

2012年3月期 決算説明会資料



▲
基幹カタログ
「ベルーナ」



▲
ベルーナネットショップ
<http://belluna.jp>



▲
スマートフォンサイト

ベルーナ

2012年5月18日(金)

1. 決算ハイライト	P.2	3. 経営方針・経営戦略	P.22
1. 決算概況		1. 経営環境	
2. 連結損益計算書		2. ビジネスモデル	
3. 連結貸借対照表		3. 短期経営計画の進捗および経営戦略	
4. 連結キャッシュフロー計算書			
2. セグメント別概況	P.10	4. 参考資料	P.32
1. 総合通販事業			
2. 専門通販事業			
3. ソリューション事業			
4. ファイナンス事業			
5. プロパティ事業			
6. その他の事業			

・本資料は、2012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2012年5月11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。

・「セグメント情報等の開示に関する会計基準」および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」を適用しております。
本資料においてセグメントの「営業利益」と表示している場合は、「セグメント利益」となっております。

1. 決算ハイライト

BELLUNA

1. 決算概況
2. 連結損益計算書
3. 連結貸借対照表
4. 連結キャッシュフロー計算書

1-1. 決算概況

BELLUNA

(単位:億円)

連結	11/3期	12/3期				13/3期	
		予算 ^{*1}	実績	予算比	前年比	予算	前年比
売上高	1,034.6	1,090.0	1,103.0	+1.2%	+6.6%	1,190.0	+7.9%
売上総利益	579.5	614.0	616.2	+0.4%	+6.3%	668.8	+8.5%
販売管理費	512.2	546.0	542.2	- 0.7%	+5.8%	593.9	+9.5%
営業利益	67.3	68.0	74.1	+8.9%	+10.0%	75.0	+1.3%
経常利益	63.6	67.0	71.5	+6.7%	+12.4%	75.0	+4.9%
当期利益	43.9	42.0	42.9	+2.2%	- 2.2%	46.0	+7.1%
包括利益	40.0	—	47.5	—	—	—	—
EPS(円)	87.6	83.8	86.5	+3.3%	- 1.2%	92.7	+7.1%
減価償却費 ^{*2}	24.9	25.7	23.8	- 7.6%	- 4.6%	25.0	+5.2%
設備投資額 ^{*3}	7.9	10.0	7.1	- 28.9%	- 9.9%	58.0	+715.2%

*1: 2011年5月12日公表予算

*2: 減価償却費には、無形固定資産関連の償却や長期前払費用も含む

*3: 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

1-2. 連結損益計算書

BELLUNA

(単位:億円)

連結	11/3期		12/3期		13/3期	
	実績	売上比	実績	売上比	予算	売上比
売上高	1,034.6	100.0%	1,103.0	100.0%	1,190.0	100.0%
売上原価	455.1	44.0%	486.7	44.1%	521.2	43.8%
販売管理費	512.2	49.5%	542.2	49.2%	593.9	49.9%
営業利益	67.3	6.5%	74.1	6.7%	75.0	6.3%
営業外損益	-3.7	-0.4%	-2.6	-0.2%	0.0	0.0%
経常利益	63.6	6.2%	71.5	6.5%	75.0	6.3%

【販管費率】 前年対比 -0.3P

- ・広告宣伝費の増加 +0.9P
- ・販売促進費の抑制 -0.8P
- ・リース料の減少 -0.3P

【営業外損益】 -2.6億円

- ・為替差損 -4.3億円
- ・受取利息・配当金 1.3億円

1-2. 連結損益計算書

BELLUNA

(単位:億円)

▼ セグメント別売上高と営業利益

	12/3期 実績					
	売上高	前年比	営業利益*1	前年比	営業利益率	前年比
総合通販	743.4	+7.7%	27.5	+35.6%	3.7%	+0.8P
専門通販	223.3	+10.1%	18.2	-16.7%	8.2%	-2.6P
ソリューション	40.1	+12.6%	15.7	+0.2%	39.2%	-4.8P
ファイナンス	27.4	-12.6%	2.5	+88.8%	9.3%	+5.0P
プロパティ	11.1	-48.9%	2.5	+49.3%	22.3%	+14.7P
その他	61.8	+10.5%	5.9	+28.1%	9.5%	+1.3P
連結消去	-4.1	—	1.7	—	—	—
計	1,103.0	+6.6%	74.1	+10.0%	6.7%	+0.2P

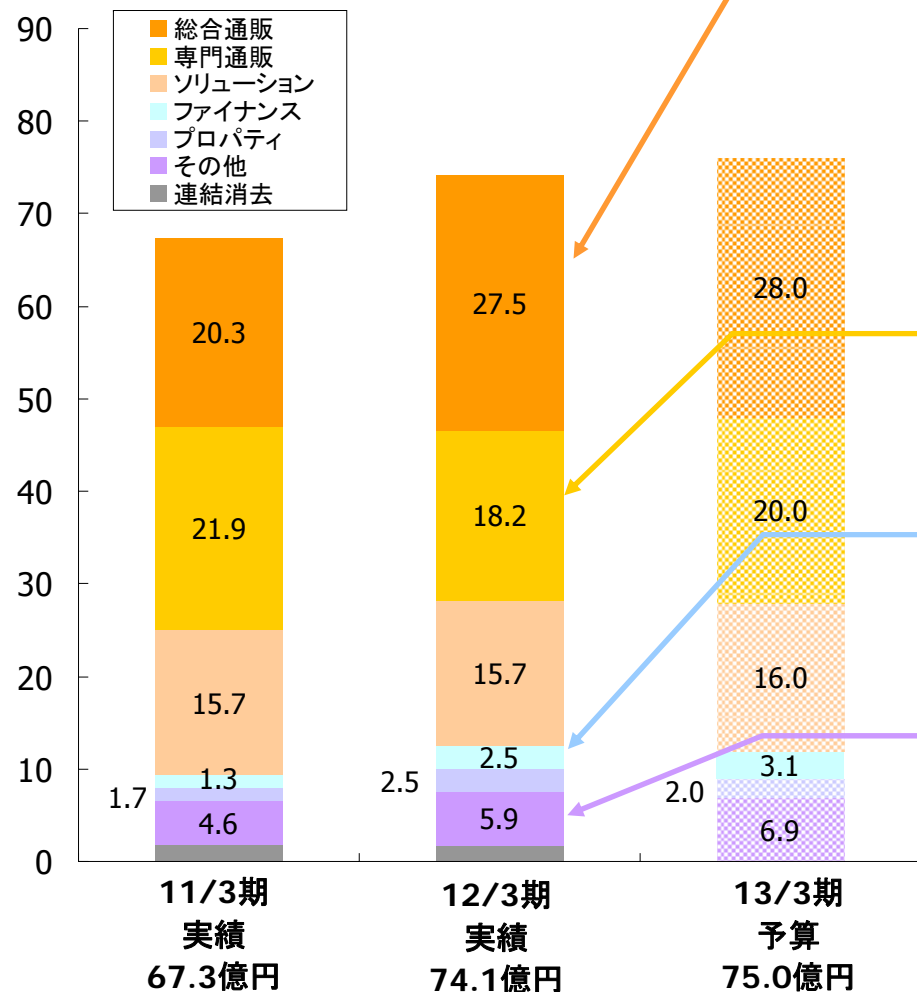
*1:「セグメント情報等の開示に関する会計基準」および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」を適用しております。

本資料においてセグメントの「営業利益」と表示している場合は、「セグメント利益」となっております。

1-2. 連結損益計算書

営業利益*1の変動要因

(単位: 億円)



<p>■ <u>1. 総合通販事業</u> +7.2億円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リース料の減少などによる販管費率の削減 +12.6億円 ・売上原価率の上昇 -6.2億円
<p>■ <u>2. 専門通販事業</u> -3.7億円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成長性を睨んだ積極的な媒体展開 -4.1億円
<p>■ <u>3. ファイナンス事業</u> +1.2億円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・貸倒・利息返還損失関連コストの減少 +1.0億円
<p>■ <u>4. その他の事業</u> +1.3億円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販管費率の改善 +0.7億円 ・増収効果 +0.5億円

*1:「セグメント情報等の開示に関する会計基準」および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」を適用しております。
 本資料においてセグメントの「営業利益」と表示している場合は、「セグメント利益」となっております。

1-3. 連結貸借対照表

BELLUNA

(単位:億円)

	11/3末	12/3末	増減額
流動資産	689.5	582.9	-106.6
現金及び預金	206.9	129.6	-77.3
有価証券	32.8	4.0	-28.7
販売用不動産(含む仕掛)	52.0	33.1	-18.9
固定資産	416.4	408.8	-7.6
破産更生等債権	58.8	36.9	-21.9
総資産	1,106.0	991.7	-114.2
負債	531.3	383.7	-147.6
支払手形・買掛金	132.0	148.5	16.6
有利子負債	252.9	95.4	-157.4
純資産	574.7	608.1	33.4
利益剰余金	462.2	497.6	35.5
自己株式	-88.0	-94.6	-6.6
[自己資本比率]	[52.0%]	[61.3%]	[+9.3P]

1-4. 連結キャッシュフロー計算書

BELLUNA

(単位:億円)

	11/3期	12/3期	
	実績	実績	前年比
営業活動によるキャッシュフロー	141.6	112.7	-28.9
税金等調整前当期純利益	53.7	67.9	14.1
営業貸付金の減少	76.3	32.3	-44.0
投資活動によるキャッシュフロー	-26.2	3.0	29.1
有価証券の取得・売却	-14.4	13.6	27.9
財務活動によるキャッシュフロー	-150.4	-176.7	-26.3
長・短借入金の減少	-68.2	-39.5	28.7
社債の償還・買入	-79.6	-119.0	-39.5
自己株式の取得による支出	0.0	-6.6	-6.6
キャッシュに係る換算差額	-0.7	-0.2	0.4
キャッシュ増加額	-35.6	-60.8	-25.6

- ・営業活動によるCFは、営業貸付金の回収額が減ったことで、前年比減少。
- ・財務活動によるCFは、社債の償還や長短借入金の返済に加え、自己株式の取得による支出もあり、前年比で支出が拡大。

その結果、キャッシュは前年比60.8億円の減少となった。

1-5. 今期予算について

BELLUNA

(単位:億円)

短期経営計画との乖離

連結	11/3期		12/3期		13/3期	
	短期計画*1	実績	短期計画	実績	短期計画	予算
売上高	1,065.0	1,034.6	1,120.0	1,103.0	1,235.0	1,190.0
営業利益	58.0	67.3	72.0	74.1	90.0	75.0
(営業利益率)	5.4%	6.5%	6.4%	6.7%	7.3%	6.3%
ネット有利子負債	230~250	234.7	200~250	95.4	200~250	70~80
設備投資額*2	7.0	7.9	15.0~20.0	7.1	15.0~20.0	58.0
自己資本比率	50.5%	52.0%	55.0%前後	61.3	55.0%前後	61.0~65.0%
ROE	5.1%	7.9%	5.1~7.0%	7.3%	5.1~7.0%	7.0~7.3%
1株あたり配当金(円)	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0

12/3期の短期経営計画との乖離状況に加え、当初計画時にはなかったイメージ広告の開始などコストアップ要因もあって、今期は増収増益とはなるが、短期経営計画未達の予算となる。

当然、短期経営計画達成を目指し、最大限努力する。

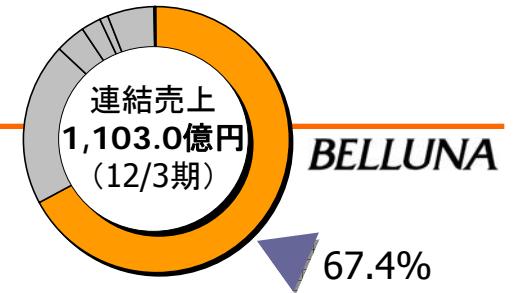
*1:短期計画は、2010年11月11日発表の当初計画数値 *2:設備投資額には、ソフトウェアなどの無形固定資産への投資額も含む

