

《証券コード:3041》
東証スタンダード市場

BEAUTY
KADAN
ホールディングス

2024年6月期
決算説明会資料

2024年8月30日
株式会社ビューティカダンホールディングス

01. 2024年6月期 業績ハイライト
02. 各事業部の業績
03. 株主還元等
04. 中期経営計画

各事業ともコロナ禍の影響から回復基調にあり増収も原価・人件費等UPにより減益

(単位:百万円)

	2023/6期	2024/6期	前年同期比 増減率	中計目標 (2024/6期)
売上高	6,413	6,982	+8.9%	6,130
売上原価	5,472	5,988	+9.4%	— ※
売上総利益	941	994	+5.7%	— ※
営業利益	124	84	▲31.8%	226
経常利益	135	99	▲26.3%	182
当期純利益	88	28	▲67.9%	131

	2024/6期	中計最終目標 (2024/6期)
ROE	5.2%	20%以上
配当性向	61.1%	50.0%
自己資本比率	20.0%	20%以上
流通株式時価総額 ※	15.9億円	10億円以上

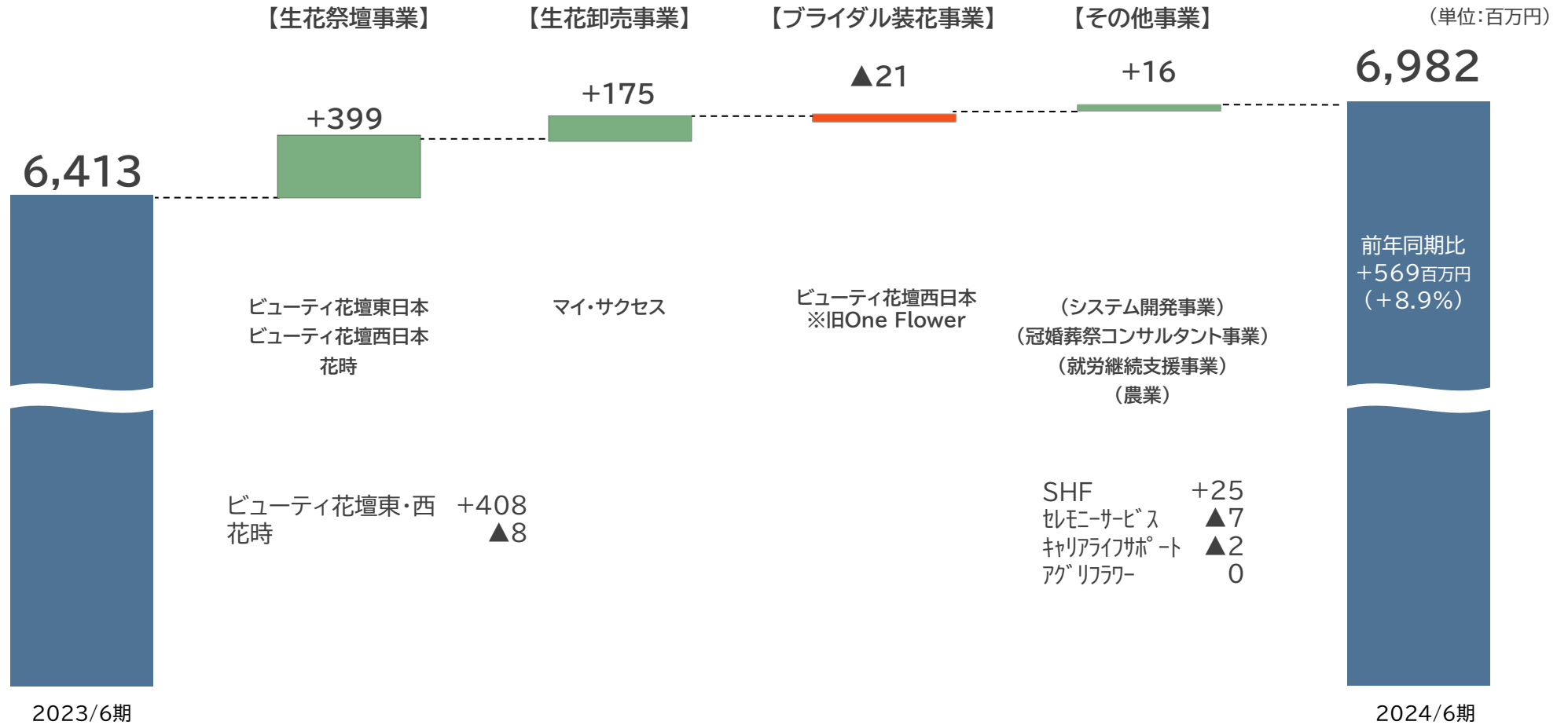
※売上原価、売上総利益は非開示のため「—」で表示しています

※4~6月の終値平均をベースに算出しています。

01 2024年6月期 業績ハイライト

《連結売上高の前期比分析》

▶ グループ全社では前期比 +8.9%(569百万円)の増収



01 2024年6月期 業績ハイライト

《セグメント別決算概況》

(単位:百万円)

	2023/6期		2024/6期		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	3,464	321	3,864	332	+11.5%	+3.2%
生花卸売	2,064	31	2,239	32	+8.5%	+2.8%
ブライダル装花	374	18	353	△2	△5.7%	—
その他	509	18	525	△2	+3.2%	—
調整額	—	△266	—	△275	—	—
計	6,413	124	6,982	84	+8.9%	▲31.8%

- 生花祭壇事業:総じて各エリアとも好調に推移し、前期比増
- 生花卸売事業:4Qに入り単価UP、販売数量も増加し増収増益に
- ブライダル装花事業:リテール(SHOP・造園)は売上増も、ブライダルはDOWN

01 2024年6月期 業績ハイライト

《連結貸借対照表》

(単位:百万円)

	2023/6末		2024/6末		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額
資産の部					
流動資産	1,626	66.1%	1,799	66.2%	+172
固定資産	835	33.9%	918	33.8%	+83
資産合計	2,462	100.0%	2,717	100.0%	+255
負債の部					
流動負債	1,059	43.0%	1,282	47.2%	+222
固定負債	856	34.8%	891	32.8%	+34
負債合計	1,916	77.8%	2,173	80.0%	+257
純資産の部					
株主資本	545	22.2%	544	20.0%	△1
その他の包括利益累計額	0	0.0%	0	0.0%	0
非株主持分	—	—	—	—	—
純資産合計	545	22.2%	544	20.0%	△1
負債純資産合計	2,462	100.0%	2,717	100.0%	+255

01 2024年6月期 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)

	2023/6	2024/6
営業活動によるキャッシュ・フロー	105	98
投資活動によるキャッシュ・フロー	△31	△72
財務活動によるキャッシュ・フロー	△70	90
現金及び現金同等物の増減額	4	116
現金及び現金同等物の期首残高	950	954
現金及び現金同等物の期末残高	954	1,071

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

⇒税金等調整前当期純利益89,864千円、及び減価償却費41,980千円によるもの

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

⇒有形及び無形固定資産の取得による支出73,068千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒借入金の増加152,167千円によるもの

【参考】2023/6(第27期)

(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131,567千円、減価償却費36,991千円、及び売上債権の増加34,646千円によるもの

(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14,566千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

⇒主に、長期借入金の返済による支出193,758千円によるもの

生花祭壇事業

	2023/6期 実績	2024/6期 実績
売上高	3,464	3,864
営業利益	321	332

《売上高》

- ・全社→沖縄エリアを除き各グループとも前期比増
- ・ビューティ花壇東日本→関東・東北エリア売上UP
- ・ビューティ花壇西日本→関西エリア回復、熊本エリア好調

《営業利益》

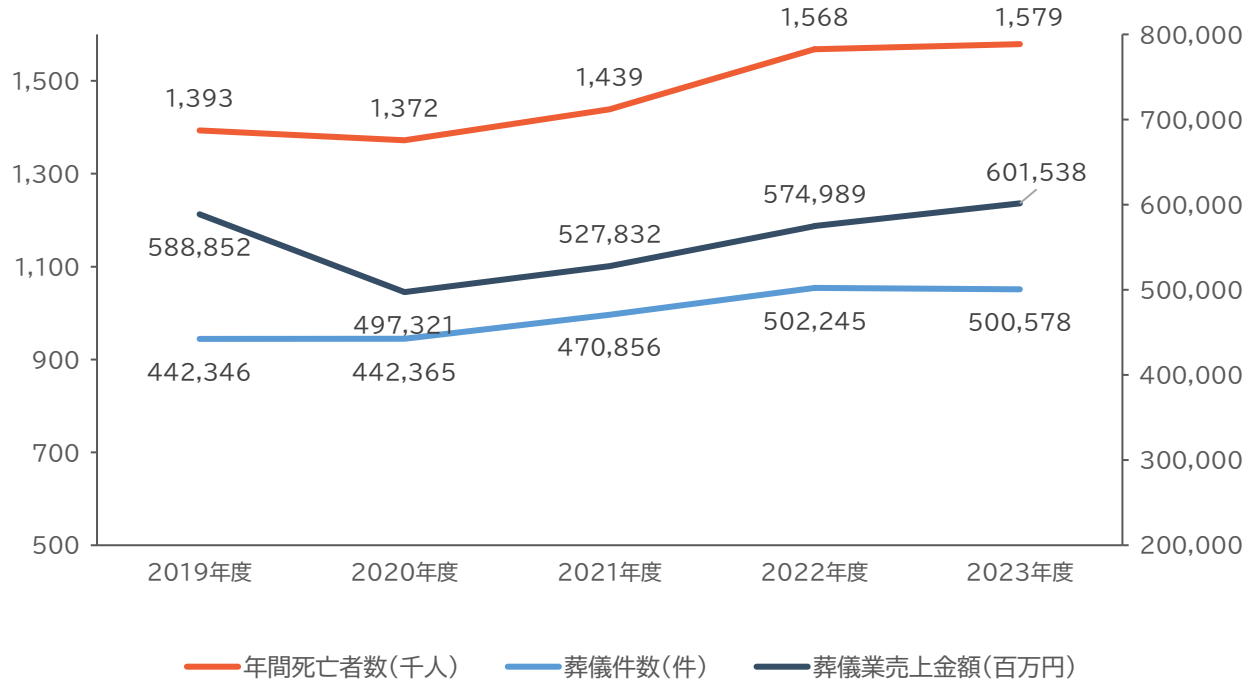
- ・原価率アップ → 輸送費の高騰 円安の影響大
- ・販管費 → 人件費大幅増

