

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 9 月 29 日 (月)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2025 年 6 月期の決算概要	01
3. 2026 年 6 月期の業績見通し	01
4. 中長期戦略	02
■ 会社概要	03
1. 事業概要	03
2. グループ体制（持株会社体制への移行）	04
3. 沿革	05
■ 企業特長	06
1. 生花祭壇事業の特長	06
2. 生花卸売事業の特長	06
3. 事業間シナジーの実現	06
4. M&A による業容拡大	07
■ 業績動向	07
1. 過去の業績推移	07
2. 2025 年 6 月期の決算概要	09
3. 2025 年 6 月期の総括	12
■ 主な活動実績	12
1. 経営資源の選択と集中	12
2. Cultivera との業務委託契約の締結	12
3. 法政大学とのゼオライト資材の共同開発	13
■ 市場環境	13
1. 生花祭壇事業	13
2. 生花卸売事業	14
3. プライダル装花事業	15
■ 業績見通し	15
1. 2026 年 6 月期の業績予想	15
2. 弊社の見方	16
■ 中長期戦略	16
1. 中期経営計画の重点施策と進捗	16
2. 数値目標の設定	17
3. 中長期の注目点	17
■ 株主還元策	17

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

要約

2025 年 6 月期は増収ながら営業損失を計上。 原価増への対応など収益力の強化が急務

1. 会社概要

ビューティカダンホールディングス <3041> は、葬儀の際に利用される生花祭壇等の企画・制作・設営を主力として、生花卸売やブライダル装花を含めた生花事業をコア事業としている。また、M&A を活用した周辺事業の取り込みによる規模拡大と提案力向上にも積極的に取り組んできた。同社の特長は、広く一般的に普及してきた生花祭壇の先駆者として、長年培ってきた技術力や高いデザイン性に加え、独自の流通システムや大量仕入れを生かした価格競争力にある。葬儀業界においては家族葬や 1 日葬などの葬儀の縮小化、ブライダル業界では、少子化による婚姻件数の減少傾向が続いているが、コア事業である生花事業（生花祭壇事業、生花卸売事業、ブライダル装花事業）に最大限注力する事業方針の下、物流量の拡大や業務プロセスの効率化、事業間シナジーの創出により、「業界のコストリーダー」としてシェア拡大と持続的な成長を実現していく考えだ。中期経営計画の初年度であった前期業績は、複合的なコスト要因により計画を下振れたが、グループ収益力の強化により、早期にキャッチアップを目指す。

2. 2025 年 6 月期の決算概要

2025 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 8.9% 増の 7,602 百万円、営業損失が 5 百万円（前期は 84 百万円の利益）と増収ながら大幅な減益となり営業損失に陥った。ただ、最終損益については子会社株式の譲渡益により増益を確保した。主力の「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」の拡大が増収に寄与した。特に「生花卸売事業」は主力品目の単価上昇と販売数量の増加により大きく伸びた。「生花祭壇事業」も新規拠点開設の効果や既存顧客からの受注拡大により各エリアで前期を上回ることができた。一方、利益面で大幅な減益となったのは、想定を超えるコスト要因が重なったことが理由である。とりわけ比重の大きな「生花祭壇事業」の原価増（輸送費の高騰や円安の影響等）と人件費増が利益を圧迫した。

3. 2026 年 6 月期の業績見通し

2026 年 6 月期の業績予想について同社は、売上高を前期比 1.3% 増の 7,700 百万円、営業利益を 120 百万円（前期は 5 百万円の損失）と増収増益を見込んでいる。売上高は、SHF（システム開発事業）の譲渡によるマイナスの影響を受けるものの、引き続き「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」の伸びや THE MOMENT（レストラン事業）の通年寄与により増収を確保する。利益面では、増収による収益の押し上げに加え、粗利益率を重視した販売戦略や原価管理の徹底、事業間シナジーを含む業務効率の追求などにより大幅な損益改善を図る考えだ。

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

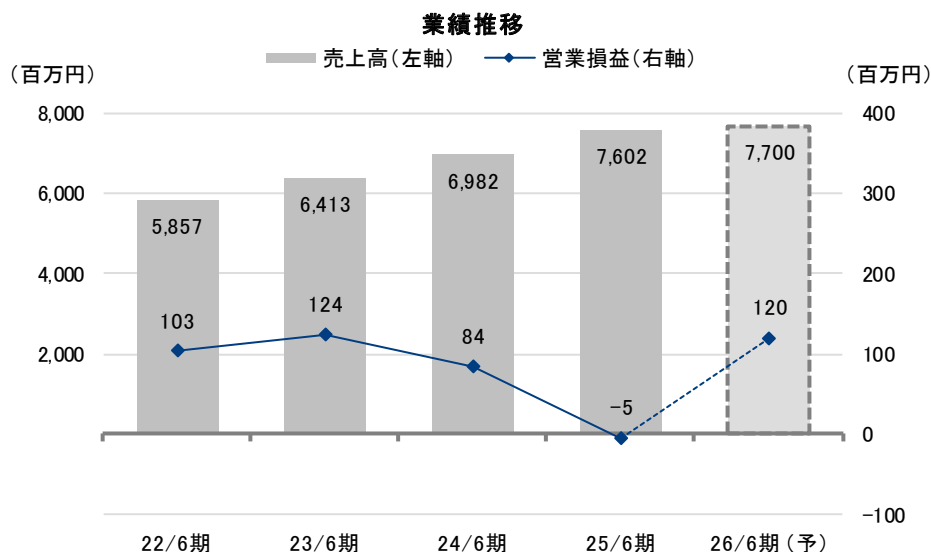
要約

4. 中長期戦略

2 年目を迎えている 3 ヶ年の中期経営計画は、1) 経営基盤の強化、2) 各事業の売上拡大(グループ収益力の強化)、3) サステナビリティ経営の推進と企業価値向上を重点施策に掲げるとともに、最終年度の目標として、売上高 8,600 百万円(年平均成長率 7.2%)、営業利益 200 百万円(営業利益率 2.3%)、ROE 18.5% を目指している。M&A(事業承継を含む)も視野に入れた「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」のシェア拡大や、DX 推進による業務効率化が収益の伸びをけん引する想定である。

