



2017年3月期 第1四半期

## 決算補足説明資料

株式会社ベガコーポレーション  
東証マザーズ（3542）

## ■ 業績概要

**決算要約**

売上高 + 49.3%増収、営業利益 + 67.5%増益

**経営指標**

アクセス人数堅調に推移

## ■ トピック等

**新商品の紹介**

DCモーター扇風機、ポップアップテント

**新店舗の紹介**

「LESMORE (レスモア)」オープン

## ■ 今後の展開

**家具Eコマース**

商品数の拡充、ブランド力・認知度の向上

**成長戦略**

国内EC事業の強化、新規事業への投資

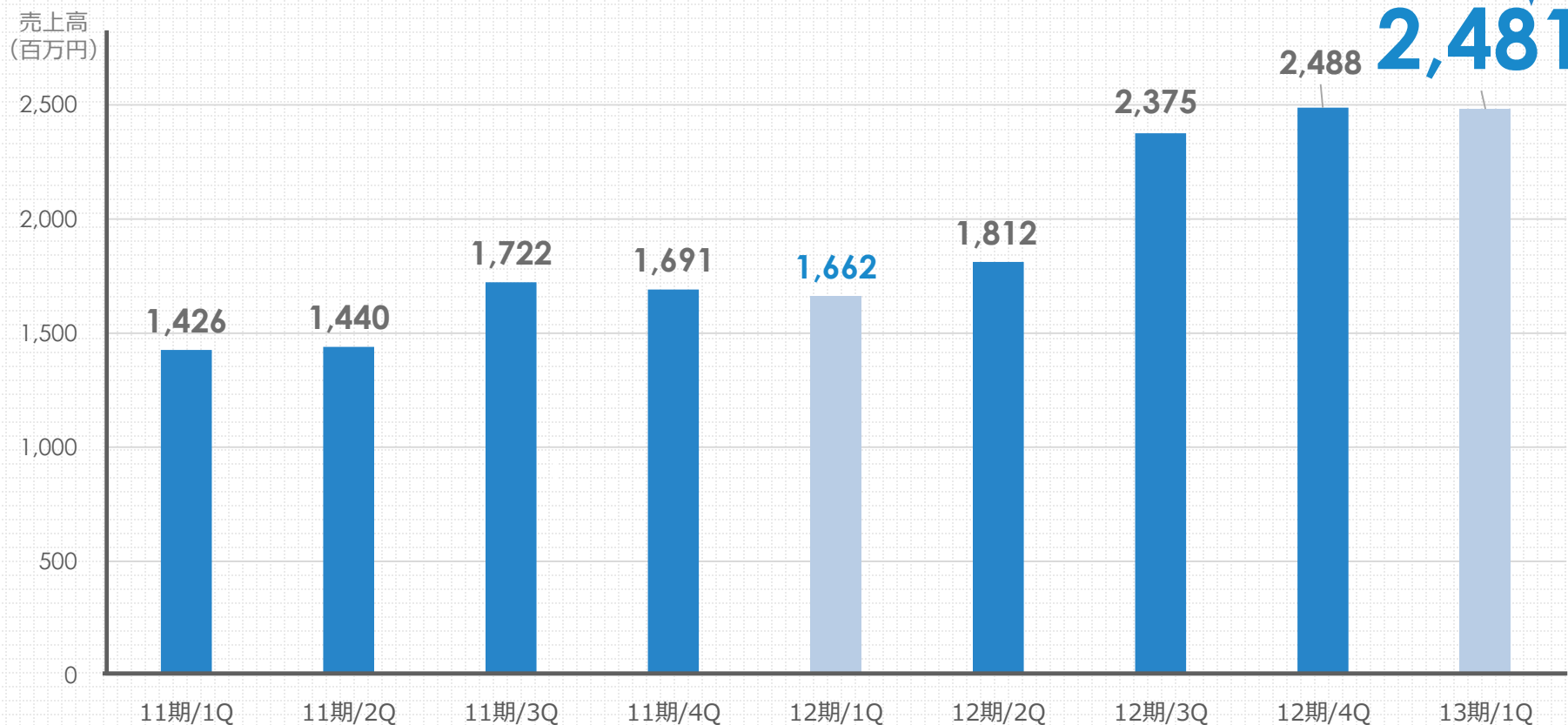
**新ジャンル含む新商品投入が好調により、売上高 + 49.3%増収**  
**また、円高の影響で原価率が低下したことにより、営業利益 + 67.5%増益**

(単位：百万円)

	前第1四半期 (注)	売上比	当第1四半期	売上比	増減	前年同期比
売上高	<b>1,662</b>	100.0%	<b>2,481</b>	100.0%	819	<b>149.3%</b>
売上総利益	<b>857</b>	51.6%	<b>1,306</b>	52.6%	448	<b>152.3%</b>
販管費	<b>731</b>	44.0%	<b>1,094</b>	44.1%	363	<b>149.7%</b>
営業利益	<b>126</b>	7.6%	<b>211</b>	8.5%	85	<b>167.5%</b>
経常利益	<b>131</b>	7.9%	<b>182</b>	7.4%	51	<b>138.8%</b>
当期純利益	<b>80</b>	4.8%	<b>124</b>	5.0%	44	<b>154.7%</b>

