



◀この商品はP8でご紹介しています。

# BELLUNA

Business Report 2010 **ベルーナ**

## 第34期 株主通信

(平成21年4月1日～平成22年3月31日)

## 連結業績の推移

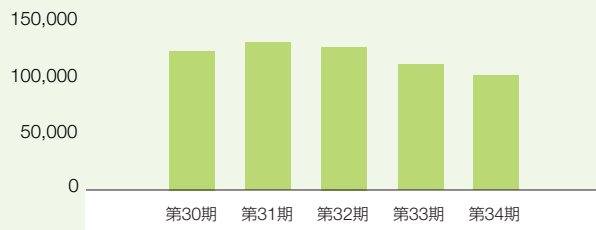
(単位：百万円)

	第30期 (平成18年3月)	第31期 (平成19年3月)	第32期 (平成20年3月)	第33期 (平成21年3月)	第34期 (平成22年3月)
売上高	121,938	129,912	125,173	109,912	100,101
経常利益(△は損失)	12,118	12,622	7,151	△2,239	4,267
当期純利益(△は損失)	6,935	7,141	3,435	△8,763	1,276
1株当たり当期純利益(△は損失)(円)	274.95	134.88	66.14	△173.72	25.47
総資産	119,253	149,239	160,707	133,868	119,703
純資産*1	57,197	64,718	64,327	53,808	54,217
総資産利益率(ROA)(%) <sup>*2</sup>	10.9	9.3	6.8	1.0	3.6
自己資本利益率(ROE)(%) <sup>*3</sup>	13.1	11.7	5.3	-14.9	2.4

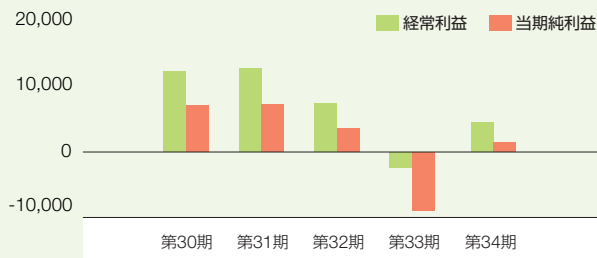
\*1 会計基準の変更に伴い、第30期の純資産は従来の株主資本を表示しております。\*2 総資産利益率=(営業利益+受取利息及び配当金)/期首・期末総資産平均

\*3 自己資本利益率=当期純利益/期首・期末自己資本平均。なお、第30期の自己資本利益率は、従来の株主資本利益率を表示しております。

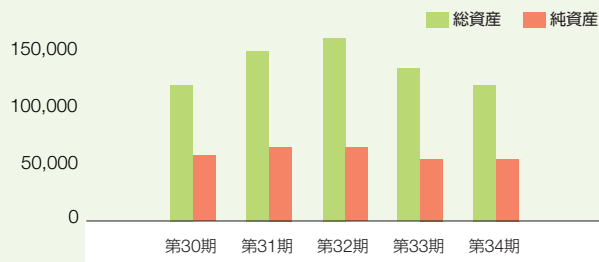
### 売上高 (百万円)



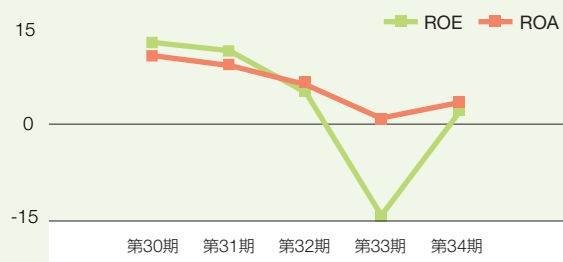
### 経常利益および当期純利益 (百万円)



### 総資産および純資産 (百万円)



### ROEおよびROA (%)



引き続き「アクティブ会員数の増大」に取り組み、通販関連事業を中心としたポートフォリオの再構築に注力します。

#### 当期の概況

当期の連結ベースの売上高は、前期比8.9%減の1,001億円となりました。一方で、利益面では前期の経常損失22億円から一転、経常利益を43億円計上しました。これは、媒体効率の改善などの取り組みによるコスト削減が奏功したこと、販売用不動産の評価損・貸倒および利息返還損失引当金繰入額が大幅に減少したこと、および前期に計上した為替差損が当期は為替差益に転じたことが主な要因です。また、投資有価証券評価損を計上し、当期純利益は13億円となりました。

