



# 2021年5月期 第1四半期 決算説明資料

2020年10月15日

株式会社きずなホールディングス

東京証券取引所 マザーズ市場  
証券コード：7086

当社ウェブサイト上にて、本件に関する説明動画の掲載を予定しております。  
合わせてご覧頂けますと幸いです。

(掲載予定日：2020年10月22日 時刻未定)

URL：<https://www.kizuna-hd.co.jp/ir>



- 03-18 2021年5月期 第1四半期 決算概要
- 20-23 中期成長戦略
- 25-28 Appendix



## 連結業績ハイライト\_21/5期 1Q

- 葬儀件数増加の一方、コロナの影響継続により葬儀単価は下落。売上収益は前期比△143百万円の1,764百万円
- 単価下落や、ホール数増加に伴うコスト増加により、営業利益は前期比△124百万円の85百万円

売上収益  
マイナス  
7.5%

葬儀件数  
プラス  
14.0%

既存店の伸びと前期オープンホールの寄与で、葬儀件数は増加

前期1Q 1,759件、当期1Q 2,005件、前期比+246件

21/5期、20/5期オープンの新店寄与により+102件

19/5期以前の既存店伸長により+144件（既存店前期比+8.2%）

葬儀単価  
マイナス  
19.3%

コロナの影響継続により、葬儀単価は下落

前期1Q 1,002千円、当期1Q 809千円、前期比△193千円

直前四半期（20/3~5月）単価787千円からは+22千円となるが、当期1Q計画単価832千円には△23千円の未達。回復傾向にあるものの、回復ペースは緩やか

営業利益  
前期比マイナス

減収の一方、ホール数増加に伴い初期費用・固定費が増加

前期1Q 210百万円、当期1Q 85百万円、前期比△124百万円（△59.3%）

減収に伴う限界利益減少（△58百万円）に加え、ホール数増加に伴う労務費・減価償却費等の増加（+47百万円）が影響



## 損益計算書（P/L）サマリー\_21/5期 1Q

- 前期比減収減益だが、コロナによる単価下落や積極出店による初期コストは期初計画の範囲内
- 通期予想に対して、売上収益・利益ともに概ね計画通りの進捗

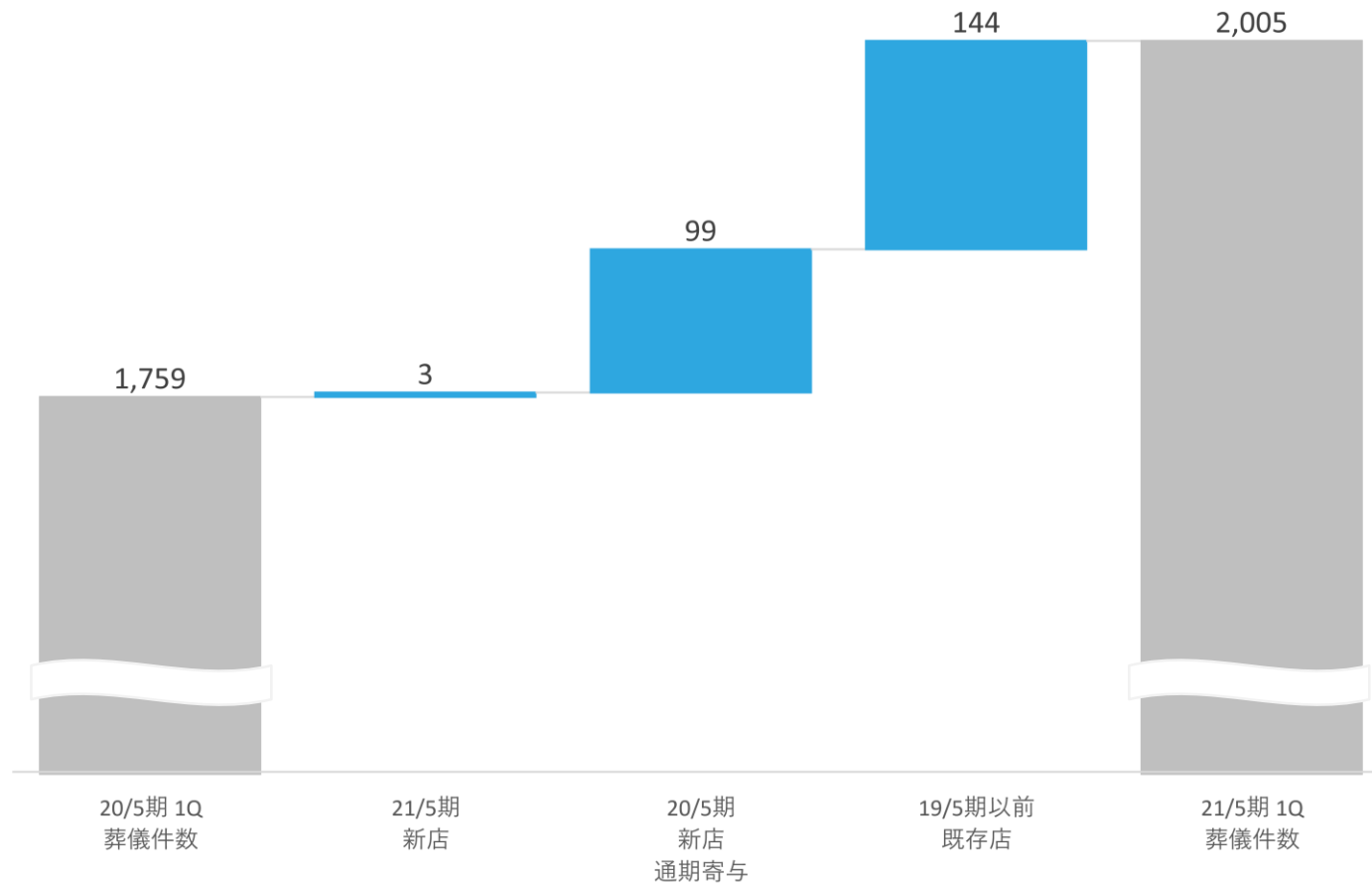
(単位：百万円、件)

	2020年5月期	2021年5月期	前期比		2021年5月期
	1Q実績	1Q実績	増減	増減率	通期予想
売上収益	1,908	1,764	△ 143	△7.5%	8,400
営業利益	210	85	△ 124	△59.3%	600
当期利益	111	29	△ 81	△73.5%	300
1株当たり当期利益（円）	32.78	8.56	△ 24.22	△73.9%	87.10
葬儀件数	1,759	2,005	246	14.0%	9,068
うちオリジナルプラン件数	437	419	△ 18	△4.1%	1,926
ホール数（店）	77	83	6	7.8%	96



## 葬儀件数 増減要因\_20/5期1Q-21/5期1Q

- 21/5期新店（2ホール）は1Q期末付近でのオープンのため寄与は限定的
- 19/5期以前の既存店は前期比+8.2%の+144件と好調  
コロナによる顧客ニーズのシフト（大規模葬→中小規模葬）を着実に捕捉

