



平成21年6月期 第2四半期 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
2009年2月13日



1. 事業内容

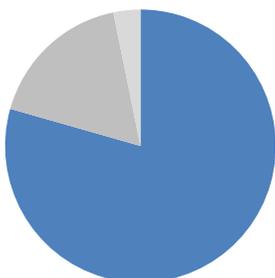
会社名	株式会社ビューティ花壇 (Beauty Kadan Co., Ltd.) 平成18年6月19日東京証券取引所マザーズ市場上場 <<発行済株数24,552株>>
本社所在地	東京都港区西新橋二丁目16番2号
拠 点	7支社1営業所 (東京支社・西東京支社・神奈川支社・熊本支社 ・福岡支社・仙台支社・大阪支社・千葉営業所)
関連会社	株式会社クラウンガーデネックス・美麗花壇股份有限公司(台湾)
設 立	平成9年1月16日 (創業 昭和49年5月1日)
資 本 金	2億904万円
売 上 高 (平成20年6月期)	3,621百万円【単体】 3,808百万円【連結】
事業内容	生花祭壇の企画提案・制作・設営及び生花の卸・物流
代 表 者	代表取締役会長兼社長 小田 敬史
従 業 員	207人【単体】 242人【連結】
U R L	http://www.beauty-kadan.com (平成20年12月末日現在)

連結売上高1,849百万円

※連結売上高は平成21年6月期第2四半期累計期間

売上高・売上比率

生花祭壇事業

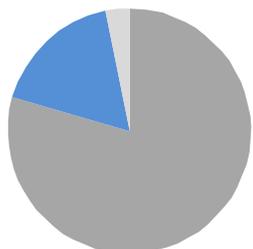


79.4%
1,468百万円

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

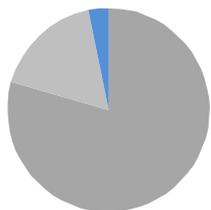


17.4%
322百万円

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



その他事業



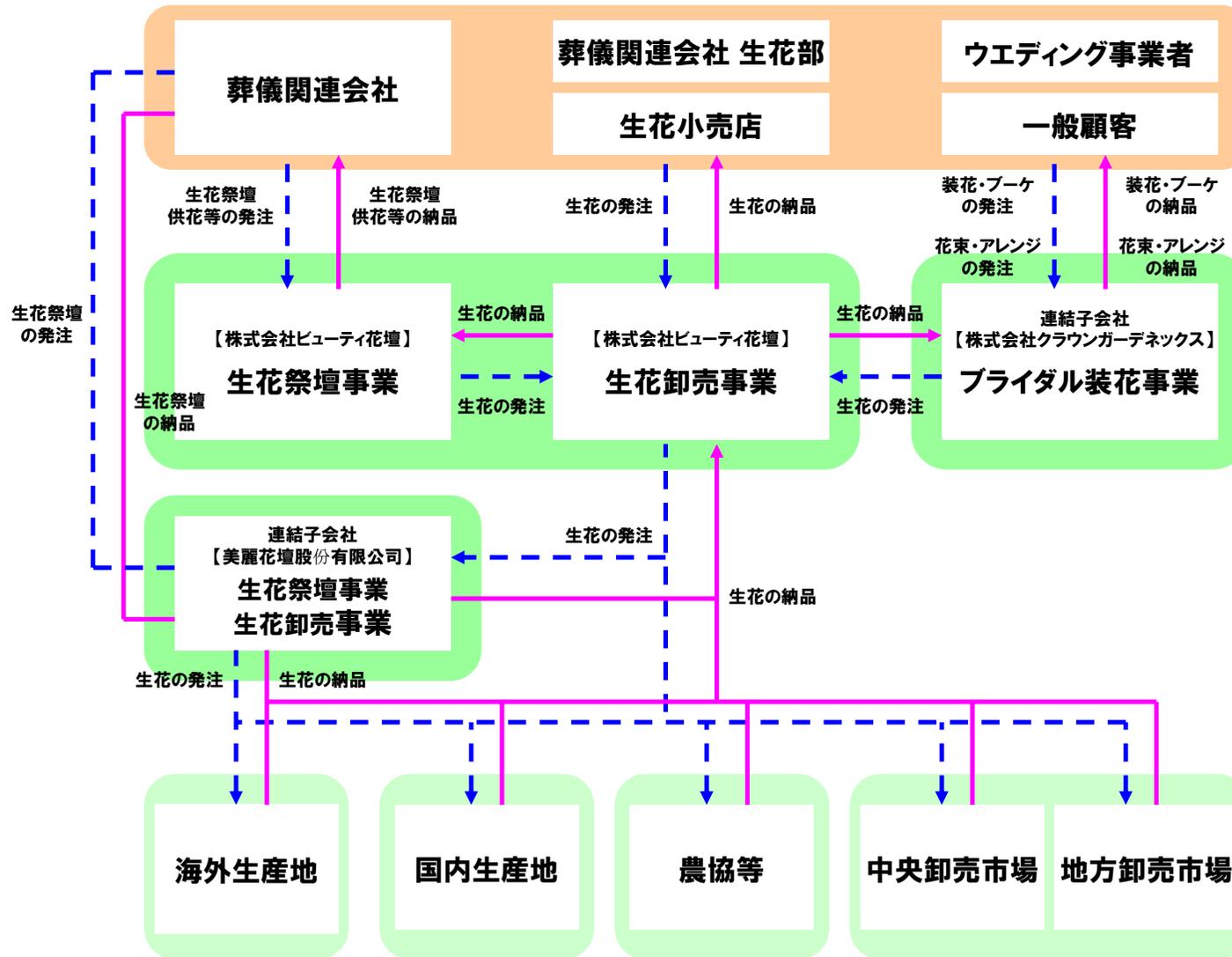
3.2%
60百万円

婚礼用の会場装花やブーケ制作・販売
プランツスケープ事業





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





2. 決算報告

・09年6月期第2四半期の業績は、増収・減益

単位:百万円 (百万円未満切捨て)	08年6月期第2四半期		09年6月期第2四半期		前年同期比	
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	1,816	100.0%	1,849	100.0%	33	1.8%
生花祭壇事業	1,353	74.5%	1,468	79.4%	115	8.5%
生花卸売事業	388	21.4%	321	17.4%	△ 67	-17.3%
その他事業	75	4.1%	59	3.2%	△ 16	-21.3%
売上原価	1,457	80.2%	1,485	80.3%	28	1.9%
売上総利益	358	19.7%	363	19.6%	5	1.4%
販管費	361	19.9%	406	22.0%	45	12.5%
営業損失	△ 3	-0.2%	△ 42	-2.3%	△ 39	
営業外収益	6	0.3%	11	0.6%	5	83.3%
営業外費用	4	0.2%	9	0.5%	5	125.0%
経常損失	△ 1	-0.1%	△ 40	-2.2%	△ 39	
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	0	
特別損失	2	0.1%	2	0.1%	0	0.0%
税金等調整前四半期純損失	△ 3	-0.2%	△ 43	-2.3%	△ 40	
法人税等	17	1.0%	14	0.8%	△ 3	-17.6%
少数株主損失	9	0.6%	△ 1	-0.1%	△ 10	-111.1%
四半期純利損失	△ 11	-0.6%	△ 56	-3.0%	△ 45	

【増減のポイント】

生花祭壇事業売上増 +8.5%
生花卸事業・その他事業減収

売上総利益率 19.6%
生花祭壇事業人件費増

販売管理費 +12.5%
内部統制費用
海外調達要員等人件費増

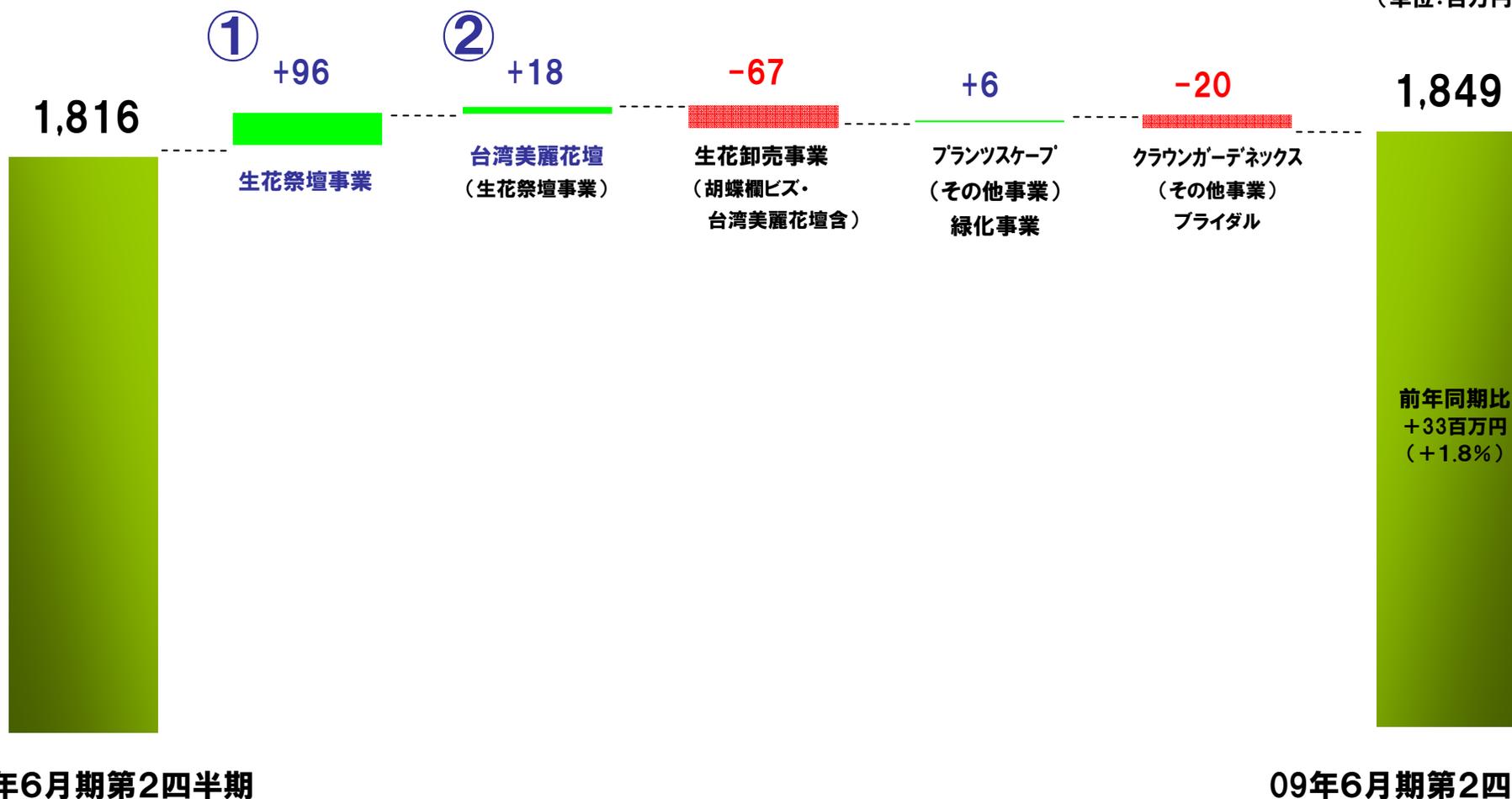
営業利益率 -2.3%

経常利益率 -2.2%

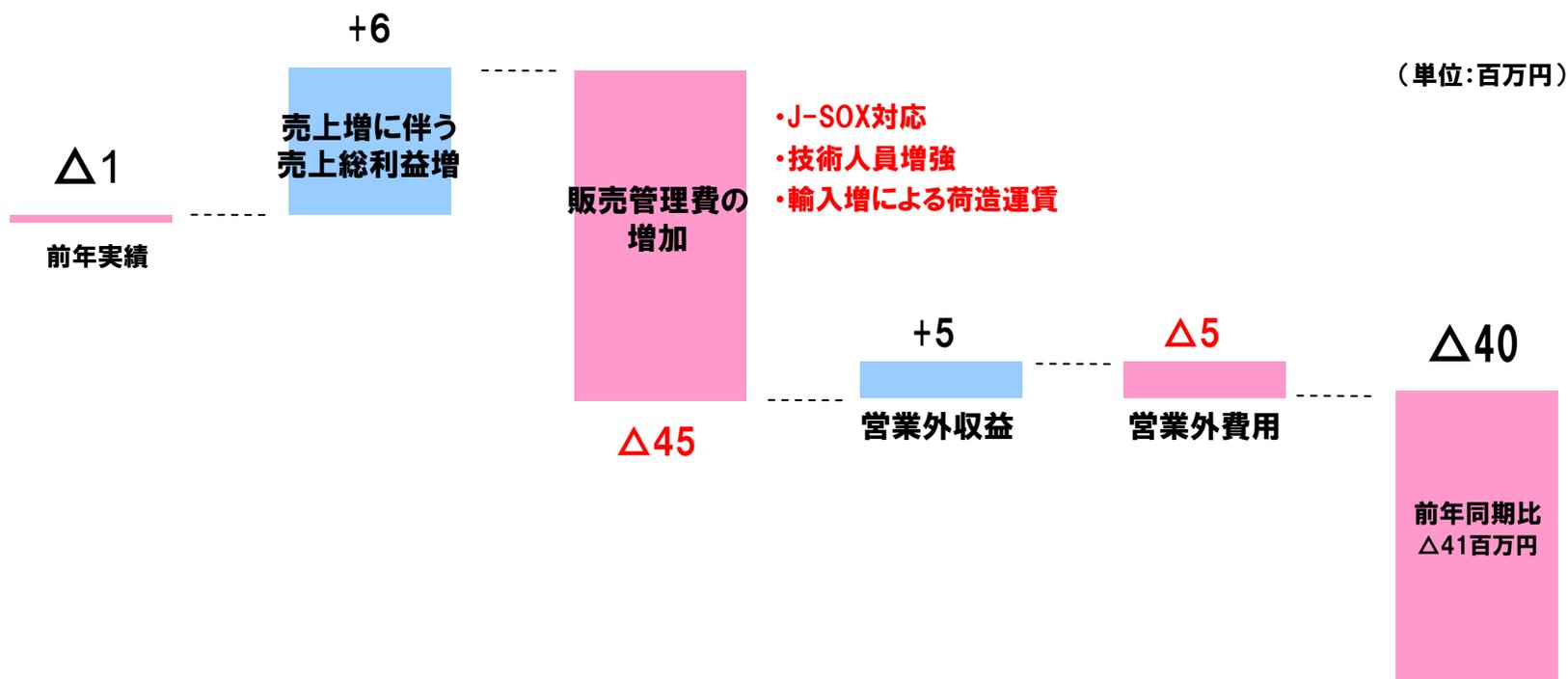
四半期純利益率 -3.0%

主力の**生花祭壇事業**の売上高が国内・台湾の双方で伸びたが
 生花卸売事業とブライダル装花のクラウンが減収となり、全社でわずかながら**増収**

（単位：百万円）



技術人員増強による**人件費**の増加、**内部統制コスト**の増加、輸入増による**荷造運賃**の増加が経常利益減少の要因



08年6月期第2四半期

09年6月期第2四半期

貸借対照表【連結】

単位:百万円	08年6月期		09年6月期第2四半期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	670	51.5%	652	50.2%	△ 18
現預金	275	21.1%	168	12.9%	△ 107
売掛金	350	26.9%	401	30.9%	51
商品	3	0.2%	3	0.2%	0
原材料及び貯蔵品	13	1.0%	29	2.2%	16
その他	33	2.5%	56	4.3%	23
貸倒引当金	△ 5	-0.4%	△ 6	-0.5%	△ 1
固定資産	631	48.5%	646	49.8%	15
有形固定資産	342	26.3%	263	20.3%	△ 79
（土地）	127	9.8%	127	9.8%	0
（減価償却費累計額）	△ 119	-9.1%	△ 133	-10.2%	△ 14
無形固定資産	107	8.2%	89	6.9%	△ 18
（のれん）	10	0.8%	8	0.6%	△ 2
投資その他の資産	181	13.9%	293	22.6%	112
（貸倒引当金）	△ 25	-1.9%	△ 17	-1.3%	8
資産合計	1,302	100.0%	1,298	100.0%	△ 4

単位:百万円	08年6月期		09年6月期第2四半期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動負債	450	34.6%	555	42.8%	105
買掛金	63	4.8%	105	8.1%	42
短期借入金	-	0.0%	90	6.9%	90
未払法人税等	33	2.5%	5	0.4%	△ 28
株主優待引当金	3	0.2%	1	0.1%	△ 2
その他	350	26.9%	353	27.2%	3
固定負債	337	25.9%	295	22.7%	△ 42
社債	180	13.8%	180	13.9%	0
長期借入金	125	9.6%	88	6.8%	△ 37
退職給付引当金	5	0.4%	8	0.6%	3
その他	26	2.0%	18	1.4%	△ 8
負債合計	788	60.5%	850	65.5%	62
資本金	209	16.1%	209	16.1%	0
資本剰余金	129	9.9%	129	9.9%	0
利益剰余金	148	11.4%	84	6.5%	△ 64
株主資本合計	486	37.3%	422	32.5%	△ 64
評価・換算差額等	△ 3	-0.2%	△ 2	-0.2%	1
少数株主持分	30	2.3%	27	2.1%	△ 3
純資産の合計	513	39.4%	447	34.4%	△ 66
負債純資産の合計	1,302	100.0%	1,298	100.0%	△ 4

