

2023年3月期
決算説明会資料
株式会社ベルーナ
証券コード：9997



2023年5月26日（金）

1.決算ハイライト	P.2
2.経営方針と取り組み	P.12
3.参考資料	P.48

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. 売上高の増減分析
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

売上高・営業利益・経常利益・当期純利益 は前年を下回って着地。

- 売上高は前年比3.5%減、予算比1.2%減
- 営業利益は前年比18.9%減、予算比19.9%減
- 経常利益は前年比14.3%減、予算比16.9%減
- 当期純利益は前年比27.3%減、予算比25.8%減

1-2. 決算概況

売上高 ～2,123.8億円、前年比▲3.5%となった。

営業利益 ～112.2億円、前年比▲26.1億円となった。

経常利益 ～124.6億円、前年比▲20.8億円となった。

当期純利益～74.2億円、前年比▲27.9億円となった。

単位：億円

連結	22/3期	23/3期	23/3期			24/3期
	実績	予算	実績	予算比	前年比	予算
売上高	2,201.3	2,150.0	2,123.8	-1.2%	-3.5%	2,190.0
売上原価	908.2	-	866.7	-	-4.6%	-
販売管理費	1,154.8	-	1,144.8	-	-0.9%	-
営業利益	138.3	140.0	112.2	-19.9%	-18.9%	140.0
営業外損益	7.1	10.0	12.4	+24.2%	+74.7%	7.0
(内、為替関連損益)	(5.4)	-	(9.1)	-	-	-
経常利益	145.4	150.0	124.6	-16.9%	-14.3%	147.0
当期純利益	102.0	100.0	74.2	-25.8%	-27.3%	94.0

1-3. セグメント別損益

BELLUNA

売上高 ～グルメ、データベース活用、プロパティ、その他の4セグメントが増収

営業利益～データベース活用、呉服関連、プロパティ、その他の4セグメントが増益

アパレル・雑貨、化粧品健康食品、グルメ、ナース関連の4セグメントが減益

セグメント別売上高と営業利益

単位：億円

	23/3期										
	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 バ ー ス 活 用	小計					
売上高	883.1	147.9	323.1	140.8	157.5	1,652.4	238.7	199.9	41.5	-8.7	2,123.8
前年比 (%)	-10.1%	-7.8%	+7.3%	-12.1%	+3.1%	-6.0%	-0.6%	+15.6%	+3.2%	-3.8%	-3.5%
予算比 (%)	+0.2%	-2.4%	-1.5%	-1.4%	-3.5%	-0.9%	-5.4%	+0.1%	-7.1%	-37.9%	-1.2%
営業利益	9.3	5.9	17.6	2.4	57.0	92.2	12.5	13.7	-0.9	-5.2	112.2
前年比(億円)	-11.6	-12.4	-5.0	-7.8	+0.1	-36.8	+6.5	+5.0	+0.1	-0.9	-26.1
予算比(億円)	-4.0	-5.6	-5.0	-4.1	-0.5	-19.2	-0.2	-7.7	-0.9	+0.2	-27.8
営業利益率	1.1%	4.0%	5.5%	1.7%	36.2%	5.6%	5.2%	6.8%	-2.2%	60.3%	5.3%

1-4. 売上高の増減分析

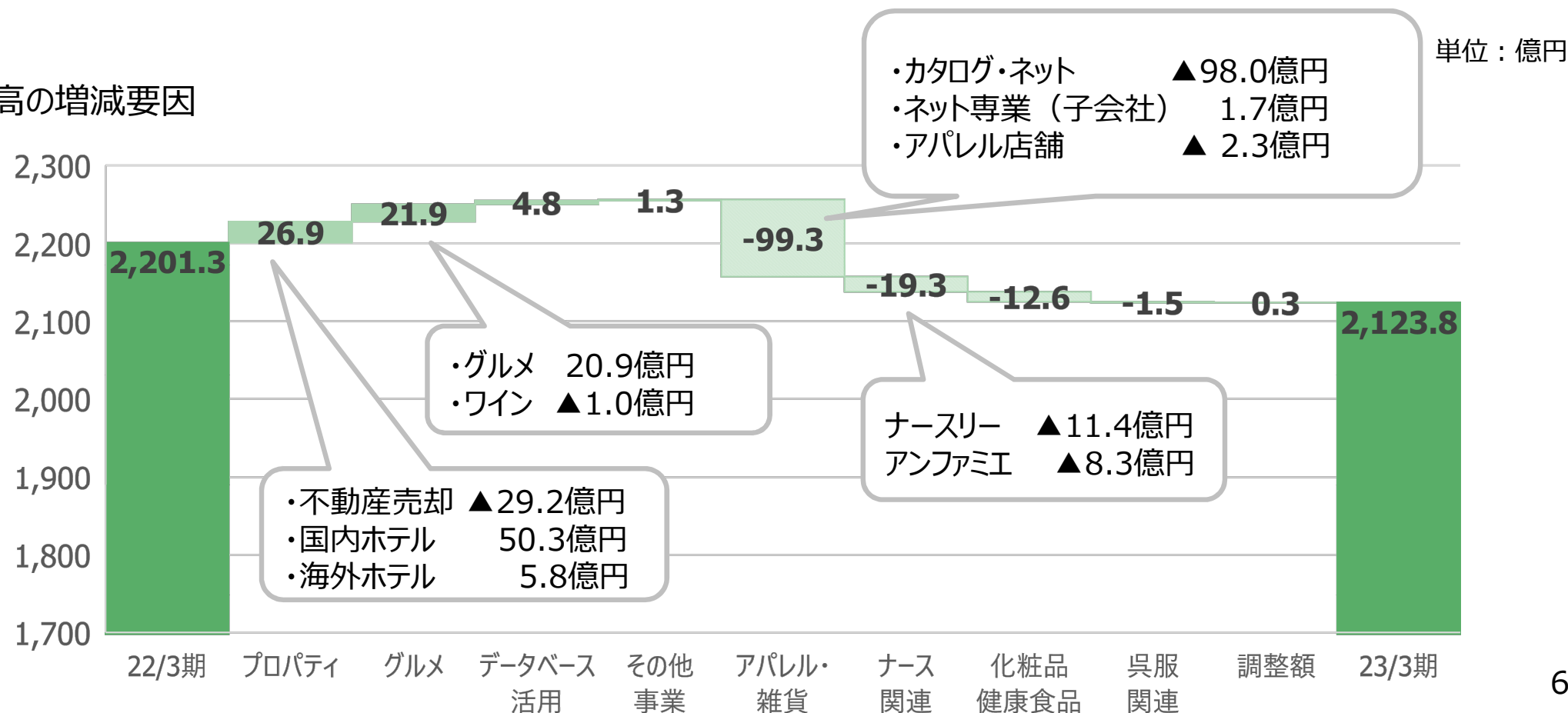
プロパティ事業は、前年同時期に大規模な海外不動産の売却があり、大幅な減収影響が出ましたが、ホテル稼働率の向上によりセグメントとしては増収となりました。

グルメ事業は、おせち販売の拡大や、ネット強化による新規顧客獲得の拡大により増収となりました。

一方、アパレル・雑貨事業は、収益性確保を優先したことで減収となりました。

ナース関連事業は、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医療雑貨・消耗品需要が縮小したことで減収となりました。

売上高の増減要因



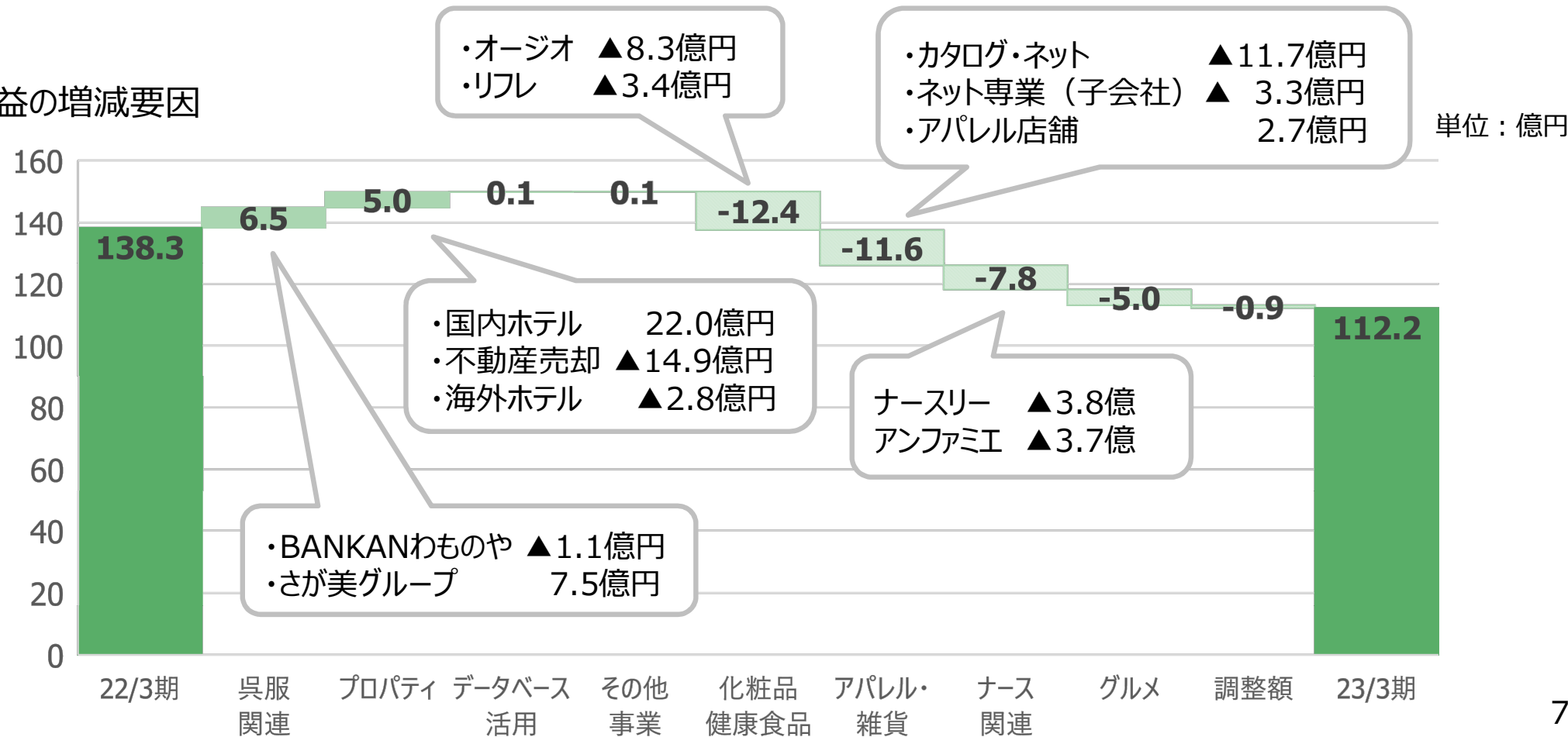
1-5. 営業利益の増減分析

呉服関連事業は、さが美グループにおける構造改革が浸透し増益となりました。

一方、化粧品健康食品事業は台湾における新型コロナウイルス感染拡大の影響による苦戦、及び上半期における国内の新規顧客獲得の減少により減益となりました。

アパレル・雑貨事業は急激な円安進行や原材料・資源価格の高騰、資材価格の高騰を受け、商品価格の見直しやカタログ発行量の抑制を行い収益性確保を優先した事業運営を行いました。

営業利益の増減要因



1-6. 貸借対照表

流動資産では主に仕掛販売用不動産が減少した一方で、現金及び預金、販売用不動産、営業貸付金、商品及び製品が増加した。

固定資産では主に建設仮勘定、建物及び構築物が増加した。

これに対し、負債では1年以内償還社債等が減少するも長期借入金が増加した。

	22/3末	23/3末	増減額	単位：億円
流動資産	1,181.3	1,226.6	45.3	
仕掛販売用不動産	70.3	28.9	-41.3	
現金及び預金	285.9	321.1	35.2	
販売用不動産	33.7	57.8	24.1	
営業貸付金	274.4	293.8	19.3	
商品及び製品	266.7	284.0	17.3	
固定資産	1,360.5	1,629.3	268.8	
有形固定資産	1,033.4	1,295.0	261.5	
無形固定資産	102.8	105.7	3.0	
総資産	2,541.8	2,855.9	314.1	
負債	1,351.3	1,591.6	240.2	
長期借入金	606.4	854.6	248.2	
短期借入金	129.1	203.3	74.2	
1年以内償還社債	50.0	0.2	-49.8	
支払手形、買掛金及び電子記録債務	223.0	191.7	-31.4	
未払費用	133.9	150.9	16.9	
純資産	1,190.4	1,264.4	73.9	
【自己資本比率】	[46.5%]	[43.9%]	[-2.6P]	

