



2018年3月期 通期決算説明資料

株式会社ベガコーポレーション

- 1 2018年3月期 決算概要
- 2 今後の展開
- 3 業績予想
- 4 ご参考資料

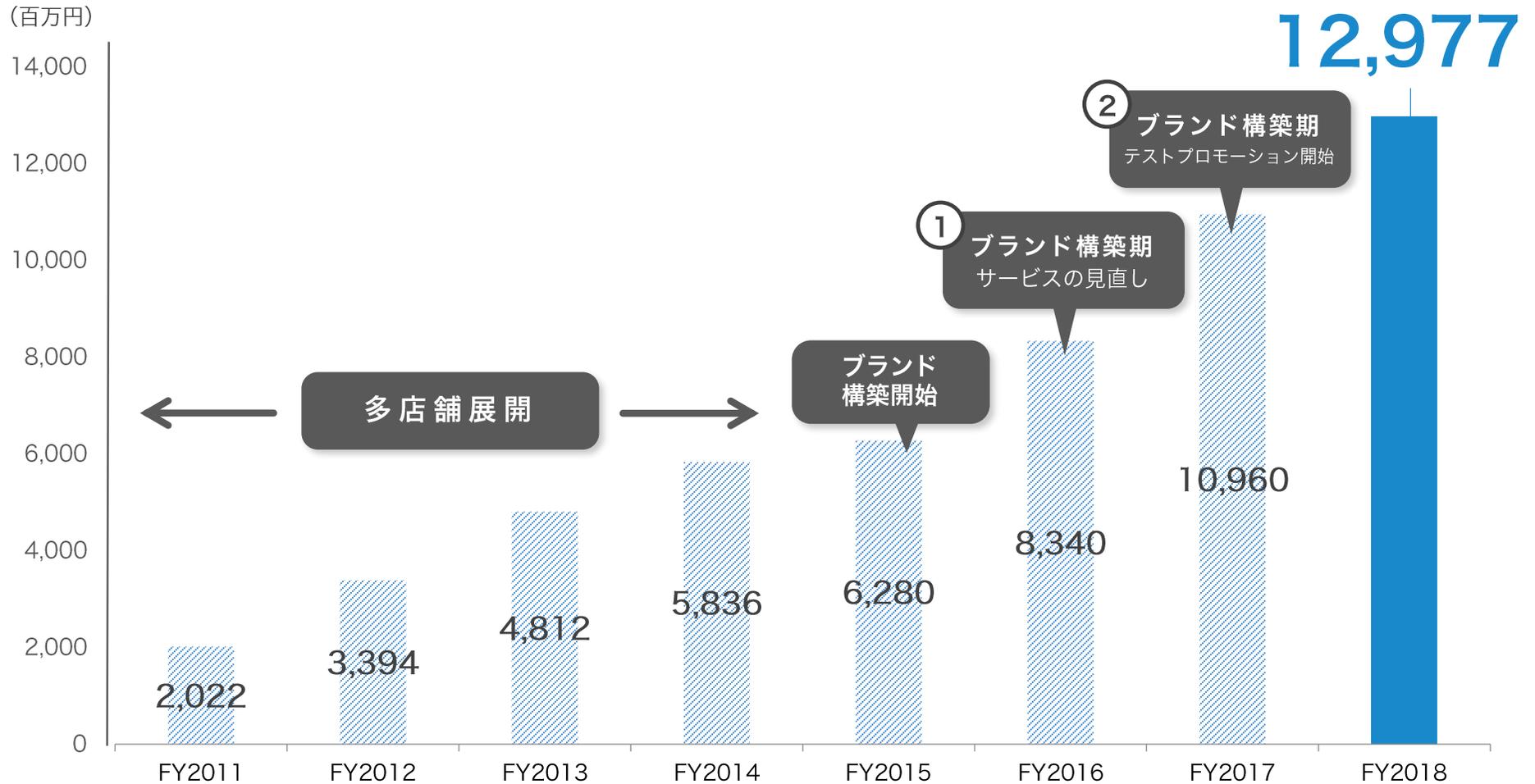
# 2018年3月期 決算概要

(単位：百万円)

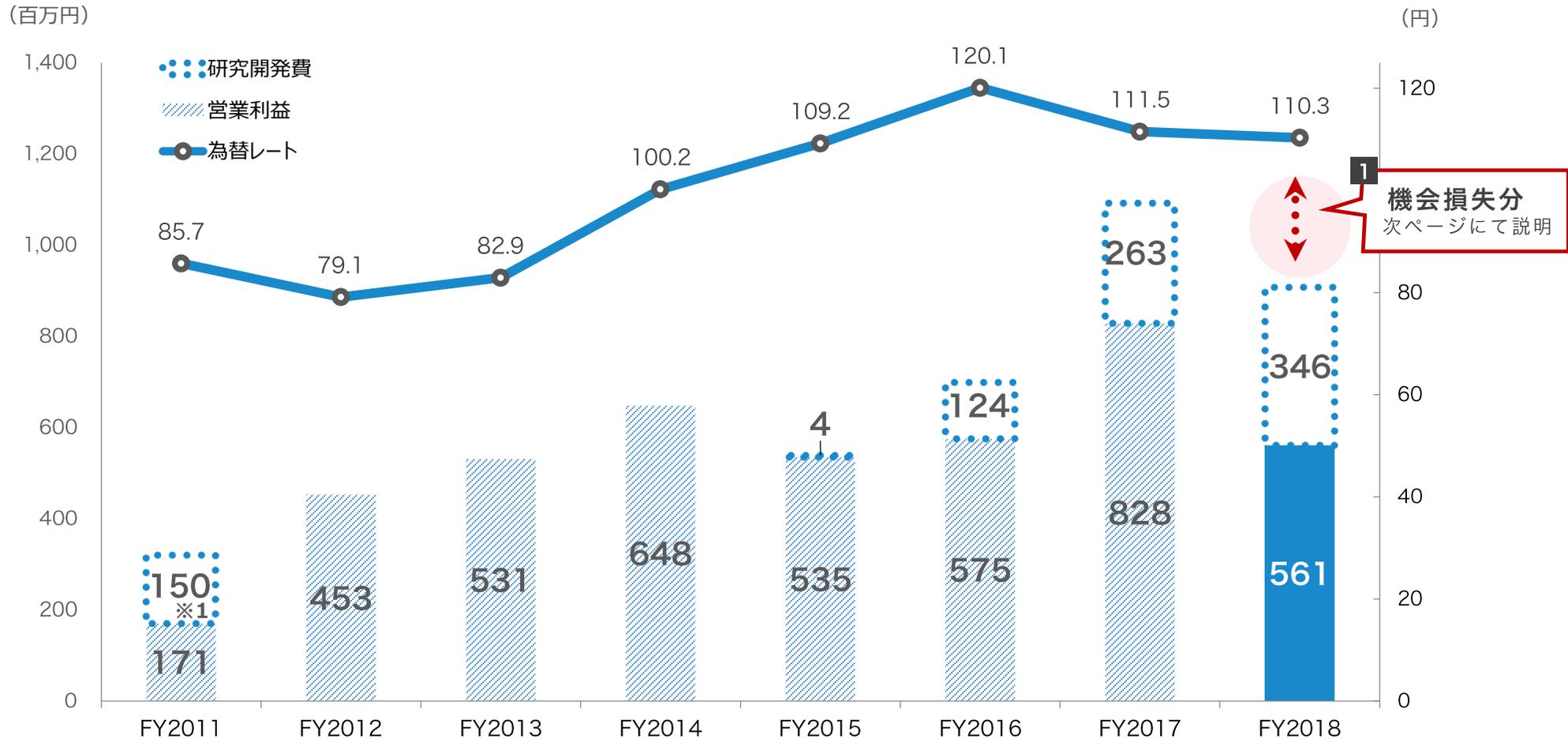
	前事業年度	当事業年度	前期比
売上高	10,960	12,977	118.4%
営業利益	828	561	67.8%
経常利益	808	589	72.9%
当期純利益	786	338	43.1%

(※) 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手続は実施中であります。

## ブランド構築を開始し売上高は順調に推移



## 2Qの原価率上昇、配送費増加によるダメージは4Qまでに改善したものの通期では挽回に至らず



※ 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。

※1 デジタルエンターテインメント事業に係わる研究開発費であります。

## ■ 旗艦店の事業強化に注力し課題解決を行う

### <2018年3月期>

- 原価率上昇
- 配送費率上昇

価格の見直しを実施し4Qには概ね改善

※引き続き物流費の値上げ要請がきているため今後も注視する必要あり。

### <2019年3月期以降>

価格競争が起こりやすいショッピングモールから、  
価格競争に巻き込まれにくい旗艦店へ販売チャネルをシフトする。  
平均購入単価が高く、固定費率、変動費率をより押し下げていく。

※平均購入単価：13,000円（モール店） / 21,000円（旗艦店）

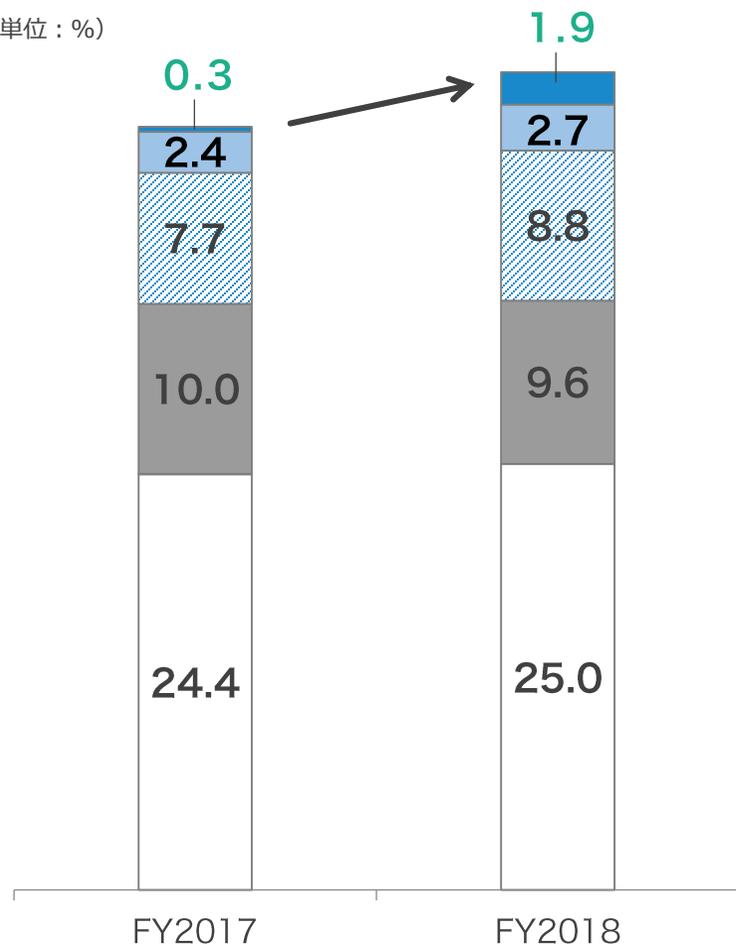


旗艦店強化へ

※旗艦店：従来の「本店」の呼称を変更しております。以下、同様。

## 広告宣伝費の積極投資により前年より+1.6pt増加

(単位：%)

