

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 >>>

2026 年 10 月 1 日 (木)

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>

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2026年6月期の決算概要	01
3. 2027年6月期の業績見通し	01
4. 中長期戦略	01
■ 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	08
1. 過去の業績推移	08
2. 2026年6月期の決算概要	09
3. 2026年6月期の総括	12
■ 主な活動実績	14
1. 京都大学と受託研究契約（第2期）を締結	14
2. 次世代農業モデルの確立に向けた進捗	14
3. デジタル技術を活用した取り組み	14
■ 市場環境	15
1. 生花祭壇事業	15
2. 生花卸売事業	15
3. ブライダル装花事業	16
■ 業績見通し	17
1. 2027年6月期の業績予想	17
2. 弊社の見方	17
■ 中長期戦略	18
1. 中期経営計画の重点施策と進捗	18
2. 数値目標の設定	19
3. 中長期の注目点	19
■ 株主還元策	20

要約

**足元業績は複合的な外部要因により低調に推移。
原価増への対応など収益性改善に注力方針**

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である。足元業績は複合的な外部要因により苦戦が続いているが、収益性改善に注力し、早期回復を目指す。

2. 2026 年 6 月期の決算概要

2026 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 3.9%減の 7,302 百万円、営業損失が 166 百万円（前期は 5 百万円の損失）と、様々な外部要因が重なったことで減収となり、損失幅が拡大した。主力の「生花祭壇事業」は小規模葬比率が上昇するなかで、平均単価を確保したものの、施行件数の減少が業績の下押し要因となった。「生花卸売事業」についても取扱数量の不安定さと販売単価の軟調な動きにより減収となった。「その他事業」では子会社である（株）SHF の連結除外（譲渡）がマイナス要因となった。利益面でも、各事業が減収となったことに加え、複合的なコスト要因により損失幅が拡大した。とりわけ比重の大きな「生花祭壇事業」の原価増（花材原価・人件費の上昇、輸送費の高騰、円安の影響等）が利益を圧迫した。

3. 2027 年 6 月期の業績見通し

2027 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 7,400 百万円、営業利益を 10 百万円と増収及び黒字転換を見込んでいる。大幅な売上成長を前提とせず、既存事業の収益性改善を 1 つずつ積み上げ、まずは黒字化を目指す方針である。特に、粗利益率を重視した販売戦略（価格改定及び高付加価値提案等）や原価管理の徹底により損益改善を図る想定である。また、同社は 2026 年 8 月に役員報酬の減額を決定しており、経営陣が率先して固定費の抑制と収益性の改善に取り組む姿勢を示している。

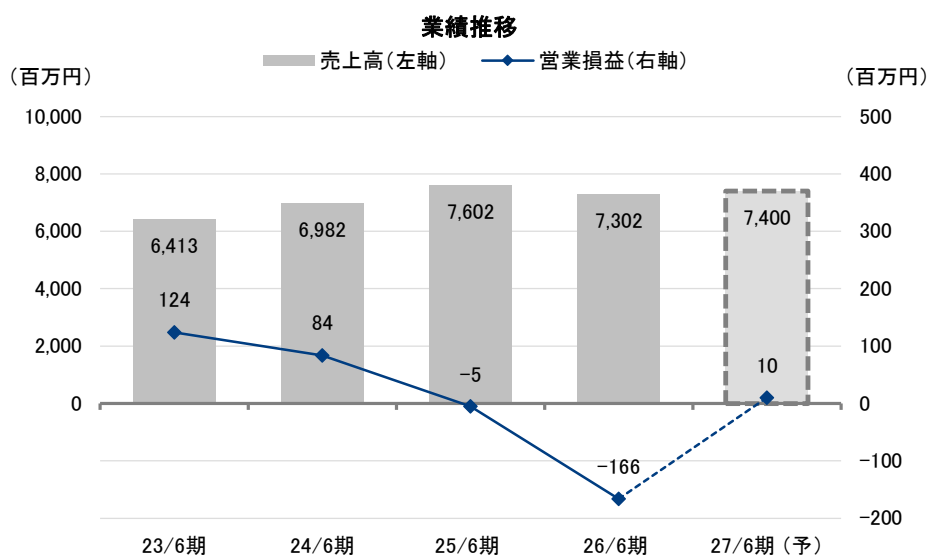
ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