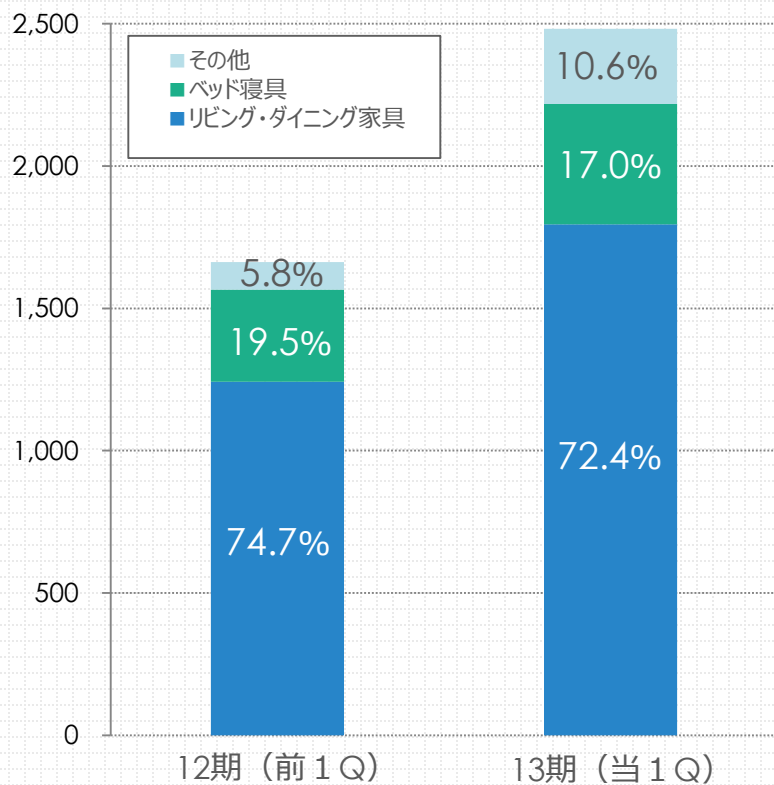
(注) 前第1四半期の売上高、売上総利益、販管費、営業利益、経常利益及び当期純利益につきましては、監査又はレビューを受けておりません。

## 前年同期比で +49.3%の伸び

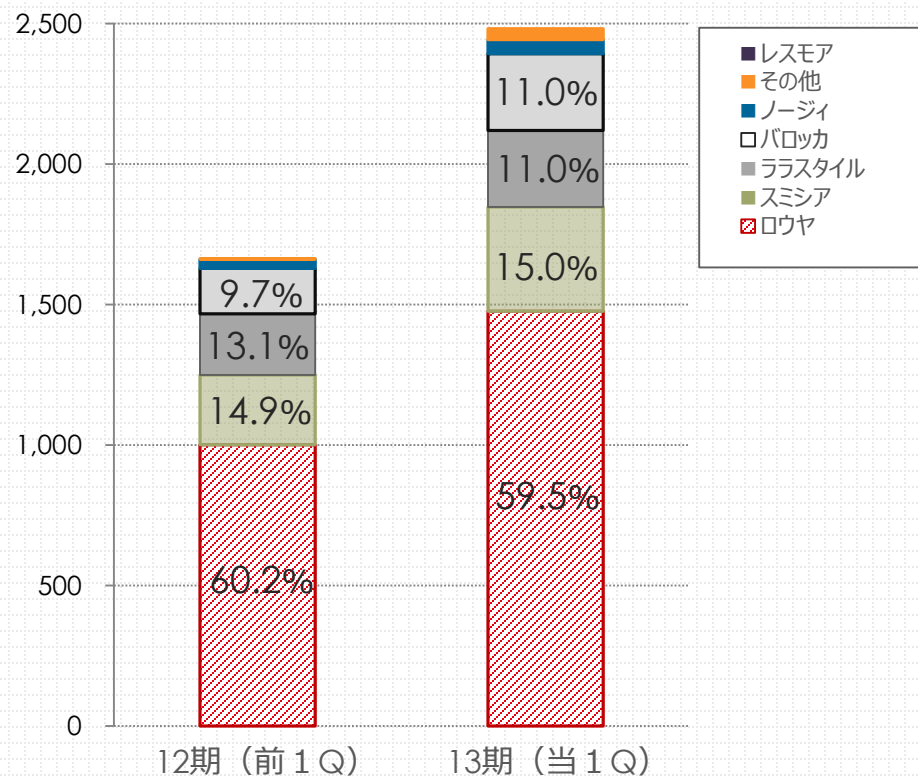


## リビング・ダイニング商品が売上を伸ばし、全体の売上が上昇 各ブランド別に見ても順調に推移している

(百万円、%：構成割合)



(百万円、%：構成割合)