1-7. キャッシュフロー計算書

営業キャッシュフローは、法人税及び住民税（支払額）の減少や棚卸資産の減少等で前年比プラス

投資キャッシュフローは、有形固定資産の取得等で前年比マイナス
長短借入金が増加し、全体としてキャッシュは22.6億円増加した

	22/3期	23/3期		単位：億円
	実績	実績	前年比	
営業活動によるキャッシュフロー	71.5	82.4	10.9	
税金等調整前当期純利益	153.1	119.5	-33.6	
法人税及び住民税（支払額）	-78.3	-48.8	29.5	
仕入債務の増減	-1.4	-24.1	-22.7	
棚卸資産の増減	-41.6	-19.3	22.3	
その他流動負債の増減	9.5	-11.7	-21.2	
投資活動によるキャッシュフロー	-170.3	-299.2	-128.9	
有形固定資産の取得による支出	-158.0	-281.8	-123.8	設備投資*1
投資有価証券の売却収入	36.3	6.2	-30.1	304.9億円
投資有価証券の取得による支出	-34.3	-9.0	25.3	減価償却費*2
財務活動によるキャッシュフロー	86.5	235.3	148.8	37.9億円
長短借入金の増減	106.0	305.9	199.9	
社債の償還支出	-	-50.1	-50.1	
キャッシュに係る換算差額	-1.6	4.1	5.8	
キャッシュ増減	-13.9	22.6	36.5	

*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

BELLUNA

今期は第5次経営計画の2年目。

通信販売総合商社の成熟に向け、土壌づくりを進める。

単位：億円

連結	22/3期		23/3期		24/3期	
	修正予算	実績	修正予算	実績	予算	前年比
売上高	2,171.0	2,201.3	2,150.0	2,123.8	2,190.0	+3.1%
営業利益	135.0	138.3	140.0	112.2	140.0	+24.8%
経常利益	144.0	145.4	150.0	124.6	147.0	+18.0%
当期純利益	98.0	102.0	100.0	74.2	94.0	+26.7%
有利子負債	750~780	835.5	950~980	1,108.3	1,170~1,200	+5.6~8.3%
純資産	1,239.6	1,190.4	1,271.0	1,264.4	1,360.0	+7.6%
ROE	8.3%	8.8%	8.1%	6.1%	7.2%	1.1pt

1-8. 今期予算について（セグメント別）

プロパティ事業が増益を牽引する予算。

国内外における行動規制の緩和やインバウンド需要の回復等によりホテル稼働率の改善を見込む。また、新規開業ホテルとM&Aで取得したホテルの貢献も加わり、セグメント全体で大幅な増収増益を見込む。

セグメント別の予算

単位：億円

	24/3期 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	789.2	158.0	346.5	134.4	164.5	1,592.6	245.8	312.8	44.0	-5.2	2,190.0
前年比 (%)	-10.6%	+6.8%	+7.2%	-4.5%	+4.5%	-3.6%	+3.0%	+56.5%	+6.0%	-40.1%	+3.1%
営業利益	3.7	8.1	18.5	7.0	53.2	90.5	15.1	36.1	0.4	-2.0	140.0
前年比(億円)	-5.6	+2.2	+0.8	+4.6	-3.8	-1.7	+2.6	+22.4	+1.3	+3.2	+27.8
営業利益率	0.5%	5.1%	5.3%	5.2%	32.4%	5.7%	6.1%	11.5%	0.9%	38.5%	6.4%

2. 経営方針と取組み

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. 株主還元

5. サステナビリティに関する取組み

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
- ・ アフターコロナの消費活動の活発化

内部環境

- ・ 収益体制の変化
- ・ 全員参加型経営
- ・ メリハリのある価格を意識
- ・ 他者活用のバージョンアップ

第5次経営計画の考え方

1. ゲーム化の推進
2. 収益に対するこだわり
3. SNSを含むネット化の推進
4. ホテル事業の収益化推進

2. 経営方針について ～第5次経営計画

BELLUNA

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 **2,300億円** (年平均成長率4.1%)
- 営業利益 **170億円** (年平均成長率23.1%)
- ROE **8%以上**

2. 経営方針について ～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 実績		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	1,652.4	92.2	1,592.6	90.5	1,645.3	99.0
アパレル・雑貨事業	883.1	9.3	789.2	3.7	782.5	4.4
化粧品健康食品事業	147.9	5.9	158.0	8.1	171.2	10.2
グルメ事業	323.1	17.6	346.5	18.5	369.3	19.9
ナース関連事業	140.8	2.4	134.4	7.0	141.9	8.5
データベース活用事業	157.5	57.0	164.5	53.2	180.4	55.9
呉服関連事業	238.7	12.5	245.8	15.1	266.1	18.1
プロパティ事業	199.9	13.7	312.8	36.1	343.6	50.9
その他の事業	41.5	-0.9	44.0	0.4	50.9	1.3
調整	-8.7	-5.2	-5.2	-2.0	-5.8	0.7
連結	2,123.8	112.2	2,190.0	140.0	2,300.0	170.0

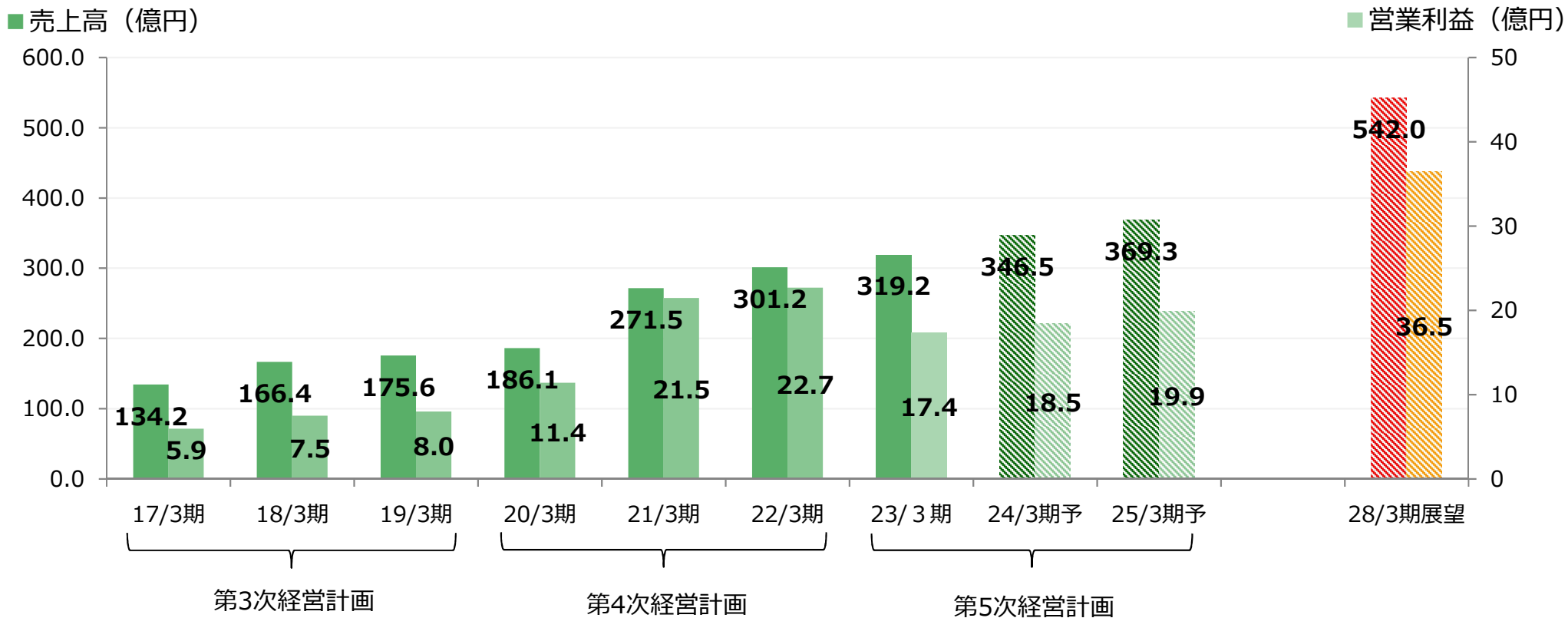
中長期の方針

**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成熟を目指す**

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、継続成長を実現。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

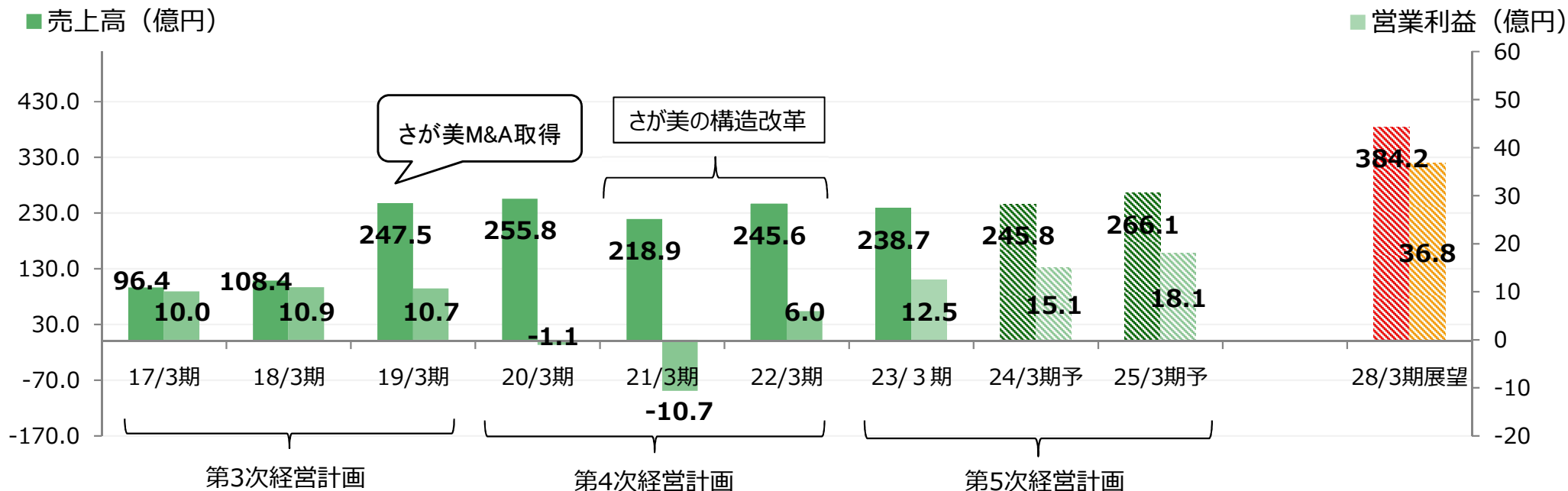
日本酒通販売上6年連続売上No.1

おせち32万台出荷(23/3期実績)

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、前期は過去最高益を達成。



※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



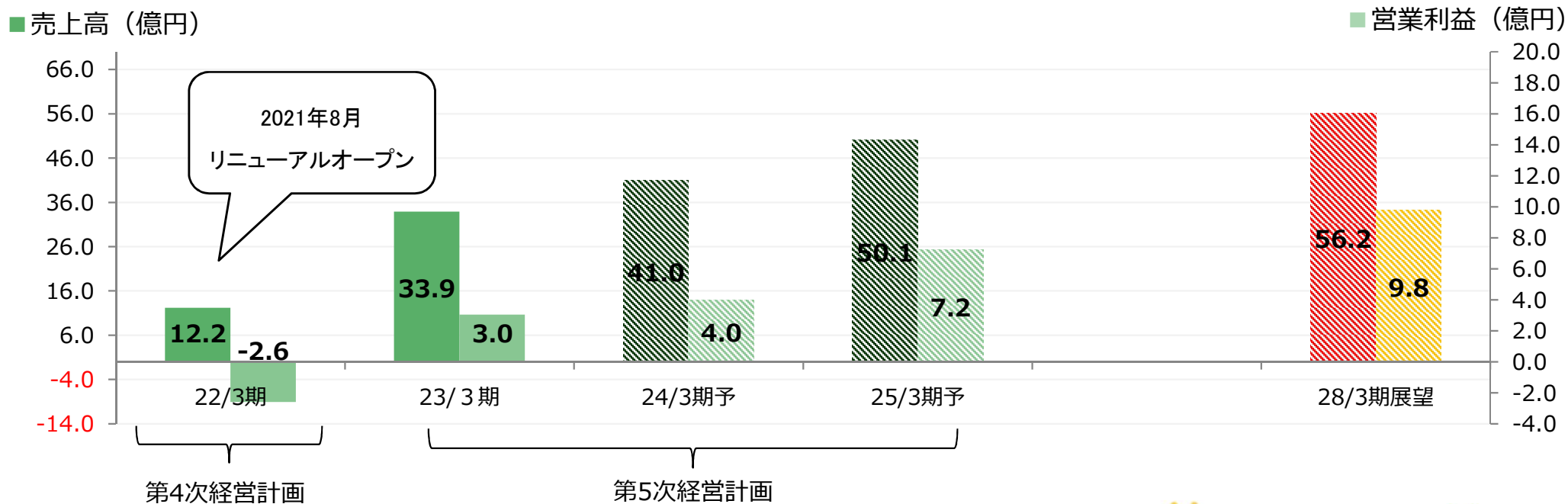
マイム



2. 好調事業の紹介

③定山溪ビューホテル

2021年5月に取得し、8月にリニューアルオープンした道内最大級（647室）のスパ・リゾートホテル。将来的に国内外からのお客様の増加が見込まれる北海道で多数の賞を受賞する等、成長中。



