



2021年5月期 第2四半期 決算説明資料

2021年1月14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：2021年1月18日 時刻未定)

URL：<https://www.kizuna-hd.co.jp/ir>



- 03-16 2021年5月期 第2四半期 決算概要
- 18-20 トピックス
- 22-25 Appendix 1 中期成長戦略
- 27-30 Appendix 2 会社概要



連結業績ハイライト_21/5期 2Q

- コロナの影響長期化により単価の回復は想定よりもやや鈍く、2Q累計では前期比減収減益
- 一方で、件数は好調に推移し、コストコントロールも進捗。2Q会計期間（9~11月）では前期比増収増益

売上収益
△1.1%

2Q累計 3,788百万円 前期比 △40百万円 (2Q会計期間 2,023百万円 前期比 +102百万円)

葬儀件数
+16.6%

2Q累計 4,274件 前期比 +610件

新店寄与、既存店の伸長により件数は好調

- ・ 21/5期、20/5期オープンの新店寄与により+257件
- ・ 19/5期以前の既存店伸長により+353件（既存店前期比+9.8%）

葬儀単価
△15.3%

2Q累計 821千円 前期比 △149千円

コロナの影響が継続し、単価の回復は緩やか

- ・ 当期1Q（20/6~8月）単価809千円、2Q会計期間（20/9~11月）単価831千円
- ・ 1Q対比+22千円となるが、回復ペースは緩やか

営業利益
△10.1%

2Q累計 342百万円 前期比 △38百万円 (2Q会計期間 256百万円 前期比 +86百万円)

減収や出店コスト等の影響あるが、コストコントロールが進捗

- ・ 店舗数増加により労務費・減価償却費等が増加
- ・ 一方で、労務費・人件費・ホール経費等のコストコントロールを進め、減益幅は1Q比縮小



損益計算書 (P/L) サマリー_21/5期 2Q

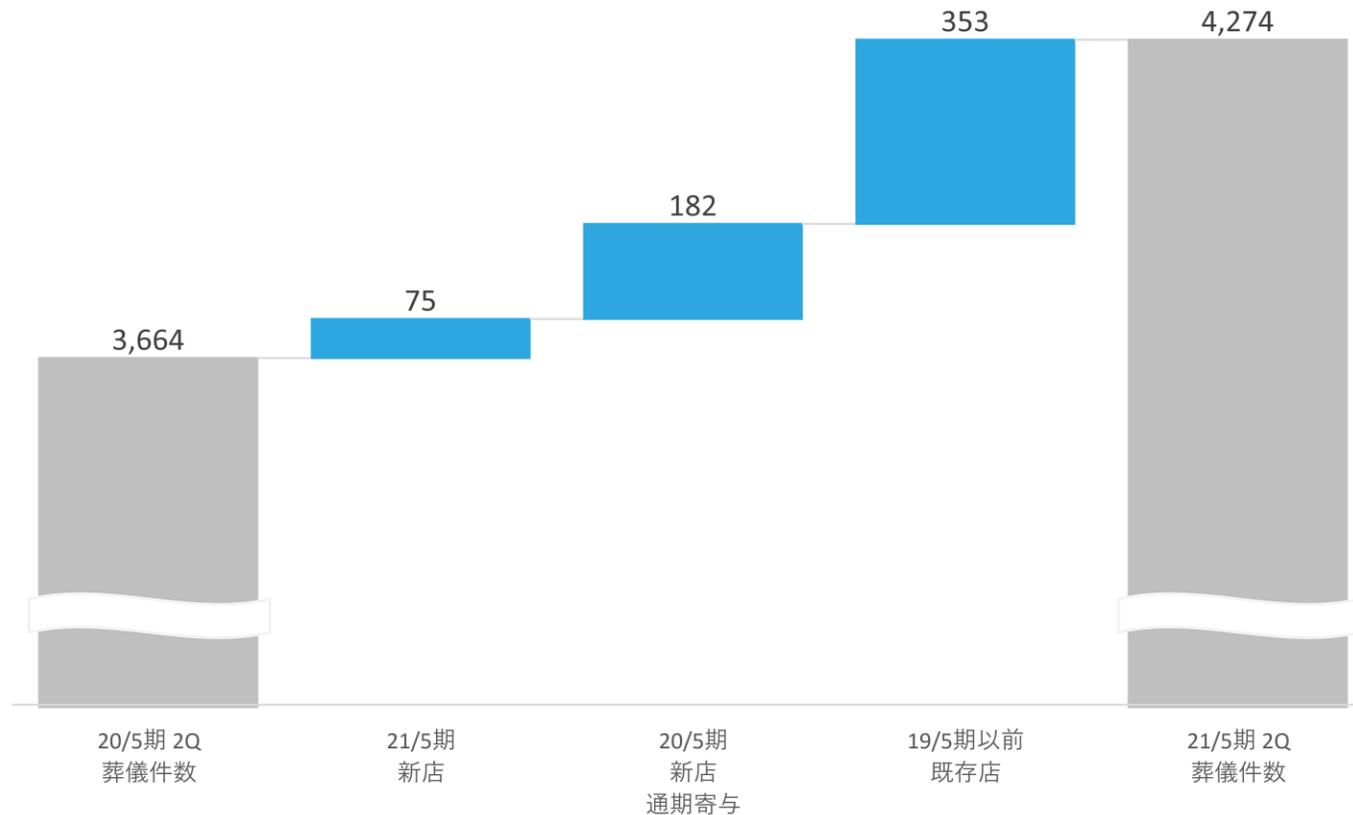
- 前期比減収減益だが、コロナによる単価下落や積極出店による初期コストは期初計画の範囲内
- 通期予想に対しては、売上収益・利益ともに順調な進捗

| | | 2020年5月期 2Q実績 | 2021年5月期 2Q実績 | 前期比 | | 2021年5月期 通期予想 |
|--------------|-----|------------------|------------------|-------|--------|------------------|
| | | | | 増減 | 増減率 | |
| 売上収益 | 百万円 | 3,829 | 3,788 | △ 40 | △1.1% | 8,400 |
| 営業利益 | 百万円 | 380 | 342 | △ 38 | △10.1% | 600 |
| 営業利益率 | | 9.9% | 9.0% | △0.9% | — | 7.1% |
| 当期利益 | 百万円 | 196 | 167 | △ 29 | △14.8% | 300 |
| 当期利益率 | | 5.1% | 4.4% | △0.7% | — | 3.6% |
| 葬儀件数 | 件 | 3,664 | 4,274 | 610 | 16.6% | 9,068 |
| うちオリジナルプラン件数 | 件 | 873 | 958 | 85 | 9.7% | 1,926 |
| 葬儀単価 | 千円 | 969 | 821 | △ 149 | △15.3% | 869 |
| ホール数 | 店 | 78 | 89 | 11 | 14.1% | 96 |



