

# 2022年3月期業績予想・ LOWYA事業 中期事業方針

May 14 2021

2021年3月期  
通期決算補足説明資料

株式会社ベガコーポレーション / 証券コード：3542



VEGA corporation

- 1 LOWYA事業 中期事業方針
- 2 業績予想
- 3 Appendix

# 1

## LOWYA事業 中期事業方針

# LOWYA事業5か年の展望

## 2つのポイントを軸に徹底したCXの強化を行う

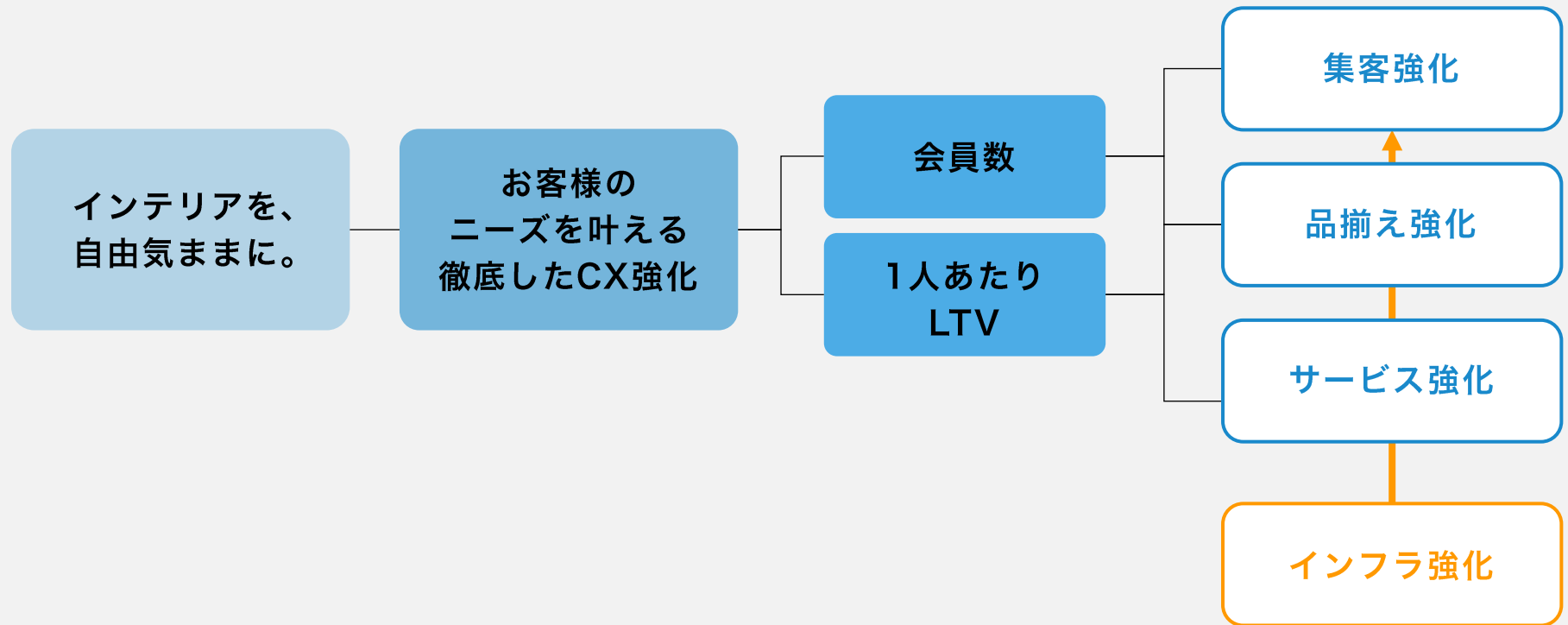


ビジョン

5か年コンセプト

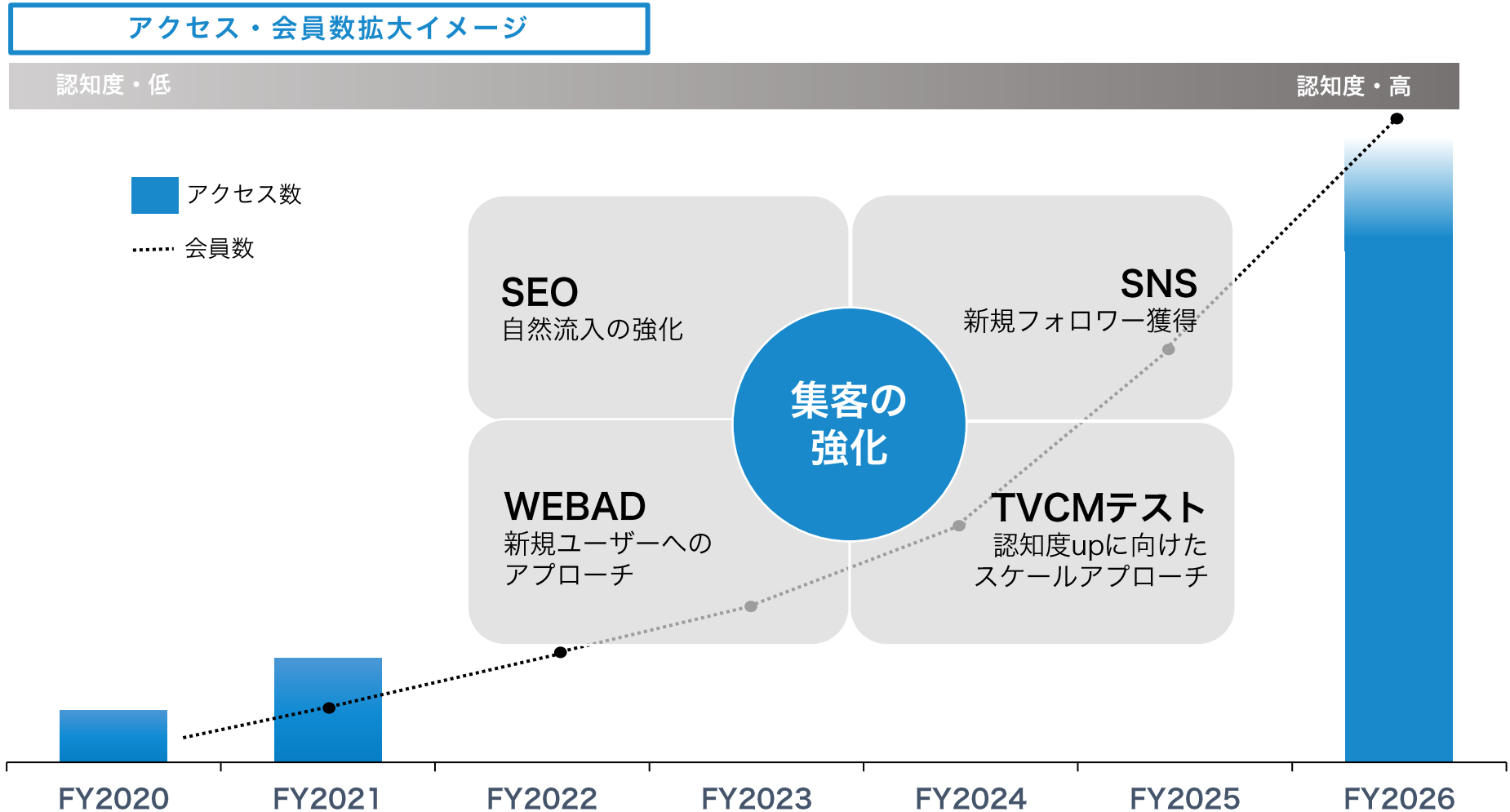
2つのポイント

戦略



# 集客強化

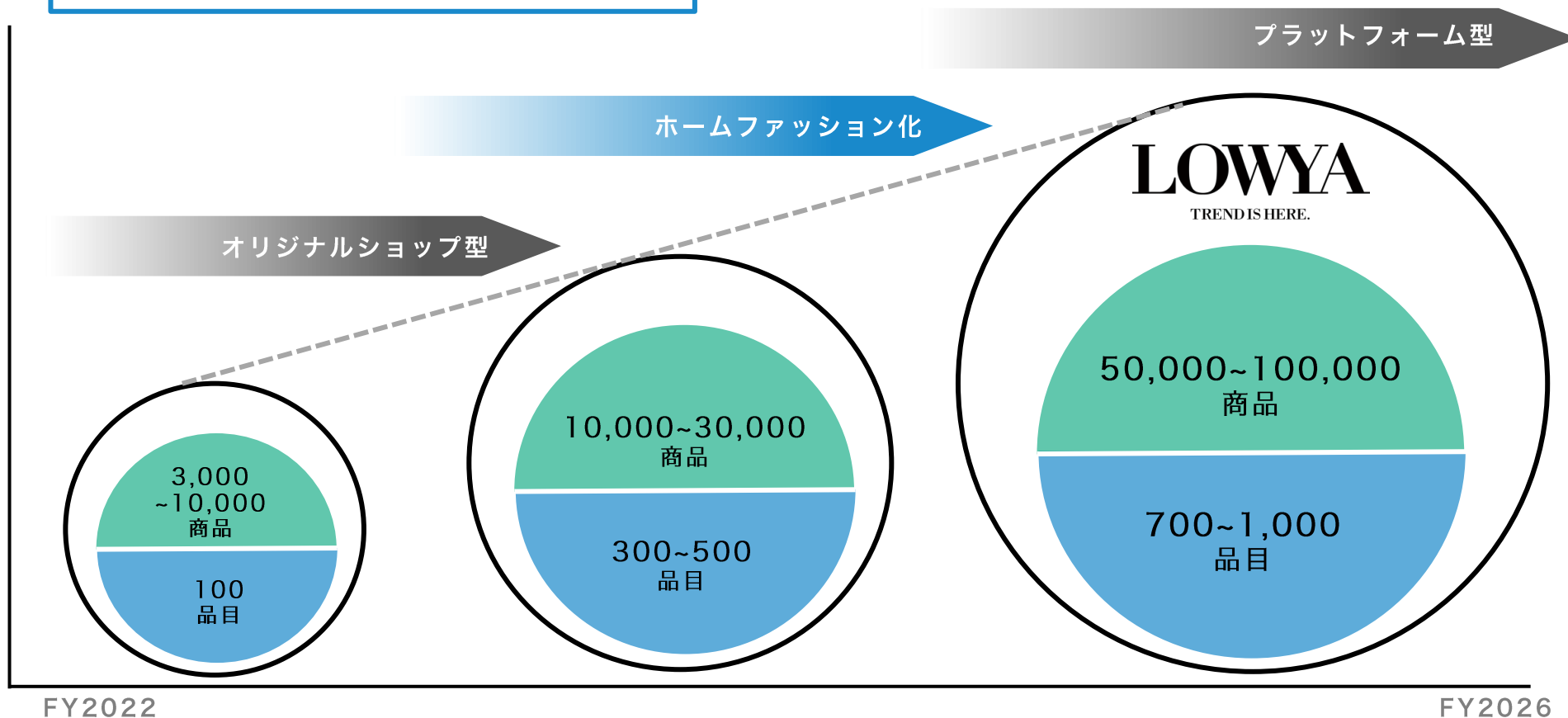
