

BEAUTY KADAN

株式会社ビューティ花壇

第23期 年次報告書

2018年7月1日～2019年6月30日

目次

| | |
|--------------------------------|------|
| 株主の皆様へ | P3-5 |
| 持続的成長の実現へ向けた 各事業における「傾向と対策」 | P6 |
| 事業紹介 | P7-9 |
| 決算のご報告 | P10 |
| 株式の状況／会社概要 | P11 |

証券コード：3041





生花祭壇事業

生花祭壇事業を担う各営業拠点では、主に葬儀関連会社に対し、生花祭壇や供花等、葬儀における主要商品の設営までを含めた提供を行っております。



生花卸売事業

生花卸売事業を担う子会社マイ・サクセスにて、国内外の生産者・卸売市場などから、顧客ニーズに合った商品（生花）をタイムリーに仕入れ、主に生花店や葬儀関連会社に販売しています。



ブライダル装花事業

生花事業の豊富な経験を活かし、食卓の一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等を子会社のOne Flowerを通じ、展開しています。



「儀礼文化の継続/後世への継承」を、
事業を通じて社会に提供する大切な価値として、
ビューティ花壇は持続的な成長を目指してまいります。

〔Q 当期の市場環境、
決算のポイント等について教えてください。〕

生花卸売事業の伸長を牽引役として
増収を確保する一方、
主力の生花祭壇事業での原価率の
上昇等が影響し減益となりました。

当期の主な連結業績は、売上高58億74百万円（前期比4.5%増）、営業利益19百万円（同88.3%減）、経常利益30百万円（同81.9%減）、親会社株主に帰属する当期純損失5百万円（前期は77百万円の利益）となりました。

主力の「生花祭壇事業」では積極的な拠点展開により、売上・受注件数は共に増加しました。また、「生花卸売事業」では戦力補強が奏功し、マレーシア産スプレーマム・タイ産デンファレの取扱量アップや新規顧客の増加など、二桁の増収を達成することができました。しかしながら、総じて葬儀1件当たりの単価が下落傾向にある中、「生花祭壇事業」が売上構成比率の高い関東エリアでその影響を受けたことや、競争が激化した九州エリアで受注が低調に推移したこと等から、「全体的な売上」としては、拠点拡充や人材補強等の戦略的先行コストをカバーするまでには至りませんでした。



代表取締役社長

三島 美佐夫

また、国内天候不良による仕入原価の高騰も利益面に影響を及ぼす結果となり、誠に遺憾ながら当期業績は売上・利益共に当初計画比で未達ともなりました。なお、以上のような当期業績の内容や今後の事業環境予測を真摯に踏まえ、当社では、現在展開中の中期経営計画の最終年度にあたる2020年6月期の業績予想を、連結売上高60億円（前期比2.1%増）、営業利益1億40百万円（同7.1倍）、経常利益1億40百万円（同4.6倍）、親会社株主に帰属する当期純利益1億10百万円へ見直したことを申し添えさせていただきます。

Q **それでは、取り巻く環境が一層厳しさを増す中でのこれからの「売上確保」という点についてはいかがお考えですか？**

安易にM&A等に走ることなく「地力をつける」ことに注力していきます。

家族葬や密葬など葬儀の小型化や直葬率の増加、葬儀単価の下落傾向は、今後も確実に続いていくものと思われます。このような環境予測の下、現在私が最も重視しているのが「これからの環境変化に勝ち残っていくための『地力』を養っていく」という考えです。

その具体的実践の1つとして当社では現在、各エリアでの精緻なマーケティングに基づく拠点網の整備および拡充を鋭意展開しています。当期では昨年7月の高松支店開設をはじめ計4拠点を新設すると共に、単価推移や人口動態など各エリアの特性を見据えた効率的配置転換を図り、いわゆる良い所/悪い所の双方を含めた、“自前による”各エリアでの的確な対応基盤の構築を進めることができていると、一定の手応えを感じてい

