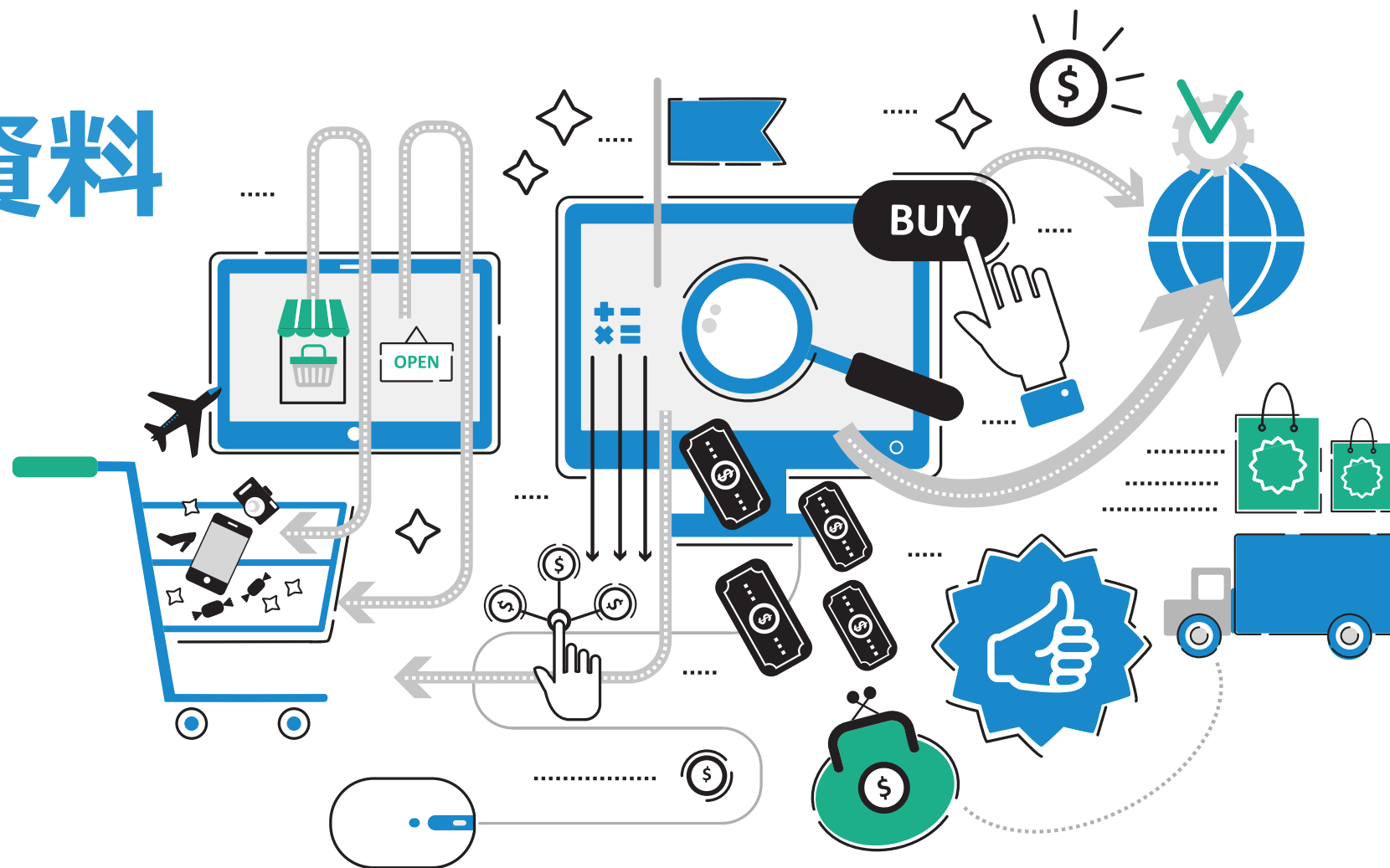


2024年3月期

決算説明資料

株式会社ベガコーポレーション

証券コード：3542





INDEX

目次

- 1 2024年3月期 決算概要
- 2 LOWYA事業の報告
- 3 DOKODEMO事業の報告
- 4 3カ年計画（2025年3月期～2027年3月期）
- 5 2025年3月期 業績予想



1

2024年3月期 決算概要



利益重視の経営に方針転換し、各事業運営に取り組んだ結果、
 売上高は**16,063百万円 (YoY 94.6%)**と減少したが、営業利益は**771百万円 (YoY 228.1%)**と大幅改善。
 経常利益は**790百万円 (YoY 216.7%)**、当期純利益は**394百万円 (YoY 327.4%)**で着地。

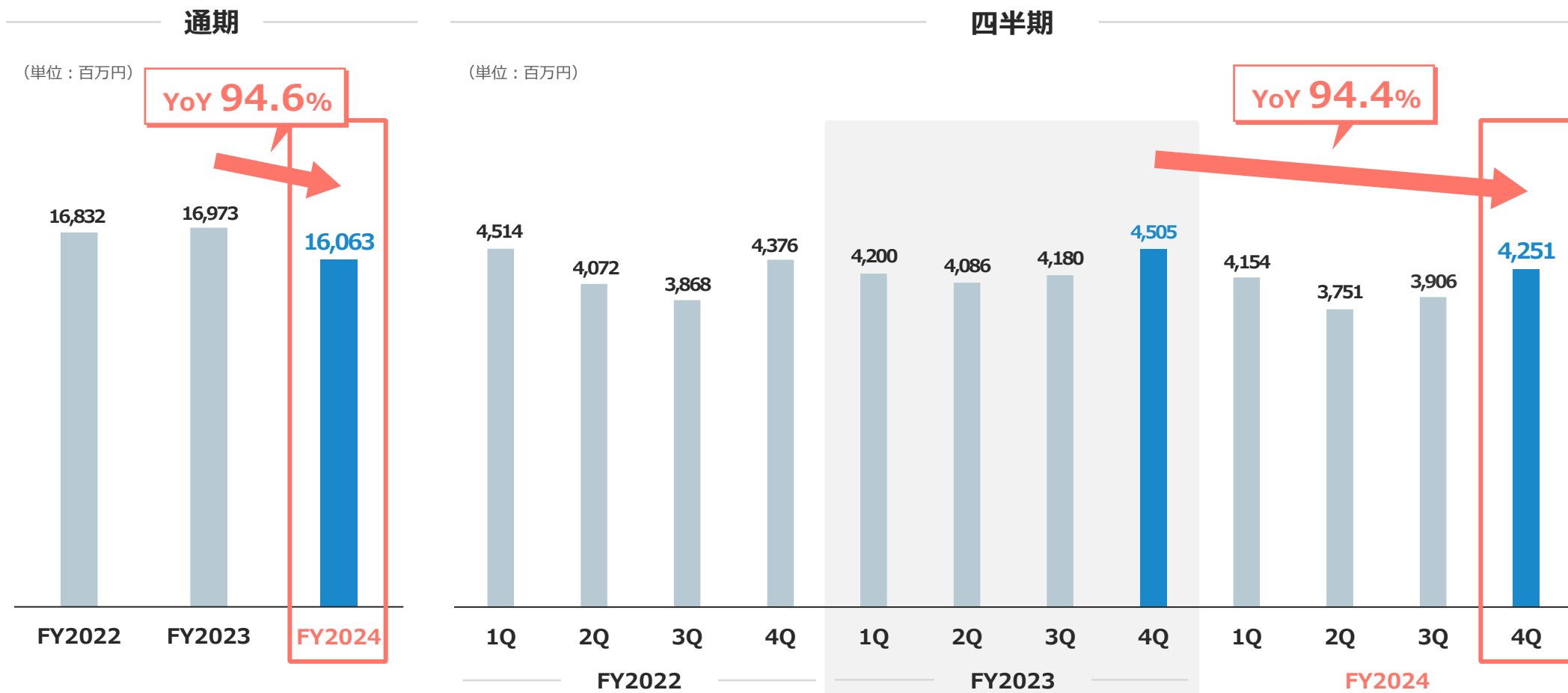
(単位：百万円)

	前事業年度 (2023年3月期)	当事業年度 (2024年3月期)	YoY
売上高	16,973	16,063	94.6%
売上総利益	8,471	7,995	94.4%
売上総利益率	49.9%	49.8%	—
販管費	8,133	7,223	88.8%
販管费率	47.9%	45.0%	—
営業利益	338	771	228.1%
営業利益率	2.0%	4.8%	—
経常利益	364	790	216.7%
当期純利益	120	394	327.4%

※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ぬ。

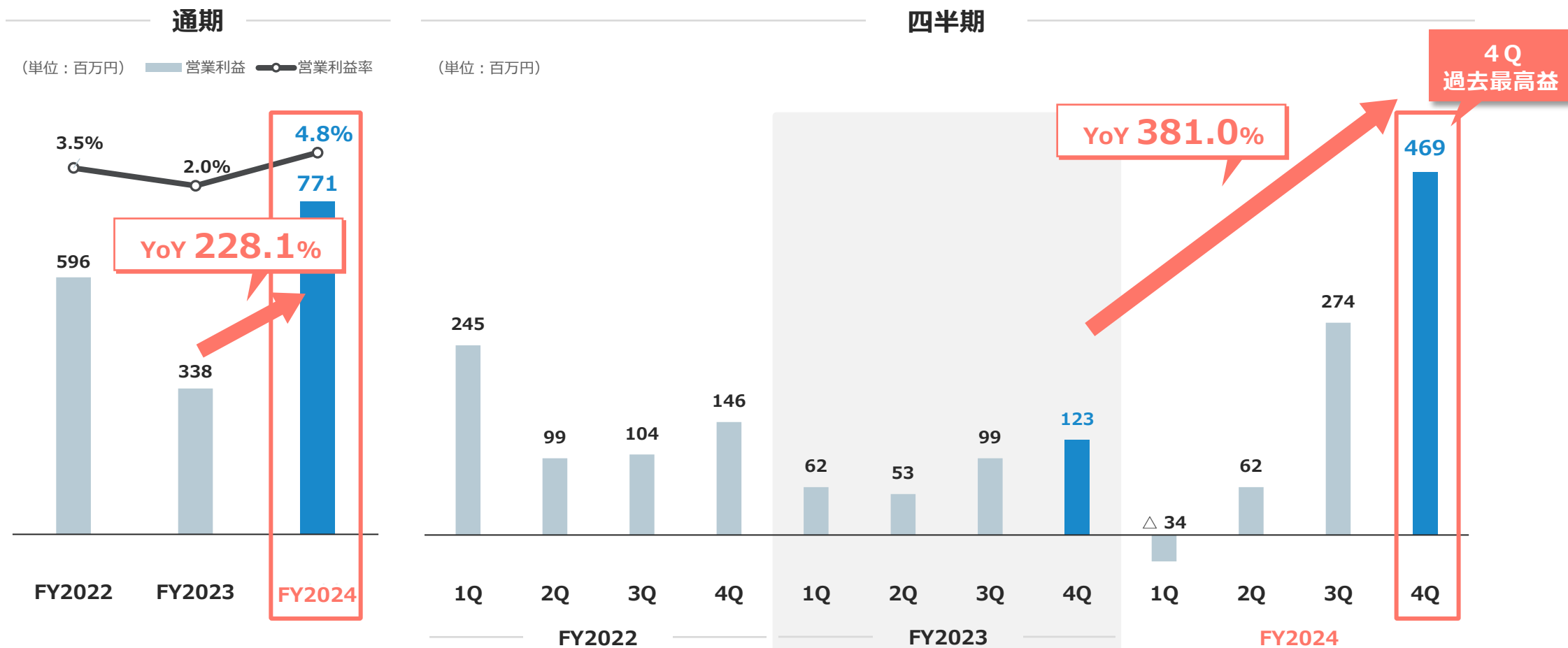


2Qより各事業ともに利益重視の施策に取り組んだため、アクセス数や流通が減少し、
通期売上高は**16,063**百万円（YoY 94.6%）、4Q売上高は**4,251**百万円（YoY 94.4%）で着地。