Key Points

- ・ 2025 年 6 月期は増収ながら営業損失を計上するも、最終損益では子会社株式の譲渡益で増益を確保
- ・ 主力事業の伸びが増収に寄与した一方、複合的なコスト要因が利益を圧迫
- ・ 2026 年 6 月期は粗利益率を重視した販売戦略や原価管理の徹底により増収増益を見込む
- ・ 中長期では M&A を視野に入れたシェア拡大とグループ収益力の強化を目指す戦略



出所：決算短信よりフィスコ作成

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

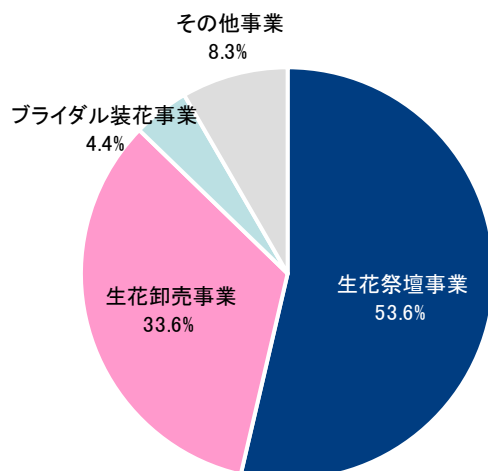
会社概要

祖業である「生花祭壇事業」を軸に据え、
独自の流通システムの構築や低価格戦略によりシェア拡大に取り組む

1. 事業概要

同社の事業は、葬儀関連会社に対して生花祭壇や供花等を提供する「生花祭壇事業」及び生花祭壇部門の仕入れや葬儀関連会社・小売店へ生花を販売する「生花卸売事業」を中心に、結婚式会場等に対して婚礼用の生花商品を制作・設営する「ブライダル装花事業」、農業事業（花卉の生産）を含む「その他事業」で構成される。主力の「生花祭壇事業」が売上高の 50% 強及び利益のほとんどを占めている。

事業別売上構成比(2025年6月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 生花祭壇事業

葬儀関連会社に対して、生花祭壇※や供花等の制作から、その設営までを含めたサービスを提供している。(株)ビューティ花壇東日本(東京都)、(株)ビューティ花壇西日本(熊本県)、(株)花時(沖縄県)の3社により全国に営業拠点を展開してきた。生花祭壇の先駆者として、長年培ってきた高い技術力とデザイン性で差別化を図る一方、独自の流通システムや大量仕入れを生かした低価格化への対応という両にらみの戦略によりシェア拡大を目指している。

※ 生花祭壇とは、生花のみを使用して作成する葬儀用の祭壇のことである。葬儀現場に生花を持ち込み祭壇の規格に合わせた飾り付けにより祭壇に応じた様々な創意工夫が可能となった。現在は立体的な広がりを持った生花祭壇へと進化している。同社は、生花祭壇の先駆者的な存在として、生花祭壇スタイルを関東地方へ初めて持ち込むなど、広く一般に普及させてきた。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

会社概要

(2) 生花卸売事業

国内外の生産者、卸売市場、仲卸・小売業者等の多くの仕入先から得た情報を生かし、顧客ニーズに沿った商品を仕入れ、自社の「生花祭壇事業」や「ブライダル装花事業」を含め、全国の葬儀関連会社や生花小売店へ卸販売している。2013 年 10 月に子会社化したマイ・サクセス（株）に同事業を集約した。全国の中央・地方卸売市場との連携や生産者とのネットワークによる独自の流通システムなどに強みを有する。物流網の構築や産地開拓、新商品の開発などに取り組んでおり、花卉の生産・販売部門を担う（株）アグリフラワーとの連携による自社生産にも力を入れている。

(3) ブライダル装花事業

主に結婚式場（ホテルや専門式場のほか、ゲストハウスやレストランウェディングを含む）に対して、卓上花やブーケ等の婚礼における生花商品を制作し、その設営までを含めたサービスを提供している。ビューティ花壇西日本（旧 One Flower）が手掛ける。近年、国内の婚姻数は減少傾向にあるが、事業間シナジーの創出をはじめ、新規取引先開拓（関西・九州エリア）や付加価値の向上により、収益力の強化に取り組んでいる。

(4) その他w事業

2014 年 4 月に子会社化した（株）SHF が手掛けるシステム開発※や、2012 年 12 月に設立した（株）セレモニーサービスによる冠婚葬祭コンサルタント事業、2015 年 6 月に子会社化した（株）キャリアライフサポートによる就労継続支援事業などで構成される。2019 年 6 月期からは、花卉の生産事業を行うアグリフラワーを連結化しており、事業の六次化にも取り組んでいる。

※ SHF については 2025 年 6 月 30 日付けで全株式を譲渡し、グループ会社から除外された。（詳細は後述）

2. グループ体制（持株会社体制への移行）

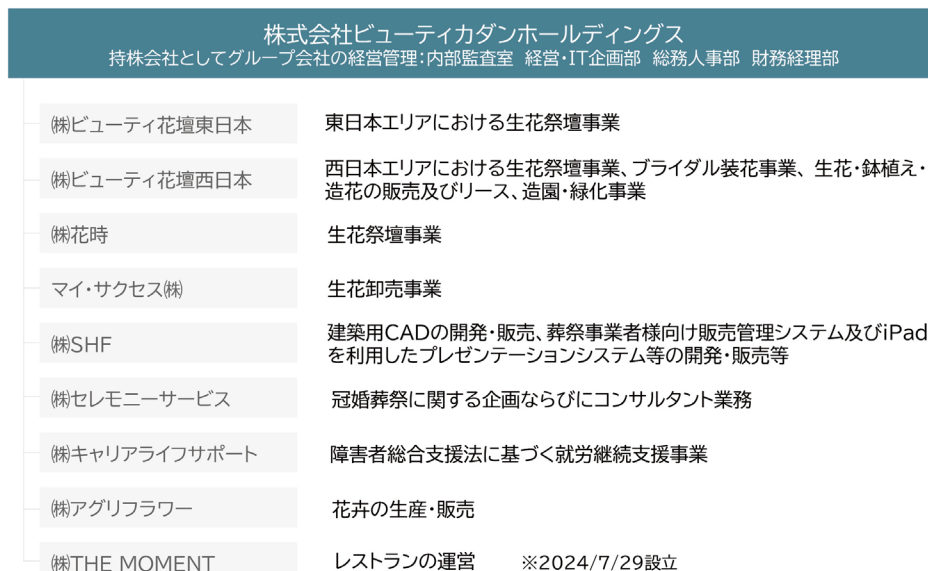
同社は、2024 年 1 月 1 日付けで（株）ビューティ花壇から（株）ビューティカダンホールディングスへと商号変更するとともに持株会社体制へ移行し、グループ再編を実施した。さらなる業容拡大と企業価値向上を実現させるため、グループ各社の連携強化、経営責任の明確化、次世代経営者の育成等を狙っている。