・現預金の減少 △107
 ・売掛金の増加 51

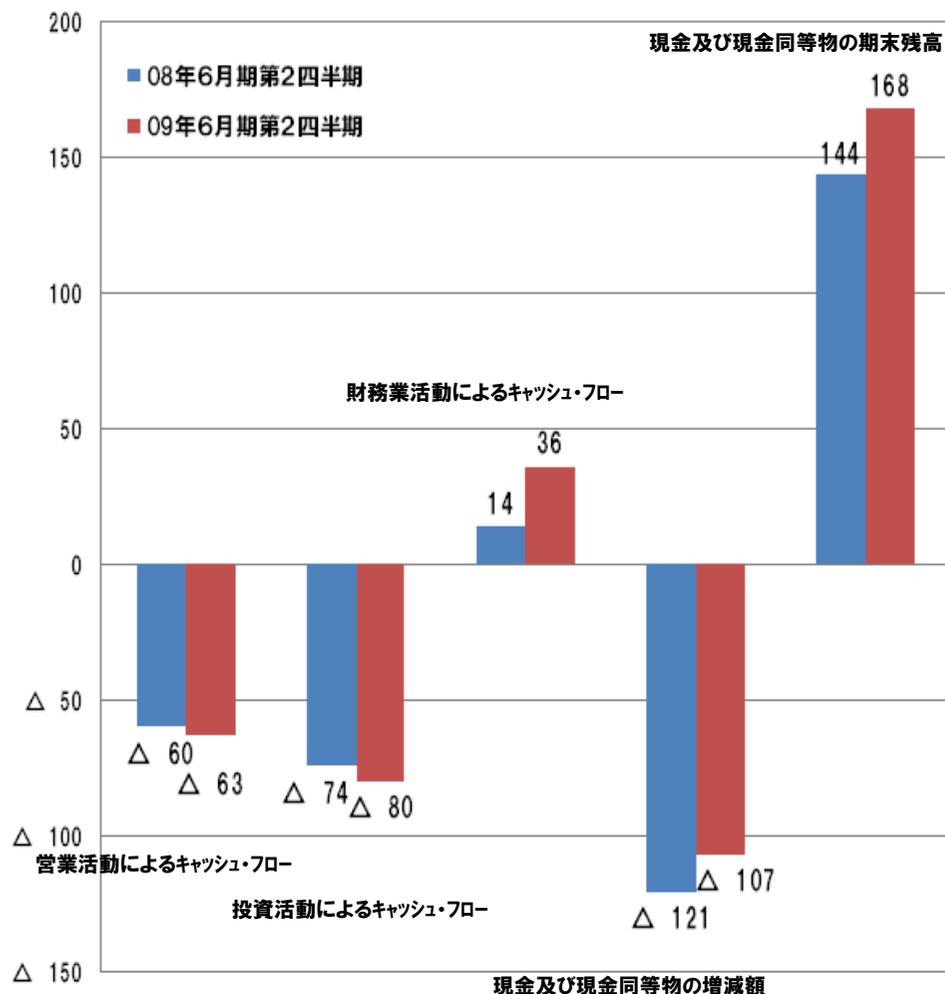
・有形固定資産の減少 △79
 ・投資その他の資産の増加 112
 （67百万円の科目振替）

・買掛金の増加 42
 ・短期借入金の増加 90

・長期借入金の減少 △37
 ・利益剰余金の減少 △64

キャッシュ・フロー計算書【連結】

(単位:百万円)



(単位:百万円)	08年6月期第2四半期	09年6月期第2四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 60	△ 63
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 74	△ 80
財務活動によるキャッシュ・フロー	14	36
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 0	△ 0
現金及び現金同等物の増減額	△ 121	△ 107
現金及び現金同等物の四半期末残高	144	168

営業活動によるキャッシュ・フロー		
収入要因	減価償却費	33
支出要因	売上債権の増加	△ 51
	たな卸資産の増加	△ 14
投資活動によるキャッシュ・フロー		
収入要因	貸付金の回収	24
支出要因	貸付金の支出	△ 45
	差入保証金の差入	△ 51
財務活動によるキャッシュ・フロー		
収入要因	短期借入れ	100
支出要因	長期借入金の返済	△ 86

2009年6月期第2四半期 決算計画比

・09年6月期第2四半期の業績は、計画比で大幅な**減収・減益**

単位:百万円 (百万円未満切捨て)	第2四半期当初予算		09年6月期第2四半期		予算同期比	
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	1,950	100.0%	1,849	100.0%	△ 101	-5.2%
生花祭壇事業	1,374	70.5%	1,468	79.4%	94	6.8%
生花卸売事業	504	25.8%	321	17.4%	△ 183	-36.3%
その他事業	72	3.7%	59	3.2%	△ 13	-18.1%
売上原価	1,531	78.5%	1,485	80.3%	△ 46	-3.0%
売上総利益	419	21.5%	363	19.6%	△ 56	-13.4%
販管費	379	19.4%	406	22.0%	27	7.1%
営業利益(または営業損失(△))	40	2.1%	△ 42	-2.3%	△ 82	-205.0%
営業外収益	6	0.3%	11	0.6%	5	83.3%
営業外費用	6	0.3%	9	0.5%	3	50.0%
経常利益(または経常損失(△))	40	2.1%	△ 40	-2.2%	△ 80	-200.0%
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	0	
特別損失	0	0.0%	2	0.1%	2	
税金等調整前四半期純利益(または純損失(△))	40	2.1%	△ 43	-2.3%	△ 83	-207.5%
法人税等	19	1.0%	14	0.8%	△ 5	-27.1%
少数株主利益	△ 1	-0.1%	△ 1	-0.1%	0	0.0%
四半期純利益(または純損失(△))	20	1.0%	△ 56	-3.0%	△ 76	-380.0%

【増減のポイント】

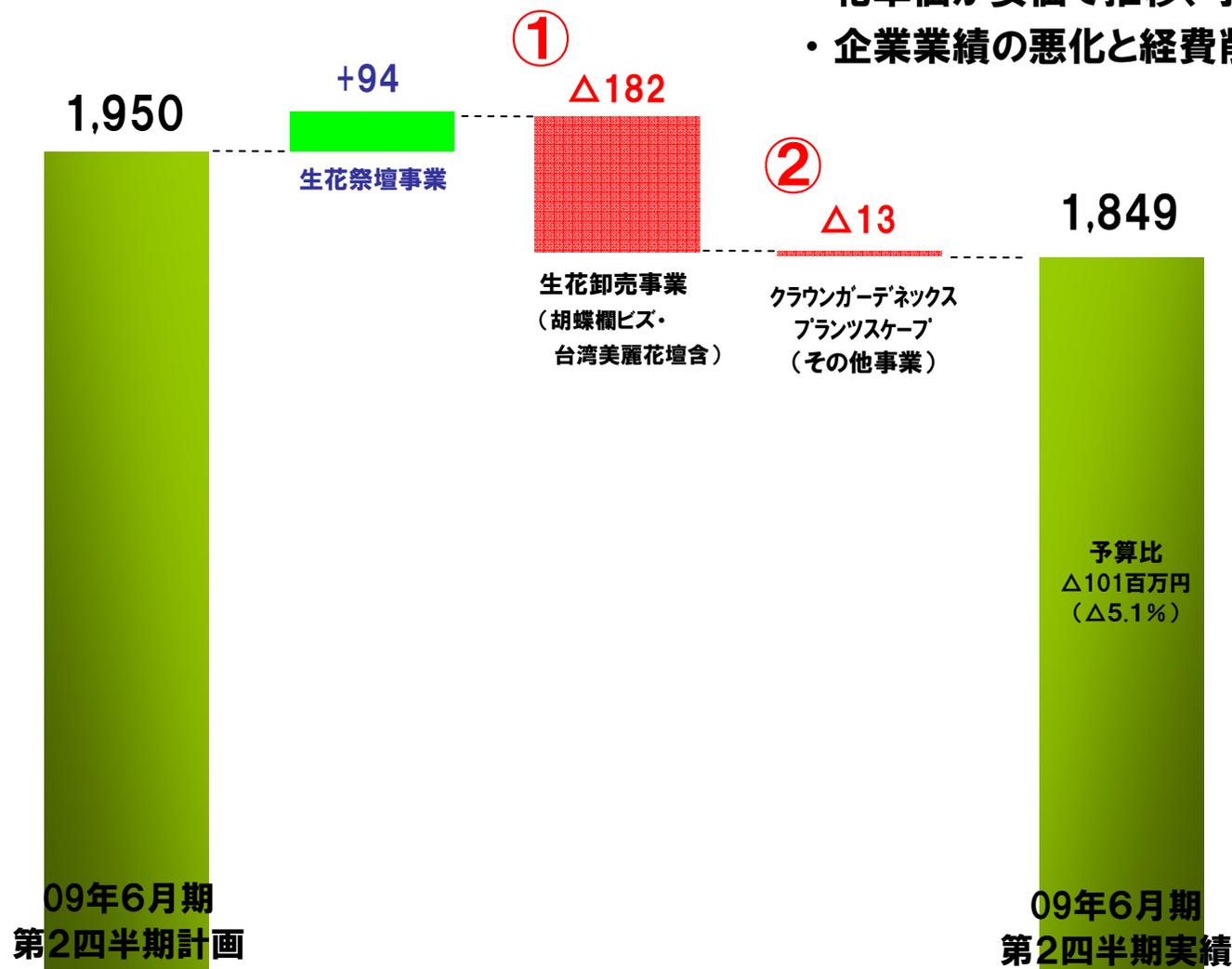
**生花卸売事業
その他事業の大幅減収**

**売上高減収による減益
生花祭壇事業人件費増
による減益**

**内部統制費用
海外調達要員等人件費増**

決算のポイント（売上高の計画差異の要因分析）

（単位：百万円）



① 生花卸売事業が計画と大きく乖離

- ・ 輸入品調達の計画未達(外部販売の十分な数量確保できず)
- ・ 花単価が安価で推移、小売店への販売不振による需要減
- ・ 企業業績の悪化と経費削減に伴う慶弔用の胡蝶蘭の需要減

② ブライダル装花の受注減少

- ・ 主力のニューオータニが△20%

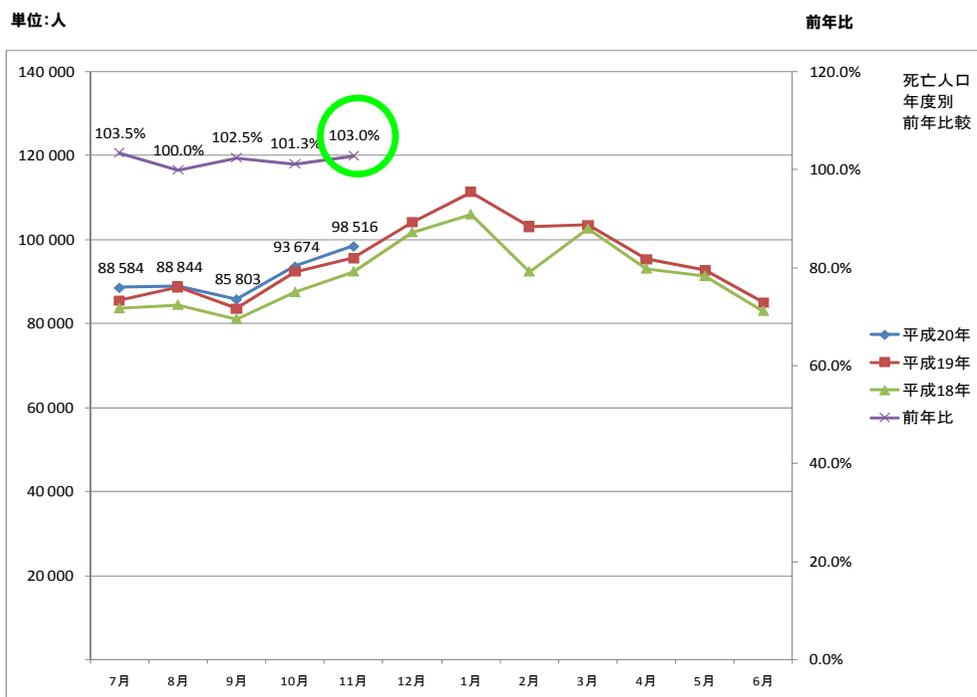


3. 業界動向

A-1. 生花祭壇事業：死亡人口推移

死亡人口は毎年増加しており、高齢化社会を背景に平成52年まで年率+2%で増え続けていく

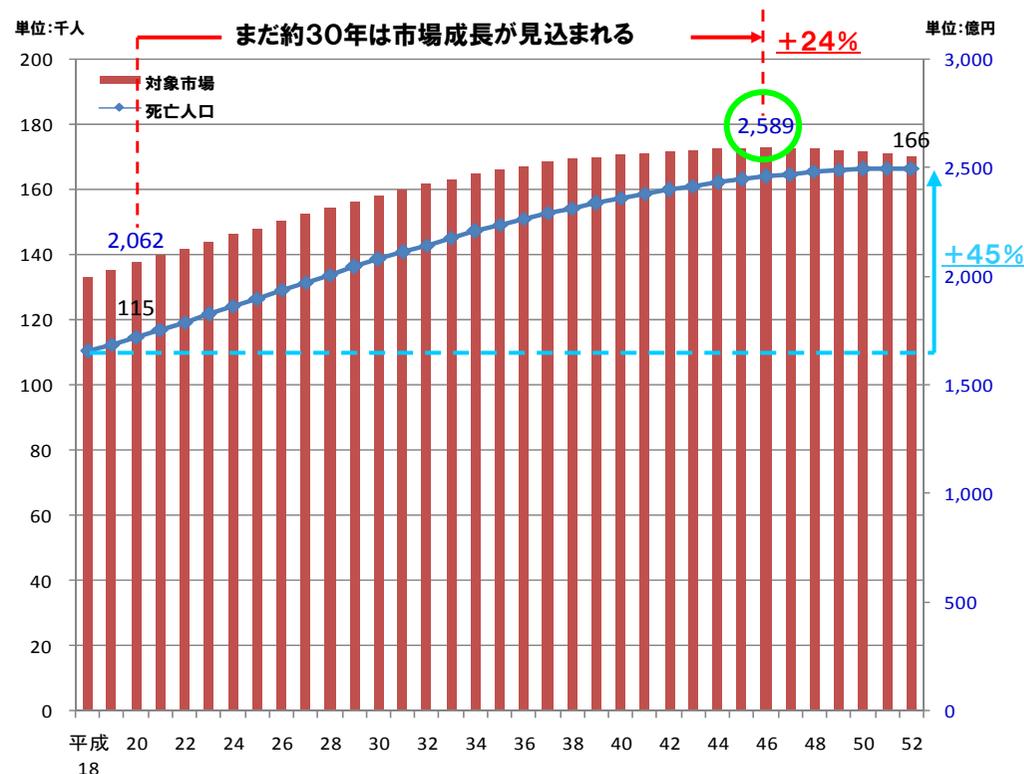
【死亡人口推移】



出所) 厚生労働省 人口動態統計速報(平成20年11月分)

過去3年の死亡人口の推移をみると、
 毎年微増ながら確実に増えている。
 直近の11月度も前年比+3.0%、
 当期7-11月の累計において前年比+2.1%の増加。

【死亡人口 将来推計】



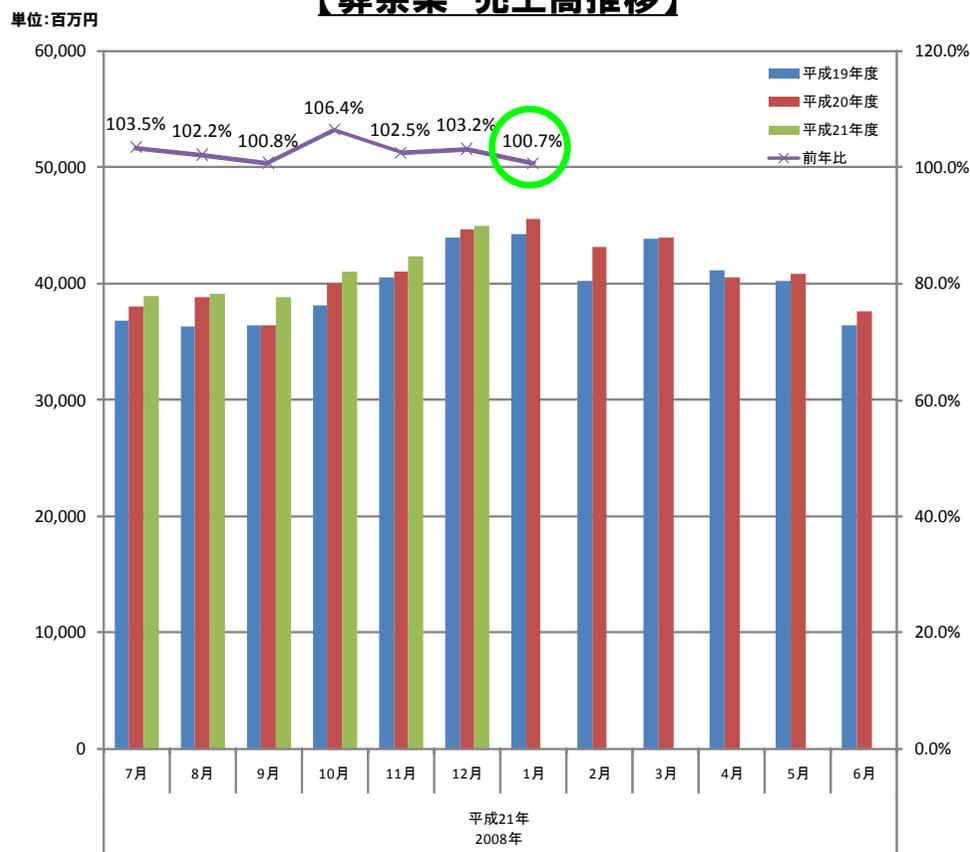
*死亡人口は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成18年12月推計)による。
 *葬儀単価は経済産業省「平成17年特定サービス産業実態調査」の葬儀業の調査結果を参照。
 *市場規模は死亡人口に当社平均受注単価18万円、そして上述の葬儀単価の下落率をかけて算出。

