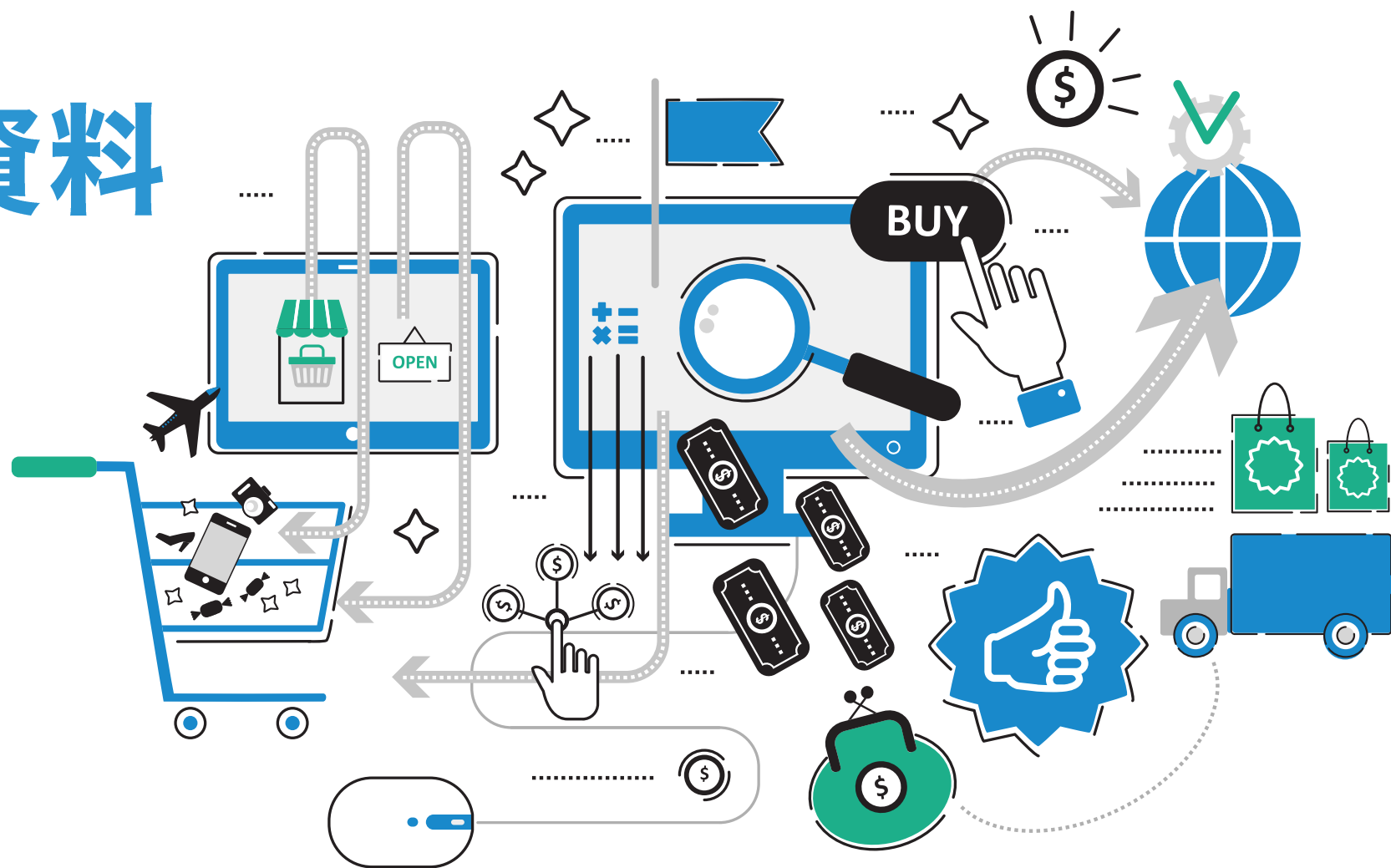


2024年3月期第1四半期

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1四半期決算概要
- 2 LOWYA事業の報告
- 3 DOKODEMO事業の報告



1

2024年3月期

第1四半期決算概要



全社売上高は、**4,154百万円 (YoY98.9%)** 営業利益は、**△34百万円**で着地。
LOWYA事業は、引き続き好調で前年同期を上回ったものの、DOKODEMO事業の流通は伸び悩んだ。

