

2022年3月期
決算説明会資料
株式会社ベルーナ
証券コード：9997



2022年5月27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.53

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

**売上高は前年を上回り過去最高となった。
営業利益・経常利益・当期純利益は前年
比マイナスだったが、22/1/31修正の予算
は上回っての着地となった。**

- 売上高は前年比6.6%増、予算比1.4%増
- 営業利益は前年比12.1%減、予算比2.4%増
- 経常利益は前年比13.8%減、予算比1.0%増
- 当期純利益は前年比7.5%減、予算比4.1%増

1-2. 決算概況

BELLUNA

売上高 ～ 前年比+6.6%、予算比+1.4%にて着地

営業利益 ～ 前年比-12.1%、予算比+2.4%にて着地

経常利益、当期純利益についても減益となったが、予算は上回っての着地

単位：億円

連結	21/3期	22/3期			23/3期
	実績	実績	予算比 (1/31修正)	前年比	予算
売上高	2,065.0	2,201.3	1.4%	6.6%	2,190.0
売上原価	849.4	908.2	0.6%	6.9%	906.0
販売管理費	1,058.2	1,154.8	1.8%	9.1%	1,134.0
営業利益	157.3	138.3	2.4%	-12.1%	150.0
営業外損益	11.4	7.1	-21.1%	-37.6%	7.0
(内、為替関連損益)	(0.6)	(5.4)	-	-	-
経常利益	168.7	145.4	1.0%	-13.8%	157.0
当期純利益	110.4	102.0	4.1%	-7.5%	106.0

1-3. セグメント別損益

BELLUNA

売上高 ～ グルメ、ナース関連等5セグメントが増収を達成

営業利益 ～ 呉服関連、プロパティ等4セグメントが増益
 アパレル・雑貨等4セグメントが減益

- ・ アパレル・雑貨は新型コロナウイルス感染拡大の影響一巡による既存顧客のレスポンス率鈍化影響等により減益
- ・ 呉服関連は店舗休業の影響が縮小したことや1店舗平均の受注効率改善、費用削減対応が寄与し、増収増益

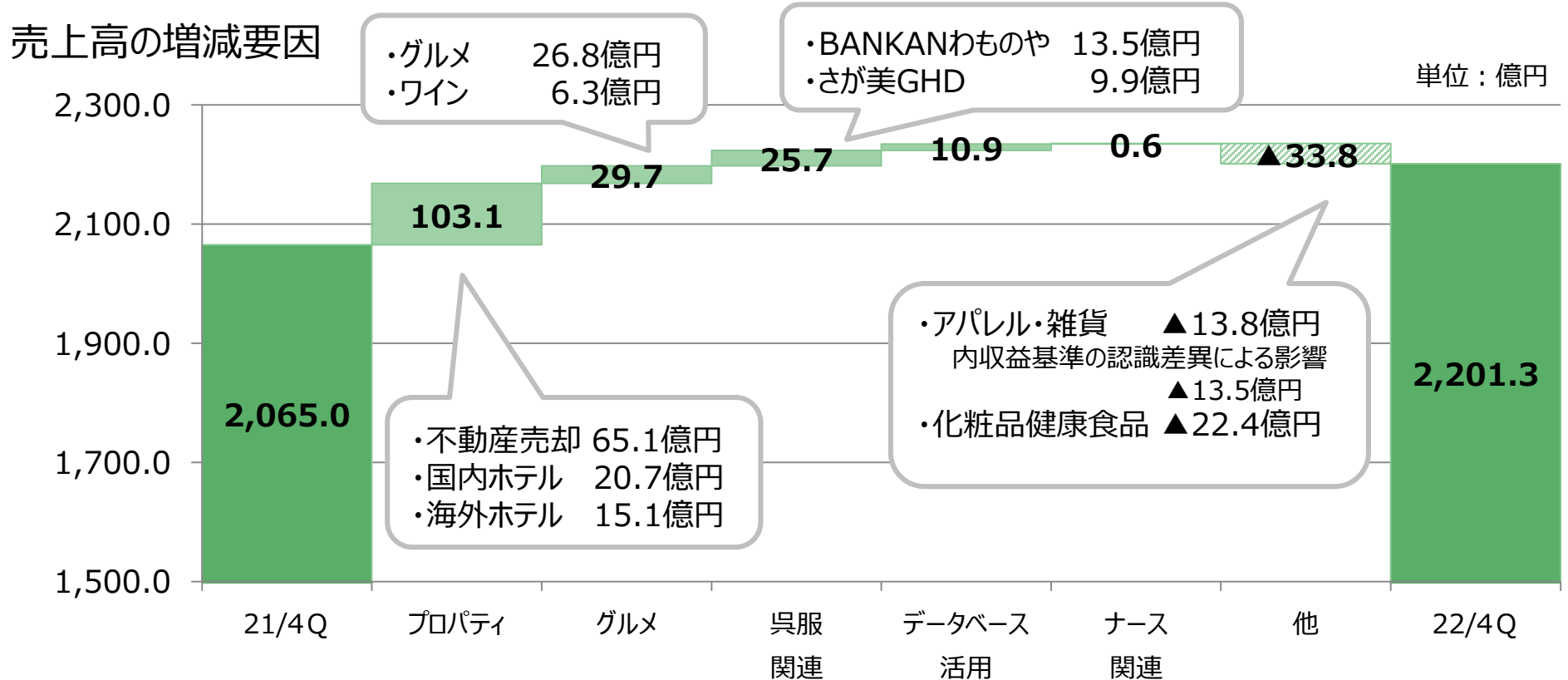
セグメント別売上高と営業利益

単位：億円

	22/3期									
	アパレル・ 雑貨	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	調整	計
売上高	982.5	160.5	301.2	160.1	152.8	240.2	173.0	40.2	-9.0	2,201.3
予算比 (%) (1/31修正)	0.4%	2.0%	1.1%	0.3%	0.8%	1.1%	7.7%	-3.8%	-33.7%	1.4%
前年比 (%)	-1.4%	-12.3%	10.9%	0.4%	7.7%	12.0%	147.7%	-4.4%	-32.2%	6.6%
営業利益	20.9	18.3	22.7	10.2	56.9	5.9	8.7	-1.0	-4.4	138.3
予算比(億円) (1/31修正)	3.7	0.6	0.8	-1.7	1.3	0.5	-2.1	0.1	0.0	3.3
前年比(億円)	-31.6	-8.1	1.2	-7.8	1.9	16.5	8.6	0.3	-0.1	-19.1
営業利益率	2.1%	11.4%	7.5%	6.4%	37.3%	2.5%	5.0%	-2.5%	48.5%	6.3%

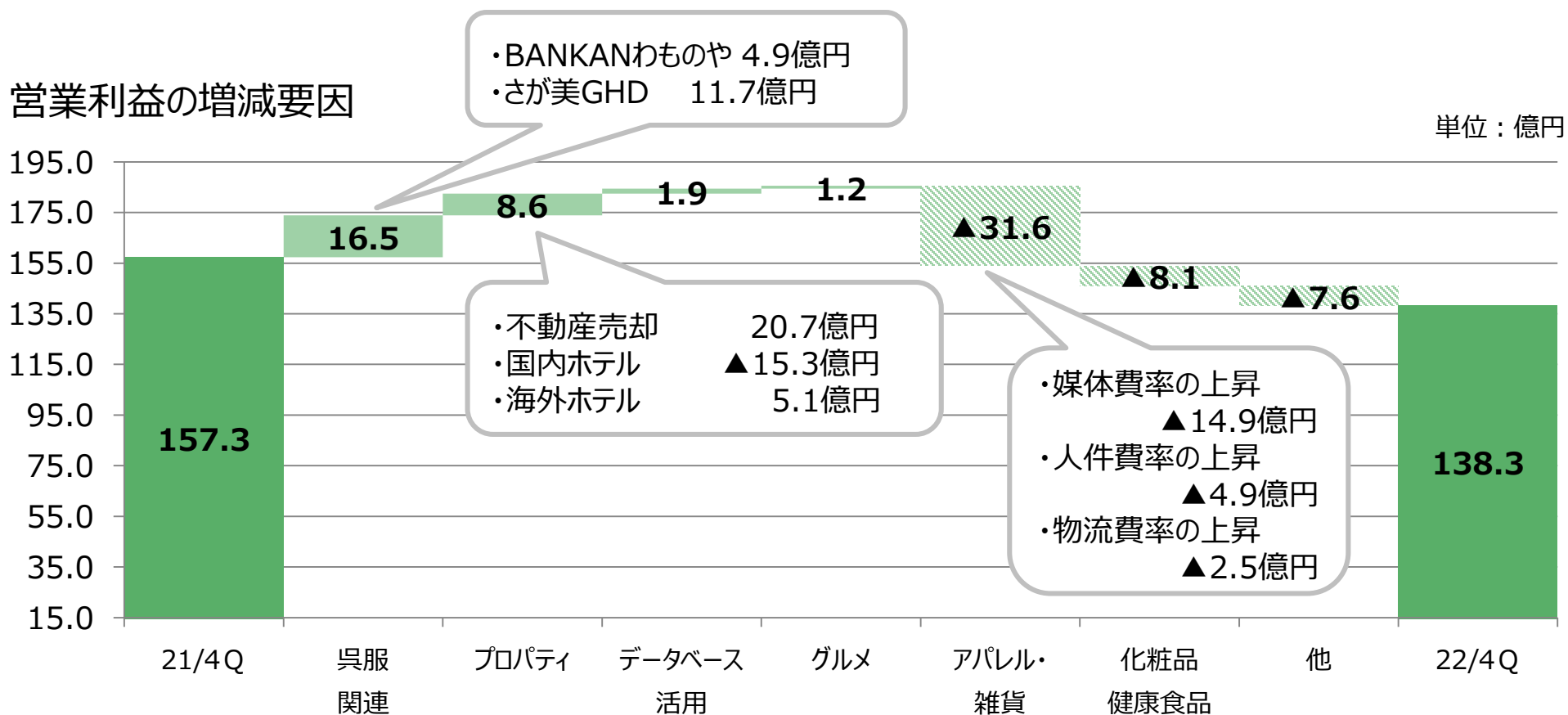
1-4. 売上の増減分析

プロパティは不動産売却と新規ホテルがそれぞれ寄与し増収。グルメはおせちの好調等により増収。呉服関連は店舗休業影響の縮小や1店舗平均の受注効率改善で増収となった。一方、アパレル・雑貨は下期より広告宣伝費を抑制する等、利益確保を優先したことで減収となった。化粧品健康食品は台湾における新型コロナウイルス感染拡大の影響で減収。



1-5. 営業利益の増減分析

アパレル・雑貨は下期より広告宣伝費を抑制して展開したものの、既存顧客のレスポンス鈍化の影響もあり媒体費率、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影響の縮小や、1店舗平均の受注効率改善及び費用削減対応が寄与し、増益となった。



