



2022年5月期 第3四半期

決算説明資料

2022年4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 グロース市場
証券コード：7086



- 03-16 2022年5月期 第3四半期 決算概要
- 18-20 Appendix 会社概要



連結業績ハイライト

- 3Q累計 前期比増収増益を維持。増収幅・増益幅ともに2Q対比拡大
- 単価低迷は継続しているものの、3Q件数は大幅に増加

	2022/5期 3Q実績	前期比
売上収益	6,807 百万円	+15.1%
営業利益	812 百万円	+65.7%
四半期利益	440 百万円	+87.2%
葬儀件数	7,853 件	+17.3%
葬儀単価	806 千円	△1.6%

Topics

出店

- 3Q累計、7ホールの新規出店
- 通期着地は期初計画通り10ホールの見通し

葬儀件数

- 広告宣伝強化が奏功し、3Q件数は大きく伸長
- 3Q会計期間では前期比+25.4%
(1Q+15.8%、2Q+10.0%)

葬儀単価

- オミクロン株による感染拡大、まん延防止等重点措置発令等により低単価は継続

コスト 利益

- 広告宣伝費を積み増すも、件数大幅増加により吸収
- 営業増益幅は2Q対比213百万円拡大

連結業績サマリー



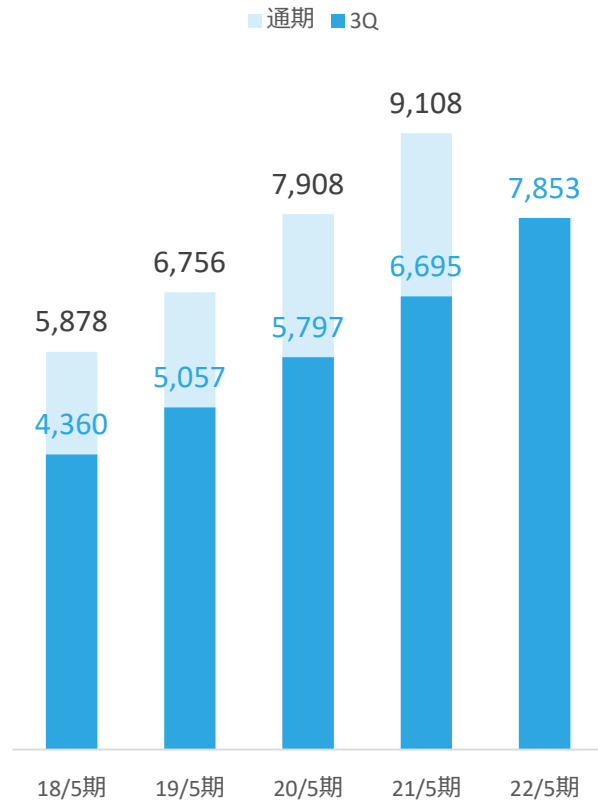
		2021/5期	2022/5期	前期比		2022/5期
		3Q実績	3Q実績	増減	増減率	通期予想
売上収益	百万円	5,914	6,807	892	+ 15.1%	9,200
営業利益	百万円	490	812	322	+ 65.7%	1,000
営業利益率		8.3%	11.9%	+ 3.6pt	—	10.9%
四半期/当期利益	百万円	235	440	205	+ 87.2%	480
四半期/当期利益率		4.0%	6.5%	+ 2.5pt	—	5.2%
葬儀件数	件	6,695	7,853	1,158	+ 17.3%	10,200
葬儀単価	千円	818	806	△ 13	△1.6%	840
ホール数	店	94	106	12	+ 12.8%	109



