

2025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 2025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 2026年3月期 業績予想



1

2025年3月期 決算概要



売上高は**15,935百万円（YoY 99.2%）**と微減したが、営業利益は**926百万円（YoY 120.1%）**と改善。

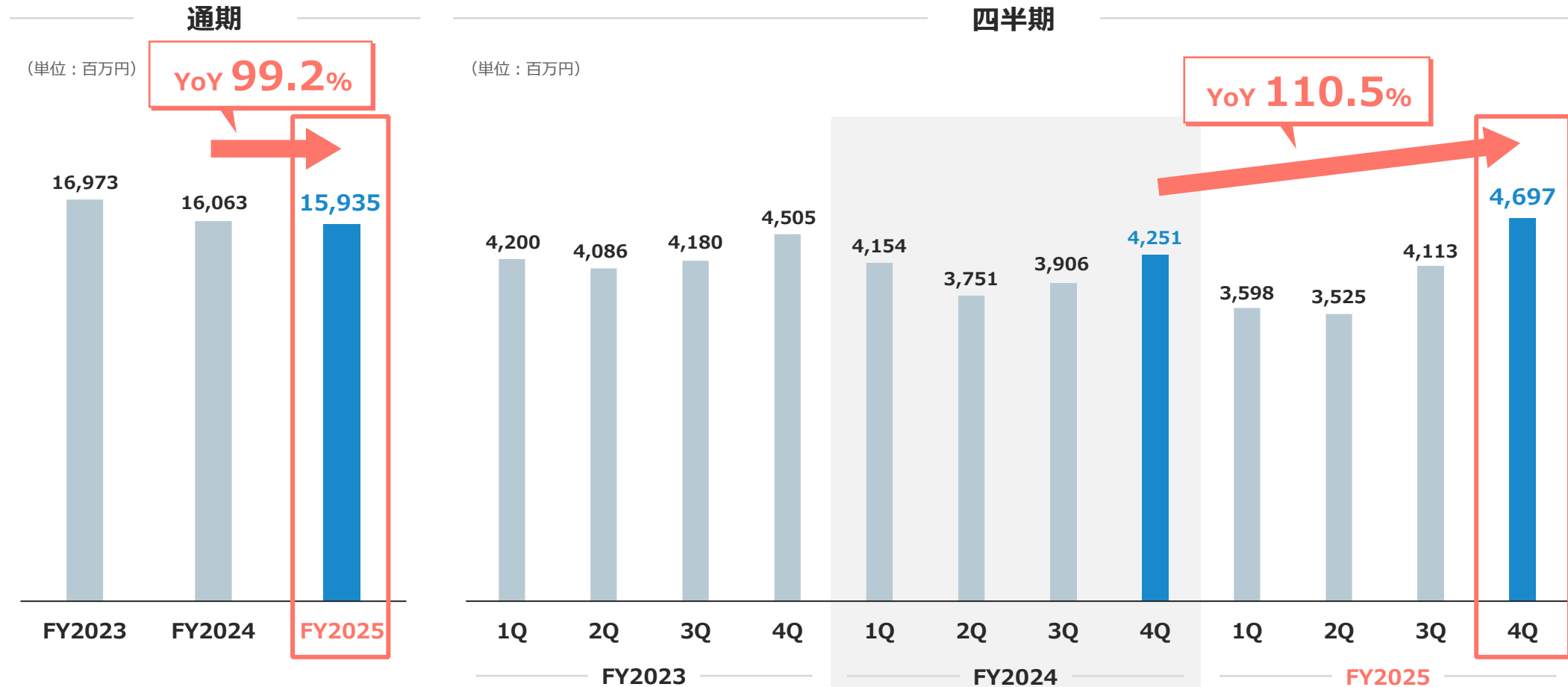
（単位：百万円）

	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	YoY	2025年3月期 通期計画	2025年3月期 進捗率
売上高	16,063	15,935	99.2%	16,000	99.6%
売上総利益	7,995	8,163	102.1%	—	—
売上総利益率	49.8%	51.2%	—	—	—
販管費	7,223	7,236	100.2%	—	—
販管費率	45.0%	45.4%	—	—	—
営業利益	771	926	120.1%	900	103.0%
営業利益率	4.8%	5.8%	—	—	—
経常利益	790	938	118.7%	900	104.2%
当期純利益	394	591	150.0%	540	109.6%

