

《証券コード：3041》  
東証スタンダード市場



# 2023年6月期 決算説明会資料

2023年8月31日  
株式会社ビューティ花壇

01. 2023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

## 各事業ともコロナ禍の影響から回復基調にあり増収増益

(単位：百万円)

	2022/6期	2023/6期	前年同期比 増減率	中計目標 (2023/6期)
売上高	5,857	6,413	+9.5%	5,760
売上原価	4,955	5,472	+10.4%	— ※
売上総利益	902	941	+4.3%	— ※
営業利益	103	124	+20.0%	147
経常利益	128	135	+5.2%	136
当期純利益	86	88	+2.9%	111

※売上原価、売上総利益は非開示のため「—」で表示しています

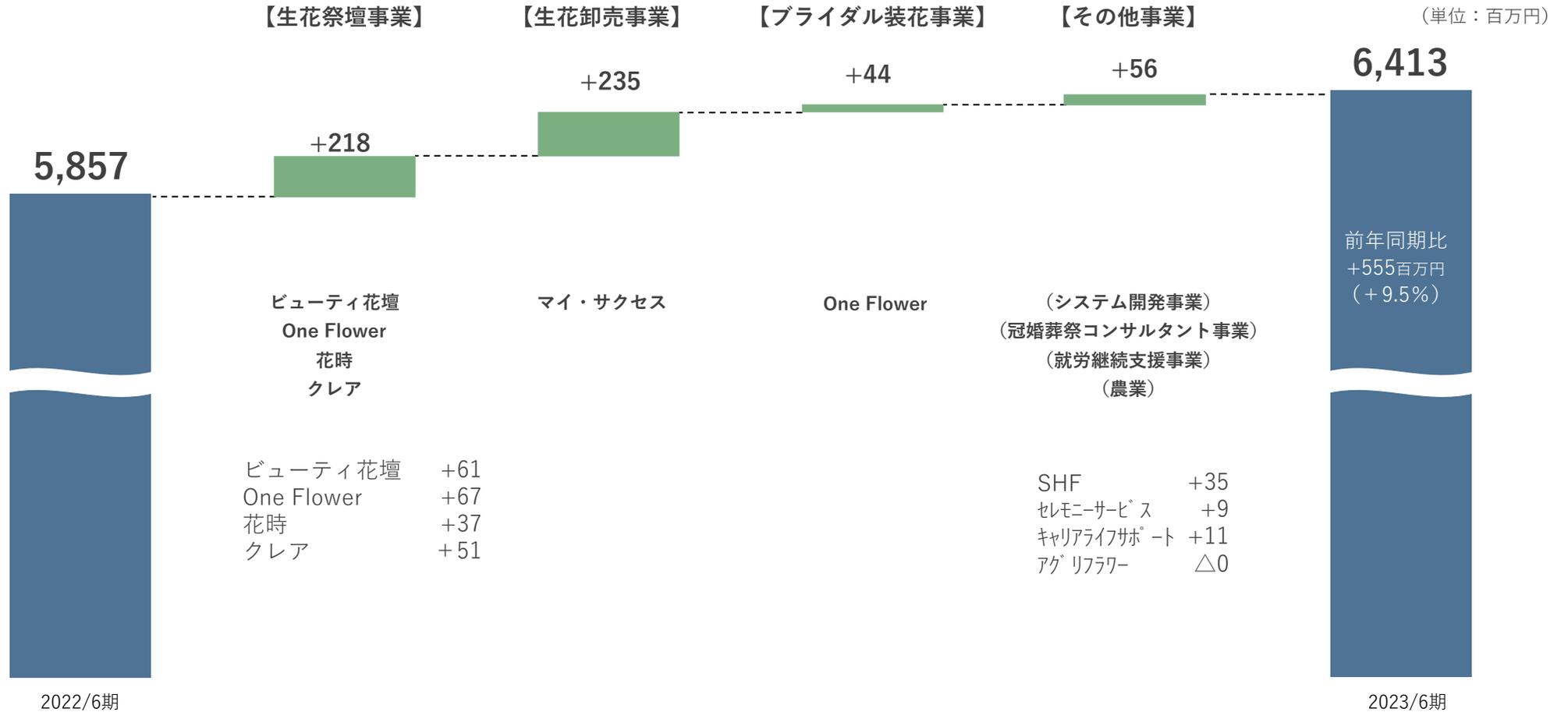
	2023/6期	中計最終目標 (2024/6期)
ROE	17.2%	20%以上
配当性向	41.0%	50.0%
自己資本比率	22.2%	20%以上
流通株式時価総額 ※	20.6億円	10億円以上

※4~6月の終値平均をベースに算出しています。

# 01 2023年6月期 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 +9.5% (555百万円) の増収



# 01 2023年6月期 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		2023/6期		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	3,245	322	3,464	321	+6.7%	△0.2%
生花卸売	1,828	15	2,064	31	+12.9%	+100.3%
ブライダル装花	330	△6	374	18	+13.5%	—
その他	453	14	509	18	+12.4%	+24.6%
調整額	—	△243	—	△266	—	—
計	5,857	103	6,413	124	+9.5%	+20.0%

- 生花祭壇事業：コロナ禍からの回復、東北エリア＋グループ会社（One Flower・クレア）の売上増により増収も原価高騰により営業利益は横ばい
- 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

# 01 2023年6月期業績ハイライト

《連結貸借対照表》

(単位：百万円)