2-1. 通販事業

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

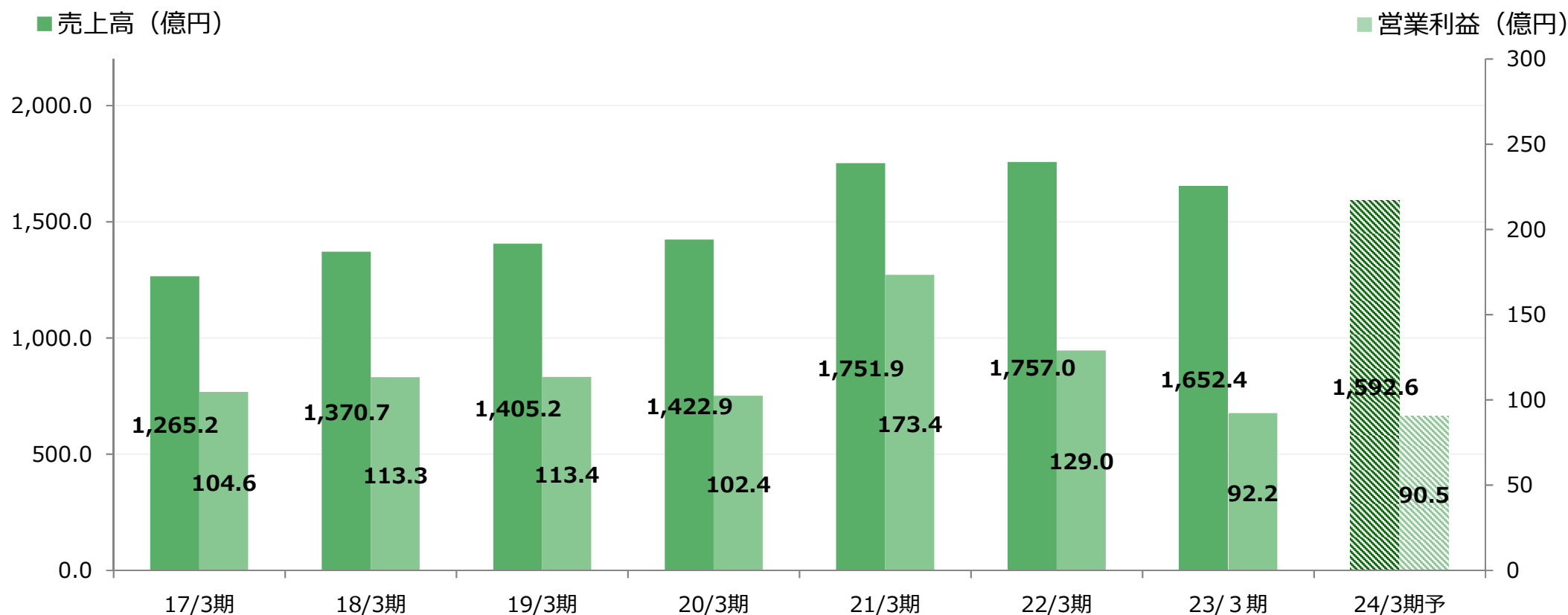
	23/3期		24/3期			
	実績		予算			
	売上	営業利益	売上	営業利益	売上前年比	営業利益前年比
アパレル・雑貨事業	883.1	9.3	789.2	3.7	-10.6%	-5.6
化粧品健康食品事業	147.9	5.9	158.0	8.1	+6.8%	+2.2
グルメ事業	323.1	17.6	346.5	18.5	+7.2%	+0.8
ナース関連事業	140.8	2.4	134.4	7.0	-4.5%	+4.6
データベース活用事業	157.5	57.0	164.5	53.2	+4.5%	-3.8
通販事業 計	1,652.4	92.2	1,592.6	90.5	-3.6%	-1.7

・新たな価値を生む商品及びサービスの投入を進め、顧客数拡大・事業成長の実現を目指す。

2-1.通販事業

PL推移と業績要因

BELLUNA



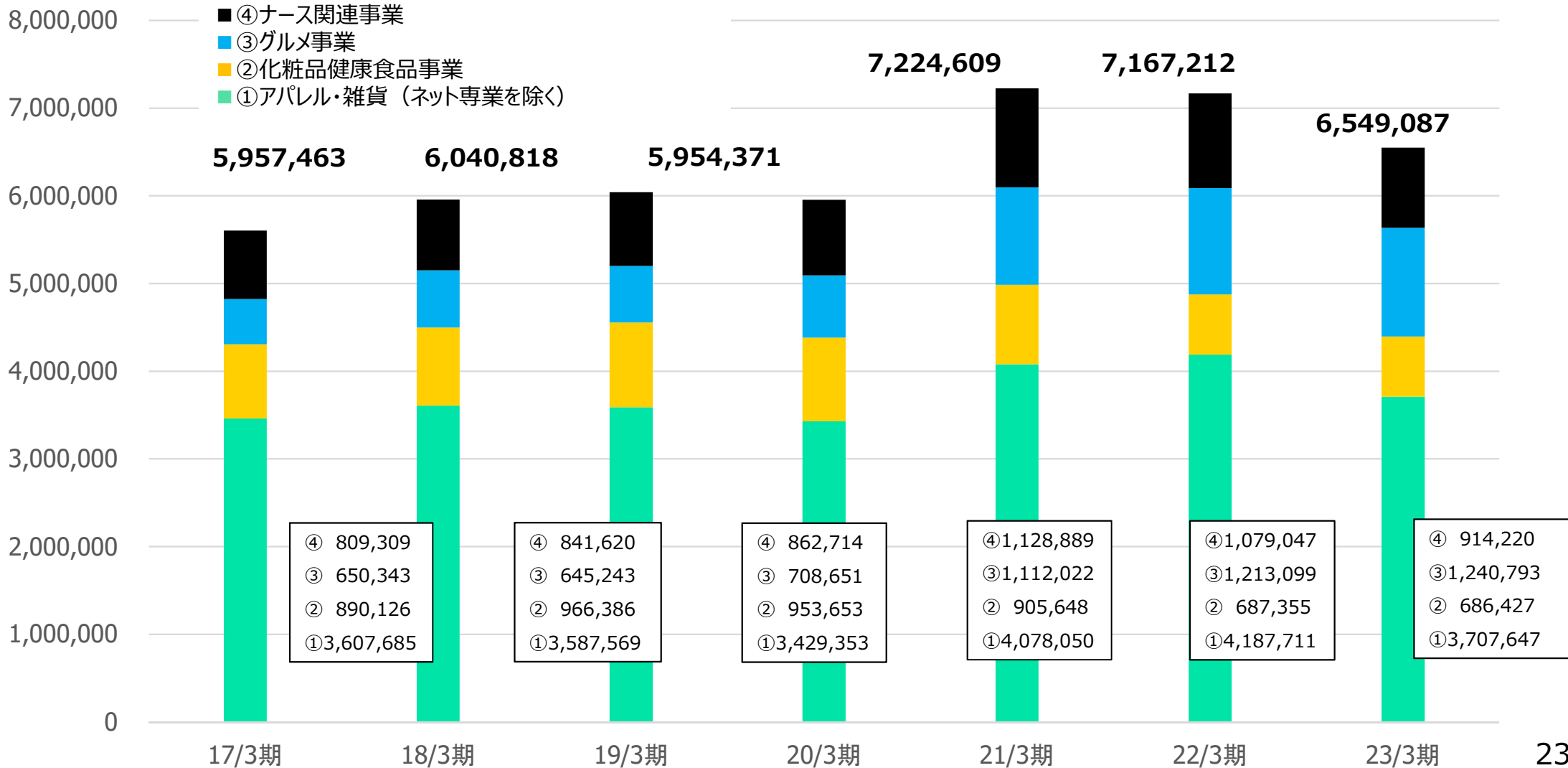
業績要因	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期予
プラス要因	<ul style="list-style-type: none"> ・物流費率改善 ・ネット強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネット強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・TV活用強化 ・巣ごもり需要 		<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング強化 ・ネット強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング強化 ・ネット強化 ・新商品・サービスの価値向上施策注力
マイナス要因		<ul style="list-style-type: none"> ・運賃単価上昇 	<ul style="list-style-type: none"> ・カタログ送料値上 ・運賃単価上昇 	<ul style="list-style-type: none"> ・紙代値上 ・運賃単価上昇 		<ul style="list-style-type: none"> ・巣ごもり需要減退 	<ul style="list-style-type: none"> ・原価・資材コスト上昇 	<ul style="list-style-type: none"> ・原価・資材コスト上昇

