



2018年3月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社ベガコーポレーション
東証マザーズ (3542)

- 1 2018年3月期 第2四半期決算概要
- 2 2018年3月期 第2四半期業績予想との差異
- 3 通期業績予想の修正と下期の対策
- 4 2018年3月期 第2四半期トピック
- 5 今後の展開
- 6 ご参考資料

2018年3月期 第2四半期決算概要

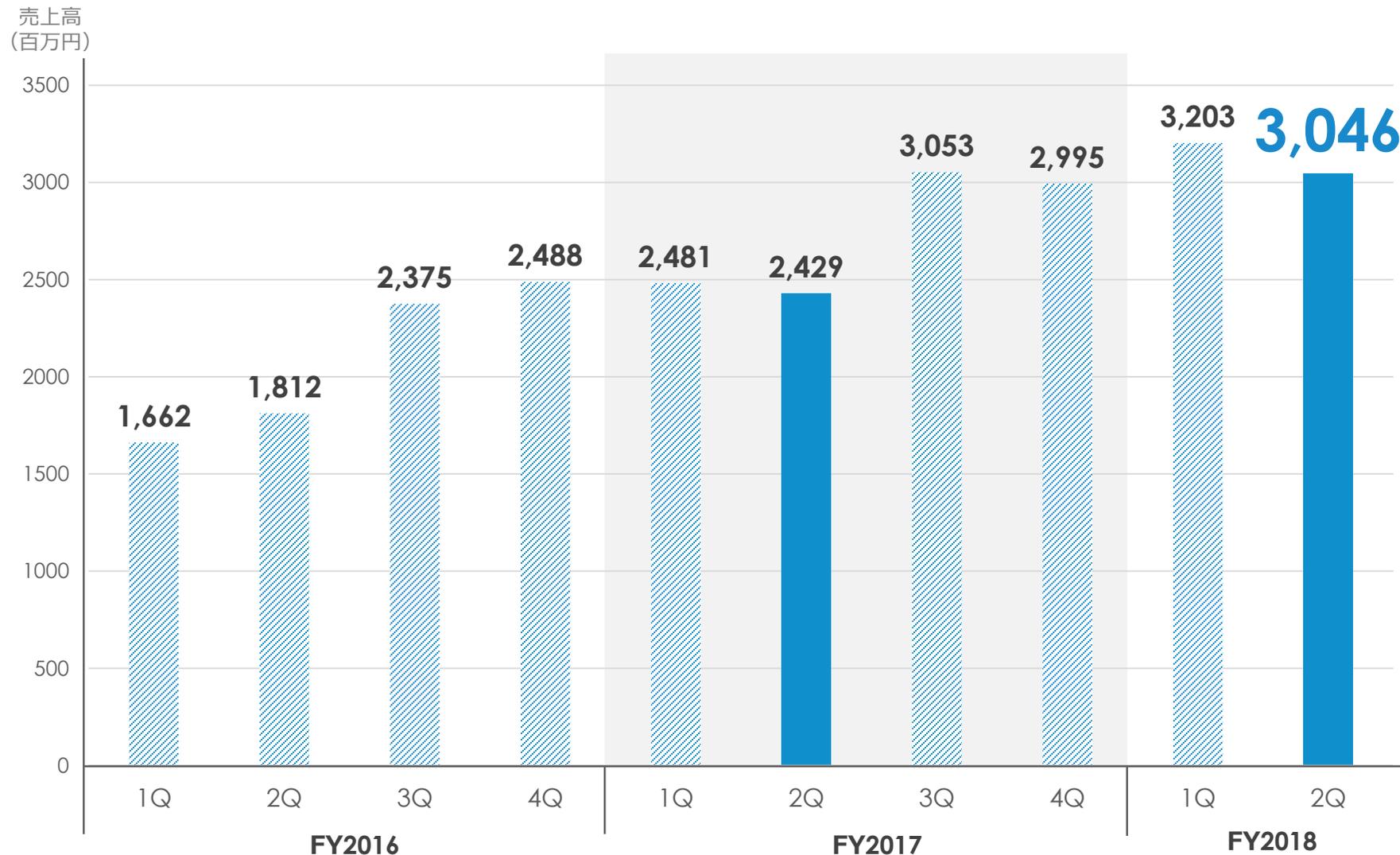
売上高 +27.3%増収、営業利益△52.9%減益
原価率上昇及び物流コスト等上昇により販管費増加

(単位：百万円)

	前第2四半期	売上比	当第2四半期	売上比	増減	前期比
売上高	4,911	100.0%	6,250	100.0%	+1,339	127.3%
売上総利益	2,592	52.8%	3,188	51.0%	+595	123.0%
販管費	2,238	45.6%	3,021	48.3%	+782	135.0%
営業利益	353	7.2%	166	2.7%	△187	47.1%
経常利益	328	6.7%	173	2.8%	△155	52.8%
四半期純利益	216	4.4%	106	1.7%	△110	49.2%

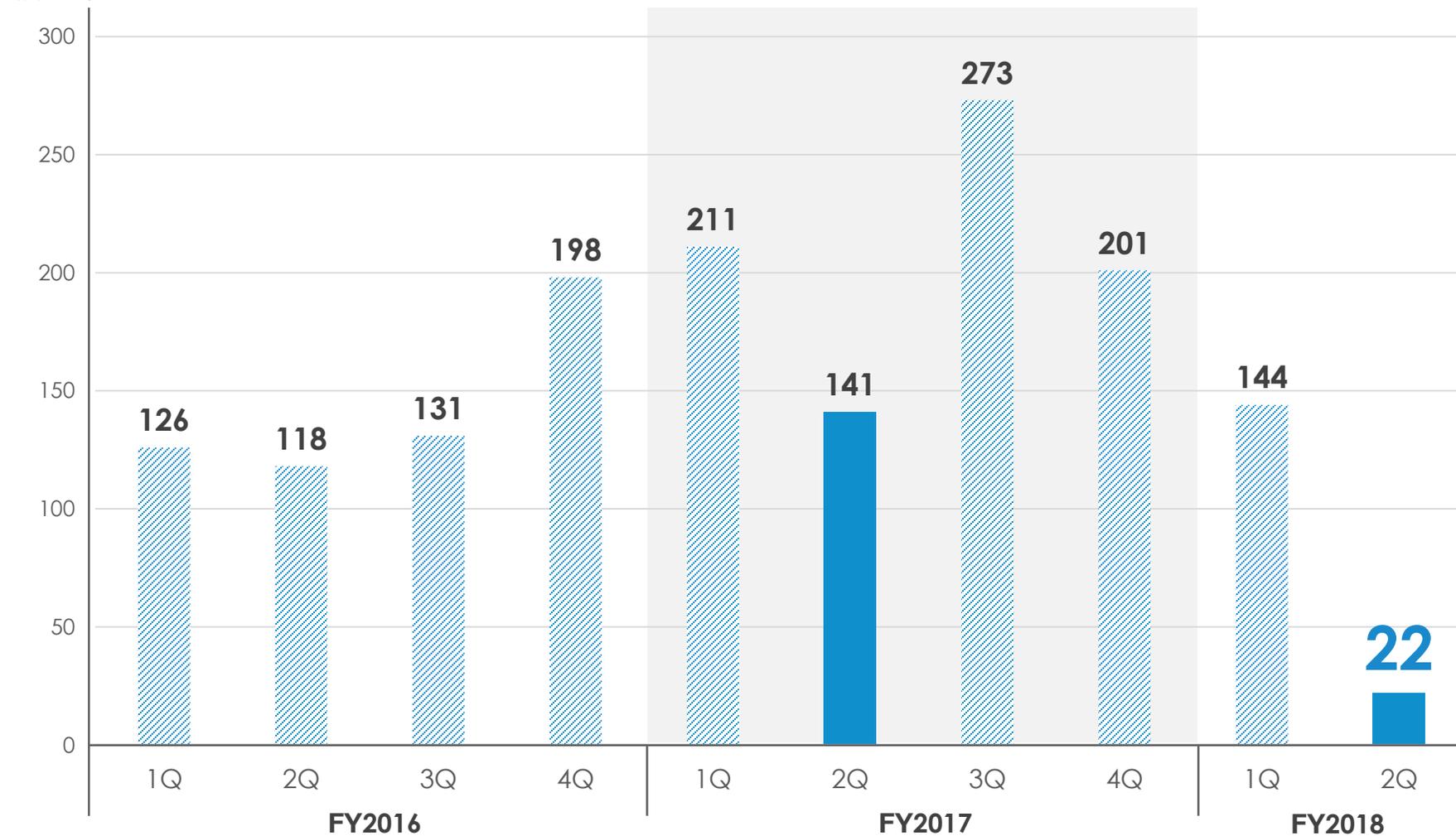
(※) 本資料の開示時点において、金融商品取引法に基づく監査・レビュー手続きを実施中であります。

