株式会社みんなのウェディング（東証マザーズ 3685）

2014年９月期 第３四半期 決算説明資料

2014年８月

本資料に掲載されている計画、見通しに関する内容については、資料作成時点で入手可能な情報に基づき、当社の経営陣が判断した予想であり、リスクや不確定要因を含んでおります。従いまして、掲載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

株式会社みんなのウェディング
Minnano Wedding Co., Ltd.

目次

１．会社概要

２．事業モデル

３．2014年９月期第３四半期　決算概要

４．2014年９月期第４四半期の取組み

５．今後の計画

６．Appendix

１．会社概要

経営理念

私たちの経営理念は

『 みんなの願いを一緒に実現する会社』

世の中をもっと良くするため、幸せになるため
“みんな”のそれぞれの願いを“みんな”で一緒に実現する会社を
みんなのウェディングメンバーやユーザーやパートナー様と
一緒に作り上げていきます。

ウェディング事業ビジョン

『みんなの願う結婚式のすべてを実現すること』

100人いれば100通りの結婚式の‘かたち’があります。願いや想いは人それぞれ。
結婚式に決まった‘かたち’はありません。結婚式を挙げる二人と、ご家族やご友人、
そしてそれを支えるたくさんのプロフェッショナル。結婚式の準備をしている仲間たちと、
すでに結婚式を挙げた先輩たち。たくさんの‘みんな’によって、結婚式は実現します。
‘みんな’が一緒になって、それぞれの願う結婚式を実現できる社会を創ること。
それが、私たちの仕事です。

会社概要

会社名	株式会社みんなのウェディング　（証券コード：３６８５） Minnano Wedding Co., Ltd.
設立年月日	2010年10月1日
所在地	東京都中央区銀座三丁目15番10号
資本金	1,436百万円　（2014年7月末現在）
従業員数	99名　（契約社員含む：2014年６月末現在）
事業内容	結婚式場の口コミサイト運営事業 結婚式プロデュース事業
主要株主	株式会社ディー・エヌ・エー 穐田　誉輝　クックパッド株式会社　代表執行役兼取締役 飯尾　慶介 Globis Fund Ⅲ, L.P. Globis Fund Ⅲ(B), L.P.　株式会社グロービス・キャピタル・パートナーズが運営するファンド ＹＪ１号投資事業組合　ヤフー株式会社の子会社が運営するファンド

沿革

会社設立後、独自の強みを生かして大手企業との提携・連携を行い、事業を拡大しています。

2014	収益拡大	**2014年10月（予定）** アクションに応じた成果課金開始 **2014年８月** ＥＣ等の物販子会社 株式会社フォーオール設立 **2014年３月** 東京証券取引所マザーズ上場	**2014/9期** 1,636百万円 （予定）
2013	媒体力アップ	**2013年7月** 「イオンウエディング」を展開する(株)ツヴァイと業務提携 **2013年1月** (株)ベネッセコーポレーションと業務提携し、さずかり婚向けのサービス「みんなのマタニティウェディング」（現「みんなのファミリーウェディング」）開始	**2013/9期** 1,011百万円
2012	サービス拡充	**2012年11月** 「みんなのウェディング相談デスク」を銀座に開設 **2012年５月** 低価格の結婚式プランを掲載する「ふたりのウェディング」開始 **2012年2月** 自由な発想でオリジナルな結婚式を作る「みんなのウェディングプランナー」（現「Brideal」）開始	**2012/9期** 555百万円
2008-2011	基盤構築	**2010年10月** (株)ディー・エヌ・エーから会社分割で当社設立 **2008年2月** (株)ディー・エヌ・エーで「みんなのウェディング」サービス開始	**2011/9期** 307百万円

2．事業モデル

市場の課題

当社は、花嫁・花婿、結婚式場が持つ課題に取り組み、ウェディング市場の変革に取り組んでいます。

市場規模

挙式披露宴・披露パーティ市場	：	1.4兆円	（＊1）
ブライダル広告市場	：	500～700億円	（＊2）

市場の課題

ユーザー
（花嫁・花婿）

- **結婚式の情報が一方的**
- **半数が結婚式を挙げないナシ婚**（＊2）
  - ・さずかり婚
  - ・経済的理由
  - ・セレモニーNG

クライアント
（式場他、関連業者）

- **高い広告費を投資し続ける**
- **婚姻届出数が減少**
- **結婚式は人生１回**
  - ・反復性なし

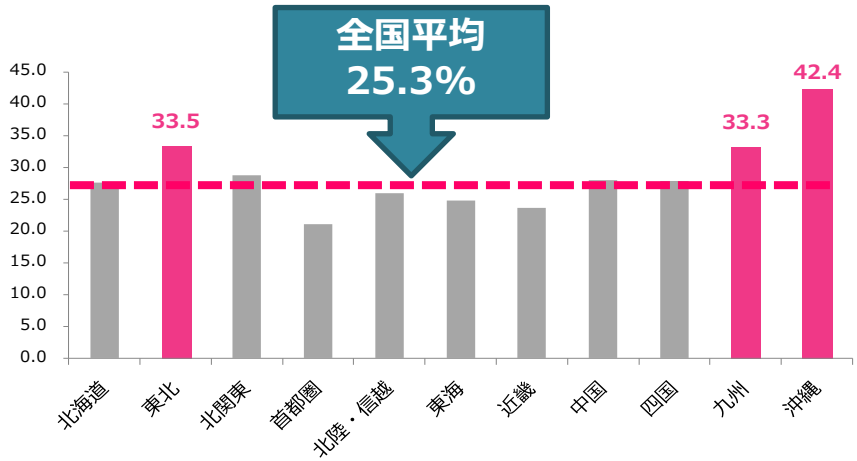
（＊1）株式会社矢野経済研究所「ブライダル市場に関する調査結果2014」
（＊2）当社調べ

