

BEAUTY  
KADAN

2015年6月期

決算説明会資料

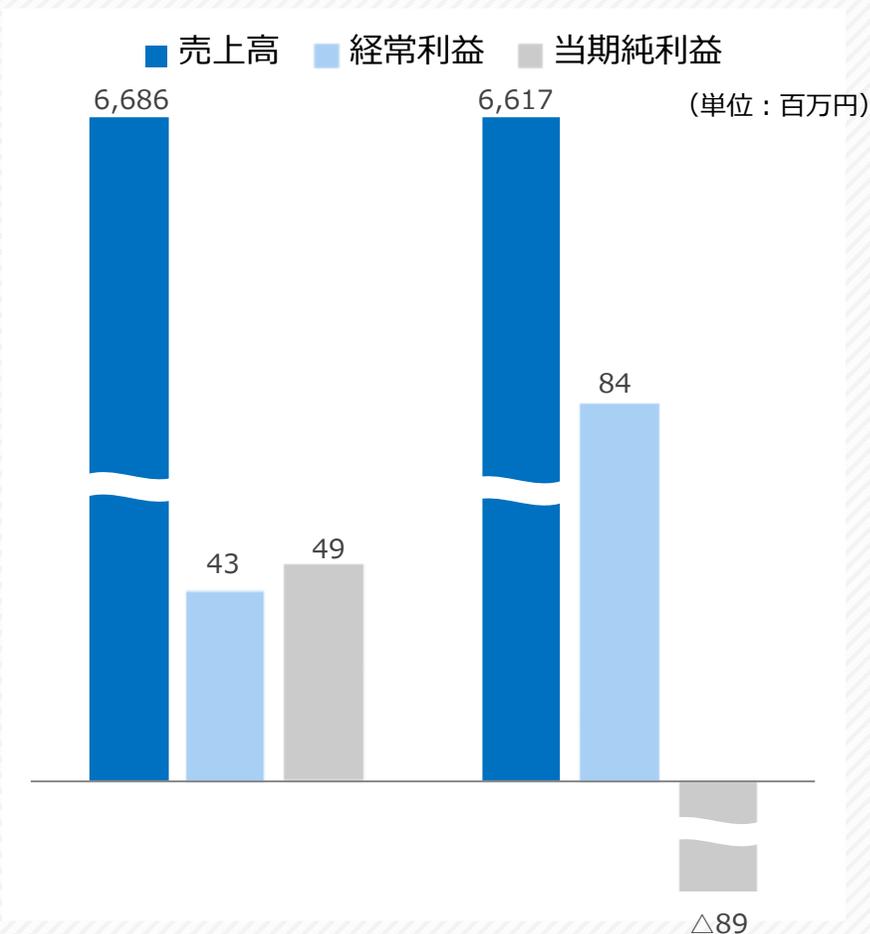
株式会社ビューティ花壇

《証券コード：3041》

- 01. 2015年6月期 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. 質疑応答**

# 2015年6月期 業績ハイライト

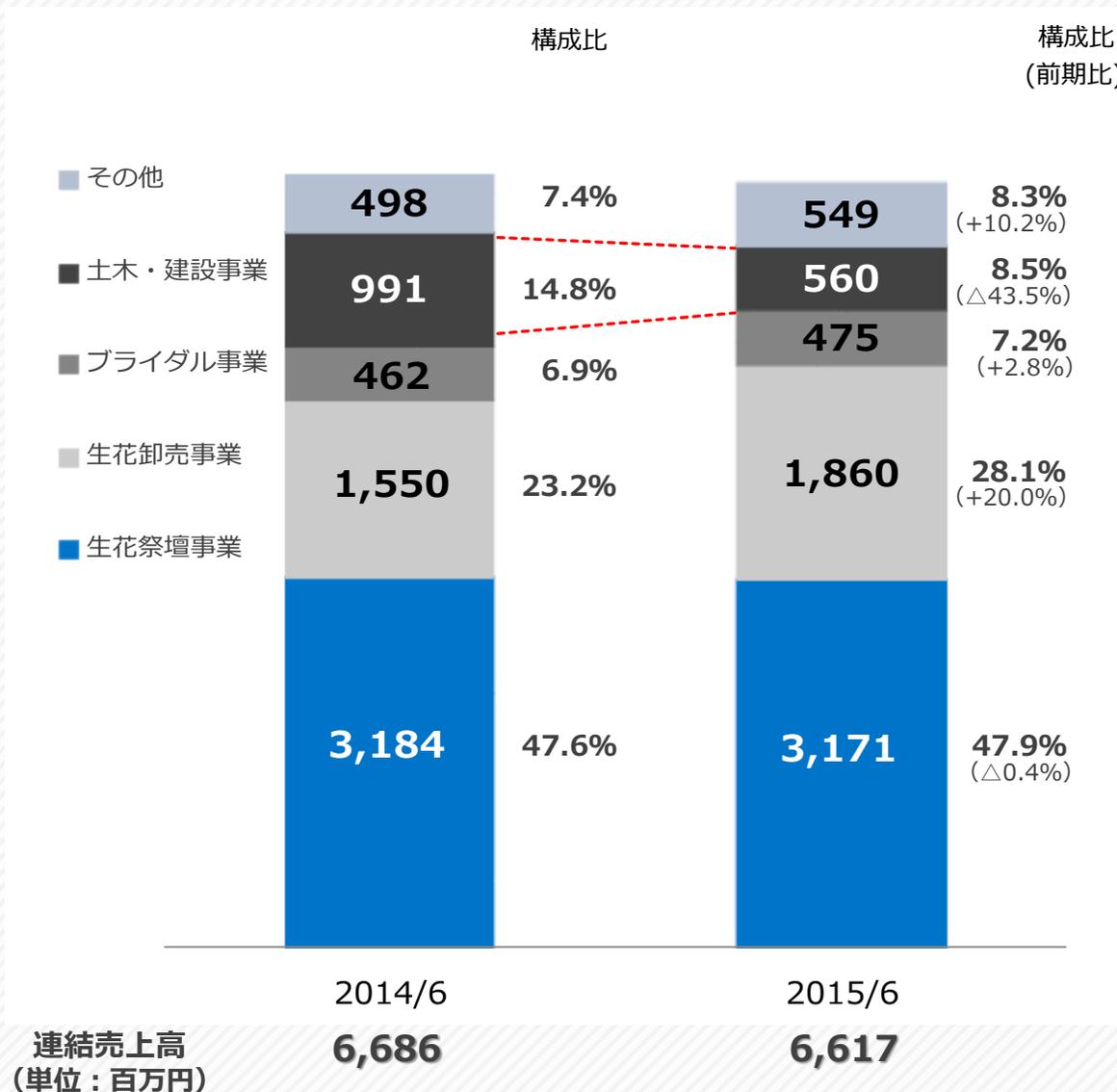
各事業ともに総じて売上高は増加（土木・建設は除く）し増益へ。  
不動産売却損・減損損失計上により最終利益では減益に。



(単位：百万円)

	2014/6	2015/6	前期比
売上高	6,686	6,617	1.0%減
売上原価	5,547	5,484	1.2%減
売上総利益	1,139	1,133	0.5%減
営業利益	18	113	504.8%増
経常利益	43	84	96.0%増
当期純利益	49	△89	—

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、またこれによるシナジーが一部顕在化したこと等により売上増。

