

《証券コード：3041》
東証スタンダード市場



2023年6月期 第3四半期 決算説明会資料

2023年5月31日
株式会社ビューティ花壇

01. 2023年6月期 第3四半期 業績ハイライト
02. セグメント別ハイライト
03. 2023年6月期 第3四半期の取り組み
04. 2023年6月期 業績予想

各事業とも回復基調で増収、円安が重荷となり原価率UP

(単位：百万円)

	2022/6期 3Q	2023/6期 3Q	前年同期比 増減率
売上高	4,412	4,929	+11.7%
売上原価	3,772	4,260	+12.9%
売上総利益	640	668	+4.5%
営業利益	58	68	+17.5%
経常利益	81	79	△2.8%
四半期純利益	47	48	+1.4%

《2023/6期3Q》

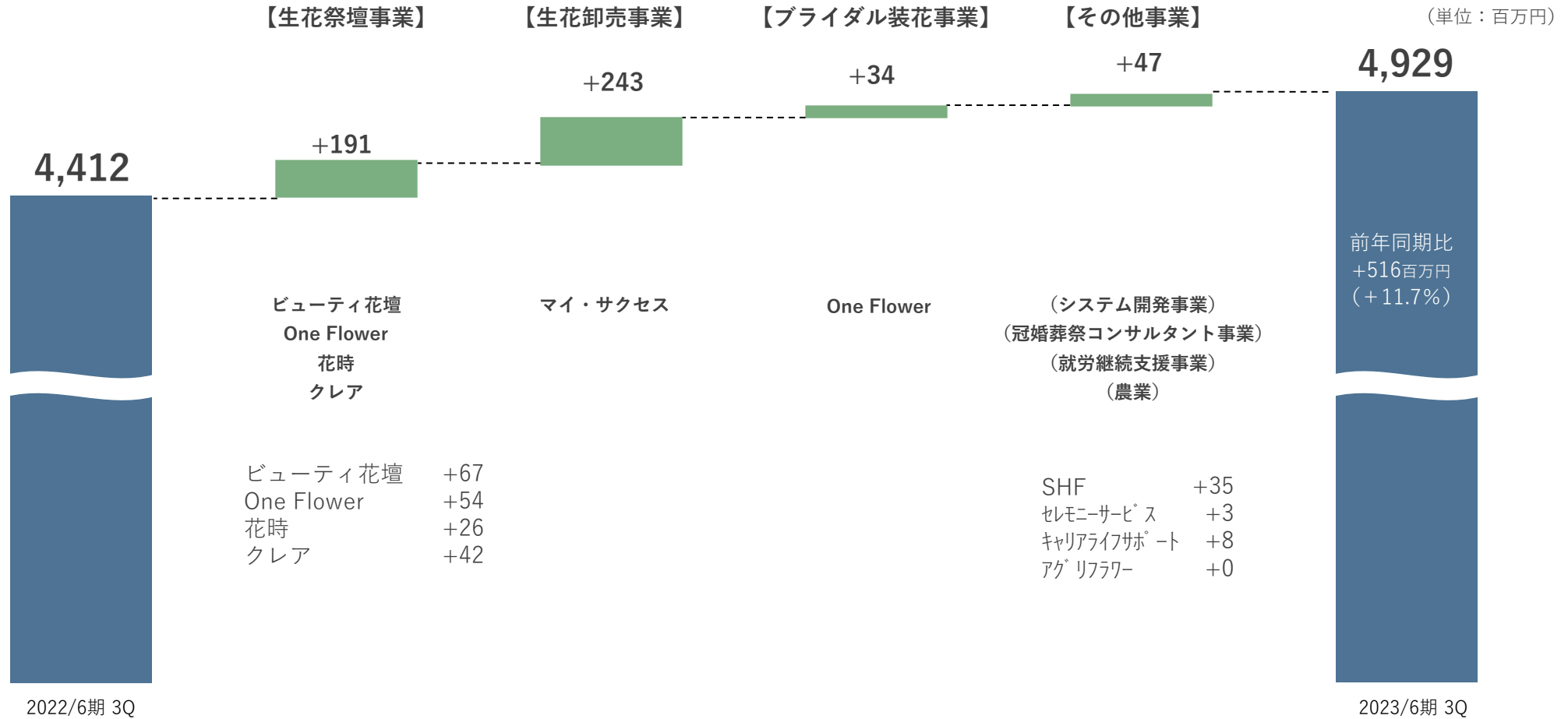
2年目を迎えた中期経営計画に掲げる「既存事業の収益性改善と新規事業の創出により持続的な成長を実現し、企業価値向上・株価上昇へつなげる」ことを基本方針として「コア事業での売上拡大」「事業基盤強化」「新サービス開始・新規事業の拡大」「企業価値向上」を重点戦略とし取り組む。