#### 当社を取り巻く環境

当期の国内経済は、米国の金融危機に端を発した世界同時不況の最悪期を脱し、アジア向け輸出の増加や在庫調整の一巡などにより、企業収益には回復の兆しが見え



つつあります。しかし足元では、欧州における財政不安や、それに伴う為替の急激な変動、金融市場の混乱など、不安要素が依然として残っています。

また、個人消費では、エコポイントなどの経済政策効果が一部に認められるものの、雇用・所得環境に未だ改善が見られず、消費者の生活防衛意識や節約志向、低価格志向などデフレ圧力は衰えを見せておりません。

### 当社の取り組み

このような環境下で、当社は引き続き財務内容の健全化に取り組む一方、カタログ事業を中心とするデータベース関連事業への回帰を進めるべく、特にアクティブ会員数の増大に注力いたしました。

「財務内容の健全化」については、アドバンスド・ファイナンス事業において営業貸付金(含む破産更生債権等)を30.2%減少させ、残高416億円から291億円に圧縮いたしました。これに伴い、有利子負債も前期比29.7%減の373億円となりました。また、平成22年9月に償還を迎える未償却の普通社債が61億円ありますが、当期末時点でその9割相当を償還用預金として確保いたしました。同時に、営業活動によるキャッシュフローは前期比33億円増となる212億円となり、また、財務活動によるキャッシュフローは148億円のマイナスとなりました。

「アクティブ会員数の増大」では、顧客ニーズを機敏に捉えた低価格商品の充実と配送リードタイムの大幅短縮

などのサービスレベルの向上に努めました。数年来の取り組みであったサービスレベルの向上では、各種システムの刷新やインフラ整備、業務フローの改善が実現し、更に商品政策面でも時流に合った柔軟な価格戦略が奏功したことで、第3四半期以降、カタログ事業のアクティブ会員数は回復基調に転じました。同じく、強化施策を講じてきたEコマースも実りつつあり、特に若年層では売上構成比の40%を超過するまでに伸長するなど、新規顧客の開拓という位置付けで大きな役割を担うほどに存在感を高めています。アクティブ会員数の増加は媒体効率改善を可能とし、その結果、カタログ事業の営業利益率は、前期の0.3%から当期は1.3%に増加しました。

### 当社の方向性

当社は、創業以来「顧客志向、顧客密着」というスローガンを掲げ、お客様との接点の積み重ねで育んだ「データベース」を軸に事業を展開し、一人でも多くのお客様にファン(=アクティブ会員)となっていただけのように、幅広い商品・サービスを提供してまいりました。

主力のカタログ事業においてアクティブ会員数を増やす取り組みに注力し、回復に転じることができたのは、ひとえに「顧客志向、顧客密着」という当社の基本構想に忠実に施策を講じ、実行したためであると考えております。この原点回帰はカタログ事業のみならず、データベースでつながる関連各事業にも波及効果をもたらし、当社

グループ全体の成長性・収益性の回復につながるものと確信しております。

引き続き、ローコストオペレーションの徹底に取り組み、確実な収益を確保するとともに、長期永続的に成長し、お客様に支持される会社となるよう、アクティブ会員数の増大・維持に努めてまいります。

