

2022年3月期第2四半期  
決算説明会

株式会社ベルーナ  
証券コード：9997



2021年11月19日（金）

1.決算ハイライト	P.2
2.経営方針と取り組み	P.13
3.参考資料	P.46

# 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・当期利益は 前年を上回って着地した

- 売上高は前年比16.1%増で着地
- 営業利益は前年比4.2%の増益だった
- 経常利益は支払手数料料増加の影響等により前年比0.5%減益
- 当期純利益は前年比9.8%で着地した

## 1-2. 決算概況

BELLUNA

売上高 ～ 前年比+16.1%で着地した

営業利益 ～ 総合通販が減益となったもののプロパティでの  
不動産売却等もあり、前年比+4.2%の増益となった

経常利益は支払手数料の増加もあり減益だったものの、  
有価証券評価損の減少等もあり、当期純利益は増益となった

単位：億円

連結	21/3期 2Q累計	22/3期 2Q累計			22/3期
	実績	実績	予算比	前年比	予算
売上高	911.4	1,058.1	-2.0%	16.1%	2,460.0
売上原価	373.9	443.9	1.0%	18.7%	1,060.0
販売管理費	491.9	566.6	-3.3%	15.2%	1,225.0
営業利益	45.7	47.6	-12.7%	4.2%	175.0
営業外損益	5.6	3.4	-2.0%	-38.5%	7.0
(内、為替関連損益)	(-0.9)	(1.3)	-	-	-
経常利益	51.2	51.0	-12.1%	-0.5%	182.0
当期純利益	29.2	32.1	-19.8%	9.8%	125.0

## 1-2. 決算概況（2Q）

売上高 ～ 総合通販、化粧品健康食品事業は減収だったものの <sup>BELLUNA</sup>  
他セグメントは増収となり

前年比+10.0%で着地した

営業利益 ～ 呉服関連の黒字化と、不動産売却が寄与し、  
前年比+16.4%となった

単位：億円

連結	21/3期				22/3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	前年比
売上高	485.3	426.1	630.1	523.5	589.3	468.8	10.0%
売上原価	198.7	175.2	265.0	210.5	246.1	197.8	12.9%
販売管理費	262.0	229.9	294.6	271.8	320.0	246.7	7.3%
営業利益	24.7	21.0	70.4	41.3	23.2	24.4	16.4%
営業外損益	2.0	3.6	3.2	2.6	3.4	0.0	-
（内、為替関連損益）	(0.0)	(-0.9)	(-0.6)	(+2.1)	(0.2)	(+1.1)	-
経常利益	26.7	24.5	73.6	43.9	26.6	24.4	-0.6%
当期純利益	14.9	14.3	57.0	24.2	16.6	15.5	8.1%

## 1-3. セグメント別損益

売上高 ～ 総合通販、グルメ、ナース関連等6セグメントが増収を達成  
 営業利益～ 化粧品健康食品、呉服関連等5セグメントが増益  
 総合通販等3セグメントで減益

- ・ 総合通販は媒体費増加の影響等により減益
- ・ 呉服関連は店舗休業の影響が減少したこと等により、赤字幅縮小
- ・ プロパティは物件売却が2件あり増収増益となった

### セグメント別売上高と営業利益

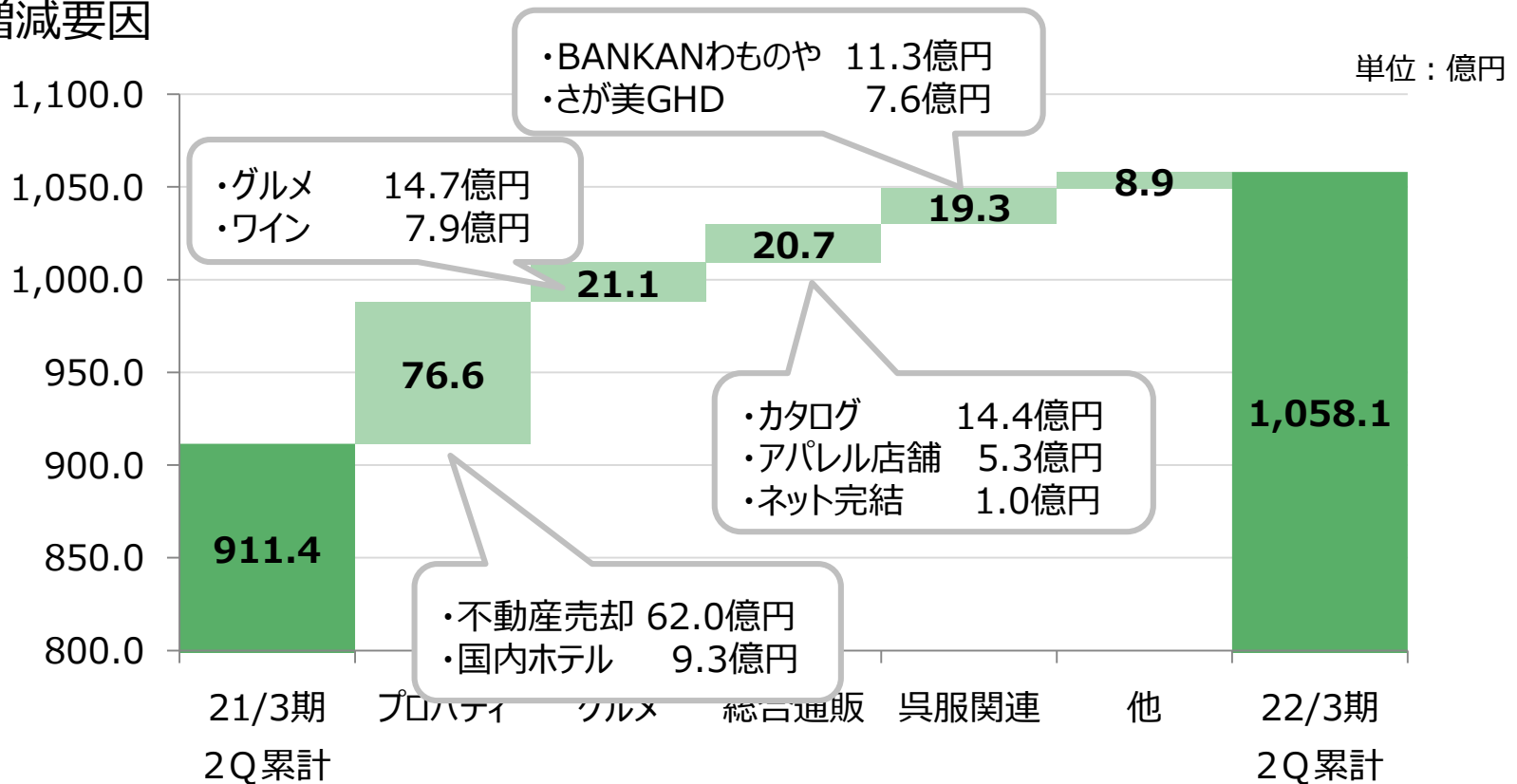
単位：億円

	22/3期 2Q累計									
	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	連結 消去	計
売上高	470.4	81.4	119.1	87.7	75.5	101.9	107.8	19.4	-5.1	1,058.1
前年比 (%)	+4.6%	-9.6%	+21.6%	+11.1%	+11.5%	+23.4%	+246.8%	-2.2%	-21.8%	+16.1%
営業利益	-5.3	11.9	5.4	7.7	28.9	-8.3	9.7	-0.5	-2.0	47.6
前年比(億円)	-22.6	4.7	-0.4	-2.7	2.9	8.8	10.2	1.1	0.0	1.9
営業利益率	-1.1%	14.7%	4.5%	8.8%	38.2%	-8.2%	9.0%	-2.6%	38.9%	4.5%

# 1-4. 売上の増減分析

総合通販は新規顧客獲得の伸長や店舗休業の影響が少なくなったこと等により増収。プロパティについては不動産売却とルグラン軽井沢H&R等既存ホテル、新規ホテルがそれぞれ寄与し増収。グルメ関連も新規顧客獲得が引き続きできており増収基調を維持している。呉服関連についても店舗休業の影響が減少し、中でもBANKANは既存店売上が復調して増収となった

売上高の増減要因



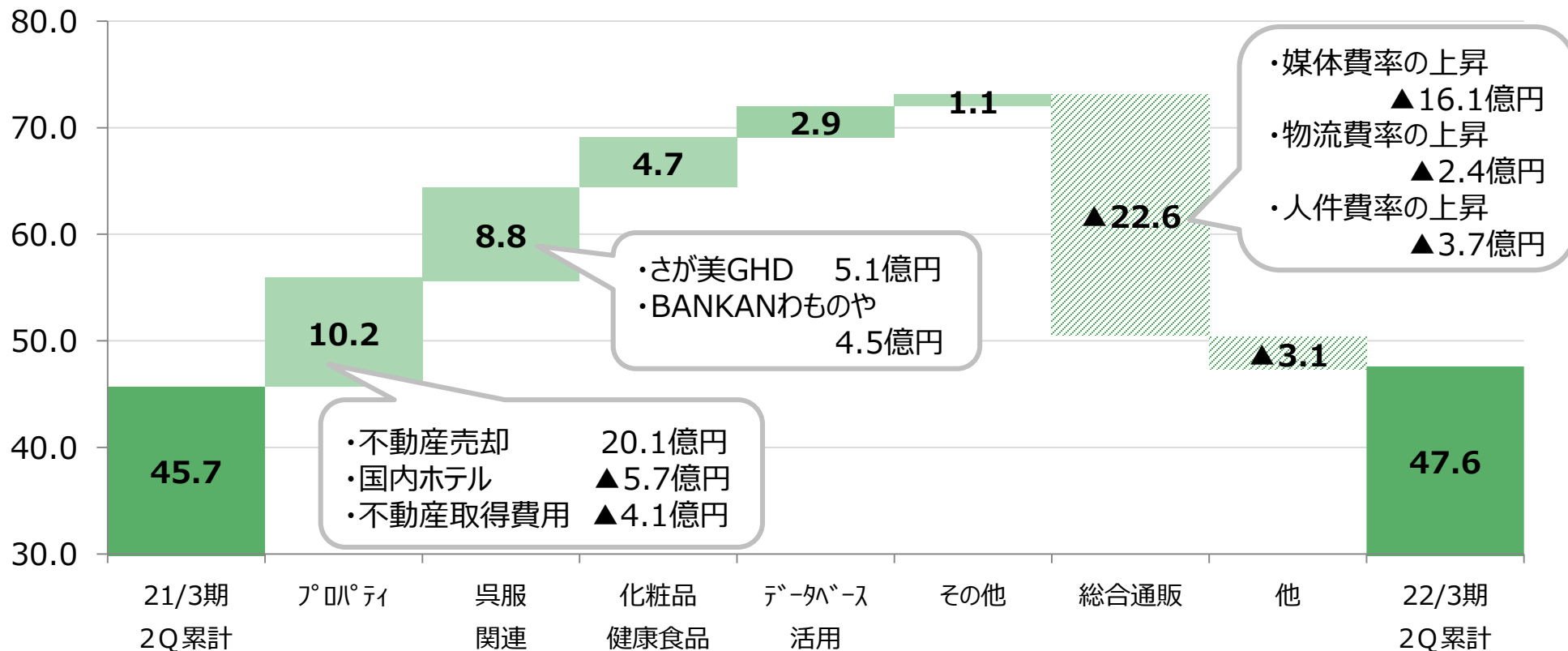


# 1-5. 営業利益の増減分析

総合通販は主に新規顧客獲得コストの増加と既存カタログのレスポンスダウンにより媒体費率が上昇。また、売上の伸び率鈍化の影響により物流費率、人件費率がそれぞれ上昇した。一方で呉服関連は店舗休業の影響が減少したことにより、プロパティは物件売却が進みそれぞれ増益となった。