葬儀(花)単価が0.5%下がりに続けたとしても
 26年後の平成46年まで市場は増加し続ける見込み

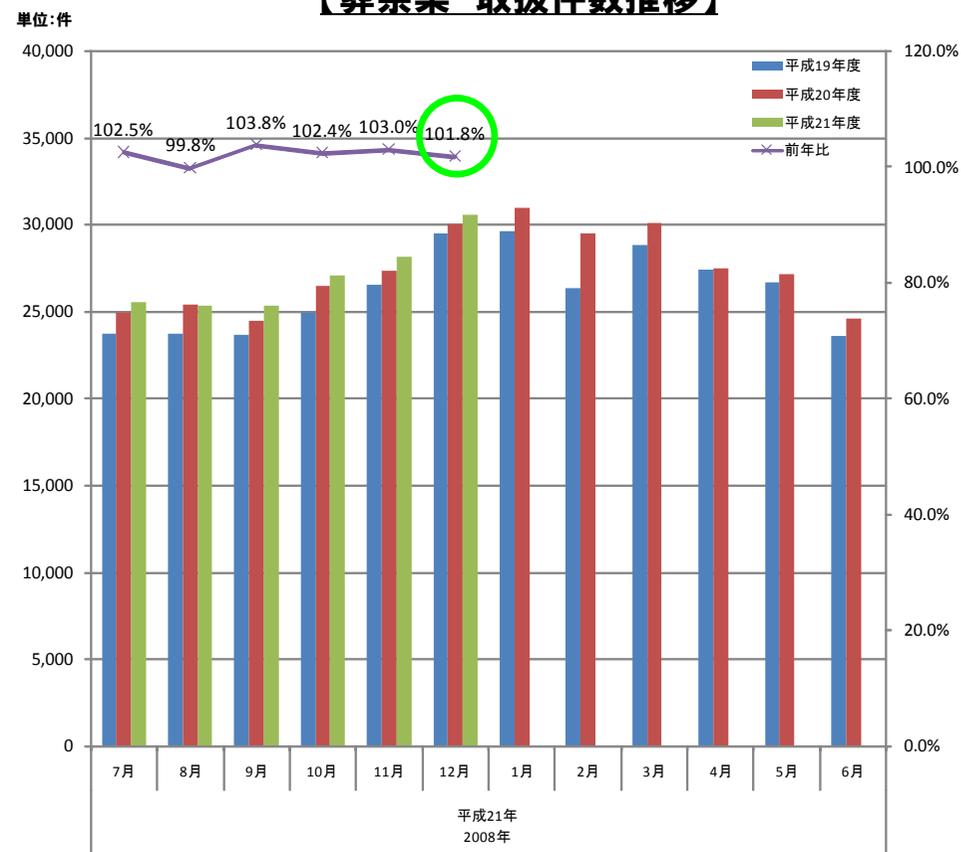
A-2. 生花祭壇事業：葬祭業の業績推移

死亡人口の推移と同じく葬祭業の売上高及び取扱件数ともに増加しており、市場は拡大傾向にある

【葬祭業 売上高推移】



【葬祭業 取扱件数推移】



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) 平成20年12月)