前年同四半期（2Q）比で +25.4%の伸び



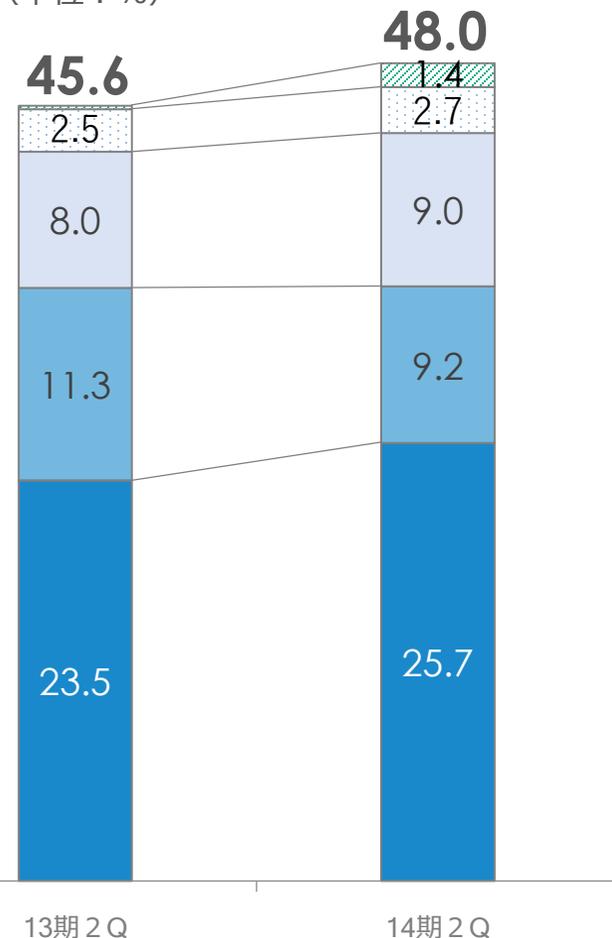
前年同四半期（2Q）比で△84.1%の減少
原価率上昇及び販管費増加の影響

営業利益
(百万円)



荷造配送費、広告宣伝費、研究開発費の増加により販管費率上昇

(単位：%)



前期比 + 2.4%

■ 販売関連費 +2.1pt
荷造配送費 +2.0pt

■ 人件費 △2.1pt
業務効率改善

■ 固定費 +0.9pt
保管費 +0.5pt

■ 研究開発費 +0.2pt
家具プラットフォーム事業開始（前2Q以降）

■ 広告宣伝費 +1.2pt
福岡 ソフトバンクホークスオフィシャルスポンサー等

(※) 販管費比率は、対売上高比率であります。

(※) 研究開発費は収益と支出を純額で記載しているため、損益計算書上の販管費率と一致いたしません。

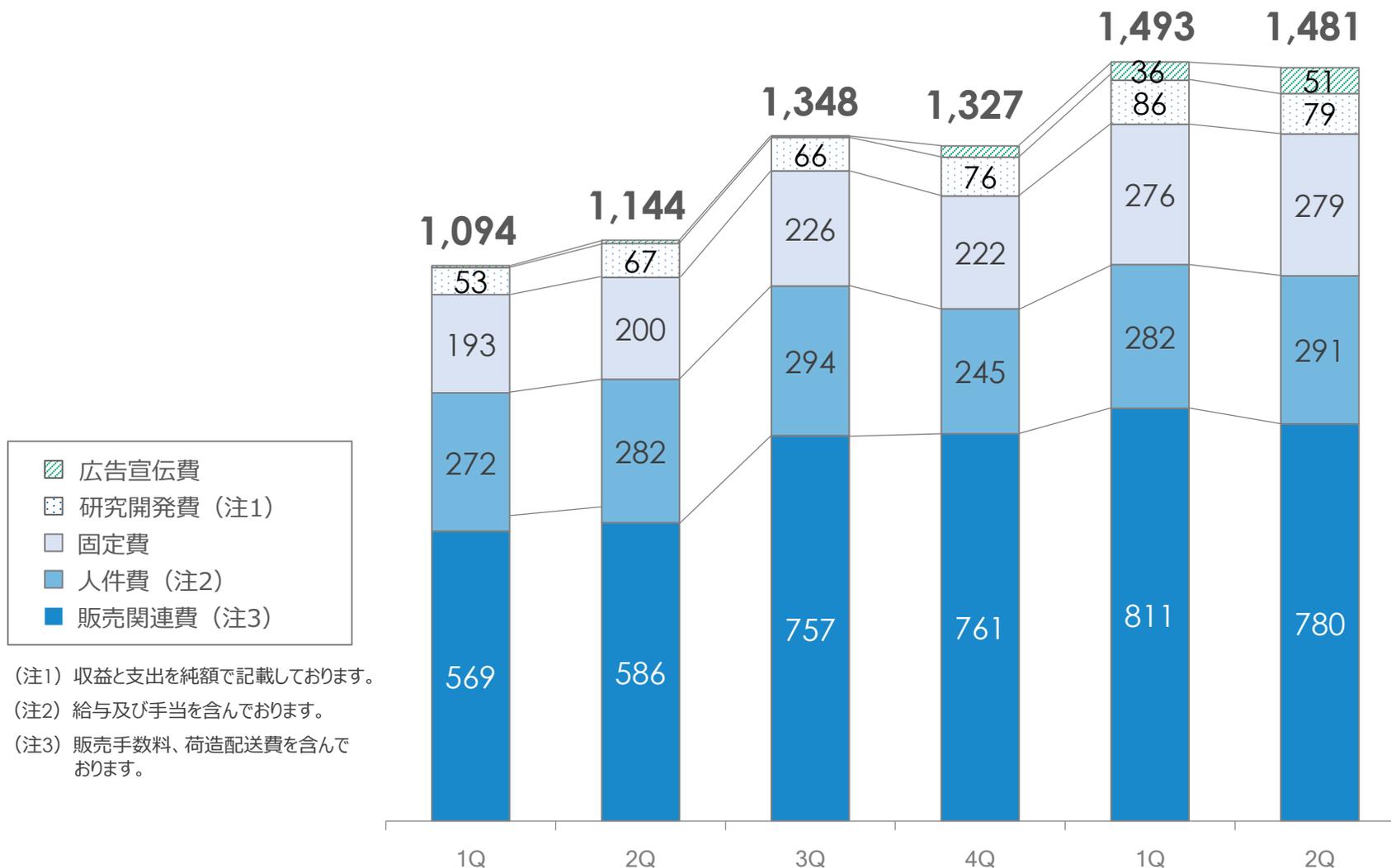
- 広告宣伝費
- 研究開発費 (注1)
- 固定費
- 人件費 (注2)
- 販売関連費 (注3)

(注1) 収益と支出を純額で記載しております。

(注2) 給与及び手当を含んでおります。

(注3) 販売手数料、荷造配送費を含んでおります。

（単位：百万円）



- (注1) 収益と支出を純額で記載しております。
- (注2) 給与及び手当を含んでおります。
- (注3) 販売手数料、荷造配送費を含んでおります。

(※) 研究開発費は収益と支出を純額で記載しているため、損益計算書上の販管費と一致いたしません。

(単位：百万円)