4. 中長期戦略

最終年度を迎えている中期経営計画は、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、を重点施策に掲げてきた。想定外の外部要因により最終年度の目標は未達となる見通しであり、当面は収益性改善に専念する考えである。もっとも、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中長期的な成長をけん引する方向性に見直しはない。次期中期経営計画における具体的な戦略の中身や事業拡大への道筋が注目される。

Key Points

- ・ 2026 年 6 月期は複合的な外部要因により減収及び損失幅が拡大
- ・ 2027 年 6 月期は大幅な売上拡大を前提とせず、収益性改善に注力する方針
- ・ 当面は業績の早期回復に取り組む一方、中長期では拠点展開や M&A 等によるシェア拡大と環境変化に応じた収益力の強化を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

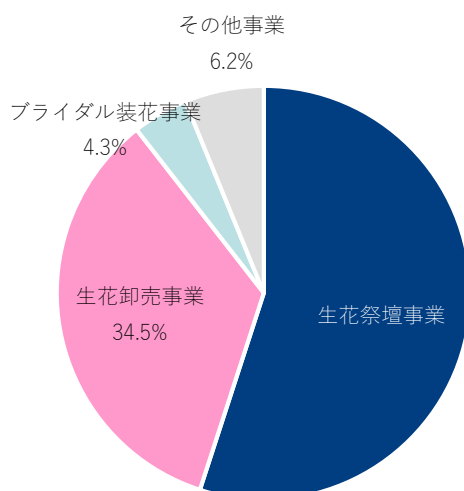
■ 会社概要

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作成・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」は売上高の50%強を占める主要な利益創出事業である。

事業別売上構成比（2026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。

(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) その他事業

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、農業分野への展開(自社生産比率の引き上げを含む)にも取り組んでいる。2024年7月にはレストラン事業を手掛ける(株)THE MOMENTを設立し、2025年5月には液体肥料の製造販売を行う(株)南産業を連結化した。

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 | 2026年10月1日(木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

グループ会社の概要

会社名	事業内容
(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)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	障がい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
(株)南産業	肥料製造販売

出所：中期経営計画よりフィスコ作成

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。

■ 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。今後も続く葬儀単価の下落傾向へ対応するため、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 | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

4. M&A による業容拡大

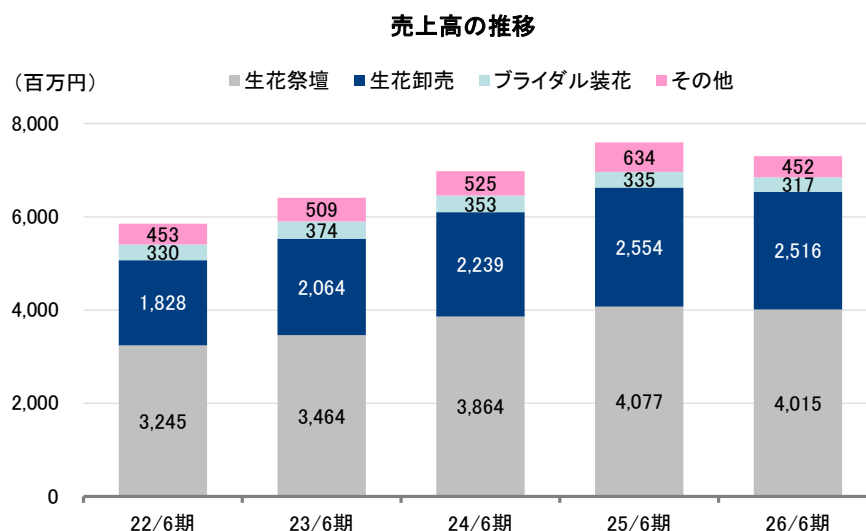
同社は、これまでも M&A を軸とした周辺事業への展開により、規模拡大とシナジー創出（大量物流の実現、顧客基盤や人材等の相互活用、一体となったサービス提供）に取り組んできた。2007 年 5 月に参入した「ブライダル装花事業」は、「生花祭壇事業」と繁忙期が重ならないため、スタッフや車両・設備などの経営資源をうまく融通し合うことで経費の削減を図ることができる。2015 年 6 月に連結化したキャリアライフサポートは、サプライチェーンの統合を人材面で支える役割を担っている。この数年においては、コア事業へ集中する方針の下で事業を整理してきた経緯があるが、今後の事業拡大（シェア向上）に向けて、M&A 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