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

会社概要

グループ体制図



出所：中期経営計画より掲載

3. 沿革

同社は、現 代表取締役会長の三島美佐夫（みしまみさお）氏により、1974 年 5 月に生花祭壇の販売及び生花の卸売を目的に、熊本県熊本市において個人商店として設立された。事業規模の拡大を目指して、1997 年 1 月に有限会社、2000 年には株式会社に組織変更し、東京への進出を果たした。

その後、順調に業績を伸ばして、2006 年には東京証券取引所（以下、東証）マザーズ市場に株式を上場すると、2007 年にはブライダル市場への生花サービスを強化するため、（株）クラウンガーデネックス（現 ビューティ花壇西日本）を 100% 子会社として熊本県に設立した。M&A にも積極的に取り組み、2012 年 4 月にシステムハウス福知山（現 SHF）、2013 年 4 月に花時、10 月にマイ・サクセス、2015 年 6 月にはキャリアライフサポートを相次いで子会社化するなど、事業規模の拡大と多角化を進めてきた。2016 年 2 月には、千葉県成田市にてローズヒップ・バラ・菊などを生産するアグリフラワーを設立し、事業の六次産業化に向けて花卉の生産事業にも参入した。

2016 年 11 月に東証マザーズから東証 2 部へ市場変更し、2022 年 4 月に東証スタンダード市場へ移行した。2020 年 9 月に舩田正一（ますだしょういち）氏が新社長に就任（三島氏は代表権のある会長に就任）すると、2024 年 1 月 1 日からはグループ連携強化と次世代経営者育成等を目的に、持株会社体制へと移行した。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

企業特長

長年培ってきた高い技術力やデザイン性に加え、 事業間シナジーによる価格競争力にも強み

1. 生花祭壇事業の特長

同社の祖業である「生花祭壇事業」の強みは、1) 創業 40 年以上の伝統の中で培ってきた技術力、2) 環境変化に柔軟に対応する機動力、3) スケールメリット及び生産性の追求によるコスト競争力にある。1) については、遺族からの要望に応じた花飾りやデザインに生かされており、高い評価と差別化を実現しているほか、独自の「技術認定制度」を設け、技術者の育成にも力を入れている。2) については、大都市圏を中心に家族葬や 1 日葬といった小規模な葬儀が増えるなかで、関東エリアでは生花祭壇・供花の集中生産方式を導入し、各工程における効率化を実現するなど環境変化への対応を柔軟に行ってきた。また、顧客に近いエリアへ営業拠点を展開し、納品までのさらなるリードタイムの短縮にも取り組んでいる。3) については、業界初となる供花のライン生産方式を導入し、作業効率の大幅な向上と労務費率改善を図ってきた。今後も加速度的に進む単価下落へ対応するため、低コスト祭壇の開発や生花祭壇・供花の集中生産方式のさらなる効率化、労務費率の適正化と安定化などにより、圧倒的なコストリーダーとしてのポジションを確立していく考えである。

2. 生花卸売事業の特長

「生花卸売事業」における強みは、1) 独自の流通システム、2) 情報収集力、3) 値付けの説得力（国内外の最適な調達バランスの実現）、4) 冷蔵輸送などにある。1) については、全国の中央・地方卸売市場との提携や全国の生産者とのネットワークを通じて全国の相場情報を取得し、顧客へのスピーディで満足度の高い商品提供を行っている。また、2) 及び 3) については、同一規格の生花であっても地域により価格差があることから、仕入れ担当者を各支店及び営業所に配属することで、各エリアでの価格・需要動向を把握し最適な価格にて提供するほか、国内外からの調達比率のバランスを図ることで、天候不順や需給の急激な変動へのリスクを最小限にした最適調達を実現している。4) では、顧客サービスを強化すべく、国内物流業者と連携して国内外生産地から消費者まで一貫したコールドチェーンを展開している。

3. 事業間シナジーの実現

「生花祭壇事業」と「生花卸売事業」の連携により、1) 利益の相互補完、2) 在庫リスクの軽減、3) 情報のフィードバックによるシナジー創出を実現している。1) については、「生花祭壇事業」における生花祭壇の価格が一定であるのに対し、「生花卸売事業」では仕入れ価格に対する一定の割合が利益となるため、仕入れ価格が下落すると「生花卸売事業」の利益は減少する一方、「生花祭壇事業」では原価が下がることで利益が増加するという利益の相互補完ができる。また、2) については、突発的に受注が発生する葬儀において、同社は花の仕入れ数量を「生花卸売事業」で調整し、かつ「生花祭壇事業」で使用する花を中心に少品種にて卸売を行うため、常に花のロス率を低く抑えている。3) についても、「生花祭壇事業」を通じて消費者や生花店からの需要や消費動向を得る一方、「生花卸売事業」では生産地や卸売市場からの供給動向が獲得できるため、それらの情報をスピーディかつ効率よくフィードバックし相互の事業に有効活用している。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

企業特長

4. M&A による業容拡大

同社は、これまでも M&A を軸とした周辺事業への展開により、規模拡大とシナジー創出（大量物流の実現、顧客基盤や人材等の相互活用、一体となったサービス提供）に取り組んできた。2007 年 5 月に参入した「ブライダル装花事業」は、「生花祭壇事業」と繁忙期が重ならないため、スタッフや車両・設備などの経営資源をうまく融通し合うことで経費の削減を図ることができる。2015 年 6 月に連結化したキャリアライフサポートは、サプライチェーンの統合を人材面で支える役割を担っている。この数年においては、コア事業へ集中する方針の下で事業を整理してきた経緯があるが、今後の事業拡大（シェア向上）に向けて、M&A が重要な成長戦略であることに変わりはない。数々の M&A（PMI を含む）を通じて蓄積してきた知見やノウハウは組織能力を形成しており、今後の M&A を成功に結び付ける強みとして評価することができる。

