

2026年1月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社鎌倉新書（6184） | 2025年6月12日



会社概要

会社名	株式会社鎌倉新書
代表者名	代表取締役会長 CEO 清水 祐孝 代表取締役社長 COO 小林 史生
設立日	1984年4月17日
資本金	10億5,802万円
所在地	本社：東京都中央区京橋 二丁目 14 番 1 号 兼松ビルディング 3 階 営業所：大阪／名古屋／福岡
従業員数	318名 (契約社員、パート、アルバイト含む)(フリーランス、業務委託を除く)
事業内容	ITメディア・サービス事業 マッチングプラットフォームとなるポータルサイト運営を中心とした、終活に関わる情報サービスの提供 自治体に対する高齢者領域での住民サービスの支援
グループ企業	株式会社ハウスボートクラブ 株式会社エイジプラス 株式会社鎌倉新書ライフパートナーズ ベル少額短期保険株式会社 ユウテル株式会社

※2025年4月30日時点

1 連結決算概要

2 各事業の実績と施策の整理

3 Appendix：新中期経営計画について

1 連結決算概要

2026年1月期 第1四半期 決算総括

売上高

1,966百万円

(前期比 + 31.0%)

営業利益

233百万円

(前期比 + 66.8%)

EBITDA

296百万円

(前期比 + 55.2%)

親会社当期純利益

156百万円

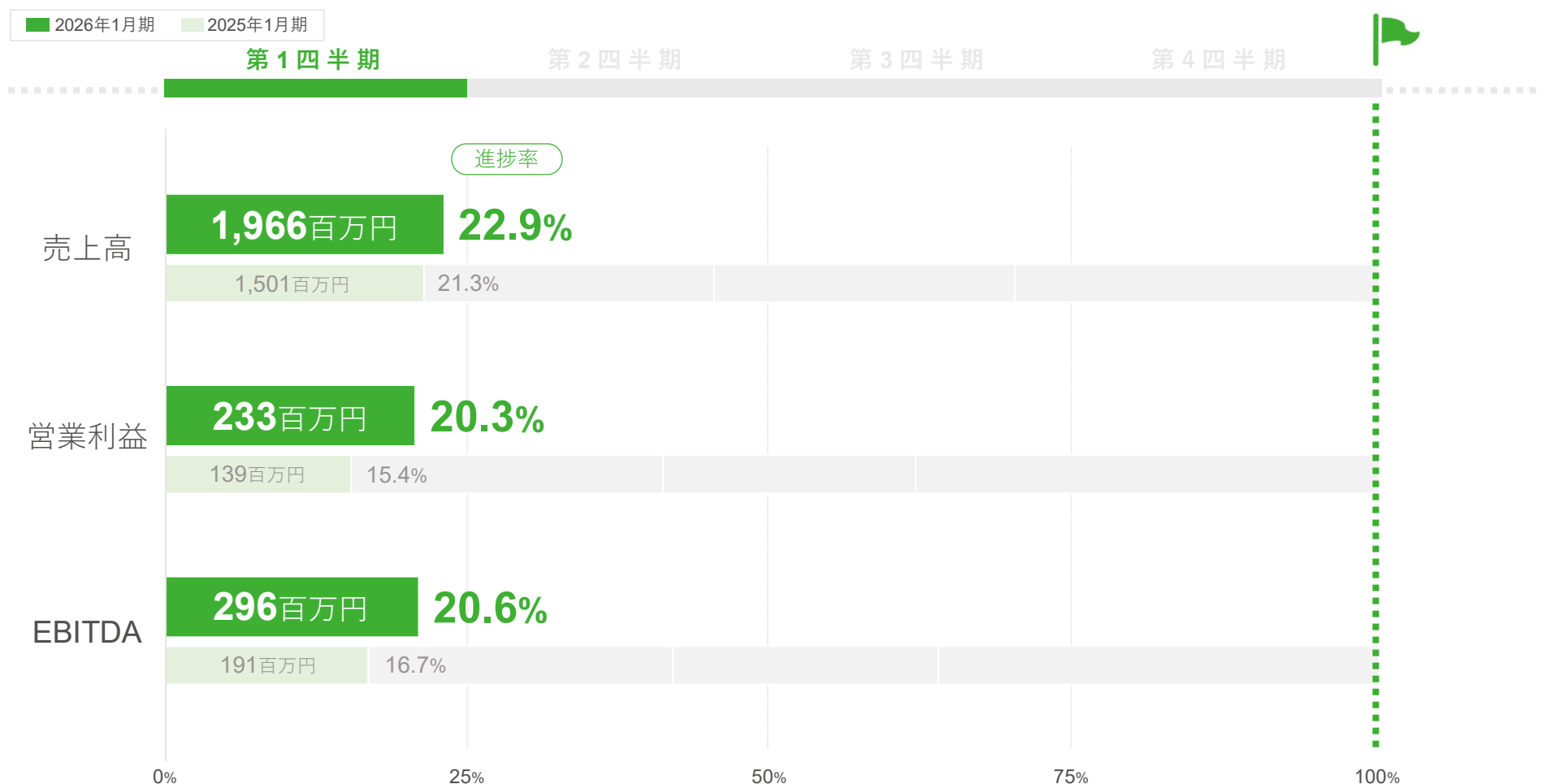
(前期比 + 92.9%)

- 売上高および全ての利益ベースにおいてQ1の過去最高を更新。
- 一人当たりの生産性の向上を全社方針として、利益率の改善を実施。一方で、将来に向けた投資も積極的に実施。
- 前期M&Aを行った2社のPMIも順調に進行中。また、(株)エイチームライフデザインが運営するライフドット事業の譲受を決定。
- 主要事業においてシステムリプレイスメントが完了。生産性の向上とクロスユース創出が本格化。