営業利益の増減要因

単位：億円



## 1-6. 貸借対照表

流動資産では現金及び預金、仕掛販売用不動産などが減少

固定資産では主に有形固定資産が増加

これに対し、負債では未払法人税等が減少するも有利子負債が増加

単位：億円

	21/3末	21/9末	増減額
流動資産	1,155.3	1,139.1	-16.3
現金及び預金	307.8	275.5	-32.3
商品	220.1	268.7	48.6
仕掛販売用不動産	95.2	69.4	-25.8
固定資産	1,246.8	1,352.3	105.5
有形固定資産	925.6	1,009.9	84.3
投資その他資産	212.1	227.5	15.4
総資産	2,402.1	2,491.3	89.2
負債	1,269.8	1,325.8	56.0
支払手形及び買掛金	222.5	236.5	13.9
未払法人税等	47.4	23.4	-24.0
有利子負債	727.1	800.6	73.6
純資産	1,132.3	1,165.5	33.2
<b>【自己資本比率】</b>	<b>[46.9%]</b>	<b>[46.5%]</b>	<b>[-0.4P]</b>

# 1-7. キャッシュフロー計算書

法人税及び住民税の支払が増加したが当期純利益の増加もあり営業キャッシュフローはプラス  
有形固定資産の取得などで投資キャッシュフローはマイナス  
長短借入金が増加し全体としてキャッシュは36.4億円減少した

	21/3期2Q 累計	22/3期2Q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>59.9</b>	<b>26.6</b>	<b>-33.3</b>	
税金等調整前当期純利益	48.8	51.3	2.4	
減価償却費	16.5	18.0	1.5	
法人税及び住民税（支払額）	-29.3	-41.4	-12.1	
<b>投資活動によるキャッシュフロー</b>	<b>-44.1</b>	<b>-122.0</b>	<b>-77.9</b>	
有形固定資産の取得による支出	-40.6	-99.9	-59.2	
有形固定資産の売却による収入	-2.0	-5.4	-3.4	設備投資*1
子会社株式の取得による支出	0.0	-6.3	-6.3	106.8億円
<b>財務活動によるキャッシュフロー</b>	<b>-35.1</b>	<b>62.1</b>	<b>97.2</b>	減価償却費*2
長短借入金の増減	-25.4	71.4	96.8	18.0億円
配当金の支払	-7.7	-8.2	-0.5	
キャッシュに係る換算差額	0.4	1.0	0.6	
キャッシュ増加額	-18.8	-32.3	-13.5	

\*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

今期は第4次経営計画の最終年度。第5次経営計画へ向け土壌づくりを進めている

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）

BELLUNA

呉服関連事業とプロパティが増益をけん引する予算。営業利益進捗が遅れているが下期は利益重視の事業運営を行う

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

## 2. 経営方針について ～事業環境

BELLUNA

経営計画は、外部環境の変化（消費環境の変化や  
ネットの伸長）に対応

### 外部環境

- 競争の激化
- デフレマインドの継続
- 巣ごもり需要の減退
- ネットの伸長
- 消費の多様化

### 内部環境

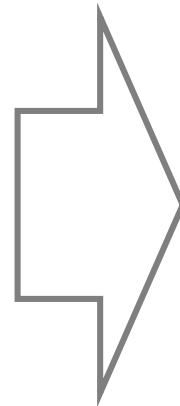
- 時流の変化に対応した経営
- 組織体制の成熟
- 新事業への取り組み

## 2. セグメントについて

### 来期よりさらにセグメントを8つから4つに再編予定

#### 現セグメント

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



#### 新セグメント

##### 1. 通販事業

- 1-① アパレル・雑貨通販
- 1-② 化粧品健康食品事業
- 1-③ グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）
- 1-④ ナース関連事業
- 1-⑤ データベース活用事業

##### 2. 呉服関連事業

##### 3. プロパティ事業

##### 4. その他の事業

通販事業全体で1セグメントとし、よりわかりやすく



### 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 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
<b>通販事業</b>	1,966.6	161.0	2,160.9	177.0	2,345.1	193.9	2,527.6	214.3
アパレル・雑貨通販	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
<b>呉服関連事業</b>	256.8	3.5	277.2	12.0	303.7	17.4	335.1	21.2
<b>プロパティ事業</b>	212.5	16.5	157.1	13.5	215.8	36.7	219.1	40.2
<b>その他事業+調整</b>	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. 時流に対応した経営
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. 通販事業

BELLUNA

### 1. 前期実績と22/3期の予算

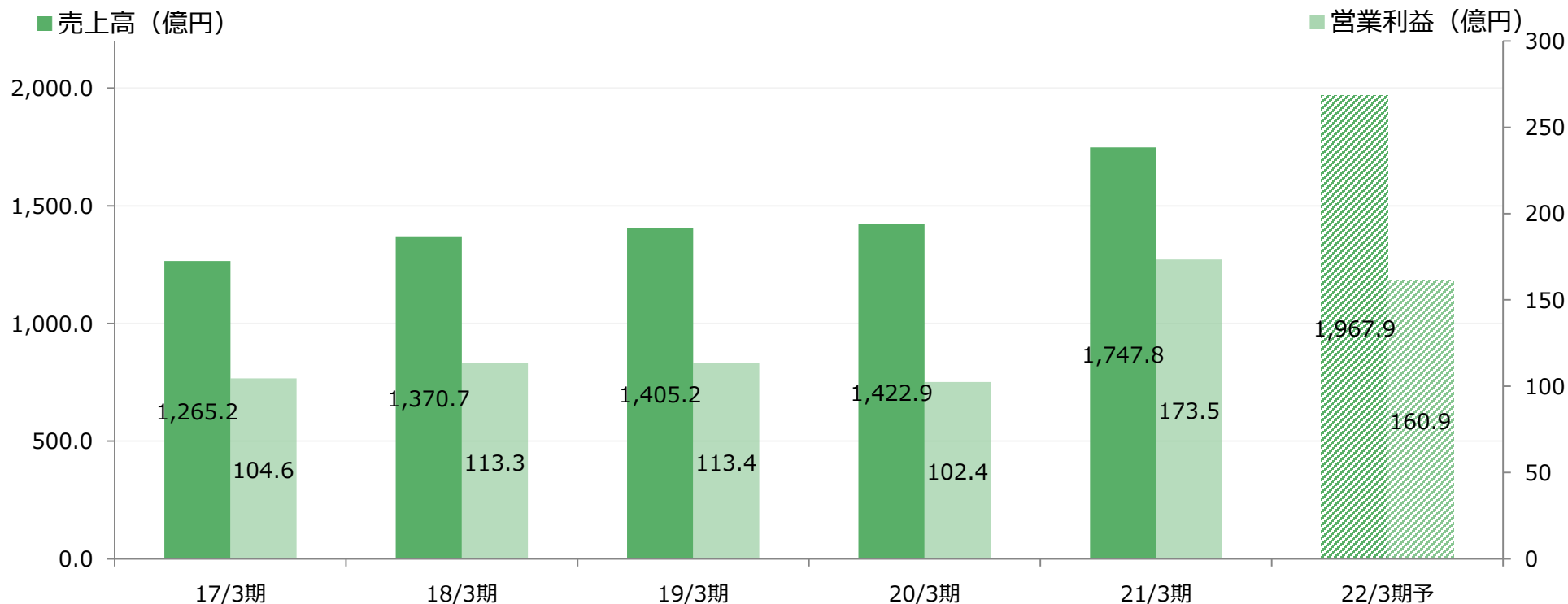
単位：億円

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>アパレル・雑貨通販</b>	<b>997.5</b>	<b>53.0</b>	<b>1,199.8</b>	<b>57.6</b>
アパレル・雑貨	869.9	52.6	1,042.1	51.2
ミン・アイシーネット・丸長(ネット専業通販)	78.6	4.2	89.6	4.9
アパレル店舗	49.1	-3.8	68.2	1.5
<b>化粧品・健康食品（オージオ・なちゅライフブランド）</b>	<b>194.3</b>	<b>26.5</b>	<b>186.0</b>	<b>19.3</b>
化粧品事業（オージオ・なちゅライフブランド）	150.6	20.8	150.0	15.0
健康食品事業	43.7	5.7	36.0	4.3
<b>グルメ</b>	<b>266.2</b>	<b>21.8</b>	<b>280.0</b>	<b>19.8</b>
ワイン通販事業	87.7	10.5	100.0	9.8
日本酒通販	44.5	3.0	52.0	3.3
グルメ事業	134.0	8.3	128.0	6.7
<b>看護師向け通販</b>	<b>159.5</b>	<b>18.2</b>	<b>157.5</b>	<b>14.9</b>
ナースリー	61.4	6.9	65.5	6.0
アンファミエ	87.1	11.5	75.8	8.5
ナースキャリアネクスト	1.5	-1.5	2.9	-0.7
JOB STUDIO	9.5	1.3	13.3	1.1
<b>データベース関連</b>	<b>141.8</b>	<b>55.0</b>	<b>143.2</b>	<b>49.4</b>
<b>計</b>	<b>1,759.3</b>	<b>174.5</b>	<b>1,966.5</b>	<b>161.0</b>

