



2020年3月期 第3四半期決算補足説明資料

株式会社ベガコーポレーション

■ 決算ハイライト

業績 概況

売上高	9,840	百万円	(前年同期比	99.6%)
営業利益	13	百万円	(前年同期	△166百万円)

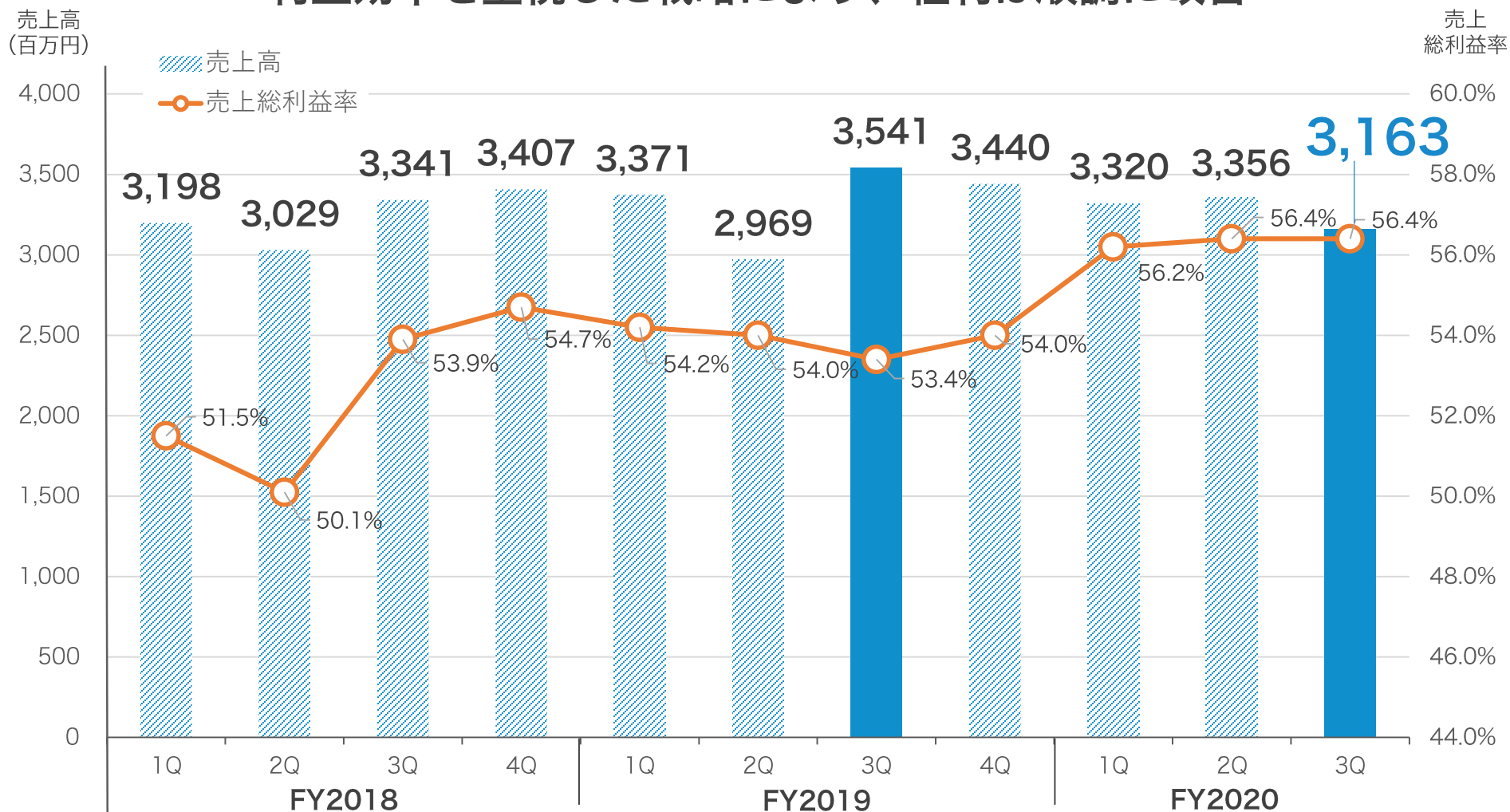
- **旗艦店の売上高は前年同期比42.9%増加、売上比率は34.4%に上昇**
消費税増税の影響の中でも、四半期売上高は過去最高
効率的なWEB広告投下によりアクセス数は前年同期比40.1%増加
- **通期売上高は消費税増税後の影響により、ほぼ横ばい**
10月以降、消費マインドの冷え込みとキャッシュレス還元不適用の影響により
モール店への影響大
- **新技術を駆使した自社開発の新サービスをリリース**
画像検索機能「LOWYA見た目でサーチ」を2019年10月にリリース

今後も消費税増税による消費マインドの冷え込みとキャッシュレス還元不適用の影響により先行き不透明の為、通期業績予想は据え置きといたします。

2020年3月期 第3四半期決算概要

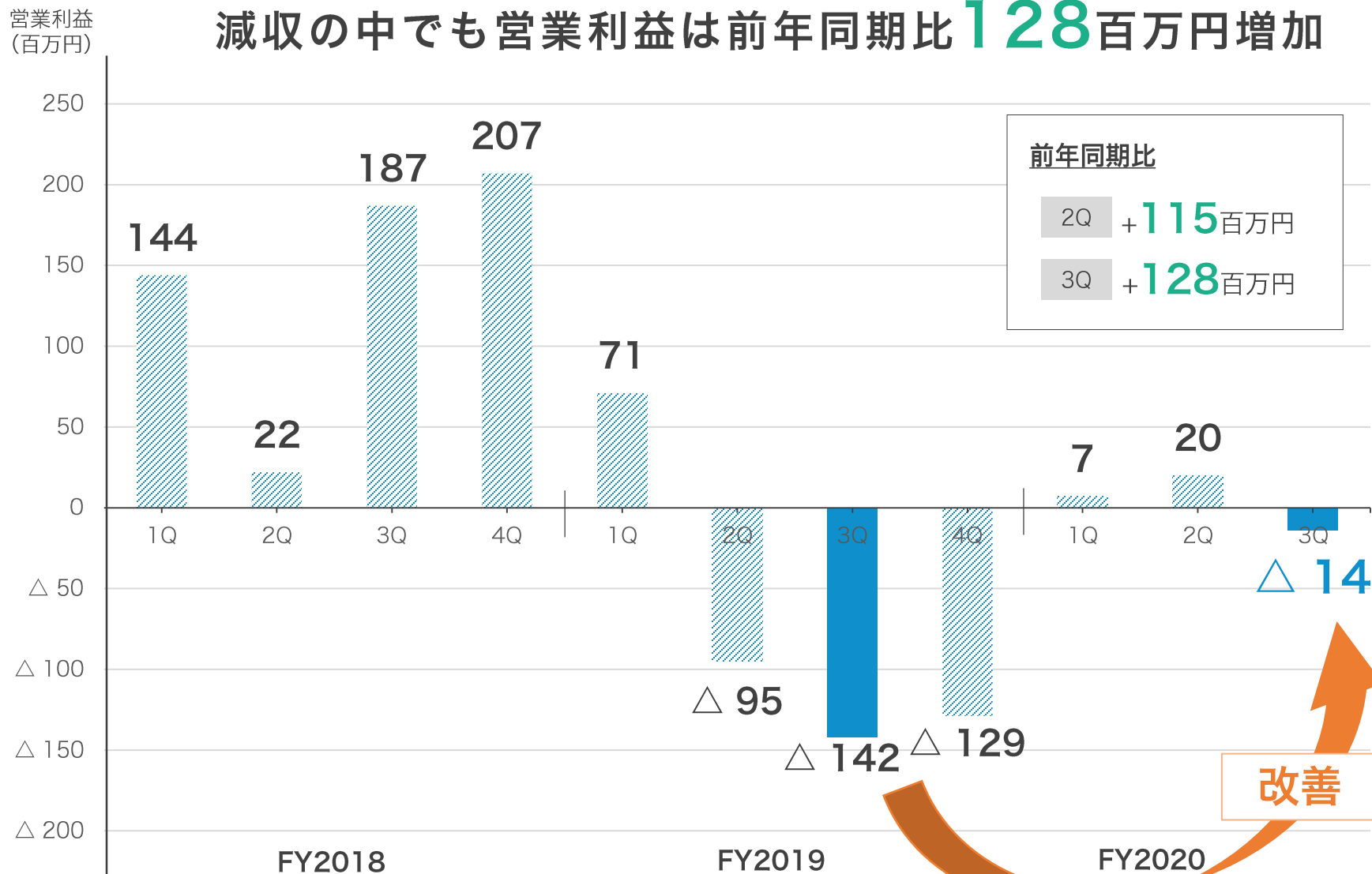
■ 売上高推移 [四半期]