	前事業年度 (2017年3月期末)	当第2四半期 (2017年9月期末)		前事業年度 (2017年3月期末)	当第2四半期 (2017年9月期末)
流動資産	4,839	4,893	流動負債	1,752	1,754
うち、現預金	1,430	1,126	うち、借入債務	820	820
うち、売掛金	1,694	1,522	固定負債	3	12
うち、商品	1,532	2,047	負債合計	1,756	1,767
固定資産	497	587	株主資本	3,577	3,684
うち、有形・無形固定資産	275	290	純資産合計	3,580	3,713
資産合計	5,336	5,480	負債純資産合計	5,336	5,480

(※) 本資料の開示時点において、金融商品取引法に基づく監査・レビュー手続きを実施中であります。

項目	2017年3月期				2018年3月期	
	1Q (4月~6月)	2Q (7月~9月)	3Q (10月~12月)	4Q (1月~3月)	1Q (4月~6月)	2Q (7月~9月)
アクセス人数 (前年同四半期比)	142.9%	132.4%	120.6%	123.1%	127.2%	128.0%
客単価 (前年同四半期比)	95.7%	94.5%	109.0%	98.0%	95.4%	94.3%
CVR (前年同四半期比)	106.5%	108.2%	97.1%	102.4%	111.9%	106.3%
商品数	1,029	1,172	1,307	1,311(注1)	1,442	1,594
新商品投下数	80	143	135	117	131	152
平均決済レート(注2)	113円54銭	109円28銭	110円96銭	113円06銭	110円60銭	109円87銭
従業員数 (各四半期会計期間末)	141名	152名	157名	163名	175名	187名

(注1) 廃番商品を除いたため3Qの商品数+新商品投下数の数と異なります。

(注2) 一部為替予約を行っております。

2018年3月期 第2四半期業績予想との差異

原価率上昇及び物流コスト上昇等によるコスト増加が主な要因

(単位：百万円)

第2四半期（累計）	2017年4月28日 前回発表予想	実績	増減額	増減率	(ご参考) 前期第2四半期 実績
売上高	6,300	6,250	△49	△0.8%	4,911
営業利益	360	166	△193	△53.7%	353
経常利益	360	173	△186	△51.8%	328
四半期純利益	220	106	△113	△51.6%	216
1株当たり 四半期純利益（円）	21.27	10.30	—	—	43.67

1. 原価率上昇

- 大手インターネットモール内の価格競争が増し、対策としてコモディティ商品の売価値下げ等を実施

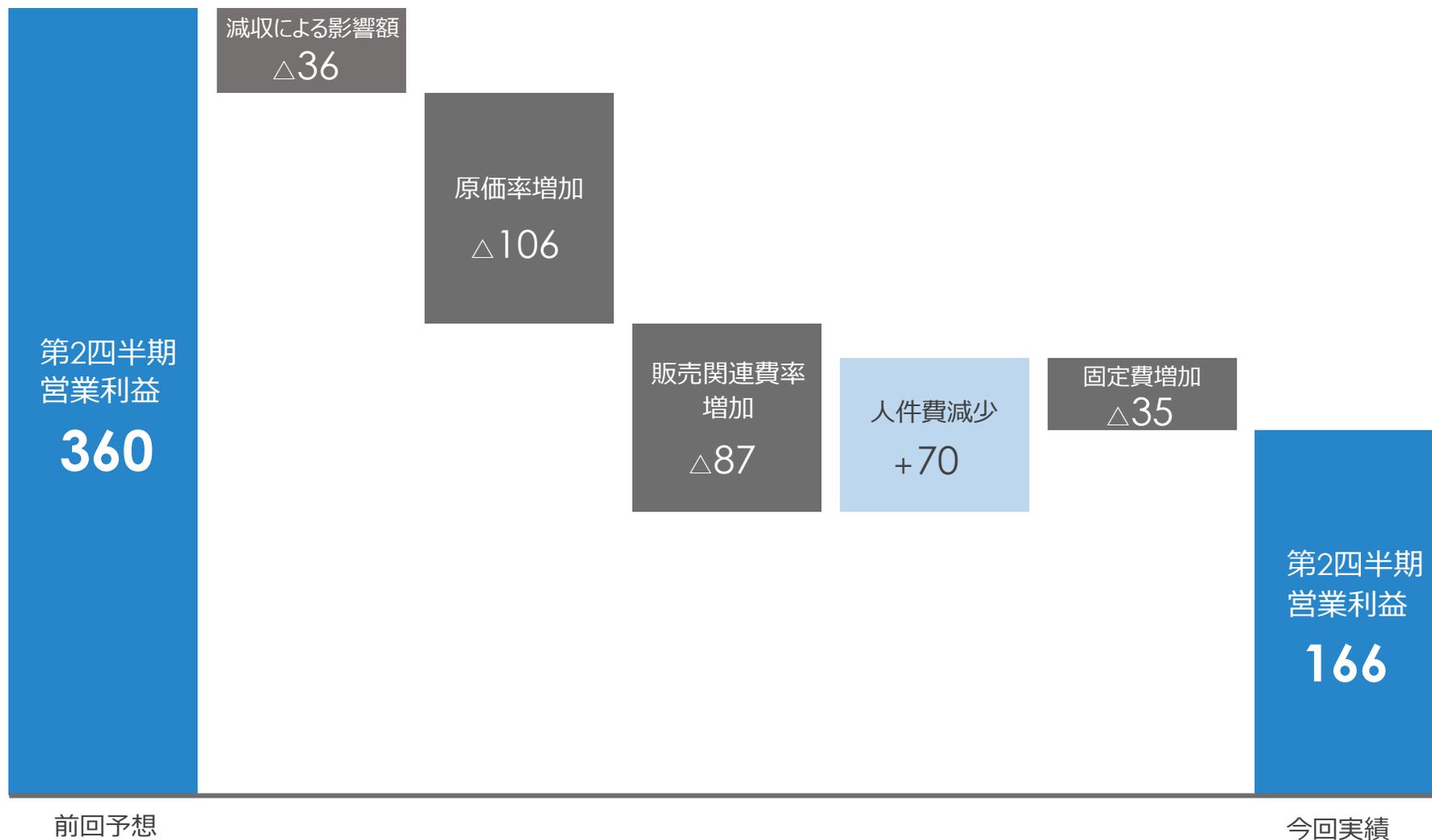
原価率：計画比 +1.7pt

2. 物流コスト上昇

- 一部配送会社のBtoC業務撤退に伴う配送会社変更による配送単価上昇
- 既存配送会社の値上げ要請に伴う配送単価上昇
- コモディティ商品売価値下げに伴う荷造配送費割合が上昇

荷造配送費（売上高）比率：計画比 +1.5pt

(単位：百万円)



