

2015年6月期 第2四半期

決算説明会資料

株式会社ビューティ花壇 《証券コード:3041》

Agenda



- 01. 2015年6月期 第2四半期 業績ハイライト
- 02. 各事業部における傾向と対策
- 03. 中期経営計画
- 04. 株主還元

2015年6月期 第2四半期業績ハイライト



単位:百万円

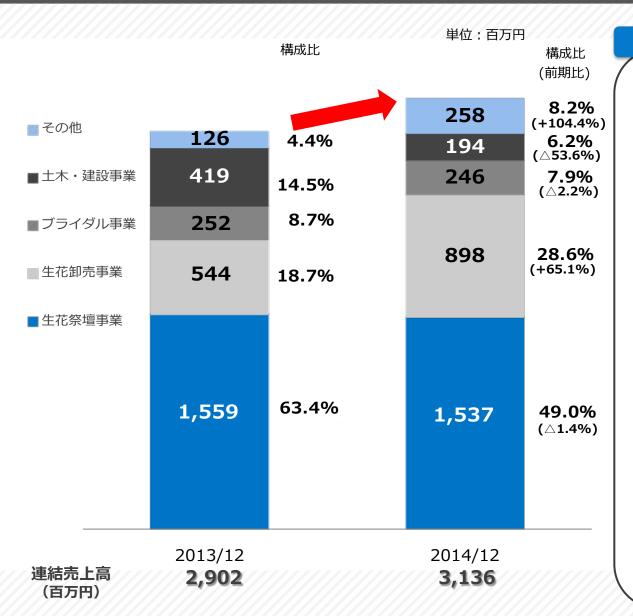
■ 各事業ともに売上高は増加するも、利益面では生花祭壇事業における売上高が 計画より低調に推移したことに伴い、減益に。



	2014/6 2Q	2015/6 2Q	前期比	2014/6
売上高	2,902	3,136	8.1%增	6,686
売上原価	2,439	2,622	7.5%增	5,556
売上総利益	462	513	11.1%增	1,130
営業利益	△58	△13	_	18
経常利益	△28	△20	_	43
当期純利益	△20	△41	_	49

業績ハイライト «セグメント別売上構成»





ポイント

生花祭壇事業

業界全体的に単価横ばい~下落傾向にある中、 受注単価の下落傾向により微減。

生花卸売事業

マイ・サクセス(株)の子会社化、及び販売促進活動強化による既存顧客掘り起こし・新規顧客開拓が奏功し売上増。

ブライダル装花事業

首都圏への店舗展開が一部奏功。 前年同期にあったスポット案件を除くと比較的 好調に推移。

土木・建設事業

公共投資は活発も、一部繰越工事のあった前年 同期比では売上減。

その他

システム開発事業及び不動産管理事業がそれぞれ売上増。新たに人材派遣事業・冠婚葬祭コン サルタント事業を追加。

業績ハイライト «セグメント別決算概況»



(単位:百万円)