プロモーション強化に伴いアクセス数・会員数の拡大を目指す



## 品揃え強化

プラットフォーム化に向けて商品数・品目を拡大  
雑貨を充実させホームファッション化を図る

商品数・品目推移イメージ

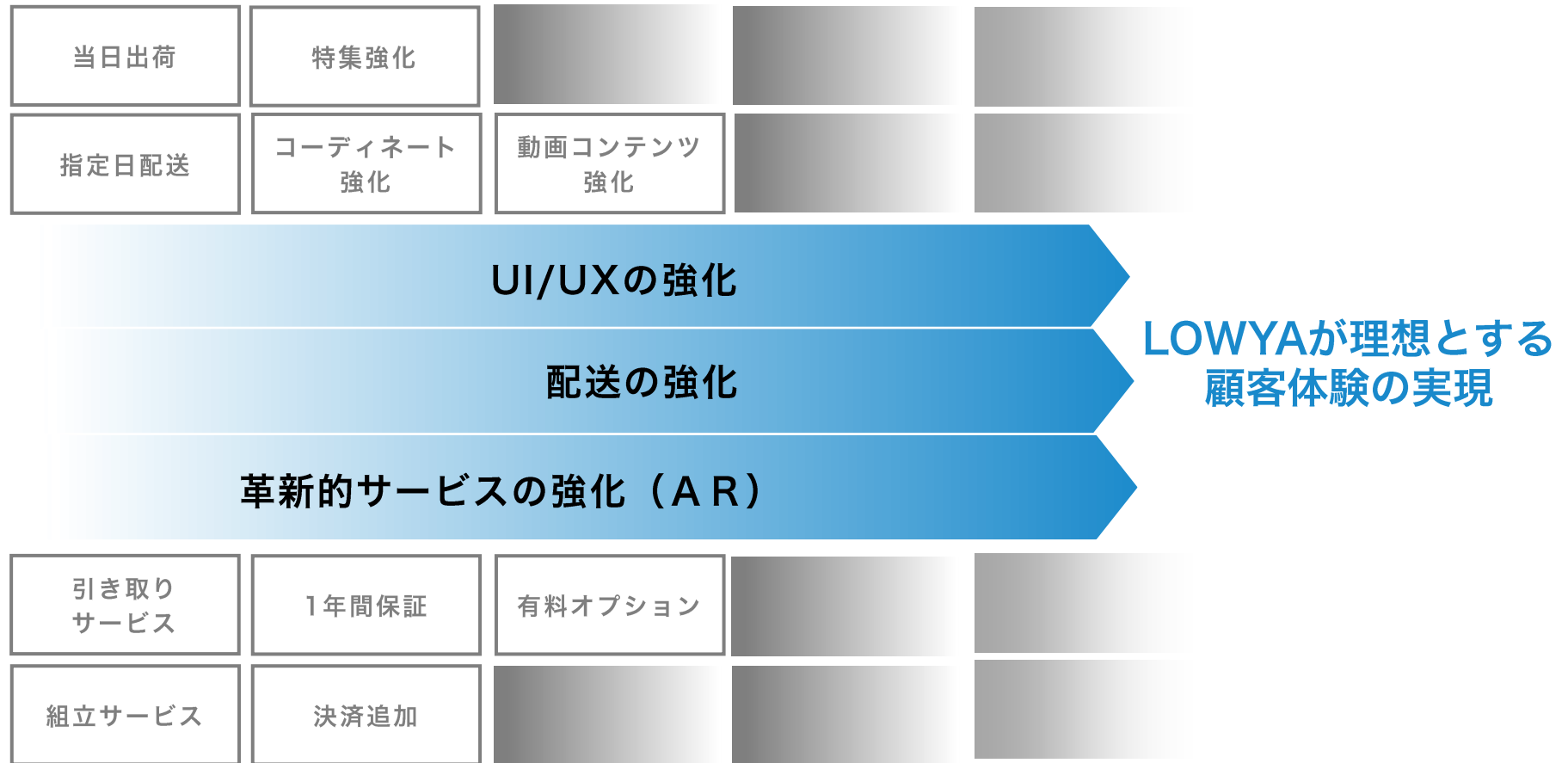


(注) 商品数と品目数はあくまでイメージを示すものであり、実際とは異なる可能性があります。

