

平成22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

2010年2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25,002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 (東京・西東京・神奈川・熊本・福岡・仙台・大阪)
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	2億1,135万円
売 上 高	3,553百万円【単体】 3,724百万円【連結】
	(平成21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	212人【単体】 257人【連結】 (平成21年12月末日現在)
U R L	http://www.beauty-kadan.com

株式会社ビューティ花壇 エントランス

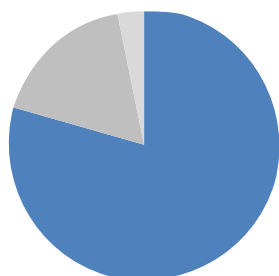


連結売上高1,953百万円

連結売上高は平成22年6月期第2四半期累計期間

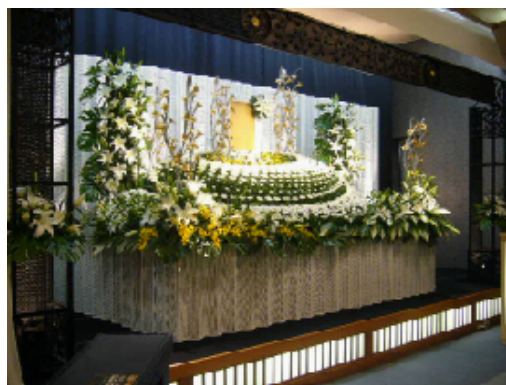
売上高・売上比率

生花祭壇事業

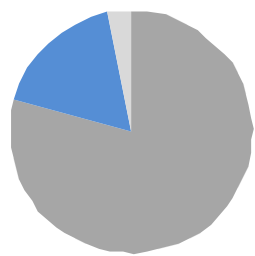


76.4%
1,491百万円

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

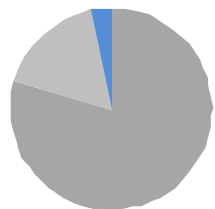


19.3%
376百万円

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

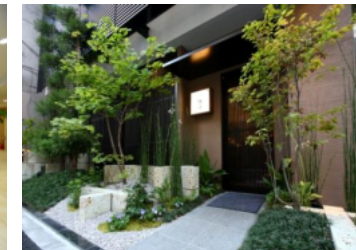


その他事業

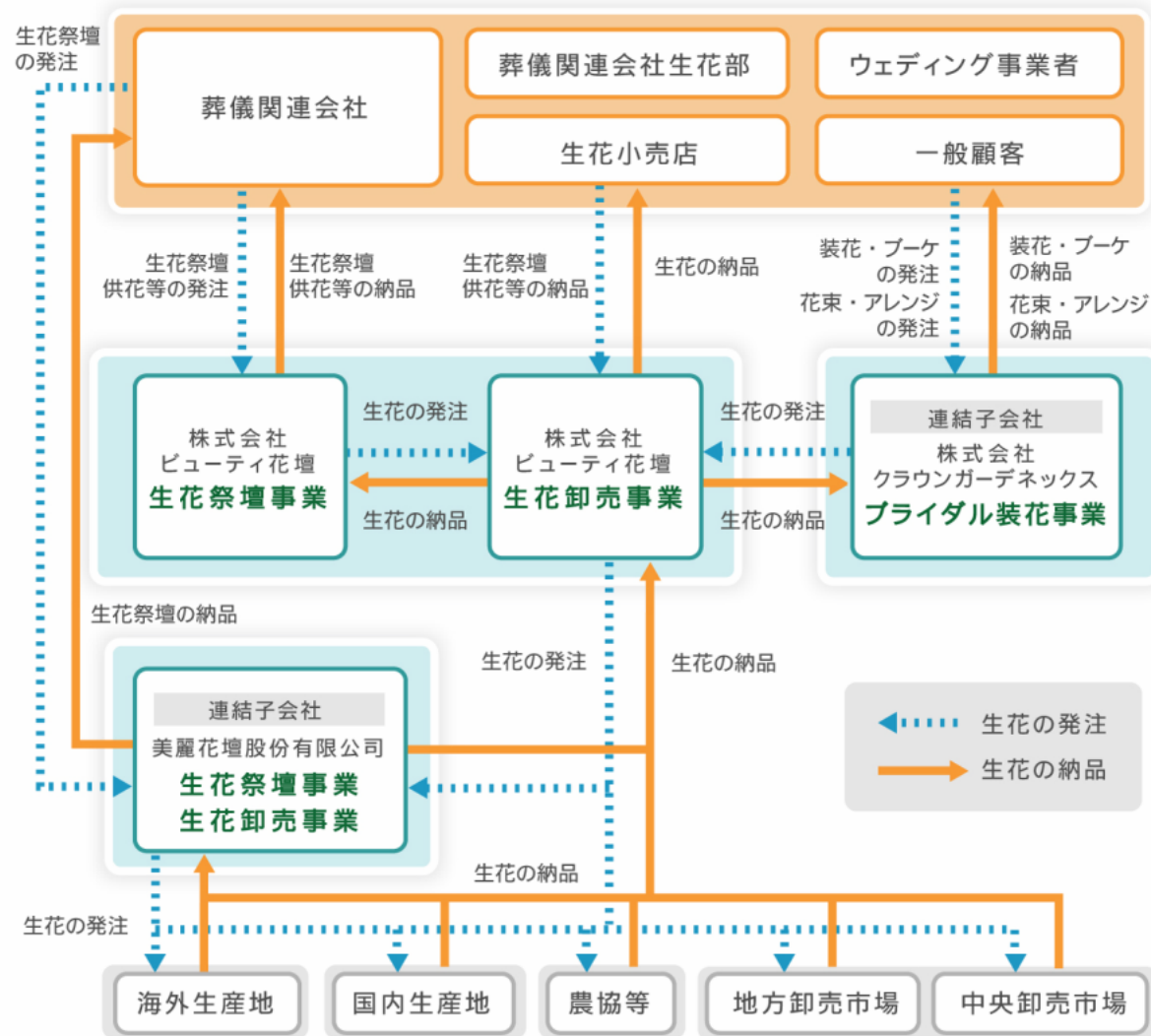


4.3%
86百万円

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. 新体制

概要：

平成21年9月25日開催の定時株主総会にて、株主提案議案により、三島美佐夫、渡邊一功が選任され、その後三島美佐夫が9月28日付けで代表取締役就任。

現在の体制	代表取締役	三島 美佐夫
	取締役	舩田 正一
	取締役	渡邊 一功
	常勤監査役	大山 亨
	監査役	亀井 浩太郎
	監査役	柳本 信一郎

株主提案の目的：

1) 取締役会の機能強化

効率の悪い投資を止め、経営資源を利益創出施策に集中的に投下し、高収益体質を早期に確立する。

2) 花卉事業の成長の加速

花卉業界に精通した取締役の就任により、事業成長を加速させる。

1. 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。

(創業以来掲げてきたこの企業理念を再認識、再徹底→最重要施策)

2. 経営基本方針

1) 収益率の向上と生花祭壇事業・生花卸売事業の更なる強化

収益構造の抜本的な見直しを進める。

また、当社の2本柱である、生花祭壇事業と生花卸売事業について、環境の変化に応じた深化を進める。

2) 新規事業への取組み・撤退基準の明確化

新規事業への取組み及び撤退に関する基準を明確にし、収益に貢献する事業の育成を加速させます。

3) コスト削減

売上に貢献しない経費につきましては基本的に全てカットします。

過去導入し、現在十分活用されていない資産も、厳密な基準で見直しを行い、減損処理を行う予定。

4) 社員教育の充実

徹底したコストカットにより捻出できた資金を、積極的に社員教育にも投資。

3. 決算報告

・平成22年度6月期第2四半期の業績は、増収・増益

【増減のポイント】

単位：百万円 (百万円未満切捨て)	21年6月期第2四半期		22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	1,849	100.0%	1,953	100.0%	104	5.6%
生花祭壇事業	1,468	79.4%	1,491	76.3%	23	1.6%
生花卸売事業	321	17.4%	376	19.3%	55	16.6%
その他事業	59	3.2%	85	4.4%	26	43.8%
売上原価	1,485	80.3%	1,500	76.8%	15	1.0%
売上総利益	363	19.6%	452	23.1%	89	24.5%
販管費	406	22.0%	395	20.2%	△ 11	- 2.8%
営業利益	△ 42	- 2.3%	57	2.9%	100	
営業外収益	11	0.6%	11	0.6%	0	
営業外費用	9	0.5%	6	0.3%	△ 3	- 30.2%
経常利益	△ 40	- 2.2%	62	3.2%	103	
特別利益	0	0.0%	0	0.1%	－	
特別損失	2	0.1%	21	1.1%	19	742.0%
税金等調整前当期純利益	△ 43	- 2.3%	41	2.1%	84	
法人税等	14	0.8%	22	1.1%	8	56.4%
少数株主利益または損失	△ 1	- 0.1%	4	0.2%	5	
当期純利益	△ 56	- 3.0%	14	0.7%	71	

売上5.6%増

生花祭壇事業：1.6%増
生花卸売事業：16.6%増
その他事業：43.8%増

売上総利益率改善

19.6%→23.1%

営業利益改善

△42百万円→57百万円

経常利益改善

△40百万円→62百万円

当期利益改善

△56百万円→14百万円

・平成22年6月期第2四半期の業績は、計画比 減収・減益だが、

【連結】

営業利益率、経常利益率はアップ (連結)。

	売上高	営業利益		経常利益		純利益		1株当たり 純利益
			%		%		%	
期初発表予想 (A) (平成21年8月11日発表)	2,214	59	2.7%	66	3.0%	31	1.4%	1295円20銭
平成22年6月期第2四半期実績 (B)	1,953	57	2.9%	62	3.2%	14	0.7%	605円77銭
増減額 (B-A)	△ 261	△ 2	0.3%	△ 4	0.2%	△ 17	△0.7%	—
増減率 (%)	△ 11.8%	△ 3.4%		△ 6.1%		△ 54.8%		—
(ご参考) 前期第2四半期実績 (平成21年6月期)	1,849	△ 42	△2.3%	△ 40	△2.2%	△ 56	△3.0%	△ 2285円12銭

