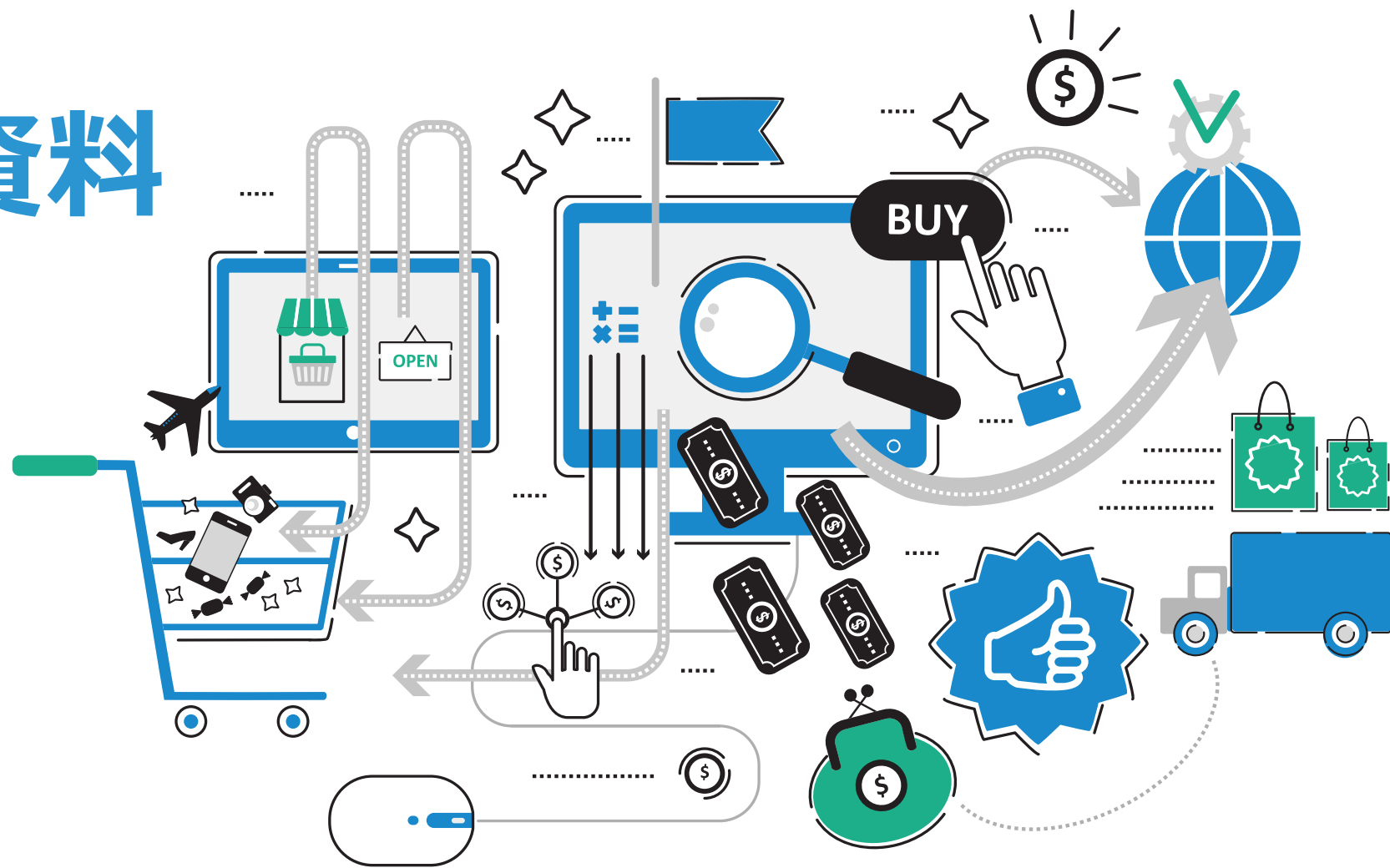


2024年3月期第3四半期

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 第3四半期決算概要
- 2 LOWYA事業の報告
- 3 DOKODEMO事業の報告



1

2024年3月期

第3 四半期決算概要



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、
全社売上高は**11,812百万円**（YoY 94.7%）一方、営業利益は**302百万円**（YoY 140.6%）と大幅改善。

全社売上高

11,812百万円

YoY 94.7%

LOWYA 売上高

11,495百万円

YoY 96.3%

DOKODEMO 売上高

316百万円

YoY 59.7%

営業利益

302百万円

YoY 140.6%

経常利益

319百万円

YoY 135.5%

純利益

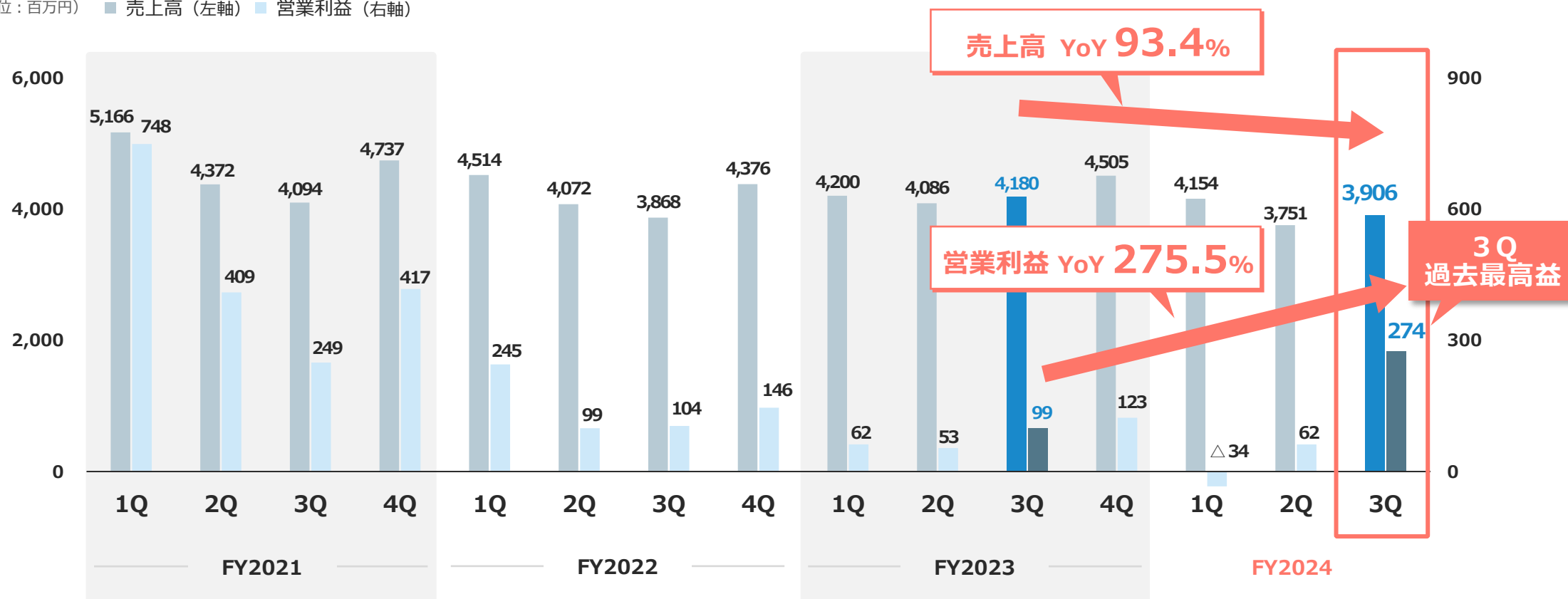
110百万円

YoY 440.4%



2Qに引き続き、各事業ともに利益重視の施策に取り組んだため、3Qの売上高は**3,906百万円（YoY 93.4%）**と減少したものの、営業利益は**3Qとして過去最高の274百万円（YoY 275.5%）**で着地。

