

BEAUTY KADAN

ホールディングス

第30期 年次報告書

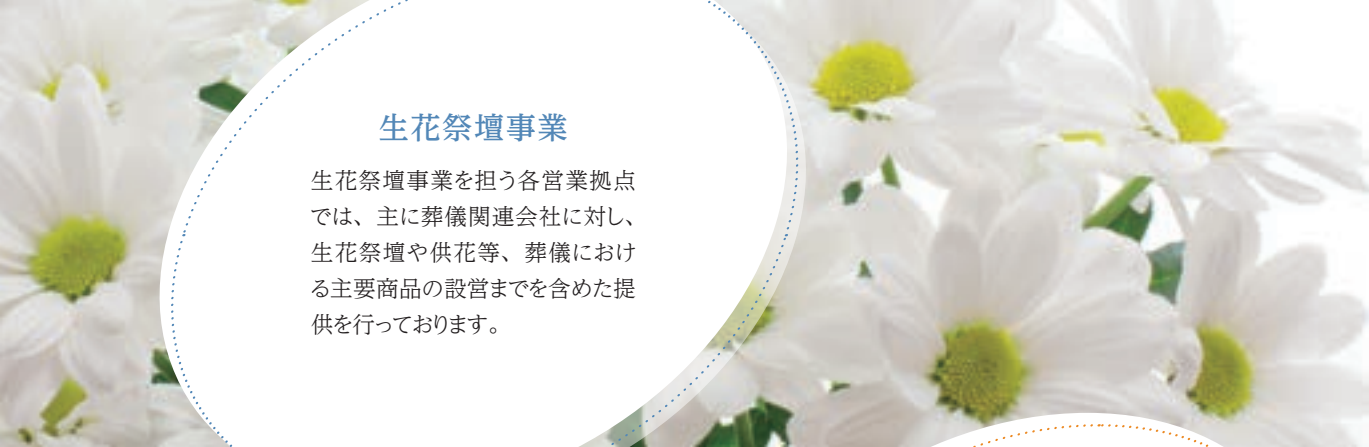
2025年7月1日～2026年6月30日

証券コード：3041

目次

株主の皆様へ	P3-5
IRインフォメーション	P6
事業紹介	P7-9
決算のご報告	P10
株式の状況／会社概要	P11





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ビューティ花壇西日本を通じ、展開しています。

企業体質の強化を図りながら
次の成長ステージへ飛躍すべく
「攻め」の施策を進めていきます。

代表取締役社長 舩田 正一



現在の事業環境を踏まえ、ミッション・理念を
遂行する想いをお聞かせください。

変化に対応しつつ、
花と儀礼の文化を守り続けることで、
お客様に選ばれる企業を目指します。

生花祭壇事業と生花卸売事業をコアとする当社グループは、近年大きな市場変化に見舞われています。冠婚葬祭に対する生活者の意識が変わり、従来の形式にとられないコンパクト化が進んで、特に葬儀は「一日葬」「家族葬」のような小規模形式が増えてきました。そのため葬儀1件当たりの生花祭壇の規模が縮小し、単価が下落傾向にあります。

また私たちのお客様は、自社で生花部門を持たない中堅・中小の葬儀社が多く、市場変化の中で低価格を打ち出したネット集客や大手葬儀社との競争が激しさを増しています。仕事をいただく私たちも、当然その影響も避けられません。

そして一方では、コスト環境の悪化が続いています。円安が輸入花材の単価を押し上げ、仕入価格の高騰を招くとともに、人件費や物流費も上昇し、利益を圧迫している状況です。

しかし「花咲く未来を創造する」という当社グループのミッションは、いかなる事業環境下においても変わることはありません。私たちは市場変化に対応し、厳しい環境を克服しつつ、グループ理念に掲げる「花と儀礼の文化」を守り続けます。