	2022/6末		2023/6末		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額
<b>資産の部</b>					
流動資産	1,574	64.7%	1,626	66.1%	+51
固定資産	860	35.3%	835	33.9%	△24
<b>資産合計</b>	<b>2,435</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,462</b>	<b>100.0%</b>	<b>+27</b>
<b>負債の部</b>					
流動負債	1,050	43.1%	1,059	43.0%	+9
固定負債	861	35.4%	856	34.8%	△4
<b>負債合計</b>	<b>1,912</b>	<b>78.5%</b>	<b>1,916</b>	<b>77.8%</b>	<b>+4</b>
<b>純資産の部</b>					
株主資本	488	20.1%	545	22.2%	+56
その他の包括利益累計額	0	0.0%	0	0.0%	0
非株主持分	33	1.4%	—	—	△33
<b>純資産合計</b>	<b>522</b>	<b>21.5%</b>	<b>545</b>	<b>22.2%</b>	<b>+22</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>2,435</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,462</b>	<b>100.0%</b>	<b>+27</b>

# 01 2023年6月期業績ハイライト

《連結キャッシュ・フロー計算書》

(単位：百万円)

	2022/6	2023/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	157	105
投資活動によるキャッシュ・フロー	△14	△31
財務活動によるキャッシュ・フロー	△168	△70
現金及び現金同等物の増減額	△25	4
現金及び現金同等物の期首残高	976	950
現金及び現金同等物の期末残高	950	954

(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131,567千円、減価償却費36,991千円、及び売上債権の増加34,646千円によるもの

(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14,566千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、長期借入金の返済による支出193,758千円によるもの

【参考】2022/6 (第26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利益124,005千円、減価償却費42,272千円、及び仕入債務の増加22,459千円によるもの

(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△13,908千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、借入金の純減154,426千円によるもの

生花祭壇事業

	2022/6期 実績	2023/6期 実績
売上高	3,245	3,464
営業利益	322	321

《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

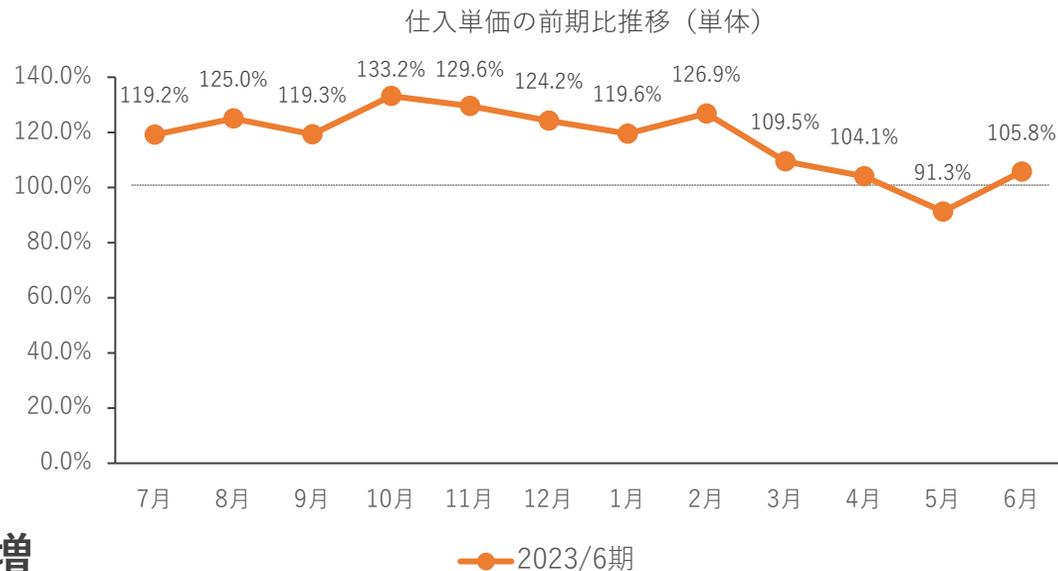
《営業利益》

- ・ 原価率アップ → 輸送費の高騰  
通年で円安の影響大
- ・ 販管費効率化 → 前期比・予算比減

※原価率：計画比+2.7ポイント 前期比+3.0ポイント

※人件費率：計画比▲3.5ポイント 前期比▲3.3ポイント

(販管費前期比：101.5%)



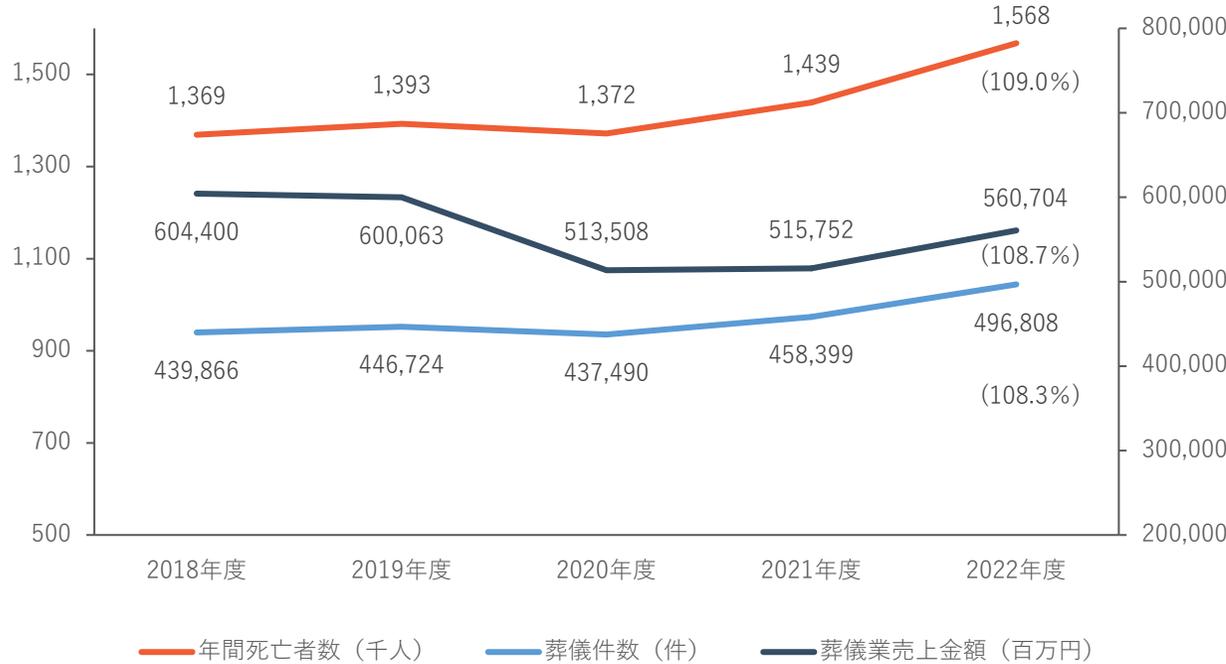
売上高 3,245 百万円 (2022/6期) ⇒ 3,464 百万円 (2023/6期)