2-1.通販事業

稼働顧客数

既存顧客レスポンスの鈍化、紙媒体発行量の抑制により新規顧客獲得ボリュームが減少し、稼働顧客数は減少。

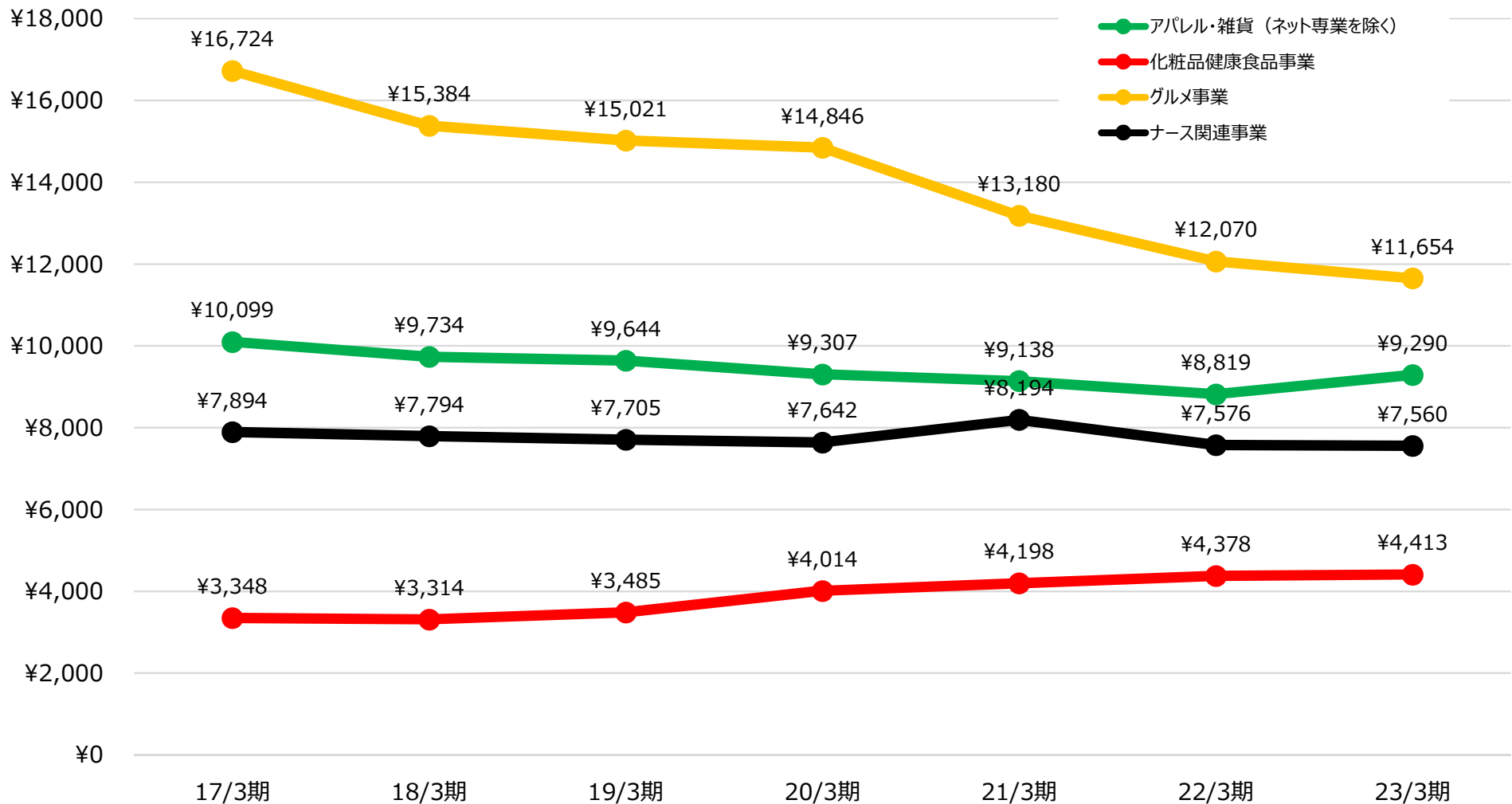
単位：人



2-1.通販事業

受注単価

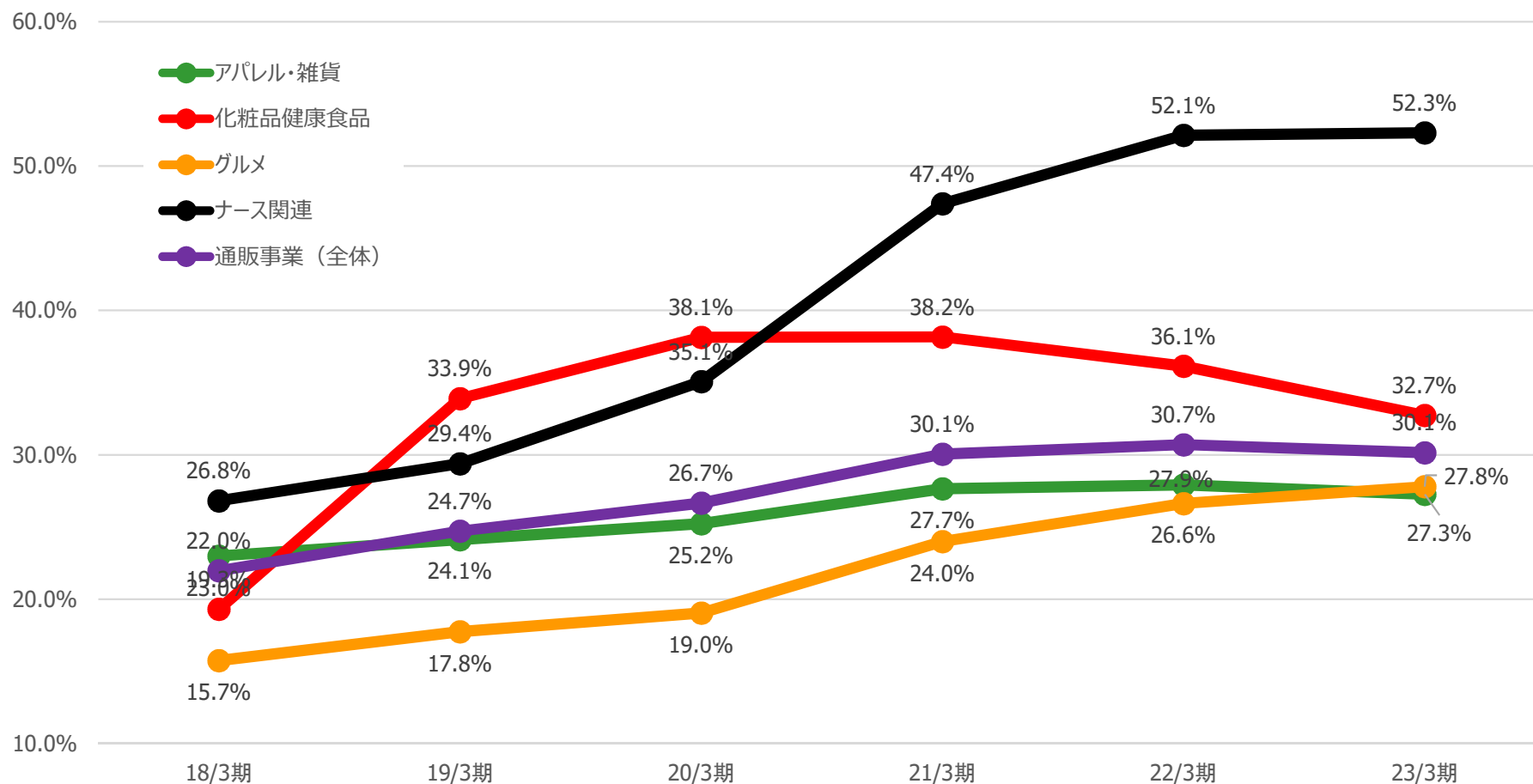
グルメ事業は単品受注比率増により受注単価は減少傾向。
今期は、原材料価格・資材単価の高騰による商品価格への転嫁により、受注単価は
上昇を見込む。



2-1.通販事業

EC比率

21/3期及び22/3期のコロナ特需からの反動もあり横ばい傾向だが、ネット強化を推し進め拡張を見込む。



※当期より、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

BELLUNA

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
アパレル・雑貨 ・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	745.9	9.8	646.6	0.7	-13.3%	-9.1
ミン・アイシーネット・丸長・セレクト (ネット専業通販) ・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	87.5	0.4	88.9	2.6	+1.6%	+2.1
アパレル店舗 ・BELLUNAブランドにて全国展開 (2023年3月 77店舗)	51.5	-1.2	55.3	0.3	+7.3%	+1.5
計	883.1	9.3	789.2	3.7	-10.6%	-5.6

・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となった。また、原材料、資材価格の高騰を受け第3四半期より商品価格の見直しや紙媒体の発行量抑制を行い、収益性確保を優先。

・今期についても同環境下で収益性確保を優先した予算設計となる。再成長に向けた土壌づくりを進める。

今期の取り組みの一部

- ・メンズの更なる強化（ゴルフウェア、インナー等のカテゴリ拡充）
- ・中価格帯商品の投入
- ・レスポンス改善の施策としてのビジュアルの刷新



<ロッキーラビット>ゴルフデザイン
裏メッシュベスト
¥5,489～（税込）



【美人百花5月号掲載】線画タッチ花柄
ギャザー切替ワンピース
¥4,950（税込）



ベルーナ23夏号

2-1-①. アパレル・雑貨

今期の取り組みの一部

ブランディングの推進、ネット強化



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”をちよとよく。

Alotta



GeeRA 2023 summer collection



GeeRA 2023 summer collection

“自分らしい”輝きを

GeeRA



「同じ毎日なのに、新しい私」

marvelous by Pierrot



大人のベストセクション

ルフラン



GeeRA
2023 summer collection
Playful color / Urban resort



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

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
化粧品事業 （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	119.2	5.8	127.7	7.4	+7.1%	+1.6
健康食品事業 ・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	32.4	0.5	30.3	0.7	-6.4%	+0.2
計	147.9	5.9	158.0	8.1	+6.8%	+2.2

・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

今期の取り組みの一部

若年層向けブランド「Bab²(バブバブ)」



世界累計販売数1,300万個の「ローヤルゼリーもっちりジェル」



- ・4月より若年層向けブランド「Bab²(バブバブ)」を立ち上げ、販売開始。
- ・2008年より販売するオールインワンジェル「ローヤルゼリーもっちりジェル」が世界累計販売数1,300万個突破。
- ・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

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
ワイン通販事業 (マイワインクラブ・ワイン通販売上14年連続No.1)	92.9	5.9	103.8	6.9	+11.7%	+1.0
日本酒通販事業 (ペルーナグルメ・日本酒通販売上6年連続No.1)	49.8	3.3	57.0	4.7	+14.4%	+1.4
グルメ事業 ・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84万台	176.4	8.2	185.7	6.9	+5.3%	-1.4
計	323.1	17.6	346.5	18.5	+7.2%	+0.8

・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、食品事業においておせち販売の拡大や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、増収増益を見込む。

2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

今期の取り組みの一部

ワイン通販

14年連続売上No.1



セツト販売No.1商品

世界選りすぐり赤ワイン12本セット

ワイン販売本数実績

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	1,150万本

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

年度	販売本数
2020/3期	120万本
2021/3期	200万本
2022/3期	280万本
2023/3期	300万本

おせち

出荷台数32万台



おせちNo.1商品

結 和三段重

おせち販売台数実績

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	32万台

- ・グルメ事業は、冷凍惣菜を中心とした単品系が継続拡張を見込む。
- ・システム刷新によるサービスレベル向上により、顧客のファン化を図る。

2-1-③. グルメ事業（ワイン、日本酒を含む）

BELLUNA

今期の取り組みの一部



The screenshot shows the ELEVIN website interface. At the top, the logo 'ÉLÉVIN' is displayed. Below it, a banner features five wine bottles with the text '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'. A 'New Arrival' section is highlighted with three products:

Product Name	Price
マツセード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。

今期は、ELEVIN（エレヴァン）の成長を中心に
増収増益を見込む。

2-1-④. ナース関連事業

BELLUNA

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
ナースリー (看護師向け通販業界No.2)	48.0	-1.0	47.0	2.3	-2.1%	+3.3
アンファミエ (看護師向け通販業界No.1)	73.0	3.4	67.0	4.0	-8.2%	+0.6
ナースキャリアネクスト (看護師の人材紹介事業)	1.7	-1.0	4.0	1.0	+132.8%	+2.1
JOB STUDIO (シンガポールでの人材紹介事業)	18.1	1.2	16.3	0.9	-9.9%	-0.3
計	140.8	2.4	134.4	7.0	-4.5%	+4.6

・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。

・今期はネット比率の向上を進めるとともに、収益性を改善させるため、カタログ発行の最適化に継続して取り組む。

2-1-⑤. データベース活用事業

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
ファイナンス (会員向け消費者金融事業)	47.0	21.5	50.3	21.5	+7.0%	+0.1
BD (封入・同送同梱事業)	36.7	26.4	32.6	22.7	-11.2%	-3.7
BBS (コールセンター・物流の受託事業)	71.2	6.6	77.0	6.9	+8.2%	+0.3
BGL (22/3期より連結対象。物流3PL事業)	30.5	2.3	31.1	2.1	+1.7%	-0.2
レーベル (2022年8月取得。物流3PL事業等)	11.3	0.7	18.0	0.5	+59.6%	-0.2
計	157.5	57.0	164.5	53.2	+4.5%	-3.8

※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：新型コロナウイルス感染拡大の一巡に加え、営業強化、サービスレベル向上により増収増益となった。

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：営業強化によりクライアント数が増加し増収。

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。

2-2. 呉服関連事業

BELLUNA

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

	23/3期（実績）		24/3期（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
BANKAN・わものや (2007年当社創業の和装販売事業)	99.7	7.7	98.0	8.0	-1.7%	+0.3
さが美 (2018年取得。中価格帯の和装販売事業)	77.3	2.4	81.6	3.4	+5.5%	+1.0
東京ますいわ屋 (さが美と同時取得。高価格帯の和装販売事業)	35.7	0.9	38.5	1.8	+7.8%	+0.8
マイム (2016年取得。大学生の卒業式袴レンタル)	27.6	2.1	29.5	2.8	+6.7%	+0.7
計	238.7	12.5	245.8	15.1	+3.0%	+2.6