## サービス強化：方針

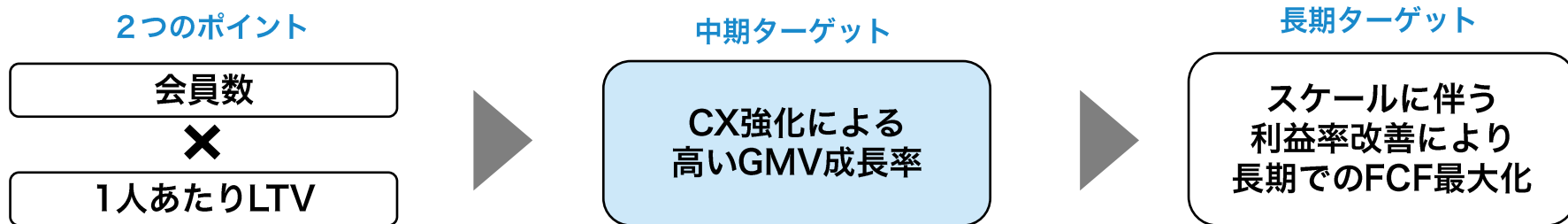
### LTV最大化のためのサービス強化

お客様のニーズに応えるサービスを強化し、リピート率を高める

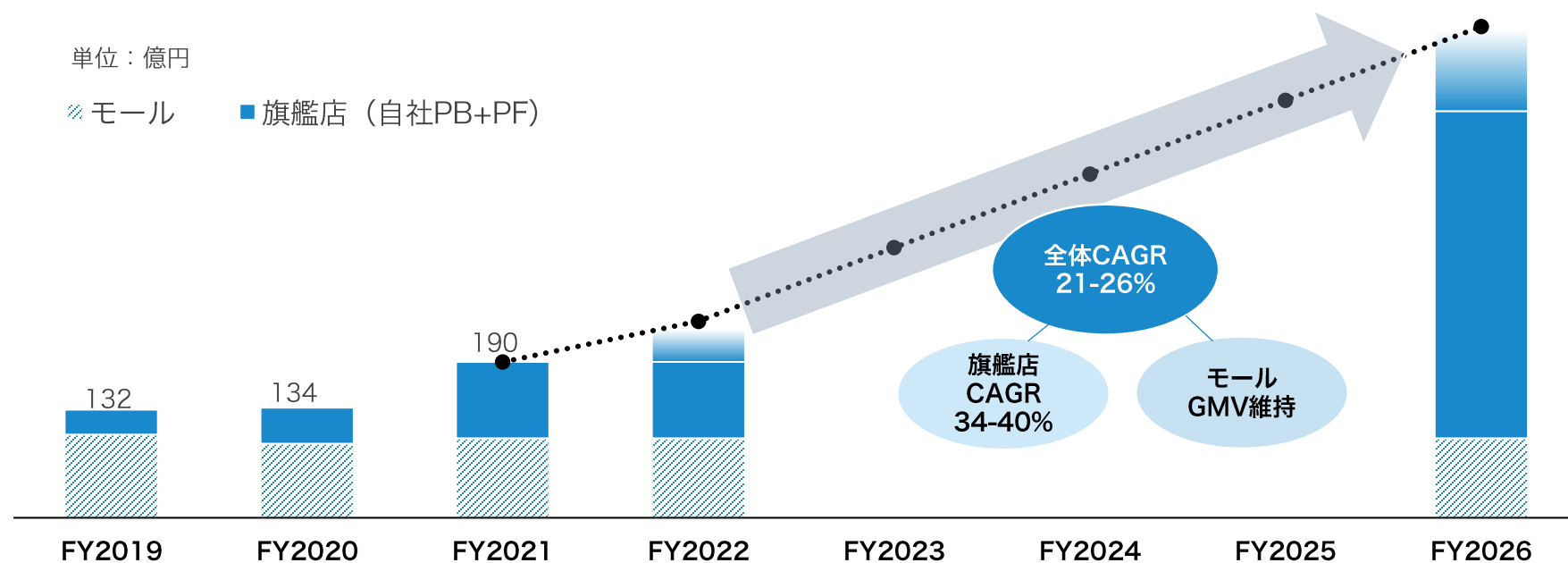


