

# 2021年3月期 決算説明会資料



看護師向け通販  
「ナースリー」



看護師向け通販  
「アンファミエ」



通販サイト「ベルーナ」



スマホサイト「ベルーナ」



化粧品通販「オージオ」



ワイン通販「マイワインクラブ」

**ベルーナ**  
[証券コード：9997]

2021年5月21日（金）

1.決算ハイライト	P.2
2.経営方針と取り組み	P.12
3.参考資料	P.55

# 1. 決算ハイライト

---

1. 決算総括
2. 決算概況
3. セグメント別損益
4. 売上の増減分析
5. 営業利益の増減分析
6. 貸借対照表
7. キャッシュフロー計算書
8. 今期予算について

*BELLUNA*

# 売上高・営業利益・経常利益・当期利益すべてにおいて過去最高。21/1/28修正の予算も上回って着地

- 売上高は前年比14.8%増、予算比3.2%増で着地
- 営業利益は前年比52.6%増、予算比12.4%増で着地
- 経常利益は前年比62.8%増、予算比14.0%増で着地
- 当期純利益は前年比88.3%増、予算比5.1%増で着地

## 1-2. 決算概況

BELLUNA

売上高 ～ 前年比14.8%増、予算比3.2%増で着地

営業利益 ～ 前年比52.6%増、予算比12.4%増にて着地

経常利益、当期純利益についても前年を大幅に上回って着地となった

単位：億円

連結	20/3期	21/3期			22/3期
	実績	実績	予算比 (1/28修正)	前年比	予算
売上高	1,799.5	2,065.0	3.2%	14.8%	2,460.0
売上原価	748.9	849.4	1.1%	13.4%	1,020.0
販売管理費	947.5	1,058.2	3.7%	11.7%	1,265.0
営業利益	103.1	157.3	12.4%	52.6%	175.0
営業外損益	0.5	11.4	42.3%	1984.1%	7.0
(内、為替関連損益)	(-2.2)	(+0.6)	-	-	-
経常利益	103.7	168.7	14.0%	62.8%	182.0
当期純利益	58.6	110.4	5.1%	88.3%	125.0

## 1-3. セグメント別損益

売上高・営業利益 ～総合通販、専門通販他3セグメントで増収増益  
店舗販売、プロパティは減収減益

- ・ 総合通販、専門通販は巣ごもり需要に加えて積極的な広告宣伝の展開による新規顧客獲得と好調なりPEAT率の両立により増収増益
- ・ 店舗販売は店舗の時短営業や臨時休業による集客数減により減収減益
- ・ プロパティはホテル事業の一時休館の影響等により減収減益

### セグメント別売上高と営業利益

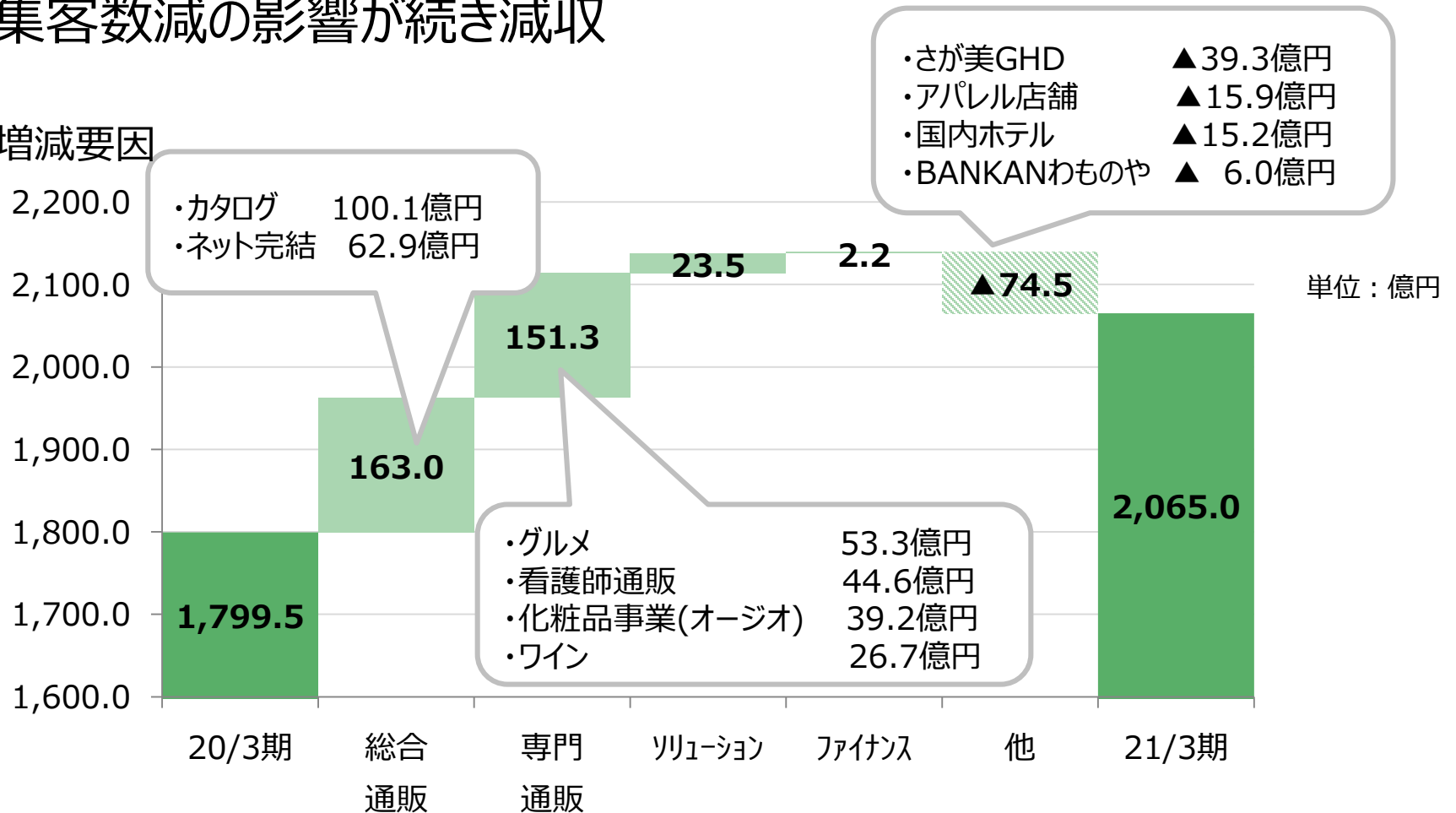
単位：億円

	21/3期								
	総合 通販	専門 通販	店舗 販売	リ ュー ー シ ョ ン	フ ァ イ ナ ン ス	プ ロ パ テ ィ	そ の 他	連 結 消 去	計
売上高	896.8	649.1	242.8	106.8	46.2	69.8	62.8	-9.2	2,065.0
予算比 (%) (1/28修正)	+2.0%	+4.2%	-1.1%	+3.5%	+1.3%	+2.8%	+4.7%	-61.5%	+3.2%
前年比 (%)	+22.2%	+30.4%	-20.1%	+28.2%	+5.0%	-19.6%	+5.7%	-5.0%	+14.8%
営業利益	53.1	69.1	-16.1	30.3	24.5	0.1	0.7	-4.3	157.3
予算比(億円) (1/28修正)	6.1	4.9	0.1	3.0	-1.5	-0.3	2.4	2.7	17.3
前年比(億円)	36.0	30.0	-19.2	3.8	5.7	-6.5	4.7	-0.2	54.2 <sub>5</sub>

# 1-4. 売上の増減分析

総合通販は新型コロナウイルス感染拡大の影響もありカタログ、ネット完結ともに増収トレンドが続いた。また専門通販も全体的に好調  
 一方店舗販売については6月以降営業再開したものの営業時間の短縮等による集客数減の影響が続き減収

売上高の増減要因



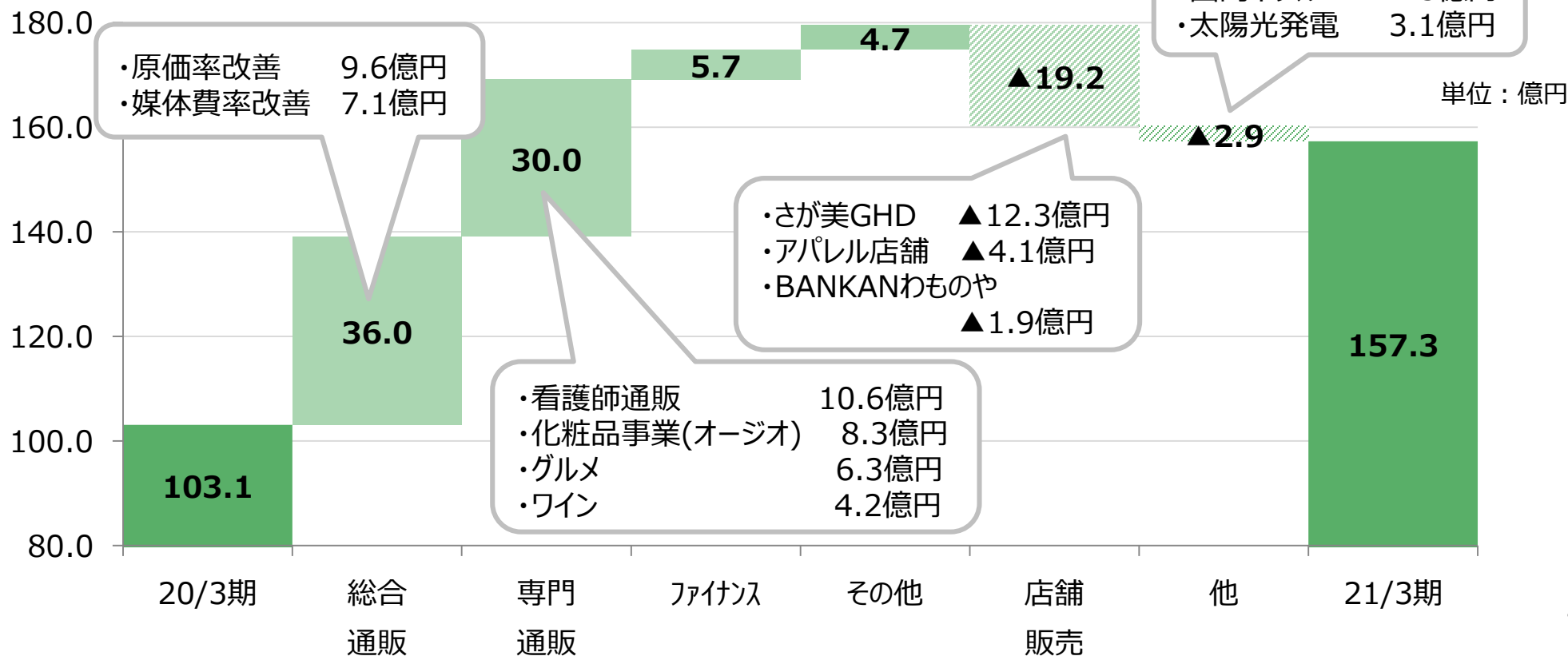
# 1-5. 営業利益の増減分析

総合通販は増収効果に加えて原価率改善と媒体費率改善により大幅増益

専門通販は増収効果により増益

アパレル店舗、和装店舗は減収の影響により減益

営業利益の増減要因





## 1-6. 貸借対照表

流動資産では受取手形及び売掛金、商品などが増加。

固定資産では主に有形固定資産が増加。

これに対し、負債では有利子負債が減少するも支払手形が増加

単位：億円

	20/3末	21/3末	増減額
流動資産	1,036.8	1,155.3	118.5
現金及び預金	227.9	307.8	79.9
受取手形及び売掛金	93.9	102.4	8.5
商品	209.1	220.1	11.0
固定資産	1,194.5	1,246.8	52.3
有形固定資産	886.5	925.6	39.1
投資その他資産	189.7	212.1	22.5
総資産	2,231.3	2,402.1	170.8
負債	1,206.0	1,269.8	63.8
支払手形及び買掛金	182.3	222.5	40.3
未払法人税等	11.5	49.1	37.6
有利子負債	778.2	727.1	-51.1
純資産	1,025.3	1,132.3	107.1
<b>【自己資本比率】</b>	<b>[45.7%]</b>	<b>[46.9%]</b>	<b>[+1.2P]</b>

