

平成24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
2012年2月13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25,380株>>
本社所在地	東京都墨田区横網1丁目2番16号
拠 点	7支店 (東京・西東京・神奈川・熊本・福岡・仙台・大阪)・加工物流センター
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) 昇建設株式会社(熊本)
設 立	平成9年1月16日 (創業 昭和49年5月1日)
資 本 金	2億1,324万円
売 上 高	3,710百万円【単体】
(平成23年6月期)	4,122百万円【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	代表取締役社長 三島 美佐夫
従 業 員	189人【単体】
(平成23年6月末)	245人【連結】
U R L	http://www.beauty-kadan.com

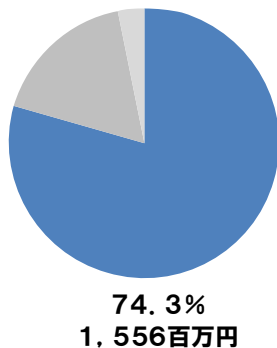
3つの事業

【主として冠婚葬祭の生花に係わる事業】

連結売上高2,094百万円

売上高・売上比率

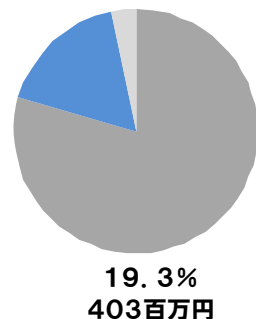
生花祭壇事業



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



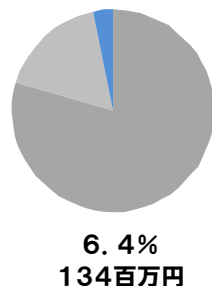
生花卸売事業



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



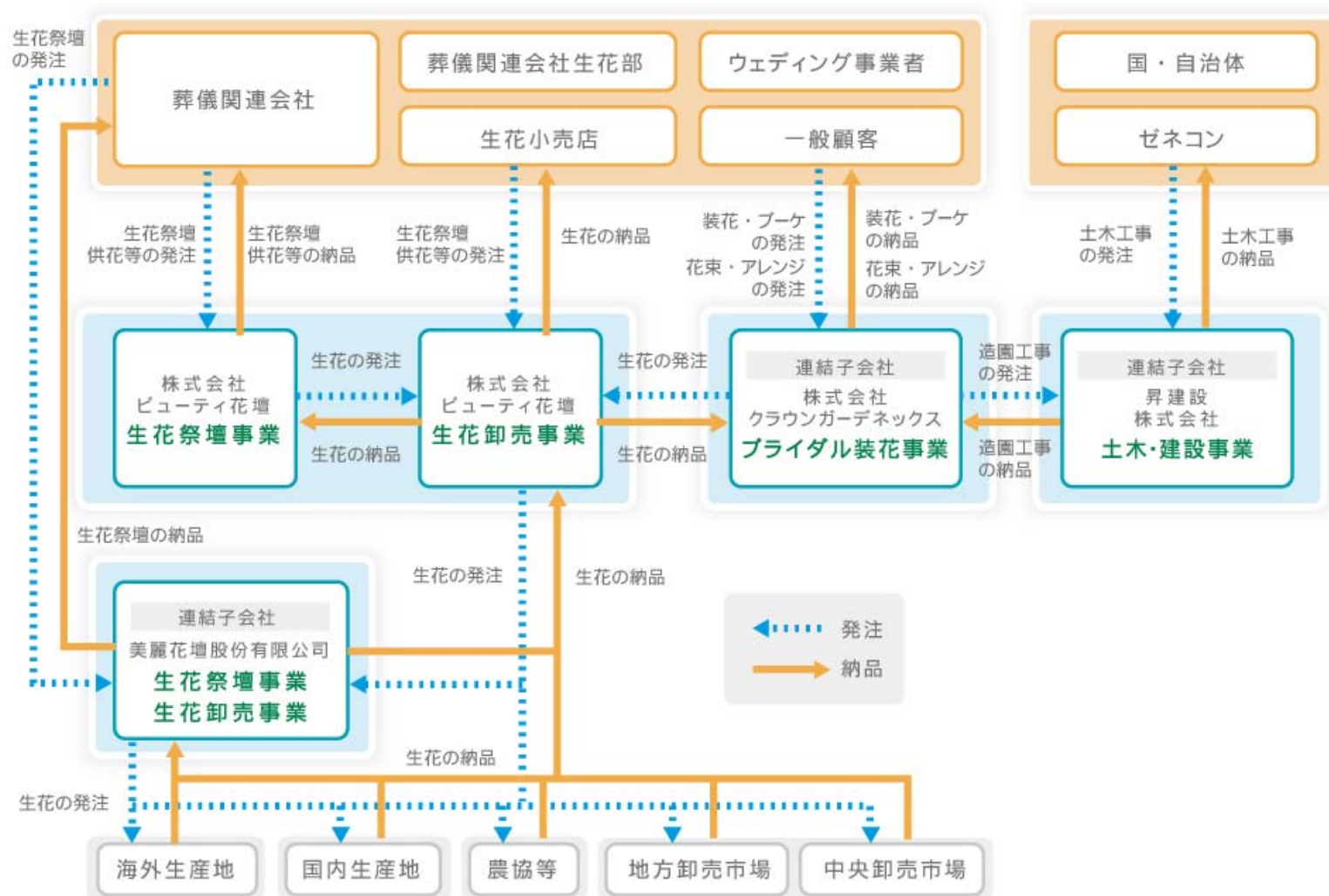
ブライダル装花事業



婚礼用の会場装花やブーケ制作・販売
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



高い技術力と業界一の知名度

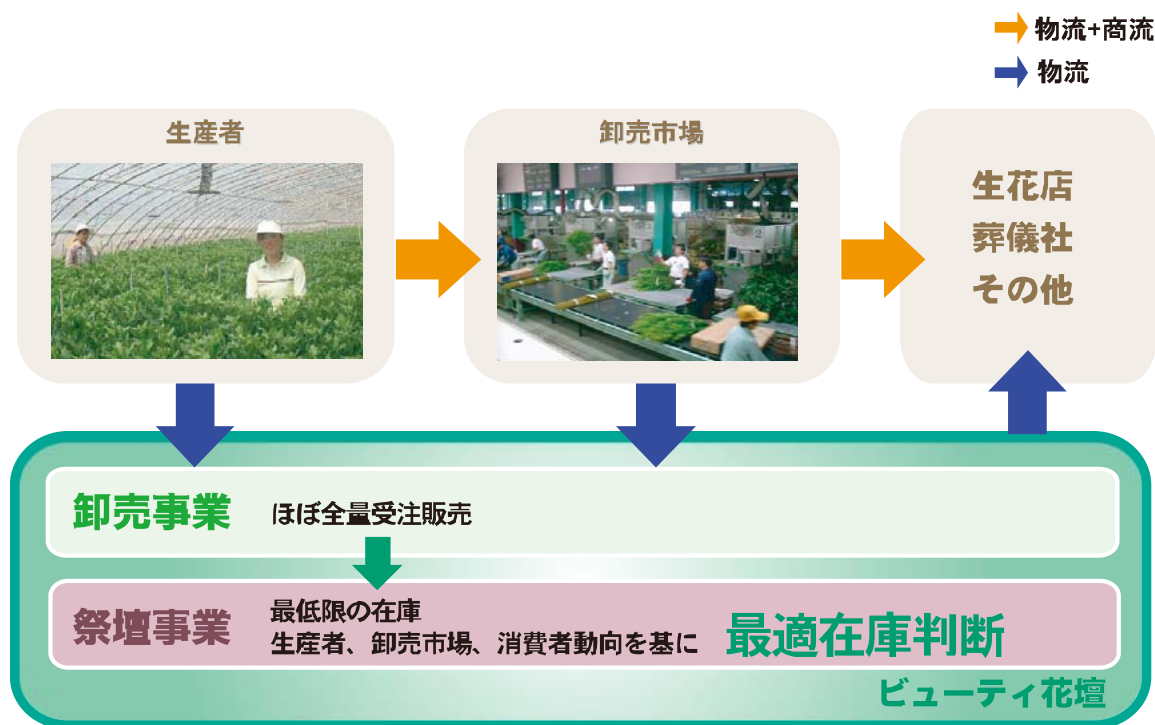
- ① 業界誌(月刊)に技術指導コーナーを掲載
- ② 生花祭壇作品集・DVD・技術講習ビデオ製作
- ③ 全国の生花店に対する講習会の実施(出版社主催)
- ④ 業界展示会での祭壇展示・デモンストレーション