※HD化に伴い、当連結会計年度においては13か月分の損益を取り込んでおります

売上高 3,464 百万円 (2023/6期) ⇒ 3,864 百万円 (2024/6期)

➤ 業界動向① 死亡者数は緩やかに増加、葬儀単価持ち直し

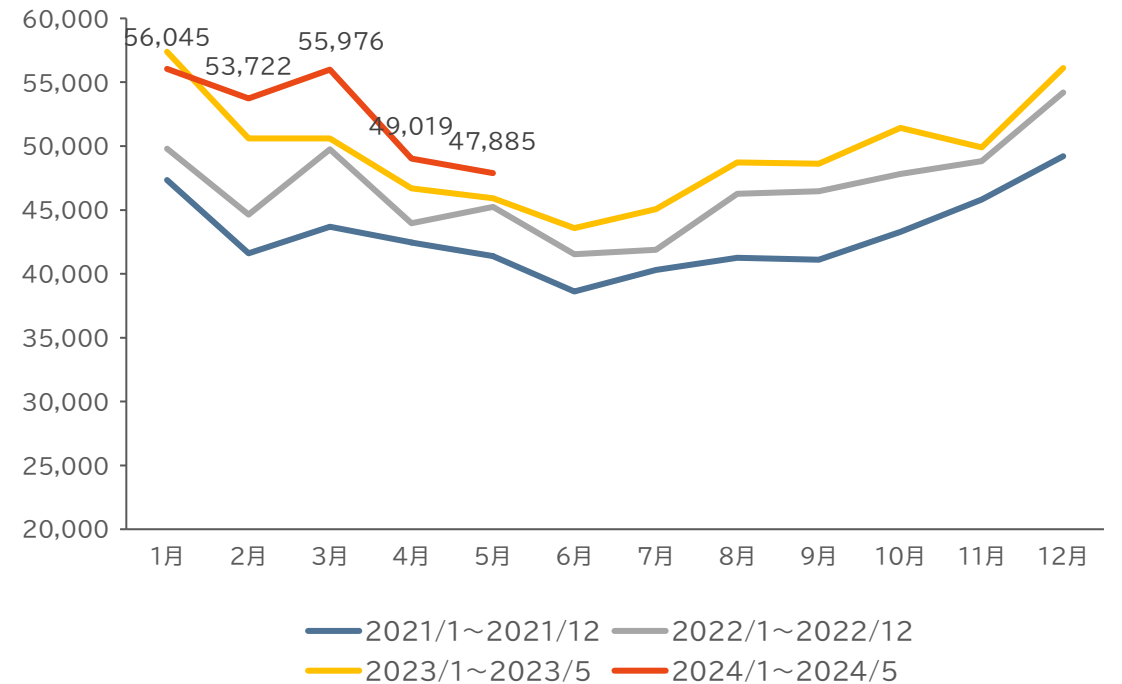
葬儀業売上高・件数・年間死亡者数の動向



2022/4~2023/3: @1,144千円
2023/4~2024/3: @1,201千円

葬儀業売上高の月別推移

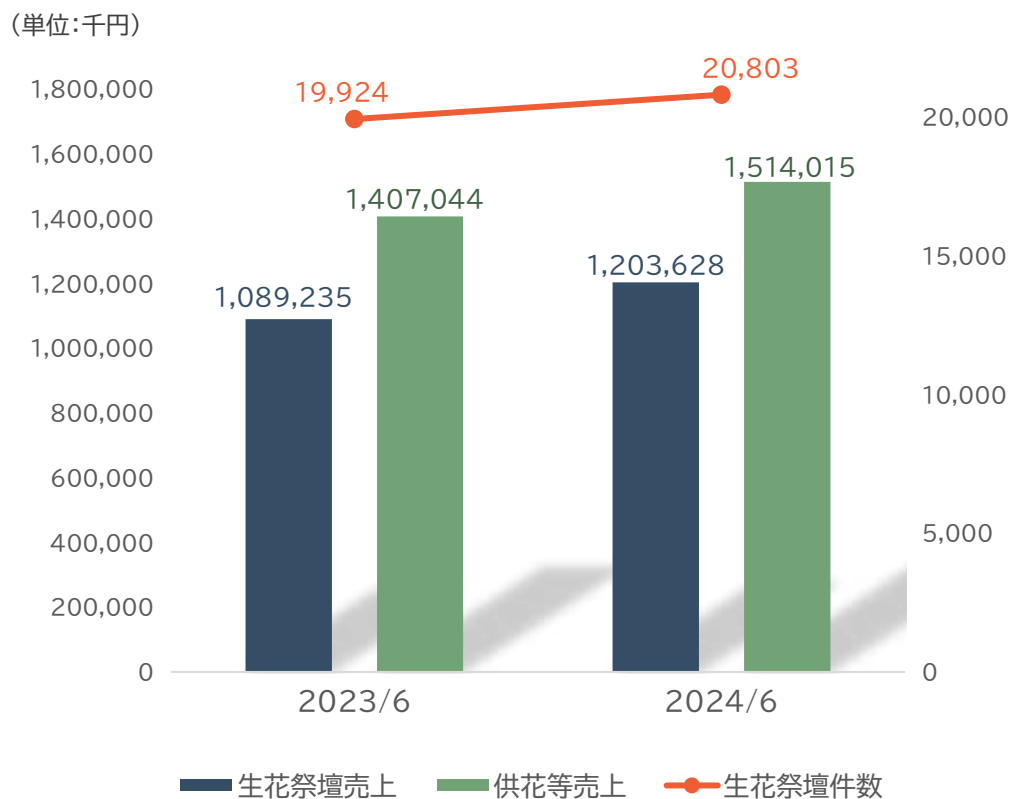
(単位:百万円)



(出典 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・供花等売上・件数

HD化前の旧単体ベースで比較



施行費・その他は除く

生花祭壇の平均単価
54,670円(2023/6)
⇒ 57,858円(2024/6)

受注単価はやや上昇

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

50,246円 → 55,003円

持ち直し傾向

生花卸売事業

	2023/6期実績	2024/6期実績
売上高	3,062	3,278
営業利益	31	32

※セグメント間の内部売上高を含む

《売上高》

- ・外部売上 → 前期比+175百万円 内部売上 → +40百万円
- ・円安や2Q前半までは天候不良(高温)による出荷減の影響により単価UP・販売数量増、3Qは単価安定～下落も4Qに入り単価が高騰、販売数量も増加傾向にあり増収

《営業利益》

- ・1Q後半からは販売本数・単価UPにより増益も、3Qに入り売上やや低調、原価が高騰し微減、4Qは売上が前期比で増加し通期では増益

ブライダル装花事業

	2023/6期	2024/6期
売上高	374	353
営業利益	18	▲2

《売上高》

- ・ブライダル → コロナ禍からの反動増が大きかった前期と比較すると、各エリア(関西・九州)とも減収
 - ・リテール → SHOP:既存店舗回復基調+店舗新設により増収 造園事業:実績積み上げ増収 EC:競争激化で苦戦
- ※HD化に伴い、当連結会計年度においては13か月分の損益を取り込んでおります

《営業利益》

前期から減少

- ・ブライダルの売上減により減益
- ・リテールはSHOP、造園ともに増益

※HD化に伴い、当連結会計年度においては13か月分の損益を取り込んでおります

02 各事業部の業績【その他事業】

その他事業

	2023/6期	2024/6期
売上高	509	525
営業利益	18	▲2

《売上高》

前期比増

- ・SHF → 葬儀社向けシステム販売は横ばい、建築業界向けシステムが好調に推移
- ・セレモニーサービス → 3Q以降は競争激化の影響もあり前期比減
- ・キャリアライフサポート → 4Q～『令和6年度障害福祉サービス等報酬改定』により売上減

《営業利益》

- ・SHF 売上増により増益
- ・セレモニーサービス／キャリアライフサポート 売上減による減益
- ・アグリフラワー 連作障害により大幅減益

(株)SHF

システム開発事業

351百万円 → 377百万円

(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

73百万円 → 66百万円

(株)キャリアライフサポート

就労継続支援事業

84百万円 → 82百万円

➤ 持株会社体制へ ～次世代経営者育成と業容拡大～

～2023年12月31日まで

2024年1月1日から～

(株)ビューティ花壇

(株)One Flower

(株)SHF

(株)セレモニーサービス

(株)花時

(株)キャリアライフサポート

マイ・サクセス(株)