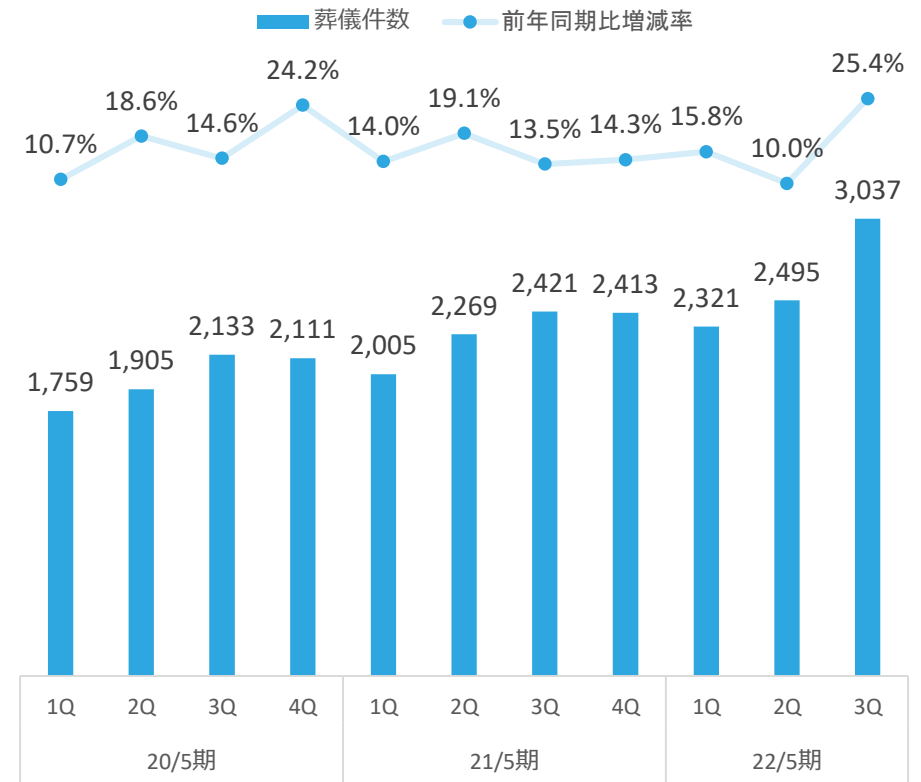
葬儀件数 推移

- 2Qは市場成長鈍化（展開エリア内の死亡者数増加率の鈍化）により件数伸び率が一時的に落ち込んだが、3Qは広告宣伝投資の強化もあり、前期比+25.4%と大きく伸長

