

BEAUTY
KADAN

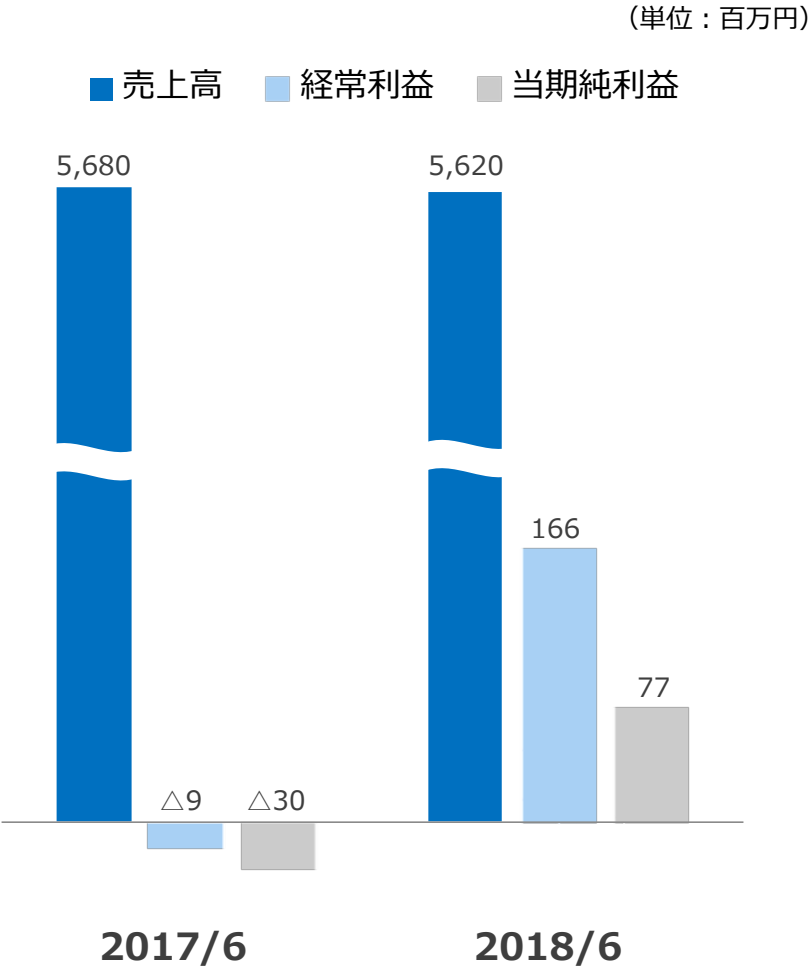
2018年6月期
決算説明会資料

株式会社ビューティ花壇
《証券コード：3041》 東証2部

- 01. 2018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 進捗**
- 04. 株主還元等**
- 05. 質疑応答**

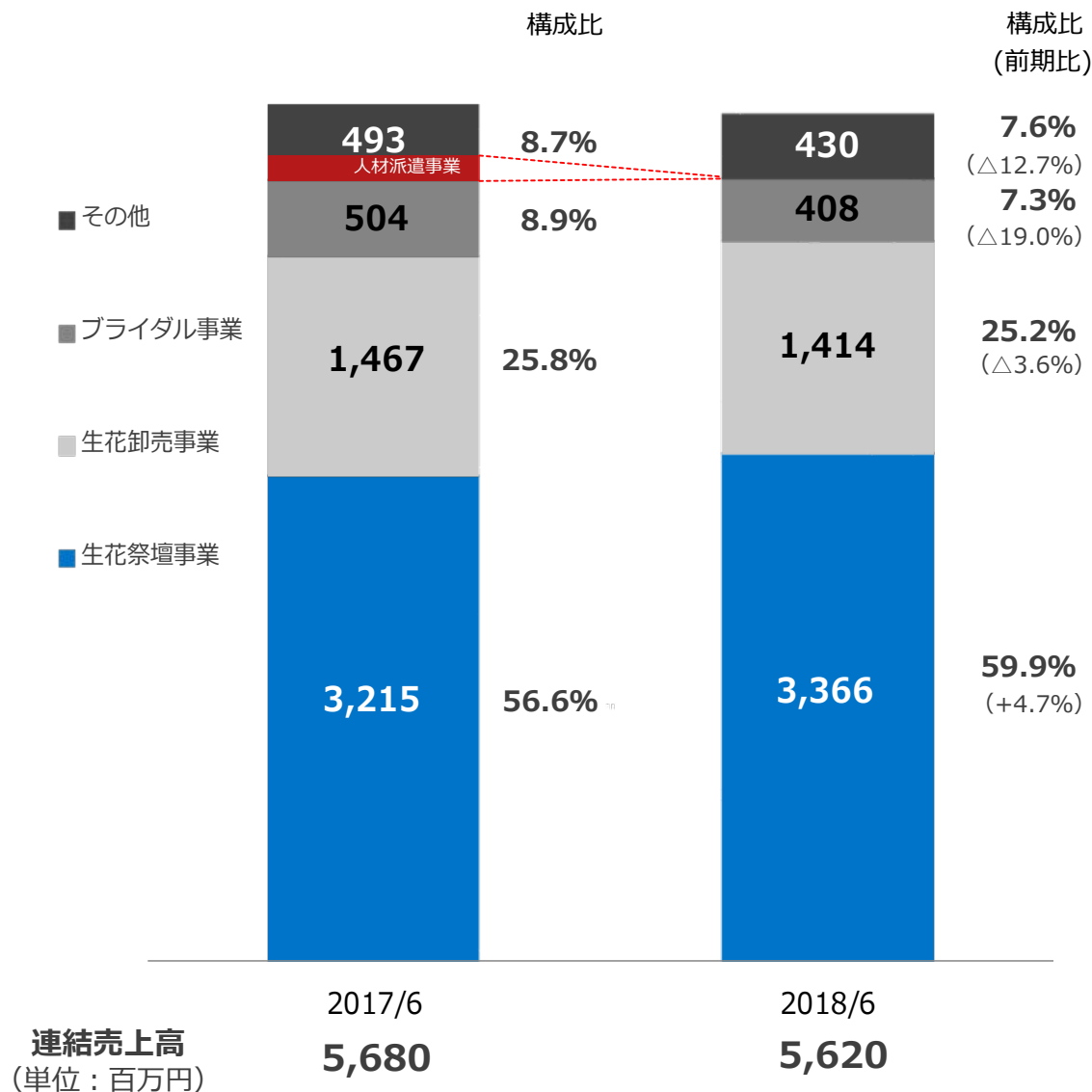
01. 2018年6月期 業績ハイライト

■ 生花卸売事業・ブライダル装花事業がやや低調に推移するも、生花祭壇事業が牽引し大幅増益。



(単位：百万円)

	2017/6	2018/6	前期比
売上高	5,680	5,620	1.1%減
売上原価	4,666	4,465	4.3%減
売上総利益	1,014	1,154	13.8%増
営業利益	2	167	6555.1%増
経常利益	△9	166	—
当期純利益	△30	77	—



