



# 2024年3月期 決算説明資料

---

証券コード：6060  
2024年6月12日

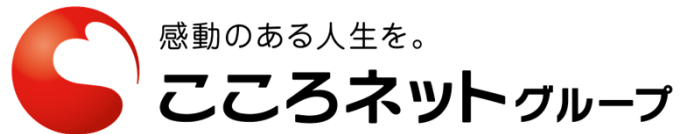
# 目次

---

会社概要	3
連結決算概要	8
事業別決算概要	13
今後の見通し及び施策への取組み	18
参考資料	28

# 会社概要

---



# 持株会社の概要

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番地1
代表者	代表取締役会長 齋藤 高紀 代表取締役社長 菅野 孝太郎
資本金	5億65万円
決算日	3月31日
従業員数	グループ:512名 [外、臨時従業員33名] / 単体:31名 (2024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

# グループの事業内容

持株会社  
こころネット(株)

## 葬祭事業

(株)たまのや  
(株)北関東互助センター  
(株)喜月堂セレオ

## 石材事業

カンノ・トレーディング(株)  
カンノ・トレーディング・ベトナム(有)

## 婚礼事業

(株)With Wedding

## 生花事業、装販部門

(株)フルール

## 互助会事業

(株)ハートライン  
(株)北関東互助センター

お客様のライフステージに合わせたお手伝い

七五三

成人式

結婚式

お葬式

お墓

トータルライフサポート

# 沿革

## <冠婚葬祭事業>

1892年(明治25年)  
葬祭事業創業



## <石材事業>

1929年(昭和4年)  
石材事業創業



2006年4月、「こころネットグループ」発足 ※経営統合は2005年11月

2012年4月、「JASDAQ(スタンダード)」に株式を上場

2013年4月、「郡山グランドホテルグループ」と経営統合

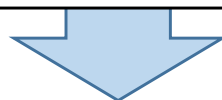
2015年7月、「(有)牛久葬儀社」と経営統合

2017年12月、「(有)玉橋」と経営統合

2018年12月、「(株)北関東互助センター」と経営統合

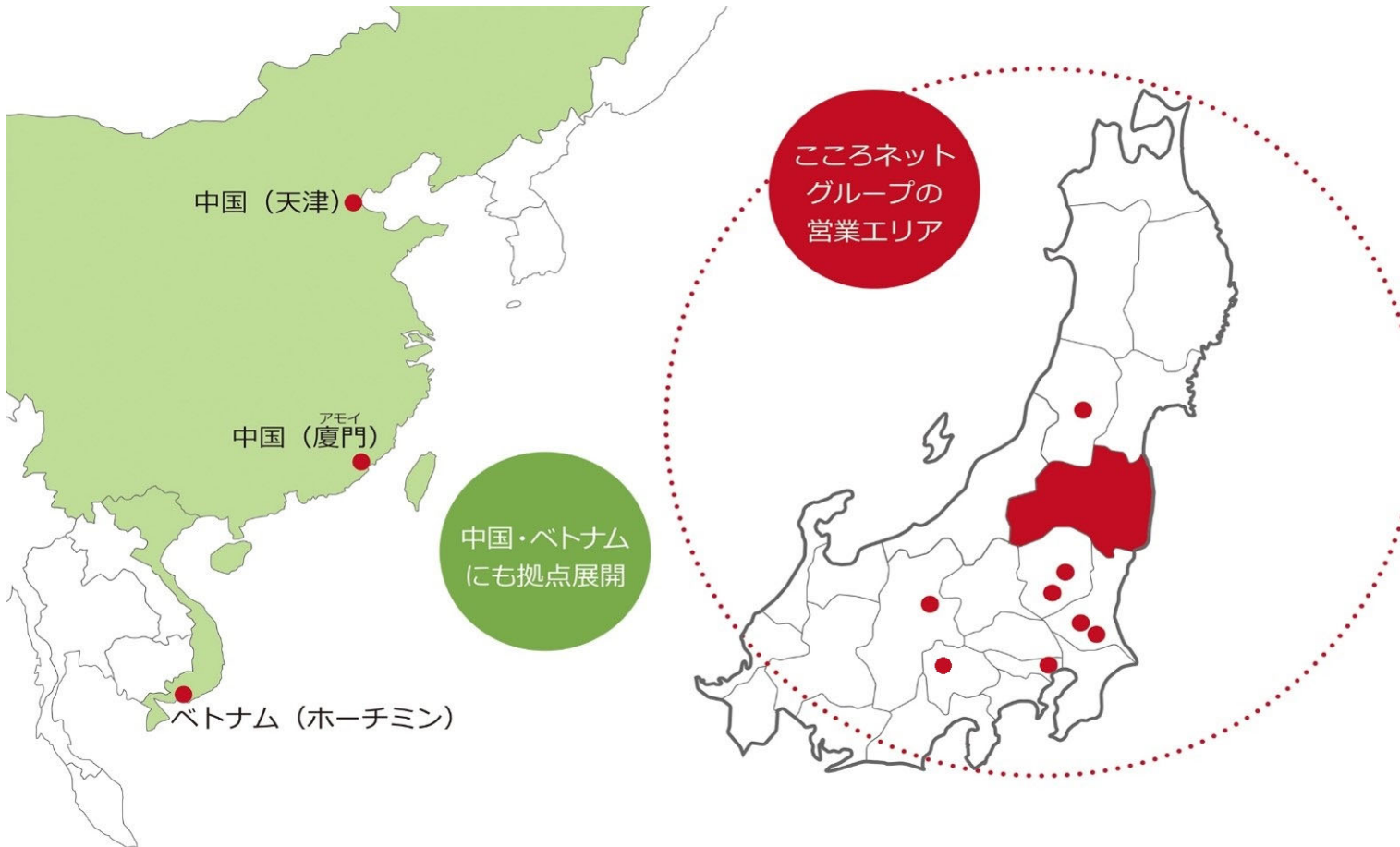
2022年4月、新市場区分「スタンダード」市場に移行

2023年9月、「喜月堂ホールディングス(株)」と経営統合



# 営業エリア

営業エリアは福島県を中心に東日本一円、海外にも拠点展開



## 国内の主な拠点・施設

東北エリア	
葬祭会館	28
仏壇仏具販売店	2
石材卸売事業所	1
石材小売事業所	5
婚礼会場	2
生花営業所	2
関東甲信越エリア	
葬祭会館	12
仏壇仏具販売店	1
石材卸売事業所	2
石材小売事業所	3
生花営業所	1

