

こころネット株式会社 決算説明資料

証券コード：6060

目次

● インベストメント・ハイライト	3
● 会社概要	4
● 事業環境と当社の特長	11
● 当社グループの強み	18
● 決算概要	22
● 業績予想	30
● 今後の事業戦略	33
● 参考データ	36

インベストメント・ハイライト

婚礼・葬祭から石材まで幅広い事業を総合的に展開

質の高い人材による満足度の高いサービス提供

利益率向上への取り組み

～グループ連携の深化、従業員のマルチジョブ化推進、等

福島県内において圧倒的な知名度とブランド力を築き、蓄積したノウハウで営業エリアの拡大を目指す

会社概要



感動のある人生を。

こころネットグループ

会社概要

商号	こころネット株式会社
発足	2006年4月 [当社の前身である(有)菅野石材工業の設立は1966年3月]
所在地	福島県福島市鎌田字舟戸前15-1
代表者	代表取締役社長 菅野松一 代表取締役副社長 齋藤高紀
資本金	5億65万円(2012年5月末日現在)
決算日	3月31日
従業員数	グループ:528名 [外、臨時従業員17名] / 単体:35名 (ともに2012年3月31日現在)
事業内容	グループ運営にかかる経営戦略企画、業績管理、不動産管理、 総務・経理・人事等の管理業務

沿革

■当グループには、創業来120年の伝統を誇る事業も存在

2010年11月 生花事業の福島県外展開のためカンノ・トレーディング(株)が栃木県小山市に関東営業所を設置

2010年7月 カンノ・トレーディング(株)の取引先である天津中建万里石石材有限公司(中国・天津市)の出資持分を取得し、持分法適用会社とする

2009年8月、10月 (株)たまのやが福島県会津若松市、および同・郡山市に葬祭会館を相次いで開設

2006年4月 商号をこころネット株式会社に変更

2005年11月 カンノ・グループとアイトゥアイ・グループが株式交換により経営統合
カンノ・コーポレーション株式会社が両グループの持株会社となる

2012年4月
大阪証券取引所
JASDAQスタンダードへ株式上場

当社グループ発足以前の2つのグループの沿革

- カンノ・グループ
- アイトゥアイ・グループ

石材卸売部門、石材小売部門を分社化、
2004年4月 カンノ・トレーディング(株)と石のカンノ(株)を新設

1992年11月 菅野石材工業が中国・福建省廈門に事務所設立

1991年3月 飲食店の経営を目的として(株)サンストーンを設立

1972年7月 冠婚葬祭互助会の運営を目的として、(株)福島冠婚葬祭友の会を設立
[現(株)ハートラインの前身]