**ブライダル装花事業**

首都圏（豊洲・銀座・葉山）への店舗展開が奏功し、売上増。

**土木・建設事業**

一部繰越工事のあった前年同期比では売上減も、公共工事をはじめ総じて工事採算性が向上し増益に。

**その他**

各事業が総じて売上増。新たに就労継続支援事業を追加。

## 業績ハイライト 「セグメント別決算概況」

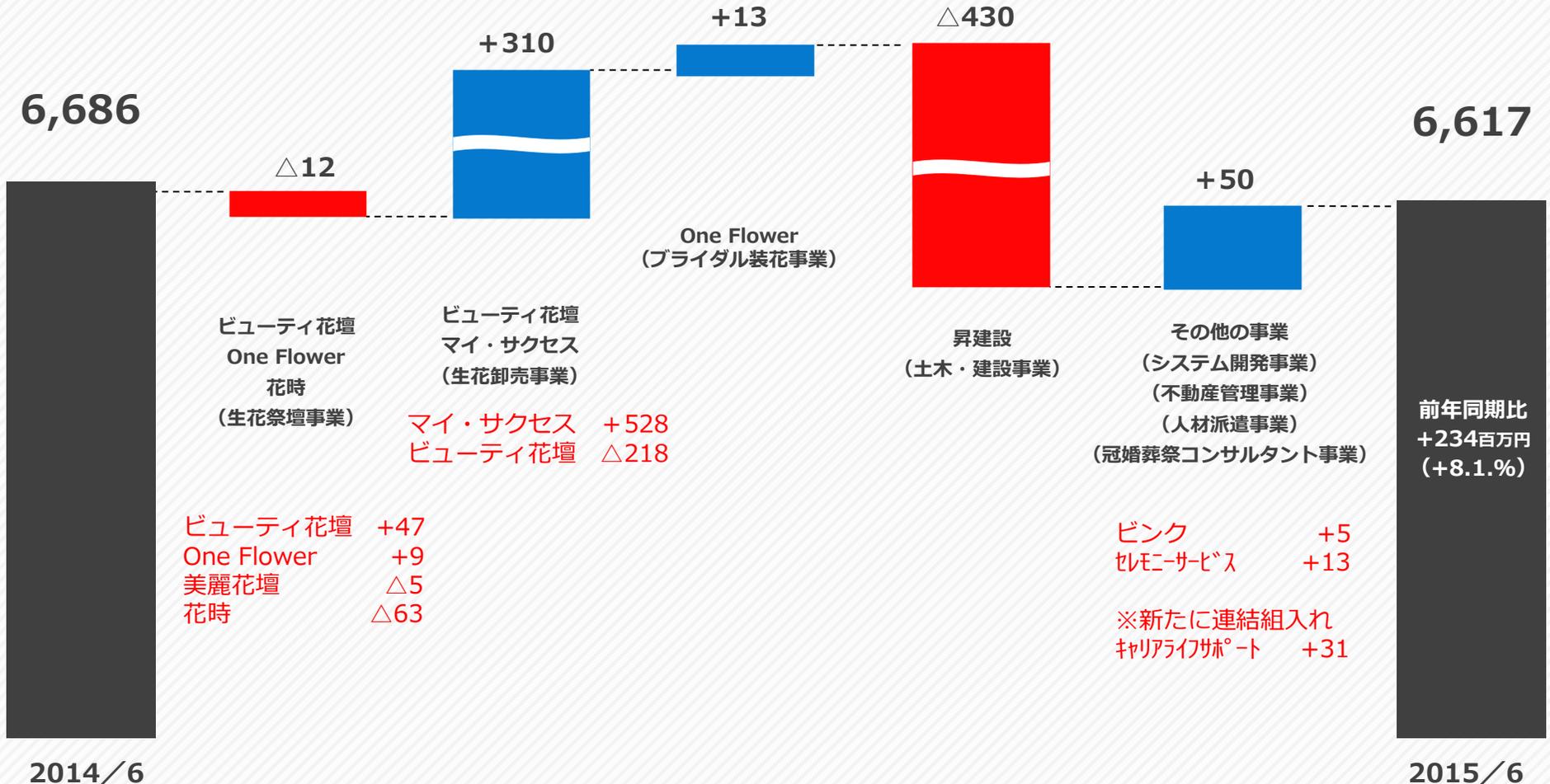
(単位：百万円)

	2014/6		2015/6		前期比	
	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	3,184	162	3,171	191	△0.4%	+17.7%
生花卸売	1,550	115	1,860	146	+20.0%	+27.0%
ブライダル装花	462	86	475	52	+2.8%	△39.0%
土木・建設	991	23	560	25	△43.5%	+5.5%
その他	498	31	549	14	+10.2%	△55.0%
調整額	—	△400	—	△316	—	—
計	6,686	18	6,617	113	△1.0%	+504.8%

生花祭壇事業において労務費圧縮策等が奏功。前期に特殊要因があった土木・建設事業において売上は減少するも、各事業ともに総じて堅調に推移し、前期比504.8%増の営業増益に。

グループ全社では前期比**1.0%減**の**69百万円**の減収。

(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		2015/6		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
<b>資産の部</b>					
流動資産	1,630	54.1%	2,360	69.3%	+730
固定資産	1,383	45.9%	1,044	30.7%	△338
資産合計	3,013	100.0%	3,405	100.0%	+391
<b>負債の部</b>					
流動負債	1,816	60.3%	2,094	61.5%	+277
固定負債	555	18.4%	758	22.3%	+203
負債合計	2,372	78.7%	2,853	83.8%	+481
<b>純資産の部</b>					
株主資本	633	21.0%	532	15.6%	△100
その他の包括利益累計額	5	0.2%	13	0.4%	+7
新株予約権	2	0.1%	5	0.2%	+3
少数株主持分	—	—	0	0.0%	—
純資産合計	641	21.3%	552	16.2%	△89
<b>負債純資産合計</b>	<b>3,013</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,405</b>	<b>100.0%</b>	<b>+391</b>

## 業績ハイライト 「連結キャッシュ・フロー計算書」

(単位：百万円)	2014/6	2015/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	△29	262
投資活動によるキャッシュ・フロー	△243	135
財務活動によるキャッシュ・フロー	229	356
現金及び現金同等物に係る換算差額	10	4
現金及び現金同等物の増減額	△33	758
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	789	1,548

## ポイント

**(営業活動によるキャッシュ・フロー)**

⇒主に、税金等調整前当期純利益29,672千円、非資金費用である減価償却費82,900千円、のれん減損損失28,962千円、減損損失72,895千円のほか、売上債権の減少66,210千円、仕入債務の増加60,461千円等を計上したことによるもの。

**(投資活動によるキャッシュ・フロー)**

⇒主に、有形及び無形固定資産の取得による支出61,106千円の一方で、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入28,280千円、投資不動産の売却による収入149,842千円等によるもの。

**(財務活動によるキャッシュ・フロー)**

⇒主に、借入金の純増320,364千円、セール・アンド・リースバックによる収入75,228千円の一方で、社債の償還による支出20,000千円、配当金の支払額14,771千円等によるもの。

## 1. キャッシュ・フローの推移

(単位：百万円)

項目	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
①営業CF	171	223	395	▲ 29	262
②投資CF	▲ 115	▲ 240	▲ 256	▲ 243	135
③フリーCF①+②	56	▲ 17	139	▲ 272	397
④財務CF	2	31	57	229	356
現金及び現金同等物の期末残高	515	528	773	789	1,548

## 2. 当座比率の推移

当座比率	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	159.0%	115.4%	93.7%	80.9%	103.2%

## 3. 固定長期適合率の推移

固定長期適合率	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	58.2%	81.2%	97.5%	116.3%	79.7%

## 4. ネットデット（ネット借入金）の推移

(単位：百万円)

ネットデット	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	259	683	619	910	525
				前期差	△385

## 【対前期ネットデット減少要因】

昇建設株式売却	335
BTY若葉不動産売却	155
昇建設連結除外による現預金の減少	-205
その他	100
合計	385

## 5. EBITDAの推移

(単位：百万円)

EBITDA	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	214	178	221	90	181

## 6. EBITDA／総資産

EBITDA／総資産	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	13.6%	9.0%	8.9%	3.2%	5.7%

## 7. EBITDA／自己資本

EBITDA／自己資本	第15期	第16期	第17期	第18期	第19期
	H23.6	H24.6	H25.6	H26.6	H27.6
	40.7%	29.6%	32.2%	13.1%	30.4%

# 各事業部における傾向と対策

# 生花祭壇事業 <<傾向と対策>>

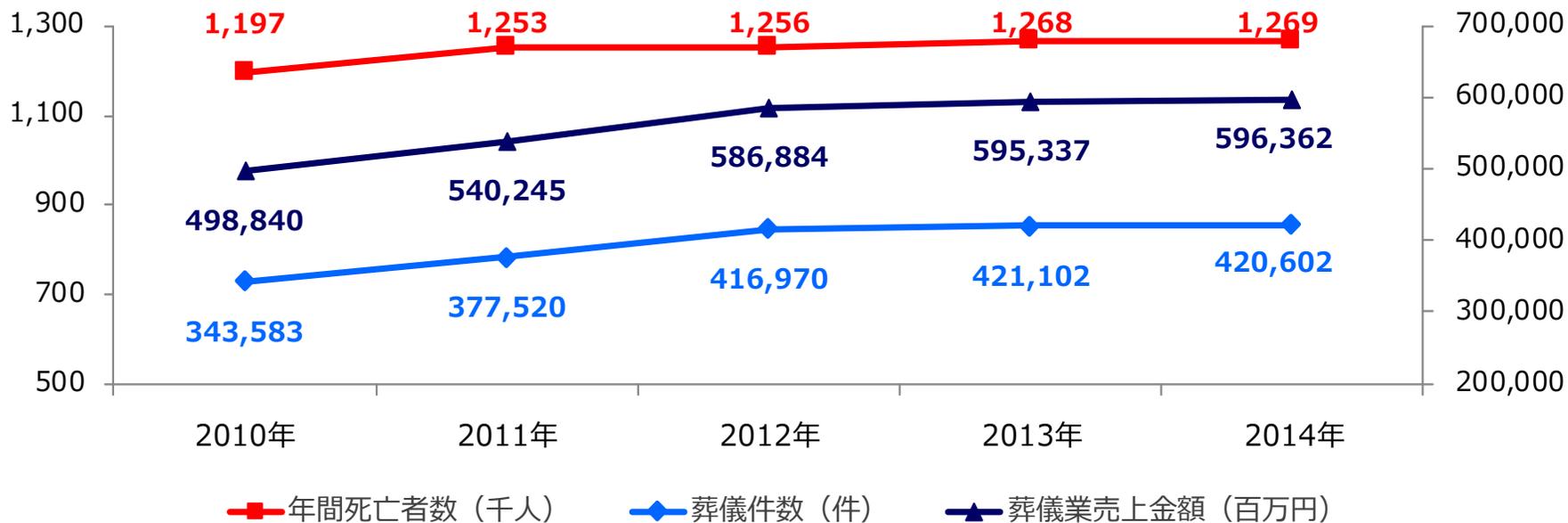
**生花祭壇事業** (3,184百万円 (2014/6) ⇒ **3,171**百万円 (2015/6))