さずかり婚／ファミリーウェディング

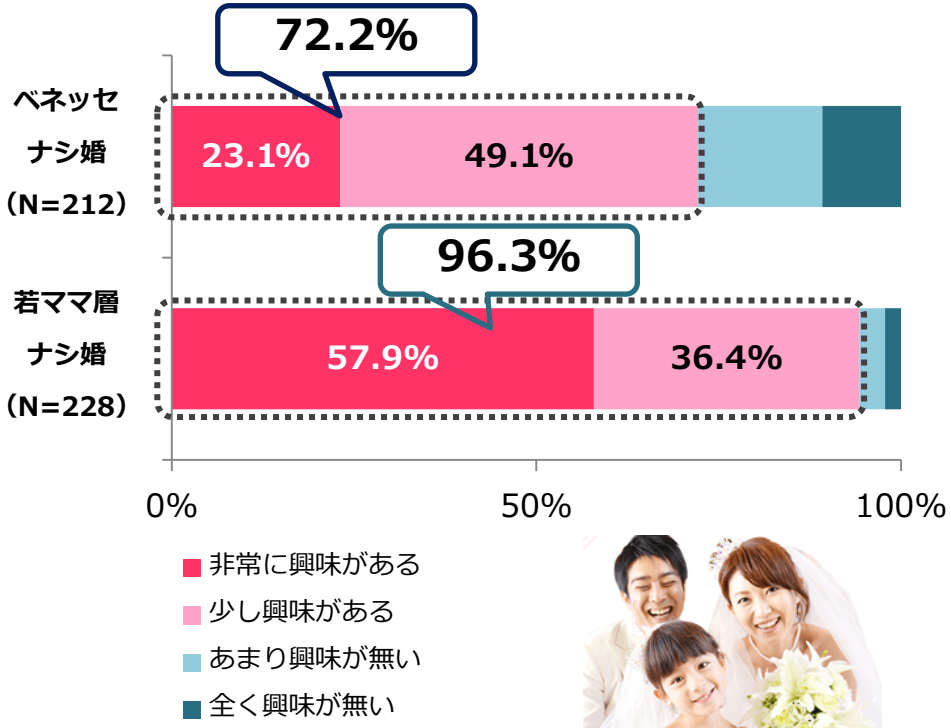
みんなのウェディング

「さずかり婚率」は全国平均25%を超えています。また、ナシ婚の7割超がウェディングに興味があります。

さずかり婚率



ナシ婚の結婚式への興味



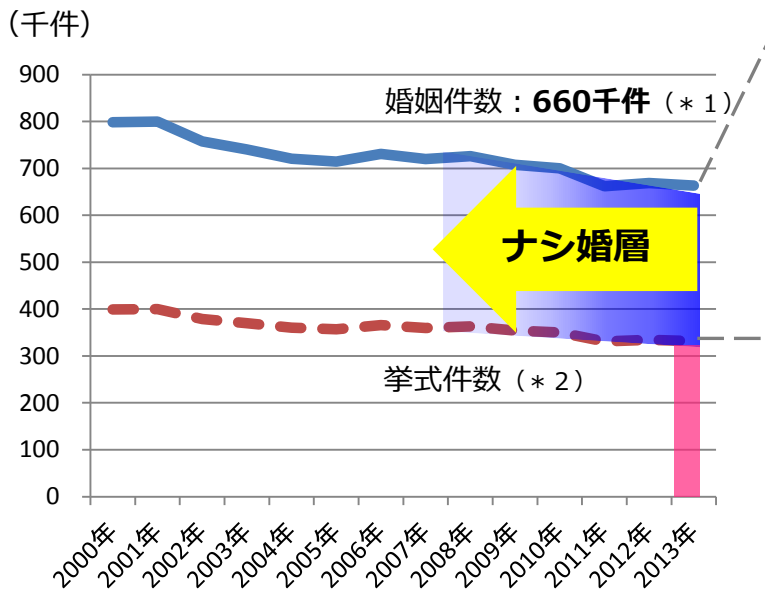
（＊）さずかり婚率・・・結婚期間が妊娠期間より短い出生の嫡出第１子出生に占める割合
出所：厚生労働省 「出生に関する統計」2009年

