

2023年3月期第二四半期

決算説明会資料

株式会社ベルーナ

証券コード：9997



2022年11月18日（金）

1.決算ハイライト	P.2
2.経営方針と取り組み	P.13
3.参考資料	P.51

# 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・営業利益・経常利益・当期純利益 は前年比を下回って着地。

- 売上高は前年比6.6%減、予算比3.6%減
- 営業利益は前年比22.4%減、予算比32.9%減
- 経常利益は前年比8.4%減、予算比19.5%減
- 当期純利益は前年比11.2%減、予算比28.8%減

## 22/10/28に修正予算を公表。

## 1-2. 決算概況（2Q累計）

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

## 1-2. 決算概況（2Q）

BELLUNA

売上高 ～453.4億円、前年比▲3.3%となった。

営業利益 ～19.4億円、前年比▲5.0億円となった。

単位：億円

連結	22/3期				23/3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	
	実績	実績	実績	実績	実績	実績	前年比
売上高	589.3	468.8	628.2	515.0	534.4	453.4	-3.3%
売上原価	246.1	197.8	258.5	205.8	213.5	182.2	-7.8%
販売管理費	320.0	246.7	315.1	273.1	303.3	251.8	+2.1%
営業利益	23.2	24.4	54.6	36.1	17.5	19.4	-20.6%
営業外損益	3.4	0.0	4.3	-0.6	7.0	2.8	-
（内、為替関連損益）	(0.2)	(1.1)	(4.5)	(2.2)	(4.4)	(3.9)	-
経常利益	26.6	24.4	58.9	35.5	24.5	22.2	-9.0%
当期純利益	16.6	15.5	45.4	24.6	13.8	14.7	-5.1%

## 1-3. セグメント別損益

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

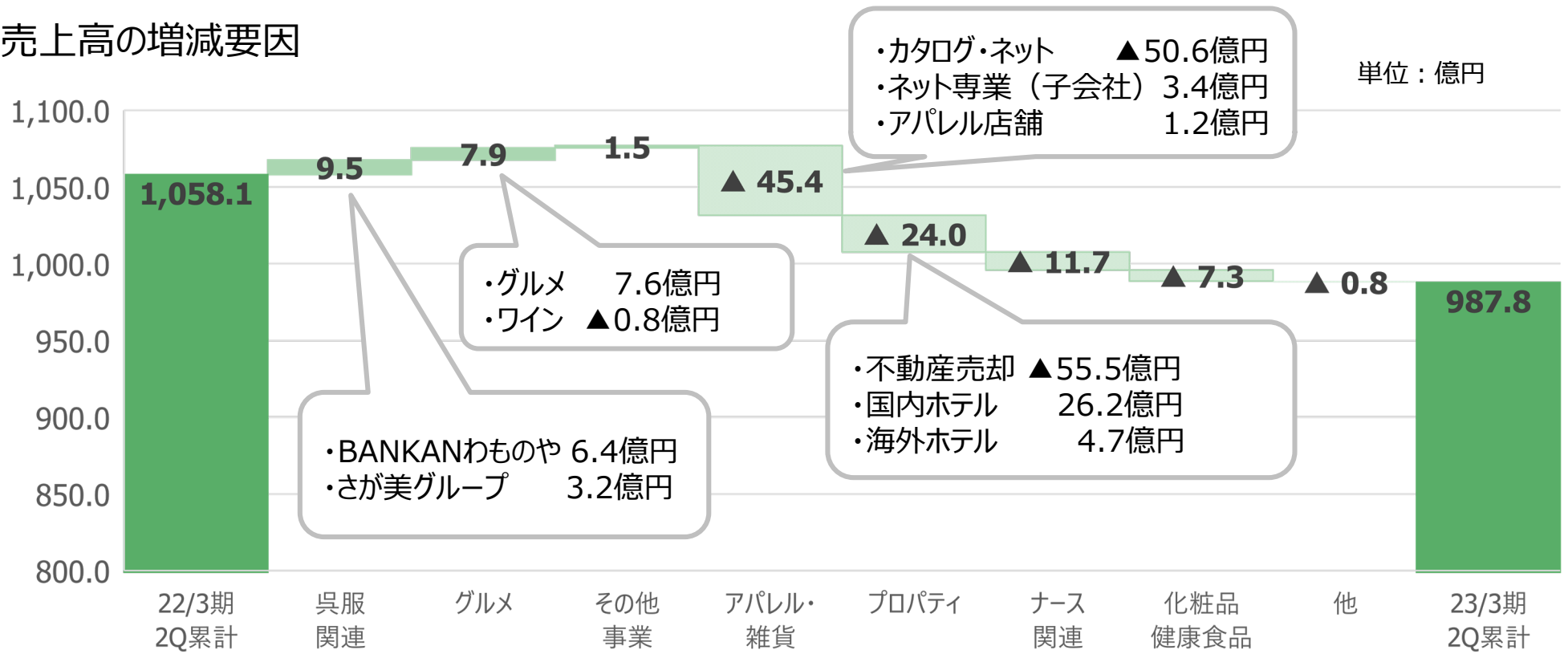
単位：億円

	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 ハウス 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%

# 1-4. 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。

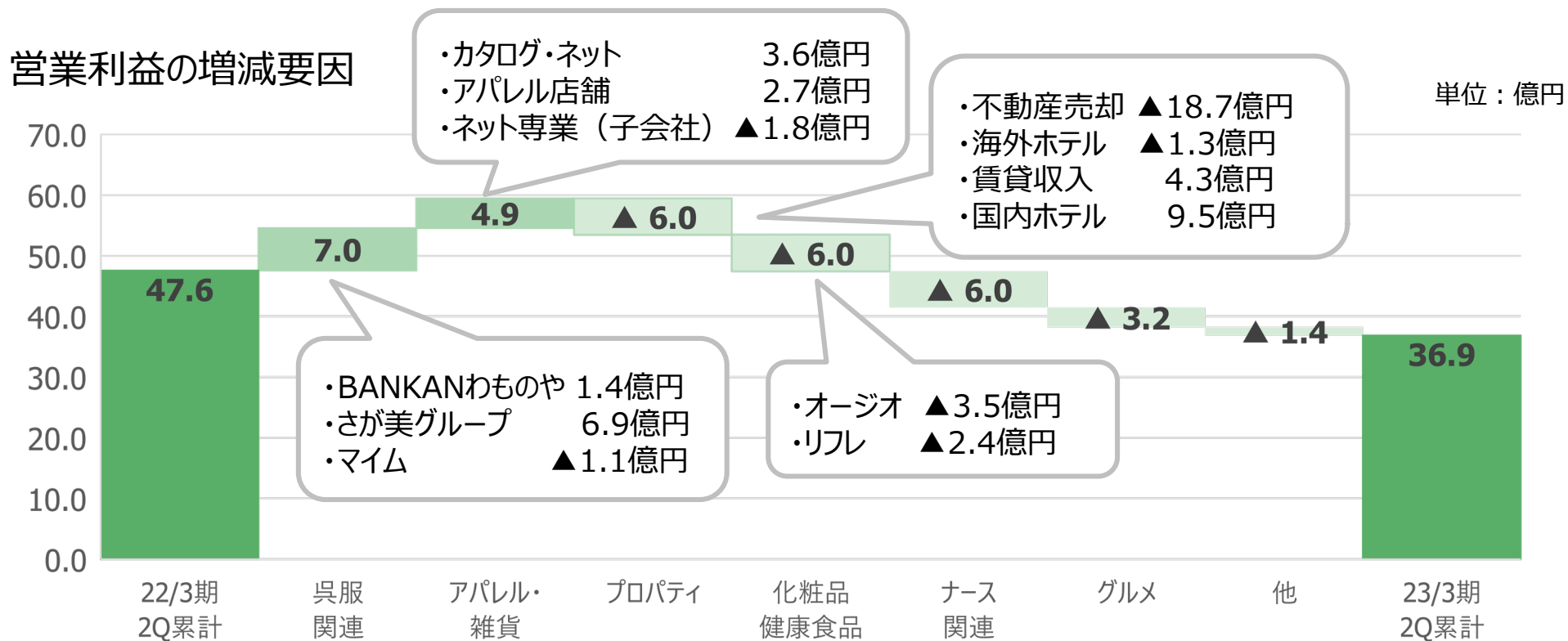
売上高の増減要因





# 1-5. 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。



## 1-6. 貸借対照表

BELLUNA

流動資産では主に現金及び預金、営業貸付金、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、負債では短期借入金等が減少するも長期借入金が増加した。

単位：億円

	22/3末	22/9末	増減額
流動資産	1,181.3	1,202.7	21.3
現金及び預金	285.9	292.4	6.5
営業貸付金	274.4	284.1	9.7
商品及び製品	266.7	293.4	26.7
固定資産	1,360.5	1,405.4	45.0
有形固定資産	1,033.4	1,071.8	38.4
無形固定資産	102.8	107.8	5.0
総資産	2,541.8	2,608.1	66.3
負債	1,351.3	1,381.6	30.2
短期借入金	129.1	85.1	-44.0
未払費用	133.9	120.2	-13.8
長期借入金	606.4	691.3	84.9
純資産	1,190.4	1,226.5	36.1
<b>【自己資本比率】</b>	<b>[46.5%]</b>	<b>[46.7%]</b>	<b>[+0.2P]</b>

# 1-7. キャッシュフロー計算書

BELLUNA

不動産売却の減少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  
全体としてキャッシュは0.6億円減少した

単位：億円

	22/3期2Q累計	23/3期2Q累計		
	実績	実績	前年比	
<b>営業活動によるキャッシュフロー</b>	<b>26.6</b>	<b>23.5</b>	<b>-3.0</b>	
税金等調整前当期純利益	51.3	45.7	-5.5	
販売用不動産の増減	29.4	2.3	-27.1	
法人税及び住民税（支払額）	-46.5	-20.6	25.9	
<b>投資活動によるキャッシュフロー</b>	<b>-122.0</b>	<b>-45.6</b>	<b>76.5</b>	
有形固定資産の取得による支出	-99.9	-40.5	59.3	設備投資*1
無形固定資産の取得による収入	-5.4	-10.6	-5.2	
投資有価証券の取得による支出	-16.0	-4.7	11.4	51.1億円
<b>財務活動によるキャッシュフロー</b>	<b>62.1</b>	<b>15.4</b>	<b>-46.7</b>	減価償却費*2
長短借入金の増減	71.4	26.0	-45.4	18.8億円
配当金の支払	-8.2	-9.2	-1.0	
キャッシュに係る換算差額	1.0	6.0	5.0	
キャッシュ増減	-32.3	-0.6	31.7	

\*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

上半期の下方修正をうけて通期予算も下方修正

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	10/28修正予算	前年比
売上高	2,000.0	2,065.0	2,171.0	2,201.3	2,150.0	-2.3%
営業利益	140.0	157.3	135.0	138.3	140.0	+1.2%
経常利益	148.0	168.7	144.0	145.4	150.0	+3.2%
当期純利益	105.0	110.4	98.0	102.0	100.0	-2.0%
有利子負債	730~780	727.1	750~780	835.5	950~980	+13.7.~17.3%
純資産	1,100.0	1,132.3	1,239.6	1,190.4	1,271.0	+6.8%
ROE	9.9%	10.3%	8.3%	8.8%	8.1%	-0.7pt

# 1-8. 今期予算について（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、新型コロナウイルス感染症拡大の影響の一巡に加え、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%	-2.3%
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	+1.7
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%

## 2. 経営方針と取り組み

---

BELLUNA

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
- 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. SDGsに関する取組
5. 株主還元

### 第5次経営計画

(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**



# 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. 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（10/28修正予算）		24/3期		25/3期	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
<b>通販事業</b>	1,667.2	111.4	1,857.4	145.2	2,020.7	170.4
アパレル・雑貨事業	881.7	13.3	982.1	33.1	1,048.0	48.8
化粧品・健康食品事業	151.6	11.5	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	142.8	6.4	166.1	13.4	177.0	15.2
データベース活用事業	163.2	57.5	171.5	58.1	196.1	61.2
<b>呉服関連事業</b>	252.3	12.7	276.7	17.3	310.9	21.1
<b>プロパティ事業</b>	199.8	21.4	204.6	26.0	219.8	31.0
<b>その他の事業</b>	44.7	-0.1	54.8	2.8	64.7	3.9
<b>調整</b>	-14.0	-5.5	-3.5	-1.3	-6.0	-0.4
<b>連結</b>	<b>2,150.0</b>	<b>140.0</b>	<b>2,390.0</b>	<b>190.0</b>	<b>2,610.0</b>	<b>226.0</b>