### 株主還元に関する考え方

当社は、毎期の業績および中期的な成長のための戦略的投資などを勘案しつつ、継続安定的な配当を行うことを重視しております。当期は、中間配当の7.5円とあわせ、

年間配当15円を据え置きました。引き続き、当社は企業価値の向上を通じて、株主の皆様のご支援に報いたいと考えております。

今後とも、当社および各事業へのご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

平成22年6月

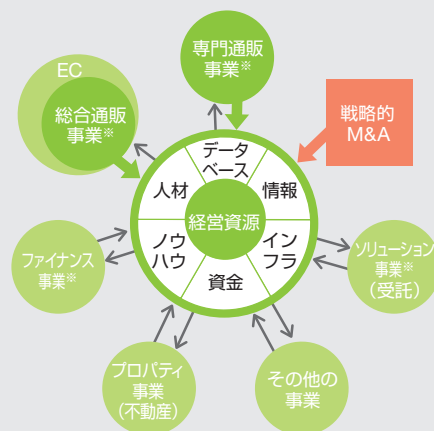
代表取締役社長 安野 清

### ビジネスモデル

ベルーナは、カタログ事業で培った全国1,200万人以上の顧客データベースやインフラなどの経営資源を保有しています。この強みを最大限に活かし、成長性と収益性が見込まれる単品通販、受託などの事業を展開してきました。今後も顧客志向・顧客密着を合言葉に、経営資源の有効活用によって様々なニーズに応えたサービスを展開する「通販総合商社」を目指します。

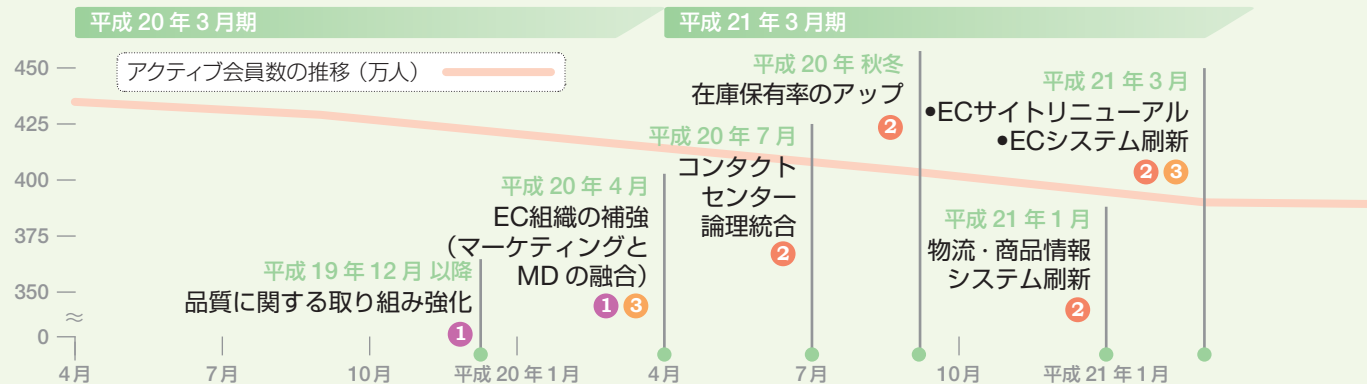
※平成23年3月期より、グループ経営の更なる強化を図るため、事業区分名称を下記の通り変更いたします。

カタログ事業	⇒総合通販事業
単品通販事業	⇒専門通販事業
BOT事業	⇒ソリューション事業
アドバンスド・ファイナンス事業	⇒ファイナンス事業



# 「顧客志向・顧客密着」の具現化に、引き続き

平成18年から講じてきました様々な施策が実を結び、当社の“ファン”ともいえるアクティブ会員数\*が



## ● 当期の取り組み

お客様や時代のニーズに応えるには、3つのポイントの強化・充実が不可欠です。当期はこの中でも「商品」「サービス」の強化に注力するとともに、これらを実現する手段としてシステムのリニューアルも行いました。



サービス

2

商品  
(価格・品質)

