

《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2四半期

決算説明会資料

2025年2月27日
株式会社ビューティカダンホールディングス

それでは、株式会社ビューティカダンホールディングスの2025年6月期
第2四半期の決算について、ご説明します。

01. 2025年6月期 第2四半期 業績ハイライト
02. 各事業部の傾向と対策
03. 株主還元等
04. 2025年6月期業績予想

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

▶ 各事業とも回復基調で増収も、円安・原材料費高騰、HD化関連費用計上により営業利益は前期比微減

(単位:百万円)

	2024/6期 2Q	2025/6期 2Q	前年同期比 増減率	2024/6期 実績
売上高	3,556	3,880	+9.1%	6,982
売上原価	3,102	3,428	+10.5%	5,988
売上総利益	453	452	△0.2%	994
営業利益	11	△39	—	84
経常利益	17	△33	—	99
親会社株主に帰属する 中間純利益	3	△32	—	28

まず、第2四半期の業績ハイライトですが今期より、新たにスタートした中期経営計画に掲げる、各施策に鋭意取り組んでおりますが第2四半期の売上高は38億8000万円、一方で円安や原材料費高騰、人件費の上昇が続き、営業損失は3900万円経常損失は3300万円、親会社株主に帰属する中間純損失は3200万円となりました。

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

▶ 前期比で粗利益率横ばい、1Q比では原価率改善

(単位:百万円)

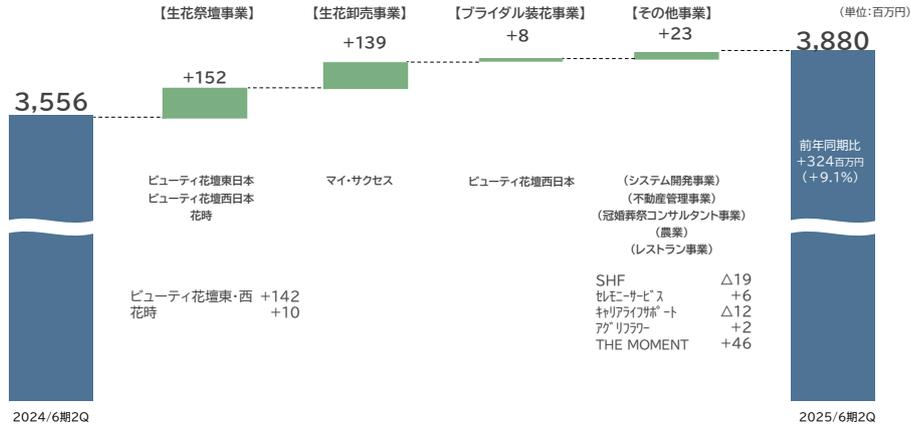
	2024/6期 1Q	2025/6期 1Q	前年同期比 増減率	2024/6期 2Q	2025/6期 2Q	前年同期比 増減率
売上高	1,707	1,807	+5.9%	3,556	3,880	+9.1%
売上原価	1,517	1,625	+7.1%	3,102	3,428	+10.5%
売上総利益	190	182	△4.4%	453	452	△0.2%
営業利益	△31	△74	—	11	△39	—
経常利益	△28	△71	—	17	△33	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△31	△58	—	3	△32	—

四半期ごとの状況ですが、売上高は引き続き増加傾向にあります。一方で、利益面につきましては、原価率が高騰し売上総利益段階では前期比で微減、人件費増やM&A費用を計上したことによりご覧のとおりとなっております。

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

◀連結売上高の前期比分析▶

▶ グループ全体では前期比 9.1%(324百万円)の増収



BEAUTY KADAN Copyright © 2025 Beauty Kadan Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

5

続いて、連結売上高の前期比分析です。生花祭壇事業につきましては、グループ全体で1億5200万円の増収、生花卸売事業につきましては、1億3900万円の増収、ブライダル装花事業につきましては800万円の増収となりました。その他の事業につきましては、システム開発事業、就労継続支援事業は減収となりましたが、主にレストラン事業が新たに加わったことにより、前年同期比では2300万円の増収となりました。その結果、全体では3億2400万円の増収となりました。

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

「セグメント別決算概況」

(単位:百万円)

	2024/6期2Q		2025/6期2Q		前期比		2023/6期	
	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	1,834	131	1,987	95	+8.3%	Δ27.0%	3,864	332
生花卸売	1,287	26	1,427	41	+10.9%	+54.6%	2,239	32
ブライダル装花	166	9	175	Δ9	+5.2%	-	353	Δ2
その他	267	5	291	Δ38	+9.0%	-	525	Δ2
調整額	-	Δ161	-	Δ128	-	-	-	Δ275
計	3,556	11	3,880	▲39	+9.1%	-	6,982	84