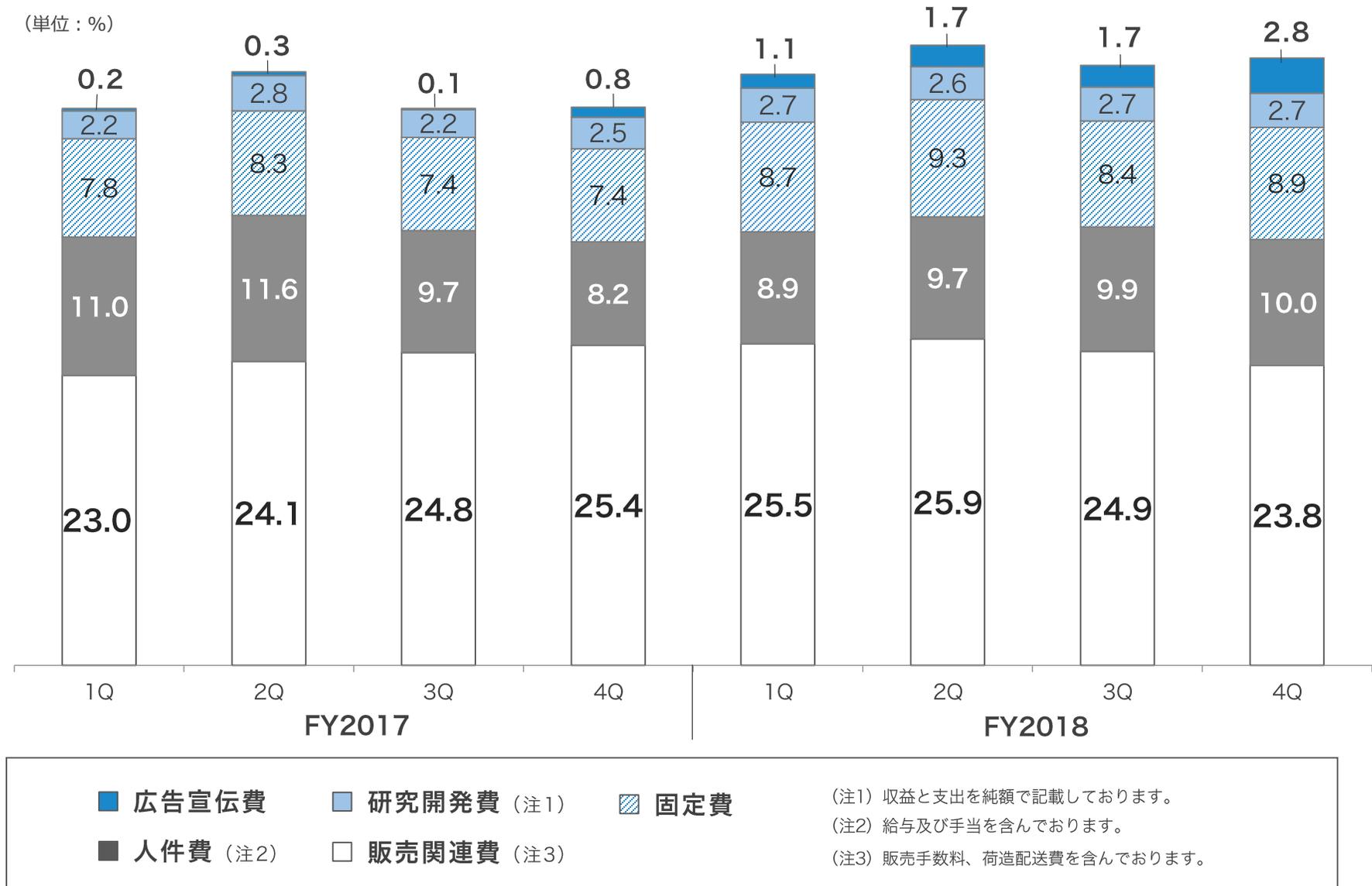


■ 広告宣伝費	+1.6pt
■ 研究開発費	+0.3pt
▨ 固定費	+1.1pt
■ 人件費	△0.4pt
□ 販売関連費	+0.6pt

(※) 販管費比率は、対売上高比率であります。  
なお、算定基準となる売上高は研究開発費に係わる収益を除いた金額となる為、損益計算書上の販管費比率とは一致いたしません。

(※) 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比率とは一致いたしません。

## 四半期別販管費＜比率推移＞（研究開発は収支純額ベース）



(※) 販管費比率は、対売上高比率であります。

なお、算定基準となる売上高は研究開発費に係わる収益を除いた金額となる為、損益計算書上の販管費比率とは一致いたしません。

## 貸借対照表

(単位：百万円)

	前事業年度 (2017年3月期末)	当事業年度 (2018年3月期末)		前事業年度 (2017年3月期末)	当事業年度 (2018年3月期末)
<b>流動資産</b>	4,839	<b>5,361</b>	<b>流動負債</b>	1,752	<b>2,107</b>
うち、現預金	1,430	<b>1,656</b>	うち、借入債務	820	<b>820</b>
うち、売掛金	1,694	<b>1,801</b>	<b>固定負債</b>	3	<b>27</b>
うち、商品	1,532	<b>1,750</b>	<b>負債合計</b>	1,756	<b>2,135</b>
<b>固定資産</b>	497	<b>552</b>	株主資本	3,577	<b>3,788</b>
うち、有形・無形 固定資産	275	<b>270</b>	<b>純資産合計</b>	3,580	<b>3,779</b>
<b>資産合計</b>	5,336	<b>5,914</b>	<b>負債純資産合計</b>	5,336	<b>5,914</b>

**[自己資本比率]** 当事業年度 **63.9%** 前事業年度 **67.1%**

(※) 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手続は実施中であります。

## キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	前事業年度	当事業年度	増減	当事業年度の主要因	
営業活動による キャッシュ・フロー	189	537	+347	税引前当期純利益	+569
投資活動による キャッシュ・フロー	△82	△173	△91	有形・無形固定資産の取得 投資有価証券の取得	+118 +58
財務活動による キャッシュ・フロー	513	△127	△641	自己株式の取得	+129
現金及び現金同等物 の期末残高	1,430	1,663	+232		

(※) 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手続は実施中であります。

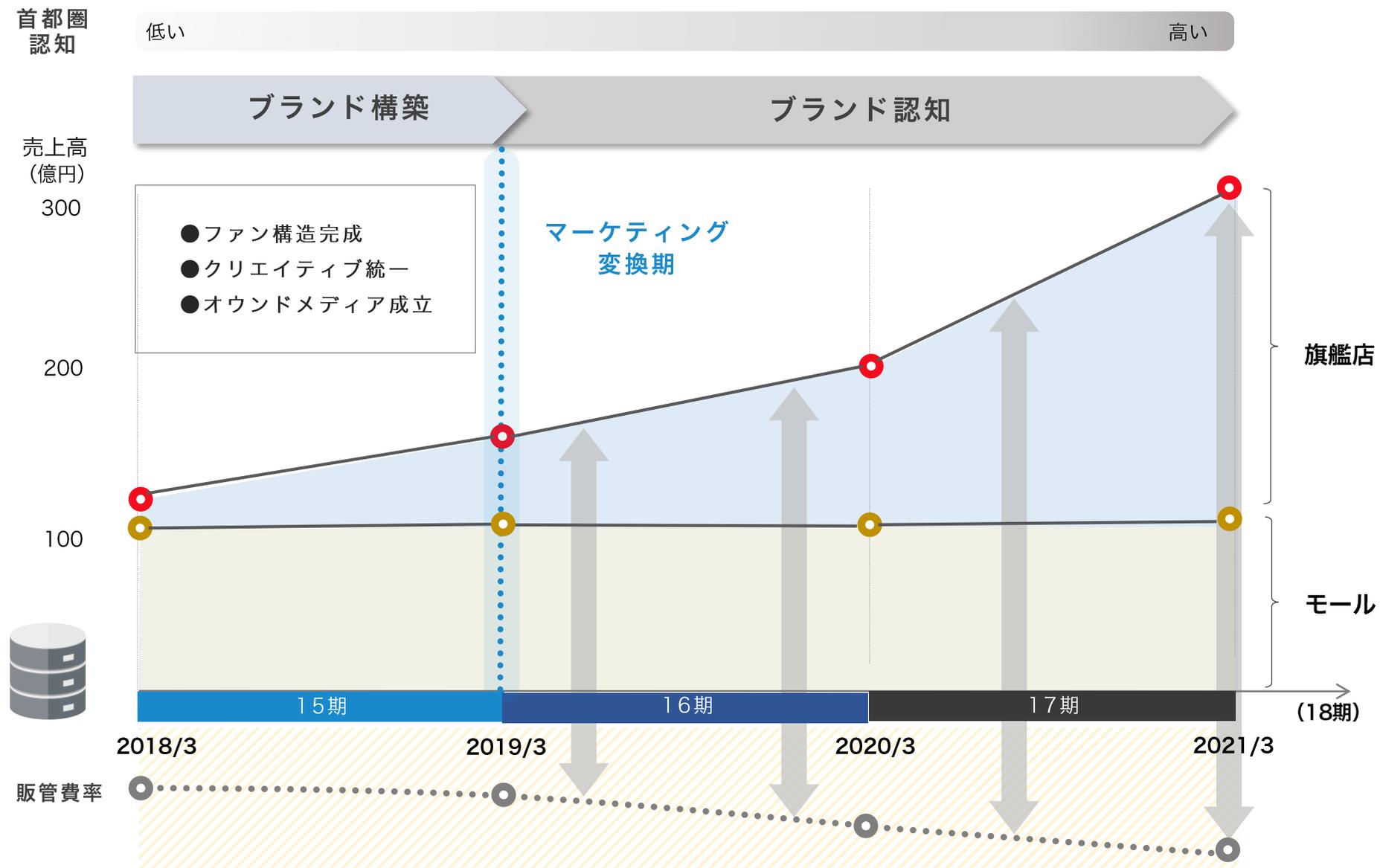
## 経営指標

項目	2017年3月期				2018年3月期			
	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)	4Q (1-3月)	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)	4Q (1-3月)
【全社】 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	105.3	122.8
【全社】 客単価 (前年同四半期比：％)	95.7	94.5	109.0	98.0	95.4	94.3	97.1	102.7
【全社】 CVR (前年同四半期比：％)	106.5	108.2	97.1	102.4	111.9	106.3	107.7	88.9
商品数 (注)	1,029	1,172	1,307	1,311	1,442	1,594	1,795	1,958
新商品投下数	80	143	135	117	131	152	201	163
平均決済レート (円)	113.54	109.28	110.96	113.06	110.60	109.87	109.87	110.17
従業員数 (四半期会計期間末：名)	141	152	157	163	175	187	193	193

(注) 廃番商品を除いているため商品数+新商品投下数の数と異なる場合があります。

# 今後の展開

# LOWYA事業の今後の展開



## 販管費比率

- **販売手数料**
  - ・ 決済管理料
  - ・ アフィリエイト諸費用
- **販売促進費**
  - ・ ポイント、クーポン利用料
- **その他費用**

