

2013年3月期 決算説明会資料



▲
ミセスファッション店
「BELLUNA」



▲
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

2013年5月31日(金)

1. 決算ハイライト	P.2	3. 第二次短期経営計画	P.22
1. 決算概況		1. 第一次短期経営計画の成果と反省	
2. 連結損益計算書		2. 経営環境の変化と新たな課題	
3. 連結貸借対照表		3. 経営基本方針	
4. 連結キャッシュフロー計算書		4. 主要経営指標	
		5. 経営基本方針に基づく取り組み	
2. セグメント別概況	P.9	4. 参考資料	P.40
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			
7. セグメントの一部見直し			

・本資料は、2013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2013年5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。

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	12/3期	13/3期				14/3期	
		予算 ^{*1}	実績	予算比	前年比	予算	前年比
売上高	1,103.0	1,190.0	1,178.8	- 0.9%	+6.9%	1,300.0	+10.3%
売上総利益	616.2	668.8	657.2	- 1.7%	+6.7%	719.1	+9.4%
販売管理費	542.2	593.9	586.4	- 1.3%	+8.2%	624.1	+6.4%
営業利益	74.1	75.0	70.8	- 5.6%	- 4.4%	95.0	+34.2%
経常利益	71.5	75.0	89.1	+18.8%	+24.6%	100.0	+12.2%
当期利益	42.9	46.0	58.7	+27.6%	+36.7%	65.0	+10.7%
包括利益	47.5	—	67.6	—	+42.4%	—	—
EPS(円)	86.5	92.7	120.4	+29.9%	+39.1%	133.6	+11.0%
減価償却費 ^{*2}	23.8	25.0	24.7	- 1.2%	+3.8%	25.0	+1.2%
設備投資額 ^{*3}	7.1	58.0	89.5	+54.3%	12.6倍	95.5	+6.7%

*1: 2012年5月11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	12/3期		13/3期		14/3期	
	実績	売上比	実績	売上比	予算	売上比
売上高	1,103.0	100.0%	1,178.8	100.0%	1,300.0	100.0%
売上原価	486.7	44.1%	521.6	44.2%	580.9	44.7%
販売管理費	542.2	49.2%	586.4	49.7%	624.1	48.0%
営業利益	74.1	6.7%	70.8	6.0%	95.0	7.3%
営業外損益	-2.6	-0.2%	18.3	1.6%	5.0	0.4%
経常利益	71.5	6.5%	89.1	7.6%	100.0	7.7%

【販売管理費率】前年比 +0.5P

- ・ファイナンス事業での貸倒引当金
繰入額の増加 +0.6P

【営業外損益】前年比 +20.9億円

- ・為替差損益 +12.6億円
- ・デリバティブ評価損益 +3.1億円
- ・支払利息の減少 +2.1億円

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

	13/3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	786.3	+5.8%	22.6	-18.0%	2.9%	-0.8P
専門通販	235.4	+5.4%	18.7	+2.6%	7.9%	-0.2P
ソリューション	38.8	-3.4%	16.2	+2.7%	41.7%	+2.5P
ファイナンス	31.3	+14.5%	-0.2	-107.8%	-0.6%	-9.9P
プロパティ	21.6	+94.3%	5.0	+102.9%	23.2%	+1.0P
その他	69.8	+13.0%	7.2	+22.1%	10.3%	+0.8P
連結消去	-4.3	—	1.4	—	—	—
計	1,178.8	+6.9%	70.8	-4.4%	6.0%	-0.7P

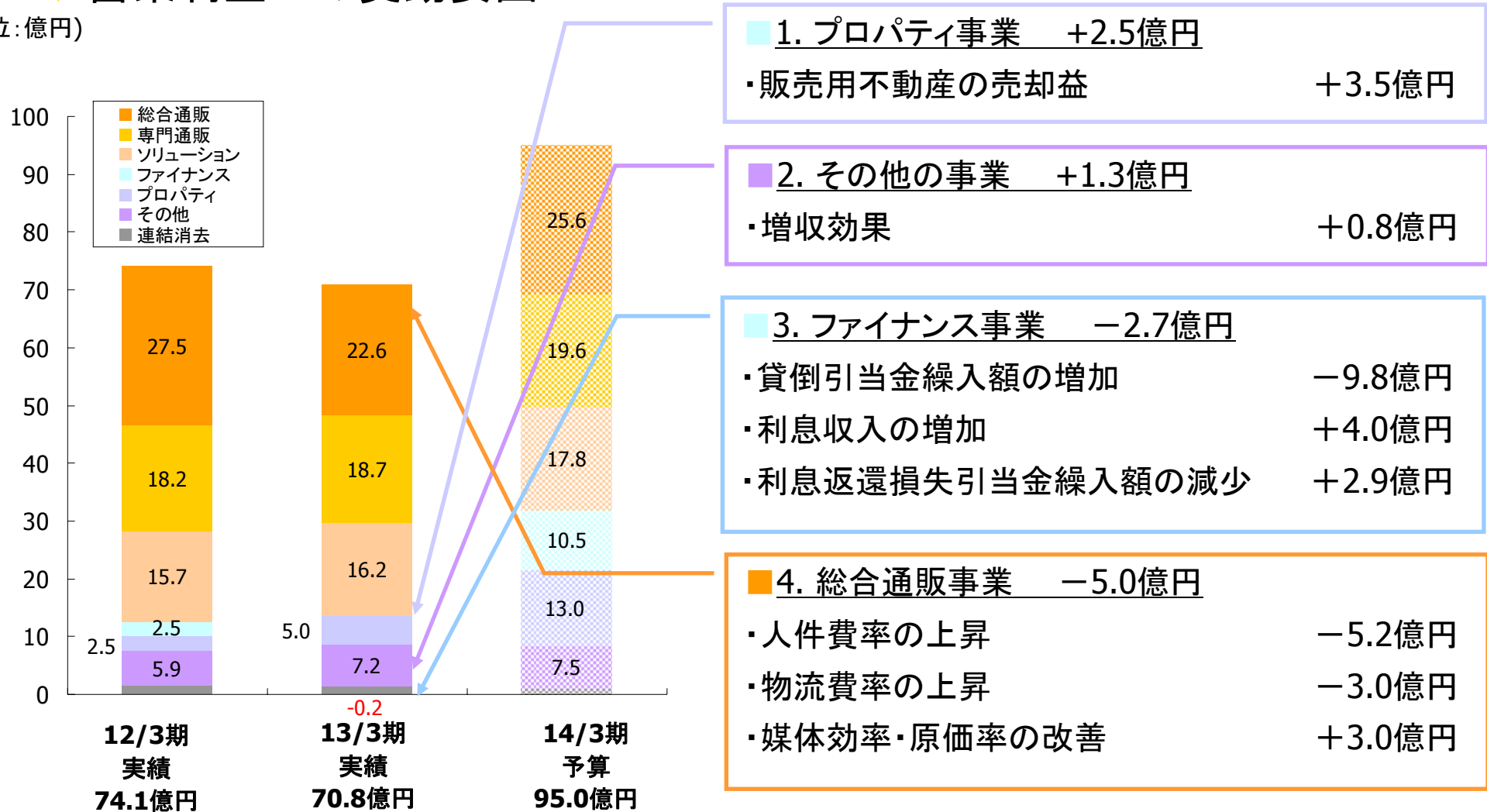
*1:「セグメント情報等の開示に関する会計基準」および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」を適用しております。

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)



*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)

	12/3末	13/3末	増減額
流動資産	582.9	650.9	68.0
現金及び預金	129.6	148.3	18.7
商品	98.5	127.5	29.1
営業貸付金	142.7	164.6	21.8
固定資産	408.8	499.9	91.1
有形固定資産	285.9	352.3	66.4
投資有価証券	23.8	71.0	47.2
総資産	991.7	1,150.8	159.1
負債	383.7	484.7	101.0
支払手形・買掛金	148.5	170.5	22.0
有利子負債	95.4	132.4	37.0
純資産	608.1	666.1	58.1
利益剰余金	497.6	549.0	51.4
自己株式	-94.6	-96.8	-2.2
[自己資本比率]	[61.3%]	[57.9%]	[-3.4P]

1-4. 連結キャッシュフロー計算書

BELLUNA

(単位:億円)

	12/3期	13/3期	
	実績	実績	前年比
営業活動によるキャッシュフロー	112.7	72.8	-39.9
税金等調整前当期純利益	67.9	89.7	21.9
営業貸付金の増減	32.3	-7.7	-40.0
投資活動によるキャッシュフロー	3.0	-76.3	-79.3
有形固定資産取得による支出	-3.8	-59.6	-55.8
投資有価証券の増減	-7.6	-37.0	-29.4
財務活動によるキャッシュフロー	-176.7	21.1	197.8
長短借入金の増減	-39.5	37.0	76.5
社債の償還支出	-119.0	0.0	119.0
キャッシュに係る換算差額	-0.2	0.5	0.7
キャッシュ増加額	-61.2	18.0	79.3

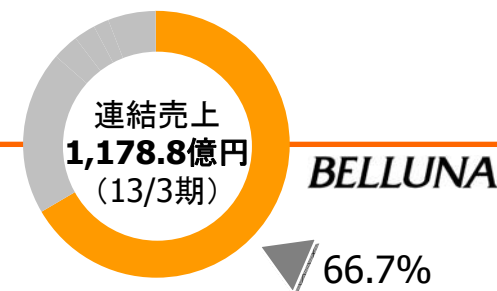
- ・主に営業貸付金の残高が減少から増加に転じたことで、営業活動によるCFは前年比で減少した。
- ・また大型の設備投資も行ない、その一部を借入金で賄ったこと等から、投資活動によるCFがマイナスとなった反面、財務活動によるCFはプラスに転じた。

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
7. セグメントの一部見直し

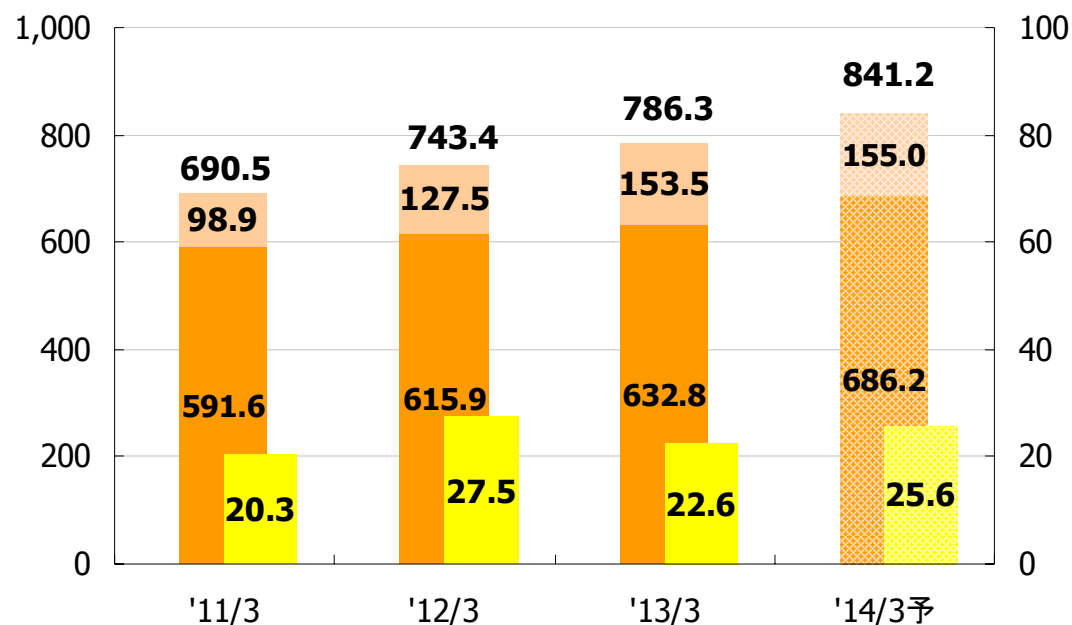
2-1. セグメント別概況：総合通販事業



【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)



	13/3期 実績	前年比
アクティブ会員数	458.9万人	+3.6%
登録会員数	1502.2万人	+6.6%
新規顧客獲得数	92.9万人	+6.1%
受注単価	10,577円	-5.2%