- 生花祭壇事業:新規拠点開設によるエリア展開が奏功し増収、利益面では原価高騰・人件費UPが影響
- 生花卸売事業:夏～秋の気温上昇・台風による入荷量減少→販売単価高騰に加え、取扱量が増加し、増収増益
- ブライダル装花事業:ブライダルやや減、リテール部門において新規出店・造園売上UPにより増収も原価・人件費UP

次に、セグメント別の決算概況です。生花祭壇事業につきましては、前期に新たに拠点を開設するなど、エリア展開したことが功を奏し増収となりました。利益面におきましては、原価が高止まりしたことと人件費UPが大きく影響し、減益となりました。生花卸売事業については、夏場の高温や台風による入荷量の減少で販売単価が高騰したことに加え、期の後半では取扱量が増加傾向にあり、増収・増益となりました。ブライダル装花事業は、結婚式関連は横ばいで推移しましたが、リテール部門における新規出店や造園部門が増収となりました。一方で同事業におきましても、原価や人件費UPの影響を受け減益となりました。その他の事業につきましては、システム開発事業において、大型案件や特需があった前期と比較するとそれがなかったことによる影響はありましたが、新たにレストラン事業の売上が加わり増収となりました。利益面では、システム開発事業の減収及び農業部門の減益が影響しました。この結果、全体の営業損失は、3900万円となりました。

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

《連結貸借対照表》

	2024/6末		2024/12末		増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
資産の部					
流動資産	1,799	66.2%	1,784	65.4%	△14
固定資産	918	33.8%	934	34.2%	+15
繰延資産	—	—	10	0.4%	+10
資産合計	2,717	100.0%	2,729	100.0%	+11
負債の部					
流動負債	1,282	47.2%	1,350	49.5%	+68
固定負債	891	32.8%	869	31.8%	△22
負債合計	2,173	80.0%	2,219	81.3%	+46
純資産の部					
株主資本	544	20.0%	509	18.7%	△34
その他の包括利益累計額	0	0.0%	0	0.0%	0
純資産合計	544	20.0%	509	18.7%	△34
負債純資産合計	2,717	100.0%	2,729	100.0%	+11

BEAUTY KADAN Copyright © 2025 Beauty Kadan Holdings Co., Ltd. All Rights Reserved.

7

次に連結貸借対照表について、ご説明いたします。当第2四半期連結会計期間末の総資産は、前連結会計年度末に比べ1100万円増加し、27億2900万円となりました。これは主に売掛金の増加によるものです。当第2四半期連結会計期間末の負債は、前連結会計年度末に比べ4600万円増加し、22億1900万円となりました。これは主に、買掛金の増加によるものです。当第2四半期連結会計期間末の純資産は、前連結会計年度末に比べ3400万円減少し、5億900万円となりました。これは主に、利益剰余金の減少によるものです。以上の結果当第2四半期末における自己資本比率は、18.7%となりました。

01 2025年6月期 第2四半期業績ハイライト

《連結キャッシュ・フロー計算書》

	(単位:百万円)	
	2023/12	2024/12
営業活動によるキャッシュ・フロー	0	△184
投資活動によるキャッシュ・フロー	△15	△6
財務活動によるキャッシュ・フロー	△50	△95
現金及び現金同等物の増減額	△65	△286
現金及び現金同等物の期首残高	954	1,071
現金及び現金同等物の期末残高	889	785

(営業活動によるキャッシュ・フロー)
⇒主に、税金等調整前中間純損失17,588千円、仕入債務の増加額209,626千円を計上した一方で、売上債権の増加額272,709千円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33,809千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)
⇒主に、借入金の減少63,538千円、親会社による配当の支払額16,229千円によるもの

【参考】2023/12(2024/6期 2Q)

(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17,435千円、仕入債務の増加額144,774千円を計上した一方で、売上債権の増加額182,323千円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、有形固定資産の取得による支出15,881千円によるもの

(財務活動によるキャッシュ・フロー)
⇒主に、借入金の減少2,768千円、親会社による配当の支払額36,445千円によるもの

次に、連結キャッシュ・フロー計算書です。まず、営業活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、営業活動の結果使用した資金は主に、税金等調整前中間純損失1700万円、仕入債務の増加額2億900万円を計上した一方で、売上債権の増加額2億7200万円を計上したことにより、1億8400万円となりました。次に、投資活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、投資活動の結果使用した資金は、主に有形及び無形固定資産の取得による支出3300万円により、600万円となりました。次に、財務活動によるキャッシュ・フローですが、当第2四半期末において、財務活動の結果使用した資金は主に、借入金の減少6300万円親会社による配当の支払額1600万円により、9,500万円となりました。