■月刊『Funeral Business』での誌上技術指導



■2004年4月国際園芸博覧会浜名湖花博
優秀賞、浜松市長賞受賞作品



2. 決算報告

・平成24年度6月期第2四半期の業績は、**売上は増加**したものの、**当期純利益は減少**。

【増減のポイント】

売上2.3%増

生花祭壇事業:1.8%増
生花卸売事業:0.1%増
ブライダル装花事業:16.7%増

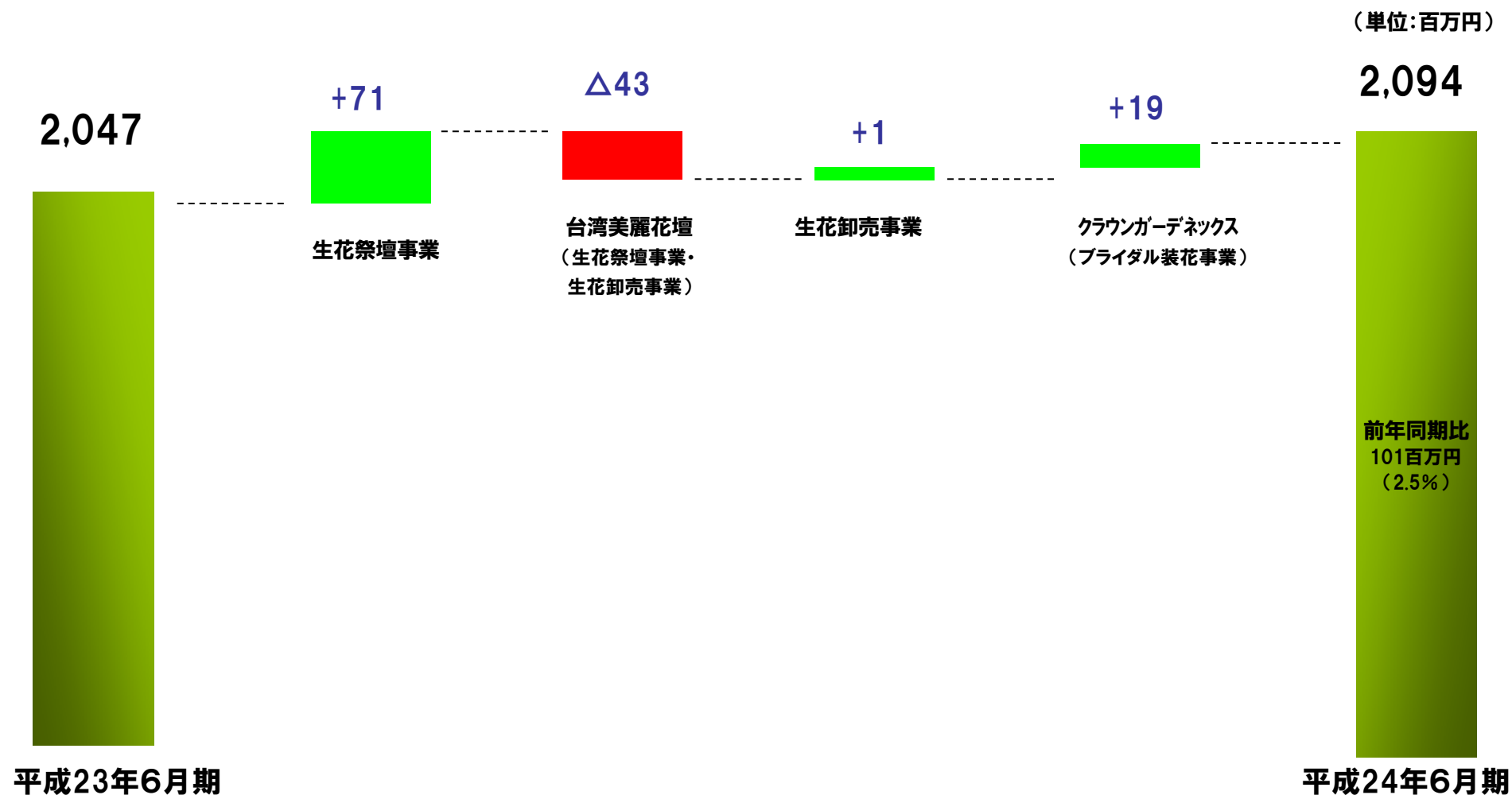
売上総利益16.2%減
418百万円→350百万円

当期純利益94.7%減
69百万円→3百万円

単位:百万円 (百万円未満切捨て)	23年6月期第2四半期		24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	2,047	100.0%	2,094	100.0%	47	2.3%
生花祭壇事業	1,528	74.6%	1,556	74.3%	28	1.8%
生花卸売事業	402	19.6%	403	19.3%	1	0.1%
ブライダル装花事業	115	5.6%	134	6.4%	19	16.7%
売上原価	1,628	79.5%	1,743	83.2%	115	7.1%
売上総利益	418	20.4%	350	16.7%	△ 68	-16.2%
販管費	341	16.7%	315	15.0%	△ 26	-7.6%
営業利益	77	3.8%	35	1.7%	△ 42	-54.5%
営業外収益	8	0.4%	7	0.3%	△ 1	-12.5%
営業外費用	10	0.5%	11	0.5%	1	10.0%
経常利益	75	3.7%	30	1.4%	△ 45	-59.1%
特別利益	41	2.0%	—	—	—	—
特別損失	11	0.5%	14	0.7%	3	27.3%
税金等調整前当期純利益	105	5.1%	15	0.7%	△ 90	-85.7%
法人税等	24	1.2%	12	0.6%	△ 12	-50.0%
少数株主利益または損失	11	0.5%	△ 4	-0.2%	△ 15	-136.4%
当期純利益	69	3.4%	3	0.1%	△ 66	-94.7%