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**2期連続の過去最高**に。

生花卸売事業

利益面では回復（黒字化）、売上面は微減も、回復基調に。

ブライダル装花事業

リテール部門の売上増も、前期に発生した主要取引先の倒産の影響により売上減。

その他

各事業とも総じて横ばいで推移したものの、(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。

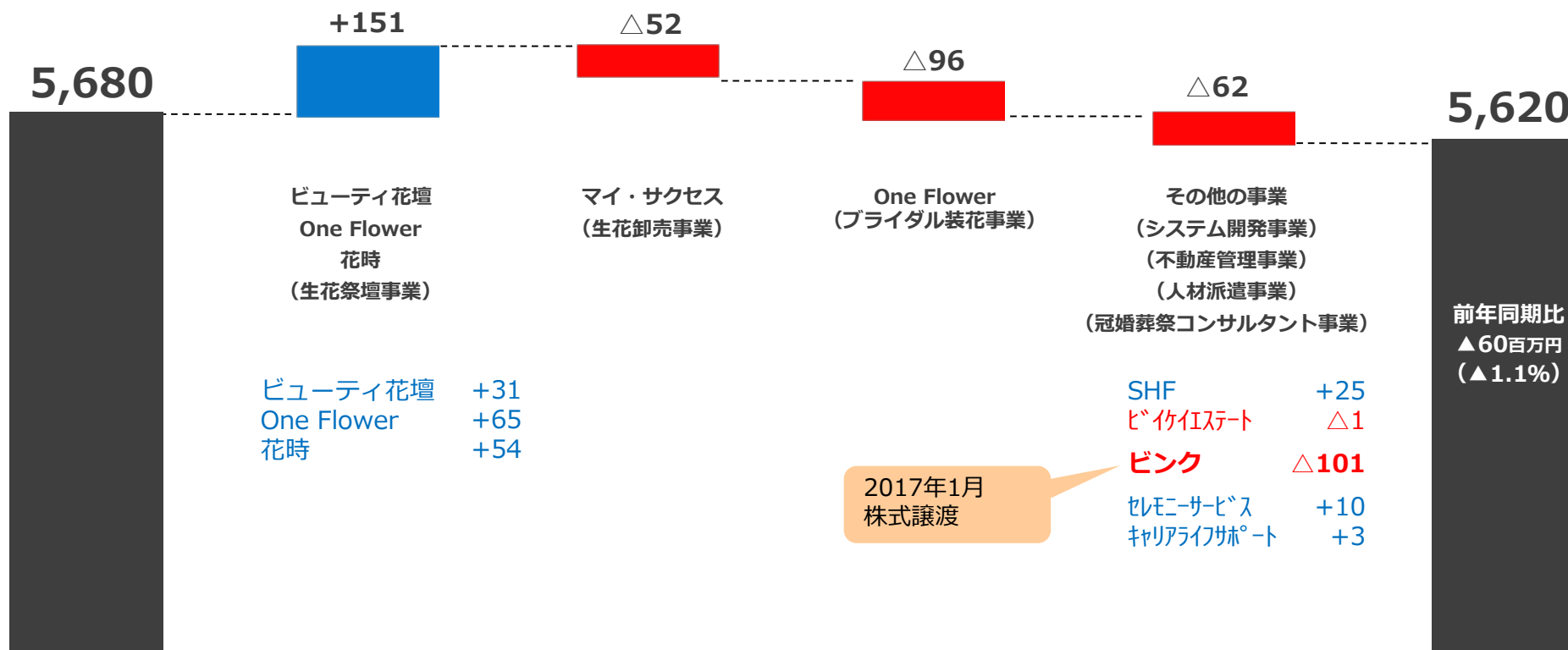
(単位：百万円)

	2017/6		2018/6		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	3,215	385	3,366	600	+4.7%	+55.8%
生花卸売	1,467	△9	1,414	24	△3.6%	—
ブライダル装花	504	50	408	15	△19.0%	△68.7%
その他	493	△22	430	△18	△12.7%	—
調整額	—	△401	—	△454	—	—
計	5,680	2	5,620	167	△1.1%	+6555.1%

- 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は一巡、下期より回復基調に。
- ブライダル装花事業：前期に発生した取引倒産の影響により減収・減益。

グループ全社では前期比**1.1%減（60百万円）**の減収。

（単位：百万円）



(単位：百万円)

	2017/6	2018/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	184	239
投資活動によるキャッシュ・フロー	△70	△23
財務活動によるキャッシュ・フロー	△270	△384
現金及び現金同等物の増減額	△156	△167
現金及び現金同等物の期首残高	1,096	940
現金及び現金同等物の期末残高	940	772

ポイント

(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142,654千円、及び減損損失24,397千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17,609千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純減352,759千円によるもの

【参考】2017/6（第21期）

(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129,693千円、減価償却費44,219千円、売上債権の増加額92,802千円を計上した一方で、仕入債務の減少額80,682千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、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入56,633千円を計上した一方で、貸付による支出60,000千円、有形及び無形固定資産の取得による支出78,319千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純減231,933千円によるもの

1. キャッシュ・フローの推移

(単位：百万円)

項目	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
①営業ＣＦ	▲ 29	262	▲59	184	239
②投資ＣＦ	▲ 243	135	▲29	▲70	▲23
③フリーＣＦ①＋②	▲ 272	397	▲89	114	216
④財務ＣＦ	229	356	▲358	▲270	▲384
現金及び現金同等物の期末残高	789	1,548	1,096	940	772

2. 当座比率の推移

当座比率	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	80.9%	103.2%	134.7%	153.0%	137.1%

3. 固定長期適合率の推移

固定長期適合率	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	116.3%	79.7%	62.3%	58.5%	63.7%

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18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	910	525	683	609	400
				前期差	▲209

【対前期ネットデット増加要因】

法人税等の支払	▲369
その他	160
合計	▲209

5. EBITDAの推移

(単位：百万円)

EBITDA	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	90	179	173	73	220

6. EBITDA／総資産

EBITDA／総資産	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	3.2%	5.3%	6.0%	3.0%	9.7%

7. EBITDA／自己資本

EBITDA／自己資本	第18期	第19期	第20期	第21期	第22期
	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6
	13.1%	32.8%	30.8%	14.4%	10.0%