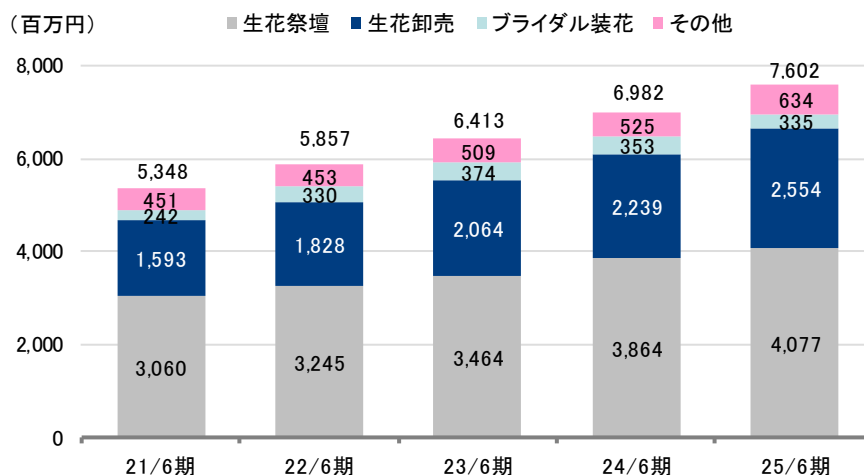
業績動向

コロナ禍からの回復により増収基調にあるも、円安の影響を含む原価高騰や人件費増が利益を圧迫

1. 過去の業績推移

これまでの業績を振り返ると、コロナ禍となった 2020 年 6 月期からの 3 期はそれぞれ 5,344 百万円、5,348 百万円、5,857 百万円と売上高は低調に推移した。2023 年 6 月期以降はそれぞれ 6,413 百万円、6,982 百万円、7,602 百万円と、コロナ禍収束とともに増収基調をたどっている。特に、主力の「生花祭壇事業」が件数・単価ともに堅調に推移しているところは、今後に向けても明るい材料と言える。

売上高の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

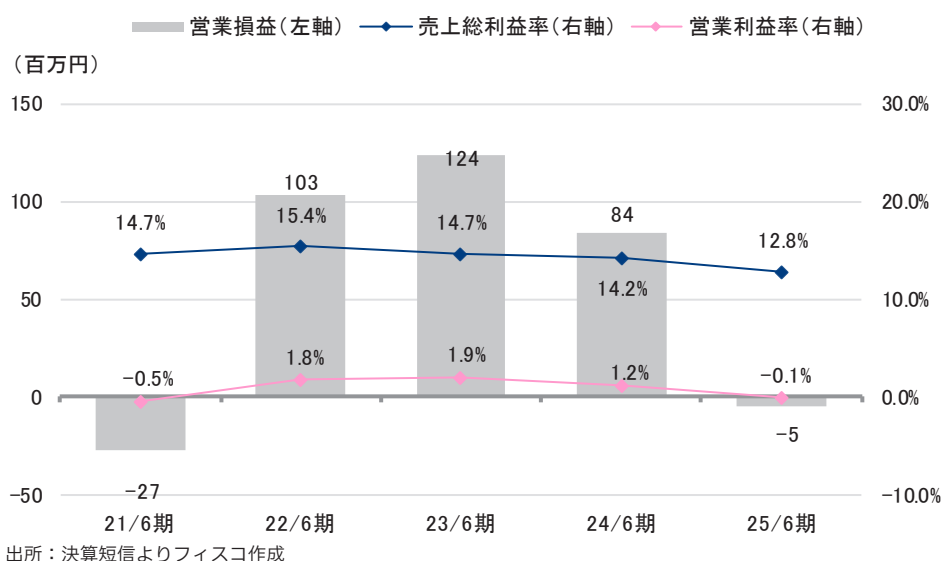
2025 年 9 月 29 日 (月)

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

業績動向

一方、利益面でも、コロナ禍の影響を受けた 2020 年 6 月期から 2 期連続でそれぞれ 158 百万円、27 百万円の営業損失を計上したものの、2022 年 6 月期からは 103 百万円、124 百万円、84 百万円と 3 期連続で営業黒字を確保した。売上総利益率・営業利益率は 2020 年 6 月期の 14.1%、3.0% 減を底に、2022 年 6 月期に 15.4%、1.8% と一旦回復に向かった。しかし、物価高騰や円安の影響、人件費増が売上総利益率や営業利益率の低迷を招き、2023 年 6 月期は 14.7%、1.9%、2024 年 6 月期は 14.2%、1.2% と低調に推移し、直近の 2025 年 6 月期においては、さらなる原価増や人件費増が利益を圧迫し、12.8%、0.1% 減に落ち込んだ。

営業損益、売上総利益率及び営業利益率の推移



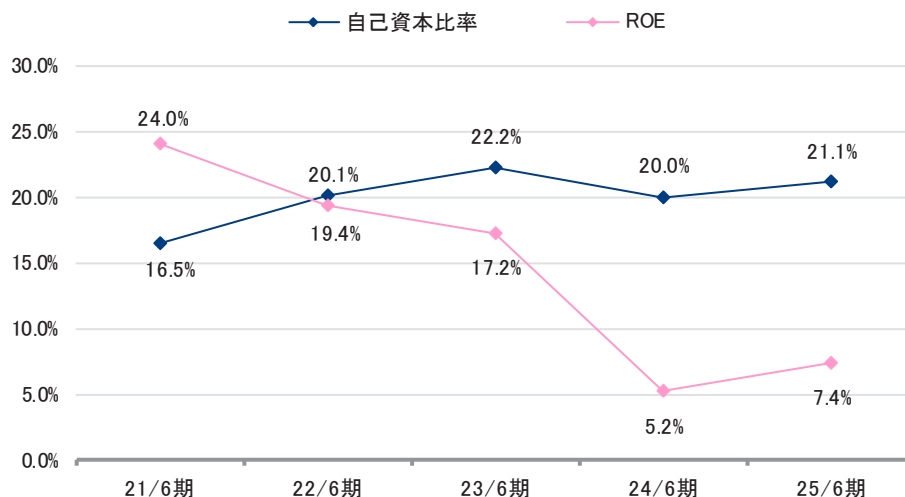
財務面では、自己資本比率は 2020 年 6 月期の 14.6%、2021 年 6 月期の 16.5% を除き、20% 台で推移してきた。一方、資本効率を示す ROE は利益率の変動に伴って不安定な動きをしており、2021 年 6 月期からの 3 期は 24.0%、19.4%、17.2% と 2 ケタ水準を確保したものの、2024 年 6 月期は仕入原価の高騰や人件費増に伴う利益の下振れにより 5.2% と大きく低下した。2025 年 6 月期に 7.4% へ改善したのは、子会社株式の譲渡益(特別利益)の計上によるものである。

