

株式会社くふうカンパニー

2020年9月期 第1四半期 連結決算 説明資料

2020.2.14



1. 2020年9月期 第1四半期 連結業績
2. 結婚関連事業
3. 不動産関連事業
4. 金融関連事業
5. 支援機能



1. 2020年9月期 第1四半期 連結業績



下記に加え、3月下旬にふくろう少額短期保険社が参画予定





**2020年9月期第1四半期の連結業績は、売上高 1,474百万円 (YoY 216.8%) 、
営業利益 120百万円 (YoY 404.8%) 、 EBITDA 189百万円 (YoY 407.3%) で着地**

【各事業及び支援機能の進捗】

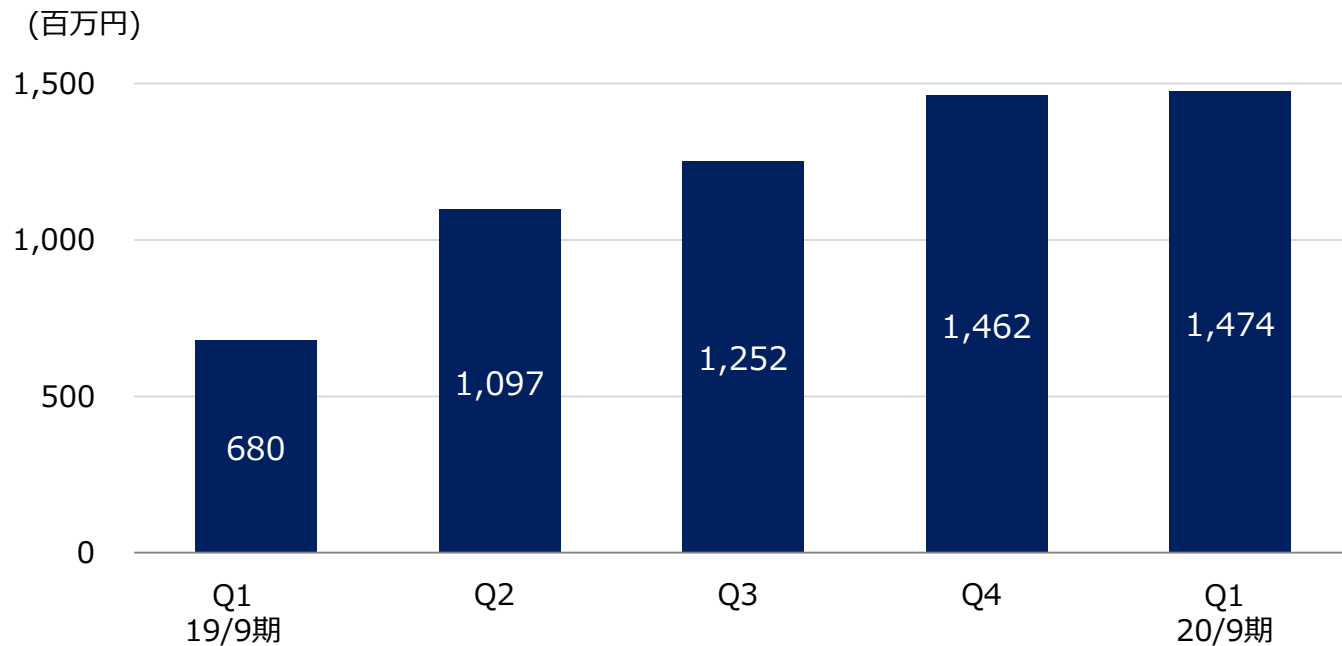
- 結婚関連事業：「メディア+サービス」の事業モデルを構築、領域内3社でシナジー創出に向けた組織改革を進行中
- 不動産関連事業：「メディア（オウチーノ）」は黒字基調を継続、今後の「メディア+サービス」の事業モデルによる成長拡大に向けて「サービス」の試験的な取組みに着手
- 金融関連事業：中長期的なグループ事業の拡大に向けて、家計簿サービス「Zaim」や「保険のくふう」を軸に、グループ内連携を通じた新たなサービスや商品開発を継続
- 支援機能：くらしにくふう社によるユーザーファーストを徹底したグループメディア支援を強化、グループ横断の各種プロジェクトが進行中