2Qより各事業ともに利益重視の施策に取り組んだことにより、通期の営業利益は**771百万円（YoY 228.1%）**となった。
 四半期の営業利益は4Qとして**過去最高の469百万円（YoY 381.0%）**で着地。





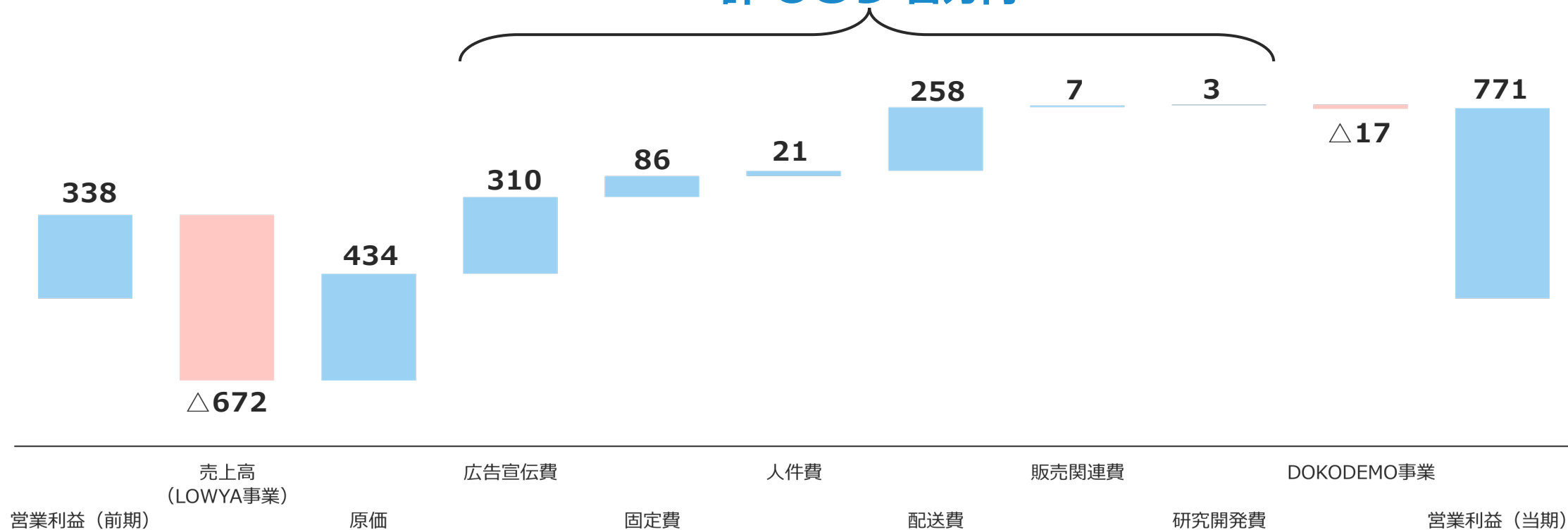
LOWYA事業で、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの削減を中心に人件費・固定費の削減にも取り組んだ結果、**販売管理費を大幅削減し、収益を改善。**

(単位：百万円)

営業利益増減要因（前期比）

LOWYA事業販売管理費削減額

計 **689** 百万円



※算定基準となる売上高はDOKODEMO事業及び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とは一致いたしません。



無借金経営を継続。自己資本比率**77.2%**と高水準を維持。

(単位：百万円)

	前事業年度 (2023年3月期末)	当事業年度 (2024年3月末)		前事業年度 (2023年3月期末)	当事業年度 (2024年3月末)
流動資産	5,956	6,153	流動負債	1,796	1,586
うち、現預金	1,892	1,750	うち、借入債務	—	—
うち、売掛金	1,814	1,739	固定負債	51	56
うち、商品	1,819	2,110	負債合計	1,847	1,643
固定資産	1,195	1,056	株主資本	5,308	5,486
うち、有形・無形固定資産	526	518	純資産合計	5,304	5,566
資産合計	7,151	7,209	負債純資産合計	7,151	7,209

※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



利益改善により営業CFは増加したものの、実店舗出店による設備投資や自己株式取得により投資CF及び財務CFが減少した結果、現金及び現金同等物の期末残高は**1,839百万円 (YoY △160百万円)**となった。

(単位：百万円)

	前事業年度 (2023年3月期)	当事業年度 (2024年3月期)	増減額	当事業年度の主な要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,043	264	△1,779	税引前当期純利益 +680 棚卸資産の増減額 (△は増加) △290 未払金の増減額 (△は減少) △163
投資活動によるキャッシュ・フロー	△179	△189	△10	有形固定資産の取得による支出 △74 無形固定資産の取得による支出 △83
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,099	△234	+864	自己株式の取得による支出 △141 配当金の支払額 △106
現金及び現金同等物の期末残高	2,000	1,839	△160	

※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



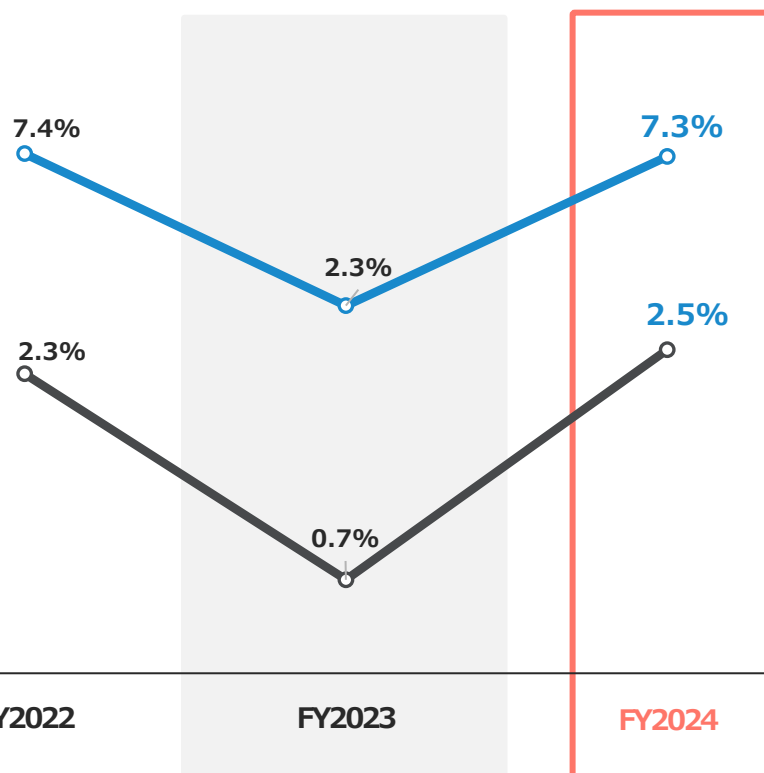
収益の改善によりROE 7.3%、当期純利益率 2.5%で着地。

配当は1株当たり10円を予定。DOE2.0%を目安とした継続的な配当を目指す方針。

ROE・当期純利益率の推移

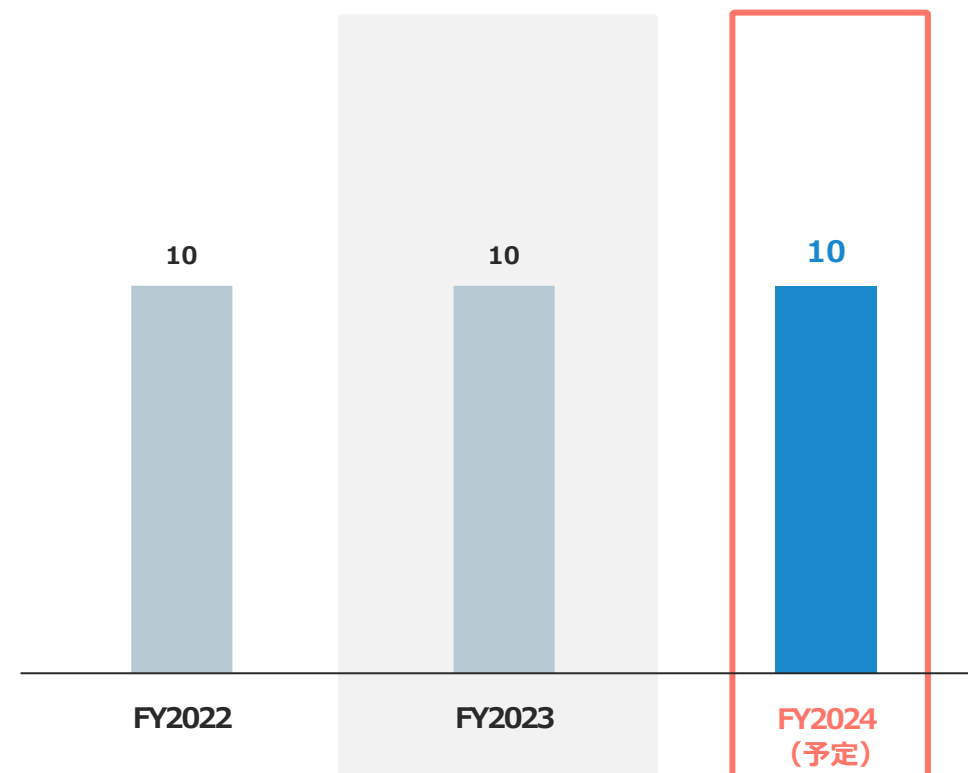
(単位：%)

ROE 当期純利益率



1株当たり配当金の推移

(単位：円)





2

LOWYA事業の報告



利益重視に方針転換し、2Qより販売促進費及びマーケティングコストを削減したことによりGMVは16,055百万円（YoY 93.0%）、売上高は15,647百万円（YoY 95.9%）で着地。旗艦店会員数及びエンゲージメントアカウント数が順調に増加。実店舗は通期で3店舗（福岡・大阪・愛知）オープン。