決算のポイント（**連結売上高**の要因分析）

全社では前期比**2.3%増**の**47百万円**の増収。



貸借対照表【連結】

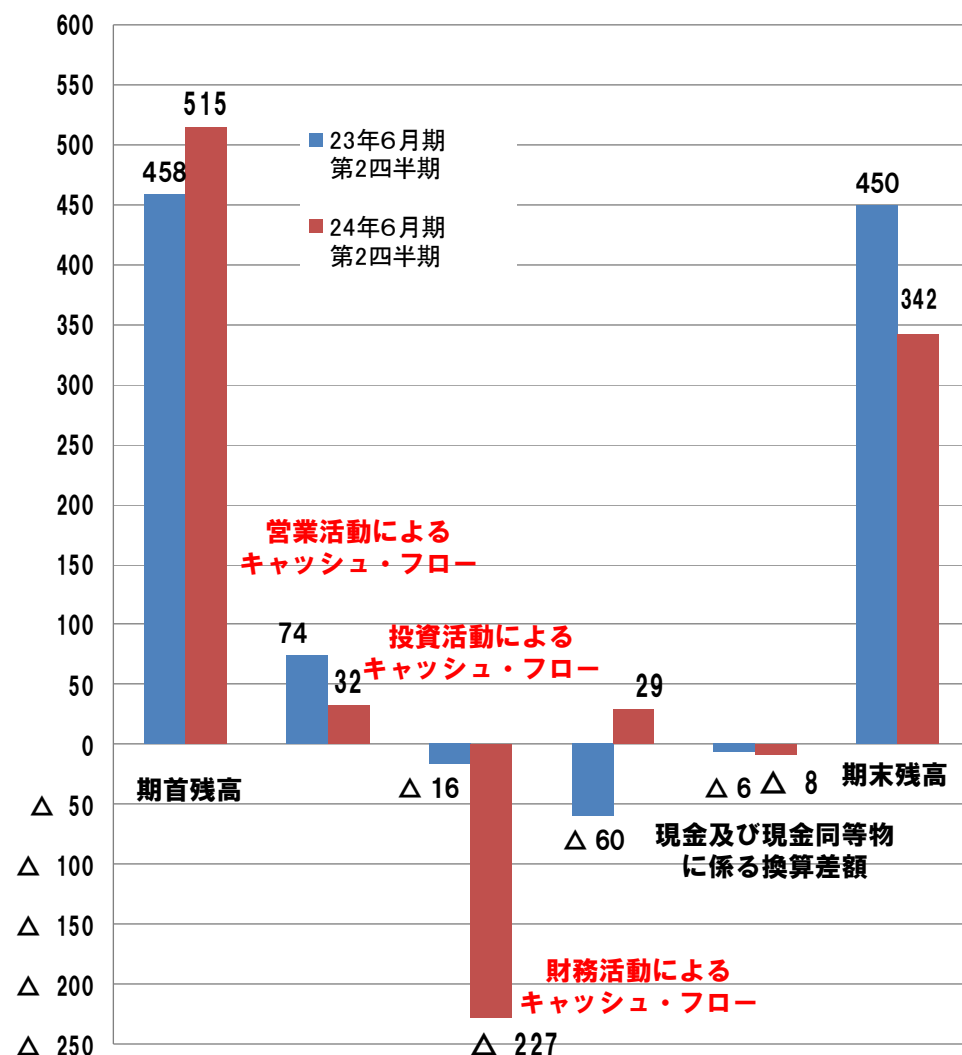
単位:百万円	23年6月期		24年6月期 第2四半期		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	1,035	63.0%	904	53.5%	△ 131
現金及び預金	515	31.3%	342	20.2%	△ 173
受取手形及び売掛金	435	26.5%	476	28.2%	41
商品	2	0.1%	3	0.2%	1
仕掛金	1	0.1%	0	-	△ 1
原材料及び貯蔵品	11	0.7%	26	1.5%	15
その他	73	4.4%	70	4.1%	△ 3
貸倒引当金	△ 3	-0.2%	△ 13	-0.8%	△ 10
固定資産	608	37.0%	784	46.4%	176
有形固定資産	294	17.9%	490	29.0%	196
（減価償却費累計額）	△ 183	-11.1%	△ 201	-11.9%	△ 18
（土地）	122	7.4%	122	7.2%	0
無形固定資産	15	0.9%	7	0.4%	△ 8
投資その他の資産	298	18.1%	286	16.9%	△ 12
（差入保証金）	161	9.8%	140	8.3%	△ 21
（貸倒引当金）	△ 21	-1.3%	△ 22	-1.3%	△ 1
資産合計	1,644	100.0%	1,689	100.0%	45

単位:百万円	23年6月期		24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	598	36.4%	760	45.0%	162
支払手形及び買掛金	75	4.6%	98	5.8%	23
短期借入金	40	2.4%	165	9.8%	125
未払法人税等	39	2.4%	15	0.9%	△ 24
その他	442	26.9%	256	15.2%	△ 186
固定負債	481	29.3%	434	25.7%	△ 47
社債	95	5.8%	80	4.7%	△ 15
長期借入金	350	21.3%	320	18.9%	△ 30
退職給付引当金	14	0.9%	15	0.9%	1
その他	21	1.3%	18	1.1%	△ 3
負債合計	1,079	65.6%	1,195	70.8%	116
資本金	213	13.0%	213	12.6%	0
資本余剰金	133	8.1%	133	7.9%	0
利益剰余金	308	18.7%	269	15.9%	△ 39
自己株式	△ 142	-8.6%	△ 158	-9.4%	△ 16
株主資本合計	512	31.1%	457	27.1%	△ 55
評価・換算差額等	△ 7	-0.4%	△ 13	-0.8%	△ 6
少数株主持分	59	3.6%	49	2.9%	△ 10
純資産計	565	34.4%	494	29.2%	△ 71
負債・総資産の合計	1,644	100.0%	1,689	100.0%	45

キャッシュ・フロー計算書【連結】

平成24年6月期第2四半期末残高は、**前期末比173百万円減少の342百万円**となった

(単位:百万円)



(単位: 百万円)	23年6月期 第2四半期	24年6月期 第2四半期
期首残高	458	515
営業活動によるキャッシュ・フロー	74	32
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 16	△ 227
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 60	29
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 6	△ 8
現金及び現金同等物の期末残高	450	342

営業活動によるキャッシュフロー			
	収入要因	税金等調整前四半期純利益	15
		減価償却費	28
投資活動によるキャッシュフロー			
	支出要因	有形及び無形固定資産の取得による支出	△ 229
財務活動によるキャッシュフロー			
	収入要因	短期借入による収入	215
	支出要因	短期借入金の返済による支出	△ 90
		社債の償還による支出	△ 35