➤ 業界動向①

**葬儀業全体の売上単価は、ほぼ横ばいで推移**

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

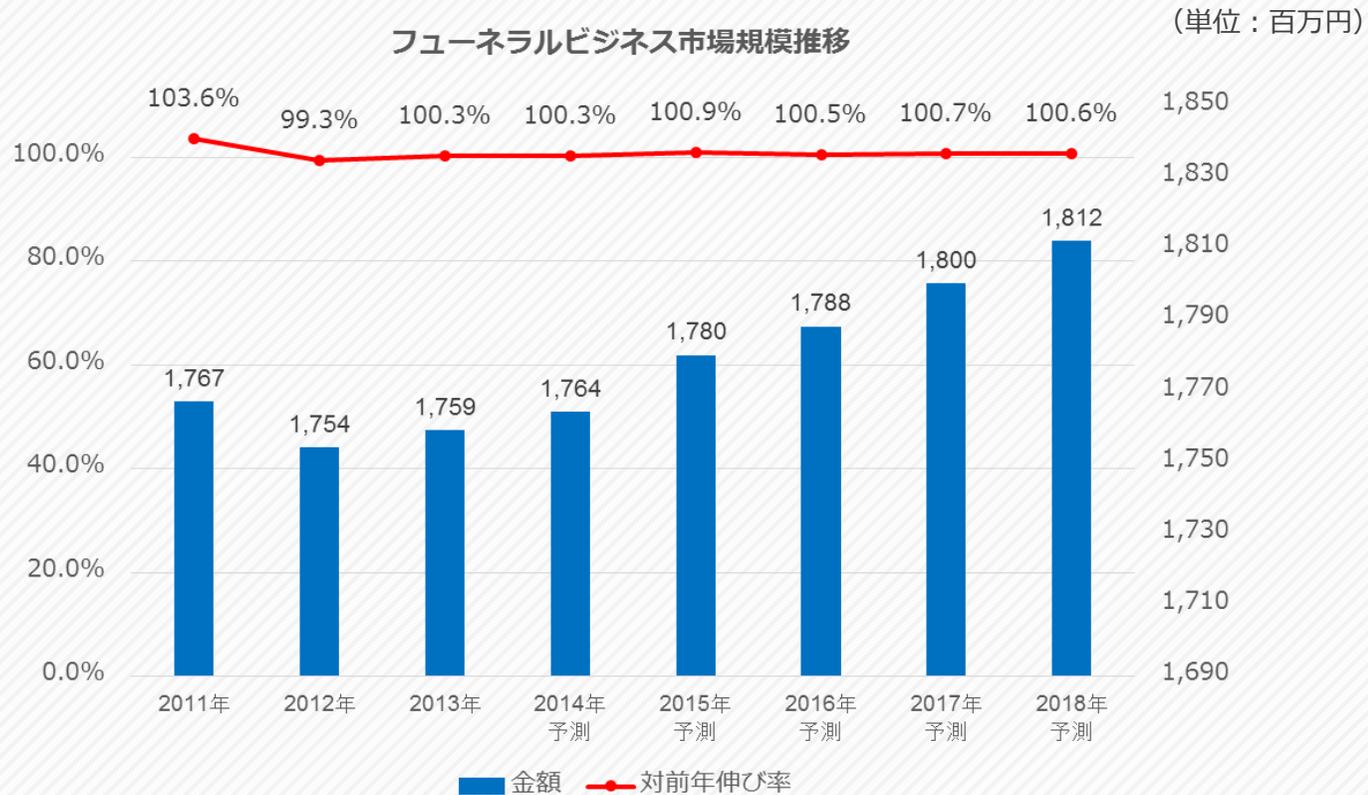


(出展 厚生労働省：人口動態統計月報年計  
経済産業省：特定サービス産業動態統計調査)

生花祭壇事業

> 業界動向②

▶▶ 死亡者数はほぼ横ばい、葬儀規模の縮小や参入事業者間の価格競争により、市場規模の伸びも横ばいで推移



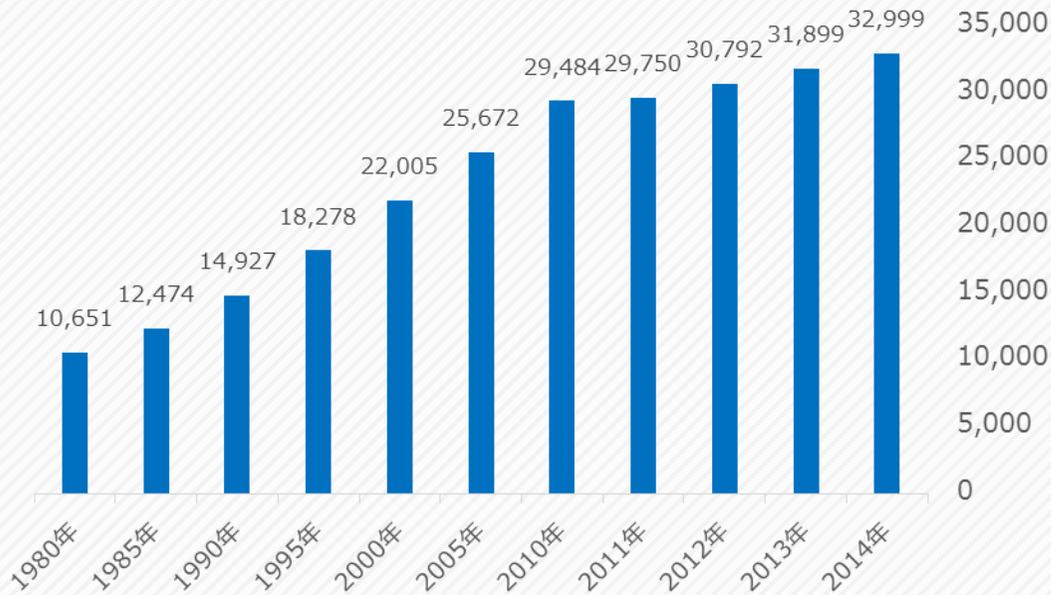
(出展 矢野経済研究所：2015年版フューネラルビジネスの実態と将来展望)

## 生花祭壇事業

> 業界動向③④

高齢者人口推移 (1980~2014年)

(単位：千人)



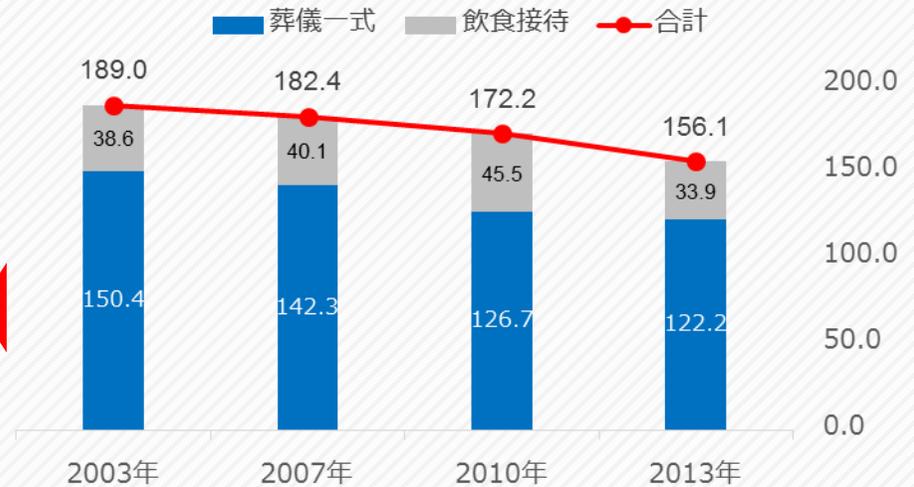
65歳以上の高齢者は、1980年での構成比は9.1%であったものが、2014年では26.0%に。今後2040年までは増加傾向にある。

大都市圏を中心に家族葬や直葬が増加傾向に。「老々葬儀」の進行により、遺族が交友関係を把握できなくなっていることや、コストをかけない葬儀を希望する傾向が強まる。

(出展 矢野経済研究所：2015年版フューネラルビジネスの実態と将来展望)

