

2025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 2025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
- 4 2025年3月期 業績予想



# 1

**2025年3月期**

**第1四半期決算概要**



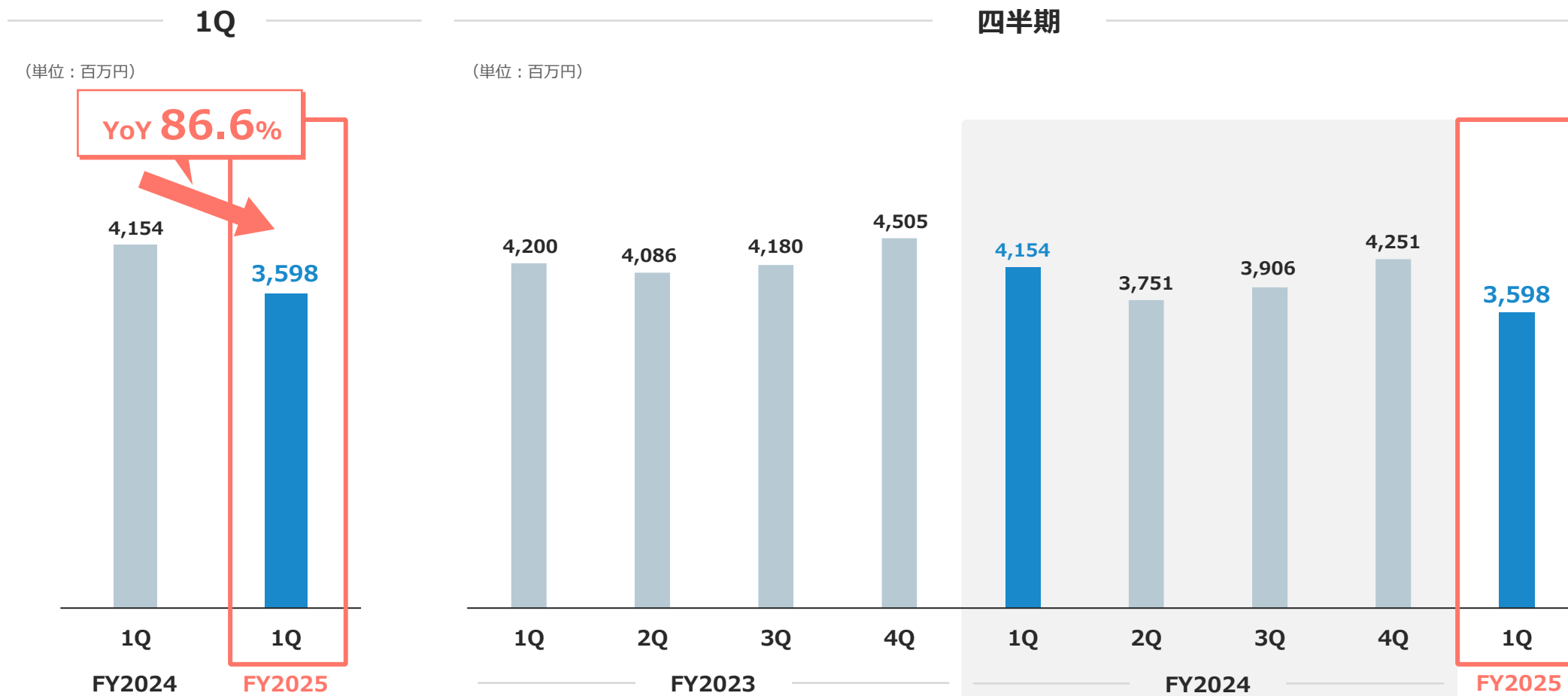
前第2四半期より利益重視の経営に方針転換し、各事業運営に取り組んだ結果、上期計画に対して概ね順調に推移。  
 売上高は**3,598百万円（YoY 86.6%）**に減少したが、営業利益は**202百万円（YoY +237百万円）**と大幅改善。

（単位：百万円）

	2024年3月期 第1四半期実績	2025年3月期 第1四半期実績	YoY	2025年3月期 上期計画	2025年3月期 第1四半期進捗率
売上高	4,154	3,598	86.6%	7,600	47.4%
売上総利益	1,989	1,880	94.5%	—	—
売上総利益率	47.9%	52.2%	—	—	—
販管費	2,023	1,677	82.9%	—	—
販管费率	48.7%	46.6%	—	—	—
営業利益	△34	202	—	400	50.6%
営業利益率	—	5.6%	—	—	—
経常利益	△29	203	—	400	50.9%
四半期純利益	△19	130	—	240	54.3%

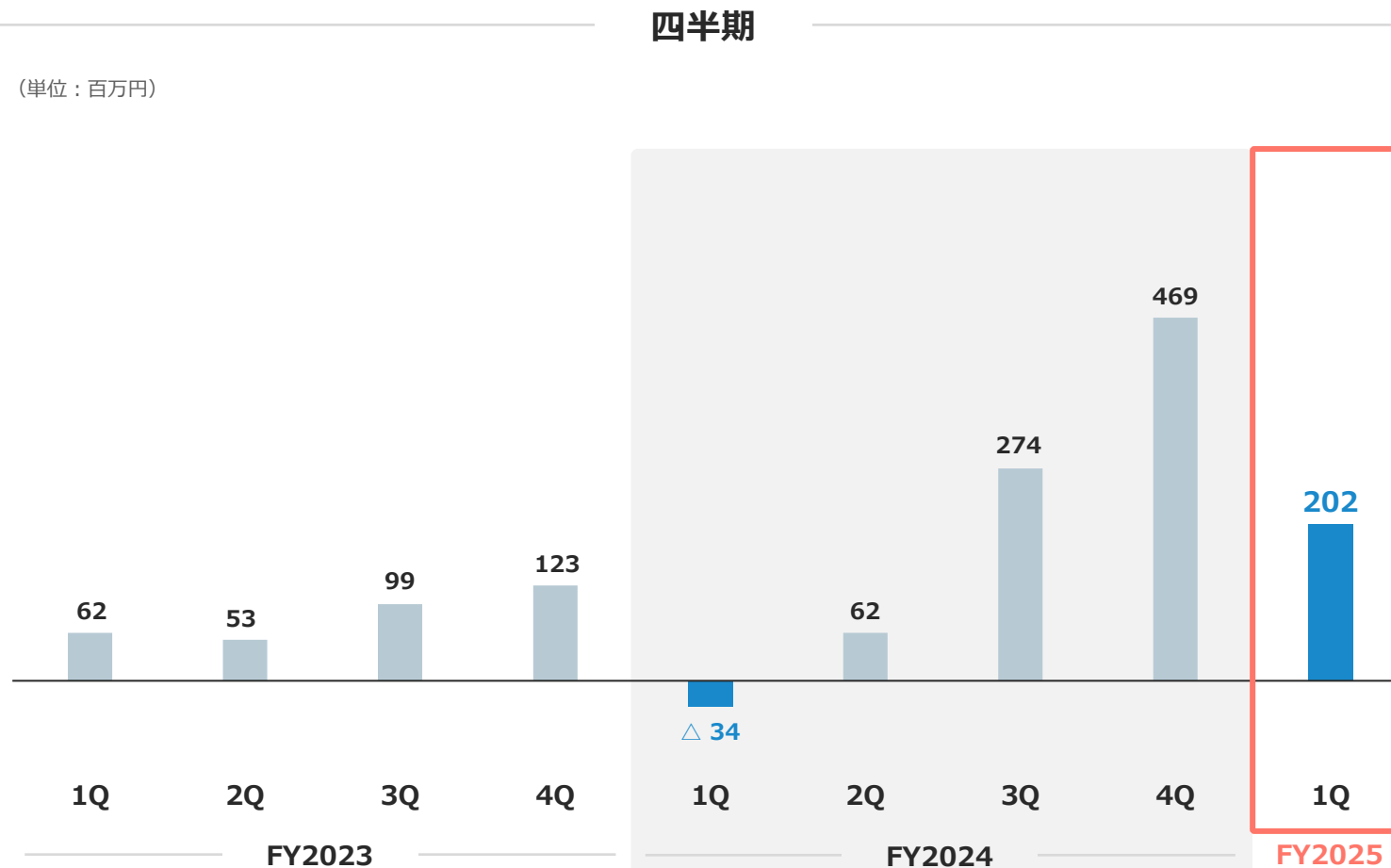
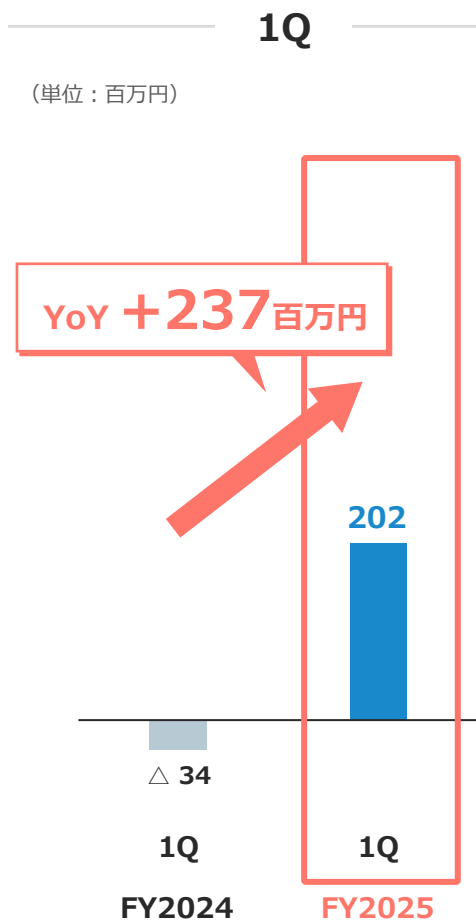