---



旗艦店とモール店の差異（約） **-8%**

# 1. LOWYA旗艦店強化

└ 1-1. アクセス強化

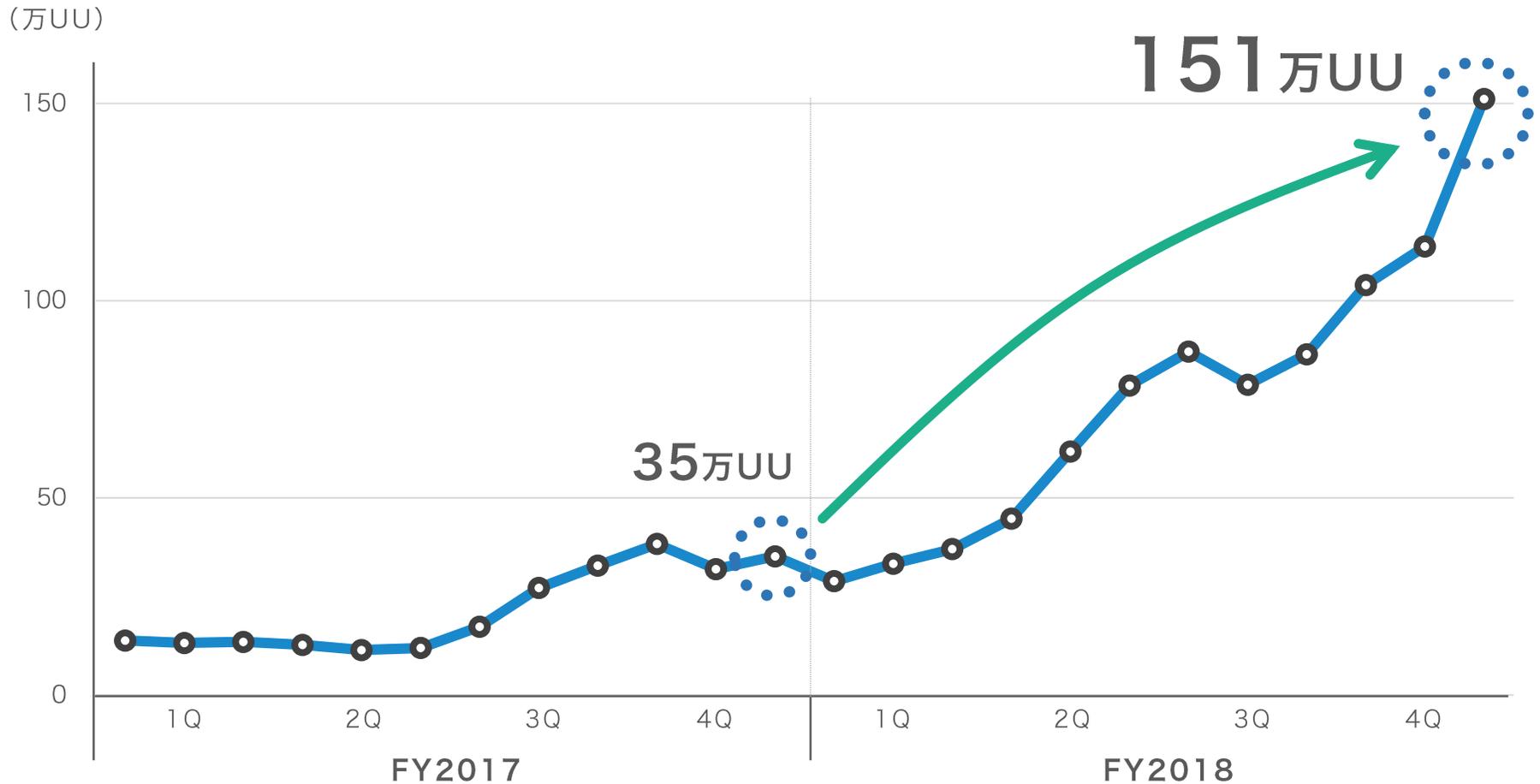
└ 1-2. ブランド作り

主な取り組み

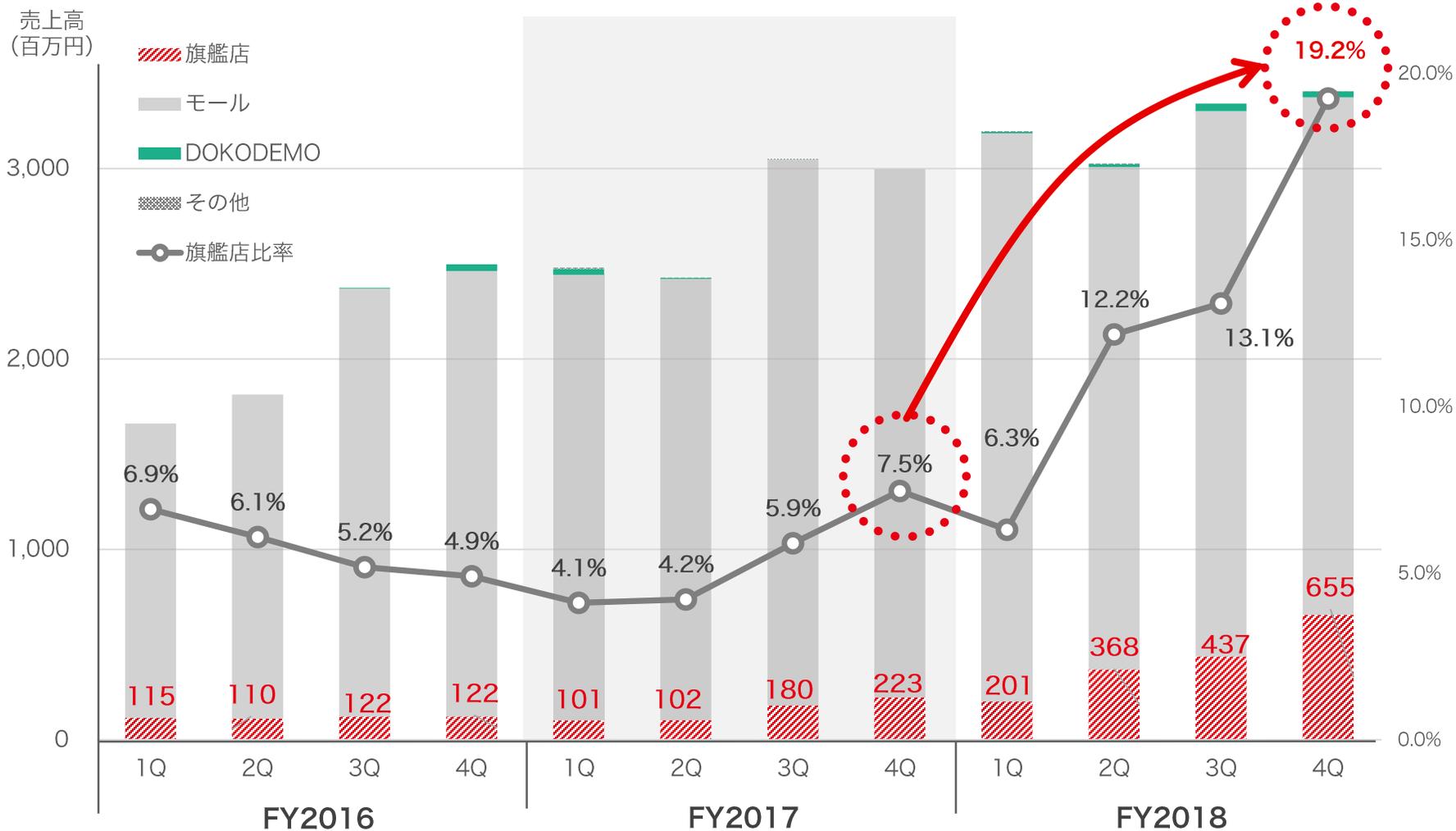
# 1-1. アクセス強化

- 1 積極的な広告への投資
- 2 SEOに強いサイト基盤構築

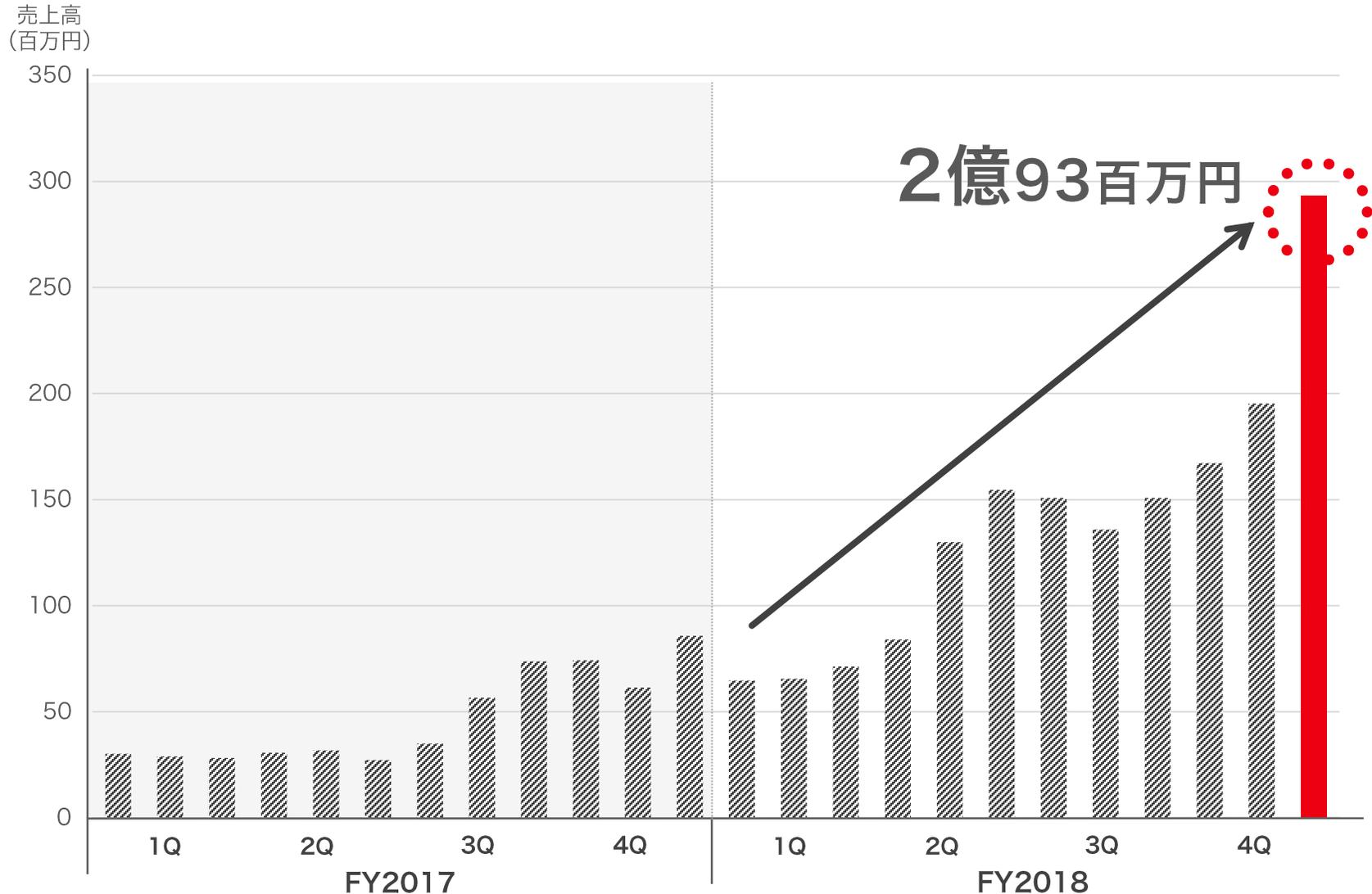
LOWYA旗艦店の年間アクセス数は  
 想定を上回るスピードで伸長し前期比約**329%**増