(株)アグリフラワー

(株)クリア

商号変更 株式会社ビューティカダンホールディングス

持株会社としてグループ会社の経営管理： 内部監査室 経営・IT企画部 総務人事部 財務経理部

(株)ビューティ花壇東日本

東日本エリアにおける生花祭壇事業

(株)ビューティ花壇西日本
(旧 (株)One Flower)

西日本エリアにおける生花祭壇事業、ブライダル装花事業、
生花・鉢植え・造花の販売及びリース、造園・緑化事業

(株)クリア※ 生花祭壇事業

(株)花時

生花祭壇事業

マイ・サクセス(株)

生花卸売事業

(株)SHF

建築用CADの開発・販売、葬祭事業者様向け販売管理システム及び
iPadを利用したプレゼンテーションシステム等の開発・販売など

(株)セレモニーサービス

冠婚葬祭に関する企画ならびにコンサルタント業務

(株)キャリアライフサポート

障害者総合支援法に基づく就労継続支援事業

(株)アグリフラワー

花卉の生産・販売

※2024年1月1日、(株)クリアは、(株)One Flowerを存続会社、(株)クリアを消滅会社とする吸収合併により解散いたしました。

➤コア事業での売上拡大

生花祭壇事業

(エリア展開、新商品・新サービスによる既存顧客との取引拡大)

- ➔福島西営業所開設 (2023年9月)
- ➔滋賀営業所開設 (2023年10月)
- ➔beauty kadan 生協富沢店出店 (2024年3月)

生花卸売事業

(関西エリアでの新規売上獲得、物流網構築・産地との取引増)

- ➔新たな国内産地を含め取引増加へ
- ➔国内農地開拓(農業部門と連携)
→熊本県八代市の農地取得・菊の生産スタート (2024年5月)

ブライダル装花事業

(既存顧客からの受注増、関東・関西・九州における新規取引先拡大、新規事業強化)

- ➔レンタル装飾商品
- ➔アフターブーケ自社制作等単価UPのための商品開発
- ➔人材活用効率化・教育
- ➔CROWN Gardenex ホテル日航熊本店出店 (2024年1月)



菊の生産スタート
(熊本県八代市)



beauty kadan
生協富沢店



CROWN Gardenex
ホテル日航熊本店

➤事業基盤強化

グループ運営の最適化

(グループリソースを活用した営業活動等)

- ➔グループ各社による@葬儀販促活動

DX推進による効率化

(現業部門のコスト効率化、生産性向上による利益率改善)

- ➔自社車両の位置情報共有システムの運用スタート

人材育成

(マネージャー層の教育・育成、多様な人材が活躍できる職場づくり)

- ➔持株会社への移行 (2024年1月)

▶新サービス開発・新規事業の拡大

オンライン葬儀のサービス拡充 (「@葬儀:アットそうぎ」の販売強化)

- ➔営業活動継続
- ➔供花・祭壇卸しサービス/相続相談サービス/ギフトサービス
- ➔遺影サービススタート (2024年5月)

(株)goenn社とのプロジェクトスタート

- ➔納骨堂化アプリ「musuhi」リリース (2024年4月)

AI・IoT事業への参入 (葬儀業界内外に向けた新サービス提供)

- ➔文具メーカーでAI筆跡鑑定プロモーション全国展開へ

クラウドプラットフォームの提供 (他社との協業も含めた顧客囲い込み)

- ➔葬儀業界向けのクラウドプラットフォームの提供開始に向けた開発を進行中



@葬儀 遺影サービス



納骨堂化アプリ

➤ 企業価値向上

ESG・SDGs視点での経営推進 (産業廃棄物削減・環境配慮型商品の提案他)

- ➔ フードドライブへの参加継続
- ➔ 車両位置情報管理システムによるCO2削減取り組み
- ➔ 環境配慮型商品・技術開発検討スタート (2024年2月～)

資本政策・株主還元 (ROE20%以上、配当性向目標50%)

- ➔ 配当性向目標50%→2024/6実績 61.1%

ステークホルダーエンゲージメントの強化 (IR情報の充実、株主・投資家との対話他)

- ➔ 四半期ごとの決算説明動画の配信
日興アイ・アール「2023年全上場企業ホームページランキング」において、スタンダード市場部門の優良サイトとして表彰
- ➔ 対面での説明会や個人投資家向けイベント等への参加
- ➔ フレックスタイム運用中～従業員エンゲージメント効果検証
- ➔ ベースアップ実施(1Q～)



※家庭に眠る食品で子ども食堂を支援する活動



※カウテレビジョン「社長室101」



株主優待制度

2024/6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
- ・フラワーアレンジメント教室(リモート)

長期保有株主制度

➡ 3年間継続1,000株以上保有の株主様へ熊本県特産品贈呈



胡蝶蘭・観葉植物購入サイト (イメージ)



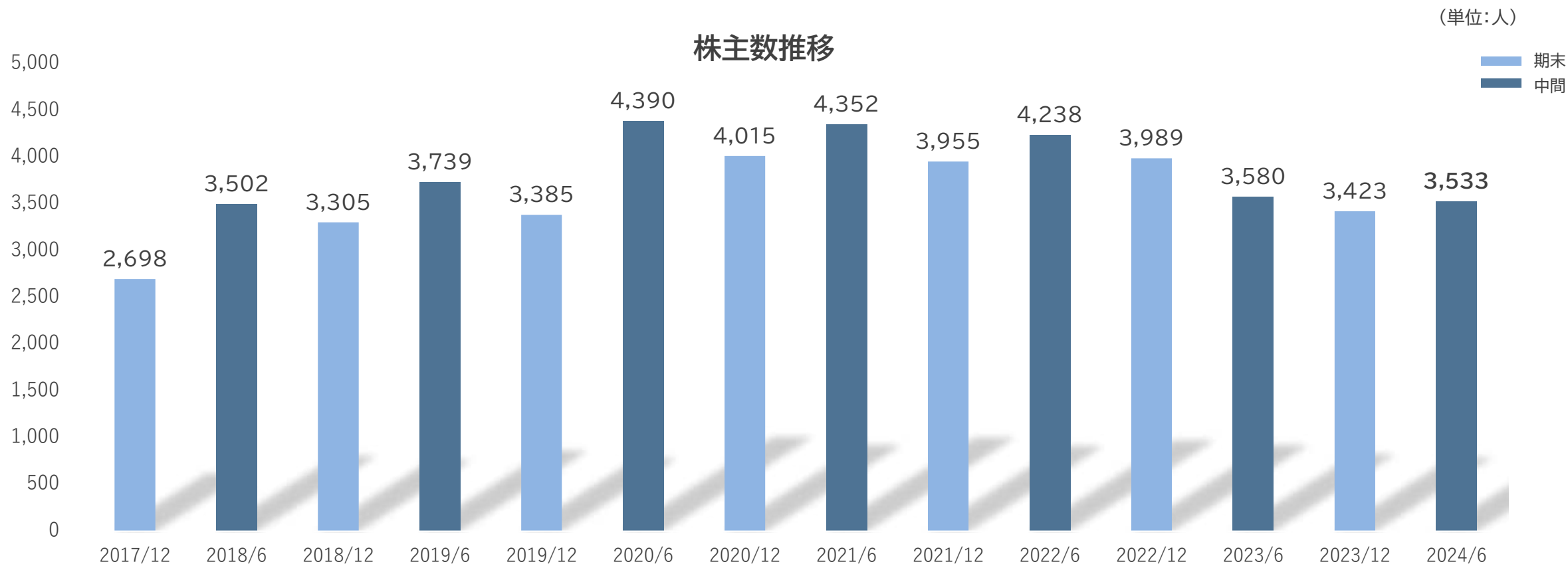
楽天市場内・SHOP (イメージ)



長期保有株主向け (熊本県特産品)



フラワーアレンジメント教室 (リモート)



配当性向目標は50%(2024/6実績:61.1%)。
中計施策実行による業績向上と流通株式時価総額UPを目指す。

《証券コード:3041》
東証スタンダード市場

BEAUTY
KADAN
ホールディングス

2025年6月期(第29期)～2027年6月期(第31期)

中期経営計画

株式会社ビューティカダンホールディングス

前中期経営計画振り返り

連結損益計算書

(単位:百万円)

	1年目 26期(2022/6)		2年目 27期(2023/6)		3年目 28期(2024/6)	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績
売上高	5,600	5,857	5,760	6,413	6,130	6,982
営業利益	50	103	147	124	226	84
経常利益	80	128	136	135	182	99
当期純利益	50	86	111	88	131	28
営業利益率	0.9%	1.8%	2.6%	1.9%	3.7%	1.2%
経常利益率	1.4%	2.2%	2.4%	2.1%	3.0%	1.4%
当期純利益率	0.9%	1.5%	1.9%	1.4%	2.1%	0.4%
ROE	11.7%	19.4%	22.4%	17.2%	22.7%	5.2%

2022/6 各事業ともコロナ禍の影響から回復基調にあり増収増益も、一部物価高騰の影響を受ける
 2023/6 各事業とも増収も、物価高騰や円安の影響を受け生花祭壇事業において利益横ばい
 2024/6 総じて各事業ともコロナ禍の影響から回復基調にあり増収も、原価・人件費UPにより減益