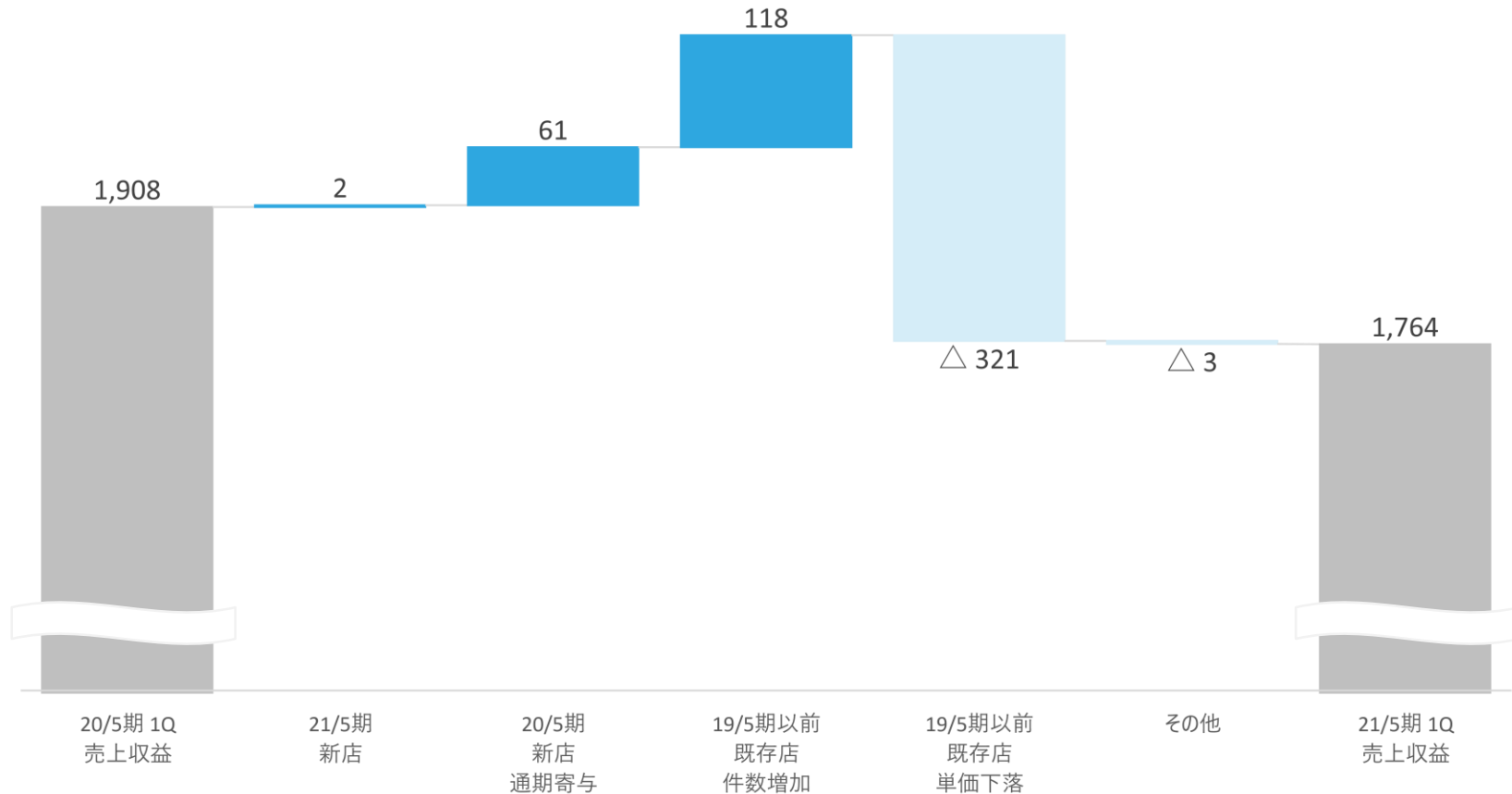




# 売上収益 増減要因\_20/5期1Q-21/5期1Q

- 21/5期、20/5期の新店により前期比+63百万円、19/5期以前の既存店件数増加により+118百万円の増収寄与
- その一方で単価の下落により△321百万円の減収となり、前期比△143百万円の減収着地

(単位：百万円)