## 国外の主な拠点・施設

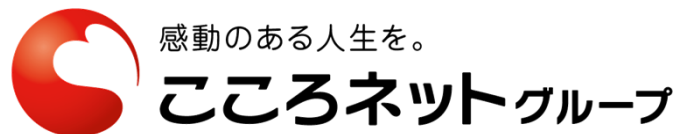
中国	
石材卸売事務所(廈門)	1
持分法適用関連会社(天津)	1

ベトナム	
墓石販売会社(ホーチミン)	1

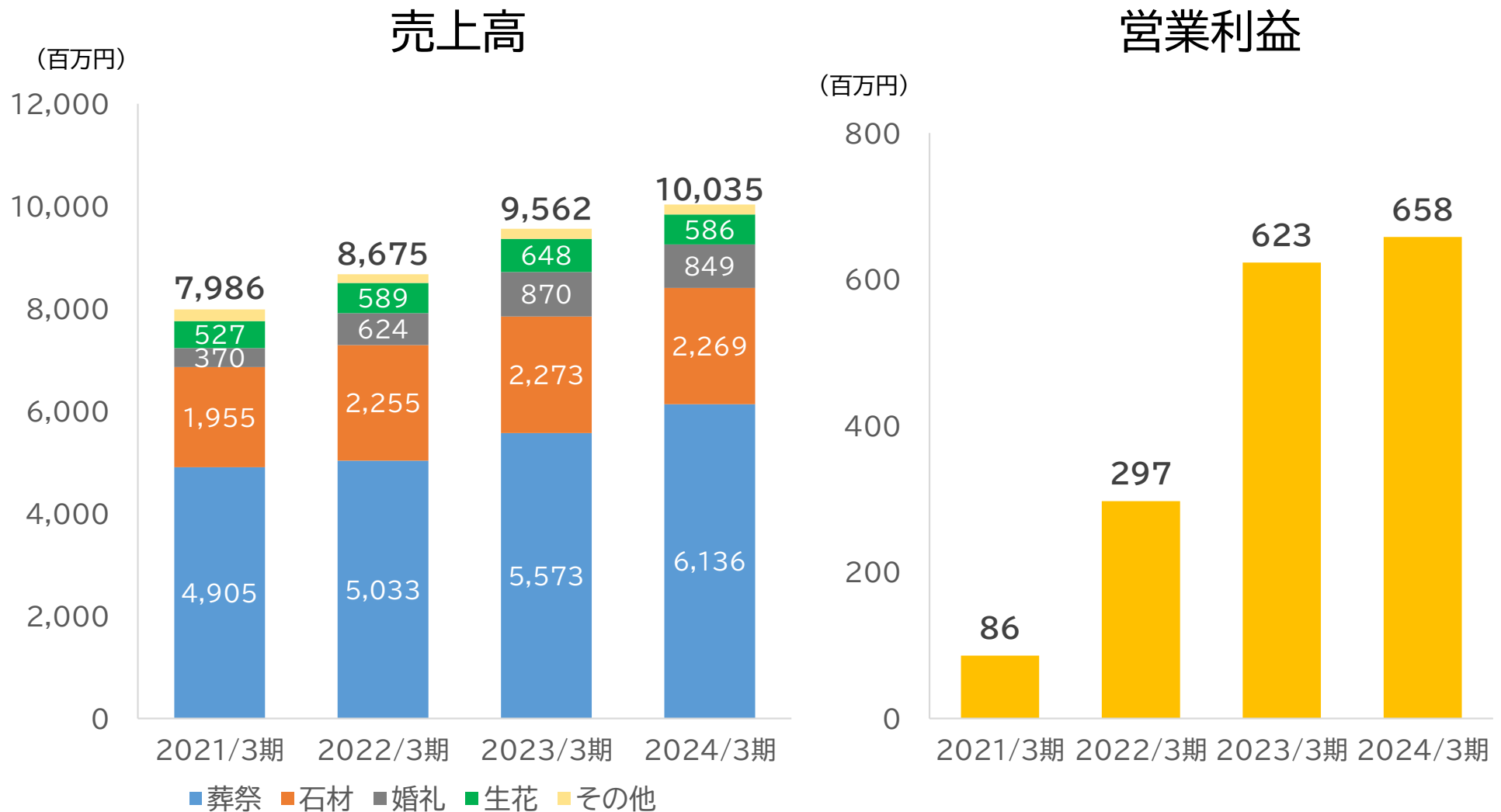
(注)2024年6月12日現在

# 連結決算概要

---



# 連結決算概要



(注)1 百万円未満は切捨て  
2 セグメント別売上高の「その他」は、互助会事業、装販部門、他

# 連結損益計算書

- 3期連続で増収増益を達成
- 売上高は、葬祭事業の既存会社好調に加え、M&Aの実施等により前期比増加
- 売上高増加により営業利益・経常利益前期比増加、更に減損損失計上額減等により親会社株主に帰属する当期純利益も前期比増加

(百万円・%)

	2023/3期	2024/3期	増減額	増減率
売上高	9,562	<b>10,035</b>	473	5.0
売上原価	6,511	6,656	144	2.2
売上総利益	3,050	<b>3,379</b>	329	10.8
販売費及び一般管理費	2,426	2,721	294	12.2
営業利益	623	<b>658</b>	34	5.5
営業外損益	44	171	127	288.0
経常利益	668	<b>830</b>	161	24.2
特別損益	△ 521	△ 39	481	—
法人税等	△ 2	210	212	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	149	<b>579</b>	430	288.5

# 連結貸借対照表

- M&Aの実施等により、流動資産が減少し固定資産が増加
- 利益剰余金の増加により純資産が増加

(百万円・%)

	2023/3期	2024/3期	増減	増減率		2023/3期	2024/3期	増減	増減率
	金額	金額				金額	金額		
現金及び預金	4,005	3,122	△ 883	△ 22.1	買掛金	362	290	△ 72	△ 20.1
受取手形及び売掛金	555	551	△ 3	△ 0.6	短期有利子負債	54	33	△ 20	△ 38.3
有価証券	275	129	△ 145	△ 53.0	その他	969	1,187	218	22.5
その他	737	743	5	0.7	流動負債合計	1,387	1,511	124	9.0
流動資産合計	5,574	4,546	△ 1,027	△ 18.4	長期有利子負債	44	15	△ 28	△ 64.4
有形固定資産	8,007	8,866	859	10.7	前払式特定取引前受金	8,831	8,809	△ 22	△ 0.3
建物及び構築物	3,190	3,761	570	17.9	その他	311	358	46	14.9
土地	4,585	4,789	204	4.5	固定負債合計	9,188	9,182	△ 5	△ 0.1
その他	230	315	84	36.8	負債合計	10,575	10,694	119	1.1
無形固定資産	276	799	522	189.1	株主資本	7,971	8,452	480	6.0
投資その他の資産	4,789	5,055	266	5.6	その他	99	120	20	20.8
固定資産合計	13,072	14,721	1,648	12.6	純資産合計	8,071	8,572	501	6.2
資産合計	18,646	19,267	620	3.3	負債・純資産合計	18,646	19,267	620	3.3

流動資産…現金及び預金、有価証券が減少  
 固定資産…建物及び構築物、土地の他のれん、供託金等  
 が増加

流動負債…未払法人税等、未払金が増加、買掛金が減少  
 固定負債…資産除去債務が増加、長期有利子負債が減少  
 純資産 …利益剰余金が増加

# 連結キャッシュ・フロー計算書

## ■ キャッシュはM&A、設備投資等へ活用

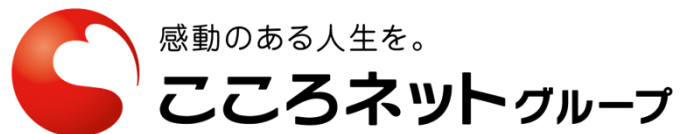
(百万円)

	2023/3期	2024/3期
税金等調整前当期純利益	147	790
減価償却費	366	397
減損損失	517	26
貸倒引当金の増減額(△は減少)	8	△ 59
その他	△ 124	△ 95
営業活動によるキャッシュ・フロー	916	1,059
有形固定資産の取得による支出	△ 306	△ 701
有形固定資産の売却による収入	22	301
貸付金の回収による収入	90	39
その他	92	△ 933
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 100	△ 1,293
長期借入金の返済による支出	△ 116	△ 535
配当金の支払額	△ 112	△ 112
その他	△ 6	△ 1
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 235	△ 649
現金及び現金同等物の増減額	581	△ 883
現金及び現金同等物の期首残高	3,424	4,005
現金及び現金同等物の期末残高	4,005	3,122

設備投資	
(百万円)	
設備投資総額	608
<主な設備投資>	
ケータリング用施設	150
家族葬会館	64
仏壇・墓石コラボ店舗	63

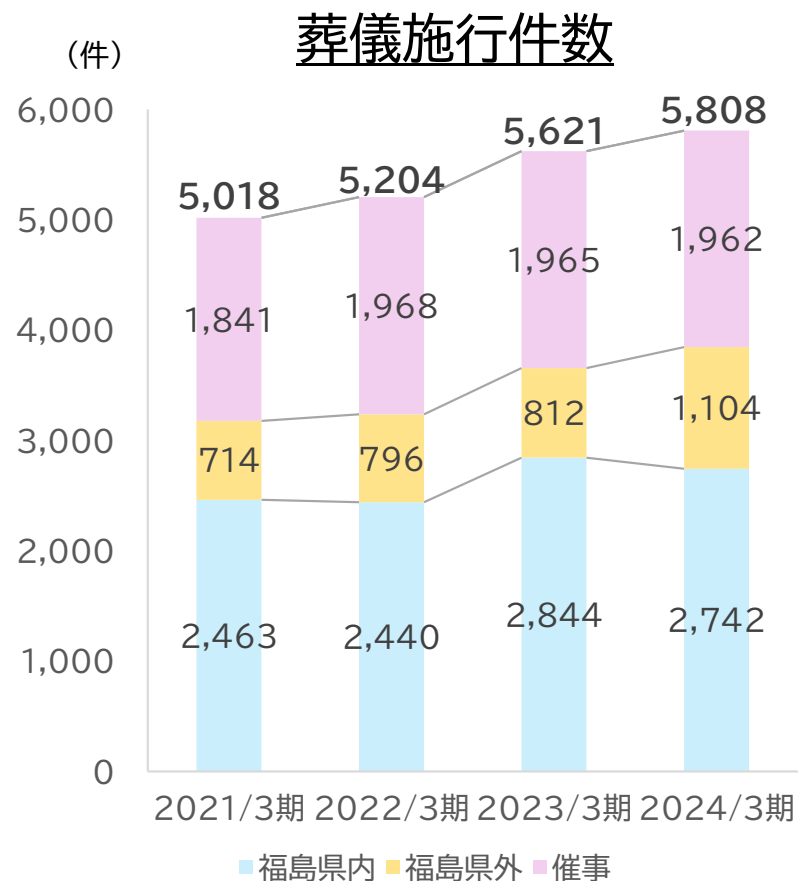
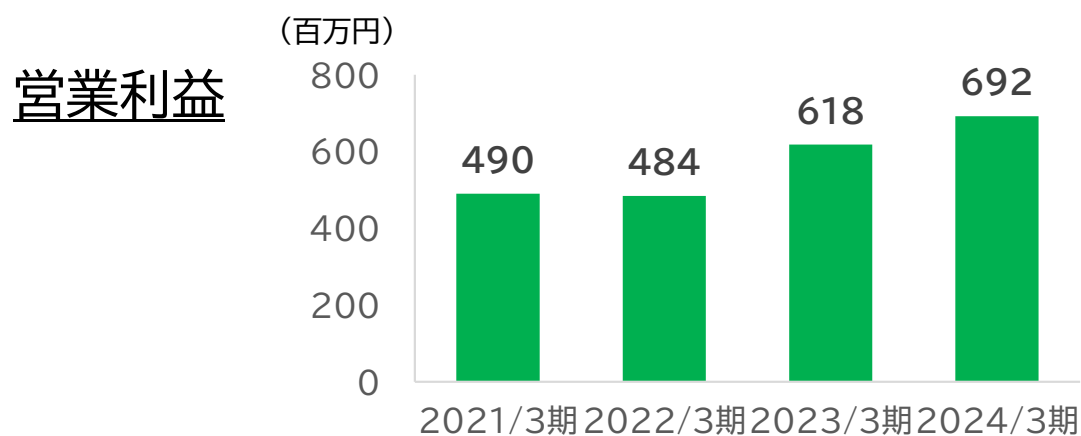
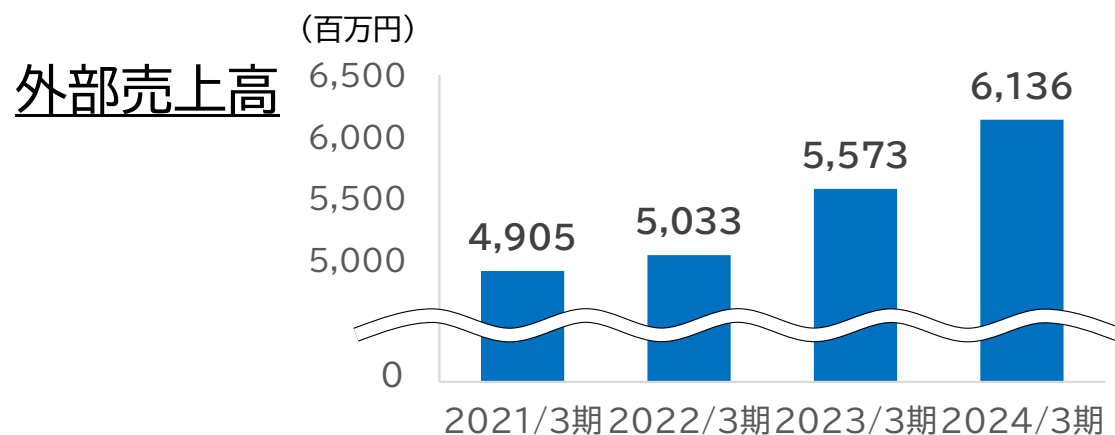
# 事業別決算概要