売上高は消費税増税後の反動により前年同期比**10.7%**減少
 利益効率を重視した戦略により、粗利は順調に改善



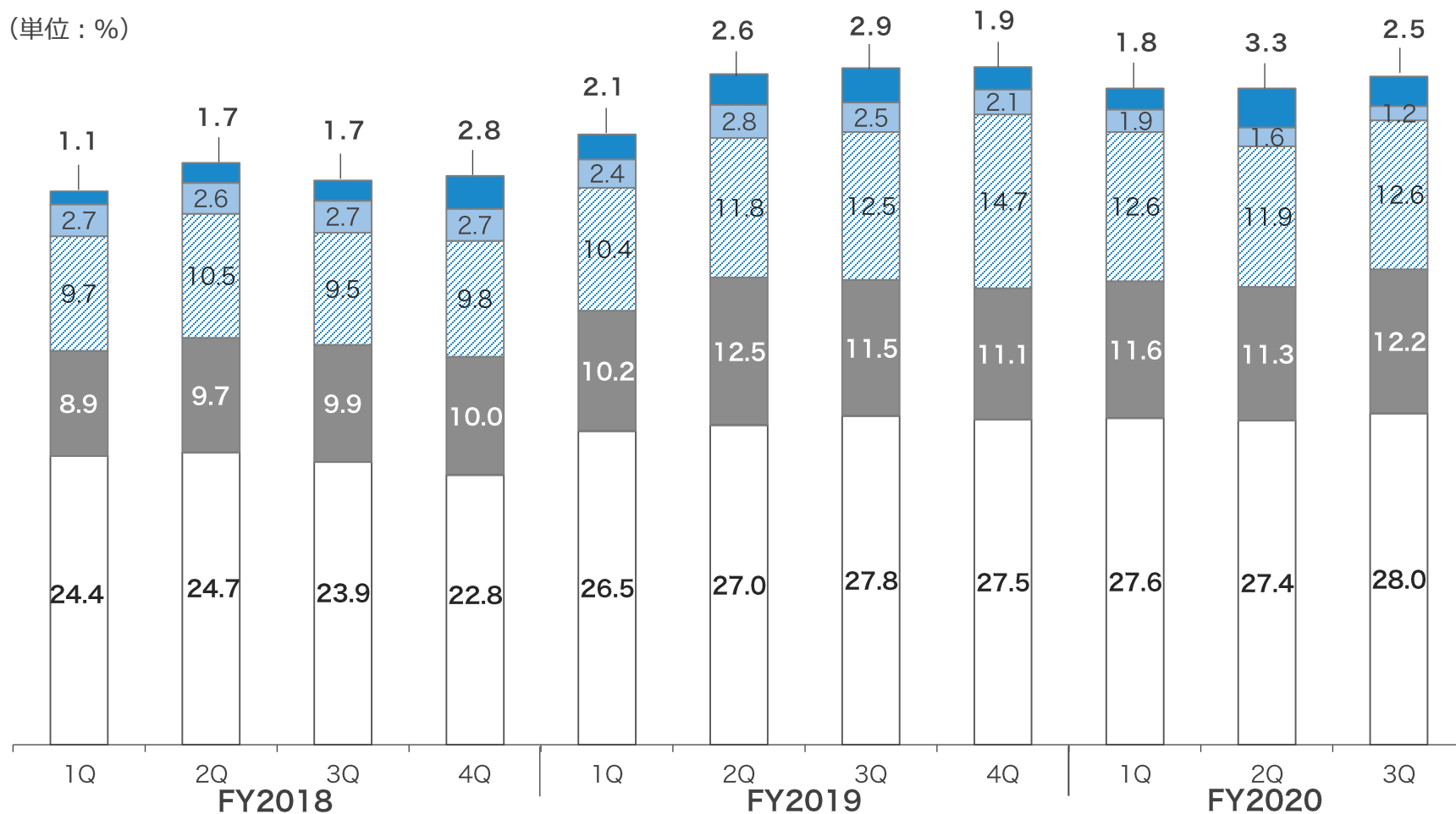
■ 営業利益推移 [四半期]

粗利改善、固定費削減による利益改善が進捗し
減収の中でも営業利益は前年同期比 **128**百万円増加



■ 販管費比率推移 [四半期]

(単位：%)



- 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。

(※) 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。

■ 損益計算書

消費税増税後の反動により、売上高はほぼ横ばい
商品構成等の見直しにより粗利改善

(単位：百万円)

	前第3四半期	売上比	当第3四半期	売上比	増減	前期比
売上高	9,882	100.0%	9,840	100.0%	△42	99.6%
売上総利益	5,323	53.9%	5,546	56.4%	+223	104.2%
販管費	5,490	55.6%	5,532	56.2%	+42	100.8%
営業損益	△166	—%	13	0.1%	+180	—%
経常損益	△146	—%	37	0.4%	+184	—%
四半期純損益	△149	—%	13	0.1%	+163	—%

(※) 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。

■ 貸借対照表

前期末から在庫の適正化が順調に進捗し、**192**百万円減少
第2四半期に借入金**500**百万円の返済を実行

(単位：百万円)

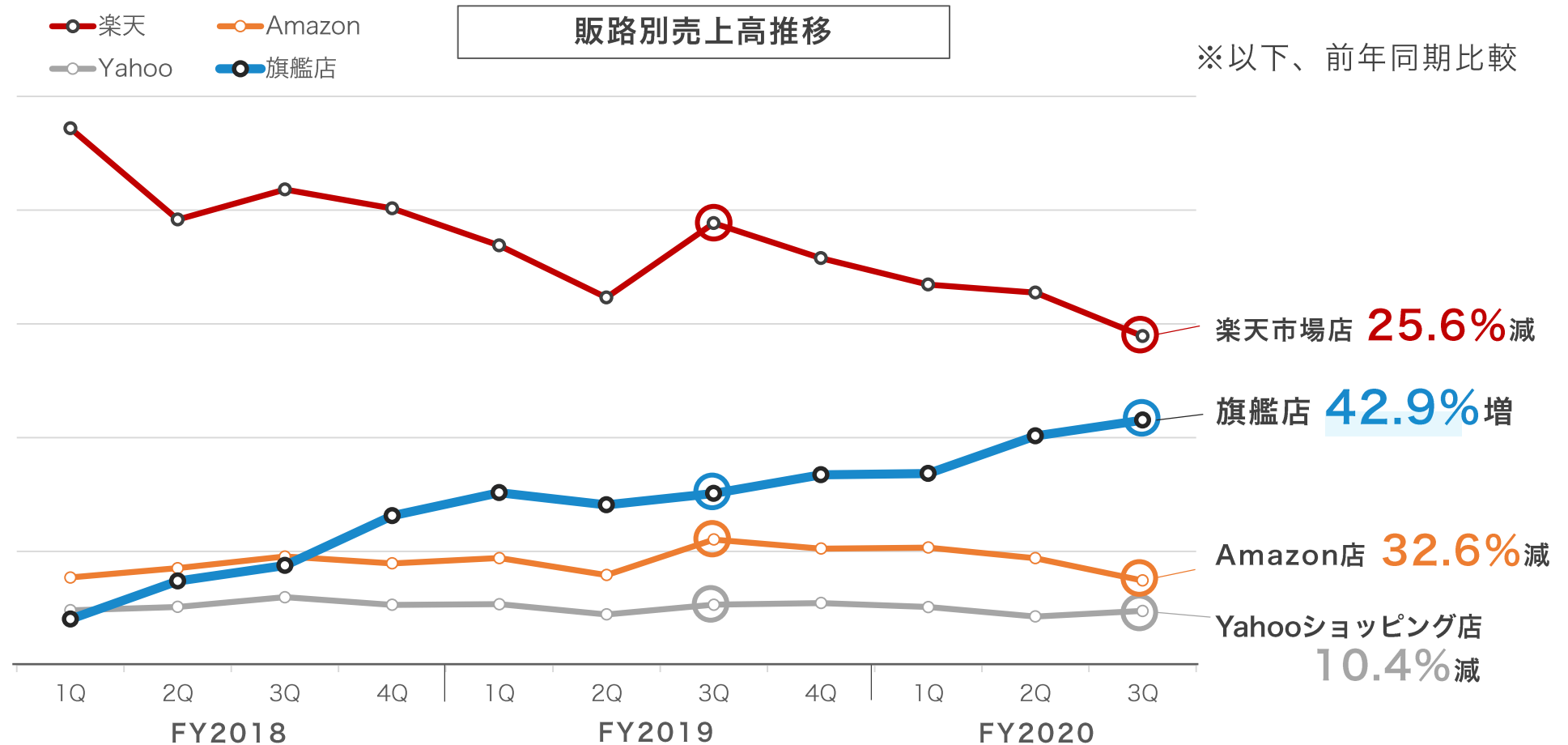
	前事業年度 (2019年3月期末)	当第3四半期		前事業年度 (2019年3月期末)	当第3四半期
流動資産	4,935	4,688	流動負債	2,410	2,161
うち、現預金	1,019	1,166	うち、借入債務	1,320	820
うち、売掛金	1,186	1,167	固定負債	52	27
うち、商品	2,405	2,213	負債合計	2,463	2,188
固定資産	1,102	1,112	株主資本	3,558	3,600
うち、有形・無形 固定資産	431	480	純資産合計	3,574	3,611
資産合計	6,037	5,800	負債純資産合計	6,037	5,800