## 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（ネットの伸長や円安進行、原材料・資材の高騰）に対応

### 外部環境

- ・ ネットの伸長
- ・ 円安進行、原材料・資材の高騰
- ・ 用紙、印刷費の値上がり

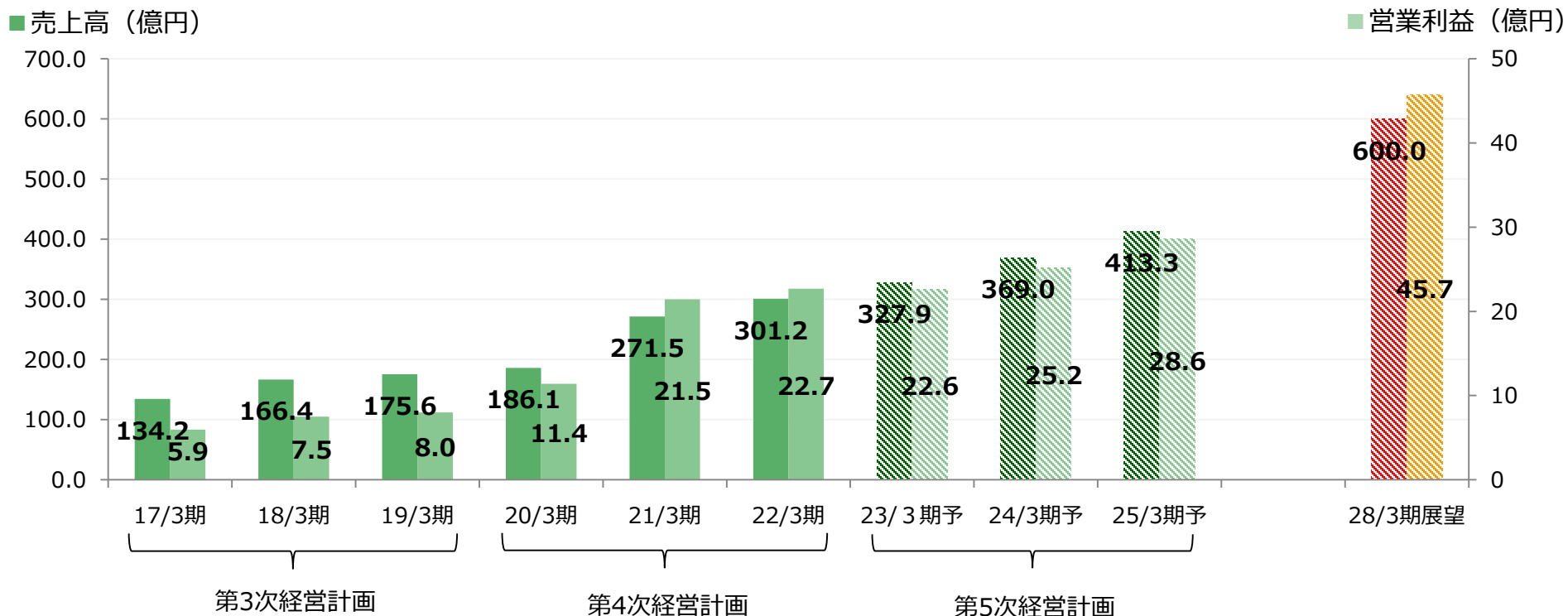
### 内部環境

- ・ 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
- ・ 原材料・資材の高騰に対する  
商品価格転嫁対応
- ・ 商品価値の向上

## 2. 好調事業の紹介

### ① グルメ事業

圧倒的な商品開発力を武器に、大幅成長を継続。今後も市場シェア拡大を目指す。



**ワイン通販売上14年連続売上No.1**

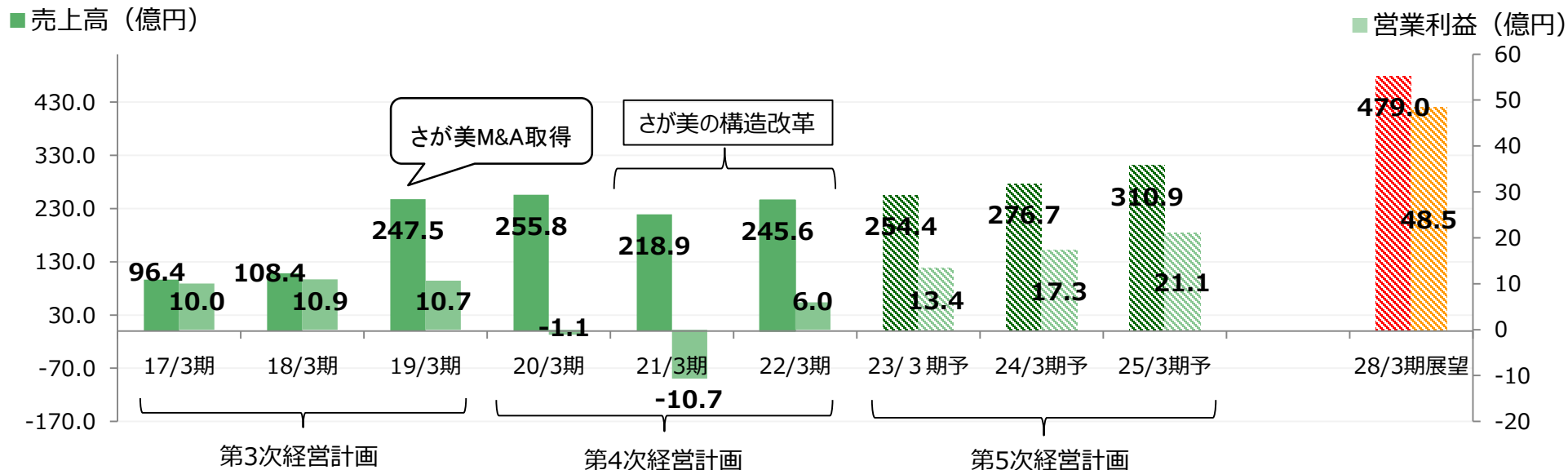
**日本酒通販売上6年連続売上No.1**

**おせち28万台出荷(2021年度実績)** 19

## 2. 好調事業の紹介

### ②呉服関連事業

19/3期にさが美グループをM&A取得。21/3期よりコロナウイルス感染拡大影響による逆風となるも、さが美グループの構造改革により、今期は過去最高益を見込む。



※21/3期以前は「店舗販売事業」としてセグメント分けしていたため、上記数値は連結消去前の単純合算数値となります。

BANKAN・わものや



さが美



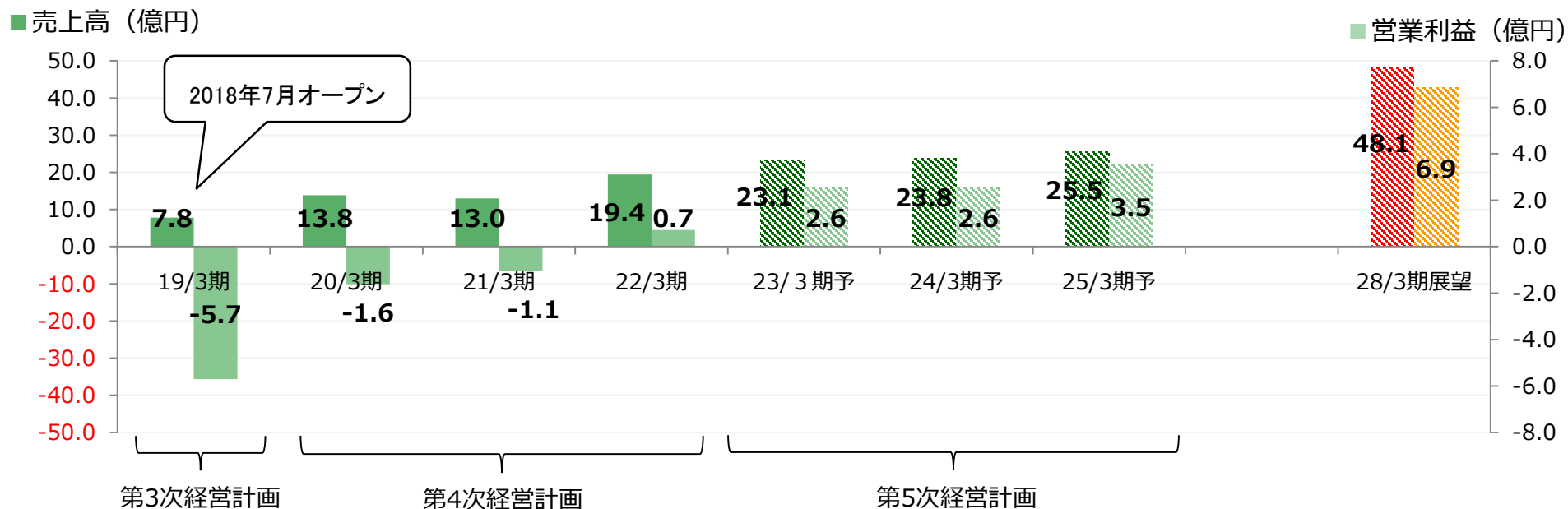
マイム



## 2. 好調事業の紹介

### ③ルグラン軽井沢ホテル&リゾート

2018年7月にオープン。大自然の中にウェディング・宿泊・温泉を併設する強みを活かし、多数の賞を受賞する等、成長中。今後も設備拡張を予定。



	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)	24/3期(予)	25/3期(予)	26/3期(予)	27/3期(予)	28/3期(予)
ウェディング組数	212組	202組	472組	511組	600組	650組	650組	1,000組	1,200組

## 2-1. 通販事業

BELLUNA

### ・前期実績と23/3期の予算

単位：億円

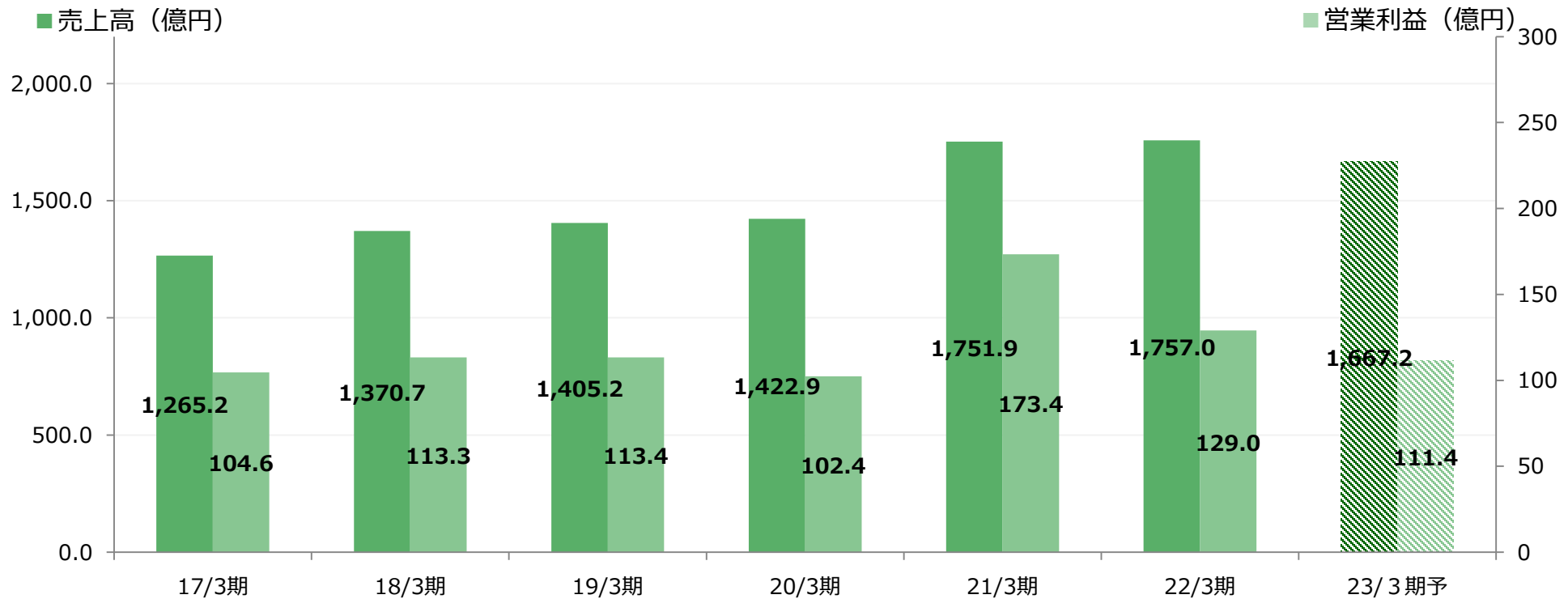
	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期 通期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比	売上	営業利益
アパレル・雑貨事業	470.4	-5.3	425.0	-0.3	-9.7%	+4.9	881.7	13.3
化粧品・健康食品事業	81.4	11.9	74.1	5.9	-8.9%	-6.0	151.6	11.5
グルメ事業	119.1	5.4	127.1	2.2	+6.7%	-3.2	327.9	22.6
ナース関連事業	87.7	7.7	75.9	1.7	-13.4%	-6.0	142.8	6.4
データベース活用事業	75.5	28.9	74.8	28.4	-0.9%	-0.5	163.2	57.5
<b>通販事業 計</b>	<b>834.2</b>	<b>48.7</b>	<b>777.0</b>	<b>37.9</b>	<b>-6.9%</b>	<b>-10.7</b>	<b>1,667.2</b>	<b>111.4</b>

