

BEAUTY
KADAN

2016年6月期 第2四半期

決算説明会資料

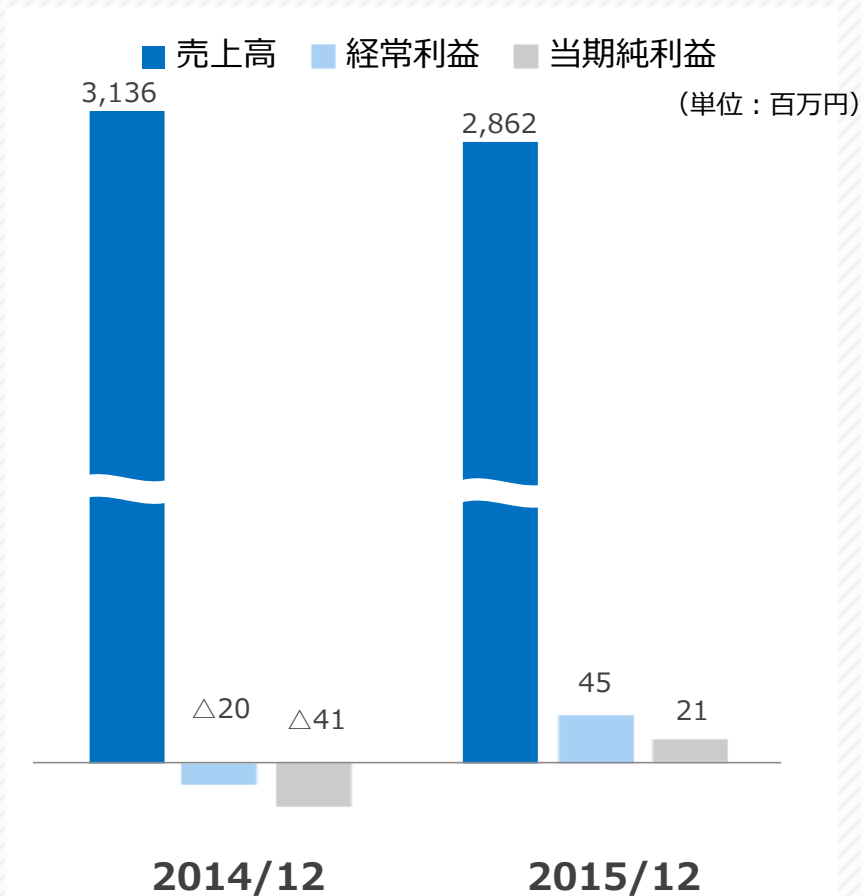
株式会社ビューティ花壇

《証券コード：3041》

- 01. 2016年6月期 第2四半期 業績ハイライト**
- 02. 各事業部における傾向と対策・
中期経営計画 進捗**
- 03. 中期経営計画（概要）**
- 04. 株主還元等**
- 05. 質疑応答**

2016年6月期 第2四半期 業績ハイライト

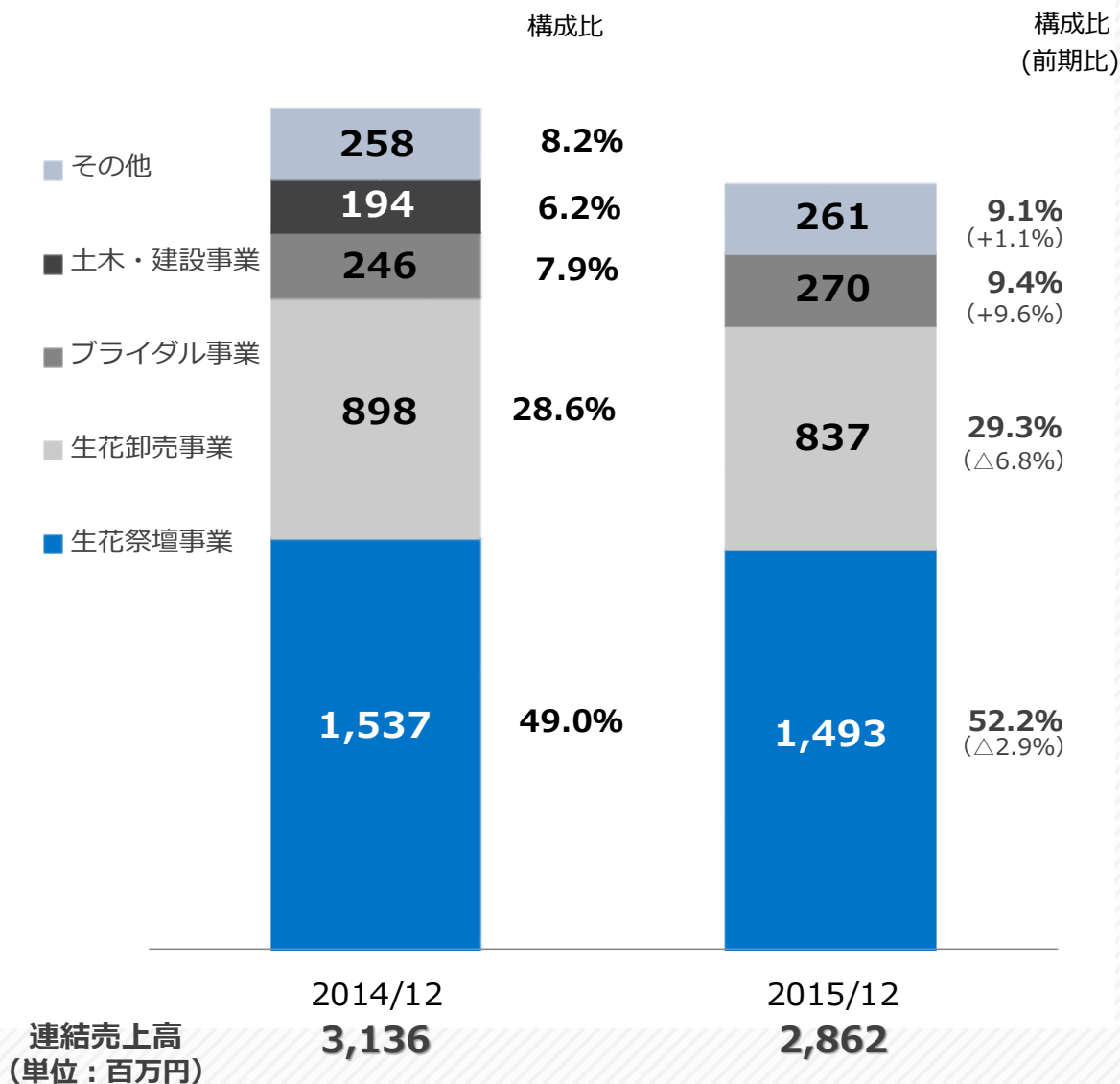
■ 土木・建設事業を譲渡したこと、及び生花祭壇事業の減収により売上減へ。
一方で労務比率の改善等により増益に。



(単位：百万円)

	2015/12	2016/12	前期比	2015/6
売上高	3,136	2,862	8.7%減	6,617
売上原価	2,622	2,331	11.1%減	5,484
売上総利益	513	531	3.4%増	1,133
営業利益	△13	41	—	113
経常利益	△20	45	—	84
当期純利益	△41	21	—	△89

