

2025年8月期 決算説明資料



株式会社エータイ

2025.10.15

目次

Section 0	会社概要
Section 1	2025年8月期 通期 業績
Section 2	市場環境・事業概要
Section 3	成長戦略
Section 4	2026年8月期 通期 業績見通し
Section 5	よくあるご質問

会社概要（2025年8月期末時点）

会社名	株式会社エータイ
設立	2004年10月
所在地	東京都千代田区神田錦町三丁目21番地
資本金	164,092千円
構成役員	代表取締役 樺山 玄基
	取締役 田中 佑治(公認会計士)／蓑毛 誠子(弁護士)／石川 大祐(公認会計士)
	監査役 細矢 祐輔／森 英之(公認会計士)／高橋 壮介(弁護士)
従業員数	143人
事業内容	寺院コンサルティング事業、永代供養墓募集代行事業
決算期	8月
上場市場	東京証券取引所 グロース市場（369A）

ビジョン・ミッション

理念

－創業時からエータイが大切にしてきた価値観－

人と人のこころのつながりをサポートし、社会のこころを豊かにする

ビジョン

－目指すべき世界(エータイだけでは実現できない壮大な夢)－

ポジティブな超高齢社会を創造する

ミッション

－ビジョン世界の実現のためにエータイが行うこと－

みんなの未来を安心とワクワクで満たすサービスを提供する

各指標の状況 (2025年8月期)

Business Profile

開苑寺院数
92ヶ寺
前期末比+12ヶ寺



1寺院当たり売上高
34.0百万円※1



開苑済展開エリア
14都府県
新たに関西圏に開苑



Key Financials

営業利益率
24.3%

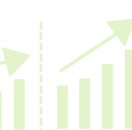
EBITDAマージン率
35.5%



売上高
29.2億円
前年比+5.5億円



売上高前年度比
123.3%



Company Profile

累計供給区画数※2
41,055基
前期末比+20.7%増



累計成約者数
32,726組
前期末比+4,996件増



※1 2025年8月期売上高2,929百万円を期中平均開苑寺院数((期初開苑寺院80+期末開苑寺院92)/2)で除して計算。

※2 累計供給区画数は個別区画(未成約も含む)のみカウントし、累計成約者数は、全ての新規契約者数をカウント

Section 1

2025年8月期 通期 業績



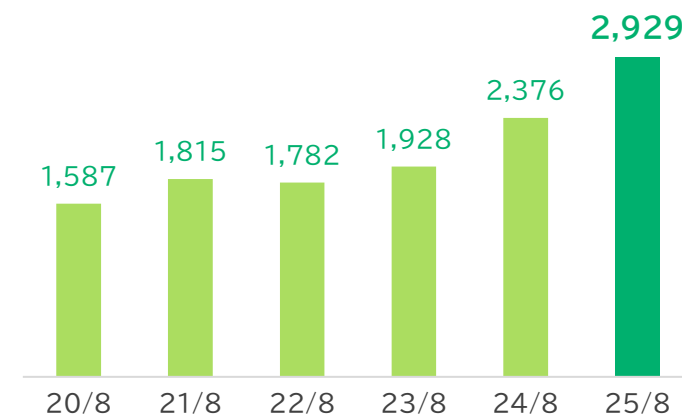
通期 業績

- ✓ 売上高は2,929百万円と前年比23.3%の増収となり、通期業績予想を上回って過去最高額を記録。
- ✓ 営業利益も713百万円となり前年比で40.9%増益と高い成長を実現。その他の各段階利益も含めて過去最高益を達成。

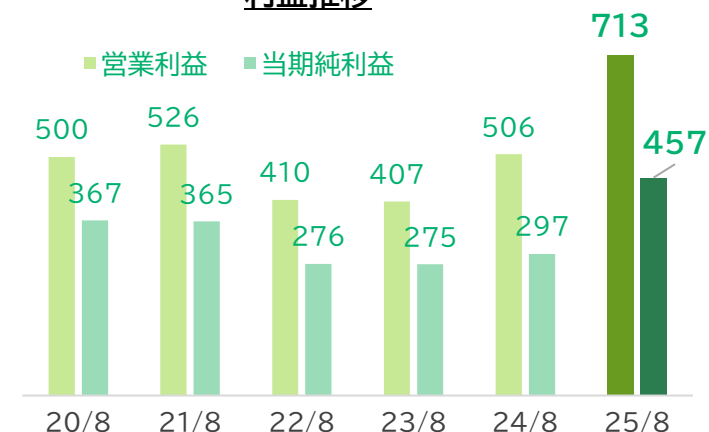
(単位:百万円)

	2024年 8月期	2025年 8月期	前年比
売上高	2,376	2,929	+553
売上原価	754	934	+180
売上総利益	1,621	1,994	+373
粗利率	68.2%	68.1%	▲0.1p
販管費	1,115	1,281	+166
営業利益	506	713	+207
営業利益率	21.3%	24.3%	+3.0p
経常利益	507	705	+198
当期純利益	297	457	+160
EBITDA	753	1,040	+287
EBITDAマージン率	31.7%	35.5%	+3.8p
ROE	12.5%	16.1%	+3.6p

売上高推移



利益推移

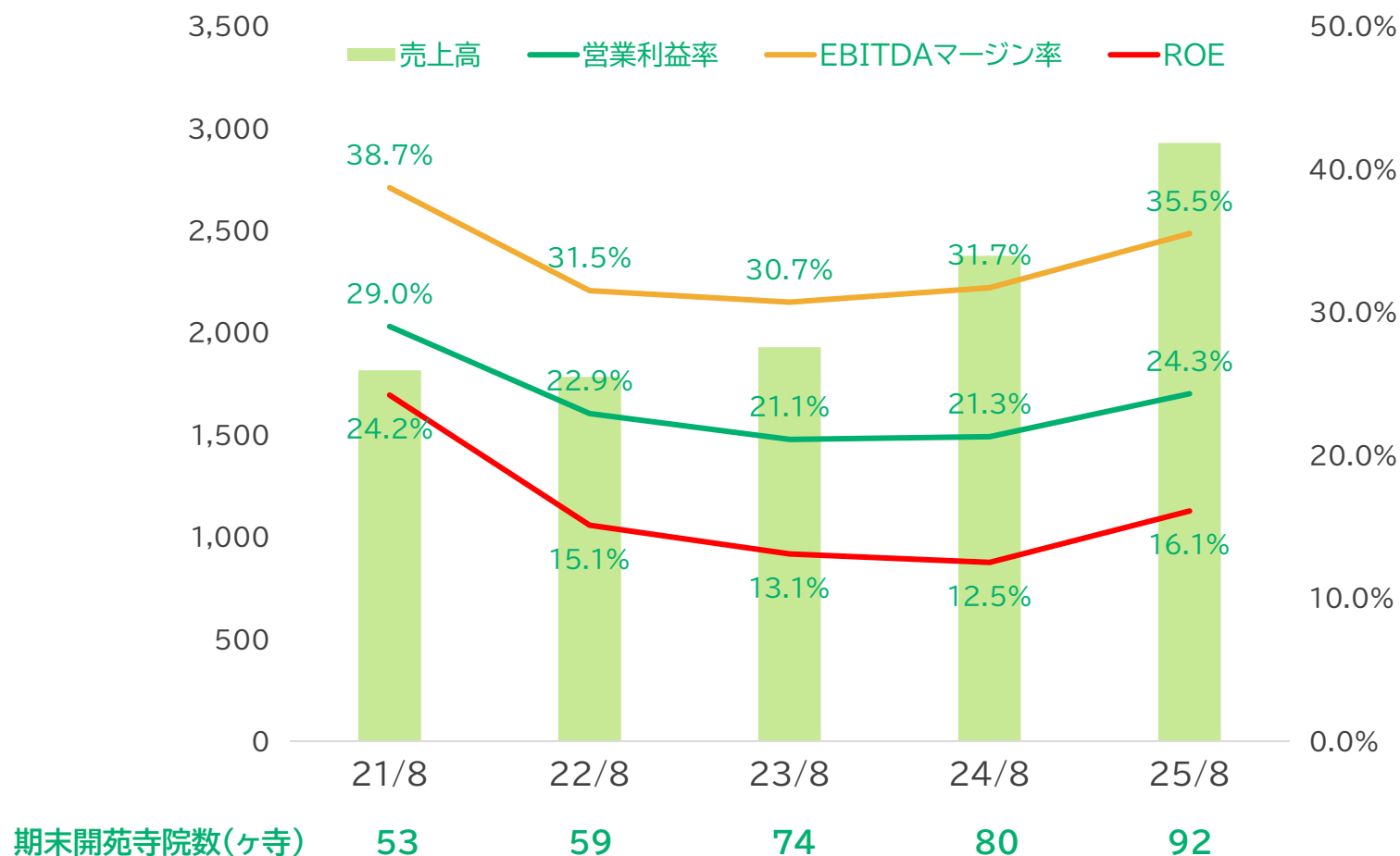


通期 業績 — 営業利益率・EBITDAマージン率・ROE推移—

- ✓ 2021年8月期以降、各利益率とも低下傾向にあったが、営業利益率・EBITDAマージン率は2023年8月期、ROEは2024年8月期を夫々ボトムとして反転上昇。
- ✓ 足許は寺院開苑数が伸び、墓建立費用が拡大していることから、EBITDAマージン率が営業利益率を上回って上昇。

(単位:百万円)

各利益率の推移



通期 業績 – 取組み施策の状況 –

- ✓ 対寺院では、新規寺院との提携拡大に注力し、**新たに19ヶ寺と提携**したことを主因として、**開苑寺院数は92ヶ寺**まで増加。
- ✓ 対ユーザーでは、自社HPの拡充を梃子に、案内件数が前年を上回る結果となったほか、新規契約件数も着実に増大。
- ✓ 計画通り2025年6月に**東証グロース市場への上場**を果たし、社員のモチベーションアップのみならず、対寺院／ユーザー双方における知名度アップ、信用力向上に貢献。