（＊）ベネッセ「ファミリー婚に関するアンケート」（2013年6月実施）
（＊）当社「若ママ層へのファミリーウェディングに関する調査」（2013年7月実施）

市場動向とサービス展開

「ナシ婚」層向けのサービス展開を行い、眠っていた市場の掘り起こしを行うことで、ブライダル市場を拡大

日本の婚姻件数推移



ナシ婚の３大理由

- さずかり婚
- 経済的理由
- セレモニーＮＧ
- アリ婚

当社サービス

- さずかり婚や子供と一緒の結婚式
- 低価格の結婚式
- 結婚式プロデュース
- 結婚式場口コミ 実際の費用明細

年間婚姻件数の約半数は結婚式を挙げていないが、

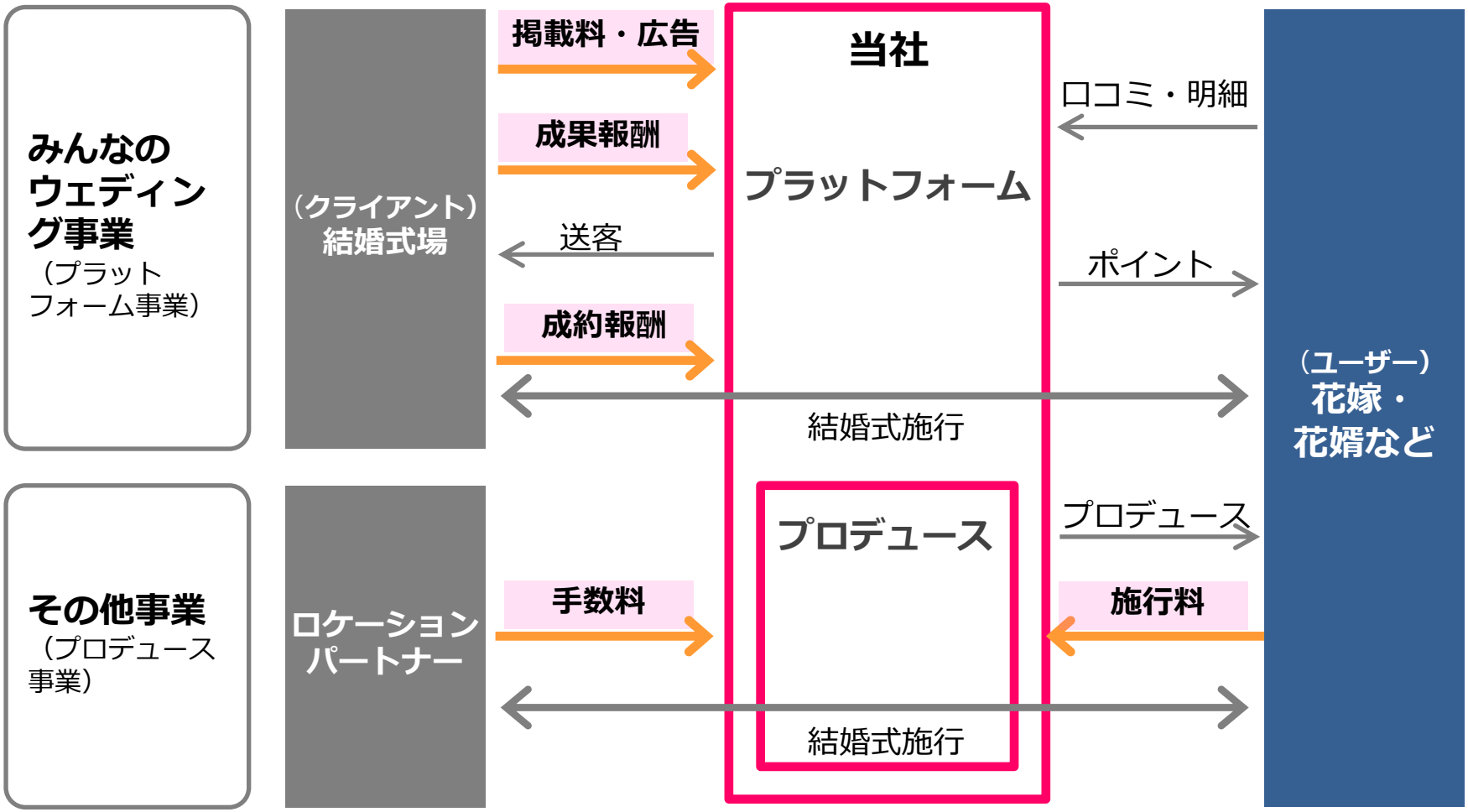
挙げていない理由は大きく３つあり

当社はそれぞれにあったサービスを展開

（＊１）厚生労働省「人口動態統計月報年計」（2013年）
（＊２）経済産業省「特定サービス産業実態調査」（2005年）を基に当社推計

ビジネスモデル

当社は花嫁・花婿と結婚式場との最適なマッチングを実現しています。



強み① メディアパワー

本音の口コミ、実際の費用明細を掲載する結婚式場選びのサイトです。

みんなのウェディング
スマホサイト　トップページ

本音の口コミ、実際の費用明細

- **300文字以上**の口コミ、**本物の費用明細**
- 式場にとって必ずしも**有利でない口コミも**
- **実在性確保**（携帯電話認証・Facebook ID連携）
- 事前審査
- WOMマーケティング協議会加盟

5,800件超の式場情報

- 有料掲載結婚式場　**1,305件**（2014年6月末時点）

年間婚姻件数を上回るサイトUU

- **サイトUU　270万／月**（2014年6月）

強み① メディアパワー

みんなのウェディング

ユーザー目線を徹底した300文字以上の本音の口コミ、実際の費用明細が集客力の源泉です。

３００文字以上の口コミ

実際の費用明細

投稿の動機

消費行動の変化
ネットで比較、共有

×

感情の振り幅
感動、不満

×

インセンティブ
ポイント付与（現金）

↓

口コミ獲得↑

強み② 新たな市場創出に向けた取組み

みんなのウェディング

妊娠・育児で結婚式を諦めている層にファミリーウェディングを啓蒙し、新たな結婚式市場を創出

式場の課題

- **地域人口の減少**
  - ・婚姻件数も減少
- **半数が結婚式を挙げないナシ婚**
  - ・経済的理由
  - ・さずかり婚・育児
  - ・セレモニーNG

花嫁・花婿

- **さずかり婚率（＊1）は全国平均25%超（＊1）**
  - ・東北・九州・沖縄では30%超
- **ナシ婚の70%以上がファミリーウェディングに興味あり（＊2）**

当社の取り組み

- **妊娠・育児層に向けた結婚式情報サービスを拡充**
  - ・妊娠・育児中の家族対象の結婚式を啓蒙
- **新たな市場を創出し、式場に送客**

（＊1）さずかり婚率・・・結婚期間が妊娠期間より短い出生の嫡出第１子出生に占める割合
出所：厚生労働省 「出生に関する統計」（2009年）
（＊2）ベネッセ「ファミリー婚に関するアンケート」（2013年6月実施）