【増減のポイント】

売上11.8%減
2,214百万円→
1,953百万円
営業利益3.4%減
59百万円→
57百万円
経常利益6.1%減
66百万円→
62百万円

【個別】

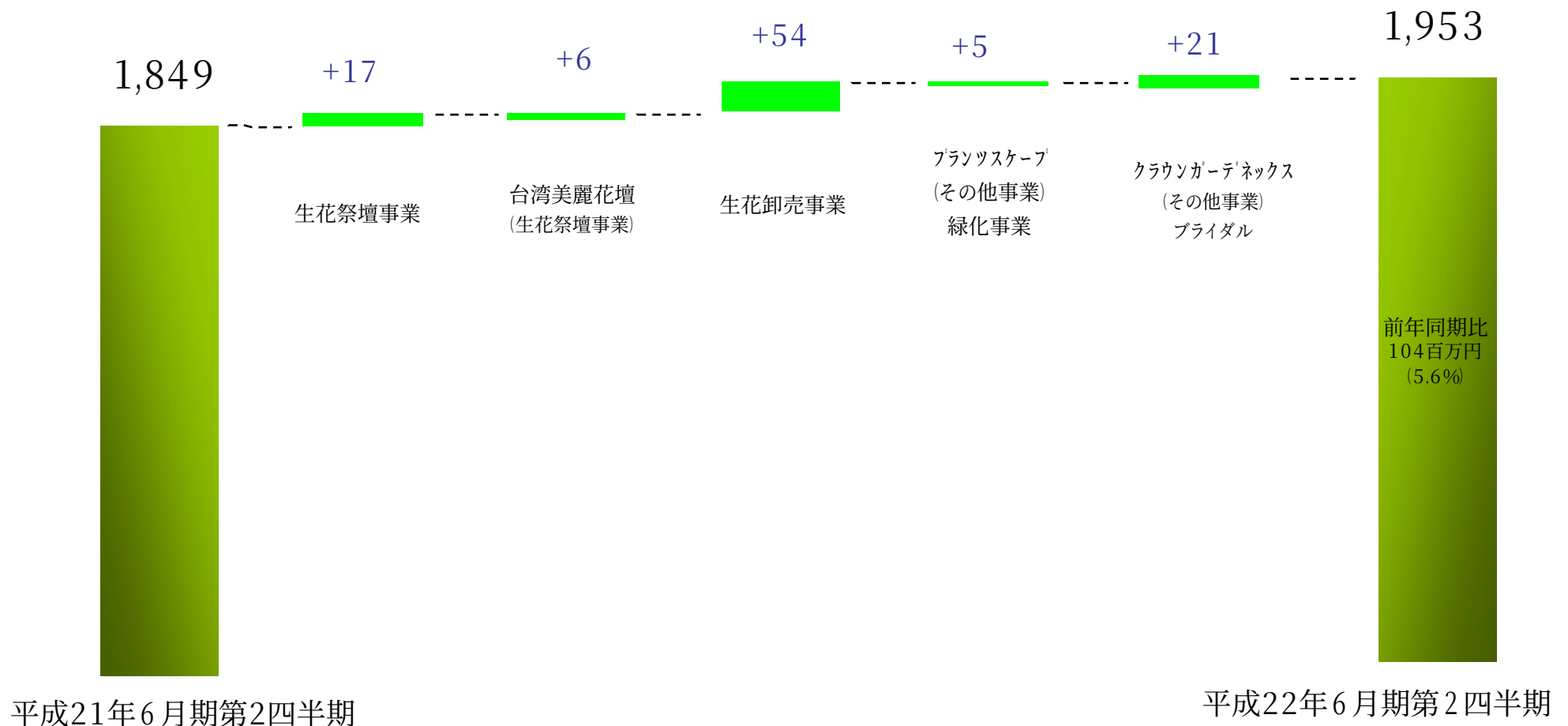
	売上高	営業利益		経常利益		純利益		1株当たり 純利益
			%		%		%	
期初発表予想 (A) (平成21年8月11日発表)	2,041	69	3.4%	77	3.8%	38	1.9%	1566円06銭
平成22年6月期第2四半期実績 (B)	1,844	51	2.8%	58	3.1%	17	0.9%	687円34銭
増減額 (B-A)	△ 197	△ 18	△0.6%	△ 19	△0.6%	△ 21	△0.9%	—
増減率 (%)	△ 9.7%	△ 26.1%		△ 24.7%		△ 55.3%		—
(ご参考) 前期第2四半期実績 (平成21年6月期)	1,779	△ 1	△0.1%	2	0.1%	△ 14	△0.8%	△ 593円30銭

個別についてもほぼ
同様

決算のポイント (連結売上高の要因分析)

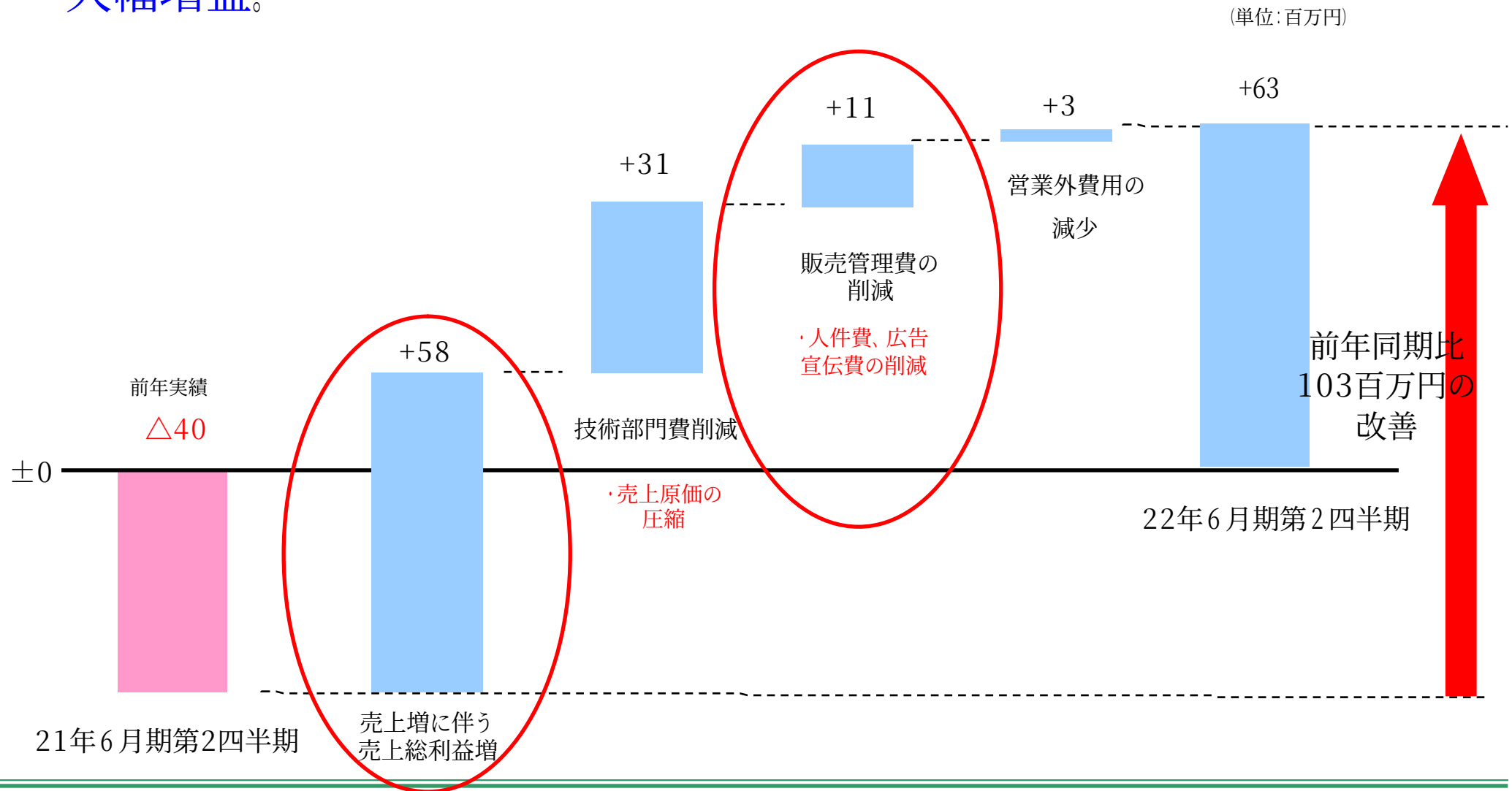
前年と比較し、すべての部門で売上は拡大。 全社では前期比104百万円の増収。

(単位:百万円)



決算のポイント (経常利益の要因分析)

前年と比較し、売上増に伴う売上総利益増、技術部門費の削減等により、
大幅増益。



貸借対照表【連結】

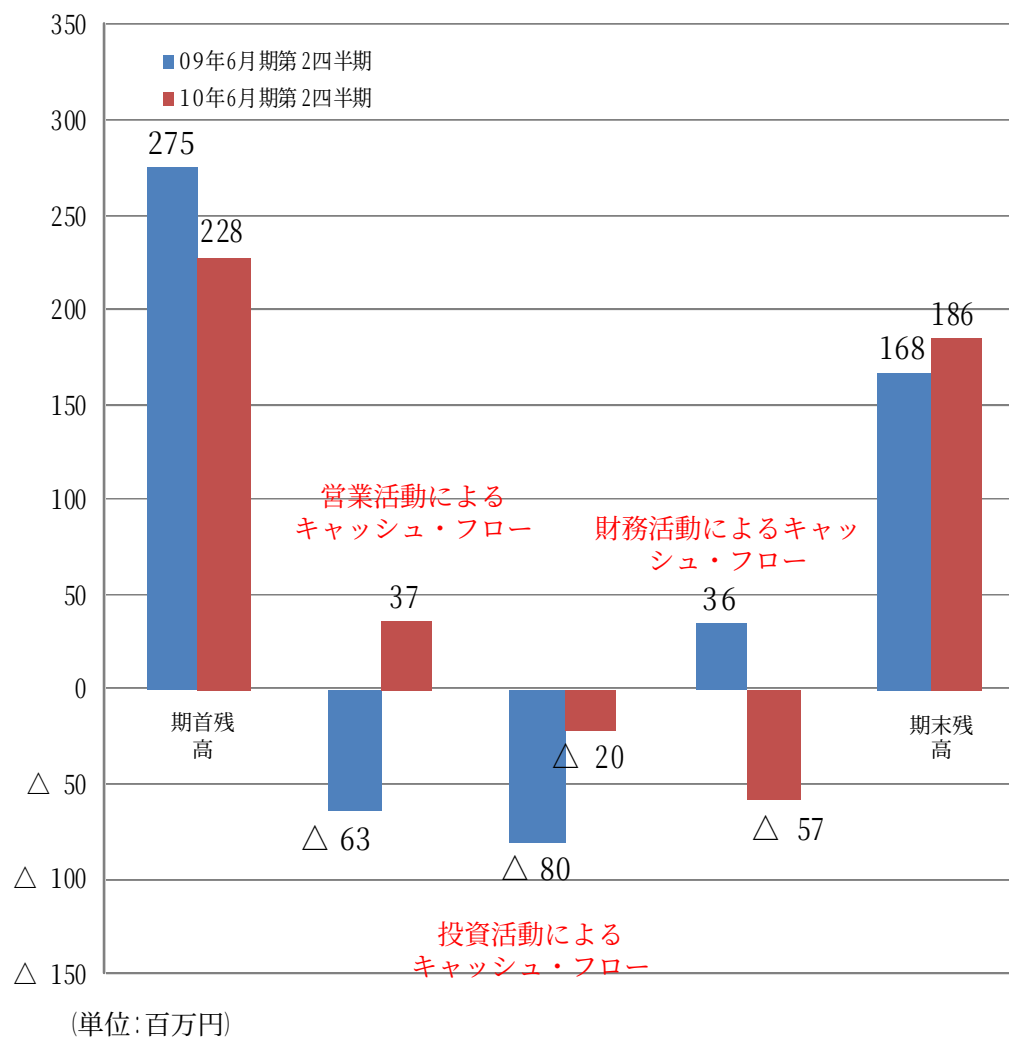
単位：百万円		21年6月期		22年6月期 第2四半期		増減額
		金額	構成比	金額	構成比	
流動資産		711	54.1%	794	58.1%	83
	現預金	228	17.3%	186	13.6%	△ 42
	売掛金	352	26.8%	449	32.8%	97
	たな卸資産	13	1.0%	34	2.5%	21
	有価証券	60	4.6%	60	4.4%	0
	その他	60	4.3%	69	5.0%	9
	貸倒引当金	△ 4	-0.3%	△ 5	-0.4%	△ 1
固定資産		604	45.9%	573	41.9%	△ 31
	有形固定資産	240	18.3%	238	17.4%	△ 2
	(減価償却費累計額)	△133		△146		13
	(土地)	122		122		0
	無形固定資産	66	5.0%	51	3.7%	△ 15
	投資その他の資産	297	22.6%	283	20.7%	△ 14
	(差入保証金)	159		151		△ 8
	(貸倒引当金)	△ 14		△ 17		11
資産合計		1,315	100.0%	1,367	100.0%	52