**荷造配送費：対売上比で0.8ポイント減少**

**研究開発費：前期から投資を開始し、当期も継続的に実施**

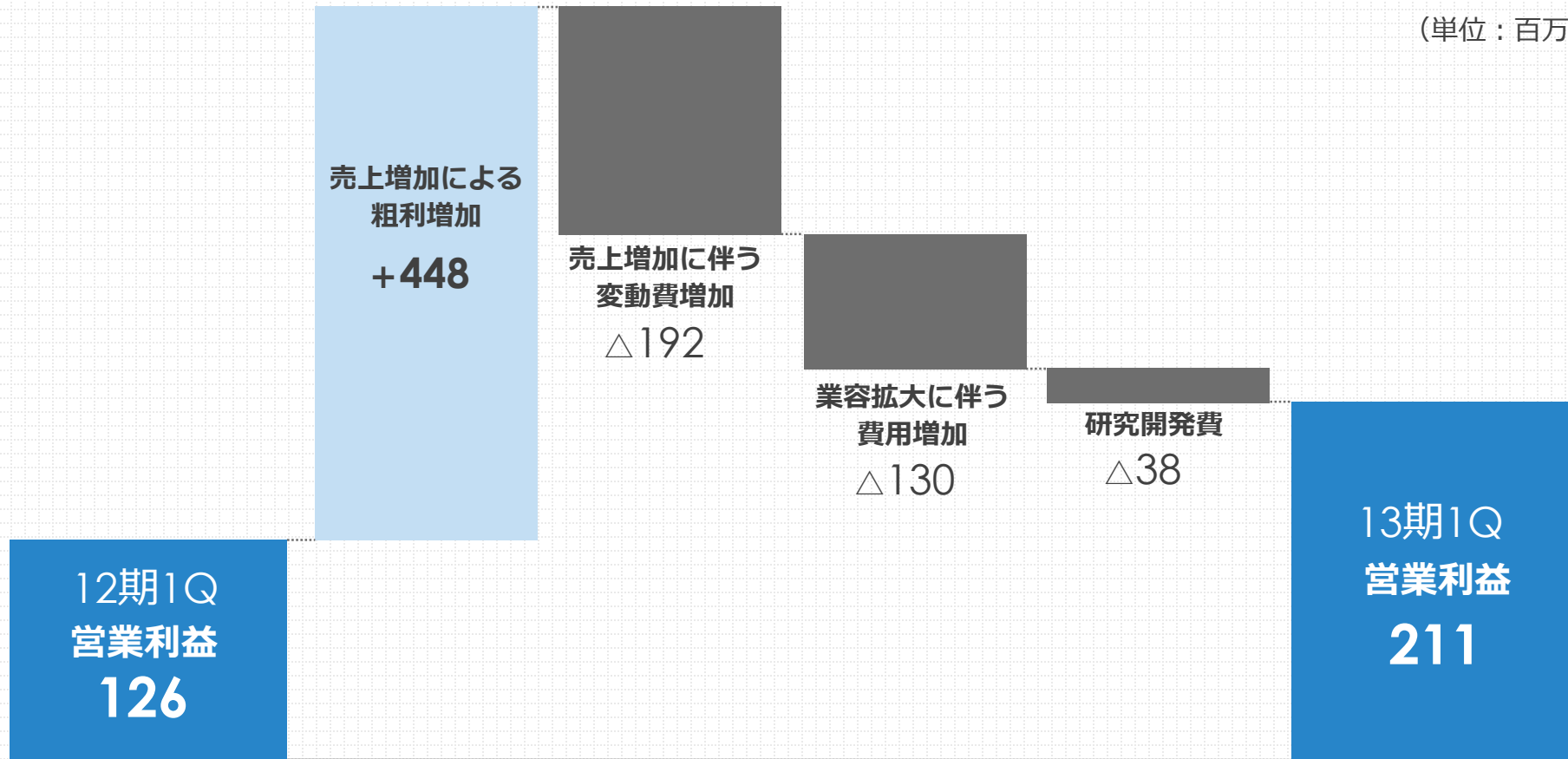
(単位：百万円)

	前第1四半期	売上比	当第1四半期	売上比	増減	前年同期比
<b>売上高</b>	<b>1,662</b>	100.0%	<b>2,481</b>	100.0%	819	<b>149.3%</b>
販売手数料	<b>78</b>	4.7%	<b>121</b>	4.9%	43	<b>155.2%</b>
荷造配送費	<b>215</b>	13.0%	<b>303</b>	12.2%	87	<b>140.8%</b>
給与及び手当	<b>95</b>	5.8%	<b>121</b>	4.9%	25	<b>126.4%</b>
研究開発費	<b>15</b>	0.9%	<b>53</b>	2.2%	38	<b>350.0%</b>
その他販管費	<b>325</b>	19.6%	<b>494</b>	19.9%	168	<b>151.6%</b>
<b>販管費合計</b>	<b>731</b>	44.0%	<b>1,094</b>	44.1%	363	<b>149.7%</b>
<b>営業利益</b>	<b>126</b>	7.6%	<b>211</b>	8.5%	85	<b>167.5%</b>

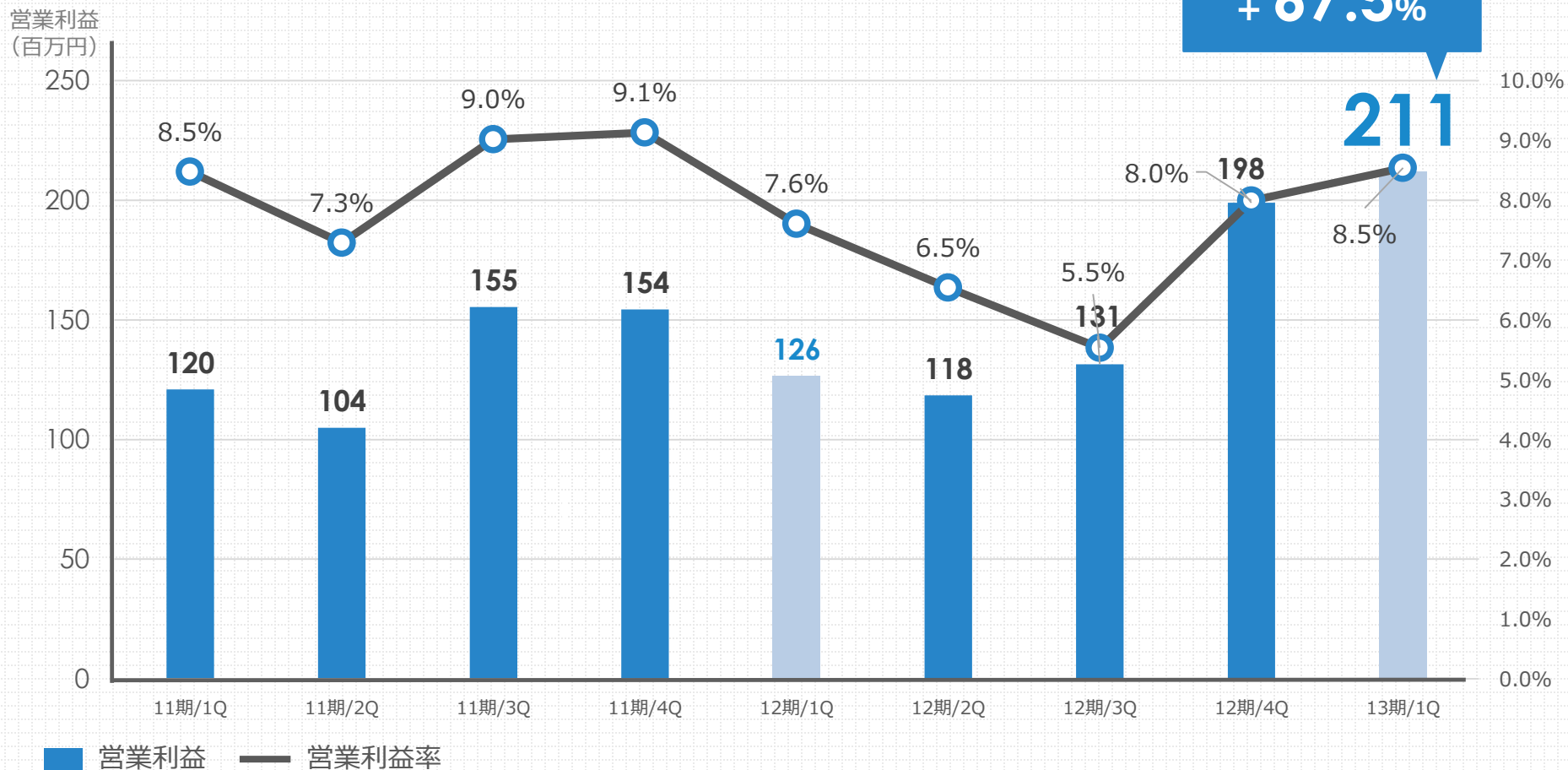
(注) 前第1四半期の売上高、販管費の各数値及び営業利益につきましては、監査又はレビューを受けておりません。

