



2021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

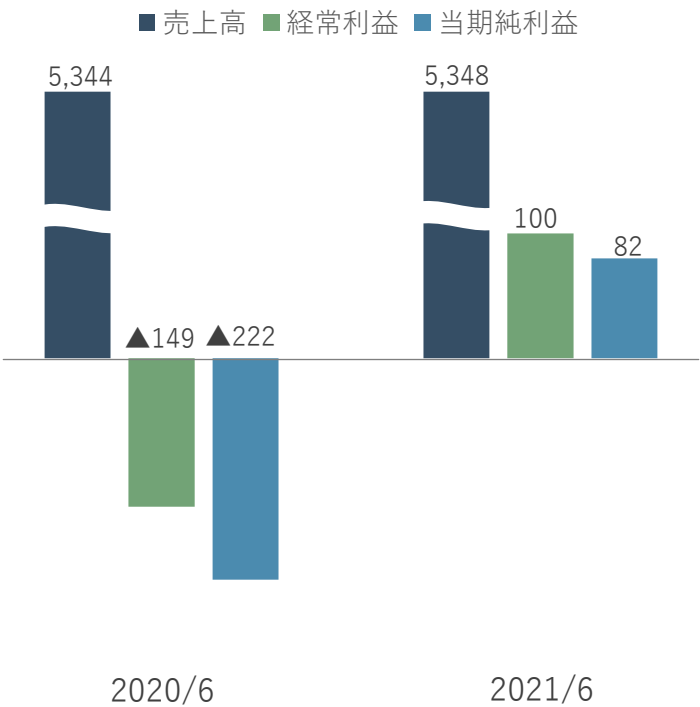
01. 2021年6月期 業績ハイライト
02. 各事業部の傾向と対策
03. 株主還元等
04. 中期経営計画

01. 2021年6月期 業績ハイライト

	売上高	営業利益	連結経常利益	当期純利益	1株当たり 当期純利益
前回発表予想（A）	百万円 5,231	百万円 △120	百万円 △13	百万円 △31	円 銭 △7.77
実績値（B）	5,348	△27	100	81	20.20
増減額（B－A）	117	92	113	112	
増減率（％）	2.3	—	—	—	
（参考）前期連結実績 （2020年6月期）	5,344	△158	△149	△222	△50.05

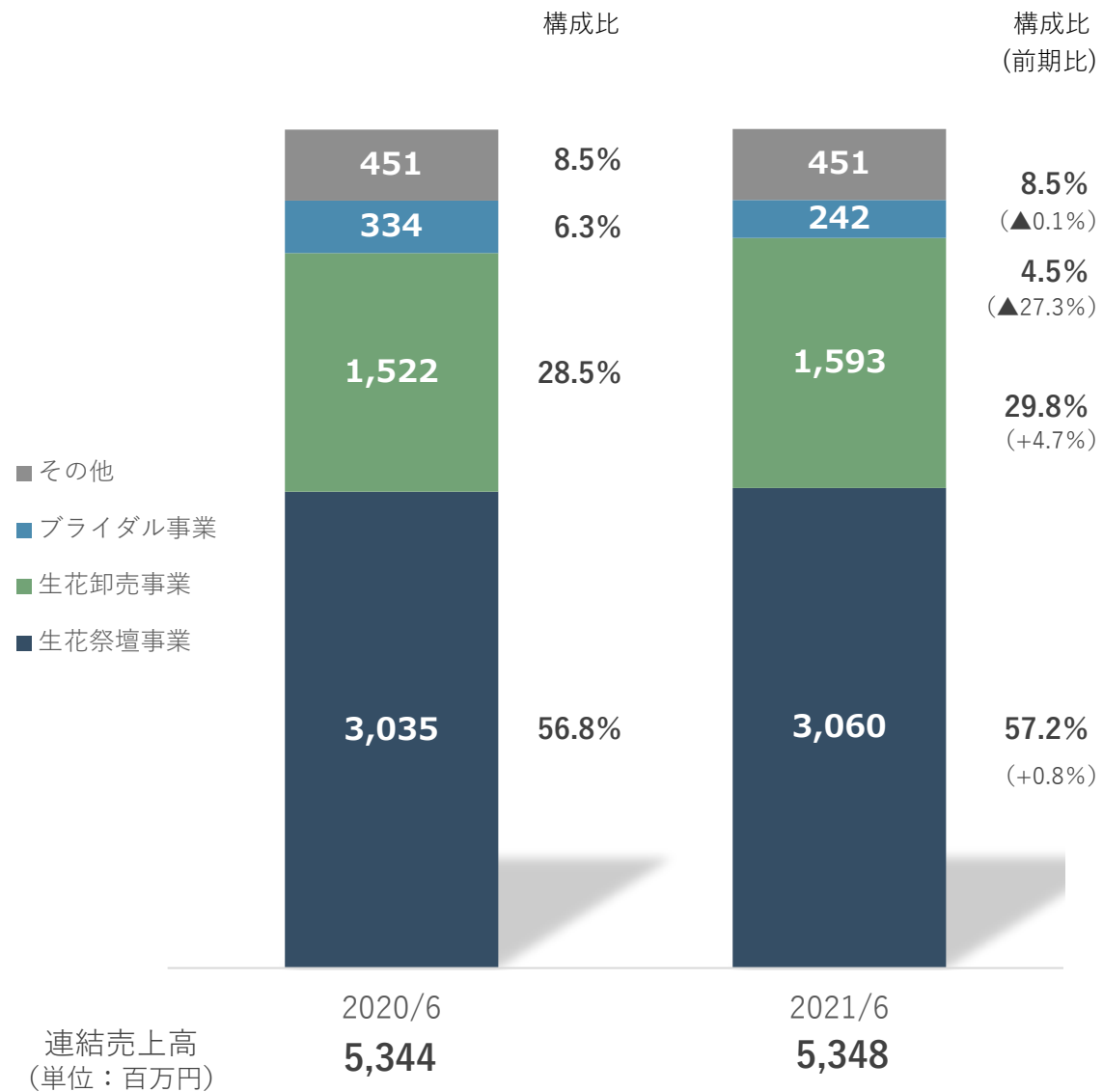
売上高は微増、営業外収益により増益

(単位：百万円)



(単位：百万円)

	2020/6	2021/6	前期比
売上高	5,344	5,348	0.1%増
売上原価	4,590	4,563	0.6%減
売上総利益	753	785	4.2%増
営業利益	▲158	▲27	—
経常利益	▲149	100	—
当期純利益	▲222	82	—



ポイント

■ 生花祭壇事業

新型コロナウイルスによる葬儀規模縮小等の影響は継続するも、エリア展開等が奏功し売上は微増

■ 生花卸売事業

前年同時期に自粛されていた国内イベントが持ち直しの傾向にあったことや内需が回復基調で推移し売上増

■ ブライダル装花事業

結婚式の延期等、婚姻件数の減少が大きく影響し売上減

■ その他

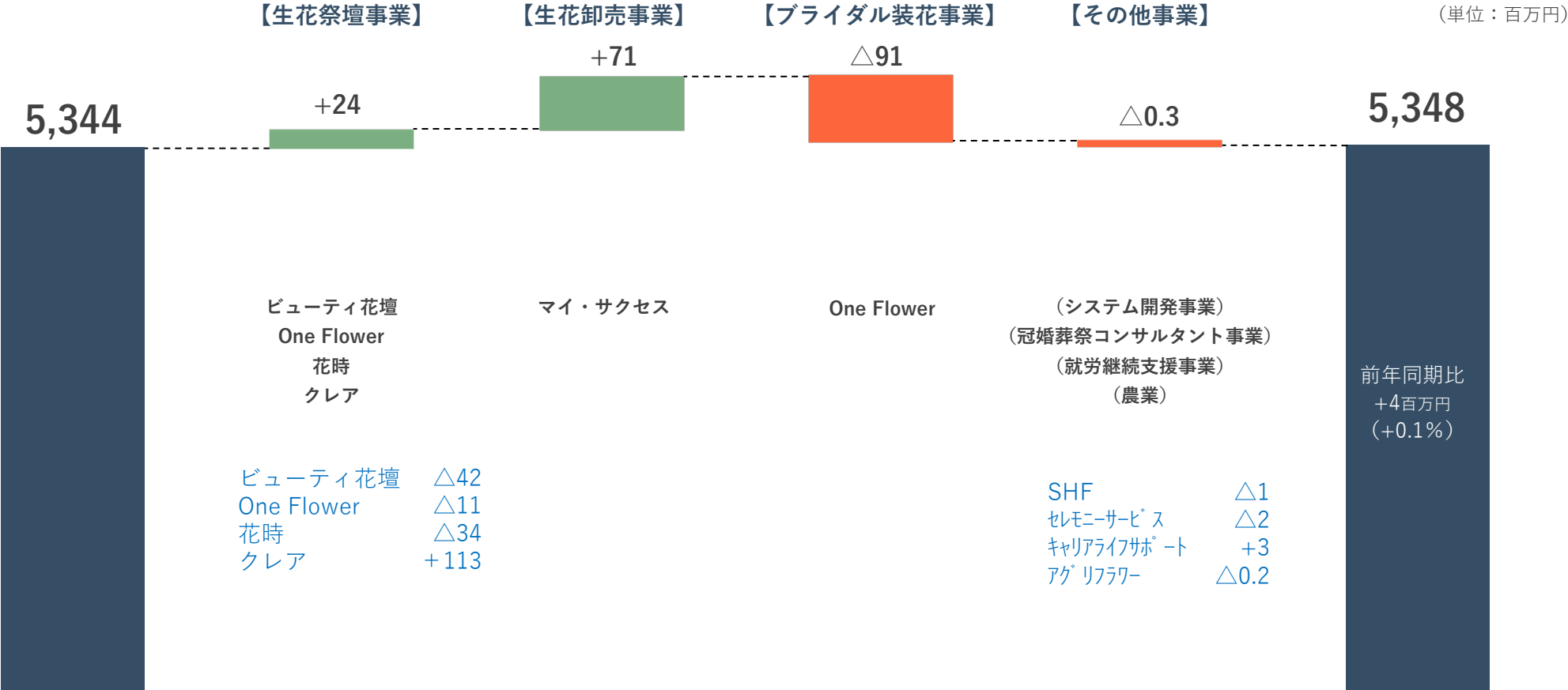
就労継続支援事業は好調、それ以外は横ばいor低調に推移し売上は横ばい

(単位：百万円)

	2020/6		2021/6		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	3,035	250	3,060	243	+0.8%	△2.9%
生花卸売	1,522	18	1,593	30	+4.7%	+68.2%
ブライダル装花	334	△26	242	△62	△27.3%	—
その他	451	△15	451	△8	△0.1%	—
調整額	—	△384	—	△230	—	—
計	5,344	▲158	5,348	▲27	+0.1%	—

- 生花祭壇事業：新型コロナウイルス感染拡大の影響が続く中、(株)クレアのグループ化等により増収
- 生花卸売事業：前期比では内需が回復基調で推移、利益確保に向けた取組みが奏功し増収増益
- ブライダル装花事業：リテール部門での挽回を図るも、結婚式延期の影響大きく減収減益

グループ全社では前期比 **0.1%**（4百万円）の増収



(単位：百万円)

	2020／6		2021／6		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額
資産の部					
流動資産	1,255	57.1%	1,558	63.7%	+302
固定資産	941	42.9%	886	36.3%	△55
資産合計	2,197	100.0%	2,444	100.0%	+247
負債の部					
流動負債	1,065	48.5%	1,009	41.3%	△56
固定負債	787	35.8%	1,004	41.1%	+217
負債合計	1,853	84.3%	2,013	82.4%	+160
純資産の部					
株主資本	320	14.6%	402	16.5%	+81
その他の包括利益累計額	0	0.0%	0	0.0%	0
非株主持分	23	1.1%	28	1.2%	+5
純資産合計	343	15.7%	430	17.6%	+86
負債純資産合計	2,197	100.0%	2,444	100.0%	+247