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

業績動向

自己資本比率及びROEの推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2025 年 6 月期の決算概要

2025 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 8.9% 増の 7,602 百万円、営業損失が 5 百万円（前期は 84 百万円の利益）、経常利益が前期比 95.3% 減の 4 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 50.6% 増の 42 百万円と増収ながら大幅な営業減益となり、営業損失を計上した。

主力の「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」の拡大が増収に寄与した。特に「生花卸売事業」については、高温等の影響で品薄となった主力品目の単価上昇と販売数量の増加により大きく伸びた。「生花祭壇事業」についても新規拠点開設の効果や既存顧客からの受注拡大により各エリアで前期を上回ることができた。一方、「ブライダル装花事業」は新規先開拓が進んだものの、熊本での苦戦が響き減収となった。「その他事業」は 2024 年 7 月に設立した THE MOMENT（レストラン事業）が上乗せ要因（9 ヶ月分）となった。

一方、利益面で大幅な減益となり営業損失に陥ったのは、複合的なコスト要因によるものである。とりわけ比重の大きな「生花祭壇事業」の原価増（輸送費の高騰や円安の影響等）と人件費増が利益を圧迫した。「ブライダル装花事業」も粗利率の低下と販管費増で損失が拡大した。また、アグリフラワー（農業）における連作障害の影響も収益の足を引っ張った。ただ、グループ再編の動きに伴う子会社株式（SHF）の譲渡益（特別利益 106 百万円）の計上により、最終損益では増益を確保することができた。

財政面では、子会社の譲渡や借入金による資金調達に伴う現預金の増加等で総資産が前期比 6.6% 増の 2,897 百万円に拡大した。一方、自己資本も利益剰余金の積み増しにより同 12.2% 増の 610 百万円に拡大し、その結果、自己資本比率は 21.1%（前期末は 20.0%）に若干改善した。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

業績動向

2025 年 6 月期の業績

(単位：百万円)

	24/6 期		25/6 期		前期比		25/6 期 (計画)	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	値	売上比
売上高	6,982		7,602		619	8.9%	7,600	
生花祭壇事業	3,864	55.3%	4,077	53.6%	213	5.5%	-	-
生花卸売事業	2,239	32.1%	2,554	33.6%	315	14.1%	-	-
ブライダル装花事業	353	5.1%	335	4.4%	-17	-5.0%	-	-
その他事業	525	7.5%	634	8.3%	108	20.7%	-	-
売上原価	5,988	85.8%	6,627	87.2%	638	10.7%	-	-
販管費	909	13.0%	981	12.9%	71	7.9%	-	-
営業利益	84	1.2%	-5	-0.1%	-90	-	110	1.4%
生花祭壇事業	332	8.6%	218	5.4%	-114	-34.4%	-	-
生花卸売事業	32	1.5%	58	2.3%	25	77.9%	-	-
ブライダル装花事業	-2	-	-21	-	-18	-	-	-
その他事業	-2	-	-29	-	-27	-	-	-
調整額	-275	-	-231	-	43	-	-	-
経常利益	99	1.4%	4	0.1%	-94	-95.3%	110	1.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	28	0.4%	42	0.6%	14	50.6%	70	0.9%

注：セグメント売上高は外部顧客への売上高を記載

出所：決算短信よりフィスコ作成

財政状態（要約）

(単位：百万円)

	2024 年 6 月末 実績	2025 年 6 月末 実績	増減	
			額	増減率
総資産	2,717	2,897	179	6.6%
自己資本	544	610	66	12.2%
自己資本比率	20.0%	21.1%	1.1%	-
有利子負債（リース債務を除く）	1,439	1,553	113	7.9%
短期	677	748	70	10.5%
長期	761	805	43	5.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

業績動向

トップラインは堅調に推移、収益力強化へ布石を打つ 1 年

事業別の業績は以下のとおりである。

(1) 生花祭壇事業

売上高は前期比 5.5% 増の 4,077 百万円、セグメント利益は同 34.4% 減の 218 百万円と増収減益となった。売上高は新規拠点開設の効果や既存取引先からの受注拡大により、グループ各社（ビューティ花壇東日本及びビューティ花壇西日本、花時）がともに伸長した。死亡者数の緩やかな増加や葬儀単価の持ち直しが見られるなかで、生花祭壇売上と供花等売上の両方が伸びた。特に生花祭壇売上における祭壇件数が同 9.9% 増の 22,865 件と大幅に増加した。また、平均単価は同 5.5% 減の 54,700 円とやや低下したものの、関東エリアでは前期を上回っておりエリアによってばらつきがあるようだ※。一方、利益面では、想定を超える原価増（輸送費の高騰、円安の影響等）や人件費増により大きく落ち込んだ。セグメント利益率も 5.4%（前期は 8.6%）に低下した。

※ 関西エリアにおいては比較的単価の低い小規模施工案件の受注案件が増加しており、件数を伸ばしたことが平均単価を押し下げる要因となった。一方、関東エリアでは高単価商品の提供拡大により、平均単価が上昇しており一定の手応えを得ているようだ。

(2) 生花卸売事業

売上高は前期比 14.1% 増の 2,554 百万円、セグメント利益は同 77.9% 増の 58 百万円と順調に拡大した。売上高は主力品目の販売単価の上昇と販売数量の増加が増収に寄与した。販売単価の上昇は円安の影響や夏場の高温を受けた生育不足等による品薄に起因する。利益面でも、粗利益確保に注力した販売戦略が奏功し、相場変動による影響をカバーし大幅な増益を実現した。セグメント利益率も 2.3%（前期は 1.5%）に改善した。