# GMV目標

CX強化により、中期でCAGR21-26%のGMV成長をターゲットとする



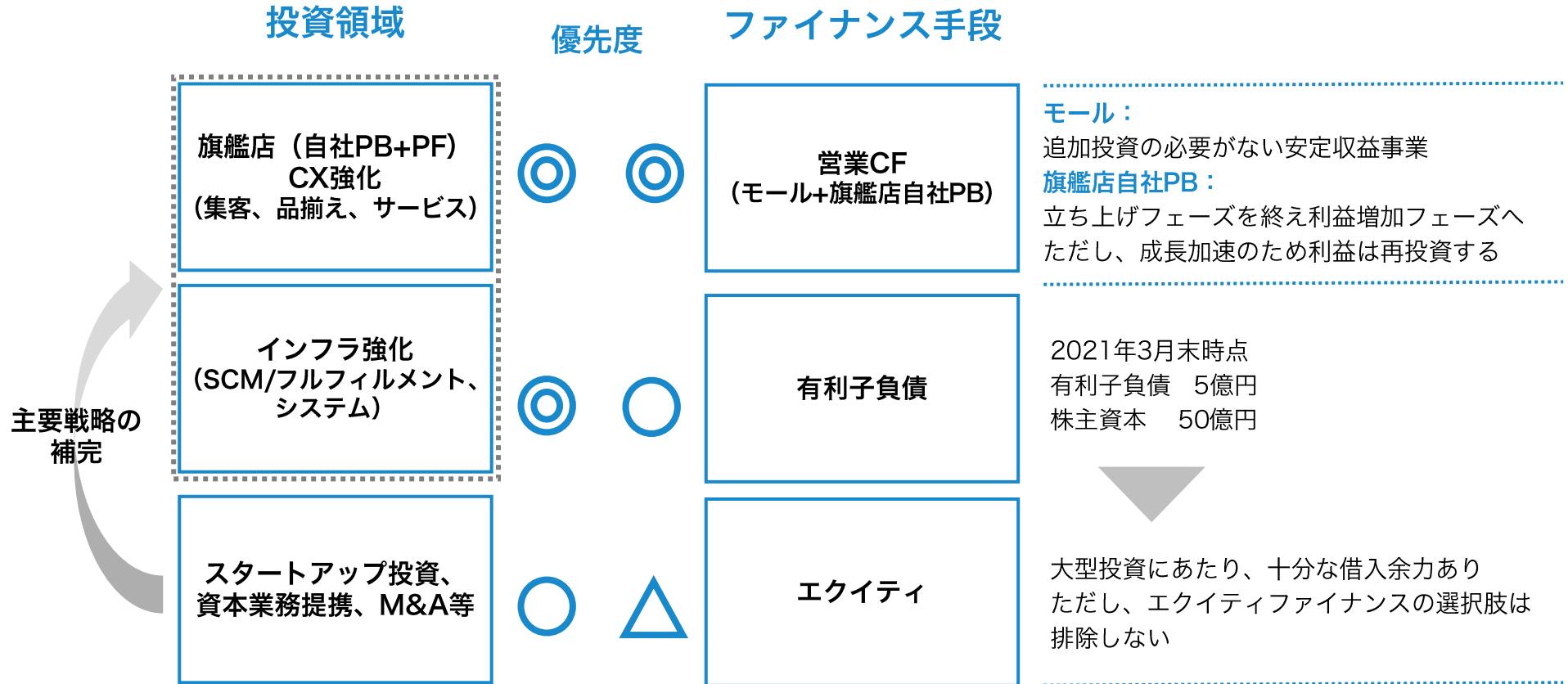
GMV 500~600億円





## 積極的な投資実行

モール・旗艦店自社PBから生み出されるキャッシュフローに加えて、有利子負債も活用し、5か年の展望実現に向けて積極投資する計画