1

媒体

3



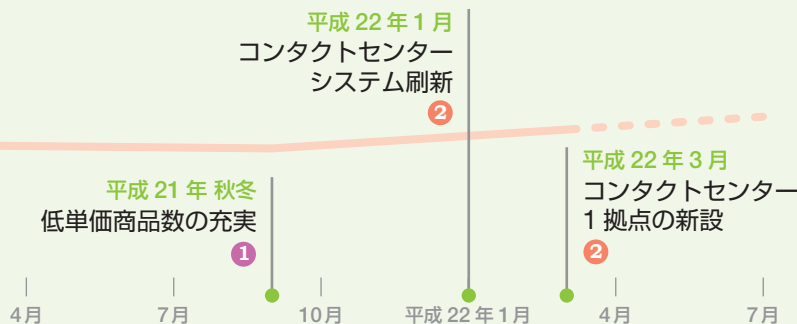


# 信念を持って取り組んでいます。

増え始めてきました。

平成 22年 3月期

平成 23年 3月期



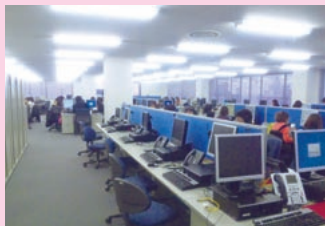
アクティブ会員数の増加は、売上の増加や効率的なカタログの発行など収益力の向上につながるだけでなく、「顧客データベース」を活用する各事業にも良い影響を与える好循環を生んでいきます。当社は、アクティブ会員数の更なる増大に向け、「いかに多くのお客様に繰り返し購入していただけるか」という課題に引き続き取り組んでいきます。

生活防衛意識の高まりとともに、ロープライス商品へのニーズが急激に高まったことを受け、当社では平成21年秋冬シーズンから低単価商品数の充実を図りました。これにより、毎シーズンまたは定期的にご購入いただけるお客様が増えました。また、価格比較が容易なインターネットでもこの施策は奏功し、価格訴求力のある商品が充実したことで若年層のお客様が多くサイトを訪れ、購入していただけるようになりました。

お客様と直接お話しできる数少ない接点であるコンタクトセンターでは、オペレーターが瞬時に参照できる情報量を増やし、一度のお電話ですべての疑問・質問に回答できる体制を整えました。特に、ご注文時にお届けの予定日を案内できるようになった点は、多くのお客様にご支持いただいております。また、インターネットサイトでは情報の“鮮度”にこだわり、在庫情報の更新を5～10分間隔に短縮するなど、お客様が今知りたい情報を提供できるようになりました。

※ アクティブ会員数：「カタログ事業」において2年以内に購入した実績のあるお客様の数

### ▶▶ 春日部オーダーレセプションセンターを新設



平成21年秋冬シーズンからの受注件数の増加を受け、当社では平成22年3月16日に春日部オーダーレセプションセンターを新設いたしました。1月からの新システム稼働に伴い、より迅速な対応ができるようなセンターを目指しています。当社では、お客様との直接対話ができる大切な接点として、コンタクトセンターの充実や業務改善に、引き続き取り組んでまいります。

### ▶▶ モバイル全6サイトをリニューアルオープン!



サイト滞在時間の最大化およびEコマース売上の向上のため、平成22年3月18日より当社グループのモバイル全6サイトを、株式会社GNTが運営するソーシャルメディア「mobion(モビオン)」に移行し、リニューアルオープンいたしました。これにより、お買い物金額に応じて付与される共通通貨「G(ゴールド)」を使い、デジタルコンテンツ(アバターやきせかえ画像など)の購入が可能になり、お買い物以外の楽しさが特典で得られるようになりました。

### ▶▶ 優待会員向けに高級宿泊施設の宿泊優待サービスを開始



顧客ロイヤリティの更なる向上を狙いとし、平成22年4月7日より株式会社共立メンテナンスとの共同企画により、通販優待会員に向けた宿泊優待サービスを開始いたしました。

全国1,200万人超の通販会員のうち、40代以上の中高年女性は約8割を占めています。近年、消費対象がモノからコトへと移り、特にこの世代の余暇充実に対するニーズは高まっています。今回のサービス導入により、通販優待会員(約30万人)は全国16ヶ所の高級リゾートホテル・温泉旅館などを特別価格で宿泊することが可能となります。また、優待特典メニューおよび優待の認定機会を増やすなど、お客様によりご満足いただける優待内容へと充実化を図っています。



## マカロン座椅子

「お部屋の中でもかわいく過ごしたい」という巣ごもり派女子にぴったりな、フランス菓子の“マカロン”をモチーフにした座椅子。平成21年10月より販売し、今なお売れ行き好調のヒット商品です。独特の形やかわいらしさが多くの人の心を捉え、女性ファッション誌や情報誌、インターネットサイトでも紹介されています。