・さが美、東京ますいわ屋における構造改革が浸透し黒字化を達成。マイムにおける衣裳レンタル事業は大学卒業式の袴レンタルの拡大により増収増益。

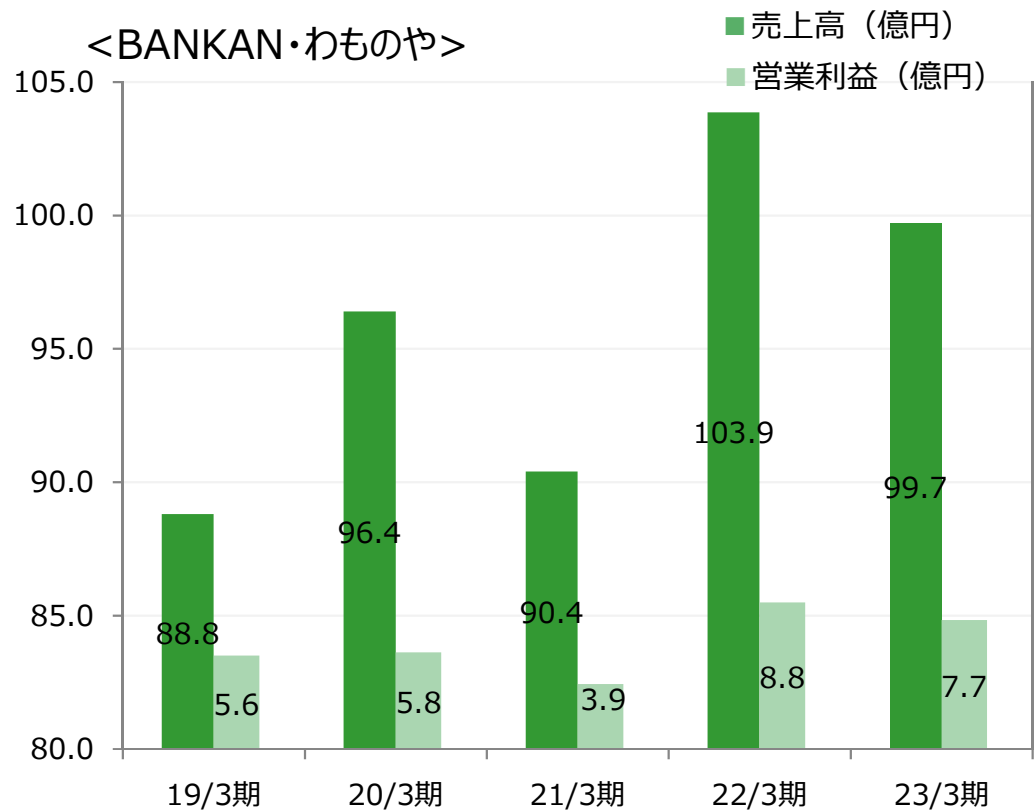
・今期は、ブランド力の強化、人材育成の強化を軸に増収増益を見込む。

2-2. 呉服関連事業

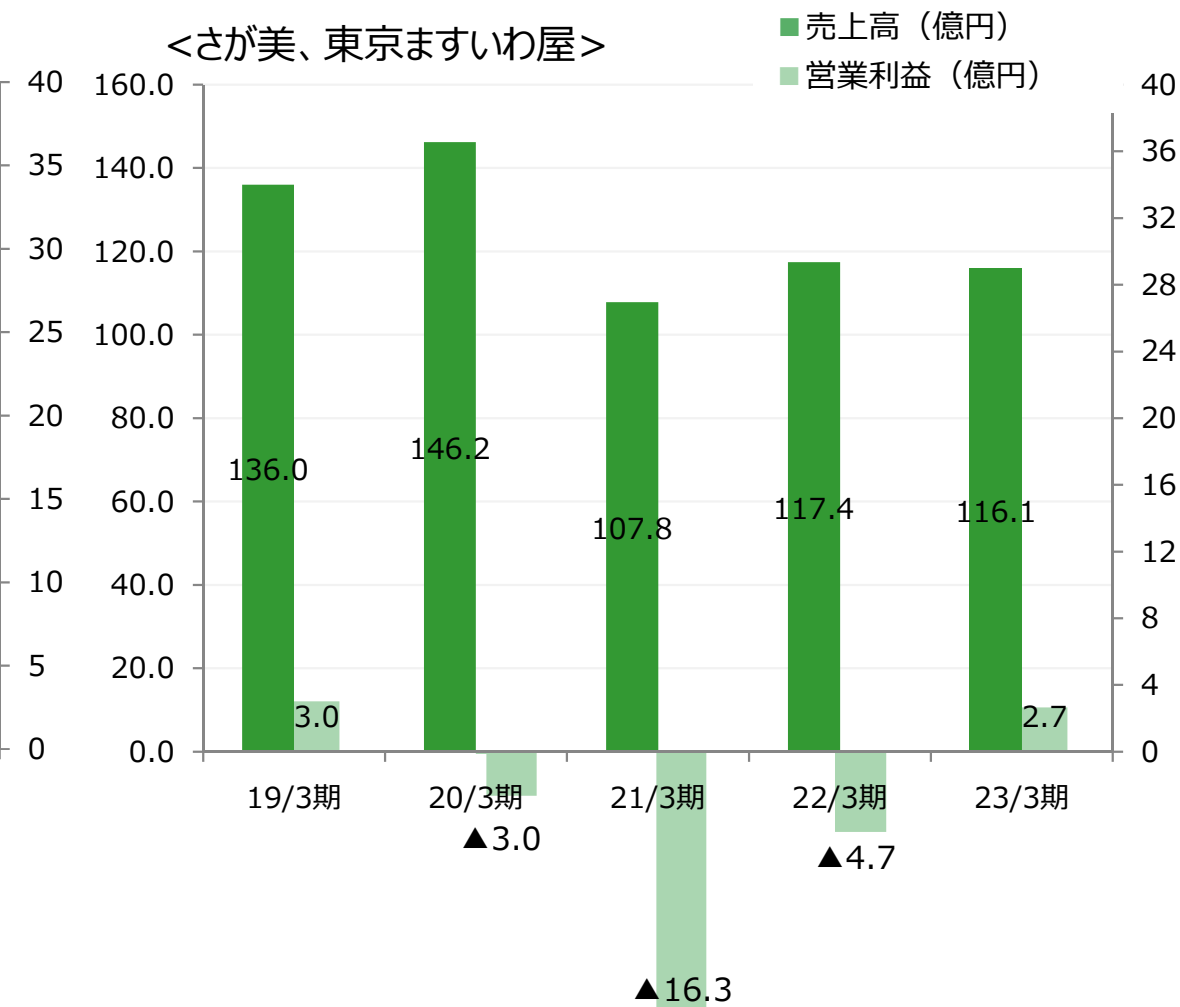
PL推移

BANKANは第3四半期以降に来店顧客数が減少。さが美、東京ますいわ屋は筋肉質化が進む。

<BANKAN・わものや>



<さが美、東京ますいわ屋>



	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期
店舗数	84	89	91	95	98

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期
店舗数	160	158	141	117	117

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

→さが美、東京ますいわ屋の構造改革が進み、前期黒字化を達成。

**呉服関連事業は、第5次経営計画（25年3期末）で
売上高266億円、営業利益18億円を目指す。**

2-3. プロパティ事業

・23/3期実績と24/3期の予算

単位：億円

事業内訳	23/3期（実績）		24/3期（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
インカムゲイン 所有不動産（オフィス、店舗等）	30.8	7.5	32.2	8.7	+4.5%	+1.1
キャピタルゲイン 不動産の開発、販売事業	37.9	7.2	26.9	4.2	-29.1%	-3.0
太陽光 太陽光発電を3物件保有	11.2	3.5	11.2	3.9	0.0%	+0.4
ホテル事業 国内14ホテル、海外4ホテルを運営	131.3	-4.5	230.2	18.5	+75.3%	+23.0
銀座 GRANBELL SQUARE 2023年9月 グランドオープン予定 銀座コリドー街に開業する複合施設	-	-	32.1	0.6	-	-
計	199.9	13.7	312.8	36.1	+56.5%	+22.4

・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や外国人の入国規制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。一方で前年同時期に海外不動産の売却があり、大幅な減収減益影響があった。

・今期はホテル事業を中心に大幅な増収増益を見込む。

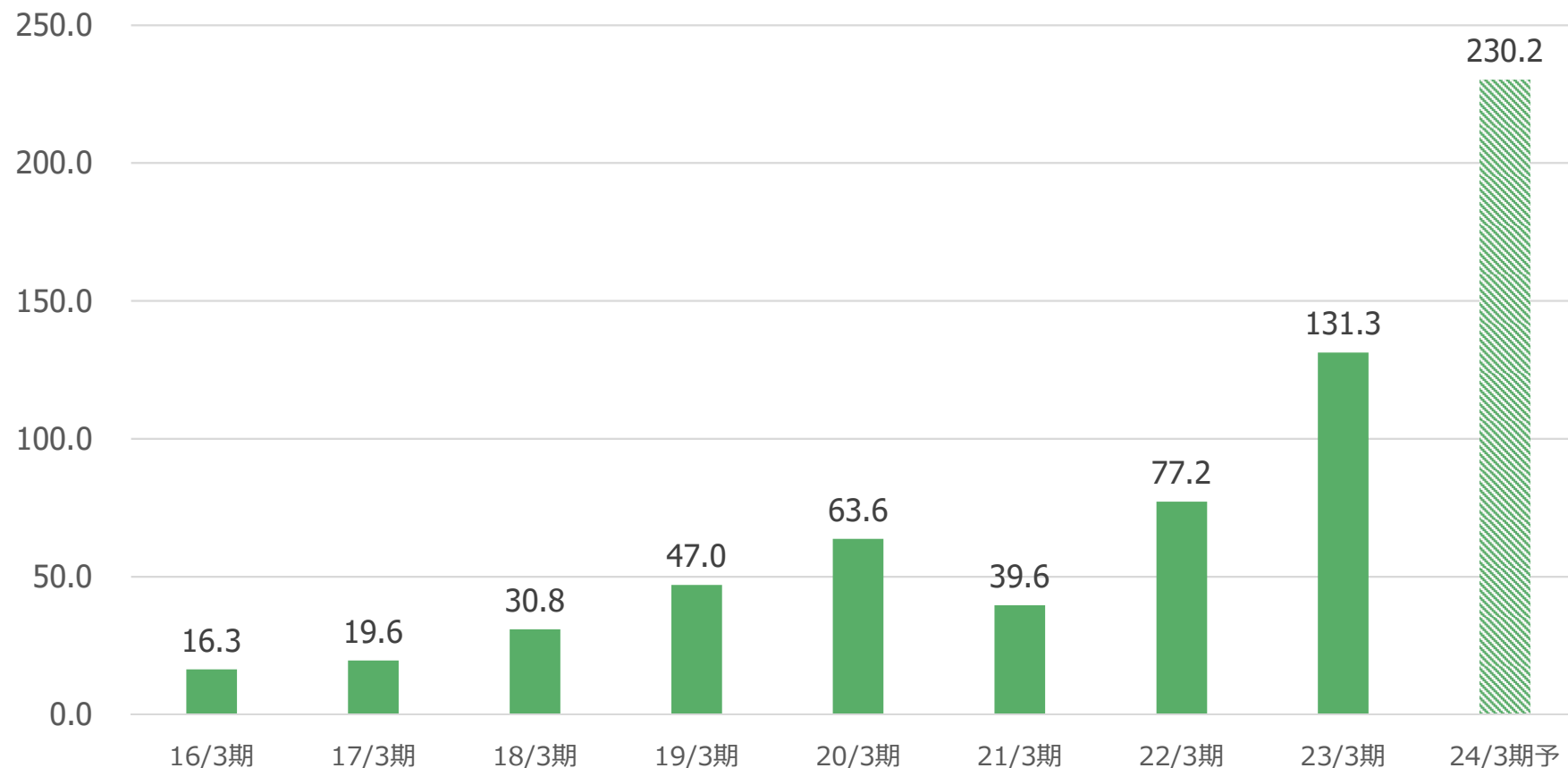
2-3. プロパティ事業（ホテル事業）

BELLUNA

今期は国内外における行動規制の緩和やインバウンド需要の回復、また、新規開業及びM&Aで取得したホテルの貢献もあり、更なる成長を見込む。

<売上推移>

単位：億円



稼働ホテル

2

3

4

7

8

8

13

14

18

2-3. プロパティ（ホテル事業）

ホテル稼働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	24/3期	想定 売上 [※] (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 ミリアンドゥホテル	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	京都	京都グランベルホテル hanareya	13										→			1	2022年11月	賃貸
16	銀座	GINZA HOTEL by GRANBELL	102										→			8	2023年4月	保有
17	北海道	洞爺サンパレス、ザ・レイクスweet湖の栖	404										→			40	2023年4月	保有
18	北海道	ニュー阿寒ホテル	366										→			21	2023年4月	賃貸
19	北海道	SAPPORO HOTEL by GRANBELL (仮)	605												29	2026年3月期予	保有	
		計	4,024												317			

※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

今期は、売上高230.2億円・営業利益18.5億円を目指す。

2-3. 新規稼働施設の紹介①

GRANBELL SQUARE開業

2023年9月のグランドオープンに先駆け、4月よりスパサウナ施設「SPA & SAUNA コリドーの湯」、ホテル施設「GINZA HOTEL by GRANBELL（全102室）」がオープン。その他飲食店、ルーフトップレストラン、シンガポール大手と組んだナイトクラブ等も順次オープンを予定。



フロア	用途
10F	ルーフトップレストラン
5F-9F	ホテル
4F	スパ
B1F-3F	テナント
B3F-B2F	ライブハウス・ナイトクラブ



2-3. 新規稼働施設の紹介②

洞爺サンパレス リゾート&スパ、ザ・レイクスweet湖の栖取得

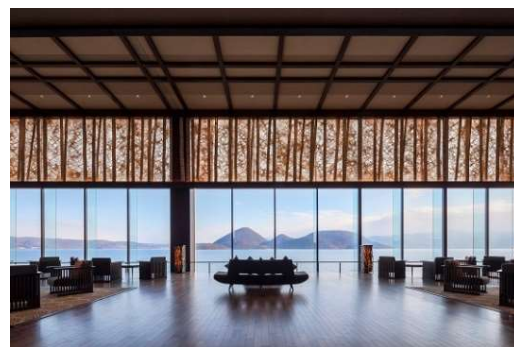
BELLUNA

北海道・洞爺湖にあるリゾートホテル「洞爺サンパレス リゾート&スパ（全324室）」および「ザ・レイクスweet湖の栖（全80室）」を取得。



名称	洞爺サンパレス リゾート&スパ
所在地	北海道有珠郡 壮瞥町字洞爺湖温泉7-1
アクセス	地下鉄 大通駅よりバス約2時間半
土地面積	15,314.92㎡
延床面積	34,335.73㎡
構造・規模	鉄骨鉄筋コンクリート造 地下1階 地上11階
客室数	全324室

名称	ザ・レイクスweet湖の栖
所在地	北海道有珠郡 壮瞥町字洞爺湖温泉7-1
アクセス	地下鉄 大通駅よりバス約2時間半
土地面積	15,896.72㎡
延床面積	7,973.29㎡
構造・規模	鉄骨鉄筋コンクリート造 地上9階
客室数	全80室