全社売上高

4,154百万円

YoY **98.9%**

LOWYA 売上高

4,045百万円

YoY **101.1%**

DOKODEMO 売上高

109百万円

YoY **55.0%**

営業利益

△**34**百万円

YoY **—%**

経常利益

△**16**百万円

YoY **—%**

純利益

△**11**百万円

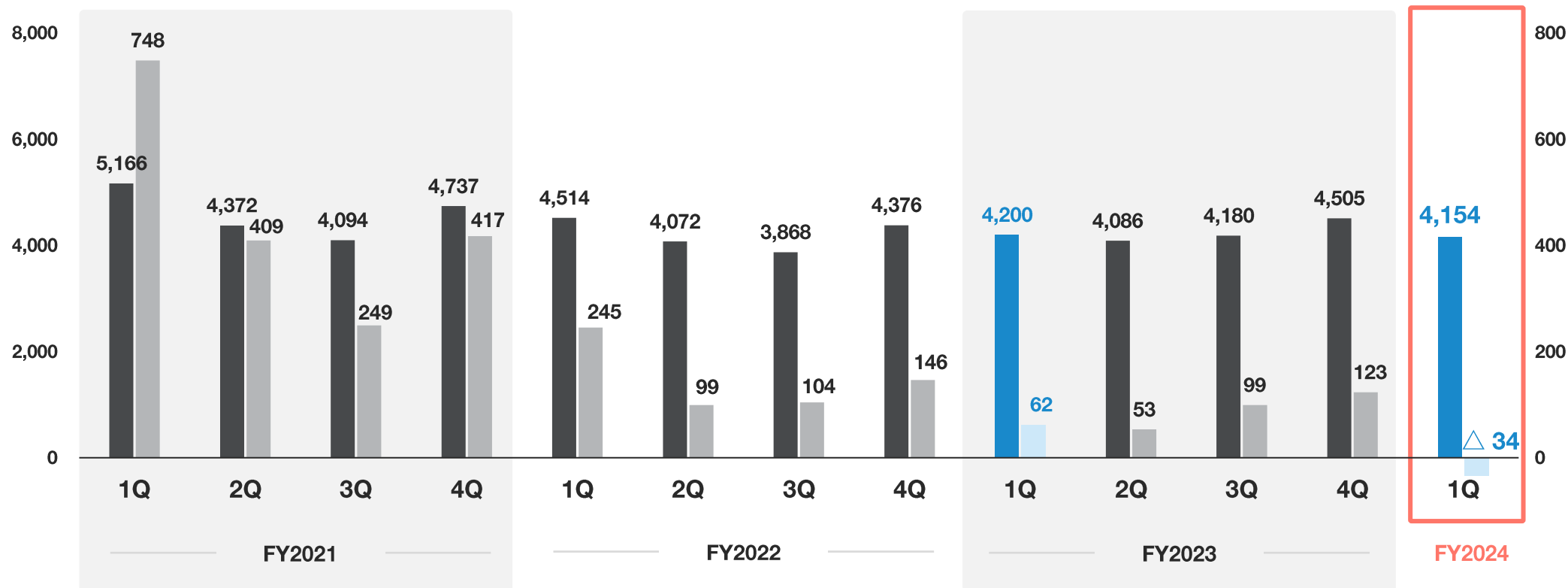
YoY **—%**



全社売上高は、前年同期並みで進捗したが、営業利益はマイナス着地。

LOWYA事業は、**原価率コントロール**、DOKODEMO事業は、**流通総額の維持・拡大**が課題。

(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。



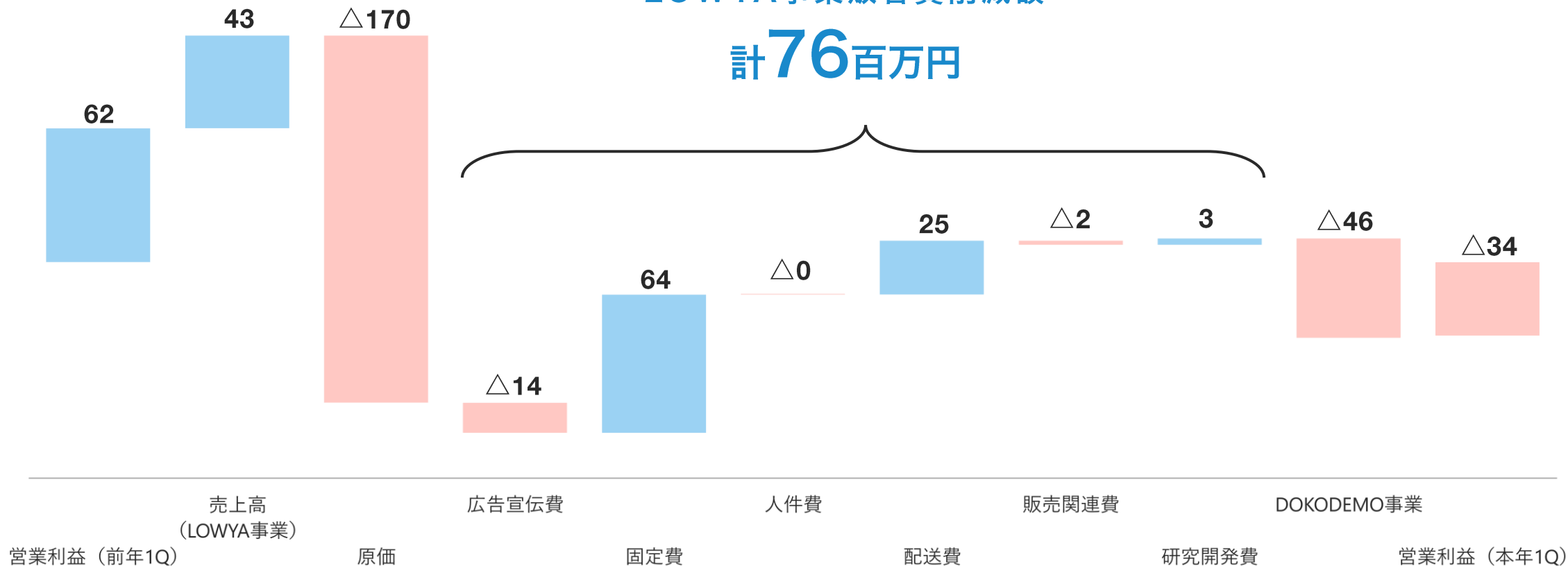
LOWYA事業で、前期に実施した物流拠点の集約、配送の効率化等の効果により、前年同期比で76百万円の販管費削減を実行。ただし、原価率上昇のインパクトが大きく利益を圧迫。

営業利益増減要因（前年同期比）

LOWYA事業販管費削減額

計76百万円

(単位：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**78.1%**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1四半期 | | 前事業年度 (2023年3月期末) | 当事業年度 (2024年3月期) 第1四半期 |
|--------------|----------------------|------------------------------|---------|----------------------|------------------------------|
| 流動資産 | 5,956 | 5,631 | 流動負債 | 1,796 | 1,428 |
| うち、現預金 | 1,892 | 1,793 | うち、借入債務 | — | — |
| うち、売掛金 | 1,814 | 1,327 | 固定負債 | 51 | 57 |
| うち、商品 | 1,819 | 1,854 | 負債合計 | 1,847 | 1,485 |
| 固定資産 | 1,195 | 1,136 | 株主資本 | 5,308 | 5,171 |
| うち、有形・無形固定資産 | 526 | 514 | 純資産合計 | 5,304 | 5,283 |
| 資産合計 | 7,151 | 6,768 | 負債純資産合計 | 7,151 | 6,768 |

※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



LOWYA事業のGMVは4,239百万円 (YoY 99.4%)、売上高は4,045百万円 (YoY 101.1%) と堅調に推移。旗艦店の会員数は引き続き順調に増加。2023年4月に実店舗を開業。卸売り店舗数を拡大。

GMV ※1

4,239百万円

YoY 99.4%

売上高

4,045百万円

YoY 101.1%

客数

219千人

YoY 95.9%

客単価 ※2

19,451円

YoY 104.2%

会員数

1,451千人

YoY 122.0%

APP DL数

954千人

YoY 144.5%

取扱い商品数

4,156点

YoY 124.7%

エンゲージメント
アカウント数 ※3

1,057千アカウント

YoY 124.5%

※1. Gross Merchandise Value (流通総額)