もちろん、見た目のかわいさだけでなく、座椅子としての性能も十分です。肌触りのよいパイル地を使用し、厚さ9cmのウレタン座面は座り心地もよく、3段階リクライニング機能も備えています。通常、座椅子は茶系に注文が集まりますが、この商品では「フランボワーズ(ピンク色)」が断トツの人気になっています。

(商品名) マカロン座椅子

(価格) 2,990円

(色) フランボワーズ・抹茶・シナモン・ショコラ



### 開発の裏話



マカロン座椅子は、見た目があまりにもかわいいため、女性が開発した商品に思われがちなのですが、実は**若手男性社員**が開発した商品なのです。「カラフルでお手ごろ価格の座椅子を作りたい」と常々考えていた彼の目に留まったのは、たまたまデスクにあったクリッピング写真のマカロン。「こういうカラフルな座椅子を、こういう写真でカタログに掲載したいな…。そうだ!それならば、いっそマカロンを座椅子にできないだろうか!?’’と思いついたそうです。

当社では、マインド年齢や趣味・嗜好に合わせ、総合型・専門型のカタログを実に年間30種類以上も発行しています。またインターネット・モバイルにも対応しています。



ベルーナ

ミセス向け  
総合ファッション  
カタログ

1



ルアール

30代向けレディ  
ス総合ファッション  
カタログ

1



リュリュ

20代向けレディ  
ス総合ファッション  
カタログ

1



ルフラン

ミセス向け総合ファッ  
ション・雑貨カタログ

1



素敵な生活

総合生活雑貨  
カタログ

1



いきいき家族

食と花の専門カタログ

2



マイワインクラブ

ワイン専門カタログ

2



リフレ

サプリメント専門  
カタログ

3



オージオ

化粧品専門カタログ

4



ベルーナネットショップ

belluna.jp



リュリュモバイルサイト

ryuryu.mobion.jp(携帯各社共通)

【お問合せ】※カタログをご希望の方は、カタログ横の番号1~4に合わせて右記へお問合せ下さい。1 0120-85-7890 2 0120-307-963  
※お届けするカタログは最新号です。お時間がかかる場合がございますので予めご了承下さい。3 0120-22-9299 4 0120-0210-10

当社は、コンプライアンスを含むガバナンス体制の強化に引き続き取り組み、特に体制・制度や基本方針などを「継続して運用し、当社の文化として根付かせること」に注力しています。

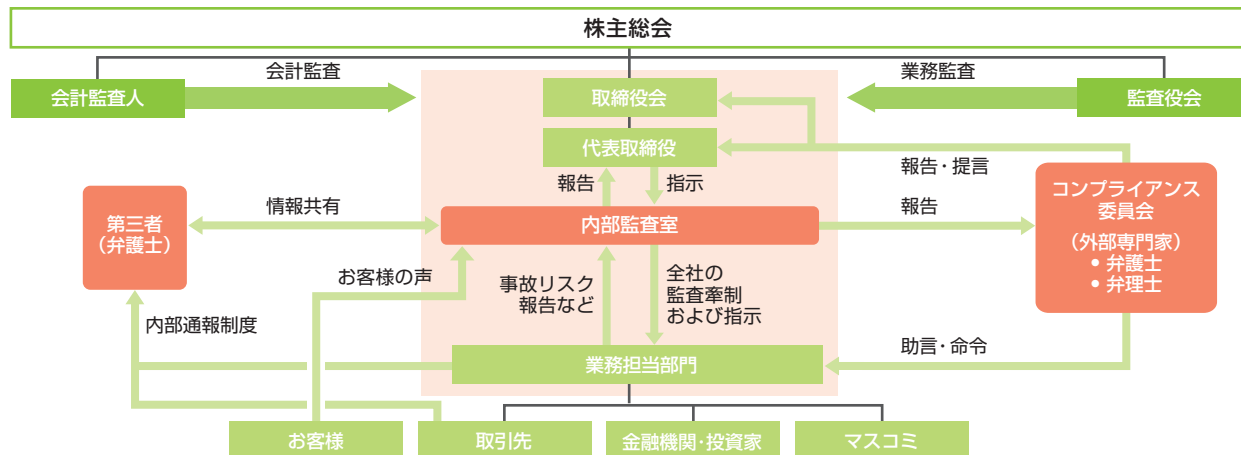
顧問弁護士を含むコンプライアンス委員会は平成20年9月の設置以降、毎月開催され、取締役会へ問題提起や報告を行っております。また、毎年7月には「コンプライアンスの日」、同12月には「製品安全の日」を設け、再発防止の徹底にも取り組んでいます。その他にもインサイダー防止規定に関する勉強会を実施し、全社的な会議の場では必ずコンプライアンスの重要性について触れるなど、体制の整備のみならず、意識改革や啓蒙活動も行っております。