生花祭壇事業

	2024/6期 2Q実績 (2023/12)	2025/6期 2Q実績 (2024/12)
売上高	1,834	1,987
営業利益	131	95

《売上高》

- ・全社→各グループとも概ね前期比増
- ・ビューティ花壇東日本→拠点展開により東北エリア売上UP 東海エリア前期比増
- ・ビューティ花壇西日本→拠点展開により新規売上・関西エリア回復、中国・熊本エリア好調

《営業利益》

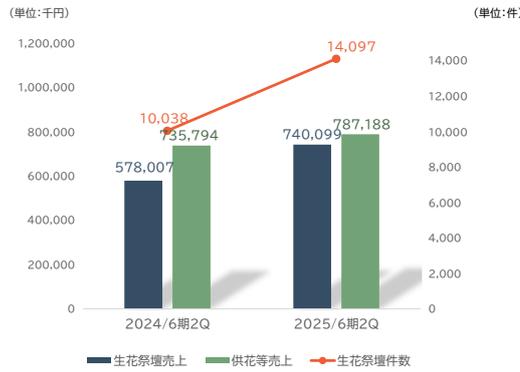
- ・原価率アップ → 輸送費の高騰 円安の影響大
- ・販管費 → 人件費増

次に各事業部の傾向と対策についてご説明いたします。まず生花祭壇事業における業績ハイライトですが売上高は19億8700万円、営業利益は9500万円と、増収減益となりました。売上高につきましては、グループ全体で増収基調で推移しました。その内訳としまして、東日本においては福島西営業所を開設、また福島県喜多方市の生花店を買収したことにより東北エリアの売上がUP、西日本については、滋賀営業所を開設したことに加え、関西・中国エリア・熊本県においてそれぞれ好調に推移し、増収となっております。営業利益につきましては、円安・物価高の影響を受け、原価率が上昇したことと、人件費の大幅な増加により前期比で約3500万円の減益となりました。

02 各事業部の傾向と対策【生花祭壇事業】

■ 生花祭壇・供花等売上・件数

ビューティ花壇東日本・西日本の合計 ※花時は除く



※施行費・その他は除く
 ※2024/6期2Qには、倉敷エリア・熊本エリアは含まれておりません

▶▶ 生花祭壇の平均単価
 57,851円(2023/12)
 ⇒ 52,500円(2024/12)

HD化前のエリア同士での比較
 ⇒ 55,831円(2024/12)

▶▶ 小規模祭壇の件数増加によりダウン

関東エリアにおける生花祭壇の平均単価

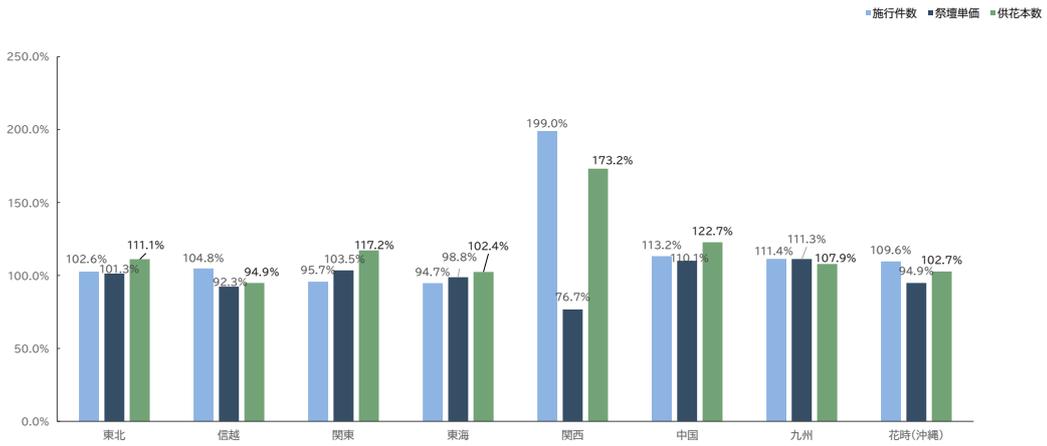
54,439円 ➡ 56,507円

▶▶ 回復基調に

続きまして、当社の生花祭壇と供花の件数の推移です。こちらのグラフは、ホールディングス化前後のデータで、同条件での比較となっておらず、当期の売上・件数については新たに算入したエリア分が増加した格好となっております。そのような状況の中で、生花祭壇の平均単価は、単価の低いエリアが追加されたこともあり前期比では下回っております。ホールディングス化前の同じエリアでの比較で見ましても、若干低下しております。一方で関東エリアにおける生花祭壇の単価は引き続き上昇しております。

