



はせがわ

つながります。心と、いのちと、人。

個人投資家向け説明会

2026年1月30日

株式会社はせがわ (8230)

代表取締役社長 新貝 三四郎

会社概要

しあわせ少女 ゆうかちゃん TVCM



会社概要

会社名 株式会社はせがわ
(東京証券取引所スタンダード市場、福岡証券取引所)

設立 1966年12月 (創業 1929年9月)

所在地 東京本社 東京都文京区後楽1-5-3 後楽国際ビルディング7階
福岡本社 福岡県福岡市博多区上川端町12-192

従業員数 1,197名

資本金 4,037百万円(2025年3月31日)

代表者 代表取締役社長 新貝 三四郎

売上高 連結:21,228百万円(2025年3月期)

グループ (株)現代仏壇、(株)はせがわ美術工芸、
(株)オクノトレーディング、(株)はないし



代表取締役社長

新貝三四郎

沿革 ー創業96年の歩みー



1929
福岡県直方市に創業

1966 「株式会社長谷川仏壇店」に商号変更し、法人化
1976 「株式会社はせがわ」に商号変更

1988
福岡証券取引所に上場

2012
東証二部上場
(2013年東証一部に指定替え)

2019 「株式会社田ノ実」を設立
(2022年吸収合併)
2022 PLS事業スタート

1954
仏壇の自家製造を開始

1970
オリジナル金仏壇
「明日香」の販売を開始

2009
屋内墓苑事業スタート

2014
「SBジャスト」を販売開始

2017
SC店を本格展開



1979 関東1号店を出店
1997 墓石事業に本格参入



2024
「株式会社現代仏壇」を完全子会社化

創業の精神

- 一、信用本位
- 一、感謝報恩
- 一、よろこびのあきない

MISSION

「心の平和と生きる力」を
自らと人々が実現することを
私たちの使命とします。

その実現のために必要なサービスや
商品を構想し、提供しつづけ、
さらに「新たな心の産業」を創り出します。

当社の事業について

事業別売上高構成比(2025年3月期)

PLS・ギフト
417百万円
(2.0%)

現代仏壇
847百万円
(4.0%)

ECモール・卸売販売 他
900百万円
(4.2%)

仏壇仏具
14,266百万円
(67.2%)

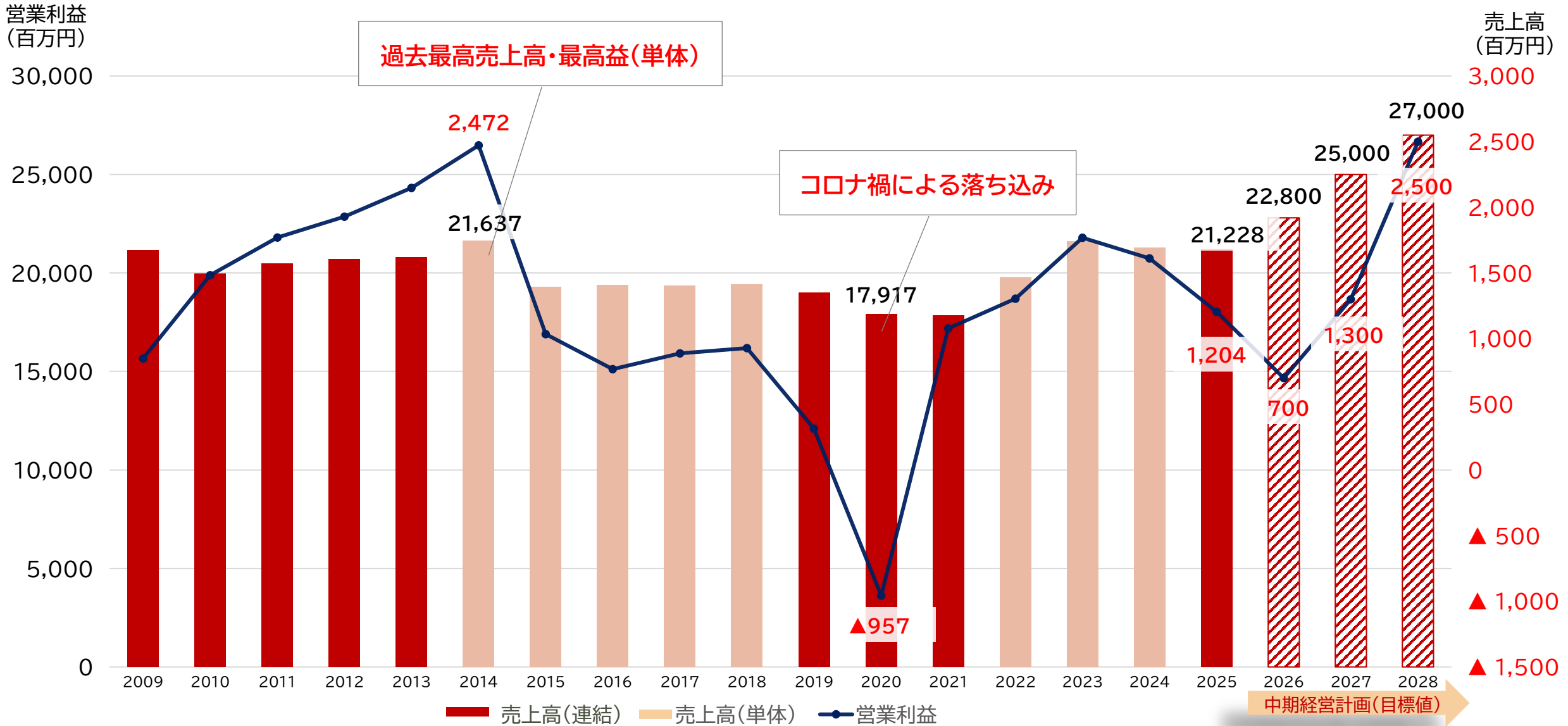
遺骨供養(墓石・屋内墓苑)
4,798百万円
(22.6%)