・通販事業は新型コロナウイルス感染拡大影響が一巡し、既存顧客のレスポンスが悪化。円安進行、原材料・資材の高騰を受け、商品価格転嫁、商品価値向上施策を進める。

# 2-1.通販事業

## PL推移と業績要因

BELLUNA



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	・カカグ 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

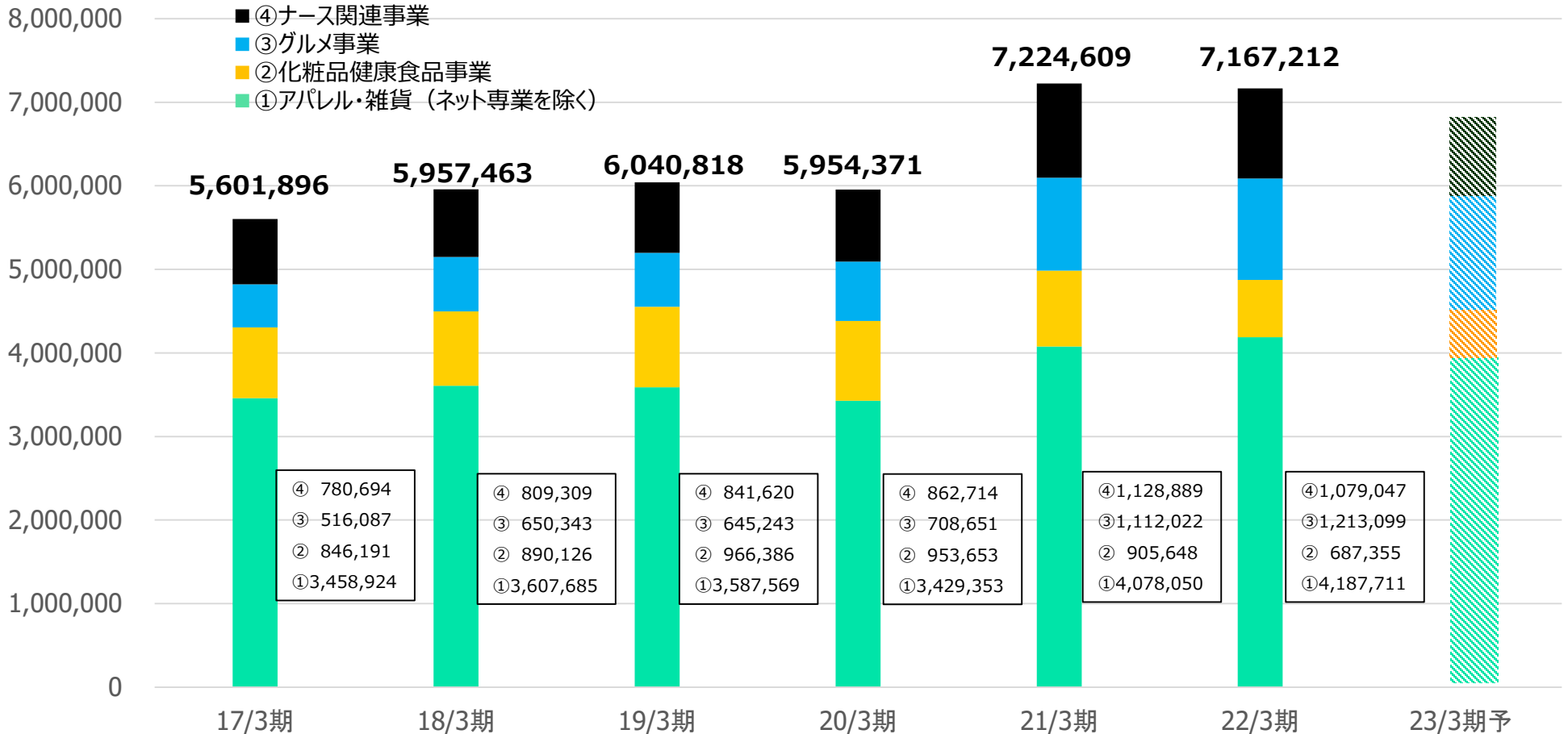


# 2-1.通販事業

## 稼働顧客数

今期は既存顧客レスポンスが鈍化し、新規顧客獲得ボリュームが減少する為、稼働顧客数は減少を見込む。

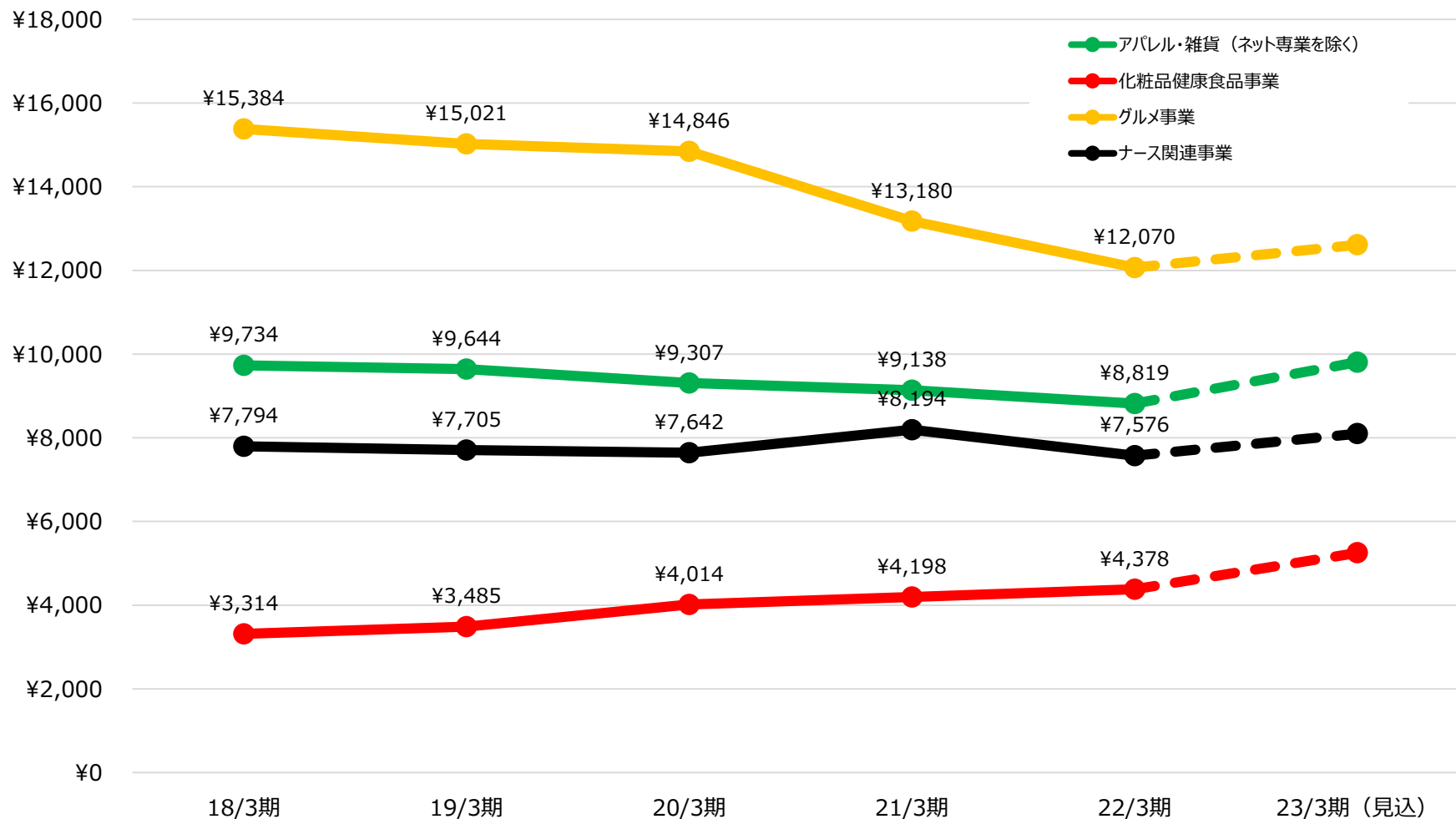
単位：人



# 2-1.通販事業

## 受注単価

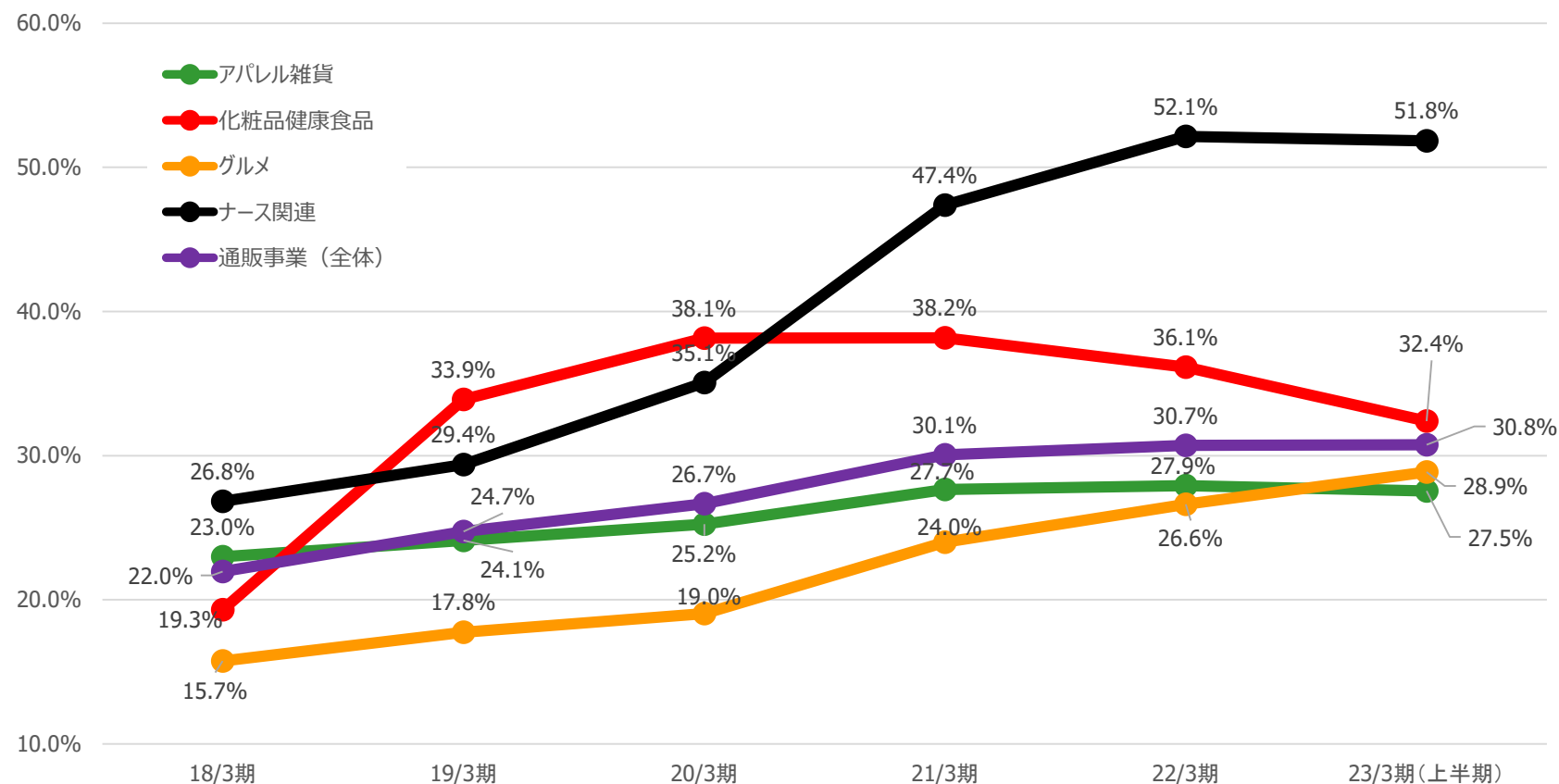
今期は原材料価格の高騰による商品価格転嫁により、受注単価が上昇する見込み。



# 2-1.通販事業

## EC比率

21/3期及び22/3期の反動もあり、横ばい傾向だが、ネット化を推し進め拡張を見込む。



※今回資料よりアパレル雑貨及び通販事業（全体）にネット系子会社（丸長、ミン、アイシーネット、セレクト）実績を含んでEC比率を算出。

## 2-1-①. アパレル・雑貨

### ・2Q累計実績と23/3期の予算

BELLUNA  
単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比	売上	営業利益
<b>アパレル・雑貨</b> ・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	410.0	-3.6	359.3	-0.1	-12.3%	+3.6	750.0	11.0
<b>ミン・アイシーネット・丸長・セレクト (ネット専業通販)</b> ・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	35.0	1.7	40.0	-0.2	+14.3%	-1.9	87.1	2.2
<b>アパレル店舗</b> ・ベルーナブランドにて全国展開 (2022年9月 78店舗)	26.0	-2.9	27.2	-0.2	+4.6%	+2.7	57.8	0.5
<b>計</b>	<b>470.4</b>	<b>-5.3</b>	<b>425.0</b>	<b>-0.3</b>	<b>-9.7%</b>	<b>+4.9</b>	<b>881.7</b>	<b>13.3</b>