前中期経営計画振り返り

重点戦略項目	成果	課題
コア事業での売上拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・生花祭壇事業:新規出店&新規顧客獲得により売上増 ・生花卸売事業:中計期間は増収を継続、国産農地開拓 ・ブライダル装花事業:コロナ禍前後で新規取引先獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ・生花祭壇事業:人材確保による効率化&対応力強化 ・生花卸売事業:売上・利益の安定化 (天候や為替相場により大きく変動) ・ブライダル装花事業:市場の落ち込みへの対策
事業基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> ・HD(持株会社)体制への移行 ・クラウド型の労務管理システム導入 ・グループ全社へのチャットツール導入と一本化 ・自社車両位置管理システムの導入(導入段階) 	<ul style="list-style-type: none"> ・HDとしての経営戦略の浸透&運用管理 ・自社車両位置管理システムのSDGs取り組みへの展開と成果の創出
新サービス開発・新規事業の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・@葬儀のサービス拡充 ・goenn社との提携&プロジェクトスタート ・AI、IoT技術を活用したシステム販売 	<ul style="list-style-type: none"> ・@葬儀新サービスの販促を通じたコア事業における新規取引先の獲得 ・納骨堂化アプリ&参拝管理アプリの早期サービススタート
企業価値向上	<ul style="list-style-type: none"> ・配当性向UP ・フレックスタイム導入 ・従業員ベースアップ実施 ・産学連携による環境配慮型商品&技術開発スタート 	<ul style="list-style-type: none"> ・株主還元策の継続検討 ・IR強化と流通株式時価総額UP ・産学連携取り組みの早期リリース・本格稼働

持株会社体制への移行

株式会社ビューティカダンホールディングス

持株会社としてグループ会社の経営管理: 内部監査室 経営・IT企画部 総務人事部 財務経理部

(株)ビューティ花壇東日本

東日本エリアにおける生花祭壇事業

(株)ビューティ花壇西日本

西日本エリアにおける生花祭壇事業、ブライダル装花事業、生花・鉢植え・造花の販売及びリース、造園・緑化事業

(株)花時

生花祭壇事業

マイ・サクセス(株)

生花卸売事業

(株)SHF

建築用CADの開発・販売、葬祭事業者様向け販売管理システム及びiPadを利用したプレゼンテーションシステム等の開発・販売等

(株)セレモニーサービス

冠婚葬祭に関する企画ならびにコンサルタント業務

(株)キャリアライフサポート

障害者総合支援法に基づく就労継続支援事業

(株)アグリフラワー

花卉の生産・販売

(株)THE MOMENT

レストランの運営 ※2024/7/29設立



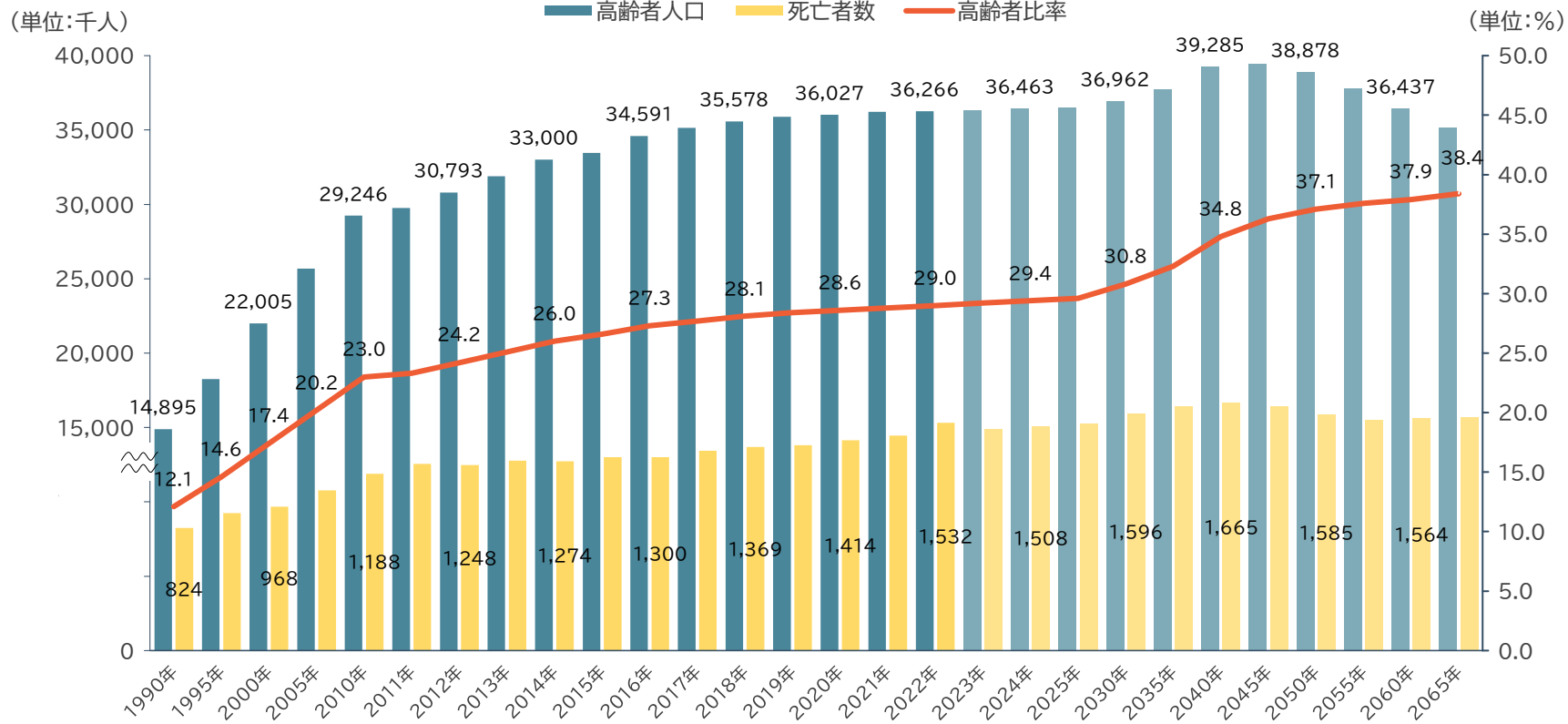
レストラン事業

当社グループを取り巻く事業環境

生花祭壇事業

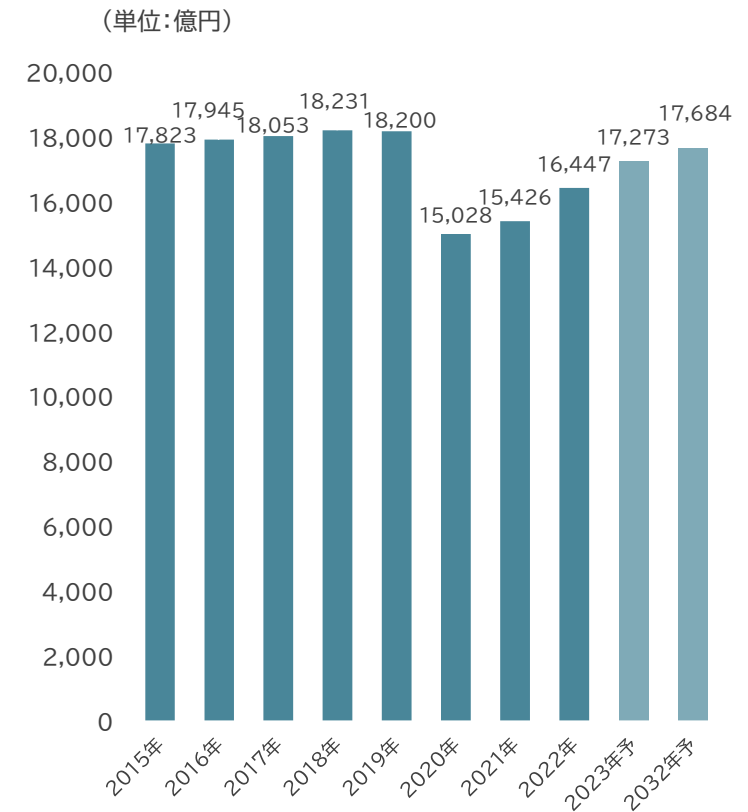
死亡者数の増加にともない、コロナ禍を経て葬儀業界市場規模は再び拡大傾向

高齢者人口・死亡者数推移



出典 総務省統計局:人口の推移と将来人口

葬儀業界市場規模



出典 矢野経済研究所
フューナラルビジネスの実態と将来展望2023年版

当社グループを取り巻く事業環境

生花祭壇事業

5年ごとの死亡者数推計(都道府県別) 当社グループの拠点があるエリア

単位:千人

	2021~2025年	2026~2030年	2031~2035年	2036~2040年	2041~2045年
全 国	7,377	7,842	8,181	8,368	8,344
北海道	342	361	376	388	386
青森県	92	94	95	96	95
岩手県	88	88	88	89	89
宮城県	134	142	149	157	160
秋田県	79	78	77	78	76
山形県	77	77	77	79	79
福島県	128	131	134	139	141
茨城県	174	186	196	202	202
栃木県	114	120	126	131	131
群馬県	120	128	134	137	136
埼玉県	392	437	467	477	476
千葉県	343	379	403	411	407
東京都	667	714	745	764	779
神奈川県	473	523	556	572	577
新潟県	150	153	157	161	160
富山県	69	72	75	75	73
石川県	67	71	75	77	75
山梨県	52	54	56	58	58
長野県	134	140	144	147	147
岐阜県	123	129	133	135	133
静岡県	224	240	250	255	254
愛知県	391	427	452	461	463