2-3. 新規稼働施設の紹介③

BELLUNA

ニュー阿寒ホテルの運営受託開始

北海道・阿寒湖のほとりにあるリゾートホテル「ニュー阿寒ホテル（全370室）」の運営受託を開始。



名称	ニュー阿寒ホテル
所在地	北海道釧路市 阿寒町阿寒湖温泉2丁目8-8
アクセス	釧路空港から車で約1時間 女満別空港から車で約1時間30分
客室数	全366室



2-4. 株主還元

24/3期は年間20.5円の配当予定。配当は5年連続増配。

<年間配当>

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期 (予)
EPS (円)	106.39	60.62	114.17	105.55	76.71	97.22
配当 (円)	15.0	16.0	16.5	19.0	20.0	20.5

<株主優待>

[内容]

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ポイント
またはグルメ・ワイン・日本酒商品

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

100株以上

1,000円分

2枚
(2,000円分)

500株以上

3,000円分

6枚
(6,000円分)

1,000株以上

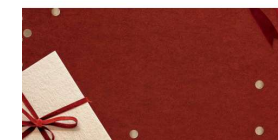
5,000円分

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）

株主様ご優待券



2-5. サステナビリティに関する取組み

主要実践項目（マテリアリティ）の達成に向けた取組みを強化。ベルーナグループの価値向上に取り組むとともに、環境負荷の軽減に努め、社会への価値を提供しつづけることで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

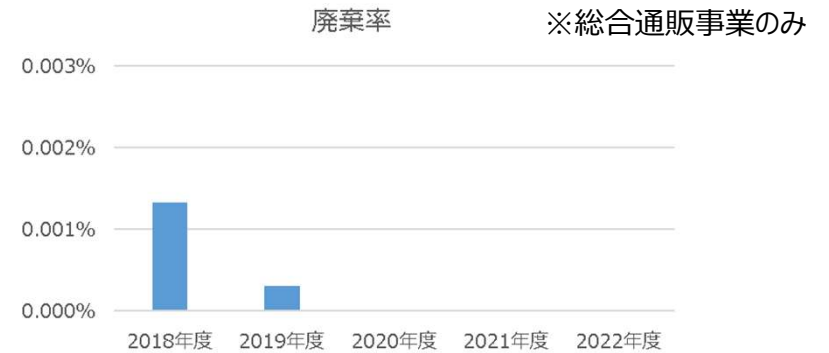
BELLUNA

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

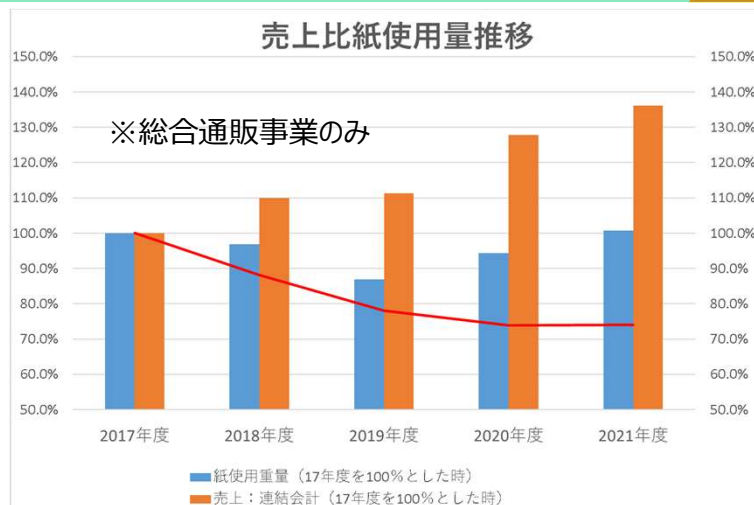


	人口	ベルーナ登録会員	比率
全国	125.0百万人	29.0百万人	23.2%
過疎地域	9.6百万人	2.9百万人	30.8%

② 商品ロスの削減



③ カタログ等の紙使用量の削減



④ 物流センター等のCO2排出量削減



吉見ロジスティクスセンター完成予想図

2-5. サステナビリティに関する取組み

主要実践項目（マテリアリティ）の達成に向けた取組みを強化。ベルーナグループの **BELLUNA** 価値向上に取り組むとともに、環境負荷の軽減に努め、社会への価値を提供しつづけることで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

⑤ 従業員の働き方改善



お母さんの職場見学会

⑥ オリジナル商品のサステナブル化



⑦ グループ全体でのSDGs貢献意識の醸成



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(23/3末)
連結売上高	2123.8億円(23/3期)
連結経常利益	124.6億円(23/3期)
連結従業員数	3,579名(23/3末)
上場市場	東京証券取引所プライム市場

ベルーナ



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
2022年	8月	DM発送代行事業、国内物流受託事業等を展開する、株式会社レーベル、株式会社レーベル ロジスティクス、株式会社R&Mの全株式を取得し、子会社化（現・連結子会社）
2023年	3月	地熱発電による売電を目的に（同）最上ジオエナジーに出資し、子会社（現・連結子会社）

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	2,535,500	16.0%	
2	アスクル	BtoB	428,517	1.5%	
3	ミスミグループ本社	BtoB	366,160	17.8%	
4	ジャパネットホールディングス	T V通販	250,600	4.1%	
5	ヨドバシカメラ	家電	213,659	-3.8%	
6	MonotaRO	BtoB	189,731	20.6%	
7	ベネッセコーポレーション	通信教育	189,421	0.5%	
8	大塚商会	BtoB	173,528	6.2%	
9	ZOZO	ネット専業	166,199	12.8%	
10	ジュピターショップチャンネル	T V通販	157,383	-2.3%	
11	ベルーナ	総合	155,035	-0.7%	
12	ヤマダホールディングス	家電	144,500	-	
13	ビックカメラ	家電	143,400	-	
14	ユニクロ	衣料品	130,900	3.1%	
15	QVCジャパン	T V通販	128,200	6.0%	
16	オイシックス・ラ・大地	食品	113,470	13.4%	
17	サントリーウェルネス	化粧品・健食	109,510	6.5%	
18	スクロール	総合	81,391	-4.5%	
19	上新電機	家電	75,890	5.8%	
20	イオンリテール	食品・スーパー	75,000	-	

2023年1月5日付通販新聞「通販・通教売上高ランキング」

株価推移（2000年～2023年3月）

BELLUNA



<第5次経営計画>

	23/3期 実績		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	1,652.4	92.2	1,592.6	90.5	1,645.3	99.0
呉服関連事業	238.7	12.5	245.8	15.1	266.1	18.1
プロパティ事業	199.9	13.7	312.8	36.1	343.6	50.9
その他の事業	41.5	-0.9	44.0	0.4	50.9	1.3
調整	-8.7	-5.2	-5.2	-2.0	-5.8	0.7
連結	2,123.8	112.2	2,190.0	140.0	2,300.0	170.0

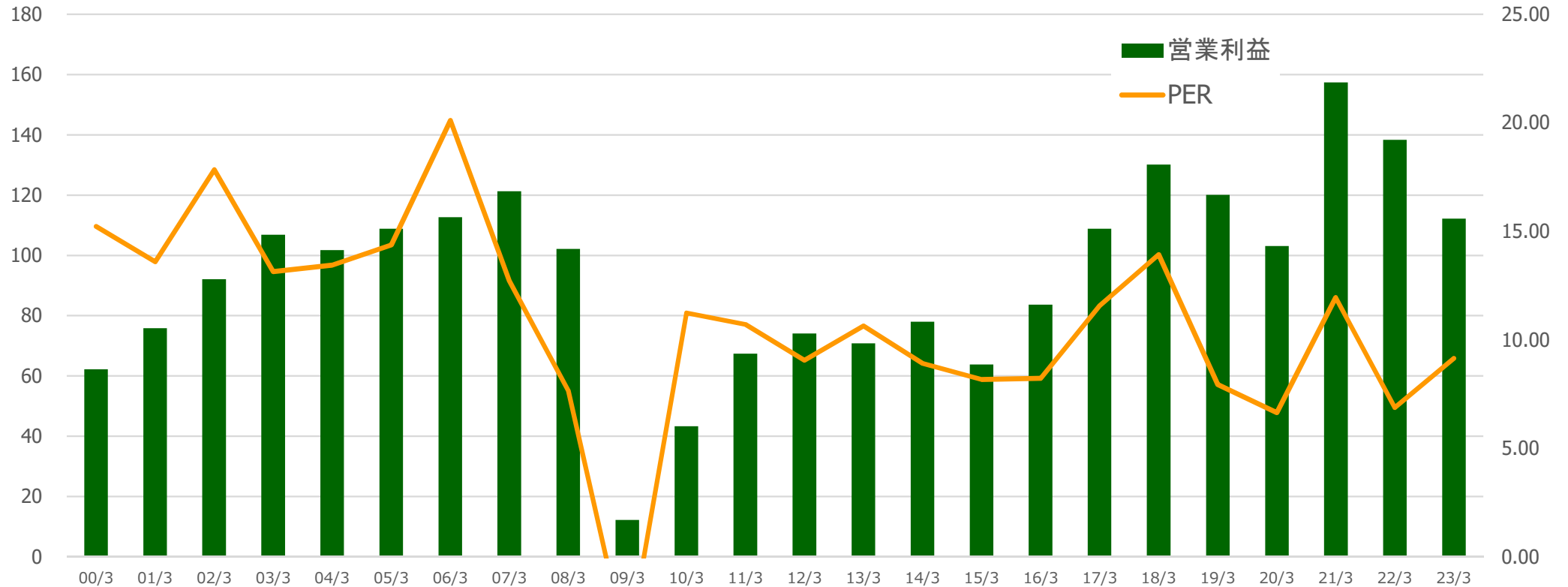
PER・業績推移 (00年3月期～23年3月期)

BELLUNA

<PERと業績の推移>

■ 単位：億円

■ 単位：倍



<業績とPER・PBR推移>

	00/3	01/3	02/3	03/3	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
売上	614	772	900	1,051	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	2,124
営業利益	62	76	92	107	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	138	112
純資産	256	283	329	373	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	1,190	1,264
PER	15.22	13.60	17.84	13.14	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	9.15
PBR	1.91	2.33	3.06	2.29	2.25	2.07	2.57	1.45	0.71	0.23	0.40	0.53	0.65	0.77	0.81	0.73	0.68	0.95	1.33	0.87	0.45	1.15	0.59	0.54