1966年3月 菅野石材店を法人化、当社の前身である有限会社菅野石材工業を設立

1956年3月 合資会社玉野屋本店に商号変更し、霊柩車搬送及び葬祭事業を開始

1929年10月 福島県伊達郡に石材の加工販売を目的として菅野石材店を創業

1892年 福島県福島市に玉野屋の屋号で葬具取扱店を創業

事業内容

 感動のある人生を。
ココロネットグループ …当社(ココロネット株式会社)、連結子会社5社、関連会社1社で構成

連結子会社



葬祭事業

福島県内における葬祭に係る諸儀式および法宴の施行
並びに附帯サービスの提供



石材卸売事業

東日本を主な販売エリアとした石材の卸売

生花事業

グループ内外向けの生花の卸売



石材小売事業

福島県内、長野県東部で個人・法人向けの石材販売・工事
および関東圏を中心に個人向けの霊園斡旋・墓石販売



婚礼事業

福島県内における婚礼に係る諸儀式および宴会の施行
並びに附帯サービスの提供

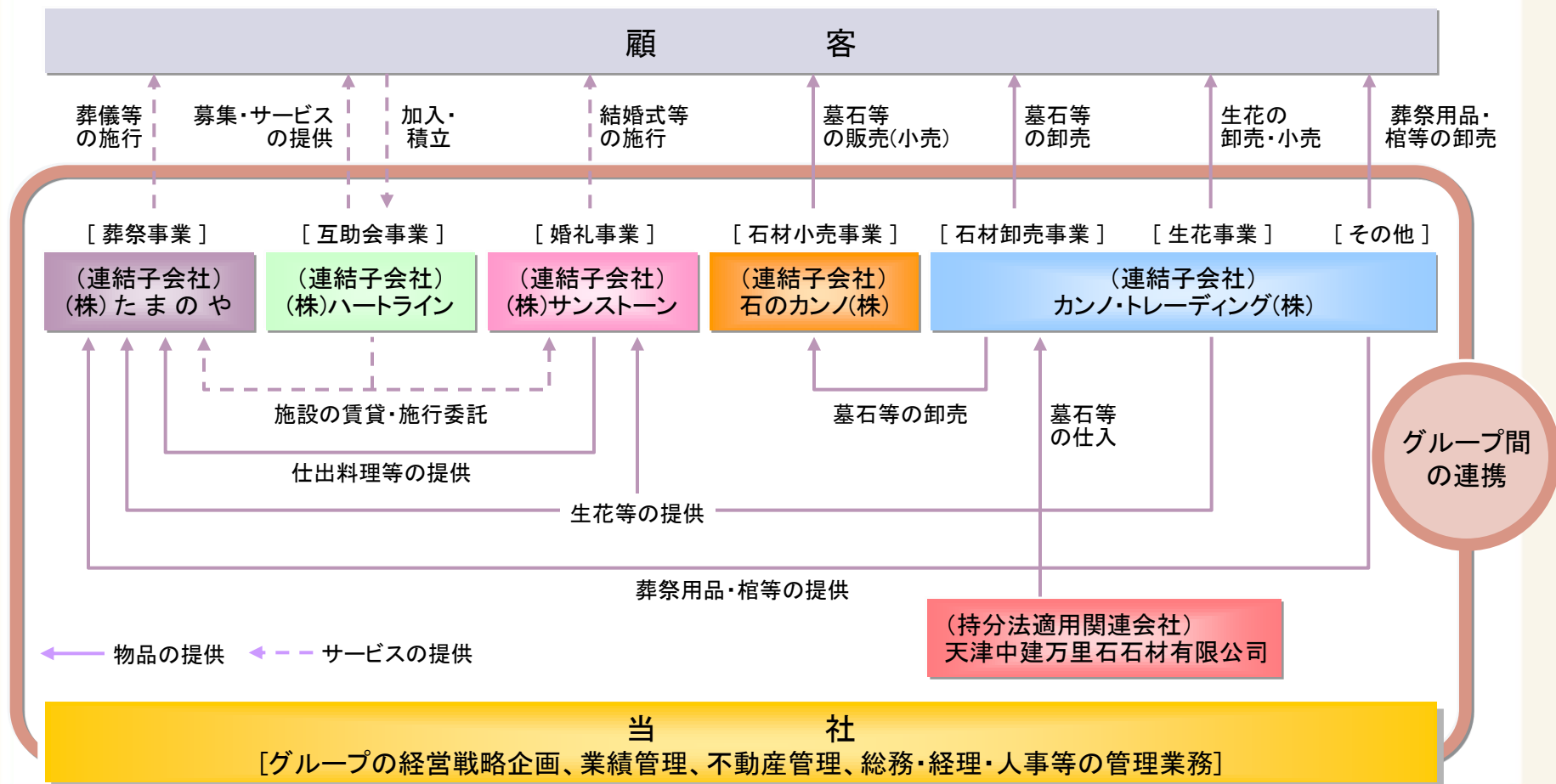


互助会事業

冠婚葬祭互助会の運営

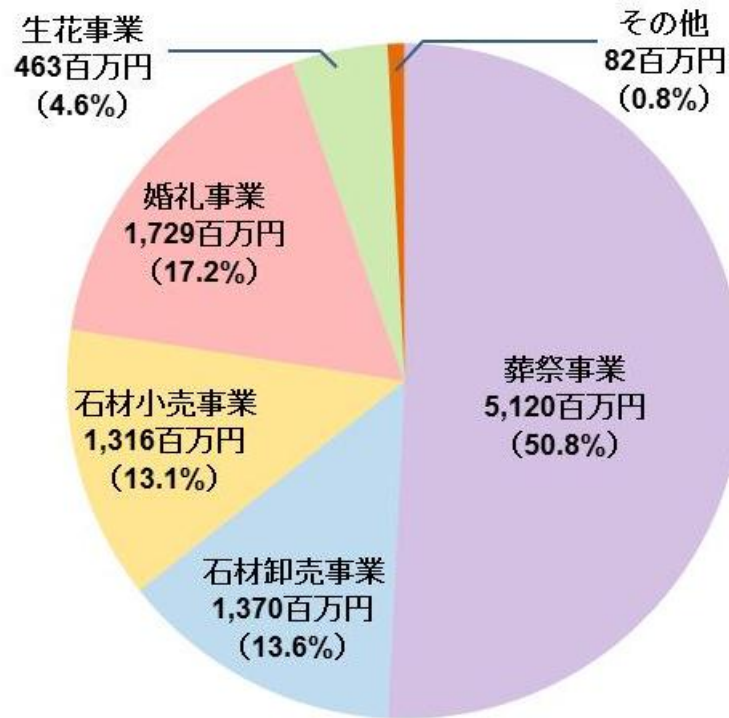
事業系統図

■ 連結子会社が連携し、顧客に幅広い商品・サービスを一括して提供



セグメント別売上高

2012年3月期 連結売上高
[10,083百万円]



(注)その他は、互助会事業、棺・納棺具卸売業など。
売上高はすべて百万円未満を切り捨てて表示。

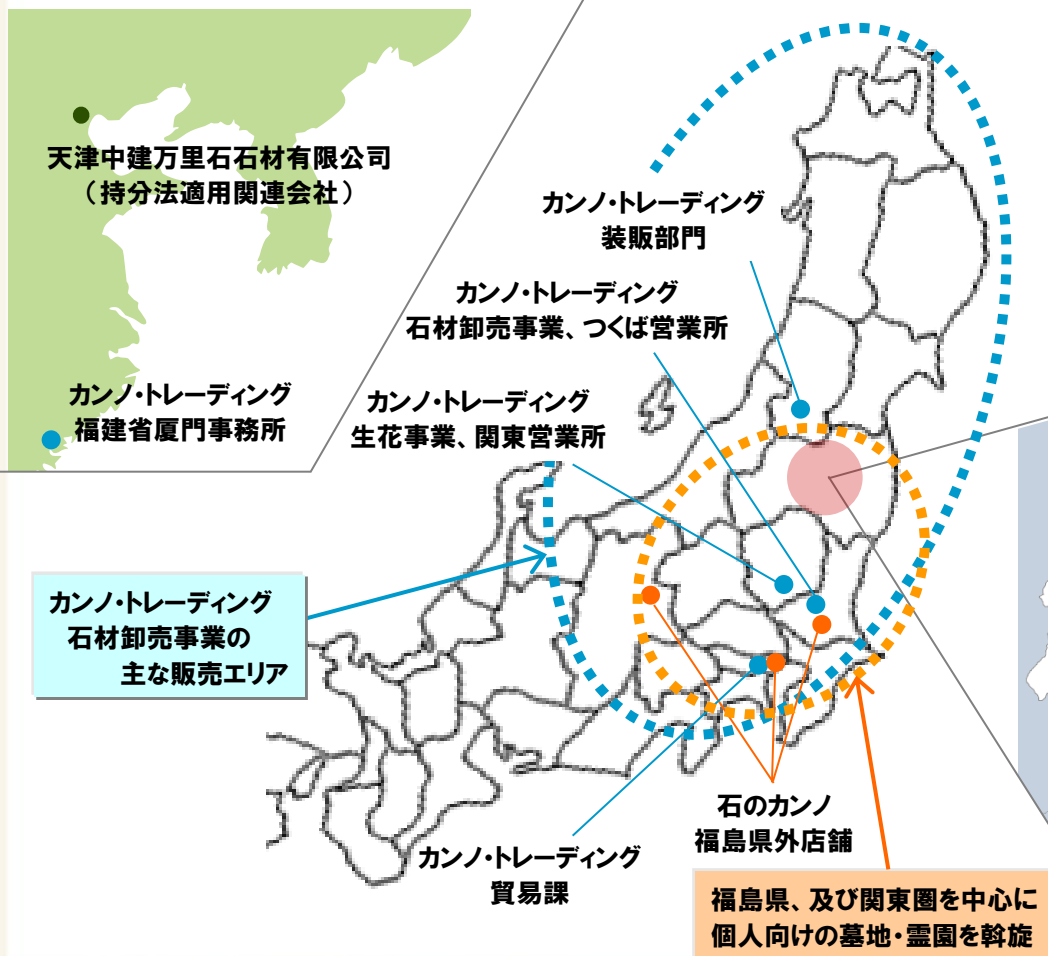
■ 婚礼・葬祭から石材関連まで幅広い
事業を **総合的に展開**

冠婚葬祭にかかる顧客の多様なニーズに、
グループ全体で総合サービスを提供

特定セグメントに過度に偏ることなく、
バランスのとれた事業別売上高

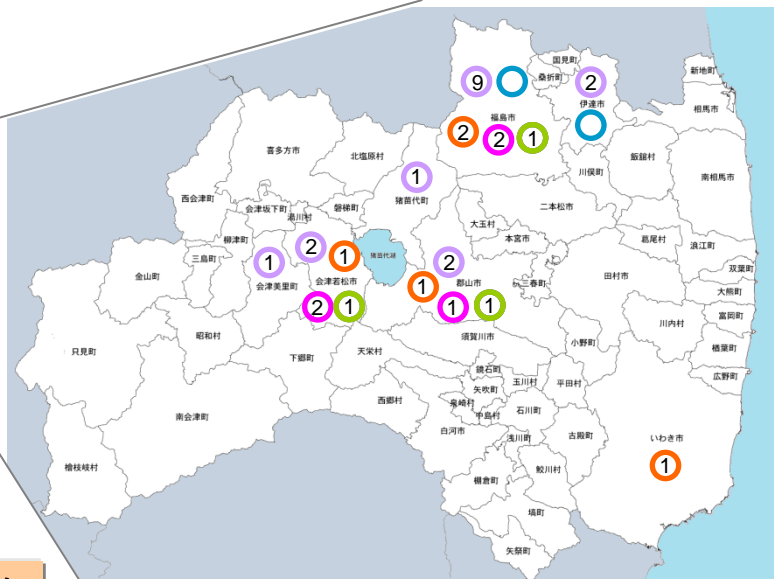
営業拠点・施設、営業エリア (2012年5月末日時点)

