



FY2021

BUSINESS RESULTS
May 14 2021

2021年3月期
通期決算説明会 配信用資料

株式会社ベガコーポレーション / 証券コード：3542



VEGA corporation

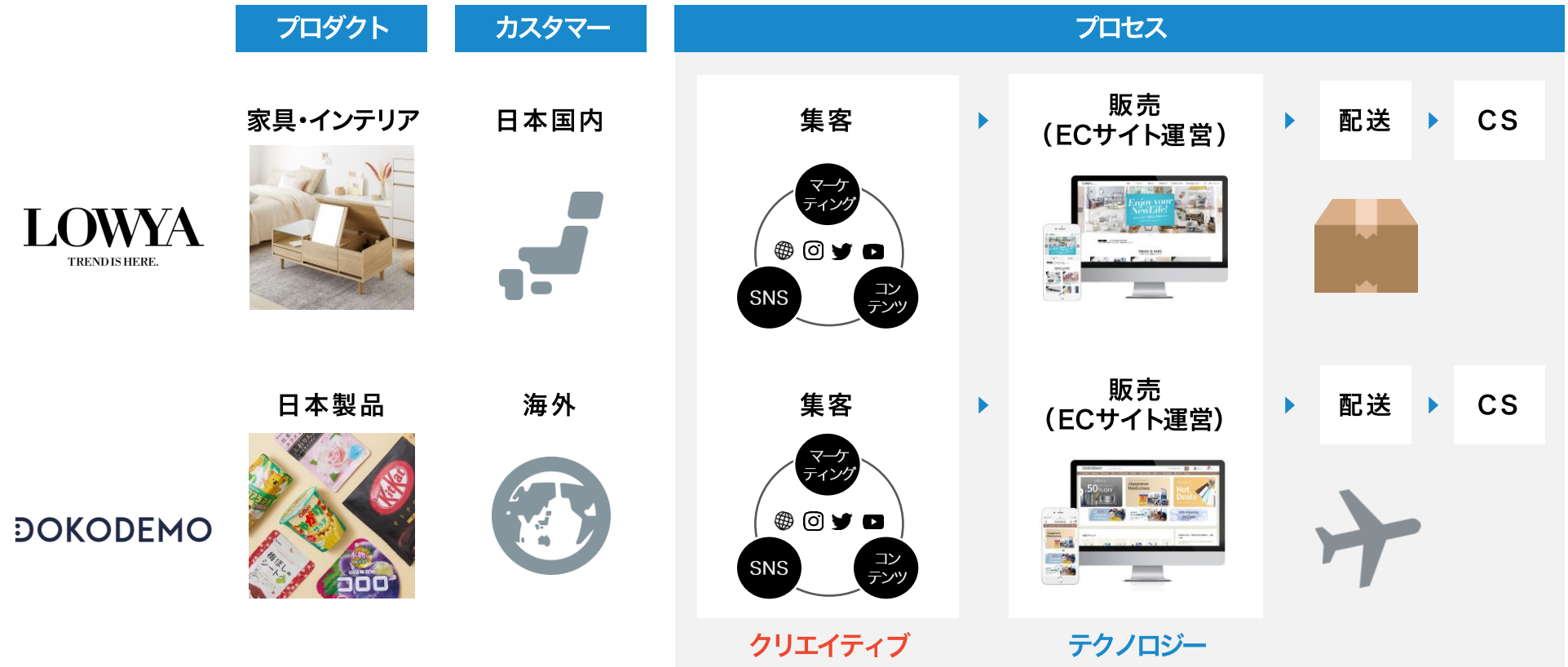
- 1 2021年3月期 決算概要
- 2 LOWYA事業 中期事業方針
- 3 業績予想

1

2021年3月期 決算概要

全社事業の概要

LOWYAのD2Cビジネスで培ったノウハウを、DOKODEMOでも展開
クリエイティブとテクノロジーの力を軸に、両事業を推進する



EC事業運営ノウハウ

※D2C : Direct to Consumer : オンライン専業かつ直販の事業形態

決算ハイライト

業績概況	4Q	売上高 ▶▶▶	5,066	百万円	(前年同期比： 135.8%)
		営業利益 ▶▶▶	417	百万円	(前年同期比： 406.7%)
	通期	売上高 ▶▶▶	19,313	百万円	(前年同期比： 142.3%)
		営業利益 ▶▶▶	1,824	百万円	(前年同期比： 1,567.0%)

売上・利益ともに通期業績予想を達成

LOWYA

旗艦店が売上をけん引し、通期業績予想達成に大きく貢献

DOKODEMO

流通総額が通期で1,963百万円となり、過去最高額を更新

旗艦店のプラットフォーム化に向けた取り組みを開始し、通期で計4ブランドが出店

LOWYA

旗艦店のプラットフォーム化に向けて、他社ブランドの取り扱いをスタートし、順調な滑り出し

LOWYA公式YouTubeチャンネル **LOWYA BASE** がスタート

集客強化

新たな集客チャンネルとしてYouTubeチャンネルを開始

損益計算書（四半期）

売上高 **35.8%**増加、営業利益 **306.7%**増加

（単位：百万円）

	前第4四半期	売上比	当第4四半期	売上比	増減	前期比
売上高	3,729	100.0%	5,066	100.0%	+1,336	135.8%
売上総利益	2,140	57.4%	3,063	60.5%	+922	143.1%
販管費	2,038	54.7%	2,646	52.2%	+608	129.8%
営業利益	102	2.7%	417	8.2%	+314	406.7%
経常利益	109	2.9%	423	8.4%	+313	387.0%
四半期純利益	27	0.7%	291	5.7%	+264	1,076.6%