■ 業績動向

コロナ禍から回復も、小規模葬比率の高まりや原価高騰・人件費増が収益性の課題に

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た。ただ、足元では葬儀の小規模化の定着や葬儀形式の多様化に伴い、平均単価を確保しながら件数を伸ばすことが難しい状況となっており、2026 年 6 月期は 7,302 百万円となった。

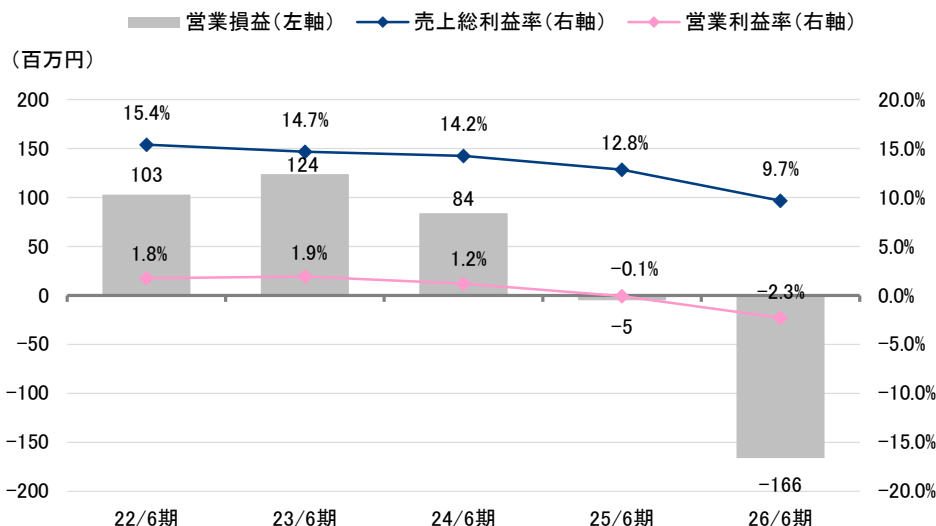


出所：決算短信よりフィスコ作成

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、売上総利益率が 14.1%、営業利益率がマイナス 3.0%と底となった 2020 年 6 月期から、2022 年 6 月期には 15.4%、1.8%へ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%と低調に推移すると、その後もさらなる原価増や人件費増が利益を圧迫し、2025 年 6 月期は売上総利益率 12.8%・営業利益率マイナス 0.1%、2026 年 6 月期は売上総利益率 9.7%・営業利益率マイナス 2.3%と 2 期連続で営業損失を計上した。

ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

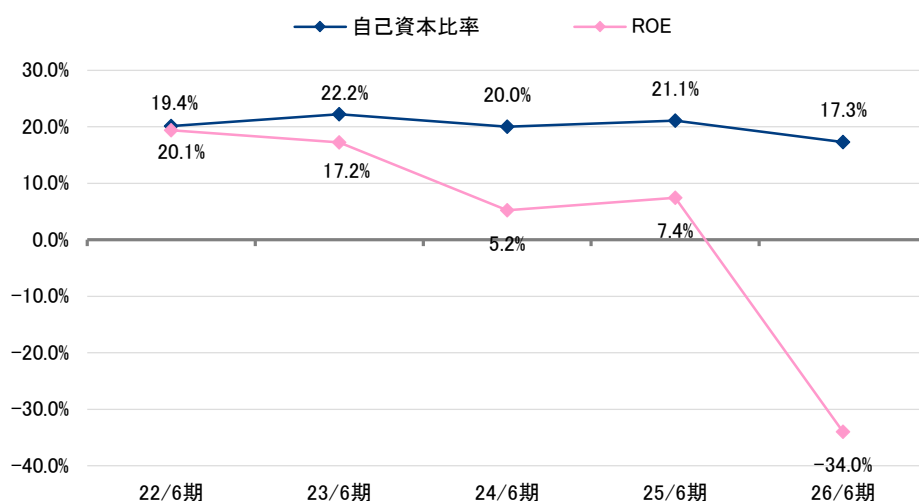
営業損益、売上総利益率及び営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

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。2026年6月期に17.3%へ低下したのは最終損失の計上によるものである。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。2026年6月期は最終損失の計上によりマイナスとなった。