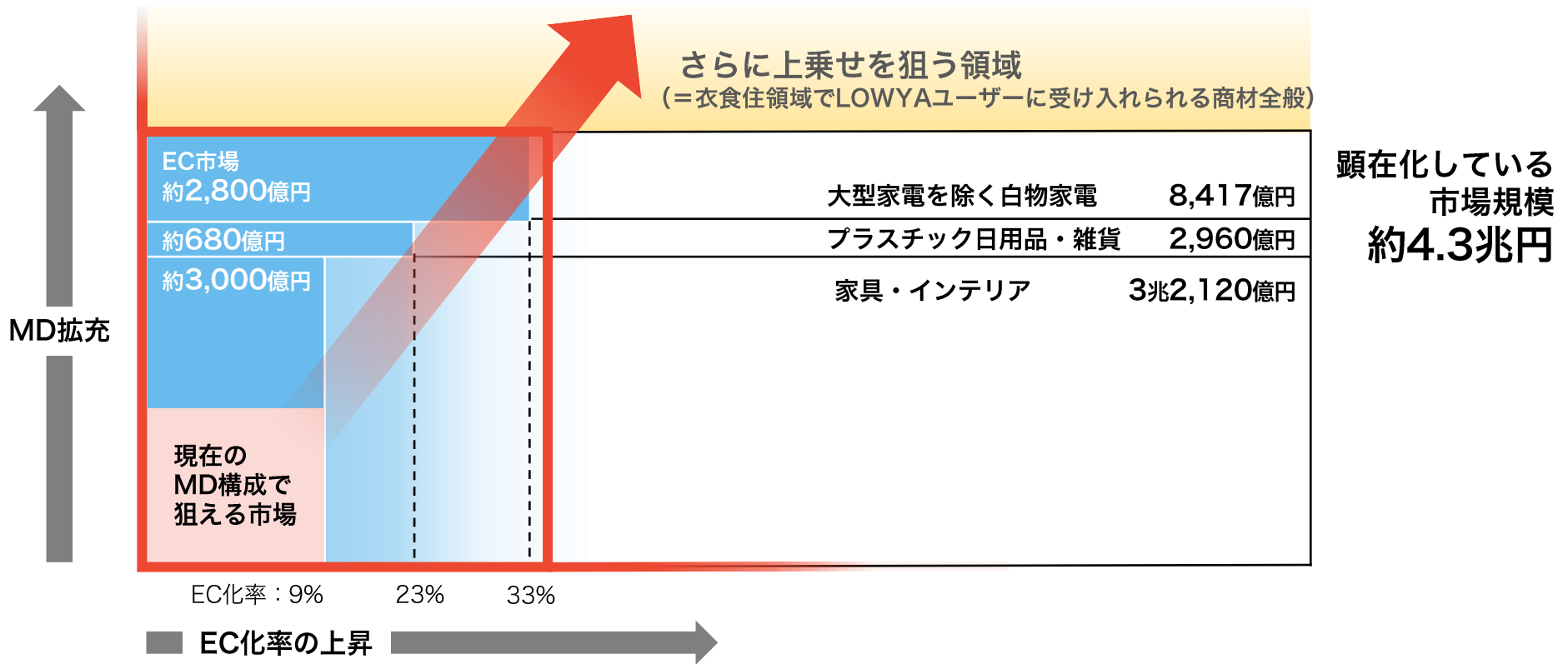


# 家具・インテリアEC市場の見通し

MD拡充とEC化の進展によりターゲットとなる市場は拡大していくため、成長余地は十分にある

$$\text{ターゲット市場} = \text{家具・インテリア・周辺領域の市場規模} \times \text{EC化率} \times \text{MD (自社PB+PF) カバー率}$$