（※）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は実施中であります。

損益計算書（通期）

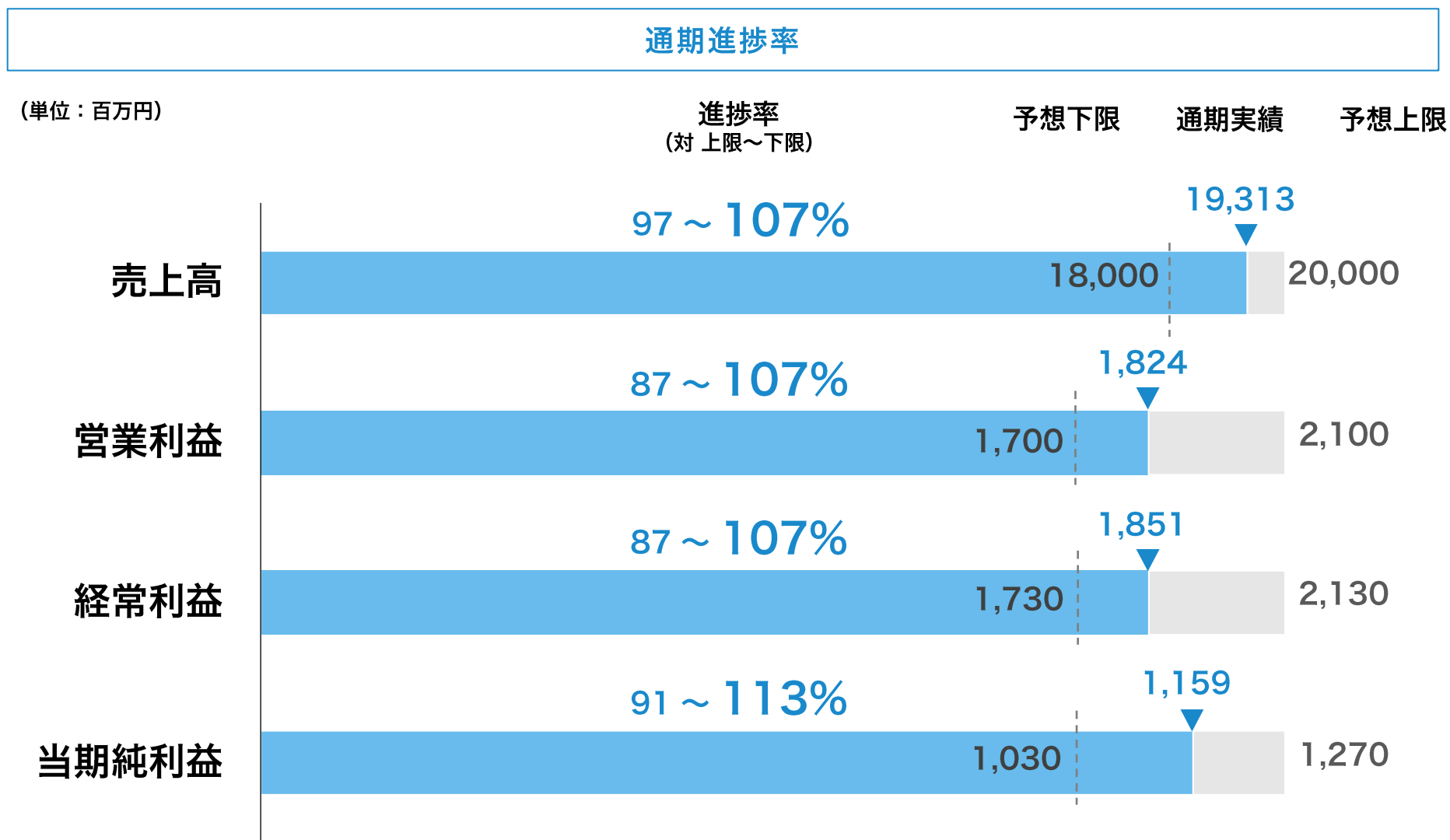
売上高 **42.3%**増加、営業利益 **1,467.0%**増加を達成

（単位：百万円）

	前期（通期）	売上比	当期（通期）	売上比	増減	前期比
売上高	13,570	100.0%	19,313	100.0%	+5,743	142.3%
売上総利益	7,687	56.7%	11,597	60.0%	+3,909	150.9%
販管費	7,571	55.8%	9,772	50.6%	+2,201	129.1%
営業利益	116	0.9%	1,824	9.4%	+1,708	1,567.0%
経常利益	146	1.1%	1,851	9.6%	+1,705	1,262.9%
当期純利益	40	0.3%	1,159	6.0%	+1,118	2,860.7%