# 1-7. キャッシュフロー計算書

税金等調整前当期純利益の増加で営業キャッシュフローがプラス  
有形固定資産の取得などで投資キャッシュフローがマイナス  
長短借入金は減少し全体としてキャッシュは86.6億円増加した

	20/3期 累計	21/3期累計		単位：億円
		実績	前年比	
<b>営業活動によるキャッシュフロー</b>	<b>66.2</b>	<b>207.7</b>	<b>141.5</b>	
税金等調整前当期純利益	95.6	177.4	81.9	
減価償却費	31.5	33.2	1.7	
法人税及び住民税（支払額）	-62.5	-34.0	28.5	
<b>投資活動によるキャッシュフロー</b>	<b>-111.1</b>	<b>-51.9</b>	<b>59.2</b>	
有形固定資産の取得による支出	-94.4	-78.3	16.1	
有形固定資産の売却による収入	-	22.5	22.5	設備投資*1
子会社株式の取得による支出	-12.2	-	12.2	86.0億円
<b>財務活動によるキャッシュフロー</b>	<b>57.1</b>	<b>-70.0</b>	<b>-127.1</b>	減価償却費*2
長短借入金の増減	80.1	-50.9	-131.0	33.2億円
配当金の支払	-15.0	-15.5	-0.5	
キャッシュに係る換算差額	-2.9	0.7	3.6	
キャッシュ増加額	9.4	86.6	77.2	

\*1: 設備投資額には、ソフトウェアなどの無形固定資産およびリース資産への投資額も含む

\*2: 減価償却費には、無形固定資産関連の償却も含む

## 1-8. 今期予算について

BELLUNA

前期は売上、利益ともに過去最高を達成。今期は第4次経営計画の最終年度。発表の第5次経営計画へ向けて着実にクリアしていく

単位：億円

連結	20/3期		21/3期		22/3期	
	予算	実績	修正予算	実績	予算	前年比
売上高	1,800.0	1,799.5	2,000.0	2,065.0	2,460.0	+19.1%
営業利益	110.0	103.1	140.0	157.3	175.0	+11.2%
経常利益	110.0	103.7	148.0	168.7	182.0	+7.9%
当期純利益	70.0	58.6	105.0	110.4	125.0	+13.3%
有利子負債	720~770	778.2	730~780	727.1	750~780	+3.1~7.3%
純資産	1,050.0	1,025.3	1,100.0	1,132.3	1,239.6	+9.5%
ROE	6.8%	5.8%	9.9%	10.3%	10.5%	+0.2P

# 1-8. 今期予算について（セグメント別）

総合通販は巣ごもり消費は落ち着くものの好調な新規獲得と好リピート率に支えられ前期に引き続き大幅増収の見通し。グルメ、ナース関連は巣ごもり消費の多少の剥落あるも、呉服関連、プロパティ事業の大幅な回復を見込む。

## セグメント別の予算

単位：億円

	22/3期 予算									
	総合通販	化粧品 健康食品	グルメ	ナース 関連	データベース 活用	呉服関連	プロパティ	その他	消去又は 全社	連結
売上高	1,199.8	186.0	280.0	157.5	143.2	256.8	212.5	52.3	-28.1	2,460.0
前年比 (%)	+20.4%	+1.7%	+3.1%	-1.2%	+1.0%	+19.7%	+204.2%	+19.6%	+205.4%	+19.1%
営業利益	57.6	19.3	19.8	14.9	49.4	3.5	16.5	0.6	-6.6	175.0
前年比(億円)	5.0	-7.1	-2.0	-2.8	-5.6	14.1	16.4	2.0	-2.3	17.7
営業利益率	4.8%	10.4%	7.1%	9.5%	34.5%	1.4%	7.8%	1.1%	23.5%	7.1%

## 2. 経営方針と取り組み

---

*BELLUNA*

1. 総合通販事業
2. 化粧品健康食品事業
3. グルメ事業
4. ナース関連事業
5. データベース活用事業
6. 呉服関連事業
7. プロパティ事業
8. 株主還元

### 中長期の方針

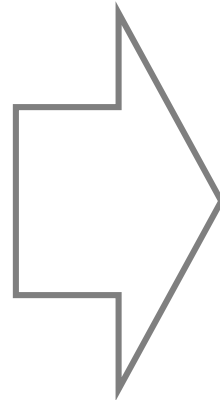
**売上高 3000億円 営業利益300億円を  
通過点に通信販売総合商社の熟成を目指す**

## 2. セグメントについて

### 今期よりセグメントを7つから8つに再編

#### 旧セグメント

1. 総合通販事業
2. 専門通販事業
3. 店舗販売事業
4. ソリューション事業
5. ファイナンス事業
6. プロパティ事業
7. その他の事業



#### 新セグメント

1. 総合通販事業
2. 化粧品健康食品事業
3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）
4. ナース関連事業
5. データベース活用事業
6. 呉服関連事業
7. プロパティ事業
8. その他の事業

事業内容をわかりやすくしました

### 第5次経営計画

(2023年3月期～2025年3月期)

#### 最終年度目標

- 売上高 **3,100億円** (年平均成長率9.2%)
- 営業利益 **280億円** (年平均成長率18.3%)
- ROE **10%以上**

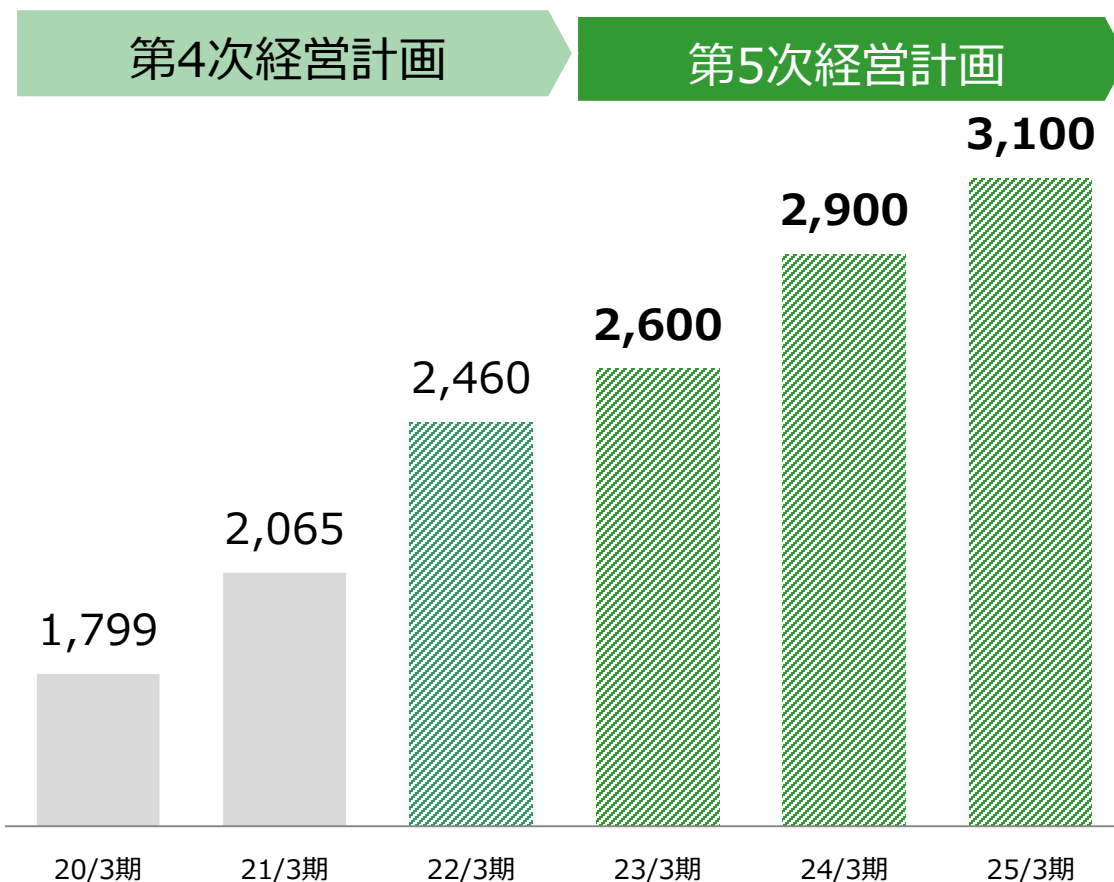


## 2. 経営方針 ～第4次・第5次経営計画

BELLUNA

# 今期の予算を達成し、第5次経営計画の足掛かりとしたい

売上高の推移（億円）



1. 第4次経営計画は売上目標を上回って推移
2. 第5次経営計画について土壌づくりを進める

## 2. 経営方針 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画

BELLUNA

今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
総合通販事業	1,199.8	57.6	1,331.3	67.2	1,417.5	73.2	1,514.7	81.2
化粧品・健康食品事業	186.0	19.3	206.3	21.4	230.3	23.4	256.3	26.0
グルメ事業	280.0	19.8	303.8	21.1	347.0	23.3	369.8	26.5
ナース関連事業	157.5	14.9	169.4	17.6	181.7	19.8	197.0	22.0
データベース関連事業	143.2	49.4	150.2	49.8	168.7	54.1	189.8	58.6
呉服関連事業	256.8	3.5	277.2	12.0	303.7	17.4	335.1	21.2
プロパティ事業	212.5	16.5	157.1	13.5	215.8	36.7	219.1	40.2
その他事業+調整	22.2	-6.4	4.7	-2.4	35.5	2.0	18.3	4.3
<b>計</b>	<b>2,460.0</b>	<b>175.0</b>	<b>2,600.0</b>	<b>200.0</b>	<b>2,900.0</b>	<b>250.0</b>	<b>3,100.0</b>	<b>280.0</b>

中期の計画達成に向けて商品力の向上に取り組みたい

# 第5次経営計画の考え方

1. 各セグメント目標の達成
2. SNSを含むネット化の推進
3. ポートフォリオ（柱を太く強く）の熟成
4. 実践的人材の強化、育成
5. シナジー効果を狙ったM&Aの推進

## 2-1. 総合通販事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

事業内訳	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>総合通販事業</b> ・ミセス層を中心にカタログ、ネットで商品展開 ・若年層はモール展開を2018年よりスタート ・メンズやハード商品の通販も展開	869.9	52.6	1,042.1	51.2
<b>ミン・アイシーネット・丸長(ネット専門通販)</b> ・ミン : ビッグサイズアパレル通販 ・アイシーネット : ブランド通販 ・丸長 : 雑貨通販	78.6	4.2	89.6	4.9
<b>アパレル店舗</b> ・ベルーナブランドにて全国展開 (2021年3月 86店舗)	49.1	-3.8	68.2	1.5
<b>計</b>	<b>996.3</b>	<b>52.6</b>	<b>1,199.8</b>	<b>57.6</b>

紙媒体が好調だったことに加え、ネットシフトが大きく進んだ  
 リュリュモールも拡大見込みで、ネット通販へのシフトチェンジが進む  
 前期に引き続き今期も20%成長を見込む