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した一方で商品及び製品が増加した。

固定資産では主に有形固定資産が増加した。

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した。

単位：億円

	21/3末	22/3末	増減額
流動資産	1,155.3	1,181.3	26.0
現金及び預金	307.8	285.9	-21.9
商品及び製品	220.1	266.7	46.6
仕掛販売用不動産	95.2	70.3	-24.9
固定資産	1,246.8	1,360.5	113.7
有形固定資産	925.6	1,033.4	107.8
投資その他資産	212.1	224.2	12.1
総資産	2,402.1	2,541.8	139.7
負債	1,269.8	1,351.3	81.5
支払手形及び買掛金	222.5	223.0	0.5
未払法人税等	49.1	20.4	-28.6
有利子負債	727.1	835.5	108.4
純資産	1,132.3	1,190.4	58.1
【自己資本比率】	[46.9%]	[46.5%]	[-0.4P]

1-7. キャッシュフロー計算書

法人税及び住民税（支払額）の増加等で営業キャッシュフローが前年比マイナス
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
長短借入金が増加し全体としてキャッシュは13.9億円減少した

	21/3期 累計	22/3期累計		単位：億円
		実績	前年比	
営業活動によるキャッシュフロー	207.7	71.5	-136.2	
税金等調整前当期純利益	177.4	153.1	-24.3	
棚卸資産の増減	-10.9	-41.6	-30.6	
法人税及び住民税（支払額）	-34.0	-78.3	-44.3	
投資活動によるキャッシュフロー	-51.9	-170.3	-118.5	
有形固定資産の取得による支出	-78.3	-158.0	-79.7	
有形固定資産の売却による収入	22.5	4.1	-18.5	設備投資*1
子会社株式の取得による支出	0.0	-6.3	-6.3	170.3億円
財務活動によるキャッシュフロー	-70.0	86.5	156.5	減価償却費*2
長短借入金の増減	-50.9	106.0	156.9	36.6億円
配当金の支払	-15.5	-17.4	-1.9	
キャッシュに係る換算差額	0.7	-1.6	-2.3	
キャッシュ増加額	86.6	-13.9	-100.5	

*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5次経営計画の初年度。通信販売総合商社の
熟成に向け、土壌づくりを進めている

単位：億円

連結	21/3期		22/3期		23/3期	
	修正予算	実績	修正予算	実績	予算	前年比
売上高	2,000.0	2,065.0	2,171.0	2,201.3	2,190.0	-0.5%
営業利益	140.0	157.3	135.0	138.3	150.0	+8.5%
経常利益	148.0	168.7	144.0	145.4	157.0	+8.0%
当期純利益	105.0	110.4	98.0	102.0	106.0	+3.9%
有利子負債	730~780	727.1	750~780	835.5	910~940	+8.9~12.5%
純資産	1,100.0	1,132.3	1,239.6	1,190.4	1,251.0	+5.1%
ROE	9.9%	10.3%	8.3%	8.8%	8.7%	-0.1P

1-8. 今期予算について（セグメント別）

BELLUNA

プロパティ事業と呉服関連事業が増益をけん引する予算。

新型コロナウイルス感染拡大影響の一巡を織り込み、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

	23/3期 予算									
	アパレル・ 雑貨	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	調整	連結
売上高	900.7	151.6	327.9	157.4	156.2	252.3	202.3	46.7	-5.0	2,190.0
前年比 (%)	-8.3%	-5.6%	+8.9%	-1.7%	+2.2%	+5.1%	+17.0%	+16.1%	-44.6%	-0.5%
営業利益	16.0	13.5	22.6	12.2	57.5	12.7	20.1	1.2	-5.8	150.0
前年比(億円)	-4.9	-4.8	-0.1	2.0	0.6	6.8	11.4	2.2	-1.4	11.7
営業利益率	1.8%	8.9%	6.9%	7.7%	36.8%	5.0%	9.9%	2.7%	-	6.8%

2. 経営方針と取り組み

BELLUNA

- | | |
|---------------|---------|
| 1. 通販事業 | 4. 株主還元 |
| 1-①アパレル・雑貨事業 | 5. 株価推移 |
| 1-②化粧品健康食品事業 | |
| 1-③グルメ事業 | |
| 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 | |

第5次経営計画の見直し

(2023年3月期～2025年3月期)

最終年度目標

- 売上高 **2,610億円** (年平均成長率9.2%)
- 営業利益 **226億円** (年平均成長率22.8%)
- ROE **10%以上**

中長期の方針

**売上高 3,000億円 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. 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

- ・ 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
- ・ 原材料・資材の高騰

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
- ・ 商品価値の向上

2. 経営方針について ～事業環境（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	ビックカメラ	家電	156,400	8.9%	
11	ベルーナ	総合	154,585	25.5%	
12	ZOZO	ネット専業	147,402	17.4%	
13	ユニクロ	衣料品	126,900	17.9%	
14	QVCジャパン	T V通販	120,900	7.9%	
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%	

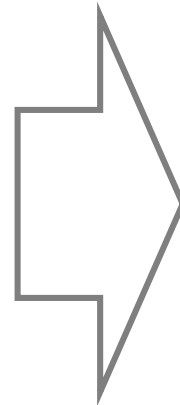
2022年1月6日付通販新聞「通販・通教売上高ランキング」

2. セグメントについて

セグメントを8つから4つに改編して報告します。

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



報告セグメント

1. 通販事業
 - 1-① アパレル・雑貨事業
 - 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

2. 経営方針 第5次経営計画

BELLUNA

・第5次経営計画（23/3期～25/3期）

単位：億円

	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
通販事業	1,693.7	121.8	1,857.4	145.2	2,020.7	170.4
アパレル・雑貨事業	900.7	16.0	982.1	33.1	1,048.0	48.8
化粧品・健康食品事業	151.6	13.5	168.6	15.3	186.2	16.7
グルメ事業	327.9	22.6	369.0	25.2	413.3	28.6
ナース関連事業	157.4	12.2	166.1	13.4	177.0	15.2
データベース活用事業	156.2	57.5	171.5	58.1	196.1	61.2
呉服関連事業	252.3	12.7	276.7	17.3	310.9	21.1
プロパティ事業	202.3	20.1	204.6	26.0	219.8	31.0
その他の事業	46.7	1.2	54.8	2.8	64.7	3.9
調整	-5.0	-5.8	-3.5	-1.3	-6.0	-0.4
計	2,190.0	150.0	2,390.0	190.0	2,610.0	226.0

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

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

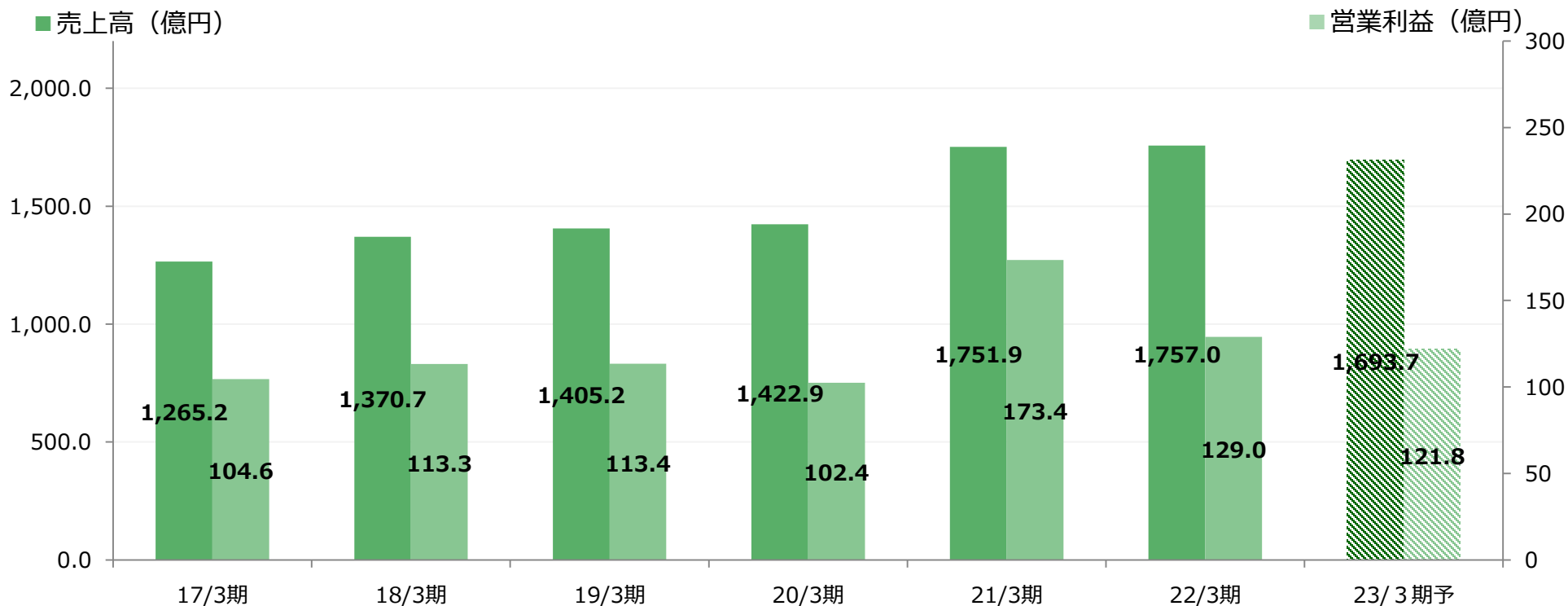
	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
アパレル・雑貨事業	982.5	20.9	900.7	16.0
化粧品・健康食品事業	160.5	18.3	151.6	13.5
グルメ事業	301.2	22.7	327.9	22.6
ナース関連事業	160.1	10.2	157.4	12.2
データベース活用事業	152.8	56.9	156.2	57.5
計	1,757.0	129.0	1,693.7	121.8