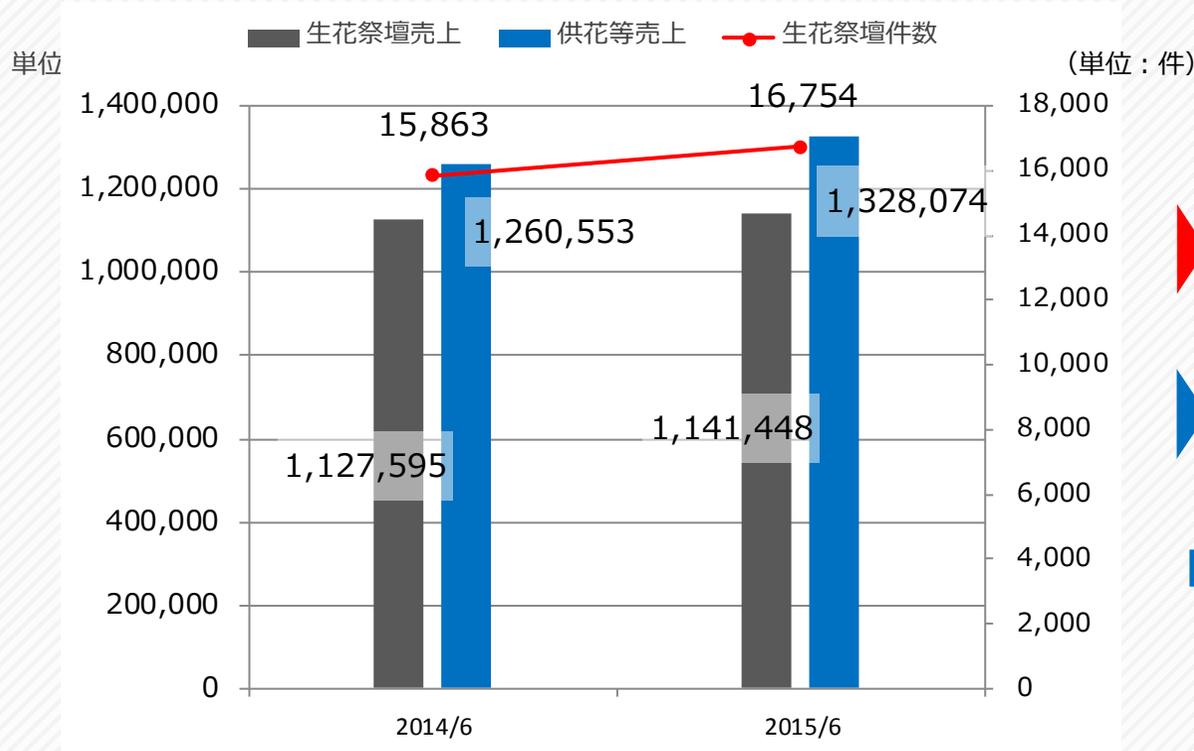
葬儀についての費用

(単位：百万円)



生花祭壇事業 分析 (単体)

生花祭壇・供花等売上・件数



生花祭壇の平均単価

71,083円 (2014/6)  
⇒68,129円 (2015/6)

受注単価は下落傾向

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

71,048 ➡ 64,833円

単価の下落傾向は変わらず。

## 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。

	2014/6	2015/6	増減
売上高（百万円）	1,507	1,498	△0.7%
顧客数（社）	769	740	△3.8%
施行件数（件）	7,623	7,969	+4.5%

### その他エリア

売上高（百万円）	仙台	348	349	+0.1%
	西日本	613	658	+7.1%
顧客数（社）	仙台	85	79	△7.1%
	西日本	170	182	+10.1%
施行件数（件）	仙台	2,811	3,007	+7.0%
	西日本	5,400	5,570	+3.2%

※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



対応策

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  
 ⇒子会社ピンクとの連携

パート社員の活用による原価低減と労務費の圧縮

→労務費率 《正社員：パート社員》

= 55.3% : 44.7% (2014/6) → 52.2% : 47.8% (2015/6)

→葬儀1件あたり労働時間 (総労働時間÷件数) 2014/6 上期を100とした場合)

95.3% (2015/6 下期実績) → 83.4% (2016/6) を目標

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



対応策

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。

⇒鋭意実行中

●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

⇒鋭意実行中  
新中期経営計画へ

# 生花卸売事業 ‹‹傾向と対策››

**生花卸売事業** (1,550 百万円 (2014/6) ⇒ **1,860** 百万円 (2015/6))

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

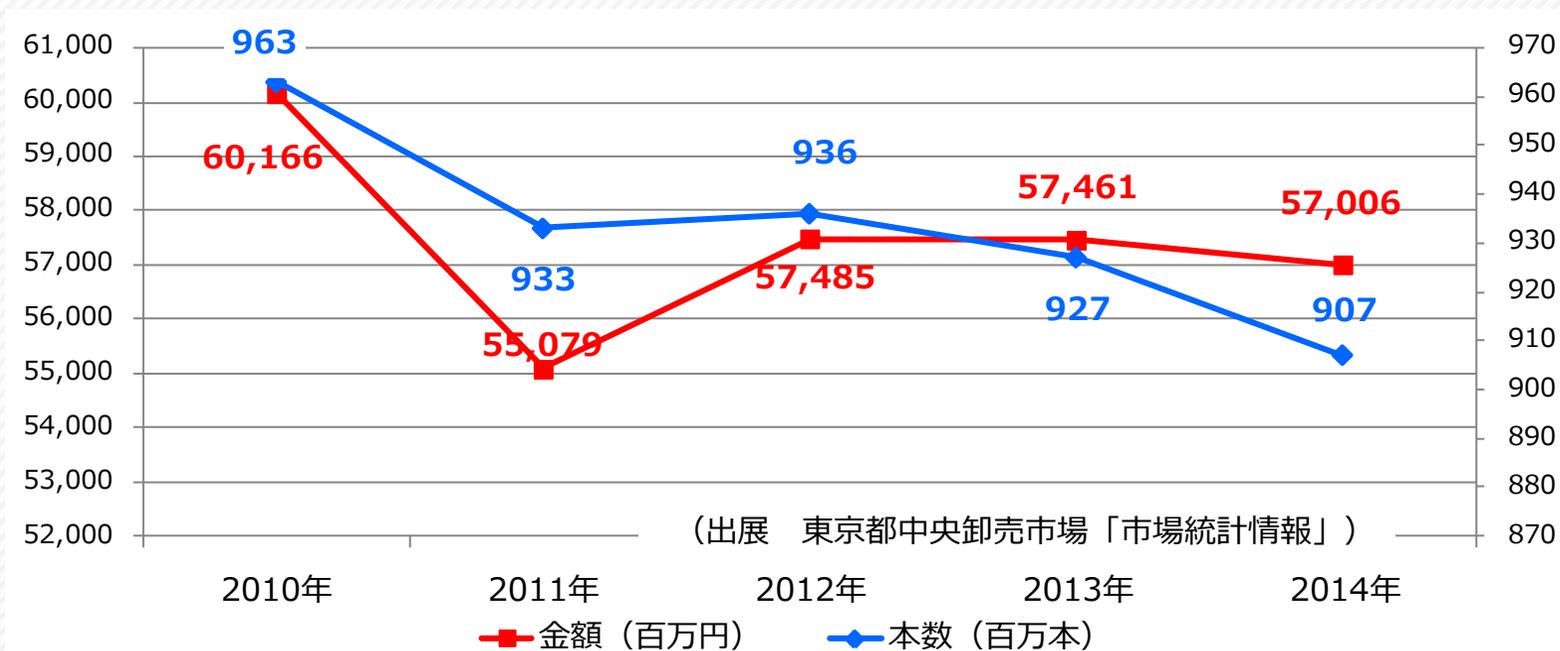


マイ・サクセス(株)の子会社化により売上増  
同社とのシナジー創出に向けたステージへ

› 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

(単体)