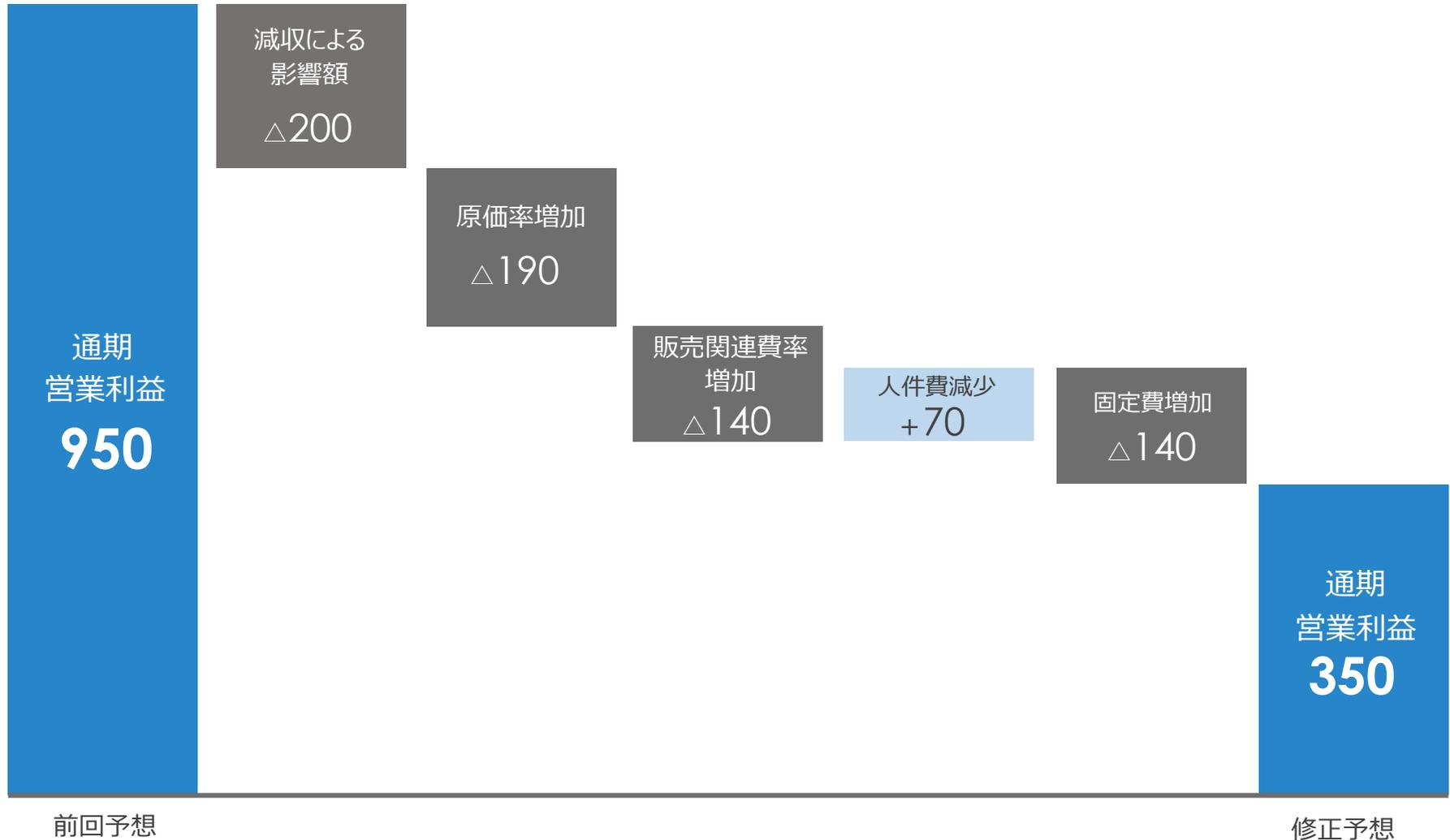
通期業績予想の修正と下期の対策

売上高の減少、原価率上昇及び 物流コスト等上昇による販管費増加により下方修正

（単位：百万円）

通期	2017年4月28日 前回発表予想	2017年10月31日 修正予想	増減額	増減率	（ご参考） 前期実績
売上高	13,700	13,100	△600	△4.4	10,960
営業利益	950	350	△600	△63.2	828
経常利益	930	370	△560	△60.2	808
当期純利益	580	230	△350	△60.3	786
1株当たり 当期純利益（円）	56.07	22.23	—	—	77.65

(単位：百万円)



- 1 原価率改善**
- 2 物流コスト抑制**
- 3 研究開発費の効率的投資**
- 4 広告宣伝費の追加投資**

2018年3月期 第2四半期トピック

座椅子

「42段ギア搭載リクライニングチェア」

2017.07リリース



テレビ台

「壁面収納キャットウォークテレビボード」

2017.08リリース



机・デスク

「ラック一体型デスク」

2017.08リリース



「Hello Kitty Hello Life (ハローキティハローライフ)」との コラボレーションソファを開発

Hello Kitty Hello Life  **LOWYA**



©1976, 2017 SANRIO CO., LTD.



©1976, 2017 SANRIO CO., LTD.

※LOWYA本店で数量限定販売となっております。

着る毛布「Groony（グルーニー）」シリーズ2017コレクション 今季よりブランドイメージをリファインし販売をスタート



GROONY

■ 累計出荷枚数

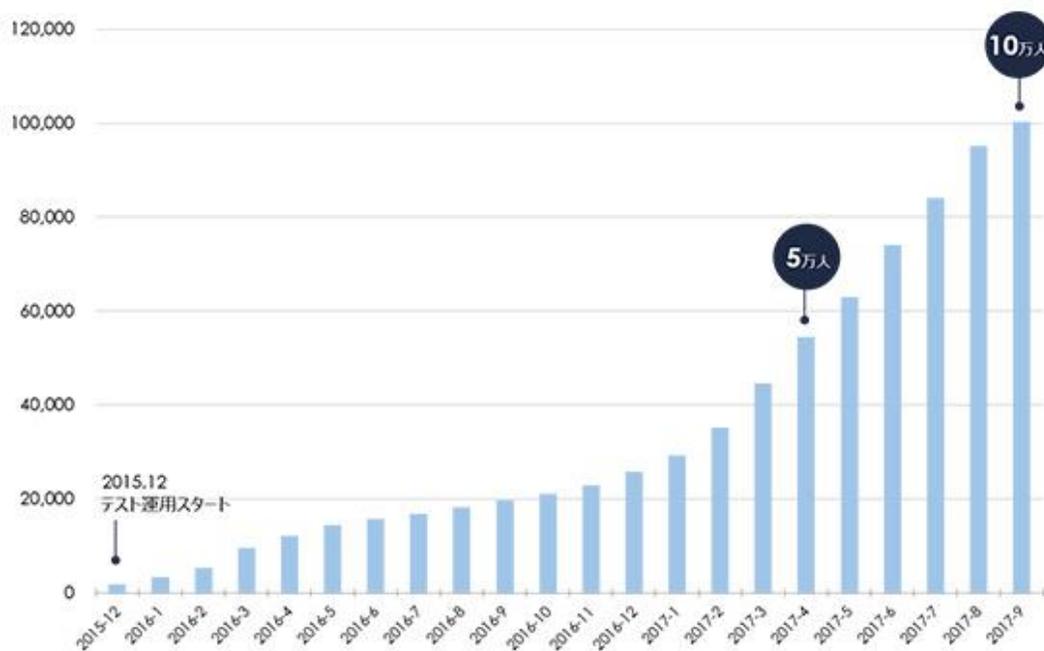
431,000枚

(シリーズ累計)