GMV ※1

16,055百万円

YoY 93.0%

売上高

15,647百万円

YoY 95.9%

客数

821千人

YoY 90.1%

客単価 ※2

19,664円

YoY 103.6%

旗艦店会員数 ※3

1,606千人

YoY 115.5%

APP DL数 ※3

1,505千人

YoY 168.8%

取扱い商品数 ※3

3,665点

YoY 90.1%

エンゲージメント
アカウント数 ※3、4

1,425千アカウント

YoY 140.4%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

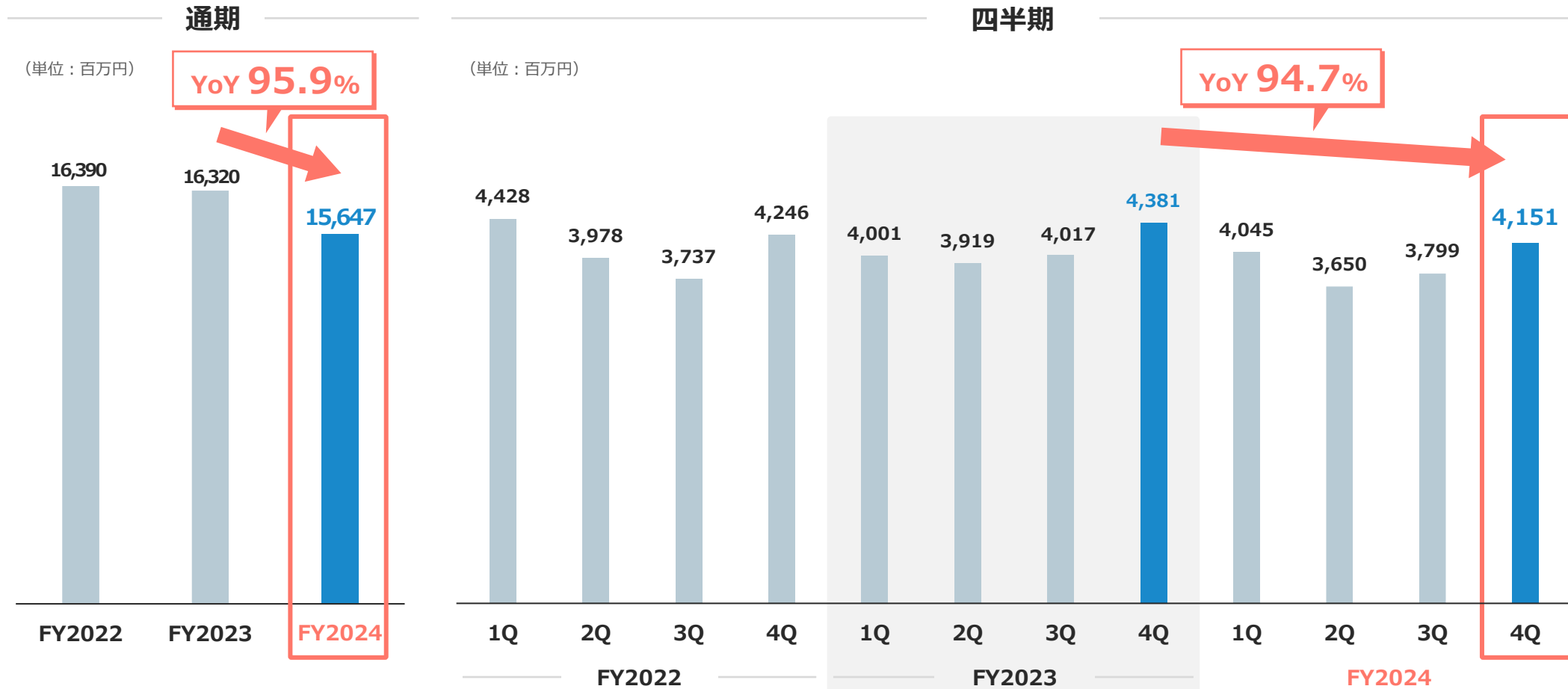
※2. 受注GMVを受注件数で除すことにより算出

※3. 2024年3月末時点

※4. Instagram、TikTok、X（旧twitter）、Lemon8フォロワー数、YouTube登録者数、THE 608 HOTELアカウント数の合計

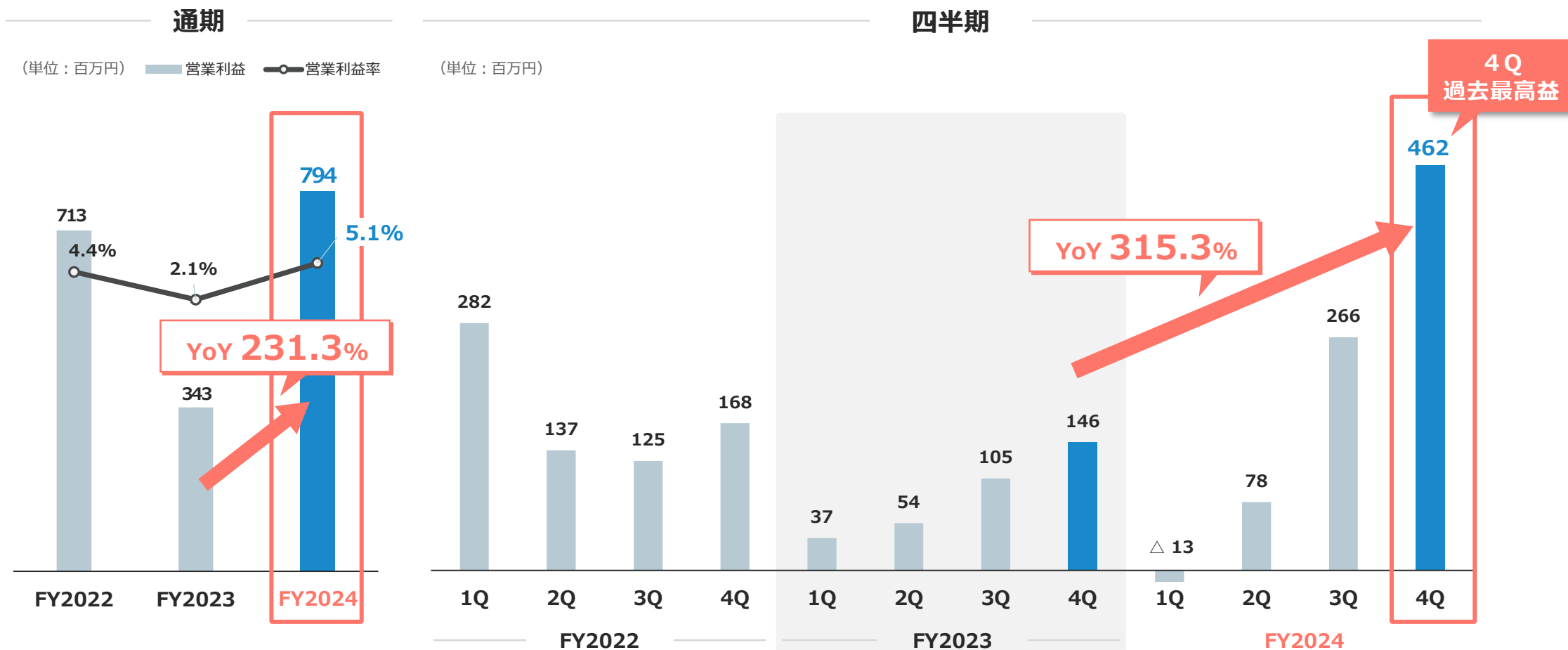


2Qより利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの削減を実施した影響により、通期売上高は15,647百万円（YoY 95.9%）、4Q売上高は4,151百万円（YoY 94.7%）で着地。





2Qより利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの削減、人件費・固定費の削減を実施した効果により、通期営業利益は794百万円（YoY 231.3%）、4Q営業利益は462百万円（YoY 315.3%）と4Qとして過去最高益となった。





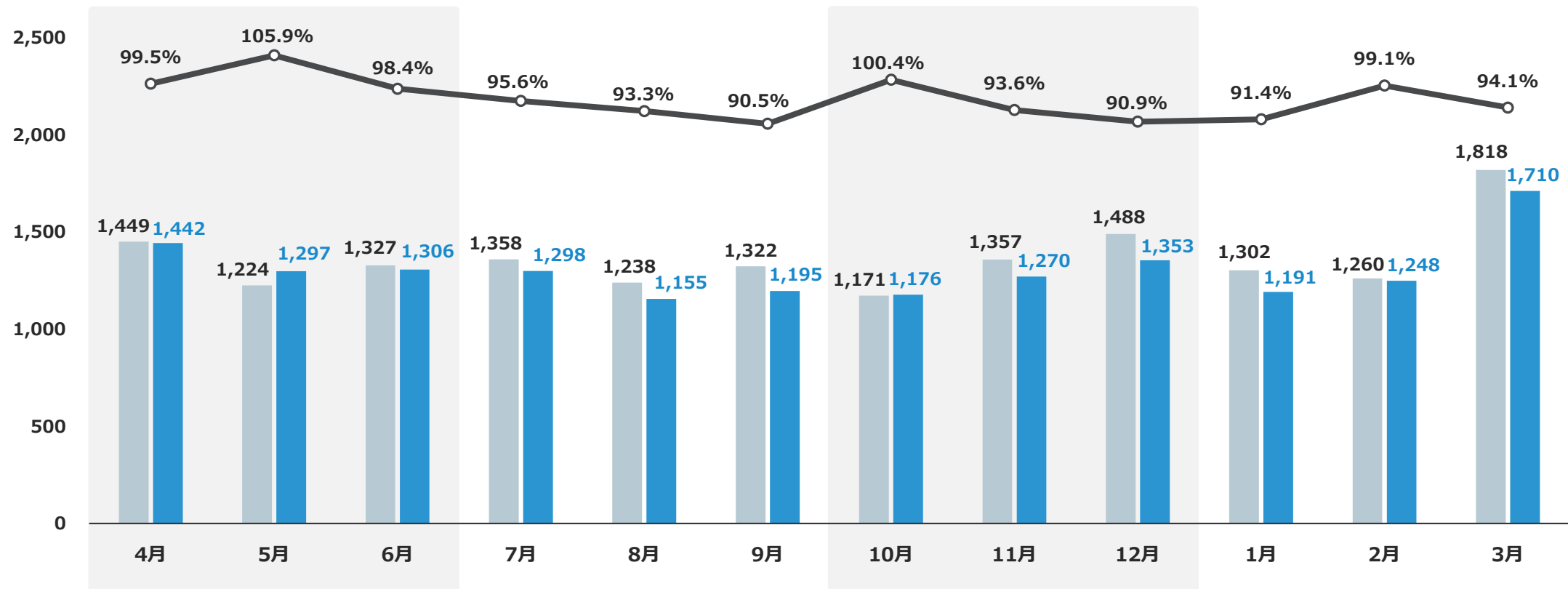
2Qより利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの削減を実施した影響により、売上高はYoY 90%~100%で推移。

(単位：百万円)

