

BEAUTY
KADAN

2017年6月期
決算説明会資料

株式会社ビューティ花壇
《証券コード：3041》 東証2部

- 01. 2017年6月期 業績ハイライト**
- 02. 各事業部の傾向と対策**
- 03. 中期経営計画**
- 04. 株主還元等**
- 05. 質疑応答**

01. 2017年6月期 業績ハイライト

■ 業績予想と実績の差異に関するお知らせ

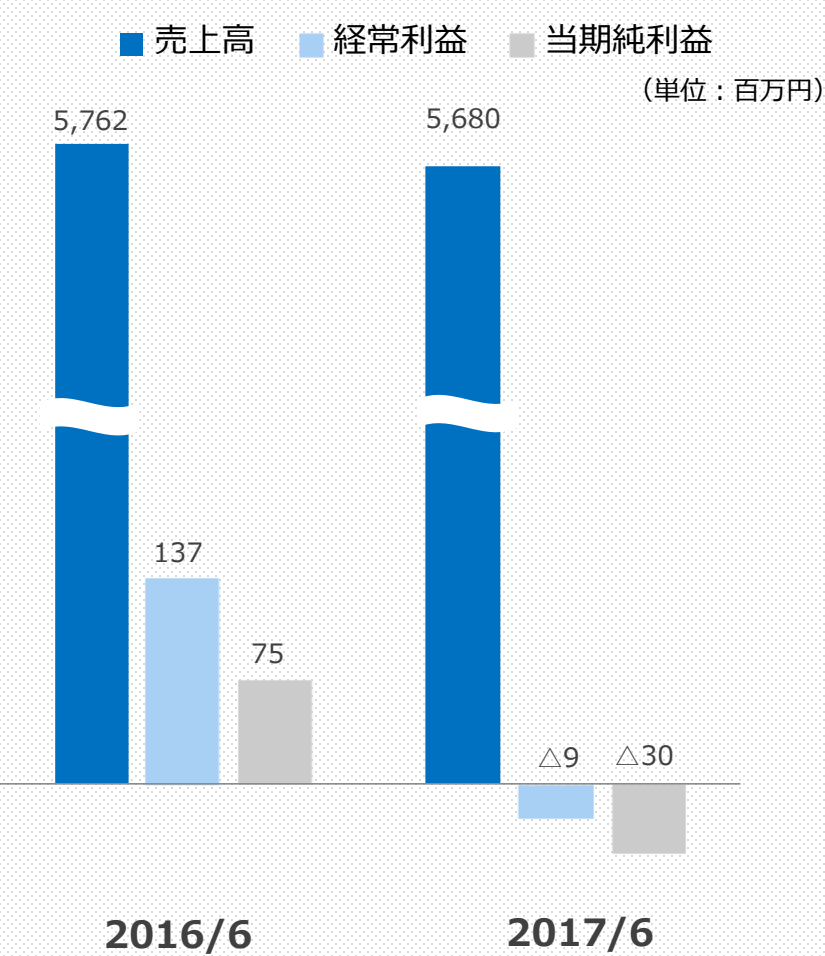
(単位：百万円)

	連 結 売 上 高	連 結 営 業 利 益	連 結 経 常 利 益	親会社株主に帰属 する当期純利益	1 株 当 た り 連結当期純利益 (円)
前 回 発 表 予 想 (A)	5,800	95	105	75	18.52
実 績 値 (B)	5,680	2	△9	△30	△7.52
増 減 額 (B - A)	△120	△93	△114	△105	—
増 減 率 (%)	△2.1	△97.9	△108.6	△140.0	—
(参考) 前期連結実績 (平成28年6月期)	5,762	126	137	75	18.04

■ 剰余金の配当（無配）に関するお知らせ

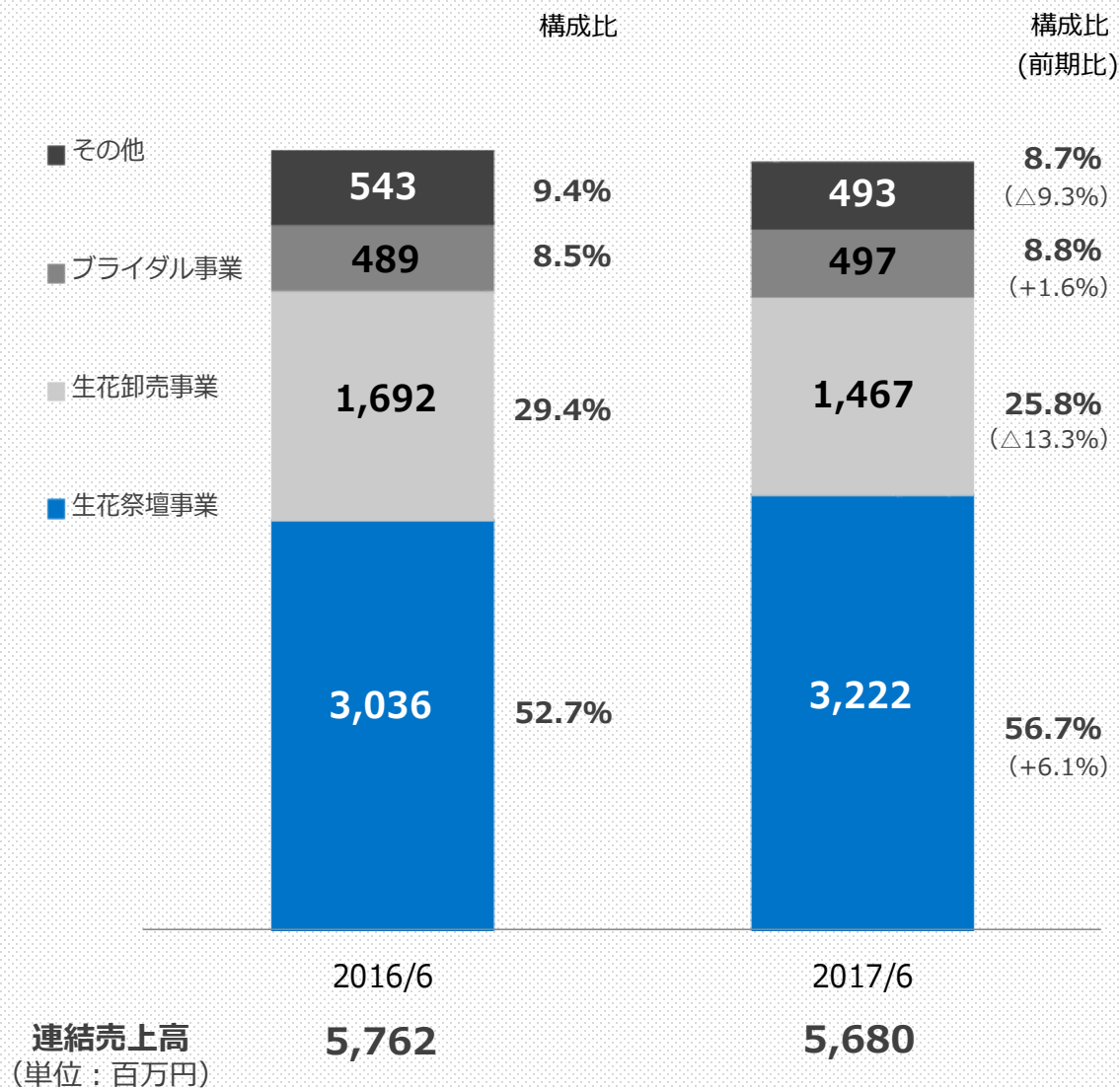
	決 定 額	直近の配当予想 (平成28年8月12日公表)	前期実績 (平成28年6月期)
基 準 日	平成29年6月30日	同左	平成28年6月30日
1株当たり配当金	0円00銭	5円55銭	5円55銭
配当金総額	—	—	22百万円
効力発生日	—	—	平成28年9月28日
配当原資	—	—	利益剰余金

■ 生花祭壇の受注件数増加等により売上・利益増も、生花卸売事業における事業再編やその他事業が低調に推移し減益。



(単位：百万円)

	2016/6	2017/6	前期比
売上高	5,762	5,680	1.4%減
売上原価	4,671	4,666	0.1%減
売上総利益	1,091	1,014	7.0%減
営業利益	126	2	98.0%減
経常利益	137	△9	—
当期純利益	75	△30	—



ポイント

生花祭壇事業

受注単価は下落するも、顧客ニーズに沿った営業戦略の確実な実行等により、売上は過去最高に。

生花卸売事業

国内流通部門は比較的堅調に推移するも、輸入卸売部門が低調に推移し、売上減。

ブライダル装花事業

リテール部門の売上増も、主要取引先の倒産の影響により微増にとどまる。

その他

(株)ピンク（一般労働者派遣事業）を2017年1月に譲渡したこと等により売上減。

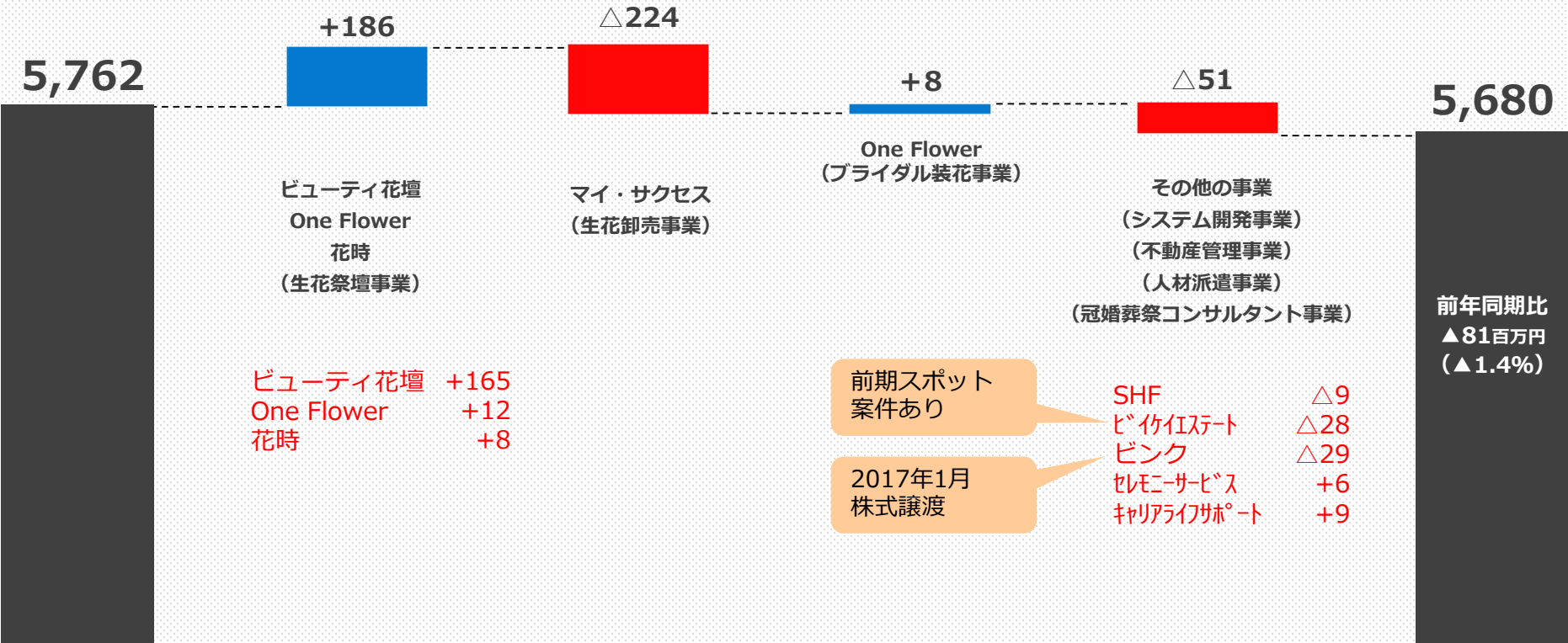
(単位：百万円)

	2016/6		2017/6		前期比	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
生花祭壇	3,036	297	3,222	385	+6.1%	+29.5%
生花卸売	1,692	114	1,467	△9	△13.3%	—
ブライダル装花	489	59	497	50	+1.6%	△15.0%
その他	543	5	493	△22	△9.3%	—
調整額	—	△350	—	△401	—	—
計	5,762	126	5,680	2	△1.4%	△98.0%

- 生花祭壇事業：事業環境の変化に対応した販売戦略・原価低減策が奏功し増収・増益
- 生花卸売事業：物流体系改革への取り組みが過渡期であることや花卉の市場相場下落等が影響

グループ全社では前期比**1.4%減（82百万円）**の減収。

（単位：百万円）



単位：百万円

	2016／6	
	金額	構成比
資産の部		
流動資産	1,872	64.9%
固定資産	1,011	35.1%
資産合計	2,884	100.0%
負債の部		
流動負債	1,263	43.8%
固定負債	1,048	36.3%
負債合計	2,312	80.1%
純資産の部		
株主資本	565	19.6%
その他の包括利益累計額	0	—
新株予約権	6	0.2%
非支配株主持分	0	0.0%
純資産合計	572	19.9%
負債純資産合計	2,884	100.0%