※2017年9月末付



平成27年12月のテスト運用開始以来 会員登録数は10万人を突破いたしました

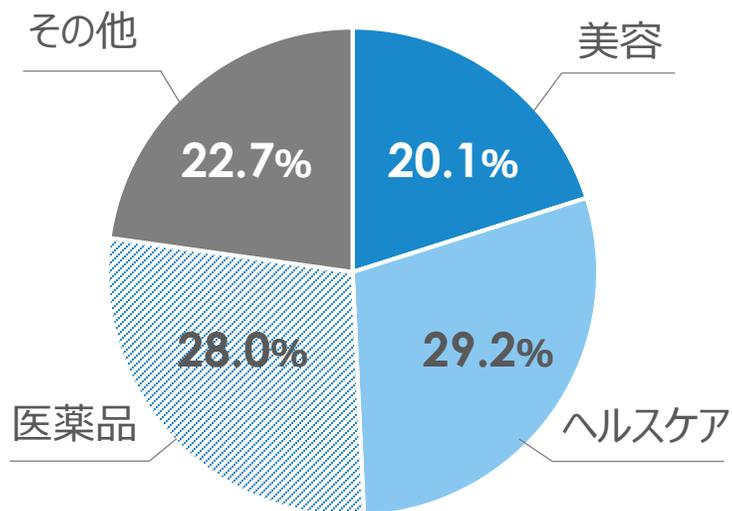


- 会員数： 約106,000人
 - 取扱い商品数： 約67,000点
 - 配送国実績： 70の国と地域
- ※リリースから2017年9月までの累計

月間流通総額は5,000万円を突破

ジャンル別売上比率

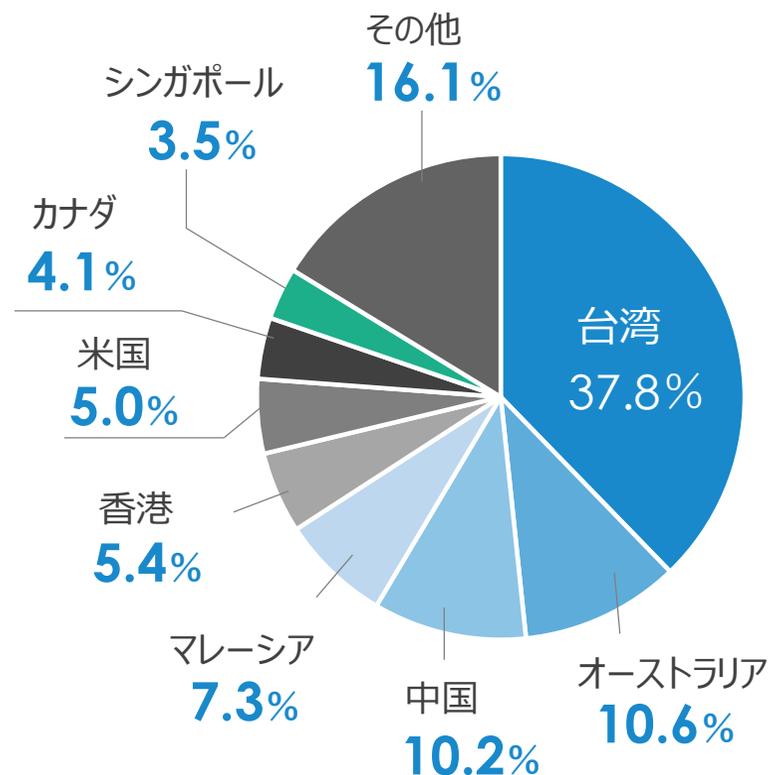
「美容」「ヘルスケア」「医薬品」のカテゴリ
割合が多い



配送実績および配送国割合

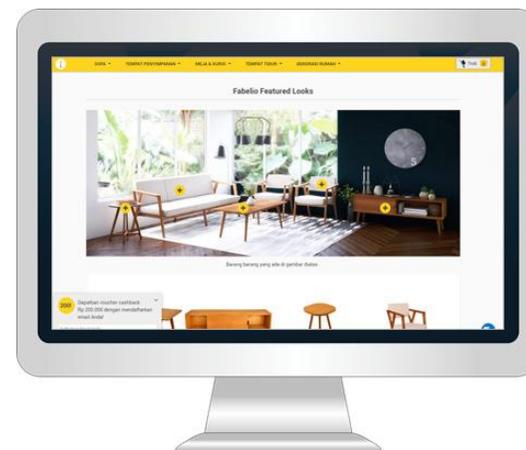
配送実績 (累計:70の国と地域)

※リリースから2017年9月までの累計



※ジャンル別売上比率、配送国割合は、2017.04~09において算出

海外家具EC事業の拡大を見込み インドネシア家具EC事業「Fabelio」へ出資



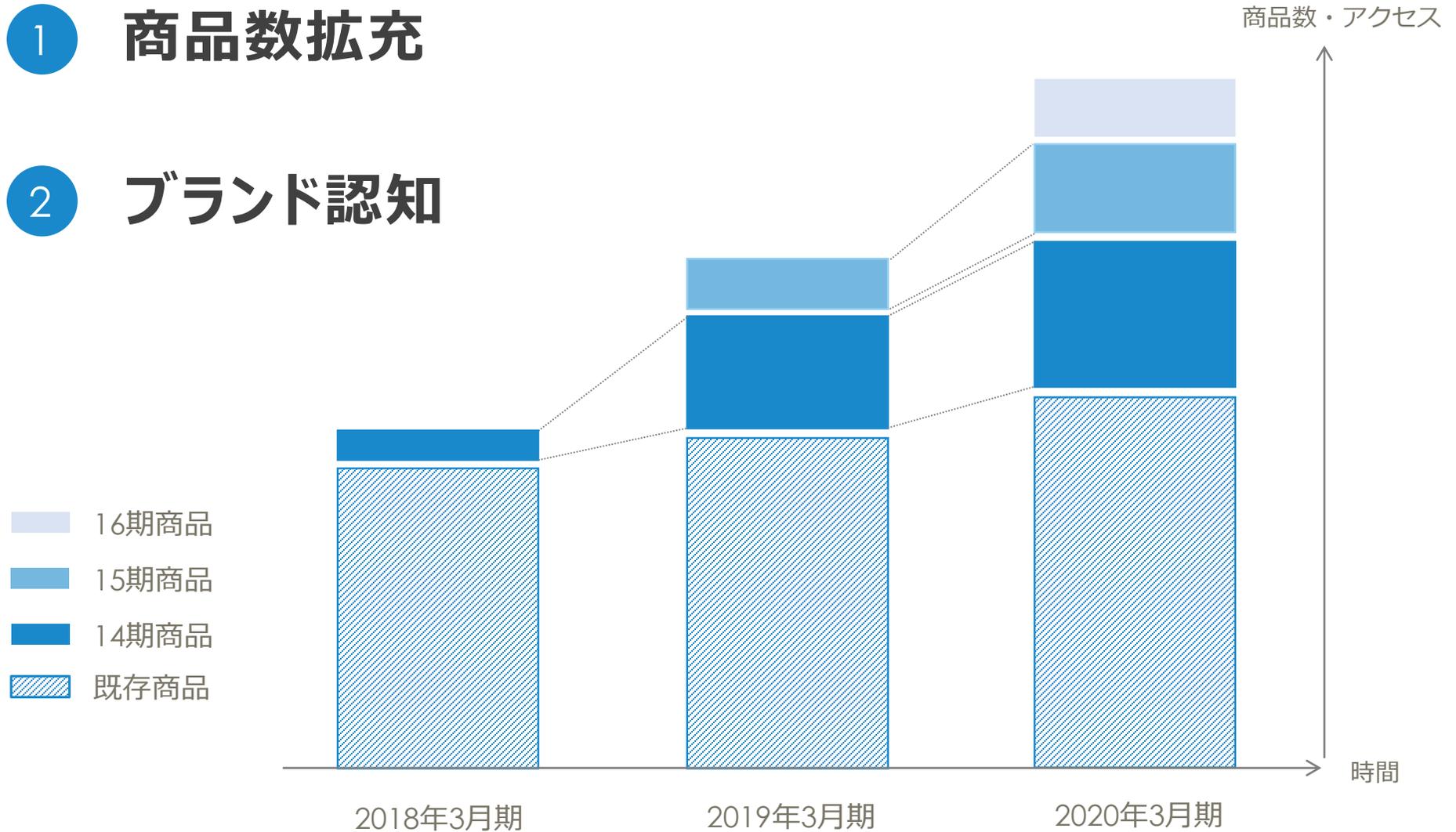
会社名	FORTUNE 500 INVESTMENTS (S) PTE. LTD.
本社	シンガポール
代表者の役職・氏名	DIRECTOR Krishnan Mullasserri Menon
出資持分	2.3%
投資対象	インドネシアの家具EC事業「Fabelio」 https://fabelio.com/