中期的にターゲットとなるEC市場  
(EC化率35%に達した時点で、市場規模約1.5兆円+α)



出所：家具・インテリア市場及びEC化率についてはEuromonitor「Home Furnishings in Japan, May 2020」を基礎として当社推計。家電については日本電機工業会「2020年度 電気機器の見通し」を基に、ルームエアコン、電気冷蔵庫、電気洗濯機を除いて作成。プラスチック日用品・雑貨については経済産業省「2019年 経済産業省生産動態統計年報 紙・印刷・プラスチック製品・ゴム製品統計編」を基に作成。家電及びプラスチック日用品・雑貨のEC市場については経済産業省「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」より当社推計。

# 2 | 業績予想

## 業績予想（追加投資の考え方）

LOWYA事業における中期的なGMV拡大を重要視し、  
通常の事業運営に必要な費用に加えて、追加的な投資を実行する

単位：百万円

### 売上高・営業利益の考え方

新収益認識基準  
適用後（※）  
売上高

19,000～20,500

YoY 98.4%～106.1%

新収益認識基準（※）を  
前期売上に遡及適用した場合  
YoY 103.4%～111.6%

#### LOWYA事業：

当社の市場シェアは、旗艦店を中心に拡大。  
ただし、市場全体のサイズについては、新型コロナウイルスに起因する  
不確定要素（緊急事態宣言の影響、観光・飲食等での消費刺激策の  
実施有無、需要の反動減の程度 etc）が多く、幅を持たせた想定を置く。

#### DOKODEMO事業：

GMV拡大とそれに伴う手数料収入増加が継続。

追加投資前  
営業利益

1,300～1,700

営業利益率 6.8%～8.3%

#### LOWYA事業：

売上高変動に応じた費用変動を反映。

#### DOKODEMO事業：

投資先行フェーズが継続するも、  
投資額対売上高比率は、前期比で大きく増減させない想定。

追加投資後  
営業利益

追加投資 最大500百万円

1,000～1,300

#### LOWYA事業：

当期の利益増より中期的なGMV拡大を優先し、戦略的な投資を実行。

↳ 採用費、マーケティング投資、サービス強化等で  
最大500百万円の追加投資を計画。

追加投資額は、追加投資前営業利益の水準や投資効率を踏まえて調整。

## 業績予想

市場予測の不確実性の高さを加味し、売上、利益ともにレンジ形式で開示  
 今期より適用する新収益認識基準により、従来基準と比べて売上高が減少

	2021年3月期 実績	2022年3月期 計画	増減比
売上高 (百万円)	19,313	19,000 ~ 20,500	-1.6% ~ +6.1%
(参考) 新収益認識基準適用時試算	18,371		+3.4% ~ +11.6%
営業利益 (百万円)	1,824	1,000 ~ 1,300	-45.2% ~ -28.8%
経常利益 (百万円)	1,851	1,030 ~ 1,330	-44.4% ~ -28.2%
当期純利益 (百万円)	1,159	618 ~ 798	-46.7% ~ -31.2%
1株当たり当期純利益 (円)	110.99	58.49 ~ 75.52	-47.3% ~ -32.0%