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

354百万円



268百万円

花束加工会社との共同仕入れ終了により上位10社の売上は減少。

一方で、今期よりマイ・サクセス(株)の業績が通年で連結PLに計上されたこと、一部シナジーが創出されたことにより売上は増加。



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。

## 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。

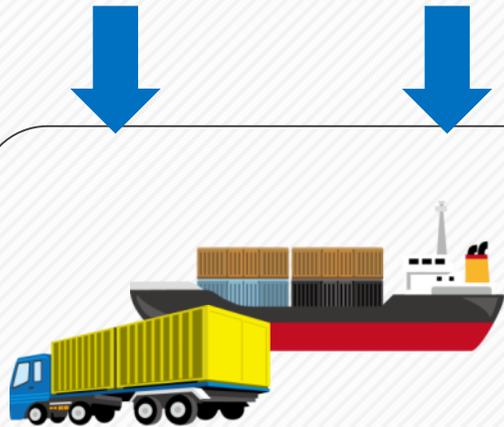


従来

現在

当社

マイ・サクセス



当社、マイ・サクセスそれぞれで  
通関コスト等が発生

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。

当社 マイ・サクセス  
輸入業務を移管  
～'14.12



輸入業務をマイ・サクセスへ移管  
通関業務を一本化

# ブライダル装花事業 <<傾向と対策>>

**ブライダル装花事業** (462 百万円 (2014/6) ⇒ **475** 百万円 (2015/6))

➡ 積極的な店舗展開等により、比較的好調に推移

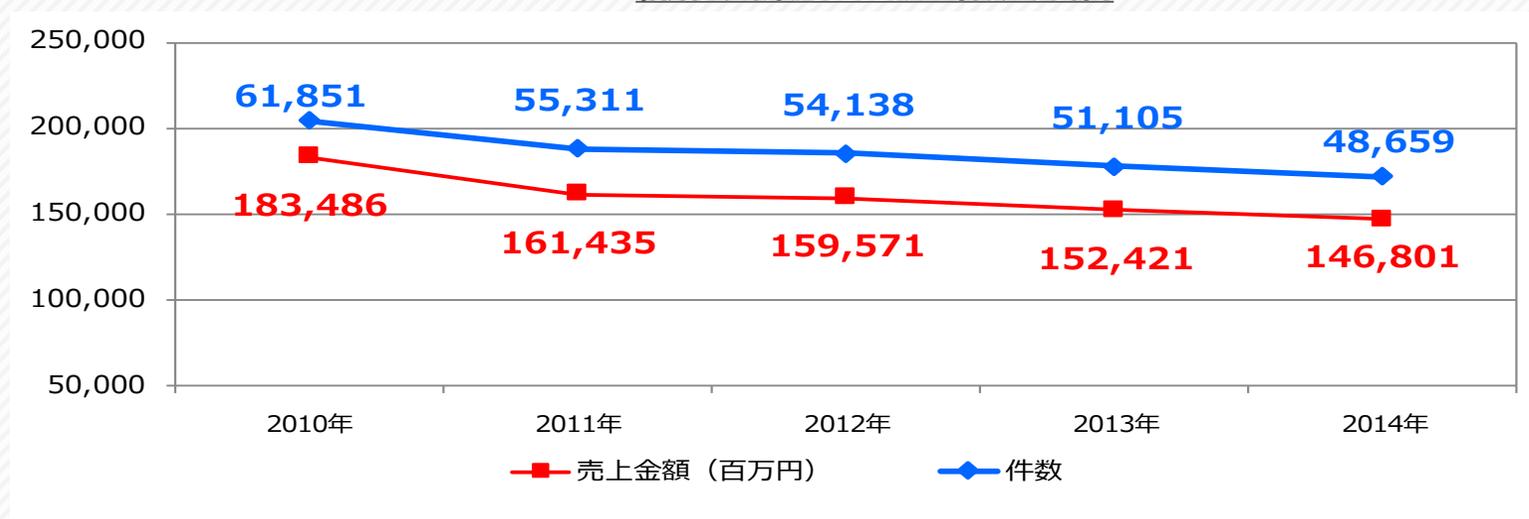
今後

➡ 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



(出展 経済産業省：特定サービス産業動態統計調査)

ブライダル装花事業 <<傾向と対策>>

銀座・葉山（ゲストハウスウェディング）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」ゲストハウスウェディング <<2014年 秋オープン>>



「葉山」ゲストハウスウェディング <<2015年 2月オープン>>



**土木・建設事業** (991百万円 (2014/6) ⇒ **560**百万円 (2015/6))

- ➡ 前年同期の繰越工事（約7億円）の影響により減収  
一方で全体的な工事採算性が上がり増益に。
- ➡ 当事業を行う昇建設(株)の株式を本年5月27日付で譲渡



白川黒髪下流地区築堤護岸工事（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）



一般県道花園イッパ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** (498 百万円 (2014/6) ⇒ **549** 百万円 (2015/6))

➡ 各事業ともに比較的堅調に推移

**(株)SHF (旧 (株)システムハウス福知山)**

システム開発事業 306百万円 ➡ **305百万円**

**(株)ビイケイエステート (不動産事業)**

不動産管理事業 7百万円 ➡ **8百万円**

**(株)ピンク**

一般労働者派遣業 118百万円 ➡ **123百万円**

**(株)セレモニーサービス**

冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルタント業務  
66百万円 ➡ **79百万円**

**(株)キャリアライフサポート** (2015/6より新たに連結)

就労継続支援事業 ➡ **31百万円**



システム開発事業



不動産管理事業



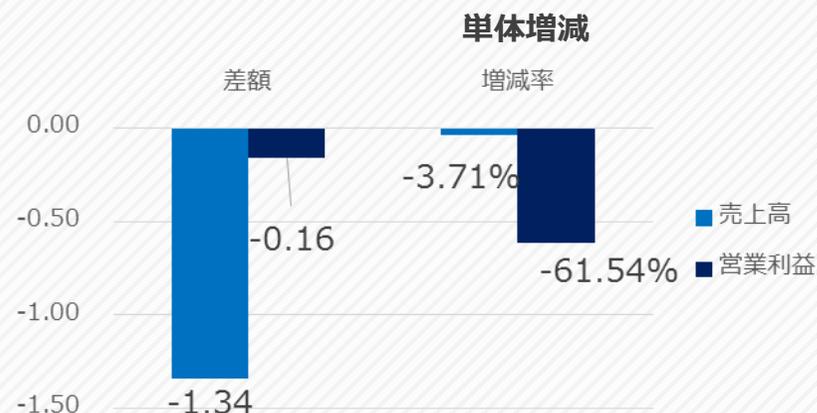
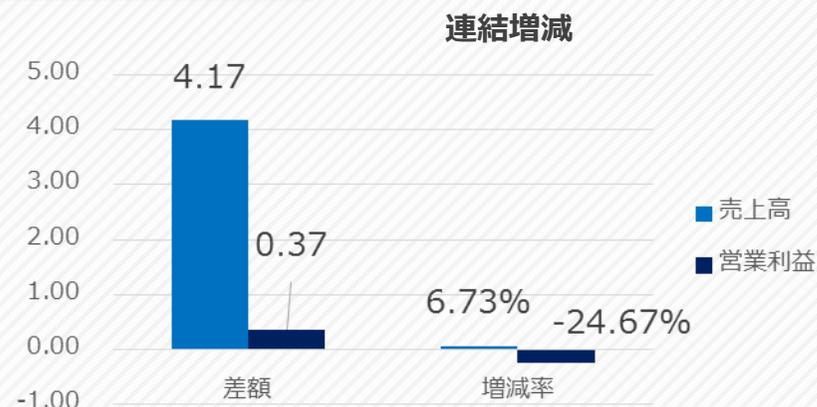
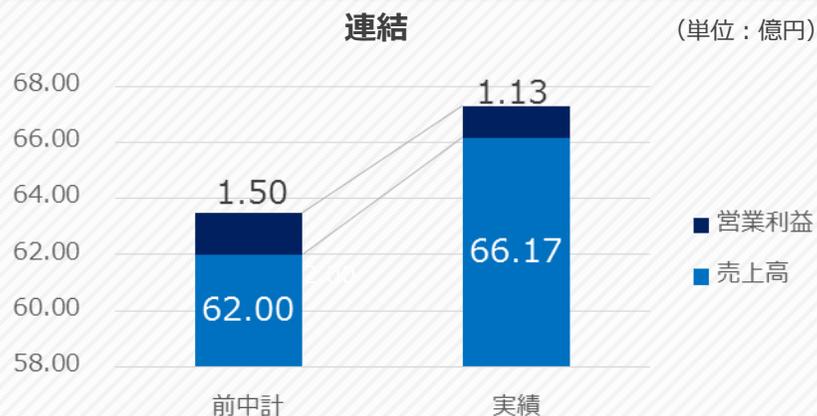
一般労働者派遣業

# 中期経営計画

2016/6 ~ 2018/6

1. 中期経営計画の刷新について
2. 外部環境
3. 中期経営計画について
4. 中期目標
5. 株主還元方針

## ■ 前中期計画（2014－2016）と19期実績との対比



前回中期経営計画とH27年6月の19期実績との対比

【連結】売上高 62億円→66億1700万円（6.73%増） 営業利益 1億5000万円→1億1300万円（24.67%減）

【単体】売上高 36億1000万円→34億7600万円（3.71%減） 営業利益 △2600万円→△4200万円（61.54%減）

## ■ 2015 – 2017中期計画の刷新

### 【 2015年6月期における、計画未達の原因 】

- ・ **フューネラル市場の成熟化**
- ・ **予想を超えた急速な単価の下落、及び直葬比率の増加**
- ・ **円安の影響**

**売上総利益率が低下し根本的な収益構造の変革を迫られている。**



「業績の回復と向上」を目標に掲げた従前の中期経営計画に環境の変化に即した積極的な施策を盛り込むべく、**新・中期経営計画を策定。**

## ① 経営環境の変化

### (1) 直葬率の増加

国民のライフスタイルの変化や宗教観の変化から家族葬や直葬といった小規模な葬儀の増加等の影響により生花卸売・祭壇事業の売上件数の減少が進んだ。

単位：千件

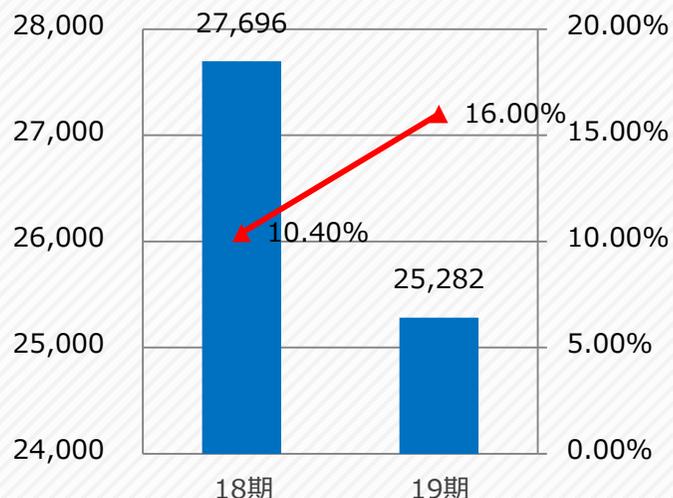
売上件数	18期	19期
卸売	27,696	25,282
祭壇	379	332
直葬率	10.4%	16.0%