---



# 葬祭事業

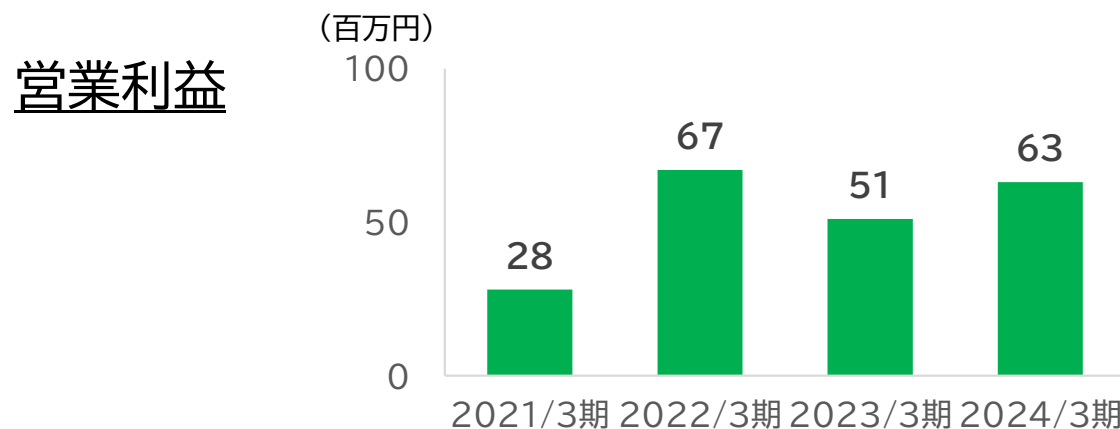
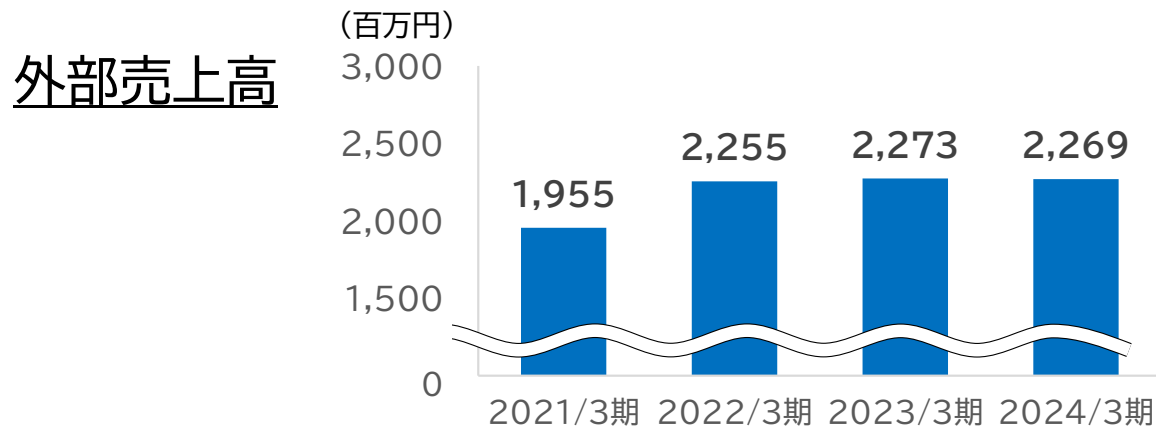
- 営業エリアの死亡者数は横ばい傾向で推移した一方、新型コロナウイルスの影響による葬儀の小規模化は継続
- 既存会社での業績好調に加え、M&Aの実施により増収増益



(注) 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む

# 石材事業

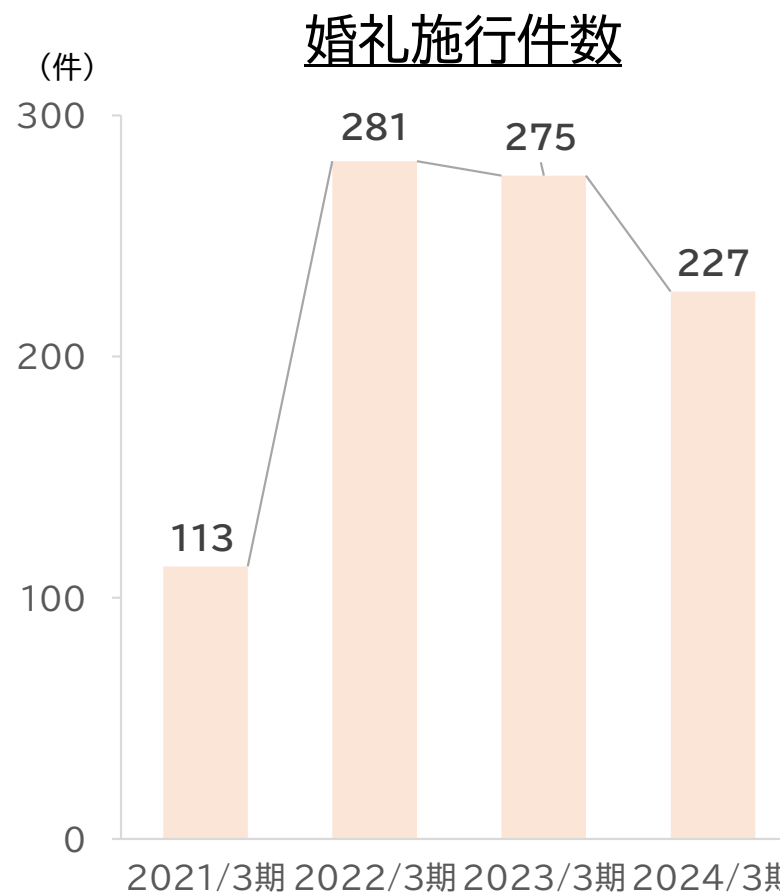
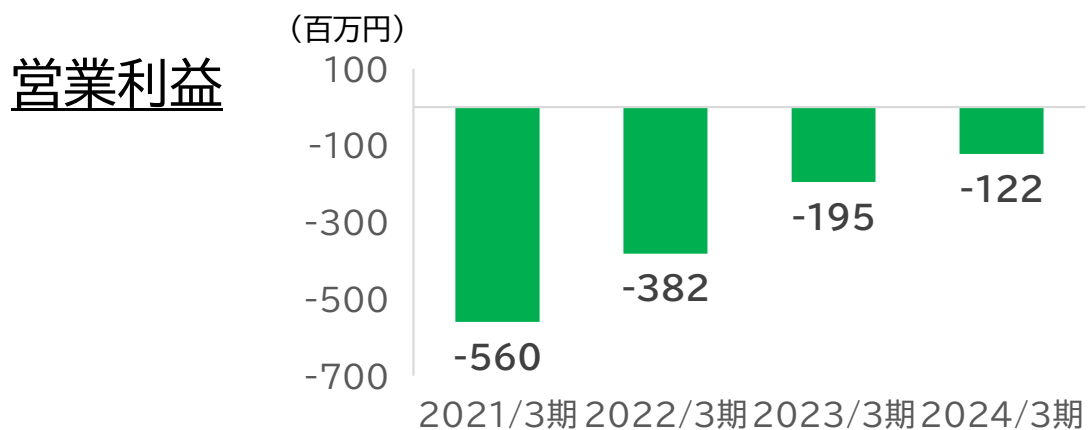
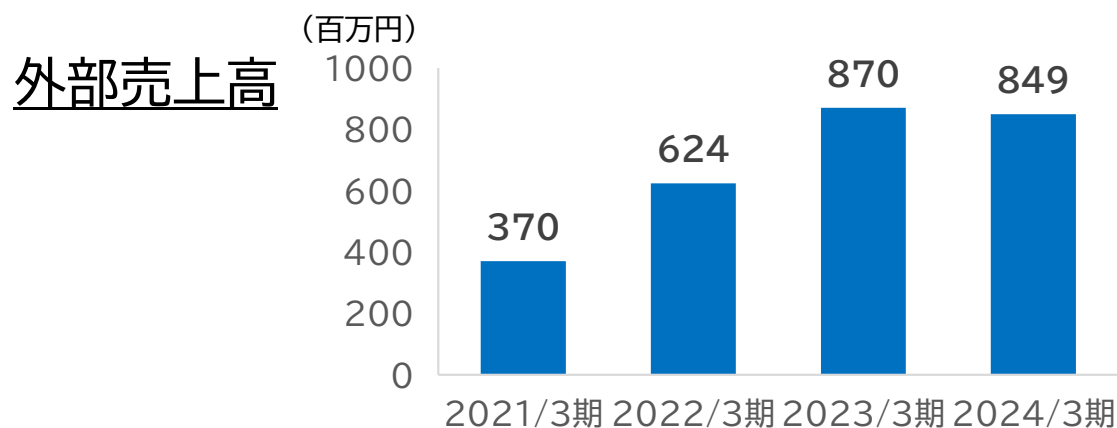
- 海外における原石の在庫不足等の影響は解消傾向
- 卸売は販売価格の見直し、小売は提案営業により販売単価が増加するも、販売数量が伸び悩み、若干の減収
- 仕入の効率化を図り、営業利益は増加