## ■ 主な要因は、売上増加による売上総利益（粗利）増加

(単位：百万円)



## 営業利益は、前年同期比 + 67.5%





## 新規上場に伴う公募増資を実施したことにより、株主資本が増加

(単位：百万円)

	前事業年度 (2016年3月31日)	当第1四半期末 (2016年6月30日)		前事業年度 (2016年3月31日)	当第1四半期末 (2016年6月30日)
<b>流動資産</b>	<b>3,375</b>	<b>4,181</b>	<b>流動負債</b>	<b>1,764</b>	<b>1,749</b>
うち、現預金	843	1,609	うち、借入債務	853	850
うち、売掛金	1,391	1,240	<b>固定負債</b>	<b>62</b>	<b>62</b>
うち、商品	1,037	1,138	<b>負債合計</b>	<b>1,826</b>	<b>1,811</b>
<b>固定資産</b>	<b>590</b>	<b>415</b>	<b>株主資本</b>	<b>2,167</b>	<b>2,902</b>
うち、有形・無形固定資産	240	271	<b>純資産合計</b>	<b>2,138</b>	<b>2,784</b>
<b>資産合計</b>	<b>3,965</b>	<b>4,596</b>	<b>負債純資産合計</b>	<b>3,965</b>	<b>4,596</b>

## アクセス人数は、前年同期比 + 42.9%

項目	当第1四半期期間 (3か月累計)
アクセス人数 (前年同期比)	142.9%
客単価 (前年同期比)	95.7%
CVR (前年同期比)	106.5%
商品数	1,029
新商品投下数	80
平均決済レート (注)	113円54銭
出荷個数 (前年同期比)	144.0%
従業員数 (各四半期会計期間末)	141名

(注) 一部為替予約を行っております。

## 季節商品や家電など、家具以外のジャンルの拡充 ユーザーの潜在ニーズをしっかりと捉えた商品を企画・展開



### ■ DCモーター扇風機

自然風のような柔らかい風で、風量の細かな調整が可能（8段階調整）

自社ブランドのデザイン家電（boltz）で  
季節商材として4月にリリース

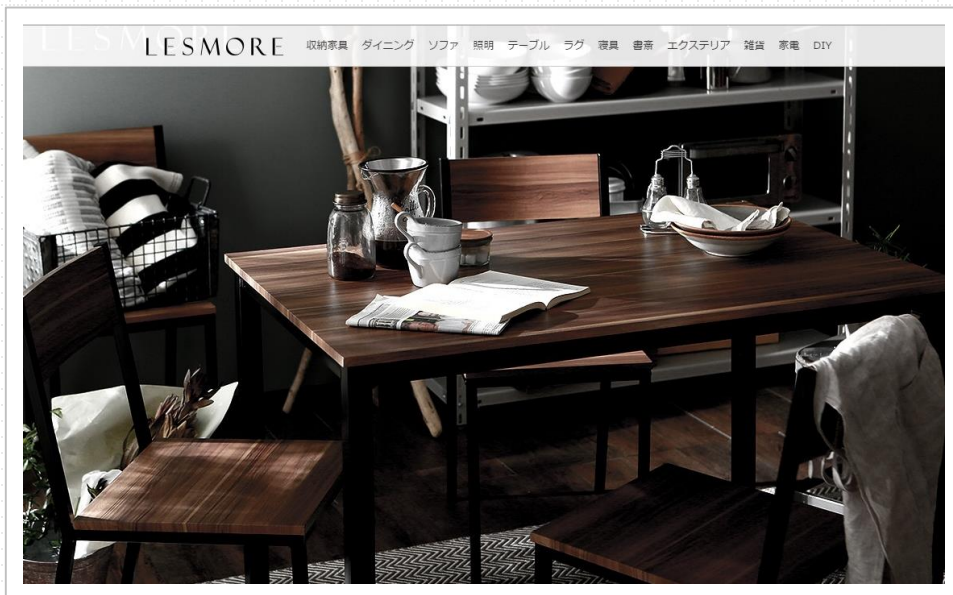


### ■ ポップアップテント

持ち運び便利で簡単設置。機能性と手頃な価格設定で初心者や女性でも利用しやすい。

当期初開拓の商品ジャンルとして  
5月にテントをリリース

## 新店舗「LESMORE (レスモア)」のご紹介 6ブランド目となる新たな家具インテリアショップをオープン



### ■ ブランド名

LESMORE (レスモア)