ます。今後も既存拠点のエリア内での多店舗展開や、その他のエリアへの積極的な新規拠点展開を進めてまいります。また、さらなる収益力アップを見込める既存店については、商圈の拡大を視野に移転も検討していく方針です。

Q **続いて同様に、これからの厳しい環境下での「原価率の安定化」に向けた施策方針についてお聞かせください。**

新たな取り組みとして生産者との「生産契約」を開始しています。

原価率の安定化という点に関しては、子会社である（株）アグリフラワーでの菊の生産が、まずまず順調に機能していると捉えています。そこで当社では、“生産のグループ化”により原価率を安定化させるべく、生産者との個別生産契約への取り組みを開始しています。

同契約の主たる内容としては、一部品種に関して当社が欲しい規格で生産者に大量生産してもらい、それを市場競争力のある価格で当社が全量一括購入する、というものです。契約生産者の開拓はまだスタートしたばかりですか、当社主旨に賛同してくれる若手生産者も多く、同取り組みに大いなる期待を寄せているところです。また、このようないわば“グループ生産者”のラインを北から南まで作ることができた暁には、他社に供給できる量を常時確保できるようになるとも思われ、生花市場からの買付け/海外からの直輸入/グループ内生産のバランスを適宜図りながら、今後はより複合的かつ効率的に原価率の安定化が図られるものと考えています。

Q 今後の事業展望など
株主の皆様へのメッセージをお願いします。

日々の事業活動を通じて、
日本の大切な儀礼文化の継続/
後世への継承役を果たしてまいります。

私たちビューティ花壇は生花事業を中心に、葬儀やブライダルを活躍の舞台として今日まで成長してまいりました。不遜ですがそのような立場から申し上げますと、直葬*率が増えたり、婚姻届を出したカップルの約半分が式を挙げないような現在の状況に対し、非常に憂いを抱かざるを得ません。

冠婚葬祭を執り行わない理由は様々かと思われませんが、儀式儀礼は日本の大切な文化であり、それを途切れることなく後世に伝えていくためにも、是非とも式を行って頂きたいと切に願っています。このような想いの下、当社では、資金面から式を行うことに躊躇する方々に対しては、低価格モデルでの冠婚葬祭プランの提案を開始しています。



同アプローチを今後も機動的に進めていくと共に、これまでご説明申し上げた内容をはじめとする一連の施策に邁進し、私たちビューティ花壇は、当社ならではの事業の経済性と社会性の両立を追求してまいります。株主の皆様方におかれましては、引き続きのご支援の程を何卒よろしくお願い申し上げます。

*通夜や告別式を行わない火葬のみの葬儀形態。

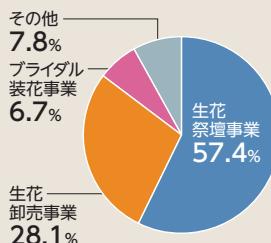
財務ハイライト

売上高

(単位：百万円)

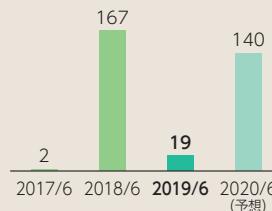


セグメント別売上高構成品



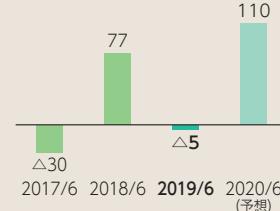
営業利益

(単位：百万円)



親会社株主に帰属する 当期純利益

(単位：百万円)



生花祭壇事業

2020年6月期計画

(単位：百万円)

| | 23期実績 (2019/6) | 24期計画 (2020/6) |
|------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 3,369 | 3,480 |
| 営業利益 | 478 | 528 |

傾向および今後の主な対策

葬儀業全体では市場は拡大傾向にある一方で、大都市圏を中心に家族葬や密葬など葬儀の小型化と共に単価の下落傾向が続いています。このような状況に対し当事業では、新規出店による顧客獲得&取扱量拡大、既存拠点における商圏拡大により、売上UPを目指します。また利益面では、(株)アグリフラワー（農業：花卉生産）での一部品種の生産比率の調整等を中心に原価低減を図ります。