## 2-1.通販事業

### PL推移と業績要因

多くのマイナス要因が重なったものの、成長性は維持し続け利益水準を21年3期より切り上げることができた

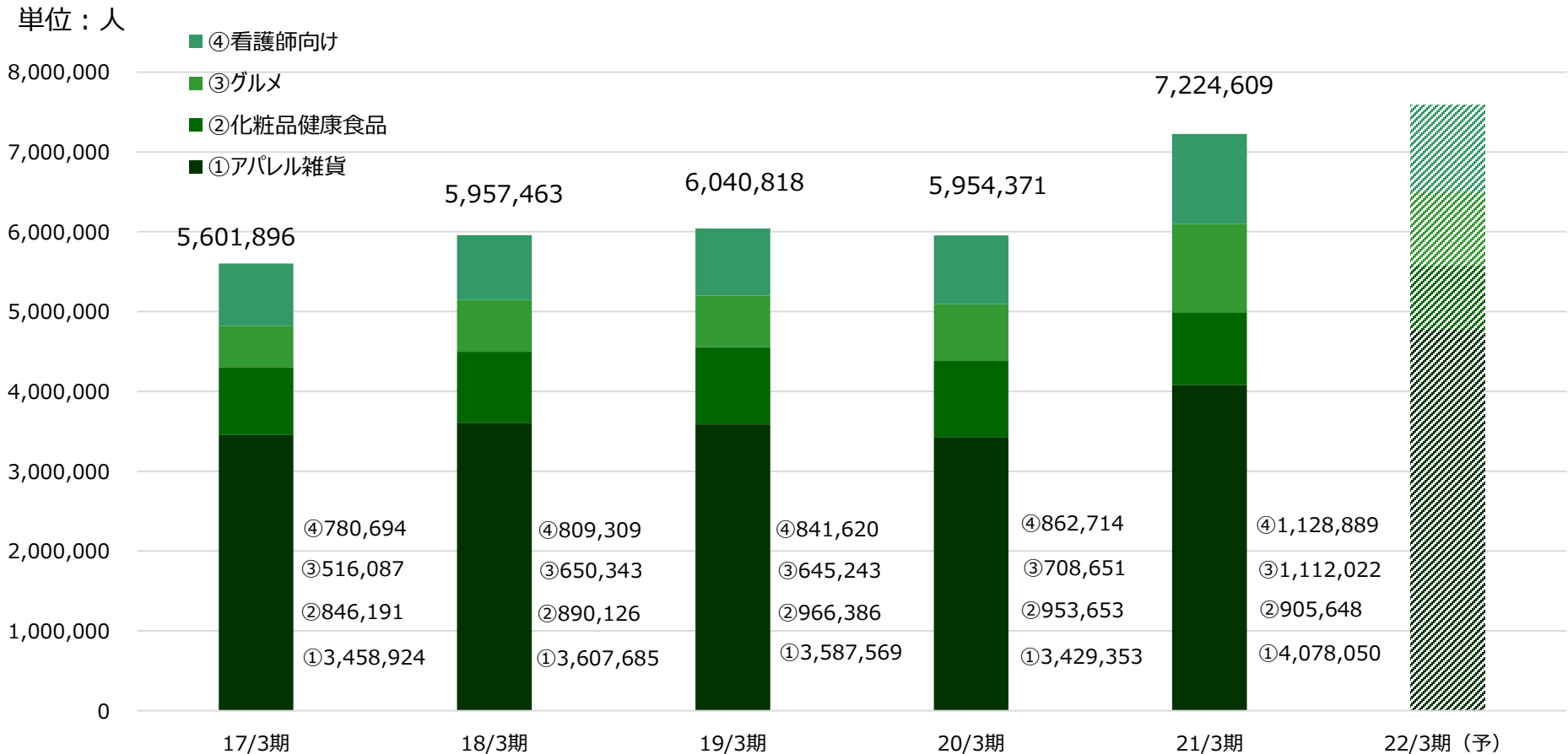


業績要因	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期
プラス要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物流費率改善</li> <li>・ネット強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネット強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネット強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ネット強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・TV活用強化</li> <li>・巣ごもり需要</li> </ul>	
マイナス要因		<ul style="list-style-type: none"> <li>・運賃単価上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・カタログ送料値上</li> <li>・運賃単価上昇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紙代値上</li> <li>・運賃単価上昇</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・巣ごもり需要減退</li> </ul>

# 2-1.通販事業

## 稼働顧客数

配送コスト増の影響等もあって横ばい傾向が続いたが、新規獲得施策を進め、成長軌道にのってきた

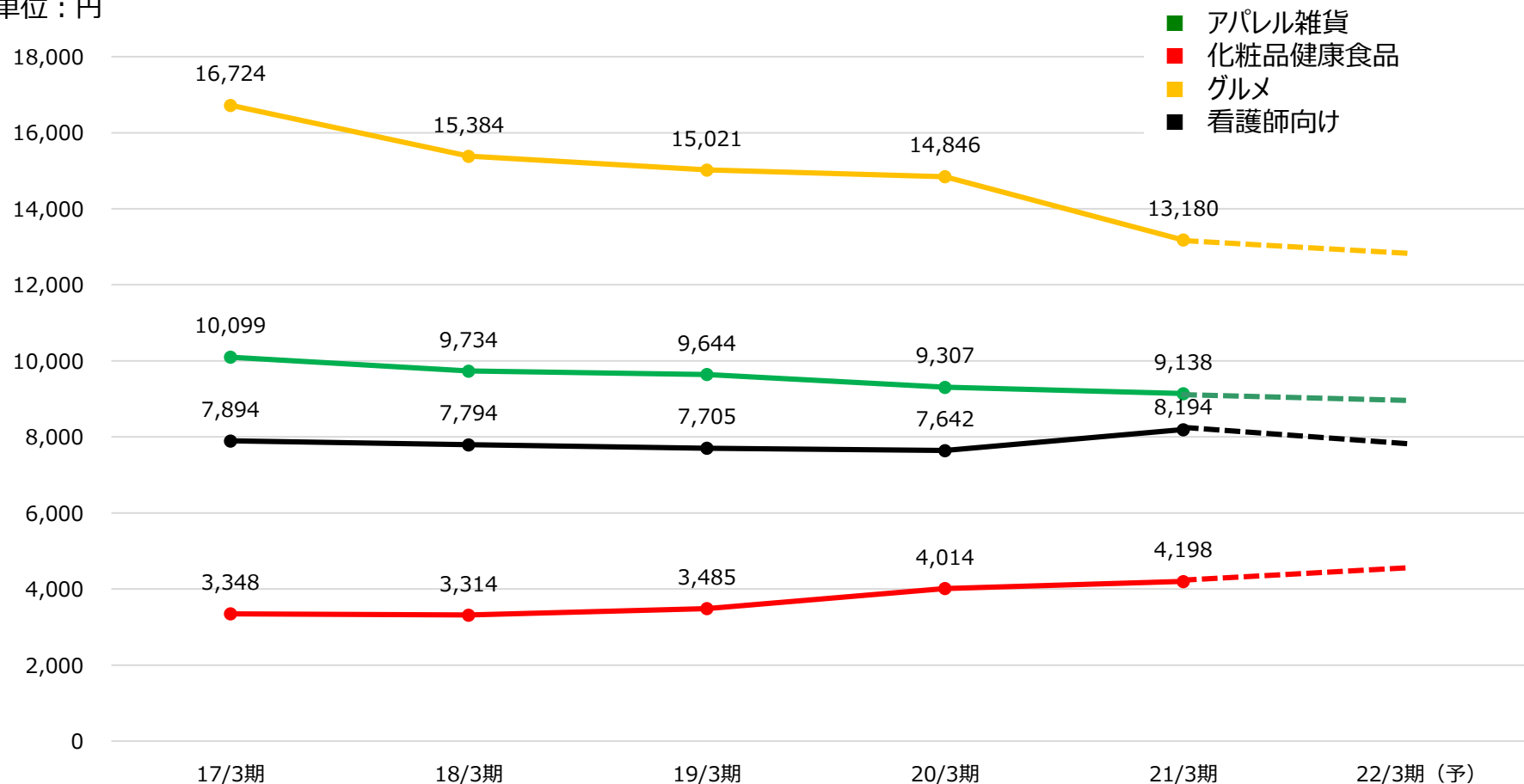


# 2-1.通販事業

## 受注単価

新規顧客獲得や低単価志向もあり、横ばいから下落基調

単位：円

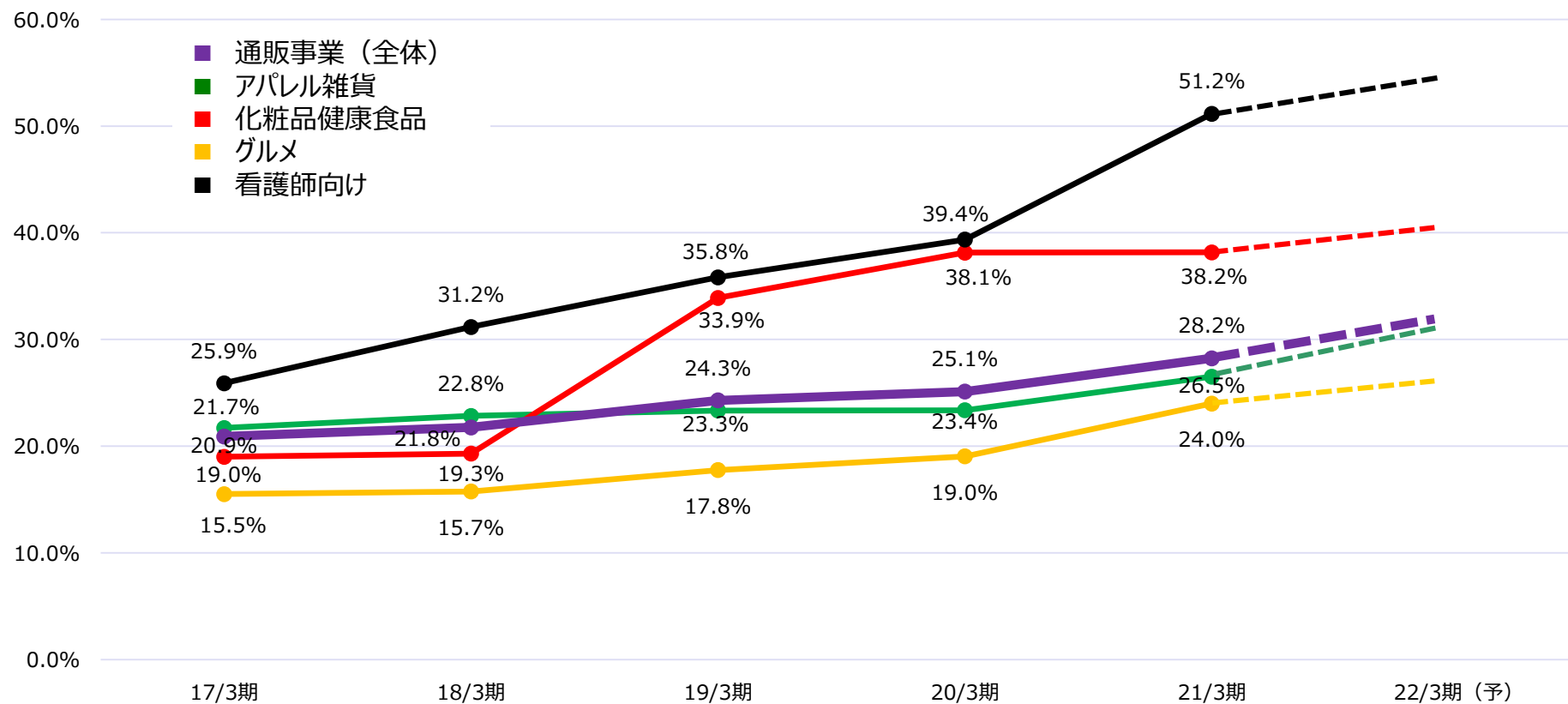


## 2-1.通販事業

### EC化率

EC化率は各事業で上昇しており、継続してECシフトが各事業、全世代共通して進んでいる

単位：%





## 2-1.通販事業

BELLUNA

### PL計画（通販事業）

今期は粗利の改善を見込みつつ、広告宣伝費を大きく投下し成長性を重視した予算。下半期は媒体費を中心に営業利益バランスを調整する

単位：億円

	20/3期	構成比	21/3期	構成比	22/3期	構成比
売上	1,421		1,746		1,968	
売上原価	597	42.0%	715	40.9%	799	40.6%
売上総利益	824	58.0%	1,031	59.1%	1,169	59.4%
媒体費	312	22.0%	382	21.9%	504	25.6%
物流費	143	10.0%	173	9.9%	197	10.0%
その他	265	18.7%	303	17.4%	307	15.6%
販管費合計	720	50.7%	858	49.1%	1,008	51.2%
営業利益	104	7.3%	173	9.9%	161	8.2%