（単位：百万円） ■ 売上高（左軸） ■ 営業利益（右軸）



※2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。



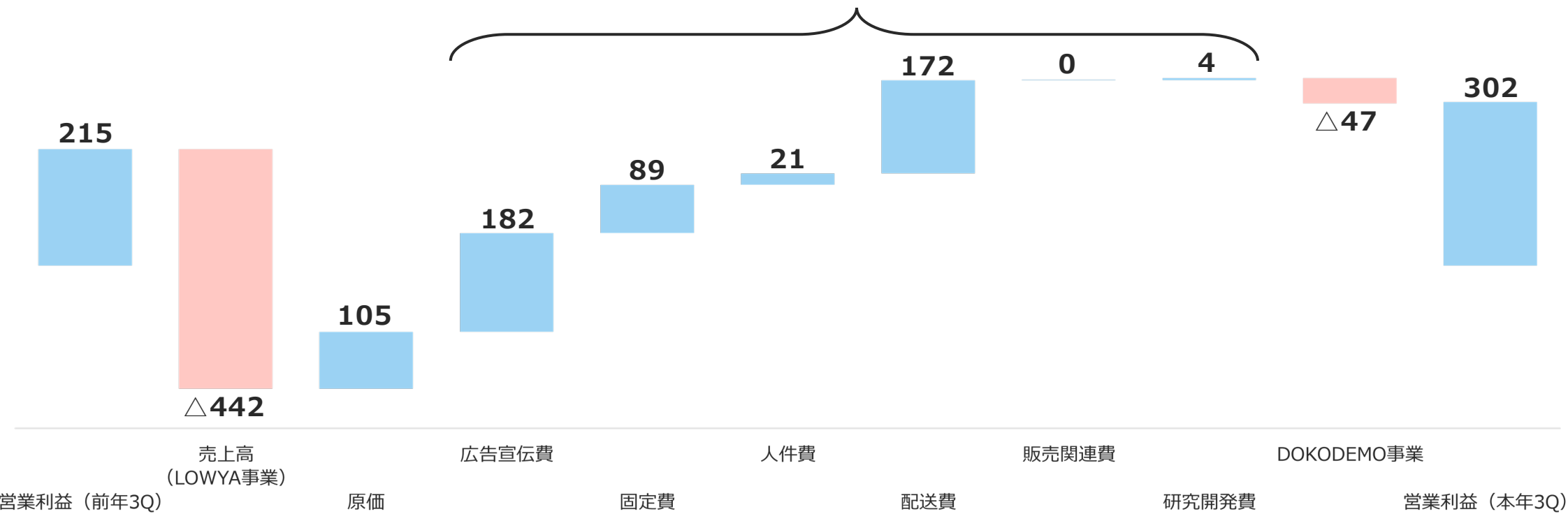
LOWYA事業で、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの削減を中心に人件費・固定費の削減にも取り組んだ結果、**販管費を大幅削減**し、収益を改善。

営業利益増減要因（前年同期比）

LOWYA事業販管費削減額

計471百万円

（単位：百万円）



※ 算定基準となる売上高はDOKODEMO事業およ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**78.9%**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月期) 第3四半期		前事業年度 (2023年3月期末)	当事業年度 (2024年3月期) 第3四半期
流動資産	5,956	5,604	流動負債	1,796	1,362
うち、現預金	1,892	1,091	うち、借入債務	—	—
うち、売掛金	1,814	1,303	固定負債	51	50
うち、商品	1,819	2,752	負債合計	1,847	1,412
固定資産	1,195	1,092	株主資本	5,308	5,267
うち、有形・無形固定資産	526	539	純資産合計	5,304	5,284
資産合計	7,151	6,697	負債純資産合計	7,151	6,697

※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す。



2

LOWYA事業の報告



利益重視に方針転換し、2Qより販売促進費およびマーケティングコストの削減、また3Qから価格転嫁を実施したことにより、3Q累計のGMVは**11,867百万円（YoY 93.6%）**、売上高は**11,495百万円（YoY 96.3%）**で着地。引き続き、**旗艦店の会員数は順調に増加**。2023年4月の実店舗1号店に引き続き、**12月に2号店**をオープン。

GMV ※1

11,867 百万円

YoY 93.6%

売上高

11,495 百万円

YoY 96.3%

客数

613 千人

YoY 90.9%

客単価 ※2

19,420 円

YoY 103.5%

旗艦店会員数 ※3

1,545 千人

YoY 117.8%

APP DL数 ※3

1,040 千人

YoY 130.4%

取扱い商品数 ※3

4,207 点

YoY 106.8%

エンゲージメント
アカウント数 ※3、4

1,248 千アカウント

YoY 135.5%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. GMVを出荷件数で除すことにより算出

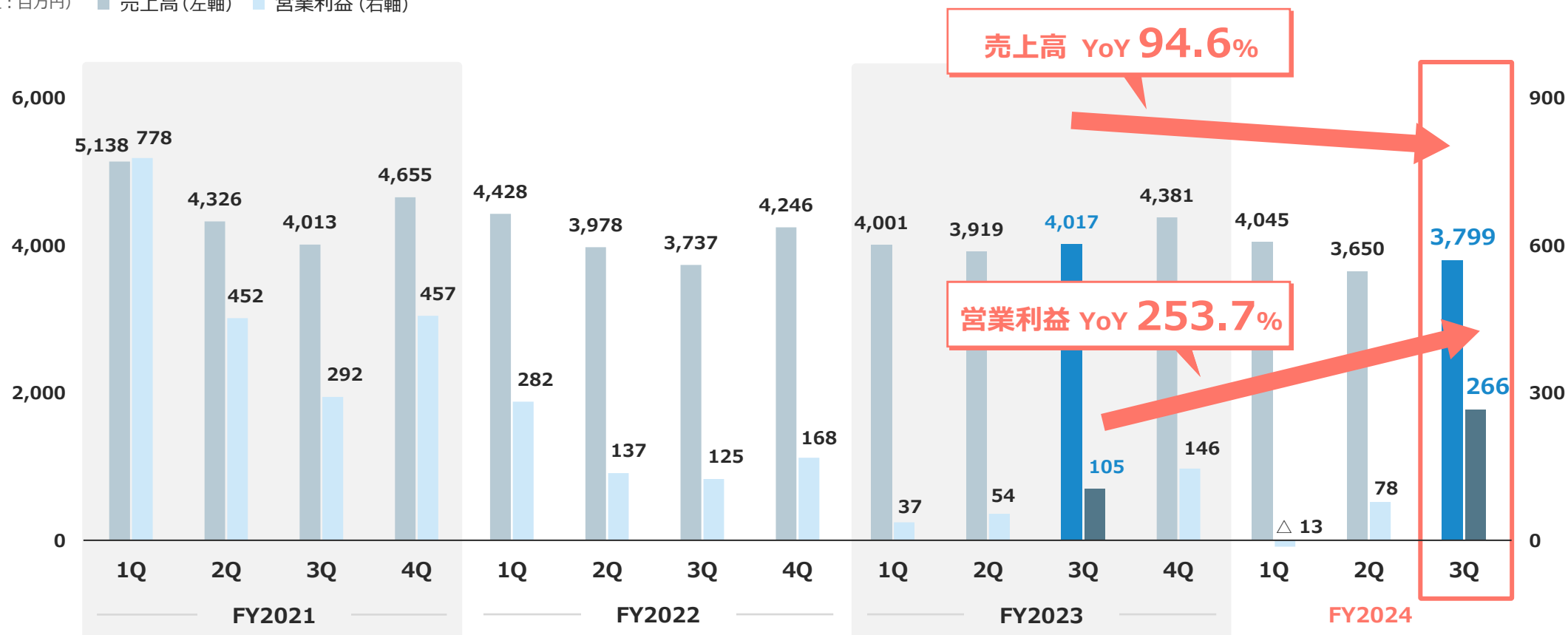
※3. 2023年12月末時点

※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に引き続き、利益率改善の取組みとして販売促進費およ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**3,799百万円（YoY 94.6%）**、営業利益は**266百万円（YoY 253.7%）**となった。