単位：百万円		21年6月期		22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		642	48.8%	684	50.0%	42
	買掛金	64	4.9%	112	8.2%	48
	短期借入金	230	17.5%	191	14.0%	△ 39
	未払い法人税など	4	0.3%	20	1.5%	16
	賞与引当金			2	0.1%	2
	株主優待引当金	3	0.3%			△ 3
	その他	340	25.9%	357	26.1%	17
固定負債		189	14.4%	203	14.9%	14
	社債	115	8.7%	90	6.6%	△ 25
	長期借入金	51	3.9%	96	7.0%	45
	退職給付引当金	9	0.7%	9	0.7%	0
	その他	12	0.9%	7	0.5%	△ 5
負債合計		832	63.3%	888	65.0%	56
	資本金	209	15.9%	211	15.4%	2
	資本剰余金	129	9.8%	131	9.6%	2
	利益剰余金	125	9.5%	131	9.6%	6
	自己株式			△ 17	-1.2%	△ 17
株主資本合計		463	35.2%	457	33.4%	△ 6
	評価・換算差額等	△ 7	-0.5%	△ 8	-0.6%	△ 1
	少数株主持分	26	2.0%	30	2.2%	4
純資産計		483	36.7%	479	35.0%	△ 4
負債・総資産の合計		1,315	100.0%	1,367	100.0%	52

自己株式の取得による株主資本減 △17百万円

平成21年12月11日決議
1,500株、5,000万円上限、期限平成22年6月30日

営業活動によるキャッシュフロー改善により、現金及び現金同等物の期末残高は増加



(単位: 百万円)	09年6月期 第2四半期	10年6月期 第2四半期	増減 額
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 63	37	100
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 80	△ 20	60
財務活動によるキャッシュ・フロー	36	△ 57	△ 93
現金及び現金同等物の期末残高	168	186	ー

営業活動によるキャッシュフロー		
収入要因	税金等調整前当期純利益	41
	減価償却費	28
投資活動によるキャッシュフロー		
収入要因	貸付金の回収による収入	3
	差入保証金の回収による収入	3
支出要因	有形および無形固定資産の取得による支出	△ 14
	差入保証金の差入による支出	△ 7
財務活動によるキャッシュフロー		
収入要因	長期借入れ純増	62
支出要因	短期借入れ純減	△ 38
	社債の償還による支出	△ 55
	自己株式の取得による支出	△ 17

4. 上半期の活動報告

A. 生花祭壇事業

- ・マーケットは一時の拡大傾向は落ち着き、現在は安定した市場を維持している
- ・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

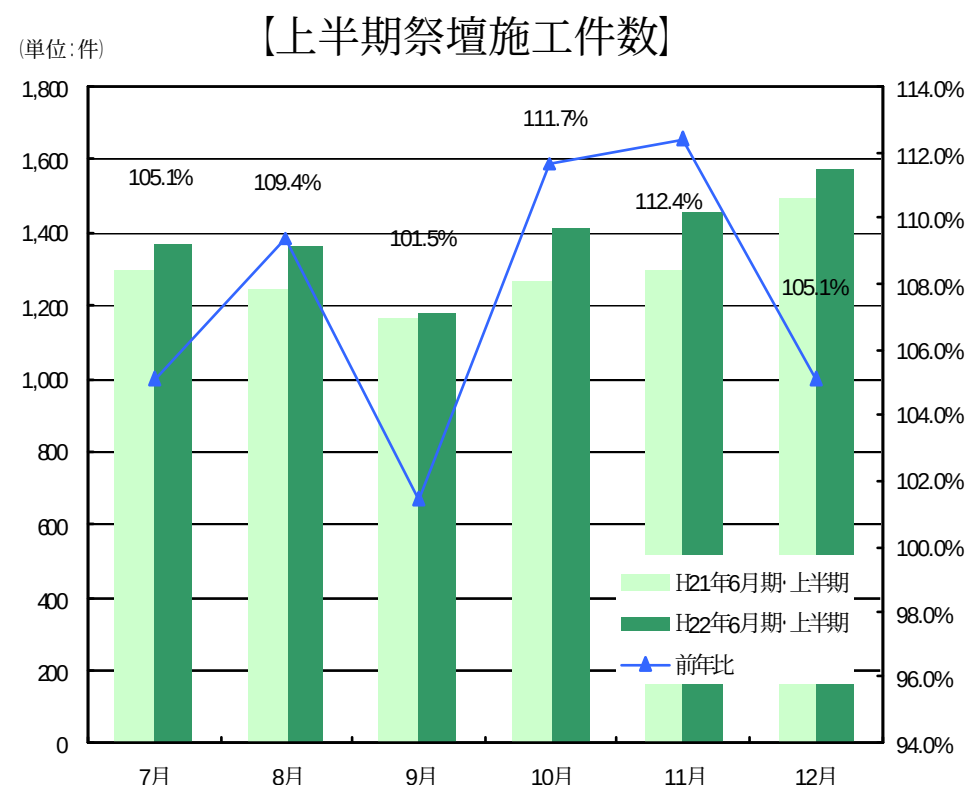
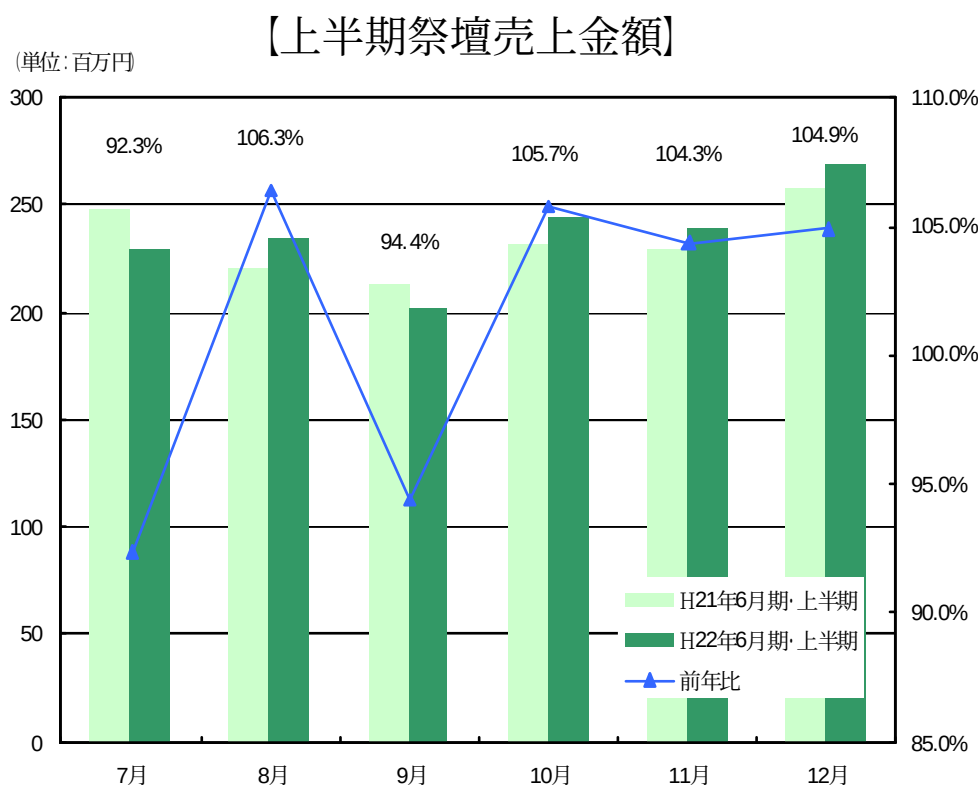
C. ブライダル装花事業

- ・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ェディングの高まりによる単価の上昇傾向（差別化が鍵）

葬祭業市場は安定して維持しているが単価は下落傾向、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プラスとなる

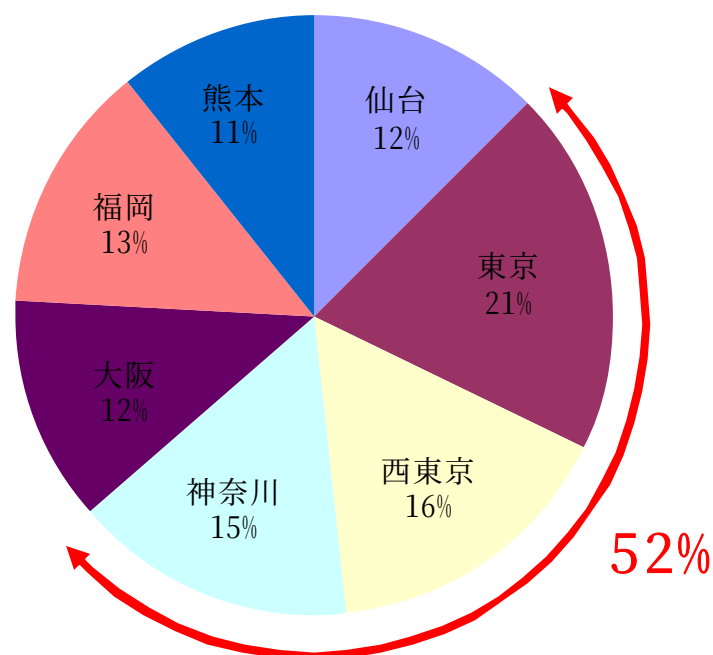
生花祭壇事業の平成22年度6月期上半期売上は総額1,491百万円(前期比1.6%)。
内、祭壇の売上金額698百万円(前期比1.7%増)、祭壇施工件数9,968件(前期比28.3%)。



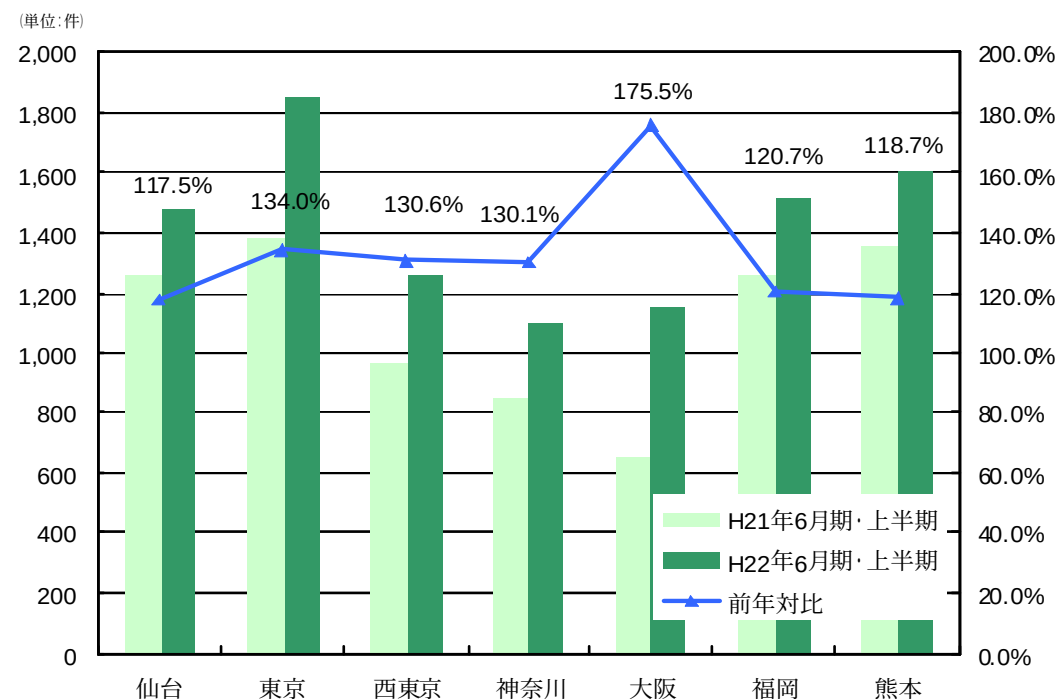
- ・巨大マーケットである首都圏での事業展開に今後も注力する考え。
- ・生花祭壇は各支社で施工件数を伸ばしている。