葬儀件数 増減要因_20/5期2Q-21/5期2Q

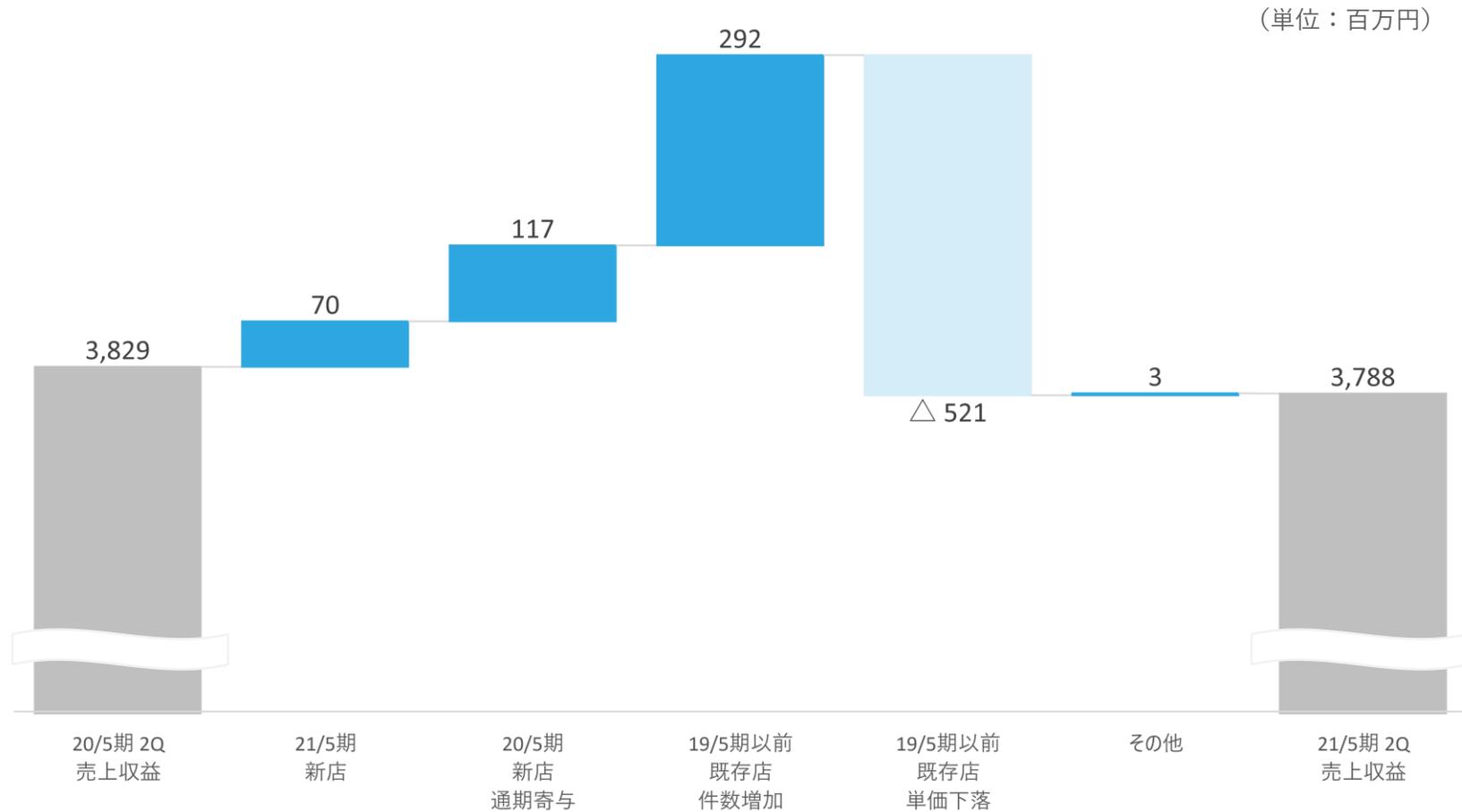
- 21/5期新店（8ホール）、20/5期新店（7ホール）の通期寄与により+257件
19/5期以前の既存店は前期比+9.8%の+353件と好調であり、全体で前期比+610件の増加
- 既存店伸長の要因は、コロナによる顧客ニーズのシフト（大規模葬→中小規模葬）を着実に捕捉したことや、積極出店に伴う広告宣伝効果が周辺の既存店舗にも波及したこと等が要因





売上収益 増減要因_20/5期2Q-21/5期2Q

- 21/5期、20/5期の新店により前期比+187百万円、19/5期以前の既存店件数増加により+292百万円の増収寄与
- その一方で単価の下落により△521百万円の減収となり、前期比△40百万円の減収着地