2025年8月期 事業方針	進捗状況	業績・成果
対 寺院 新規寺院との提携を積極的に推進し、開苑寺院数を拡大	新たに19ヶ寺と提携し、12ヶ寺を開苑⇒開苑寺院数92ヶ寺(前年比+12ヶ寺)	【業績】 成約額:4,060百万円
対 ユーザー お墓ユーザー案内件数(*1)を増やし、新規ユーザーとの成約数を増大 (*1)ユーザーの現地見学数	案内件数、新規契約件数とも前年を+20%超上回る成果	売上高:2,929百万円 (通期見込み比+74百万円)
対 寺院 1寺院当たり売上高の増大	成約率(*2)は50%以上を維持、既存寺院における増設も14ヶ寺で実施 (*2)成約件数÷案内件数	営業利益:713百万円 (通期見込み比▲15百万円)
対 ユーザー 広告宣伝の積極化によるユーザー開拓の強化	自社HPの充実によって集客が増進。他社ポータルの利用、チラシ配布等と最適ミックスを展開	最終利益:457百万円 (通期見込み比+22百万円)
対 社員 人的資本投資を通じて役職員のモチベーションを向上	業績に応じた賞与拡充、ストックオプション付与+上場の実現	【その他成果】 東証グロース市場に上場 (2025年6月26日)

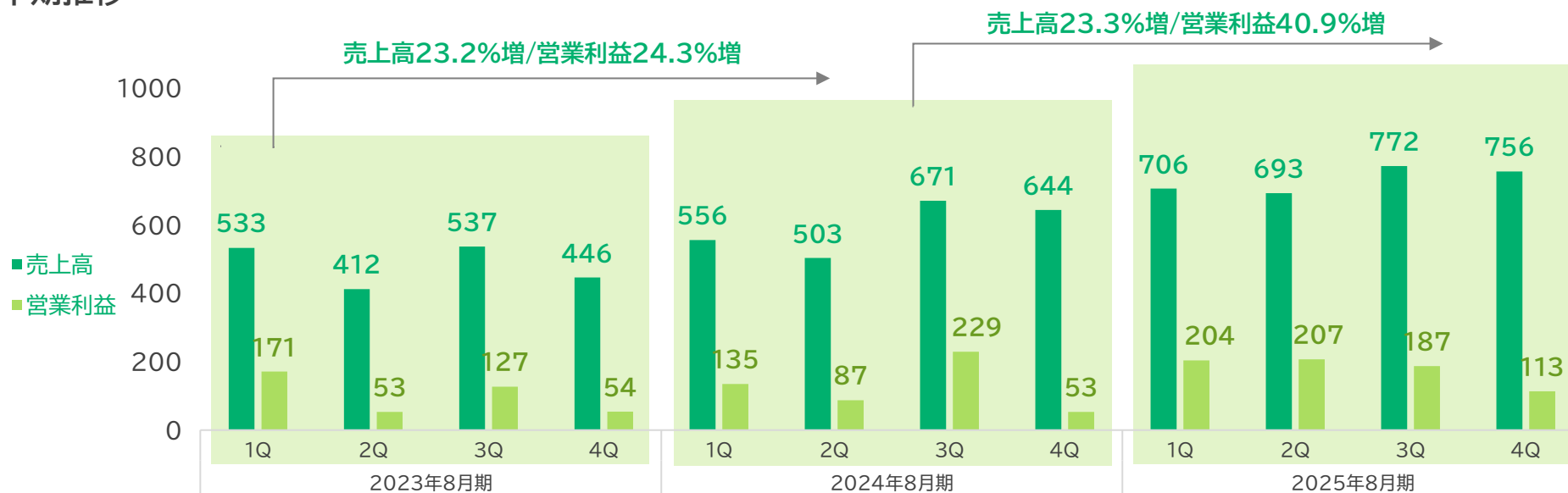
通期 業績 — 四半期推移 —

A tie

- ✓ 気候の寒暖を主因として繁閑差があることから、4Qは前3Qと比較して、**売上高で▲2.0%、営業利益は▲39.7%の減収減益。**
- ✓ 営業利益の減益率が高いのは、長期前払費用の償却額増加、賞与引当繰入額増額、および租税公課(外形標準課税)等によるもの。

(単位:百万円)

四半期推移



概要

- 今期新規開苑寺院売上高
12寺院が開苑、216百万円の純増実績を確保。

- 既存開苑寺院売上高
前年比**337百万円(14.2%)の増収**を確保。

- 現地見学数と成約
 - 当社ホームページ媒体の流入強化並びに新聞折込媒体の好調に伴い、現地見学数は前年比**+22.4%の増加**。
 - 丁寧で確実なクロージングにより、現地見学者の半数以上が成約するトレンドを維持。

前年比
553百万円(23.3%)増

通期 業績 ーバランスシートの状況ー

- ✓ 2025年8月末の**総資産は3,881百万円**、長期前払費用を主因に**前期末比+609百万円増加**。負債合計は**718百万円**、前期末比微減。
- ✓ **純資産は3,162百万円**、利益の積上げと上場に伴う株式発行を主因に**前期末対比+626百万円増加**。
- ✓ この結果、**自己資本比率は81.5%**と**前期末対比で+4.0ポイント改善**。

(単位:百万円)

	2024年 8月末	2025年 8月末
現預金	1,970	2,054
その他	37	62
流動資産合計	2,007	2,116
有形固定資産	47	30
無形固定資産	11	7
長期前払費用	922	1,438
その他	284	289
固定資産合計	1,264	1,764
資産合計	3,272	3,881

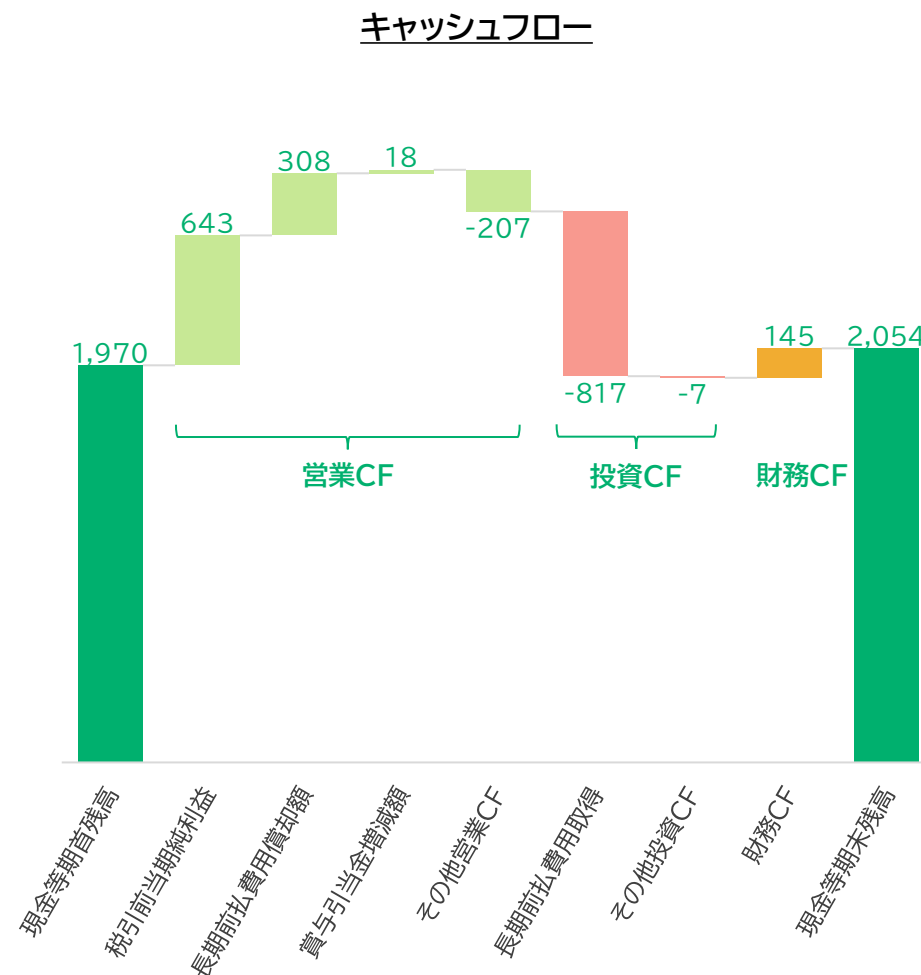
	2024年 8月末	2025年 8月末
1年内償還社債・ 借入金	10	0
その他	589	588
流動負債合計	599	588
社債・借入金	0	0
その他	136	130
固定負債合計	136	130
負債合計	735	718
資本金	20	164
資本準備金	0	144
利益剰余金	2,516	2,853
純資産合計	2,536	3,162
負債純資産合計	3,272	3,881

通期業績 ―キャッシュフローの状況―

- ✓ 営業CFは+762百万円の収入。純利益の蓄積に加えて長期前払費用の償却費の増加等が主因。
- ✓ 投資CFは長期前払費用の取得の支出を要因として△824百万円の支出。財務CFは上場に伴う株式発行(収入281百万円)により、配当支払い(支出120百万円)を吸収して+145百万円の収入。
- ✓ これらの結果、現金及び現金同等物は+83百万円増加し、2025年8月末の残高は2,054百万円。

(単位:百万円)

	2024年 8月期	2025年 8月期
税引前当期純利益	445	643
長期前払費用償却額	232	308
減損損失	38	61
賞与引当金増減額	109	18
その他	135	△268
営業CF	961	762
長期前払費用の支出	△506	△817
その他	△25	△7
投資CF	△531	△824
財務CF	△11	145
現金・同等物増減額	418	83



