

2023年3月期 第2四半期 決算補足資料

The logo for Pulna, featuring the Japanese characters 'ペルナ' in a stylized, bold, black font.

2022年10月31日（月）

1. 連結損益計算書

BELLUNA

売上高 ～987.8億円、前年比▲6.6%となった。

営業利益～36.9億円、前年比▲10.7億円となった。

経常利益は為替差益が前年より拡大し46.7億円、前年比▲4.3億円

当期純利益は28.5億円、前年比▲3.6億円となった。

単位：億円

| 連結 | 22/3期 2Q累計 | 23/3期 2Q累計 | 23/3期 2Q累計 | | | 23/3期通期 |
|------------|------------|------------|------------|--------|--------|-----------|
| | 実績 | 予算 | 実績 | 前年比 | 予算比 | 10/28修正予算 |
| 売上高 | 1,058.1 | 1,025.0 | 987.8 | -6.6% | -3.6% | 2,150.0 |
| 売上原価 | 443.9 | - | 395.8 | -10.8% | - | - |
| 販売管理費 | 566.6 | - | 555.1 | -2.0% | - | - |
| 営業利益 | 47.6 | 55.0 | 36.9 | -22.4% | -32.9% | 140.0 |
| 営業外損益 | 3.4 | 3.0 | 9.8 | 185.7% | 227.4% | 10.0 |
| (内、為替関連損益) | (1.3) | - | (8.3) | - | - | - |
| 経常利益 | 51.0 | 58.0 | 46.7 | -8.4% | -19.5% | 150.0 |
| 当期純利益 | 32.1 | 40.0 | 28.5 | -11.2% | -28.8% | 100.0 |

2. セグメント別損益

BELLUNA

売上高 ～呉服関連、グルメ等の3セグメントが増収

営業利益～呉服関連、アパレル・雑貨の2セグメントが増益

プロパティ、化粧品健康食品、ナース関連等6セグメントで減益

- ・アパレル・雑貨は広告宣伝費の抑制により減収増益
- ・呉服関連はさが美グループにおける構造改革が浸透したこと等により、増収増益
- ・プロパティはホテル事業においては稼働率向上により大幅な増収増益となったが、前年同時期には海外不動産の売却があった影響で大幅な減収減益