【支社別・上半期祭壇売上比率】

■全体の祭壇売上額の約52%を首都圏(東京、西東京、神奈川)で占めている



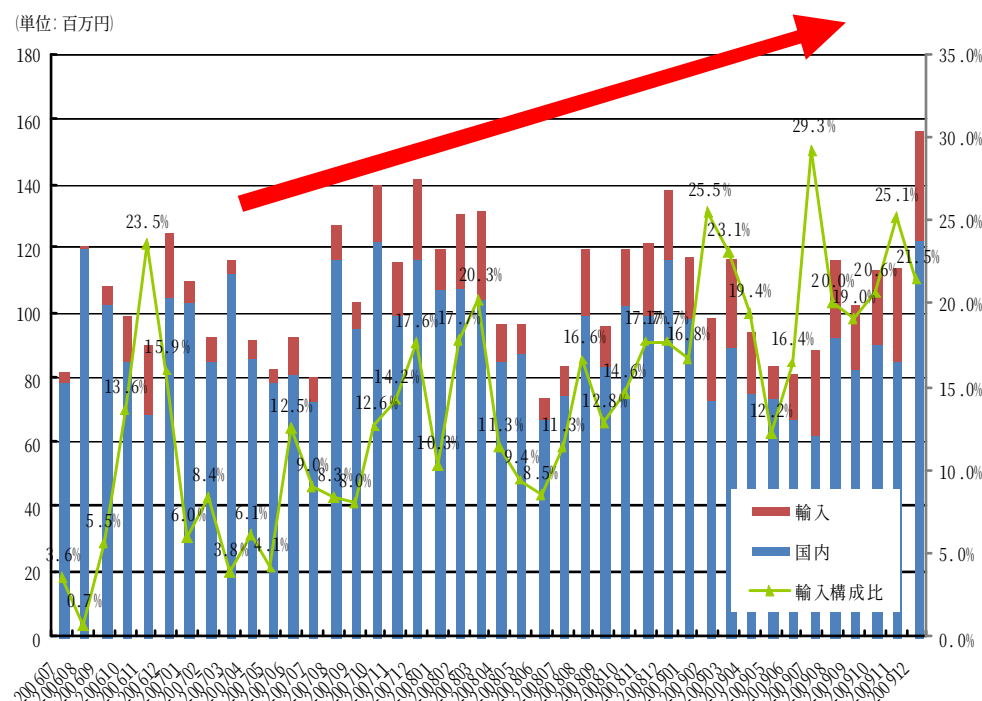
【支社別・上半期祭壇施工件数】



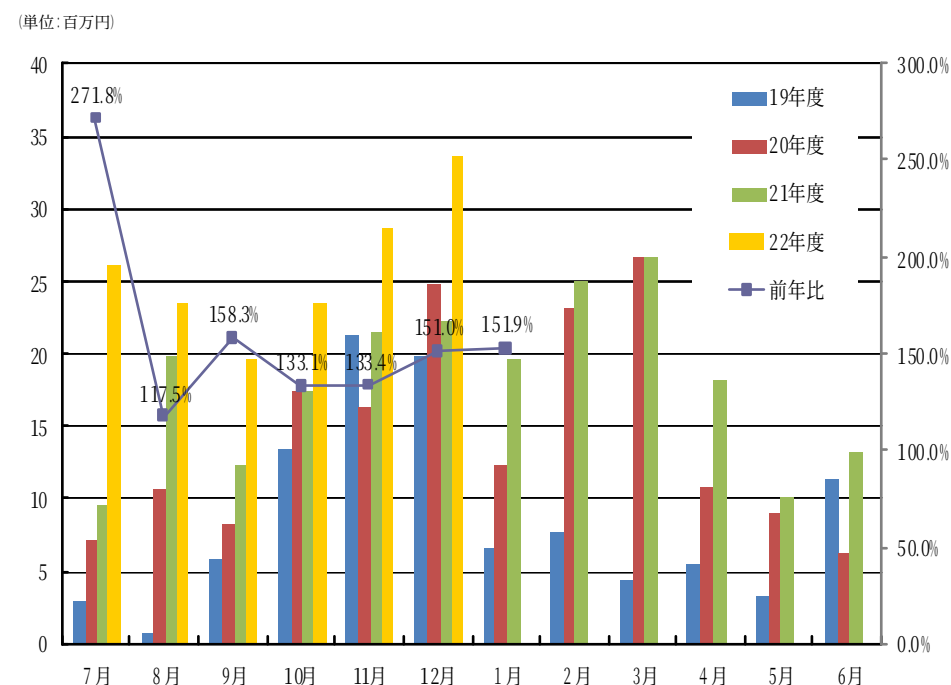
月度単位で変動はあるものの、**海外調達比率は確実に増加。**

輸入金額前年対比でも、**150%前後**をキープ。

【輸入金額月次推移】



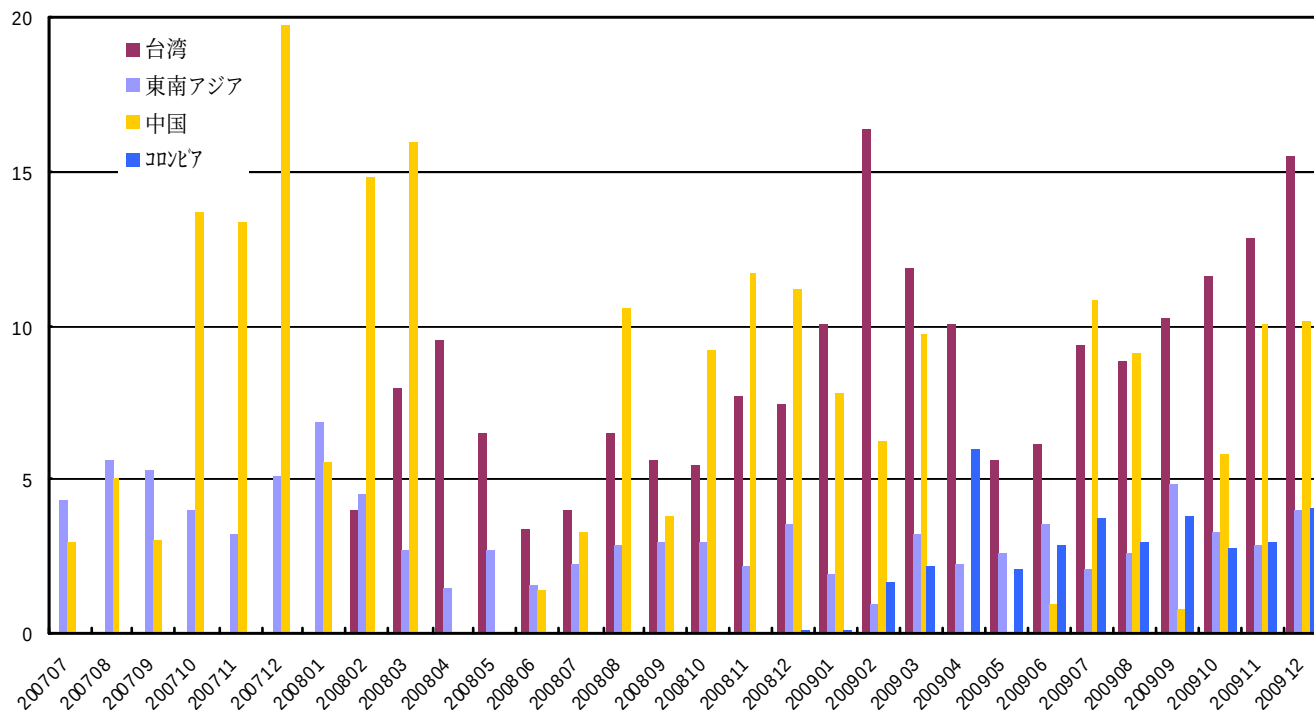
【輸入金額年次比較】



【国別輸入金額月次推移】

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が順調に拡大。

(単位:百万円)



5. 下半期の活動計画

第2四半期累計期間において、予算乖離が発生したため、売上高については業績を下方修正。

但し、連結において利益面は上方修正。

【連結】

(単位：百万円、%)

	売上高	営業利益		経常利益		純利益		1株当たり 純利益
			%		%		%	
期初発表予想 (A) (平成21年8月11日発表)	4,500	180	4.0%	200	4.4%	97	2.2%	3964円35銭
今回修正予想 (B)	4,000	230	5.8%	240	6.0%	100	2.5%	4043円16銭
増減額 (B - A)	△ 500	50	1.8%	40	1.6%	3	0.3%	—
増減率 (%)	△11.1%	27.8%		20.0%		3.1%		—
(ご参考) 前期第2四半期実績 (平成21年6月期)	3,724	61	1.6%	65	1.7%	△ 15	△0.4%	△622円42銭

＊期初予想は実態とギャップのある数値が予算組されていたため、内容を精査した結果、業績予想を修正。

＊今後も急速な景気回復や花卉需要の拡大に大きな期待は出来ず、生花祭壇事業、生花卸売事業ともに厳しい事業環境が続く可能性があり、売上高に関しては500百万円減の4,000百万円(前年対比7.4%増)となる見込み。

＊しかし、上期9月以降に実施した原価の見直し、販売管理費の見直し効果が下半期に期待できることから、営業利益、経常利益、当期純利益については増加となる見込み。

【個別】

(単位：百万円、%)

	売上高	営業利益		経常利益		純利益		1株当たり 純利益
			%		%		%	
期初発表予想 (A) (平成21年8月11日発表)	4,150	211	5.1%	232	5.6%	116	2.8%	4731円26銭
今回修正予想 (B)	3,777	207	5.5%	219	5.8%	92	2.4%	3731円14銭
増減額 (B - A)	△ 373	△ 4	0.4%	△ 13	0.2%	△ 24	△0.4%	—
増減率 (%)	△9.0%	△1.9%		△5.6%		△20.7%		—
(ご参考) 前期第2四半期実績 (平成21年6月期)	3,553	117	3.3%	123	3.5%	34	1.0%	1389円40銭

事業部門	事業課題	打ち手
生花祭壇事業	支社単位で売上、利益、債権管理を実施してきたが、機能の重複、業務内容のバラツキが成長スピード減速の要因。	本部機能、支社機能を明確に再定義するとともに、 本部機能を大幅に強化
	商品開発、プレゼンテーションに関しても支社単位で実施してきたが、利益管理面、知見の集積面で問題が顕在化	商品開発、プレゼンテーション業務 に関しても 本部に集約
生花卸売事業	生花単体の販売が主体で、現在の主要取引先である生花店、葬儀社生花部のニーズと乖離が発生。	供花スタンドの完成品、半完成品や小規模の生花祭壇等、 付加価値商材の市場への投入 を検討。
	販売手法は電話、ファックス、対面等が主体で硬直化。また新規顧客獲得手法についても強化が必要。	生花卸売事業専用サイトの作成 と既存、新規顧客への告知により、上記高付加価値商品と生花の販売推進。
その他事業	フューネラル事業と繁閑期の異なるブライダル事業の売上構成比が低迷。ブライダル事業構成比をアップさせることで人件費の平準化が可能。	子会社クラウンガーデネックスでの事業強化とともに、本社主導で積極的に 業務提携を模索 。
全社	販売管理費の中でも売上への貢献が低い勘定科目について、徹底的にコストカット。 また、必要経費についても相見積もりの徹底により原価管理を徹底。	

■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
- ・ 生花祭壇事業のマーケットシェアは1%台とまだ低く、伸ばす余地は大きい
- ・ 生花祭壇制作の技術者数も200名を超え、売上拡大体制は整備
- ・ 祭壇単価は下落傾向
- ・ 生花卸売業界は市場法改正に伴い再編が加速
- ・ 生花卸売マーケットは市場規模、単価ともに下落傾向

■下期の事業方針 (原価率変動のリスクヘッジ対応)

