

2015年3月期第2四半期 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」



▲
ワイン専門通販
「マイワインクラブ」



▲
看護師向け通販
「アンファミエ」

ベルーナ

2014年11月27日(木)

1. 決算ハイライト	P.2	3. 特集:通販No.1	P. 23
1. 決算概況		1. ワイン通販国内売上高No.1	
2. 連結損益計算書		2. 看護師向け通販国内売上高No.1	
3. 連結貸借対照表			
4. 連結キャッシュフロー計算書			
5. 今期予算について			
2. セグメント別概況	P.10	4. 経営方針	P. 26
1. 総合通販事業		1. ビジネスモデル	
2. 専門通販事業		2. 経営基本方針	
3. 店舗販売事業			
4. ソリューション事業			
5. ファイナンス事業			
6. プロパティ事業			
7. その他の事業		5. 参考資料	P. 34

・本資料は、2015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2014年11月27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
5. 今期予算について

1-1. 決算概況

BELLUNA

(単位: 億円)

連結	14/3期 2Q累計	15/3期 2Q累計				15/3期	
		予算 ^{*1}	実績	予算比	前年比	予算 ^{*1}	前年比
売上高	604.3	583.0	563.1	- 3.4%	- 6.8%	1,280.0	+2.1%
売上総利益	331.0	331.1	314.1	- 5.1%	- 5.1%	716.9	+4.3%
販売管理費	305.8	312.3	301.6	- 3.4%	- 1.4%	632.9	+3.8%
営業利益	25.3	19.0	12.5	- 34.0%	- 50.4%	84.0	+7.7%
経常利益	31.3	25.0	29.6	+18.6%	- 5.3%	100.0	- 4.1%
四半期純利益	19.6	15.0	20.5	+36.7%	+4.5%	70.0	- 0.2%
包括利益	20.9	—	22.9	—	+9.5%	—	—
EPS(円) ^{*2}	20.2	—	21.1	—	+4.5%	72.0	- 0.2%
減価償却費 ^{*3}	13.2	—	13.8	—	+4.7%	30.0	+9.8%
設備投資額 ^{*4}	38.7	—	92.6	—	+139.5%	95.0	+2.4%

*1: 2014年5月14日公表予算

*2: 2013年10月1日付にて普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。EPSは当該株式分割を考慮し算定しています。

*3: 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

*4: 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	14/3期2Q累計		15/3期2Q累計		15/3期	
	実績	売上比	実績	売上比	予算	売上比
売上高	604.3	100.0%	563.1	100.0%	1,280.0	100.0%
売上原価	273.3	45.2%	249.1	44.2%	563.1	44.0%
販売管理費	305.8	50.6%	301.6	53.6%	632.9	49.4%
営業利益	25.3	4.2%	12.5	2.2%	84.0	6.6%
営業外損益	6.0	1.0%	17.1	3.0%	16.0	1.3%
経常利益	31.3	5.2%	29.6	5.3%	100.0	7.8%

【売上原価率】 前年比 -1.0P

- ・原価率の高い不動産販売の減少 -1.4P
- ・専門通販の構成比アップ -0.5P
- ・専門通販の原価率上昇 +0.9P

【販売管理费率】前年比 +3.0P

- ・広告宣伝费率の上昇 +1.5P
- ・人件费率の上昇 +0.7P
- ・通信费率の上昇 +0.6P

【営業外損益】前年比 +11.1億円

- ・デリバティブ評価益 +8.5億円
- ・受取利息・配当金 +1.2億円

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

	15/3期 2Q 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	323.1	-11.6%	-3.0	-1.4	-0.9%	-0.5P
専門通販	145.8	+29.7%	-1.4	-3.0	-1.0%	-2.4P
店舗販売	35.1	+16.7%	1.0	-0.1	2.9%	-1.0P
ソリューション	23.5	+2.5%	8.9	-0.5	37.9%	-3.0P
ファイナンス	12.5	-28.4%	5.6	2.3	44.4%	+25.8P
プロパティ	11.7	-73.7%	3.8	-8.5	32.1%	+4.7P
その他	13.9	+0.8%	-1.2	-0.2	-8.3%	-1.2P
連結消去	-2.4	—	-1.2	—	—	—
計	563.1	-6.8%	12.5	-12.7	2.2%	-2.0P

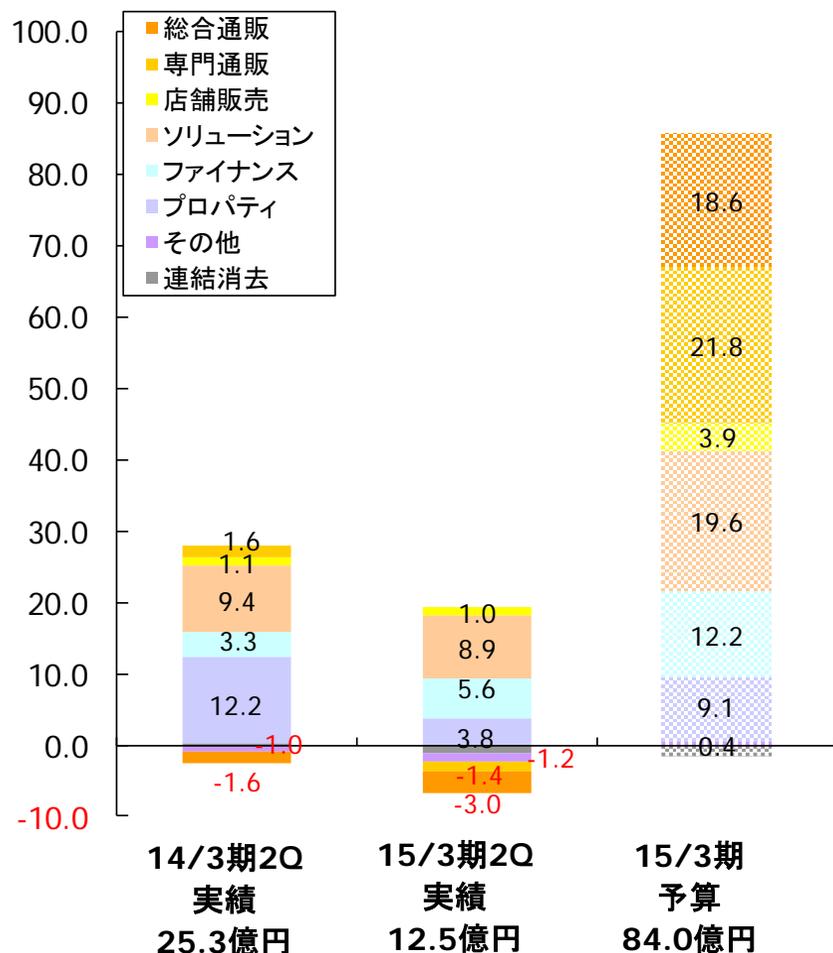
*1:「セグメント情報等の開示に関する会計基準」および「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」を適用しております。

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)



■ ファイナンス事業 +2.3億円

- ・貸倒引当金繰入額の減少 +4.5億円
- ・利息返還損失引当繰入額の減少 +1.4億円
- ・売上総利益の減少 -3.3億円

■ プロパティ事業 -8.5億円

- ・不動産販売収益の減少 -9.8億円
- ・賃貸不動産収益の増加 +1.3億円

■ 専門通販事業 -2.9億円

- ・売上原価率の上昇 -5.4億円
- ・物流費率等の販売管理費率の改善 +2.7億円

■ 総合通販事業 -1.3億円

- ・媒体費率上昇 -6.9億円
- ・物流費率の改善 +2.6億円
- ・原価率の改善 +2.2億円

*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)

	14/3末	14/9末	増減額
流動資産	666.7	655.5	-11.2
現金及び預金	164.0	140.3	-23.7
商品	143.3	173.8	30.5
受取手形及び売掛金	114.6	92.5	-22.2
固定資産	639.8	705.1	65.3
有形固定資産	427.5	469.9	42.4
投資有価証券	88.0	121.4	33.4
総資産	1,306.5	1,360.6	54.1
負債	571.7	609.0	37.3
支払手形及び買掛金	151.9	164.6	12.6
長短借入金	253.9	288.0	34.1
純資産	734.8	751.6	16.8
利益剰余金	609.4	623.8	14.4
[自己資本比率]	[56.2%]	[55.2%]	[-1.0P]

1-4. 連結キャッシュフロー計算書

BELLUNA

(単位: 億円)

	14/3期2Q	15/3期2Q	
	実績	実績	前年比
営業活動によるキャッシュフロー	8.4	38.3	29.8
税金等調整前当期純利益	30.9	30.9	0.1
売上債権の増減	8.4	22.3	14.0
たな卸資産の増減	-32.4	-27.4	5.1
仕入債務の増減	-1.4	11.5	12.9
投資活動によるキャッシュフロー	-123.0	-82.9	40.1
有形固定資産の取得による支出	-46.4	-89.8	-43.4
有形固定資産の売却による収入	0.0	26.2	26.2
投資有価証券の取得・売却	-19.6	-29.8	-10.2
子会社株式の取得による支出	-55.1	—	55.1
財務活動によるキャッシュフロー	106.3	26.0	-80.3
長短借入金の純増減額	112.4	34.1	-78.3
キャッシュに係る換算差額	0.2	0.1	-0.1
現金及び現金同等物の増減額	-8.0	-18.5	-10.5