2. セグメント別概況

BELLUNA

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

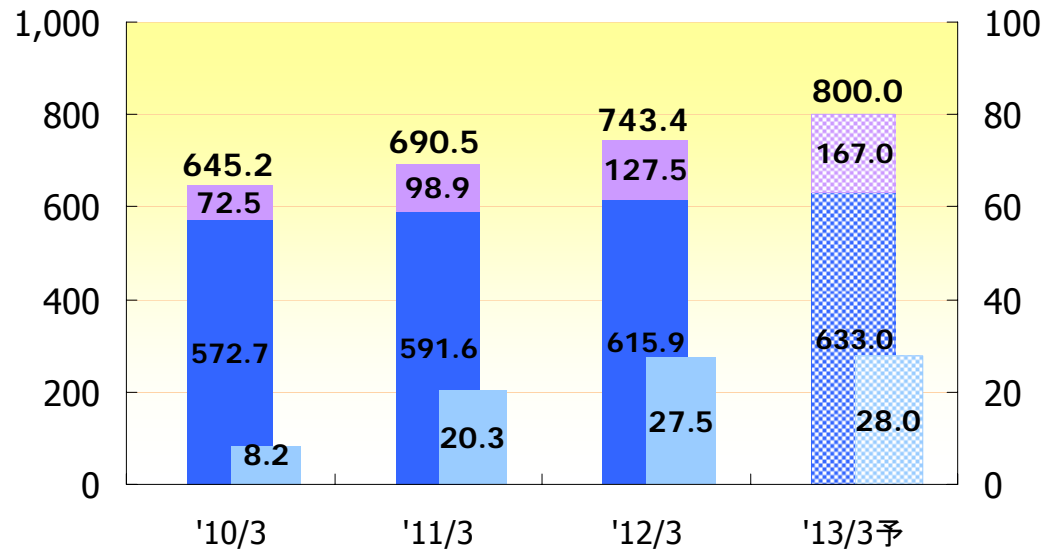
2-1. セグメント別概況：総合通販事業



【総合通販事業】実績と総括

(■カタログ／■EC 売上高:億円)

(■営業利益:億円)



	12/3期 実績	前年比
アクティブ会員数	442.8万人	+3.9%
登録会員数	1,409.3万人	+6.6%
新規顧客獲得数	87.6万人	+0.0%
受注単価	8,442円	-4.1%

▲各指標の実績推移は、コーポレートデータ(P.7)に掲載



引き続きアクティブ会員数が増加し、増収・増益

売上は、第1四半期のマイナスをカバーして、予算比(+2.5%)、前年比(+7.7%)共に上回るが、新規顧客獲得に課題を残す。

利益面では、原価率が上がったものの、リース料の減少などで販管費率が削減され、前年比大幅な増益となる。

→ 今期は増収となるが、テレビCMの投入等があるため、営業利益は微増となる見込み。

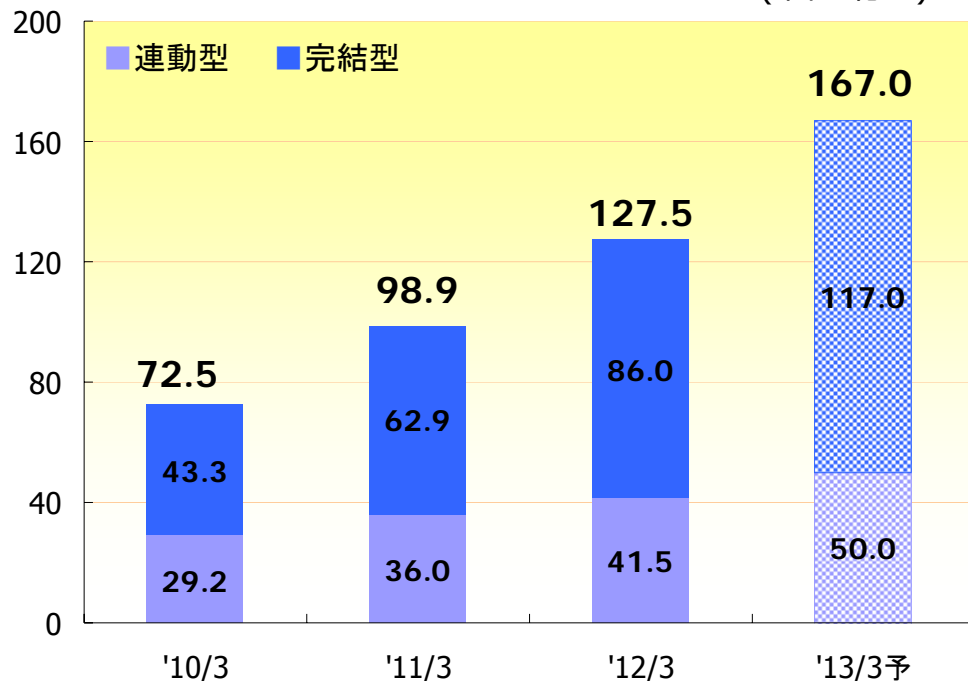
2-1. セグメント別概況：総合通販事業

BELLUNA

▶ ECの取組み

《EC売上高の推移》

(単位：億円)



EC売上高は前年比+28.9%と大幅増

若年層に加え、ミセス層でも着実にEC比率を高め、大幅増となる。

→ 4月からはスマートフォンにも本格対応し、今期は30%を越える伸びを見込む。

EC比率	12/3期実績	前年比
全体	17.81%	+2.96P
内、(ミセス)	10.15%	+1.41P
(若年層)	48.28%	+1.21P

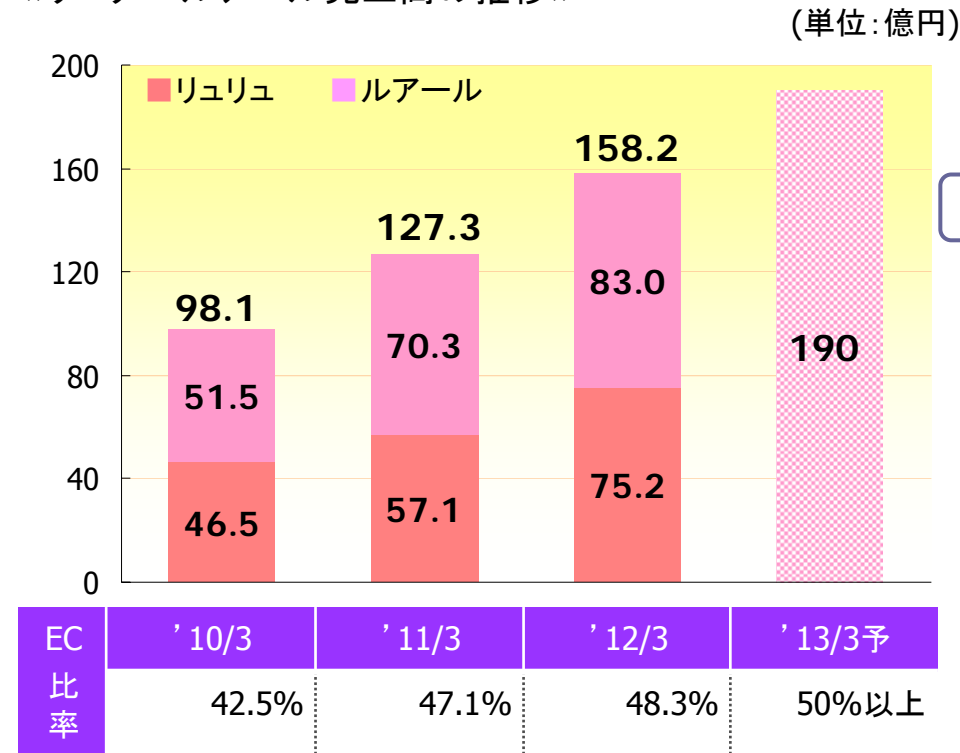
▲実績推移は、コーポレートデータ(P.8)に掲載



2-1. セグメント別概況：総合通販事業

▶ 若年層(リュリュ・ルアール)の取組み

《リュリュ・ルアール売上高の推移》

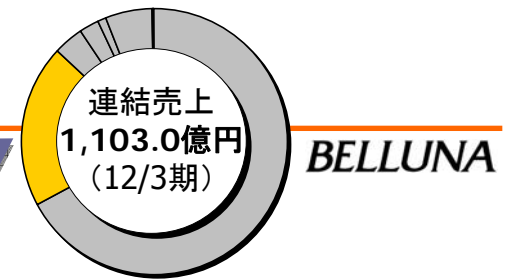


▲実績推移は、コーポレートデータ(P.8)に掲載

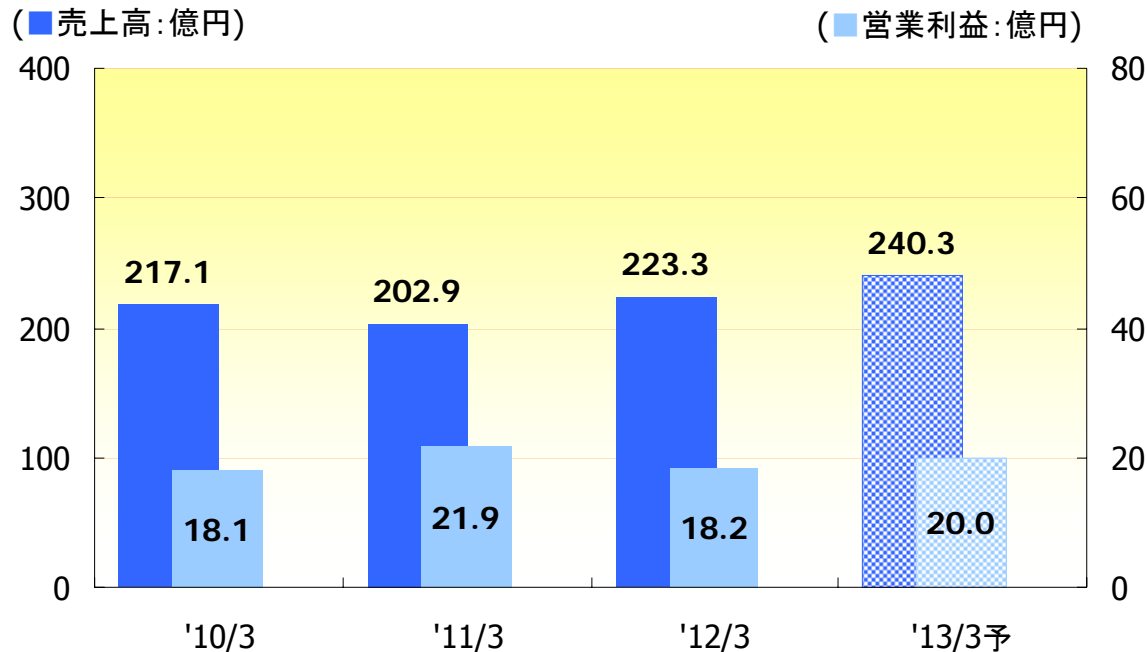


若年層向け事業での売上高はインターネット経由での新規獲得が進んだ上に、リピート率が向上したことで、前年対比24.3%増となった。
 → 今期は、カタログとECに加えテレビCMも投入することで、中長期的な売上拡大を図る。

2-2. セグメント別概況：専門通販事業



【専門通販事業】実績と総括



①食品・花・ワイン
(単体)



②化粧品
(オージオ)



③健康食品(リフレ)



④看護師向け通販
(ナースリー)