### 足元の状況と今期の見通し

前期は収益体質改善への取り組みと巣ごもり消費需要増加の影響を受けて業績は大きく伸長した  
今期については好調な新規顧客獲得の状況を受けて成長性を重視した展開とし、5次経営計画へ向けての土壌づくりの年と位置付ける

- 1. 新規獲得効率の改善**
- 2. 在庫回転数と原価率の改善**

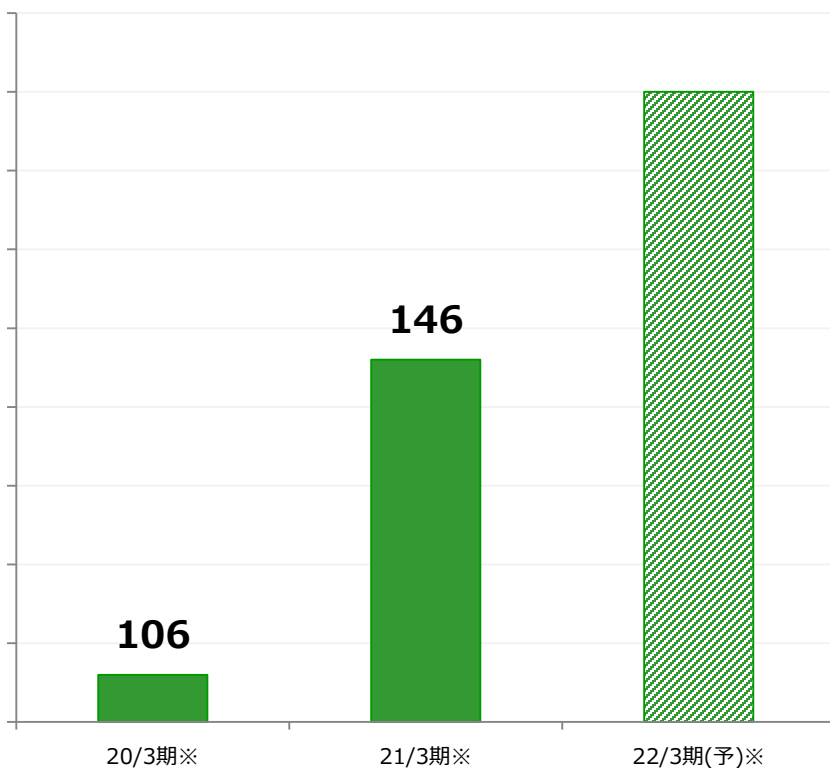
## 2-1. 総合通販事業

BELLUNA

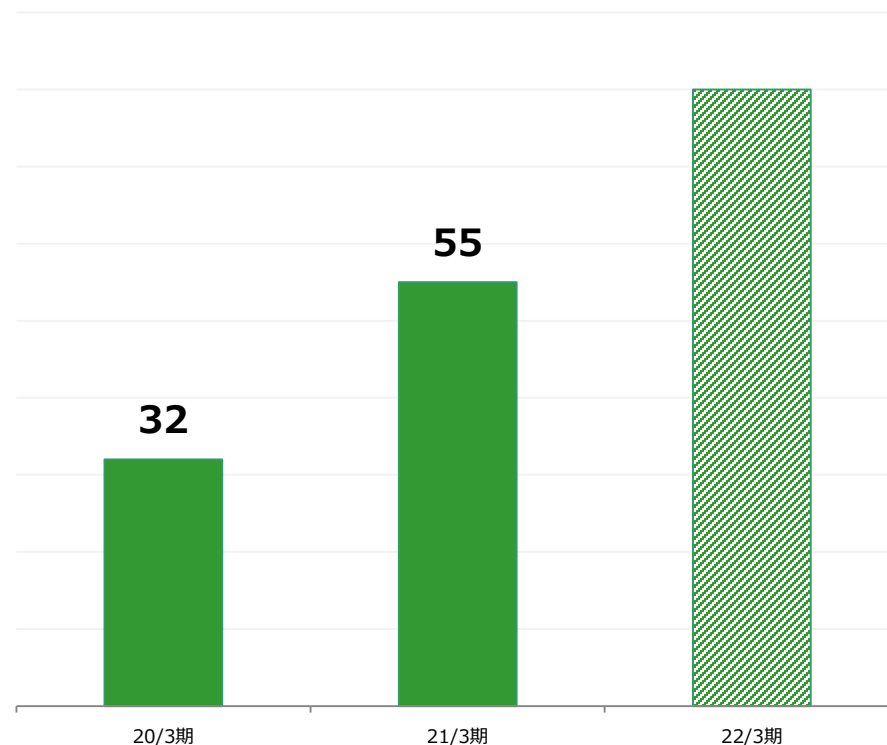
### ネット成長率

EC受注金額、リュリュモール流通金額ともに大幅に上昇  
ネットの成長性は高く、今期も成長性を維持する見通し

■ EC受注金額※リュリュモール除く 単位：億円

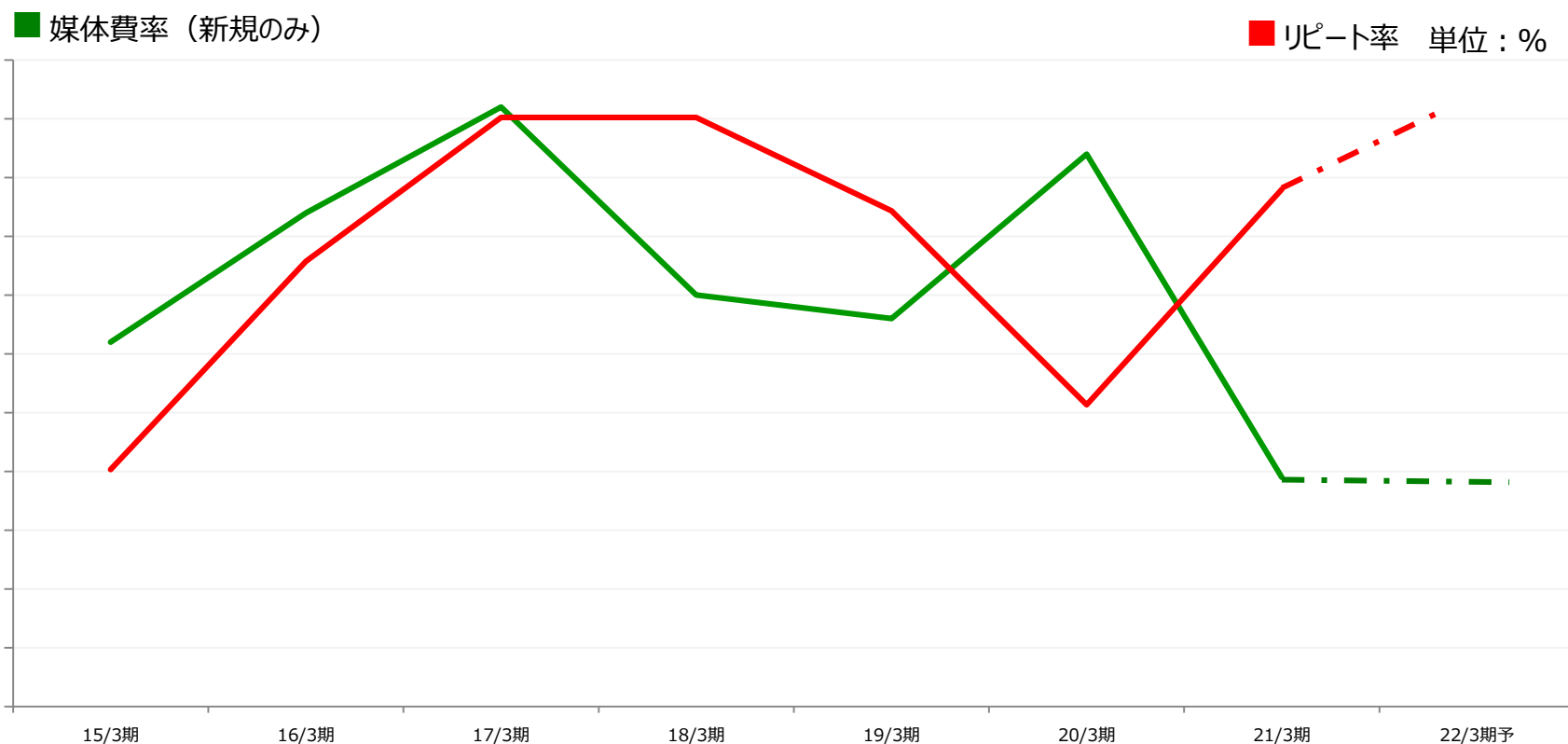


■ リュリュモール流通金額 単位：億円



### 1. 新規獲得効率について

獲得効率を高めるパターンを作ることができ、効率は大幅改善  
今期も効率は同水準の見通し



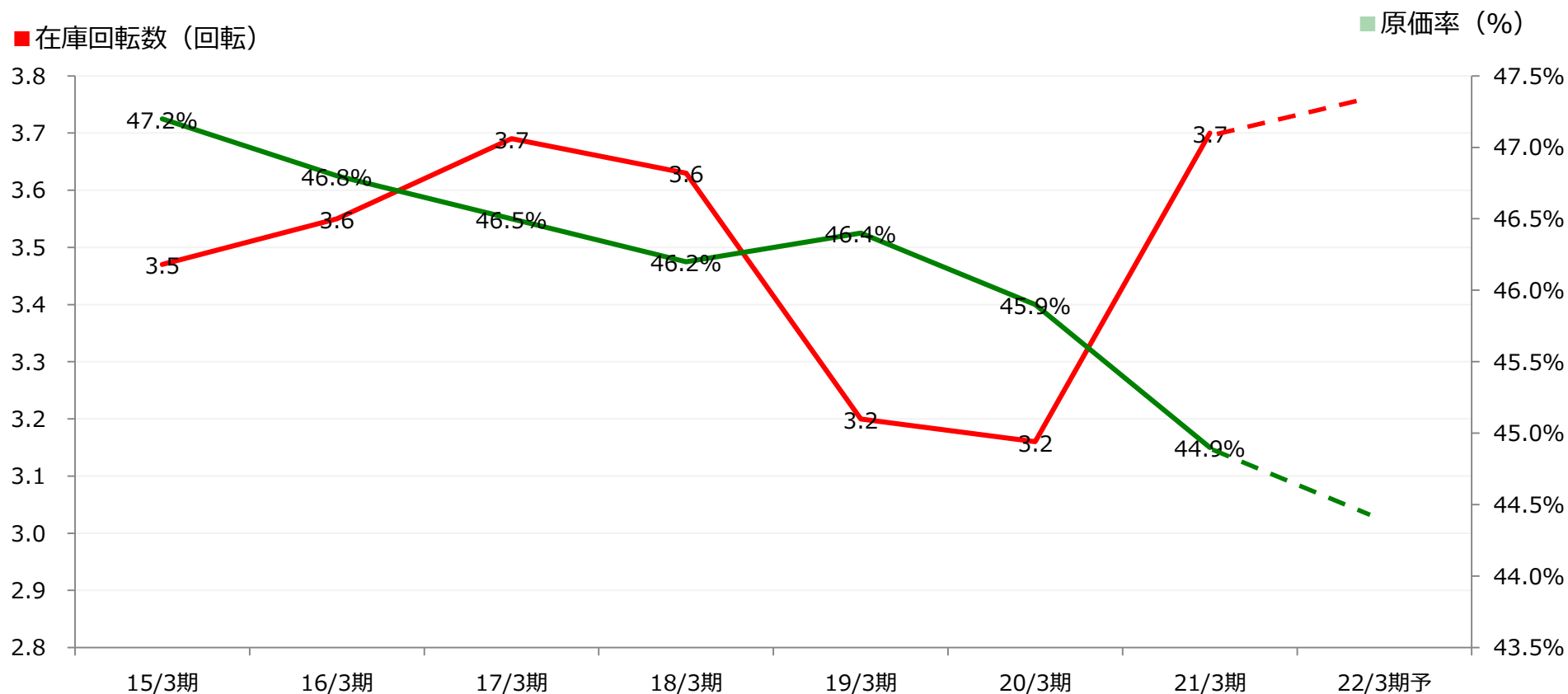
※21/3期獲得新規顧客のリピート進捗状況は例年並み

## 2-1. 総合通販事業

BELLUNA

### 2. 在庫回転数と原価率推移

前期も引き続き原価率低減と在庫回転数改善の同時達成をすることができた。今期も改善トレンド続く見通し





## 2-1. 総合通販事業

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

事業内訳	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>総合通販事業</b> ・ミセス層を中心にカタログ、ネットで展開 ・若年層は2018年よりモール展開 ・メンズやハード商品の通販も展開	1,042.1	51.2	1,155.0	57.1	1,218.7	61.0	1,289.0	66.6
<b>ネット専門通販</b> ・ミン : ビッグサイズアパレル通販 ・アイシーネット : ブランド通販 ・丸長 : 雑貨通販	89.6	4.9	101.9	6.0	117.9	7.7	138.4	9.7
<b>アパレル店舗</b> ・ベルーナブランドにて全国展開 (2021年3月 86店舗)	68.2	1.5	74.3	4.1	80.8	4.5	87.3	5.0
<b>計</b>	<b>1,199.8</b>	<b>57.6</b>	<b>1,331.3</b>	<b>67.2</b>	<b>1,417.5</b>	<b>73.2</b>	<b>1,514.7</b>	<b>81.2</b>