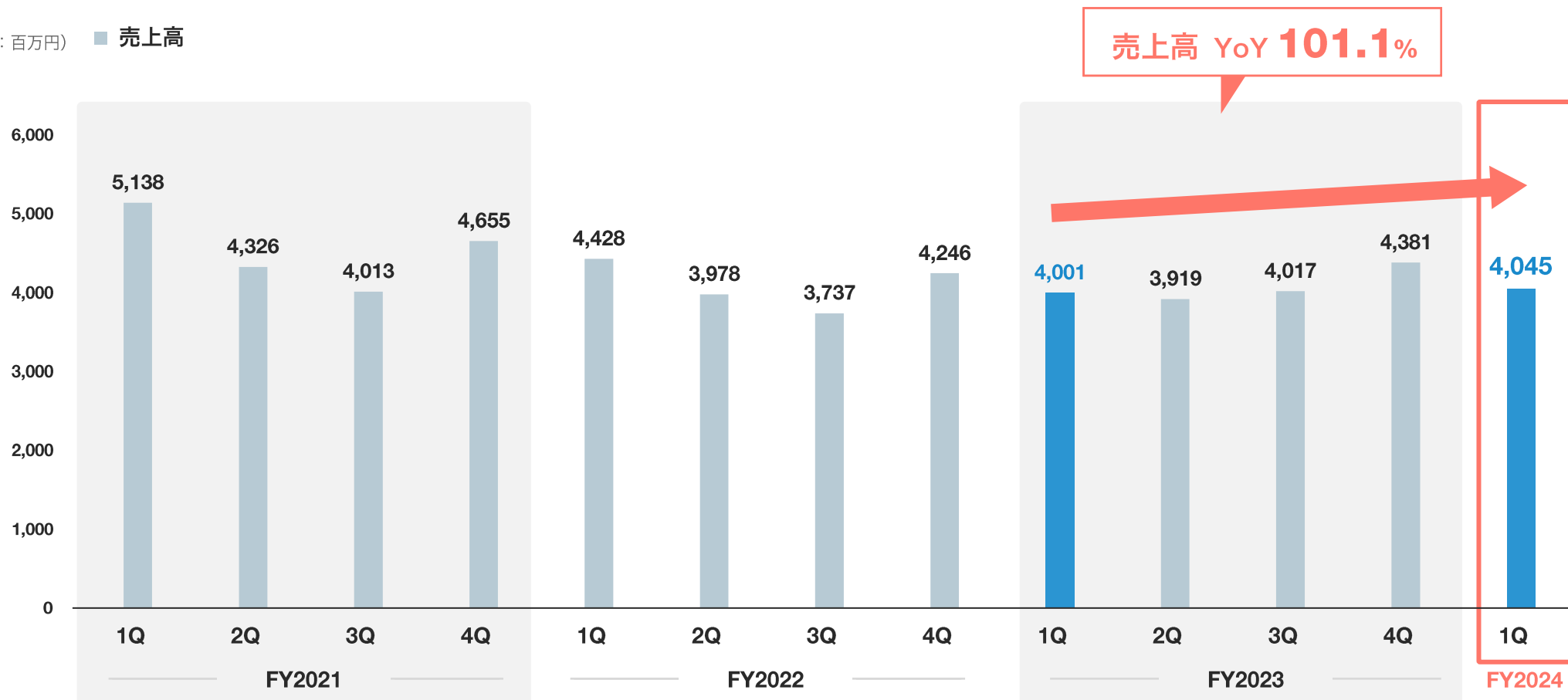
※2. GMVを出荷件数で除すことにより算出

※3. Instagram、TikTok、twitter、Lemon8フォロワー数、YouTube登録者数、THE 608 HOTELのアカウント数の合計



新型コロナウイルス感染症の分類移行に伴う、外出増加や608の日における大型セールを抑制したものの、売上高は、**4,045百万円 (YoY101.1%)** となり、前年同期を上回って着地。

(単位：百万円) ■ 売上高

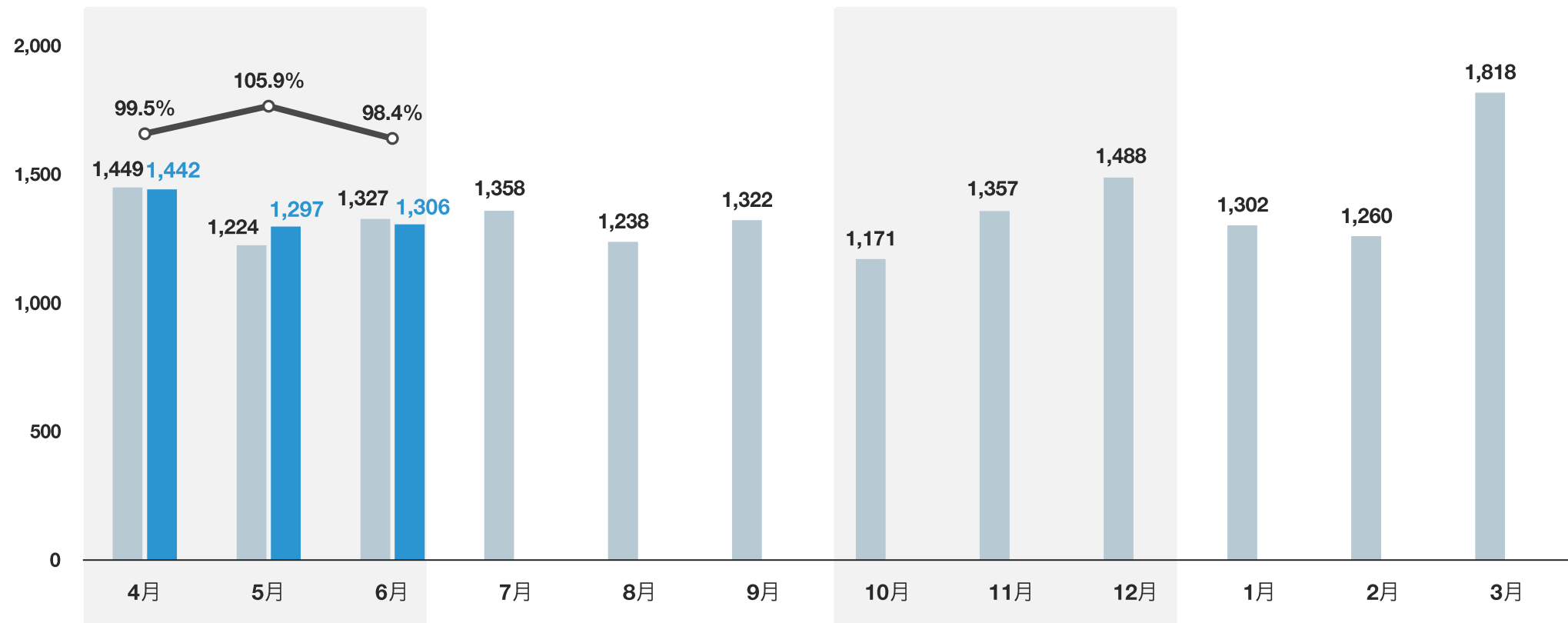


※2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。



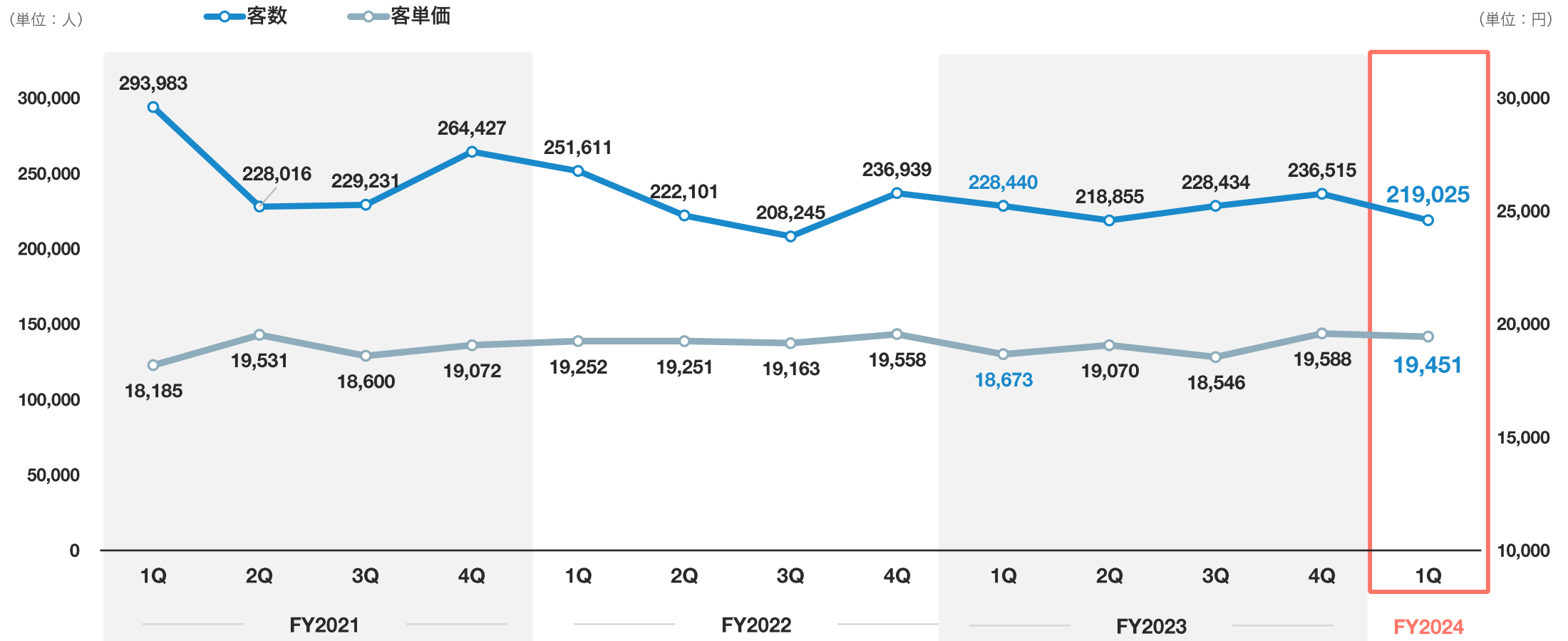
LOWYA事業全体（旗艦店＋モール）の1Qは、外出増加や608の日の大型セールを抑制したものの堅調に推移。