→各事業ともに引き続きコロナ禍から総じて回復基調にあったことや生花卸売事業において販売単価が上昇したこと等から、当第3四半期連結累計期間における当社グループの売上高は、4,929,151千円(前年同期比11.7%増)、営業利益は68,717千円(前年同期比17.5%増)、経常利益は79,220千円(前年同期比2.8%減)、親会社株主に帰属する四半期純利益は48,095千円(前年同期比1.4%増)となった。

01 2023年6月期 第3四半期 業績ハイライト

《連結売上高の前期比分析》

▶ グループ全社では前期比 +11.7% (516百万円) の増収



01 2023年6月期 第3四半期 業績ハイライト

《セグメント別決算概況》

(単位：百万円)

	2022/6期 3Q		2023/6期 3Q		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	2,450	266	2,641	228	+7.8%	△14.2%
生花卸売	1,442	13	1,685	37	+16.9%	175.6%
ブライダル装花	205	△18	240	1	+17.0%	—
その他	314	△20	361	△3	+15.1%	—
調整額	—	△182	—	△195	—	—
計	4,412	58	4,929	68	+11.7%	—

- 生花祭壇事業：コロナ禍からの回復傾向+東北での取引量UP+グループ会社（One Flower・クレア）が増収増益も原価高騰により全体では増収減益
- 生花卸売事業：婚礼・イベント回復+天候不良による供給量減や円安による価格高騰が継続し増収増益
- ブライダル装花事業：婚礼のキャンセル・延期が大幅に減少 新規取引先との売上シェアが拡大し増収、黒字転換