1 連結決算概要

2026年1月期 第1四半期 決算の進捗状況

売上高・営業利益・EBITDAともに前期を上回るペースで順調に進捗。



※2025年1月期の進捗割合については実績値をベースに算出

1 連結決算概要

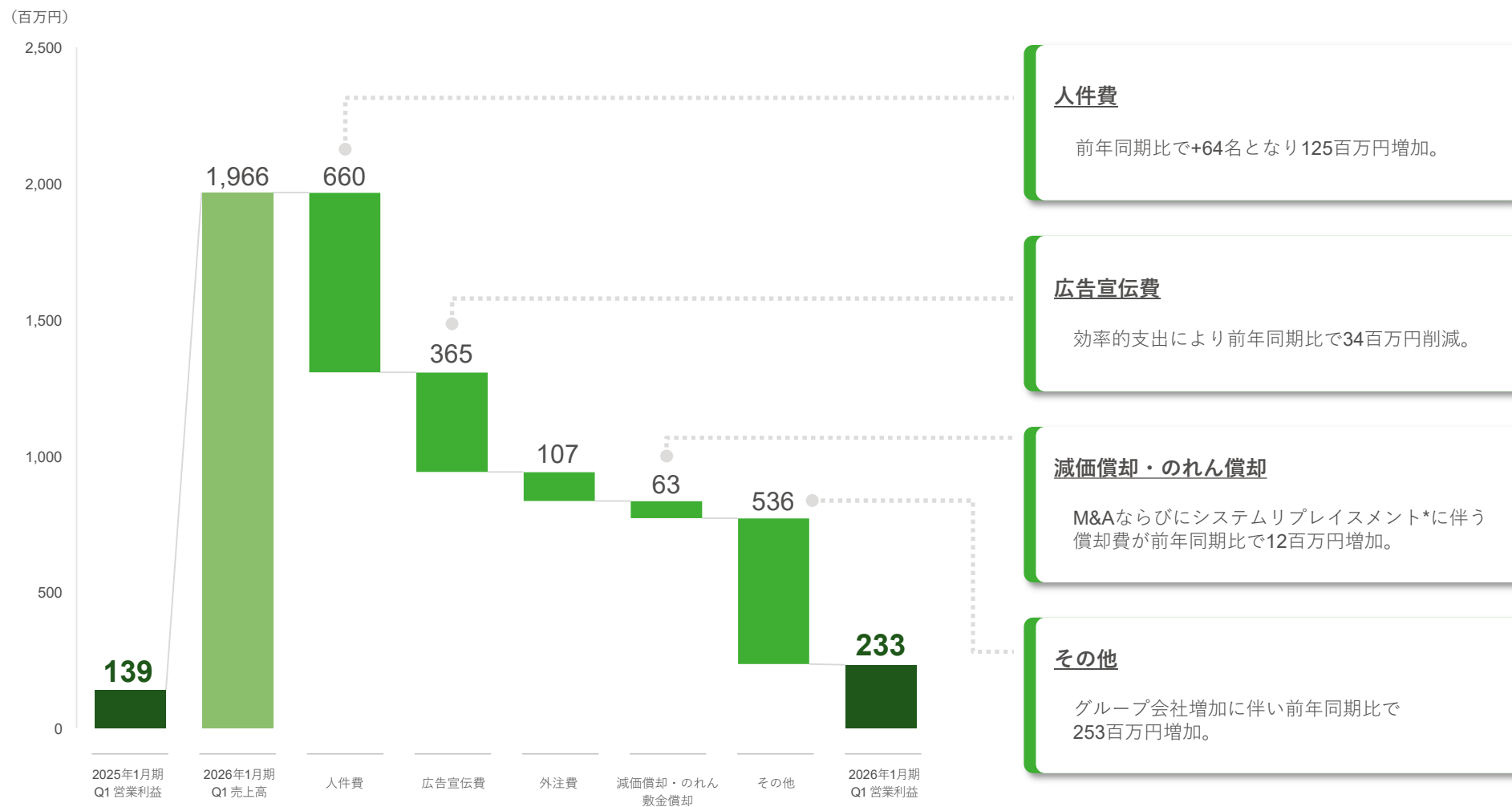
損益計算書

売上高、営業利益ともにQ1においては過去最高を更新。

		2025年1月期Q1	2026年1月期Q1		
(百万円)		実績	実績	増減額	前年同期比
連結損益計算書	連結売上高	1,501	1,966	465	31.0%
	お墓	535	594	59	11.1%
	葬祭	322	375	52	16.3%
	アセットマネジメント	213	191	▲21	-10.0%
	介護	140	179	38	27.6%
	官民	130	203	73	56.4%
	少額短期保険	-	229	229	-
	その他	159	192	33	20.9%
	連結営業利益	139	233	93	66.8%
	連結営業利益率 (%)	9.3	11.9	-	2.5pt
	EBITDA	191	296	105	55.2%
	連結経常利益	139	230	91	65.5%
	親会社当期純利益	81	156	75	92.9%

1 連結決算概要

費用構造



※顧客のデータを蓄積するために、各事業で管理していた顧客データを「鎌倉新書のユーザー」として一つのシステムに統合すること。2024年から事業ごとに順次対応。

1 連結決算概要

貸借対照表

積極的なM&Aや増配により流動資産が減少。

(百万円)		2025年1月末	2025年4月末	前期末比
連結貸借対照表	流動資産	3,452	2,904	-15.9%
	うち現金及び預金	2,085	1,570	-24.7%
	固定資産	1,931	1,918	-0.7%
	総資産	5,384	4,822	-10.4%
	流動負債	1,145	1,196	4.5%
	固定負債	470	451	-4.0%
	純資産	3,768	3,175	-15.7%
	うち資本金	1,058	1,058	-
	うち自己株式	▲1,336	▲1,336	-
	自己資本比率 (%)	68.5	64.4	-4.2pt

目次

1 連結決算概要

2 各事業の実績と施策の整理

3 Appendix：新中期経営計画について

2 各事業の実績と施策の整理

お墓事業 実績

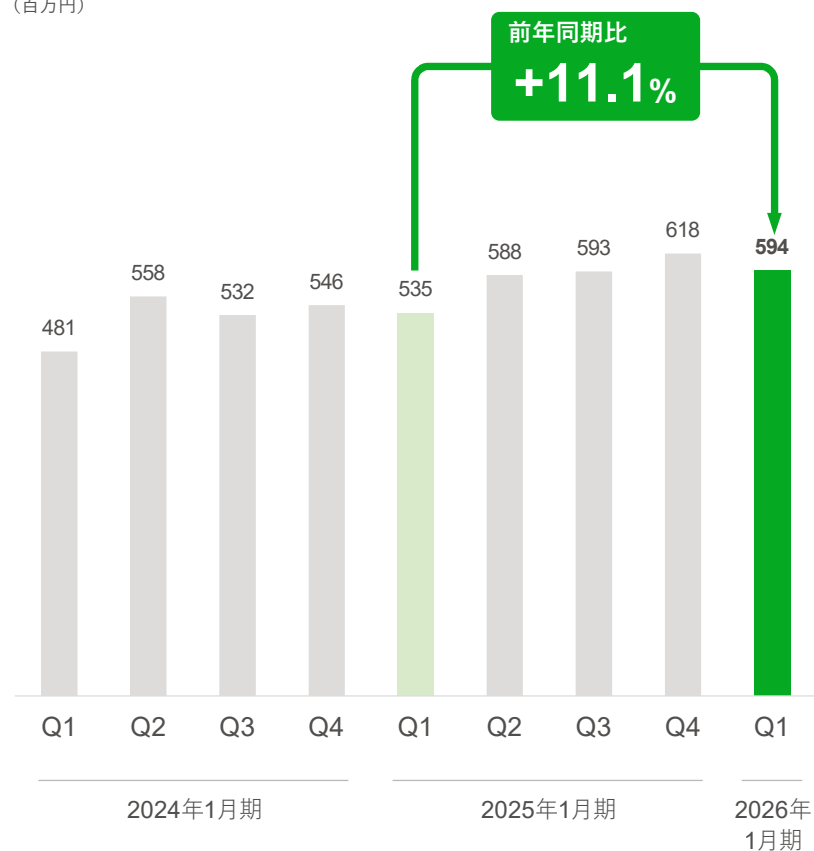


売上高：594百万円（前年同期比+11.1%）事業利益：337百万円（前年同期比+16.8%）

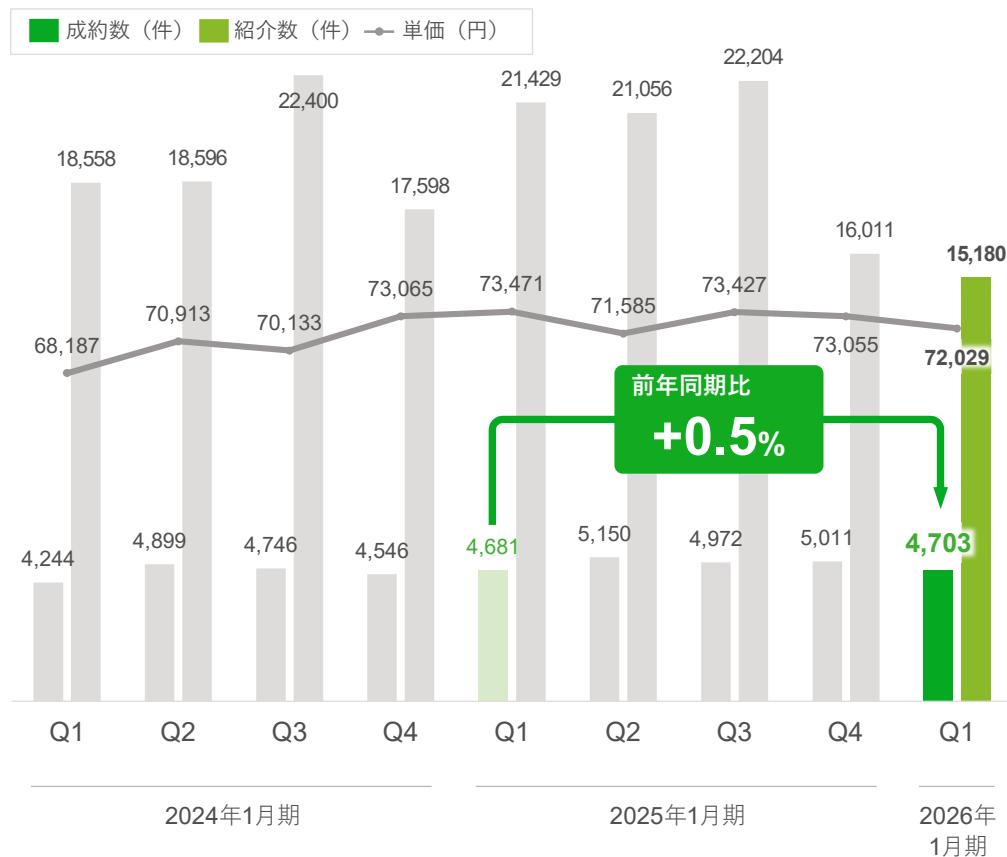
KPIを「絶対値としての紹介数」から「成約期待の高い紹介数」にシフト。結果として紹介数は減少したものの、成約数は増加。成約に結びつかない紹介に係るコストが各段階で削減され、収益性が向上。