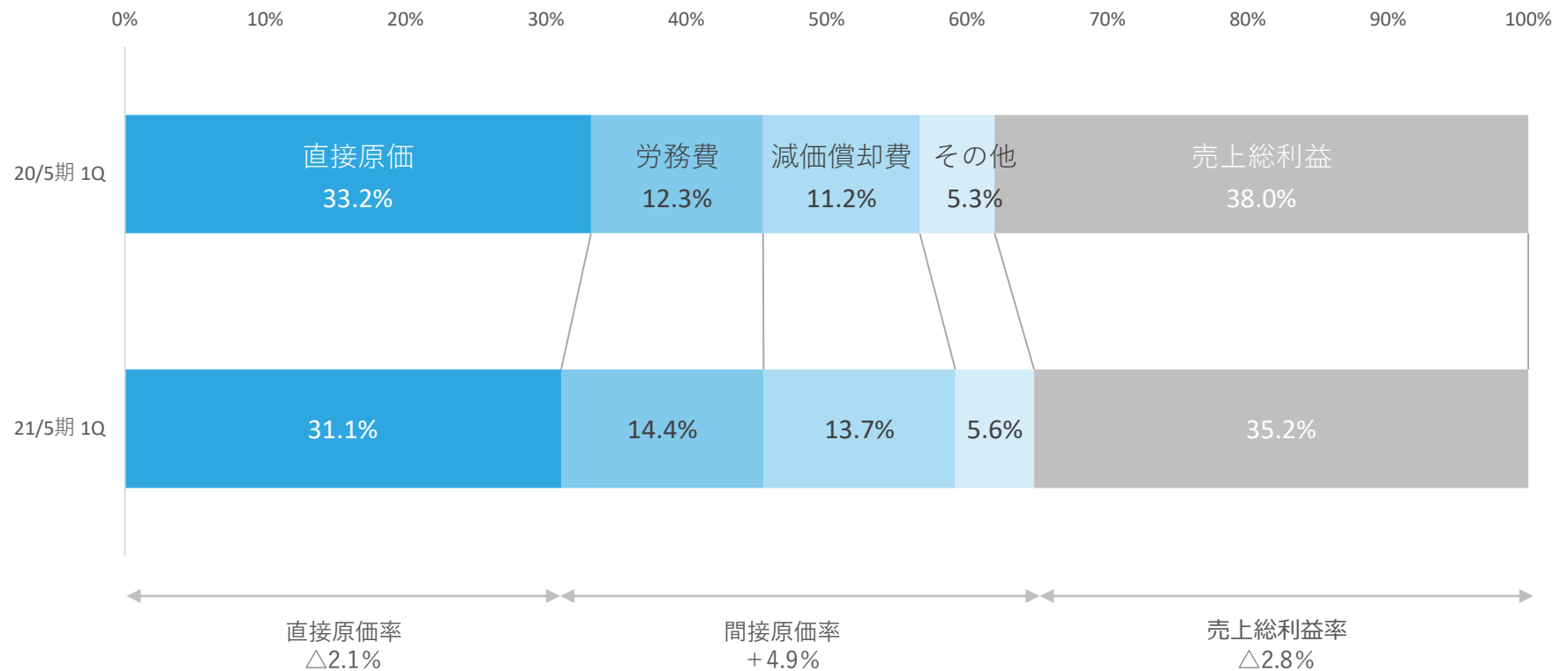




# 原価率 増減要因\_20/5期1Q-21/5期1Q

- 直接原価率の低下は、コロナによる参列者数の減少、それに伴う料理や返礼品売上の減少が主要因  
料理や返礼品は、他の直接原価と比べて原価率が高く、結果として直接原価率は低下
- 労務費率・減価償却費率等の増加については、出店により当該費用の絶対額が増加したことに加え、減収により対売上収益比率が上昇したことが要因

## 原価・売上総利益の対売上収益比率

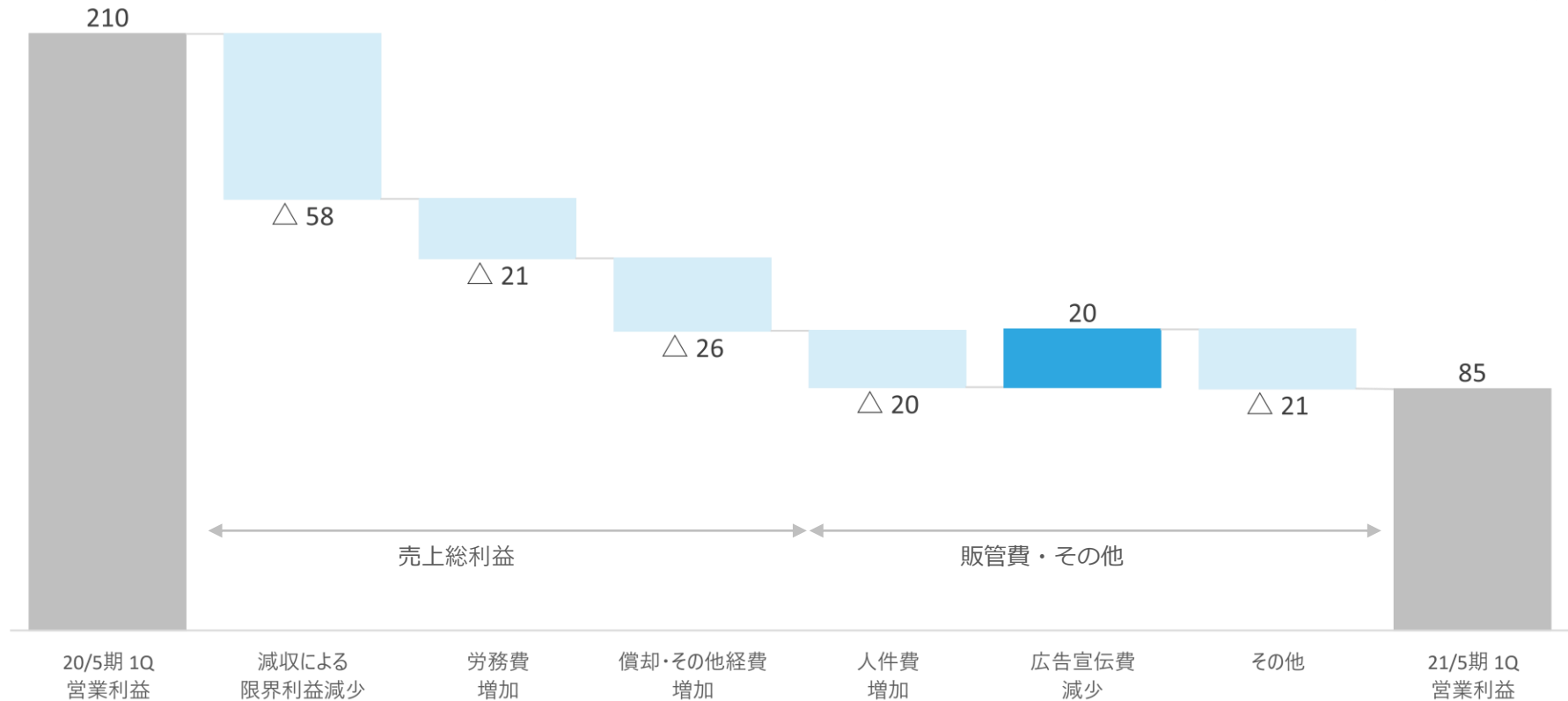




# 営業利益 増減要因\_20/5期1Q-21/5期1Q

- 減収による限界利益の減少に加え、ホール数の増加（前年同期比+6店）や、今期出店予定ホールの初期費用等により、労務費・減価償却費等が増加（今期出店予定15ホールのうち14ホールで既にイニシャルコストが発生）  
売上総利益段階では△105百万円の減益
- 販管費では、主にオフライン広告の効率化・抑制等に努めるが、営業利益段階では△128百万円の減益

(単位：百万円)