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	13/3期	14/3期		15/3期		16/3期
	実績	短期計画*1	実績	短期計画*1	予算	短期計画*1
売上高	1,178.8	1,300.0	1,254.1	1,400.0	1,280.0	1,600.0
(内、総合通販事業)	(780.1)	(817.0)	(753.9)	(879.0)	(700.0)	(950.0)
営業利益	70.8	95.0	78.0	105.0	84.0	120.0
(営業利益率)	6.0%	7.3%	6.2%	7.5%	6.6%	7.5%
有利子負債*2	132.4	180.0	253.9	150~200	270~300	150~250
純資産	666.1	720.0	734.8	770.0	790.0	830.0
ROE	9.2%	9.3%	10.0%	8.5~9.5%	9.2%	8.5~9.5%

・短期経営計画初年度である前期は、主に総合通販事業での計画未達の影響で売上高・営業利益共に未達となるが、経常利益と当期利益が計画達成したことで、純資産・ROEの計画は達成。また、M&Aの実施によって当初計画より有利子負債が増えた。

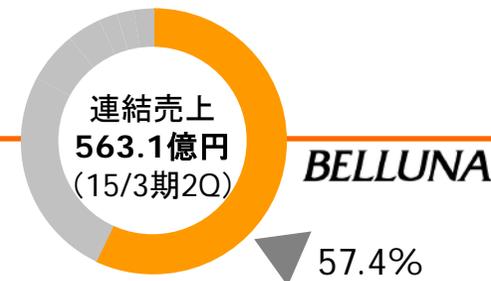
→今期は、足許の状況を踏まえて減額予算としたが、最終年度の16年3月期には計画達成を目指していきたい。

2. セグメント別概況

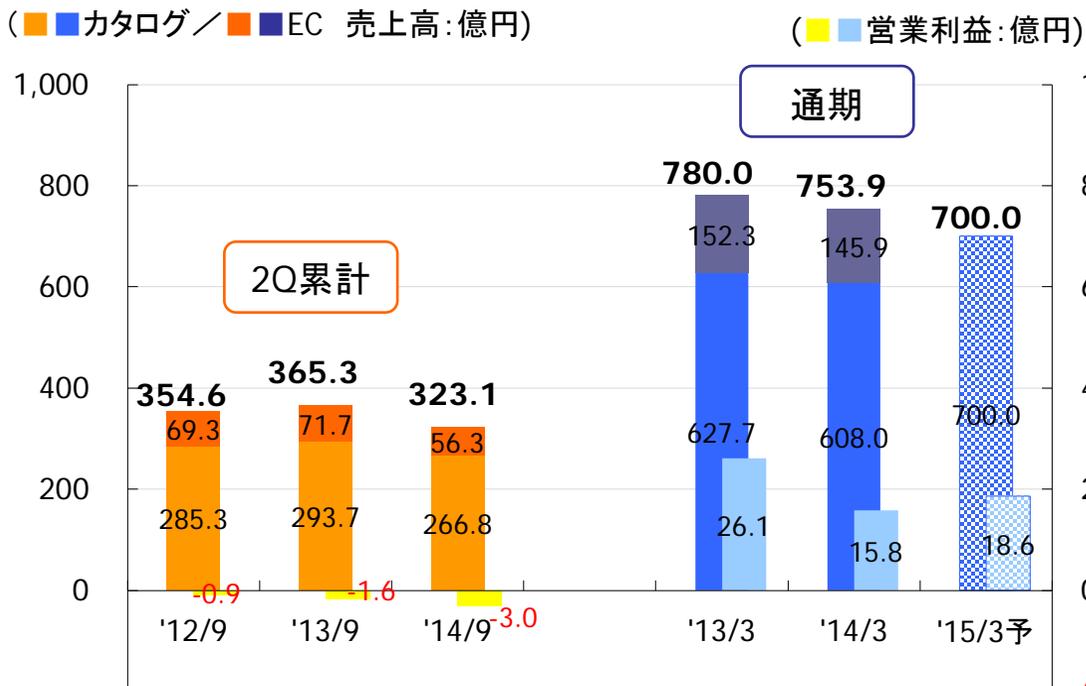
BELLUNA

1. 総合通販事業
2. 専門通販事業
3. 店舗販売事業
4. ソリューション事業
5. ファイナンス事業
6. プロパティ事業
7. 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



	15/3期2Q 実績	前年比
アクティブ会員数	429.0万人	-6.9%
登録会員数	1,598.0万人	+3.7%
新規顧客獲得数	24.2万人	-37.1%
受注単価	10,387円	+4.5%

▲各指標の実績推移は、コーポレートデータ(P.7)に掲載

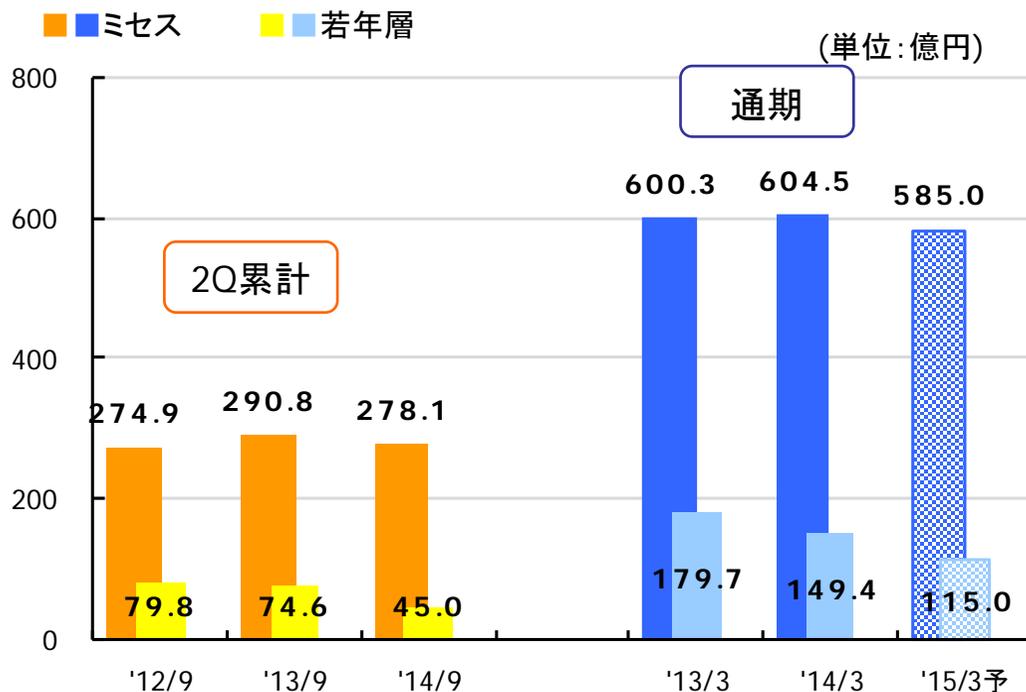
(20)

・不採算広告媒体を廃止・縮小する一方で、媒体費率が上がったこともあって減収減益となるが、予算比では売上高・営業利益共にクリアした。

→受注単価は上昇に転じており、引き続き原価率と物流関連コストを削減し、収益性向上に取り組む。

2-1. セグメント別概況：総合通販事業

▶ ミセスと若年層の売上高の推移



- ・ 30代向けカタログ「ルアール」を「RyuRyu」に統合したことで、若年層向けは大幅なマイナスとなった。
- 今期はミセスも含めて掲載商品点数を削減し、新たな成長のための土台作りを進める。

EC比率	15/3期2Q実績	前年比
全体	18.0%	-2.3P
内、(ミセス)	12.3%	+0.4P
(若年層)	49.7%	-1.2P

▲実績推移は、コーポレートデータ(P.8)に掲載



◀ ミセスカタログ「BELLUNA」



▶ 若年層向けカタログ「RyuRyu」

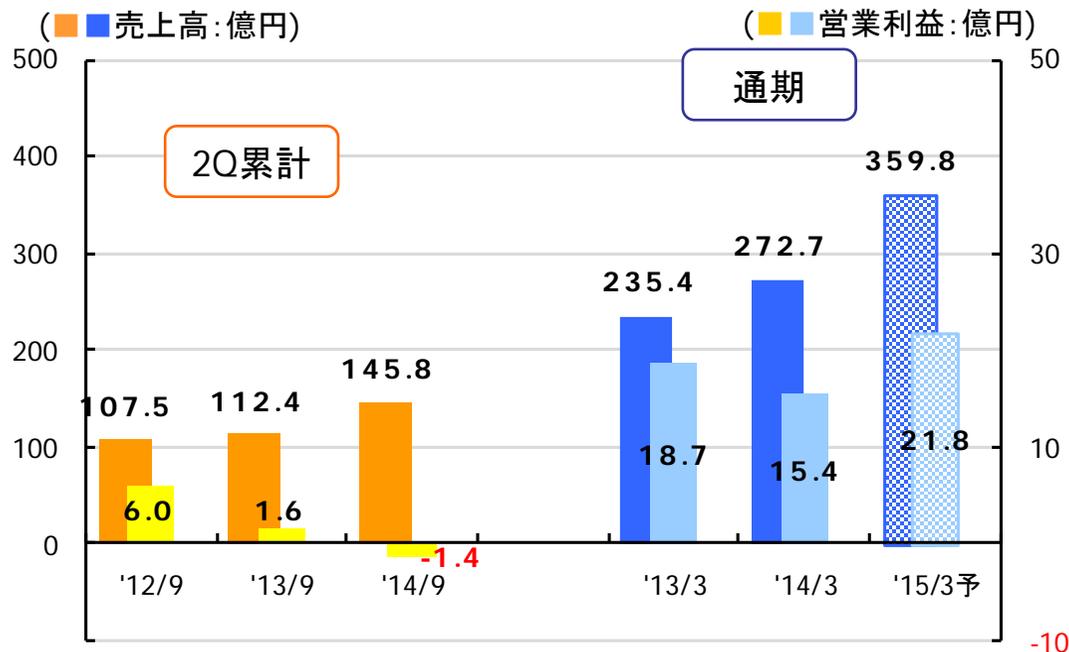
2-2. セグメント別概況：専門通販事業

連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

25.9%

【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)

