

花卉業の財務分析

2015年6月17日

財務診断研究会

中小企業診断士 河野修身

「卉」「花卉」について

「卉(キ、くさ)」は本来「𦵏」と書き、双葉が開いた後、本葉が出始めている草を3つ並べた字で、「もろもろの草」を意味する。草の総称。
「花卉(カキ、漢字制限のため花きと書かれる場合が多い)」は、花の咲く草または観賞用に栽培する植物のこと。営利的な園芸・農業の分野では、「花き市場」、「花き出荷組合」などと用いられているが、趣味の園芸の分野では、戦後、草花という言葉が一般に用いられるようになっている。
ちなみに、「艸」は訓読みで「くさ」、音読みで「ソウ」で、読みは「草」と同じ。草冠はこの字から作られている。

■ 花き作農業 < 耕種農業 < 農業 < 農業、林業

分類コード	0115
項目の説明	主として花きを栽培し、出荷する事業所をいう。 花きとは、切り花、切り葉、切り枝、球根、鉢物、花き苗、芝、植木など美観の創出ないし維持又は緑化などに供する目的で栽培されている植物をいう。
事例	切り花類栽培業；球根類栽培業；鉢物類栽培業；芝類栽培業；植木（緑化木、庭公園樹等）栽培業；盆栽業

■ 他に分類されないその他の卸売業 < 他に分類されない卸売業 < その他の卸業 < 卸売業、小売業

分類コード	5599
項目の説明	主として他に分類されないその他の商品を卸売する事業所をいう。
事例	種苗卸売業；種実卸売業（製油用を除く）；植木卸売業； 花卸売業 ；愛がん用動物卸売業；愛がん用家さん卸売業；観賞用魚卸売業；文房具卸売業；・・・

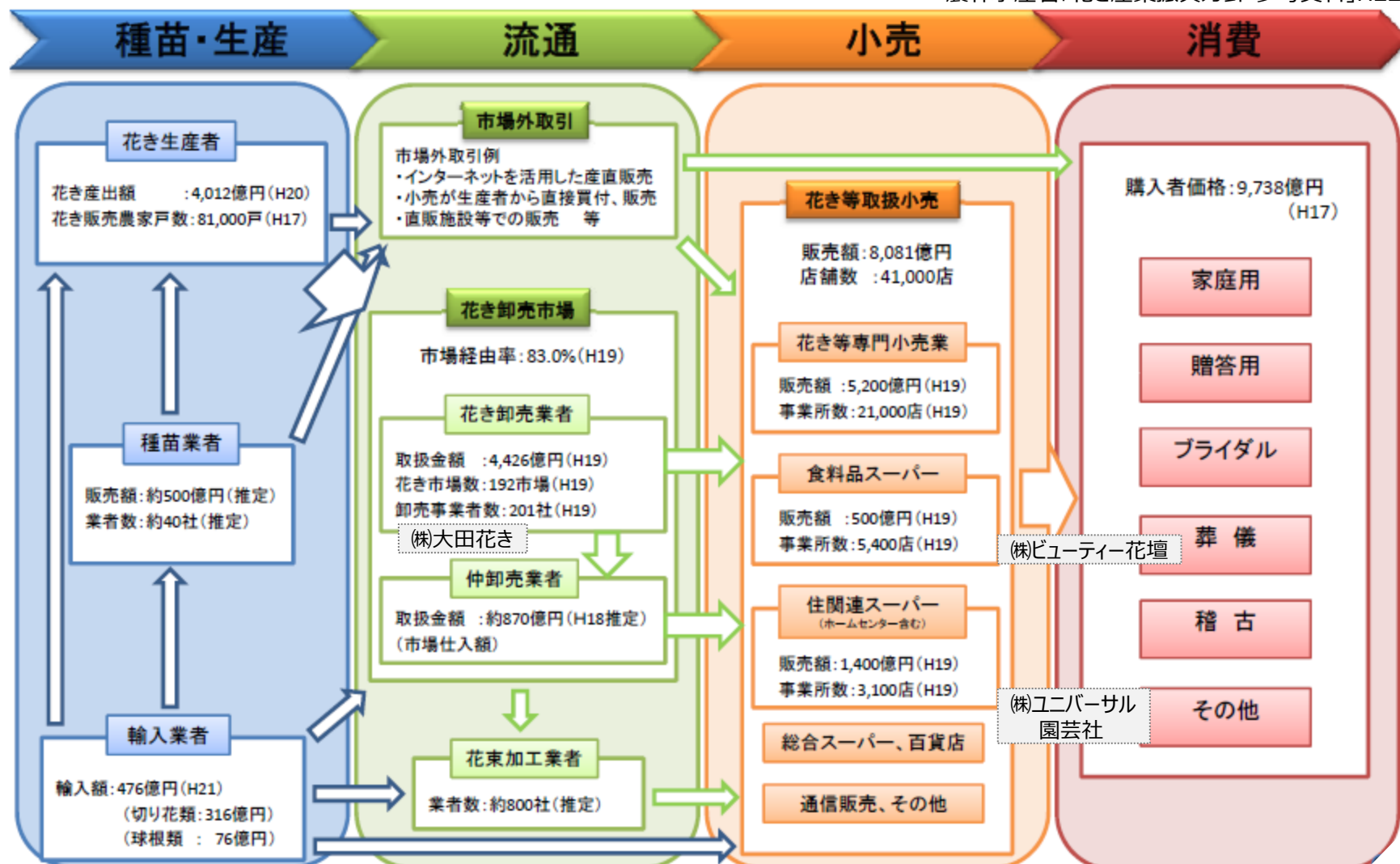
■ 花・植木小売業 < 他に分類されない小売業 < その他の小売業 < 卸売業、小売業

分類コード	6093
項目の説明	主として花及び植木を小売する事業所をいう。主として造花を小売する事業所は細分類6099に分類される。
事例	花屋；切花小売業；フローリスト；植木小売業；盆栽小売業
不適合事例	造花小売業〔6099（他に分類されないその他の小売業）〕；苗木小売業〔6042〕