・通販事業は新型コロナウイルス感染拡大影響が一巡し、踊り場となる見込み。時流を踏まえ、新たな勝ちパターン作りを進め、再成長の土壌づくりを進める。

2-1.通販事業

PL推移と業績要因

前期は、下期より広告宣伝費を抑制して展開したものの、既存顧客のレスポンス鈍化の影響もあり減益となった。



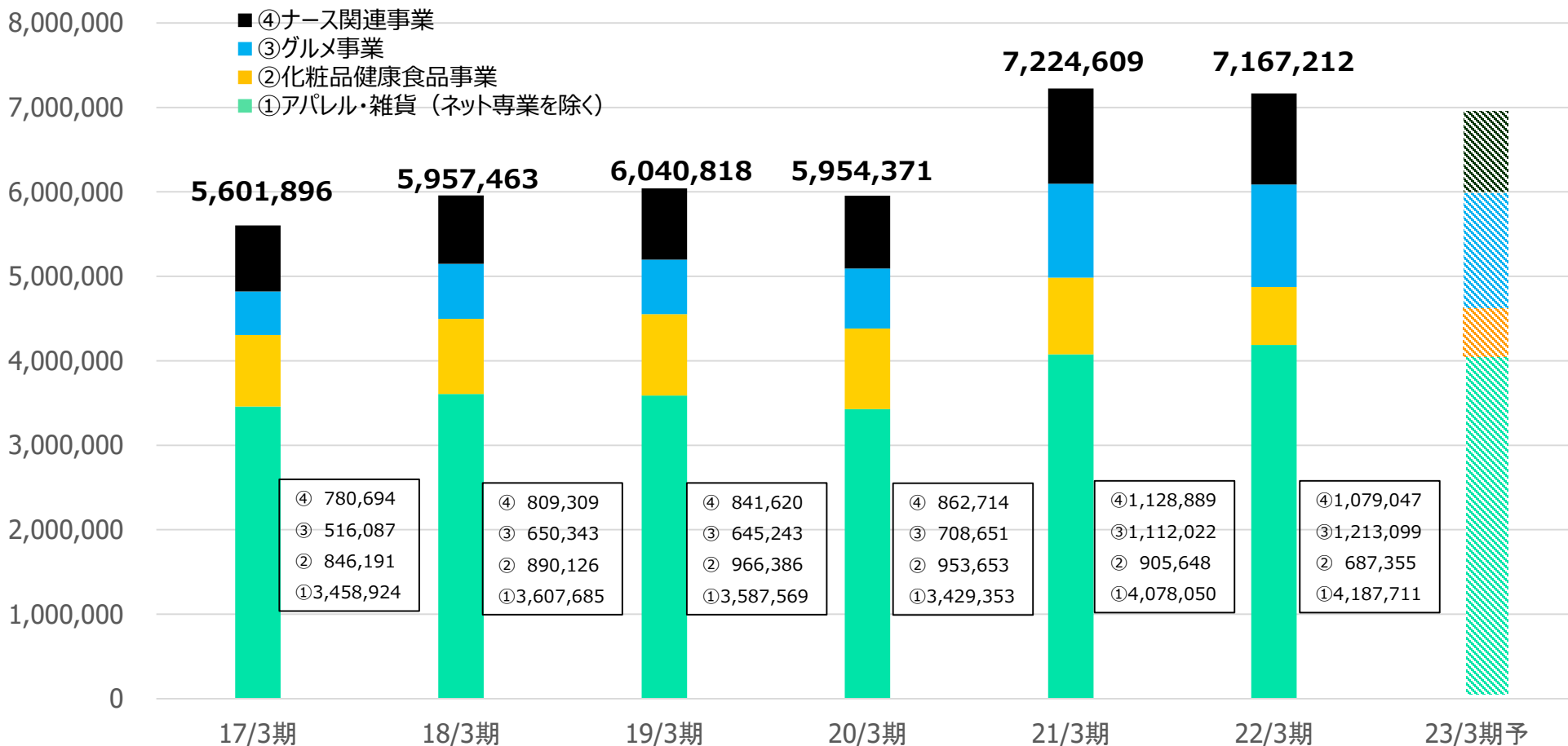
業績要因	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期
プラス要因	・物流費率改善 ・ネット強化	・ネット強化	・ネット強化	・ネット強化	・TV活用強化 ・巣ごもり需要		・ブランディング強化 ・ネット強化
マイナス要因		・運賃単価上昇	・カケグ 送料値上 ・運賃単価上昇	・紙代値上 ・運賃単価上昇		・巣ごもり需要減退	・原価・資材コスト上昇

2-1.通販事業

稼働顧客数

新型コロナウイルス感染拡大影響が一巡し、顧客レスポンスが鈍化したものの、ベースの拡大・維持を図れている。

単位：人



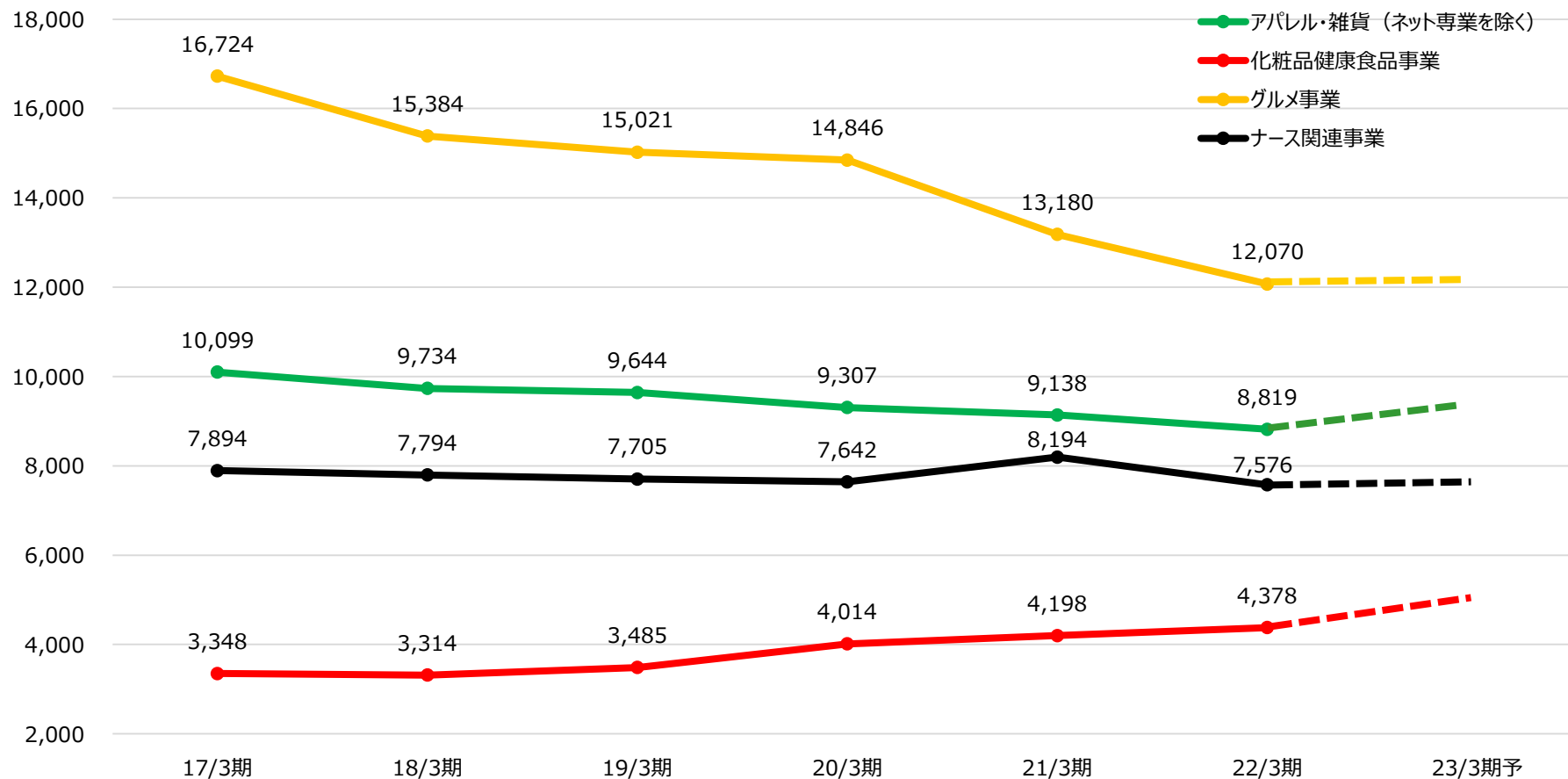
2-1.通販事業

BELLUNA

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。
今期はブランディングを強化し、受注単価は上昇を見込む。

単位：円

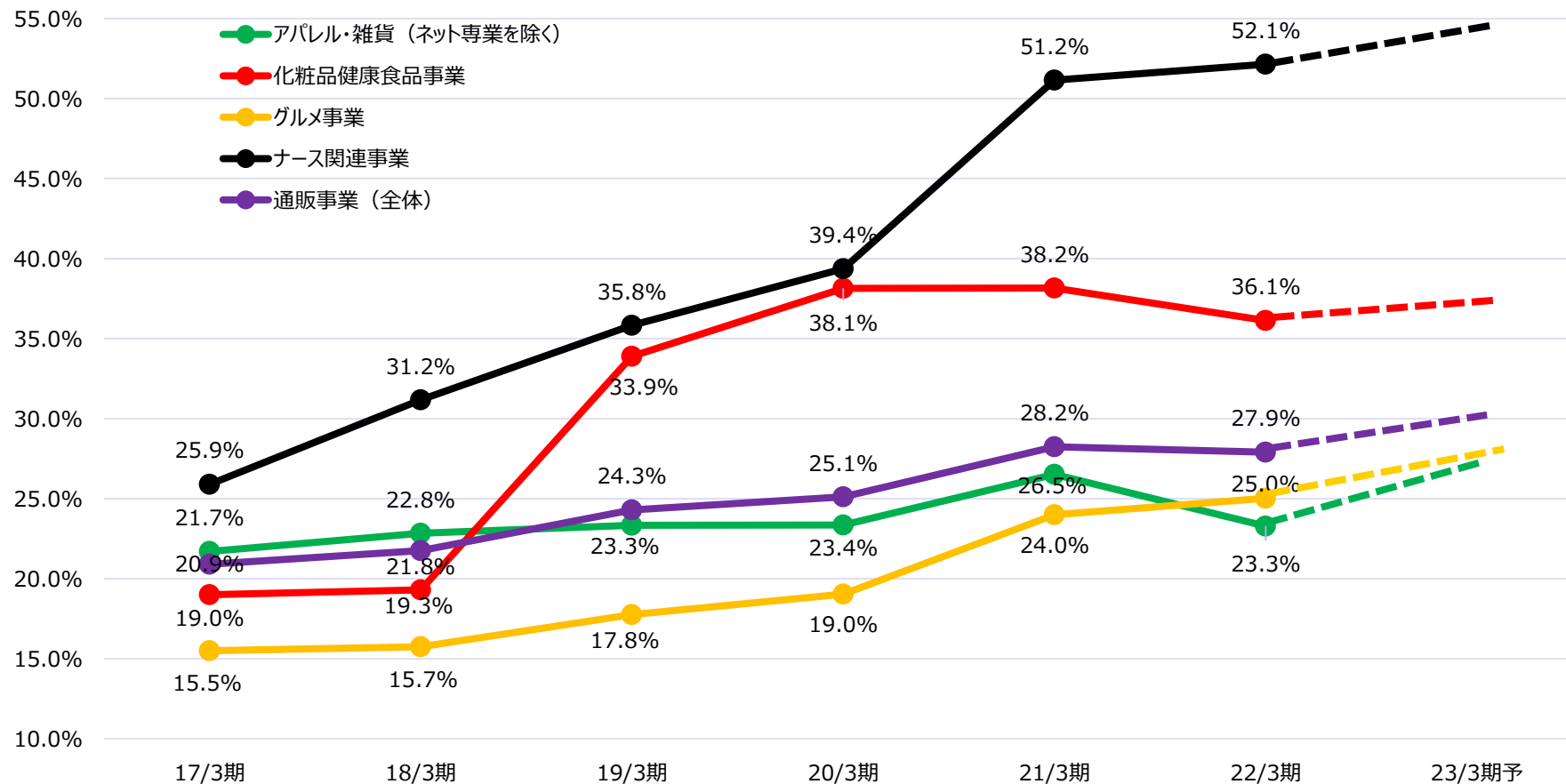


2-1.通販事業

EC比率

22/3期は21/3期の反動もあり、横ばい傾向となったが、今後も拡張を見込む

単位：%



2-1-①. アパレル・雑貨

BELLUNA

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
アパレル・雑貨 ・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	844.1	21.5	762.0	13.1
ミン・アイシーネット・丸長・セレクト (ネット専業通販) ・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 ・セレクト : レディースアパレル通販	85.8	3.7	93.9	3.8
アパレル店舗 ・ベルーナブランドにて全国展開 (2022年3月 84店舗)	53.8	-3.9	57.8	-0.5
計	982.5	20.9	900.7	16.0