■福島県を中心に、東日本を広く営業エリアとする



福島県内の主な営業拠点、施設

- 自社の葬祭会館17施設
- 異なるタイプの5つの婚礼会場
- 石のカンノ<石材小売事業> 5店舗
- 石材卸売事業の石材部門、生花部門等
- ハートライン<互助会事業> 3営業所



※○の中の数値は、その地区における施設、店舗、営業所の数。
また、○の位置は施設等の位置を正確に表すものではない。

事業環境と当社の特長

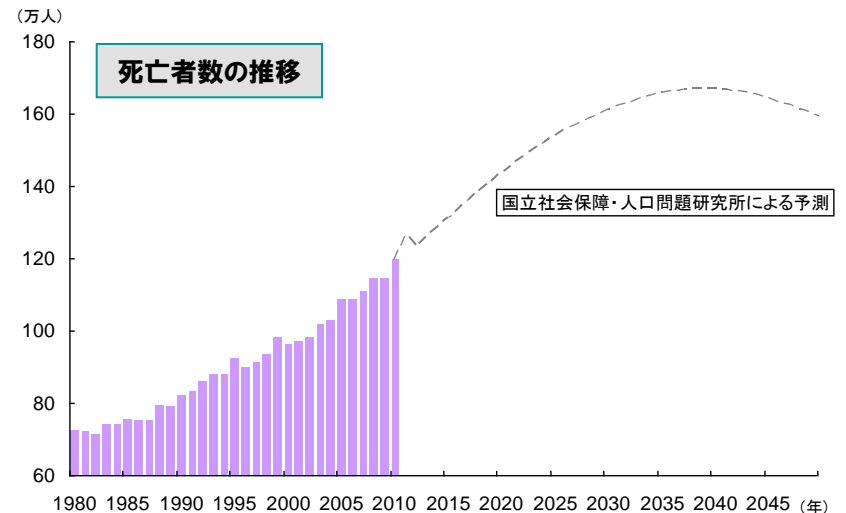
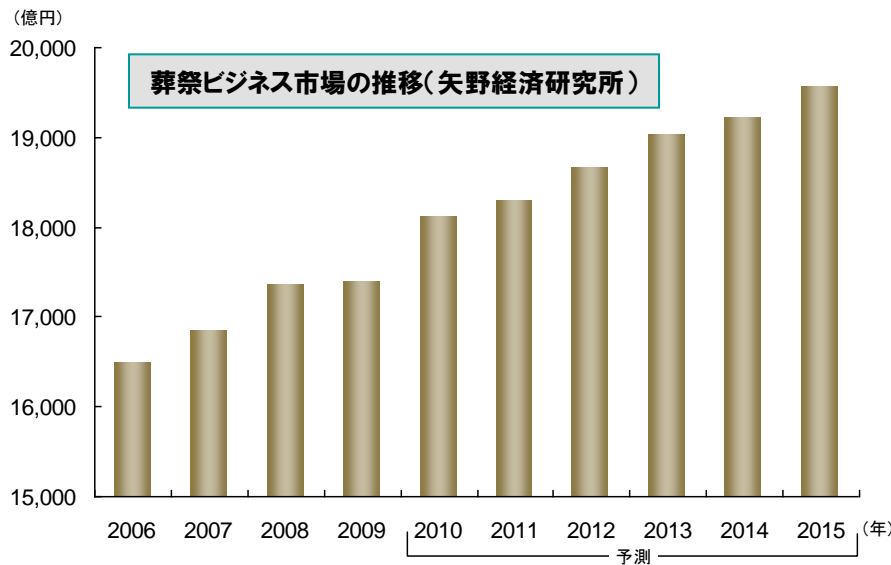


感動のある人生を。

こころネットグループ

葬祭関連市場の動向

- 人口動態(高齢化)から、葬儀取扱件数は増加が見込まれる
(※75歳以上人口割合--- 福島県:14.0%、 全国平均:11.7%) [2012/2/1時点]
- 近年、会葬者は減少トレンド(葬儀の小規模化)



葬祭事業：大規模葬から家族葬まで対応可能な17施設



- 利用者ニーズを的確にとらえた葬祭会館づくり
※挑戦する企業DNA…昭和30年代から会館建設を手掛ける
ほぼ同時期に霊柩車搬送にも逸早く乗り出す
- 豊富なパッケージプランの提供による料金体系の透明化
- 自社施行に加え、JAから葬儀施行業務を受託

～ 多様な利用者ニーズに対応可能な葬祭会館の一例 ～



黒岩斎苑 中央ホール(福島市)

※想定会葬者数:100~500名



市民葬祭 さつき斎苑(福島市)

※想定会葬者数:10~35名(2階)
40~100名(3階)

(株)JAライフクリエイティブ福島との業務委託契約

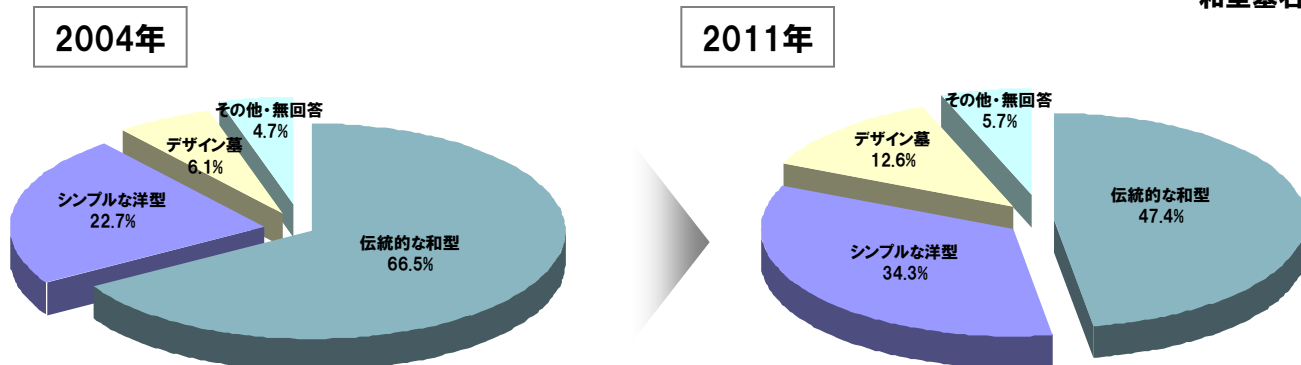
- 同社は、JA全農福島および福島県内の16の農業協同組合(JA組合)が出資
- 主に当社施設を展開していないエリアにて、同社が各JA組合より受託した葬儀施行の一部業務を当社にて受託 (当社売上高の15%超)

石材<墓石>市場の動向

- 人口動態は、葬祭市場と同様の状況
- お墓に対する嗜好・考え方は多様化

需要シフト…伝統的な和型墓石 ⇒ シンプルな洋型墓石
オリジナルのデザイン墓石のニーズも高まりつつある

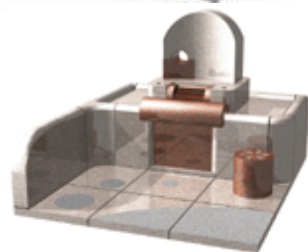
建てたお墓のかたち(全国優良石材店の店アンケート調査、2011年)