(※) 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等は実施中でありませ

LOWYA事業の報告

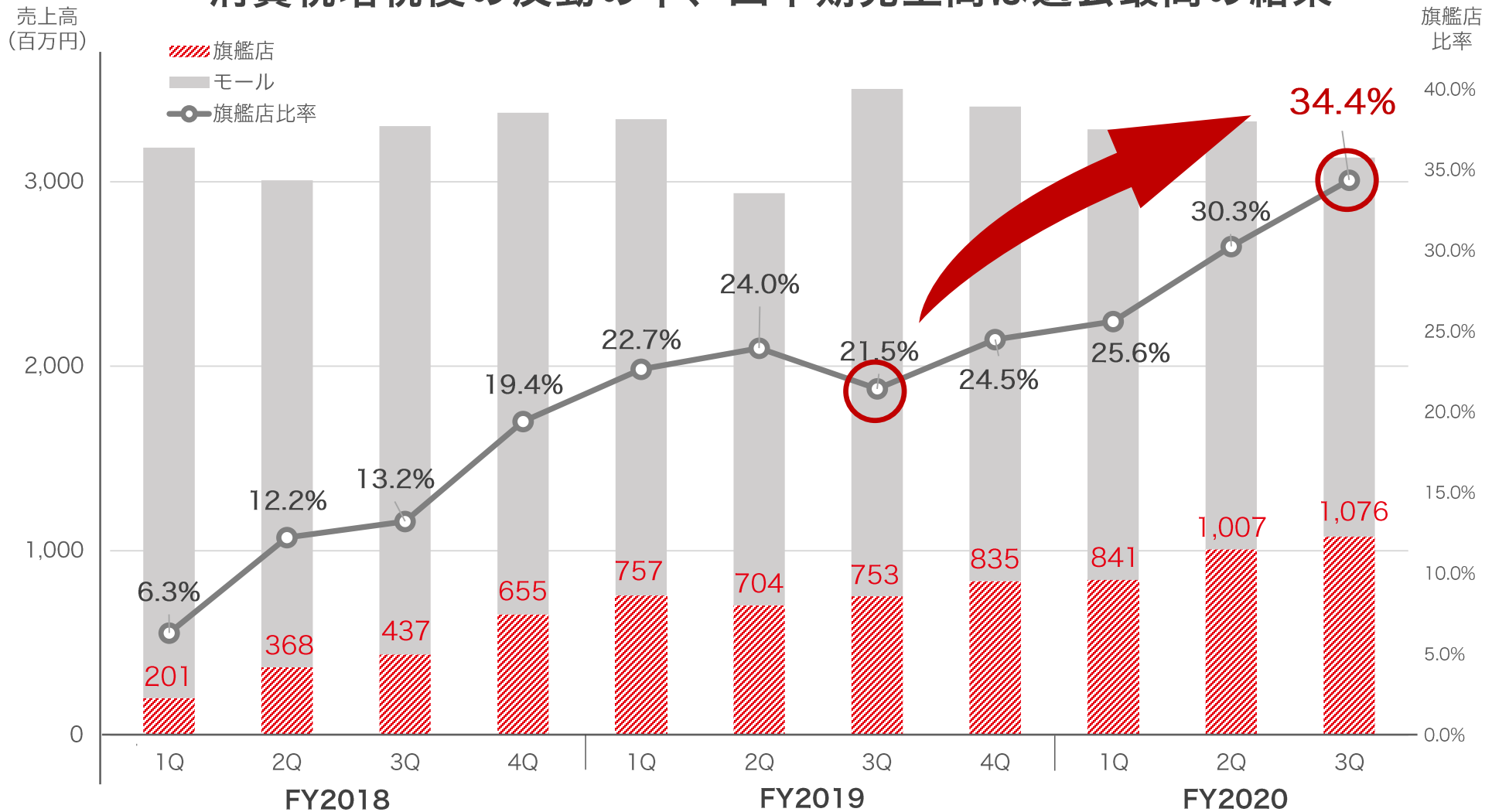
■ 販路別売上高推移<LOWYA事業>

旗艦店売上高は前年同期比**42.9%**増加
 旗艦店へのシフトが順調に推移



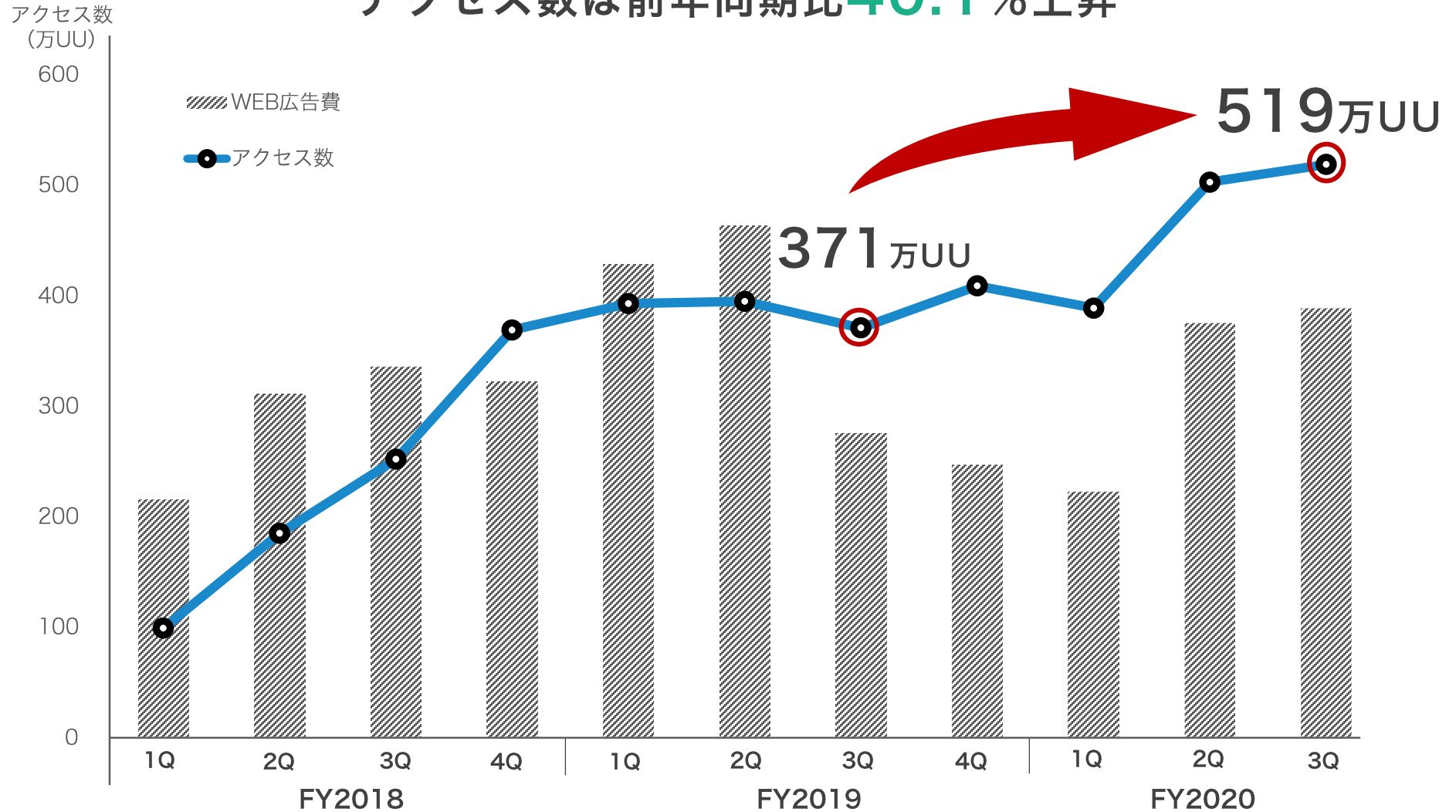
■ 販路別売上高推移<LOWYA事業 旗艦店 >

旗艦店比率は前年同期（3Q）の21.5%から**34.4%**に上昇
消費税増税後の反動の中、四半期売上高は過去最高の結果



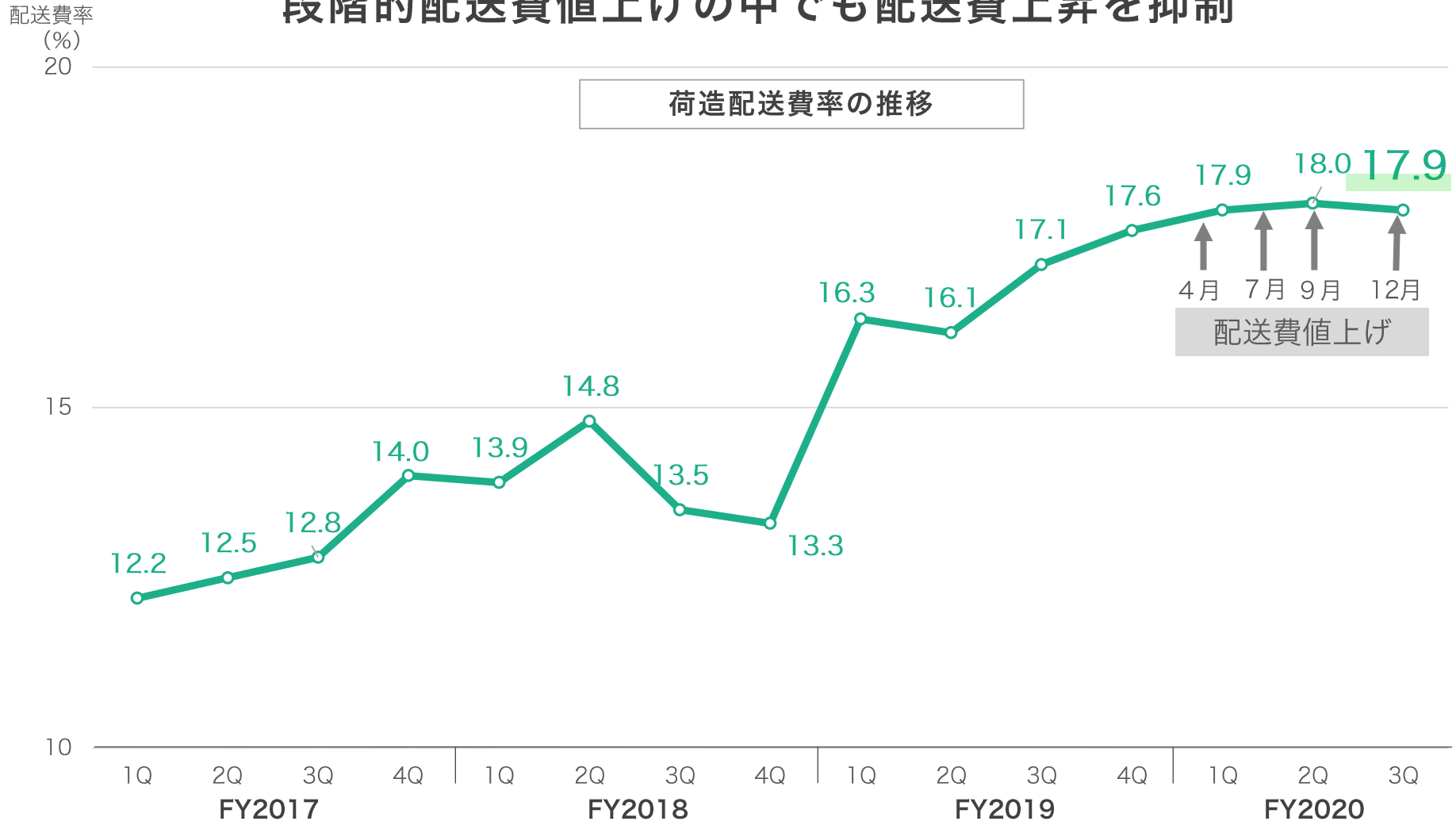
WEB広告推移<LOWYA事業 旗艦店 >

2Q以降、効率的なWEB広告投下を再開
アクセス数は前年同期比**40.1%**上昇



■ 配送費率推移<LOWYA事業>

在庫の適正配置および商品構成の見直しを実施
段階的配送費値上げの中でも配送費上昇を抑制



※売上高に対する荷造配送費の構成比率です。

■ 経営指標推移<LOWYA事業>

消費税増税の影響によりアクセス数が減少
売価および商品構成の見直しにより客単価が上昇

項目	2019年3月期				2020年3月期		
	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)	4Q (1月-3月)	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)
前年同期比アクセス人数 (%)	125.1	110.1	109.8	98.2	91.3	101.2	91.9
前年同期比客単価 (%)	109.9	113.0	112.8	113.3	114.5	120.8	113.4
