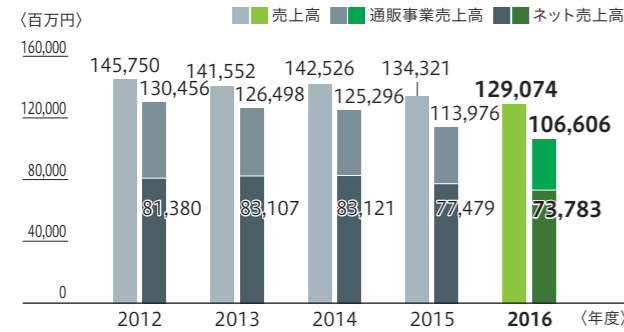


財務ハイライト

売上高/通販事業売上高/ネット売上高

(売上高) **129,074** 百万円

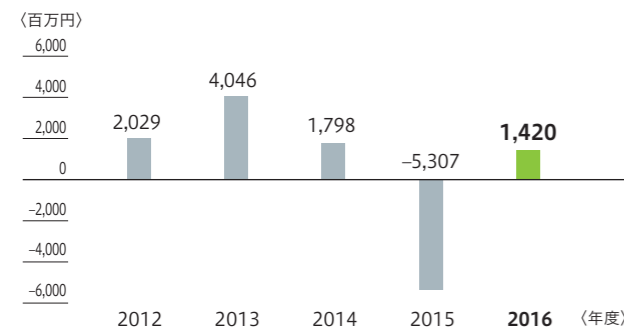
プライダール・法人事業、その他では増収となりましたが、通販販売事業で衣料品及び服飾雑貨が苦戦したことで、全体では減収となりました。



親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)

(親会社株主に帰属する当期純利益) **1,420** 百万円

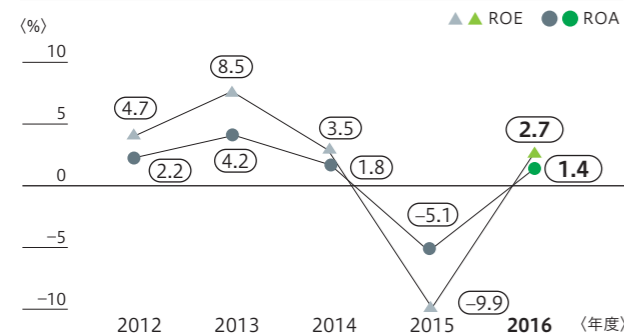
営業利益の増加に加え、投資有価証券の売却益などもあり、親会社株主に帰属する当期純利益もプラスに転じました。



自己資本利益率(ROE)/総資産利益率(ROA)

(ROE) **2.7** % (ROA) **1.4** %

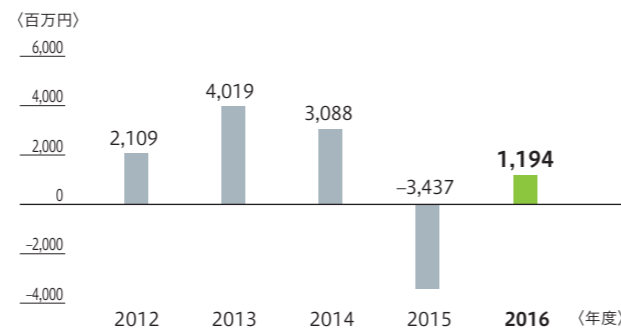
利益率の改善、固定資産の圧縮などによりROE、ROAとも改善しました。引き続き2018年度の7%達成をめざし、収益構造改革を進めます。



営業利益(損失)

(営業利益) **1,194** 百万円

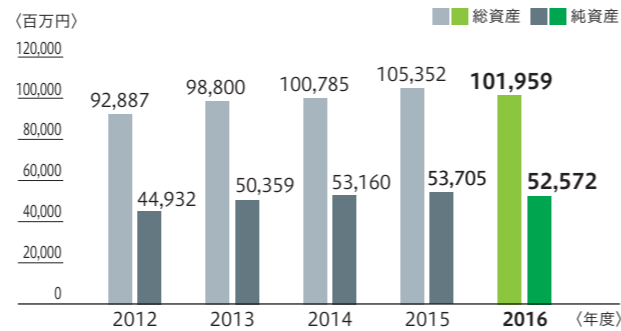
2015年度に在庫処分したことによる原価率の低減、業務の効率化や物流・人件費削減などによる販管費の削減により、黒字転換しました。



総資産/純資産

(総資産) **101,959** 百万円

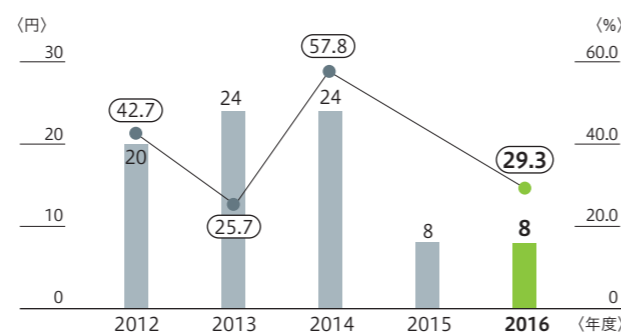
遊休地売却などにより固定資産が減少、また未払金の減少により流動負債も減少しています。



1株当たり配当額/配当性向(連結)