和型墓石(外柵付)の一例



洋型墓石(外柵付)の一例



石材卸売/小売事業：東日本地域が営業エリア



- 石材(墓石)卸売事業は東日本が営業エリア
- 小売事業は関東圏中心に霊園斡旋と合わせた販売も実施
- オリジナルデザインの墓石商品開発に注力し、提案営業
- 品質へのこだわり…中国企業への出資、現地事務所の設置

霊園の斡旋

- 霊園経営は宗教法人等の非営利法人に限定
- 当社は墓石販売を目的として、宗教法人等の霊園開発において**建墓工事の権利を取得**

～ 当社が斡旋する霊園の一例 ～



南大沢バードヒルズ 東京都町田市



横浜二俣川霊園 横浜市旭区

墓石選びの重視点

～全優石「2011年版 お墓購入者アンケート調査」より～

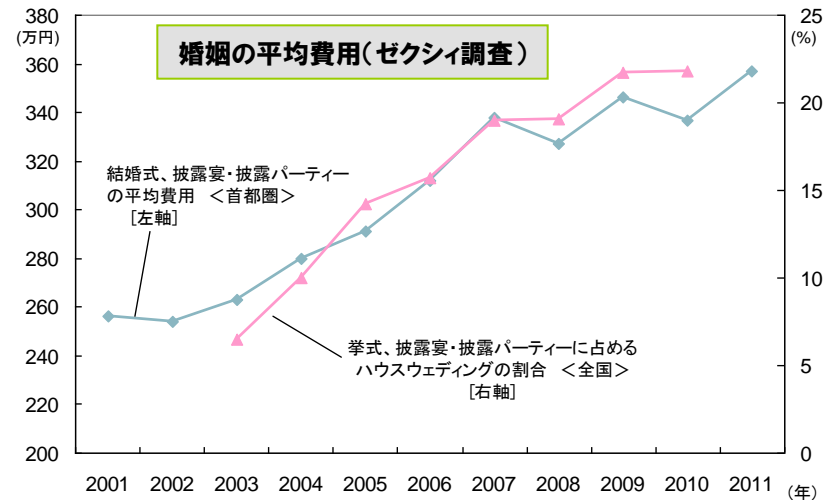
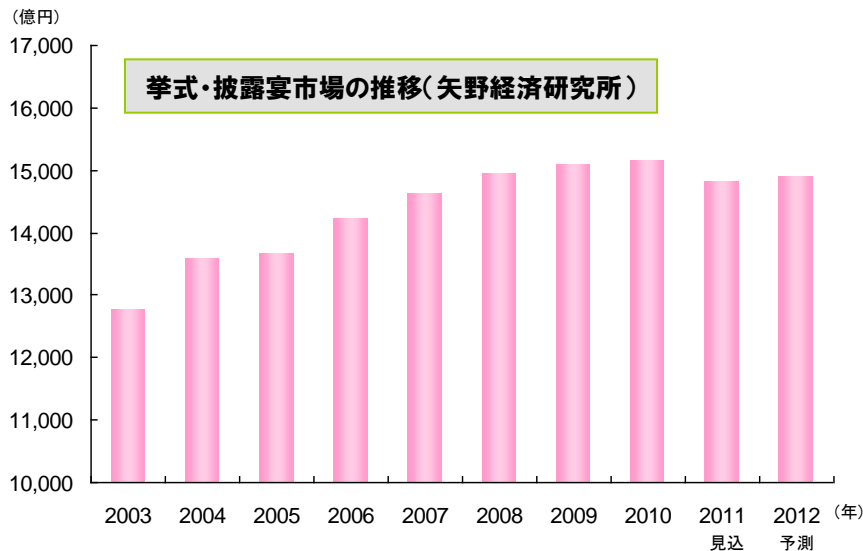
- 複数回答による三大ポイントは石の材質、石の色、手頃な価格
- 価格よりも、石の材質や色を重視
- アフターサービス、品質保証も重要な要素

1. 石の材質	45.9%
2. 石の色	43.3%
3. 価格の手頃さ	36.0%
4. しっかりしたアフターサービス	33.1%
5. 品質保証の有無	24.8%
6. 耐久性	23.2%
7. 石のデザイン	20.0%

婚礼関連市場の動向


- 婚姻率低下のなかで、近年の市場規模は安定推移
- 初婚年齢の上昇もあり、平均の **結婚費用は増加**

ハウスウェディングの比率上昇も平均費用の上昇要因



婚礼事業：異なるタイプの5つの婚礼会場

 サンストーン

- 総合式場からゲストハウスまでそろえ、多様なニーズに対応
- ニーズを先取るプランの開発、WEBの活用
※ゆめ婚(低予算、短期間の準備で挙式を実現)や、
応援プラン(福島を元気にプロジェクト)、等  ※挑戦する企業DNA
- 衣裳館を開設、慶事用衣裳の貸出し・着付け等を実施

～ 5つの婚礼会館の概要 ～

※バンケット…披露宴、披露パーティー会場



SP VILLAS サンパレス福島



SP VILLAS サンパレス会津



アニエス・ガーデン郡山



プリエール・ド・マリアージュ



Primari

所在地
施設形態
施設規模等

福島市
総合結婚式場
2式場・4バンケット
360名収容

会津若松市
総合結婚式場
2式場・3バンケット
260名収容

郡山市
ゲストハウス
2式場・2バンケット
150名収容

会津若松市
ゲストハウス
1式場・1バンケット
120名収容

福島市
ゲストハウス
1式場・1バンケット
40名収容

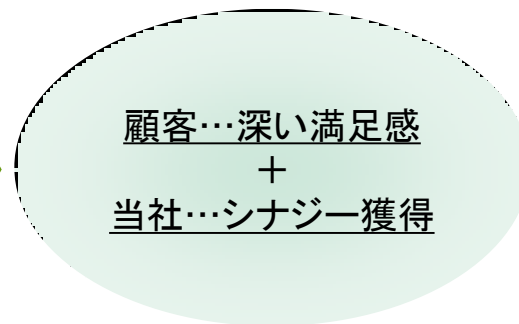
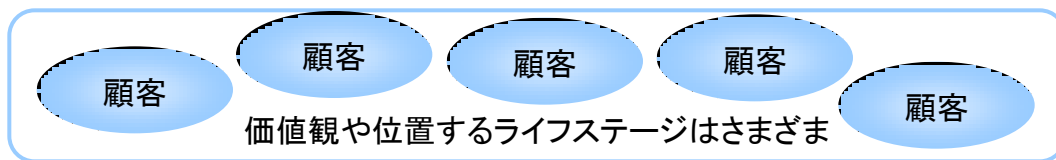
当社グループの強み



感動のある人生を。

こころネットグループ

強み①:グループによる幅広い事業展開



＜こころネットグループ＞
幅広い顧客のニーズに対し、グループ内の連携によって総合的な提案が可能

売上面におけるシナジー例

- 互助会事業からの斡旋
- 葬儀を施行した顧客への墓石の紹介

葬祭事業:顧客の約5割、婚礼事業:同、約2割

コスト面におけるシナジー例

- 高い品質の墓石の仕入
- 需要が高まる生花祭壇
- 葬儀にかかる仕出料理

カンノ・トレーディングの石材部門
カンノ・トレーディングの生花部門
サンストーンのカatering部門

～ 生花祭壇の一例 ～



グループ連携の深化、従業員のマルチジョブ化等で利益率向上を目指す

強み②:顧客に満足をもたらす質の高いサービス

■質の高い人材による商品・サービスの提供

上場による知名度・信用度の向上
⇒人材獲得力の強化

～ 多数の資格保有者 (2012年5月末日時点)～

※葬祭ディレクター技能審査 1級合格者が100名在籍

= 葬祭・婚礼事業部門の従業員の**28%**

⇔全国平均は**15%** (経済産業省、2010年特定サービス産業実態調査統計 [確報]より)