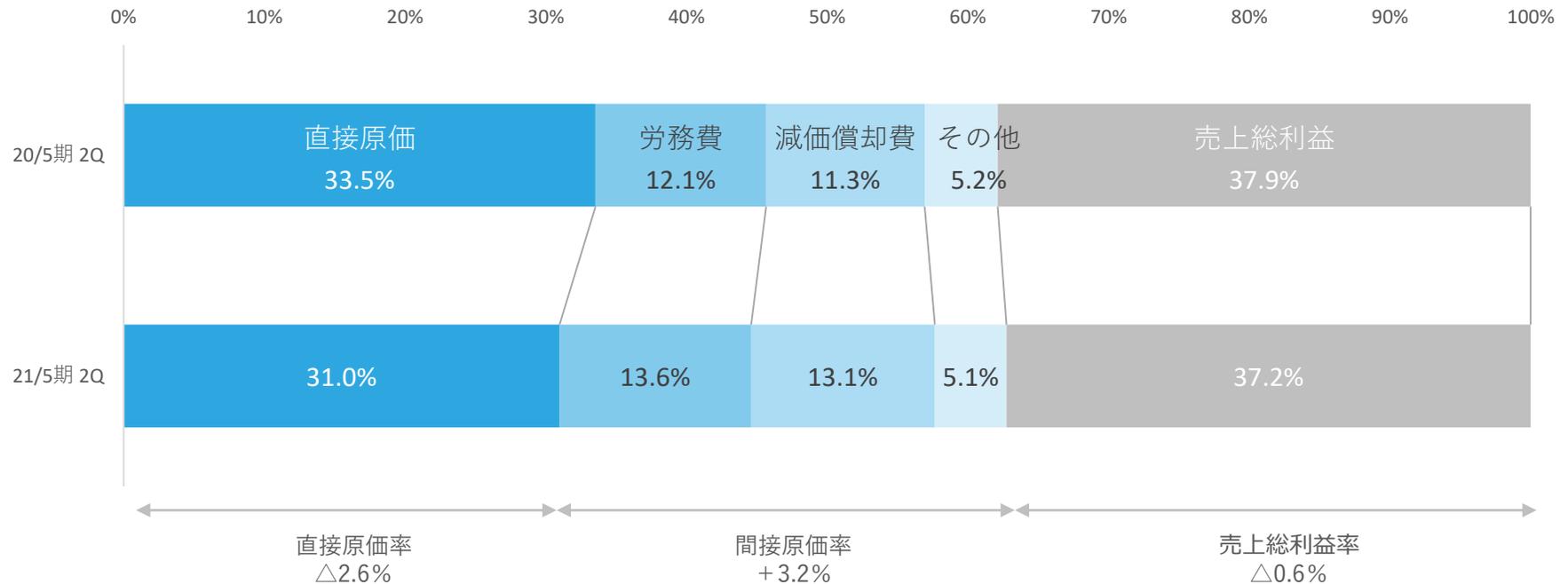




原価率 増減要因_20/5期2Q-21/5期2Q

- 直接原価率の低下は、主に以下要因による
 - ①参列者数減少に伴い、料理・返礼品売上が減少したが、当該売上の原価率は高いため、結果として直接原価率は低下
(⇒単価低下による売上減少はあるものの、原価率も一定程度下がるため、ダイレクトに利益減少には繋がっていない)
 - ②生花等の内製化率の向上
- 労務費率、減価償却費率の増加は、減収の一方で店舗数が拡大していることによる

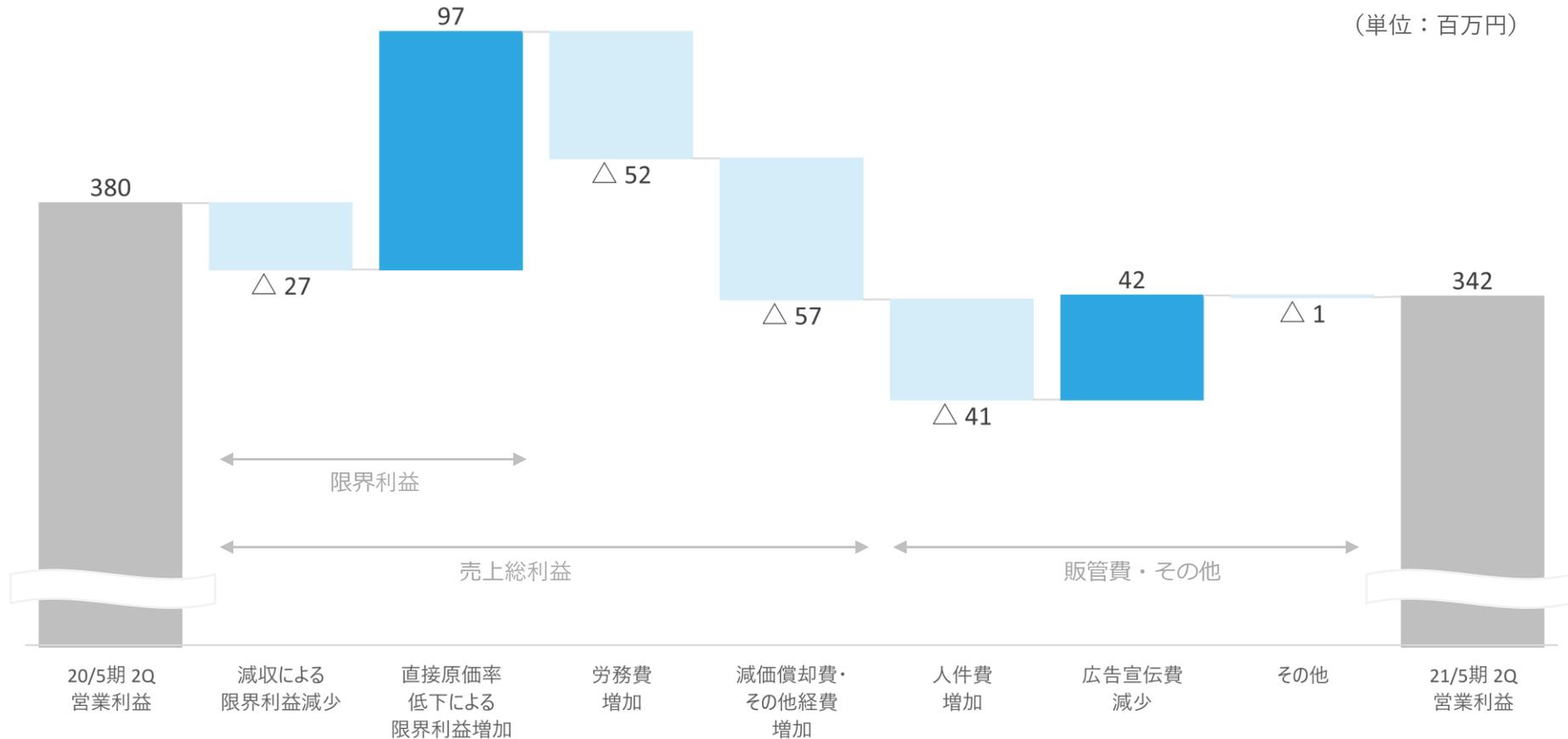
原価・売上総利益の対売上収益比率





営業利益 増減要因_20/5期2Q-21/5期2Q

- 減収の一方で、直接原価率の低下により限界利益は70百万円の増加
- ホール数増加に伴い、労務費・減価償却費等が増加し、売上総利益段階では△39百万円の減益
- 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△38百万円の減益