(単位：百万円)

ポイント

	2020/6	2021/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	1	57
投資活動によるキャッシュ・フロー	△78	△5
財務活動によるキャッシュ・フロー	230	145
現金及び現金同等物の増減額	153	197
現金及び現金同等物の期首残高	625	778
現金及び現金同等物の期末残高	778	976

(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96,970千円、減価償却費51,675千円、及び仕入債務の増加28,822千円によるもの

(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△12,893千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純増168,365千円によるもの

【参考】2020/6（第24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損失192,819千円、減価償却費60,955千円、及び売上債権の減少130,782千円によるもの。

(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△84,561千円によるもの。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純増267,423千円、配当金の支払△12,148千円によるもの。

1. キャッシュ・フローの推移

(単位：百万円)

項目	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
①営業ＣＦ	▲59	225	239	120	1	57
②投資ＣＦ	▲29	▲103	▲23	▲164	▲78	▲5
③フリーＣＦ①＋②	▲89	122	216	▲44	▲77	52
④財務ＣＦ	▲358	▲278	▲384	▲103	230	145
現金及び現金同等物の期末残高	1,096	940	772	625	778	976

2. 当座比率の推移

当座比率	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
	134.7%	153.0%	137.1%	132.3%	107.2%	142.6%

3. 固定長期適合率の推移

固定長期適合率	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
	62.3%	58.5%	63.7%	70.3%	84.9%	62.9%

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20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
	683	609	400	516	641	602
前期比						▲39

5. EBITDAの推移

(単位：百万円)

EBITDA	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
	173	73	220	70	▲ 105	12

6. EBITDA／総資産

	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
EBITDA／総資産	6.0%	3.0%	9.7%	3.3%	▲ 4.8%	0.5%

7. EBITDA／自己資本

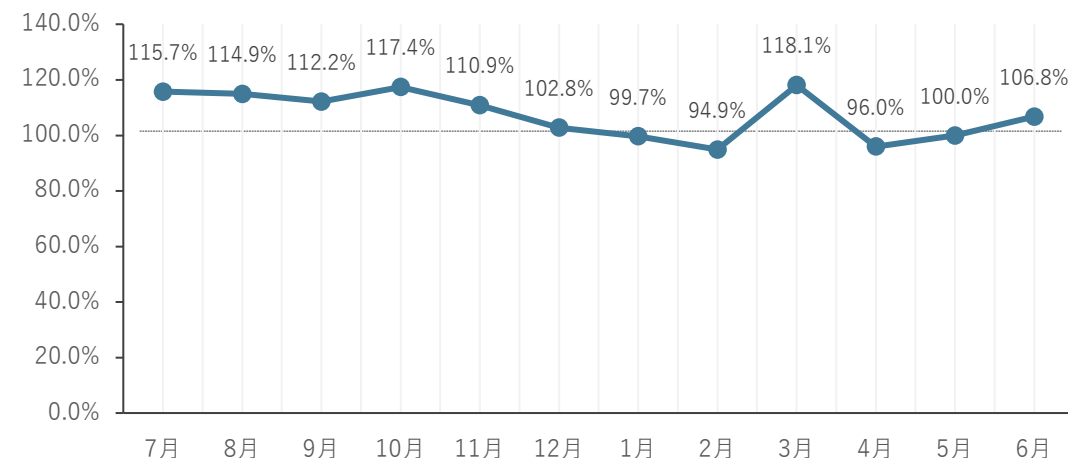
	第20期 2016/6	第21期 2017/6	第22期 2018/6	第23期 2019/6	第24期 2020/6	第25期 2021/6
EBITDA／自己資本	30.8%	14.4%	10.0%	12.8%	▲ 33.0%	3.2%

02. 各事業部の傾向と対策

生花祭壇事業

	24期実績 (2020/6)	25期実績 (2021/6)
売上高	3,035	3,060
営業利益	250	243

仕入単価の前期比推移（単体）



《売上高》

- ・ コロナ禍の影響大きく当社単体では前期比減
- ・ 子会社化した(株)クレアの売上計上により、全体では前期比増

《営業利益》

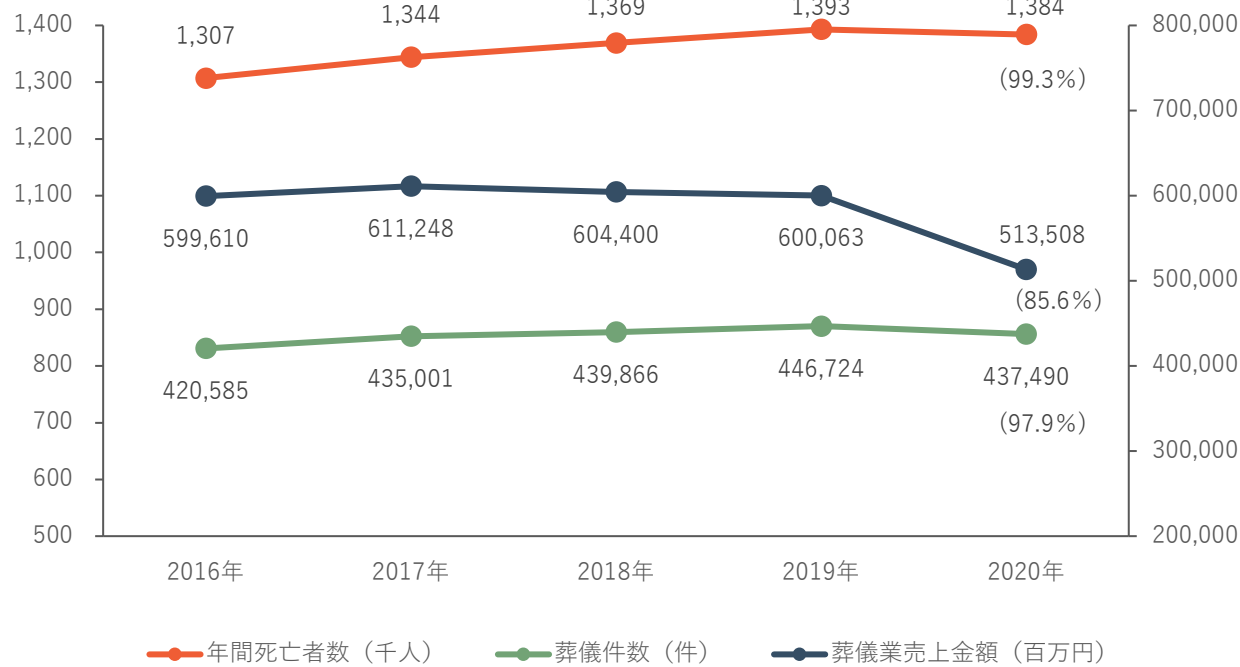
- ・ 原価率の高騰→ 花の輸入数量減により国内産が高騰 ※原価率：計画比+2.3ポイント 前期比+2.0ポイント（単体）
- ・ 販管費効率化→ 前期比・計画比ともにマイナス

売上高 3,035 百万円 (2020/6) ⇒ 3,060 百万円 (2021/6)

業界動向① 11年振りに死亡者数減、葬儀単価は大きく下落

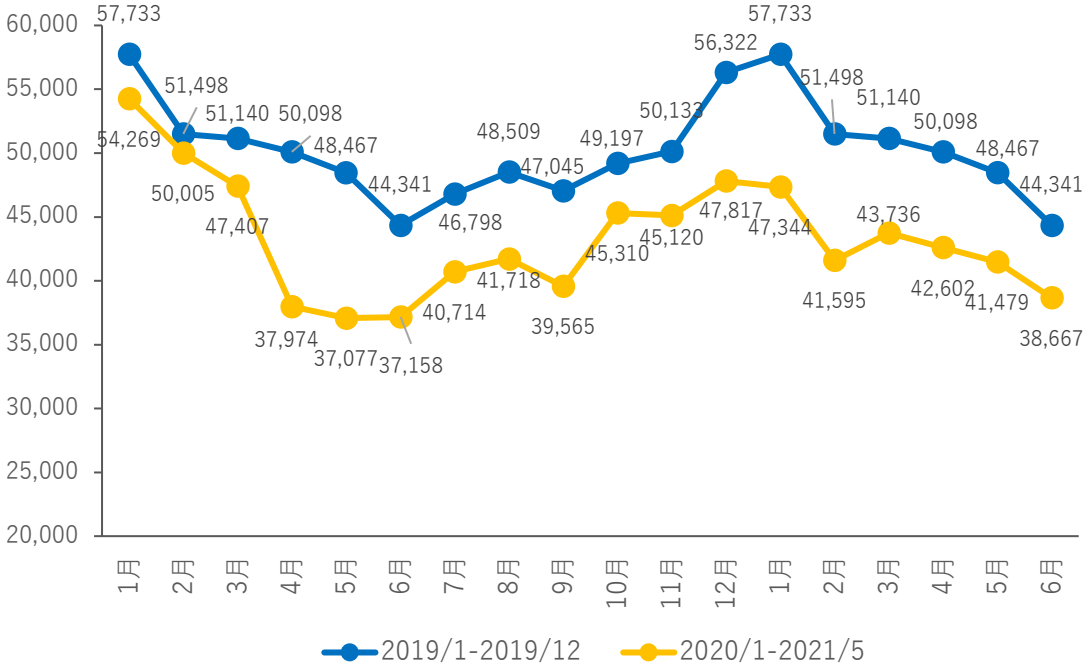
2019年度 (2019/1～2019/12) : @1,343千円
2020年度 (2020/1～2020/12) : @1,173千円

葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向



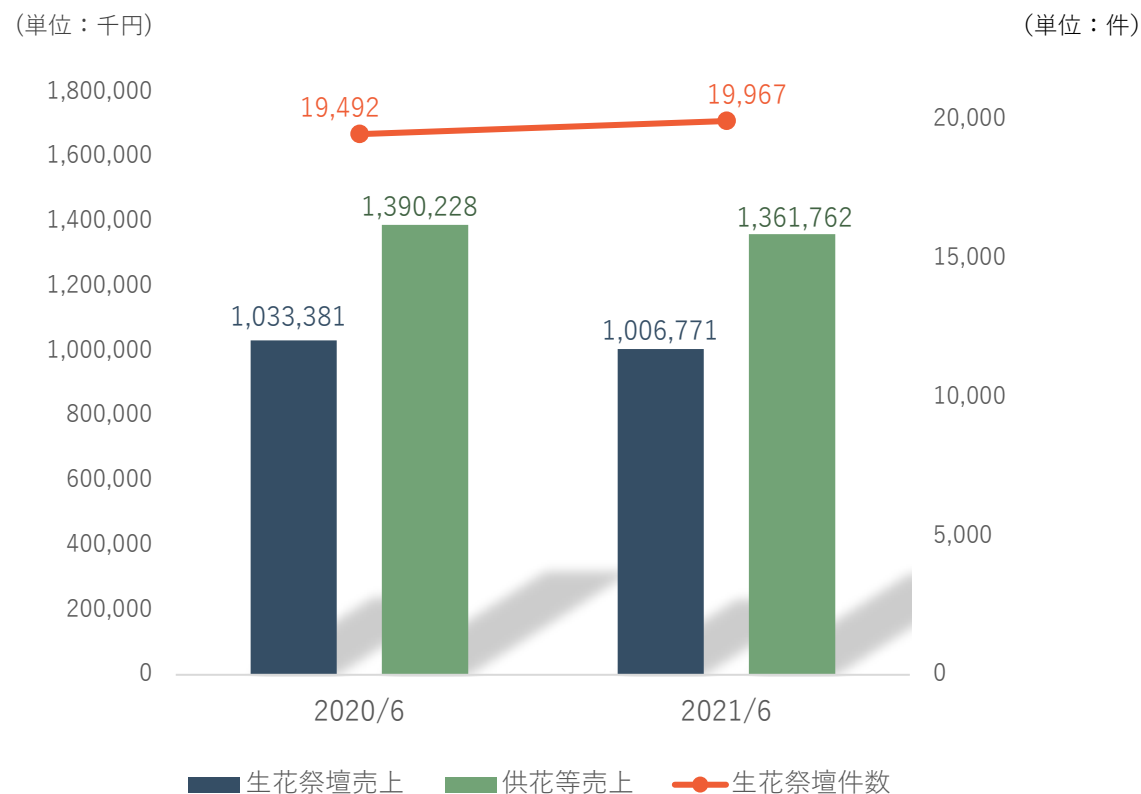
葬儀業売上高の月別推移

(単位: 百万円)