※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。

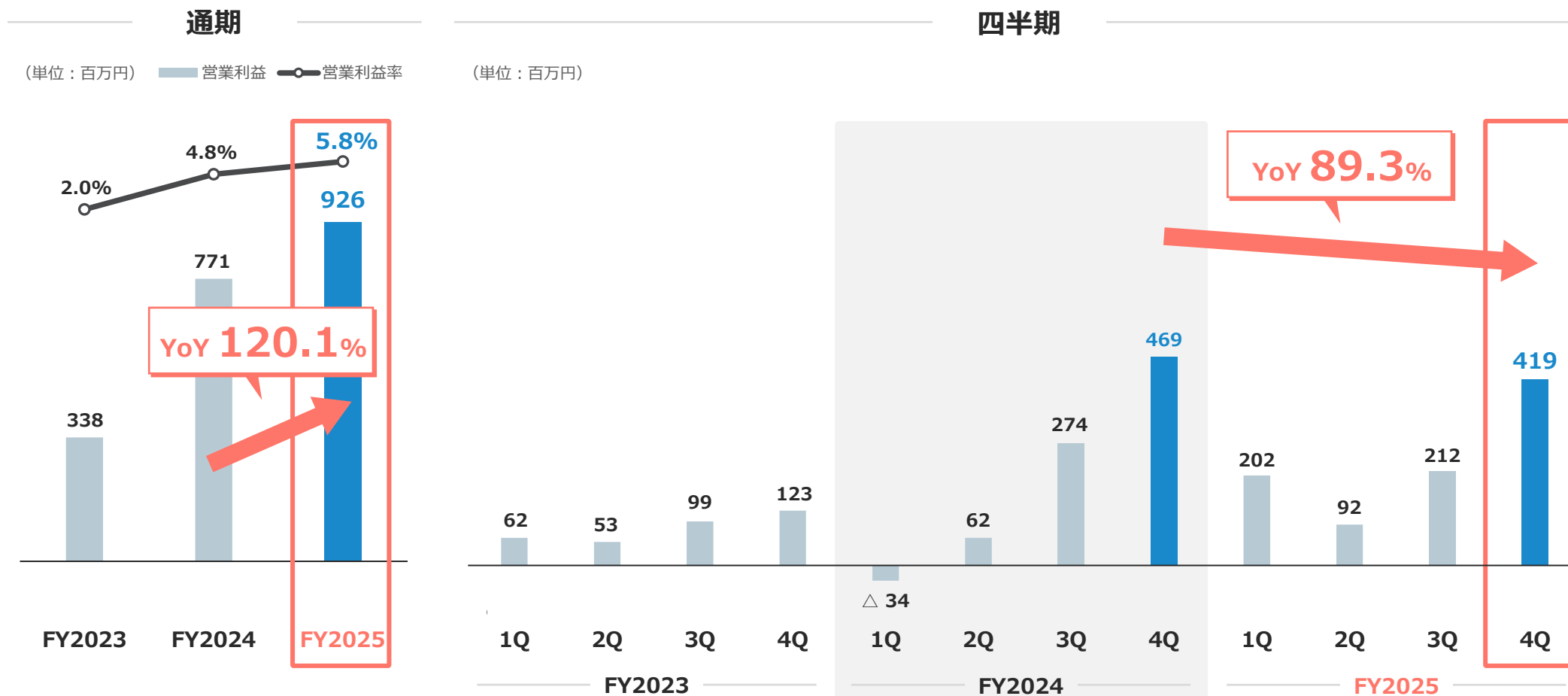


売上高は通期が**15,935百万円 (YoY 99.2%)**、4Qが**4,697百万円 (YoY 110.5%)**で着地。





営業利益は通期が**926百万円 (YoY 120.1%)**、4Qが**419百万円 (YoY 89.3%)**で着地。

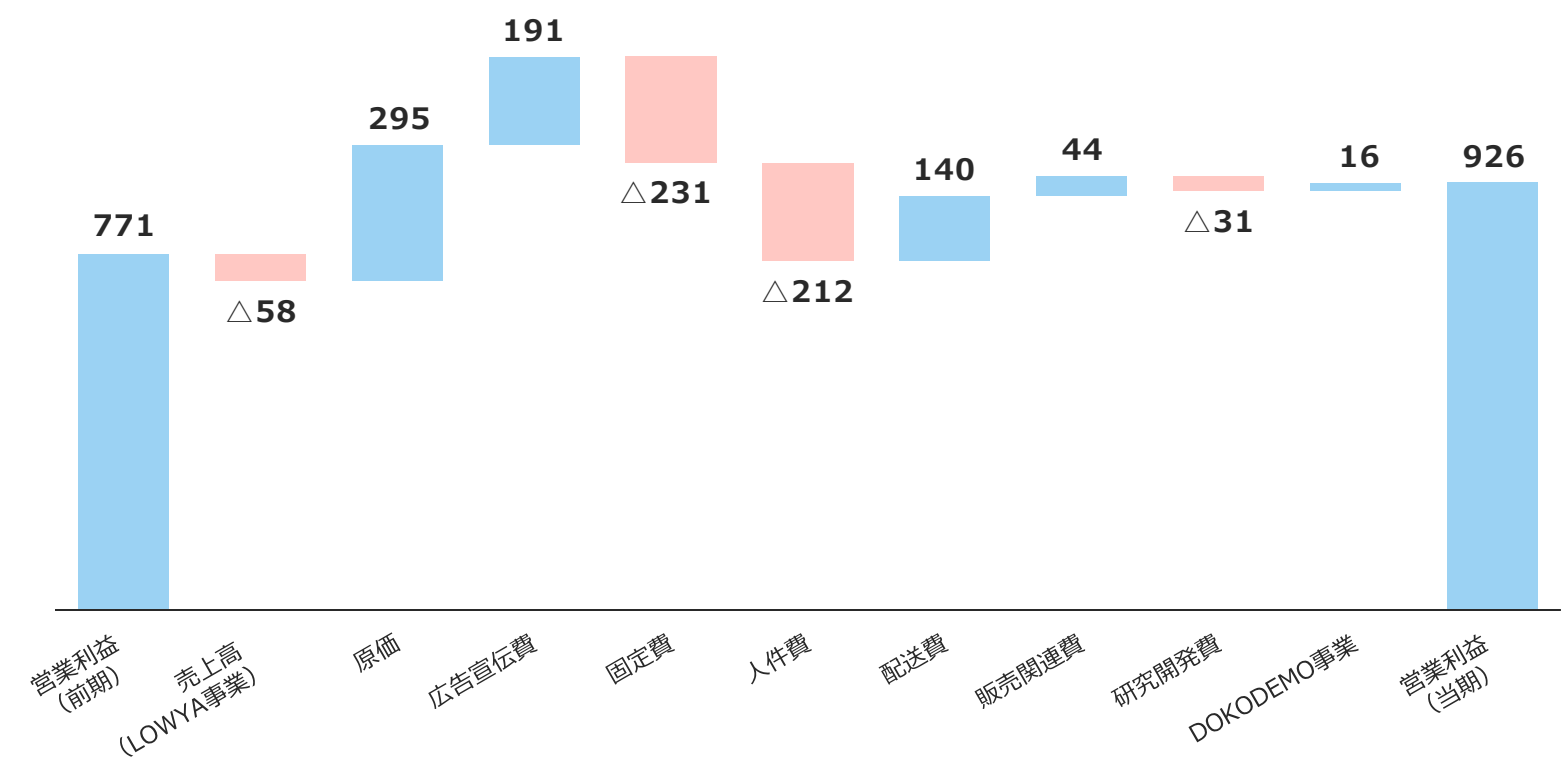




前期と比較して、収益を改善。

営業利益増減要因（前期比）

（単位：百万円）



売上高の減少

- 販売促進費や広告宣伝費の削減に伴う減少

売上原価の減少

- 売上高の減少に伴う減少
- 価格改定による原価率の改善に伴う減少

販売費及び一般管理費の増加

- 基幹システムリプレイスに向けた費用の増加
- 実店舗の出店に伴う費用の増加

※ 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ため、損益計算書上の販管費とは一致いたしません。



健全な財務基盤を維持。

(単位：百万円)

	前事業年度 (2024年3月末)	当事業年度 (2025年3月末)		前事業年度 (2024年3月末)	当事業年度 (2025年3月末)
流動資産	6,153	6,611	流動負債	1,586	2,000
うち、現預金	1,750	1,835	うち、借入債務	—	—
うち、売掛金	1,739	2,016	固定負債	56	114
うち、商品	2,110	2,312	負債合計	1,643	2,114
固定資産	1,056	1,462	株主資本	5,486	5,945
うち、有形・無形固定資産	518	694	純資産合計	5,566	5,958
資産合計	7,209	8,073	負債純資産合計	7,209	8,073

※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。



実店舗出店による設備投資により投資CFは減少したものの、利益改善により営業CFが増加し、現金及び現金同等物の期末残高は**1,922百万円（YoY +83百万円）**となった。

(単位：百万円)

	前事業年度 (2024年3月期)	当事業年度 (2025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	264	715	+451	税引前当期純利益 + 938 減価償却費 + 206 売上債権の増減額 (△は増加) △277 棚卸資産の増減額 (△は増加) △202
投資活動によるキャッシュ・フロー	△189	△466	△276	有形固定資産の取得による支出 △298 敷金及び保証金の差入による支出 △154
財務活動によるキャッシュ・フロー	△234	△165	+ 69	自己株式の取得による支出 △73 配当金の支払額 △104
現金及び現金同等物の期末残高	1,839	1,922	+83	

※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。



2025年3月期はROE 10.3%、当期純利益率 3.7%で着地。

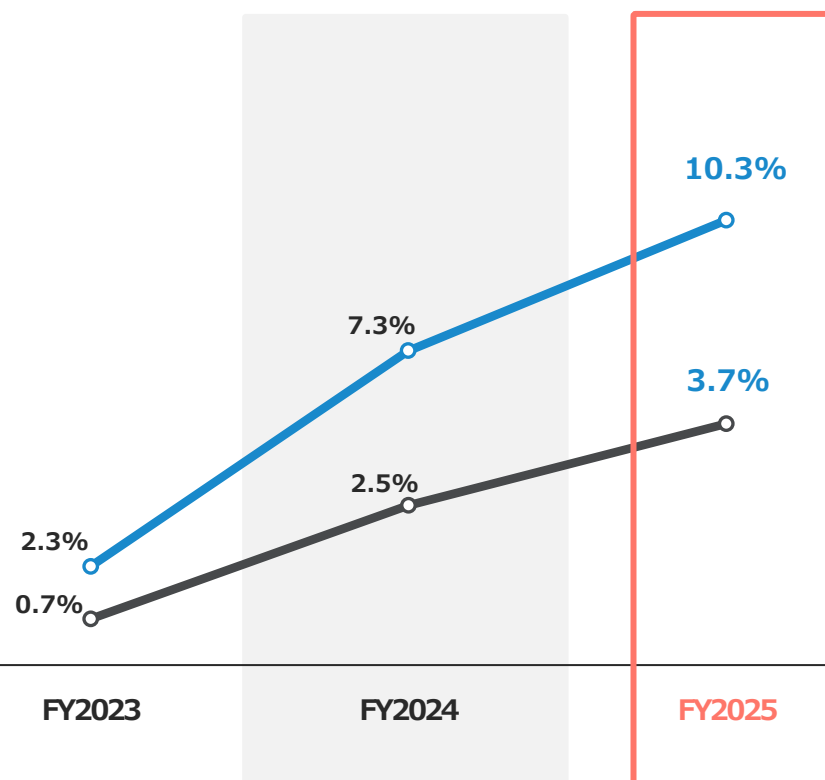
配当は1株当たり11円を予定。DOE2.0%を目安とした継続的な配当を実施し、残りは成長投資へ回す方針。

ROE・当期純利益率の推移

(単位：%)

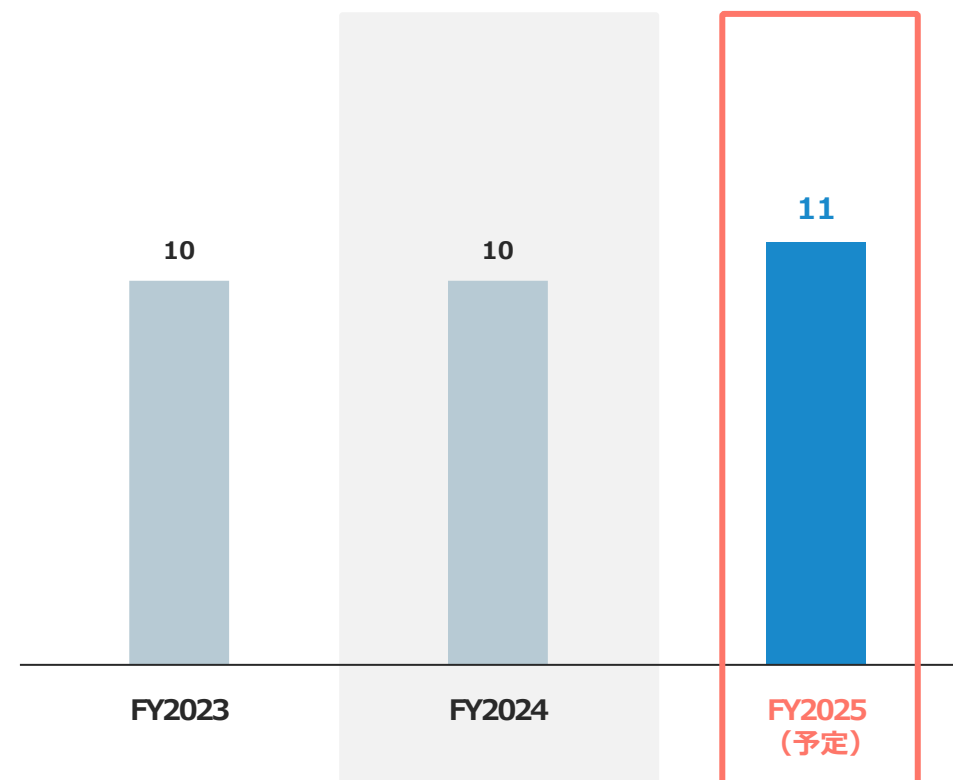
ROE

当期純利益率



1株当たり配当金の推移

(単位：円)



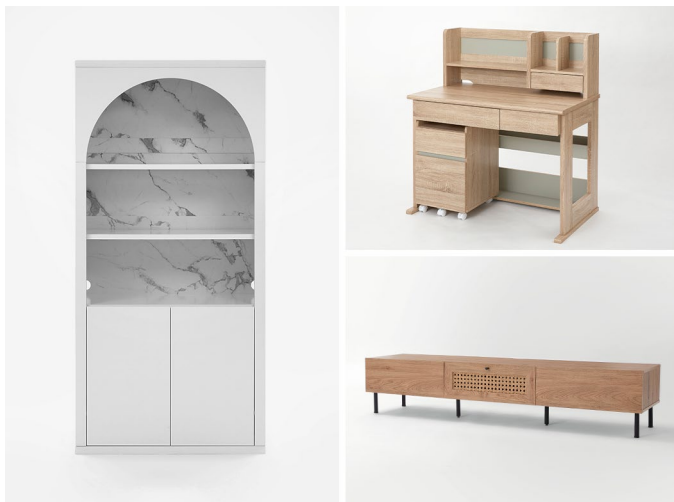


ESGの中でも環境・社会に関する活動を実施。
CO2排出量削減やガバナンス強化に向けた施策を含めて引き続き検討。

撮影品寄付

2025年2月

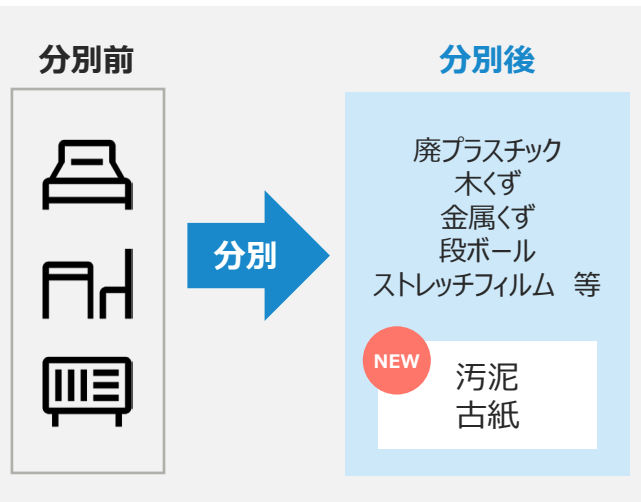
福岡県内の福祉施設へ
撮影時に利用した家具を寄贈。



資源循環促進のための活動

2024年4月～2025年3月

混合廃棄物の分別を実施中。
2024年度は新たに汚泥、古紙の分別を実施。



昇給

2025年4月

業績改善に伴い、給与のベースアップを実施。





2

LOWYA事業の報告



前第2四半期に利益重視の方針に転換し、販売促進費及びマーケティングコストの適正化を実施したことにより売上高は**15,588百万円（YoY 99.6%）**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**は順調に増加。2025年3月期は実店舗を**5店舗**オープンし、現在**計8店舗**を展開中。