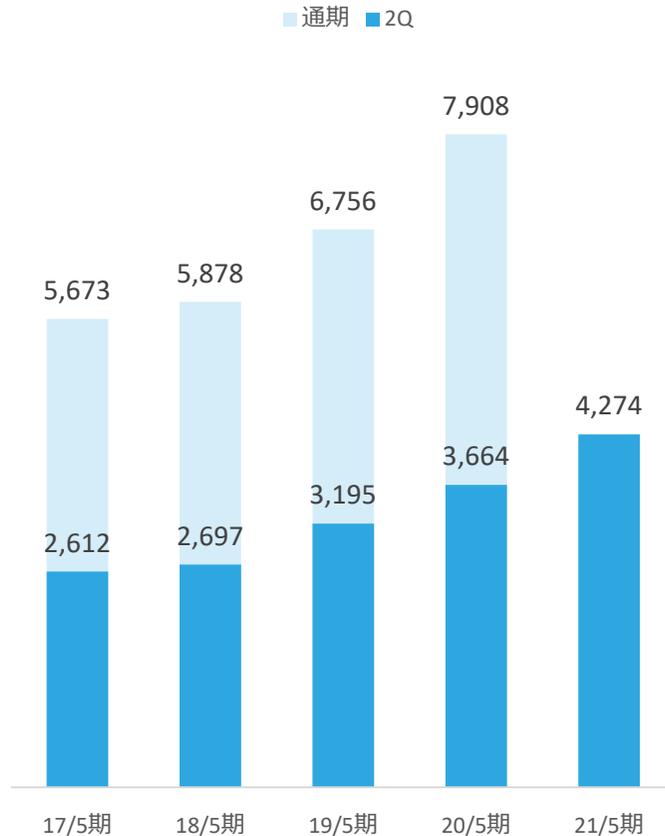




葬儀件数・葬儀単価の推移

- 葬儀件数は増加トレンド継続
- 葬儀単価はコロナ本格化以降大きく低下
6月以降緩やかに回復するが、第3波の影響もあり11月は再び下落し、今後も予断を許さない状況

葬儀件数

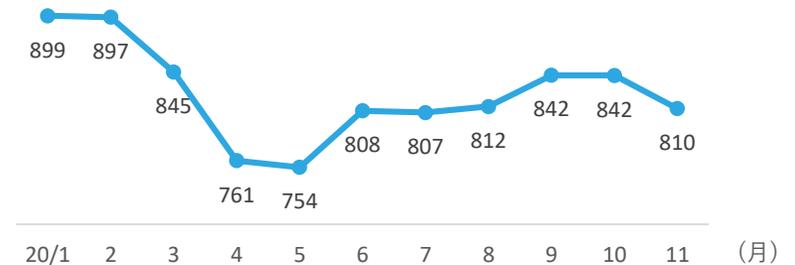


葬儀単価 (通期推移)

(単位：千円)



葬儀単価 (2020年 月次推移)





葬儀単価 増減要因_20/5期-21/5期2Q

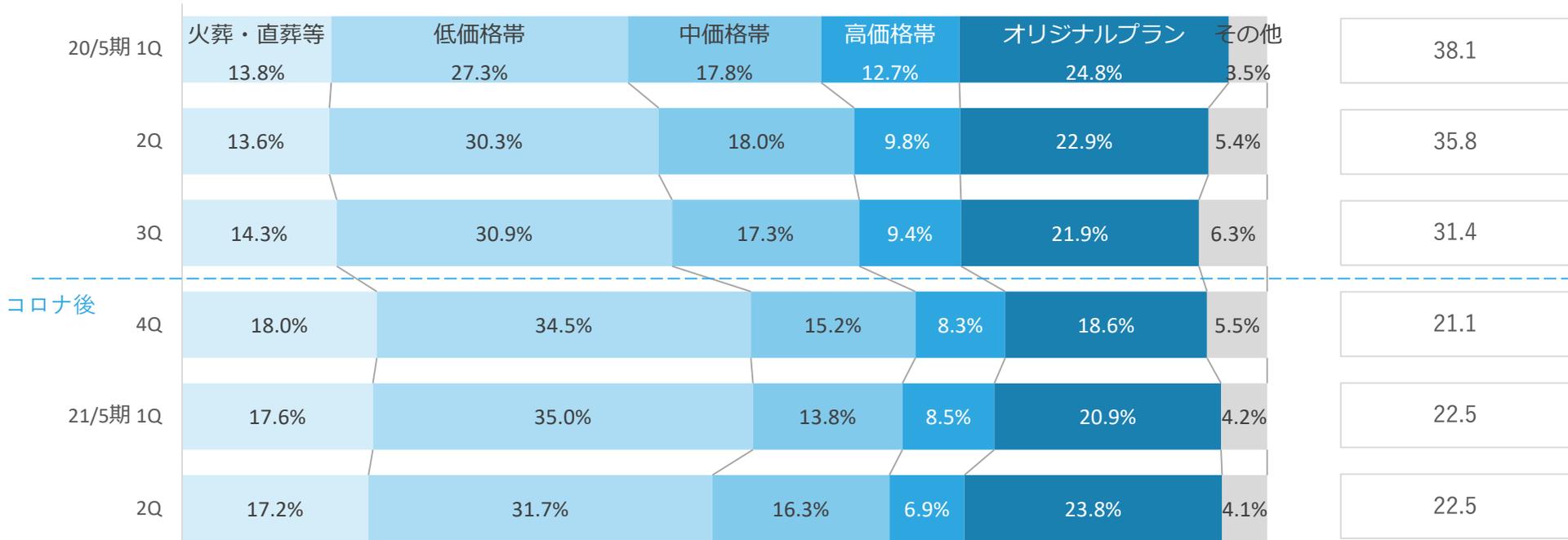
- コロナ発生以降、参列者数減少と、それに伴う葬儀プランの簡素化により葬儀単価が低下
- 当期2Qにおいても参列者数は横ばいだが、1Qと比較して中~高価格帯、オリジナルプランの件数比率が増加
消費者マインドの若干の改善が見られ、単価の緩やかな回復に繋がっている

プラン価格帯別の葬儀件数比率

平均参列者数

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

(人)