(注) 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む

# 婚礼事業

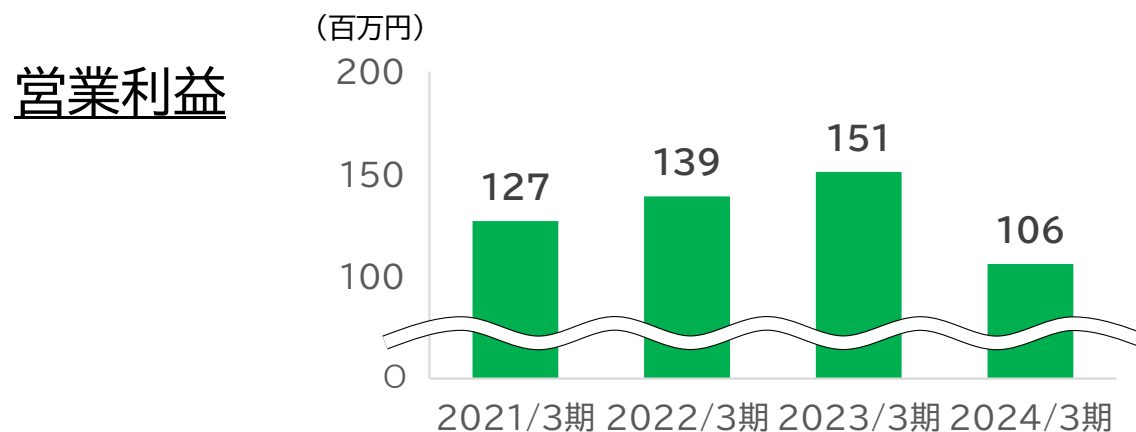
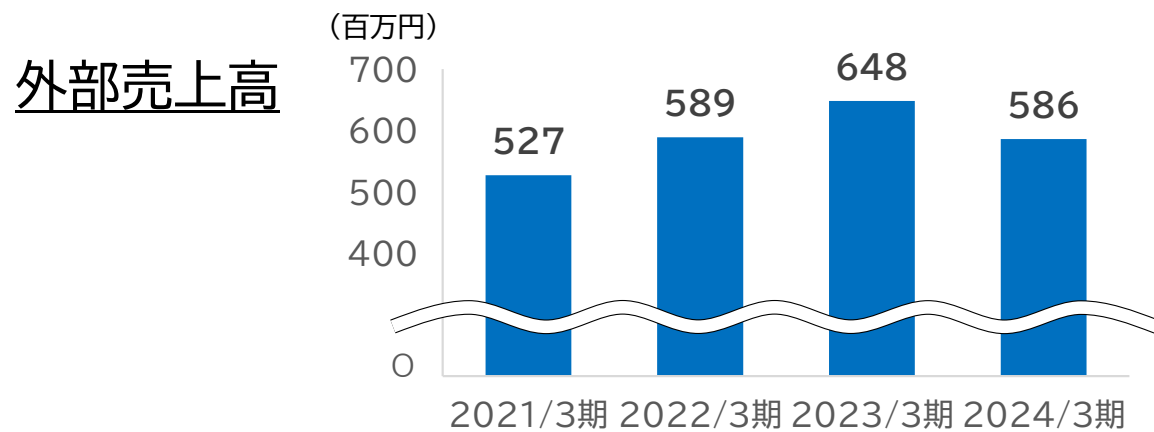
- 結婚式の需要減少及び小規模化は継続
- 招待客数や宴会受注は、営業努力により増加
- 婚礼会場2施設を閉鎖し、営業規模の適正化を図る



(注) 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む

# 生花事業

- DM、SNS等での情報発信や葬儀社への提案営業を行うも売上は伸び悩み
- グループ内社員受入れによるコスト増加等により減益



(注) 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む

# 今後の見通し及び施策への取組み

# 2030年ビジョン

グループ理念 私たちは人々の「こころ」に満足と安らぎをもたらすサービスを提供する。

こころネットグループが創る  
**社会的価値**



- 人々の「心身ともに健やかな生活づくり」への貢献
- 「人々がこころの安らぎを感じる豊かな社会づくり」への貢献
- 生産性向上による経済発展への貢献



# 第4次中期経営計画

## 基本方針

「成長をスパイラルアップするフレームづくり」

～旧ビジネスモデルから脱却し選ばれる成長企業へ～

### 投入する財務資本

3カ年合計  
5,000百万円

営業CF  
※減価償却  
費の累計を  
含む

内部  
留保

必要に応じた  
外部  
資金  
調達

人的資本への投資  
250百万円

製造資本への投資  
2,000百万円

知的資本への投資  
500百万円

社会関係資本への投  
資2,000百万円

自然資本への投資  
250百万円

価値創造の  
フレームづくり

経営資源の  
集中と深化

経営基盤の  
強化

### 重点施策

マーケティングの高度化

生産性向上の加速

戦略的アセットマネジメント

事業開発による業容拡大

人事戦略のブラッシュアップ

コーポレートガバナンスの充実

### 財務目標

連結売上高  
10,430百万円

連結営業利益  
750百万円

ROE  
4.5%

### 非財務目標

女性管理職比率  
30.5%

産休・育休取得率  
70.0%

産休・育休復帰率  
100.0%

障害者雇用率  
2.3%

CO2削減  
HV・EV・FCV率  
38.0%

※ 中計財務目標は2024年5月13日に修正

# 今期の連結業績予想及び配当予想

- 2025年3月期通期の連結売上高は、婚礼事業で婚礼会場閉鎖により減収となる一方、前期M&Aを実施した葬祭事業を中心に増収を目指す。
- 2025年3月期通期の連結営業利益は増収に伴う増益となる一方、連結経常利益は、前期に計上した為替差益等を見込まないことから横ばい。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、税効果会計の影響等により減少。