ブランディング強化とネットシフトを強化し、安定した成長性収益性を確保する

## 2-2. 化粧品健康食品事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>化粧品事業</b> （オージオ・なちゅライフブランド） ・化粧品通販事業 ・アジアでの越境ECを展開 ・ネットと海外が成長ドライバー	150.6	20.8	150.0	15.0
<b>健康食品事業</b> ・リフレブランドにて展開 ・ぐっすりずむは4年連続モンドセレクション金賞	43.7	5.7	36.0	4.3
<b>計</b>	<b>182.9</b>	<b>26.4</b>	<b>186.0</b>	<b>19.3</b>

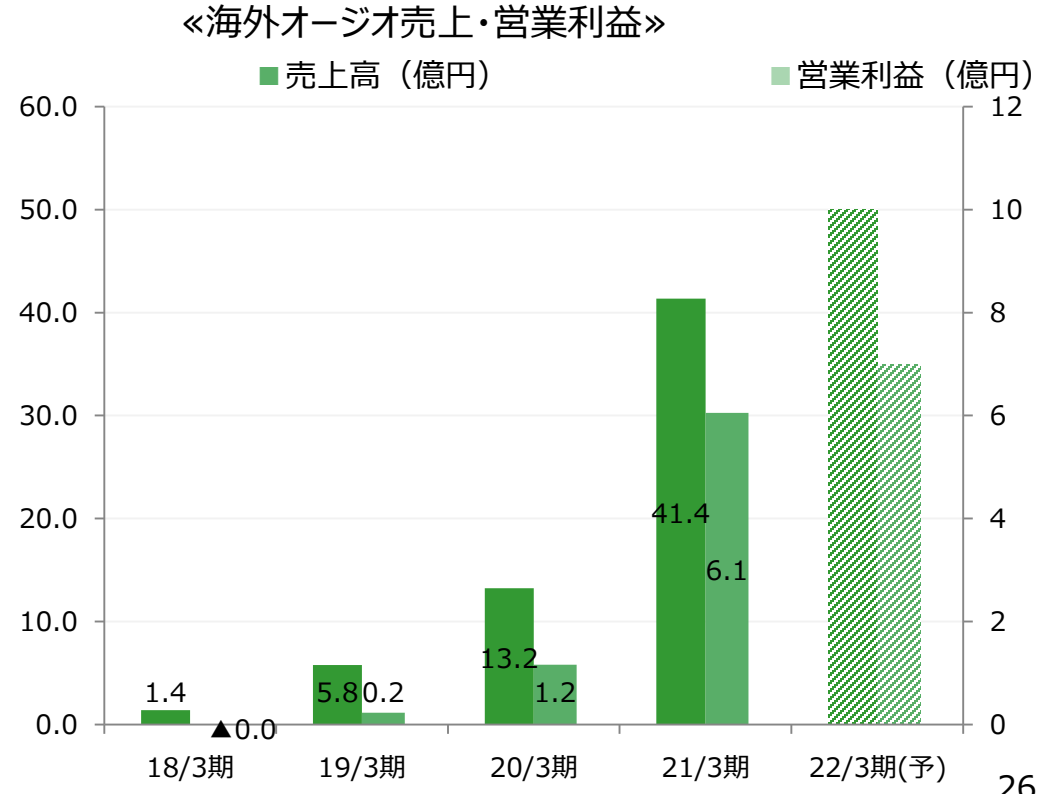
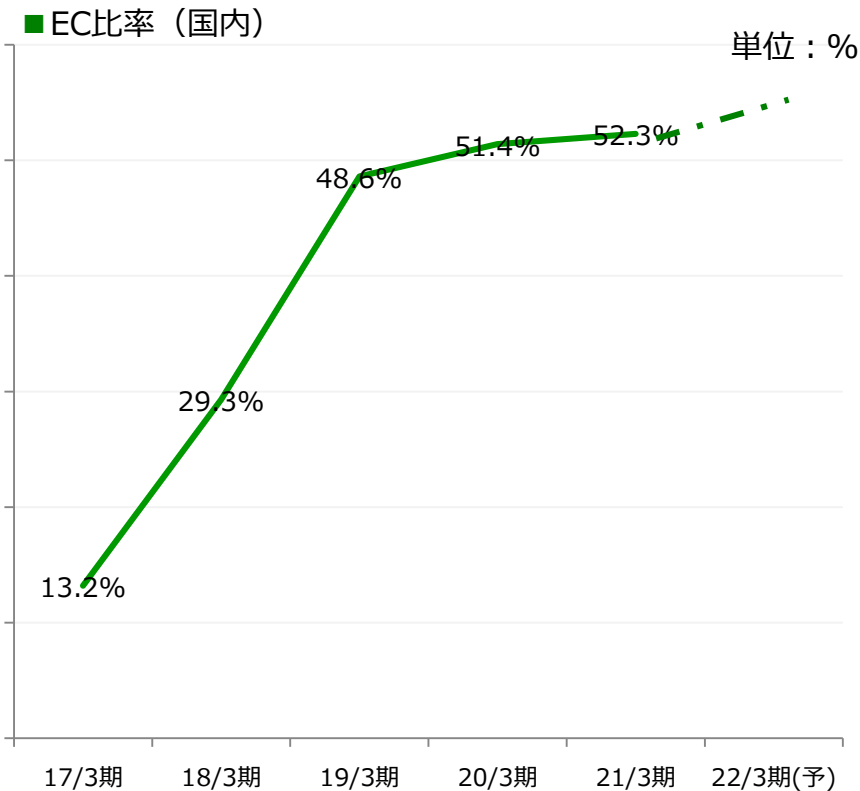
- ・国内でのEコマースの伸長と好調な化粧品事業のアジア展開により前期は業績を大きく伸ばした
- ・今期は国内のネット広告規制の影響もあり、売上は横ばいを見込む

## 2-2. 化粧品健康食品事業

### 1. オージオ

ECへの転換が進み、海外事業展開も順調

国内は新商品開発・投下の加速、また海外展開の強化



## 2-2. 化粧品健康食品事業の成長性の促進

BELLUNA

**国内外でローヤルゼリーもっちりジェルが大ヒット 累計販売個数1,100万個突破**

なちゅライフにて展開している年齢肌の為のオールインワン化粧品

「ローヤルゼリーもっちりジェル」



- ・エイジングケア成分「ナールスゲン®」配合
- ・京都大学と大阪市立大学院による産学連携の成果を基に誕生した美容成分

**卵殻膜美容液 国内売上No. 1 累計販売個数400万個突破**

オージオで展開している卵殻膜エキス高濃度配合美容液

「卵殻膜美容液 ビューティオープナー」



- ・タンパク質が豊富な卵の殻の内側の膜にある卵殻膜のエキスを配合
- ・10年にわたる研究によって高濃度配合を実現した美容液

## 2-2. 化粧品健康食品事業

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>化粧品事業</b> ・化粧品通販事業 ・アジアでの越境ECを展開 ・ネットと海外が成長ドライバー	150.0	15.0	165.0	16.5	181.5	18.2	200.0	20.0
<b>健康食品事業</b> ・リフレブランドにて展開	36.0	4.3	41.3	4.9	48.8	5.3	56.3	6.0
<b>計</b>	<b>186.0</b>	<b>19.3</b>	<b>206.3</b>	<b>21.4</b>	<b>230.3</b>	<b>23.4</b>	<b>256.3</b>	<b>26.0</b>

### 1. 海外戦略の強化

(1)台湾、香港、中国、シンガポール、マレーシア取り組み強化

### 1. 商品力の拡充の強化

- (1)新しいターゲットにチャレンジ（20代～30代向け）
- (2)クロスセリング用の商品開発

### 2. ブランドイメージの向上

- (1)マスメディアの活用
- (2)店舗販売の再開

### 3. 海外戦略の推進

- (1)東南アジア市場の開拓
  - ①台湾・香港・中国市場の育成
  - ②マレーシア・シンガポール・ベトナム市場にチャレンジ

## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ワイン通販事業</b> (マイワインクラブ・ワイン通販売上12年連続No.1)	87.7	10.5	100.0	9.8
<b>日本酒通販</b> ベルーナグルメ・日本酒通販売上4年連続No.1	44.5	3.0	52.0	3.3
<b>グルメ事業</b> ・弁当やお歳暮、おせち等食品通販を展開 ・ベルーナグルメ・おせちの結いは総販売台数実績40万台超	134.0	8.3	128.0	6.7
<b>計</b>	<b>271.5</b>	<b>21.5</b>	<b>280.0</b>	<b>19.8</b>