・通販においては、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傾向が継続する一方で広告宣伝費を抑制し、収益性確保を優先。アパレル店舗においては、来店顧客数が回復傾向となった。

・今期はブランディングと共に中価格帯商品の投入を進める。

## 2-1-①. アパレル・雑貨

BELLUNA

### 足元の状況と今期の取り組み

- ・メンズ強化
- ・中価格帯商品の投入
- ・ビジュアルの刷新（若返り）



頼れるライナー付フーデッドコート  
¥10,989（税込）



日本製ベビーアルパカ100%セーター  
¥16,390（税込）～



ベルーナ22秋冬号

## 足元の状況と今期の取り組み

### ブランディングの推進、ネット強化



大人のベストセクション

ルフラン



毎日をちょっと素敵に。

BELLUNA



私は私のおしゃれに行く。

Ranan



毎日に、心地良くよりそう。

Viola e Viola



“可愛い”をちょうどよく。

Alotta



“自分らしい”輝きを

GeeRA

## 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

### ・2Q累計実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比	売上	営業利益
<b>化粧品事業</b> （オージオ・なちゅライブランド） ・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	65.9	10.0	59.2	6.5	-10.1%	-3.5	118.7	11.0
<b>健康食品事業</b> ・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	18.0	1.9	16.1	-0.5	-10.8%	-2.4	32.9	0.5
<b>計</b>	<b>81.4</b>	<b>11.9</b>	<b>74.1</b>	<b>5.9</b>	<b>-8.9%</b>	<b>-6.0</b>	<b>151.6</b>	<b>11.5</b>

・化粧品事業において、台湾における新型コロナウイルス感染拡大の影響や国内のネット広告規制による新規顧客獲得の苦戦により減収。健康食品事業においては、新規顧客獲得を強化したが既顧客売上が苦戦し、減収。

・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

CM商品



パワーアップ商品



- ・11/9～新CM放映。CM素材の二次流用でネットでの新規顧客獲得を強化する。
- ・累計販売数1,300万個の「ローヤルゼリーもっちりジェル」のパワーアップ商品が12月販売予定。
- ・越境ECの（香港・シンガポール・中国）拡大。台湾に続く新たな海外展開の柱を構築する。



## 2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

### ・2Q累計実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	前年比	前年比	売上	営業利益
<b>ワイン通販事業</b> (マイワインクラブ・ワイン通販売上14年連続No.1)	44.1	4.1	43.3	2.9	-1.8%	-1.1	100.0	9.0
<b>日本酒通販事業</b> (ペルーナグルメ・日本酒通販売上6年連続No.1)	19.7	1.1	21.1	0.4	+7.1%	-0.6	55.0	4.0
<b>グルメ事業</b> ・弁当やお歳暮、おせち等食品通販を展開 ・ペルーナグルメ・おせちの「結」は総販売台数実績67万台	54.5	0.2	60.7	-1.6	+11.4%	-1.8	172.9	9.6
<b>計</b>	<b>119.1</b>	<b>5.4</b>	<b>127.1</b>	<b>2.2</b>	<b>+6.7%</b>	<b>-3.2</b>	<b>327.9</b>	<b>22.6</b>

・新型コロナウイルス感染拡大の影響が一巡し、既存顧客のレスポンスが鈍化する一方で、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、増収。

・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）

## 足元の状況と今期の取り組み

**ワイン通販**  
14年連続売上No.1



**セット販売No.1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
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

**日本酒通販**  
6年連続売上No.1



**日本酒No.1商品**

越乃五蔵大吟醸

日本酒販売本数実績と今期の見込

年度	販売本数
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

**おせち**  
出荷台数28万台



**おせちNo.1商品**

結 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
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

・ワイン通販は、効率的な新規獲得と高リピートによる売上成長が継続。

今期は、ネットを中心に挽回を図る。

・グルメ事業は、弁当を中心とした単品系が継続拡張。下半期より増益の見込。

おせちを中心としたパワーのある商品を軸に、上半期に獲得した新規顧客へアプローチ強化。

## 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



The screenshot shows the ELEVIN website interface. At the top, the logo features a circular emblem with the letters 'E' and 'V' and the text 'ÉLÉVIN'. Below the logo is a navigation menu icon. The main content area displays an advertisement for 'The Rothschild Family' wine set, featuring five bottles of wine on a wooden surface. The text on the advertisement reads: 'The Rothschild Family', 'ロートシルトファミリー', '世界のプレミアムワイン', '5本セット'. Below the advertisement, there are three dots indicating a carousel. Underneath, the text 'New Arrival 新着ワイン' is displayed. At the bottom, three wine products are listed with their names and prices:

Product Name	Price
マッセード14 (IGTトスカ...)	99,000円
コルトン・シャルルマーニュ・グ...	17,380円
ニュイ・サン・ジョルジュ・エ...	27,500円



### 高級ワイン専用サイト

「ELEVIN（エレヴァン）」の展開を開始。

ワイン通販事業20年以上の実績と経験を基に、プリームールや希少なワインを提供。

## 2-1-④. ナース関連事業

BELLUNA

### ・2Q累計実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比	売上	営業利益
ナースリー (看護師向け通販業界No.2)	34.7	2.6	26.3	-0.7	-24.2%	-3.3	49.4	1.2
アンファミエ (看護師向け通販業界No.1)	44.0	5.1	37.8	2.0	-14.1%	-3.1	75.2	5.3
ナースキャリアネクスト (看護師の人材紹介事業)	1.0	-0.5	1.0	-0.4	+3.2%	+0.2	2.2	-0.4
JOB STUDIO (シンガポールでの人材紹介事業)	8.0	0.7	10.8	0.9	+34.7%	+0.2	16.0	1.2
<b>計</b>	<b>87.7</b>	<b>7.7</b>	<b>75.9</b>	<b>1.7</b>	<b>-13.4%</b>	<b>-6.0</b>	<b>142.8</b>	<b>6.4</b>

・第1四半期にTVCM等の積極的な広告宣伝を行った一方で、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。

・今期はネット拡張を進めるとともに、収益性を改善させるため、カタログ発行の最適化を図る。

# 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。



特別法人会員限定

対象商品  
1点からでも **15%OFF**

Three polo shirts in light blue, purple, and red are hanging on a rack.



人気カラーで選ぶ  
ポロシャツ

¥500OFF  
LINE連携で当たる  
Amazonギフト券 5,000円

介護士さんにおすすめの  
ポロシャツ

介護士さんにおすすめの  
ポロシャツ

介護士さんにおすすめの  
ポロシャツ

<介護士向け>



エステ・ネイルサロンで  
働くあなたへ  
エステディシャン・ネイルリスト

エステディシャン・ネイルリストにおすすめの洋服商品

ポロシャツ ¥2,980 (税込 ¥3,230)

ポロシャツ ¥2,980 (税込 ¥3,230)

ポロシャツ ¥2,980 (税込 ¥3,230)

<エステ向け>

## 2-1-⑤. データベース活用事業

BELLUNA

### ・2Q実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比	売上	営業利益
<b>ファイナンス</b> (会員向け消費者金融事業)	22.8	10.1	23.2	10.1	2.0%	0.0	48.3	20.5
<b>BD</b> (封入・同送同梱事業)	19.8	14.3	19.0	14.2	-4.3%	-0.2	36.1	26.2
<b>BBS</b> (コールセンター・物流の受託事業)	33.4	4.2	32.9	3.3	-1.5%	-0.8	73.0	8.2
<b>BGL</b> (22/3期より連結対象。物流3PL事業)	6.6	0.4	13.4	0.8	103.1%	0.4	28.4	2.2
<b>レーベル</b> (2022年8月取得。物流3PL事業等)	-	-	1.7	0.1	-	-	7.0	0.4
<b>計</b>	<b>75.5</b>	<b>28.9</b>	<b>74.8</b>	<b>28.4</b>	<b>-0.9%</b>	<b>-0.5</b>	<b>163.2</b>	<b>57.5</b>

※BGL：21年7月より連結対象

※レーベル：22年9月より連結対象

ファイナンス：新規顧客獲得を強化し広告宣伝費が増加。

ブルーナダイレクト：アパレル雑貨事業の成長鈍化の影響により減収。

BBS・BGL：物流受託サービスを中心に新規取引先獲得が進む。

レーベル：3PL（物流代行）事業等を展開。22年8月にM&Aにて取得。



## 2-1-⑤. データベース活用事業

BELLUNA



国内物流受託事業等を展開する「レーベルグループ」を22年8月にM&Aにて取得。

クライアントのニーズに対応した柔軟な運用とローコストオペレーションを両立することにより、競争優位性を実現。また、スピーディーな新規拠点立ち上げのノウハウを保有し、成長を実現。

ソリューション事業（広告販売・物流受託）とのシナジー発揮に期待。

## 2-2. 呉服関連事業

BELLUNA

### ・2Q実績と23/3期の予算

単位：億円

	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上 前年比	営業利益 前年比	売上	営業利益
<b>BANKAN・わものや</b> (2007年当社創業の和装販売事業)	47.8	2.6	54.2	4.1	+13.3%	+1.4	112.2	10.0
<b>さが美</b> (2018年取得。中価格帯の和装販売事業)	39.6	-4.2	41.1	1.0	+3.8%	+5.2	78.1	0.6
<b>東京ますいわ屋</b> (さが美と同時取得。高価格帯の和装販売事業)	15.0	-1.8	16.7	-0.2	+11.0%	+1.7	34.9	0.4
<b>マイム</b> (2016年取得。大学生の卒業式袴レンタル)	2.0	-5.0	1.9	-6.3	-2.1%	-1.3	29.2	2.4
<b>計</b>	<b>101.9</b>	<b>-8.3</b>	<b>111.4</b>	<b>-1.4</b>	<b>+9.3%</b>	<b>+7.0</b>	<b>252.3</b>	<b>12.7</b>

- ・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。マイムにおける衣装レンタル事業が好調なことから経費発生が先行。
- ・今期は、さが美・東京ますいわ屋における構造改革が浸透し、収益力が向上。予算達成を見込む。