強み③ プロデュース：Brideal

花嫁・花婿が理想とする結婚式をオーダーメイドでプロデュース。結婚式場を持たないモデルです。

特徴

■**“セレモニー”を嫌い挙式しない層をターゲット**

・潜在市場の掘り起こし

■**自社で結婚式場を持たないノンアセット**

・建物維持費や減価償却費等がかからない

・場所を選ばない

■**ウェディングプランナー（自社×外部）**

・ユーザーが願う結婚式をより柔軟に、より自由に実現

施行事例

映画館で挙げる「シネ婚」

葉山ビーチウェディング

キャンプウェディング

強み④ 多様な課金ポイント

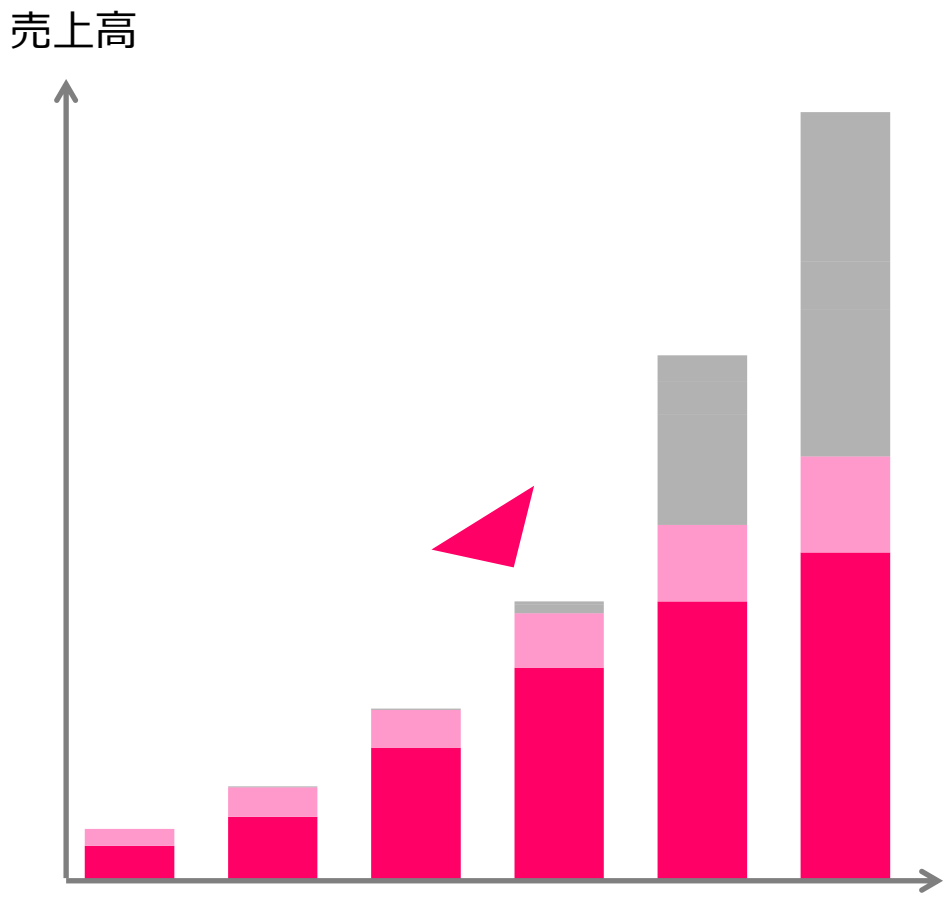
課金ポイントを多様化しています。

売上の種類		みんなのウェディング みんなの	みんなのファミリーウェディング ファミリー	ふたりのウェディング ふたりの	みんなのウェディング相談デスク デスク	Brideal Brideal
プロデュース（フロー）	結婚式のプロデュース料					○
成果報酬（フロー）	アクションに対する報酬（2014年10月課金開始）	○				
成約報酬（フロー）	結婚式施行に対する報酬		○		○	
広告	サイト等への広告料	○	○		○	
式場掲載（ストック）	プラットフォーム利用料	○		○		

アクション：ユーザーがみんなのウェディングサイトで起こした
見学予約、フェア予約、有効コール（来館予約に関する電話予約）、資料請求等

強み⑤ ストック×フローの収益モデル

式場掲載料は年間契約でストック型の収益として底堅く推移し、
その上に成果報酬や成約報酬のフロー型の収益、広告料が加わります。



フロー型収入

ユーザーのアクションに応じて
課金される従量課金収入や
プロデュース料

広告収入

ストック型収入

掲載期間に渡って毎月課金される
固定収入

※上記売上グラフは各売上の将来イメージ図であり、弊社が策定した中期経営計画等ではありません。

３．2014年９月期第３四半期　決算概要

第３四半期　ハイライト

（単位：千円）	2014年９月期 第３四半期 （累計）	2014年９月期 （予想）
売上高	1,094,378	1,636,890
営業利益	255,840	506,679
（利益率）	(23.38%)	(30.95%)
経常利益	231,077	492,479
（利益率）	(21.11%)	(30.09%)
当期（四半期）純利益	139,940	305,337
従業員（人） (正社員+契約社員)	99	—

■2014年9月期第３四半期会計期間（４～６月）

売上高

・有料掲載式場数は減少するも、新商品への切替の進展により掲載料の単価は増加。

・新商品への切替の中で、一部の式場に広告（純広等）を絞る動きがあった。

・Brideal は堅調に施行件数を積み上げる。

コスト

・第２四半期会計期間で発生したスポットのコスト増（広告宣伝費、採用費、ＩＰＯ関連費用）は抑制。

主な取り組み

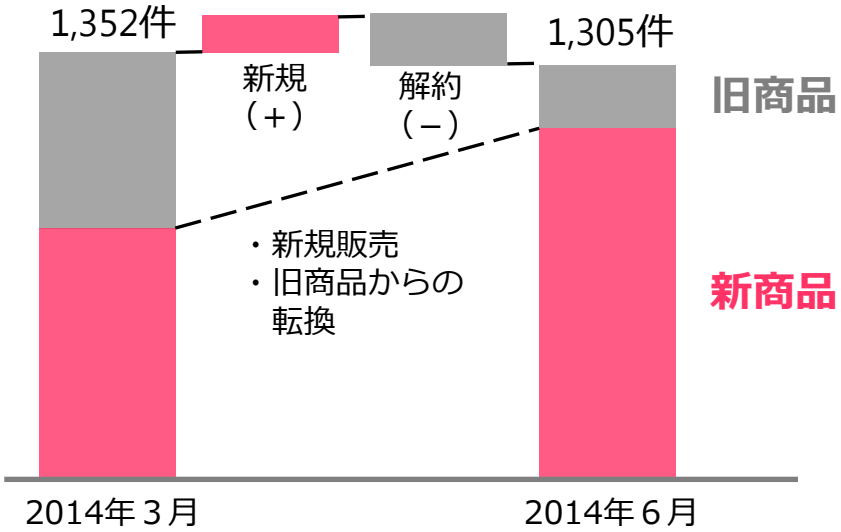
第３四半期は、新商品の浸透と商品の改定、提携の進展を実施し、また、結婚式プロデュースの浸透を図りました。

	みんなのウェディング事業 （プラットフォーム事業）	その他事業 （プロデュース事業）
サービス深耕	（クライアント向け） ■**新商品の販売・転換実施**（2013年10月） ・2014年10月からのアクション課金開始 ■**口コミ分析ツール機能向上**（2014年6月） ・より効率的な集客や成約につなげられる機能に改定 （ユーザー向け） ■ **月間300万ＵＵ突破**（2014年5月） ・コンテンツの充実・拡充	■**ウェディングプランナー内製化** ・社内プランナーによるプロデュースを進展し、花嫁・花婿が理想とする結婚式をより実現しやすく
提携の進展	■**株式会社ツヴァイとの提携進展** ・「イオンウエディング幕張新都心店」に、2014年４月より当社アドバイザーが常駐	■**自由な結婚式の文化浸透** ・企業やプロスポーツチーム、自治体とのタイアップ