2025年3月期 連結売上高
21,228百万円




売上高と営業利益の推移


注:表記の数値は各年3月期の決算実績および目標値を示しております





はせがわグループの店舗網

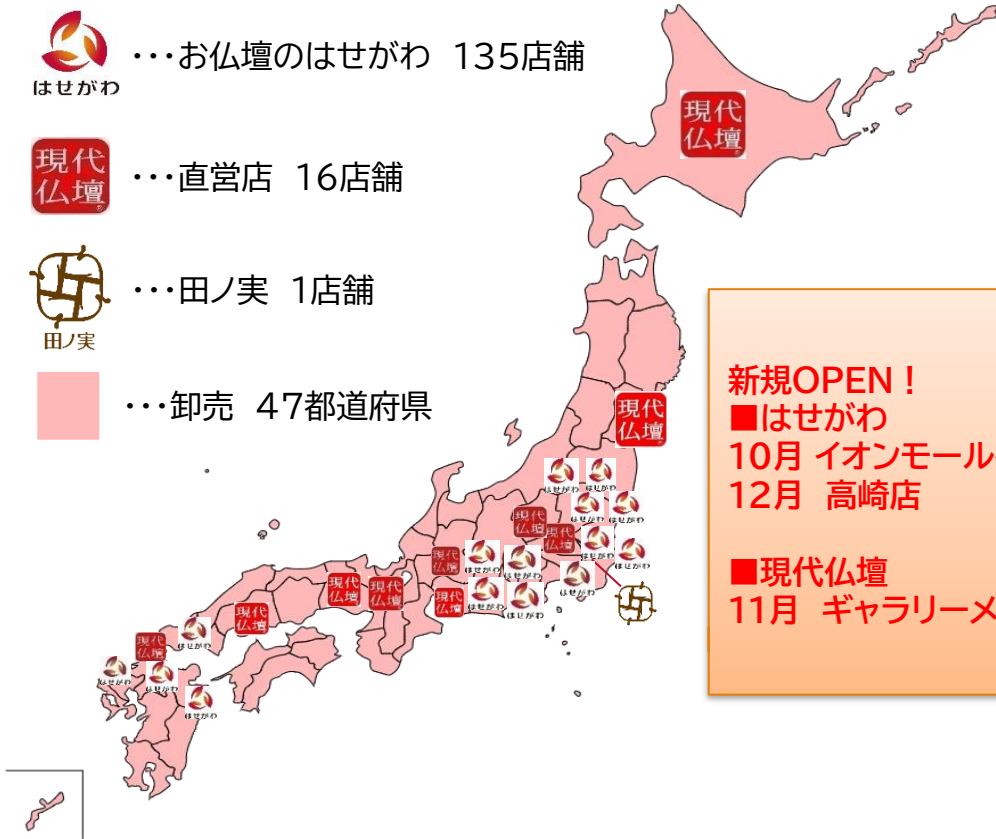
2026年1月末時点 出店地域図

 ...お仏壇のはせがわ 135店舗

 ...直営店 16店舗

 ...田ノ実 1店舗

 ...卸売 47都道府県

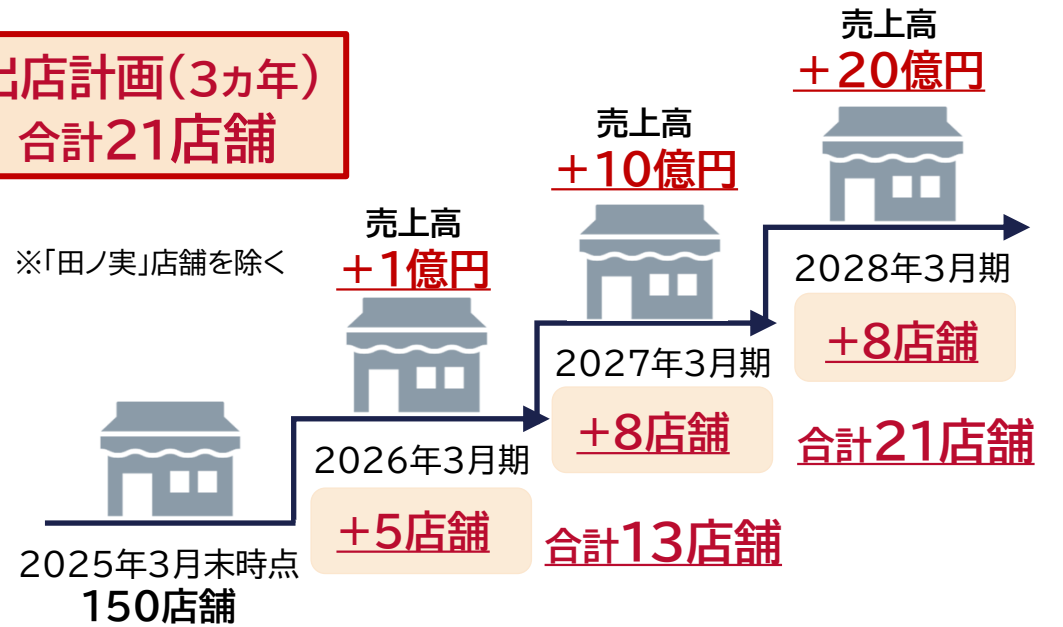


新規OPEN!
 ■はせがわ
 10月 イオンモール各務原店
 12月 高崎店
 ■現代仏壇
 11月 ギャラリーメモリア大阪箕面



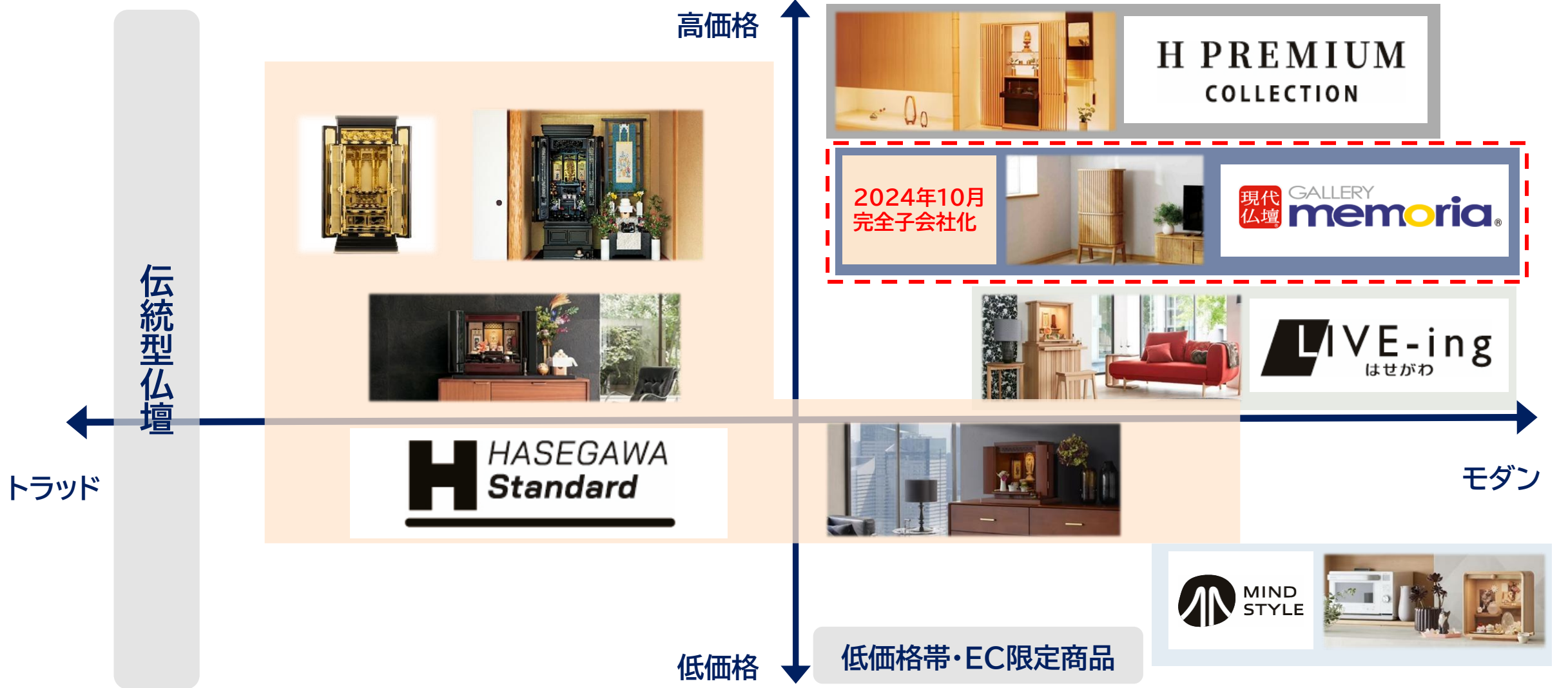
出店計画(3カ年)
合計21店舗

※「田ノ実」店舗を除く



当社グループでは、小売・卸売を含めると全国47都道府県のネットワークを持つ
 今後不採算リスクを抑制し、収益性の高い立地を優先し、戦略的に出店を行なっていく

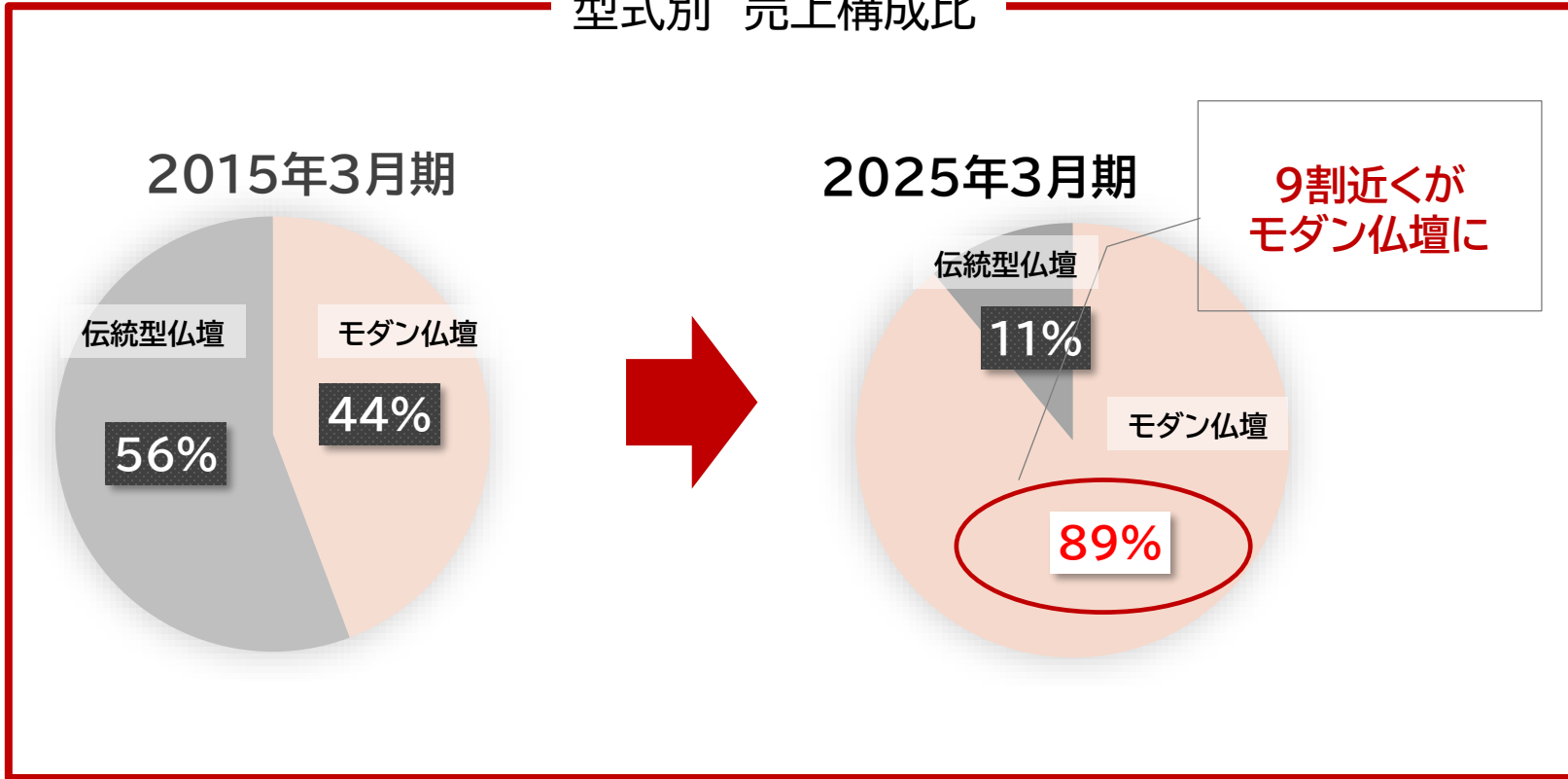