02. 各事業部の傾向と対策

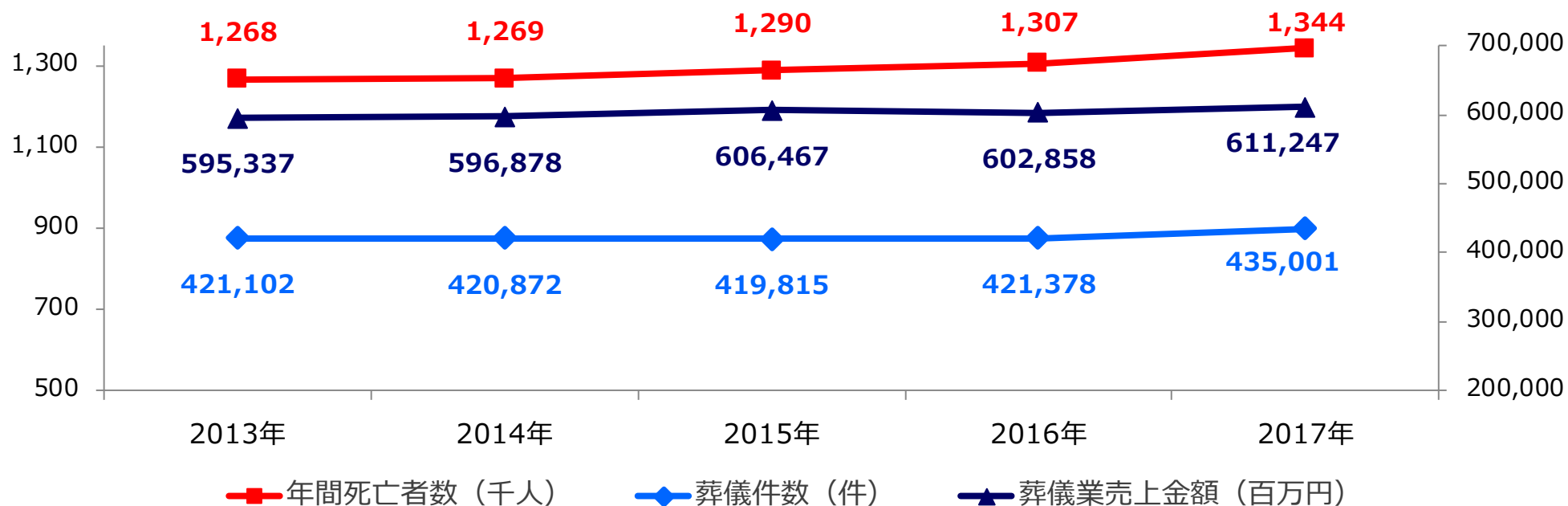
生花祭壇事業 (3,222百万円 (2017/6) ⇒ 3,366百万円 (2018/6))

➤ 業界動向① **葬儀業全体の売上単価は、下落傾向で推移**

2016年度 (2016/1～2016/12) : @1,430千円

2017年度 (2017/1～2017/12) : @1,405千円

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)

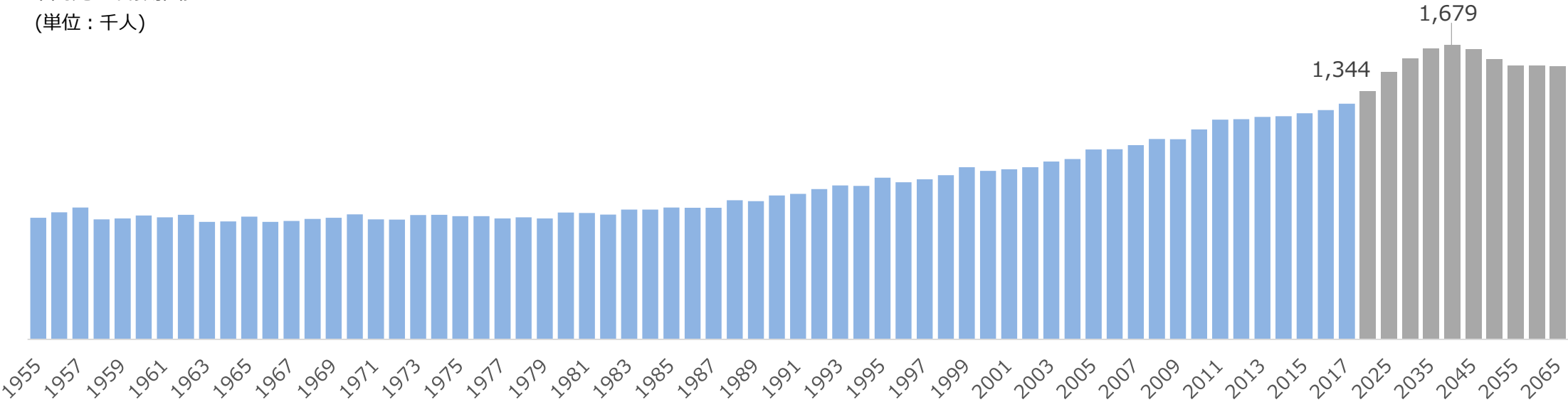
生花祭壇事業

➤ 業界動向② 死亡者数の将来推計からみる需要は増加基調

	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年(予)	2019年(予)	2020年(予)	2040年(予)
葬儀件数(千件)	1,213	1,237	1,250	1,271	1,289	1,306	1,329	1,531
葬儀単価(千円)	1,450	1,440	1,435	1,430	1,425	1,420	1,410	1,290
市場規模	1兆7,590億円	1兆7,822億円	1兆7,944億円	1兆8,181億円	1兆8,372億円	1兆8,550億円	1兆8,744億円	1兆9,753億円

(出典 矢野経済研究所：フューネラルビジネスの実態と将来展望2017)
※同社推計によるため、他のページと差異がある場合があります。

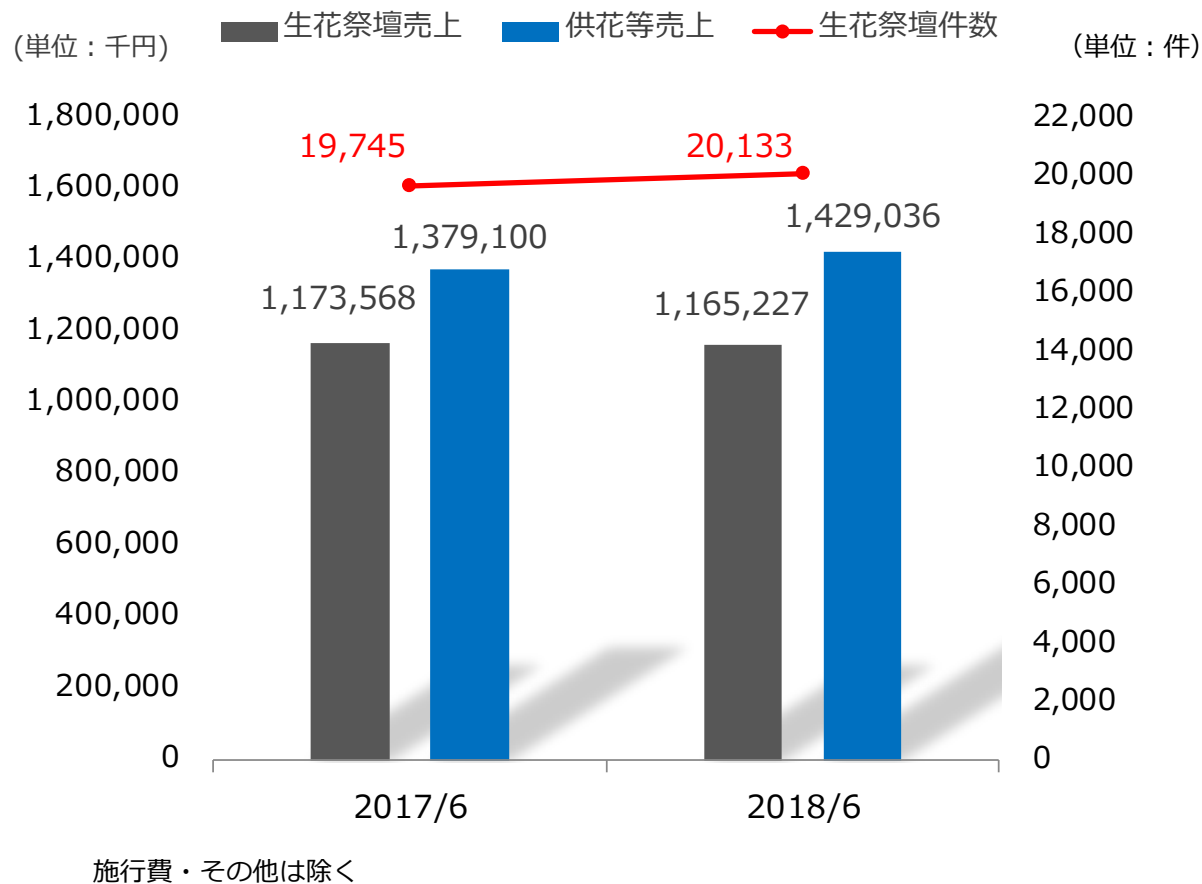
年間死亡者数推移
(単位：千人)