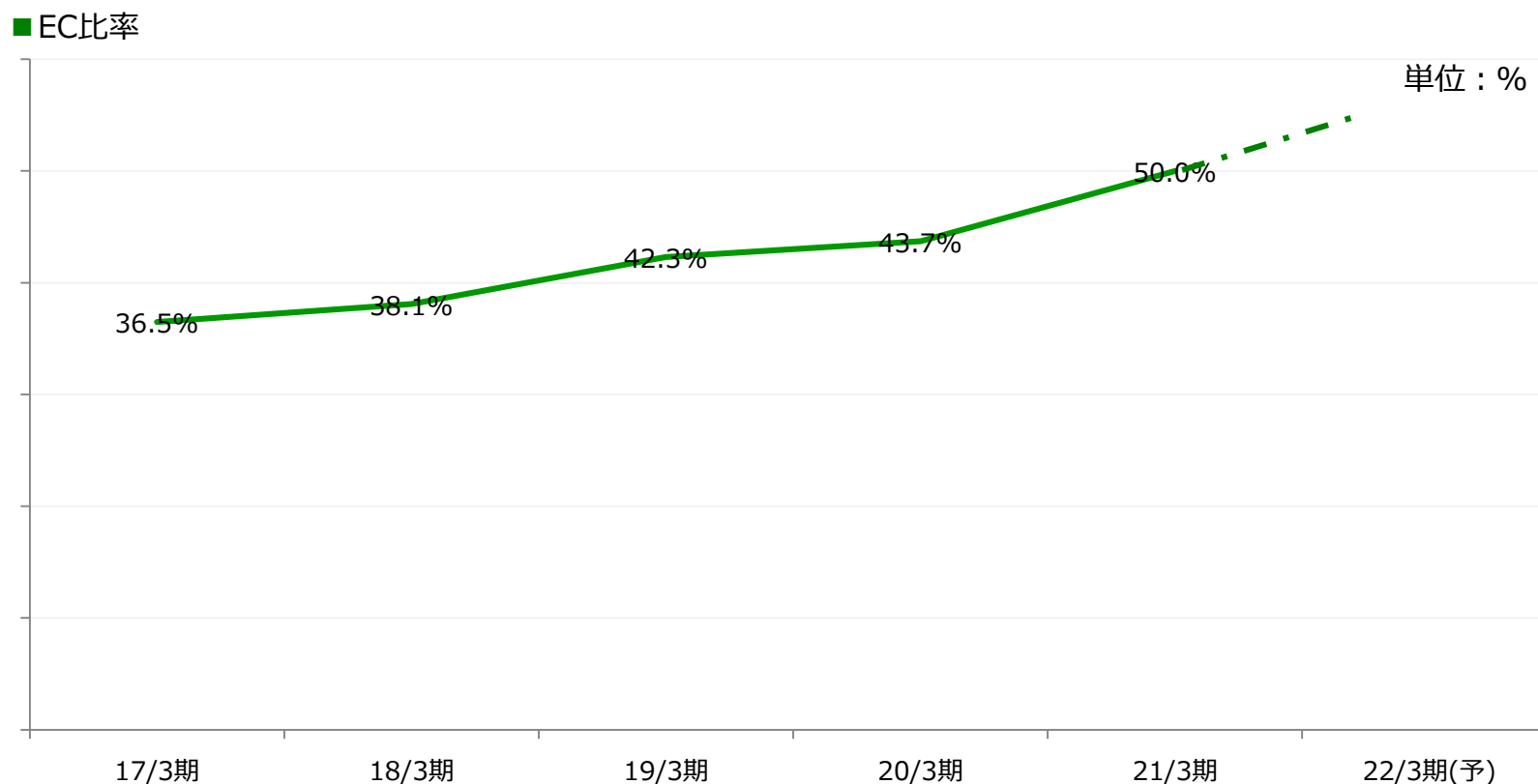
- ・ワインは直輸入商品がネットにおいて高評価。ネット比率50%を超えた
- ・ワイン、日本酒は足元も好調。引き続き増収トレンドの継続を見込む

## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

### 1. ワイン事業

EC比率50%となり、EC転換が進んでいる  
通販市場シェアNo.1の規模を活かした価格訴求もあり、リピート率は安定している





## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）の成長性の促進

BELLUNA



No. 1 商品

2020年度セットワイン販売数日本一を獲得

「3大銘醸地入り！  
世界選りすぐり  
赤ワイン11本セット」



ワイン事業部は2020年度、年間販売本数1,100万本を達成

## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）の成長性の促進

BELLUNA

### 日本酒の販売本数は21年3期は200万本を突破

#### No.1 商品

越乃五蔵大吟醸



#### No.2商品

越乃五蔵純米大吟醸



#### No.3商品

10蔵大吟醸



今期も商品ラインナップの拡充、新商品開発を進め、通販売上5年連続No.1を目指す

## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）の成長性の促進

 **Belluna Gourmet** ペルーナグルメ

BELLUNA

No.1

結  
和三段重ね



No.2

彩寿  
和三段重ね



No.3

絆  
和三段重ね



**21年3期No.1商品のおせち**

**「結」**

**は11万2千台を販売**

## 2-3. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画（23/3期～25/3期）

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ワイン通販事業</b> (マイワインクラブ・ワイン通販売上 12年連続No.1)	100.0	9.8	105.8	10.3	117.5	11.4	129.8	12.6
<b>日本酒通販</b> ベルーナグルメ・日本酒通販売上 4年連続No.1	52.0	3.3	60.0	4.2	70.0	5.6	80.0	7.2
<b>グルメ事業</b> ・弁当やお歳暮、おせち等 食品通販を展開 ・ベルーナグルメ・おせちの結いは 総販売台数実績40万台超	128.0	6.7	138.0	6.5	159.5	6.2	160.0	6.7
<b>計</b>	<b>280.0</b>	<b>19.8</b>	<b>303.8</b>	<b>21.1</b>	<b>347.0</b>	<b>23.3</b>	<b>369.8</b>	<b>26.5</b>

ワイン、日本酒の事業に関しては品質強化、ラインナップ強化、ブランド力強化を推進し、業界No.1の地位をさらに強化する



## 2-4. ナース関連事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ナースリー</b> （看護師向け通販業界No.2）	61.4	6.9	65.5	6.0
<b>アンファミエ</b> （看護師向け通販業界No.1）	87.1	11.5	75.8	8.5
<b>ナースキャリアネクスト</b> （看護師の人材紹介事業）	1.5	-1.5	2.9	-0.7
<b>JOB STUDIO</b> （シンガポールでの人材紹介事業）	9.5	1.3	13.3	1.1
<b>計</b>	<b>159.4</b>	<b>17.7</b>	<b>157.5</b>	<b>14.9</b>

- ・前期は新型ウィルスの影響により医療用消耗品中心に医療従事者向けだけでなく一般個人の顧客にも販売好調だった
- ・医療従事者顧客のリピータ性は高く、来期以降も継続を見込む

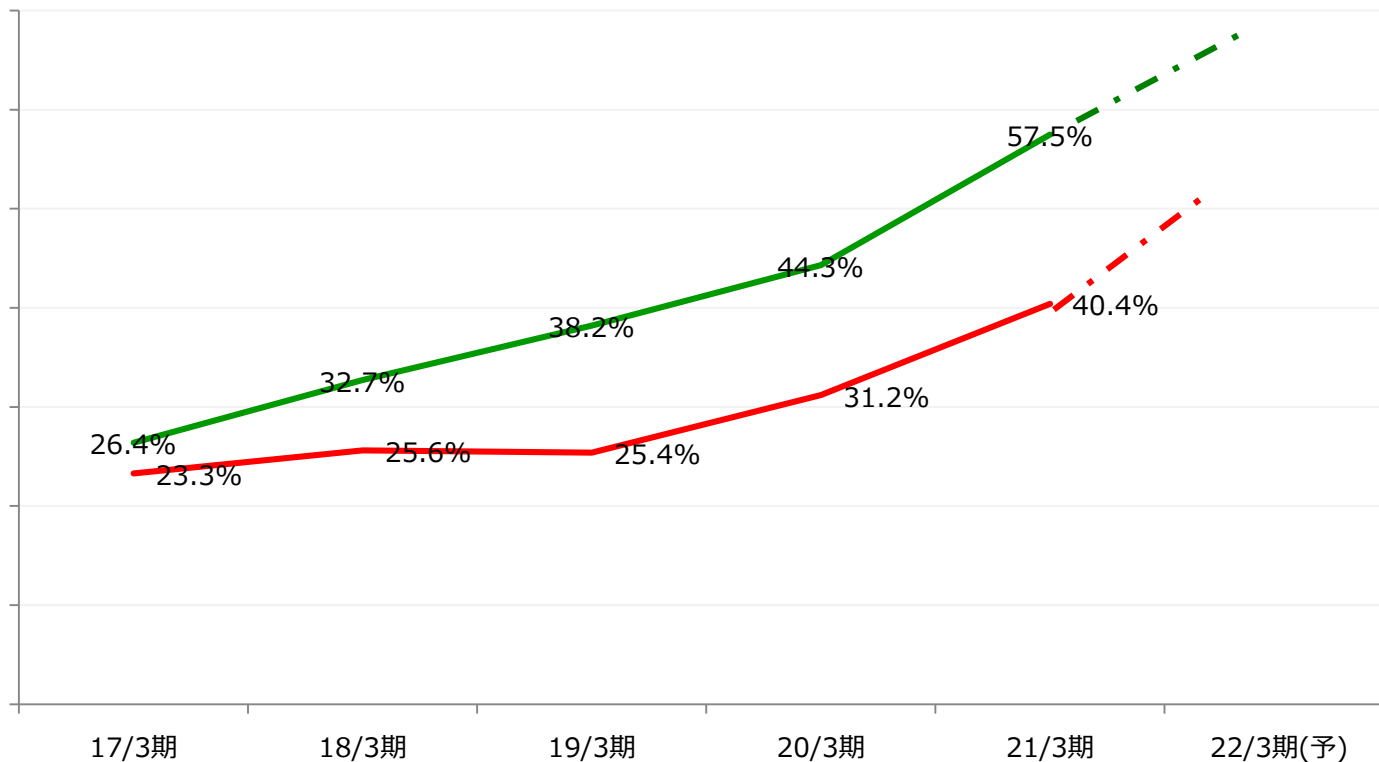
## 2-4. ナース関連事業の成長性の促進

### 1. ナース関連事業

EC化が進んでいる。アンファミエ、ナースリーで市場シェアの大半を占めており、今後もEC化と安定成長を見込んでいる  
また、SPA企業としての強みを活かし介護市場にも進出

■ EC比率 ナースリー  
■ EC比率 アンファミエ

単位：%



## 2-4. ナース関連事業の成長性の促進

BELLUNA

販売数上位はオリジナル商品が独占。SPA生産により品質と価格を両立することで高リピートを実現

ナースリー年間販売数1~3位商品

  
No.1

クラス1の高機能マスク



セーフマスクプレミア

  
No.2

使い捨てタイプのグローブ



ナースリープレミアム  
プラスチックグローブ

  
No.3

低価格で脱ぎ履きしやすい



定番2Wayデイリーシューズ

## 2-4. ナース関連事業の成長性の促進

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ナースリー</b> (看護師向け通販業界No. 2)	65.5	6.0	68.2	6.3	73.7	7.0	80.6	7.7
<b>アンファミエ</b> (看護師向け通販業界No. 1)	75.8	8.5	81.9	9.4	86.0	10.5	90.3	10.8
<b>ナースキャリアネクスト</b> (看護師の人材紹介事業)	2.9	-0.7	4.7	0.7	5.9	1.1	8.8	2.1
<b>JOB STUDIO</b> (シンガポールでの人材紹介事業)	13.3	1.1	14.7	1.2	16.0	1.3	17.3	1.4
<b>計</b>	<b>157.5</b>	<b>14.9</b>	<b>169.4</b>	<b>17.6</b>	<b>181.7</b>	<b>19.8</b>	<b>197.0</b>	<b>22.0</b>

看護師向け通販の安定性に加えて、介護士向けの通販にも本格参入。マーケットは大きい為、勝ちパターンの構築にチャレンジ  
海外展開に関しても取得したJOB STUDIOを足掛かりに物販の展開を含めて進めていく



## 2-5. データベース活用事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ファイナンス</b> (会員向け消費者金融事業)	46.2	24.5	46.4	20.0
<b>BD</b> (封入・同送同梱事業)	33.4	23.2	33.9	22.9
<b>BBS事業</b> (コールセンター・物流の受託事業)	64.1	7.2	63.0	6.5
<b>計</b>	<b>141.8</b>	<b>55.0</b>	<b>143.2</b>	<b>49.4</b>

ファイナンス : 前期は外部環境の変化もあり、期末融資残高はマイナス

ベルーナダイレクト : 前期は通販顧客の増加に応じて着実に増収増益を達成

BBS事業 : 自社インフラを活用した通販代行サービス。通販ニーズを取り込み成長



### BBS事業

(コールセンター、物流センターの受託事業)