業績ハイライト 「セグメント別売上構成」



ポイント

生花祭壇事業

業界全体的に単価横ばい～下落傾向にある中、受注単価の下落傾向により売上減。

生花卸売事業

子会社マイ・サクセス(株)とのシナジー創出に兆しは見え始めるも顕在化には至らず、売上微減。

ブライダル装花事業

首都圏（豊洲・銀座・葉山）への店舗展開が奏功し、売上増。

土木・建設事業

2015年5月に昇建設の株式を譲渡したことにより、当期よりセグメントから削除。

その他

各事業が総じて売上減。新たに就労継続支援事業を追加。

業績ハイライト 「セグメント別決算概況」

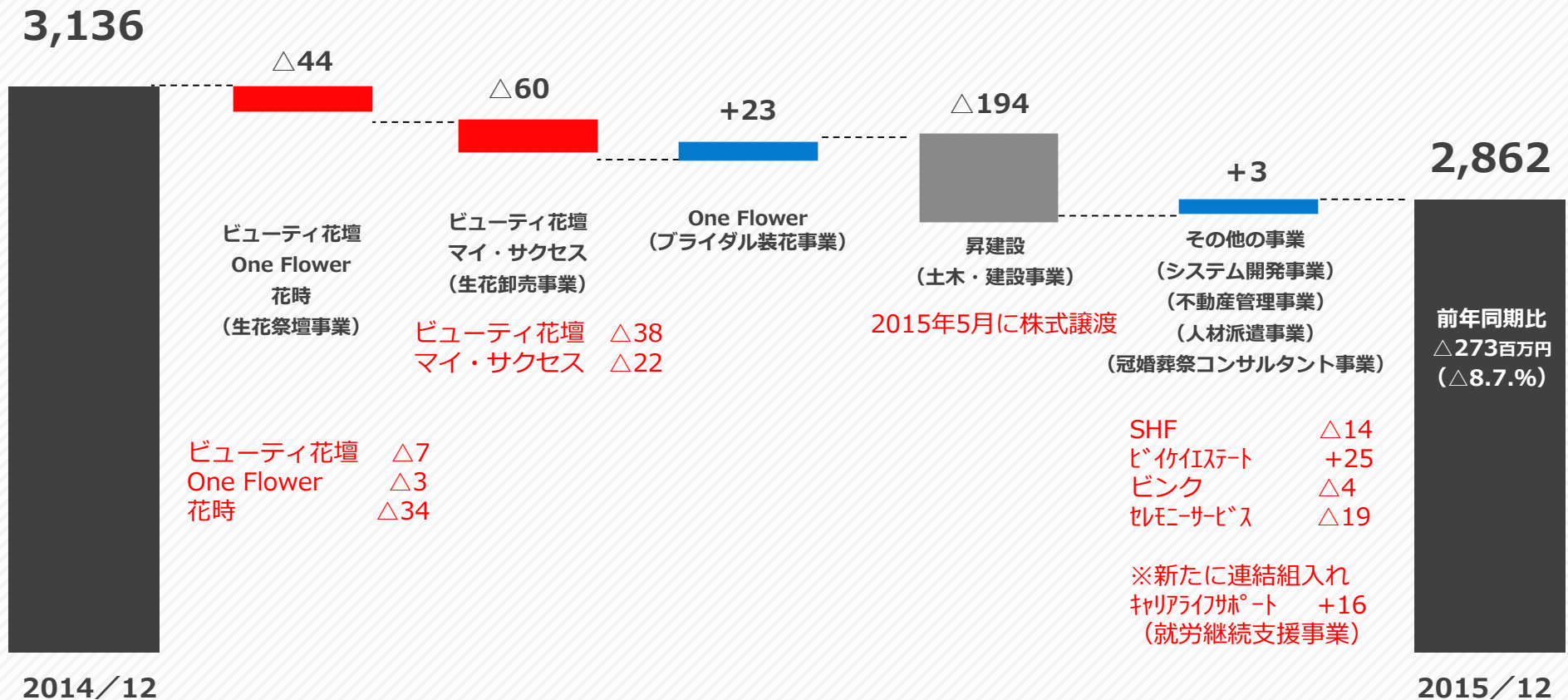
(単位：百万円)

	2014/12		2015/12		前期比		2015/6	
	売上高	営業利益	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	1,537	65	1,493	129	△2.9%	+98.3%	3,171	191
生花卸売	898	64	837	58	△6.8%	△8.4%	1,860	146
ブライダル装花	246	39	270	45	+9.6%	+17.8%	475	52
土木・建設	194	△20	—	—	—	—	560	25
その他	258	18	261	△3	+1.1%	—	549	14
調整額	—	△180	—	△188	—	—	—	△316
計	3,136	△13	2,862	41	—	—	6,617	113

生花祭壇事業の減収、前期に土木・建設事業を売却したことにより、売上高は減少。
一方で生花祭壇事業における労務費効率化策が奏功し増益へ。

グループ全社では前期比**8.7%減**の**273百万円**の減収

(単位：百万円)



業績ハイライト «連結貸借対照表»

単位：百万円

	2015/6		2015/12		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額
資産の部					
流動資産	2,360	69.3%	2,364	69.7%	+4
固定資産	1,044	30.7%	1,028	30.3%	△15
資産合計	3,405	100.0%	3,393	100.0%	△11
負債の部					
流動負債	2,094	61.5%	1,792	52.8%	△301
固定負債	758	22.3%	1,045	30.8%	286
負債合計	2,853	83.8%	2,837	83.6%	△15
純資産の部					
株主資本	532	15.6%	540	15.9%	+7
その他の包括利益累計額	13	0.4%	8	0.3%	△4
新株予約権	5	0.2%	6	0.2%	0
非支配株主持分	0	0.0%	0	0.0%	0
純資産合計	552	16.2%	555	16.4%	+3
負債純資産合計	3,405	100.0%	3,393	100.0%	△11

業績ハイライト «連結キャッシュ・フロー計算書»

(単位：百万円)	2014/12	2015/12
営業活動によるキャッシュ・フロー	90	△146
投資活動によるキャッシュ・フロー	97	△33
財務活動によるキャッシュ・フロー	133	123
現金及び現金同等物に係る換算差額	2	△2
現金及び現金同等物の増減額	324	△58
現金及び現金同等物の期首残高	789	1,548
現金及び現金同等物の期末残高	1,113	1,489

ポイント

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、売上債権の増加額113,122千円、仕入債務の減少額87,873千円及びその他負債の減少額146,874千円（いずれも資金の獲得）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19,118千円及び保険積立金の積立による支出17,712千円によるもの。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純増160,134千円によるものであります。

1. キャッシュ・フローの推移

(単位：百万円)

項目	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
①営業CF	171	223	395	▲ 29	262	▲146
②投資CF	▲ 115	▲ 240	▲ 256	▲ 243	135	▲33
③フリーCF①+②	56	▲ 17	139	▲ 272	397	▲179
④財務CF	2	31	57	229	356	123
現金及び現金同等物の期末残高	515	528	773	789	1,548	1,489

2. 当座比率の推移

当座比率	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	159.0%	115.4%	93.7%	80.9%	103.2%	119.9%

3. 固定長期適合率の推移

固定長期適合率	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	58.2%	81.2%	97.5%	116.3%	79.7%	64.3%

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15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	259	683	619	910	525	722
					前期差	197

5. EBITDAの推移

(単位：百万円)

EBITDA	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	214	178	221	90	181	67

6. EBITDA／総資産

EBITDA／総資産	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	13.6%	9.0%	8.9%	3.2%	5.7%	2.0%

7. EBITDA／自己資本

EBITDA／自己資本	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期	第20期 2Q
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6	H27.12
	40.7%	29.6%	32.2%	13.1%	30.4%	12.0%

