



花

h a n a k a z e

風

[ビューティ花壇]

第13期年次報告書

2008.7.1~2009.6.30

証券コード：3041

株主の皆様へ

TO OUR SHAREHOLDERS



代表取締役会長兼社長 小田敬史

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。

経営理念

より高い付加価値の商品を、最適のタイミング、適正価格で提供するため

花に関する技術の練磨・知識の習得・情報の収集に努める。

そして、それらを積極的に社会にフィードバックすることにより

花の溢れる社会作りに貢献する。

Q1

終わりました前期の業績につきまして、概要をお聞かせください。

第13期の決算は、減収減益という結果になりました。今期は売上を伸ばさず利益率を上げて内部充実を図っていくという方針でしたが、思ったほど利益率を上げられず、業績修正を余儀なくされました。

生花祭壇事業については、昨年7月に第13期がスタートしてからしばらくは大型祭壇が非常に順調で、受注は前年比プラス40%程で推移していました。しかしながら2008年9月に起こったリーマン・ショック以降、前年割れの傾向がみられるようになりました。一般の生花祭壇においてもその傾向があり、単価下落がみられました。最終的には前年比+96件の16,243件となり、なんとか予定していた件数は確保できましたが、このような単価下落が利益を圧迫しました。

生花卸売事業についても、特に2008年9月以降は景況感を反映し、嗜好品である花の購入を控える傾向となりました。この百年に一度といわれる不景気によって、花の消費が落ち込み、生花業界も非常に厳しい状況となりました。これに伴って生花業界の売上は当然減り、生花卸売事業も同様に非常に苦戦し、厳しい結果となりました。

ブライダル装花事業は、より強く景況感の影響を受けました。熊本県における主力のホテルの婚礼件数が減少しており、また個人消費の低迷による小売店舗での販売の減少に伴い、売上高と売上総利益がともに減少し、営業損失が拡大しました。

台湾の美麗花壇股份有限公司は設立から3年になりますが、毎年徐々に実績を積んでまいりました結果、今期は日本式の生花祭壇受注が伸び、若干の黒字となりました。

Q2

事業の収益力向上について、
今後の展開をお聞かせください。

第13期は、海外からの花の輸入に力を入れて原価を落としていくことに注力しました。第12期には原油価格が上がり国内の花の相場が高くなり、仕入原価も上昇したという反省があったからです。

台湾から胡蝶蘭やトルコキキョウ、コロンビアからカーネーション等を輸入し、充実した仕入体制を構築してきました。このような安く大量に仕入れられるルートが、この1年をかけてある程度整いましたので、第14期は安定して収益を確保していけると考えています。

また、この4月に市場の手数料が自由化され、今後、生産者・市場が様々な形で動いていくだろうと考えられます。市場間での提携や整理淘汰もみられるでしょうし、生産者も出荷先の選択肢が増えることにより流動化するでしょう。この流れをうまくキャッチしながら、生花店を結ぶネットワークを組んでいき、当社の収益に結び付けたいと思っています。

これらのネットワークの中では、基本的には生産者から直接配送する効率的な物流体制を目指しています。そうすることにより仮に手数料は今までと同じでも、人件費・販売管理費が下がることによって利益を確保していけると考えています。



©坂野昌也

Q3

華道家假屋崎省吾氏との提携による、
事業展開の現状についてお聞かせください。

2007年10月に同氏のプロデュースによる生花祭壇「KARIYAZAKI SHOGO PRESTIGE LINE」の販売を開始し、第2弾としてブライダル装花&ブーケを販売開始しました。第13期は同氏デザインによるフラワーアレンジメント商品を開発、amazon.co.jp®で発売しました。

同氏との提携で得られた大きなメリットのひとつに、そのブランド力があります。私が他の経営者の方とお会いし、話をするとき、やはり假屋崎氏の名前を出される機会が多くあります。「假屋崎氏と提携することのできる力のある花屋」というイメージは、ビューティ花壇のブランド力と知名度の上昇に繋がっているのだと感じます。

当社は8年ほど前から生花祭壇の制作技術講習会を実施するなどして、他の生花店に対しても技術をオープンにしています。その結果として全体の7~8割を占める小型の生花祭壇は、他の生花店でも制作できるようになってきました。当社が生花祭壇制作のパイオニア企業として他の生花店よりも一歩リードしておく施策を考えなければいけないと考え実施したのが、このブランディングです。そういう意味で上場前からブランディングをどうしていくのか、他の生花店が技術を身につけた時に一歩リードするためにどうやっていくかとずっと考えていました。同氏との提携はそういう意味で成功に繋がったと思います。今後も「假屋崎省吾ブランド」の新しい取り組みや商品の開発に力を入れていきたいと考えています。

Q4

台湾の大手胡蝶蘭生産者との独占販売契約締結と、
胡蝶蘭の生花祭壇「花蝶」の販売を発表されました。
その背景と事業効果についてお聞かせください。



胡蝶蘭はずっと高級な花として価値が維持されている花です。当社では本契約の締結により一年を通じて大量の胡蝶蘭を安定した価格と品質で調達することが可能となりました。胡蝶蘭を他の生花店より有利な形で仕入れることは、当社にとって非常に大きなメリットとなります。

具体的には、第14期は16万本・第15期は30万本・第16期は50万本の輸入を計画しています。日本国内における胡蝶蘭の消費量は年間250万本ですので、50万本とはその2割に達する数字です。それを1社で引き受けるといのはかなりの量ですが、これを利用し、高付加価値の商品として胡蝶蘭の生花祭壇「花蝶」の販売を4月15日より開始しました。

