

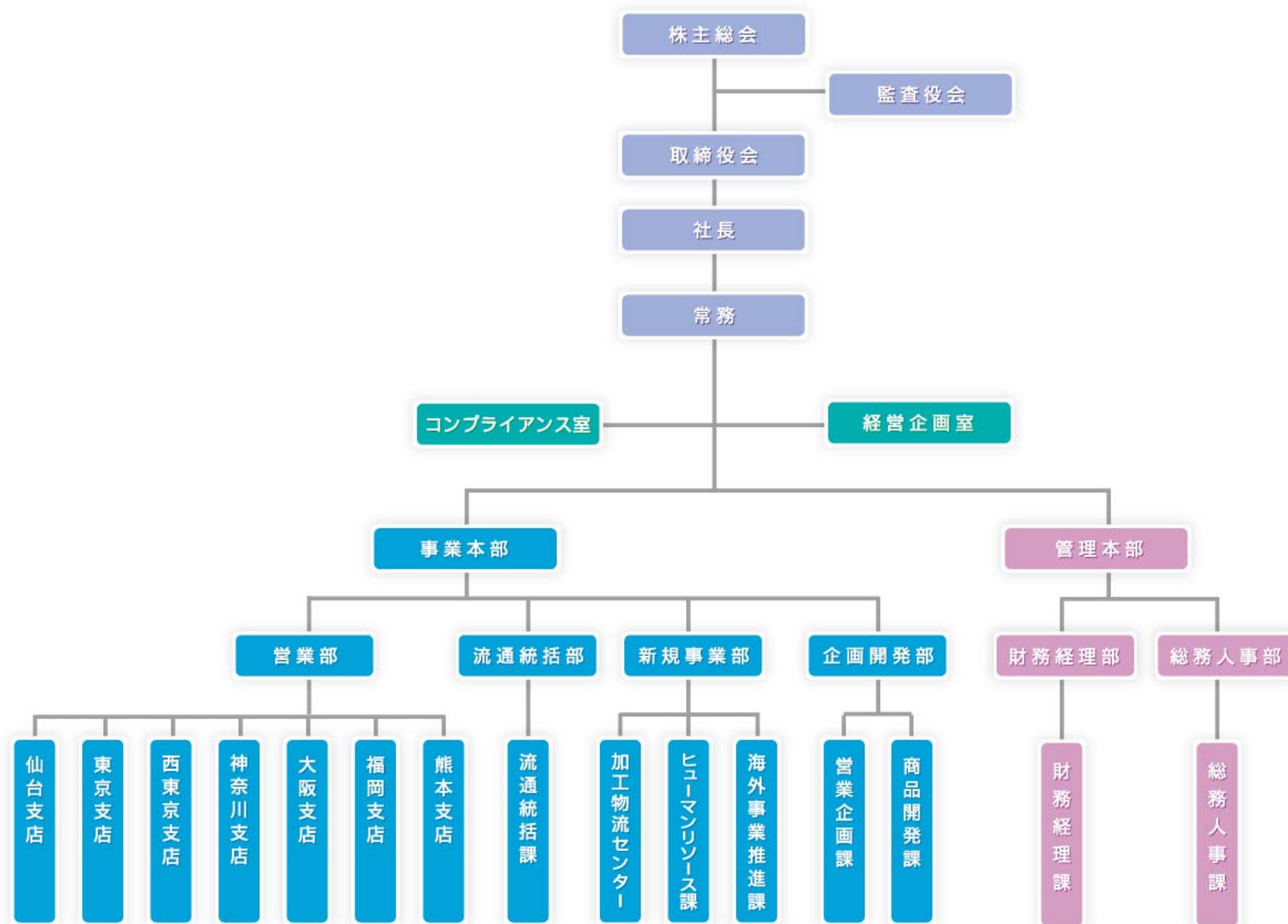
平成23年6月期 決算説明

東証マザーズ 証券コード:3041

株式会社ビューティ花壇
2011年8月18日

1. 事業内容

企 業 理 念	花をより身近なものとし、美しく豊かな世界を創造する
会 社 名	株式会社ビューティ花壇 (Beauty Kadan Co., Ltd.) 平成18年6月19日東京証券取引所マザーズ市場上場 <<発行済株数25,380株>>
本社所在地	東京都墨田区横網1丁目2番16号
拠 点	7支店 (東京・西東京・神奈川・熊本・福岡・仙台・大阪)・加工物流センター
関 連 会 社	株式会社クラウンガーデネックス(熊本・東京) 美麗花壇股份有限公司(台湾/台北、新竹、台中、高雄)
設 立	平成9年1月16日 (創業 昭和49年5月1日)
資 本 金	2億1,324万円
売 上 高	3,710百万円【単体】 4,122百万円【連結】
(平成23年6月期)	
事 業 内 容	生花祭壇の企画提案・制作・設営及び生花の卸・物流
代 表 者	代表取締役社長 三島 美佐夫
従 業 員	189人【単体】 245人【連結】
U R L	http://www.beauty-kadan.com