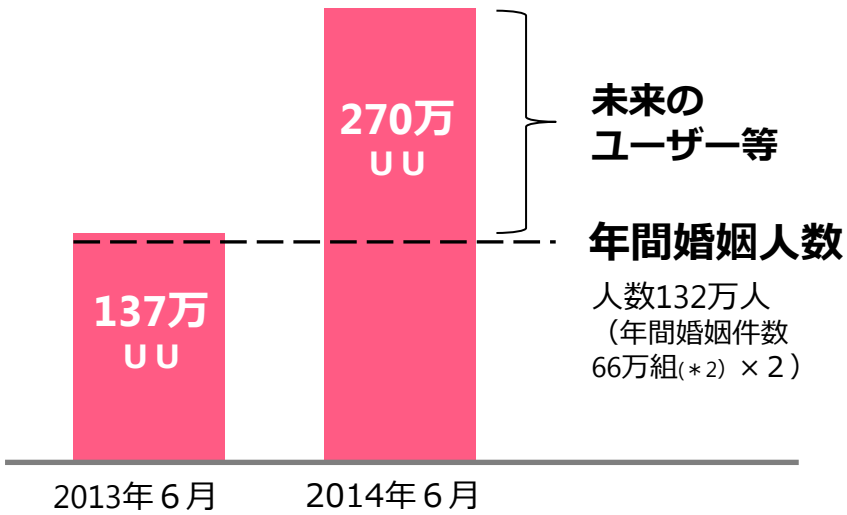
新商品契約数とＵＵ

単価の高い新商品の契約数（新規契約+旧商品からの切替）は堅調に増加しています。

有料掲載結婚式場数



月間ユニークユーザー数（＊１）



■新商品の新規販売は堅調に推移

- 高単価、2014年10月課からアクション課金
- 新商品への転換は今期末にほぼ完了予定

■未来のユーザーを取り込む

- 年間婚姻人数を超えるＵＵ
- 前年同月比約２倍のＵＵ
- 未来のユーザーを取込むコンテンツを充実
- 2014年5月は300万ＵＵを超える

（＊１）ＵＵ：ユニークユーザー数：「みんなのウェディングサイト」にアクセスしたユーザーの数（延べ人数ではありません）
（＊２）厚生労働省「人口動態統計月報年計」（2013年）

Bridealの進展

Bridealの施行件数は堅調に増加しています。企業等とのタイアップによるプロデュースも行っています。

取組み

■ **企業等とのタイアップとプレスリリースにより認知度アップを図る**

・千葉ジェッツ（プロバスケットボール）
・レゴランド（アミューズメント施設）
・千葉ポートタワー（観光施設）
・イオンモール幕張新都心（ショッピングモール）
・ブリリアショートショートシアター（映画館）

■ **結婚式施行**

・堅調に施行件数を積み増し、ナレッジを蓄積

施行事例

2014年５月、庭付きのハウススタジオ２棟借り切りで施行した「ホームパーティーウェディング」

2014年６月、イオンモール幕張新都心において施行した「サプライズウェディング」

４．　2014年９月期第４四半期の取組み

第４四半期の取り組み

第４四半期は、ウェディングイベントの開催を予定しており、タイアップの積上げを見込んでおります。

みんなのウェディング事業
（プラットフォーム事業）

■**新商品への転換完了予定**
（2014年９月）
・ベース価格アップ

■**ウェディングイベント開催**
（2014年９月）
・出展料、ドレス販売

■**タイアップの積上げ**
・媒体力を背景とした
タイアップ広告を積上げ

その他事業
（プロデュース事業）

■**結婚式プロデュース進展**
・銀座三越　屋上庭園
（2014年8月施行予定）
・その他いくつか施行決定

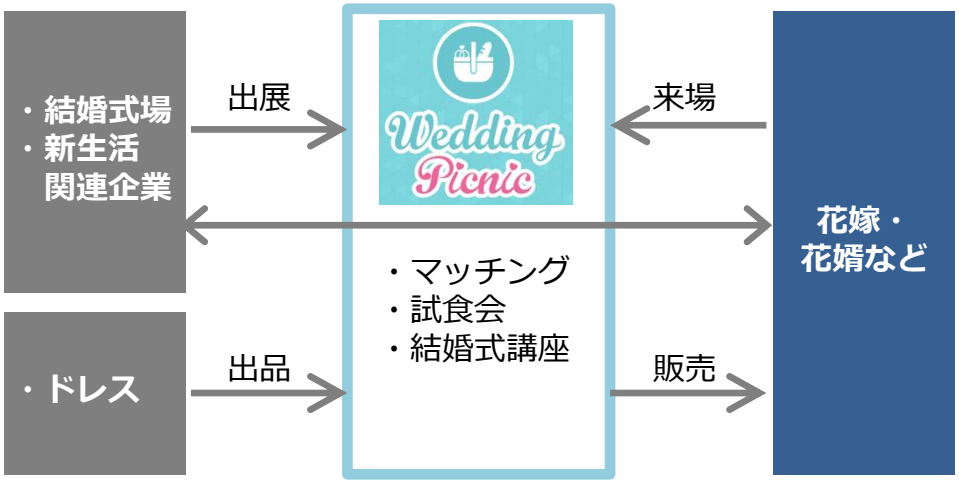
新規事業
（物販事業）

■**ＥＣ等物販子会社設立**
（2014年8月）
・対ユーザー
・対クライアント

イベント開催

結婚式をテーマにしたＢtoＣの体感型ウェディングイベントを開催します。

■ウェディングピクニックフェスティバル



- 開催日時：９月20日（土）21日（日）
- 会場：パシフィコ横浜
- 内容：
  - ・結婚式場、新生活関連企業が出展
  - ・ウェディングドレス試着・販売会
  - ・人気結婚式場の婚礼料理の無料試食会
  - ・結婚式講座　ほか