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

ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

2. 2026 年 6 月期の決算概要

2026 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 3.9%減の 7,302 百万円、営業損失が 166 百万円（前期は 5 百万円の損失）、経常損失が 181 百万円（同 4 百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純損失が 174 百万円（同 42 百万円の利益）と、様々な外部要因が重なったことで減収減益となり、各段階利益で損失を計上した。

売上高は、すべての事業が減収となった。「生花祭壇事業」については、小規模葬比率が高まるなかで、平均単価を確保したものの、施行件数の減少が業績の下押し要因となった。「生花卸売事業」についても主要産地からの出荷減少等により取扱数量が不安定に推移したことや販売単価の軟調な動きにより減収となった。なお、「ブライダル装花事業」は、上期に施行件数が前年を下回ったものの、1 件当たり売上の上昇と第 3 四半期以降の受注回復により、通期の売上予算は達成した。また、ブライダル部門の施行件数は通期では前年を上回った。「その他事業」では、子会社（SHF）の連結除外※による影響（361 百万円の減収）がマイナス要因となった。

※システム開発事業を担ってきた SHF の譲渡（2025 年 6 月実施）に伴うもの。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することが目的である。

また、利益面では、各事業が減収となったことに加え、複合的なコスト要因による原価率の悪化により営業損失幅が拡大した。とりわけ比重の大きな「生花祭壇事業」の原価増（花材原価・人件費の上昇、輸送費の高騰、円安の影響等）が利益を圧迫した。

財政面では、現預金の減少等で総資産が前期比 16.7%減の 2,412 百万円に縮小した。一方、自己資本も利益剰余金の取り崩しにより同 31.7%減の 417 百万円に縮小し、その結果、自己資本比率は 17.3%（前期末は 21.1%）に低下した。

ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/

2026 年 6 月期の業績

(単位：百万円)

	25/6 期		26/6 期		前期比		26/6 期	
	実績		実績		増減額		期初予想	
	売上比		売上比		増減率		売上比	
売上高	7,602		7,302		-300	-3.9%	7,700	
生花祭壇事業	4,077	53.6%	4,015	55.0%	-61	-1.5%	-	-
生花卸売事業	2,554	33.6%	2,516	34.5%	-37	-1.5%	-	-
ブライダル装花事業	335	4.4%	317	4.3%	-18	-5.4%	-	-
その他事業	634	8.3%	452	6.2%	-182	-28.7%	-	-
売上原価	6,627	87.2%	6,596	90.3%	-31	-0.5%	-	-
販管費	981	12.9%	873	12.0%	-108	-11.0%	-	-
営業利益	-5	-0.1%	-166	-2.3%	-160	-	120	1.6%
生花祭壇事業	218	5.4%	98	2.4%	-119	-54.9%	-	-
生花卸売事業	58	2.3%	-0	0.0%	-58	-100.4%	-	-
ブライダル装花事業	-21	-	6	-	27	-	-	-
その他事業	-29	-	-53	-	-23	-	-	-
調整額	-231	-	-217	-	13	-	-	-
経常利益	4	0.1%	-181	-2.5%	-185	-	75	1.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	42	0.6%	-174	-2.4%	-217	-	40	0.5%

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)

	2025 年 6 月末	2026 年 6 月末	増減	
	実績	実績		
総資産	2,897	2,412	-485	-16.7%
自己資本	610	417	-193	-31.7%
自己資本比率	21.1%	17.3%	-3.8pp	-
有利子負債（リース債務を除く）	1,553	1,368	-185	-11.9%
短期	748	783	35	4.7%
長期	805	584	-220	-27.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別の業績は以下のとおりである。

ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | <https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/>

(1) 生花祭壇事業

売上高は前期比 1.5%減の 4,015 百万円、セグメント利益は同 54.9%減の 98 百万円と減収及び大幅減益となった。葬儀費用全体に持ち直しが見られるなか、供花等売上が同 3.8%増の 1,788 百万円に伸びたものの、生花祭壇売上が同 5.1%減の 1,304 百万円に縮小した。生花祭壇売上の縮小は、小規模葬比率が高まるなかで、平均単価^{※1}はほぼ横ばいを確保した一方、施行件数^{※2}が大幅に減少したことが理由である。利益面では、減収による収益の押し下げに加え、想定を超える原価増（花材原価・人件費の上昇、輸送費の高騰、円安の影響等）により大きく落ち込んだ。セグメント利益率も 2.4%（前期は 5.4%）に低下した。