（※）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は実施中であります。

全指標について、通期業績予想を達成



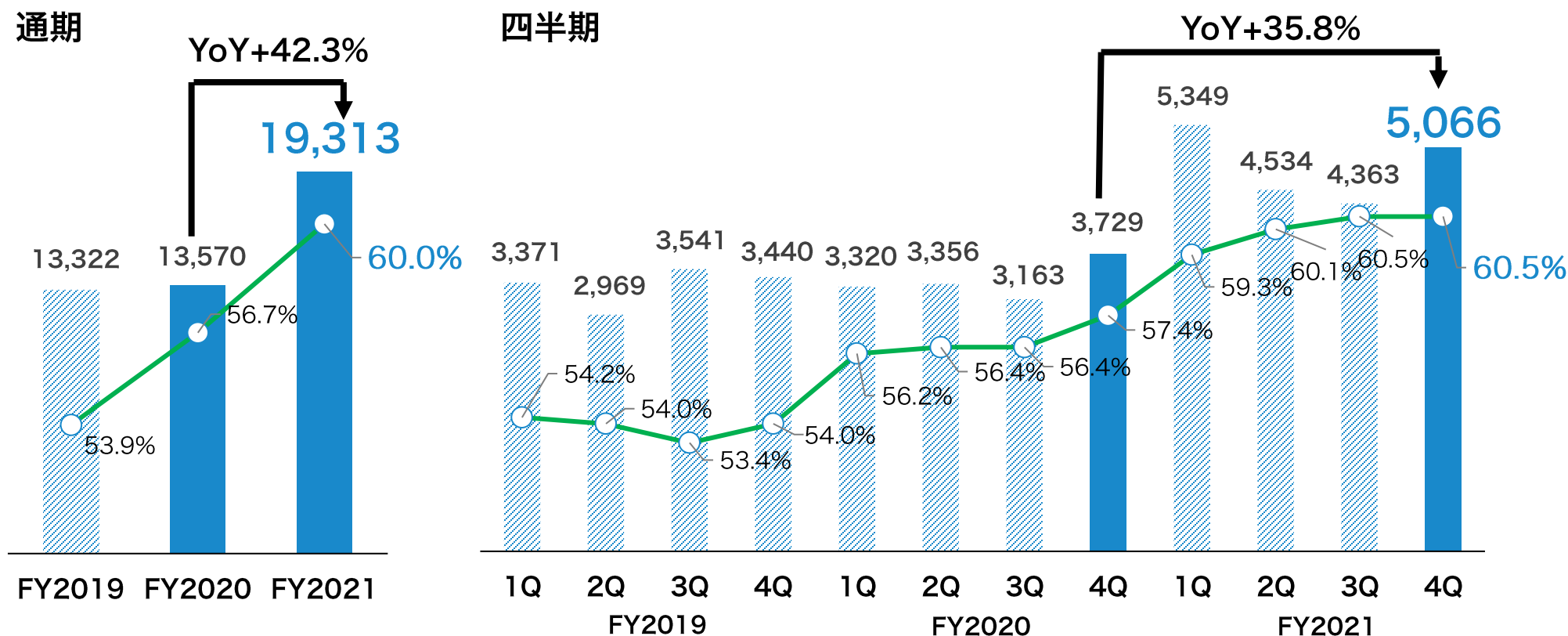
売上高推移 / 通期・四半期

売上高は通期で**19,313**百万円となり、前年同期比42.3%の増収

第4四半期は前年同期比35.8%増の**5,066**百万円

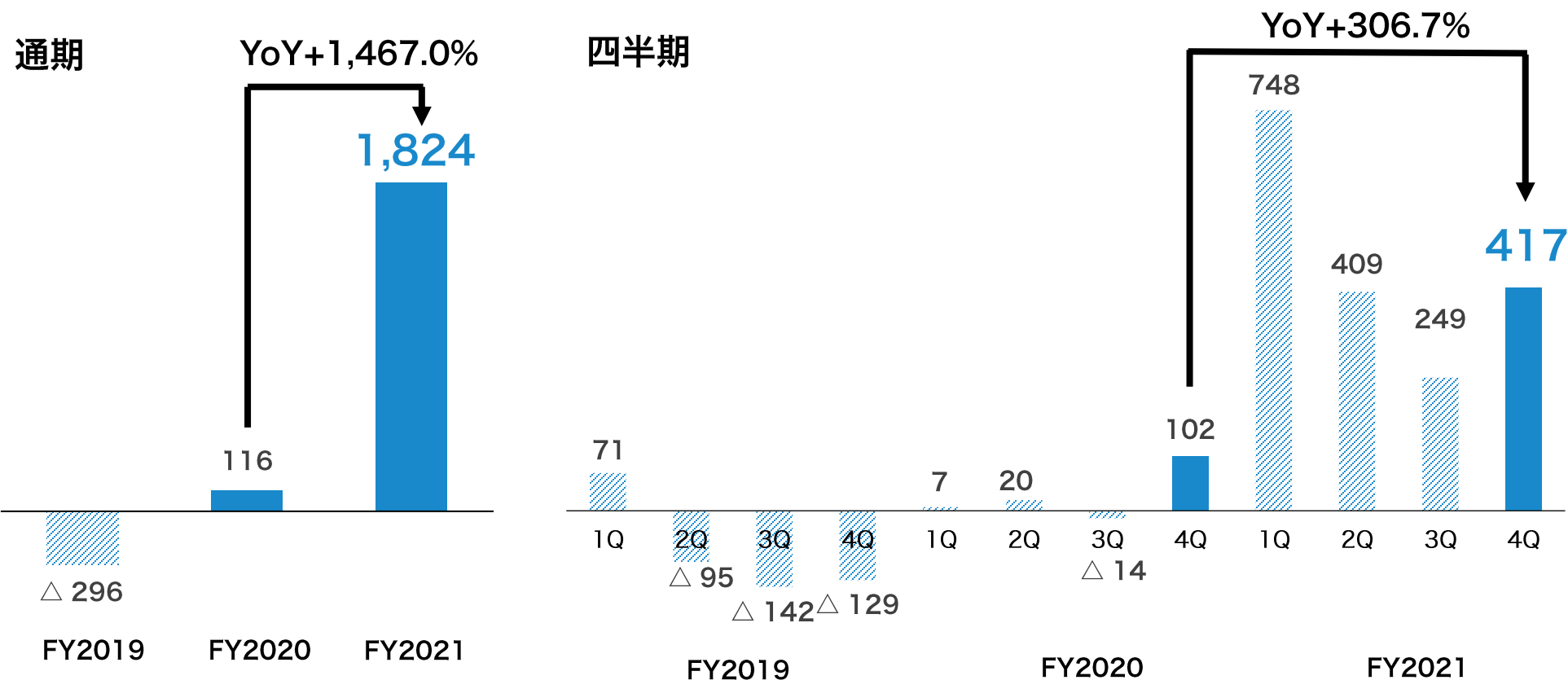
売上総利益率は通期で**60.0%**、第4四半期は**60.5%**と、高水準を継続

売上高（百万円）・売上総利益率



営業利益は通期 **1,824**百万円、第4四半期**417**百万円となり、前年同期比大幅増

営業利益（百万円）



貸借対照表

海上コンテナ輸送費高騰の影響を受け輸入タイミングをコントロールしており、在庫が減少

(単位：百万円)

	前事業年度 (2020年3月期末)	当事業年度 (2021年3月期末)		前事業年度 (2020年3月期末)	当事業年度 (2021年3月期末)
流動資産	4,964	6,892	流動負債	2,242	3,023
うち、現預金	1,308	3,028	うち、借入債務	820	500
うち、売掛金	1,631	1,897	固定負債	54	61
うち、商品	1,777	1,521	負債合計	2,297	3,084
固定資産	1,041	1,331	株主資本	3,628	5,091
うち、有形・無形 固定資産	513	520	純資産合計	3,708	5,138
資産合計	6,006	8,223	負債純資産合計	6,006	8,223

(※) 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 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