## 2-1-①. アパレル・雑貨（旧総合通販業）

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>

・今期は成長性に軸足を置いた予算

# 足元の状況と今期の取り組み

## ブランディングの推進

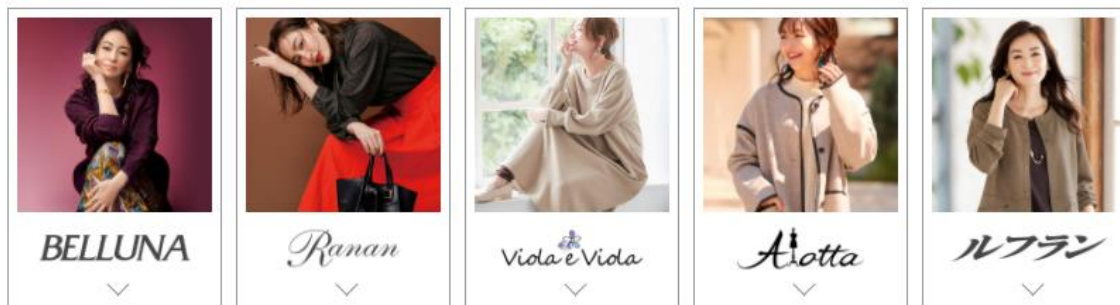
*brand introduction*

### ブランド紹介

ファッションをよりお楽しみいただくため・・・買った時も着る時も喜んでいただけるブランドをご紹介します。

「おすすめ新作商品」「今売れているランキング」や「コーディネート情報」「ブランドニュース」

お得な「セール、クーポン」イベントも随時開催中です！



## ブランドの世界観でのらしさの追求

## 2-1-②. 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

## 2-1-②. 化粧品健康食品事業

BELLUNA

### 足元の状況と今期の取り組み



2021年10月より

CM放映スタート

ネット広告規制を受け、今後は商品ブランドのブランディング戦略に注力

## 2-1-③. 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」は総販売台数実績40万台超	134.0	8.3	128.0	6.7

- ・ワイン、日本酒は好調を維持。引き続き増収トレンドの継続を見込む

## 2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

今期足元の状況と今期の取り組み

**「ワイン通信販売13年連続売上No.1」**

**「セット販売1位商品」**



・効率的な新規獲得と高リピートによる売上成長が継続

・訴求力ある商品を継続的に育成ブラッシュアップし続けている

<世界選りすぐり赤ワイン11本セット>

## 2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

### 「日本酒通販5年連続売上No.1」

日本酒の販売本数は21年3期は200万本を突破  
22年3月期は**290万本（前年比+45%）**の販売を見込む

#### 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



商品ラインナップの拡充、新商品開発を進め、来期は通販売上6年連続No.1を目指す



## 2-1-③. グルメ事業 (ワイン、日本酒を含む)

No.1

結  
和三段重



No.2

彩寿  
和三段重



No.3

絆  
和三段重



**22年3期No.1商品のおせち**

**「結」**

**は15万5千台(前年比+38%)**

**販売を見込む**

## 2-1-④. 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>

- ・医療従事者顧客のリピート性は高く、今後も継続成長を見込む

## 2-1-④. ナース関連事業

### 足元の状況と今期の取り組みについて

BELLUNA

## 看護師向け通販国内売上高No.1

※2018年度／東京商工リサーチ調べ

### 今後の取り組み

#### ・BtoB展開の拡大

オンライン・オフラインを活用した病院・クリニック向け  
BtoB展開を強化、拡大。法人需要の獲得を目指す



#### ・新規カテゴリへの進出

SPA企業としての強みを活かし、介護士・歯科・エステ  
等の医療周辺カテゴリへ進出する



<介護士向け通販> <エステ向け制服>

## 2-2. 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>

・今期はさが美の黒字化を目指して土壌づくりを推進

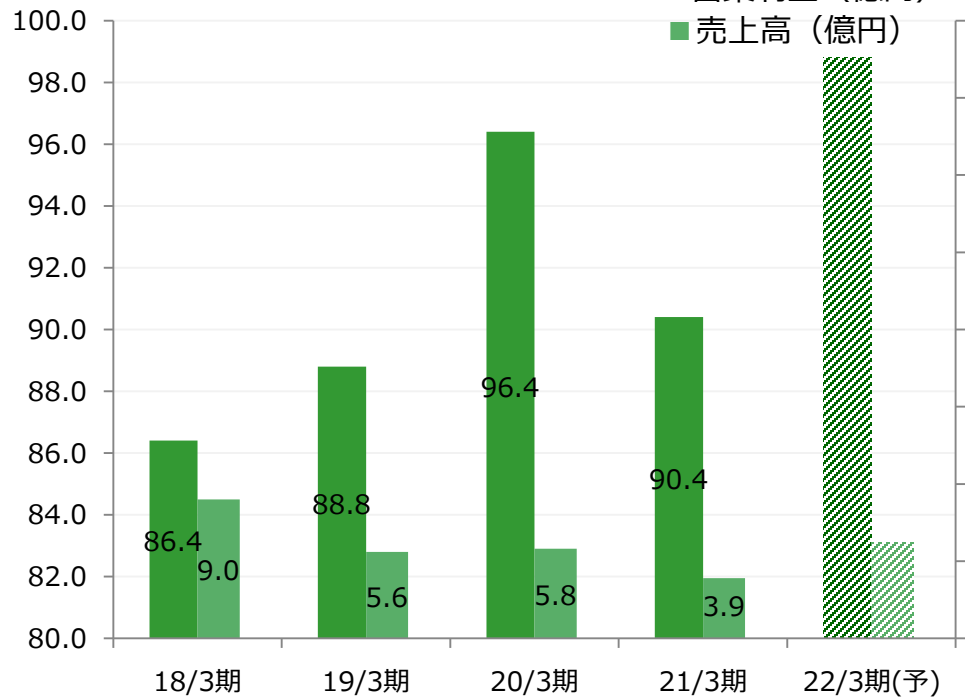
# 2-2. 呉服関連事業

## PL推移

BANKANはコロナ禍でも黒字を確保し、店舗は増加基調続く

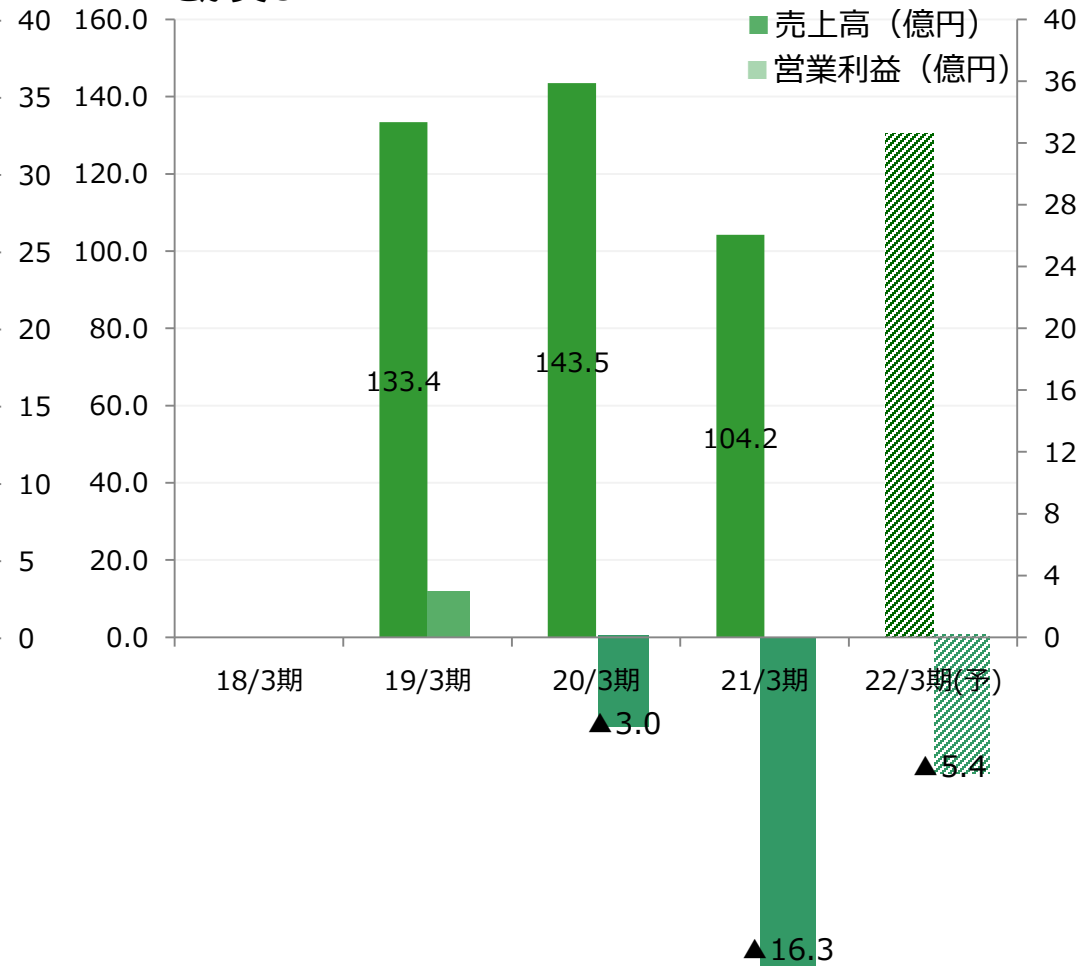
<BANKAN>

■ 営業利益 (億円)  
■ 売上高 (億円)



<さが美GHD>

■ 売上高 (億円)  
■ 営業利益 (億円)