2017／6		単位：百万
金額	構成比	増減額
1,578	63.3%	△293
913	36.7%	△97
2,492	100.0%	△391
924	37.1%	△339
1,050	42.1%	+ 1
1,974	79.2%	△337
512	20.6%	△52
0	0.0%	—
5	0.2%	△1
—	—	—
518	20.8%	△54
2,492	100.0%	△391

	2016/6	2017/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	△59	225
投資活動によるキャッシュ・フロー	△29	△103
財務活動によるキャッシュ・フロー	△358	△278
現金及び現金同等物に係る換算差額	△3	—
現金及び現金同等物の増減額	△451	△156
現金及び現金同等物の期首残高	1,548	1,096
現金及び現金同等物の期末残高	1,096	940

ポイント

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

⇒主に、貸倒引当金の増加額129,700千円、減価償却費51,251千円、売上債権の増加額91,172千円を計上した一方で、仕入債務の減少額81,195千円を計上したことによるもの

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

⇒主に、有形及び無形固定資産の取得による支出114,623千円によるもの

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

⇒主に、借入金の純減231,778千円によるもの

【参考】2016/6（20期）

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

⇒主に、税金等調整前当期純利益138,961千円、非資金費用である減価償却費54,156千円を計上した一方で、仕入債務の減少額83,666千円、その他負債の減少額94,132千円及び法人税等の支払額122,579千円等によるもの

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

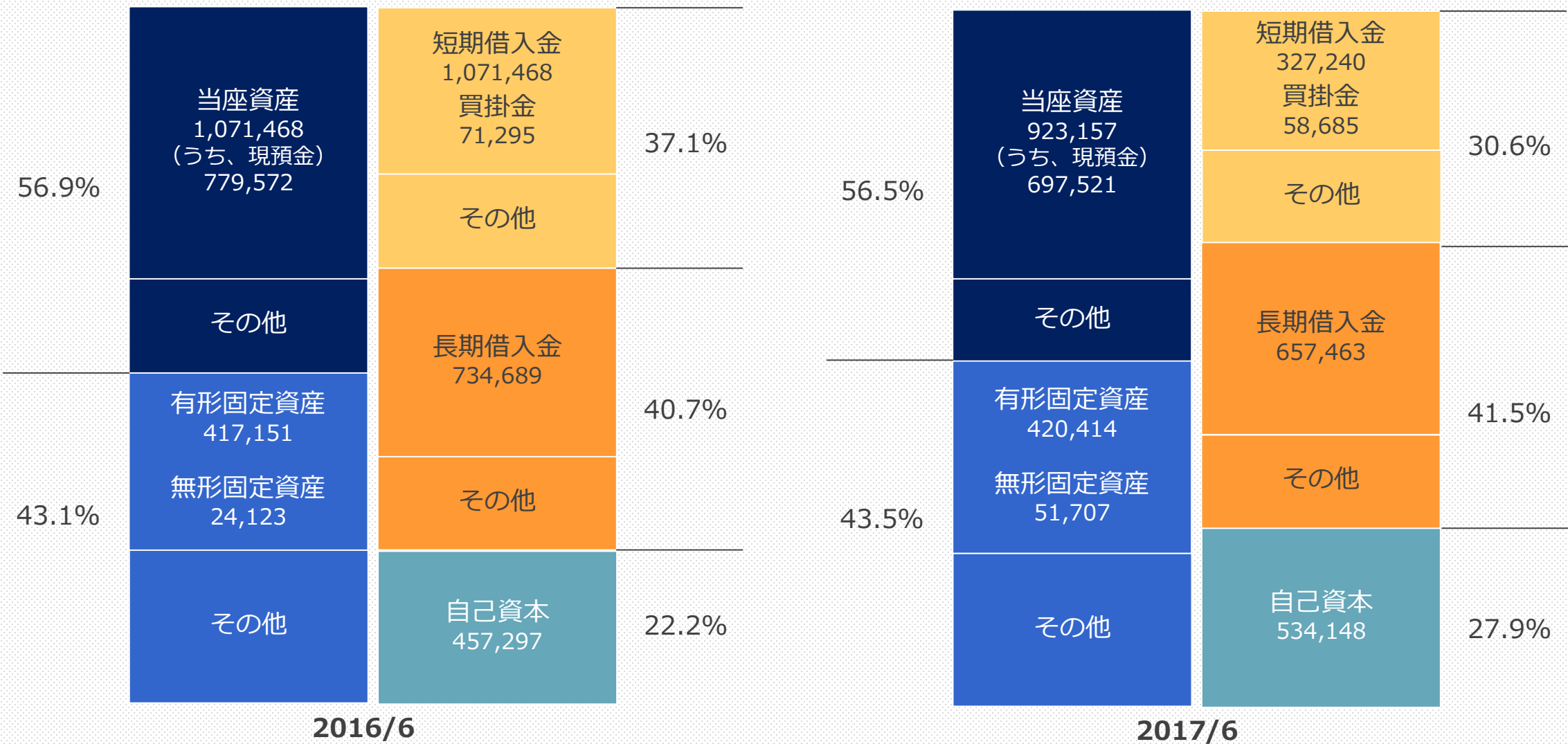
⇒主に、有形及び無形固定資産の取得による支出37,792千円によるもの

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

⇒主に、借入金の純減345,914千円によるもの

■ 財務体質は改善へ（単体）

（単位：千円）



1. キャッシュ・フローの推移

(単位：百万円)

項目	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
①営業ＣＦ	395	▲ 29	262	▲ 59	225
②投資ＣＦ	▲ 256	▲ 243	135	▲ 29	▲ 103
③フリーＣＦ①＋②	139	▲ 272	397	▲ 89	122
④財務ＣＦ	57	229	356	▲ 358	▲ 278
現金及び現金同等物の期末残高	773	789	1,548	1,096	940

2. 当座比率の推移

当座比率	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
	93.7%	80.9%	103.2%	134.7%	153.0%

3. 固定長期適合率の推移

固定長期適合率	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
	97.5%	116.3%	79.7%	62.3%	58.5%

4. ネットデット（ネット借入金）の推移

(単位：百万円)

ネットデット	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
	619	910	525	683	609
				前期差	▲74

【対前期ネットデット増加要因】

法人税等の支払	▲118
その他	44
合計	▲74

5. EBITDAの推移

(単位：百万円)

EBITDA	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
	221	90	179	173	73

7. EBITDA/自己資本

EBITDA／自己資本	第17期	第18期	第19期	第20期	第21期
	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6
	32.2%	13.1%	32.8%	30.8%	14.4%

02. 各事業部の傾向と対策

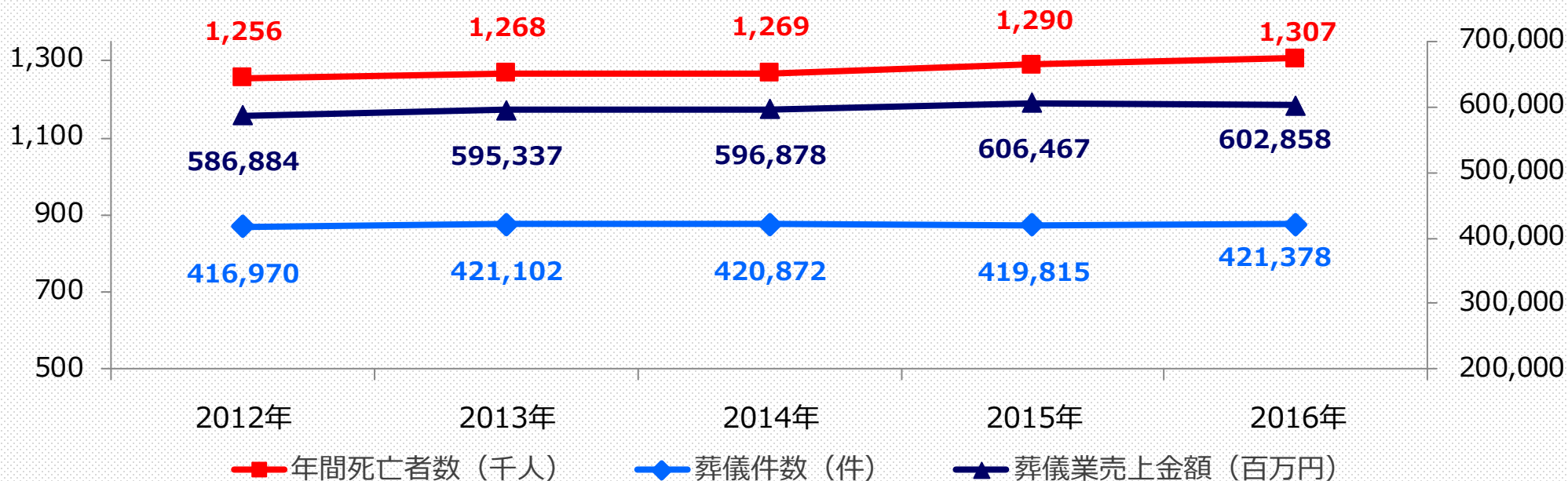
生花祭壇事業 (3,036百万円 (2016/6) ⇒ **3,222**百万円 (2017/6))

➤ 業界動向①

葬儀業全体の売上単価は、ほぼ横ばいで推移

2015年度 (2015/1～2015/12) : @1,444千円
2016年度 (2016/1～2016/12) : @1,430千円

葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向

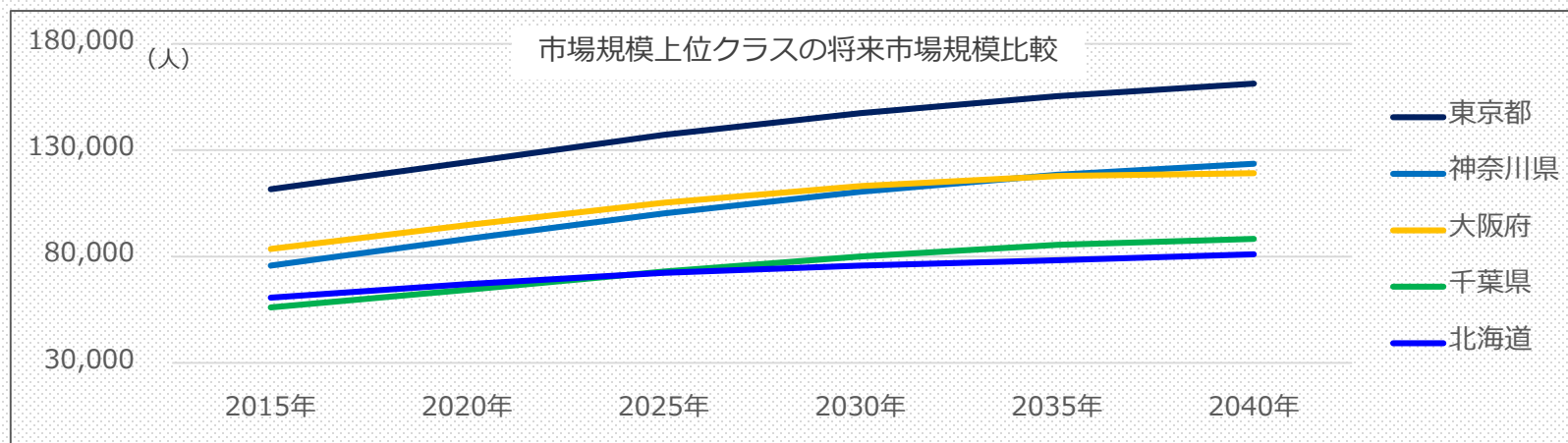
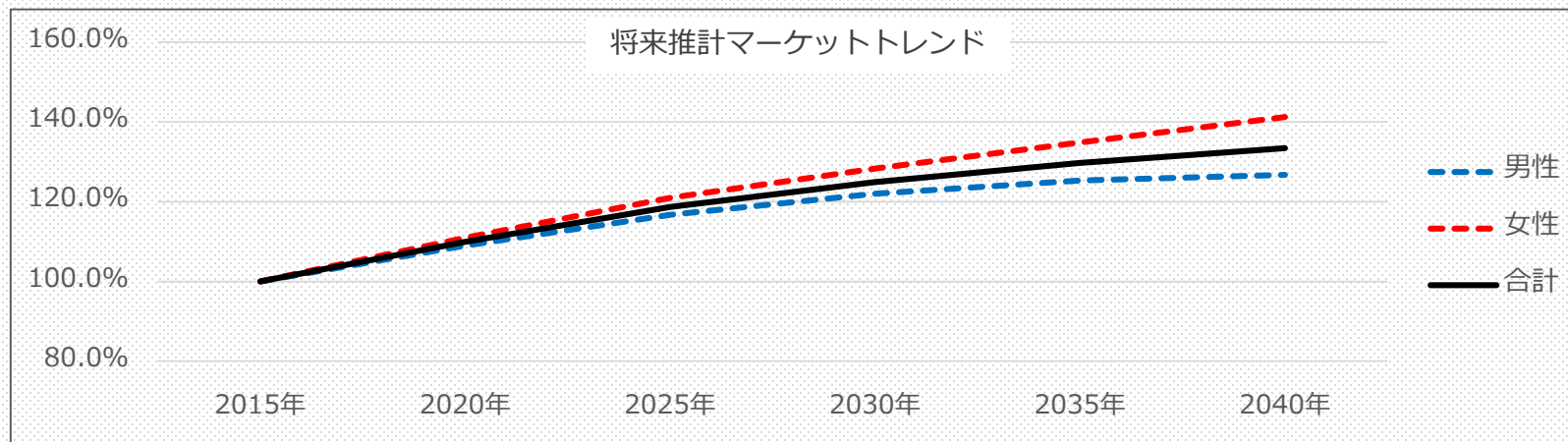