▲各指標の実績推移は、コーポレートデータ(P.7)に掲載

増収となるも減益

・アクティブ会員数は着実に増加し、売上高も前年比5.8%増となるが、受注単価の下落等で物流関係コストが上昇し、減益となる。

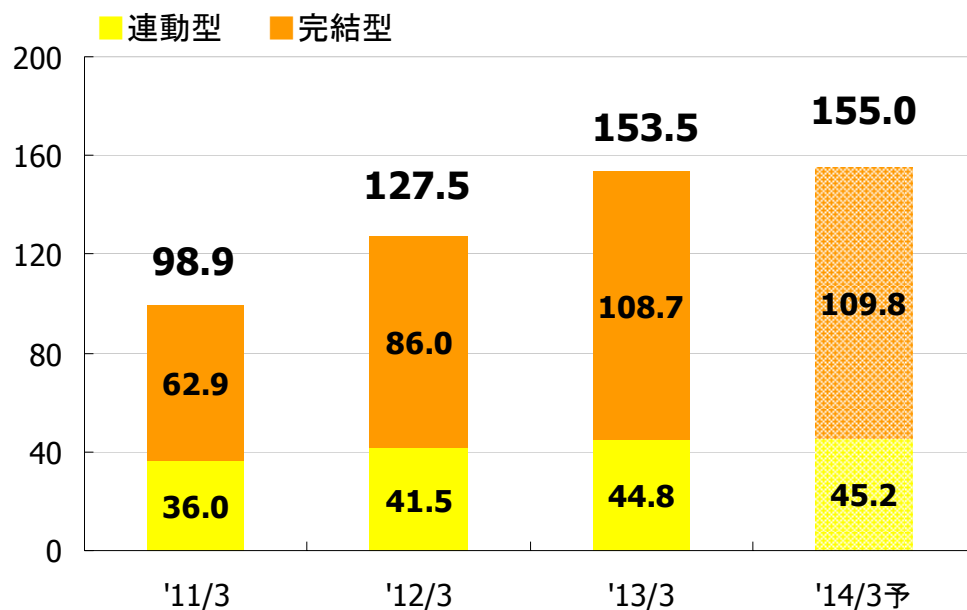
→今期は収益性の高いミセス層に重点を置き、若年層は抑制気味に。

2-1. セグメント別概況：総合通販事業

▶ ECの取組み

《EC売上高の推移》

(単位：億円)



EC比率	13/3期実績	前年比
全体	20.4%	+2.5P
内、(ミセス)	11.3%	+1.2P
(若年層)	50.1%	+1.8P

▲実績推移は、コーポレートデータ(P.8)に掲載

EC売上高は、引き続き20%増と大幅な伸びを見せ、EC比率も20%を超える。

→今期は若年層の取組みを抑えるため、微増を予定

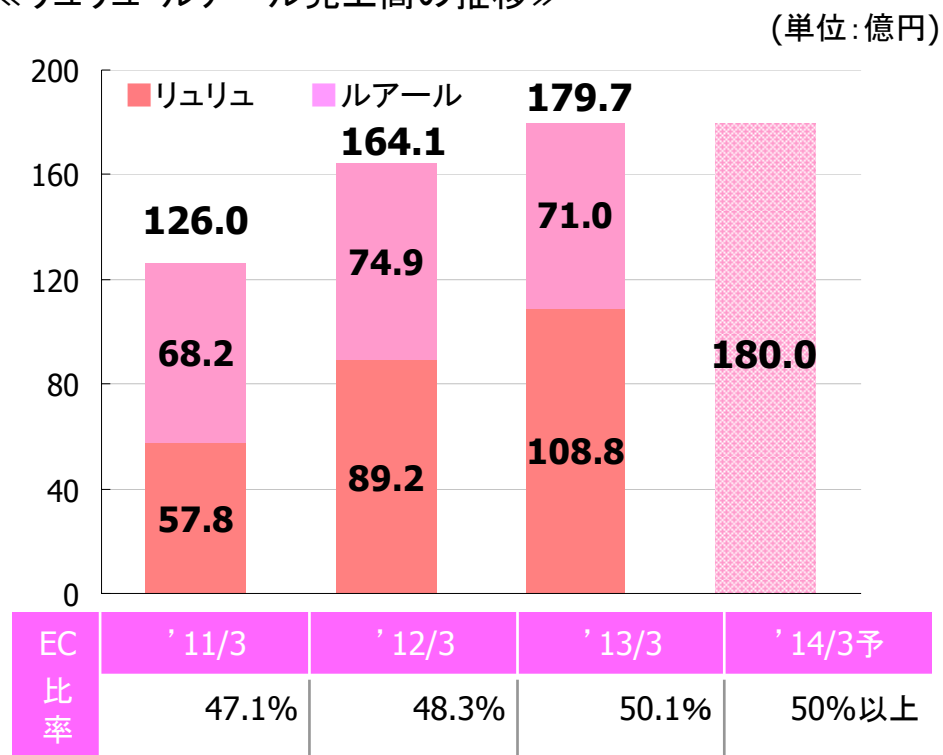


2-1. セグメント別概況：総合通販事業

BELLUNA

▶ 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



若年層向けは、テレビCMの効果などもあって、リュリュが増加したが、ルアールが苦戦した。
→今期は収益とのバランスを考え、利幅の薄い商品を縮小し、収益性向上を図る。

2-2. セグメント別概況：専門通販事業

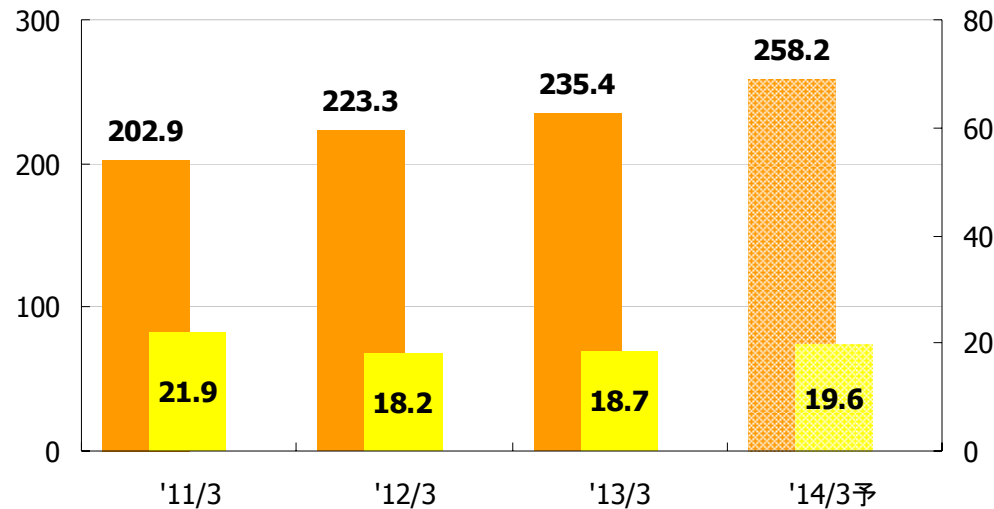
連結売上
1,178.8億円
(13/3期)

BELLUNA

20.0%

【専門通販事業】実績と総括

(■売上高：億円) (■営業利益：億円)



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)

・グルメ事業とナースリーは予算以上に売上を伸ばすも、特にリフレが苦戦し、売上高は前年比5.4%の増収となるも、予算比では2.1%の減収となる。

・また利益面では、原価率の上昇などでリフレやオージオは減益となるも、ナースリーが黒字転換したことで、前年比2.6%の増益となる。

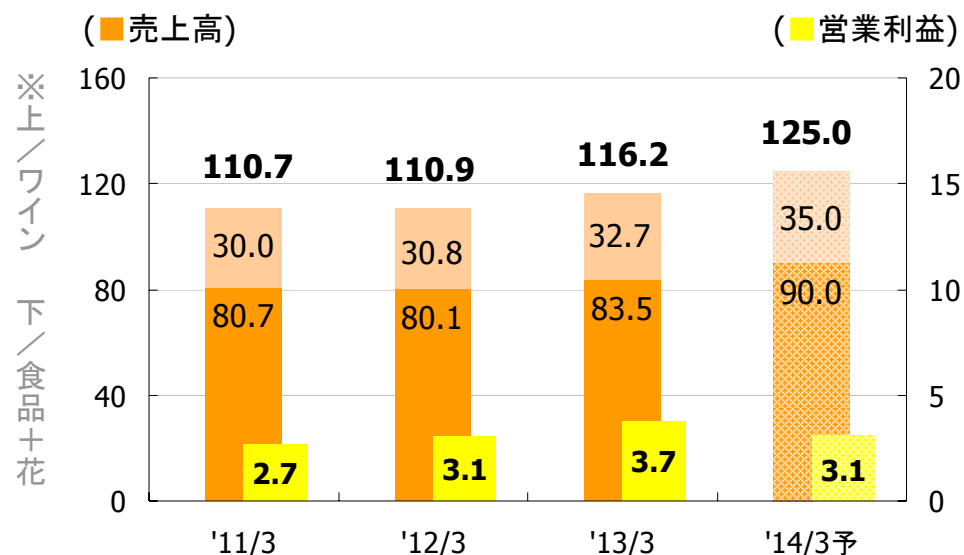
→今期は営業利益を確保しながら、成長性を追求する。

2-2. セグメント別概況：専門通販事業

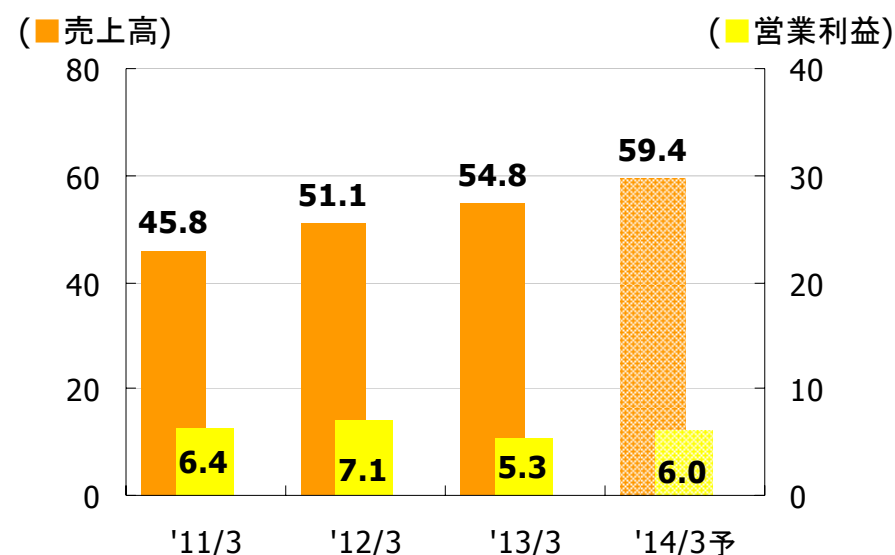
BELLUNA

(単位: 億円)