➤ 業界動向① 死亡者数は大きく増加、葬儀単価やや持ち直し

2021/4~2022/3 : @1,125千円  
2022/4~2023/3 : @1,128千円

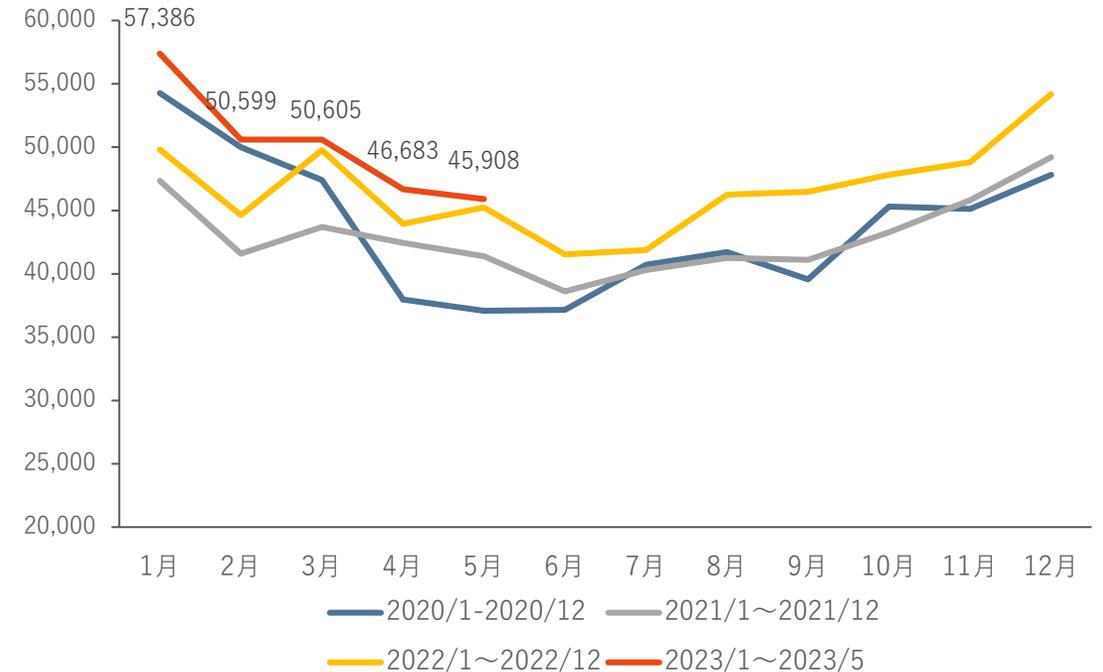
葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向

( ) は前年度比



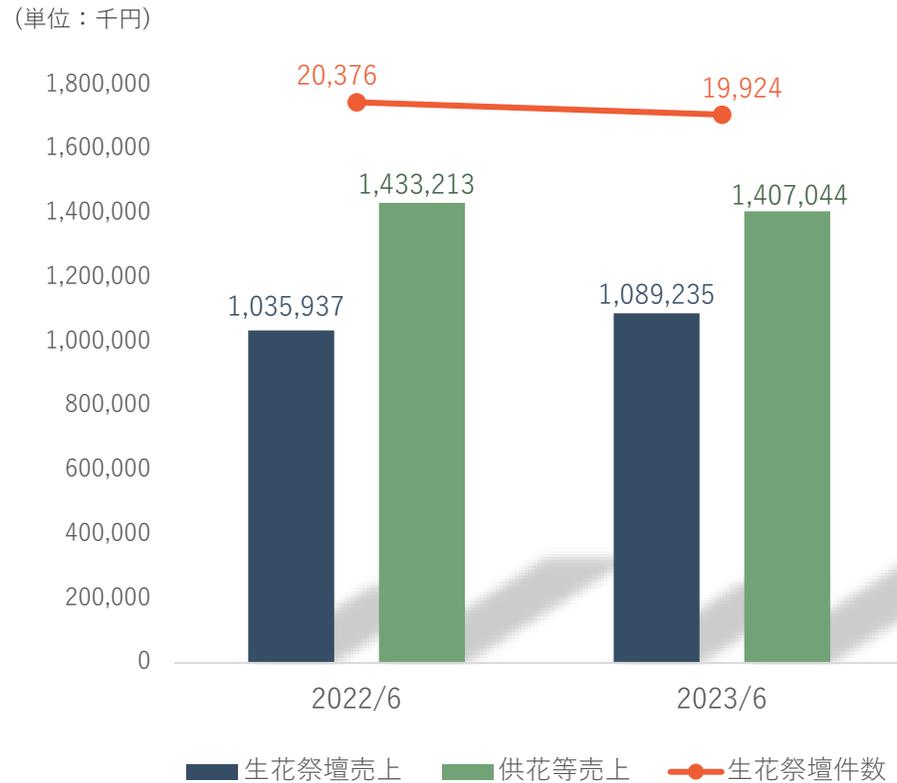
葬儀業売上高の月別推移

(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)