(1株当たり配当額) **8** 円 (配当性向) **29.3** %

配当額は期初の予定通りで、配当性向は当社の配当性向の目安である連結当期純利益の30%に近い数値となっています。



注)2015年度は純損失を計上しているため配当性向は記載していません。

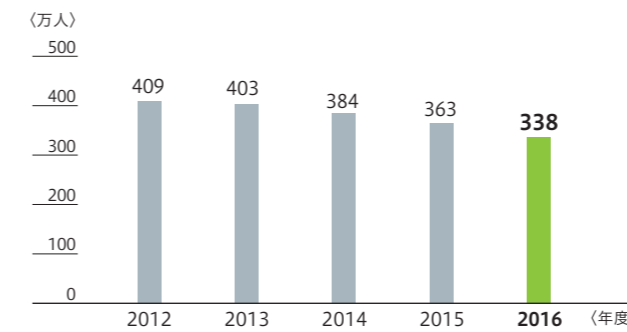
非財務ハイライト

財務資本 製造資本 知的資本 人的資本 社会・関係資本 自然資本

ベルメゾン事業の年間購入者数

(年間購入者数) **338** 万人

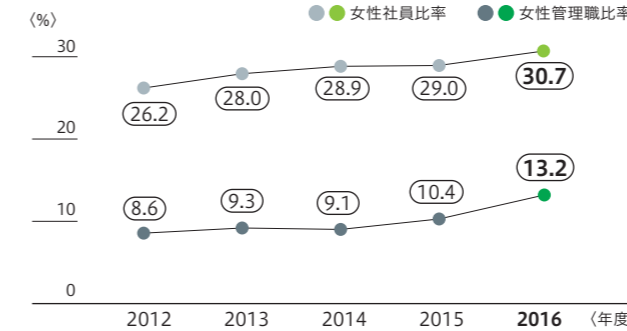
前期に比べ減少しました。引き続き商品の付加価値を高めるとともに、お客さまとの接点を強化するオムニチャネル戦略を進めていきます。



女性社員/女性管理職比率(単体・正社員)

(女性社員比率) **30.7** %

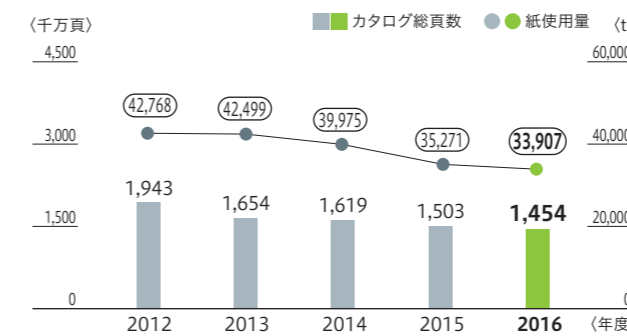
出産・育児支援制度の整備・充実、20代社員向けのキャリアデザイン教育の実施などにより、女性社員・管理職比率とも増加しました。



カタログ総頁数/紙使用量

(総頁数) **1,454** 千万頁

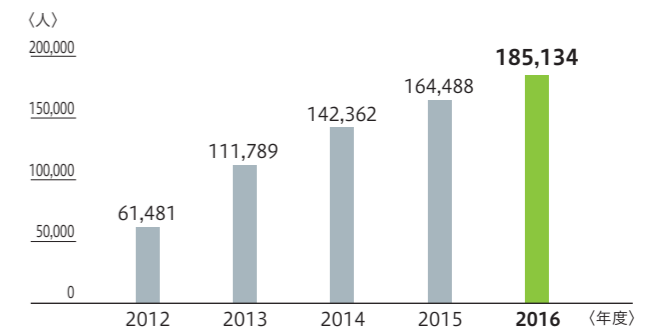
ネットシフトにより、カタログの総頁数が減少、紙使用量も減少しました。



「ベルメゾンデッセ」登録会員(モニター会員)数

(モニター会員数) **185,134** 人

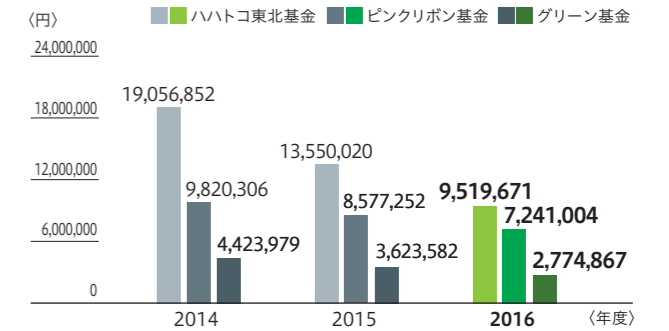
商品を購入されたお客さまに送信する「ベルメール」で「ベルメゾンデッセ」を積極的に告知したことで、登録会員が増加しました。



えがおの森基金額

(総基金額) **19,535,542** 円

「熊本地震」被災地支援の義援金募金(詳細はP.40)を実施したこともあり、前期より金額は減少しました。引き続きお客さまへの周知に努めます。



エネルギー使用量

(エネルギー使用量) **4,944** 万MJ

物流拠点の統廃合で貨物輸送にかかわる石油使用量は減少しましたが、新物流センターの稼働により電気・ガス使用量が増加し、全体のエネルギー使用量は増加しました。