(出典 厚生労働省：人口動態統計・国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成29年推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計)

生花祭壇事業 分析（単体）

生花祭壇・供花等売上・件数



生花祭壇の平均単価

59,436円 (2017/6)
⇒ 57,876円 (2018/6)

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

54,237 ➡ 52,987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

	2017/6	2018/6	増減
売上高（百万円）	1,529	1,613	+5.5%
顧客数（社）	797	848	+6.4%
祭壇件数（件）	9,931	10,431	+5.0%

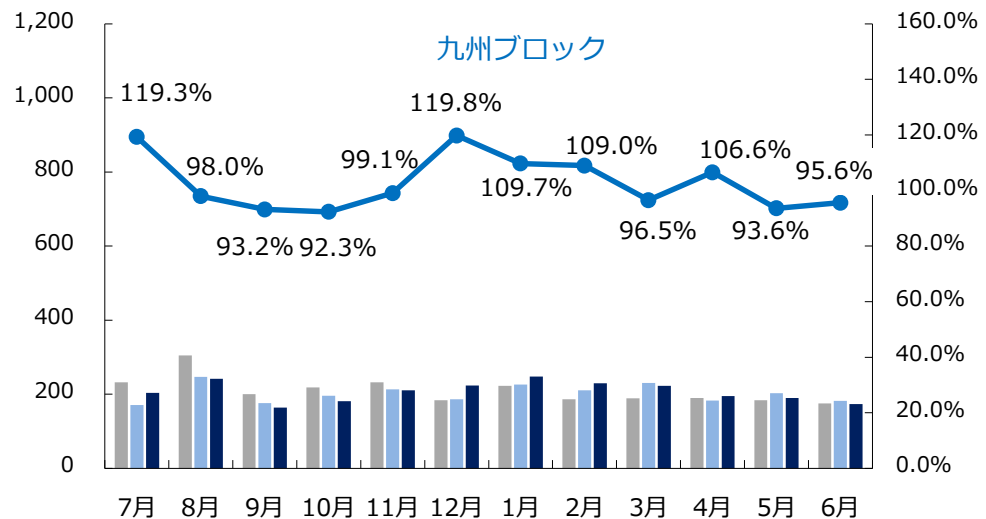
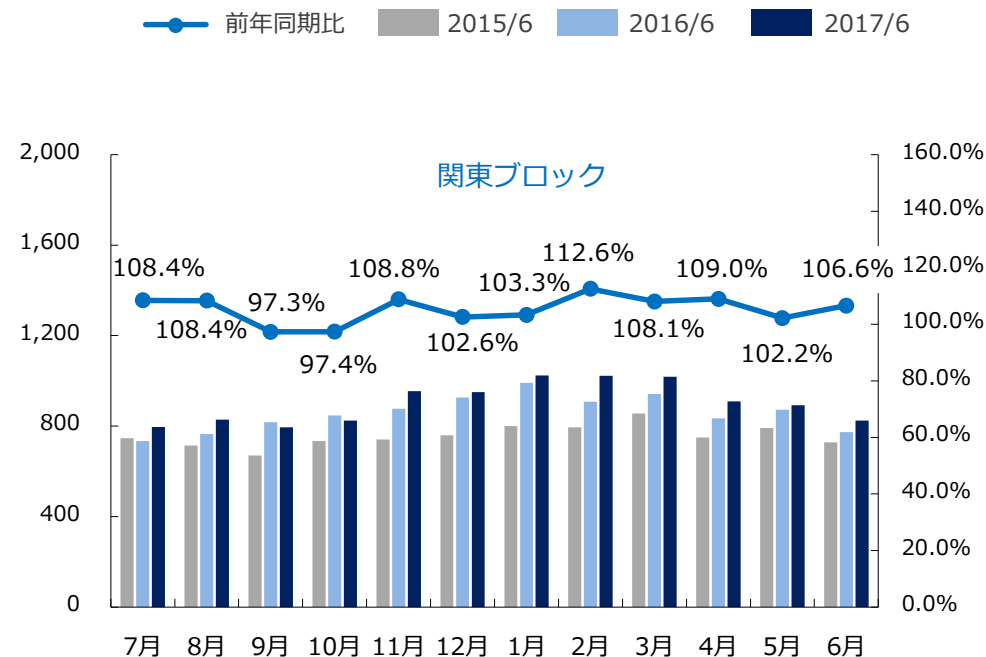
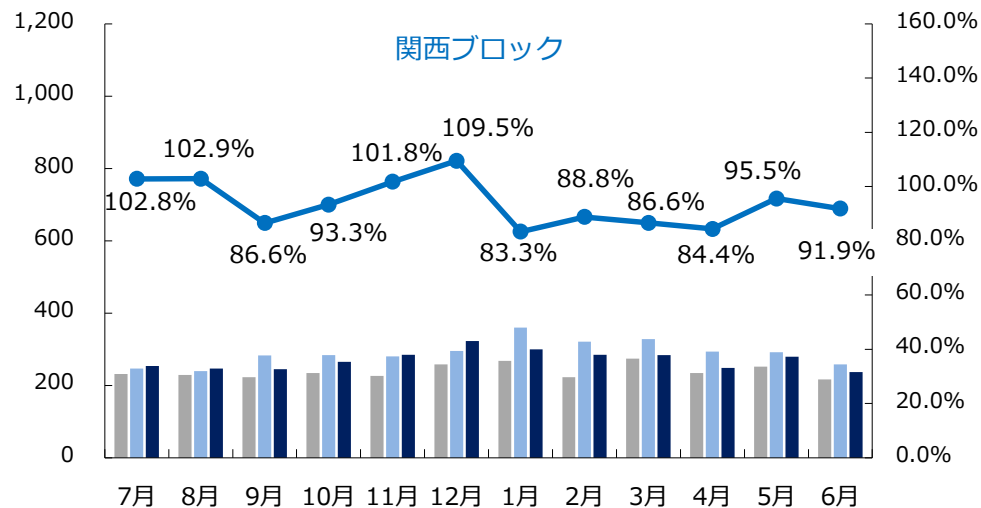
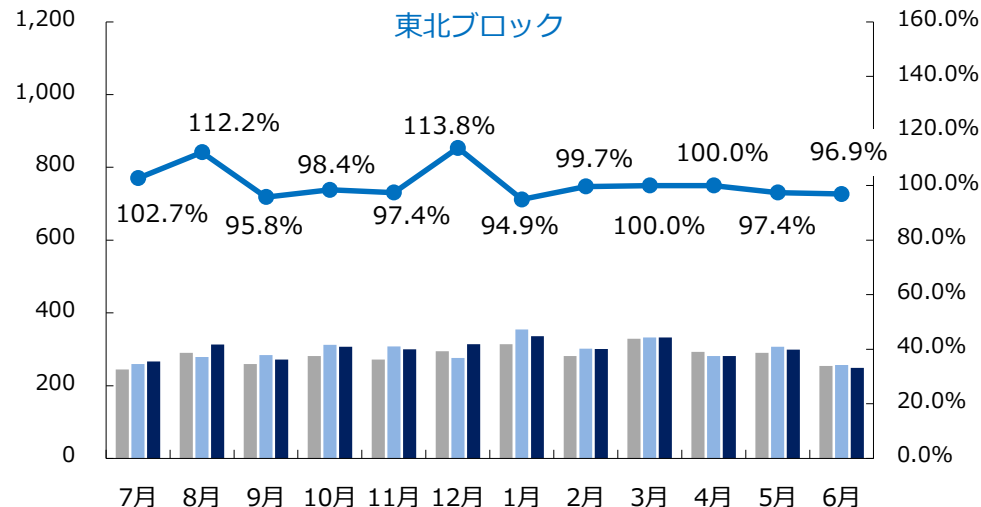
その他エリア