今後の展開

- ① **家具Eコマース事業**
- ② **越境ECプラットフォーム事業**
- ③ **家具プラットフォーム事業**

1 商品数拡充

2 ブランド認知



- 1 出店企業様、取扱い商品数の拡大
- 2 日本と海外をつなぐ基盤作り

DOKODEMOがカバーする3つの需要

▶ **インバウンド需要**

Inbound Needs



▶ **タビアト需要**

Needs after Travel



▶ **Webインバウンド需要**

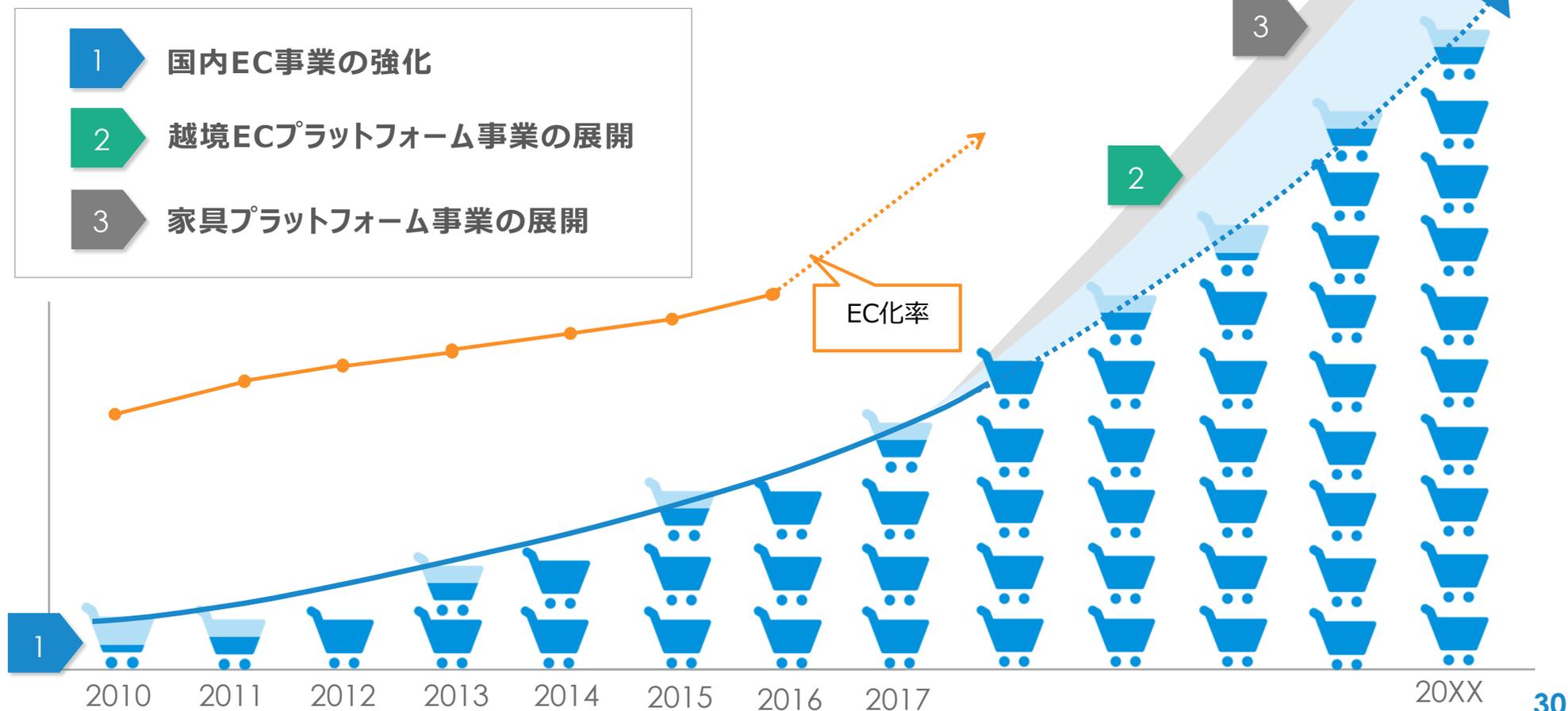
Web Inbound Needs



家具・インテリア業界に特化した ECプラットフォームを開発中



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



ご参考資料

商号	株式会社ベガコーポレーション
本社	福岡県福岡市博多区祇園町7-20 博多祇園センタープレイス4階
支社	東京都渋谷区恵比寿南3-5-7 デジタルゲートビル2階
代表取締役社長	浮城 智和
従業員数	187名（2017年9月末現在）
設立	2004年7月
資本金	8億7,447万円（2017年9月末現在）
株式市場	東京証券取引所マザーズ市場
証券コード	3542
決算期	3月
事業内容	家具・インテリア等のインターネット通信販売事業、 越境ECプラットフォームの運営等

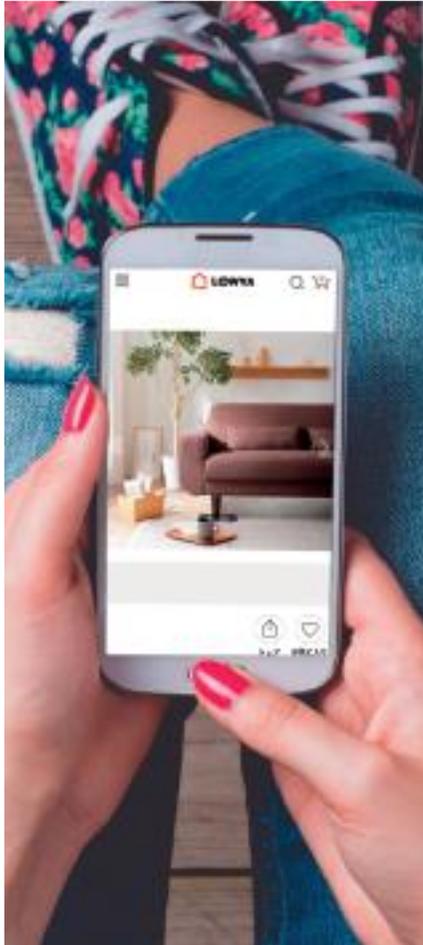
「D2C」と言われるビジネスモデルを2007年から採用

D2C (Direct To Consumer) とは

自らがメーカーであり、自社で企画、製造した商品を自社のECサイトで販売するモデル



- ・インターネット、スマートフォン等の利用上昇とともに成長
- ・消費者の反応や情報をスピーディに分析・改善でき、データを活用した商品開発やマーケティングが可能



■ 自社オリジナル商品の開発

商品のブランディングに力を入れ、高品質な商品を適正価格で提供できています。

■ クリエイティブなネット販売力

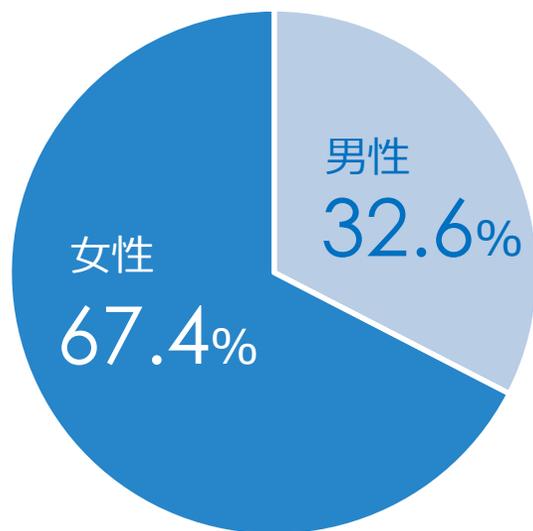
生活空間のスタイル提案を行い、ネットだけで意思決定ができる情報の提供を行っています。

■ ネット専業による運営コストの削減

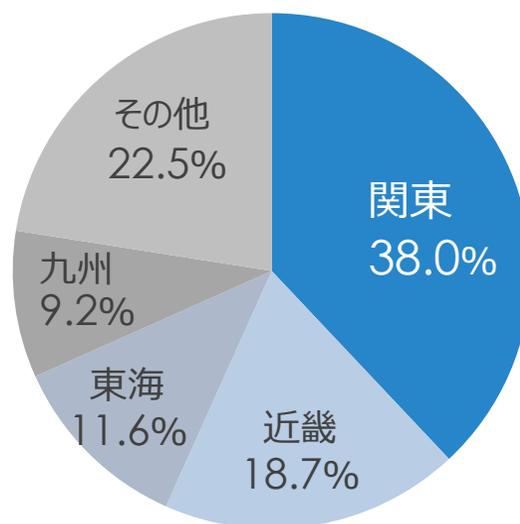
情報の収集・分析が行い易く、商品や施策の改善をスピーディに実現することができます。