積極的な媒体展開の効果もあって、売上高は予算を超え、前年比でも2桁増となった。

一方、利益面では媒体費率の上昇と、ナースリーが新たに連結対象となったことで減益となる。

→ 今後も利益水準を確保しながら積極的な媒体展開を行なう。

*1: 12/3期より、株式会社ナースリー(100%子会社)で行う通販事業が新たに連結対象となる。

2-2. セグメント別概況：専門通販事業

BELLUNA

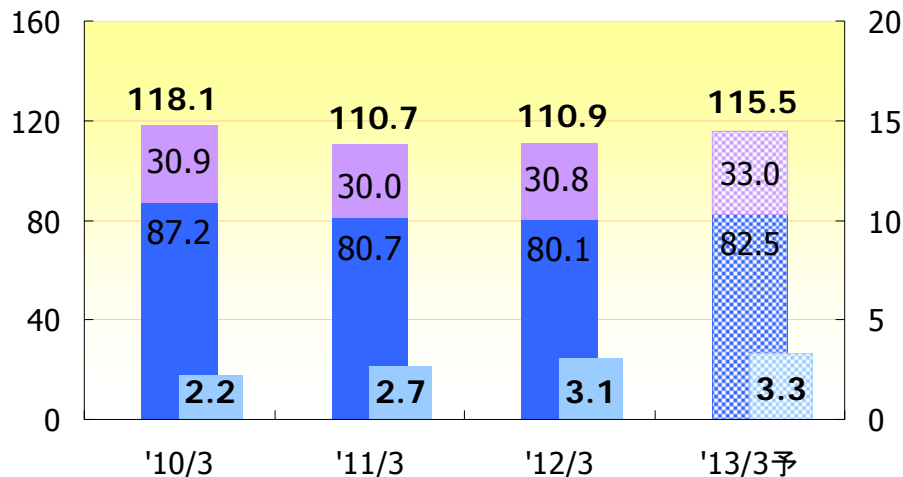
(単位：億円)

▶ グルメ

(■売上高)

(■営業利益)

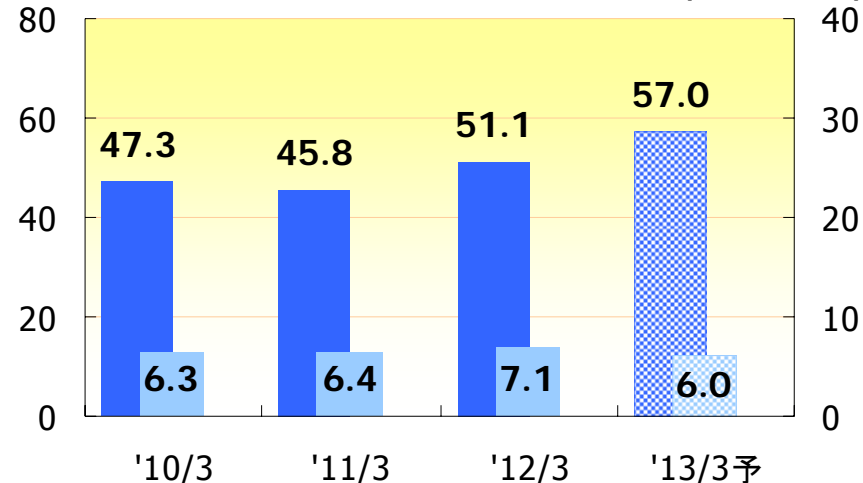
※上／ワイン
下／食品＋花



▶ オーディオ

(■売上高)

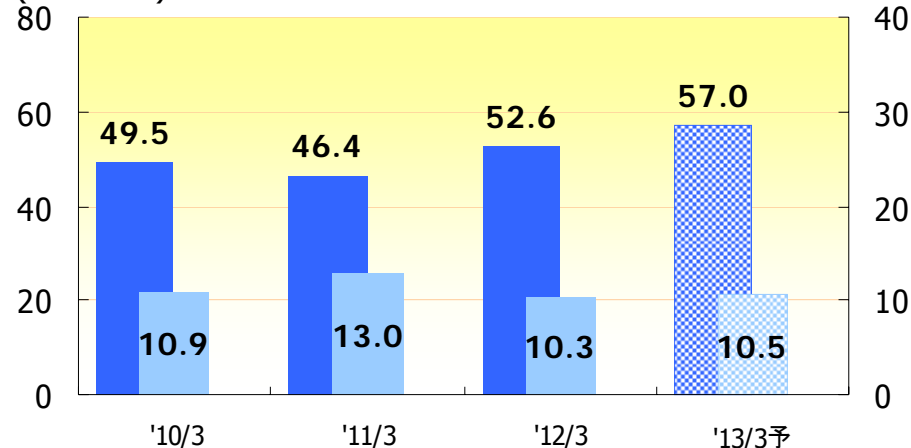
(■営業利益)



▶ リフレ

(■売上高)

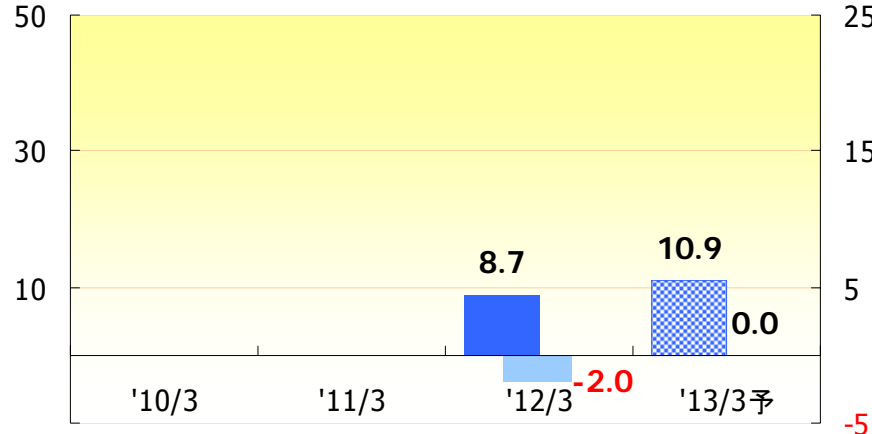
(■営業利益)



▶ ナースリー

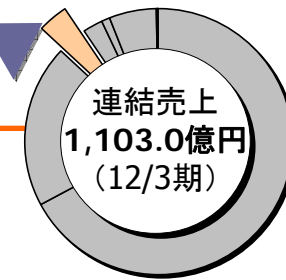
(■売上高)

(■営業利益)



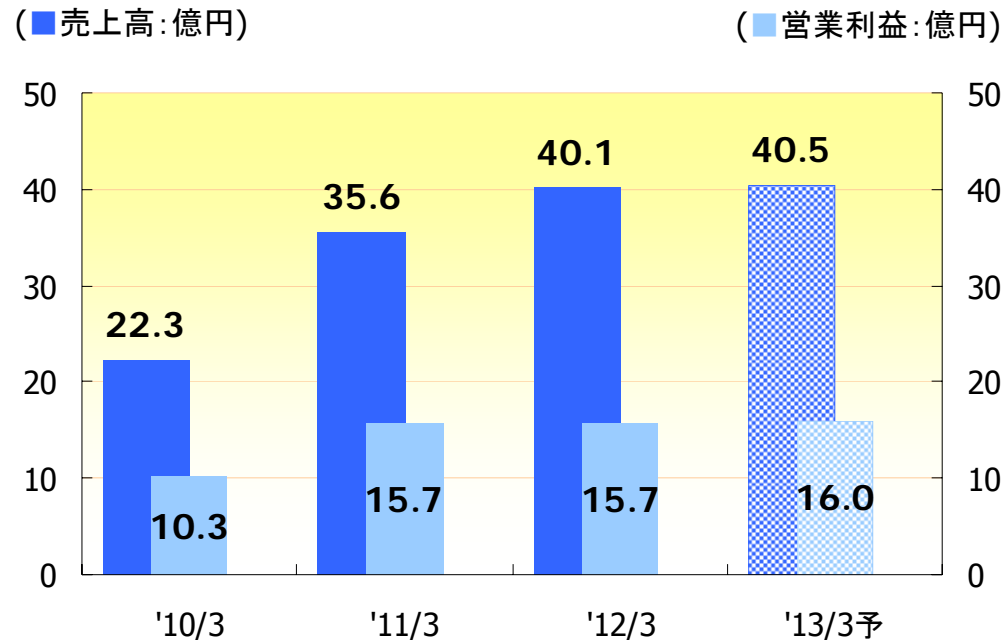
*1: 12/3期より、株式会社ナースリー(100%子会社)で行う通販事業が新たに連結対象となる。

2-3. セグメント別概況：ソリューション事業 3.6%



BELLUNA

【ソリューション事業】実績と総括



【封入・同梱サービス】

自社カタログ封入業務
商品同梱業務

【通販代行サービス】

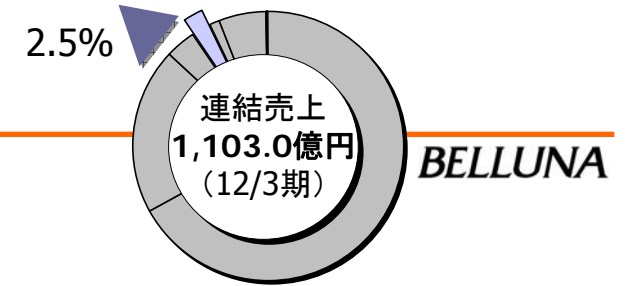
コールセンター業務
商品発送業務
DM発送業務
システム管理業務、等



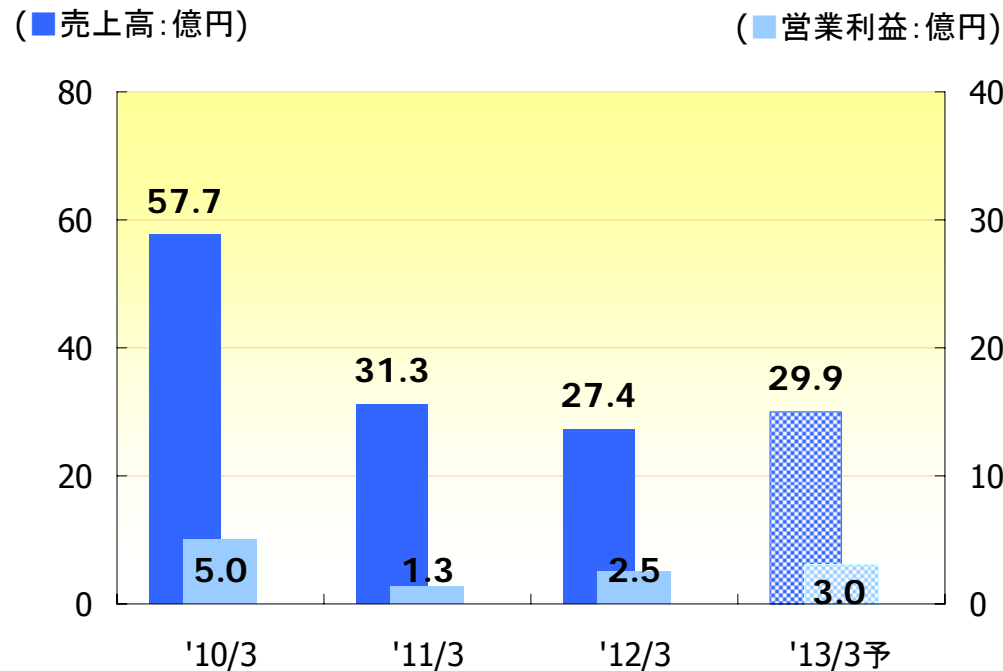
封入・同梱サービスは、総合通販事業の伸長に合わせて順調に拡大。
通販代行サービスは、それ以上に増加しているが、利益率が低いために事業全体としては増収となるも、営業利益が横ばいとなった。