前年同期比CVR (%)	75.2	78.5	82.8	94.7	96.9	96.9	86.3
商品数 (注)	2,070	2,169	2,041	1,967	1,930	1,951	1,763
新商品投下数	112	99	91	103	57	55	78
平均決済レート (円)	107.58	108.74	111.59	109.05	107.70	107.37	107.57

(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。

2Q以降の効率的な広告投下再開によりアクセス数が上昇
客単価も順調に推移するも、消費税増税の影響によりCVRは低下

項目	2019年3月期				2020年3月期		
	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)	4Q (1月-3月)	1Q (4-6月)	2Q (7-9月)	3Q (10-12月)
【旗艦店】 前年同期比アクセス人数 (%)	396.6	213.5	147.2	111.0	99.0	127.4	140.1
【旗艦店】 前年同期比客単価 (%)	100.3	110.8	103.5	108.1	114.1	107.5	108.5
【旗艦店】 前年同期比CVR (%)	94.6	81.8	108.2	110.2	103.9	111.7	94.2

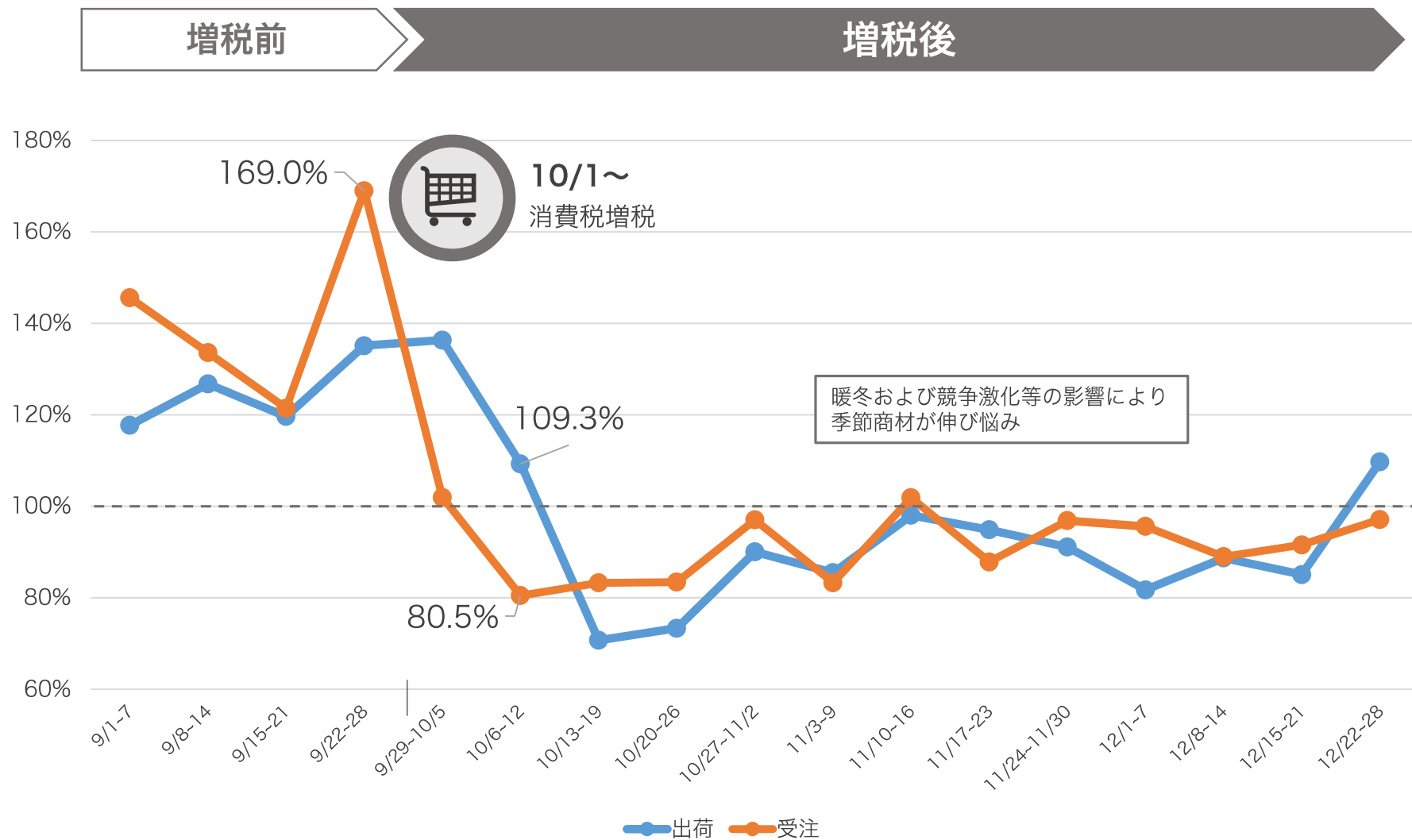
■消費税増税後の月別販売状況

10月以降は、消費税増税の影響により
想定以上の駆け込みの反動を受けた

(単位：%)

項目	9月	10月	11月	12月	第3四半期 (10-12月)
前年同期比受注売上高	142.5	82.2	93.5	92.9	89.9
前年同期比注文数	114.9	73.3	81.9	80.7	79.0
前年同期比客単価	122.7	112.2	113.4	114.9	113.4