## 旗艦店の比率は前年同四半期（4Q）の7.5%から**19.2%**に上昇



## 取り組み施策が奏功し右肩上がりに加速

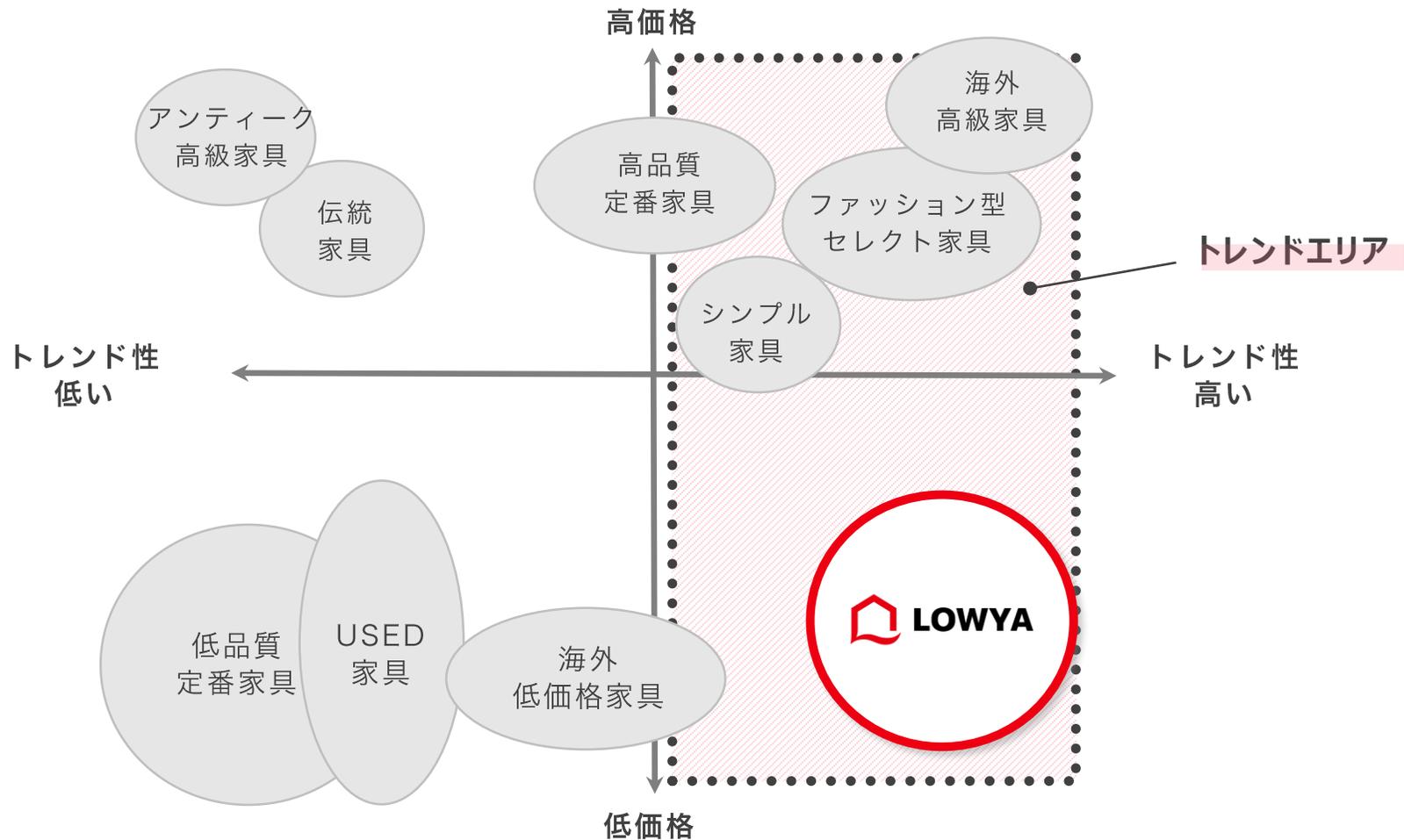


主な取り組み

# 1-2. ブランド作り

ファン構造構築に向けた取り組み

# 家具・インテリア市場の「トレンド LOWプライス」において ファストインテリアのジャンルを確立する



「ファストインテリアとして」

魅力的なライフスタイルと商品を  
魅力的な価格とクオリティで提供する



テイストにとらわれず、常に多様なテイストとトレンドを意識した  
デザイン性を表現し、満足と感動を提供する。



テーブル

11,990円 (税込)

ソファ

42,990円 (税込)

収納棚

3,690円 (税込)

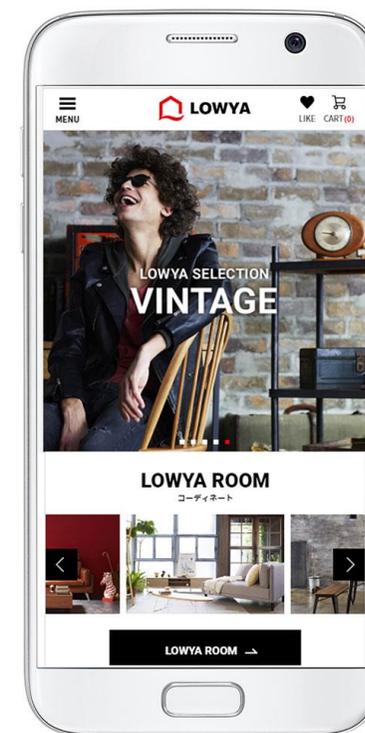
ラグ

12,990円 (税込)

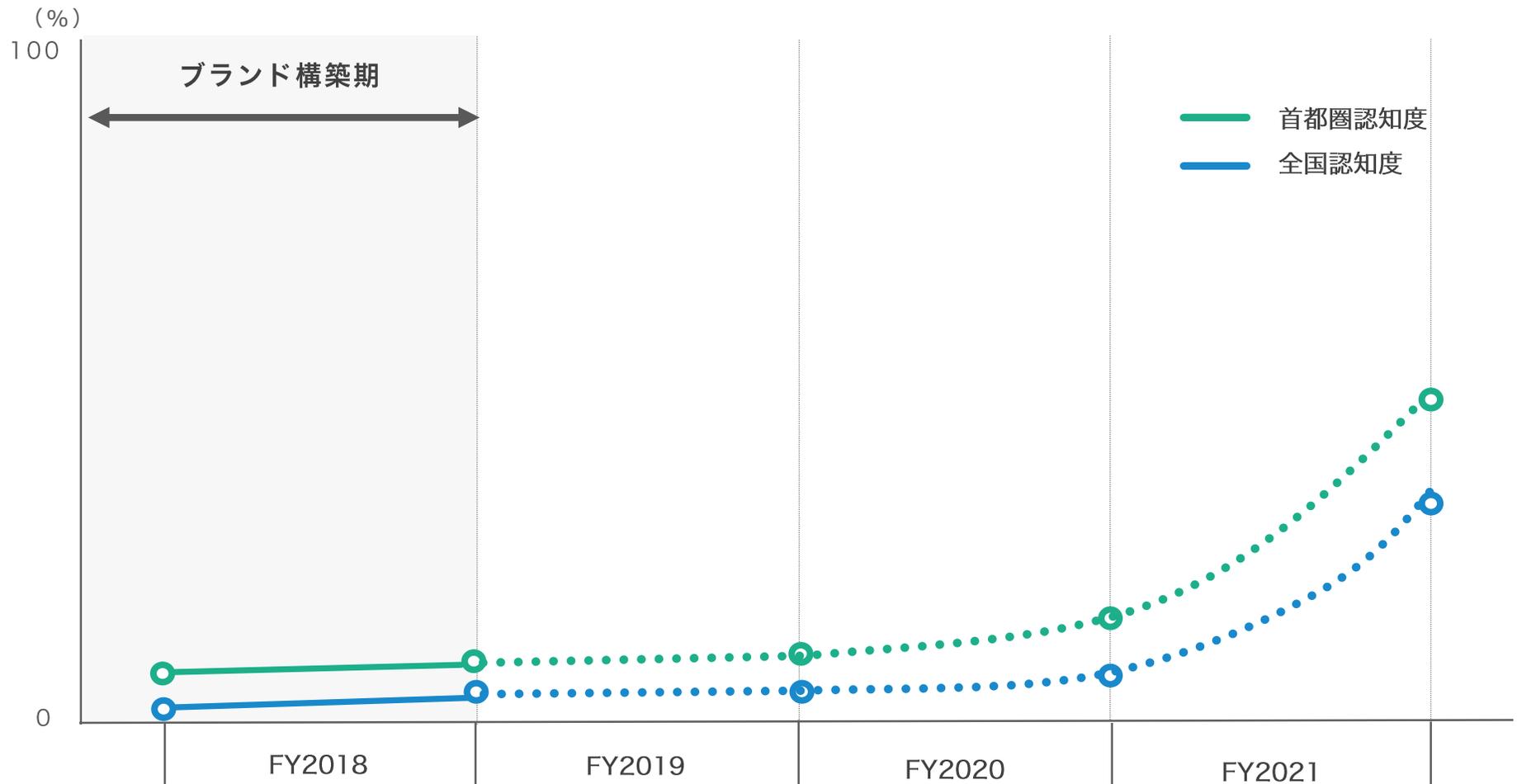
- 滞在時間、一人当たりPV数の大幅増加
- 離脱率や再訪率が前期より大幅に改善



ブランド作りによって  
各KPIは前期より大幅に改善

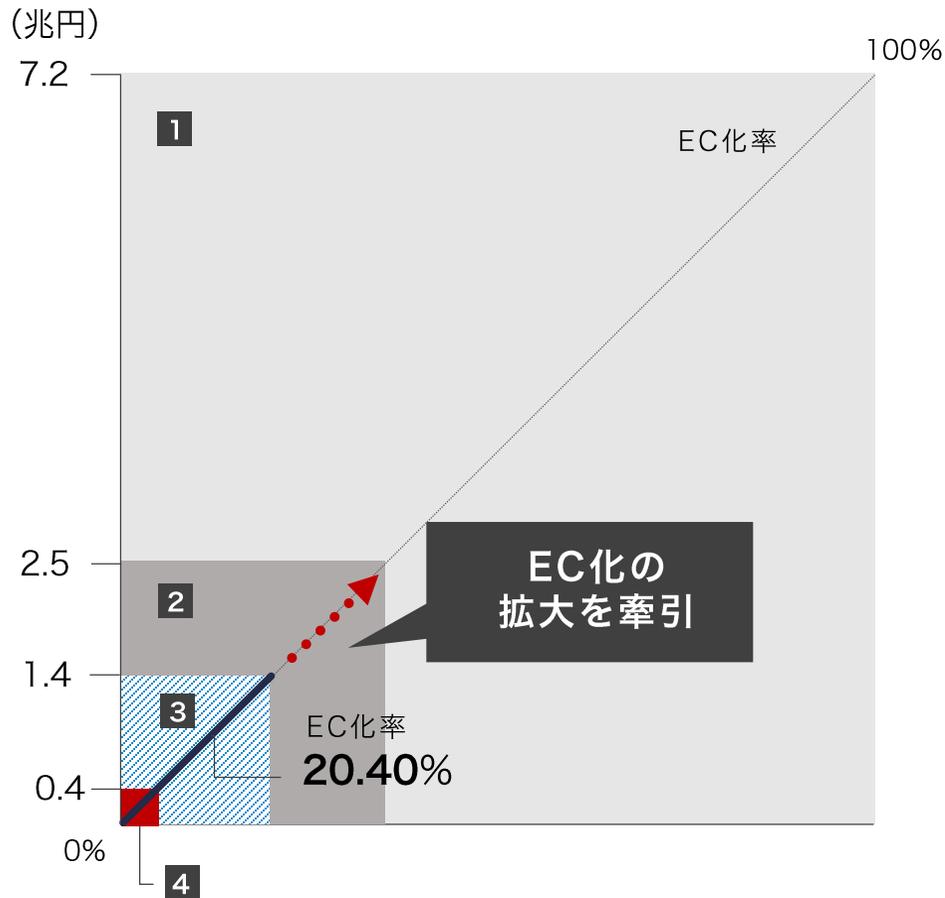


## 今期中にブランドを構築し、 3年後の首都圏認知度向上を目指す



※家具・インテリア・雑貨のブランド調査のWEB調査によるもの

## 2.5兆円の業界EC化を牽引し、 まずは**1,000**億円の流通へ



### 1 雑貨・家具・インテリア市場規模

7.2兆円 (※7割は家事雑貨、家事用消耗品)