- ・アンファミエとベストサンクスが加わったことで、大幅な増収となった。
 - ・一方で、顧客獲得へ向けた広告宣伝費への先行投資やベストサンクスでの原価率悪化などで減益となった。
- 今後、先行投資分の回収と商品単価の値上げなどで収益改善を図っていく。

2-2. セグメント別概況：専門通販事業

BELLUNA

▶ グルメ(食品・花・ワイン)

(売上高: 億円)

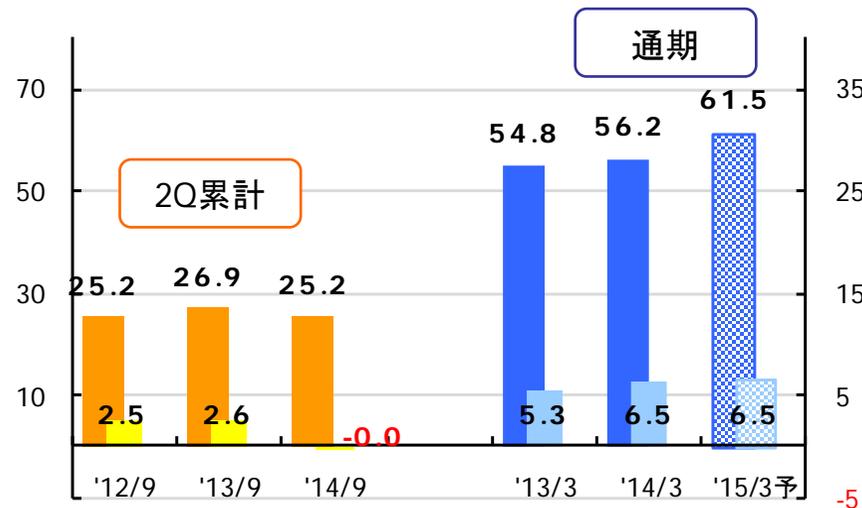
(営業利益: 億円)



▶ オージオ(化粧品)

(売上高: 億円)

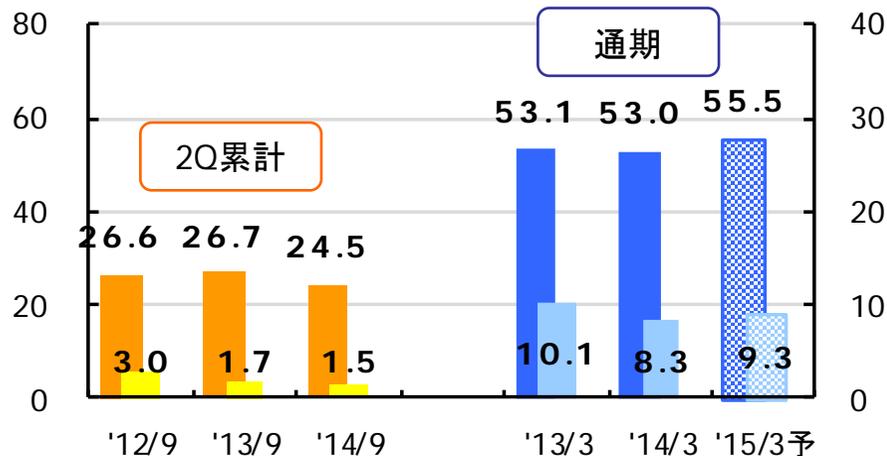
(営業利益: 億円)



▶ リフレ(健康食品)

(売上高: 億円)

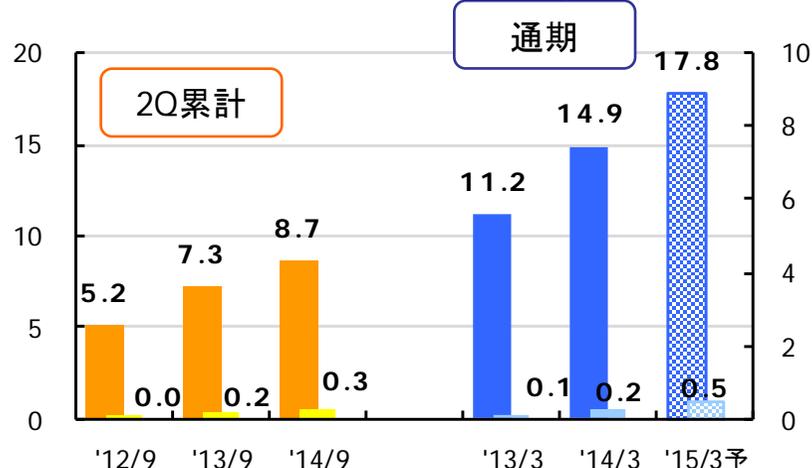
(営業利益: 億円)



▶ ナースリー(看護師向け通販)

(売上高: 億円)

(営業利益: 億円)



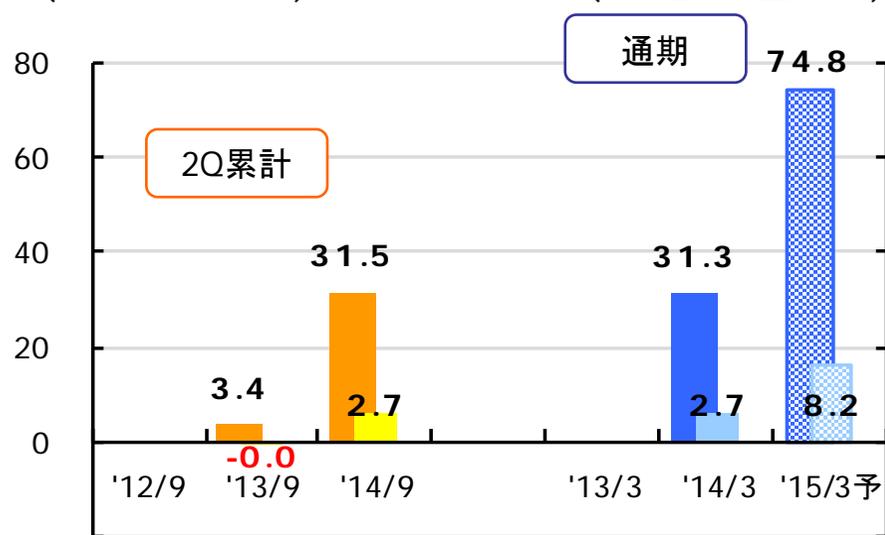
*1: 上記売上高・営業利益には広告収入は含まない

2-2. セグメント別概況：専門通販事業

▶ アンファミエ(看護師向け通販)

(■売上高:億円)

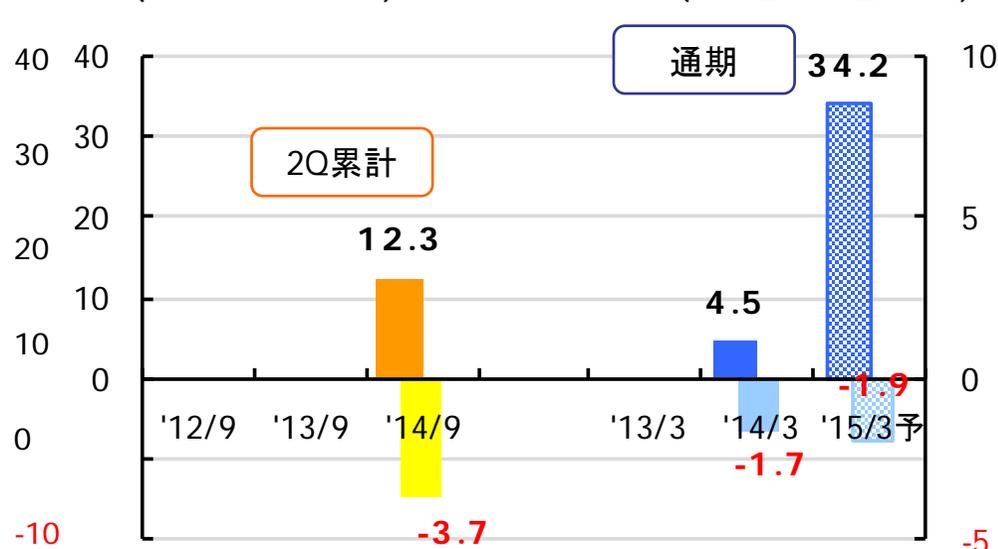
(■営業利益:億円)



▶ ベストサンクス(マタニティ・ベビー・ギフト・キッズ通販)