・前期は新型コロナウイルス感染拡大の影響一巡による既存顧客のレスポンス率鈍化影響等により減益。今期は再成長に向けた土壌づくりを進める。

足元の状況と今期の取り組み

- ・メンズ強化
- ・家電強化
- ・中価格帯商品の投入



洗える麻入りテーラードカーディガン
¥6,589 (税込)



温冷風扇ヒートアンドクール
¥18,590 (税込)



日本製<WG>編地切替プルオーバー
¥6,900 (税込)

足元の状況と今期の取り組み

ブランディングの推進

 <p>大人のベストセレクション</p> <p>ルフラン</p>	 <p>毎日をちょっと素敵に。</p> <p>BELLUNA</p>	 <p>私は私のおしゃれに行く。</p> <p><i>Ranan</i></p>
 <p>毎日に、心地良くよりそう。</p> <p><i>Viola e Viola</i></p>	 <p>私らしい、“好き”を着る</p> <p><i>Aiotta</i></p>	 <p>“自分らしい”輝きを</p> <p>GeERA</p>

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

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
化粧品事業 （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	129.1	14.1	118.7	11.0
健康食品事業 ・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	34.6	3.9	32.9	2.5
計	160.5	18.3	151.6	13.5

・台湾における新型コロナウイルス感染拡大の影響で成長が鈍化したことに加え、国内では、TVCMを開始したことで広告宣伝費が増加し減益となった。

・今期は販促における新たな勝ちパターンづくりに注力する。

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

国内ネット広告規制の影響を踏まえ、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

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
ワイン通販事業 (マイワインクラブ・ワイン通販売上13年連続No.1)	93.9	9.7	100.0	9.0
日本酒通販事業 (ベルーナグルメ・日本酒通販売上5年連続No.1)	48.0	3.9	55.0	4.0
グルメ事業 ・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67万台	157.3	9.1	172.9	9.6
計	301.2	22.7	327.9	22.6

・ワイン通販事業、グルメ事業ともに好調を維持。今期は原価・資材コストの上昇に対応しつつ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

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」



<世界選りすぐり赤ワイン11本セット>

ワイン販売本数実績と今期の見込

年度	販売本数
2018/3期	400万本
2019/3期	510万本
2020/3期	680万本
2021/3期	1,100万本
2022/3期	1,120万本
2023/3期予	1,220万本

・効率的な新規獲得と高リピートによる売上成長が継続

・新商品にてヒット商品を開発し拡張を継続

2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

足元の状況と今期の取り組み

「日本酒通販5年連続売上No.1」

日本酒の販売本数は22年3期は280万本を突破

日本酒販売本数実績と今期の見込

年度	販売本数
2018/3期	110万本
2019/3期	120万本
2020/3期	130万本
2021/3期	210万本
2022/3期	280万本
2023/3期予	300万本

No.1商品

越乃五蔵大吟醸



No.2商品

10蔵大吟醸



No.3商品

越乃五蔵純米大吟醸



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



おせち販売台数実績と今期の見込

年度	販売台数
18/3期	12万台
19/3期	15万台
20/3期	16万台
21/3期	19万台
22/3期	28万台
23/3期予	35万台

22年3期No.1商品のおせち「結」は

15万5千台(前年比+ 39 %)を販売

2-1-④. ナース関連事業

BELLUNA

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
ナースリー （看護師向け通販業界No.2）	59.4	2.8	56.2	4.0
アンファミエ （看護師向け通販業界No.1）	81.3	7.1	80.0	7.4
ナースキャリアネクスト （看護師の人材紹介事業）	1.7	-1.0	2.9	0.2
JOB STUDIO （シンガポールでの人材紹介事業）	17.7	1.6	18.2	1.5
計	160.1	10.2	157.4	12.2

- ・TVCM等の積極的な広告宣伝を行った一方で前年同時期に特需のあったマスクやパルスオキシメーター等の医療雑貨・消耗品需要が縮小。
- ・今期は利益重視の運営を行う。

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

※2020年度／東京商工リサーチ調べ

今後の取組み

・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展開を強化し、拡大する。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>

2-1-⑤. データベース活用事業

BELLUNA

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
ファイナンス (会員向け消費者金融事業)	45.5	20.2	48.3	21.3
BD (封入・同送同梱事業)	37.4	27.2	36.1	26.2
BBS (コールセンター・物流の受託事業)	70.3	8.1	73.0	8.2
BGL (22/3期より連結対象。物流3PL事業)	21.8	1.4	28.4	1.8
計	152.8	56.9	156.2	57.5

ファイナンス : 前期は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、新規獲得効率が低下。

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 : 自社インフラを活用した通販代行サービス。新規取引先獲得が順調に進む。

BGL : 3PL（物流代行）事業を展開。21年7月より連結対象。



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

高い顧客継続率を誇る

顧客継続率

79% (2022年3月期)

- ・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

2-2. 呉服関連事業

BELLUNA

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
BANKAN・わものや (2007年当社創業の和装販売事業)	103.9	8.8	112.2	10.0
さが美 (2018年取得。中価格帯の和装販売事業)	80.8	-2.6	78.1	0.6
東京ますいわ屋 (さが美と同時取得。高価格帯の和装販売事業)	33.3	-1.6	34.9	0.4
マイム (2016年取得。大学生の卒業式袴レンタル)	24.3	1.9	29.2	2.4
計	240.2	5.9	252.3	12.7

・前期は、店舗休業の影響が縮小したことや1店舗平均の受注効率改善、費用削減対応が寄与し、増収増益。

・今期はさが美・東京ますいわ屋の黒字化を目指す。

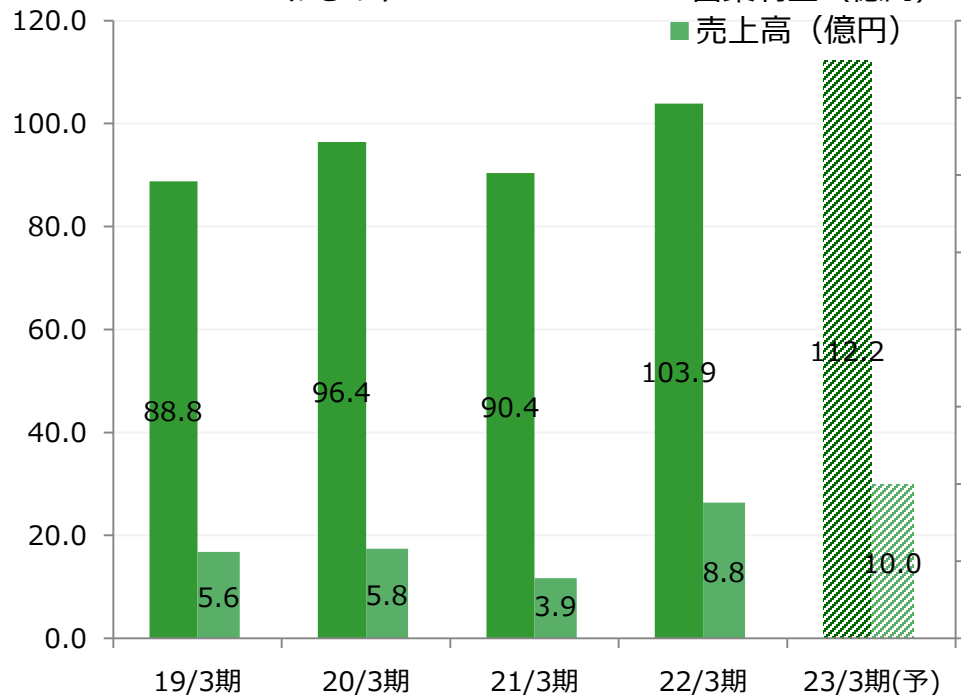
2-2. 呉服関連事業

PL推移

BANKANはコロナ禍でも成長を維持。さが美GHDは筋肉質化が進む。

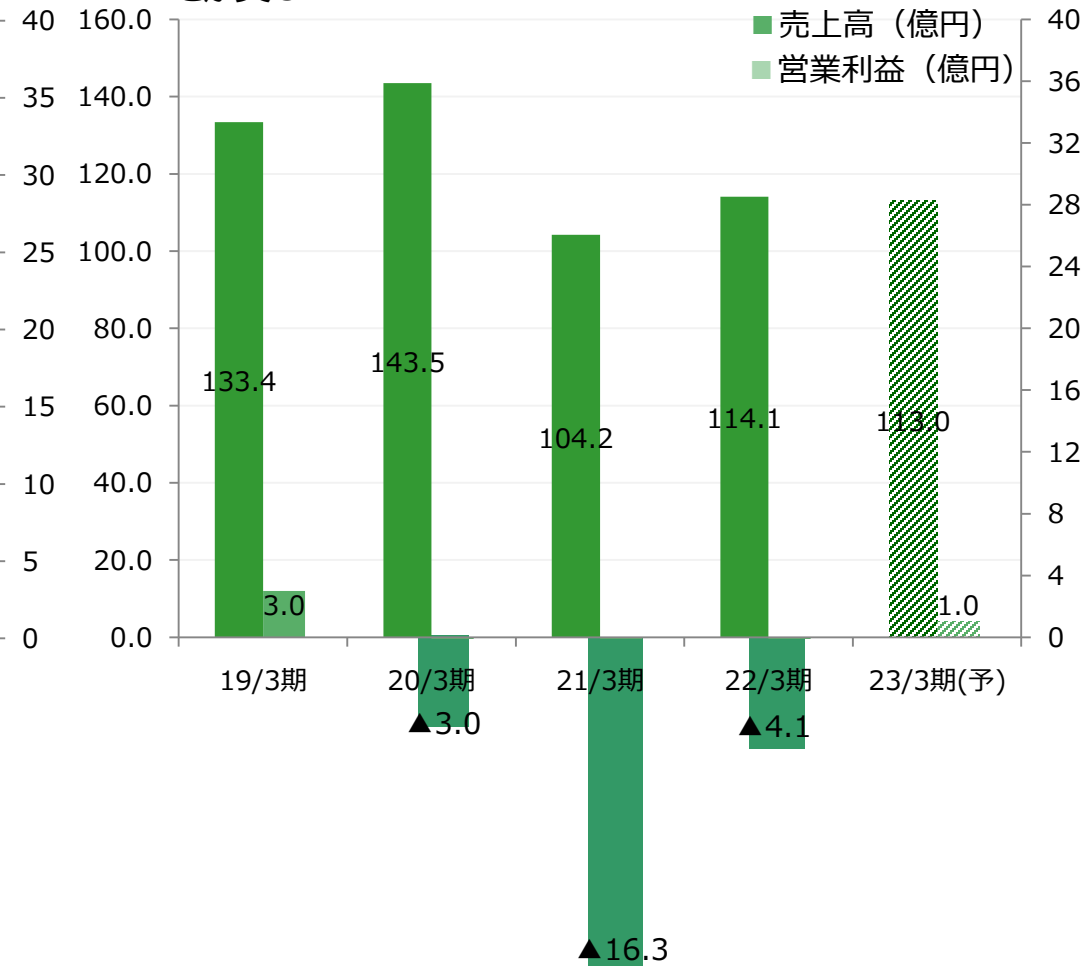
<BANKAN・わものや>

■ 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)