(出典 厚生労働省：人口動態統計月報年計
経済産業省：特定サービス産業動態統計調査)

生花祭壇事業

➤ 業界動向②

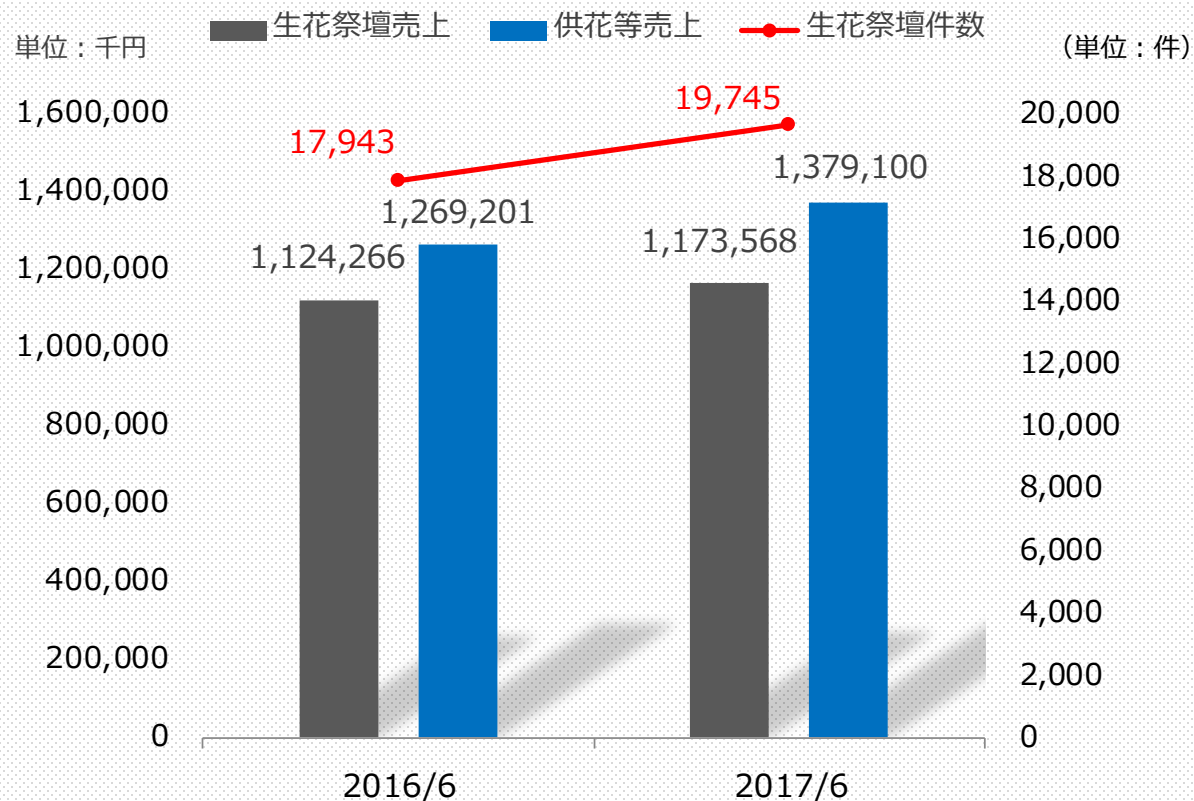
全国の長期トレンドは2015年比で33.5%の増加
地域別では大阪・神奈川が同レベル、千葉県は北海道を上回る予測



(出典 月刊フューネラルビジネス：エリア別将来市場の展望)

生花祭壇事業 分析（単体）

生花祭壇・供花等売上・件数



施行費・その他は除く

生花祭壇の平均単価

62,657円 (2016/6)
⇒ 59,436円 (2017/6)

受注単価は下落傾向

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

57,313円 → 54,237円

単価の下落傾向は変わらず。

生花祭壇事業 分析（単体）

■ 売上増の要因 ▶▶ 単価は下落も、小規模化への機動的な対応が奏功

※売上高には供花等も含む。

関東エリア

	2016/6	2017/6	増減
売上高（百万円）	1,424	1,529	+7.4%
顧客数（社）	721	797	+10.5%
祭壇件数（件）	8,809	9,931	+12.7%

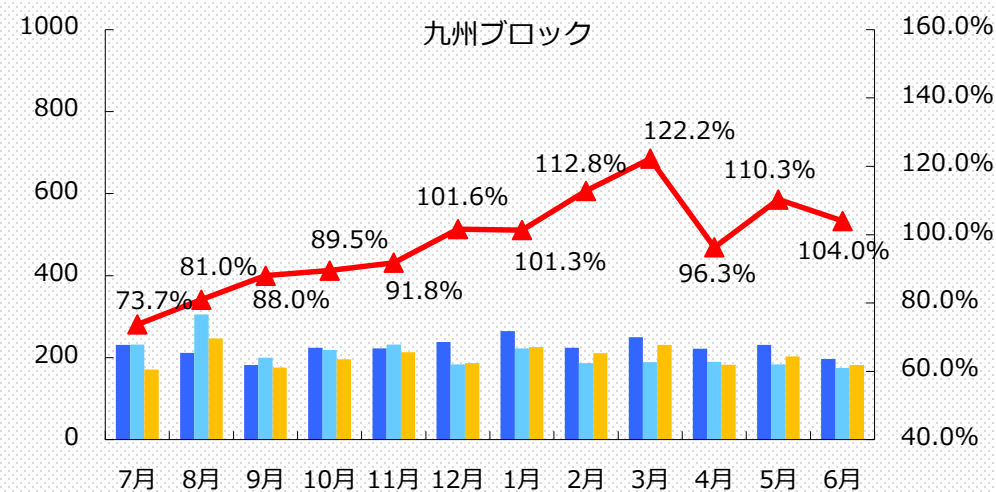
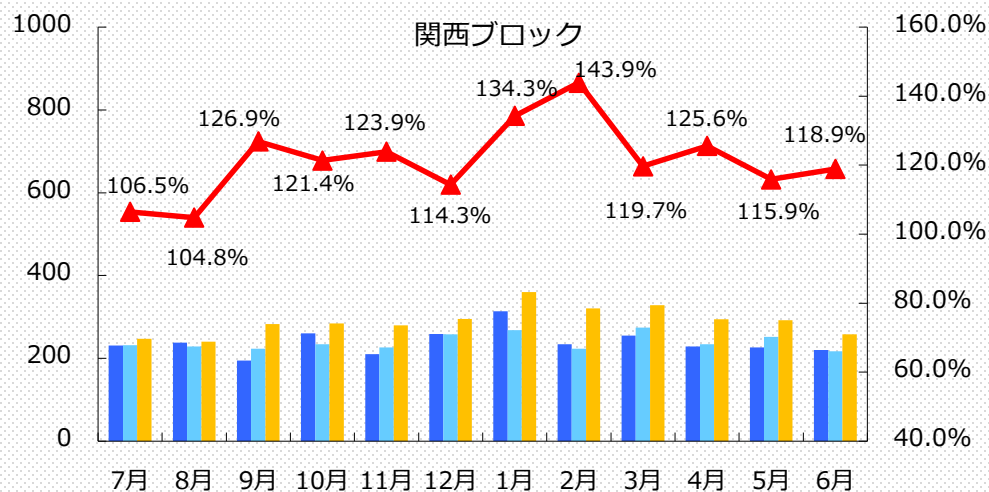
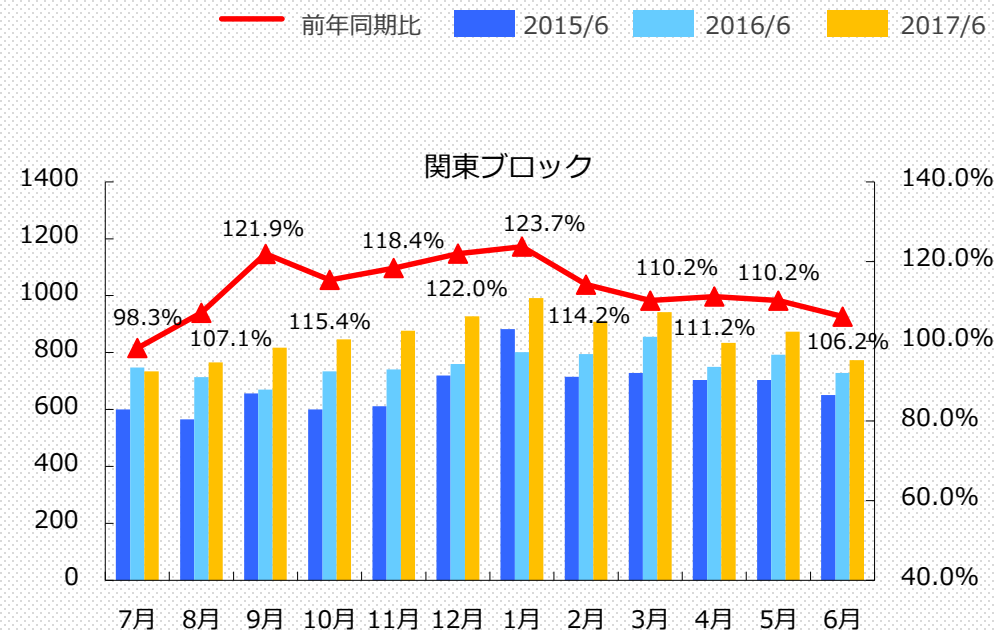
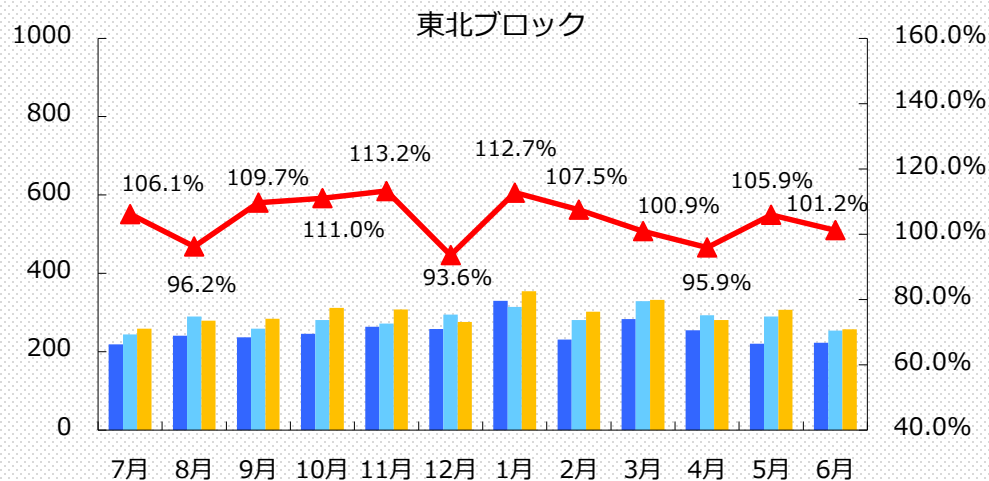
その他エリア

売上高（百万円）	仙台	365	374	+2.7%
	長野	72	104	+43.5%
	西日本	598	626	+4.7%
顧客数（社）	仙台	91	87	△4.4%
	長野	14	17	+21.4%
	西日本	173	171	△1.2%
施行件数（件）	仙台	3,413	3,550	+4.0%
	長野	316	357	+13.0%
	西日本	5,405	5,907	+9.3%