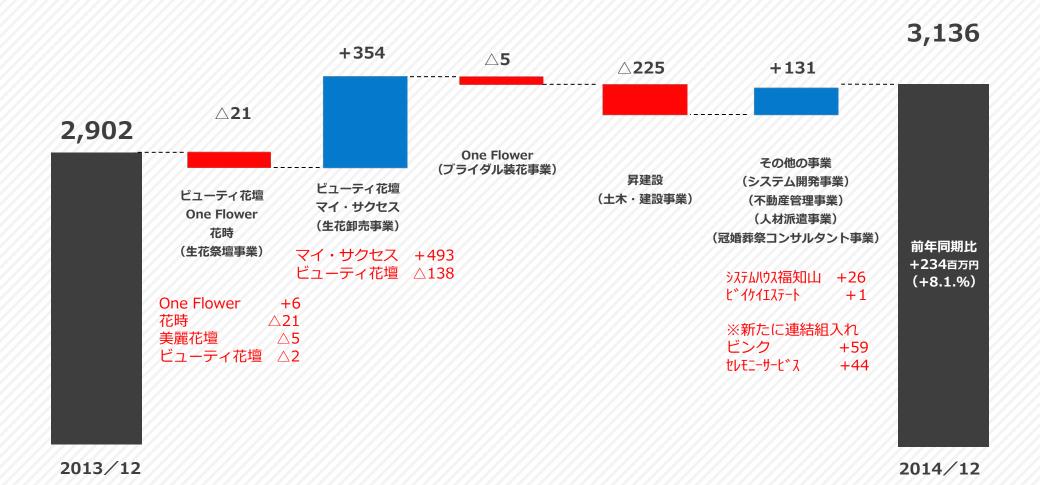
	2013/	2013/12 20:		4/12	2 前期比		2014/6	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
生花祭壇	1,559	66	1,537	65	△1.4%	△2.5%	3,184	162
生花卸売	544	68	898	64	+65.1%	△5.4%	1,550	115
ブライダル装花	252	49	246	39	△2.2%	△21.0%	462	86
土木・建設	419	10	194	△20	△53.6%	_	991	23
その他	126	△4	258	18	+104.4%	_	498	31
調整額	_	△248	_	△180	_	_	_	△400
計	2,902	△58	3,136	△13	+8.1%	_	6,686	18

今期を初年度とする中期経営計画の達成へ向け、施策を実施スタート。子会社化により 売上は増加するも、各事業において総じて低調に推移。 営業赤字幅は縮小。



グループ全社では前期比8.1%増の234百万円の増収。

(単位:百万円)



業績ハイライト «連結貸借対照表»



単位:百万円

	2014/6		2014/12		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額
資産の部					
流動資産	1,630	54.1%	2,101	63.4%	+471
固定資産	1,383	45.9%	1,213	36.6%	△169
資産合計	3,013	100.0%	3,315	100.0%	+301
負債の部					
流動負債	1,816	60.3%	2,131	64.3%	+315
固定負債	555	18.4%	591	17.9%	+36
負債合計	2,372	78.7%	2,723	82.2%	+351
純資産の部					
株主資本	633	21.0%	576	17.4%	△56
その他の包括利益累計額	5	0.2%	10	0.3%	+4
新株予約権	2	0.1%	4	0.1%	+1
少数株主持分	_	_	0	0.0%	_
純資産合計	641	21.3%	591	17.8%	△50
負債純資産合計	3,013	100.0%	3,315	100.0%	+301



(単位:百万円)	2013/12	2014/12
営業活動によるキャッシュ・フロー	△226	90
投資活動によるキャッシュ・フロー	△176	97
財務活動によるキャッシュ・フロー	523	133
現金及び現金同等物に係る換算差額	7	2
現金及び現金同等物の増減額	127	324
現金及び現金同等物の期首残高	773	789
現金及び現金同等物の期末残高	901	1,113

ポイント

(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△48百万円、売上債権等(たな卸資産、その他の資産を含む)の増加△137百万円の一方で、非資金費用である減価償却費(その他償却費を含む)+56百万円、仕入債務等(未成工事受入金、その他の負債を含む)の増加+217百万円等を計上したことによるものです。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、投資不動産の売却による収入 + 149百万円の一方で、有形及び無形固定資産の取得による支出△50百万円等を計上したことによるものです。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒ 主に、有利子負債の純増+88百万円、セール・アンド・リースバックによる収入+74百万円の一方で、配当金の支払額 △14百万円等を計上したことによるものです。