※1 生花祭壇の平均単価は前期比 0.2%増の 54,805 円とほぼ横ばいを確保した。特に関東では同 2.9%増の 59,127 円へと上昇し、高付加価値商品の提案効果が表れている。

※2 生花祭壇の施行件数は前期比 7.0%減の 23,803 件（前期は 25,582 件）となった。祭壇を設けない直葬（火葬式）など小規模葬比率の上昇が施行件数の減少につながっていると考えられる。なお、平均単価及び施行件数は、持株会社体制移行前の旧単体ベースで比較したものであり、花時は含まない。

(2) 生花卸売事業

売上高は前期比 1.5%減の 2,516 百万円、セグメント損失は 0.2 百万円（前期は 58 百万円の利益）と減収減益となった。主要産地からの出荷減少により上期での取扱数量が低調に推移したほか、数量回復後は販売単価が低下し減収となった。利益面でも、上期の仕入価格の高止まりと廃棄増加、その後の販売単価の低下により収支均衡まで落ち込んだ。

(3) ブライダル装花事業

売上高は前期比 5.4%減の 317 百万円、セグメント利益は 6 百万円（前期は 21 百万円の損失）と減収ながら黒字転換した。上期において施行件数が減少したものの、1 件当たりの売上増でカバーしたほか、第 3 四半期以降の受注回復により、通期の売上予算を達成することができた。利益面でも、原価や人件費が高止まりするなかで、原価管理の徹底と業務効率化の継続が損益改善に寄与した。一方、リテール部門は EC や造園等の売上減により前年を下回った。

(4) その他事業

売上高は前期比 28.7%減の 452 百万円、セグメント損失は 53 百万円（前期は 29 百万円の損失）と減収及び損失幅が拡大した。SHF の連結除外とセレモニーサービスの落ち込みが、その他事業全体での減収を招く要因となった。一方、キャリアライフサポートの伸びや THE MOMENT（レストラン事業）による通年寄与、南産業の連結化についてはプラスに働いた。また、利益面では、SHF の譲渡により同事業に関わる赤字が解消されたものの、農業部門（アグリフラワー）における連作障害の影響が続いたことで損失幅が拡大した。

3. 2026 年 6 月期の総括

以上から、2026 年 6 月期を総括すると、最大のポイントは業績面での大幅な落ち込みに尽きるだろう。各事業の売上高の伸び悩みに加え、原価増による収益性の悪化により厳しい結果となった。特徴的なのは、様々な要因が重なっていることであり、大きく分類すると、1) 葬儀市場全体の構造的な変化、2) 生花市場における需給両面での不安定な動き、3) 物流費、人件費、円安等の一般的なコスト要因といった 3 つの外部要因に加え、同社自身の要因（農業分野における連作障害の影響継続）が重なったと見ることができる。ただ、原因の特定は合理的にできており、あとは短期・中長期の両面からいかに有効な策を打てるか、そして早期回復につなげていけるかにかかっていることは言うまでもない。

これまで業界を取り巻く環境変化に柔軟に対応してきた同社にとっても、複雑な事業環境を前にして、数量を確保すべきか、収益性を優先すべきかといった難しい判断が続くことが予想されるが、高付加価値化とコスト効率の両にらみで新たな事業モデルを構築していけるかどうかが今後を左右することになると考えられる。

一方、プラスの材料を挙げるとすれば、採用部門強化により新卒採用者が大幅に増加（2026 年新卒採用 30 名）したことは、同社の将来性や社会性、地域密着性に対する期待の表れと見ることができ、人的資本の強化という点からも大きな成果と言える。また、ブライダル装花事業の黒字化をはじめ、その他事業においても、好調なレストラン事業や軌道に乗ってきたキャリアライフサポートの事業など、黒字事業の成長による損益改善の道筋が見えてきた。中長期（サステナビリティ）の視点からも、新たな価値創出に向けて産学連携による実証実験を進めている。