※直葬率：① 10.40% 2012年12月データ

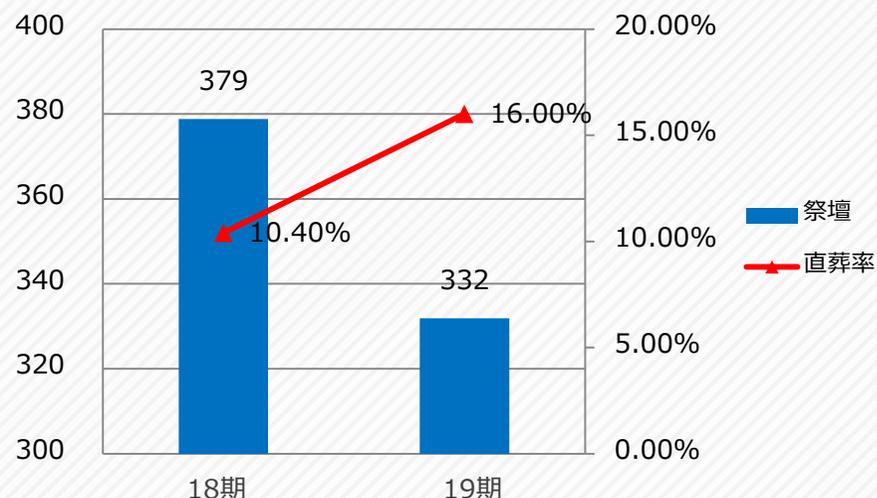
② 16.00% 2013年11月～2014年10月データ

出典：株式会社鎌倉新書ウェブサイト

直葬率と当社生花卸売事業売上件数の関係



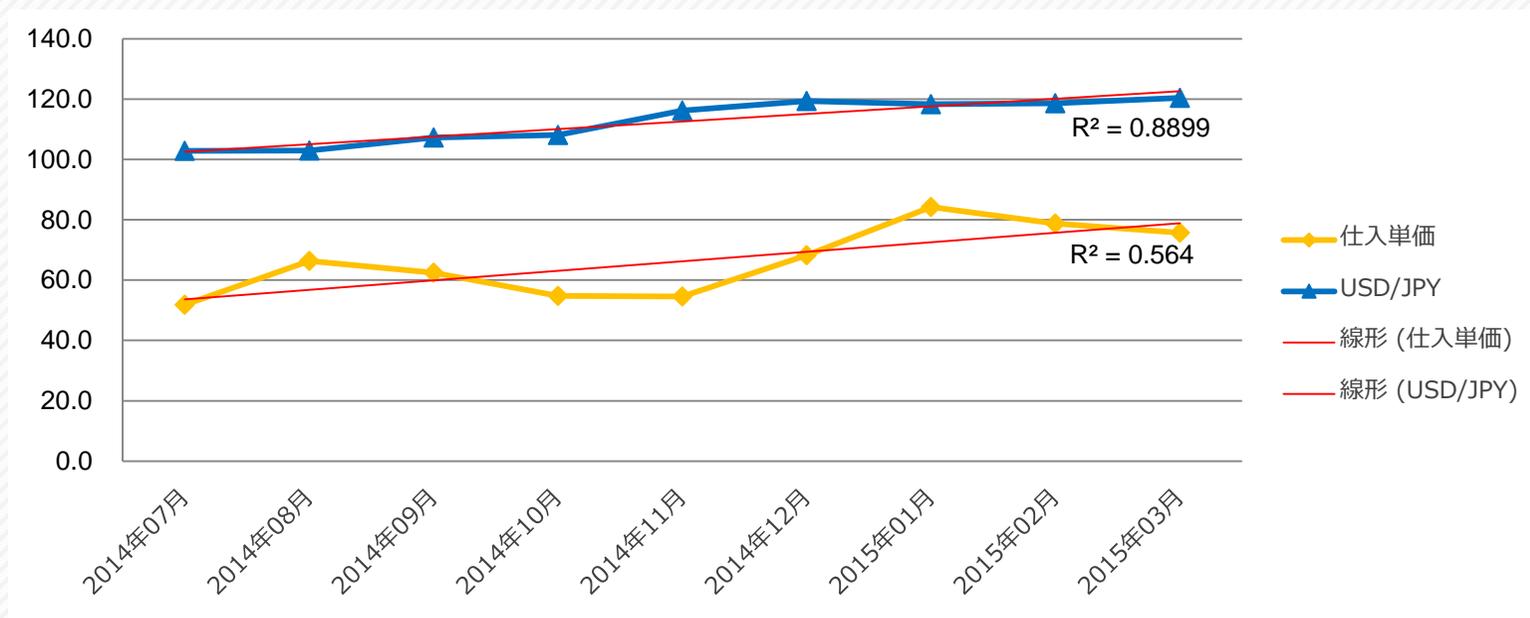
直葬率と当社生花祭壇事業売上件数の関係



## (2)円安の進行

第19期は、円安の影響により平均仕入単価が高騰。

年月	2014年7月	2014年8月	2014年9月	2014年10月	2014年11月	2014年12月	2015年1月	2015年2月	2015年3月	2015年4月
1ドル= (円)	102.8	103.0	107.2	108.1	116.2	119.3	118.3	118.6	120.4	119.5
仕入単価	51.9	66.4	62.4	54.8	54.5	68.2	84.3	78.7	75.7	73.2



## ②資本市場の変化

金融庁による**日本版スチュワードシップ・コード**の公表により

- ・投資家（投資する側）→企業とのエンゲージメントがより一層重要なものとなる
- ・企業（投資される側）→**コーポレートガバナンス・コード**「Comply or Explain\*」と

いった手法によりコーポレートガバナンスの更なる規範付が必要となってくる



**投資家との対話をより深めていくなかで、  
一層の自律と企業価値向上に向けた取り組みが問われる。**

Comply or Explain\*: 先に公表されている日本版スチュワードシップ・コードにも採用されている手法で、原則を実施するか、そうでない場合は、実施しない理由を説明するといったもの

2006年6月  
東証マザーズ上場

2016年に、  
上場10周年を迎える

従来

生花祭壇のパイオニアとして新たな技術を生み出し、  
広く一般に生花祭壇を普及させてきた当社は、  
高い技術力を有し「**業界のリーディングカンパニー**」として成長。

これから  
(中期)

単価下落、直葬の増加が加速度的に進む現在の事業環境に対応し、  
「**業界のコストリーダー**」として  
生産規模や販売規模、原料調達などの**物量を拡大**させ、  
長年培った技術力による製造プロセスの効率化により、  
**他社を寄せ付けない低コスト化を実現**。  
その結果として**市場シェアを拡大し圧倒的な優位性を獲得**することを  
中期経営目標とする。

## ★中期売上目標

- 生花祭壇事業：毎期2～3%の増加
- 生花卸売事業：今期25億円、早期に50億円の売上高達成を目指す

## ★事業持株会社としての発展⇒長期的なHD化計画

これまでのM&Aの推進により取得した子会社に対し、現状ビューティ花壇が事業持株会社としての機能を有しており、ビューティ花壇グループの中核を成している。  
今後は更に、機動的な事業管理を実現し、グループ全体の事業利益を最大化するべく、より完全なホールディング・カンパニーとして純粋持株会社化を目指す。

## ★財務の最適化

事業への積極投資を実施していくなかで、財務レバレッジ効果を目論み他人資本の有効活用をする。  
また、財務基盤の安全性を確保するべく、短期資金金額が運転資本金額以下となるよう長期資金を優先的に活用する。

		20期	21期	22期
		原価率・営業利益率の改善	原価率・営業利益率の安定化	ROE10%以上での安定成長
生花祭壇事業		<ul style="list-style-type: none"> <li>・タブレット端末を使ったお見積りシステムの提供開始</li> <li>→関東エリアで500台のユーザー導入を目指す</li> <li>→ビューティ花壇、SHF及びピンクとの連携による販売促進</li> </ul>	お見積りシステムご利用率の向上	お見積りシステムご利用率の安定
	生花卸売事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マイ・サクセスとビューティ花壇流通部門の連携強化の実施</li> <li>花の商社として規模拡大を目指す</li> </ul>	連携強化による取扱物量の増大  輸入比率50%以上 (19期現在約40%)	スケールメリットによる市場に対する交渉力の向上
	売上高目標	25億円	37億円	40億円
グループ全体	営業利益率目標	8.4%	7.2%	7.1%

## 環境の変化への対応策

### 1. 海外における生産拠点（展開拠点）の検討

- 原価戦略において  
輸入だけでなく、現地での生産を検討する
- 展開拠点として  
今後も継続的に事業発展するためには、縮小傾向にある日本市場だけではなく、グローバルな展開を進めることが必須と考える。  
産地開発拠点に海外進出のための拠点としての機能を内包させ、今後のグローバル構想実現につなげる。