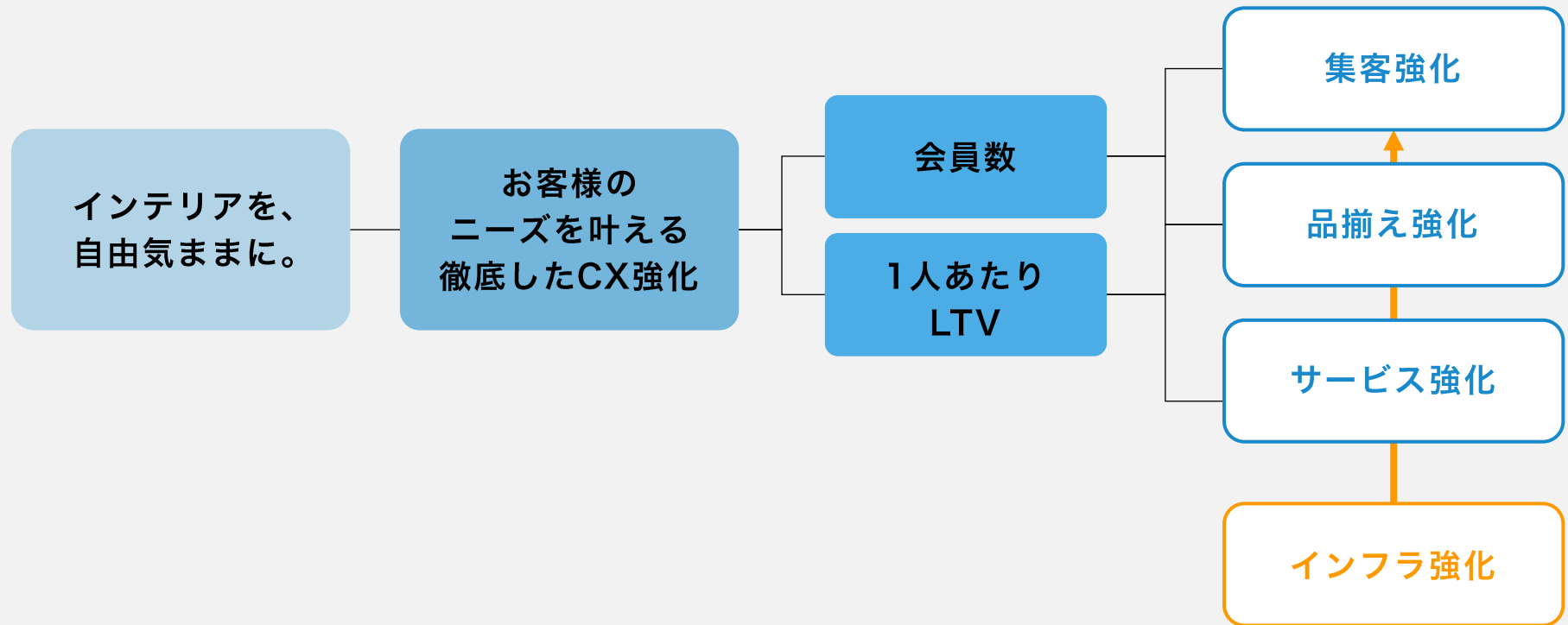


ビジョン

5か年コンセプト

2つのポイント

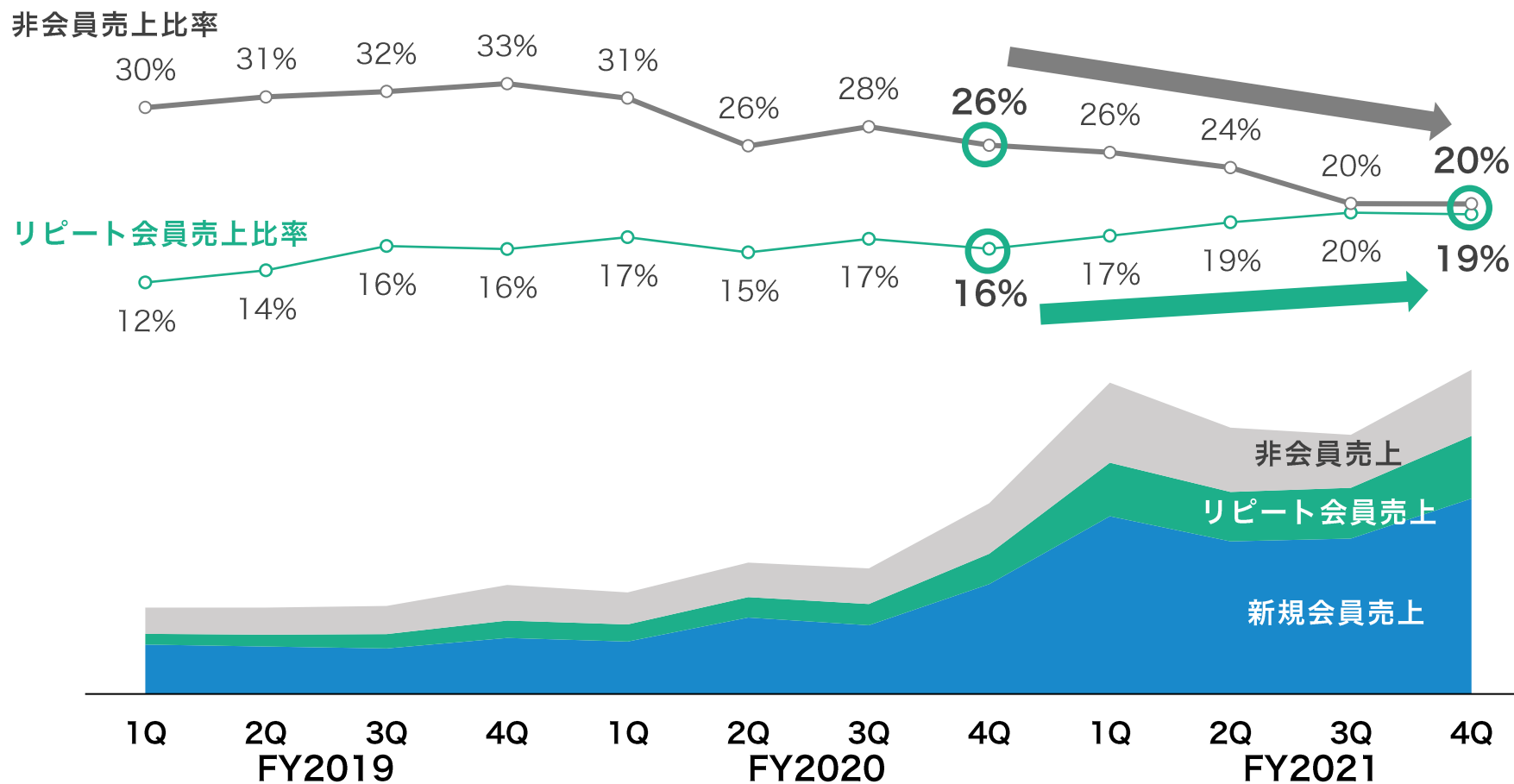
戦略



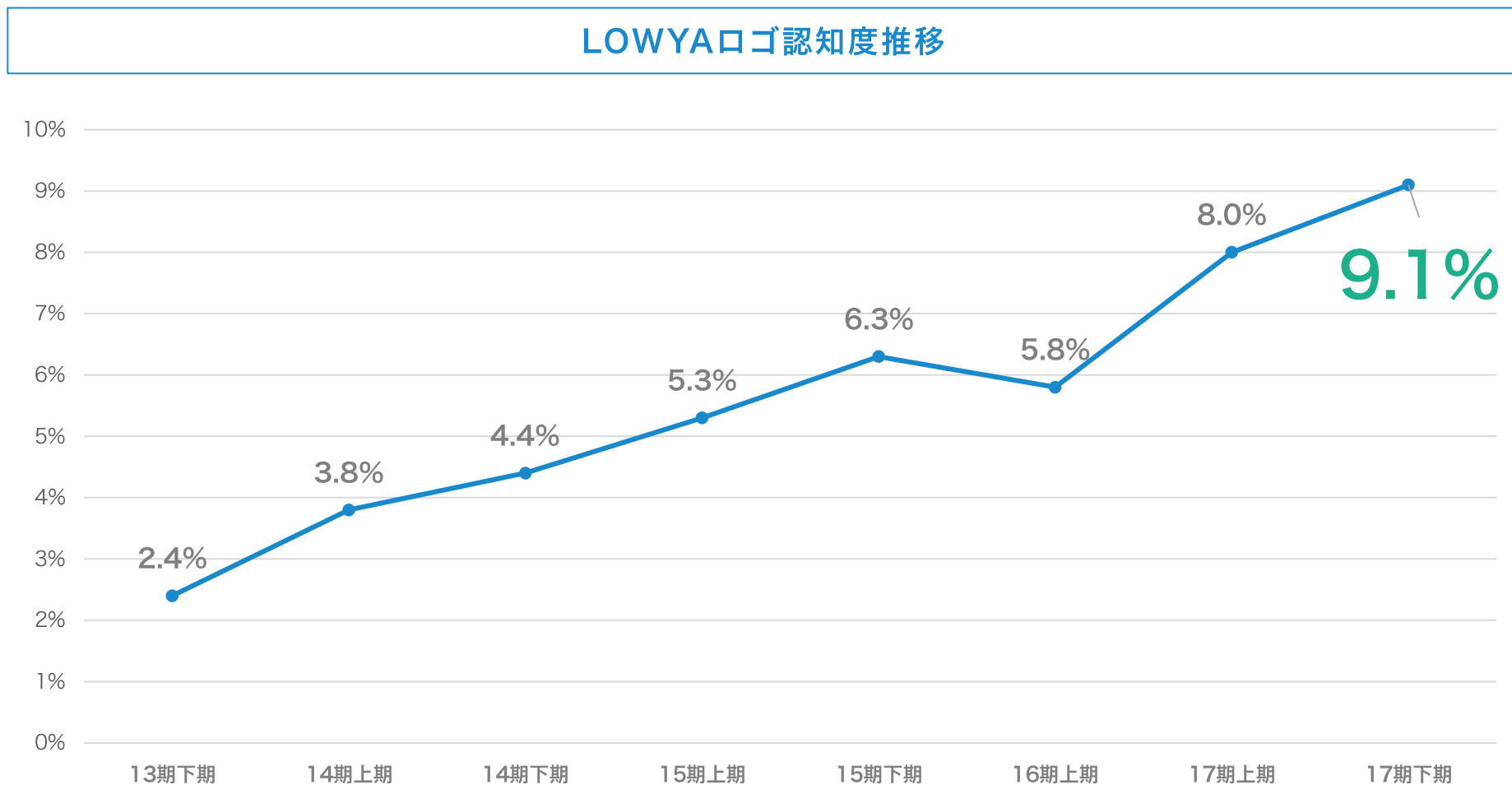
現状：LOWYA旗艦店売上の構成比

旗艦店において、購入者の会員化が進み、非会員による売上比率が低下
リピート施策の本格化前にも関わらず、リピート会員による売上比率は逡増傾向にある

購入者種別（新規会員・リピート会員・非会員）の受注売上高推移



LOWYAロゴ認知度全国で9.1%

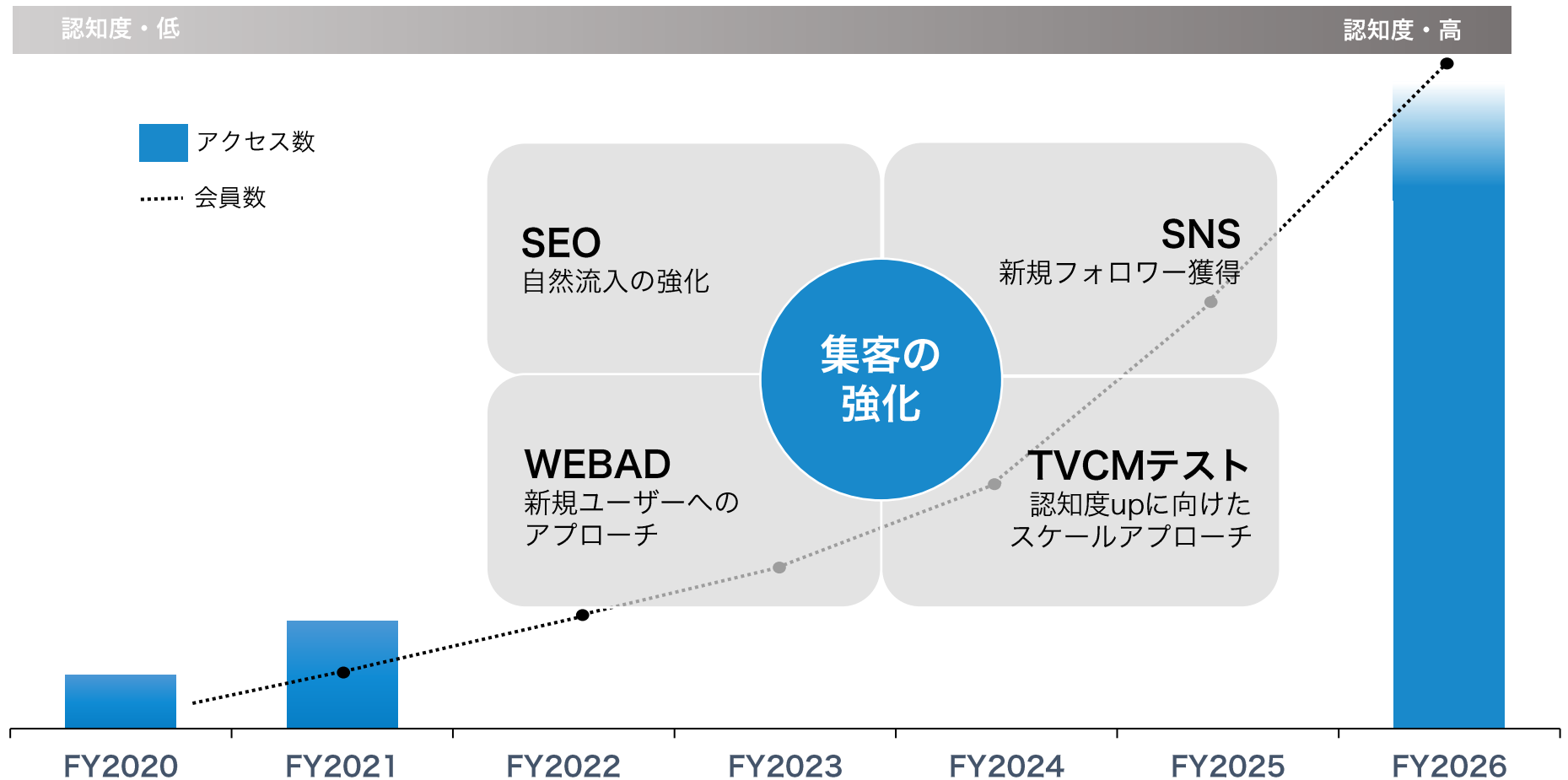


セグメント詳細 全国：SC対象者 (n=30,000) すべて

集客強化：方針

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

アクセス・会員数拡大イメージ



集客強化：公式アプリリニューアル・SNS

LOWYA公式アプリ・・・リニューアル後**30万**ダウンロード突破

LOWYA公式Instagram・・・フォロワー数**67万**人突破

※2021年3月時点

公式アプリ



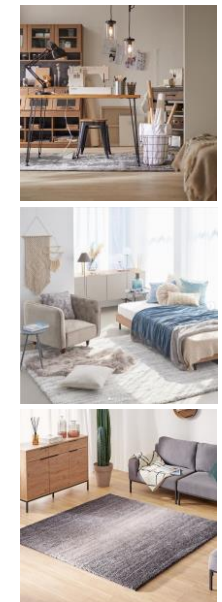
- スムーズな商品閲覧
- ARやLOWYA360等の技術を搭載
- お得な情報をプッシュ通知

Instagram



@lowya_official

- 新商品情報やコーディネートを毎日配信
- ライブ配信でリアルタイムに回答
- Instagramだけのイベント開催



集客強化：YouTube

LOWYA公式YouTubeチャンネル「LOWYA BASE」がスタート



LOWYA People

LOWYAが目にする個性かつ素敵なライフスタイルを送っている人々に、「10の質問」を投げかけて迫る、インタビュー型Life LOG



うたトモ!