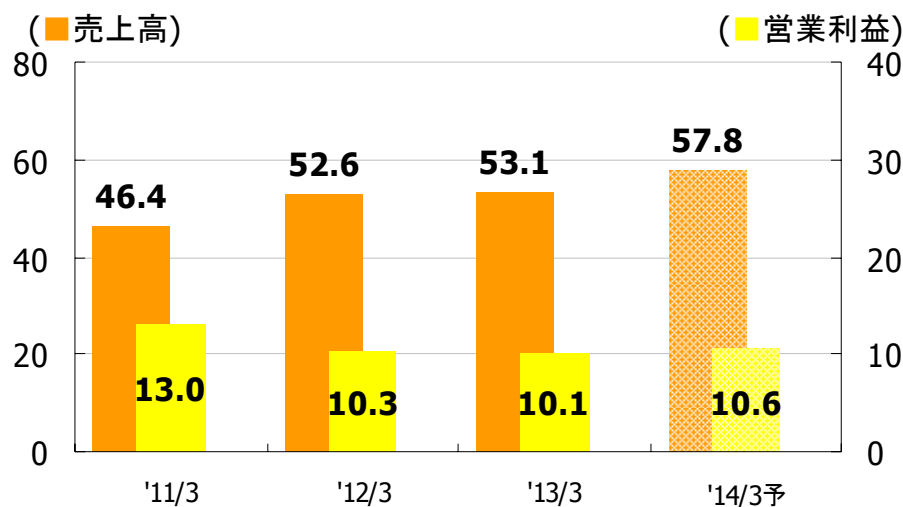
▶ グルメ



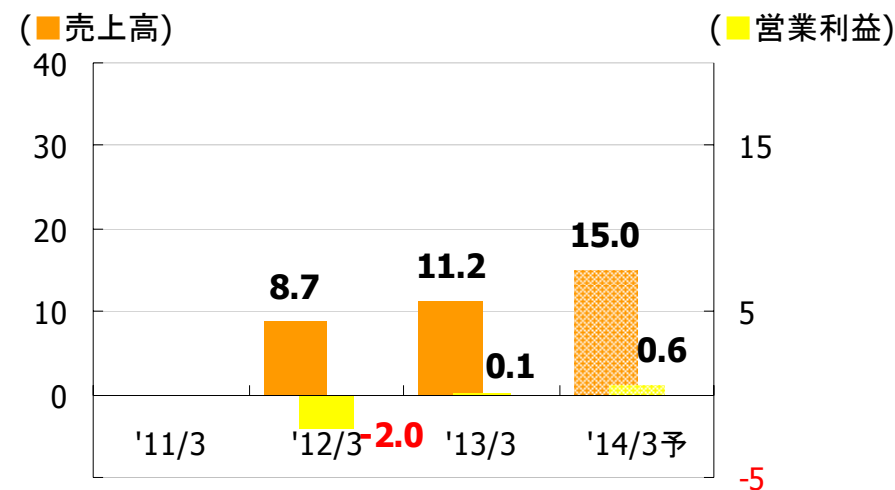
▶ オーディオ



▶ リフレ



▶ ナースリー



*1: 上記売上高・営業利益には広告収入は含まない

2-3. セグメント別概況：ソリューション事業 3.3%

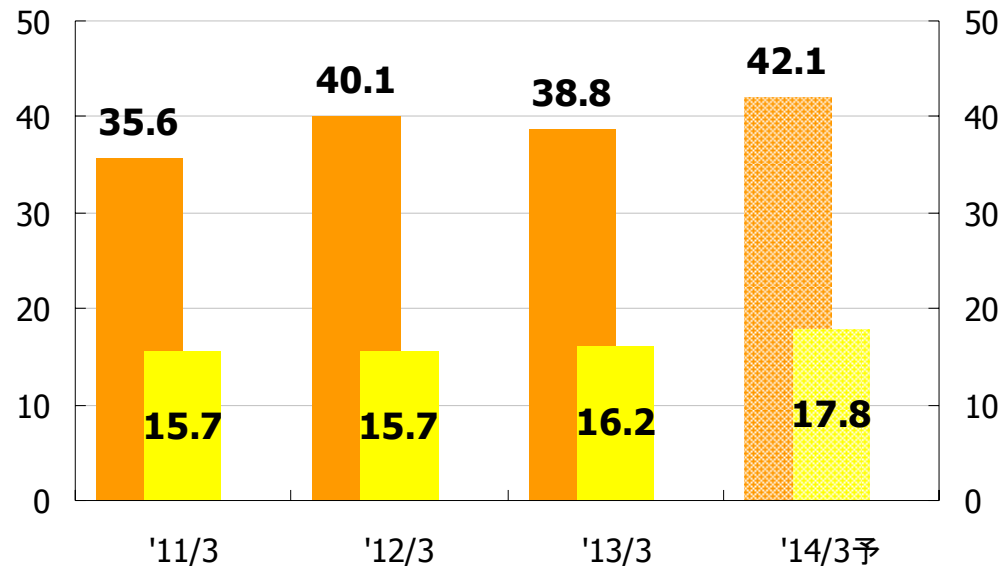
連結売上
1,178.8億円
(13/3期)

BELLUNA

【ソリューション事業】実績と総括

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



【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

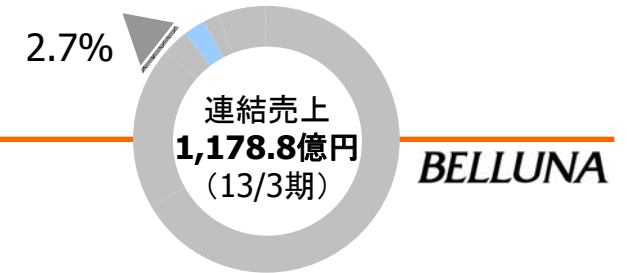


・封入・同梱サービスは堅調に売上高を伸ばしたが、通販代行サービスで大ロククライアントの取引縮小をカバーできず、全体として減収となる。

・利益面では、利益率の高い封入・同梱サービスの構成比が上がったことで、増益となった。

→今期は通販代行サービスが復活し、増収増益の見込み。

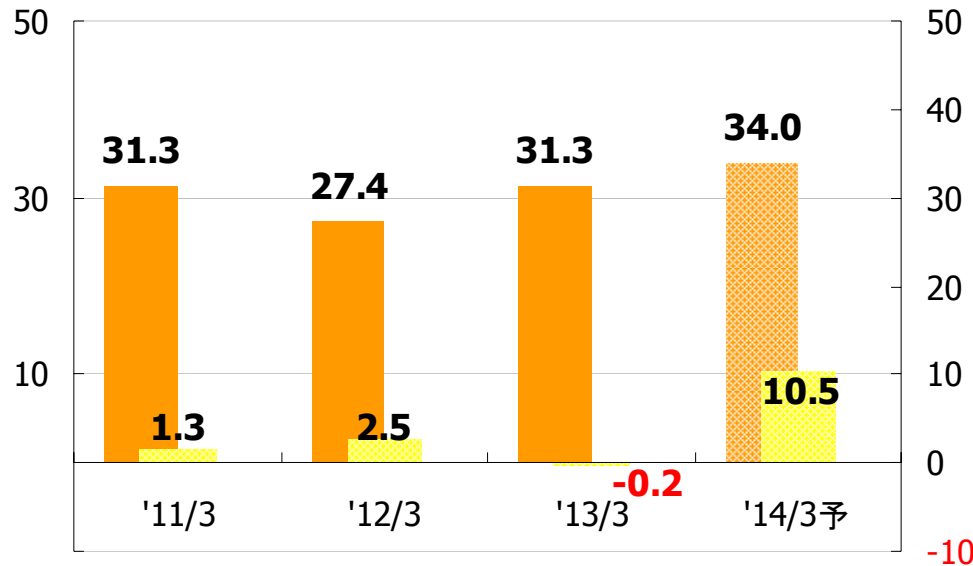
2-4. セグメント別概況：ファイナンス事業



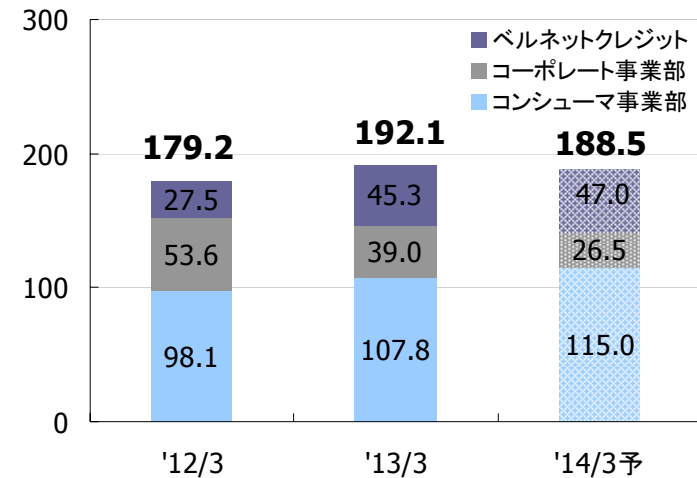
【ファイナンス事業】実績と総括

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



《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

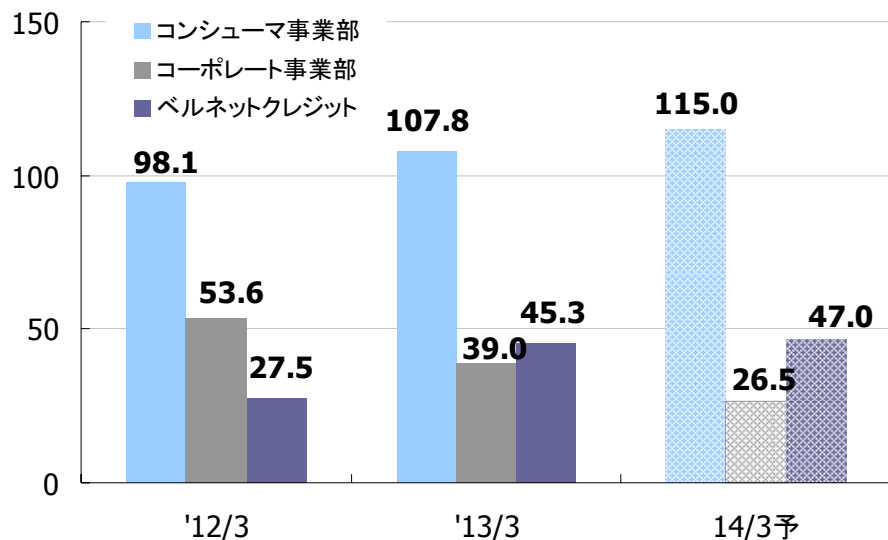
- ・国内消費者金融事業とベルネットクレジットで営業貸付残高を伸ばしたことで、増収となった。
- ・一方、担保金融事業とベルネットクレジットで貸倒引当金繰入額が増加したことで、事業全体としては減益となる。

→ 今後は国内消費者金融事業主体に自然体で伸ばしていく。

2-4. セグメント別概況：ファイナンス事業

BELLUNA

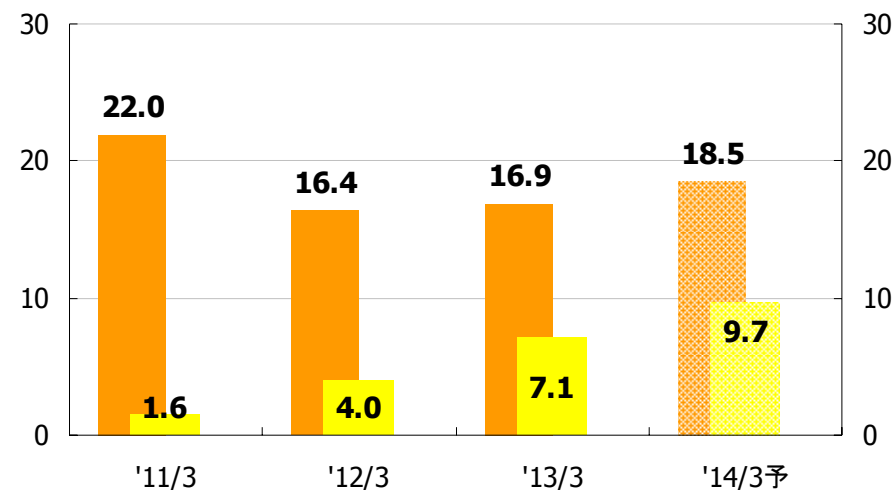
《各事業別営業貸付金残高の推移》



①コンシューマ事業部

(■売上高)

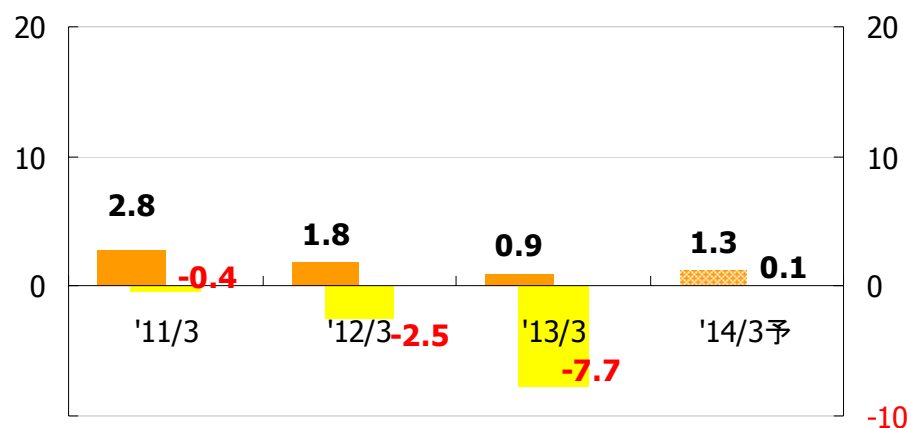
(■営業利益)



②コーポレート事業部

(■売上高)

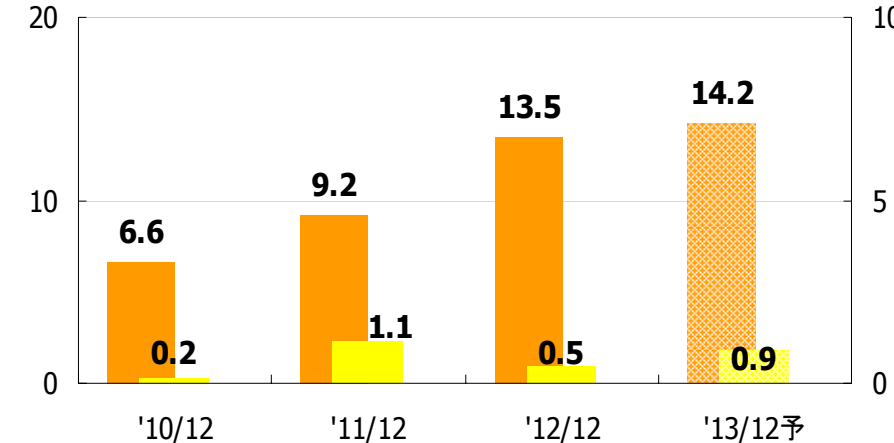
(■営業利益)