(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)
※サンプル調査 年間平均2,544事業所(2020年)の調査結果

■生花祭壇・供花等売上・件数（単体）



施行費・その他は除く

生花祭壇の平均単価

53,016円 (2020/6)

⇒ 50,421円 (2021/6)

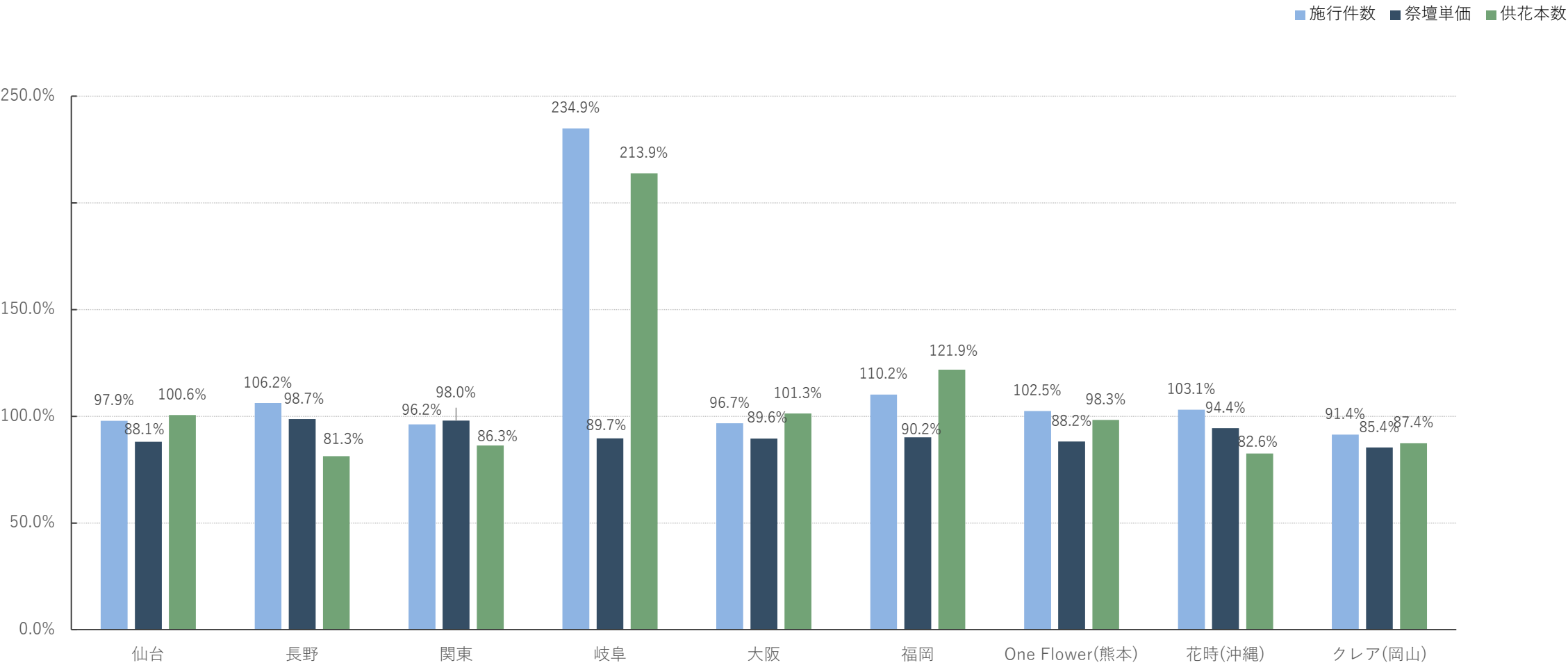
受注単価は下落傾向 ※コロナの影響も

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

48,363円 → 46,922円

単価の下落傾向は変わらず。

■ 施行件数・祭壇単価・供花本数前期比較



前中計施策

●新規出店による売上拡大 顧客接点機会増大の追求

■盛岡営業所開設（2020年10月）

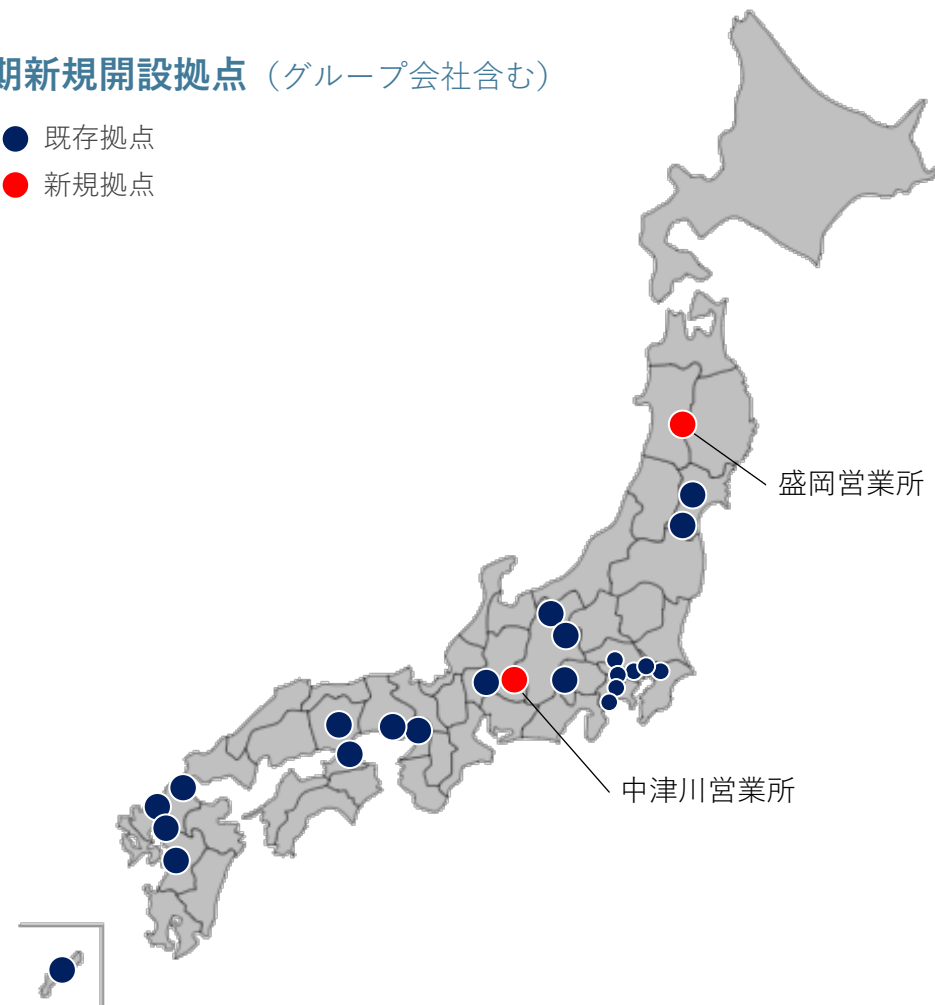
■中津川営業所（岐阜県）開設（2021年4月）

今後

▶▶ 既存拠点周辺でのドミナント展開（継続）

25期新規開設拠点（グループ会社含む）

● 既存拠点
● 新規拠点



■2021年6月期の取組み

新型コロナの影響により3月以降葬儀規模は縮小傾向（ピーク時は前年比30~40%減とも）
➡ 当社もその煽りをうけた形



- ◆ 『花布団』 ※特許取得 の販売開始による売上・利益UP（2020年8月～）
- ◆ 『どこでも参列』 スタートによる販売チャネルの拡大と売上獲得（2020年9月～）
- ◆ 盛岡・中津川出店による顧客獲得+取扱量拡大（2020年10月・2021年4月～）
- ◆ 既存拠点における取引先拡大
- ◆ 原価率維持～低減（新型コロナによる輸入分の仕入価格上昇への対応）



生花卸売事業

	24期実績 (2020/6)	25期実績 (2021/6)
売上高	2,305	2,408
営業利益	18	30

※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+71百万円 内部売上 → +32百万円
- ・ 内需の回復により市場価格上昇

《営業利益》

- ・ 売上増 + 利益確保に向けた取引に注力し前期比UP

売上高

1,522百万円 (2020/6) ⇒ 1,593 百万円 (2021/6)