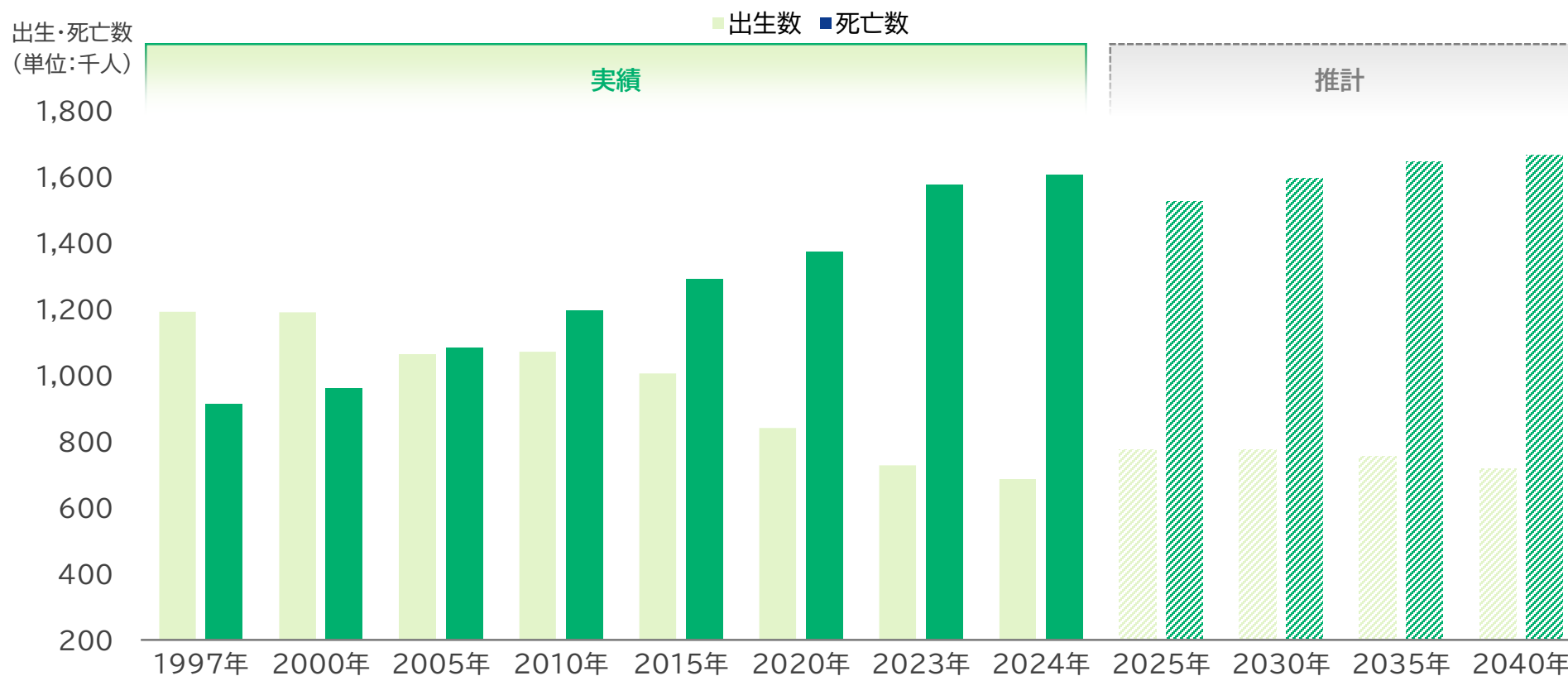
Section 2

市場環境・事業概要



事業環境 — 出生数と死亡数—

- ✓ **出生数の減少**により祭祀承継者は不足し、**死亡数の増加**により納骨数は増加していく見込み。
- ✓ 推計値では、2040年まで死亡数は増加が予想される。



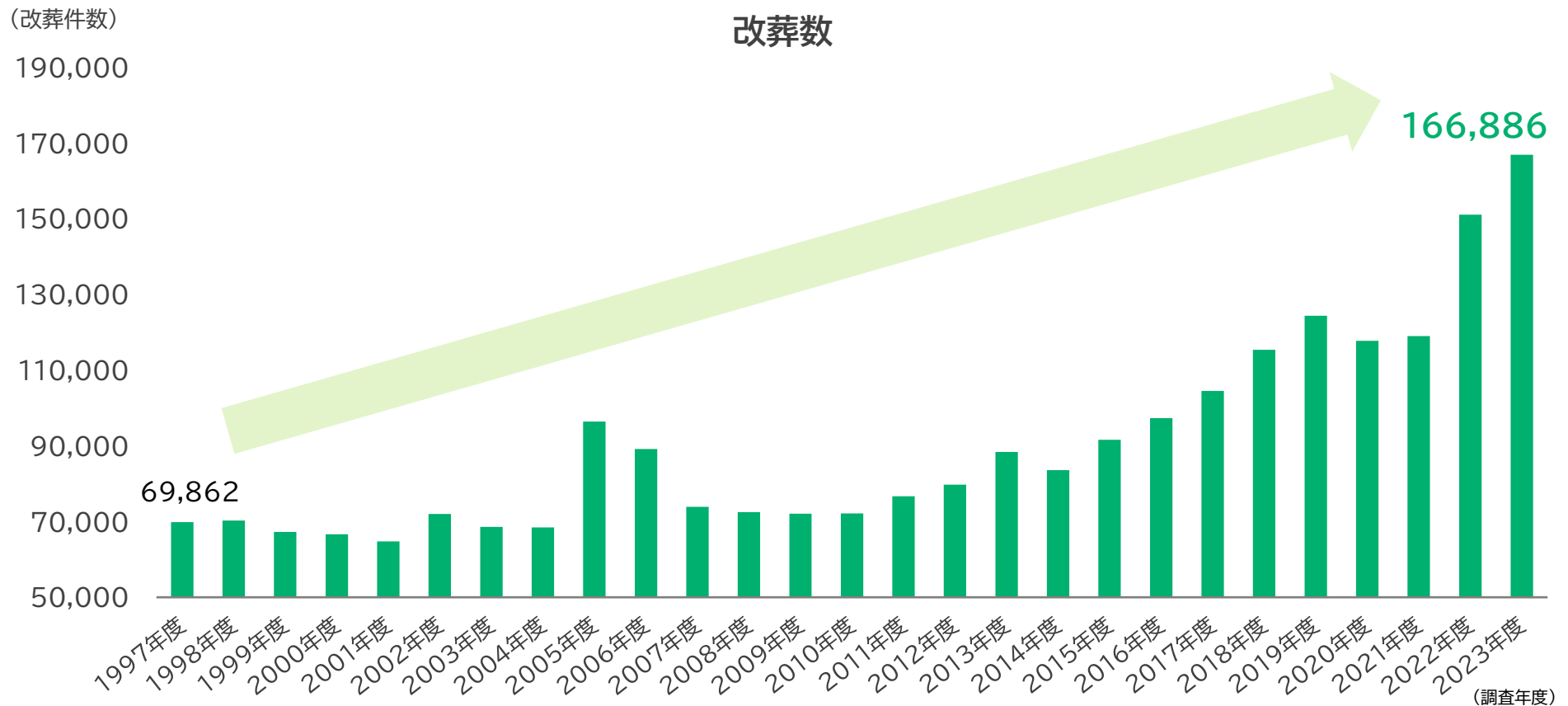
出典:

- 実績:厚生労働省-「統計情報・白書」-令和6年(2024)人口動態統計月報年計(概数)の概況から数値引用
- 推計: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)推計(令和5年推計)から数値引用

事業環境 — 改葬数 —



- ✓ **改葬(墓の引越し)件数が増加傾向**にあるが、少子高齢化や多死社会の到来による祭祀承継者不足がその理由と想像される。
- ✓ 2023年度の改葬数は、1997年度の約2.4倍にまで増加している。

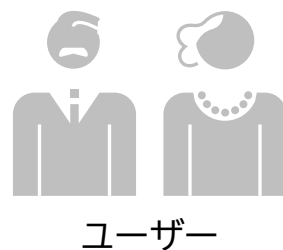
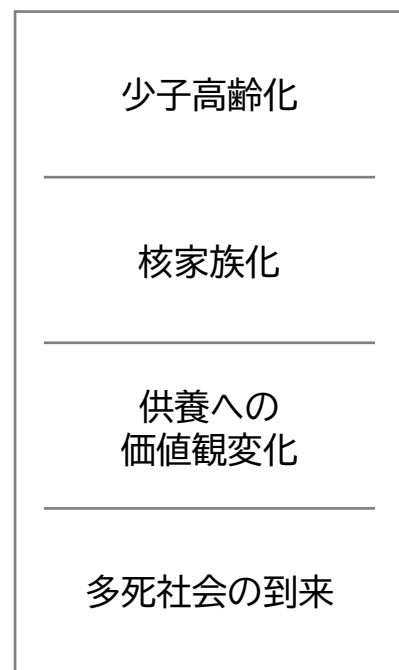


出典:「政府統計の総合窓口(e-Stat)」、統計データを探す-統計名「衛生行政報告例」から数値引用

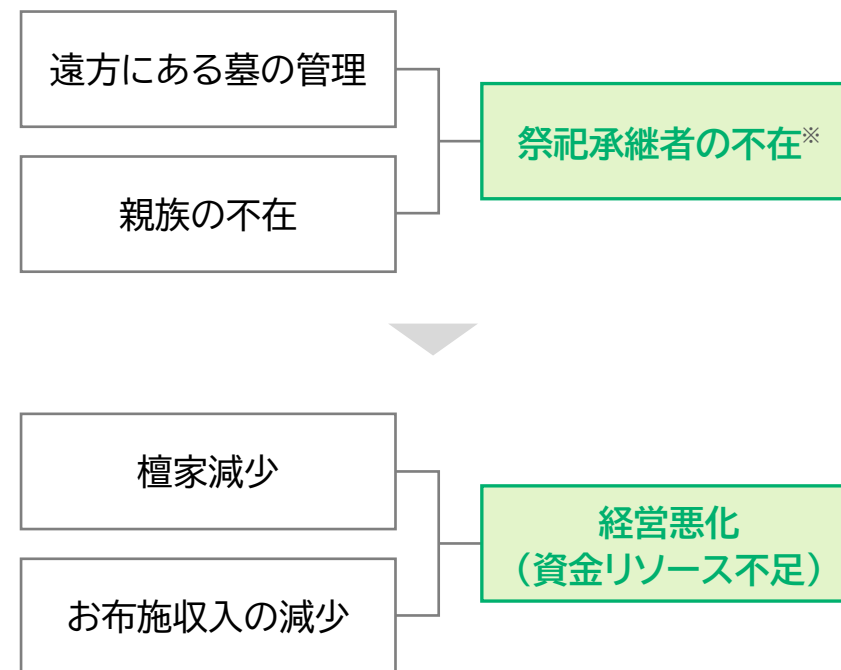
事業環境 一社会的課題一

- ✓ 「核家族化」、「供養への価値観の変化」等といった現代社会の構造変化がお墓の利用者であるユーザーと寺院に影響を与えている。
- ✓ ユーザーにおいては、お墓等を継承する**祭祀承継者の不在**、寺院においては**檀家減少によるお布施収入の減少**が課題。