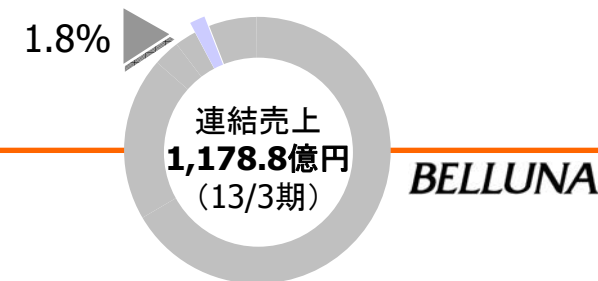
③ベルネット・クレジット

(■売上高)

(■営業利益)



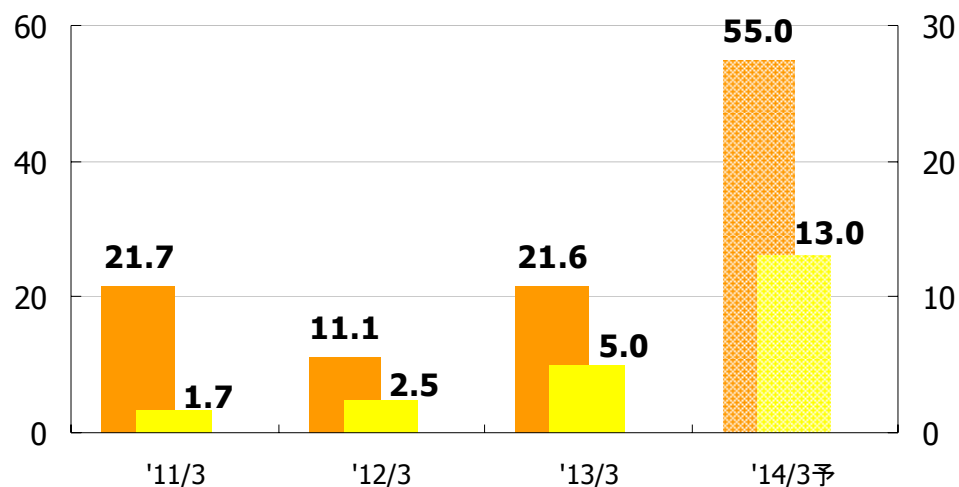
2-5. セグメント別概況：プロパティ事業



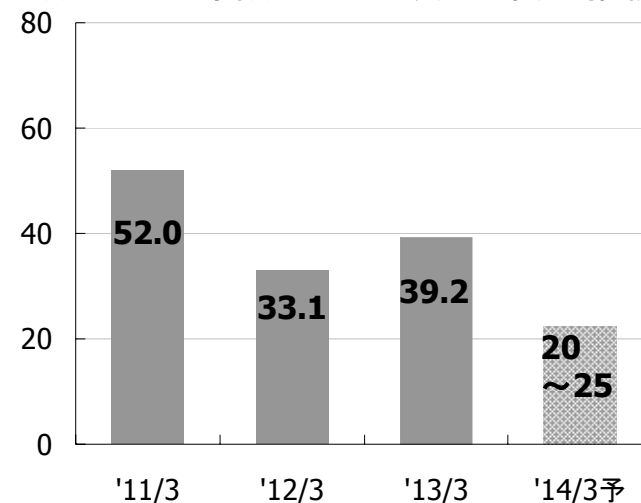
【プロパティ事業】実績と総括

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)

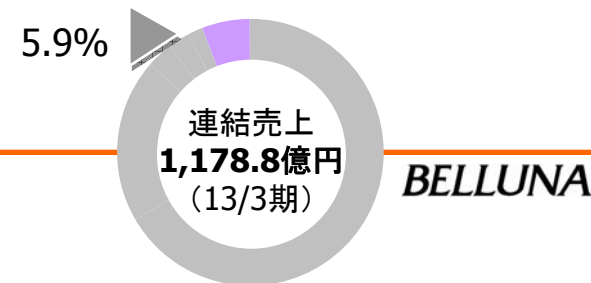


《販売用・仕掛販売用不動産残高の推移》



- ・3物件の販売用不動産の売却があり、大幅な増収・増益となる。
 - ・・・販売用不動産の売却額 10.0億円 売却益 3.5億円
- 今期は2物件を既に売却済であり、大幅な増収・増益を実現できる見通し

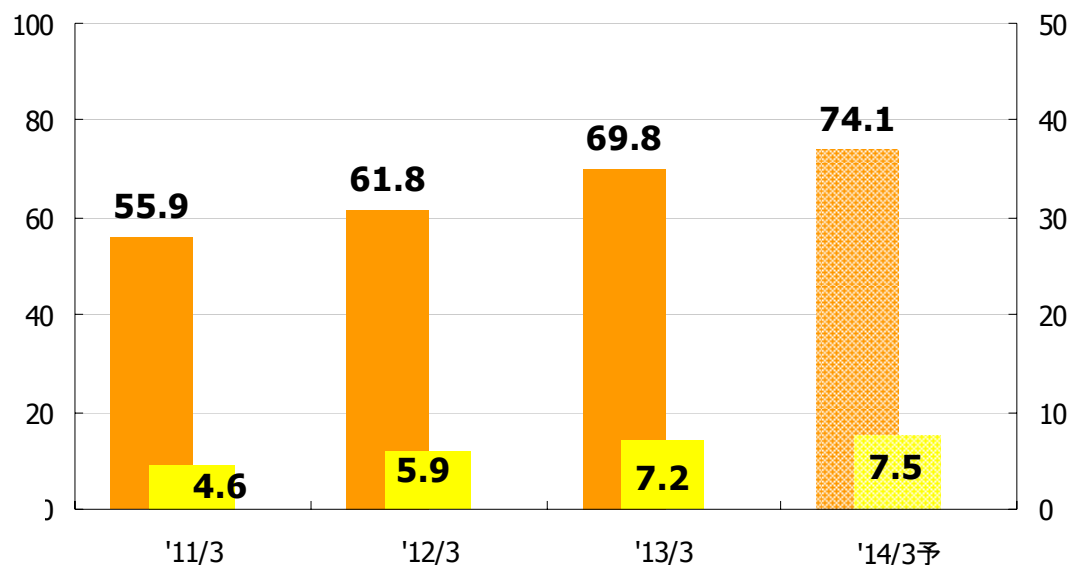
2-6. セグメント別概況: その他の事業



【その他の事業】 実績と総括

(■ 売上高: 億円)

(■ 営業利益: 億円)



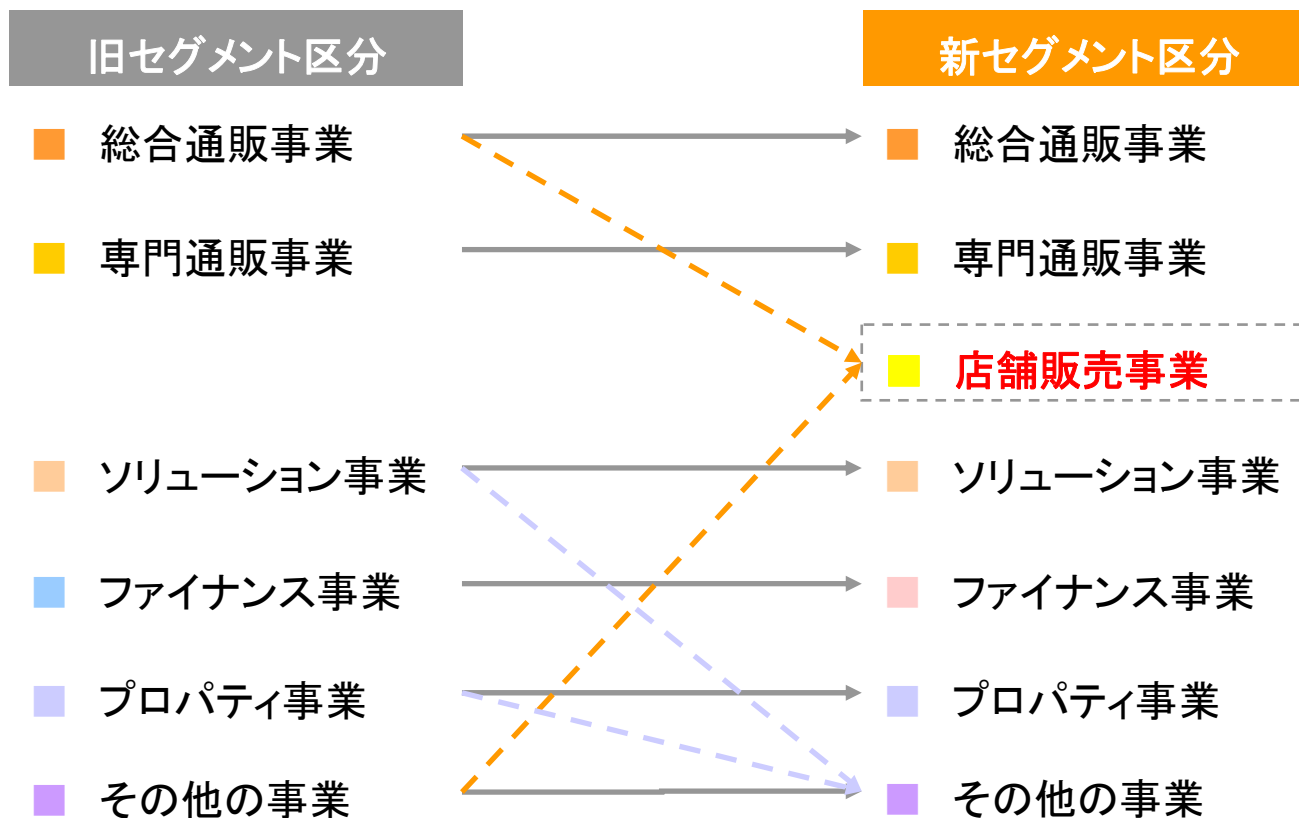
・子会社フレンドリーの卸売事業と主にBANKANの店舗販売事業が順調に売上を伸ばし、全体としては13.0%の増収となる。

また、増収効果もあって増益となった。

→今期も増収とはなるが、店舗出店費用もあり、営業利益では微増に留まる。

2-7. セグメントの一部見直し

BELLUNA



今連結会計年度から、事業区分を上記の通り変更いたします。

2-7. セグメントの一部見直し

セグメント組み換え後の業績

BELLUNA

(単位: 億円)

旧セグメント区分

上段: 売上高

下段: 営業利益

13/3期

14/3期(予)

総合通販	786.3	841.2
	22.6	25.6
専門通販	235.4	258.2
	18.7	19.6

ソリューション	38.8	42.1
	16.2	17.8
ファイナンス	31.3	34.0
	-0.2	10.5
プロパティ	21.6	55.0
	5.0	13.0
その他	69.8	74.1
	7.2	7.5
連結消去	-4.3	-4.5
	1.4	1.0
計	1,178.8	1,300.0
	70.8	95.0



新セグメント区分

上段: 売上高

下段: 営業利益

13/3期

14/3期(予)

総合通販	780.1	817.0
	25.4	28.5
専門通販	235.4	258.2
	18.7	19.6
店舗	50.0	65.8
	3.6	3.0
ソリューション	38.4	41.5
	16.3	17.8
ファイナンス	31.3	34.0
	-0.2	10.5
プロパティ	16.9	50.0
	5.1	13.0
その他	31.1	38.0
	0.4	1.6
連結消去	-4.3	-4.5
	1.4	1.0
計	1,178.8	1,300.0
	70.8	95.0

3. 第二次短期経営計画

BELLUNA

1. 第一次短期経営計画の成果と反省
2. 経営環境の変化と新たな課題
3. 経営基本方針
4. 主要経営指標
5. 経営基本方針に基づく取り組み

3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

BELLUNA

(単位:億円)

▼ (1) 計数目標と実績

連結	11/3期			12/3期			13/3期		
	実績		短期計画比*2	実績		短期計画比*2	実績		短期計画比*2
売上高	1,034.6	×	-30.4	1,103.0	×	-17.0	1,178.8	×	-56.2
(内、総合通販事業)	(690.45)	(×)	(-14.55)	(743.4)	(×)	(-16.6)	(786.3)	(×)	(-49.7)
営業利益	67.3	○	+9.3	74.1	○	+2.1	70.8	×	-19.2
有利子負債*1	234.7	○	計画通り	95.4	○	-105~-155	132.4	○	-68~118
自己資本比率	52.0%	○	+1.5P	61.3%	○	+6.3P	57.9%	○	+2.9P
ROE	7.9%	○	+2.8	7.3%	○	+2.2~+0.3P	9.2%	○	+2.2~4.1P
1株あたり配当金(円)	15.0	○	±0	15.0	○	±0	15.0	○	±0

売上高は総合通販事業の未達により、又、13年3月期の営業利益は当初計画にはなかったイメージ広告やファイナンス事業での貸倒引当金の積み増しなどにより、目標未達となるも、有利子負債~1株あたり配当金については、目標値をクリアした。