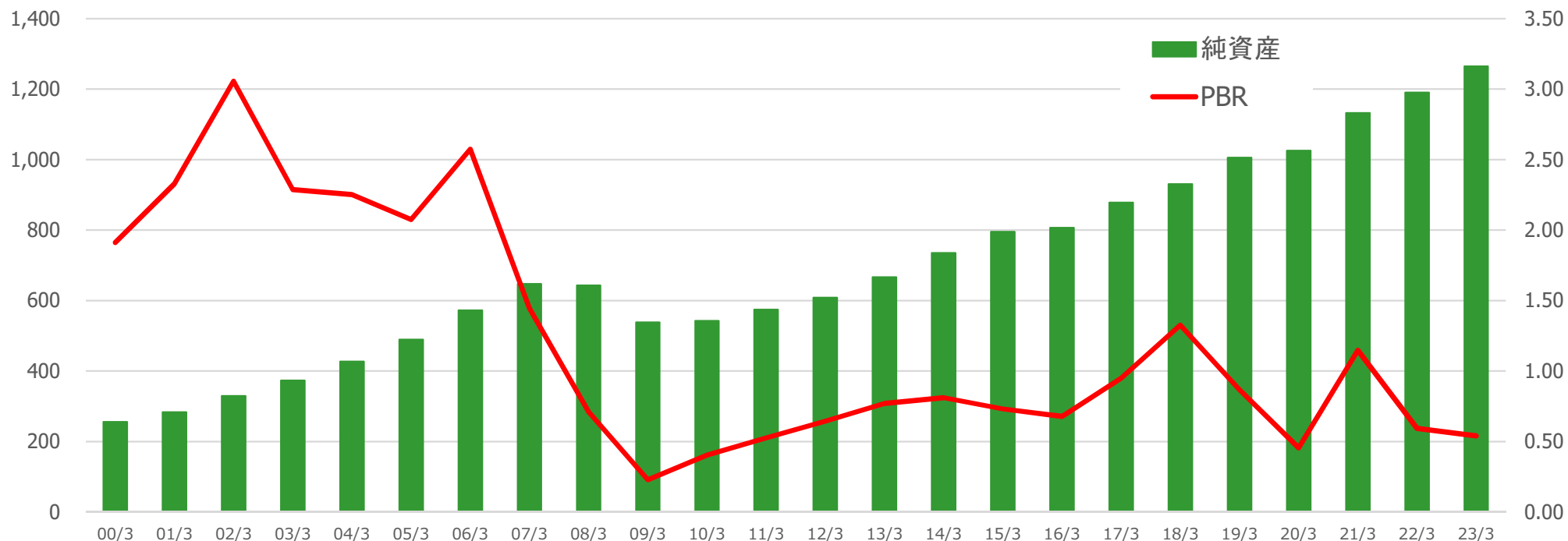
PBR・純資産推移（00年3月期～23年3月期）

BELLUNA

<PBRと純資産の推移>

■ 単位：億円

■ 単位：倍



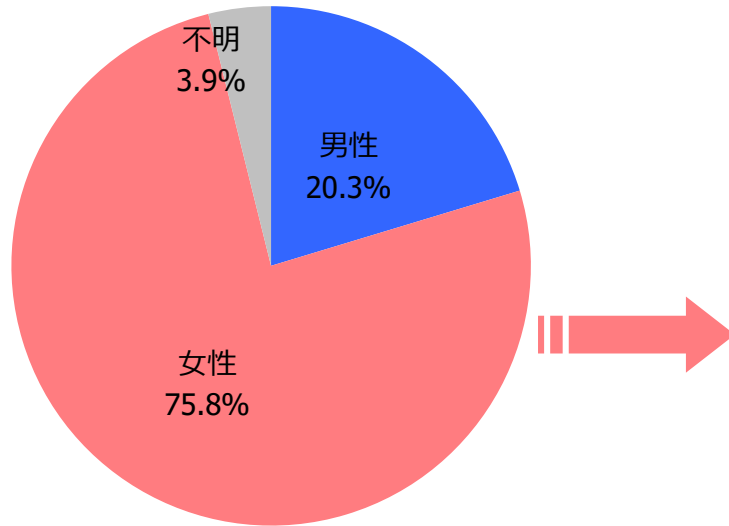
<業績とPER・PBR推移>

	00/3	01/3	02/3	03/3	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
売上	614	772	900	1,051	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	2,124
営業利益	62	76	92	107	102	109	113	121	102	12	43	67	74	71	78	64	84	109	130	120	103	157	138	112
純資産	256	283	329	373	427	489	572	647	643	538	542	575	608	666	735	795	806	878	931	1,005	1,025	1,132	1,190	1,264
PER	15.22	13.60	17.84	13.14	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	9.15
PBR	1.91	2.33	3.06	2.29	2.25	2.07	2.57	1.45	0.71	0.23	0.40	0.53	0.65	0.77	0.81	0.73	0.68	0.95	1.33	0.87	0.45	1.15	0.59	0.54