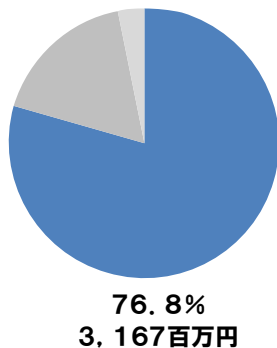
3つの事業

【主として冠婚葬祭の生花に係わる事業】

連結売上高4,122百万円

売上高・売上比率

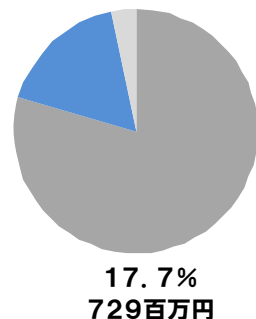
生花祭壇事業



葬儀関連会社に対し
生花祭壇、供花に代表される葬儀における生花を使用した商品を作成して販売する事業



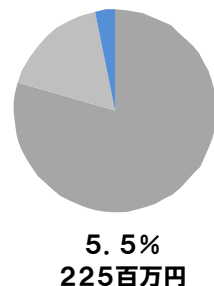
生花卸売事業



自社の祭壇事業で使用する生花の仕入部門として機能する一方で
葬儀関連会社の生花部や生花小売店に対して、菊を主力商品として生花を販売する事業



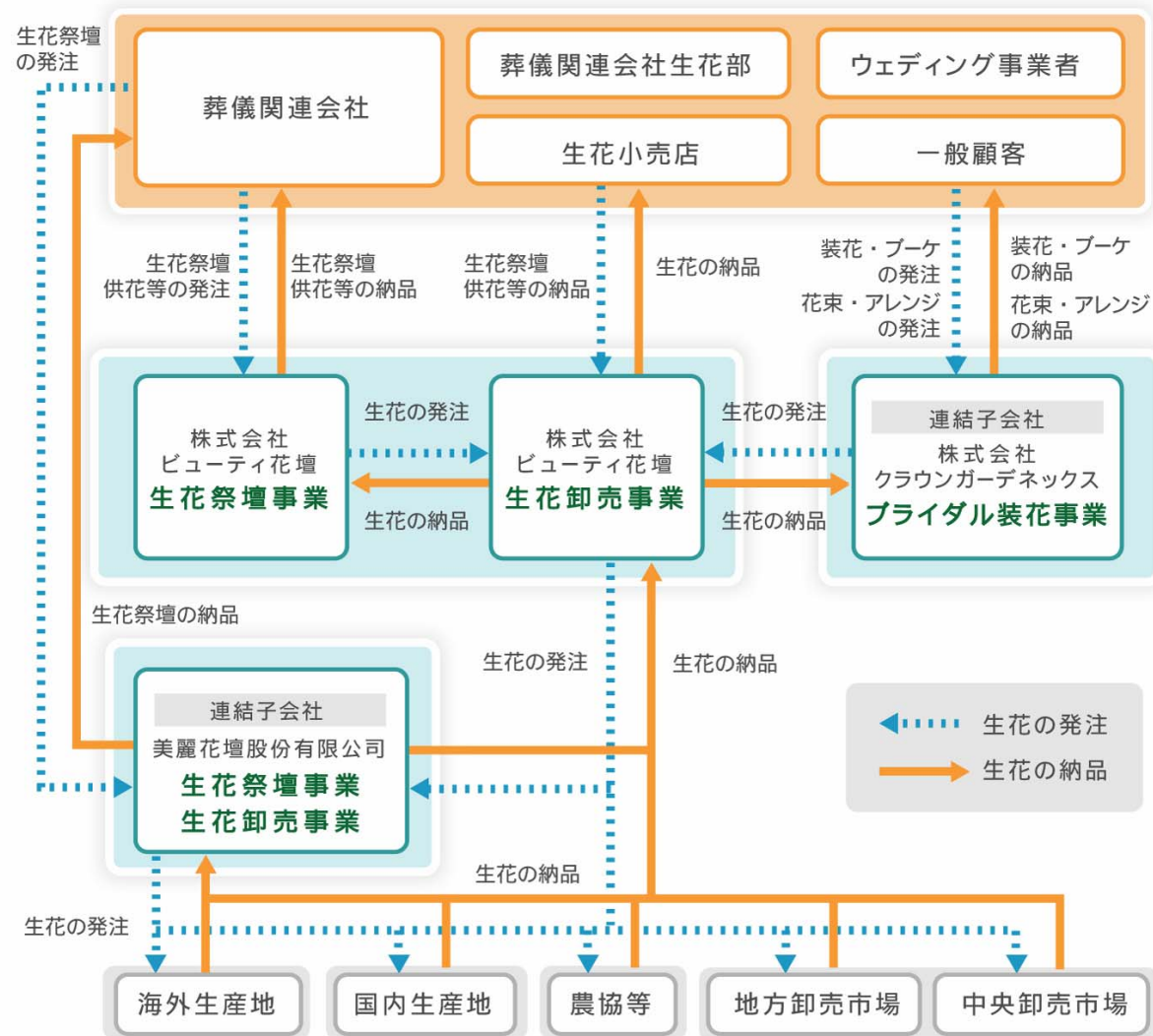
ブライダル装花事業



婚礼用の会場装花やブーケ制作・販売
事業



成長事業「生花祭壇事業」を軸に、相互利益を生み出す「生花卸売事業」を展開



高い技術力と業界一の知名度

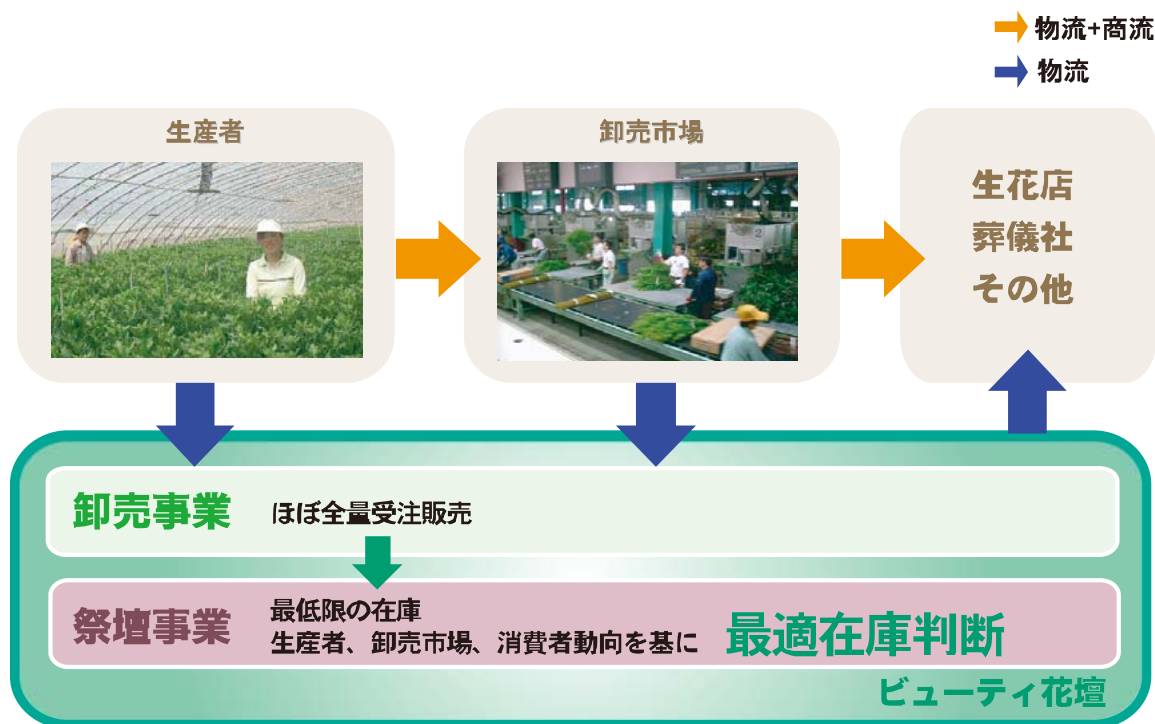
- ① 業界誌(月刊)に3年間技術指導コーナーを掲載
- ② 生花祭壇作品集・DVD・技術講習ビデオ製作
- ③ 全国の生花店に対する講習会の実施(出版社主催)
- ④ 業界展示会での祭壇展示・デモンストレーション



■月刊『Funeral Business』での誌上技術指導



■2004年4月国際園芸博覧会浜名湖花博
優秀賞、浜松市長賞受賞作品



2. 決算報告

・平成23年度6月期の業績は、**売上・当期純利益ともに創業以来最高となった。**

【増減のポイント】

単位:百万円 (百万円未満切捨て)	22年6月期		23年6月期		前年同期比	
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	4,021	100.0%	4,122	100.0%	101	2.5%
生花祭壇事業	3,059	76.0%	3,167	76.8%	108	3.5%
生花卸売事業	762	19.0%	729	17.7%	△ 33	-4.3%
ブライダル装花事業	200	5.0%	225	5.5%	25	12.5%
売上原価	3,082	76.6%	3,318	80.5%	236	7.6%
売上総利益	938	23.3%	804	19.5%	△ 134	-14.2%
販管費	735	18.3%	621	15.1%	△ 114	-15.5%
営業利益	203	5.0%	183	4.4%	20	-9.8%
営業外収益	21	0.5%	17	0.4%	△ 4	-19.0%
営業外費用	14	0.3%	19	0.5%	5	35.7%
経常利益	209	5.2%	181	4.4%	△ 28	-13.4%
特別利益	0	0.0%	41	1.0%	41	0.0%
特別損失	27	0.7%	16	0.4%	△ 11	-40.7%
税金等調整前当期純利益	181	4.5%	207	5.0%	26	14.3%
法人税等	71	1.8%	63	1.5%	△ 8	-11.2%
少数株主利益	14	0.3%	18	0.4%	4	28.5%
当期純利益	95	2.4%	125	3.0%	30	31.5%

売上2.5%増

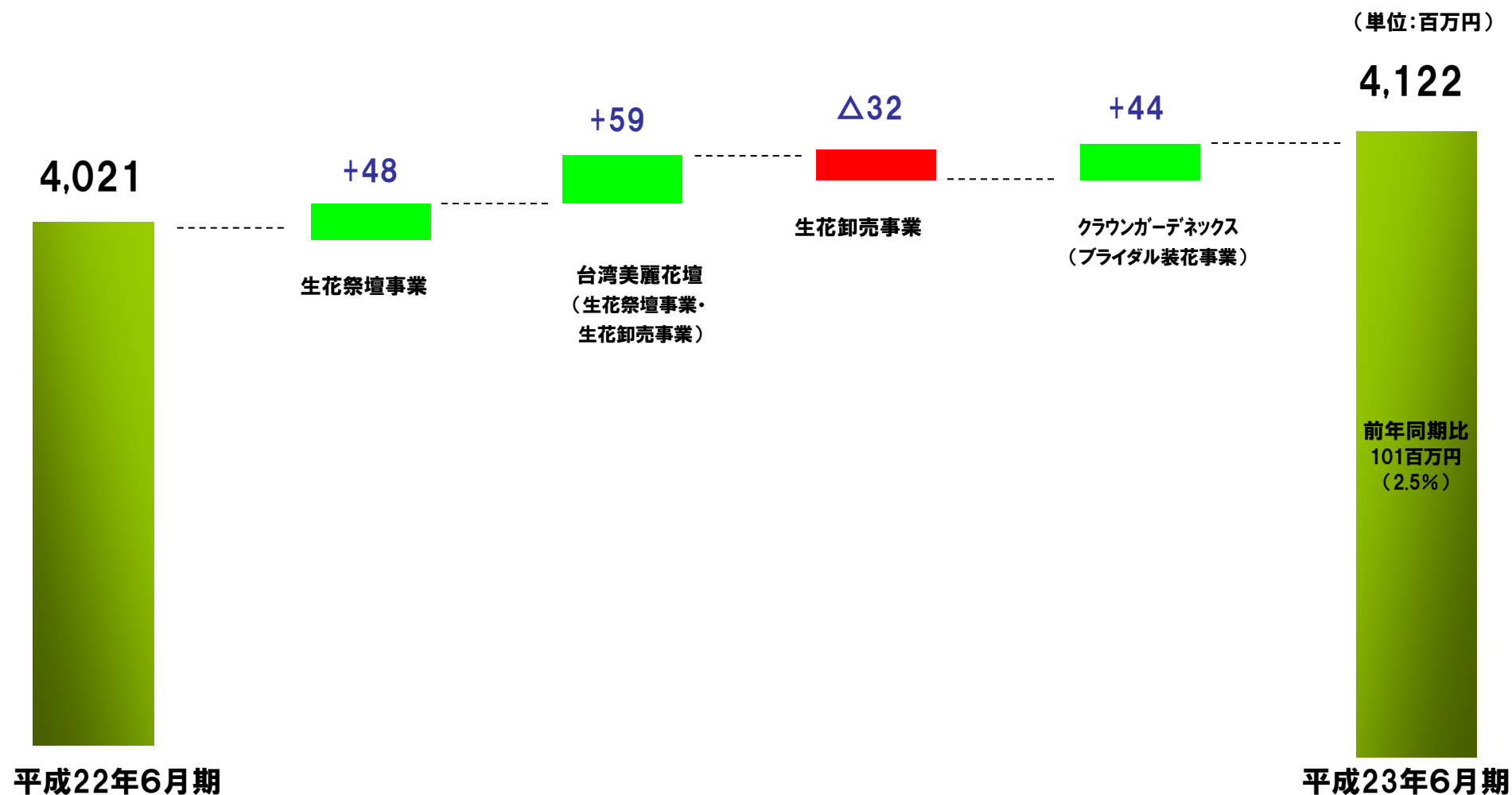
生花祭壇事業:3.5%増
生花卸売事業:4.3%減
ブライダル装花事業:
12.5%増