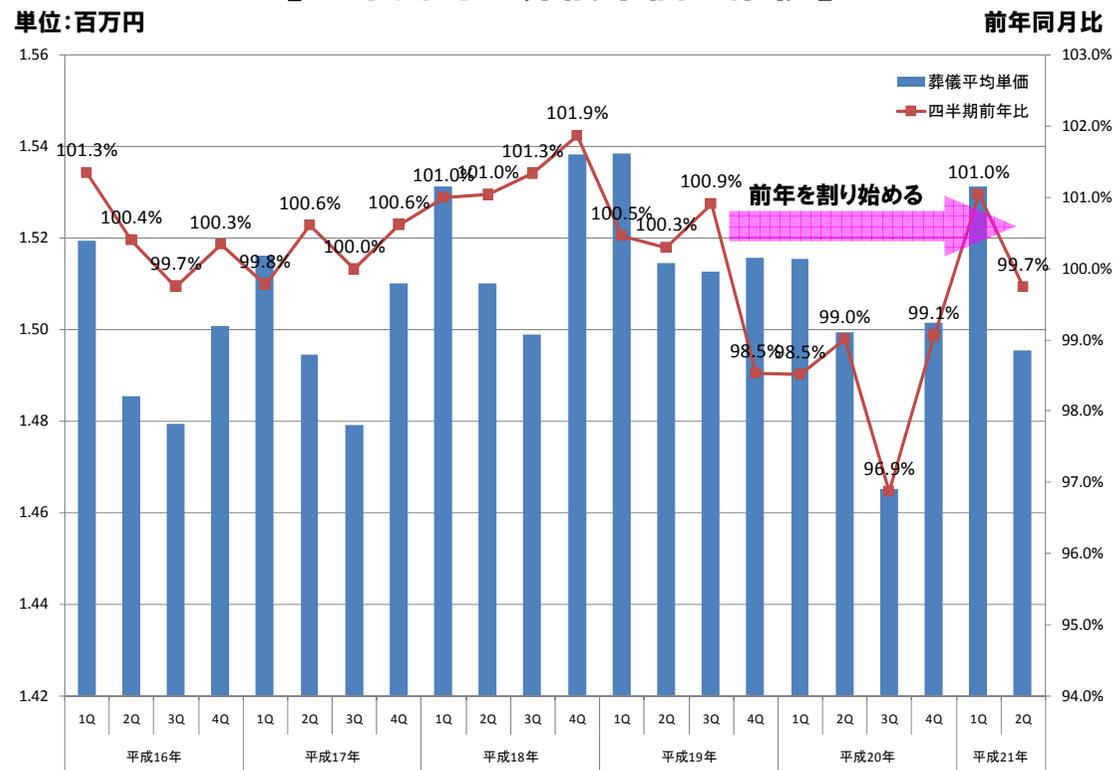
12月度の売上高は前年比+0.7%、取扱件数においても前年比+1.8%の増加。

7月～12月の累計では売上高前年比+2.6%、取扱件数前年比+2.2%。

A-3. 単価の下落傾向

葬儀の小型化傾向を受け、特に平成19年度4Q以降から葬儀単価が前年比下落し始めている

【四半期毎の葬儀単価の推移】



出所:経済産業省「特定サービス産業実態調査」サンプル調査 平成20年12月
葬儀業13表 葬儀業の売上高、取扱件数、事業所数及び従業者数より作成

① 葬儀の小型化

都市部を中心に、親族・近隣との関係が希薄化することによる**会葬者の減少**

消費者の価値観の変化や家族葬など簡素化ニーズの高まりによる**葬儀の小型化**

② 葬儀社間の競争の激化

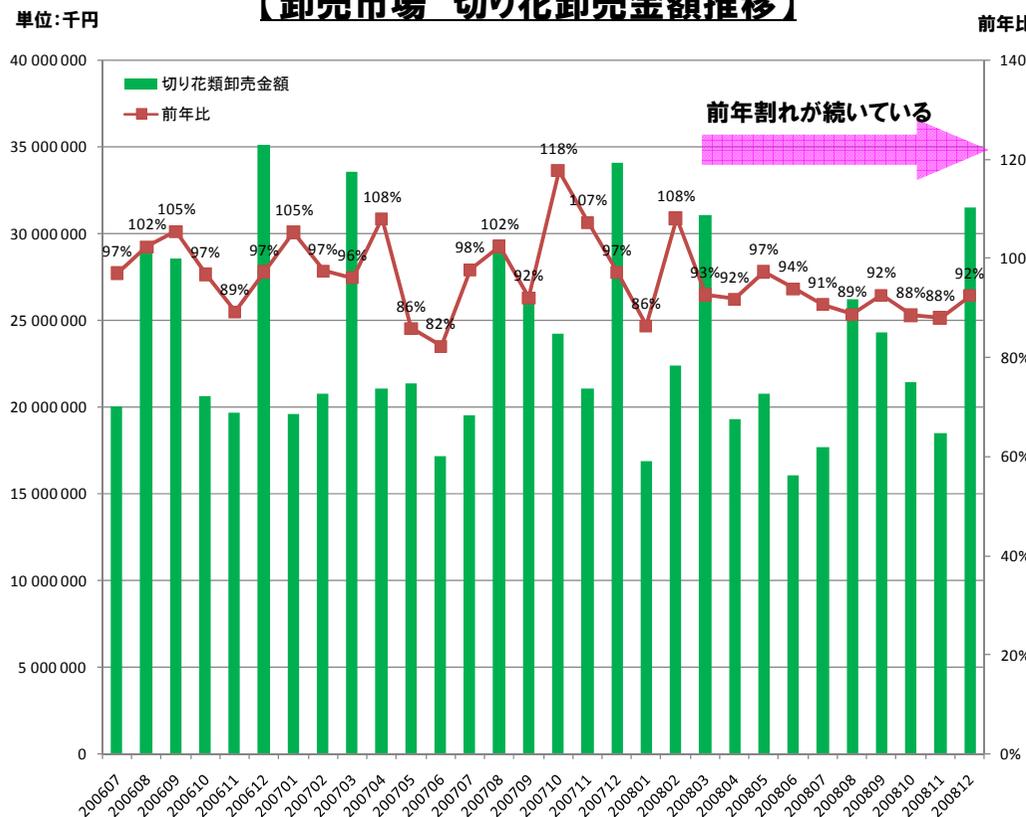
冠婚専門業者に加え、ホテルや電鉄、農協、生協などの**新規参入**も相次ぐ

葬儀情報の普及や新興企業による**葬儀料金の明瞭化・パッケージ化**が進む

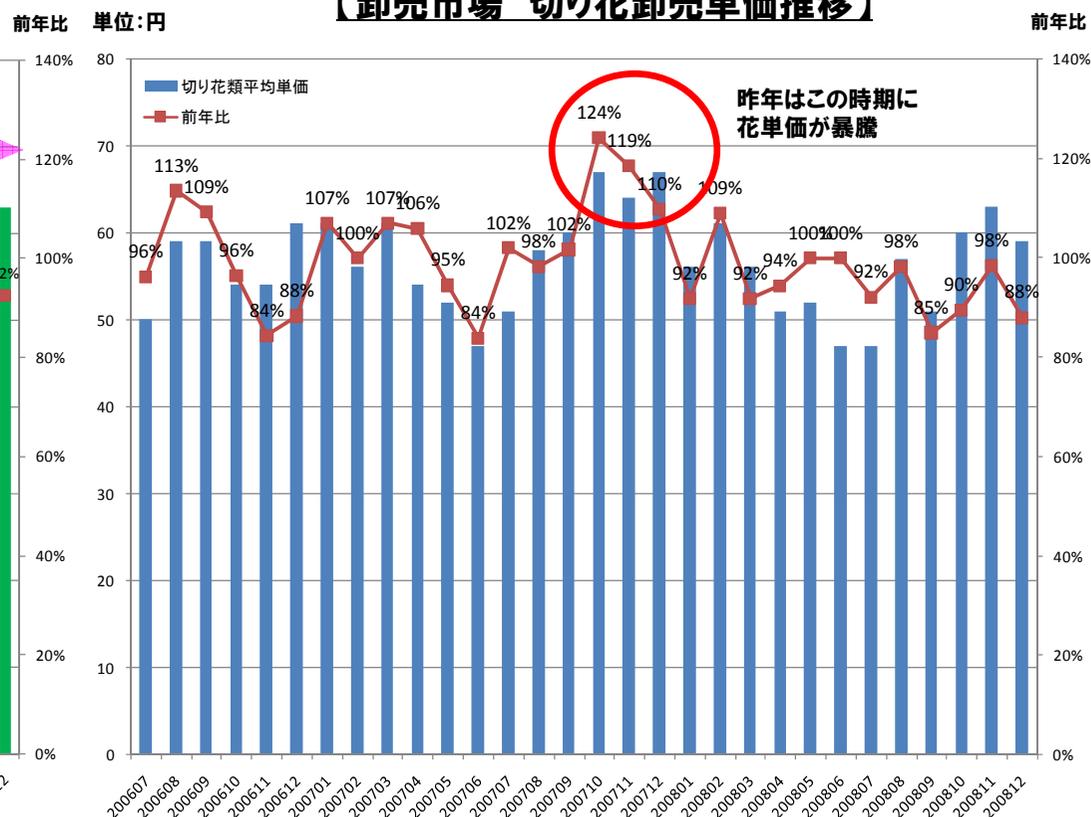
B-1. 生花卸売事業：切り花の卸売金額・数量推移

生花の卸売金額および単価は前年比でマイナス傾向が続いている

【卸売市場 切り花卸売金額推移】



【卸売市場 切り花卸売単価推移】



出所) 農林水産省大臣官房統計部資料より作成 平成20年12月

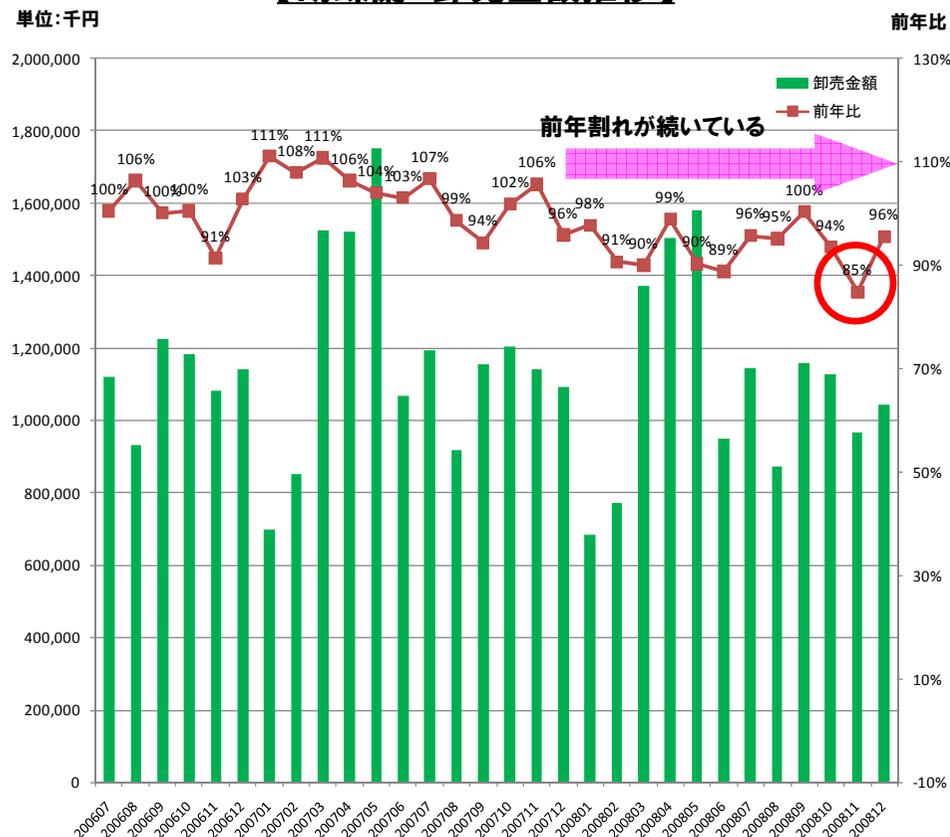
昨年に見られたような花単価の暴騰の兆しはない。

- ・原油価格の下落
- ・小売販売・法人需要の不振による需要減
- ・円高による安い輸入花の流入

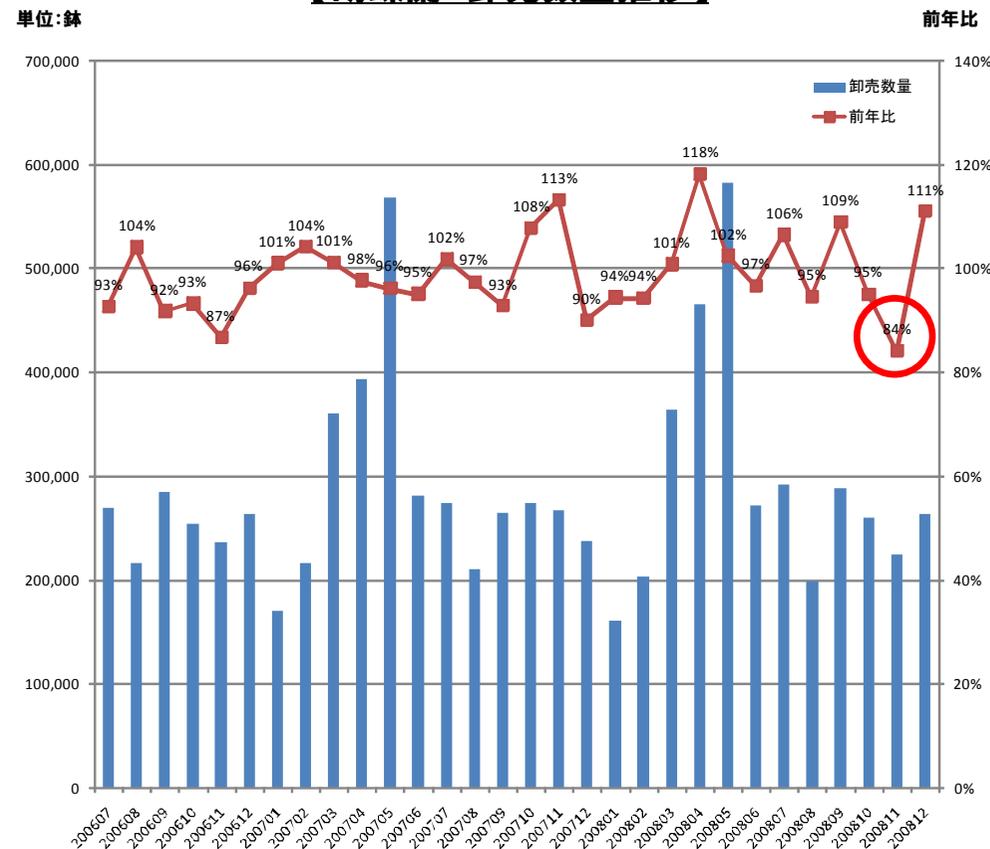
B-2. 生花卸売事業：胡蝶蘭の卸売金額・数量推移

法人の慶弔用に多く利用される胡蝶蘭の卸売金額・数量ともに減少傾向

【胡蝶蘭 卸売金額推移】



【胡蝶蘭 卸売数量推移】



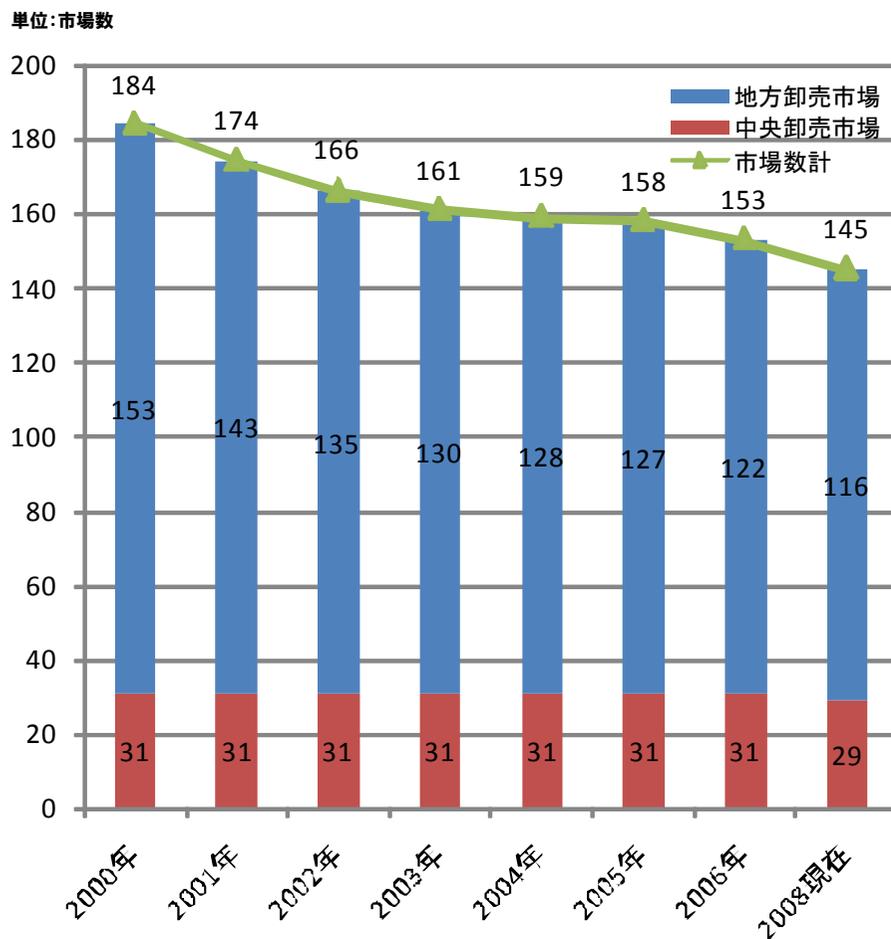
出所) 農林水産省大臣官房統計部資料より作成 平成20年12月

平成20年11月には前年比▲15%の大きな落ち込み。

景況感の悪化や法人の業績悪化に伴い、胡蝶蘭を贈る機会が減少、経費削減に伴いギフト装花市場が縮小

B-3. 卸売市場の再編と手数料の自由化

地方卸売市場を中心に花き卸売市場の閉鎖・統合が進んでいる



*社団法人日本花き卸売市場協会発行資料やHP等より作成

■想定される状況

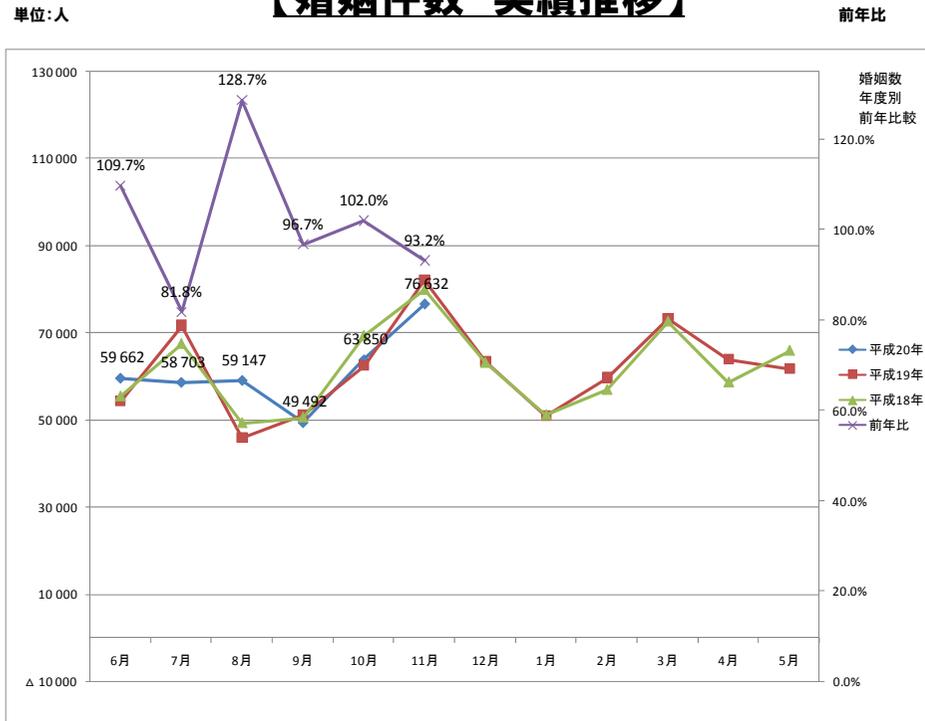
- ・力のある卸売市場への取引集中
- ・小売店・生産者が新たな仲介業者を模索
- ・卸売市場と仲卸業者と競争激化

2009年4月より卸売市場手数料の自由化、更なる卸売市場・仲卸業者の再編・淘汰が始まる

C-1. ブライダル装花事業：婚姻件数推移

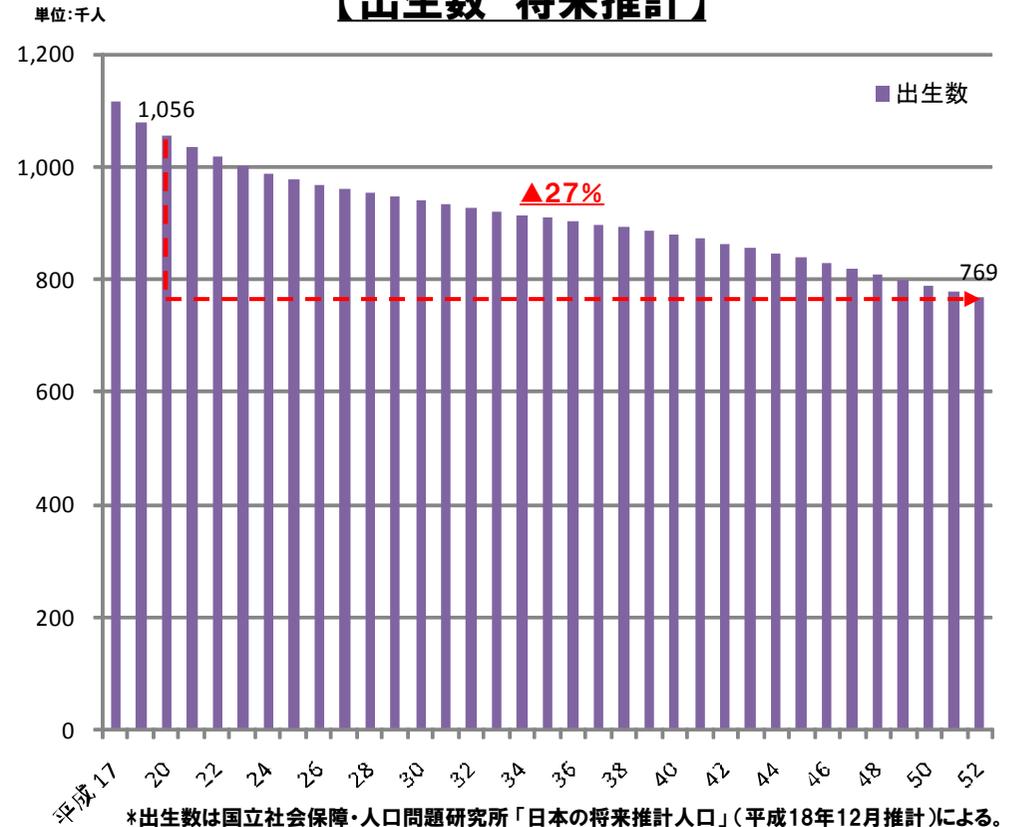
婚姻件数は毎年減少しており、少子化を背景に今後も減少していく見通し

【婚姻件数 実績推移】



出所) 厚生労働省 人口動態統計速報(平成20年11月分)

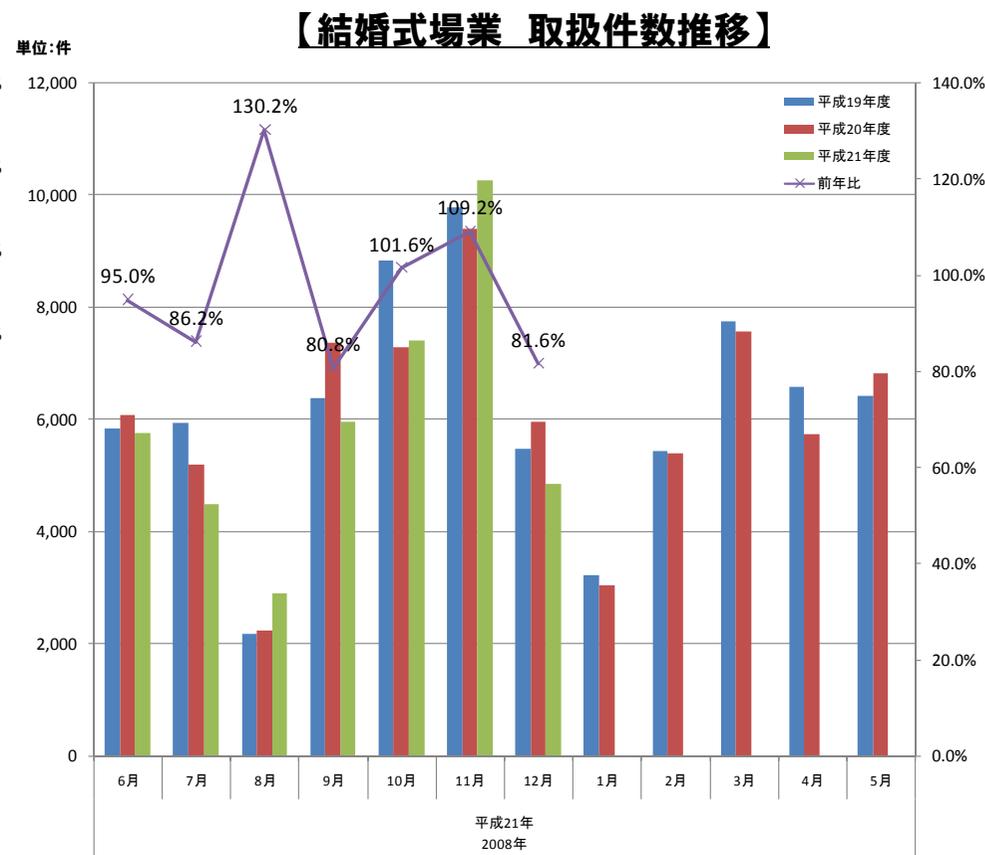
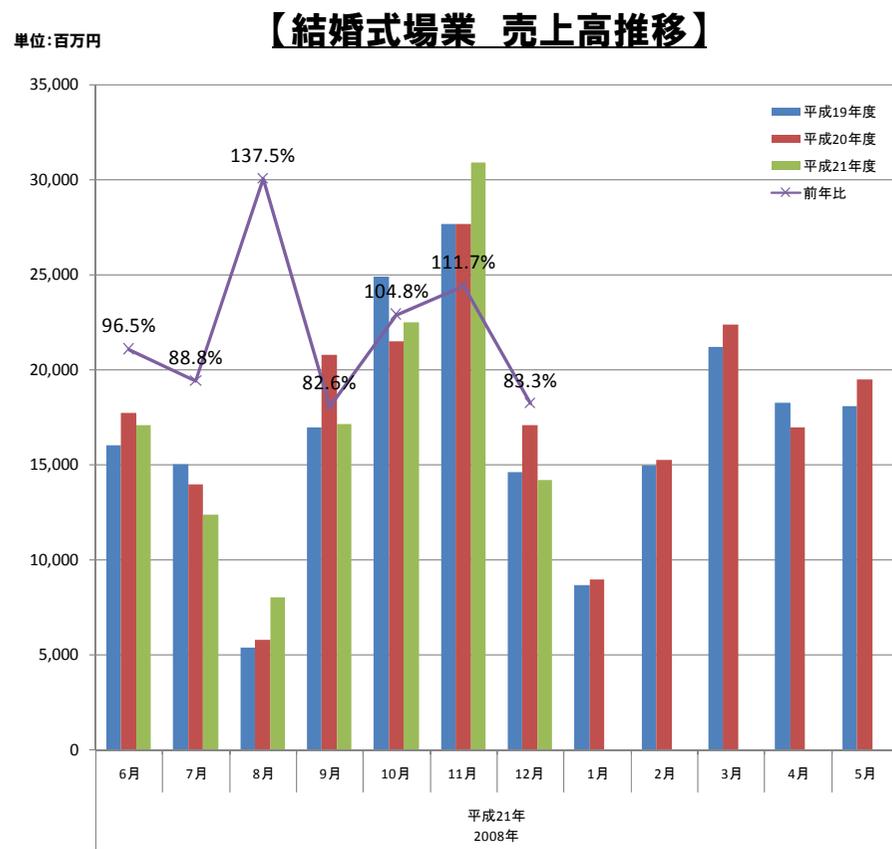
【出生数 将来推計】