前第2四半期より利益重視の施策に取り組んだため、アクセス数や流通が減少し、当第1四半期の売上高は**3,598百万円 (YoY 86.6%)**で着地。





前第2四半期より各事業ともに利益重視の施策に取り組んだことにより、  
当第1四半期の営業利益は**202百万円 (YoY +237百万円)**で着地。





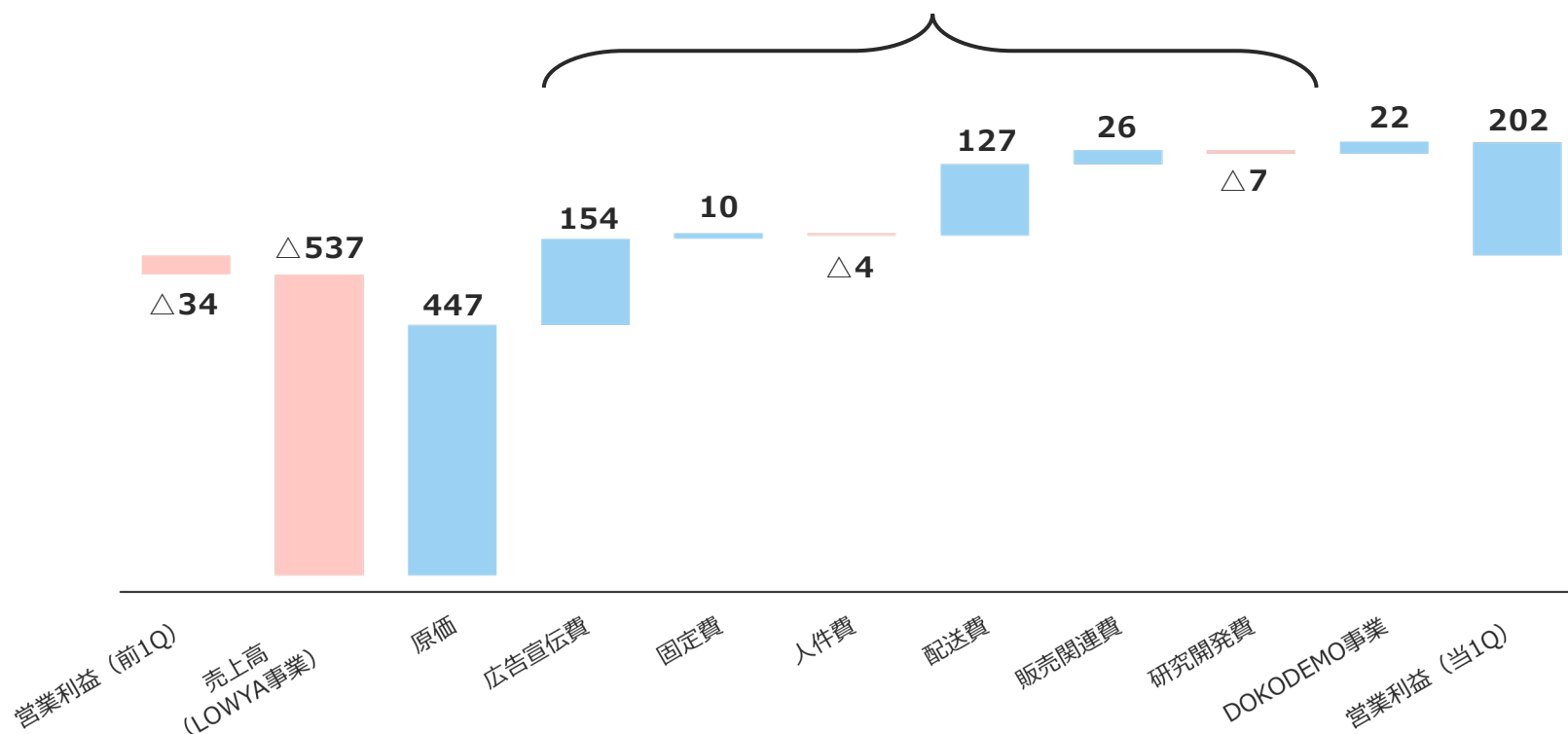
LOWYA事業で、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの適正化等に取り組んだ結果、収益を改善。

## 営業利益増減要因（前年同期比）

（単位：百万円）

LOWYA事業販管費削減額

計 305 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減少

- 広告宣伝費の削減
- 売上高の減少に伴う配送費の減少

※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80.6%と高水準を維持。

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期 第1四半期		2024年3月期	2025年3月期 第1四半期
流動資産	6,153	5,935	流動負債	1,586	1,294
うち、現預金	1,750	2,032	うち、借入債務	—	—
うち、売掛金	1,739	1,119	固定負債	56	62
うち、商品	2,110	2,186	負債合計	1,643	1,356
固定資産	1,056	1,062	株主資本	5,486	5,511
うち、有形・無形固定資産	518	505	純資産合計	5,566	5,641
資産合計	7,209	6,998	負債純資産合計	7,209	6,998