※西日本：大阪支店・福岡支店

生花祭壇事業 分析（単体）

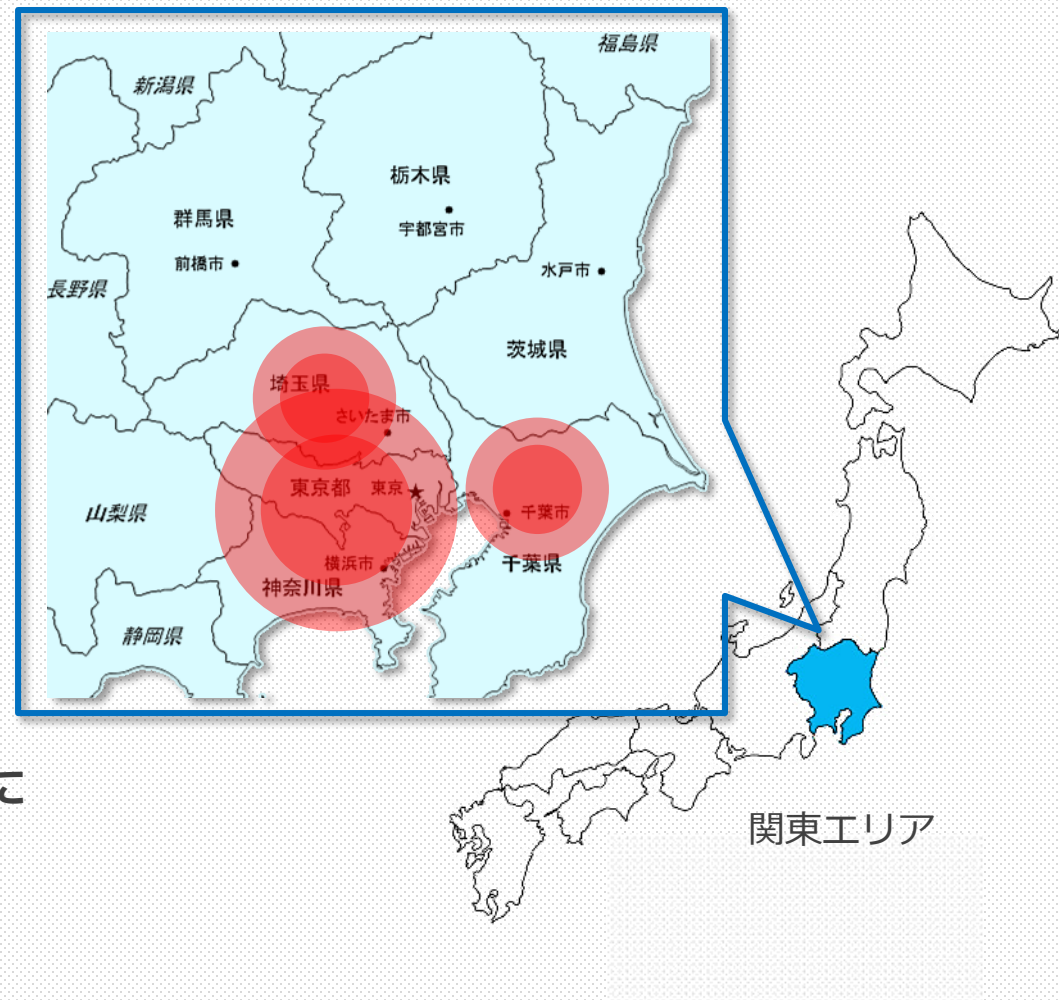
生花祭壇受注件数推移



生花祭壇事業 分析（単体）

■ 新規営業所開設（22期中）

- ▶▶ 関東エリアにおける顧客先へのリードタイム短縮による利益率UP
地域シェア拡大を図るべく、ドミナント展開への足がかりとして
まずは既存拠点周辺へ新規拠点を開設予定。
- ▶▶ 今後もコストリーダーシップ戦略をベースとし、
既存拠点エリア内、その他エリアへも積極的な拠点展開を検討
- ▶▶ 更なる収益UPを見込める既存拠点については、商圈を拡大を視野に
移転も検討



生花卸売事業 (1,692 百万円 (2016/6) ⇒ **1,467** 百万円 (2017/6))

既存顧客のシェアUP・新規顧客獲得
輸入商品の取扱い拡大・市場販売強化

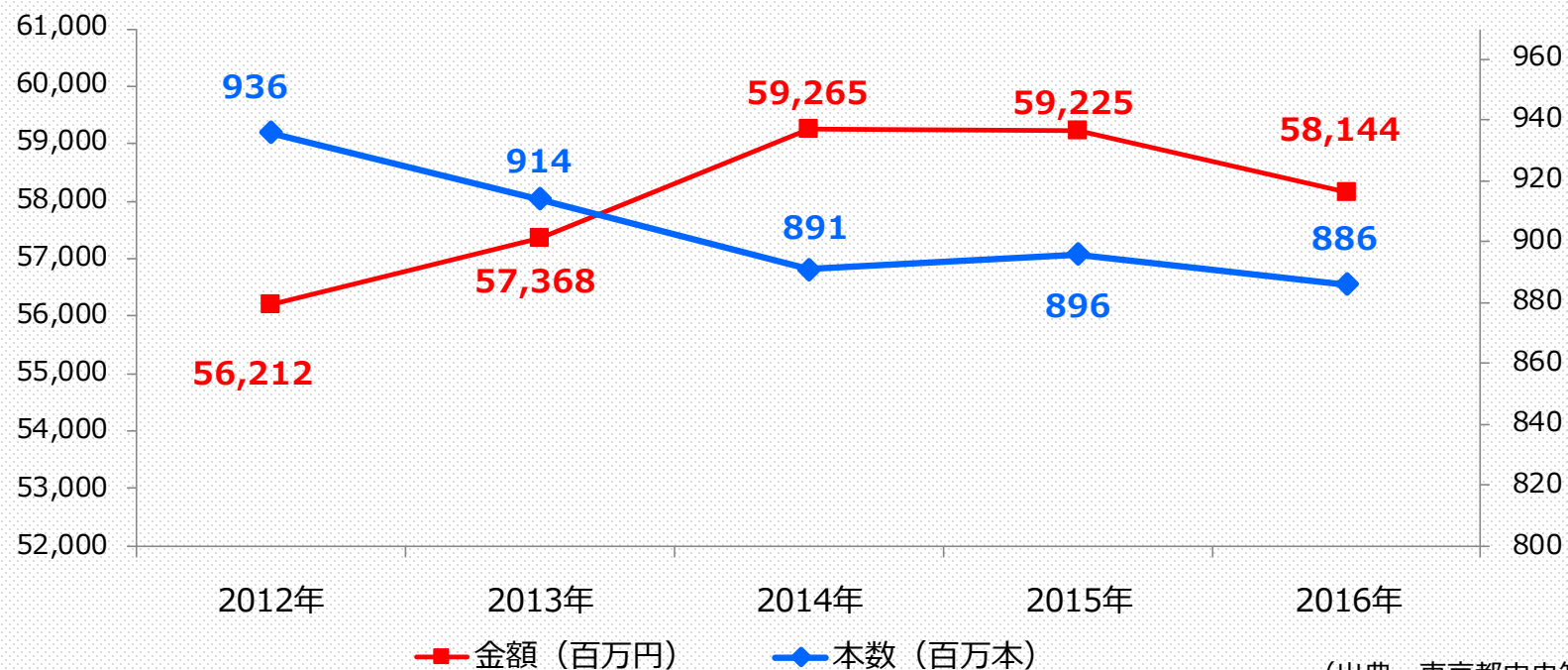


既存顧客・新規顧客の売上増も、事業再編への取組み・
花卉の市場相場が下落したことにより売上減

➤ 業界動向

生花の取扱本数・取扱金額ともにやや下落。

生花（切り花）取扱金額・本数の動向



(出典 東京都中央卸売市場「市場統計情報」)

生花卸売事業

(マイ・サクセス単体)

得意先	2016/6 順位	2017/6 順位
A	3	1
B	9	2
C	1	3
D	4	4
E	2	5
F	5	6
G	圏外	7
H	圏外	8
I	圏外	9
J	圏外	10

新規顧客獲得・既存顧客の掘り起こしが奏功し、売上増

◆上位10社売上合計

267百万円



301百万円

積極的な販売促進活動により、順位が大きく変動し
上位10社売上は増加。

輸入卸売部門においては売上減



- フューネラル主要品目の取扱拡大
- 輸入統括部門における市場出荷販売依存体質から顧客への直接販売への移行
- 海外・国内物流の効率化により売上・利益増へ

生花卸売事業

■ 物流の拡充 卸売の規模拡大への取組み

▶▶ 東南アジアを中心に 生産地の新規開拓先を検証中

産地視察・トライアル入荷実施



早期の取扱量拡大へ

▶▶ 南米（コロンビア・エクアドル）の 物流改善・見直し



物流効率化・コスト圧縮へ



ブライダル装花事業 (489 百万円 (2016/6) ⇒ **497** 百万円 (2017/6))

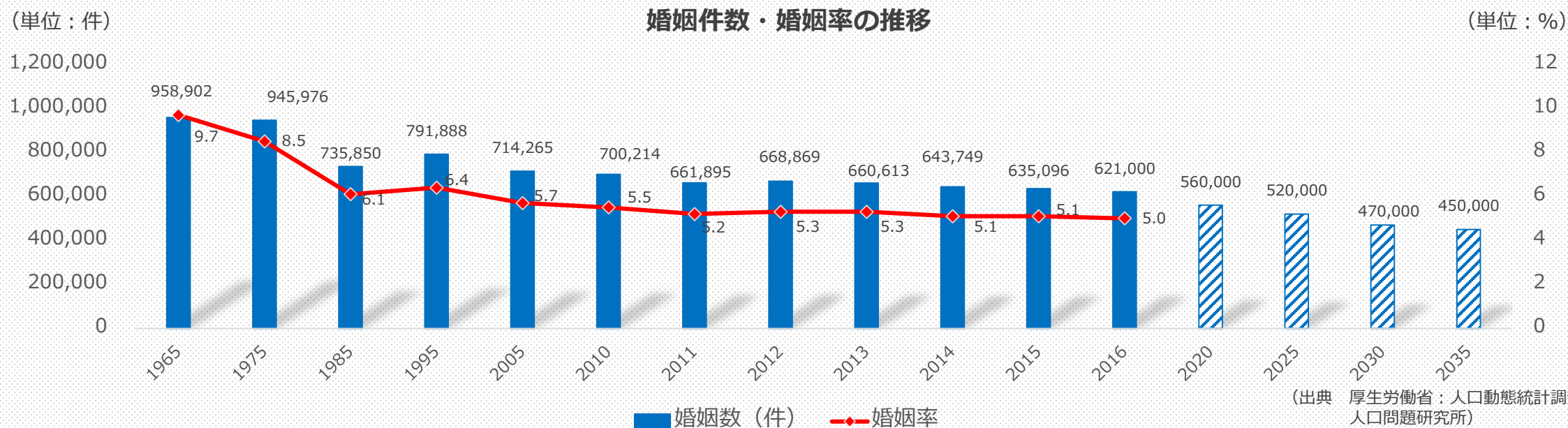
➡ リテール部門において売上増も、主要取引先の倒産が影響し微増にとどまる

今後

➡ 大都市圏（東京・関西エリア）での新規顧客獲得による業績回復

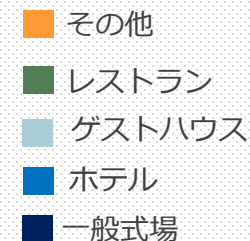
➤ 業界動向①

少子化の影響を受け婚姻件数減少。婚姻率も低下傾向に。



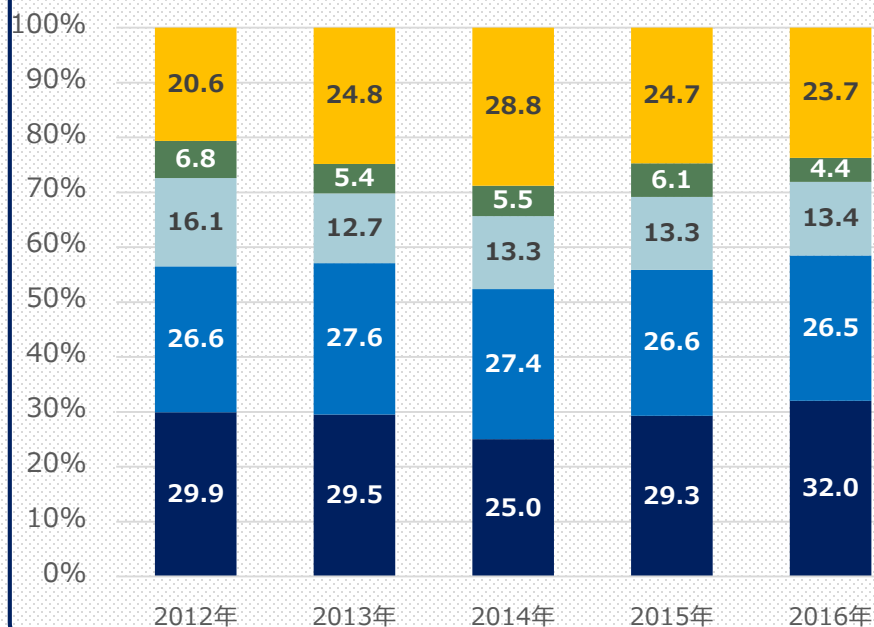
ブライダル装花事業

- 業界動向② **選択肢の多い首都圏ではゲストハウスウェディングも横ばいで推移するも、関西・九州では減少傾向。**
当事業のターゲットであるホテル・一般式場の割合は横ばい or 増加傾向に。