売上高（百万円）	仙台	374	379	+1.2%
	長野	104	104	+0.2%
	西日本	626	578	△7.7%
顧客数（社）	仙台	87	82	△5.8%
	長野	17	24	+41.2%
	西日本	171	163	△4.7%
施行件数（件）	仙台	3,550	3,556	+0.2%
	長野	357	408	+14.3%
	西日本	5,907	5,738	△2.9%

※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）

中計施策

- 新規出店による売上拡大 顧客接点機会増大の追求

■海老名営業所開設（2017年10月）

- ▶▶ 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

売上UP効果：+2,200万円（前期比）

営業利益改善効果：+5,300万円（前期比）

※前期:川崎+朝霞 対 今期:川崎+朝霞+海老名 比較

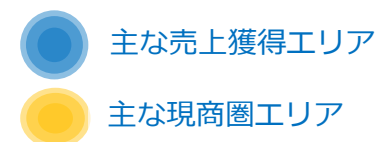
- ▶▶ 今後もコストリーダーシップ戦略をベースとし
既存拠点エリア内、**その他エリアへも積極的な拠点展開を実施予定**

- ▶▶ 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

八王子・青梅・昭島近郊エリア



静岡近郊エリア



生花祭壇事業 分析（単体）

■ 高松支店開設（2018年6月）

▶ 既存顧客への対応強化 + 四国エリアでの取引拡大

3年後売上：8,500万円

■ 筑後営業所（福岡県）開設（2018年7月）

▶ 既存顧客への対応強化（リードタイム短縮）+ 周辺の商圈拡大

3年後福岡エリア売上：6,500万円UP

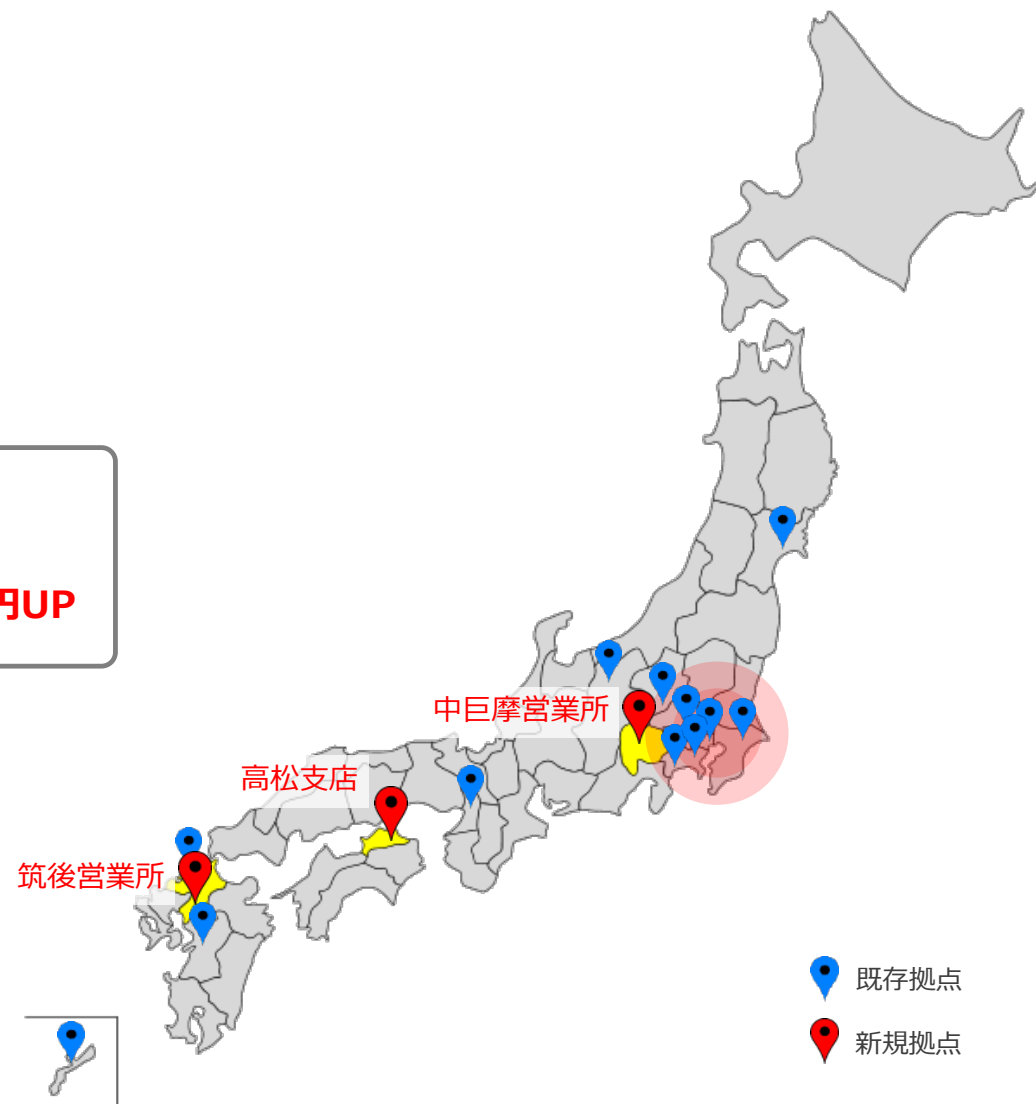
■ 中巨摩営業所（山梨県）開設（2018年8月）

▶ 既存顧客への対応強化 + 周辺の商圈拡大

3年後売上：1億円



■ 関東エリアへ新規営業所開設（2018年10月予定）



生花卸売事業 (1,467 百万円 (2017/6) ⇒ **1,414** 百万円 (2018/6))