この商品の売上げを拡大することで、より安定した収益を得られると考えており、今後はさらに他の種類の花での新商品の開発にも取り組んでいきたいと思っています。

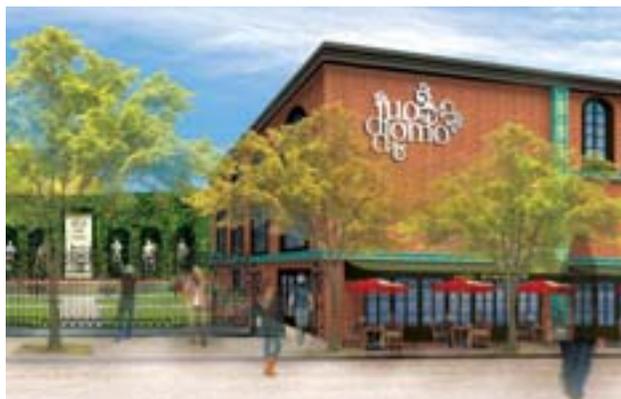
Q5

この9月に『MLB Café TOKYO』へ出資、併設のウエディングハウス「Duo DOMO:デュオドオーモ」へのブライダル装花を提供することが決定していますが、その背景と事業効果についてお聞かせください。

ブライダル装花は子会社のクラウンガーデネックスの事業分野となっており、現在熊本のみでの事業をおこなっています。

しかしながら、熊本のマーケット規模を考えた場合、そこから急激な売上げの増加や大きな発展は見込めない状況であったというのが正直なところ。そう思っているところに、ちょうどこの話をいただきました。

場所は恵比寿という非常に良い立地であり、『MLB Café TOKYO』は世界初のMLBオフィシャルレストランです。そのため差別化もできているし、高級感も備えています。この提携によって、ブライダルの事業展開を大きく発展するきっかけにしたいと考えています。第13期はブライダルの業績が厳しく赤字を積み上げてしまいましたが、これを打開するには関東進出しかないと思っていましたので、その足がかりとしては申し分ないと思い、ここに投資を決めました。



Q6

最後に、株主の皆様にもメッセージをお願いいたします。

冒頭にも申し上げましたが第13期は内部充実の年と位置付けており、売り上げは前年維持として利益率を上げることを目標としました。リーマン・ショックの影響もあり思ったほど利益率はアップできませんでしたが、内部充実は十分に図ることができたと思います。

具体的には、まず、技術者の体制を200名以上の体制にできたことです。昨年と一昨年に新入社員を大量に採用し、技術者としての育成も進めてまいりました。第14期においては、この充実した体制をもって支社展開を進めていく年にしたいと考えています。

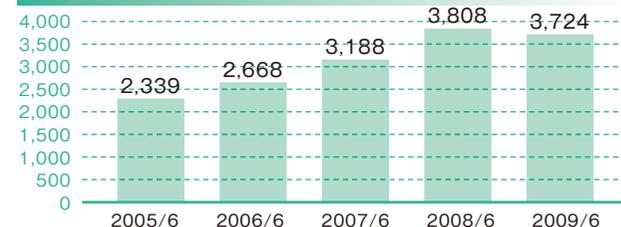
株主の皆様にはここ1、2年思うような利益を確保することができず、ご迷惑をおかけしました。しかし、今期においては積極的に支社展開することによって、売上利益を確保できると考えています。生花祭壇のマーケットは国内において2千数百億の市場規模であるといわれています。当社の生花祭壇の売上が約30億ですから、現在はまだ1.4～5%くらいのマーケットシェアしかとっていません。まだまだマーケットを拡大していく余地は十分残っていますので、拠点の拡大に軸足を置いていきたいと思っています。

過去4、5年、年平均20%くらいで売上高を伸ばしてきましたので、第13期はそこに踊り場を作って少し無理したところを改善し内部充実ができたと思います。これから3年くらいは成長路線にもっていきたいと考えています。最後に、株主・投資家の皆様には、引き続き私どもの事業運営をご理解いただくとともに、末永くご支援をいただきますようお願いいたします。

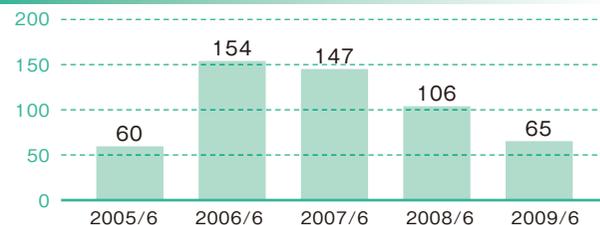
財務ハイライト

単位:百万円

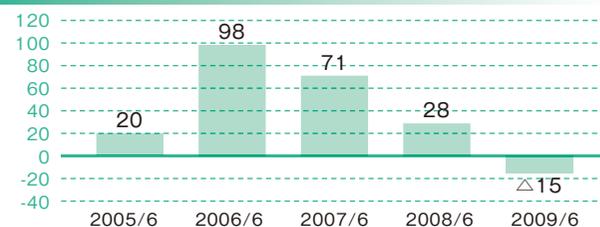
売上高



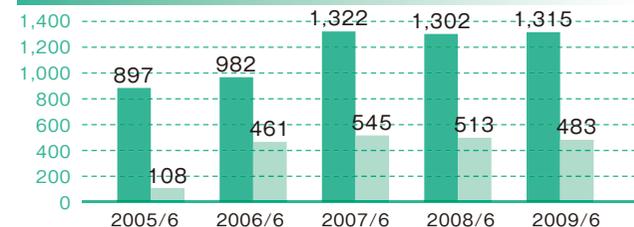
経常利益



当期純利益



総資産・純資産



※2006年6月期は、単体実績です。

当社グループは下半期の方針として実施した景気動向の直接的な影響を比較的受けにくい生花祭壇事業に経営資源を集中することで収益の最大化を図るとともに、仕入原価の低減および支出の抑制を強化しました。しかしながら、固定資産の除却・減損処理および貸倒損失等の特別損失が発生しました。

この結果、当連結会計年度の業績は、売上高3,724百万円(前年同期比2.2%減)、営業利益61百万円(前年同期比41.8%減)、経常利益65百万円(前年同期比38.4%減)となりました。しかしながら、固定資産除却損8百万円、貸倒損失23百万円、のれん償却額7百万円等特別損失を45百万円計上した結果、誠に遺憾ながら、当期純損失15百万円(前年同期比43百万円減、前年同期は当期純利益28百万円)となりました。