(単位：百万円) 2023年3月期 2024年3月期 YoY





客数、客単価共に安定的に推移。

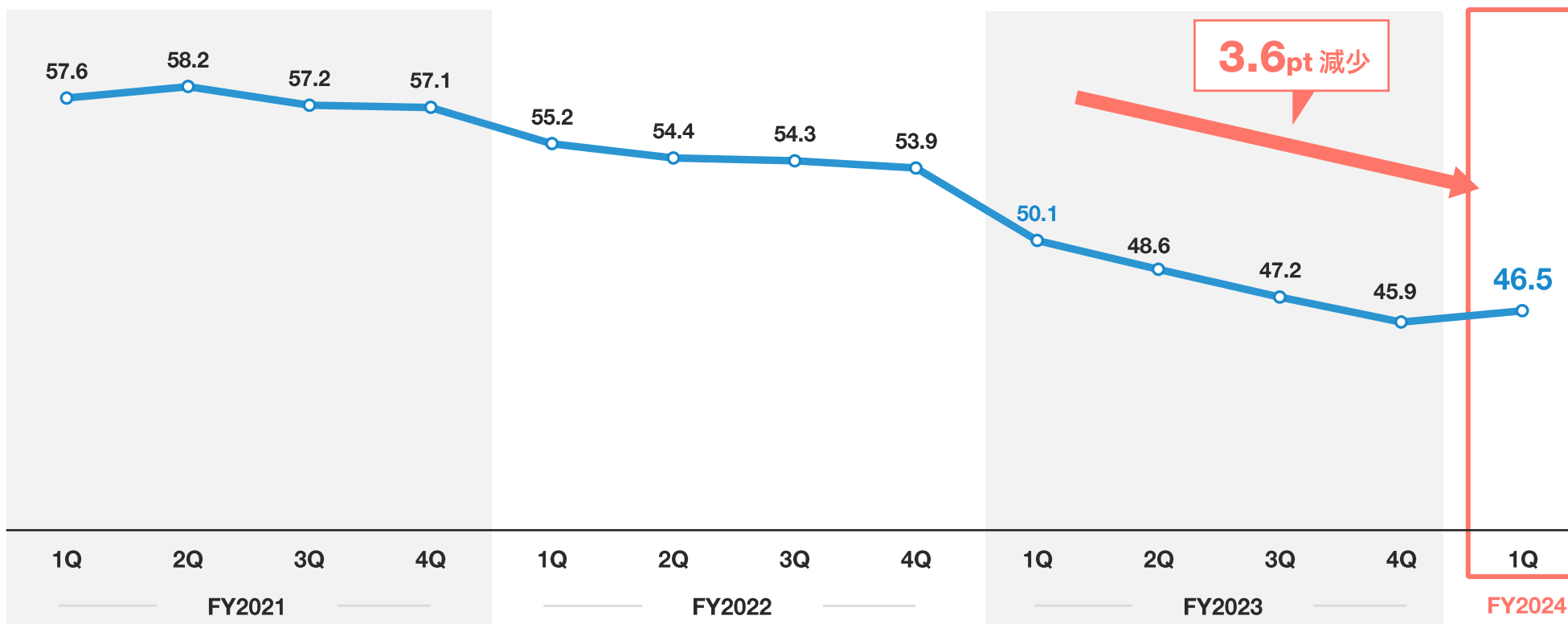


※GMV (Gross Merchandise Value (流通総額)) を出荷件数で除すことにより算出しております。



前年同期と比較すると大幅な円安進行により売上総利益率は3.6pt減少したものの、4Qに底打ち後、改善傾向。引き続き粗利改善が課題。

(単位：%) 売上総利益率

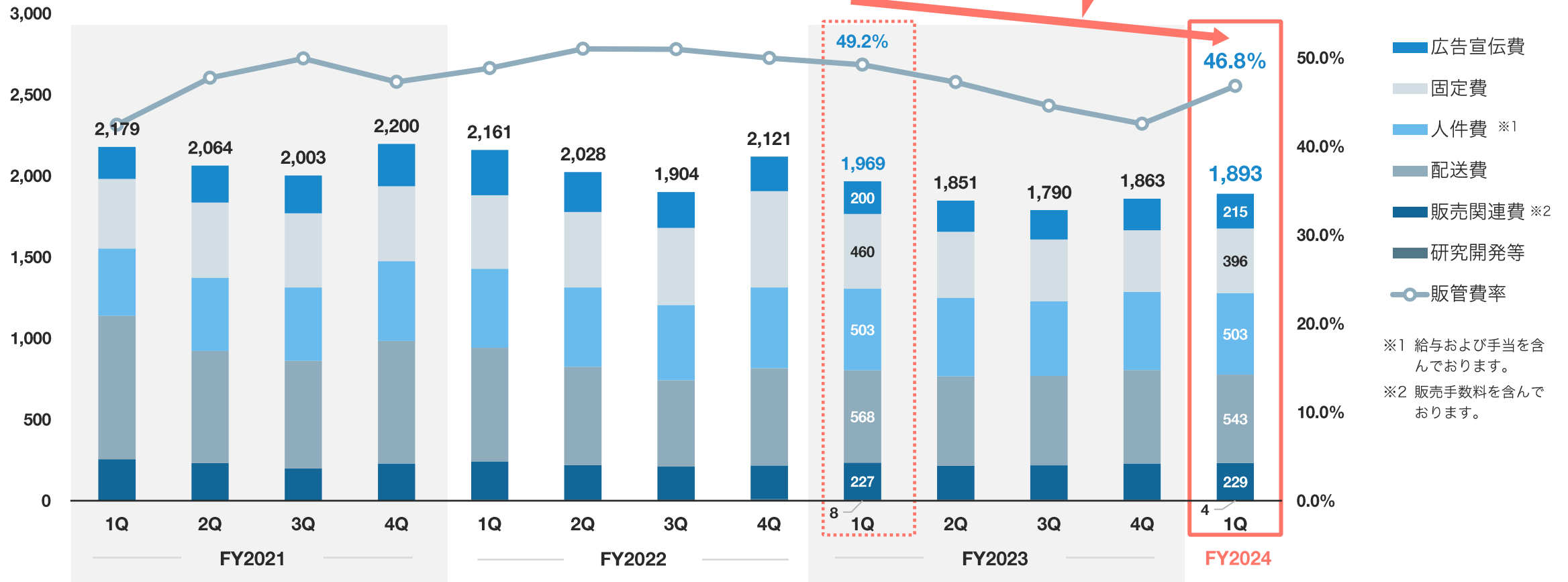


※2022年3月期より新収益認識基準適用となったため、2021年3月期以前も新収益認識基準を遡及適用した場合の売上高に変更しております。



前期に実施した物流拠点の集約、配送効率化等の効果により、前年同期比で2.4pt（76百万円）の販管費を削減。
ただし販促イベントの実施等により3Q、4Qと比較すると上昇。