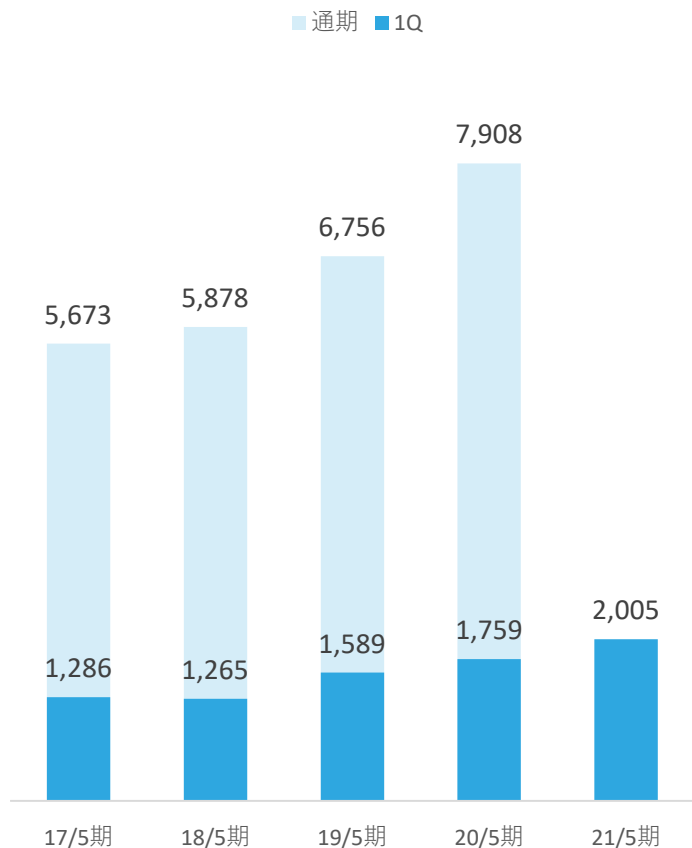




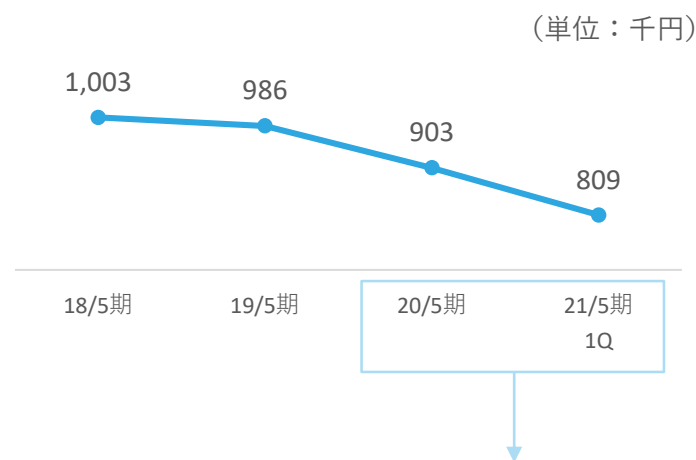
# 葬儀件数・葬儀単価の推移

- 葬儀件数は増加トレンド  
なお、葬儀件数には季節性（一般的に夏季は死亡者数が少なく冬季は多い）があり、1Q（6~8月）件数は相対的に少ない傾向
- 葬儀単価は20/5期4Q対比では若干持ち直すものの、本格回復には至らず

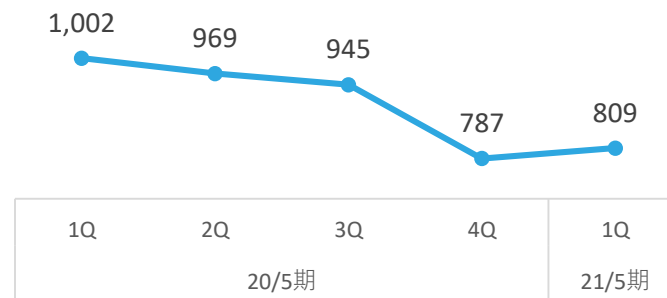
## 葬儀件数



## 葬儀単価（通期推移）



## 葬儀単価（20/5期以降 四半期推移）

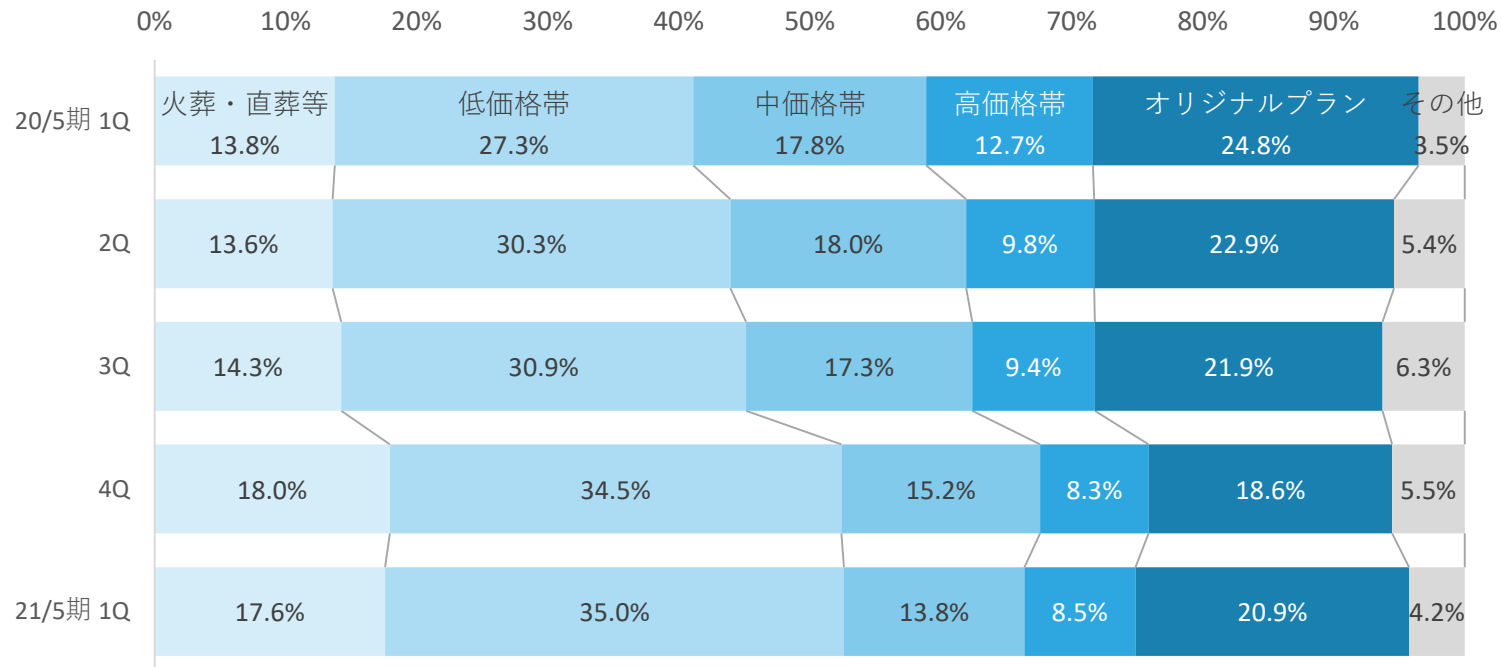




# 葬儀単価 増減要因\_20/5期1Q-21/5期1Q

- 参列者数減少と、それに伴う葬儀プランの簡素化により葬儀単価が低下
- コロナの影響を受け、参列者数は前期比約4割減少
- より簡素な葬儀のニーズが高まり、火葬・直葬や低価格帯プランの比率が増加

## プラン価格帯別の葬儀件数比率



## 平均参列者数

(人)

38.1

35.8

31.4

21.1

22.5

低価格帯以下  
+11.5% (20/5期1Q比)