<http://www.rakuten.ne.jp/gold/lesmore/>

### ■ コンセプト

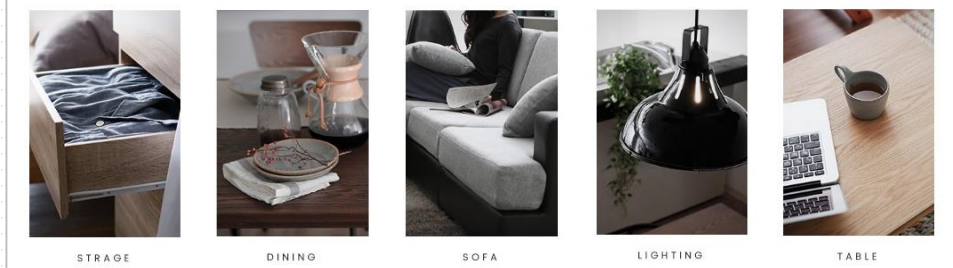
心惹かれるものだけを集めた、  
わたしだけの“Less is more”な生活

### ■ オープン日

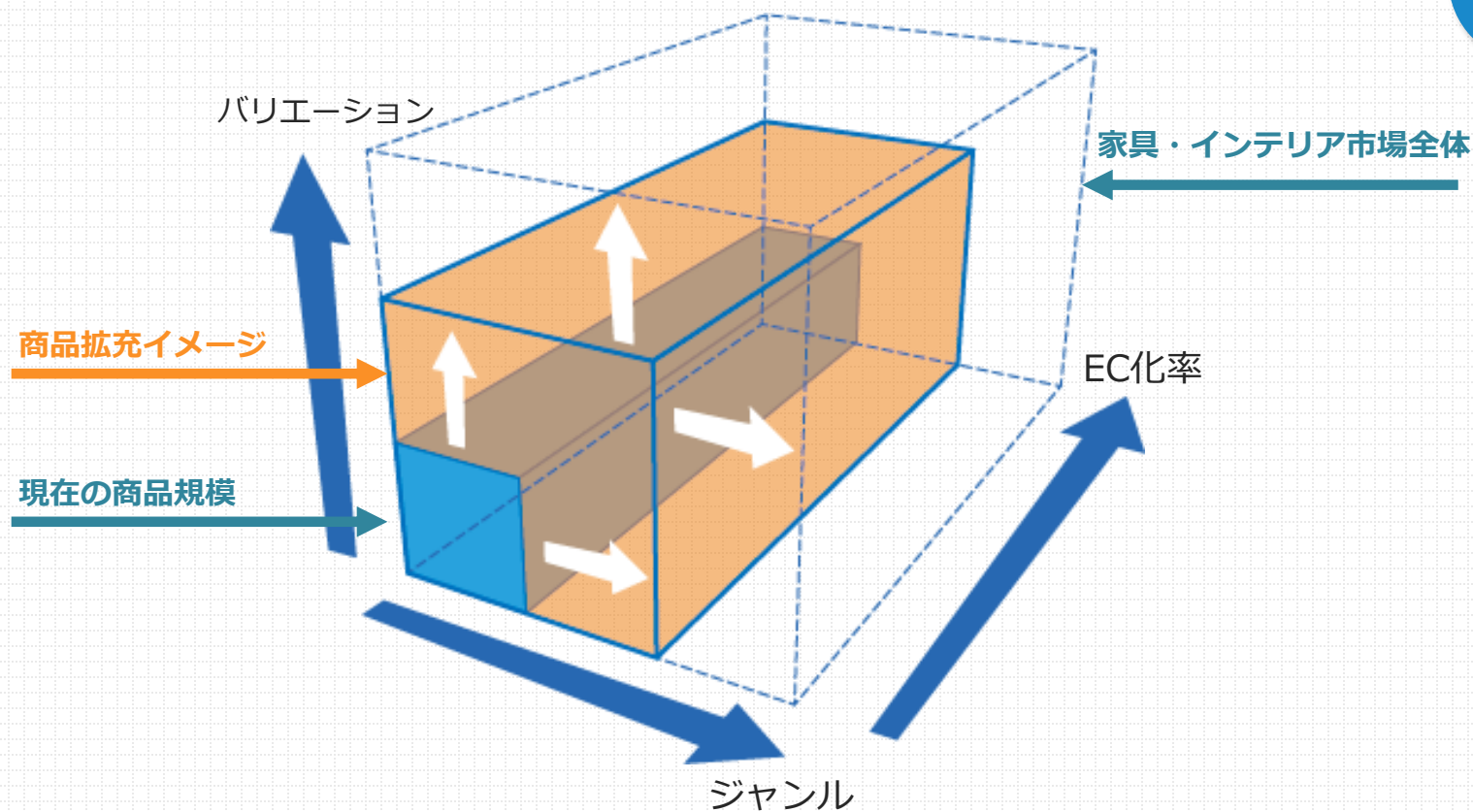
平成28年6月20日

### ■ ターゲット

30代～40代女性主婦層



## 継続して新商品開発に取り組み、ジャンルや バリエーションを広げた取扱い商品の拡充を行う

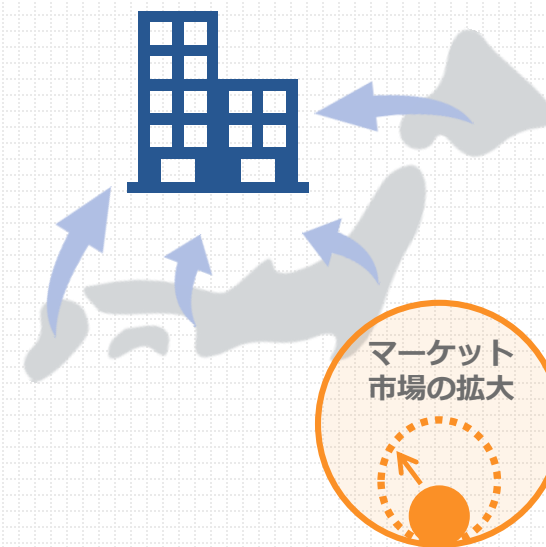


## ブランド力、認知度を向上させ 業界最大の取扱い店舗への成長を目指す



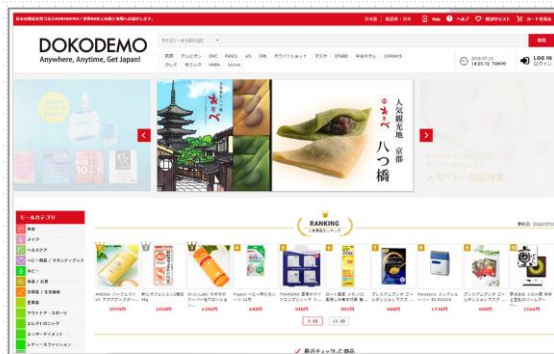
## 業界最大の取扱い店舗

VEGA corporation



業界最大の家具・インテリア用品  
取扱い店舗へ成長

## DOKODEMO事業の活動 (研究開発のトピック)



- 出荷実績 (累計 : 31か国)
- アフィリエイト広告開始
- 韓国へのプロモーション開始
- セミナー実施 (4/12,4/16)

