



2019年5月31日

各 位

会 社 名 ころネット株式会社
 代 表 者 名 代表取締役社長 齋藤 高紀
 (コード番号: 6060)
 問 合 せ 先 常務取締役 羽田 和徳
 (TEL. 024-573-6556)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社はこのたび、2020年3月期から2022年3月期までの3カ年を対象とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要を下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 前中期経営計画（2017年3月期～2019年3月期）の総括

1-1. 数値目標に対する総括

2016年7月11日付で発表した前中期経営計画は、2017年3月期に売上面、利益面ともに中期経営計画最終年度（2019年3月期）の数値目標を上回ったため、2017年6月12日付で利益面の数値目標の上方修正を発表し、2019年3月期について売上高11,582百万円、営業利益865百万円、経常利益887百万円を目標に取り組んでまいりました。

しかしながら、2019年3月期の最終実績は目標に対して売上高で865百万円、営業利益で355百万円、経常利益で381百万円下回る結果となりました。

	当 初 目 標 (百万円)	修正後 目 標 (百万円)	2019年3月期 実 績 (百万円)	対当初目標 達成率 (%)	対修正目標 達成率 (%)
売上高	11,582	11,582	10,717	92.5	92.5
営業利益	627	865	510	81.3	59.0
経常利益	719	887	506	70.4	57.0

1-2. 数値目標未達の主な要因

当社グループが展開している営業エリアにおいて、加速する少子高齢化や時流の変化により、儀式・埋葬の形態の変化、ニーズの多様化、競争激化等が想定以上に進行しました。

このような状況の下、葬祭事業における葬儀施行単価の低下、石材事業における墓石需要の低迷及び墓石単価の低下、婚礼事業における婚礼施行件数の減少等への対応力が不足し、売上高が目標を大幅に下回りました。加えて、将来に繋がる各種投資を行い経費が増加した一方、投資効果やローコスト体制の構築による効果等が十分に発現するまで至らず、営業利益、経常利益についても目標を下回る結果となりました。

1-3. 重点施策の主な実施状況

事業再編	2016年7月、(株)ハートラインが(株)互助システムサークルを吸収合併（互助会事業）
	2017年4月、石材卸売・小売事業をカンノ・トレーディング(株)として1社に統合
	2017年4月、大型婚礼会場を休館（2018年3月売却）、小規模婚礼会場をオープン
	2017年9月、(株)たまのやが(有)牛久葬儀社を吸収合併（葬祭事業）
	2019年4月、(株)たまのやが(有)玉橋を吸収合併（葬祭事業）
	全社に係るシステム刷新、BPR（ビジネスプロセス・リエンジニアリング）を推進
重点事業分野の拡大	2017年4月、生花・装販事業を(株)フルールとして分離
	2018年7月、家族葬専用葬祭会館をオープン
	既存葬祭会館4施設をリノベーション
新たな取り組み	2017年12月、(有)玉橋と経営統合（葬祭事業）
	2018年1月、屋内納骨堂「本所廟堂」の販売代行を開始（石材小売事業）
	2018年12月、(株)北関東互助センターと経営統合（葬祭・互助会事業）

2. 新中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）の概要

2-1. 基本方針及び重点施策

【基本方針】

1. 「使う力」を駆使して「稼ぐ力」を創出
2. 成長分野への資源集中
3. 生産性追求と働く環境の整備

上記基本方針に基づき、次の重点施策を実践してまいります。

（1）成長分野への資源集中

- ・事業ポートフォリオの再構築
- ・経営資源の適正配分
- ・新分野・海外への資源投入

（2）生産性追求

- ・BPRの推進
- ・未来型テクノロジーの調査・導入

（3）人財開発と働く環境の整備

- ・リーダー人財の育成
- ・働きがい高める環境づくり

2-2. 数値目標

	2019年3月期 実績 (百万円)	2020年3月期 目標 (百万円)	2021年3月期 目標 (百万円)	2022年3月期 目標 (百万円)	2019年3月期 からの増加率 (%)
売上高	10,717	11,012	11,355	11,590	8.1
営業利益	510	520	680	860	68.7
営業利益率(%)	4.8	4.7	6.0	7.4	2.6ポイント
経常利益	506	560	750	930	83.7
経常利益率(%)	4.7	5.1	6.6	8.0	3.3ポイント

2-3. 事業別施策

(1) 葬祭事業

【営業強化】

高品質サービスでの差別化、料金プランの明瞭化、Web戦略の抜本的見直し、
営業推進・会員募集の強化等

【収益力の強化】

高付加価値商品の導入、アフター商品の受注強化、ローコストオペレーションの構築等

(2) 石材事業

【販売力の強化】

営業部門の再編と営業手法の見直し、WebやITツールの活用、差別化商品の販促等

【営業基盤の拡充】

屋内納骨堂の販売加速、寺院取引促進、取扱商材の拡充、供養周辺サービスの推進等

(3) 婚礼事業

【営業強化】

マーケティング・広告宣伝の機能強化による来館数の確保、
提案力・接客力の向上による成約数の確保、
紹介営業の強化、衣裳・料理・オプション商品の販売促進、宴会の受注強化等

【収益力の強化】

内製化と外注化の見極め、ローコストオペレーションの構築等

(4) 生花事業

【営業基盤の拡充】

新規取引先の獲得、営業所新設の検討等

【仕入体制の強化】

取引市場や物流の見直し、営業所間の連携強化、仕入バイヤーの育成等

以 上

(注) 当中期経営計画は、現在入手可能な情報に基づき作成しておりますが、実際の業績は今後の様々な不確定要因により、計画数値と異なることがあります。