売上高、営業利益、EBITDAそれぞれ、前四半期比微増で着地

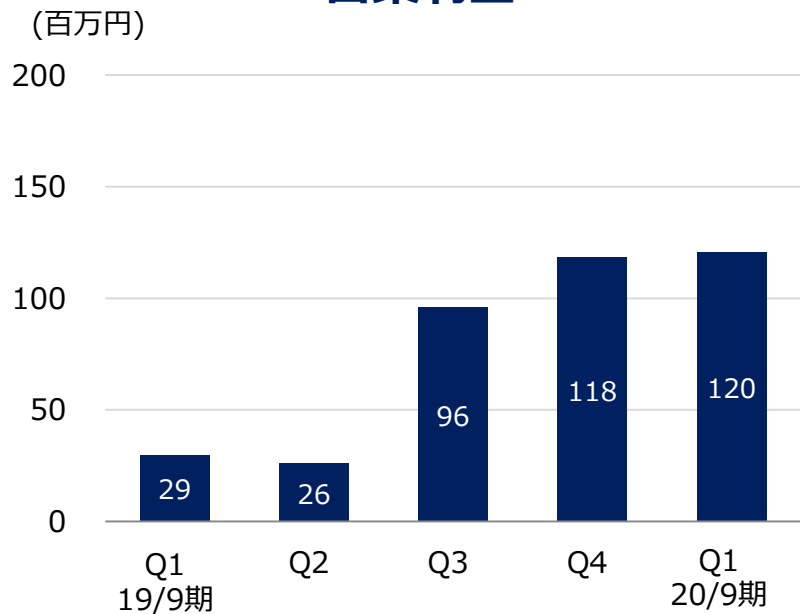
(単位:百万円)	20/9期	19/9期		19/9期		20/9期	
	Q1	Q1	前年同四半期比	Q4	前四半期比	通期業績予想	進捗率
売上高	1,474	680	216.8%	1,462	100.8%	6,000	24.6%
営業利益	120	29	404.8%	118	102.0%	600	20.1%
EBITDA	189	46	407.3%	186	101.8%	900	21.1%

連結業績 売上高推移

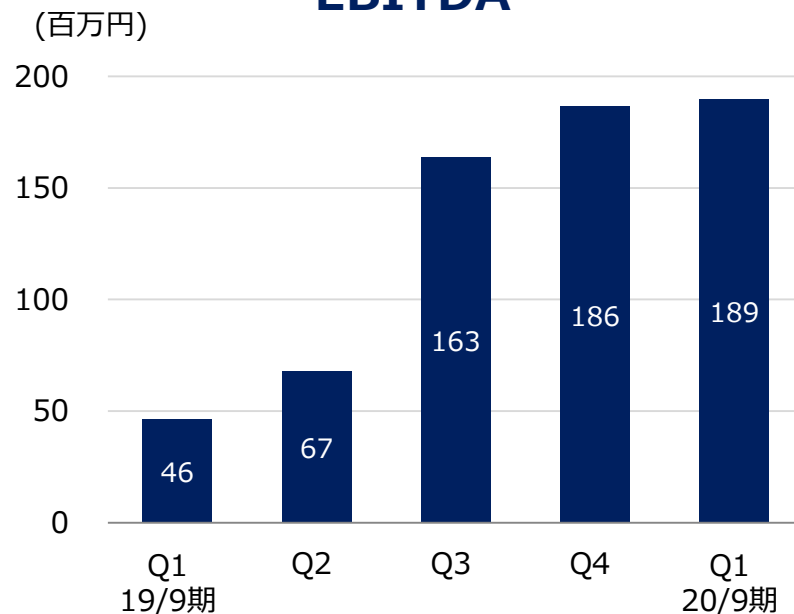




営業利益



EBITDA



連結業績 セグメント別 売上高



結婚関連事業、不動産関連事業はともに堅調に推移

(単位:百万円)		20/9期	19/9期		19/9期	
		Q1	Q1	前年同四半期比	Q4	前四半期比
売上高	結婚関連事業	1,149	394	291.1%	1,146	100.3%
	不動産関連事業	200	285	70.3%	180	110.8%
	その他	132	-	-	142	92.6%
	調整額	△7	-	-	△7	-

連結業績 セグメント別 営業利益・EBITDA



主要2事業は堅調に推移、新規サービス及び支援機能の充実に向けた投資とグループ拡大に伴うコーポレート費用が増加

		20/9期		19/9期		
		Q1	Q1	前年同四半期比	Q4	前四半期比
(単位:百万円)						
営業利益	結婚関連事業	204	133	154.0%	184	111.0%
	不動産関連事業	25	△88	黒字化	8	309.0%
	その他	△14	△2	-	12	-
	調整額	△95	△12	-	△87	-
EBITDA	結婚関連事業	217	142	152.9%	197	110.1%
	不動産関連事業	27	△85	黒字化	10	261.0%
	その他	△9	△2	-	16	-
	調整額	△45	△7	-	△38	-