購入者属性（2017.07～2017.09）都市圏を中心に30代女性の購入者が多い

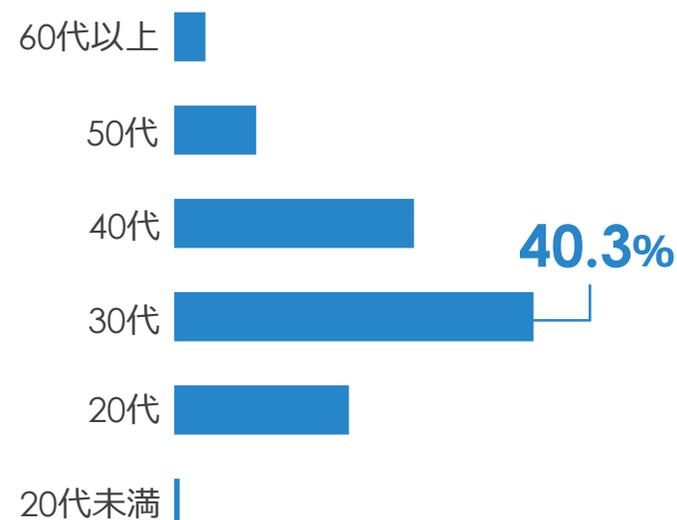
男女比



エリア分布



世代分布



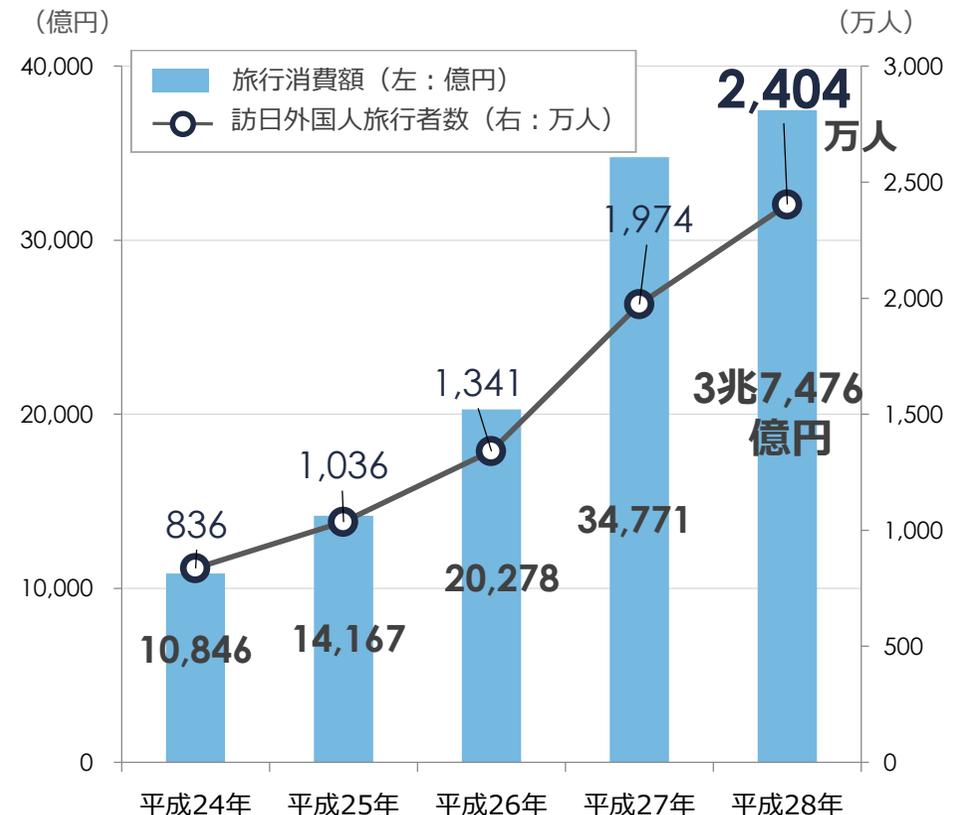
越境EC市場規模は年々拡大し、加えて 訪日外国人の旅行者数および旅行消費額も増加している

■ 越境EC市場規模（2016年）

(単位：億円)

国 (消費国)	日本からの 購入額	米国からの 購入額	中国からの 購入額	合計
日本 (対前年比)		2,170	226	2,396
		7.5%	7.9%	7.5%
米国 (対前年比)	6,156		4,259	10,415
	14.4%		16.5%	15.2%
中国 (対前年比)	10,366	11,371		21,737
	30.3%	34.7%		32.6%
合計 (対前年比)	16,522	13,542	4,486	34,549
	23.9%	29.5%	16.0%	24.9%

■ 訪日外国人消費動向調査

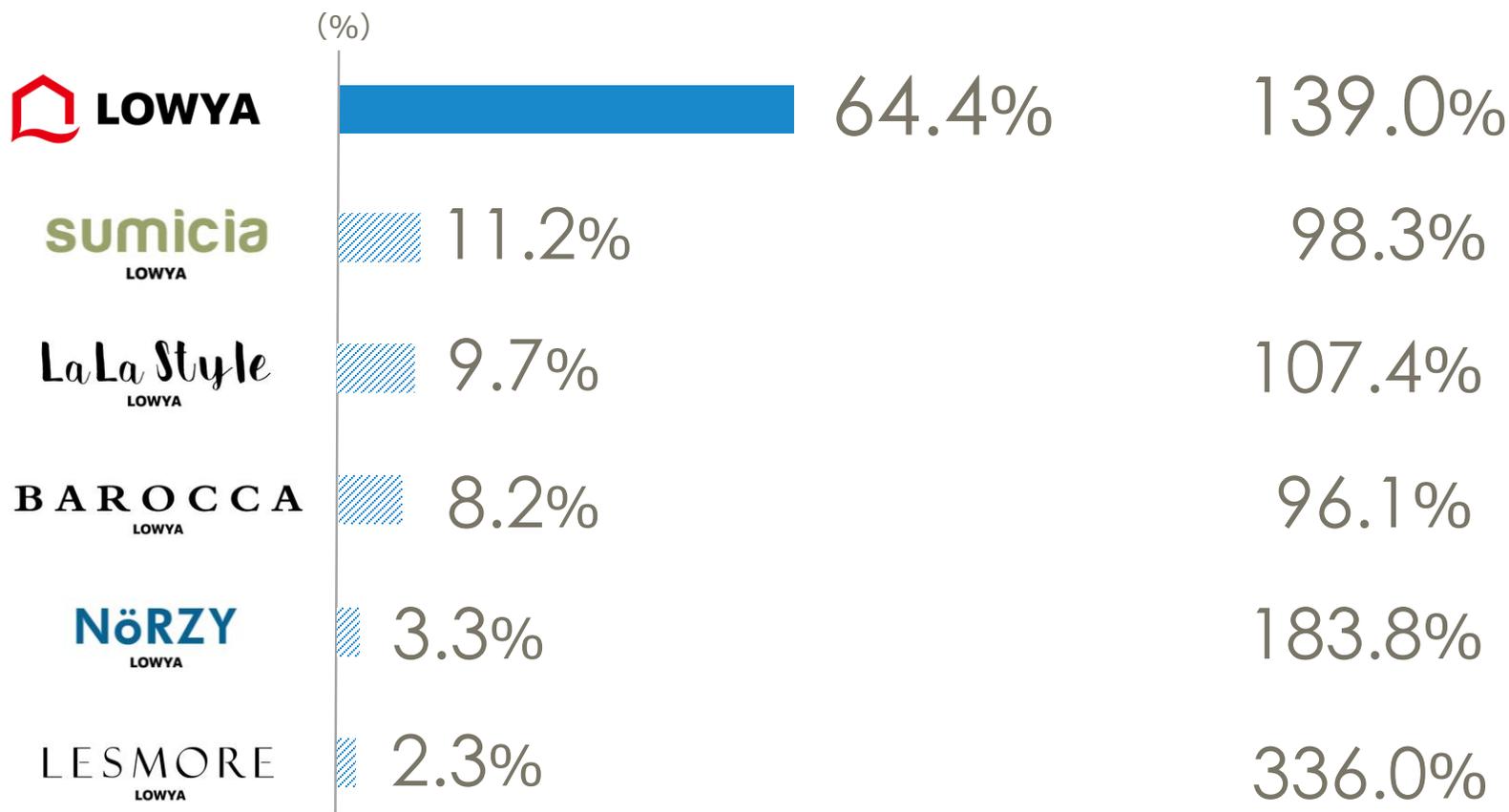


出典：経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備
(電子商取引に関する市場調査)」

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成28年
(2016年)年間値(確報)