21/5期 1Q比

低価格帯以下
△3.7%

中~高価格帯
+1.0%

オリジナルプラン
+2.9%

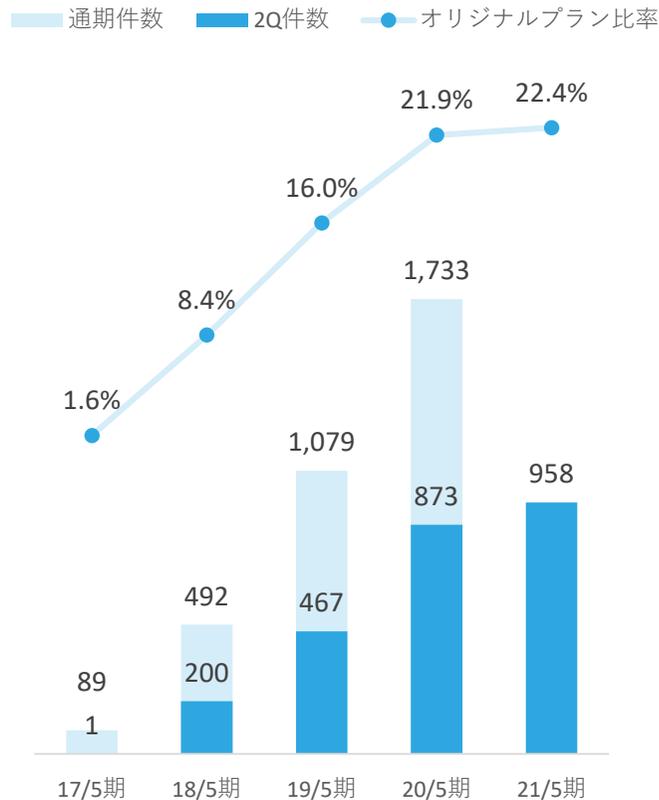
参列者数
±0人



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
- 件数、件数比率ともに増加し、コロナ下においてもお客様からの高い支持を獲得

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 2Q

- 21/5期2Qは、既存展開エリアに6ホールを出店し、累計店舗数は89店舗に
※なお、開示日現在では更に1ホールがオープン済

『ファミリーユ大久保駅前』

千葉県習志野市 2020年9月OPEN



『ファミリーユ旭別館』

宮崎県宮崎市 2020年10月OPEN



『ファミリーユ神水斎場』

熊本県熊本市東区 2020年10月OPEN



『ファミリーユ流山』

千葉県流山市 2020年10月OPEN



『ファミリーユ恒久』

宮崎県宮崎市 2020年11月OPEN



『ファミリーユ北野』

北海道札幌市清田区 2020年11月OPEN

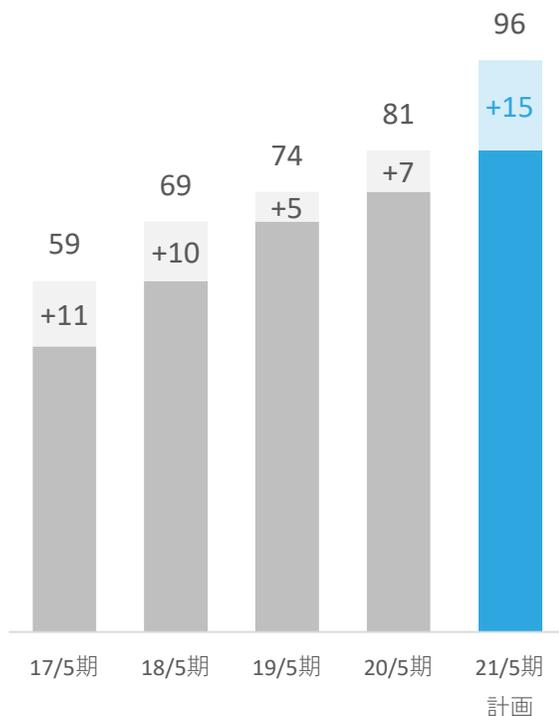




新規出店計画_21/5期 通期

- 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
- 2Q末までに8ホール、開示日現在で更に1ホールオープン済、残り6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 | 2Q迄実績 | 3Q以降計画 | 期末店舗数 |
| 北海道 | 15 | 2 | 1 | 18 |
| 千葉 | 14 | 2 | 2 | 18 |
| 神奈川 | 1 | - | - | 1 |
| 愛知 | 12 | - | 2 | 14 |
| 京都 | 6 | - | - | 6 |
| 宮崎 | 19 | 2 | 1 | 22 |
| 熊本 | 14 | 2 | 1 | 17 |
| 計 | 81 | 8 | 7 | 96 |



貸借対照表 (B/S) サマリー_21/5期 2Q

- 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 2Q | 増減 |
|-----------|----------------|----------------|-------|
| 流動資産 | 771 | 1,033 | 261 |
| 現金及び現金同等物 | 513 | 764 | 251 |
| 非流動資産 | 16,769 | 18,380 | 1,610 |
| 有形固定資産 | 3,111 | 3,464 | 353 |
| 使用権資産 | 9,312 | 10,537 | 1,224 |
| のれん | 3,625 | 3,625 | 0 |
| 資産合計 | 17,540 | 19,413 | 1,872 |
| 流動負債 | 1,832 | 2,054 | 222 |
| 借入金 | 340 | 441 | 100 |
| リース負債 | 707 | 781 | 73 |
| 非流動負債 | 12,121 | 13,603 | 1,482 |
| 借入金 | 3,329 | 3,605 | 276 |
| リース負債 | 8,497 | 9,672 | 1,174 |
| 負債合計 | 13,953 | 15,658 | 1,704 |
| 資本 | 3,587 | 3,755 | 168 |
| 負債及び資本合計 | 17,540 | 19,413 | 1,872 |

営業CF及び、借入により現預金増加
3Q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 2Q

- 出店資金は主に借入金により調達
- 営業CFの積み上げにより現預金は251百万円の増加。3Q以降の出店資金に充当予定

(単位：百万円)

| | 2020年5月期 2Q | 2021年5月期 2Q | 増減 |
|---------------|----------------|----------------|-------|
| 営業CF | 765 | 769 | 3 |
| 税引前四半期利益 | 303 | 260 | △ 42 |
| 減価償却費 | 494 | 563 | 69 |
| 法人所得税の支払額 | △ 49 | △ 53 | △ 3 |
| その他 | 17 | 0 | △ 18 |
| 投資CF | △ 305 | △ 526 | △ 221 |
| 有形固定資産の取得 | △ 264 | △ 479 | △ 215 |
| その他 | △ 41 | △ 47 | △ 5 |
| 財務CF | △ 425 | 8 | 434 |
| 長期借入金の借入 | 0 | 516 | 516 |
| 長期借入金の返済 | △ 110 | △ 139 | △ 29 |
| リース負債の返済による支出 | △ 315 | △ 368 | △ 52 |
| 現金等の増減額 | 33 | 251 | 217 |
| 現金等の期首残高 | 696 | 513 | △ 182 |
| 現金等の期末残高 | 730 | 764 | 34 |