### 2 家具・インテリア市場規模

2.5兆円 (※①の家事雑貨等を除く市場規模予測)

### 3 雑貨・家具・インテリア BtoC-EC市場規模

1.4兆円 (※7割は家事雑貨、家事用消耗品)

### 4 家具・インテリアBtoC-EC市場規模

0.4兆円 (※①の家事雑貨等を除く市場規模予測)

※経済産業省 平成29年度 電子商取引に関する市場調査

※BtoC-EC化率20.40%を市場に換算したもの

## 2. 新規事業

└ 2-1. DOKODEMO (ドコデモ)

└ 2-2. Laig(ライグ)

**ĐOKODEMO**



約**2,870**万人が来日（※）  
訪日外国人の増加

※日本政府観光局  
2017年1月～12月までの訪日外国人数



2020年**4,000**万人予想（※）  
東京オリンピック開催

※国土交通局 観光庁が目標に定めた  
2020年の訪日旅行者数予想



越境EC市場規模の拡大

PCやスマホの急速な普及を背景に、  
世界の越境EC規模は年々拡大している

日本商品を手に取り体験した購買意欲の高いユーザーを  
DOKODEMOへ誘導する

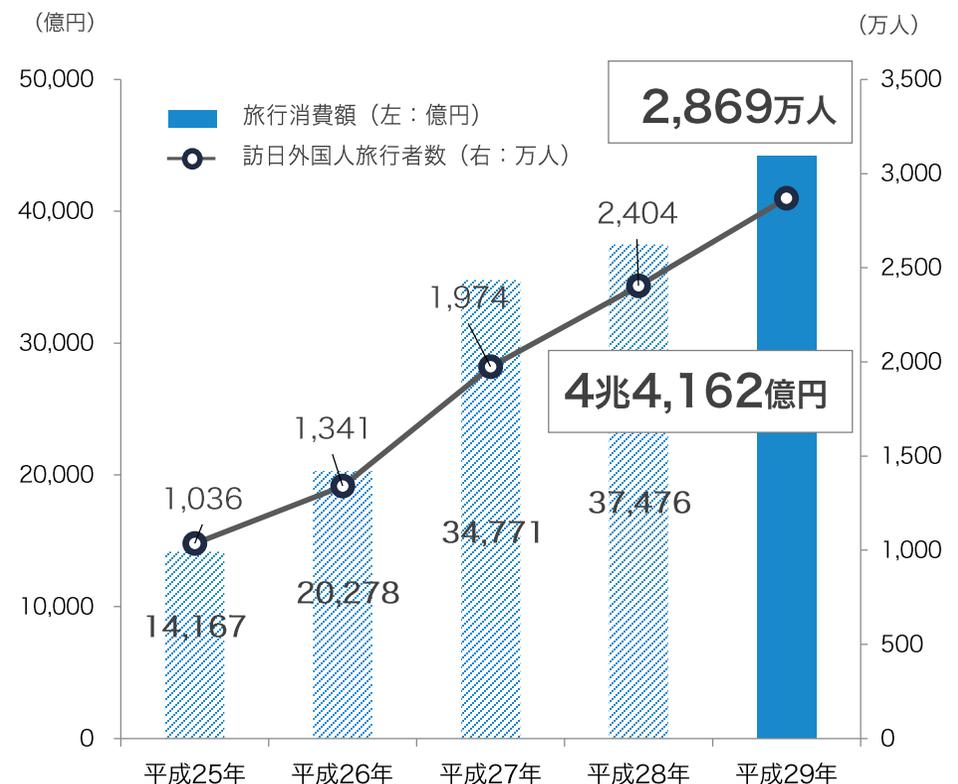
## 越境EC市場規模は年々拡大し、加えて訪日外国人の旅行者数および旅行消費額も増加している

### ■ 越境EC市場規模（2017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)		2,327	243	<b>2,570</b>
		7.2%	7.3%	<b>7.3%</b>
米国 (対前年比)	7,128		4,942	<b>12,070</b>
	15.8%		16.0%	<b>15.9%</b>
中国 (対前年比)	12,978	14,578		<b>27,556</b>
	25.2%	28.2%		<b>26.8%</b>
合計 (対前年比)	<b>20,106</b>	<b>16,905</b>	<b>5,186</b>	<b>42,196</b>
	<b>21.7%</b>	<b>24.8%</b>	<b>15.6%</b>	<b>22.1%</b>

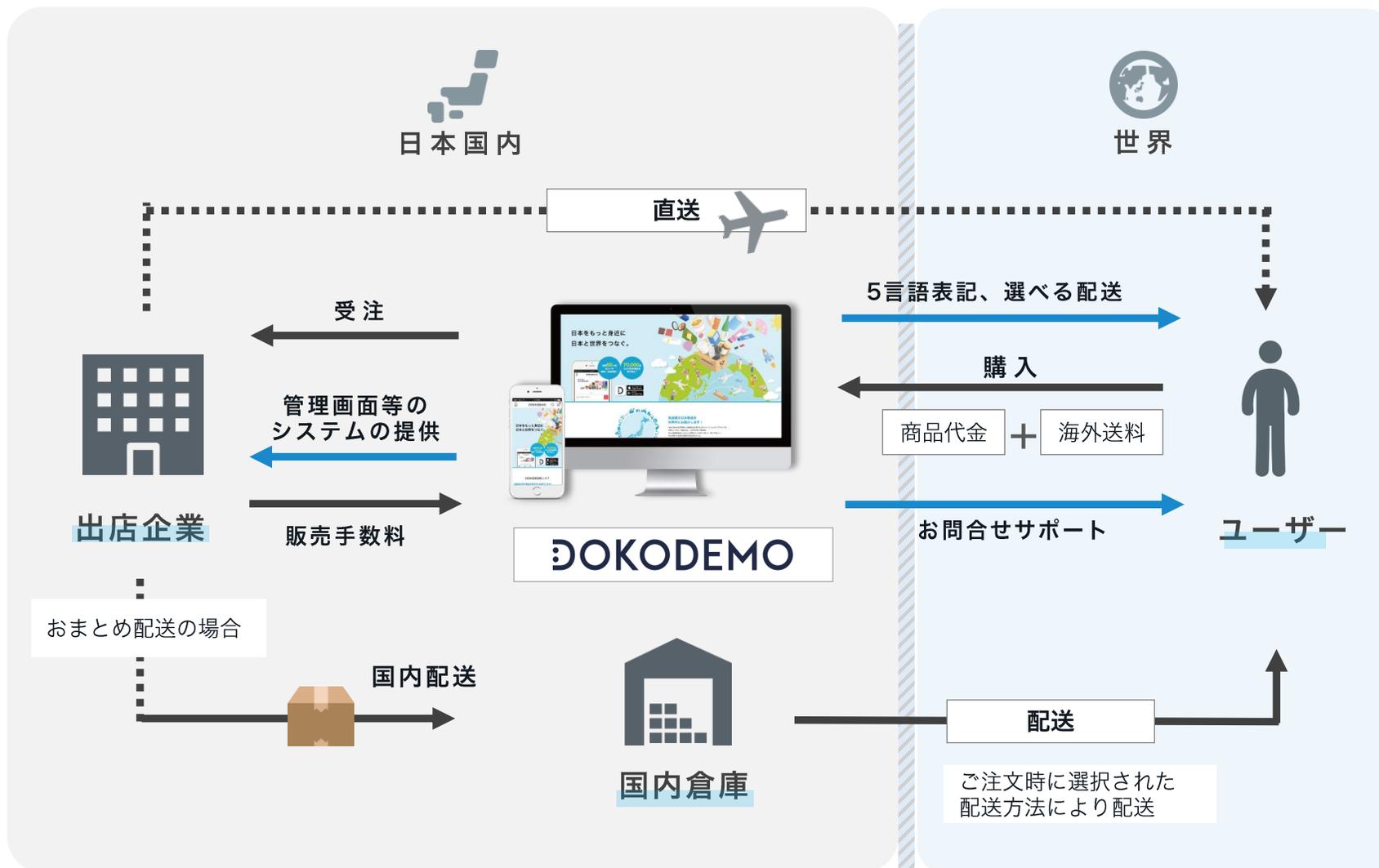
### ■ 訪日外国人消費動向調査



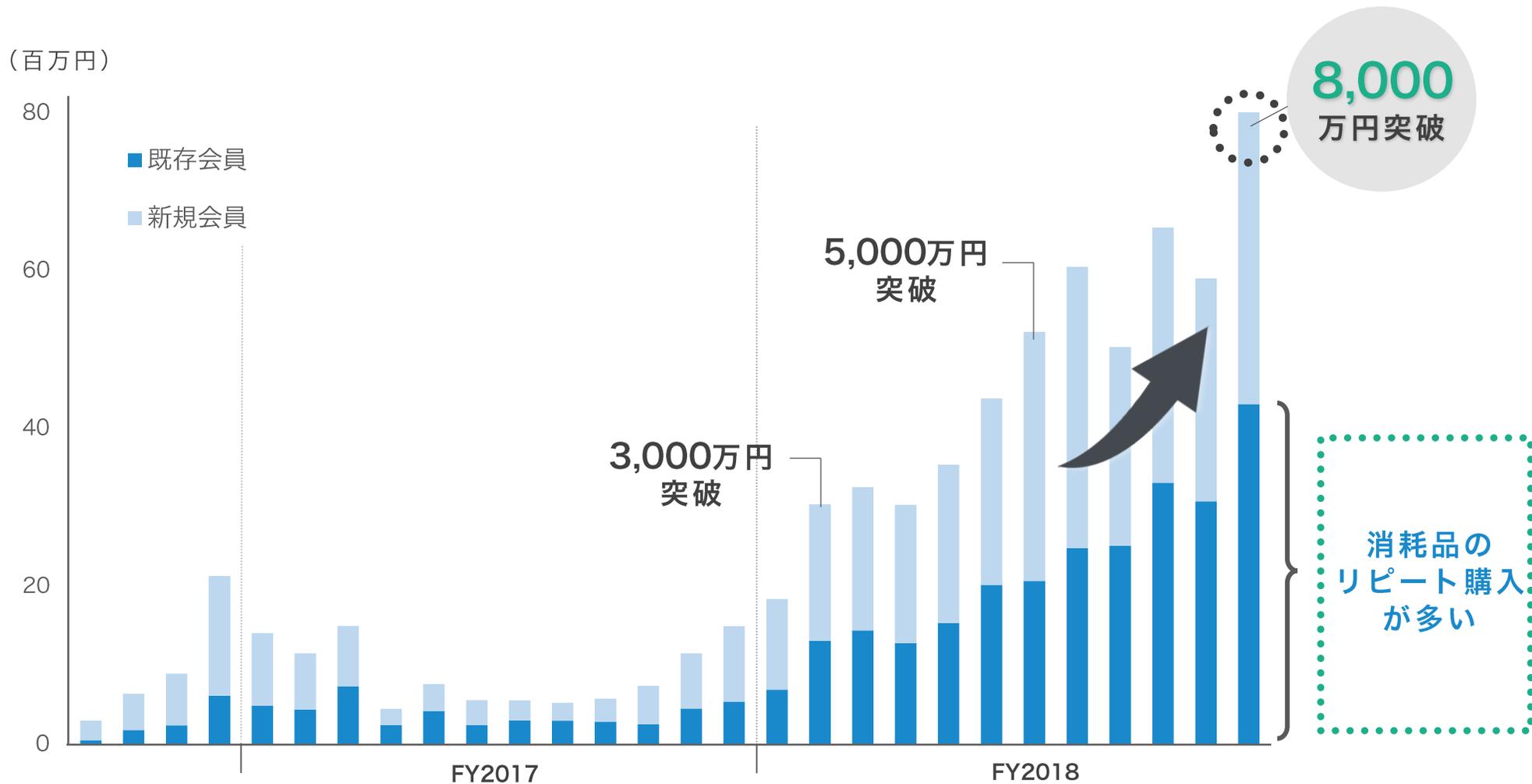
出典：経済産業省「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成29年（2017年）年間値（確報）