2023年3月期

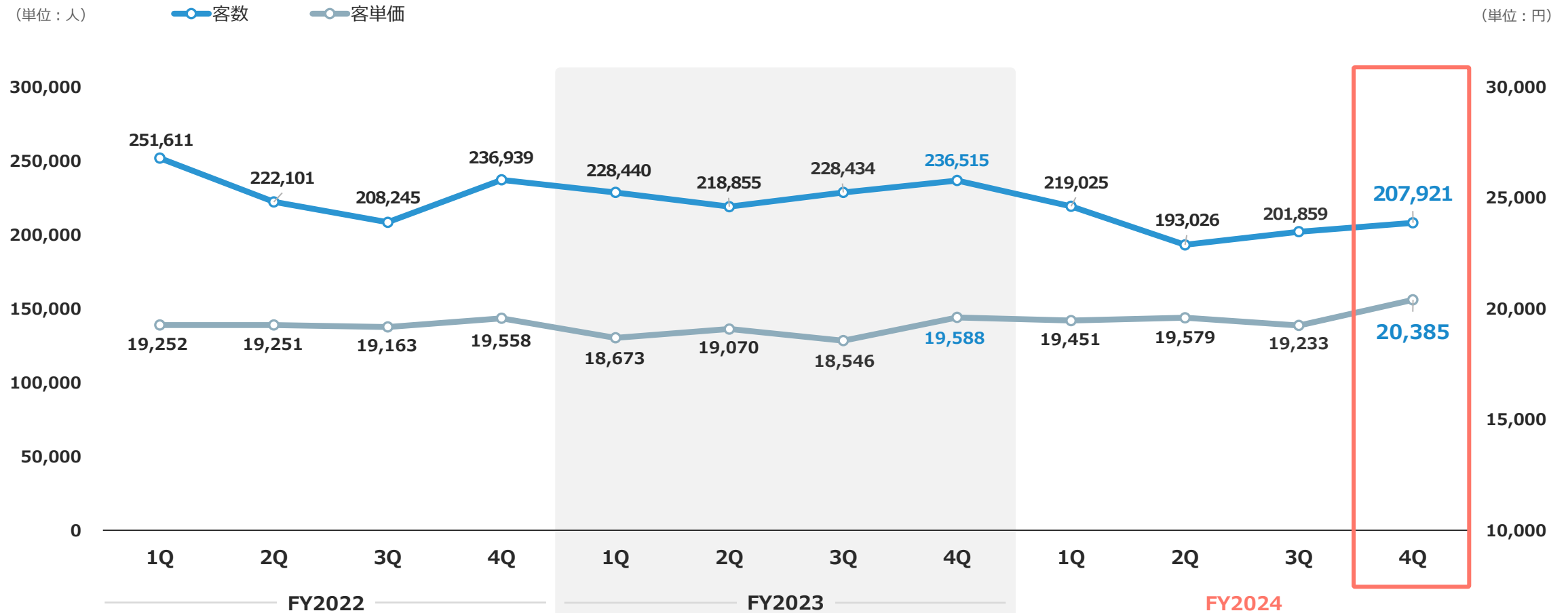
2024年3月期

YoY





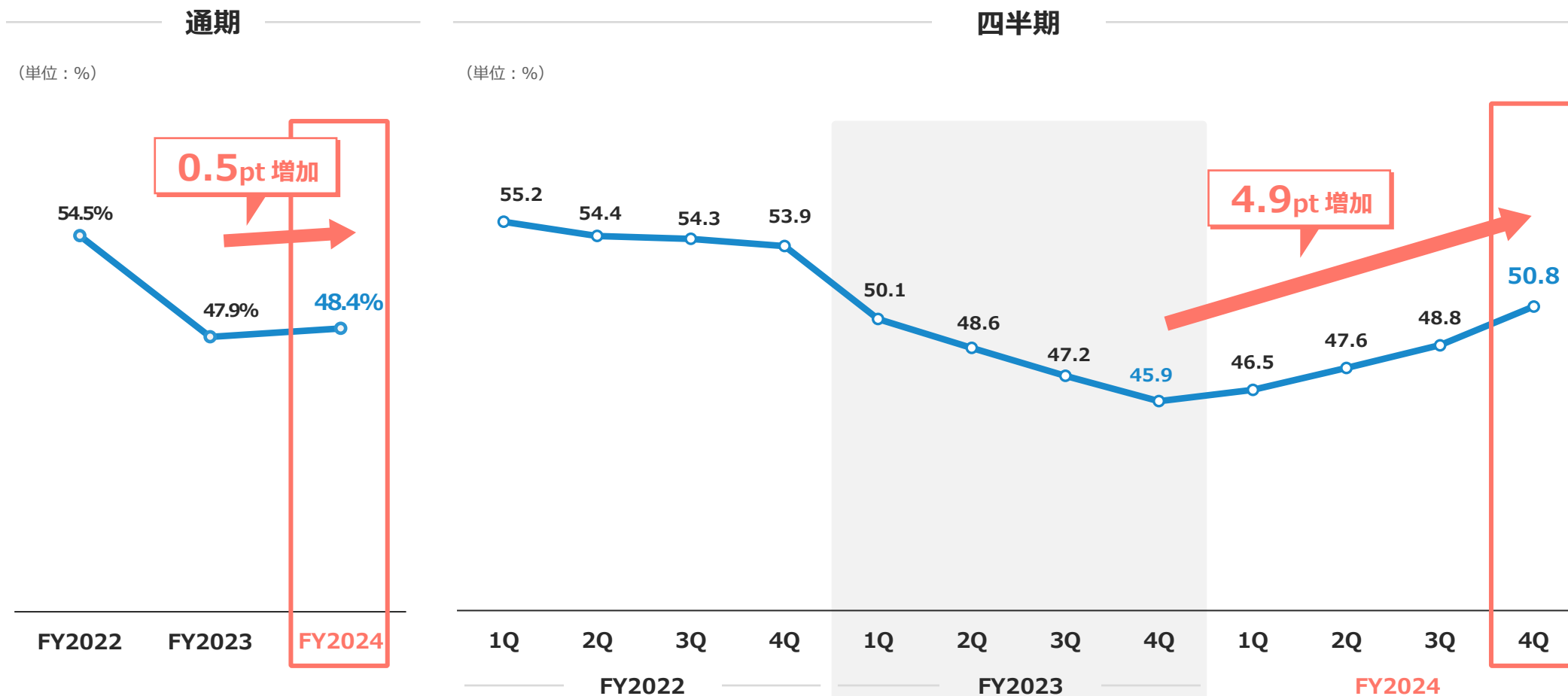
利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの削減を実施した影響により、客数は前4Qに比べ減少。3Qから価格転嫁を実施したことにより客単価は上昇傾向。



※受注GMV（Gross Merchandise Value（流通総額））を受注件数で除すことにより算出しております。

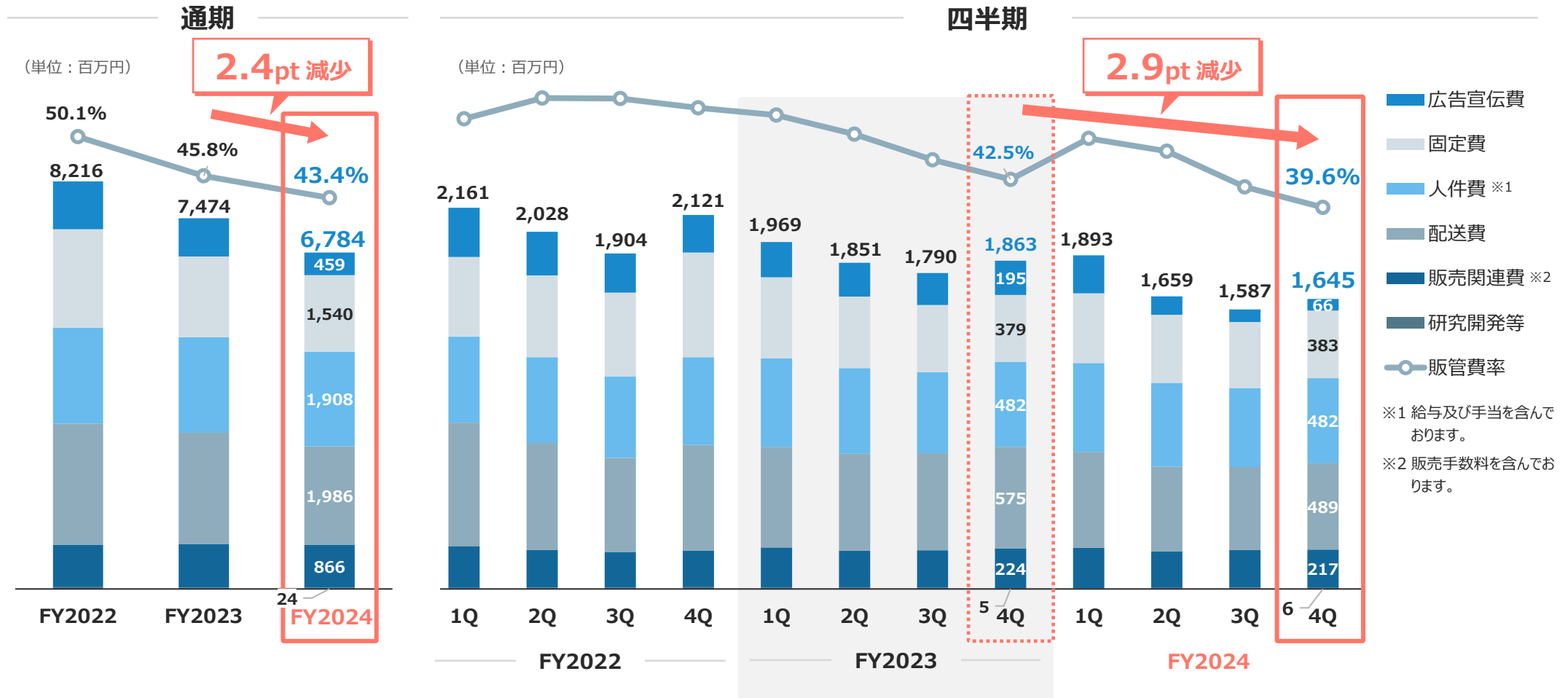


円安が大幅に進行したが、販売促進費の削減及び価格転嫁の効果により、売上総利益率は通期で**48.4%**（YoY 0.5pt増）、4Qで**50.8%**（YoY 4.9pt増）と、通期通して継続的な改善を実行した。





2Qより開始した、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの削減を中心に人件費・固定費の削減にも取り組んだ結果、通期販管費率が**43.4%**（YoY 2.4pt減）、4Q販管費率が**39.6%**（YoY 2.9pt減）で着地。



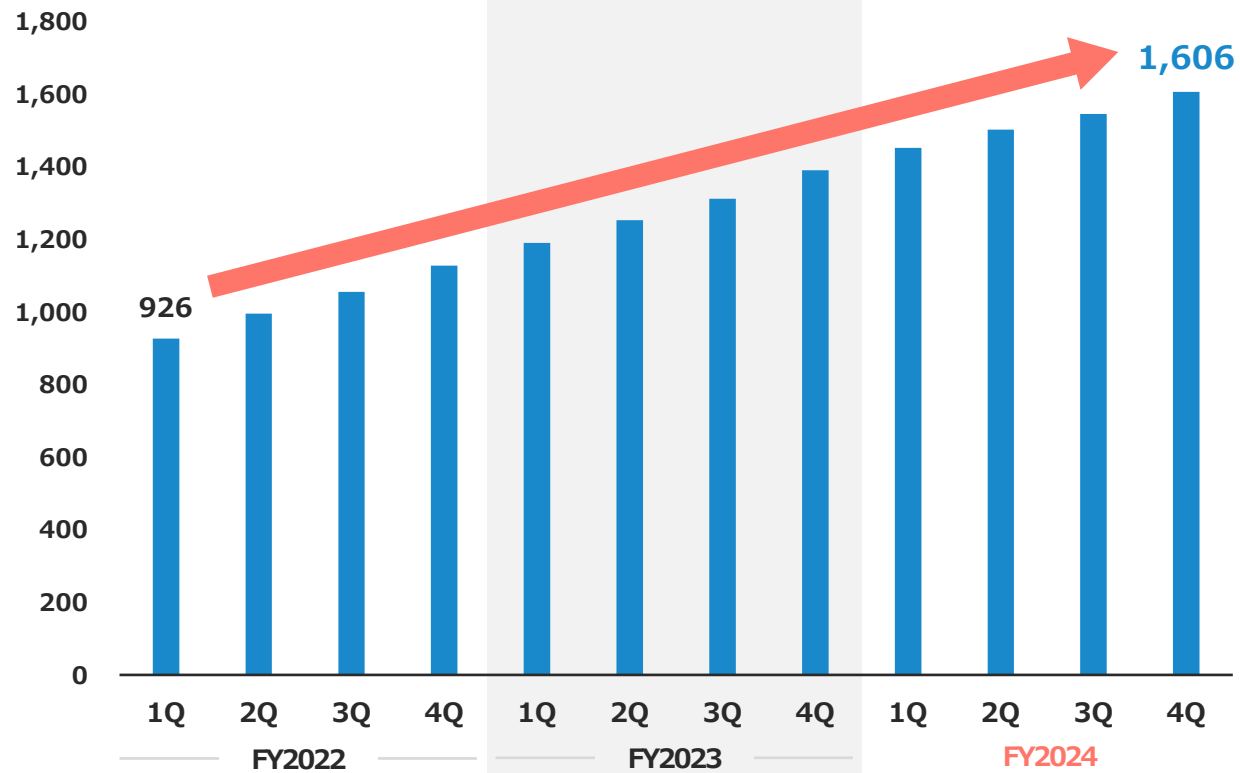
※算定基準となる売上高はDOKODEMO事業及び研究開発費に係わる収益を除いた金額となる為、損益計算書上の販管費比率とは一致いたしません。
 ※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期以前も遡及修正して表示しております。