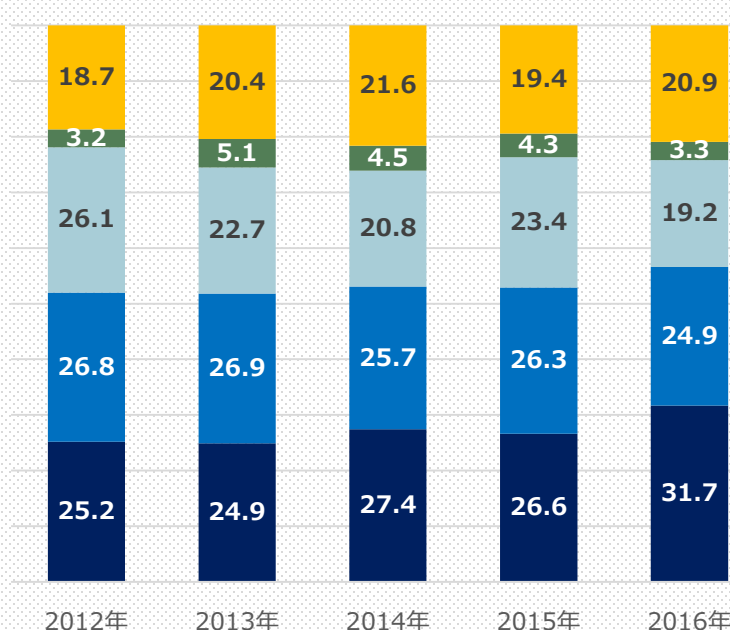


挙式会場アンケート

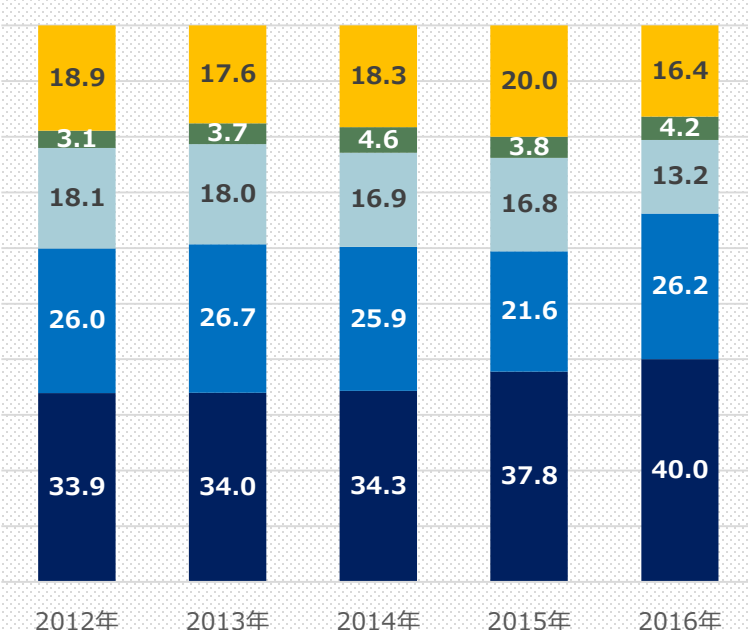
首都圏



関西



九州



(出典 ゼクシィ結婚トレンド調査2016)

ブライダル装花事業

今期
2017/6

«3/8・5/15リリース»

株式会社Brillia・株式会社銀座プロジェクト倒産（自己破産）により売掛債権：約2,600万円、
保証金：約9,100万円を特別損失計上

➡ △4,200万円の売上減

来期
2018/6

本件による通期での売上減の影響額：約1.7億円

- ➡
- 新規顧客獲得＋既存顧客との関係強化＋商圈拡大【東京・関西・九州エリア】
 - リテール部門での更なる売上・利益UP
 - 販管費圧縮・効率化策の実施
 - 営業専門要員の確保・育成

▼

今期（2017/6）と同水準の業績維持へ



その他事業 (543 百万円 (2016/6) ⇒ 493 百万円 (2017/6))

➡ 一般労働者派遣事業の譲渡 (2017年1月)、不動産管理事業のスポット案件の影響により減収

(株)SHF

システム開発事業 292百万円 ➡ 282百万円

(株)ビイケイエステート

不動産管理事業 35百万円 ➡ 7百万円 前期はスポット案件あり

(株)ピンク

一般労働者派遣業 130百万円 ➡ 101百万円 ※2016/7～2017/1 業績 (2017年1月に株式譲渡)

(株)セレモニーサービス

冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルタント業務
50百万円 ➡ 57百万円

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業 34百万円 ➡ 44百万円

03. 中期経営計画

2018/6~2020/6

【企業理念】

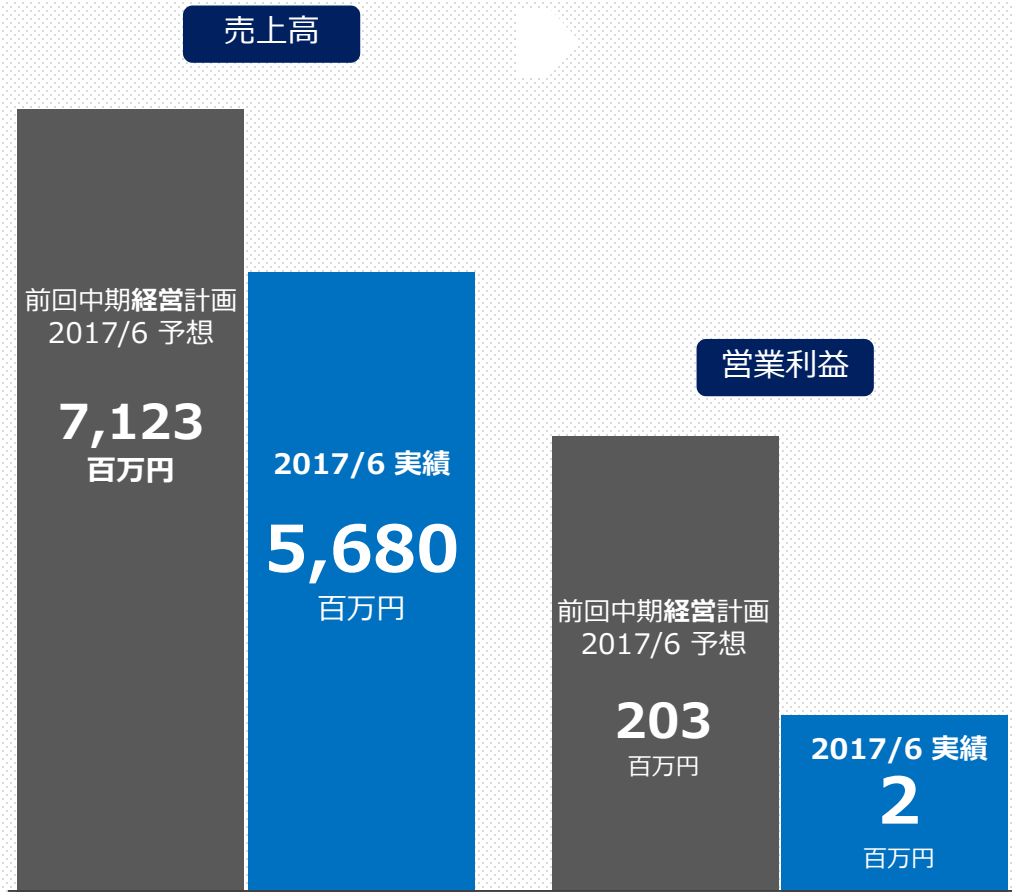
公平で誠実な事業活動を通じて、より多くのお客様に最高の商品・サービス・環境を適切な価格で提供し、お客様の豊かな暮らしを支援できる「総合生活提案企業」になることを目指します。

ビューティ花壇グループはこの理念に基づき、今後とも花きを通じ高い付加価値を提供する上場企業として社会的責任を果たし事業に邁進するため、改めて2018年6月期を初年度とする3ヶ年の中期経営計画を策定いたしました。

当該理念を土台とし、志を持って社員一丸となり企業価値向上に努める所存です。

前回中期経営計画（2016～2018）の振り返り

グループ連結

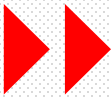


セグメント別

単位：百万円

セグメント		前回中期経営計画 2017/6予想	2017/6実績	達成状況
売上高	生花祭壇	3,331	3,222	96.7%
	生花卸売 ※	3,660	2,402	40.1%
	ブライダル装花	543	497	91.5%
	その他	752	493	65.6%
	(調整後) 連結	7,123	5,680	79.7%
営業利益	生花祭壇	325	385	118.5%
	生花卸売	206	△9	—
	ブライダル装花	63	50	79.4%
	その他	52	△22	—
	(調整後) 連結	203	2	1.0%

※ セグメント間の内部売上高を含む



フューネラル市場の単価下落傾向の継続、花き全体の消費減少に伴い売上は減少。一方で収益性には回復傾向が見られ、結果、生花祭壇事業における営業利益は当初計画を上回り、同事業としての収益構造は「黒字体質」に。

花き市場の現状①

花きの定義

観賞の用に供される植物（切り花、鉢もの、花木類、球根類、花壇用 苗もの、芝類、地被植物類）

主要花きの産出額

キ ク

産出額1位
627億円

お葬式

仏花

輪ギク(白)

洋ラン

産出額2位
310億円

お祝い

コチョウラン
(白、ピンク)

ユ リ

産出額3位
211億円

装飾用

供花

オリエンタルユリ
(ピンク、白等)

鉄砲ユリ
(白)

バ ラ

産出額4位
181億円

ブライダル

記念日

(ピンク等)

(赤等)

庭園用苗木
花木類(鉢)

産出額5・6位
176・156億円

まちづくり

パンジー、
ペチュニア等
(黄、赤等)

カーネーション

産出額7位
126億円

母の日

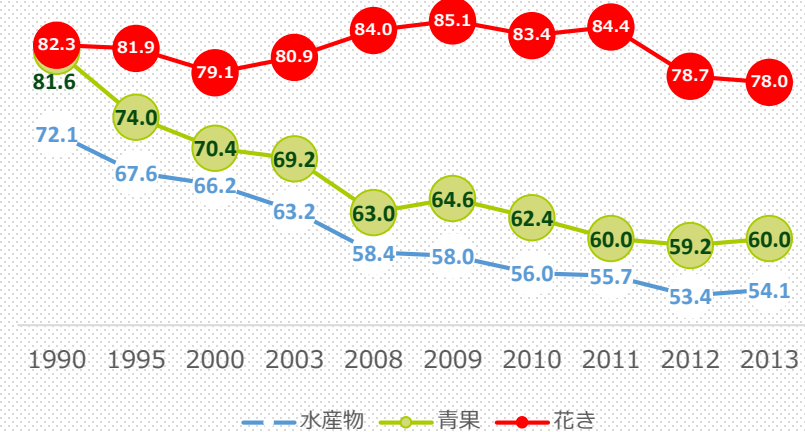
ホームユース

(赤)

(ピンク、黄)

※ 2014年4月現在

農水産物の卸売市場経由率（％）



（出典 農林水産省「食料需給表」、「青果物卸売市場調査報告」等により推計）

切り花の需給構造（2012年）

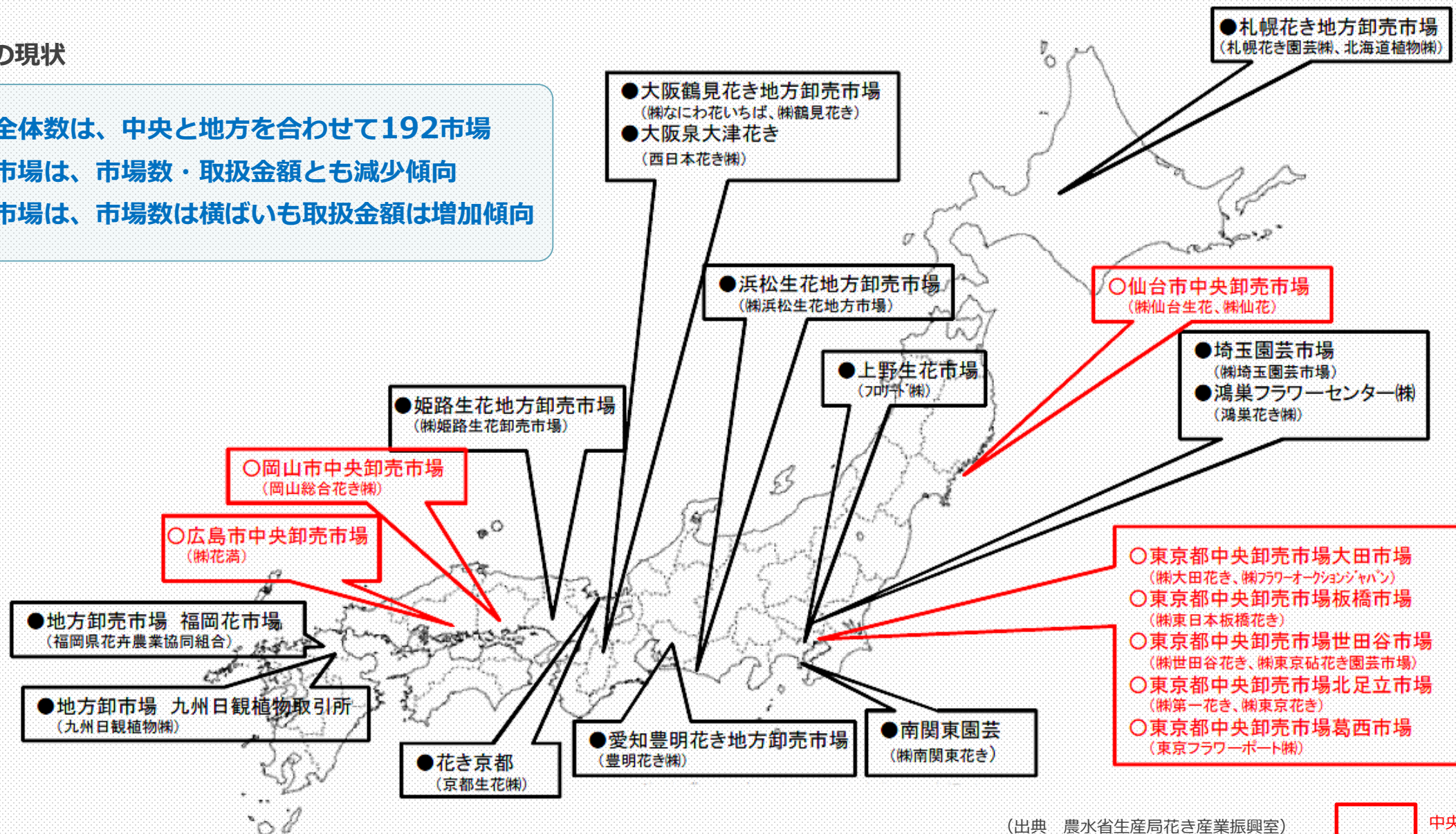
国内出荷量 40.8億本【75%】					輸入量 13.9億本【25%】	
品目	輸入割合	輸入量 (億本)	輸入先第1位		輸入先第2位	
カーネーション	52%	3.5	コロンビア	66%	中国	26%
バラ	23%	0.9	ケニア	32%	インド	22%
キク類	17%	3.2	マレーシア	60%	中国	19%