■ 生花祭壇事業

生花祭壇事業の売上高は、2,978百万円となりました。当社が属する葬祭業界におきましては、景気動向の直接的影響は受けにくいとされる分野で、経済産業省「特定サービス産業動態統計速報」(サンプル調査)によると、葬儀業の平成20年7月から平成21年5月の売上高は前年比で0.3%増、取扱件数も0.4%増と微増ながらも増加傾向にありました。しかしながら、平成21年2月から4月までは葬儀業の売上高および件数とも前年を割り込み、売上高は前年比4.3%減、取扱件数は前年比4.1%減となりました。厚生労働省の人口動態統計速報(平成21年4月分)によると、平成21年2月から4月の死亡数は291,837人(前年同期比3.4%減)と同じく減少となっています。これは、平成21年2月の死亡数が95,246人と前年の103,169人より7.7%減少したことによるものですが、うるう年であった平成20年2月の死亡数が前年の平成19年2月と比較して11.6%増と高い水準にあったことが一因となっています。その下で当社は収益の向上を目指して単価の高い社葬・大型葬の獲得および新商品の拡販に取り組んでまいりました。生花単価が安価に推移したことやロス本数の比率も0.07%と前年同期より0.69ポイント

改善したことによる仕入原価の低減や業務委託費の削減等支出を抑制したことにより営業利益は469百万円となりました。

■ 生花卸売事業

生花卸売事業の売上高は、618百万円となりました。景況感を反映した消費者の生活防衛意識が急速に高まり、嗜好品である生花の購入を控える傾向が続いています。東京都中央卸売市場「市場統計情報」(平成21年6月)によると、平成20年7月から平成21年6月の切花累計の数量は前年同期比で0.8%減、金額では6.2%減とマイナスになっています。法人においても、収益が圧迫され経費削減のおり、胡蝶蘭等の法人用ギフト生花の需要が大きく落ち込みました。同統計によるラン鉢の数量も前年同期比で7.5%減、金額では12.0%減と大きく減少しています。

また、当期は海外の生産者からの輸入比率を高めるべく、海外調達にかかわる人員を増員し対応したことにより、当連結会計年度における輸入本数比率は20.5%と前年同期の18.5%より2.0ポイント増加しました。これは台湾の大手胡蝶蘭生産者である台霖生物科技株式会社と日本市場における「胡蝶蘭切花」の独占販売契約を締結したことにより輸入本数が前年同期比で5.3倍と大きく増えたことによるものです。しかしながら、需要不振による生花単価の下落は生花祭壇事業の売上総利益率の改善に貢献するものの、生花卸売事業には売上総利益の減少につながり、また生花卸売事業の外部販売が伸び悩んだ結果、営業利益は94百万円となりました。

■ その他事業(ブライダル事業及びプランツスケープ事業)

その他事業の売上高は127百万円となりました。結婚式場業は少子化と景気悪化の影響を受けており、経済産業省「特定サービス産業動態統計速報」(サンプル調査)によると、平成20年6月から平成21年5月の結婚式場業の売上高は206,463百万円(前年比0.7%減)、取扱件数は69,929件(前年比3.2%減)と減少しています。その影響で売上高と売上総利益がともに減少し、47百万円の営業損失となりました。





事業展開力

P O W E R O F B E A U T Y K A D A N

ビューティ花壇の
サービスメニューと事業展開上の
強みを明らかにします。

生産地



海外生産地
国内生産地
農協等
中央卸売市場
地方卸売生産地

サービスメニュー

- タイムリーな生花の仕入れ
- 生花卸売事業の基盤となるビューティロジスティックシステムによる流通

ビューティ花壇の強み

- 流通システムをエンドユーザーの視点から見直し、サプライヤー(売り手)とユーザー(買い手)を直結させる「ビューティロジスティックシステム」を構築
- 流通在庫の最適化を実現

ビューティ花壇グループ



ビューティ花壇
生花祭壇事業



ビューティ花壇
生花卸売事業

連結子会社
クラウンガーデネックス
ブライダル装花事業

連結子会社
美麗花壇股份有限公司(台湾)
生花祭壇事業・生花卸売事業

顧客



葬儀関連会社

葬儀関連会社
生花部

生花小売店



ウエディング事業者

一般顧客

サービスメニュー

- 生花販売、生花祭壇設営(胡蝶蘭の生花祭壇“花蝶”シリーズも導入)
- 社葬・大型葬などの生花祭壇設営企画提案
- KARIYAZAKI SHOGO PRESTIGE LINEの施行・販売
- 生花店・葬儀社生花部様へのバックアップ(後方支援システム)
- 技術講習の実施
- 故人のお別れ会やイベント装花

ビューティ花壇の強み

- 30年以上の伝統で培った技術力を駆使した御葬家の要望に応じた花飾り
- 豊富な仕入ネットワークを活かした高品質かつ適正価格の生花祭壇
- 社葬・大型葬向けの生花祭壇の企画・デザイン、生花の調達、設置、撤収および、技術者による現地指導プラン
- “安心と信頼”をモットーに、技術に心をこめた生花祭壇や供花等の設営
- 華道家「假屋崎 省吾氏」プロデュースによる生花祭壇の積極展開

サービスメニュー

- 生花の販売
- 仕入れ支援サービス
- フラワーネットワーク

ビューティ花壇の強み

- 品質・価格・時間のベストマッチングをプロデュース
- 華道家「假屋崎 省吾氏」プロデュースによるフラワーアレンジメント商品を、総合オンラインストアamazon.co.jp®にて販売

サービスメニュー

- ブライダル装花事業
- プランツスケープ事業(オフィスグリーン)

ビューティ花壇の強み

- 従来のように鉢物の観葉植物を部分的に置くだけではなく、景観や機能を意識して、オフィスや商業施設におけるグリーンのイメージを刷新する空間緑化デザインを企画・提案そして施行までを担当
- 華道家「假屋崎 省吾氏」プロデュースによるウエディングブーケおよび装花「彩り: いろどり」などの高付加価値商品を積極展開