（単位：百万円） ■ 売上高（左軸） ■ 営業利益（右軸）



※2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。



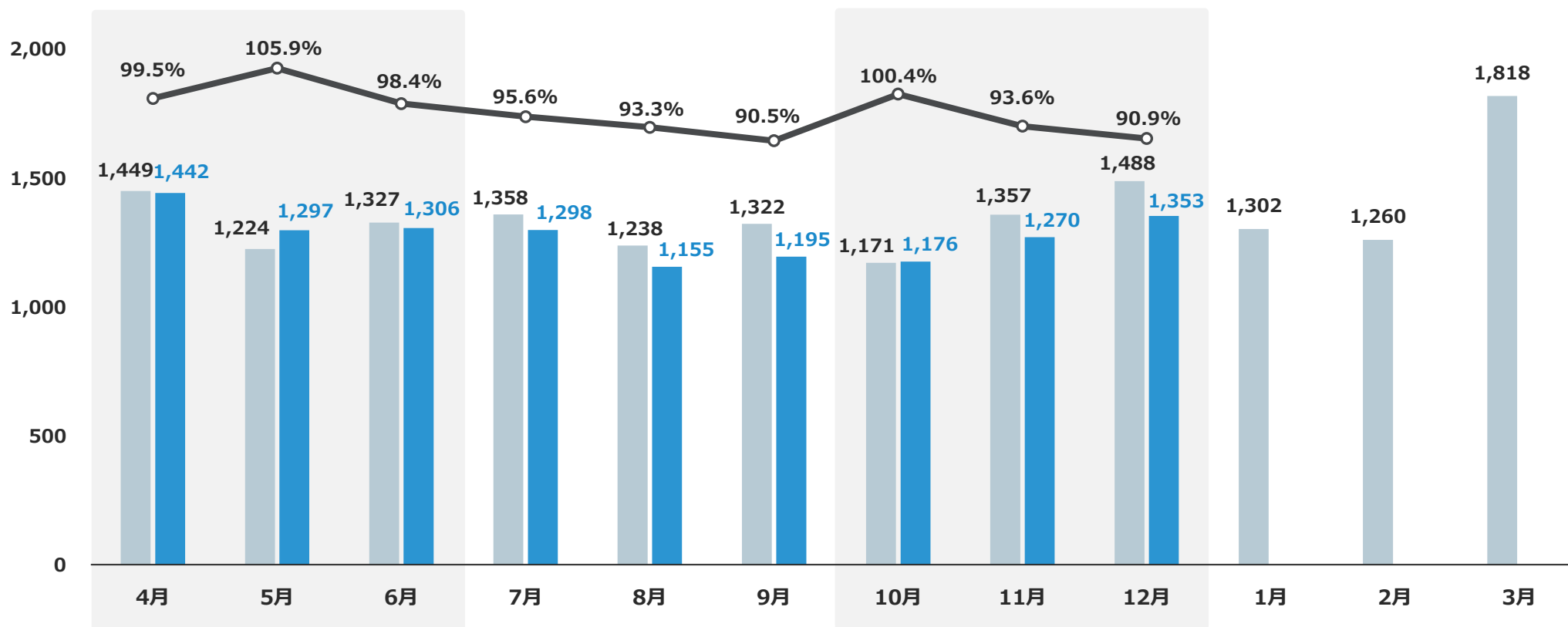
2Qに引き続き、利益率改善の取組みとして販売促進費およびマーケティングコストの削減を実施した影響により、売上高はYoY 90%~100%で推移。

(単位：百万円)