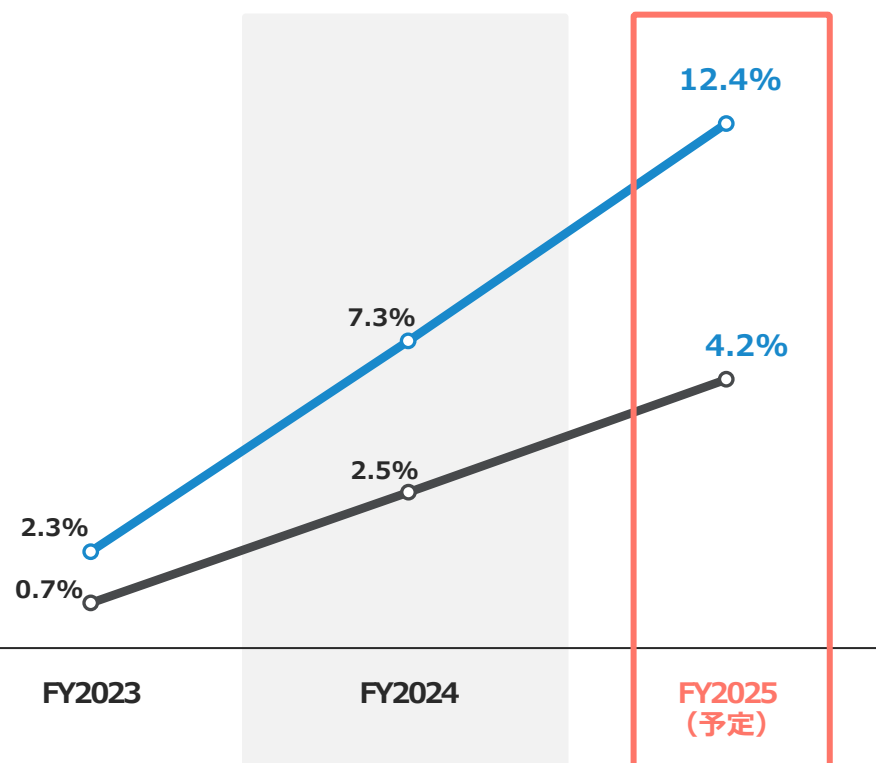
2025年3月期はROE 12.4%、当期純利益率 4.2%の計画。

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

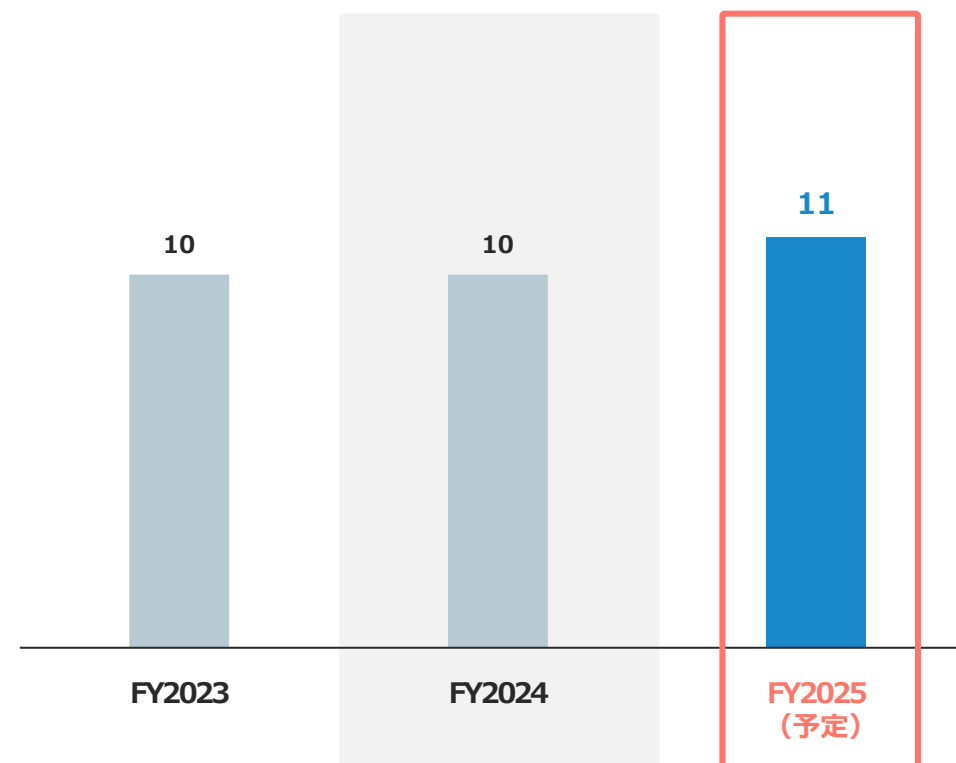
(単位：%)

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

2024年5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。



## 配送時の梱包サイズを縮小

2024年6月

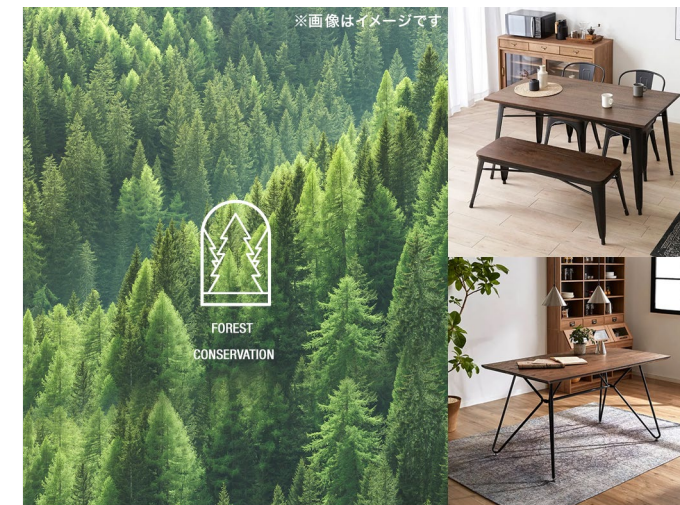
マットレスをロール梱包して配送することで  
コンパクトで受け取りやすい状態でお届け。  
配送の効率化によりCO2排出量削減に貢献。



## 環境に配慮した木材の採用

2024年6月

森林保全の観点から適切に生産された木材を  
一部の商品に採用。





# 2

## LOWYA事業の報告



利益重視に方針転換し、前第2四半期より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**3,507百万円**（YoY 86.7%）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。

## 売上高

**3,507** 百万円

YoY 86.7%

## 実店舗数

**3** 店舗

前期末比 -

## 客数

**171** 千人

YoY 78.5%

## 客単価 ※1

**20,901** 円

YoY 107.5%

## 旗艦店会員数 ※2

**1,643** 千人

YoY 113.2%

## APP DL数 ※2

**1,559** 千件

YoY 163.5%

## 取扱商品数 ※2

**3,428** 点

YoY 82.5%

エンゲージメント  
アカウント数 ※2、3**1,544** 千アカウント

YoY 146.0%

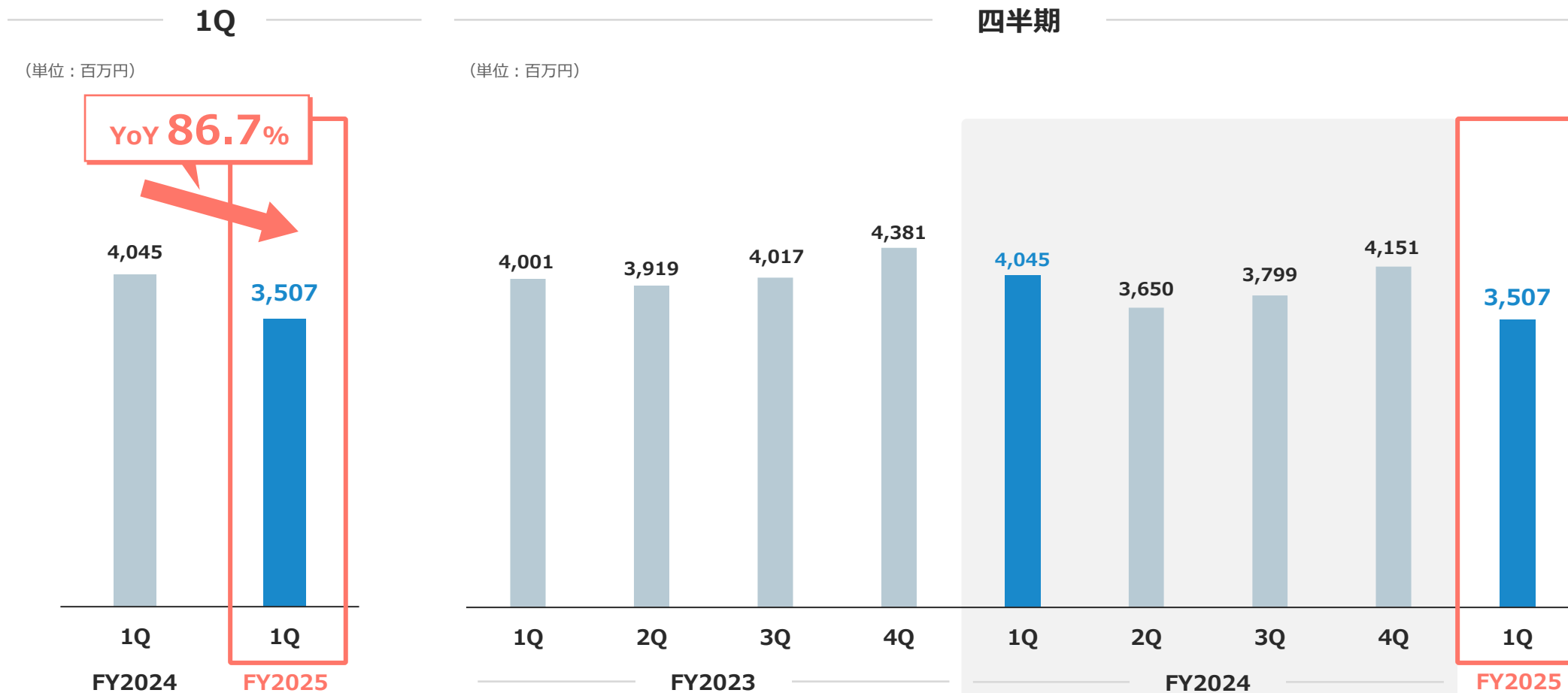
※1. 受注GMV（Gross Merchandise Value（流通総額））を受注件数で除すことにより算出

※2. 2024年6月末時点

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



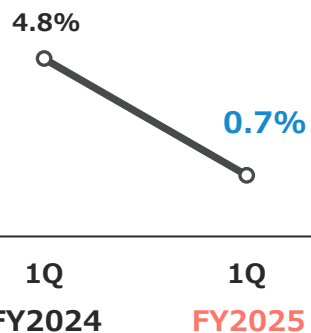
前第2四半期より利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの適正化を実施した影響により、売上高は**3,507百万円 (YoY 86.7%)**で着地。