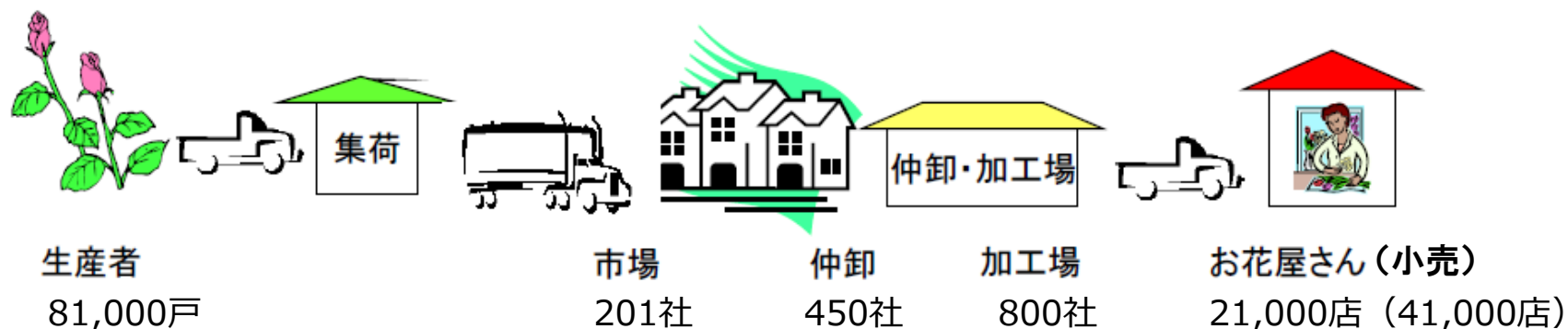
1-2 花卉の生産から消費まで

花きの流通は、全国の産地から卸売市場に花きが集められ、価格形成後、仕入れた花きを小売店が実需者・消費者に販売する方法が中心。市場経由率は83%。

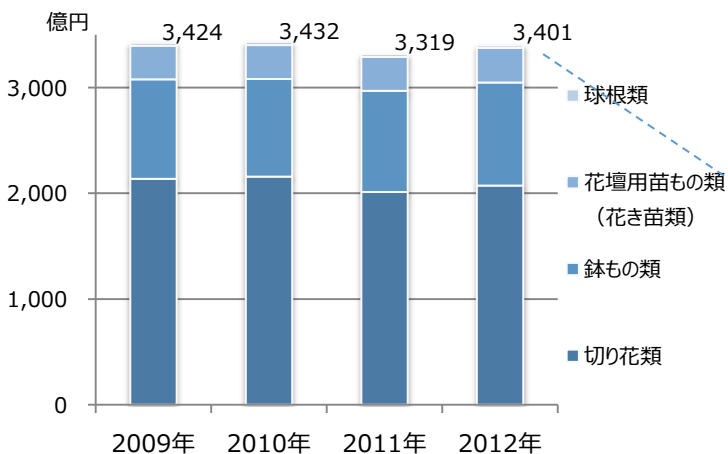
農林水産省「花き産業振興方針 参考資料」H22.4より



1-3 花きの市場規模

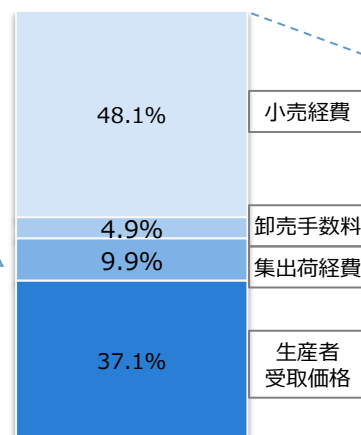


花きの産出（出荷）額の推移



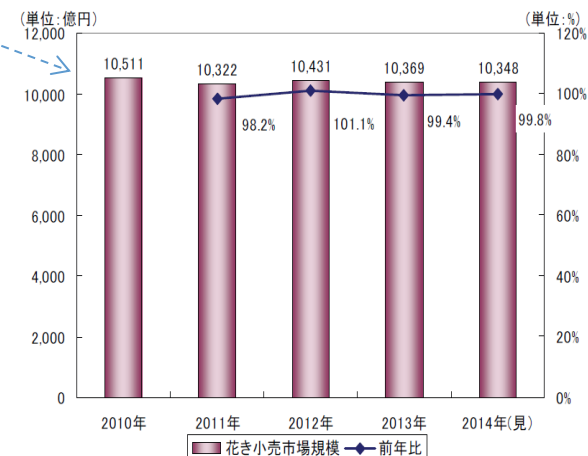
農林水産省「花木等生産状況調査」

花きの小売価格形成（試算）



農林水産省
「花き産業振興方針 参考資料」H22.4より

花きの小売市場規模推移



矢野経済研究所推計

1-4 業態別の主要企業等

業態		会社	資本金 百万円	従業員 人	創業
種苗・ 生産	種苗	カネコ種苗 *	1,491	583	1895
		サカタのタネ *	13,500	644	1913
		タキイ種苗	5,900	740	1920
		ジャパンアグリバイオ	30	-	2001
		サントリーフラワーズ	100	49	2002
		輸入商社			
		オーシャン貿易	20	49	1973
		クリエイト	40	-	1987
流通	卸売	JF鶴見花き	80	-	1951
		豊明花き	100	84	1959
		大田花き *	552	179	1988
		フラワーオークション ジャパン	300	164	1988
		名港フラワーブリッジ	98	95	2010
		サービス業			
	サービス業	オークネット	4,055	295	1985
小売	専門	日比谷花壇	100	1,644	1872
		ジャパンフラワーコーポ レーション	50	230	1874
		ゴトウ花店	-	-	1892
		クリエイティブ・フラ ワー・コーポレーション	50	163	1927

* 株式上場企業

業態		会社	資本金 百万円	従業員 人	創業
小売	専門	メルシーフラワー	30	250	1975
		パーク・コーポレーション	20	730	1988
	通信配達	花キューピット(協)	-	-	1952
	GMS	イオンリテール *	48,970	84,670	1886
	食品スーパー	ヤオコー *	4,199	10,860	1890
	HC	カインズ	3,260	10,151	1989
	通販	ディノス・セシール	2,000	1,343	1971
	EC	i879	30	-	2005
		花プラス	10	-	2000
		千趣会イイハナ	60	22	2000
サービス	専門 (生花祭壇)	ユ-花園	31	300	1959
		花智	-	210	1974
		ビューティー花壇 *	213	270	1975
	レンタル	ユニバーサル園芸社 *	173	168	1968
加工花 (プリザード フラワー)	加工販売	大地農園	50	153	1960
	輸入卸	東京堂	80	195	1926
		モノ・インターナショナル	16	-	1996

1-5 花き卸売市場と卸売業者

花き卸売市場の推移

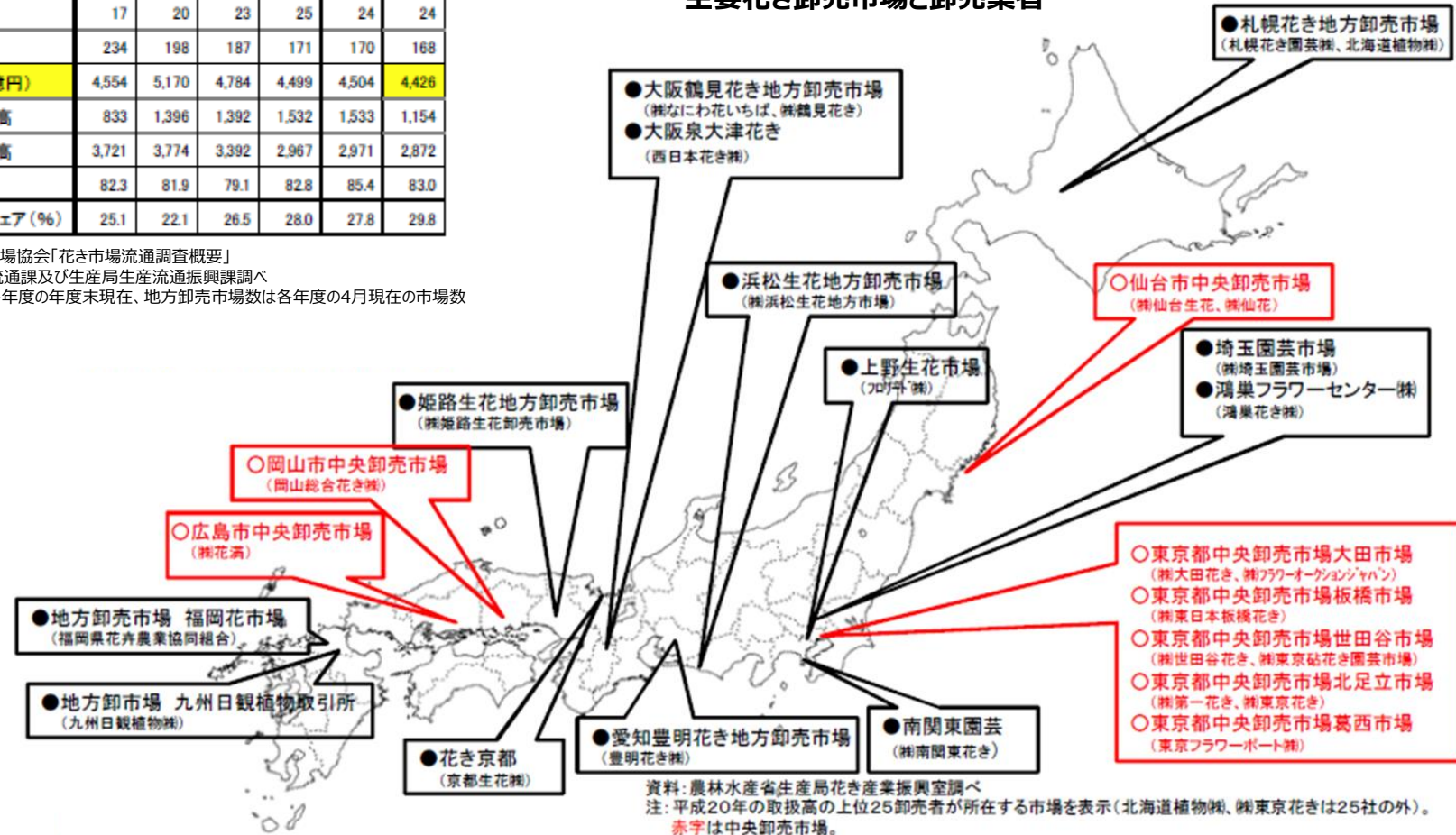
	H2	H7	H12	H17	H18	H19
花き卸売市場数	251	218	210	196	194	192
中央卸売市場数	17	20	23	25	24	24
地方卸売市場数	234	198	187	171	170	168
花き卸売市場取扱高(億円)	4,554	5,170	4,784	4,499	4,504	4,426
中央卸売市場取扱高	833	1,396	1,392	1,532	1,533	1,154
地方卸売市場取扱高	3,721	3,774	3,392	2,967	2,971	2,872
卸売市場経由率(%)	82.3	81.9	79.1	82.8	85.4	83.0
取扱高上位10業者のシェア(%)	25.1	22.1	26.5	28.0	27.8	29.8