各事業部における傾向と対策

生花祭壇事業 《傾向と対策》



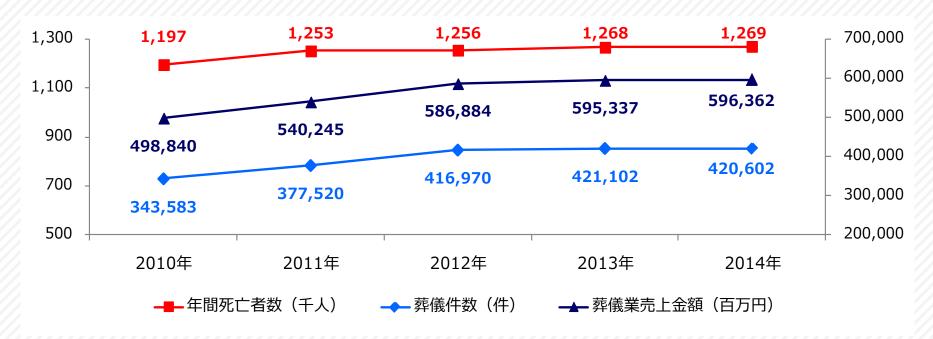
<u>生花祭壇事業</u> (1,559百万円 (2013/12 期) ⇒ 1,537百万円 (2014/12期))

▶業界動向①

葬儀業全体の売上単価は横ばいで推移

2013年度(2013/1~2013/12): **@1,413千円** 2014年度(2014/1~2014/12): **@1,418千円**

葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向



(出展 厚生労働省:人口動態統計月報年計

経済産業省:特定サービス産業動態統計調査)



生花祭壇事業

▶業界動向②



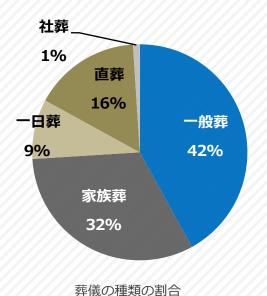
葬儀全体の施行件数のうち、家族葬・一日葬で41%、直葬が16%

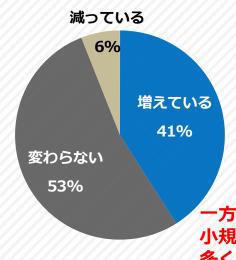
直葬の件数が「増えている」との回答が41%



葬儀の小規模化を見越した対応として、採算の取れる低価格商品の開発。







直葬の件数の変化

直葬を選択する理由

- ・「経済的な理由」
- ・「葬儀の意味を理解していない」
- ・ 「宗教観の変化」
- 「参列者がいない」

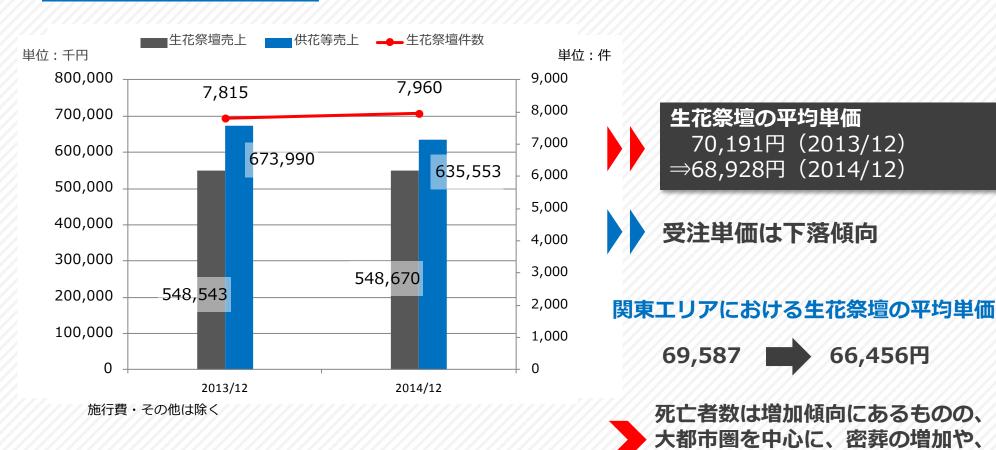
一方で「直葬」の基準にはバラツキ。 小規模な葬儀を「直葬」としている葬儀社も 多くある。

(出展 月刊仏事「直送への対応」に関する葬儀社アンケート(2015年2月号)



生花祭壇事業 分析(単体)

生花祭壇・供花等売上・件数



13

葬儀規模の縮小へ。

生花祭壇事業 《傾向と対策》



生花祭壇事業 分析(単体)