（出典 農林水産省「生産農業所得統計」）

花き市場の現状②

花きの流通の現状

- 卸売市場全体数は、中央と地方を合わせて192市場
- 地方卸売市場は、市場数・取扱金額とも減少傾向
- 中央卸売市場は、市場数は横ばいも取扱金額は増加傾向

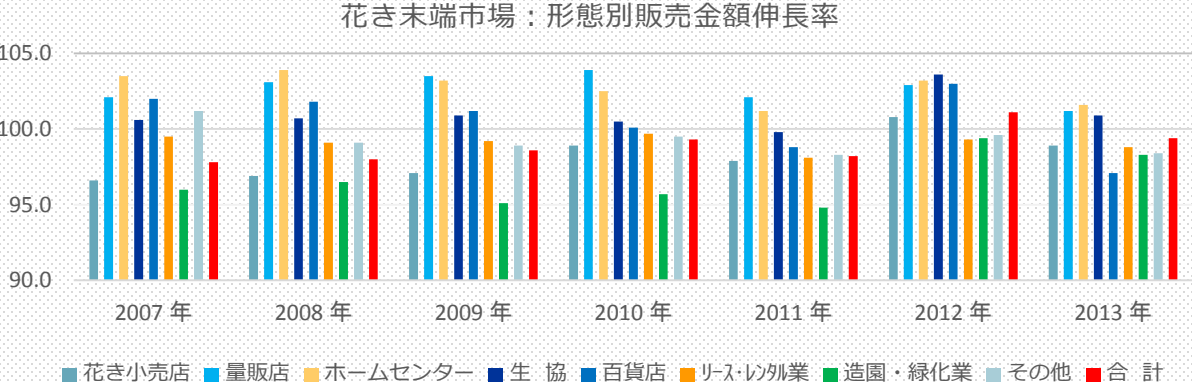
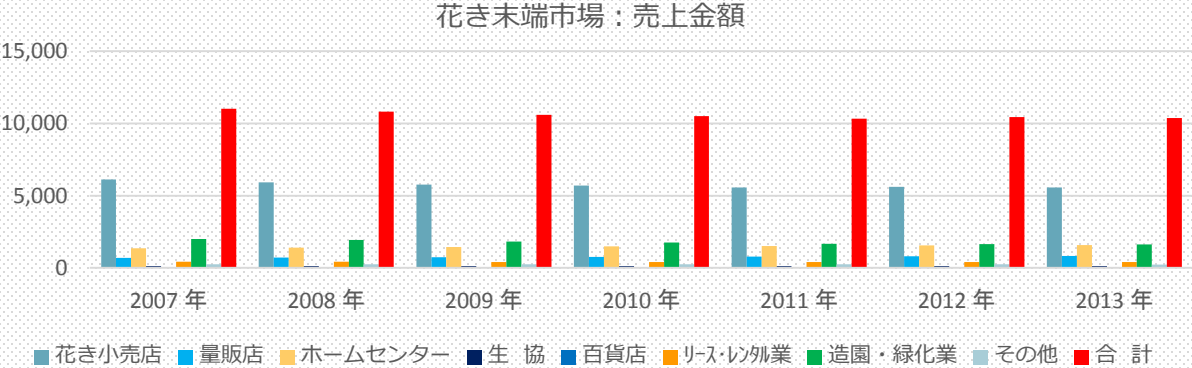
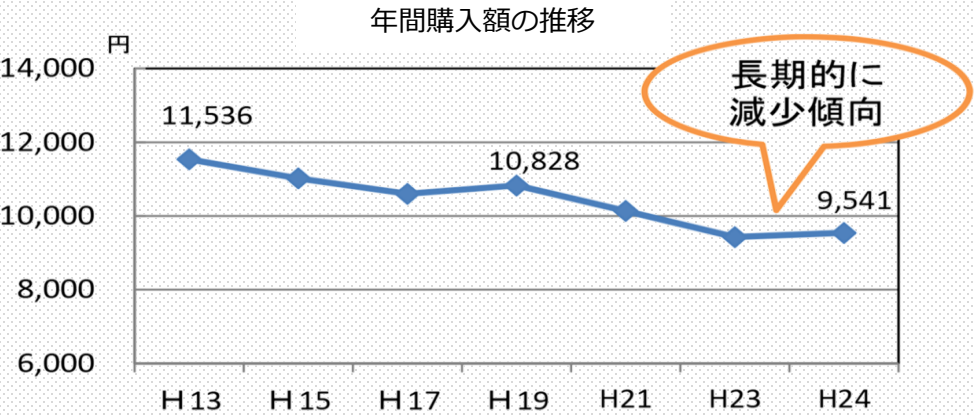


(出典 農水省生産局花き産業振興室)

中央卸売市場

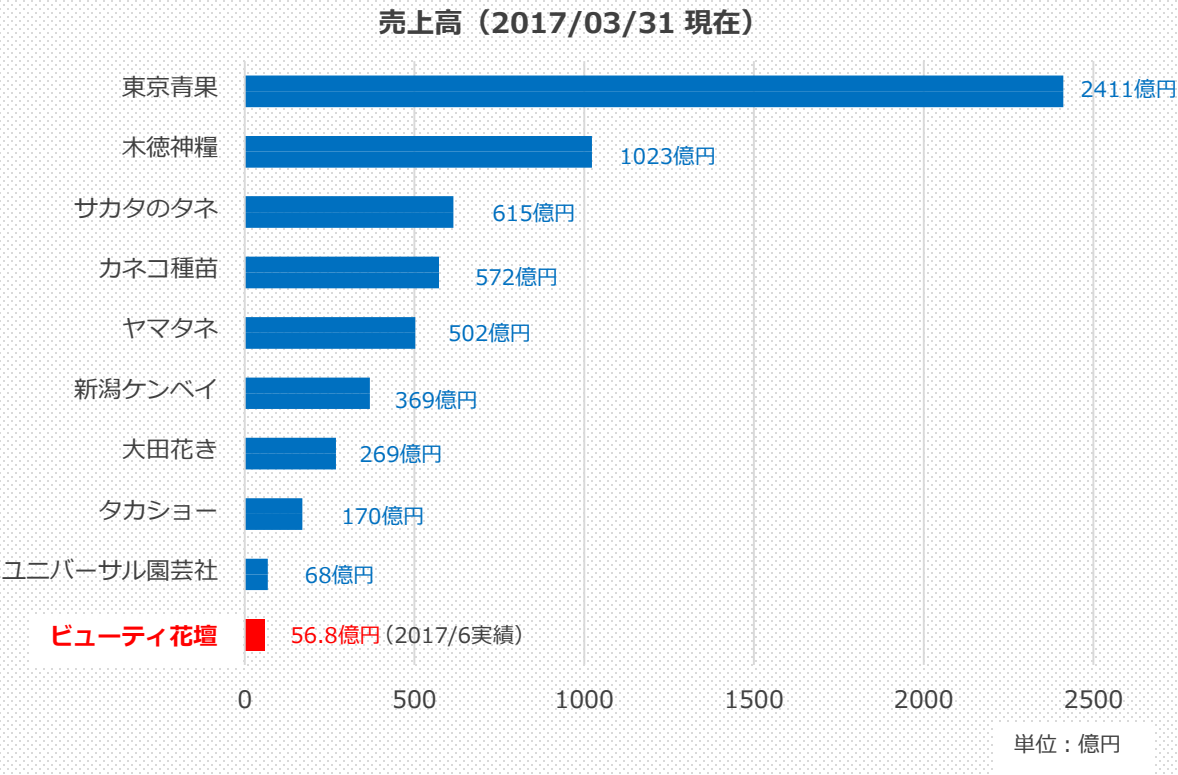
花きの消費動向

切り花の購入金額は長期的にみて減少傾向にあり、若年層ほど低い状況に。
スーパー・ホームセンターにおける販売が増加する一方、専門小売業の販売額は減少へ。

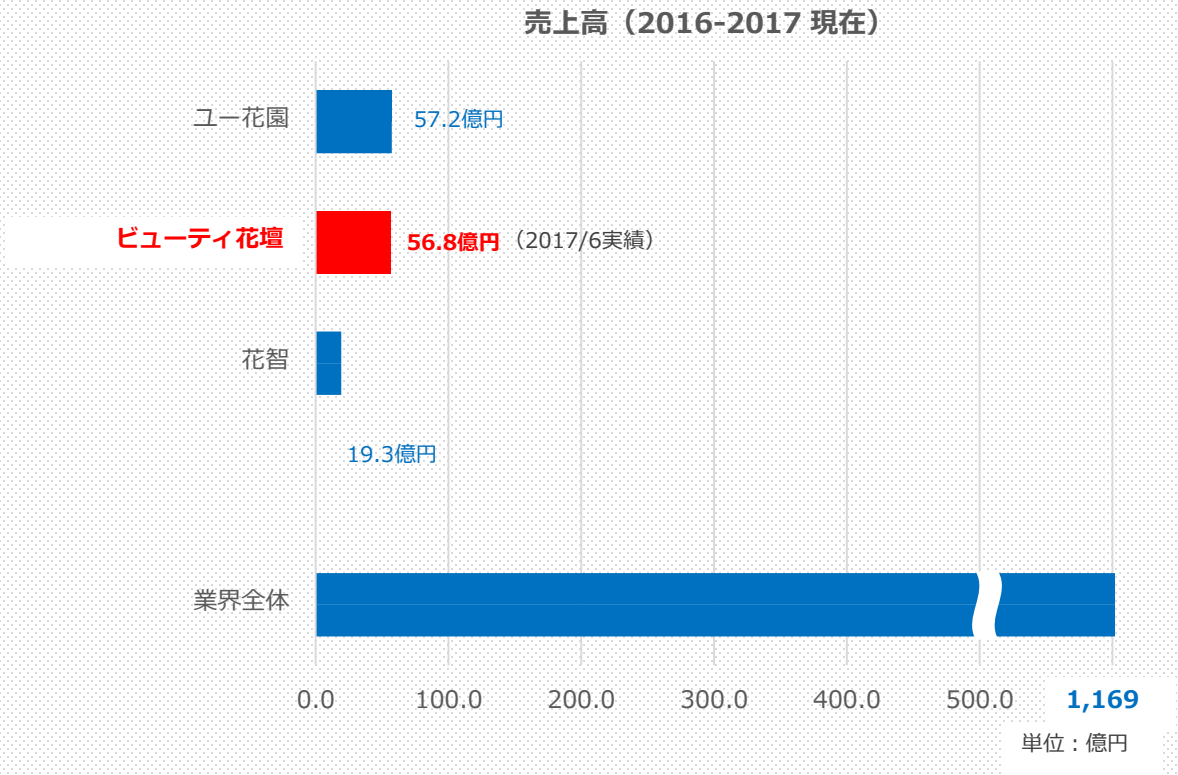


当社の業界における地位

園芸卸売業界（農産物含む）における、主要同業他社比較



生花祭壇市場＋供花市場における、主要同業他社比較



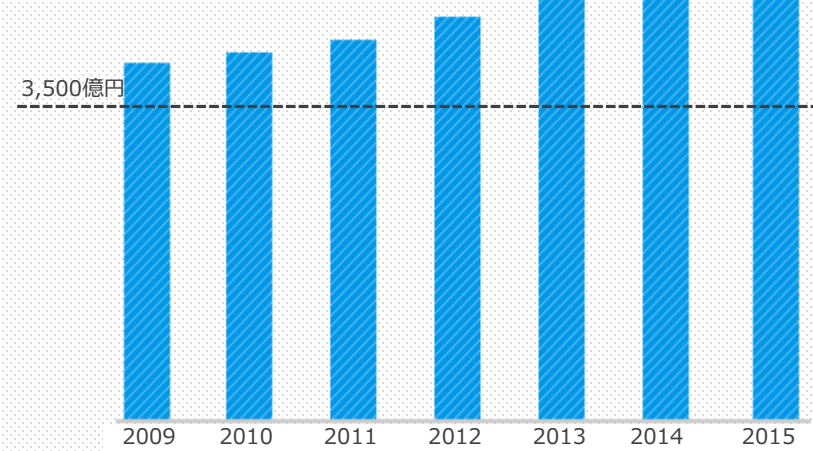
（出典 矢野経済研究所、Suik.jp、業界動向サーチ、EDINET、TDnet、e-Stat）