(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のため、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事業及び研究開発費に係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。

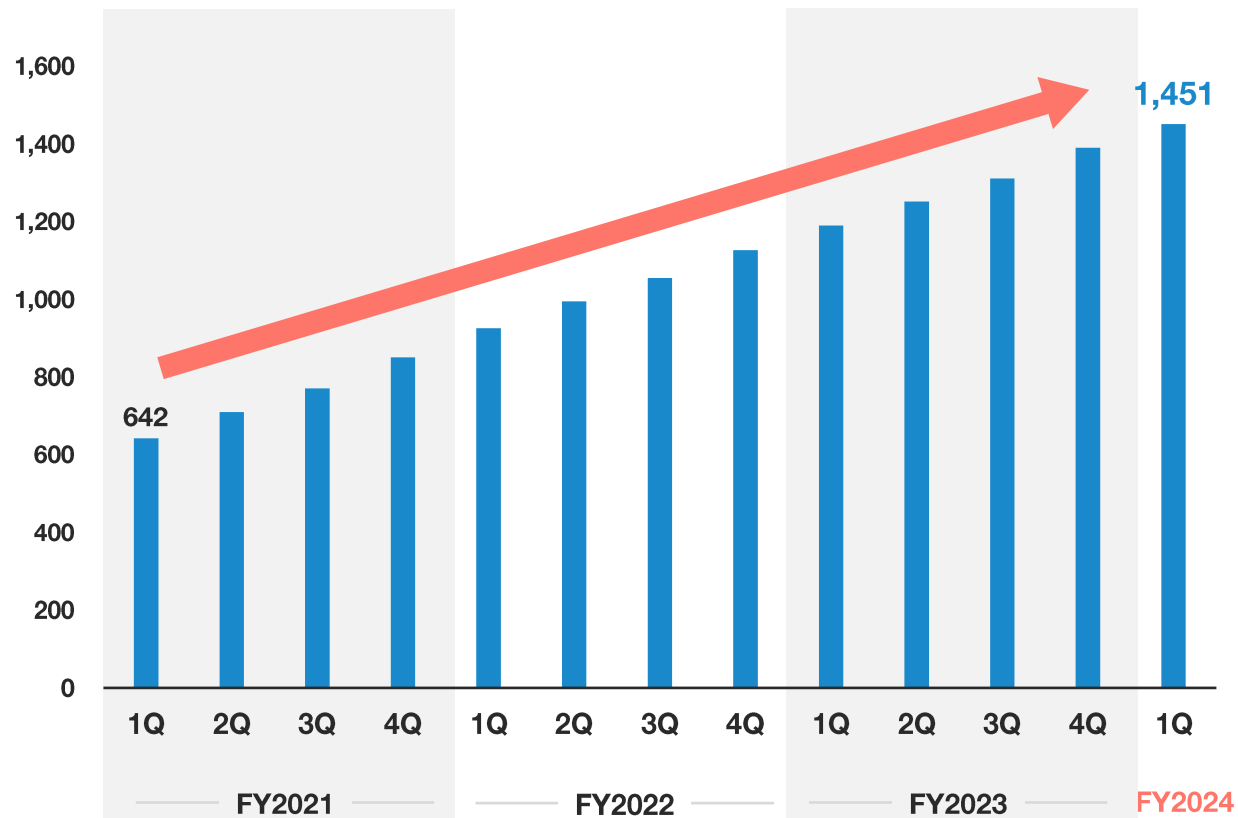
※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期以前も遡及修正して表示しております。



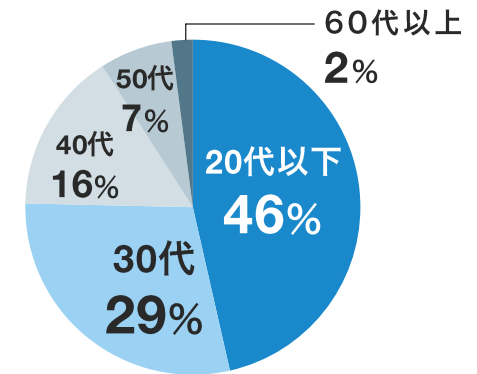
主要ターゲット層である20代～30代の支持が厚く、旗艦店の総会員数は着実に増加している。

旗艦店の総会員数推移

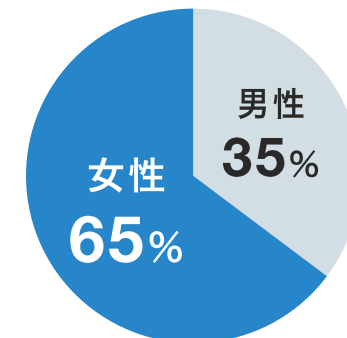
(単位：千人)



世代分布



男女比



※総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。

リビング



収納付きベッド
34,990円(税込)



ランドリー隙間収納
12,990円(税込)



スライド扉付き本棚
17,990円(税込)



キッチン収納
19,990円(税込)

キッズ



キッズ用ネックアイス
1,590円(税込)