過去3年の婚姻件数の実績推移をみると、
 横ばいなし減少傾向にある。
 直近の11月度も前年比▲6.8%、
 当期6-11月の累計において前年比▲0.2%微減。

C-2. ブライダル装花事業：結婚式場業の業績推移

婚姻数の推移と同じく売上高及び取扱件数ともに減少しており、市場は横ばい～微減傾向にある

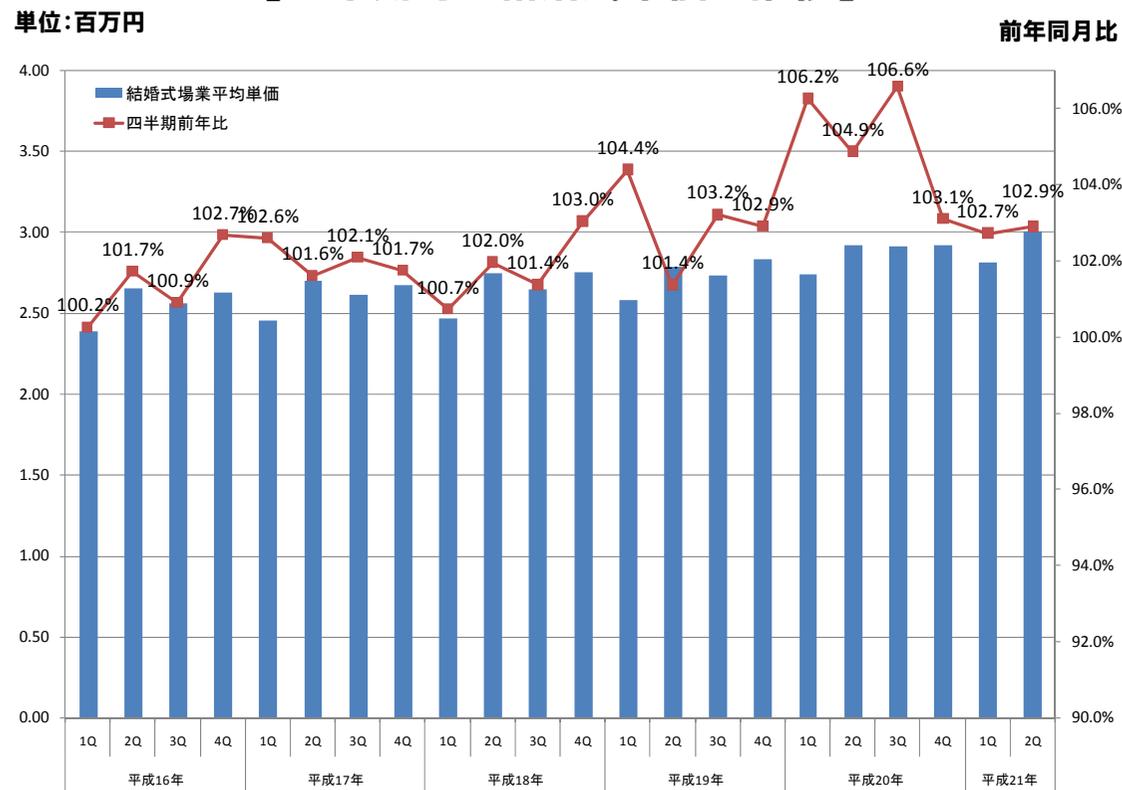


12月度の売上高は前年比▲11.7%、取扱件数においても前年比▲18.4%の減少。

6月～12月の累計では売上高前年比▲1.8%、取扱件数前年比▲4.3%。

婚礼件数の減少する一方で、結婚式・披露宴の平均単価は上昇傾向にある

【四半期毎の結婚式単価の推移】



出所:経済産業省「特定サービス産業実態調査」サンプル調査 平成20年12月
結婚式場業14表 結婚式場業の売上高、取扱件数より作成

① こだわり・オリジナル化

披露宴などにこだわる人が増え、準備期間が長くなり、費用が増加

晩婚化に伴い資金力のある30~40代「アラフォー世代」のマーケットが拡大

② サービスの高付加価値化

挙式から披露宴まで総合的に式進行をプロデュース、サービス産業の色合い濃く

「こだわり」に対応できるハウスウェディングの人気の高まる

A. 生花祭壇事業

- ・ 微増ながらマーケットは**堅調に拡大**している
- ・ 葬儀の小型化や葬儀社間の競争激化により単価は下落傾向

B. 生花卸売事業

- ・ 小売、ブライダル、法人の慶弔需要の減退により卸売販売は減少傾向
- ・ 花単価は安価に推移しており、当下期においても**花単価が高騰する要因は見当たらない**

C. ブライダル装花事業

- ・ 少子化により婚礼件数は減少傾向
- ・ こだわりやオリジナルウエディングの高まりによる単価の上昇傾向（差別化が鍵）

葬祭業は市場は拡大しているが単価は下落、ブライダルは市場は縮小しているが単価は上昇と相反する動き
卸売市場の生花単価下落は卸売販売にはマイナスだが、葬祭分野の生花祭壇事業には大きなプラス

葬祭分野の生花祭壇事業に絞り、経営資源を集中させることで収益の拡大が図れる可能性大



4. 事業進捗

13期 事業課題と打ち手

事業部門	事業課題	打ち手
生花祭壇事業	下落する葬儀単価に対し、祭壇単価の維持・引上げ	祭壇単価UPのために、 社葬・大型葬 の獲得、 假屋崎省吾プロデュースの生花祭壇の拡販
	業務委託費等の低減、更なる拠点拡大に向けた社内技術者の採用・育成	年30名以上の技術者採用による 13期末220名 、15期末270名体制に向けた 基盤構築
生花卸売事業	09年4月からの卸売手数料自由化を控え、卸売事業拡大の突破口を見出す	生花祭壇の技術教育・技術支援による 地域一番の生花店と販売ネットワーク の構築
	切り花の原価コントロール及び低減に向けた国内外の生産者・調達先の確保・拡大	中国、東南アジア以外に 台湾 を中心に海外生産者からの切り花の直接調達
その他事業	現状、熊本に限定されるブライダル装花の全国展開	假屋崎省吾プロデュースのブライダル装花・ブーケの展開を皮切りに 東京にも拠点 を展開
全社	生花祭壇事業は14期以降の拠点拡大・飛躍の準備 生花卸売事業で大きく売上高を伸ばす施策 収益率の改善・向上：13期に5%、15期に経常利益率7%を目指す	



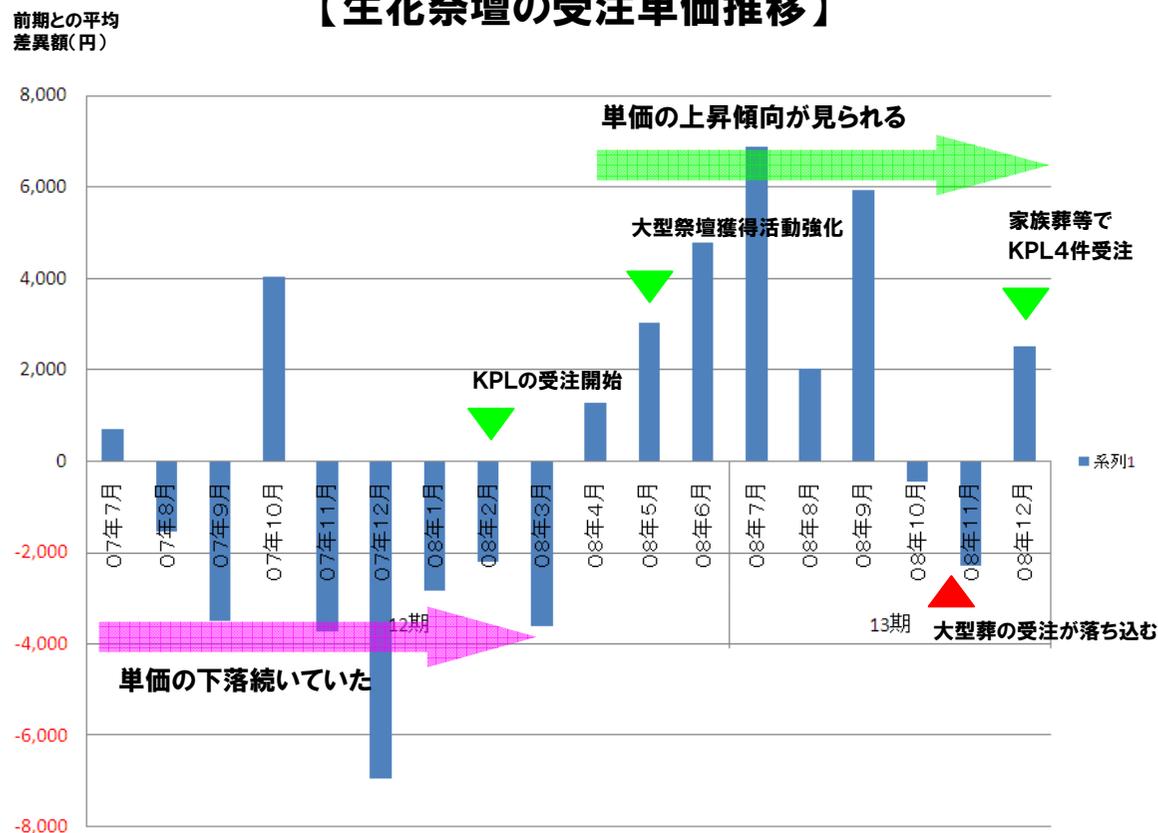
◀ 「故市川準監督お別れ会」



▼ 「筑紫哲也氏お別れ会」



【生花祭壇の受注単価推移】



* 受注単価前期平均との差異で計算
* KPL: 假屋崎省吾プレステージライン



新しい生花祭壇の提案「モダン・フューネラル」



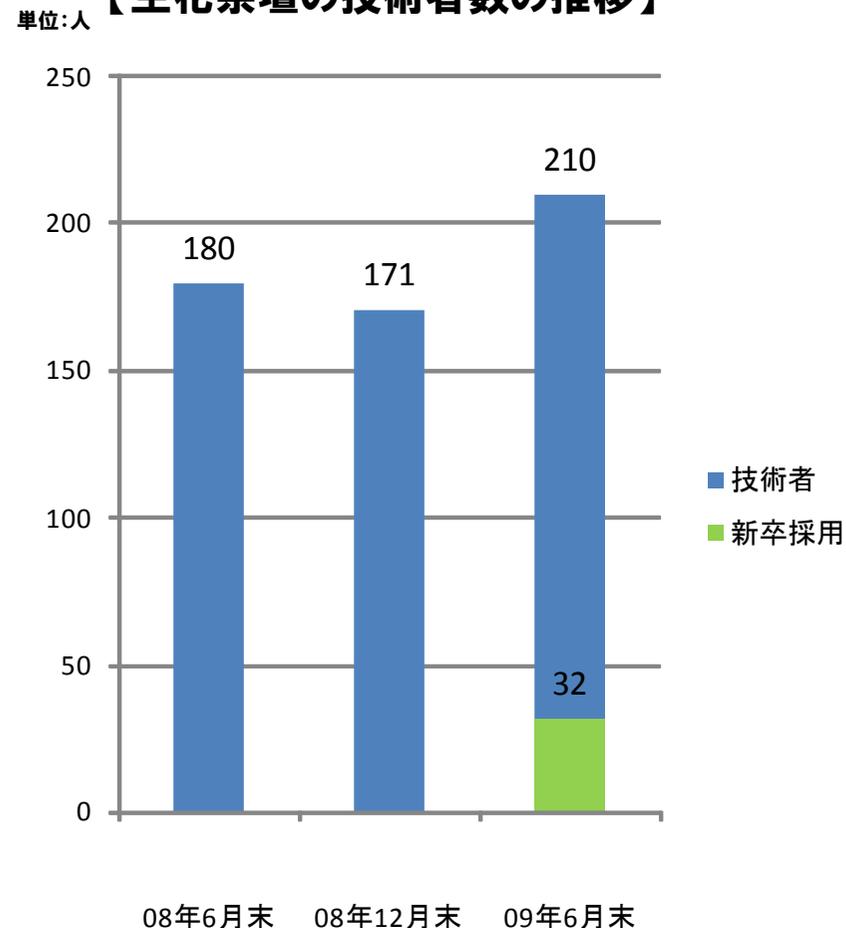
菊主体でなく、洋花を多く採り入れた生花祭壇

大型葬だけに頼ると単価の上下変動が大きいので、モダンフューネラルに加え、洋花を採り入れた新たなプレミアムラインの生花祭壇を当期下期において新たに開発・販売していく。

【当社トッププロ9名・技術者の頂点】

 <p>西村 勝美 1 20年という圧倒的経験を持つトッププロ。規則正しく無駄の無い動きと驚早い挿花から、菊の「田植え機」との異名を持つ。お客様の要望を的確に反映しながら全体を前線に導き上げる総合力は社内随一。</p> <p>入社 1988年4月 所属 本社・業務本部 モットー 一生懸命 将来の夢 豊かな暮らしと円満な家庭</p>	 <p>岩下 貴宏 2 彼の「心をこめることが全てに優先される」という信念が日々の技術の練磨につながり、ひいては完成度へのあくなき追求となる。名実共にトッププロ漢を率い、全ての技術に精通する「トッププロオフトッププロ」。</p> <p>入社 1996年7月 所属 株式会社 モットー 誰にせよ 将来の夢 日本一の「心」と「技」を持つトッププロ漢で日本を代表する</p>	 <p>上原 直樹 3 彼の細くラインの美しさ、正確さは社内でも一、二を争う。その技術力に加え、高校球児として鍛えた身体能力と物事の全体を俯瞰する能力は、大型生花祭壇設置でいかに早く完成させ、比類ない完成度の祭壇を作り上げる。</p> <p>入社 1996年7月 所属 本社・業務本部 モットー 誰に入れば誰に従え 将来の夢 日本一の花壇になる</p>
 <p>土田 淳也 4 柔らかい表情のライン作成を得意とし、ふさわしい花を適所に配置することにこだわる。新しい技術の開発や分析力においても社内一歩進められる存在。真意があり、ひたすら挿花に取り組み姿勢に部下からの信頼も厚い。</p> <p>入社 1998年8月 所属 本社・業務本部 モットー 未知の域(常に謙虚でありたい) 将来の夢 自分から人間の完成</p>	 <p>橋本 賢 5 「ラインの美しさにこだわっているだけでは不十分だ」というのが彼の持論。飾りのメリハリによる全体バランス、完成度の美しさを身上とし、挿花のスピードにも定評があり、その速さは一分一秒を争う現場では何にも代えがたい。</p> <p>入社 1999年2月 所属 株式会社 モットー オリジナルデザインと飾りへの挑戦 将来の夢 先陣の旗手として世界中を駆け回る</p>	 <p>杉山 眞美 6 トッププロ9人のなかで紅一点。リズムカルで軽やかな動きを感じるラインの秘密は、基本である均等な間隔に拘らず、挿花の間隔を徐々に広げたり縮めたり自由自在な技術。確かな技術に裏打ちされた感性が光る。</p> <p>入社 1999年4月 所属 福岡支社 モットー 手を動かさない心で飾り 将来の夢 女性技術者の先駆者として女性の活躍する場を広げたい</p>
 <p>平井 孝典 7 挿花に向ける集中力と一気に仕上げていく気合は他の者を圧倒し、普段の笑顔からは想像できない。平井が挿すラインには独特の奥行きがあり、微妙な葉の配列は本人の感性から生まれるとしかいえない。</p> <p>入社 2000年2月 所属 仙台支社 モットー 誠実を貫く 将来の夢 ジェンルを越えて日本一のフラワーデザイナーになる</p>	 <p>片山 大心 8 グラデーション技術を得意とし、白大菊→スプレーマム→小菊→カスミソウを巧みに連続させるという独自の技術を構築している。繊細な心配りと優れたバランス感覚によって生み出される祭壇の完成度は非常に高い。</p> <p>入社 2000年5月 所属 大阪支社 モットー 相手の立場に立ち、真に喜んでもらえる仕事をする 将来の夢 技術とデザイン、ビジネススキルにも自分の得意分野を広げたい</p>	 <p>堀井 康裕 9 6年余の生花店勤務ののち「さらに自らの世界を広げたい」とビューティ花壇入社。旺盛な意欲で技術を吸収しトッププロの一員に成長を遂げた。素材となる花の持ち味や表情を生かした細やかな表現が土壌であり、空間を生かした装飾を得意とする。</p> <p>入社 2004年6月 所属 大阪支社 モットー 得意にもバランスを大切に 将来の夢 「目」に見えない「心」の美意識でできる表現者になる</p>

【生花祭壇の技術者数の推移】



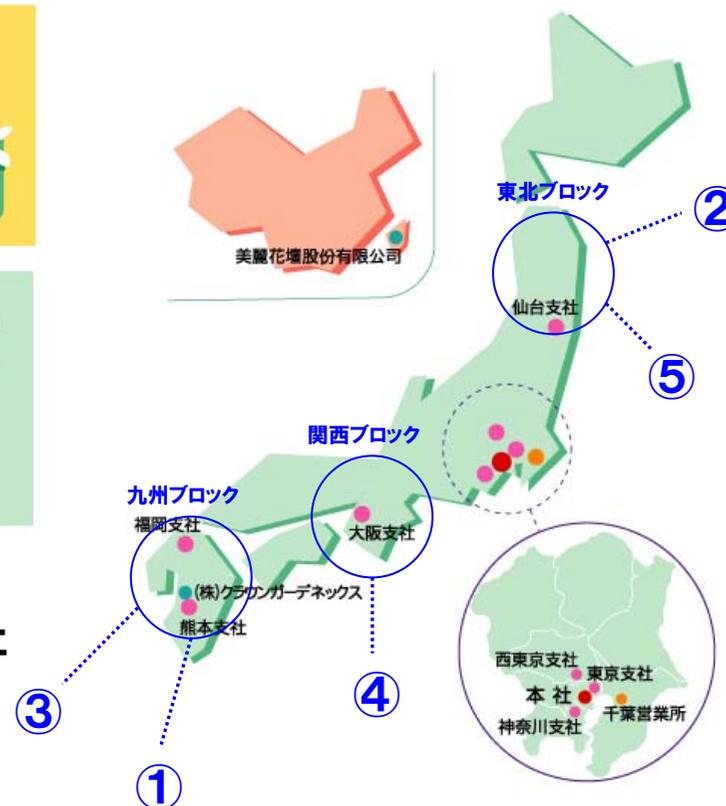
生花祭壇制作の技術者の数は09年4月入社予定の新卒32名を加え、**210名体制になる見込み**（期初の予定より▲10名となるが、各支社の下期の業績見通しに基づく中途採用抑制による調整）



★ネットワークの仕組み



加盟生花店の悩みを生花祭壇事業の技術力でサポートすることで加盟店の売上拡大を目指し、それに伴う加盟店の仕入増加で当社への発注量を増やし、生花卸売事業の売上増加を狙う。



