



ArtGreen
アートグリーン株式会社

2015年12月18日上場

- アートグリーン株式会社(名証セントレックス:3419)
(種苗の輸入販売並びに生花の生産及び卸売事業)
- 設立1991年12月、資本金 94,675,000円
- 本社東京都港区海岸一丁目14-24 社員数45(外、臨時21名)
※社員数は2015年9月末現在



(百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	配当金(円)	EPS (円)	株価(円)	PER (倍)
2014/10期	1,408	47	47	30	0	34.13	-	-
2015/10期	1,686	59	57	45	0	50.91	※460	9.0
2016/10期(予)	1,812	86	78	50	0	47.65	※460	9.7

*2016年1月20日株価終値ベース



代表取締役社長 田中 豊

トップインタビュー

■ 田中社長のご紹介

1966年1月21日生まれ、神奈川県横浜市出身。大学卒業後STT(現PGM)に入社。バブル真っ盛りの中でゴルフ会員権の営業を経験。その時に上場企業従業員の趣味嗜好を徹底的に研究。園芸関連事業の可能性に惹かれ1991年に起業。創業から24年。花屋さんの困っていることは何でも解決したいをモットーに飛び回る毎日。自身について、子供の頃は勉強も運動もできないいじめられっ子でした、と快活に笑顔で話す、とにかく明るい社長。

株価については「ものすごい安い。でも上場できたことが大事。ここから企業価値を上げることが私たちの仕事で、IPOでお世話になった方への恩返しです。」と穏やかに話す顔から責任感の強さと絶対に成功するという信念を感じる。経営理念は「弊社を取り巻く全ての困ったを解決することで社会に貢献します」。

■ 起業したきっかけを教えてください。

もともと父親がサラリーマンではなかったこともあって、小さいころから組織に所属するのではなく自分の腕で生活していくものだという育てられ方をしましたので、小学生の頃から社長になる、と思っていました。当時、いじめられっ子だったので「見返してやりたい」という気持ちも多少ありましたが(笑)。大学を卒業してすぐは、社会の仕組みや会社というものを勉強することも必要だと考え普通に就職しました。ゴルフ場の開発会社でゴルフ会員権の営業をしたのですが、バブル真っ盛りでしたので、非常に貴重な体験ができました。その時に営業の延長線上で、上場企業の役員四季報(現在は廃刊)で日本の上場企業2500社の役員、日本を揺り動かしている4万人の趣味を全部調べたのです。すると1位は読書で2位がゴルフ、園芸と旅行が同率で3位でした。調べてみると当時の園芸市場規模は約1.2兆円あるのに上場している企業はサカタのタネ一社だけ。当時の日比谷花壇の年商が確か90億円位だったと思います。これはビジネスチャンスがあるな、と思い起業しました。実際に飛び込んでみると、非常に難しい業界。最初は「真冬にひまわりの花が欲しいという人がいるけど何とかして」といった感じで花屋さんが困った時に注文がくるというところからスタートして、『胡蝶蘭ならアートグリーン』と全国の生花店より配送を依頼される現在のビジネスモデルが確立できるまで10年ちょっとかかりました。今回IPOできたことによって成長速度をアップして将来は東南アジアマーケットで勝負したいですね。