社会現状



具体的な課題



※ 祭祀承継者とはお墓や仏壇などを承継する人のことを言う。

事業環境 – 永代供養墓と伝統的な墓の違い–

- ✓ 永代供養墓は、祭祀承継者が不在でも、**寺院が永代にわたり管理と供養**を行うお墓であり、現代のユーザーニーズにマッチした、「**始めやすく、選びやすく、維持しやすい**」お墓であると言える。

	従来の伝統的な墓	永代供養墓
祭祀承継者	必要 いなければ無縁墳墓に	不要
墓の管理	必要 しなければ雑草だらけ	不要
管理費等	必要	不要
	▼	▼
	始めにくく、 選びにくく、維持しにくい	始めやすく、 選びやすく、維持しやすい

事業環境 — 市場規模 —

- ✓ 社会背景を追い風に、新規墓地件数・市場規模ともに**永代供養墓市場は大きな成長**が見込まれる。
- ✓ 永代供養墓の市場規模は、2017年→2030年の間に年平均+6.4%程度の成長が予想される。



出典：株式会社矢野経済研究所「永代供養墓市場に関する調査」よりデータ抜粋

※ 市場規模推定における前提・仮定(件数ベース)

- ① 墓の購入者の出現率に影響を与える因子を「人口・世帯数」と「死亡者数の増減」と規定
- ② このうち、将来的な死亡者数の増減率は、あらゆる種類の墓の購入者の出現率に等しく影響を与えるものと仮定
- ③ 一般墓の購入者の出現率は、過去5年間と同様のペースで今後も微減傾向が継続するものと仮定
- ④ 納骨堂及び樹木葬の購入者の出現率は5年ごとに一定の割合で鈍化していくものと仮定

※ 永代供養墓市場は、樹木葬、納骨堂、その他の墓種別に分かれる

※ 市場規模推定における前提・仮定(金額ベース)

墓種別の平均購入価格が、2021年と変わらず今後も一定であると仮定

当社の事業内容

A-tie

- ✓ 永代供養墓※の企画・建立・運営・販売代行に関して寺院をフルサポートし、寺院とユーザーをつなぐ寺院コンサルティング事業を運営。

※ 永代供養墓とは、墓の供養・管理を寺院に任せることができる「永代供養」のついた墓を指します



当社の永代供養墓の特長

- ✓ ユーザーにとってのメリットは、**祭祀承継や管理費が不要**で、かつ**多彩な商品ラインナップからの選択が可能**な点。
- ✓ 寺院にとっては、**永代供養墓の建立費等の負担がなく**、**墓地運営に関してもフルサポート**される点がメリット。
- ✓ 当社の永代供養墓はユーザー／寺院の双方にとって「**始めやすく、選びやすく、維持しやすい**」特長を有する。

- 祭祀承継者は不要
- 様々なラインアップの永代供養墓
- 年間管理費不要※
- 過去の宗旨宗派不問



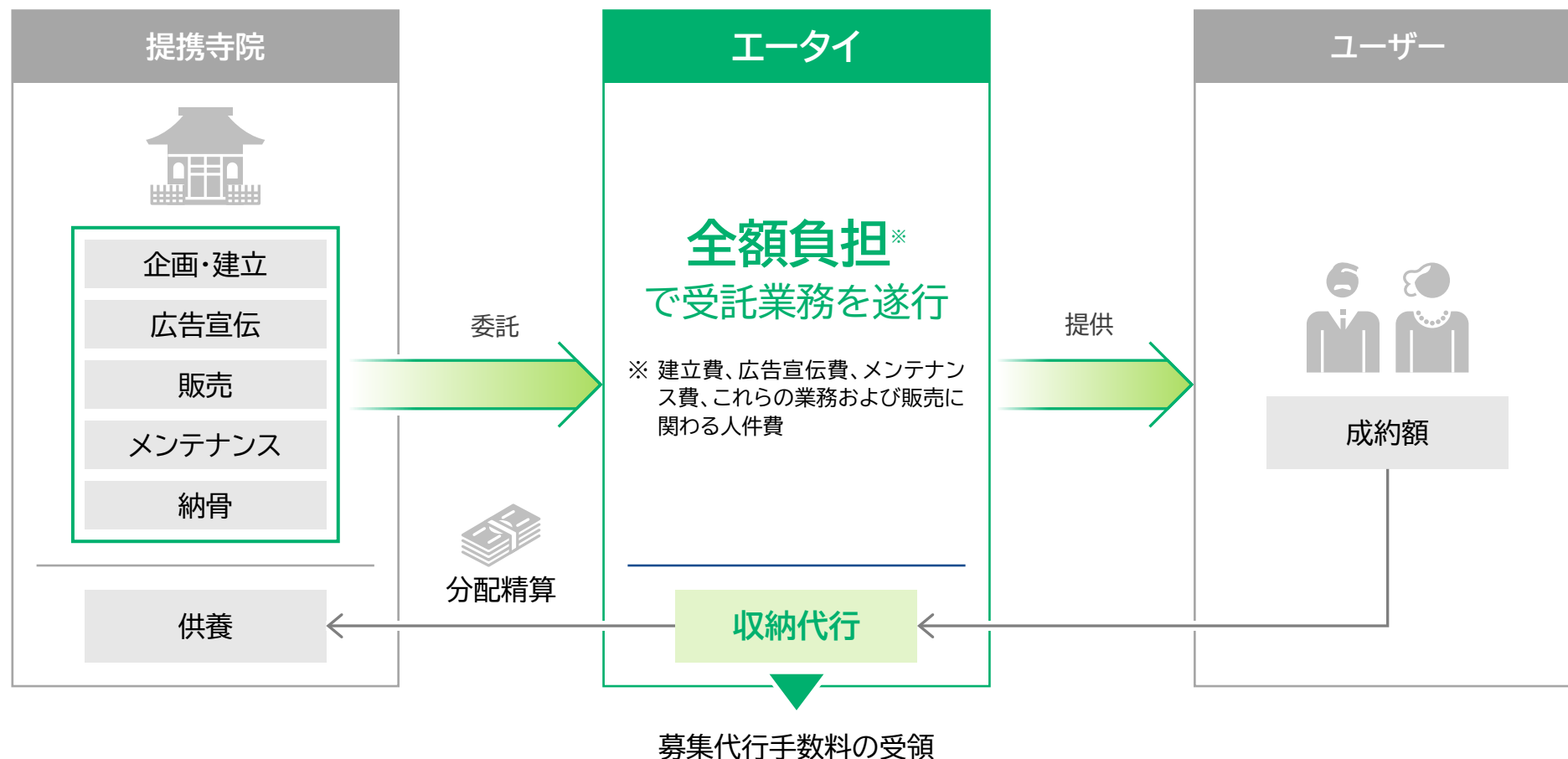
- 建立費用はエータイ負担
- 企画・建立から運営までフルサポート



始めやすく、選びやすく、維持しやすい。

収益構造

- ✓ **エータイが費用を全額負担**して、永代供養墓の運営に関する業務を提携寺院より受託。
- ✓ 墓を購入する**ユーザーが支払う成約額の一部を、募集代行手数料として受領**する収益構造。
- ✓ 全額負担する費用は、墓の企画・建立費、募集のための広告宣伝費、墓のメンテナンス費、並びにこれらの業務および販売に関する人件費。