フォルダブルプール
5,290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。

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6月末現在）



スマホアプリ

95万ダウンロード（累計）



Instagram

86万フォロワー



TikTok

12万フォロワー



YouTube

3万チャンネル登録者

LOWYAの公式アプリ



LOWYAの公式SNS





茅ヶ崎中央店（神奈川県）、佐久平店（長野県）、岡山店（岡山県）へ出店し売り場面積を拡大。

茅ヶ崎中央店
（神奈川県）

98商品



2023年4月から展示

佐久平店
（長野県）

78商品



2023年6月から展示

岡山店
（岡山県）

67商品



2023年6月から展示



2023年4月初の実店舗を福岡市西区「いとLab+」内にオープン。

外観



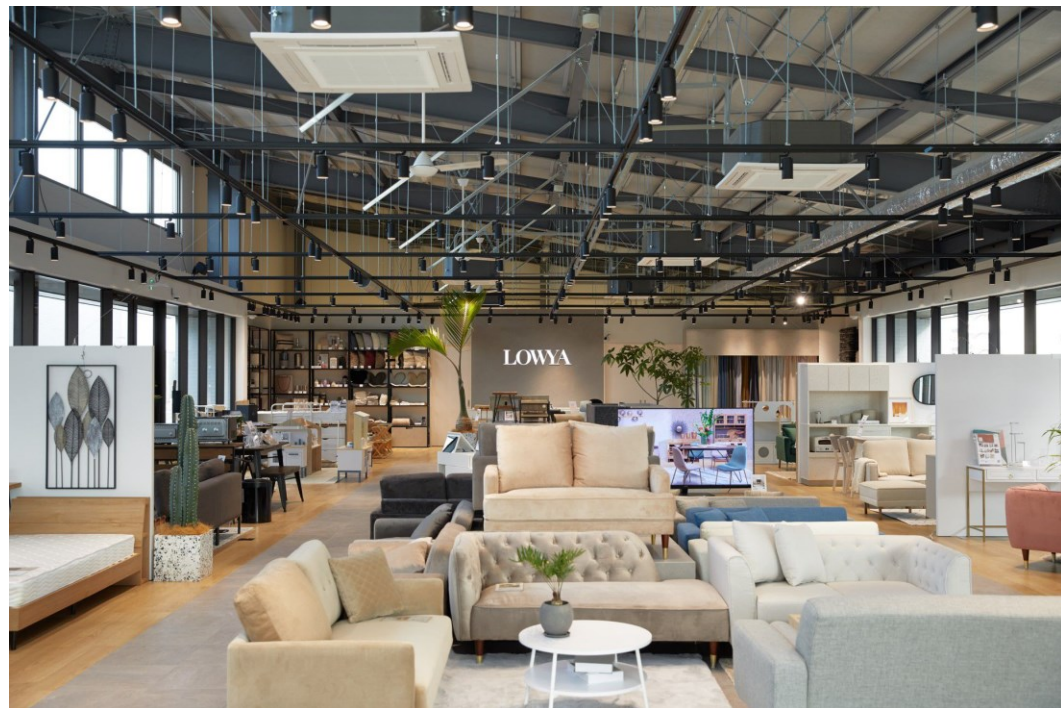
外観





2023年4月初の実店舗を福岡市西区「いとLab+」内にオープン。

店内



店内





2023年4月初の実店舗を福岡市西区「いとLab+」内にオープン。

オープン時は長蛇の列



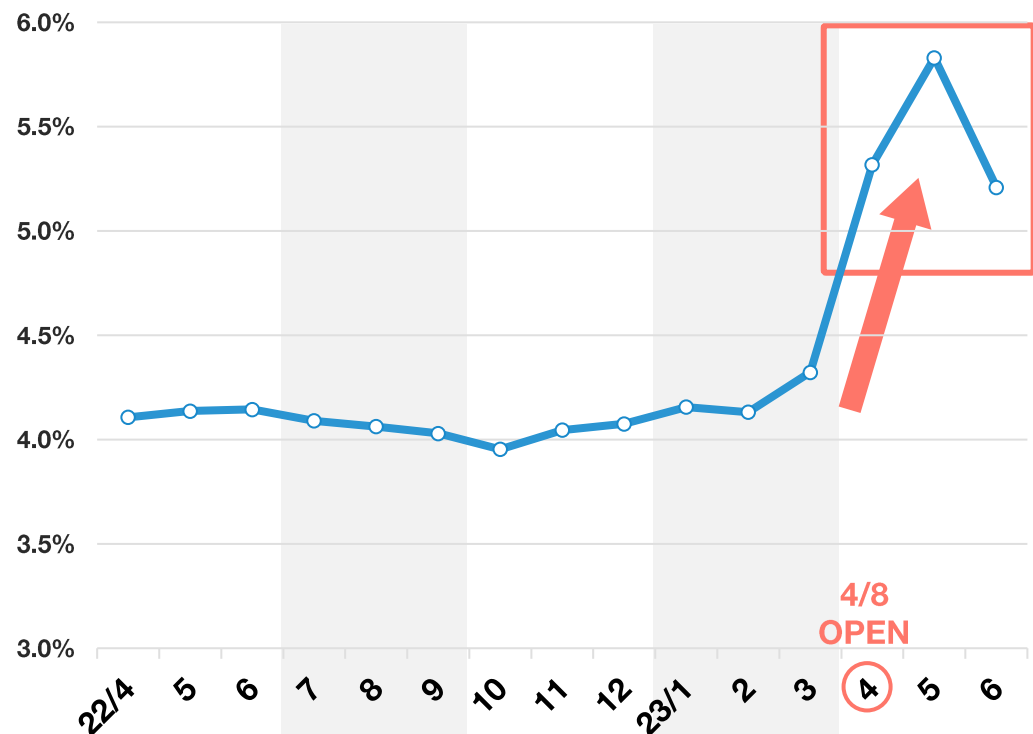
オープン後の店内は大盛況





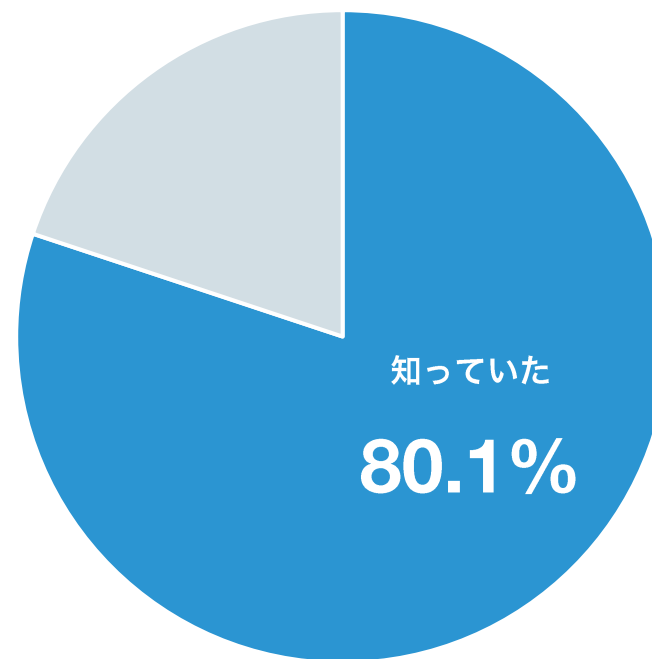
4月のOPEN以降、店舗周辺エリアの受注割合が増加。
 来店者の約80%をブランド認知客が占めており、取扱商材の現物確認ニーズに対応。
 今後は、売上構成が高い（≒人口集積）エリアを優先して出店を検討。