仏壇仏具事業 ーお仏壇の商品構成ー



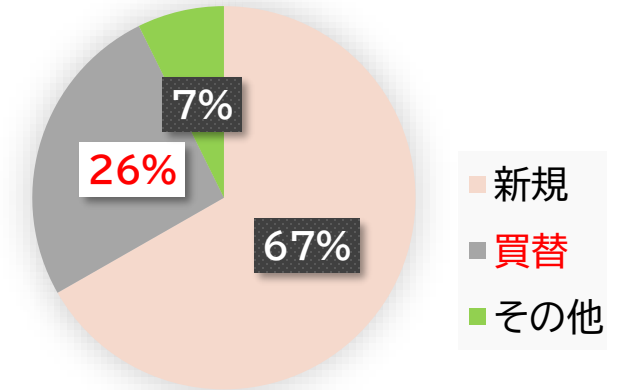
伝統型からモダン、全価格帯を網羅する盤石な商品構成を展開。現代仏壇の子会社化により、モダン領域のブランド力を高め、多様な供養ニーズを全方位で捉える

仏壇仏具事業 一直近のお仏壇トレンドー

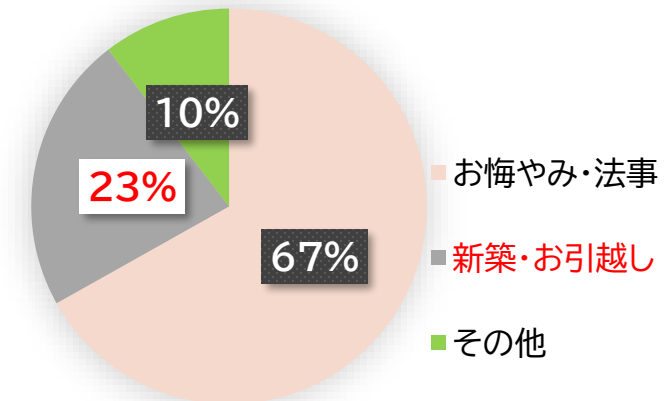
型式別 売上構成比



買上別 売上構成比
2025年3月期



動機別 売上構成比
2025年3月期



お客様の生活様式の変化によって仏壇トレンドは伝統型仏壇からモダン仏壇へシフト
お悔やみ・法事以外に、新築・お引越しをきっかけとした買替需要も一定数存在

遺骨供養事業 一墓石・屋内墓苑一



お墓選びのお悩みごとアンケート

- 1位「跡継ぎへの不安」
- 2位「お墓の維持・管理」
- 3位「墓地・墓石の費用」
- 4位「お墓の種類」
- 5位「お寺との関係性」

その結果…
墓石以外の選択肢が増加



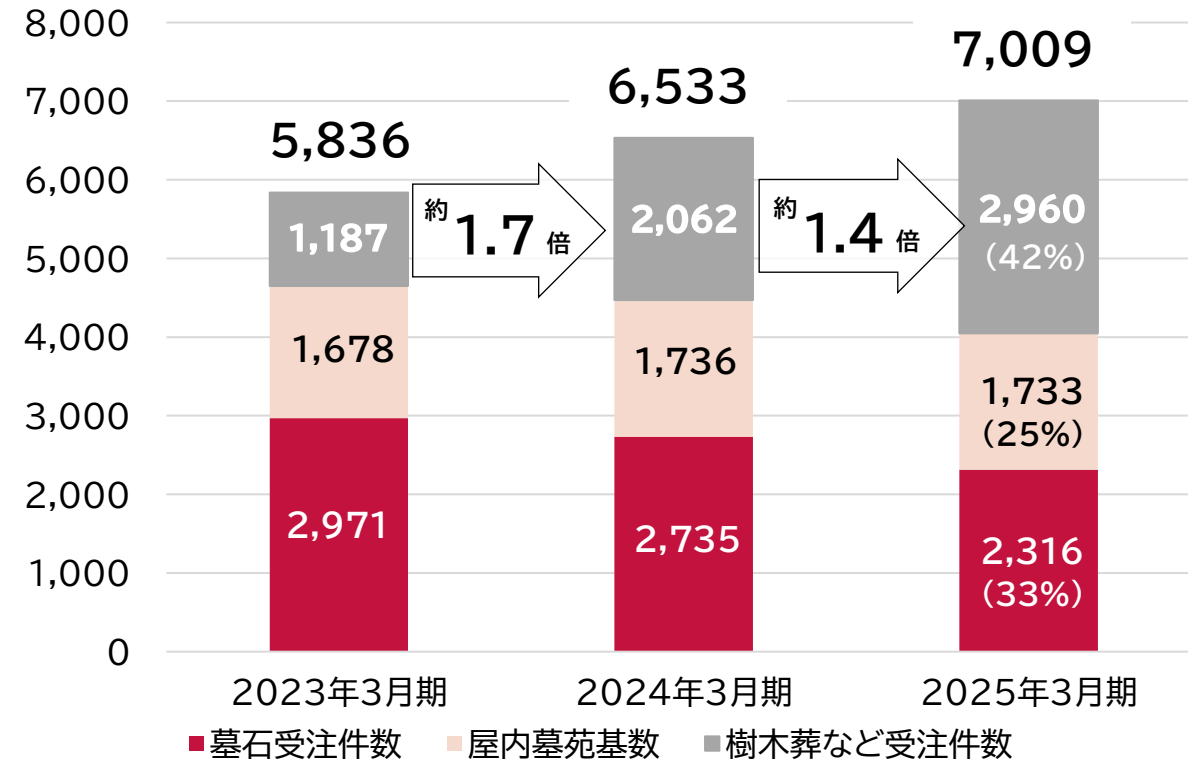
伝燈院 赤坂浄苑(東京都 港区)