ビューティ花壇東日本商圏

	2021~2025年	2026~2030年	2031~2035年	2036~2040年	2041~2045年
福井県	48	49	51	52	52
三重県	110	115	119	120	119
滋賀県	72	78	84	87	88
京都府	151	163	171	173	169
大阪府	505	546	566	563	548
兵庫県	328	353	371	378	375
奈良県	82	88	92	93	91
和歌山県	65	66	66	65	63
鳥取県	38	38	39	40	40
島根県	49	48	49	50	49
岡山県	117	122	127	129	127
広島県	166	176	184	188	185
山口県	96	99	100	100	96
徳島県	51	51	52	53	51
香川県	62	64	67	68	67
愛媛県	92	94	97	98	96
高知県	51	51	52	52	50
福岡県	288	307	326	339	341
佐賀県	51	52	54	56	56
長崎県	90	91	93	95	95
熊本県	110	113	116	121	122
大分県	75	78	80	82	81
宮崎県	71	73	75	78	78
鹿児島県	109	109	111	115	117

ビューティ花壇西日本商圏

沖縄県	67	71	75	83	89
-----	----	----	----	----	----

花時商圏

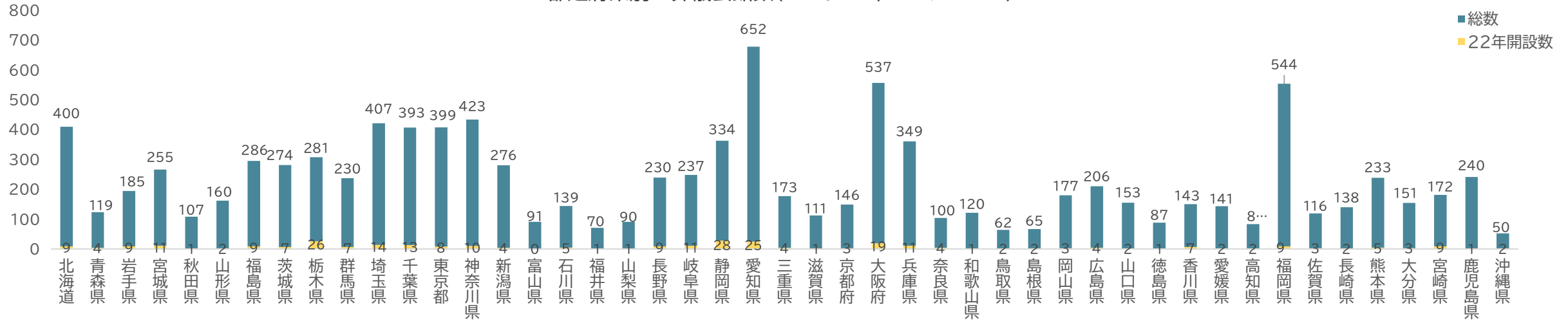
出典 人口問題研究所(日本の地域別将来推計人口からみた将来の死亡数 2020.3)

当社グループを取り巻く事業環境

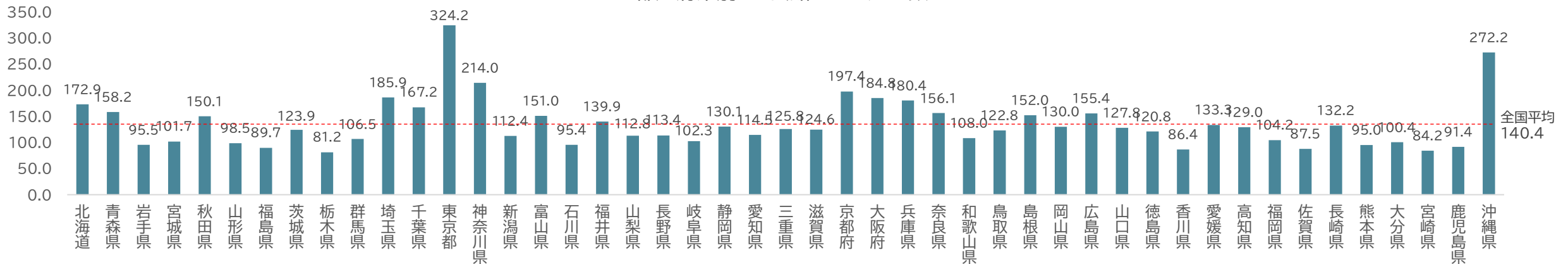
生花祭壇事業

▶ 2022年時点で葬儀会館数は10,300か所超に
1会館あたり死亡数平均は140.4人

都道府県別の葬儀会館数(～2022年オープンまで)



都道府県別の1会館あたり死亡数

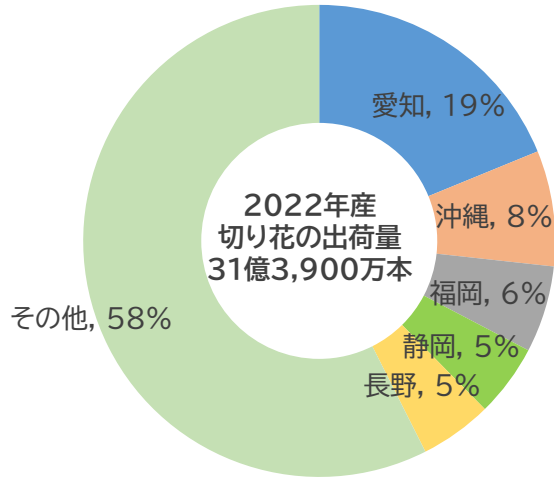


出典 月刊フューネラルビジネス 2023年7月号

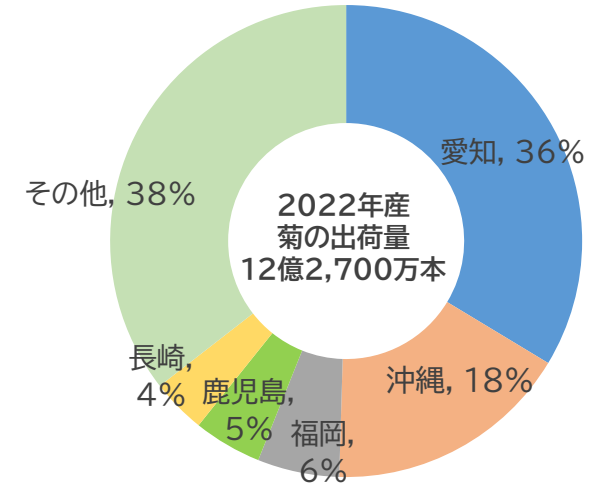
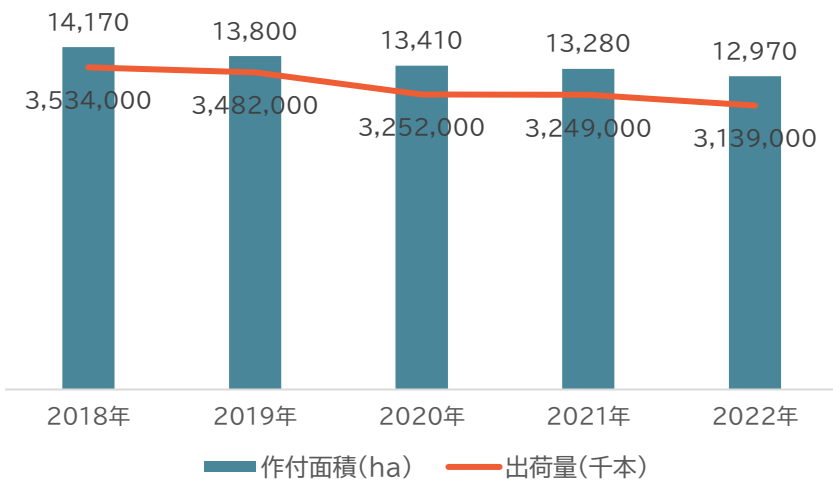
当社グループを取り巻く事業環境