■ 主な活動実績

京都大学とのセルロース利活用研究は実用化・用途展開の検討フェーズへ

1. 京都大学と受託研究契約（第 2 期）を締結

2026 年 4 月 1 日に、菊の花茎からセルロース^{※1}を抽出・分析し循環型利活用を目指す研究について、京都大学と受託研究契約（第 2 期）を締結した。本件は 2025 年 4 月より実施した第 1 期の成果^{※2}を踏まえ、抽出したセルロースの用途展開や製品化の可能性を検討する実用化検討フェーズとして実施するものである。近年、環境負荷の低減と資源循環の重要性が高まるなか、フラワービジネスにおける廃棄物削減は喫緊の課題となっている。また、同社グループでは年間 3,000 万円以上の廃棄コストが発生しており、特に生花祭壇や供花で使用される菊類の花茎の処理が大きな負担となってきた。同社では廃棄コストの削減はもちろん、用途展開や製品化の可能性も検討しており、他社との連携も視野に入れながら実用化に向けた検証を進めていく考えである。

※1 セルロースは植物の細胞壁や繊維の主成分であり、食品・紙・衣料品・医薬品など、幅広い分野で利用されている。

※2 菊の花茎からセルロースを効率的かつ安定的に抽出することに成功した。

2. 次世代農業モデルの確立に向けた進捗

農業分野では、（株）Cultivera^{※1}との「モイiscalチャー農法」の実証実験や、法政大学との「ゼオライト農法」^{※2}の共同研究を継続中である。特に「モイiscalチャー農法」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、同社の農業事業の発展はもちろん、農業全体の生産性向上に貢献するものである。また、法政大学との共同研究では、同社グループの圃場で生産性向上や栽培環境改善の可能性を検証しており、従来の培養土に代わる持続可能な資材の実用化を目指している。

※1 2025 年 6 月に先進的な栽培技術の導入に向けたコンサルタント業務委託契約を締結した農業スタートアップ企業である。バイオサイエンスと環境制御技術を融合した「モイiscalチャー農法」という、湿度を生かした特許栽培技術を持つ。

※2 無数の細かい孔を持つ天然鉱物「ゼオライト」を土壌に混ぜることで、肥料の保持力や水の浄化力を高め、作物の安定的な生育を促す栽培方法である。

3. デジタル技術を活用した取り組み

2023 年 7 月に資本業務提携した（株）goenn が、2026 年 5 月に納骨・預骨から供養までを一貫支援する新サービス「タグル」を正式にリリースした。近年増えているお墓の承継者不足、墓じまい、納骨先に関する悩みに対し、納骨先の紹介だけでなく、預骨、永代供養、専門家・宗教家への相談、納骨や供養の案内までオンラインで一貫して支援するサービスである。同社グループが培ってきた葬祭・供養分野との接点を生かし、社会課題の解決と環境変化を捉えた新たな事業機会の創出につなげていく方針である。

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

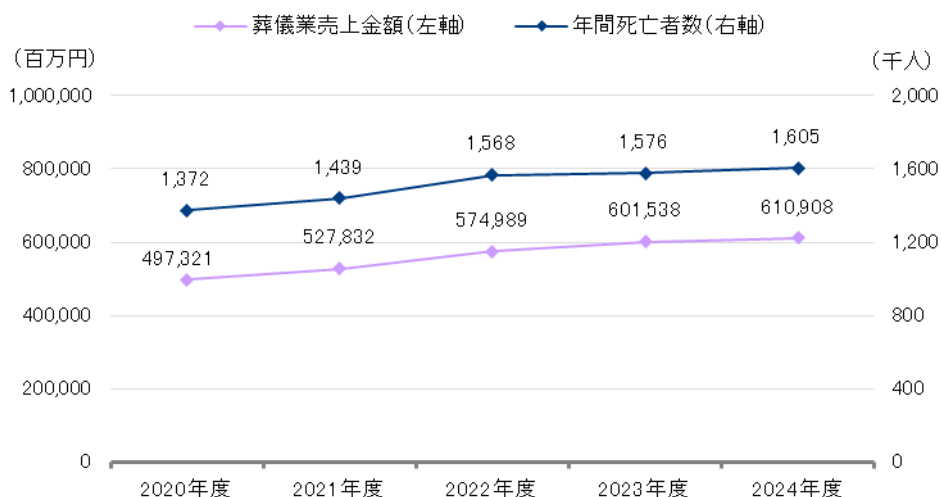
1. 生花祭壇事業

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、演出性や花装飾に一定の需要が見られるものの、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低下基調で推移するものの、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。