	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期 (予)
店舗数	84	89	91	95	98

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期 (予)
店舗数	160	158	141	117	120

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

→前期で構造改革が完了。今期より黒字化を見込む。

呉服関連事業は、第5次経営計画（25年3期末）で売上313億円、利益21億円を目指す。

2-3. プロパティ事業

BELLUNA

・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期（実績）		23/3期（予算）	
	売上	営業利益	売上	営業利益
インカムゲイン 所有不動産（オフィス、店舗等）	30.7	7.6	30.7	11.9
キャピタルゲイン 不動産の開発、販売事業	65.1	20.7	35.7	10.0
ホテル事業 国内10ホテル、海外3ホテルを運営	77.2	-23.1	136.1	-5.2
太陽光 太陽光発電を3物件保有	10.0	3.0	10.0	3.0
計	173.0	8.7	202.3	20.1

・前期は新型コロナウイルス感染拡大の影響が一巡し、前年同時期と比較しマイナス影響が縮小したものの、新規ホテルの開業費用の先行発生等でホテル事業は赤字。

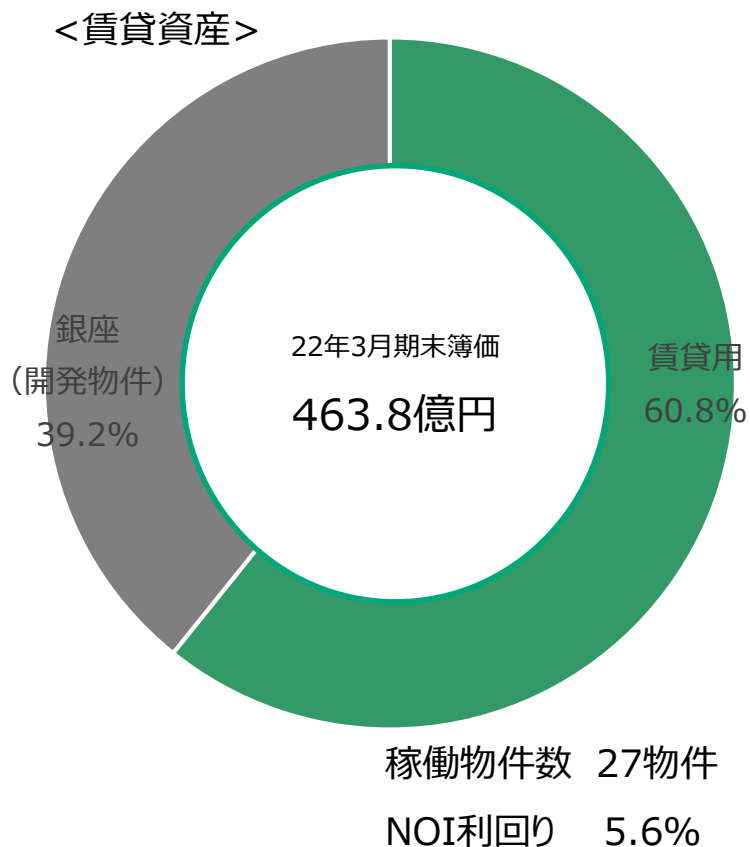
・今期はホテル事業の集客量増により、増収増益を見込む。

2-3. プロパティ事業（インカムゲイン）

BELLUNA

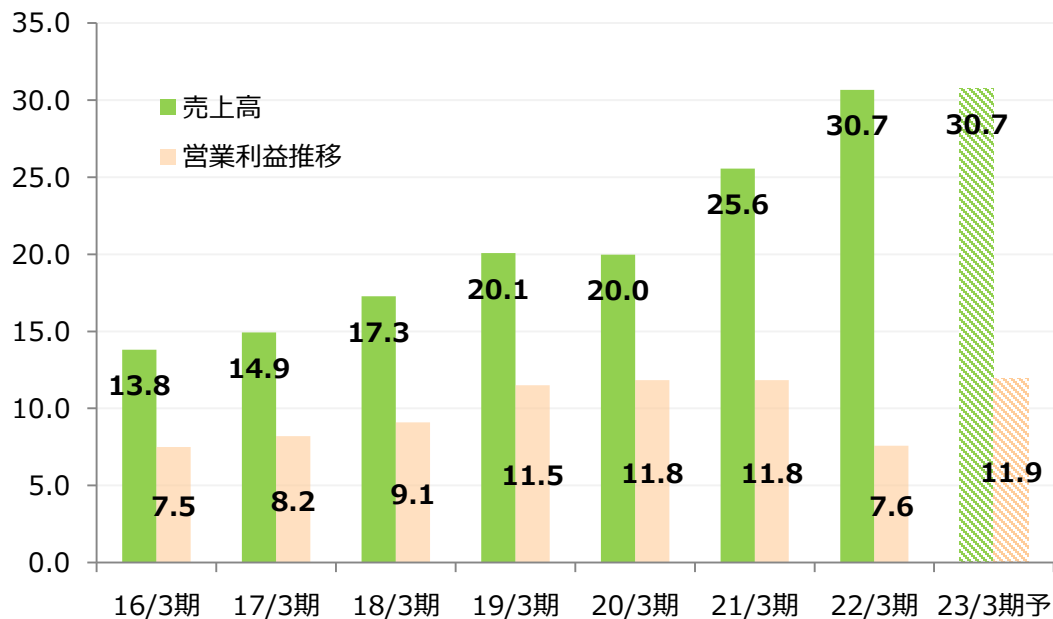
<インカムゲイン>

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



<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 ²)	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 250億円

想定利回り 5.9%程度

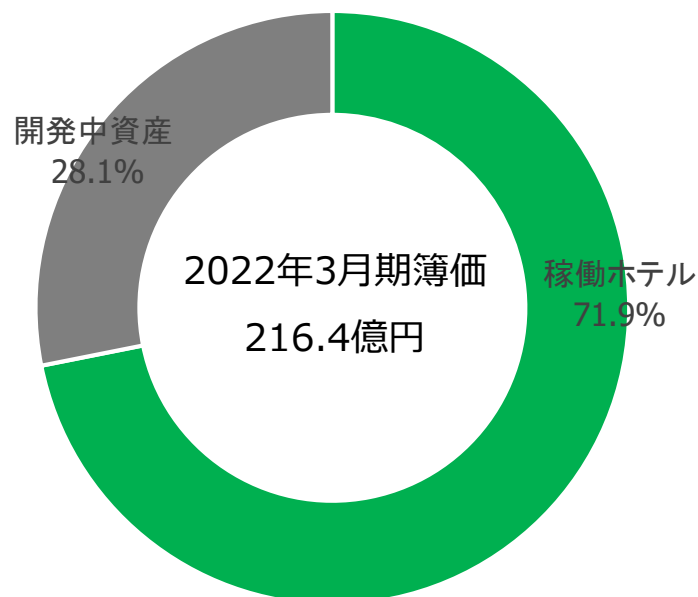
2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

<ホテル>

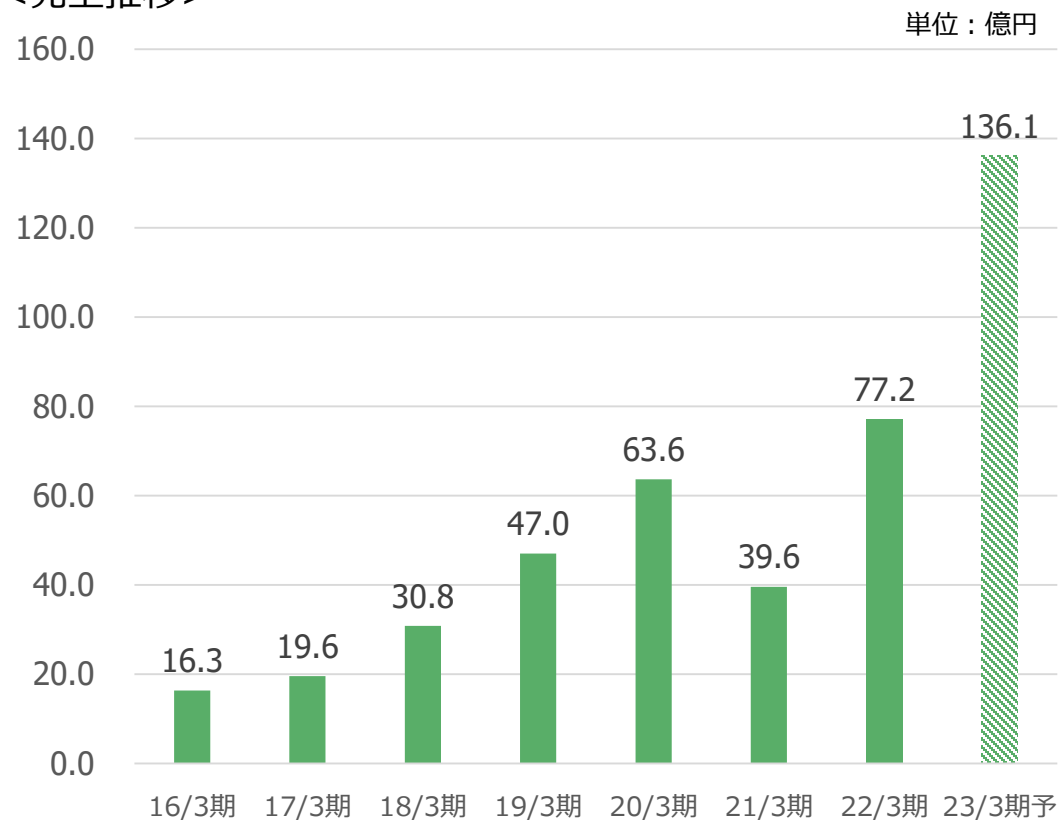
- ・今期は集客量増により、増収増益を見込む。

<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
(2022年3月現在)