引き続き当社は、コンプライアンスに対する問題意識を緩めることなく、ガバナンス体制を機能させることにより、社会的信頼の回復に真摯に取り組んでまいります。



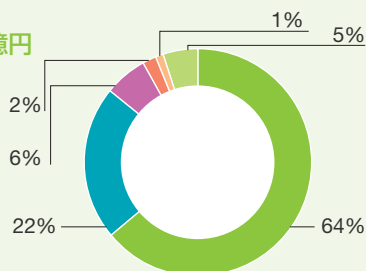
▲第1回コンプライアンスの日(平成21年7月9日開催)  
顧問弁護士による講演およびパネルディスカッションを通じた、コンプライアンス問題の風化防止が狙い

### ガバナンス体制図



連結売上高

1,001 億円



### カタログ事業

カタログなどを媒体とするアパレル、雑貨、インテリア用品などの通信販売事業。特に若年層に向けては、インターネットやモバイルを活用して展開

### 単品通販事業

単体、および子会社で展開する、グルメ・化粧品・健康食品などの専門分野に特化した通信販売事業

### アドバンスド・ファイナンス(A・F)事業

通信販売事業の顧客を主な対象としたB to Cファイナンス事業、および事業会社向けのB to Bファイナンス事業、韓国でのファイナンス事業

### BOT事業

封入・同梱事業、および受託事業から成る、当社のデータベースやインフラを活用したサービス事業

### プロパティ事業

オフィスビルなどの賃貸、および再生・開発を手掛ける不動産事業

### その他の事業

商品企画のノウハウを活用した卸販売事業など

## 連結貸借対照表

(単位：百万円未満切捨)

	第34期 平成22年3月現在	第33期 平成21年3月現在
<b>資産の部</b>		
流動資産	72,598	85,652
固定資産	47,104	48,215
有形固定資産	28,251	29,290
無形固定資産	6,064	4,792
投資その他の資産	12,788	14,132
<b>資産合計</b>	<b>119,703</b>	<b>133,868</b>
<b>負債の部</b>		
流動負債	42,079	53,769
固定負債	23,405	26,289
<b>負債合計</b>	<b>65,485</b>	<b>80,059</b>
<b>純資産の部</b>		
株主資本	55,392	54,867
資本金	10,607	10,607
資本剰余金	11,003	11,003
利益剰余金	42,578	42,053
自己株式	△8,796	△8,796
評価・換算差額等	△1,174	△1,059
少数株主持分	0	0
<b>純資産合計</b>	<b>54,217</b>	<b>53,808</b>
<b>負債純資産合計</b>	<b>119,703</b>	<b>133,868</b>

#### 【資産合計】

前期に比べ、資産合計は14,165百万円減少しました。これは、金融・経済環境の悪化を受け、引き続き、A・F事業において回収を優先し、営業貸付金(含破産更生債権等)が12,551百万円減少したことが主な要因です。

#### 【負債合計】

前期に比べ、負債合計は14,574百万円減少しました。主として、営業貸付金の減少に伴い、長短借入金を11,860百万円減らしたことによるものです。

## 連結損益計算書

(単位：百万円未満切捨)

	第34期 自平成21年4月 至平成22年3月	第33期 自平成20年4月 至平成21年3月
売上高	100,101	109,912
売上総利益	56,834	59,967
販売費及び一般管理費	52,502	58,745
営業利益	4,332	1,221
営業外収益	1,158	1,216
営業外費用	1,223	4,677
経常利益(△は損失)	4,267	△2,239
特別利益	604	103
特別損失	1,351	5,145
税金等調整前当期純利益(△は損失)	3,520	△7,281
法人税、住民税及び事業税	1,817	1,444
法人税等調整額	426	9
当期純利益(△は損失)	1,276	△8,763