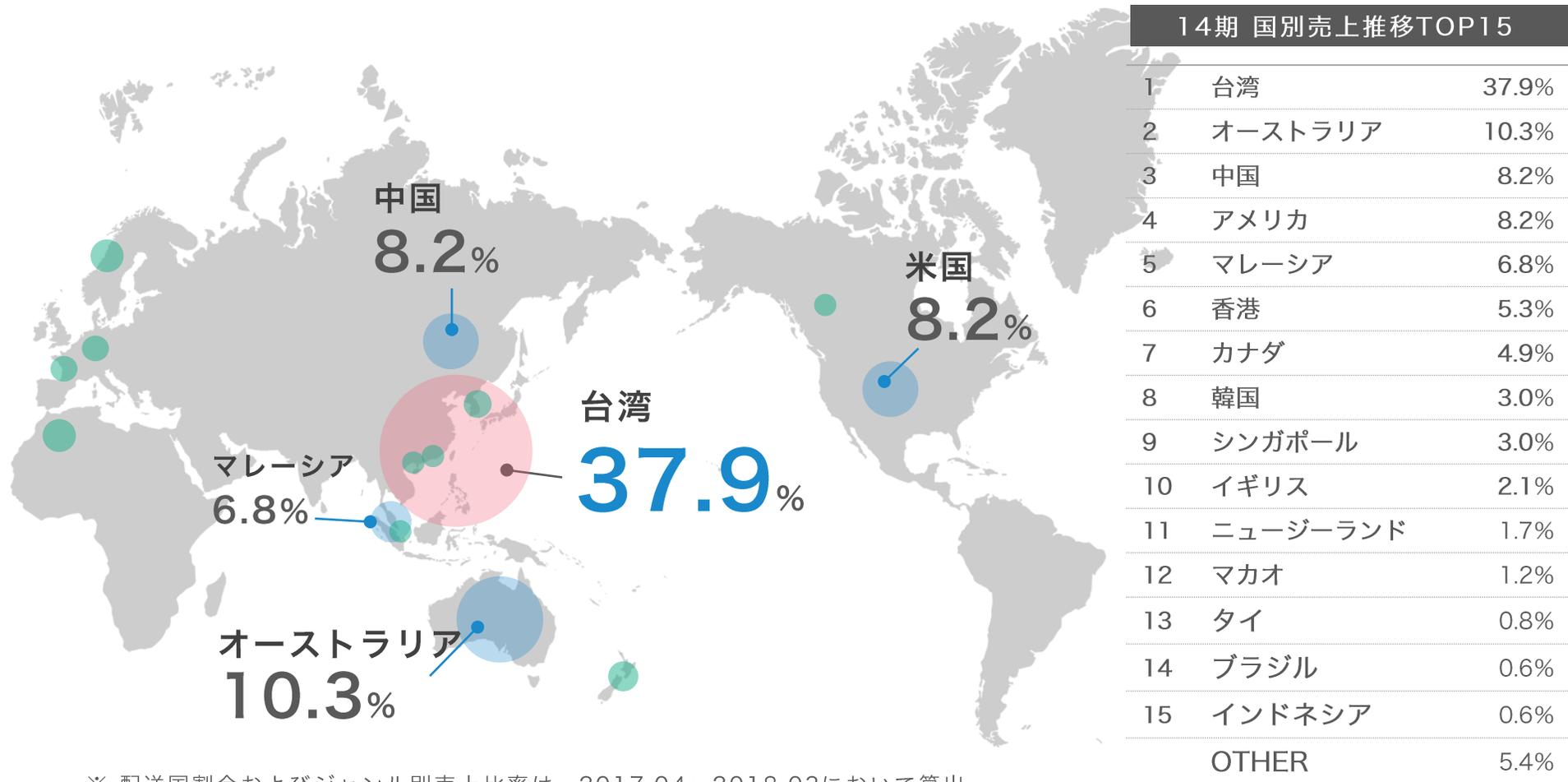
## DOKODEMOは在庫を持たず店舗からお客様へ直送



## 高いリピート率を維持し、引き続き流通を拡大していく



## 配送実績は、通期31カ国増加の78カ国へ拡大

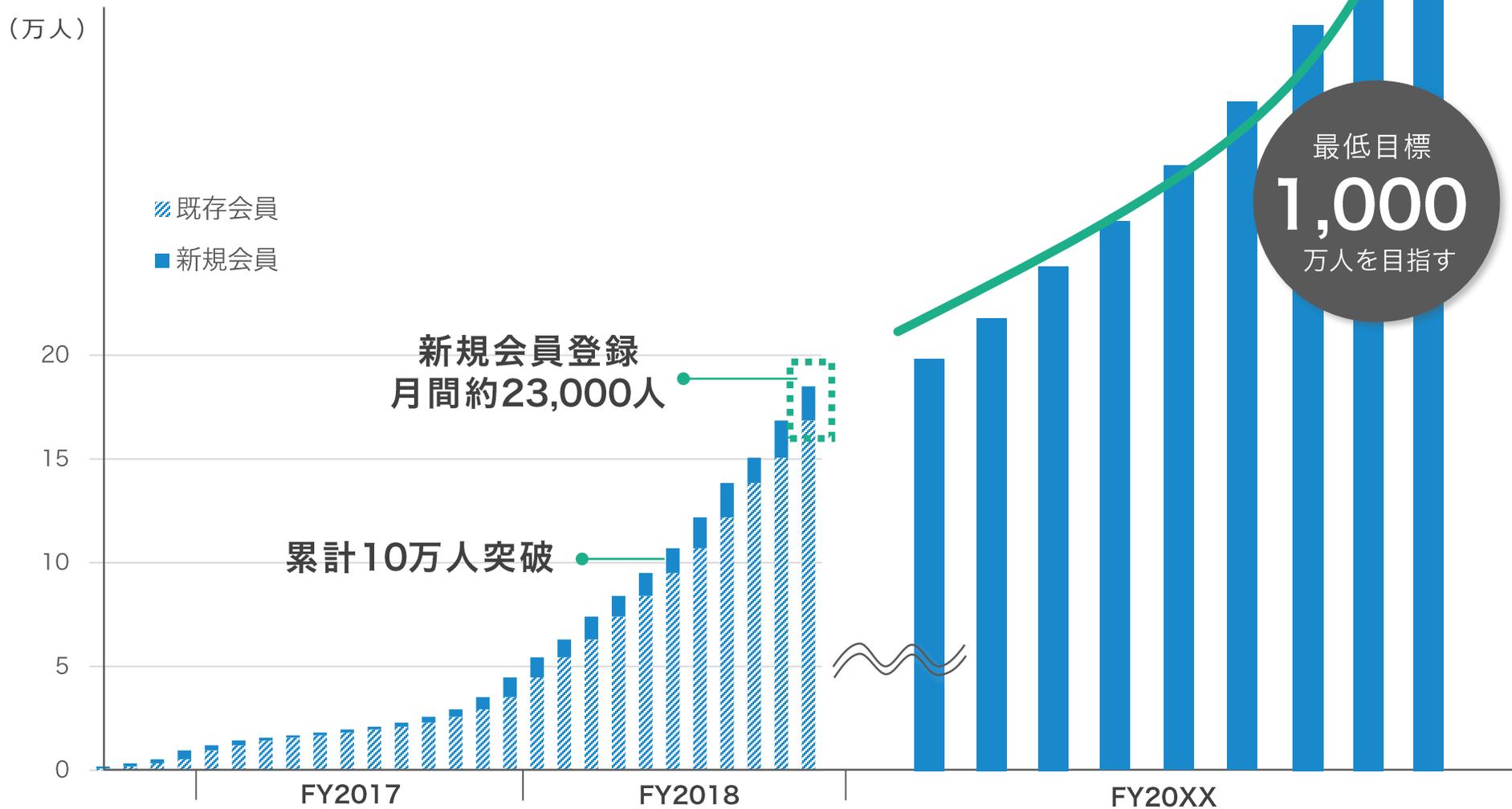


※ 配送国割合およびジャンル別売上比率は、2017.04～2018.03において算出

## 訪日を機にDOKODEMOを認知する施策を充実させ 帰国後の接触やリピートを促進

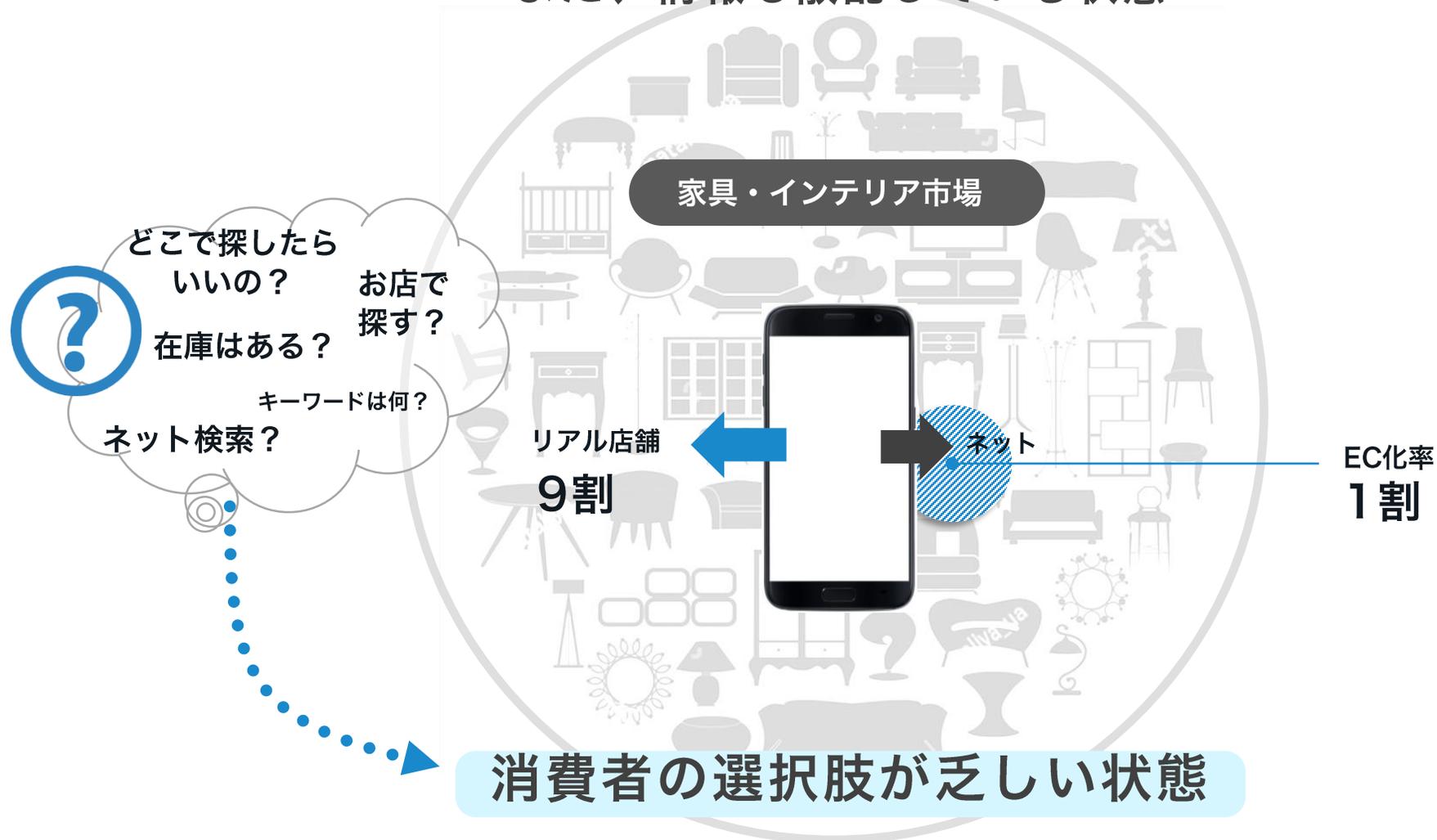


## 会員登録数は、まずは最低目標1,000万人を目指す



**Laig**  
*Life is good.*

そもそも家具メーカーはあまり認知されていない傾向にある  
また、情報も散乱している状態

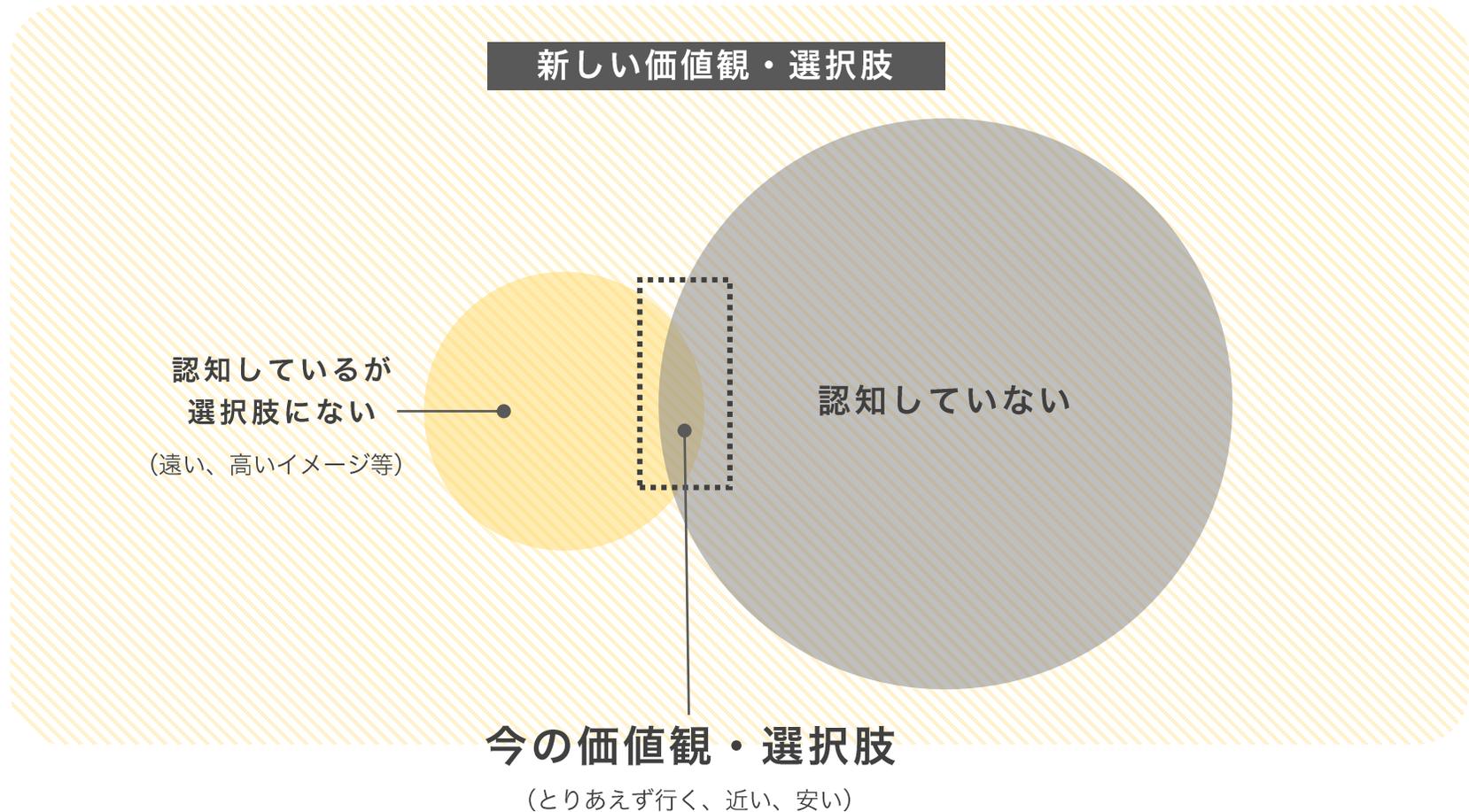


## スマホの普及に伴い、買物の仕方が変わってきた

「望んだ時に・どこでも・いつでも」メディアに接触でき購入できる



消費者は、オン・オフの区別なく  
もっと新しい価値や情報を求めているがその環境がない



## SERVICE VISION

さまざまな「Lifestyle is Good」を選択できる世界  
（生活空間）

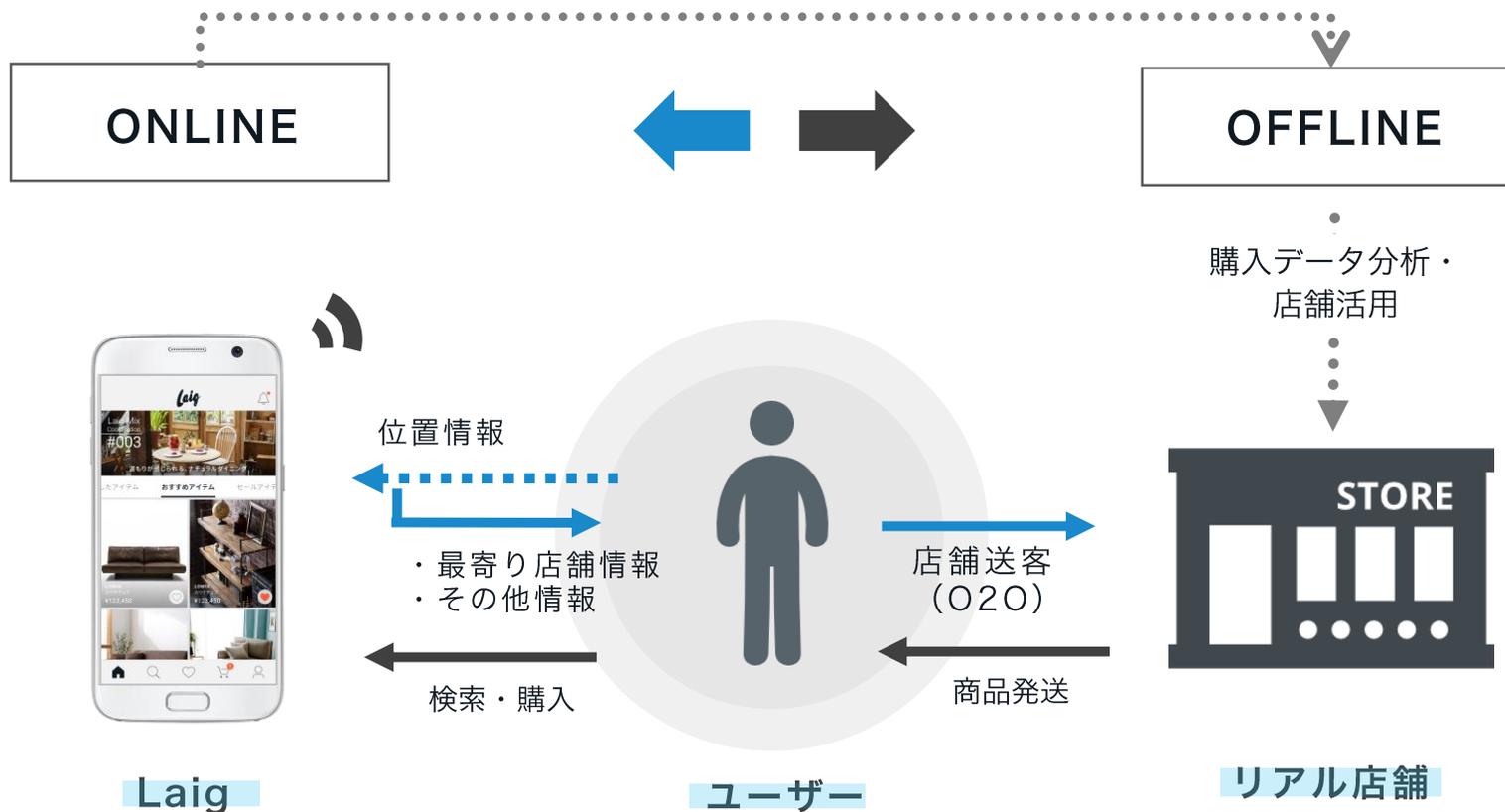


自分なりのLifestyleが見つかり、  
ハードルなく、ストレスなく実行できる！

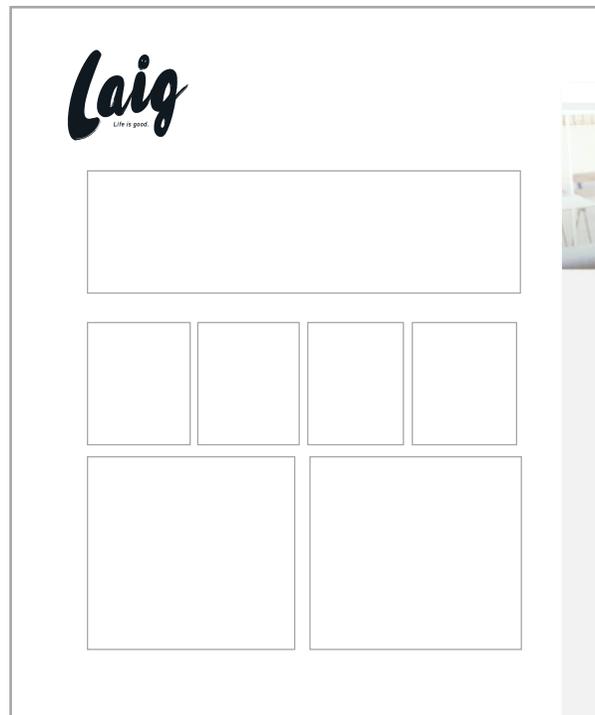
常に中心にあるのは

# 「Lifestyle」

## ネットでも店舗でも ユーザーにとって利便のいい方を選択できる



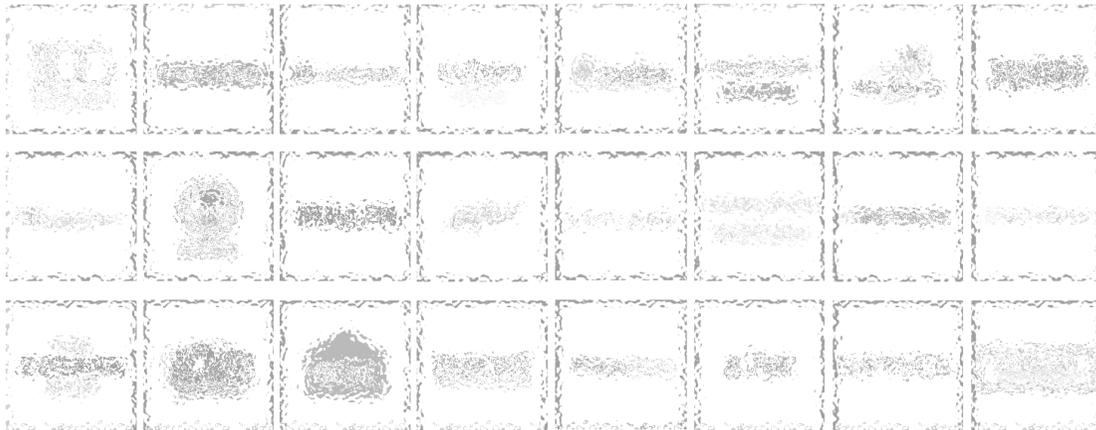
## 充実したコンテンツで新たな価値観を提供



モデル・コラムニスト クリス-ウェブ佳子さんや  
日本ロリアル(株) 長瀬次英さんのインタビュー記事も掲載決定済み。  
ご期待ください！

## 多数のテナント企業により消費者の選択肢を増やす

サービス開始時テナント企業様20社程度を予定



コンテンツの充実、サービスの精度を高め  
2019年3月期2Qを目処にローンチ予定