売上高 四半期推移

（百万円）



お墓 斡旋事業の状況



2 各事業の実績と施策の整理

葬祭事業 実績

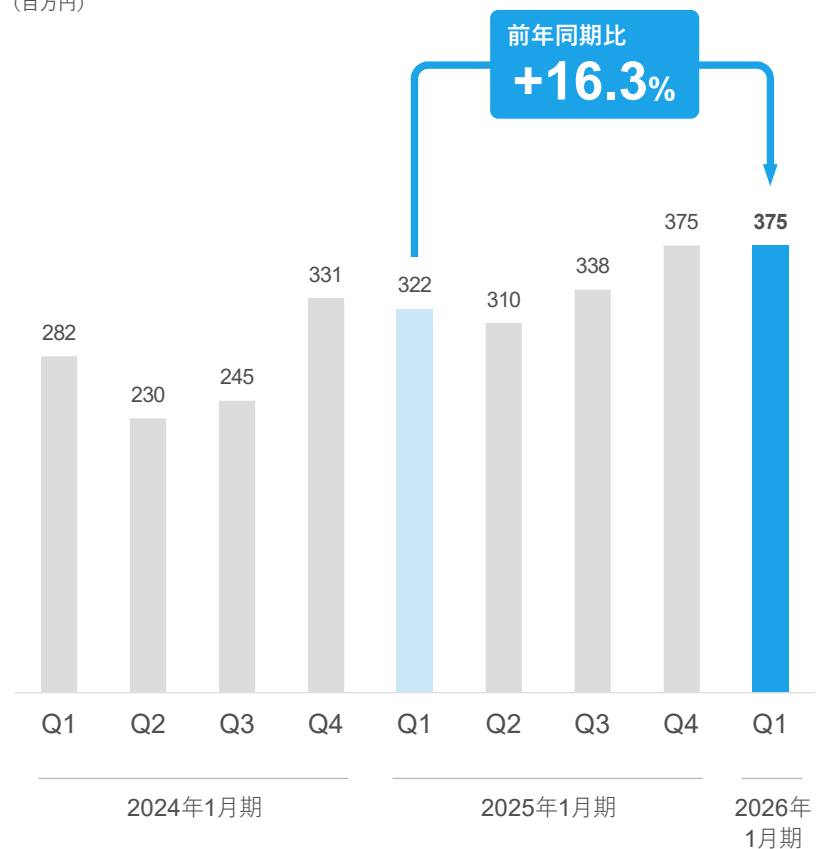


売上高：375百万円（前年同期比+16.3%）事業利益：188百万円（前年同期比+63.3%）

単価の向上と成約数の増加により売上高および事業利益が過去最高を更新。

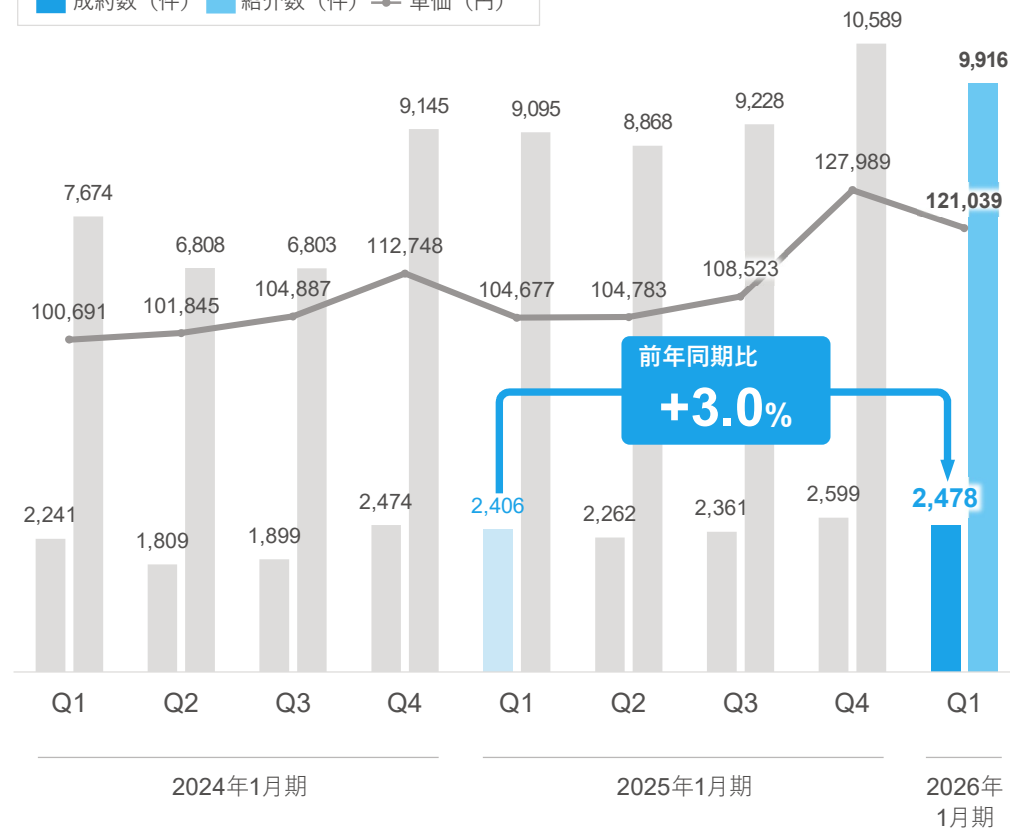
売上高 四半期推移

（百万円）



葬祭 斡旋事業の状況

■ 成約数 (件) ■ 紹介数 (件) — 単価 (円)



2 各事業の実績と施策の整理

お墓・葬祭事業における業績予想達成に向けた施策



お墓・葬祭：広告運用の最適化

成約数

費用

Q1で広告運用のインハウス化が完了。今後は運用ナレッジの蓄積が可能に。紹介数は低減したものの、成約数は最大化し、コスト効率の改善に成功。

お墓：ライフドット事業の譲受

紹介数

成約率

成約数

ライフドット事業の譲受により、オンライン集客チャネルの拡大を見込む。PMIを通じて、成約率の改善が下期から期待される。

葬祭：CX※組織の強化

成約率

配置転換および一部人員の入替などの人員体制を見直しやトークスクリプトの改善を実施。また、品質基準を設定し葬祭CX全体における応対レベルのベースアップを実現。

葬祭：仲介手数料の見直し

単価

堅調な事業成長により、葬儀Webサービス業界におけるシェアを着実に拡大。提携事業者向けのサービス内容を強化するとともに手数料率の見直しを実施。

※ "Customer Experience"の略。一般的なコールセンターと同義。

2 各事業の実績と施策の整理

アセットマネジメント事業 実績

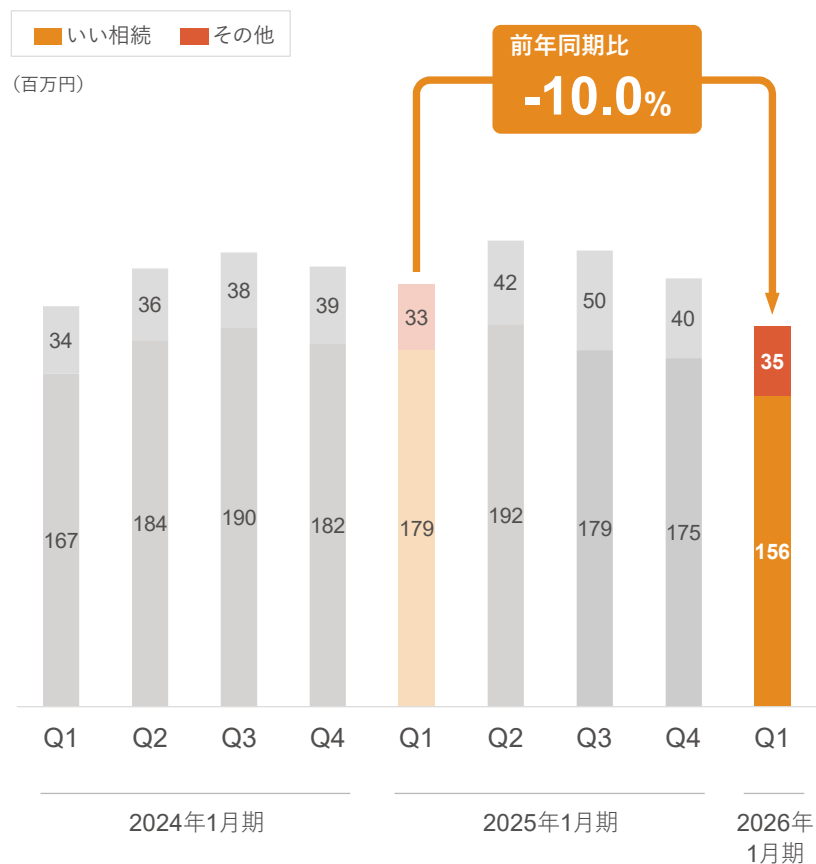
いい相続

相続不動産サポート

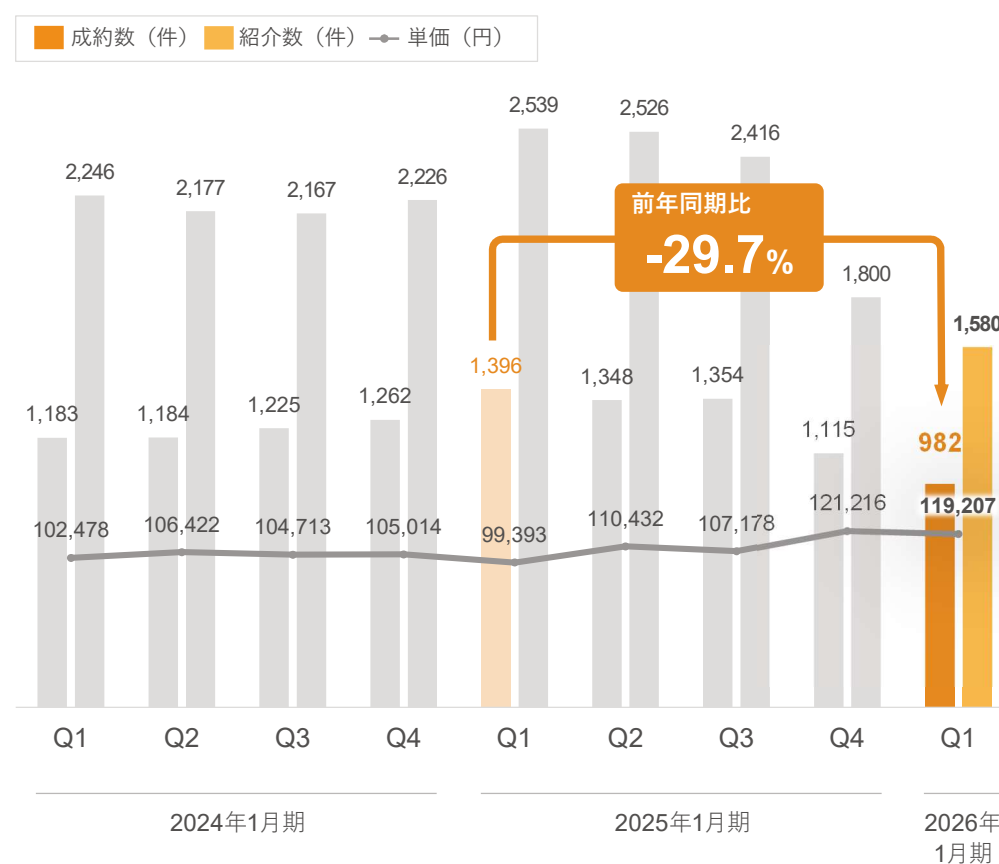
売上高：191百万円（前年同期比-10.0%）事業利益：35百万円（前年同期比-43.6%）