商品ラインアップ

A tie

- ✓ 当社が提供する永代供養墓や納骨堂は、多彩なラインアップを取り揃え、寺院もユーザーも選びやすい商品構成。

永代供養墓

やすらぎ

最も手頃な価格の永代供養墓。
ご希望の安置期間経過後、合祀する
プラン。
※合祀(ごうし)とは、他のご遺骨と一緒に埋葬
する方法のこと。



やすらぎ五輪塔

マンションの一室のような形のお墓
で、骨壺の状態で個別に納骨される
プラン。安置期限なく永代にわたり
利用可能。最大8名まで納骨可。



やすらぎの郷

ひな壇のような形のタイプの墓。
骨壺の状態で個別に納骨されるプ
ラン。安置期限なく永代にわたり
利用可能。最大8名まで納骨可。



冥福五輪塔

永代供養墓でありながら、個別に
眠れる限定区画。
安置期限なく永代にわたり利用可能。
最大8名まで納骨可。



商品ラインアップ

A-tie

- ✓ ユーザーからの人気が高い都市型樹木葬や納骨堂といった商品ラインアップも提供。

樹木葬

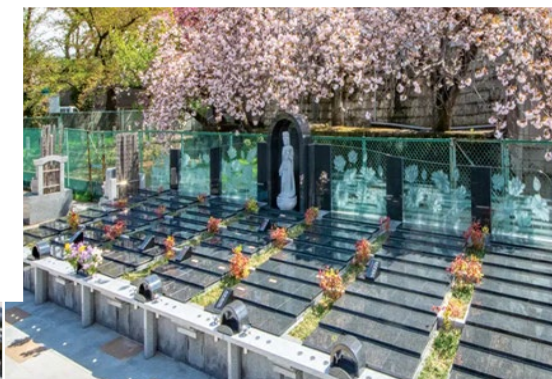
自然想 やすらぎの風

庭園風の明るく開放的な樹木葬。
墓標は「石の墓誌」を使用し、故人の眠る
場所が明瞭。個別タイプの場合は、安置
期限なく永代にわたり利用可能。



自然想 やすらぎの樹石

高級感ある石材と自然が調和した
スタイリッシュな都市型の樹木葬。
個別タイプの場合は、安置期限なく永代に
わたり利用可能。



納骨堂

御守閣

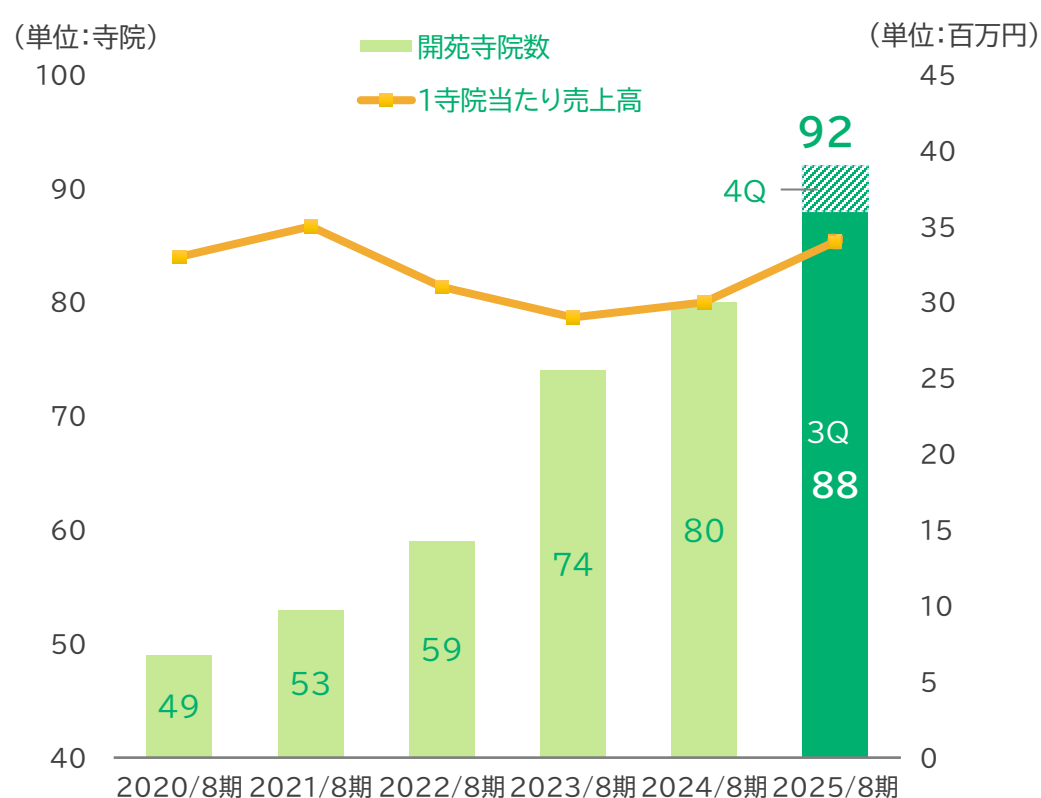
全天候型の屋内納骨堂。天候に関
わらず、参拝可能。
また、水線香や花塔婆といったお墓
参りに必要なものが備わっており、
気軽に参拝可能。個別タイプの場合、
仏具一式がフルセット。



事業規模 — 開苑寺院数と1寺院当たり売上高、供給区画数 —

- ✓ **4Qに4寺院(今期累計12寺院)が開苑**。1寺院当たり売上高は、新規開苑寺院の売上に既存開苑寺院の増収が加わり、前年比で改善。
- ✓ 新規開苑および既存寺院の増設により**前期末対比+7,053基(+20.7%)の販売用在庫を確保**。個別区画の販売数は、前年比+2,927基(+19.7%)と順調に増加。
- ✓ 2025年8月末時点での**供給余力は23,295基(前期末対比+4,126基増加)**。

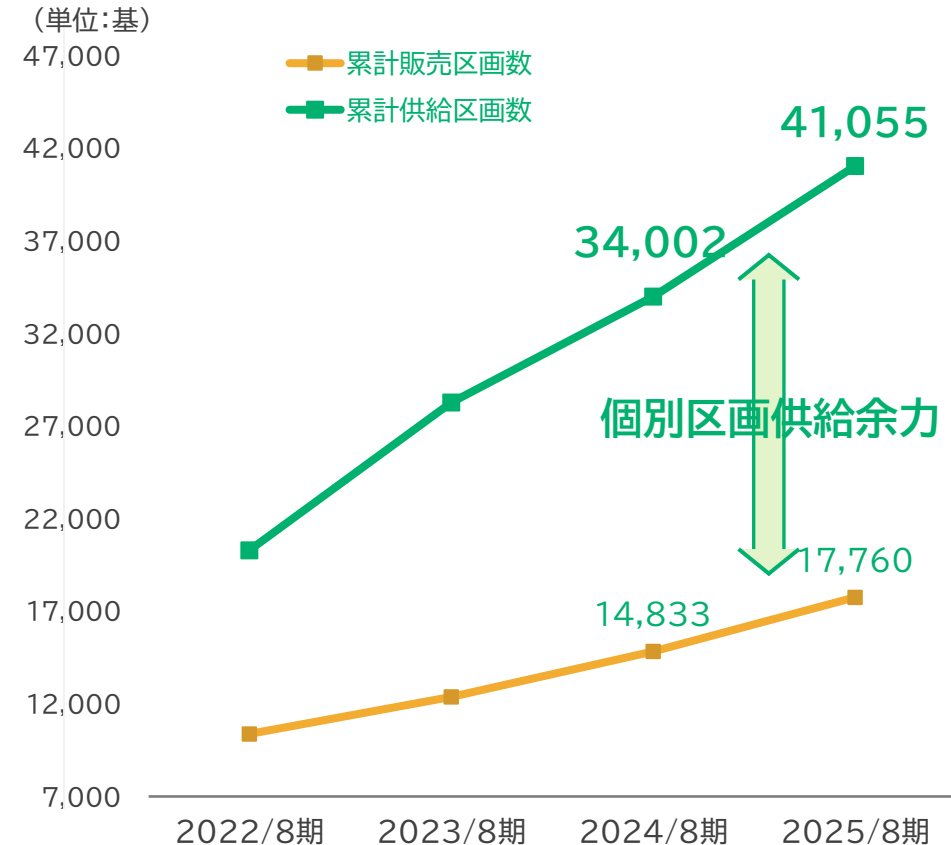
開苑寺院数と1寺院当たり売上高



※1寺院当たり売上高は、売上高を期中平均開苑寺院数((前事業年度末開苑寺院数+当事業年度末開苑寺院数)/2)で除して計算

※2025年8月期の1寺院当たり売上高は、売上高予算2,929百万円を期中平均開苑寺院数((期初開苑寺院80+期末開苑予定寺院92)/2)で除して計算

供給区画数



Section 3

成長戦略



成長戦略 — 攻略エリア戦略 —

- ✓ 人口動態に基づき市区町村単位での墳墓需要を推定し、**主要都市を中心とした攻略エリアを絞り込み**。
- ✓ **既存開苑寺院が存在するエリアは、ドミナント戦略に基づいて最注力**する。**AIによる売上予想分析**をベースにターゲットとすべき寺院を選別し、カニバリに配慮しながら様々なルートを辿って寺院への営業活動を展開。
- ✓ 既存の開苑寺院のない攻略エリアは、引き続き周辺情報を収集しながら、ドミナント戦略が機能する可能性を模索し、進出に備える。