# 3 | Appendix

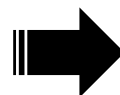
## 新収益認識基準の影響：主要な変更点

収益認識に関する新たな会計基準（新収益認識基準）が適用され、従来基準と比べて売上高および販管費が減少

主要な変更点：クーポン利用時・モールポイント付与時の取り扱い変更

### 従来基準

利用額・付与額を販管費として費用計上



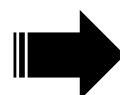
### 新収益認識基準適用後

利用額・付与額を差し引いた金額を売上として計上

従来基準との比較イメージ（例）：10,000円の商品を10%割引で販売した場合（例）

### 従来基準

売上 10,000円 販管費\* 1,000円



### 新収益認識基準適用後

売上 9,000円 販管費\* 0円

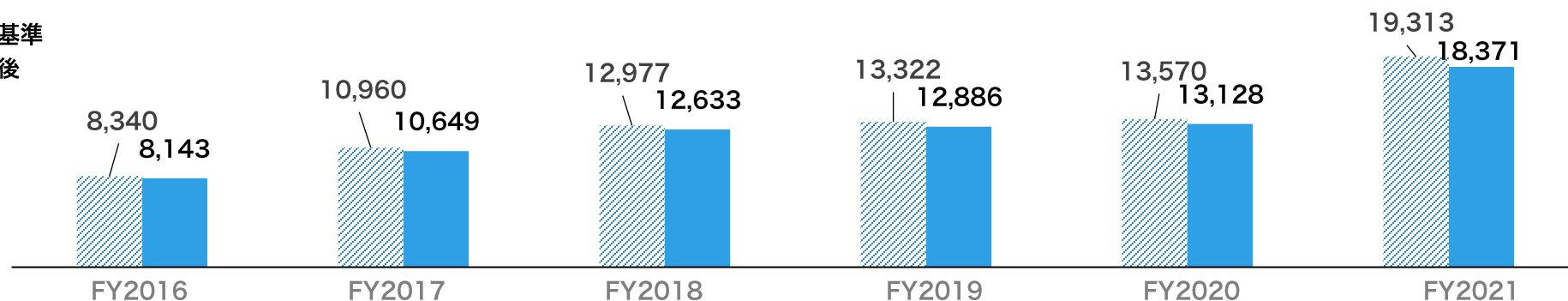


\*全ての販管費ではなく、10%割引に相当する分の販管費（販売促進費）を意味しており、当該販売促進費以外の販管費はいずれの場合にも計上されます。

## 新収益認識基準の影響：遡及適用時の試算

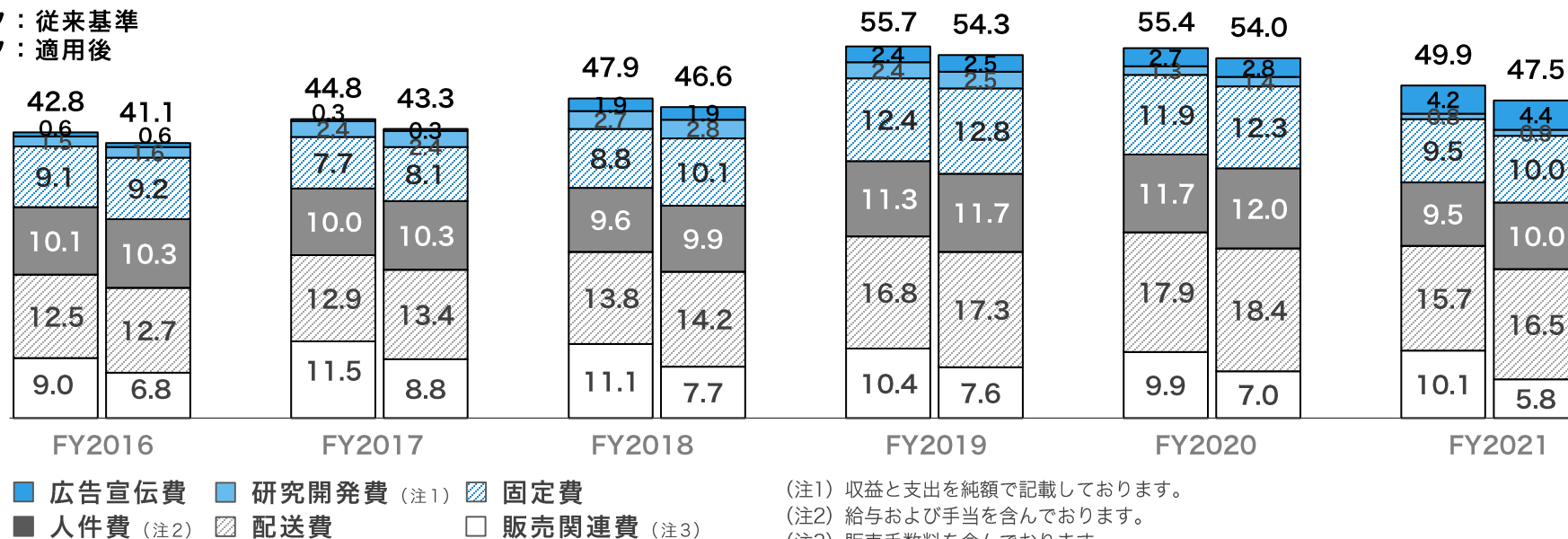
### 新収益認識基準を適用した場合の売上高（試算）（百万円）

▨ 従来基準  
■ 適用後



### 新収益認識基準を適用した場合の販管費内訳（試算）（%）

左グラフ：従来基準  
右グラフ：適用後



(注1) 収益と支出を純額で記載しております。

(注2) 給与および手当を含んでおります。

(注3) 販売手数料を含んでおります。

(※) 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ります。



IRに関するお問い合わせ

[vega\\_ir@vega-c.com](mailto:vega_ir@vega-c.com)



**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。