

＜証券コード：3041＞  
東証スタンダード市場

BEAUTY  
KADAN  
ホールディングス

2024年6月期 第2四半期

## 決算説明会資料

2024年2月28日  
株式会社ビューティカダンホールディングス

それでは、株式会社ビューティカダンホールディングスの  
2024年6月期 第2四半期の決算についてご説明します。

01. 2024年6月期 第2四半期 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. 2024年6月期業績予想

▶ 各事業とも回復基調で増収も、円安・原材料費高騰、HD化関連費用計上により営業利益は前期比微減

(単位：百万円)

	2023/6期 2Q	2024/6期 2Q	前年同期比 増減率	2023/6期 実績
売上高	3,217	3,556	+10.5%	6,413
売上原価	2,807	3,102	+10.5%	5,472
売上総利益	409	453	+10.6%	941
営業利益	12	11	△5.8%	124
経常利益	29	17	△42.0%	135
当期純利益	17	3	△79.6%	88

まず、第2四半期の業績ハイライトですが各事業ともにコロナ禍から回復基調にあったことから、売上高は35億5600万円、一方で円安や原材料費高騰による原価率UPの影響およびホールディングス関連費用を計上したことによりまして、営業利益は1100万円、経常利益は1700万円、親会社株主に帰属する四半期純利益は、300万円となりました。

## ▶ 前期比で粗利益率横ばい、1Q比では原価率改善

(単位：百万円)

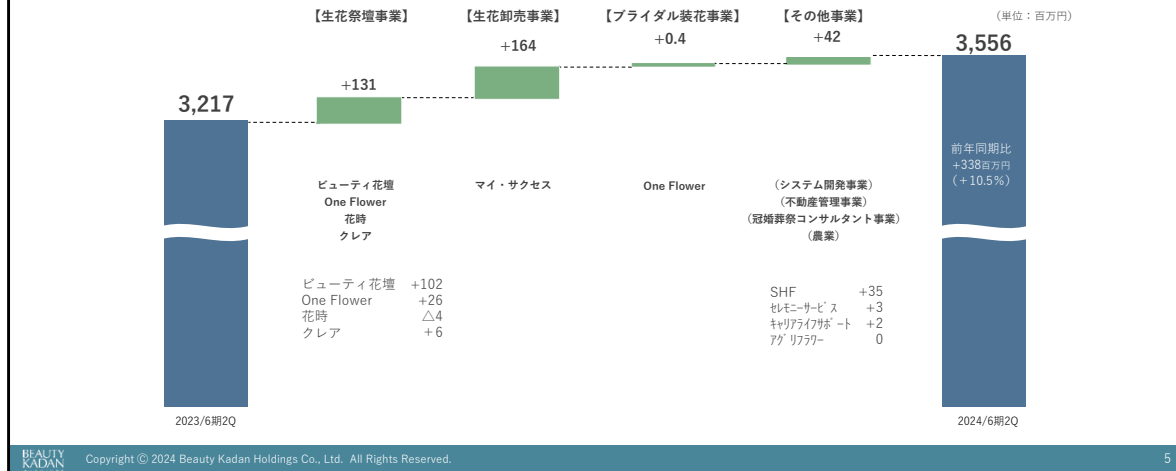
	2023/6期 1Q	2024/6期 1Q	前年同期比 増減率	2023/6期 2Q	2024/6期 2Q	前年同期比 増減率
売上高	1,522	1,707	+12.2%	3,217	3,556	+10.5%
売上原価	1,357	1,517	+11.7%	2,807	3,102	+10.5%
売上総利益	164	190	+15.6%	409	453	+10.6%
営業利益	△38	△31	—	12	11	△5.8%
経常利益	△35	△28	—	29	17	△42.0%
当期純利益	△39	△31	—	17	3	△79.6%

四半期ごとの状況ですが、  
売上高は引き続き回復基調にあります。  
営業利益につきましてはホールディングス化関連費用や  
ベースアップ等によって販管費が増加したことにより前期比で  
微減となりました。

01 2024年6月期 第2四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 10.5% (338百万円) の増収