※ブライダルプロデューサー(マスター級、チーフ級)が計24名在籍

= 婚礼事業部門の従業員の**23%**

※お墓ディレクター(1級、2級)が30名在籍 ⇒ インタビューセールスを導入、顧客満足度の向上へ

= 石材事業部門の従業員の**25%**

～ 当社独自の人材育成 ～

※納棺師

社内研修を経て一定の技術を習得した社員
納棺儀式の専門部署「ピュアレスト・サービス」を設置

※葬儀業者が自社でサービスを実施している割合

湯かん・死化粧 **35.0%**

2005年7月、公正取引委員会
「葬儀サービスの取引実態に関する調査報告書」より

強み③: 厳しいマーケットで培ったノウハウ

■ 福島県の特長

- ・ **結婚式場業務を主とする事業所数** (2010年)

(出所: 経済産業省「2010年特定サービス実態調査」)

- ・ **葬祭会館数** (2008年)

(出所: 総合ユニコム「月刊ヒューネラルビジネス2009年4月号」)

ともに東北地方で最大

- ⇒ 1事業所当たりの婚礼取扱い件数
- ⇒ 会館1館当たりの死亡者数

近隣県と比較し少ない

■ 東北地方の特長

- ・ **墓石購入価格**…全国比で低額
- ・ **アフターサービス、品質保証**…より重視する傾向

(出所: ともに全国優良石材店の店アンケート調査、2011年)

⇒ 墓石販売…顧客の要求レベルはより厳しい

競争の
厳しいマーケットで
事業展開してきた
ノウハウ

県外への
営業・販売エリア拡大
に向けての強みに

決算概要

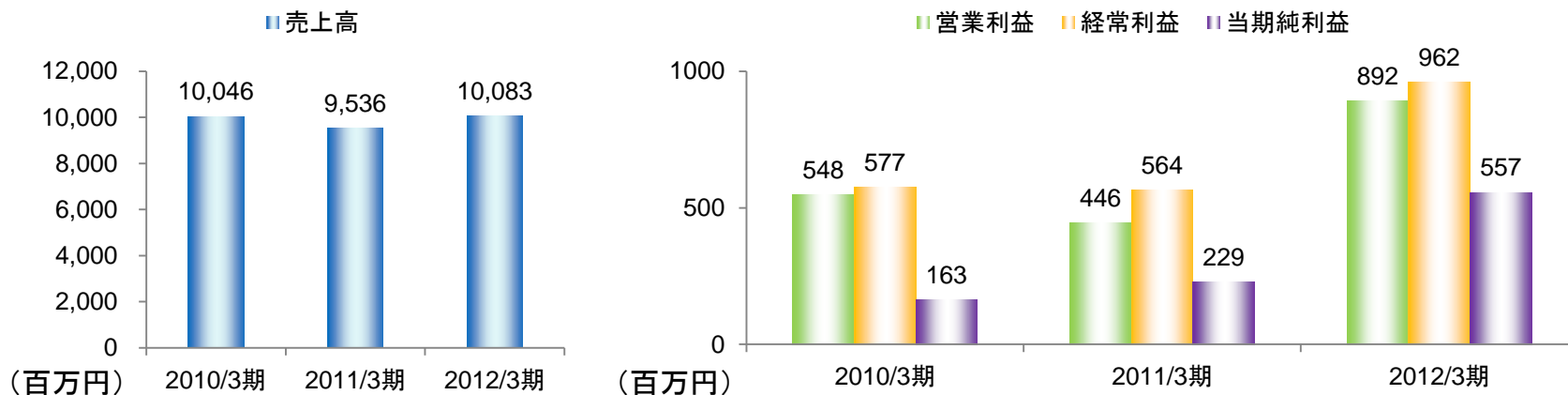


感動のある人生を。

こころネットグループ

2012年3月期 決算概要

■ コスト削減によって、大幅な増益を達成



(金額は百万円)	2010/3期		2011/3期		2012/3期		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	10,046	100.0	9,536	100.0	10,083	100.0	+ 5.7
営業利益	548	5.5	446	4.7	892	8.9	+ 100.1
経常利益	577	5.8	564	5.9	962	9.5	+ 70.4
当期純利益	163	1.6	229	2.4	557	5.5	+ 142.8
1株当たり純利益 (円)	66.4		88.8		187.0		+ 110.5
1株当たり純資産 (円)	1,741.7		1,678.3		1,858.8		+ 10.8
1株当たり配当金 (円)	12.5		12.5		12.5		0.0

(注)2011年12月7日付で1株につき10株の株式分割を実施。2010年3月期及び2011年3月期の1株当たり指標は分割を考慮し、遡及修正して表示。

要約連結損益計算書

■ 前年度比で増収増益を確保

(百万円)

	2011/3期		2012/3期		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	9,536	100.0	10,083	100.0	+ 5.7
売上原価	6,439	67.5	6,668	66.1	+ 3.6
売上総利益	3,096	32.5	3,414	33.9	+ 10.3
販売管理費	2,650	27.8	2,521	25.0	△ 4.9
営業利益	446	4.7	892	8.9	+ 100.1
営業外損益	118		70		
経常利益	564	5.9	962	9.5	+ 70.4
特別損益	△148		19		
法人税等	186		424		
当期純利益	229	2.4	557	5.5	+ 142.8

2012/3期 (前期比)
売上高 +547
葬祭事業 +369
石材事業 +205
婚礼事業 △127
生花事業 + 95

2012/3期 (前期比)
販管費 △129
広告宣伝費 △ 32
人件費 △ 16
業務委託費 △ 35

要約連結貸借対照表

■有利子負債を圧縮、純資産は大きく増加

(百万円)

	2011/3期		2012/3期			2011/3期		2012/3期	
	金額	金額	百分比 (%)	前期比増減		金額	金額	百分比 (%)	前期比増減
【資産の部】					【負債の部】				
現金及び預金	2,102	2,292	13.8	+ 190	買入債務	306	363	2.2	+ 56
売上債権	697	744	4.5	+ 46	短期有利子負債	1,401	1,283	7.7	△ 117
棚卸資産	379	408	2.5	+ 29	流動負債 合計	2,630	2,735	16.5	+ 105
流動資産 合計	3,381	3,641	22.0	+ 259	長期有利子負債	3,316	2,949	17.8	△ 366
有形固定資産	9,178	9,209	55.5	+ 31	前払式特定取引前受金	4,762	4,834	29.2	+ 72
無形固定資産	222	210	1.3	△ 12	固定負債 合計	8,606	8,307	50.1	△ 299
投資その他の資産	3,456	3,521	21.2	+ 65	負債 合計	11,237	11,042	66.6	△ 194
投資有価証券	2,072	2,162	13.0	+ 89	【純資産の部】				
営業保証金	695	670	4.0	△ 25	純資産 合計	5,002	5,540	33.4	+ 537
固定資産 合計	12,857	12,941	78.0	+ 84	負債・純資産 合計	16,239	16,583	100.0	+ 343
資産 合計	16,239	16,583	100.0	+ 343					