セグメント別売上高と営業利益

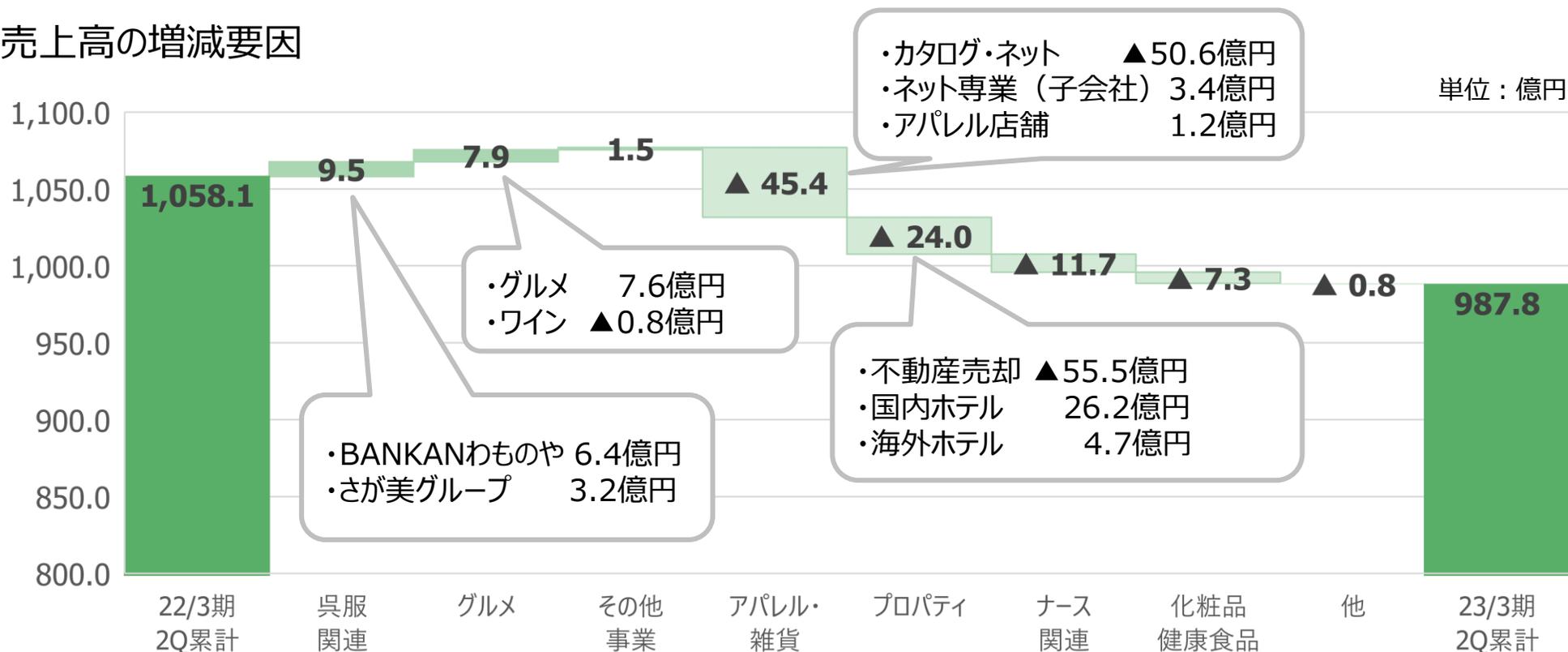
単位：億円

| | 23/3期 2Q | | | | | | | | | | |
|---------|-------------|-------------|-------|-----------|------------------|-------|----------|--------|-------|----------|-------|
| | 通販事業 | | | | | | 呉服 関連 | プロパティ | その他 | 連結 消去 | 計 |
| | 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 | 小計 | | | | | |
| 売上高 | 425.0 | 74.1 | 127.1 | 75.9 | 74.8 | 777.0 | 111.4 | 83.7 | 20.9 | -5.2 | 987.8 |
| 前年比 (%) | -9.7% | -8.9% | +6.7% | -13.4% | -0.9% | -6.9% | +9.3% | -22.3% | +7.8% | +2.1% | -6.6% |
| 予算比 (%) | -0.3% | +0.0% | +1.9% | -6.5% | +1.5% | -0.4% | +1.1% | -27.2% | -5.3% | -99.3% | -3.6% |
| 営業利益 | -0.3 | 5.9 | 2.2 | 1.7 | 28.4 | 37.9 | -1.4 | 3.7 | -0.7 | -2.7 | 36.9 |
| 前年比(億円) | 4.9 | -6.0 | -3.2 | -6.0 | -0.5 | -10.7 | 7.0 | -6.0 | -0.2 | -0.7 | -10.7 |
| 予算比(億円) | 1.4 | -0.5 | -2.0 | -4.3 | 0.6 | -4.8 | 0.6 | -14.1 | -0.4 | 43.2 | -18.1 |
| 営業利益率 | -0.1% | 8.0% | 1.7% | 2.3% | 38.0% | 4.9% | -1.2% | 4.4% | -3.3% | 52.2% | 3.7% |

3. 売上の増減分析

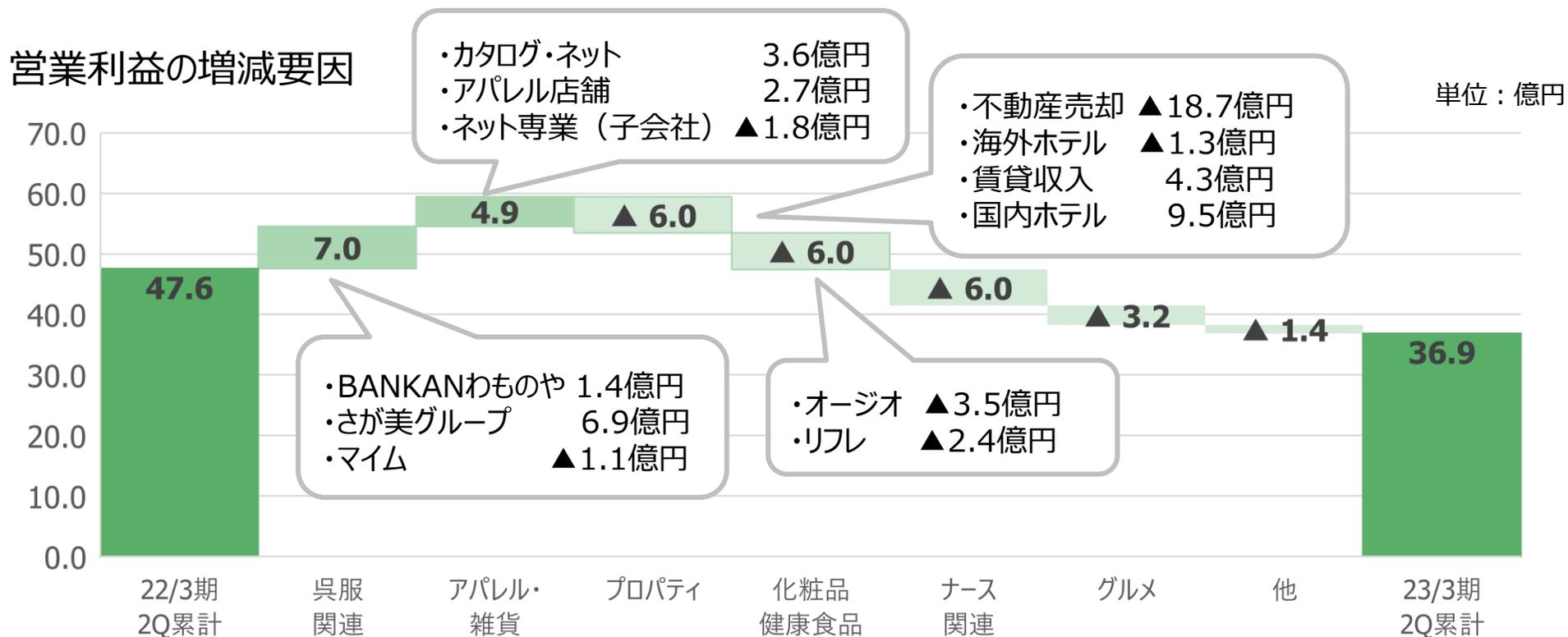
呉服関連は新型コロナウイルス感染拡大の影響が弱まり、来店顧客数が回復傾向となり増収。グルメは食品事業においてネット広告等による新規顧客獲得を強化したことで増収。一方、アパレル・雑貨は広告宣伝費を抑制し収益性確保を優先したことで減収。プロパティはホテル事業においては稼働率向上により大幅な増収となったが、前年同時期には海外不動産の売却があった影響で減収となった。