中～高価格帯  
△8.3%

オリジナルプラン  
△3.9%

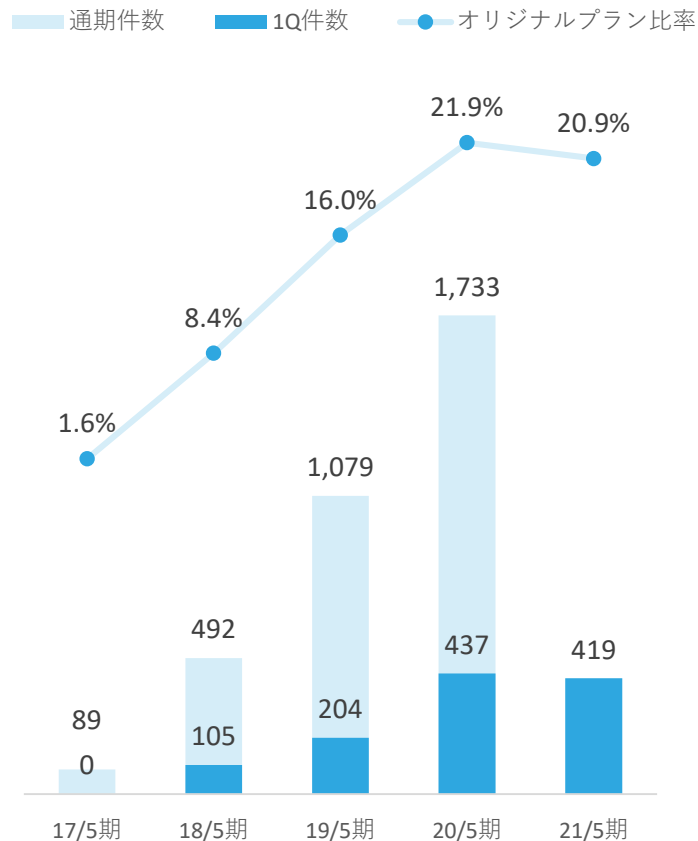
参列者数  
△15.6人 (△40.9%)



# オリジナルプラン（オーダーメイド型葬儀プラン）の推移

- 「ひとりひとりに合った葬儀の実現」という新しい価値の創造を目指し、4年前より当社独自のオーダーメイド型葬儀をスタート
- 21/5期1Qの件数は前期比割れたが、コロナ下において20%超の件数比率を維持  
お客様から高い支持を得られたものと評価

## オリジナルプラン件数／葬儀件数比率





## 新規ホール概要\_21/5期 1Q

- 21/5期1Qは、既存展開エリアに2か所の新ホールを出店し、累計店舗数は83店舗に
- 既存ドミナントの中心部を埋める出店により、ドミナントを高密度化  
※なお、開示日現在では更に3ホールがオープン済

### 『ファミリーユ西野』

北海道札幌市西区 2020年8月OPEN  
～西区の人口密集地域への出店～



### 『ファミリーユとろく』

熊本県熊本市中央区 2020年8月OPEN  
～熊本県で約5年ぶりの出店～

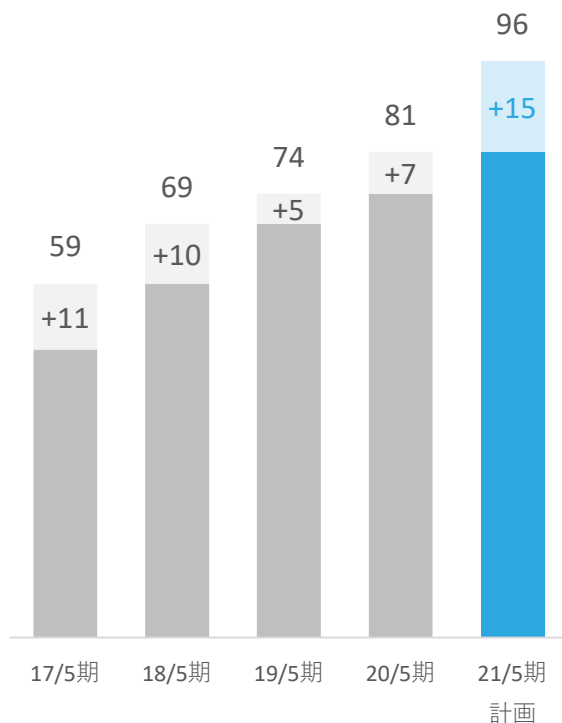




# 新規出店計画\_21/5期 通期

- コロナによる外部環境の変化（中小規模葬儀の需要増加および、出店用地確保の難易度低下）を好機と捉え、出店を加速  
過年度の出店ペースを大きく上回る15ホールの出店を計画
- 1Qで2ホール、開示日現在で更に3ホールオープン済、残り10ホールについても計画通り進捗中

## 店舗数推移



## 店舗数内訳

エリア	20/5期	21/5期		
	期末店舗数	1Q実績	2Q以降計画	期末店舗数
北海道	15	1	2	18
千葉	14	-	4	18
神奈川	1	-	-	1
愛知	12	-	2	14
京都	6	-	-	6
宮崎	19	-	3	22
熊本	14	1	2	17
計	81	2	13	96



## 貸借対照表 (B/S) サマリー\_21/5期 1Q

- ホール出店に伴い、有形固定資産・使用権資産、及び借入金・リース負債が増加
- 出店資金は主に借入金により調達

(単位：百万円)

	2020年5月期 期末	2021年5月期 1Q	増減額
流動資産	771	1,055	283
現金及び現金同等物	513	805	291
非流動資産	16,769	17,512	742
有形固定資産	3,111	3,264	153
使用権資産	9,312	9,873	560
のれん	3,625	3,625	0
資産合計	17,540	18,567	1,026
流動負債	1,832	2,075	243
借入金	340	540	200
リース負債	707	746	39
非流動負債	12,121	12,874	753
借入金	3,329	3,530	200
リース負債	8,497	9,036	538
負債合計	13,953	14,950	997
資本	3,587	3,616	29
負債及び資本合計	17,540	18,567	1,026

借入により現預金増加  
2Q以降の出店資金に充当予定

出店に伴い、有形固定資産、使用権資産  
ともに増加

出店資金を借入金により調達

出店に伴いリース負債が増加



## キャッシュ・フロー計算書 (CF) サマリー\_21/5期 1Q

- 減益により営業CFは前期比マイナス
- 借入金400百万円を調達したこともあり、現預金は291百万円増加したが、2Q以降の出店資金に充当予定

(単位：百万円)

	2020年5月期 1Q	2021年5月期 1Q	増減額
営業CF	353	251	△ 101
税引前四半期利益	171	45	△ 125
減価償却費	243	275	32
法人所得税の支払額	△ 49	△ 61	△ 12
その他	△ 11	△ 8	3
投資CF	△ 157	△ 180	△ 23
有形固定資産の取得	△ 134	△ 150	△ 15
その他	△ 22	△ 30	△ 7
財務CF	△ 155	219	375
長短借入金の借入	0	400	400
長短借入金の返済	0	△ 1	△ 1
リース負債の返済による支出	△ 155	△ 178	△ 22
現金等の増減額	40	291	250
現金等の期首残高	696	513	△ 182
現金等の期末残高	737	805	67