福島西ホール建物、喜多方ホール土地 計 226

互助会前受金保全のための国債 1,838

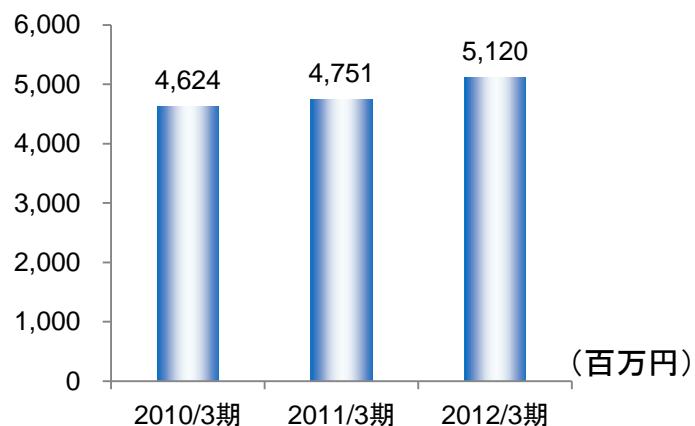
利益剰余金 449 増加

2012年3月期決算のポイント(葬祭事業)

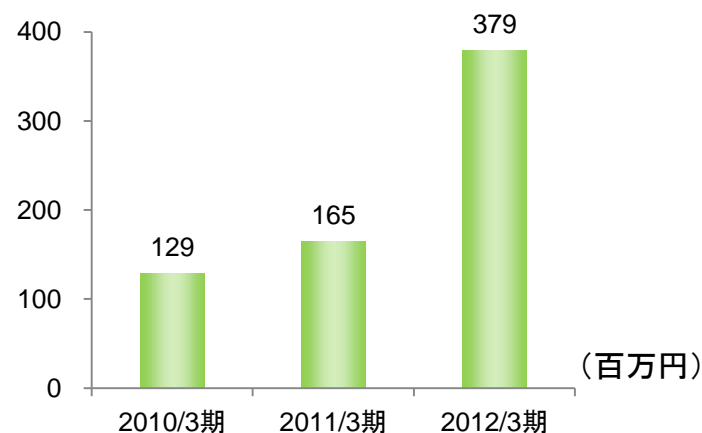
■顧客囲い込みを強化

- ・毎月の定期的なセミナー、イベントの開催
- ・当社会員制度(あんしん倶楽部)の会員増強 (会員純増数:592件)
- ・企業団体契約の推進 (契約純増件数:97件)

売上高



営業利益

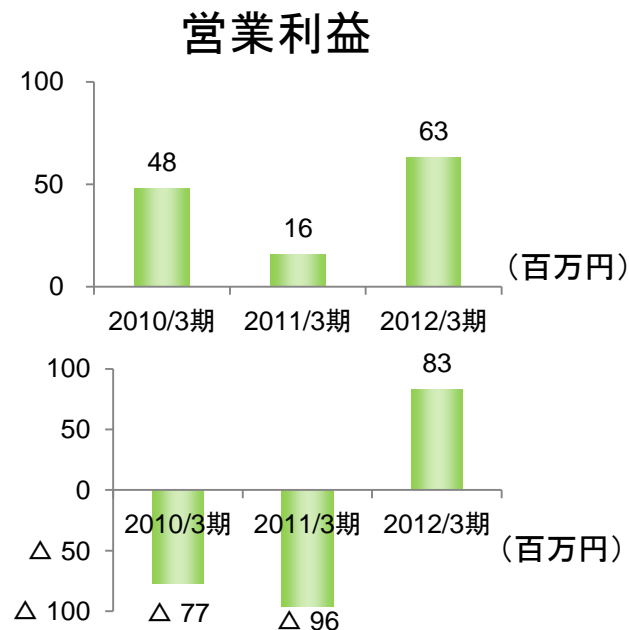
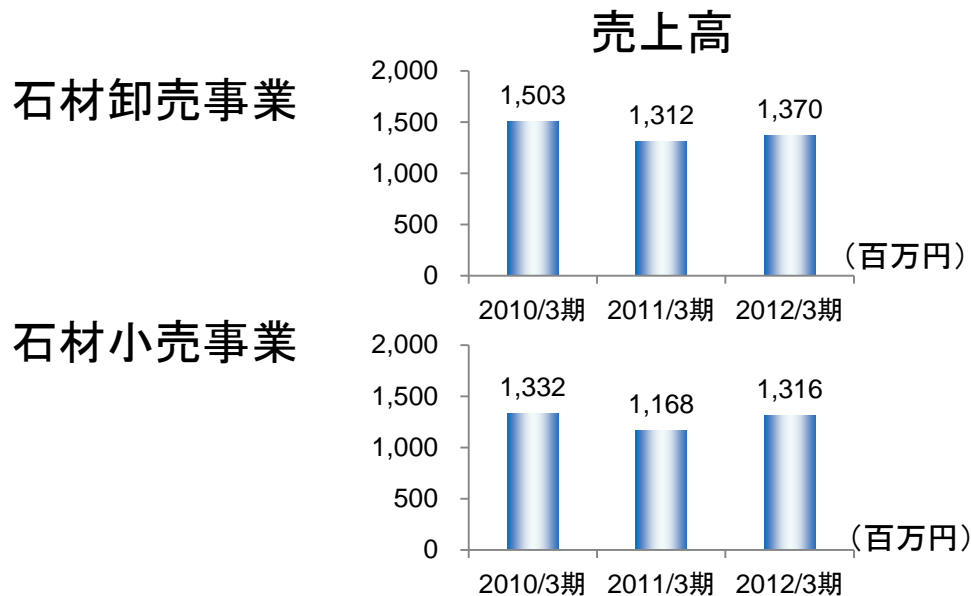


※営業利益はセグメント間の内部取引分
または振替高を含んでおります。

2012年3月期決算のポイント(石材事業)

新規顧客開拓と修復工事を積極推進

- ・卸売は関東地区を重点に新規開拓
- ・小売では福島県内で2,784件の修復工事を受注(契約数ベース)
- ・卸売、小売事業ともに耐震墓石の販売が好調

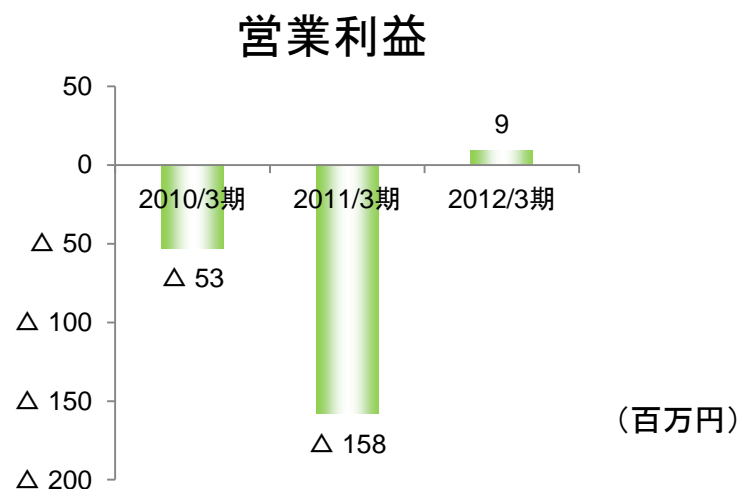
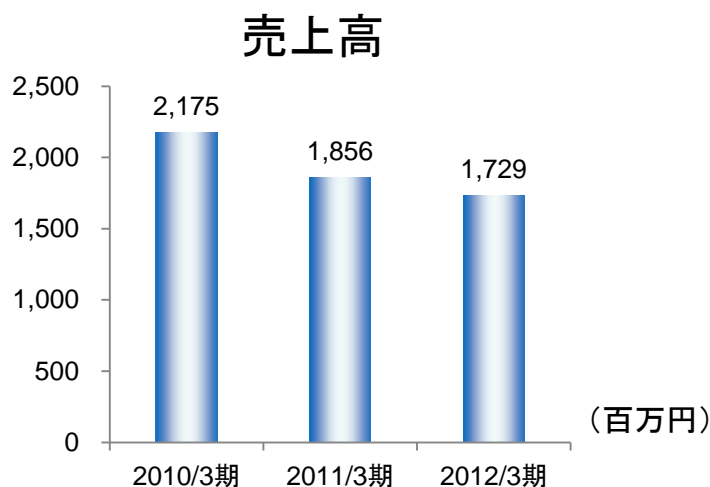