(単位:百万円)		2019年12月末	2019年9月末	増減額	増減要因
資産	流動資産	2,514	2,631	△117	現預金が149百万円減少、 繰延税金資産が83百万円増加
	固定資産	3,259	3,211	+48	
	資産	5,773	5,842	△68	
負債および純資産	負債	724	959	△235	未払法人税等が145百万円減少、 利益剰余金が161百万円増加
	純資産	5,049	4,882	+166	
	負債および純資産	5,773	5,842	△68	



2. 結婚関連事業



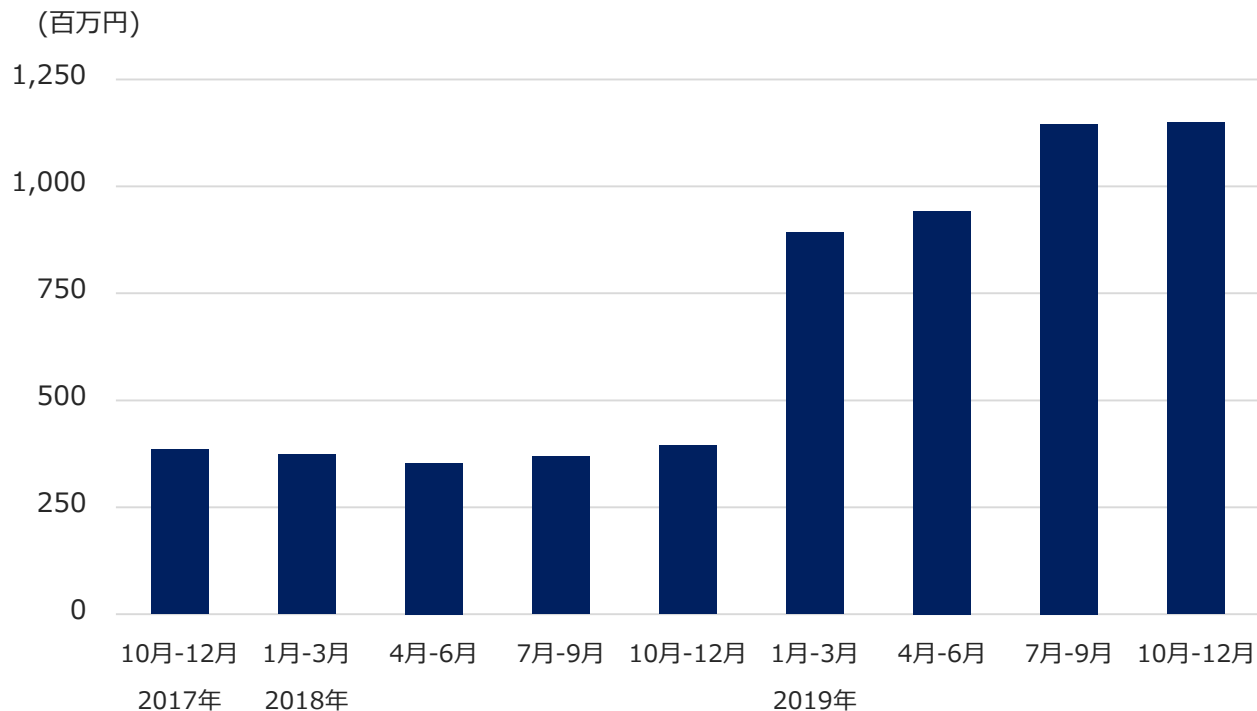
「メディアと結婚式プロデュースサービス」の融合による本格的なシナジー創出に向けた組織改革を推進

- みんなのウェディング社、アールキューブ社、フルスロットルズ社の個別の課題整理を終え、運営一体化に向けて経営体制を再構築
- 結婚式プロデュースサービスは従来の代理店経由中心の集客から、自社やグループメディアからの集客への移行に向けて、領域内リソースの共有等を推進