生花卸売事業

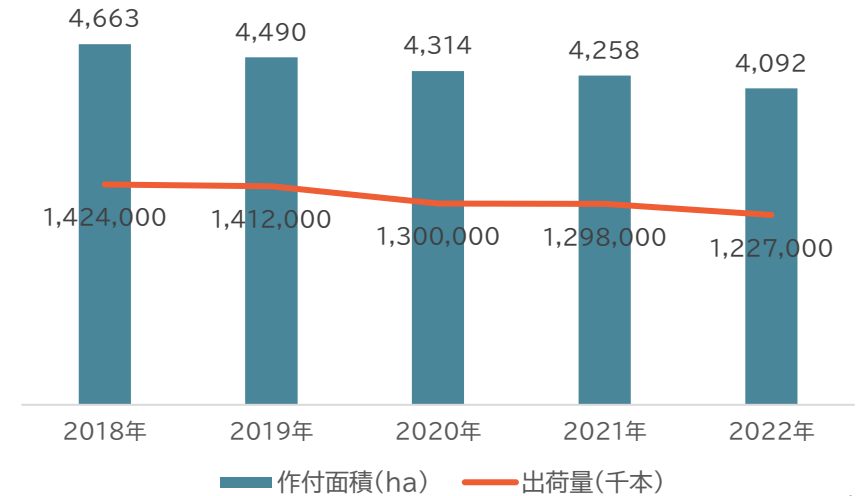
▶ 切り花類(全体)・菊ともに作付面積・出荷量は減少傾向



切り花類の作付面積・出荷量



菊の作付面積・出荷量



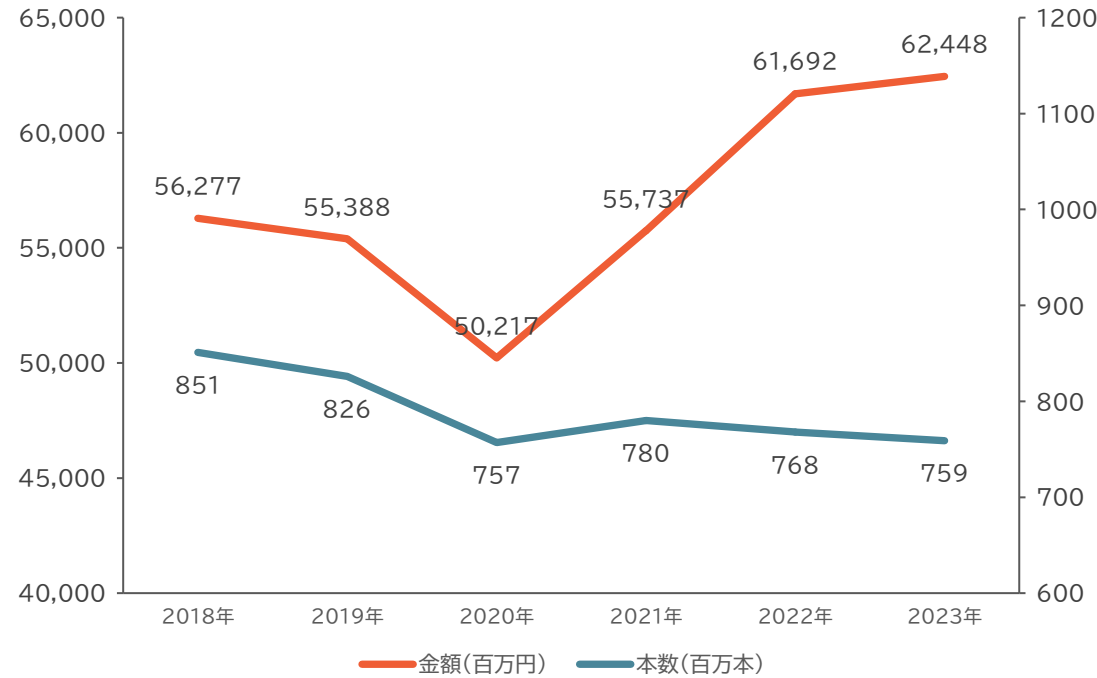
出典 農林水産省HP

当社グループを取り巻く事業環境

生花卸売事業

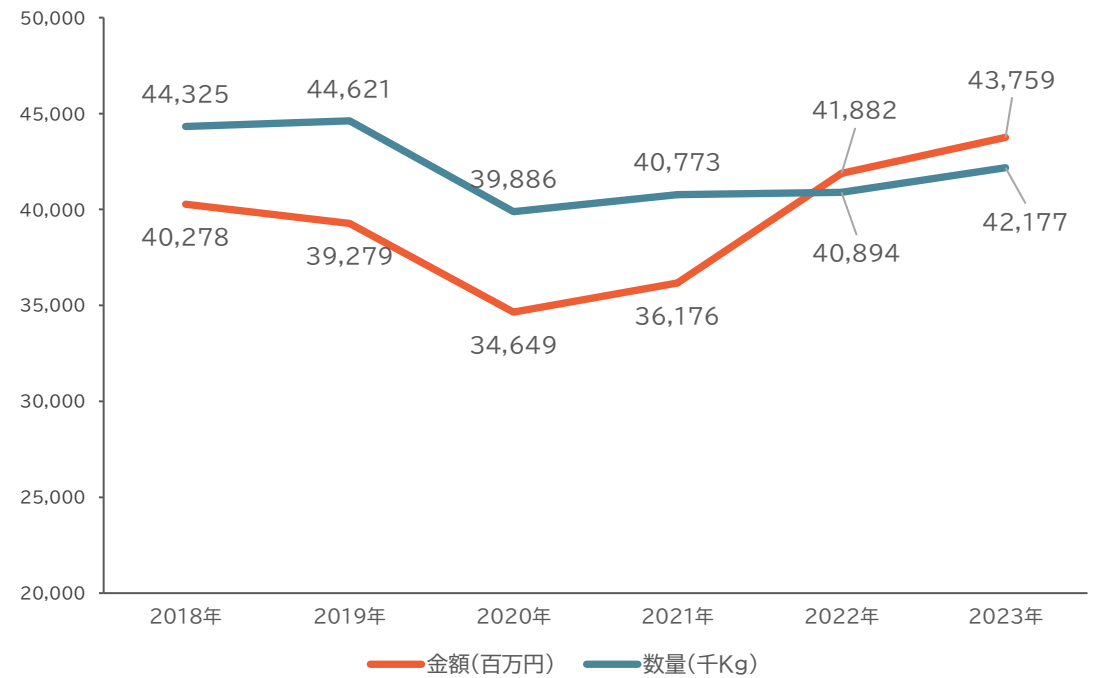
- ▶ 切花の取扱い数量・輸入数量は横ばい～減少
取扱い金額・輸入金額は円安やエネルギー価格高騰等により上昇

生花(切り花)取扱い金額・本数の動向(海外産含む)