リピート通販である健康食品や美容系通販を中心に展開

**顧客の年間成長率**

**20%**

**×**

**顧客継続率**

**70%**

- ・コールセンターは通販事業に特化して展開することで高い応答率や、顧客リテンションを実現
- ・物流センターも当社グループのスケールメリットを活かしたサービスを提供
- ・顧客の成長ステージに合わせたパッケージの柔軟な変更を提案できるノウハウとコンサルティング力

## 2-5. データベース活用事業

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>ファイナンス</b> (会員向け消費者金融事業)	46.4	20.0	52.0	20.0	58.2	23.0	64.0	25.6
<b>BD</b> (封入・同送同梱事業)	33.9	22.9	32.5	23.0	34.0	24.0	35.8	25.0
<b>BBS事業</b> (コールセンター・物流の受託事業)	63.0	6.5	65.7	6.8	76.5	7.1	90.0	8.0
<b>計</b>	<b>143.2</b>	<b>49.4</b>	<b>150.2</b>	<b>49.8</b>	<b>168.7</b>	<b>54.1</b>	<b>189.8</b>	<b>58.6</b>

ファイナンス : コロナが収束し落ち着いたら残高伸長を図り成長性を高めていく

ベルーナダイレクト : 通販顧客の増加に応じた着実な成長を図る

BBS事業 : 新規顧客開拓及びインフラ拡大を進める

## 2-5.データベース活用事業 第5次経営計画のポイント

BELLUNA

1. データベース活用をはかり成長性に貢献（ファイナンス）
2. 総合通販成長に伴い提供する広告の増加（B D）
3. 通販業界マーケットの拡大に乗り積極的営業展開（B B S）
4. 総合通販に次ぐ収益性の大きな柱
5. 利益率30%前後の利益に貢献

## 2-6. 呉服関連事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>BANKAN・わものや</b> (2007年当社創業の和装販売事業)	90.4	3.9	98.8	6.2
<b>さが美</b> (2018年取得。中価格帯の和装販売事業)	73.3	-12.1	88.4	-6.1
<b>東京ますいわ屋</b> (さが美と同時取得。高価格帯の和装販売事業)	30.9	-3.8	42.0	0.7
<b>マイム</b> (大学生の卒業式袴レンタル)	20.8	1.7	27.5	2.7
<b>計</b>	<b>214.4</b>	<b>-10.6</b>	<b>256.8</b>	<b>3.5</b>

- ・BANKAN・わものやは減収減益ながら黒字を確保
- ・今期はさが美の黒字化を目指して土壌づくりを推進

## 2-6. 呉服関連事業の成長性の促進

BELLUNA

BANKANオリジナル着物「無地小紋」シリーズが年間販売数5,000反突破



BANKANオリジナル小紋  
BANKAN コレクションプレミアム



BANKANオリジナル小紋  
BANKAN コレクションプレミアム

- ・着物を着ている層ではなく、潜在的に着たい層にアプローチするエントリー商品
- ・着る機会を定期的に提供する「着物を着る会」を店舗ごとに定期開催

## 2-6. 呉服関連事業

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>BANKAN・わものや</b> (当社創業の和装販売事業)	98.8	6.2	107.6	9.0	117.0	11.0	126.6	12.7
<b>さが美</b> (2018年取得。中価格帯の和装販売事業)	88.4	-6.1	92.7	0.0	103.5	2.2	118.8	3.7
<b>東京ますいわ屋</b> (さが美と同時取得。高価格帯の和装販売事業)	42.0	0.7	46.6	0.0	50.0	0.9	53.1	1.2
<b>マイム</b> (大学生の卒業式袴レンタル)	27.5	2.7	30.3	3.0	33.3	3.3	36.6	3.7
<b>計</b>	<b>256.7</b>	<b>3.6</b>	<b>277.2</b>	<b>12.0</b>	<b>303.7</b>	<b>17.4</b>	<b>335.1</b>	<b>21.2</b>

- ・BANKANわものやモデルをグループに着実に浸透させて黒字化させる
- ・和装事業を新たな柱となるよう成長性、収益性を高め早期に10%の利益率の高収益モデルを作り上げる

## 2-6. 呉服関連事業 第5次経営計画のポイント

BELLUNA

1. サンセットからサンライズインダストリーへ転換に挑戦
  - (1)成長性にチャレンジ
  - (2)収益性にチャレンジ
2. ビジネスモデルを収益性の良いバンカンモデルに統一する
  - (1)大催事展示会での販売から店舗で販売して収益性を確保（さが美）
  - (2)着物を持たない若い女性を啓蒙活動を通じて顧客育成
3. ベルーナ系呉服事業のブランド名を統一（2022年5月予定）
4. 収益性の大きな柱に育成
5. 着物文化の振興に貢献



## 2-7. プロパティ事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

単位：億円

	21/3期（実績）		22/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>インカムゲイン</b> 所有不動産（オフィス、店舗等）	25.6	11.8	22.0	12.4
<b>キャピタルゲイン</b> 不動産の開発、販売事業	0.0	0.0	95.9	21.4
<b>ホテル事業</b> 国内4ホテル、海外3ホテルを運営	39.6	-13.7	84.6	-19.3
<b>その他</b>	10.0	1.9	10.0	2.0
<b>計</b>	<b>69.8</b>	<b>0.1</b>	<b>212.5</b>	<b>16.5</b>

- ・ホテル事業は前期、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり大幅赤字となった
- ・今期は引き続き上半期は新型コロナウイルス感染拡大の影響と、5ホテルの新規開業があることから開業コストを見込む

## 2-7. プロパティ事業

BELLUNA

### 今期オープン・取得予定

「梅田ホリックホテル」117室  
21年4月1日OPEN



「札幌グランベルホテル」218室  
21年4月21日OPEN



「大阪グランベルホテル」191室  
21年4月23日OPEN



「定山溪ビューホテル」647室  
21年5月31日取得予定



「すすきのグランベルホテル」300室  
21年7月OPEN予定





# 参考：ホテル紹介（札幌グランベルホテル 21年4月21日オープン）

(ホテル外観)



(露天風呂)



BELLUNA

(カフェ・BAR)



(客室：デラックスダブルルーム)



## 2-7. プロパティ事業（国内ホテル事業）

BELLUNA



「ルグラン南軽井沢ホテル&リゾート」

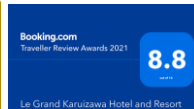


3年連続受賞！「Reluxランキング2020年」甲信越エリア第2位！

2年連続受賞！Hotels.com「Loved By Guests Award 2021」を受賞！

Booking.com「Traveller Review Awards 2021」を受賞！

2年連続受賞！「じゃらんnetランキング2019 泊まって良かった宿大賞」長野県第1位！



「裏磐梯レイクリゾート」



「じゃらんアワード 2019 泊まって良かった宿大賞」総合 1 位

じゃらんアワード2019 泊まって良かった宿大賞 接客・サービス部門2位



地域の有力ホテルとなり、自社運営のホテルでアワードを多数受賞

## 2-7. プロパティ事業

BELLUNA

### 2. 今期(第4次最終年度)・第5次経営計画 (23/3期～25/3期)

単位：億円

	22/3期		23/3期		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>インカムゲイン</b> 所有不動産 オフィス、店舗等の賃貸収入	22.0	12.4	22.4	11.7	52.5	23.9	58.6	24.5
<b>キャピタルゲイン</b> 不動産の開発、販売事業	95.9	21.4	18.0	4.0	18.0	4.0	0.0	0.0
<b>ホテル事業</b> 国内4ホテル、海外3ホテルを 運営	84.6	-19.3	106.4	-4.0	134.9	7.1	150.3	14.0
<b>その他</b>	10.0	2.0	10.3	2.1	10.3	2.1	10.3	2.1
<b>計</b>	<b>212.5</b>	<b>16.5</b>	<b>157.1</b>	<b>13.8</b>	<b>215.8</b>	<b>37.1</b>	<b>219.1</b>	<b>40.6</b>

- ・ホテル事業は23年3期以降国内ツーリズムの回復とインバウンドの復調を見込んでいる
- ・銀座にて大型複合ビルの開業を24年3期に見込んでおり、収益性は一段と高まる見通し

## 2-8. 株主還元

### 19円の配当予定。配当は4年連続増配

#### <年間配当>

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期予
EPS (円)	99.41	106.39	60.62	114.17	129.31
配当 (円)	12.5	15.0	16.0	16.5	19.0

#### <株主優待>

##### [内容]

	100株以上	500株以上	1,000株以上
総合通販事業の優待券 またはベルーナネットで使用できる優待クーポン またはグルメ・ワイン商品詰め合わせ	1,000円分	3,000円分	5,000円分
裏磐梯レイクリゾート宿泊優待券	1枚	2枚	4枚
ルグラン旧軽井沢宿泊優待券	1枚	1枚	1枚

##### [対象]

3月末・9月末時点で、当社株式100株以上を保有している株主様（年2回）

※ルグラン旧軽井沢の宿泊優待券は、年1回（12月上旬発行分）のみの贈呈となります。





今年度は第4次経営計画の  
最終年度。今期を上振れ着  
地させ、第5次経営計画の足  
掛かりとしたい

### 3. 参考資料

---

*BELLUNA*



社名	株式会社ベルーナ（証券コード：9997）
本社所在地	埼玉県上尾市
代表者	代表取締役社長 安野 清
設立	1977年6月（創業1968年9月）
事業内容	データベースを核とした通信販売総合商社
資本金	106.1億円(21/3末)
連結売上高	2064.9億円(21/3期)
連結経常利益	168.7億円(21/3期)
連結正社員数	3,328名(21/3末時点)
上場市場	東京証券取引所市場第一部