2. 事業報告

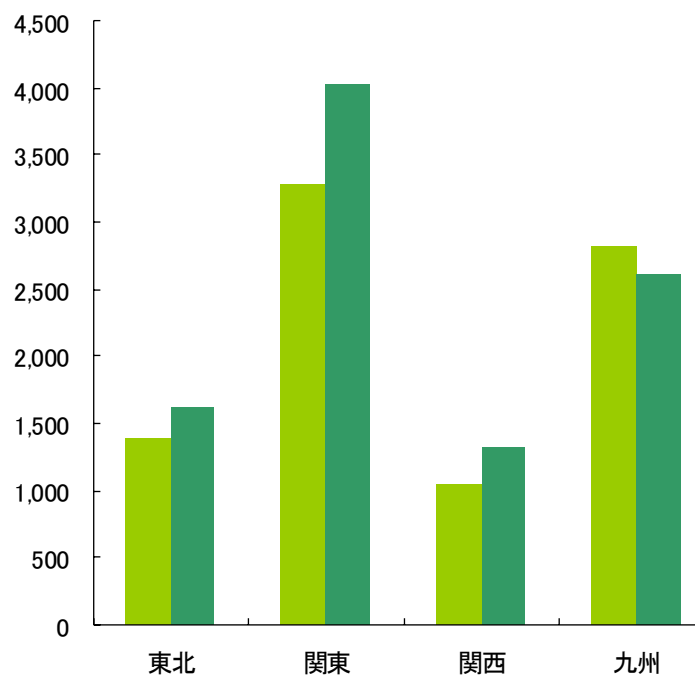
生花祭壇事業・上半期 前年対比

生花祭壇事業の平成24年度6月期上半期売上は、**1,556百万円(前年比1.8%増)**

国内における**祭壇施工件数 *9,586件(前期比12.1%増)**。 *供花などは含まない

【上半期祭壇施工件数(エリア別)】

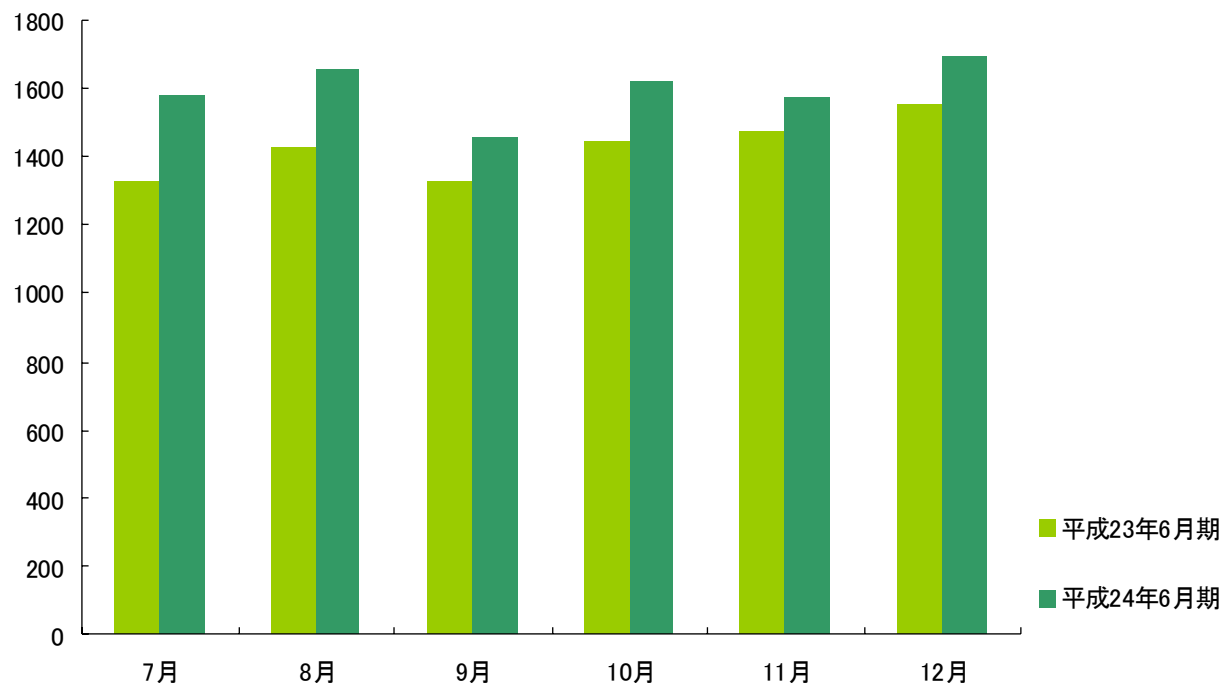
単位:件



	東北	関東	関西	九州	上半期合計
平成23年6月期	1,398	3,285	1,041	2,823	8,547
平成24年6月期	1,629	4,026	1,317	2,614	9,586

【上半期祭壇施工件数(月別)】

単位:件



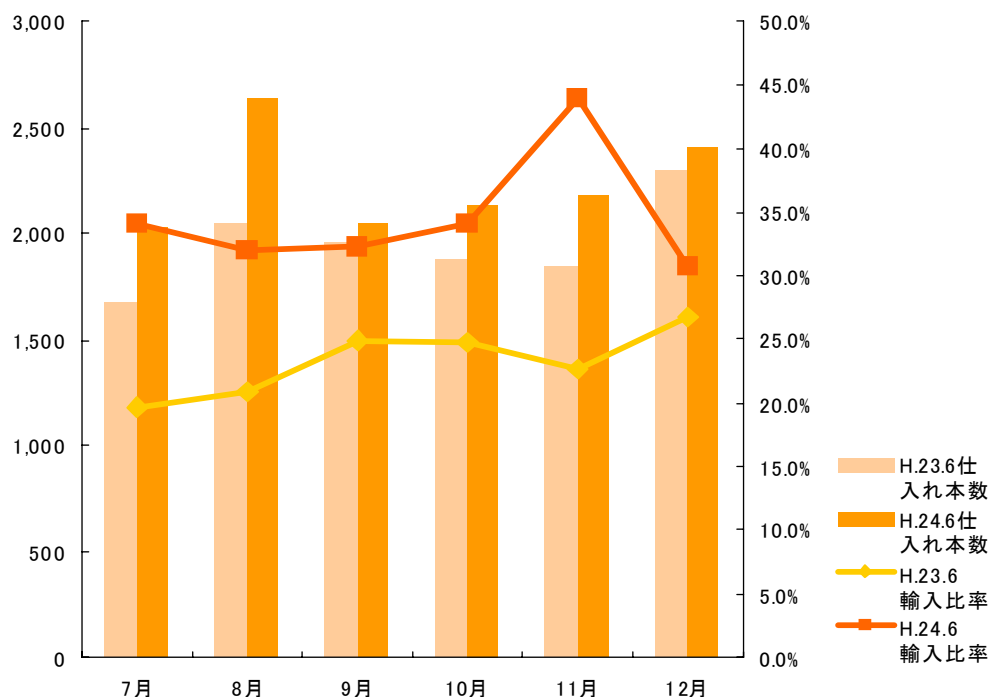
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期合計
平成23年6月期	1329	1427	1325	1441	1475	1550	8547
平成24年6月期	1583	1653	1455	1620	1576	1699	9586