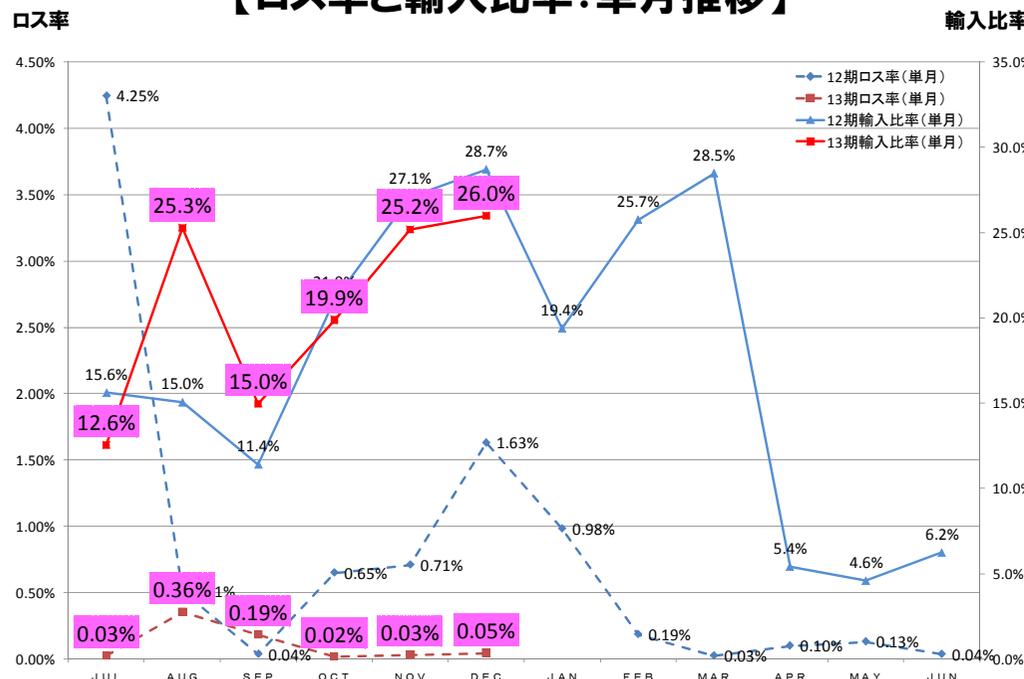
09年6月期には**10店舗**の契約を目標する。

09年2月現在、**5店舗**で技術研修指導を実施ないし実施予定

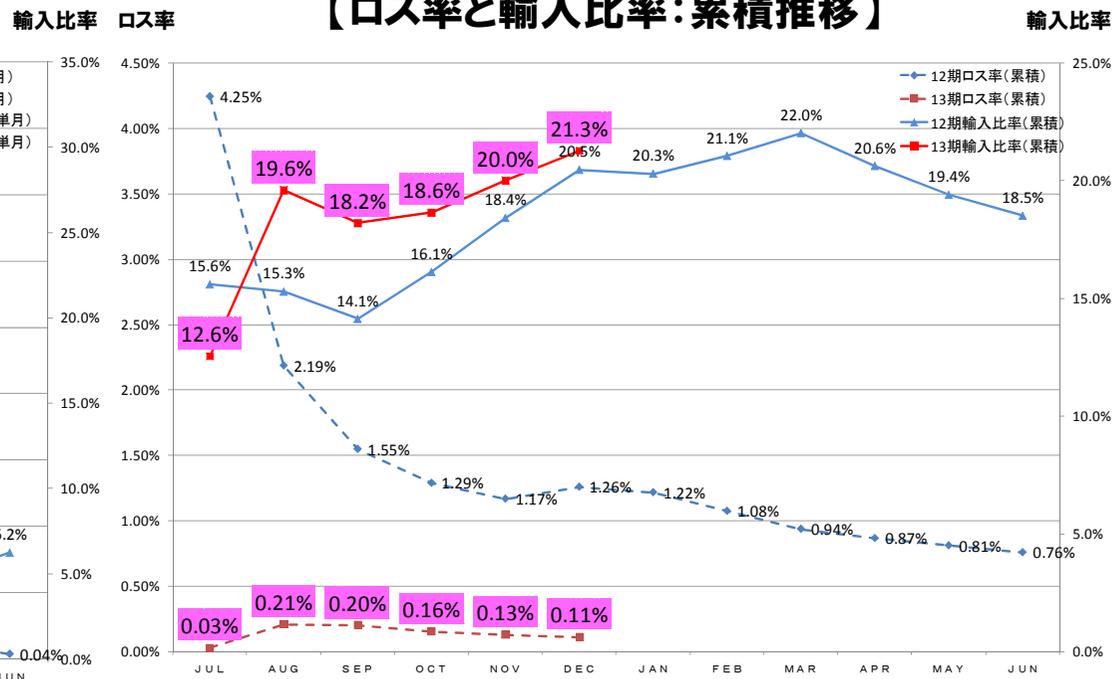
08年12月末には全国の生花店にFAX DMを送付、**約100店舗**より資料請求あり。

09年5月を目処に全国の生花店対象に技術講習プログラムの提供を検討中。

【ロス率と輸入比率：単月推移】



【ロス率と輸入比率：累積推移】



前期は花単価の高騰で急ぎよ輸入を増やした結果、ロス率が高くなったが当期は**低いロス率を維持**できている。

生花祭壇事業と生花卸売事業の相互補完機能を活きて、
大手優良生花店で3~5%、一般生花店で20~30%といわれるロス率と比較して
0.1%台の圧倒的に低いロス率を実現

■美麗花壇の事業展開

① 生花祭壇事業



② 生花卸売事業

(大半がビューティ花壇向け)

(単位:百万円)

予算比	予算			実績(下期・通期予想)			差異			差異率		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	112	174	286	99	103	202	-13	-71	-84	-11.3%	-41.1%	-29.4%
売上総利益	27	35	62	27	16	43	-0	-19	-19	-0.3%	-54.2%	-31.0%
(売上総利益率)	23.9%	20.3%	21.7%	26.8%	15.8%	21.2%				12.3%	-22.2%	-2.3%
一般管理費	27	29	56	30	25	55	3	-4	-1	10.6%	-14.3%	-2.5%
営業利益	0	6	6	-3	-9	-12	-3	-15	-18			

(単位:百万円)

前年比	前年			実績(下期・通期予想)			差異			差異率		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	47	72	119	99	103	202	52	31	83	110.9%	42.4%	69.4%
売上総利益	5	20	24	27	16	43	22	-3	19	469.5%	-17.1%	76.6%
(売上総利益率)	9.9%	27.2%	20.4%	26.8%	15.8%	21.2%				170.0%	-41.8%	4.2%
一般管理費	-24	-41	65	30	25	55	54	66	120	-221.0%	-161.5%	-183.7%
営業利益	-20	-21	-41	-3	-9	-12	17	12	29			

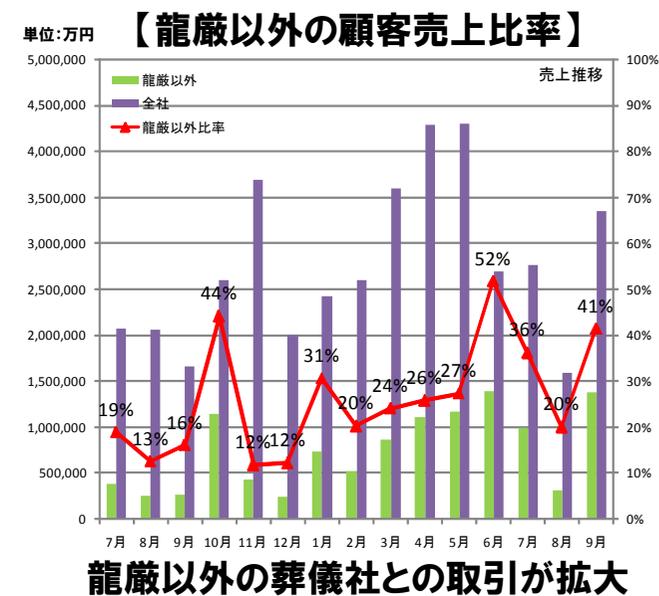
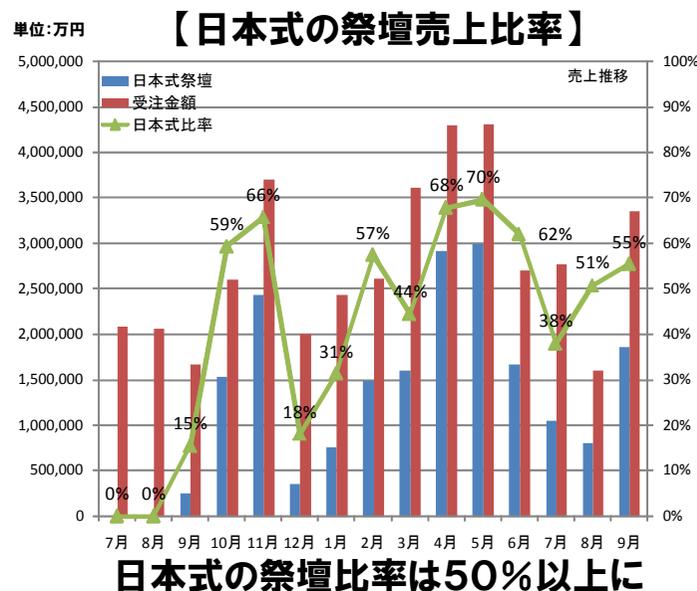
■決算のポイント

前年と比較すると営業赤字が大きく縮小

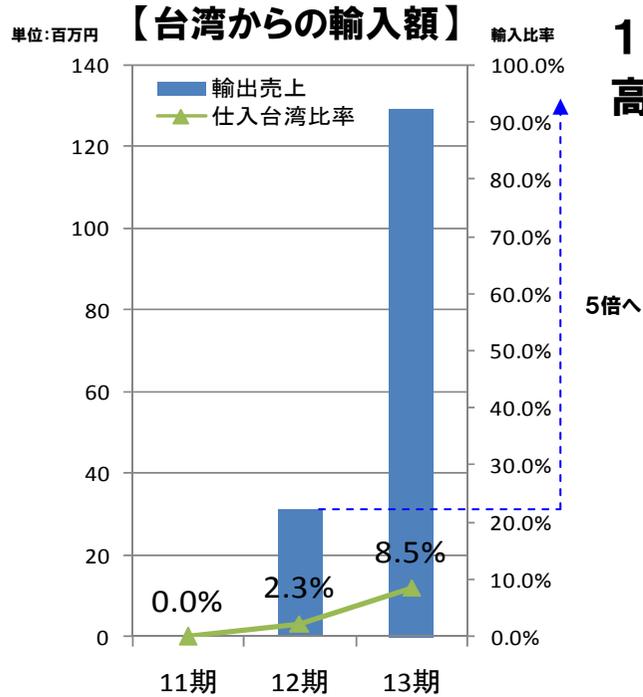
生花祭壇事業は現地の生花店との価格競争が激化

単価の下落で売上総利益率が減少するが駐在員比率を下げて低コスト体質を高める

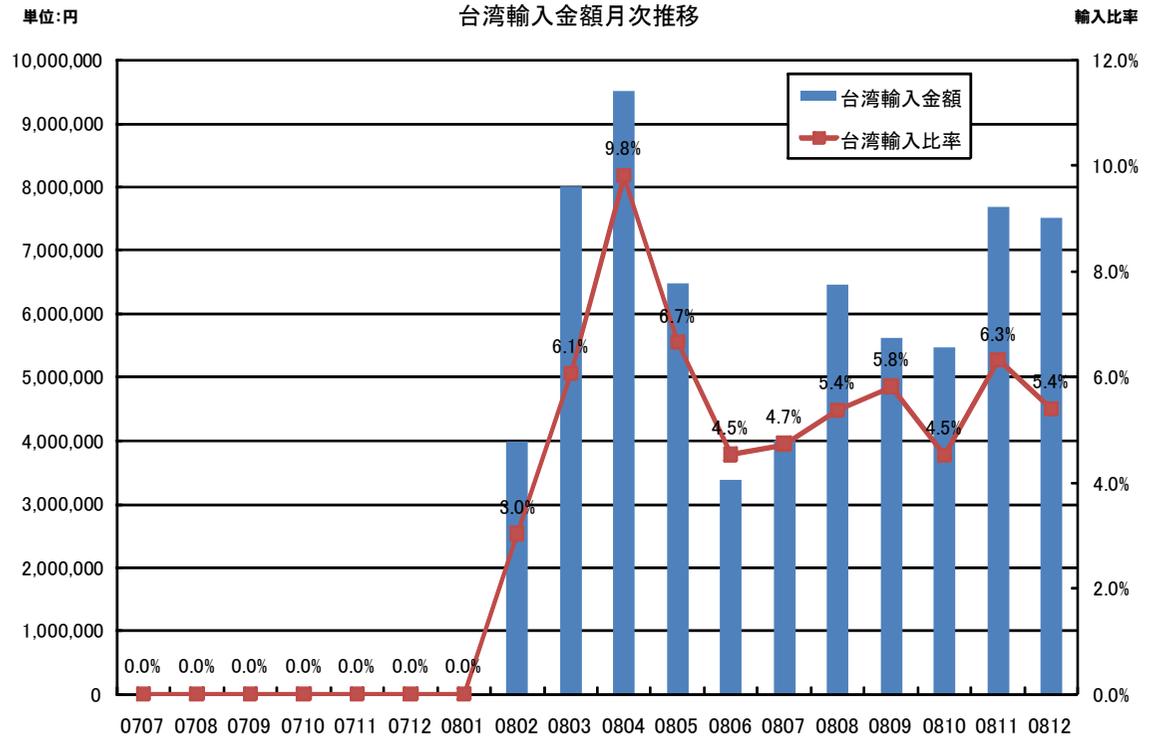
*龍巖:出資比率50%を占める当社合弁先の大手葬儀社



台湾からの輸入拡大



13期は現地法人のある**台湾**を調達拠点として輸入を大幅に増加させる計画。
高付加価値の**胡蝶蘭**を中心に輸出商品の種類を順次拡大する。



13期は12期の**約5倍**の金額の生花を台湾から調達予定。
09年6月期末で前期比で3倍程度は見込めるものの、**小規模**の生産者からの安定供給が続かず未達成となる見込み。

台湾最大手の生産者との契約により安定供給を図る方針に変更し、09年3月より本格的に胡蝶蘭の輸入を開始する。

■クラウンガーデネックスの事業展開



△会場装花



△ブライダルブーケ



△グランガーデン熊本1Fショップ

(単位:百万円)

予算比	予算			実績(下期・通期予想)			差異			差異率		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	89	95	185	75	92	167	-14	-4	-18	-15.9%	-3.7%	-9.6%
売上総利益	52	56	108	43	48	91	-9	-8	-17	-17.6%	-13.6%	-15.5%
(売上総利益率)	58.3%	58.7%	58.5%	57.1%	52.7%	54.7%				-2.0%	-10.3%	-6.6%
一般管理費	54	53	106	63	67	130	9	14	23	17.4%	26.8%	22.1%
営業利益	-2	3	2	-20	-18	-39	-19	-22	-40			

(単位:百万円)

前年比	前年			実績(下期・通期予想)			差異			差異率		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	92	82	173	75	92	167	-17	10	-6	-18.1%	12.6%	-3.7%
売上総利益	42	43	85	43	48	91	1	5	6	1.7%	12.2%	7.0%
(売上総利益率)	46.0%	52.9%	49.2%	57.1%	52.7%	54.7%				24.1%	-0.4%	11.0%
一般管理費	55	57	111	63	67	130	9	10	19	15.8%	18.0%	16.9%
営業利益	-12	-14	-26	-20	-18	-39	-8	-5	-13			

上期においてニューオータニが▲20%等、主力のホテルの婚礼受注が減少したことに伴い売上高が減少する一方で、人件費や広告宣伝費等の販売管理費が増えて、営業赤字が拡大。

下期は東京におけるブライダル受注に伴い、売上増が見込めるが、熊本におけるブライダル及び生花小売業は厳しい状況が続くため、下期において赤字削減にむけた抜本的な収益改善に着手する。



5. 下半期の活動計画

第2四半期累計期間において生花卸売事業、その他事業で大幅な予算乖離が発生したため、業績予想を修正

連結業績

	① 期初発表予想	② 09年2月6日 修正予想	増減額②-①	増減率	前期実績 (ご参考)
売上高	4,200	4,000	△ 200	-5%	3,808
営業利益	200	59	△ 141	-71%	106
経常利益	202	60	△ 142	-70%	106
経常利益率	4.8%	1.5%			
当期純利益	99	28	△ 71	-72%	28
当期純利益率	2.4%	0.7%			
1株当たり当期純利益	4,055円95銭	1,148円72銭			1,150円51銭

* 生花祭壇事業

大型祭壇の受注件数も前年同期比+24件、受注単価も4.0%アップし堅調に推移

* 生花卸売事業

急速な需要の減退による販売の低迷

胡蝶蘭の法人用ギフト需要の大きな落ち込みにより大幅な減少

* その他事業

主力ホテルでの婚礼件数の大幅な減少、営業損失拡大

単体業績

	① 期初発表予想	② 09年2月6日 修正予想	増減額②-①	増減率	前期実績 (ご参考)
売上高	3,989	3,635	△ 354	-9%	3,621
営業利益	201	121	△ 80	-40%	135
経常利益	204	129	△ 75	-37%	137
経常利益率	5.1%	3.5%			
当期純利益	105	60	△ 45	-43%	57
当期純利益率	2.6%	1.7%			
1株当たり当期純利益	4,298円37銭	2,444円10銭			2,335円89銭