	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期 (予)
店舗数	79	84	89	91	93

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期 (予)
店舗数	-	160	158	141	130

## 2-2. 呉服関連事業

### さが美の目指す収益モデル

#### 旧さが美モデル

	評価	さが美
新規顧客 獲得策	△	
リピート性	○	既存客のロイヤリティ
経費率	△	大規模催事等開催
1店舗当たり 収益率	△	2~3%



#### 活力のある店舗

	評価	さが美
新規顧客 獲得策	◎	オファー商材の充実
リピート性	◎	着物を着る会 着付け教室等
経費率	○	店内催事
1店舗当たり 収益率	○	10%

### さが美のてこ入れ策の進捗状況

- ・大催事販売から店舗販売への切り替え
- ・店内販売を可能とする教育
- ・不採算店舗のスクラップ
- ・コスト削減策

→今期で構造改革が終わり、来期より黒字化を目指す

第5次経営計画（25年3期末）で売上335億円、利益21億円を目指す

第6次経営計画（28/3期末）では着物市場（2,300億円）での日本一とシェアの20%獲得を目指す

## 2-3. 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>

・今期の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嵩む

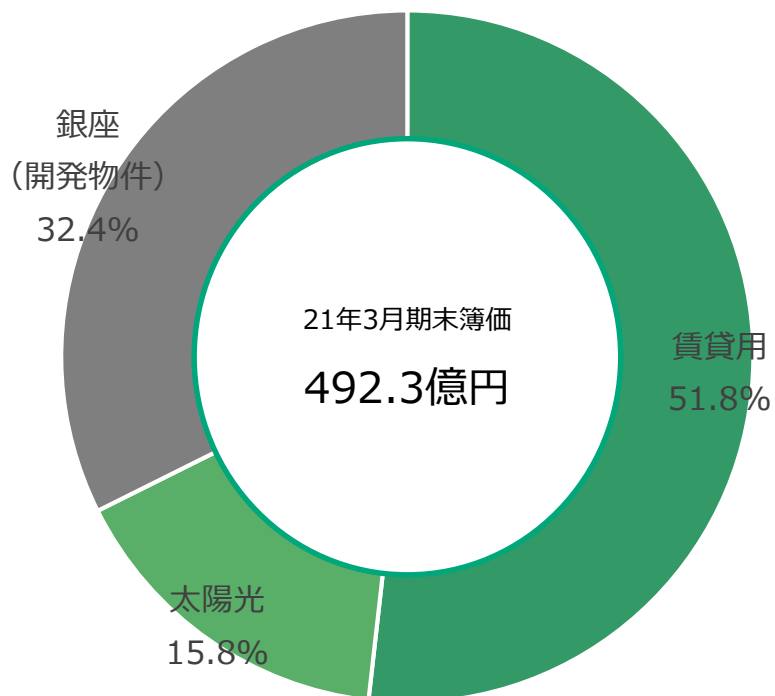


## 2-3. プロパティ事業（インカムゲイン）

### <インカムゲイン>

賃貸不動産は都心のオフィスを中心に27物件、太陽光は3物件保有。それぞれ安定した稼働率と利回りを実現している。

#### <賃貸資産>

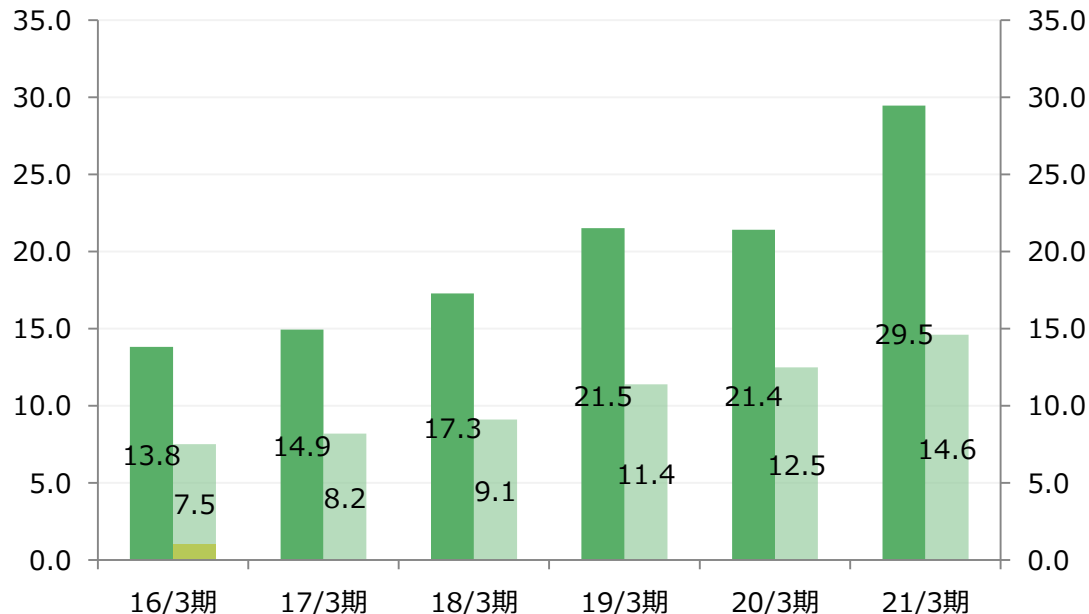


稼働物件数 30物件

NOI利回り 6.6%

#### <売上・営業利益推移>

単位：億円



## 2-3. プロパティ事業（インカムゲイン）

BELLUNA

### 今後の計画について

銀座7丁目にて複合施設の大型開発が進行中

24年3月期以降、大幅な利益伸長を見込んでいる



延べ面積 (m <sup>2</sup> )	10,794.00
階数	地下3階 地上10階
構造	S造、SRC造
用途	ホテル、飲食店舗等

総投資額 245億円

想定利回り 6%超

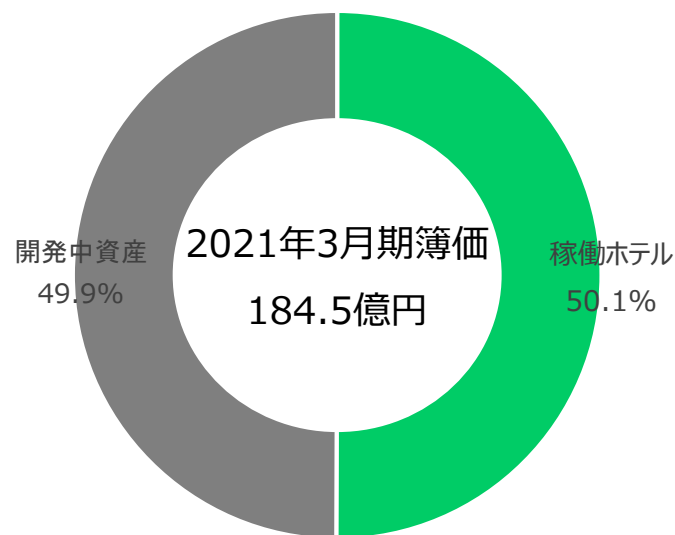
## 2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

### <ホテル>

今期は定山溪ビューホテルの取得に加えて、4ホテルが新規オープンした為、売り上げは伸びるもののオープンコストが高む

<ホテル資産>

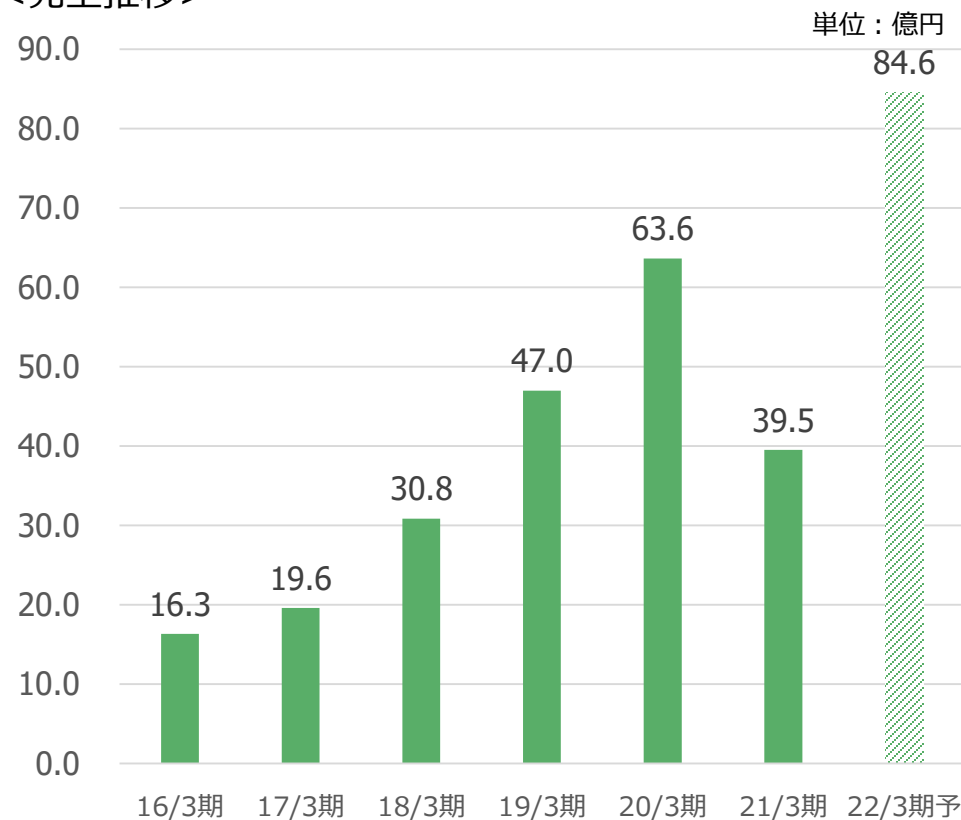


保有ホテル 7ホテル

賃貸 6ホテル

計 13ホテル運営  
(2021年10月現在)

<売上推移>



稼働ホテル	2	3	4	4	7	8	13
-------	---	---	---	---	---	---	----

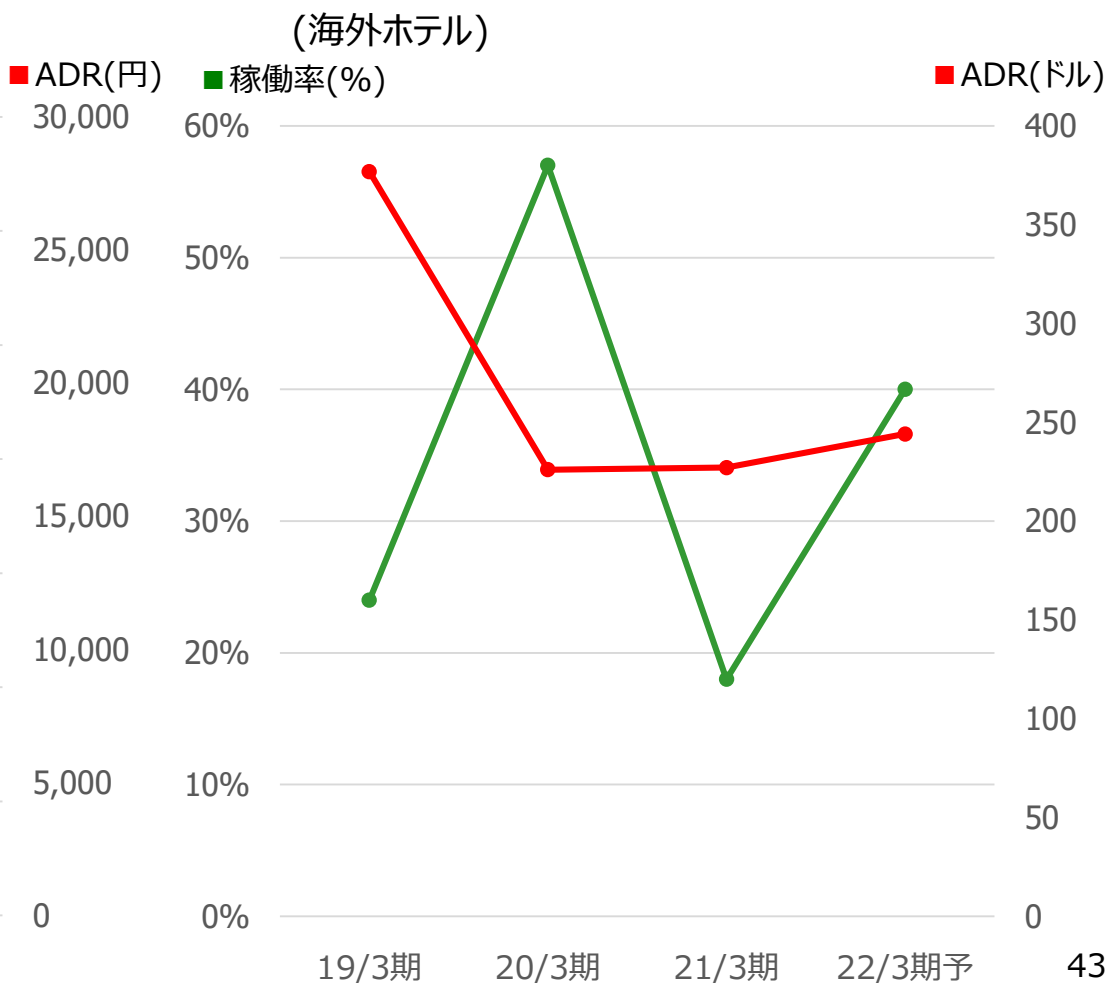
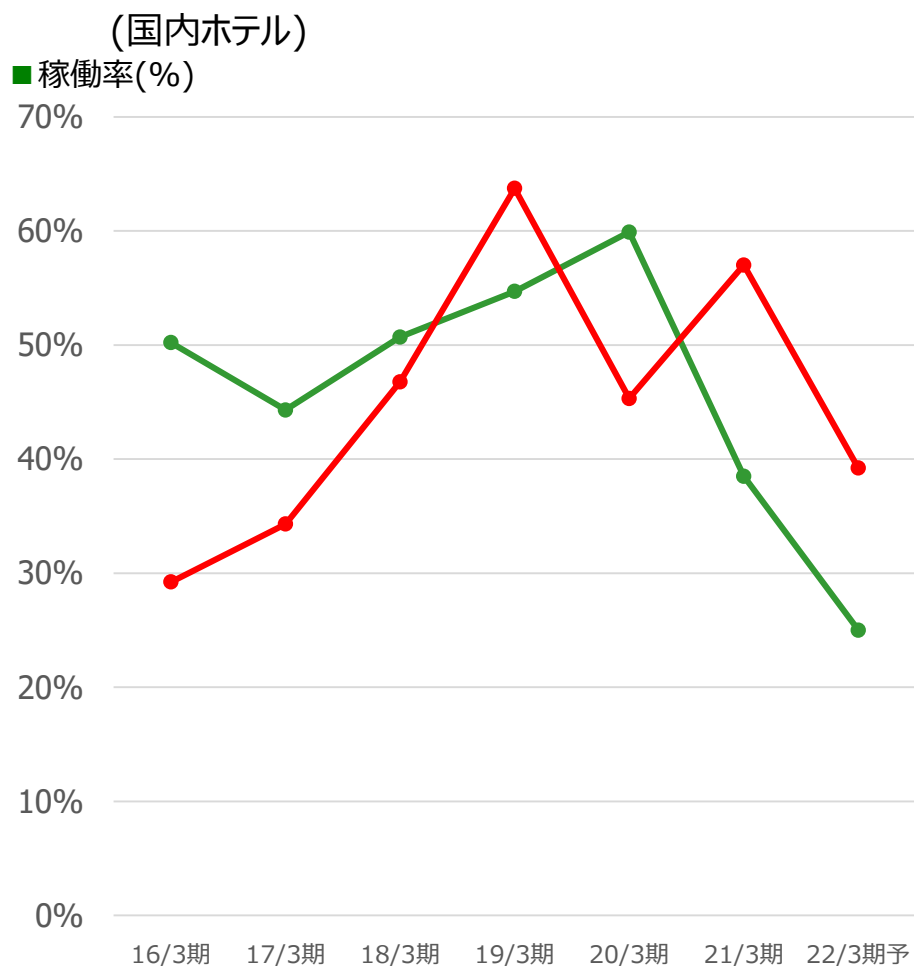
## 2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