生花卸売事業・上半期前年対比

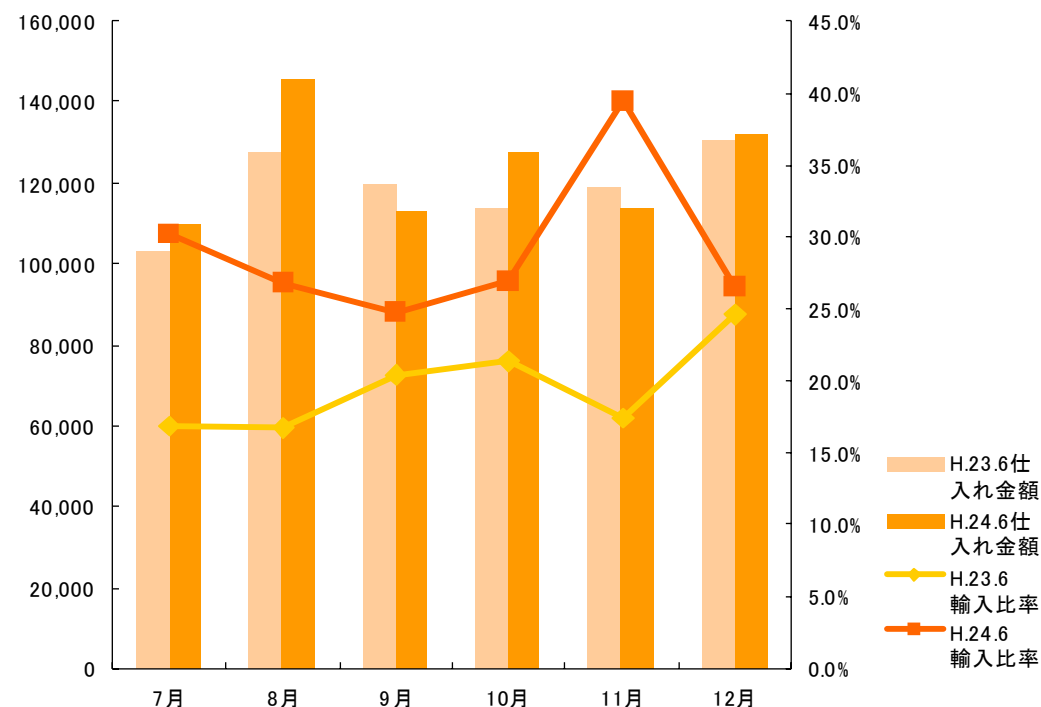
生花卸売事業の平成24年度6月期上半期売上は、**403百万円(前年比0.1%増)**

生花の仕入れ本数は**13,429千本(前年比14.9%増)**、仕入れ金額(社内仕入れ含む)は**740百万円(前年比3.9%増)**

【仕入れ本数比較】 単位:千本



【仕入れ金額比較】 単位:千円



	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期合計
H 23.6仕入れ本数	1,678	2,041	1,951	1,870	1,847	2,301	11,687
H 24.6仕入れ本数	2,023	2,638	2,043	2,138	2,184	2,404	13,429
H 23.6 輸入比率	19.7%	20.9%	24.9%	24.8%	22.7%	26.7%	23.5%
H 24.6 輸入比率	34.1%	32.0%	32.3%	34.1%	44.0%	30.7%	34.4%

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	上半期合計
H 23.6仕入れ金額	102,739	127,737	119,628	113,595	118,800	130,313	712,812
H 24.6仕入れ金額	109,799	145,310	113,082	127,383	113,416	131,929	740,920
H 23.6 輸入比率	16.8%	16.7%	20.3%	21.3%	17.5%	24.5%	19.6%
H 24.6 輸入比率	30.2%	26.8%	24.8%	26.9%	39.5%	26.5%	28.9%

■美麗花壇の事業展開

- ① 生花祭壇事業
- ② 生花卸売事業

【平成24年3月期上半期(平成23年4月～9月)実績】 (単位:百万円)

	前期実績	今期実績	増減額	増減率
売上	182	160	△ 22	-12.1%
売上総利益	64	32	△ 32	-50.0%
一般管理費	35	34	△ 1	-2.9%
営業利益	29	△ 2	△ 31	-
経常利益	25	△ 8	△ 33	-
当期純利益	22	△ 8	△ 30	-

■決算のポイント

- ・日本国内同様、台湾でも価格競争が激化、単価の減少に伴う、売上の減少
- ・現在、顧客を一部の大手葬儀社に頼る状況から、中小の葬儀社に顧客を増やし、経営上のリスクを分散する取り組みを始めている

【台湾式祭壇】



台湾式：花の量や価格のみでの差別化戦略を展開

【日本式祭壇】



日本式：デザイン、色調、表現力といった商品差別化戦略を展開

■クラウンガーデネックスの事業展開

- ・フラワーサービス事業
- ・ブライダルフラワーサービス
- ・花・鉢植え・造花の販売及びリース
- ・パーティ・イベント・ステージの装飾

【平成24年5月期上半期(平成23年6月～11月)実績】 (単位:百万円)

	前期実績	今期実績	増減額	増減率
売上	121	139	18	14.9%
売上総利益	25	31	6	24.0%
一般管理費	14	15	1	7.1%
営業利益	11	16	5	45.5%
経常利益	10	12	2	20.0%
当期純利益	9	10	1	11.1%

■トピックス

＊ウェディング関連の新商品(竹あかり、ブーケの保存加工)の取り扱い開始。

＊披露宴会場のみならず、提携先式場で発生する季節イベント(クリスマスツリー、門松など)の受注にも注力

■決算のポイント

新規顧客の開拓による売上拡大と、商品内容の見直しによる利益率向上を図ると同時に社内業務の見直し・生産管理を徹底し固定費の削減が実現。結果増収増益を達成。

・竹あかり



・ブーケの保存加工



■ 昇建設の買収理由

当社は、子会社であるクラウンガーデネックスを中心に、造園施設の企画、設計、監理等を行っております。

この度、昇建設株式会社の株式を取得し子会社化することにより、造園・土木に関する業務を強化し更なる事業の発展を目指すものであります。

【昇建設・今期業績目標】

単位：千円

	2月	3月	4月	5月	6月	合計
売上	38,000	38,000	30,000	27,000	17,000	150,000
売上総利益	9,000	9,000	5,000	5,000	5,000	33,000
一般管理費	3,797	3,797	3,797	3,797	3,797	18,985
営業利益	5,203	5,203	1,203	1,203	1,203	14,015
当期利益	5,203	5,203	1,203	1,203	1,203	14,015

■クラウンガーデネックスにおける造園事業について

平成22年3月20日に熊本市でオープンした結婚式場
「マリエール神水苑」造園工事に参加

「神水苑」は細川家の別邸として明治5年ごろ完成。歴史ある庭園には肥後の石工による石橋や樹齢300年を超える木々が貴重な文化遺産、自然遺産として残されている。2008年に、当社大手取引先である冠婚葬祭グループ「ユーアイベルモニー」が跡地を取得、**歴史ある美しい庭園の面影を残した新たな結婚式場**を建設することが決定。

クラウンガーデネックスも造園工事に参加しており、これ以降、造園事業も積極的に展開。

マリエール神水苑



3. 平成24年6月期上半期の動き

国際フラワーEXPOにて生花祭壇 の設営技術セミナーを実施

- ・10/13から10/15にかけて幕張メッセで開催された、IFEX(国際フラワーEXPO)にて、葬祭アレンジメントセミナーを実施。(IFEX来場者3日間合計31,243名、当社セミナーには177名が参加。)
- ・2名の技術者が約1時間で2間幅(約3.6m)の祭壇を実演作成。



業界専門誌に 連載を開始(4回目)

- ・月刊フューネラルビジネスにて、当社の生花祭壇技術と技術者を紹介する「Meister Design匠の技が光る生花祭壇設営」の新連載開始。
- ・同誌での技術連載協力は今回で4回目。