■ 生花祭壇・供花等売上・件数



施行費・その他は除く

(単位：件)

生花祭壇の平均単価  
 50,841円 (2022/6)  
 ⇒ 54,670円 (2023/6)

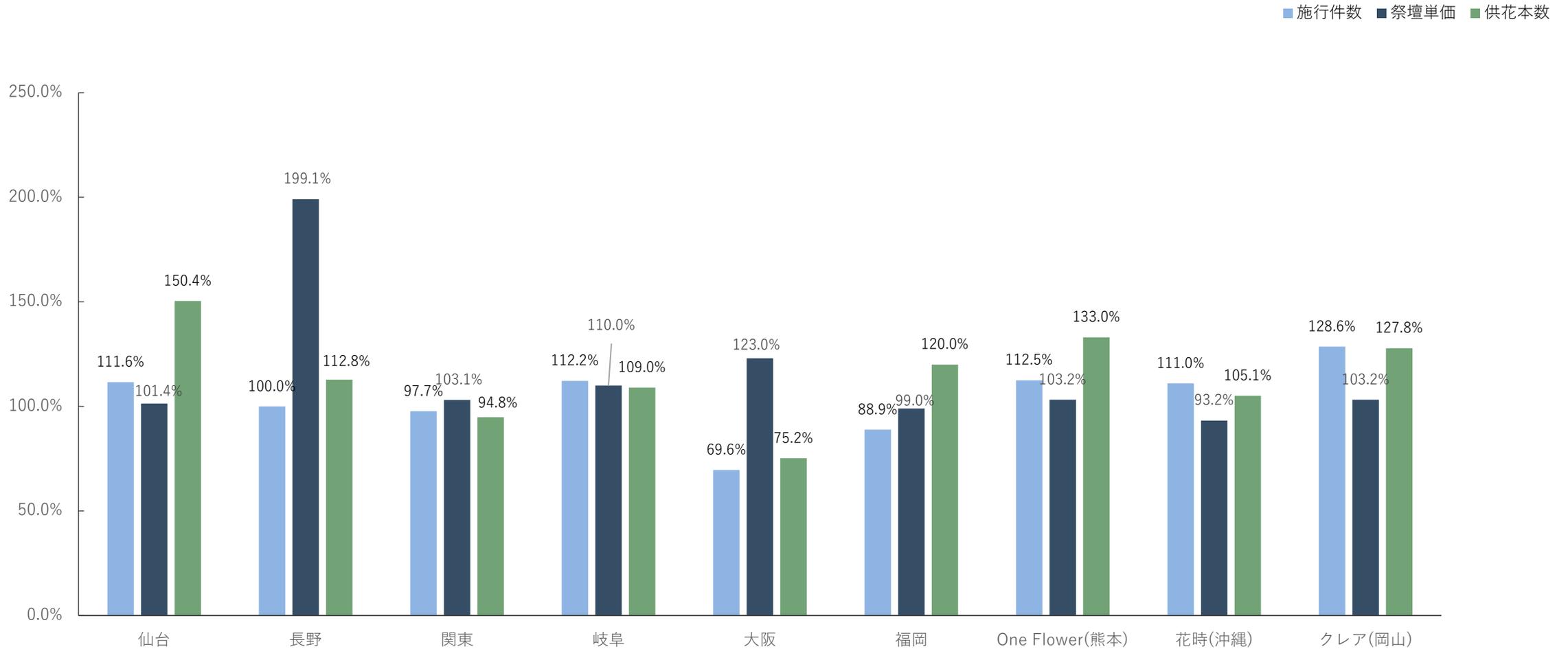
受注単価はやや上昇

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

48,731円 → 50,246円

やや持ち直し傾向

### ■ 施行件数・祭壇単価・供花本数前期比較



### 中計施策

- エリア展開
- 既存エリアでの新規顧客獲得

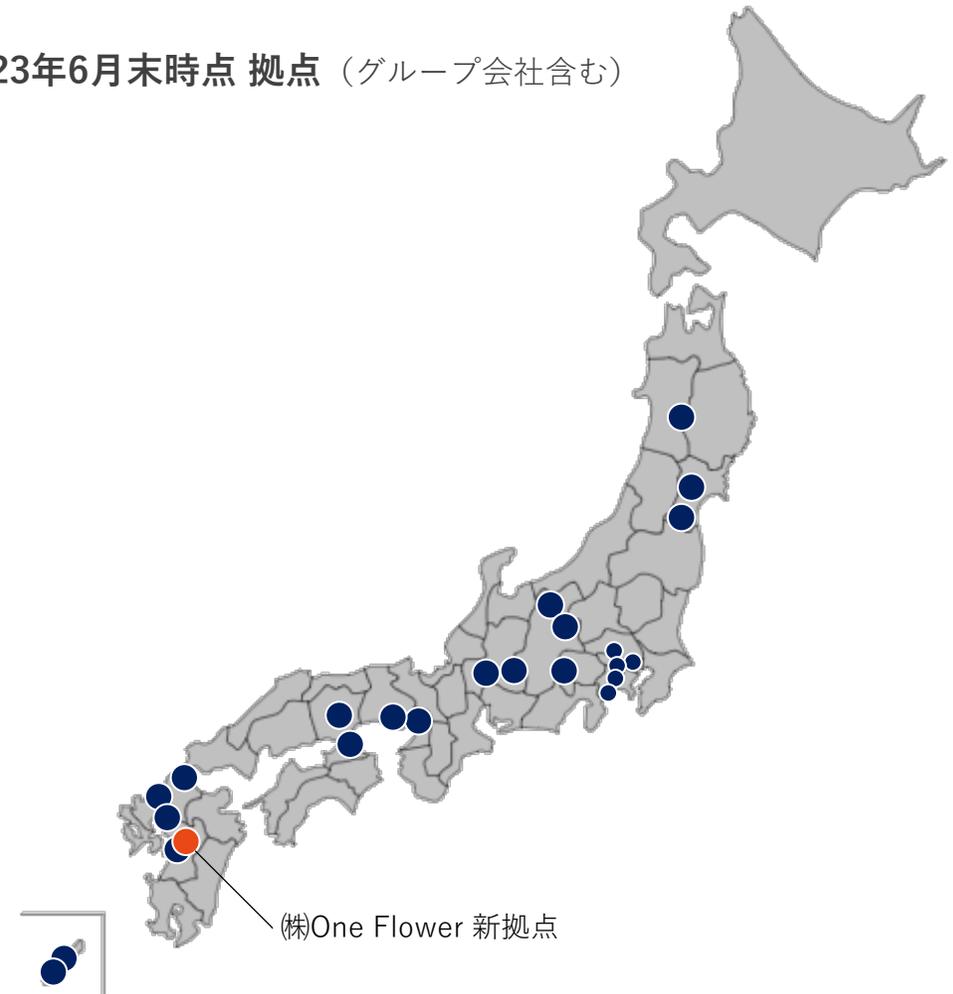
■ (株)One Flower 熊本北営業所開設 ≪2022年8月≫

→他にも進行期において開設予定

### 今後

▶▶ M&A及び既存拠点周辺でのドミナント展開 (継続)

2023年6月末時点 拠点 (グループ会社含む)



## ■ 2023年6月期4Qの状況と次期以降の取り組み

### ◆ エリア展開・既存エリアでの新規顧客獲得

- ・ 既存の拠点をベースとした新たなエリアへの展開

→ One Flower 熊本北営業所開設（2022年9月）

→ 東北エリアへの営業所開設（2024年6月期 1Q）

→ 関西エリアへの営業所開設（2024年6月期 2Q）

### ◆ 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・@葬儀のサービススタート

@葬儀の新しい機能



<花布団>

## 生花卸売事業

	2022/6期実績	2023/6期実績
売上高	2,722	3,062
営業利益	15	31

※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+235百万円 内部売上 → +104百万円
- ・ 4Qは供給過多・需要減によりやや低迷も、1Q・2Qのコロナ禍や天候不良（高温・台風）による出荷減や円安、婚礼・イベント需要の回復による単価高止まりの影響で増収