川崎橘樹木葬ロータスガーデン(神奈川県川崎市)

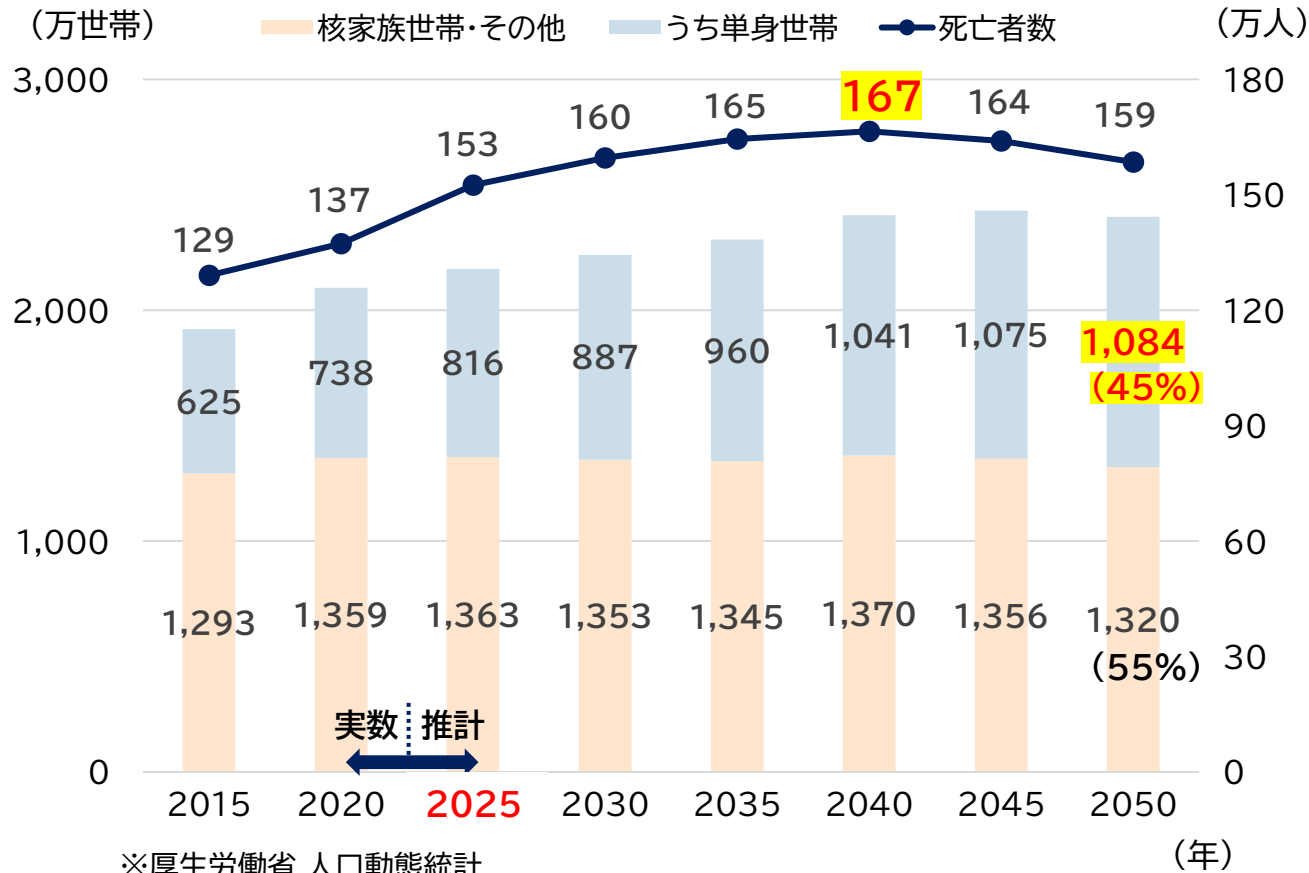
受注件数推移(4月～3月)

単位(件)

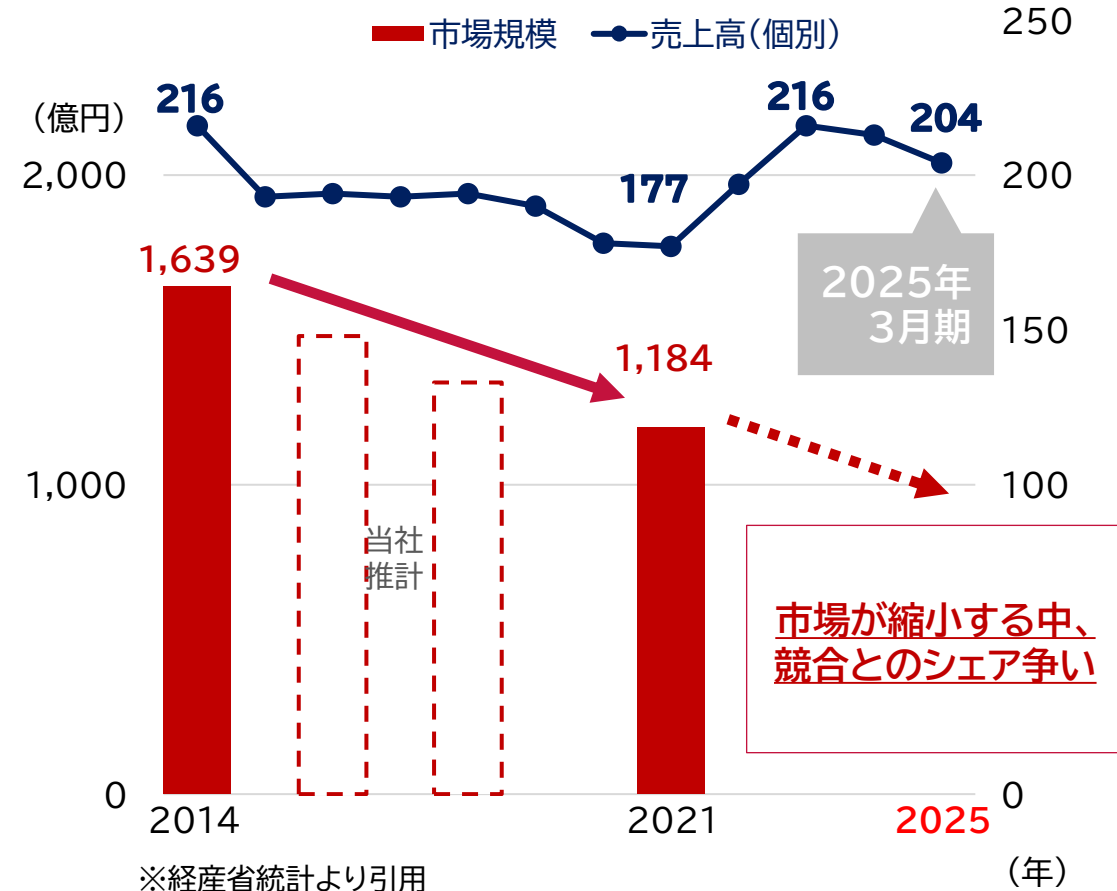


高まる樹木葬・永代供養墓のニーズに応えた企画・提案の推進により、遺骨供養全体の受注件数は増加
 今後は、「墓じまい」をプランに含んだ墓石と、跡継ぎ不要な樹木葬などを併設する販売モデルを企画