集客チャネルの改善に時間を要する一方で、さらなる獲得効率の向上や、顧客起点での抜本的なオペレーション改善等により、業績の回復を図る。

売上高 四半期推移



相続 斡旋事業の状況



2 各事業の実績と施策の整理

アセットマネジメント事業における業績予想達成に向けた施策



顧客ファーストでのサービス・webサイト最適化

紹介数 成約率

徹底的な顧客ファーストでサービス・サイトを最適化すべく、顧客の属性・ニーズに合った多様なソリューションの提供や、シームレスな導線の再構築を行う。

広告運用・オペレーション最適化

費用 紹介数 成約率

Web経由の流入が厳しい中、引き続き広告獲得効率の改善を進め、また、CXのオペレーションの抜本的改善等により、紹介数・成約数の増加を図る。

提携士業の拡大

単価 紹介数

税理士の新規提携を強化し、人口カバー率の向上を実現する（人口10万人以上の自治体カバー率：2025年4月末時点23%→今期末目標40%）

2 各事業の実績と施策の整理

介護事業 実績

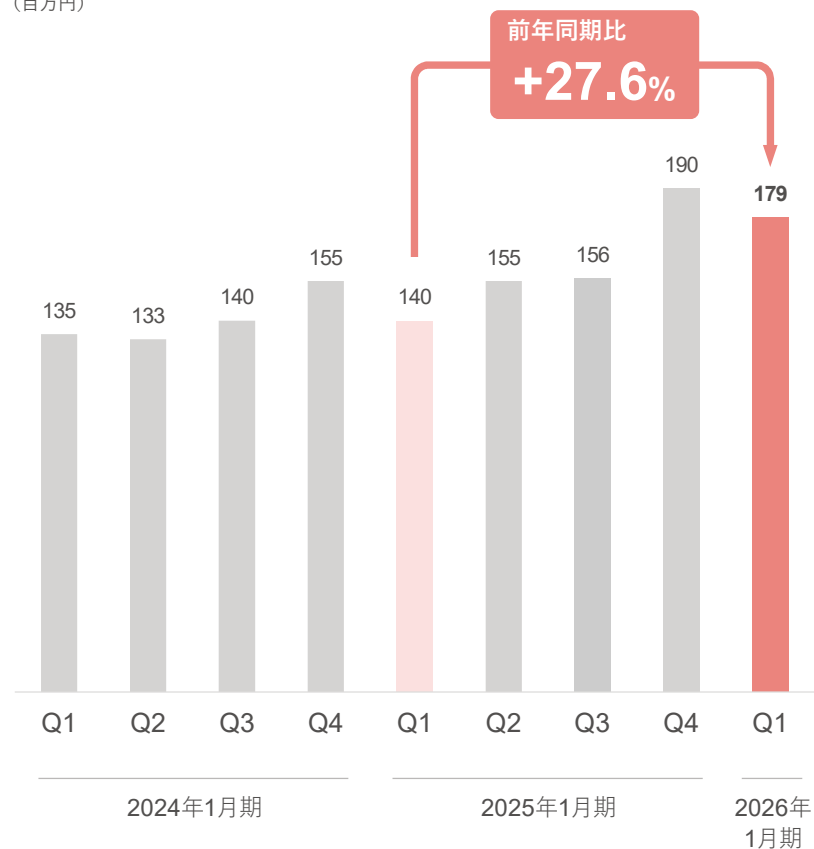


売上高：179百万円（前年同期比+27.6%）営業利益：8百万円（前年同期比+26百万円）

他の事業と同様に紹介数は減少したものの、成約数は増加。ユウテル社とのPMIやオンライン領域への拡大も順調に進行中。

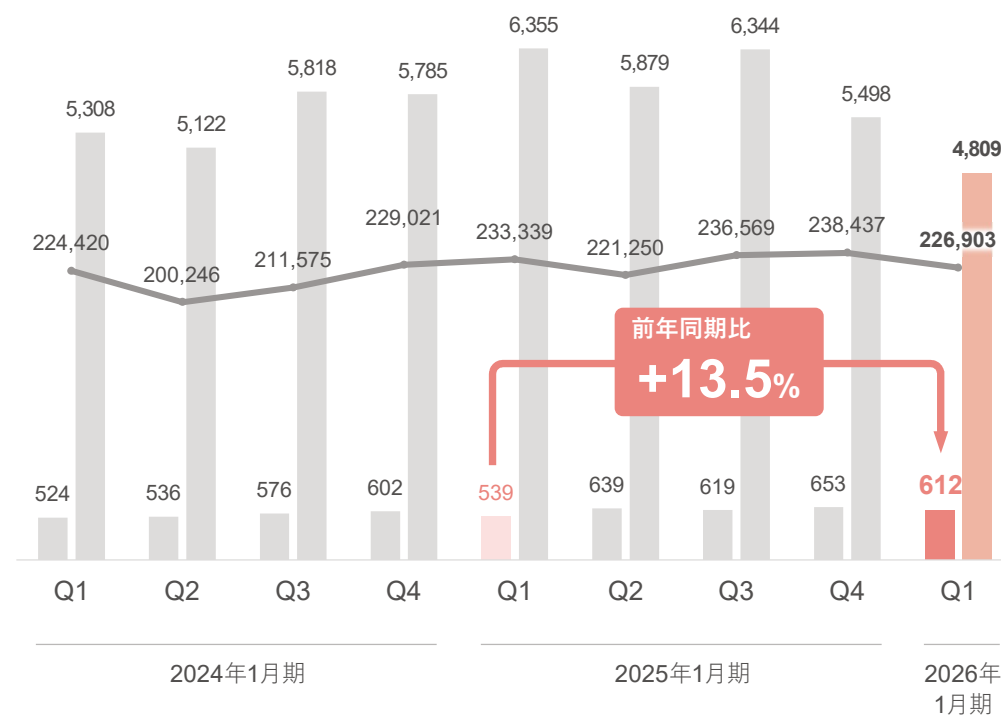
売上高 四半期推移

（百万円）



介護 斡旋事業の状況

■ 成約数 (件) ■ 紹介数 (件) — 単価 (円)



2 各事業の実績と施策の整理

介護事業における業績予想達成に向けた施策



広告運用の最適化

成約数

費用

運用指標を紹介数の最大化から利益の最大化へと切り替えたことで広告費を40%削減。一方で成約率の高い「見学数」は前年比+10%。

オフラインチャネル開拓

紹介数

成約率

オンライン集客に加えて、オフライン集客の強化を推進。即戦力となるオフライン営業人材の採用を重点的に強化。下期以降の成果に期待。お客様センターの生産性改善に向けたオペレーション改善や育成も同時に強化。