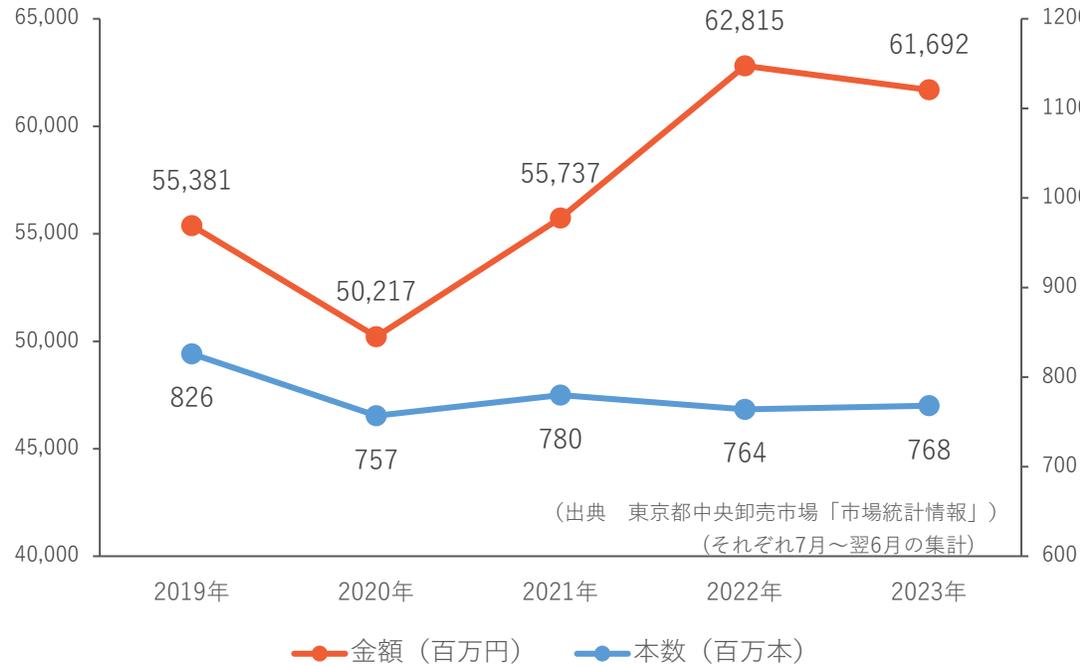
### 《営業利益》

- ・ 4Qはやや低迷も、1Q中盤・2Q以降の単価UP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

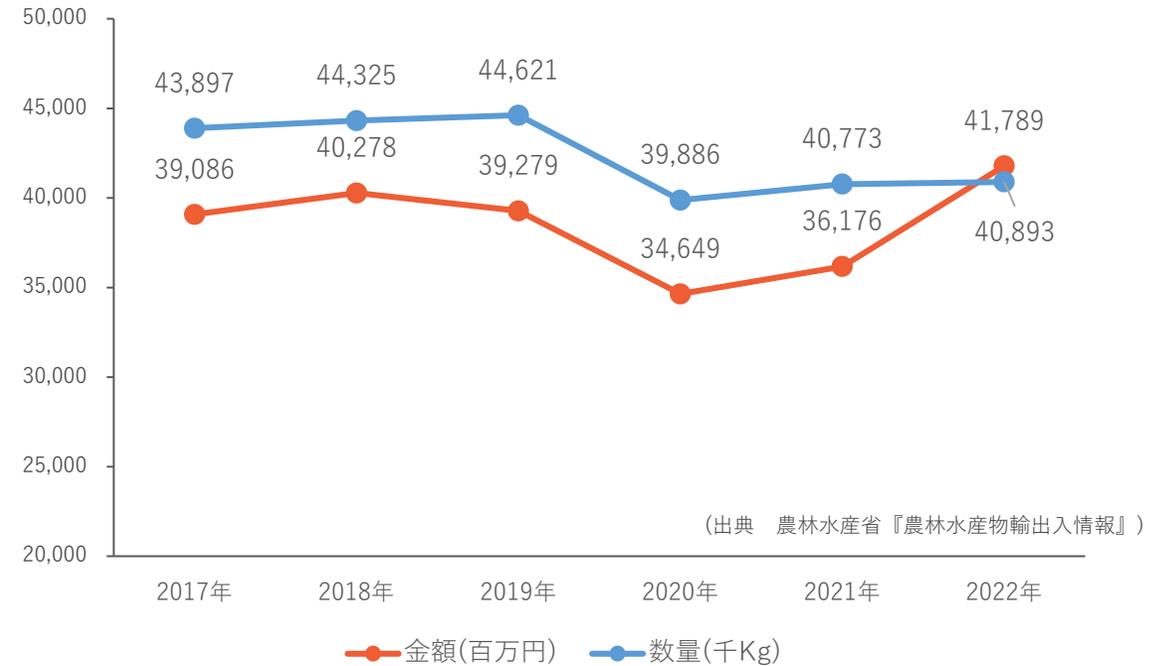
売上高 1,828 百万円 (2022/6期) ⇒ 2,064 百万円 (2023/6期)

➤ 業界動向①

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



### ■2023年6月期の状況と次期以降の取り組み

#### 原価率低減・安定化に向けた施策

1Q～3Q      ウクライナ戦争の影響による資材類の高騰や円安状況が継続、夏場の世界的な干ばつによる出荷不良なども重なり  
国外・国内ともに不安定な供給状況に。  
原価高騰の影響を受け前期6月、11月に定期商品の値上げを実施→販売単価が上昇、売上増  
利益面では、周年を通じた単価高騰の影響が大きく予算達成。一部品種において、輸入数量が安定化しグループへの  
安定供給、外販数量増加。前期を大きく上回る結果に。