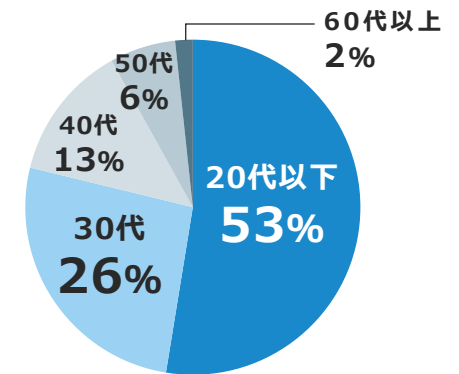
20代～30代の支持が厚く、旗艦店の会員数は着実に増加している。

旗艦店の会員数推移

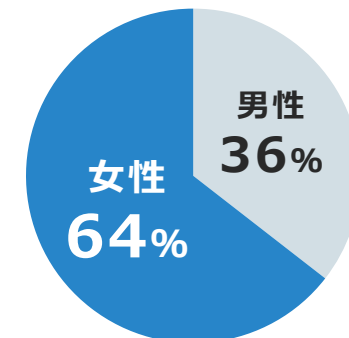
(単位：千人)



世代分布



男女比



※会員数は旗艦店で会員登録した全ての会員。

※世代分布及び男女比は、直近四半期から過去12か月の旗艦店における購入者のうち、属性を回答している会員のデータ。



デザイン性・トレンド性にこだわった**自社PB商品**を中心に投下し、コスト競争力で**お求めやすい価格**訴求。
家電・雑貨等のジャンル及び商品数を拡大中。

デスク



麻風素材デスク
13,990円(税込)



2wayデスク
26,990円(税込)

テーブル



ゴールド脚ドレッサーテーブル
16,990円(税込)



ガラス天板ネストテーブル
22,990円(税込)

その他



半楕円形オープンシェルフ
9,990円(税込)







国産キッチンボード
89,990円(税込)



内製化している公式アプリやSNS運用が、集客の要として機能。

スマホアプリダウンロード数が**150万**、Instagramフォロワー数も**100万**を突破。

世界観を広範なユーザーに届けるエンゲージメント・チャンネルの規模

	前事業年度 (2023年3月期)	当事業年度 (2024年3月期)	YoY
 スマホアプリ 累計ダウンロード数	89 万	150 万	168.8 %
 Instagram フォロワー数	84 万	100 万	118.8 %
 TikTok フォロワー数	10 万	22 万	213.3 %
 YouTube チャンネル登録者数	2 万	10 万	380.7 %

LOWYAの公式アプリ



LOWYAの公式SNS





2023年4月の第1号店オープンを皮切りに、2023年度は3店舗をオープン。

店舗名 : LOWYA九大伊都店

開業日 : 2023年4月8日

出店場所 : いとLab+ (福岡県福岡市西区)

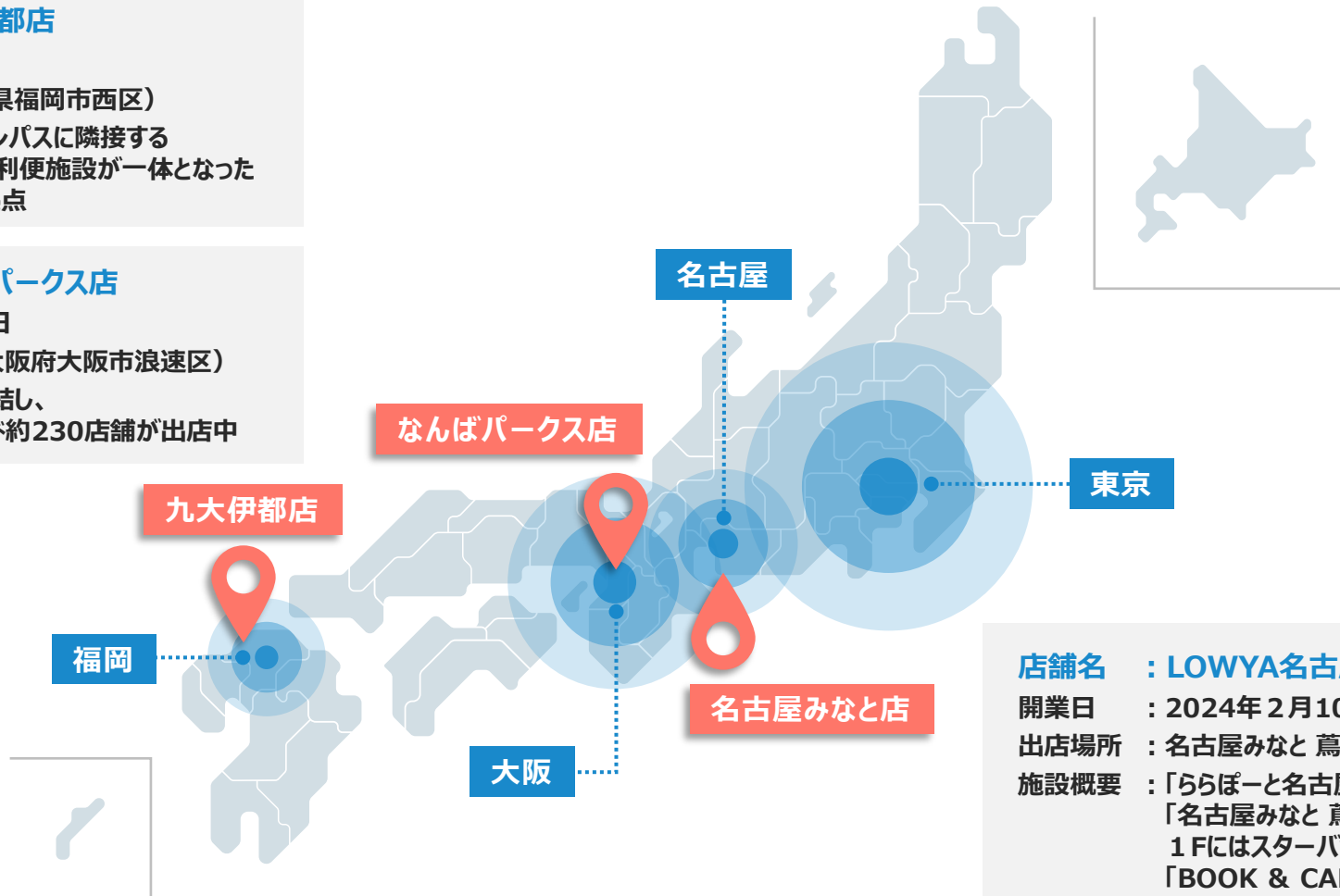
施設概要 : 九州大学伊都キャンパスに隣接する
研究開発棟と生活利便施設が一体となった
研究開発次世代拠点

店舗名 : LOWYAなんばパークス店

開業日 : 2023年12月16日

出店場所 : なんばパークス (大阪府大阪市浪速区)

施設概要 : 南海なんば駅に直結し、
国内外有カブランド約230店舗が出店中



店舗名 : LOWYA名古屋みなと店

開業日 : 2024年2月10日

出店場所 : 名古屋みなと 蔦屋書店 2F (愛知県名古屋市港区)

施設概要 : 「ららぽーと名古屋みなとアクルス」と連絡通路で繋がる
「名古屋みなと 蔦屋書店」の2F
1Fにはスターバックスコーヒーがある
「BOOK & CAFE」スタイルの滞在型書店