続いて、連結売上高の前期比分析です。

生花祭壇事業につきましては、当社単体をはじめ、グループ全体においては1億3100万円の増収、生花卸売事業につきましては、1億6400万円の増収、ブライダル装花事業につきましては横ばいでした。その他の事業につきましては、各事業とも比較的好調に推移し前年同期比では4200万円の増収となりました。

その結果、全体では3億3,800万円の増収となりました。

## 01 2024年6月期 第2四半期業績ハイライト

◀セグメント別決算概況▶

(単位：百万円)

	2023/6期2Q		2024/6期2Q		前期比		2023/6期	
	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	1,703	120	1,834	131	+7.7%	+9.1%	3,464	321
生花卸売	1,122	25	1,287	26	+14.7%	+3.9%	2,064	31
ブライダル装花	166	4	166	9	+0.3%	+99.5%	374	18
その他	225	△7	267	5	+18.7%	-	509	18
調整額	-	△130	-	△161	-	-	-	△266
計	3,217	12	3,556	11	+10.5%	▲5.8%	6,413	124

- 生花祭壇事業：東日本エリア+グループ会社（One Flower・クレア）が前期比増により増収増益
- 生花卸売事業：販売数量の増加や円安、夏場の供給不足による販売単価上昇、既存顧客掘り起こしによって増収増益
- ブライダル装花事業：婚礼のキャンセル・延期減少の影響が大きかった前期比では売上横ばい

次に、セグメント別の決算概況です。

生花祭壇事業につきましては、東北・関東をはじめとした東日本エリアおよび、中国エリアや熊本において、引き続き好調に推移し増収増益となりました。

生花卸売事業については、販売数量が前期比で増加したことや、第1四半期後半から第2四半期前半にかけて、高温による供給不足により販売単価が上昇したこと、既存顧客の掘り起こしが奏功し増収増益となりました。

ブライダル装花事業は、コロナ禍からの反動増があった前期との比較では売上・利益は横ばいで推移しました。

その他の事業につきましては、各事業とも堅調に推移し増収増益となりました。

この結果、全体の営業利益は、1100万円となりました

## 01 2024年6月期 第2四半期業績ハイライト

&lt;連結貸借対照表&gt;

	2023/6末		2023/12末		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
資産の部					
流動資産	1,626	66.1%	1,756	67.5%	+130
固定資産	835	33.9%	859	32.5%	+24
資産合計	2,462	100.0%	2,616	100.0%	+154
負債の部					
流動負債	1,059	43.0%	1,230	47.0%	+170
固定負債	856	34.8%	866	33.1%	+9
負債合計	1,916	77.8%	2,097	80.2%	+180
純資産の部					
株主資本	545	22.2%	519	19.8%	△26
その他の包括利益累計額	0	0.0%	0	0.0%	0
純資産合計	545	22.2%	519	19.8%	△26
負債純資産合計	2,462	100.0%	2,616	100.0%	+154

次に連結貸借対照表について、ご説明いたします。

当第2四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ1億5400万円増加し、26億1600万円となりました。

これは主に売掛金の増加によるものです。

当第2四半期連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ1億8000万円増加し、20億9700万円となりました。これは主に、借入金の増加によるものです。

当第2四半期連結会計期間末の純資産は、前連結会計年度末に比べ2600万円減少し、5億1900万円となりました。これは主に、利益剰余金の減少によるものです。

以上の結果、当第2四半期末における自己資本比率は、19.8%となりました。

01 2024年6月期 第2四半期業績ハイライト

《連結キャッシュ・フロー計算書》

	(単位：百万円)		
	2022/12	2023/12	
営業活動によるキャッシュ・フロー	△48	0	(営業活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、税金等調整前四半期純利益17,435千円、仕入債務の増加額144,774千円を計上した一方で、売上債権の増加額182,323千円を計上したことによるもの
投資活動によるキャッシュ・フロー	△11	△15	(投資活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、有形固定資産の取得による支出15,881千円によるもの
財務活動によるキャッシュ・フロー	58	△50	(財務活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、借入金の減少2,768千円、親会社による配当の支払額36,445千円によるもの
現金及び現金同等物の増減額	△1	△65	【参考】2022/12 (2023/6期 2Q)
現金及び現金同等物の期首残高	950	954	(営業活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、税金等調整前四半期純利益28,942千円、仕入債務の増加額122,717千円を計上した一方で、売上債権の増加額174,040千円を計上したものであるもの
現金及び現金同等物の期末残高	948	889	(投資活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、有形固定資産の取得による支出6,627千円によるもの
			(財務活動によるキャッシュ・フロー) ⇒主に、借入金の増加額130,140千円によるもの