4Q      期の前半は需要低迷・供給過多により単価下落～後半は販売数増・一部の品種で単価高騰も全体では単価が下がり  
粗利減

#### ▶▶ 今後も円安・資材類の高騰が続く見込み

顧客向け

- ・既存顧客の維持・継続
- ・既存顧客の掘り起こし
- ・新規顧客獲得

市場向け

- ・現状シッパー/商品の取扱い強化
- ・取扱い停止商品の再検討・再交渉
- ・差別化を図れる新商品の構築

ブライダル装花事業

	2022/6期	2023/6期
売上高	330	374
営業利益	△6	18

《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 → 4Qは前期比でやや低調となるも総じて回復基調 新規式場との契約獲得が奏功し売上増
- ・リテール → EC：競争激化で苦戦 SHOP：3Q以降前期比増 造園事業：着実に受注・実績積み上げ

《営業利益》

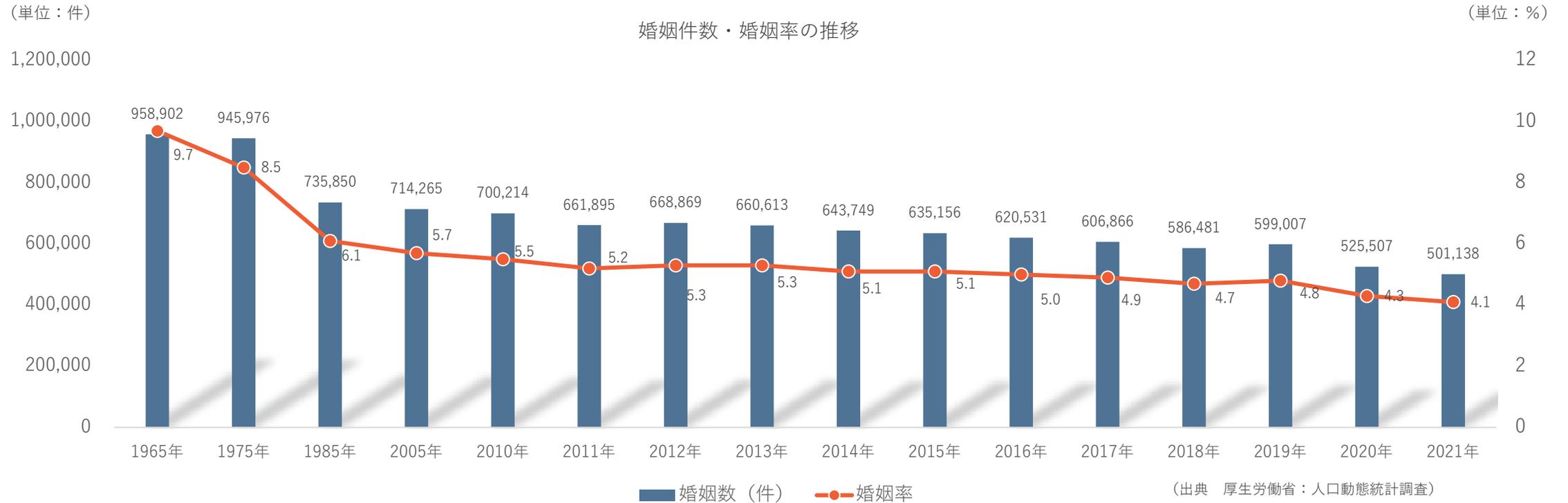
前期から大きく回復

- ・ブライダルの売上回復により大きく改善
- ・EC・SHOP コスト圧縮も売上が伸び悩み横ばい
- ・造園は施工実績を積み上げ徐々に利益貢献

売上高 330 百万円 (2022/6期) ⇒ 374 百万円 (2023/6期)