特別利益 41百万円

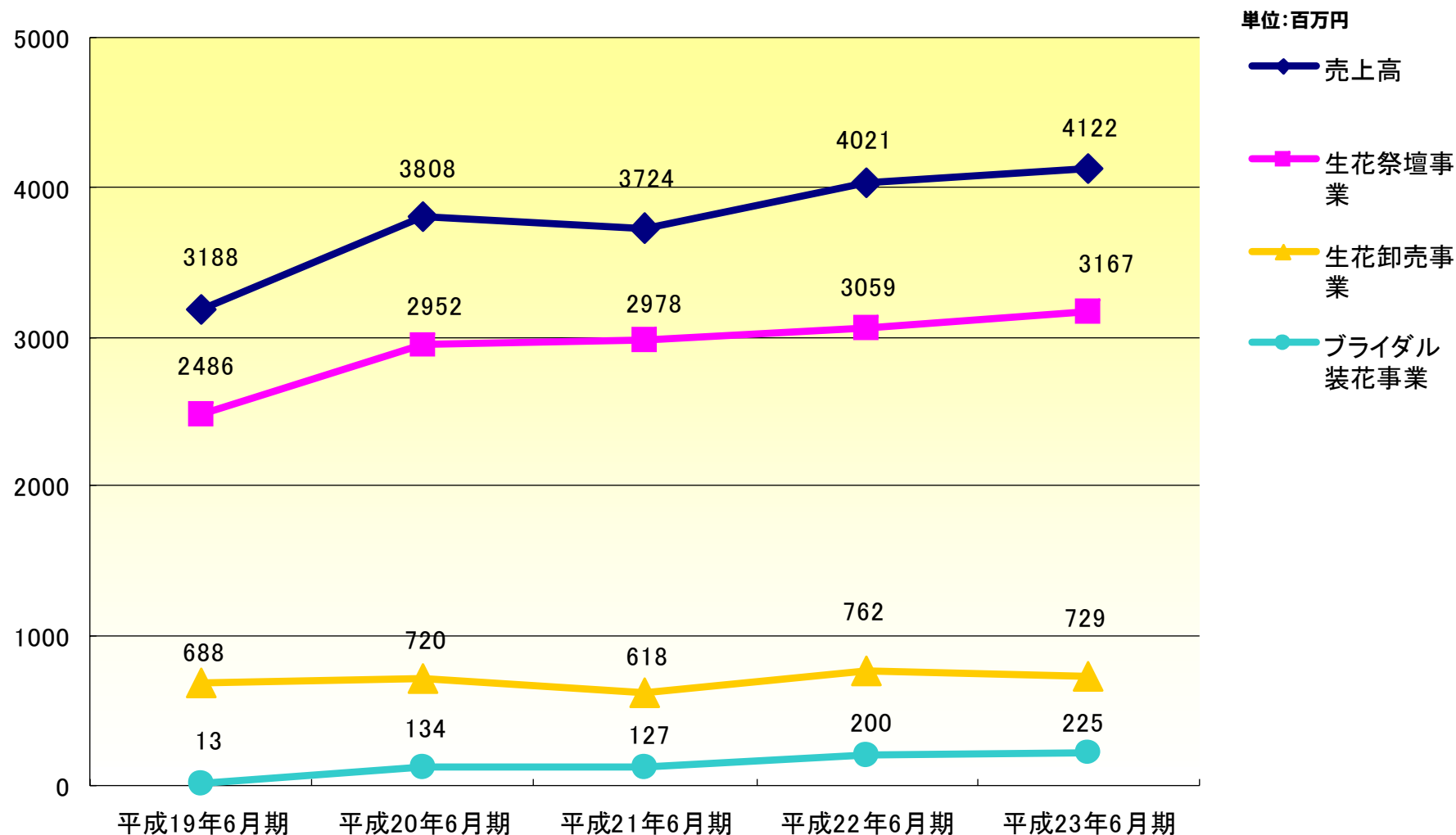
当期純利益増 95百万円→125百万円

決算のポイント（**連結売上高**の要因分析）

全社では前期比**2.5%増の101百万円**の増収。



・平成23年6月期、セグメント別の売上は生花祭壇事業、ブライダル装花事業で前年比増、生花卸売事業で前年比減となった



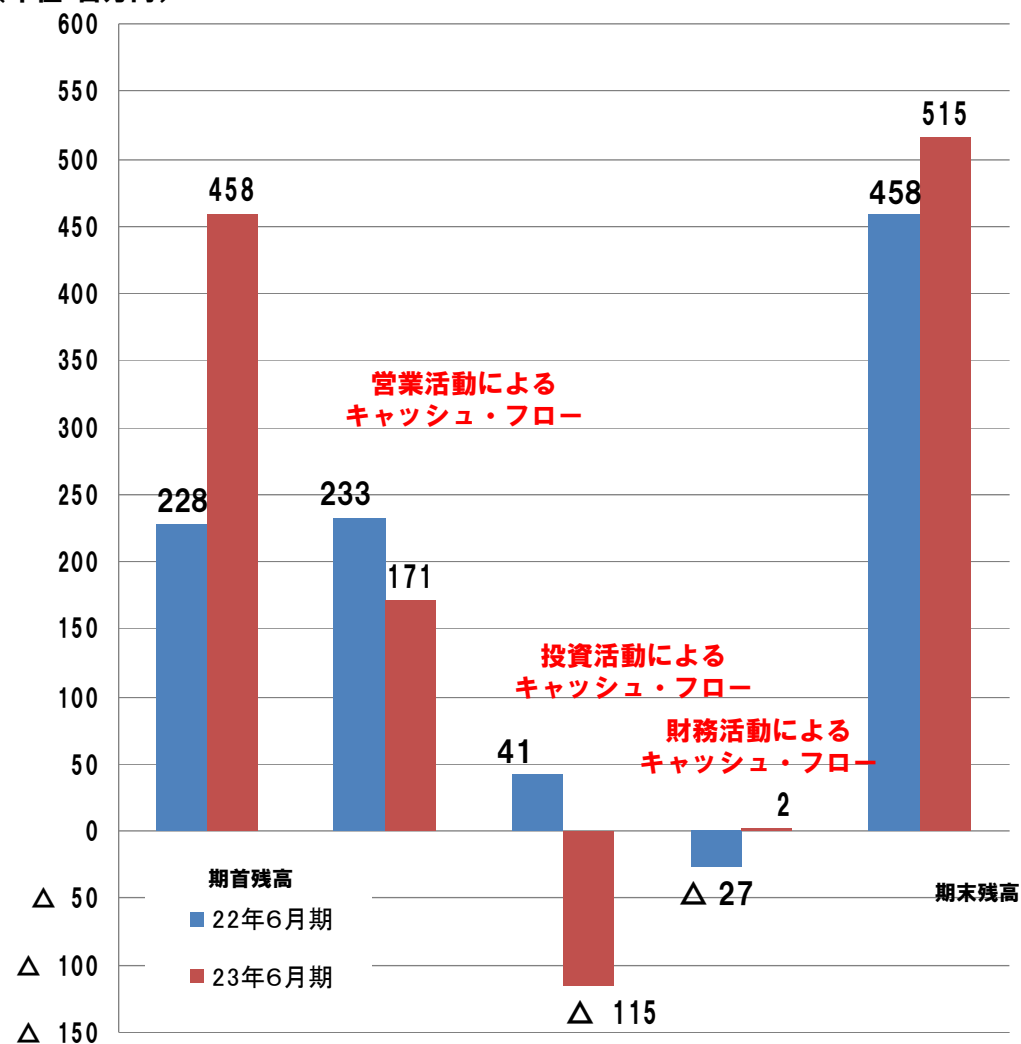
貸借対照表【連結】

単位:百万円	22年6月期		23年6月期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	942	62.6%	1,035	63.0%	93
現金及び預金	458	30.5%	515	31.3%	57
受取手形及び売掛金	387	25.7%	435	26.5%	48
商品	6	0.4%	2	0.1%	△ 4
仕掛金	0	0.0%	0	-	0
原材料及び貯蔵品	14	0.9%	11	0.7%	△ 3
その他	78	5.2%	73	4.4%	△ 5
貸倒引当金	△ 3	-0.2%	△ 3	-0.2%	0
固定資産	561	37.4%	608	37.0%	47
有形固定資産	262	17.4%	294	17.9%	32
(減価償却費累計額)	△ 159	-10.6%	△ 183	-11.1%	△ 24
(土地)	122	8.1%	122	7.4%	0
無形固定資産	31	2.1%	15	0.9%	△ 16
投資その他の資産	267	17.8%	298	18.1%	31
(差入保証金)	140	9.3%	161	9.8%	21
(貸倒引当金)	△ 18	-1.2%	△ 21	-1.3%	△ 3
資産合計	1,504	100.0%	1,644	100.0%	140

単位:百万円	22年6月期		23年6月期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動負債	708	47.1%	598	36.4%	△ 110
支払手形及び買掛金	82	5.5%	75	4.6%	△ 7
短期借入金	231	15.4%	40	2.4%	△ 191
未払法人税等	54	3.6%	39	2.4%	△ 15
その他	339	22.5%	442	26.9%	103