結婚関連事業 売上高推移



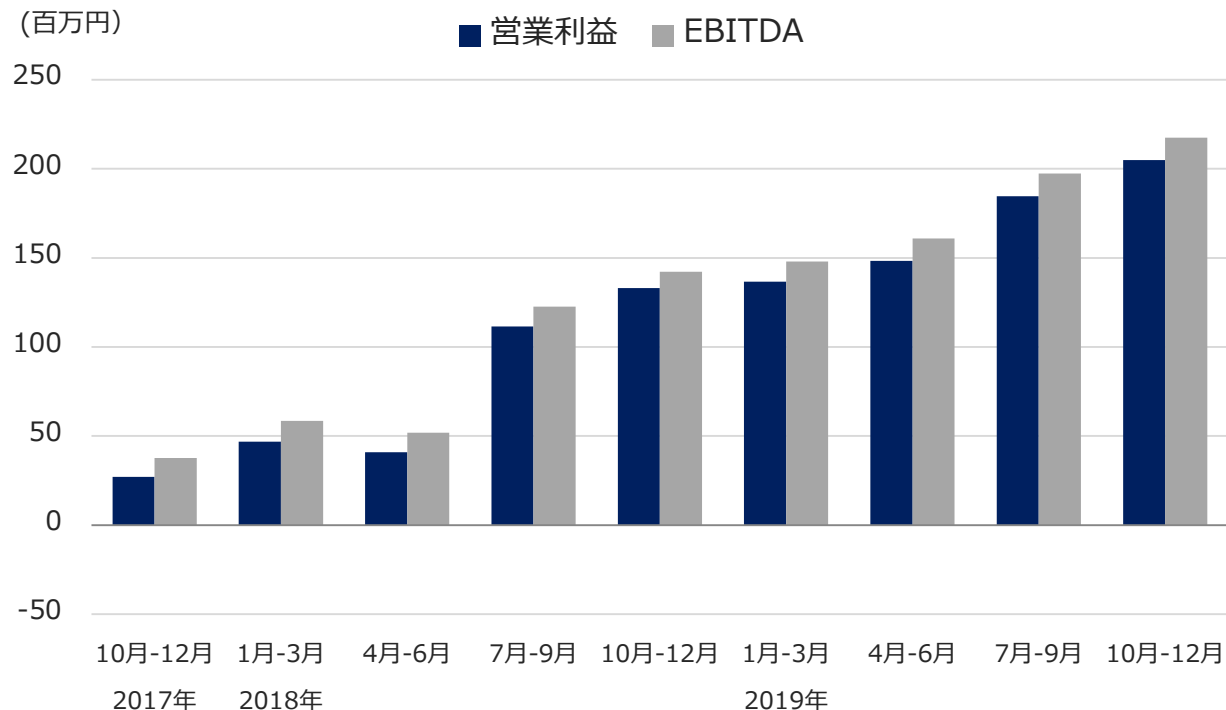
メディアは結婚式場における予算削減傾向をキャンペーン商品の販売が補填、
ドレス販売は季節変動を主因に百貨店催事の開催数が減少