### 稼働率とADR推移

国内ホテル：新規オープンとコロナによる影響が重なっている

海外ホテル：稼働率、ADRともに復調傾向で来期には黒字化



## 2-3. プロパティ（ホテル事業）

### ホテル開業実績と開業予定について

BELLUNA

<開業実績・予定>

Ref	地域	施設名	部屋数	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	想定 売上※ (億円)	稼働時期
1	沖縄	ホテル浜比嘉島リゾート	29										2	2013年5月
2	福島	裏磐梯レイクリゾート	324										25	2015年10月
3	長野	ルグラン旧軽井沢ホテル	43										5	2016年7月
4	京都	京都グランベルホテル	105										7	2017年7月
5	長野	ルグラン軽井沢ホテル&リゾート	58										45	2018年7月
6	スリランカ	ルグランゴールホテル	48										6	2018年7月
7	モルディブ	ウェスティンモルディブミリアンドゥホテル&リゾート	70										35	2018年10月
8	ハワイ	EWAホテル	92										6	2019年4月
9	大阪	梅田ホリックホテル	117										5	2021年4月
10	大阪	大阪グランベルホテル	191										10	2021年4月
11	北海道	札幌グランベルホテル	218										12	2021年4月
12	北海道	定山溪ビューホテル	647										50	2021年8月
13	北海道	すすきのグランベルホテル	300										15	2021年9月
14	スリランカ	グランベルホテルコロンボ	292										17	2022年4月予
15	銀座	銀座ホテル	102										8	2024年4月予
16	北海道	札幌グランベルホテルプレミア	606										29	2025年4月予
		計	3242										277	

※コロナが収束してインバウンドが回復したときの予測売上

コロナが収束してインバウンドが復活、軌道に乗った時の売上営業利益は  
売上高250億円・営業利益50億円以上を達成見込

## 2-4. 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]

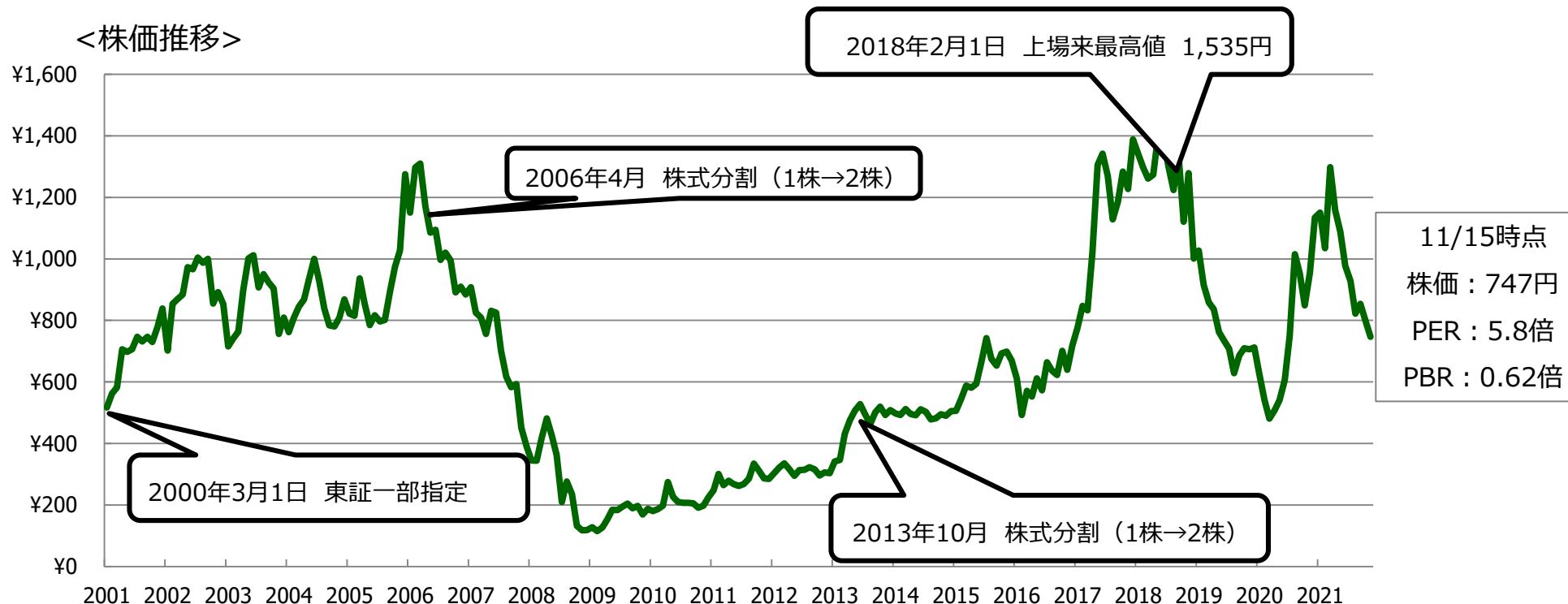
3月末・9月末時点で、当社株式100株以上を保有している株主様（年2回）

※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。



## 2-4. 株価推移（2001年～2021年11月）

BELLUNA



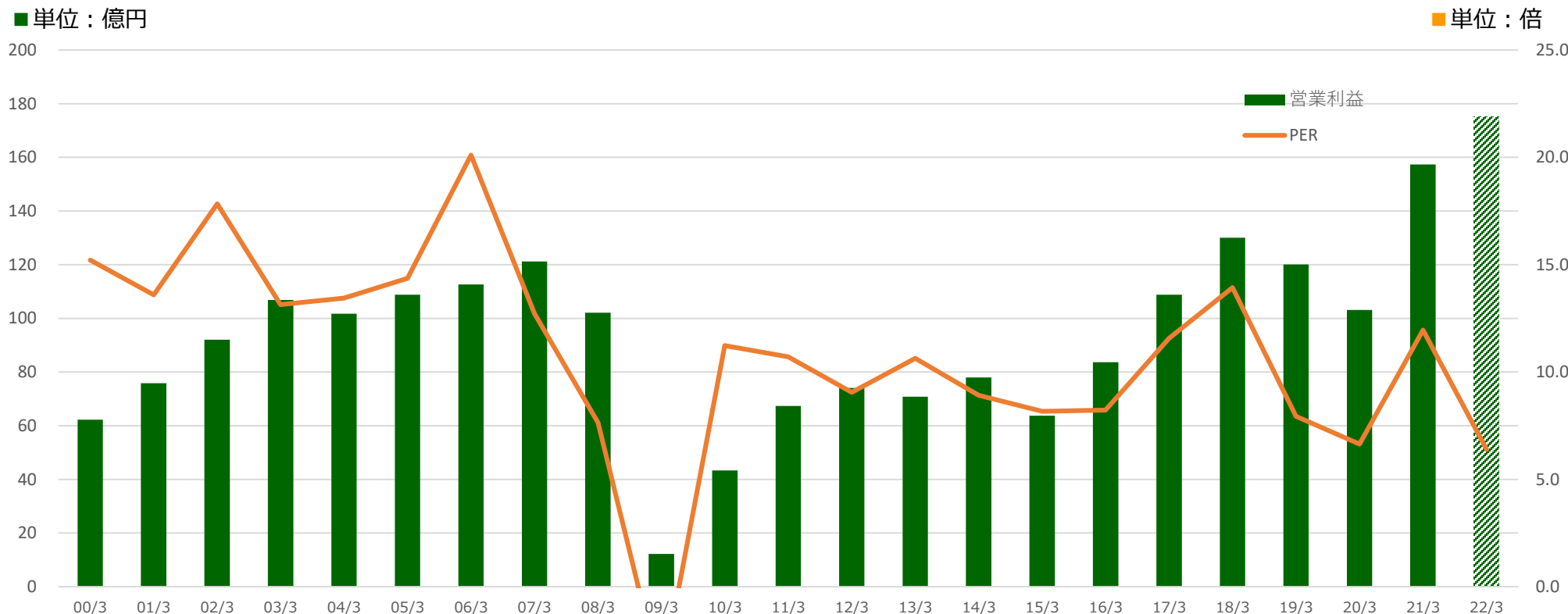
### <今期予算と第5次経営計画>

	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
通販事業	1,966.6	161.0	2,160.9	177.0	2,345.1	193.9	2,527.6	214.3
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>

## 2-4. PER・業績推移（00年3期～22年3期予）

BELLUNA

<PERと営業利益の上場来推移>



<業績とPER・PBR推移>

	00/3	01/3	02/3	03/3	04/3	05/3	06/3	07/3	08/3	09/3	10/3	11/3	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3 予
売上	614	772	900	1,051	1,096	1,151	1,219	1,299	1,252	1,099	1,001	1,035	1,103	1,179	1,254	1,207	1,317	1,461	1,617	1,776	1,799	2,065	2,460
営業利益	62	76	92	107	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	175
純資産	256	283	329	373	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	798
PER	15.2	13.6	17.8	13.1	13.4	14.4	20.1	12.7	7.6	-4.4	11.2	10.7	9.1	10.6	8.9	8.2	8.2	11.6	13.9	7.9	6.6	12.0	6.4
PBR	1.9	2.3	3.1	2.3	2.3	2.1	2.6	1.4	0.7	0.2	0.4	0.5	0.6	0.8	0.8	0.7	0.7	0.9	1.3	0.9	0.5	1.1	0.7