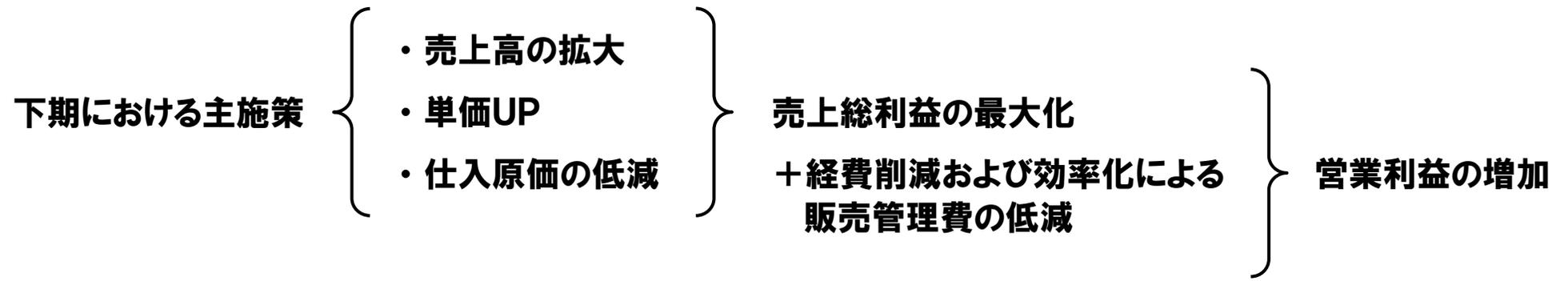
基本方針

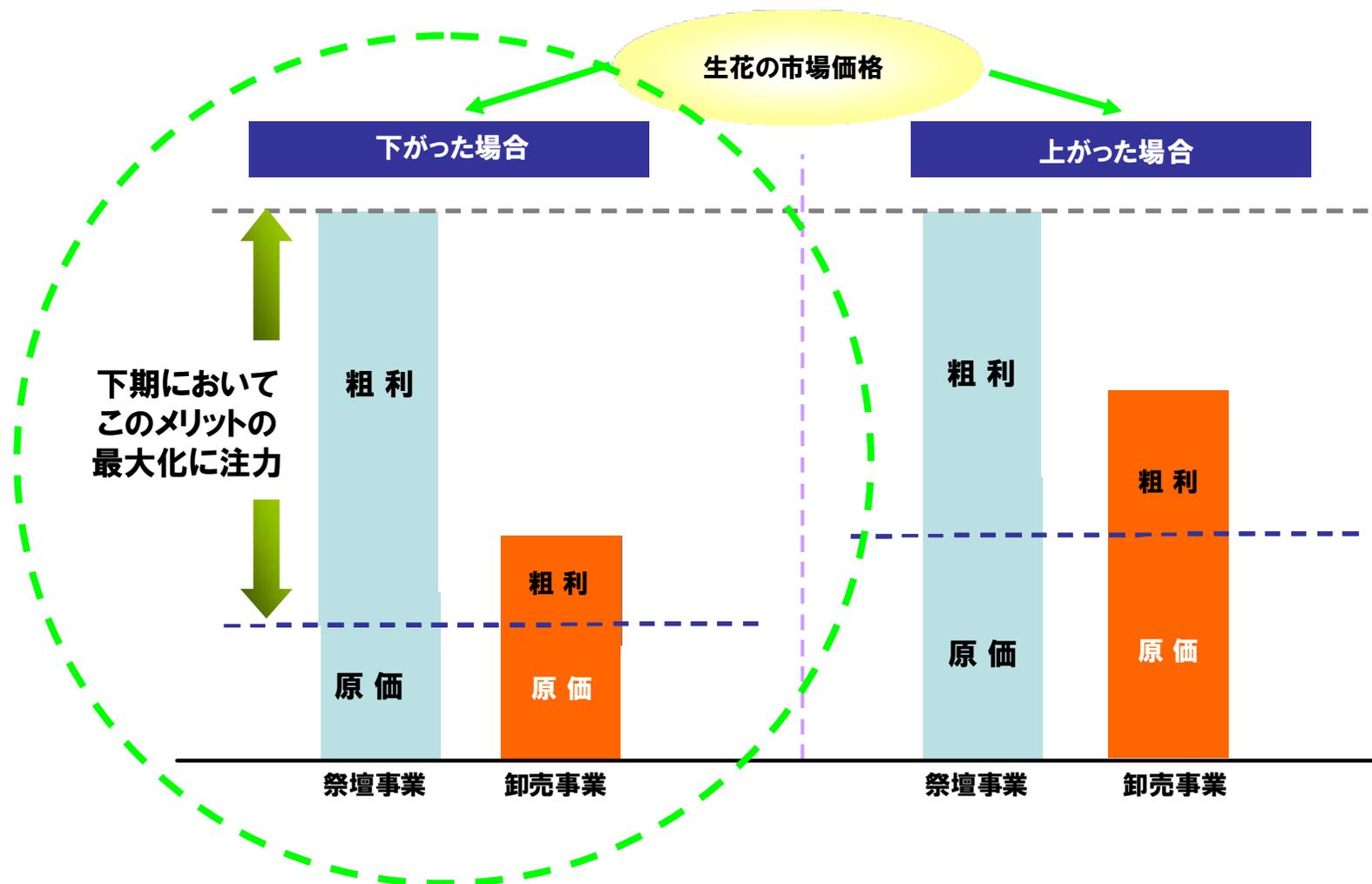
■下期の事業環境

- ・ 葬祭マーケットは微増ながら引き続き拡大していく 【市場の拡大傾向】
- ・ 当面の経済状況から生花卸売、法人販売、ブライダル事業は厳しい状況が続く 【注力市場の見極】
- ・ 生花祭壇事業のマーケットシェアは1%台とまだ低く、伸ばす余地大きい 【売上の拡大余地】
- ・ 生花祭壇制作の技術者の数も200名を超え、さらなる売上拡大を図る体制が整う 【事業の拡大余力】
- ・ 生花単価が安ければ、生花祭壇事業の売上増に伴い売上総利益が大きく伸びる 【収益の拡大余地】

■下期の事業方針

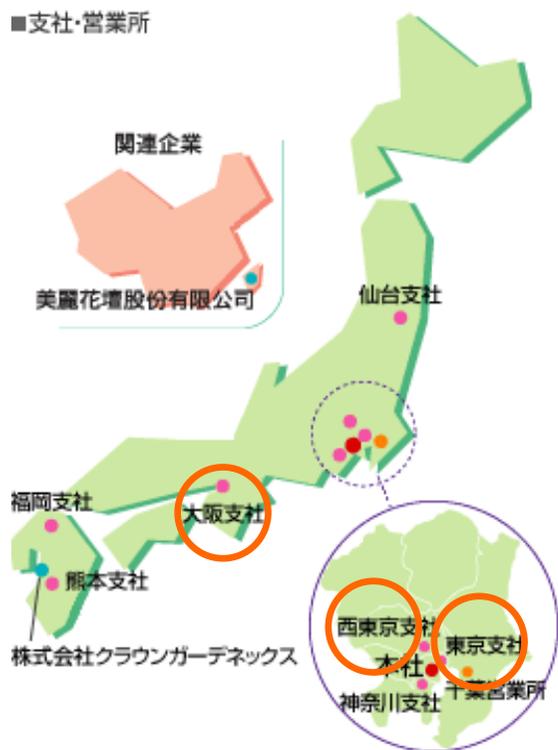
- ・ **売上高の80%を占める本業の生花祭壇事業に絞り、経営資源を集中させることで収益の最大化を図る。**
- ・ それ以外の事業に関しては次年度を視野に入れ、下期中に事業の再編、見直しを行う。



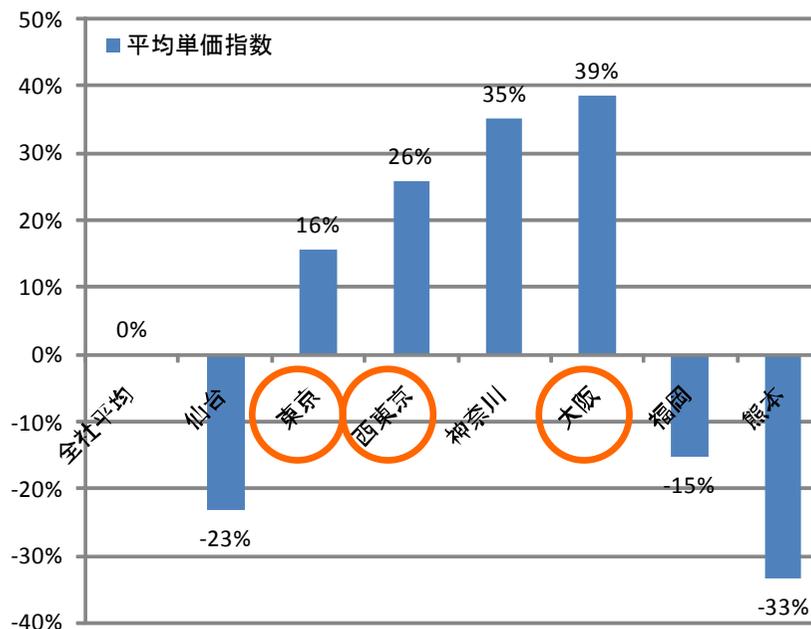


- 現在の市況からすると、下期は生花単価が高騰の要因は見当たらず市場価格は下がっていく見通し
- 売上高の80%を占める生花祭壇事業に注力すれば生花単価下落のメリットを最大限享受できる

・市場規模が大きく、成長の余地があり、単価が高いマーケットに営業・技術者を集中投入（経営資源の再配置）



【支社別生花祭壇平均単価比較】



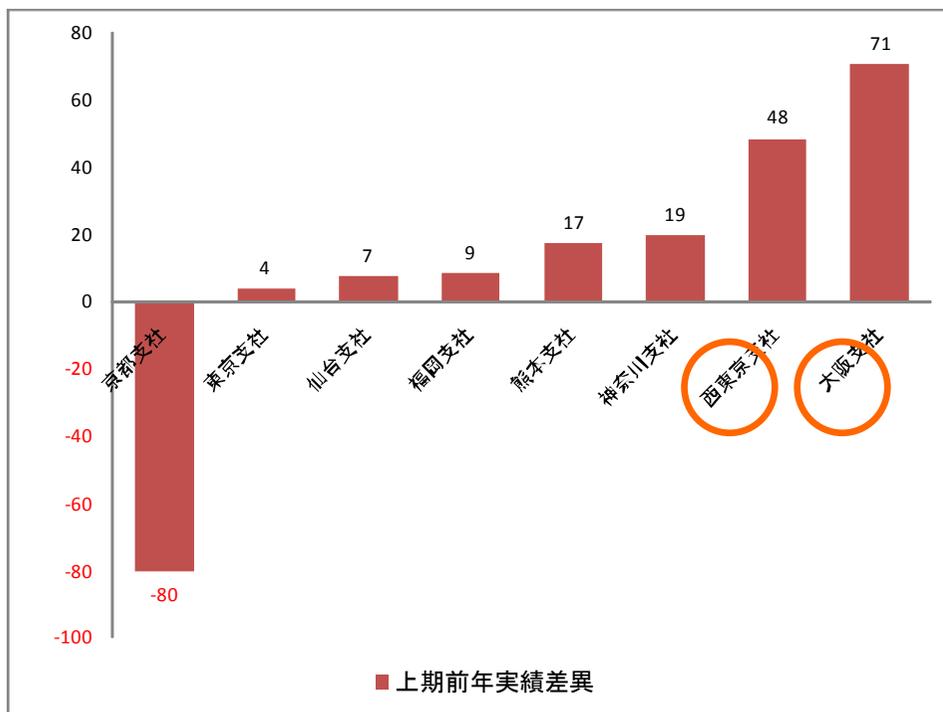
生花祭壇の全国平均単価=0として各支社の平均単価を比較

①東京支社、②西東京支社、③大阪支社、の3支社を販売強化エリアに指定

* 神奈川支社は大手互助会との取引を開始したばかりのため、今回は対象としない

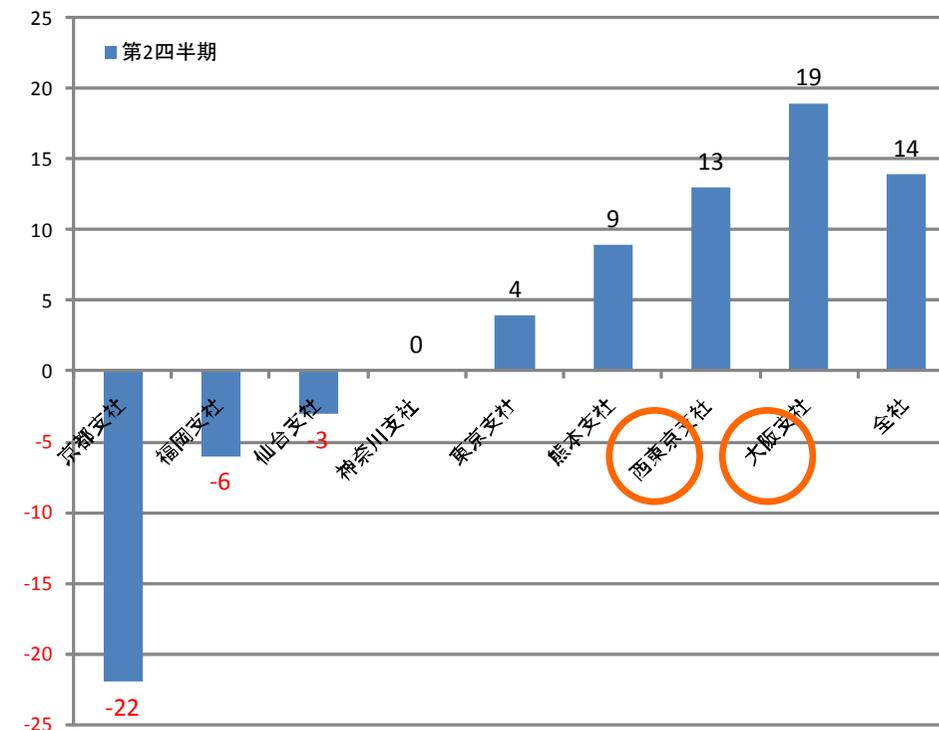
【支社別上期売上高前年実績差異】

単位:百万円



【支社別第2四半期顧客数前年実績差異】

単位:社数



西東京や大阪のように単価が高く成長余地のあるマーケットでは顧客数を伸ばせば、売上高も増えていく。東京は市場規模が最も大きく、売上高も最大。直葬(ちよくそう)の増加で伸び悩むが拡大の余地あり。

直葬とは...