各事業部における傾向と対策・ 中期経営計画 進捗

生花祭壇事業 «傾向と対策»

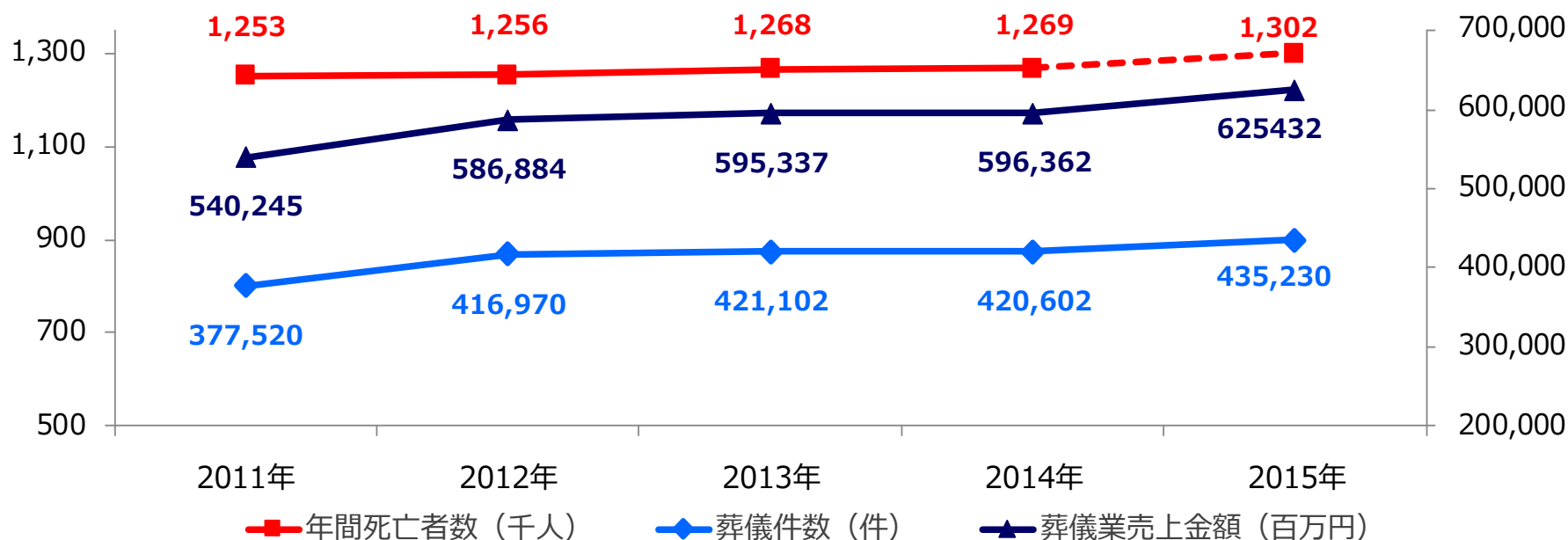
生花祭壇事業 (1,537百万円 (2014/12) ⇒ **1,493**百万円 (2015/12))

➤ 業界動向①

葬儀業全体の売上単価は、ほぼ横ばいで推移

2014年度 (2014/1～2014/12) : @1,418千円
2015年度 (2015/1～2015/12) : @1,437千円

葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向

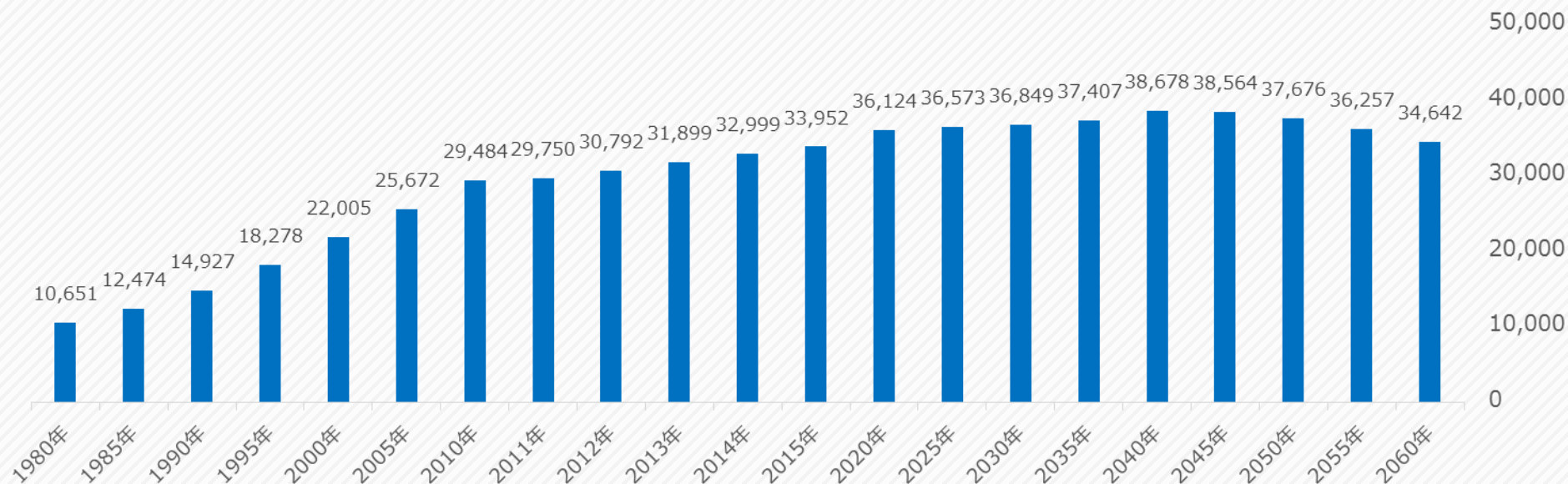


(出展 厚生労働省：人口動態統計月報年計
経済産業省：特定サービス産業動態統計調査)

➤業界動向②

高齢者人口推移（1980～2060年）

（単位：千人）



（出展 国立社会保障・人口問題研究所）

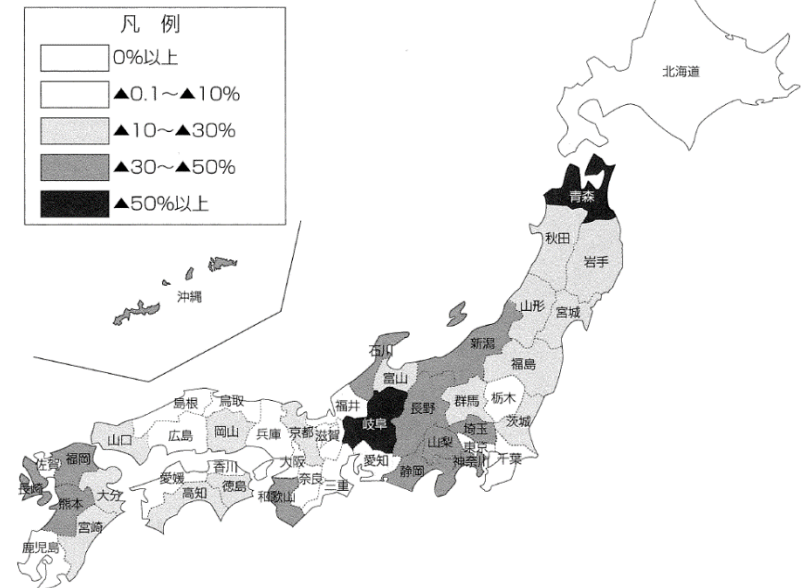
65歳以上の高齢者の比率は、1980年で9.1%であったものが2014年では26.0%に。今後2040年までは増加傾向にある。