ユウテル社のPMIの実行

その他

2024年11月にグループインしたユウテル社のPMIが進行中。営業組織の評価マネジメント制度などを整備。またエイジプラスとの連携による組織の活性化を促進。

2 各事業の実績と施策の整理

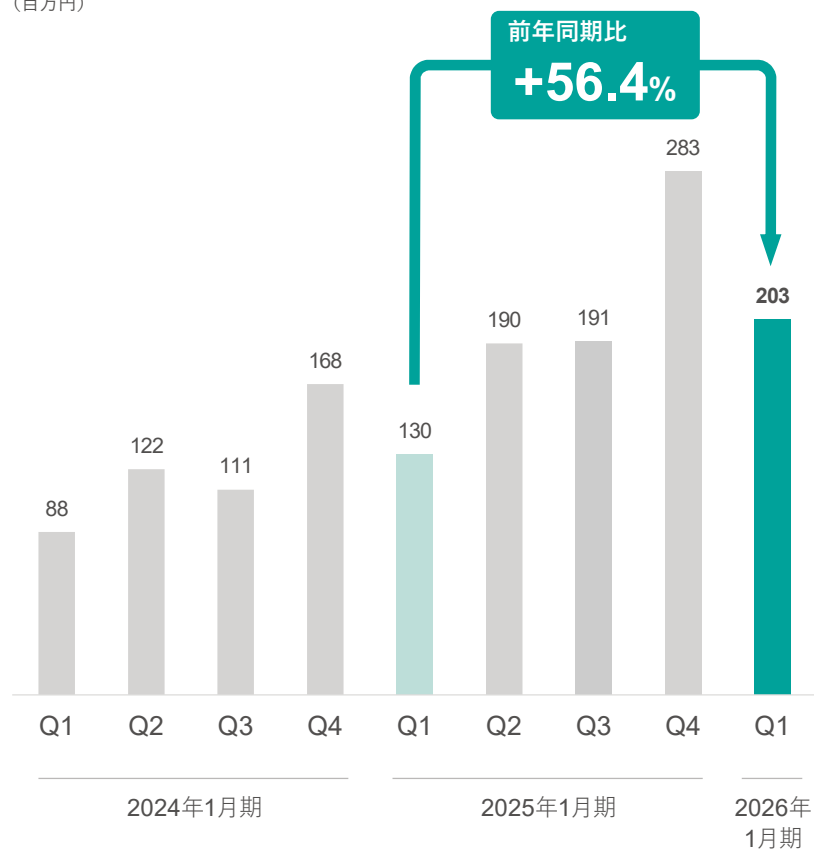
官民協働事業 実績

売上高：203百万円（前年同期比+56.4%）事業利益は44百万円（前年同期比+362.4%）

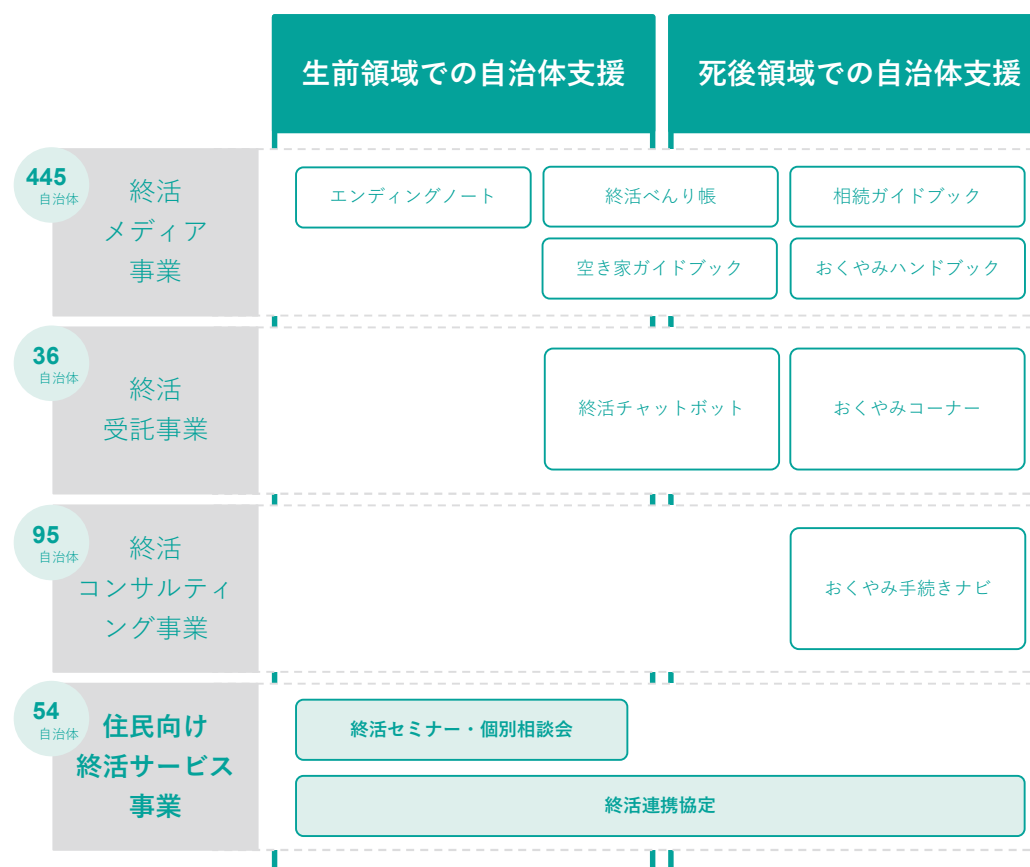
今期は終活連携協定の推進と終活セミナー・個別相談会の実施を強化し、自治体が抱えている課題を鎌倉新書のサービスを通じて解決できるチャンネルを拡大予定。

売上高 四半期推移

(百万円)



自治体向け終活支援サービスの全体像



*提携自治体数は2025年4月30日時点

その他重要施策の進捗

クロスユース

主要事業のシステムリプレイスメントが完了

2025年2月に介護領域のシステムリプレイスメントが終了し、主要事業における顧客データの統一が実現。現在、葬祭とアセットマネジメントの事業間にてクロスユース創発に向けAIの設計パターンを構築中。

新規事業 ベル少額短期保険

人事労務面での内部体制整備も進むなど、PMIも順調に進行中

売上高：229百万円 営業利益：▲25百万円

ベル少額短期保険のPMIは想定通りに進行。今期は、オペレーションの見直しとコーポレート機能の統合を推進すると同時に、来期以降の事業拡大に向けた投資を実行予定。

ライフドット

お墓Webポータル業界No.2のライフドットを事業譲受

(株) エイチームライフデザインより、お墓探しポータルサイト「ライフドット」事業を譲受。集客チャネルの拡大、既存サービスとの連携を通じた、シナジー発現による成約率・収益性の向上を狙う。

目次

1 連結決算概要

2 各事業の実績と施策の整理

3 Appendix：新中期経営計画について

3 Appendix

新中期経営計画について

2025年3月13日付で「新中期経営計画」を下記の通り開示。

	新中期経営計画							
(百万円)	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期	2026年1月期	2027年1月期	2028年1月期
売上高	3,238	3,826	5,004	5,859	7,061	8,600	10,500	12,700
営業利益	265	532	686	816	910	1,150	1,475 (1,700)※	2,600
営業利益率(%)	8.2	13.9	13.7	13.9	12.9	13.4	16.2	20.5
EBITDA	—	662	824	952	1,144	1,440	1,825	3,000
ROE (%)	5.0	9.8	12.9	16.3	20.1	—	—	—
EPS (円)	4.7	9.3	11.9	14.1	18.6	20.8	—	—

※2027年1月期の連結業績予想の営業利益について、業績連動型新株予約権の行使条件を満たすことを前提に株式報酬費用約2.24億円の計上を見込んでおります。実際の株式報酬費用の計上時期については、行使条件を満たす蓋然性が高まった時点の決算において計上されます。また、行使条件が満たされない場合には、株式報酬費用は計上されません。

3 Appendix

再掲：新中期経営計画達成に向けた6つの領域の成長戦略

新中期経営計画の達成に向け、当社は以下の6つの領域で既存事業の拡大と収益基盤の強化、新たな成長機会の創出を実施。市場の変化や顧客ニーズを捉え、事業ポートフォリオを最適化することで持続的な企業価値向上を実現。