エリア分析

… 全国市区町村人口動態に基づく、市区町村墳墓需要推定

寺院ターゲット選別

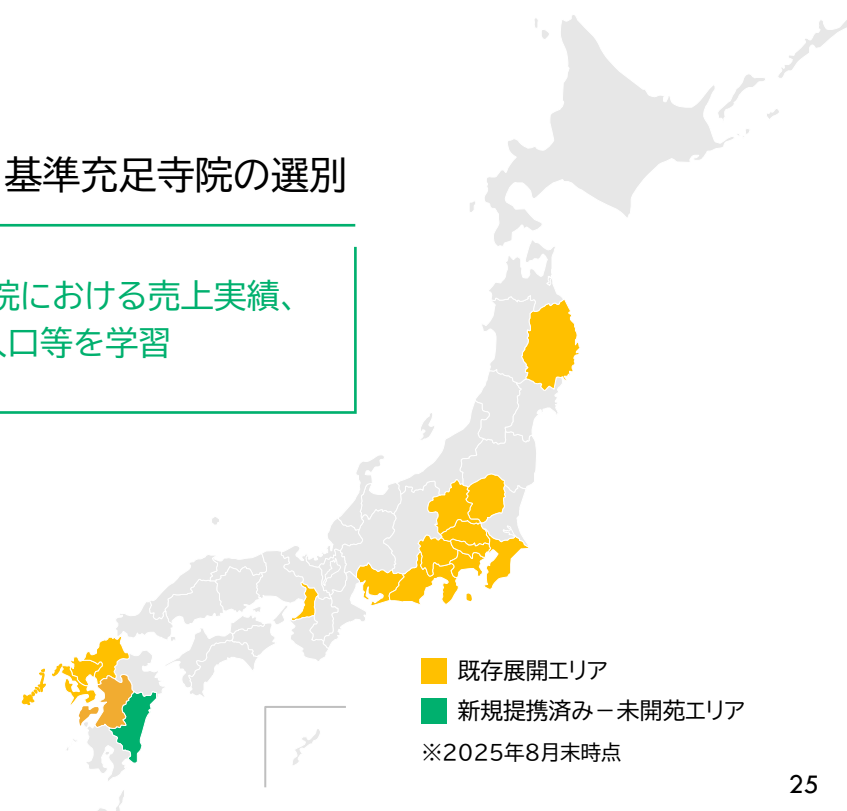
AI売上予想分析に基づく、基準充足寺院の選別

…

AIの活用

既存開苑寺院における売上実績、
住所、商圈人口等を学習

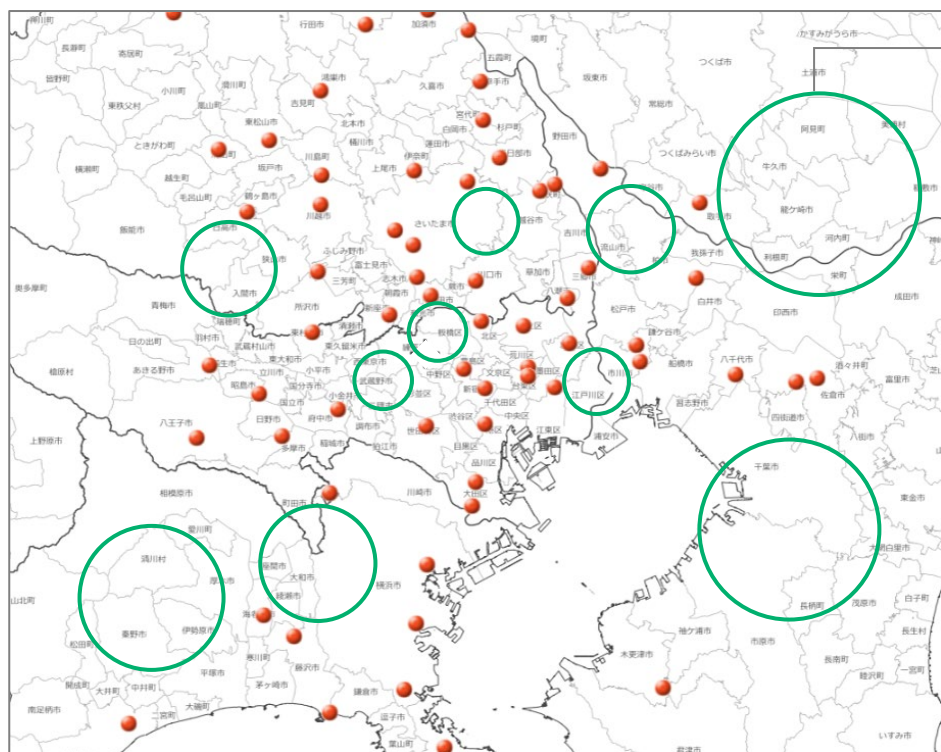
アプローチ



成長戦略 — 既存展開エリアの強化 —

A tie

- ✓ 既存展開エリアでの営業を強化し、ドミナント戦略の徹底によりさらなる高収益体質を目指す。
- ✓ 関東圏でも空白地域は多数存在しており、拡大余地は大きい。



アプローチ条件

AI売上予想分析による
見込成約額 > 約40百万円／年

既存開苑寺院における年間平均成約額と
同等のターゲット抽出

既存展開エリアのアプローチ可能寺院数
(東京・埼玉・千葉・神奈川)

6,300ヶ寺

出典：国土地理院白地図を加工して作成

※ ● 2025年8月末時点 エータイ開苑寺院の一部所在地

成長戦略 — 永代供養墓の設置戦略 —

- ✓ 新規に攻略する寺院においては、AI分析の結果に加えて将来に亘る**永代供養墓の拡張性(増設)**も重視してターゲットを絞り込み。
- ✓ 既存開苑寺院では、永代供養墓の供給が途絶えることのないよう、**需要に応じて計画的に増設**を検討・実施。その際には、寺院内の空きスペースだけでなく、無縁墓のあるスペース等も対象として、永代供養墓建立の可能性を模索。
- ✓ ドミナント戦略を展開するエリアおよび寺院において、**既に創出されているマーケットにおける持続的成長と安定的な収益確保**を目指す。

新規開苑寺院

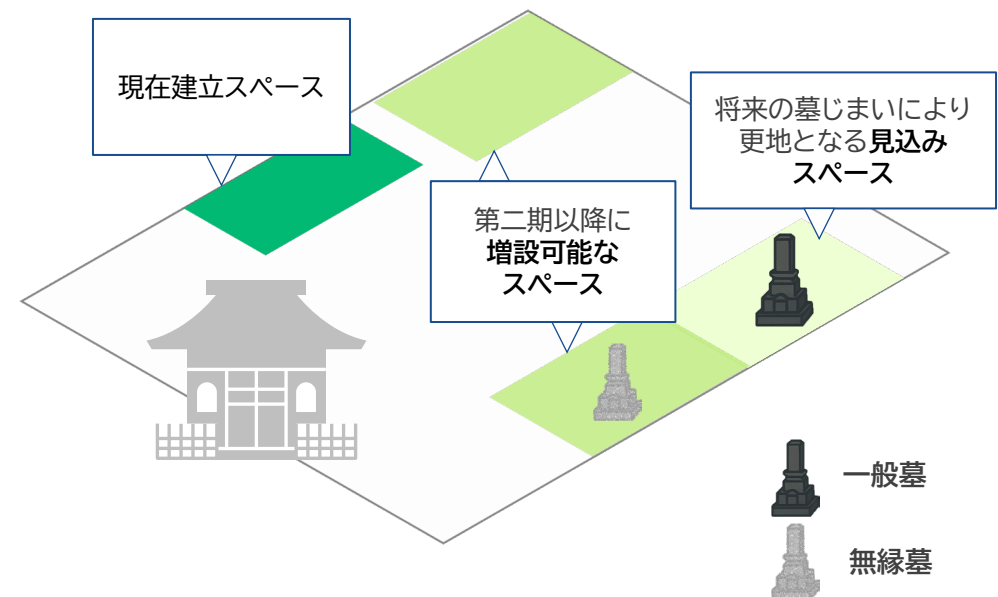
- 1 増設スペースも見越した寺院の開発

既存開苑寺院

- 1 寺院との良好な関係
- 2 広告宣伝活動によりマーケット創出済

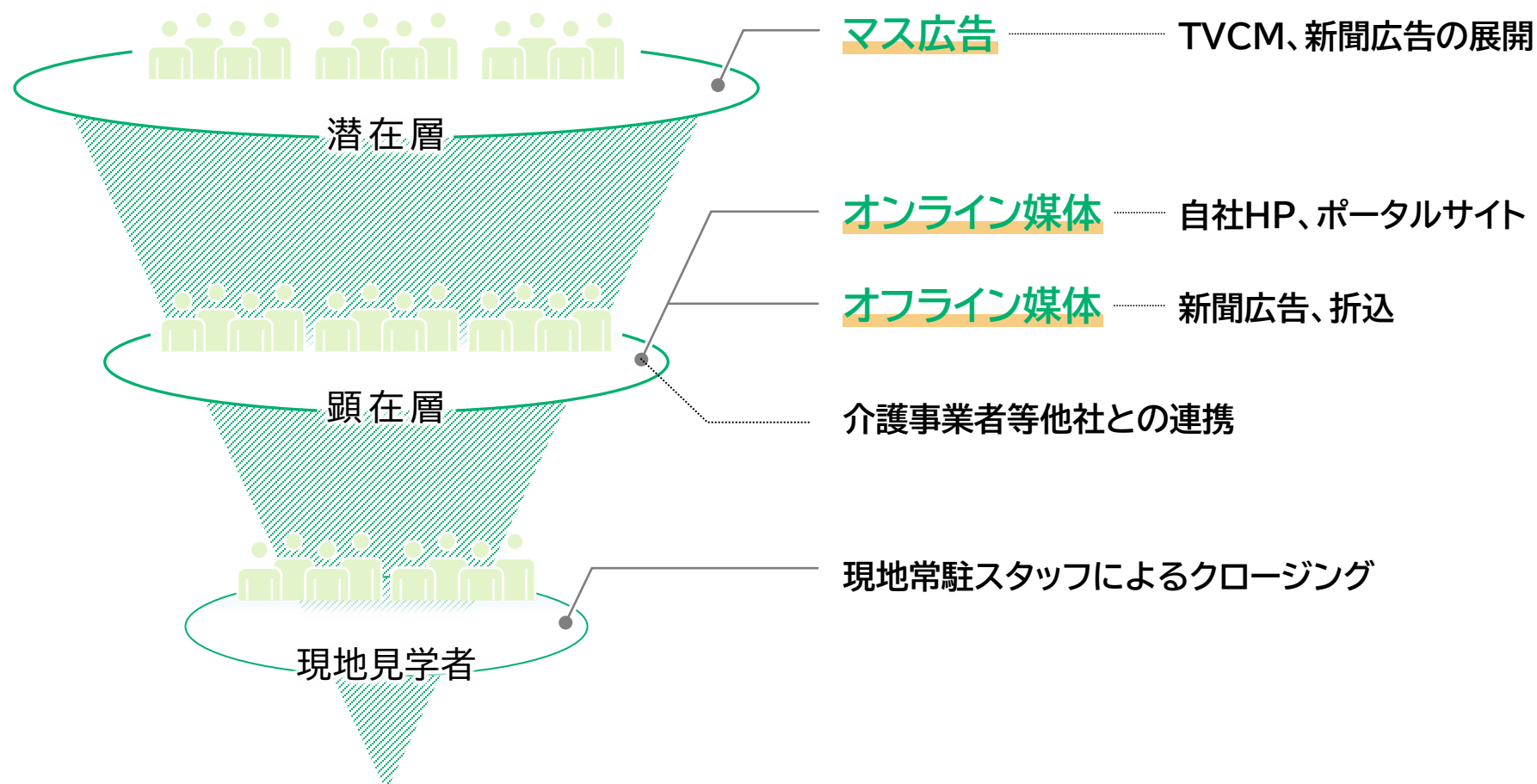
空きスペースへの増設(将来墓じまいの可能性のあるスペースも含む)を可能とし、持続的な成長と安定的な収益獲得を実現