## 2. 物流の拡充 卸売の規模拡大

### 当社流通部門とマイサクセスの連携による事業シナジーの増大を図る

海外、国内での事業の垂直統合により、花に関する付加価値の連鎖を創出する  
サプライチェーンの構築



大規模な物流拠点を設け、大量物流を実現



生産から加工、販売を統合する業務展開により事業の六次化を図る

このサプライ・チェーンの基盤の担い手として就労支援（キャリアライフサポートとのシナジー）  
及び外国人労働者を積極的に雇用する。

六次化とは⇒第一次産業である農林水産業が、農林水産物の生産だけに止まらず、それを原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園のような地域資源を生かしたサービス等、第二次産業や第三次産業にまで進出すること。

## 3. 花の販売先・既存生花店への戦略的な出資、FC化

- ▶▶ 物流機能を充実させることによる量的拡大を図り、スケールメリットを活かした低コスト化を実現するとともに、確かな技術力の提供により**生花店のネットワーク**を構築。

また、ブランド力のある生花店からは、そのブランド力、オリジナリティを当該ネットワークで共有する仕組みづくりを実施。

既存の生花店と競合しないM&A、或いは業務提携による共存共栄の体制を採り、密度の経済を活かした収益体制を構築。

## 4. 世界最高レベルである日本市場で培った高い技術力を活かした、イベント演出の分野におけるグローバル展開

- ▶▶ 長期における海外展開を見据えて、20期から調査・検討を開始する

ROE10%以上を目指す為の取り組み

KPIとしているROEを各年度10%以上達成させる為の経営3本柱

1. 収益性	売上高当期利益率	グループ企業間のシナジー効果を最大化する 事業利益重視の経営
2. 効率性	総資産回転率	「持たざる経営」により総資産圧縮を目指す 資産効率重視の経営
3. 負債の有効活用性	財務レバレッジ	資金の積極的かつ有効な投下による事業効率 向上重視の経営

## ◆業界のコストリーダーに

商品レンタル等、**顧客ニーズを積極的にフォローするサービスの提供、**  
ツール開発及び加工物流センターの活用による**低コスト祭壇開発への取り組みの実施**

## ◆生花店ネットワークの構築

集約化⇒大手競合他社を含む他生花店との連携を進めることにより、  
主として関東においてエリア・ドミナント戦略を推進する。  
→既に実施している取り組み：他社と連携したフローラルフォームの共同購入

## ◆タブレット端末を活用した営業戦略

SHFと連携したタブレット端末による営業戦略で顧客の囲い込みを図り、  
ストックビジネス化を一層進めると同時に、コストの低減、営業効率の向上を図る。

- ①カタログ等紙媒体の印刷コストが不要、かつリアルタイムでの商品企画等提案が可能。
- ②グループ企業間のシナジー効果により組織横断的な営業が可能。
- ③ユーザー様（葬儀社様）にとっては、エンド・コンシューマー様に対するご提案・オーダーをシームレスに行えるメリットが得られる。

## ◆ビューティ花壇流通部門とマイサクセス(株)との連携

- (1) 連携によるシナジー：産地との交渉力向上、販売チャネルの拡充
- (2) 取引高の増加によるスケールメリット → コスト削減
- (3) 海外生産・開発拠点の設置を模索するとともに、輸入比率50%を目指す。

## ◆物流の拡大とコストダウン

### (1) Input

海外・国内(傷み易く輸入が困難な白バラ等は国内で生産)における産地開発、生花の生産。

### (2) Flow

大規模物流拠点を活用した取扱量増加によるスケールメリットによって、コストを抑制し、利益率を向上させる。

### (3) Output

生花祭壇事業におけるタブレット端末を利用した営業戦略及び、取扱物量の増加を背景にした営業機能の強化とともに生花店のネットワーク化、海外進出といった販売チャネルの拡充を図る。

### (4) Integration

(1)～(3)の戦略を垂直的統合するサプライチェーンにより原価の安定化と、コストダウンを目指す。

(株)One Flower

## ◆事業拡大と原価低減へ

披露宴の小規模化・取引式場の組数減少トレンドは続くも、

2015年6月期までに豊洲、葉山、福岡などの新規拠点の出店等積極展開し奏功。  
中期的にも大都市圏（東京・大阪）の営業推進に注力しさらなる事業拡大を図る。

原価についてはグループの調達力をフルに活用し、さらなる原価低減を図る。



«豊洲»  
クラウンガーデネックス豊洲店

«福岡»  
クラウンガーデネックス姪浜店



(株)ビंक

## ◆中期基本方針

### ◆ブランドの拡がり

- ・高品質なサービスの提供
- ・安心感と信頼の成長
- ・長期的なお客様との関係維持

### ◆成長支援の場を強化

- ・実技と筆記の認定試験制度を開始
- ・マネジメントリーダー（管理職）の育成と成果を実現
- ・求職者に魅力を与えられる企業アピール

### ◆司会者派遣のブランディング強化

- ・業界トップの司会者派遣
- ・徹底的な司会者のレベルアップ
- ・プロの研修教育、試験制度、昇給昇格の評価

## 数値目標

- ・2017年6月期までに売上高2億円、営業利益600万円
- ・2018年6月期までに売上高2.3億円、営業利益800万円
- ・2015年7月期～2019年までに従業員数100名へ

## (株)セレモニーサービス

### ◆商圏エリアでの差別化

- ・ブランディング強化（花送葬）
- ・付加価値を高めた商品企画・提案
- ・葬儀費用の明朗化の認知度強化企画・提案
- ・顧客満足度の高いサービス提供が可能な組織マネジメント手法の提案

### ◆地域コミュニティの確立

- ・役立つ情報発信型のイベント企画・提案（遺言・相続相談等）
- ・会館の商圏地域活動への有効活用（老人会・町内会・PTA等）

### ◆集客力の強化

- ・事前相談サロン出店による相談件数UPとアフター売上UPの企画・提案
- ・自社ホームページのSEO対策にて事前相談獲得強化支援
- ・スマホ対応型ホームページの企画・提案・運用のサポート
- ・出張型イベントの企画・提案

### ◆家族葬式場のドミナント展開

- ・半径3Kmを商圏とした出店モデルの企画・提案
- ・低投資かつハイイメージの邸宅型貸切会館の企画・提案

(株)SHF (旧 (株)システムハウス福知山)

## 基本方針

- ◆ 互助会、J A、専門社（大手、中小）全顧客に対応したサービスを提供する。
- ◆ SmileService（葬儀社様向け備品販売事業）を軸とした商材の売上規模の大幅アップ及びWEB制作の受注、保守売上等のストック事業の拡大を図る。
- ◆ 建築大手優良企業との継続的な受託開発案件を目指すとともに、2×4市場に向けた新システムパッケージ開発をリリース。



## Smile Service



### 3ヶ年重点課題

#### ◆フロー型売上中心からストック型売上中心への移行

システムの標準化と標準化によるライセンス提供の開始

安価なライセンス提供による顧客拡大

ストック型売上比率を3年後55%へ（2015年5月期予測35%）

#### ◆新サービスの開発

既存の資産を利用した新サービスのリリースと新サービスによる売上確保

#### ◆WEB販売の拡大

個人ユーザー向け売上の拡大

#### ◆東京進出による営業力強化

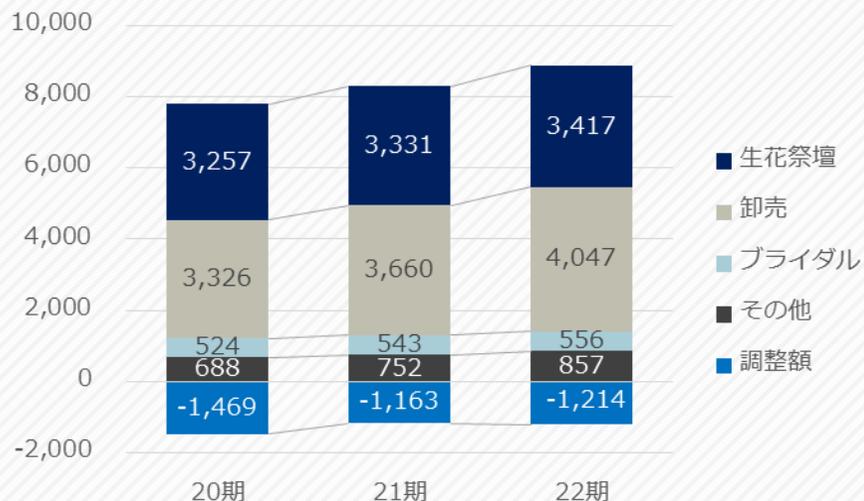
#### ◆既存資産を利用した異業種展開

(単位：百万円)