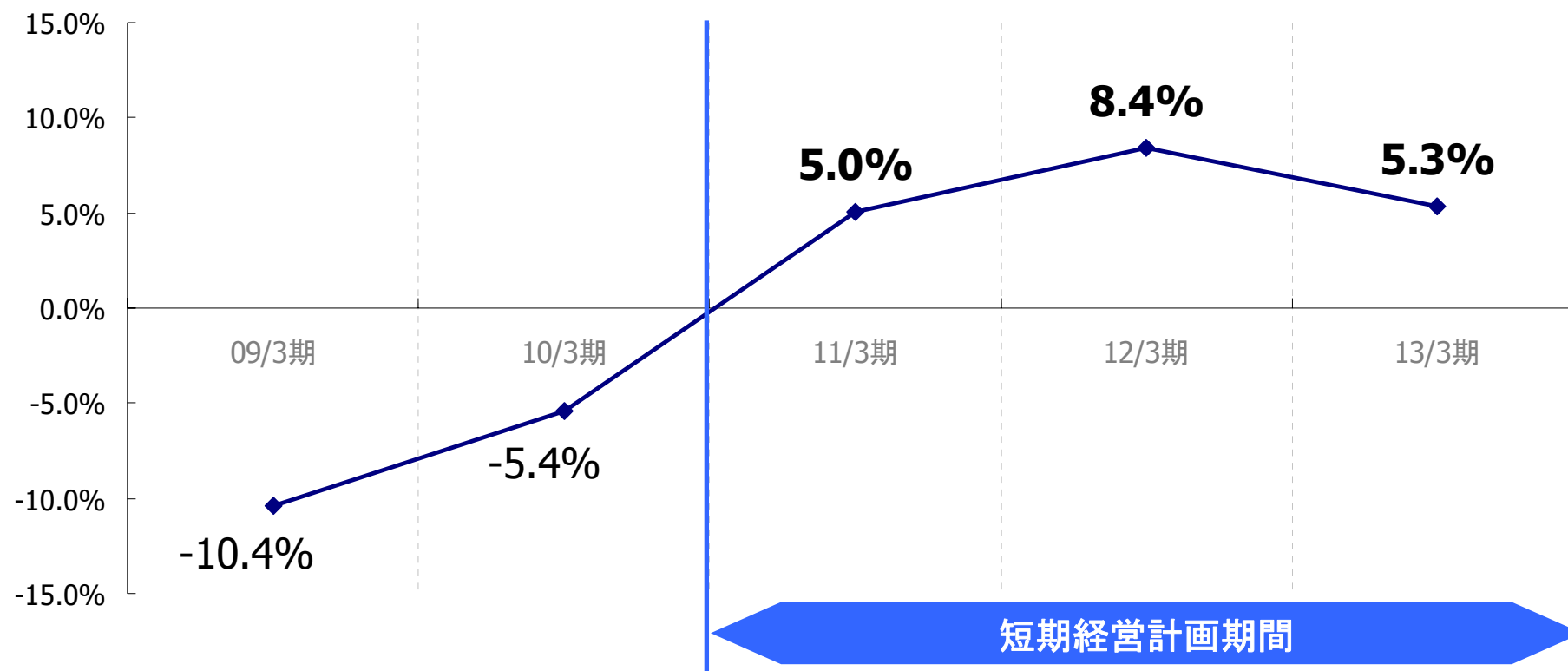
*1:有利子負債は、社債のうち自社買い入れ分を除く *2:短期計画は、2010年11月11日発表の当初計画数値

3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

BELLUNA

▼ (2) 経営基本方針の進捗 基本方針1: データベース関連事業の強化

《データベース関連事業の売上高前年比伸び率の推移》



データベース関連事業(総合通販事業、専門通販事業、ソリューション事業)の売上高は増収ペースに転換すると共に、前年比伸び率も每期5%以上を確保し、着実に強化されている。

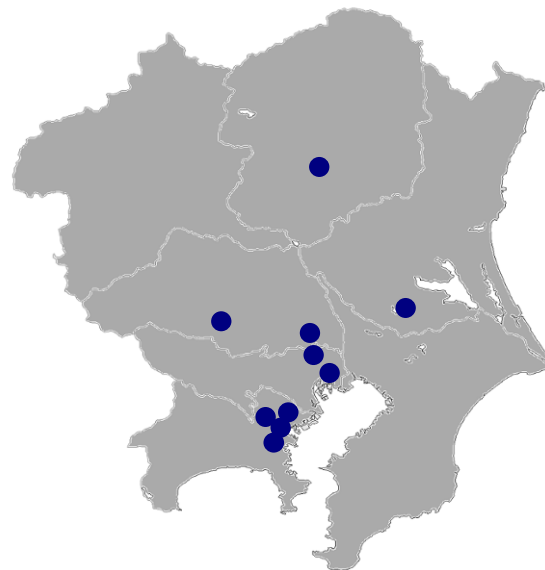
3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

BELLUNA

▼ (2) 経営基本方針の進捗 基本方針2: 二次活用事業の立ち上げ及び強化

店舗展開の拡大

ファッションテスト店の拡大
2013年3月末: 10店舗



卸売事業の強化

卸売事業の売上高
2011年3月期 0.4億円 → 2013年3月期 2.4億円

関東でファッション店舗を10店舗展開し、各種テストを実施。収益事業になるための課題も明確になった。今後は課題を解決しながら、出店を進めていく。

また、卸売事業は着実に売上を増やしてきている。

3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

BELLUNA

(単位:億円)

▼ (2) 経営基本方針の進捗 基本方針3: 財務健全性の強化

	10/3期	11/3期	12/3期	13/3期
ネットキャッシュ	-141.1	-46.0	34.2	15.9
現預金	232.2	206.9	129.6	148.3
有利子負債	373.3	252.9	95.4	132.4
純資産	542.2	574.7	608.1	666.1
(自己資本比率)	(45.3%)	(52.0%)	(61.3%)	(57.9%)
DEレシオ*	0.64	0.43	0.15	0.20
格付け	BBB	BBB	↗ BBB+	BBB+
(日本格付研究所)	ネガティブ	↗ 安定的	安定的	安定的

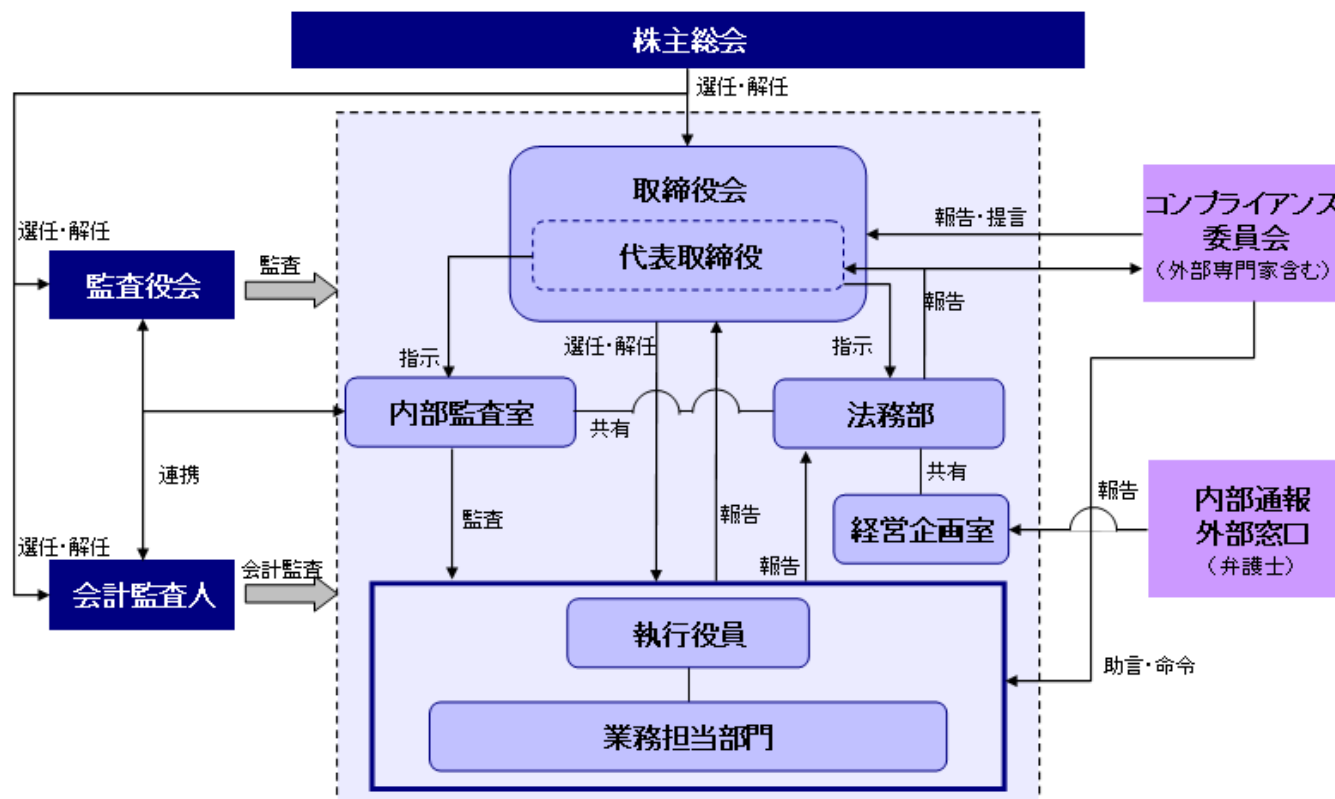
ネットキャッシュは12/3期にプラスに転じ、13/3期もプラスを維持している。
 また、純資産も年々積み上がっており、自己資本比率も60%前後の水準となった。
 そうした改善状況を受け、格付けも上がってきており、財務体質の強化は一定の成果をあげる。

*DEレシオ=有利子負債÷株主資本合計

3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

▼ (2) 経営基本方針の進捗

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



外部専門家含むコンプライアンス委員会を毎月開催していることや、年2回の「コンプライアンスの日」と「商品安全の日」等により、社員のコンプライアンス意識はかなり高まり、相応の成果はできてきた。今後も引き続きコンプライアンス・ガバナンス体制の維持・強化に努めていく。

3-1. 第一次短期経営計画の成果と反省

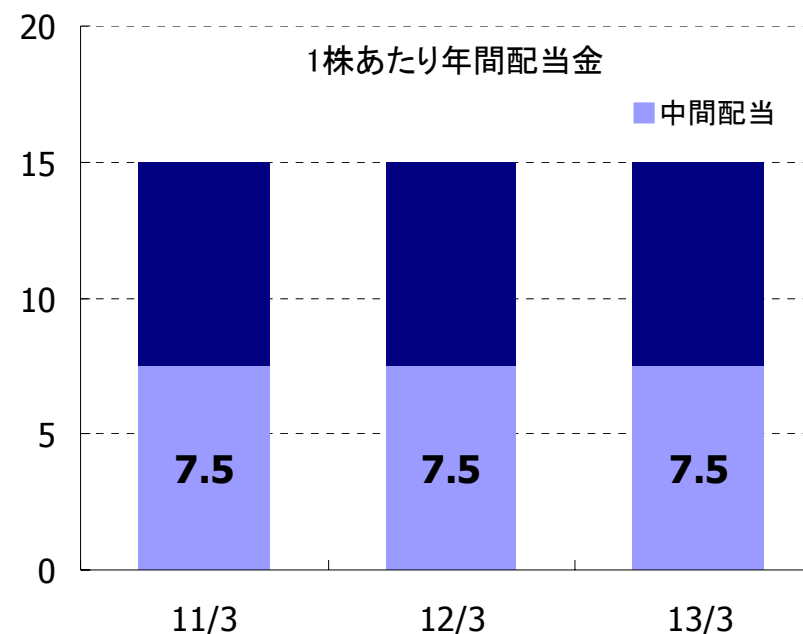
BELLUNA

▼ (2) 経営基本方針の進捗 基本方針5: 安定した株主還元

(1) 自己株式の取得

取得期間	取得株式数	取得価額
2011/8/5 ~2011/12/30	1,156,500	660,191,350
2012/5/24 ~2012/12/30	347,700	212,228,350
2年間の累計	1,504,200	872,419,700