結婚関連事業 営業利益・EBITDA推移



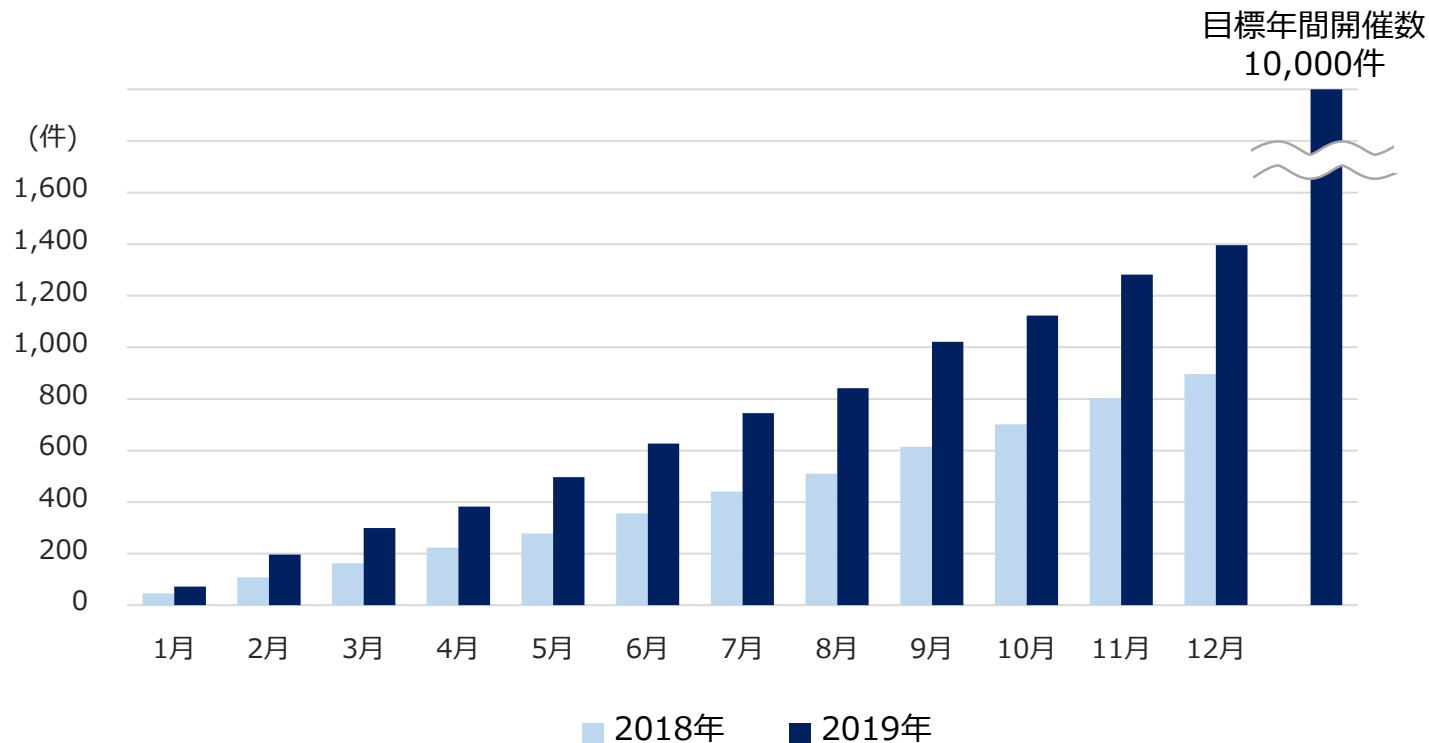
メディアのキャンペーン商品販売及び結婚式プロデュースサービスの収益性向上が
増益に寄与



結婚関連事業 結婚式開催数 (1月～12月累計)



2019年1月～12月の累計開催数は1,396件*1



*1 アールキューブ社がプロデュースした結婚式開催数



3. 不動産関連事業



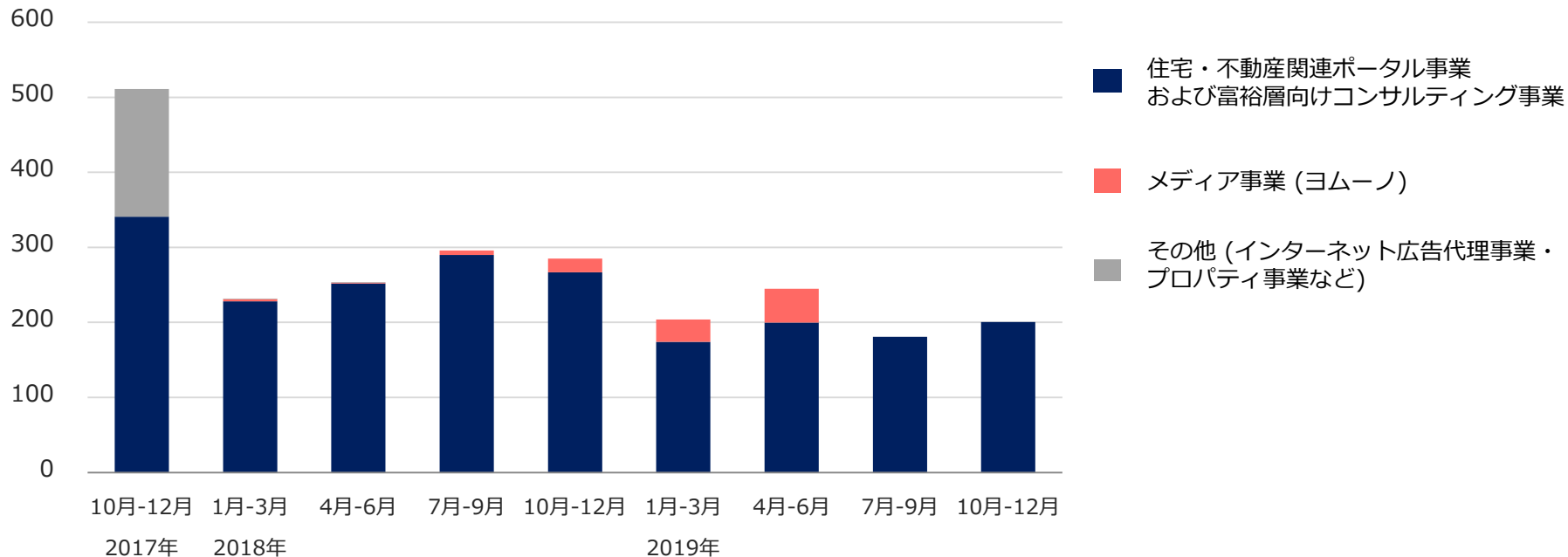
オウチーノ社は、不動産会社向けツールサービスや広告商品の販売が寄与し黒字基調を継続、富裕層向け事業は今後の受注獲得に向けた提案活動に注力