全体に占める店舗周辺の受注割合の推移



※受注基準のGMVにて算出

来店者のうち、ブランド認知客の割合



※2023年4月実施の来店者アンケートより

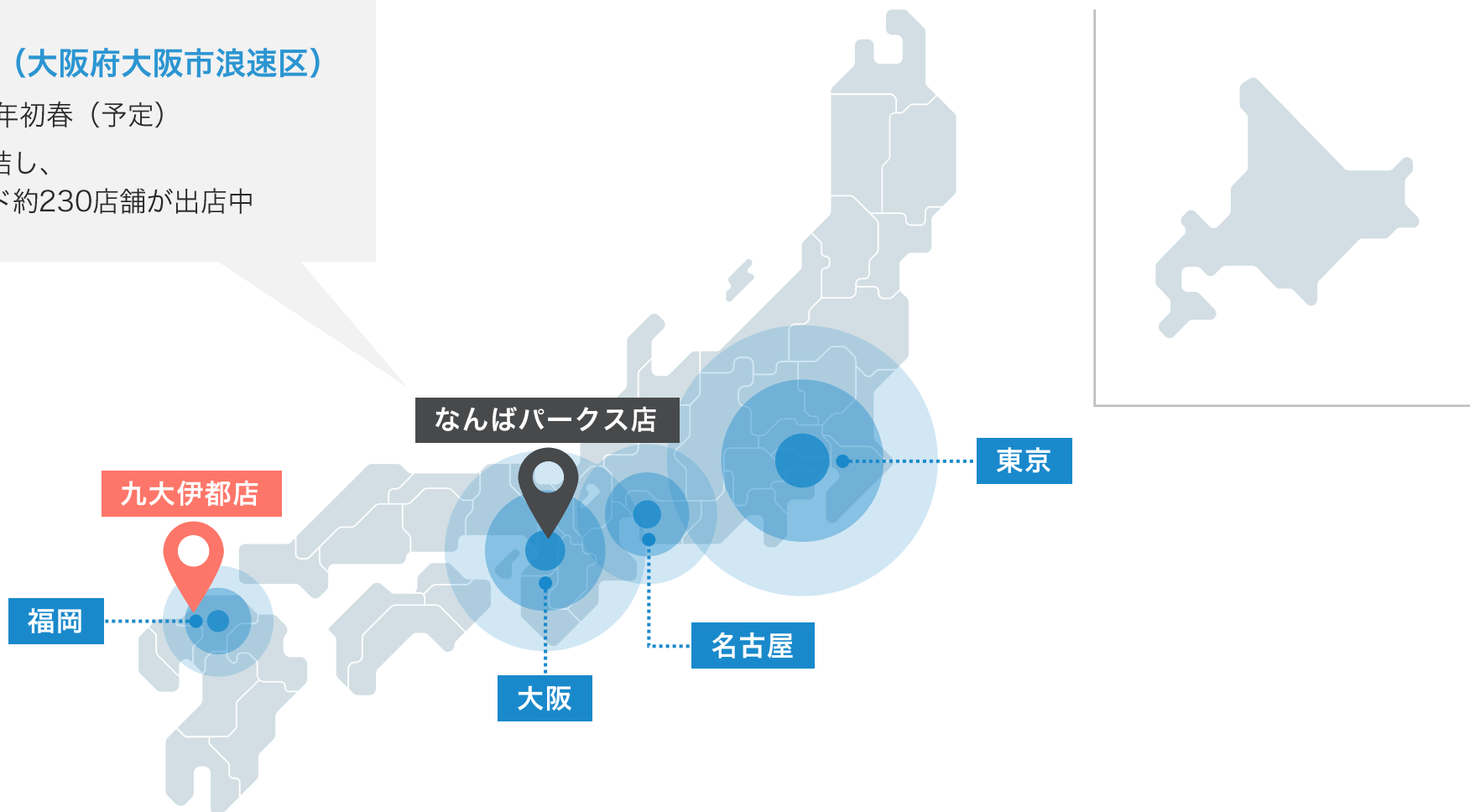


関西エリアの主要ターミナル駅「難波」に位置する商業施設に直営2号店を出店予定。
引き続き全国展開に向けて、継続検討していく。

出店場所：なんばパークス（大阪府大阪市浪速区）

開業：2023年末～2024年初春（予定）

施設概要：南海なんば駅に直結し、
国内外有力ブランド約230店舗が出店中





LOWYAの日（2023年6月8日～11日）に「608 Home Party」をコンセプトとしたPRイベントを開催。4日間でPOP UP SHOP（東京・渋谷）とLOWYA九大伊都店に多くのお客さまが来場。

POP UP SHOP（東京・渋谷）



LOWYA九大伊都店





LOWYAからの発信を軸としたコミュニケーションだけでなく、
お客さまを軸とした双方向のコミュニケーションを築くためファンコミュニティを創設。

LOWYAの公式ファンコミュニティ



『THE 608 HOTEL』でできること



- LOWYA好きさん同士やLOWYAスタッフと交流できる！
- コミュニティ限定企画に参加できる！
- 特別な体験ができるかも！？

交流イベントの様子

「LOWYA POP UP in 渋谷」のオープン前日、
先行して交流イベントを開催！
たくさんの「LOWYA愛」が会場を包み込みました♡





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。

ベースアップ

2023年 4月

昨今の物価上昇傾向を踏まえ、
給与一律10,000円のベースアップを実施。
(対象は正社員233名、契約社員12名)



撮影品寄付

2023年 6月

福岡県内の母子生活支援施設へ
撮影時に利用した家具等を寄贈。



株主優待寄付先の変更

2023年 6月

持続可能な未来への寄付活動のため、
株主優待寄付先を
オイスカ「子供の森」計画へ変更。
国内外の環境教育支援への寄付が可能。





3

DOKODEMO事業の報告



DOKODEMO事業のGMVは748百万円（YoY 47.6%）、売上高は109百万円（YoY 55.0%）となった。
会員数やアプリダウンロード数は順調に推移。