<売上推移>



稼働ホテル	2	3	4	4	7	8	8	13

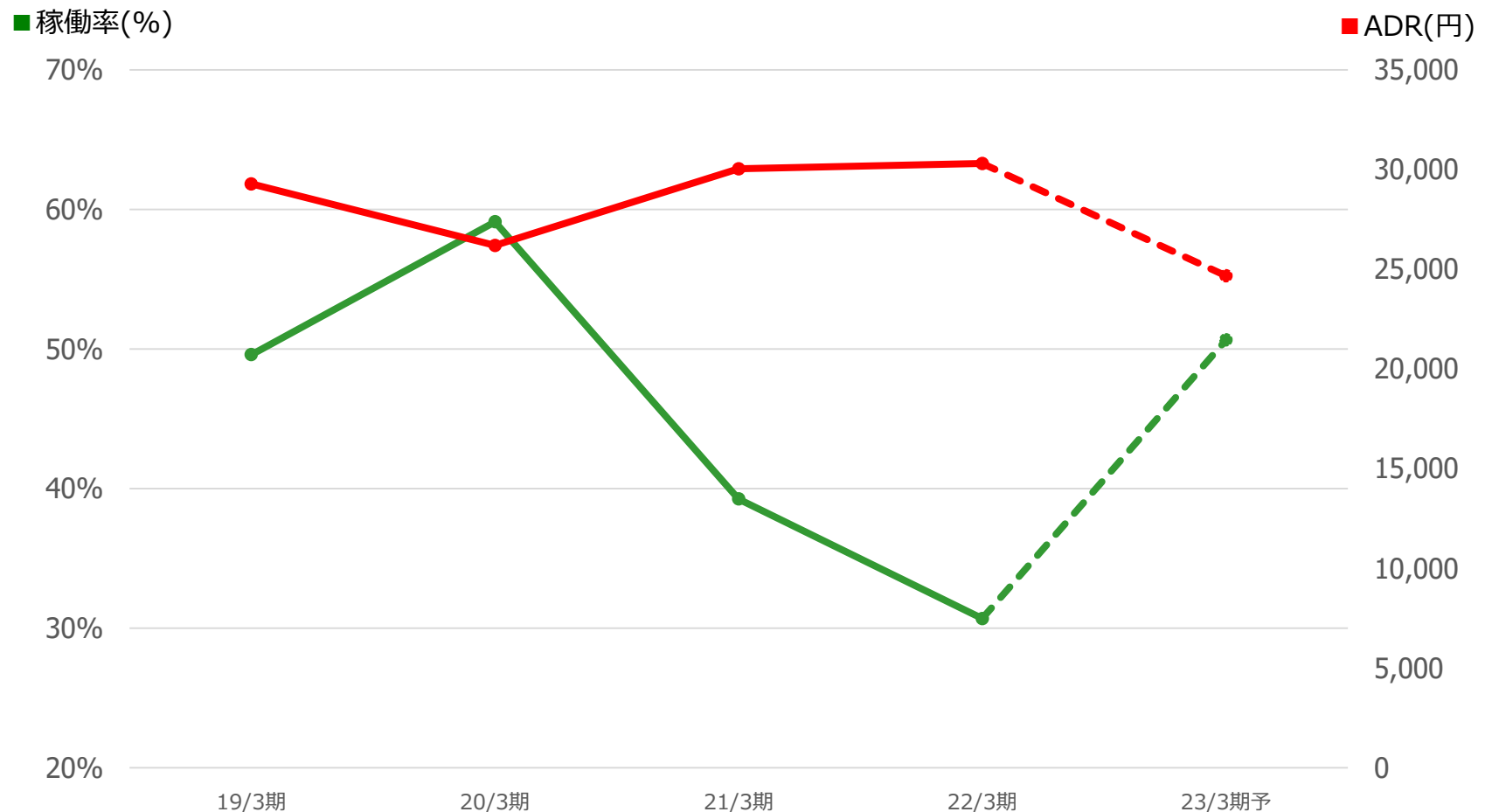
2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

稼働率とADR推移

国内ホテルの売上構成比が上昇する影響でADRは減少予定だが、稼働率の大幅増による増収を見込む。

※ADR…室料+料理売上



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	23/3期	想定 売上※ (億円)	稼働時期	形態			
1	沖縄	ホテル浜比嘉島リゾート	29	→										2	2013年5月	保有			
2	福島	裏磐梯レイクリゾート	324		→										25	2015年10月	賃貸		
3	長野	ルグラン旧軽井沢ホテル	43			→										5	2016年7月	保有	
4	京都	京都グランベルホテル	105				→										6	2017年7月	賃貸
5	長野	ルグラン軽井沢ホテル&リゾート	58					→						28	2018年7月	賃貸			
6	スリランカ	ルグランゴールホテル	48					→						5	2018年7月	保有			
7	モルディブ	ウェスティンモルディブミアンドゥホテル&リゾート	70					→						35	2018年10月	保有			
8	ハワイ	EWAホテル	92					→						6	2019年4月	保有			
9	大阪	梅田ホリックホテル	117								→			5	2021年4月	賃貸			
10	大阪	大阪グランベルホテル	191								→			10	2021年4月	賃貸			
11	北海道	札幌グランベルホテル	218								→			11	2021年4月	保有			
12	北海道	定山溪ビューホテル	647									→		48	2021年8月	保有			
13	北海道	すすきのグランベルホテル	300									→		15	2021年9月	賃貸			
14	スリランカ	グランベルホテルコロンボ	292									→		17	2022年4月	保有			
15	銀座	銀座ホテル	102											8	2024年3月期予	保有			
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	保有			
		計	3,242											255					

※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、通常営業に戻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

20円の配当予定。配当は4年連続増配

<年間配当>

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期（予）
EPS（円）	106.39	60.62	114.17	105.55	109.64
配当（円）	15.0	16.0	16.5	19.0	20.0

<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～2022年4月)



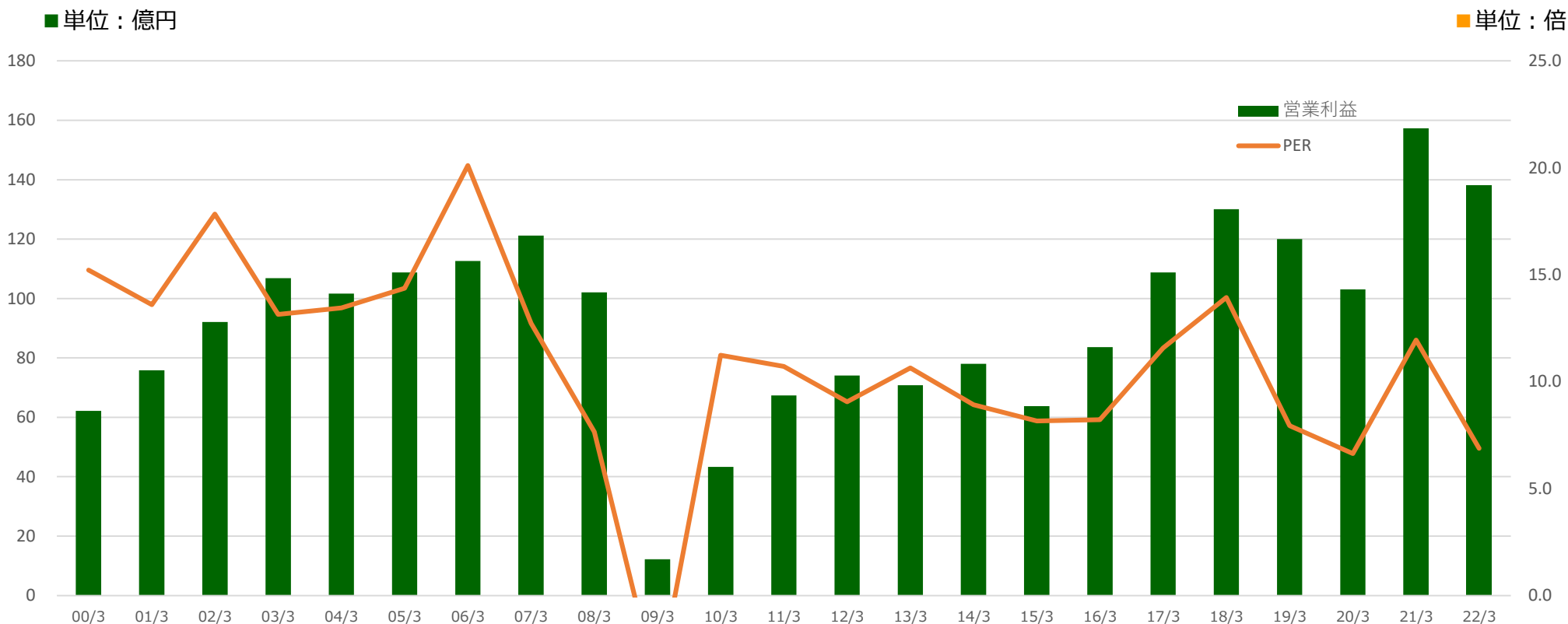
<第5次経営計画>

	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
通販事業	1,693.7	121.8	1,857.4	145.2	2,020.7	170.4
呉服関連事業	252.3	12.7	276.7	17.3	310.9	21.1
プロパティ事業	202.3	20.1	204.6	26.0	219.8	31.0
その他の事業	46.7	1.2	54.8	2.8	64.7	3.9
調整	-5.0	-5.8	-3.5	-1.3	-6.0	-0.4
計	2,190.0	150.0	2,390.0	190.0	2,610.0	226.0

2-4. PER・業績推移 (00年3期～22年3期)

BELLUNA

<PERと営業利益の上場来推移>



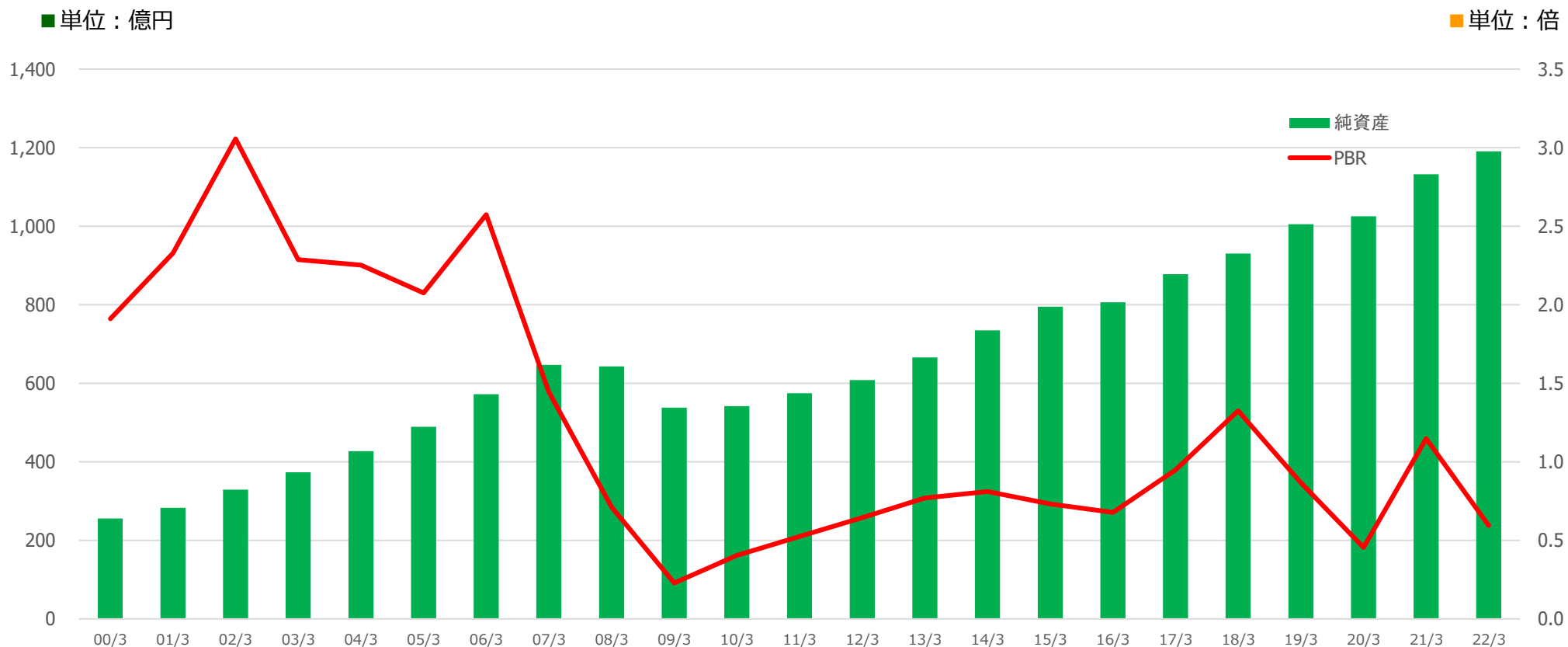
<業績とPER・PBR推移>

	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
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	2,201
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	138
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	1,190
PER	15.22	13.60	17.84	13.14	13.45	14.37	20.11	12.73	7.65	-4.36	11.23	10.71	9.05	10.64	8.92	8.17	8.23	11.57	13.93	7.94	6.64	11.95	6.88
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	0.6