平成24年6月期上半期の商品企画スケジュール

15期商品企画スケジュール

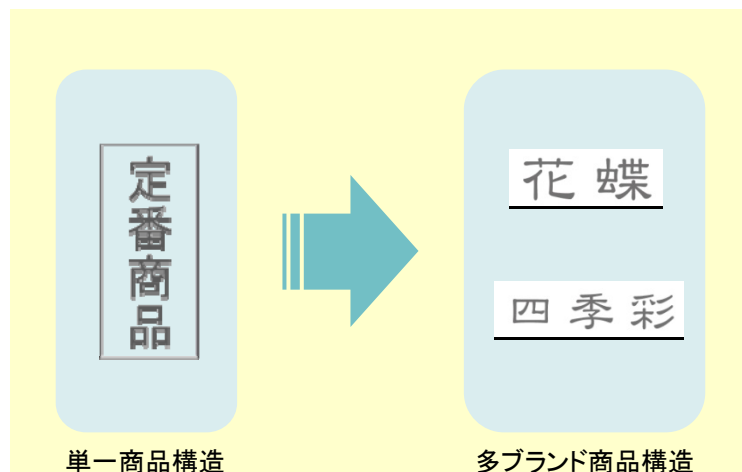
		2010年						2011年					
目的	内容	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
業界情報収集→ 営業ターゲット 作成	花蝶半額キャンペーン				→								
	花鳥風月＋花送詞キャンペーン							→					
	花鳥風月＋3パターン発売									→			
	廉価版「縁」発売										→		

16期商品企画スケジュール

		2011年						2012年					
目的	内容	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
シェア拡大	新企画商品Vo.1発売		→										
	新企画商品Vo.2発売					→							
	新花蝶風月発売						→						
	季節限定企画(秋)			→									
	季節限定企画(冬)					→							
	九州・関西地域限定企画			→									
	季節限定企画(春)									予定	予定		
	季節限定企画(夏)											予定	予定

平成24年6月期上半期の新企画商品ライン

商品ラインの進化



新商品の位置付け

- ・定期的に新しい商品を開発することで顧客の興味を常にひきつける。
- ・当社従来の定番商品に比べ価格帯は低めに設定。生花卸売部門と連携して原価を低減(胡蝶蘭、季節の花材など)することにより、低価格高品質ながら、利益の確保を実現している。

商品シリーズ	改良改善及び企画ポイント	備考
花蝶	花材と製造工程の見直と胡蝶蘭の日本独占販売優位性を活かし、低価格で花最高級の胡蝶蘭をふんだんに使うことを実現した。品揃は花蝶に3シリーズ18種類(22タイプ)の商品ラインを持つ。価格は従来商品価格より大幅減に設定	胡蝶蘭を効果的に使用した生花祭壇
四季彩	春夏秋冬をテーマとして、各季節の代表花材を使用する生花祭壇。生花卸売部門との連携により低価格実現	「秋月」と「冬暦」企画済み
その他	花送詞: 立札に贈り主の気持ちをメッセージとして記載し、故人を偲ぶ深い追悼の想いを遺族や参列者にお伝えすることができる	供花商品

生花祭壇・新商品ラインナップ

花蝶



四季彩



…春、夏にも季節商品を開発、販売予定

葬儀費用の単価下落傾向が進んでいる

- ・デフレの影響による葬儀予算節約傾向
- ・高齢化による会葬者の減少
- ・孤独死亡者の増加
- ・直葬の増加



ミッション

絶対的価格競争力による市場シェアの拡大

具体策

- ・商品の低価格化の実現
- ・ロジスティクスの改善
- ・バックヤード業務の定型化
- ・育成した熟練技術者（社員）とパートスタッフ（シニア・女性）による制作工程の両立

葬儀費用の単価下落傾向に先手を打ち、
施策として加工物流を完成させ、
低単価でも十分な収益が確保できるビジネスモデル
を確立する。

加工物流センター【従来との違い】

加工物流センターでは、従来、技術者ひとりひとりで作成していた供花作成の作業工程を細分化、作業の効率化を図る。今後は祭壇の作成も計画。

■従来



すべての作成工程をひとりの技術者で行う。すべての工程の技術が必要

■加工物流



作成工程を細分化。限定された工程のため、パート従業員など技術習熟度が低いスタッフでも作成が可能となり、作業の効率化を図れる。

加工物流センターに関する動き

■加工物流センターの今までの動き

2010年5月
プロジェクト発足



2010年7月
東京支店の一角にて
トライアル稼動開始



2010年11月
現在の物件（東京支店
向かい面積：786㎡）
へ移動



2011年3月
本格稼動・コンベア
を設置し流れ作業の
体制を整えた



2011年10月
レーン増設、増産
体制完成

『生花店様へ』

供花卸売のご案内

《こんな時はございませんか？》

- ☆急な供花の注文が入って在庫が不足している時。
- ☆花の原価が高騰していて過剰在庫を避けたい時。
- ☆作成スタッフが足りない時。・・・etc

その他専業もご相談下さい

—— 葬儀用供花を購入することができます!! ——

■ 洋風供花 (白)

■ 洋風供花 (ピンク)

■ 菊 供花

※必要基数を注文し、引き取るだけ!! (1基からでも注文可能!)

★加工物流センターへの
《ご見学のご来店大歓迎》

今ならご見学にお越し頂いたお客様には・・・

初回注文時 30%OFF!!

(株) 花壇建設 2012年3月現在



供花卸売のDM
を関東の生花店
向けに、二度に
わたり発送。
サービス周知の
取組みを進めて
いる。

1日平均の作成数

300基～500基

外部への販売業務

2011年11月より外販業務を開始

平均月販売量300基/今後更に拡大方針

今後の取組み

対内加工機能強化/業務効率化を図る

対外販売機能強化/供花の固定客獲得

5. 長期構想・中期経営計画

今後の経営成長のための長期構想「変革と新しい企業体制の確立」

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

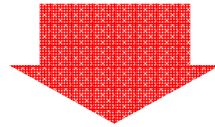
経営 理念

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、こ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。

外部環境変化と長期構想

今後5～10年間の外部環境の変化

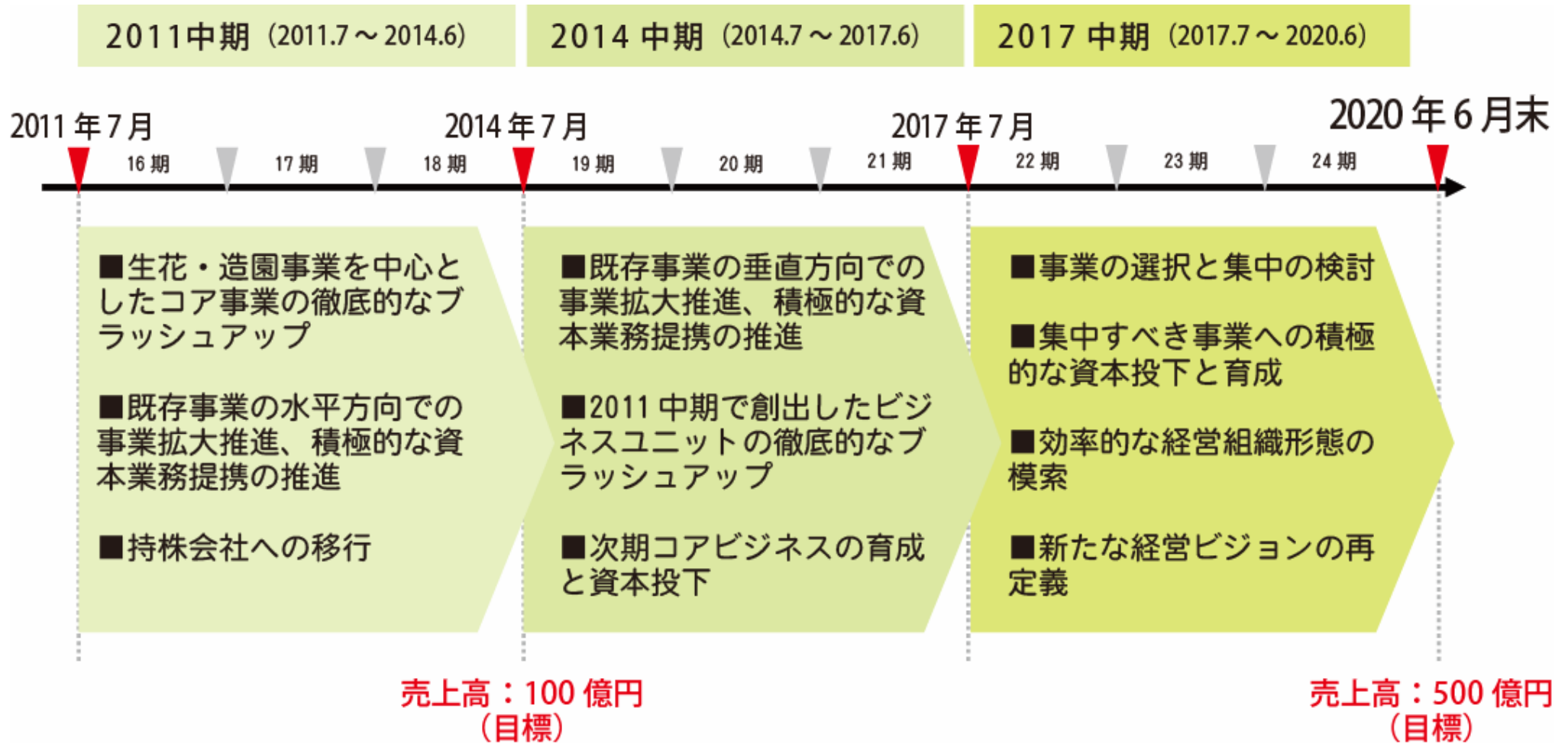
- ・少子高齢化
- ・葬儀数量の増加 & 葬儀単価の下落
- ・技術力を必要とする少数の大型葬 & 低価格戦略を必要とする小型葬 の二極化