出典 東京都中央卸売市場「市場統計情報」

生花(切り花)輸入金額・数量の動向

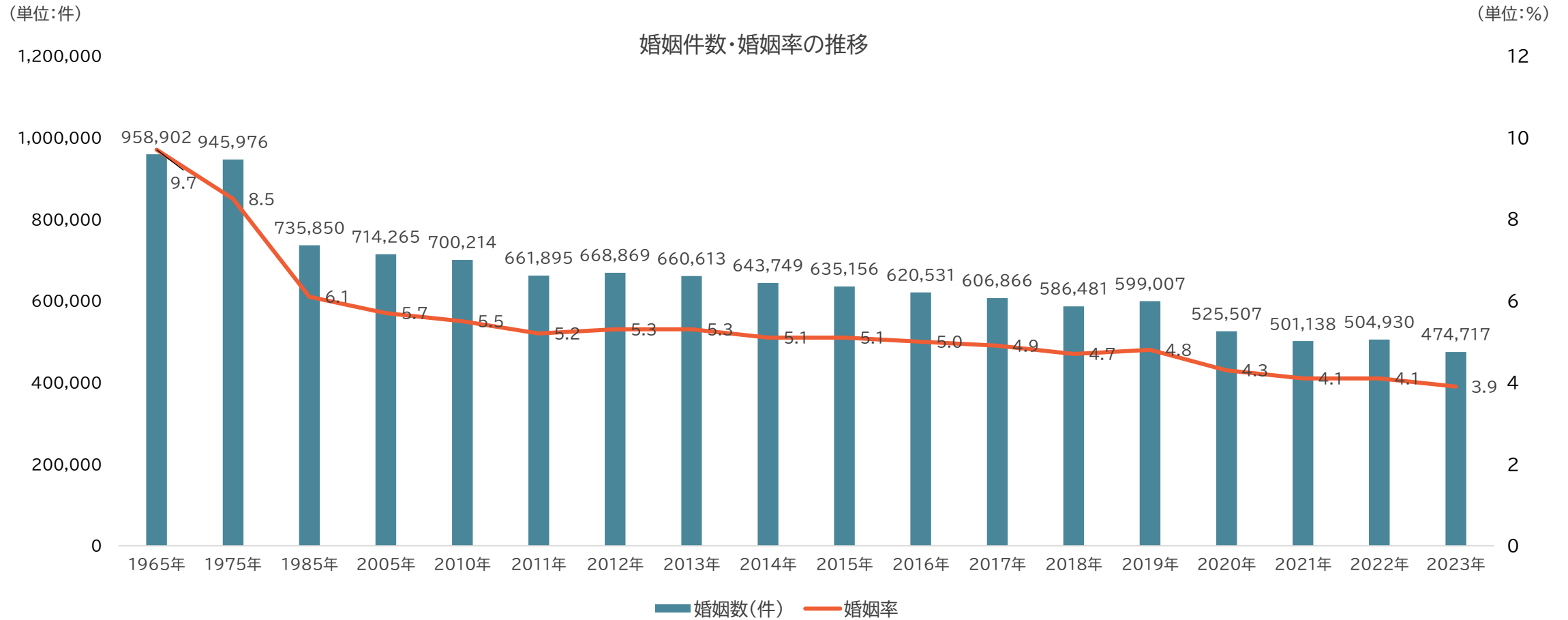


出典 農林水産省「農林水産物輸出入情報」

当社グループを取り巻く事業環境

ブライダル装花事業

▶ 婚姻数は戦後初めて50万組割れ、婚姻率も低下

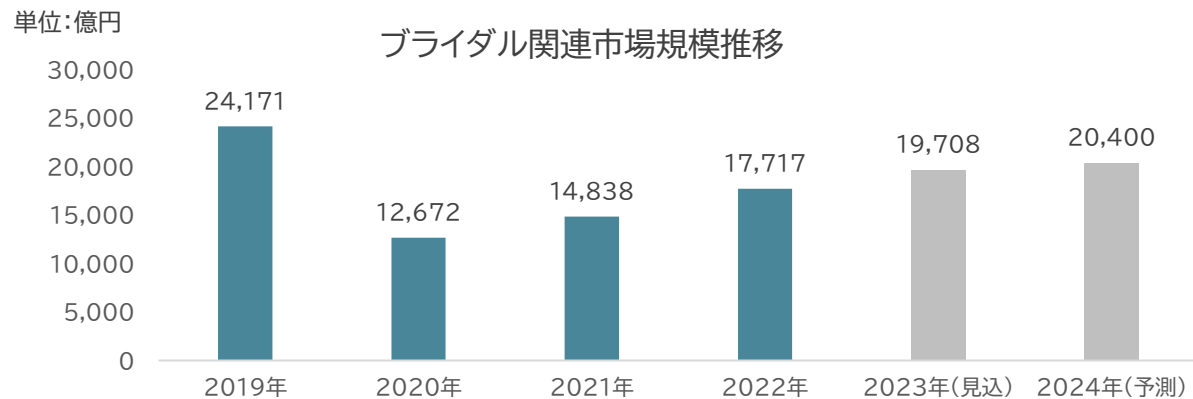


出典 厚生労働省:人口動態統計調査

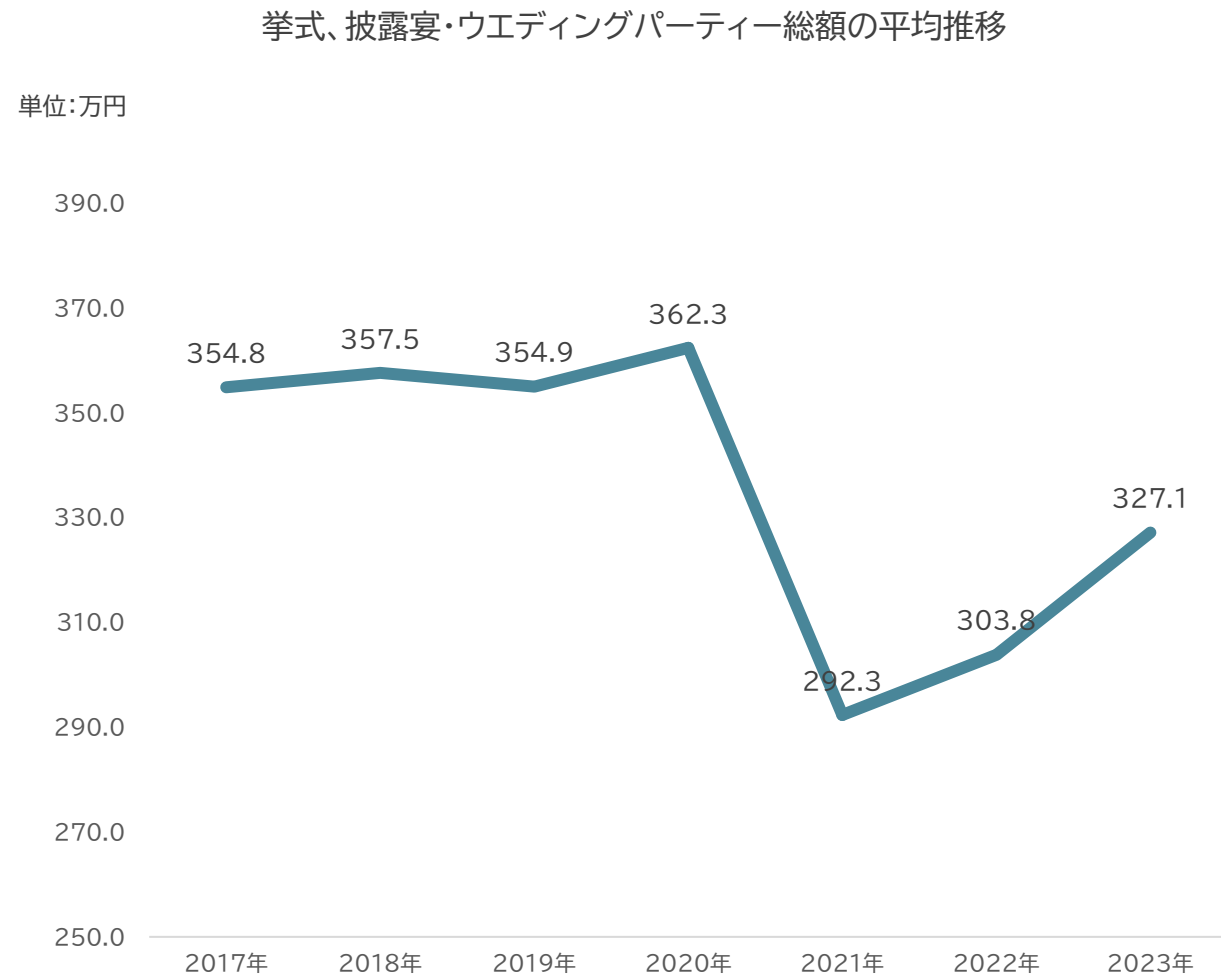
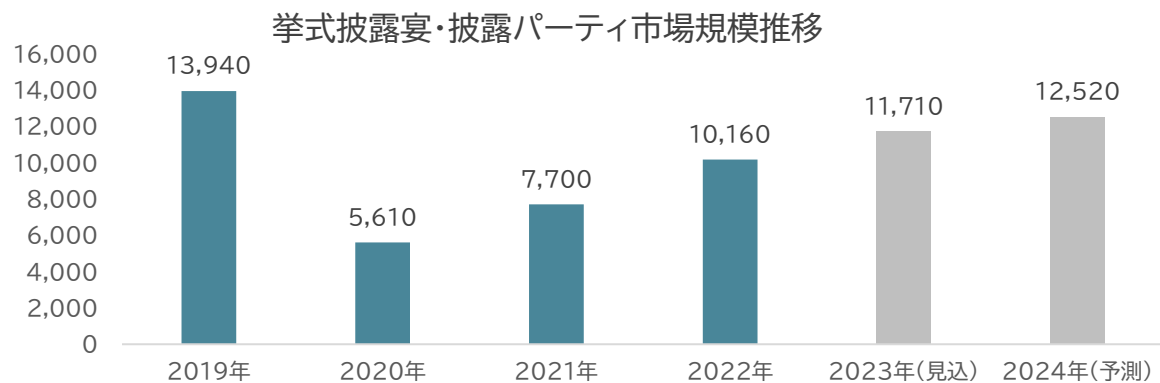
当社グループを取り巻く事業環境

ブライダル装花事業

▶ **市場規模: 挙式場の新規出店と施設リニューアルは進むも、伸びは緩やか**
総額平均: コロナ禍で落ち込んだ招待客数が回復し上昇



※ 挙式披露宴・披露パーティ、新婚家具、新婚旅行、ブライダルジュエリー、結納式・結納品、結婚情報サービス・仲介業の主要6分野が対象



基本方針・重点戦略

基本方針

新体制によるグループ収益力強化と、サステナビリティ経営の推進により、企業価値向上・株価上昇へつなげる

重点戦略

主な施策内容

経営基盤の強化

- 新体制(ホールディングス)機能の強化・M&Aによる事業多角化
- 人的資本の価値向上に向けた取り組み強化(ダイバーシティ推進、人材育成強化)
- DX推進による業務効率化

各事業の売上拡大 (グループ収益力の強化)

- 生花祭壇事業**
 - M&Aを含めた既存事業エリアの戦略的拡大
 - 新商品開発 ●人材獲得・育成
- 生花卸売事業**
 - 新商品構築(産地開拓)
 - 事業承継による事業拡大
- プライダル装花事業**
 - 新規取引先開拓
 - 新商品企画・小売事業強化
- その他事業**
 - 既存業界向けシステム開発とAI・IoT開発強化 <システム開発>
 - 新サービス開発 <葬儀>
 - 請負売上UP <就労継続支援>
 - 既存生産地での生産力UPと生産力増強 <農業>
 - 事業の早期黒字化・成長軌道へ <レストラン>

サステナビリティ経営の推進と 企業価値向上

- 環境配慮型商品(サービス)、脱炭素化等SDGsの取り組み推進
- 資本効率の向上と株主還元の拡充(資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応)
- デジタル技術の活用による社会問題解決への貢献(goenn・MW)

新体制(ホールディングス)機能の強化・M&Aによるグループ成長加速

- ・ グループ資金効率化による強化事業への積極投資
- ・ 水平型M&Aを優先し、垂直型M&A(異業種)についてはエリアや事業規模シナジーを勘案し厳選して実行あわせて事業の選択と集中による収益力強化を図る



人的資本の価値向上に向けた取り組み強化(ダイバーシティ推進、人材育成強化)

- ・ 人事制度再構築によるモチベーション向上、キャリア開発支援
- ・ 新卒(高卒/専門卒/大卒)と中途採用の強化



DX推進による業務効率化

- ・ Web受注システム開発による社内業務の効率化、取引先増による売上UP
- ・ CRMと連携した施行情報の集約化によって、より高度な分析と社員スキルの平準化を図る



セグメント別戦略（グループ収益力の強化）

《生花祭壇事業》

ビューティ花壇東日本

競争力のある切花の調達

金額以上の価値“きれいな花”の提供

人材獲得(人材不足解消)

分業化・各種制度見直し

事業所展開

リードタイム短縮による対応力UP

新企画・新商品開発

祭壇・供花の差別化、花布団&派生商品販売強化

小売・テナント展開

店舗展開を契機とした祭壇・供花の取引獲得を狙う

ビューティ花壇西日本

新規顧客獲得

既存エリアにおける新規顧客獲得

人材育成

拠点展開のためのリーダー人材育成

事業所展開

関西・中四国・九州へのエリア展開

新商品開発

高単価オプションの商品開発

花時(沖縄エリア)