(3) ブライダル装花事業

売上高は前期比 5.0% 減の 335 百万円、セグメント損失は 21 百万円（前期は 2 百万円の損失）と減収減益となり損失幅が拡大した。ブライダル事業は、福岡・関西は施工件数の維持により堅調に推移したものの、熊本では単価・件数ともに伸び悩んだ。また、リテール事業（小売）は来店者数の伸び悩みと季節要因による繁閑差が収益性の悪化を招いた。一方、ランドスケープ（造園）は市況や気候変動の影響を受けにくい事業特性により安定的に推移したようだ。利益面でも減収による収益の下押しや人件費増などによりブライダル事業が減益となり、セグメント損失が拡大した。

(4) その他事業

売上高は前期比 20.7% 増の 634 百万円、セグメント損失は 29 百万円（前期は 2 百万円の損失）と増収ながら減益となり損失幅が拡大した。売上高はセレモニーサービスの件数及び単価増に加え、2024 年 7 月に設立した THE MOMENT の上乗せ要因（9 ヶ月分）が増収に寄与した。一方、利益面では SHF における低単価案件の増加と販管費増、キャリアライフサポートにおける福祉報酬改定の影響、アグリフラワーでの連作障害による生産量の減少等が収益を圧迫し、セグメント損失が拡大した。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

業績動向

3. 2025 年 6 月期の総括

以上から、2025 年 6 月期を総括すると、様々な外部要因による影響を受けながらも、主力の「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」の売上高が順調に伸びたところはプラスに評価できる。特に、「生花祭壇事業」の拠点開設や関東エリアにおける高単価商品の拡大がトップラインの伸びにつながっているところは今後に向けても明るい材料である。「生花卸売事業」についても販売戦略が奏功し、販売単価及び件数の拡大が利益率の改善に結び付いているところは評価すべきポイントと言えるだろう。もっとも、最大の論点は損益の落ち込みであることは言うまでもない。夏場の高温等による相場への影響に加え、円安や物流コストの上昇、人件費の増加、連作障害など、様々なコスト要因が重なったことが計画を下振れさせる要因となった。粗利益率を重視した販売戦略や原価管理の徹底、安定的な仕入の確保（自社生産を含む）、DX 等による業務効率の推進、事業間シナジーの追求など、短期・中長期の両面から、いかに収益力の強化・安定化を図っていくのか、今後の動向に注目したい。一方、活動面では、経営資源の選択と集中を進めたほか、次世代農業モデルの確立に向けた取り組みでも一定の成果をあげることができた（詳細は後述）。

■ 主な活動実績

グループ体制の最適化や、次世代農業モデルの確立に取り組む

1. 経営資源の選択と集中

ホールディングスとしての機能を高めるべく、M&A を活用しながら、グループ体制の最適化と事業の選択と集中を進めた。具体的には、2024 年 9 月にさかいや生花店（福島県）の株式を取得したほか、2025 年 5 月には液体肥料の製造販売を行う南産業（熊本県）を子会社化した※¹。一方、2025 年 6 月にはシステム開発事業を担ってきた SHF の株式を譲渡した※²。これらにより、地域と事業のバランスを見直し、収益性向上を図る体制へと強化する考えだ。

※¹ 1986 年創業来、長年の事業経営による多種多様な製造ノウハウ、顧客への対面販売によるニーズ把握力・情報収集力を有しており、同社グループが手掛ける農業部門とのクロスセルによるマーケットの拡大・売上増、同部門のさらなる水平展開へもつなげるところに狙いがある。

※² 2012 年 4 月に子会社化して以来、葬儀や建設業界におけるシステム開発事業を担ってきた。事業の選択と集中により成長が見込まれる分野にリソースを集中させるべく、同事業を Renga Partners に譲渡するに至った。

2. Cultivera との業務委託契約の締結

2025 年 6 月には農業スタートアップである（株）Cultivera との業務委託契約を締結した。Cultivera 社は、バイオサイエンスと環境制御技術を融合した「モイスカルチャー農法」という、湿度を活かした栽培技術を開発しており、超節水・排水ゼロ・省エネルギーなどの特長を備えている。これは、高温多湿な日本の環境や連作障害への対応策として有望であると言われており、次世代農業モデルの確立により、同社の農業事業の発展はもちろん、事業を通じて環境や農業の生産性向上に貢献していく方針である。

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

主な活動実績

3. 法政大学とのゼオライト資材の共同開発

2025 年 8 月にはゼオライト複合体を活用した菊の栽培資材の開発を目的に法政大学との共同研究契約を締結した。使用済みの菊の茎などからセルロースを抽出し、資源として再利用する技術の確立を目指すものであり、循環型資源利用へのカギとなる実証実験としてスタートした。本件により、従来の培養土に代わる持続可能な栽培資材の実用化が期待されており、同社の農業事業への展開はもちろん、循環型社会への貢献に結び付けていく。

市場環境

葬儀の縮小化や原価高を背景として業界淘汰が加速する可能性が高い

1. 生花祭壇事業

同社の主力である「生花祭壇事業」の業績は、全国の葬儀件数や 1 件当たりの葬儀業売上高との相関性が高い。2020 年度から 2024 年度の年間死亡者数、葬儀業売上高の推移を見ると、年間死亡者数は年平均 4.0% 増と緩やかに増加し、葬儀単価にも持ち直しの傾向が見られるなかで、葬儀業売上高はこの 5 年間で年平均 5.3% 増と着実に伸びてきた。死亡者数が増加しているのは高齢者人口が増加していることが背景にあるが、人口構成から判断すると今後も 1 ケタ台前半の伸びが続くものと考えられる。

一方で、家族葬や 1 日葬など、コンパクトな葬儀形式の広がりもあり、構造的には単価を抑制する力も働いている。したがって、葬儀単価は全体として緩やかな上昇基調にあるものの、葬儀の形式やニーズの変化によって、単価のばらつきも大きくなっていくことが予想される。