→ 今期も引き続き拡大を図っていくが、大口クライアントの広告宣伝費削減が想定されており、微増収を見込む。

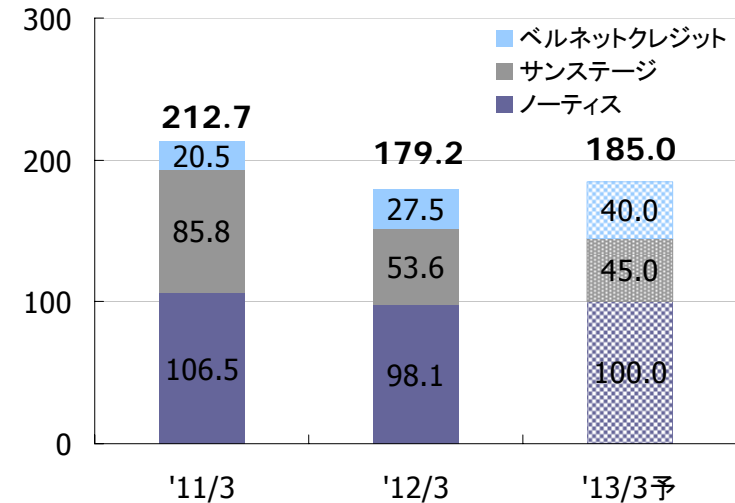
2-4. セグメント別概況：ファイナンス事業



【ファイナンス事業】実績と総括



《営業貸付金残高の推移》



※各事業における「営業貸付金・貸倒率」等の指標の実績推移は、コーポレートデータ(P.13~16)に掲載

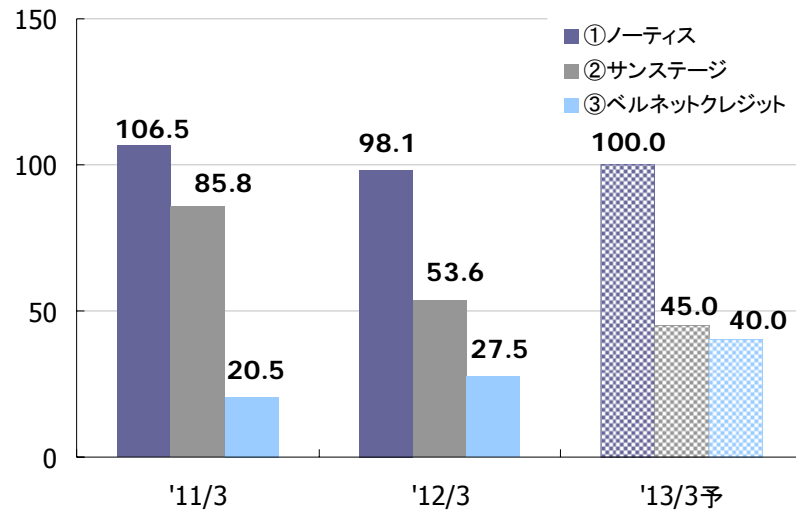
- 営業貸付金残高の減少に伴い、利息収入も減少。
一方、利益面では貸倒や利息返還損失引当金の繰入額が減少したこと等により増益となる。
- 担保金融事業は引き続き残高を圧縮していく
 - ・消費者金融事業は顧客ニーズもあることから、内部留保の範囲内で自然体で取り組む。

2-4. セグメント別概況：ファイナンス事業

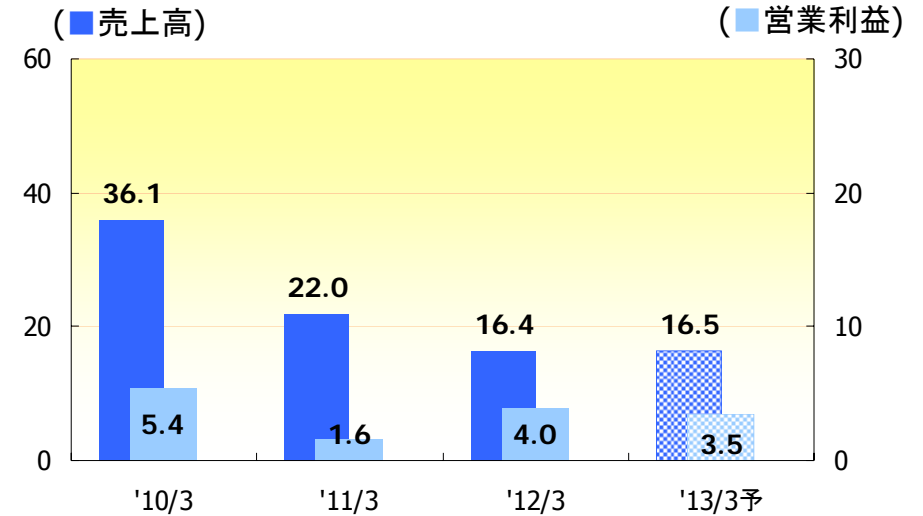
BELLUNA

(単位：億円)