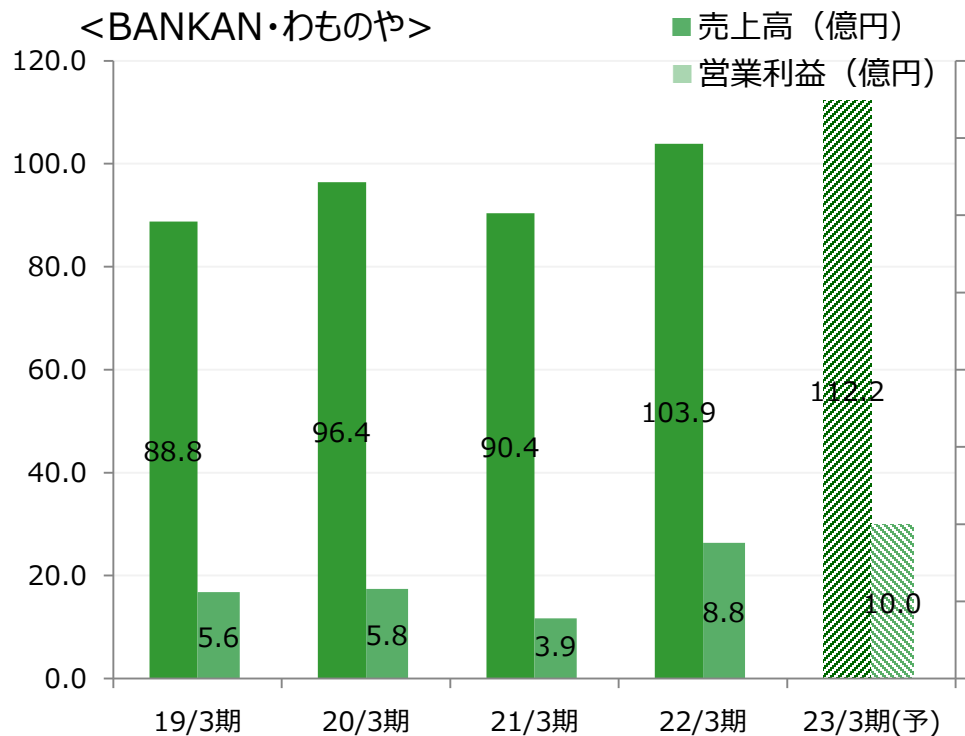


## 2-2. 呉服関連事業

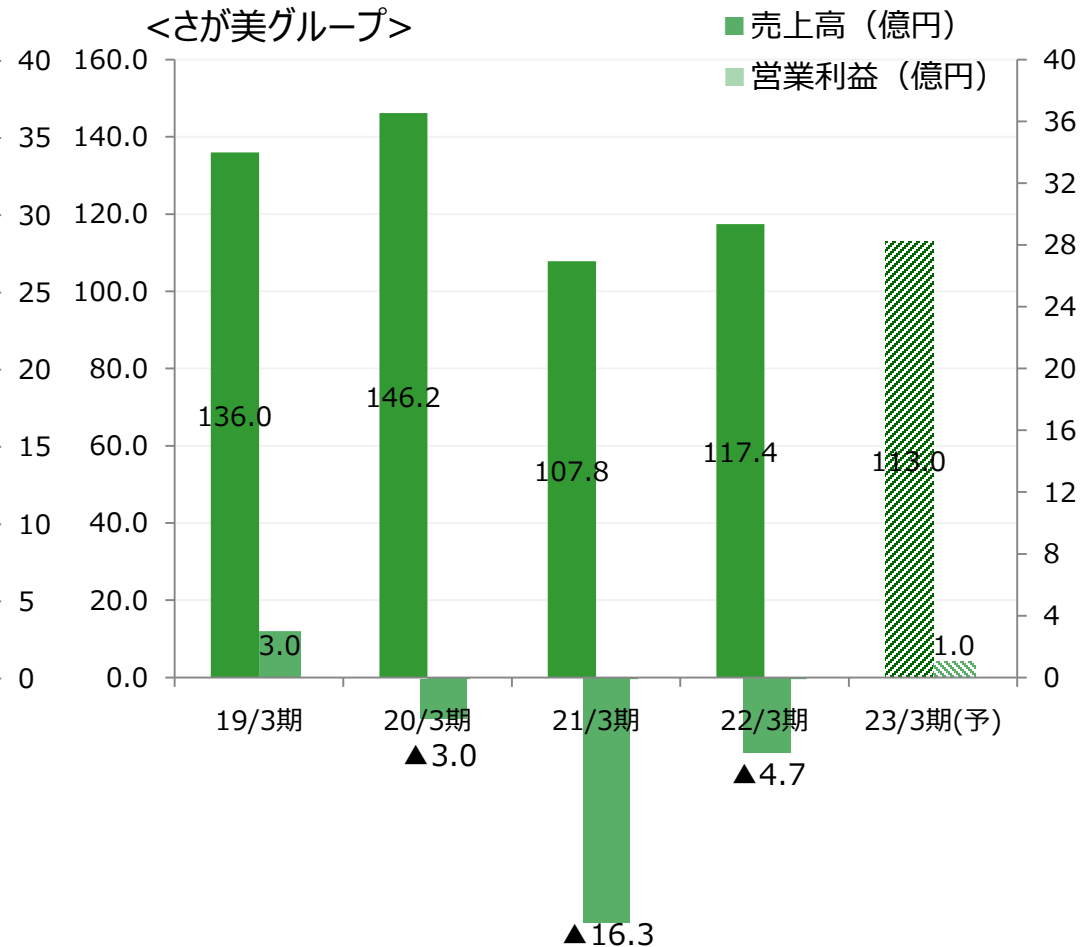
### PL推移

BANKANはコロナ禍でも成長を維持。さが美グループは筋肉質化が進む。

<BANKAN・わものや>



<さが美グループ>



	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期 (予)
店舗数	84	89	91	95	106

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期 (予)
店舗数	160	158	141	117	115

### 呉服関連事業の成長モデル

- ・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

→前期でさが美の構造改革が完了。予定通り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311億円、利益21億円を目指す。

## 2-3. プロパティ事業

BELLUNA

### ・2Q累計実績と23/3期の予算

単位：億円

事業内訳	22/3期 2Q累計		23/3期 2Q累計				23/3期 予算	
	実績		実績				10/28修正予算	
	売上	営業利益	売上	営業利益	前年比	前年比	売上	営業利益
<b>インカムゲイン</b> 所有不動産（オフィス、店舗等）	13.9	0.4	15.4	4.7	10.6%	4.3	30.7	11.9
<b>キャピタルゲイン</b> 不動産の開発、販売事業	62.0	20.1	6.5	1.3	-89.5%	-18.7	29.2	6.5
<b>ホテル事業</b> 国内10ホテル、海外3ホテルを運営	30.1	-12.5	60.9	-4.3	102.8%	8.3	140.0	0.0
<b>太陽光</b> 太陽光発電を3物件保有	6.3	2.3	6.2	2.4	-0.5%	0.1	10.0	3.0
<b>計</b>	<b>107.8</b>	<b>9.7</b>	<b>83.7</b>	<b>3.7</b>	<b>-22.3%</b>	<b>-6.0</b>	<b>199.8</b>	<b>21.4</b>

・キャピタルゲインは、前年同時期に海外不動産の売却があり、大幅な減収減益。ホテル事業においては、日本国内における移動制限の影響が縮小したことに加え、前期に新規開業したホテルの稼働率向上により、大幅な増収増益。

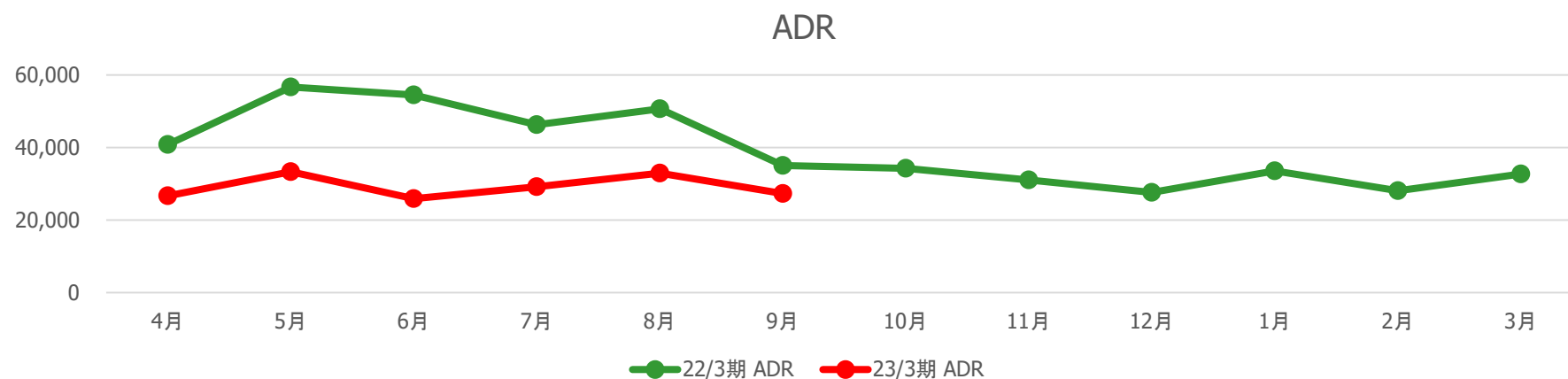
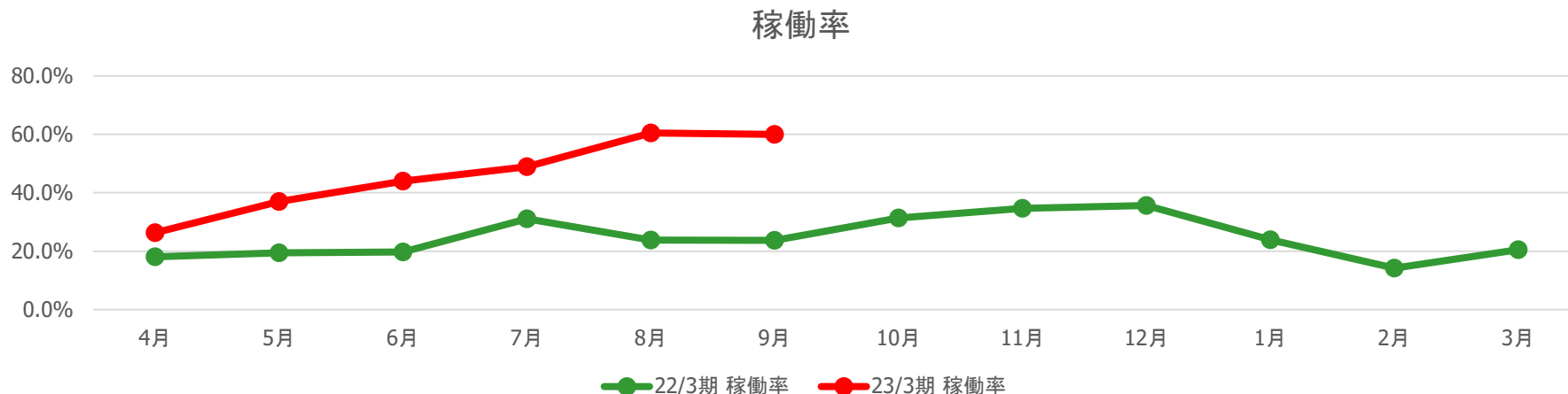
・今期はホテル事業を中心に大幅な増収増益を見込む。