同社のような「生花祭壇事業」を営む事業者は、地域に密着した中小・零細企業の専門者が多いほか、大手の葬儀関連会社が内製化しているところも見られる。前述した葬儀関連業界における環境変化は、当然ながら生花祭壇事業者へのしわ寄せや交渉力にも影響を与え、業界淘汰が加速される可能性が高い。

ビューティカダンホールディングス

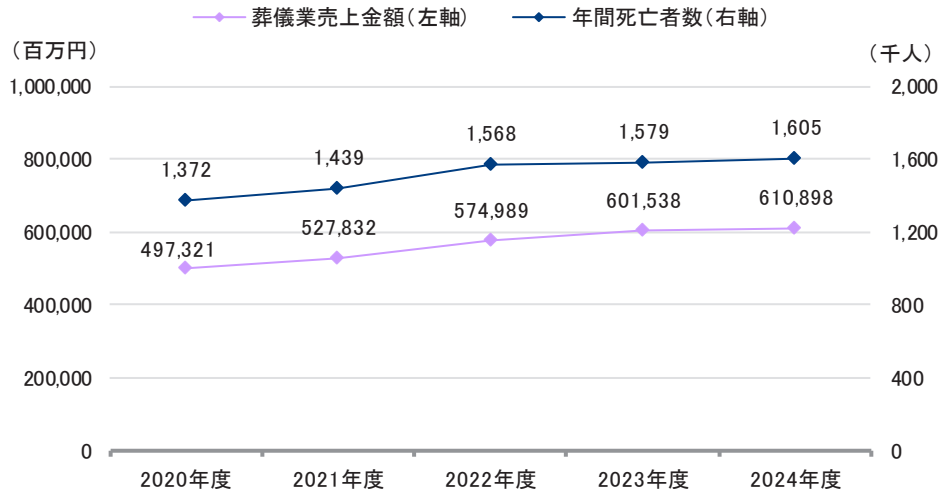
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

市場環境

葬儀業売上高・年間死亡者数の動向

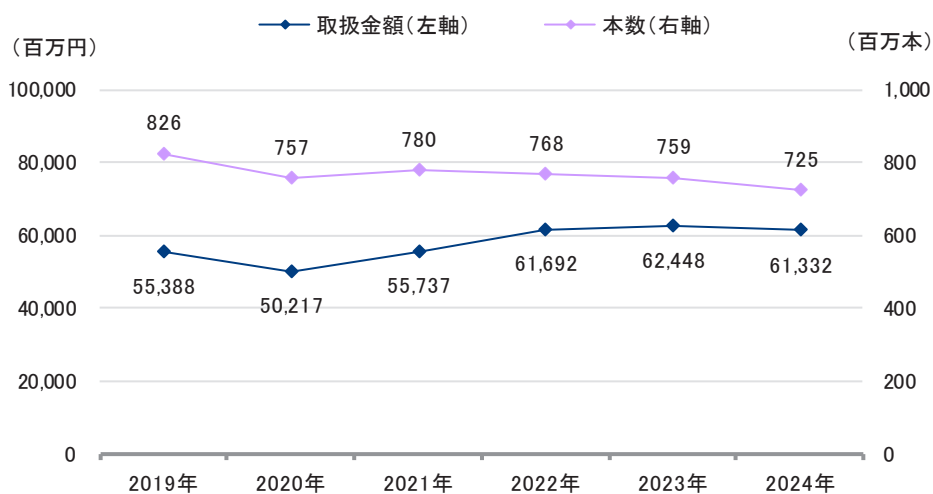


出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 生花卸売事業

「生花卸売事業」の業績に影響を及ぼす生花（切り花）取扱金額（東京都中央卸売市場）は、2023 年に 624 億円でピークを迎え、2024 年も高水準を維持している。一方、数量は 2021 年の 780 百万本を境に減少が続き、2024 年は 725 百万本と直近で最も低い水準となった。したがって、数量が減る中で単価が上昇している状況と俯瞰することができる。また、輸入切花の推移については、輸入金額・数量ともに増加し、2024 年は直近 5 年間で最高水準となった。すなわち、国産の減少を補う形で輸入需要が拡大していることがわかる。国内生産者の高齢化のほか、円安、物流コスト上昇なども金額を引き上げる要因となっている。したがって、安定的な調達、物流効率化、価格転嫁の仕組みづくりなどが業界における課題と言えるだろう。

生花（切り花）取扱金額・本数の動向（海外産含む）



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

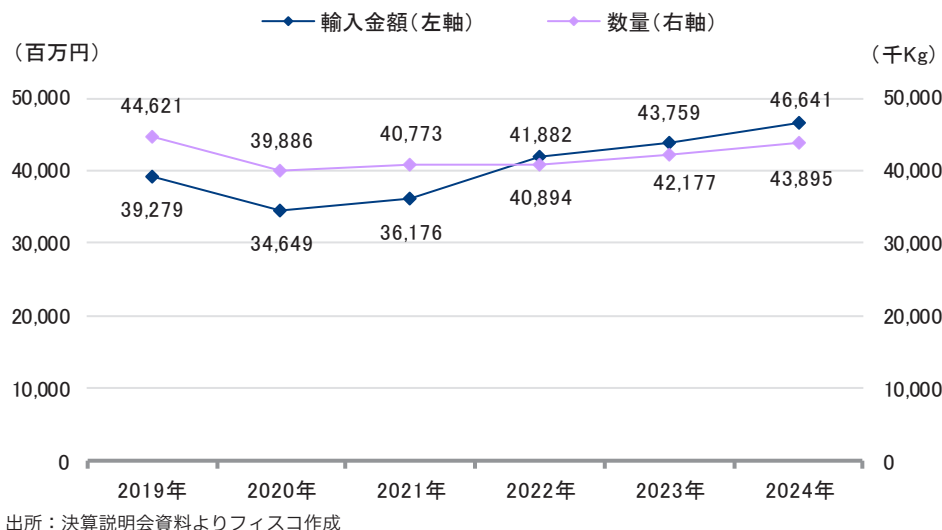
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ビューティカダンホールディングス
3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)
<https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