■業績低迷の要因

関東エリアにおける、葬儀の小規模化、生花祭壇価格の下落による影響 一方、他のエリアにおいては比較的堅調に推移

関東エリア

※売上高には供花等も含む。

	2013/12	2014/12	増減
売上高 (百万円)	755	713	△5.6%
顧客数 (社)	603	586	△2.8%
施行件数 (件)	3,900	3,747	△3.9%

その他エリア

売上高 (百万円)	仙台	158	166	+5.1%
	西日本	297	323	+8.8%
顧客数(社)	仙台	74	68	△8.1%
	西日本	148	163	+10.1%
施行件数(件)	仙台	1,310	1,465	+11.8%
	西日本	2,605	2,703	+3.8%

※西日本:大阪支店・福岡支店



●19期における、関東エリア業績不振要因への対応策

《中期経営計画より》

1. 葬儀の小規模化による影響、生花祭壇価格の下落の影響によるもの



葬儀の小規模化を見越した対応として、採算の取れる低価格商品の開発。

- ⇒資材の開発、グループシナジーによる機動的かつ最適な調達。
- ⇒パート社員の活用による原価低減
- ⇒子会社ビンクとの連携

パート社員の活用による原価低減

→ 労務費率 《正社員:パート社員》

= 59.3% : 40.7% (2013/12)



54.1%: 45.9% (2014/12)

子会社ビンクとの連携

→従来グループ外の人材派遣会社を多用していたものを、同社への発注を徐々にアップ させることによりグループ内の収益確保を図る。



●19期における、関東エリア業績不振要因への対応策

《中期経営計画より》

2. 葬儀社の内製化又は倒産・滞留による取引中止によるもの



顧客に対する提案能力を高め、コスト競争力のある商品供給をすることで、当社独自の市場を 創造する。

⇒「グループ法人営業課」を新設(2014/9)

部門ミッション

休眠顧客の活性化(再稼働化)と新規顧客の獲得

従来

生花祭壇のみを提案



現在

グループ会社の商品・サービスも横断的に提案を実施



生花祭壇以外の商品・サービスでの新規契約獲得、リテンション等の成果。 顧客のライフタイムバリューの増加へ。 これらの成果はまだ小さいものの、確かな方向性を確認でき、今後に期待。



●その他の対策

3. オペレーションの変更による生産性の悪化、現場対応力の低下、顧客ニーズとの食い違い



対応策

当社独自の市場創造のための、徹底した営業チームの意識改革の推進。

⇒生花祭壇商品の積極的な開発と提案

生花祭壇商品の積極的な開発と提案

当社の商品ラインナップ

a.年間定番商品

- ・年間を通じて提供が可能な商品
- ・数年毎にリニューアルを実施

b.季節商品

- ・季節ごとに提案を行う商品
- ・原則、年4回開発と提案を実施

c.スポット商品

- ・上記の商品ラインナップでは対応できないニーズに対応する商品
- ・当社が推す戦略商品のケースあり
- ・不定期の開発・提案



これらの商品開発と提案を切れ目なく行うことで顧客とのコンタクトポイントを強化顧客の新規獲得と休眠化率の低減、顧客稼働率アップを目指す

生花卸売事業 《傾向と対策》



<u>生花卸売事業</u> (544 百万円 (2013/12) ⇒ 898 百万円 (2014/12))