2023年3月期

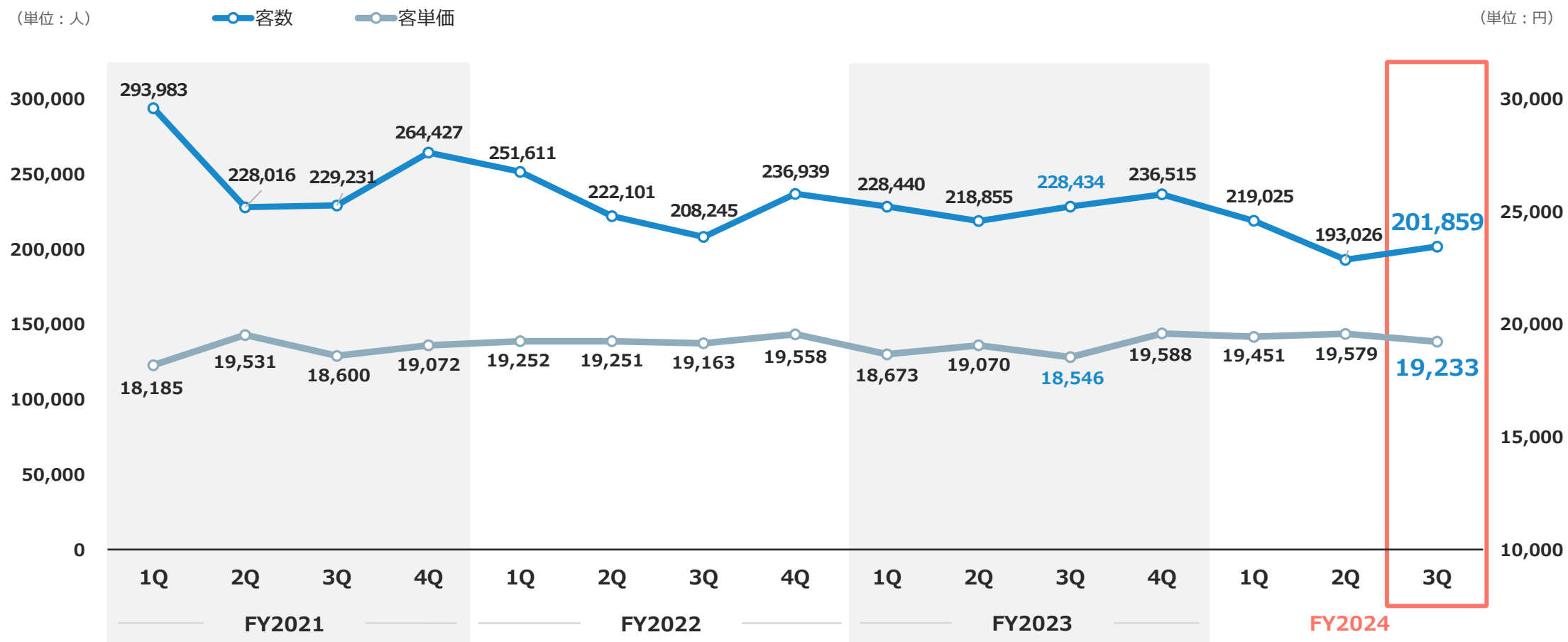
2024年3月期

YoY





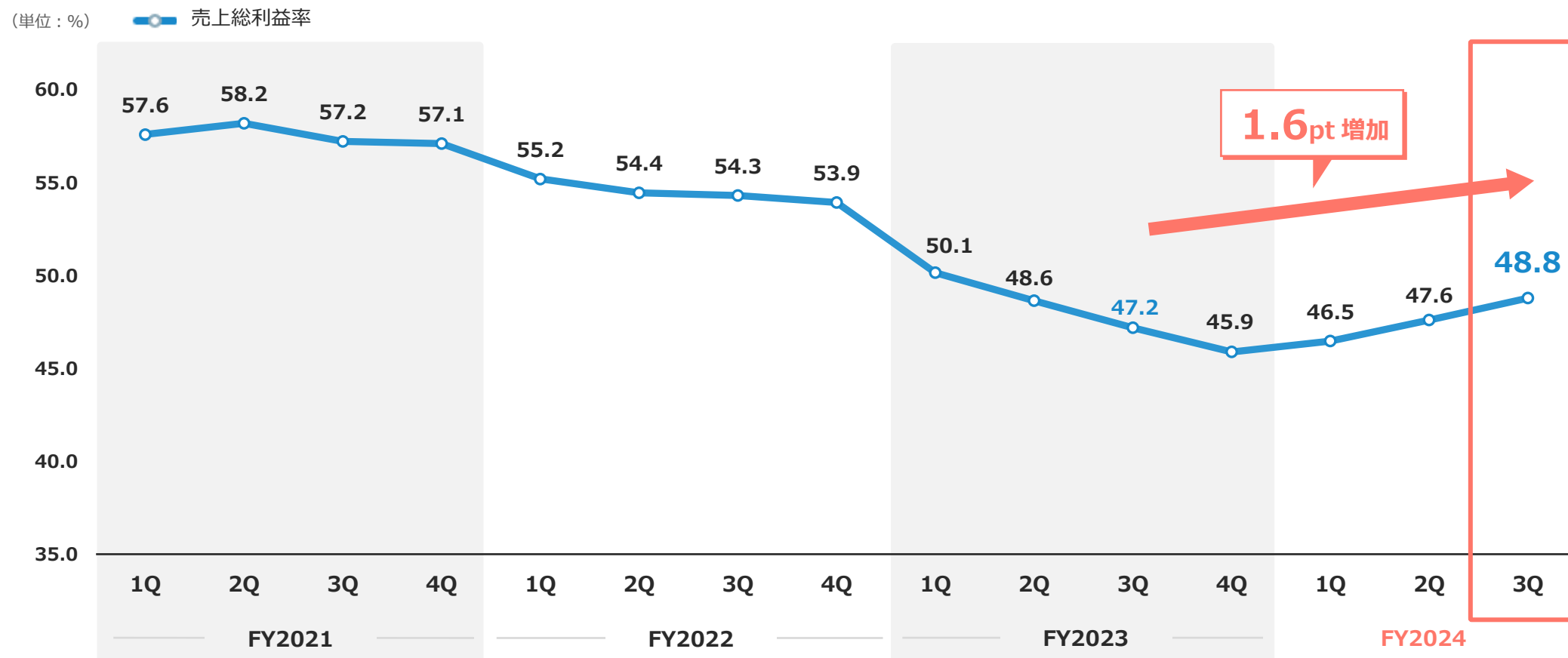
利益率改善の取組みとして販売促進費およびマーケティングコストの削減を実施した影響により、客数は前3Qに比べ減少。
客単価は安定的に推移。



※GMV（Gross Merchandise Value（流通総額））を出荷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、販売促進費の削減および価格転嫁の効果により、
売上総利益率は**48.8%**（YoY 1.6pt増）で着地。4Q以降も売上総利益率の改善に取り組む。

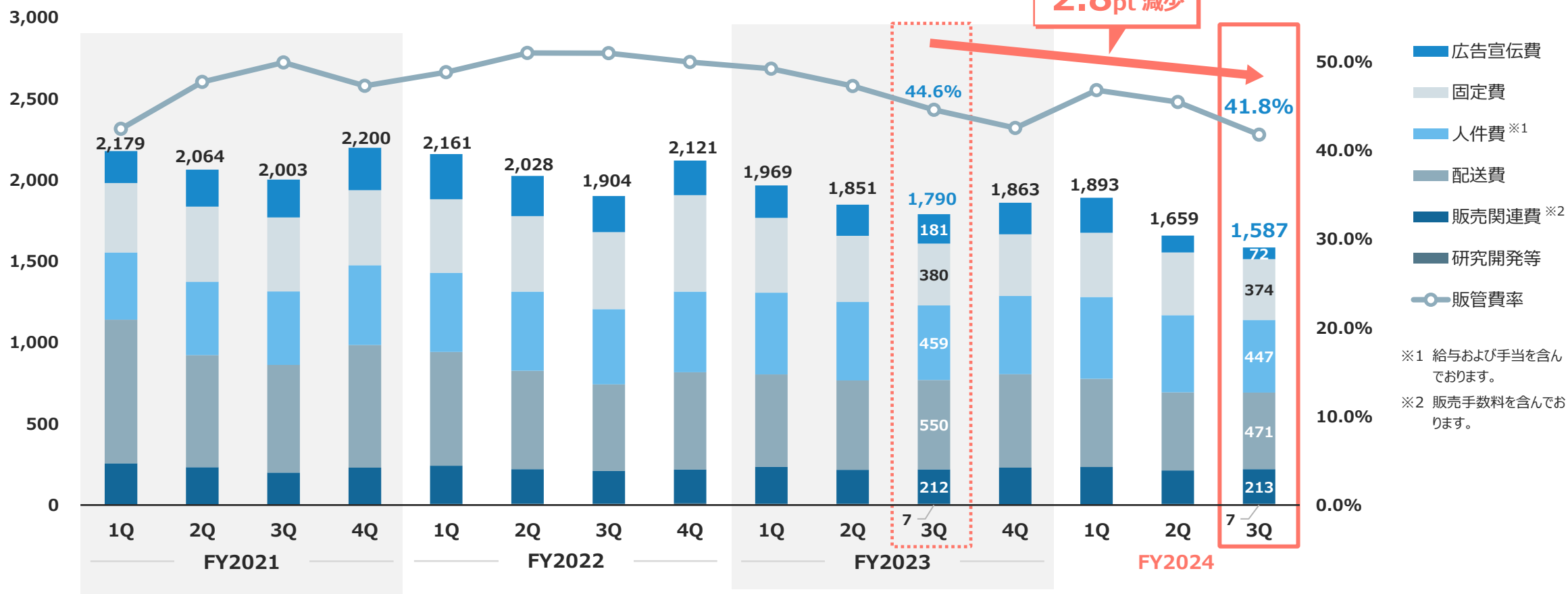


※2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。



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、販管費率が**41.8%**（YoY 2.8pt減）で着地。直近では、最も低い販管費率を実現。