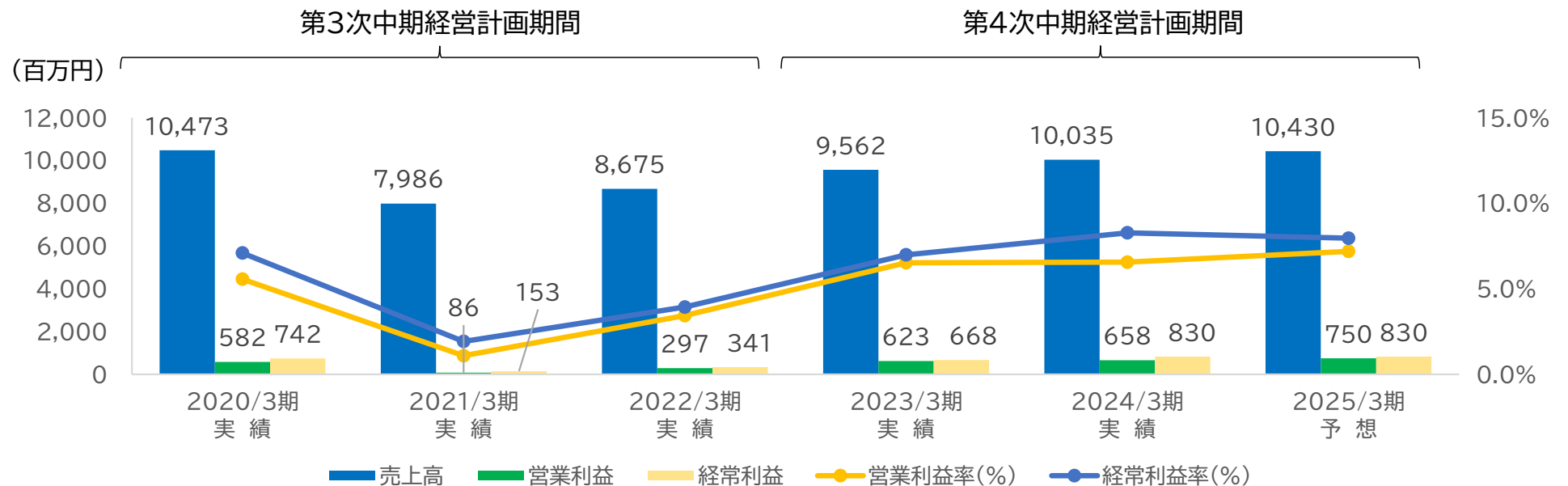
(百万円・%)

	2024/3期 実績	2025/3期 予想	増減	増減率
売上高	10,035	10,430	394	3.9
営業利益	658	750	91	13.9
経常利益	830	830	0	0.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	579	400	△ 179	△ 31.0
1株当たり当期純利益(円)	153.86	106.28	—	—
1株当たり配当金(円)	30.00	30.00	—	—
配当性向(%)	19.5	28.2	—	—

# 連結業績推移

(百万円・%)

連結	2020/3期 実績	2021/3期 実績	2022/3期 実績	2023/3期 実績	2024/3期 実績	2025/3期 予想
売上高	10,473	7,986	8,675	9,562	10,035	10,430
営業利益	582	86	297	623	658	750
経常利益	742	153	341	668	830	830
営業利益率(%)	5.6	1.1	3.4	6.5	6.6	7.2
経常利益率(%)	7.1	1.9	3.9	7.0	8.3	8.0



# 重点施策①

## 価値創造のフレームづくり

	2024/3期の実施状況	2025/3期の取組み
マーケティングの高度化	<ul style="list-style-type: none"><li>CTI、PBX等の導入によるインフラ強化を実施し、コンタクトセンターを稼働開始した。</li><li>顧客情報データベース(CRM)を構築し、体系的なマーケティング体制を整備した。</li><li>広告業務の集約と高度化を実施した。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>コンタクトセンターの稼働拡大と体制の充実によるマーケティング精度の向上を図る。</li><li>マーケティング面のITツールの活用による受注率向上とLTV創出に寄与する攻めのDXを推進する。</li></ul>
生産性向上の加速	<ul style="list-style-type: none"><li>入力業務、集計作業等の自動化促進によりワークアウト活動を拡大した。</li><li>経理関連の法改正(電帳法、インボイス制度)に遅滞なく対応した。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>アドミニストレーションセンター設置に向け、業務の簡素化・自動化推進を加速させる。</li><li>次期基幹システム移行に備えた守りのDX構想を具体化する。</li><li>人的リソースの適正配分及び組織改革を伴うBPRを実施する。</li></ul>

# 重点施策②

## 経営資源の集中と深化

	2024/3期の実施状況	2025/3期の取組み
戦略的アセット マネジメント	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 葬祭会館3施設(福島2施設、茨城1施設)を出店した。</li><li>・ 仏壇と石材のコラボ店舗(会津)を出店した。</li><li>・ 婚礼会場2施設を閉鎖し、営業規模の適正化を図った。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 攻めのアセット戦略に基づく葬祭会館の新規出店(福島、栃木)とブランディング強化による店舗展開を加速する。</li><li>・ 守りのアセット戦略に基づく低稼働施設の計画的スクラップの総仕上げを実施する。</li></ul>
事業開発による 業容拡大	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 喜月堂グループ4社の経営統合により山梨エリアに商圈を拡げた。</li><li>・ PMIを効果的に実施し当該4社を統合し(株)喜月堂セレオに商号を変更した。</li><li>・ Web事業における事業領域と葬祭事業ネットワークを拡大した。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 葬祭事業における友好的M&amp;Aの積極的推進を継続する。</li><li>・ Web事業における更なる営業規模と事業領域の拡大を推進する。</li><li>・ 石材事業におけるベトナムでの卸売・小売の販路を拡大する。</li></ul>

# 重点施策③

## 経営基盤の強化

	2024/3期の実施状況	2025/3期の取組み
人事戦略の ブラッシュアップ	<ul style="list-style-type: none"><li>能力開発ツールの作成、多面評価の実施等、リーダー人財の育成体制の体系化を進めた。</li><li>タレントマネジメントシステムの本格運用に備えた人事システムを導入した。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>新人事システムの本格運用を開始し人財開発の充実を図る。</li><li>幹部候補の積極登用により次世代リーダー人財層の厚みを強化する。</li><li>健康経営・ダイバーシティ&amp;インクルージョンを推進する。</li></ul>
コーポレート ガバナンス の充実	<ul style="list-style-type: none"><li>取締役会実効性評価の実施等によるCGコード対応の更なる充実を図った。</li><li>BCM体制の運用開始によるリスクマネジメントのPDCAサイクルを本格的に開始した。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>経営の執行・監督の役割と責任の明確化を進め、執行役員制度導入を準備する。</li><li>リスクマネジメントのPDCAサイクルの定着化を図る。</li><li>サステナビリティ推進体制を整備する。</li></ul>