生花卸売事業

2020年6月期計画

(単位：百万円)

| | 23期実績 (2019/6) | 24期計画 (2020/6) |
|------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 2,495 | 2,500 |
| 営業利益 | 19 | 37 |

傾向および今後の主な対策

生花市場における取扱金額・本数は下落傾向が続いているに対し、生花の国内全体における輸入金額・数量は増加傾向にあります。このような状況に対し当事業では、輸入・国内販売の一本化(組織改編)により市場販売の強化および効率化を図り、売上拡大を目指します。また利益面では、成田以外への輸入商品の入荷環境整備などにより、物流費・仕入原価の圧縮に努めます。

※セグメント間の内部売上高を含む

ブライダル装花事業

2020年6月期計画

(単位：百万円)

| | 23期実績 (2019/6) | 24期計画 (2020/6) |
|------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 395 | 431 |
| 営業利益 | △2 | 20 |

傾向および今後の主な対策

少子高齢化の影響を受けて婚姻件数・婚姻率は低下傾向にあるものの、晩婚化や挙式に対する考え方の多様化により、単価自体は高水準で推移しています。このような状況に対し当事業では、SAKURA MACHI Kumamoto出店やブライダルの新規事業スタートなど、積極的な事業展開を図ります。また生花祭壇事業との一部拠点統合などにより、コスト効率化にも努めます。

その他

2020年6月期計画

(単位：百万円)

| | 23期実績 (2019/6) | 24期計画 (2020/6) |
|------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 459 | 482 |
| 営業利益 | △23 | 21 |

主要グループ会社における今後の主な対策

(株)SHF(システム開発)では軽減税率対応等の特需+IoT・AIビジネスの中核事業化、(株)セレモニーサービス(冠婚葬祭企画・コンサル)では施行件数・単価UP+飲食部門外販の強化、(株)キャリアライフサポート(就労継続支援)では既存取引先からの受注拡大・利用者数UP促進、(株)アグリフラワー（農業：花卉生産）では、施設栽培の確立・生産量UP+生産コスト削減を進めます。

生花祭壇事業

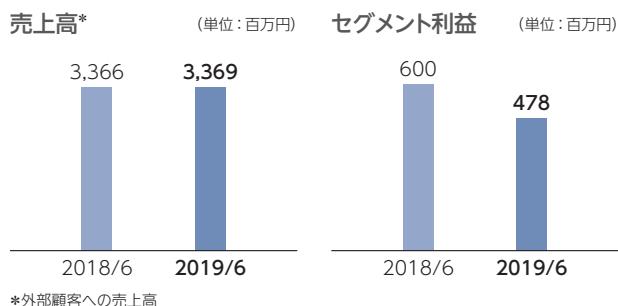
生花祭壇事業の売上高は、33億69百万円（前期比0.1%増）と、3期連続で過去最高を更新しました。

厚生労働省「2018年人口動態統計月報年計（概数）の概況」によりますと、年間死亡者数は1,362千人と推計され、前年同様、高齢化社会を背景に増加傾向にあります。経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」によると、葬儀業の2018年7月から2019年6月までの売上高は横ばい、取扱件数は増加傾向で推移しており、引続き葬儀単価はやや低下しつつも件数が増加し、売上は拡大している状況です。

このように葬儀業全体では市場は今後も拡大傾向にある一方で、特に大都市圏において「家族葬」や「密葬」等葬儀の小型化とともに単価の下落傾向が続いており、地方都市におきましてもこの傾向が徐々に顕在化しております。

このような状況の中で、当事業では、強みである機動

力や顧客ニーズへの対応力を活かすべく、関東・四国・九州エリアへ新たに拠点を展開する等、積極的に各施策を実行し、一定の効果が顕在化した労務比率の改善に続き、仕入原価の更なるスリム化等にも取り組んでまいりました。一方で九州エリアにおける売上の減少並びに、上述の新規拠点開設に伴うコスト増加の影響もあり、営業利益は4億78百万円（同20.4%減）となりました。