固定負債	308	20.5%	481	29.3%	173
社債	65	4.3%	95	5.8%	30
長期借入金	202	13.4%	350	21.3%	148
退職給付引当金	11	0.7%	14	0.9%	3
その他	29	1.9%	21	1.3%	△ 8
負債合計	1,016	67.6%	1,079	65.6%	63
資本金	211	14.0%	213	13.0%	2
資本剰余金	131	8.7%	133	8.1%	2
利益剰余金	212	14.1%	308	18.7%	96
自己株式	△ 104	-6.9%	△ 142	-8.6%	△ 38
株主資本合計	451	30.0%	512	31.1%	61
評価・換算差額等	△ 6	-0.4%	△ 7	-0.4%	△ 1
少数株主持分	42	2.8%	59	3.6%	17
純資産計	487	32.4%	565	34.4%	78
負債・総資産の合計	1,504	100.0%	1,644	100.0%	140

期末残高は、前期比56百万円増加の515百万円となった

(単位:百万円)



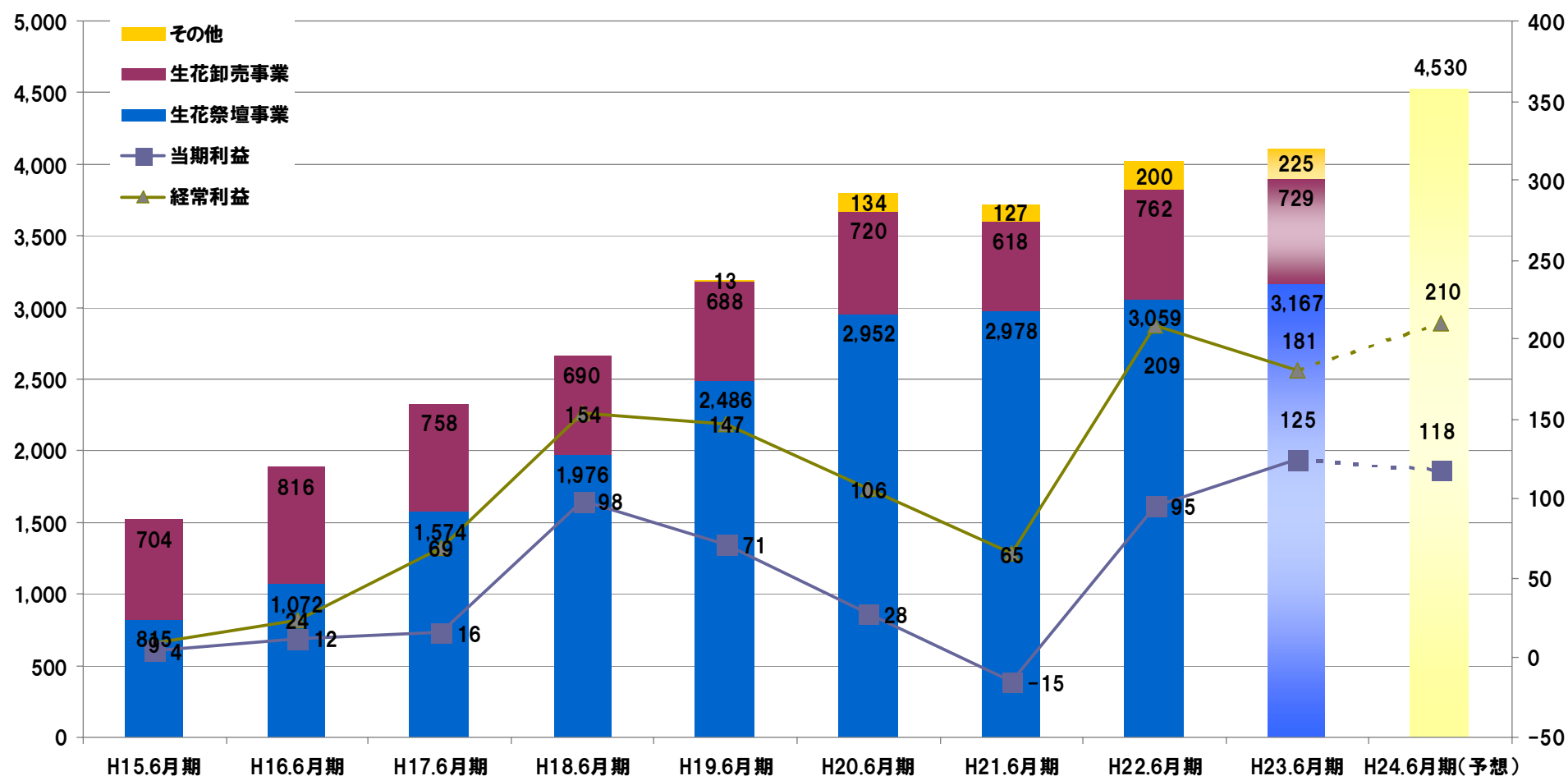
(単位:百万円)	22年6月期	23年6月期
期首残高	228	458
営業活動によるキャッシュ・フロー	233	171
投資活動によるキャッシュ・フロー	41	△ 115
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 27	2
現金及び現金同等物の期末残高	458	515

営業活動によるキャッシュ・フロー			
収入要因	税金等調整前四半期純利益		207
	減価償却費		55
支出要因	法人税などの支払額		△ 84
投資活動によるキャッシュ・フロー			
支出要因	有形及び無形固定資産の取得による支出		△ 76
	保険積立金の積立による支出		△ 17
財務活動によるキャッシュ・フロー			
収入要因	短期・長期借入による収入及び社債の発行		915
	短期・長期借入の返済による支出及び社債の償還		△ 840
支出要因	自己株式の取得による支出		△ 38
	配当金の支払額		△ 28

平成24年6月期業績目標

■売上高4530百万円(前期比9.9%増)、営業利益218百万円(前期比19.5%増)