# 事業別施策①

## 葬祭事業

### 【競争力の強化】

商品・サービスの抜本的再構築、葬祭会館の計画的リノベーション等

### 【営業規模の拡大】

葬祭会館の戦略的新規出店、同業M&Aの推進等

### 【事業領域の拡充】

LTVの最大化、ライフエンディング領域におけるアライアンス強化等



## 石材事業

### 【競争力の強化】

商品・サービス・Web販売の高付加価値化等

### 【営業規模の拡大】

関東地区及びベトナムを中心とした販路拡大等

### 【事業領域の拡充】

LTVの最大化、寺院・供養周辺領域におけるビジネス展開等



# 事業別施策②

## 婚礼事業

### 【競争力の強化】

企画力・施行クオリティでの差別化、Webマーケティングの高度化等

### 【営業規模の適正化】

内製化と外注化の見極め、婚礼会場の計画的スクラップ&ビルド等

### 【事業領域の拡充】

LTVの最大化、リソース活用による新たな収益源の構築等



## 生花事業

### 【競争力の強化】

商品・ツール・Web販売の高付加価値化、仕入体制の強化等

### 【営業規模の拡大】

グループシナジーの更なる発揮、新規営業所の設置検討等

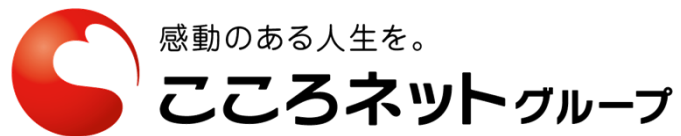
### 【事業領域の拡充】

生花小売領域におけるビジネス展開、アライアンスの検討等



# 参考資料

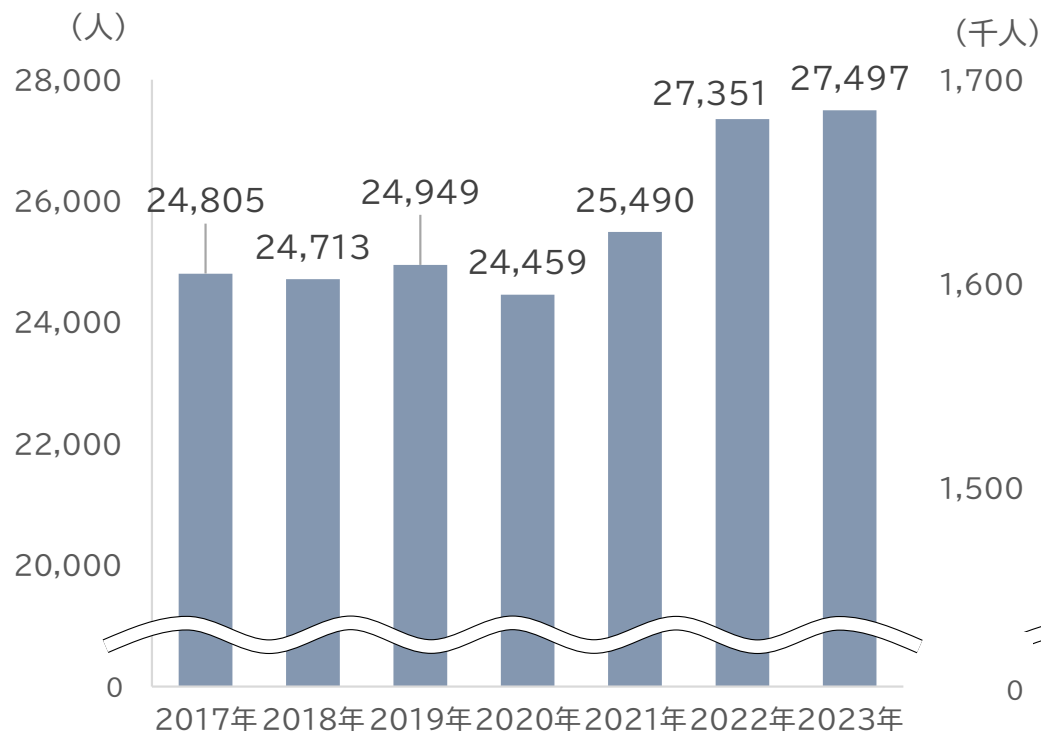
---



# 葬祭資料

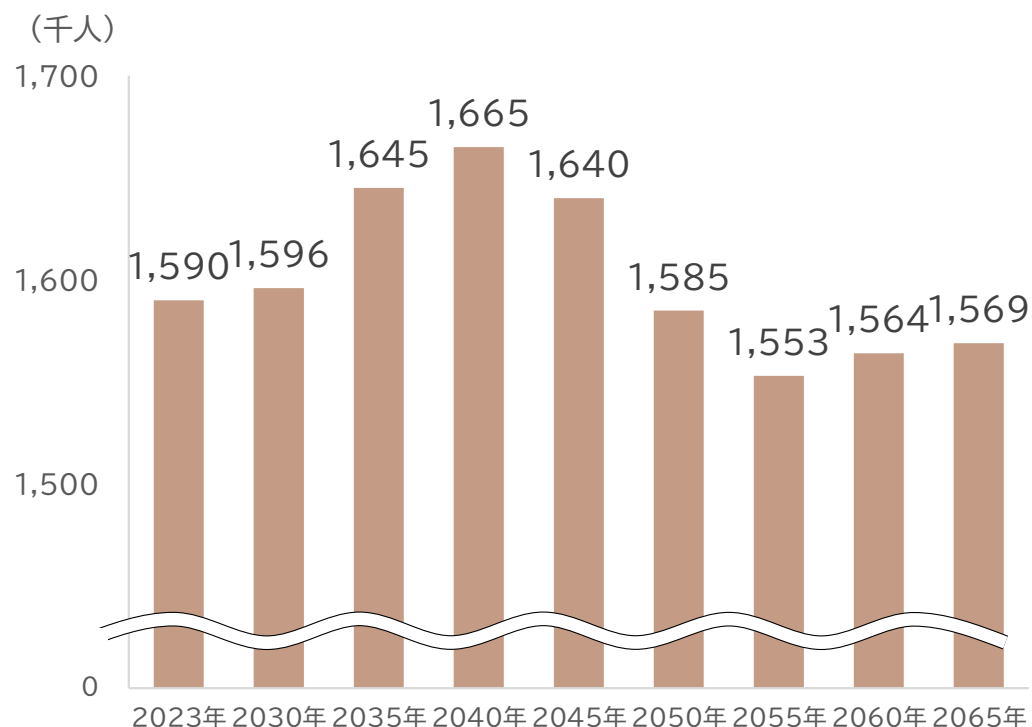
死亡者数は今後も増加傾向

## 福島県の死亡者数推移



※福島県HP「福島県の推計人口」より作成

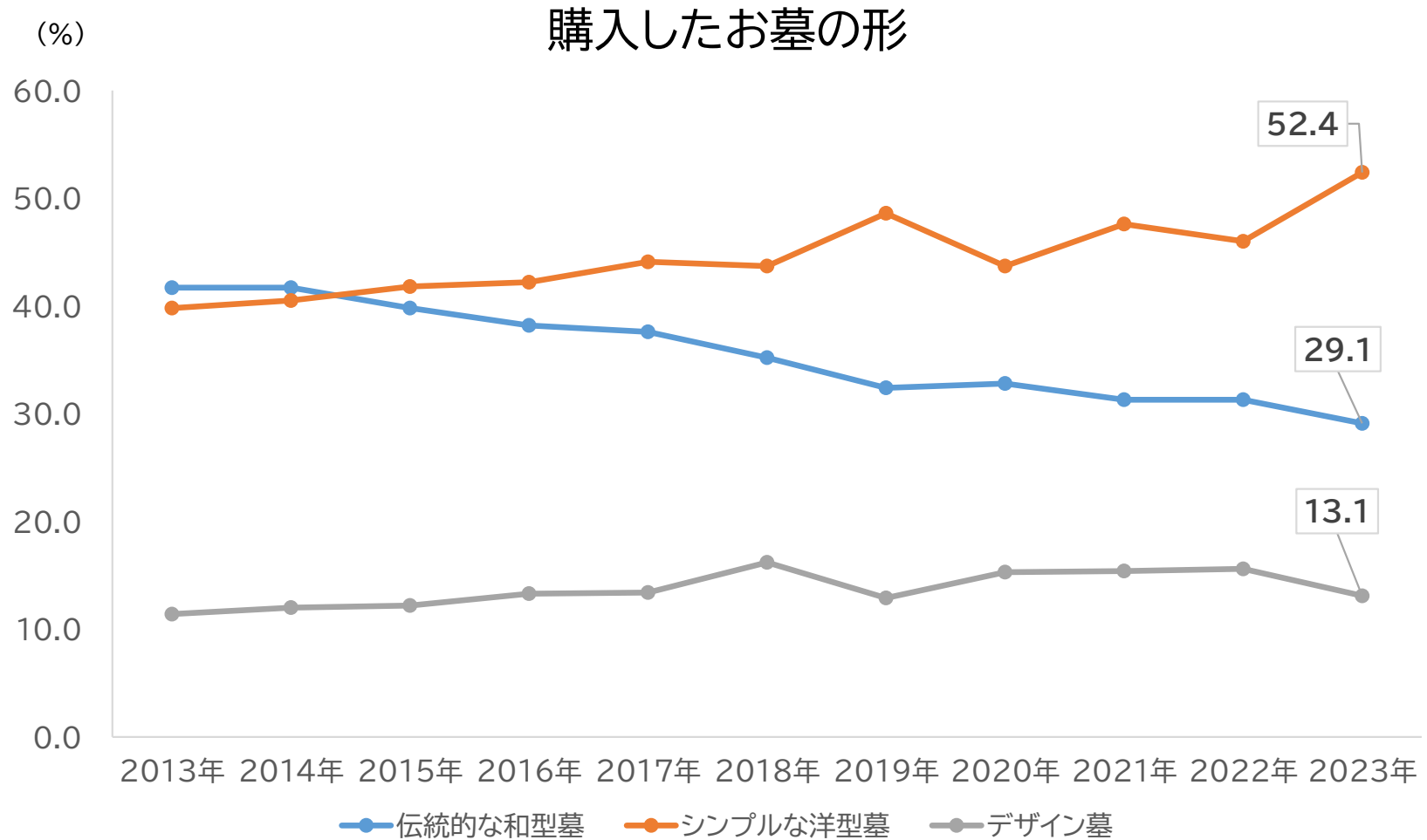
## 全国死亡者数予測



※2023年は、厚生労働省「人口動態調査：速報値」より、2030年以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」(出生中位・死亡中位)より作成