- 不動産会社向け営業支援ツールサービス「オウチーノ くらすマッチ」の契約ID数が2019年12月に1,000件を突破
- 不動産会社向けの年末企画の広告商品の販売が計画通りに推移
- 富裕層向け事業は取扱い物件の多様化や新規顧客の開拓を継続



「オウチーノ くらすマッチ」及び年末企画の広告商品の販売が堅調に推移

(百万円)

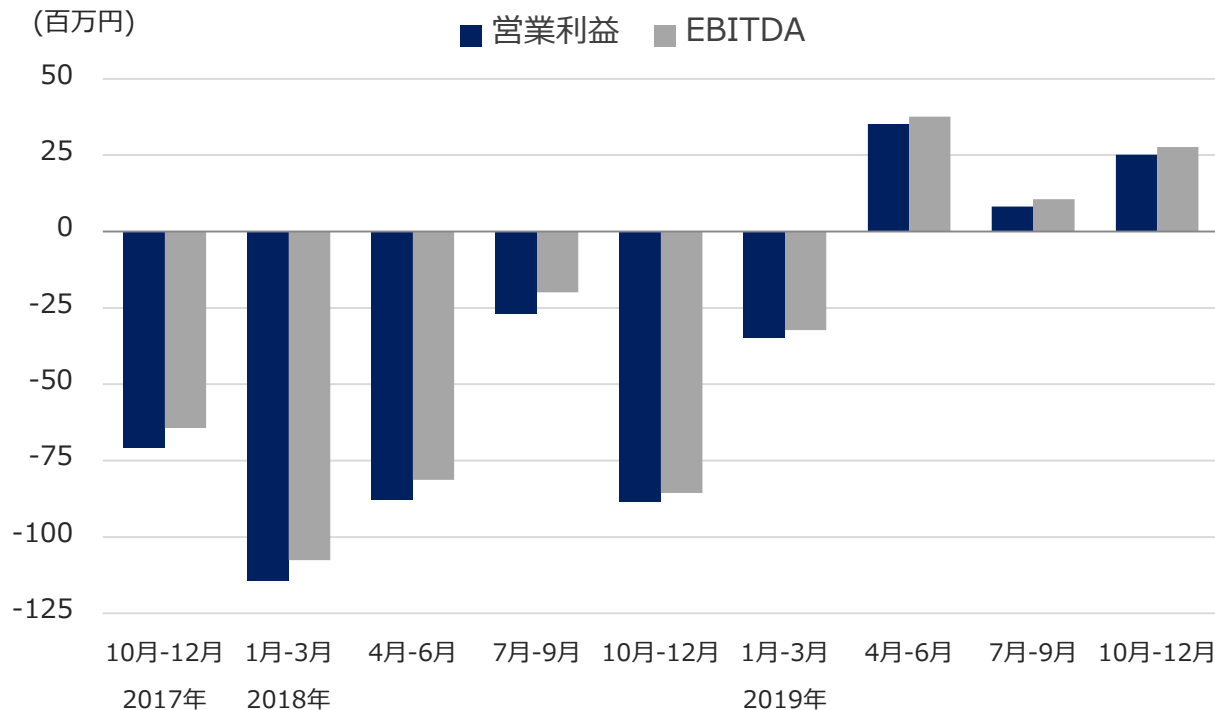


* 2019年7月1日付で、株式会社オウチーノのメディア事業である「ヨムーノ」を会社分割し、新設会社である株式会社くらしにくふうに承継 (同社はセグメント分類上「その他」区分に計上)