假屋崎
省吾



華道家
假屋崎省吾 花・ブーケ教室主宰

K A R I Y A Z A K I S H O G O

当社は、日本を代表する華道家 假屋崎省吾氏とコラボレートし、生花に関わる新しい商品ラインナップ「假屋崎ブランド」を提供しております。第1弾として平成19年10月31日



「KARIYAZAKI SHOGO PRESTIGE LINE」、平成20年7月10日にウエディングブーケ&装花「彩り」を発表、平成21年4月30日には「假屋崎省吾ブランド」第3弾として、フラワーアレンジメント商品を開発、販売開始いたしました。

フラワーアレンジメントは(感謝:merci、祝福:Feliciter、愛:Amour、幸運: Bonne chance)という計4つのシリーズで発売。「花をもっと身近に」という企業理念のもと、より多くのお客様にご購入いただけるよう総合オンラインストアamazon.co.jp®で発売しております。

事業概況

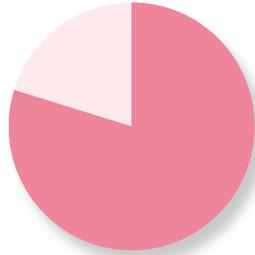
BUSINESS REVIEW

連結売上高 3,724百万円

売上高・売上比率

事業の概要

生花祭壇事業



80.0%
2,978百万円

主に葬儀関連会社に対し、葬儀における主要商品である生花祭壇や供花等の企画提案・制作から設営までを含めて提供しています。「感動していただける花飾り」を念頭に“安心と信頼”をモットーとし、技術に心をこめて商品のご提案をしております。

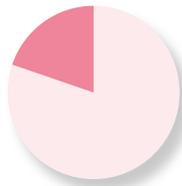
■ **生花祭壇設営**
30年以上の伝統の中で培った技術力を駆使

して、生前故人の好まれた生花を使用した花飾り、故人の人柄を偲ばせるデザインなど、喪家様のご要望に応じた花飾りの提案に努めています。また当社流通統括部の豊富な仕入ネットワークを活かし、高品質かつ適正な価格で生花祭壇を提案できるシステムを確立しています。

■ **イベント装花**
生花祭壇の企画提案・制作から培われた高い技術力と、企画力を活かし、イベント会場の装花、制作を手掛けています。

■ **社葬・大型葬などの生花祭壇企画制作・設営**
社葬・大型葬のご要望に応じて、生花祭壇企画・デザインのお打ち合わせ、生花の調達、作成、設置、撤収まで行うプランや、技術者が現地にて指導するプランなどを設けております。また、デザインイメージを独自のコンピュータグラフィックにて作成し、全体の雰囲気をご理解いただけるサービスもご用意しております。インターネットサイト「生花祭壇.com」で当社が手掛けた祭壇をご覧いただけます。

生花卸売事業



16.6%
618百万円

国内外の生産者・卸売市場・仲卸業者などのあらゆるサプライサイドから、顧客ニーズに合った商品をタイムリーに仕入れ、主に生花店や葬儀関連会社へ生花の販売をおこなっています。日々変化する、マーケットニーズに対応すべく、お客様により質の高い情報と商品をいち早くお届けする最適なシステムを追求するとともに、さらなる安定供給を目指しています。

■ **生花卸売事業の基盤となるビューティロジスティックシステム**
従来の生花の流通は、エンドユーザーに届くまで、中間業者、卸売市場、仲卸・小売業者という多くの段階を経ていました。この流通システムをエンドユーザーの視点から見直し、仕入れ先にこだわらずサプライヤー(売り手)とユーザー(買い手)を直結する「ビューティロジスティックシステム」を構築しました。

■ **仕入れ支援サービス**
— 品質・価格・時間のベストマッチングをプロデュース
■ **市場出荷前取引**
— 市場に出荷する前の商品情報を入手し、お客様に配信
■ **法人向けサービス**
— ビジネスツールとしての生花・胡蝶蘭の販売

その他事業



3.4%
127百万円

生花事業の豊富な経験を活かして、ブライダル装花、ブーケの展開や企業様向けの空間緑化デザインの提案をおこなっております。

■ **ブライダル**
食卓の1輪の花から企業様向けのギフトフラワーまでフレッシュな花と緑をご提供している生花小売業と、ブライダルにおけるブーケや会場装飾、イベントでの生花ディスプレイなどを展開しています。

■ **オフィスグリーン**
従来の鉢物の観葉植物を部分的に置くのではなく、景観や機能を意識して、オフィスや商業施設におけるグリーンのイメージを刷新する空間緑化デザインを企画・提案そして施行まで請け負っています。

業績概要

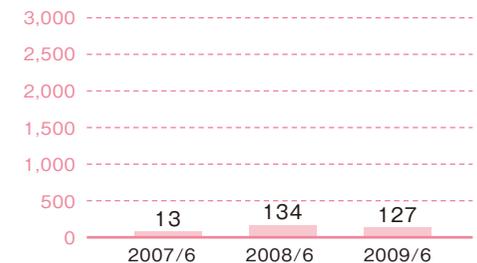
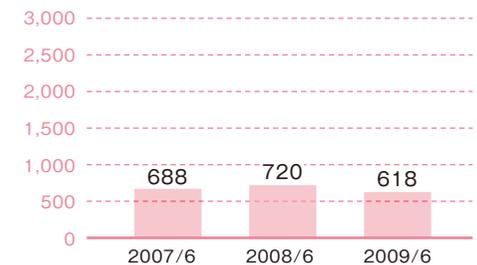
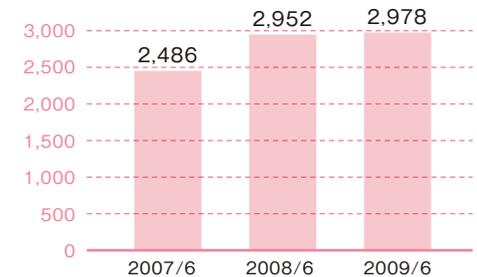
生花祭壇事業が属する葬祭業界は景気動向の直接的影響は受けにくいとされる分野で、市場は引き続き拡大傾向にあります。しかしながら、1件あたりの葬儀単価は、故人や遺族の高齢化による近所付き合いや社会的つながりの希薄化による会葬者の減少や、ご家族・ご親戚・近い人だけで故人とのお別れを偲びたいというニーズの高まりによる葬儀の小型化によって下落の傾向が見られます。そのような環境のなか、生花祭壇事業は、収益の向上を目指して単価の高い社葬・大型葬の獲得および新商品の拡販に取り組んでまいりましたこと等により国内の生花祭壇の受注件数は前年より96件増加して16,243件(前年比0.6%増)となりました。その結果生花祭壇事業の売上高は、2,978百万円となりました。