(2) 安定した株主配当の実現

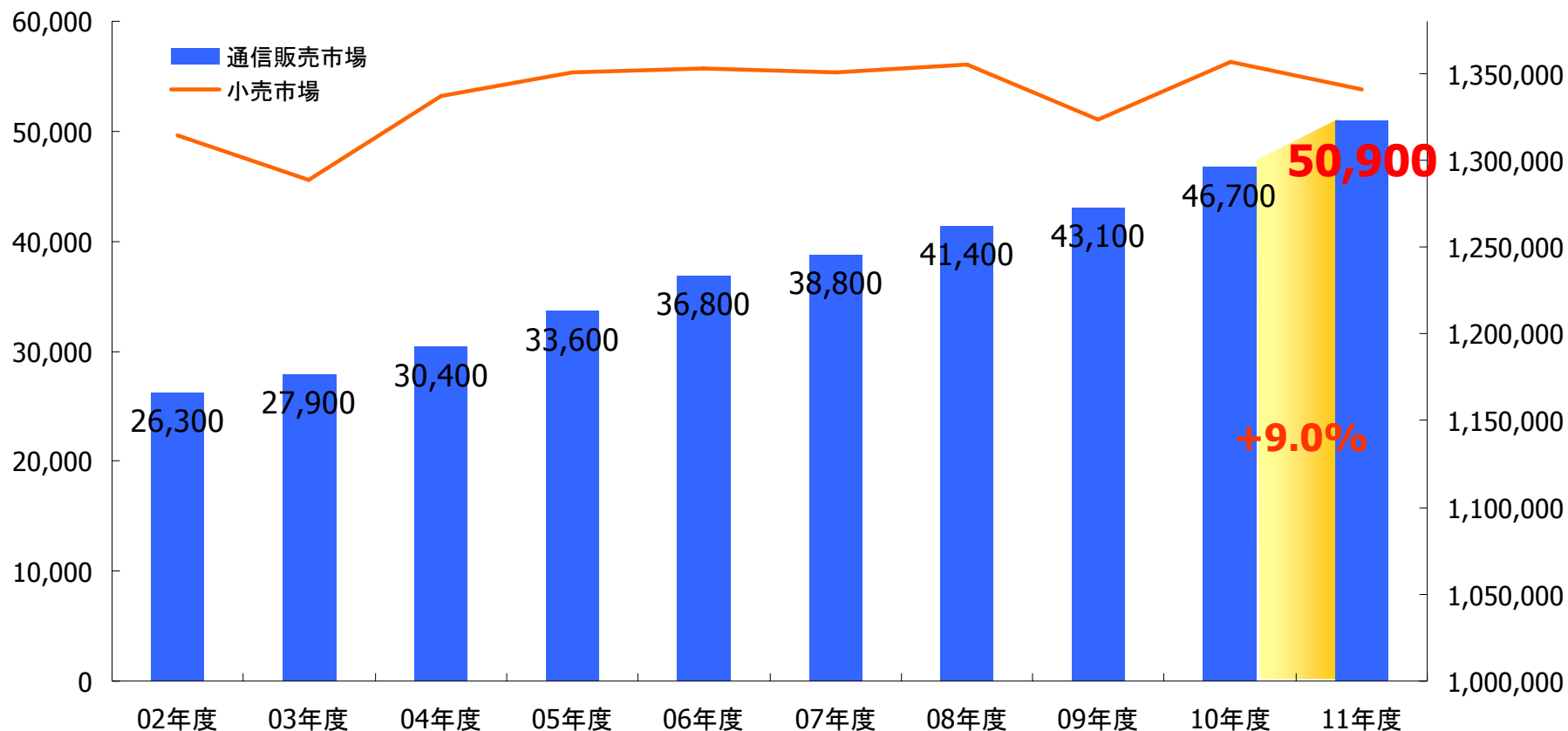


株主還元の一環として、2年間の累計で8.7億円の自己株式の取得を実施。
株主配当については、前期と同じ年間配当15円とし、安定配当を実現した。

3-2. 経営環境の変化と新たな課題

BELLUNA
(単位: 億円)

(1) 通販市場の動向



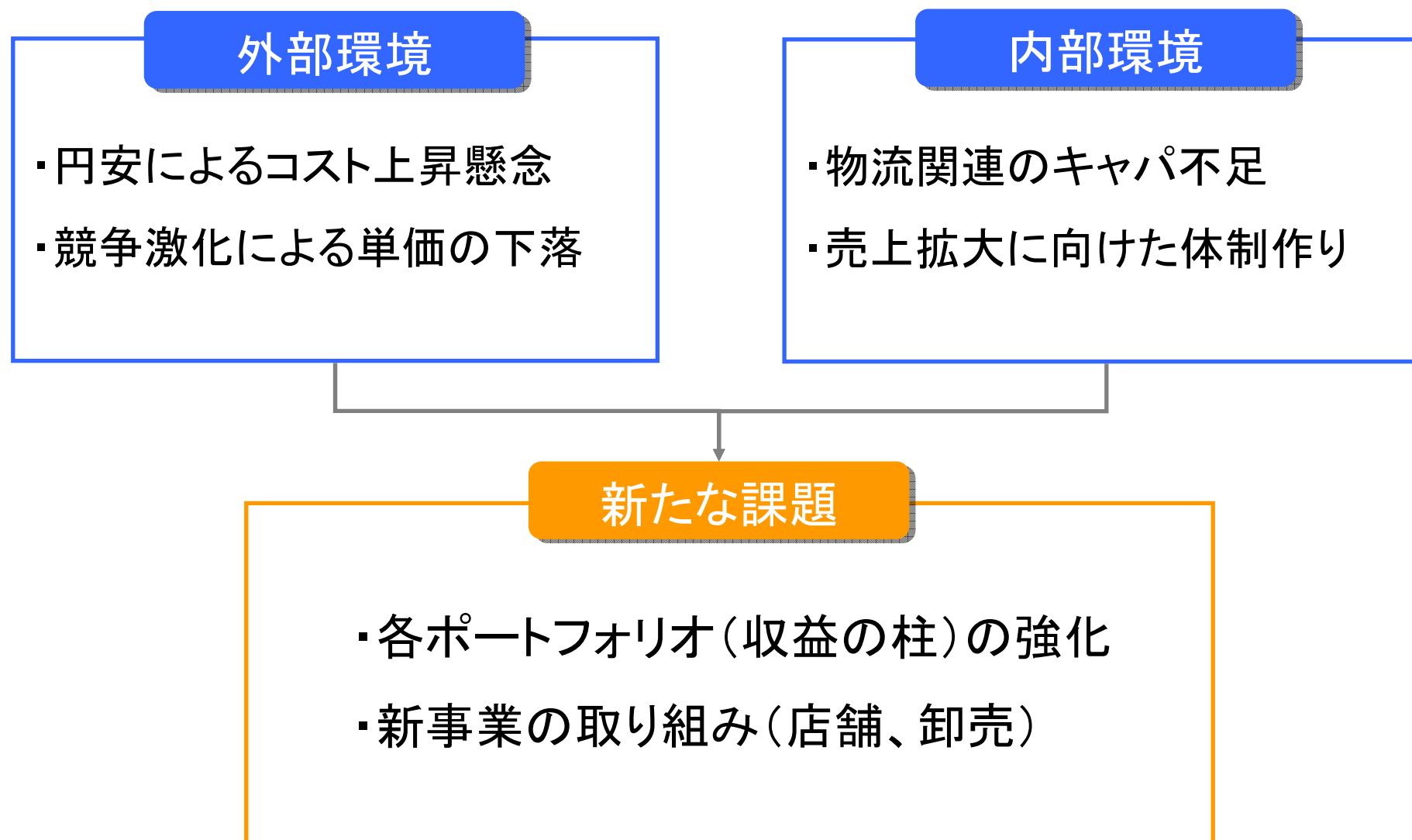
※日本通信販売協会「2011年度通販市場売上高調査」/経済産業省「商業販売統計年報」を元に作成

小売市場が一進一退を繰り返している中、通信販売市場は年々拡大傾向を続け、11年度は前年比9.0%増と5兆円の大台を突破。媒体別では、インターネットとモバイル通販の成長が著しい。

3-2. 経営環境の変化と新たな課題

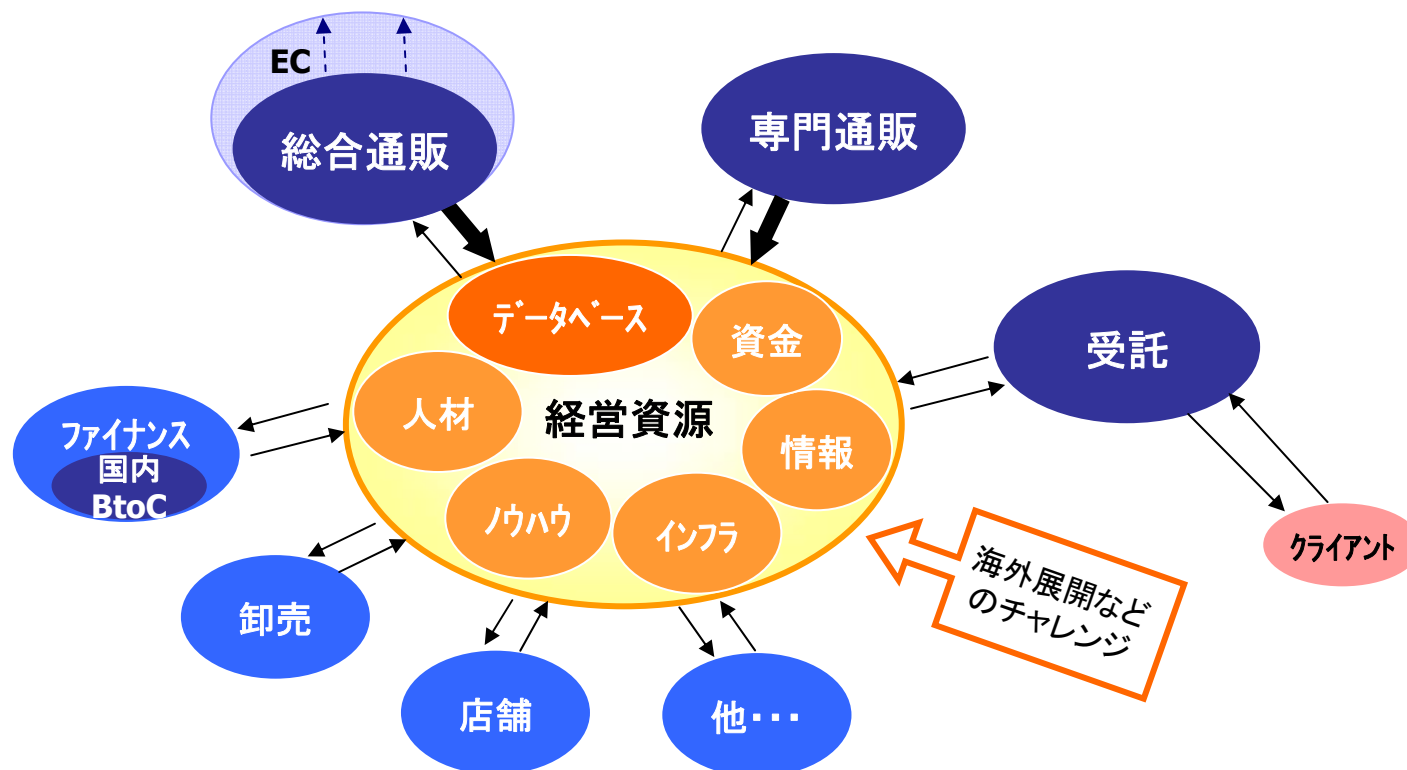
BELLUNA

▼ (2) 経営環境の変化と新たな課題



3-3. 経営基本方針

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【新たな事業】群でプラスαの収益を生む
- ③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. 経営基本方針

BELLUNA

▼ 経営基本方針

“通信販売総合商社”の熟成

1. ポートフォリオ経営の強化
2. 新たな事業の成長促進
3. 通販インフラの整備
4. 株主還元の見直し

3-4. 主要經營指標

▼ (1) 全体

BELLUNA
(単位: 億円)

連結	13/3期	14/3期		15/3期		16/3期	
	実績	予算	前年比	予算	前年比	予算	前年比
売上高	1,178.8	1,300.0	+10.3%	1,400.0	+7.7%	1,600.0	+14.3%
営業利益	70.8	95.0	+34.2%	105.0	+10.5%	120.0	+14.3%
(営業利益率)	6.0%	7.3%	+1.3P	7.5%	+0.2P	7.5%	+0.0P
有利子負債	132.4	180.0	+36.0%	150~200	-17~+11%	150~250	±0~25%
純資産	666.1	720.0	+8.1%	770.0	+6.9%	830.0	+7.8%
ROE	9.2%	9.3%	+0.1P	8.5~9.5%(-0.8~+0.2P)			

3-4. 主要経営指標

▼ (2) セグメント別

BELLUNA
(単位:億円)

		13/3期	14/3期	15/3期	16/3期
		実績	予算	予算	予算
総合通販	売上高	780.1	817.0	879.0	950.0
	営業利益	25.4	28.5	38.0	43.0
専門通販	売上高	235.4	258.2	284.3	318.0
	営業利益	18.7	19.6	24.0	26.1
店舗	売上高	50.0	65.8	95.0	141.0
	営業利益	3.6	3.0	3.0	7.0
ソリューション	売上高	38.4	41.5	46.5	52.0
	営業利益	16.3	17.8	19.0	19.3
ファイナンス	売上高	31.3	34.0	36.8	39.4
	営業利益	-0.2	10.5	14.1	15.7
プロパティ	売上高	16.9	50.0	10.0	10.0
	営業利益	5.1	13.0	4.3	4.4
その他	売上高	31.1	38.0	52.0	94.0
	営業利益	0.4	1.6	3.5	5.7
連結消去	売上高	-4.3	-4.5	-3.6	-4.4
	営業利益	1.4	1.0	-0.9	-1.2
計	売上高	1,178.8	1,300.0	1,400.0	1,600.0
	営業利益	70.8	95.0	105.0	120.0