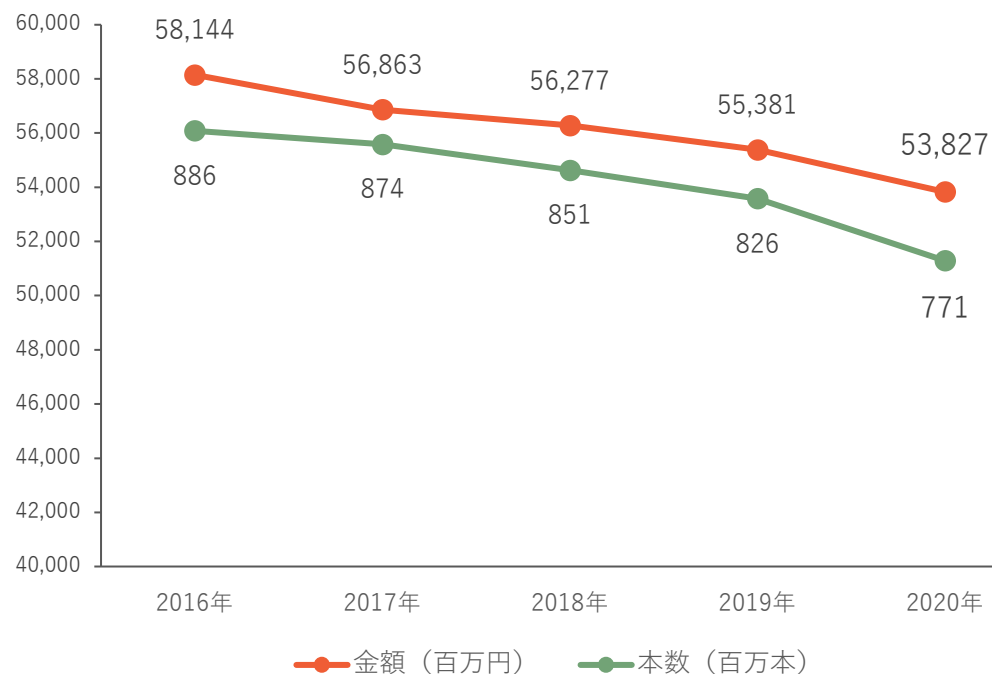
市場販売の強化・効率化、既存顧客売上UP



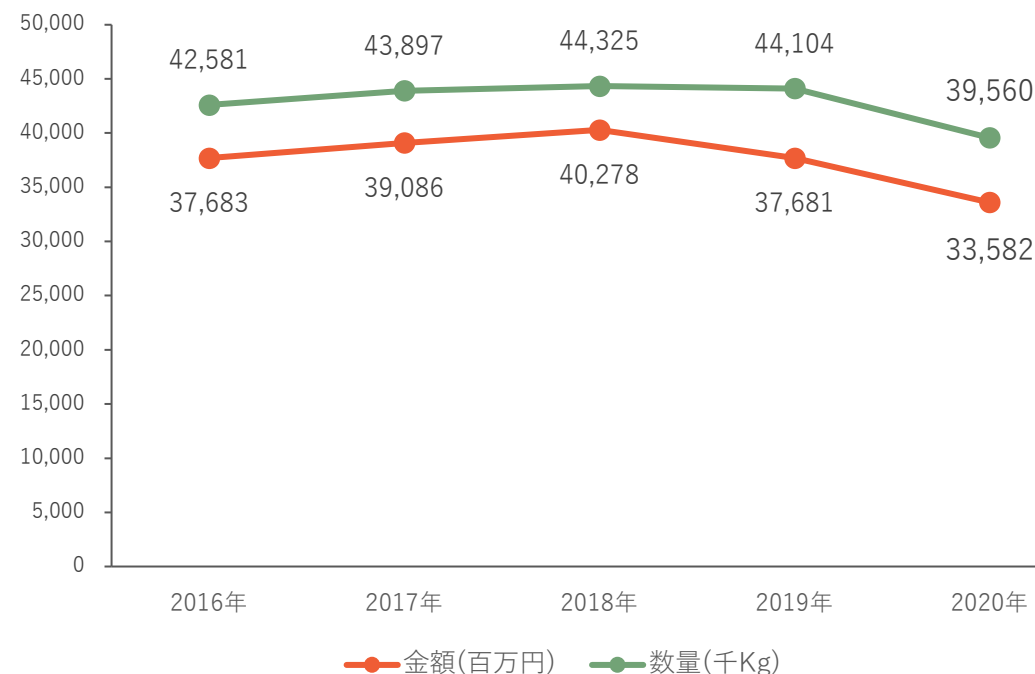
3Q以降内需が回復し増収増益

➤業界動向

生花（切り花）取扱金額・本数の動向



生花（切り花）輸入金額・数量の動向



(出典 東京都中央卸売市場「市場統計情報」)

(出典 農林水産省『農林水産物輸出入情報』)

■2021年6月期下期以降の取組み

① グループ原価率低減・安定化に向けた施策

2020年 4月～ 輸入数量減少により単価上昇 → 2020年12月 暖冬の影響+コロナを警戒し他社が買い控え、やや単価下落

→ 2021年1月 緊急事態宣言の発令により需要は大きく低迷、価格下落 → 2021年3月イベント関連が回復基調、価格持ち直しへ

▶▶ コロナ禍において、単価は不安定な状況が継続



★マイ・サクセス株による委託生産の推進（ex：スプレーギクの国内産地開拓）→九州他

★海外産キク類の取扱量UP→中国

★新規拠点（関西エリア）、互助会等新規取引先による物量UP→中期目標として実行中

★育種（品種改良）による生産の効率化→長期目標

② ①+売上UPに向けた施策

関西エリアへの拠点展開

マイ・サクセス大阪営業所開設（2021年4月）により新規売上獲得へ

ブライダル装花事業

	24期実績 (2020/6)	25期実績 (2021/6)
売上高	334	242
営業利益	△26	△62

《売上高》

新型コロナの影響大きく前期比減

- ・ブライダル → 新規式場との契約獲得も、全般では婚礼の延期（進行期では改善傾向）
- ・リテール → SHOPへの来店客減少、母の日においてECがやや苦戦、グリーンレンタル事業スタート

《営業利益》

前期比減

- ・ブライダルの売上減、ECの売上伸び悩みが影響
- ・グリーンレンタルの利益貢献は限定的（顧客は増加中）

売上高 334 百万円 (2020/6) ⇒ 242 百万円 (2021/6)

➡ コロナ禍の影響で婚礼が軒並み延期され、売上減

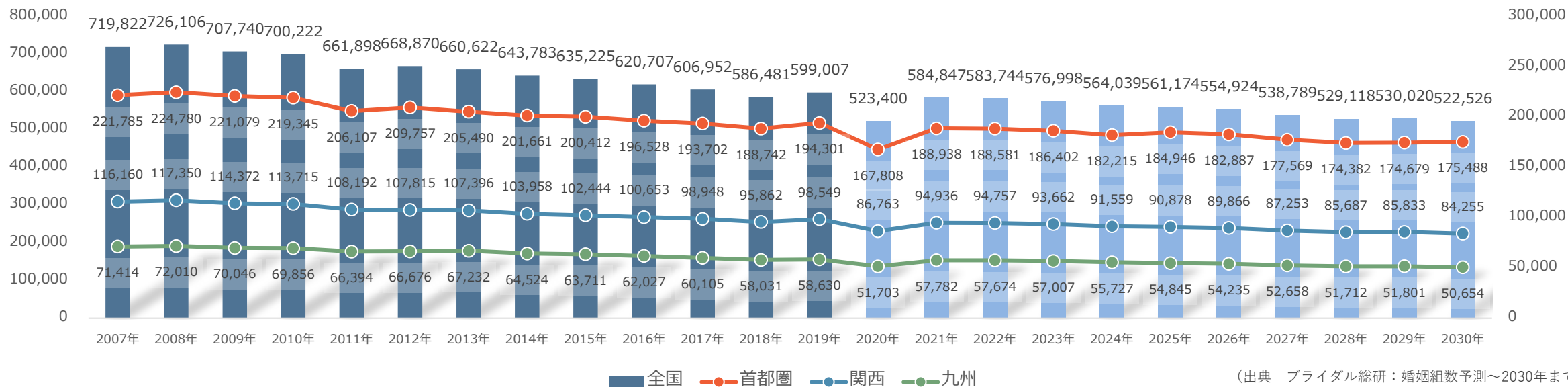
今後 ➡ 新型コロナ第5波により先行きは不透明ではあるが、やや回復傾向にあるブライダル+新規事業（グリーン事業）等による売上確保へ

➤ 業界動向

2020年は急減→回復後なだらかな減少へ

婚姻組数の推移

(単位：組)



(出典 ブライダル総研：婚姻組数予測～2030年まで)

■2021年6月期下期以降の取組み

《人件費の効率化》

■人事制度変更

地域限定正社員制度・フレックスタイム制の導入

- ・地域限定社員への大幅移行による基本給部分の減少
- ・フレックスタイム積極活用による残業の削減⇒ブライダルは週後半に業務が集中するため、婚礼件数の回復により更なる効果も

▶▶ 平均17%程度の残業抑制効果

《コロナ禍・アフターコロナに向けた取組み強化》

■取引先は順調に増加⇒コロナの回復状況に応じ売上の回復も見込む ▶▶ 4Qでは3Q比で回復率は約20ポイント上昇

■新郎新婦との打合せをオンライン化 ▶▶ 小規模な式には効果あり

■高単価のオーダーメイド商品⇒コロナによる収入減に対応した低価格パッケージの商品開発 ▶▶ 全体の15%を目標

▼
婚礼1組に掛かる労働時間の短縮を図る

その他事業

	24期実績 (2020/6)	25期実績 (2021/6)
売上高	451	451
営業利益	△15	△8

《売上高》

- ・ SHF → コロナ禍による葬儀社向けシステム販売が低調
- ・ セレモニーサービス → 飲食部門が売上減
- ・ キャリアライフサポート → 就労継続支援事業は好調

《営業利益》

- ・ 就労継続支援事業の増収増益、農業の収益改善により前期比増

■ **売上高** 451 百万円 (2020/6) ⇒ 451 百万円 (2021/6)

➡ **前期比で横ばい**

《主な増減》

(株)SHF

システム開発事業

325百万円 ➡ **324百万円**

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業

55百万円 ➡ **59百万円**

(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

71百万円 ➡ **68百万円**

■2021年6月期の取組み

《主要施策》

(システム開発)

SHF

- IoT・AIビジネスへの参入と中核事業化
- 商品化へ向け開発進行中

(冠婚葬祭企画・コンサル)

セレモニーサービス

- 施行件数の更なるUPと販売チャネル拡大（Online化等）
- 会員制＋新プランスタート・式場の改装

(就労継続支援)

キャリアライフサポート

- 既存取引先からの受注拡大、新規取引先獲得・利用者数UP
- いずれも順調に推移

(農業：花卉生産)

アグリフラワー

- 生産量UP＋生産コスト削減（継続）、コロナ禍の状況に対応した生産
- 生産量はUP コスト効率化は継続課題

03. 株主還元等

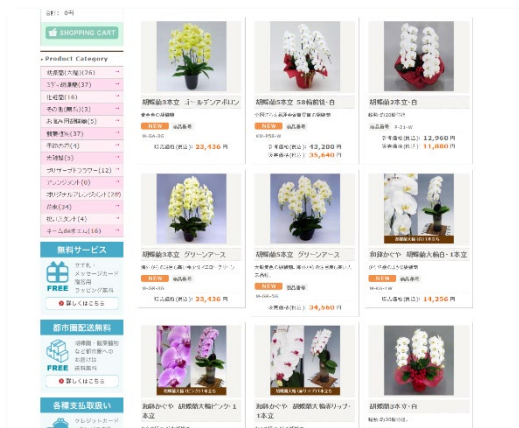
株主優待制度

25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（リモート）

23期より長期保有株主制度がスタート

➡ 3年間継続保有の株主様へ熊本県特産品贈呈



胡蝶蘭・観葉植物購入サイト
(イメージ)



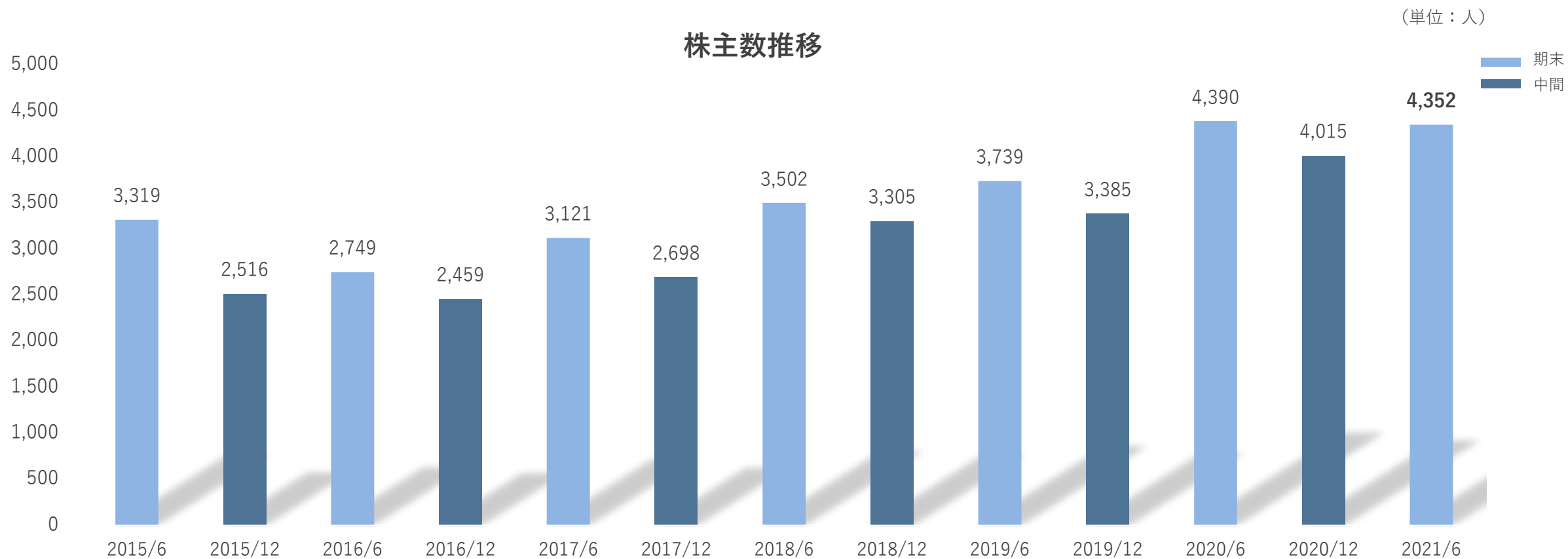
楽天市場内・SHOP
(イメージ)