Topics 生花装飾

熊本県の特産物PRの会場装飾をしました(One Flower)

子会社One Flowerは、2018年12月9日にホテル日航熊本で開催された“第17回女子ハンドボールアジア選手権大会”のウェルカムパーティーにて、熊本県特産物PRの会場装飾を行いました。

メインオブジェは、ハンドボールをイメージした竹カゴの中に熊本県の特産物（会場で振る舞われた料理の食材）が入っており、（全体像で見ると）熊本県の形が表現されています。パーティー終了後は、熊本県庁新館の1Fに展示されました。



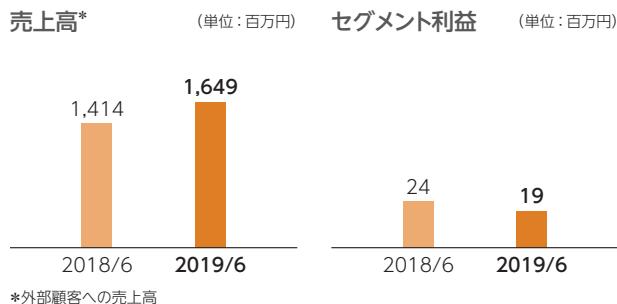
生花卸売事業

生花卸売事業は、100%子会社であるマイ・サクセス株式会社において、これまで進めていた業務効率化に加え、当社グループとしての更なる競争力強化を図っており、前期後半より奏功の兆しが見えはじめ、当期において顕在化いたしました。この結果、売上高は16億49百万円（前期比16.6%増）となりました。

東京都中央卸売市場「市場統計情報」（2019年6月）によると、2018年7月から2019年6月までの切花累計の取扱金額は566億62百万円（同1.1%増）、数量では839百万本（同2.5%減）と金額ベースでは増加、数量ベースでは減少の傾向にありました。

このような状況の中で、当事業では前期に引続き、従来の生花卸売事業（国内流通）と生花祭壇事業とのシナ

ジー追求を図りながら抜本的な物流体系の改革へ向けた取り組みにも注力しているものの、第2四半期の後半において輸入卸売部門における利益率が低調に推移したため、営業利益は19百万円（同19.1%減）となりました。



Topics 生花装飾

夢まちランドのフォトスポットに協賛・装飾をしました (ビューティ花壇)

当社は2018年10月27日・28日に熊本市内の花畑公園・新市街で開催された夢まちランド（熊本城下のまちづくり協議会桜町地区会議・KKT熊本県民テレビ主催）のフォトスポットに協賛及び装飾を行いました。

子会社One Flower協力のもと、ハロウィンをモチーフに、約2,800本のカーネーションを使った巨大かぼちゃを展示。当日はハロウィンの仮装をした人達や家族連れ、観光客などたくさんの方が写真撮影を行い大盛況でした。



ブライダル装花事業

ブライダル装花事業の売上高は、3億95百万円（前期比3.2%減）となりました。少子化による結婚件数の減少と、「ナシ婚」ともいわれる婚姻届のみの結婚の増加等により、ブライダル業界の市場規模は縮小傾向にあるものの、晩婚化による結婚式単価の上昇や、ゲストハウス・ウエディングやレストラン・ウエディング等オリジナル挙式志向の高まりを背景に新規参入企業が増加するなど、未だ大き

な市場規模が保持されております。

このような状況の中、同事業を請け負う連結子会社の株式会社One Flowerでは、東京・関西・九州エリアにおける新規顧客獲得と商圈拡大、リテール部門での更なる売上増、及び販管費の圧縮・効率化策を実施しておりますが、前述の影響をカバーするには至らず、営業損失は2百万円（前期は15百万円の利益）となりました。