■消費税増税後の売上高前年比推移



第3四半期までの取り組み

- ① 利益改善に向けた取り組み
- ② 旗艦店アクセス・売上増加に向けた取り組み

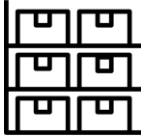
■ 第3四半期までの取り組み<①利益改善>

「利益改善」に向けた4つの取り組みは継続して実施中

①保管費の削減

課題

- ・在庫量の適正化
- ・保管効率向上のための設備導入検討
- ・倉庫管理システムの導入



第3四半期進捗

- ・在庫量の適正化により、一部倉庫を減床
- ・保管効率向上のための設備導入を実施
- ・倉庫管理システムの導入に向けて進行中

②配送費の抑制

課題

- ・在庫の適正配置
- ・梱包サイズの見直し
- ・新規キャリアの導入



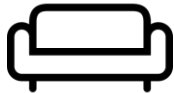
第3四半期進捗

- ・海外物流拠点構築に向けて**試験運用実施**
- ・梱包サイズ見直しを実施中
- ・新たな配送ネットワークを構築

■ 第3四半期までの取り組み<①利益改善>

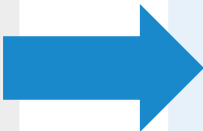
「利益改善」に向けた4つの取り組みは継続して実施中

③原価率の改善



課題

- ・サプライヤーの選択と集中
- ・商品入替による原価低減



第3四半期進捗

- ・サプライヤーの選択に向けた監査が終了、集約を**検討中**
- ・商品ジャンルの売上構成変化

④商品構成の見直し



課題

- ・コスト構造に合わせた新商品および新ジャンルの投下

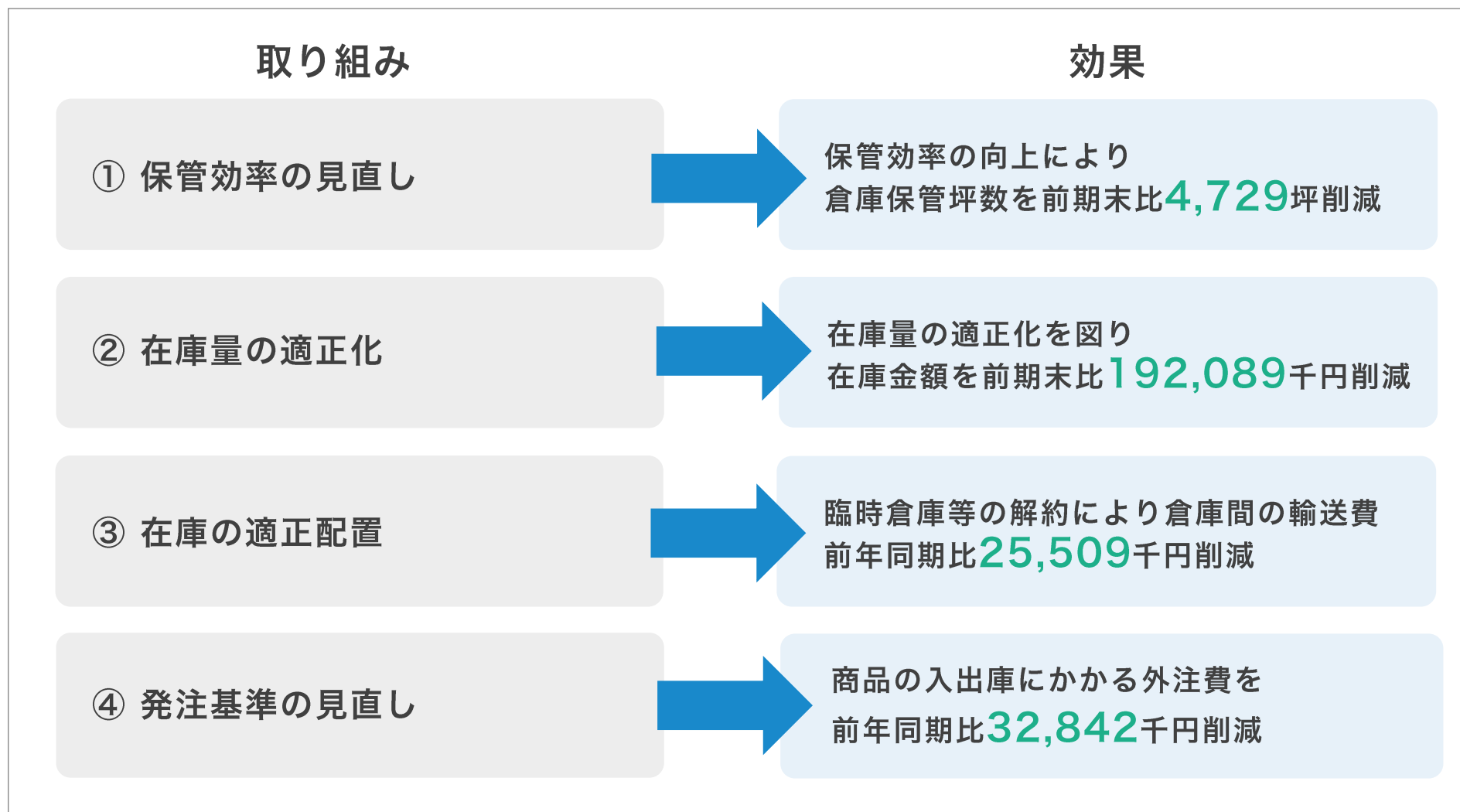


第3四半期進捗

- ・利益率の高い新商品の投下
- ・新ジャンルの投下

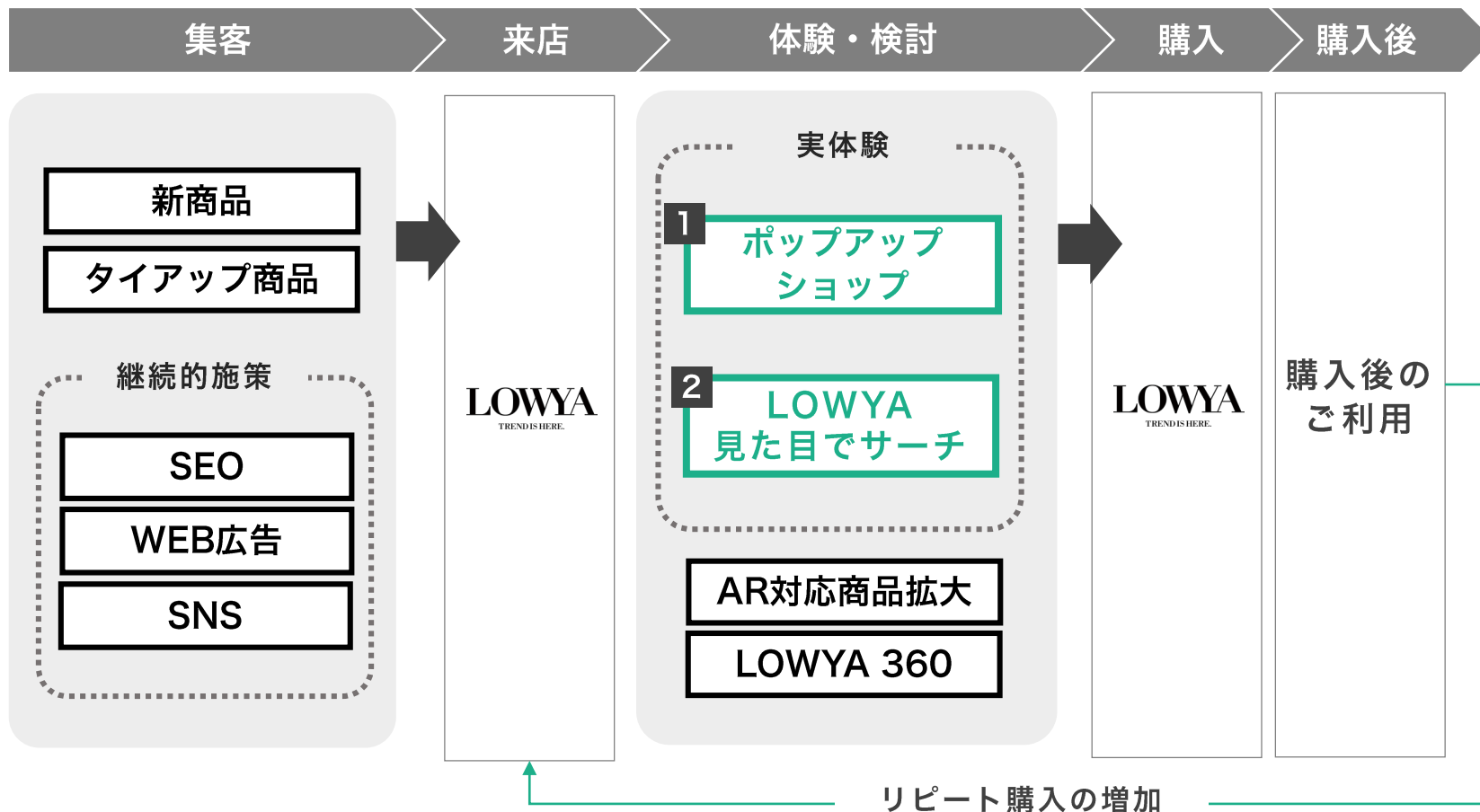
■ 第3四半期までの取り組み<①利益改善>

「利益改善」に影響したその他の取り組み



■ 第3四半期までの取り組み<②新規アクセス>

リアルとネットの連動による“体験”を提供
購入しやすさへとつなげる



第3四半期までの取り組み<ポップアップショップの実施>

LOWYAポップアップショップ第2段 岩田屋本店にて期間限定オープン

クリスマス商品の展示と店頭連動プレゼントキャンペーンを実施

店頭の様子



出店概要

- ✓ 開催期間：2019年 11/27(水)～12/10(火)
- ✓ 開催場所：岩田屋本店新館5階 プロモーションスペース
- ✓ テーマ：北欧のクリスマス
- ✓ キャンペーン：参加条件を満たしてくじにチャレンジし、アタリが出たらGROONYプレゼント