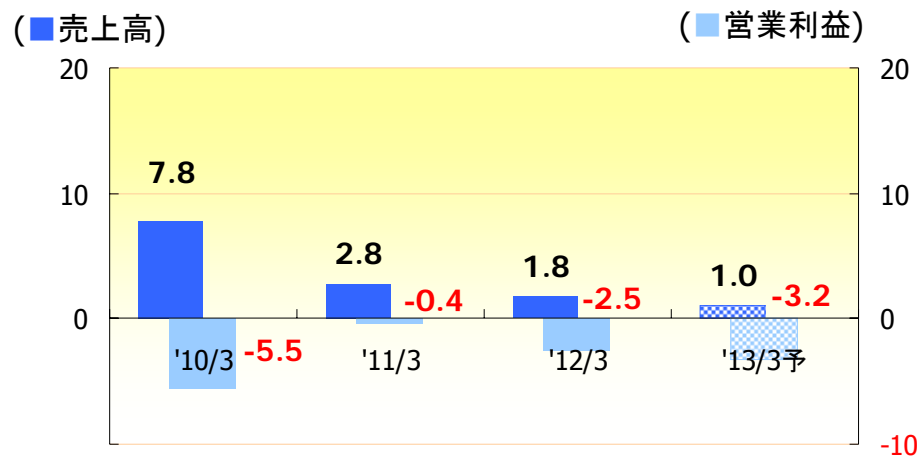
《各事業別営業貸付金残高の推移》



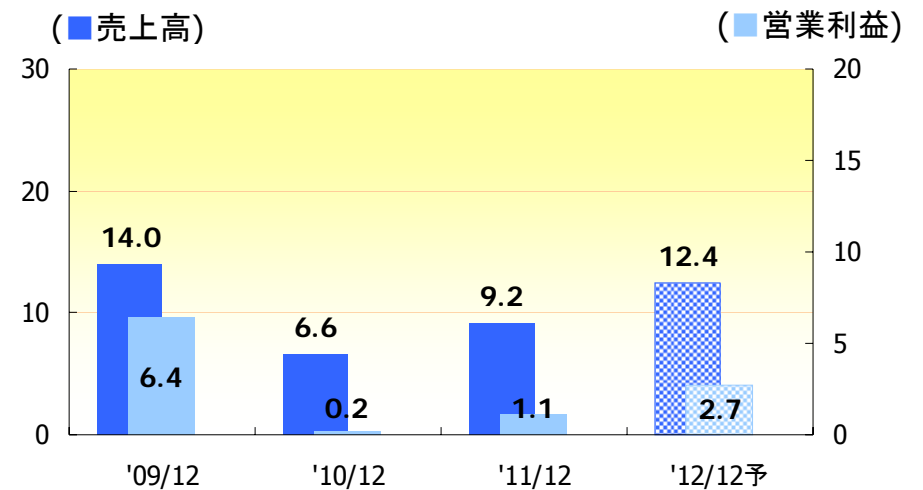
▶ ①ノーティス



▶ ②サンステージ



▶ ③ベルネット・クレジット

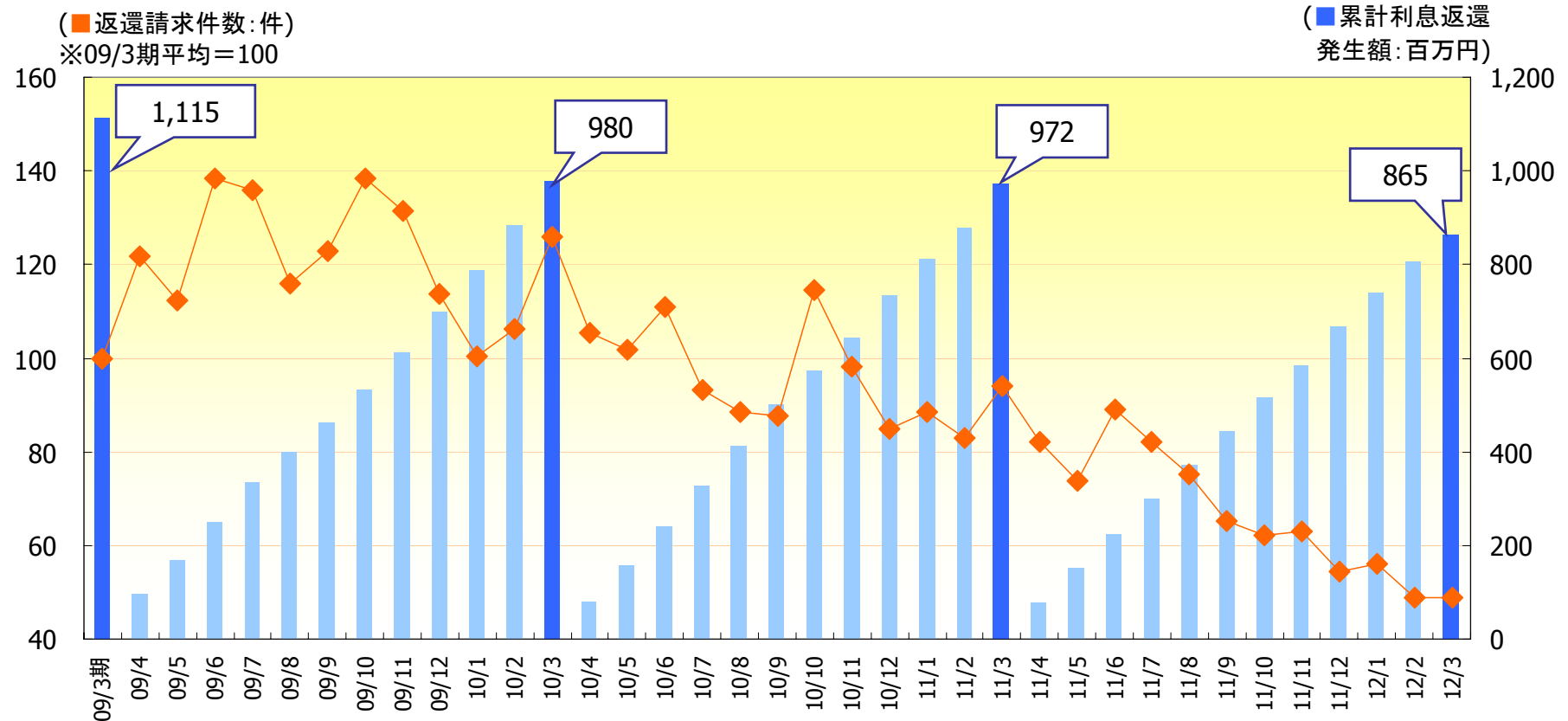


2-4. セグメント別概況：ファイナンス事業

BELLUNA

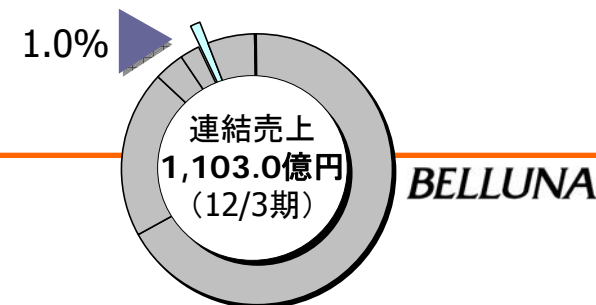
▶【ノーツィス】利息返還請求の状況

《利息返還請求件数と利息返還発生額の推移》



利息返還請求件数は着実に減少してきており、今後も減少傾向が続くものと見込まれる。
これに伴い、利息返還発生額も減少していく見通し。

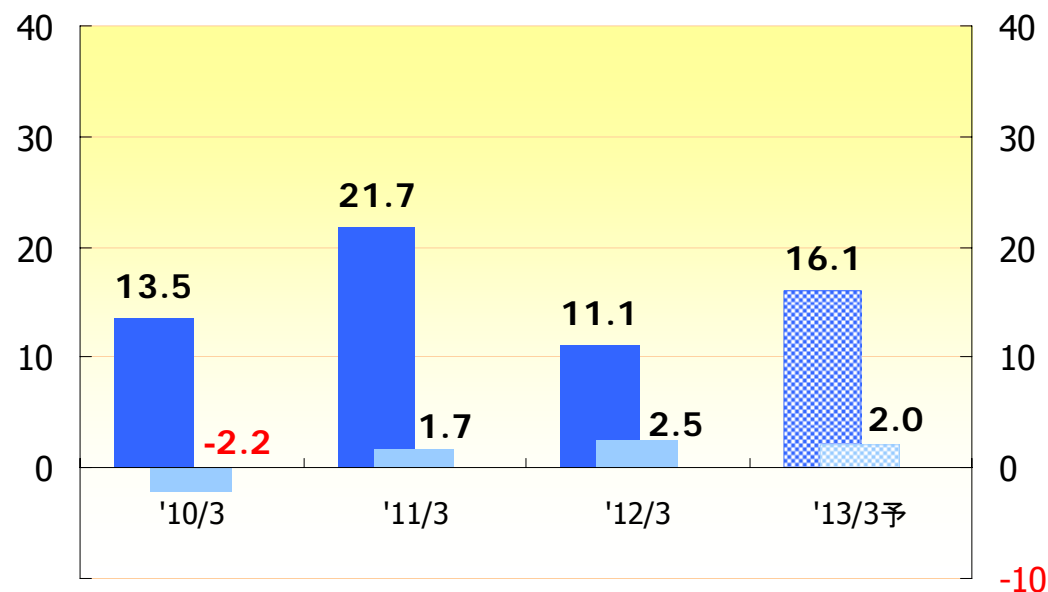
2-5. セグメント別概況：プロパティ事業



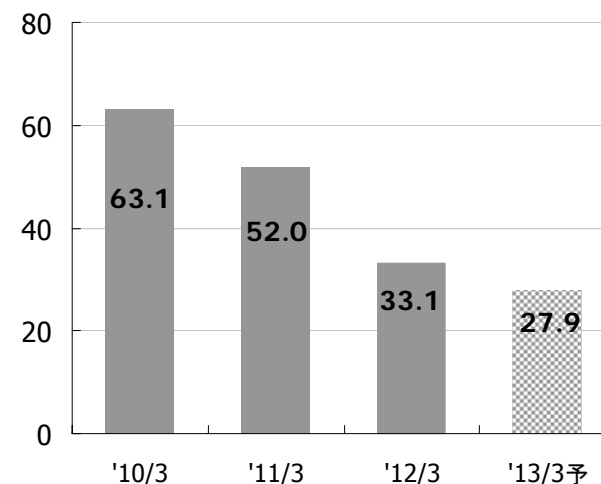
【プロパティ事業】実績と総括

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



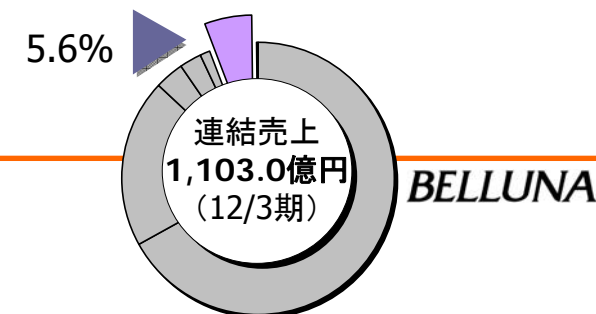
《販売用・仕掛販売用不動産残高の推移》



前期に計上した販売用不動産の売却がなかったこともあって減収となるも、販売用不動産の評価損が半減したこと等から増益となる。
なお、一部物件について保有目的を見直し、固定資産へ振替えたため販売用不動産の残高は減少。

→ 引き続き賃貸事業にて安定的な収益を確保しつつ、販売用不動産の売却を進める。

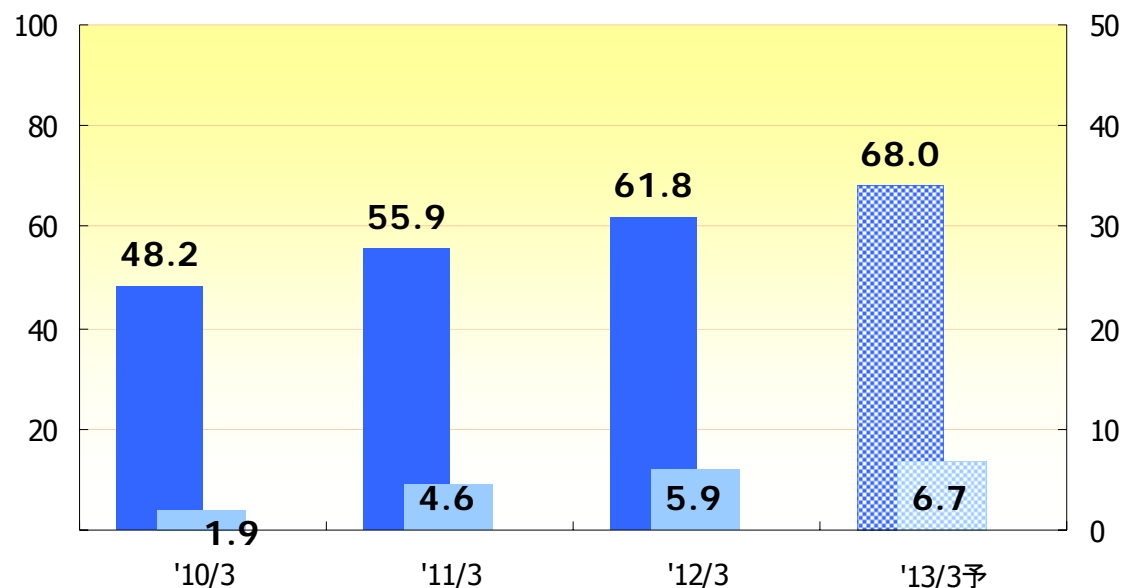
2-6. セグメント別概況: その他の事業



【その他の事業】実績と総括

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



子会社フレンドリーの卸事業や、子会社BANKAN・わものやの店舗販売事業
卸事業は既存顧客との取引額が増加したことに加え、経費削減効果もあったこと、
また店舗販売事業は期中に7店出店したこと(1店閉鎖)もあって、増収増益となった。

→ 今期も卸事業、店舗販売事業(5店出店予定)、共に増収・増益の見込み。

3. 経営方針・経営戦略

BELLUNA

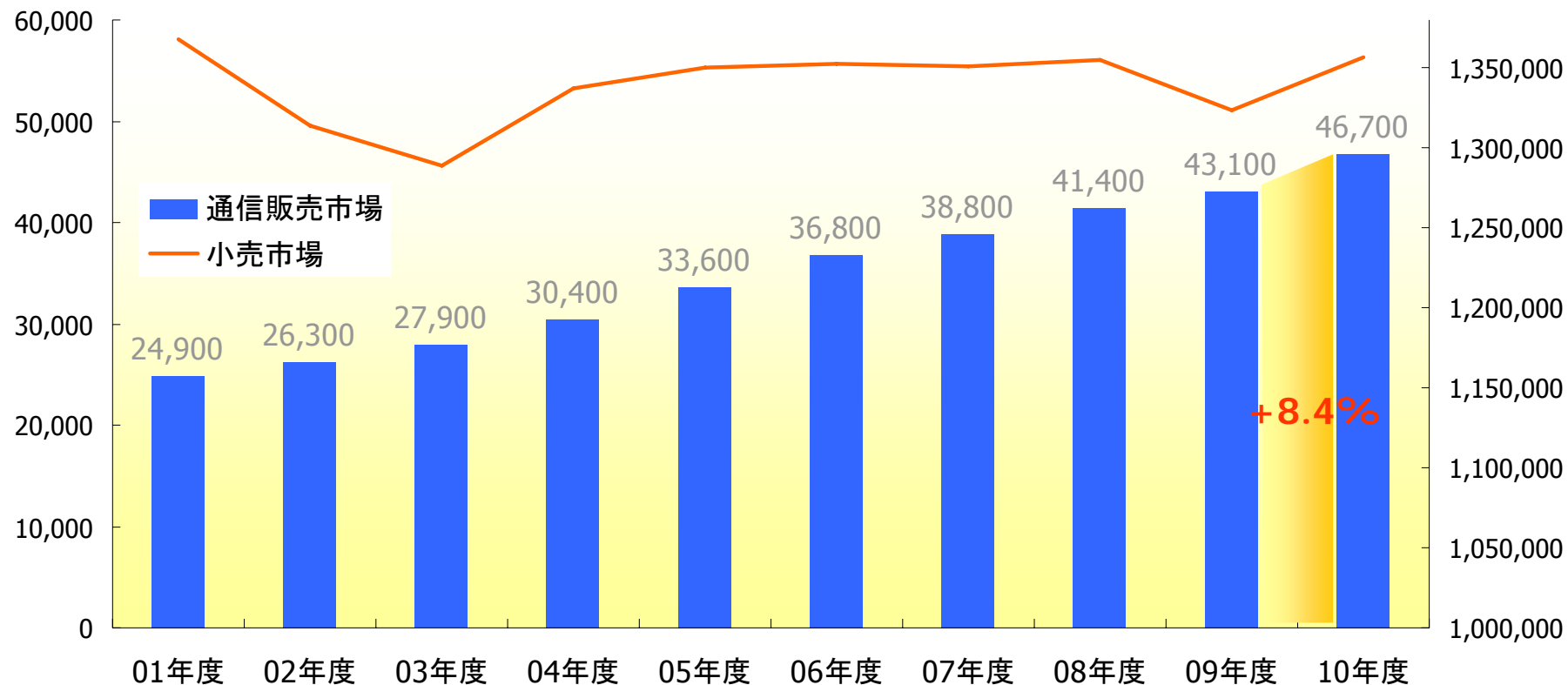
1. 経営環境
2. ビジネスモデル
3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

3-1. 経営環境

BELLUNA

(単位: 億円)

小売市場と通信販売市場の動向

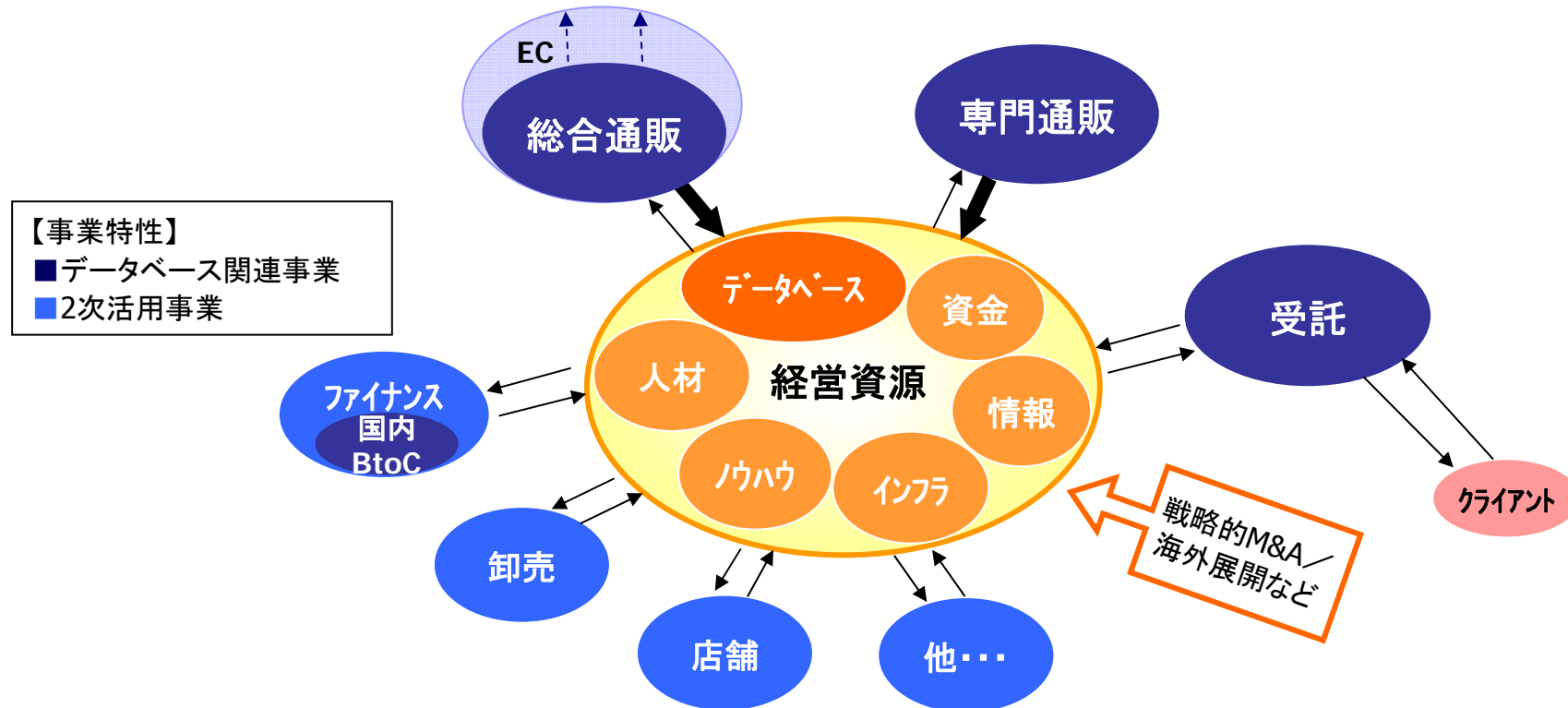


※日本通信販売協会「通信販売ファクトブック2011」より編集

国内消費が低迷する中で、通販市場は成長が続いており、2010年度の伸び率は8.4%となった。分野別では、テレビ通販やインターネット通販の成長が著しい。また、通販参入企業が多く、ソリューションサービス(通販代行)提供のビジネスチャンスは広がっている。