65歳以上世帯数と死亡者数の推移



宗教用具小売業市場規模と当社売上高の推移



死亡者数や高齢世帯が増加する一方で、供養の小規模化・簡素化が進み市場規模は縮小傾向
 困難な環境下でも、当社の強みを活かした新たな事業を作り、持続可能なビジネスモデルへ転換する

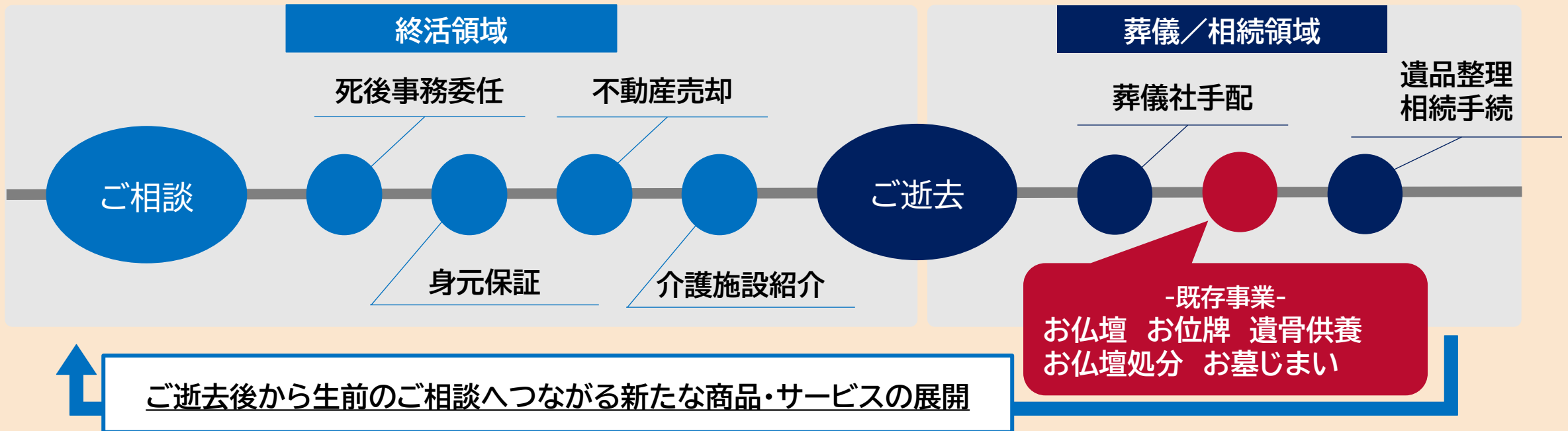


ピースフルライフサポート事業

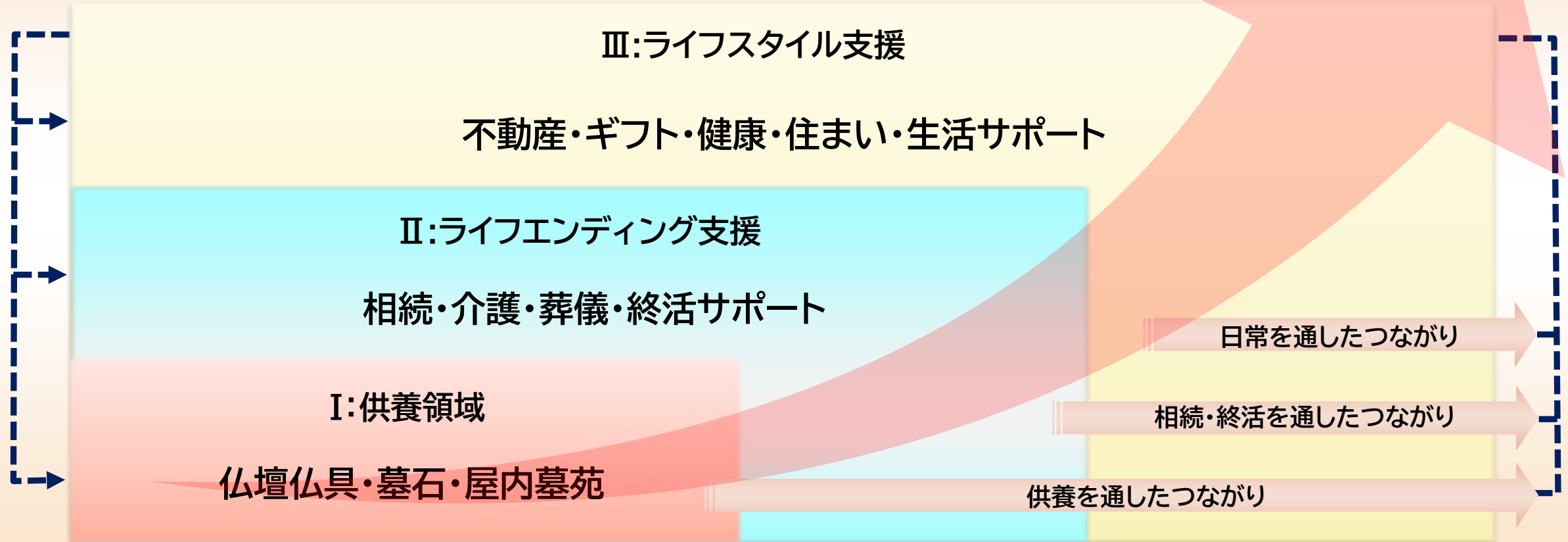
PLS(ピースフルライフサポート)事業とは、

大切なご家族を亡くされてお葬式を終えると、一息つく間もなく、さまざまな手続きを進めなければなりません。法事、お仏壇、お墓、返礼品、そして相続や、遺品の整理など、わからないことだらけです。
お客様が「こころ静かに手を合わせる時間」を大切にしていただけられるように、「はせがわ」が、様々な分野の専門家と協力して、お客様のお手伝いをいたします。

はせがわピースフルライフサポート



心の平和と生きる力の実現 ピースフルライフ(穏やかで心豊かな生活)



当社の強みである供養を起点とし、お客さまの穏やかで心豊かな生活(=ピースフルライフ)を支援するサービスを拡張することで、お客さまとの永続的な関係を構築し、**LTV(顧客生涯価値)の最大化を目指す**