生花業界は、2009年4月からの生花卸売手数料の規制緩和により、卸売市場においては卸売業者と仲卸業者の競合や市場の淘汰が見受けられるようになってきました。また、供給面では、生産資材の値上げや生産者の高齢化に伴う規模縮小等により切り花類の作付面積の減少も見られます。そのような環境のなか、海外の生産者からの輸入比率を高めるべく台湾の大手胡蝶蘭生産者と日本市場における「胡蝶蘭切花」の独占契約を締結しました。しかしながら個人、法人とも生花の購入を控える傾向が続いております。その結果生花卸売事業の売上高は、618百万円となりました。

その他事業は、ブライダル事業及びプランツスケープ事業からなっております。ブライダル事業を請け負う連結子会社の株式会社クラウンガーデネックスにおいては、熊本県における主力のホテルの婚礼件数が減少しており、また個人消費の低迷による生花アレンジメントの店舗販売も減少しております。その結果その他事業の売上高は、127百万円となりました。

売上高の推移

単位:百万円



技術者紹介

T O P P R O F E S S I O N A L

熊本の一生花店であったビューティ花壇に1ヶ月違いで入社した同い年のふたり。13年後の現在、技術指導と商品開発に携わる2人のトッププロをご紹介します。



Junya Tsuchida

土田 淳也(32歳)

業務本部・商品開発統括

平成 8年7月 入社 本社技術部(現熊本支社)配属
平成12年7月 羽田営業所技術部
平成13年4月 東京支社技術部
平成15年4月 神奈川支社技術部
平成16年4月 東京支社技術部
平成17年4月 東京支社長就任
平成19年7月 技術統括部商品開発統括就任
平成20年7月 業務本部商品開発統括就任

僅か9名のトッププロの一人であり、かつ弊社の商品開発の責任者。「モダンフューネラル」「花蝶」などの新商品開発に責任者として携わる。

■開発に責任者として携わった「花蝶」について

胡蝶蘭は高価な花のため、これまでは一般の祭壇に使われることはほとんどありませんでしたが、私自身はもっと祭壇に胡蝶蘭を取り入れたいと以前から思っていたんです。なぜかという、胡蝶蘭を使った社葬や大型葬の最後のお別れの際、お棺の中に胡蝶蘭を入れてさしあげることが多いのですが、胡蝶蘭は花姿が大きくてきれいですから、お顔まわりが整ってきれいに見えるんですね。それを一般のご葬儀でもして差し上げられたら、きっとご遺族の方もよろこばれるだろうな、と考えていました。ですので、独占販売の契約の話聞いたときには、それを実現する商品ができると思って、うれしかったですね。自分が現場で考えたこと、求められていると感じたこと、そして現在現場で直接顧客と接しているスタッフの声。そういった経験や意見を反映させた商品作りができるよう意識しています。これからも「思い」のこもった商品を開発し、提供していきたいですね。



Naoki Uehara

上原 直樹(33歳)

業務本部・技術指導統括

平成 8年 6月 入社 本社技術部(現熊本支社)配属
平成12年12月 福岡支社技術部
平成16年 4月 神奈川支社技術部
平成17年 4月 神奈川支社長就任
平成19年 7月 技術統括部技術教育統括就任
平成20年 7月 業務本部技術教育統括就任

僅か9名のトッププロの一人であり、かつ弊社の技術者220名の技術教育の責任者。動画での生花講習セミナーや、他の生花店での指導も務める

■ビューティ花壇の「技術力」とは

指導をしていると「どうやれば技術がつかますか」と聞かれることがあります、これは難しい質問です。というのも、私自身はマニュアル的な作成技術は、それほど重要なものではないと考えているからです。我々が「仕事をする上で必要な技術」というのは、イコール「状況判断力」であると思います。いつでも好きなだけの花材や時間を使って祭壇を作れるわけじゃない。必要とされることは、限られた花材や時間で、いかに満足していただける、よろこんでいただける祭壇を作るかです。そして自分の動きでいかに周りの仕事をスムーズにできるか。我々は会社のため、顧客のため、ご遺族のために祭壇を作るのであって、自己満足のための技術になってしまっってはいけない。そういう「思い」の重要性。そういうところを理解したうえで日々の業務や練習を積んでいけば、おのずと技術も身につくし上達すると考えています。そういうところを伝えたい、分かってほしい、という思いが強すぎてか、昔は鬼軍曹よばわりされてましたが、色々あって…今では丸くなりました。

■ブライダル装花

当社は、株式会社サンライズジャパンが、9月に恵比寿のサッポロビール本社前にオープンした世界初のMLBオフィシャルレストラン「MLB café TOKYO」に出資し、本レストランに併設されるウエディングハウス「Duo DOMO:デュオ ドオーモ」及び、株式会社サンライズジャパンが運営する婚礼式場のブライダル装花を開始しました。

株式会社サンライズジャパンが「MLB café TOKYO」及びウエディングハウス「Duo DOMO:デュオ ドオーモ」を企画・運営するにあたり、「ドレス」「司会・演出」「装花」「写真」「ジュエリー」の各分野のコラボレーションによる新しい形態のブライダルビジネスの創出を目的として事業パートナーを集う中、当社子会社・株式会社クラウンガーデネックスが40年にわたり熊本の一流ホテル・レストランなどにブライダル装花を提供してきた確かな品質と実績、そして冠婚葬祭の生花業者で唯一の上場企業であるという信用力が評価されて「装花」の分野において事業パートナーに選定されました。