「好きな人と好きなように歌う」アーティスト達が部屋に集まってリラックスしながら好きな曲を自由にセッションするフリースタイルな音楽番組。



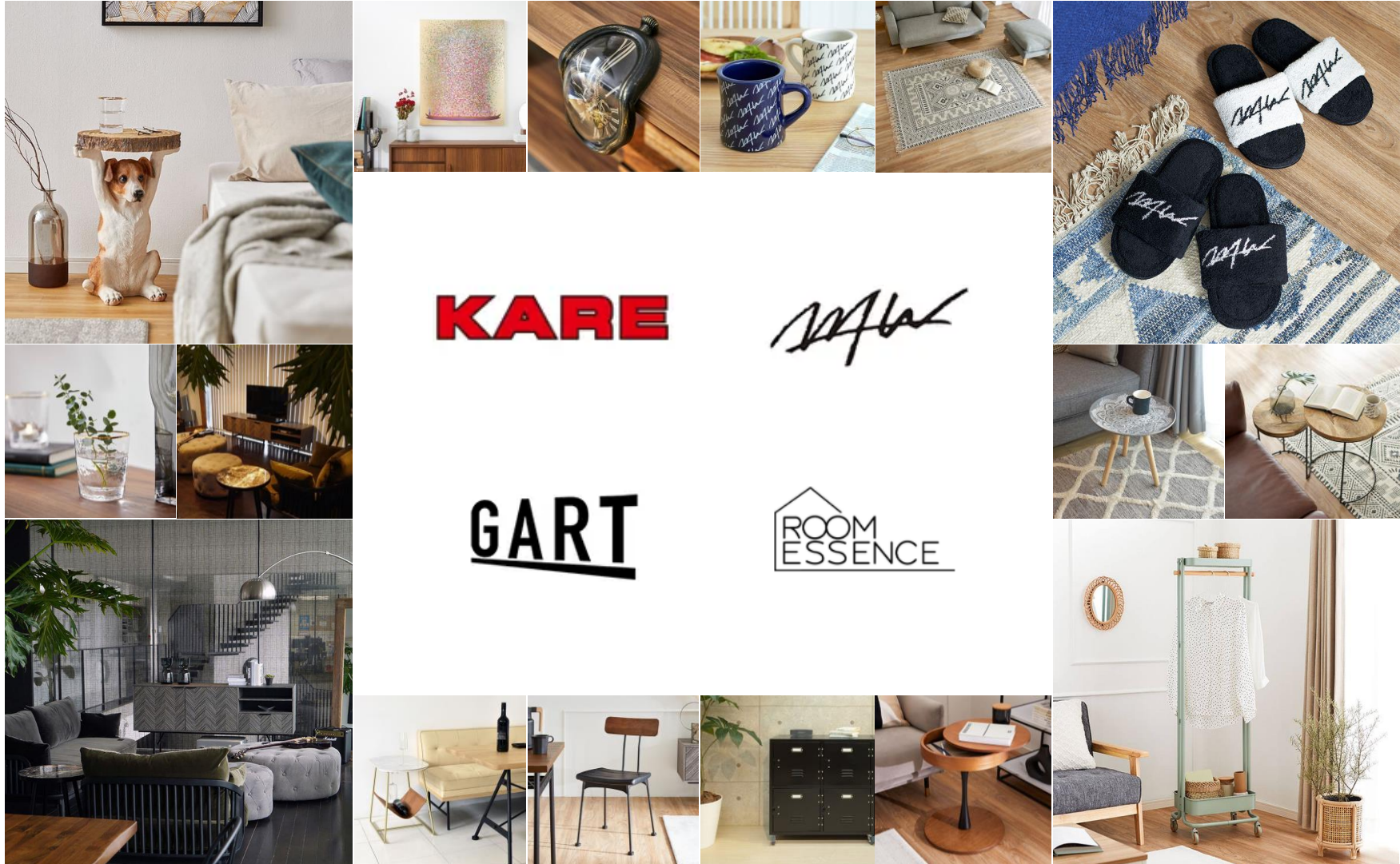
ハナウタ

「つつい歌いたくなる部屋」。誰にでもある、お気に入りの空間で過ごす、何気なくて、大切に、ご機嫌な瞬間。暮らしの中にあるひとときを、目と耳で楽しめるMusicLOG。