日本が抱える社会課題



高齢・単身世帯の増加



認知症などによる手続き困難



家族機能の低下



不動産・空き家問題



介護・医療負担の増加



専門家と連携した安心相談

多領域を一括サポート

創業90余年の信頼

全国130店以上のネットワーク

無料見積・無料相談

お客さまのニーズ



信頼できる相談窓口



専門的な手続きの負担軽減



相続・不動産など必要作業の整理



家族に迷惑をかけない準備



お金・老後への安心感の確保

現代社会が抱える様々な課題を背景とし、既存事業周辺のライフイベントにまつわるお客様のお悩みやニーズに対し、専門家と連携して解消していく

競合他社



葬儀社



金融機関



ポータルサイト

はせがわの強み

①知名度



お仏壇の
はせがわ

創業以来90年以上にわたり、心を込めたおもてなしと、高品質な商品提供を通じて、安心・信頼の供養のパートナー企業として認知されています。

②顧客基盤



全国規模で展開する店舗ネットワークを活かし、年間約70万組のお客様にご来店いただいております。多くのお客様との接点を持つことが当社の強みです。

③ネットワーク



業界有数のパートナー企業と連携し、包括的なサービスを展開しています。お仏壇・お墓のご準備から、ご供養周辺のお悩み事に至るまで、一貫してお手伝いいたします。

競合他社に負けない当社の強みを活かし、お客様へ最善・最適なお提案を実践していく

ピースフルライフサポート事業 ー顧客接点における競合との差別化ー

【競合他社】

【顧客接点とお客さまが抱える不安】

【はせがわの強み】

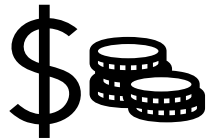
■ 葬儀社



・ご葬儀の打ち合わせ・集金時
☞ 心身共に疲弊し冷静な判断ができない

・ご葬儀後の落ち着いた環境での接客
☞ 焦らず後悔のない選択ができる

■ 銀行



・生前の資産相談、死亡通知後の口座凍結時
☞ 手続き優先で心理的ハードルが高い

・供養を通じた親身な対応と専門家連携
☞ ご供養のお悩み事からワンストップで相談が可能

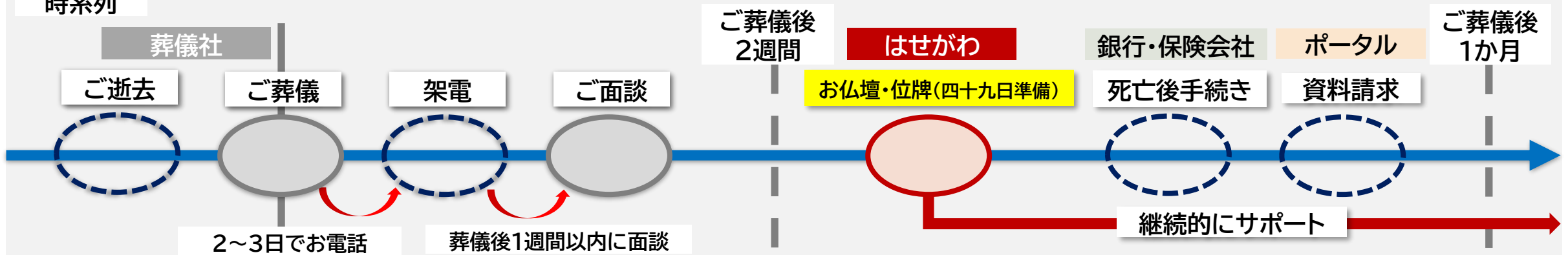
■ ポータル



・ネット検索による情報収集や資料請求
☞ 顔が見えない不安と信頼性の欠如

・実店舗での対面による責任対応
☞ 信用と安心感で全て任せることができる

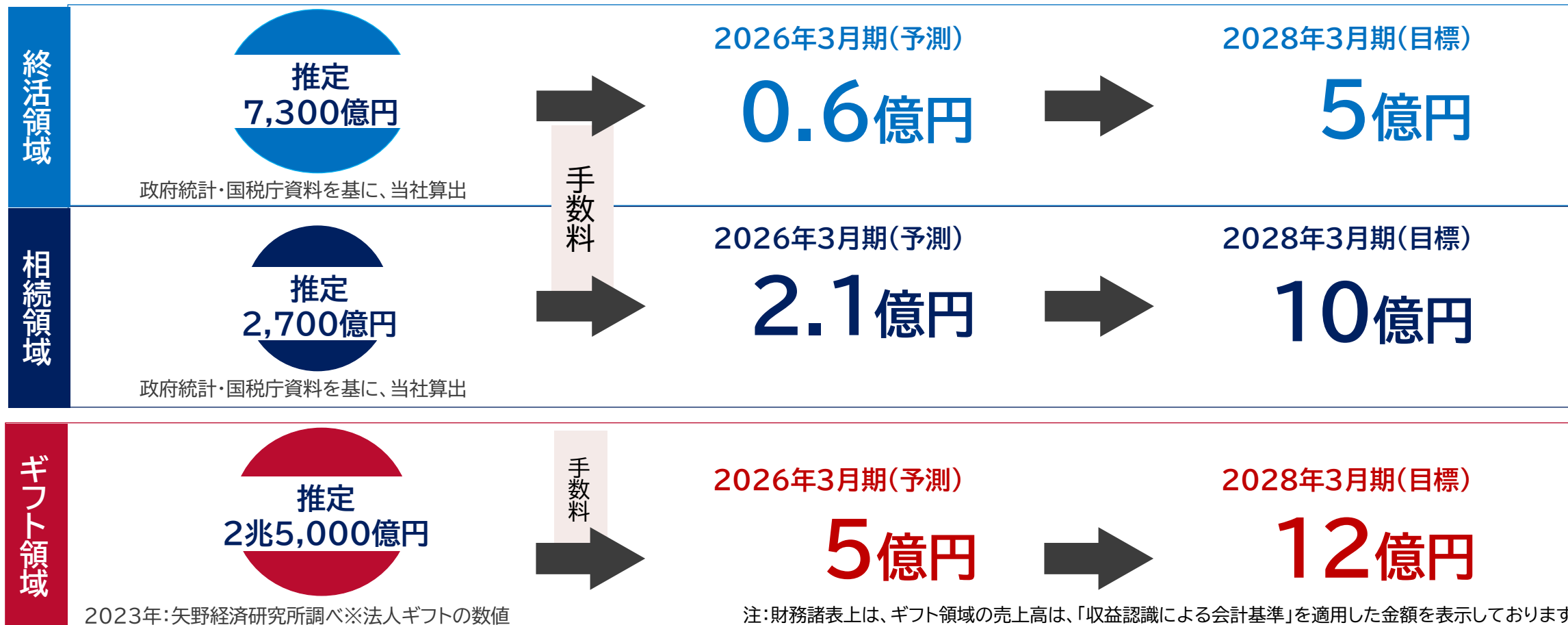
時系列



ご葬儀後の心身の回復に合わせ「ご供養の相談」から「相続の相談」へと自然な流れでお客さまへご提案

ピースフルライフサポート事業 ー当社の売上規模ー

終活・相続・ギフト市場規模・当社売上高

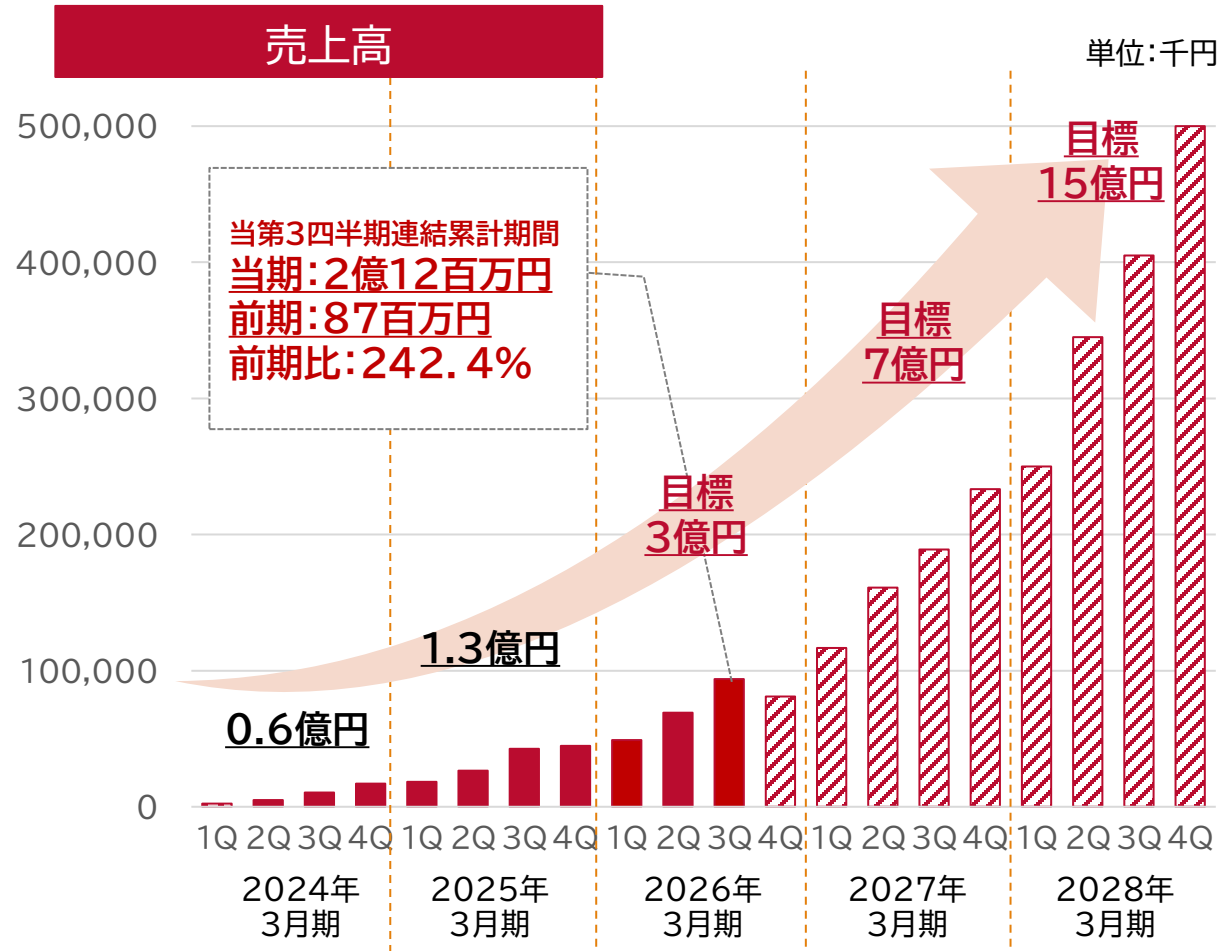