# 業績予想

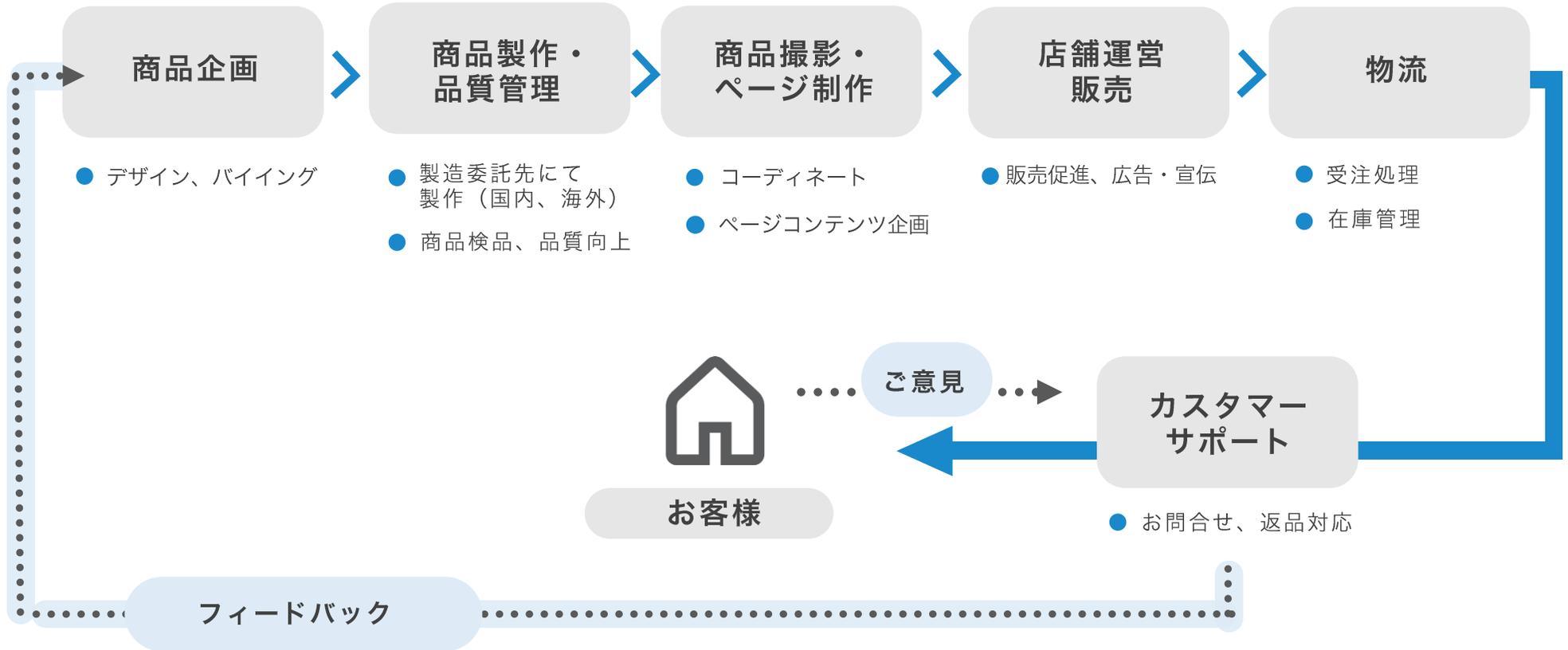
## 「LOWYA」ブランディング及び認知度向上に向けた 広告投資、継続的な新規事業投資

(単位：百万円)

	2018年3月期 (実績)	2019年3月期 (計画)	増減比
売上高	<b>12,977</b>	<b>15,800</b>	+21.8%
営業利益	<b>561</b>	<b>730</b>	+29.9%
経常利益	<b>589</b>	<b>750</b>	+27.2%
当期純利益	<b>338</b>	<b>460</b>	+35.8%
1株当たり 当期純利益 (円)	<b>32.84</b>	<b>44.87</b>	

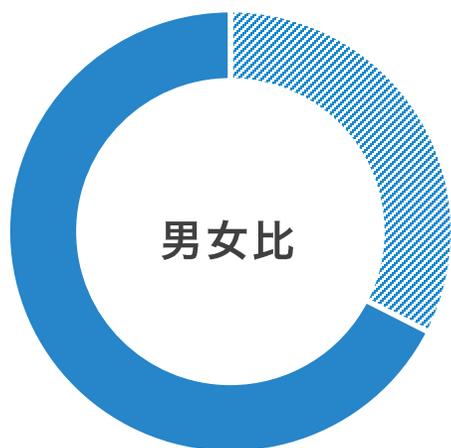
# Appendix

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	193名（2018年3月末現在）
設立	2004年7月
資本金	8億7,501万円（2018年3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



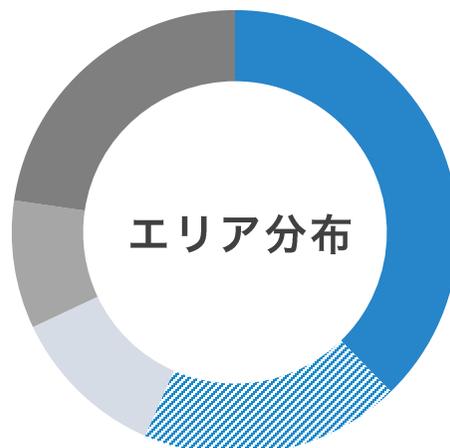
## 都市圏を中心に30代女性の購入者が多い

（2017/4/1～2018/3/31）



男性 32.5%

女性 67.5%



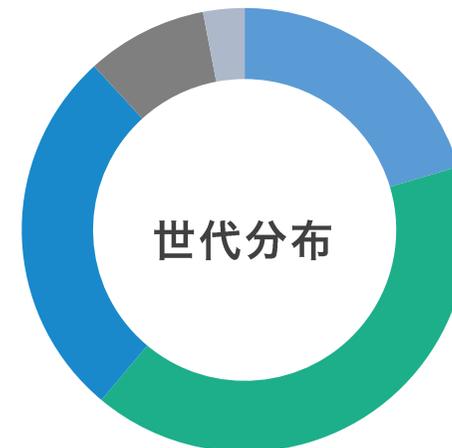
関東 37.7%

近畿 18.9%

東海 11.4%

九州 9.3%

その他 22.7%



20代以下 20.4%

30代 40.7%

40代 27.1%

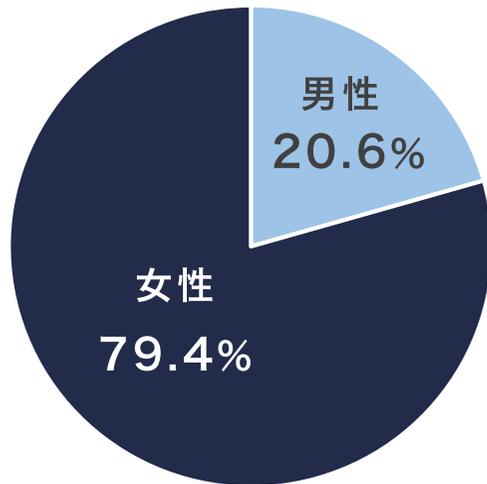
50代 8.8%

60代 3.0%

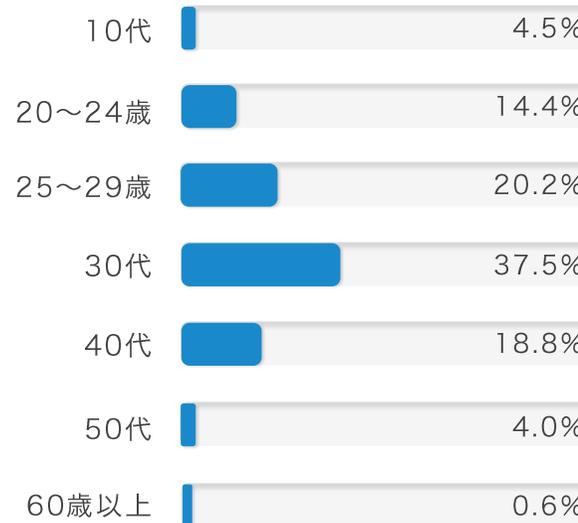
## DOKODEMOのジャンルにおいては、今後「ホビー」「ファッション」カテゴリーの強化を行う

算出期間：2017/4/1～2018/3/31

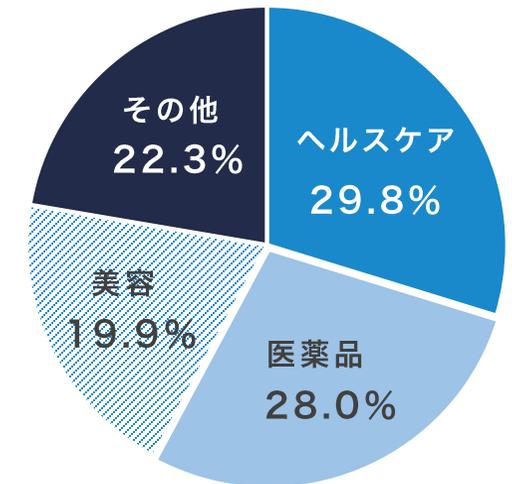
<ユーザー属性>  
性別



<ユーザー属性>  
年代



ジャンル別  
売上比率



※ 会員登録におけるユーザー属性より算出。  