### 【売上高】

BOT事業を除く各セグメントともに、売上高は前期を下回りました。特に、営業貸付金を圧縮したA・F事業や海外子会社による輸入代行事業からの撤退があった単品通販事業において大幅減となりました。

### 【営業利益】

営業利益は、A・F事業における各種引当金繰入額が減少したこと、および主力のカタログ事業がコスト圧縮に努め、また、第3四半期以降に売上が回復基調に転じたことにより、大幅増益となりました。

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円未満切捨)

	第34期 自平成21年4月 至平成22年3月	第33期 自平成20年4月 至平成21年3月
営業活動によるキャッシュ・フロー	21,222	17,893
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,294	△3,854
財務活動によるキャッシュ・フロー	△14,788	△13,684
現金及び現金同等物に係る換算差額	△58	△549
現金及び現金同等物の増減額	4,080	△194
現金及び現金同等物の期末残高	21,166	17,086

## 連結株主資本等変動計算書

(単位：百万円未満切捨)

	第34期 自平成21年4月 至平成22年3月	第33期 自平成20年4月 至平成21年3月
株主資本		
資本金		
前期末残高	10,607	10,607
当期末残高	10,607	10,607
資本剰余金		
前期末残高	11,003	11,003
自己株式の処分	△0	—
当期末残高	11,003	11,003
利益剰余金		
前期末残高	42,053	51,570
連結範囲の変動	—	6
剰余金の配当	△751	△759
当期純利益(△は損失)	1,276	△8,763
当期末残高	42,578	42,053
自己株式		
前期末残高	△8,796	△8,340
自己株式の取得	△0	△455
自己株式の処分	0	—
当期末残高	△8,796	△8,796
株主資本合計		
前期末残高	54,867	64,839
当期変動額合計	524	△9,971
当期末残高	55,392	54,867
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金		
前期末残高	△45	△399
当期変動額	34	354
当期末残高	△11	△45
為替換算調整勘定		
前期末残高	△1,013	△323
当期変動額	△149	△689
当期末残高	△1,163	△1,013
評価・換算差額等合計		
前期末残高	△1,059	△723
当期変動額合計	△115	△335
当期末残高	△1,174	△1,059
少数株主持分		
前期末残高	0	211
当期変動額	△0	△211
当期末残高	0	0
純資産合計		
前期末残高	53,808	64,327
当期変動額合計	409	△10,518
当期末残高	54,217	53,808