当社としても、ブライダル部門の関東エリア進出を計画していた折でもあり、これを期にクラウンガーデネックスの東京スタジオを開設しました。

当社では、今回の共同出資により「Duo DOMO:デュオ ドオーモ」と同社の運営する結婚式場「アンジェパティオ」の2式場合わせて、年間で約450件のウエディング装花の装飾を行う予定です。また「MLB café TOKYO」敷地内のイングリッシュガーデンの施行及び



その後のメンテナンス管理も受託することになっており、ビューティ花壇のプランツスケープ事業への売上げ貢献も見込まれます。

■かちょう胡蝶蘭生花祭壇「花蝶」販売開始&胡蝶蘭独占販売

4月15日より、最高の贈り物とされる胡蝶蘭をふんだんに使った生花祭壇「花蝶」を販売開始いたしました。美しい自然の景色を、またそれを重んじる風流を意味する花鳥風月のように大切な人との別れを心に美しく残していただきたいという願いをこめて、開発したものです。

まず、胡蝶蘭の生花祭壇の販売を開始するには、一年を通じて大量の胡蝶蘭切花を安定した価格と品質で調達することが課題



となります。当社は平成18年10月に台湾において生花祭壇の普及及び花文化向上に貢献することを目的として、台湾における最大の葬儀ビジネス業者である龍巖人本服務股份有限公司との合弁会社として美麗花壇股份有限公司を設立しておりますが、台湾が胡蝶蘭をはじめとしてアジアにおける主要花き生産国であることから日本市場向けの

花き調達・輸出拠点としての機能も強化してまいりました。

そのような動きの中で、4月15日、美麗花壇股份有限公司花壇は台湾の大手胡蝶蘭生産者と日本市場における「胡蝶蘭切花」の独占販売契約を締結いたしました。本契約により、1年を通じて大量の胡蝶蘭を安定した価格と品質で調達することが可能となりました。これに伴い「花蝶」の制作、販売が可能となりました。また、それに加え、胡蝶蘭切花を日本の花き市場、生花店、葬儀社生花部へ卸売販売することも同時に開始しました。



連結財務諸表

CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

連結貸借対照表(要旨)

単位:百万円

	当期 (2009年6月30日現在)	前期 (2008年6月30日現在)
資産の部		
流動資産	711	670
固定資産	604	631
資産合計	1,315	1,302
負債の部		
流動負債	642	450
固定負債	189	337
負債合計	832	788
純資産の部		
株主資本	463	486
資本金	209	209
資本剰余金	129	129
利益剰余金	125	148
評価・換算差額等	△7	△3
為替換算調整勘定	△7	△3
少数株主持分	26	30
純資産合計	483	513
負債純資産合計	1,315	1,302

2009年6月期の配当について

2009年6月期の期末配当については、内部留保の充実、株主資本利益率ならびに今後の事業展開等を総合的に勘案し、次のような剰余金処分が2009年9月25日開催の定時株主総会で承認されました。

普通株式1株につき 金345円
 配当総額 8,487,000円

なお、剰余金の配当が効力を生じる日は2009年9月28日であります。

連結損益計算書(要旨)

単位:百万円

	当期 (自2008年7月1日 至2009年6月30日)	前期 (自2007年7月1日 至2008年6月30日)
売上高	3,724	3,808
売上原価	2,880	2,967
売上総利益	844	840
販売費及び一般管理費	782	733
営業利益	61	106
営業外収益	19	12
営業外費用	15	12
経常利益	65	106
特別利益	4	—
特別損失	45	38
税金等調整前当期純利益	24	67
法人税、住民税及び事業税	34	68
法人税等調整額	5	△14
少数株主利益又は少数株主損失(△)	0	△13
当期純利益	△15	28

連結株主資本等変動計算書

当期(自2008年7月1日 至2009年6月30日)

単位:百万円

	株主資本				評価・換算差額等		少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	株主資本合計	為替換算調整勘定	評価・換算差額等合計		
2008年6月30日残高	209	129	148	486	△3	△3	30	513
連結会計年度中の変動額								
新株の発行	0	0		0				0
剰余金の配当			△8	△8				△8
当期純利益			△15	△15				△15
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)					△3	△3	△3	△6
連結会計年度中の変動額合計	0	0	△23	△23	△3	△3	△3	△30
2009年6月30日残高	209	129	125	463	△7	△7	26	483

*単位未満は切り捨てて表示しております。

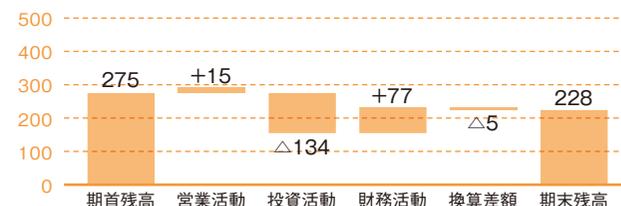
連結キャッシュ・フロー計算書(要旨)

単位:百万円

	当期 (自2008年7月1日 至2009年6月30日)	前期 (自2007年7月1日 至2008年6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	15	68
投資活動によるキャッシュ・フロー	△134	△87
財務活動によるキャッシュ・フロー	77	32
現金及び現金同等物に係る換算差額	△5	△4
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△46	9
現金及び現金同等物の期首残高	275	266
現金及び現金同等物の期末残高	228	275

連結キャッシュ・フロー推移グラフ

単位:百万円



個別財務諸表

NON-CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS



ポイント

連結貸借対照表

当連結会計年度における総資産は、のれんが10百万円減少、差入保証金が95百万円増加したこと等により13百万円増加し1,315百万円となりました。負債は、短期借入金が230百万円増加、社債が65百万円減少、長期借入金74百万円減少したこと等により43百万円増加し832百万円となりました。純資産は、利益剰余金が23百万円減少、為替換算調整勘定が3百万円減少、少数株主持分が3百万円減少したこと等により30百万円減少し483百万円となりました。