既存顧客の売上維持と新規顧客獲得

既存エリアにおける新規設立葬儀社からの売上獲得

人材育成

各事業の人材育成

卸売部門強化

販売先拡大と新規拠点展開

小売部門強化

既存店舗の認知度向上と新規出店



花布団



セグメント別戦略（グループ収益力の強化）

《生花卸売事業》 《農業》

マイ・サクセス

既存売上の安定・底上げ

新規出店・人材採用による営業強化、輸入商材ブラッシュアップ

新商品の構築（産地開拓）

定期取引の獲得と新商品の開発

中長期を見据えたM&A・事業継承による事業拡大（仲卸/商社）

同業他社との関係性強化

アグリフラワー

既存生産地での安定した生産と量の増大

連作障害への対応による安定した生産量確保でグループ内需要増へ対応

生産力増強

八代エリア+αの生産地拡大

人材確保・教育

外国人労働者を含めた人材確保・教育により生産エリア拡大につなげる

収益基盤の増強による経営の安定

花以外の生産による収益基盤確保と今後の成長へつなげる



千葉県富里農場
（菊類他）



新商品構築
※イメージ



熊本県八代農場
（菊類・トマト）



セグメント別戦略（グループ収益力の強化）

《ブライダル装花事業》（リテール：EC・造園含む）

ビューティ花壇西日本

新規取引先開拓

関西・九州エリアの取引獲得

プロデュース事業本格稼働

プロデュース会社との業務提携による再稼働

新商品企画

アフターブーケ加工商品の自社製造販売

小売事業強化 <リテール>

SHOP事業を足がかりとした宴会売上獲得・観葉植物リース事業拡大

ノベルティ売上強化 <EC>

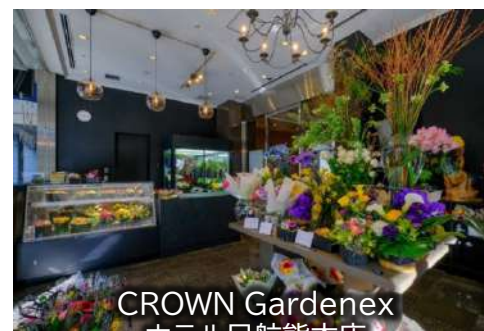
自動車販売会社向け商品販売拡大・アフターブーケ販売強化

造園事業を成長軌道へ <造園>

入札案件・年間管理業務・県外での業務委託獲得



バルクラシック空港



CROWN Gardenex
ホテル日航熊本店



ノベルティ
(自動車販売会社向け)

セグメント別戦略（グループ収益力の強化）

《その他事業》

SHF《システム開発事業》

葬儀業界向けシステム開発

『葬儀販売管理支援システム』のWEB版開発と販売

葬儀業界向け物販

『Smile Service』の葬儀業界における通販ブランドとして確立／

個人向け商品の強化(EC)

AI/IoT開発事業

葬儀業界・建築業界向け新サービスリリース／社内研究開発人員の強化と企業・大学との提携

建築業界向けシステム開発事業

ソフトウェア受託開発の継続強化と新サービス構築

セレモニーサービス《葬儀業》

新サービスによる売上UP

供養関連事業・海洋散骨のサービス開始

既存会館の認知度向上

看板リニューアル等

既存会館リニューアル

本館独自プラン開発・安置所の増設

人材獲得・教育

新規採用・教育による人材強化

キャリアライフサポート《就労継続支援事業》

請負売上UP

請負先拡大・単価UP

業務効率化

新規請負業務確保のための業務見直し・効率化

労働力確保

利用者の出勤安定化のための生活面での援助

職員支援力向上

外部研修・OJTによるスキル向上

THE MOMENT《レストラン事業》

付加価値提供による競合店との差別化

競合店との差別化戦略(付加価値:人・品質・空間提供)による利益率向上

マーケティングと明確なコンセプトに沿った店舗展開

立地・地域性・競争優位性等を勘案し、地域に根差した店舗展開

CRM活動による店舗顧客の囲い込み

営業活動・データ管理を徹底し、顧客への最適なアプローチへ繋げる

人材確保とスタッフ育成

スキル・人間性が備わった魅力的な人材を育成し、ファンの獲得と安定した店舗運営へ

サステナビリティ経営の推進と企業価値向上

環境配慮型商品(サービス)、脱炭素化等SDGsの取り組み推進

- ・ 環境配慮型商品、道具類の開発
- ・ 廃棄花材類の利活用
- ・ 廃棄ゴミ類の削減
- ・ 廃棄費用の削減
- ・ 車両位置情報管理システムによるCO2削減

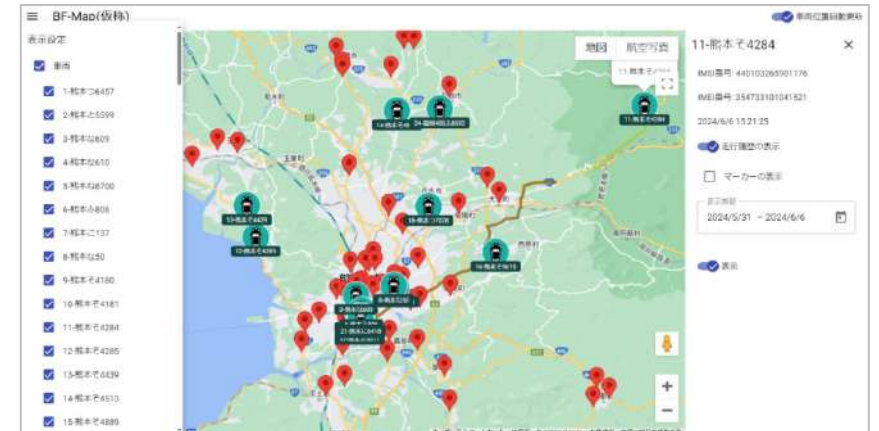


施行道具の軽量化



廃棄花材の利活用

▶ 各大学・機関との取り組みを継続・強化 + 自社開発システムの活用



車両位置情報管理

サステナビリティ経営の推進と企業価値向上

資本効率の向上と 株主還元の拡充(資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応)

- ・ROEを重要な経営指標とし、株主還元の充実と財務の健全性及び戦略的投資のバランスを最適化することで、企業価値の向上を図る
- ・配当性向50%を目標とし、業績に連動した利益還元を目指しつつ安定的な配当の維持に努める
- ・成長が見込める案件へは積極的な投資を実施する
- ・株価向上のためIR活動を強化する

	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期
売上高	5,344	5,348	5,857	6,413	6,982
営業利益	▲158	▲27	103	124	87
ROE	—	24.0%	19.4%	17.2%	5.2%
PBR(倍)	3.4	2.7	2.3	10.2	4.6
PER(倍)	—	13.1	12.9	62.5	※59.8
流通株式時価総額	576	593	496	2,058	1,585
株主資本	320	402	488	545	544
配当性向	—	—	40.0%	41.0%	61.1%

PER・PBRともに規模別業種別平均(東証公表)を上回る傾向



業績向上・配当性向の維持(目標50%)
IR強化によりPBR1倍以上の継続
ROE15%以上 を目指す

※2024/8/19時点の株価、2024/6期の
1株当たり当期純利益にて算出

サステナビリティ経営の推進と企業価値向上

デジタル技術の活用による社会問題解決への貢献

・@葬儀(アット葬儀)のサービス拡充

提携先: (株)マイクロウェーブが提供する@葬儀の更なるサービス拡充による生花祭壇事業における新規取引先増(生花売上UP)・既存顧客との取引継続(売上維持)

・納骨堂化アプリ/参拝管理アプリ※の展開

提携先: (株)goenn開発の納骨堂化アプリ、参拝管理アプリを通じた自社EC商品の売上UP、WEBマーケティング事業領域強化、自社ブランディングの向上

※提携先: (株)goennが開発した、宗教法人・納骨堂運營業界のデジタル化(集客、営業管理、ご利用者や故人とその続柄の管理、その方たちへの回忌やイベント等を起点にしたコミュニケーションの一括管理ができるサービス半自動化でSFA・CRM機能を連携して特化させた本サービスは、業界において日本初の取組み(同社調べ)

確かな実績と信頼



年間3万件、累計30万件以上の実績と高度な技術で幅広いニーズに対応可能[※1]

AIテクノロジーと融合



AIと人間の2つのアプローチでスピーディかつハイクオリティに制作いたします

細かな要望の実現



故人のキャラクターを表現する豊富な着せ替えと背景データを組み合わせ、8,000通り以上を用意

安心のサポート体制



写真加工/写真修正のプロが土日祝日も稼働。また突然の機材トラブルも訪問対応[※2]

@葬儀 (遺影サービス ※2024年夏リリース)



<納骨堂化アプリ・オンライン参拝アプリ>

3ヶ年数値目標

連結損益計算書

(単位:百万円)

	1年目 29期(2025/6)	2年目 30期(2026/6)	3年目 31期(2027/6)
売上高	7,600	8,100	8,600
営業利益	110	150	200
経常利益	110	150	200
当期純利益	70	100	130
営業利益率	1.5%	1.9%	2.3%
経常利益率	1.5%	1.9%	2.3%
当期純利益率	0.9%	1.2%	1.5%
ROE	12.3%	15.9%	18.5%

■IRに関するお問い合わせ先

経営・IT企画部／経営・IT企画課

★TEL:096-370-0004

★e-mail:ir-info@beauty-kadan.co.jp

★HP:http://www.beauty-kadan.co.jp

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。