上場企業としての優位性を活かし、今後着実に生花祭壇・供花市場での規模の拡大を進める

冠婚葬祭業界の市場規模の推移

(主要対象企業20社の売上高の合計)



ブライダル・葬儀を束ねるこの業界は、伸び率は鈍化傾向にあるが、異業種からの参入も活発。高齢者の増加に伴う市場拡大が見込まれる一方で、コミュニティの希薄化も進み、従来の営業手法からの変革が求められている淘汰の段階に。

業界規模

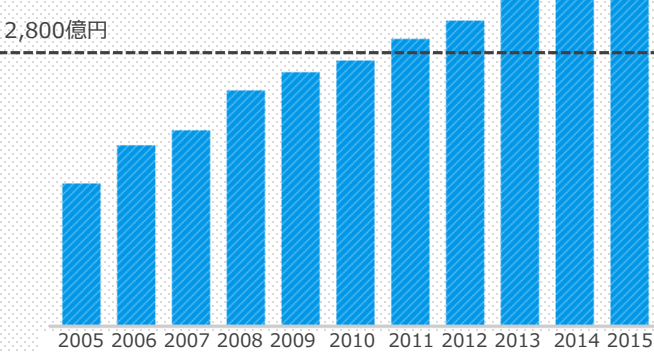
3,609 億円

業界伸び率

+4.0% ↗

ブライダル業界の市場規模の推移

(主要対象企業11社の売上高の合計)



平成27年の婚姻件数は約63.5万組(前年比▲1.4%)。婚姻率(人口千対)も5.1(前年比±0%)と戦後最少の婚姻数に。晩婚化を背景に1組あたりの単価は上昇しているが、楽観視できない状況に。

業界規模

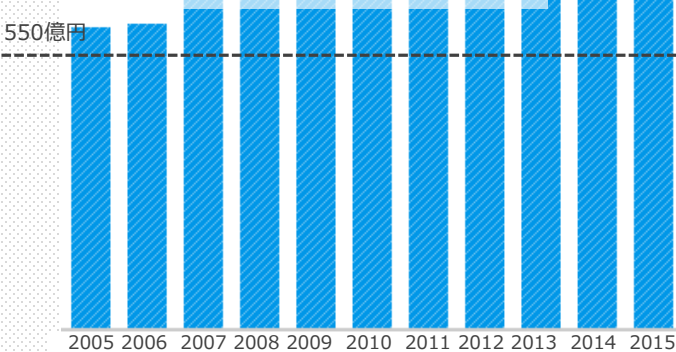
2,888 億円

業界伸び率

+5.8% ↗

葬儀業界の市場規模の推移

(主要対象企業7社の売上高の合計)



平成27年の死亡者数は約130万人(前年比+2.2%)。死亡者数は2040年まで緩やかな増加傾向が予想される。新規参入などの競争激化、単価の下落傾向など課題も多いが成長市場として認識。

業界規模

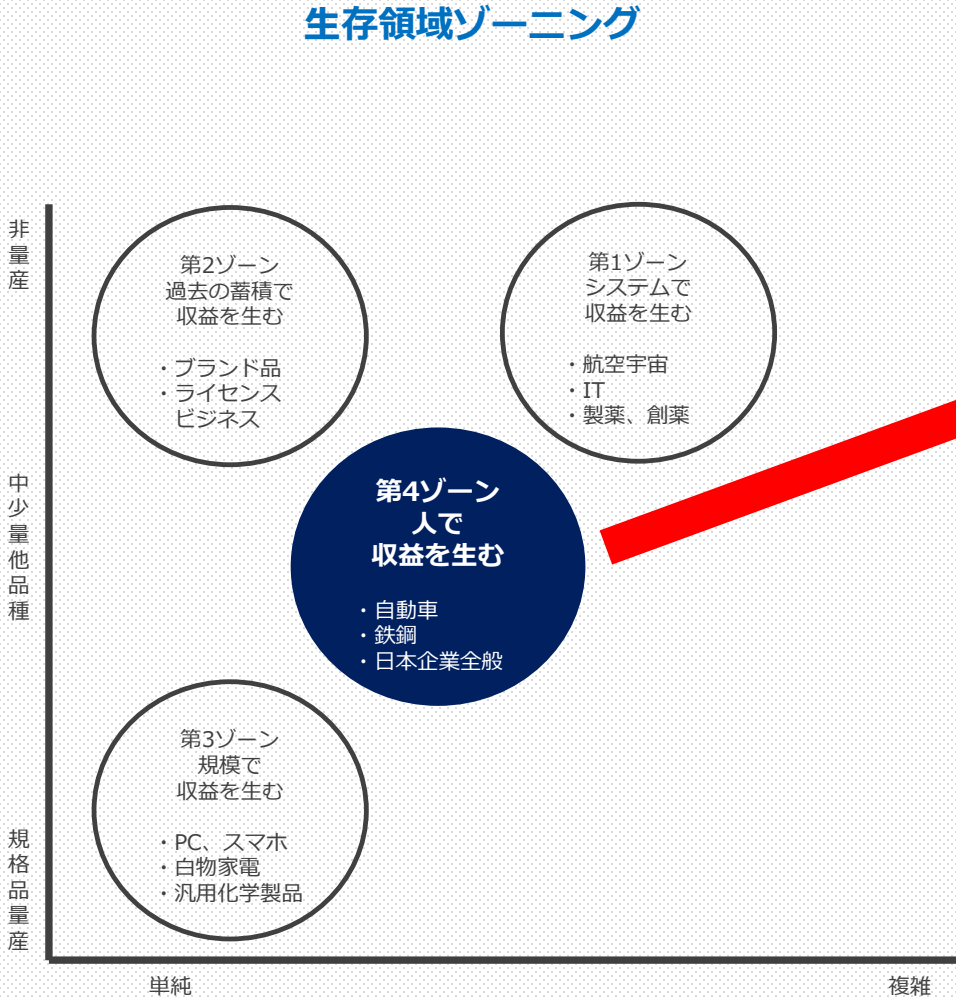
611 億円

業界伸び率

+1.1% →

(出典 業界動向サーチ)

当社の対象市場は、拡大と縮小が同居する特異な構成下にあり、適時的確な情報収集とそのスピーディな活用が求められる。



(出典 水島温夫 フィフティ・アワーズ代表)

当社の強みは、技術力・対応力といった「現場力」であり
きめ細かな対応により、取引の維持拡大に繋げている。
今後も日々進化する顧客のニーズはもとより、業界全体を牽引すべく
更なる品質・サービス向上を図る。

当社は「第4ゾーン」に位置付けられる

当社の収益は、
労働集約 = ●顧客ニーズの汲み上げ
●技術に裏打ちされた「すり合わせ」、
●ニーズとのアンマッチへの「即時対応」
●そのリソースとしての「人財」
●顧客に対する「機動力」 によって生み出している

当社のコアコンピタンスは、人財による機動力

機動力を軸にした経営戦略への転換を、中期経営計画で実現

22期～24期 中期経営計画（2018年6月期～2020年6月期）

実現目標

数値目標

グループ売上高 63.6億円
営業利益 2.6億円
経常利益 1.8億円

重点目標

コア事業での売上拡大
物流のサービス強化と高度化
管理部門の体制強化
周辺事業の水平展開

25期以降（2021年6月期以降）

長期事業目標

長期事業目標

東証1部指定

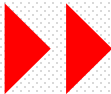
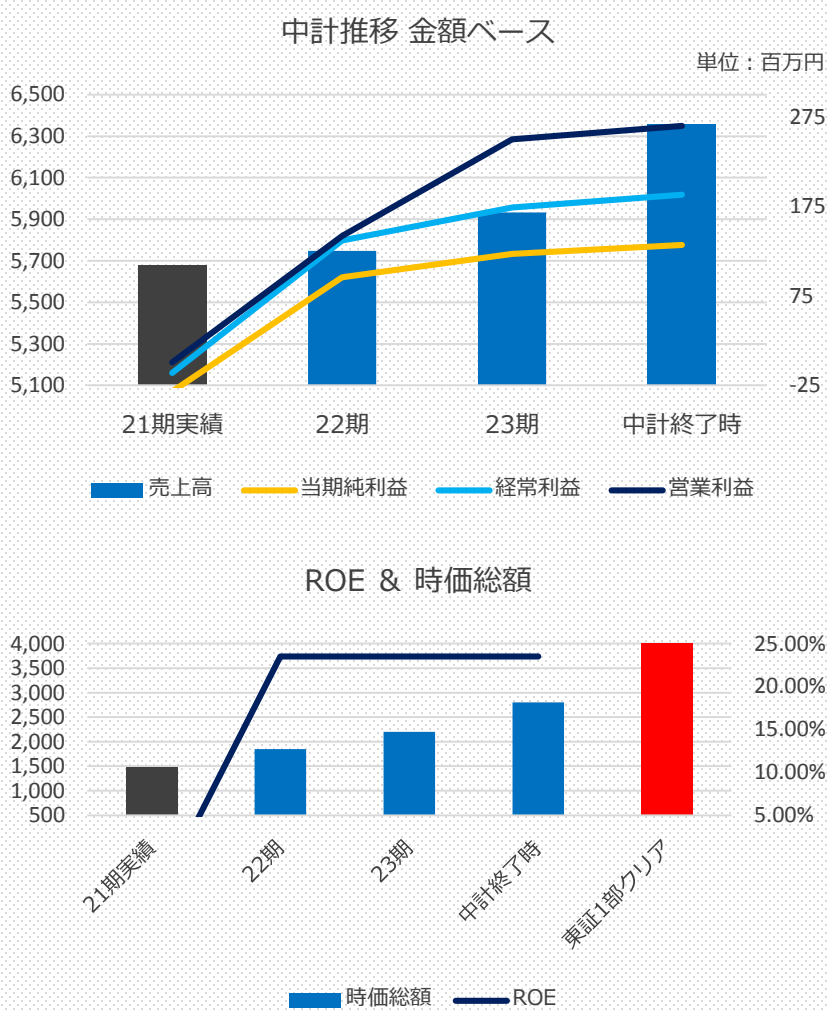
純粋持株会社への移行

ITを活用した新サービスの提供

単位：百万円

	21期 (2017/6)実績	22期	23期	中計終了時 24期 (2020/6)
売上高	5,680	5,748	5,932	6,360
営業利益	2	142	250	265
経常利益	△9	137	174	188
当期純利益	△30	96	122	132
営業利益率	0.05%	2.5%	4.2%	4.2%
経常利益率	—	2.4%	2.9%	3.0%
当期純利益率	—	1.7%	2.1%	2.1%
ROE	△5.6%	17.1%	18.6%	17.6%
時価総額	1,492※	1,850	2,200	2,800

※ 2017年8月4日時点



将来の東証 1 部指定を見据え、定量目標に時価総額を追加、達成すべき指標の1つとする

経営定量目標 セグメント別

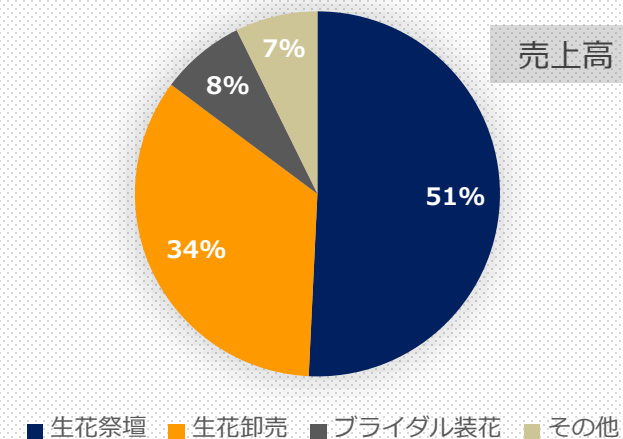
単位：百万円

セグメント		21期 (2017/6) 実績	22期	23期	中計終了時 24期 (2020/6)
売上高	生花祭壇	3,222	3,382	3,484	3,814
	生花卸売 ※1	2,402	2,440	2,513	2,588
	ブライダル装花 ※2	497	453	479	563
	その他	493	514	531	547
	(調整後) 連結	5,680	5,748	5,932	6,360
営業利益	生花祭壇	385	383	396	439
	生花卸売	△9	14	14	15
	ブライダル装花	50	61	52	68
	その他	△22	13	13	14
	(調整後) 連結	2	142	250	265