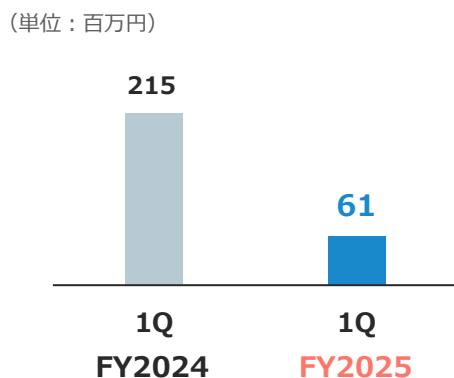


前第2四半期より利益率改善の取組みとして販売促進費及びマーケティングコストの適正化を実施した影響により、売上高はYoY 80%~95%で推移。

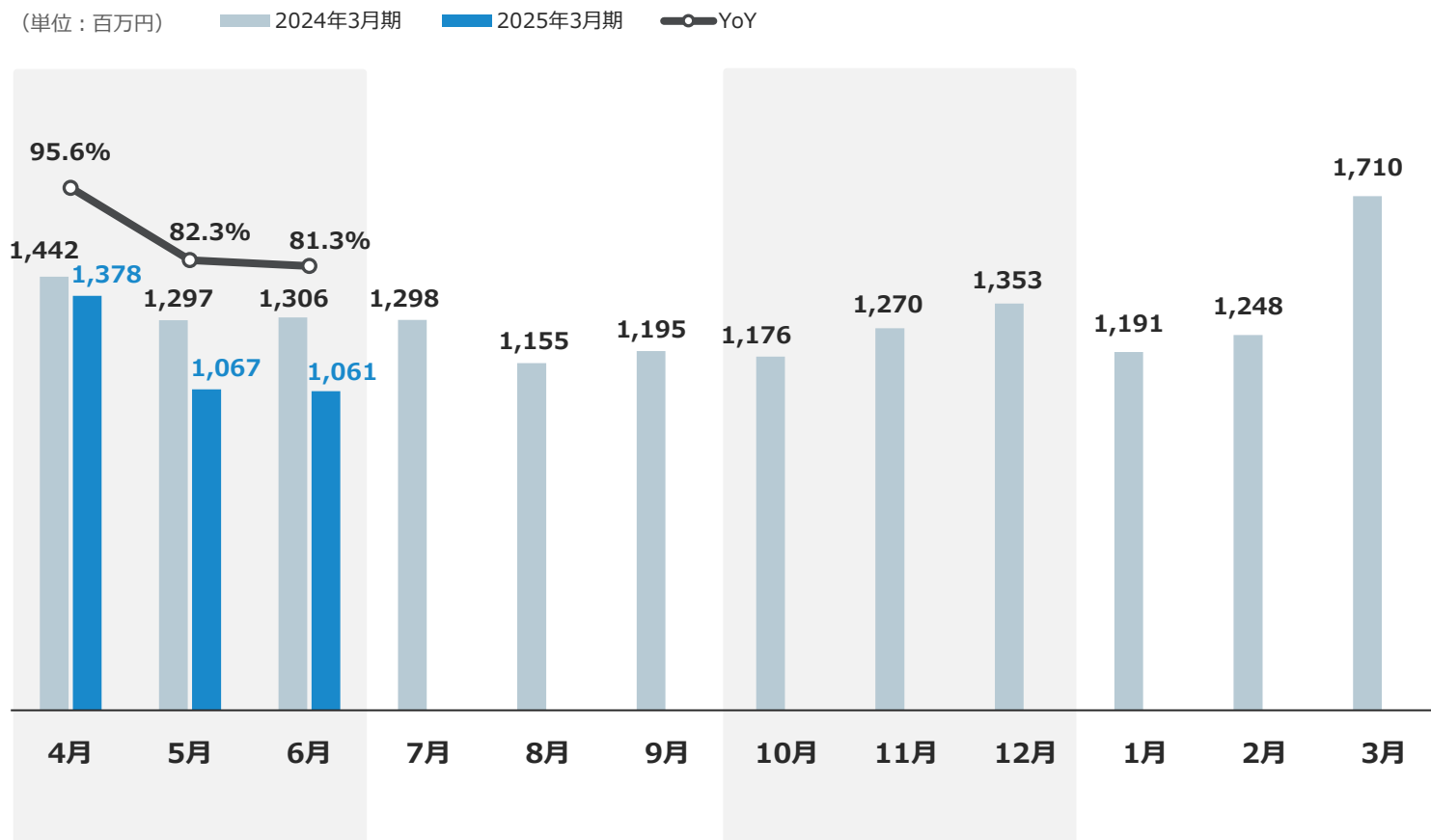
### 販促費率 (1Q)



### 広告宣伝費 (1Q)

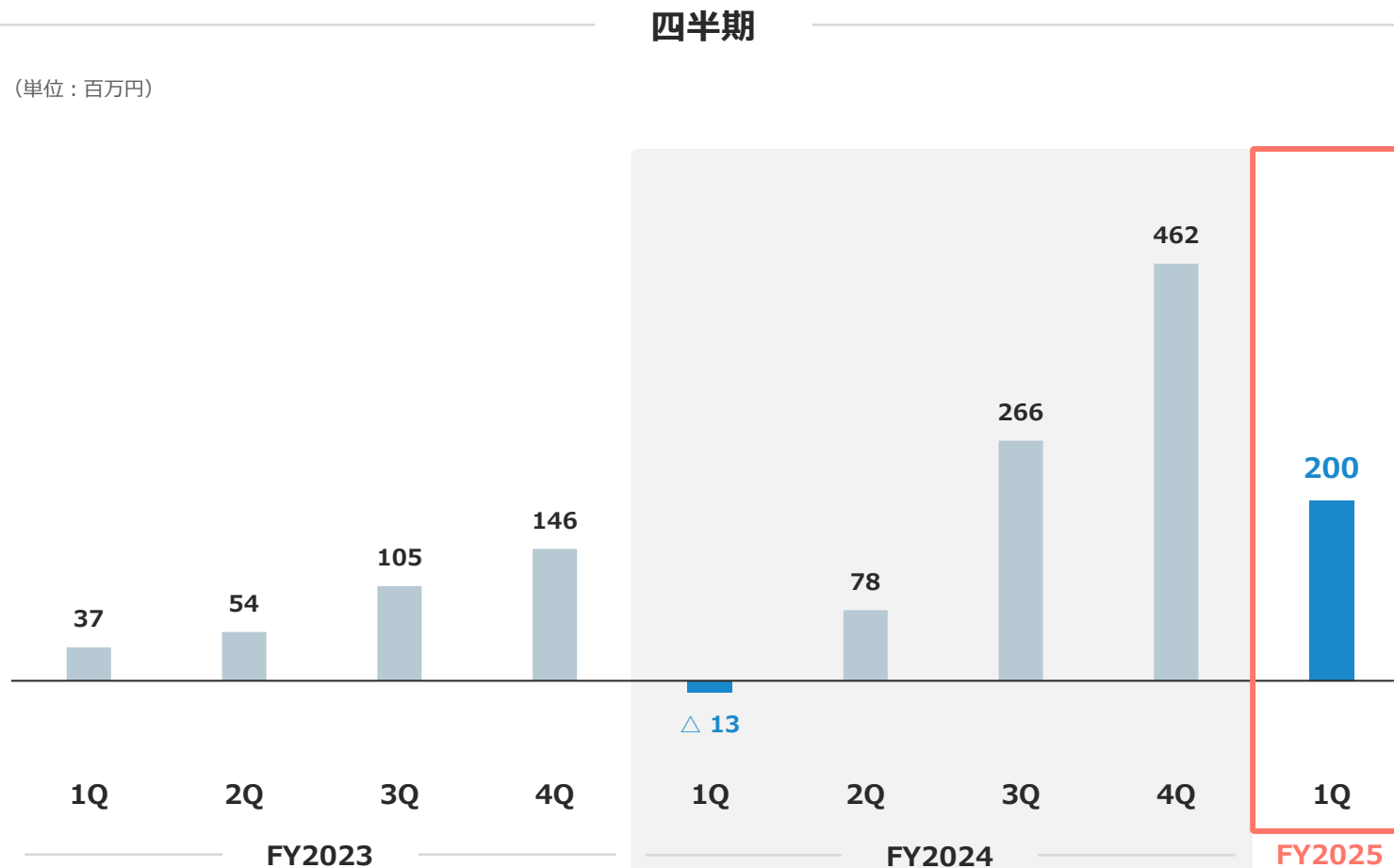
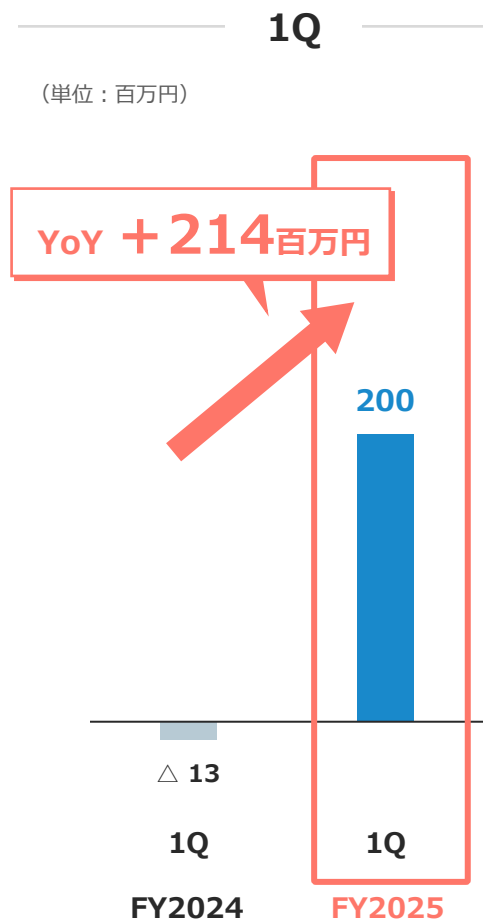