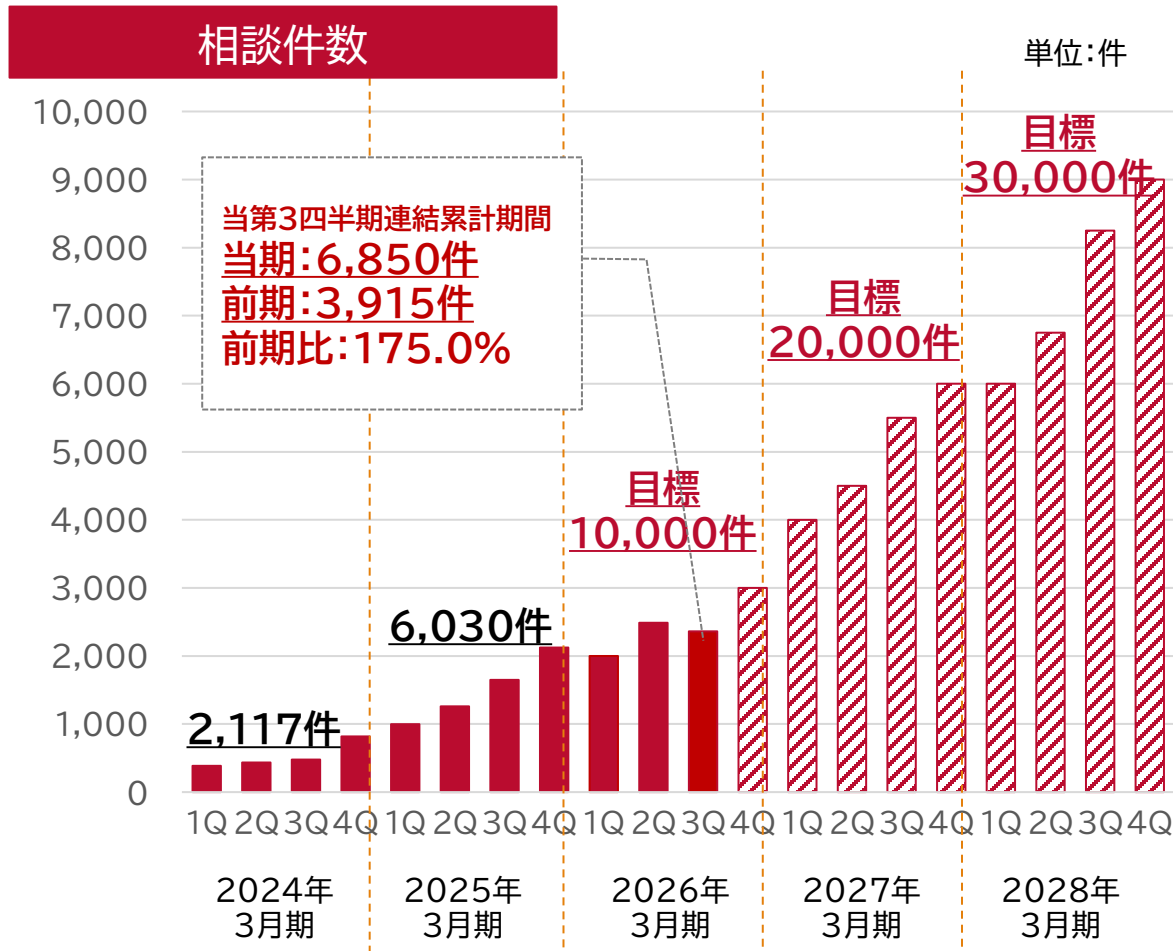


死亡者数や単身生活高齢者の増加によって、終活領域・相続領域ともに市場規模は今後も拡大予想
当社の知名度を活かし、お客様に安心してご利用いただくことが競合他社にはない強みとなる

ピースフルライフサポート事業 -3カ年の目標値-

PLS(ピースフルライフサポート)事業 実績推移と将来目標

 ...計画
 ...実績



お客様との面談数・売上高ともに着実に成長、お仏壇・遺骨供養に続く事業へと拡大を目指す

ピースフルライフサポート事業 — PLSサポート基本構想 —

■紹介ビジネスからの脱却 一部商品・サービスの内製化による収益拡大

お客様・市場対応力の強化および社会課題の解決に向けた事業の内製化を実現し、様々なチャネルと関連先を通じた顧客基盤を拡大することで、**お客様の生涯価値(LTV)の向上を目指す。**

■第1フェーズ (2027年3月期)

- ★不動産内製化の検討
- ★プラットフォーム請負
- ★顧客ID統合に向けた検討



■第2フェーズ (2028年3月期)

- ★終活ライフサポート事業の検討
(終活ライフサポート店舗出店)
- ★顧客ID統合による基盤構築
- ★関連先連携システムの検討

顧客満足・市場拡大・収益拡大のためには
新たな商品サービスの開発と事業化が必要

■第3フェーズ (2029年3月期)

- ★ギフト事業の内製化(販路拡大)
- ★生活支援事業の開始(生活支援・見守・介護)
- ★関連先連携システムの構築
- ★相互紹介プラットフォームの稼働

**100万人の
顧客基盤構築**

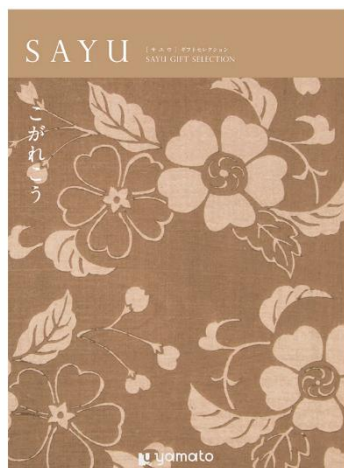
拠点:東日本地区拡大

拠点:中部地区拡大

拠点:西日本地区拡大

■コールセンター機能拡大によるOMO戦略の展開と顧客価値の創造

ギフト商材



慶弔両用にご利用いただけるカタログギフトをご提案

顧客獲得に向けた施策

おかげさまで
アプリ会員数
30万人
突破！



はせがわ公式アプリはこちらから

①アプリ会員向けのプッシュ通知とコンテンツ強化



②ECサイト活用、代行入力などによる受注業務簡便化

返礼品や手土産にふさわしいさまざまなギフト商材の企画・販売を推進
購買件数の増加、リピート顧客の獲得に向けて様々な施策を実行に移していく



第19回受賞作品
「孔雀明王像」東京藝術大学蔵
の現状模写および装潢
雨下 乃絵 氏



第2回受賞作品
東大寺俊乗堂蔵快慶作
阿弥陀如来立像想定復元模刻
吉水 快聞 氏



東京藝術大学 文化財保存学 学生の皆様の作業風景

文化財保存の発展への貢献を目的に、2007年3月、東京藝術大学に「お仏壇のはせがわ賞」を設立
今後もこの活動を通じて「日本の美とところ」を次の世代へとつないでいく