既存顧客のシェアUP・新規顧客獲得輸入商品の取扱い拡大・市場販売強化

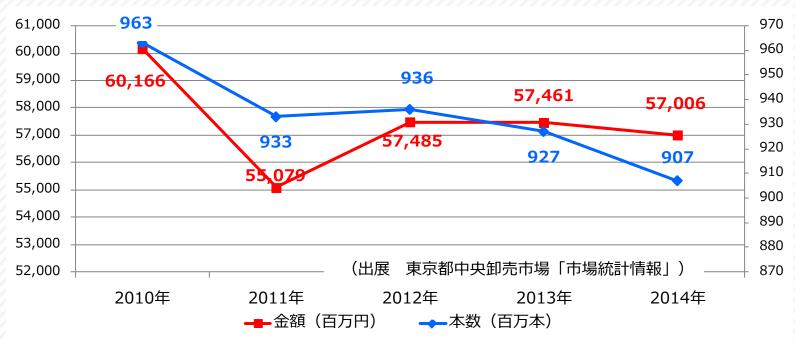


マイ・サクセス㈱の子会社化により売上増同社とのシナジー創出に向けたステージへ

➤業界動向

生花の取扱本数・取扱金額ともに横ばい。

生花(切り花)取扱金額・本数の動向



生花卸売事業 《傾向と対策》



生花卸売事業

(単体)

' <u> </u>	(早14)
売上順位	前期比増減
1	
2	-
3	→
4	•
5	-
6	→
7	-
8	•
9	-
10	•

既存顧客への販売促進強化による掘り起こしにより、 堅調に推移。輸入業務移管により、単体では減少。

◆上位10社売上合計

200百万円



151百万円

当社単体の上位顧客への売上は減少するも、業務移管後のグループ全体としての売上は増加

「市場販売」はグループ全体では増加

	当社	マイ・サクセス	合計
2013/12(9~12月)	52,335	_	52,335
2014/12(9~12月)	4,385	67,845	72,230



引き続き既存顧客の掘り起こし・新規顧客獲得によるシェアアップへ及び、マイ・サクセスとのシナジーによる売上拡大へ。

生花卸売事業 《傾向と対策》



原価低減へ向けた施策

マイ・サクセス社とのシナジー創出へ

2014年8月より、2013年10月に子会社化したマイ・サクセス社へ生花輸入業務を移管、同年12月に移管業務完了。

台湾・マレーシア・中国・コロンビア

従来

当社

マイ・サクセス

当社、マイ・サクセスそれぞれで

生花輸入業務を移管、 一本化することにより、 ボリュームディスカウント・ コストダウンへ。

現在

当社 ----→ マイ・サクセス 輸入業務を移管 ~'14.12



通関コスト等が発生

ブライダル装花事業 《傾向と対策》



<u>ブライダル装花事業</u> (252 百万円 (2013/12) ⇒ 246 百万円 (2014/12))



積極的な店舗展開等により、比較的好調に推移 ※前年同期におけるスポット案件を除く

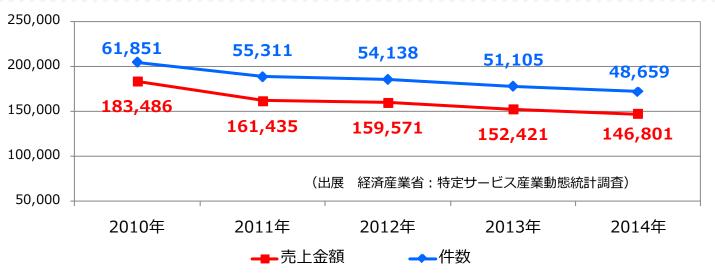
今後

大都市圏(東京・大阪)での展開 当社グループ拠点をベースとしたエリア展開 (継続)

▶業界動向

少子化の影響を受け結婚式場業売上、件数ともに減少傾向

結婚式場業売上金額・件数の動向









銀座・葉山(ゲストハウスウエディング)2会場での生花装飾の独占業務 委託契約を締結⇒年間売上目標70百万円

《銀座》ゲストハウスウエディング 《2014年 秋オープン》







《葉山》ゲストハウスウエディング «2015年 2月オープン»







土木・建設事業 《傾向と対策》



土木・建設事業 (419 百万円 (2013/12) ⇒ 194 百万円 (2014/12))



公共投資増加の一方で、資材・人件費の高騰により減収・減益に ※前年同期は一部繰越工事あり



予想される活発な公共投資(公共工事)における原価抑制・利益確保が課題







白川黒髪下流地区築堤護岸丁事 (熊本市)