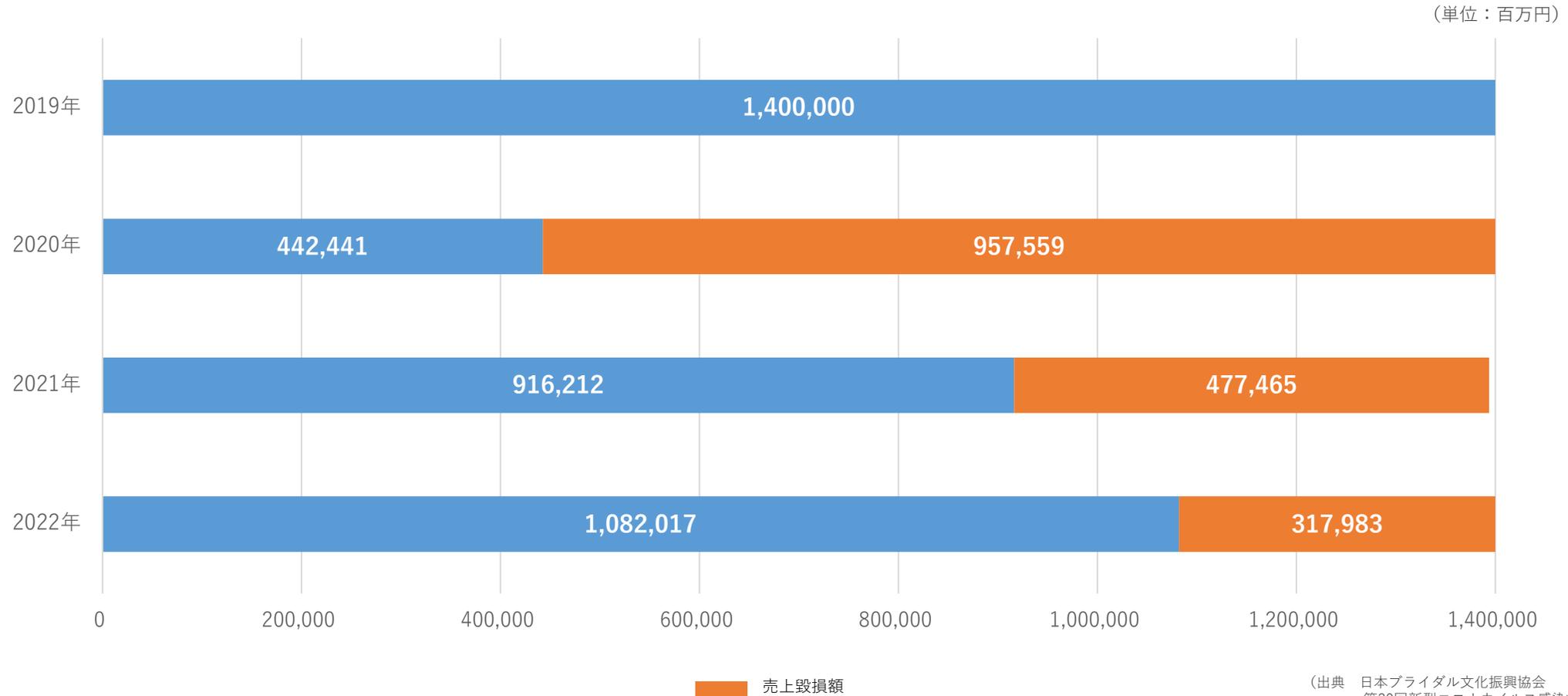
➤業界動向①

コロナ禍等の影響を受け婚姻率は戦後最少を更新 ※2021年



## 02 各事業部の傾向と対策【ブライダル装花事業】

- 業界動向② 業界全体で2020年度、2021年度の2年間で、約1.4兆円の売上毀損があったものと推計  
2022年度は、上期売上（4-9月）約598億円（19年度比▲12%）  
下期予約（10-3月）484億円（19年度比▲33%）  
通期実績＋予約で約1,082億円（19年度比▲23%）まで回復していると推計



(出典 日本ブライダル文化振興協会  
第30回新型コロナウイルス感染症影響度調査集計結果)

## ■ 2023年6月期4Qの状況と次期以降の取り組み

### 《新規顧客との取引拡大》

- 式場内装飾など大型案件を受注済み

### 《オペレーションの効率化》

- 地域限定正社員制度・フレックスタイム制 スタッフ育成

### 《婚礼1件単価下落抑止に向けた商品企画》

- レンタル装飾商品
- アフターブーケ等の自社制作



ブライダル装花



グリーンレンタル



ECモール



造園

### その他事業

	2022/6期	2023/6期
売上高	453	509
営業利益	14	18

#### 《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 → 2Q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の黒字転換
- ・ 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