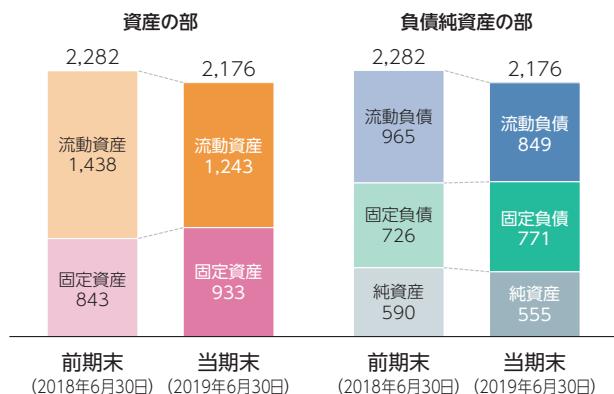
その他

その他の事業は、システム開発事業、不動産管理事業、冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルタント業務、就労継続支援事業、農業を行っております。当連結会計年度においては、黒字化には至らなかったものの、各事業ともに対前期比では総じて堅調に推移したため、売上高は4億59百万円（前期比6.8%増）、一方で第2四半期より連結の範囲に含めた農業部門における損失の影響に

より、営業損失は23百万円（前期は18百万円の損失）となりました。システム開発事業は、葬儀関連会社に対する基幹システム、名札書きシステム及びモバイル端末を用いた電子カタログや建築事業者に対するCADシステムの開発を行っております。不動産管理事業は、不動産の売買や賃貸等の仲介及び管理を行っております。

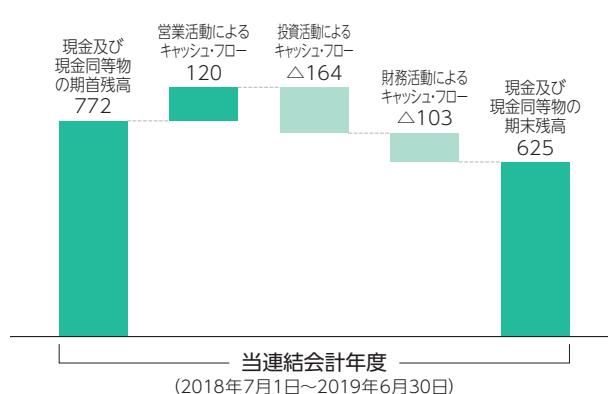
連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)



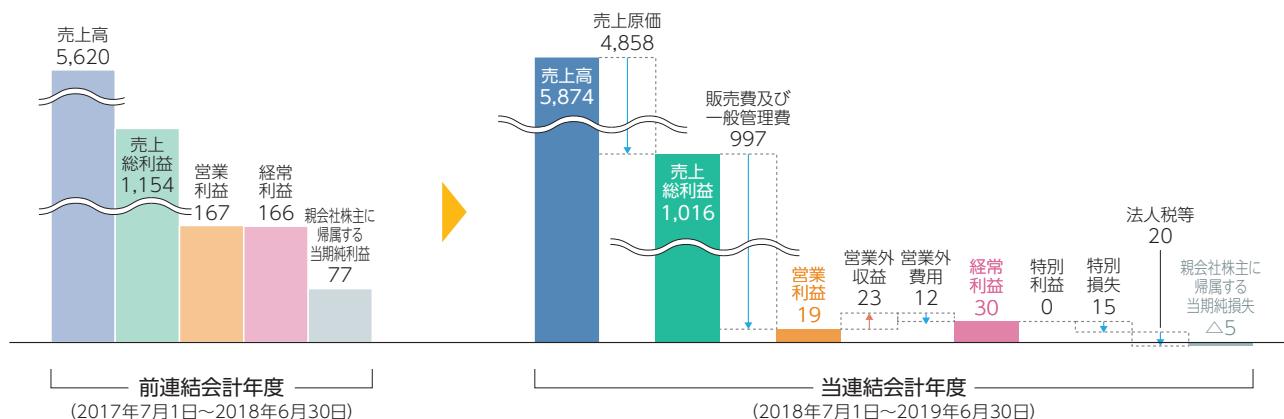
連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円)