## 2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

### 稼働率とADR推移

稼働率の改善を優先。第2四半期以降、展開エリアの平均稼働率を超過。



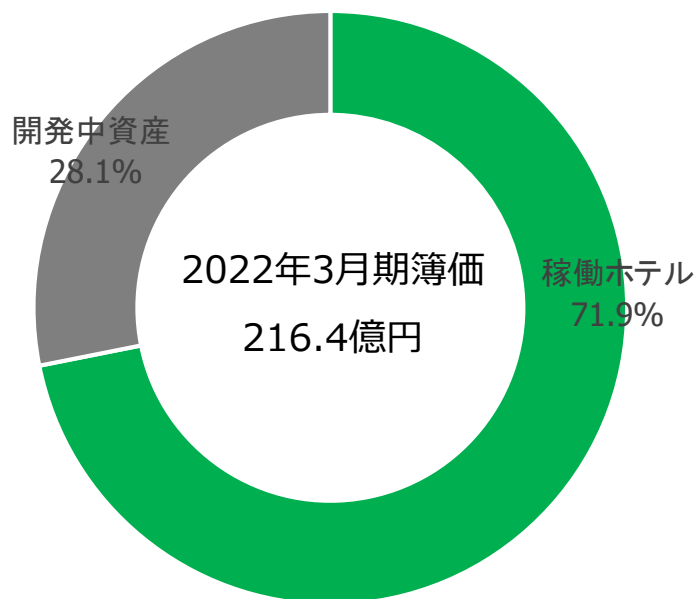
※ADR…室料+料理売上  
※国内ホテルのみ

## 2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

- ・今期は集客量増により、大幅増収を見込む。

<ホテル資産>

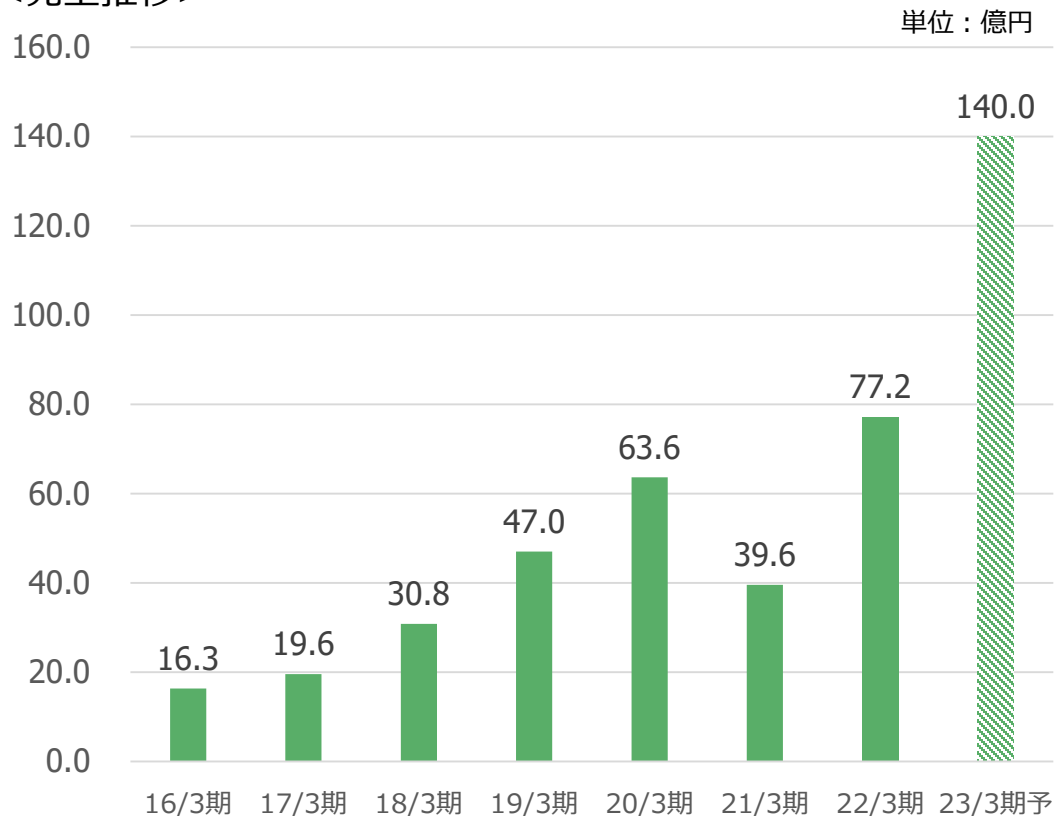


保有ホテル 8ホテル

賃貸 6ホテル

計 14ホテル運営  
(2022年10月現在)

<売上推移>



稼働ホテル	2	3	4	7	8	8	13	14
-------	---	---	---	---	---	---	----	----

## 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 <sup>※</sup> (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	2026年3月期予	保有				
		計	3,242											255						

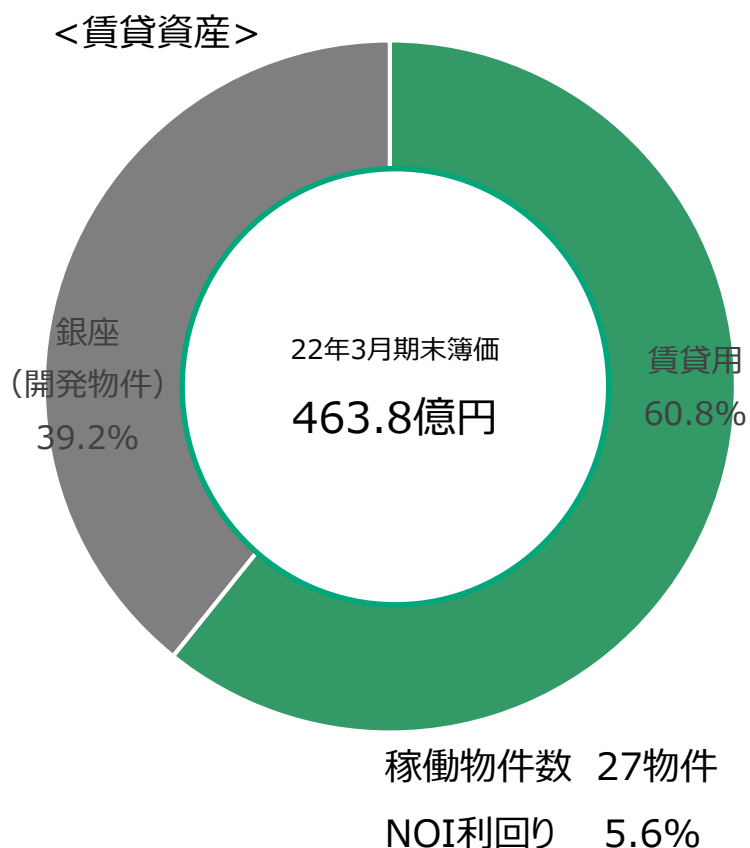
※コロナが収束してインバウンドが回復したときの予測売上

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

## 2-3. プロパティ事業（インカムゲイン）

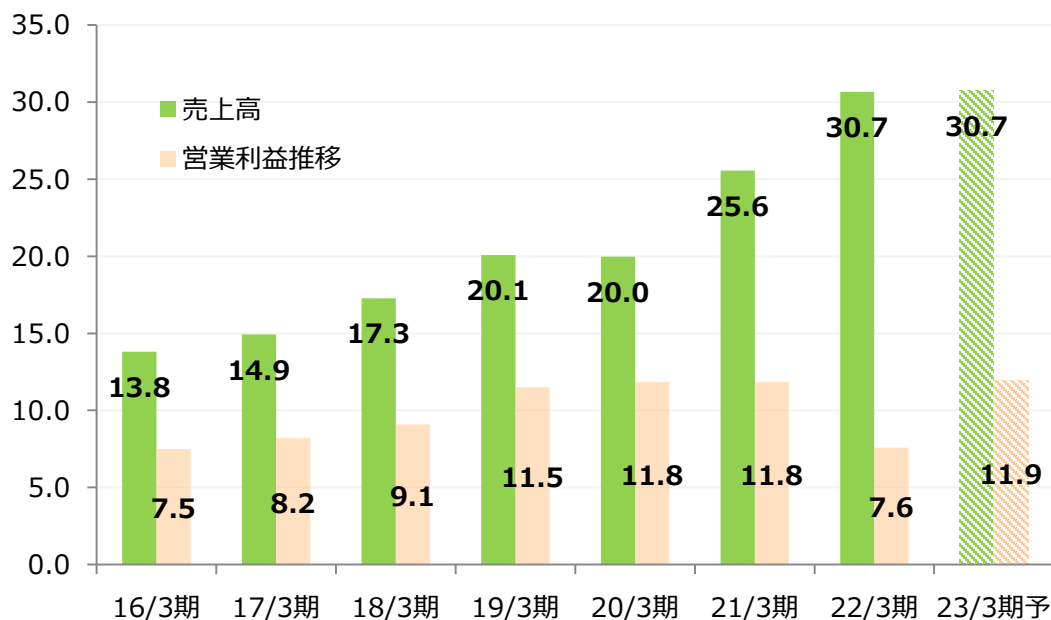
BELLUNA

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月期にオープンの予定。



延べ面積 (㎡)	7,768㎡
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、 アミューズメント等

総投資額 250億円

想定利回り 5.9%程度



# 2-4. SDGsに関する取組

ベルーナグループでは社内横断的な検討・推進組織として「サステナビリティ推進委員会」を設置しました。この委員会を中心に、対応すべき課題を明確にし、持続可能な社会の実現に向けた活動を加速してまいります。また、7つの主要実践項目を設置し、従業員をはじめとしたステークホルダーが協力してSDGsに関連する取組を実行して参ります。

## 主要実践項目

1.より豊かな衣食住遊を提供し、買い物難民問題の解決に貢献  
安全・安心な商品を提供するカタログ通販ビジネスを通じて、全国どこへでもお客様の豊かな衣食住遊を支援するとともに、「買い物難民」問題の解決に貢献



2.商品ロスの削減  
お客様のニーズの的確な把握、入・出荷量の調整等、ITを活用した商品ロスを最小限にする取り組みの継続、推進



3.カタログ用紙等の紙資源量の削減  
カタログの適正配布を推進し、紙資源量の削減のために用紙の薄肉化等の取組みを実施



4.物流センター等のCO2排出量削減  
CO2排出実態調査の後、物流センター等の大規模施設におけるエネルギー管理の強化を通じてCO2排出量を削減



5.従業員の働き方改善  
従業員向けの職場満足度調査の後、コールセンター等の働き方改善に関する方策について検討



6.オリジナル商品のサステナブル化検討  
サプライチェーンにおけるリスク/機会分析に基づき、オリジナル商品企画でのサステナブル化の方法について検討



7.グループ全体でのSDGs貢献意識の醸成  
社員向けのSDGs研修後に、グループ会社全体でのSDGsアイデアコンテストを開催



## 2-5. 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	103.43
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
通信販売優待割引券 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・日本酒商品	1,000円分	3,000円分	5,000円分
ベルーナグループ運営（提携）施設で利用可能な 券面額1,000円の優待割引券	2枚 (2,000円分)	6枚 (6,000円分)	10枚 (10,000円分)