2023年4月 初の実店舗を福岡県福岡市「いとLab+」内にオープン。

外観



店内





2023年12月 実店舗2号店を大阪府大阪市「なんばパークス」内にオープン。

外観



店内





2024年2月 実店舗3号店を愛知県名古屋市「ららぽーと名古屋みなとアクルス 名古屋みなと 蔦屋書店 2F」にオープン。

外観



店内





名古屋みなと店のオープン時は**特設コラボコーディネート**の**展示**等、お客様に喜んでいただく企画を実施し、多くのお客様で**大盛況**となった。

店内は大盛況

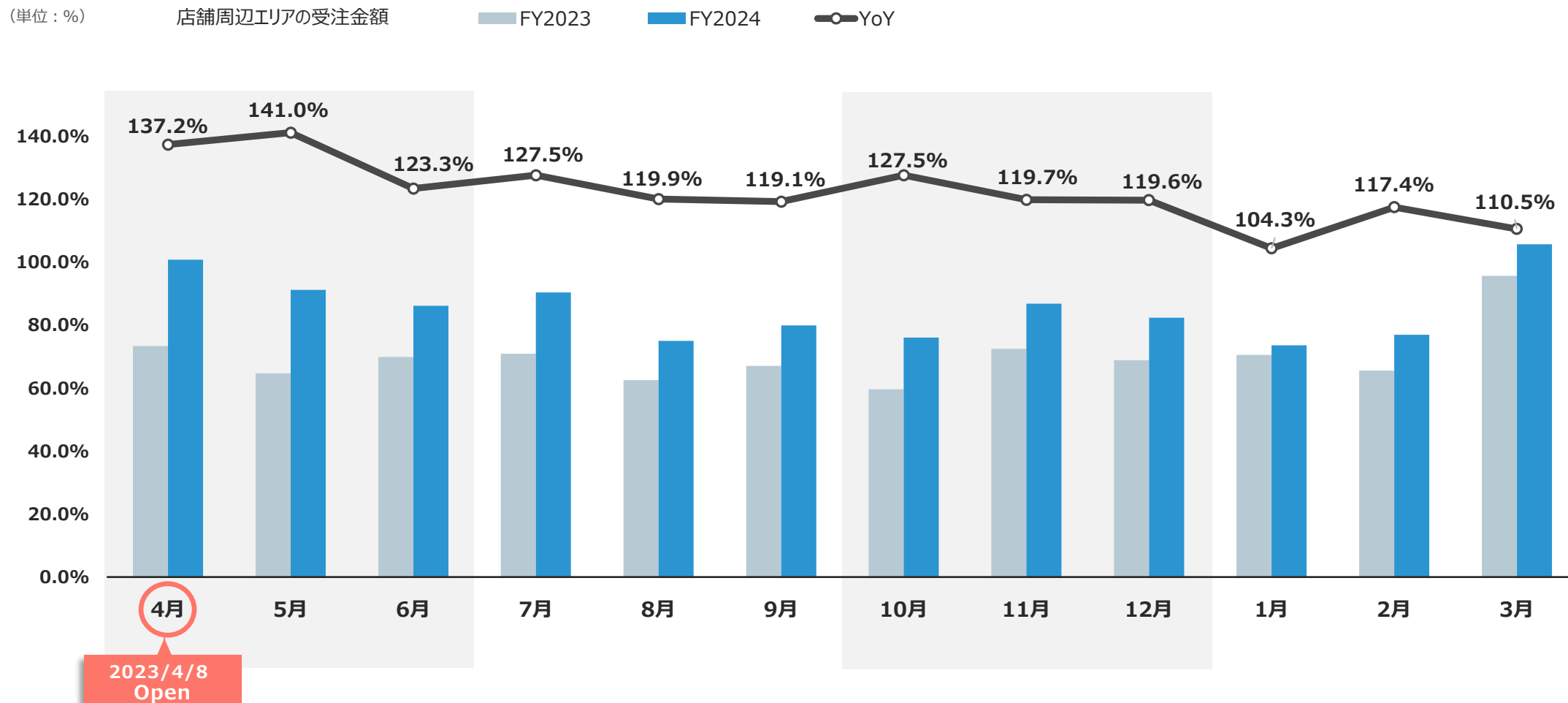


花屋「Edā」との特設コラボコーディネートも展示





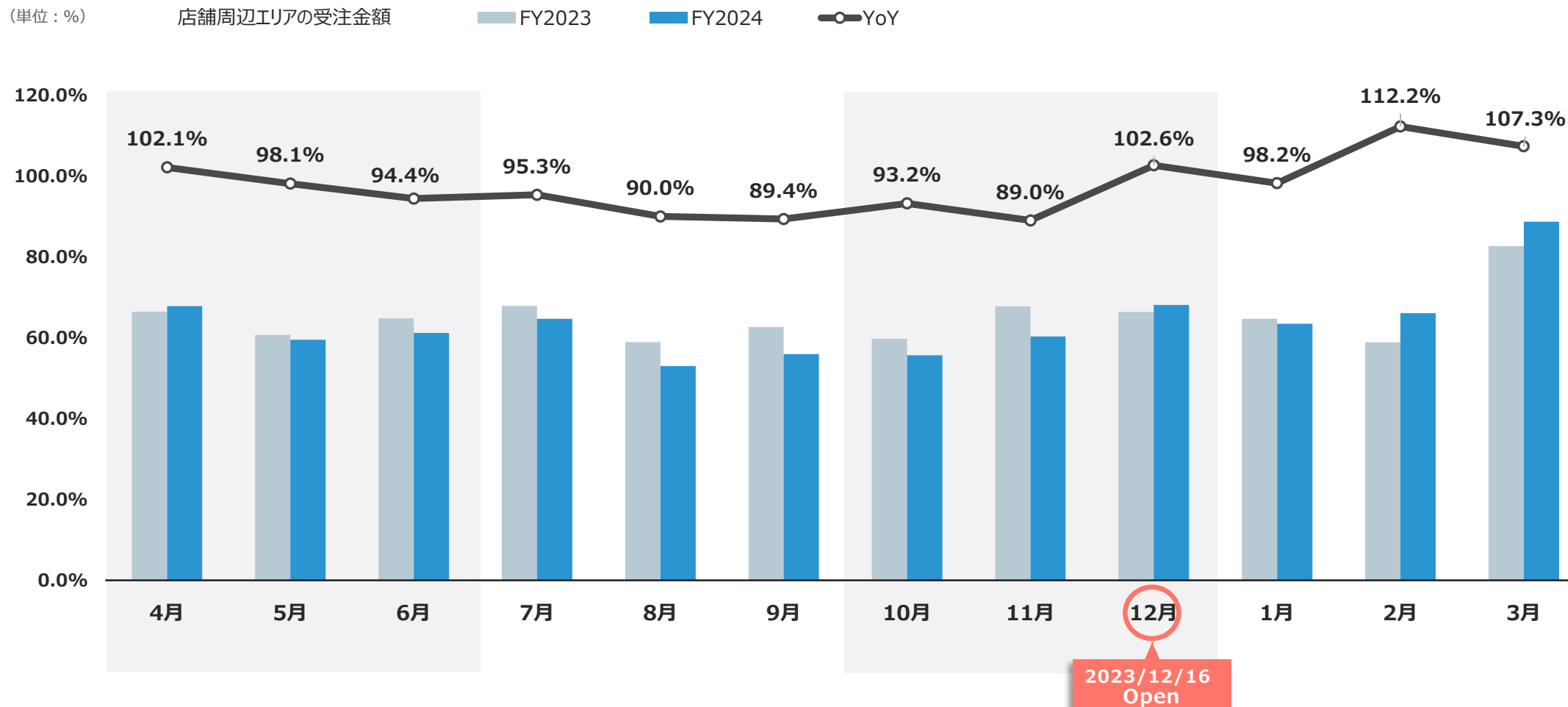
2023年4月のオープン以降、店舗周辺エリアの受注金額はYoY 100%以上を安定的に獲得。



※受注基準のGMVにて算出



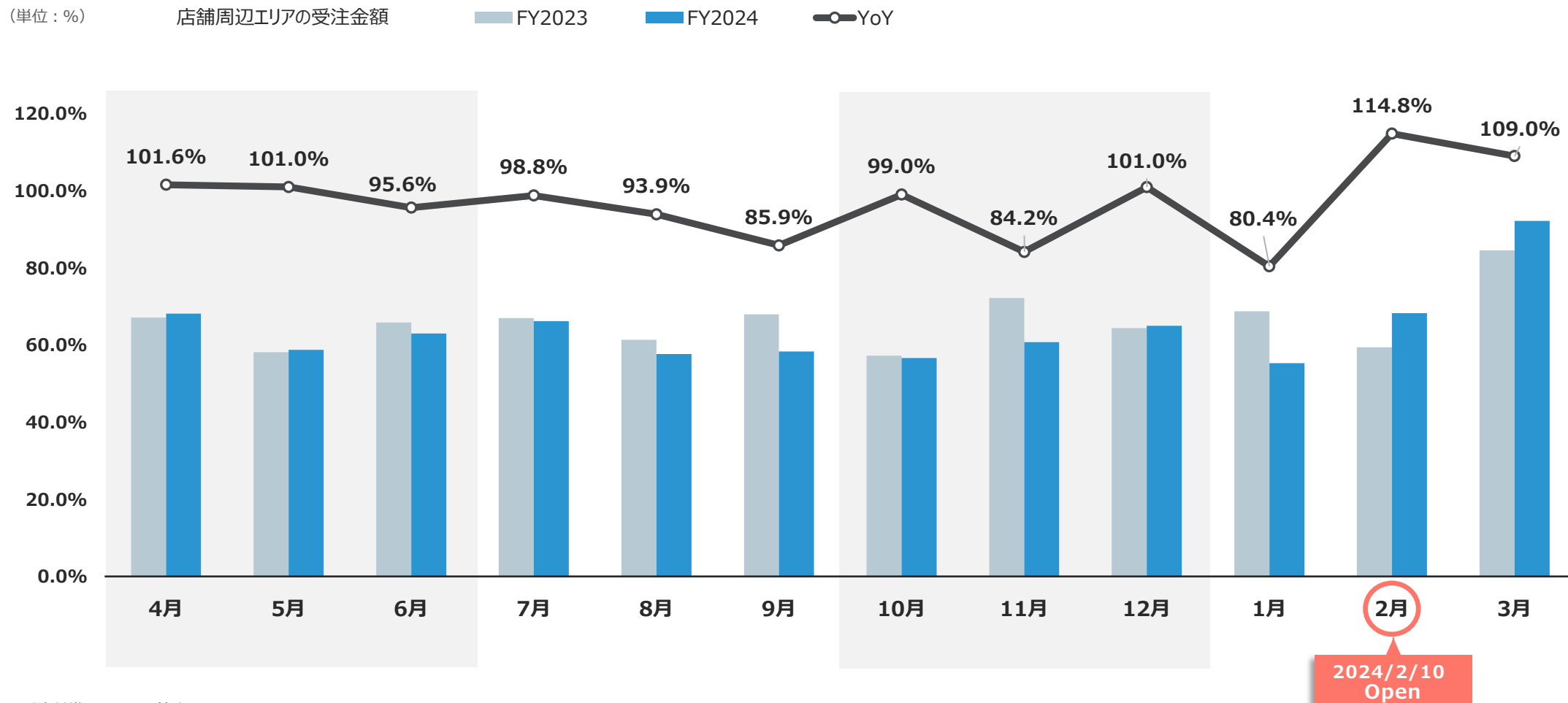
2023年12月のオープン以降、店舗周辺エリアの受注金額はおおよそYoY 100%以上で推移。



※受注基準のGMVにて算出



2024年2月にオープンしたことで、**店舗周辺エリアの受注金額はYoY 114.8%**まで上昇。
3月は**YoY 109.0%**となり、今後も同程度の水準で推移する見通し。



※受注基準のGMVにて算出



ESGの中でも環境・社会に関する活動を実施。
ガバナンス強化に向けた施策を含めて引き続き検討。

ペットボトルキャップ寄付

2024年1月

社内で回収したペットボトルキャップを寄付。
寄付先にて、ペットボトルキャップを再生プラスチック原料としてリサイクル。再生プラスチック原料の売上の一部は世界の子供たちへのワクチン提供を支援。



撮影品寄付

2024年3月

福岡県内の児童養護施設へ撮影時に利用した家具等を寄贈。



賞与、昇給

2024年4月

業績改善に伴い、特別賞与支給を決定。
また、昇給率アップも併せて実施。





3

DOKODEMO事業の報告



利益重視に方針転換し、2Qより販売促進費及びマーケティングコストの削減を実施したことにより、GMVは2,685百万円（YoY 54.8%）、売上高は416百万円（YoY 63.7%）で着地。引き続き、会員数やアプリダウンロード数は順調に推移。