葬儀件数_通期推移



葬儀件数_四半期推移

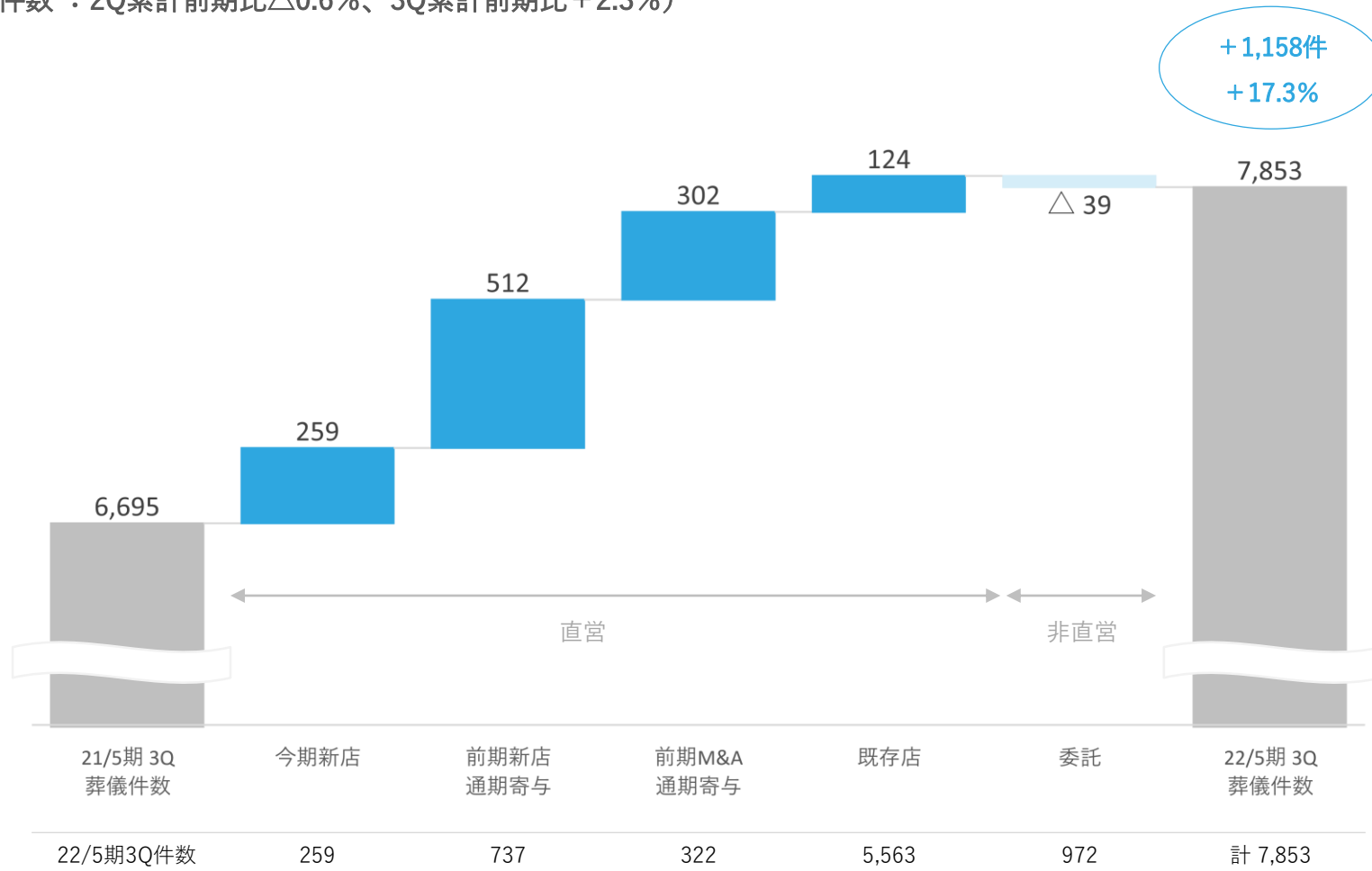


※死亡者数は、夏季（1Q）が少なく冬季（3Q）が多い傾向にあり、葬儀件数には季節性があります。



葬儀件数 増減要因

- 新店及び、前期M&Aの通期寄与により大きく増加
- 2Q累計では若干のマイナスであった既存店もプラスに回復
(既存店件数：2Q累計前期比 Δ 0.6%、3Q累計前期比+2.3%)



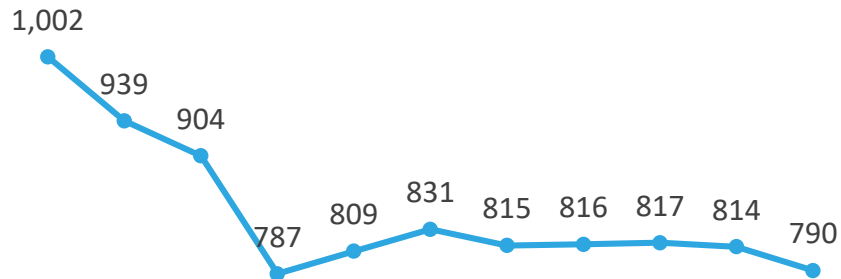
※委託：当社にて集客を行い、公営斎場等の外部ホールにて提携葬儀社に葬儀施行を委託するビジネスモデル。主に首都圏で展開。



葬儀単価 推移

- コロナ本格化の20/5期4Qに単価は大きく下落
- 直近では、感染者数が落ち着いた昨年11月頃に回復を見せるも、オミクロン株の影響により再度低下

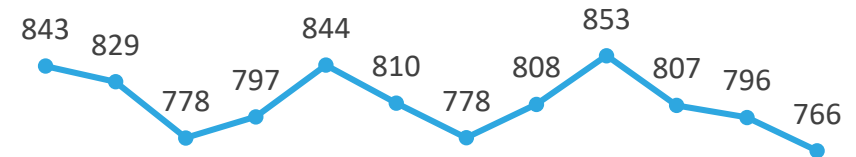
葬儀単価_四半期推移



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
20/5期				21/5期				22/5期		

葬儀単価_月次推移

(単位：千円)



3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
21/5期4Q			22/5期1Q			22/5期2Q			22/5期3Q		