不動産関連事業 営業利益・EBITDA推移



前年度に人員規模の最適化を実施したオウチーノ社は、収益力を着実に改善



* 2019年7月1日付で、株式会社オウチーノのメディア事業である「ヨムーノ」を会社分割し、新設会社である株式会社くらしにくふうに承継 (同社はセグメント分類上「その他」区分に計上)



4. 金融関連事業



保険のくふう社及びZaim社のそれぞれにおいて、グループ内リソースを活用したサービスや商品の開発を推進

- 購買ビッグデータの統計分析ツール「Zaim トレンド」ベータ版を開発、
1 月に法人向けにトライアル募集を開始
- 結婚式キャンセル保険は台風等の悪天候を補償する内容に見直すなど、
顧客満足度の高い商品の取扱いを強化
- ふくろう少額短期保険社の株式は3月下旬に取得を予定

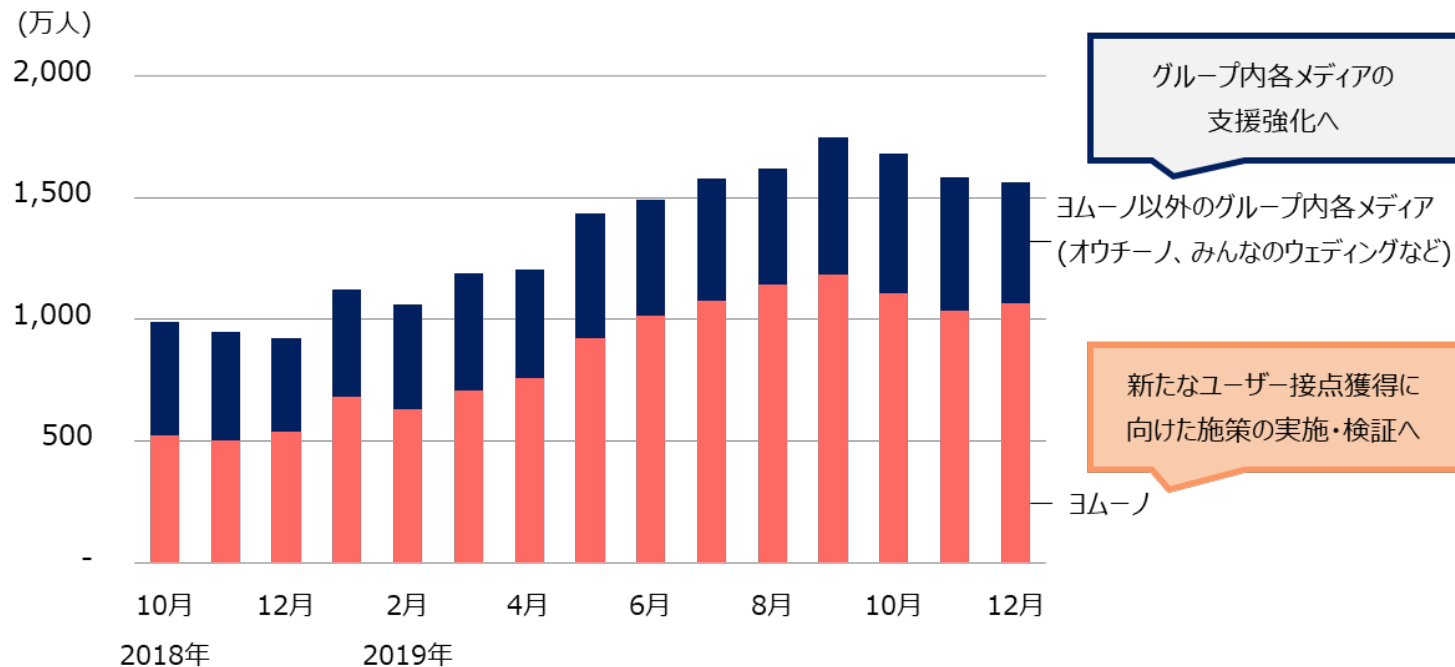


5. 支援機能

グループメディアの月間利用者数推移



くらし情報メディア「ヨムーノ」は、施策の遅れに伴い利用者数の伸びが鈍化



* 「ヨムーノ」「みんなのウェディング」「オウチーノ」「Zaim (アプリ)」の利用者を対象に、ブラウザベースまたは端末ベースにより集計