資料：(社)日本花き卸売市場協会「花き市場流通調査概要」

農林水産省総合食料局流通課及び生産局生産流通振興課調べ

注：中央卸売市場数は各年度の年度末現在、地方卸売市場数は各年度の4月現在の市場数

主要花き卸売市場と卸売業者



出荷者保護を目的とした卸売業者に対する財務基準等

中央卸売市場：①流動比率(100%以上)、②自己資本比率(10%以上)③経常損失(連続2期まで)

地方卸売市場：経営状況の悪い卸売業者への対応は、定期的(3~5年周期)で実施される検査結果等に基づき指摘を行っているケースが多くを占めている。

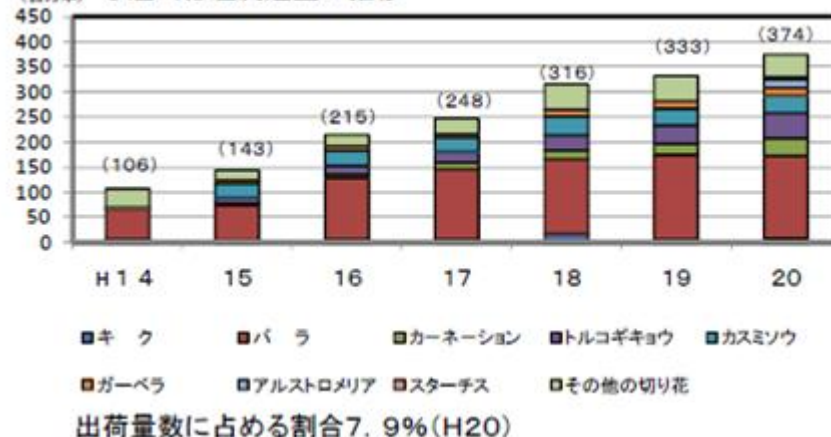
〔卸売業者に対する経営指導の事例〕3年に1回実施する検査に中小企業診断士を同行させ、財務分析を実施し、経営指導を行っている。

1-6 品質管理の取組み①

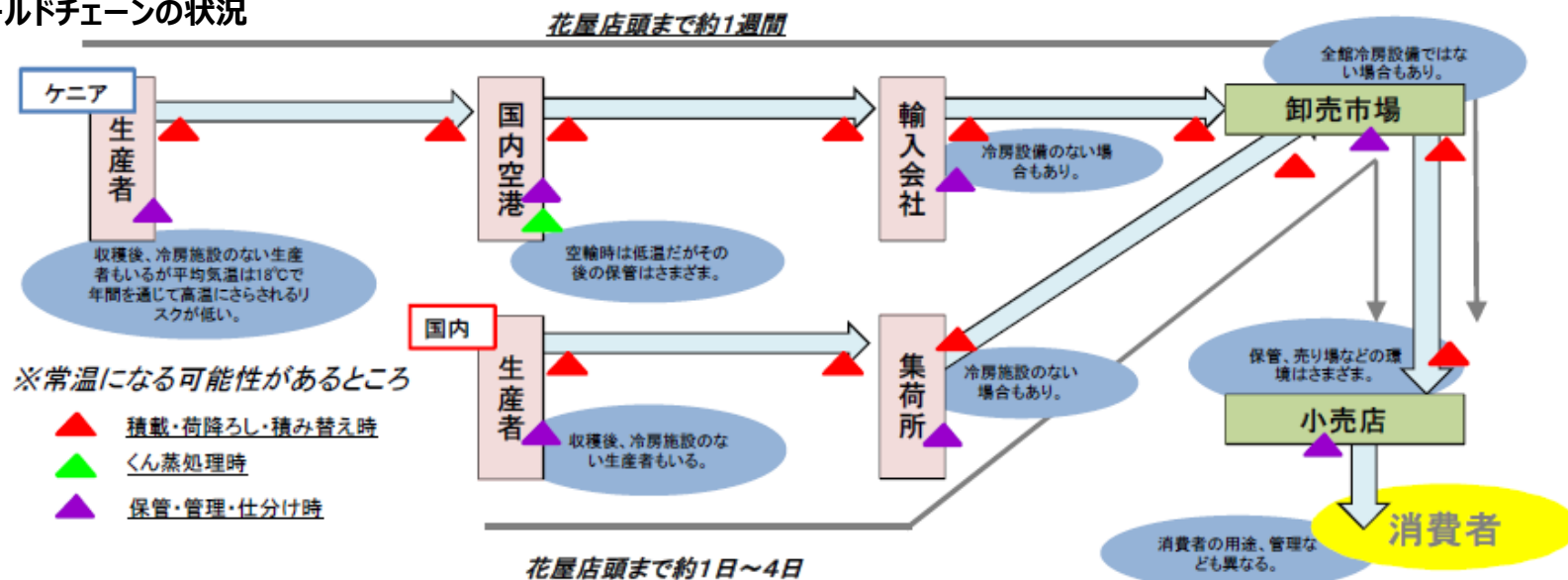
流通過程の品質管理

- 卸売市場内においては、保管倉庫は、8割弱の卸売業者において温度管理ができる状況にあるが、荷受け場、セリ場、荷分け場等のその他の施設は、温度管理の導入割合が低く、コールドチェーンが途切れる要因となっている。
- 切り花の湿式低温流通量（バケットを含む。）は年々増加しているが、出荷数量に占める割合は全体の7%とまだ低い状況にある。
- 大手卸売業者からの聞き取り調査によると、約5割の荷物が保冷可能な車輌で市場へ搬入されている。

○湿式低温流通量の推移



○コールドチェーンの状況



資料：農林水産省花き産業振興室調べ（業者からの聞き取り）

1-7 品質管理の取組み②

花の日持ち保証販売

消費者に切花の観賞日数を保証して販売するもので、期間内に枯れてしまった場合は同等品との交換をする販売方法

【生産者の取組み】

- 茨城県常陸野カーネーション組合：11月から5月末日までに販売したカーネーションの秀品及び優品について、セリ日から13日間の日持ちを保証。その際、買参人に水揚げ、室温、後処理等の品質管理方法を提案
- 長野県JA上伊那：日持ち保証販売を平成18年度から実施しており、平成20年度では和歌山県のJAみなべいなみと産地協賛で日持ち保証販売フェアを首都圏のスーパーと連携して実施。購入より7日間鮮度保証して販売。

【小売の取組み】

- イオンリテール（GMS）：専門性の高い品揃えやサービスを提供する花き売場の「専門店化」を進めており、2013年から全国の約270店舗で花の日持ち保証販売（保障期間5日）を展開
- ヤオコー（食品スーパー）：2012年から全店舗において花の日持ち保証販売を展開
- カインズ（HS）：2013年から切花の日持ち保証販売を、千葉、埼玉、東京の数店舗で展開。順次導入店舗数を拡大する方向