生花祭壇事業

	2022/6期 3Q 実績	2023/6期 3Q 実績
売上高	2,450	2,641
営業利益	266	228

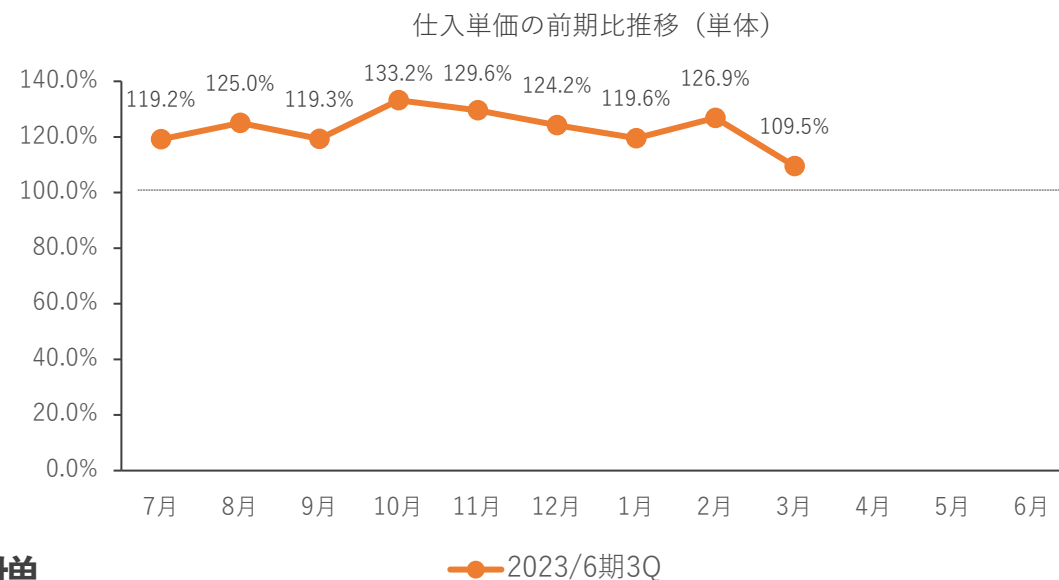
《売上高》

- ・ 全社→全般的にコロナ禍からの回復基調にあり前期比増
- ・ ビューティ花壇→東北エリア売上UP+東日本全体微増
- ・ クレア→中四国エリアにおける顧客増+施行件数増
- ・ One Flower→熊本圏内顧客増による売上UP

《営業利益》

- ・ 原価率アップ → 輸送費の高騰
円安の影響大 ※原価率：計画比+3.8ポイント 前期比+4.8ポイント
- ・ 販管費効率化 → 前期比増・予算比減 ※人件費率：計画比▲3.6ポイント 前期比▲3.6ポイント

(販管費前期比：101.9%)



生花卸売事業

	2022/6期 3Q 実績	2023/6期 3Q 実績
売上高	2,112	2,491
営業利益	13	37

※セグメント間の内部売上高を含む

《売上高》

- ・外部売上 → 前期比+243百万円 内部売上 → +135百万円
- ・コロナ禍や1Q・2Qの天候不良（高温・台風）による出荷減や円安の影響、婚礼・イベント需要の回復により単価が高止まり増収

《営業利益》

- ・1Q前半は市場相場が合わず一部商材につき取扱い制限も、中盤・2Q以降は単価UPが浸透、東南アジアをはじめとした花材の安定入荷ができ利益確保

ブライダル装花事業

	2022/6期 3Q 実績	2023/6期 3Q 実績
売上高	205	240
営業利益	△18	1

《売上高》

婚礼の回復・新規取引先増が奏功し売上UP

- ・ブライダル → キャンセルは大幅に減少、単価も持ち直し回復基調へ
新規式場の売上シェアUP

- ・リテール → EC：競争激化で苦戦 SHOP：3Qは前期比増 造園事業：着実に受注増

《営業利益》

前期から回復

- ・ブライダルの売上回復により大きく改善
- ・リテール：EC・SHOP売上が伸び悩み減益
- ・造園：受注規模UPによる利益貢献へ

その他事業

	2022/6期 3Q 実績	2023/6期 3Q 実績
売上高	314	361
営業利益	△20	△3

《売上高》

前期比横ばい

- ・ SHF → 葬儀社向けシステム販売は持ち直し、建築関連も好調に推移
- ・ セレモニーサービス → 期の中盤でやや低調に推移したものの、回復し売上増
- ・ キャリアライフサポート → 引き続き請負業務・利用者増により売上・助成金UP

《営業利益》

- ・ SHFの赤字幅圧縮
- ・ セレモニーサービス売上増による増益
- ・ キャリアライフサポートの売上増による増益

(株)SHF

システム開発事業

215百万円



251百万円

(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

45百万円



49百万円

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業

52百万円



60百万円

▶ コア事業での売上拡大

生花祭壇事業

(エリア展開、新商品・新サービスによる既存顧客との取引拡大)

→ One Flower 熊本北営業所開設 (2022年9月)

生花卸売事業

(関西エリアでの新規売上獲得、物流網構築・産地との取引増)

→ 新たな国内産地を含め取引増加 (九州・沖縄地方)

ブライダル装花事業

(既存顧客からの受注増、関東・関西・九州における新規取引先拡大、新規事業強化)