（単位：百万円）



※販管費比率は、対売上高比率であります。2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。

なお、算定基準となる売上高はDOKODEMO事業およ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。

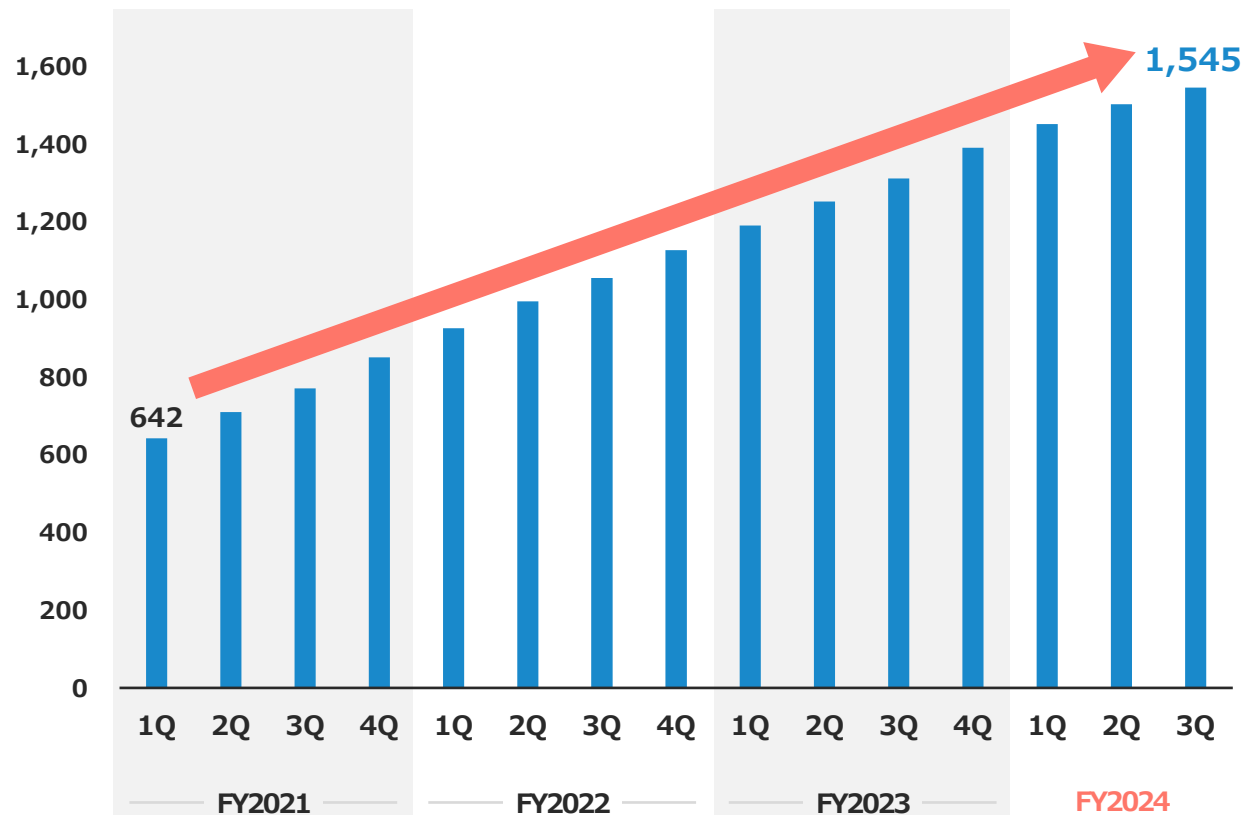
※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期以前も遡及修正して表示しております。



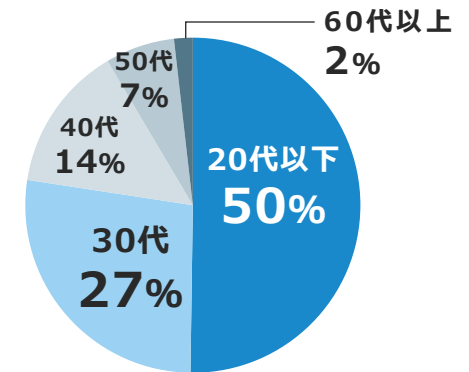
主要ターゲット層である20代～30代の支持が厚く、旗艦店の会員数は着実に増加している。

旗艦店の会員数推移

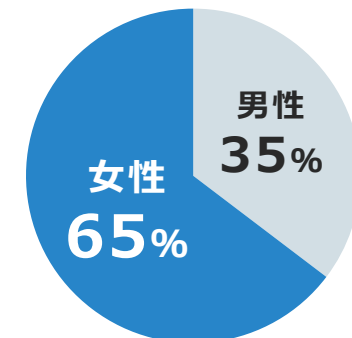
(単位：千人)



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。

※世代分布および男女比は、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



衣類乾燥機フカリ
6,990円(税込)



布団乾燥機パフワ
6,990円(税込)

家具・その他



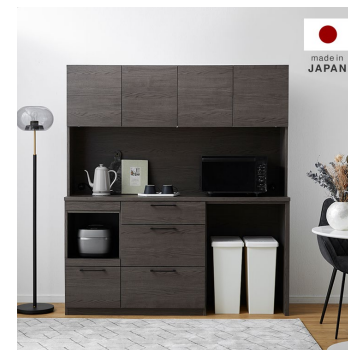
押し活収納オシテル
17,990円(税込)



メレンゲタッチこたつ3点セット
26,970円(税込)



麻風素材を組み合わせたサイドボード
24,990円(税込)



大収納キッチンボード
119,990円(税込)

※2024年1月時点での販売価格を記載しております。そのため現在の販売価格とは異なる場合がございます。



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は2Qにおいて累計**100万ダウンロード**を突破し、順調に増加中。

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（2023年12月末現在）



スマホアプリ

104万 ダウンロード（累計）



Instagram

94万 フォロワー



TikTok

15万 フォロワー



YouTube

7万 チャンネル登録者

LOWYAの公式アプリ



LOWYAの公式SNS



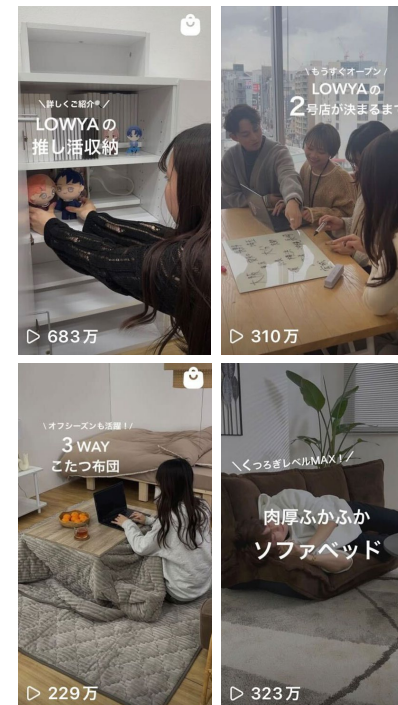


InstagramやTikTokでは、随時、商品や店舗、お客様のお役に立つ情報を配信し、EC、実店舗への集客に大きく貢献。引き続き、OMO実現のためのエンゲージメント施策として積極的に取り組む予定。