次に、連結キャッシュフロー計算書です。

まず、営業活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、営業活動の結果獲得した資金は主に、税金等調整前四半期純利益1700万円、仕入債務の増加額1億4400万円を計上した一方で、売上債権の増加額1億8200万円を計上したことにより98万円となりました。

次に、投資活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、投資活動の結果使用した資金は主に、有形固定資産の取得による支出1500万円により1500万円となりました。

次に、財務活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、財務活動の結果使用した資金は主に、借入金の減少200万円、親会社による配当の支払額3600万円により、5,000万円となりました。



## 生花祭壇事業

	2023/6期 2Q実績 (2022/12)	2024/6期 2Q実績 (2023/12)
売上高	1,703	1,834
営業利益	120	131

## 《売上高》

- ・ 全社→各グループとも概ね前期比増
- ・ ビューティ花壇→東北・関東・中部好調
- ・ クレア→中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》

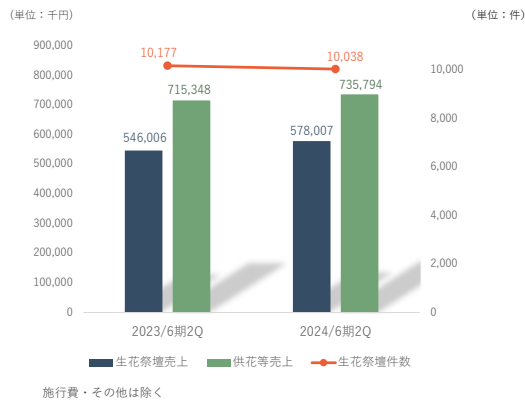
- ・ 原価率アップ → 輸送費ほか原材料費の高騰  
円安の影響大 ※原価率：計画比+2.3ポイント 前期比+0.1ポイント
- ・ 販管費効率化 → 前期比増・予算比減 ※人件費率：計画比▲1.7ポイント 前期比▲2.1ポイント  
(販管費前期比：106.6%)

次に各事業部の傾向と対策についてご説明いたします。  
 まず生花祭壇事業における業績ハイライトですが  
 売上高は18億3400万円、営業利益は1億3100万円と、  
 増収増益となりました。売上高につきましては、各グループとも  
 総じて好調に推移しました。  
 その内訳としまして、東日本においては、東北・関東・  
 中部エリア、西日本については、中国エリア・熊本県において、  
 それぞれ好調に推移しております。

営業利益につきましては、円安・物価高の影響を受け、原価率、  
 販管費についてもアップしていますが、売上が増加したこと等  
 により1100万円程度の増益となりました。

## 02 各事業部の傾向と対策【生花祭壇事業】

### ■生花祭壇・供花等売上・件数



生花祭壇の平均単価  
53,651円 (2022/12)  
⇒ 57,581円 (2023/12)