一般県道砂原四方寄線(花園工区)下硯川地区 道路改良工事 (熊本市)

一般県道花園インター線池亀地区道路改良及び 調整池築造工事(熊本市)

その他事業 《傾向と対策》



その他事業 (126 百万円 (2013/12) ⇒ 258 百万円 (2014/12))



各事業ともに増収を確保

㈱システムハウス福知山

システム開発事業

122百万円



148百万円

㈱ビイケイエステート(不動産事業)

不動産管理事業

4百万円



5百万円

㈱ビンク

(2014/6より新たに連結)

一般労働者派遣業



59百万円

㈱セレモニーサービス

(2014/6より新たに連結)

冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルタント業務



44百万円



システム開発事業





不動産管理事業



一般労働者派遣業

中期経営計画 Revival and Growth 2017

 $2015/6 \sim 2017/6$

定量目標 経営目標



《連結》

単位:百万円 (%表示は、対前期増減率)

	2015/6		2016/6		2017/6	
売上高	6,800	(1.7%)	7,300	(7.4%)	8,000	(9.6%)
営業利益	100	(433.9%)	150	(50.0%)	250	(66.7%)
経常利益	100	(132.2%)	170	(70.0%)	280	(64.7%)
当期純利益	50	(1.6%)	100	(100.0%)	200	(100.0%)

《単体》

	2015/6		2016/6		2017/6	
売上高	3,600	(△0.5%)	3,670	(1.9%)	3,800	(3.5%)
営業利益	△30	(-%)	1	(-%)	30	(30倍)
経常利益	75	(-%)	100	(33.3%)	150	(50.0%)
当期純利益	15	(-%)	40	(166.7%)	80	(100.0%)

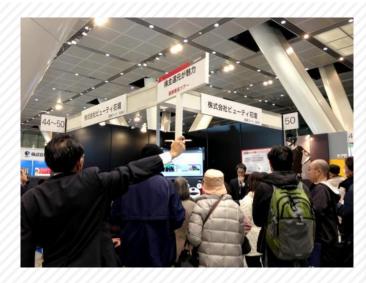
Revival and Growth 2016

株主還元~企業価値の向上~

企業価値の向上 資本政策・株主還元



- ·配当性向目標 30% (連結当期純利益)
- ・収益拡大により、一株当たり当期純利益を増加
- ・個人投資家向けの説明会等を継続実施
- · facebook等を活用した企業活動 P R



個人投資家向けIR



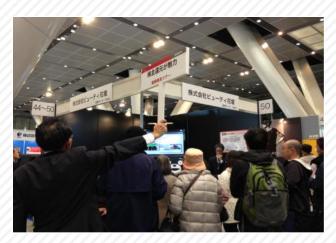
企業価値の向上 資本政策・株主還元

野村IRフェアアウォードにて、ブース部門最高ポイントを獲得

株式会社ビューティ花壇は、野村インベスター・リレーションズ株式会社主催の、野村 I Rフェア2014 (2014年12月16日・17日開催)にて、野村 I Rフェアアウォード(ブース部門)の最高賞(57社中)を受賞し、このたび表彰されました。

2015年1月27日に表彰式が行われ、トロフィーが授与されました。

この賞は、野村IRフェア2014(会場:東京国際フォーラム)の来場客の皆様による投票で決定されるもので、 当社ブースはその中で最高の評価をいただきました。



当日の会場の様子



ブースの様子 生花祭壇・アレンジ花



表彰の様子

企業価値の向上 資本政策・株主還元



株主優待制度 (2013年9月より実施)

18期優待内容

・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

・オリジナルくまモングッズ贈呈



胡蝶蘭・観葉植物購入サイト (イメージ)



楽天市場購入サイト (イメージ)



エコバッグ





直近では減少も、株主優待の導入、株式分割により株主数は増加傾向。 今後も積極的なIRにより、株主数・時価総額UPを目指す。

ご清聴ありがとうございました

■IRに関するお問合わせ先

総務人事部/総務人事課

★TEL: 096-370-0004

★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。

質疑応答