長期保有株主向け
(熊本県特産品)



フラワーアレンジメント教室
(リモート)



株主数は横ばい
今後も安定株主の確保と、流通株式時価総額UPを目指す。

2022年6月期（第26期）～2024年6月期（第28期）

ビューティ花壇 中期経営計画

2021年8月25日

株式会社ビューティ花壇

前中期経営計画の振り返り

取り巻く事業環境に対する認識

2022年6月期～2024年6月期 中期経営計画

前中期経営計画の振り返り

取り巻く事業環境に対する認識

2022年6月期～2024年6月期 中期経営計画

前中期経営計画の振り返り（連結）

連結損益計算書

（単位：百万円）

	1年目 22期（2018/6）		2年目 23期（2019/6）		3年目 24期（2020/6）		25期（2021/6）
	計画	実績	計画	実績	（修正）計画	実績	実績
売上高	5,748	5,620	5,932	5,874	6,000	5,344	5,348
営業利益	142	167	250	19	140	▲158	▲27
経常利益	137	166	174	30	140	▲149	100
当期純利益	96	77	122	▲5	110	▲222	81
営業利益率	2.5%	3.0%	4.2%	0.3%	2.3%	—	—
経常利益率	2.4%	3.0%	2.9%	0.5%	2.3%	—	1.9%
当期純利益率	1.7%	1.4%	2.1%	—	1.8%	—	1.5%
ROE	17.1%	14.0%	18.6%	▲1.0%	19.8%	▲50.9%	24.0%

※前期（25期）時点において新型コロナの影響により見通しが立たなかったため、本中期経営計画は26期を初年度としております。

前中期経営計画の振り返り（連結）

セグメント別決算概況

（単位：百万円）

セグメント		1年目 22期 (2018/6)		2年目 23期 (2019/6)		3年目 24期 (2020/6)		25期 (2021/6)
		計画	実績	計画	実績	(修正)計画	実績	実績
売上高	生花祭壇	3,382	3,366	3,484	3,369	3,480	3,035	3,060
	生花卸売	2,440	2,225	2,513	2,495	2,500	2,305	2,408
	ブライダル装花	453	408	479	395	431	334	242
	その他	514	430	531	459	482	451	451
	(調整後) 連結	5,748	5,620	5,932	5,874	6,000	5,344	5,348
営業利益	生花祭壇	383	600	396	478	528	250	243
	生花卸売	14	24	14	19	37	18	30
	ブライダル装花	61	15	52	△2	20	△26	△62
	その他	13	△18	13	△23	21	△15	△8
	(調整後) 連結	142	167	250	19	140	▲158	▲27

22期：生花祭壇事業において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、ブライダル装花事業では前期に発生した取引倒産の影響により減収・減益

23期：生花祭壇事業において売上は横ばいも原価率・人件費率上昇により減益、生花卸売事業では新規顧客獲得より増収、ブライダル装花事業ではEC事業が低調に推移し減収

24期：新型コロナウイルスの影響を受け、各事業ともに減収減益に

前中期経営計画の振り返り

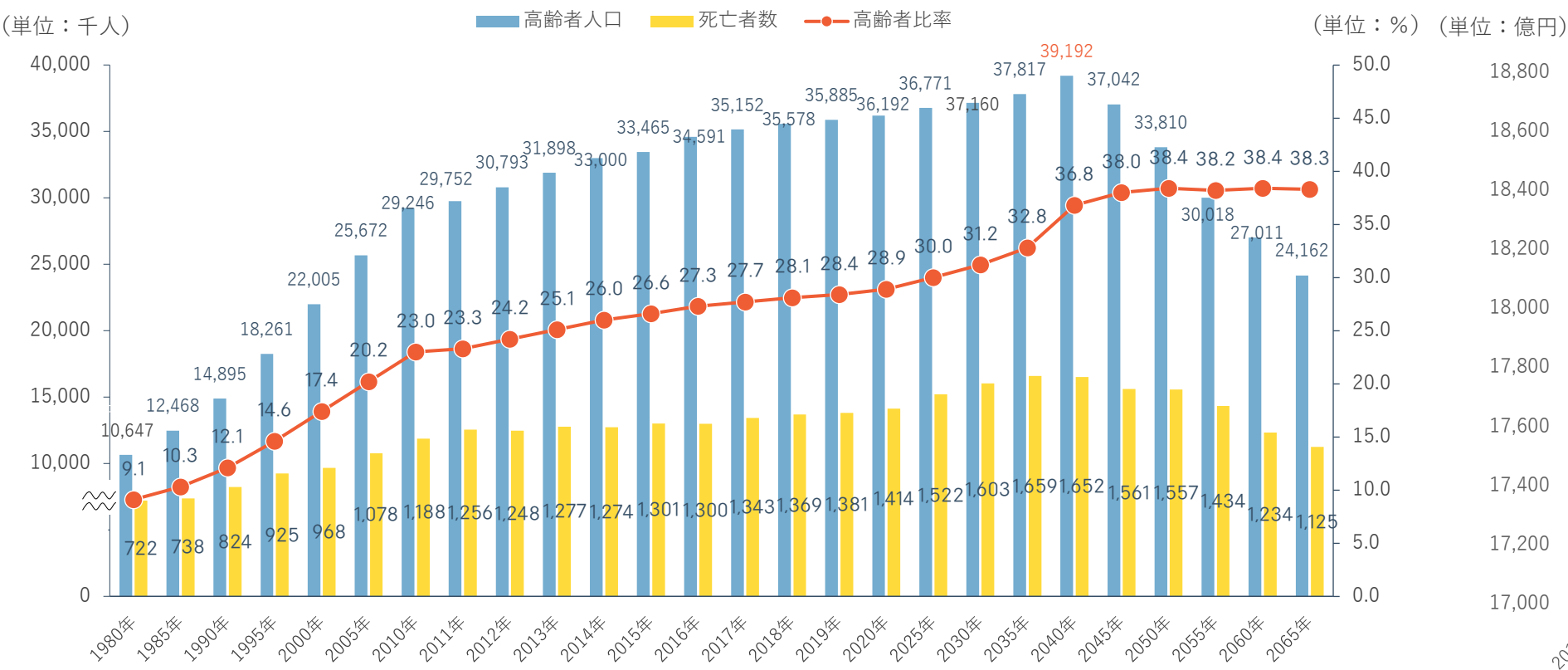
取り巻く事業環境に対する認識

2022年6月期～2024年6月期 中期経営計画

取り巻く事業環境に対する認識

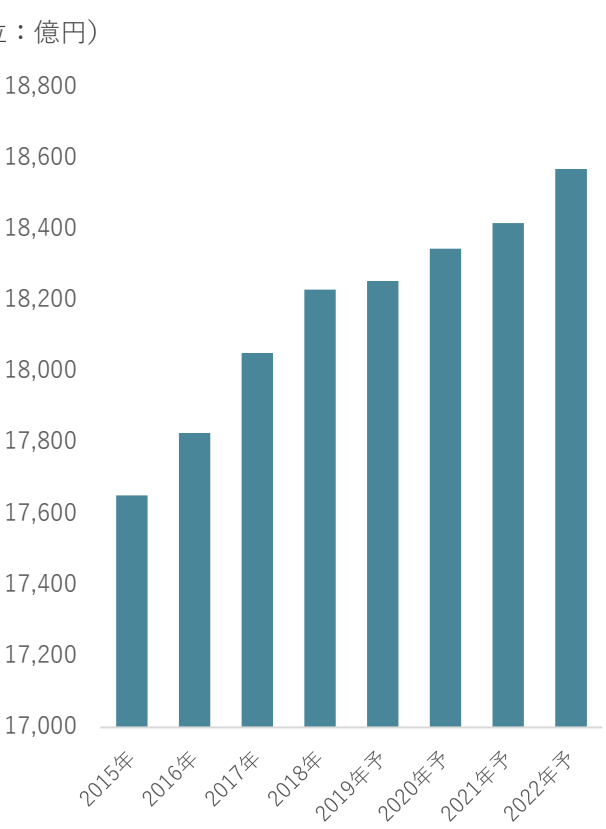
高齢者人口は2040年までは増加。これに伴い死亡者数増、葬儀業界の市場規模の拡大が見込まれる

高齢者人口・死亡者数推移



出典：総務省統計局：人口の推移と将来人口

葬儀業界市場規模

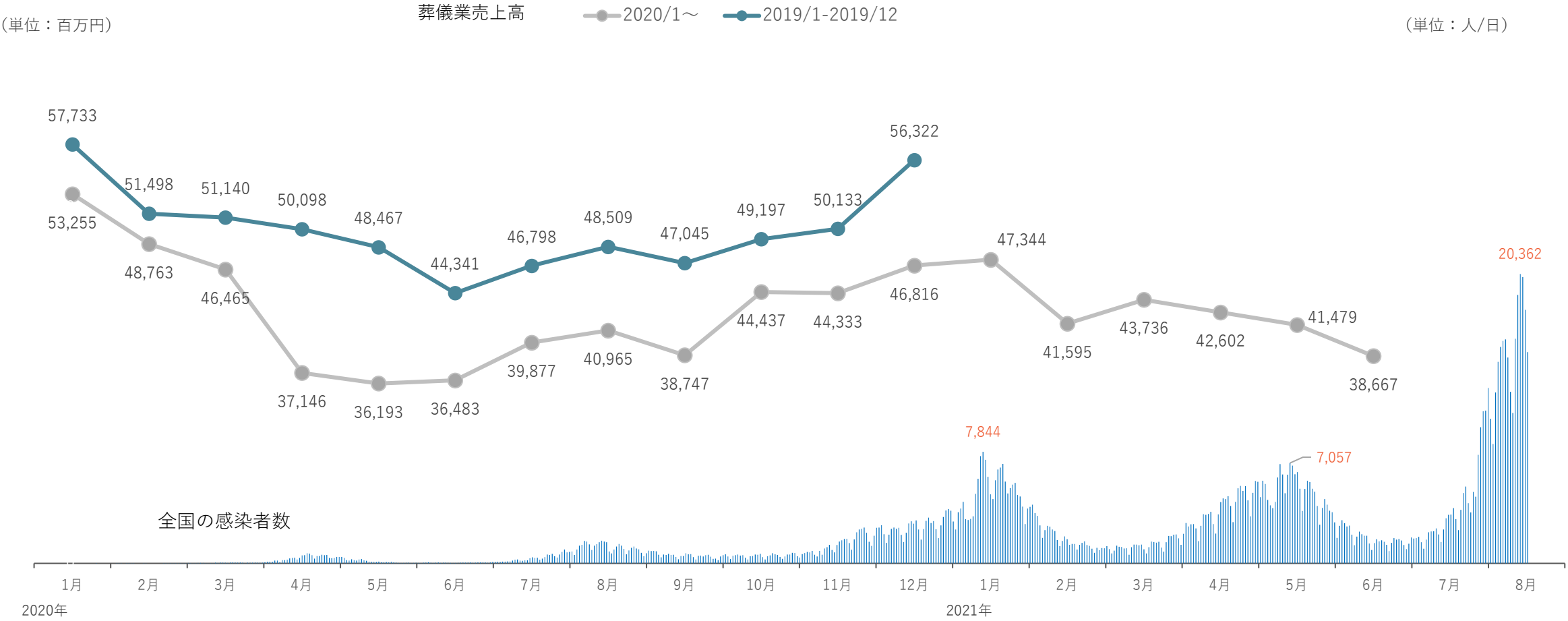


出典：矢野経済研究所
フューネラルビジネスの実態と将来展望2019年版

取り巻く事業環境に対する認識

➡ コロナ禍前の平年（2019年1-12月）と比較すると最大25%～30%程度の売上減に

全国のコロナウイルス感染者数と葬儀業売上高推移



出典 経済産業省：特定サービス産業動態統計調査
厚生労働省：新型コロナウイルス感染症について

取り巻く事業環境に対する認識

生産者の高齢化等によって、作付面積・出荷量ともに年々減少傾向に

■2020年産切り花類の作付面積及び出荷量（全国）

品目	作付面積	出荷量	対前年比	
			作付面積	出荷量
	Ha	千本	%	%
切り花類	13,410	3,252,000	97	93
うち キク	4,314	1,300,000	96	92
カーネーション	262	206,100	97	93
バラ	291	200,800	96	91
りんどう	407	81,700	96	96
宿根かすみそう	196	46,600	101	96
洋ラン類	109	13,200	92	90
スターチス	168	118,000	99	99
ガーベラ	79	127,000	97	93
トルコキキョウ	411	88,000	97	91
ユリ	659	115,500	95	93
アルストロメリア	79	54,300	100	94
切り葉	581	91,900	95	75
切り枝	3,625	206,100	100	100