アライドアーキテクツ株式会社が当社と共同で「越境EC」を軸にセミナーを開始

# 国内外のEC市場のシェア拡大と 家具・インテリア業界での最大シェア獲得率を目指す

1

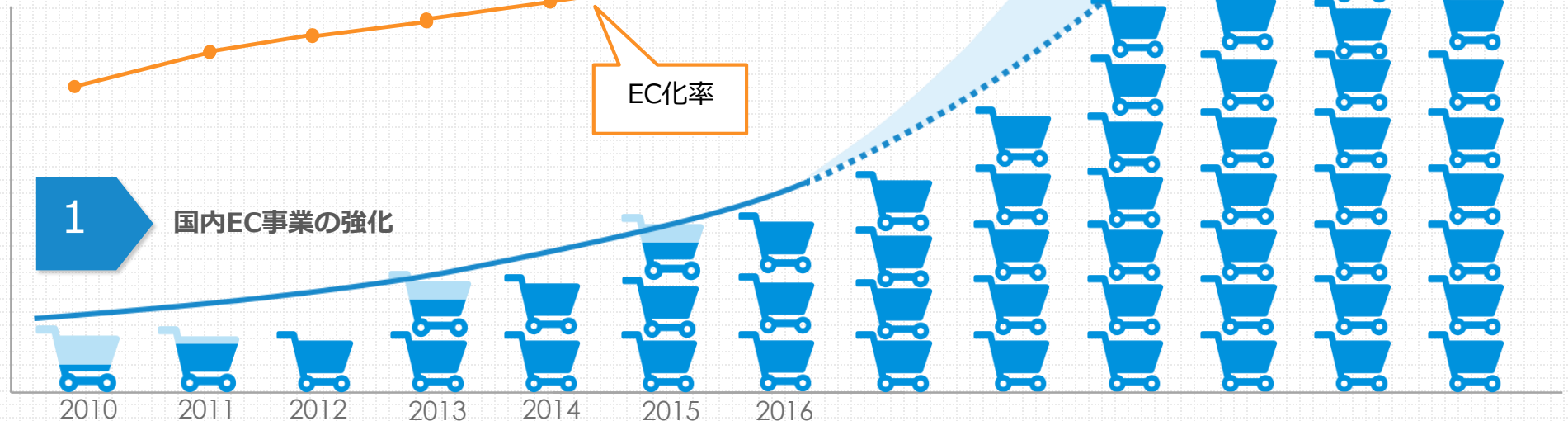
国内EC事業の強化  
・製造小売型ビジネスの強化

2

グローバルECサイトの展開  
・グローバルECサイトの構築

2

グローバルEC  
サイトの展開



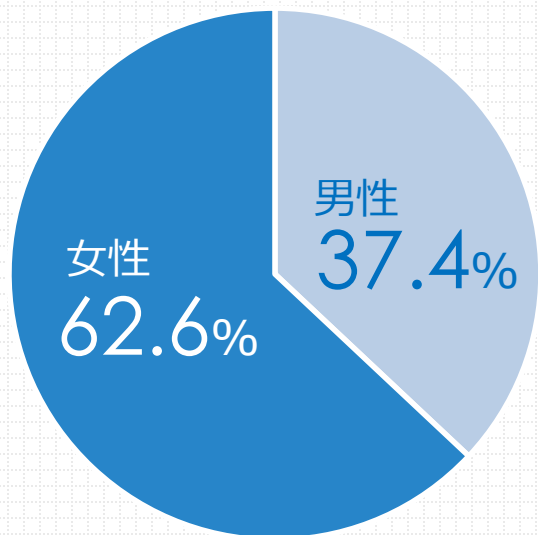
1

国内EC事業の強化