出店に伴い増加

出店資金を借入金により調達





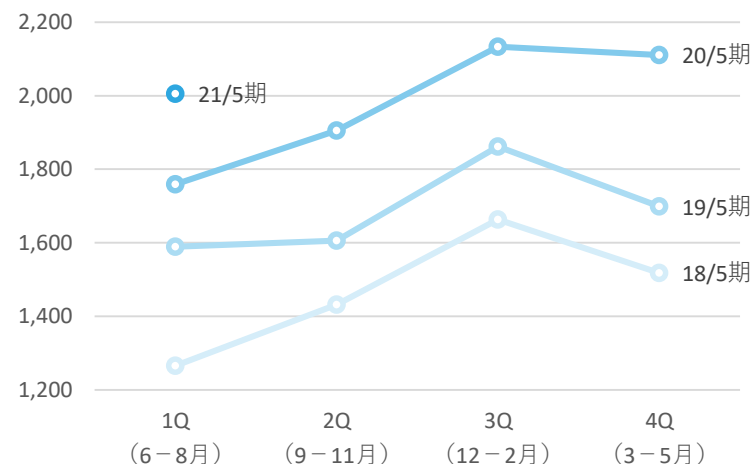
## 通期予想\_21/5期 通期

- 当期1Q実績は、売上収益・利益ともに対通期の進捗率は25%未満だが、これは季節性や通期計画の前提条件によるもの
- 1Q実績は概ね当初計画通りの進捗であり、通期業績予想は不変

(単位：百万円)

	2021年5月期	2021年5月期	通期進捗率
	通期予想	1Q実績	
売上収益	8,400	1,764	21.0%
営業利益	600	85	14.2%
当期利益	300	29	9.7%
葬儀件数 (件)	9,068	2,005	22.1%
ホール数 (店)	96	83	-

### 葬儀件数\_四半期推移



### 通期予想の前提

#### ①葬儀件数の季節性

例年、夏季（1Q）の死亡者数は少なく、冬季（3Q）が多い傾向（上記グラフご参照）

#### ②新店による葬儀件数増加

今期15ホールの出店計画だが、2Q以降のオープンが多く、件数寄与は下期が中心

#### ③葬儀単価の回復

下期に向けてコロナの影響が薄まり、単価は徐々に回復することを見込む





## (ご参考) トピックス\_家族葬のファミリーユ/webメディアの拡充

- 2020/1月より(株)家族葬のファミリーユより、終活と葬儀のwebメディア『Coeurlien (クリアン)』の配信開始  
2020/7月からは著名人インタビュー『日々摘花～まいにちを、たいせつに』がスタート
- 月間PVは15万件を突破し、ファミリーユブランドの認知度向上に寄与



### 主なコンテンツ

- わたしのお葬式
- ご家族の通夜・葬式準備
- お葬式のマナー・基礎知識
- 法要・法事
- 終活
- コラム

### 著名人インタビュー

- 第1回 (7月) 秋吉久美子さん
- 第2回 (8月) テリー伊藤さん
- 第3回 (9月) 坂東眞理子さん

URL : <https://www.famille-kazokusou.com/magazine/>

## (ご参考) トピックス\_花駒/ LINE公式アカウント開始

- (株)花駒にてLINE公式アカウントをスタート
- 公式アカウントからの情報発信に加え、LINE上でお客様とのコミュニケーションを可能にしたことにより、些細なことでも気軽にご相談頂くことができ、お客様からの「安心感」・「信頼感」に繋がっている



イメージ通信は今後  
**LINE公式アカウントへ**  
今までイメージ通信でお送りしていた情報がLINEで手軽にお受け取りいただけます

期間限定  
**7/31**  
まで **お友達登録  
キャンペーン**

最新の豪華商品が合計10名様に当たります！  
LINE公式アカウントでできること

- 花駒からのお知らせ ●抽選キャンペーンのお知らせ
- イベントのお知らせ

ご登録はこのQRコードから  
検索には@kizunaです  
※LINE公式アカウントの登録は無料です

**特別賞**  
ティンツ  
**HOT & COOL**

株式会社 花駒 ☎0120-24-8750 Image Hall





- 03-18 2021年5月期 第1四半期 決算概要
- 20-23 中期成長戦略
- 25-28 Appendix



## 【中期計画】ハイライト

### 中期戦略骨子

- ・ 外部環境の変化を追い風と捉え、出店ペースを加速
- ・ 新規出店プラス既存店の成長により売上収益、利益ともに大幅成長を計画
- ・ 同時に新規エリアのM&Aも積極的に実施

### 2020年5月期 実績

### 2023年5月期 計画

ホール数

81 店

+43.2%

116 店

葬儀件数

7,908 件

+46.6%

11,595 件

売上収益

7,676 百万円

+35.7%

10,420 百万円

当期利益

210 百万円

+163.8%

554 百万円

M&A

M&A効果は中計数値に織り込んでいないが、積極的に取り組む



## 【中期計画】 P/Lサマリー

- 投資によるトップライン成長に加え、ドミナント効果により収益性も向上
- P/L計画には織り込んでいないが、M&Aにより更なる上積みも視野

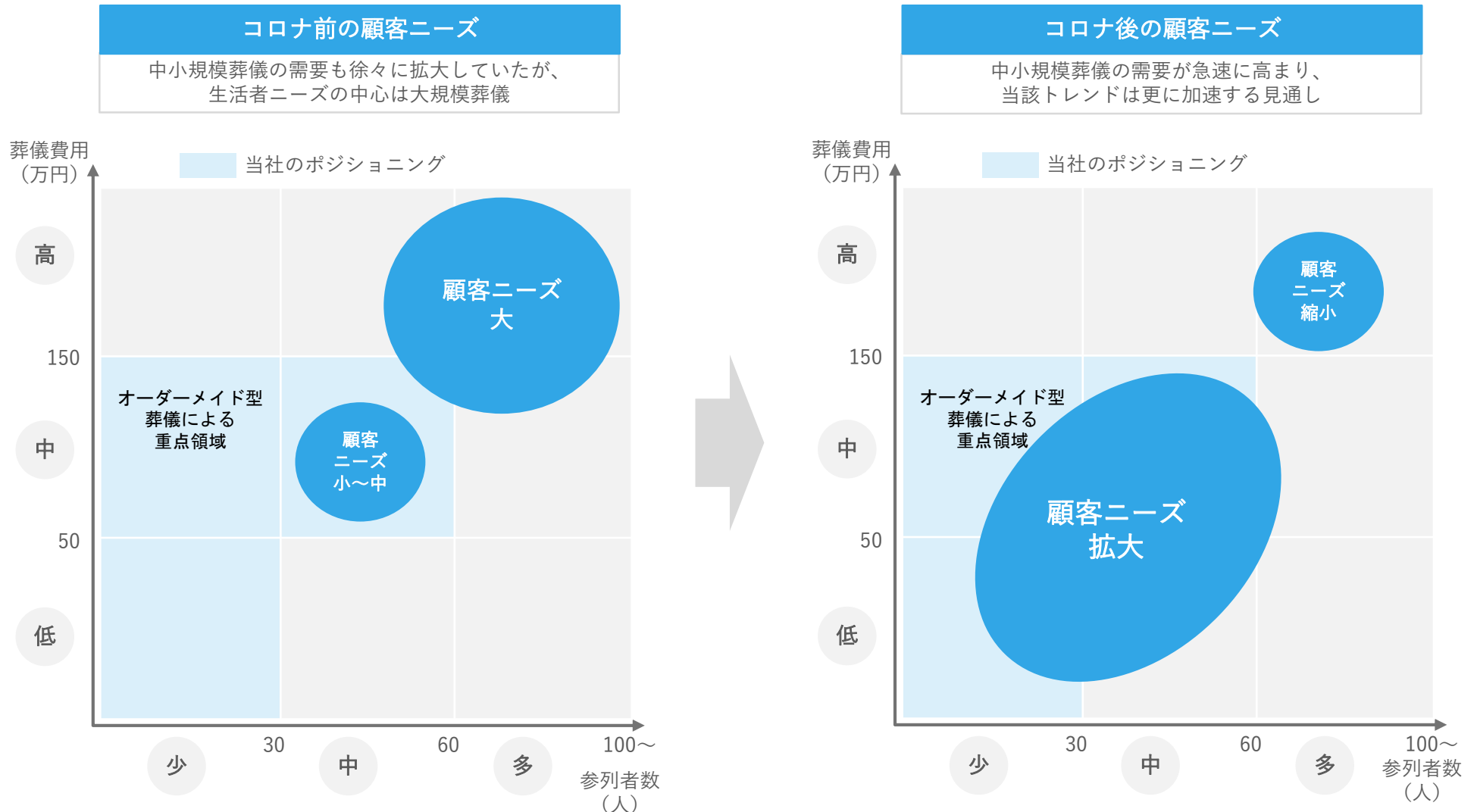
(単位：百万円、件)