経常利益212百万円(前期比16.9%増)、当期純利益118百万円(前期比5.6%減)を目指す。

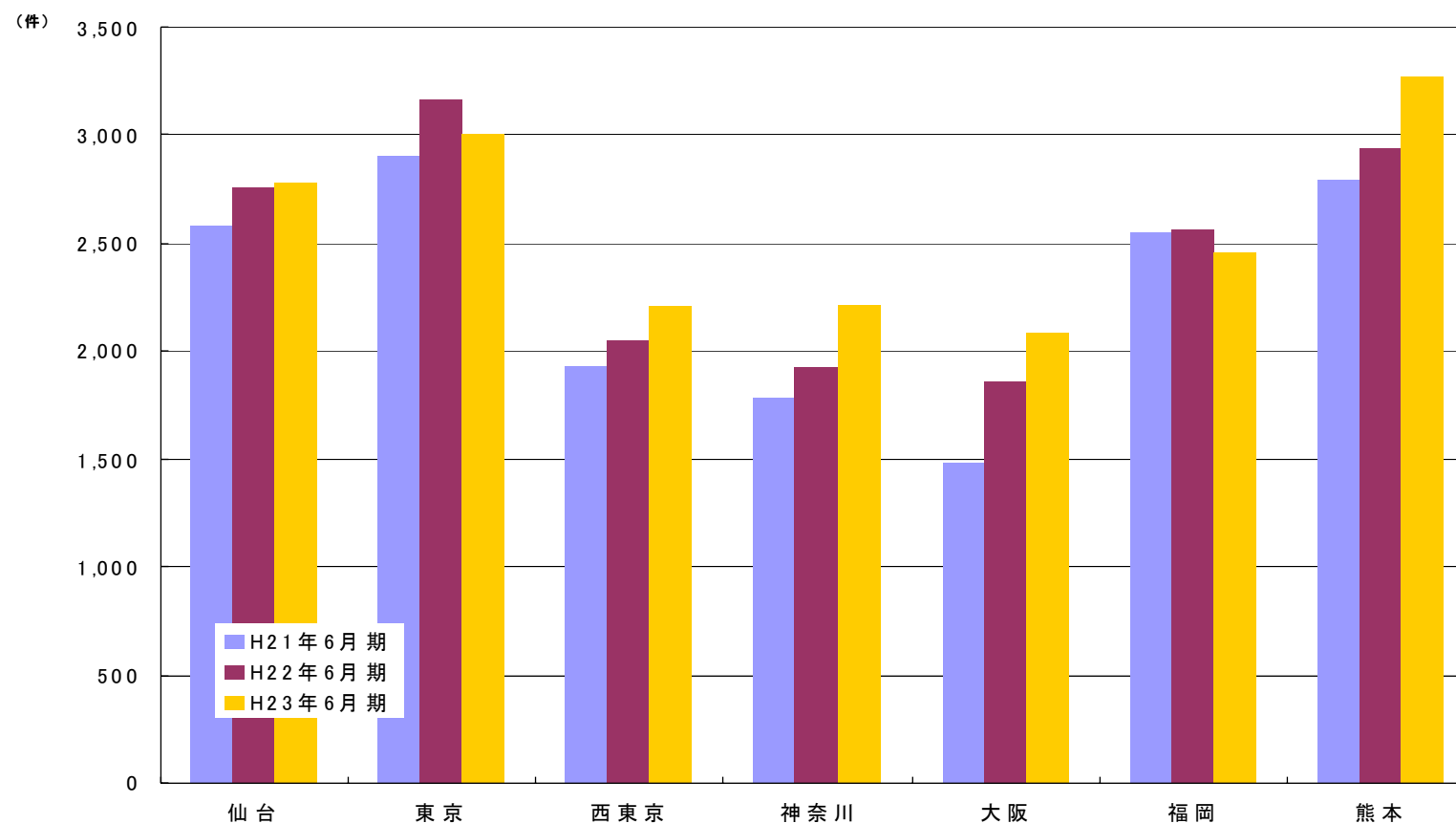


2. 事業報告

■生花祭壇事業:祭壇受注件数

■各支店別の祭壇受注件数は東京、福岡をのぞく各支店で増加しており、
平成23年6月期は、全体で前年より**819件増加**して**18,026件（前年比4.8%増）**となった。

【各支社祭壇受注件数推移】



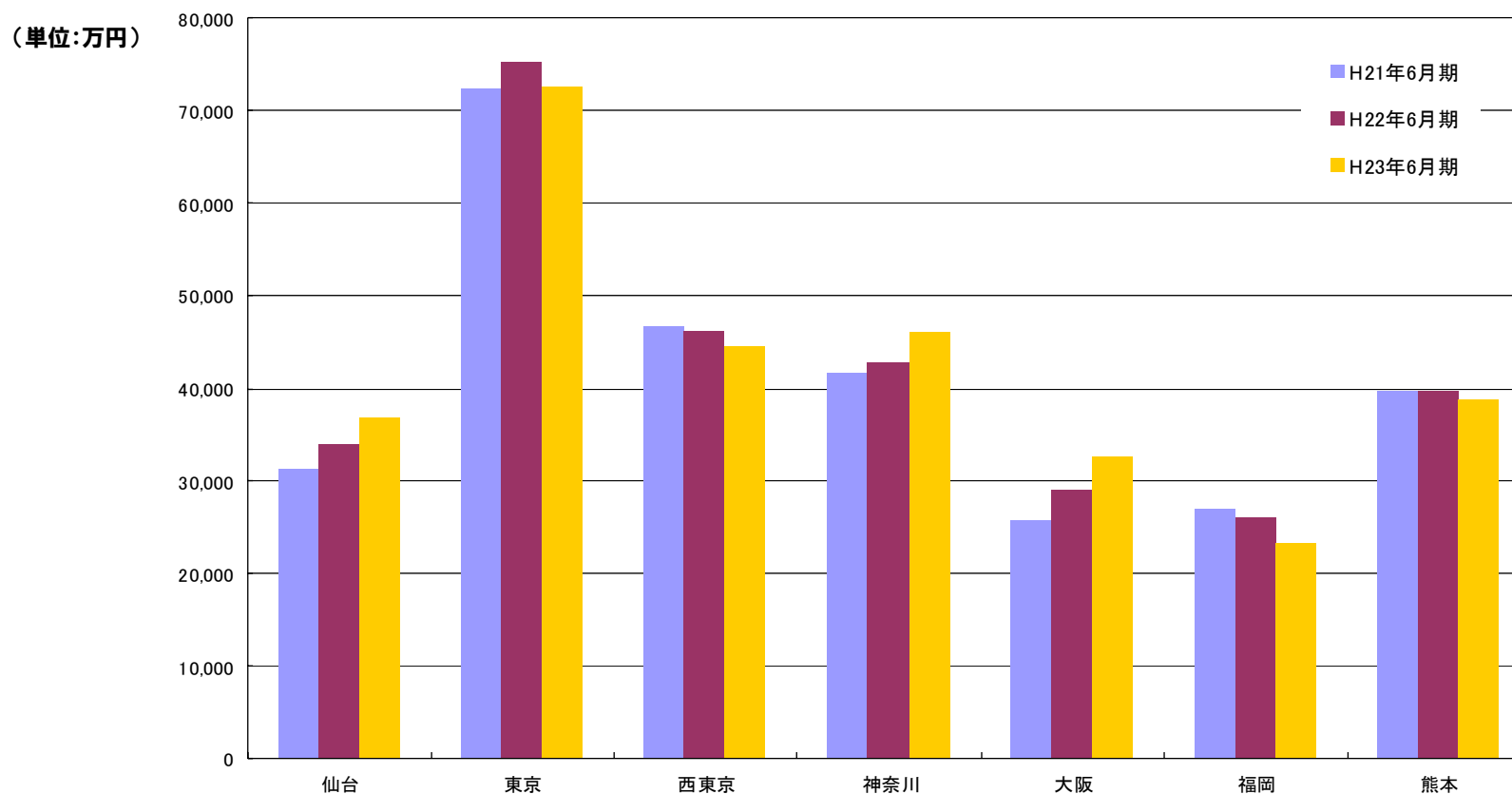
■生花祭壇事業:売上高

■生花祭壇事業における各支店総計の売上高は、
前年より13百万円増の2,942百万円（前年比0.4% 増）となった

【各支店生花祭壇事業・売上高推移】（売上には供花・その他を含む）

（単位:円）

合計 / 売上金額	H21年6月期	H22年6月期	H23年6月期
仙台	312,933,597	340,064,858	366,950,970
東京	723,656,013	752,304,281	725,568,891
西東京	467,601,864	461,612,165	444,748,201
神奈川	416,206,051	426,124,125	459,598,314
大阪	256,402,514	290,404,715	325,015,012
福岡	270,123,281	260,914,909	232,400,422
熊本	396,940,955	397,066,199	387,944,184
総計	2,843,864,275	2,928,491,252	2,942,225,994