3-2. ビジネスモデル

データベースを核としたビジネス展開の発展型「通販総合商社」



複数事業のシナジー効果で、高い成長性と収益性の実現を目指すビジネスモデル

- ① 総合通販で培った「顧客データベース」を活用し、
専門通販・受託などの【データベース関連事業】で安定した収益基盤を作る
- ② 更に、卸売や店舗などの【2次活用事業】群でプラスαの収益を生む
- ③ M&A、提携、海外展開などのチャレンジも戦略的に行い、次なる成長の芽を育てる

3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

BELLUNA

- ▼ 経営基本方針:
1. データベース関連事業の強化
 2. 2次活用事業の新規立ち上げ 及び 強化
 3. 財務健全性の強化
 4. コンプライアンス・ガバナンス体制の維持
 5. 安定した株主還元

(単位: 億円)

連結	11/3期		12/3期		13/3期	
	短期計画*1	前年比	短期計画*1	前年比	短期計画*1	前年比
売上高	1,065.0	+6.4%	1,120.0	+5.2%	1,235.0	+10.3%
営業利益	58.0	+33.9%	72.0	+24.1%	90.0	+25.0%
(営業利益率)	5.4%	+1.1P	6.4%	+1.0P	7.3%	+0.9P
ネット有利子負債	230~250	-21.2%	200~250 (+0.0%)			
設備投資額*2	7.0	-74.0%	15.0~20.0	+185.7%	15.0~20.0	+0.0%
自己資本比率	50.5%	+5.2P	55.0%前後			
ROE	5.1%	+2.7P	5.1~7.0% (+0~1.9P)			
1株あたり配当金(円)	15.0	+0.0%	15.0	+0.0%	15.0	+0.0%

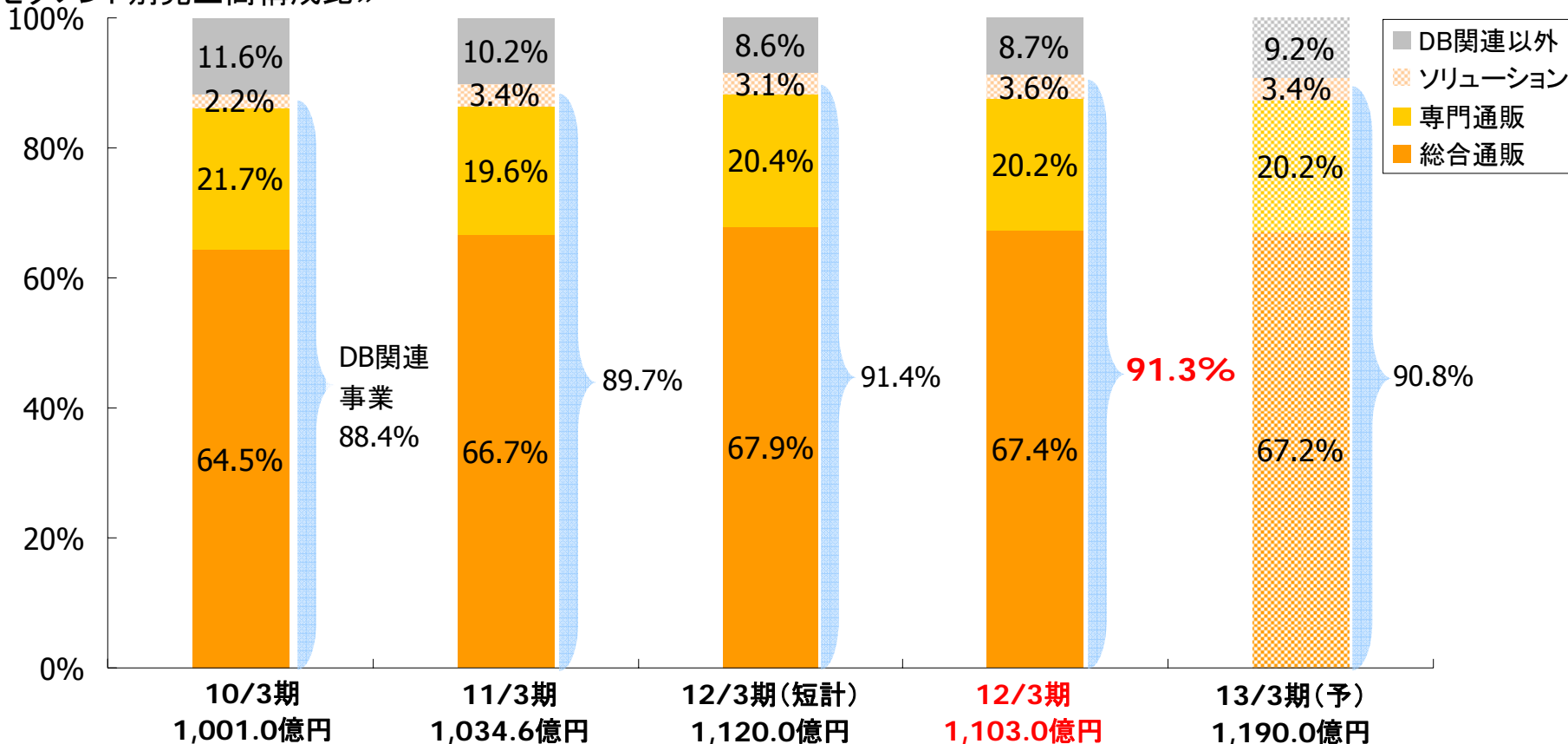
*1: 短期計画は、2010年11月11日発表の当初計画数値

*2: 設備投資額には、ソフトウェアなどの無形固定資産への投資額も含む

3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

基本方針1: データベース関連事業の強化

《セグメント別売上高構成比》



データベース関連事業(総合通販、専門通販、ソリューション)の売上高シェアは**91.3%**となって、前年比を上回り、ほぼ計画通りの結果となった。

→ データベース関連事業の安定性を維持しつつ、成長性・収益性を実現することが課題

3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

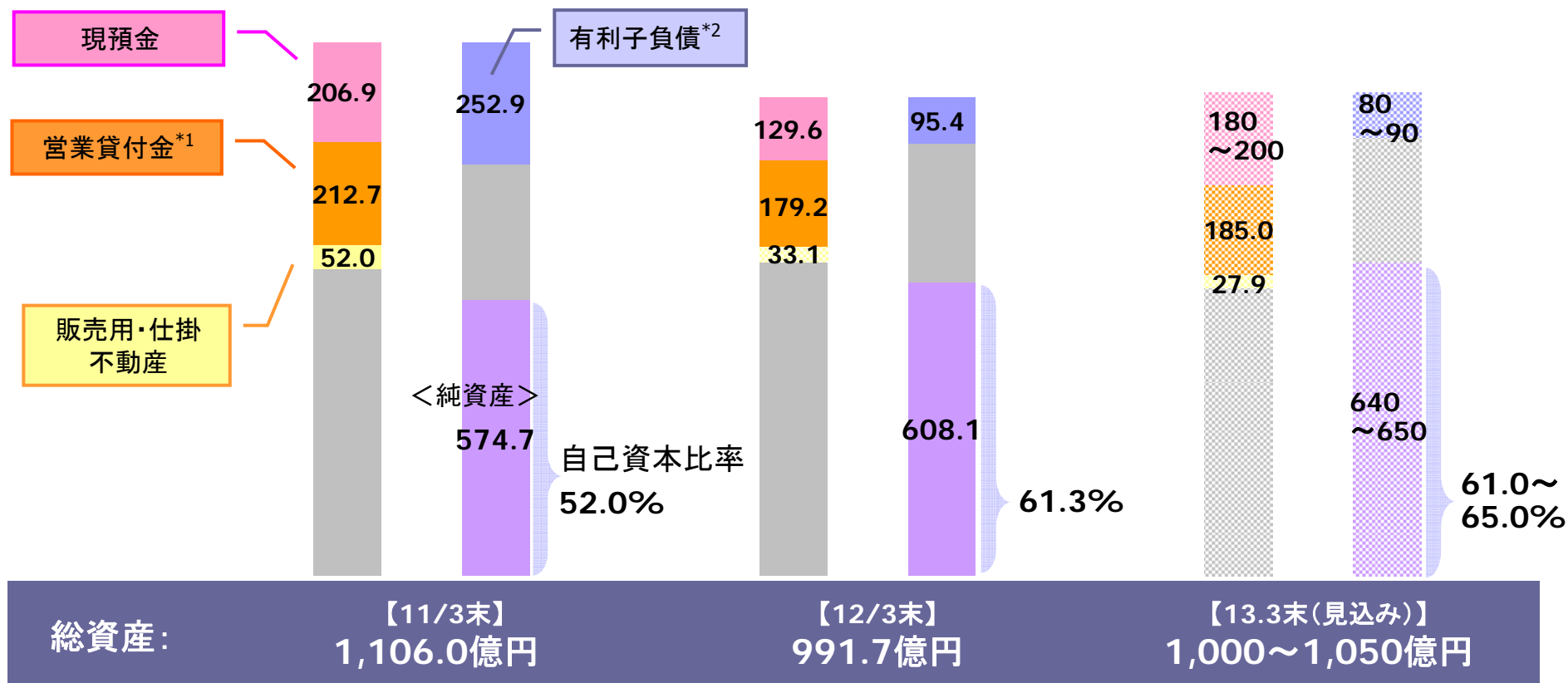
基本方針2: 2次活用事業の新規立ち上げ 及び 強化



3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

BELLUNA
(単位:億円)