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



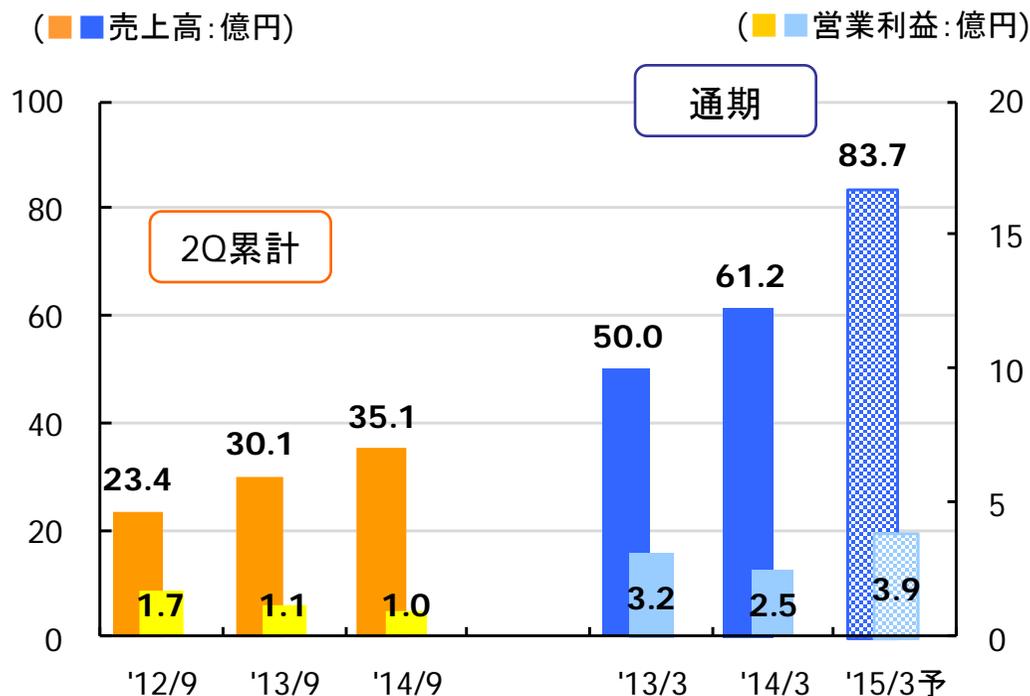
2-3. セグメント別概況：店舗販売事業

6.2%

連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

【店舗販売事業】実績と総括



- ・アパレル店舗事業に加えて、和装の店舗展開を行っているBANKANが順調に売上を伸ばし、増収となった。
 - ・利益面では、特に和装店舗のわものやが消費税増税の影響を受けて苦戦したこともあり、減益となる。
- 現在は、消費税増税の影響も薄らいできたことに加え、下期は20店舗近い新規出店を予定しており、今期は大幅な増収を目指す。

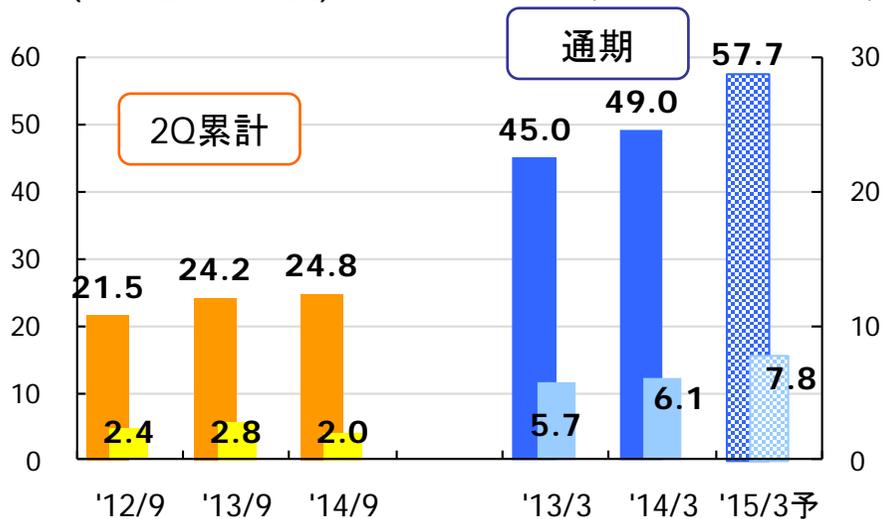
2-3. セグメント別概況：店舗販売事業

BELLUNA

▶ 和装店舗

(■売上高:億円)

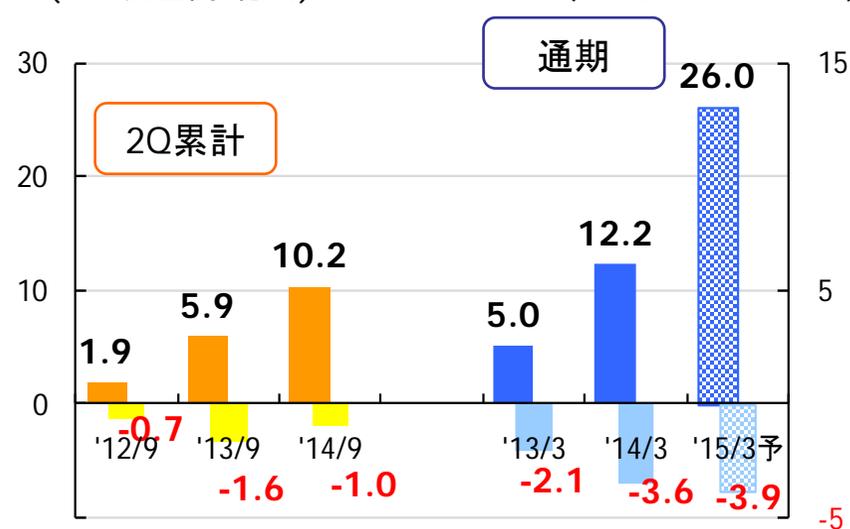
(■営業利益:億円)



▶ アパレル店舗

(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



[店舗数]

2014/9末時点 50店舗

→2015/3末予定 55店舗



[店舗数]

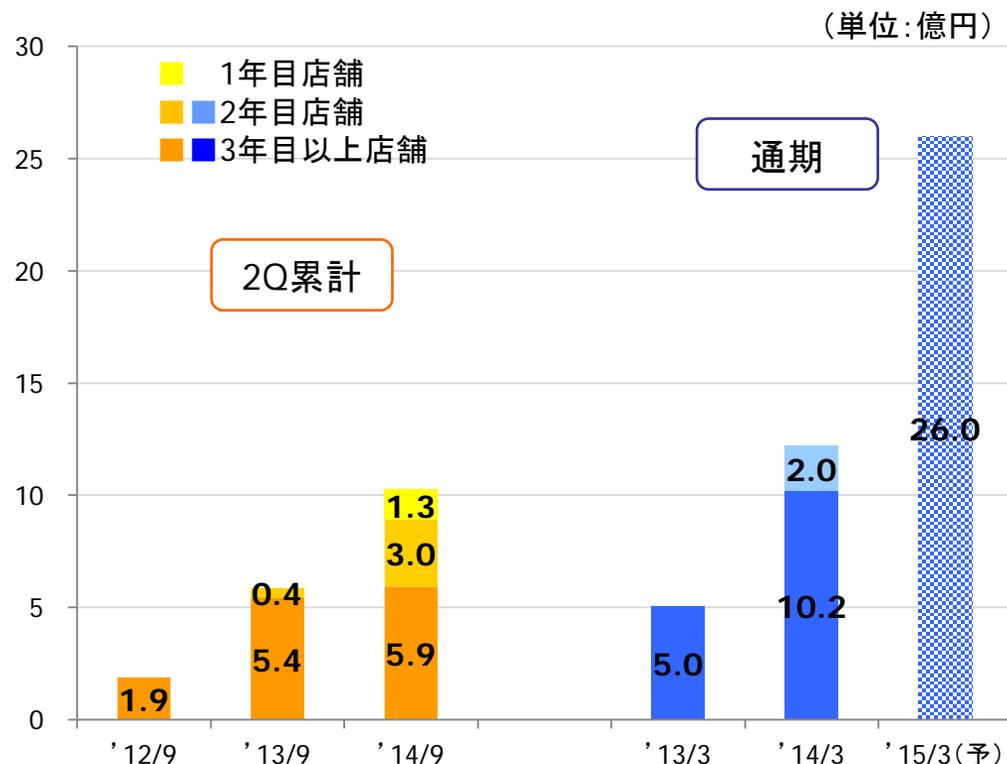
2014/9末時点 19店舗

→2015/3末予定 32~35店舗

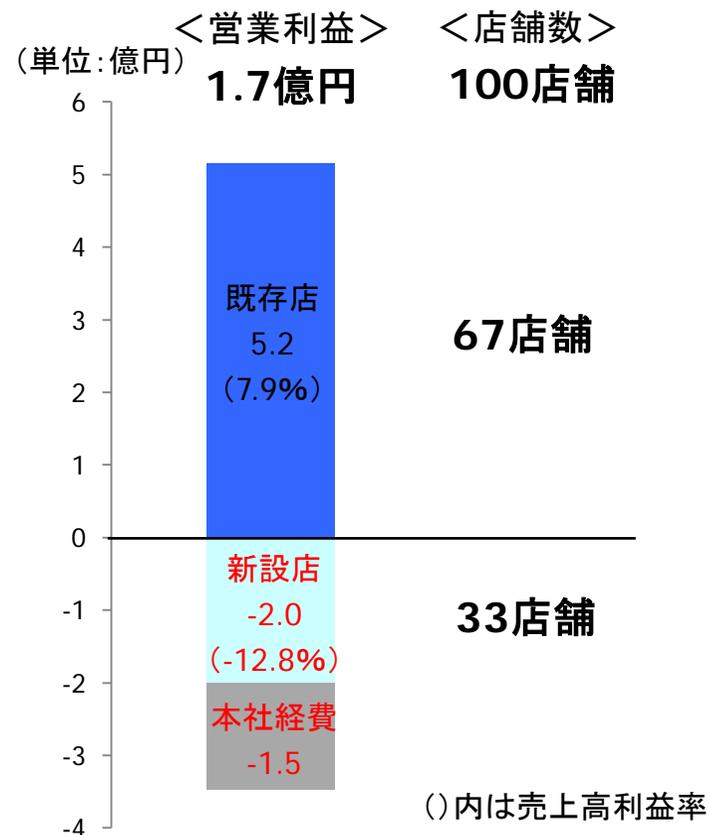
2-3. セグメント別概況：店舗販売事業

▶ アパレル店舗

《出店年度別の売上高》



《100店舗出店時の営業利益》



新規出店に加え、既存店売上高も順調に推移しているため、売上は大幅増。

新設店は出店コストもあり赤字となるが、既存店は約8%の利益がでる見込みであり、100店舗達成時にはアパレル店舗事業として黒字化の予定。

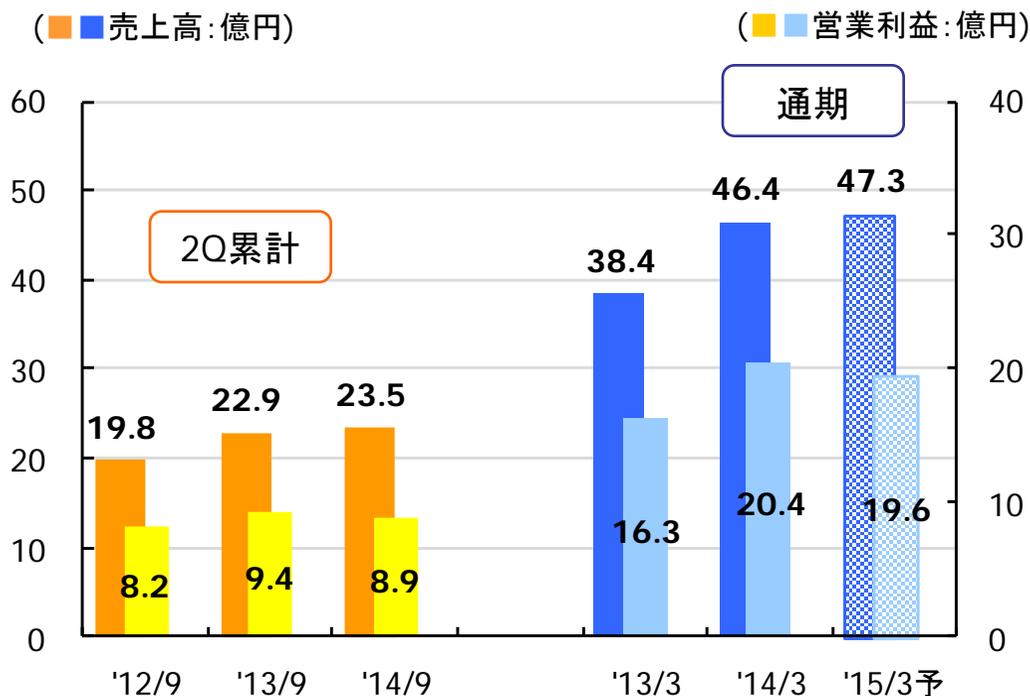
2-4. セグメント別概況：ソリューション事業

4.2%

連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

【ソリューション事業】実績と総括



【封入・同送サービス】

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・同送サービスは広告規制の強化もありマイナスとなったが、その分を通販代行サービスが補い、全体では増収となった。
 - ・一方、相対的に利益率の低い通販代行サービスが伸びたことで、利益面では減益となる。
- 下期も同様の傾向が続き、増収減益となる見込み。

2-5. セグメント別概況：ファイナンス事業

2.2%

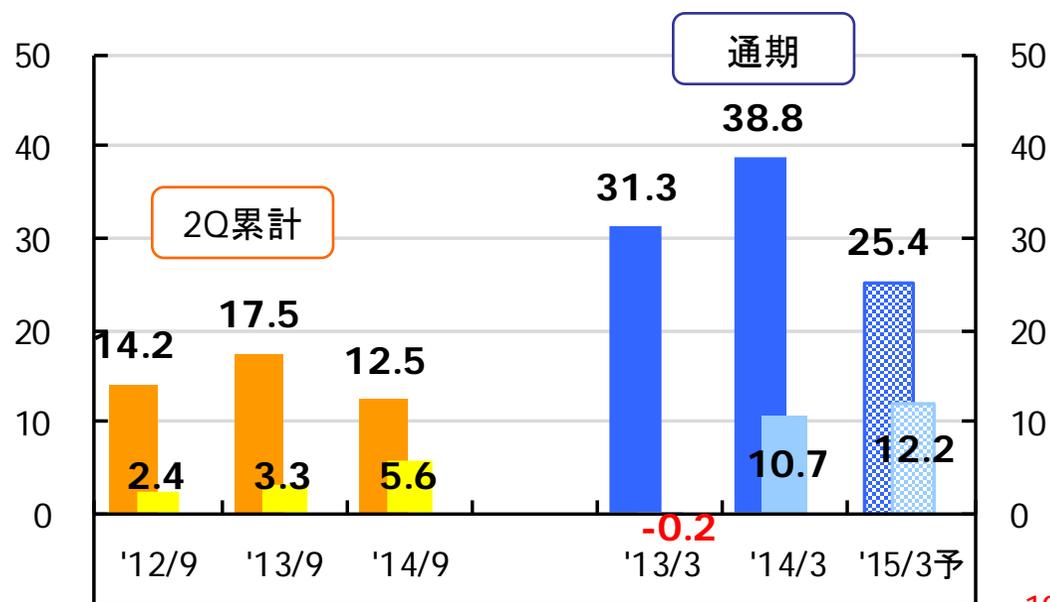
連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

【ファイナンス事業】実績と総括

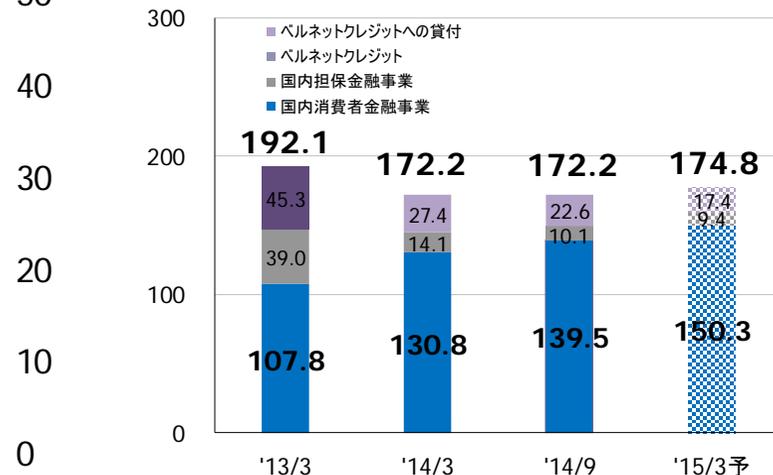
(■売上高:億円)

(■営業利益:億円)



《営業貸付金残高の推移》

(単位:億円)



※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.14~16)に掲載

・韓国で消費者金融事業を行っていたベルネットクレジットを売却したことで、売上高はマイナスとなったが、利益面では貸倒引当金繰入額の減少などにより増益となった。

→国内の消費者金融事業が順調に残高を伸ばしており、通期でも減収とはなるが増益となる見込み。

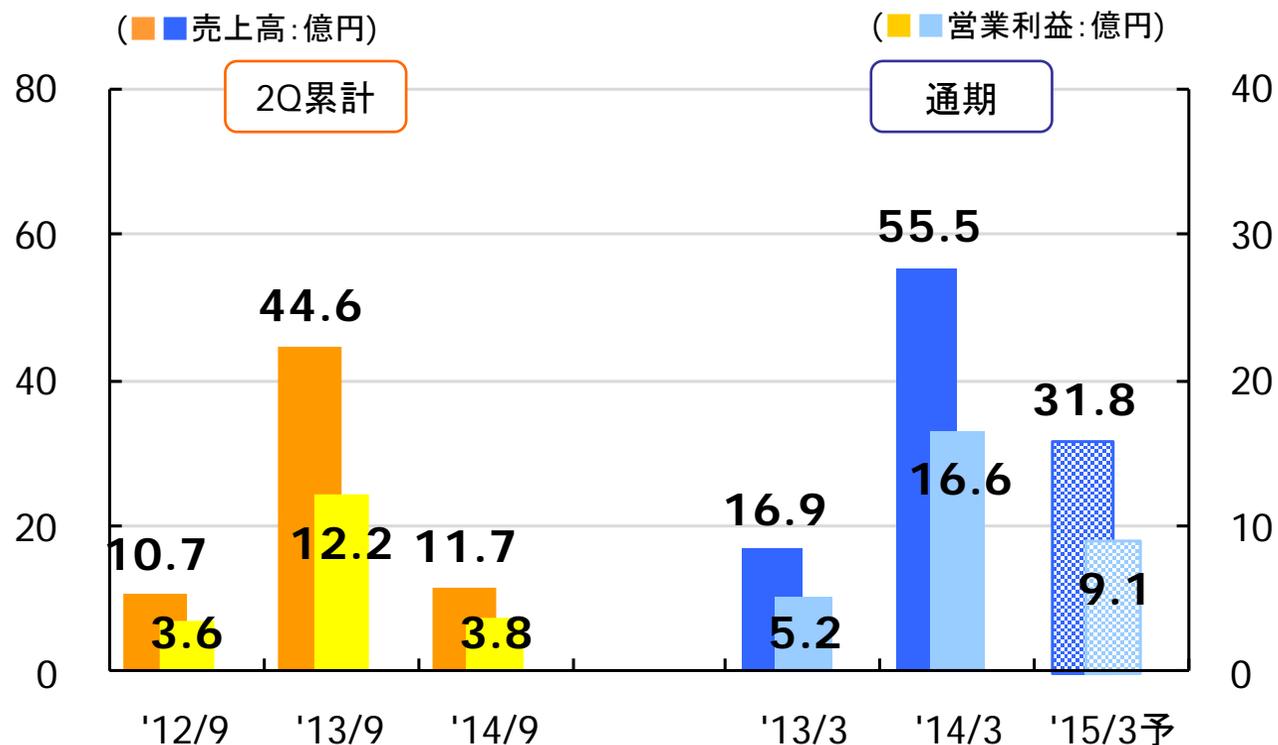
2-6. セグメント別概況：プロパティ事業

2.1%

連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

▼【プロパティ事業】実績と総括



- ・前期に大口の不動産販売があったことの反動で大幅な減収減益となった。
- 通期でも減収減益の見込みであるが、賃貸収入が着実に増えてきており、今後、安定的な収益が見込める。

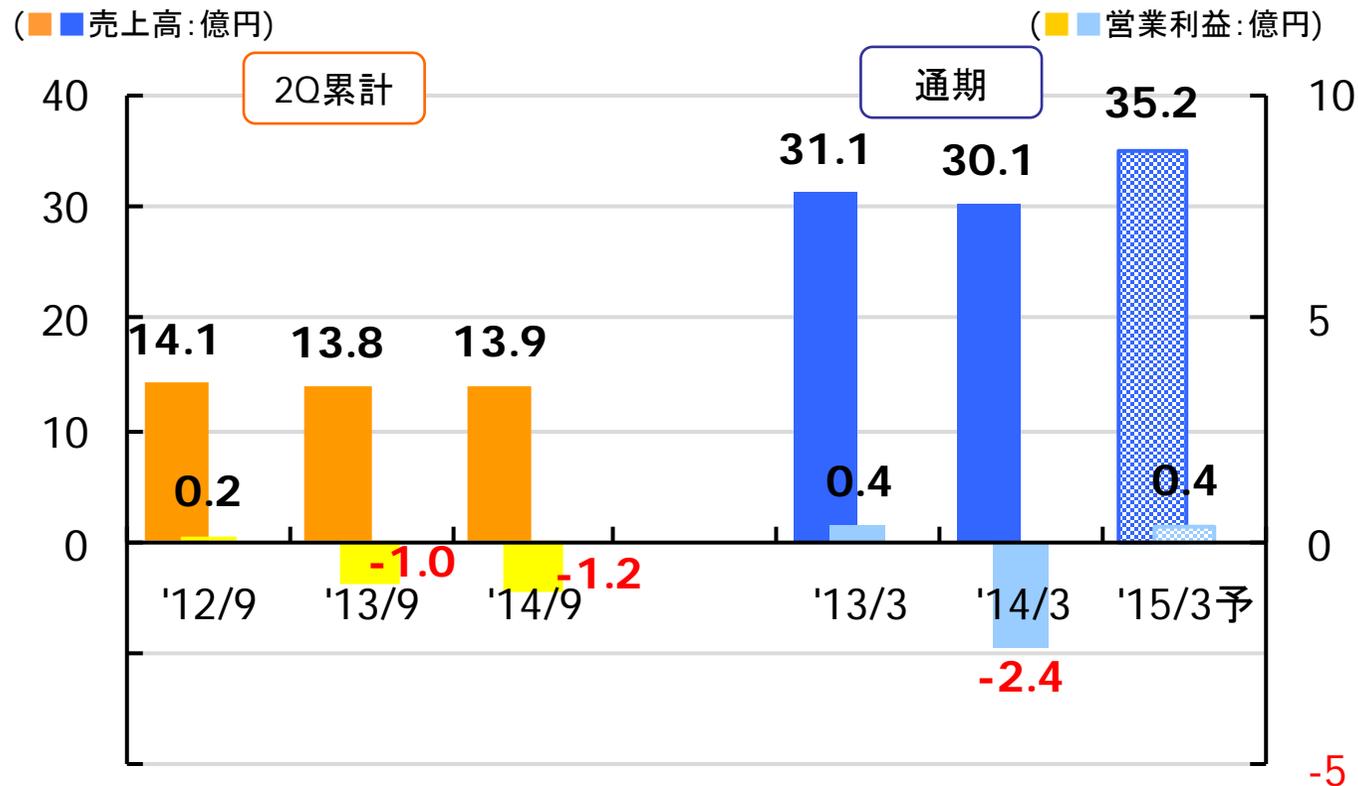
2-7. セグメント別概況：その他の事業

2.5%

連結売上
563.1億円
(15/3期2Q)

BELLUNA

▼【その他の事業】 実績と総括



3. 特集：通販No.1

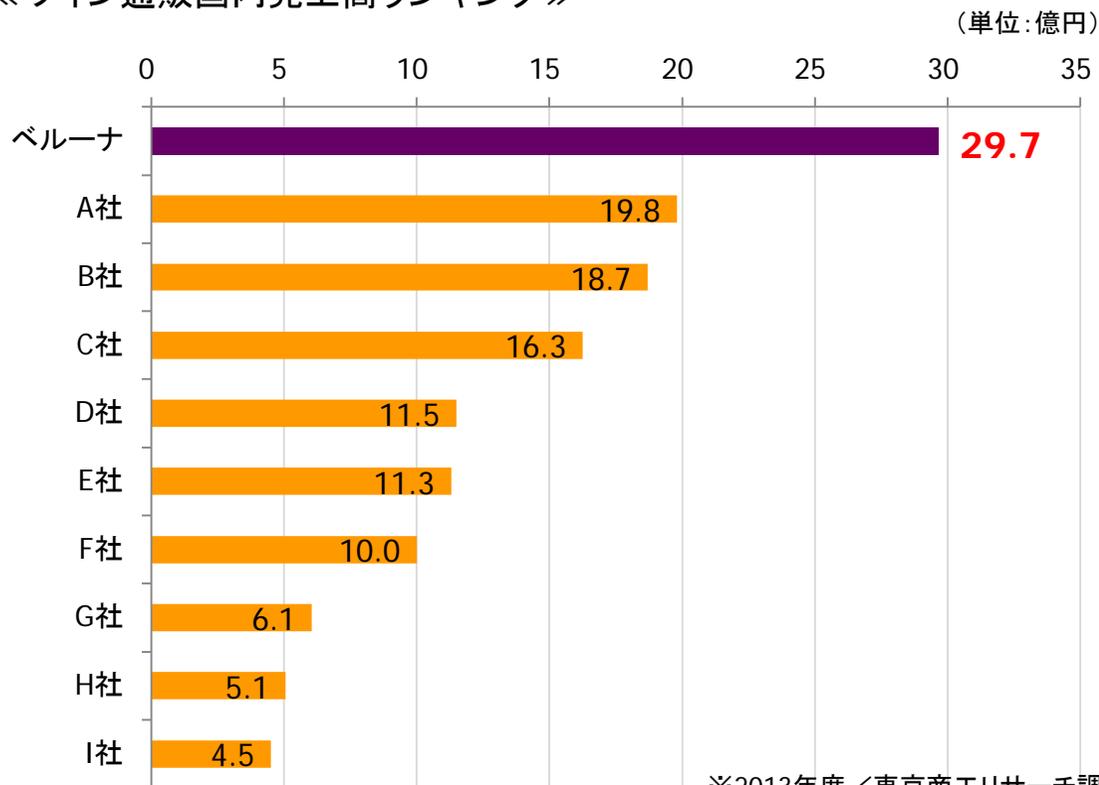
BELLUNA

1. ワイン通販国内売上高No.1
2. 看護師向け通販国内売上高No.1

3-1. ワイン通販国内売上高No.1

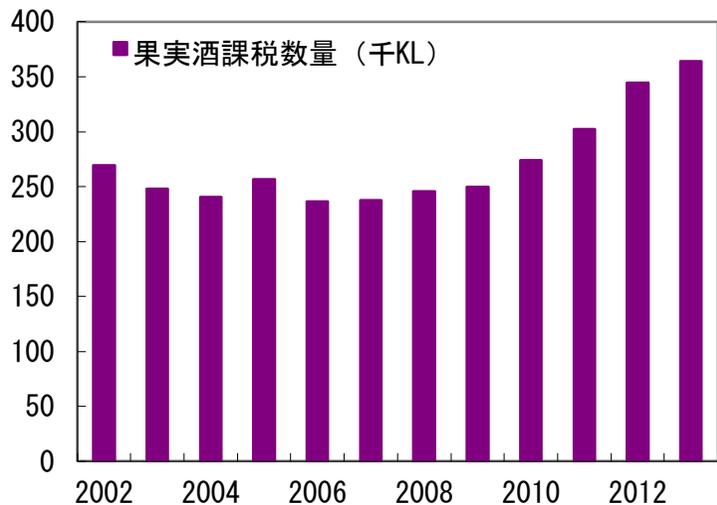
マイワインクラブ

《ワイン通販国内売上高ランキング》



※2013年度/東京商工リサーチ調べ

《国内ワイン市場の推移》



国税庁統計資料より

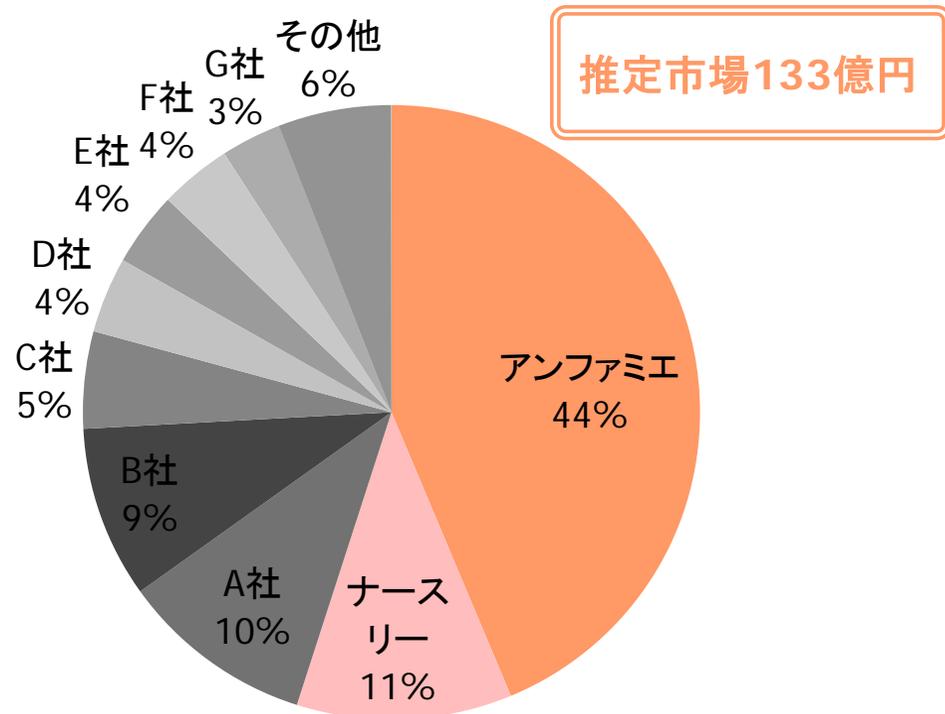
ワイン専門通販「マイワインクラブ」は、6年連続でワイン通販国内売上高No.1。国内のワイン市場も拡大しており、今後も成長が期待できる。



3-2. 看護師向け通販国内売上高No.1

アンファミエ

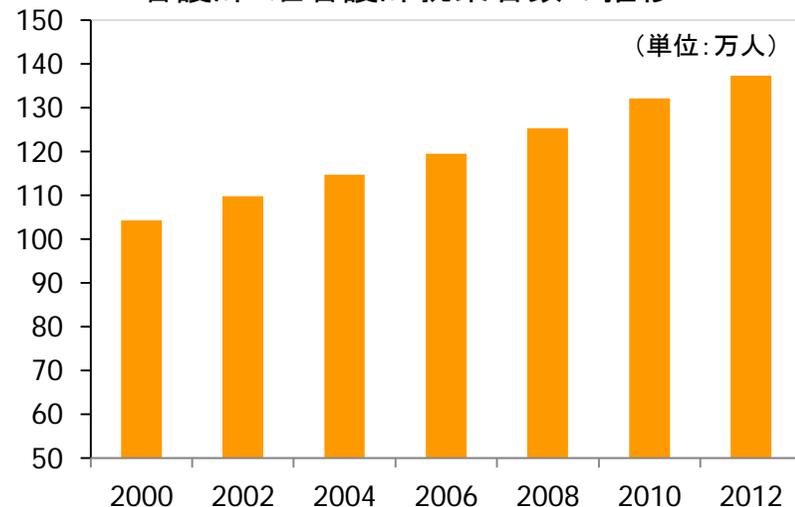
《看護師向け通販国内売上高シェア》



※2013年度／東京商工リサーチ調べ

看護師・准看護師が増える中、看護師向け通販では、2013年8月に取得したアンファミエが圧倒的なNo.1。ナースリーも2位につけており、2社合わせるとシェアは50%を超える。

《看護師・准看護師就業者数の推移》



厚労省「衛生行政報告例」より



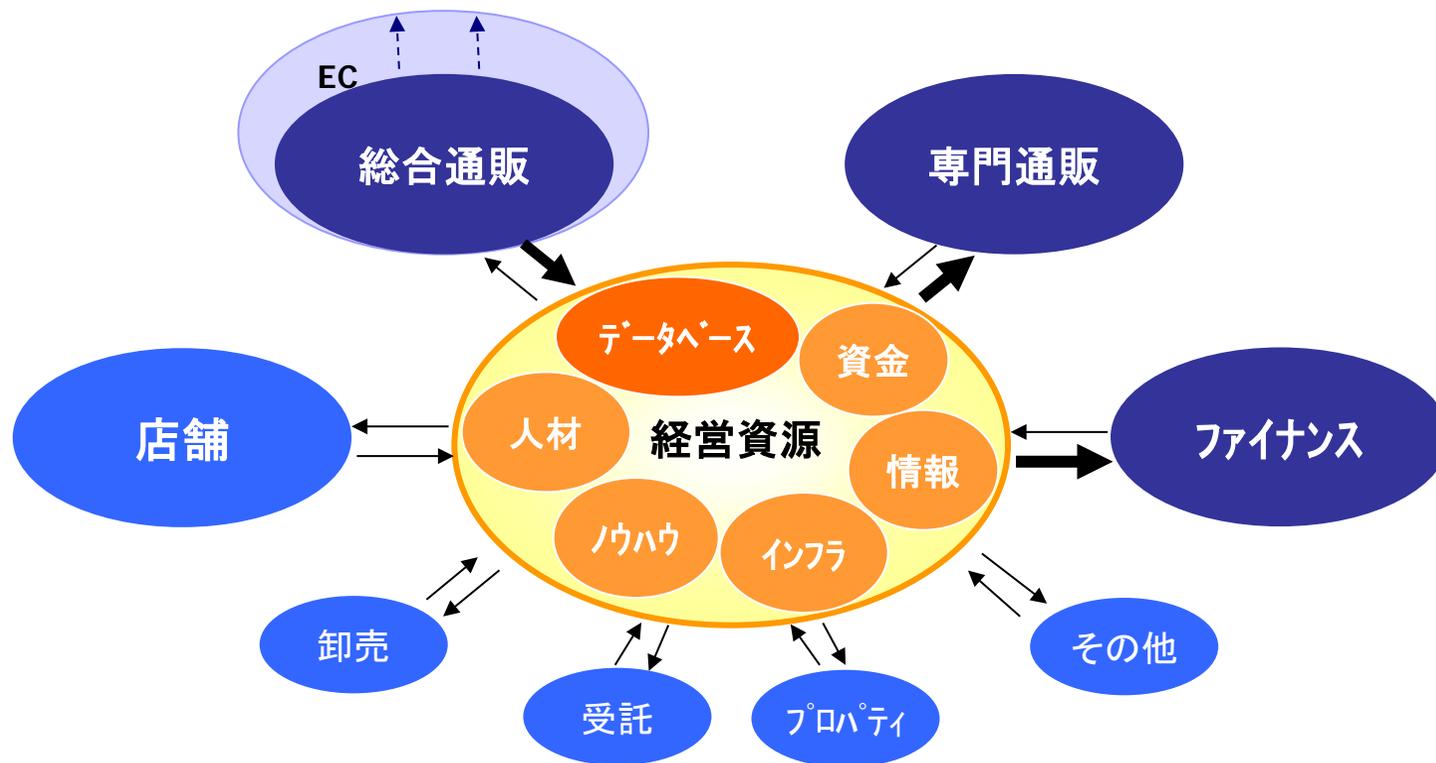
4. 経営方針

BELLUNA

1. ビジネスモデル
2. 経営基本方針

4-1. 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・ファイナンスなどの【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、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

▼ 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

4-2. 経営基本方針に基づく取り組み

▼ 基本方針1 ポートフォリオ経営の強化

■ 総合通販事業 ～新たな成長のための土台作り

- ・受注単価向上(上期は+4.5%)
- ・不採算媒体の廃止・縮小、掲載商品数の削減(掲載商品数-15.3%)
- ・在庫削減・適正化による実質的原価率の低減(在庫点数-8.0%)

■ 専門通販事業 ～利益を確保しながら成長に重点

- ・ワイン・・・更なる円安を反映した価格の浸透
- ・看護師向け通販・・・圧倒的なシェアを背景にした積極販売攻勢
- ・化粧品・・・先行投資分の回収を図るなどして収益性を確保
- ・健康食品・・・新商品の発売、出荷単価引き上げ等で増収増益を目指す

■ ファイナンス事業 ～収益増強と成長の実現

- ・積極的な媒体展開による残高伸長

4-2. 経営基本方針に基づく取り組み

BELLUNA

▼ 基本方針2 新たな事業の成長促進

店舗事業の拡大

- ・アパレル・・・今期中に16～19店出店／1店退店
2014/3末 17店舗 → 2015/3末 32～35店舗
- ・和装・・・・・・今期中に7店舗出店予定
2014/3末 48店舗 → 2015/3末 55店舗



BELLUNA 上尾店

4-2. 経営基本方針に基づく取り組み

BELLUNA

▼ 基本方針3 通販インフラの整備

吉見ロジスティクスセンターが8月18日より稼働



《物流能力》 ～最新鋭のマテハン設備

出荷処理能力 : 76,000件/日(従来の約1.9倍)

入荷処理能力 : 26万点/日(従来の約2.2倍)

商品保管能力 : 850万点(従来の約2.1倍)

《規模》

延床面積 3.0万坪

《顧客サービス》

13時までの注文は当日出荷可能

4-2. 経営基本方針に基づく取り組み

基本方針4 株主還元

高い収益力と安定配当の実現

2014年3月期 実績

PER(株価収益率)	7.1倍
PBR(株価純資産倍率)	0.67倍
ROE(自己資本当期純利益率)	10.0%

	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3 (予定)
EPS(円)	43.26	60.18	72.12	71.99
配当(円)	7.5	7.5	12.5	12.5
株価(円)	336	432.5	512	-

※株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の数値を元に表記

今期を総合通販事業の新たな成長のための土台作りの期とした上で、今後はカタログ・ネット・店舗のオムニチャンネルを充実させると共にファイナンス事業の拡大を図って成長性、収益性の実現を目指していきたい。

5. 参考資料

BELLUNA

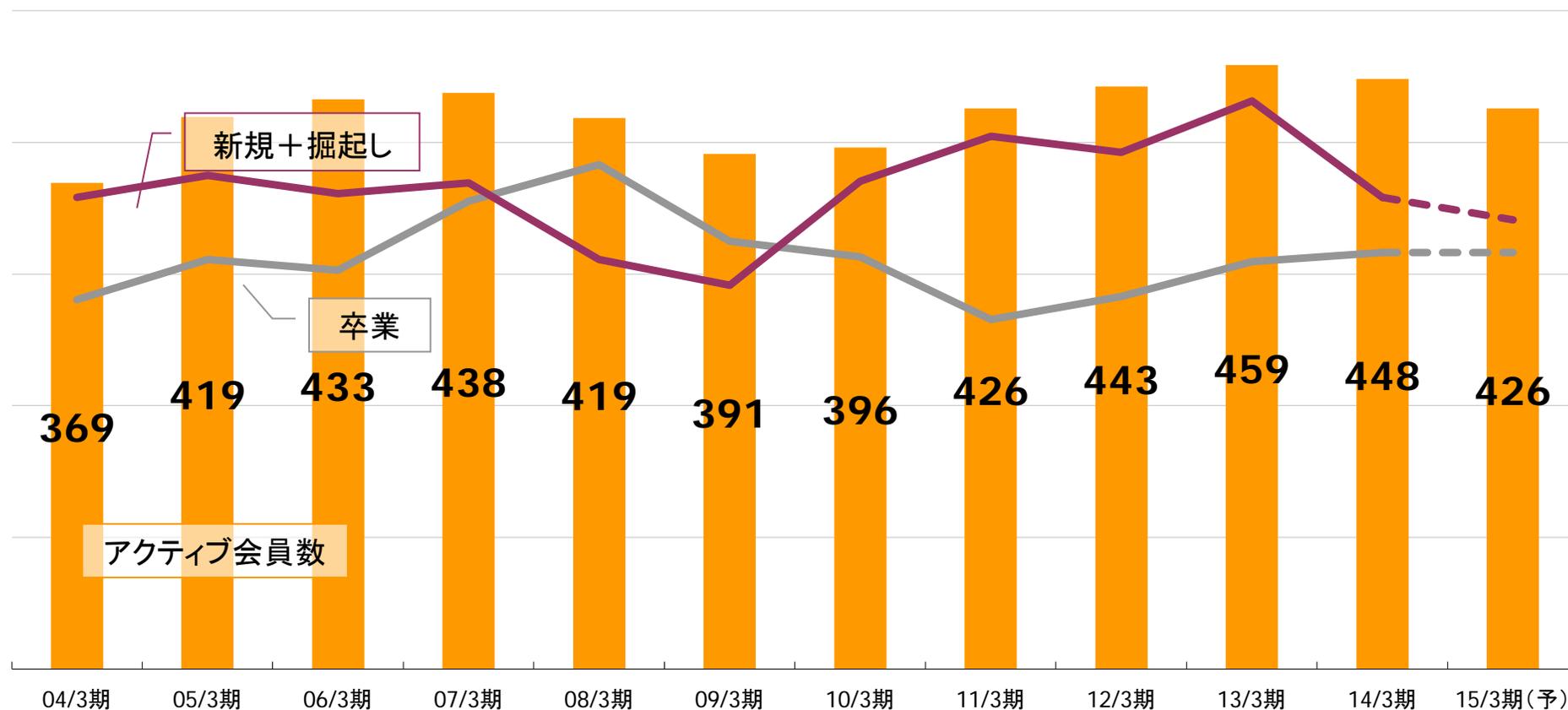
1. 【総合通販事業】アクティブ会員数の推移
2. 【総合通販事業】登録会員の特徴

5-1.【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)

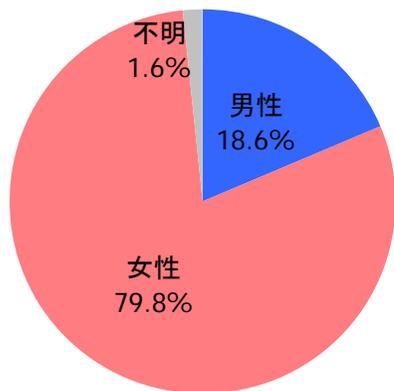


5-2. 【総合通販事業】登録会員の特徴

登録会員の特徴 (2014年9月末時点)

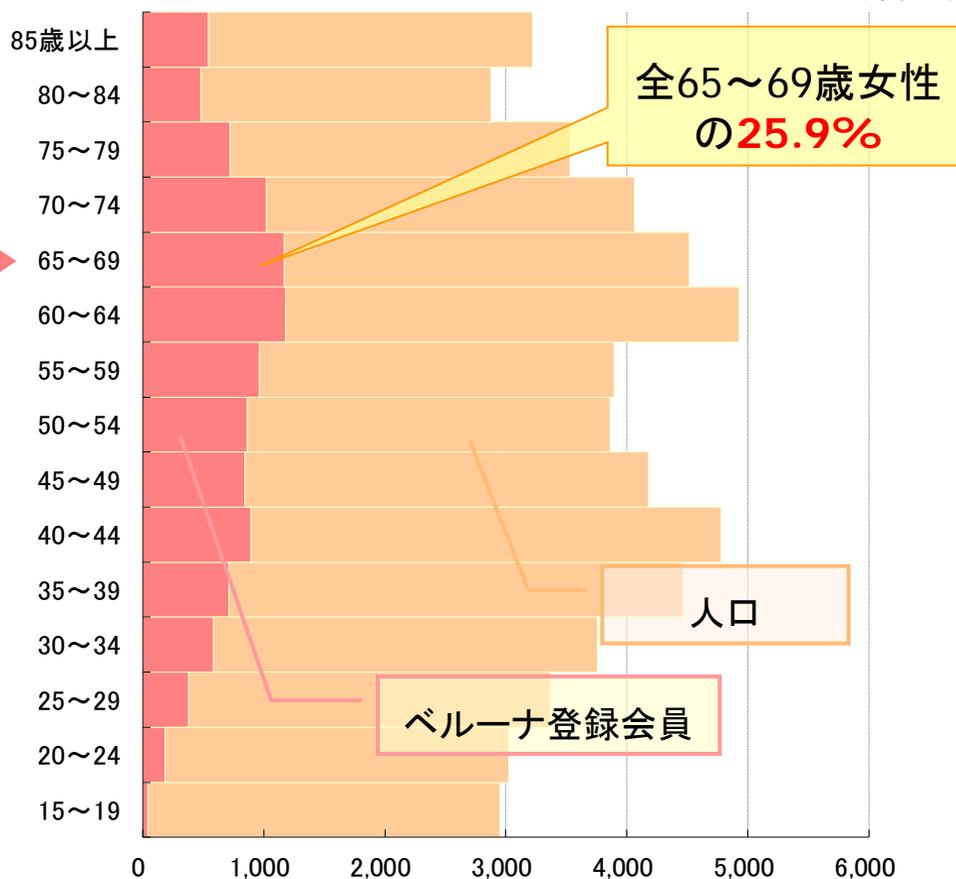
<登録会員数> **1598.0万人** (前年対比+3.7%)

<性別>

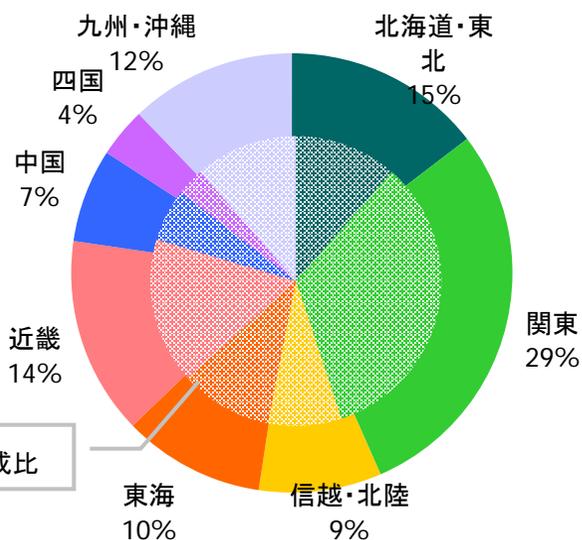


<人口ピラミッドとの比較(女性のみ)>

(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