売上高

15,588 百万円

YoY 99.6%

実店舗数

8 店舗

YoY +5店舗

客数 ※1

774 千人

YoY 93.6%

客単価 ※1、2

21,625 円

YoY 109.9%

旗艦店会員数 ※3

1,946 千人

YoY 121.2%

APP DL数 ※3

1,767 千件

YoY 117.4%

取扱商品数 ※3

1,756 点

YoY 47.9%

エンゲージメント
アカウント数 ※3、4**2,088** 千アカウント

YoY 146.5%

※1. 第2四半期において算出方法を変更（実店舗分を加算）したため、遡及修正して表示

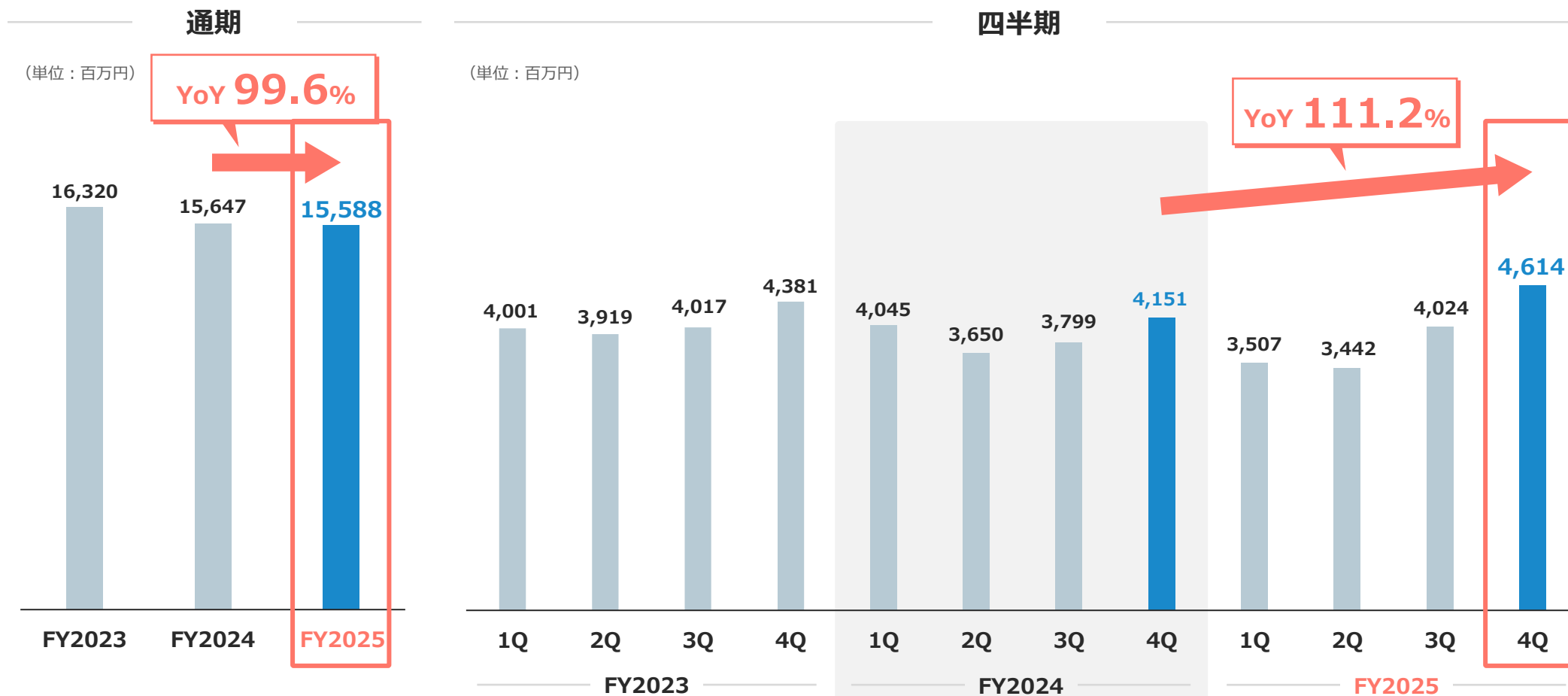
※2. 受注GMV（Gross Merchandise Value（流通総額））を受注件数で除すことにより算出

※3. 2025年3月末時点

※4. Instagram、TikTok、X、Lemon8、Threadsフォロワー数、YouTube登録者数、THE 608 HOTELアカウント数の合計。なお、Threadsは2024年11月より運用を開始しております。また、THE 608 HOTELは2025年1月末で運用を終了いたしました。



実店舗出店や利益重視の施策に取り組んだ結果、
売上高は通期が**15,588百万円 (YoY 99.6%)**、4Qが**4,614百万円 (YoY 111.2%)**で着地。





OMO戦略による実店舗の出店が順調に進み、出店の効果が得られたことで
下期は全ての月でYoY 100%を上回り推移。

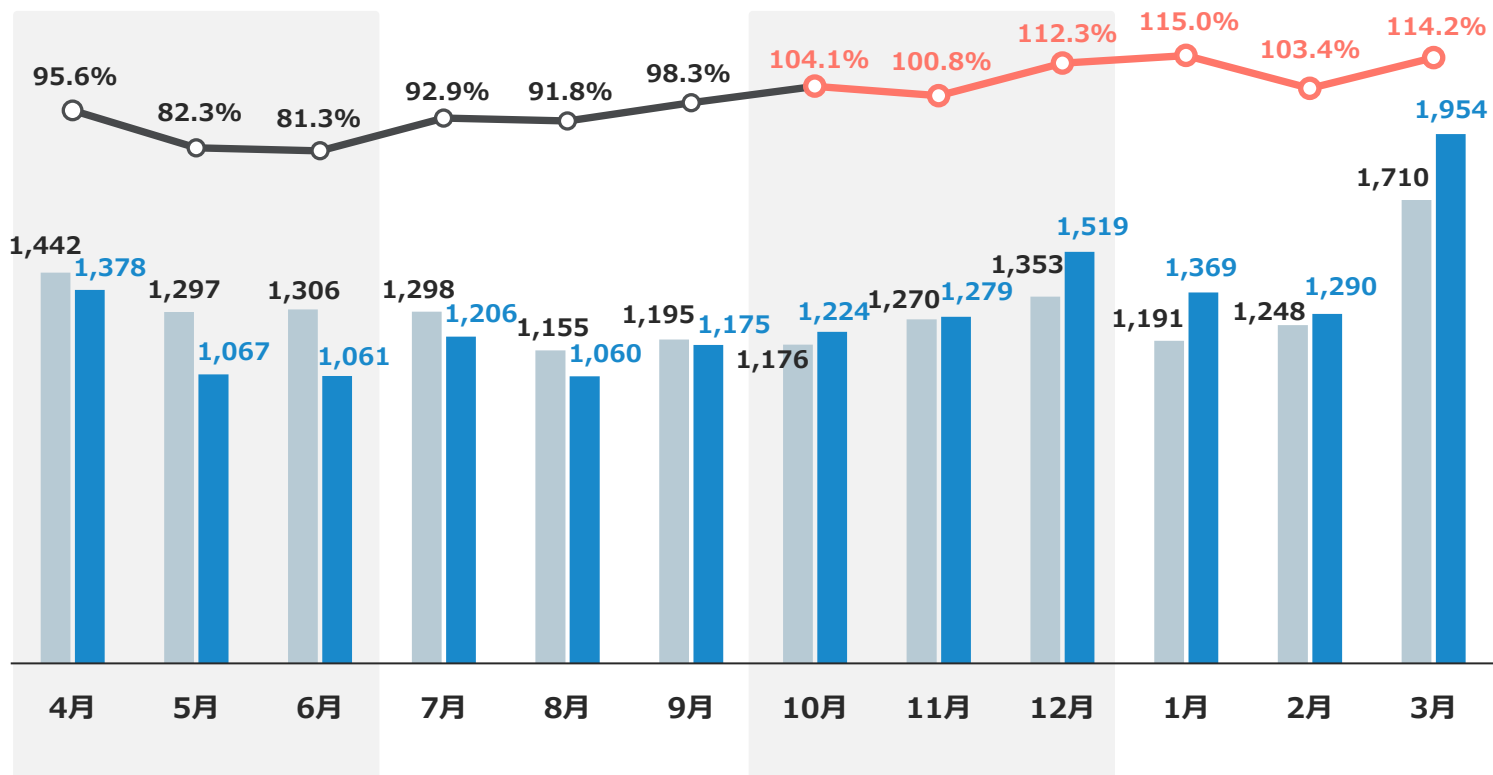
売上高（月次）

(単位：百万円)

2024年3月期

2025年3月期

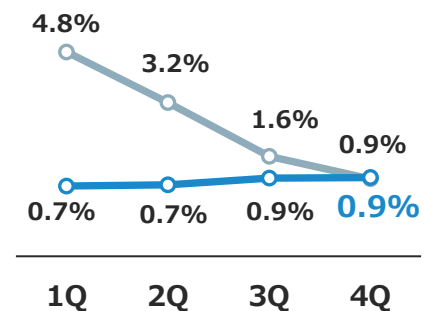
YoY



販促費率

2024年3月期

2025年3月期

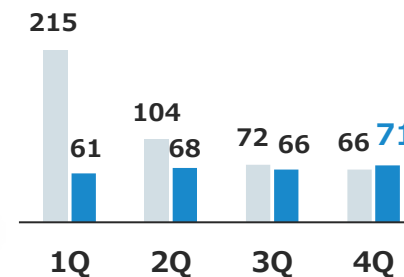


広告宣伝費

(単位：百万円)