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

- コロナの影響期間を期初時点では「当期2Q末まで」と見通していたが、足元の状況を鑑み「当期末まで」に修正
- それに伴い単価の回復は限定的と見るが、2Q業績進捗や今後の見通し等を勘案し、通期業績予想は変更せず

(単位：百万円)

| | 通期予想 | 2Q実績 | 通期進捗率 |
|------|-------|-------|-------|
| 売上収益 | 8,400 | 3,788 | 45.1% |
| 営業利益 | 600 | 342 | 57.1% |
| 当期利益 | 300 | 167 | 55.8% |

| | |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 【期初時点】 通期見通し | <p>コロナ影響は当期2Q末まで継続する前提</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 単価は下期に向けて、上期中に徐々に回復する想定 |
| 2Q実績 | <p>売上収益・利益ともに、計画対比順調な進捗</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 単価の回復はやや鈍いものの、件数は順調 ● 参列者数減少に伴う単価低下の影響は、ダイレクトに利益減少には響かず（P7ご参照） ● 内製化率の向上や、労務費・人件費、その他経費等のコストコントロールが寄与 ● 新店広告の効果が周辺店舗にも波及し、広告宣伝効率が向上 |
| 【現時点】 通期見通し | <p>コロナ影響は少なくとも当期末まで継続する前提だが、通期業績予想は変更しない</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 当期中の単価の回復は限定的と想定 <p>その一方、</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 上期業績の進捗は順調 ● 単価低下部分は、件数増加により一定程度はカバー可能 ● 低単価の状況下においても利益確保が可能な体制を徐々に構築中 |



- 03-16 2021年5月期 第2四半期 決算概要
- 18-20 **トピックス**
- 22-25 Appendix 1 中期成長戦略
- 27-30 Appendix 2 会社概要



M&A決議

- 2021年1月14日、有限会社備前屋（岡山県/葬儀葬祭業）の株式取得を決議、同日付で株式譲渡契約締結
同社の発行済株式100%を取得し、子会社化予定
- 当社グループ初の中国地方進出であり、今後は岡山市を中心としたドミナント展開を図る方針

対象会社概要

| | |
|-------|------------------------------------------------------------|
| 名称 | 有限会社備前屋 |
| 所在地 | 岡山県瀬戸内市邑久町豊原90-1 |
| 代表者 | 代表取締役 岡本洋子 |
| 事業内容 | 葬儀葬祭業 |
| 主要ホール | オブジェ 邑久（岡山県瀬戸内市） オブジェ 牛窓（岡山県瀬戸内市） オブジェ 西大寺（岡山県岡山市東区） |
| 直近決算期 | 2020年5月期 |
| 売上高 | 288百万円 |
| 営業利益 | 53百万円 |
| 当期利益 | 36百万円 |

本件の狙い

| | |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 当社グループ 成長戦略 | <ul style="list-style-type: none"> • 既存エリアのドミナント強化 • 新規エリア進出にはM&Aを活用 <p>対象会社とともに当該エリアの拡大を図る</p> |
| 備前屋 | <ul style="list-style-type: none"> • 瀬戸内市での高いシェア • 近年、隣接する岡山市への進出も果たし、更なる業容拡大を企図 |
| マーケット (岡山エリア) | <ul style="list-style-type: none"> • 商圈規模 大 • 大規模葬をメインとする同業社が相対的に多い <p>⇒ 家族葬市場の成長余地は極めて高いエリア</p> |



備前屋の従来の経営基盤に、当社グループの出店・マーケティング・多店舗展開ノウハウ等を加え、岡山エリアでの展開を強化

※本件による2021年5月期の当社連結業績に与える影響は軽微であります。
今後開示すべき事項が生じた場合には速やかに開示いたします。



- 主要子会社である株式会社家族葬のファミリーユが、株式会社ベアーズ、株式会社BuySell Technologiesとの業務提携を締結
- 葬儀からその後の課題までの一貫した支援体制構築を進めることで、顧客満足度の更なる向上を目指す



| | |
|----------|-------------------------|
| 提携先 | 株式会社ベアーズ |
| 提携時期 | 2020年11月 |
| 提携先の事業内容 | 家事代行サービス業 |
| 提携内容 | お墓参り・掃除の代行サービスに関するお客様紹介 |

| | |
|----------|--------------------------|
| 提携先 | 株式会社BuySell Technologies |
| 提携時期 | 2020年11月 |
| 提携先の事業内容 | ネット型リユース事業 |
| 提携内容 | 生前整理・遺品買取に関するお客様紹介 |



月次業績の開示

- 2020年11月度より、月次業績の適時開示および、ホームページ上の掲載をスタート
- よりタイムリーな業績開示により、適切な投資判断機会を提供することを企図（毎月中旬頃に開示予定）



2020年12月14日

各位

会社名 株式会社きずなホールディングス
 代表者名 代表取締役社長兼グループCEO
 中道 康彰
 (コード番号:7086 東証マザーズ)
 問合せ先 経営管理本部長 下田 啓明
 (TEL:03-5427-6432)

2020年11月度 月次業績に関するお知らせ

2021年5月期11月度の月次業績について、以下の通りご報告いたします。

1. 月次業績

| | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 葬儀売上 (百万円) | 494 | 541 | 586 | 578 | 664 | 642 |
| 前期比 (%) | 84.8 | 93.0 | 98.1 | 98.9 | 107.3 | 110.0 |
| 葬儀件数 (件) | 612 | 671 | 722 | 687 | 789 | 793 |
| 前期比 (%) | 109.3 | 116.5 | 115.9 | 111.2 | 118.8 | 127.3 |
| 葬儀単価 (千円) | 808 | 807 | 812 | 842 | 842 | 810 |
| 前期比 (%) | 77.6 | 79.9 | 84.7 | 89.0 | 90.3 | 86.5 |
| ホール数 (店) | 81 | 81 | 83 | 84 | 87 | 89 |
| 前期比 (%) | 108.0 | 108.0 | 107.8 | 107.7 | 111.5 | 114.1 |

| | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 累計 |
|------------|-----|----|----|----|----|----|-------|
| 葬儀売上 (百万円) | | | | | | | 3,507 |
| 前期比 (%) | | | | | | | 98.8 |
| 葬儀件数 (件) | | | | | | | 4,274 |
| 前期比 (%) | | | | | | | 116.6 |
| 葬儀単価 (千円) | | | | | | | 821 |
| 前期比 (%) | | | | | | | 84.7 |
| ホール数 (店) | | | | | | | 89 |
| 前期比 (%) | | | | | | | 114.1 |