連結損益計算書の概要

(単位：百万円)



財政状態

負債は71百万円減少したものの、利益剰余金の減少を主因として純資産が34百万円減少したことから、自己資本比率は0.4ポイント低下。

キャッシュ・フロー

当期末における現金及び現金同等物の残高は、前期末と比べ1億47百万円減少し、6億25百万円となる。

損益

市況低迷の中、生花祭壇事業は3期連続で過去最高の売上更新、生花卸売事業は二桁の売上増となるも、事業全体にわたる戦略的先行投資が利益面に影響した結果、増収減益となる。

株式の状況

| | |
|----------|-------------|
| 発行可能株式総数 | 17,600,000株 |
| 発行済株式の総数 | 5,076,000株 |
| 1単元の株式数 | 100株 |
| 株主総数 | 3,739名 |

大株主(上位10名)

| 株主名 | 所有株式数(株) | 持株比率(%) |
|---------------|----------|---------|
| 株式会社MMC | 977,600 | 24.14 |
| 三島 美佐夫 | 707,400 | 17.47 |
| 能村 光勇 | 253,000 | 6.25 |
| 謝花 斉 | 229,400 | 5.66 |
| ビューティ花壇従業員持株会 | 142,600 | 3.52 |
| 三島 志子 | 120,000 | 2.96 |
| 畑 美智子 | 84,600 | 2.09 |
| 株式会社河野メリクロン | 68,800 | 1.70 |
| 尾崎 敬郎 | 52,900 | 1.31 |
| 河野 通郎 | 46,200 | 1.14 |

※ 当社は自己株式1,026,552株を保有しておりますが、上記の株主から除いております。

※ 持株比率は自己株式を控除して計算しております。

株主数推移



会社概要

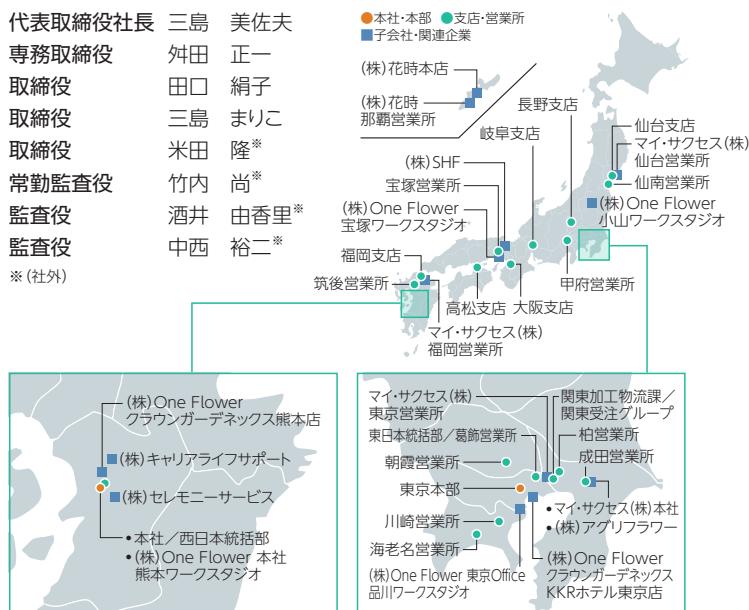
| | | |
|-------|--|----------|
| 会社名 | 株式会社ビューティ花壇 | |
| 本社所在地 | 〒862-0967 熊本県熊本市南区流通団地一丁目46番地 TEL: 096-370-0004 FAX: 096-370-0005 | |
| 東京本部 | 〒101-0061 東京都千代田区神田三崎町三丁目3番3号 イマス三上ビル4F TEL: 03-6261-5961 FAX: 03-6261-5962 | |
| 事業内容 | 生花祭壇の企画提案・制作・設営 | |
| 創業 | 1974年5月1日 | |
| 設立 | 1997年1月16日 | |
| 資本金 | 213,240,000円 | |
| 従業員数 | 113名(単体) | 224名(連結) |
| 関連会社 | 株式会社One Flower 株式会社セレモニーサービス 株式会社SHF 株式会社キャリアライフサポート 株式会社花時 株式会社アグリフラワー マイ・サクセス株式会社 | |