第3四半期までの取り組み<LOWYA見た目でサーチ>

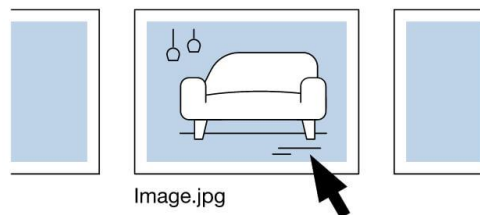
ディープラーニング使用「LOWYA見た目でサーチ」を公開 人工知能（AI）搭載の画像検索機能を自社開発

AIが画像のインテリアの形状・色を自動で判別し、LOWYAの中から類似商品をレコメンド表示

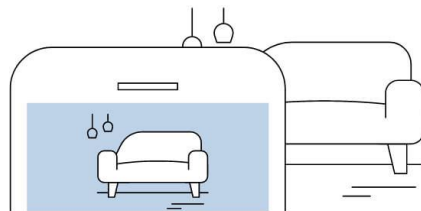


- ✓ 商品名やジャンルがわからなくてもイメージした商品にすばやくアクセス
- ✓ AIのコアシステム・ディープラーニングを使用し、膨大なデータの中から画像検索
- ✓ 再学習で精度の高い画像検索機能へ進化
- ✓ 順次対応商品カテゴリーを拡大

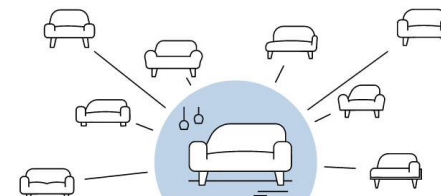
インテリアの画像をアップロード



カメラ付き端末なら
その場で撮影した画像が使える



マッチした商品が一覧で表示



新規事業（研究開発）

DOKODEMO 事業

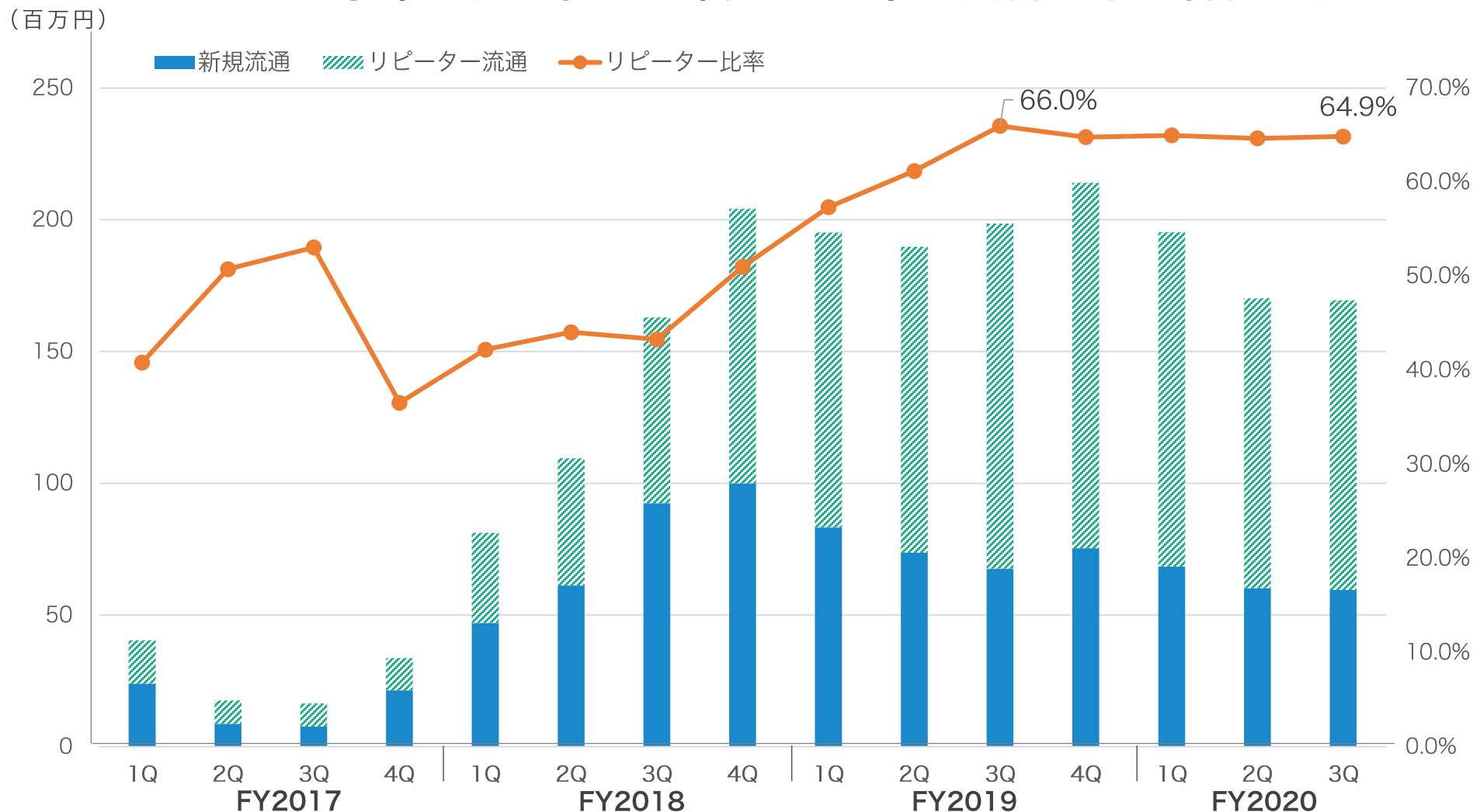
■ DOKODEMO事業【指標】

会員数やアプリダウンロード数も順調に推移 更なるリピート顧客増加に向けCRM強化に取り組む

項目	2019年3月期 3Q	2020年3月期 3Q	前期比
会員数 (千人)	343	466	135.6%
APP DL数 (千)	776	912	117.5%
一人あたり購入金額 (円)	8,850	7,562	85.4%
取扱い商品数 (千)	123	318	257.9%
ブランド数	1,053	1,682	159.7%
配送実績 ※国と地域の配送実績数	93	99	106.5%

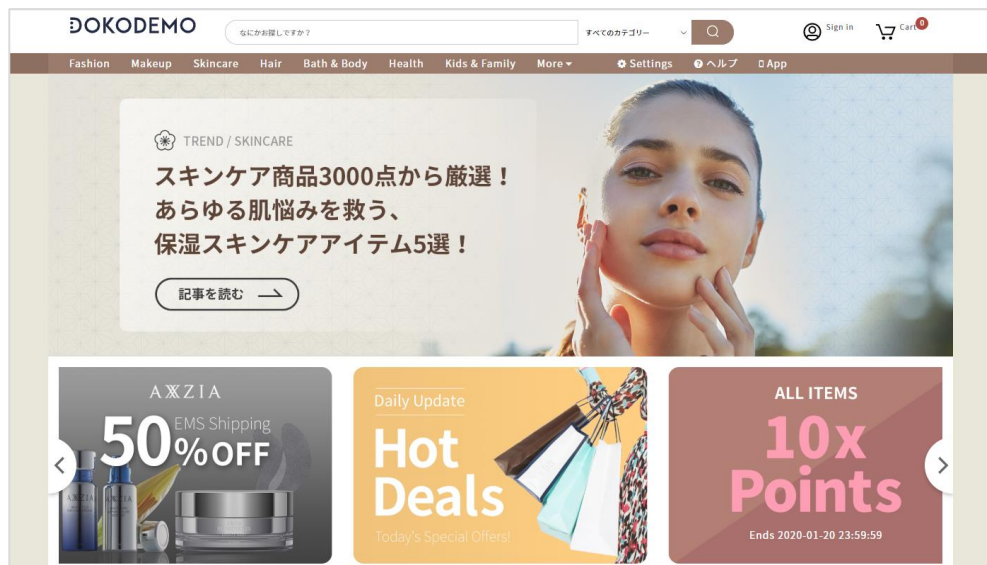
■ DOKODEMO事業 [流通推移]

広告費抑制の中でも、リピーター比率は**60%以上**を維持
LOWYA事業の建て直しが終わり次第、広告投下を再開予定

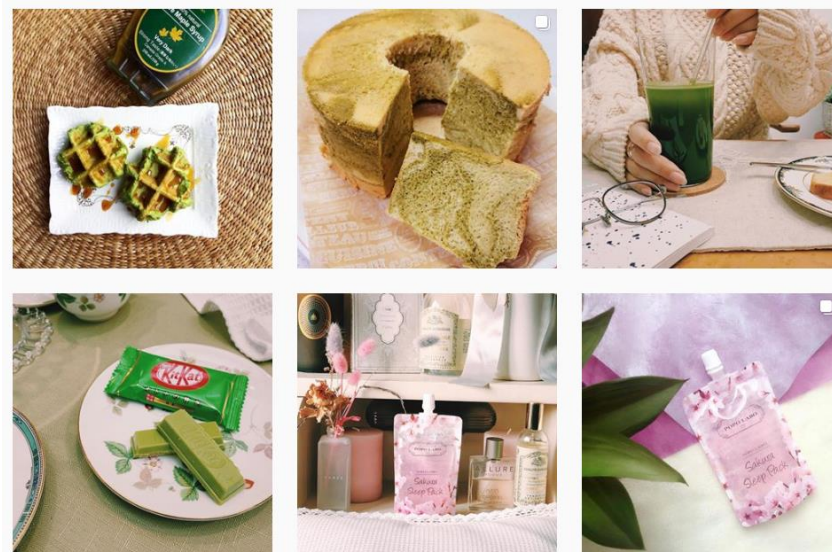


ターゲットエリア拡大に向けたブランドリファイン

デザイン刷新とInstagram強化でアクセスの拡大を目指す



DOKODEMOトップページ



公式インスタグラム
@dokodemo.en

株主優待

■株主優待の決定

株主優待品を決定

<対象>

2020年3月31日現在の株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上の株式を保有されている株主様