前述の通り葬儀1件当たりの単価は下落傾向にありますが、国内の年間死亡者数は、高齢化を背景に増加しています。最大人口層である「団塊の世代」の方々がお亡くなりになるまで、葬儀件数は減少に転じないと思われます。私たちは、葬儀が簡素化される中でも儀礼文化を保持し、その大切さを伝えながら、花があることで心が豊かになるという価値を提供し続けることで、お客様に選ばれる企業を目指す考えです。



2026年6月期の振り返りとともに、
中期経営計画の進捗をご説明願います。

期初予想を大きく下回り、 減収・損失計上。中期経営計画の 重点戦略は進展を示しています。

3か年中期経営計画2年目の2026年6月期は、期初の予想を大きく下回り、減収および損失計上に至りました。業績悪化の主な要因は、コア事業における売上計画の未達とそれに伴う収益性の低下です。加えて、その他の事業に属する農業部門で連作障害の影響が続き、生産改善を果たせず、損失が拡大したことも赤字決算の一因となりました。

コア事業のうち生花祭壇事業は、冒頭に述べました葬儀の小規模化・多様化傾向の中で、祭壇単価は地域や時期によって差異が見られましたが、施行件数が想定を下回って推移し、売上高が減少しました。利益面は、花材価格や人件費や外注費などの上昇とともに、施行件数の減少が響き、大幅な減益となりました。また生花卸売事業は、販売数量

が堅調に推移したものの、商品構成・販売攻勢の変化により減収となり、仕入価格や物流費などの上昇を受けて営業損失を計上しました。

現行中期経営計画は、2024年1月の持株会社体制移行後、初の経営計画として2025年6月期より始動しました。「経営基盤の強化」「各事業の売上拡大（グループ収益力の強化）」「サステナビリティ経営の推進と企業価値向上」を重点戦略に掲げ、取り組みを進めています。最終年度（2027年6月期）の数値目標は「売上高86億円」「営業利益・経常利益200百万円」「親会社株主に帰属する当期純利益130百万円」を定めましたが、現在の業績から乖離しており、達成困難な状況です。

上記3項目の重点戦略についても、残念ながら売上拡大や収益力強化は進んでいませんが、これまでの2年間の取り組みにより定性面は一定の進展を示しています。

経営基盤の強化では、事業多角化の一環として、2025年5月に液体肥料の製造・販売を手掛ける株式会社南産業をM&Aにより子会社化しました。一方、システム開発子会社の株式会社SHFについて、同年6月に株式譲渡を実施し、事業の選択と集中を図りました。人的資本の強化に関しては、この2年間で新卒社員の採用が進んでおり、早期戦力化に向けて育成中です。DX推進による業務効率化も各事業会社において実施していますが、まだ十分な効果発現に至らず、今後ホールディングスの方でも取り組みを支援していきます。

サステナビリティ経営にかかわる部分では、2025年4月に京都大学と「廃棄花材からのセルロース抽出に関する研究」の受託契約を締結。続いて同年8月には、法政大学と「ゼオライト複合体を活用した菊の栽培資材の開発」について、共同研究契約を締結しました。これらは中長期的な取り組みとなりますが、環境負荷を低減し、持続可能な花づくりを実現するチャレンジとして継続していく方針です。



2027年6月期の見通しはいかがですか？

**価格転嫁を実施し、収益性を改善。
この1年で業績立て直しの足掛かりを
しっかり築き上げます。**

2027年6月期の連結業績は、増収および黒字回復を見込んでおり、売上高74億円、営業利益10百万円、経常利益15百万円、親会社株主に帰属する当期純利益5百万円を予想しています。この1年で業績立て直しの足掛かりをしっかりと築き上げ、次期中期経営計画での成長につなげていきます。

その前提となるのは、まず生花祭壇事業における価格転嫁の実施です。ここ2年ほどは、コスト上昇を価格に反映してきませんでしたが、これを適正化することで売上高・利益の拡大を図ります。また先ほど述べました通り、各事業会社におけるDX推進を加速し、業務効率を高めて収益性を改善します。