既存開苑寺院での事例



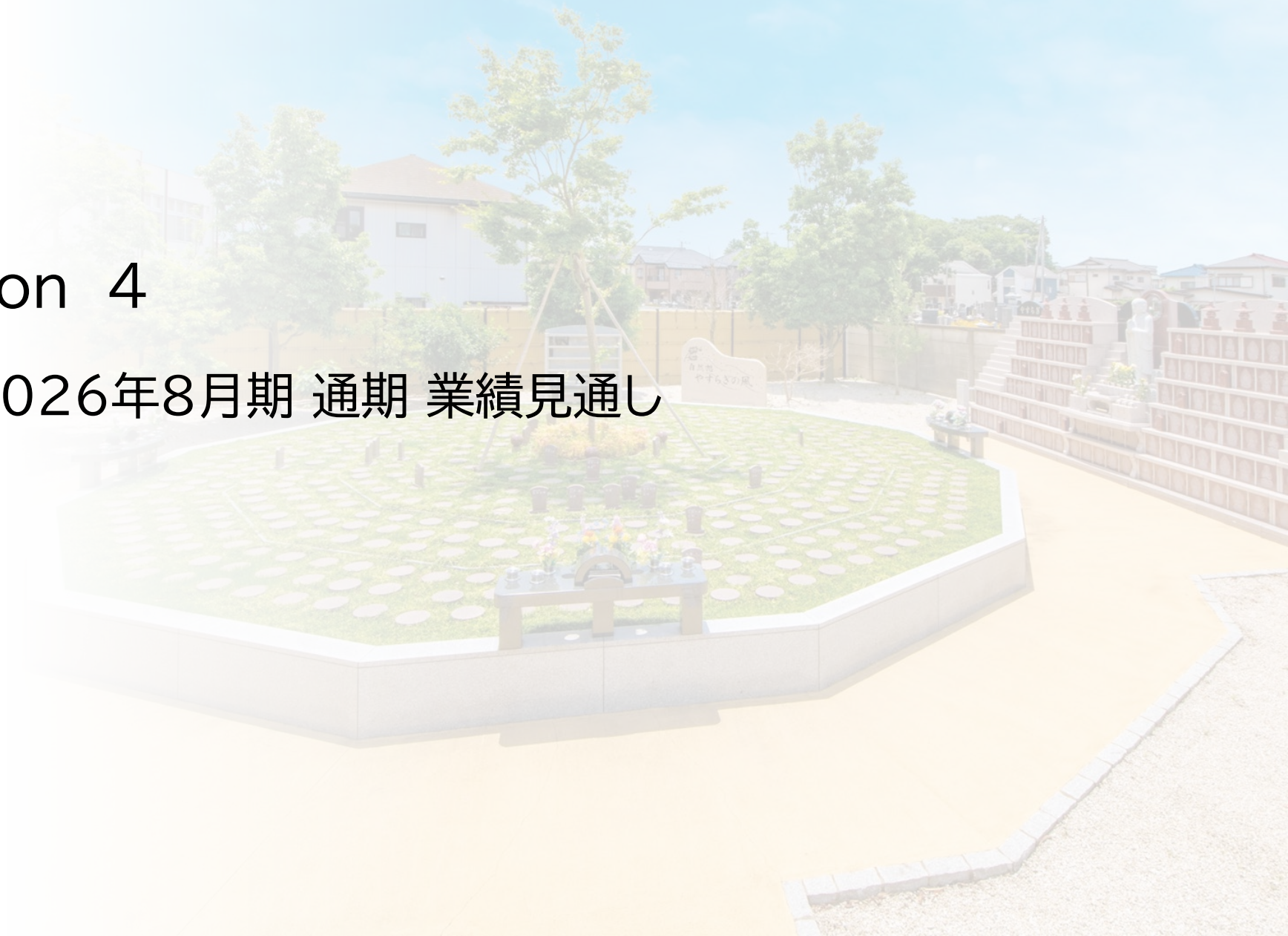
成長戦略 —ユーザー獲得戦略—

- ✓ メディアミックスによって**顕在層の確実な獲得と潜在層の掘り起こし**を強化し、現地見学者数の増大を図る。
- ✓ 介護事業者等の終活に関連する**他社との連携による集客**にも注力。
- ✓ 現地常駐スタッフによる、終活全般に亘る相談対応などの寄添い型営業を強化し、**確実なクロージングの実現**により成約率の向上を図る。



Section 4

2026年8月期 通期 業績見通し

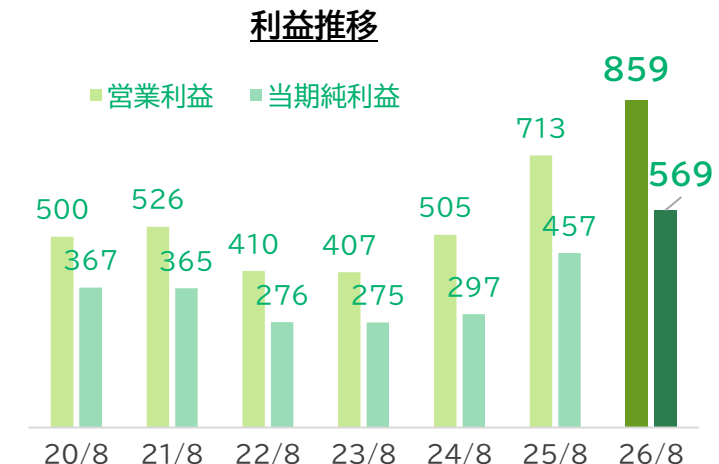
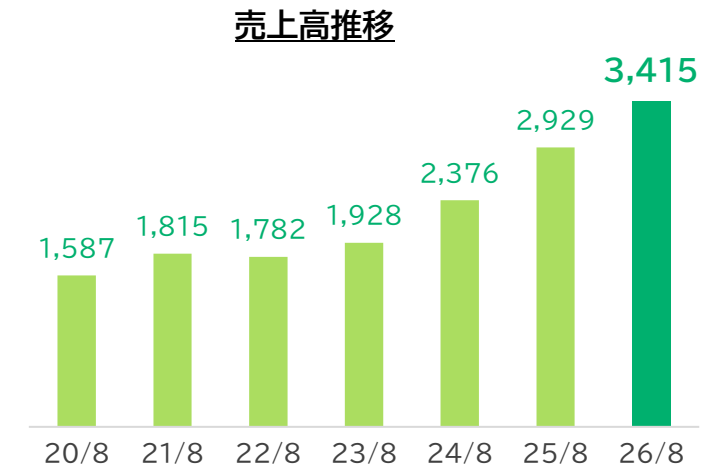


通期 業績見通し

- ✓ 2026年8月期 通期業績は、**15ヶ寺の新規開苑**を計画し、**売上高は前年比16.6%増の3,415百万円**と引き続き高成長を目指す。
- ✓ **営業利益は859百万円**を計画。①新規開苑・増設による建立費の増大、②売上高増強のための戦略的な広告宣伝の実施、③業績伸長の動機づけとなる人的資本投資の拡充、等により費用支出を拡大させるが、**前年対比では+20.5%の増益**を図る。
- ✓ **EBITDAは1,326百万円**と前年対比で**+27.4%の増益**を狙う。

(単位:百万円)

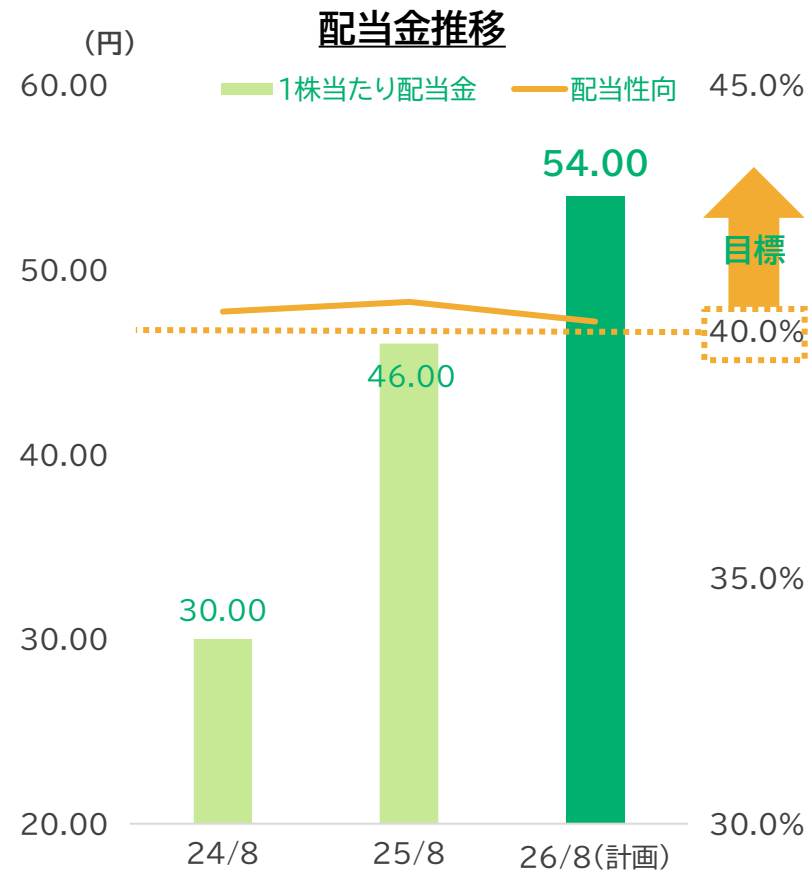
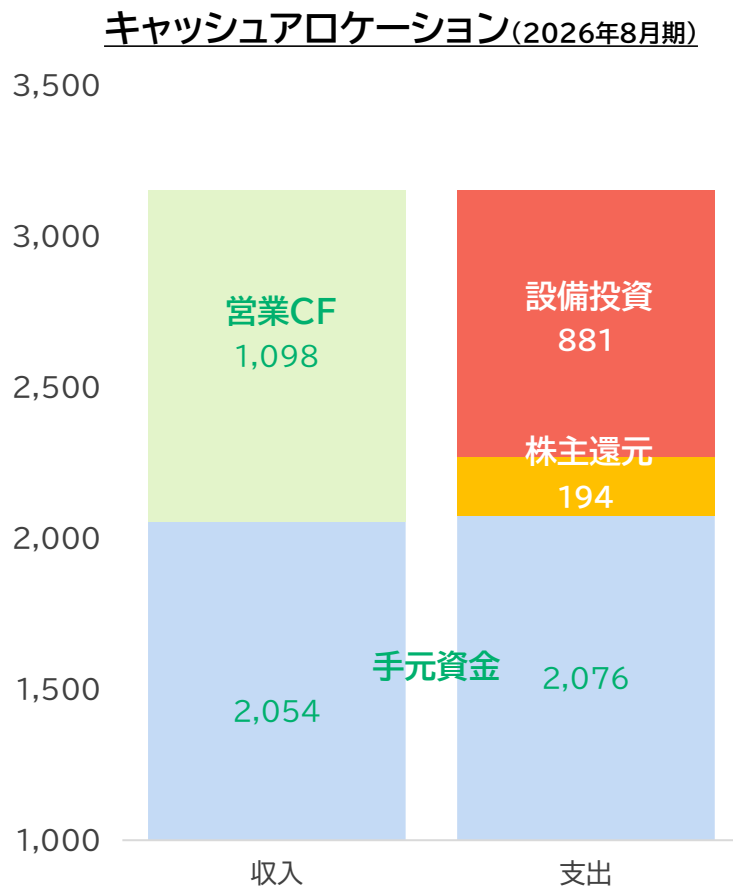
	2025年 8月期(実績)	2026年 8月期(見通)	前年比
売上高	2,929	3,415	+486
売上原価	934	1,165	+231
売上総利益	1,994	2,250	+256
粗利率	68.1%	65.9%	▲2.2p
販管費	1,281	1,390	+109
営業利益	713	859	+146
営業利益率	24.3%	25.2%	±0.9p
経常利益	705	856	+151
当期純利益	457	569	+112
EBITDA	1,040	1,326	+286
EBITDAマージン率	35.5%	38.8%	+3.3p
ROE	16.1%	17.0%	±0.9p