2-4. PBR・純資産推移（00年3期～22年3期）

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
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	2,201
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	138
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	1,190
PER	15.22	13.60	17.84	13.14	13.45	14.37	20.11	12.73	7.65	-4.36	11.23	10.71	9.05	10.64	8.92	8.17	8.23	11.57	13.93	7.94	6.64	11.95	6.88
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	0.6

営業利益200億円を達成する事業基盤が十分出来てきました。

あとは時間の問題です。

今後着実に成長性、収益性をキープし、達成したいと思います。

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(22/3末)
連結売上高	2201.3億円(22/3期)
連結経常利益	145.4億円(22/3期)
連結正社員数	3,444名(22/3末時点)
上場市場	東京証券取引所プライム市場

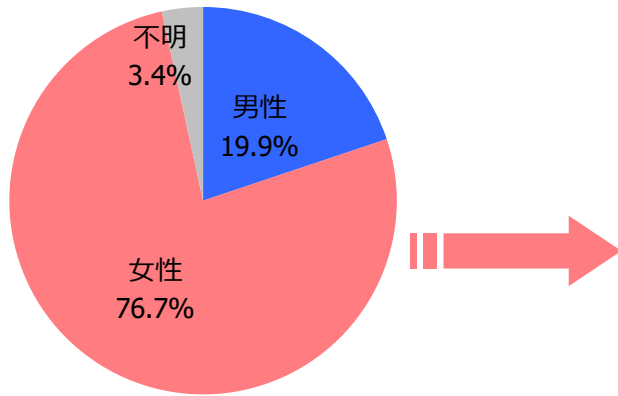
ベルーナ



【アパレル・雑貨通販】登録会員の特徴

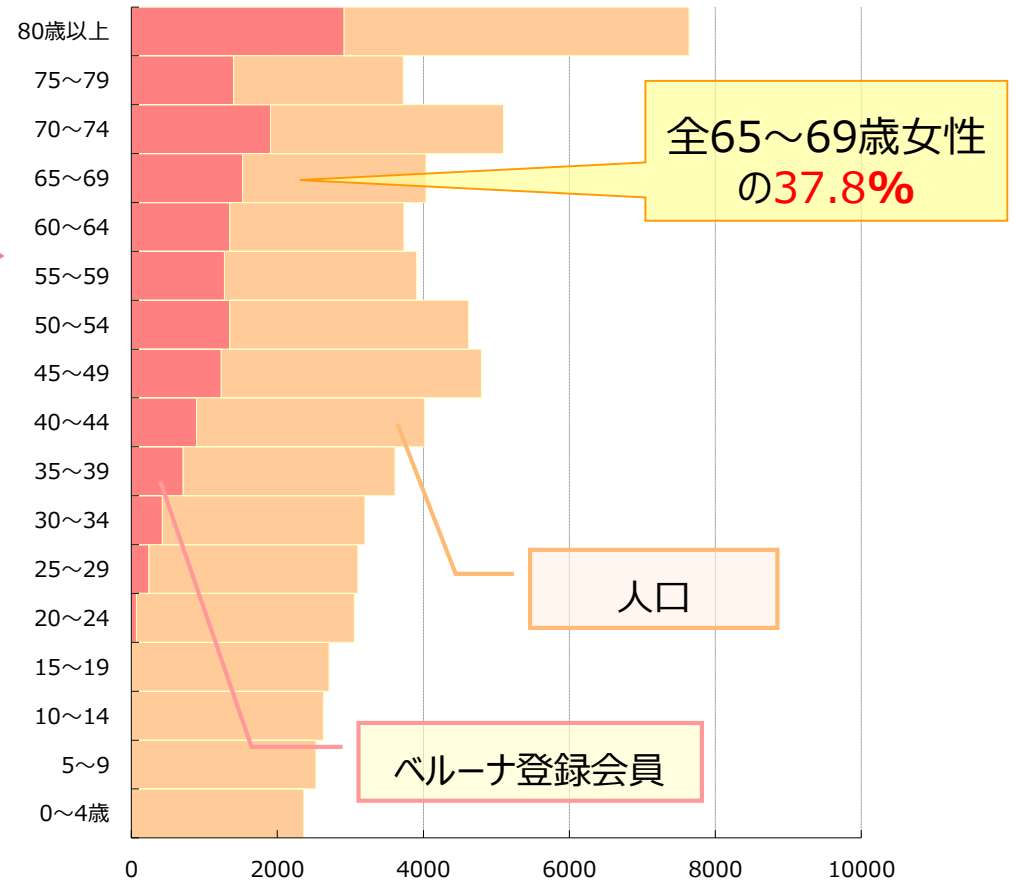
登録会員の特徴（2022年3月末時点）

<性別>

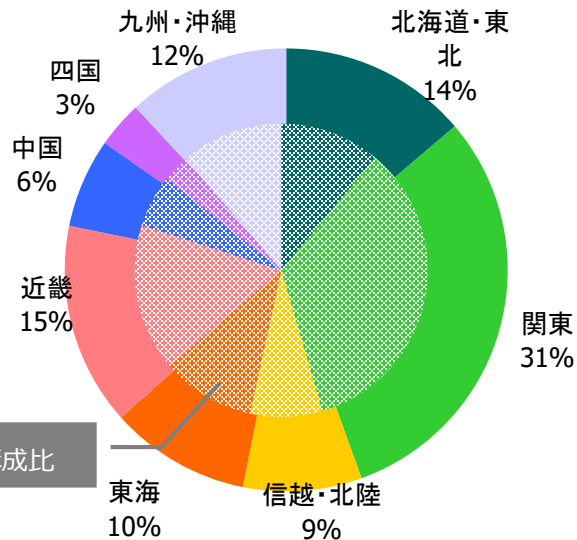