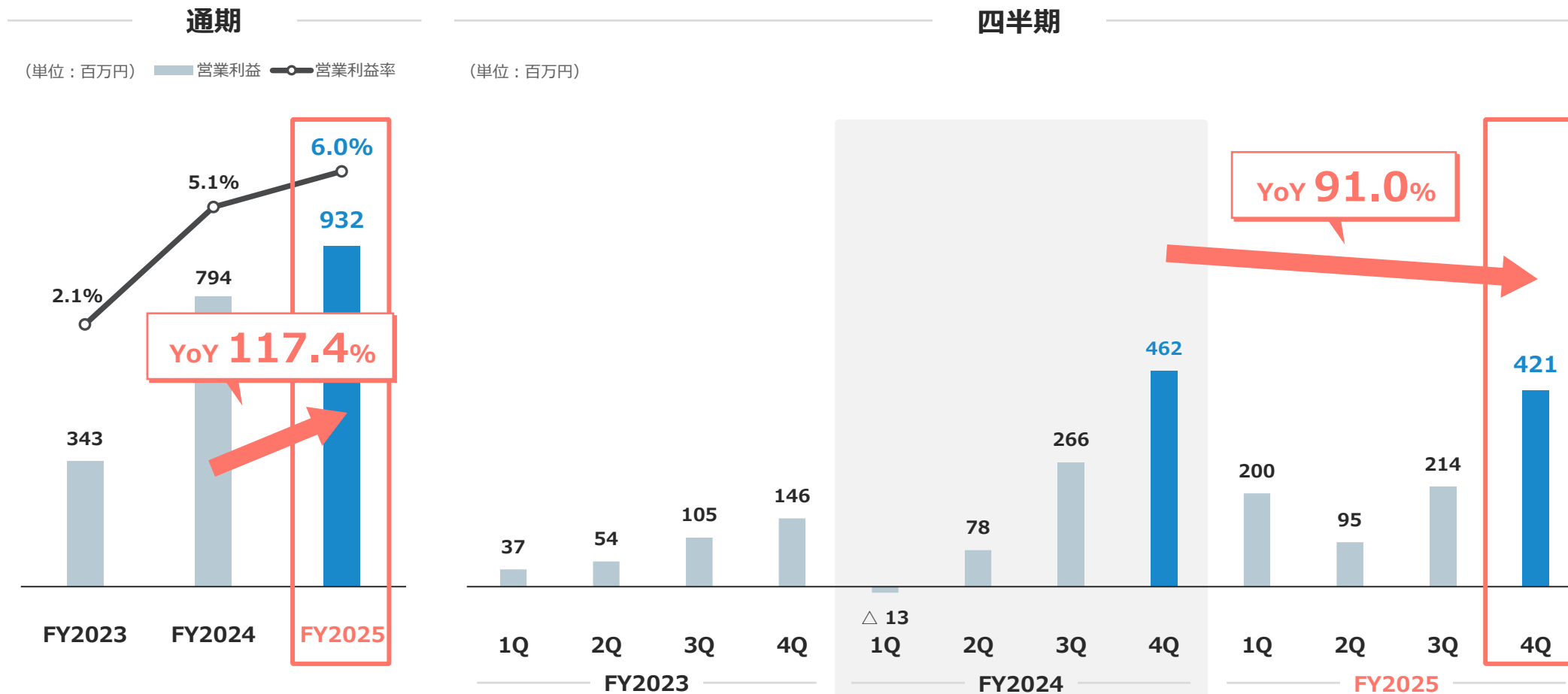
2024年3月期

2025年3月期





通期の営業利益は**932百万円 (YoY 117.4%)** で着地。また、実店舗の出店、基幹システムリプレイスに向けた準備の実施等、一過性の費用の計上により、4 Qの営業利益は**421百万円 (YoY 91.0%)** となった。

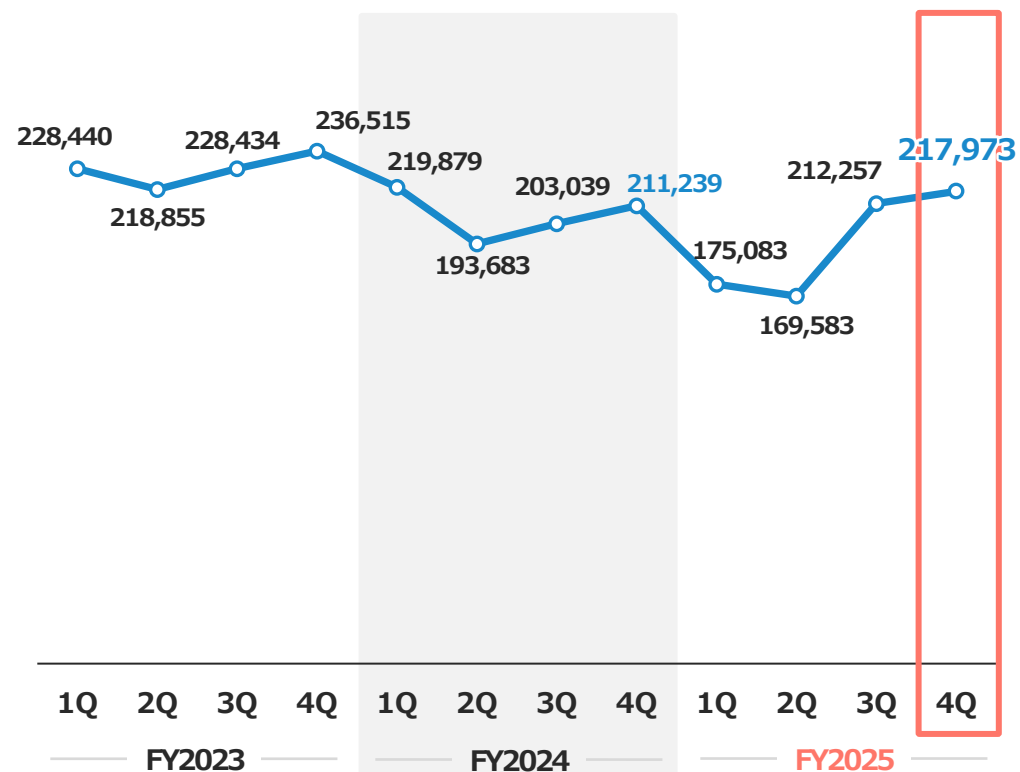




客数、客単価ともに実店舗の増加により前年同四半期に比べ増加。

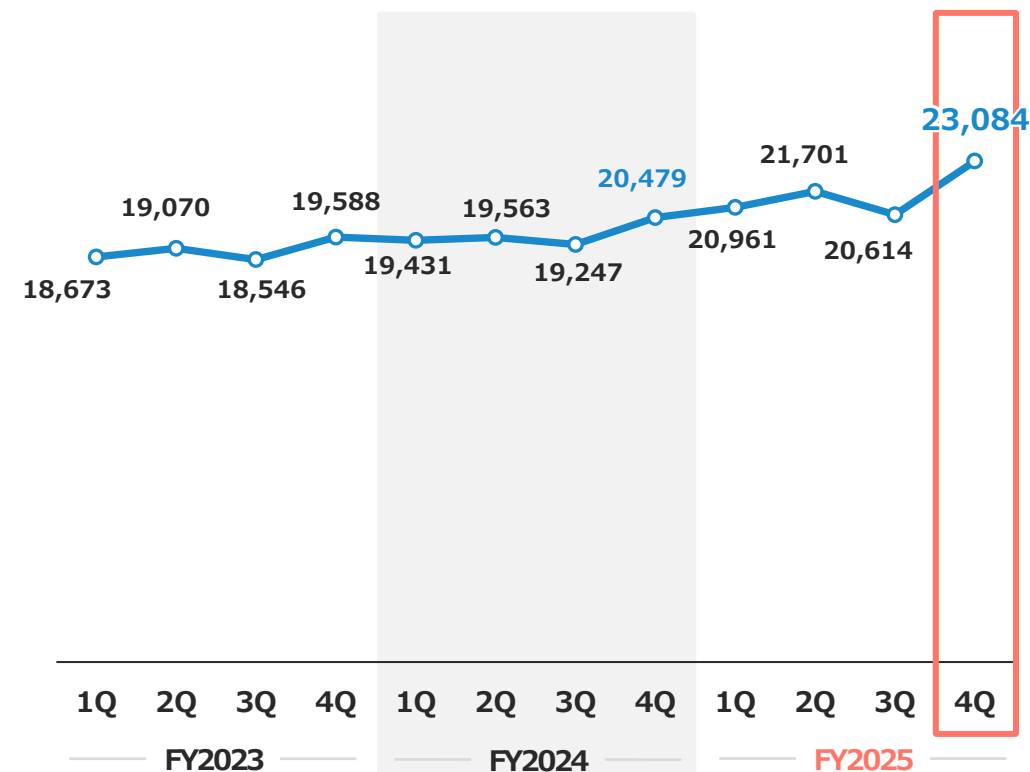
客数

(単位：人)



客単価

(単位：円)



※1. 客単価は、EC及び実店舗の受注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。

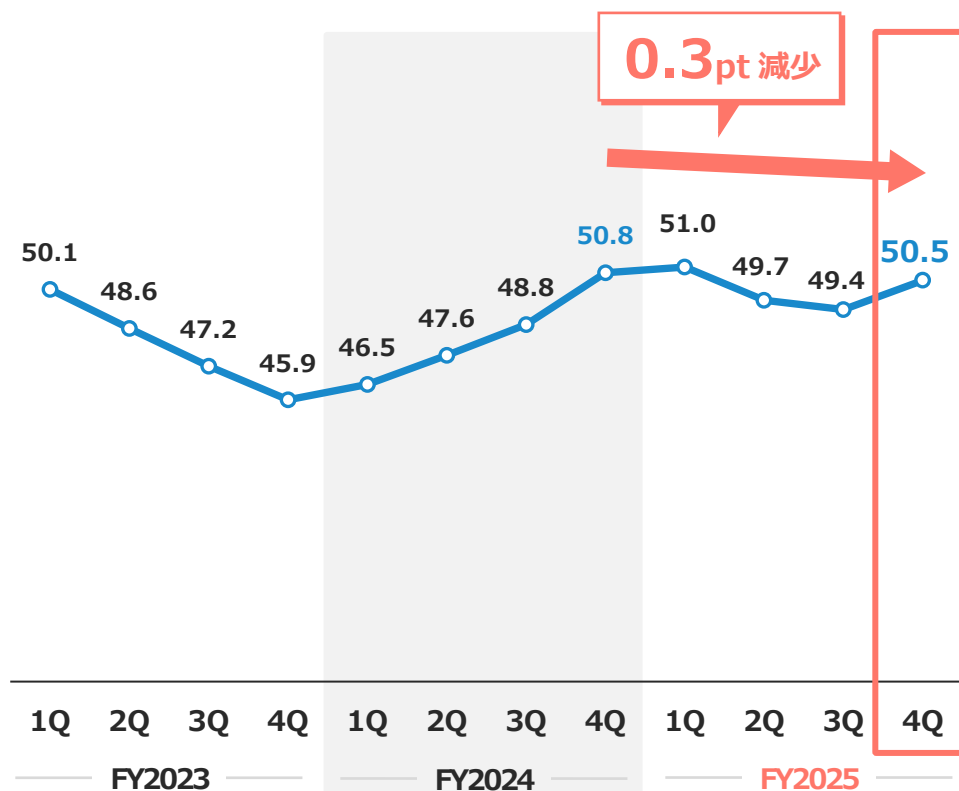
※2. 第2四半期において客数、客単価の算出方法を変更（実店舗分を加算）したことに伴い、遡及修正して表示しております。