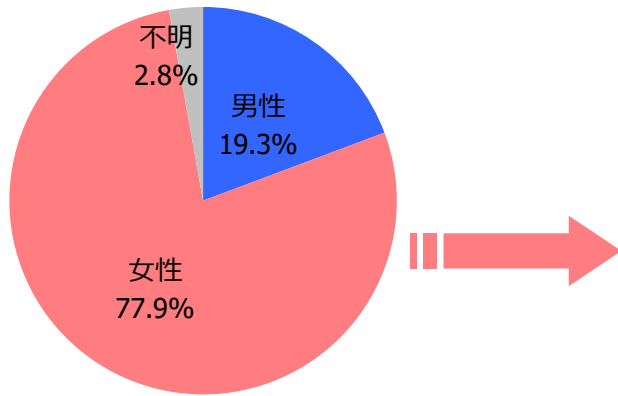
ベルーナ



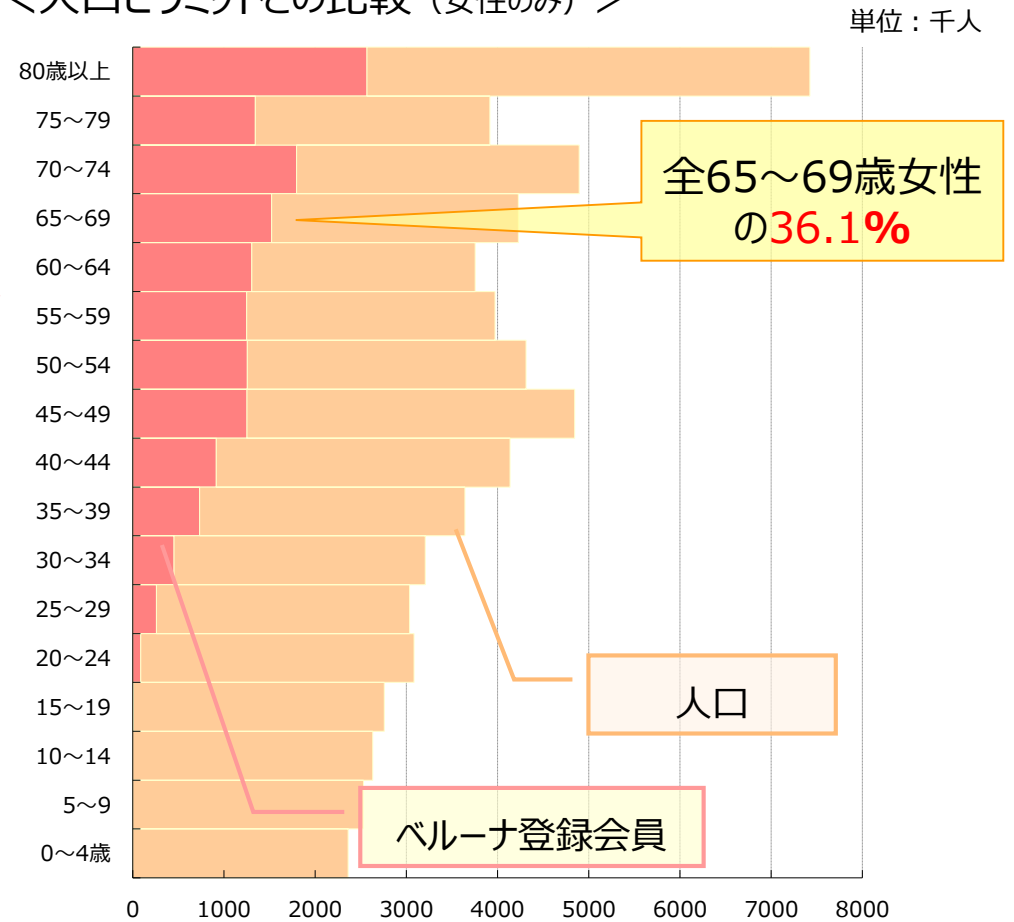
# 【総合通販】登録会員の特徴

## 登録会員の特徴（2021年3月末時点）

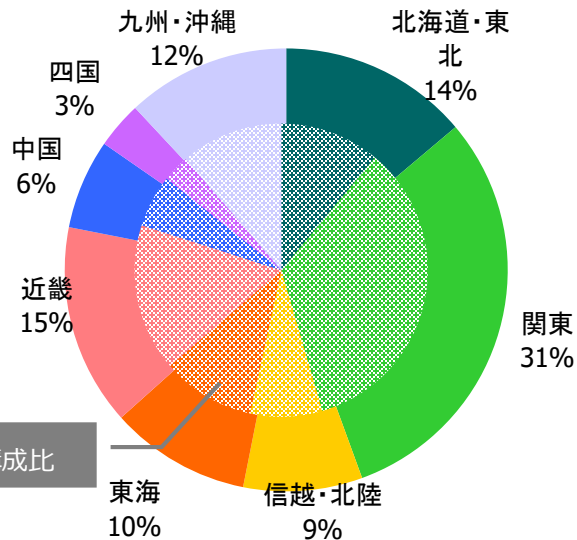
### ＜性別＞



### ＜人口ピラミッドとの比較（女性のみ）＞



### ＜地域＞



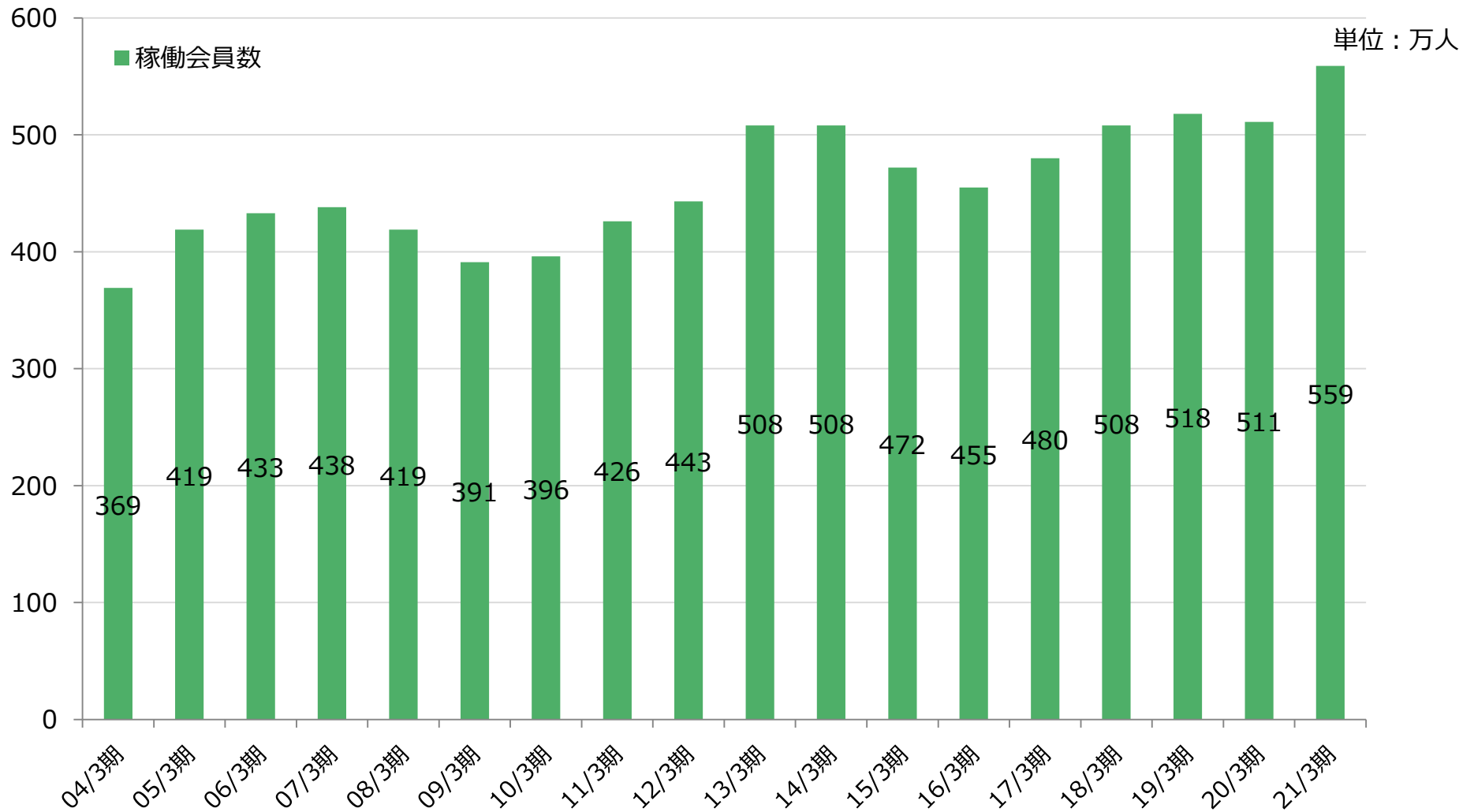
地域別の人口構成比

※総務省統計局データを元にベルーナにて作成

1977年	6月	埼玉県大宮市奈良町37番12号に(株)友華堂を設立
1983年	3月	衣料品の通信販売を開始
1987年	12月	金融サービス事業を開始
1990年	4月	商号を(株)ベルーナに変更
1992年	10月	北海道産地直送生鮮食品の通信販売を開始
1994年	1月	埼玉県上尾市に領家丸山流通システムセンターを新築・稼働
	7月	医薬品及び健康食品の販売を目的に(株)東洋漢方研究所を設立（現・(株)リフレ）
1998年	5月	埼玉県上尾市宮本町4番2号に本社を移転
2000年	3月	東京証券取引所市場第一部に株式を上場 化粧品事業等の展開を目的に(株)オージオを設立
	8月	栃木県に宇都宮流通システムセンターを新築
2006年	11月	呉服店舗を展開する(株)BANKAN及び(株)わものやを設立
2007年	3月	看護師向け事業の展開を目的に(株)ナースリーの全株式を取得
2013年	8月	看護師向け通販を展開する(株)アンファミエの全株式を取得
2014年	1月	ベビー・ギフト通販を展開する(株)ベストサンクスの全株式を取得
	8月	埼玉県吉見町に吉見ロジスティクスセンターを新築・稼働
2015年	6月	輸入雑貨・食品の通販・卸を展開する丸長(株)の全株式を取得
2016年	5月	衣裳レンタル業を展開する(株)マイムの全株式を取得
	7月	アパレル通販（ネット専業）を展開する(株)ミンの全株式を取得
2018年	1月	EC取り組み強化、事業領域の拡大のため東京都渋谷区に渋谷オフィスを開設
	6月	和装事業を展開するさが美グループホールディングス(株)の株式を取得し、連結子会社化
2019年	9月	インポートブランド品のEC事業を展開する(株)アイシーネットの全株式を取得、連結子会社化
2020年	1月	シンガポールにて医療機関向けに医療人材の紹介・派遣事業を展開する JOBSTUDIO PTE.LTD.の全株式を取得、連結子会社化