連結損益計算書

当連結会計年度における業績は、生花祭壇事業に経営資源を集中することで収益の最大化を図るとともに、仕入原価の低減および支出の抑制を強化いたしました。この結果、売上高3,724百万円（前年比2.2%減）、営業利益61百万円（前年比41.8%減）、経常利益65百万円（前年比38.4%）となりました。しかしながら、固定資産の除却・減損処理および貸倒損失等の特別損失が発生しました。その結果当期純損失15百万円（前年比43百万円減）となりました。

連結キャッシュ・フロー計算書

当連結会計年度における現金及び現金同等物（以下「資金」という。）は、228百万円となりました。営業活動の結果得られた資金は15百万円となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益24百万円、のれん償却額の増加による資金の減少10百万円、貸倒損失の増加による資金の減少23百万円等によるものです。投資活動の結果使用した資金は134百万円となりました。これは主に、差入保証金の差入による支出111百万円、投資有価証券の売却による収入8百万円によるものです。財務活動の結果得られた資金は77百万円となりました。これは主に、短期借入金の純増230百万円、配当金の支払額8百万円等によるものです。

貸借対照表(要旨)

単位:百万円

	当期 (2009年6月30日現在)	前期 (2008年6月30日現在)
資産の部		
流動資産	651	577
固定資産	650	696
資産合計	1,302	1,273
負債の部		
流動負債	600	418
固定負債	149	328
負債合計	749	747
純資産の部		
株主資本	552	526
資本金	209	209
資本剰余金	129	129
利益剰余金	214	188
純資産合計	552	526
負債純資産合計	1,302	1,273

損益計算書(要旨)

単位:百万円

	当期 (自2008年7月1日 至2009年6月30日)	前期 (自2007年7月1日 至2008年6月30日)
売上高	3,553	3,621
売上原価	2,842	2,907
売上総利益	711	714
販売費及び一般管理費	594	578
営業利益	117	135
営業外収益	19	15
営業外費用	12	14
経常利益	123	137
特別利益	4	—
特別損失	55	26
税引前当期純利益	73	110
法人税、住民税及び事業税	34	68
法人税等調整額	5	△14
当期純利益	34	57

株主資本等変動計算書

当期(自2008年7月1日 至2009年6月30日)

単位:百万円

	株主資本							純資産 合計
	資本金	資本剰余金		利益剰余金			株主資本 合計	
		資本 準備金	資本剰余金 合計	利益 準備金	その他利益剰余金 繰越利益剰余金	利益剰余金 合計		
2008年6月30日残高	209	129	129	0	187	188	526	526
事業年度中の変動額								
新株の発行	0	0	0				0	0
剰余金の配当					△8	△8	△8	△8
当期純利益					34	34	34	34
事業年度中の変動額合計	0	0	0	—	25	25	26	26
2009年6月30日残高	209	129	129	0	213	214	552	552

※単位未満は切り捨てて表示しております。

会社概要 (2009年6月30日現在)

COMPANY PROFILE

会社概要

会社名	株式会社ビューティ花壇
本社所在地	〒105-0003 東京都港区西新橋2-16-2 全国たばこセンタービル8F
TEL	03-5776-5850
FAX	03-5776-5851
事業内容	生花祭壇の企画提案・制作・設置 及び生花の卸・物流
創業	1974年5月1日
設立	1997年1月16日
資本金	209,340,000円
従業員数	238名(単体) 280名(連結)
連結子会社	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)

役員 (2009年6月30日現在)

代表取締役会長兼社長	小田 敬史
取締役	高山 浩司
取締役	舩田 正一
常勤監査役	大山 亨
監査役	亀井 浩太郎
監査役	柳本 信一郎
執行役員	西村 勝美
執行役員	渡邊 一功

株主優待のご案内

株主の皆様の日頃のご支援にお応えするとともに、当社株式への投資魅力を高め、中長期的に保有していただける株主様の増加をはかること、並びに株主優待制度を通じた当事業への理解促進をはかることを目的として株主優待制度を実施しております。

■ 株主優待制度の内容

(1) 対象株主及び配布回数

毎年6月30日現在の株主名簿及び実質株主名簿に記載された1株以上保有の株主様を対象に、年1回配布します。

(2) 優待の内容

保有株式数と保有期間に応じて、以下の「株主優待ポイント」を株主様に発行します。株主様は、9月下旬頃お送りします優待商品カタログの中から、ポイントを利用して好きな品をお選びいただけます。今年度は株主様の皆様のご意見を反映し、観葉植物、プリザーブドフラワーに加え、お届日指定の出来る胡蝶蘭、プランジャパンの推進するプロジェクトへの寄付もご用意しました。



■ 優待基準 (ポイント数)

保有株数	保有期間3年未満	保有期間3年以上
1～9株	3,000	6,000
10～49株	6,000	12,000
50株以上	12,000	24,000

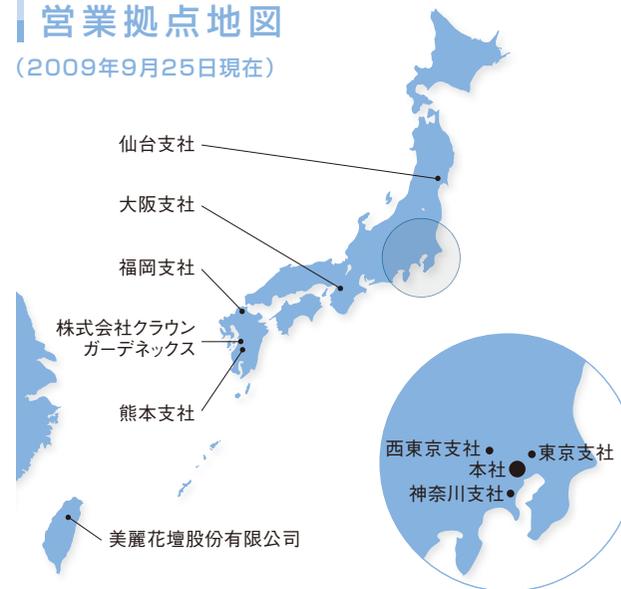
(1ポイントは1円相当・・・3,000ポイントは3,000円相当の商品)ポイントの年次繰越しはございませんが、保有期間3年以上の株主様には2倍のポイントを発行いたします。(保有期間の起算は2008年度からとなります。)