売上構成比

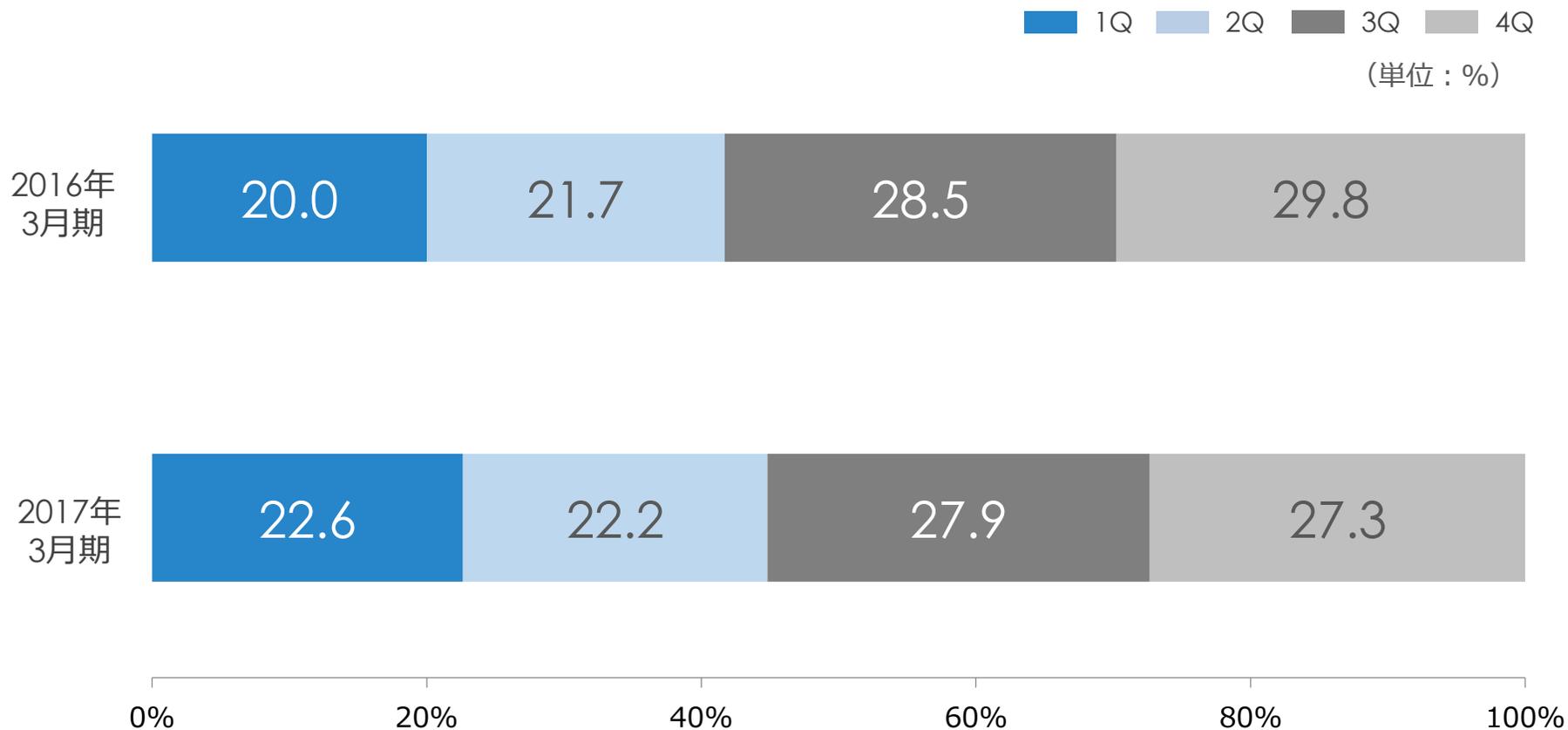
売上高(前年比)

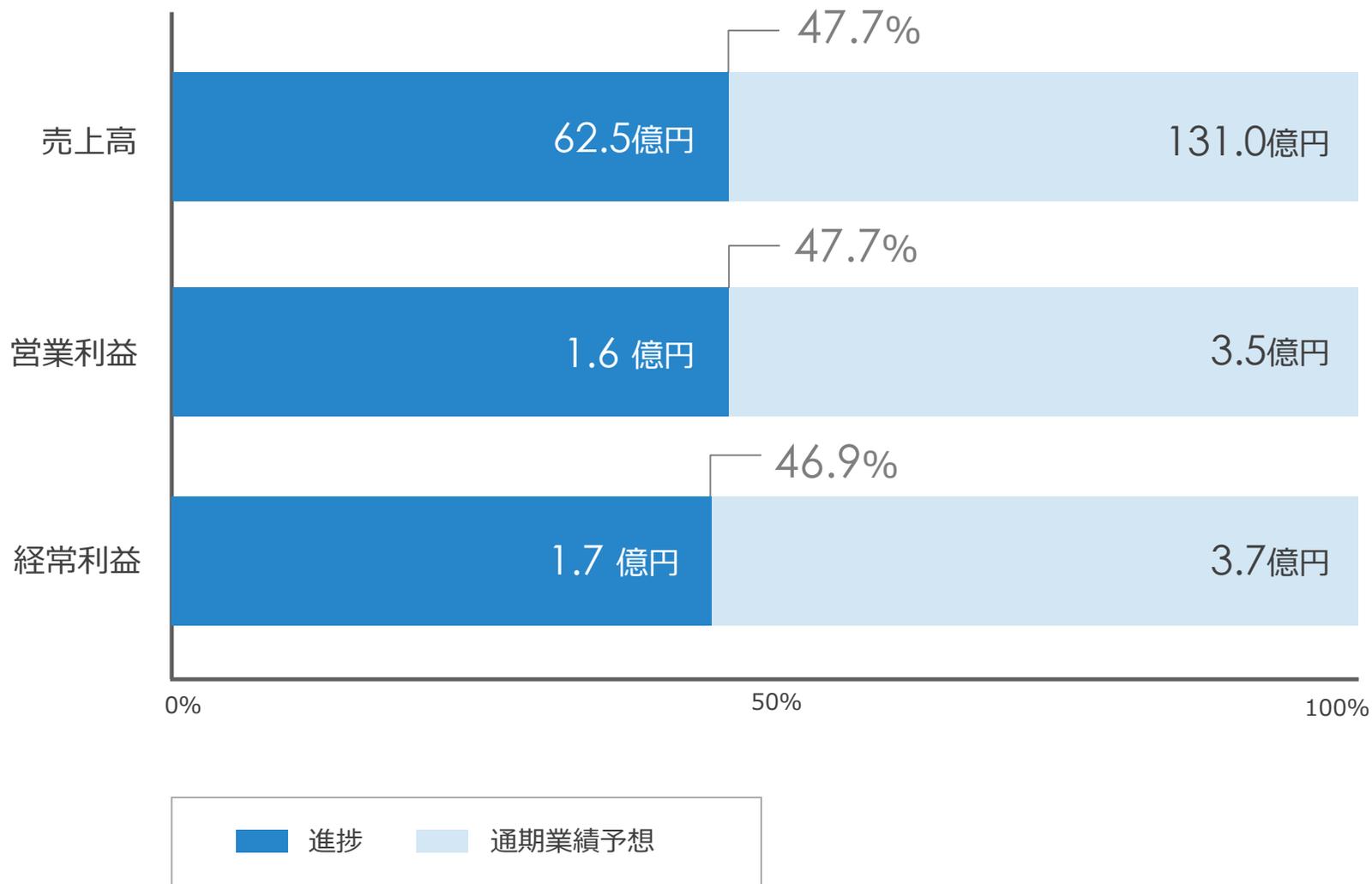


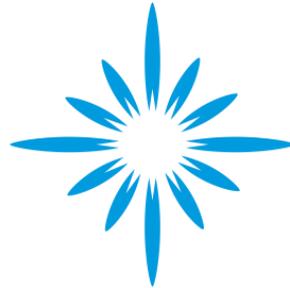
(注) 上記表には、DOKODEMOの売上等は含まれておりません。

(注) LESMOREは2016年6月に新規オープンしております。

過去実績において、下期の売上割合が多い傾向あり







VEGA corporation

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う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。