### 売上高 (月次)





前第2四半期より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影響により、営業利益は200百万円 (YoY +214百万円) となった。

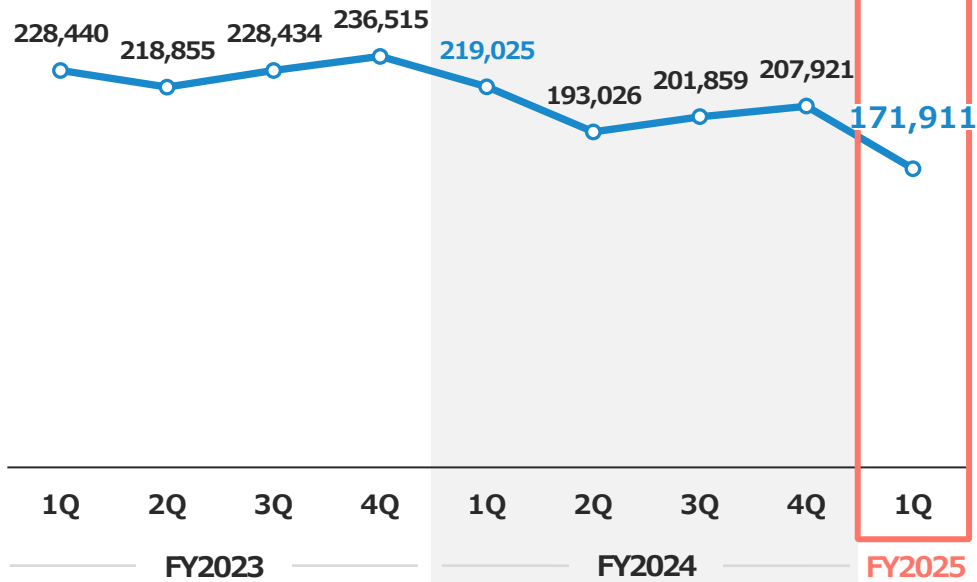




利益率改善の取組みとして**販売促進費**及び**マーケティングコストの適正化**を実施した影響により、**客数**は前年同四半期に比べ減少。**客単価**は安定的に推移。

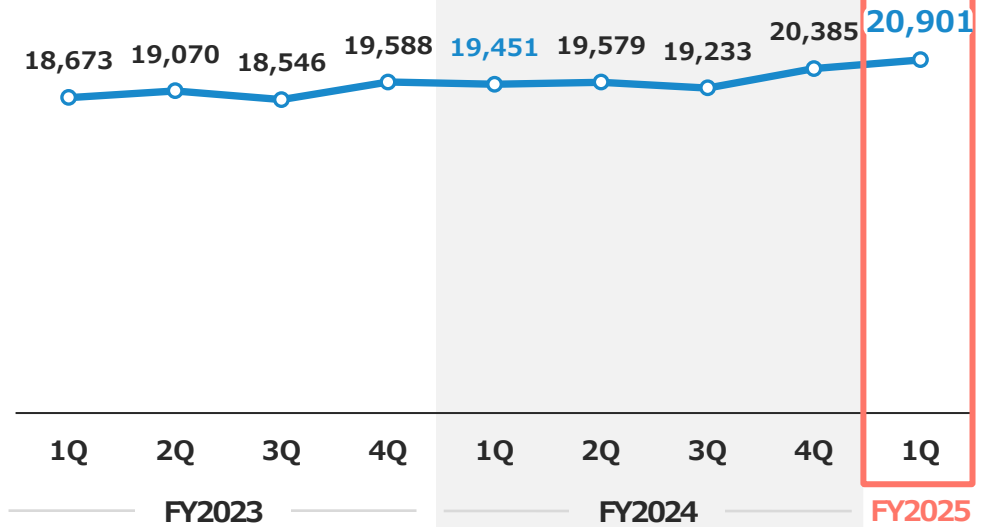
### 客数

(単位：人)



### 客単価

(単位：円)