同時に今後を見据えた成長投資を進めるべく、コア事業の強化に向けたM&Aも、今期中の実施を視野に入れています。



株主の皆様へ伝えたいメッセージをお願いします。

**事業基盤の強化を優先し、無配を継続。
早期の業績回復と企業価値向上に
努めてまいります。**

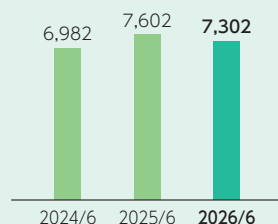
今回の期末配当は、財務健全性の維持および事業基盤の強化を優先する観点から、誠に遺憾ながら無配とさせていただきます。2027年6月期の期末配当についても、無配を継続させていただく予定です。早期の業績回復と企業価値の向上に努めてまいりますので、株主の皆様におかれましては、何卒ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

これからの当社グループは、企業体質のさらなる強化を図りつつ、次の成長ステージに向けた飛躍を果たすべく、「攻めの経営」としての施策も着実に進めてまいります。

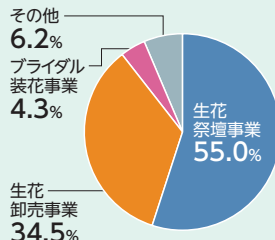
財務ハイライト

売上高

(単位：百万円)

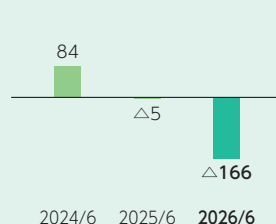


セグメント別売上高構成比



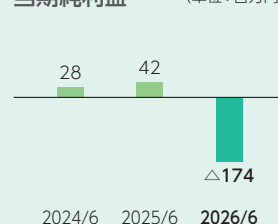
営業利益

(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)



新商品・新チャネルづくりに関するお知らせ

～SNSを起点とした直販モデルの取り組み～

メロン直販
「selected.standard」と、
「花布団」の2つの取り組みを
ご紹介します

当社グループでは、本業で培った「花」に関する知見と生産者ネットワークを土台に、SNSを起点とした新しい直販モデルの構築を進めております。

今回は、その代表的な2つの取り組みとして、メロン直販「selected.standard」と、布団型フラワー装花「花布団」をご紹介します。いずれもSNS発信とデータに基づくクリエイティブ改善を重ねながら、認知から購入までの導線を磨き込んでいる段階にあり、今後も進捗を株主の皆様にご報告してまいります。

取り組み
①

メロン直販「selected.standard」



「私たちが定めた基準を満たしたものだけを届ける」シリーズ第1弾として、肥後グリーンメロン(糖度17度以上を保証)を展開。選定基準を数値で公開しながら、Instagram発信とEC直販で届けています。

Instagram selected.standard

事業名	selected.standard (メロン直販)
展開チャネル	Instagram × EC直販
現在のフェーズ	クリエイティブ検証・導線改善

取り組み
②

花布団 (hanabuton_memorial)



特許を取得した布団型フラワー装花「花布団」は、葬儀で棺の中を花で包み、最後の時間をやさしく整える商品です。SNS広告での認知獲得を進めるブランド構築フェーズにあり、地域特性を踏まえたクリエイティブ検証を重ねています。

Instagram hanabuton_memorial

事業名	花布団 (hanabuton_memorial)
展開チャネル	Instagram広告 (Meta)
現在のフェーズ	認知獲得・クリエイティブ検証

今後に向けて両事業とも、本業で培った「花」に関する知見と生産者ネットワークを土台に、SNSを起点とした新しい直販モデルづくりを進めている段階です。今後も進捗を株主の皆様にご報告してまいります。