	2020年5月期	2021年5月期	2022年5月期	2023年5月期	年平均成長率
	実績	計画	計画	計画	
売上収益	7,676	8,400	9,601	10,420	10.7%
営業利益	488	600	885	1,027	28.1%
(営業利益率)	6.4%	7.1%	9.2%	9.9%	—
当期利益	210	300	470	554	38.2%
(当期利益率)	2.7%	3.6%	4.9%	5.3%	—
1株当たり当期利益 (円)	61.78	87.10	136.58	161.13	37.7%
葬儀件数	7,908	9,068	10,311	11,595	13.6%
ホール数	81	96	106	116	12.7%



# 【市場環境】 アフターコロナにおける当社のポジショニング

- コロナ前後で顧客ニーズは大きく変化し、当社セグメントの需要が拡大する見通し





## 【成長戦略】 骨子：ドミナント強化とM&Aにより出店を加速

- 既存展開エリア

ドミナントの密度をさらに高めていくことで、時間の経過とともに認知度向上による新規顧客獲得コストが逡減することを旨すとともに、店舗間距離が短くなることによる労働生産性の向上を狙う

- 新規エリア

ゼロから認知を獲得していくための時間、コスト、軌道に乗るまでの試行錯誤のリスクを避けるために、M & Aによって橋頭保を確保したうえで、その後は一気にドミナント展開を行っていく

	既存エリア	新規エリア
主戦略	さらなる新規出店による ドミナント密度のUP	当社の経営理念に共感する 葬儀社のM & A
期待効果	地域内認知度UPによる 新規顧客獲得コストの低減	飛び地に橋頭保を築く際の 時間・コスト・リスクを最小化



- 03-18 2021年5月期 第1四半期 決算概要
- 20-23 中期成長戦略
- 25-28 Appendix



# 企業概要



- 当社は、葬儀葬祭業を営む事業会社2社を保有する純粋持株会社
- 葬儀施行業とネット集客業の2事業を通じて、全国34都道府県にて葬儀施行可能な体制を整備

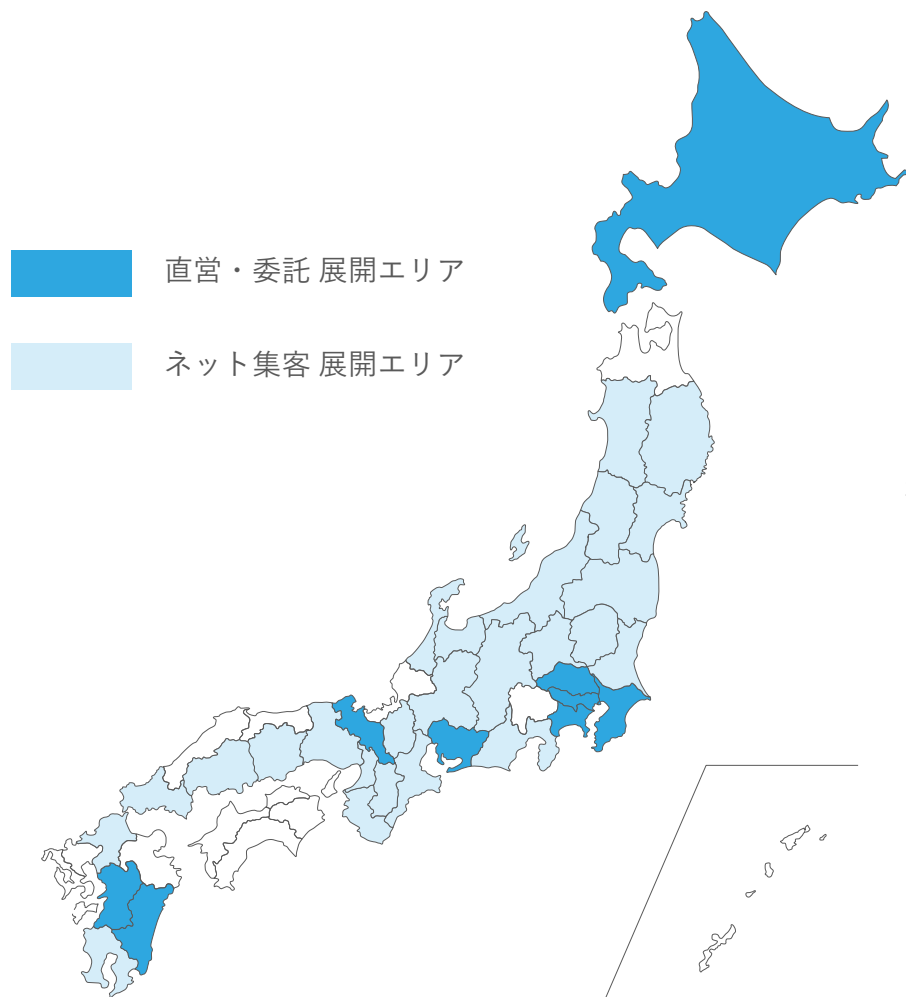
会社名	株式会社 きずなホールディングス
設立	2017年6月
本社所在地	東京都港区芝四丁目5番10号
代表者	代表取締役社長兼グループCEO 中道 康彰
資本金	153,360,000円
従業員数	516人（正社員206人、契約社員・パート社員310人）
事業年度	毎年6月1日から翌年5月31日まで
事業子会社	株式会社 家族葬のファミリーユ、株式会社 花駒
展開エリア	葬儀施行業 直営ホール：7道府県/83店（北海道 16、千葉 14、神奈川 1、愛知 12、熊本 15、宮崎 19、京都 6） 委託モデル：4都県（東京、千葉、埼玉、神奈川） ネット集客業：29道府県 上記2事業を通じて全34都道府県にて葬儀を施行