基本方針3: 財務健全性の強化



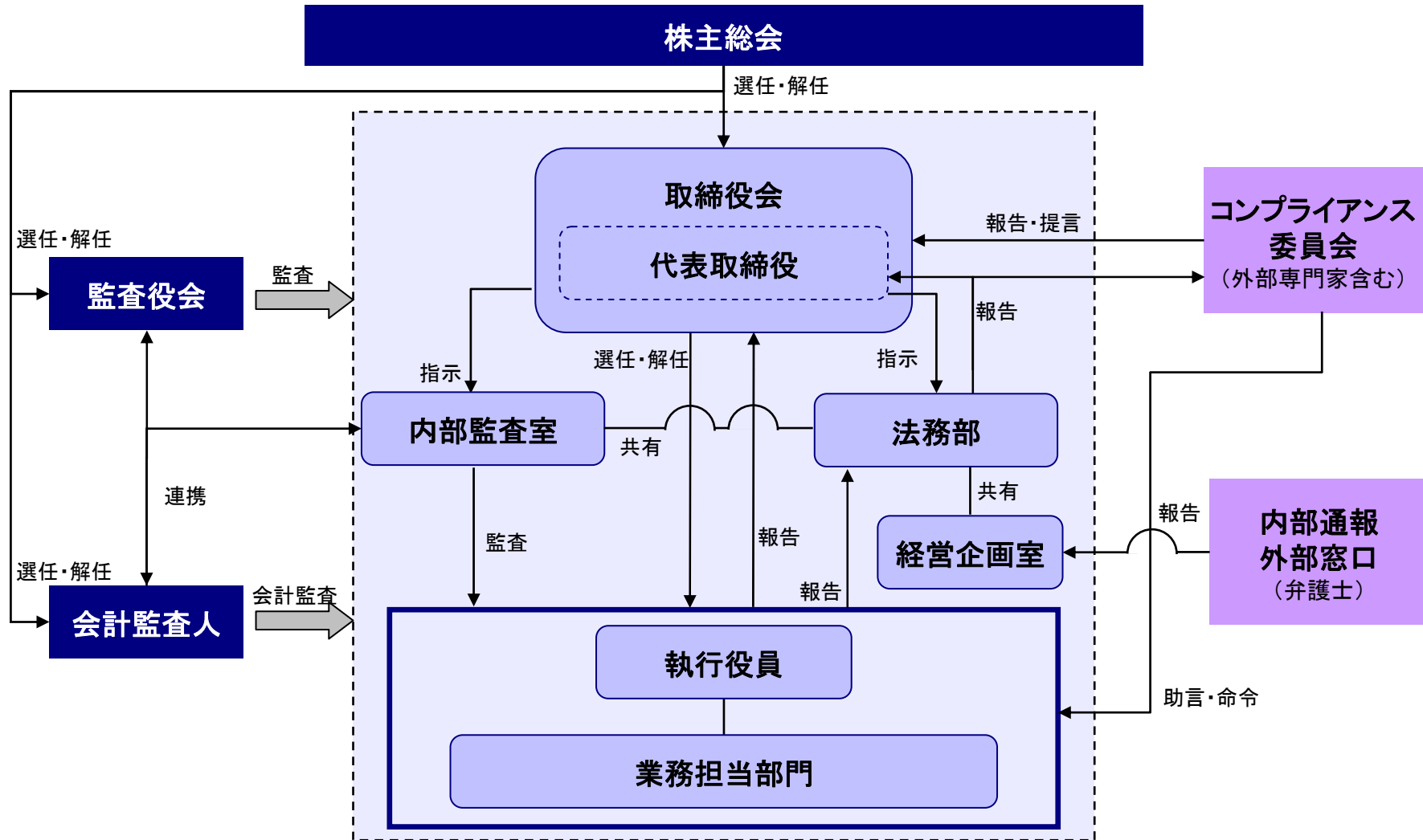
有利子負債を大幅に圧縮し、ネットキャッシュがプラスに転じた一方、純資産の積み上げで、自己資本比率が61.3%に上昇し、財務体質は格段に強化された。尚、12年3月には借入金に対する担保提供は無くなった。

→ 今後も引き続き良好な財務体質を維持していく。

*1: 営業貸付金には破産更生債権等を含む *2: 有利子負債 = 長短借入金 + 社債

3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

基本方針4: コンプライアンス・ガバナンス体制の維持・強化



3-3. 短期経営計画の進捗および経営戦略

▼ 基本方針5: 安定した株主還元

(1) 自己株式の取得

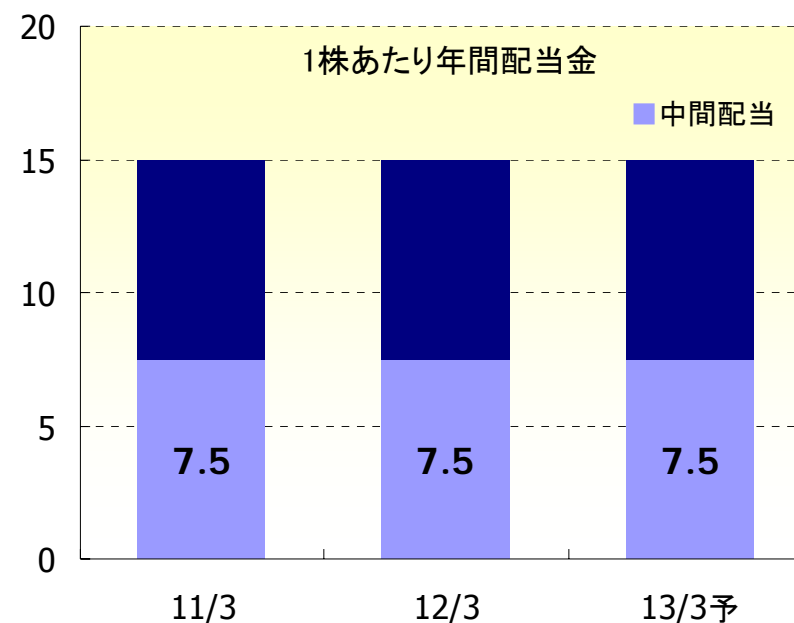
<決議事項>

取得期間 : 2011年8月5日～12月30日
取得予定株式 : 1,200,000株
取得予定価額 : 1,000,000,000円

<取得状況>

取得期間 : 2011年8月5日～12月28日
取得株式数 : 1,156,500株
取得価額 : 660,190,350円

(2) 安定した株主配当の実現



前期は、株主還元の一環として、115万株の自己株式を取得。

株主配当については、前期に引き続き年間配当15円とし、安定配当を実現する。

→ 当面は安定配当を重視していくが、機を見て配当政策の見直しをしたい。

成長性の実現について

1. 総合通販事業の成長性
 - EC比率の向上～スマートフォン対応の強化
2. 専門通販事業の拡大
3. 二次活用事業の新規立ち上げ・強化
4. M&A、提携などの検討

4. 参考資料

BELLUNA

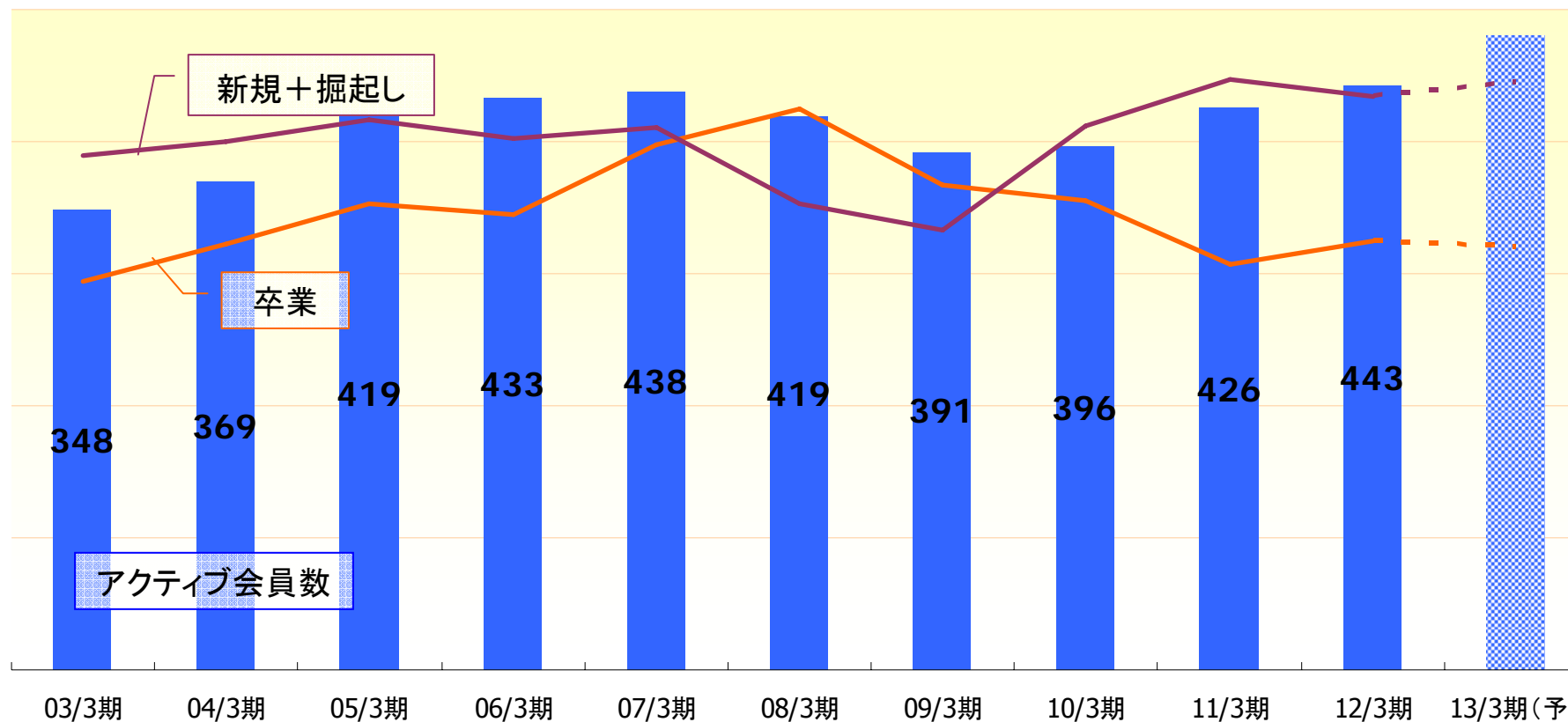
1. 【総合通販事業】アクティブ会員数の推移
2. 【総合通販事業】登録会員の特徴
3. 通販業界の動向

4-1.【総合通販事業】アクティブ会員数の推移

BELLUNA

▼ アクティブ会員数の推移

(単位:万人)



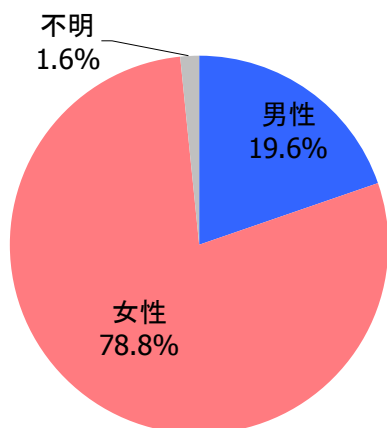
従来より取り組んできた商品面・サービス面での施策が奏功し、アクティブ会員数が順調に伸長。さらに、リピート率も高まっており、良い循環が生まれている。