GMV ※1

748百万円

YoY 47.6%

売上高

109百万円

YoY 55.0%

会員数

1,030千人

YoY 111.5%

APP DL数

1,485千人

YoY 108.0%

一人あたり購入金額

12,735円

YoY 95.4%

ブランド数

1,221点

YoY 107.2 %

取扱い商品数

44,371点

YoY 98.4 %

配送実績 ※2

116か国

YoY 105.5%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

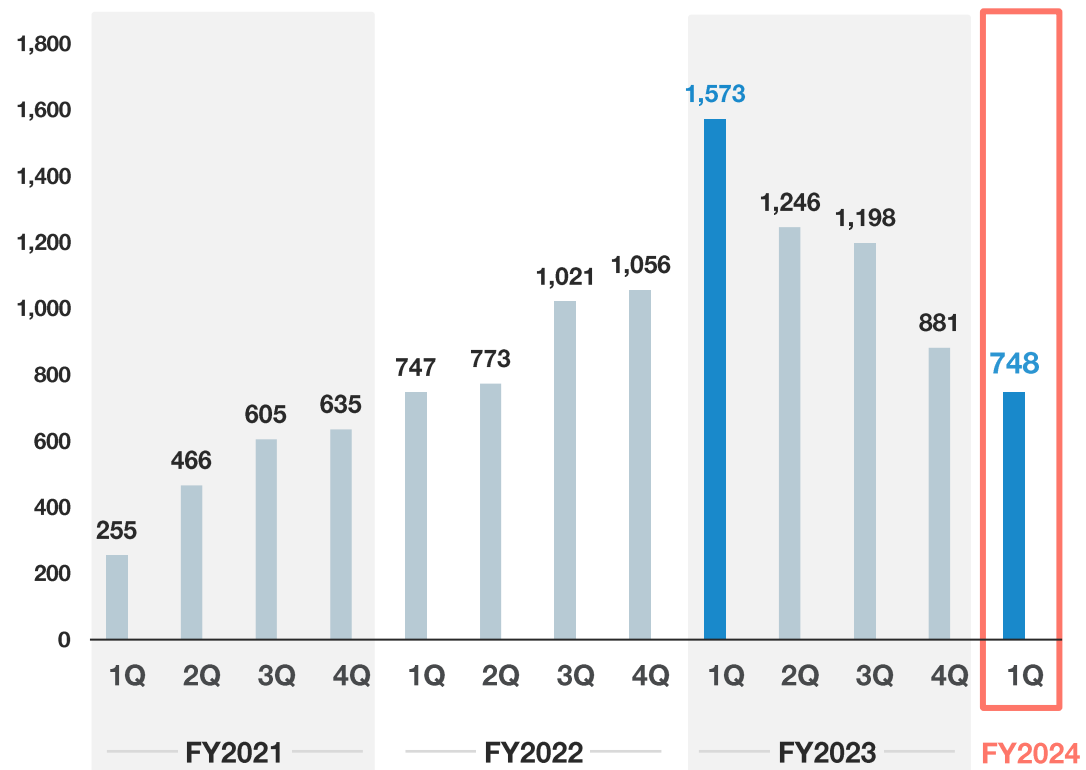
※2. 国と地域の配送実績数（過去累積）



DOKODEMO事業の1QのGMVは、インバウンドの増加および人気医薬品の品薄の影響もあり、前年同期と比較すると、**748百万円**で着地。

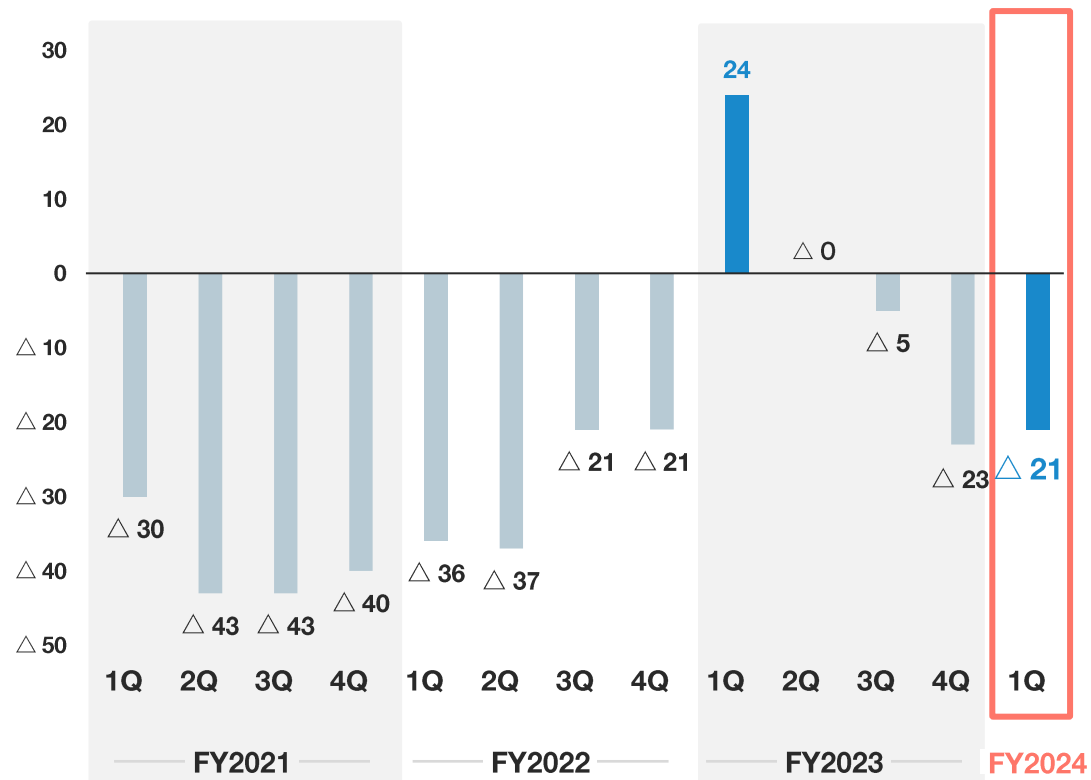
GMV

(単位：百万円)



事業収支

(単位：百万円)

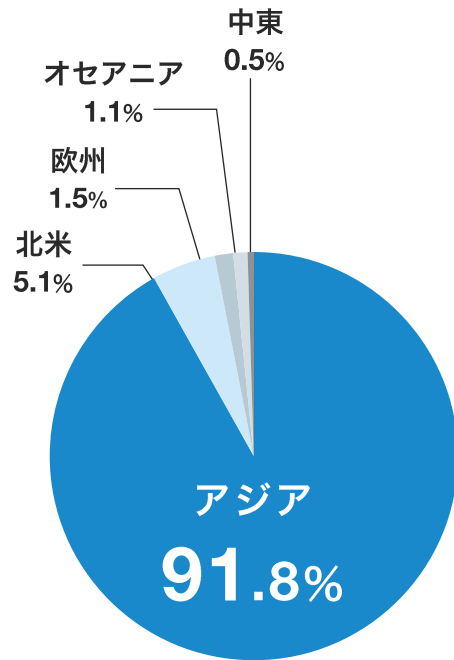


※FY2020 1Q~3Qの事業収支には一部その他新規事業の研究開発費が含まれます。

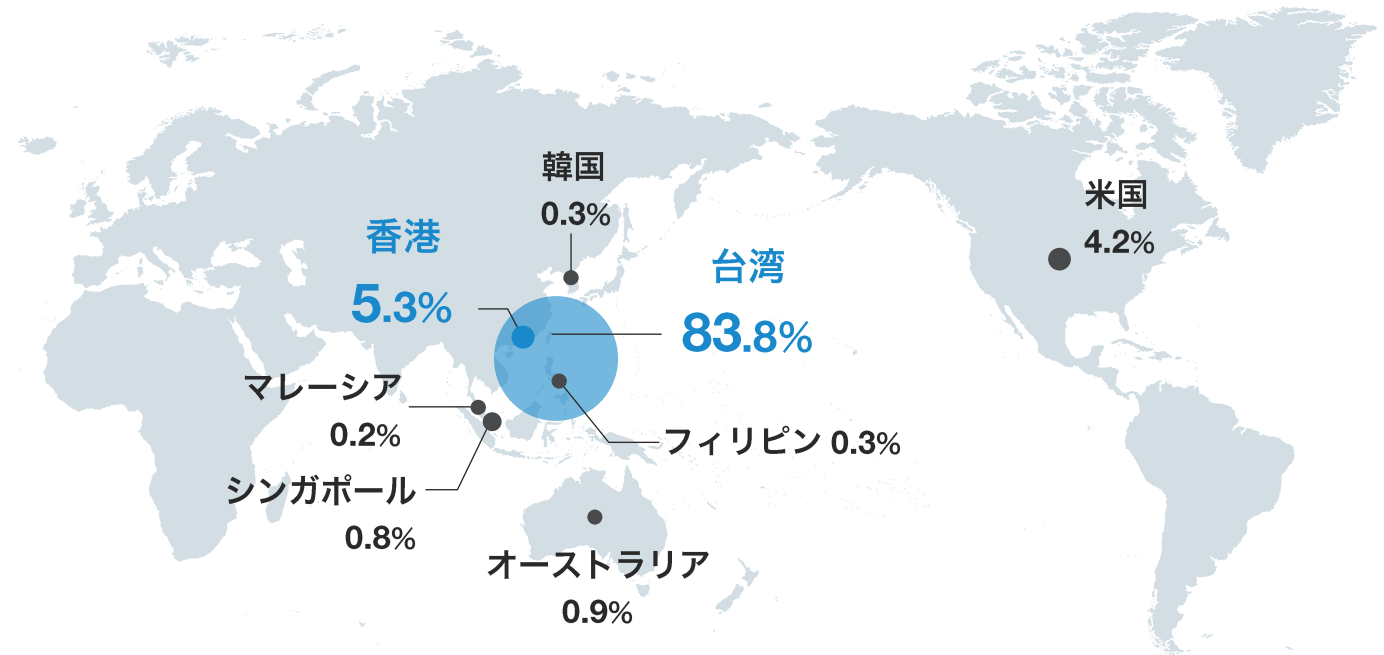


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの9割超を占めている。

地域別



国別



※配送国割合は、2023.4～2023.6のGMVにおける割合において算出

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。