生花祭壇事業

生花祭壇事業の売上高は、40億15百万円（前期比1.5%減）となりました。当社の取扱実績によりますと、施行件数は前期を下回って推移した一方、祭壇単価は地域や時期により差異が見られました。なお、葬儀業に関する公的統計は公表が終了しており、現時点では新たな統計データが存在しないため、当社では自社実績をもとに業界動向を把握しております。葬儀業界では、小規模葬儀の定着や葬儀形式の多様化が進む一方で、演出性や花

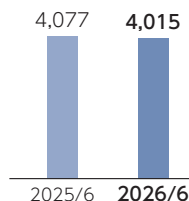
装飾に一定の需要が見られるものの、葬儀単価は全国的に緩やかな下落傾向にあります。

このような環境のもと、当社では葬儀の小型化・多様化に対応したサービス提供を進めるとともに、地域特性に応じた事業運営やコスト管理に取り組んでまいりました。

その結果、花材価格や人件費の上昇等の影響に加え、施行件数の減少等により、営業利益は98百万円（前期比54.9%減）となりました。

売上高*

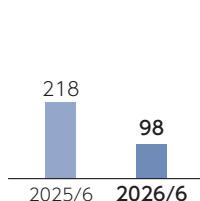
(単位：百万円)



*外部顧客への売上高

セグメント利益

(単位：百万円)



中期経営計画下における主な事業戦略ポイント

(株)ビューティ花壇東日本

- 競争力のある切花の調達
- 人材獲得(人材不足解消)
- 事業所展開(リードタイム短縮による対応力アップ)
- 新企画・新商品開発
- 小売・テナント展開

(株)ビューティ花壇西日本

- 新規顧客獲得
- 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

(株)花時

- 既存顧客の売上維持と新規顧客獲得
- 人材育成
- 卸売部門強化
- 小売部門強化

廃棄花材から新素材へ！京都大学との共同研究が実用化へ前進

当社は環境負荷低減と廃棄コスト削減に向け、2025年より京都大学と「菊の花茎からのセルロース抽出」に関する共同研究を行ってきました。第1期研究にてセルロース抽出に成功したことを受け、2026年4月より実用化フェーズへ移行しました。現在はプラスチックや紙・繊維素材の代替品としての用途開発を推進中です。今後はサンプル提供を通じた製品化の検討や企業連携を加速させ、廃棄花材を資源に変える循環型モデルの構築を目指します。研究開始から抽出成功、そして実用化へ、持続可能な成長に向けた取り組みを深化させます。

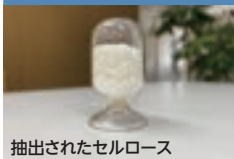
① 生花祭壇事業



② 廃棄コストの発生



③ 抽出成功！(資源化)



④ 用途開発・製品化



※セルロースは植物の細胞壁や繊維の主成分で、地球上で最も多く存在する炭水化物であり、食品・紙・衣料品・化粧品・医薬品など、幅広い分野で利用されています。

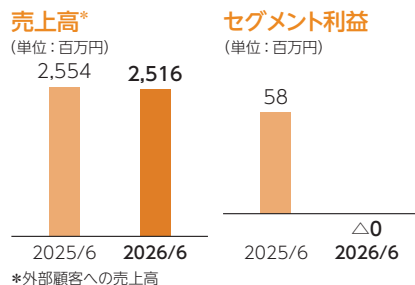
生花卸売事業

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、業務効率化の推進に加え、当社グループとしての競争力強化に取り組んでおります。当期は、冠婚葬祭分野を中心とした需要回復の動きが継続し、新規顧客の獲得や既存顧客への販売強化により販売数量は堅調に推移しました。一方で、円安の影響による仕入価格や物流費の高止まりに加え、商品構成や販売構成の変化などから、収益環境は厳しい状況が続きました。

東京都中央卸売市場「市場統計情報」(2026年6月分)によると、2025年7月から2026年6月までの切花累計の取扱金額は58,124百万円(前期比5.2%減)、数量では