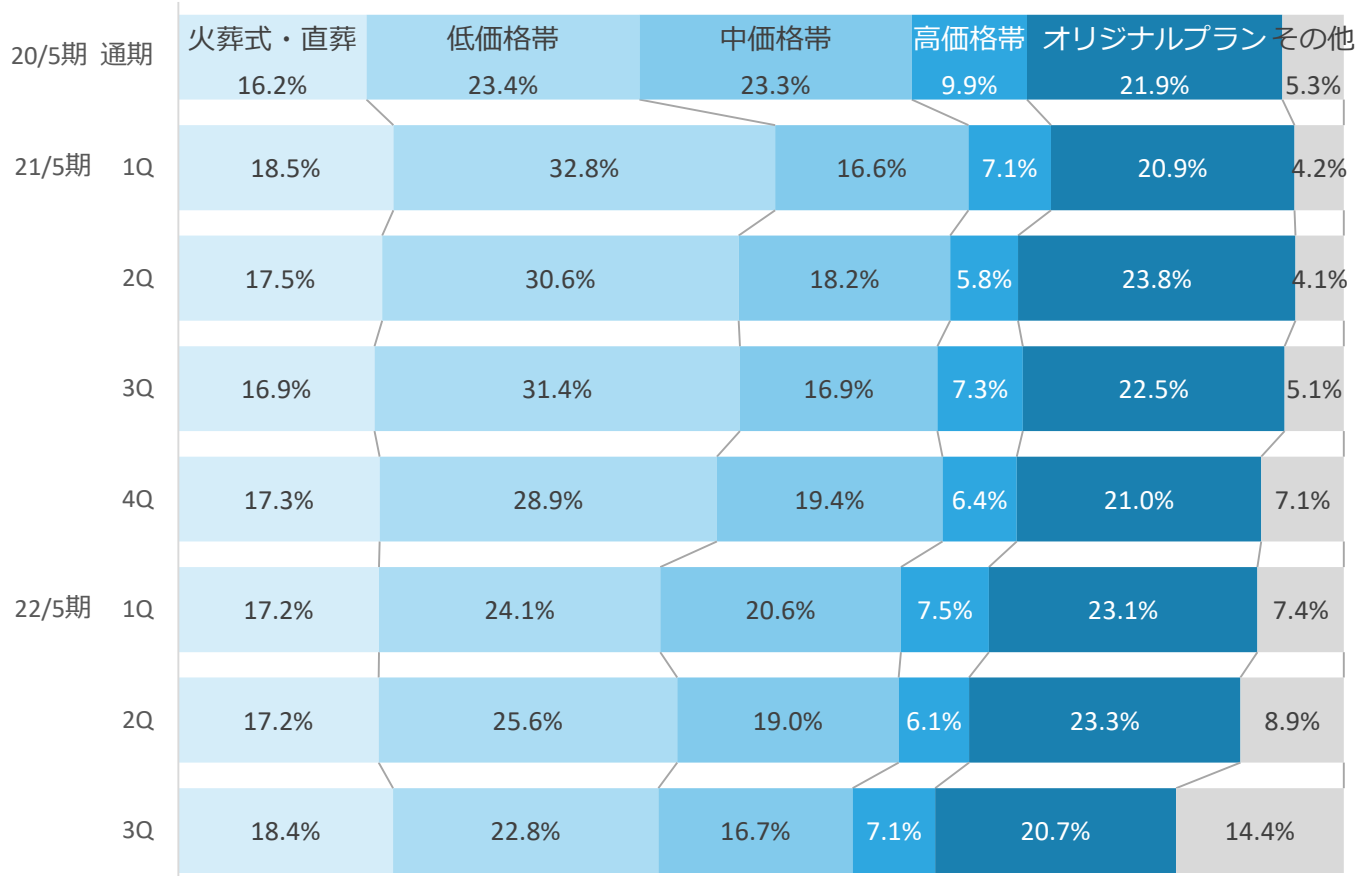
←→ 緊急事態宣言/まん延防止等重点措置期間



葬儀単価 増減要因

- コロナ発生以降、参列者数減少と、それに伴う葬儀の簡素化により葬儀単価が低下
- 当期3Qは、直葬比率増加やオリジナルプラン比率低下等により単価は低下

プラン価格帯別の葬儀件数比率



葬儀単価

平均参列者数

903千円	31.2人
809千円	22.5人
831千円	22.5人
815千円	20.9人
816千円	22.8人
817千円	21.2人
814千円	21.9人
790千円	22.1人

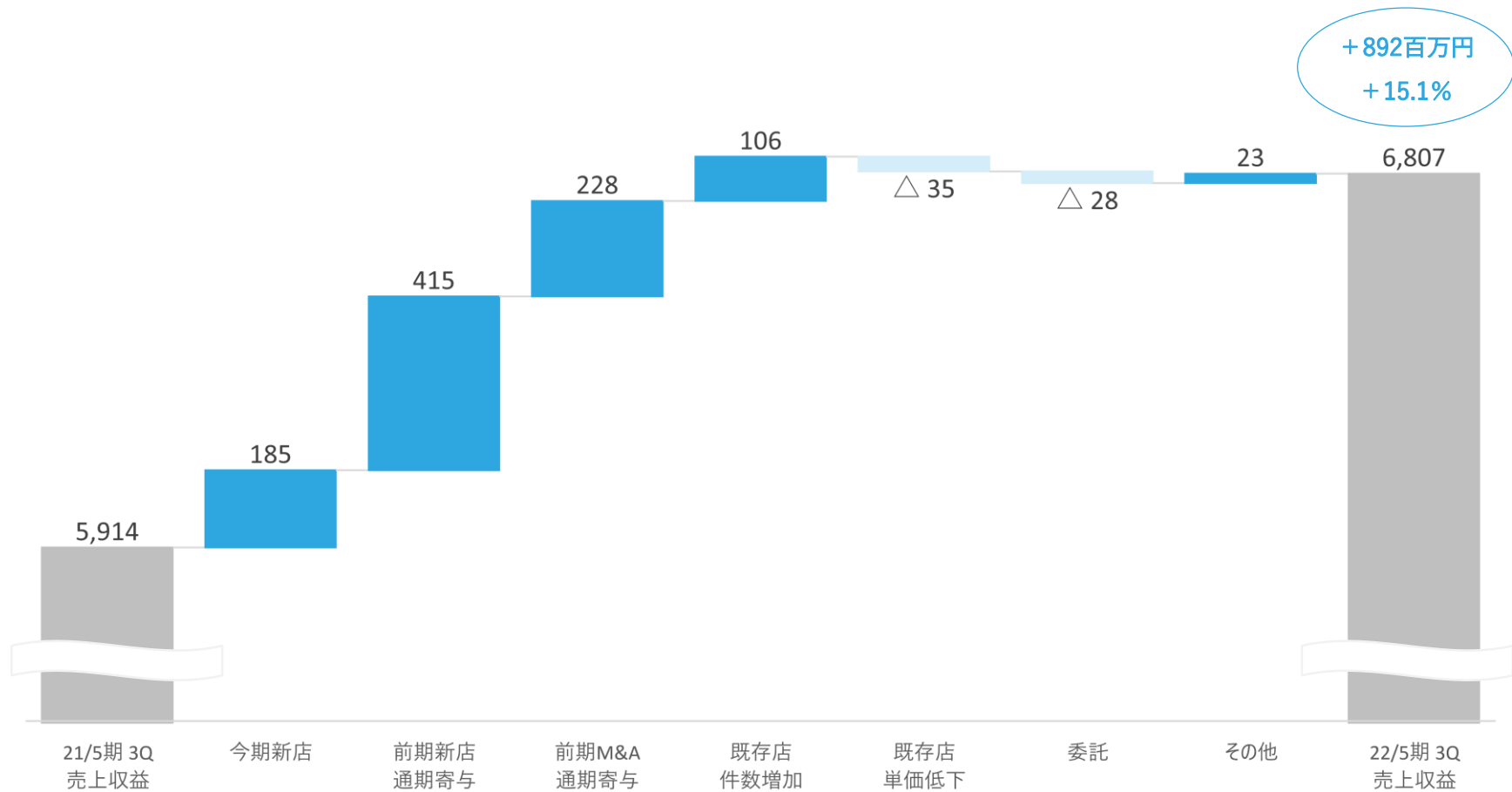
※21/5期3Qに子会社化した備前屋の件数は「その他」区分に含んでおりますが、同社件数が増加したことにより「その他」の比率が増加しています。足元の同社単価は全社単価よりやや低く、その点も3Qの全社単価低下の要因となります。



売上収益 増減要因

- 新店・前期M&Aが大きく寄与し、前期比+892百万円（+15.1%）の増収

（単位：百万円）

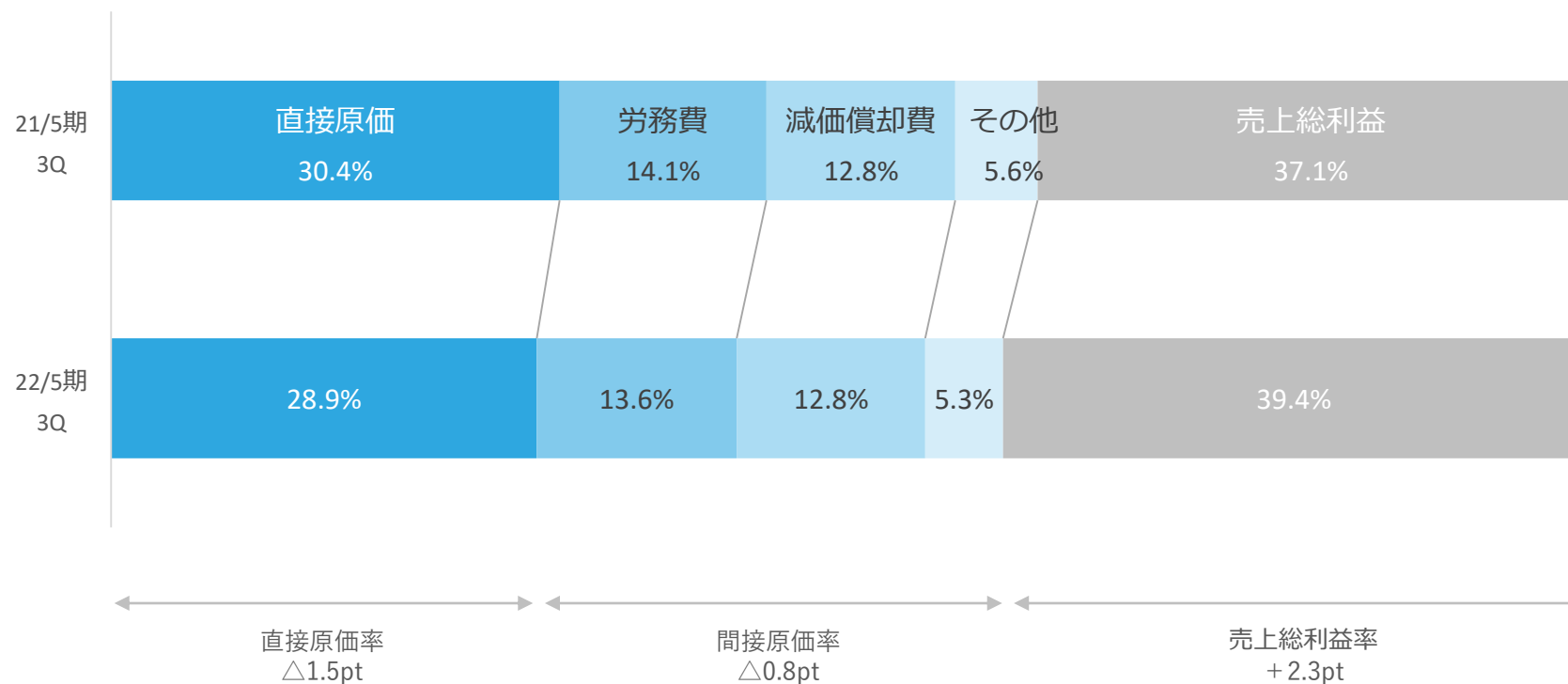




原価率 増減要因

- 内製化率向上、仕入見直し等の継続により直接原価率は低下
- 増収により間接コスト負担も低下し、売上総利益率は前期比+2.3pt

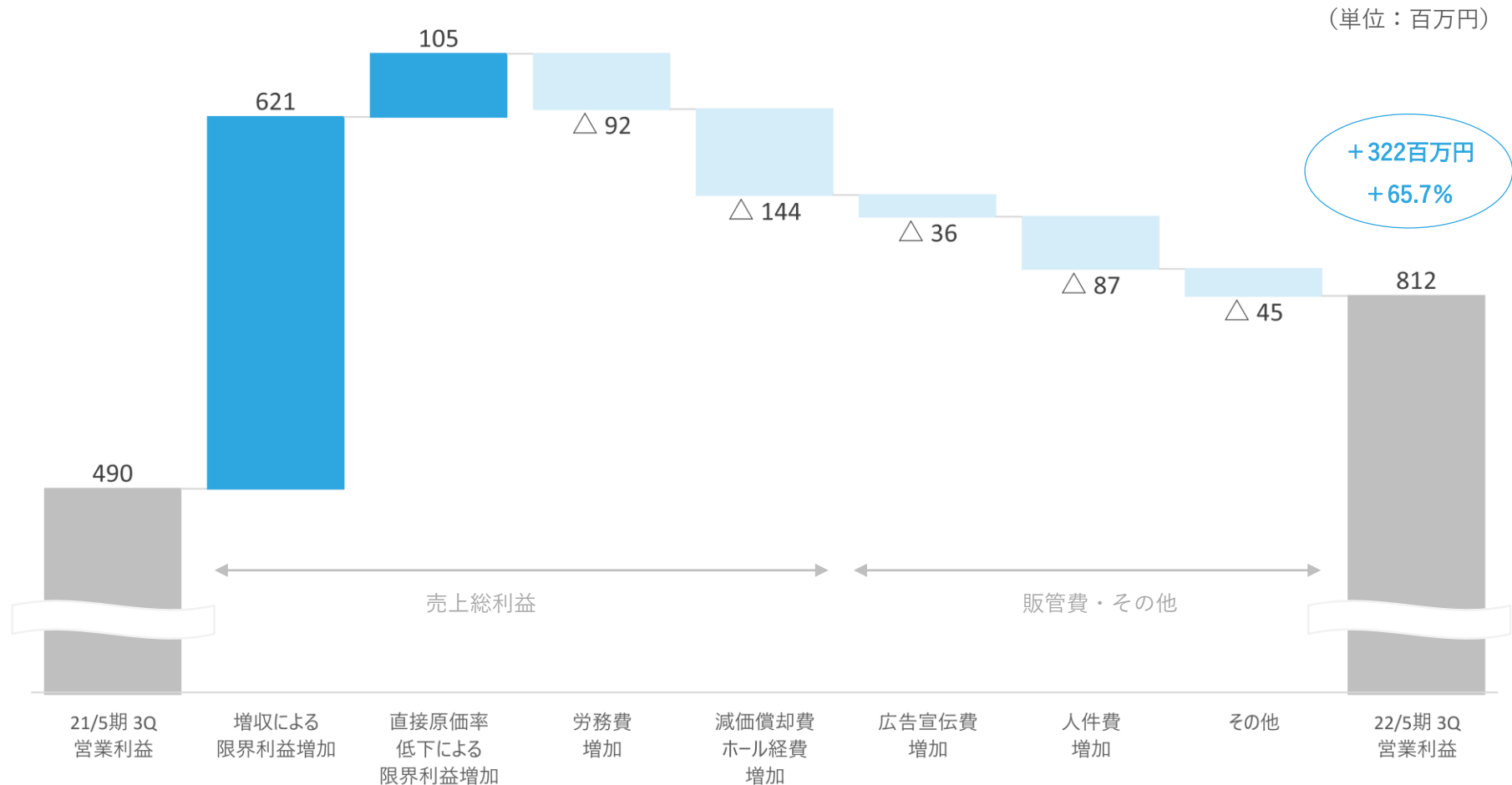
原価・売上総利益の対売上収益比率





営業利益 増減要因

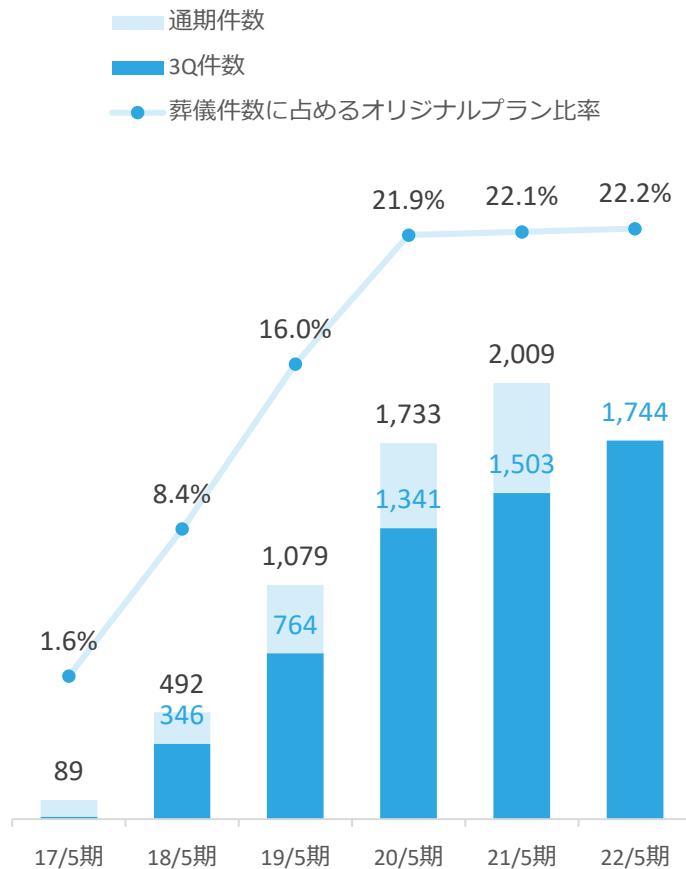
- 増収及び、直接原価率の低下が寄与し、前期比+322百万円の営業増益
- 2Q対比、営業増益幅は+213百万円拡大



オリジナルプラン（オーダーメイド型葬儀プラン）

- 「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、2016年より当社独自のオーダーメイド型葬儀をスタート
- コロナ下においても着実に件数を伸ばし、サービス開始からの累計件数は7,000件を突破

オリジナルプラン件数／葬儀件数比率

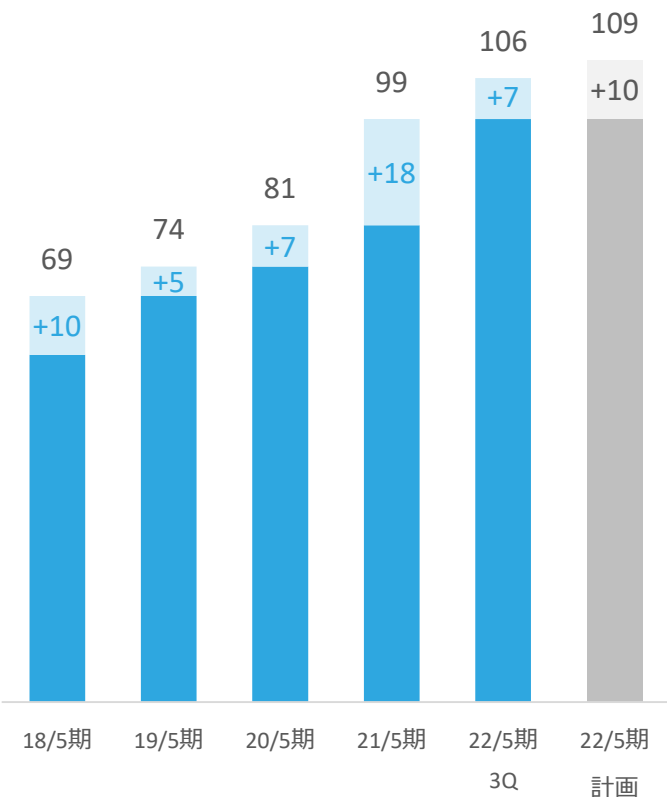




店舗数

- 3Q累計で7ホールの新規出店
- 通期着地は期初計画通り10ホールの見通し

店舗数推移



店舗数内訳

エリア	21/5期末	22/5期 3Q	
	店舗数	増減	店舗数
北海道	18		18
千葉	18	1	19
神奈川	1		1
愛知	14		14
京都	6		6
奈良	-	1	1
岡山	3	1	4
熊本	17	1	18
宮崎	22	3	25
計	99	7	106

P/L サマリー



(単位：百万円)

	2021/5期 3Q		2022/5期 3Q		増減
		売上比		売上比	
売上収益	5,914	100.0%	6,807	100.0%	892
売上原価	3,719	62.9%	4,122	60.6%	402
直接原価	1,800	30.4%	1,966	28.9%	166
労務費	831	14.1%	923	13.6%	92
減価償却費	757	12.8%	871	12.8%	113
その他	330	5.6%	360	5.3%	30
売上総利益	2,194	37.1%	2,685	39.4%	490
販管費・その他	1,704	28.8%	1,872	27.5%	168
広告宣伝費	509	8.6%	545	8.0%	36
人件費	742	12.6%	829	12.2%	87
その他	452	7.6%	497	7.3%	44
営業利益	490	8.3%	812	11.9%	322
税引前利益	365	6.2%	681	10.0%	315
四半期利益	235	4.0%	440	6.5%	205