品揃え強化：LOWYAプラットフォーム化のテスト開始

4ブランド・約150商品の取扱いを開始 今後も積極的にブランド・商品ジャンルを拡大



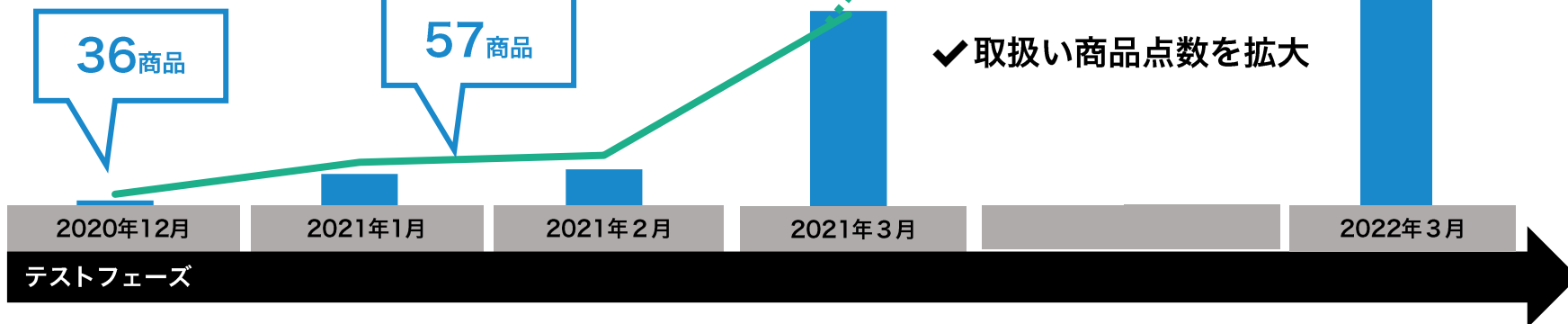
品揃え強化：LOWYAプラットフォーム化の進捗

今後もブランドと商品を追加し、売上拡大を狙う

他ブランド商品 受注件数・売上・商品数推移

■ 受注件数 — 売上

✓ 商品点数の増加に伴い
流通が加速傾向

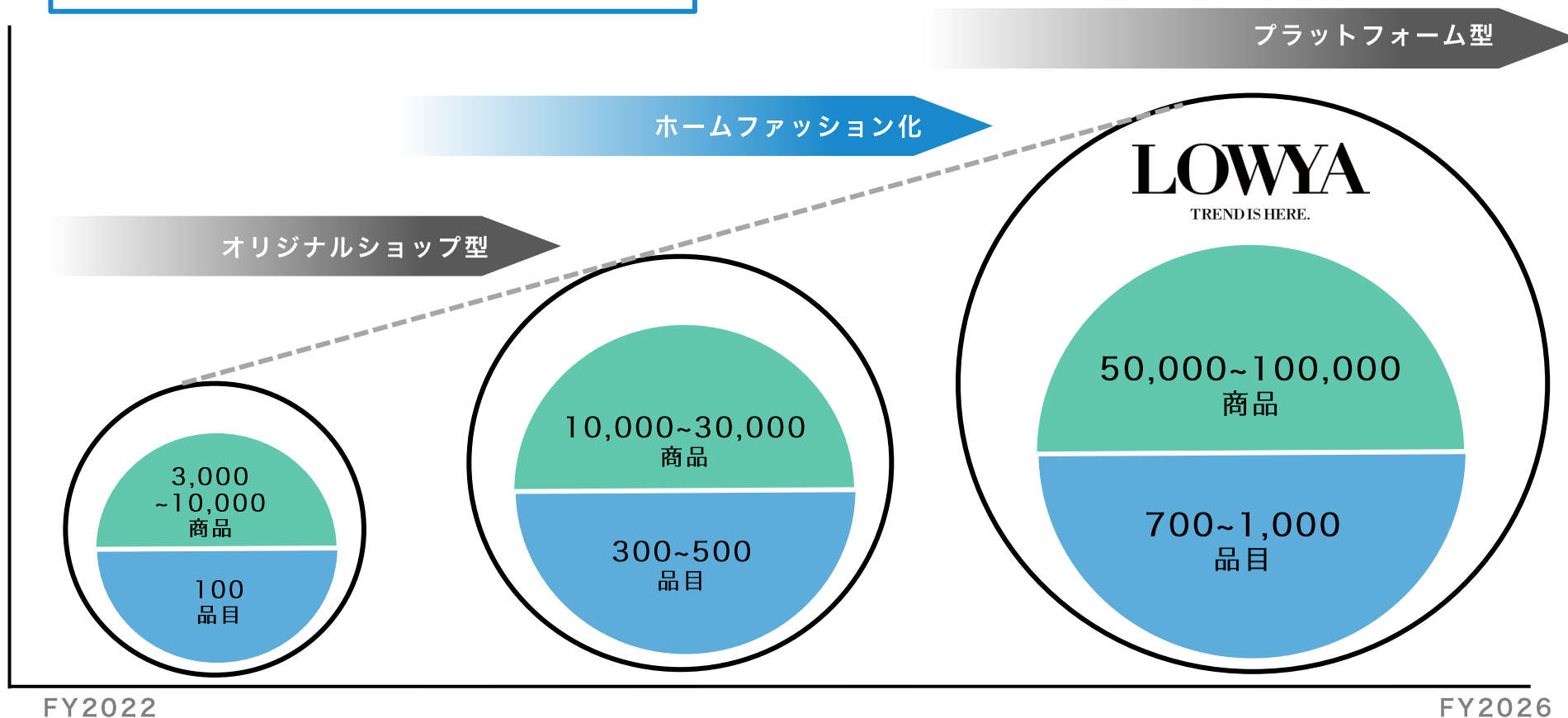


- ✓ 在庫安定化への対応
- ✓ 取扱い商品点数を拡大

品揃え強化：LOWYAプラットフォーム化の方針

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

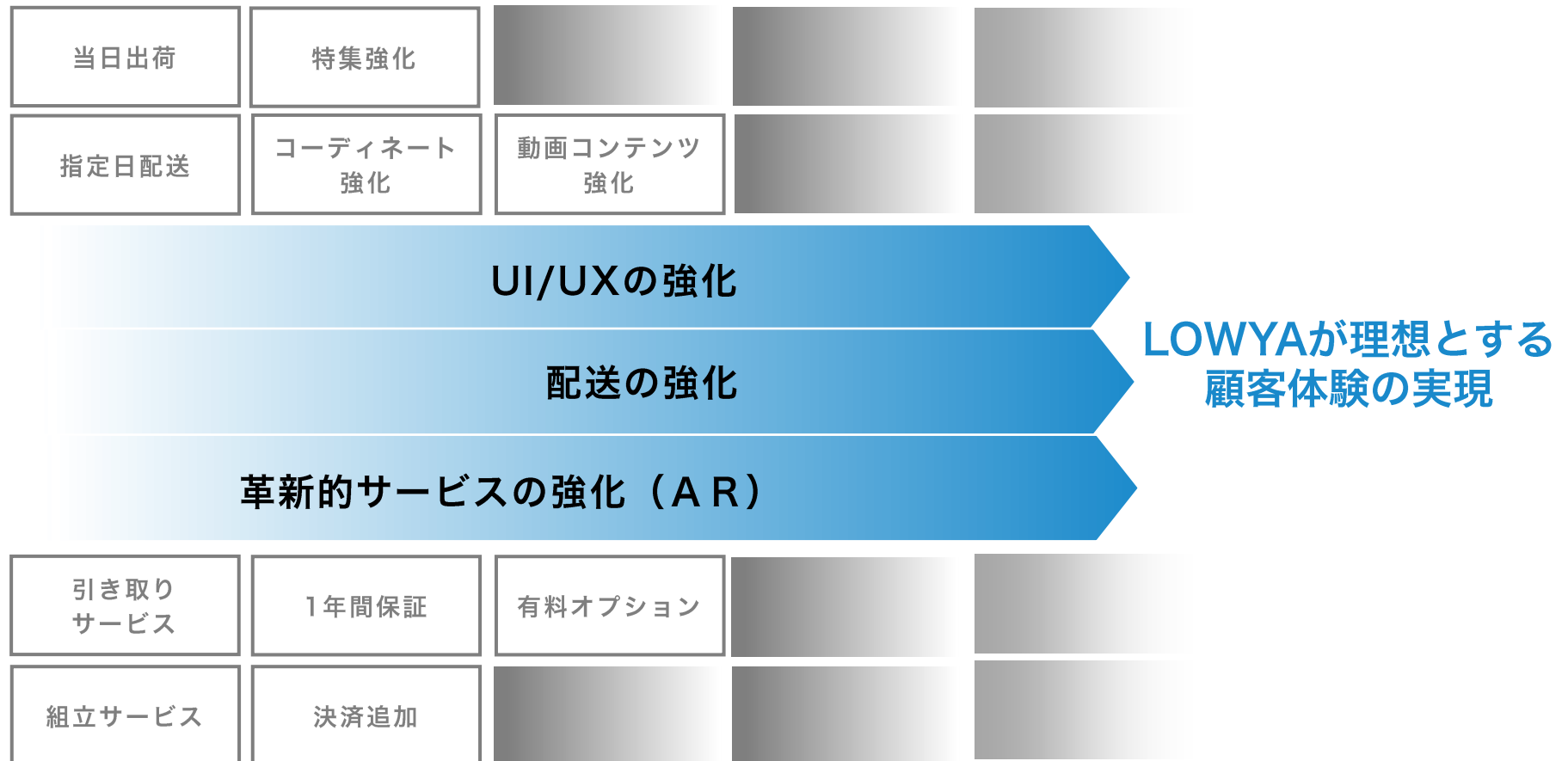


(注) 商品数と品目数はあくまでイメージを示すものであり、実際とは異なる可能性があります。

サービス強化：方針

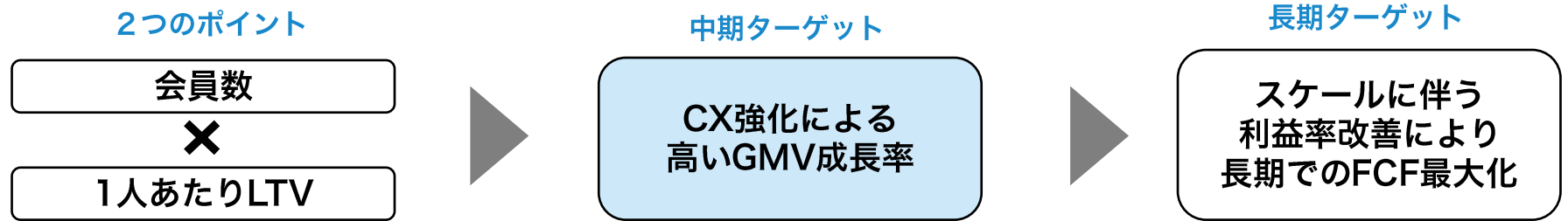