狙い

■出展企業と花嫁・花婿とのマッチング

■結婚式の啓蒙を行い、結婚式の増加を図る

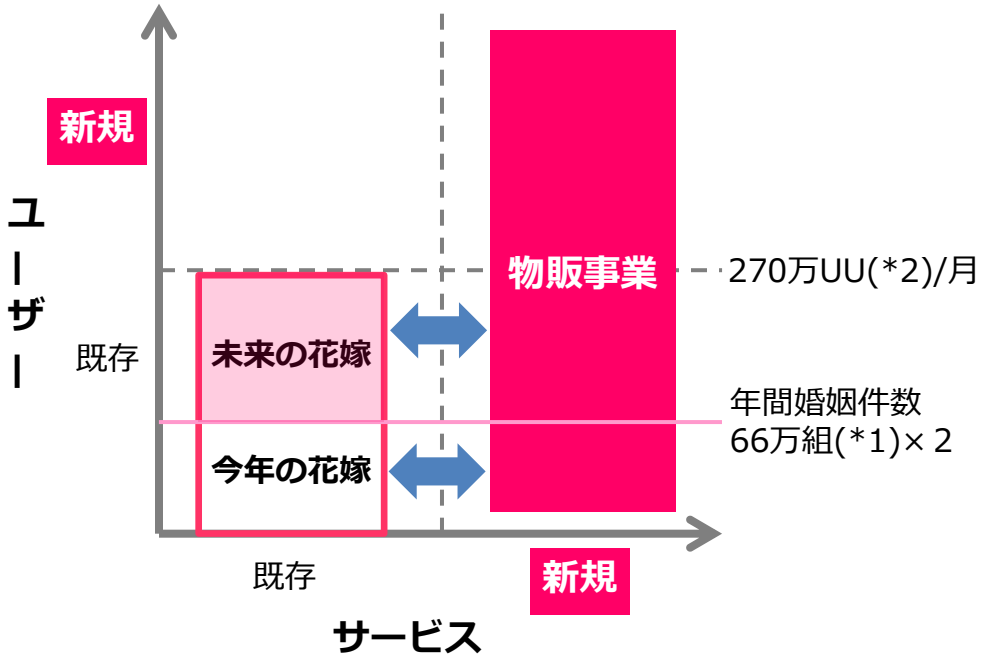
・ウェディング体験ができるイベントを通して、ユーザーにウェディングの意義・魅力を伝え、結婚式の増加を図る。

・ファミリーウェディングへの啓蒙を行うことで、潜在ユーザーの掘り起こしを図る。

物販（EC等）の子会社設立

新規ユーザーの取込み、既存ユーザーのニーズの取り込みを図り、物販（EC等）子会社 (株)フォーオールを2014年８月に設立。

既存サービスとの関連



狙い

■**新既ユーザーの取り込み**

・ウェディング前後以外のユーザーの取り込みを図る

■**既存ユーザーのニーズ取り込み**

・ブライダル層のニーズの取り込みを図る

■**未来の花嫁のニーズ取り込み**

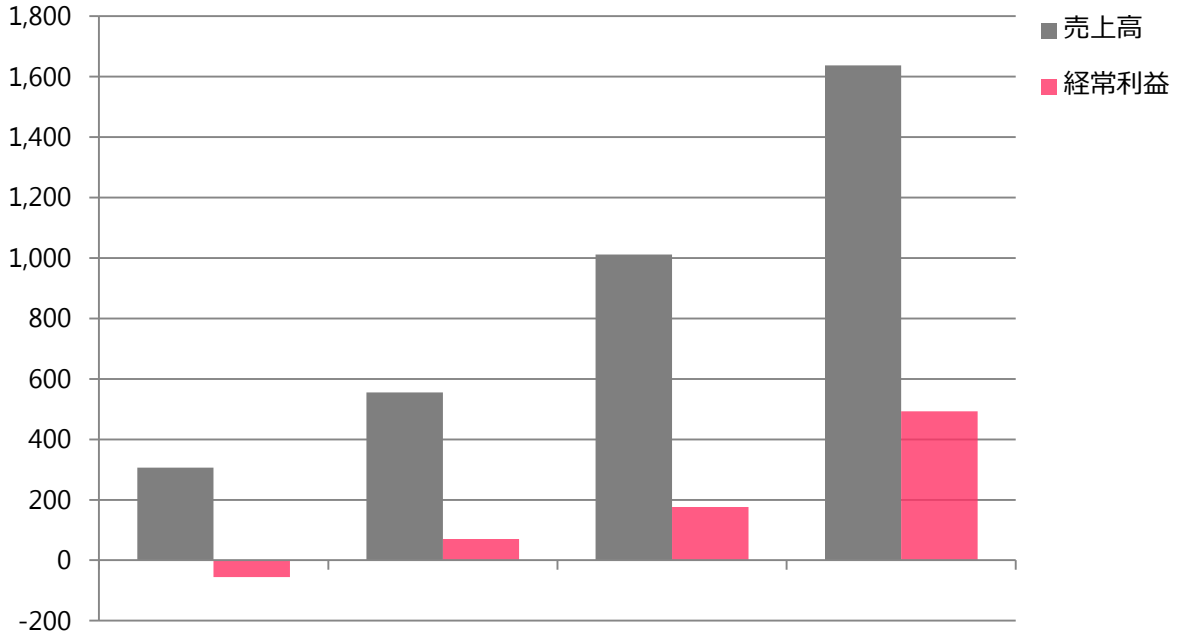
・閲覧のみにとどまる未来の花嫁のニーズを取り込む

（＊１）厚生労働省「人口動態統計月報年計」（2013年）
（＊２）ＵＵ：ユニークユーザー数：「みんなのウェディングサイト」にアクセスしたユーザーの数（延べ人数ではありません）

業績推移と計画

設立以来、売上高、利益ともに順調に伸長。
今期は収益機会の拡大により、更なる業績拡大を計画しています。

（単位：百万円）



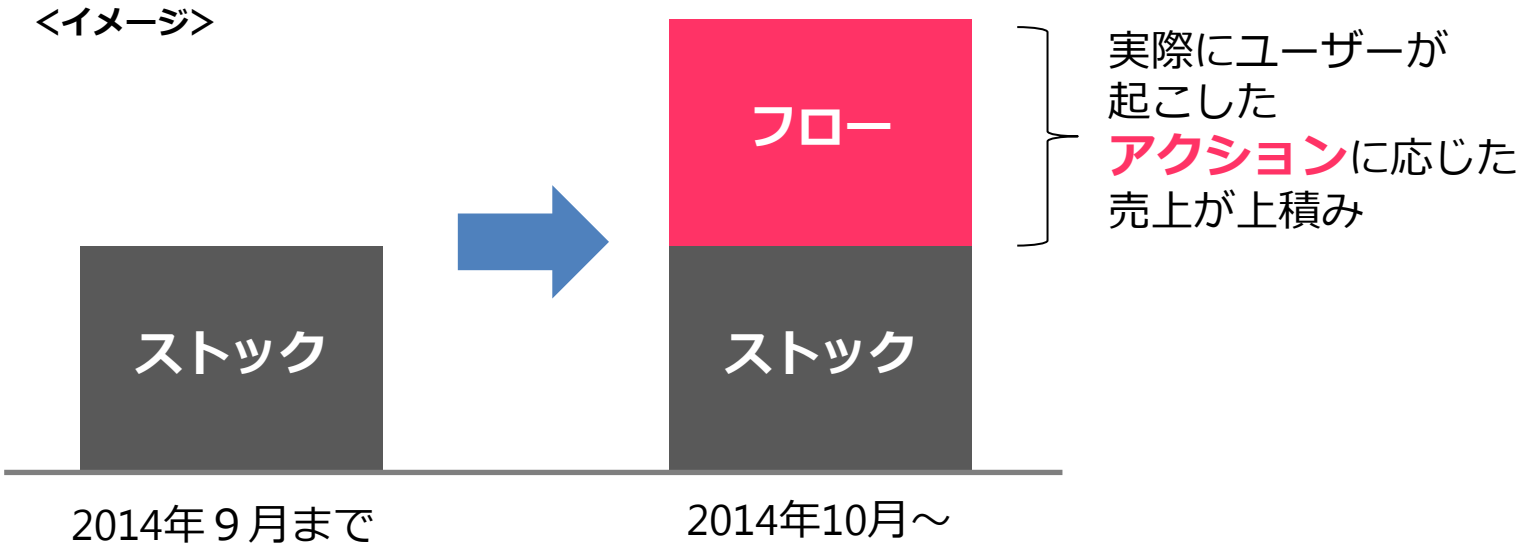
（百万円）	2011/9期	2012/9期	2013/9期	2014/9期（予想）
売上高	307	555	1,011	1,637
営業利益	△55	70	175	507
経常利益	△56	71	176	492
当期純利益	△56	61	110	305