※2020年8月末日時点

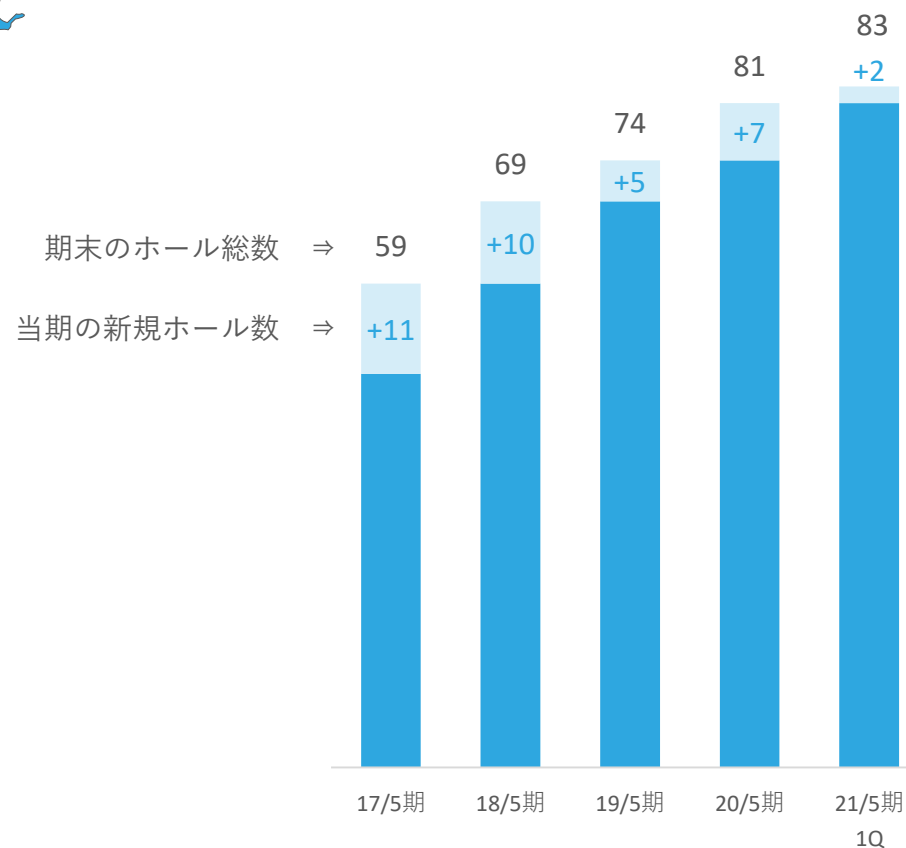


# 当社の展開エリア

- 創業地である宮崎をはじめ、7道府県で直営ホールを展開
- ネット集客を含めた展開エリアは34都道府県



## 直営ホール数の推移





- 事業活動を通じた社会貢献を果たすべく、「理念」「存在価値」「経営方針」を基軸に持続的成長を追求している

## 経営理念

### 創業に託した想い = “葬儀再生は、日本再生”

私たちは家族葬を通じて家族や人との絆があらためて結び直され、それが世代を超えてつながることによって、誰もが孤独に陥ることなく、命の重みを深く感じ、1日1日を大切に生きようとする人であふれた社会を作りたい

## 存在価値

### 私たちが果たす役割 = “家族の絆、人との絆をつなぐ”

私たちの家族葬によって家族や親しかった人が、それぞれに『思い出』を持ち寄り『感謝』の気持ちを分かち合い、共に生きた『証』を胸に刻むための十分な時間を持つことで家族や人の“絆”を感じながら生きていく人を増やしたい

## 経営方針

### 私たちの価値基準 = “生活者目線で全てを見直す”

経営判断から日々のサービスに至るまで、葬儀社目線を徹底的に否定し、生活者目線を貫く



- 旧来の葬儀の在り方を見直し、「生活者」の立場から必要とされるサービスを追求

## 葬儀の「価値」 を変えたい

従来葬儀は儀礼儀式のための時間 ⇒ **家族の絆をつなぐための時間へ**

従来葬儀では、儀礼儀式の進行が重視されるあまり、「気がついたら遺骨になっていた」という話がよく聞かれます。当社はそうではなく、故人様の「思い出」を振り返り「感謝」を伝え、生きた「証」を記憶に残し、心ゆくまで家族がお別れの時間を持つ葬儀に変えていきたい。そのプロセスが家族の絆を強くすると考えています。

## 葬儀の「価格」 を変えたい

従来葬儀は終わるまで料金が分からない ⇒ **透明で事前に選べる価格へ**

慌ただしいなか、葬儀社に言われるままに葬儀をとり行ったものの「終わったあとの請求書を見て驚いた」という話がよく聞かれます。このような不透明で不誠実な価格体系を、当社では事前に費用がはっきり分かり、葬儀社の言いなりにならず「家族の意志で自ら選べる」透明性の高い価格体系を提示してきました。

## 葬儀の「品質」 を変えたい

従来葬儀は葬儀社主導で画一的 ⇒ **家族主導で「らしさ」を叶える葬儀へ**

これだけ選択肢が豊富な世の中になったのに、葬儀だけはなぜ画一的なのか。価値観も考え方も故人様への思いも家族ごとに違うのに、決まりきったサービスを押し付けられている状況を変えるべく、当社ではオーダーメイド型の家族葬をはじめ、多様なスタイルでのサービスを提供し続けています。



## 免責事項

本資料は、情報提供のみを目的として作成されたものであり、当社の有価証券の売買の勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予測に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予測に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報、成長余力及び財務指標並びに予測数値が含まれます。将来予測に関する記述は、あくまでも当該記述がされた時点におけるものであり、将来変更される可能性があります。将来予測に関する記述によって表示又は示唆される将来の業績や実績は、既知又は未知のリスク、不確実性その他の要因により、実際の業績や実績は当該記述によって表示又は示唆されるものから大きく乖離する可能性があります。

当社は、財務上の予想値の達成可能性について明示的にも黙示的にも何ら保証するものではありません。また、当社は、本資料の日付以降の事象及び状況の変動があった場合にも、本資料の記述を更新又は改訂する予定はありません。

本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれています。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な経済動向に関する統計情報及び調査結果、外部情報に由来する他社の情報が含まれています。当社は、これらの情報に由来する情報の正確性及び合理性について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてもその正確性及び合理性を保証するものではありません。また、他社に係る事業又は財務に関する指標は、算定方法や基準時点の違いその他の理由により、当社に係る同様の指標と比較対照性が無い可能性があります。