中期経営計画について

中期経営計画(2026年3月期～2028年3月期) 定量目標

定量目標

売上高	中期経営計画			
	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期
既存店(仏壇仏具・墓石他)	211億円	224億円	233億円	235億円
新規出店	—	1億円	10億円	20億円
PLS	1億円	3億円	7億円	15億円
合計	212億円	228億円	250億円	270億円

※新規出店売上高は、1店舗当たり初年度1億円、2年目1.2億円、3年目1.4億円とし、稼働月数を想定し算出

営業利益	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期
		12億円	7億円	13億円

当社は、永続的な事業継続を実現する企業を目指すとともに、持続的な企業価値の向上と社会的課題への貢献に努める

環境認識

外部環境

【市場】

- 多死社会の到来
- (ただし)購入世帯数は減少
- 小型化 ⇒ 単価減少

【競合】

- ホームセンター参入
- 家具店参入
- EC競争激化

縮小市場の中でシェア争い激化、新領域への進出必須

内部環境

- 人件費高騰
- 採用難 ⇒ 人員不足
- 商品原価の高騰
- 株価低迷

低生産性、将来期待が見えない

中期経営計画 重点課題

①既存事業の進化発展

②新規事業の成長

③戦略的投資の実行

④利益体質への転換

中期経営計画 重点課題 ③戦略的投資の実行

投資等の配分イメージ

2026年3月期～2028年3月期
総額30億円

成長のための投資
15億円

内部留保
5億円

株主還元
10億円

店舗投資	研究開発投資	人的投資	デジタル投資
<ul style="list-style-type: none"> ・新規出店 ・改装 ・移転 <p>5.5億円</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・PLS ・飲食・ギフト ・新サービス <p>2億円</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・人材確保 ・人材育成 ・報酬制度 <p>5.5億円</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・業務デジタル化 ・顧客ID統合 ・基幹システム刷新 <p>2億円</p>

- 適正な内部留保を維持
- M&A・資本提携等に備える

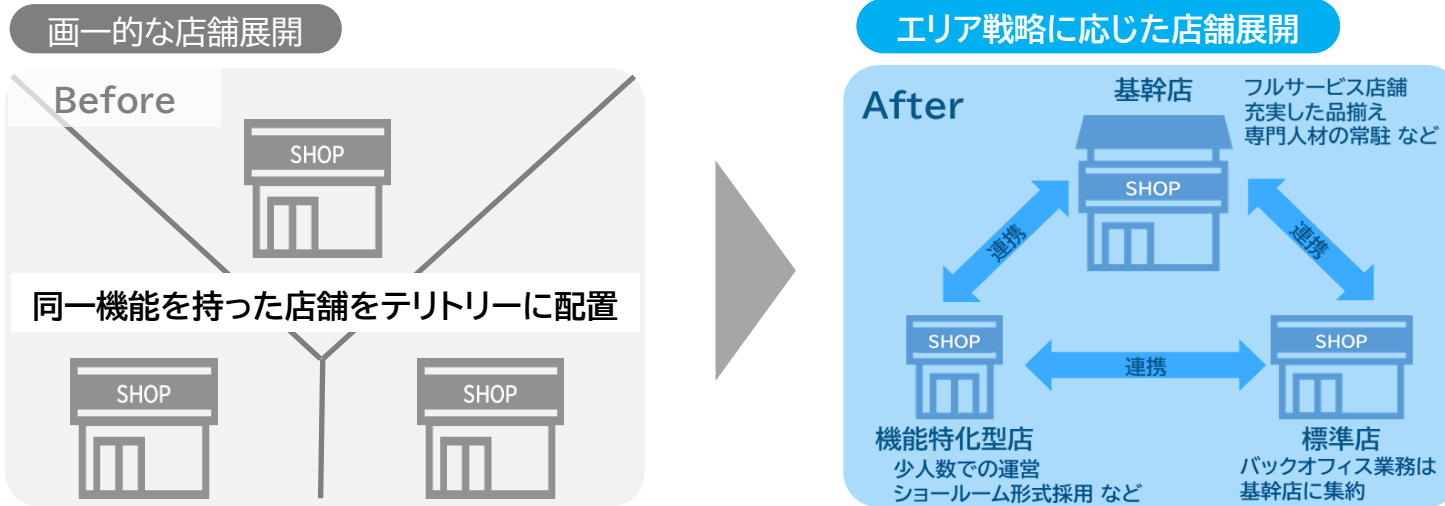
- 安定的な配当は継続
 - 一方で業績に連動した配当を導入
- 配当方針の変更
連結配当性向30%または1株あたりの配当金15円のいずれか高い方を配当

新規出店・PLS事業の拡大を目的に、成長のための投資(店舗投資・人的投資・システム投資)を実行
株主還元については累進配当を実施

新中期経営計画 重点課題 ④利益体質への転換

店舗モデル改革・業務改革による生産性向上

①営業店業務刷新(店舗モデル改革)



②業務改革による生産性向上

- ✓「業務改革部」を新設し、推進体制を強化し、全社横断的な改革を加速
- ✓営業店・間接部門の業務を「見直し・集約・廃止」の観点で再編し、生産性を向上
- ✓RPAや生成AIなどデジタル技術を導入、省力化と同時に「デジタル文化」を醸成

創出されたリソースを成長分野へシフト



営業店の業務刷新、業務改革により生産性を高め、人材を成長分野に配置転換し、全体最適を目指す

PBR1.0倍超に向けた対応

株主還元方針の変更

累進配当の導入

連結配当性向30% 年間配当金15円
いずれか高い方を採用

IR活動

コミュニケーション機会の充実
(個人投資家向けスモールミーティング開催、
地元・福岡での決算説明会開催)

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期～
1株当たり配当	11.25円	15.00円	15.00円	連結配当性向30%または 1株当たりの年間配当金15円 のいずれか高い方 ⇒2026年3月期配当予想:年間15円
配当性向	17.9%(個別)	25.9%(個別)	30.1%(連結)	

主要経営指標(連結)

※第59期売上高を220億円とした場合

	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期
ROE	7.2%	常に8～10%を目指す		
売上高伸張率	-	3.6%※	9.6%	8.0%
売上高営業利益率	5.7%	3.1%	5.2%	9.3%
自己資本比率	63.0%	安定性を確保しつつ、資本の効率的活用を目指す		

業績予想・配当予想

業績予想

2025年3月期第3四半期より連結決算に移行したため、前期実績・増減率・増減額は記載しておりません
中間期は、2025年11月7日に発表した実績値になります

単位：百万円(単位未満切捨て)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
中間期	11,045	303	283	135
通期	22,800	700	670	380

配当予想

	中間配当	期末配当 (予想)	年間配当 (予想)
1株当たり配当金	7.50円	7.50円	15.00円
連結配当性向	100.4%	-	71.8%

累進配当

連結配当性向30%
年間配当金15円

どちらか高い方を採用