市場環境

生花(切り花)輸入金額・数量の動向



3. プライダル装花事業

少子化の影響や婚姻率の低下により婚姻件数は減少傾向にある。2023 年は戦後で初めて 50 万件を割ったが、2024 年はわずかながら増加に転じた。一方、プライダル市場全体は、挙式場の新規出店や施設のリニューアルが進んでいるものの、その市場規模の伸びは緩やかにとどまっている。コロナ禍で大きく落ち込んだ招待客数については着実に回復傾向にあり、挙式披露宴・披露パーティの総額平均も 2024 年には 340 万円台に戻ってきた。

業績見通し

2026 年 6 月期は増収増益を見込む

1. 2026 年 6 月期の業績予想

2026 年 6 月期の業績予想について同社は、売上高を前期比 1.3% 増の 7,700 百万円、営業利益を 120 百万円（前期は 5 百万円の損失）、経常利益を 75 百万円（前期は 4 百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純利益を同 7.0% 減の 40 百万円と増収増益を見込んでいる。

売上高は、子会社（SHF）の譲渡によるマイナスの影響を受けるものの、引き続き「生花祭壇事業」及び「生花卸売事業」の伸びや THE MOMENT（レストラン事業）の通年寄与により増収を確保する。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

業績見通し

利益面では、増収による収益の押し上げに加え、粗利益率を重視した販売戦略や原価管理の徹底、事業間シナジーを含む、業務効率の追求などにより大幅な損益改善を図る考えだ。

2. 弊社の見方

同社の売上高予想は、グループ再編に伴うプラス・マイナスの影響を合理的に織り込んでいることや、主力事業において拠点開設や販売戦略が順調に進捗していることなどを勘案すれば、十分に達成可能であると弊社では見ている。一方、利益予想の達成については、比重の高い「生花祭壇事業」の損益改善が大きなカギを握るだろう。弊社では、今後も外部環境の影響が損益の変動要因となることには十分に注意する必要があるものの、高単価商品の提供拡大や低価格化に見合った原価コントロールの両面でいかに収益力の強化・安定化を図っていくのかに注目しており、四半期決算ごとに損益改善の道筋を様々な要因に分解しながらフォローしていく必要がある。

■ 中長期戦略

持株会社体制の下、経営資源の選択と集中を進め、グループ収益力の強化に取り組む

1. 中期経営計画の重点施策と進捗

3ヶ年の中期経営計画(2025年6月期～2027年6月期)がスタートして1年が経過した。「新体制(ホールディングス)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」ことを基本方針とし、1) 経営基盤の強化、2) 各事業の売上拡大(グループ収益力の強化)、3) サステナビリティ経営の推進と企業価値向上を重点施策に掲げている。主な取り組みや進捗については以下のとおりである。

1) 経営基盤の強化

新体制機能の強化・M&Aによるグループ成長加速、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に取り組んでいる。初年度については、既述のとおり、さかいや生花店及び南産業を子会社化する一方、SHFの株式を譲渡し、経営資源の選択と集中を進めた。また、採用部門の強化に取り組むとともに、DX推進による業務効率化に向けても本格的に検討を開始した。

2) 各事業の売上拡大(グループ収益力の強化)

引き続き、「生花祭壇事業」と「生花卸売事業」を収益ドライバーとして、両事業の連携を図りながらグループ収益力の強化につなげていく方針である。初年度については、「生花祭壇事業」において、福島・仙台など既存エリアでの商圏拡大に取り組んだほか、2025年8月には神戸に新拠点を開設した。農業分野では、熊本県八代市にて自社農場でのキク類生産をスタートし、Cultivera社との提携を通じて「モイiscalチャー農法」の導入も開始した。

ビューティカダンホールディングス

3041 東証スタンダード市場

2025 年 9 月 29 日 (月)

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

中長期戦略

3) サステナビリティ経営の推進と企業価値向上

持続可能な社会の実現に向けて、環境配慮型商品（サービス）、脱炭素化等 SDGs の取り組みを推進するとともに、同社自身の持続的な企業価値向上のために、資本効率（ROE）の向上及び株主還元の充実、積極的な成長投資、IR 活動の強化等に取り組んでいる。初年度については、業績面では収益が大きく下振れたものの、京都大学との共同研究による循環型資源利用や Cultivera 社との提携による「モイスカルチャー農法」の導入など、サステナビリティ経営の推進においては大きな成果をあげることができた。

2. 数値目標の設定

最終年度である 2027 年 6 月期の目標として、売上高 8,600 百万円（3 期の平均成長率 7.2%）、営業利益 200 百万円（営業利益率 2.3%）、ROE 18.5% を掲げており、当初計画からの見直しはない。利益率の高い「生花祭壇事業」を伸ばすとともに、「生花卸売事業」の収益性強化により、売上成長と利益率改善を実現するシナリオである。

3. 中長期の注目点

中長期の視点からは、業界再編の動きに注目したい。葬儀の縮小化や後継者問題、人材不足、DX 化など業界を取り巻く環境変化が進むなかで、国内外で独自の流通システムを構築し、全国に拠点を展開している同社にとっては主導的な立場で業界再編を手掛ける機会として捉えることができる。足元の業績は、様々な外部要因が重なり厳しい収益環境の下にあるが、これらは業界においても共通の課題であり、同社にとっては、いかに先んじて乗り越えていけるかが、これからのシェア拡大に向けた分水嶺になるだろう。したがって、早期に儲かる仕組みを軌道に乗せ、盤石な財務基盤を築くことが M&A を進めるうえでも重要なテーマであることは明らかであり、そういう視点から今後の動向を注視する必要がある。

株主還元策

配当性向 50% を目安に配当。2026 年 6 月期の期末配当は、前期と同額の 1 株当たり 5.25 円配を予定

同社では、配当性向 50% を目安として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ことを基本方針としている。

2025 年 6 月期の 1 株当たりの配当金については、前期比 1.25 円増配となる 5.25 円配を実施した。2026 年 6 月期も前期と同額の 1 株当たり 5.25 円配を予定している。弊社では、今後も中期経営計画の実現を通じて、利益成長に伴う増配余地は十分にあると見ている。

また、個人株主づくりを目的として株主優待制度も導入している。具体的には、6 月末時点において 200 株以上保有する株主には、熊本県産の新米 5kg を産地直送で届けるほか、2,000 株以上保有の株主には、グループ会社「THE MOMENT」が運営するレストランのディナー招待券 2 万円相当を贈呈する内容となっている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp