

ベルーナ



株式会社ベルーナ 2025年3月期決算説明会資料

証券コード：東証プライム 9997
2025.6.6



1.決算ハイライト	P.2
2.今期計画について	P.9
3.第6次短期経営計画について	P.11
4.各事業について	P.14
5.参考資料	P.34

1. 決算ハイライト

BELLUNA

1-1. 決算総括

BELLUNA

売上高は前年比は+1.2%、予算比-2.8%となった。
営業利益・経常利益・当期純利益はいずれも、前年、予算を上回って着地。

単位：億円

連結	24/3期	25/3期	25/3期		
	実績	予算	実績	前年比	予算比
売上高	2,083.0	2,170.0	2,108.6	+1.2%	-2.8%
売上原価	819.5	-	816.0	-0.4%	-
販売管理費	1,165.6	-	1,173.6	+0.7%	-
営業利益	97.9	115.0	118.9	+21.5%	+3.4%
営業外損益	20.4	10.0	13.7	-33.1%	+36.8%
（内、為替関連損益）	(14.7)	-	(9.1)	-38.4%	-
経常利益	118.3	125.0	132.6	+12.0%	+6.0%
当期純利益	58.4	80.0	88.0	+50.7%	+10.0%

1-2. セグメント別損益

BELLUNA

売上高 プロパティ・ホテル、アパレル・雑貨、その他、データベース活用の4セグメントが増収

営業利益 プロパティ・ホテル、グルメ、アパレル・雑貨、データベース活用の4セグメントが増益
化粧品健康食品、ナース関連、呉服関連、その他の4セグメントが減益

セグメント別売上高と営業利益

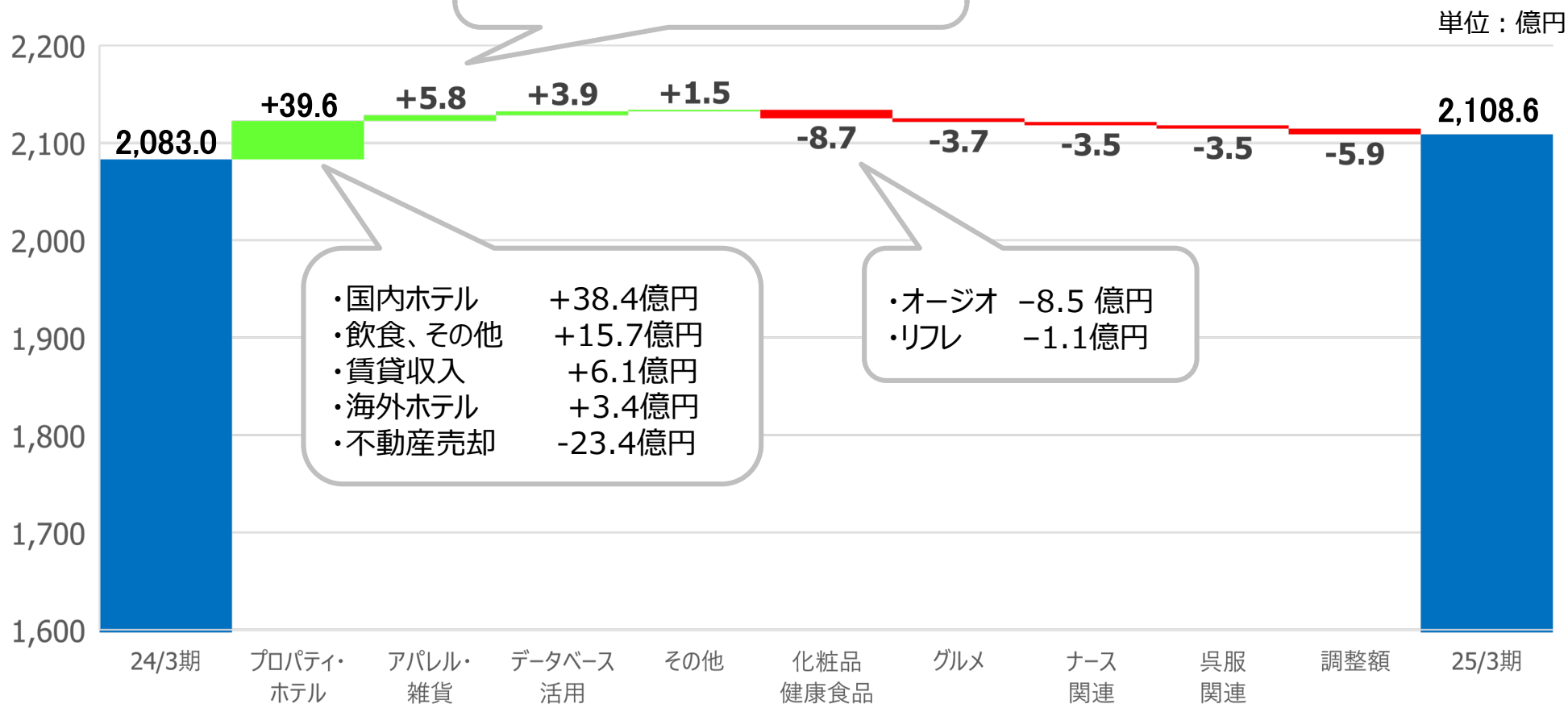
単位：億円

	25/3期												
	グロス領域						サステナブル領域				データ ベース 活用	調整	計
	プロパティ・ ホテル	専門通販				小計	呉服 関連	アパレル・ 雑貨	その他	小計			
		化粧品 健康食品	グルメ	ナース 関連	小計								
売上高	359.4	138.5	320.7	126.2	585.4	944.9	229.0	748.4	28.3	1,005.6	171.2	-13.1	2,108.6
前年比（％）	+12.4%	-5.9%	-1.1%	-2.7%	-2.6%	+2.6%	-1.5%	+0.8%	+5.6%	+0.4%	+2.4%	+81.7%	+1.2%
予算比（％）	-1.8%	-6.7%	-2.5%	-4.8%	-4.0%	-3.2%	-3.0%	-3.8%	-0.6%	-3.6%	+3.5%	-6.1%	-2.8%
営業利益	52.6	7.2	12.5	4.1	23.8	76.3	12.5	-17.0	-4.0	-8.5	51.6	-0.6	118.9
前年比(億円)	+9.9	- 2.1	+1.6	- 0.8	- 1.2	+8.7	- 1.1	+13.0	- 1.3	+10.6	+0.1	+1.6	+21.0
予算比(億円)	- 0.9	- 2.8	+1.2	- 1.1	- 2.7	- 3.6	- 1.4	+6.2	- 1.4	+3.3	+1.6	+2.6	+3.9
営業利益率	14.6%	5.2%	3.9%	3.2%	4.1%	8.1%	5.5%	-2.3%	-14.1%	-0.8%	30.1%	-	5.6%
前年比(pt)	+1.3	- 1.1	+0.5	- 0.5	- 0.1	+0.7	- 0.4	+1.8	- 4.0	+1.1	- 0.6	-	+0.9
予算比(pt)	+0.0	- 1.5	+0.5	- 0.7	- 0.3	- 0.1	- 0.4	+0.7	- 5.2	+0.3	- 0.1	-	+0.3

1-3. 売上の増減分析

BELLUNA

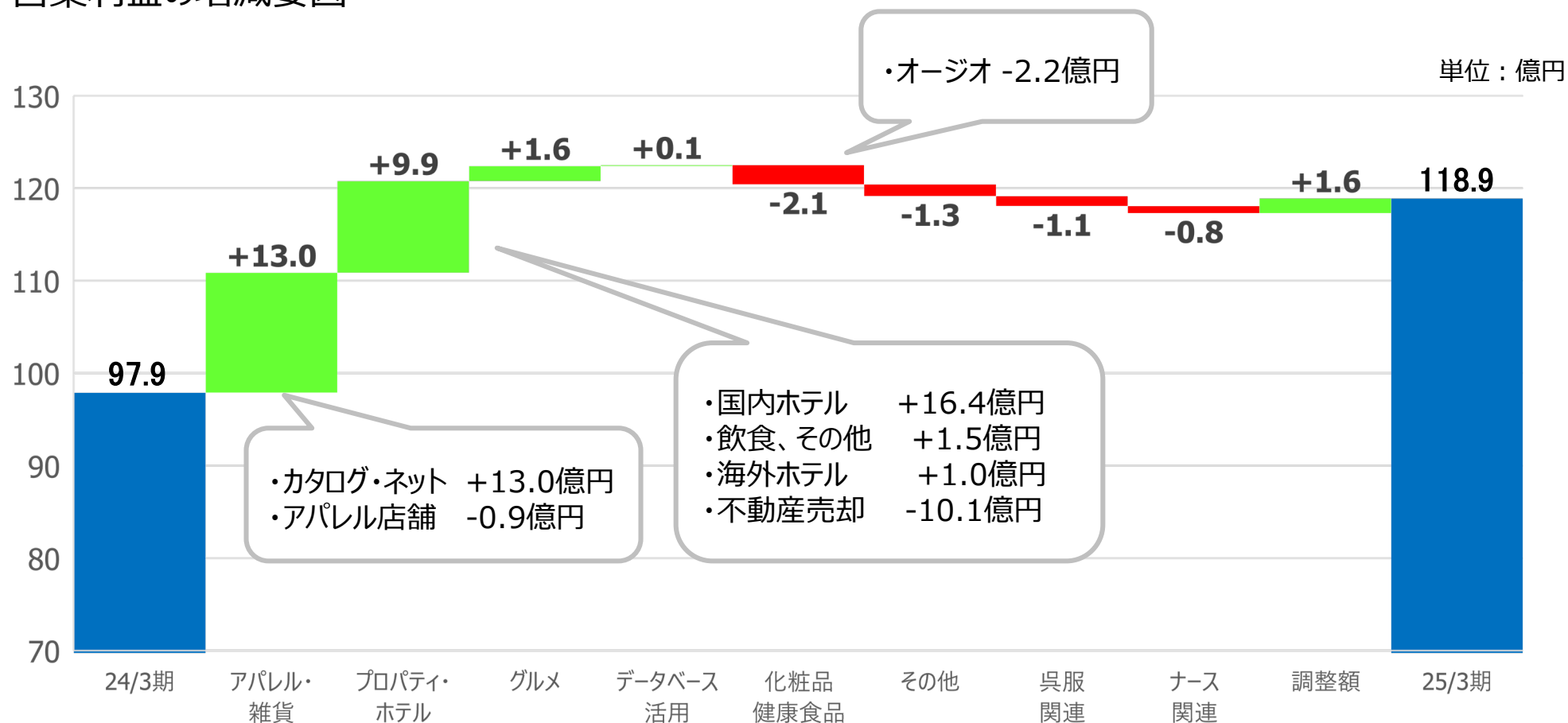
売上高の増減要因



1-4. 営業利益の増減分析

BELLUNA

営業利益の増減要因



1-5. 連結貸借対照表

BELLUNA

単位：億円

	24/3末	25/3末	増減額
流動資産	1,299.6	1,314.4	+14.8
営業貸付金	317.5	344.7	+27.2
販売用不動産	51.3	71.8	+20.5
仕掛販売用不動産	32.1	16.9	- 15.1
固定資産	1,707.3	1,810.2	+102.9
有形固定資産	1,369.1	1,459.5	+90.5
無形固定資産	108.9	118.2	+9.3
投資その他の資産	229.3	232.4	+3.2
総資産	3,006.9	3,124.6	+117.7
負債	1,645.1	1,708.1	+63.0
支払手形、買掛金及び電子記録債務	166.2	128.6	- 37.6
短期借入金	130.9	248.5	+117.6
1年以内償還予定の社債	50.2	0.1	- 50.1
長期借入金	985.6	1,028.5	+42.9
純資産	1,361.8	1,416.6	+54.7
【自己資本比率】	[45.0%]	[45.2%]	[+0.2P]

1-6. キャッシュフロー計算書

BELLUNA

単位：億円

	24/3期	25/3期	
	実績	実績	前年比
営業活動によるキャッシュフロー	127.7	96.9	-30.8
税金等調整前当期純利益	97.7	132.1	34.4
減価償却費	54.4	59.8	5.4
投資有価証券売却損益	-13.7	-3.6	10.1
営業貸付金の増減	-24.0	-27.6	-3.6
棚卸資産の増減	24.7	5.8	-18.9
仕入債務の増減	-22.4	-33.2	-10.7
法人税及び住民税（支払額）	-38.3	-41.9	-3.6
投資活動によるキャッシュフロー	-144.0	-177.9	-33.9
有形固定資産の取得による支出	-156.5	-150.3	6.2
無形固定資産取得による支出	-11.3	-3.2	8.1
投資有価証券の取得支出	-13.6	-21.5	-7.9
投資有価証券の売却収入	37.6	13.7	-23.9
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	-0.1	-18.1	-18.0
財務活動によるキャッシュフロー	59.7	67.2	7.5
長短借入金の増減	55.5	152.2	96.7
社債の償還支出	-0.2	-50.2	-50.0
セール・アンド・リースバックによる収入	27.4	0.1	-27.3
キャッシュに係る換算差額	10.8	3.5	-7.3
キャッシュ増減	54.2	-10.3	-64.5

設備投資*1

152.3億円

減価償却費*2

59.8億円

*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

2. 今期計画について

BELLUNA

2. 26年3月期計画

BELLUNA

今期は第6次短期経営計画の初年度。

インバウンドの更なる拡大が期待できるホテル展開を軸としたプロパティ・ホテル事業と消費マインドの影響を受けにくい専門通販事業については利益成長を担う事業と位置づけ積極的に展開していく。

セグメント別売上高と営業利益

単位：億円

	26/3期計画												
	グロス領域						サステナブル領域				データ ベース 活用	調整	計
	プロパティ・ ホテル	専門通販				小計	呉服 関連	アパレル・ 雑貨	その他	小計			
		化粧品 健康食品	グルメ	ナース 関連	小計								
売上高	409.0	133.3	344.6	127.8	605.7	1,014.6	232.6	703.5	29.7	965.8	179.2	-13.6	2,146.0
前年比（%）	+13.8%	-3.7%	+7.4%	+1.2%	+3.5%	+7.4%	+1.6%	-6.0%	+4.9%	-4.0%	+4.7%	+3.6%	+1.8%
営業利益	64.3	7.9	12.7	5.4	26.1	90.4	13.1	-13.3	-2.8	-3.0	48.3	-0.6	135.0
前年比(億円)	+11.7	+0.7	+0.2	+1.4	+2.3	+14.0	+0.6	+3.7	+1.1	+5.4	- 3.3	+0.0	+16.1
営業利益率	15.7%	5.9%	3.7%	4.3%	4.3%	8.9%	5.6%	-1.9%	-9.6%	-0.3%	26.9%	-	6.3%
前年比(pt)	+1.1	+0.7	- 0.2	+1.0	+0.2	+0.8	+0.2	+0.4	+4.5	+0.5	- 3.2	-	+0.7

3. 第6次短期経営計画について

BELLUNA

Nine・Six・Five and One・Two・Three計画

Nine : プロパティ事業 営業利益90億円

Six : データベース活用事業 営業利益60億円

Five : 専門通販事業 営業利益50億円

One : アパレル・雑貨事業 営業利益20億円

Two : 呉服関連事業 営業利益25億円

Three : その他の事業 営業利益5億円

中期計画として営業利益250億円の達成を目指す。

3-2. 第6次短期経営計画

BELLUNA

第6次短期経営計画における各領域の位置付け

グロース領域については、引続き着実な成長を遂げ、サステナブル領域については、健全な収益状態に
戻す過程の3カ年と位置付ける。

第6次短期経営計画（26/3期～28/3期）

単位：億円

		第5次 最終年度		第6次短期経営計画					
		25/3期 実績		26/3期 計画		27/3期 計画		28/3期 計画	
		売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益	売上	営業利益
【Nine】プロパティ・ホテル事業	ホテル	319.4	39.3	390.0	45.9	425.9	49.9	474.5	55.6
	インカム・太陽光	40.0	13.2	19.0	18.3	16.5	17.1	13.2	17.0
	プロパティ・ホテル事業 小計	359.4	52.6	409.0	64.3	442.4	67.0	487.7	72.6
【Six】	データベース活用事業	171.2	51.6	179.2	48.3	194.1	50.8	211.8	53.4
【Five】専門通販事業	化粧品・健康食品事業	138.5	7.2	133.3	7.9	149.7	8.9	178.1	9.7
	グルメ事業	320.7	12.5	344.6	12.7	380.5	13.8	422.7	16.1
	ナース関連事業	126.2	4.1	127.8	5.4	131.8	6.4	136.7	7.0
	専門通販事業 小計	585.4	23.8	605.7	26.1	662.0	29.1	737.4	32.8
【One】アパレル・雑貨事業		748.4	-17.0	703.5	-13.3	741.1	-8.0	803.2	-4.0
【Two】呉服関連事業		229.0	12.5	232.6	13.1	247.8	15.0	264.4	16.0
【Three】その他の事業		28.3	-4.0	29.7	-2.8	22.2	-2.9	26.7	1.0
合計		2,108.6	118.9	2,146.0	135.0	2,296.0	150.0	2,531.0	165.0

4. 各事業について

BELLUNA

4-1.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

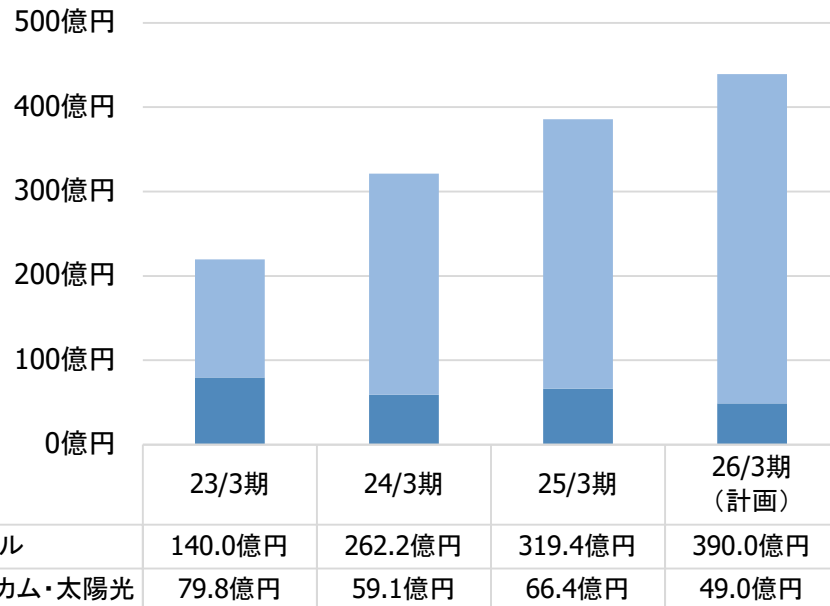
BELLUNA

プロパティ・ホテル事業は、

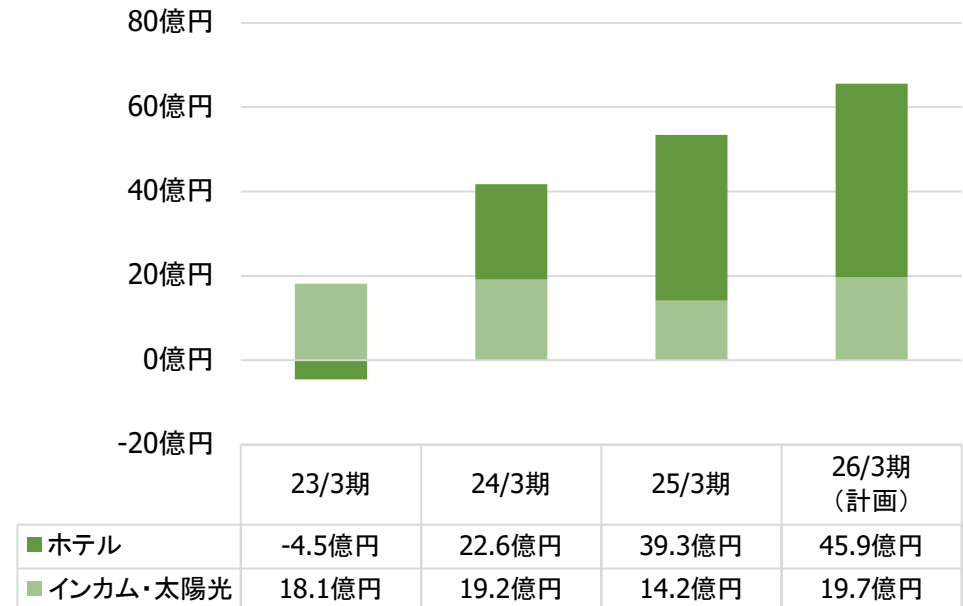
26年3月期で売上高409.0億円（前期比+13.8%）、

営業利益64.3億円（前期比+22.2%）を目指す。

売上高推移



営業利益推移



4-2.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

トピックス

■ 2024年12月開業

定山溪ビューホテル15階・16階 エグゼクティブスイート翠嶺 33室

■ 2025年3月開業

札幌ホテル by グランベル 605室
3月21日OA 「ガイアの夜明け」放映



■ 2025年7月開業予定

小樽グランベルホテル 159室



■ 外国人人材の採用強化

東南アジア各国にて、日本語トップ人材の採用に向けた排他契約を締結

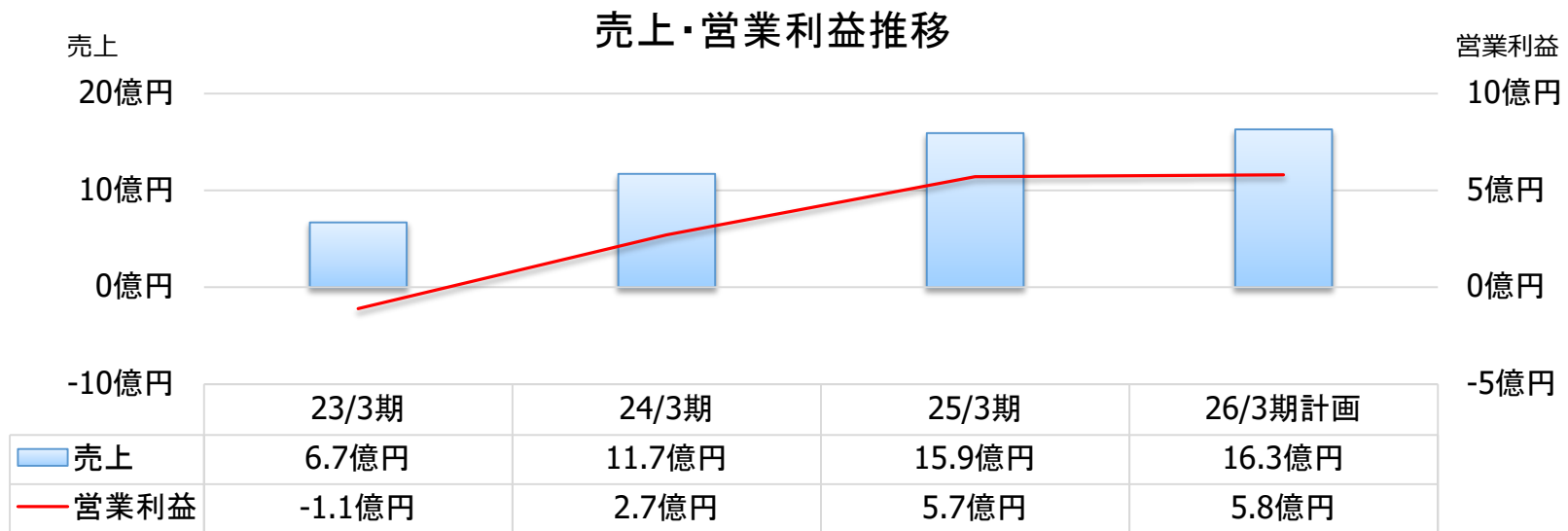
4-3.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

好調ホテルの紹介①

すすきのグランベルホテル（国内都市型）

2021年9月開業 客室数 300室



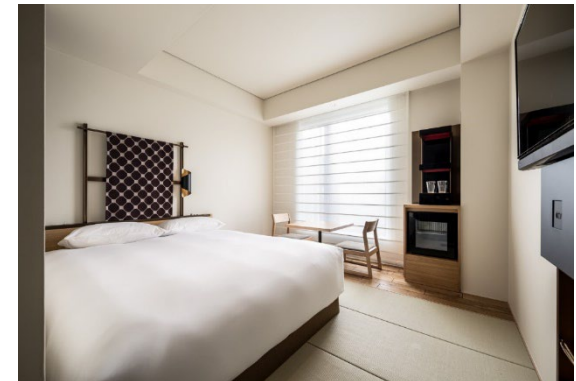
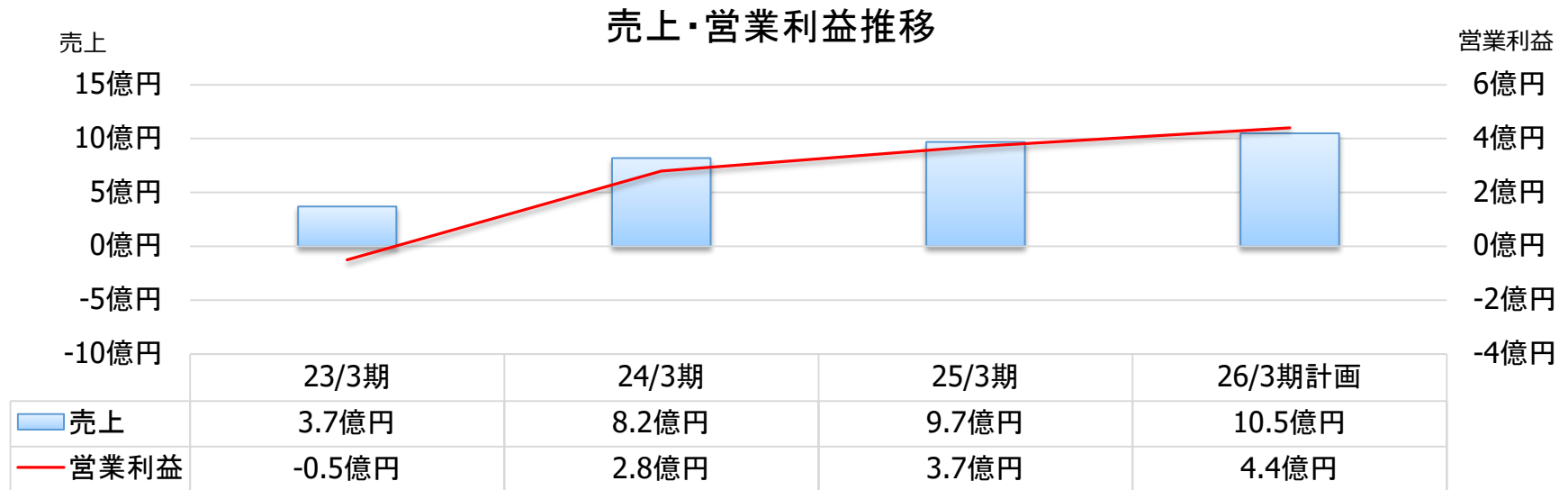
4-4.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

好調ホテルの紹介②

京都グランベルホテル（国内都市型）

2017年7月開業 客室数 105室



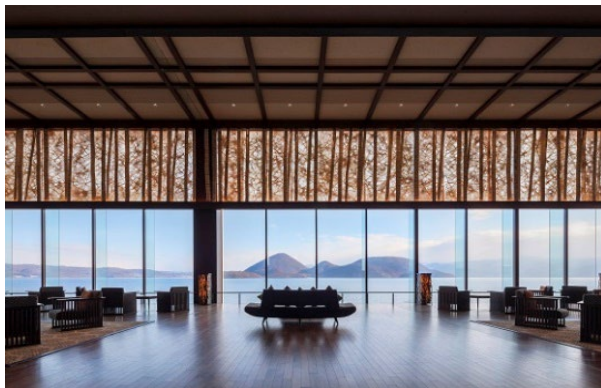
4-5.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

好調ホテルの紹介③

洞爺サンパレス、ザ・レイクスイート湖の栖（国内リゾート型）

2023年4月開業 客室数 404室



4-6.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

今後の構想

- ・ザ・レイクスイート湖の栖アネックス棟の新設
- ・都心ホテルの新規展開
- ・海外ホテルの新規展開

競争優位の確立

- ・全員参加型経営
- ・集客の優位性
- ・ローコストオペレーション

ホテル事業売上高500億円、営業利益75億円を
目指し、既存施設のバリューアップ、新規施設展開を行う。

4-7.プロパティ・ホテル事業 【Nine（90億円） 達成事業】

BELLUNA

ベルーナグループのホテル一覧

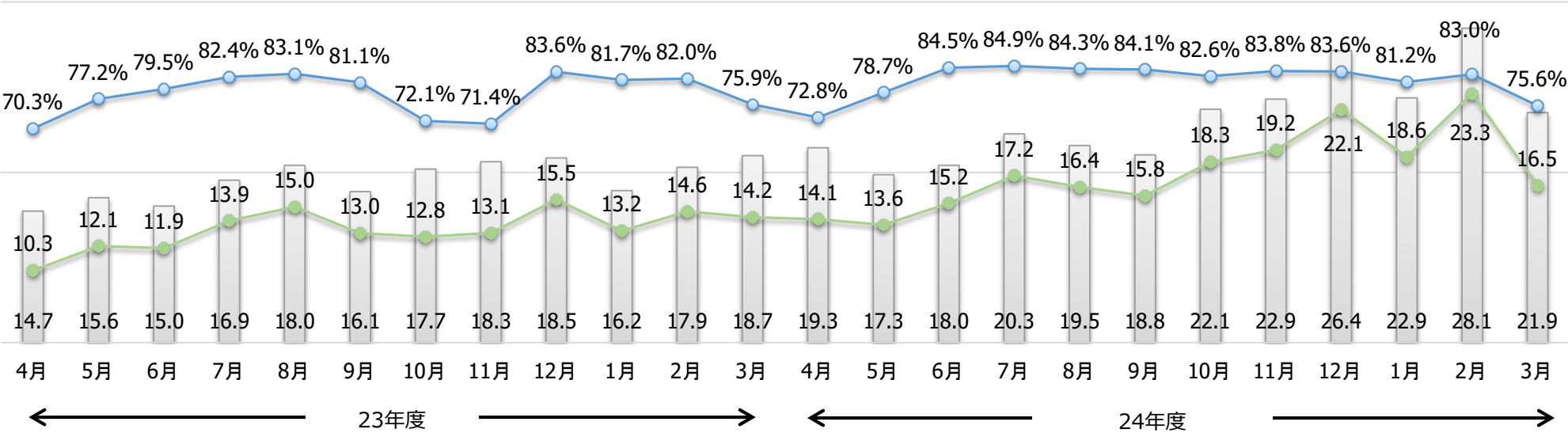
Ref	地域	タイプ	施設名	部屋数	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	稼働時期
1	沖縄	国内リゾート型	ホテル浜比嘉島リゾート	29														2013年5月
2	福島	国内リゾート型	裏磐梯レイクリゾート	324														2015年10月
3	長野	国内リゾート型	ルグラン旧軽井沢ホテル	43														2016年7月
4	京都	国内都市型	京都グランベルホテル	105														2017年7月
5	長野	国内リゾート型	ルグラン軽井沢ホテル&リゾート	58														2018年7月
6	スリランカ	海外	ルグランゴールホテル	48														2018年7月
7	モルディブ	海外	ウェスティンモルディブ ミリアンドゥホテル	70														2018年10月
8	ハワイ	海外	EWAホテル	92														2019年4月
9	大阪	国内都市型	梅田ホリックホテル	117														2021年4月
10	大阪	国内都市型	大阪グランベルホテル	191														2021年4月
11	北海道	国内都市型	札幌グランベルホテル狸小路	218														2021年4月
12	北海道	国内リゾート型	定山渓ビューホテル	630														2021年8月
13	北海道	国内都市型	すすきのグランベルホテル	300														2021年9月
14	スリランカ	海外	グランベルホテルコロンボ	292														2022年4月
15	京都	国内都市型	京都グランベルホテル hanareya	13														2022年11月
16	銀座	国内都市型	銀座ホテル by グランベル	102														2023年4月
17	北海道	国内リゾート型	洞爺サンパレス、ザ・レイクスweet湖の栖	404														2023年4月
18	北海道	国内リゾート型	ニュー阿寒ホテル	366														2023年4月
19	北海道	国内都市型	札幌ホテル by グランベル	605														2025年3月
20	北海道	国内都市型	小樽グランベルホテル	159														2025年7月（予定）
			計	4,166														

4-8. (参考) 【国内都市型ホテル】客室単価、稼働率、RevPARの月次推移

BELLUNA

国内都市型ホテル

客室単価(千円) 稼働率(%) RevPAR(千円)



客室単価 (千円)						稼働率 (%)						RevPAR (千円)					
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期		1Q	2Q	3Q	4Q	通期		1Q	2Q	3Q	4Q	通期
23年度	15.1	17.0	18.2	17.5	17.0	23年度	75.8	82.2	75.7	79.8	78.4	23年度	11.5	14.0	13.8	14.0	13.3
24年度	18.2	19.5	23.8	24.3	21.5	24年度	78.7	84.4	83.3	79.8	81.6	24年度	14.3	16.5	19.8	19.4	17.5
前期対比	+3.1	+2.5	+5.6	+6.8	+4.5	前期対比	+2.9pt	+2.2pt	+7.6pt	+0.0pt	+3.2pt	前期対比	+2.8	+2.5	+6.0	+5.4	+4.2

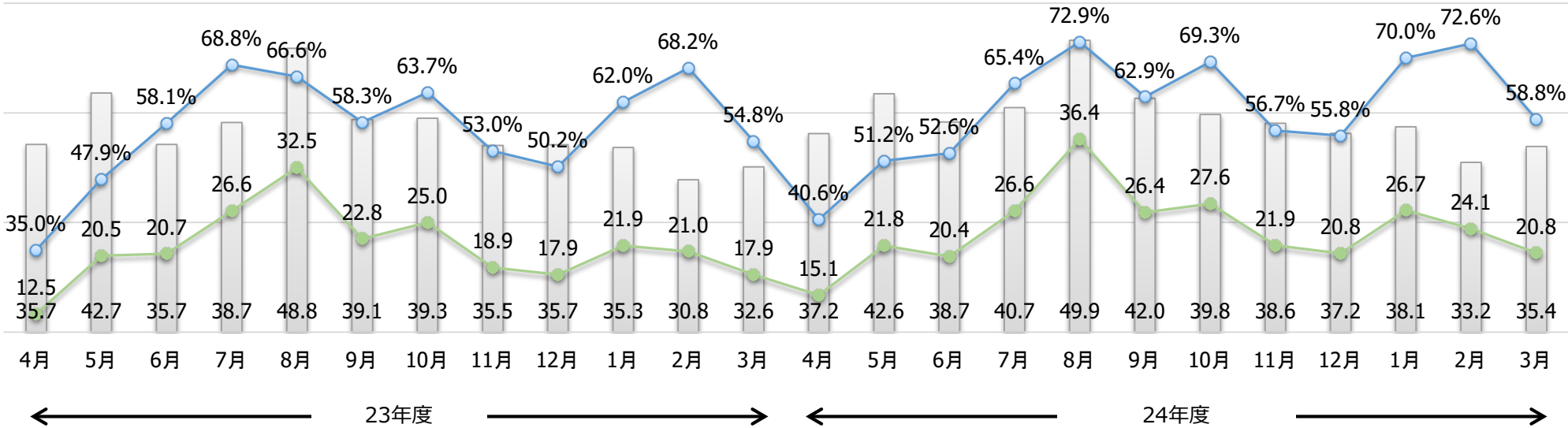
※同条件対比のため、25'3開業の札幌ホテル by グランベルは含まず

4-9. (参考) 【国内リゾート型ホテル】客室単価、稼働率、RevPARの月次推移

BELLUNA

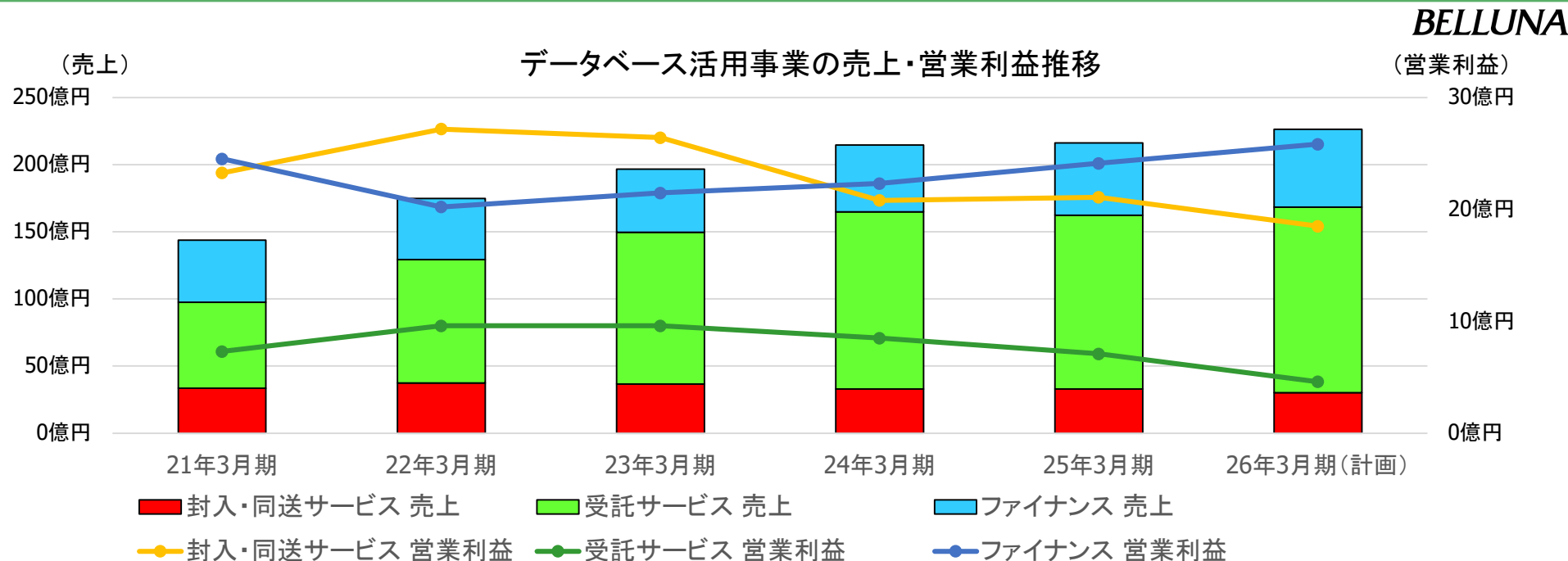
国内リゾート型ホテル

客室単価(千円) 稼働率(%) RevPAR(千円)



客室単価 (千円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	稼働率 (%)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	RevPAR (千円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
23年度	38.1	42.3	37.0	32.9	37.7	23年度	47.0	64.6	55.8	61.5	57.2	23年度	17.9	27.3	20.7	20.2	21.6
24年度	39.7	44.5	38.6	35.6	39.7	24年度	48.2	67.1	60.8	67.0	60.7	24年度	19.1	29.8	23.5	23.9	24.1
前期対比	+1.6	+2.2	+1.6	+2.7	+2.0	前期対比	+1.2pt	+2.5pt	+5.0pt	+5.5pt	+3.5pt	前期対比	+1.2	+2.5	+2.8	+3.7	+2.5

4-10. データベース活用事業 【Six（60億円） 達成事業】



1. 封入・同送サービス

クライアント企業のチラシやサンプルなどの販促物をカタログや商品と同送するサービス。
 カatalog発行部数が重要、他通販会社の取り扱いが多数。

2. 受託サービス

物流業務受託、コールセンター受託事業。余剰物流センター、コールセンターの活用が図れる。

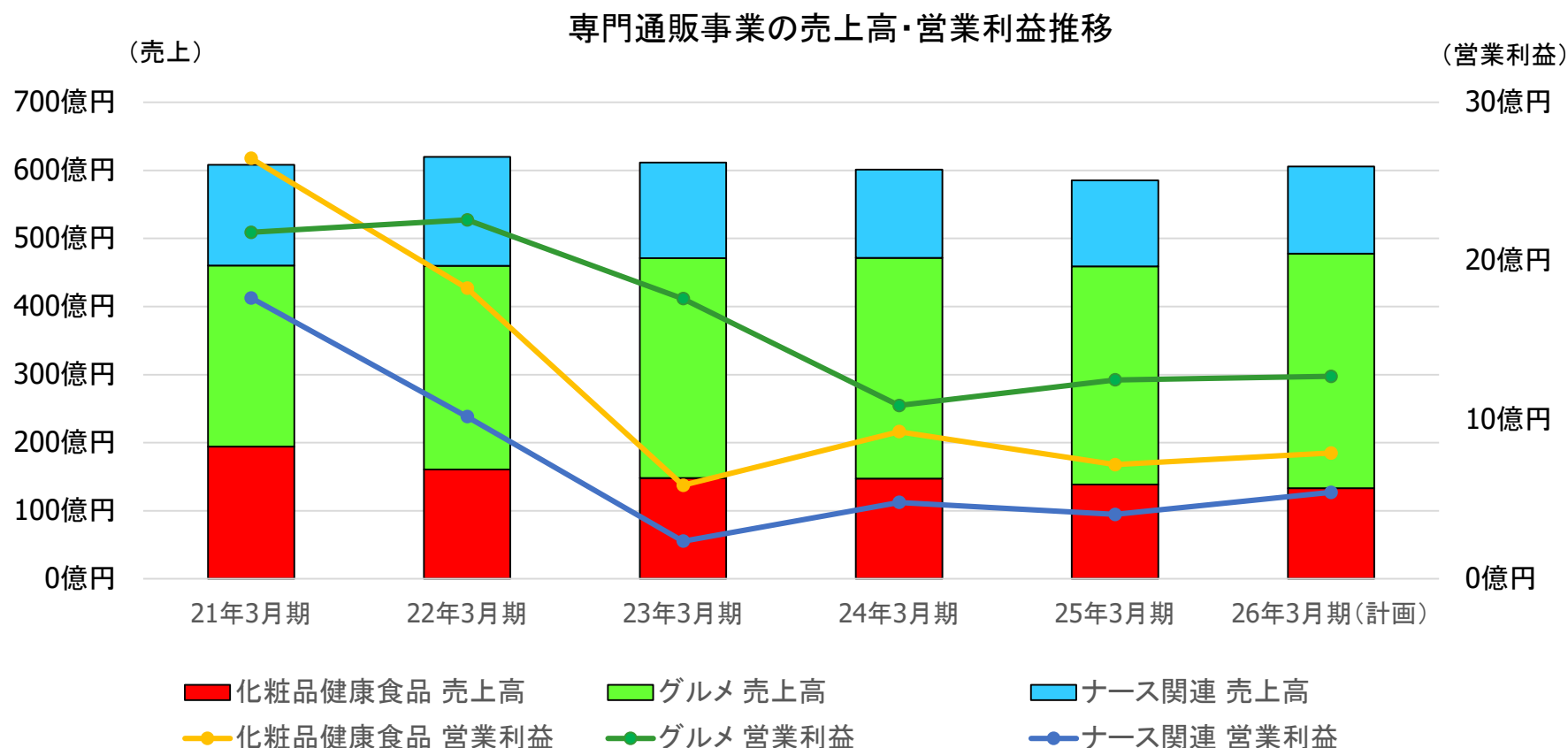
3. ファイナンス

他社との差別化を図った貸倒率の低いシニア層の獲得に注力し、計画通りの進捗。
 紙媒体に比べ獲得効率の良いネットによる新規顧客獲得が好調に推移。

4-11.専門通販事業 【Five（50億円）達成事業】

BELLUNA

専門通販事業（化粧品健康食品、グルメ、ナース関連）は、
26年3月期で売上高605.7億円（前期比+3.5%）、
営業利益26.1億円（前期比+9.8%）を目指す。



4-12.専門通販事業（化粧品健康食品）

BELLUNA

【化粧品健康食品事業】

・事業概要・特色

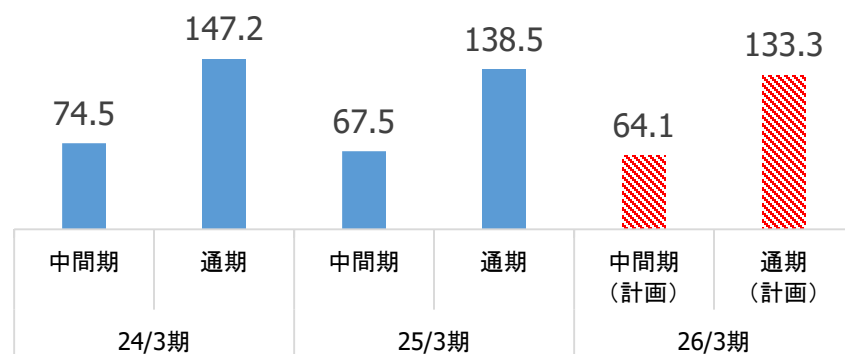
40代～の肌悩み解消に向き合うアンチエイジングのリーディングカンパニー。

カスタマーレビューの収集力、生産背景ネットワークを持ち、商品開発のスピード感が強み。

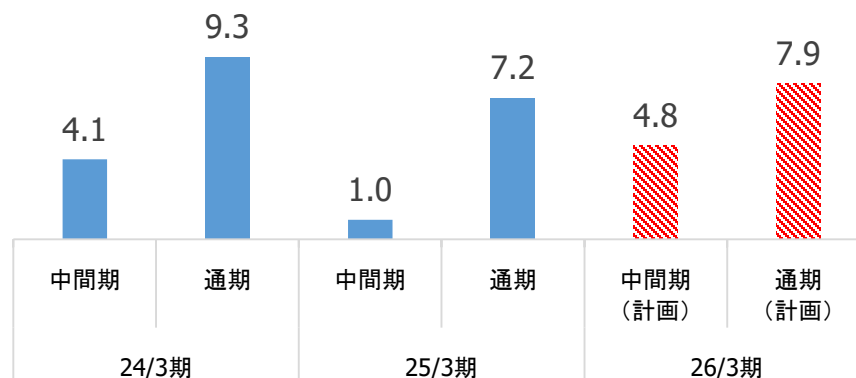
化粧品通販において、ネット広告規制強化による新規顧客獲得の伸び悩み、及び新規購入者の定期コース継続率の低下などにより前期は減収減益となった。

リピート改善を目的とした主力商品のリニューアルとクリエイティブの強化、サービス強化に取り組み増益を目指す。

売上推移(億円)



営業利益推移(億円)



4-13.専門通販事業（グルメ）

BELLUNA

【グルメ事業】

・事業概要・特色

グルメ

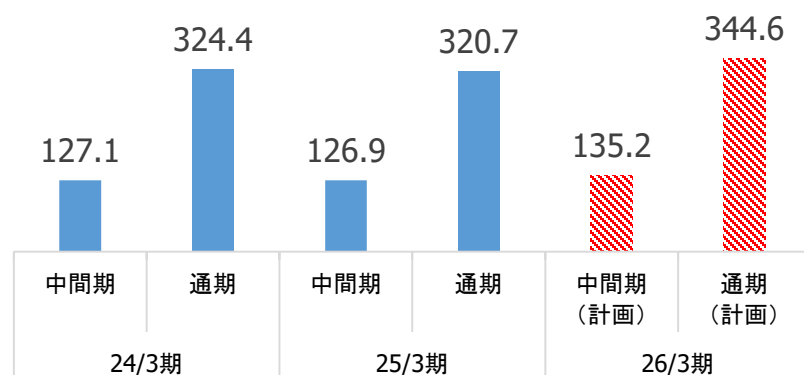
頒布会、食品単品、お中元・お歳暮・おせち等のギフト、花、日本酒等を販売。競合他社に比べ、ベーシックな商品ラインナップ展開。コスパ含めた単品商品力に強みあり。**日本酒通販8年連続No.1**を獲得。

ワイン

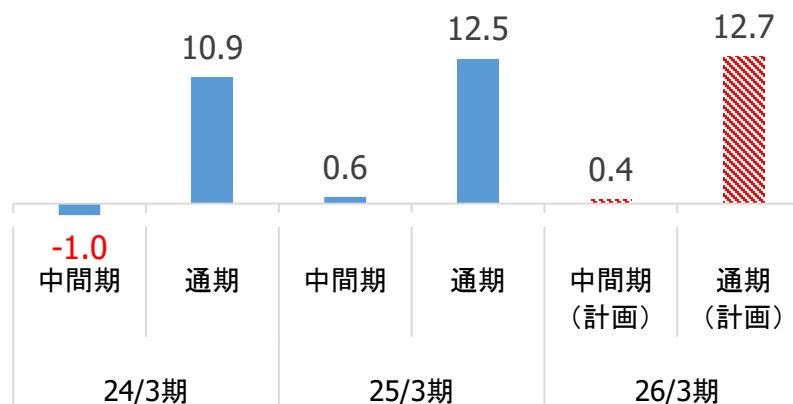
ワインLight層に向けたバラエティ豊かなセット商品提案、コストパフォーマンスに強みあり。紙媒体発行とECを掛け合わせた販促手法を用いて入口の低さと高リピート率が特徴。**ワイン通販16年連続No.1**を獲得。

商品開発力のブラッシュアップによる新規顧客獲得の強化、商品価格コントロールによる粗利益率改善を行い、増収増益を目指す。

売上推移（億円）



営業利益推移（億円）



4-14.専門通販事業（ナース）

BELLUNA

【ナース関連事業】

・事業概要・特色

通販を主に看護師向けBtoCビジネスを展開。

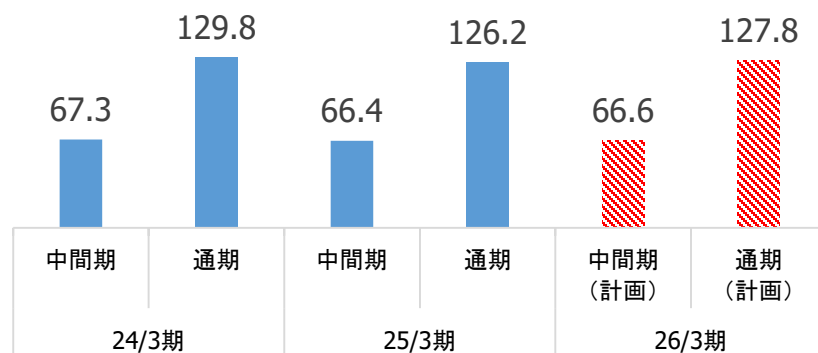
アンファミエ、ナースリーの2ブランド合わせると看護師向け通販のマーケットシェア約60%を獲得。

圧倒的**No.1**の高い認知力を有する。

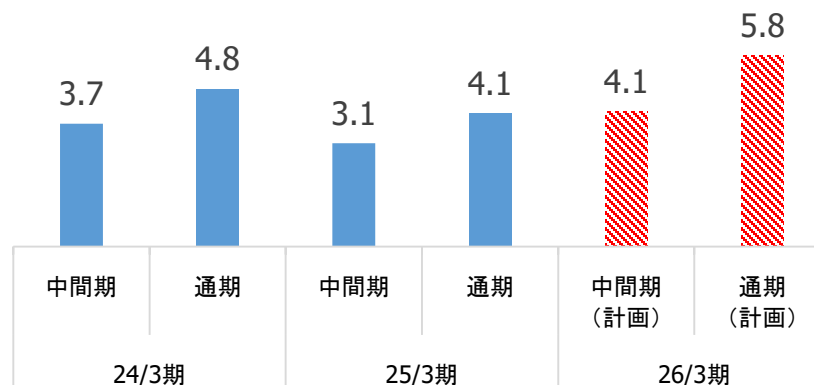
看護師人口増の鈍化により既存BtoCモデルは飽和気味のため、売上の拡大以上に媒体発行の適正化、ネットシフトを推し進め、収益性の拡大を目指す。

成長余地のあるBtoBモデルの拡大を目指し、訪問看護、介護施設等への展開を強化し増益を目指す。

売上推移（億円）



営業利益推移（億円）

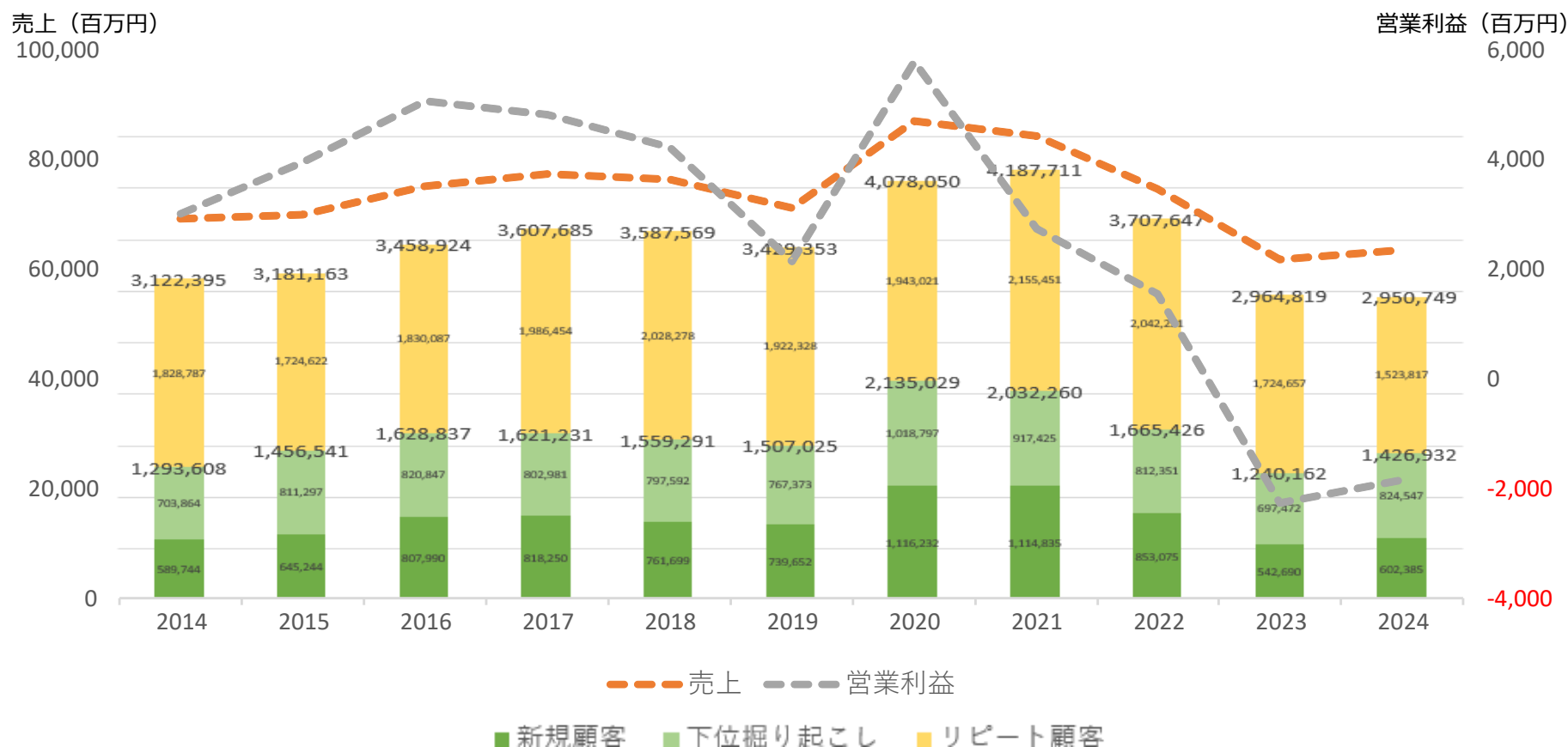


4-15. アパレル・雑貨事業【One（20億円）達成事業】

BELLUNA

開発顧客数（新規＋掘り起し）は回復傾向にあり、収益面も良化傾向に転じ始めている。

(旧総合通販) 年間 稼働顧客数

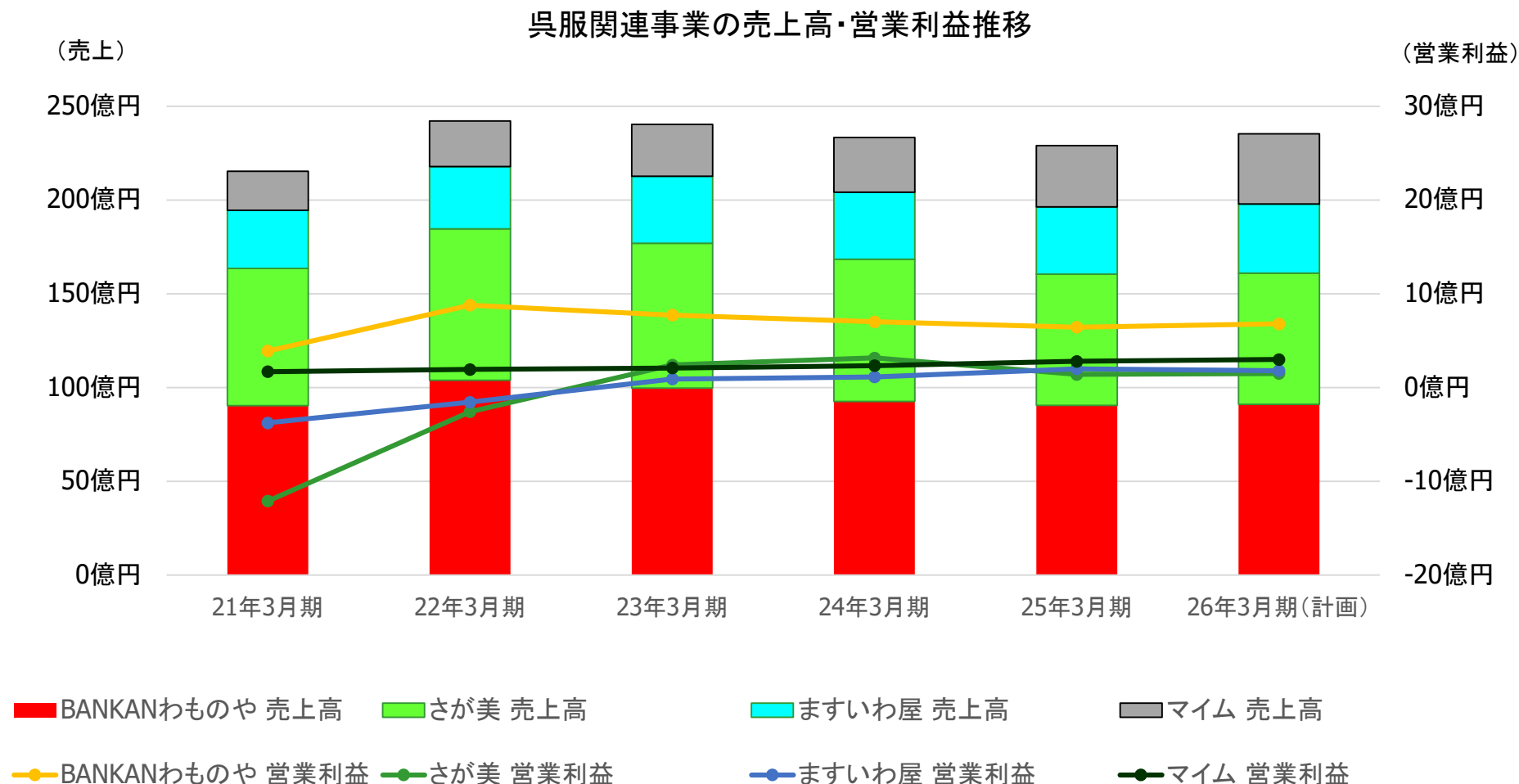


4-16. 呉服関連事業【Two（25億円）達成事業】

BELLUNA

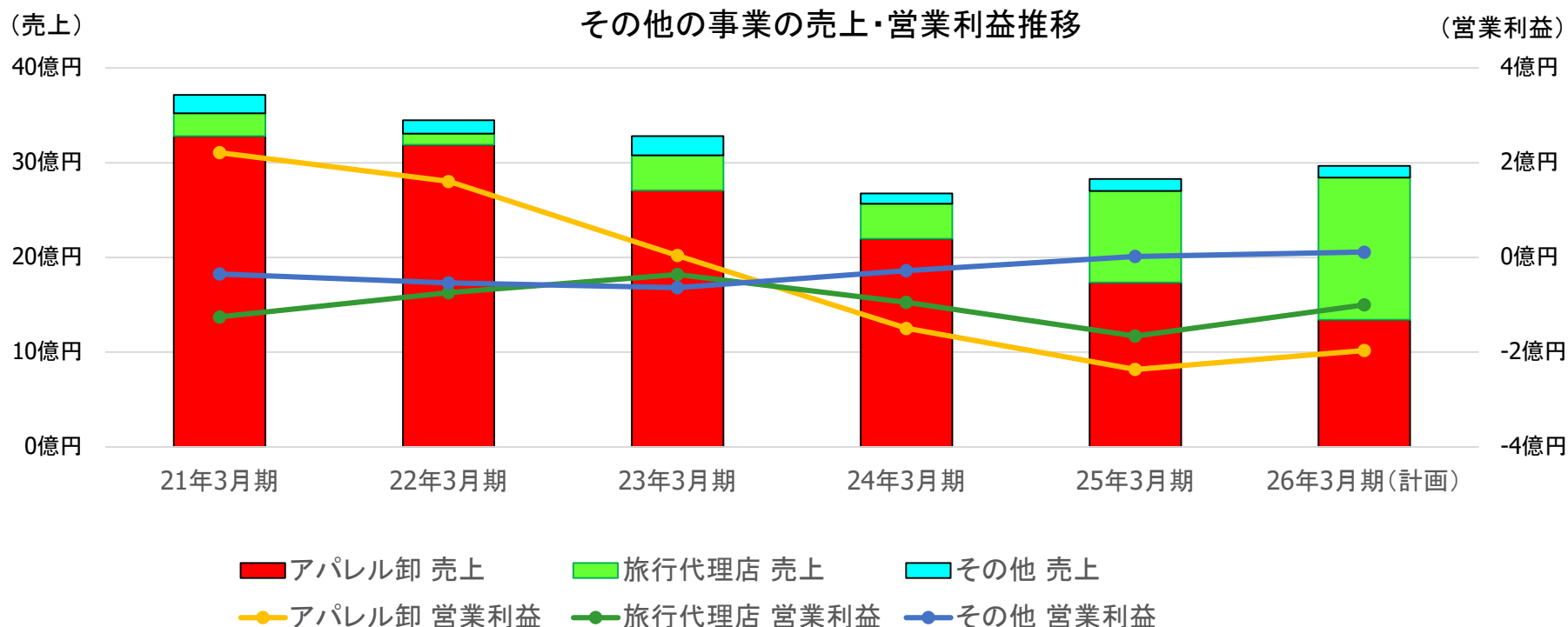
呉服関連事業の成長モデル

- ・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
- ・ローコストオペレーションの推進



4-17. その他の事業 【Three（5億円） 達成事業】

BELLUNA



1. アパレル卸事業（フレンドリー）

シニアターゲットに特化した通販アパレルの卸販売事業。

ベルーナグループのノウハウを土台に商材・インフラを活用したビジネスを展開。

2. 旅行代理店事業（ベルーナツーリズム）

『平日お得に旅行へ行きたい』というお客様の想いと、ホテル・旅館側の悩みでもある『平日のお客様を増やしたい』という想いをマッチングするサービスを展開。

ホテル・旅館に加えてクルーズ船などの旅行サービスを提供開始。

4-18. 資本コストや株価を意識した経営に向けた対応

BELLUNA

業績の改善

- (1)第6次短期経営計画の必達

資本効率を意識した経営

- (1)ROE10%以上を意識した経営
- (2)収益性を期待できない事業からの撤退、縮小
(前期実績2部門、今期予定3部門)
- (3)シナジーがあり、将来有望な企業のM&A

株主還元の拡充

- (1)還元方針の明示
- (2)安定的、継続的な配当

投資家との対話の拡充

- (1)中間、期末決算説明会の実施に加え、1Q・3Q決算の
アナリスト向け説明会実施
- (2)個人向けIRの充実

4-19. 株主還元

BELLUNA

配当金は、2026年3月期年間30円の配当予定。

<配当状況>

	1株あたり配当金			連結 配当性向	DOE (株主資本 配当率)
	第2四半期末	期末	年間合計		
2024年3月期	10円25銭	10円25銭	20円50銭	33.9%	1.5%
2025年3月期	14円50銭	14円50銭	29円00銭	31.8%	2.0%
2026年3月期（予想）	15円00銭	15円00銭	30円00銭	30.4%	-

<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ポイント 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）

5. 参考資料

BELLUNA

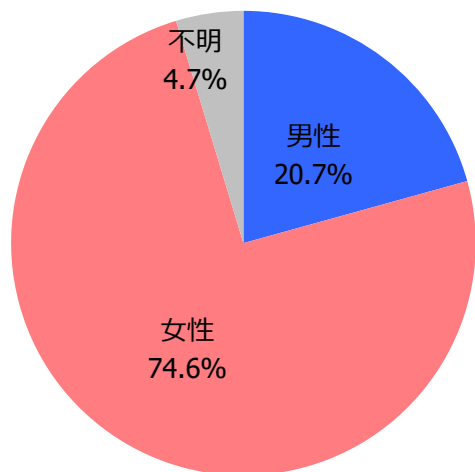
5-1.【サステナブル領域】総合通販事業 登録会員の特徴

BELLUNA

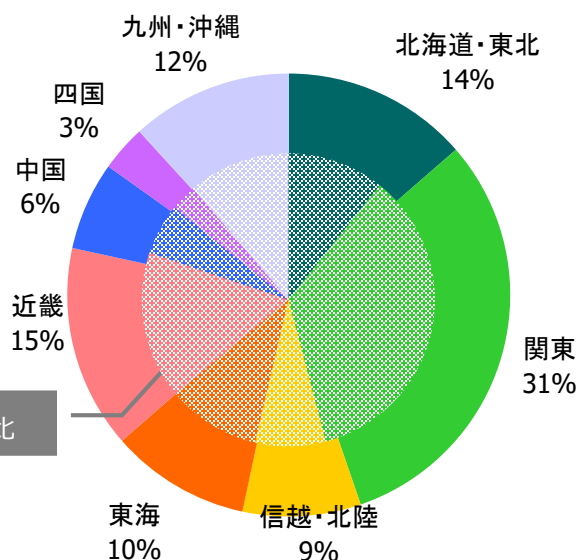
高齢者、地方の買い物困難者の生活インフラとしての役割も担う。

登録会員の特徴（2025年3月末時点）

<性別>

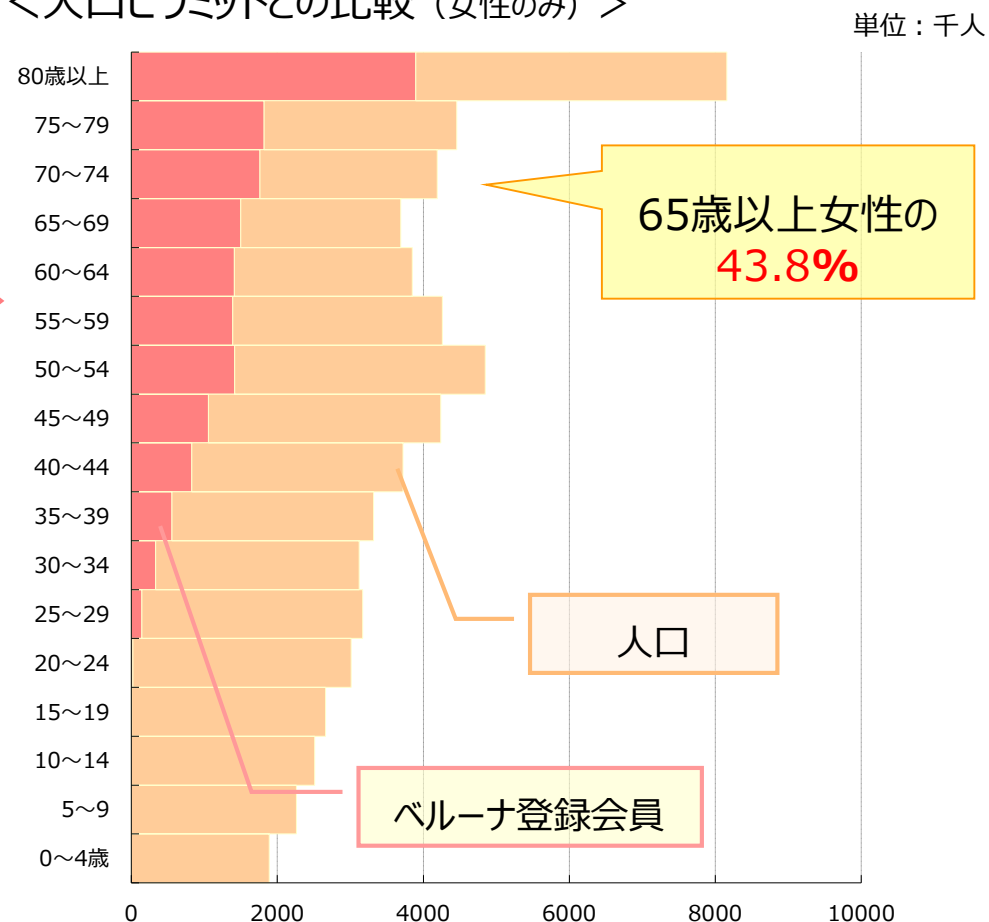


<地域>



地域別の人口構成比

<人口ピラミッドとの比較（女性のみ）>



※総務省統計局データを元にベルーナにて作成

5-2. サステナビリティに関する取組み

BELLUNA

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。

①

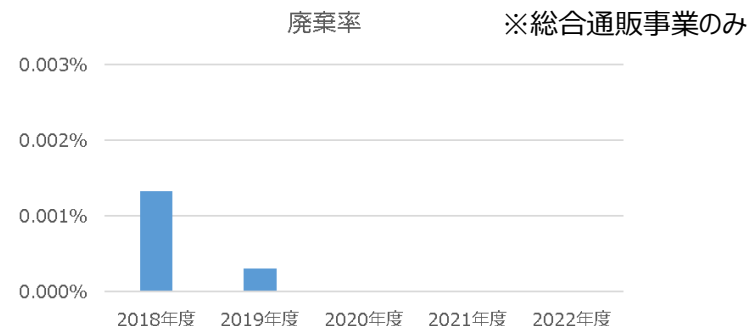
より豊かな衣食住遊を提供し、
買い物難民問題の解決に貢献



	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%

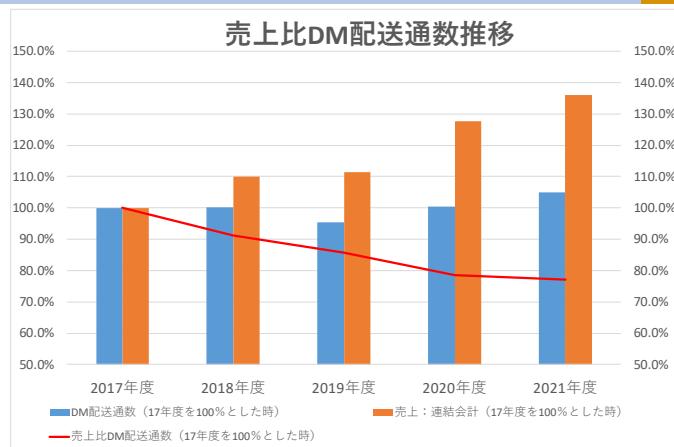
②

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

5-3. サステナビリティに関する取り組み

BELLUNA

主要実践項目（マテリアリティ）の達成に向けた取り組みを強化。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。

⑤ 従業員の働き方改善



お母さんの職場見学会



物流センター社会科見学会

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



<本資料に関する注意事項>

本資料は、2025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2025年6月6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