葬儀業売上高・年間死亡者数の動向



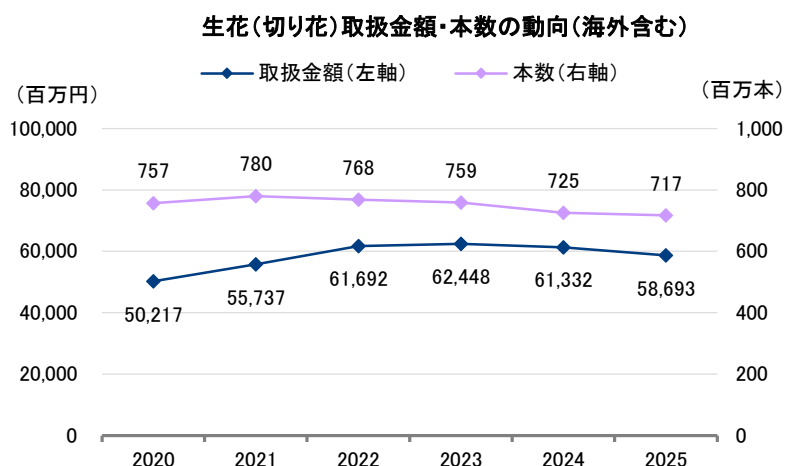
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 生花卸売事業

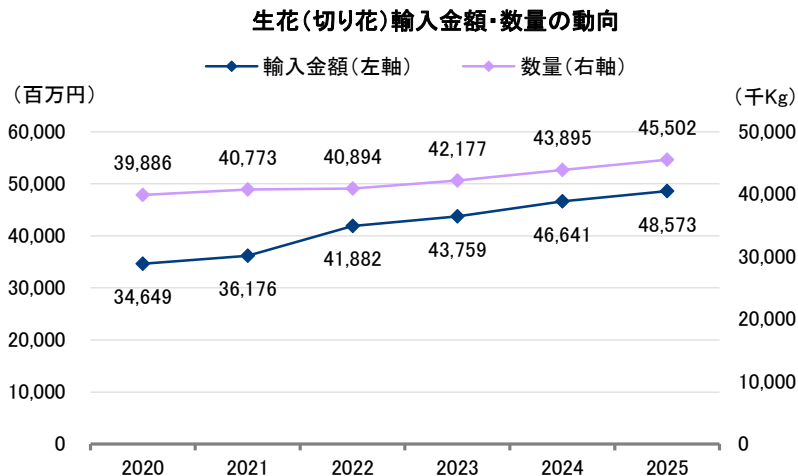
「生花卸売事業」の業績に影響を及ぼす生花（切り花）取扱金額（東京都中央卸売市場）は、2023 年に 624 億円でピークを迎えたものの、その後は緩やかに低下傾向にある。一方、数量は 2021 年の 780 百万本を境に減少が続き、2025 年は 717 百万本と直近で最も低い水準となった。したがって、数量・金額ともに減少傾向にあるなかで

ビューティカダンホールディングス | 2026 年 10 月 1 日 (木)
3041 東証スタンダード市場 | https://www.beauty-kadan.co.jp/ir/

単価はおおむね前年並みを確保す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、2025 年は直近 6 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。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. ブライダル装花事業

少子化の影響や婚姻率の低下により婚姻件数は長期的には減少傾向にある。2023 年は戦後で初めて 50 万件を割ったが、直近は 2 年続けてわずかながら増加した。一方、ブライダル市場全体は、コロナ禍からの回復により、2023 年に 1 兆 5,000 億円台となった。挙式場の新規出店や施設のリニューアルが進むなかで、今後も同水準を維持する見通しである。

■ 業績見通し

2027 年 6 月期は増収及び黒字転換を見込む

1. 2027 年 6 月期の業績予想

2027 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 7,400 百万円、営業利益を 10 百万円（前期は 166 百万円の損失）、経常利益を 15 百万円（同 181 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益を 5 百万円（同 174 百万円の損失）と増収及び黒字転換を見込んでいる。