受注単価は上昇

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

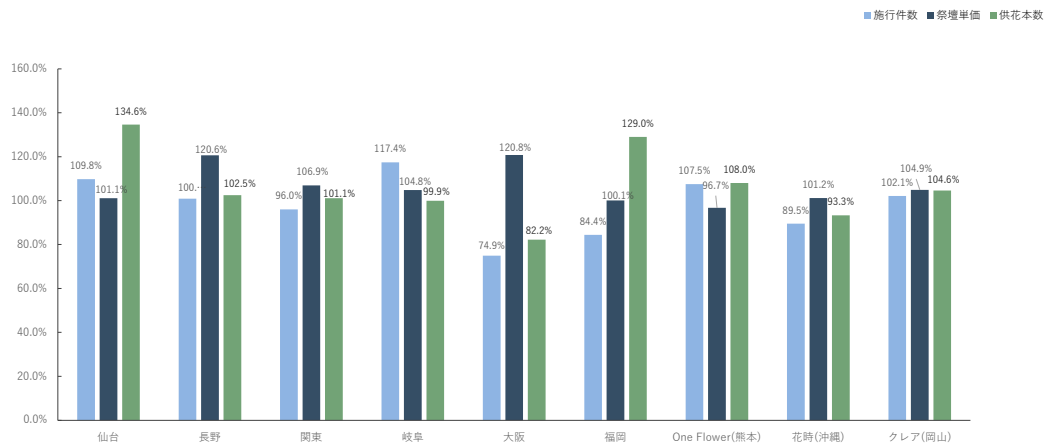
50,858円 → 54,439円

回復基調に

続きまして、当社の生花祭壇と供花の件数の推移です。  
生花祭壇の平均単価は、前期比で上回り回復基調にありました。  
また、ご覧のグラフのとおり、当第2四半期については生花祭壇  
件数は微減しましたが、生花祭壇、供花ともに売上は増加いたし  
ました。  
祭壇件数につきましては、拠点展開の効果により、今後増加して  
いく見込みです。

## 02 各事業部の傾向と対策【生花祭壇事業】

■ 施行件数・祭壇単価・供花本数前期比較



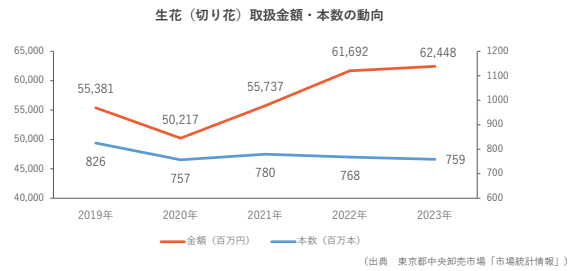
こちらは、エリア別の施行件数と祭壇単価、供花本数の前期比較です。ご覧のとおり、施行件数は大阪・福岡・沖縄は減少し、その他エリアでは増加しました。祭壇の単価につきましては、総じて前期比で上昇している状況です。

## 02 各事業部の傾向と対策【生花卸売事業】

### 生花卸売事業

	2023/6期 2Q実績 (2022/12)	2024/6期 2Q実績 (2023/12)
売上高	1,661	1,826
営業利益	25	26

※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+164百万円 内部売上 → +0.5百万円
- ・円安や2Q前半までは天候不良（高温）による出荷減の影響により単価UP・販売数量増により増収

#### 《営業利益》

- ・1Q後半からの販売本数・単価UPによる増収を受け微増

続きまして、生花卸売事業における業績ハイライトです。  
売上高は、第1四半期に続き、円安や第2四半期前半までは天候不良による出荷減によって販売単価がアップしたこと、販売数量が増加したことで増収となりました。  
利益面におきましては、期の前半はコスト上昇分の価格転嫁に至りませんでした。後半からは販売本数増と単価アップによって利益を確保することができました。

## 02 各事業部の傾向と対策【ブライダル装花事業】

### ブライダル装花事業

	2023/6期 2Q実績 (2022/12)	2024/6期 2Q実績 (2023/12)
売上高	166	166
営業利益	4	9

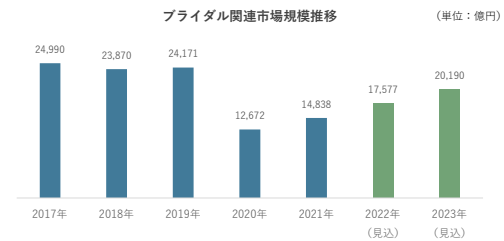
#### 《売上高》

- ・ブライダル → コロナ禍からの反動増が大きかった前期と比較すると微減
- ・リテール → EC：増収 SHOP：横ばい 造園事業：売上大幅増

#### 《営業利益》

前期から回復（継続）

- ・ブライダル減少
- ・EC：新たに取扱商品が加わり利益率改善・増益
- ・SHOP：コスト効率化図りやや改善
- ・造園：売上増に伴い増益



(出典 矢野経済研究所：ブライダルに関する調査 2023/4/18)