704百万本(前期比3.0%減)となりました。市場全体では数量・金額とも前年を下回る状況となる一方、単価は概ね前年並みで推移いたしました。

このような状況の中で、当事業では引き続き生花卸売事業(国内流通)と生花祭壇事業とのシナジー追求を図るとともに、販売価格への適正な転嫁、取扱品目の見直しなどにより収益力の向上に取り組んでまいりました。これらの施策を進めたものの、厳しい市場環境の影響を受け、売上高は25億16百万円(前期比1.5%減)、営業損失は0百万円(前期は58百万円の利益)となりました。



中期経営計画下における主な事業戦略ポイント

マイ・サクセス(株)

- 既存売上の安定・底上げ
- 新商品の構築(産地開拓)
- 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)

(株)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
- 生産力増強
- 人材確保・教育
- 収益基盤の増強による経営の安定



ブライダル装花事業

ブライダル装花事業の売上高は3億17百万円（前期比5.4%減）、営業利益は6百万円（前期は21百万円の損失）となりました。

ブライダル部門では、上半期の一部で前年の高水準からの反動や、一部主要会場における受注減等の影響が見られました。一方で、新規式場の稼働に加え、関西・福岡エリアを中心とした既存会場でのシェア拡大や受注増により、施行件数は通期で前年を上回りました。1件当たりの売上水準は、小規模婚礼やフォト婚の増加等により前年を下回ったものの、施行件数の増加により増収となりました。

リテール部門では、EC販売や一部店舗の売上が前年を下回ったことに加え、前年に高水準であった母の日商戦の

反動等により減収となりました。一方で、販売価格の見直しや仕入原価の抑制、広告費及び人員配置の適正化など、収益性の改善に取り組んだことにより増益となりました。

この結果、ブライダル部門は増収増益となったものの、リテール部門の減収が影響し、ブライダル装花事業全体では減収となりました。利益面では、両部門における原価・経費管理の徹底や業務効率化の取組により、営業利益は前期を上回りました。

中期経営計画下における主な事業戦略ポイント

(株)ビューティ花壇西日本

- 新規取引先開拓
- 新商品企画
- プロデュース事業本格稼働

● 小売事業強化(リテール)

- ノベルティ売上強化(EC)
- 造園事業を成長軌道へ(造園)

その他

その他の事業は、冠婚葬祭に関する企画並びにコンサルティング業務、就労継続支援事業、農業、レストラン事業、肥料製造販売を行っております。当連結会計年度においては、2025年6月30日付でシステム開発事業を譲渡したことにより当該事業分の売上が減少した一方、前期に売上計上のなかった肥料製造販売の売上が新たに加わりました。

これらの結果、売上高は4億52百万円（前期比28.7%減）となりました。利益面では、システム開発事業の譲渡により同事業に係る赤字が解消されたものの、農業部門においては連作障害の影響が継続したこと等により、営業損失は53百万円（前期は29百万円の損失）となりました。