02 各事業部の傾向と対策【生花祭壇事業】

■ 施行件数・祭壇単価・供花本数前期比較



こちらは、エリア別の施行件数と祭壇単価、供花本数の前期比較です。ご覧のとおり、施行件数は総じて増加している中で、関西エリアについては新規出店の効果により大幅に増加しております。一方同エリアでは単価が低下しており今後の課題であると認識しております。

02 各事業部の傾向と対策【生花卸売事業】

生花卸売事業

	2024/6期 2Q実績 (2023/12)	2025/6期 2Q実績 (2024/12)
売上高	1,826	2,041
営業利益	26	41

※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+139百万円 内部売上 → +74百万円
- ・中盤に一時的に単価が平年並みとなるも、期の前半での気温上昇の影響が続き販売単価高騰
+輸出品取扱い量増により増収

《営業利益》

- ・販売本数・単価UPによる増収を受け増収

続きまして、生花卸売事業における業績ハイライトです。売上高は、胡蝶蘭の産地である台湾での夏場の高温によって入荷量が減少したことや台風により物流面が混乱した影響で単価が高騰した影響が、第2四半期において一旦落ち着いたものの、その後も単価高騰の影響は残り、後半には販売数量も増加したことから前期比で売上増となりました。利益面におきましては、売上の増加に伴う粗利額の増と販管費の効率化等により増益となりました。

02 各事業部の傾向と対策【ブライダル装花事業】

ブライダル装花事業

	2024/6期 2Q実績 (2023/12)	2025/6期 2Q実績 (2024/12)
売上高	166	175
営業利益	9	△9

《売上高》

- ・ブライダル → 前期比やや減: 関西エリアは比較的好調も九州エリアやや苦戦
- ・リテール → EC: 横ばい SHOP: 新規出店により売上増 造園事業: 実績積み上げ売上増

《営業利益》

前期から減少

- ・ブライダルは原価低減も人件費増、リテール(SHOP)は原価率、人件費率ともに増加し減益
- ・造園: 売上増に伴い増益

ブライダル関連市場規模推移

(単位: 億円)



(出典 矢野経済研究所: ブライダルに関する調査 2024/4/30)

次にブライダル装花事業における、業績ハイライトです。売上高につきまして、ブライダル部門では市場規模は回復傾向にある中で、単価は微増となりましたが、九州エリアがやや苦戦し件数が減少しました。また、リテール部門につきましては、ECは横ばい、SHOPについては、ホテル日航熊本への新規出店により売上増、造園については民間の工事受注実績も積み上げ、増収となりました。一方、利益面では、主にブライダルにつきまして、人件費等のコスト上昇をカバーできず全体では減益となりました。

02 各事業部の傾向と対策【その他事業】

その他事業

	2024/6期 2Q実績 (2023/12)	2025/6期 2Q実績 (2024/12)
売上高	267	291
営業利益	5	△38

《売上高》

前期比増

- ・SHF → 葬儀関連システムにおいて特需があった前期比では減収
- ・セレモニーサービス → 施行件数増・単価UPにより増収
- ・キャリアライフサポート → 『令和6年度障害福祉サービス等報酬改定』の影響により売上減
- ・THE MOMENT → 2Qより売上計上

《営業利益》

- ・SHF 売上減により減益
- ・キャリアライフサポート 売上減により減益
- ・アグリフラワー 連作障害により減益

㈱SHF システム開発事業

193百万円 → 174百万円

㈱キャリアライフサポート 就労継続支援事業

43百万円 → 30百万円

㈱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

30百万円 → 36百万円

㈱THE MOMENT レストラン事業

-1百万円 → 46百万円

続いて、その他事業における、業績ハイライトです。売上高につきまして、システム開発事業では、同時期に大型案件やインボイス制度関連の特需があった前期との比較では、今期それらの売上がなかったことにより、減収となりましたが今期よりスタートしたレストラン事業の売上計上によって増収となりました。利益面につきましては、売上減の影響に加え、農業部門において連作障害により減益となったことにより、全体でも前期比減となりました。

▶ 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

- さかいや生花店(福島県)の株式取得
- その他案件についても鋭意検討中

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)

- 採用部門強化による新卒・中途採用増への取り組みスタート
- 2Qも継続中

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・CRMと連携した施行情報の集約化の検討スタート
- 要件定義へ