【フューネラル10品目】

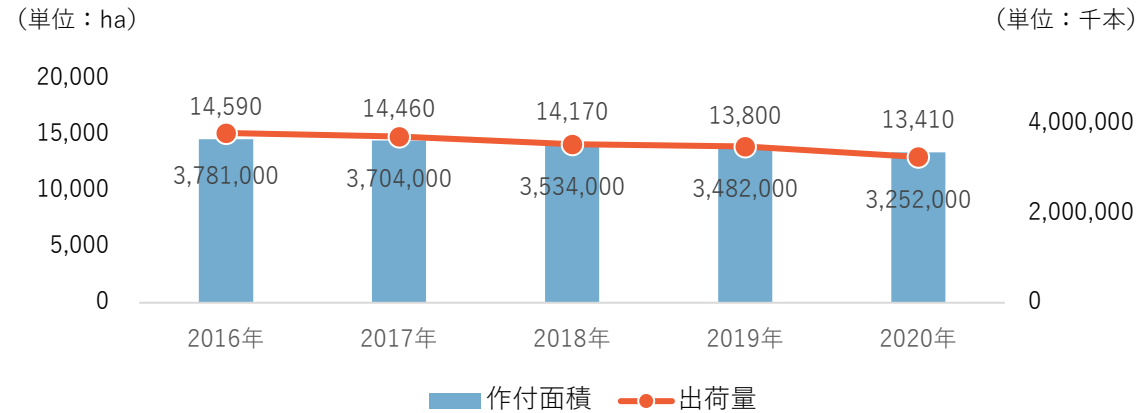
- ・ 菊
- ・ スプレー菊
- ・ カーネーション
- ・ カスミソウ
- ・ トルコキキョウ
- ・ 胡蝶蘭
- ・ スプレーカーネーション
- ・ アルストロメリア
- ・ レザーファン
- ・ ドラセナ

（出典 農林水産省HP）

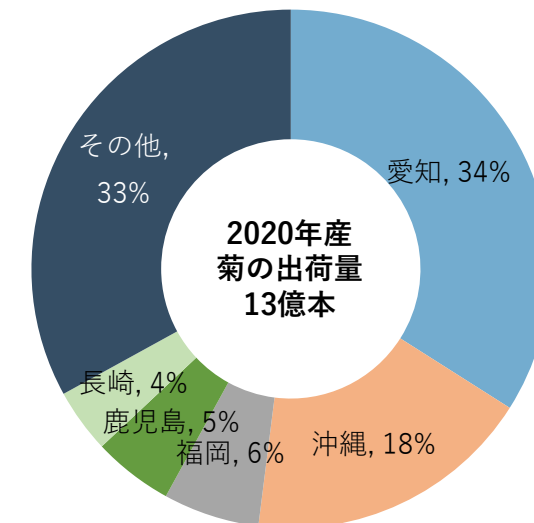
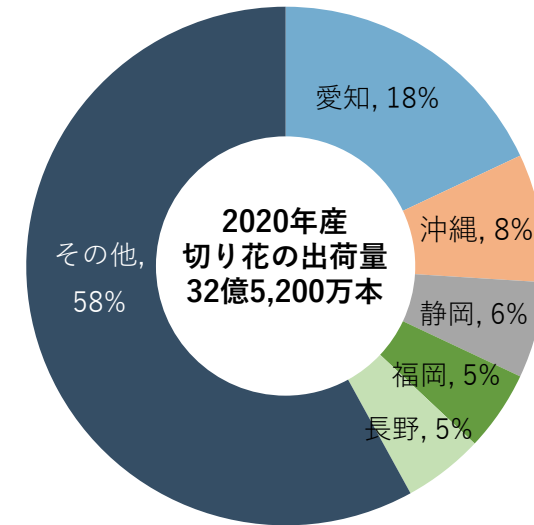
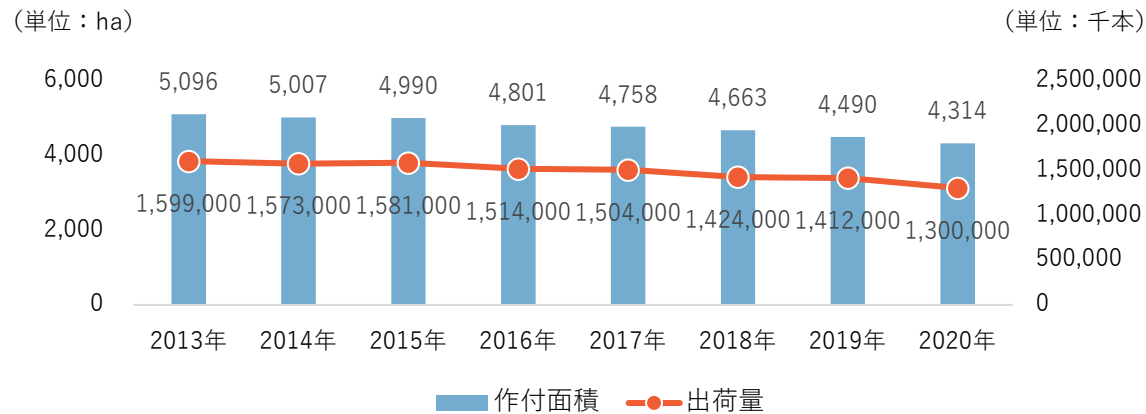
取り巻く事業環境に対する認識

生産者の高齢化等によって、作付面積・出荷量ともに年々減少傾向に

切り花類の作付面積・出荷量



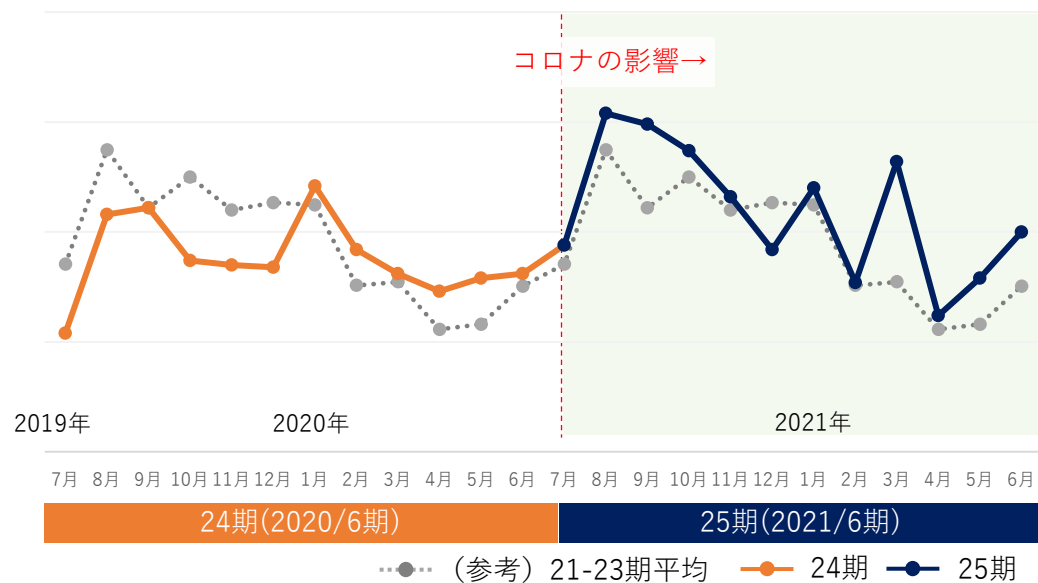
菊の作付面積・出荷量



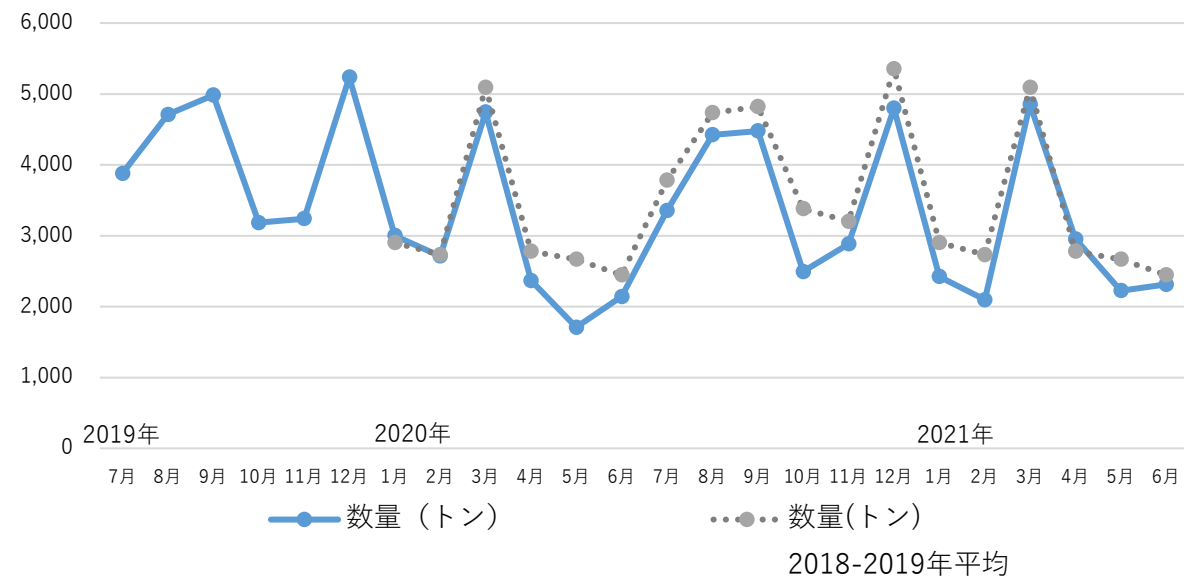
取り巻く事業環境に対する認識

コロナ禍の影響により、諸外国におけるロックダウンや日本へのAIR便の減便・欠航なども重なり、国内の需給バランスが大きく崩れる
船便利用の増加による世界的な海上コンテナの慢性的な不足による海上輸送費の上昇や国内需要・海外の供給の両側面ともに、引き続き予断を許さない状況