当期末において為替が円高に進行したが、為替予約の実施やリードタイムの影響により売上総利益率は**50.5%（YoY 0.3pt減）**で着地。

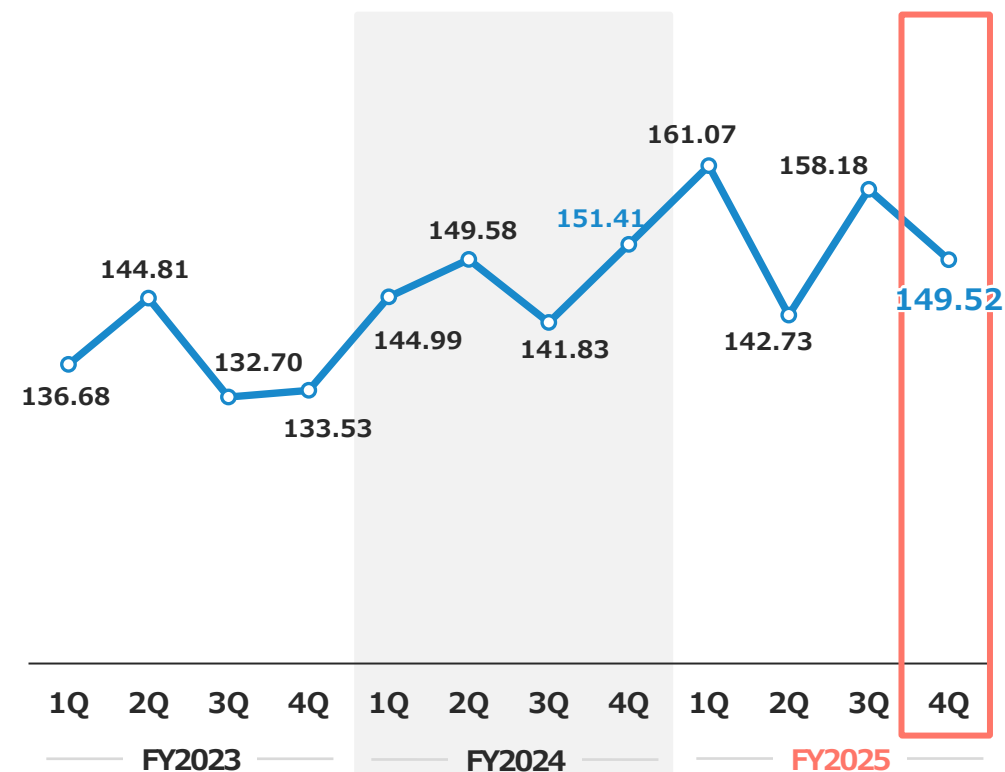
売上総利益率

(単位：%)



為替レート

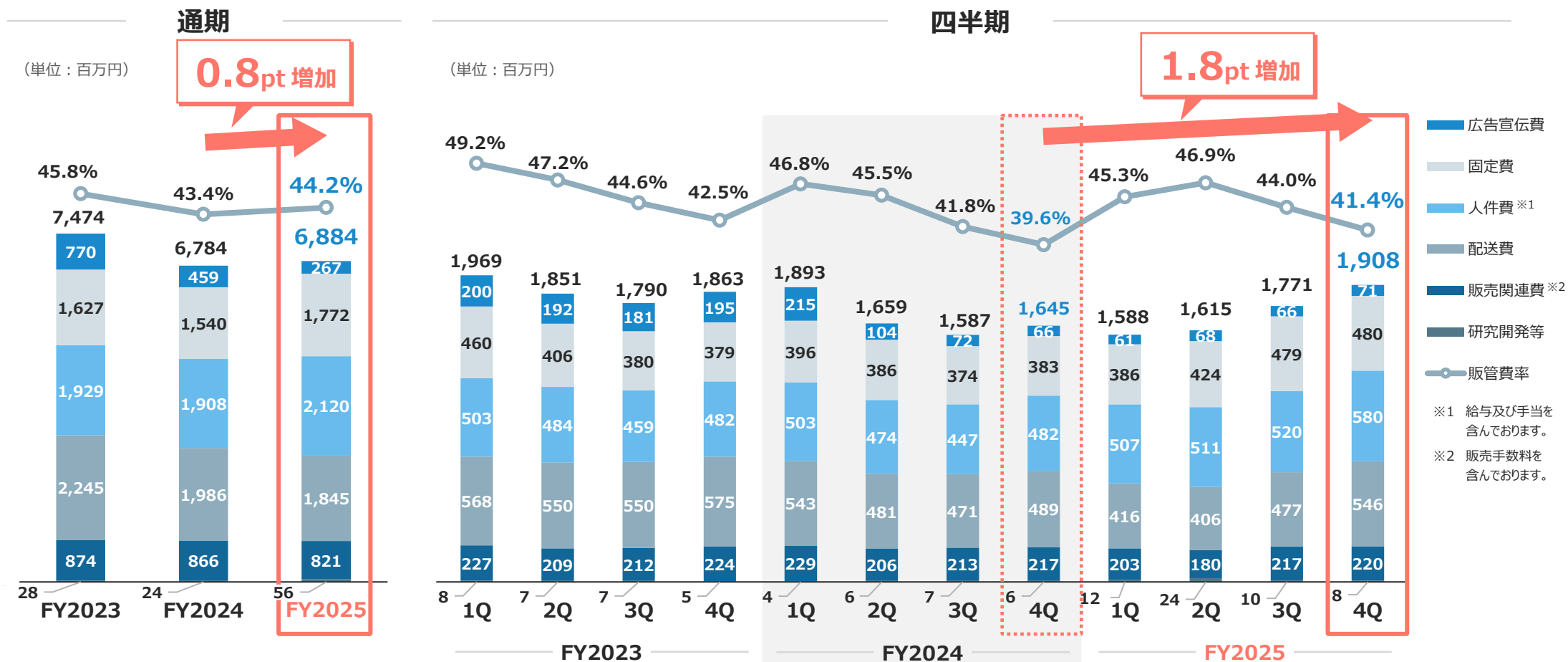
(単位：円/USD)



※為替レートは、四半期末日レートです。



実店舗の出店、基幹システムリプレイスに向けた準備の実施による一時的なコスト増加の影響で
販管費率は通期が**44.2%**（YoY 0.8pt増）、4Qが**41.4%**（YoY 1.8pt増）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る収益を除いた金額となるため、損益計算書上の販管費比率とは一致いたしません。

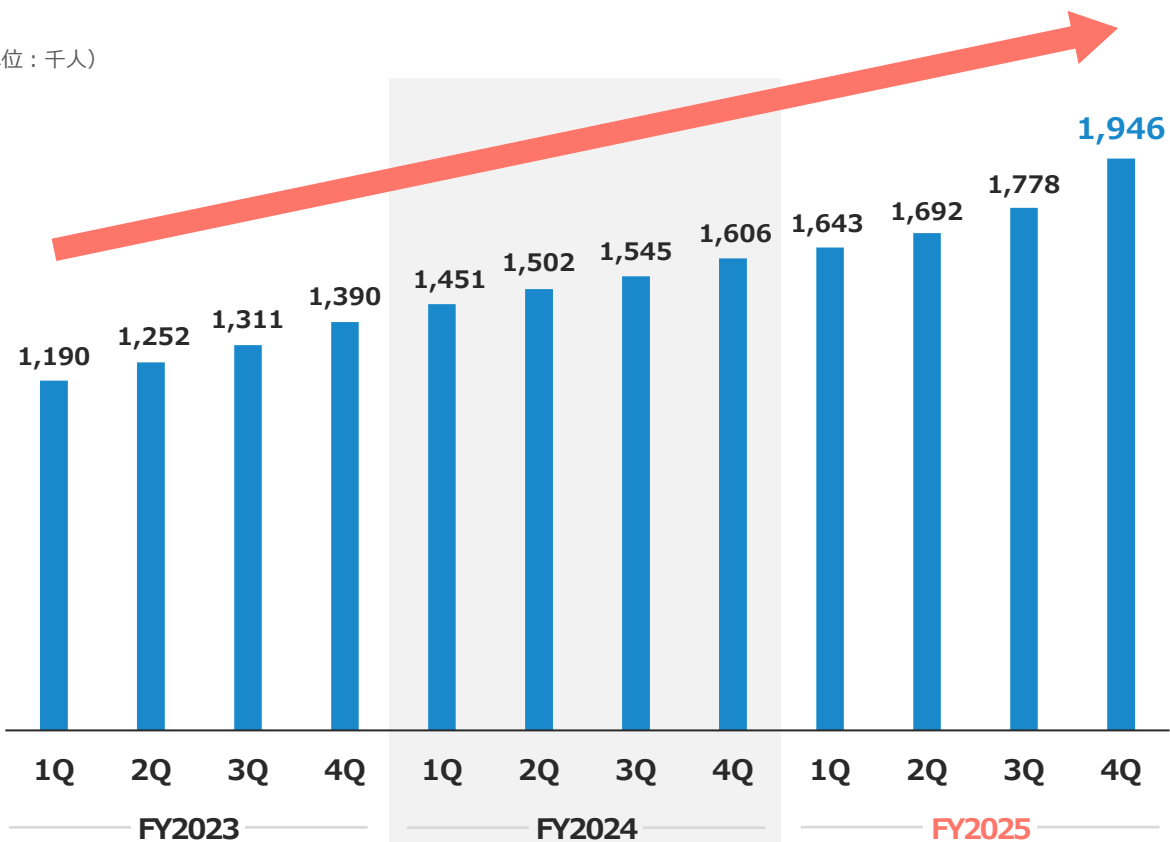
※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期も遡及修正して表示しております。



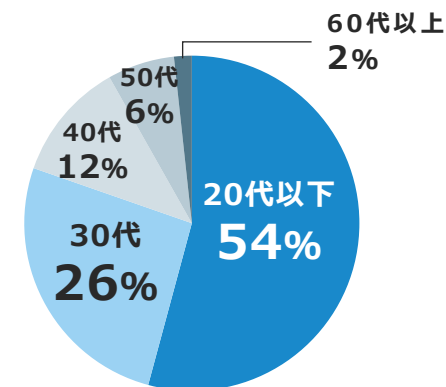
20代～30代の支持が厚く、旗艦店の会員数は着実に増加している。

旗艦店の会員数推移

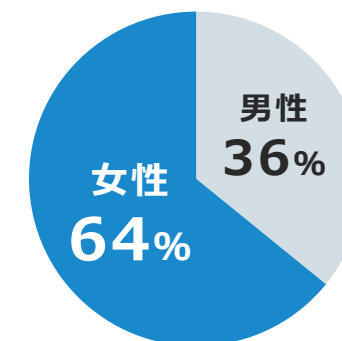
(単位：千人)