※2011年９月期の数値については監査法人の監査を受けておりません。

５．今後の計画

成果報酬の上積み

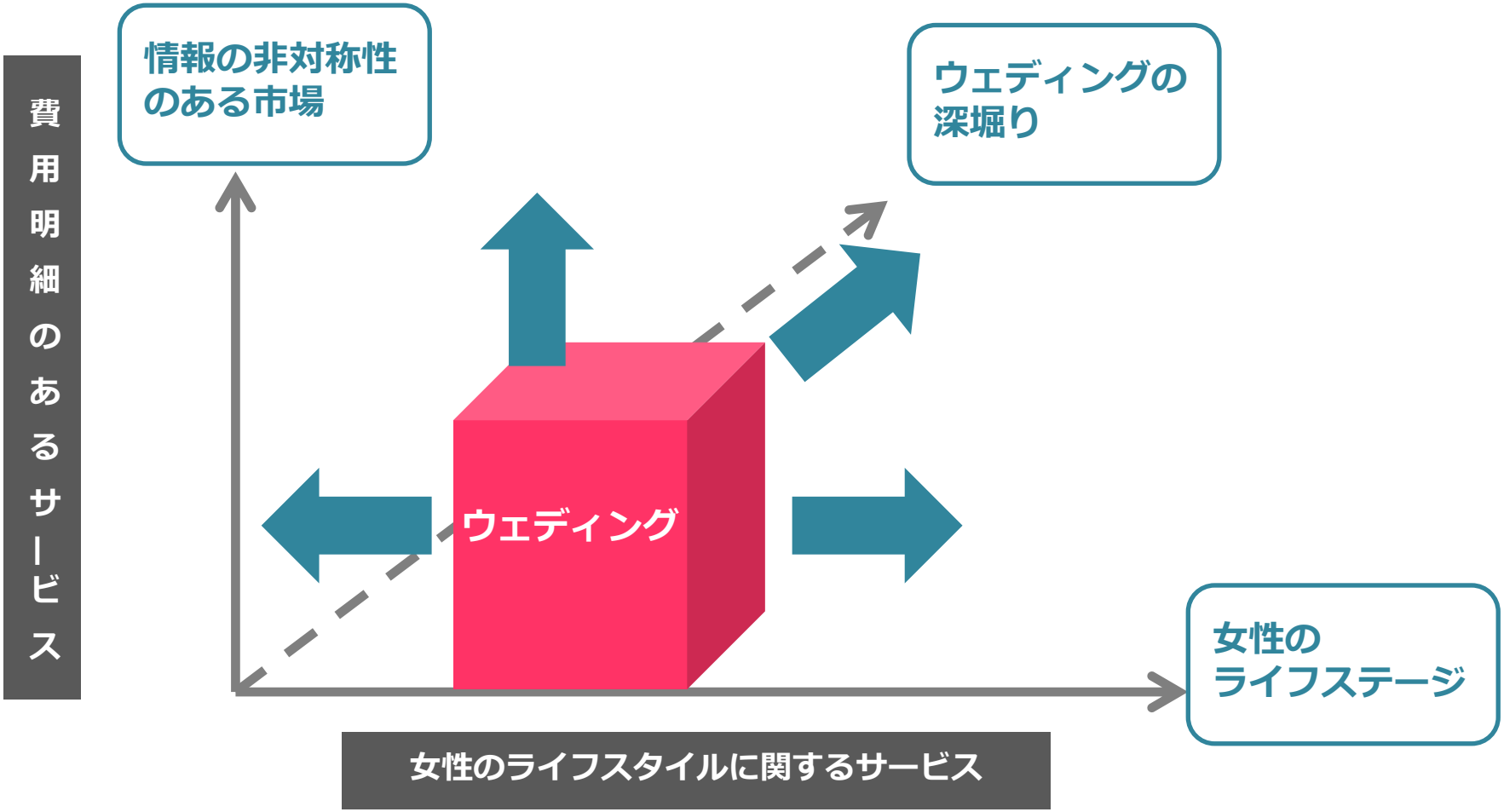
2014年10月より、新商品導入の切り替えによる成果報酬が追加で売上高に加わります。



アクション：ユーザーがみんなのウェディングサイトで起こした
見学予約、フェア予約、有効コール、資料請求等

将来の事業展開イメージ

今後、ウェディング市場の深堀り、女性のライフステージの川上川下、情報非対称性のある市場へ事業領域の拡大を目指していきます。



6．Appendix

経営陣の概要

代表取締役社長兼CEO **飯尾　慶介** （いいお けいすけ） 1975年生まれ	2006年 (株)**ディー・エヌ・エー**入社。 みんなのウェディング、mobageオープンプラットフォームの立上げに従事。 2010年10月 当社設立、代表取締役就任。	社外取締役 **芝　昭彦**	芝経営法律事務所代表**弁護士** （主な職歴：警察庁）
取締役 みんなのウェディング事業本部長 **中村　義之** （なかむら よしゆき） 1984年生まれ	2008年 (株)**ディー・エヌ・エー**入社。 みんなのウェディングの立上げメンバーとして事業運営全般に従事。 2010年10月 当社取締役就任。	監査役（常勤） **澤田　静華**	**公認会計士** （主な職歴：有限責任あずさ監査法人）
取締役 Brideal事業本部長 **佐々木　聡晃** （ささき としあき） 1975年生まれ	2004年 (株)**ディー・エヌ・エー**入社。 2011年1月 当社入社。 2011年11月 取締役就任。	監査役 **今村　創造**	株式会社東京アドバイザリーグループ代表取締役 （主な職歴：Deutsche Bank group）
取締役CFO 兼コーポレート本部長 **新井　普之** （あらい ひろゆき） 1974年生まれ	1997年 (株)**三和銀行**（現(株)三菱東京ＵＦＪ銀行）入行。 2013年1月 当社入社。 2013年6月 取締役就任。	監査役 **本橋　広行**	本橋公認会計士事務所代表 **公認会計士** （主な職歴：有限責任あずさ監査法人）