次にブライダル装花事業における、業績ハイライトです。  
売上高につきまして、ブライダル部門では、コロナ禍からの反動増が大きかった前期から継続して婚姻件数の増加が期待されたものの下振れしたこと等により微減となりました。  
リテール部門につきましては、ECは増収、SHOPについては横ばい、造園事業は着実に受注件数を増やし大幅増となっております。  
営業利益は、ブライダルはやや減益となりましたが、それ以外につきましては、増益となりました。

## 02 各事業部の傾向と対策【その他事業】

### その他事業

	2023/6期 2Q実績 (2022/12)	2024/6期 2Q実績 (2023/12)
売上高	225	267
営業利益	△7	5

#### 《売上高》

##### 前期比増

- ・ SHF → 葬儀・建築関連システムともに好調に推移
- ・ セレモニーサービス → 施行件数増・単価UPにより増収
- ・ キャリアライフサポート → 請負業務・利用者増により堅調に推移し売上・助成金UP

#### 《営業利益》

- ・ SHFの黒字転換
- ・ セレモニーサービス、キャリアライフサポートの売上増による増益

㈱SHF システム開発事業

157百万円 → 193百万円

㈱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

26百万円 → 30百万円

㈱キャリアライフサポート 就労継続支援事業

40百万円 → 43百万円

続いて、その他事業における、業績ハイライトです。  
売上高につきましては、子会社SHFにおいて、  
葬儀関連システム、建築関連システムともに堅調に推移しました。  
また、セレモニーサービス、就労継続支援事業も増収となりました。  
利益面では、これらの売上UPを受け増益となりました。

## &gt; 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)

- 福島西営業所開設 (2023年9月)
- 滋賀営業所開設 (2023年10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へ
- 国内農地開拓 (農業部門と連携)

## 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)

- レンタル装飾商品
- アフターブーケ自社制作等単価UPのための商品開発
- 人材活用効率化・教育

## &gt; 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

## DX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)

- 自社車両の位置情報共有システムの運用スタート

## 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)

- 持株会社への移行 (2024/1/1~)

次に、第2四半期での中期経営計画に対する取り組みについてですが、まず重点戦略の1つ目、コア事業での売上拡大につきまして、生花祭壇事業におきましては、エリア展開施策として福島西営業所を2023年9月に、滋賀営業所を10月に開設いたしました。

生花卸売事業におきましては、国内産地を中心に農業部門と連携し開拓を進め取引量の増加、グループ原価率安定化に向けた動きを継続中です。

ブライダル装花事業では、ブライダル装花については婚礼1件あたりの単価下落を抑止するための商品企画、リテールについては新たな商品展開、造園では公共工事の受注拡大や緑化事業の展開等に注力しております。

次に事業基盤強化ですが、グループ運営の最適化につきましては、DX推進による効率化策のうち自社車両の位置情報共有システムの運用スタートに向け準備を進めている段階です。

人材育成につきましては、2024年1月1日よりホールディングス体制へ移行しました。

これにより経営責任の明確化、次世代経営人材の育成へ繋げてまいります。

▶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)

- 営業活動継続
- 供花・祭壇卸しサービス/相続相談サービス/ギフトサービス

株goenn社とのプロジェクトスタート

- 納骨堂化アプリ「musuhi」今春リリース予定

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全国展開へ

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



< AI筆跡診断 >



(出典 両日新聞 2024/2/5)

続いての重点戦略、新サービス開発・新規事業の拡大につきましては、株式会社goennとの納骨堂化アプリ・参拝管理アプリ事業につきましては、納骨堂化アプリ musuhi(むすひ)の今春リリースを予定しています。

AI、IoT事業については、大手文具メーカーでのAI筆跡鑑定のプロモーションが引続き好評で取扱いエリアを拡大中です。各業界向けAI、IoT関連システムについては、鋭意開発中です。