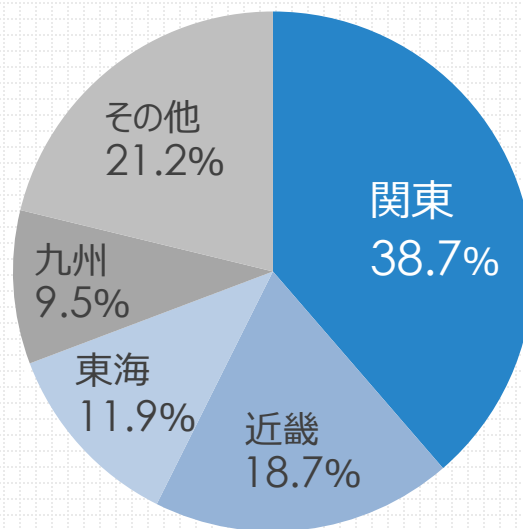


## 購入者属性 都市圏を中心に30代の購入者が多い

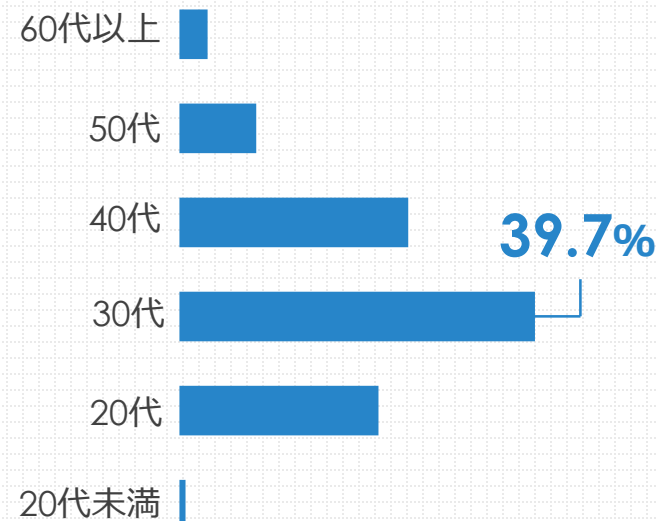
■ 男女比



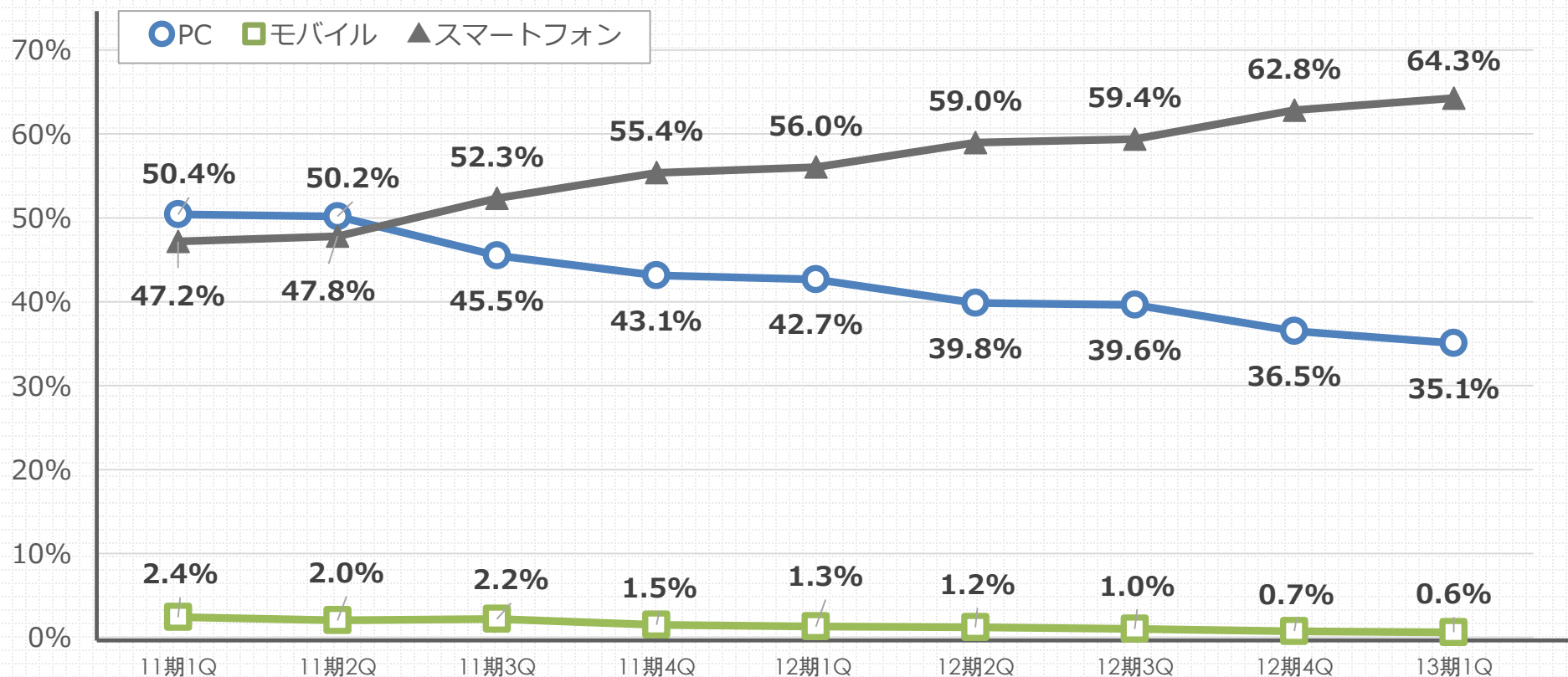
■ エリア分布



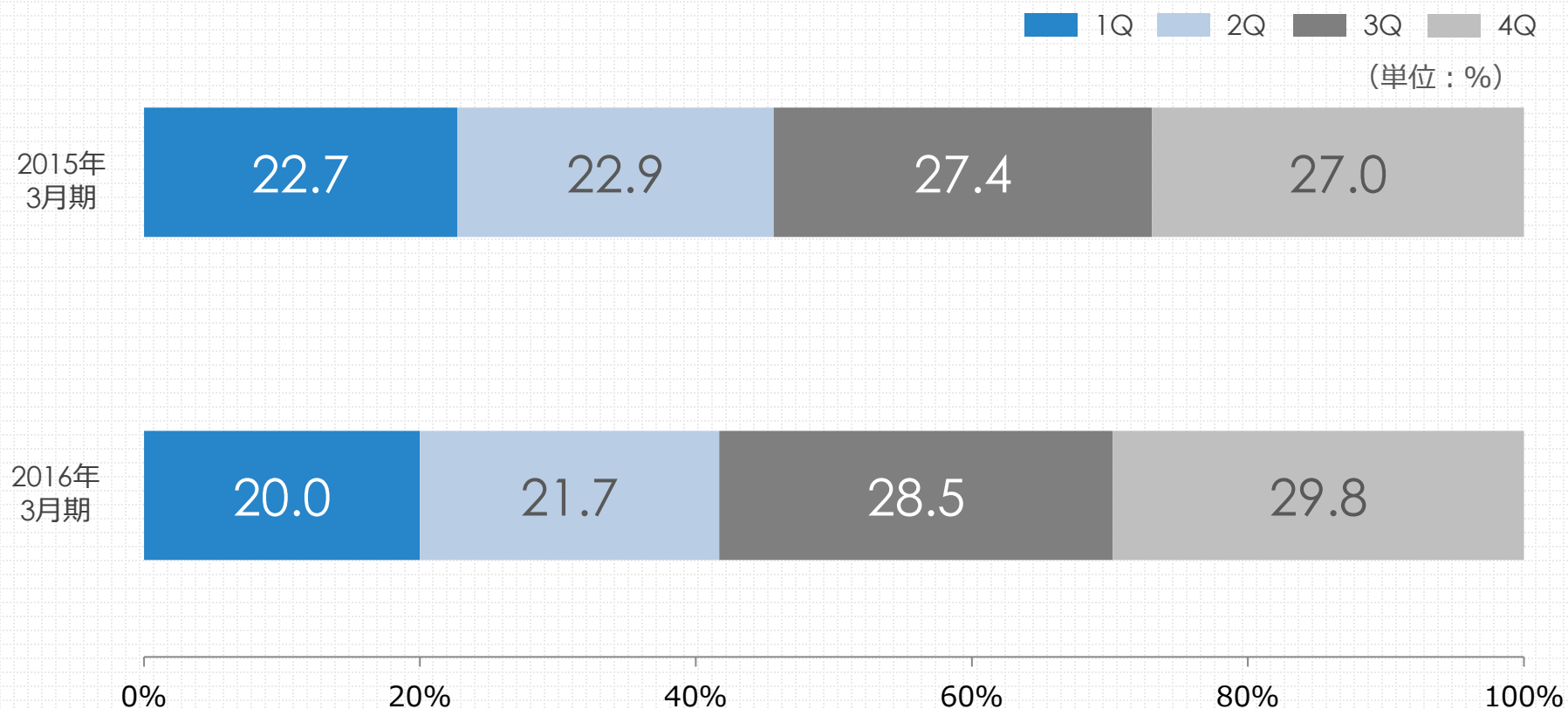
■ 世代分布



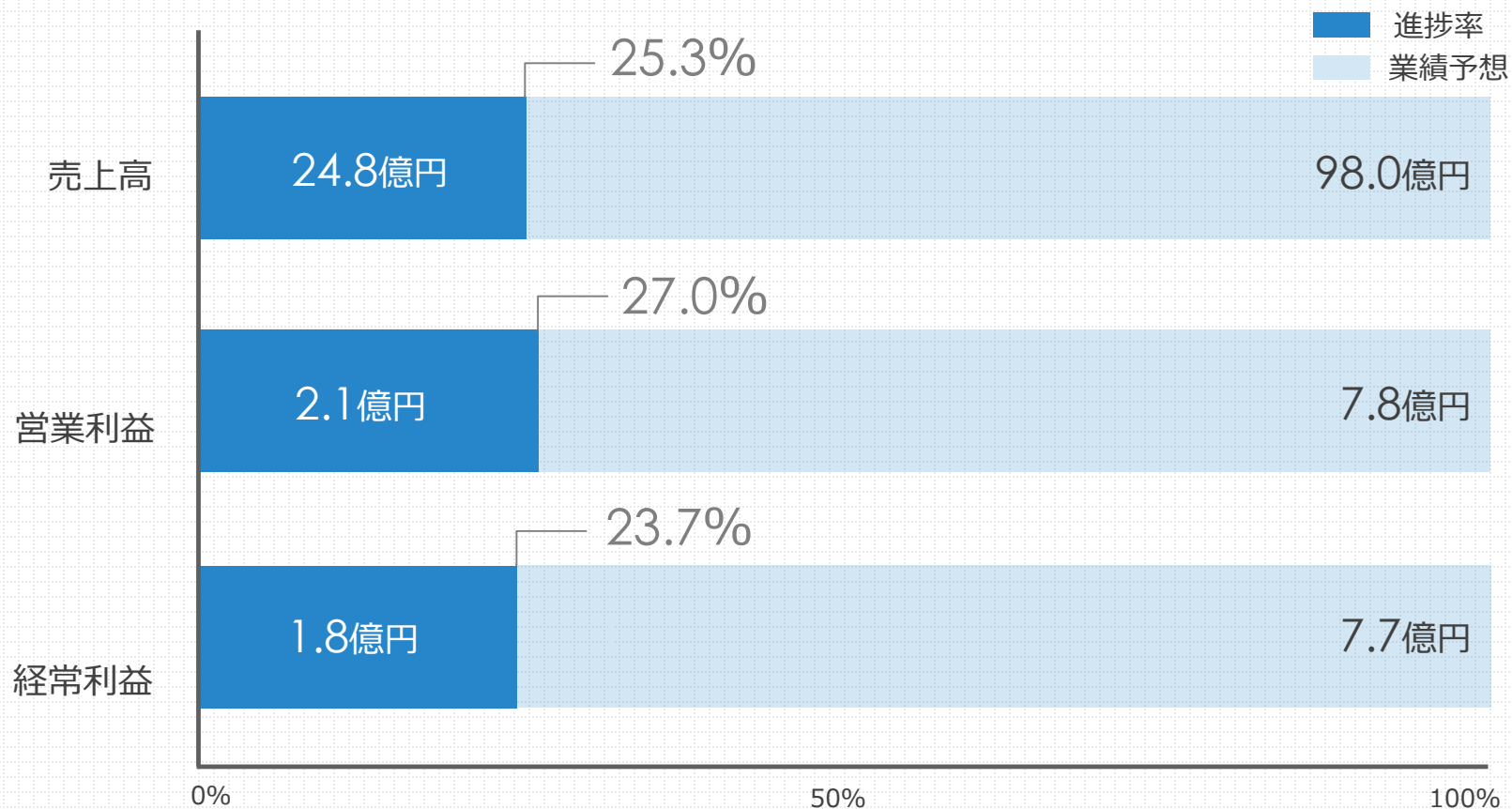
## PCとスマホのアクセス比率が逆転し、スマホからのアクセスが年々増加 当期ではPCの1.83倍となっている



## 過去実績において、下期の売上割合が多い傾向あり



## 堅調に推移



業績予測は変更しておりません。

当資料に記載されている意見や予測は、当資料作成時点における当社の判断に基づき作成しております。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は本資料に含まれる情報の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。



**VEGA** corporation