役員(2019年9月25日現在)

| | |
|---------|---------|
| 代表取締役社長 | 三島 美佐夫 |
| 専務取締役 | 舩田 正一 |
| 取締役 | 田口 絹子 |
| 取締役 | 三島 まりこ |
| 取締役 | 米田 隆* |
| 常勤監査役 | 竹内 尚* |
| 監査役 | 酒井 由香里* |
| 監査役 | 中西 裕二* |

※(社外)

営業拠点(2019年9月25日現在)



| | |
|----------------------------|--|
| 事業年度 | 毎年7月1日から翌年6月30日まで |
| 定時株主総会 | 毎年9月開催 |
| 基準日 | 定時株主総会：毎年6月30日 期末配当金：毎年6月30日 ※そのほか必要があるときは、あらかじめ公告して定めた日 |
| 株主名簿管理人 | 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 |
| 株主名簿管理人 事務取扱場所 | 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 |
| 郵便物送付先 | 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 |
| 電話照会先 | 0120-782-031 |
| ●インターネットホームページ | URL: https://www.smtb.jp/personal/agency/index.html |
| ■株式に関する住所変更等のお届出およびご照会について | 証券会社に口座を開設されている株主様は、住所変更等のお届出およびご照会は、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社の口座を開設されていない株主様は、下記の【特別口座について】をご確認ください。 |
| ■特別口座について | 株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主様には、三井住友信託銀行株式会社(株)に口座(特別口座)を開設しております。特別口座についてのご照会および住所変更等のお届出は、三井住友信託銀行株式会社(0120-782-031)にお願いいたします。 |
| 公告の方法 | 下記当社ホームページに掲載して行います。ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載します。 ●公告掲載URL: http://www.beauty-kadan.co.jp/ir/koukoku.html |
| 上場証券取引所 | 東京証券取引所市場第二部 |
| 証券コード | 3041 |

BEAUTY KADAN

株式会社 ビューティ花壇

〒862-0967
熊本県熊本市南区流通団地
一丁目46番地
TEL 096-370-0004
FAX 096-370-0005
<http://www.beauty-kadan.co.jp/>

UD
FONT

この冊子は環境保全のためベジタブルインキとFSC認証紙を使用しています。

株主優待制度のお知らせ

当社では株様の日頃のご支援に感謝するとともに事業内容をご理解いただくため、株主優待制度を導入しております。

株主優待

毎年6月30日現在の当社株主名簿に記載または記録された、100株以上を保有する株主様に以下の優待を実施いたします。

●株主優待割引

対象期間中、グループ会社が運営するお店の定価2万円(税抜)までの商品「胡蝶蘭」「生花アレンジメント・花束」「プリザーブドフラワー」を所有株式数に応じた割引率にてご購入いただけます。

商品購入は対象期間中、定価で合計2万円(税抜)以内であれば複数ご購入いただけます。ただし、各お店の商品を組み合わせでご購入いただくことはできません。



【熊本・東京限定】

●フラワーアレンジメント教室(1回)の無料ご招待。

※優待割引をご利用の方も、ご参加いただけます。
※中級クラスは有料です。
※株主様以外も有料でご参加いただけます。



長期保有株主優待

3年以上(基準日2016年6月期)継続して当社株式を保有され、かつ毎年6月末時点で**1,000株以上保有**の株主様

下記の基準で熊本のお勧め特産品を進呈。

1,000株以上の株主様

2,000円相当の
熊本おすすめパック

5,000株以上の株主様

5,000円相当の
熊本おすすめパック

※3年間継続して5,000株以上



株主優待の詳細は、当社ホームページのIR情報内「株主優待」をご参照ください。

<http://www.beauty-kadan.co.jp/ir/benefit.html>