▶ 各事業の売上拡大(グループ収益力)の強化

M&Aを含めた既存事業エリアの戦略的拡大

- 福島エリアでの商圏拡大、仙台エリアでの拠点拡充
- 他エリアへの展開も検討中

新商品構築<生花卸売事業>

- 海外産の新たな品種の輸入・販売強化、新たな花材取扱いへの取り組み検討スタート

新規取引先開拓<ブライダル装花事業>事業の成長軌道化<ランドスケープ(造園)>

- 関西エリアを中心にブライダル事業者への営業強化を進める
- 民間からの受注も増加傾向にあり、業績伸張(ランドスケープ)

既存生産地での生産力UPと生産力増強 <農業>

- 新たに熊本県八代市において、自社農場によるキク類の生産スタート+トマト生産スタート
- トマト出荷スタート(2Q) + キク類の出荷(3Q)

次に、第2四半期での中期経営計画に対する取り組み状況についてですが、まず重点戦略の1つ目、経営基盤の強化について、新体制:ホールディングス機能の強化・M&Aによる事業多角化ですが2024年9月、福島県にあるさかいや生花店の株式を取得しております。今後同エリアの商圏拡大を図ってまいります。人的資本の価値向上に向けた取り組み強化につきましては、今期より採用部門を強化し、新卒・中途採用へ注力をスタートしており、これとともに人事制度再構築・人材育成強化を進めてまいります。DX推進による業務効率化策については、生花祭壇事業における、受注システム開発をはじめ、業務効率化に向けた取り組みの検討をスタートし、設計段階へ移行しております。次に各事業の売上拡大の強化ですが、各事業共通でM&Aを含めた事業エリアの拡大と新規取引先獲得、新商品開発による売上拡大を図るべく、鋭意ご覧のような施策を実行しております。生産面ではアグリフラワーにおいて、熊本県八代市で農場を取得、キク類とトマトの生産をスタートしており、トマトについては出荷がスタート、菊類についても第3四半期からの出荷をスタートしております。また、トマトにつきましてはグループのレストランへの販売も予定しております。

▶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

→各大学・機関との取り組み進む
(一部研究が4Qよりスタート予定)

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)

- 投資案件の検討や配当政策等について、鋭意検討中

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
→遺影サービス提供スタートへ向け試験段階(3Q~)
- musuhi(納骨堂化アプリ)/参拝管理アプリ※の展開
→石材会社(2社)との連携スタート
→musuhi販売第1号/販売代理店4店契約(2024.9)



<https://goenn.co.jp/musuhi/>

musuhi

続いての重点戦略、サステナビリティ経営の推進と企業価値向上につきまして各大学・機関との間で環境配慮型商品・サービスの開発検討を継続しており一部の研究は近日中にスタート予定です。引き続き、共同研究開始に向けた取り組みを進めてまいります。デジタル技術の活用による社会問題解決への貢献につきましては、マイクロウェーブ社との取り組みである、@葬儀(あっとそうぎ)におきましてその周辺サービスである「遺影サービス」の提供スタートに向けテスト段階に入っております。また、goenn社と取り組んでおります、納骨堂化アプリ「musuhi:むすひ」は、石材会社との連携や、代理店契約の締結等が進み、販売拡大に向け進み始めております。

株主優待制度

2024/6期 優待実績

- ・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)

株主優待制度につきましては、ご覧の内容を中心に今後も継続してまいります。3年間継続して1,000株以上の保有を条件とした長期保有株主向けの優待制度も 好評いただいております。今後もさらなる株主還元 に注力し、満足度向上、株主増加策を 図ってまいります。



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。

株主数の推移です。配当性向を50%としております。中期経営計画の施策実行による業績向上とともに同中計の基本方針である流通株式時価総額の向上を目指してまいります。

(単位:百万円)

	2024/6期実績	2025/6期(予想)	前年同期比 増減率
売上高	6,982	7,600	+8.8%
営業利益	84	110	+29.6%
経常利益	99	110	+10.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	28	70	+145.3%
配当(円 銭)	4.00	9.00	—

最後に、今期の業績予想です。売上高は76億円、営業利益は1億1000万円、経常利益1億1000万円、親会社株主に帰属する当期純利益は7000万円、配当予想は1株当たり9.00円としています。円安や物価高等事業環境が予想以上に変化している状況下において、それらを勘案しながら、必要に応じて業績予想の修正等も含め鋭意検討してまいります。

■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。

以上でご説明を終了いたします。ご視聴いただき、誠にありがとうございました。