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

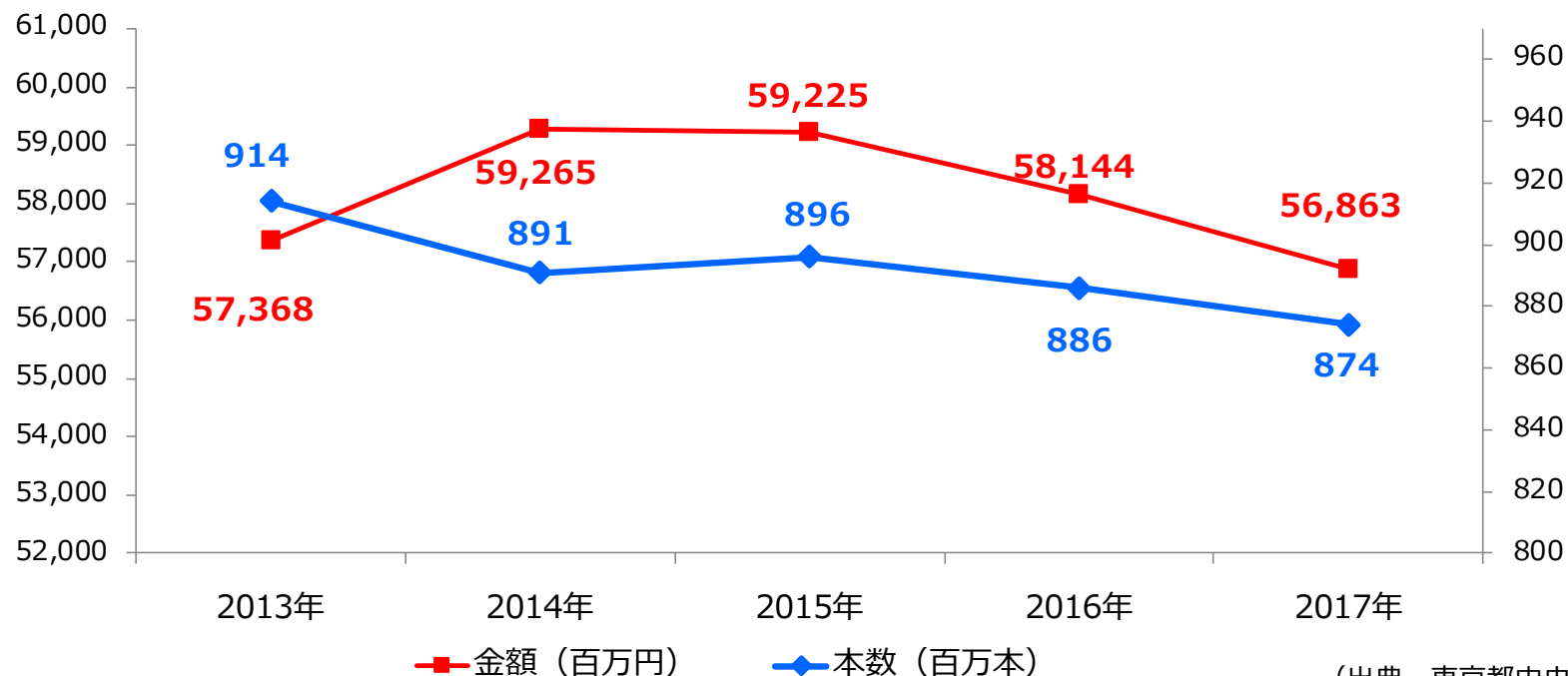


既存顧客・新規顧客の売上増、事業再編への取組みは一巡も
花卉の市場相場が下落したこともあり売上減

➤ 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	2017/6 順位	2018/6 順位
A	1	1
B	5	2
C	3	3
D	8	4
E	6	5
F	圏外	6
G	2	7
H	10	8
I	圏外	9
J	圏外	10

実質比較（前期15ヶ月計上、今期12ヶ月計上のため）
新規顧客獲得・既存顧客の掘り起こしが奏功

◆上位10社売上合計

363百万円



364百万円

▶▶ 積極的な販売促進活動を継続、相場下落も上位10社売上は同水準

▶▶ 輸入卸売部門においては下期から回復し、売上増

取引先の見直しによる影響（2018年1月まで） → 解消へ

12ヶ月比較 → +46百万円

- フューネラル主要品目の取扱拡大
- 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

▶▶ 東南アジアを中心とした生産地の 新規開拓・取引内容見直し

産地視察・トライアル入荷実施

➡ ベトナム・マレーシア・タイ・中国産の 新規取扱い・数量UPへ

年間契約内容の見直し

➡ 実行済み／原価低減へ

▶▶ 当社の新規拠点展開に沿った仕入・ 物流網の構築

グループシナジー（物流効率化・コスト圧縮）
創出へ



福岡をベースとした輸入をスタート

ブライダル装花事業 (504 百万円 (2017/6) ⇒ 408 百万円 (2018/6))