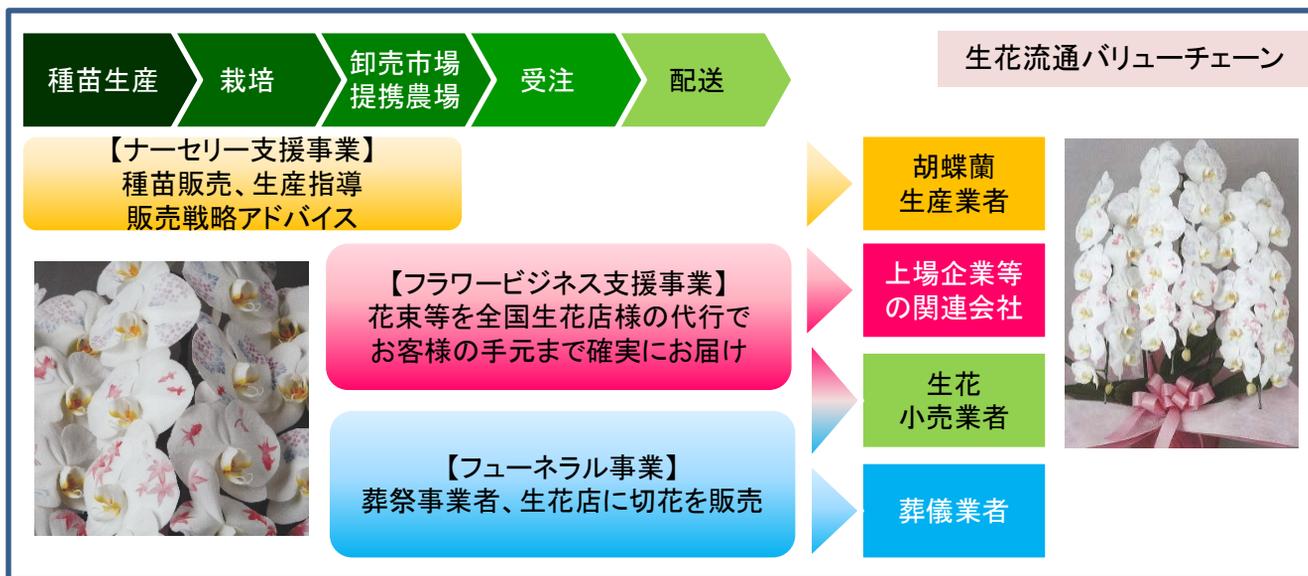


■ 創業から25年ですがユニークなエピソードはありますか？

今でこそ、台湾に信頼できる契約農場が約10か所ありますが、最初の頃は本当に苦労しました。白い花の苗を注文したのに、咲いてみると赤い花。理由を聞くと「赤い花の方が良いと思った」。またある時は、「苗が全部雨でだめになった」との連絡。よくよく聞いてみると「当社よりも高く買う人が来たから売ってしまった」。といった嘘みたいな話が日常茶飯事でした。また、「障がい者の自立を支援する胡蝶蘭事業のデザイン」として2011年度グッドデザイン賞を受賞された、三洋ハートエコロジー社(パナソニック100%子会社)も印象的です。苗の導入から生産指導、出荷先の選定まで、立ち上げ時からお手伝いさせて頂き、2年で黒字化できました。胡蝶蘭の栽培は、熟練者でなければ困難で障がいを持つ方の職場としては不向きとされていましたが、工程の見直し等により、高品質で、比較的均一な商品を通年で安定的に出荷できる体制を構築したことが、「障がいを持つメンバーが主役になれる、そして持続可能な事業のデザイン」として認められてグッドデザイン賞を受賞されました。お手伝いしてきた我々にとっても大変嬉しい出来事でした。

■ アートグリーンの特長を教えてください。

当社は胡蝶蘭をメインに生花の卸売業を主な業務としています。取引先は、生花の小売業も含め、全て企業、BtoBのビジネスです。花屋の代行業的なフラワービジネス支援事業、農場に種苗の販売や生産指導を行うナーセリー支援事業、葬儀用の生花を葬祭事業者や葬祭事業者の下請生花業者に販売するフューネラル事業の3つの事業から成り立っています。生花業界では、作る人、流通させる人、小売する人、それぞれ専門業者ばかりで一気通貫で生産から販売まで行う業者はほとんどいません。生花流通に関して一括対応できる体制を作ることで、生産者、流通業者、小売業者の各方面に喜んでもらえる仕組みの構築(各分野の業者の「困った」を解決できる体制)ができました。胡蝶蘭がとてわかりやすい例ですが、台湾の契約農場で育ててもらった苗を輸入し、日本の提携農場に卸し、販売できる状態に育ったものを仕入れて小売業者に代わって配送・納品する、ということをしています。胡蝶蘭は単価も高く利益も大きい反面、花屋の個性が出にくく、売れ残った時のリスクが非常に大きい商品です。この胡蝶蘭を注文が入った時に必要な数だけ仕入れて納品することができれば花屋さんにとっては大きなメリットなのです。当社は生産者でありかつ流通業者でもあるため、この「困った」を解決することができたのです。



■ IPOした目的を教えてください。

成長のスピードアップです。今まで10年かかったことを3年で進めるためにこのタイミングでのIPOを選択しました。お祝い系の花屋で上場している企業は当社だけです。当社の成長ドライバーであるフラワービジネス支援事業のメインターゲットは大手企業の関連会社です。グループ全体で見るとときに花の消費量が多い企業で商材の一部として扱ってもらっています。こういった企業へのアプローチする上で、上場したことによってコンプライアンスチェックについてのお墨付きを得たことは大きなプラスだと考えています。また、今回の上場によって調達した資金を温室設備に投下することにより自社農場の生産能力を高められることも成長スピードの加速につながります。

■ 前期業績と今期業績予想並びに配当政策について

2015年10月期は、法人贈答用胡蝶蘭が堅調に推移し、売上高で16億円(前期比+19.7%)、営業利益59百万円(前期比+25.5%)、当期純利益で45百万円(前期比+50.0%)という結果となりました。今期2016年10月期は、引き続き法人贈答用胡蝶蘭の受注が増加傾向にあることに加え、昨年12月のIPOにより調達した資金を生産設備増強に投下することによりナーセリー支援事業の拡大を図り、売上高で+7.4%の18億円、営業利益で+46.0%の86百万円、当期純利益+11.4%の50百万円を見込んでおります。12月にIPOを果たせたことにより知名度、信頼感の高まりからかお問合せの数も増えておりますので、更なる業績の拡大を目指して努力してまいります。配当政策については、当社はまだまだ成長途上の企業であり、自社農場の環境整備等の設備投資を積極的に行っていく計画ですので、配当による株主還元よりも事業の成長による株式価値の増大により、株主の皆様へ利益還元をしていきたいと思っております。IRも今後は積極的に行ってまいりますのでご支援のほどよろしくお願い致します。