○ 湿式輸送の例

ELFバケット

リユースタイプのバケット。開口部はオープンであり中身の確認が容易。大きさもさまざまあり商材の大きさ、特徴によって使い分けできるようになっている。



SCバケット

デポジット制度で流通しているリユースタイプのバケット。下半分がバケツで段ボールのカバーと組み合わせれば積み重ねも可能。



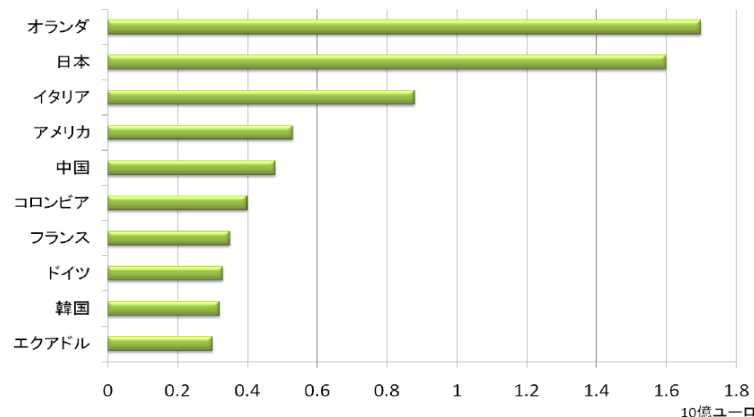
参考】通常運送で使用される花卉梱包用のダンボール



1-8 その他の統計

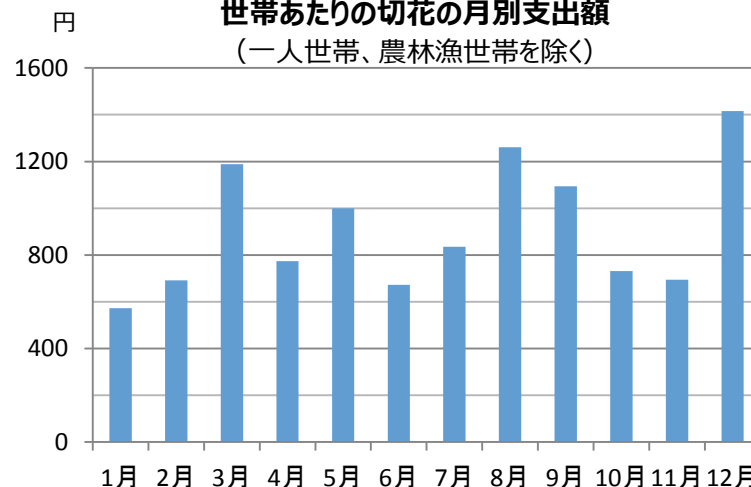
8

主な花の生産国



データ：2004年オランダフラワーカウンシルより

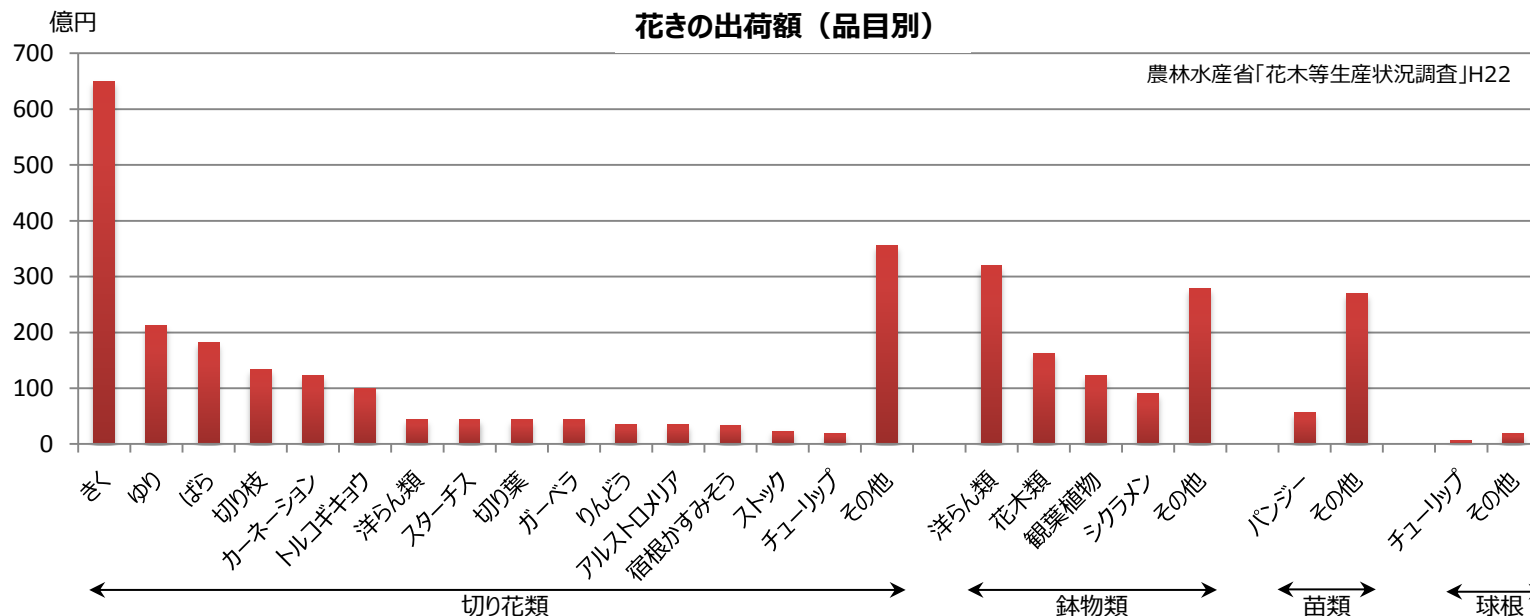
世帯あたりの切花の月別支出額
(一人世帯、農林漁世帯を除く)



資料：総務省「家計調査年報」H19

花きの出荷額（品目別）

農林水産省「花木等生産状況調査」H22



切り花類

鉢物類

苗類

球根

1-9 花きの振興に関する法律

花きの現状と課題

■ 生産

- 農業産出額の4%を占める
- 若い世代の活躍が目立つなど、魅力ある分野
- 近年花きの産出額は減少傾向
- 燃油価格や資材費の高騰等により経営が圧迫される

■ 流通

- 花きの需給は少量多品目であること、貯蔵性が乏しいことにより、他品目に比べ卸売市場経由率が高い
- 鮮度保持に重要となる流通経路におけるコールドチェーンの整備は、オランダ等に比べ後れを取っている

■ 研究

- 民間企業や個人育種家を中心に育種が極めて盛んで、市場で流通する品種数は世界有数
- 今後、国産シェアの奪還や輸出の拡大に向け、関係者の連携による更なる品種開発の加速化や増殖技術の高度化が必要

■ 輸入

- 関税が廃止された1955年以降増加傾向にある。
- 品種別では、カーネーションやキク、バラの輸入の増加が顕著
- 主な輸入相手国はコロンビアやマレーシア、中国等

■ 輸出

- 我が国の花きは、国際園芸博覧会の品種コンテストで多くの賞を受賞する等、国際的に極めて高い評価を得ている
- 花きの輸出は、近年アジア新興国向けを中心に増加傾向

■ 文化

- 生け花や盆栽等の花き文化
- 近年のライフスタイルの変化等により、花きに触れる機会が減少しているため、伝統文化の継承や公共施設等における花きの活用、花育の実施等により、花きの文化の振興が必要

法律の概要

■ **成立**：2014 年6月27日公布 12月1日施行

■ **目的**：花き産業の健全な発展と心豊かな国民生活の実現

■ **定義**：「花き」 観賞の用に供される植物
「花き産業」花きの生産、流通、販売又は新品種の育成の事業

■ 基本方針等

- 農林水産大臣は、花き産業及び花き文化の振興に関する基本方針を策定
- 都道府県は、花き産業及び花き文化の振興に関する計画を策定
- 国、地方公共団体、事業者、研究機関等の連携の強化

■ 国及び地方公共団体の施策

【花き産業に対する施策】

- 生産者の経営の安定
- 生産性及び品質の向上の促進
- 加工及び流通の高度化
- 鮮度保持の重要性への留意
- 輸出の促進
- 種苗法の特例
- 研究開発の推進