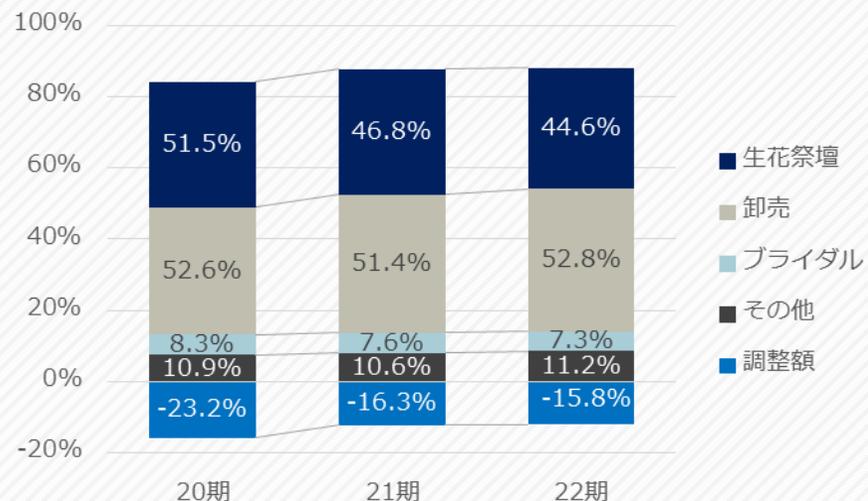
セグメント		20期	21期	22期
売上高	生花祭壇	3,257	3,331	3,417
	生花卸売	3,326	3,660	4,047
	ブライダル装花	524	543	556
	その他	688	752	857
	調整額	△1,469	△1,163	△1,214
	<b>連結額</b>	<b>6,327</b>	<b>7,123</b>	<b>7,664</b>
営業利益	生花祭壇	332	325	332
	生花卸売	146	206	206
	ブライダル装花	21	63	65
	その他	51	52	58
	調整額	△377	△443	△454
	<b>連結額</b>	<b>173</b>	<b>203</b>	<b>208</b>

### 売上高

(単位：百万円)

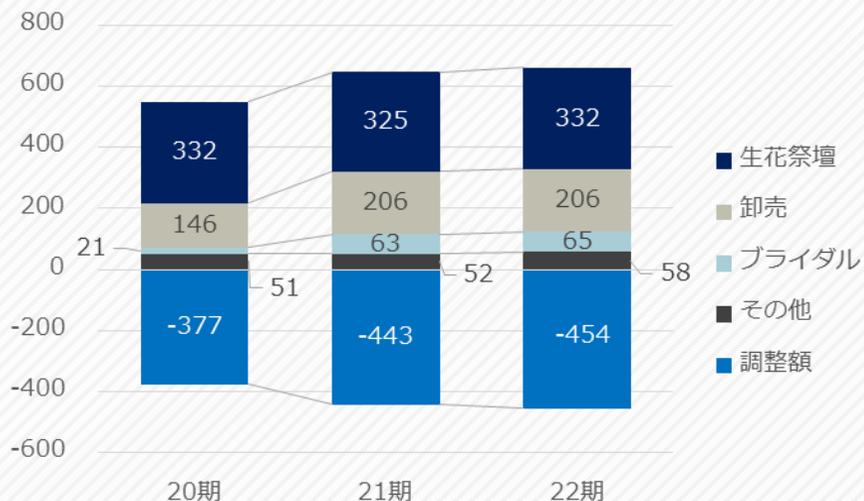


### 売上高割合

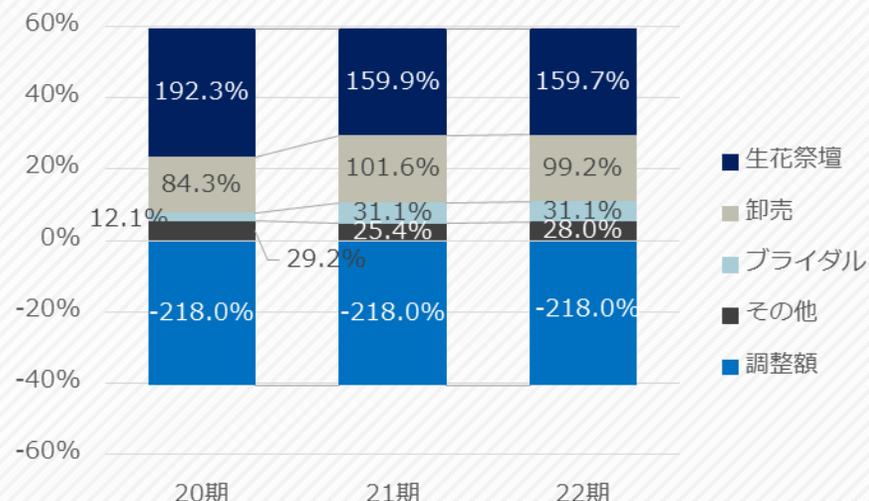


### 営業利益

(単位：百万円)



### 営業利益割合



## 株主優待制度（2013年9月より実施）

### 19期優待内容

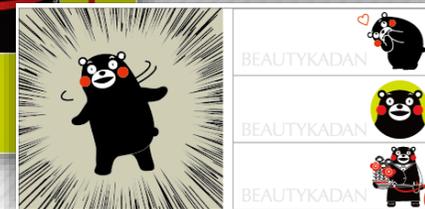
- ・ 胡蝶蘭or観葉植物の割引 or プリザーブドフラワーの割引
- ・ オリジナルくまモングッズ贈呈



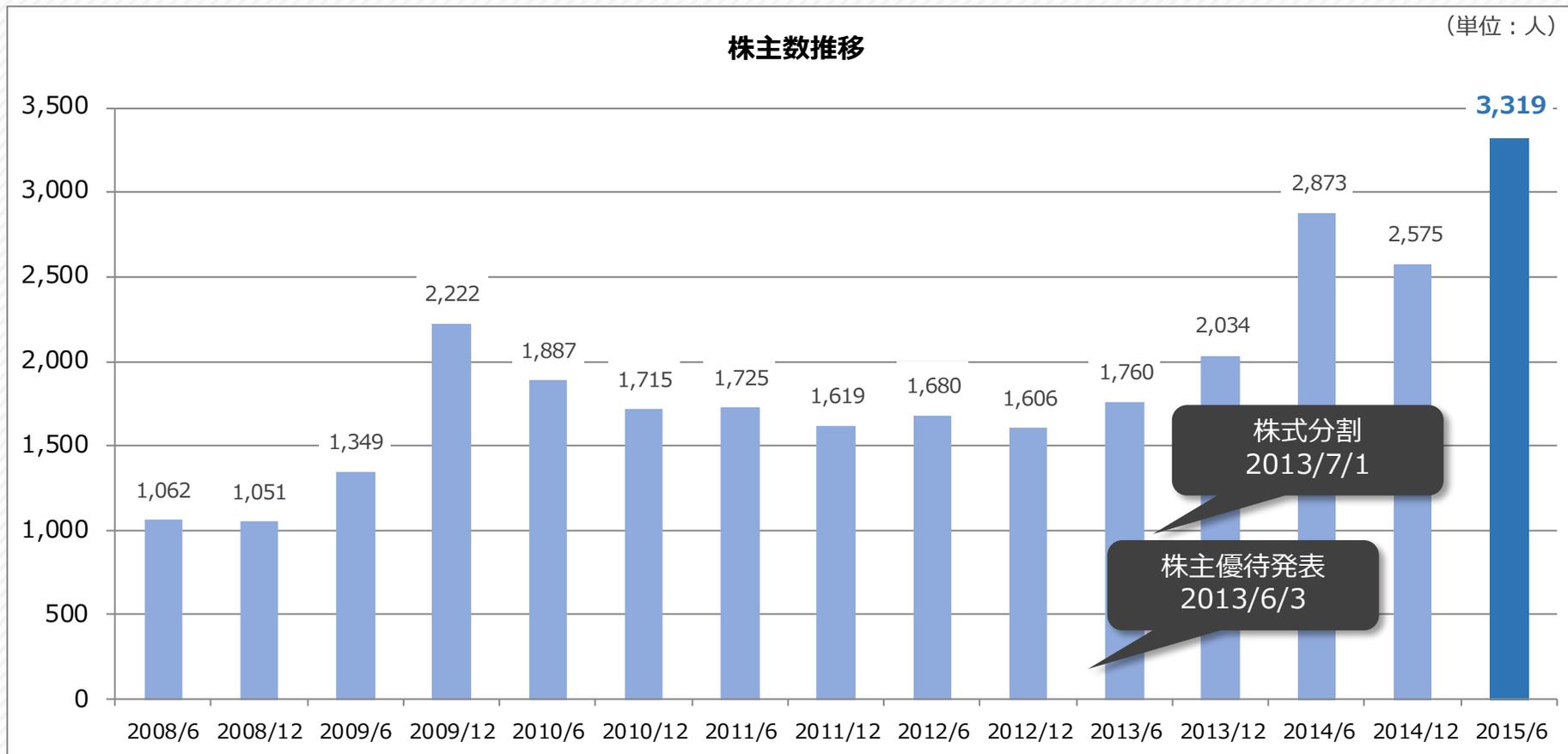
胡蝶蘭・観葉植物購入サイト  
(イメージ)



楽天市場購入サイト  
(イメージ)



くまモングッズ  
(ノート・付箋)



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し過去最高に。  
 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に関するお問い合わせ先

### 総務人事部／総務人事課

★TEL : 096-370-0004

★e-mail : [ir-info@beauty-kadan.com](mailto: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