- ・ 生花祭壇事業は収益構造の抜本的な見直しを図る

売上管理、原価管理、人件費管理の徹底した管理により、確実な利益創出可能な事業モデルとする。

人件費管理抑制に関しては繁閑期の異なるブライダル事業との社内連携・社外協業により

シナジー効果を追及する。

- ・ 生花卸売り事業は事業領域を拡大する。

従来は生花単品の販売が主体であったが、供花スタンドや小規模の生花祭壇も商品として取り扱う。

また、生産者、卸売市場といった上流工程との連携を重視し、モデルの確立を図る（委託生産含む）。

6. 子会社の状況

■美麗花壇の事業展開

■決算のポイント

① 生花祭壇事業

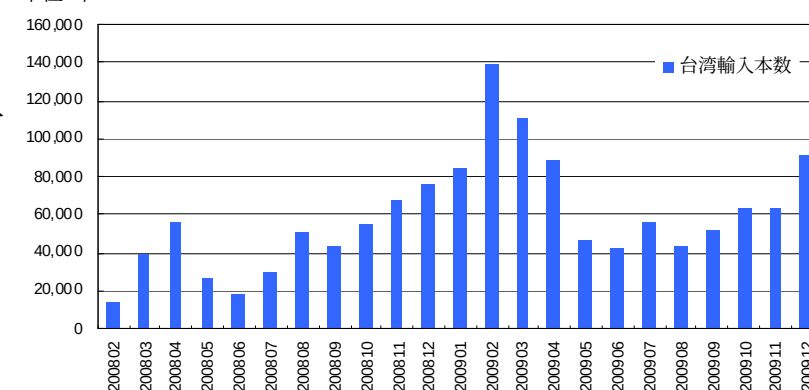
付加価値の高い日本式生花祭壇売上件数の大幅な増加に伴い、確実に利益を創出できる事業モデルを確立。

② 生花卸売事業

(大半がビューティ花壇向け)

台湾最大の胡蝶蘭生産者との業務提携により、胡蝶蘭の対日輸出を拡大。美麗花壇の収益改善と日本国内におけるビューティ花壇の商品差別化戦略に寄与。

単位:本



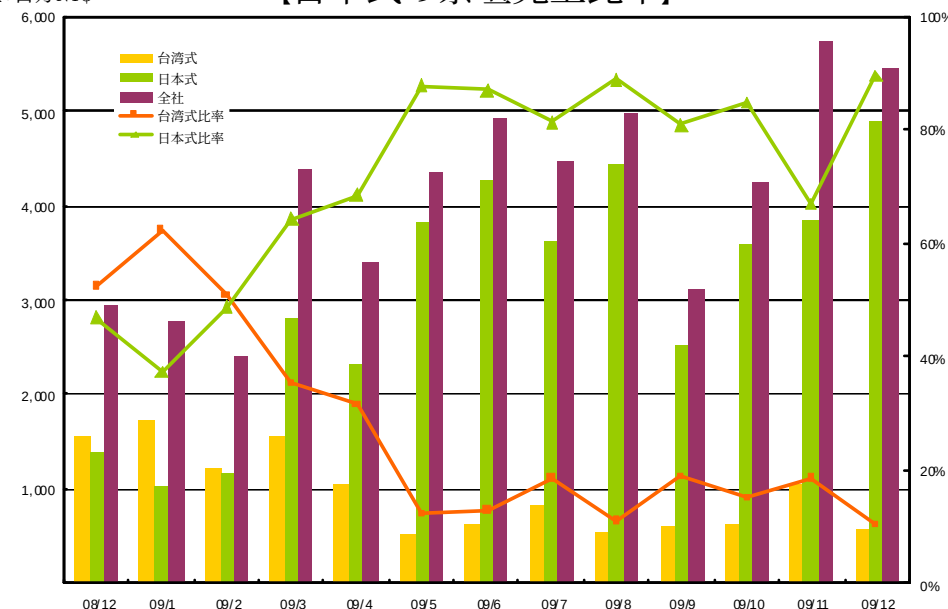
【平成22年3月期上半期(平成21年4月～9月)実績】

単位:百万NT\$

前年比	前期	今期実績	増減額	増減率
売上高	28.8	41.8	12.9	44.9%
売上総利益	7.7	12.0	4.2	55.0%
一般管理費	8.6	9.0	0.4	5.0%
営業利益	-0.8	2.9	3.8	
当期純利益	-0.8	2.9	3.8	

単位:百万NT\$

【日本式の祭壇売上比率】



21年12月の日本式祭壇の売上げは89%

1NT\$=2.80円 (2月14日現在)

■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

【平成22年5月期上半期(平成21年6月～11月)実績】

(単位:百万円)

	前期	今期実績	増減額	増減率
売上高	75	93	18	23.2%
売上総利益	42	59	17	40.4%
一般管理費	63	61	-2	-2.8%
営業利益	-21	-2	19	
経常利益	-22	-3	19	
当期純利益	-22	-7	15	



△ML Bカフェ (渋谷区恵比寿)

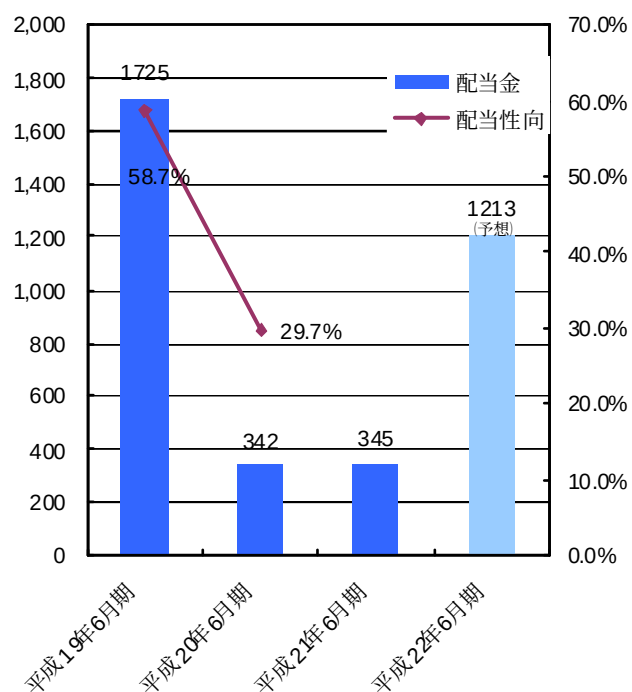
■決算のポイント

旬の花材の積極的な採用、商品仕様の見直し、仕入れルートの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、大幅な収益の改善が見られた。

下期は造園事業への本格的な取り組みを開始し、更なる売上拡大と収益創出を目指す。

7. 株主還元について

平成22年6月期配当予想期初の発表予想から修正



基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期末	期末	年間
期初予想 (21年8月11日発表)	0円	1,189円00銭	1,189円00銭
修正予想 (22年2月3日発表)	0円	1,213円00銭	1,213円00銭
当期実績	0円	—	—
(ご参考) 前期実績 (平成21年6月期)	0円	345円00銭	345円00銭

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。

前期は1500万円の連結純損失だったものの、経営展望や株主様に対する利益還元等を考慮し、

1株につき345円を配当金として実施。

平成22年6月期配当予想:通期連結業績予想修正(97百万円→100万円)したことにより、配当予想を1,213円に修正。

＊平成21年12月、自己株式の取得を決定。

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)
- (3) 取得期間 平成21 年12 月14 日から平成22 年6 月30 日まで

3. 平成22 年1 月31 日時点の自己株式の保有状況

発行済株式総数 25,012株

自己株式数630株 (2.5%)

【株主優待制度の導入背景】

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図ること、株主優待制度を通じた当社事業への理解促進を図ることを目的として株主優待の実施を決定。

【実施内容】

保有株式数と保有期間に応じて、「株主優待ポイント」を発行、ポイントを利用してカタログの中から好きな生花や観葉植物を 選んでいただくフラワー優待を実施。

【前期株主優待関連費用】

約650万円 (商品、システム関連費用)

- ・今期から長期保有者への優待ポイント倍増
- ・大株主の株式大量売却による、一口株主の増加



株主優待関連費用約1000万円の見込み (21年12月末日時点での株主状況を元に試算) となる。

		保有年数	
		3年未満	3年以上
保有株数	1～9株	3000pを保有する株主様の数	6000pを保有する株主様の数
		1552名	390名
	10～49株	6000pを保有する株主様の数	12000pを保有する株主様の数
		171名	70名
	50株～	12000pを保有する株主様の数	24000pを保有する株主様の数
		25名	14名

業績向上に努め、**連結当期純利益の30%を確実に配当**することこそが、株主様への**公平かつ有効な還元策**であると判断。

※平成22年度からの株主優待制度廃止を決定。(平成22年2月8日発表)

本日はありがとうございました。

広報・IR室

Tel : 03－5776－5850

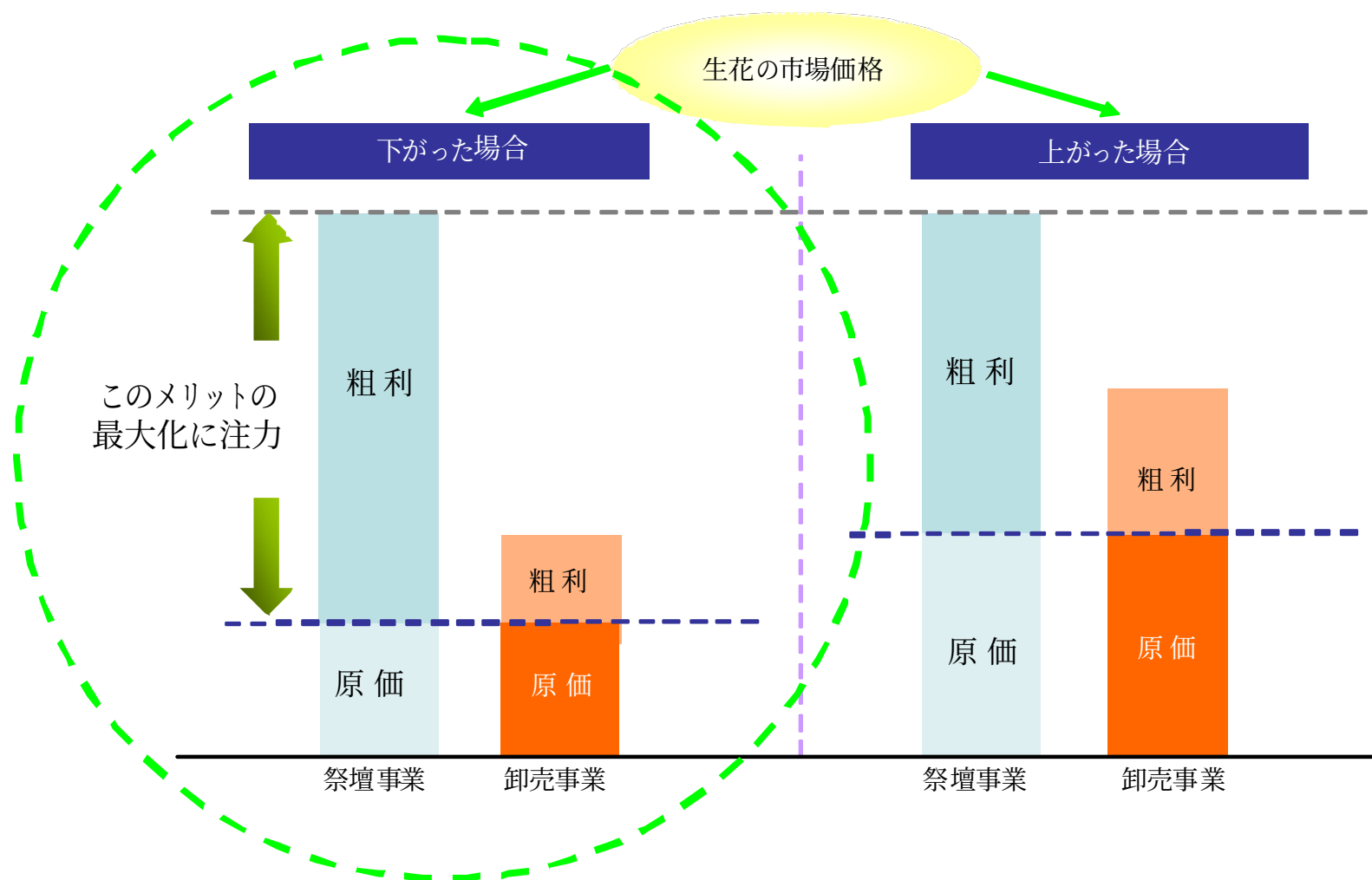
Fax : 03－5776－5851

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。

業界動向・参考資料



- ・ 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

A. 生花祭壇事業

- ・マーケットは一時の拡大傾向は落ち着き、現在は安定した市場を維持している
- ・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