【花き文化に対する施策】

- 公共施設における花きの活用の推進等
- いわゆる「花育」の推進
- 日常生活における花きの活用の推進等

【その他の施策】

- 博覧会の開催等
- 花き産業及び花き文化の振興に寄与した者の顕彰
- 振興計画の円滑な実施に向けた国の援助
- 花き活用推進会議の設置

2. 事例会社の概要

	(株)太田花き 2014年3月期	(株)ビューティ花壇 2014年6月期	(株)ユニバーサル園芸社 2014年6月期
本社所在地	東京都大田区	熊本県熊本市	大阪府茨木市
創業/設立（上場）	1989年（1997年）	1974年/1997年（2006年）	1968年/1974年（2012年）
事業内容	花きおよびその加工品の受託販売ならびに購入販売	・生花祭壇の企画提案・制作・設営 ・生花の卸・物流	・鑑賞用の草花・植木、造花、生花のレンタル、販売 ・各種園芸用品の販売
資本金	552百万円	213百万円	173百万円
売上	26,260百万円	6,687百万円（連結）	3,186百万円（連結）
営業利益	232百万円	19百万円 （2013年度：174百万円）	577百万円
従業員数	179人	154人（連結）	193人（連結）
連結子会社	-（2015年度から2社）	9社	5社
課題	・卸売市場の規制緩和への対応 ・生活者が求める商品の調査・研究 ・情報システムの強化	・葬儀規模の縮小傾向に伴う、生花葬祭事業の二極分化（高付加価値化と低価格化）への対応 ・生花卸事業、ブライダル装花事業への多角化	・中核事業のレンタルプランツの収益基盤の強化と、生花販売等の相乗効果による事業拡大 ・園芸の専門分野における人材の確保と育成
その他	東京都中央卸売市場大田市場花き部の卸売業者	東日本大震災三回忌慰霊祭で、生花祭壇の設営や会場装飾に協力（23会場）	自社ナーセリー（苗場）14haを保有

2-1 (株)大田花き

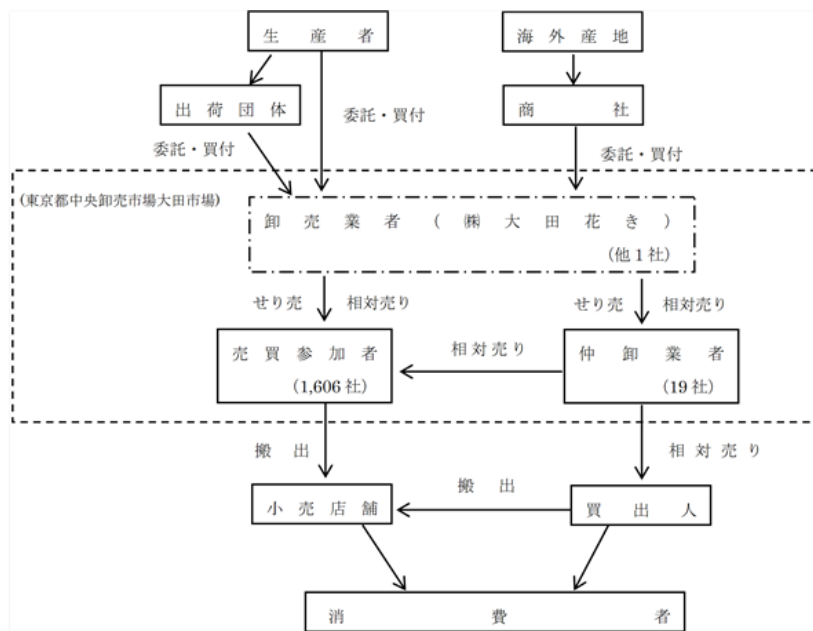
1. 事業内容

花きの卸売事業、および、それに付帯する業務

2. 沿革

- 1989年 東京都中央卸売市場大田市場花き部へ入場のため、当社を設立
- 1990年 大田市場花き部会場、卸売業務を開始
- 1992年 卸売市場の近代化に寄与したことで「'92物流大賞奨励賞」を受賞
- 2007年 花き業界初のシンクタンク「(株)大田花き花の生活研究所」を設立

3. 取引機構



4. 取扱品目別販売実績

品目	2013年度実績 千円
受託品 計	25,769,526
キク類	4,823,136
洋ラン・バラ・カーネーション	5,944,286
球根類	4,021,743
草花類	6,224,112
枝物・葉物	2,929,498
鉢物	1,826,749
買付品 計	370,317
キク類	102,818
洋ラン・バラ・カーネーション	33,323
球根類	11,093
草花類	26,451
枝物・葉物	133,740
鉢物	62,889
合計	26,139,843

2-2 (株)ビューティ花壇

1. 事業内容

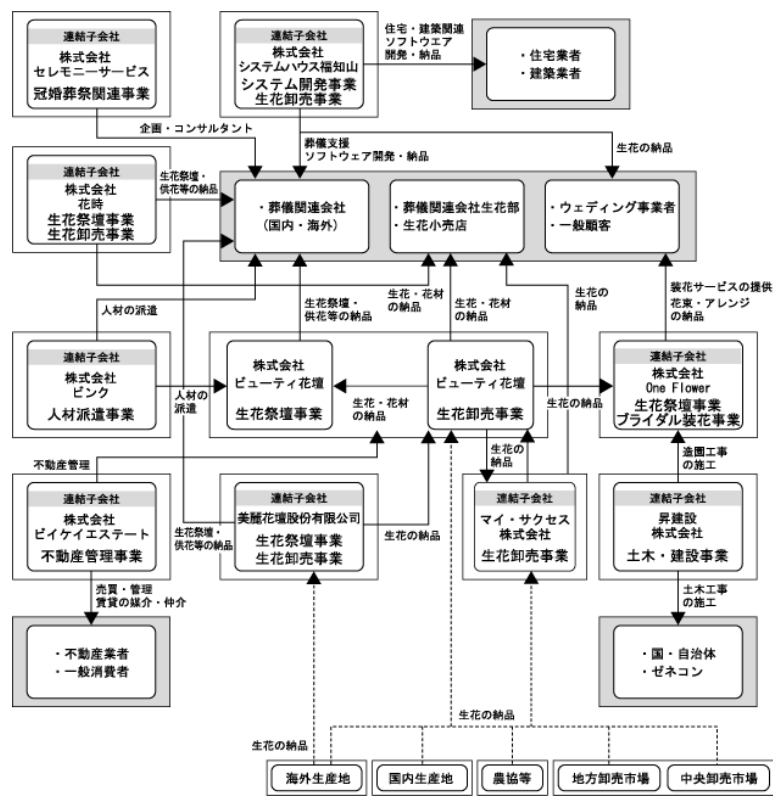
生花祭壇の企画提案・制作・設営 及び 生花の卸・物流

2. 沿革

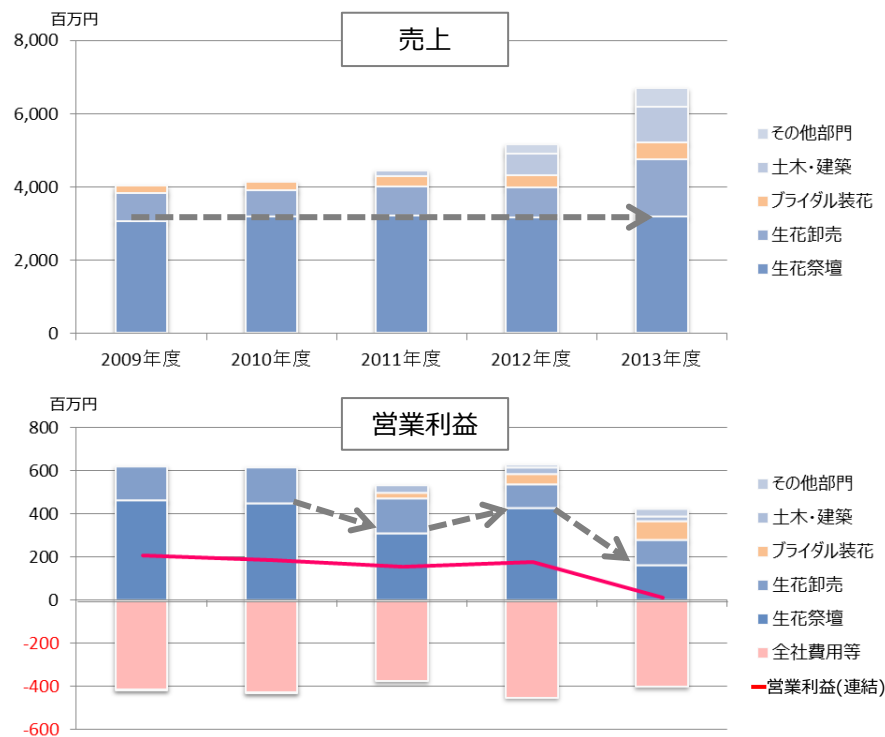
1974年 熊本市にてビューティ花壇を創業
 2000年 株式会社ビューティ花壇に組織変更（資本金1,000万円）
 2003年 本社を熊本県熊本市より東京都に移転
 2006年 マザーズ上場
 2011年 熊本市に土地・建物を取得し、熊本本部（現本店）を開設