※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。

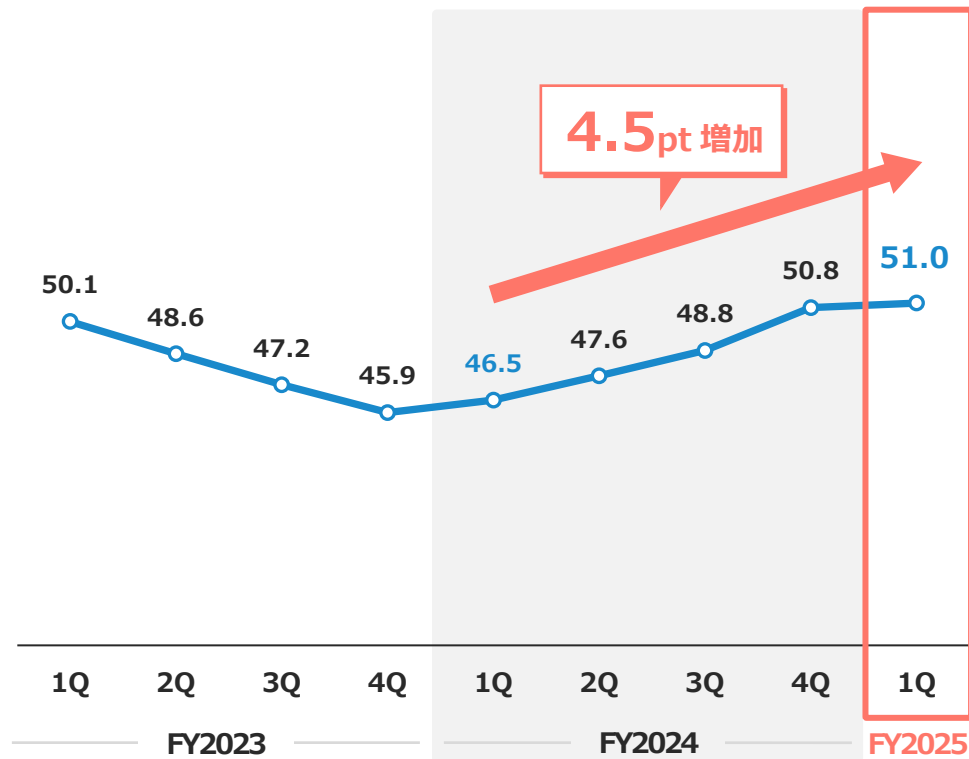




円安が大幅に進行したが、販売促進費の削減及び価格転嫁の効果により、  
売上総利益率は**51.0%**（YoY 4.5pt増）で着地。

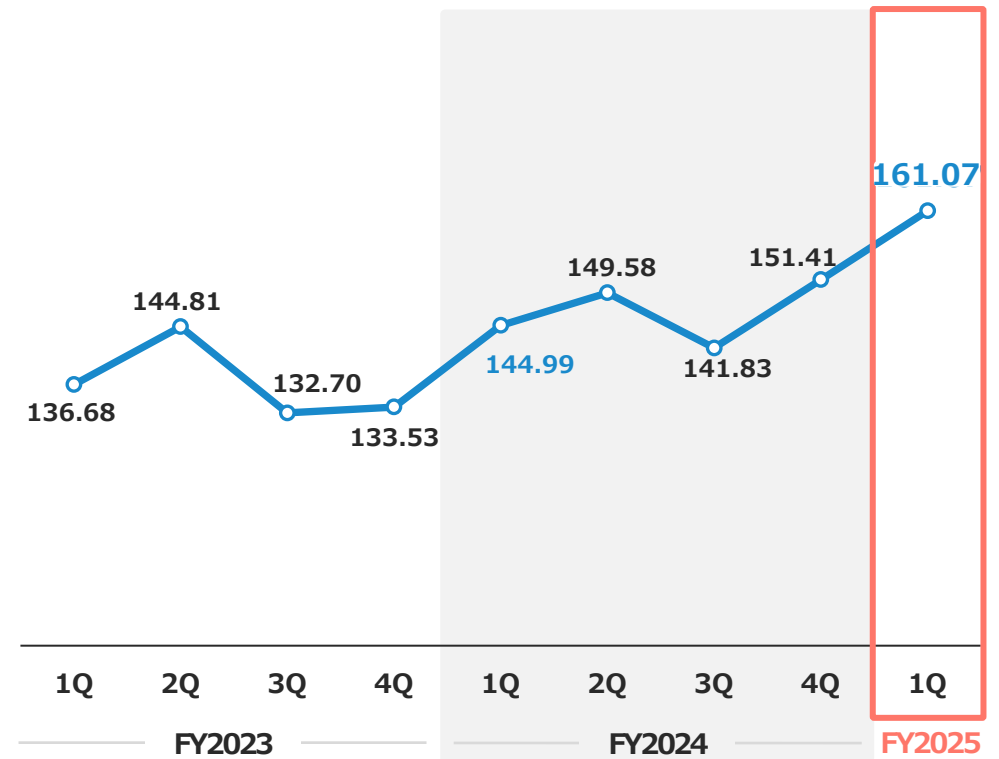
### 売上総利益率

(単位：%)



### 為替レート

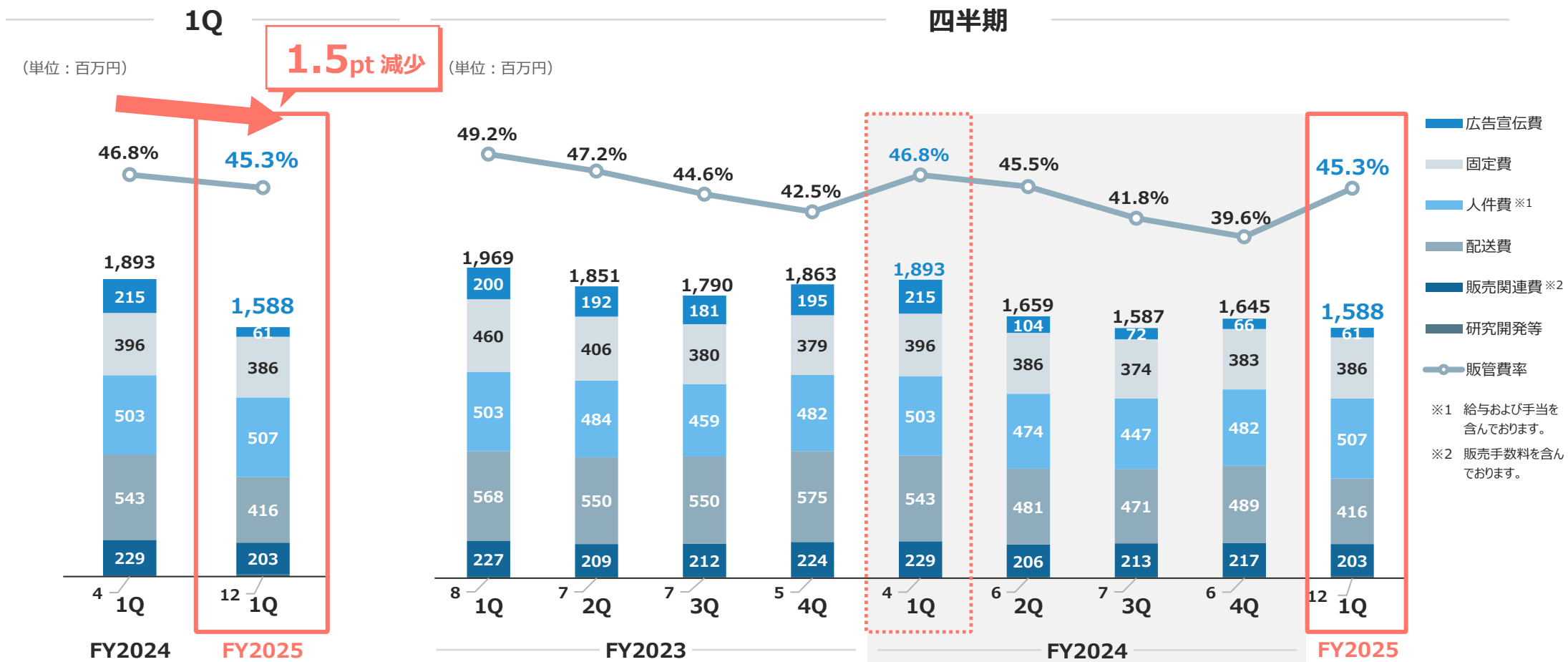
(単位：円/USD)



※為替レートは、四半期末日レートです。



前第2四半期より開始した、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの適正化等に取り組んだ結果、  
**販管費率が45.3% (YoY 1.5pt減)**で着地。



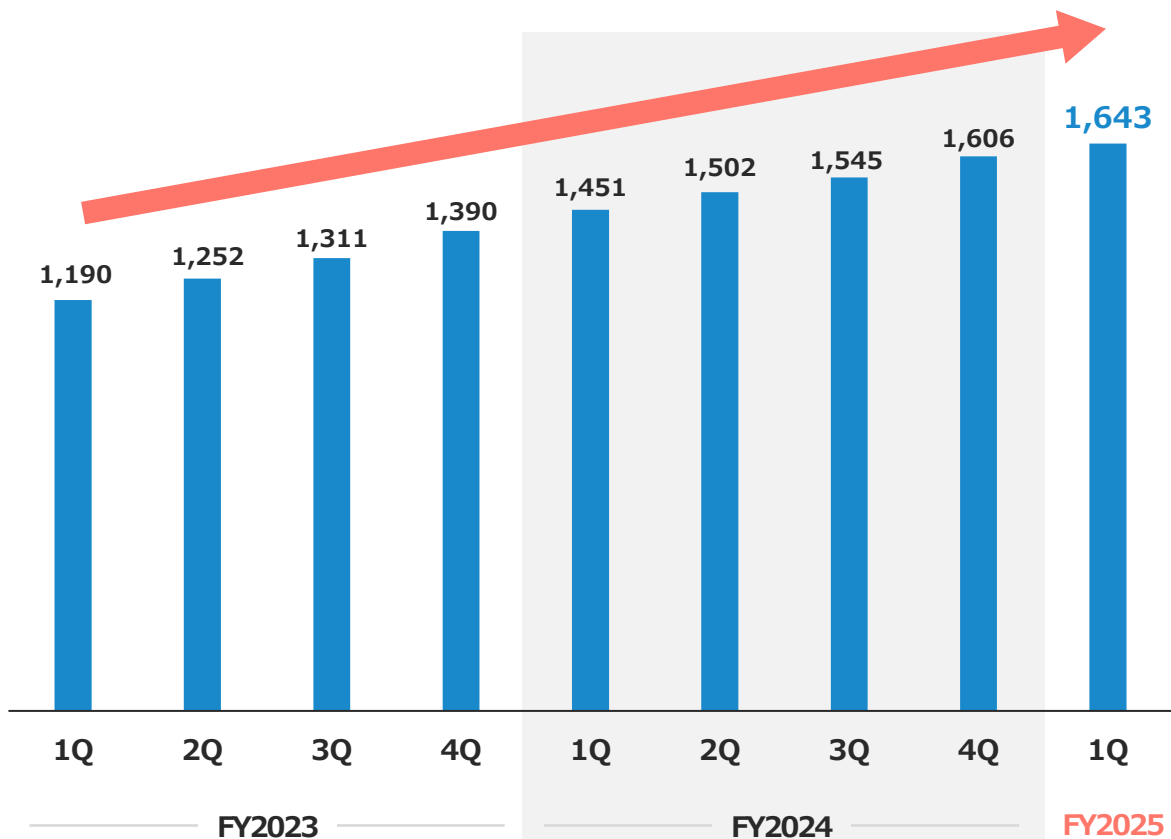
※算定基準となる売上高はDOKODEMO事業及び研究開発費に係る収益を除いた金額となる為、損益計算書上の販管費比率とは一致いたしません。  
 ※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期も遡及修正して表示しております。