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**リーズナブルな価格訴求**。

家具



宮棚付き木目調ベッド
34,990円(税込)～



学習机椅子セット
33,980円(税込)～

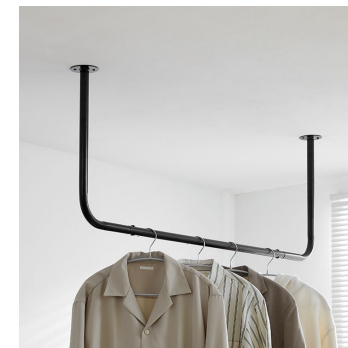


スタンドテレビ台
9,990円(税込)～



ディスプレイ収納ラック
14,990円(税込)

その他



ハンガーバー
5,990円(税込)



ハンドブレンダー
4,990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は**176万**、Instagramフォロワー数は**117万**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・チャネルの規模（2025年3月末現在）



スマホアプリ

176万 ダウンロード（累計）



Instagram

117万 フォロワー



TikTok

39万 フォロワー



YouTube

20万 チャンネル登録者

LOWYAの公式アプリ



LOWYAの公式SNS

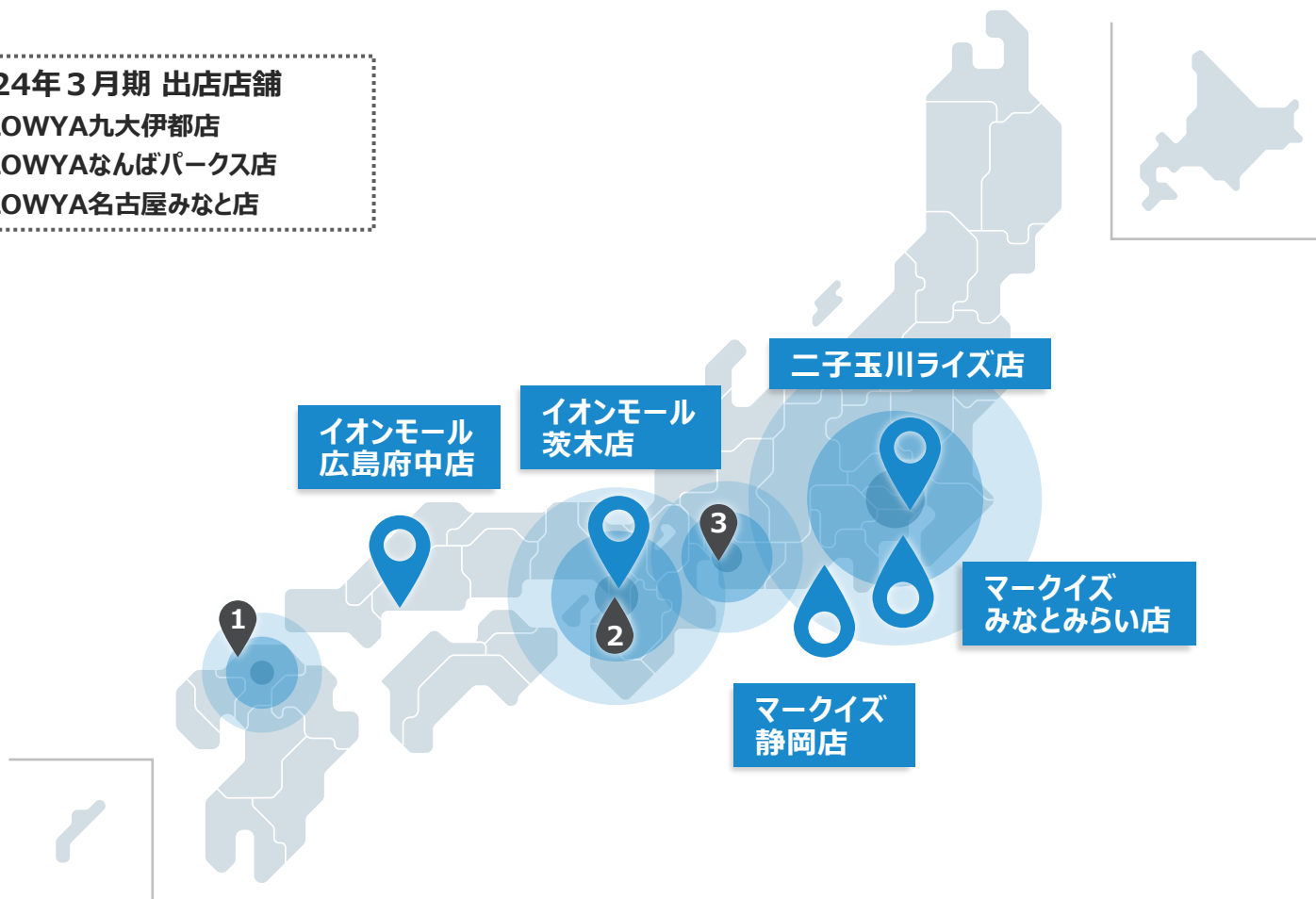




2025年3月期は出店目標4～6店舗のうち、**5店舗**を出店。2025年3月末時点で**計8店舗**を出店済み。
来期は**5店舗以上**の出店を予定。

2024年3月期 出店店舗

- ① LOWYA九大伊都店
- ② LOWYAなんばパークス店
- ③ LOWYA名古屋みなと店



2025年3月期 出店店舗

店舗名 : LOWYAマークイズみなとみらい店
開業日 : 2024年8月10日
出店場所 : MARK IS みなとみらい
(神奈川県横浜市西区)

店舗名 : LOWYAニ子玉川ライズ店
開業日 : 2024年9月14日
出店場所 : ニ子玉川ライズ S.C. タウンフロント
(東京都世田谷区)

店舗名 : LOWYAイオンモール広島府中店
開業日 : 2024年10月5日
出店場所 : イオンモール広島府中 (広島県安芸郡)

店舗名 : LOWYAイオンモール茨木店
開業日 : 2024年11月2日
出店場所 : イオンモール茨木 (大阪府茨木市)

店舗名 : LOWYAマークイズ静岡店
開業日 : 2024年11月30日
出店場所 : MARK IS 静岡 (静岡県静岡市)



2024年11月 自社開発の3D家具配置シミュレーションアプリ「おくROOM®」をローンチ。
2025年3月までに累計30万ダウンロードを突破。おくROOM®経由の売上も増加傾向。

スマホひとつで理想のお部屋づくり 3D家具配置シミュレーションアプリ

特許出願中

インテリア知識ゼロでも大丈夫！ 部屋のサイズや予算を入力するだけで自動でお好みの部屋を無限に生成できる！
プロが用意した部屋コーディネートが3D空間で体感できる！



Point

- ・無料
- ・簡単操作
- ・AI自動コーデ生成機能あり
- ・プロが作ったコーデを参考にできる
- ・家具はすべてLOWYA公式アプリから購入可能



3

DOKODEMO事業の報告



利益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適正化を実施した影響により、GMVは2,210百万円（YoY 82.3%）、売上高は346百万円（YoY 83.2%）で着地。会員数やアプリダウンロード数は順調に推移。

GMV ※1

2,210 百万円

YoY 82.3%

売上高

346 百万円

YoY 83.2%

会員数 ※2

1,165 千人

YoY 107.8%

APP DL数 ※2

1,668 千件

YoY 103.9%

客単価

12,148 円

YoY 78.2%

ブランド数 ※2

1,297 点

YoY 101.7%

取扱商品数 ※2

47,683 点

YoY 102.3%

配送実績 ※2、3

123 か国

YoY 102.5%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. 2025年3月末時点

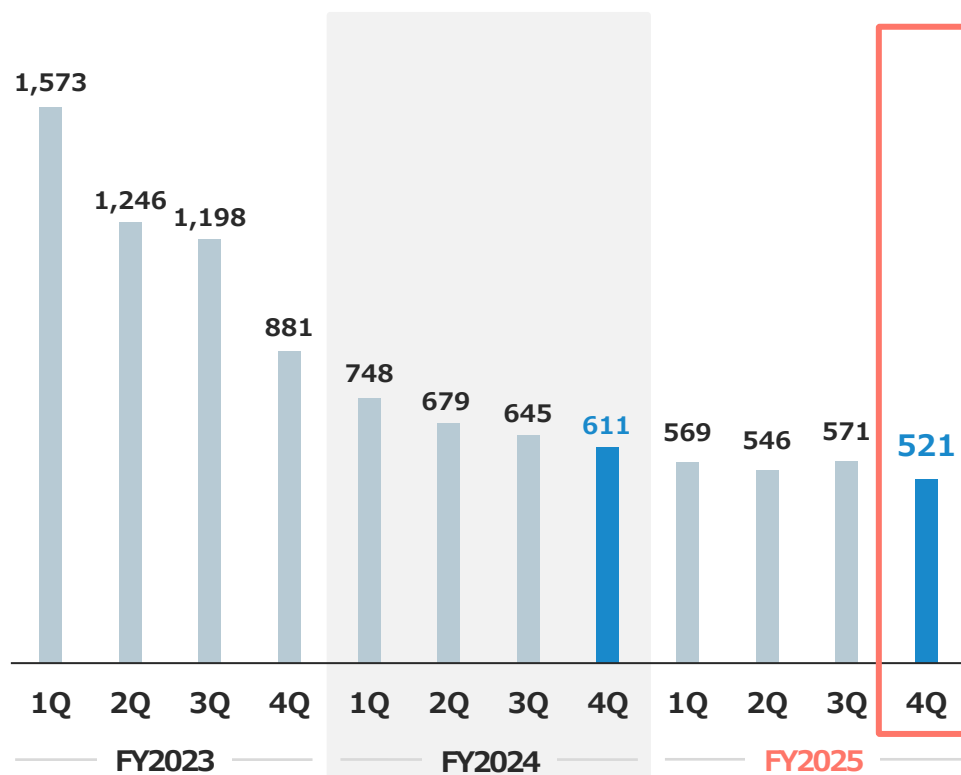
※3. 国と地域の配送実績数（過去累積）



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適正化を実施した結果
GMVは**521百万円**、事業収支は△**1百万円**で着地。