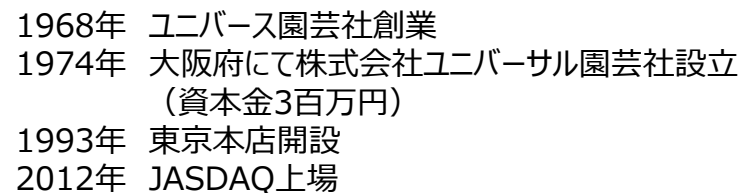
3. 取引機構



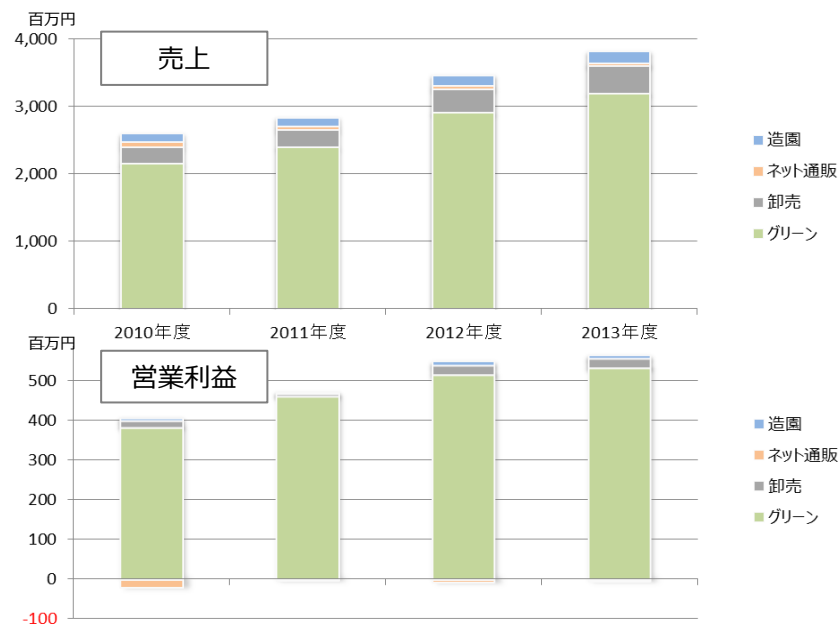
4. 売上、利益の推移（セグメント別）



2. 沿革

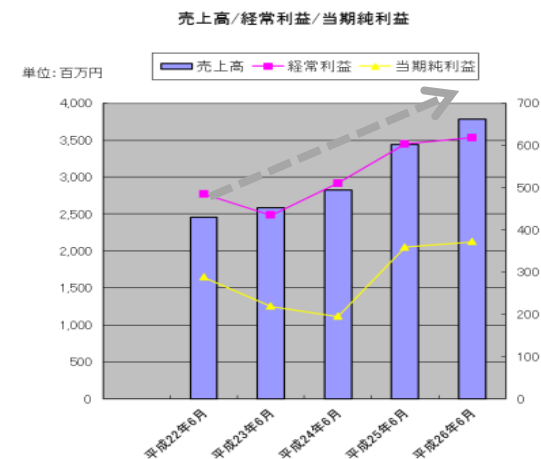
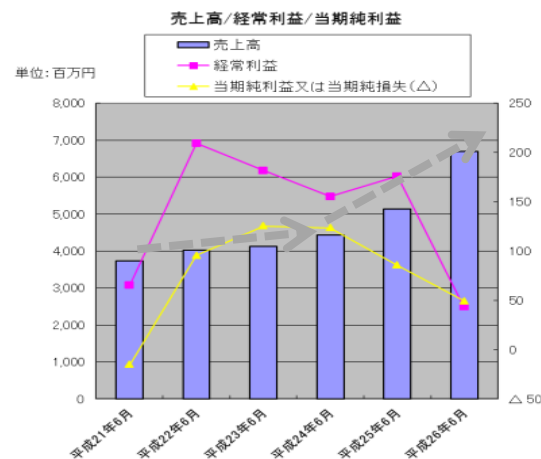
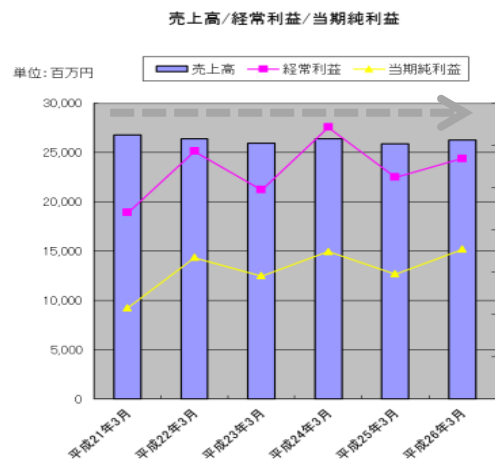