こころ 領域

お墓・葬祭事業を中心とした 利益率の高い事業

- 安定成長による絶対利益額の確保
- 斡旋事業以外の新サービスを展開
- 事業構造を見直すことにより、収益性のさらなる改善

おかね 領域

相続・不動産事業などを中心 とした成長事業

- 土業との連携強化
- 相続の課題解決に関する周辺新規事業の展開
- 生前における関連事業の展開

からだ 領域

介護事業を中心とした 成長事業

- オフラインチャネルの拡大
- 精緻な分析＆打ち手によるWeb集客からの成約率の大幅な向上
- 生前におけるクロスユースの起点として他サービスへの紹介

官民 領域

集客チャネルの多様化において 要となる成長事業

- 既に展開している4つのサービスの拡大
- 将来的な住民向けサービス事業の拡大
- 「終活に特化している鎌倉新書」というイメージ浸透による圧倒的なシェアの確保

クロス ユース 領域

クロスユースの強化によって今 後の成長を最大化

- クロスユースが生まれやすい領域からアプローチを開始
- AIを活用し見込み顧客を抽出
- オフラインとオンラインの融合を加速

新規事業 領域

サービスの拡充は「家族の終活」 をテーマに推進

- 積極的なM&Aを含めた新サービスの展開
- 高齢社会に向けた多様なサービス展開
- 社会課題の解決に対応した新サービス開発

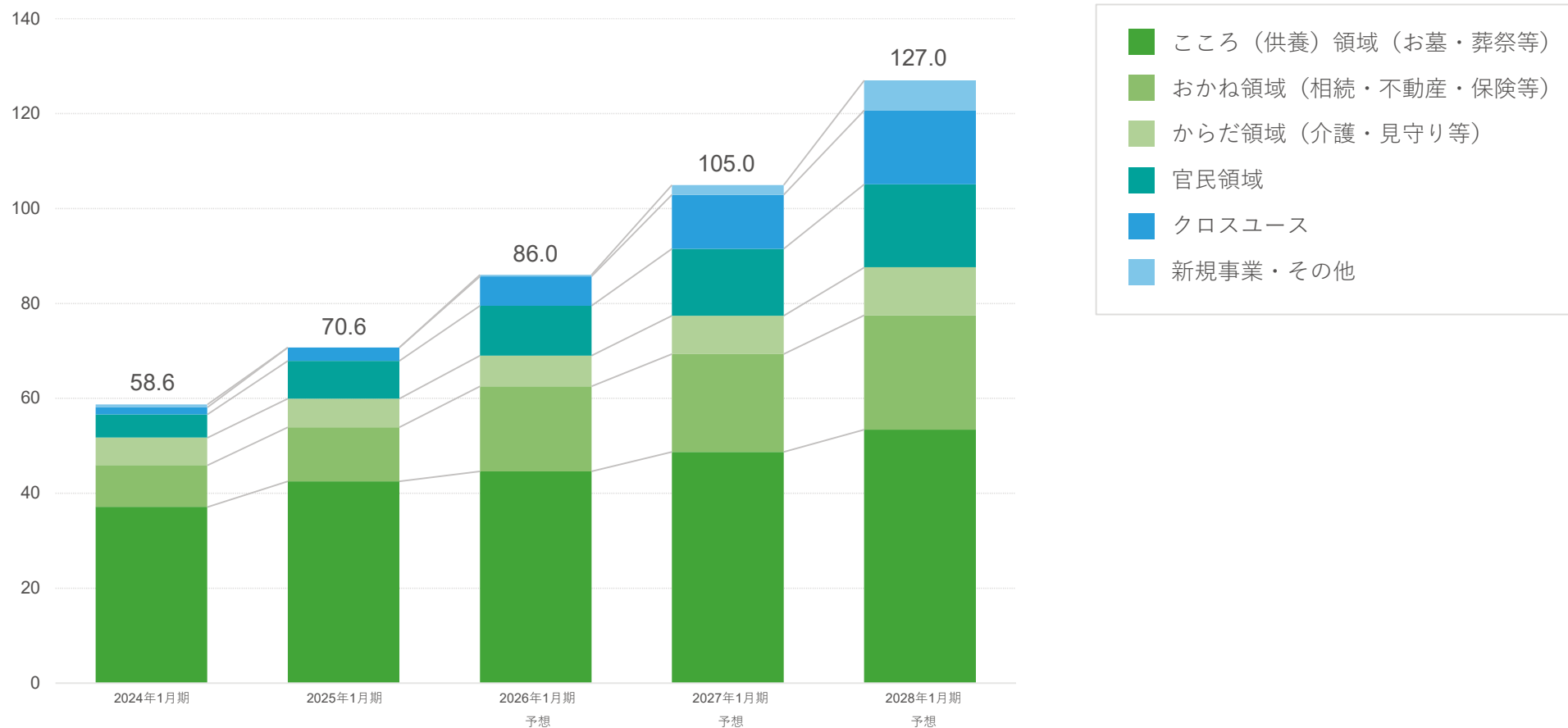
3 Appendix

再掲：6つの領域の成長予想

こころ（供養）、おかね、からだのそれぞれの領域で事業フェーズに応じた成長率を設定。クロスユースの拡大が成長トリガーとなると同時に、オフライン集客も強化。多角的かつ戦略的な成長の実現を目指す。

■売上高

（億円）



3 Appendix

再掲：こころ領域

お墓・葬祭事業を中心とした利益率の高い既存事業。幹旋以外の事業にも視野を広げつつ、収益構造を改善させることなどによって、さらなる利益の創出に繋げる。

2028年にむけて

2028年

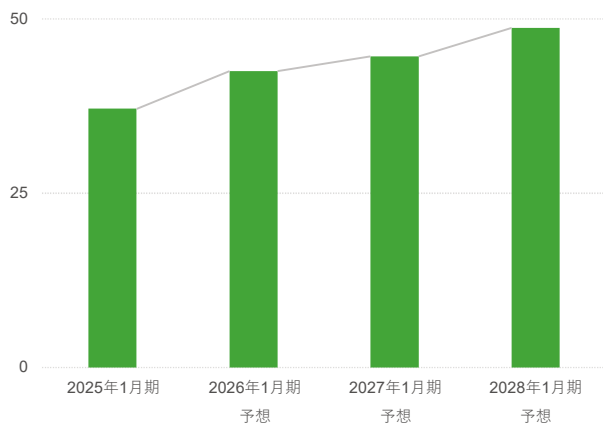
更なる成長と収益拡大
持続的成長の基盤を確立

売上CAGR
+10%以上

事業利益率
+45%以上

■ 売上高

(億円)



強みと2026年1月期の注力施策

■ 強み

ネットワーク

お墓

- 提携霊園：約10,000ヵ所
- 提携石材店/寺院：約1,200社

葬祭

- 提携斎場：約6,700ヵ所
- 提携葬儀社：約1,000社
- 病院・ホスピス等：約4,000件

収益性

お墓

- SEOでの上位表示
- 高い割合での自然流入による集客

葬祭

- 宗教者手配などの周辺事業の展開
- Web広告の最適化
- サイト構造の見直し

■ 注力施策

周辺事業への新規展開

お墓

- 注力エリアの強化
- 墓じまいから改葬先までワンストップでサポート

葬祭

- 葬儀幹旋以外の収益源の創出
- 鎌倉新書の死後のサービスの入口として、他サービスへの紹介

収益性

お墓

- 市場シェア拡大
- お墓のリフォーム・クリーニング・ペット供養等のサービス拡充

葬祭

- 収益構造改善
- お客様センターの生産性向上
- 事前相談の強化

3 Appendix

再掲：おかね領域

相続・不動産事業などの成長事業が中心。今後も土業との連携を強化するとともに、相続を起点とした事業を拡大。

2028年にむけて

2028年

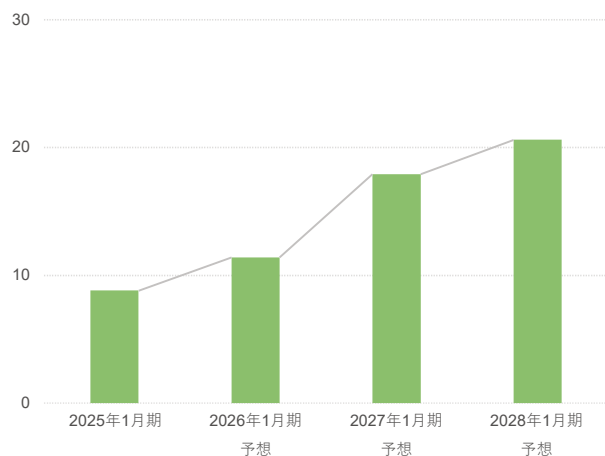
相続・不動産・保険のクロスユース
を最大化し、高収益モデルを確立

売上CAGR
+30%以上

事業利益率
+20%以上

■ 売上高

(億円)



強みと2026年1月期の注力施策

■ 強み

提携ネットワーク

- 提携土業数1,800以上
- 土業向けの案件紹介

顧客接点

- 相続・不動産・保険という「財産の管理・承継」に関わる主要領域を網羅
- 累計相談件数25万件以上
- 共通化された顧客データを活用した準顕在・潜在ニーズの発掘

■ 注力施策

クロスユースの最大化

- データを活用した他領域からのクロスユースの取り込み・最大化
- 領域内でのクロスユースの最大化

周辺事業への新規展開

- 生前における相続関連事業の展開（遺言書・死後事務委託契約等）
- 不動産関連事業の多角化

3 Appendix

再掲：からだ領域

介護事業を中心とした成長事業。2025年1月期はユウテル社のグループインなど、「対面（オフライン）型」の紹介事業に進出。今後は「いい介護」でのWebからの事業成長に加え、「対面型」チャネルの強化で、2方向からの事業成長を目指す。

2028年にむけて

2028年

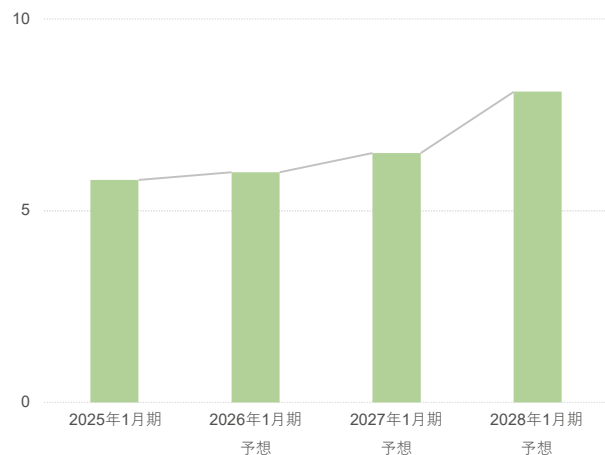
介護施設選びにおける「最初の相談先」としてのポジションの確立

売上CAGR
+15%以上

事業利益率
+30%以上

■ 売上高

(億円)