##### [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）





# 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

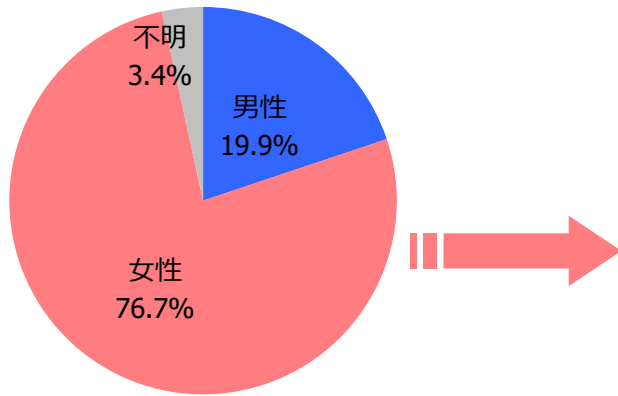
ベルーナ



# 【アパレル・雑貨通販】登録会員の特徴

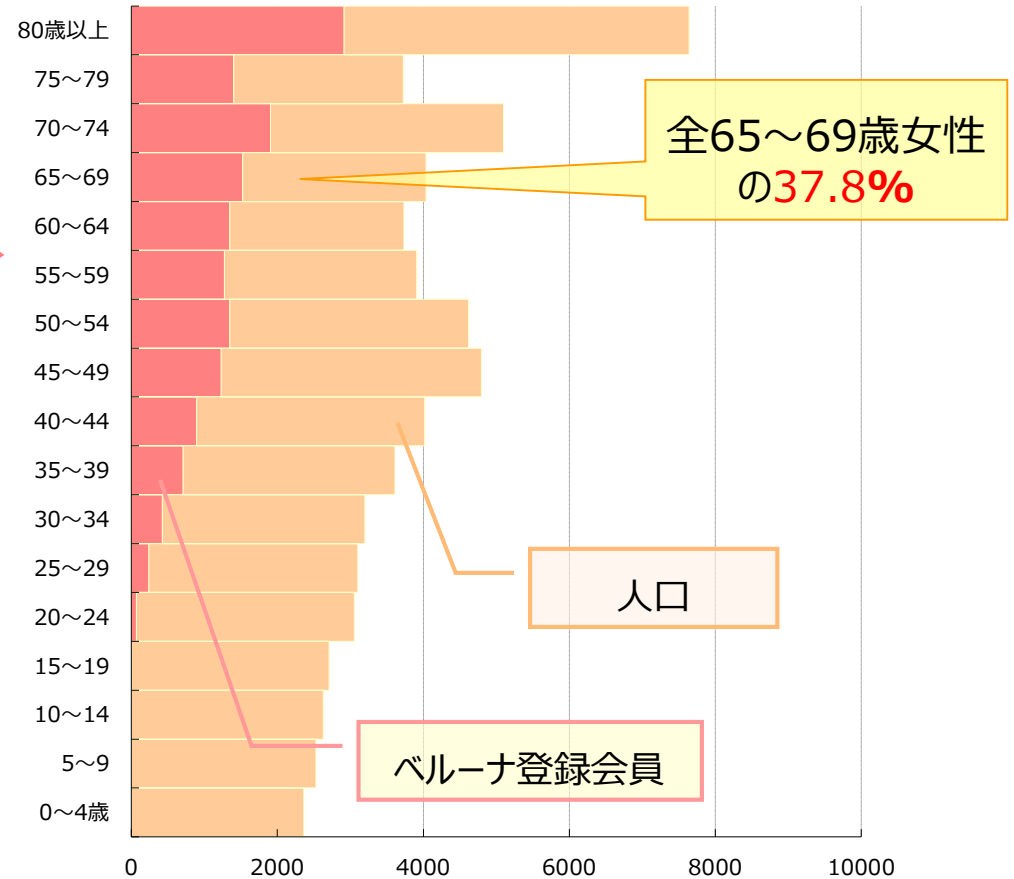
## 登録会員の特徴（2022年3月末時点）

### <性別>

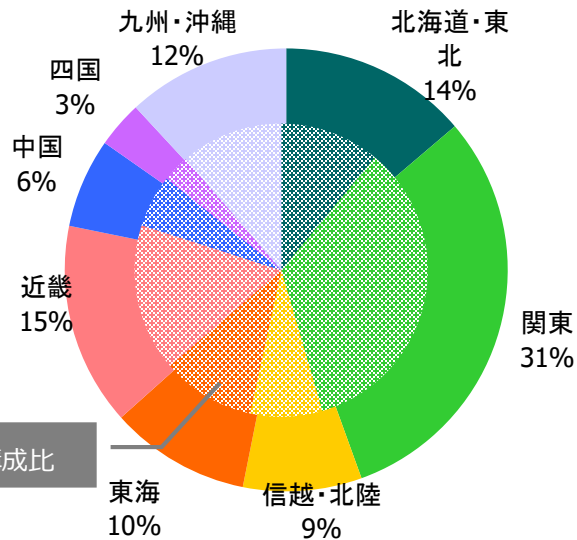


### <人口ピラミッドとの比較（女性のみ）>

単位：千人



### <地域>

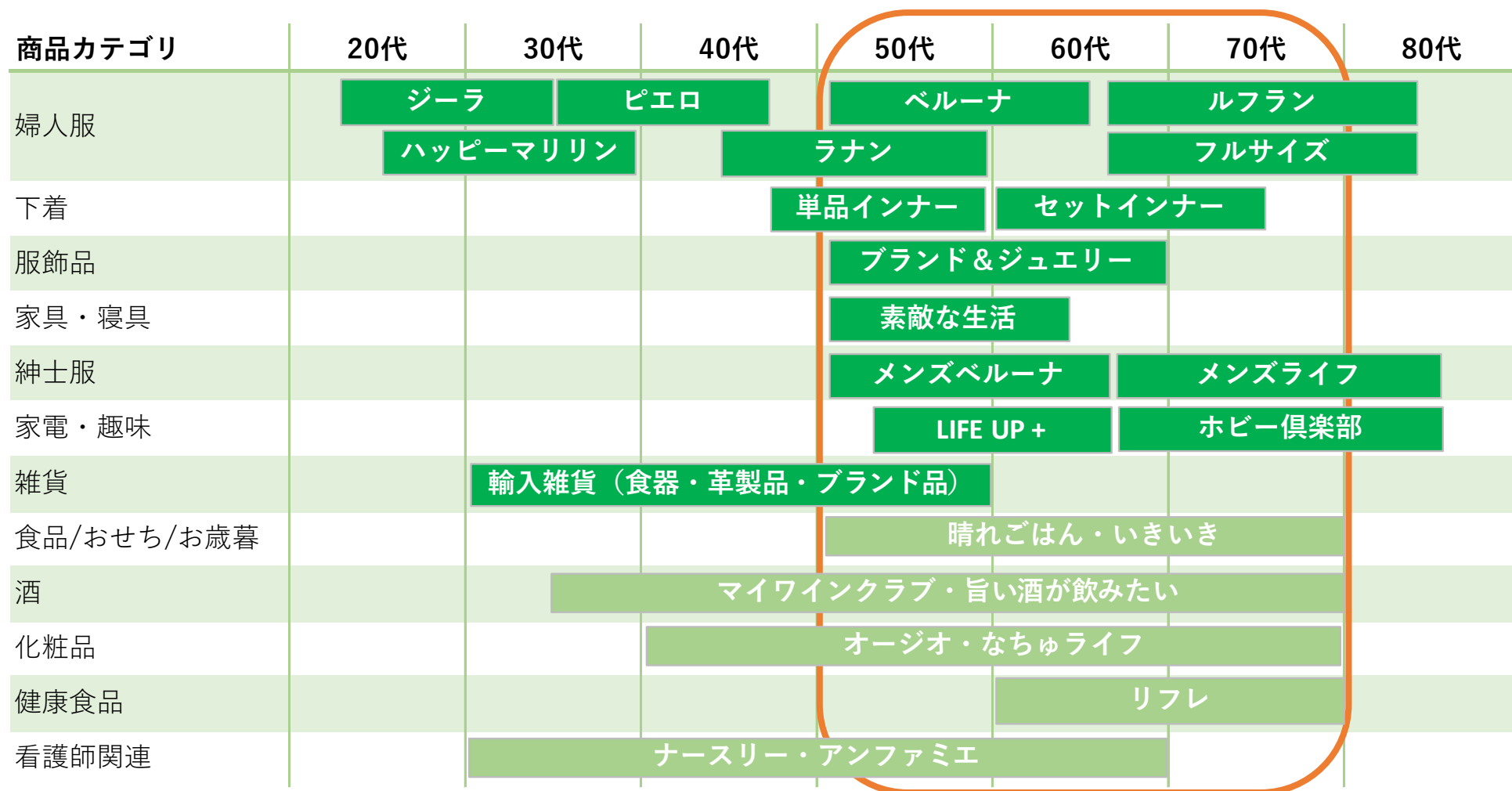


地域別の人口構成比

※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

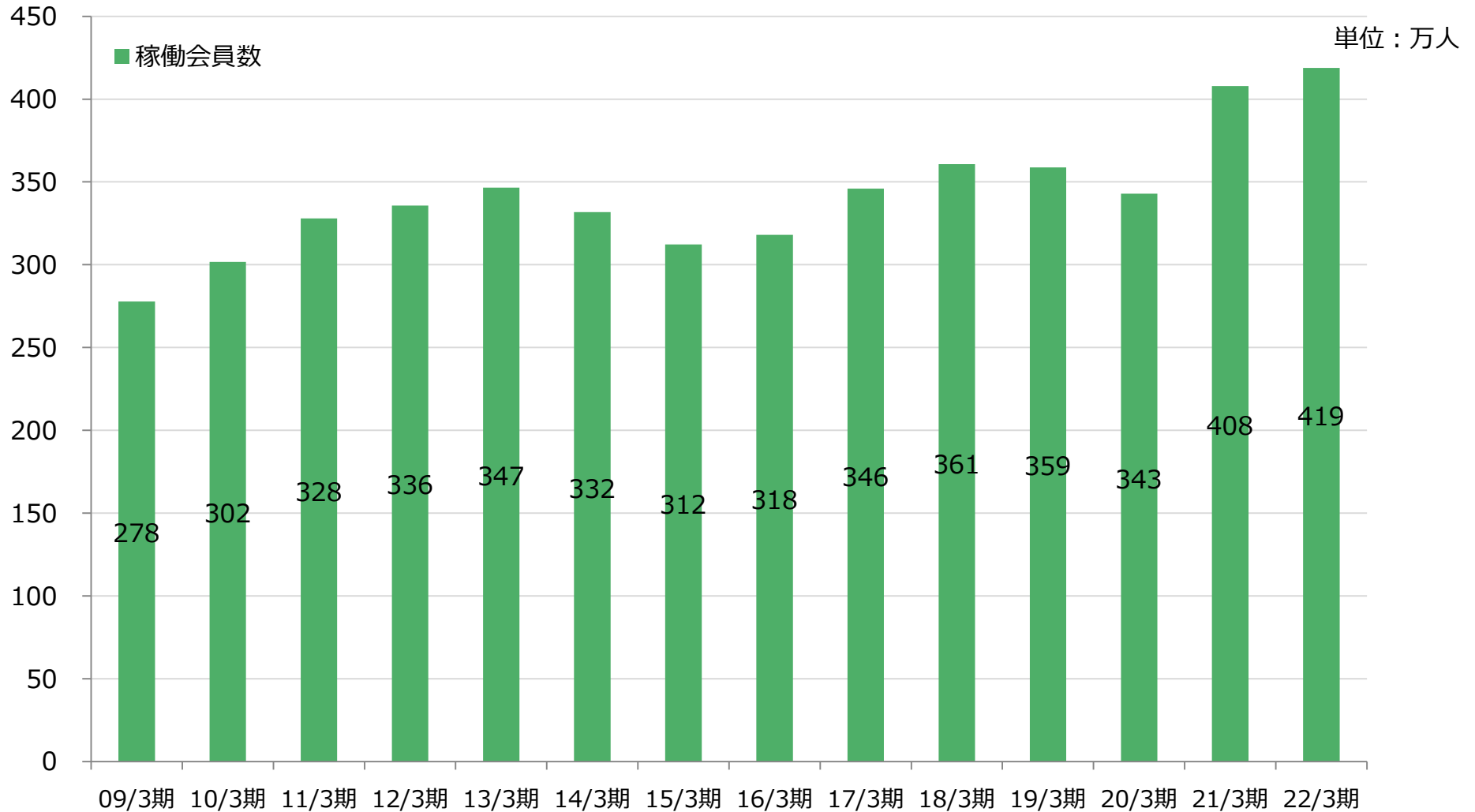
■ その他の通販事業

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

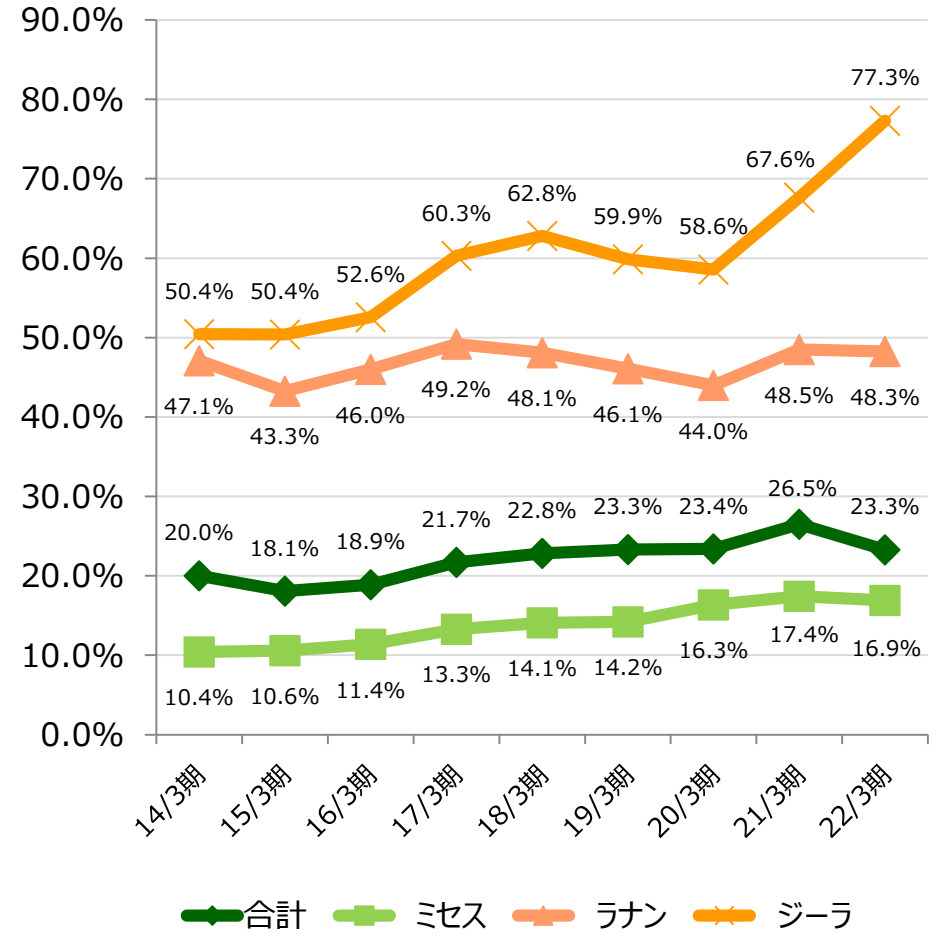
# 【アパレル・雑貨通販】受注単価とEC比率

## 受注単価の推移

単位：円



## EC比率の推移



# 事業環境（通販企業ランキング）

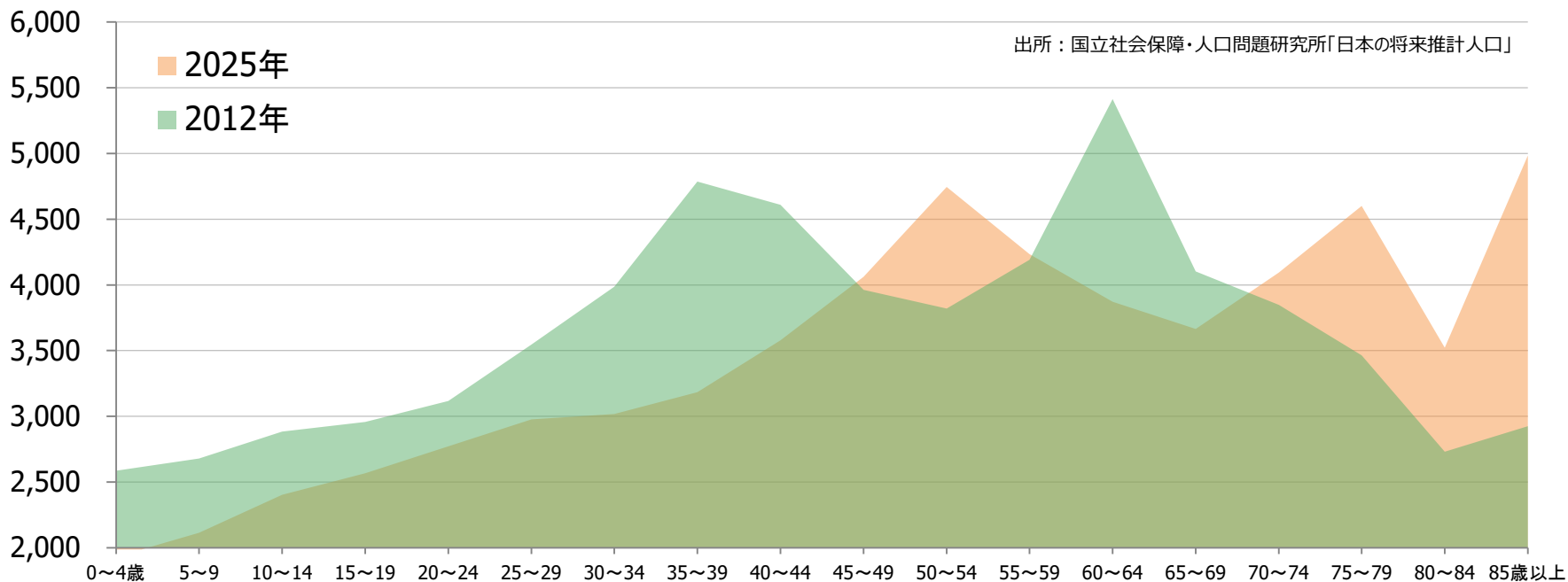
BELLUNA

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%	

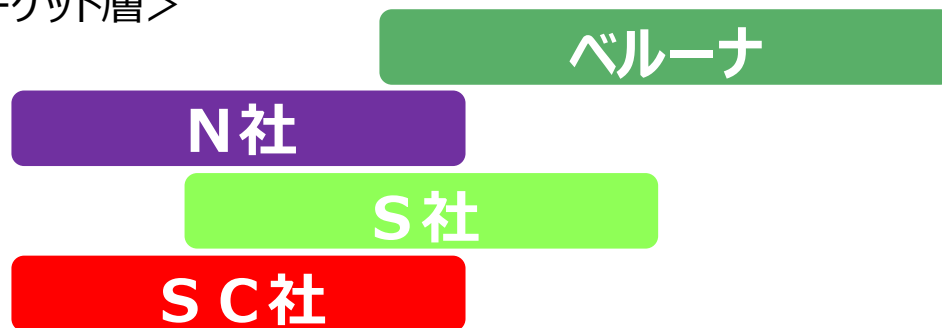
2022年1月6日付通販新聞「通販・通教売上高ランキング」

# 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＞



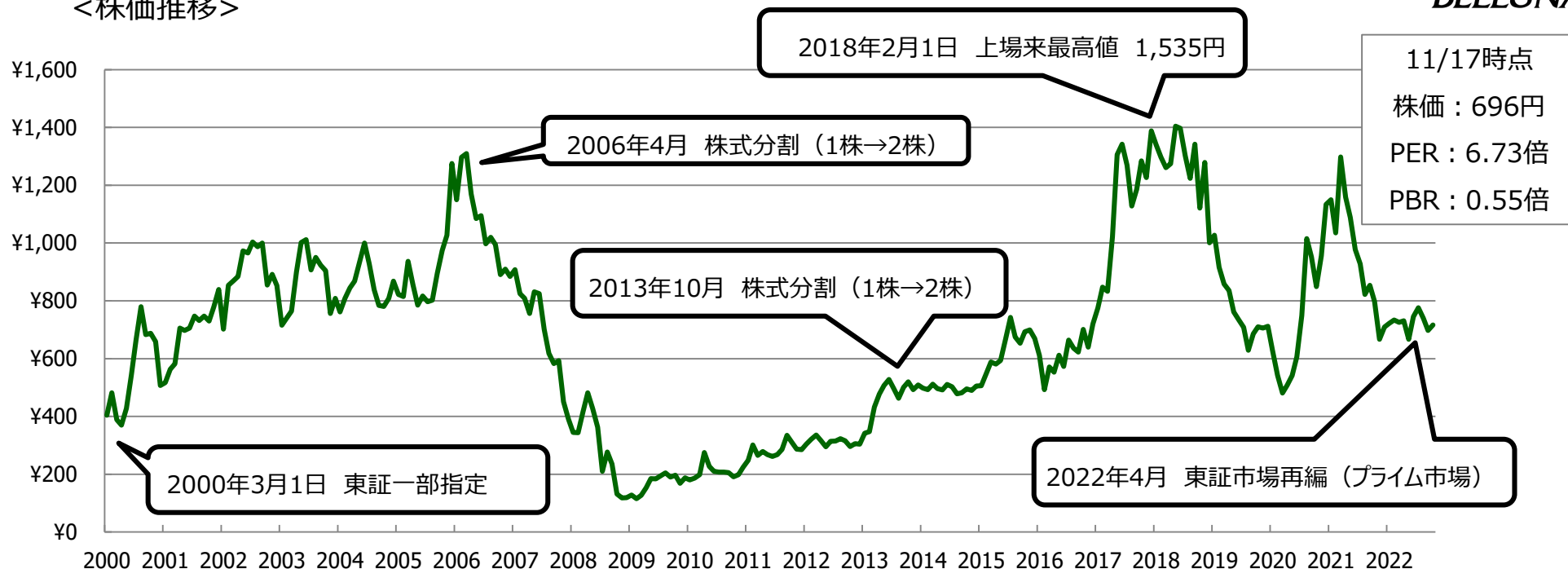
＜総合通販各社の主なターゲット層＞



# 株価推移（2001年～2022年10月）

BELLUNA

## <株価推移>

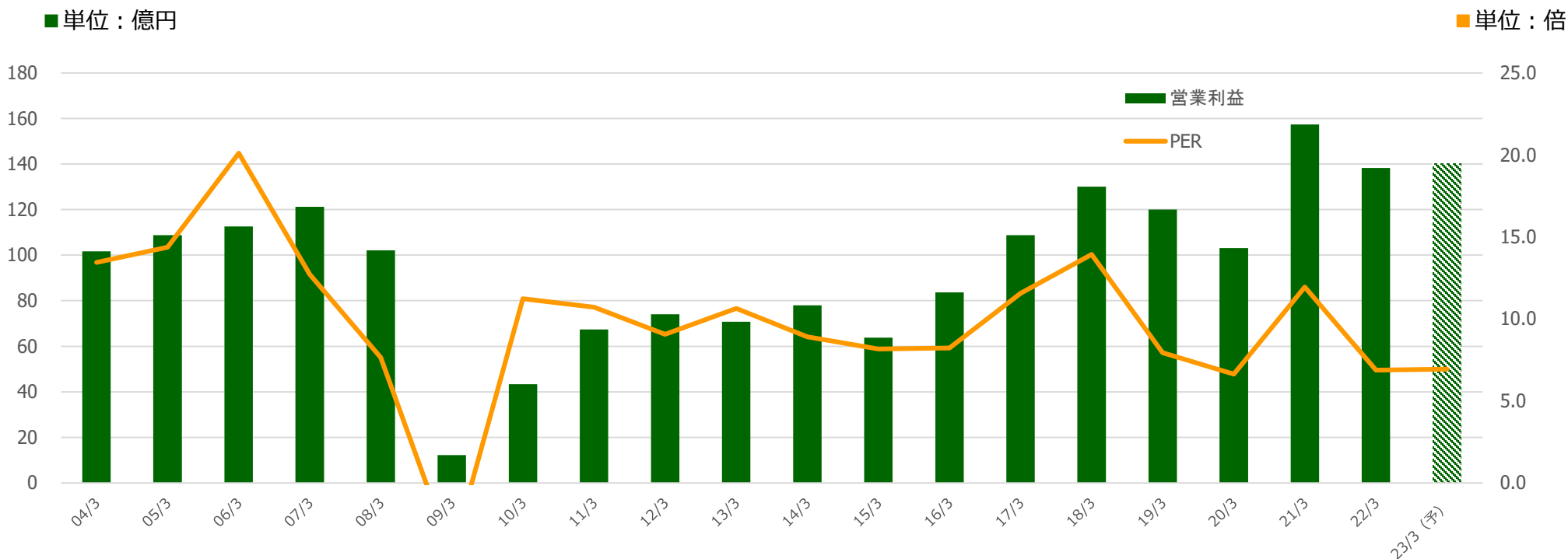


## <第5次経営計画>

	23/3期 (10/28修正予算)		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	1,667.2	111.4	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	199.8	21.4	204.6	26.0	219.8	31.0
その他の事業	44.7	-0.1	54.8	2.8	64.7	3.9