生花卸売事業:仕入れ本数推移

■生花卸売事業の平成23年6月期の総仕入れ本数は、2357万1325本、
うち、輸入本数は593万2864本で、全体の25.2%となりました。

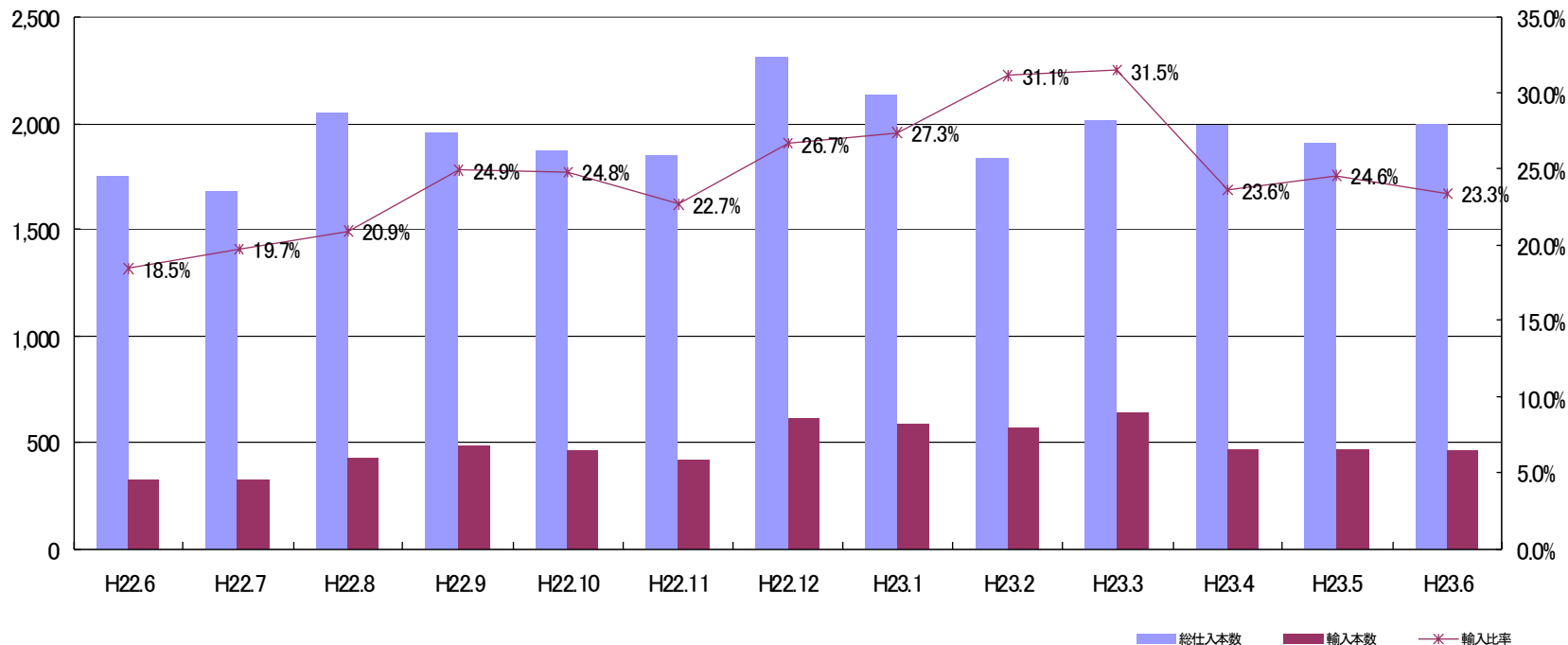
【年別】仕入れ本数推移

(単位：本)

	仕入れ本数	輸入本数	輸入比率
平成21年6月期	22,013,309	4,506,588	20.5%
平成22年6月期	23,605,197	5,712,005	24.2%
平成23年6月期	23,571,325	5,932,864	25.2%

【月別】仕入れ本数推移

(単位：千本)



【生花卸売事業は輸入拡大を促進】

- ・ 今期は海外からの輸入比率が夏場の中国菊輸入減で若干落ち込んだものの、今後はさらに海外からの輸入を強化したい。
- ・ 海外からの輸入の比率を**現在の25%から、将来的には50%**にまで高め、原価率の更なる安定化を目指す。
- ・ **台湾からの胡蝶蘭、コロンビアからのカーネーション**の輸入は順調に拡大。将来的には、需要の大きい**輪菊**や**スプレーマム（小菊）**を、**マレーシア・インドネシア**から、さらに**トルコキキョウ**を**台湾**からそれぞれ輸入を積極的に増やす方針
- ・ 加工物流センターでは、基本的に低コストな輸入生花を使用するため、**輸入生花の使用機会は今後さらに増大。**



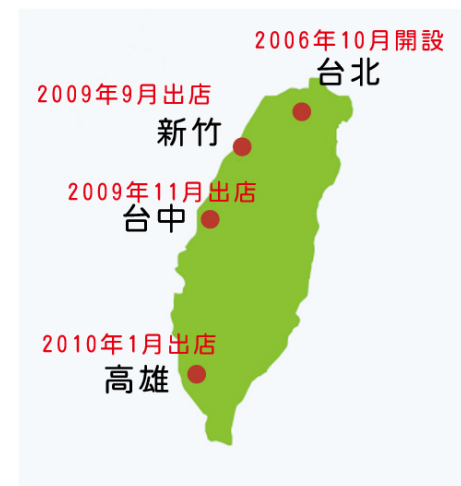
【平成23年3月期(平成22年4月～平成23年3月)実績】

美麗 (単位:百万円)

	H22.3月期	H23.3月期	増減額	増減率
売上	307	365	58	18.8%
売上総利益	97	115	19	19.4%
一般管理費	61	72	11	18.2%
営業利益	35	43	8	21.4%
当期純利益	30	36	6	19.6%

■決算のポイント

・台北、高雄、新竹、台中の
4支社における台湾全土で
の順調な展開



■美麗花壇事業

- ① 生花祭壇事業
- ② 生花卸売事業

【台湾式祭壇】



台湾式：単に花の量や価格のみで
の差別化戦略を展開

【日本式祭壇】



日本式：デザイン、色調、表現力
といった商品差別化戦略を展開

■クラウンガーデネックスの事業展開

- ・フラワーサービス事業
- ・ブライダルフラワーサービス
- ・花・鉢植え・造花の販売及びリース
- ・パーティ・イベント・ステージの装飾



△会場装花



△ブライダルブーケ

【平成23年5月期(平成22年6月～平成23年5月)実績】

(単位:百万円)

	H21.5月期	H22.5月期	増減額	増減率
売上	200	234	38	19.1%
売上総利益	127	148	20	16.1%
一般管理費	116	130	14	12.3%
営業利益	12	18	6	53.6%
経常利益	5	16	11	206.0%
当期純利益	4	15	11	292.8%

■トピックス

*東京ワークスタジオ:MLBカフェ敷地内の【恵比寿】から、品川駅徒歩10分の【北品川】に移転、新装開店。

店舗面積 8坪→42坪 (大幅に増床)

家賃 月/55万→月/40万 (経費削減)

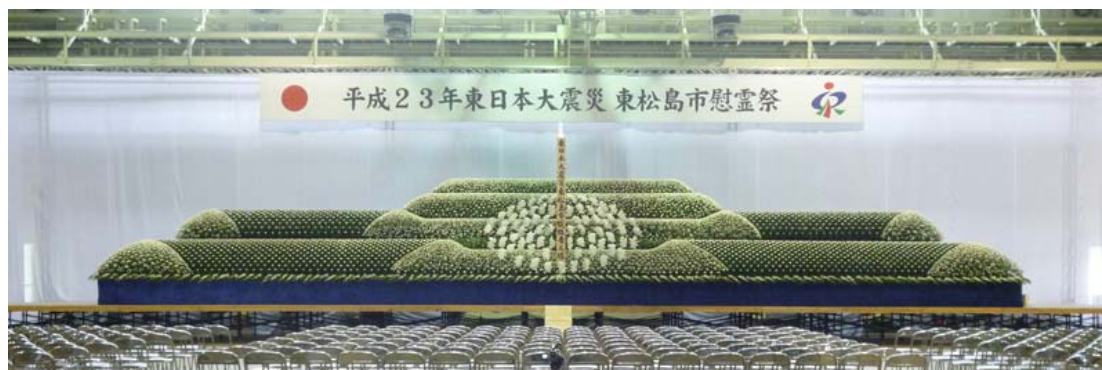
■決算のポイント

旬の花材の積極的な採用、商品仕様の見直し、仕入れルートが多様化による原価低減等による売上原価の抑制と、新規顧客の拡大、既存顧客との接点強化等による売上拡大により、増収増益を達成。