中期経営計画下における主な事業戦略ポイント

葬儀業

(株)セレモニーサービス

- 新サービスによる売上UP
- 既存会館の認知度向上
- 人材獲得・教育

就労継続支援事業

(株)キャリアライフサポート

- 請負売上UP
- 業務効率化
- 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

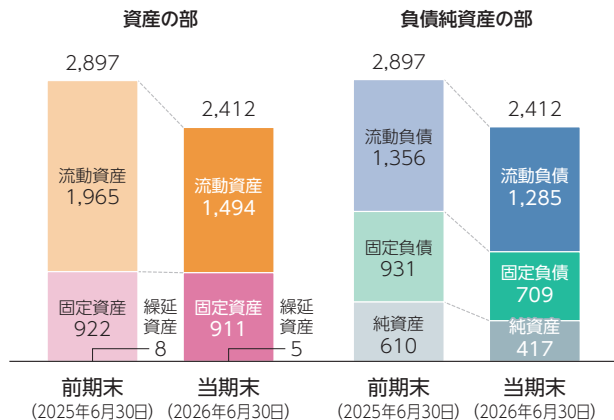
レストラン事業

(株)THE MOMENT

- 付加価値提供による競合店との差別化
- マーケティングと明確なコンセプトに沿った店舗展開
- CRM活動による店舗顧客の囲い込み
- 人材確保とスタッフ育成

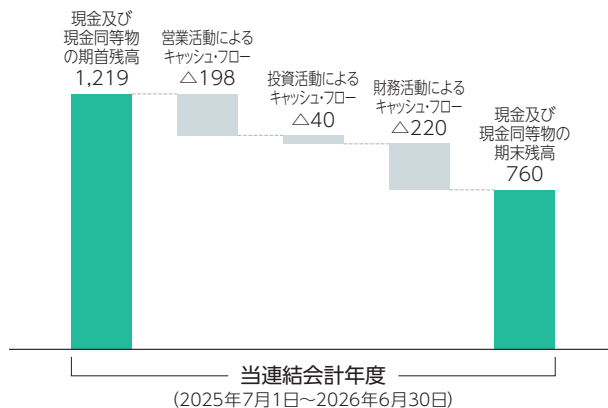
連結貸借対照表の概要

(単位：百万円)



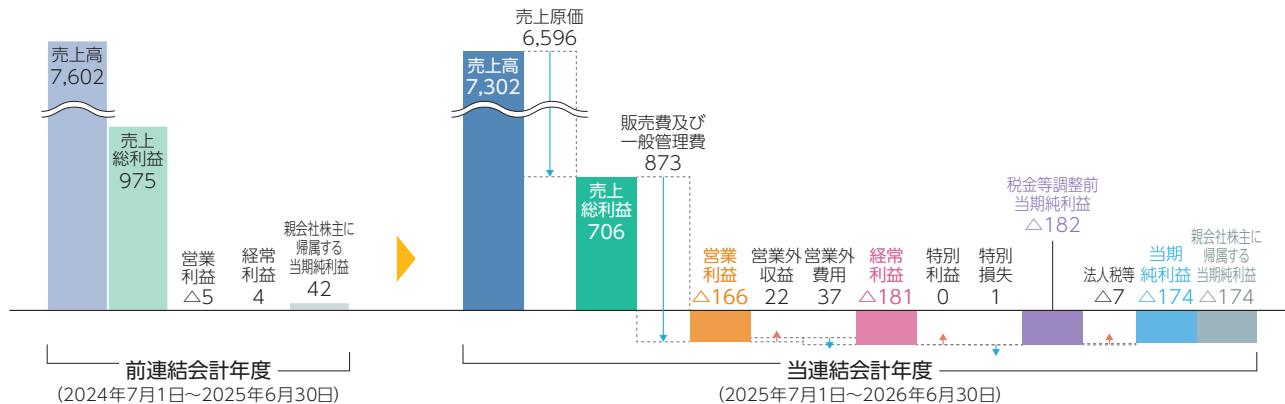
連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位：百万円)



連結損益計算書の概要

(単位：百万円)



財政状態

未払金と借入金の減少などにより負債が2億92百万円減少し、利益剰余金の減少で純資産が1億93百万円減少した結果、自己資本比率は3.8ポイント低下。

キャッシュ・フロー

現金及び現金同等物の残高は4億59百万円減少し、7億60百万円。主な要因は、純損失の計上、法人税の支払、固定資産取得の支払、長期借入金の返済など。

損益

生花祭壇事業・生花卸売事業の売上が前期を下回る中で、各種コストが上昇し、連作障害による農業部門の損失も拡大したことから、減収・赤字決算に。

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	9,667名

大株主(上位10名)