# 石材資料

和型墓減、洋型増の傾向が加速

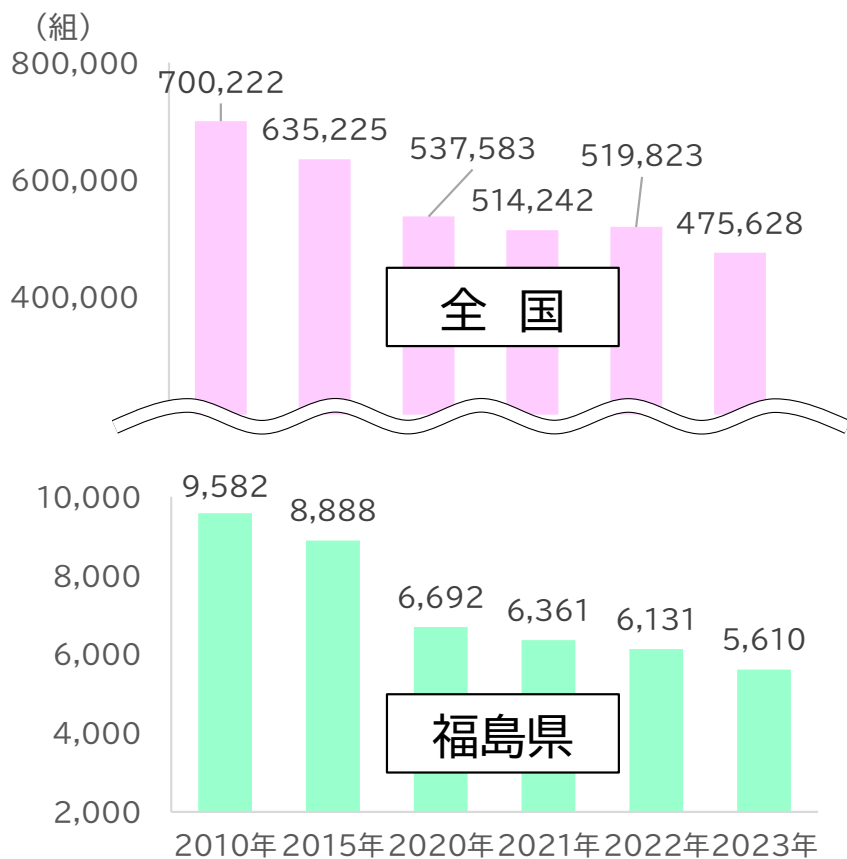


※ 全優石「2022年版 お墓購入者アンケート調査」より作成

# 婚礼資料

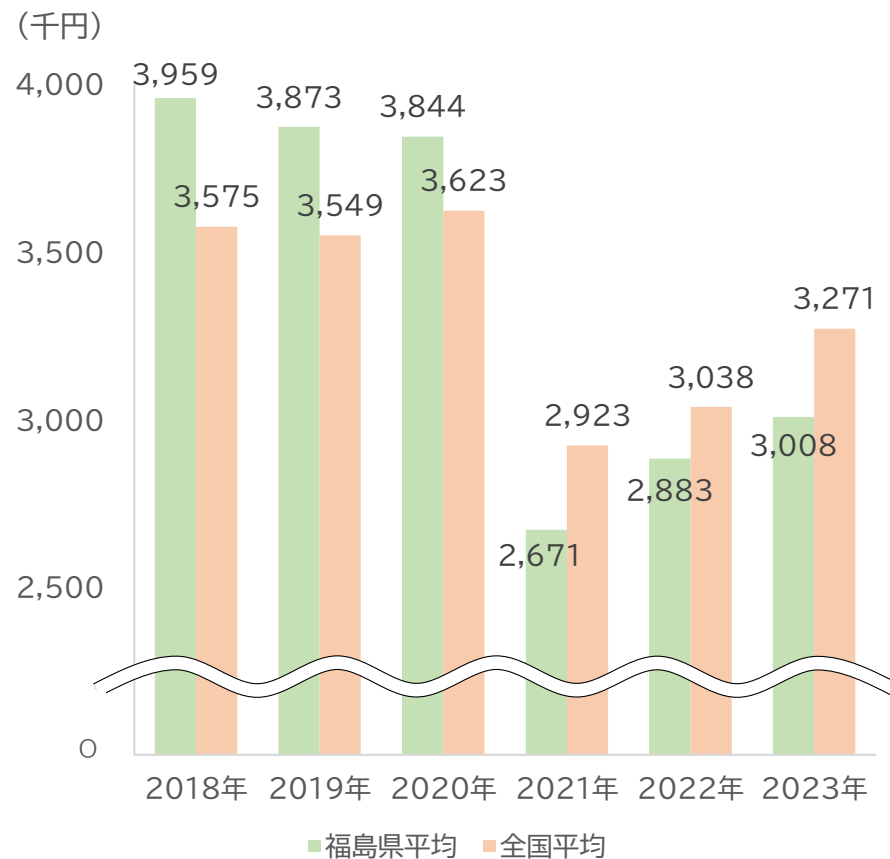
婚礼件数は減少傾向、コロナ禍で低下した婚礼単価は回復傾向

### 婚姻届出組数



※厚生労働省「人口動態統計速報」より作成

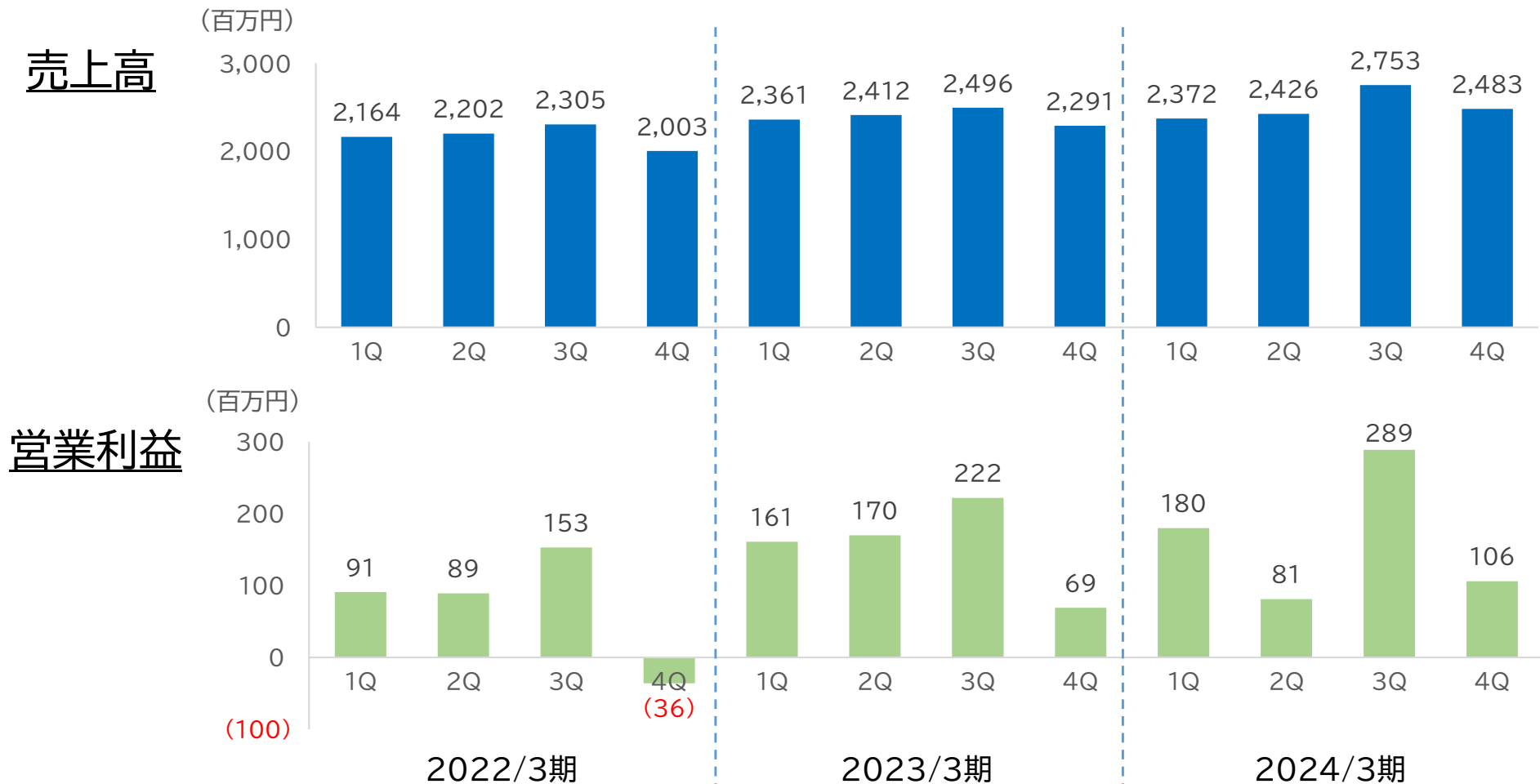
### 婚礼の平均単価



※リクルートブライダル総研「ゼクシィ 結婚トレンド調査 2023」より作成

# 四半期連結業績の推移

2022年3月期第4四半期を最後に各四半期で黒字化  
業況変化(葬儀の小規模化等)により、季節変動が以前よりフラット化



# トピックス①喜月堂グループとのM&A

## 葬祭事業の業容拡大、山梨県へ営業エリアを拡大

### ■ 喜月堂ホールディングス株式会社(現 株式会社喜月堂セレオ)

- 山梨県韮崎市を中心に葬祭事業を展開
- 傘下に株式会社セレオ、株式会社四季、有限会社喜月堂(現在は株式会社喜月堂セレオに吸収合併)
- 葬祭会館3施設、仏壇仏具販売店1施設を保有
- 創業1915年、地元で愛される葬儀会社



セレオホール甲斐



セレオホール韮崎



セレオホール北杜

# トピックス②葬祭会館の新規出店

新規出店により、お客様需要への対応及び営業エリアを拡大

施設名	所在地	施設タイプ	開設日
家族葬のこころ 斎苑 牛久南	茨城県牛久市	家族葬専用会館	2023年9月24日
もとみや斎場 家族葬ホール	福島県本宮市	家族葬専用会館	2023年12月17日
こころ館 西川田	栃木県宇都宮市	1日1葬儀貸切 家族葬専用会館	2024年2月1日



家族葬のこころ斎苑 牛久南



もとみや斎場家族葬ホール



こころ館 西川田

# トピックス③供養に関するワンストップ店舗

## 仏壇仏具販売店と墓石販売店がコラボしシナジー発揮

### ■ ぶつだんプラザ会津・石のカンノ会津支店

- 葬祭事業と石材事業のコラボレーション店舗
- お客様はワンストップで供養の品を購入可能
- 仏壇、墓石専門のスタッフが集約したことにより、更なるシナジーを発揮