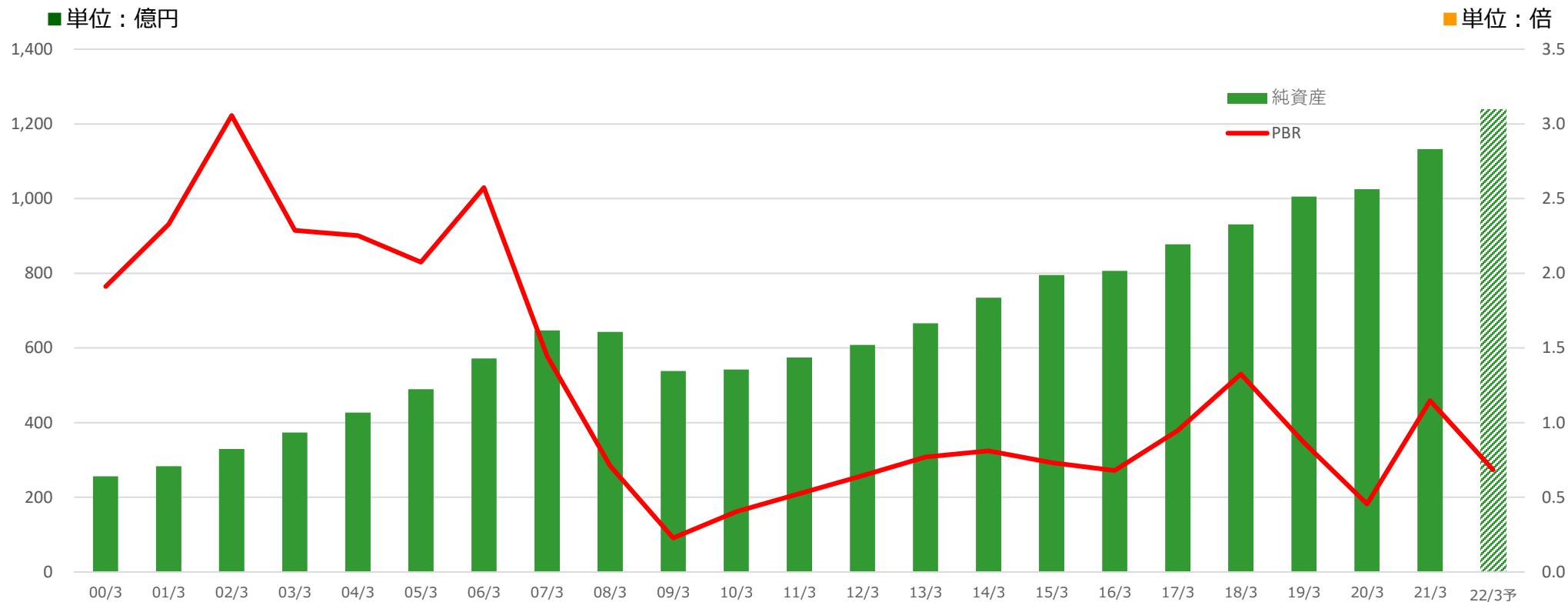
※22/3期予は10月末時点の株価を参照



## 2-4. PBR・純資産推移（00年3期～22年3期予）

BELLUNA

<PBRと純資産の上場来推移>



<業績とPER・PBR推移>

	00/3	01/3	02/3	03/3	04/3	05/3	06/3	07/3	08/3	09/3	10/3	11/3	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3予
売上	614	772	900	1,051	1,096	1,151	1,219	1,299	1,252	1,099	1,001	1,035	1,103	1,179	1,254	1,207	1,317	1,461	1,617	1,776	1,799	2,065	2,460
営業利益	62	76	92	107	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	175
純資産	256	283	329	373	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	1,238
PER	15.2	13.6	17.8	13.1	13.4	14.4	20.1	12.7	7.6	-4.4	11.2	10.7	9.1	10.6	8.9	8.2	8.2	11.6	13.9	7.9	6.6	12.0	6.4
PBR	1.9	2.3	3.1	2.3	2.3	2.1	2.6	1.4	0.7	0.2	0.4	0.5	0.6	0.8	0.8	0.7	0.7	0.9	1.3	0.9	0.5	1.1	0.7

※22/3期予は10月末時点の株価を参照

今年度は第4次経営計画の  
最終年度。第5次経営計画へ  
向けての土壌づくりを進める

# 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

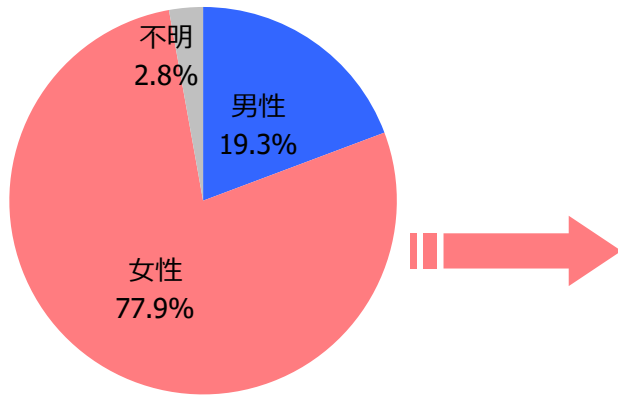
ベルーナ



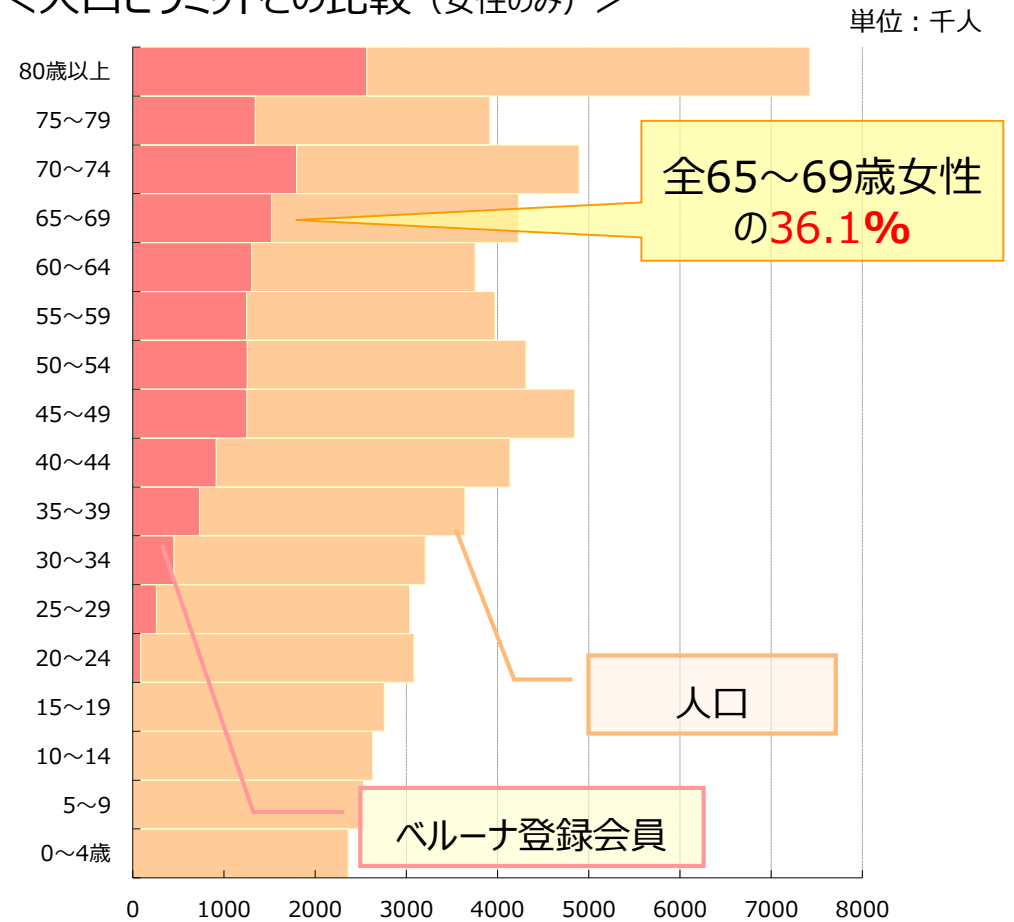
# 【総合通販】登録会員の特徴

## 登録会員の特徴（2021年3月末時点）

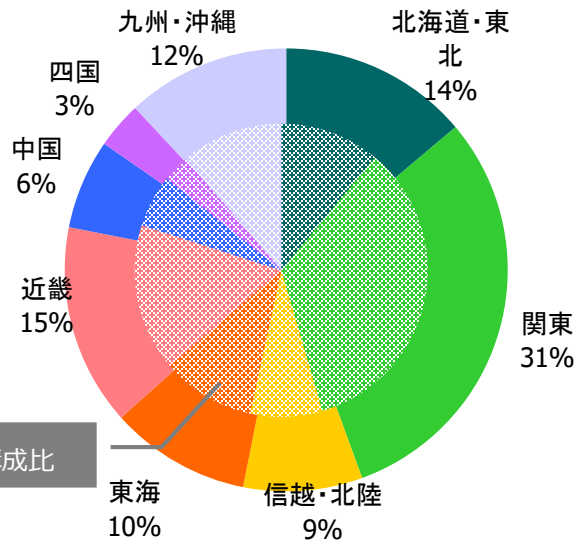
### ＜性別＞



### ＜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

# 【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(リユレ)		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					

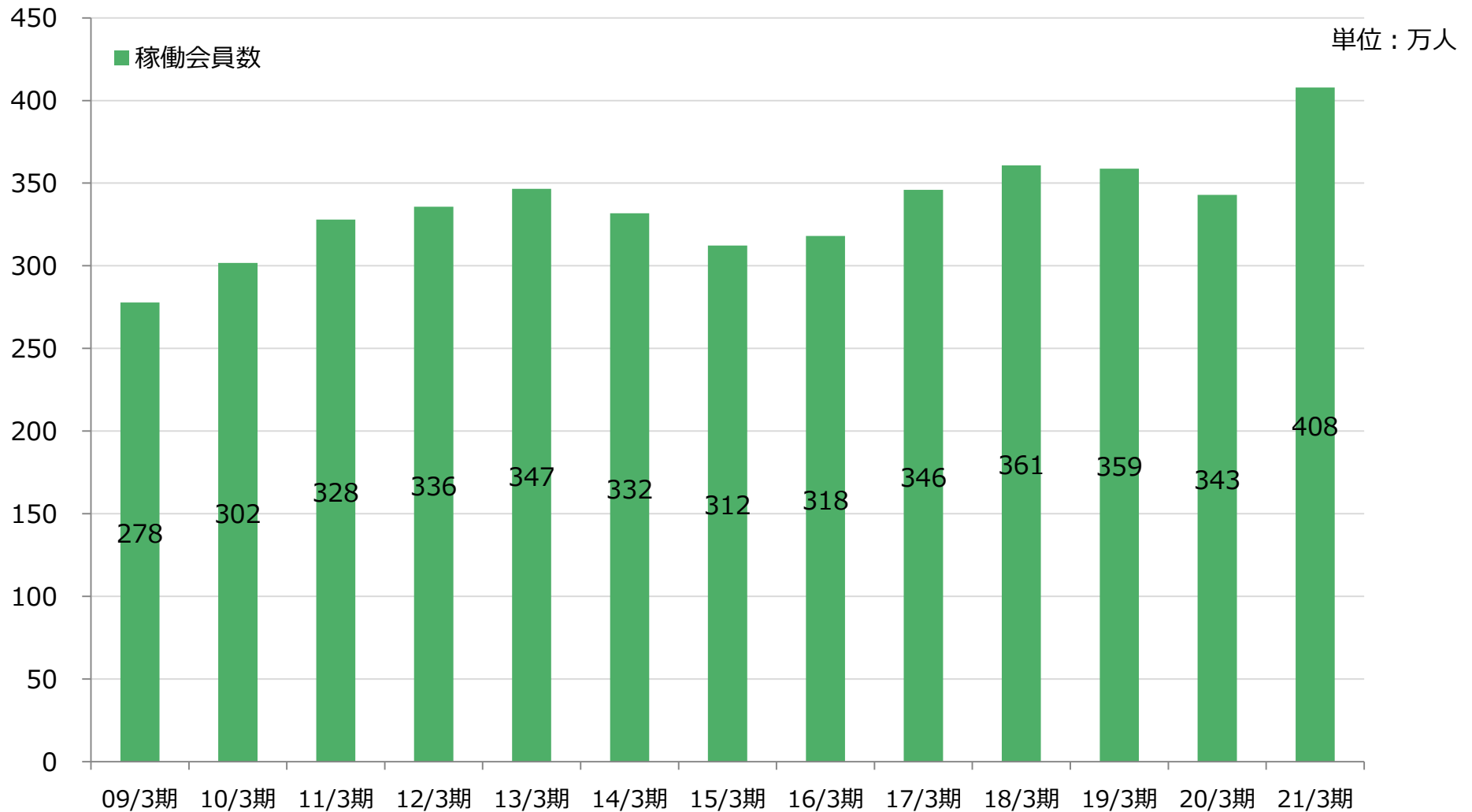
■ 総合通販事業  
■ 専門通販事業

※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

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
2021年	8月	レディースアパレルのECサイト「Pierrot」を運営する株式会社セレクトの全株式を取得 連結子会社化