# 【総合通販】稼働会員数の推移

BELLUNA

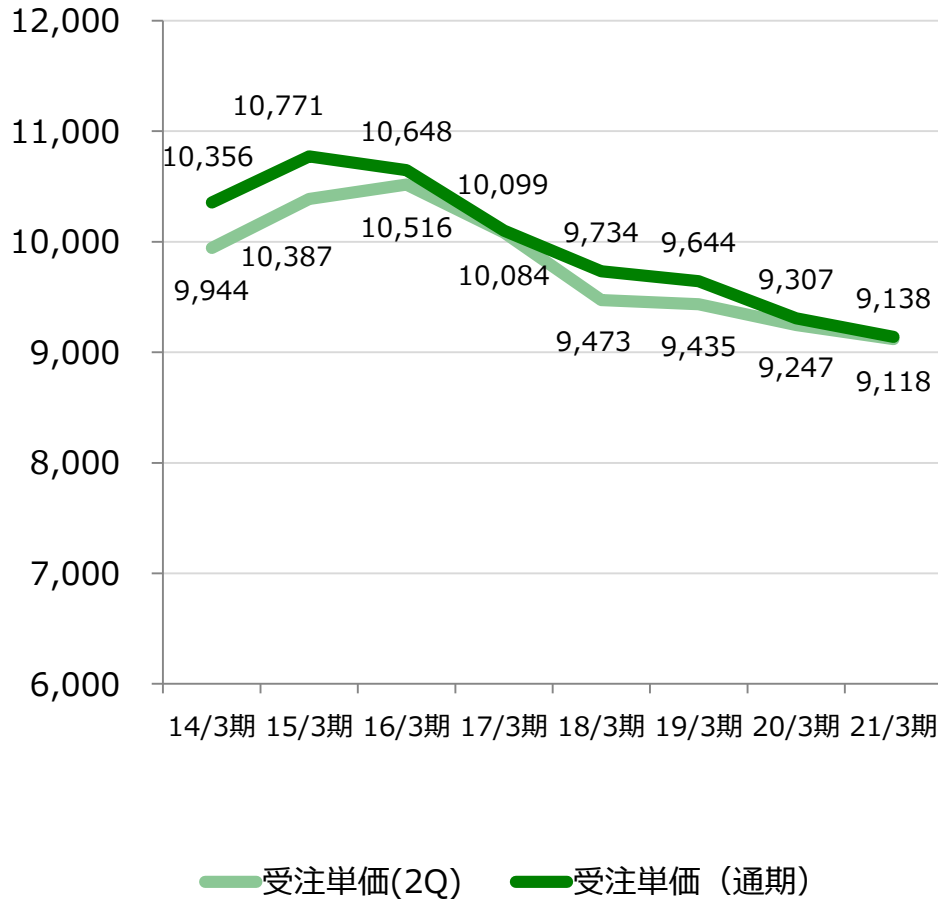


※稼働会員数・・・2年以内に購入した顧客数

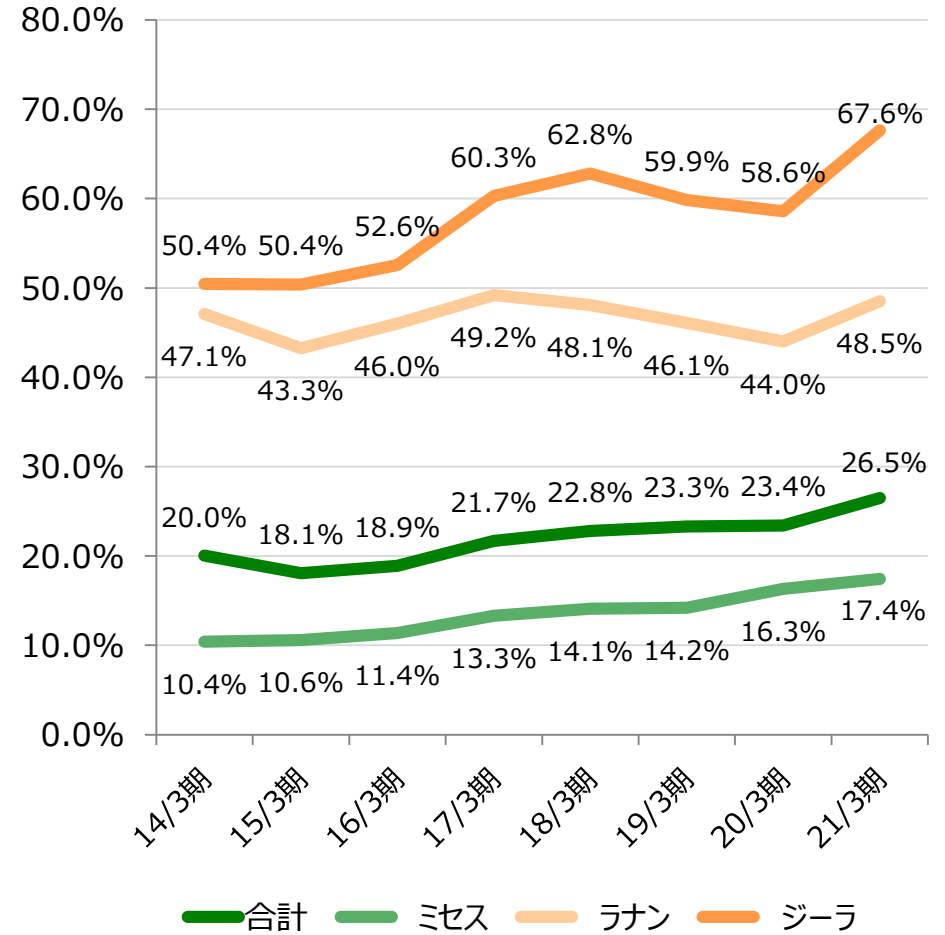
# 【総合通販】受注単価とEC比率

## 受注単価の推移

単位：円



## EC比率の推移



# 【総合通販・専門通販】カタログラインアップ※

BELLUNA

商品カテゴリ	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
婦人服		ジーラ		ベルーナ		ルフラン	
	ハッピーマリリン			ラナン		大きいサイズ	
下着		ジーラインナー		単品インナー		セットインナー	
服飾品		ブランド&ジュエリー(リユリュ)		ブランド&ジュエリー			
家具・寝具		ジーラインテリア		素敵な生活			
紳士服				メンズベルーナ		メンズライフ	
家電・趣味				MV		ホビー・手芸・パズル	
雑貨		輸入雑貨(食器・革製品)					
食品/おせち/お歳暮				晴れごはん・いきいき			
食品・酒		グルメ・マイワインクラブ					
化粧品			オージオ・なちゅライフ				
健康食品					リフレ		
看護師関連		ナースリー・アンファミエ					

■ 総合通販事業  
■ 専門通販事業

※年代については各ブランドごとに設定しているメインターゲット年齢を表現

# 通販企業ランキング

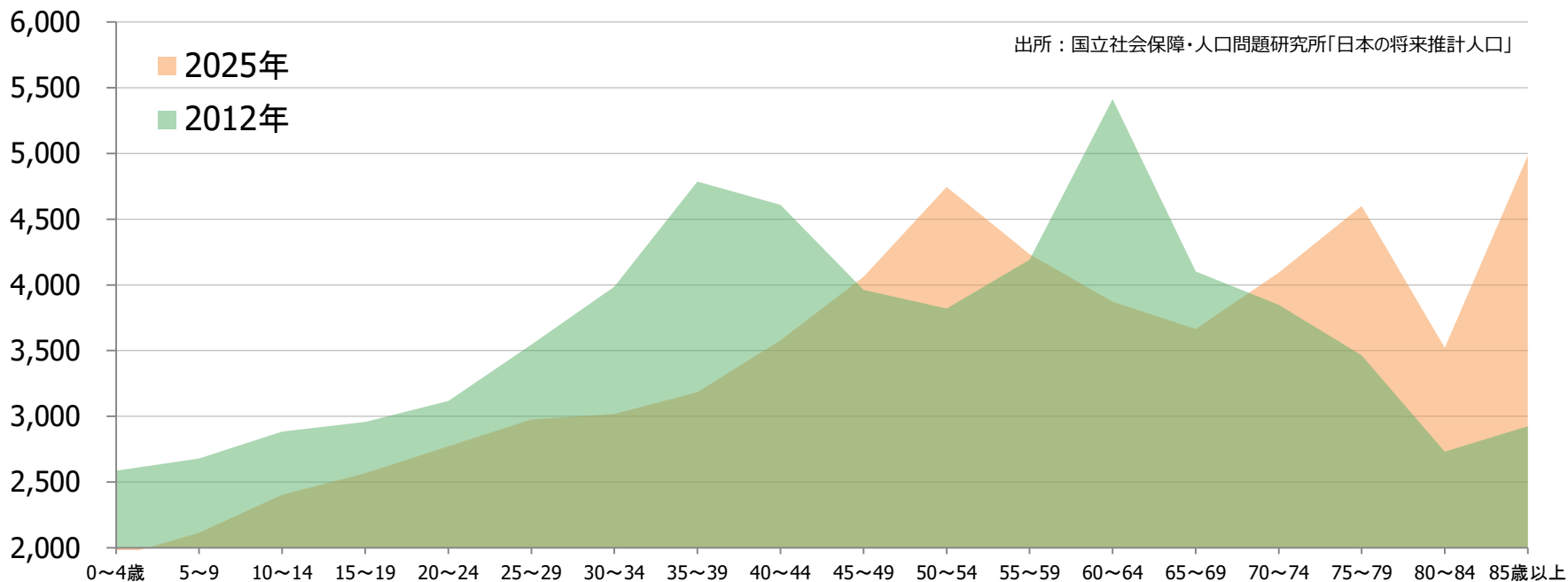
BELLUNA

順位	企業	カテゴリ	通販売上高	増減率	単位：百万円
1	アマゾンジャパン	ネット専業	1,744,300	14.1%	
2	アスクル	BtoB	392,406	3.0%	
3	ミスミグループ本社	BtoB	313,337	-5.6%	
4	ジャパネットホールディングス	T V通販	207,600	2.1%	
5	ベネッセコーポレーション	通信教育	182,522	1.1%	
6	大塚商会	BtoB	166,649	4.2%	
7	ジュピターショップチャンネル	T V通販	163,391	2.6%	
8	ヨドバシカメラ	家電	138,559	14.3%	
9	MonotaRO	BtoB	131,463	20.0%	
10	ZOZO	ネット専業	125,517	6.0%	
11	ベルーナ	総合	123,153	-1.8%	
12	QVCジャパン	T V通販	112,000	6.5%	
13	ビックカメラ	家電	108,100	25.7%	
14	サントリーウェルネス	化粧品・健食	98,266	8.1%	
15	ディノス・セシール	総合	97,122	-2.0%	
16	ユニクロ	衣料品	83,200	32.0%	
17	スクロール	総合	72,634	2.1%	
18	カウネット	BtoB	67,866	1.4%	
19	デル	パソコン	63,000	-	
20	オイシックス・ラ・大地	食品	61,340	8.0%	

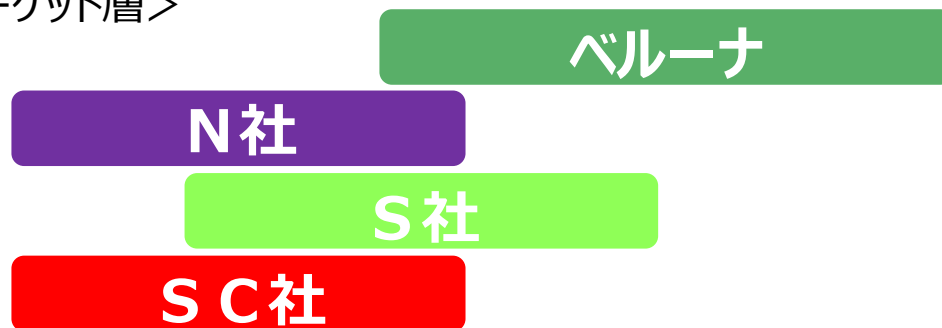
2020年7月30日付通販新聞「通販・通教売上高ランキング」

# 通販業界ポジショニングマップ（総合通販）

＜女性の年齢階層別人口の変化予測＞



＜総合通販各社の主なターゲット層＞





# 第四次経営計画（セグメント別）

BELLUNA

単位：億円

		第4次経営計画			第5次経営計画		
		2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	2022年3月期 予算	2023年3月期 計画	2024年3月期 計画	2025年3月期 計画
売上高	総合通販事業	849.3	996.3	1,199.8	1,331.3	1,417.5	1,514.7
	化粧品・健康食品事業	154.4	182.9	186.0	206.3	230.3	256.3
	グルメ事業	188.2	271.5	280.0	303.8	347.0	369.8
	ナース関連事業	104.9	159.4	157.5	169.4	181.7	197.0
	データベース関連事業	125.8	141.8	143.2	150.2	168.7	189.8
	呉服関連事業	253.1	214.4	256.8	277.2	303.7	335.1
	プロパティ事業	86.9	69.8	212.5	157.1	215.8	219.1
	その他+調整	36.9	28.8	24.2	4.7	35.5	18.3
	<b>合計</b>	<b>1,799.5</b>	<b>2,065.0</b>	<b>2,460.0</b>	<b>2,600.0</b>	<b>2,900.0</b>	<b>3,100.0</b>
営業利益	総合通販事業	19.5	52.6	57.6	67.2	73.2	81.2
	化粧品・健康食品事業	18.8	26.4	19.3	21.4	23.4	26.0
	グルメ事業	11.0	21.5	19.8	21.1	23.3	26.5
	ナース関連事業	6.1	17.7	14.9	17.6	19.8	22.0
	データベース関連事業	47.0	55.0	49.4	49.8	54.1	58.6
	呉服関連事業	-1.1	-10.6	3.5	12.0	17.4	21.2
	プロパティ事業	6.6	0.1	16.5	13.5	36.7	40.2
	その他+調整	-4.8	-5.2	-6.1	-2.4	1.9	4.3
	<b>合計</b>	<b>103.1</b>	<b>157.3</b>	<b>175.0</b>	<b>200.0</b>	<b>250.0</b>	<b>280.0</b>

## <本資料に関する注意事項>

本資料は、2021年3月期に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2021年5月21日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

## <IRに関するお問い合わせ先>

株式会社ベルーナ 経営企画室 IR担当

〒362-8688 埼玉県上尾市宮本町4-2

TEL : 048-771-7753

FAX : 048-775-6063

E-mail : ir-belluna@belluna.co.jp