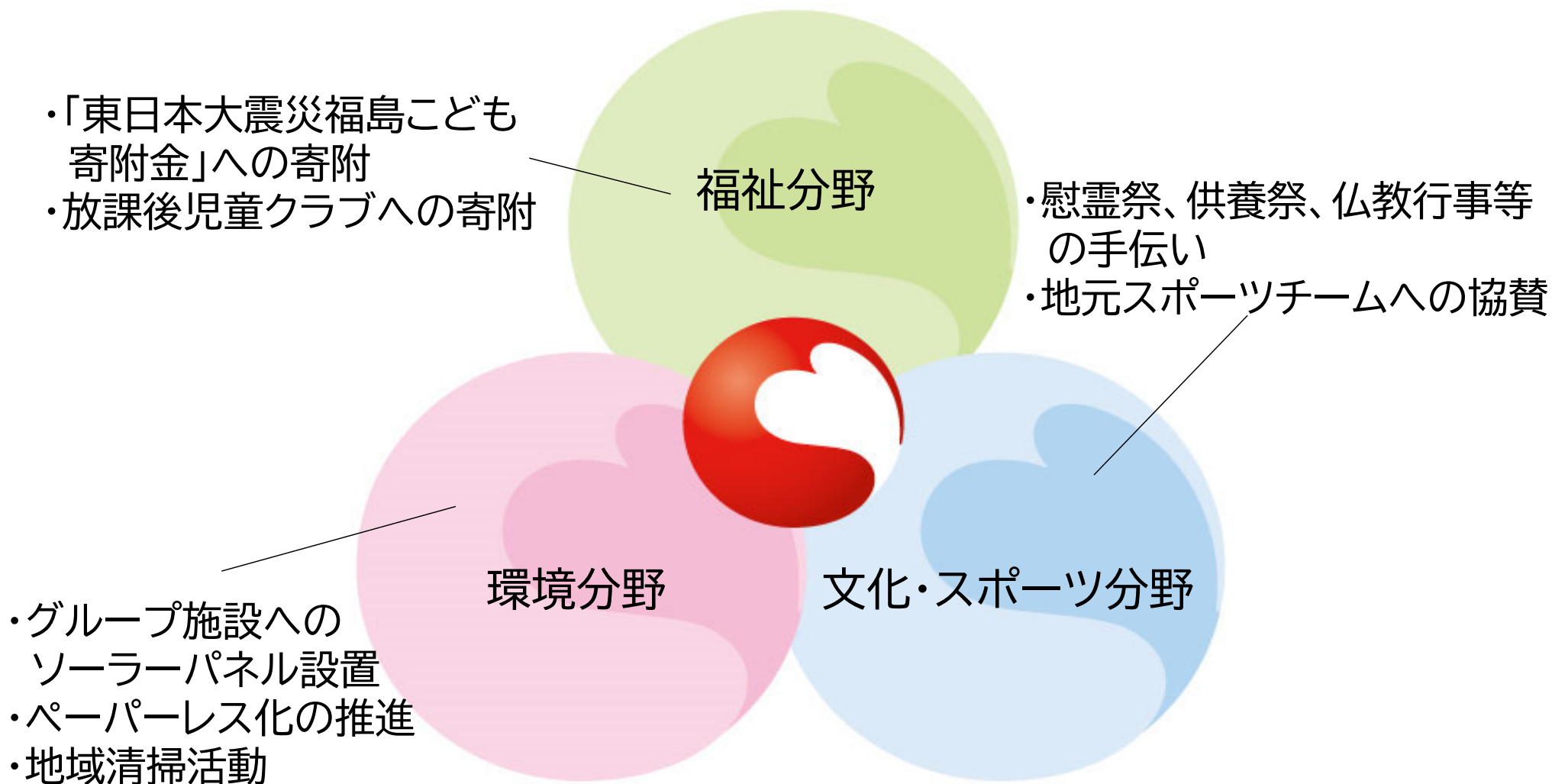


外観



内観

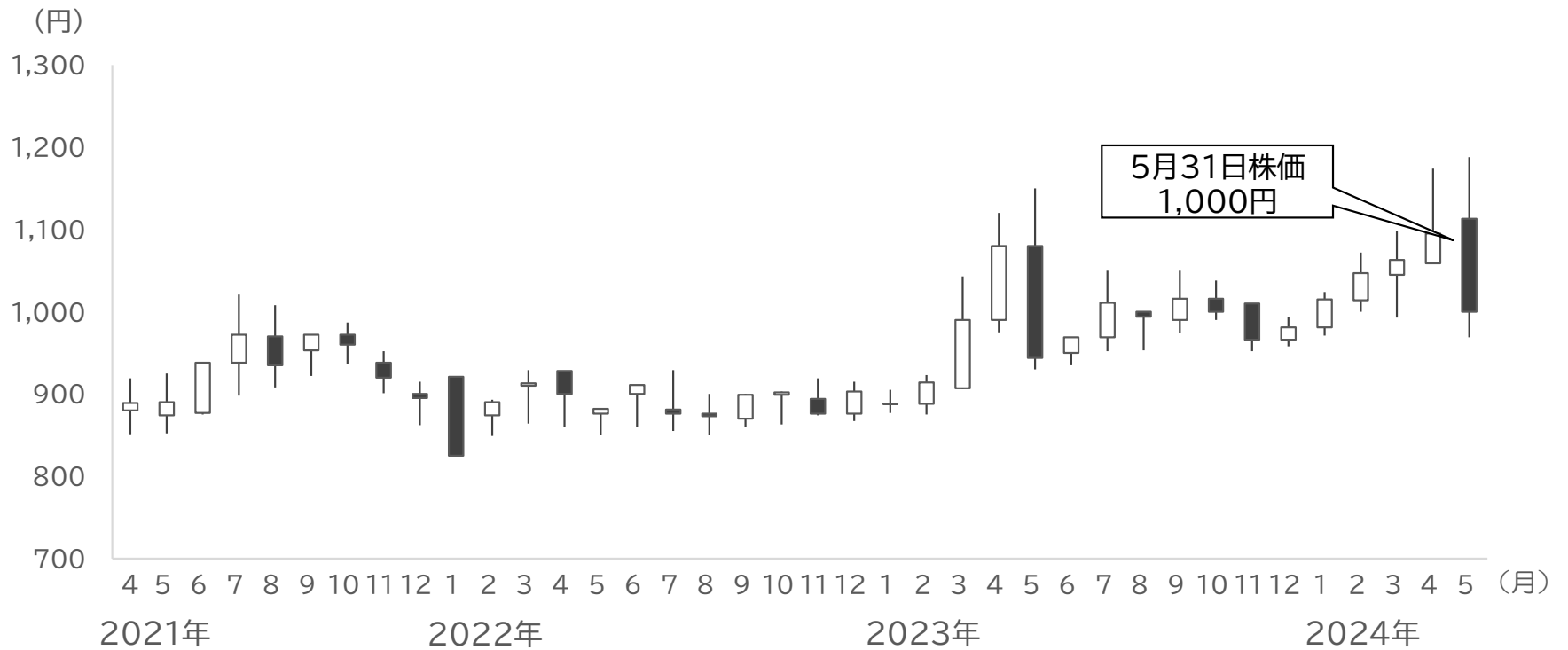
# サステナビリティを巡る課題への取り組み



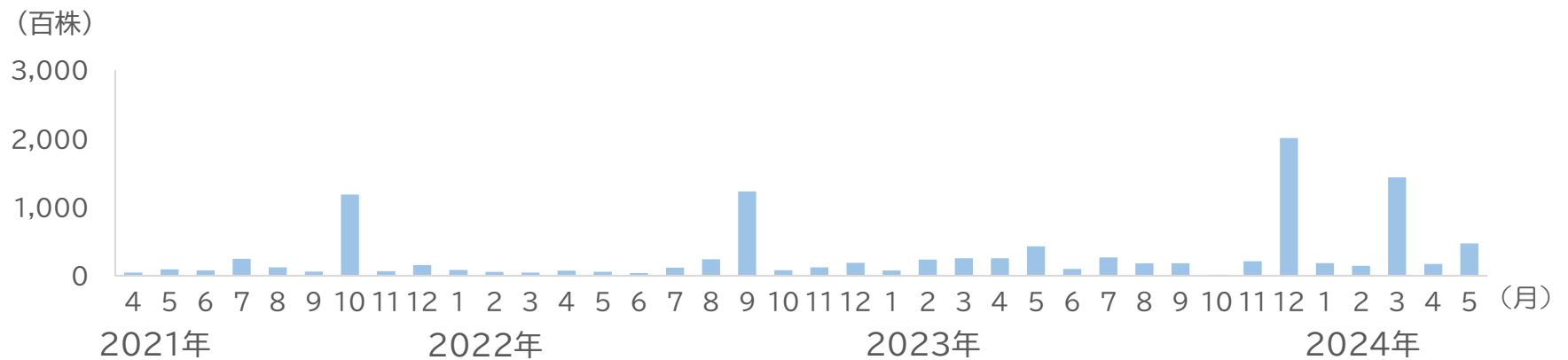
今後、サステナビリティを巡る課題に対して、より能動的・積極的に取り組むため、基本方針の策定、推進するための枠組みの整備、目標管理及び効果測定等を進めていく

# 株価・出来高推移

株価



出来高



※株価・出来高は、2024年5月31日までのもの

# ご注意

- 本資料は、当社グループの業績及び今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料に記載されている将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 万が一この情報に基づいて被ったいかなる損害についても、当社グループ及び情報提供者は一切の責任を負いかねますので、ご承知ください。