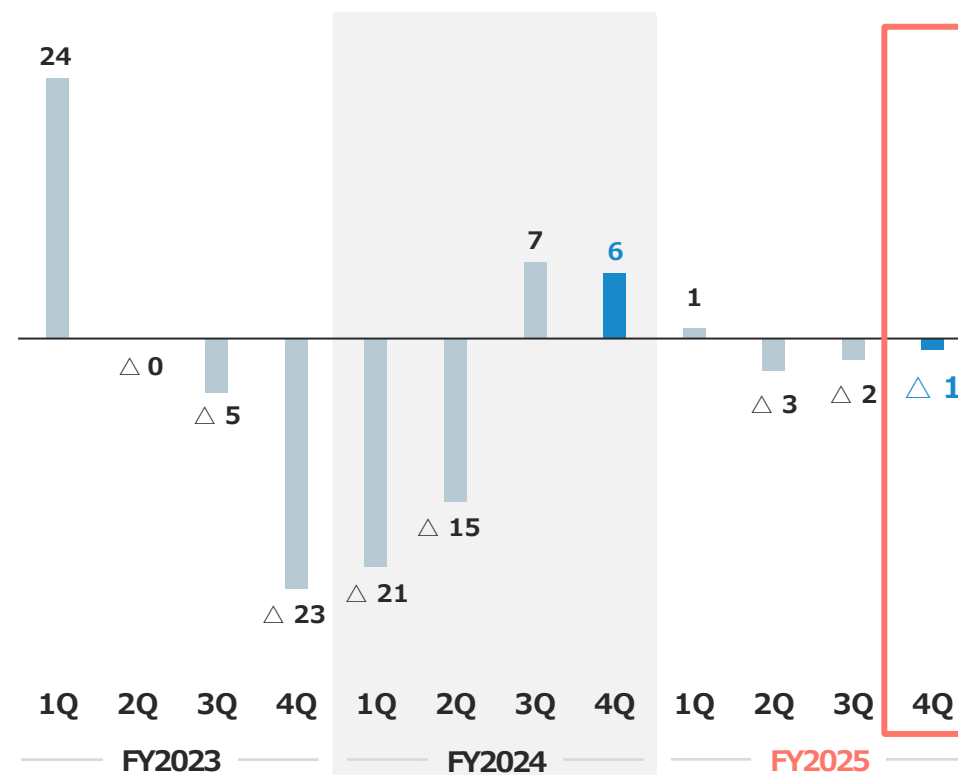
GMV

(単位：百万円)



事業収支

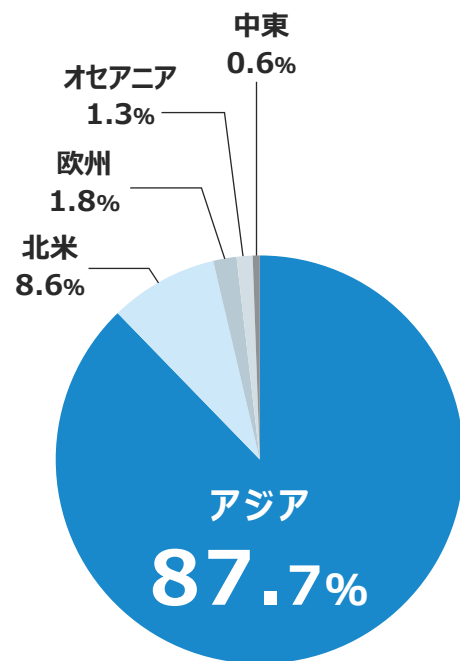
(単位：百万円)