GMV ※1

2,685百万円

YoY 54.8%

売上高

416百万円

YoY 63.7%

会員数 ※2

1,081千人

YoY 107.1%

APP DL数 ※2

1,605千人

YoY 110.1%

一人あたり購入金額

15,535円

YoY 97.6%

ブランド数 ※2

1,275点

YoY 103.2%

取扱い商品数 ※2

46,627点

YoY 89.9%

配送実績 ※2、3

120か国

YoY 105.3%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. 2024年3月末時点

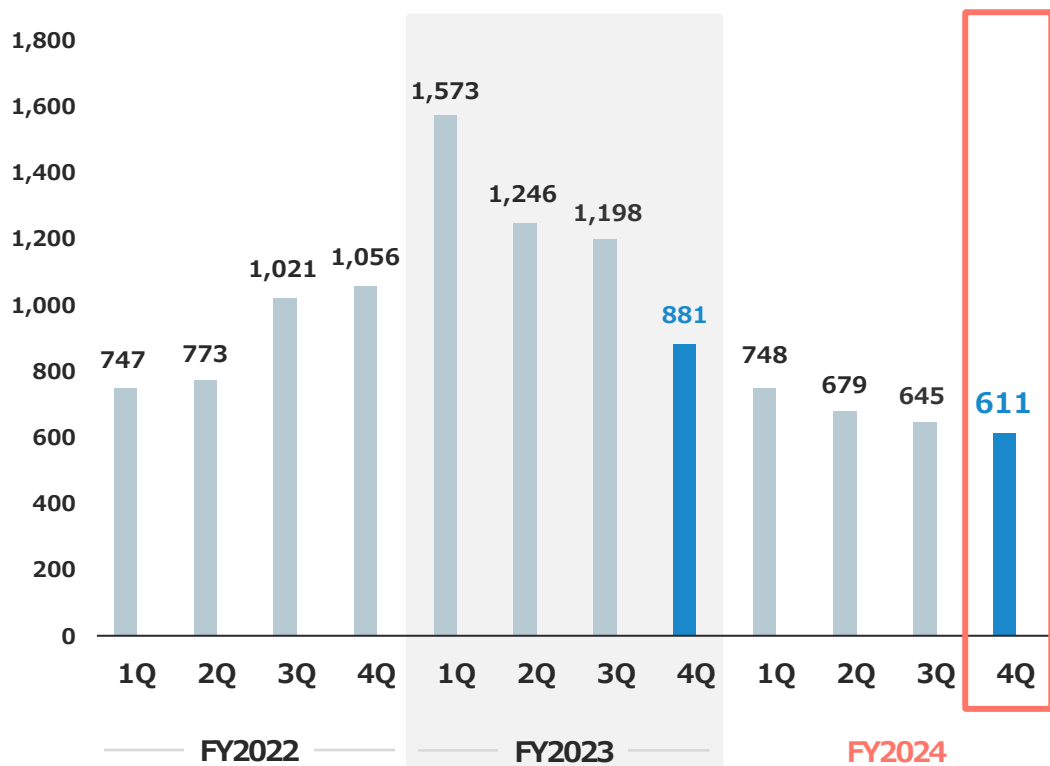
※3. 国と地域の配送実績数（過去累積）



人気医薬品の品薄の影響、また、利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの削減を実施した影響により、GMVは611百万円で着地したものの、収益構造が改善し、事業収支は3Qに引き続き黒字を達成。今後は、MD強化やサービスの拡充に取り組む予定。

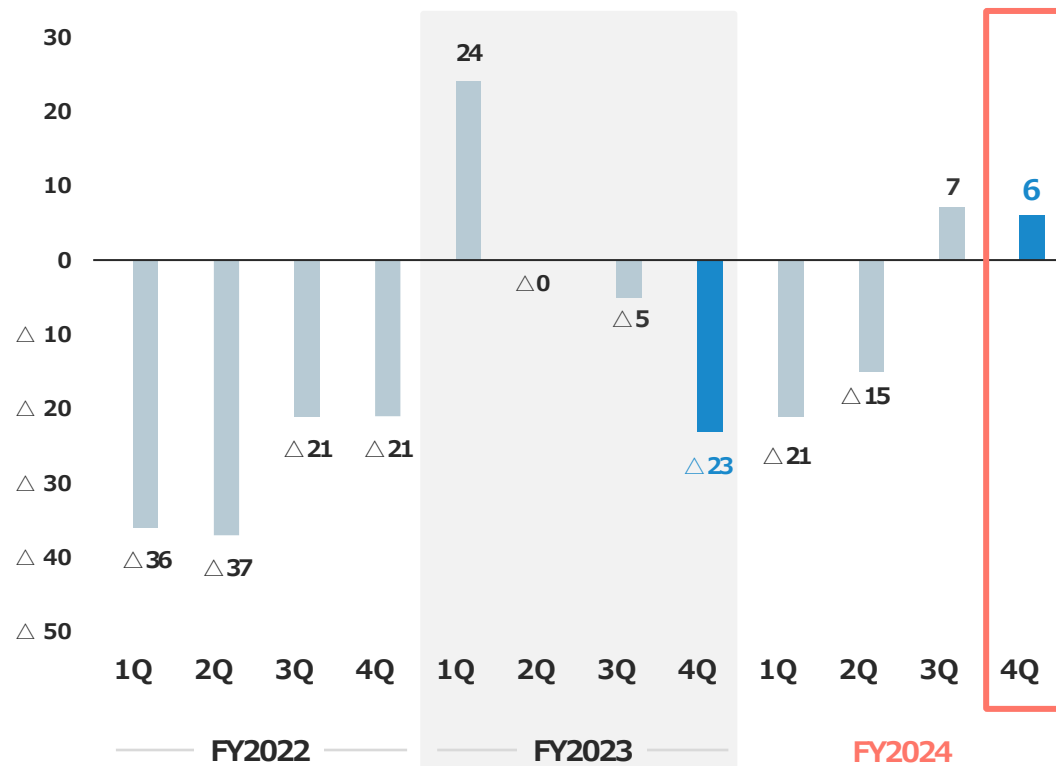
GMV

(単位：百万円)



事業収支

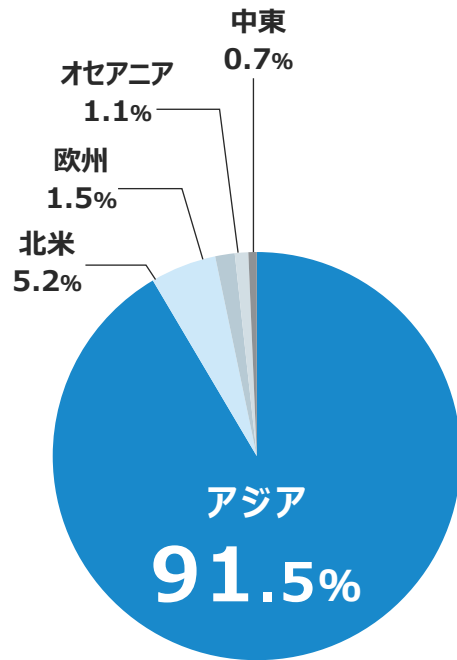
(単位：百万円)



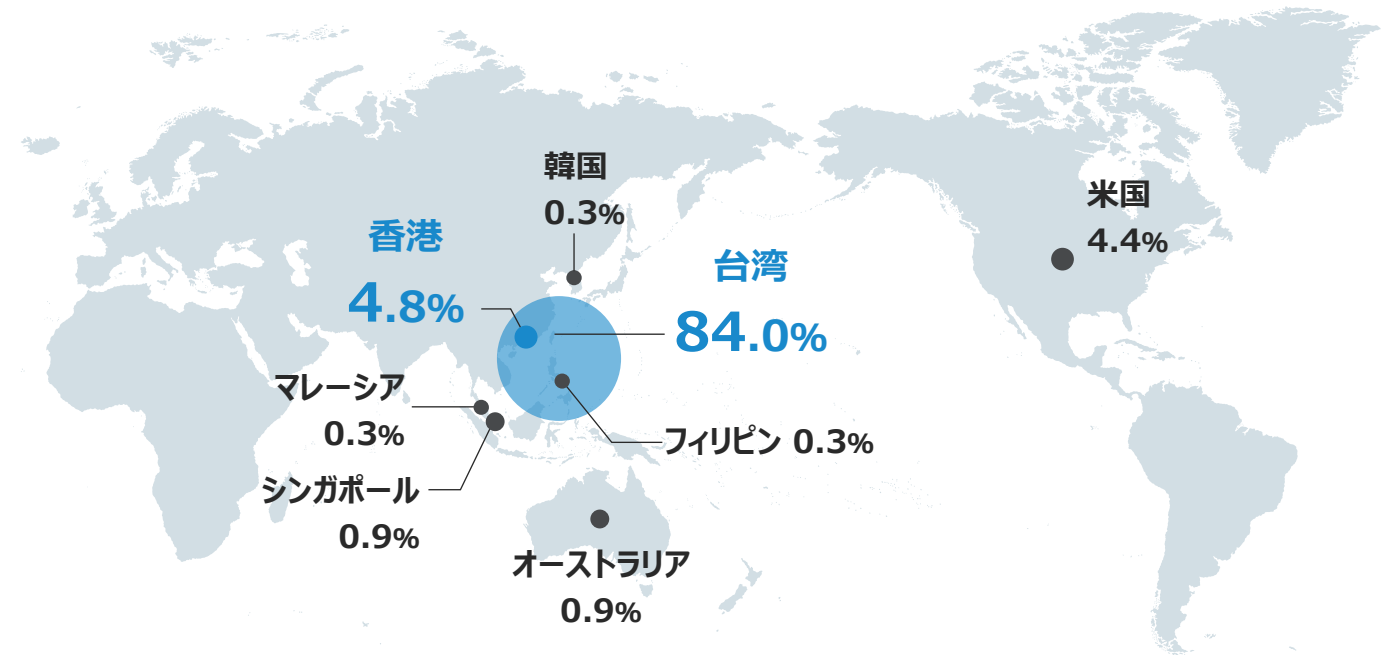


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの9割超を占めている。

地域別



国別



※配送国割合は、2023年4月～2024年3月のGMVにおける割合において算出



4

3 力年計画

(2025年3月期～2027年3月期)

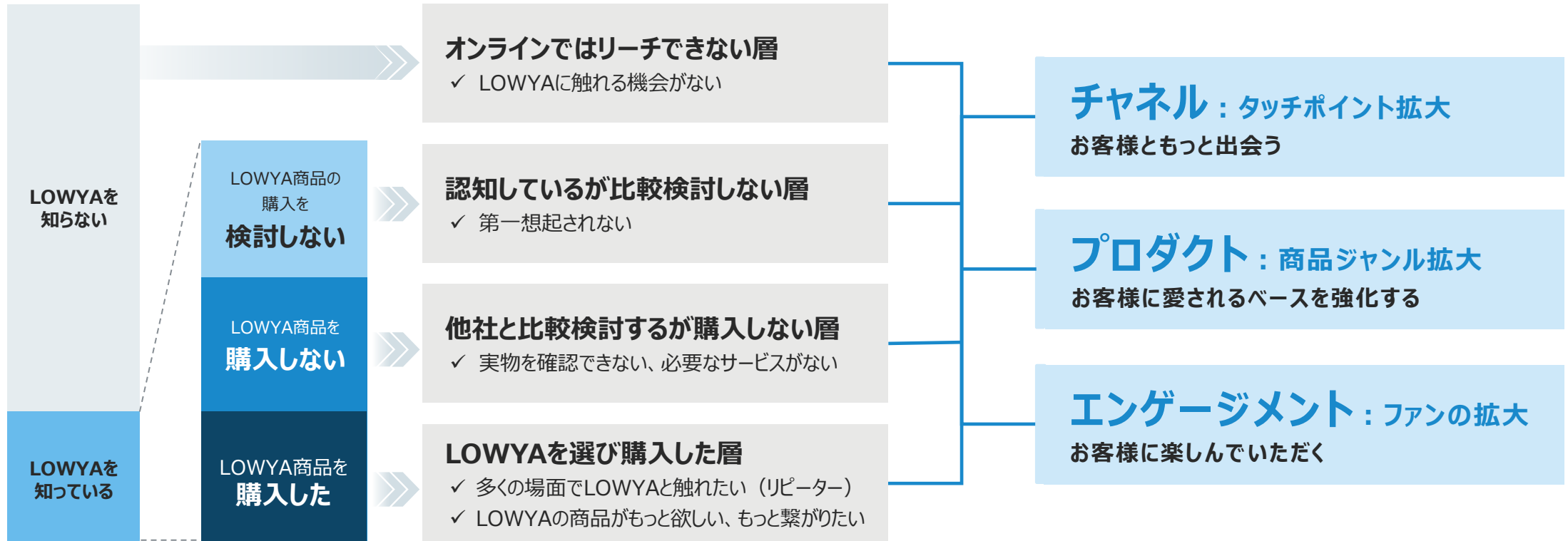


オンラインだけではリーチできなかったお客様とのタッチポイントを構築するため、
実店舗（チャネル）にも進出しOMOモデルへ転換。

SNSの活用や商品（プロダクト）強化を図り、ファン拡大や顧客満足度向上（エンゲージメント）に取り組む。

顧客の分類とそれぞれのペイン

3つの強化ポイント





SNSを含めたオンラインとオフラインが連動したシームレスな購買体験を構築。
実店舗の出店を加速し、お客様が商品を見て触れる場所を増やしていく。





商品ジャンル拡大による生活空間におけるLOWYA商品の占有率の引上げを図ると共に、顧客層の広がりに対応する商品開発に取り組む。

ホームファニシング

- 家具を含めた家庭用品全般
- 家庭用品の色や柄、素材などをまとまりのあるスタイルにトータルコーディネート



お客様の生活空間における
LOWYA商品占有率を高める

品揃え強化



家具



収納



生活家電



寝具



アウトドア



インテリア雑貨

※前回までは取扱商品数を記載しておりましたが、定量的な指標は定めないこととしたため、今回より数値の記載は取りやめております。



お客様に楽しんでいただけるような双方向のコミュニケーション施策をオンライン・オフラインで実施。
SNSを中心とした顧客とのコミュニケーションの活性化やコミュニティの展開によるファン度の深化を目指す。