➤ 業界動向③

葬儀業者の売上増加率では、約70%の都市が低下へ

- ▶ 全国的にみると、『東』のエリアで減少傾向が顕著に。（東京は増加）
- ▶ 一方、近畿、中・四国の都市では増加傾向がみられ、『西』のエリアでは減少傾向は緩やか。
- ▶ 人口構造によるところは大きいものの、取扱件数が増加した都市では、売上高が増加傾向に。

図表9 都道府県別1事業所当たり売上高増加率マップ



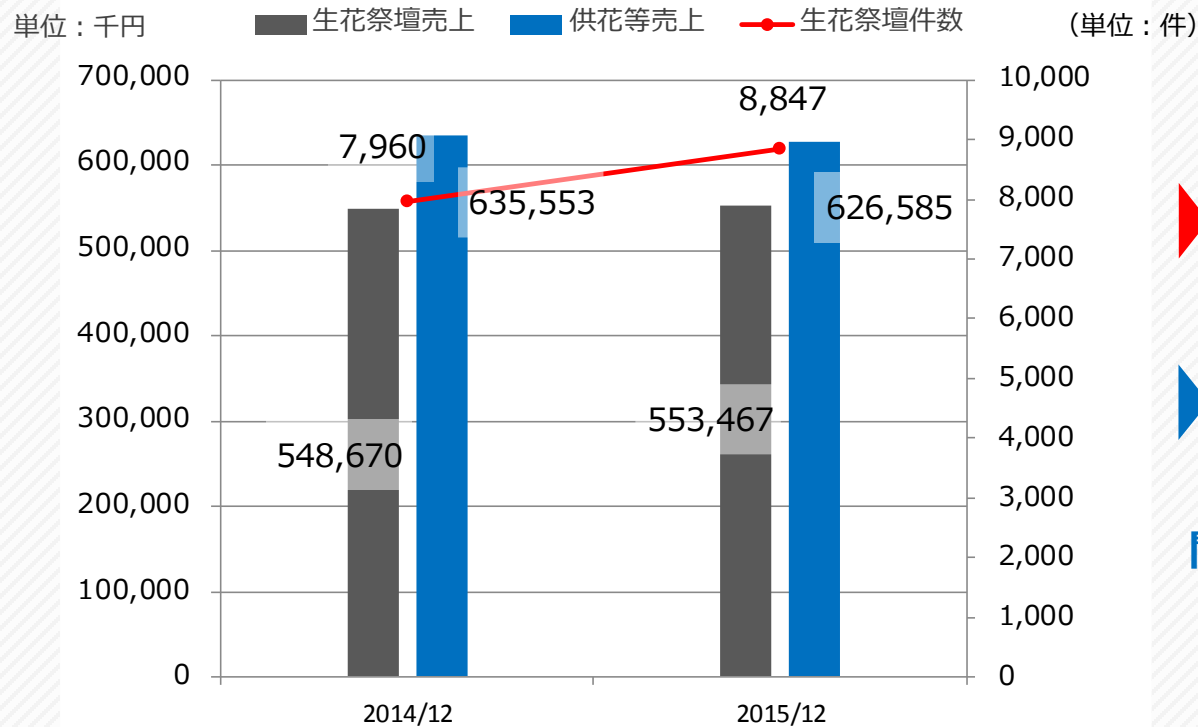
（出展 月刊フューネラルビジネス 2016.01）

（特定サービス産業実態調査 2015年8月経済産業省発表による集計）

人口構造の要因だけではなく、葬儀の構造自体が変化し、直葬などにより取扱件数が減少する局面へ

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

68,928円 (2014/12)
⇒62,559円 (2015/12)

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

66,456円 → 59,306円

単価の下落傾向は変わらず。

生花祭壇事業 分析（単体）

■ 売上減の要因

関東エリアにおける、葬儀の小規模化、生花祭壇価格の下落による影響
関西エリアにおいても、葬儀の小規模化傾向が見受けられる

関東エリア

※売上高には供花等も含む。

	2014/12	2015/12	増減
売上高（百万円）	713	719	+0.8%
顧客数（社）	586	571	△2.6%
施行件数（件）	3,747	4,267	+13.9%

その他エリア

売上高（百万円）	仙台	166	169	+0.9%
	西日本	323	309	△4.5%
顧客数（社）	仙台	68	75	+10.3%
	西日本	163	151	△7.4%
施行件数（件）	仙台	1,465	1,654	+12.9%
	西日本	2,703	2,789	+3.2%

※西日本：大阪支店・福岡支店

◆業界のコストリーダーに

商品レンタル等、顧客ニーズを積極的にフォローするサービスの提供、
ツール開発及び加工物流センターの活用による低コスト祭壇開発への取り組みの実施

➡ 労務費率の改善により、低コスト体質への変革は徐々に奏功。

◆生花店ネットワークの構築

集約化⇒大手競合他社を含む他生花店との連携を進めることにより、
主として関東においてエリア・ドミナント戦略を推進する。

→既に実施している取り組み：他社と連携したフローラルフォームの共同購入

➡ 鋭意検討中。

◆タブレット端末を活用した営業戦略

SHFと連携したタブレット端末による営業戦略で顧客の囲い込みを図り、
ストックビジネス化を一層進めると同時に、コストの低減、営業効率の向上を図る。

- ①カタログ等紙媒体の印刷コストが不要、かつリアルタイムでの商品企画等提案が可能。
- ②グループ企業間のシナジー効果により組織横断的な営業が可能。
- ③ユーザー様（葬儀社様）にとっては、エンド・コンシューマー様に対するご提案・
オーダーをシームレスに行えるメリットが得られる。

➡ SHFと共同で検証中

生花卸売事業 (898 百万円 (2014/12) ⇒ **837** 百万円 (2015/12))