<優待品の内容>

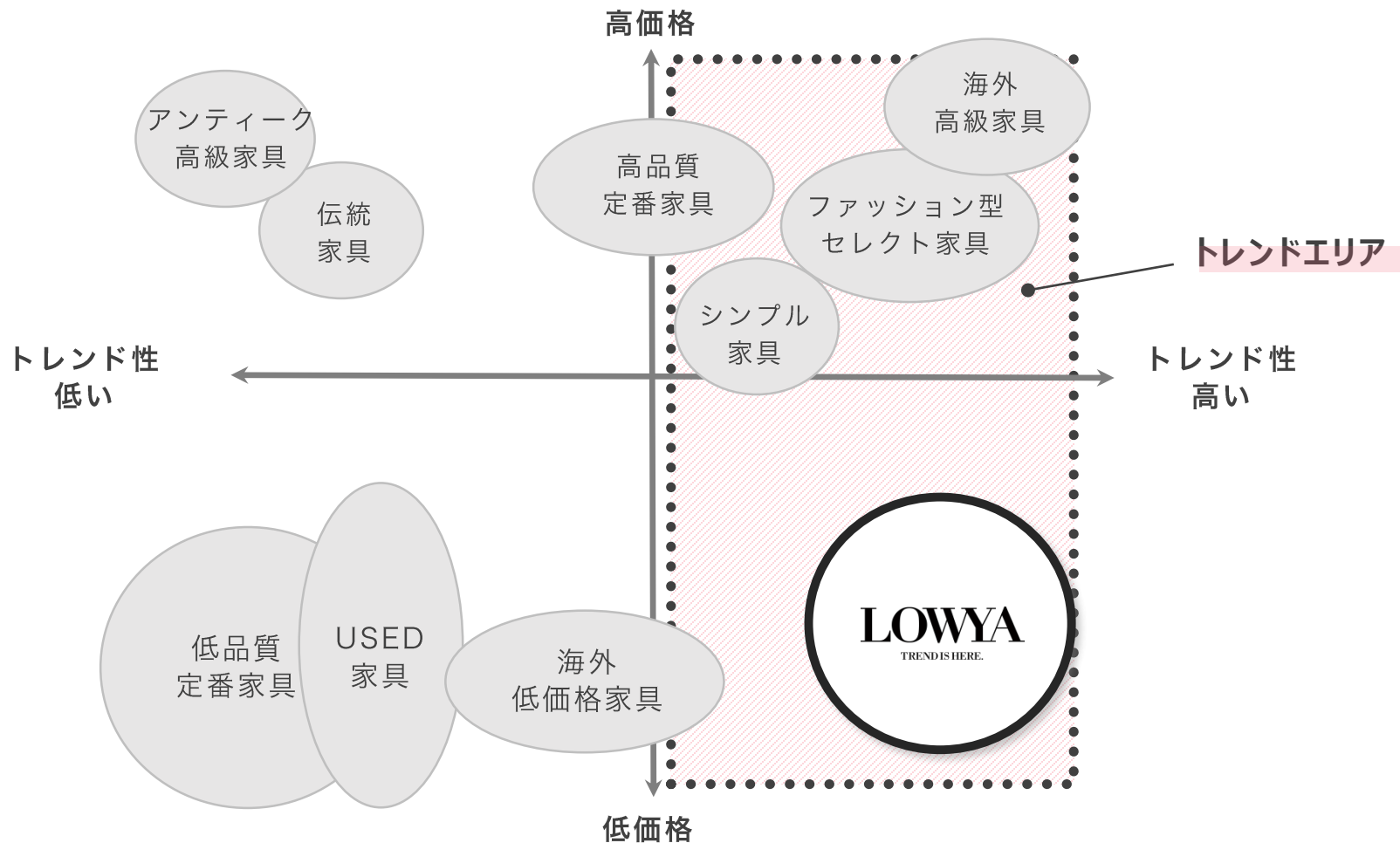
保有株式数	優待内容	贈呈時期
100株以上	①クオカード1,000円分	2020年9月頃発送
	②LOWYA旗艦店 20%割引クーポン	2020年9月頃発送
	③寄付1,000円分 (公益財団法人 鎮守の森のプロジェクト)	—

※「②LOWYA旗艦店20%割引クーポン」の詳細につきましては、2020年6月上旬に発送予定の定時株主総会招集ご通知に同封いたします、ご案内をご確認ください。

Appendix

■ Appendix LOWYA事業：ポジショニング

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



■ Appendix LOWYA事業：サービスビジョン

「ファストインテリアとして」

お客様の期待価値を上回る
「記憶に残る体験」を提供する



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。

■ Appendix ビジネスモデルの特徴

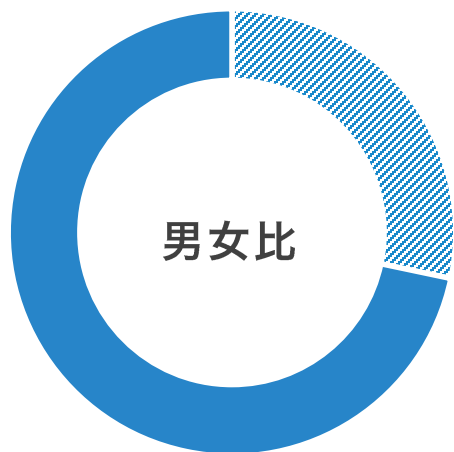
ECサイトにおける一連のプロセスを自社で行う D2Cビジネスモデル (Direct to Consumer)



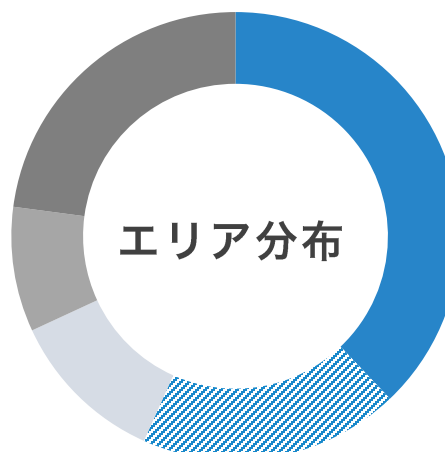
■ Appendix LOWYA事業 属性情報（男女比、エリア分布、世代分布）

都市圏を中心に30代女性の購入者が多い

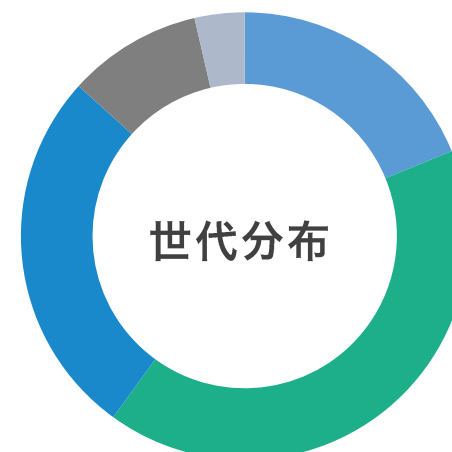
(2019/10~2019/12)