C. ブライダル装花事業

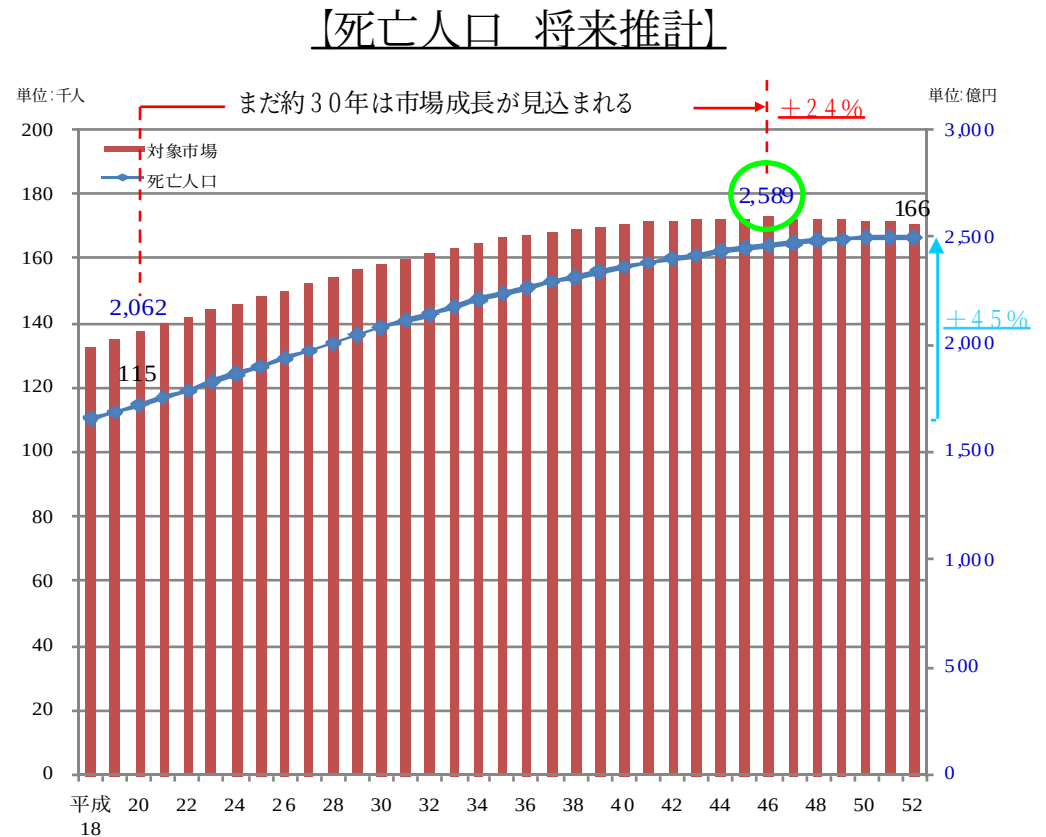
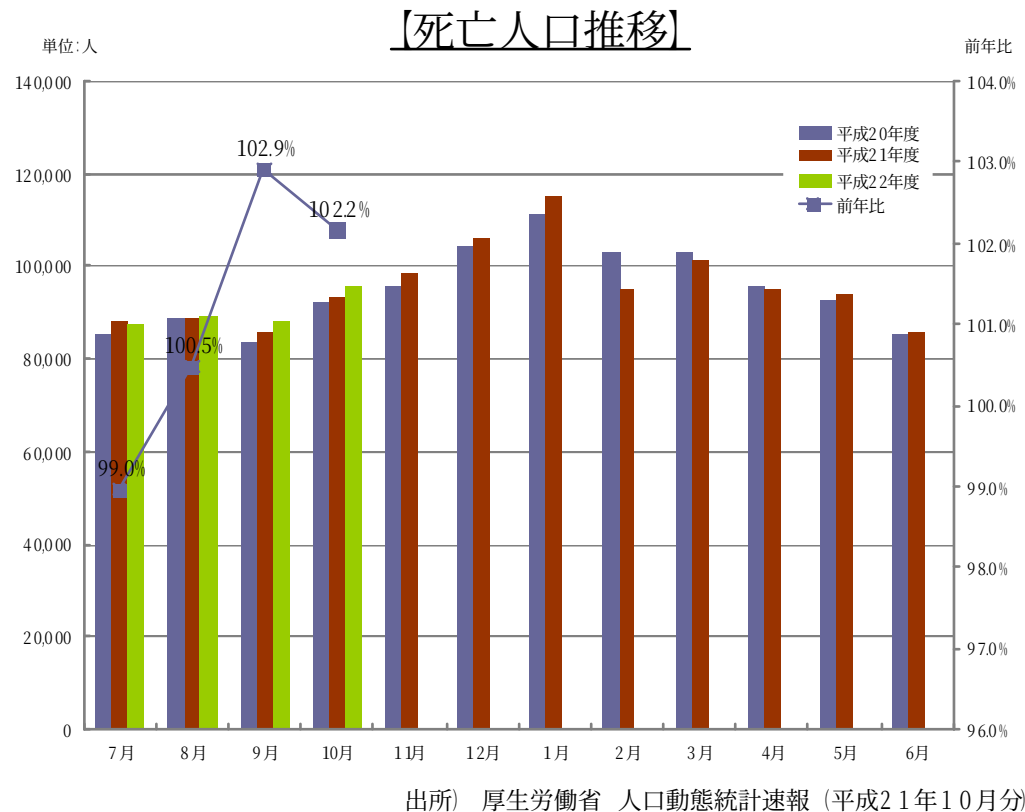
- ・少子化により婚礼件数は減少傾向
- ・こだわりやオリジナルウェディングの高まりによる単価の上昇傾向（差別化が鍵）

葬祭業市場は安定して維持しているが単価は下落傾向、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プラスとなる

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



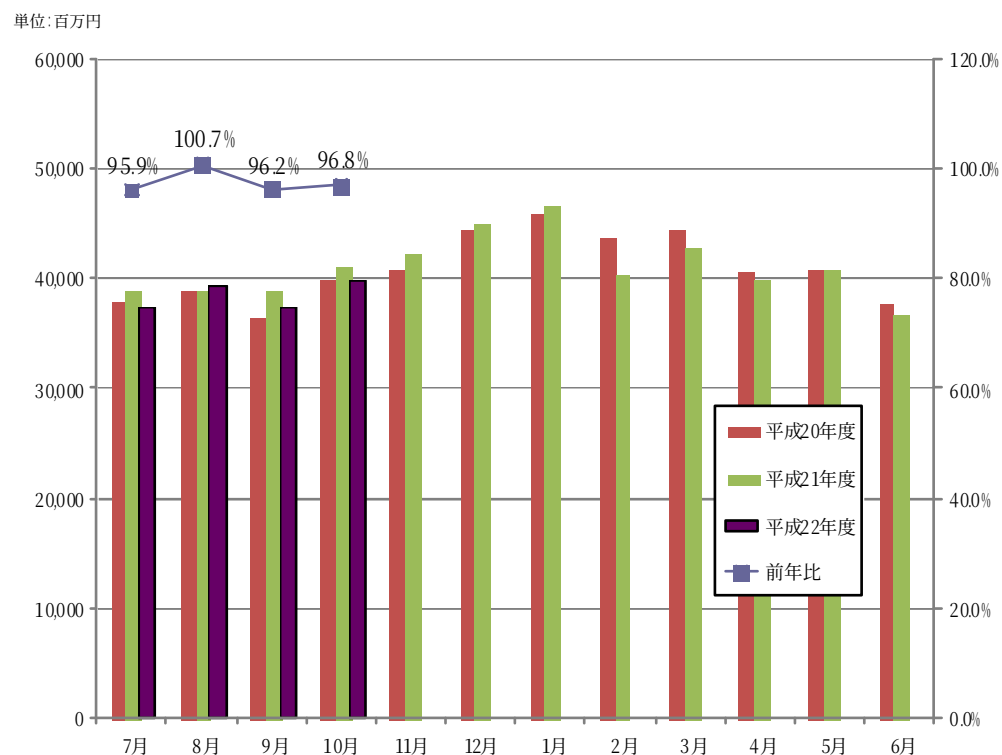
*死亡人口は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成18年12月推計)による。
 *葬儀単価は経済産業省「平成17年特定サービス産業実態調査」の葬儀業の調査結果を参照。
 *市場規模は死亡人口に当社平均受注単価18万円、そして上述の葬儀単価の下落率をかけて算出。