ライブ配信



600万再生も！役立つ情報を配信



TikTok



YouTube

Instagram



2023年4月 初の実店舗を福岡市西区「いとLab+」内にオープン。
シーズンごとに商品入れ替え、イベント等を実施。

店内



店内





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

外観



店内





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

オープン時には入場規制も

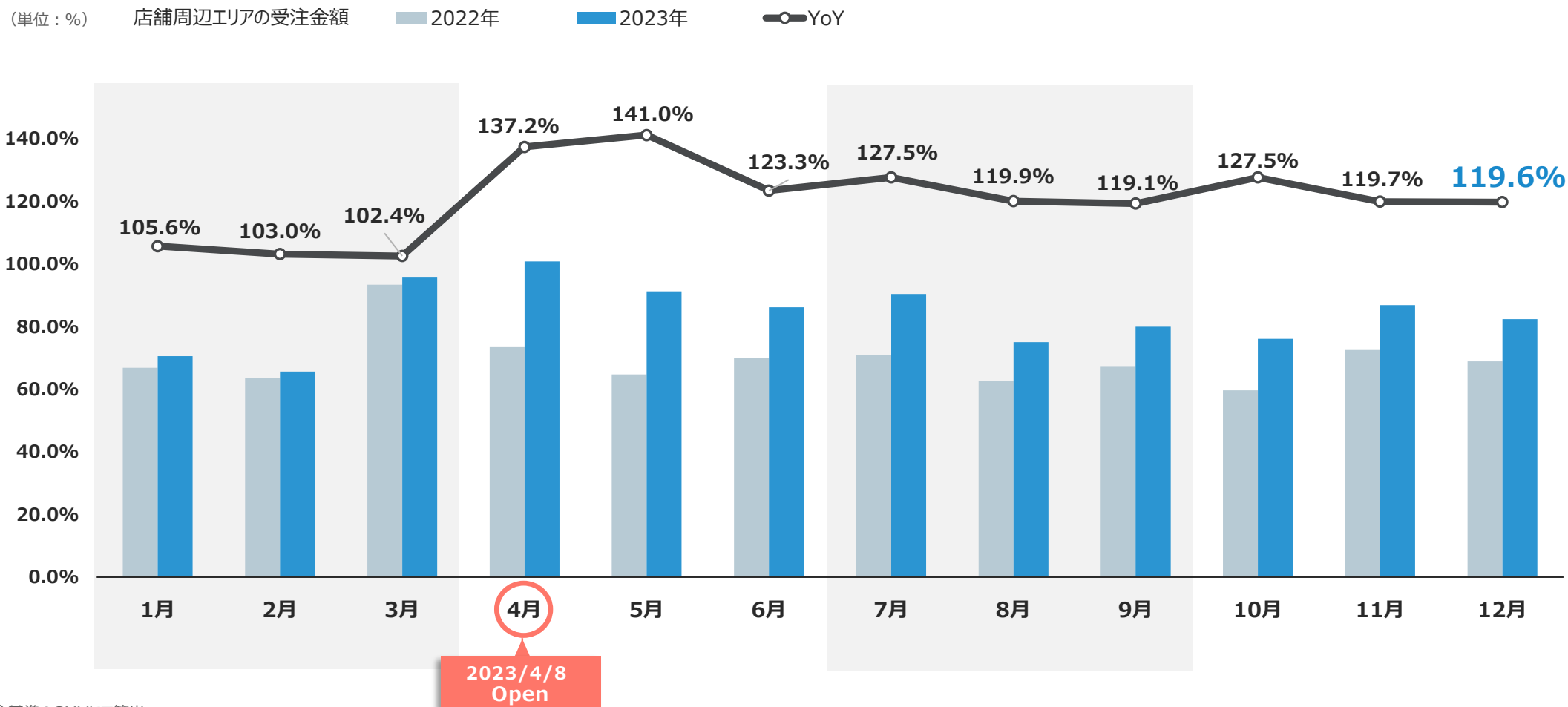


店内は大盛況





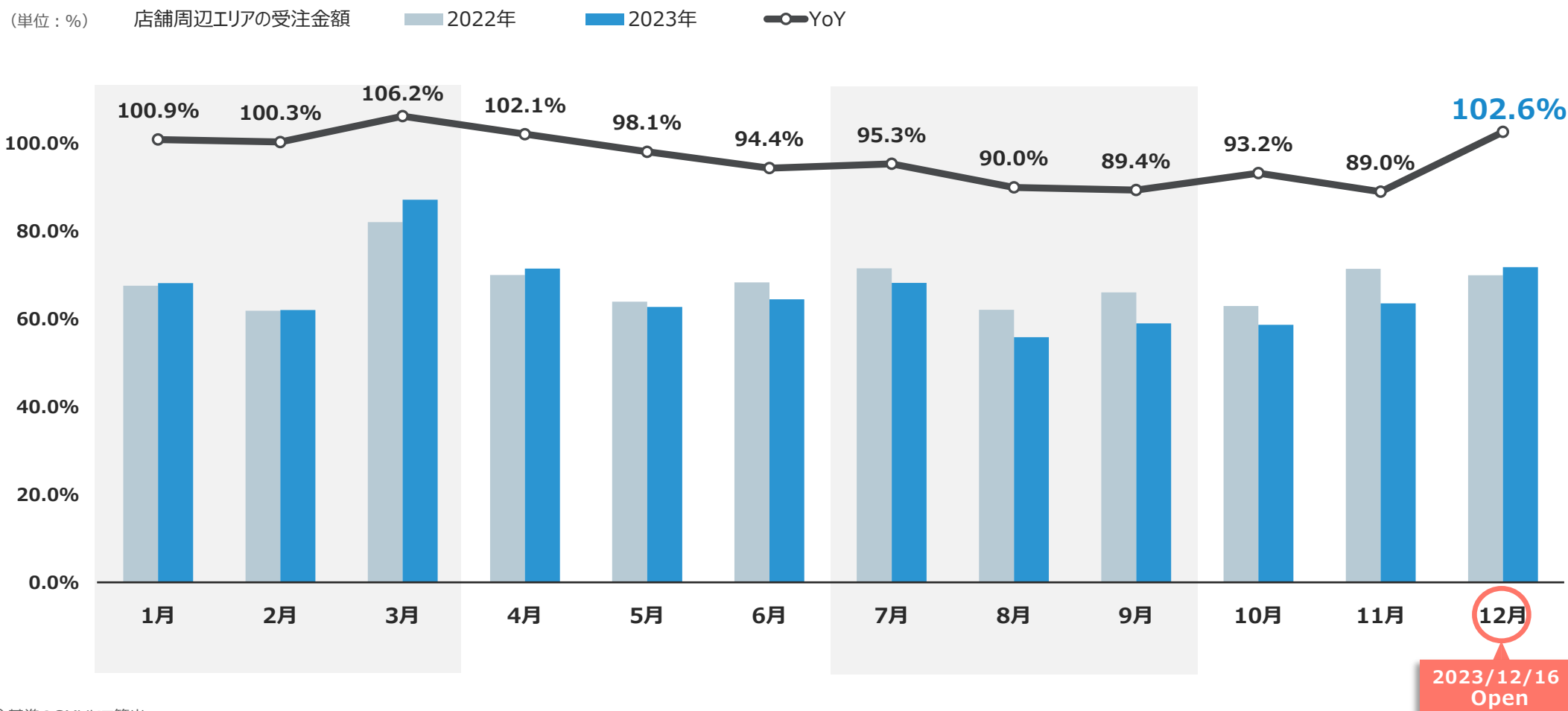
4月～5月のオープン景気以降、店舗周辺エリアの受注金額はYoY 120%前後を安定的に獲得。



※受注基準のGMVにて算出



12月中旬にオープンしたことで、**店舗周辺エリアの受注金額はYoY 102.6%まで上昇。**
4Q以降は1ヶ月寄与するため、同指標の水準は更に上昇する見込み。