会員登録時、性別設定は任意であるため全登録会員の割合ではありません。

## 対象株主

毎年3月末日の株主名簿に記載または記録された、1单元（100株）以上の株式を保有されている株主様

## 株主優待の内容

2018年3月期につきましては以下のとおり贈呈させていただきます。

### ① クオカード2,000円分

お届け予定：2018年9月頃発送



■1,000円券×2枚でお届けいたします。  
※画像はイメージです。お送りするものと異なる場合があります。

### ② 当社商品 着る毛布「GROONY」2018年バージョン

お届け予定：2018年10月中旬以降発送



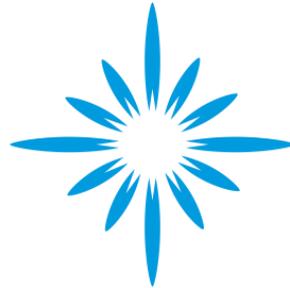
■サイズは【レギュラータイプ】のみ、カラーはご指定いただけません。  
※画像は2017年バージョンのイメージです。お送りする内容と異なる場合があります。

### ③ 寄付2,000円分

■公益財団法人 鎮守の森のプロジェクトへ寄付させていただきます。

A woman with dark hair, wearing a white kimono with orange floral patterns and a striped skirt, is sitting on the floor in front of a light-colored wooden cabinet. The cabinet has several shelves. The top left shelf holds a bouquet of yellow and white flowers. The top right shelf holds a white owl-shaped vase with white and yellow flowers, a framed picture, and a green plant. The middle right shelf holds a potted plant. The text "MAKE NEW STANDARDS" is overlaid in large blue letters across the center of the image.

**MAKE NEW STANDARDS**



**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。