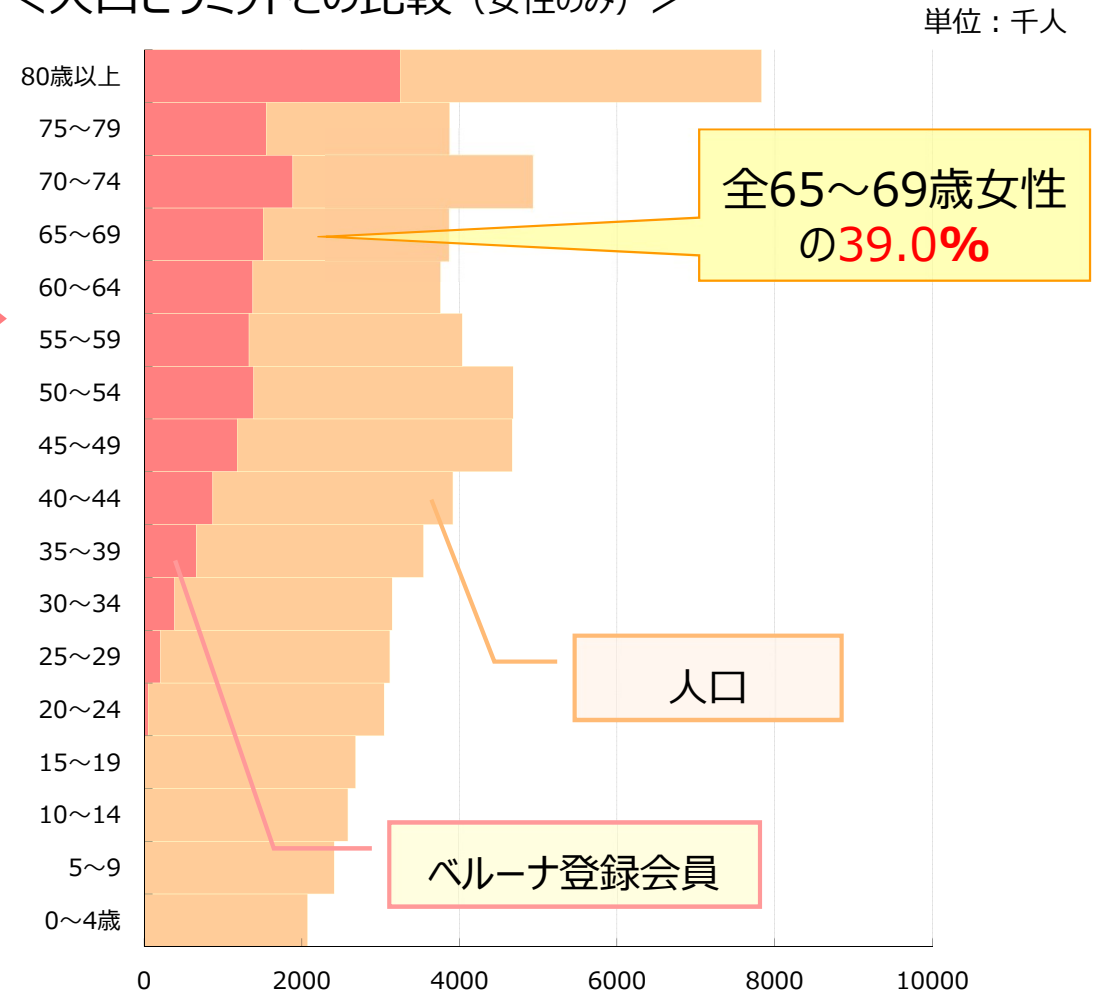
【アパレル・雑貨通販】登録会員の特徴

登録会員の特徴（2023年3月末時点）

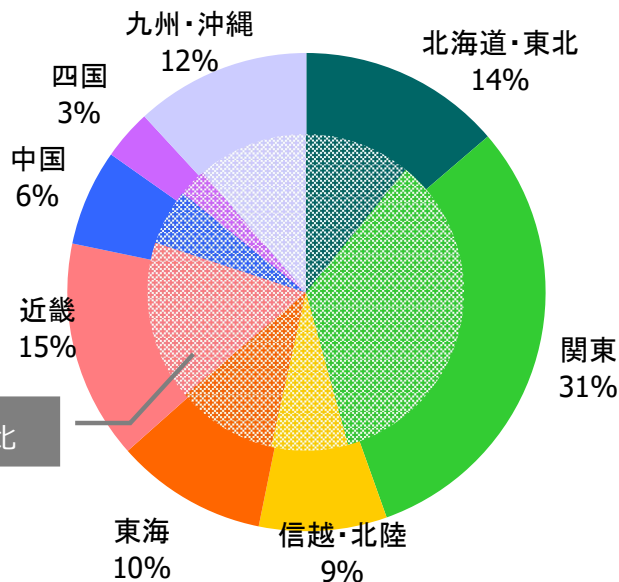
<性別>



<人口ピラミッドとの比較（女性のみ）>



<地域>

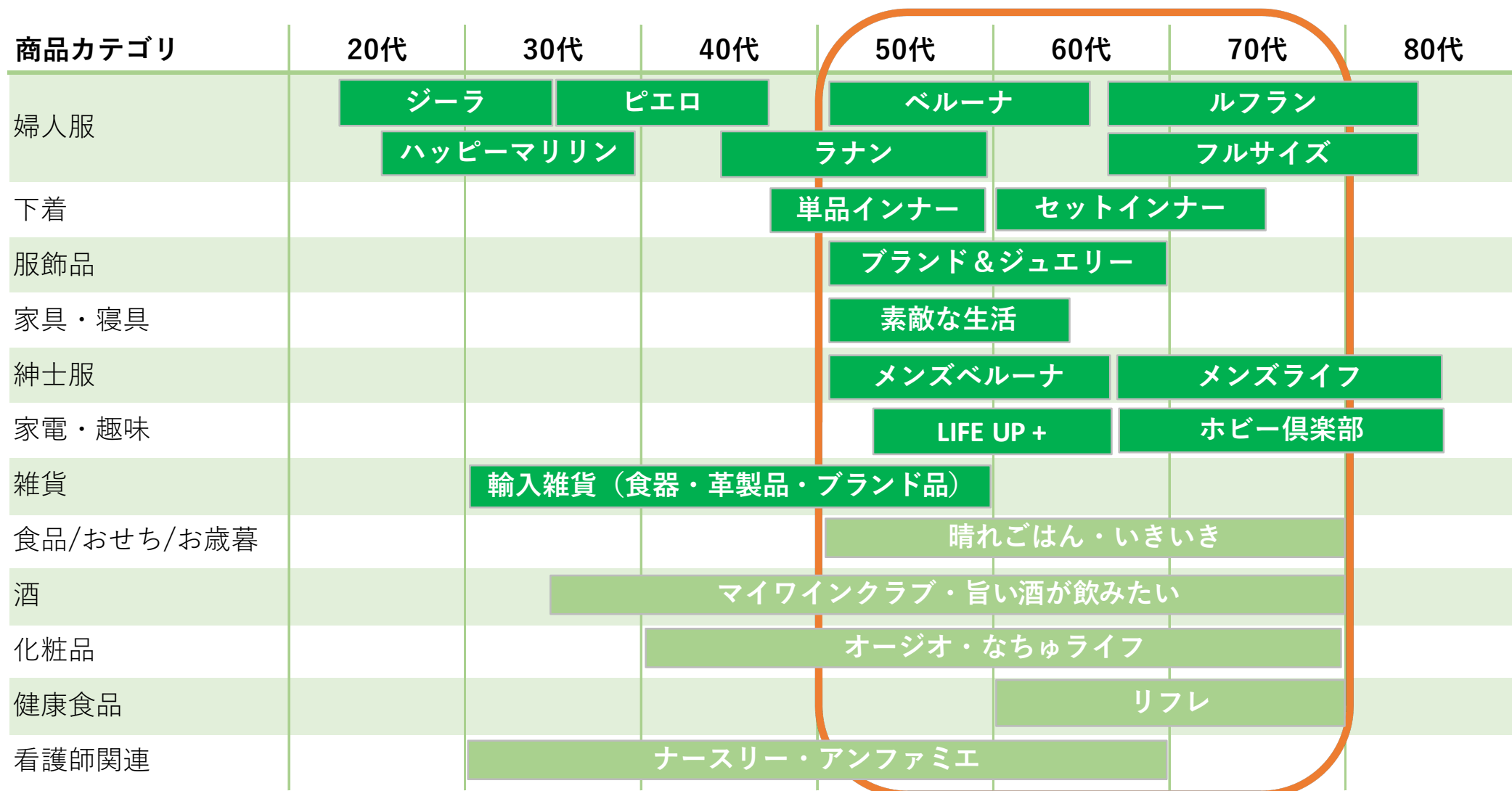


地域別の人口構成比

※総務省統計局データを元にベルーナにて作成

【通販】カタログラインアップ※

BELLUNA



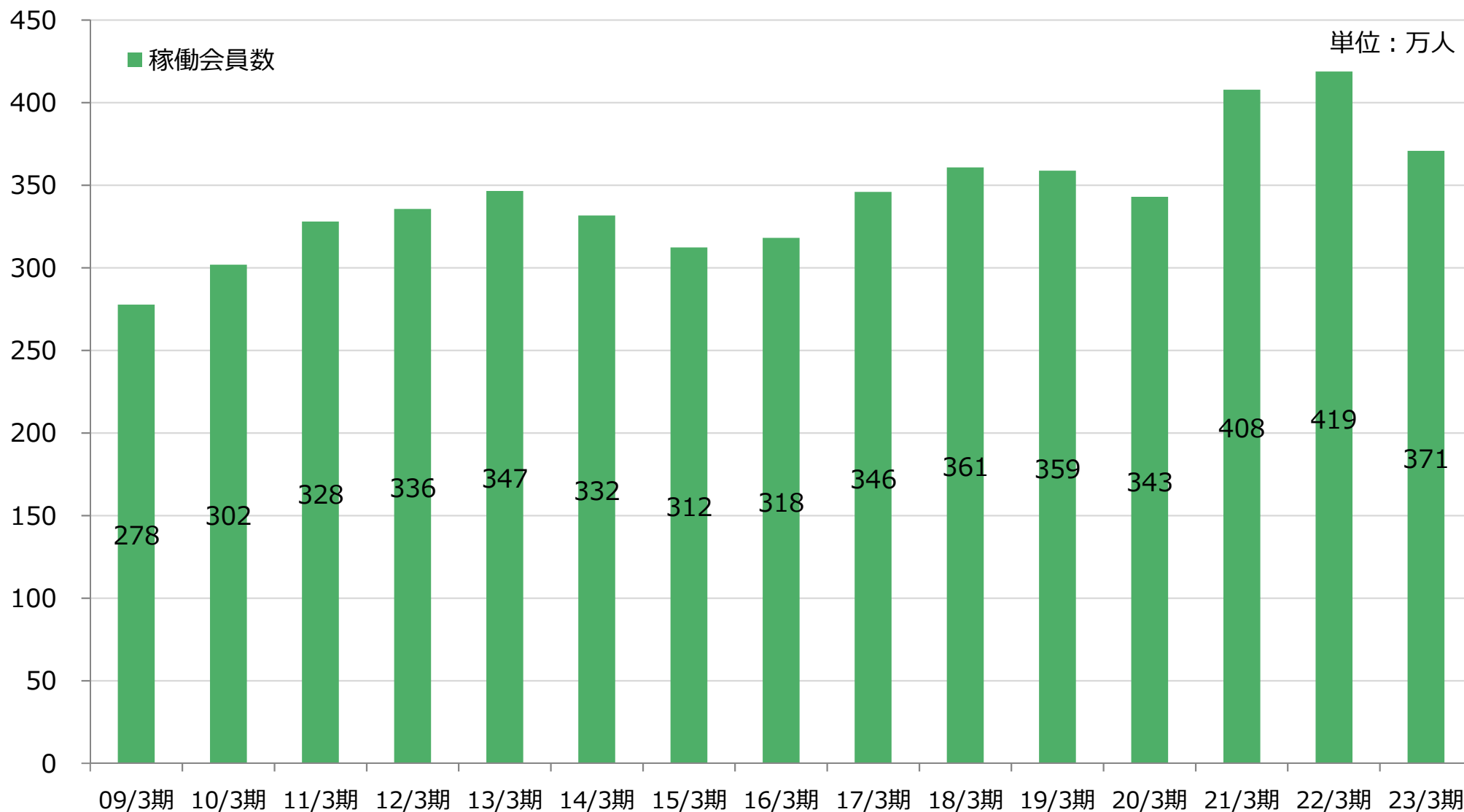
※年代については各ブランドごとに設定しているメインターゲット年齢を表現

■ アパレル・雑貨事業

■ その他の通販事業

【アパレル・雑貨通販】稼働会員数の推移

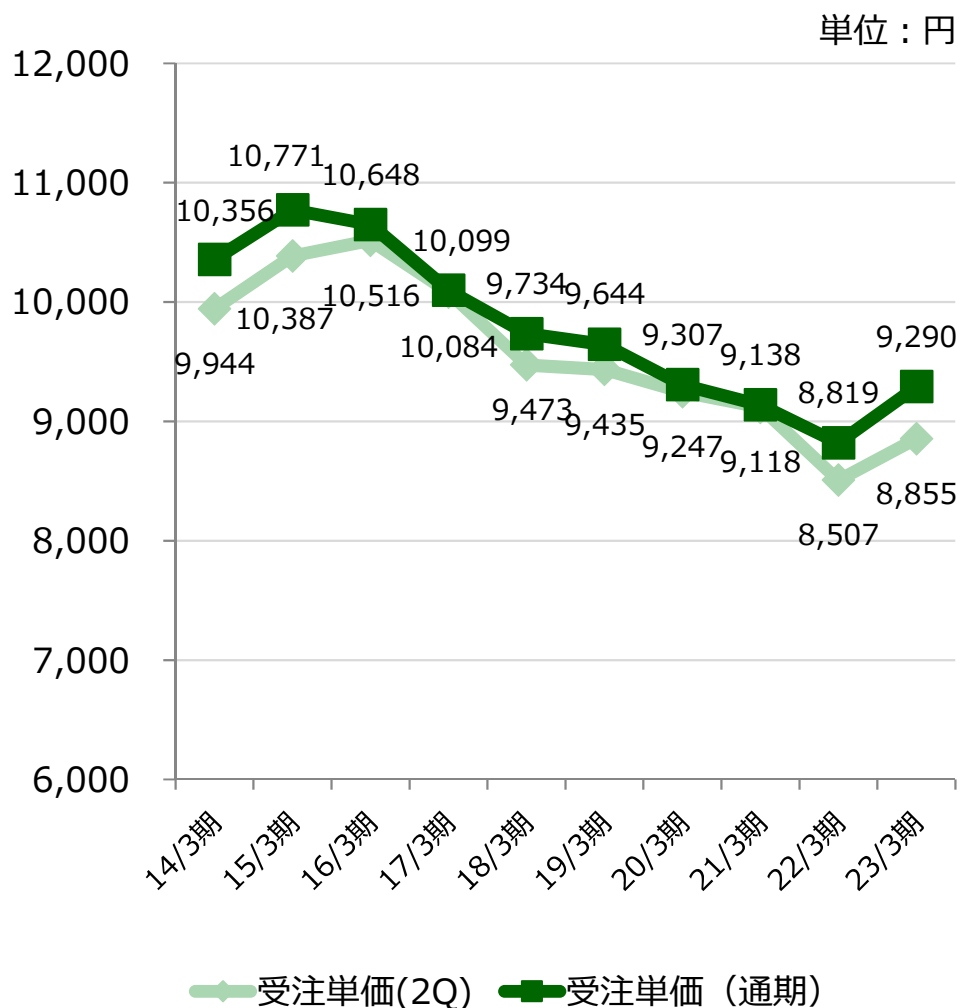
BELLUNA



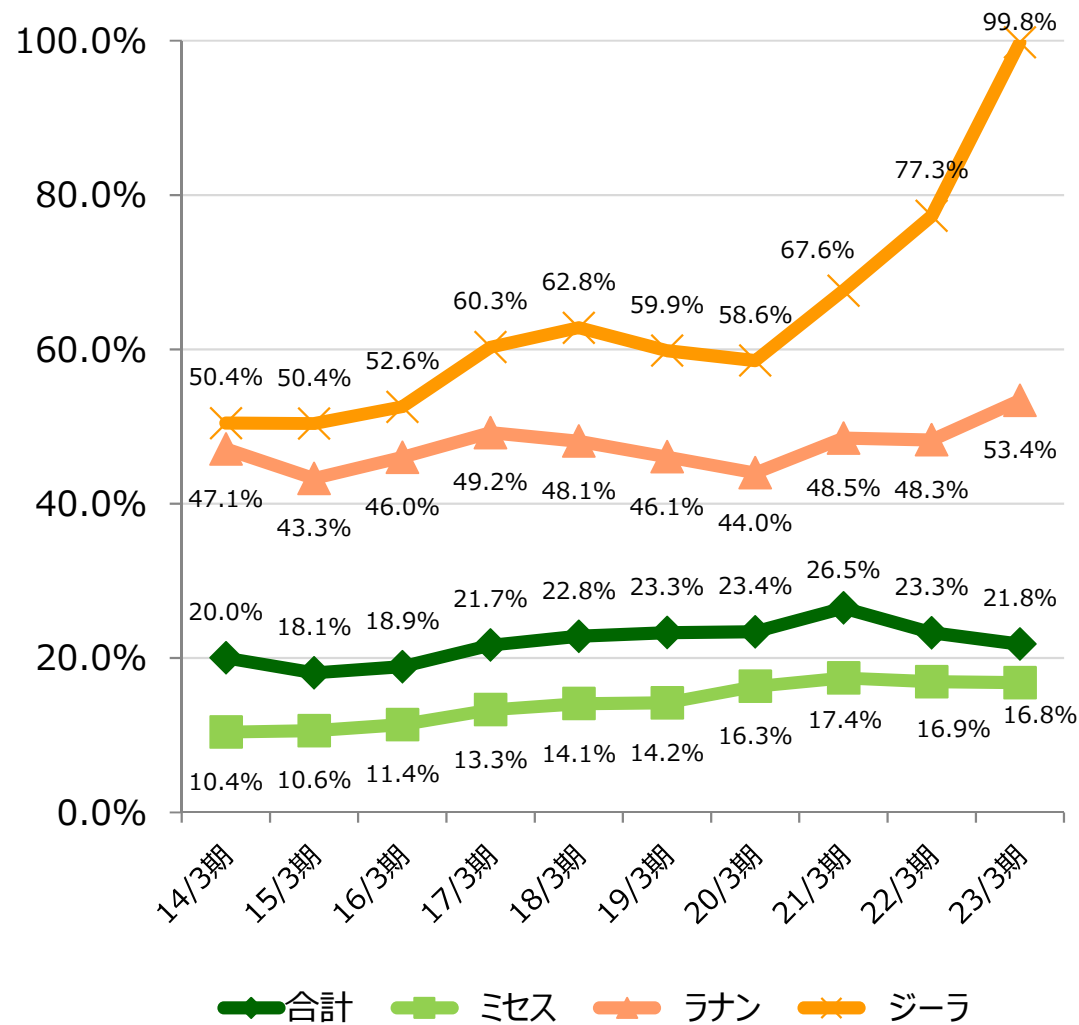
※稼働会員数・・・年度内に購入した顧客数

【アパレル・雑貨通販】受注単価とEC比率

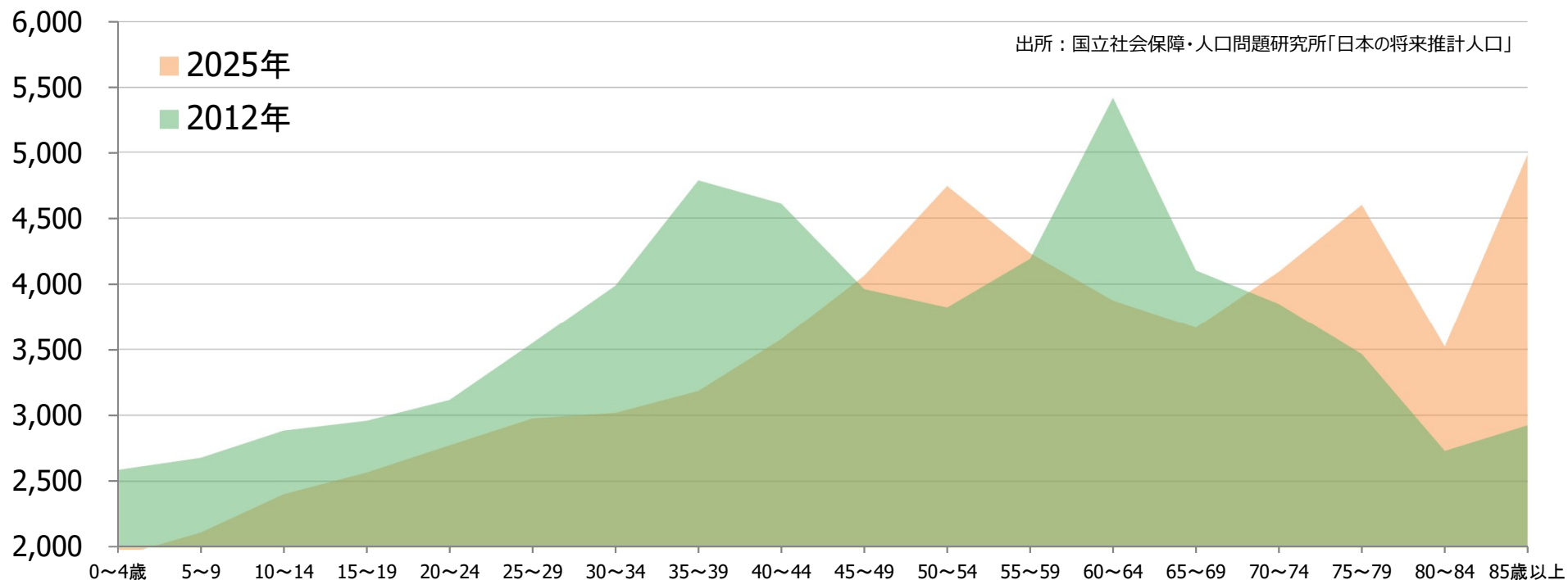
受注単価の推移



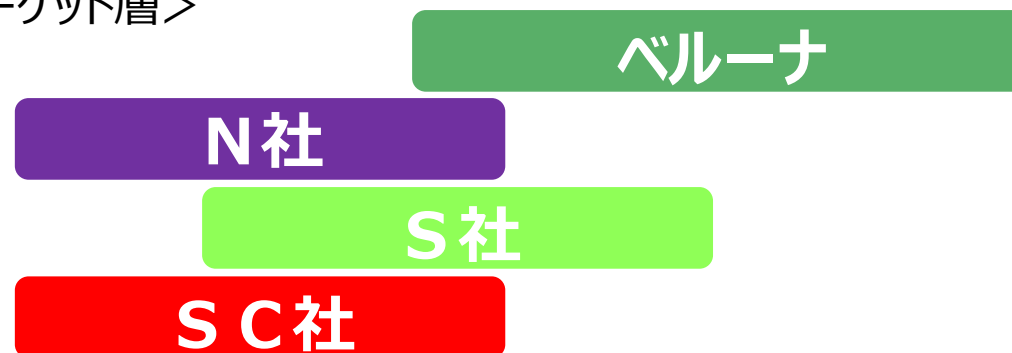
EC比率の推移



＜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＞



<本資料に関する注意事項>

本資料は、2023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2023年5月26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