315百万円



351百万円

(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

63百万円



73百万円

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業

72百万円



84百万円

■2023年6月期以降の取り組み（継続）

《主要施策》

（システム開発）

**SHF** → 既存事業（新商品開発） + IoT・AI関連事業の売上UP

（冠婚葬祭企画・コンサル）

**セレモニーサービス** → 主軸の会館を中心とした売上UPとあわせ他会館へも誘導（販促強化）  
+ 自宅葬等新サービスによる売上UP

（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（継続）

（農業：花卉生産）

**アグリフラワー** → 生産量UP（安定化） + 国内産地開拓（継続）

■ その他重点戦略への主な取り組み状況

➤ 事業基盤強化

グループ運営の最適化

➔グループ各社による@葬儀販促活動スタート（2022年7月）

DX推進による効率化

- ➔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

➔持株会社への移行決定

➤ホールディングス体制へ（2024年1月1日～）



▶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

- 営業活動スタート（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）

(株)goenn社とのプロジェクトスタート

- (株)goennとの資本業務提携（2023年6月）  
納骨堂化アプリ・オンライン参拝アプリ事業スタート

AI・IoT事業への参入（葬儀業界・その他）

- 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）  
全国の一部文具店・喫茶店等でキャンペーン展開へ
- 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



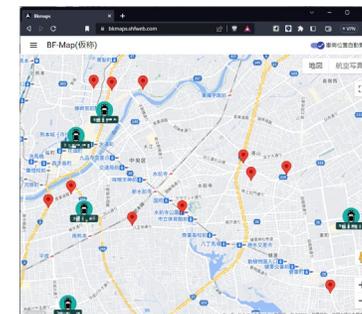
<@葬儀新サービス>



<納骨堂化アプリ・オンライン参拝アプリ>



<AI筆跡診断>



<車両位置情報管理>

### ➤ 企業価値向上

#### ESG・SDGs視点での経営推進

- ➔ フードドライブへの参加（2022年7月～）
- ➔ 環境負荷を低減するための地域活動実施（2022年9月～）
- ➔ 放置竹林の竹を活用した道具の開発検討（2023年4月～）
- ➔ 労働負担減を目的とした道具軽量化の検討本格化（2023年6月～）
- ➔ 車両位置情報管理システムによるCO2削減取組み（スタートは2023年9月～）

#### 資本政策・株主還元

- ➔ 配当性向実績41%（目標50%）

#### 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～）
- ➔ フレックスタイム運用～従業員エンゲージメント効果検証（1Q～）
- ➔ ベースアップ発表（2023年3月）



< 自然由来の道具開発・活用 >



< 施行道具の軽量化 >



< 地域清掃活動 >



< フードドライブ参加 >

株主優待制度

2023/6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1,000株以上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)



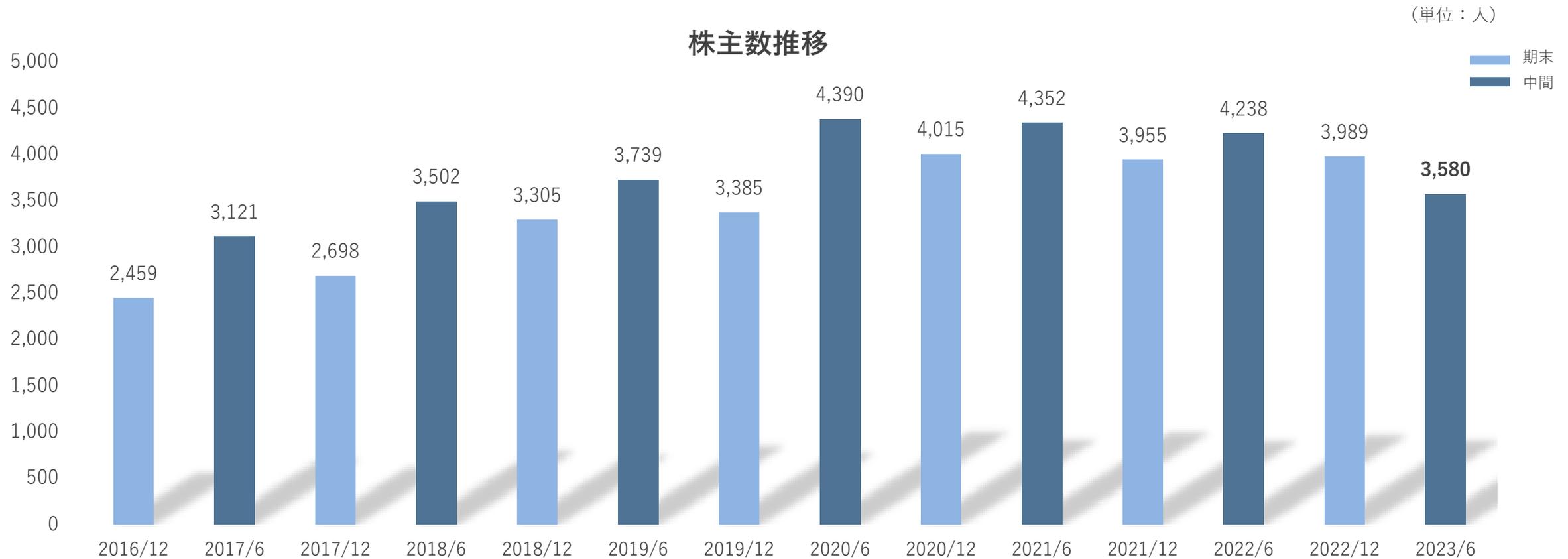
楽天市場内・SHOP (イメージ)



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)



配当性向目標は50%（2023/6実績：41%）。  
 中計施策実行による業績向上と流通株式時価総額UPを目指す。

## ■IRに関するお問い合わせ先

### 経営・IT企画部／経営・IT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。