葬式をしない葬儀の形態のことで、いわゆる葬式をしないで直接火葬に処するもの。火葬炉の前で僧侶等により簡単に読経をあげてもらおう等の宗教儀礼をあげてもらおうことはある。2000年以降に都市部で急激に増加した形態で、東京では30%近く、全国平均でも10%程度あると推定される。

①地域ごとに異なる慣習や様式

- ・現場挿しの比率
- ・生花祭壇の普及率
- ・異なる葬儀慣習

②地域ごとに異なる競合

- ・関東：Y社(30億円)、H社〔20億円〕

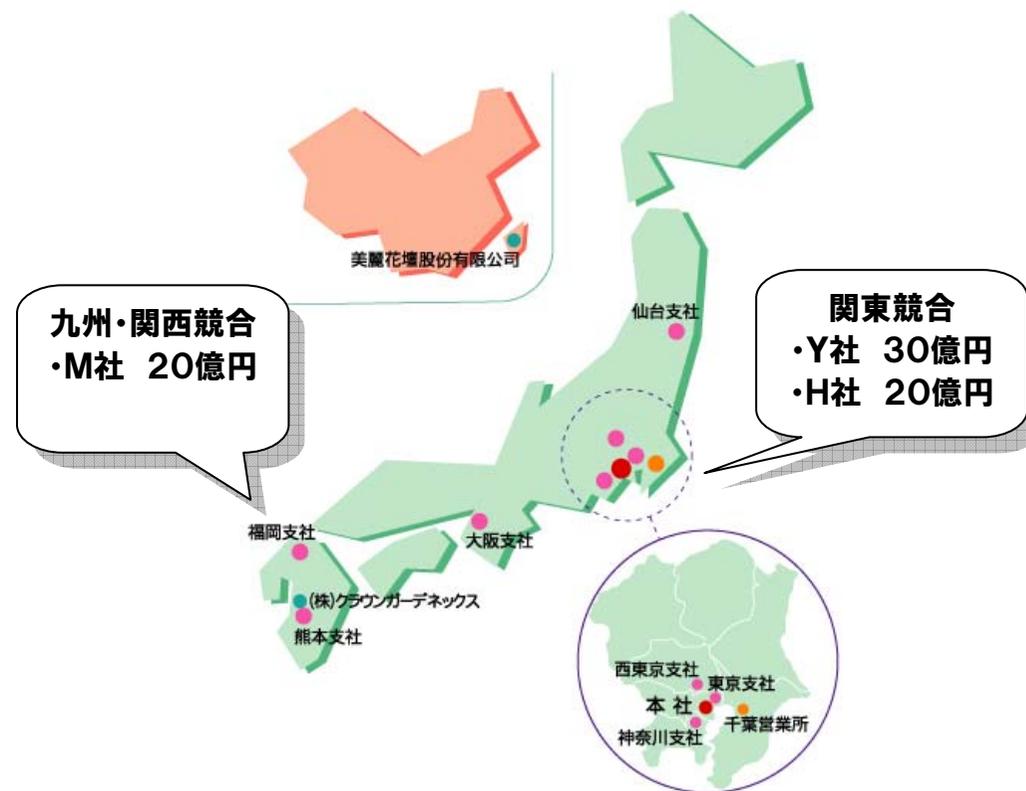
③経営資源の共有化・販売管理費の低減

- ・稼働率による支社間の人員移動
- ・道具・花材の共有化

従来は各支社単位で競争・効率化を図ってきたが、
今後は地域ブロック単位で考えていく。

【当社の営業拠点と競合の所在と売上高】

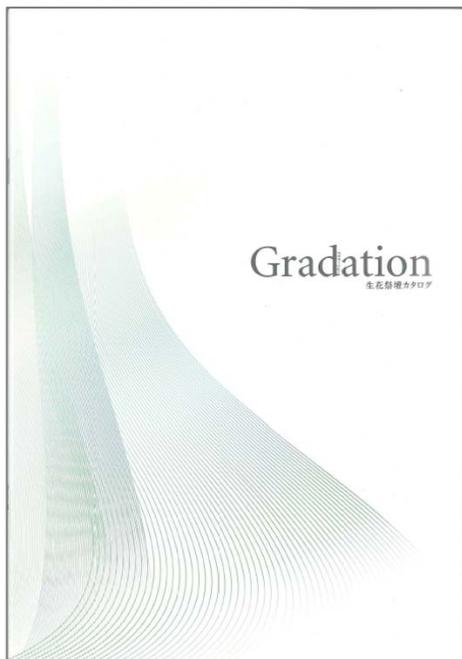
*生花祭壇事業



大手の競合は関東に2社、九州に1社
地域毎に競合を意識した戦略を実行していく。

・単価が高く、差別化できる高付加価値商品の販売注力

- ① 假屋崎省吾プレステージライン
- ② モダンフューネラル
- ③ 社葬・著名人お別れ会等の大型祭壇
- ④ Beauty Presitge Line (プレミアムラインの投入)
- ⑤ 新カタログ・Gradationによる拡販



カラーグラデーション
淡い色から濃い色へのグラデーション



立体的グラデーション
大きい花から小さい花へのグラデーション



印象的グラデーション
蕾から開花したお花へのグラデーション



個性的グラデーション
種類の異なるお花が織りなすグラデーション

高度なグラデーションを用いた生花祭壇は技術力と仕入れ力の双方を持ち合わせて初めて実現できる



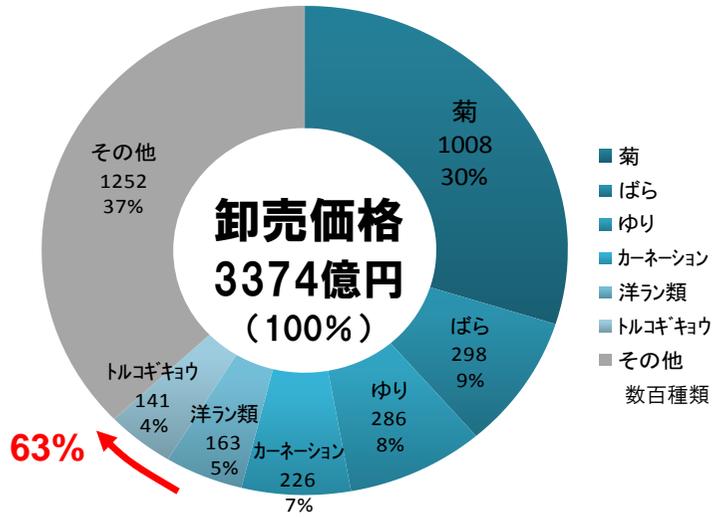
KARIYAZAKI SHOGO PRESTIGE LINE 百合



著名人の追悼会・本田美奈子.1周忌

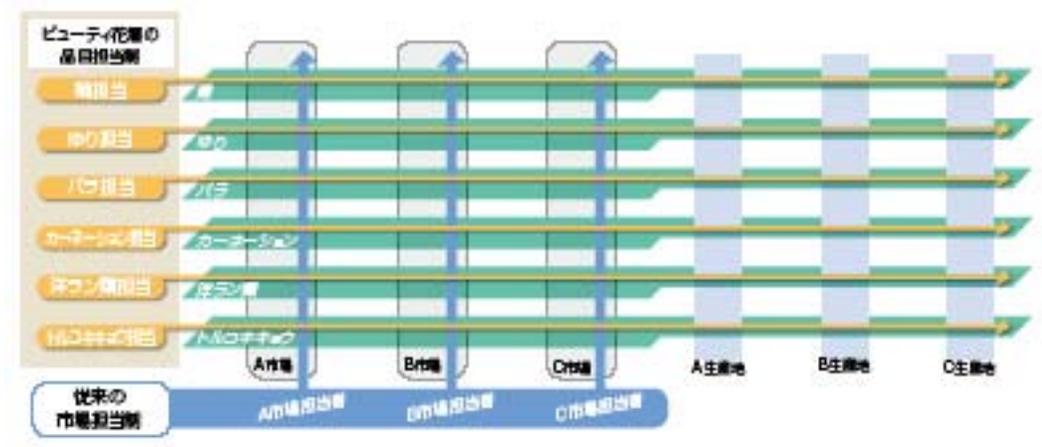
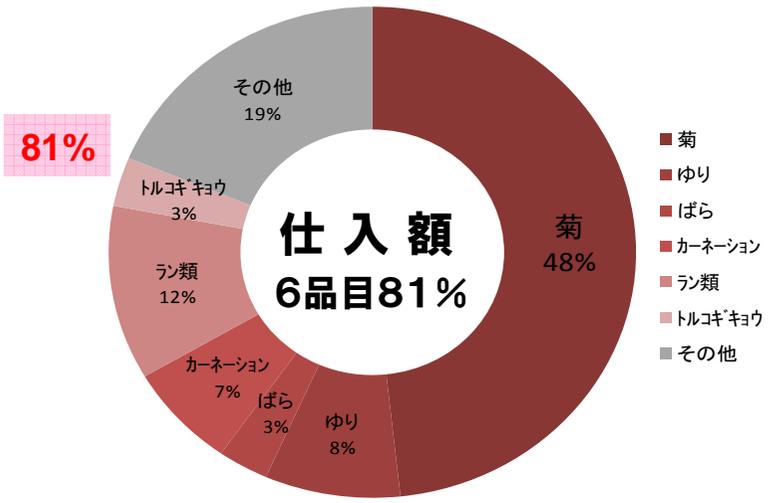
原価率の低減

【切り花類の卸売価格の品目別構成比】



農林水産省大臣官房統計部 平成19年花き卸売市場調査結果の概要より

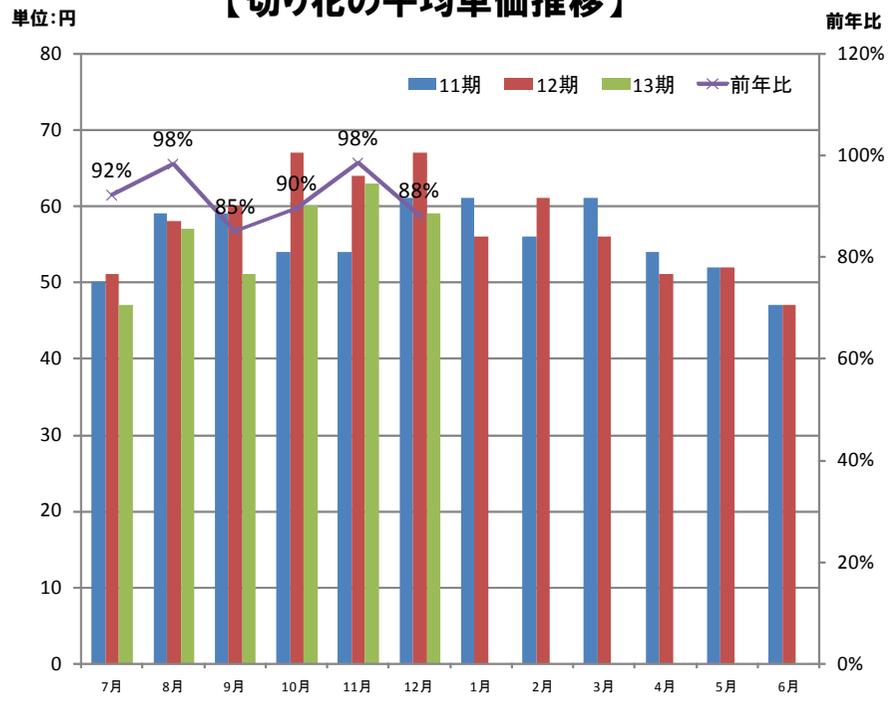
【ビューティ花壇 第12期仕入額の構成比】



- ・主要6品目の品目担当制による仕入単価低減
市場別担当ではなく、品目担当制により各品目担当者が全国のマーケット情報を把握し、最も安い場より仕入を行う
- ・主要6品目に仕入ベテラン配置による単価低減
中堅・ベテラン担当者専従による前年比▲2%ないし▲10円/本で仕入することによる徹底した仕入単価減
- ・当社の場合、「菊」が仕入の50%を占めており、菊をいかに安価に購入できるかで原価率が大きく変わる。

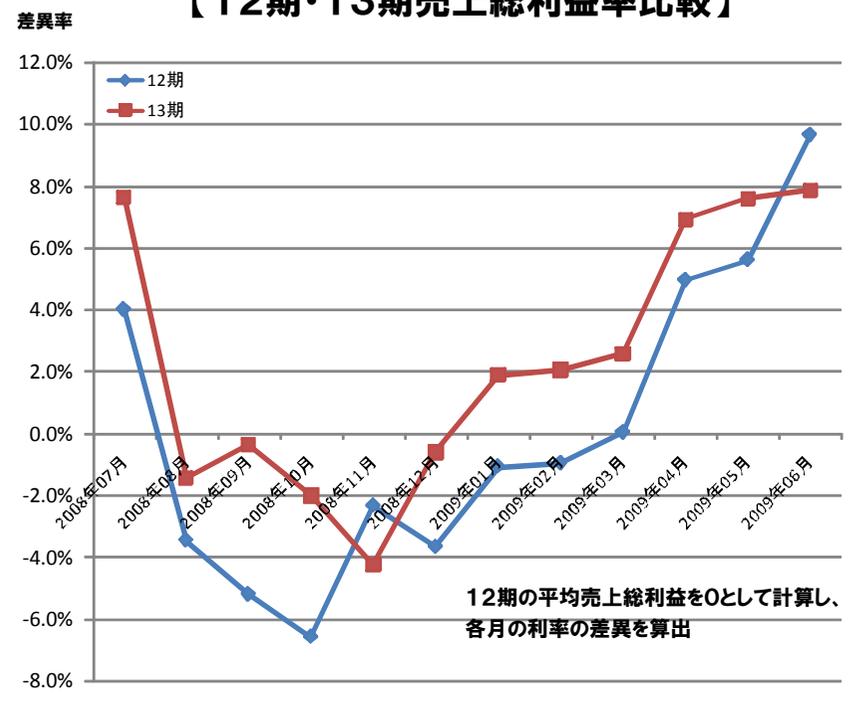
売上総利益の上昇要因

【切り花の平均単価推移】



出所) 農林水産省大臣官房統計部資料より作成 平成20年12月

【12期・13期売上総利益率比較】



12期の平均売上総利益を0として計算し、各月の利率の差異を算出

上期は花単価は昨年より安価で推移

- 下期も
- ・原油価格の下落
 - ・小売販売・法人需要の不振による需要減
 - ・円高による安い輸入花の流入

花単価は下期においても高騰する要因は見当たらない

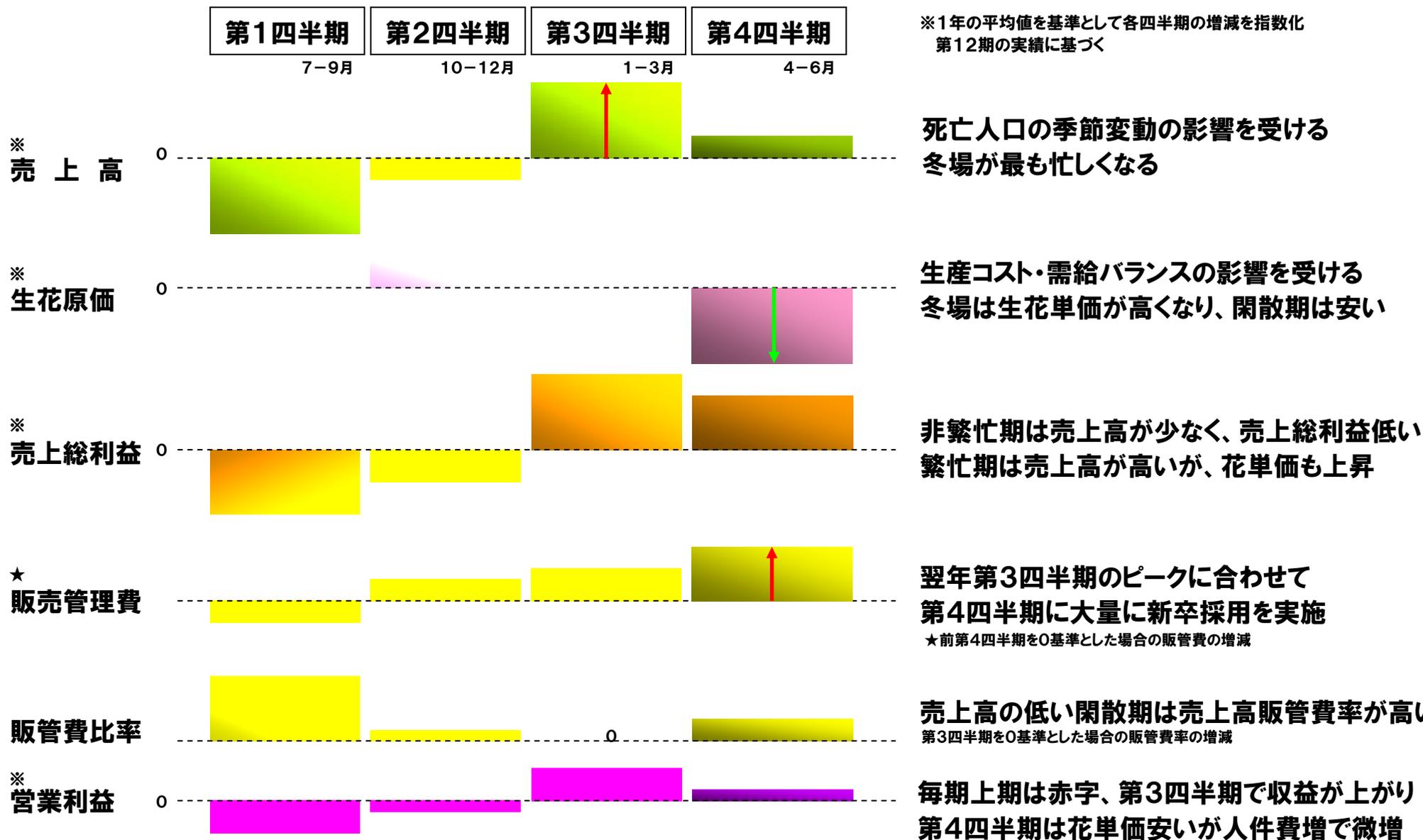
安い花単価や売上単価のUPのより、下期の売上総利益は高く推移。

13期は12期より通期で売上総利益率+2.3%UPを見込む



5. 収益構造転換への挑戦

現状の収益構造



収益構造転換への挑戦

・課題

- ①現状は、繁忙期の第3四半期の合わせた体制を前期第4四半期に構築している
この場合、閑散期における高い販売管理費率の体質から抜け出せない。
- ②繁忙期にさらに仕事が入り込む場合、断ると収益が上がらず、受けると業務委託費が増加してしまう
- ③花単価が一番下落する第4四半期に、新卒採用含め人件費が大きく増えるので収益が上がりにくい。

・転換の考え方

- ①閑散期に合わせた体制を組むことで、閑散期に営業赤字にならないようにする
- ②生花店ネットワークの構築により、繁忙期に仕事を断らず、外注できる体制を作る
- ③繁忙期に営業を強化し、従来 of 閑散期に仕事が増えるようにすれば花単価の安い時期に収益が上がる。
- ④閑散期にネットワーク店の構築に注力し、1年を通じて適正な販管費を維持できる体制を作る。

上記により上期に営業赤字、第3四半期に高い収益が上げるという体質から脱却を図れる。

当下期より高い収益が上げられる構造に転換できるよう挑戦していく。

本日はありがとうございました。

IR・広報部

Tel : 03 - 5776 - 5850

Fax : 03 - 5776 - 5851

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。