※営業利益はセグメント間の内部取引分
または振替高を含んでおります。

2012年3月期決算のポイント(婚礼事業)

■震災の影響を企画・販売力によってカバー

- ・少額挙式プラン「ゆめ婚」、被災者向け「応援プラン」が集客に寄与
- ・社員が一丸となり施設を速やかに復旧させ、営業をけん引
- ・アウトソーシング等を利用し、固定費を変動費化させ、さらに経費も削減

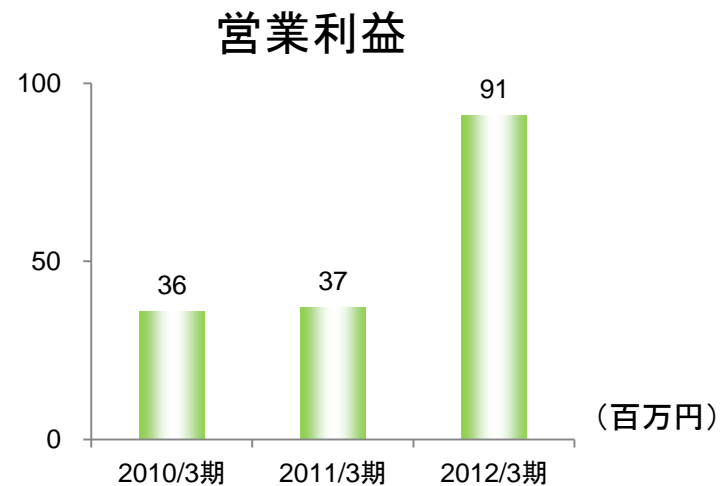
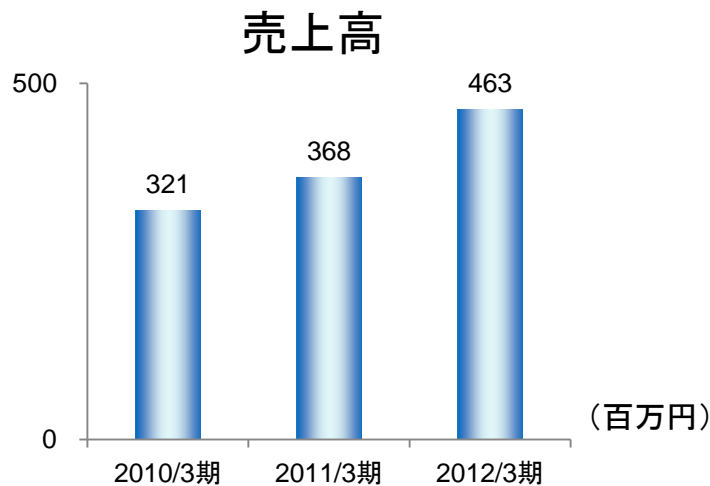


※営業利益はセグメント間の内部取引分
または振替高を含んでおります。

2012年3月期決算のポイント(生花事業)

■的確な需要動向の把握により利益率が大きくアップ

- ・仕入ルート^①の複線化により安定供給を実現
- ・関東営業所設置(2010年11月)の効果も寄与



※営業利益はセグメント間の内部取引分
または振替高を含んでおります。

業績予想



感動のある人生を。

こころネットグループ

2013年3月期 連結業績予想

■葬祭事業をけん引役に、増収・増益を予想

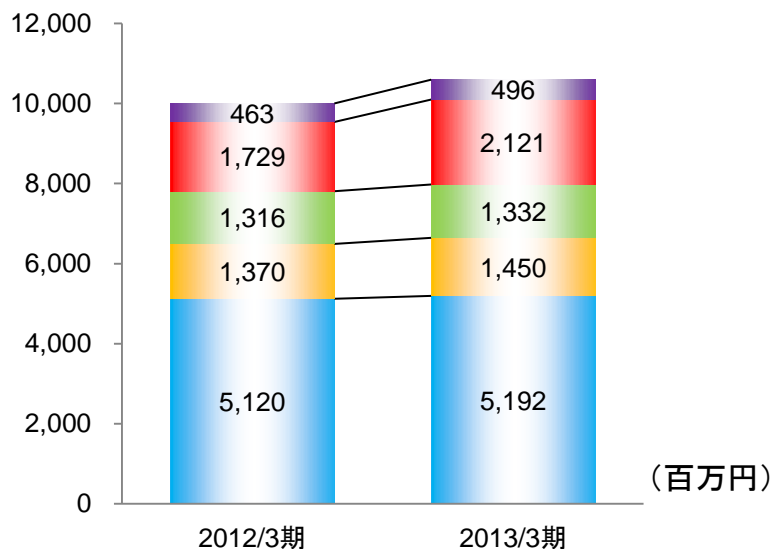
(百万円)

	2012/3期		2013/3期 (予想)		
	金額	百分比 (%)	金額	百分比 (%)	前期比 (%)
売上高	10,083	100.0	10,667	100.0	+ 5.8
営業利益	892	8.9	947	8.9	+ 6.1
経常利益	962	9.5	995	9.3	+ 3.4
当期純利益	557	5.5	597	5.6	+ 7.1
1株当たり純利益 (円)	187.0		170.3		△ 8.9
1株当たり配当金 (円)	12.5		30.0		