# 【総合通販】稼働会員数の推移

BELLUNA



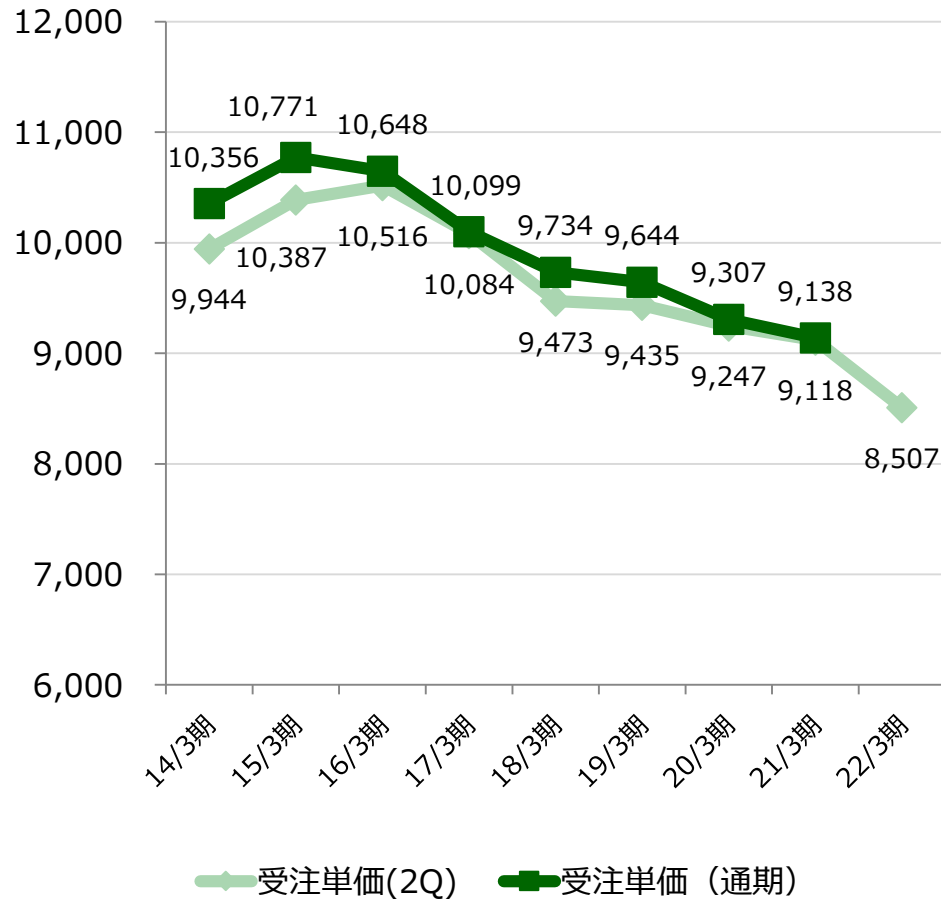
※稼働会員数・・・年度内に購入した顧客数



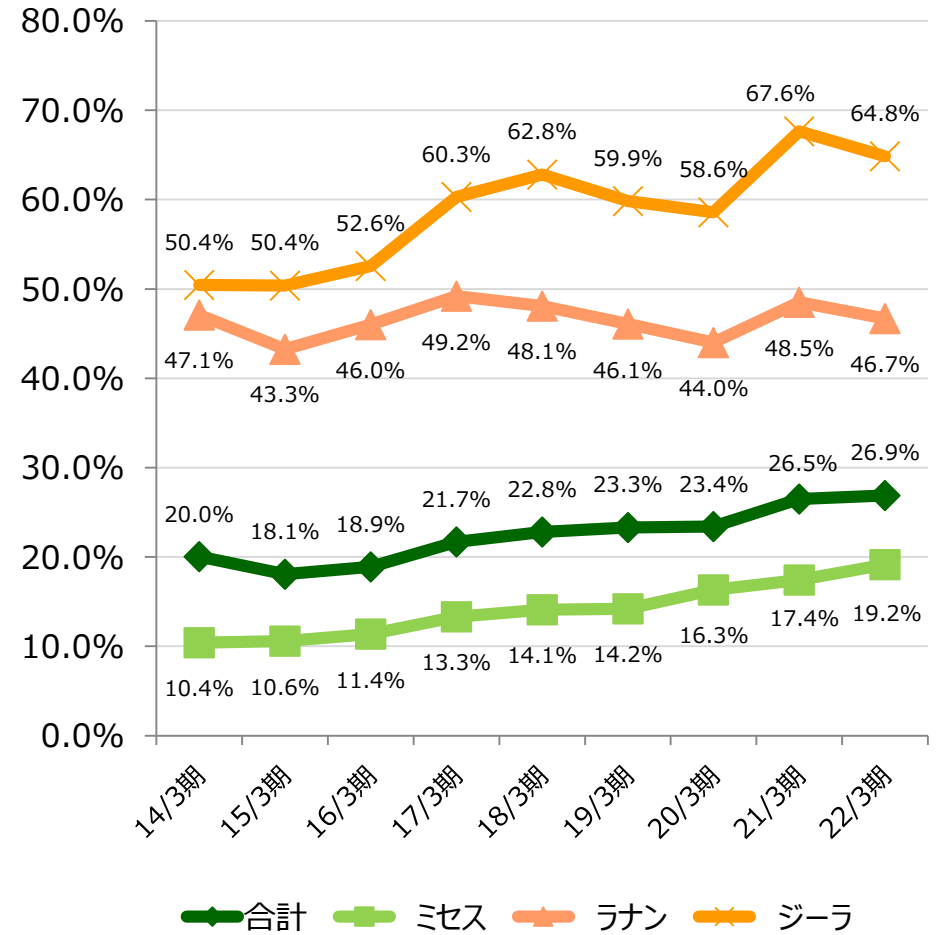
# 【総合通販】受注単価とEC比率

## 受注単価の推移

単位：円



## EC比率の推移



# 通販企業ランキング

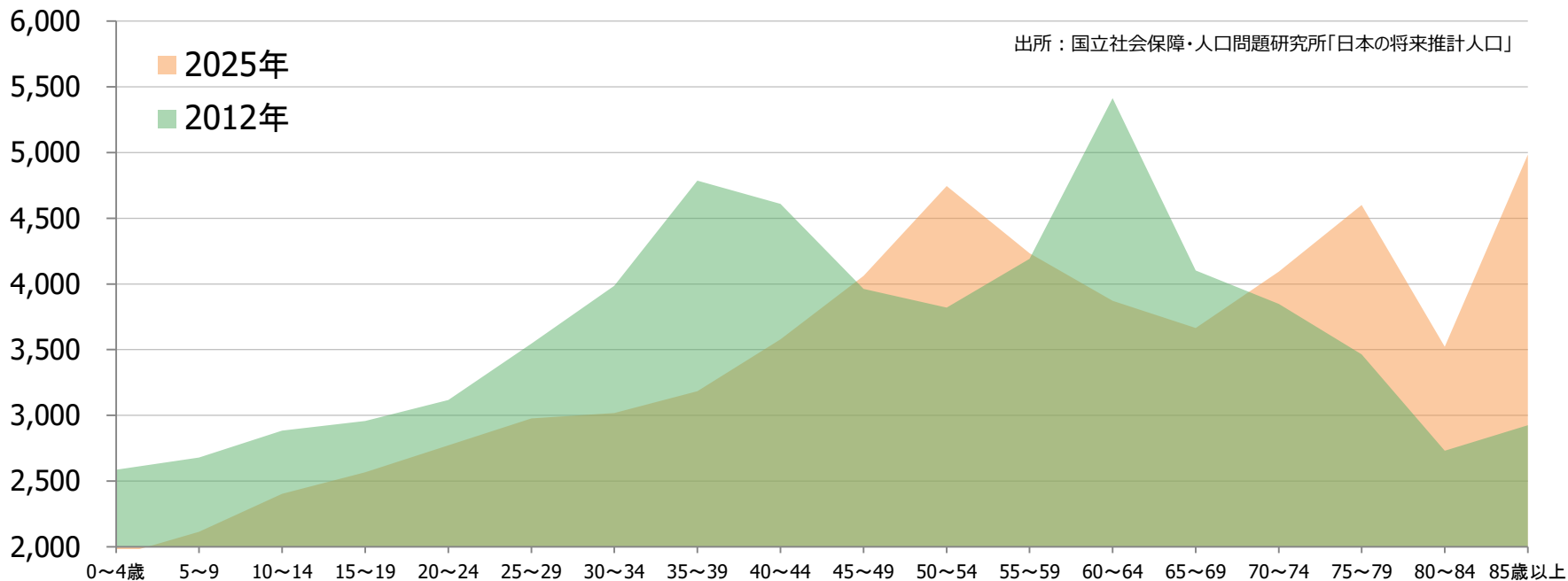
BELLUNA

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	2,185,200	25.2%	
2	アスクル	BtoB	422,151	5.4%	
3	ミスミグループ本社	BtoB	310,719	-0.8%	
4	ジャパネットホールディングス	T V通販	240,500	15.8%	
5	ヨドバシカメラ	家電	222,143	60.3%	
6	ベネッセコーポレーション	通信教育	188,458	3.3%	
7	大塚商会	BtoB	163,448	-1.9%	
8	ジュピターショップチャンネル	T V通販	161,052	-1.4%	
9	MonotaRO	BtoB	157,337	19.7%	
10	ベルーナ	総合	154,585	25.5%	
11	ビックカメラ	家電	148,700	37.0%	
12	ZOZO	ネット専業	147,402	17.4%	
13	QVCジャパン	T V通販	120,900	7.9%	
14	ユニクロ	衣料品	107,600	29.3%	
15	サントリーウェルネス	化粧品・健食	102,825	4.6%	
16	オイシックス・ラ・大地	食品	100,061	40.9%	
17	DINOS CORPORATION	総合	94,703	-2.4%	
18	スクロール	総合	85,195	17.3%	
19	上新電機	家電	71,706	25.5%	
20	ニトリホールディングス	家具・雑貨	70,500	59.2%	

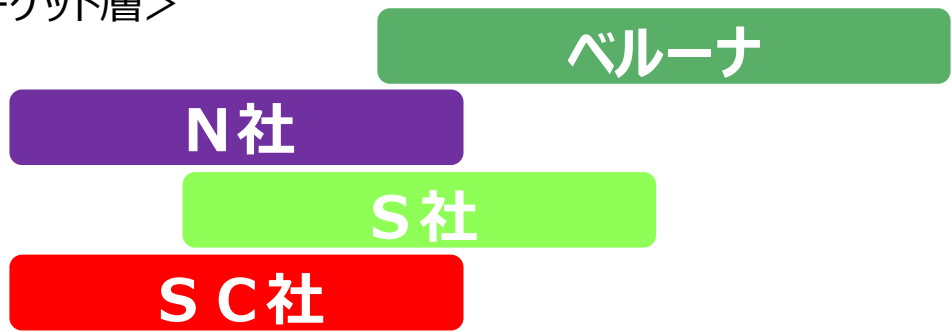
2021年8月5日付通販新聞「通販・通教売上高ランキング」

# 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、2022年3月期第2四半期決算業績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11月19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