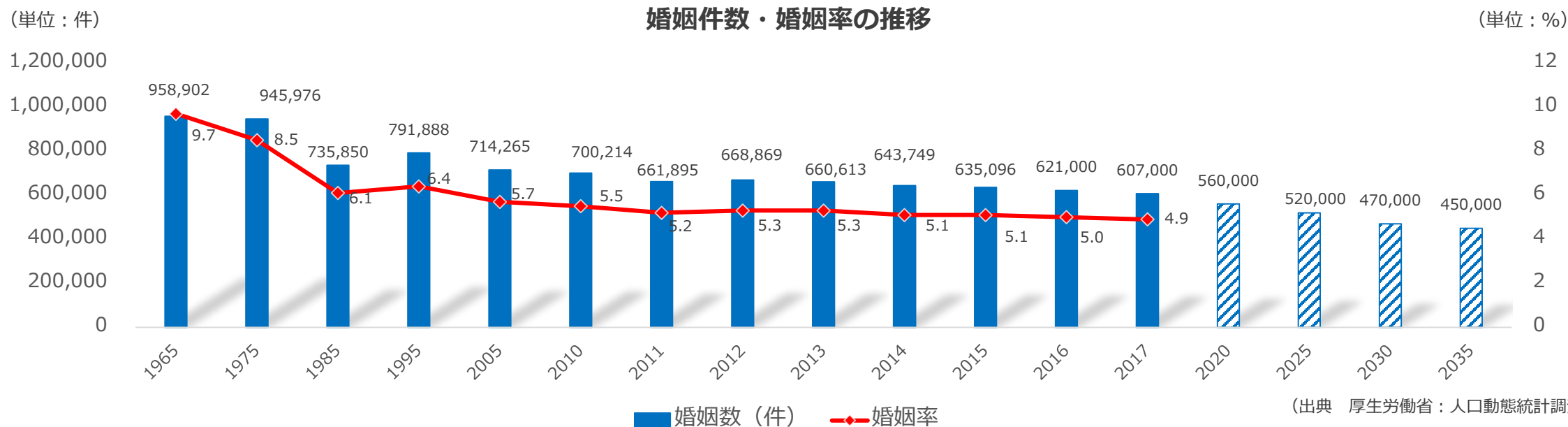
➡ リテール部門において売上増も、前期に発生した主要取引先の倒産が影響し減収

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。



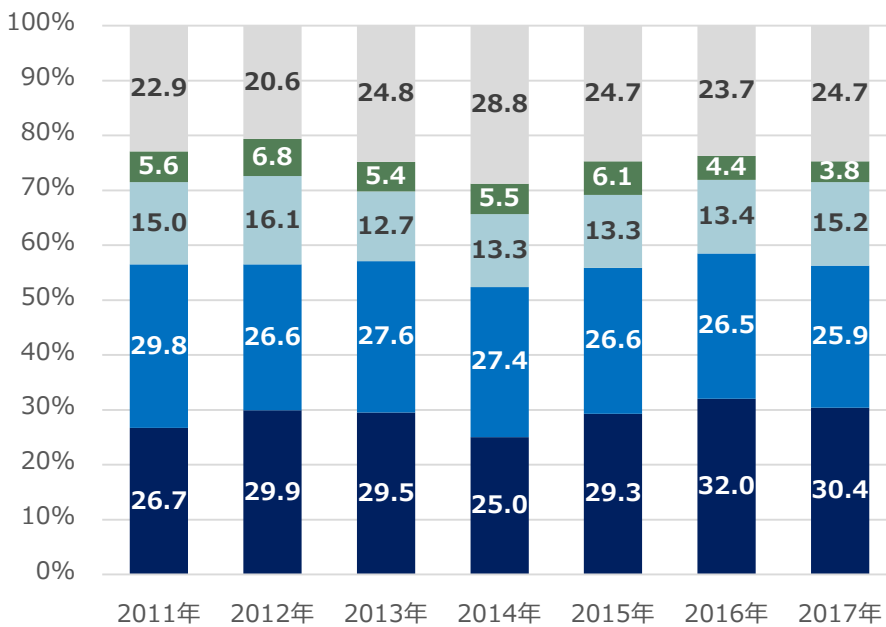
ブライダル装花事業

➤ 業界動向② **各エリアともに、ゲストハウスウェディングが増加傾向**
一般式場・ホテルは微減も、底堅く推移

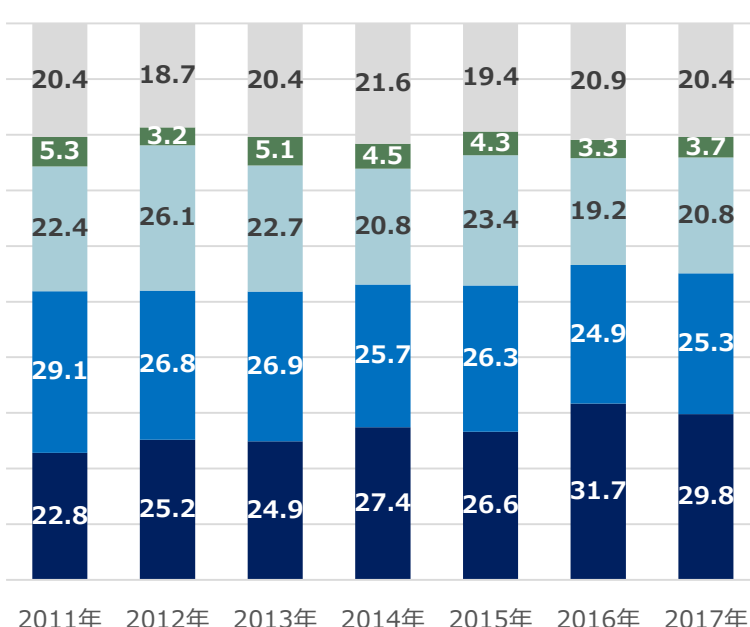


挙式会場シェア

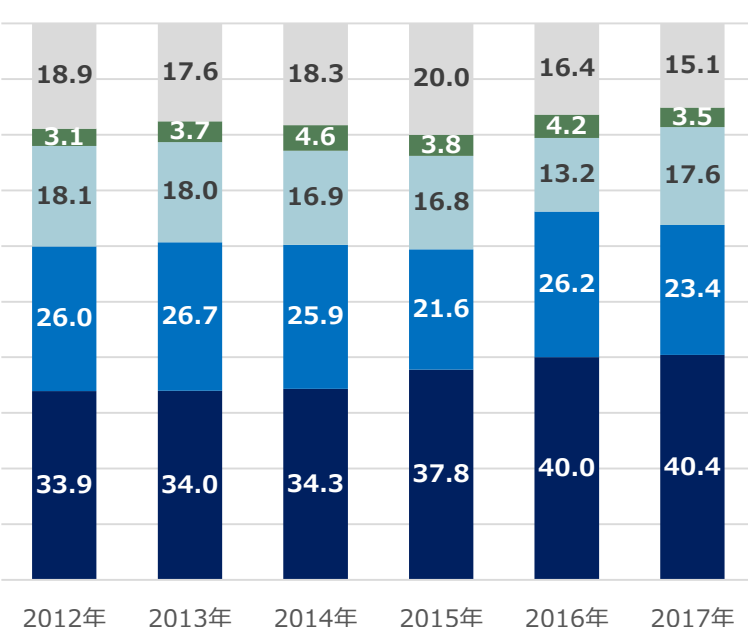
首都圏



関西



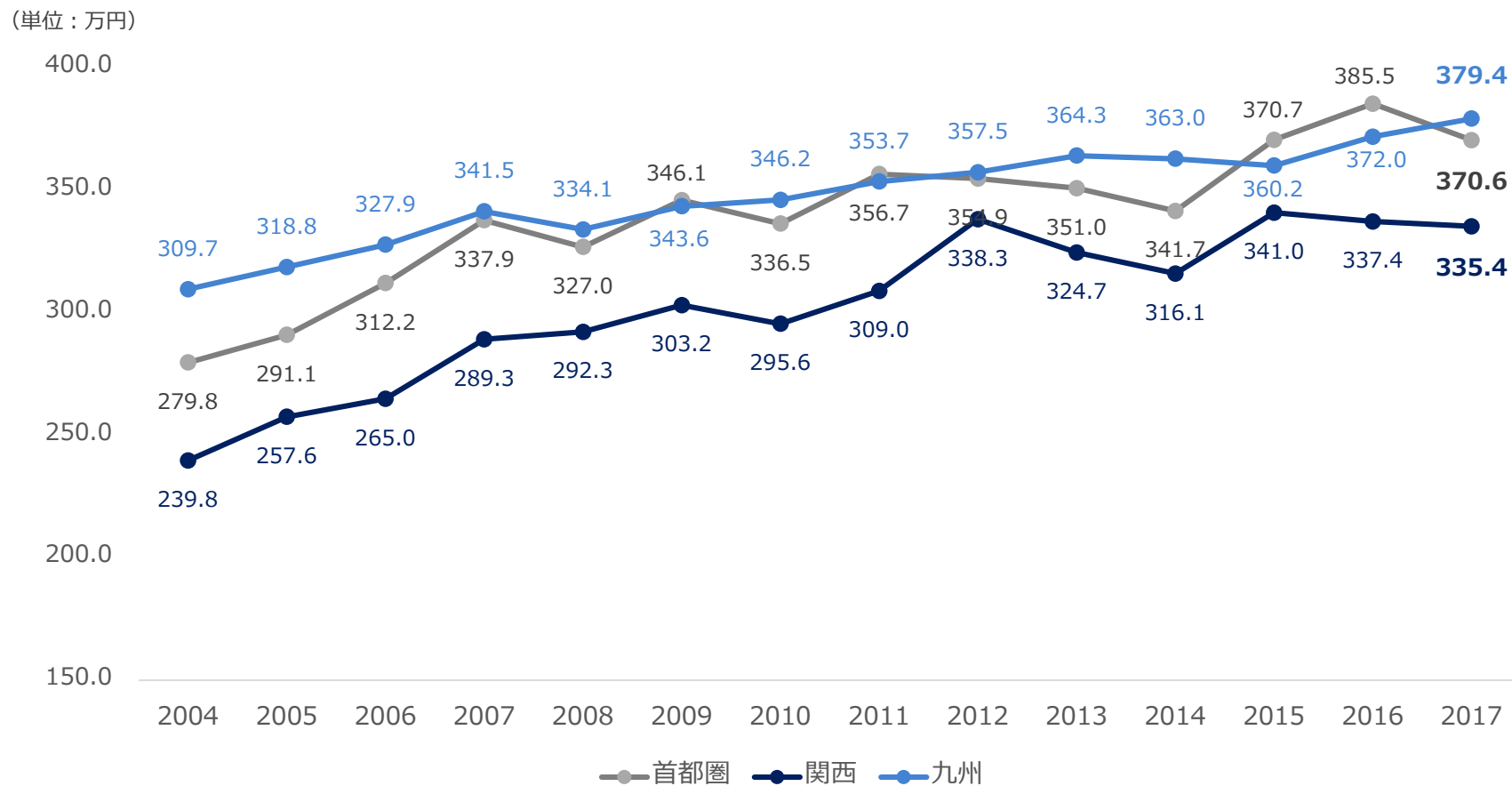
九州



(出典 ゼクシィ結婚トレンド調査2017)