※ 受注基準のGMVにて算出



商品の感想、要望や店舗の反響等、お客様からの**コメント多数**。

新規出店を待ち望む声も続々と届いており、引き続き全国展開に向けて、継続検討していく。

商品へのコメント

こういうのを
探していました！！

待つてこれは最高すぎる

こんなデザインも
作っていただきたいです！

この商品買いました！
とても気に入っています

この商品の白ってないんですか？



店舗へのコメント

オープンおめでとうございます！
店内めちゃくちゃかわいくて
素敵すぎました

とっても親切な店員さんで
満足しました

(お店に) 早く行きたいです！

東京にも
来てほしいです！

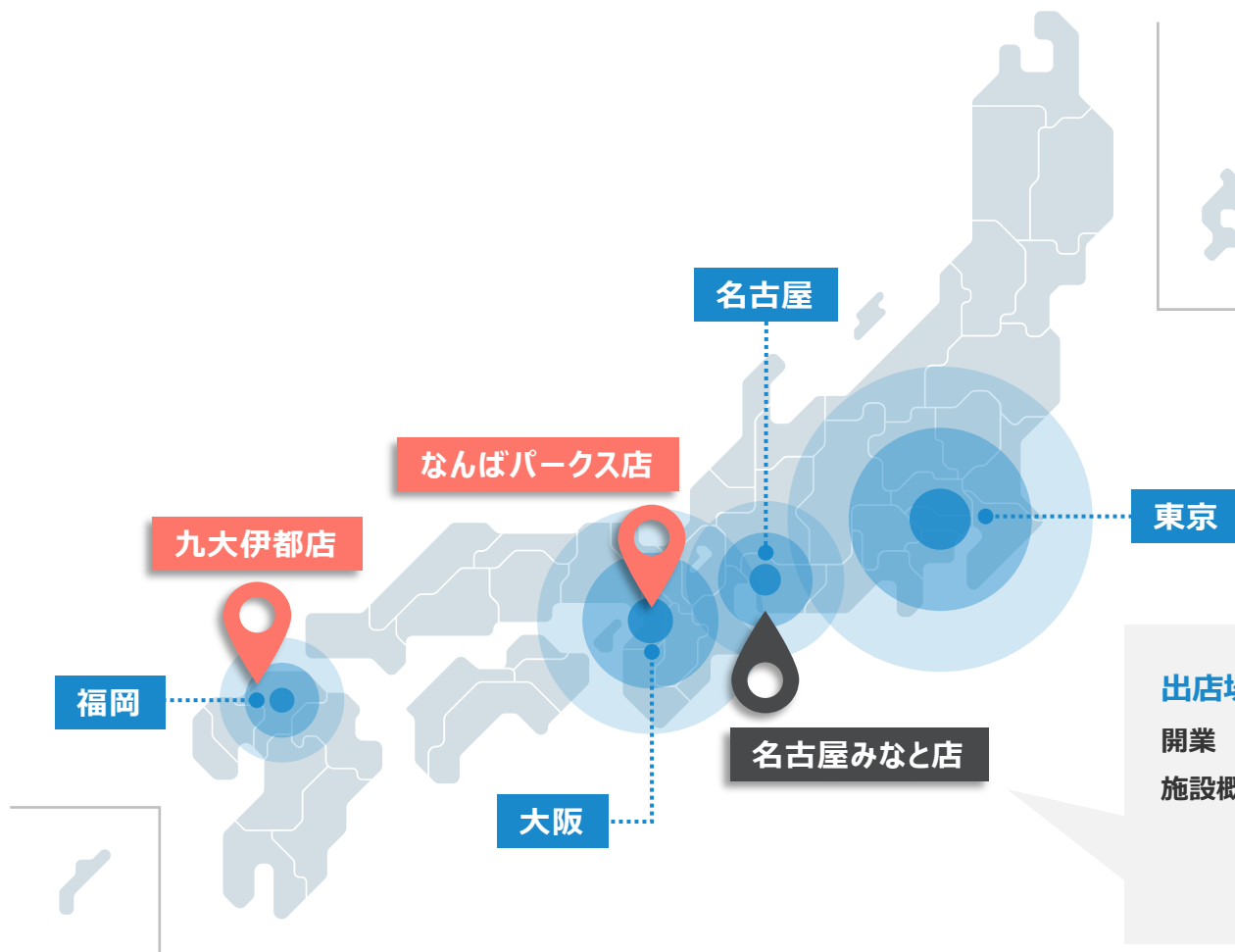
欲しかった商品の
質感が確認できたので、
購入させていただきました





2024年2月に名古屋に**3号店**を出店予定。

4店舗目以降の出店も継続検討中。



出店場所：名古屋みなと 蔦屋書店 2F（愛知県名古屋市港区）

開業：2024年2月10日（予定）

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



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。

商品の梱包にリサイクル素材を採用

2023年9月

冬のあったかルームウェア、着る毛布「GROONY（グルーニー）」シリーズの外装・透明ビニール袋に100%リサイクル素材を採用。
あったか素材による冬の節電対策に加え、梱包にもリサイクル素材を使用することでサステナビリティに貢献します。



GROONYシリーズ (左) ルームウェア+パンツセット、(右) 敷きパッド



撮影品寄付

2023年11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。





3

DOKODEMO事業の報告



利益重視に方針転換し、2Qより販売促進費およびマーケティングコストの削減を実施したことにより、3Q累計のGMVは**2,073百万円（YoY 51.6%）**、売上高は**316百万円（YoY 59.7%）**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

2,073百万円YoY **51.6%**

売上高

316百万円YoY **59.7%**

会員数 ※2

1,063千人YoY **108.1%**

APP DL数 ※2

1,539千人YoY **108.0%**

一人あたり購入金額

13,064円YoY **97.1%**

ブランド数 ※2

1,265点YoY **103.9%**

取扱い商品数 ※2

45,919点YoY **90.5%**

配送実績 ※2、3

120か国YoY **105.3%**

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. 2023年12月末時点

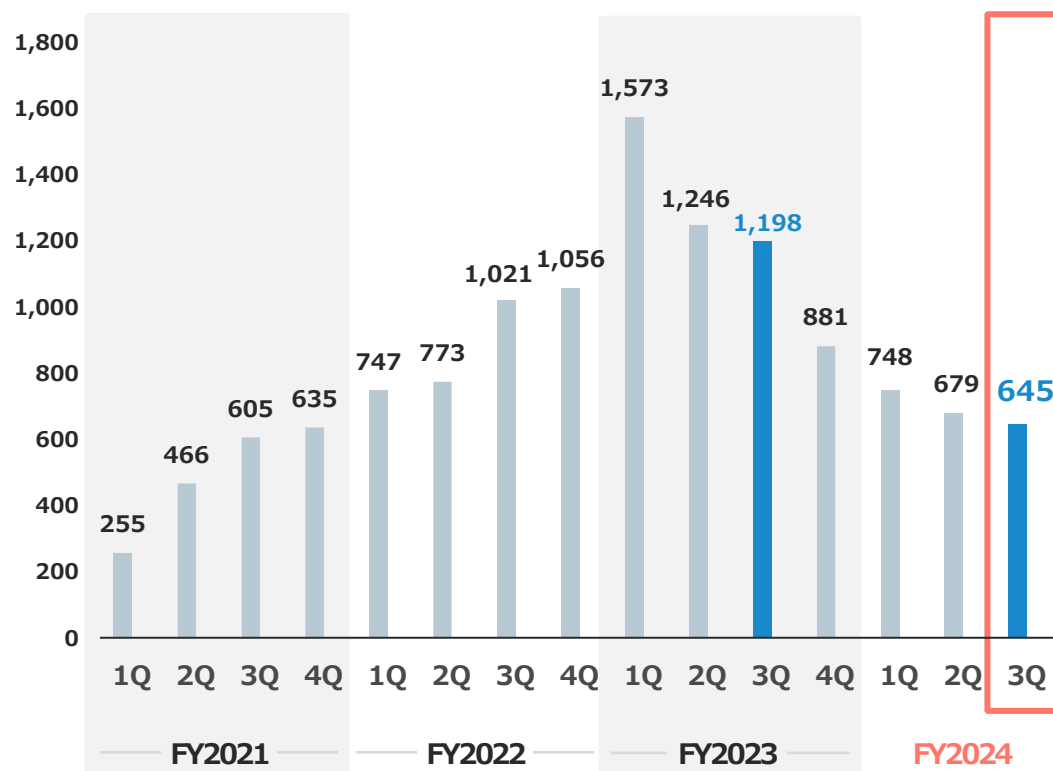
※3. 国と地域の配送実績数（過去累積）



2Qに引き続き、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およ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645百万円で着地したものの、収益構造が改善し、事業収支は黒字を達成。今後は、MD強化やサービスの拡充に取り組む予定。