中期経営計画の最終年度となる 2027 年 6 月期は、大幅な売上成長を前提とせず、既存事業の収益性改善を 1 つずつ積み上げ、まずは黒字化を目指す方針である。特に、粗利益率を重視した販売戦略（原価増に見合った価格改定及び高付加価値提案等）や原価管理の徹底により損益改善を図る想定である。また、同社は 2026 年 8 月に役員報酬の減額を決定しており、経営陣が率先して固定費の抑制と収益性の改善に取り組む姿勢を示している。減額率は代表取締役会長・社長が月額報酬の 10%、専務取締役が 7.5%、常勤取締役が 5%で、対象期間は 2026 年 8 月から 2027 年 6 月までである。

事業ごとの取り組みについては、生花祭壇事業は、地域別の営業強化による施行件数の確保、高付加価値提案、花材を中心とする原価管理、制作・配送の生産性向上を進める。生花卸売事業では、商品別・販売先別の採算を重視し、商品構成と販売方法を見直すとともに、販売費削減、廃棄抑制、国内外からの安定調達を徹底する。ブライダル装花事業については、回復した受注を確実に利益へつなげ、1 件当たり売上を高める。その他事業は黒字事業の成長を通じて事業構成の改善を図る。

2. 弊社の見方

引き続き、外部環境による影響には注意が必要であるものの、同社業績予想の水準は、収益性改善策の積み上げによる現実的な前提に基づくものであり、十分に達成可能であると弊社では見ている。懸念があるとすれば、早期対応が難しい想定を超えた市場要因の発生などが挙げられるが、いずれにしても四半期決算ごとの収益性改善の進捗をフォローしていくことが重要となる。注目すべきは、次期中期経営計画での事業拡大に向けてどこまで体制を整えられるかにある。特に、関東エリアですでに成果が出始めている高付加価値提案に加え、原価増に見合った価格改定による単価向上（粗利改善）が早期回復のカギを握ると見ており、今後の動向をフォローしたい。

■ 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

最終年度を迎えている中期経営計画は、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、を重点施策に掲げてきた。想定外の外部要因により最終年度の目標は未達となる見通しであり、当面は収益性改善に専念する考えである。もっとも、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中長期的な成長をけん引する方向性に見直しはない。主な取り組みやこれまでの進捗については以下のとおりである。

a) 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。これまでの進捗については、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み、2026 年新卒社員 30 名を確保した。DX 推進による業務効率化に向けても、事務業務の DX に向けたプロジェクトが始動した。なお、2026 年 9 月 14 日には、連結子会社であるビューティ花壇西日本における従業員の不正行為について、社内調査の結果と再発防止に向けた対応を自主的に開示した。損害額は約 1,000 万円で、連結業績への影響は軽微である。適時開示基準に該当しない事案であるものの、上場会社としての説明責任を踏まえて公表しており、今後はグループ全体の内部管理体制の強化に取り組む方針である。

b) 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。これまでの進捗については、「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、関西エリアの営業体制を強化した。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開始し、Cultivera との提携を通じて「モイiscalチャー農法」のテストを継続中である。また、法政大学とのゼオライト農法の共同研究も進めている。

c) 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。これまでの進捗については、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 との提携による「モイiscal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上げることができた。

2. 数値目標の設定

中期経営計画では、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（年平均成長率 7.2%）、営業利益 200 百万円（営業利益率 2.3%）、ROE18.5%を掲げてきた。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。もっとも、2026 年 6 月期の実績及び 2027 年 6 月期の会社計画（売上高 7,400 百万円、営業利益 10 百万円）を踏まえると、最終年度の数値目標は未達となる見通しである。次期中期経営計画における数値目標の設定と、その前提となる収益構造の組み替えをどのように描くのが注目される。

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。次期中期経営計画における具体的な戦略の中身や事業拡大への道筋に注目したい。

■ 株主還元策

2026 年 6 月期は損失計上により配当を見送り。

2027 年 6 月期も現時点で実施予定なし

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。

2026 年 6 月期の 1 株当たり配当金については、大幅な損失計上となったことから実施を見送った。2027 年 6 月期も現時点で実施予定はない。業績の回復とともに早期復配を目指す方針である。

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。なお、株主優待制度の拡充や IR 活動の強化等を背景に、株主数は 2026 年 6 月末時点で 9,667 人と前年同期比で大幅に増加しており、個人株主の拡大という点で成果が表れている。

重要事項（ディスクレーマー）

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、理由のいかんを問わず、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