



2024年5月期 第1四半期

決算説明資料

2023年10月13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



03-17 2024/5期 1Q 決算概要

19-21 Appendix① 会社概要

23-26 Appendix② 事業計画

28-33 Appendix③ FAQ



# 連結業績ハイライト

- 件数伸び率がやや鈍化したものの、単価回復が継続し大幅増収
- 前期からの積極投資に伴う固定費増加等により利益横這いとなるが、概ね期初計画通りの進捗

	2024/5期 1Q実績	前期比
売上収益	2,725 百万円	+19.2%
営業利益	199 百万円	+0.6%
四半期利益	96 百万円	△3.0%
葬儀件数	2,975 件	+8.3%
葬儀単価	859 千円	+11.5%

## Topics

### 出店

- 通期出店計画20に対して、5ホールの新規出店

### 葬儀件数

- 前期4Qより超過死亡反動影響が継続
- 件数伸び率はやや鈍化

### 葬儀単価

- オリジナルプランの好調が継続
- 前期後半からの単価回復がさらに進む

### コスト 利益

- 前期からの出店・人員投資により固定費が増加  
1Qは閑散期のため相対的な固定費負担割合も大
- 本社移転等の一過性費用計上も重なり、利益横這い  
だが、計画内の利益進捗

# 連結業績サマリー



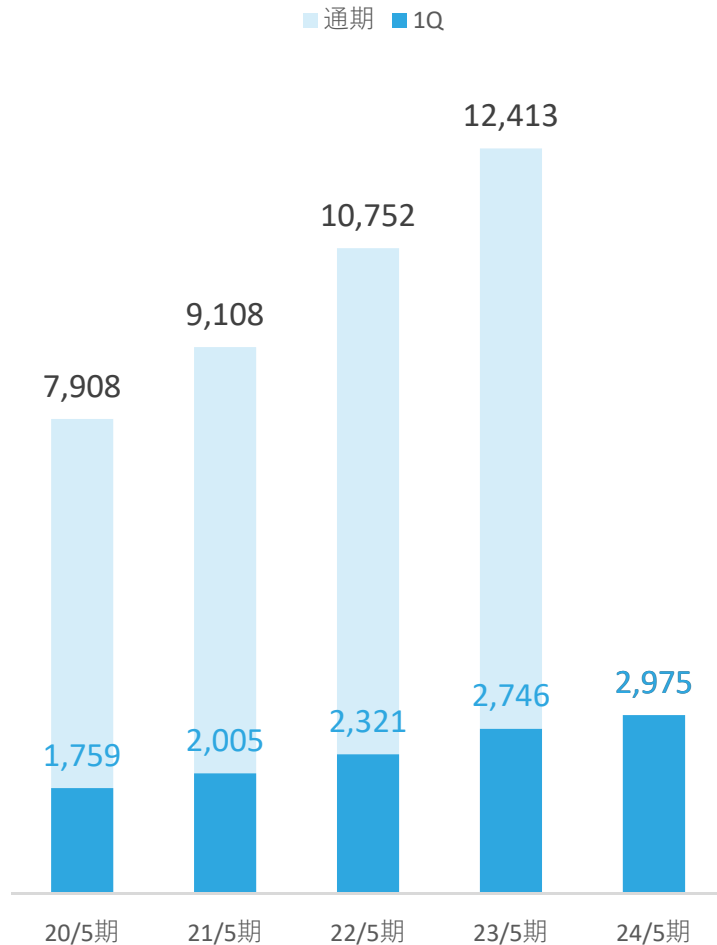
		2023/5期	2024/5期	前期比		2024/5期
		1Q実績	1Q実績	増減	増減率	通期予想
売上収益	百万円	2,285	<b>2,725</b>	439	+ 19.2%	12,680
営業利益	百万円	197	<b>199</b>	1	+ 0.6%	1,610
	営業利益率	8.7%	<b>7.3%</b>	△1.4pt	—	12.7%
四半期/当期利益	百万円	99	<b>96</b>	△ 3	△3.0%	900
	四半期/当期利益率	4.3%	<b>3.5%</b>	△0.8pt	—	7.1%
葬儀件数	件	2,746	<b>2,975</b>	229	+ 8.3%	13,870
葬儀単価	千円	770	<b>859</b>	89	+ 11.5%	861
ホール数	店	113	<b>135</b>	22	+ 19.5%	150



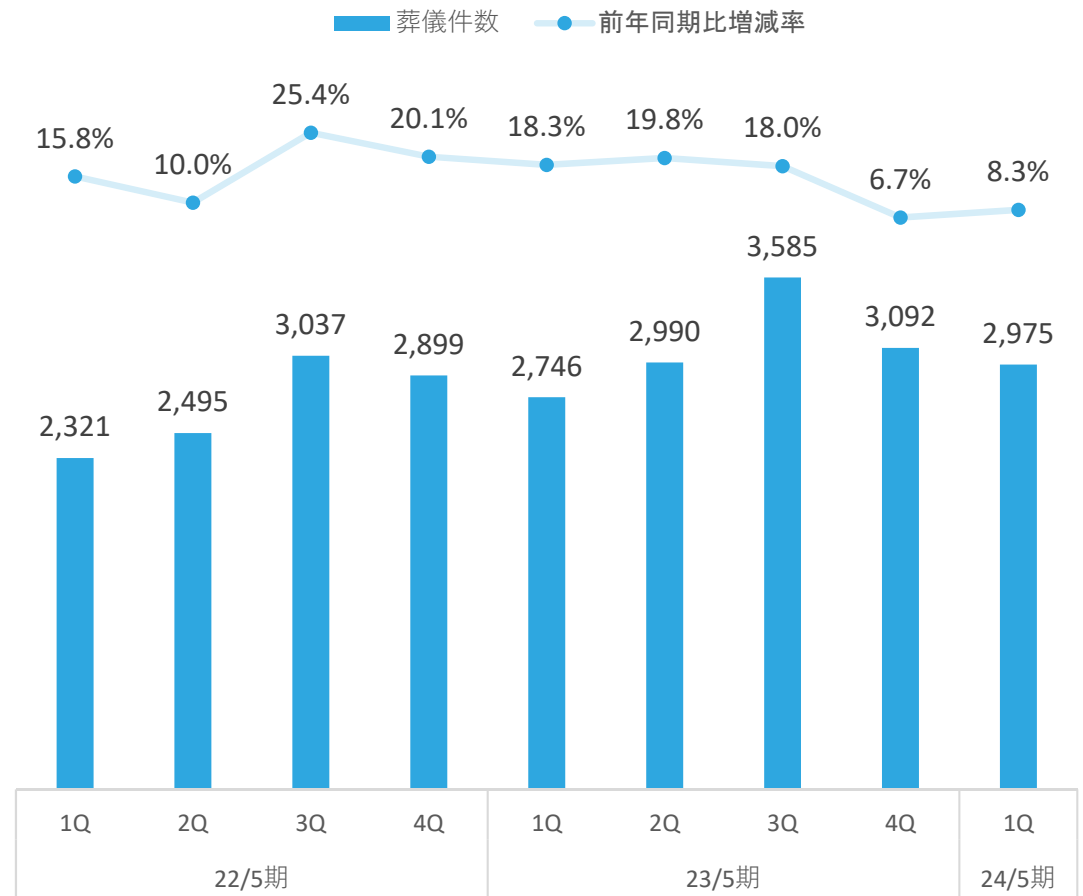
# 葬儀件数 推移

- 2022年～2023年初頭は全国的な超過死亡傾向にあったが、23/5期4Q頃より収束の傾向が見られ、死亡者数の伸び率は鈍化
- 上記市場要因により当社件数伸び率もやや鈍化しているが、当社件数シェアの低下等は見られない

## 葬儀件数\_通期推移



## 葬儀件数\_四半期推移

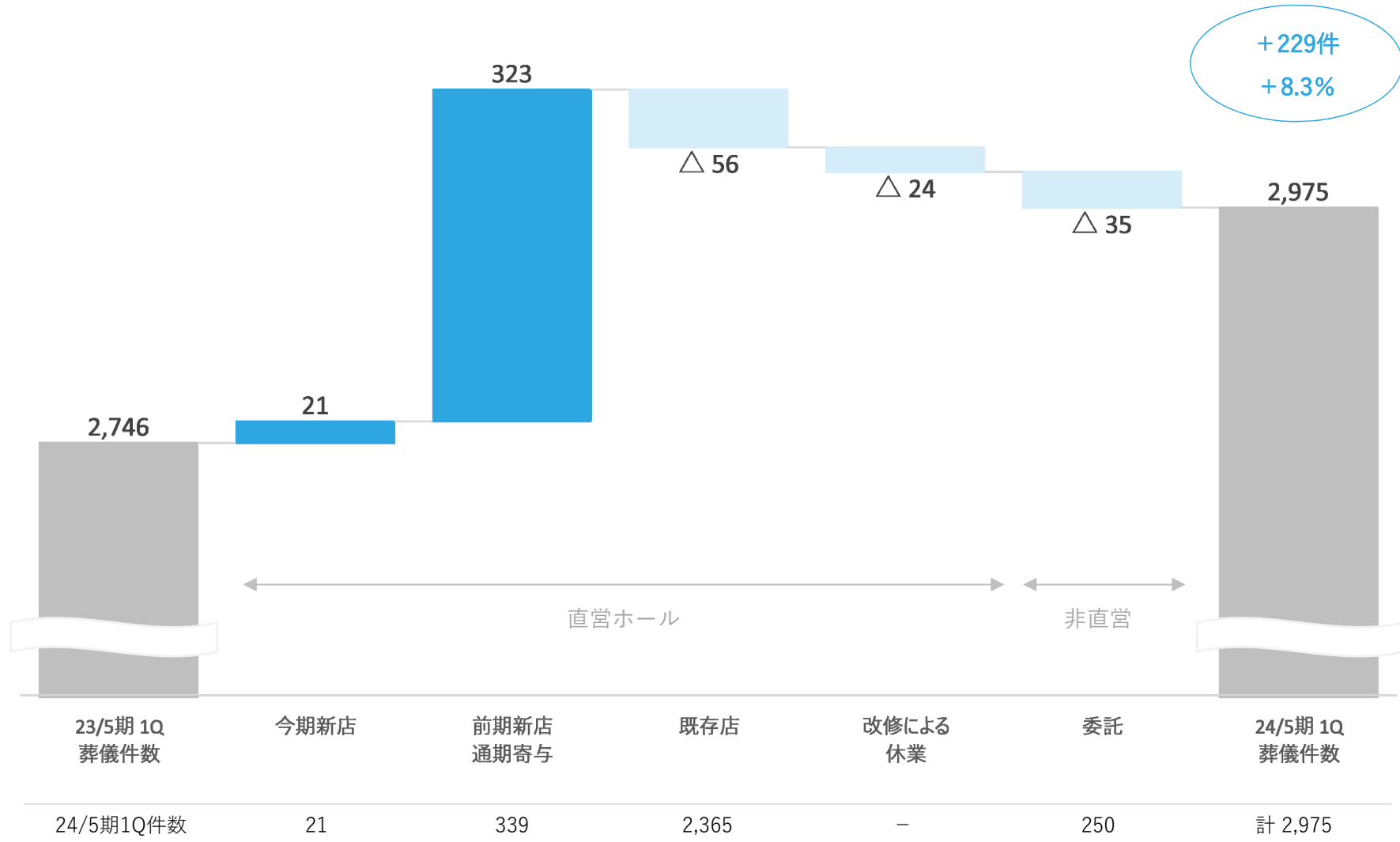


※死亡者数は、夏季（1Q）が少なく冬季（3Q）が多い傾向にあり、葬儀件数には季節性があります。



# 葬儀件数 増減要因

- 既存店件数は前期比△56件（△2.3%）の減少となるも、前期新店の通期寄与により全体件数は+229件（+8.3%）の増加



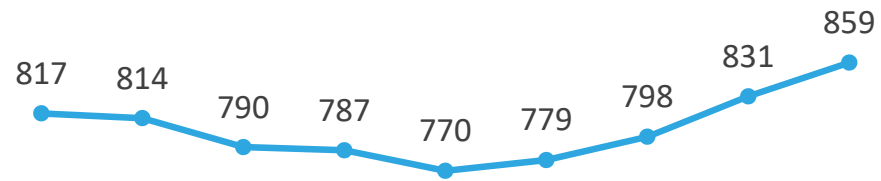
※委託：当社にて集客を行い、公営斎場等の外部ホールにて提携葬儀社に葬儀施行を委託するビジネスモデル。主に首都圏で展開。



# 葬儀単価 推移

- オリジナルプランの好調、コロナ収束等を受け、単価回復が継続

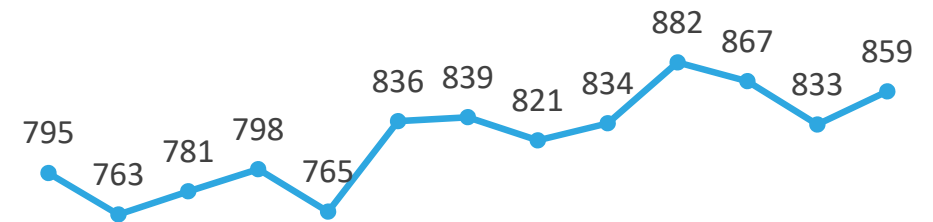
## 葬儀単価\_四半期推移



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
22/5期				23/5期				24/5期

## 葬儀単価\_月次推移

(単位：千円)



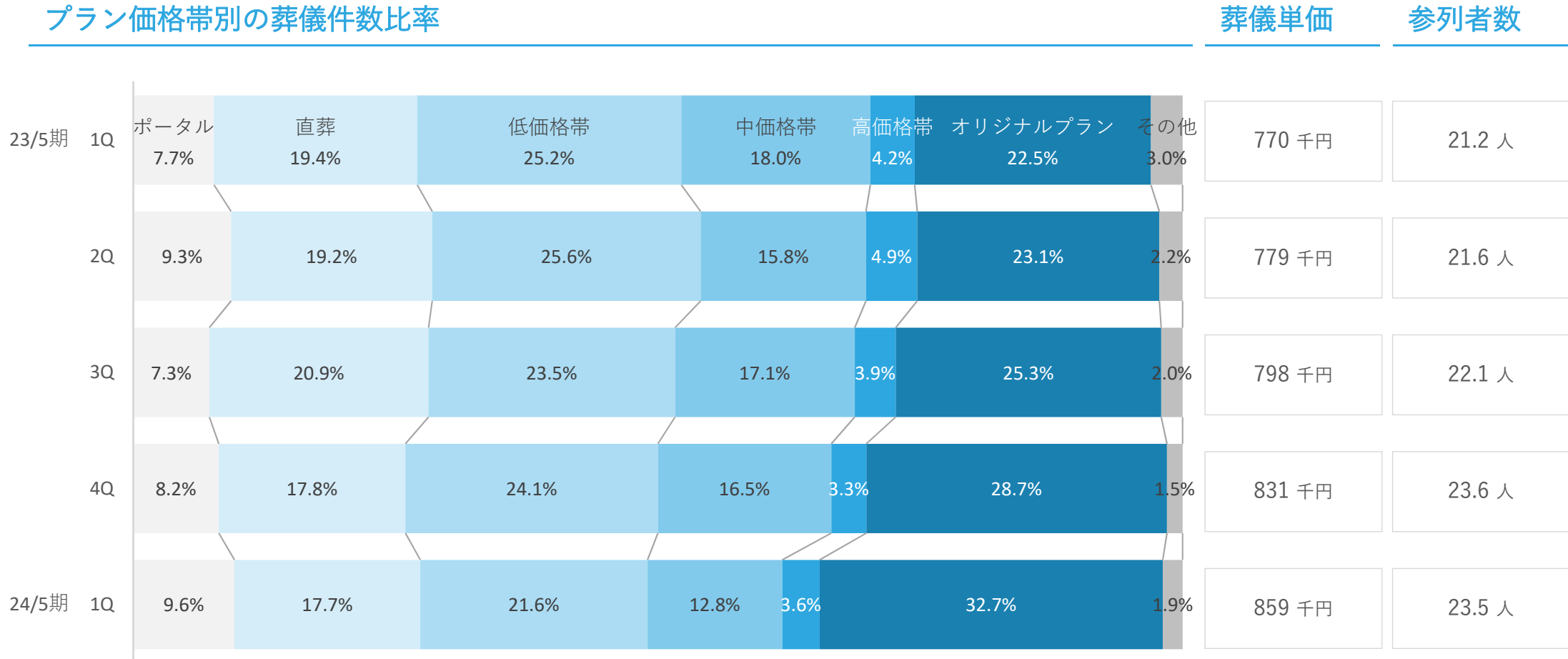
9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2Q			3Q			4Q			1Q			2Q
23/5期						24/5期						



# 葬儀単価 増減要因

- ポータル比率の若干の上昇はあるものの、オリジナルプラン比率の大幅上昇が全体単価向上に大きく貢献
- オリジナルプラン比率は6四半期連続で上昇し、初の30%台に

## プラン価格帯別の葬儀件数比率



※「ポータル」：インターネット集客事業者（葬儀ポータル）からの紹介による葬儀。  
葬儀ポータルのプランで施行することが主であり、当区分における直葬～低価格帯程度の単価が中心。

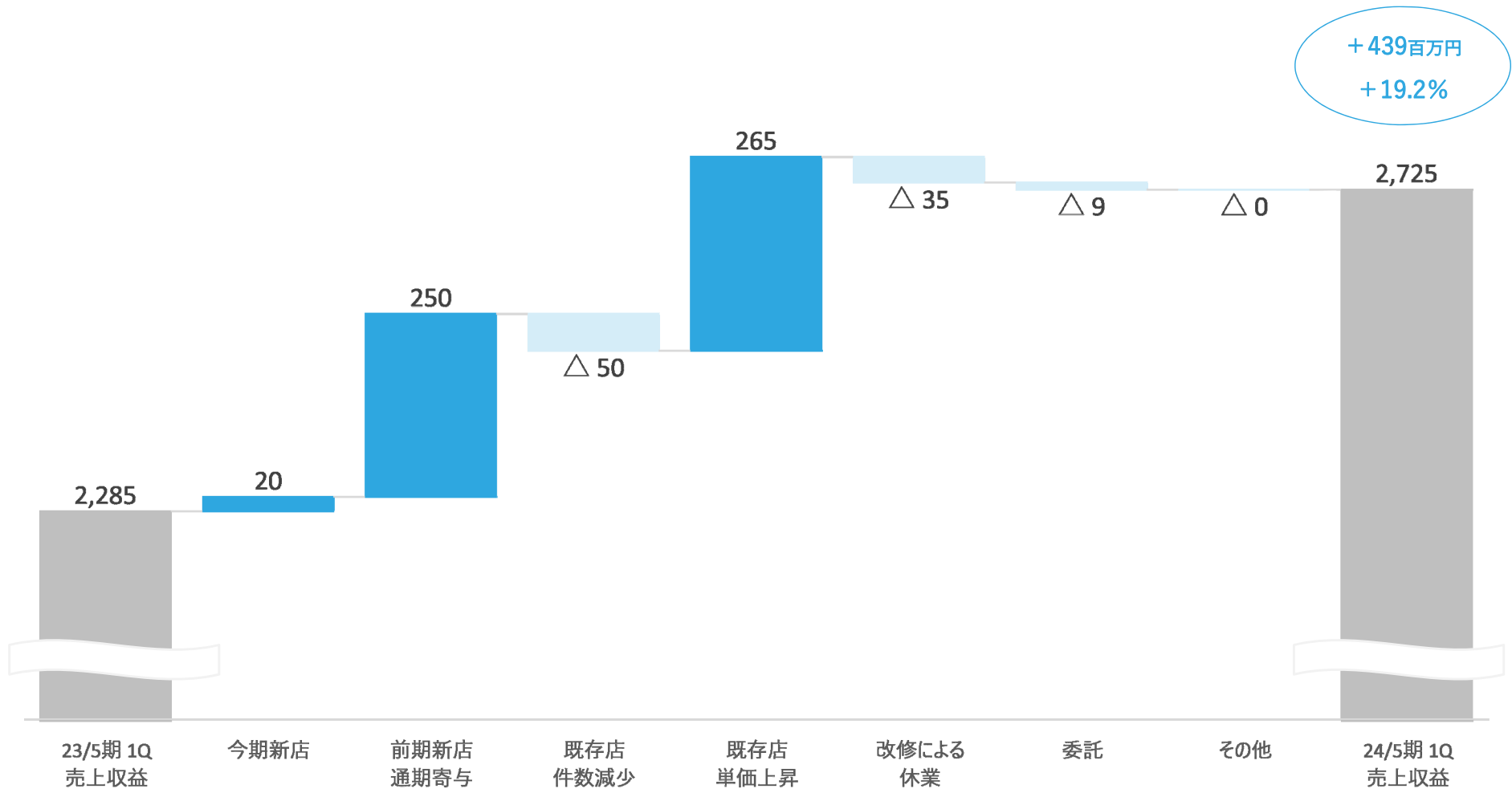




# 売上収益 増減要因

- 既存店は件数減少の影響を単価上昇によりカバーし、+215百万円（+11.3%）の増収
- 前期新店寄与もあり、全体で+439百万円（+19.2%）の増収

（単位：百万円）

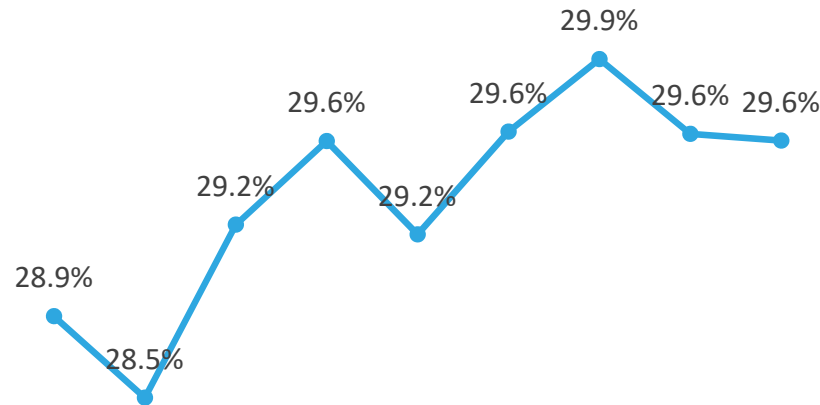




# 原価率 増減要因

- 物価高に伴い直接原価率は上昇傾向にあったが、足元では単価回復の影響もあり多少落ち着きつつある
- 前期からの積極投資（出店・人員）に伴い間接原価率が前期比上昇しているが、計画の範囲内

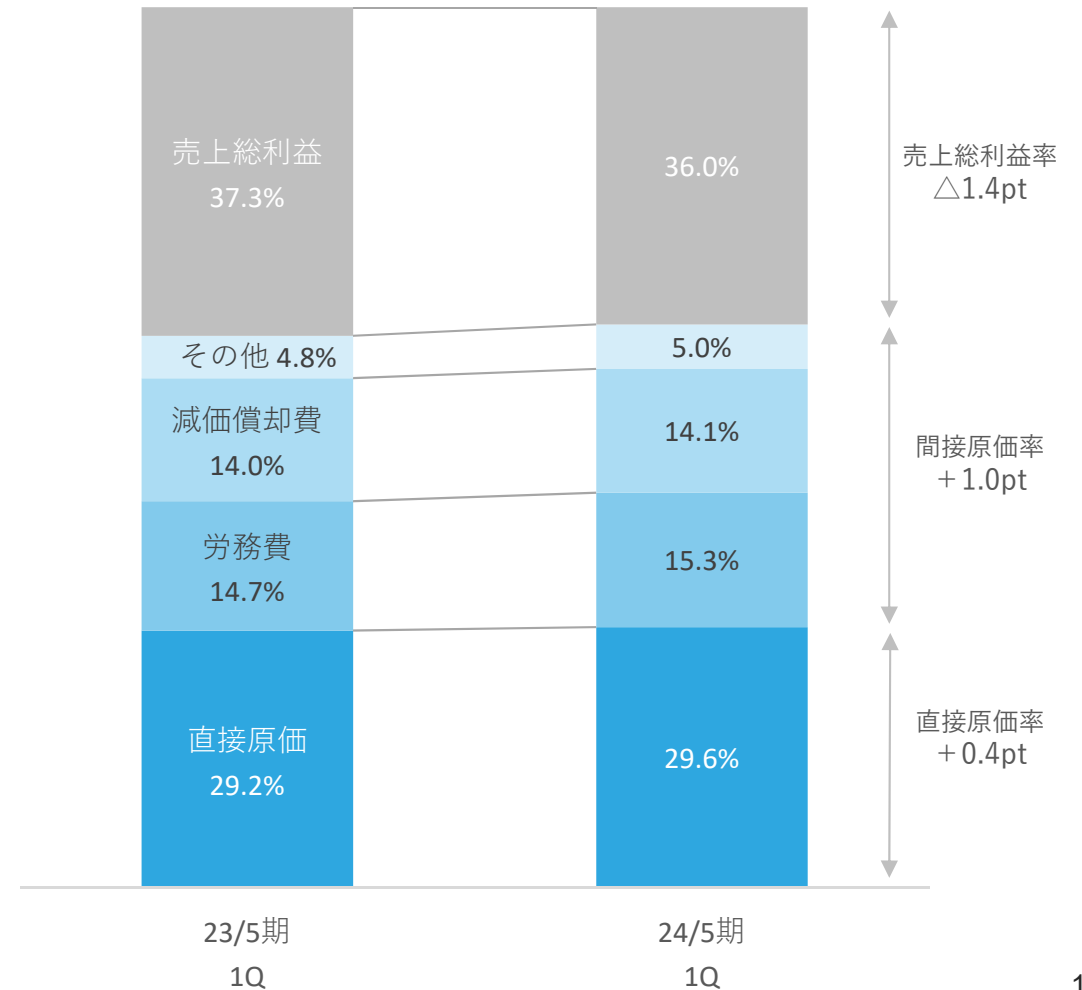
## 直接原価率（四半期推移）



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
22/5期				23/5期				24/5期

※直接原価：仕入や外注等の変動費

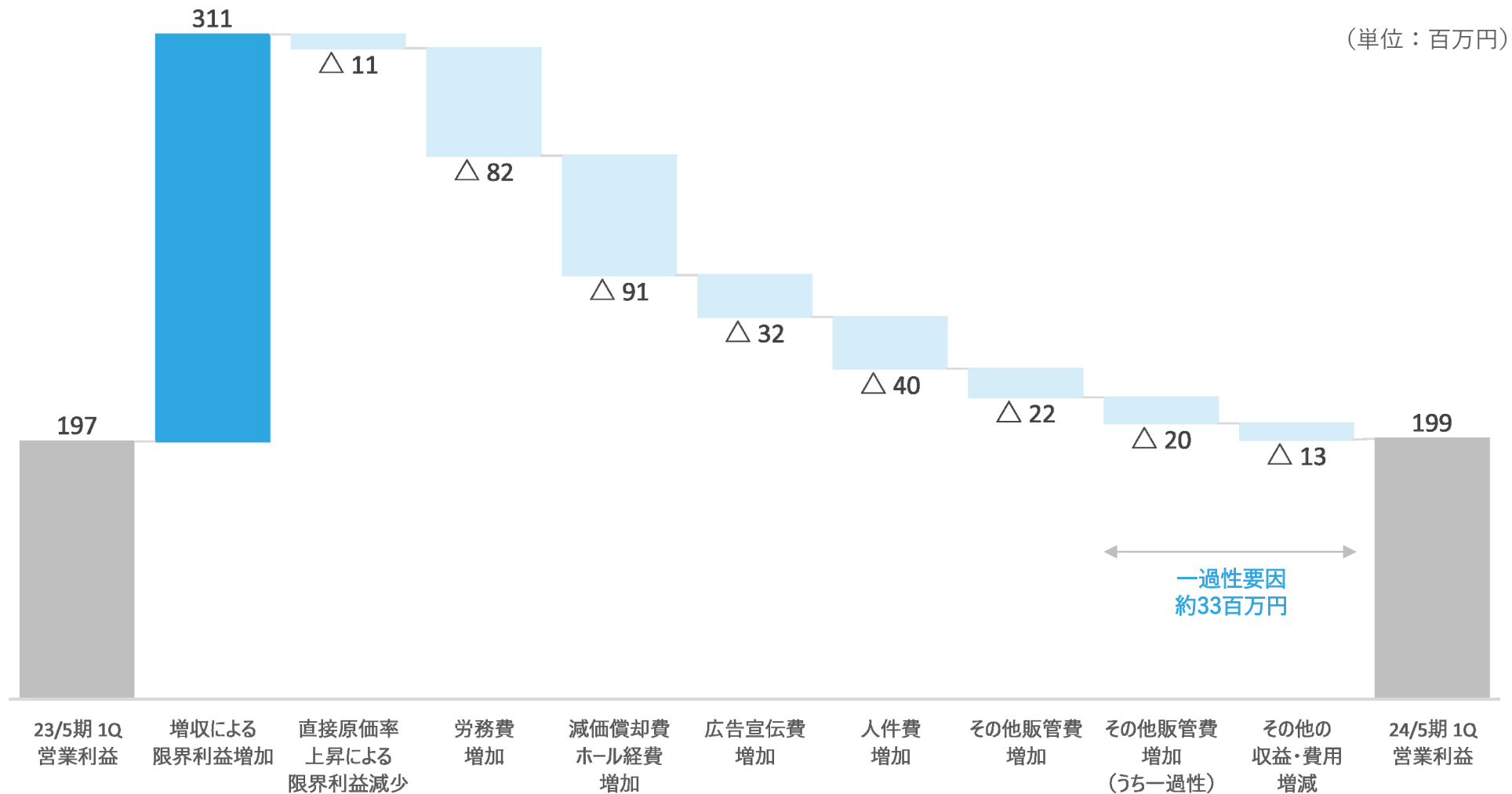
## 原価の対売上収益比率（前年同期比）





# 営業利益 増減要因

- 積極投資の結果、労務費・減価償却費等の間接コストが大きく増加
- 本社移転（23/6月）等による一過性要因もあり、営業利益は前期比横這いだが、概ね計画通りの利益進捗

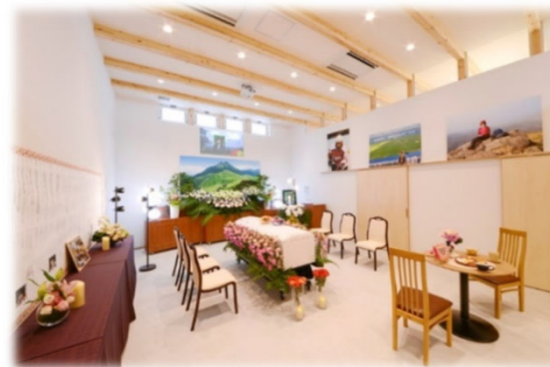
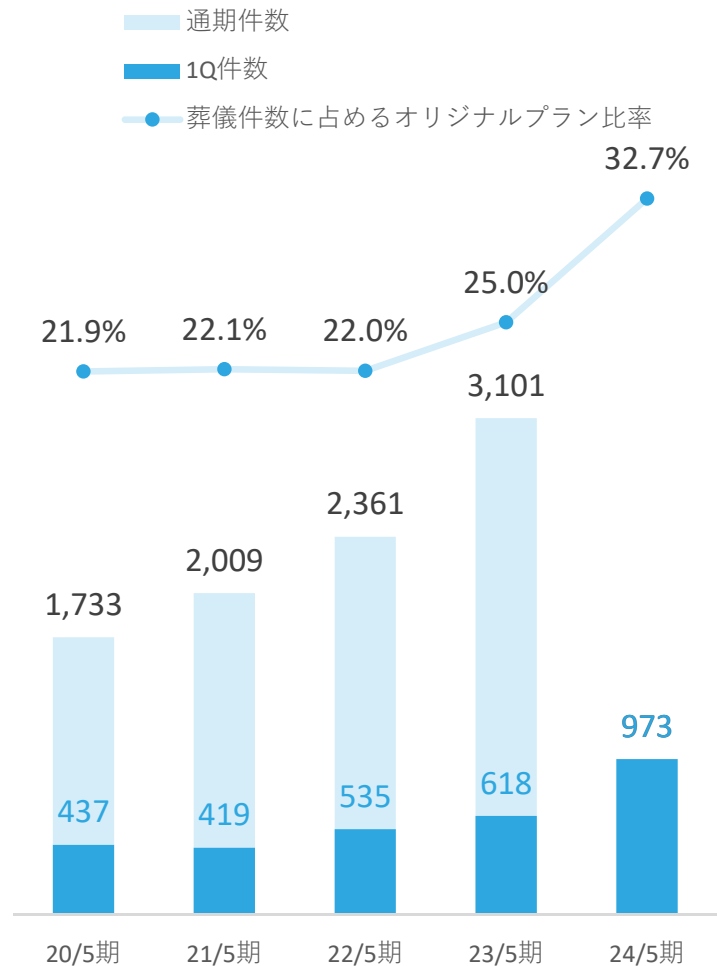




# オリジナルプラン（オーダーメイド型葬儀プラン）

- 「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
- 人員投資に伴う付加価値向上により、前期よりオリジナルプラン比率の上昇が継続していたが、1Qは更に加速

## オリジナルプラン件数／葬儀件数比率

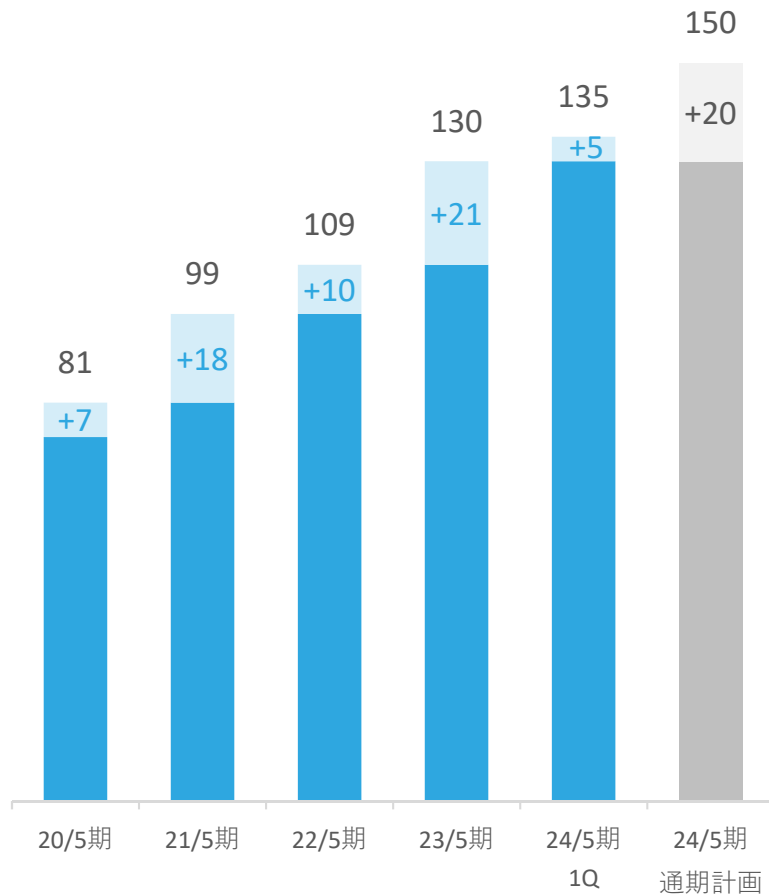




# 店舗数

- 1Qは5ホールの新規出店
- 物件開発の進捗は順調であり、通期計画20ホールの用地は確定

## 店舗数推移



## 店舗数内訳

エリア	23/5期末	24/5期 1Q	
	店舗数	増減	店舗数
北海道	20	2	22
千葉	24	2	26
神奈川	2		2
愛知	20		20
京都	6		6
大阪	1		1
奈良	2		2
岡山	5		5
熊本	20	1	21
宮崎	30		30
計	130	5	135

# P/L サマリー



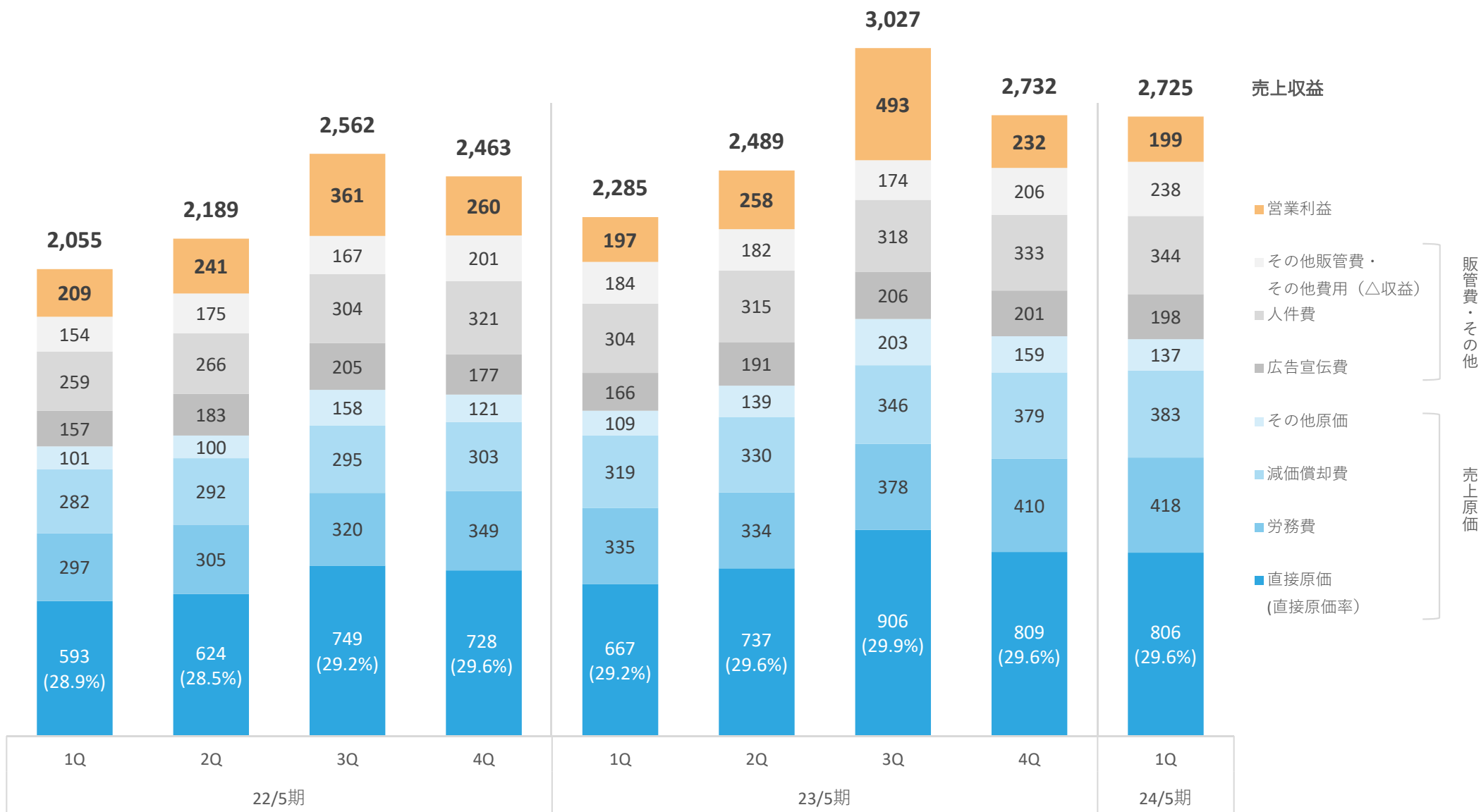
(単位：百万円)

	2023/5期 1Q		2024/5期 1Q		増減
		売上比		売上比	
売上収益	2,285	100.0%	2,725	100.0%	439
売上原価	1,432	62.7%	1,745	64.0%	312
直接原価	667	29.2%	806	29.6%	139
労務費	335	14.7%	418	15.3%	82
減価償却費	319	14.0%	383	14.1%	63
その他	109	4.8%	137	5.0%	27
売上総利益	853	37.3%	980	36.0%	127
販管費	656	28.7%	770	28.3%	113
広告宣伝費	166	7.3%	198	7.3%	32
人件費	304	13.3%	344	12.6%	39
その他	185	8.1%	227	8.3%	41
その他の費用 (△収益)	△ 1	△0.1%	10	0.4%	12
営業利益	197	8.7%	199	7.3%	1
税引前四半期利益	152	6.7%	146	5.4%	△ 5
四半期利益	99	4.3%	96	3.5%	△ 3

# P/L 四半期推移



(単位：百万円)



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

# B/S サマリー



(単位：百万円)

	2023/5期末	2024/5期 1Q	増減
流動資産	1,827	1,861	33
現金及び現金同等物	1,454	1,451	△ 3
非流動資産	26,414	27,051	637
有形固定資産	5,532	5,928	395
使用権資産	15,902	16,113	210
のれん	3,625	3,625	0
資産合計	28,242	28,912	670
流動負債	5,531	5,636	105
借入金	3,088	3,277	188
リース負債	1,093	1,114	20
非流動負債	17,453	17,920	466
借入金	2,187	2,434	247
リース負債	14,810	15,001	191
負債合計	22,985	23,557	571
資本	5,256	5,355	98
負債及び資本合計	28,242	28,912	670

※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)

	2023/5期 1Q	2024/5期 1Q	増減
営業CF	83	396	312
税引前四半期利益	152	146	△ 5
減価償却費	357	441	84
法人所得税の支払額	△ 219	△ 170	49
その他	△ 206	△ 21	184
投資CF	△ 342	△ 555	△ 212
有形固定資産の取得	△ 314	△ 490	△ 175
その他	△ 27	△ 64	△ 36
財務CF	184	156	△ 28
短期借入金の借入・返済	150	100	△ 50
長期借入金の借入	360	482	122
長期借入金の返済	△ 89	△ 142	△ 52
リース負債の返済	△ 235	△ 282	△ 47
現金等の増減額	△ 74	△ 3	70
現金等の期首残高	1,362	1,454	92
現金等の期末残高	1,288	1,451	163



03-17 2024/5期 1Q 決算概要

**19-21 Appendix① 会社概要**

23-26 Appendix② 事業計画

28-33 Appendix③ FAQ



# 企業概要

- 当社グループは、持株会社である当社、葬儀葬祭業を営む連結子会社3社、関連会社1社により構成
- 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

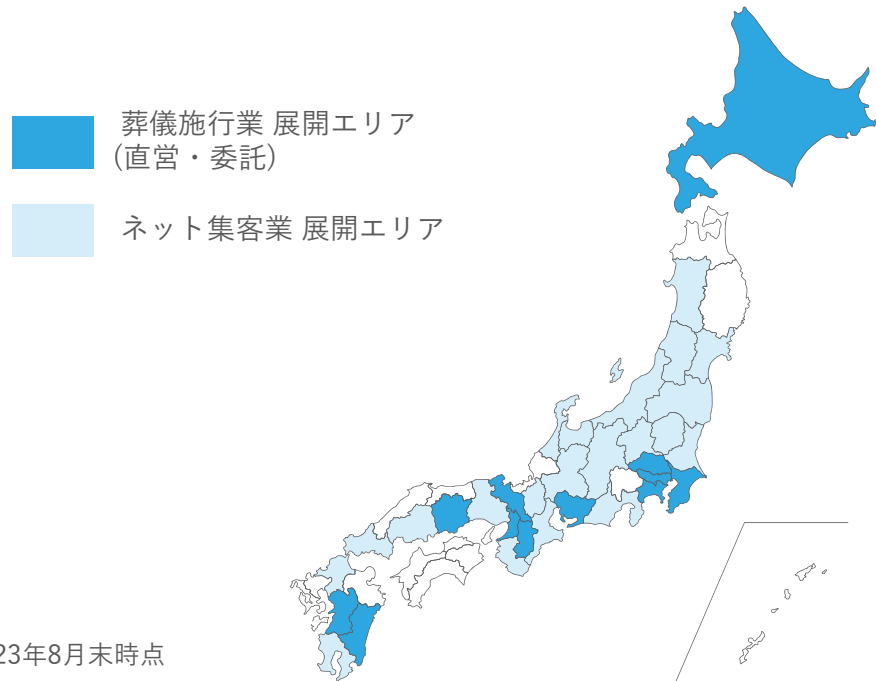
### 備前屋

葬儀施行業

### 学研ファミリー

葬儀施行業（持分比率49%）

## 展開エリア



※2023年8月末時点

## 直営ホール数

家族葬のファミリー	北海道	22
	千葉	26
	神奈川	2
	愛知	20
	熊本	21
	宮崎	30
花駒	京都	6
	大阪	1
	奈良	2
備前屋	岡山	5
計	10道府県	135



- 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。



03-17 2024/5期 1Q 決算概要

19-21 Appendix① 会社概要

**23-26 Appendix② 事業計画**

28-33 Appendix③ FAQ

※ Appendix②事業計画は、2023年7月14日公表の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の一部を抜粋のうえ掲載しており、計画内容に変更はありません。事業計画詳細については、当該資料をご参照ください。



# 【事業計画】ハイライト

- 3ヶ年中期計画をローリング。当該計画の達成状況及び進捗状況を重要な経営指標として設定
- 毎年度ローリングのうえ、次回以降は毎年7月に進捗状況及び新計画を開示の予定

## 23/5期 計画比実績

- 前中計における「先行投資期」の位置付け。投資・業績ともに計画を上回り着地

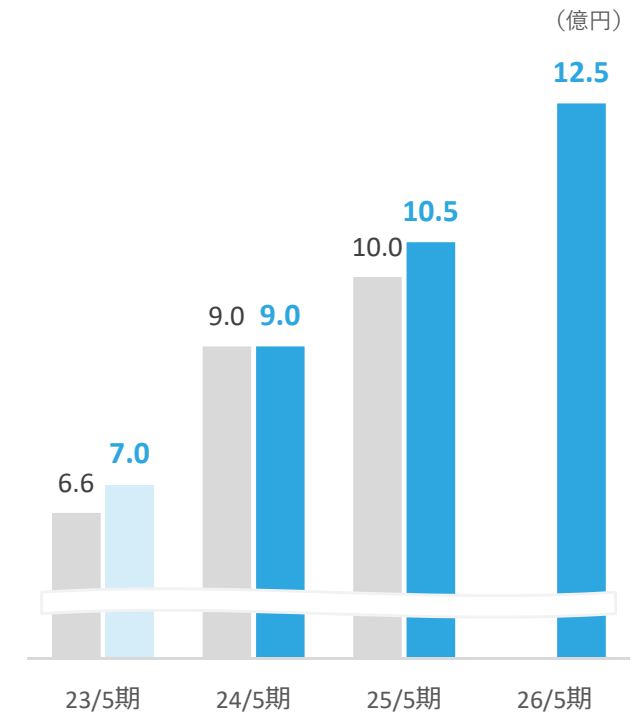
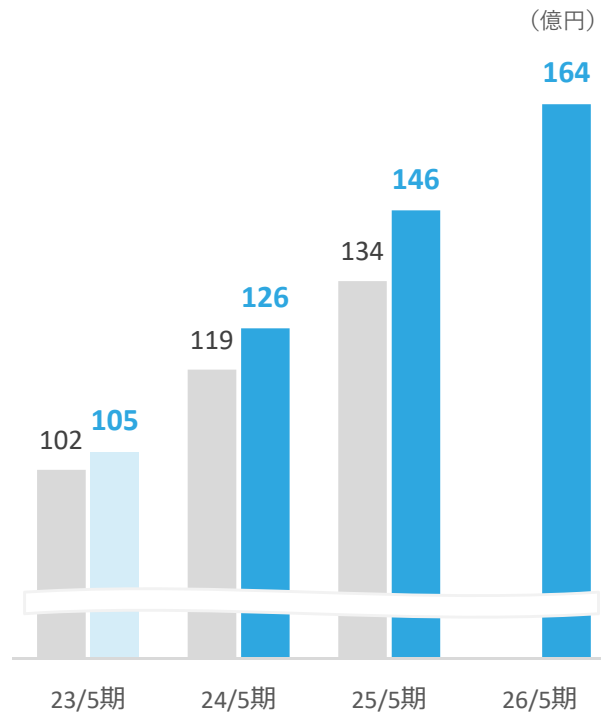
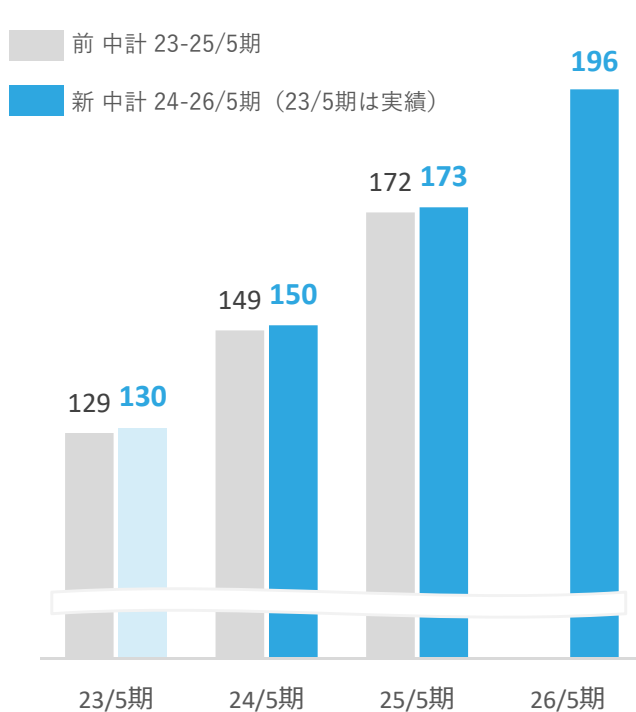
## 24/5 - 26/5期 ローリング 新中計骨子

- 単価見通しの上振れにより、前回計画対比大幅増収
- 積極出店を継続するとともに、付加価値向上に向けて人員投資は更に強化の方針
- 人員投資上積み、インフレによるコスト増加等を織り込みながらも、前回計画以上の利益成長を見込む

## ホール数

## 売上収益

## 当期利益





## 【事業計画】 P/Lサマリー

- 積極出店・単価向上を背景に、二桁増収増益を継続
- 広告宣伝効率の向上や、増収による固定費負担の低減により、収益性も向上

		2023/5期 実績	2024/5期 計画	2025/5期 計画	2026/5期 計画	年平均成長率
売上収益	百万円	10,535	12,680	14,640	16,420	15.9%
営業利益	百万円	1,181	1,610	1,860	2,190	22.9%
営業利益率		11.2%	12.7%	12.7%	13.3%	—
当期利益	百万円	700	900	1,050	1,250	21.3%
当期利益率		6.7%	7.1%	7.2%	7.6%	—
葬儀件数	件	12,413	13,870	15,910	17,900	13.0%
葬儀単価	千円	796	861	868	867	2.9%
ホール数	店	130	150	173	196	14.7%





## 【事業計画】 成長戦略骨子

- 既存展開エリアにおける自社出店に最重点  
既存店舗網の「内側」「外側」双方への出店によって、より強固なドミナントを形成
- M&Aによる新規エリア進出にも注力
- 自社出店により長期安定的な高成長を維持しつつ、M&Aにより更なる非連続成長を目指す

### 重点

	<b>① 既存エリア 内側</b>	<b>ドミナントの高密度化</b> 期待効果 <ul style="list-style-type: none"><li>・ 認知度向上によるマーケティングコストの低下</li><li>・ 店舗間距離が近くなることによる労働生産性の向上</li></ul>
	<b>② 既存エリア 外側</b>	<b>ドミナント外縁への進出</b> 期待効果 <ul style="list-style-type: none"><li>・ （飛び地と比較して）一定の顧客認知度や人員整備の容易さによる早期立ち上がり</li><li>・ 自力での展開エリア拡大余地が大きく増加</li></ul>
	<b>③ 新規エリア（飛び地）</b>	<b>M&amp;Aによる新規進出及び、その後のドミナント形成</b> 期待効果 <ul style="list-style-type: none"><li>・ ゼロから認知度を獲得する時間・コスト・リスクの最小化</li><li>・ 対象会社と当社の強みによる相乗効果</li></ul>



### 中長期 ビジョン

#### 地域いちばん店を、日本でいちばん数多く！

- グループ内の各事業会社や各拠点で、「地域いちばん店」（＝展開エリア内で生活者から最も選ばれている葬儀社）を目指す
- 「地域いちばん店」を日本中に増やし、その数を日本一多く持つグループとなる

### 中長期 メルクマール

#### 2030年に直営ホール300店舗

- 将来的に全国展開を目指す中、まずは2030年に300店舗体制を確立
- M&Aにも引き続き注力するが、自力成長のみで達成可能な水準



03-17 2024/5期 1Q 決算概要

19-21 Appendix① 会社概要

23-26 Appendix② 事業計画

**28-33 Appendix③ FAQ**



# 【FAQ】 目次

- 投資家の皆様からのよくあるご質問を本ページ以降にまとめております

## ■ ビジネスモデル・業界環境

- 近年はどこかの葬儀社でも家族葬を行っているが、当社の強みは何か？
- インターネット集客事業者（葬儀ポータル）との競合状況は？

## ■ 中期計画・業績

- 中長期的な単価見通しは？
- 原材料価格高騰の影響は？
- 出店数の上限や、出店におけるボトルネックは何か？
- M&Aが進んでいないのはなぜか？
- 人材投資と成長の関係性は？
- 超過死亡の反動による業績影響は？

## ■ 財務・資本政策

- 使用権資産・リース負債とは何か？
- 自己資本比率が低いですが財務面に問題はないの



## 【FAQ】 ビジネスモデル・業界環境

Q. 近年はどここの葬儀社でも家族葬を行っているが、当社の強みは何か？

A. 「1日1組貸切ホール」「オーダーメイド型葬儀」が大きな強みとなります。

例えば、複数式場からなる大型ホールで行う少人数の家族葬は、ご遺族の方に何か寂しい印象を与えてしまい、また、他の参列者の出入りもあるためお気持ちが休まる時間ありません。当社の「1日1組貸切ホール」は少人数の葬儀に最適なサイズであり、他者に気兼ねなくお別れの時間をお過ごし頂くことが可能です。