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

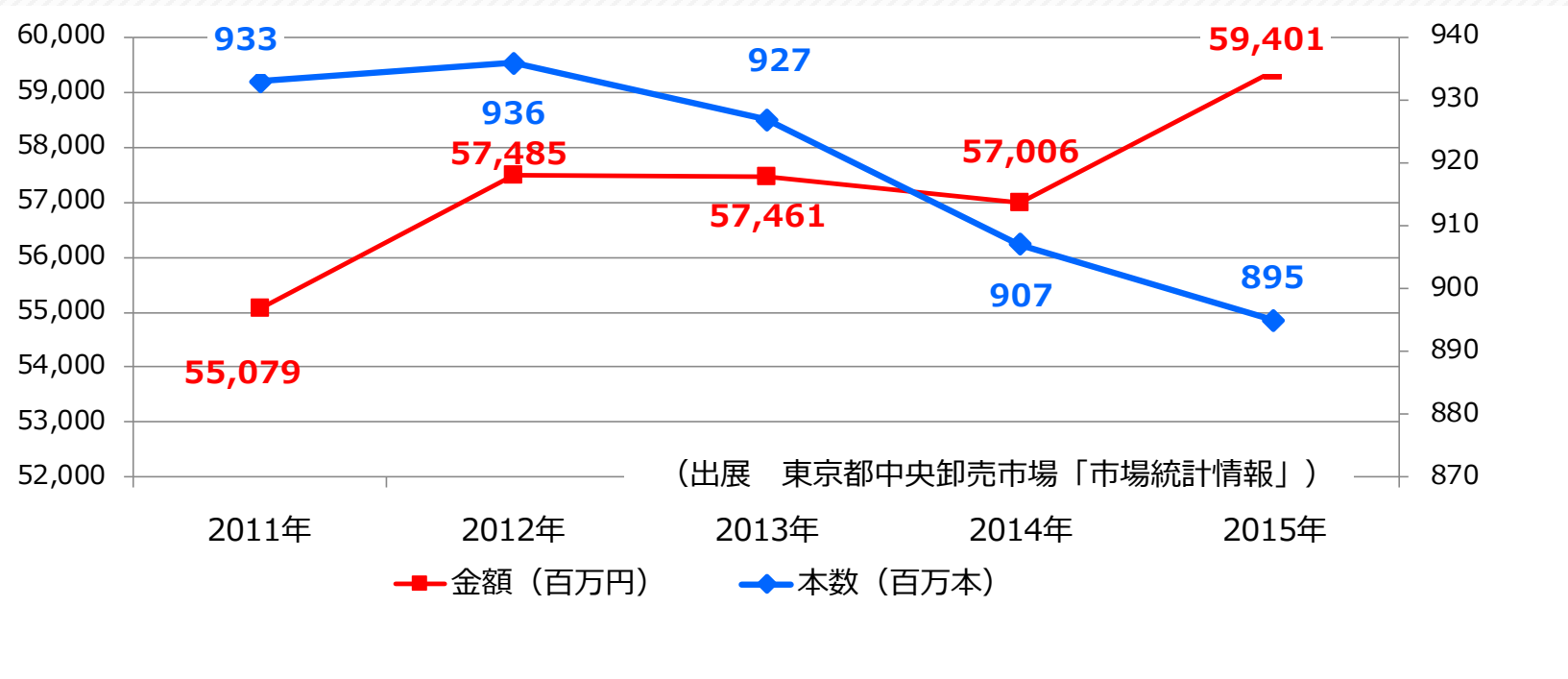


マイ・サクセス(株)とのシナジー創出に向けた
施策を実行中も、売上は微減

➤ 業界動向

年間ベースでは取扱本数減も、菊類の単価UP (52円⇒58円) 等により取扱金額は増加。

生花（切り花）取扱金額・本数の動向



生花卸売事業

(単体)

売上順位	前期比増減
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

既存顧客への販売促進強化による掘り起こし継続も売上高は微減。輸入業務移管により、単体も減少。

◆上位10社売上合計

151百万円



130百万円



花束加工会社との共同仕入れ終了により上位10社の売上は減少。



一方で、販売促進強化により新規顧客獲得。



は新規顧客



引き続き既存顧客の掘り起こし・新規顧客獲得によるシェアアップへ及び、マイ・サクセスとのシナジーによる売上拡大へ。

◆ビューティ花壇流通部門とマイサクセス(株)との連携

- (1) 連携によるシナジー：産地との交渉力向上、販売チャネルの拡充
- (2) 取引高の増加によるスケールメリット → コスト削減
- (3) 海外生産・開発拠点の設置を模索するとともに、輸入比率50%を目指す。

 実行中

◆物流の拡大とコストダウン

(1) Input

海外・国内(傷み易く輸入が困難な白バラ等は国内で生産)における産地開発、生花の生産。

(2) Flow

大規模物流拠点を活用した取扱量増加によるスケールメリットによって、コストを抑制し、利益率を向上させる。

(3) Output

生花祭壇事業におけるタブレット端末を利用した営業戦略及び、取扱物量の増加を背景にした営業機能の強化とともに生花店のネットワーク化、海外進出といった販売チャネルの拡充を図る。

(4) Integration

(1)～(3)の戦略を垂直的統合するサプライチェーンにより原価の安定化と、コストダウンを目指す。

■ 物流の拡充 卸売の規模拡大

当社流通部門とマイサクセスの連携による事業シナジーの増大を図る

海外、国内での事業の垂直統合により、花に関する付加価値の連鎖を創出する
サプライチェーンの構築



大規模な物流拠点を設け、大量物流を実現



生産から加工、販売を統合する業務展開により事業の六次化を図る

このサプライ・チェーンの基盤の担い手として就労支援（キャリアライフサポートとのシナジー）
及び外国人労働者を積極的に雇用する。

六次化とは⇒第一次産業である農林水産業が、農林水産物の生産だけに止まらず、それを原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園のような地域資源を生かしたサービス等、第二次産業や第三次産業にまで進出すること。

子会社（株式会社アグリフラワー）設立（2016年2月4日リリース）

名 称	株式会社アグリフラワー	
所在地	千葉県成田市前林 8 6 1	
代表者の役職・氏名	代表取締役社長 舩田 正一	
事業内容	花卉の生産・販売	
資本金	500万円	
設立年月日	2016年 2 月 5 日	
大株主及び持株比率	三島 美佐夫	50%
	株式会社ビューティ花壇	25%
	舩田 正一	12%
	その他	13%
事業開始日	2016年7月1日（予定）	

▶▶ 千葉県成田市において、ローズヒップ・バラ・菊等を生産。
3年後売上目標2,300万円

➡ 事業の六次化により、当社グループの更なる競争力強化を図る

ブライダル装花事業 <<傾向と対策>>

ブライダル装花事業 (246 百万円 (2014/12) ⇒ **270** 百万円 (2015/12))

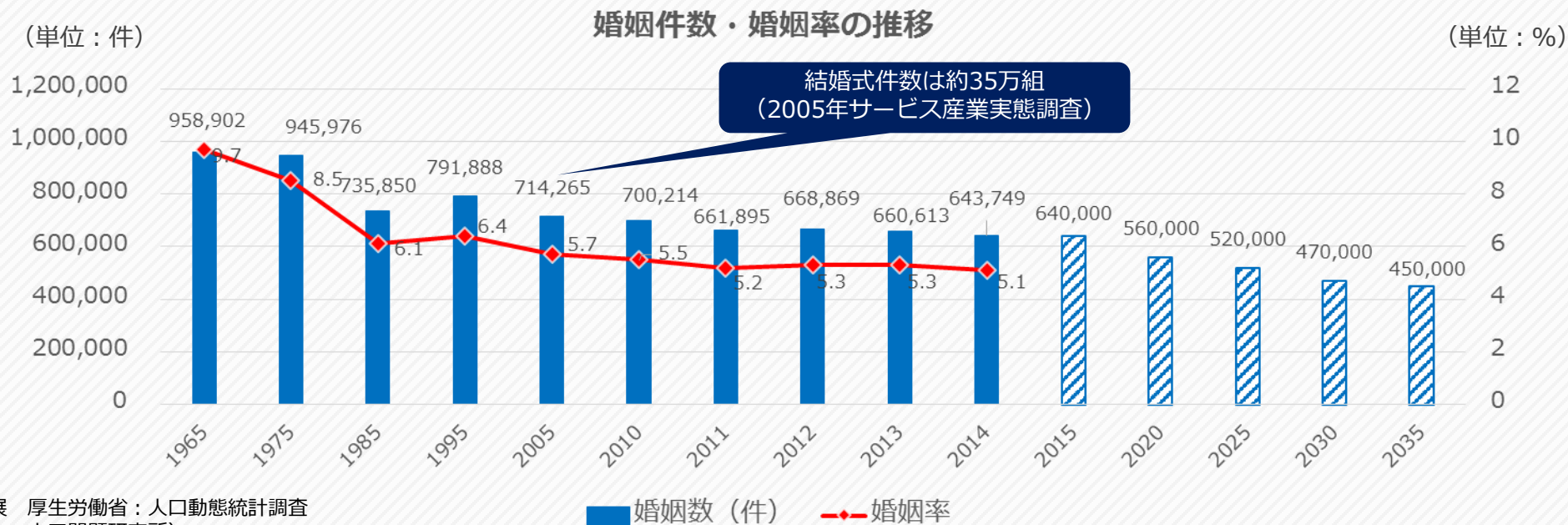
➡ 大都市圏を中心とした積極的な店舗展開等が奏功し、比較的好調に推移

今後

➡ 大都市圏（東京・大阪）での展開（継続）
当社グループ拠点をベースとしたエリア展開（継続）

➤ 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。



(出展 厚生労働省：人口動態統計調査
人口問題研究所)