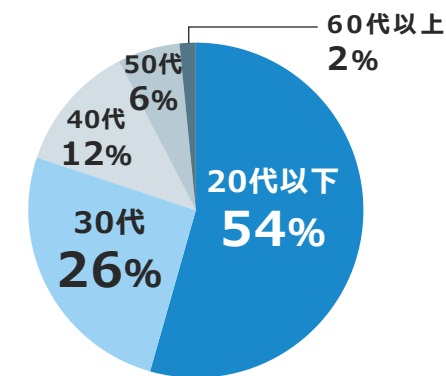
20代～30代の支持が厚く、旗艦店の会員数は着実に増加している。

### 旗艦店の会員数推移

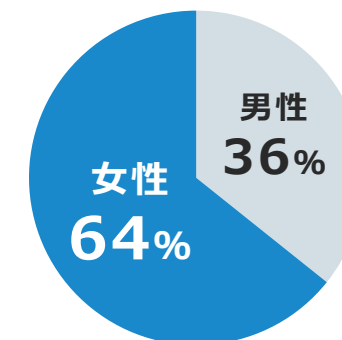
(単位：千人)



### 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



選べる天板タイプ ダイニング5点セット  
99,970円(税込)~



大理石柄マントルピース  
22,990円(税込)



コイル2層構造マットレス  
39,990円(税込)~



ワイドサイズカウチソファ  
99,990円(税込)

## その他



3Dサーキュレーター  
5,990円(税込)



空気清浄機能付き除湿器  
19,990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**155万**、Instagramフォロワー数は**105万**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・チャンネルの規模（2024年6月末現在）



スマホアプリ

**155**万 ダウンロード（累計）



Instagram

**105**万 フォロワー



TikTok

**28**万 フォロワー



YouTube

**12**万 チャンネル登録者

### LOWYAの公式アプリ



### LOWYAの公式SNS



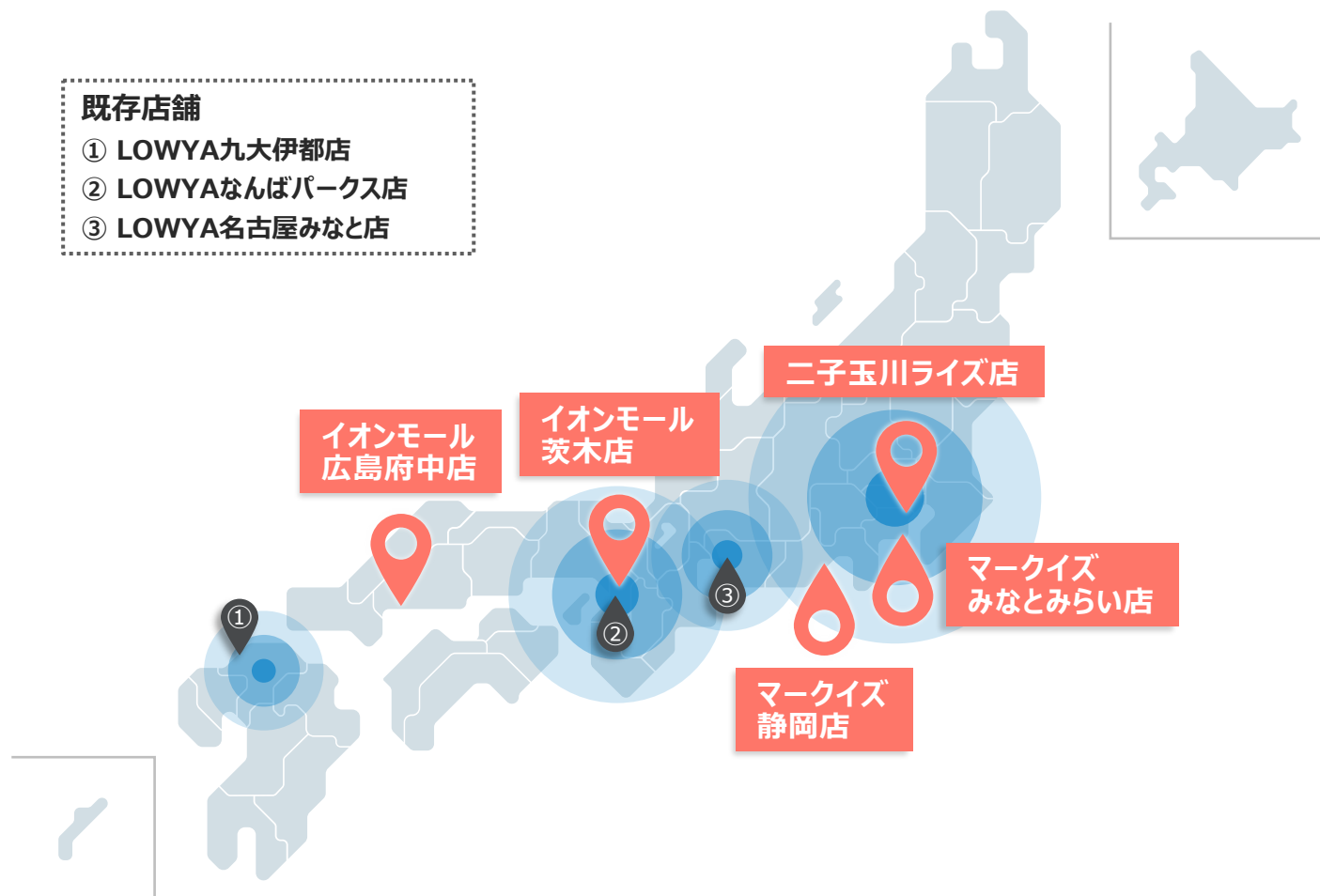


2024年8月に**横浜**、9月に**東京**出店予定。

また、2024年10月に**広島**、11月に**大阪（茨木）**、2024年冬に**静岡**にも出店が決定。

### 既存店舗

- 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



**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 (予定)  
**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二子玉川ライズ店  
**開業日** : 2024年9月14日 (予定)  
**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)

**店舗名** : LOWYAイオンモール 広島府中店 (仮称)  
**開業日** : 2024年10月5日 (予定)  
**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 (仮称)  
**開業日** : 2024年11月2日 (予定)  
**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 (仮称)  
**開業日** : 2024年冬  
**出店場所** : MARK IS 静岡 (静岡県静岡市)



# 3

## DOKODEMO事業の報告



前第2四半期より利益重視に方針転換したことにより、GMVは569百万円（YoY 76.1%）、売上高は91百万円（YoY 83.3%）で着地。会員数やアプリダウンロード数は順調に推移。