東日本大震災による影響について

東日本大震災によって被災した東北各地では、**6月から7月にかけて慰霊祭**が行われ、当社でも多くの生花祭壇を作成させていただいた

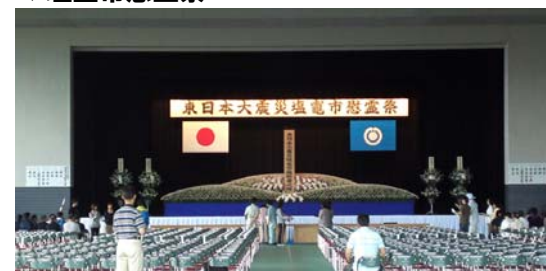
▼東松島市慰霊祭



▼名取市慰霊祭



▼塩釜市慰霊祭



▼塩釜市慰霊祭



▼七ヶ浜慰霊祭



▼運送会社社葬



香港「香港長者博覧2011」にて生花祭壇を設営

5/19～5/22

【開催場所】

香港

【参加内容】

現地葬祭企業の企業ブース内に、生花祭壇を設営



中国・湖南省長沙市にて「葬儀礼儀交流会」へ参加

6/11

【開催場所】

中国・湖南省長沙市の長沙民政学園

【参加内容】

- ・メイン会場のステージ中央に生花祭壇を設営
- ・パワーポイントによる会社紹介、生花祭壇誕生の経緯、過去の施工事例（日本・台湾）等を45分の持ち時間で紹介
- ・当社技術社員による生花祭壇の装飾実演



■新商品の開発→商品力向上・競争力の強化

•H22/10/15～ 「花送詞®」(メッセージ供花)を発売開始

ご葬儀において、送り主の氏名のみを印刷した立て札をつける
従来の供花に対し、お花の費用だけで、立て札にお言葉を入れ、
さらにメッセージカードをお付けしてお届けするサービス。
立て札に贈り主の気持ちをメッセージとして入れることができ、故
人への追悼の思いを遺族や参列者へお伝えすることができる。

*®→登録番号5388606



•H23/01/16～ 胡蝶蘭の生花祭壇、「花蝶」に続く第2弾「花鳥風月」を販売開始

美麗花壇股份有限公司と台湾の大手胡蝶蘭生産者である台霖生物科技股份有限公司と日本市場における「胡蝶蘭切花」の
独占販売契約により1年を通じて大量の胡蝶蘭を安定した価格と品質にて調達することが可能。前期には当社の主力商
品である生花祭壇に胡蝶蘭を主体とした新商品「花蝶(かちょう)」を開発、販売開始。「花鳥風月」はそれに続く第2弾で
あり、価格帯をやや低めに設定した廉価版。



さらに・・・

- ・ 廉価タイプの生花祭壇 「縁」 を開発
- ・ 胡蝶蘭の生花祭壇シリーズ「花蝶」にも新商品を追加
- ・ グリーンを活用した祭壇 「雅」 を開発
(コスト競争力のあるグリーンを多用+胡蝶蘭)



「縁」の祭壇一例



「雅」の祭壇一例

年8回の新商品DMの発送で顧客の興味を常にひきつける

5. 中長期構想

今後の経営成長のための長期構想「変革と新しい企業体制の確立」

企業 理念

花をより身近なものとし、花のあふれる社会
作りを使命として、美しく豊かな世界を創造
する

経営 理念

全従業員の物心両面の幸福を追求すると同時
に社会の公器として豊かな共同生活の実現に
貢献する

葬儀は二極化

大型葬 (高価格商品)

高い品質の祭壇を作成するための
高い技術力が必要

小型葬 (低価格商品)

低価格で適正な品質の祭壇を
大量に生産できる体制が必要

この二極化に対応する為には、企業形態の抜本的な変革が必要

地域密着型の早い意思決定を行うため「支店の子会社化」

それを統括する「ホールディングカンパニー形態」への移行

現体制の内部充実

各事業部門の売上向上・営業利益アップ

新しい企業形態へのスムーズな移行



■支社の強化

- ・継続的な売上、営業利益向上（構想に基づいた施策の策定と実施）
- ・数値管理の徹底
- ・子会社への移行準備、移行

■現体制の内部充実

- ・組織改編・人材育成

■M&A、業務提携による新規事業の取組

- ・収益に貢献する事業育成
- ・相乗効果のある事業展
- ・海外への進出

■発展する企業グループの効率的な管理統括

- ・ホールディングカンパニーへの移行

第1フェーズ・案件スケジュール

第1フェーズ

	H23.6 月期 第 15 期 (2010.7 ~ 2011.6)	H24.6 月期 第 16 期 (2011.7 ~ 2012.6)	H25.6 月期 第 17 期 (2012.7 ~ 2013.6)	H26.6 月期 第 18 期 (2013.7 ~ 2014.6)	H27.6 月期 第 19 期以降～ (2014.7 ~)
中期計画実現に向けての組織改編	▶				
組織改編に基づいた人員配置	▶				
東京支店 売上・収益向上		▶			
東京支店以外の支店 売上・収益向上		▶			
福岡・熊本支店売上・収益向上		▶			
大阪支店売上・収益向上		▶			
仙台支店建て直し・営業エリアの状況変化への対応		▶			
加工物流事業 関東強化		▶			
パート社員の戦力化の促進		▶			
東京支店 子会社化		▶ 子会社移行準備	★ 子会社化		
神奈川・西東京支店 子会社化			▶ 子会社移行準備	★ 子会社化	
福岡・熊本支店 子会社化			▶ 子会社移行準備	★ 子会社化	
FC 事業検討・推進		▶			
ホールディングカンパニー検討・移行		▶			★ 設立

6. 具体的取り組み

葬儀費用の単価下落傾向が進んでいる

- ・デフレの影響による葬儀予算節約傾向
- ・高齢化による会葬者の減少
- ・孤独死亡者の増加
- ・直葬の増加



ミッション

絶対的価格競争力による市場シェアの拡大

具体策

- ・商品の低価格化の実現
- ・ロジスティクスの改善
- ・バックヤード業務の定型化
- ・育成した熟練技術者（社員）とパートスタッフ（シニア・女性）による制作工程の両立

葬儀費用の単価下落傾向に先手を打ち、
施策として加工物流を完成させ、
低単価でも十分な収益が確保できるビジネスモデル
を確立する。

■加工物流センター稼働の目的

1. 商品制作の工程を細分化することで、
作成のスピードの向上を図ることができる
2. 工程の細分化により、個人の技術の習熟度が
低くても、従来と同等の品質の商品を作成できる
3. 祭壇・供花加工を一拠点に集約することで、
ムダ・ムリ・ムラを排除する

加工物流センターでは、従来、技術者ひとりひとりで作成していた作業工程を細分化、作業の効率化を図る。

■従来



供花のすべての作成工程をひとりの技術者で行う。すべての工程の技術が必要

■加工物流



供花の作成工程を細分化。限定された工程のため、パート従業員など技術が低いスタッフでも作成が可能となり、作業の効率化を図れる。

■2011年3月より、本格稼動した加工物流センター



2010年12月撮影



2011年3月撮影：コンベアを設置し流れ作業の体制を整えた

■供花を5割バックで販売(通常は3～4割) 他生花店との差別化

＊5割バックとは・・・上代10,000円の商品を5,000円で納品すること

現在の商品は供花のみだが、**将来的には生花祭壇も加工物流で制作し、販売する**

■第15期は内販のみだったが第16期からは外販も開始し、 **315百万円(外販150万円、内販165万円)**の売上を目指す。

現在は関東地区での稼動にとどまるが、低価格祭壇を突破口に新規取引を拡大。

第16期中には加工レーンを2レーンに増やし、増産体制を整える。

2012年4月には、関西新規大口取引先との提携を進行し、加工センターを稼動予定、関東同様の形を構築

人材派遣事業【人材派遣業への進出】

■人材派遣業進出の目的

業務プロセスの見直しによる徹底的な経費削減により捻出した資金を再投資するモデルとして、葬祭業に特化した**人材派遣事業子会社の設立を計画**。

これにより、**年間150百万円にのぼる外部業務委託費の徹底的な削減を図る**。

■予定する主な事業内容

- ・葬儀の受付、返礼品係、配膳係の派遣
- ・生花祭壇施工・回収補助者の派遣
- ・ドライバー派遣
- ・軽作業派遣
- ・事務派遣
- ・業務請負



■人材派遣業のメリット

葬儀業界への派遣業者は小規模な派遣会社が多い**ニッチな分野**
葬儀社との関係が深い生花祭壇事業と連携することで、シナジー効果が期待できる。

人材派遣の内製化により**年間1.5億円の外部業務委託費から
推定年間粗利2,500万円～3,500万円**を取り込むことが可能となる。

■人材派遣業/計画

- ・人材派遣事業の内製化による連結売上高と利益の向上
- ・葬儀社向け人材サービスの提供による祭壇事業とのシナジー効果

■パート従業員の戦力化

- ・現生花祭壇事業の作業分析を徹底的に行い、主にシルバー人材の活用を構築する
- ・また、それにとまなう教育なども行い、事業化に向ける

■採用計画

人材派遣業では**シニア(高齢者)、女性を中心に採用**する計画
一般に求人が少ないとされる層に対する**支援・社会的意義が高い**。
すでに、シニア・女性を対象に加工物流の技術パート従業員を積極的に採用中。