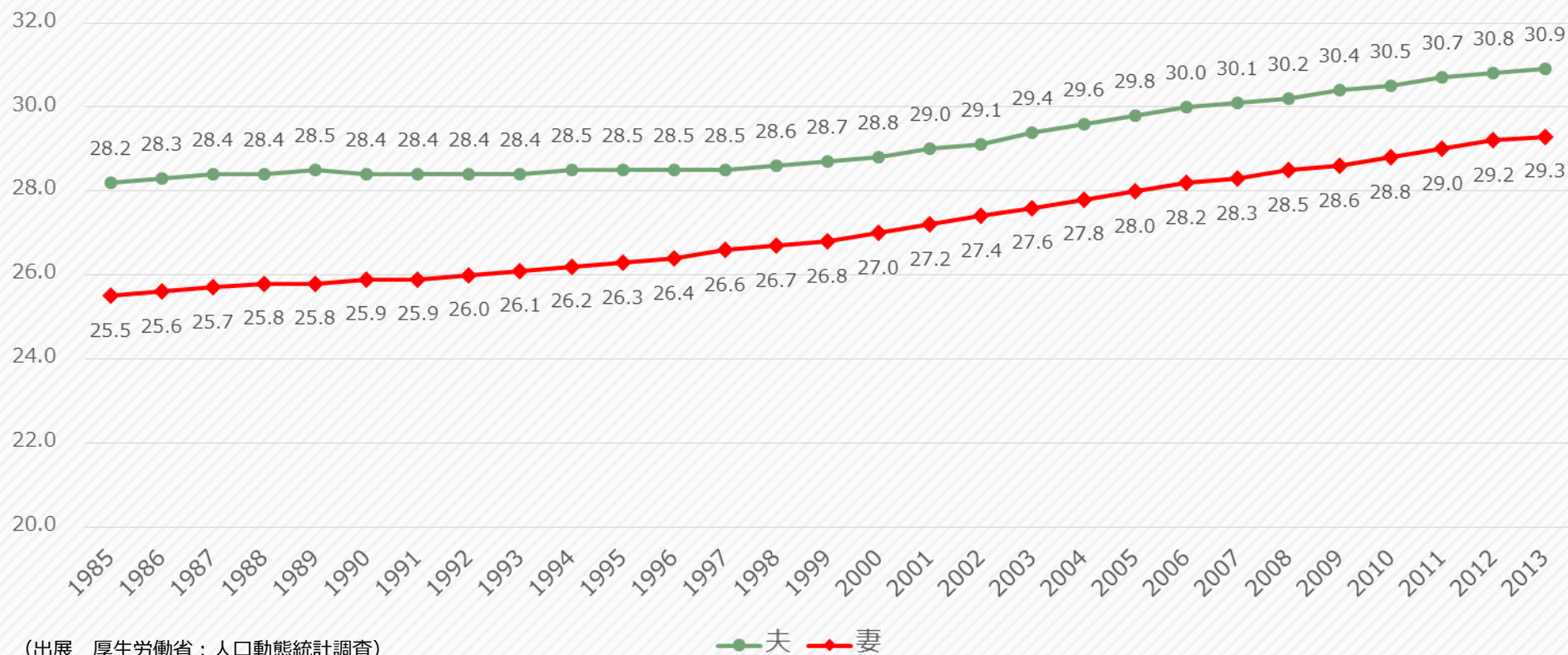
ブライダル装花事業 <<傾向と対策>>

業界動向②

1985年と比較し、男性は+2.7歳 女性は+3.8歳と初婚年齢は上昇傾向へ。

平均初婚年齢

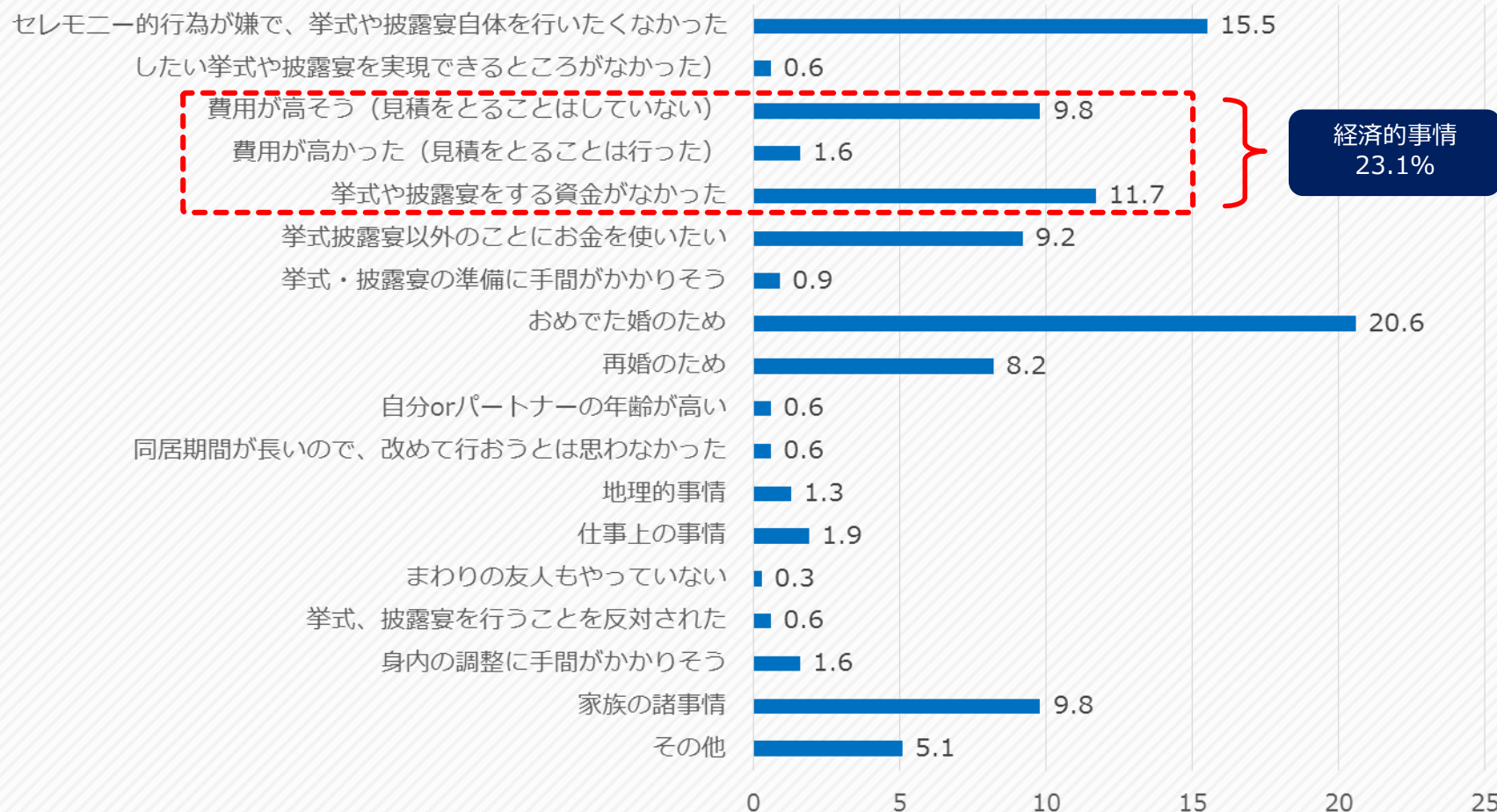
(単位：歳)