メディアのユーザー接点強化に向けた取り組み



新たなユーザー接点の強化に向けて「ヨムーノ」で複数の施策を実施、
獲得したノウハウやスキルはグループ内各メディアの支援で活用

月刊オンラインマガジン「ヨムーノ」



ヨムーノの公式Instagramアカウントに
ほぼ毎日1特集ずつ投稿し、約1か月かけて
雑誌のようなコンテンツを発信

公式インスタグラマー「ヨムーノメイト」

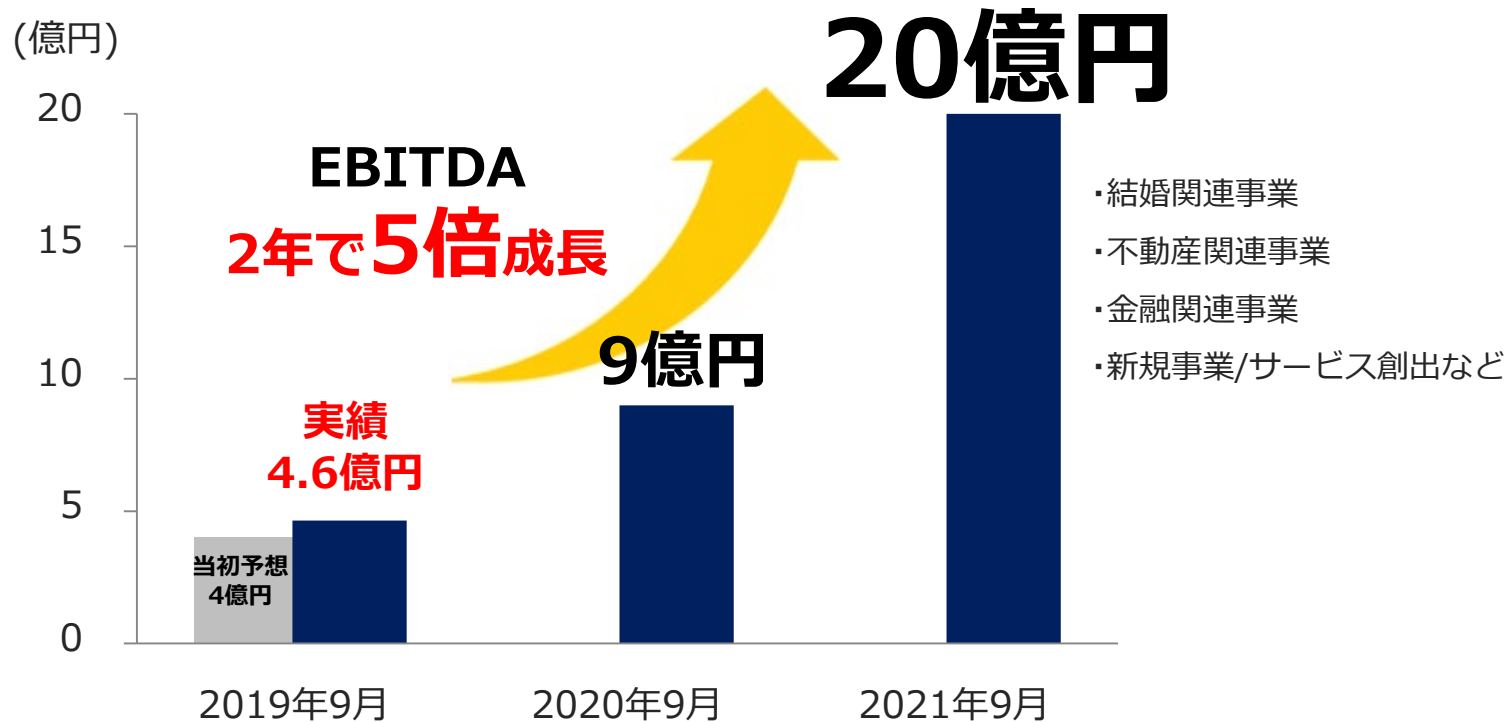


公式インスタグラマー「ヨムーノメイト」は
47都道府県、合計850名※へ拡大 ※1月末時点

(参考) 中期の経営定量目標 EBITDA



2021年9月期にEBITDA（株式報酬費用を加算）^{*1} 20億円、2年で5倍成長^{*2}を目指す



*1 2020年2月14日付での新株予約権（有償ストック・オプション）発行決議に伴い、目標EBITDA金額に株式報酬費用を考慮

*2 2019年5月公表の2019年9月期業績予想比

くふうで生活を賢く・楽しく

=お問合せ=

経営管理部 IR担当

E-mail ir@kufu.co.jp

HP <https://kufu.co.jp>