SNS



コンテンツや商品への要望アンケートや
実店舗からのLIVE配信

実店舗



お客様とオフラインで交流できる
実店舗を活用したイベント

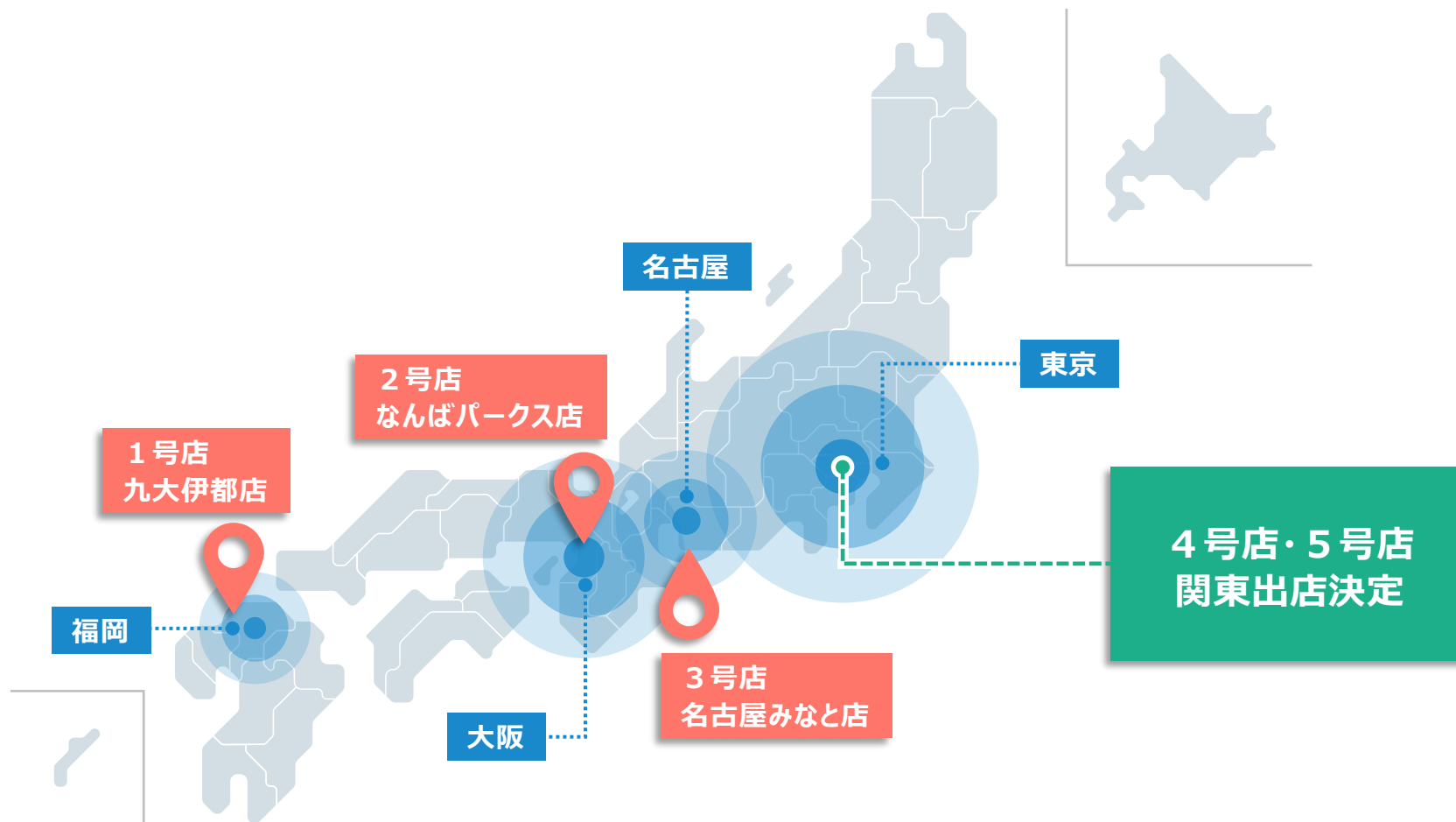
ファンコミュニティ



ファンコミュニティメンバーとの
オンライン交流会



2023年度の3店舗オープンに引き続き、2024年度は4～6店舗の出店を計画中。
うち、**関東地域へ2店舗の出店が決定**しており、詳細は後日お知らせの予定。
2024年度以降も数十店舗のオープンを目指し、新規出店を続けていく予定。





LOWYA事業は、2025年3月期以降も新規出店を継続し、事業規模の拡大を図る予定。
ROE15%以上、DOE2%を目標とする。

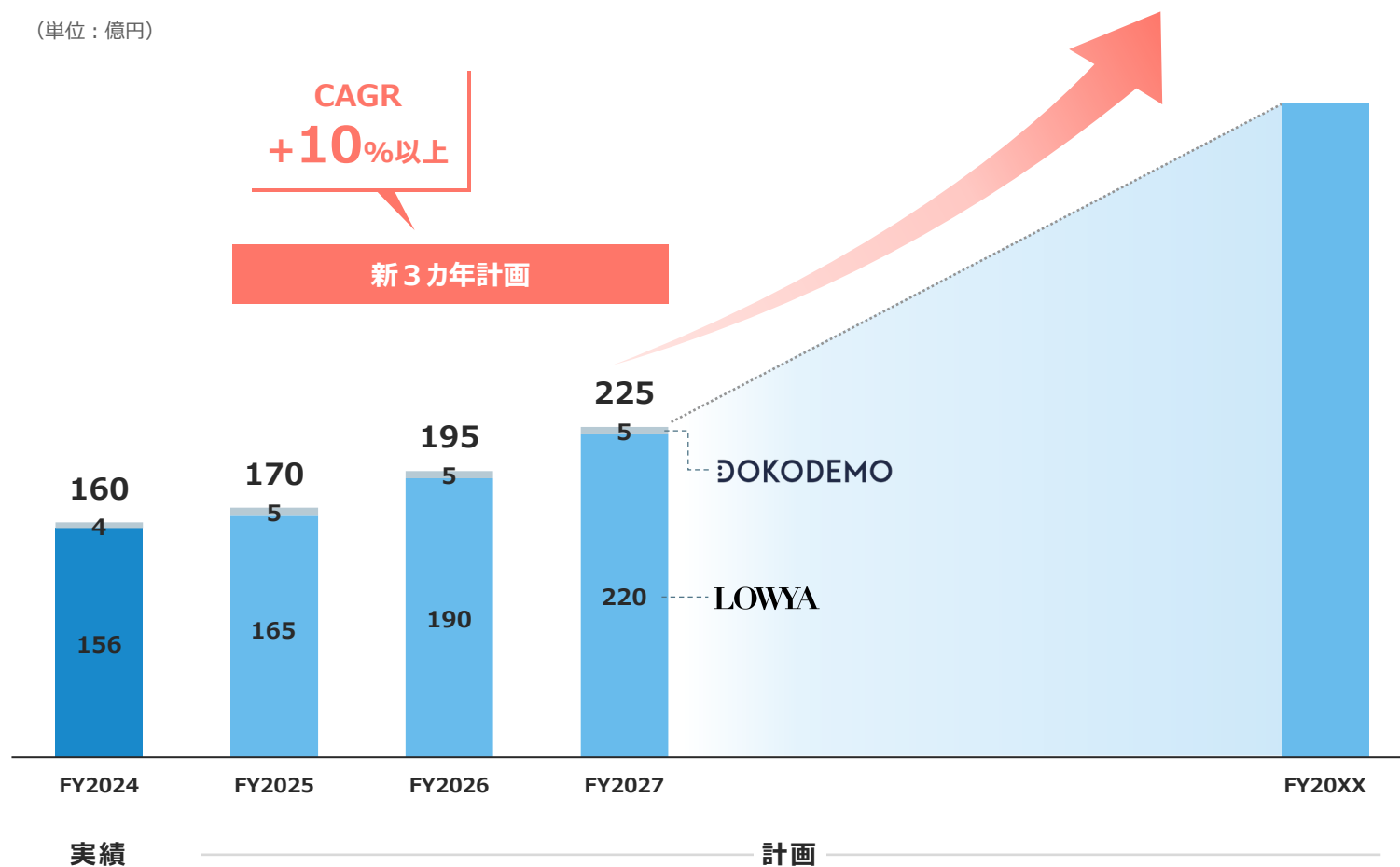
	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期
売上高 (百万円)	16,063	17,000	19,500	22,500
LOWYA事業	15,647	16,500	19,000	22,000
新規出店店舗数	3店舗	4~6店舗	6~8店舗	8~10店舗
DOKODEMO事業	416	500	500	500
営業利益 (百万円)	771	1,200	1,500	2,000
ROE (%)	7.3	12.4	13.9	16.2
1株当たり配当金 (円)	10	11	13	15



LOWYA事業の成長を中心に、CAGR10%以上を目指す。
DOKODEMO事業は、研究開発のフェーズを継続。

売上高推移

(単位：億円)



中期ターゲット

500 億円



長期ターゲット

1,000 億円



5

2025年3月期 業績予想



LOWYA事業については、引き続き、マーケティングコストを抑制しながら利益重視の運営を継続すると共に、実店舗を新たに4～6店舗出店を計画。OMO型D2Cモデルの拡大に注力する。

DOKODEMO事業は、マーケティングコストを抑制しながら、取扱商品及びジャンルの拡充により流通総額の拡大を図る。

	2024年3月期		2025年3月期		YoY	
	上期実績	通期実績	上期予想	通期予想	上期	通期
売上高（百万円）	7,905	16,063	7,600	17,000	96.1%	105.8%
営業利益（百万円）	27	771	400	1,200	1,435.8%	155.5%
経常利益（百万円）	36	790	400	1,200	1,083.6%	151.8%
当期純利益（百万円）	24	394	240	720	984.0%	182.6%
1株当たり当期純利益（円）	2.3	37.8	23.2	69.7	—	—

※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

IRに関するお問い合わせ

<https://www.vega-c.com/contact/ir/>

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、予測及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く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及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。