<人口ピラミッドとの比較（女性のみ）>

単位：千人



<地域>

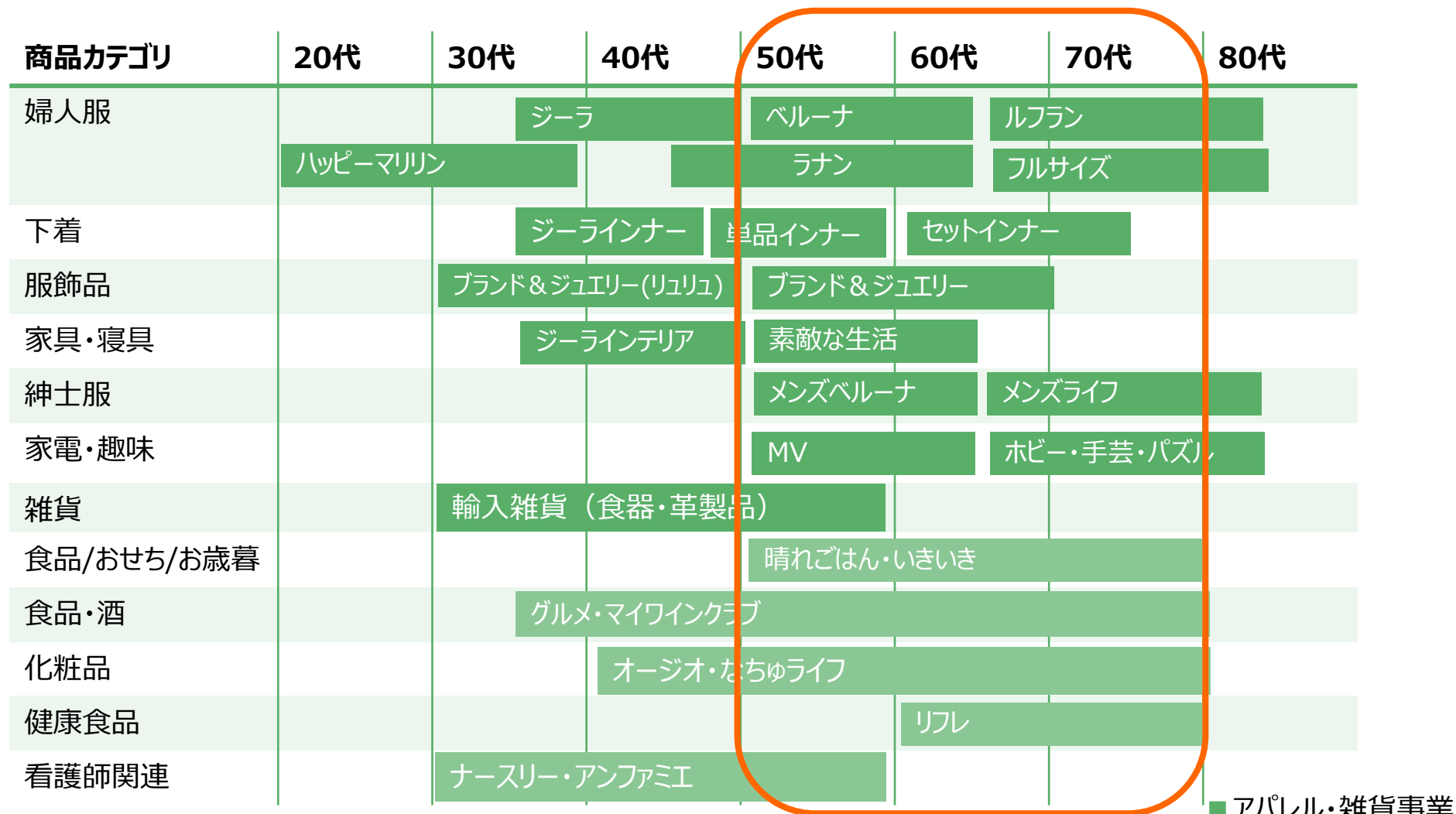


地域別の人口構成比

※総務省統計局データを元にBellunaにて作成

【通販】カタログラインアップ※

BELLUNA



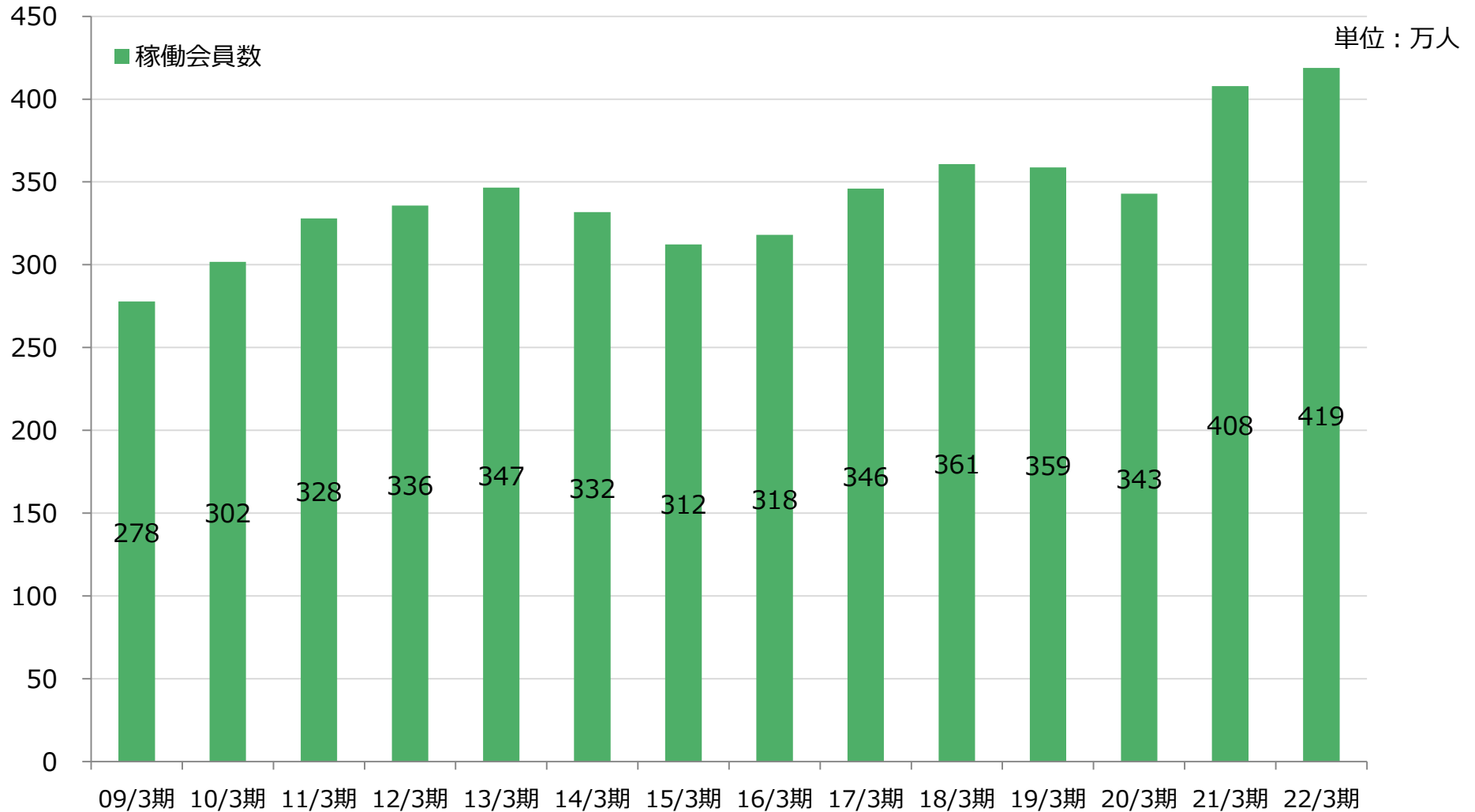
※年代については各ブランドごとに設定しているメインターゲット年齢を表現

■ アパレル・雑貨事業
■ その他の通販事業

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ECを展開する(株)セレクトの全株式を取得し、子会社化（現・連結子会社）
2022年	4月	東京証券取引所の市場区分見直しに伴い、市場第一部からプライム市場へ移行

【アパレル・雑貨通販】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

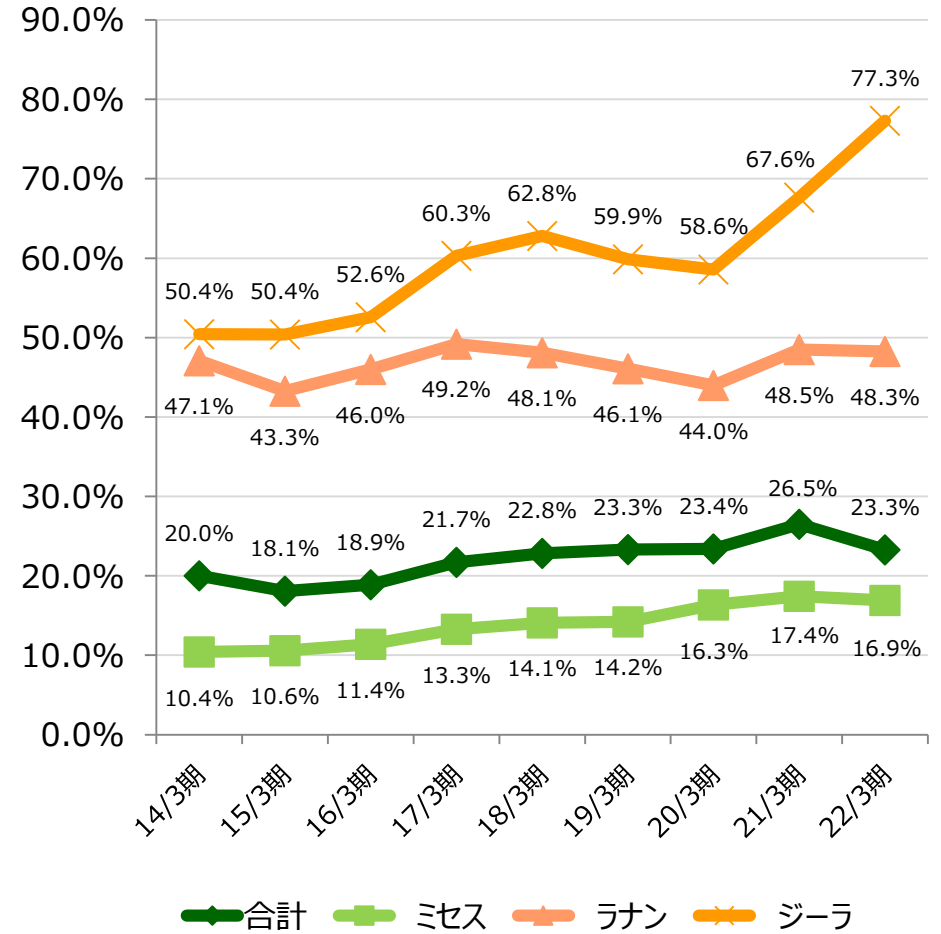
【アパレル・雑貨通販】受注単価とEC比率

受注単価の推移

単位：円

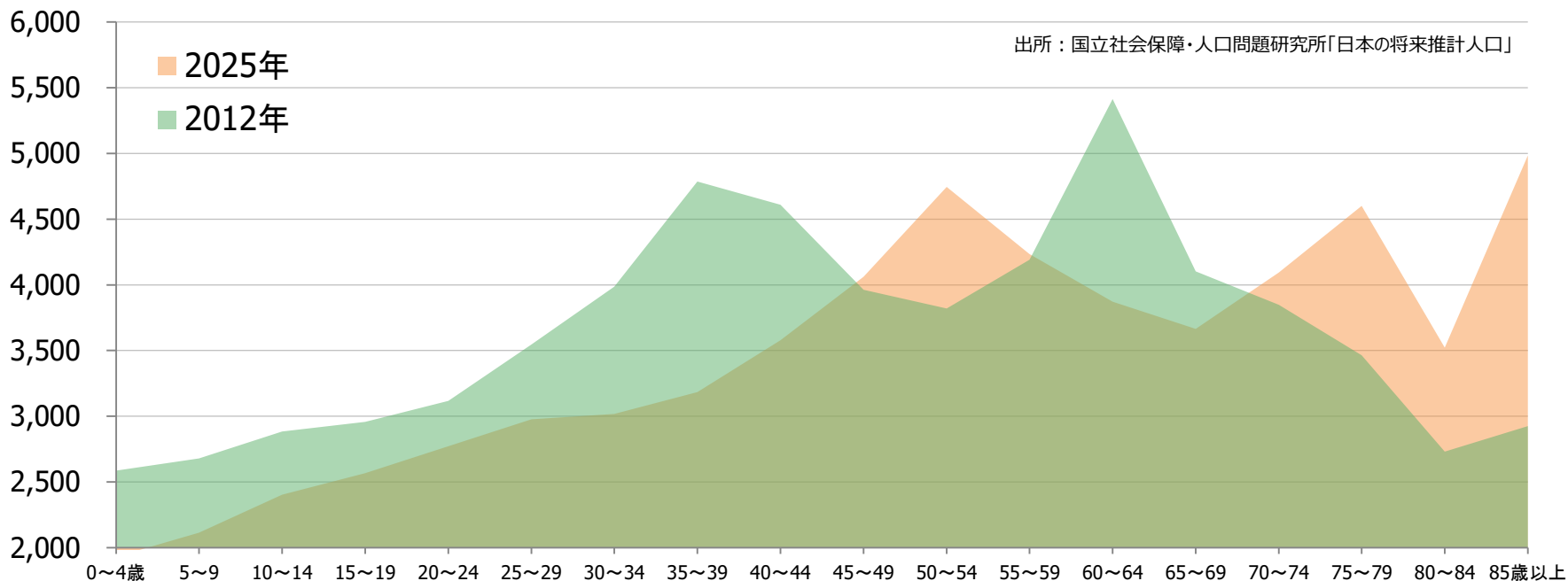


EC比率の推移

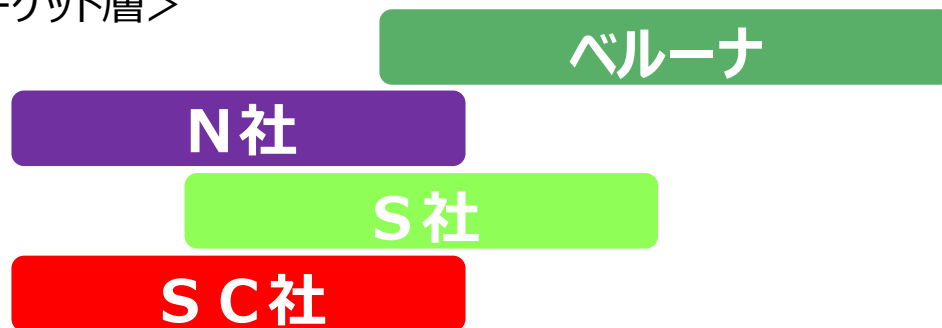


通販業界ポジショニングマップ（アパレル・雑貨通販）

＜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＞



<本資料に関する注意事項>

本資料は、2022年3月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2022年5月27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