＊シニア・女性技術者の雇用について

道具の持ち運びなど、生花祭壇事業は力仕事だが、シニア・女性のパート従業員が働きやすく、効率よい業務が進められるようアルミ等を使用した軽くて扱いやすい道具類の開発に着手するなどの対応策を講じている。また、比較的短時間の雇用にとどめ、負担を軽減する。



- ・人材サービス子会社の設立
- ・シニア、パート従業員の戦力化に向けた採用・教育制度の確立

小型葬については加工物流センターや、パート社員の戦力化によって対応していくが、

ビューティ花壇生花祭壇事業の根幹を支え、
他社との競争力となるのは長年積み重ねてきた「**高い技術力**」であり「**基本祭壇の制作精度**」

今年2月から、ビューティ花壇社員すべての技術者を対象に、技術の認定試験を全社にて順次実施。

・当社の祭壇作成技術の競争優位性は、「基本祭壇の制作精度」にある、との考えに基き、技術認定試験を実施。

・技術認定委員会を組織し、委員会が各支社を巡回し、技術者の基本技術を査定する為の試験を行う。

試験は規定のレベルに応じた飾りを受験者が作成、委員会がその準備や作成過程、規定時間内に作成完了したかなどの基準を審査、合否判定を行う。



実技試験の様相



技術認定員による査定（実技）



技術認定員による査定（制作物）

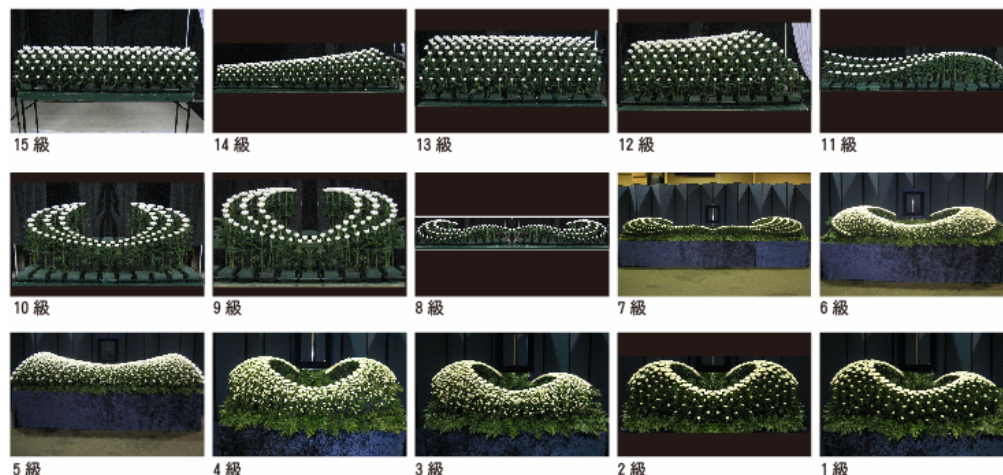
■技術認定試験の要旨

1・技術に対する一定の基準による評価制度構築の為（地域による評価の違いなどの解消）

2・生花祭壇基礎技術の見直し、再確認

3・技術的な格付け制度を構築することにより、今後、「技術検定」として社外に対して実施することも視野に入れている

■等級ごとの技術評価基準モデル



■技術認定制度の紹介WEBページをオープン

<http://www.beauty-kadan.com/business/flowermeister.html>

技術認定試験にて各級に認定された対象者には、[Beauty Kadan Flower Meister] として技術認定証と認定ピンバッジを授与します。

【認定級と対応する認定章】



gold
meister

(1 ～ 6 級)

4 名
技術者全体の 1.4%



silver
meister

(7 ～ 11 級)

18 名
技術者全体の 13.7%



bronze
meister

(12 ～ 15 級)

60 名
技術者全体の 45.8%

将来的には・・・

(社外) 「技術検定」として対外的な実施

(社内) フランチャイズ化する際の人材の指標化

2012 年 6 月期の取り組み

加工物流センター

人材派遣事業

人材教育

・セミナー
・通信教育

技術の習熟
(技術認定制度)

・低コスト化の取り組みにより
資金 が生まれる

・業務の効率化により、
時間 の余裕が生まれる

収益構造の
確立

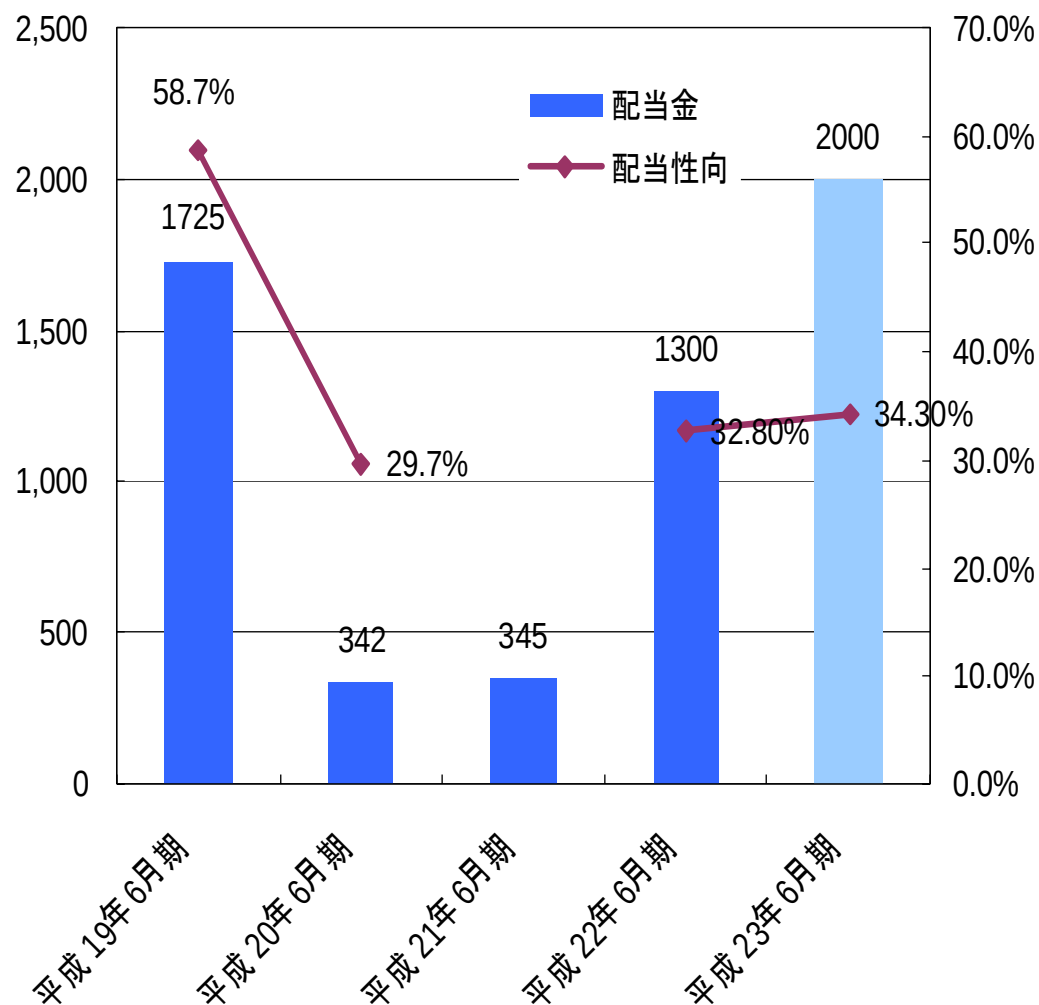
資金・時間

生まれた「**資金**」と「**時間**」を、社員の人材教育へ注入する

将来的に、現在の支店をフランチャイズ化。

- ・現在の支店長クラスの人材には経営を学ばせる
- ・技術者は技術の習熟に努める、
学びたい分野があればそれを勉強させる
- ・フランチャイズ店として成立させる為に、技術認定制度の
技術等級が必要技術者の指標となる (ex:○級技術者が○名必要、など)

7. 株主還元について



当社の配当政策：
年間配当金として
連結当期純利益の30%相当額を目標。

平成23年6月期は
過去最高となる2,000円の配当
を実施する予定。

＊平成22年8月～平成22年12月にかけて1,032株の自己株式の取得を実施

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 1,500 株（上限）
（発行済株式総数に対する割合 6.78％）
- (3) 株式の取得価額の総額 67,500,000 円（上限）
- (4) 取得期間 平成 22 年 8 月 11 日から平成 22 年 12 月 31 日まで

3. 平成23年8月18日現在の自己株式の保有状況

- (1) 発行済株式総数（自己株式を除く） 21,348 株
- (2) 自己株式総数 4,032 株

本日はありがとうございました。

財務経理部 広報・IR担当

Tel : 03－5819－5670

Fax: 03－5819－5671

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。