強みと2026年1月期の注力施策

■ 強み

Web領域でのポジション

- 成長フェーズながらシェアTOP3以内に到達
- Web集客から対面接客へのトスアップによる高い成約率

他サービスとのシナジーおよび拡張性

- Web集客とのシナジー
- 介護以外にも様々な終活サービスを持つ強みを活かし、ユーザーをトータルでサポート

■ 注力施策

さらなるWeb集客拡大

- SEO対策
- 対面型相談員による施設レビュー
- その他マーケティング施策

「対面型」の拡大

- 2028年1月期に100名体制を目指し即戦力採用やM&Aを推進
- 全国へ拠点を拡大

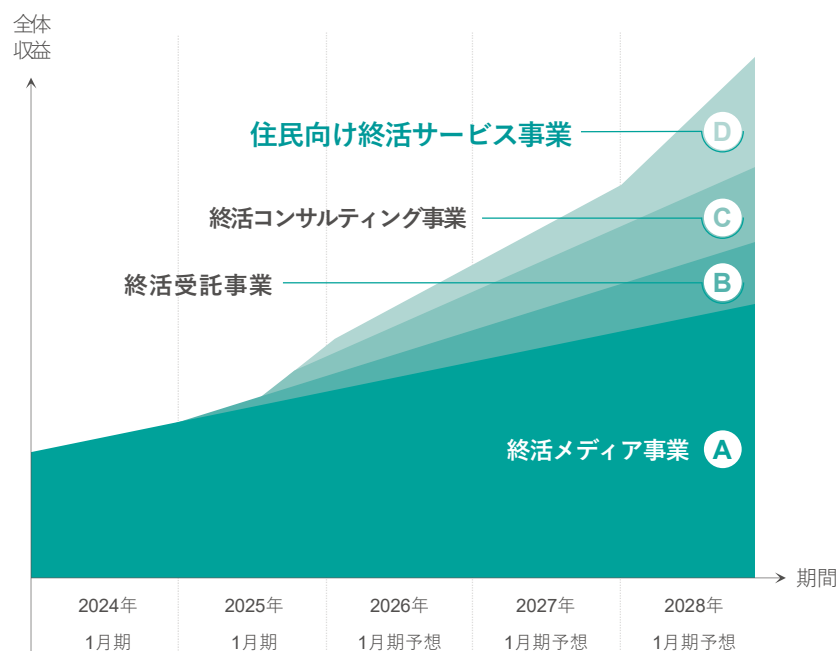
3 Appendix

再掲：官民領域

自治体ビジネスは4つの事業から成り立ち、終活メディア事業に加えて終活受託事業も順調に推移。

将来、住民向け終活サービス事業が新中期経営計画におけるオフライン集客機能に進化。

官民協働事業の成長戦略



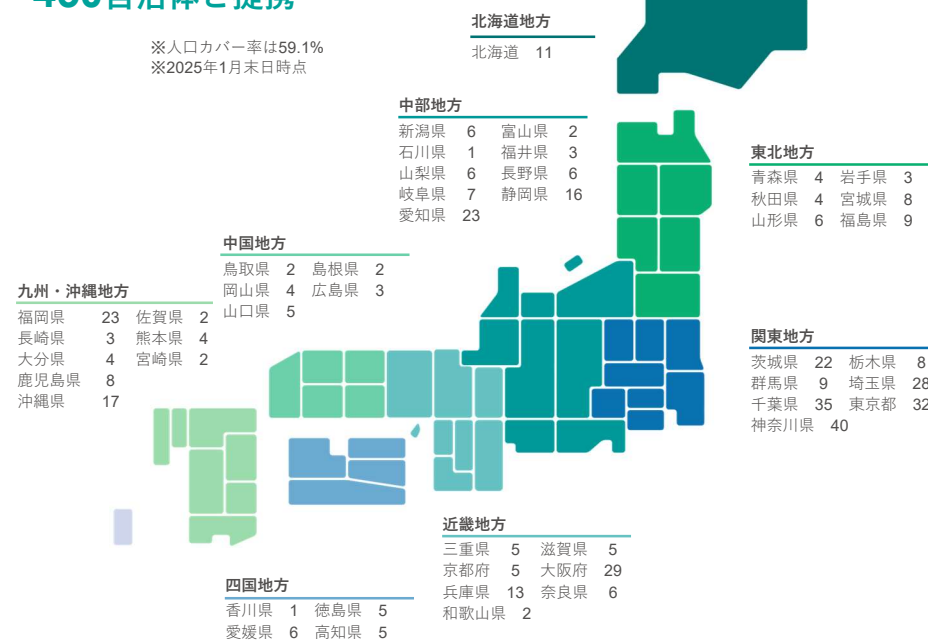
- ① 従来の紙媒体の広告事業にWebメディアも追加
- ② 終活領域における顕在化した課題解決を支援
- ③ 終活領域におけるDXを主とする潜在的な課題の支援
- ④ 鎌倉新書の各サービスへのオフラインチャネルとしての役割

地方ごとの提携状況

47都道府県

450自治体と提携

※人口カバー率は59.1%
※2025年1月末日時点



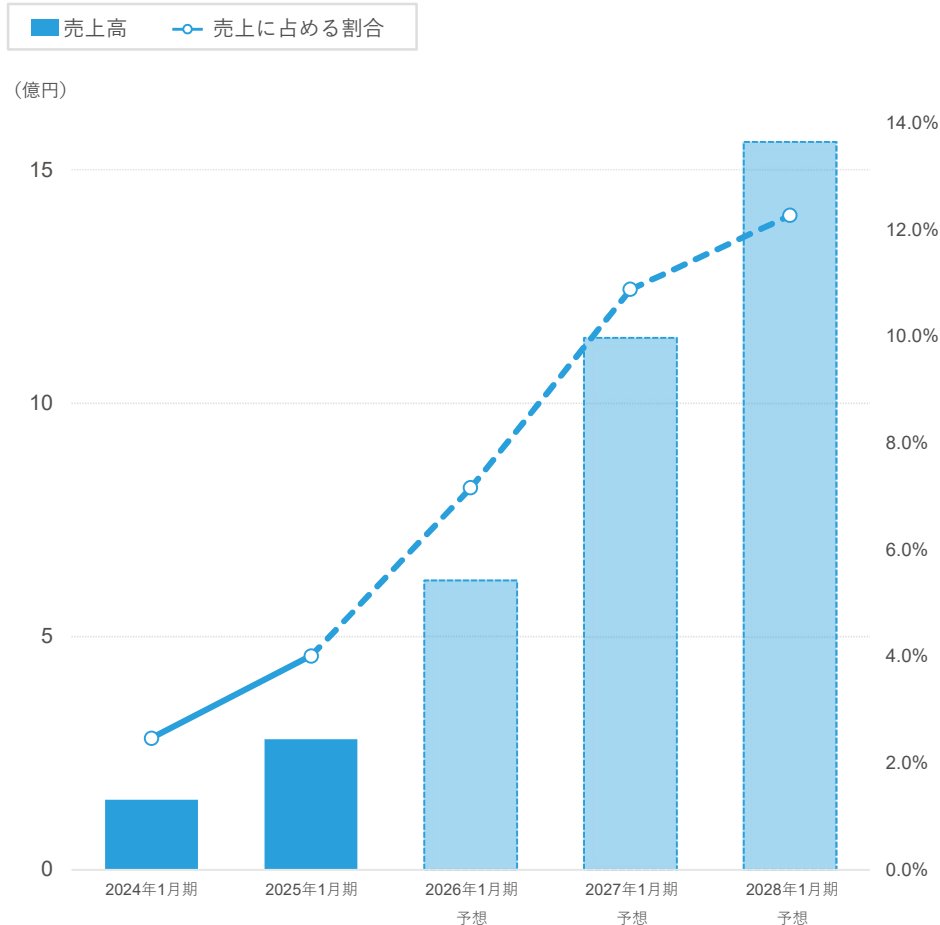
3 Appendix

再掲：クロスユース（1/4）

2026年1月期はクロスユース元年としてクロスユース売上の拡大を本格的に推進。

まずは顧客視点でクロスユースが発生すると見込まれる領域からアプローチをしていく。

クロスユースの実績と目標



アプローチ方法について

- 既存のクロスユースが進行中のゾーン
- クロスユース発生の見込みがあるゾーン
- 2026年1月期において戦略的にアプローチをしていくゾーン

		クロス案内先サービス									
		お墓	仏壇	葬祭	宗教者手配	遺品整理	不動産	墓じまい	介護	保険	相続
クロス利用元サービス	お墓										
	仏壇										
	葬祭										
	宗教者手配										
	遺品整理										
	不動産										
	墓じまい										
	介護										
	保険										
	相続										

3 Appendix

再掲：クロスユース（2/4）

当社の強みを活かし、クロスユースの拡大を推進。3つのテーマを設定して各施策を展開。

- ① 豊富な顧客基盤とデータを活用し、サービス間送客を加速
- ② AI・システム統合・DX推進により、収益性とマーケティング精度を向上
- ③ オフライン×デジタルの融合で、顧客のLTVを最大化

3つのテーマ	主要施策	期待される成果
① 顧客データ活用とサービス間送客	<ul style="list-style-type: none">・ 葬儀・相続・不動産・お墓・介護など複数サービスの顧客データを統合管理・ 年間20万件、累計約270万件以上の紹介データを活用。行動履歴から次のニーズを予測・ 利用履歴と次回ニーズ予測に基づき、最適なタイミングで送客・ナーチャリング	LTV向上 広告ROI改善
② データ・AI活用DX推進	<ul style="list-style-type: none">・ AIを実践で活用する専門組織を設置し、データ解析とモデル開発を推進・ 音声・行動データをNLP※1や機械学習で解析し、潜在ニーズを可視化・ 過去データと類似ユーザーの分析により、クロスユース確率を予測	顧客理解向上 コンバージョン率UP
③ オフラインとデジタルの融合	<ul style="list-style-type: none">・ 終活コンシェルジュをオンライン相談で強化し、相談から成約までのプロセスを最適化・ リアルとデジタルの接点データを統合し、シームレスな体験を設計	顧客体験の向上 営業効率UP 集客ROI向上 CVR※2改善