B/S サマリー

- 新規出店により、有形固定資産・使用権資産及び、リース負債が増加

(単位：百万円)

	2021/5期 期末	2022/5期 3Q	増減
流動資産	1,347	1,712	365
現金及び現金同等物	1,056	1,358	302
非流動資産	19,536	20,301	765
有形固定資産	4,138	4,412	273
使用権資産	10,911	11,322	411
のれん	3,625	3,625	0
資産合計	20,883	22,014	1,130
流動負債	2,554	2,689	135
借入金	599	770	170
リース負債	825	869	43
非流動負債	14,382	14,936	554
借入金	3,999	4,123	123
リース負債	10,027	10,445	418
負債合計	16,936	17,625	689
資本	3,947	4,388	441
負債及び資本合計	20,883	22,014	1,130

※当社は、IFRSリース会計基準に基づき、リース取引を使用権資産・リース負債として認識しています。
使用権資産・リース負債のうち大部分は、ホールの賃借によるものです。

CF サマリー



(単位：百万円)

	2021/5期 3Q	2022/5期 3Q	増減
営業CF	1,208	1,297	89
税引前四半期利益	365	681	315
減価償却費	861	984	122
法人所得税の支払額	△ 118	△ 333	△ 215
その他	99	△ 34	△ 133
投資CF	△ 862	△ 645	216
有形固定資産の取得	△ 631	△ 559	71
子会社株式の取得	△ 176	-	176
その他	△ 55	△ 86	△ 31
財務CF	124	△ 349	△ 473
借入金の借入	999	791	△ 208
借入金の返済	△ 310	△ 504	△ 193
リース負債の返済	△ 563	△ 635	△ 71
現金等の増減額	469	302	△ 167
現金等の期首残高	513	1,056	542
現金等の期末残高	983	1,358	374



□ 03-16 2022年5月期 第3四半期 決算概要

■ 18-20 Appendix 会社概要



企業概要

- 当社は、葬儀葬祭業を営む事業会社3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33都道府県にて葬儀施行可能な体制を整備
- 2000年の当社前身創業以来、「家族葬のパイオニア」として家族葬市場をリード

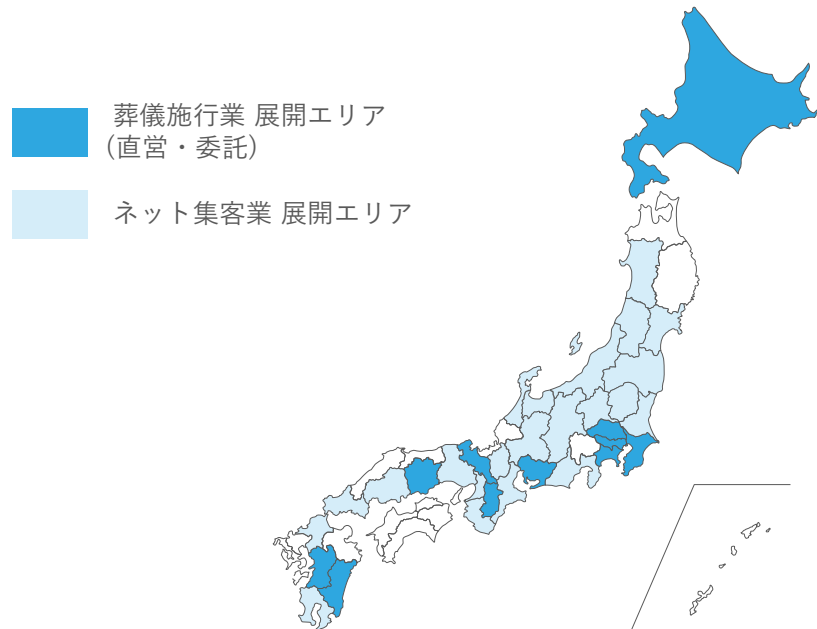
きずなホールディングス (グループ経営戦略の立案・推進・管理)

家族葬のファミリー
(葬儀施行業・ネット集客業)

花駒
(葬儀施行業)

備前屋
(葬儀施行業)

展開エリア



直営ホール数

家族葬のファミリー	北海道	18
	千葉	19
	神奈川	1
	愛知	14
	熊本	18
	宮崎	25
花駒	京都	6
	奈良	1
備前屋	岡山	4
計	9道府県	106

※2022年2月末日時点



- 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

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 ⇒ **透明で事前を選べる価格へ**

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。

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。