ブライダル装花事業 ‹‹傾向と対策››

挙式、披露宴を行わなかった理由

(単位：%)

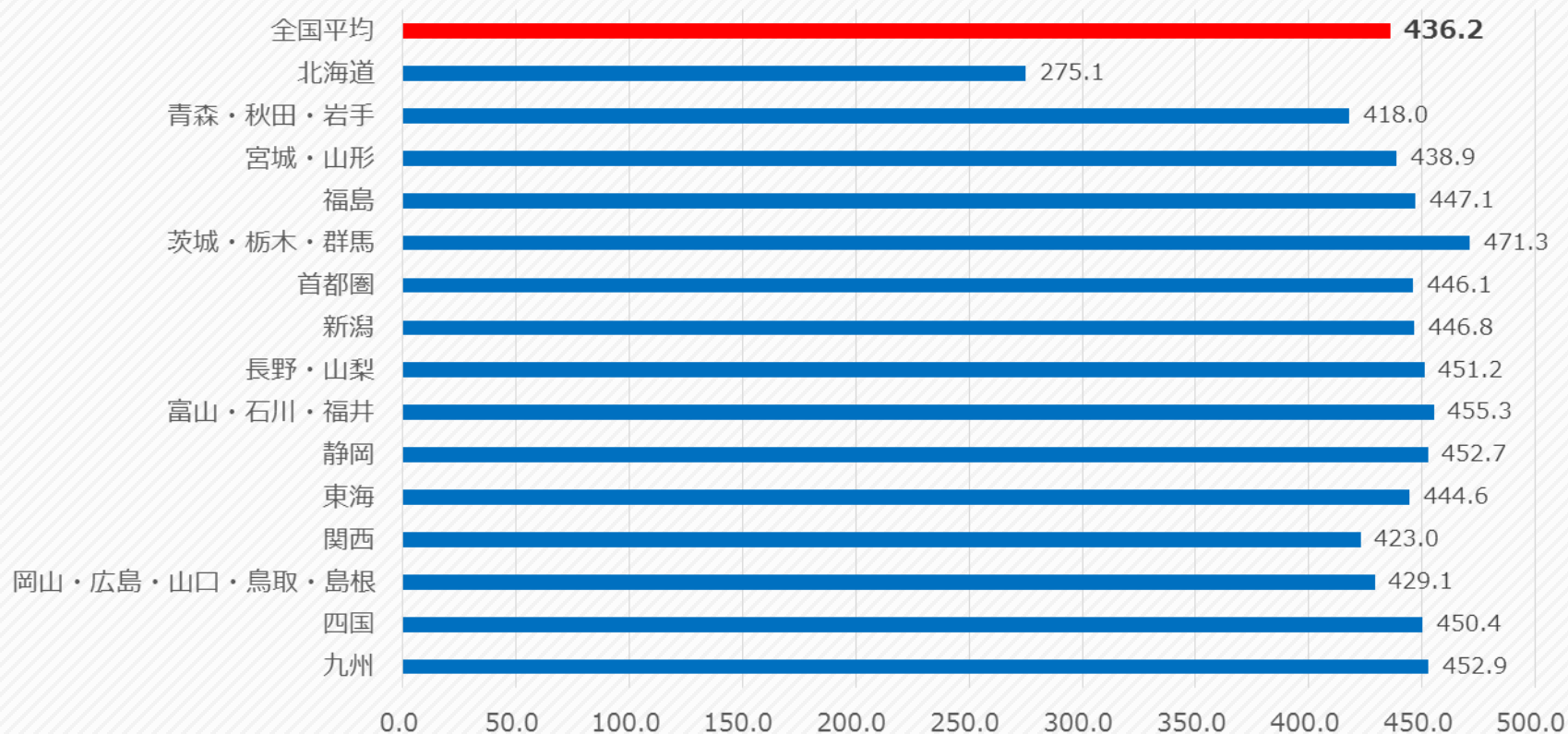


(出展 みんなのウェディング：「ナシ婚」に関する調査2015)

ブライダル装花事業 ‹‹傾向と対策››

結納・婚約～新婚旅行までにかかった費用

(単位：万円)



(出展 ゼクシィ：結婚トレンド調査2014)

結納・婚約～挙式・披露宴、新婚旅行までにかかる費用は全国平均で436.2万円。
費用総額自体は、増加傾向に。

婚礼の少人数化と『なし婚』層の増加

- ▶ 挙式披露宴を近しい親族や限られた友人のみで行う少人数化傾向へ。都市部から地方へも広がりつつある
- ▶ 入籍をしても、挙式披露宴を行わない『なし婚』が増加
- ▶ 需要が低下している一方で、施設は増加・・・供給過多の状況

『なし婚』と『少人数婚』への具体的な施策のスタートへ。



一方で、『少人数婚』は件数減少を単価でカバーするといった戦略は困難。

少子高齢化に伴う婚姻件数減少の現実は避けられないため、ブライダル事業者が『なし婚』層に挙式披露宴をどう訴求し、顧客としていくかが課題。

ブライダル装花事業 <<傾向と対策>>

銀座・葉山（ゲストハウスウェディング）2会場での生花装飾の独占業務委託による売上は
堅調に推移

<<銀座>>ゲストハウスウェディング <<2014年 10月～>>



<<葉山>>ゲストハウスウェディング <<2015年 2月～>>



➡ 葬儀関連事業が低調に推移

システム開発事業 148百万円

134百万円

葬祭業務支援システム販売が低調に推移

不動産管理事業 5百万円

30百万円

一般労働者派遣業 59百万円

55百万円

冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルタント業務

44百万円

24百万円

熊本における葬儀受注件数が低調に推移

就労継続支援事業

16百万円

(2015/6より新たに連結)



システム開発事業



一般労働者派遣業

中期経営計画

2016／6 ～ 2018／6

★中期売上目標

- 生花祭壇事業：毎期2～3%の増加
- 生花卸売事業：今期25億円、早期に50億円の売上高達成を目指す

★事業持株会社としての発展⇒長期的なHD化計画

これまでのM&Aの推進により取得した子会社に対し、
現状ビューティ花壇が事業持株会社としての機能を有しており、
ビューティ花壇グループの中核を成している。
今後は更に、機動的な事業管理を実現し、グループ全体の事業利益を最大化する
べく、より完全なホールディング・カンパニーとして純粋持株会社化を目指す。

★財務の最適化

事業への積極投資を実施していくなかで、
財務レバレッジ効果を目論み他人資本の有効活用をする。
また、財務基盤の安全性を確保するべく、短期資金金額が運転資本金額以下と
なるよう長期資金を優先的に活用する。

		20期	21期	22期
		原価率・営業利益率の改善	原価率・営業利益率の安定化	ROE10%以上での安定成長
生花祭壇事業		・タブレット端末を使ったお見積りシステムの提供開始 →関東エリアで500台のユーザー導入を目指す →ビューティ花壇、SHF及びピンクとの連携による販売促進	お見積りシステムご利用率の向上	お見積りシステムご利用率の安定
		・マイ・サクセスとビューティ花壇流通部門の連携強化の実施 花の商社として規模拡大を目指す	連携強化による取扱物量の増大 輸入比率50%以上 (19期現在約40%)	スケールメリットによる市場に対する交渉力の向上
	売上高目標	25億円	37億円	40億円
グループ全体	営業利益率目標	8.4%	7.2%	7.1%