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

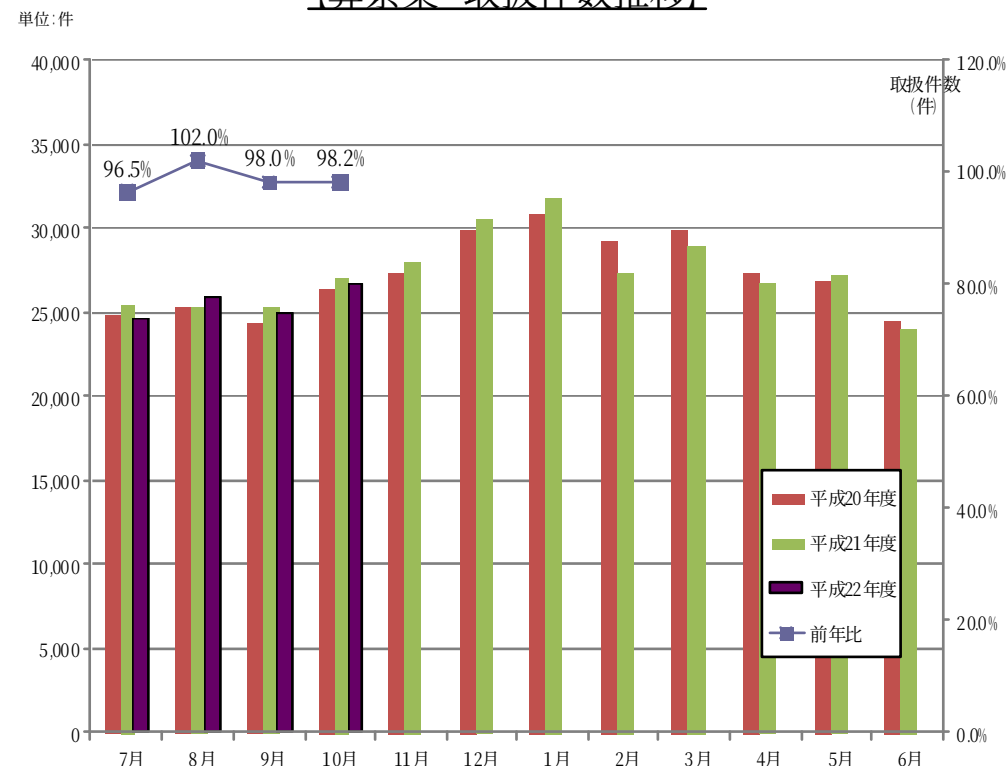
A-2. 生花祭壇事業：葬祭業の業績推移

葬祭業の売上高及び取扱件数ともに横ばいであり、市場は安定期に入っている

【葬祭業 売上高推移】



【葬祭業 取扱件数推移】

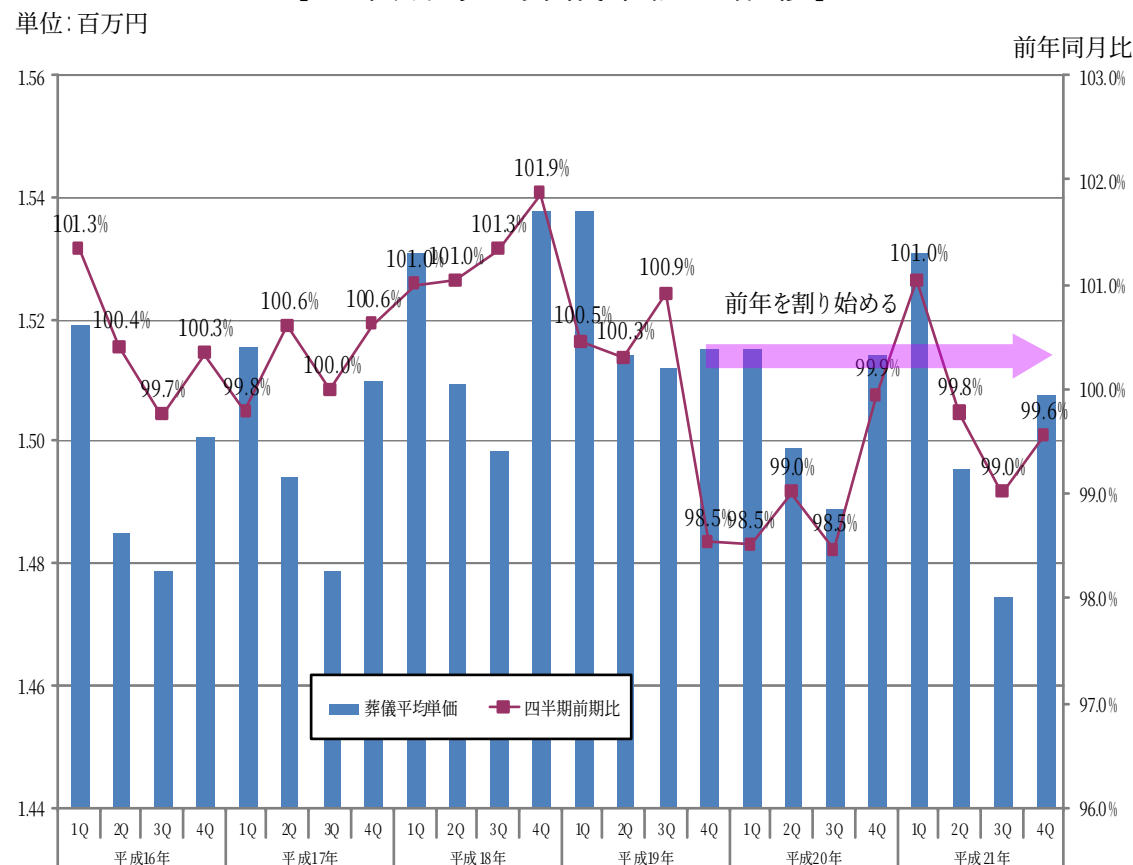


経済産業省 特定サービス産業動態統計調査 (サンプル調査) 平成21年10月)

平成22年事業年度 (平成21年7月以降) に入ってから売上高、取り扱い件数ともにやや前年割れの傾向。今後も増減を繰り返しながらほぼ横ばいに推移するものと思われる。

葬儀の小型化や葬儀社間の競争激化により、単価は前年割れもしくは横ばい傾向

【四半期毎の葬儀単価の推移】



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**

それに伴う、**供花本数の減少**

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

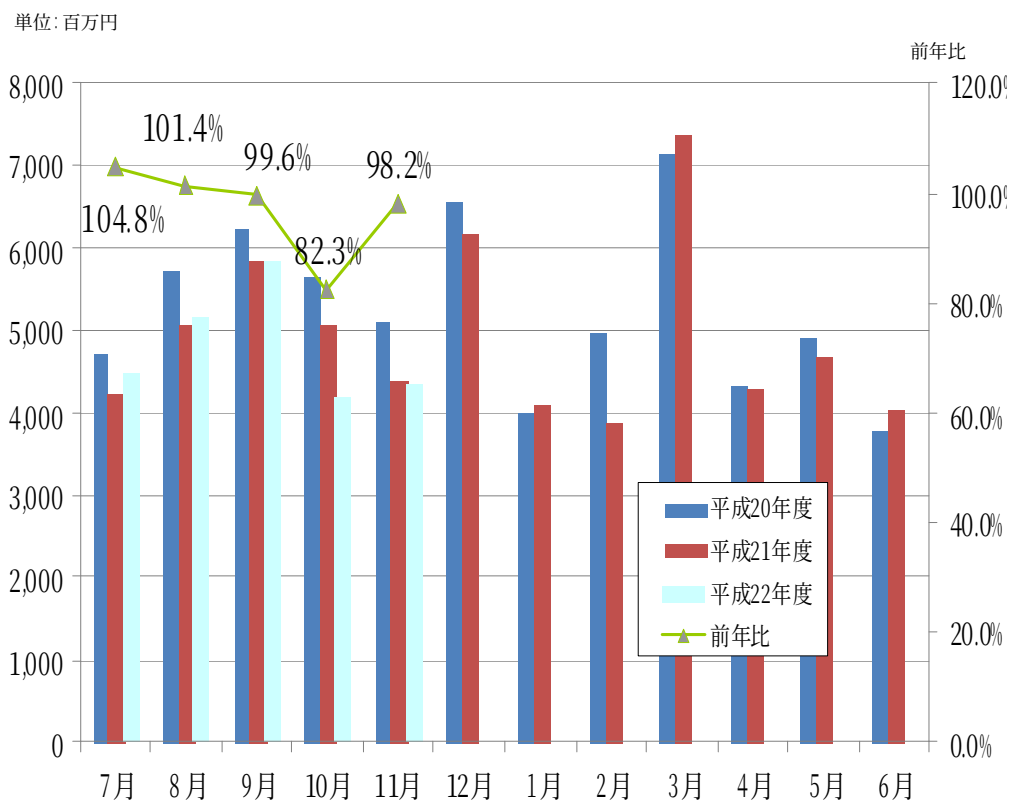
葬儀情報の普及や新興企業による **葬儀料金の明瞭化・パッケージ化** が進む

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21年10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