売上高の増減要因



4. 営業利益の増減分析

呉服関連はさが美グループにおける構造改革が浸透し、収益力が向上し増益。アパレル・雑貨は広告宣伝費を抑制し、収益性確保を優先した事業運営を行ったことに加え、アパレル店舗における来店顧客数が回復傾向となり増益。一方、プロパティは第2四半期に予定していた海外不動産売却が後ろ倒しになったことに加え、前年同時期には海外不動産の売却があり、減益。化粧品健康食品は化粧品販売事業における国内の新規顧客獲得の苦戦により減益。化粧品健康食品は化粧品販売事業における国内の新規顧客獲得の苦戦により減益。



6. 通期業績予想の修正について（セグメント別）

BELLUNA

アパレル・雑貨事業、ナース関連事業において、為替における円安進行、原材料価格の高騰による商品価格上昇に伴う顧客レスポンスの悪化・収益性の悪化が見込まれることから当初の業績予想を下回る見通し。

セグメント別の予算

単位：億円

| | 23/3期 修正予算 | | | | | | | | | | |
|-----------|-------------|-------------|-------|-----------|------------------|---------|----------|--------|--------|---------|---------|
| | 通販事業 | | | | | | 呉服 関連 | プロパティ | その他 | 調整 | 連結 |
| | 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 | 小計 | | | | | |
| 売上高 | 881.7 | 151.6 | 327.9 | 142.8 | 163.2 | 1,667.2 | 252.3 | 199.8 | 44.7 | -14.0 | 2,150.0 |
| 当初予算比 (%) | -2.1% | 0.0% | 0.0% | -9.2% | +4.5% | -1.6% | 0.0% | -1.3% | -4.3% | +179.4% | -1.8% |
| 前年比 (%) | -10.3% | -5.6% | +8.9% | -10.8% | +6.8% | -5.1% | +5.1% | +15.5% | +11.1% | +54.9% | -45.7% |
| 営業利益 | 13.3 | 11.5 | 22.6 | 6.4 | 57.5 | 111.4 | 12.7 | 21.4 | -0.1 | -5.5 | 140.0 |
| 当初予算比(億円) | -2.7 | -2.0 | 0.0 | -5.7 | 0.0 | -10.4 | 0.0 | 1.3 | -1.3 | 0.3 | -10.0 |
| 前年比(億円) | -7.6 | -6.8 | -0.1 | -3.8 | 0.6 | -17.6 | 6.8 | 12.7 | 0.9 | -1.1 | -127.3 |
| 営業利益率 | 1.5% | 7.6% | 6.9% | 4.5% | 35.3% | 6.7% | 5.0% | 10.7% | -0.1% | 39.1% | 6.5% |

<本資料に関する注意事項>

本資料は、2023年3月期第2四半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2022年10月31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