ビューティ花壇（単体） 原価率推移



切花輸入数量推移



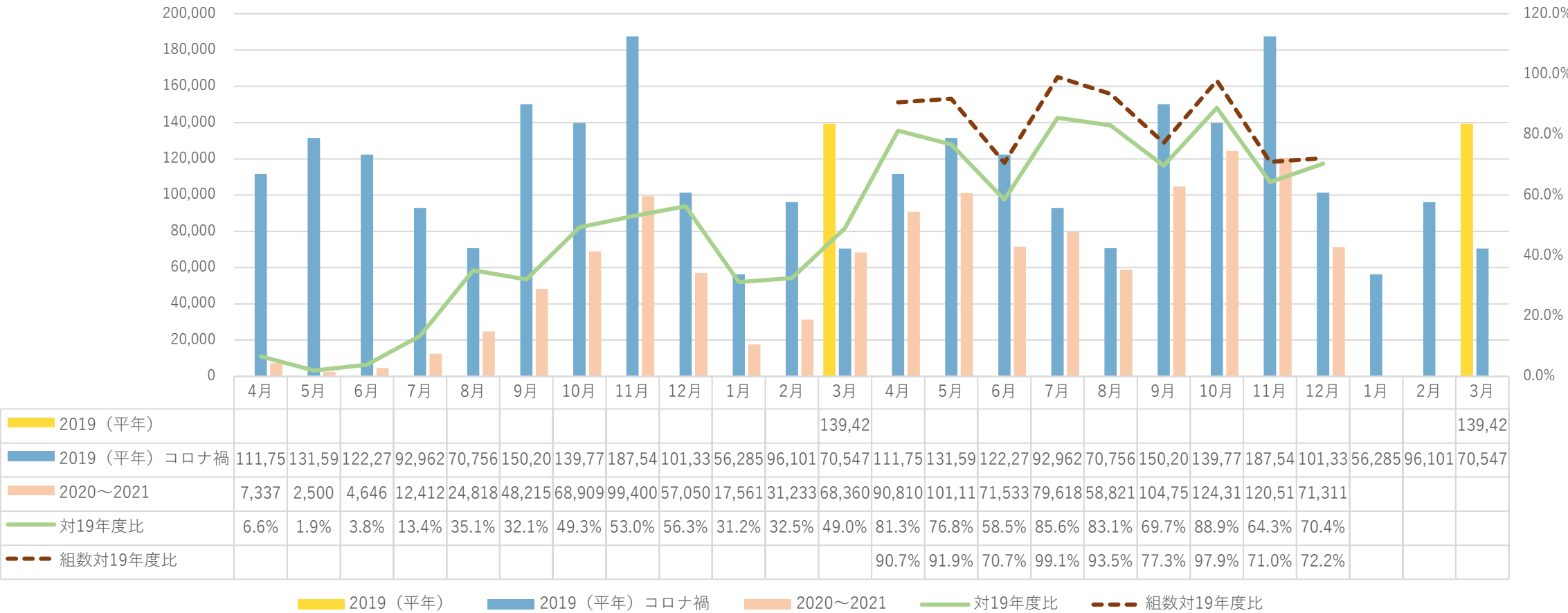
出典：農林水産省『農林水産物輸出入情報』)

取り巻く事業環境に対する認識

業界全体で2020年度（4－3月）は業界全体で、約9,500億円の損失（前年比32.0%）があったものと推計される。2021年5月末累計では約1兆円の損失。2021年度は回復基調にあったが、3度目の緊急事態宣言発出により約400億円の減収が推計されている

単位：百万円

ブライダル業界売上高推移



出典：公益社団法人日本ブライダル文化振興協会
新型コロナウイルス感染症影響度調査結果（0531）

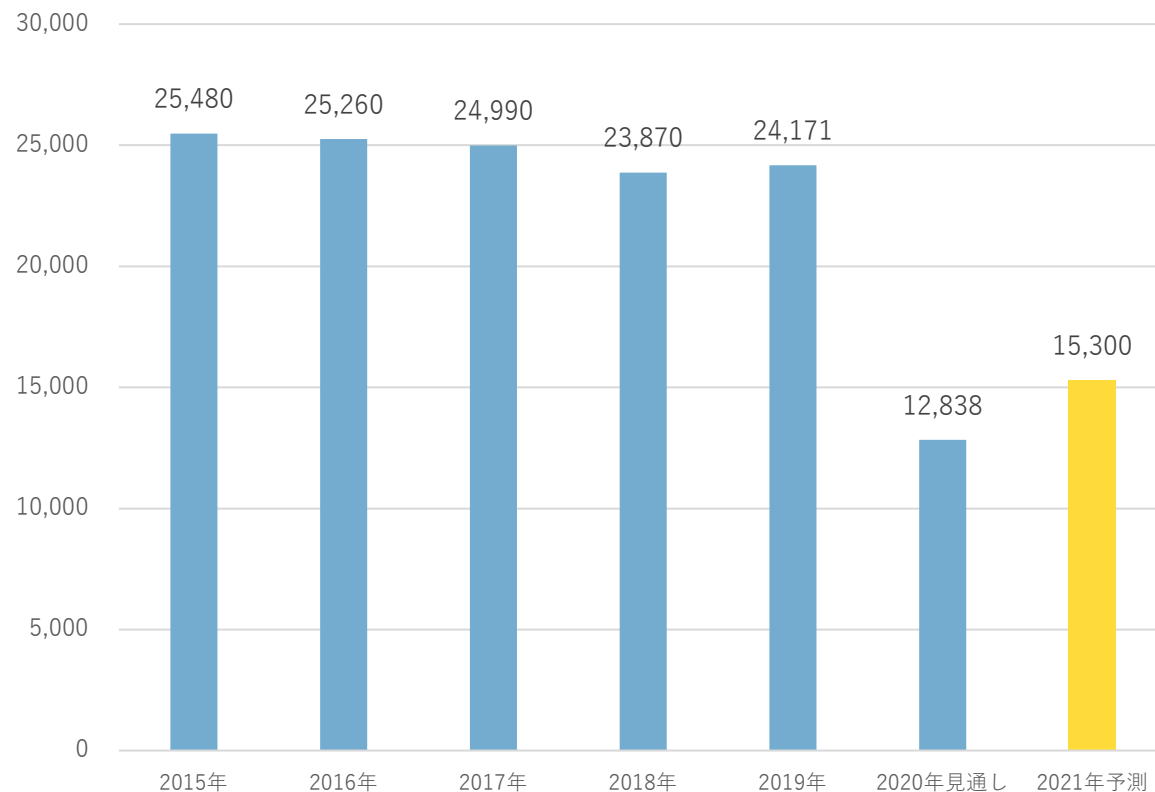
取り巻く事業環境に対する認識



コロナ禍前に決めていた挙式披露宴・披露パーティは、キャンセルよりも延期する件数が多く受注残が積み上がり。新型コロナウイルスの収束状況によっては、受注残となっている挙式の施行や招待客数などへの影響が最小限となることが期待される。ただし市場回復は2022年以降と予測。

ブライダル関連市場規模推移

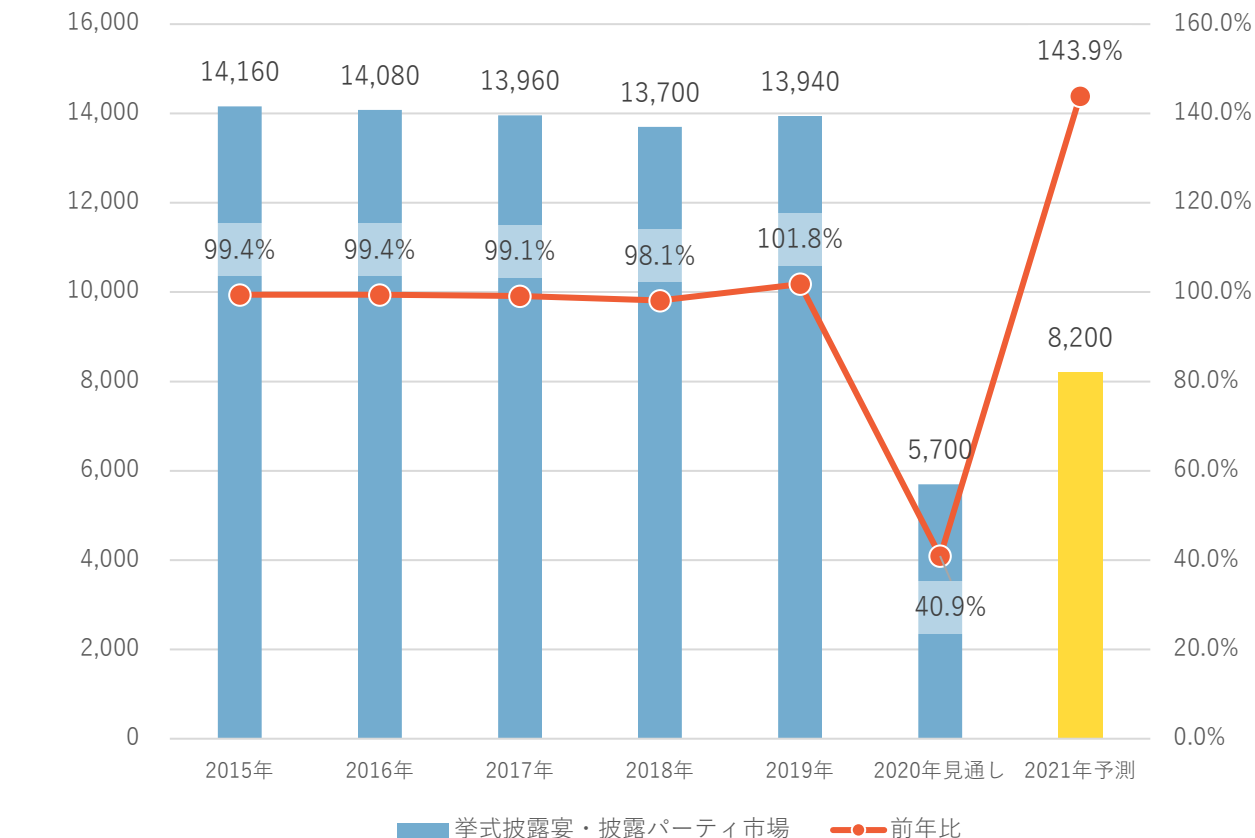
単位：億円



※挙式披露宴・披露パーティ、新婚家具、新婚旅行、ブライダルジュエリー、結納式・結納品、結婚情報サービス・仲介業の主要6分野が対象

結婚披露宴・披露パーティ市場規模推移

単位：億円



前中期経営計画の振り返り

取り巻く事業環境に対する認識

2022年6月期～2024年6月期 中期経営計画

目標数値

2024年6月期（連結）

売上高 61.3億円

営業利益 2.2億円

（単位：百万円）

	売上	営業利益
生花祭壇事業	3,484	416
生花卸売事業	2,569	38
ブライダル装花事業（リテール含む）	465	28
その他の事業	550	22
調整額	△939	△278
合計	6,130	226