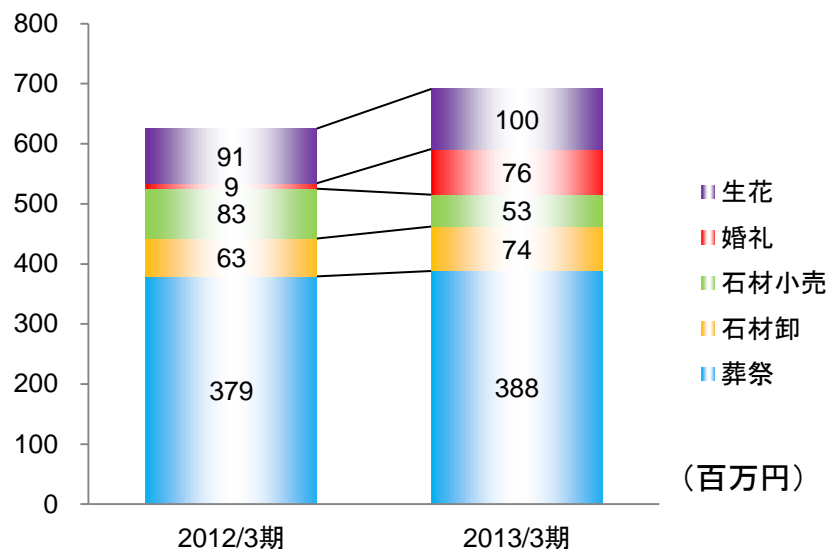
うち中間配当 15 円

主要セグメント別売上高・営業利益予想

売上高



営業利益



※営業利益はセグメント間の内部取引分
または振替高を含んでおります。

今後の事業戦略



感動のある人生を。

こころネットグループ

短期事業戦略

■会館の新規建設

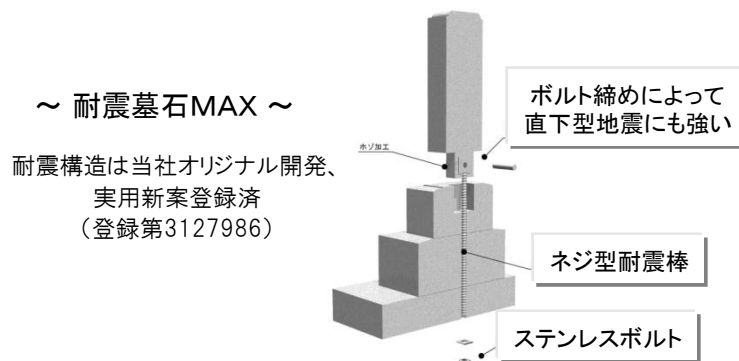
- 2012年4月1日に小規模葬儀にも対応可能な新たな葬祭会館を開設
- 2012年秋にも予定



「たまのや福島西ホール」(福島市野田町)

■高付加価値商品、新商品

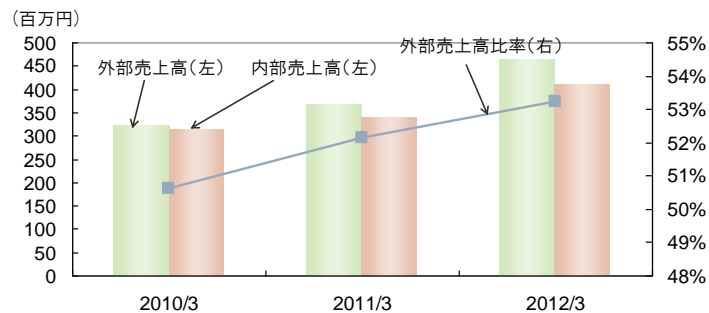
- 耐震墓石MAXの積極的な提案営業
- ガラス墓「晶」共同開発(2011年12月発表)



■生花事業の更なる育成

- 関東、東北地方を主に外部売上拡大に注力

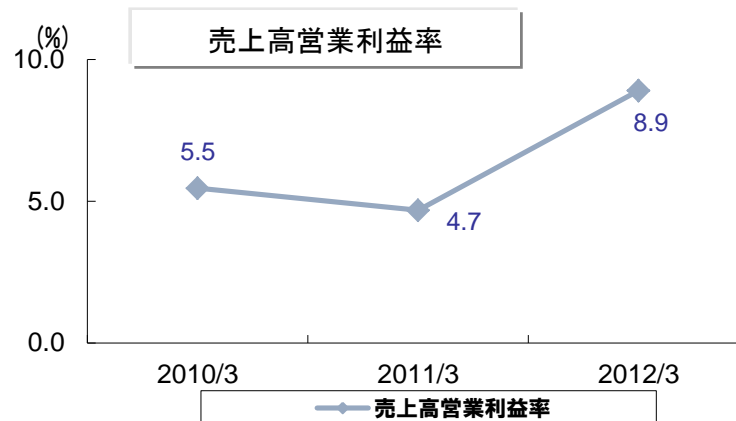
生花事業における
外部顧客売上高とセグメント間の内部売上高



中・長期にわたる継続的事業戦略

■利益率向上への取り組み

- 売上高営業利益率
5.5%(10/3期)⇒4.7%(11/3期) ⇒8.9%(12/3期)
- 今後は従業員のマルチジョブ化を推進、
投入人員を最適化へ

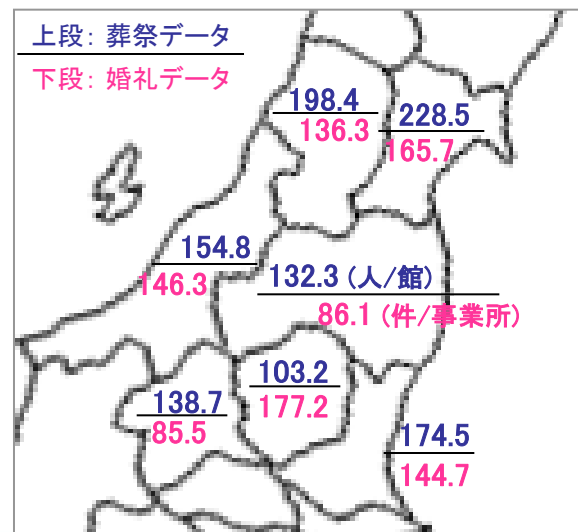


■近隣県外への販路、営業エリア拡大

- 石材卸売、小売事業については、
関東以南への販路拡大を検討
- 冠婚葬祭事業については、
福島県近隣の県外進出を検討

福島県近隣の葬祭会館1館当たりの年間死亡者数
(葬祭会館数は2008年末、死亡者は2010年)

福島県近隣の結婚式場1事業所当たりの年間婚礼取扱い件数
(事業所数は2010年10月、取扱い件数は2009/11~2010/10)



参考データ

トピックス

葬祭事業①	福島県警察本部より7月と9月に感謝状をいただきました。 7月 → 震災に伴う物資・人的支援に対する感謝状 9月 → 震災により殉職された警察官の方々に対する 福島県警葬を施行したことによる感謝状
葬祭事業②	2012年4月に「たまのや福島西ホール」がオープンしました。 また、2012年秋には喜多方市に新式場がオープンする予定です。
石材事業	耐震墓石MAXは、この度の東日本大震災においても問題 ありませんでした。
婚礼事業	原発事故避難者等を対象とした「応援プラン」を提案し、多くの お客様から感謝されました。

震災の影響、復興への対応

		2011/3期		2012/3期		
		第4四半期	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期
葬 祭	マイナス	施設損壊 JA 2施設の休止	→			
	プラス	被災者の 葬儀施行	→			
石 材	マイナス	施設・展示品の 損壊	→			
	プラス		墓石修復工事	→		
婚 礼	マイナス	施設損壊 風評被害 宴会自粛 婚礼のキャンセル	→	→		

第3四半期以降は、ほぼ震災前の状況に復旧

甚大な被害のなか、福島県の企業として震災直後から以下の活動を実施した。

- 1) 避難所での炊き出し支援等のボランティア活動
- 2) 福島県との災害協定に基づく棺等の供給や火葬対応等
- 3) 被災した石材店への支援

注意事項

- 当資料に記載された内容は、現時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的に判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。投資に際しての最終的なご判断は、ご自身がなされるよう、お願い致します。
- 本資料に関する問い合わせ先
こころネット株式会社 (<http://cocolonet.jp/index.html>)
IR担当: 企画部 鹿目 / 斎藤
TEL: 024-573-6556