## 株式の状況（平成22年3月31日現在）

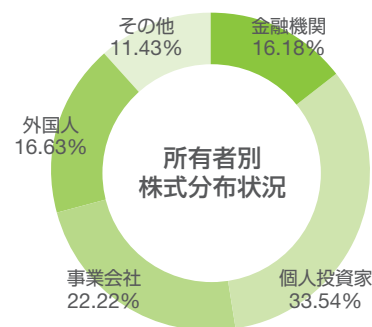
発行可能株式総数..... 130,000,000株

発行済株式の総数..... 56,592,274株

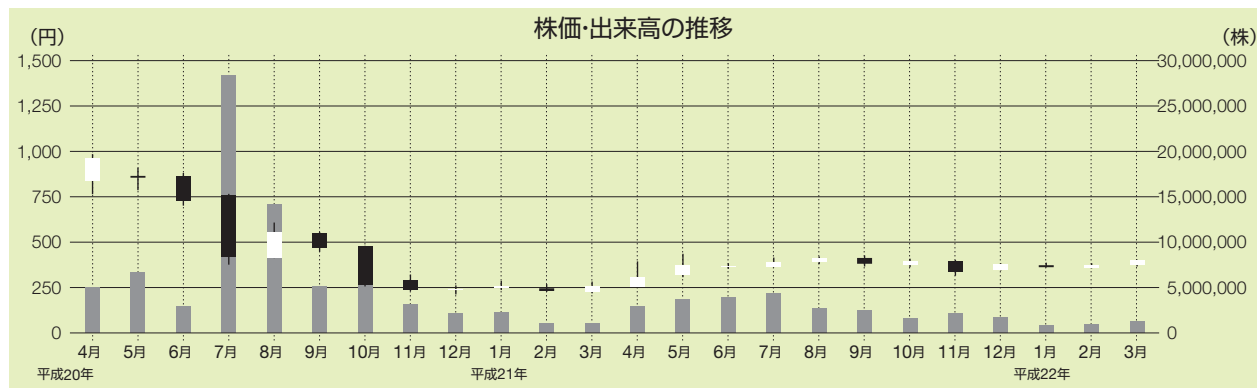
株主数..... 7,821名

### 大株主

大株主(上位10名)	当社への出資状況	
	持株数(千株)	持株比率(%)
安野 清	10,598	21.14
株式会社フレンドステージ	7,264	14.49
有限会社日本リポワール	4,359	8.70
ビービーエイチフォーフィデリティーロープライスストックファンド	4,250	8.48
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	3,910	7.80
安野 公	1,662	3.32
株式会社三井住友銀行	1,123	2.24
野村信託銀行株式会社	1,048	2.09
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	875	1.75
みずほ信託銀行株式会社	773	1.54



注)信託銀行各行の持株数には、信託業務に係る株式が含まれております。





商号 株式会社ベルーナ  
 資本金 106億7百万円  
 代表者 安野 清(代表取締役社長)  
 創業 昭和43年9月  
 設立 昭和52年6月  
 従業員数 992名(連結)  
 事業内容 カタログ等による通信販売を核に、  
 受託、金融、卸売等の分野で  
 展開する通販総合商社

主な事業所

本社	(埼玉県上尾市)
本館	(埼玉県上尾市)
東京オフィス	(東京都新宿区)
アネックスビル・第2アネックスビル	(埼玉県上尾市)
北関東オーダーレセプションセンター	(埼玉県鴻巣市)
川越オーダーレセプションセンター	(埼玉県川越市)
領家丸山流通システムセンター	(埼玉県上尾市)
宇都宮流通システムセンター	(栃木県鹿沼市)
領家山下クリニックセンター	(埼玉県上尾市)
領家山下流通システムセンター	(埼玉県上尾市)

役員  
 (平成22年  
 6月29日現在)

代表取締役社長	安野 清
専務取締役	島野 武夫
取締役	穴戸 順子
取締役	生川 雅一
取締役	高橋 利郎
取締役	須藤 滋
取締役	安野 雄一郎
取締役	野村 育孝
常勤監査役	藤田 秀二
監査役	中村 勲
監査役	渡部 行光

ホームページ (企業ホームページ)  
<http://www.belluna.co.jp>  
 (IR専用ページ)  
<http://www.belluna.co.jp/ir/>



## 株主メモ

- 事業年度 ..... 4月1日～翌年3月31日
- 配当金受領株主確定日 ..... 期末配当金 3月31日  
中間配当金 9月30日
- 定時株主総会 ..... 6月下旬
- 基準日(定時株主総会関係) ..... 3月31日
- 株主名簿管理人および  
特別口座の口座管理機関 ..... 三菱UFJ信託銀行株式会社  
〒100-8212  
東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
- 同連絡先 ..... 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部  
〒137-8081  
東京都江東区東砂七丁目10番11号  
☎0120-232-711(フリーダイヤル)
- 公告の方法 ..... 電子公告により行う  
<http://www.belluna.co.jp/>  
(ただし、電子公告によることができない事故、その他やむを得ない事由が生じた時には、日本経済新聞に公告いたします。)

### 【お知らせ】

1. 株券電子化に伴い、株主さまの住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることになっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取次ぎいたします。
3. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

株式会社 **ベルーナ**

〒362-8688 埼玉県上尾市宮本町4番2号  
TEL : 048-771-7753(代表)  
(ホームページ)<http://www.belluna.co.jp/>

**re100**



本誌は、古紙配合率100%の再生紙に大豆インクを使用して印刷しています。