4. 売上、利益の推移（セグメント別）

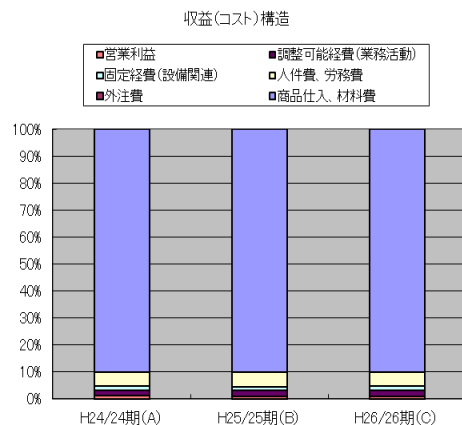


3-1 三社比較_収益・費用

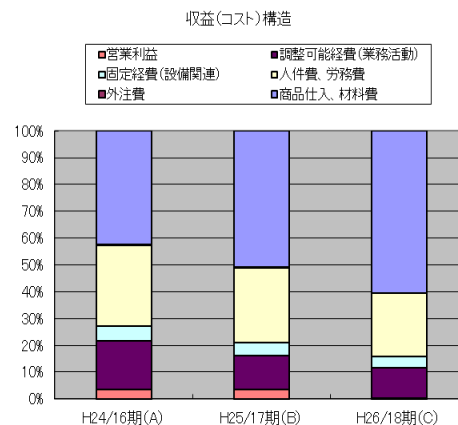
1. 売上、経常利益、当期純利益



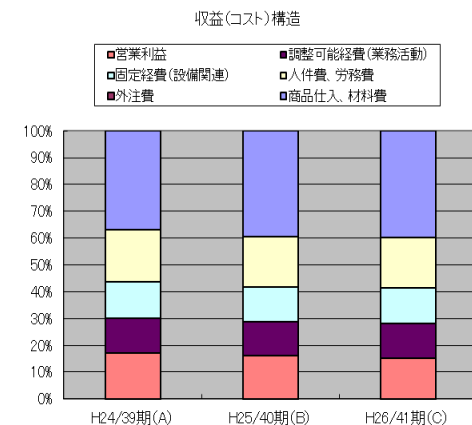
2. 収益 (コスト) 構造



(株)大田花き



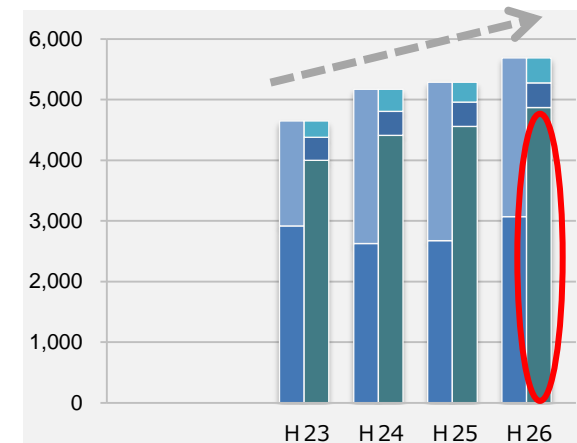
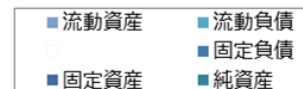
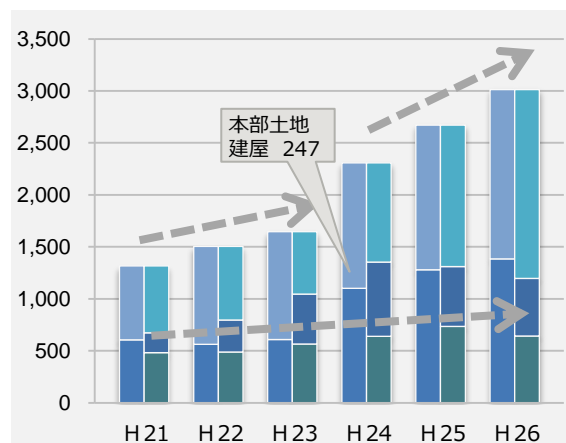
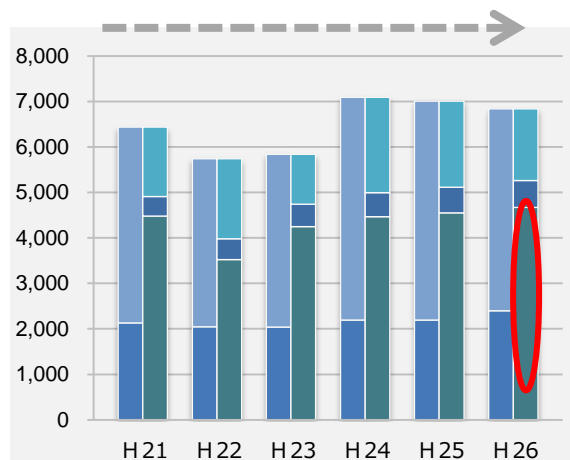
(株)ビューティ花壇



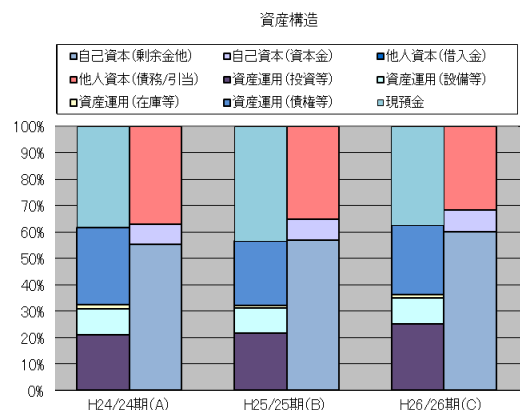
(株)ユニバーサル園芸社

3-2 三社比較 資産、負債・資本

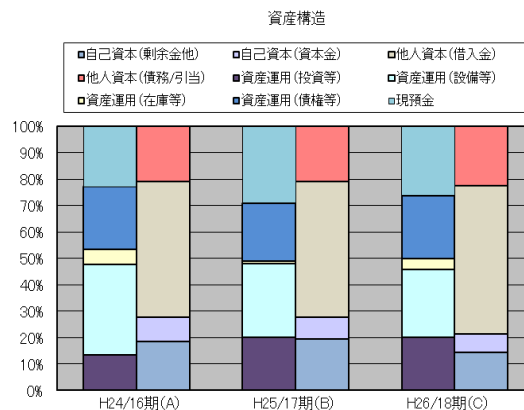
3. 資産・負債・純資産の推移 単位：百万円



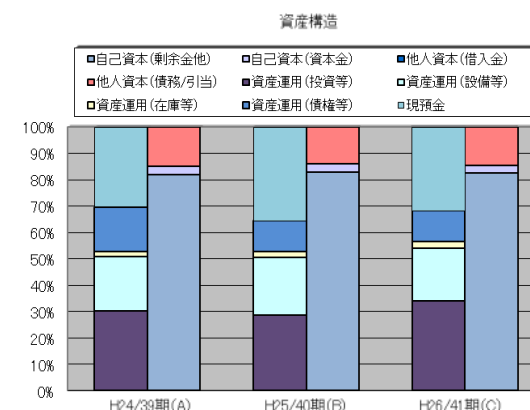
4. 資産、負債・資本構造



(株)大田花き



(株)ビューティ花壇

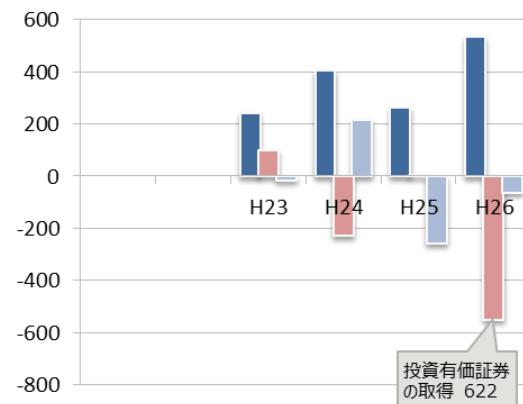
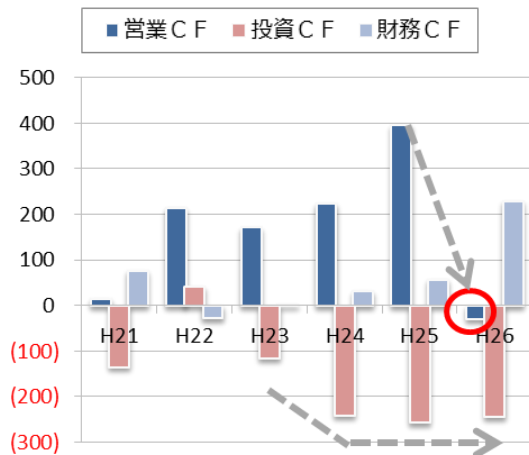
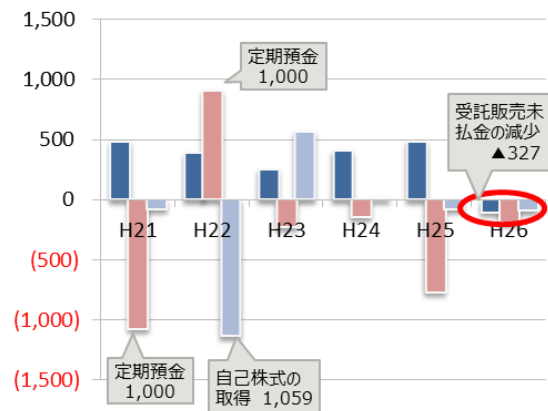


(株)ユニバーサル園芸社

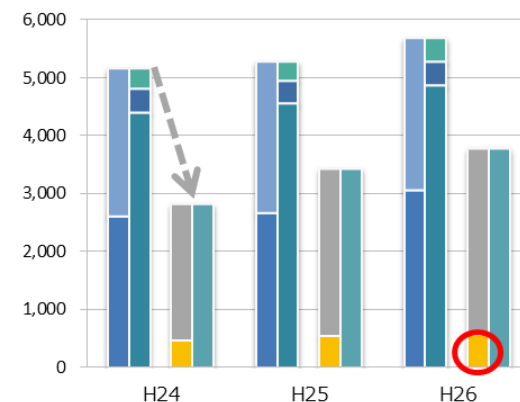
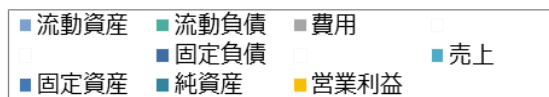
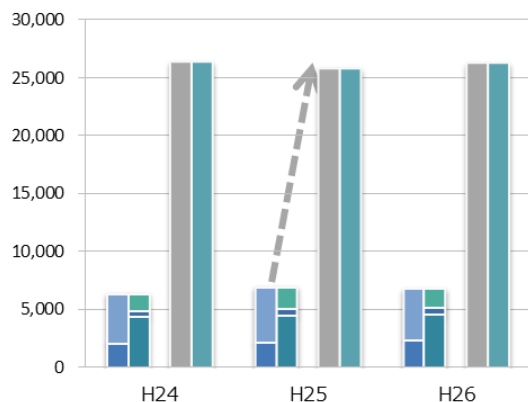
3-3 三社比較_CF、ストックとフロー