3-5. 経営基本方針に基づく取り組み

▼ (1) 基本方針1 ポートフォリオ経営の強化

■ 総合通販事業 ～収益と成長のバランス

- ・収益性の高いミセス層に重点
- ・若年層は収益性向上と新規顧客の獲得に注力

■ 専門通販事業 ～利益を確保しながら成長に重点

- ・グルメ事業・・・収益性の高いワイン事業をさらに伸ばす
- ・健食・化粧品・・・利益額を維持しながら、成長性を追求

■ ソリューション事業 ～収益強化と成長の実現

- ・封入同梱サービス・・・収益性を確保しながら新規顧客を獲得
- ・通販代行サービス・・・収益力強化と受入拡大による受注増

3-5. 経営基本方針に基づく取り組み

BELLUNA

▼ (2) 基本方針2 新たな事業の成長促進

① 店舗販売事業の拡大

・アパレル・・・今期中に20店舗出店予定

2013/3末 10店舗 → 2014/3末(予) 30店舗

・和装・・・・・・今期中に8店舗出店／3店舗退店予定

2013/3末 48店舗 → 2014/3末(予) 53店舗

※来期以後は業績や経営環境を踏まえて出店



BELLUNA 守谷店

② 海外事業展開の促進

・中国を中心としたアジアへのワイン卸販売の拡大



上海のワインバー

3-5. 経営基本方針に基づく取り組み

BELLUNA

▼ (3) 基本方針3 通販インフラの整備

吉見物流センターの新設（投資総額約130億円）

2014年8月から本格稼動

- ・ローコストオペレーション ～作業効率約1.3倍に
- ・サービスの向上 ～当日出荷が可能に



3-5. 経営基本方針に基づく取り組み

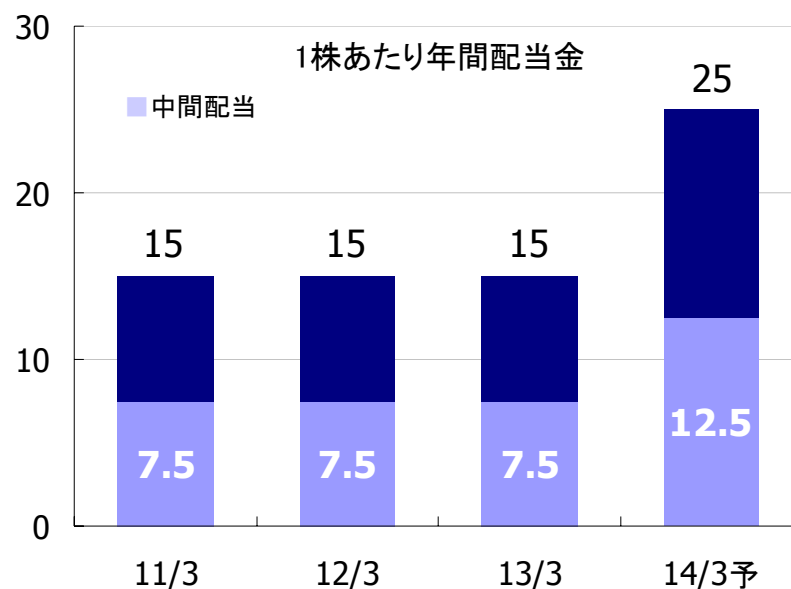
BELLUNA

▼ (4) 基本方針4 株主還元の見直し

配当の見直し

今期は10円増配する。

(現行)年間 15円 → (14年3月期) 年間 25円



→ 来期以後については、安定配当の維持、業績、今後の事業展開等を総合的に勘案して決定する。

経営資源を最大限に活用して、
安定性、成長性、継続性、収益性を
より高め、
“通信販売総合商社”の熟成を
目指していきます。

4. 参考資料

BELLUNA

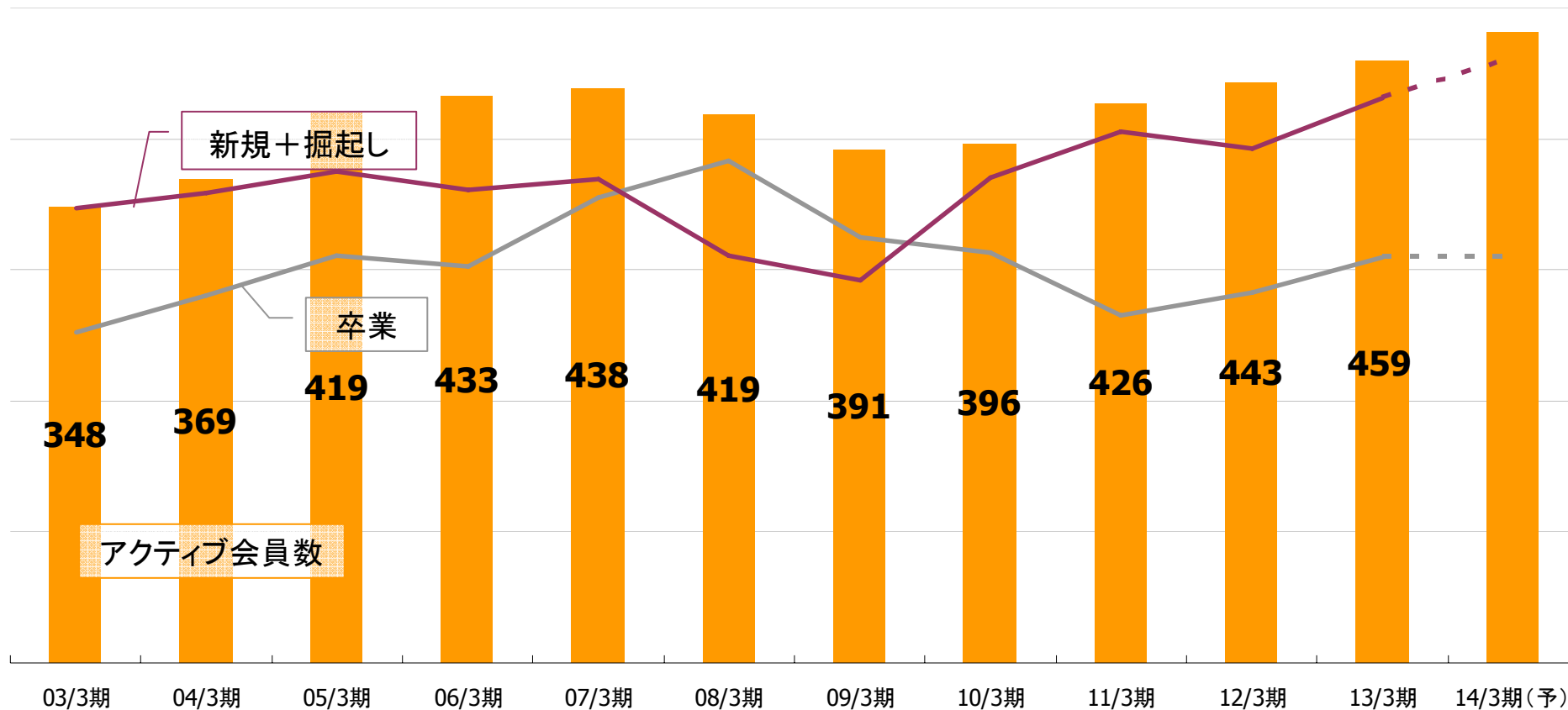
1. 【総合通販事業】アクティブ会員数の推移
2. 【総合通販事業】登録会員の特徴
3. 通販業界の動向

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)



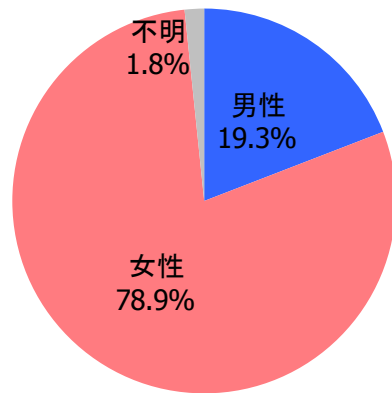
品質・サービス面の強化と、戦略的な商品展開、各種のプロモーション施策により
アクティブ会員数は依然として順調に伸長している。

4-2.【総合通販事業】登録会員の特徴

登録会員の特徴(2012年10月現在)

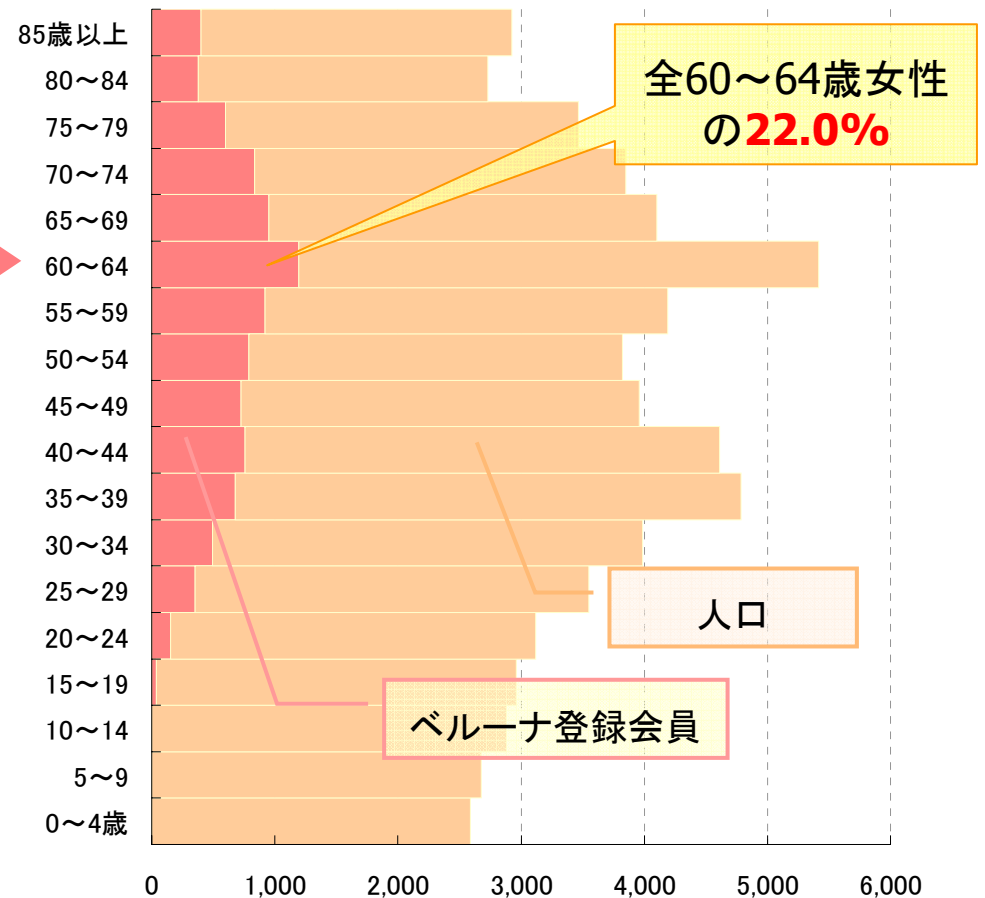
<登録会員数> **1,456.7万人** (前年対比+7.2%)

<性別>

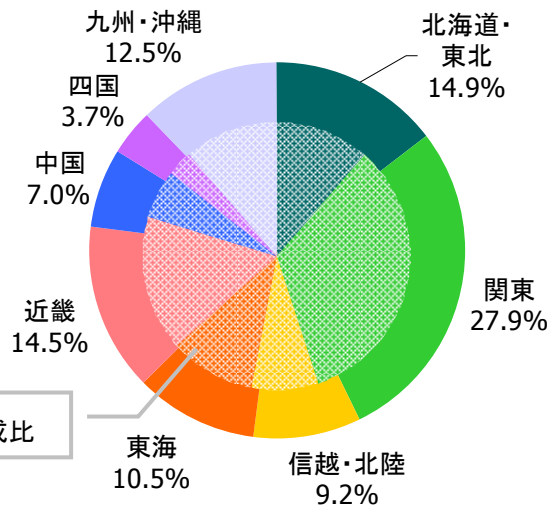


<人口ピラミッドとの比較(女性のみ)>

(単位:千人)