■ 贈呈時期

毎年の定時株主総会終了後に発送を予定しています。

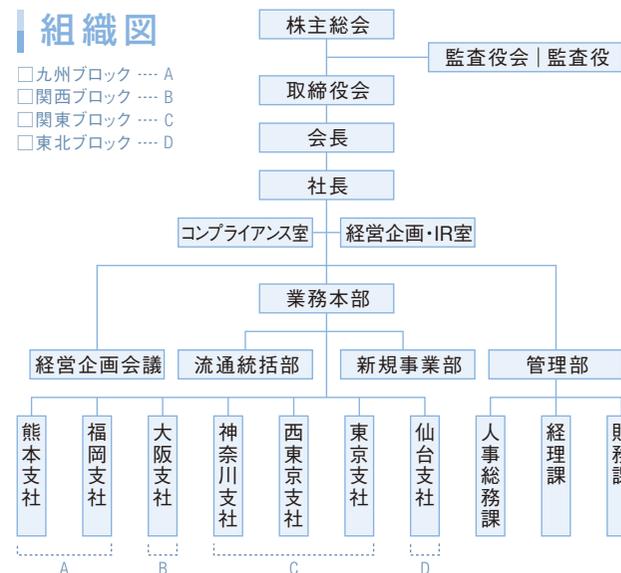
営業拠点地図

(2009年9月25日現在)



組織図

- 九州ブロック …… A
- 関西ブロック …… B
- 関東ブロック …… C
- 東北ブロック …… D



株式の状況 (2009年6月30日現在)

STOCK INFORMATION



株式の状況

発行可能株式総数	88,000株
発行済株式の総数	24,600株
株主数	1,349名

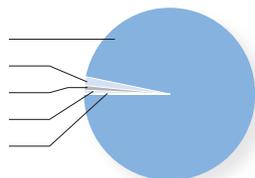
■ 大株主

株主名	持株数(株)	出資比率(%)
三島 美佐夫	9,500	38.61
小田 敬史	5,600	22.76
馬場崎 修	1,240	5.04
ビューティ花壇従業員持株会	1,179	4.79
三島 志子	600	2.43
清水 康	500	2.03
株式会社河野メルクロン	344	1.39
東 光博	318	1.29
河野 通郎	231	0.93
岩田 博美	195	0.79

株式分布状況

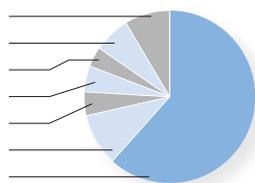
■ 所有者別分布状況

個人・その他	97.53%	23,993株
その他の法人	1.75%	431株
外国法人等	0.37%	91株
金融商品取引業者	0.33%	81株
金融機関	0.02%	4株



■ 所有株数別分布状況

1株~9株	9.58%	2,356株
10株~49株	8.03%	1,976株
50株~99株	2.28%	561株
100株~499株	4.42%	1,088株
500株~999株	4.47%	1,100株
1,000株~4,999株	9.84%	2,419株
5,000株以上	61.38%	15,100株



株主メモ

事業年度	7月1日から翌年6月30日まで
証券コード	3041
上場証券取引所	東京証券取引所マザーズ市場
定時株主総会	毎年9月下旬
基準日	定時株主総会 6月30日 期末配当金 6月30日
株主名簿管理人 特別口座の口座 管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
同連絡先	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL.0120-232-711(通話料無料)
同取次所	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
公告方法	電子公告の方法により行います。ただし、電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じた場合は、日本経済新聞に掲載して行います。
公告掲載URL	http://www.beauty-kadan.com/ir/library.html
お知らせ	1. 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社などにお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。 2. 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。

株主様アンケートのご報告

第12期 株主通信「花風」において実施させていただきました「株主アンケート」では、皆様からのご回答ならびに貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございました。

皆様からお寄せいただきました貴重なご意見は、今後のIR活動に活かし、株主通信にも反映していきたいと思っております。以下にアンケート結果(回答者:101名 回答率:9.5%)をご報告いたします。

■ アンケート回答結果



問6 今後、この「花風」に期待することを自由にお書きください。(一部抜粋)

- ・ 一般企業の事業報告書に比べて株主に対して大変理解しやすい内容です。今後も写真を取り入れてください。
- ・ 財務諸表はできるだけわかりやすく記載してください、あと実際の事業活動の様子が写真などでご紹介いただければと思います。

問7 IR活動全般について期待することを自由にお書きください。(一部抜粋)

- ・ もっと多くの人に知ってもらえるよう会社の認知度を上げるPRやコマースをどんどんやってほしいです。
- ・ 引き続き良い時も悪い時もタイムリーに情報提供し続けてください。



w w w . b e a u t y - k a d a n . c o m

ビューティ花壇のIRサイトが大和IRの2009年「インターネットIRサイトの優秀企業580社」及び業種別（卸売業）ベスト企業に選ばれました。また、業種別の卸売業44社中において業種別ベスト企業（トップ3）に選ばれました。

**BEAUTY
KADAN**

株式会社ビューティ花壇

〒105-0003 東京都港区西新橋2-16-2 全国たばこセンタービル8F
TEL.03-5776-5850 FAX.03-5776-5851
<http://www.beauty-kadan.com>



この冊子は環境保全のため大豆油インキとFSC認証紙を使用しています。

年次報告書「花風」の ネーミングについて

社業の根幹をなす「花」と、メッセージという意味の「風」とともに、生花業界に新風を巻き起こすというチャレンジ精神を表現しています。