LTV最大化のためのサービス強化

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

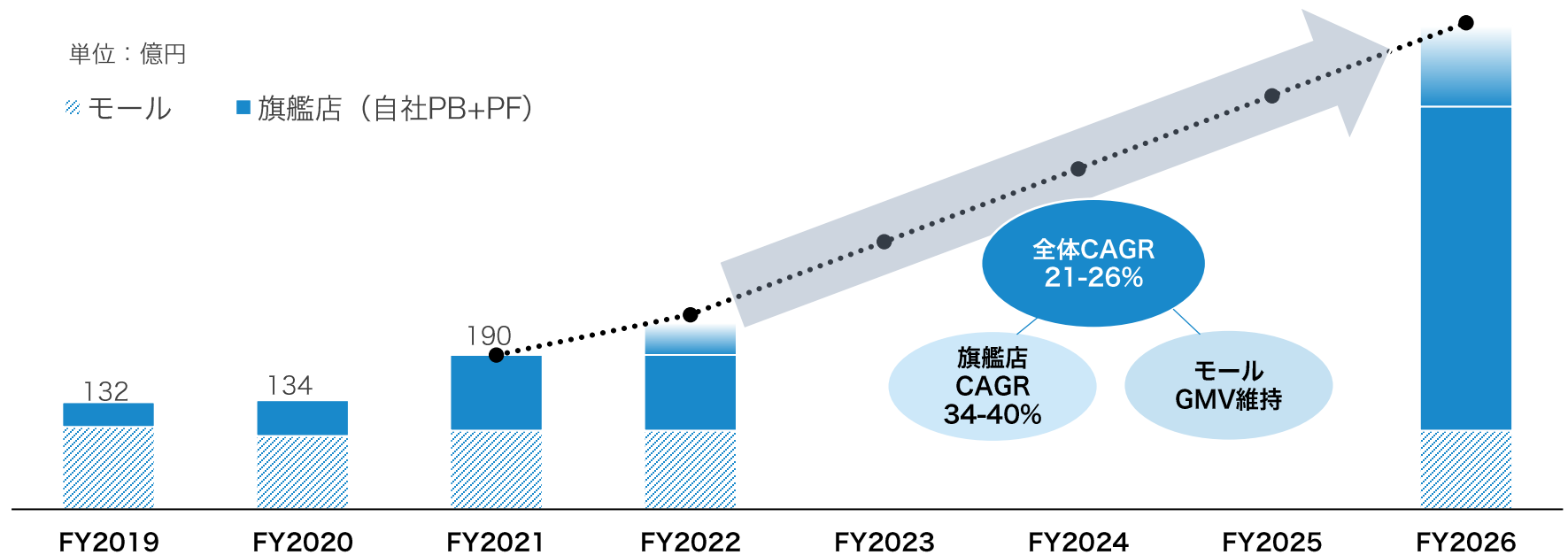


GMV目標

CX強化により、中期でCAGR21-26%のGMV成長をターゲットとする

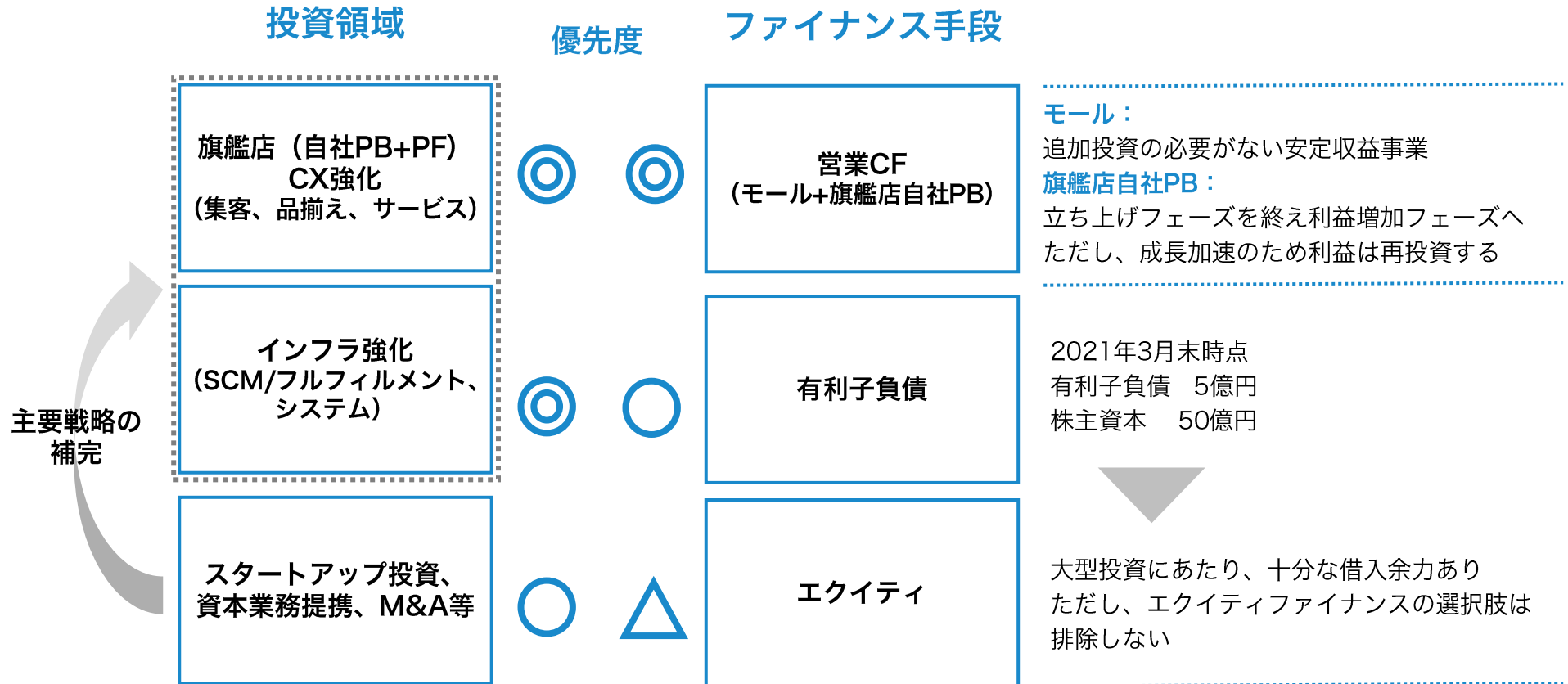


GMV 500~600億円



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

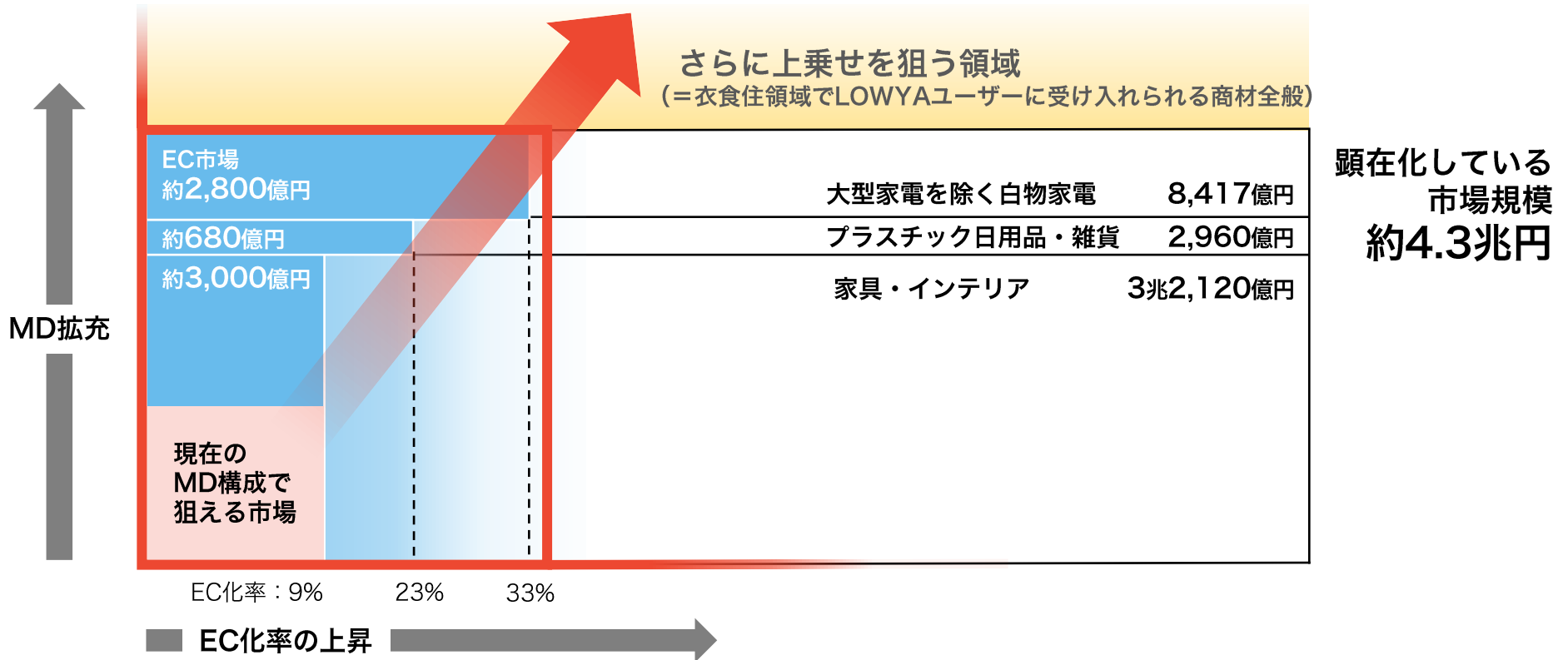


家具・インテリアEC市場の見通し

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。

3 | 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%

IRに関するお問い合わせ

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。