※本件数値は速報値であり、四半期・本決算数値とは差異が発生する可能性があります。

2. 出退店の状況
 当月は、以下の2ホールの新規出店を行い、累計ホール数は89店となりました。

宮崎 21号店 「ファミーユ恒久」 宮崎県宮崎市
 北海道 17号店 「ファミーユ北野」 北海道札幌市清田区

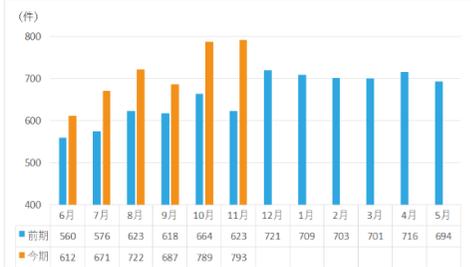
以上

IR情報 | 経営情報 | 業績ハイライト | IRライブラリ | 株式情報 | その他IR情報 | 電子公告 | IR問合せフォーム

月次情報 | 経営成績 | 財政状況 | キャッシュフローの状況

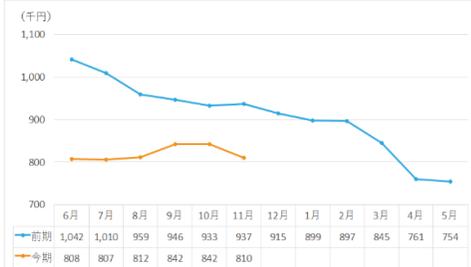
月次情報

月次葬儀件数



| 月 | 前月 | 今月 |
|-----|-----|-----|
| 6月 | 560 | 612 |
| 7月 | 576 | 671 |
| 8月 | 623 | 722 |
| 9月 | 618 | 687 |
| 10月 | 664 | 789 |
| 11月 | 623 | 793 |
| 12月 | 721 | |
| 1月 | 709 | |
| 2月 | 703 | |
| 3月 | 701 | |
| 4月 | 716 | |
| 5月 | 694 | |

月次葬儀単価



| 月 | 前月 | 今月 |
|-----|-------|-----|
| 6月 | 1,042 | 808 |
| 7月 | 1,010 | 807 |
| 8月 | 959 | 812 |
| 9月 | 946 | 842 |
| 10月 | 933 | 842 |
| 11月 | 937 | 810 |
| 12月 | 915 | |
| 1月 | 899 | |
| 2月 | 897 | |
| 3月 | 845 | |
| 4月 | 761 | |
| 5月 | 754 | |



- 03-16 2021年5月期 第2四半期 決算概要
- 18-20 トピックス
- 22-25 **Appendix 1 中期成長戦略**
- 27-30 Appendix 2 会社概要



【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

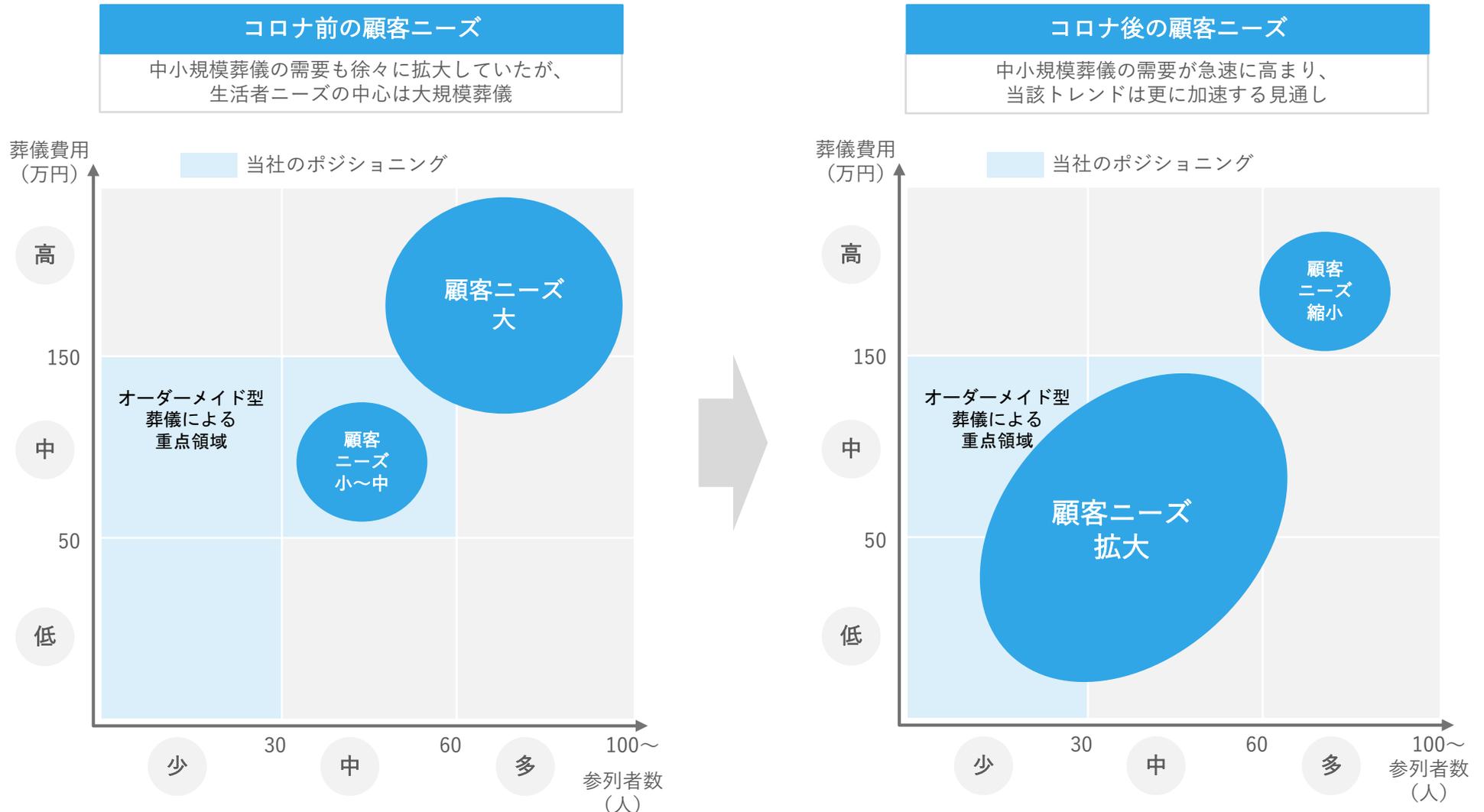
(単位：百万円、件)

| | 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 |



- 03-16 2021年5月期 第2四半期 決算概要
- 18-20 トピックス
- 22-25 Appendix 1 中期成長戦略
- 27-30 **Appendix 2 会社概要**