ブライダル装花事業

➤ 業界動向③ 晩婚化やゲストハウスウェディングの普及により、単価は高水準で推移



(出典 ゼクシィ結婚トレンド調査より抜粋)

ブライダル装花事業

■売上確保へ向けた施策

2018/6期 株式会社Brillia・株式会社銀座プロジェクト倒産（自己破産）による売上減の影響額 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（福岡）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

首都圏にて新規式場獲得済み

売上・利益ともに過去最高に

実施済み／来期以降での奏功を目指す

実施中

➡ 厳しい事業環境は継続する一方、明るい兆しも

2019/6期 前期に実施した“種蒔き”の効果を顕在化させ、業績回復を図る



その他事業 (493 百万円 (2017/6) ⇒ 430 百万円 (2018/6))

➡ 総じて横ばいで推移するも、一般労働者派遣事業の譲渡 (2017年1月) ▲101百万円が影響し減収

(株)SHF

システム開発事業 282百万円 ➡ 308百万円

(株)ビイケイエステート

不動産管理事業 7百万円 ➡ 6百万円 前期はスポット案件あり

(株)ピンク

一般労働者派遣業 101百万円 ➡ — 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
57百万円 ➡ 68百万円 ※葬儀関連の飲食事業スタートにより売上増

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業 44百万円 ➡ 48百万円



葬儀関連 飲食事業

03. 中期経営計画 進捗

2018/6期~2020/6期

(単位：百万円)

	21期実績 (2017/6)	22期実績 (2018/6)	22期計画 (2018/6)	23期当初計画 (2019/6)	23期計画 (2019/6)	24期計画 (2020/6)
売上高	5,680	5,620	5,748	5,932	6,110	6,360
営業利益	2	167	142	250	179	265
経常利益	△9	166	137	174	167	188
当期純利益	△30	77	96	122	112	132
営業利益率	0.05%	3.0%	2.5%	4.2%	2.9%	4.2%
経常利益率	—	3.0%	2.4%	2.9%	2.7%	3.0%
当期純利益率	—	1.4%	1.7%	2.1%	1.8%	2.1%
ROE	△5.6%	14.0%	17.1%	18.6%	19.1%	17.6%
時価総額	1,502	1,710	1,850	2,200	2,200	2,800

(単位：百万円)

セグメント		21期実績 (2017/6)	22期実績 (2018/6)	22期計画 (2018/6)	23期当初計画 (2019/6)	23期計画 (2019/6)	24期計画 (2020/6)
売上高	生花祭壇	3,222	3,366	3,382	3,484	3,629	3,814
	生花卸売	※1 2,402	2,225	2,440	2,513	2,417	2,588
	ブライダル装花	※2 497	408	453	479	413	563
	その他	493	430	514	531	503	547
	(調整後) 連結	5,680	5,620	5,748	5,932	6,110	6,360
営業利益	生花祭壇	385	600	383	396	615	439
	生花卸売	△9	24	14	14	23	15
	ブライダル装花	50	15	61	52	21	68
	その他	△22	△18	13	13	△15	14
	(調整後) 連結	2	167	142	250	179	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

04. 株主還元等

株主優待制度

22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）+（東京）
- ・ 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

日経マネー 2018年5月号



楽天証券webサイト



胡蝶蘭・観葉植物購入サイト
(イメージ)



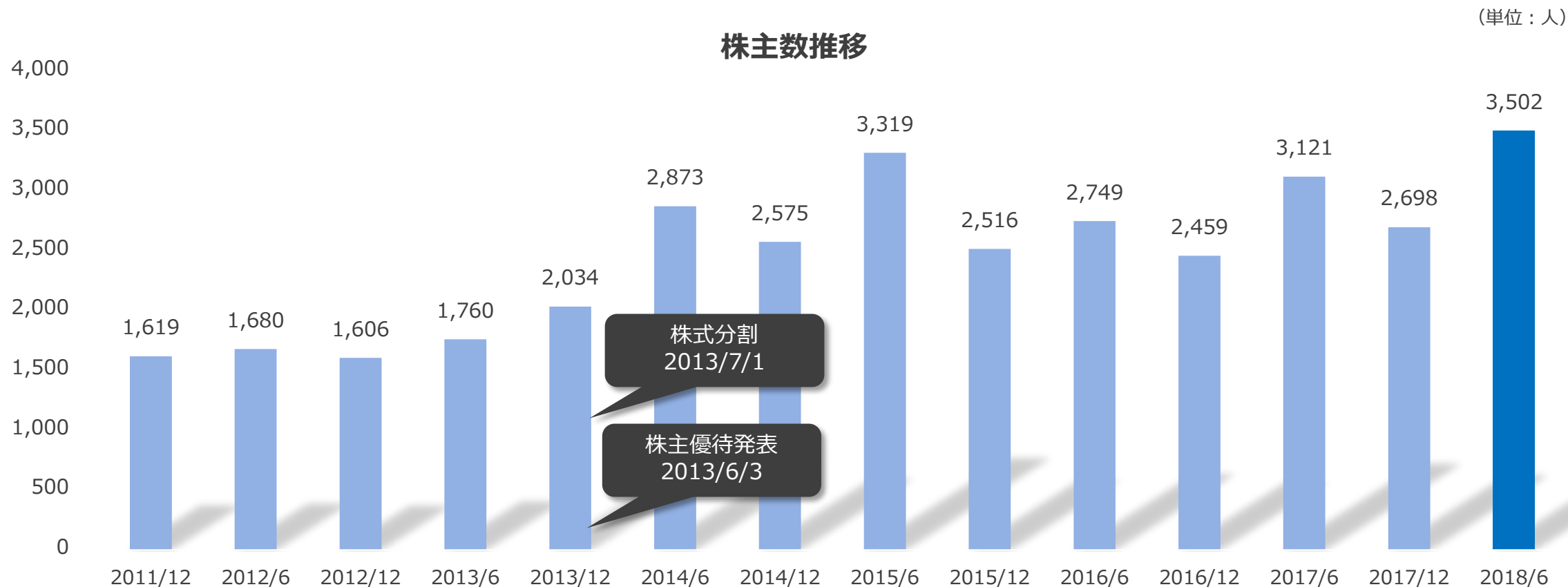
プリザーブドフラワー他
(イメージ)



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)



長期保有株主制度導入等により、増加基調に。
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