キャッシュアロケーションと株主還元

- ✓ 2026年8月期は、**営業CFとして1,098百万円の収入**を見込む。年間の開苑寺院数は15ヶ寺とし、**881百万円の設備投資**を行う。
- ✓ 2025年8月期の1株当たり配当金は**従来予想を7.95円上回る46円**とし、**総額194百万円**の配当支払いを予定。
- ✓ 2026年8月期の年間配当は1株当たり**8円増配し、54円(中間27円、期末27円)**とする計画。**配当性向は40.2%**となる見通し。

(単位:百万円)



Section 5

よくあるご質問



よくあるご質問

Q

競合はいるのでしょうか。

寺院が自前で永代供養墓を運営していたり、地元の石材店が特定の寺院向けに樹木葬を提供しているといった事例は全国的にたくさんあります。ただし、当社のように、①ドミナント戦略によって特定のエリアで集中的に展開する、②永代供養墓に関する供養以外のすべての業務を企業側の費用負担で受託する、③デザイン性が高い多様なタイプのお墓を用意する、といったビジネスを推進している企業は、当社以外には見当たらないと考えております。

Q

1つのお寺で建立する永代供養墓はどれぐらいの規模感でしょうか。

当社における1ヶ寺当たりの平均的な建立サイズ(第1期分)は、個別区画で400～500基ほどです。これらを数年かけて販売してまいります。因みに、会計上は、建立費を長期前払費用として資産計上し、5年間で均等償却しておりますので、販売期間も概ね準じているものとご理解ください。なお、販売の進捗状況をみながら、第2期、第3期と増設を計画し、順次実行しております。

Q

墓が完売した後も、長期的にメンテナンスの費用負担が発生するのでしょうか。

当社は、提携寺院との間で長期に亘る募集代行契約を締結し、それに基づいて永代供養墓を建立するとともに、広告宣伝や墓の販売、納骨、並びに墓のメンテナンス等の業務を担います。したがって、墓の販売状況に拘わらず契約期間中は当社がメンテナンス費用を負担することになりますが、現地常駐スタッフによる日常的な手入れのほか、高圧洗浄といった定期メンテナンスなどを含めても金額的には僅少の費用負担となっております。

募集代行契約満了後は、メンテナンスは寺院側で継続いたしますが、仮に個別区画が完売してしまった場合でも、他のご遺骨と一緒に埋蔵される合祀プランの販売は寺院が継続することから、同プランの販売だけでも十二分にメンテナンスが賄えるものと認識しております。

よくあるご質問

Q

ストック収入はないのでしょうか。費用のほうは償却費、人件費など固定的な項目が多く、収入・費用の期間ミスマッチが生じているように見受けられます。また、増収率より増益率が高くなるのはなぜでしょうか。

当社の収入源は、永代供養墓利用者が墓を購入する際に支払う代金のうち、当社が分配を受ける募集代行手数料のみとなっております。管理料やメンテナンスにかかる費用は頂戴しておりませんので、ストック収入はございません。一方で、永代供養墓の需要は、周辺にお住いの住人の皆さんの中に継続して一定数発生することから、当社はそれらをしっかりと取り込むことで安定的な収入を得ることが可能となっております。そのため、既存の開苑寺院においては、建立した永代供養墓の個別区画の販売状況を見ながら、供給切れを起こさないように個別区画の増設を検討し、順次実施いたします。なお、他のご遺骨と一緒に埋蔵される合祀プランは非常に多くのご遺骨を埋蔵することが可能です。合祀プランのお申込み件数も多く、継続的に十分な売上を確保できる仕組みとなっております。

費用については、変動費の主なものは広告宣伝費などに限られており、ご質問の通り固定的なものが多くを占めております。結果的に限界利益率は高水準となるため、売上高が拡大していきますと、営業利益などは売上高の伸び以上に増益となる傾向にあります。

Q

売上高および経常利益について、季節性がありますか。また、上半期と下半期で差が生じる傾向はありますか。

当社では、永代供養墓の購入を検討されるお客様には、購入前に現地を見学し、お墓だけでなく寺院や周辺の状況なども確認していただくをお願いしております。ただし、シニアなお客様が多い中で、昨今の極端な気候などが影響して、見学を躊躇われる傾向が認められます。このため、売上高については、秋や春といった気候の良い1Qと3Qが繁忙期となり、逆に厳しい2Qや4Qが閑散期となります。半期単位では大きな差が生じる傾向はありません。

経常利益については、売上原価と販管費に季節性が生じる場合があります。売上原価については、永代供養墓の建立費である長期前払費用は、開苑と同時に償却費の計上を開始いたしますが、期末にかけて開苑寺院数が増加する傾向にあるため、上下半期で差異が生じる場合があります。また、販管費については、社内業績目標の達成状況に応じて賞与引当金を繰入れますが、業績の進展度合いによって要引当額が増減するため、上下半期で差異が生じる場合がございます。

よくあるご質問

Q

2020年以降の営業利益率の変遷について、低下傾向にあるように見受けられますが、理由を教えてください。

営業利益率については、ご指摘の通り、2020年8月期時点では30%を超えていましたが、いくつかの要因が絡み合った結果、徐々に低下傾向にありました。

一つの要因は、2023年より九州エリアで展開しておりますが、認知獲得に時間を要したことなどから1寺院当たりの売上高が減少することとなりました。ただし、その後は九州エリアの認知度も改善してきており、利益率アップに貢献しつつある状況です。また、2つ目として、トップラインの好調な伸びを受けて、当社の人事評価制度に基づいて賞与引当金繰入額が増加したことも営業利益率を引き下げてきた理由です。今後も、業績の伸び方によっては、同様の影響が生じる可能性があります。

加えて、営業利益率を低下させた最大の要因は、戦略的な広告宣伝の実施です。お客様に永代供養墓の購入を促すためには、潜在顧客層へのマス広告や、顕在顧客層へのオンライン出稿あるいはチラシ・折込み広告など、メディアミックスを駆使したアプローチを図る必要があります。ドミナント戦略を徹底して需要を大きく取り込んでいくためには、広告宣伝の質・量が鍵を握っておりますので、営業利益率がおおよそ20%～25%程度に収まる範囲内で、今後も積極的な広告宣伝を展開していく所存です。

Q

今後の売上高成長並びに営業利益率はどのように推移していくと見込んでいますか。

売上高については引き続き2桁%の成長を、営業利益率については20～25%の確保を目指して、当社の特長を最大限生かした成長戦略を着実に履行してまいります。

よくあるご質問

Q

2025年6月に上場を果たされましたが、その効果は何かありましたでしょうか。

効果はあったと認識しております。一つには寺院から「上場企業」として見ていただけるようになりました。やはり、伝統や文化を重んじる寺院界ですので、上場前は当社から何某かの提案を持ち掛けても、相手にすらしていただけないこともありました。しかしながら、上場後はその事実が一定の信用につながっている様子で、寺院側から逆にご相談をいただく機会が増えております。当社にとって提携寺院数の拡大は将来の成長の源泉ですので、夫々の寺院のニーズに応じて最適なソリューションを提案してまいります。

また、永代供養墓の購入を検討されている個人のお客様においても、上場は当社の知名度アップにもつながっていると感じています。4Qは夏場故に通常は閑散期となりますが、2025年8月期は酷暑であったにも拘らず、3Q対比での売上高の落ち込みは▲2%に留まりました。上場効果が少なからず波及したのではないかと考えております。引き続き事業成長のための努力を続け、発行株式としても永代供養墓としても魅力的な企業を目指してまいります。

■記載内容に関するお取扱いについて

本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が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、リスクや不確実性を含むものです。

当社としてその実現や将来の業績を補償するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断に基づいて行っていただくよう、お願い申し上げます。

本資料のいかなる部分も一切の権利は当社に属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的においても無断で複製または転送等を行わないよう、お願い申し上げます。