内部+外部売上

基本方針・重点戦略

基本方針

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

重点戦略

コア事業での売上拡大

生花祭壇事業・生花卸売事業・ブライダル装花事業における売上拡大

事業基盤強化

グループ運営の最適化・D Xによる業務効率化・人材育成

新サービス開発・新規事業の拡大

花布団・どこでも参列サービスの浸透・拡充とAI・IoTへの参入・クラウドプラットフォームの提供

企業価値向上

ESG・SDG s 視点での経営推進、ステークホルダーエンゲージメントの強化

01 コア事業での売上拡大

生花祭壇事業

エリア展開

- ・既存の拠点をベースとした新たなエリアへの展開
→北東北・新潟・名古屋・中四国・山陰 など

盛岡・長野・岐阜・クレアを中心に実行

既存エリアでの新規顧客獲得

- ・既存顧客の新規式場オープンに合わせた取引獲得
→関西・九州・沖縄 など

大阪・福岡・One Flower・花時を中心に実行

新商品の販売拡大

- ・葬儀単価維持に向けた新商品の提案と販売拡大
→全エリア対象

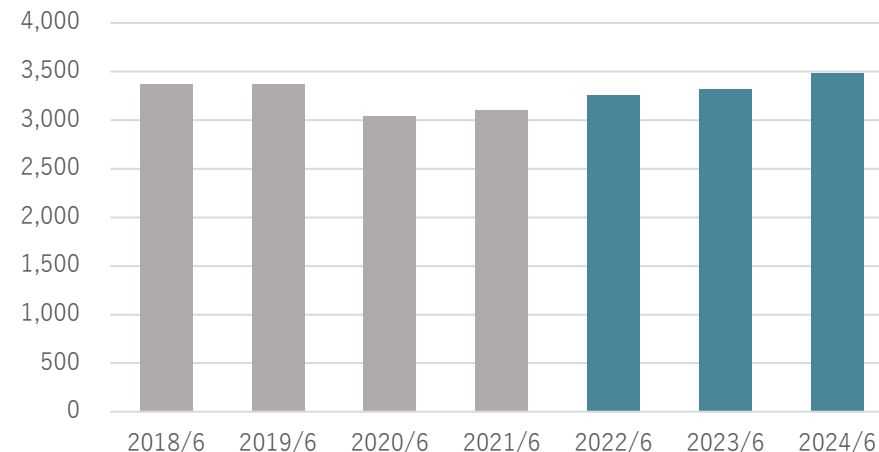
花布団・どこでも参列サービス他新たなサービスを提供



花布団



どこでも参列サービス



01 コア事業での売上拡大

生花卸売事業（+農業）

外部販売増による売上UP

- ・関西エリアでの新規売上獲得
- ・フューネラル花材の定期取引の獲得

物流網の構築・整備

- ・ビューティ花壇グループの拠点（関東・関西・九州）を軸とした物流の検証・構築

花卉の安定生産と生産量拡大

- ・生産の効率化と回転率UP
- ・産地の分散化
- ・生産コスト抑制

グループ原価率の安定

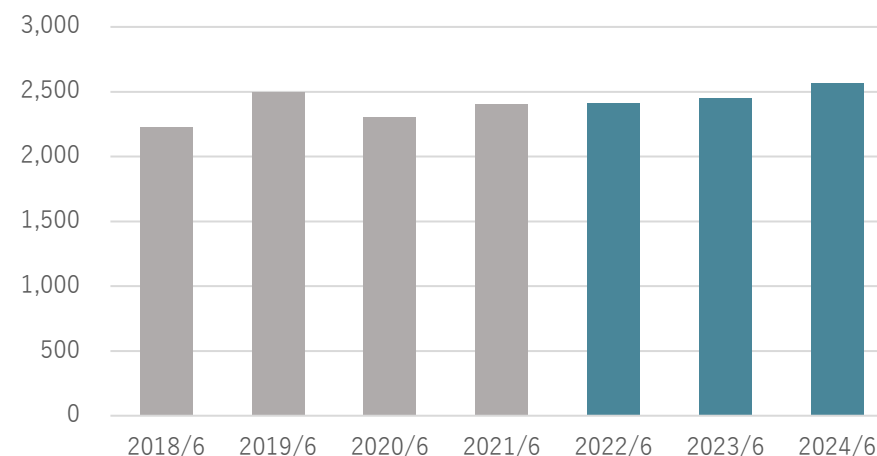
- ・中国の産地との取引増（再開）
- ・国内産地の新規獲得



生産量拡大
(アグリフラワー)



中国産地との取引増
フューネラル花材定期取引



01 コア事業での売上拡大

ブライダル装花事業 (+EC・リテール)

既存顧客・エリアへの深堀、受注増

- ・ 既存取引先のうち、未対応会場
- ・ 花+その他のアイテムの取扱拡大

新規取引先拡大

- ・ 関東／関西／九州の各ターゲット会場の獲得
- ・ 新商品開発の推進

リテール部門の売上拡大

- ・ SHOP：法人向けサブスクスタート
- ・ EC：新規モール（Amazon・paypayモール）強化
- ・ グリーンレンタル：法人→個人宅の対応へ
- ・ 造園：民間・公共工事ともに受注強化、本格参入へ



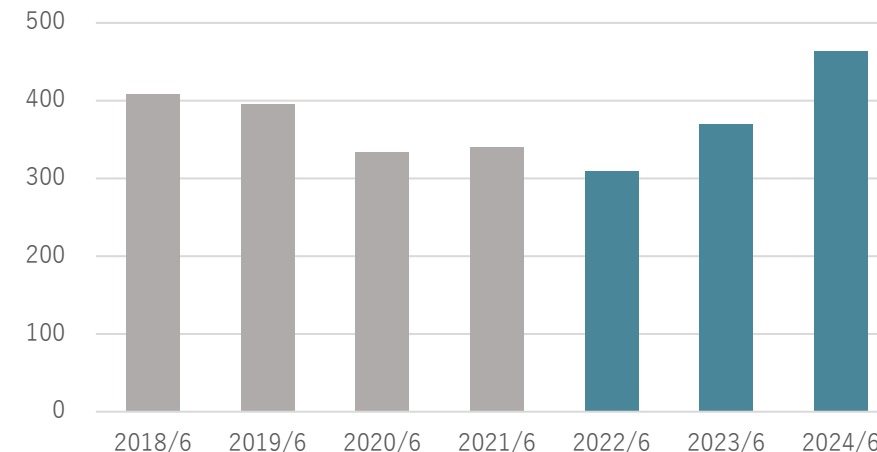
サブスク
※イメージ



ECモール
楽天市場・paypayモール・Amazon



グリーンレンタル



02 事業基盤強化

全ての事業

グループ運営の最適化

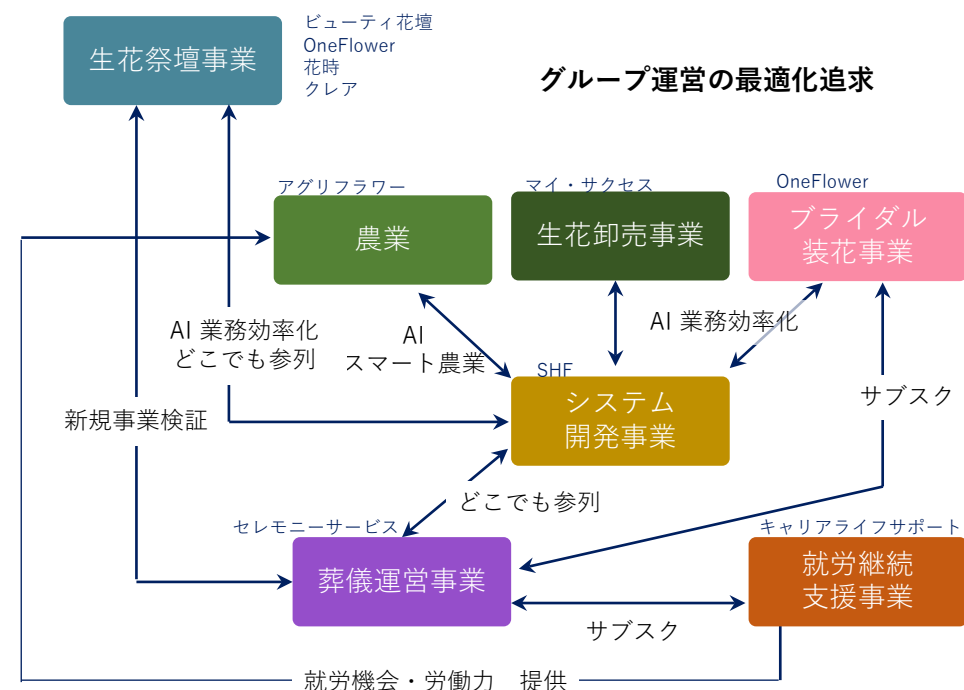
- ・当社グループのノウハウやリソースを組み合わせることにより既存事業領域や新規事業領域でのシナジーを発揮する
- ・グループ内の人材を柔軟に活用できる体制を整備

DX推進による効率化

- ・現業部門のコスト効率化と生産性向上
- ・管理業務の効率化

人材育成

- ・戦略を実現させるためのマネージャー層の育成
- ・多様な人材が活躍できる職場づくり
- ・就労支援事業拡大に向けた人材確保、育成



03 新サービス開発・新規事業の拡大

生花祭壇事業・その他事業（システム開発事業）

花布団の浸透と売上UP

- ・セットプランを中心とした販売強化
- ・SNSを活用しエンドユーザーへ訴求、業界への浸透を図る
- ・関連（シリーズ）商品開発

「どこでも参列サービス」のサービス拡充

- ・訃報案内（＝電子版おくやみ情報）ページ無料提供による販路拡大
- ・新機能追加により、さらなるユーザビリティ向上へ

AI・IoT事業への参入（葬儀業界・その他）

- ・AI→受託開発へ向けた営業強化
- ・IoT→新商品のリリース
- ・企業／大学との連携

クラウドプラットフォームの提供

- ・プラットフォーム提供による顧客（葬儀社）囲い込み



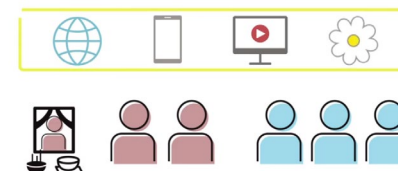
花布団

どこでも参列サービス

供花を注文

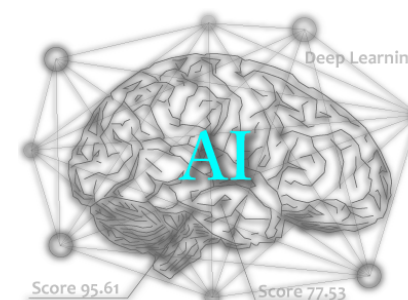


供花を注文する際は 注文ボタンから画面に沿って
必要事項を入力するだけで注文ができ

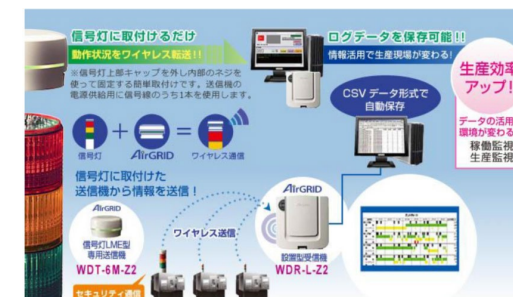


式の視聴のみならず 供花をはじめとした
様々な注文を承るサービスです

どこでも参列サービス



AI開発



IoT開発

04 企業価値向上

ESG・SDGs視点での経営推進

環境 Environment	- 産業廃棄物の適正処理 - 事業活動におけるエネルギー使用抑制 - お客様への環境配慮型商品の提案 - バイコロジー活動	   
社会 Social	- 労働環境の改善や多様な働き方の推進 - 従業員の健康推進 - 人材育成 - 花を通じて豊かなくらしに貢献	    
ガバナンス Governance	- コーポレートガバナンスの強化 - リスクマネジメント - コンプライアンス経営の徹底	 

資本政策・株主還元

- ・ ROEを重要な経営指標とし、株主還元の充実と財務の健全性及び戦略的投資のバランスを最適化することで、企業価値の向上を図る
- ・ 配当性向50%を目標とし、業績に連動した利益還元を目指しつつ安定的な配当の維持に努める。
- ・ 成長が見込める案件へは積極的な投資を実施

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
- ・ 顧客目線での商品づくり
- ・ 働きやすい職場づくり

中期数值目標（連結）

連結損益計算書

（単位：百万円）

	1年目 26期（2022/6）	2年目 27期（2023/6）	3年目 28期（2024/6）
	計画	計画	計画
売上高	5,600	5,760	6,130
営業利益	50	147	226
経常利益	80	136	182
当期純利益	50	111	131
営業利益率	0.9%	2.6%	3.7%
経常利益率	1.4%	2.4%	3.0%
当期純利益率	0.9%	1.9%	2.1%
ROE	11.7%	22.4%	22.7%

経営指標における定量目標 2024年6月期（連結）

ROE20%以上

配当性向50%

自己資本比率20%以上

流通株式時価総額10億円以上

ご視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。