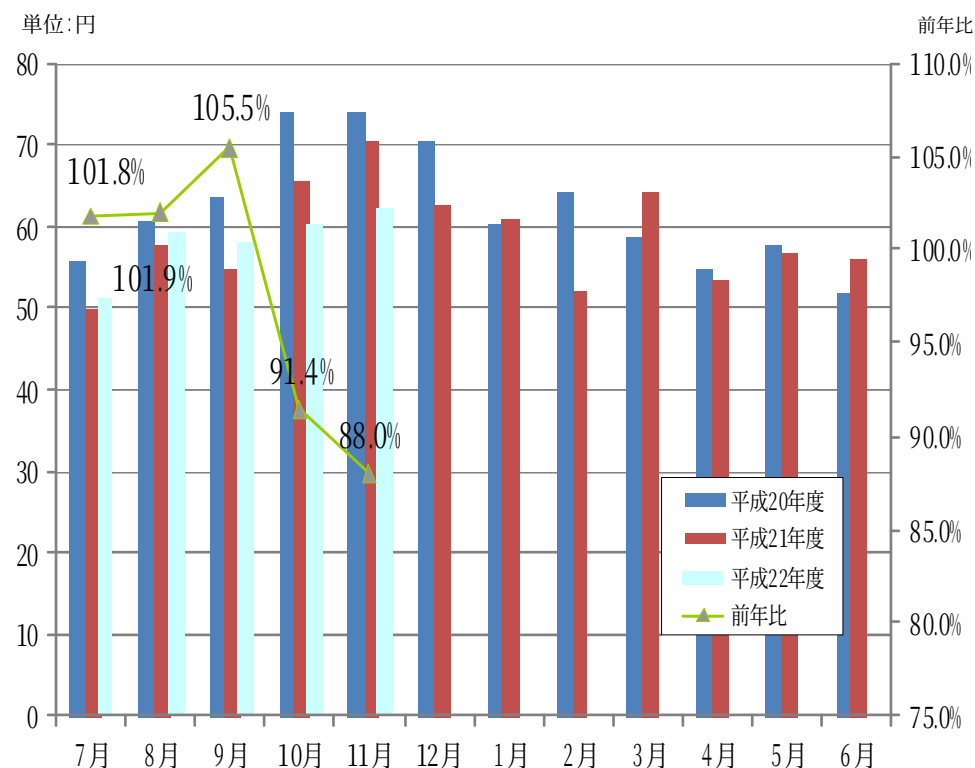
B-1. 生花卸売事業：切り花の卸売金額・数量推移

生花の卸売金額および単価は前年比でマイナス傾向にある

【卸売市場 切り花取扱高金額推移】



【卸売市場 切り花単価推移】



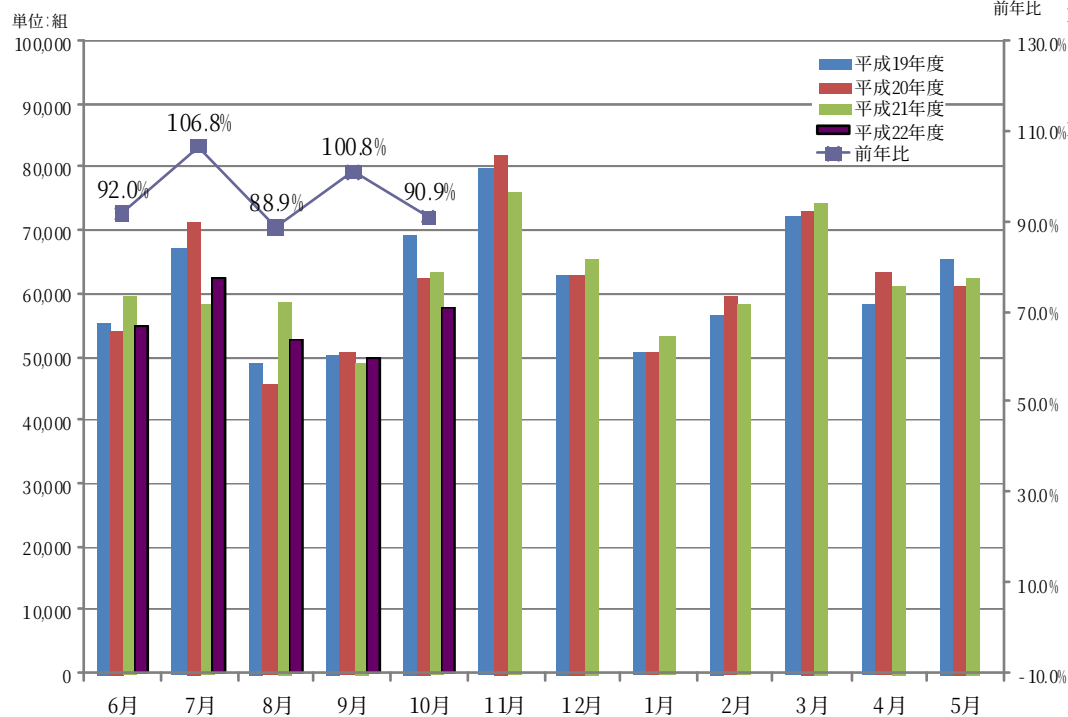
出所) 東京都中央卸売市場市場統計情報より作成 平成21年11月

取り扱い金額は7、8月、単価は、7～9月に前年比増となったが、それ以降は前年比割れに移行している

C-1. ブライダル装花事業：婚姻件数推移

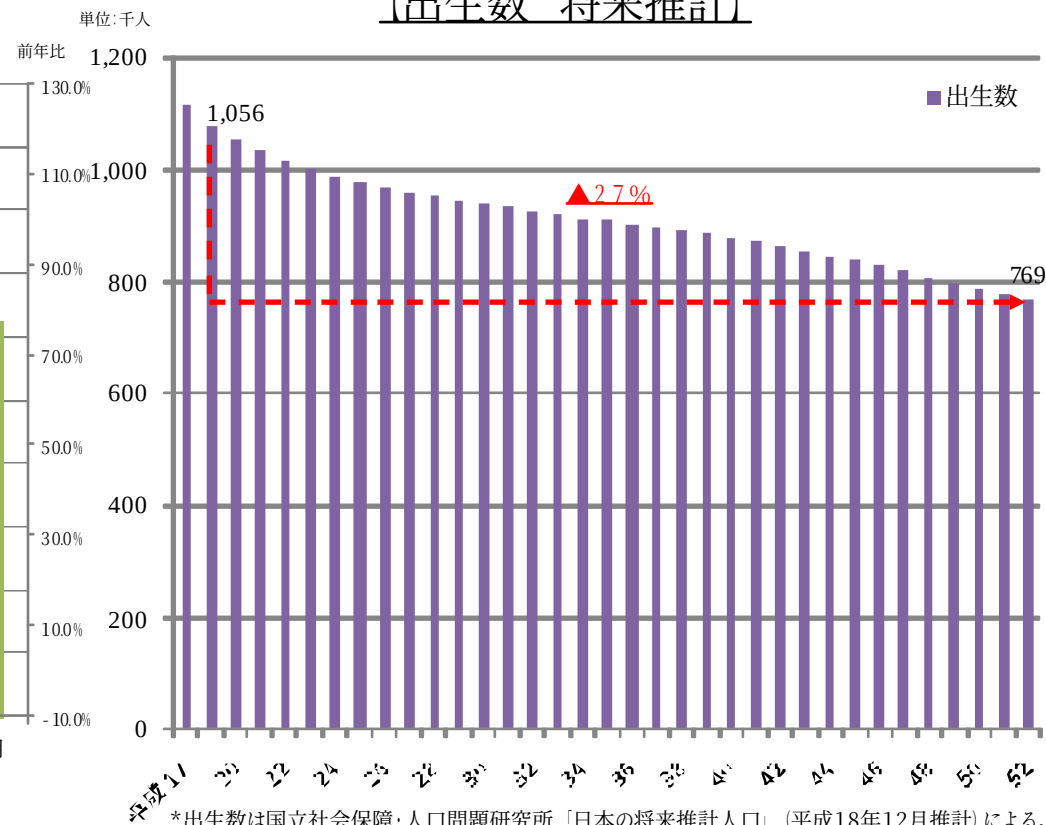
婚姻件数は毎年横ばいで推移し、少子化を背景に今後減少していく見通し

【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21年10月分)

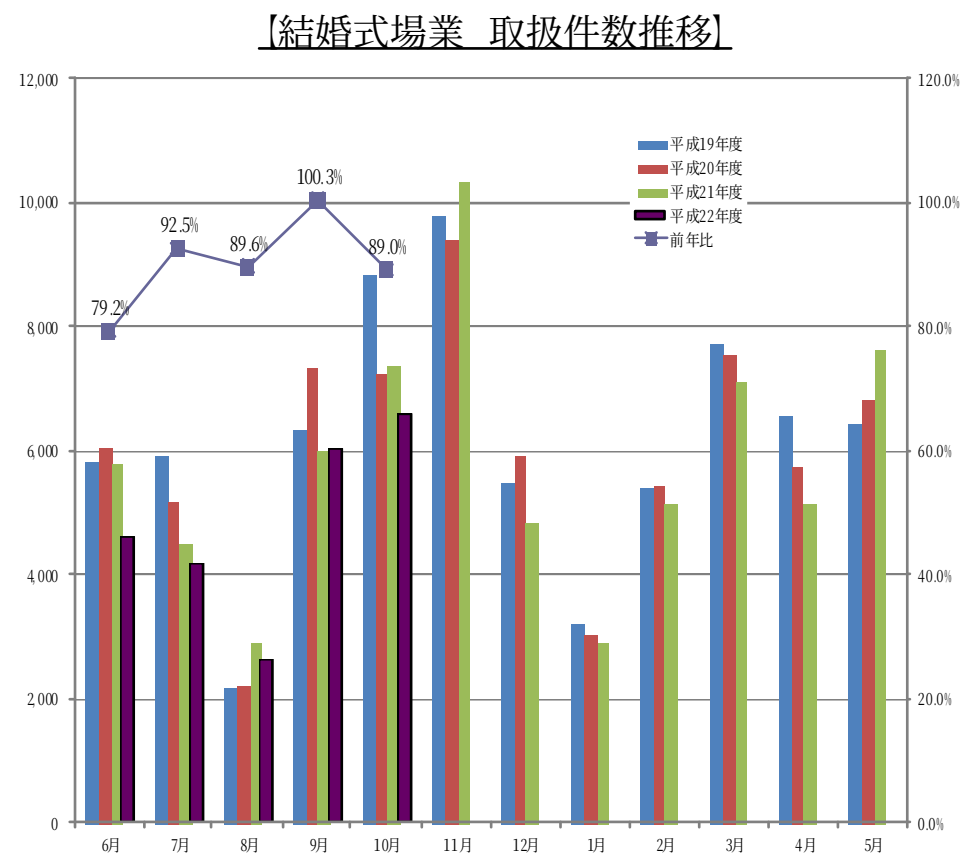
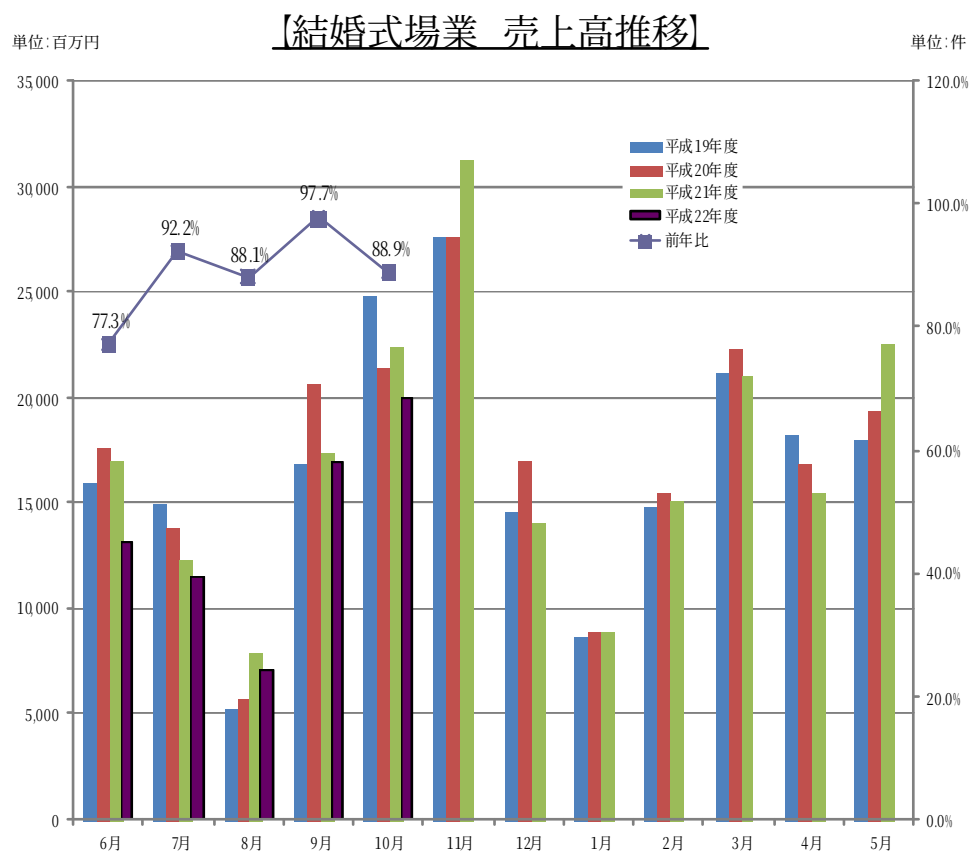
【出生数 将来推計】



過去3年の婚姻件数の実績推移をみると、横ばい傾向にある。
前年比では増加と減少を繰り返しながら推移。

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

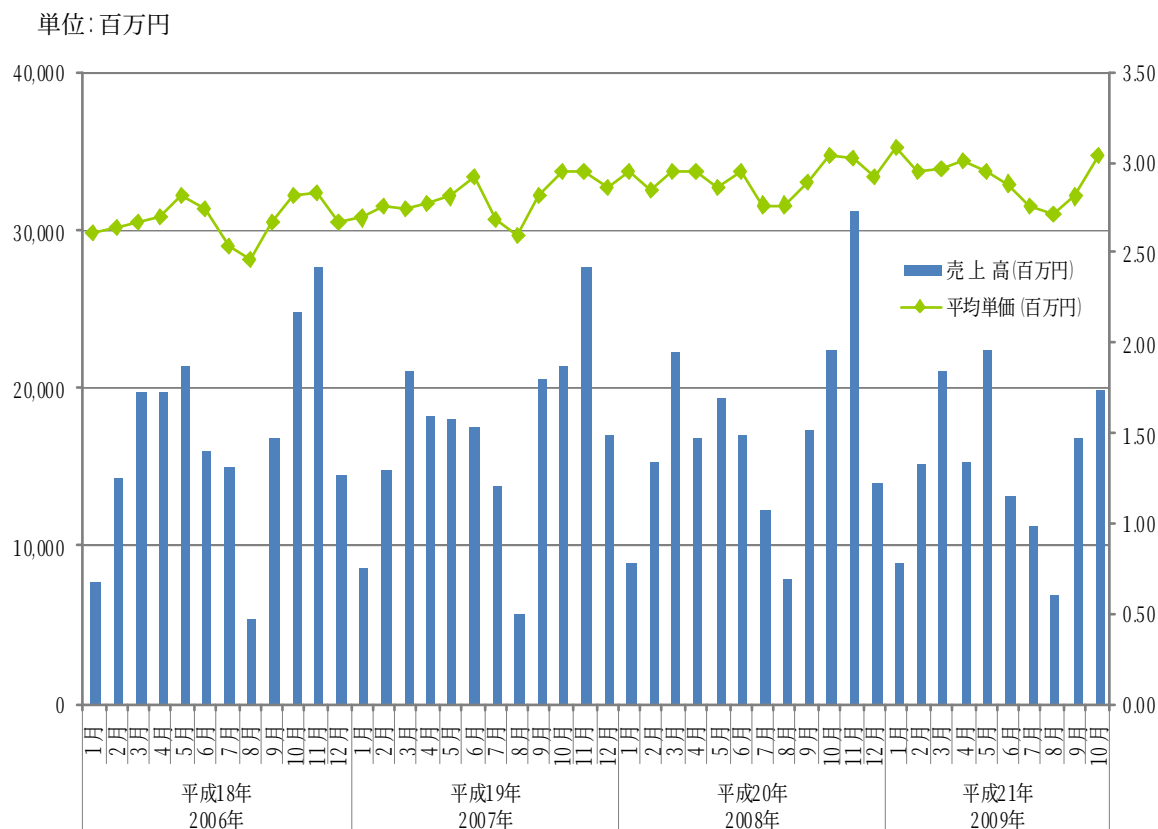


6月は売上げ高で前年比77.3%、取り扱い件数で前年比79.2%。

C-3. 単価の上昇傾向

婚礼件数が減少する一方で、結婚式・披露宴の平均単価は上昇傾向にある

【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21年10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