「オーダーメイド型葬儀」は、儀礼儀式のみにとらわれず、一人一人に合った、その人らしいお別れの場を提供することが可能です。2016年のサービス開始以来、多くのお客様のご要望にお応えしてきたノウハウが全社的に蓄積されており、他社にはまねできないサービスであると考えております。また、「貸切ホール」だからこそ、より自由度が高くより柔軟に「オーダーメイド」のご提案が可能になります。多くのお客様よりご支持を頂き、サービス開始以来の累計件数は11,837件（23/8月末時点）となりました。

<オリジナルプラン紹介ページ>

<https://www.famille-kazokusou.com/plan/3values/>

Q. インターネット集客事業者（葬儀ポータル）との競合状況は？

A. 葬儀ポータルは「競合」ではなく、「パートナー」との位置付けであり、当社でも複数企業と提携しています。彼らと提携することで自社のみでは集客できなかった顧客の獲得が可能となります。低価格帯を中心とした葬儀ポータルからの送客と、オリジナルプランを含めた中~高価格帯の自社集客のバランスをとりながら全社的なマーケティングを実施しております。



## 【FAQ】 中期計画・業績

### Q. 中長期的な単価見通しは？

A. 23/2月頃よりコロナの影響が徐々に緩和に向かい、また、23/5期より進めている人員投資の効果によりオリジナルプランの構成比率が高まったことで、当社単価は回復傾向にあります。24/5期についてはコロナ収束、オリジナルプラン比率の更なる向上等によるもう一段階の単価回復を見込んでおります。その一方、中小規模葬儀、特には直葬等の簡素な葬儀がある程度定着したことにより、コロナ前の水準までの回復には至らず、回復幅は限定的なものになると考えます。

アフターコロナにおける単価回復一服後は、従来の中長期トレンドに回帰し、業界全体として緩やかな低下傾向になることが想定されますが、当社においては、「少人数でも高付加価値」を提供できるオリジナルプランの比率を高めること等により、中長期的な単価低下トレンドに対応する方針です。

### Q. 原材料価格高騰の影響は？

A. 生花や料理の仕入、光熱費等、原材料価格高騰の影響は当社においても見られ、23/5期の利益押し下げの一因となりました。但し、当社原価全体に占める割合は人的コストや減価償却費・ホール家賃等が相対的に大きく、全社業績に極めて大きな影響を及ぼすまでには至っておりません。また、内製化をはじめとしたコスト低減施策を進めることで、原材料価格高騰の影響抑制に努めております。新中期計画においてコスト高の影響も一定程度織り込んでおりますが、単価向上等により前回計画を上回る利益成長を見込んでおります。

建築コストについても同様に上昇の影響が見られますが、現時点で出店方針に大きな影響はありません。コスト上昇があるものの、従前同様5年以内の投資回収が可能であり、小規模ホールであることから投資額の増加やそれに伴う借入金の増加は限定的な水準です。



## 【FAQ】 中期計画・業績

### Q. 出店数の上限や、出店におけるボトルネックは何か？

A. 出店における最大のボトルネックは「用地の確保」、次いで「人材の確保」になります。用地については、「ドミナント外縁への進出強化」により、候補地の量的拡大を図るとともに、外部業者との提携強化等により対応しています。人材については、23/5期より人事制度の見直しを行う等、採用競争力の強化を図っており、採用の進捗は良好です。

23/5期は過去最大となる21ホールの新規出店を行いました。現在の組織体制と比較して過大感はなく、持続可能な出店ペースであると認識しています。全体バランスを考慮し、短~中期的には年間20~25ホール、中長期的には年間30ホール程度の出店が可能な体制を構築したいと考えています。なお、「資金面」については上記出店数の範囲であれば、営業CF及び借入金により対応可能であり、現時点での懸念はありません。

### Q. M&Aが進んでいないのはなぜか？

A. 「売主との価格面の乖離」が大きな要因です。候補先となる中小葬儀社の多くはコロナの影響もあり「収益力が大きく低下」している一方で、自社保有の葬儀ホールとそれに見合った「多額の借入金」を抱えていることが大半です。そのため、当社が求める株式価値は低くならざるを得ず、売主意向との乖離が少なからず存在します。M&Aによる新規エリア進出は、当社成長戦略において重要なポイントですが、過大投資となることを避けるべく慎重な経営判断をしております。

上記を踏まえ、前回中期計画（22/7月公表）において、成長戦略を微修正しています（不確定要素の高いM&Aに過度に依拠することなく、ドミナント外縁への自力進出を強化することで確実に成長）。なお、戦略修正によりM&Aに対する依存度を低下させたものの、引き続き重要戦略の一つであることは変わりません。



## 【FAQ】 中期計画・業績

### Q. 人材投資と成長の関係性は？

A. 「ホール数増加」「件数増加」との関係性はもちろん、「付加価値向上」「効率化」の観点より積極的な人材投資が必要であると考えます。事前相談～受注～施行～アフターフォローに至るまで、お客様との適切な接点時間の確保が付加価値向上には不可欠であり、それが最終的には単価向上や口コミ・リピートによる件数増加に繋がるものと考えます。また、ドミナント内のホール数及び人員数が増えることにより、内製可能な業務範囲も拡大し、効率化・コスト低減にも繋がります。

23/5期より人材投資を積極化したことに伴い、23/5期後半よりオリジナルプランの件数が増加し、葬儀件数に占める同プランの比率も上昇傾向にあります。同プランの好調が全社単価にも好影響を及ぼしており、人材投資の効果が着実に顕在化しているものと評価しております。

### Q. 超過死亡の反動による業績影響は？

A. 2022年～2023年初頭頃までは、全国的な超過死亡傾向にありましたが、それ以降はその反動もあり死亡者数伸び率の鈍化（あるいは前年割れ）が見られます。その影響により、足元の当社葬儀件数伸び率もやや鈍化傾向にあります。今後の動向次第では、短期業績に影響を及ぼす可能性も想定されますが、マーケティング強化による件数シェアアップや、更なる単価向上施策等により対応する方針です。

一方で、中長期的に国内死亡者数が逡増していくとの見通しは従来より不変であり、短期的な死亡者数増減が、中長期の出店戦略や成長戦略に影響を及ぼすものではありません。





## 【FAQ】財務・資本政策

### Q. 使用権資産・リース負債とは何か？

A. 当社B/Sにおける使用権資産・リース負債は主に「ホールの賃借」に伴うものです。

当社ホールの多くは土地建物（あるいは土地のみ）を期間20年程度で賃借しています。日本基準における会計処理では、この賃借取引は基本的に「オフバランス」取引であるものの、当社が採用しているIFRSにおいては「オンバランス」取引となります。仮に20年間の賃貸借契約を締結した場合、「およそ20年間分の家賃相当額」が使用権資産とリース負債に両建てで計上されます。その後、時の経過や家賃の支払に応じて、使用権資産の償却やリース負債の返済によりB/S残高は徐々に減少します。

通常程度のホール稼働が継続し、家賃支払が遅滞なく行われる限りにおいては、使用権資産の減損リスクや、リース負債の債務不履行リスクが顕在化する可能性は極めて低いものと考えております。なお、これまでに直営ホールの撤退実績はありません。

### Q. 自己資本比率が低いですが財務面に問題はないのか？

A. 使用権資産・リース負債の両建て計上を要因として、自己資本比率は低く算出されています（総資産の約半分を使用権資産・リース負債が占める）。一般的に、自己資本比率20%程度では財務の安全性に懸念が生じますが、上記の通り、減損リスクや債務不履行リスクは極めて低く、財務の安全性に問題はありません。



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。