※1「Natural Language Processing」の略。「自然言語処理」のことを指し、コンピューターが人間の言語（テキストや音声）を理解し、処理する技術のこと。

※2「Conversion Rate」の略。Webサイトや広告の訪問者のうち、実際に目的の行動（コンバージョン）を取った人の割合を示す指標。

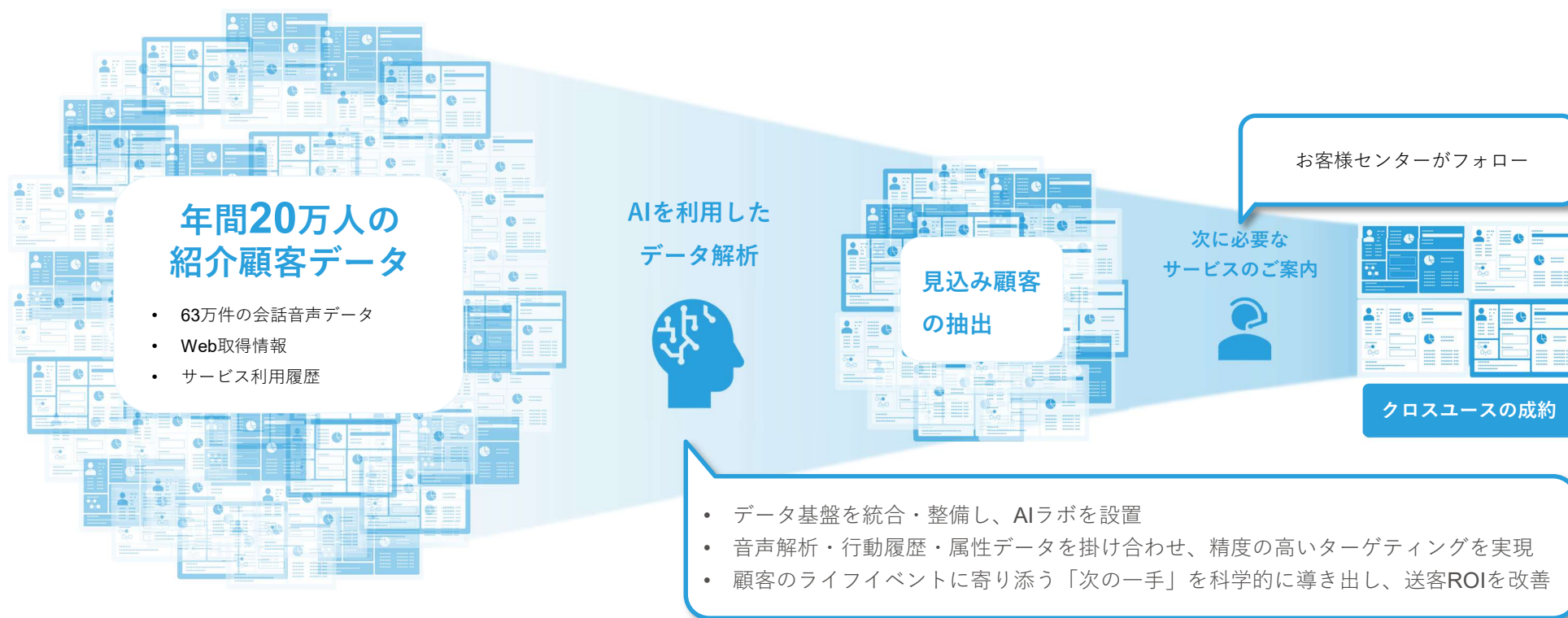
3 Appendix

再掲：クロスユース（3/4）

年間20万人の顧客データと63万件超の音声データをAIで解析し、「相続」「お墓」などで次に必要なサービスを高精度で予測。抽出したクロスユースの見込み顧客に対し、お客様センターからタイムリーに架電・提案。

「AI活用によるターゲティング精度向上」×「ハイタッチなコンサルティング提案※」で成約率とクロスユース率を同時に向上。

例：膨大な顧客データを活かして見込み顧客を抽出

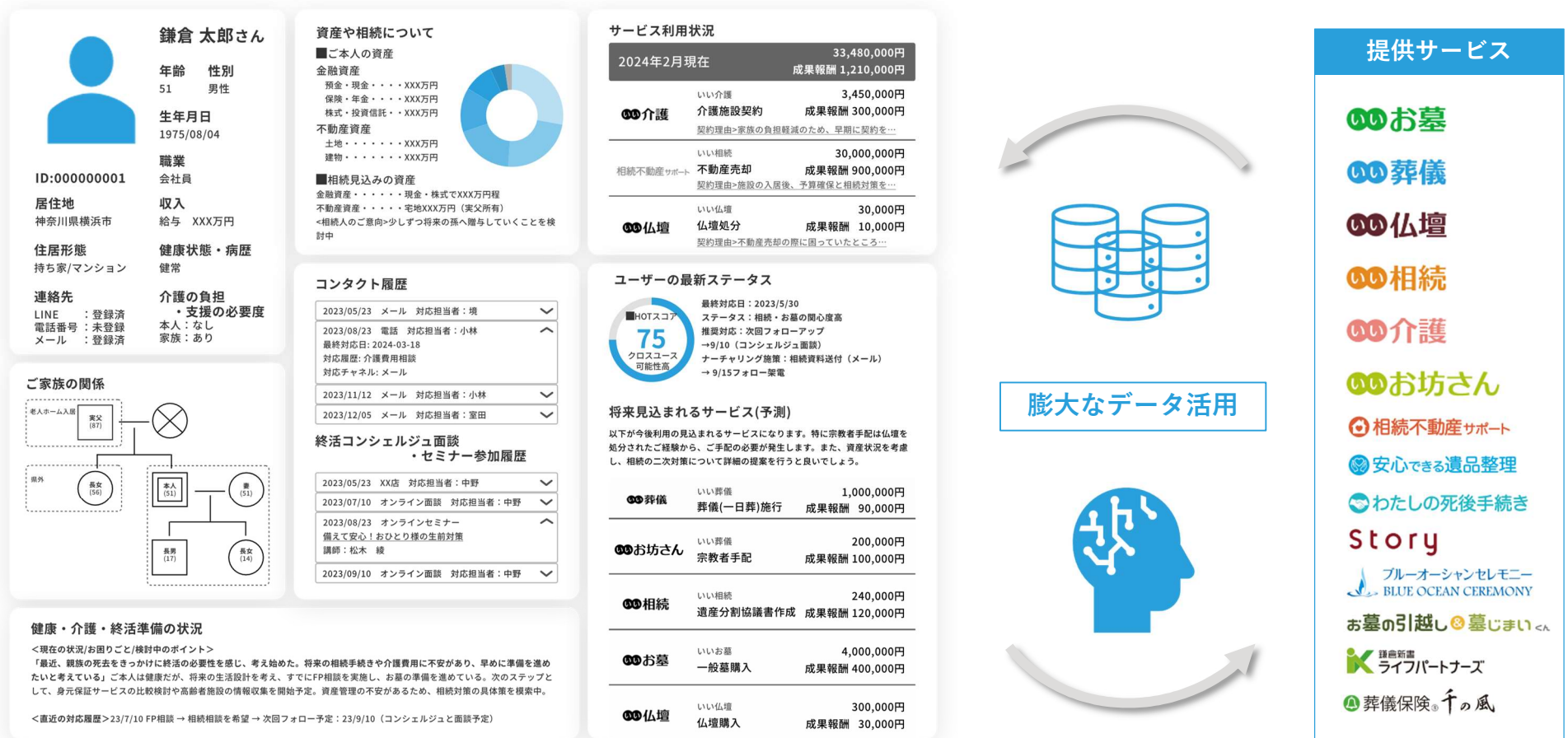


3 Appendix

再掲：クロスユース（4/4）

サービス利用を通じて蓄積する顧客のデータを活用し、将来的に必要なサービスを推奨。
顧客一人当たりLTVの最大化を目指すとともに、ニーズの予測の精度向上にも活かす。

終活の課題解決に必要な情報を集約（カルテ）



再掲：新サービス

高齢社会に向けた多様なサービスを新たに展開することで、当初の供養領域から終活領域へと事業を拡大。
増え続ける社会課題に対応した新サービスを拡充していく。

いいお墓

いい葬儀

いい仏壇

いいお坊さん

いい相続

いい介護

きずな生活

きずな電話

鎌倉新書
ライフパートナーズ

相続不動産サポート

安心できる遺品整理

わたしの死後手続き

親のこと 私のこと
シニアと家族の相談室

Story

ブルーオーシャンセレモニー
BLUE OCEAN CEREMONY

お墓の引越し & 墓じまいくん

えんの旅

葬儀保険® 千の風



「家族の終活」をテーマとした
新サービスの拡充

からだ



こころ



お金



免責事項

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
市場環境や業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。
実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。