調整	-14.0	-5.5	-3.5	-1.3	-6.0	-0.4
<b>連結</b>	<b>2,150.0</b>	<b>140.0</b>	<b>2,390.0</b>	<b>190.0</b>	<b>2,610.0</b>	<b>226.0</b>

# PER・業績推移 (04年3期～23年3期)

## <PERと営業利益の推移>



## <業績とPER・PBR推移>

	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	23/3 (予)
売上	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	2,150
営業利益	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	138	140
純資産	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	1,190	1,271
PER	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	6.93
PBR	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	0.6

※23/3期予は10月末時点の株価を参照

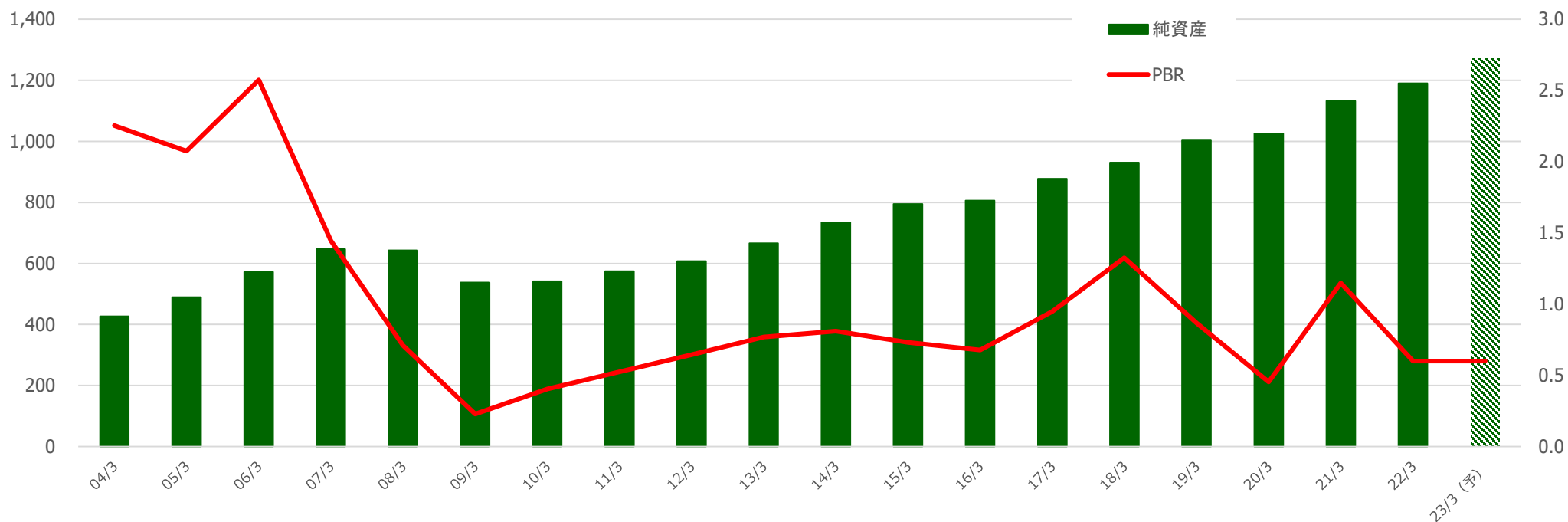
# PBR・純資産推移（00年3期～22年3期）

BELLUNA

## <PBRと純資産の推移>

■ 単位：億円

■ 単位：倍



## <業績とPER・PBR推移>

	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	23/3 (予)
売上	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	2,150
営業利益	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	138	140
純資産	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	1,190	1,271
PER	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	6.93
PBR	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	0.6

※23/3期予は10月末時点の株価を参照

## <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11月18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](mailto:ir-belluna@belluna.co.jp)