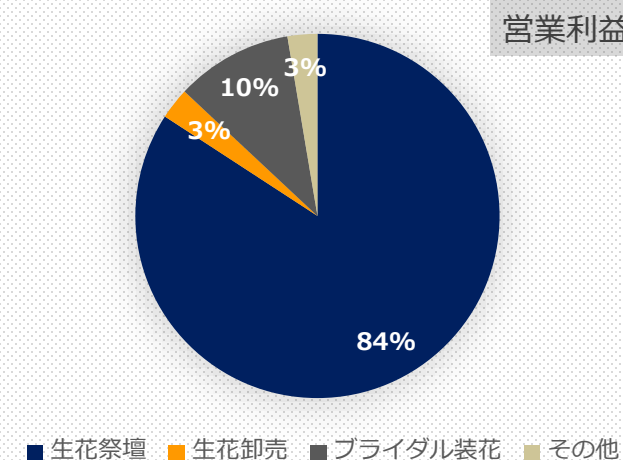
※1 セグメント間の内部売上高を含む

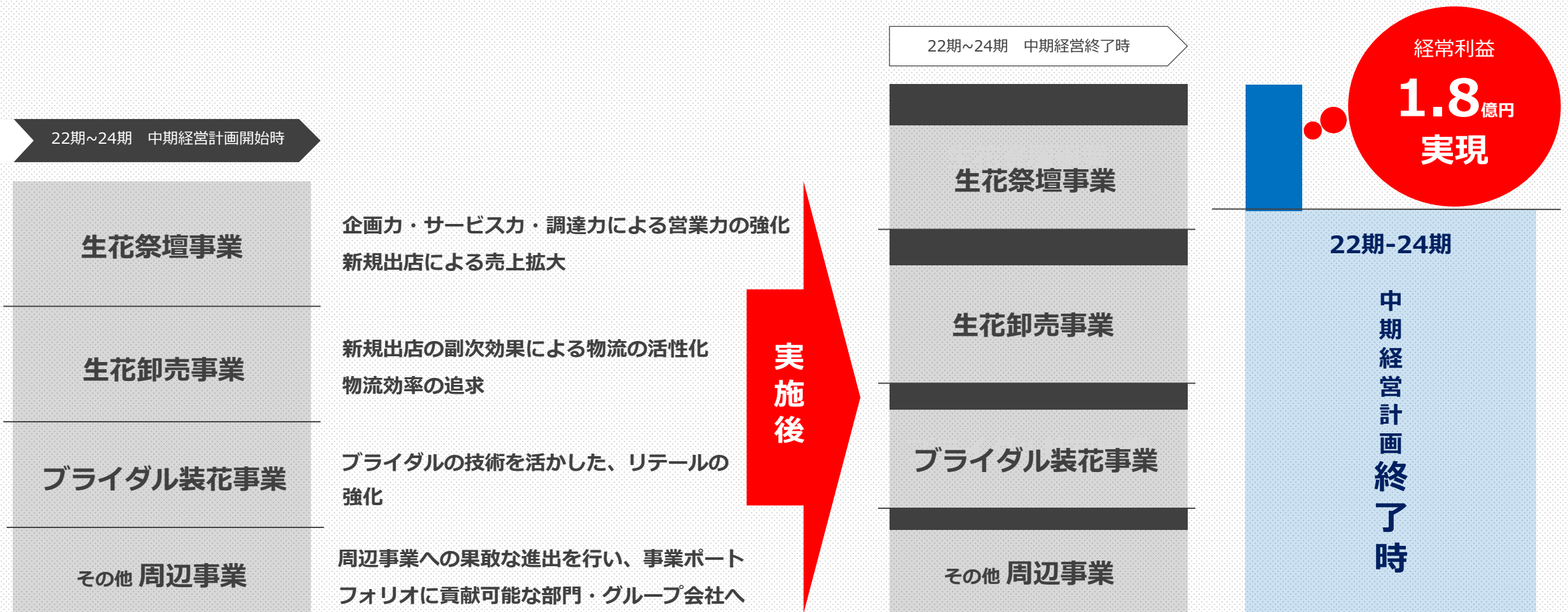
※2 小売・造園事業の売上を含む

中計終了時 (24期)



中計終了時 (24期)





中長期視点から経営リソースを配置、コア事業の拡大・物流への副次効果により 3年後の経常利益

1.8億円 達成を予定

コア事業（生花祭壇事業）での売上拡大

事業環境

- サービス・品質・スピードに対する要求レベルの向上
- 企画力・提案力の必要性の増加
- 販売単価の下落と競争激化 ⇒ 市場規模の拡大と単価下落の状況への対応

施策

- 新規出店による売上拡大 顧客接点機会増大の追求
- 原価コントロールに対する精度向上
- 商品カタログの刷新、生花の特性を活かした魅力のある商品・地域の実情にあった企画提案の推進

施策実現プロセス

- ・ マーケットエリア毎で設定した原価率の実現
- ・ マイ・サクセスとの連携強化
- ・ 顧客の施設開設などの情報収集能力の向上
- ・ 既存顧客の取引維持と新規顧客開拓

物流のサービス強化と高度化（生花卸売事業）

事業環境

- 物流量の拡大とコストの上昇
- 物流ニーズの複雑化
- コールドチェーン普及へのニーズの高まり

施策

- 自社物流・外注活用によるチャーター便及び定期輸送の実現
- 中小デリバリー業者のアライアンス推進
- コールドチェーン構築着手

施策実現プロセス

- ・ 物流コストの削減策の立案
- ・ 湿式低温流通量の向上
- ・ 生花祭壇事業における新規出店に伴う、物流ルート of 効率的な構築

管理部門の体制強化

事業環境

- 企業の透明性の確保・ガバナンス強化
- 法務リスク上昇に伴う、商流健全性への取組強化
- 人口減少に伴う国内市場の縮小化と、“人財”に関するコスト上昇

施策

- キャッシュマネジメントの高度化
- グループ・部門への情報提供とリアルタイムな各指標の進捗管理とコントロール
- 新人事制度による人財育成・レベルアップと確保

施策実現プロセス

- ・ 与信管理システムの拡充
- ・ 仕入機能の子会社集約に伴う一括購買の実現
- ・ 子会社を含めた与信管理の強化の実施
- ・ 新人事制度の運用定着とブラッシュアップ

本計画を実現するにあたり、シュリンクする国内市場、
変化の激しい経営環境において、例外なき施策の果断な
実行が必要と考え、

技術開発型企业への投資、積極的なアライアンス、
M&Aの実行を進める

		21期 (2017/6) 実績	中計終了時 24期 (2020/6)
売上高		5,680百万円	6,360百万円
営業利益率		0.05%	4.2%
当期純利益率		△0.5%	2.1%
EPS		△7.5円	32 [※] 円
総資産回転率		2.2回	2.5回
重点目標	ROE	△5.6%	17.6%
	時価総額	1,492百万円	2,800百万円
	配当性向	—	30%

- ▶ グループ連結でのアベレージ、2%の達成と維持
(経常利益率の3%前提)
- ▶ 中計開始前21期(2017年) 実績ベースではEPSはマイナス
- ▶ アセットマネジメント強化による、資産圧縮と回転効率を実現
卸売業の平均値1.8回を上回る状態を達成
- ▶ 20%台へ
- ▶ 東証1部基準4,000百万円に向けての経過目標
- ▶ 30%を基準に、継続的かつ安定的な配当を維持

※ 2017年6月期 期中平均株式数：4,049,448株、および中計終了時の予想当期純利益に基づき算出

04. 株主還元等

株主優待制度

21期優待内容

- ・胡蝶蘭or観葉植物の割引 or プリザーブドフラワーの割引
- ・フラワーアレンジメント教室（熊本）
- ・オリジナルくまモングッズ贈呈

20期より長期保有株主制度を導入

➡ 3年間保有で、熊本県特産品贈呈



胡蝶蘭・観葉植物購入サイト
（イメージ）



楽天市場購入サイト
（イメージ）



くまモングッズ
（ノート・付箋）



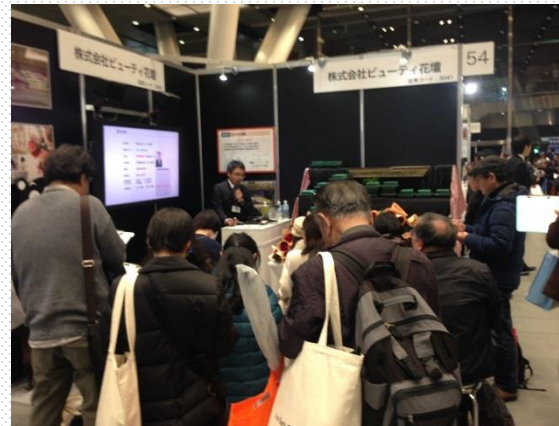
フラワーアレンジメント教室
（イメージ）

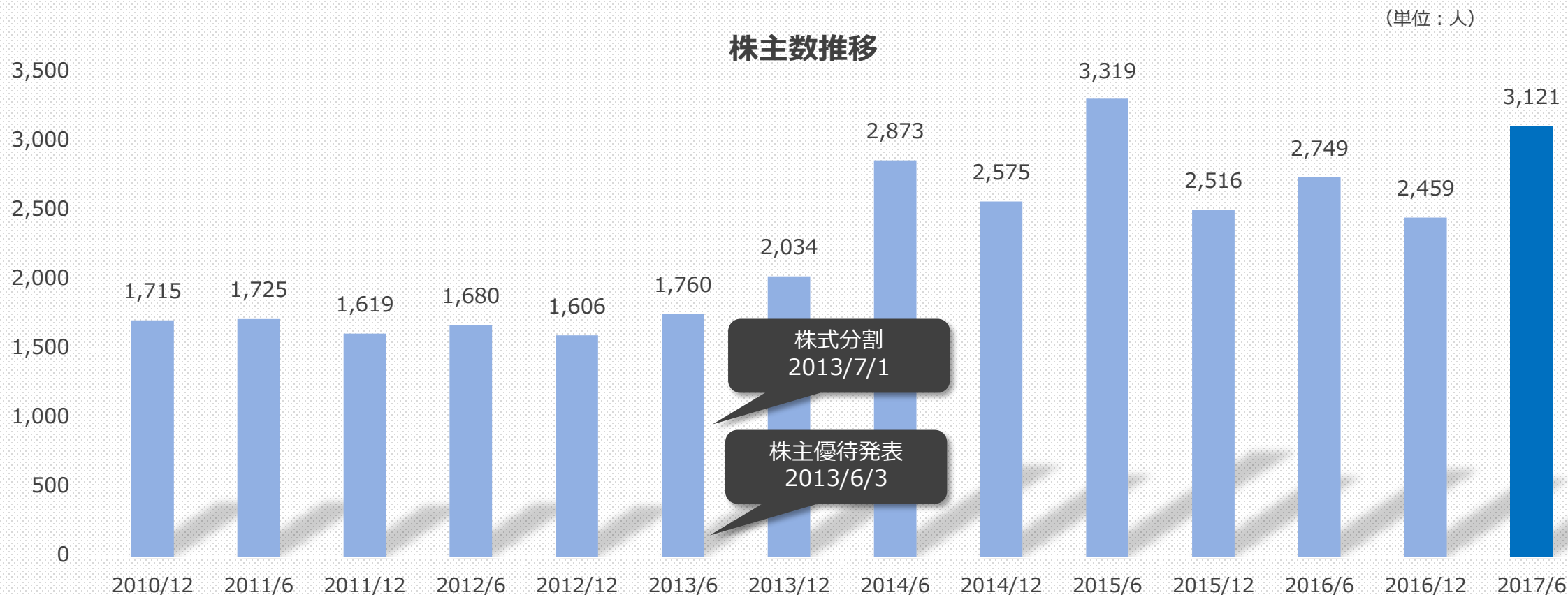
野村IRフェアアワードにて、展示パネル部門最高ポイントを獲得（3年連続受賞）

野村インベスター・リレーションズ株式会社主催の、野村 I R 資産運用フェア2016(2016年12月13日・14日開催)にて
3年前の野村 I R 資産運用フェアアワード（ブース部門）、一昨年の（展示パネル部門）に続き、
今回も（展示パネル部門）の最高賞（73社中）を受賞し、このたび表彰されました。

2017年1月11日に表彰式が行われ、トロフィーが授与されました。

この賞は、野村 I R 資産運用フェア2016（会場：東京国際フォーラム）の来場客の皆様による投票で決定されたもので、
当社ブースの展示は其中で最高の評価をいただきました。
今後とも積極的な I R 活動を行ってまいります。





長期保有株主制度導入等により、2期振りに3,000名超。
今後も安定株主の確保と、時価総額UPを目指す。

ご清聴ありがとうございました

■ IRに関するお問い合わせ先

経営企画部／経営企画課

★TEL : 096-370-0004

★e-mail : ir-info@beauty-kadan.co.jp

★HP : <http://www.beauty-kadan.co.jp>

本資料における業績予想及び将来の予想等に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実な要素を含んでおります。従いまして実際の業績等が様々な要因により異なる可能性がありますことをご了承ください。

質疑応答