男性	28.3%
女性	71.7%

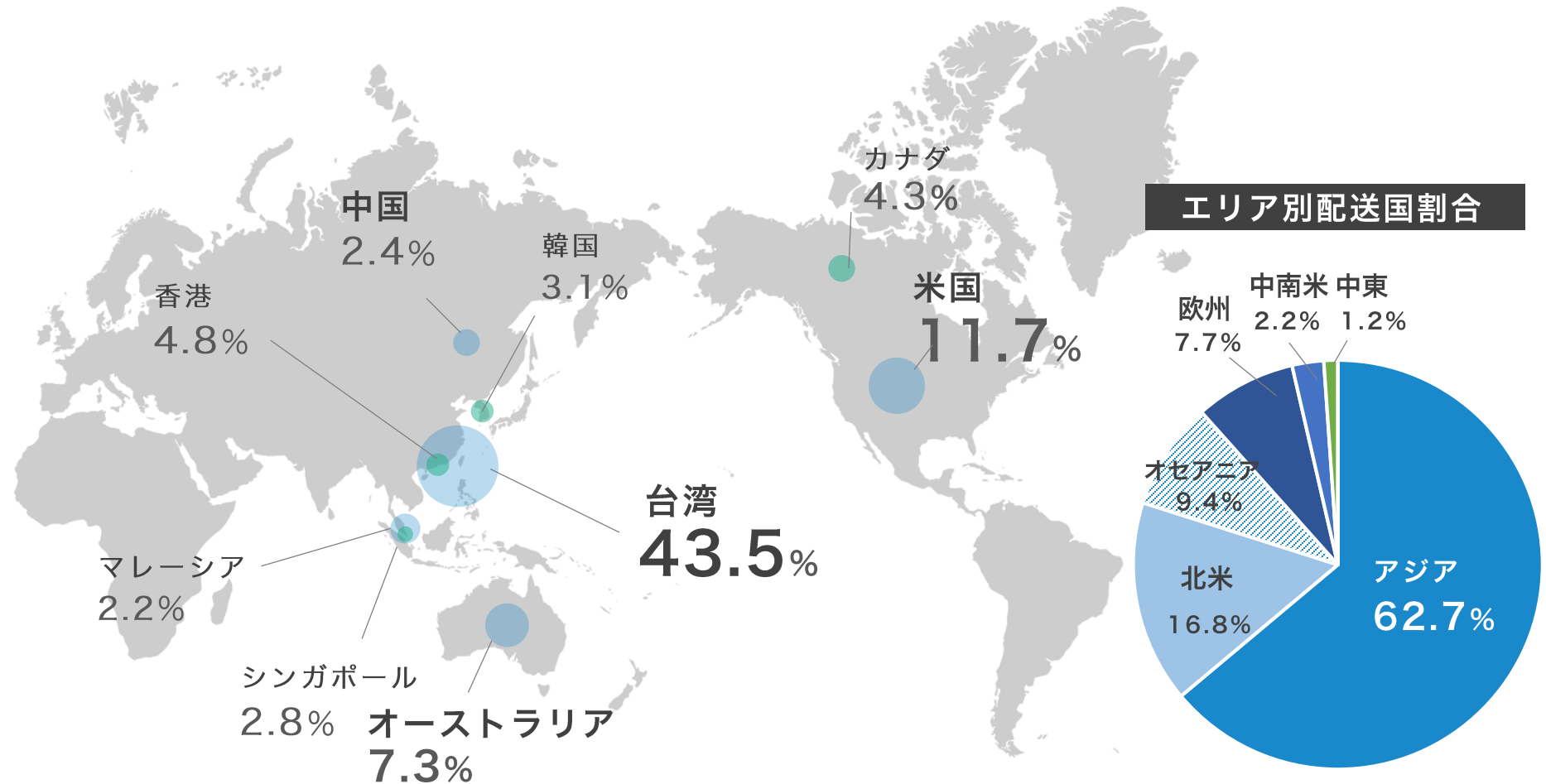


関東	37.9%
近畿	18.8%
東海	11.4%
九州	9.0%
その他	22.9%



20代以下	18.8%
30代	41.2%
40代	26.7%
50代	9.7%
60代	3.6%

流通総額における配送国の割合はアジアを中心に広く分布

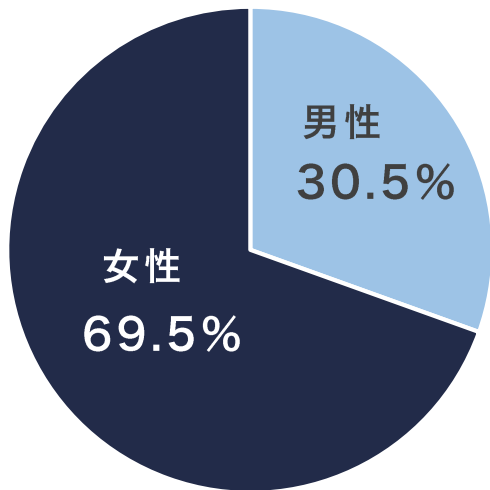


※ 配送国割合は、2019.10~12の流通総額における割合において算出

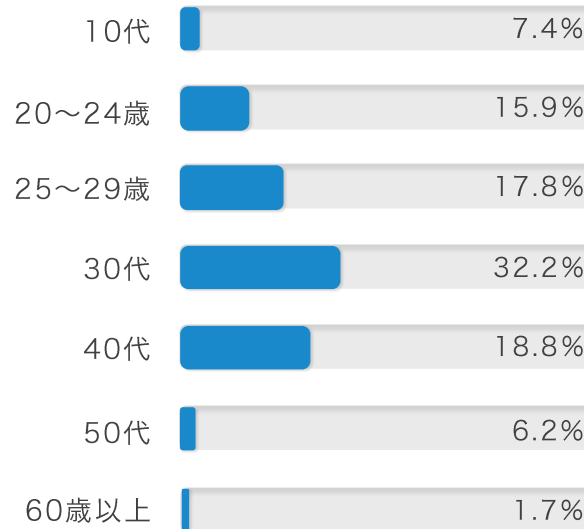
30代の女性を中心に利用者を拡大中

算出期間：2019/10～12

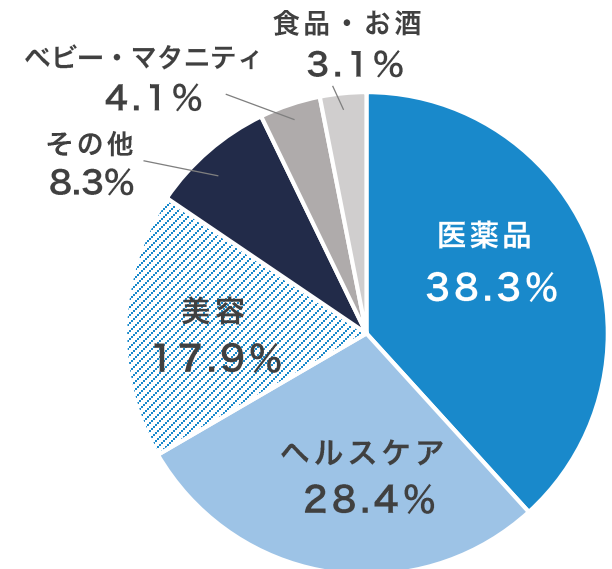
＜ユーザー属性＞
性別



＜ユーザー属性＞
年代



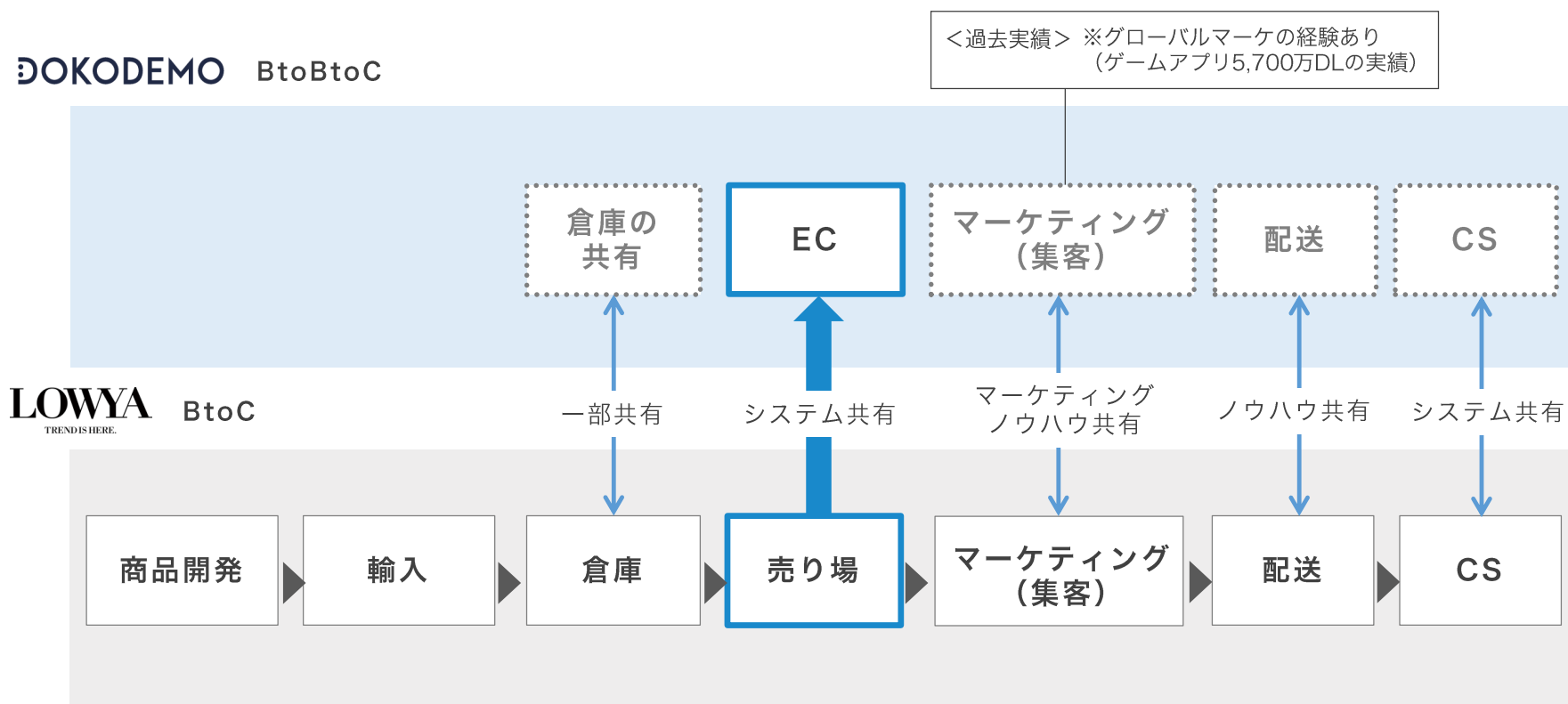
ジャンル別
売上比率



※ 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。

■ Appendix 全社事業のシナジー

LOWYAのフルフィルメントサービスにおける 各システムをDOKODEMOと共有し最大化





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。