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

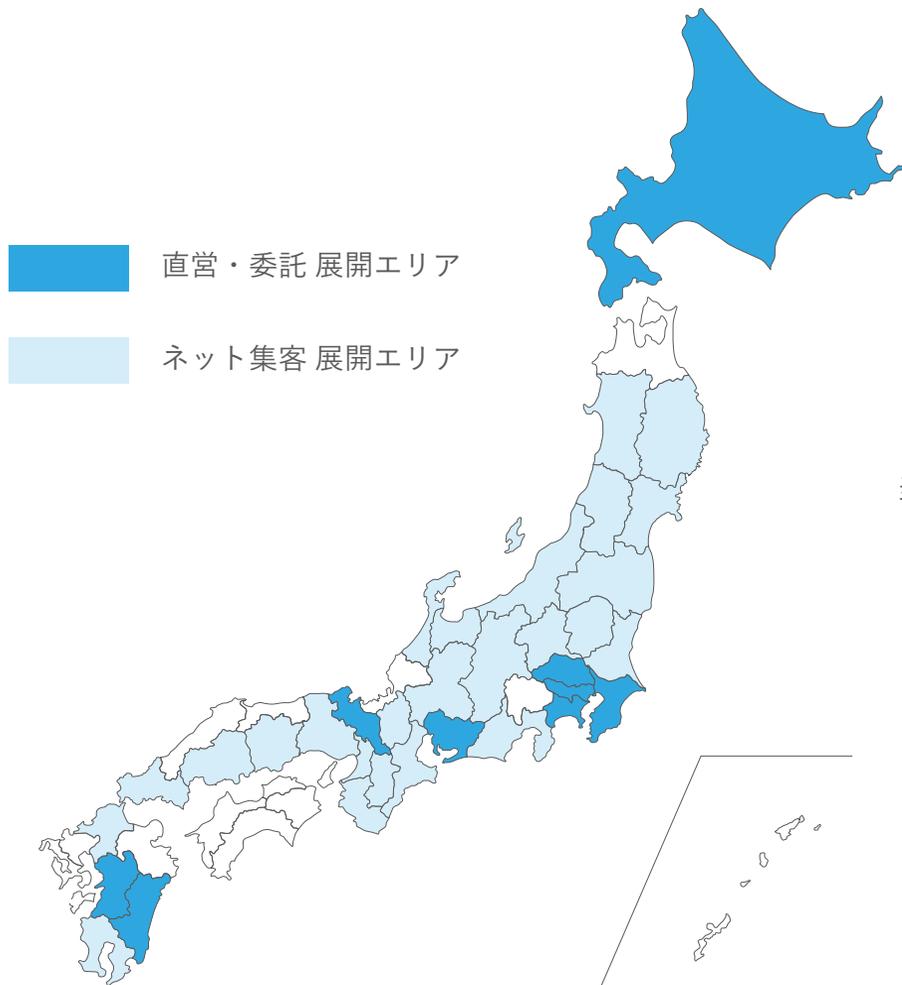
| | |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名 | 株式会社 きずなホールディングス |
| 設立 | 2017年6月 |
| 本社所在地 | 東京都港区芝四丁目5番10号 |
| 代表者 | 代表取締役社長兼グループCEO 中道 康彰 |
| 資本金 | 153,360,000円 |
| 従業員数 | 536人（正社員207人、契約社員・パート社員329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、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/89店（北海道 17、千葉 16、神奈川 1、愛知 12、京都6、宮崎 21、熊本16） 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11月末日時点

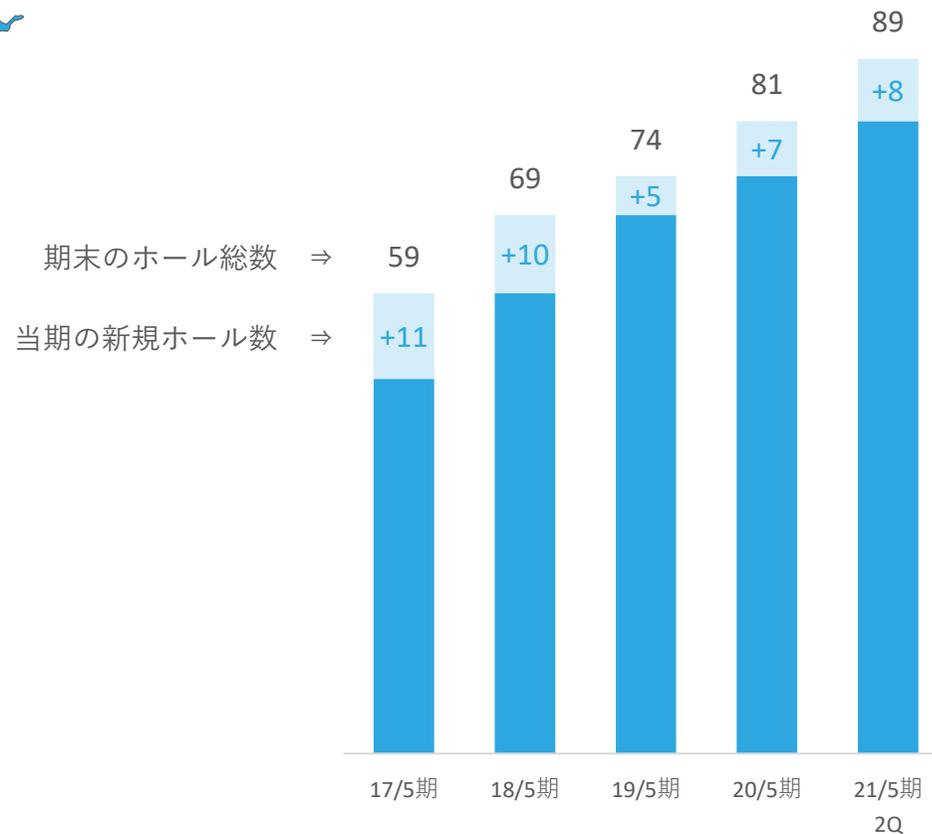


当社の展開エリア

- 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

従来の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**

従来の葬儀では、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てる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

従来の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

従来の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。



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。