→ 新規顧客の件数好調・キャンセル大幅減、造園事業は工事実績の積み上げ・受注規模UPへ

→ 造園施工管理技士技術者育成・追加(+2名)

▶ 事業基盤強化

グループ運営の最適化

(グループリソースを活用した営業活動等)

→ グループ各社による@葬儀販促活動スタート (2022年7月)

D X 推進による効率化

(現業部門のコスト効率化、生産性向上による利益率改善)

→ SmartHRによる業務効率化 (2022年7月)

→ 自社車両の位置情報共有システムの開発 2023年3月～運用スタート

→ チャットツールの全社導入 2023年4月～運用スタート

→ 施行管理システムの導入検討 (2023年3月)

人材育成

(マネージャー層の教育・育成、多様な人材が活躍できる職場づくり)

→ 次世代経営人材の育成等を目的とした具体的施策検討スタート (2022年8月)

↳ 持株会社への移行準備中

➤新サービス開発・新規事業の拡大

オンライン葬儀のサービス拡充

(「@葬儀：アットそうぎ」の販売強化)

- ➔業界内のDX化・葬儀単価UPへの貢献、商圈拡大へ向けた活動スタート (2022年8月)
- ➔供花・祭壇卸しサービス/相続相談サービススタート (2023年1月)
- ➔新サービス (ギフトサービス) スタート (2023年6月)

AI・IoT事業への参入

(葬儀業界内外に向けた新サービス提供)

- ➔文具メーカーでAI筆跡鑑定プロモーションがスタート (2022年7月)、**案件継続+流用開発案件 (3Q~スタート)**
- ➔**車両位置情報管理システムの製品化検討スタート (2023年6月)**

クラウドプラットフォームの提供

(他社との協業も含めた顧客囲い込み)

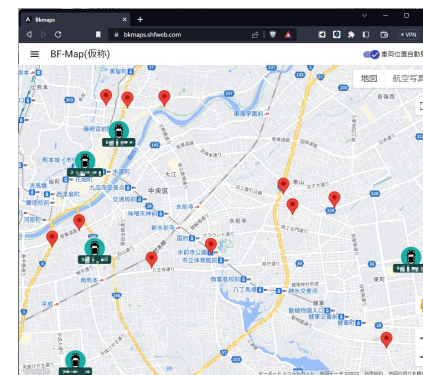
- ➔葬儀業界向けのクラウドプラットフォームの提供開始に向けた開発を進行中



@葬儀の新しい機能



< @葬儀新サービス >



< 車両位置情報管理 >

▶企業価値向上

ESG・SDGs視点での経営推進

(産業廃棄物削減・環境配慮型商品の提案他)

- フードドライブへの参加 (2022年10月)
- 環境負荷を低減するための地域活動実施 (2022年9月～)、産廃削減に向けた具体的な施策の実行に向けた検討スタート (2022年11月)
- 自社車両の位置情報管理システムによるCO2削減取組み (2023年3月 テスト運用スタート)
- 放置竹林の竹を活用した道具の開発検討 (2023年4月)

資本政策・株主還元

(ROE 20%以上、配当性向目標50%)

- 配当性向目標50%→業績に連動した利益還元へ



<地域清掃活動>



<プラスチック代替素材の検討>



<生花用スポンジの使用実験>

ステークホルダーエンゲージメントの強化

(IR情報の充実、株主・投資家との対話他)

- 四半期ごとの決算説明動画の配信スタート (1Q～)
- 対面での説明会や個人投資家向けイベント等への参加検討
- フレックスタイム運用中～従業員エンゲージメント効果検証
- 人材確保・定着率UP施策の導入検討 (3Q～)
- ベースアップ発表 (2023年3月)

(単位：百万円)

	2022/6期	2023/6期	前年同期比 増減率
売上高	5,857	6,150	+5.0%
営業利益	103	110	+6.1%
経常利益	128	110	△14.4%
当期純利益	86	90	+4.3%
配当予想 (円 銭)	8.53	11.11	—

■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。