(単位：百万円)

セグメント		20期	21期	22期
売上高	生花祭壇	3,257	3,331	3,417
	生花卸売	3,326	3,660	4,047
	ブライダル装花	524	543	556
	その他	688	752	857
	調整額	△1,469	△1,163	△1,214
	連結額	6,327	7,123	7,664
営業利益	生花祭壇	332	325	332
	生花卸売	146	206	206
	ブライダル装花	21	63	65
	その他	51	52	58
	調整額	△377	△443	△454
	連結額	173	203	208

株主還元等

自己株式取得（2016年2月12日リリース）

▶▶ 2013年6月以来の実施

1. 自己株式の取得を行う理由

経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行および株主への一層の利益還元を推進するため。

2. 取得に係る事項の内容

（1）取得対象株式の種類	当社普通株式
（2）取得しうる株式の総数	200,000株（上限） （発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 4.73%）
（3）株式の取得価額の総額	50,000,000円（上限）
（4）取得期間	2016年2月15日から2016年5月31日まで

（ご参考） 2016年2月12日時点の自己株式の保有状況

発行済株式総数（自己株式をのぞく）	4,220,248株
自己株式数	855,752株

株主優待制度（2013年9月より実施）

19期優待内容

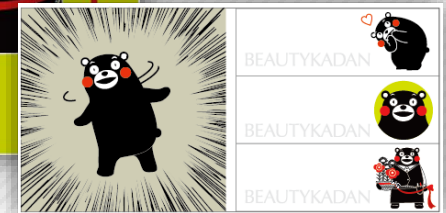
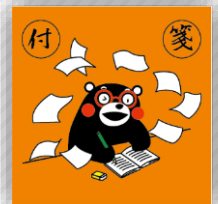
- ・ 胡蝶蘭or観葉植物の割引 or プリザーブドフラワーの割引
- ・ オリジナルくまモングッズ贈呈



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)



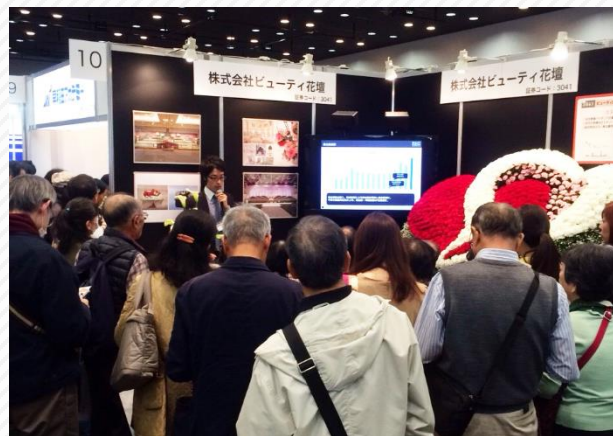
くまモングッズ
(ノート・付箋)

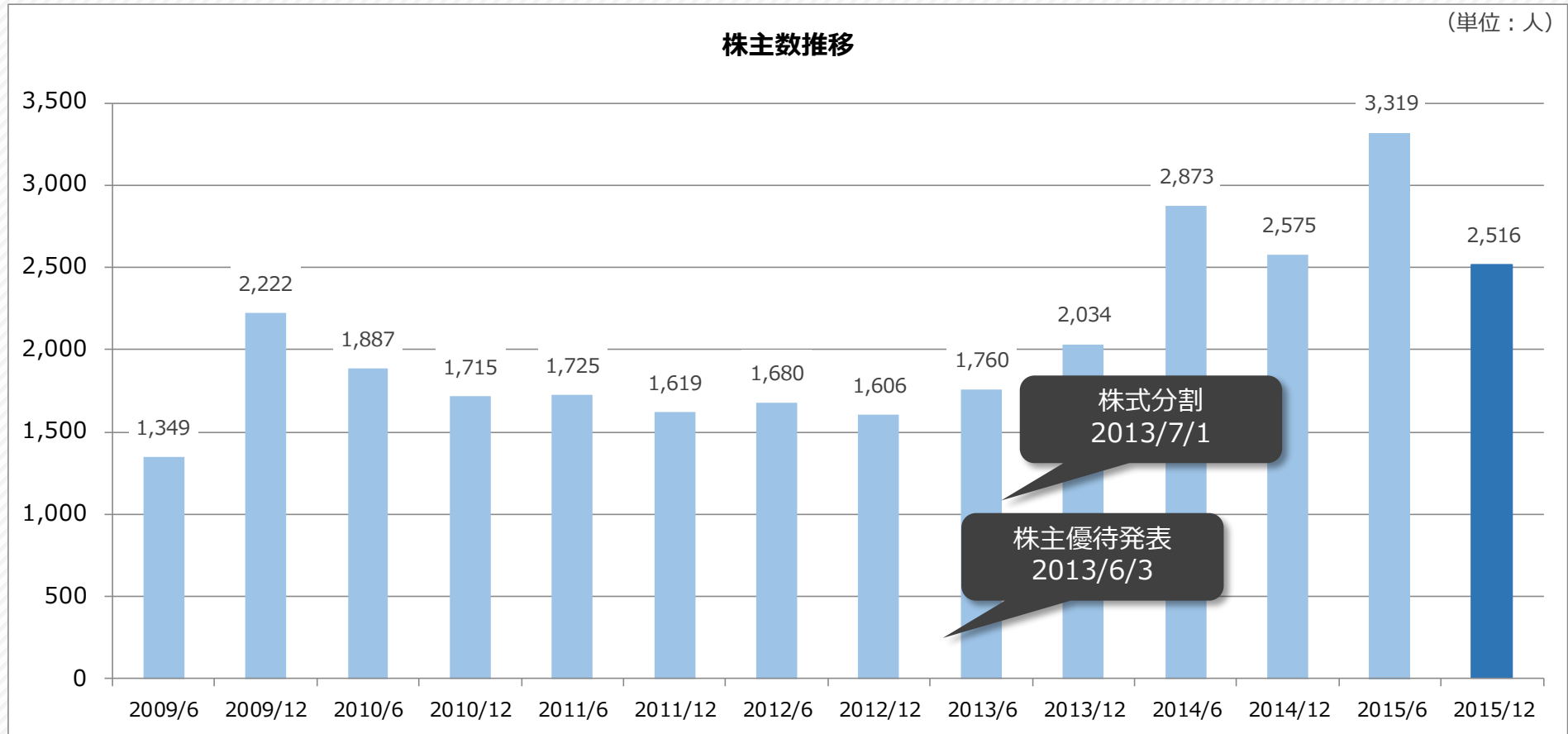
野村IRフェアアワードにて、展示パネル部門最高ポイントを獲得（2年連続受賞）

株式会社ビューティ花壇は、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2015（2015年12月11日・12日開催）にて、前年の野村 I R 資産運用フェアアワード（ブース部門）に続き、今回は（展示パネル部門）の最高賞（60社中）を受賞し、このたび表彰されました。

2016年1月13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2015（会場：ベルサール渋谷ガーデン）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。





株主優待・配当権利行使後の反動により中間期では株主数減に。
今後も積極的なIRにより、中長期保有の株主数増加を目指す。

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

総務人事部／総務人事課

★TEL : 096-370-0004

★e-mail : ir-info@beauty-kadan.com

★HP : <http://www.beauty-kadan.com>

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