長期構想

- ・社会環境の変化に対応できる企業形態への変革
- ・地域密着型の子会社化
- ・持株会社化への移行
- ・現体制の内部充実
- ・各事業部の売上向上及び営業利益アップ

長期構想スケジュール



2011中期計画構想

■業務部門

- ・16期末までに仙台支店の子会社化
- ・17期末まで東京支店をモデルケースとして子会社
- ・その他支店は順次子会社化へ
- ・16期末まで加工センター及び人材派遣業の子会社化
- ・加工物流センター 関西・九州へノウハウの移行
- ・ブライダル装花関連のM&Aの推進

①売上・収益の確保

→ 子会社化移行の準備

②子会社化の推進

→ 支店を子会社とし、迅速な意思決定と
地域密着の営業戦略の展開を機動的な実施。

③原価の低減・削減

→ 収益を大きく変化させる
現在の生花仕入れの方法の再検討

2011中期計画構想

■新規事業部門

- ・業績好調なブライダル事業の補完事業への推進
- ・次期主軸事業の確立

①事業領域の拡大 → 拡大のための資本業務提携の積極的な推進

②発展と展開 → フランチャイズ事業の展開検討

■内部体制

- ・これらの取組みを推進するための内部体制の充実

2011中期の主要施策のスケジュール

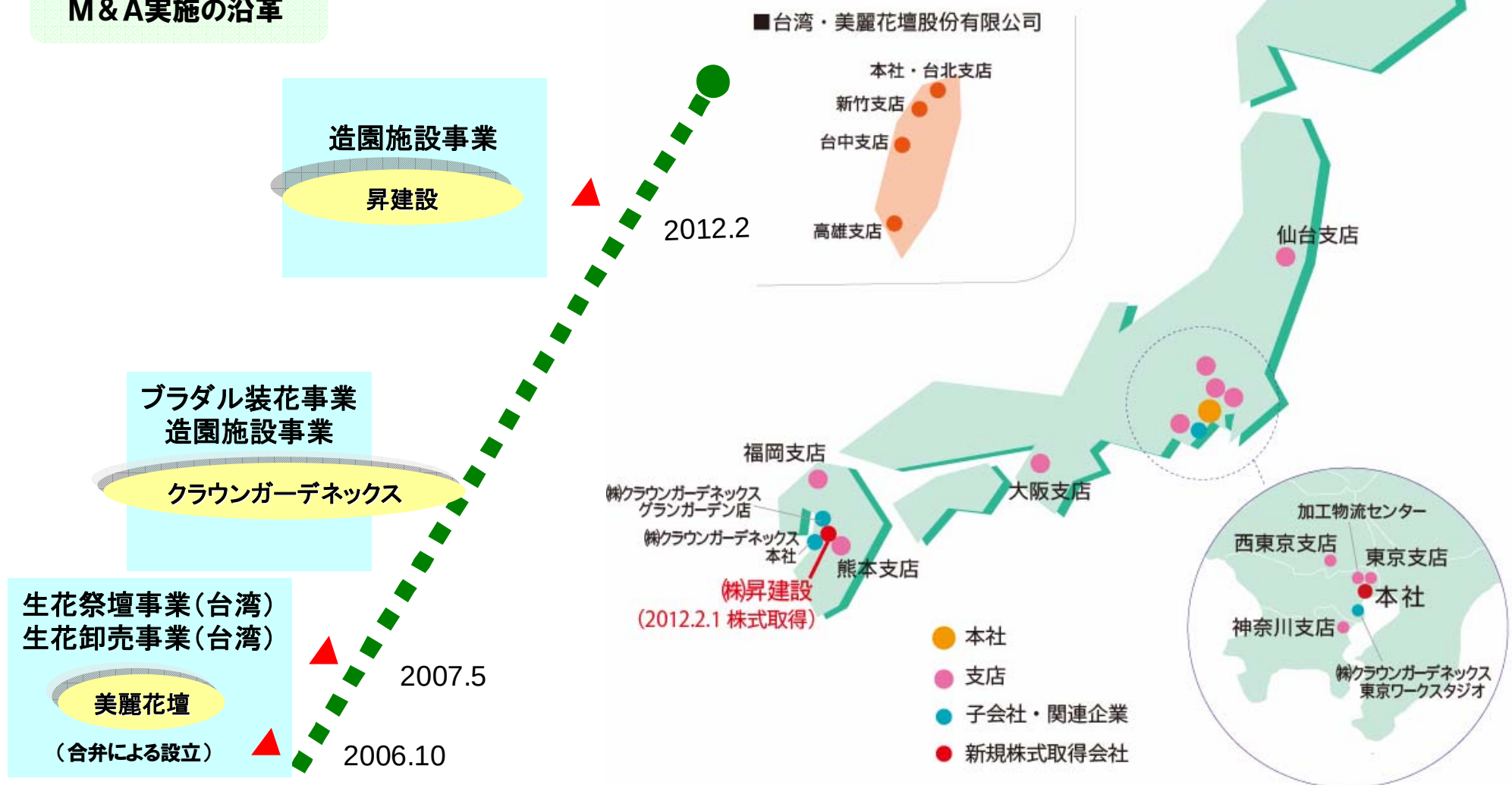
	H24.6 月期 第 16 期 (2011.7 ~ 2012.6)	H25.6 月期 第 17 期 (2012.7 ~ 2013.6)	H26.6 月期 第 18 期 (2013.7 ~ 2014.6)	H27.6 月期 第 19 期 (2014.7 ~ 2015.6)
●業務部門				
仙台支店の子会社化	▶	16 期末迄		
東京支店の子会社化		▶	17 期末迄	
その他支店の子会社化			▶	18 期末迄
●ソリューション部門				
人材派遣事業の子会社化	▶	16 期末迄		
加工物流事業の子会社化	▶	16 期末迄		
●経営企画部門				
資本業務提携の推進①(造園・土木)	▶	16 期 2 月 1 日		
資本業務提携の推進②(情報化戦略)	▶	16 期 3 月 1 日予定		
●管理部門				
中期計画実現に向けた組織改編	▶	16 期 2 月		