サービス紹介

	サービス名称	提携企業	内容
みんなのウェディング事業（プラットフォーム事業）	みんなのウェディング		国内5,000以上の結婚式場情報と、300文字以上の「本音の口コミ」や「実際の費用明細」など、花嫁花婿が本当に知りたい情報から式場を探せる結婚式場選びの口コミサイト
	みんなのファミリーウェディング	(株)ベネッセコーポレーション	さずかり婚（マタニティウェディング）や子供と一緒に挙げる結婚式（ファミリーウェディング）の結婚式場探しを応援
	ふたりのウェディング		「挙式のみ」や「挙式後の少人数での会食」を中心に、低価格の結婚式プランを多数掲載
	みんなのウェディング相談デスク	(株)ツヴァイ	専門アドバイザーが希望を聞きながら結婚式場の紹介などを行う無料相談カウンター
その他事業（プロデュース事業）	Bridal		「結婚式にもっと自由を！」をコンセプトに、花嫁花婿が願う自由で新しい結婚式をプロデュース

主なメディア掲載歴

2014　7 17 NHK「首都圏ネットワーク」でみんなのファミリーウェディングなどが紹介
14 産経新聞「Bizパーソン」に代表のインタビューが掲載
11 日経新聞にBridealがプロデュースする銀座三越でのウェディングが紹介
2 テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」でサプライズファミリーウェディング紹介
6 30 読売新聞(夕刊）にBridealウェディングプロデューサーのコメントが掲載
30 AERAでみんなのウェディングと代表が紹介
24 The Japan TimesでBridealプロデュースのサプライズファミリーウェディング紹介
11 日経MJに口コミ分析ツールリニューアルについて掲載
9 週刊 東洋経済でみんなのウェディングが掲載
6 日経MJに「みんなのウェディング白書」調査が掲載
4 TBSテレビ「Nスタ」で銀座デスク、ナシ婚調査などが紹介
3 日本テレビ「NEWS ZERO」でBridealの事例などが紹介
2 フジサンケイビジネスアイに代表のインタビューが掲載
5 26 日経MJに「みんなのウェディング」サイトが掲載
24 テレビ朝日「これぞ！ニッポン流！」でBridealのウェディングプロデューサー紹介
21 日本経済新聞（夕刊）にて取り組みが掲載
21 日経産業新聞の「成長の起点」に代表のインタビューが掲載
14 ラジオNIKKEI「アササイ」に代表が出演
4 28 PRESIDENTに代表と取締役が掲載
23 日経MJにBridealがプロデュースするサプライズウェディングが掲載
18 日経新聞にBridealがプロデュースするレゴランドでのウェディングが掲載
15 読売新聞にBridealがプロデュースするバスケウェディングが掲載
12 日経新聞にBridealがプロデュースするバスケウェディングが掲載
8 毎日新聞に「ナシ婚」に関するアンケート調査結果が掲載

2014年7月17日 NHK
「首都圏ネットワーク」

2014年6月4日 TBSテレビ
「Nスタ」

2014年５月24日 テレビ朝日
「これぞ！ニッポン流！」

株式の状況

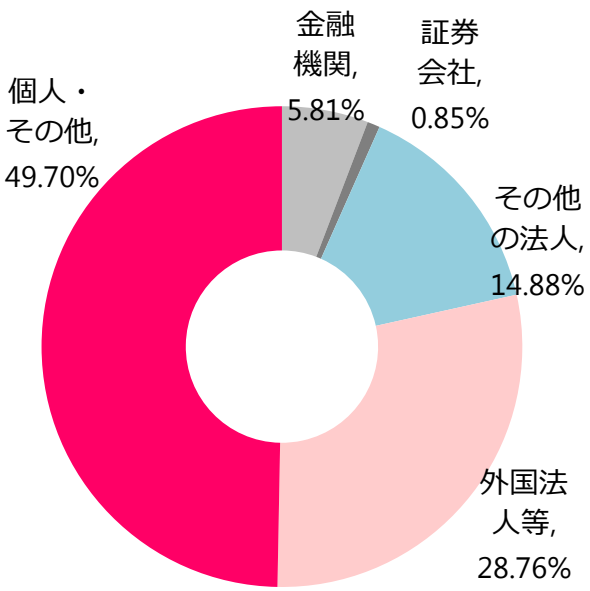
■ 大株主

2014年3月31日現在

順位	氏名または名称	所有株式数（千株）	所有割合（%）
1	Globis Fund Ⅲ, L.P.	1,359	18.52
2	株式会社ディー・エヌ・エー	1,034	14.09
3	穐田　誉輝	999	13.61
4	飯尾　慶介	865	11.79
5	ＹＪ１号投資事業組合	599	8.17
6	Globis Fund Ⅲ(B), L.P.	380	5.17
7	コアピープル投資事業有限責任組合	237	3.23
8	ドイチェ バンク アーゲー ロンドン ピービー ノントリティー クライアンツ 613	184	2.51
9	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	180	2.45
10	中村　義之	140	1.90
10	小暮　政直	140	1.90

■ 所有者別株式分布状況

2014年３月31日現在



■ 発行済株式総数

7,584,300株　（2014年６月30日現在）

問合せ窓口

株式会社みんなのウェディング

コーポレート本部　企画管理部　ＩＲ担当

電話：03-3549-0260　（平日　9:30～18:00）

E-mail：ir@mwed.co.jp

サイト：http://www.mwed.co.jp/

株式会社みんなのウェディング
Minnano Wedding Co., Ltd.

Tel　03-3549-0211
Fax　03-3549-0212
URL　http://www.mwed.co.jp/