単位：百万円

5. キャッシュフローの推移



6. ストックとフローの推移



(株)大田花き

(株)ビューティ花壇

(株)ユニバーサル園芸社

3-3 三社比較_経営指標①

		(株)大田花き			(株)ビューティ花壇			(株)ユニバーサル園芸社		
		(年度)	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012
1. 総合収益性	A. 総資本当期純利益率（ROA）（%）	2.46	2.11	2.59	5.35	3.20	1.63	3.77	6.80	6.53
	B. 自己資本当期純利益率（ROE）（%）	3.90	3.24	3.79	19.37	11.64	7.67	4.41	7.88	7.63
2. 格付け	SAF2002モデルによる格付け	A	A	A	BB	BB	BB	AA	AA	AA
3. 売上高利益率	A. 売上高対総利益率（粗利益率）（%）	9.83	9.85	9.85	17.90	19.31	17.03	63.16	60.58	60.37
	B. 売上高対営業利益率（%）	1.10	0.87	0.88	3.48	3.38	0.28	17.16	16.22	15.25
	C. 売上高対経常利益率（%）	1.22	1.01	1.08	3.50	3.42	0.64	18.07	17.55	16.33
	D. 売上高対当期純利益率（%）	0.66	0.57	0.67	2.79	1.66	0.74	6.89	10.46	9.82
	E. 売上高対販売管理費比率（%）	8.73	8.97	8.97	14.42	15.93	16.75	46.00	44.35	45.12
4. 損益分岐点	A. 損益分岐点売上高（採算点）（百万円）	23,428	23,548	23,909	3,575	4,242	6,577	2,057	2,516	2,830
	B. 損益分岐点比率（余裕度）（%）	11.17	8.86	8.95	19.43	17.51	1.64	27.17	26.78	25.26
5. 回転率・回転期間	A. 総資本回転率（回）	3.72	3.69	3.84	1.92	1.93	2.22	0.55	0.65	0.67
	B. 固定資産回転率（回）	12.04	11.78	10.96	4.03	4.02	4.83	1.07	1.28	1.23
	C. 売上債権回転期間（日）	28.33	23.85	24.77	47.18	35.54	37.08	41.56	49.39	40.21
	D. 棚卸資産回転期間（日）	0.00	0.00	0.00	2.11	2.12	2.15	12.78	11.50	14.78
	E. 買入債務回転期間（日）	24.38	23.01	18.06	8.77	8.09	12.80	10.33	9.79	10.42
6. 生産性分析	A. 従業員一人当たり年間売上高（千円）	145,721	142,751	146,705	16,997	19,627	24,766	17,120	18,183	19,618
	B. 従業員一人当たり年間当期純利益（千円）	963	815	989	473	327	182	1,180	1,901	1,926

3-4 三社比較_経営指標②

(年度)		(株)大田花き			(株)ビューティ花壇			(株)ユニバーサル園芸社		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
7. 短期支払能力	A. 流動比率 (%)	233.79	254.22	281.20	126.59	102.44	89.76	701.65	797.56	632.83
	B. 当座比率 (%)	226.97	250.01	274.58	114.45	92.62	80.16	659.65	746.10	582.51
8. 資本の安定性	A. 自己資本比率 (%)	62.99	64.93	68.26	24.59	23.87	21.20	85.35	86.28	85.60
	B. 負債比率 (%)	58.76	54.00	46.50	262.00	263.42	369.61	17.17	15.90	16.82
9. 調達と運用の適合性	A. 固定長期適合率 (%)	43.86	42.89	45.59	81.24	97.47	115.54	54.67	53.97	58.18
	B. 固定比率 (%)	49.06	48.20	51.37	172.43	173.96	215.55	59.57	58.67	63.02
10. 成長性	A. 売上高成長率 (%)	1.66	-2.04	1.63	7.61	15.92	30.03	9.28	21.66	10.18
	B. 経常利益成長率 (%)	30.07	-18.45	8.39	-14.56	13.36	-75.51	17.36	18.17	2.52
	C. 販売管理費増減率 (%)	0.81	0.72	1.58	-2.89	28.04	36.78	-1.77	17.30	12.07
	D. 従業員数増減率 (%)	4.62	0.00	-1.10	6.53	0.38	3.05	5.77	14.55	2.12
	E. 資産増加率 (%)	21.39	-1.13	-2.53	40.41	15.68	11.37	11.23	2.21	7.13
11. 付加価値	A. 加工高比率 (%)	9.83	9.85	9.85	17.90	19.31	17.03	63.16	60.58	60.37
	B. 労働分配率 (%)	52.75	53.84	53.00	35.52	45.12	54.98	30.98	31.18	31.24
	C. 資本生産性 (%)	36.56	36.30	37.85	34.38	37.17	37.80	34.52	39.40	40.18
	D. 付加価値生産性 (千円)	14,318	14,056	14,453	3,042	3,790	4,219	10,813	11,015	11,843
12. その他	A. 借入金依存度 (%)	0.00	0.00	0.00	51.65	51.76	56.32	0.00	0.00	0.00

2013年、ビューティ花壇に何があったのか？ ～有報のどこに何が書いてあるか～

単位：百万円

H26/6期の営業CFは▲29の流出。原因は？

【CF計算書（P42）】 税金等調整前当期純利益が45百万円（前期比▲116百万円）

【業績等の概要（P11）】

…メイン事業である生花祭壇事業における売上高が、計画より低調に推移したことに伴い、営業利益は19百万円(前年同期比▲89.2%)…

でも、H26/6期の売上総利益は 1,139
(+146、+15%)

【生花祭壇事業の状況（セグメントの業績）（P11）】

…特に関東地区における1件あたりの施行単価の下落傾向への取り組みが、期中で奏功するには至らず、営業利益は162百万円(前年同期比▲176百万円、▲62.0%)…

→原因は、売上でも原価でもなさそう。
営業費は、1,120 (+301、+37%)
内訳を見ると…

役員報酬	213	(+55、+35%)
給与手当	341	(+95、+38%)
その他	403	(+128、+46%) 意外！

【関係会社の状況（P9）】

当年度：美麗花壇股份有限公司（台湾 台北市）資本金 8,500千NT\$ 100%保有
(前年度： " " 28,500 " 50%保有)

これがアヤシイ

従業員の増加率は6%（454→481人）？

→単体の人件費を見てみると…

役員報酬	105	(▲5、▲5%)
給料手当	195	(+23、13%)

→差し引き子会社は…

役員報酬	108	(+60、+40%)
給料手当	146	(+72、+97%)

原因は子会社の人件費の増加！
連結対象会社が増えたのか？

【経営上の重要な契約等（P19）】

(2) 当社は、平成25年7月12日開催の取締役会において、台湾における合併会社である美麗花壇股份有限公司の株式を取得することを決議し、平成25年8月9日に株式譲渡契約を締結致しました。また当該契約に基づき、平成25年8月30日に同社の株式を取得致しました。

(5) 平成26年8月8日開催の取締役会において、連結子会社である美麗花壇股份有限公司を解散及び清算することを決議いたしました。

【財務諸表：注記事項（企業結合等関係）（P60）】

…台湾における葬儀ビジネス業者である龍巖股份有限公司（以下、「龍巖社」と言う。）と本合併会社を設立しましたが、龍巖社による競業避止義務違反が発覚したため合併契約を解除し、龍巖社保有の本合併会社の株式を取得いたしました。

【財務諸表：注記事項（重要な後発事象）（P70）】

平成26年8月8日開催の当社取締役会において、連結子会社である美麗花壇股份有限公司を解散及び清算することを決議いたしました。

(1) 解散及び清算の理由

当社では、海外における事業投資効率を勘案し事業の選択と集中を図るため、解散することといたしました。

【結論】台湾子会社の100%子会社化→清算
に向けて追加的な人件費を支払ったと推測