<地域>



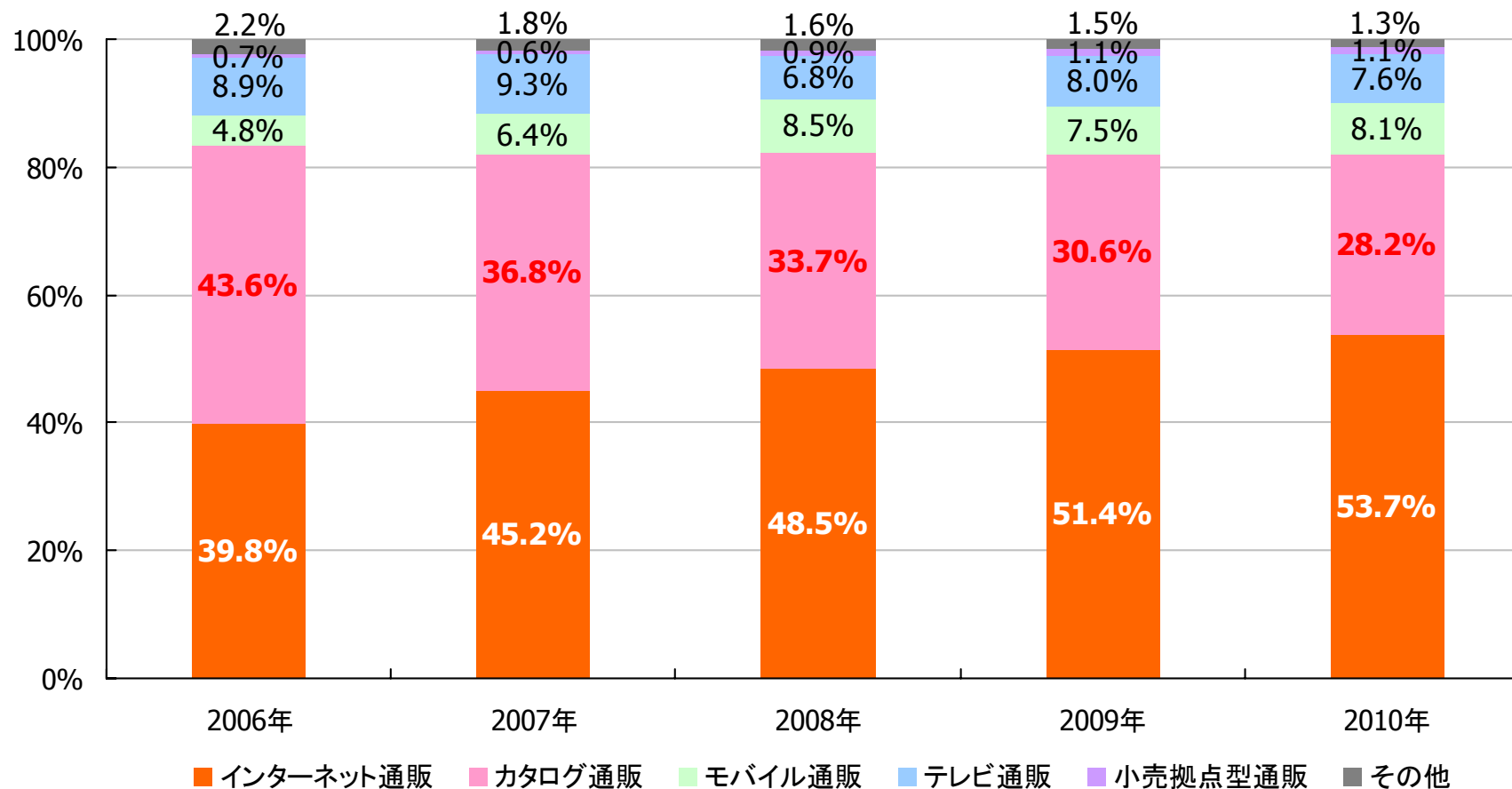
地域別の人口構成比

※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 2011-2012」を元にBellunaにて作成

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

(単位: 百万円)

通信販売企業ランキング

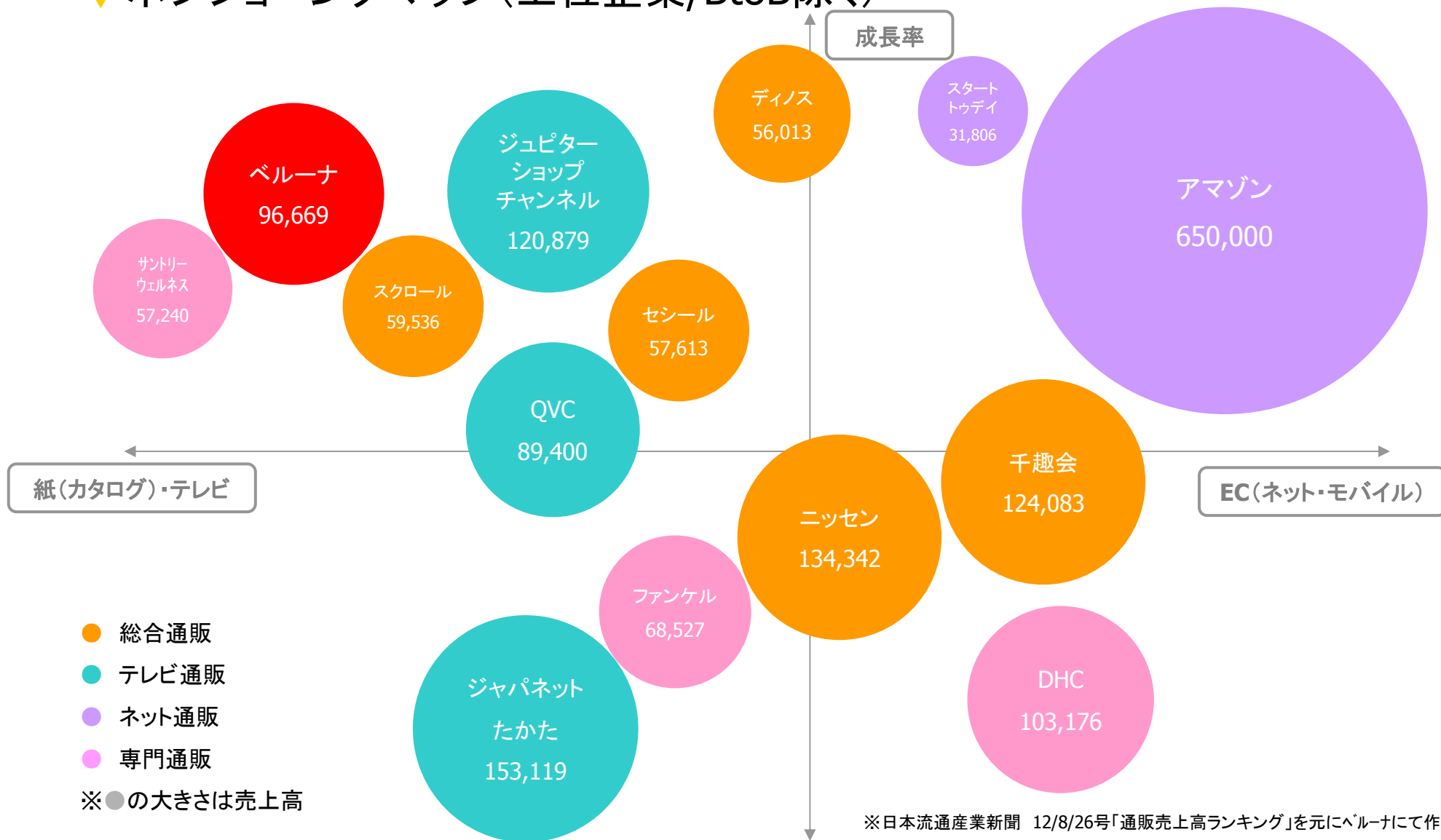
順位	企業	カテゴリ	通販売上高	増減率
1	アマゾンジャパン	ネット専業	650,000	—
2	ベネッセコーポレーション	通信教育	243,849	-1.1%
3	アスクル	BtoB	212,932	8.0%
4	ジャパネットたかた	TV通販	153,119	-13.0%
5	ニッセン	総合	134,342	-2.6%
6	ミスミグループ	BtoB	130,212	7.4%
7	千趣会	総合	124,083	-1.5%
8	ジュピターショップチャンネル	TV通販	120,879	8.4%
9	大塚商会	BtoB	107,934	6.9%
10	ディーエイチシー	化粧品・健食	103,176	-6.4%
11	ベルーナ	総合	96,669	8.2%
12	QVCジャパン	TV通販	89,400	1.1%
13	ファンケル	化粧品・健食	68,527	-3.7%
14	スクロール	総合	59,536	5.4%
15	セシール	総合	57,613	4.8%
16	サントリーウェルネス	化粧品・健食	57,240	8.0%
17	ディノス	総合	56,013	11.3%
18	デル	パソコン	55,000	—
19	オークローンマーケティング	雑貨	54,026	0.2%
20	カウネット	BtoB	51,800	4.0%

※日本流通産業新聞 12/8/26号「通販売上高ランキング」を元にベルーナにて作成

4-3. 通販業界の動向

BELLUNA
(単位:百万円)

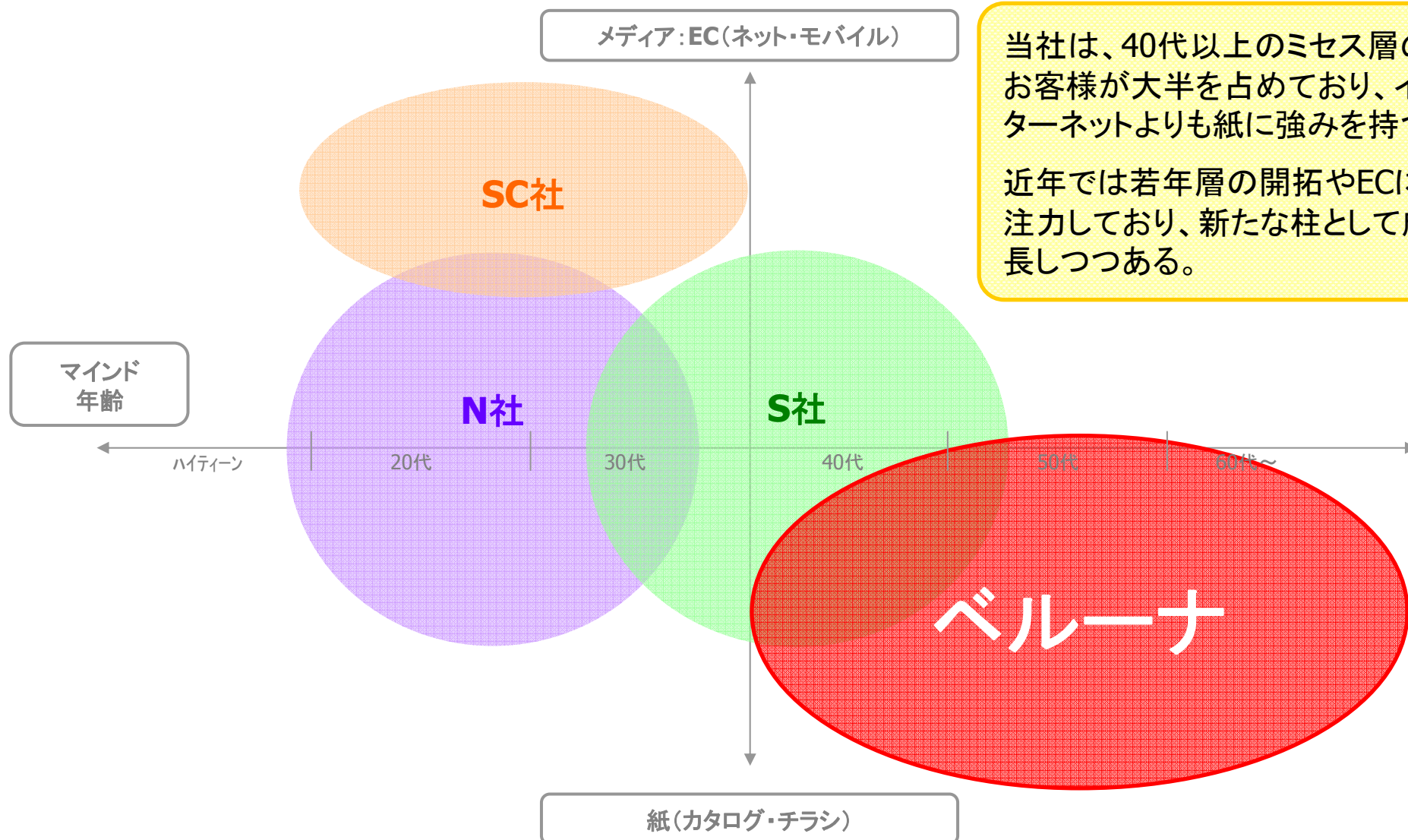
▼ ポジショニングマップ(上位企業/BtoB除く)



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。