### > 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継続
- 車両位置情報管理システムによるCO2削減取組み
- 環境配慮型商品・技術開発検討スタート

#### 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

#### 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  
日興アイ・アール「2023年全上場企業ホームページランキング」において、スタンダード市場部門の優良サイトとして表彰
- 対面での説明会や個人投資家向けイベント等への参加
- 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
- ベースアップ実施 (1Q～)



企業価値向上につきましては、ESG,SDGs視点での経営推進においては、これまで検討段階であったCO2削減に向けた取り組みや、各種環境配慮型商品や技術開発について、第3四半期よりスタートします。

資本政策、株主還元につきましては、配当性向50%を目標としておりますが、第27期配当実績としては41%となりました。今後も配当性向を50%を目標とし、業績に連動させつつ分配可能額の範囲で配当を行います。

ステークホルダーエンゲージメント強化について、今期第1四半期より従業員のベースアップを実施しております。また、当社ホームページのIRサイトが日興アイアールの「2023年全上場企業ホームページランキング」スタンダード市場部門の優良サイトとして表彰されましたが、IRについても徐々にではあるものの、対面を含めた活動を含め再スタートするなど、注力してまいります。

株主優待制度

2023/6期 優待実績

- ・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)

長期保有株主制度

▶ 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)

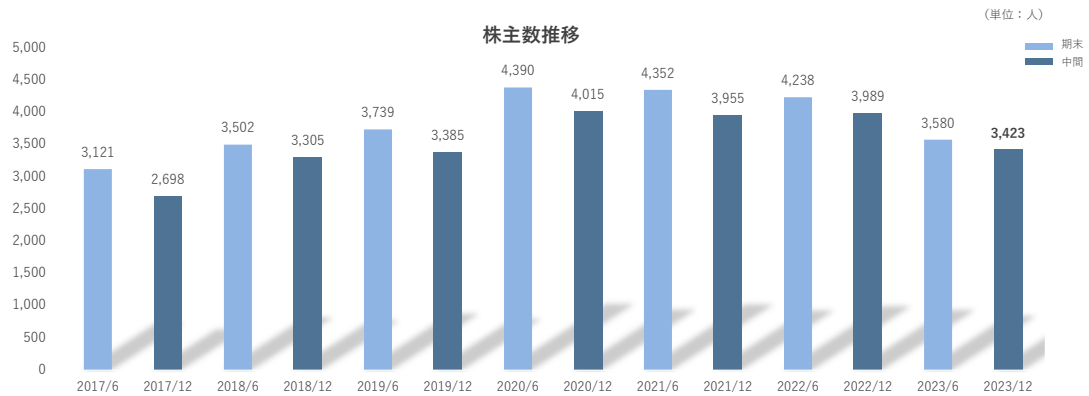
素天市場内・SHOP  
(イメージ)

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)

株主優待制度につきましては、ご覧の内容を中心に今後も継続してまいります。

3年間継続して1,000株以上の保有を条件とした  
長期保有株主向けの優待制度も 好評いただいております。  
今後もさらなる株主還元に注力し、満足度向上、株主増加策を  
図ってまいります。



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。

最後になりましたが、株主数の推移です。  
前期より、配当性向を50%としました。  
中期経営計画の施策実行による業績向上とともに  
同中計の基本方針である、流通株式時価総額の  
向上を目指してまいります。

(単位：百万円)

	2023/6期実績	2024/6期 (予想)	前年同期比 増減率
売上高	6,413	6,600	+2.9%
営業利益	124	150	+20.6%
経常利益	135	150	+11.0%
当期純利益	88	110	+23.9%
配当 (円 銭)	9.00	13.58	—

最後に、今期の業績予想です。

売上高は66億円、営業利益は1億5000万円、  
経常利益1億5000万円、親会社株主に帰属する当期純利益は  
1億1000万円としています。

円安や物価高等事業環境が予想以上に変化している状況下において、それらを勘案しながら、必要に応じて業績予想の修正等も含め鋭意検討してまいります。

■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。

以上でご説明を終了いたします。  
ご視聴いただき、誠にありがとうございました。