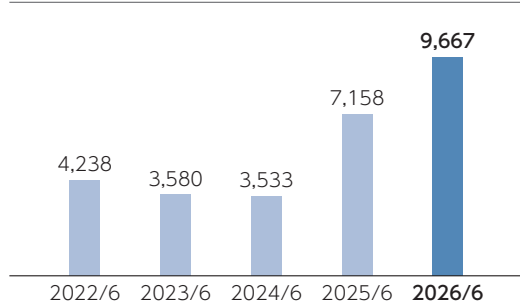
株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
株式会社MMC	649,100	15.83
三島 美佐夫	521,200	12.71
謝花 斉	81,900	2.00
株式会社河野メリクロン	68,800	1.68
畑 美智子	56,600	1.38
河野 恵美子	46,200	1.13
医療法人仁泉会	45,100	1.10
LU CAISHEN	40,600	0.99
西島 麗奈	31,600	0.77
池田 孝人	29,200	0.71

※当社は自己株式975,252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

(名)



会社概要

会社名 株式会社ビューティカダンホールディングス
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

事業内容 子会社の経営管理および付帯業務

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 15名(単体) 248名(連結)

関連会社 株式会社ビューティ花壇東日本 マイ・サクセス株式会社
株式会社ビューティ花壇西日本 株式会社アグリフラワー
株式会社セレモニーサービス 株式会社THE MOMENT
株式会社花時 株式会社南産業
株式会社キャリアライフサポート

役員 (2026年9月25日現在)

代表取締役会長 三島 美佐夫

代表取締役社長 舩田 正一

専務取締役 三島 まりこ

取締役 田口 絹子

取締役 柳田 晋介

取締役 上原 直樹

取締役 新改 敬英*

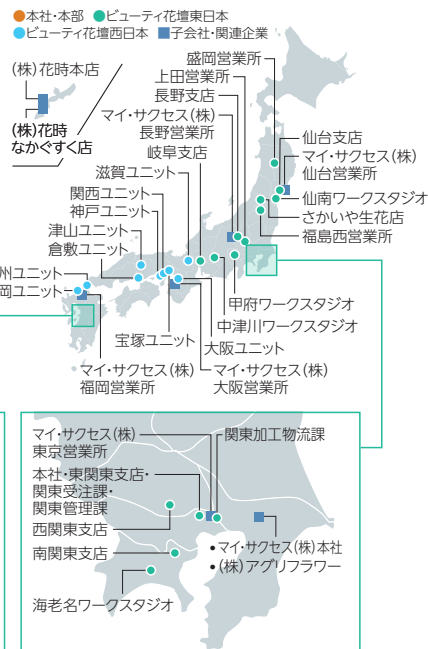
常勤監査役 加藤 研一*

監査役 宮田 房之*

監査役 吉永 賢一郎*

※(社外)

営業拠点 (2026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	https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/
株式に関する住所変更等のお届出及びご照会について	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及びご照会は、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)を利用していなかった株主様には、三井住友信託銀行株式会社に口座(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及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: https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/koukoku.html
上場証券取引所	東京証券取引所スタンダード市場
証券コード	3041

**BEAUTY
KADAN**
ホールディングス

〒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
<https://www.beauty-kadan.co.jp/>



この冊子は環境保全のためペジタブルインキとFSC認証紙を使用しています。

株主優待制度のお知らせ

当社では株主様の日頃のご支援に感謝の意を込めて、地域の特色やグループ事業を通じてお楽しみいただける株主優待制度を設けております。

●対象となる株主様

6月30日現在の当社株主名簿に記載または記録された、200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。

●優待発送

株主優待のご案内・ディナー招待券は、9月末頃、お米(5kg)は、11月～12月末頃の発送予定です。

●株主優待内容

(1) 熊本県産米(新米)の贈呈

保有株式数
200株以上
優待内容
熊本県産米(新米) 5kg



(2) グループ会社が運営する フレンチ・鉄板焼きレストランの招待券

保有株式数
2,000株以上
優待内容
ディナー招待券 20,000円相当



THE MOMENT

<https://www.instagram.com/moment1636/>



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。

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