4-2. 【総合通販事業】登録会員の特徴

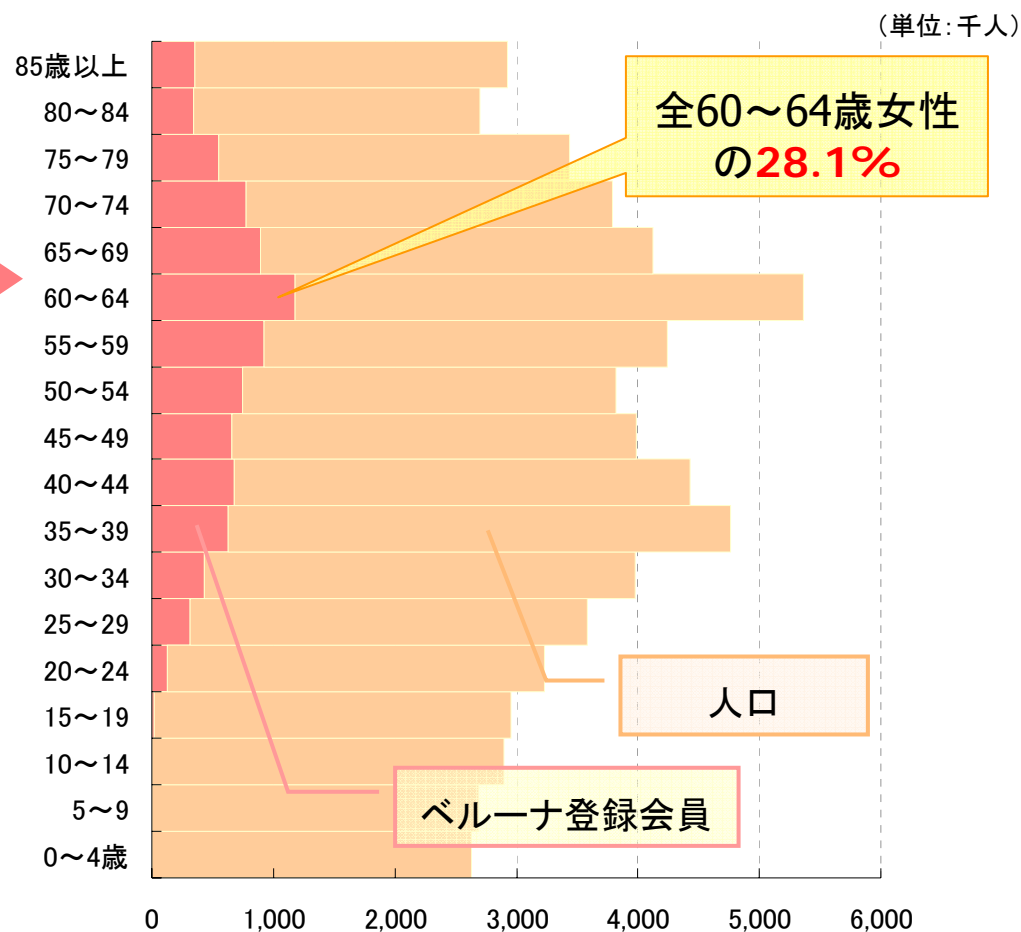
BELLUNA

登録会員の特徴(2011年10月現在)

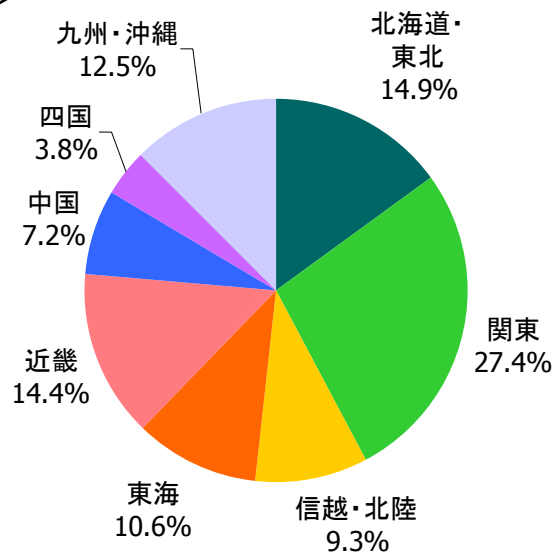
<性別>



<人口ピラミッドとの比較(女性のみ)>



<地域>

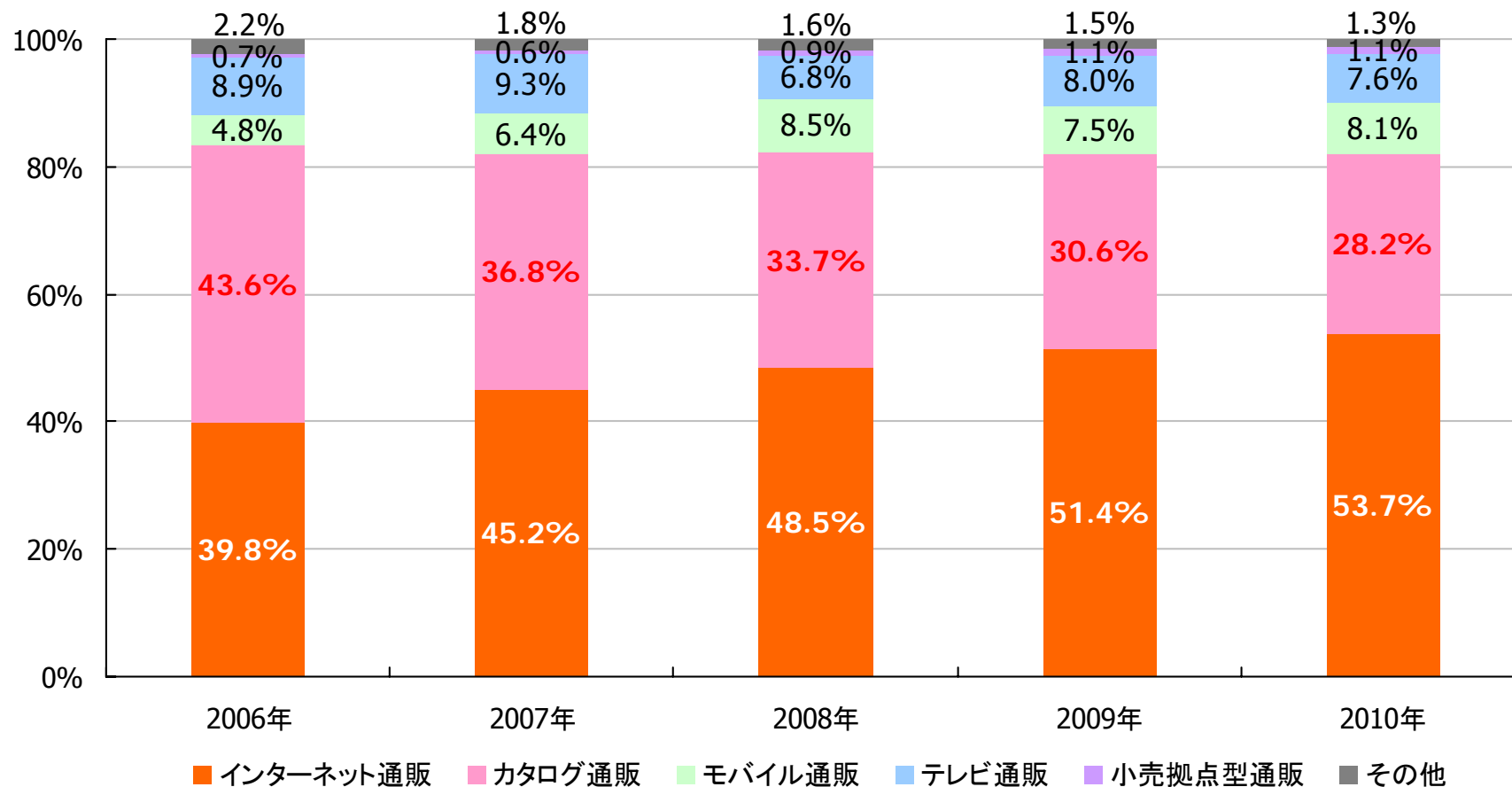


【出所:総務省統計局データを元にベルーナにて作成】

4-3. 通販業界の動向

BELLUNA

販売チャネル別構成比の変化



※富士経済「通販・eコマースビジネスの実態と今後」より

これまで主力だったカタログ通販が減少し、インターネット通販が急成長している。
またモバイル通販も拡大基調にある。

4-3. 通販業界の動向

BELLUNA

通信販売企業ランキング

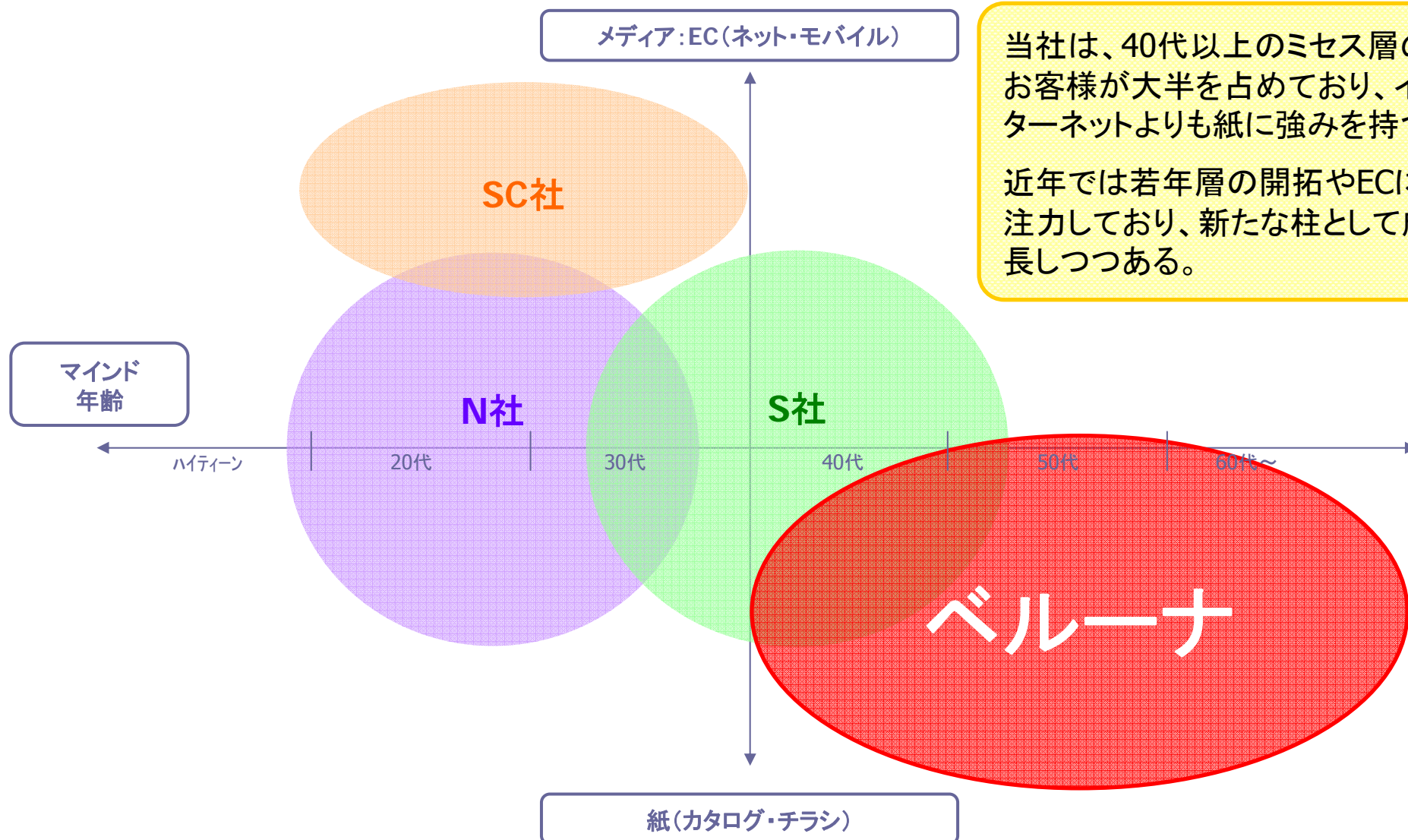
	企業	カテゴリ	通販売上高
1	アマゾンジャパン	ネット専業	390,000
2	ベネッセコーポレーション	通信教育	242,737
3	アスクル	BtoB	188,991
4	ジャパネットたかた	TV通販	175,919
5	ニッセン	総合	130,951
6	千趣会	総合	118,227
7	ジュピターショップチャンネル	TV通販	111,503
8	ディーエイチシー	化粧品・健食	110,283
9	大塚商会	BtoB	100,980
10	ベルーナ	総合	89,334
11	QVCジャパン	TV通販	88,400
12	セシール	総合	56,152
13	オークローンマーケティング	雑貨	53,899
14	サントリーウェルネス	化粧品・健食	51,644
15	ディノス	総合	50,324
16	ファンケル	化粧品・健食	50,318
17	カウネット	BtoB	49,800
18	スクロール	総合	49,650
19	フェリシモ	総合	45,474
20	ユーキャン	通信教育	40,000

※矢野経済「通信販売市場2011」より

4-3. 通販業界の動向

BELLUNA

▼ ポジショニングマップ(総合通販)



当社は、40代以上のミセス層のお客様が大半を占めており、インターネットよりも紙に強みを持つ。近年では若年層の開拓やECに注力しており、新たな柱として成長しつつある。