6. 2011中期重点施策

重点施策1. M & A

■企業買収により、各事業のシナジー効果を狙う

M & A実施の沿革



重点施策1. M & A

■現在は、ビューティ花壇と3つの子会社でビューティ花壇グループを形成。

※人材派遣事業、加工物流事業は子会社化を予定

(株)クラウンガーデネックス

- ・ブライダル事業
- ・生花小売事業
- ・造園事業

(株)ビューティ花壇

- ・生花祭壇事業
- ・生花卸売事業
- ・加工物流事業(加工物流センター)
- ・人材派遣事業(H R 課)

(株)昇建設

- ・土木・建設事業

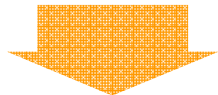
美麗花壇股份有限公司 (台湾)

- ・生花祭壇事業
- ・生花卸売事業

重点施策2. 合同社屋の取得

■ 合同社屋の取得により、業務面・管理面のシナジー効果を追求

2011年12月28日熊本合同社屋取得



■ビューティ花壇熊本支店、クラウンガーデネックス、昇建設を熊本の合同社屋に集約することで、業務面・管理面・経費面でのシナジーを追求する

■東京本社以外で合同社屋を設置することで関東における震災発生時の事業継続性を担保する

【新社屋・土地建物】

所在地： 熊本県熊本市流通団地1-46

土地面積： 2,000.01㎡

建物面積： 2,073.20㎡

構造： 鉄骨・鉄筋コンクリート造

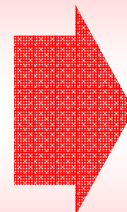


重点施策3. 事業拡大の地域戦略

■収益率の高い東北エリアでの、事業拡大と更なる収益体制の構築を図る

東北復興支援政策「復興支援税制」

新規立地する企業の5年間法人税無税化



仙台支店を第16期末までに子会社化

売上7億円を目指す

物流の導入

発注シェアの拡大

周辺地域へ更なる拡大

東北エリアデータ

東北6県	岩手・福島・秋田・青森・山形・宮城
面積	66,889.55km ²
推計人口	9,219,398人
人口密度	137.8人/km ²

仙台支店データ

(単位:百万円)

	H21.6月期	H22.6月期	H23.6月期
売上	312	340	366

重点施策4. 技術認定制度の継続実施

小型葬については加工物流センターや、パート社員の戦力化によって対応していくが、

ビューティ花壇生花祭壇事業の根幹を支え、
他社との競争力となるのは長年積み重ねてきた「**高い技術力**」であり「**基本祭壇の制作精度**」

昨年2月から実施した、ビューティ花壇社員すべての技術者を対象とする技術認定試験を、今年も春頃から実施予定



実技試験の様様



技術認定員による査定（実技）



技術認定員による査定（制作物）

【認定級と対応する認定章】



gold
meister

(1～6級)

4名

技術者全体の1.4%



silver
meister

(7～11級)

18名

技術者全体の13.7%



bronze
meister

(12～15級)

60名

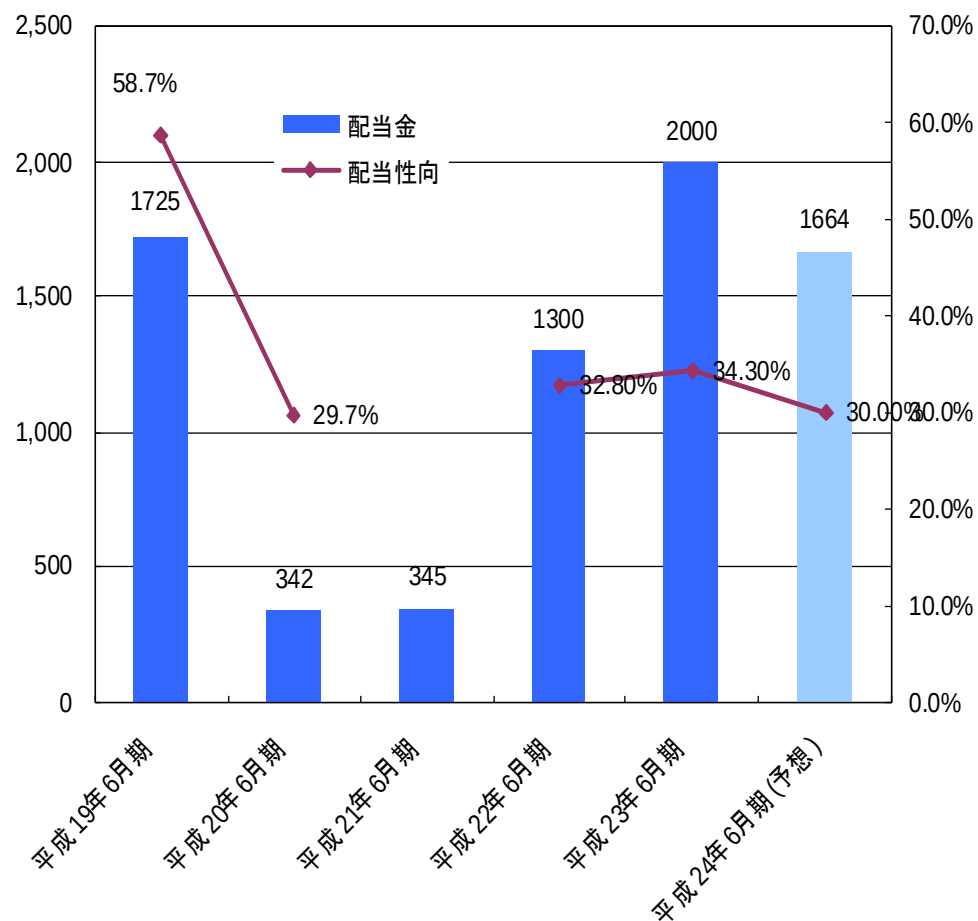
技術者全体の45.8%

ビューティ花壇の生花祭壇製作技術を
「**業界標準**」へ

■技術認定制度の紹介WEBページをオープン

<http://www.beauty-kadan.com/business/flowermeister.html>

7. 株主還元について



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。

＊平成19年6月期は、記念配当(配当性向58.7%)

＊前期(平成23年6月期)は、
特別利益4000万円→純利益増加 による配当増。

平成24年6月期は
1,664円の配当を実施する予定。

＊平成23年9月～平成23年12月にかけて395株の自己株式の取得を実施

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)
(発行済株式総数に対する割合 7.02%)
- (3) 株式の取得価額の総額 67,500,000円(上限)
- (4) 取得期間 平成23年9月20日から平成23年12月31日まで

3. 平成24年2月13日現在の自己株式の保有状況

- (1) 発行済株式総数(自己株式を除く) 20,953 株
- (2) 自己株式総数 4,427 株

本日はありがとうございました。

経営企画室

Tel : 03－5819－5670

Fax: 03－5819－5671

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。