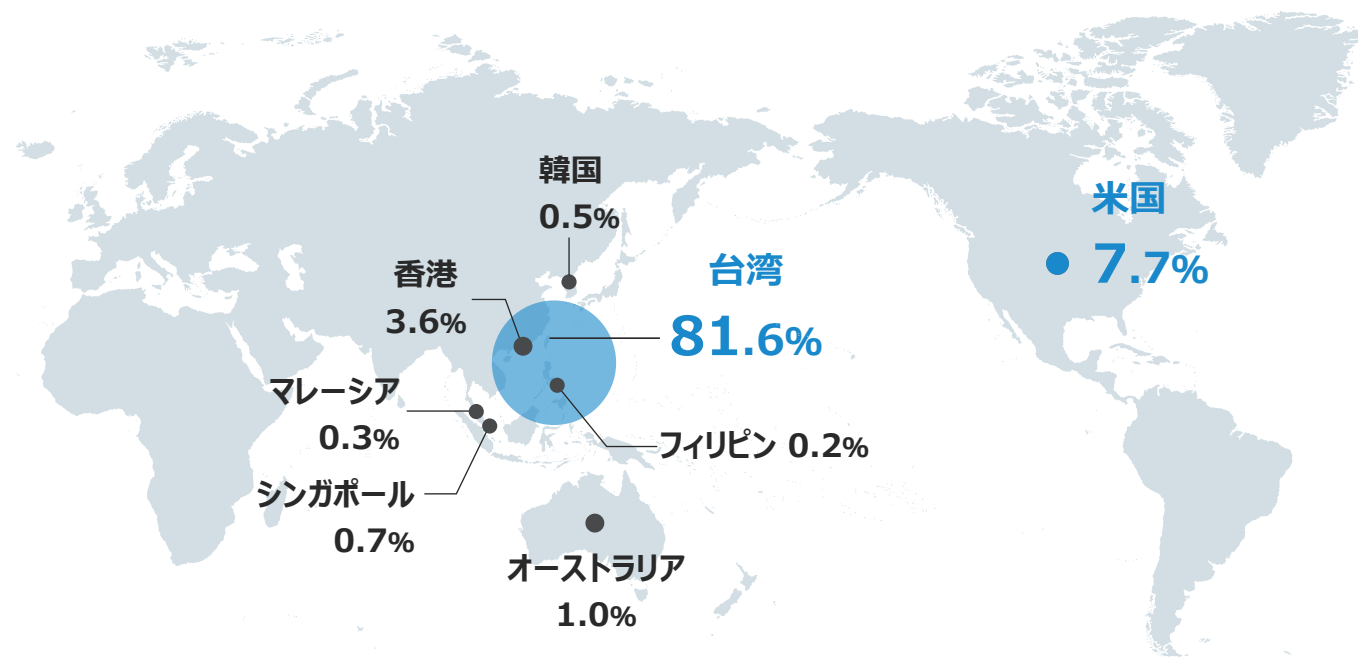


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの8割超、米国への配送が1割弱を占めている。

地域別



国別



※配送国割合は、2024年4月～2025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

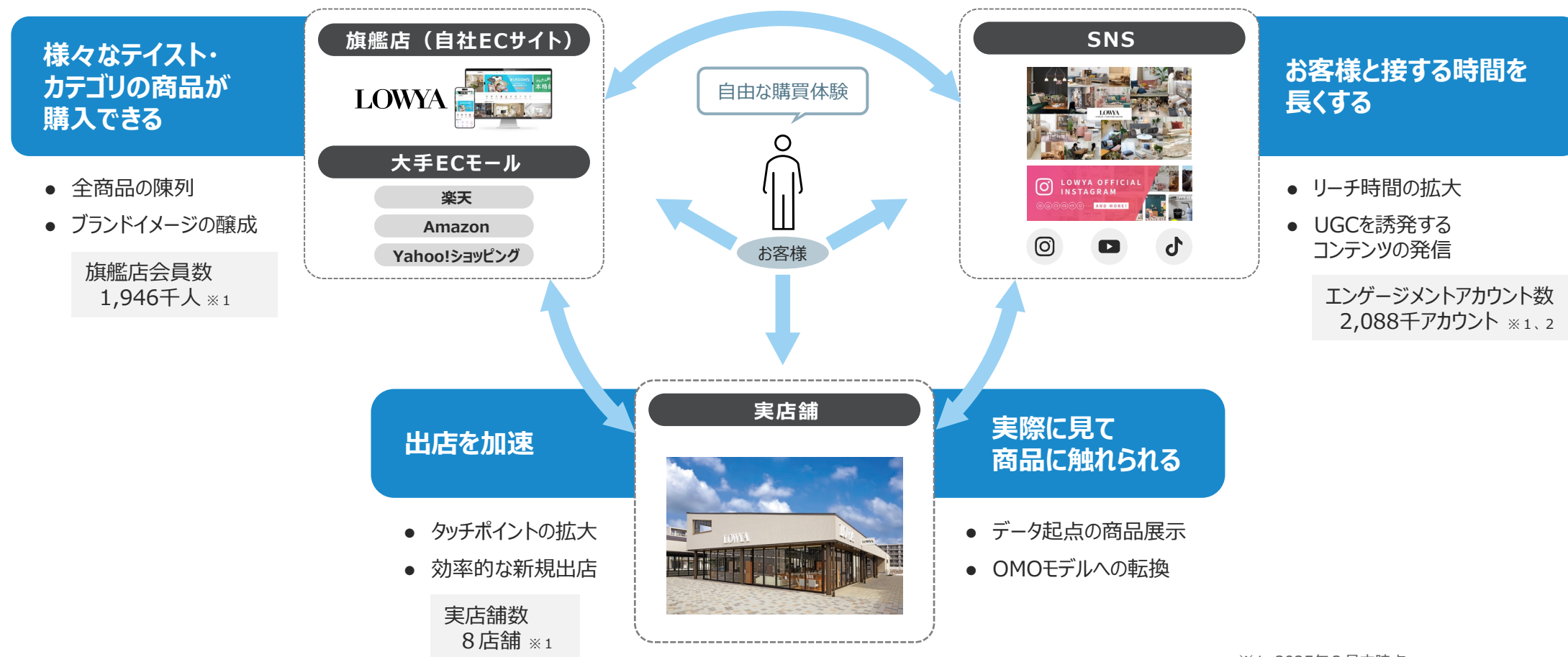
チャネル：タッチポイント拡大
お客様ともっと出会う

プロダクト：商品カテゴリ拡大
お客様に愛されるベースを強化する

エンゲージメント：ファンの拡大
お客様に楽しんでいただく



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。



※1. 2025年3月末時点

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



商品カテゴリ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。

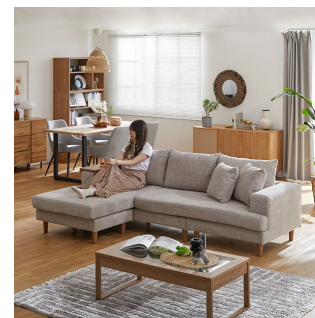
ホームファニッシング

- 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



ソファ



テレビ台



収納



寝具



ラグ・カーペット



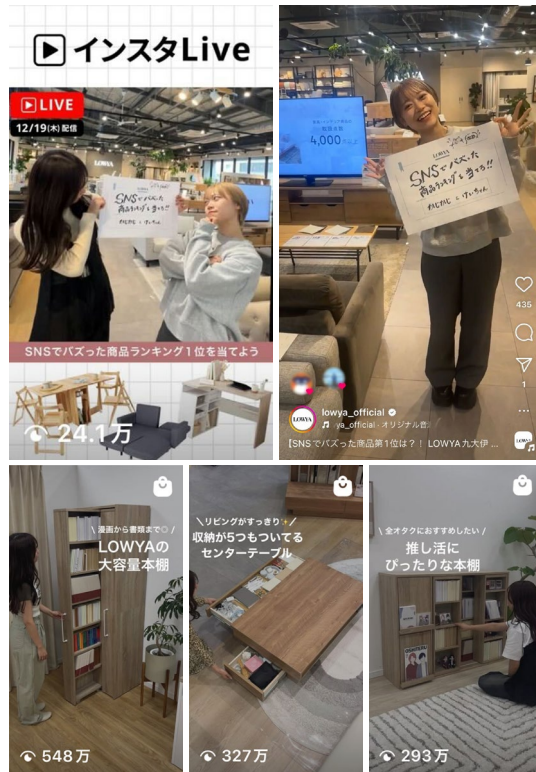
雑貨



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によるファン度の深化を目指す。

SNS

▼ Instagram



▼ TikTok



▼ YouTube



実店舗からのLIVE配信や
商品紹介、お部屋コーディネート等を配信

実店舗



事前にInstagramで
好きな家具の投票を募集
投票の多かった商品を使
ったコーディネートを実
店舗で展示

※こちらのイベントは終了しました。



SNS企画と連動した
実店舗を活用したイベントを実施



2025年3月期は出店目標4～6店舗のうち、5店舗を出店。
2025年3月末時点で計8店舗を出店済み。



マークイズみなとみらい店

開業日 2024年8月10日
出店場所 MARK IS みなとみらい
(神奈川県横浜市)



イオンモール茨木店

開業日 2024年11月2日
出店場所 イオンモール茨木
(大阪府茨木市)



二子玉川ライズ店

開業日 2024年9月14日
出店場所 二子玉川ライズ S.C.
タウンフロント
(東京都世田谷区)



マークイズ静岡店

開業日 2024年11月30日
出店場所 MARK IS 静岡
(静岡県静岡市)



イオンモール広島府中店

開業日 2024年10月5日
出店場所 イオンモール広島府中
(広島県安芸郡)



2025年4月に1店舗出店し、さらに2店舗出店が決定。

2027年3月期までに人口集積地を中心に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。

2026年3月期	出店済み	店舗名 : LOWYAららぽーと安城店 開業日 : 2025年4月 出店場所 : 三井ショッピングパーク ららぽーと安城 (愛知県安城市)
	出店予定	店舗名 : LOWYAイオンモールむさし村山店 (仮称) 開業日 : 2025年6月(予定) 出店場所 : イオンモールむさし村山(東京都武蔵村山市)
		店舗名 : LOWYAイオンモール福岡店(仮称) 開業日 : 2025年冬(予定) 出店場所 : イオンモール福岡(福岡県糟屋郡)



- 2025年3月期までに
出店済み
- 1 LOWYA九大伊都店
 - 2 LOWYAなんばパークス店
 - 3 LOWYA名古屋みなと店
 - 4 LOWYAマークイズみなとみらい店
 - 5 LOWYA二子玉川ライズ店
 - 6 LOWYAイオンモール広島府中店
 - 7 LOWYAイオンモール茨木店
 - 8 LOWYAマークイズ静岡店



営業キャッシュフローを新たな実店舗（チャネル）展開に向けた積極的な投資を実施予定。

実店舗展開に伴い、OMOモデルを支える人材やIT等のインフラにも投資を実施予定。

DOE2.0%を基準として配当を実施する方針。

ファイナンス手段

1. 営業CF

- ECチャネルにおいて、マーケティングコストを適正化し、効率重視の店舗運営を実現
- 実店舗出店コストが投資先行となるも、中期的な売上高成長を押し上げ
- 運転資本の効率的な運用

営業CFの創出

2. 有利子負債

- 2023年3月末以降、無借金経営を継続
- 株主資本は59億円あり、借入余力は十分
※ 2025年3月末時点

3. エクイティ

- 選択肢としては排除しない

投資領域

強化ポイント3軸

チャネル

プロダクト

エンゲージメント

インフラ強化

- SCM・フルフィルメントの強化
- ITシステムの改善
- 各領域における人材確保

戦略の補完

外部提携

- スタートアップ投資
- 資本業務提携
- M&A など

株主還元

- 経営体質の強化、将来の事業規模拡大に向けた更なる先行投資的な事業資金のための内部留保を確保
- 企業価値の拡大、経営環境並びに業績等を総合的に勘案し、DOE2.0%を基準として配当を実施

3 力年計画（修正計画）



2026年3月期、2027年3月期の計画を修正。
ROE15%以上、DOE2%の目標に変更はなし。

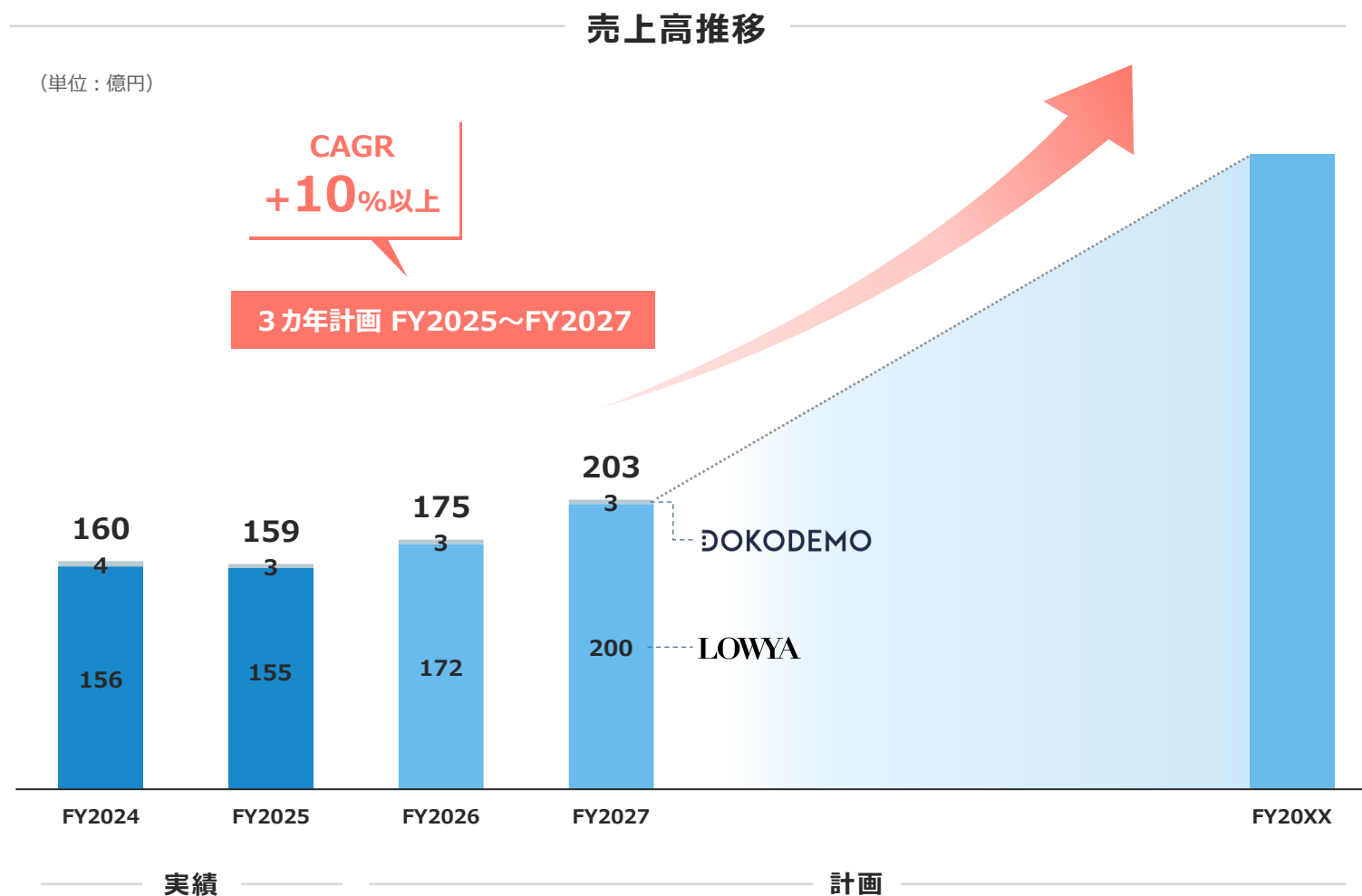
	2025年3月期		2026年3月期		2027年3月期	
	当初計画	実績	当初計画	修正計画	当初計画	修正計画
売上高（百万円）	17,000	15,935	19,500	17,500	22,500	20,300
LOWYA事業	16,500	15,588	19,000	17,200	22,000	20,000
新規出店店舗数	4～6店舗	5店舗	6～8店舗	5店舗以上	8～10店舗	5店舗以上
DOKODEMO事業	500	346	500	300	500	300
営業利益（百万円）	1,200	926	1,500	1,100	2,000	1,400
ROE（%）	12.4	10.3	13.9	10.6	16.2	12.3
1株当たり配当金（円）	11	11	13	12	15	13

※2025年3月期は、利益重視の方針に基づきマーケティングコストの適正化等を実施した結果、売上高は当初計画を下回った。また、円安進行の影響で売上総利益率が予想より低下しことにより営業利益も当初計画を下回って着地。

※2026年3月期、2027年3月期については、実店舗のオペレーション改善や人材教育にも注力するため、新規出店店舗数を当初計画よりも減少。これに伴い、その他の計画値も修正。



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。



中期ターゲット

500 億円



長期ターゲット

1,000 億円



5

2026年3月期 業績予想



LOWYA事業については、引き続き利益重視の運営を継続するとともに、5店舗以上の実店舗を出店することでOMO型D2Cモデルの拡大に注力し、増収増益を目指す。

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。

	2025年3月期		2026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）	7,123	15,935	8,000	17,500	112.3%	109.8%
営業利益（百万円）	294	926	400	1,100	135.6%	118.7%
経常利益（百万円）	298	938	400	1,100	133.8%	117.3%
当期純利益（百万円）	191	591	240	660	125.6%	111.5%
1株当たり当期純利益（円）	18.48	57.23	23.34	64.19	—	—

※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。

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。