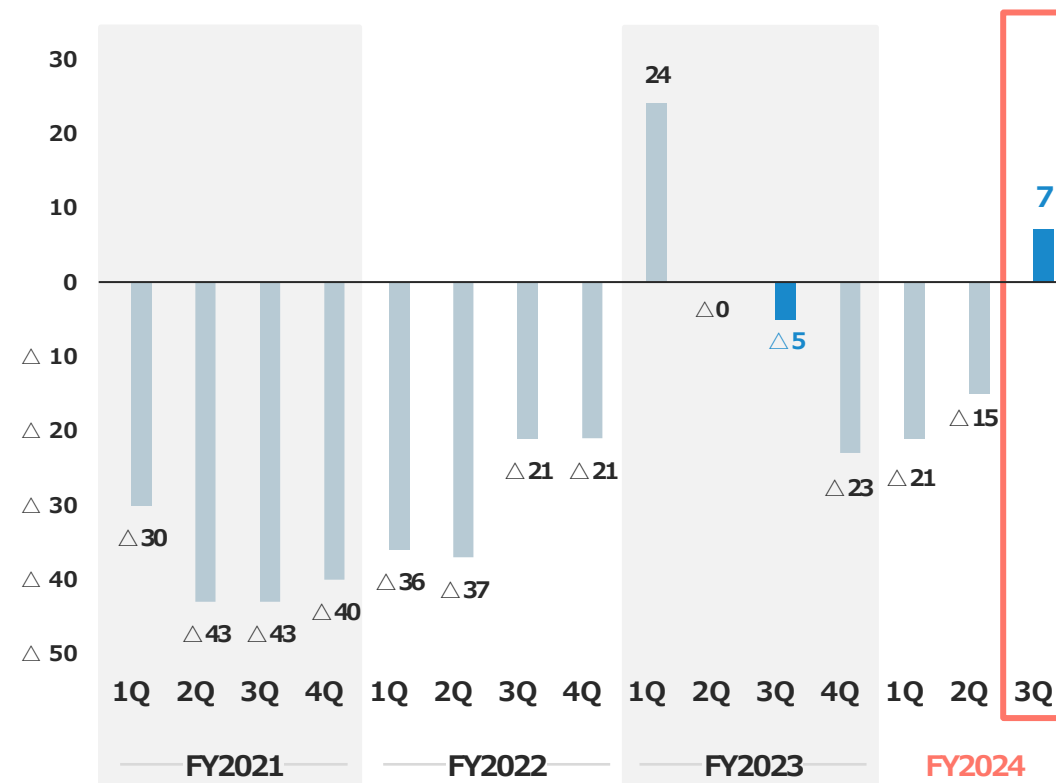
GMV

(単位：百万円)



事業収支

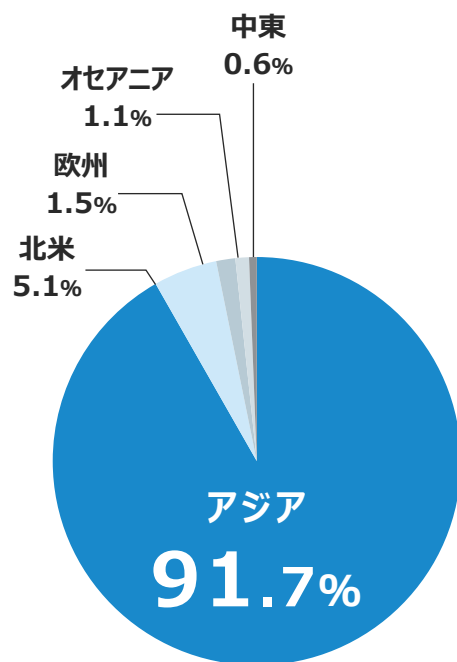
(単位：百万円)



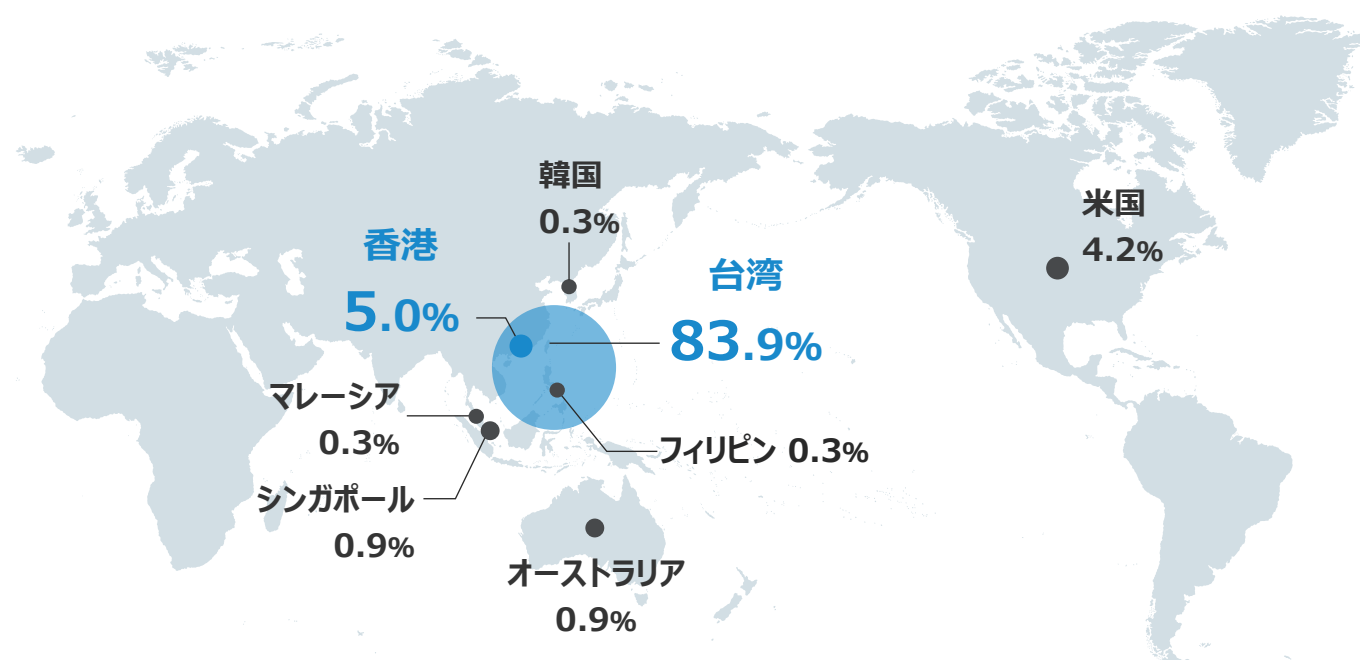


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの9割超を占めている。

地域別



国別



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。