2024年7月にInagora（インアゴラ）株式会社が運営する豌豆（ワンドウ）の旗艦店「Wonderfull」が出店。

GMV ※1

569 百万円

YoY 76.1%

売上高

91 百万円

YoY 83.3%

会員数 ※2

1,101 千人

YoY 106.9%

APP DL数 ※2

1,621 千件

YoY 109.1%

客単価

12,207 円

YoY 95.9%

ブランド数 ※2

1,291 点

YoY 105.7%

取扱商品数 ※2

46,578 点

YoY 105.0%

配送実績 ※2、3

120 か国

YoY 103.4%

※ 豌豆（ワンドウ）は、Inagora株式会社が開発・運営する日本商品に特化した中国消費者向け越境ECプラットフォーム

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. 2024年6月末時点

※3. 国と地域の配送実績数（過去累積）

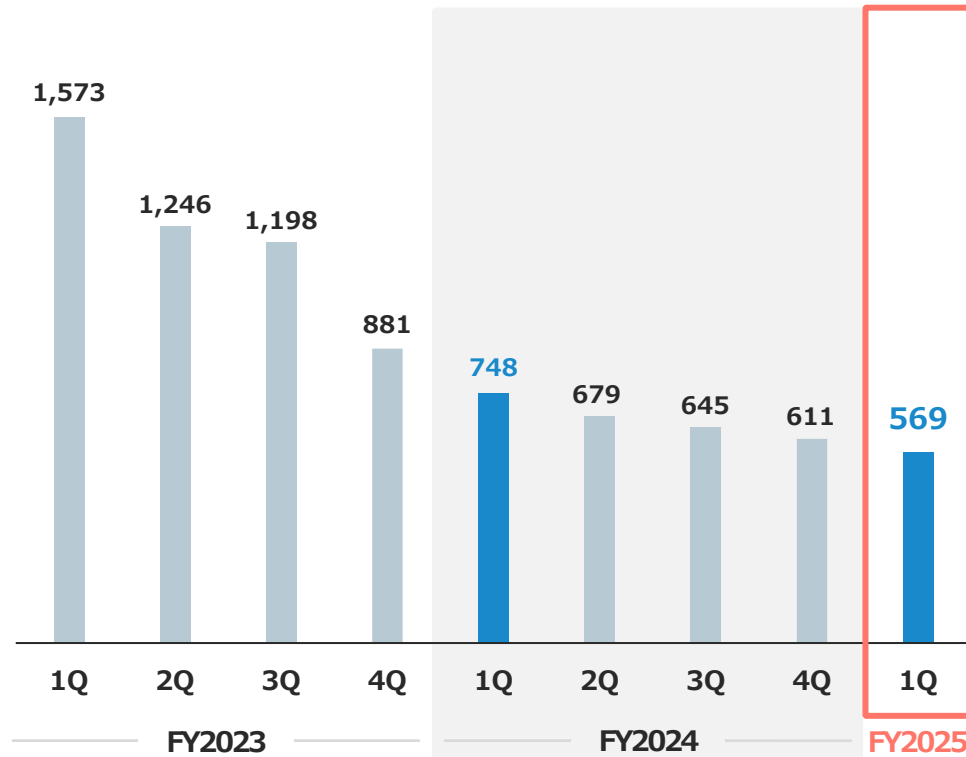




利益率改善の取組みとして**販売促進費**及び**マーケティングコストの適正化**を実施した影響により、GMVは**569百万円**で着地したものの、**収益構造が改善し、事業収支は黒字で着地**。

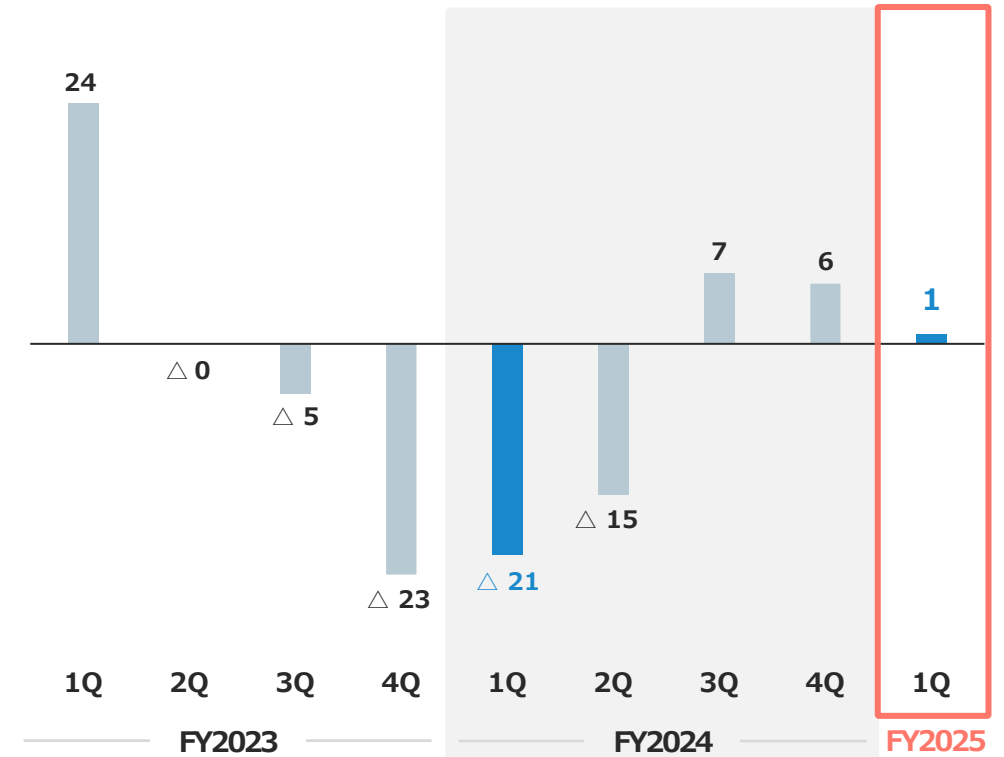
GMV

(単位：百万円)



事業収支

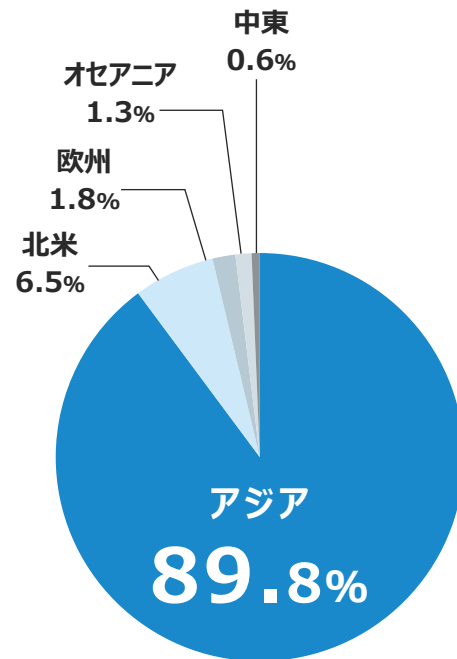
(単位：百万円)



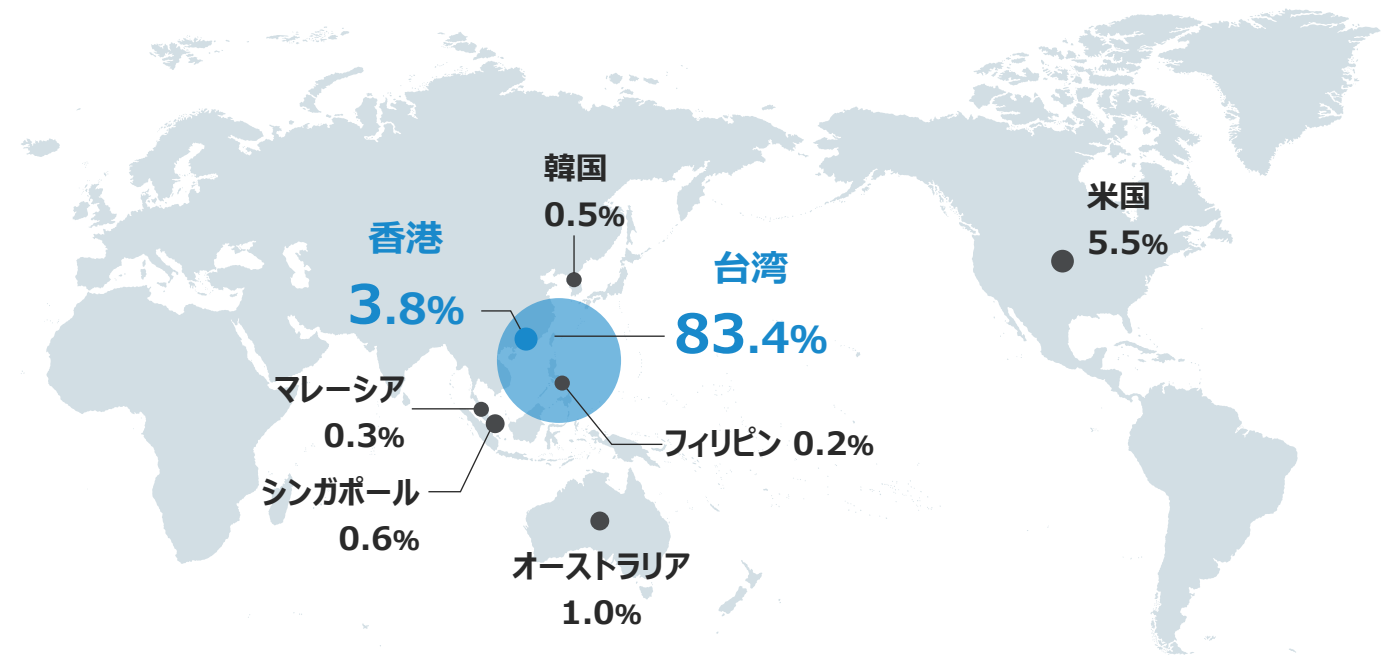


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの約9割を占めている。

### 地域別



### 国別





# 4

## 2025年3月期 業績予想



2024年5月15日開示の業績予想から変更なし。

	2025年3月期		YoY	
	上期予想	通期予想	上期	通期
売上高（百万円）	7,600	17,000	96.1%	105.8%
営業利益（百万円）	400	1,200	1,435.8%	155.5%
経常利益（百万円）	400	1,200	1,083.6%	151.8%
当期純利益（百万円）	240	720	984.0%	182.6%
1株当たり当期純利益（円）	23.2	69.7	—	—

## 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。