

2025年3月期第2四半期（中間期）

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2四半期（中間期）
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2四半期（中間期）決算概要



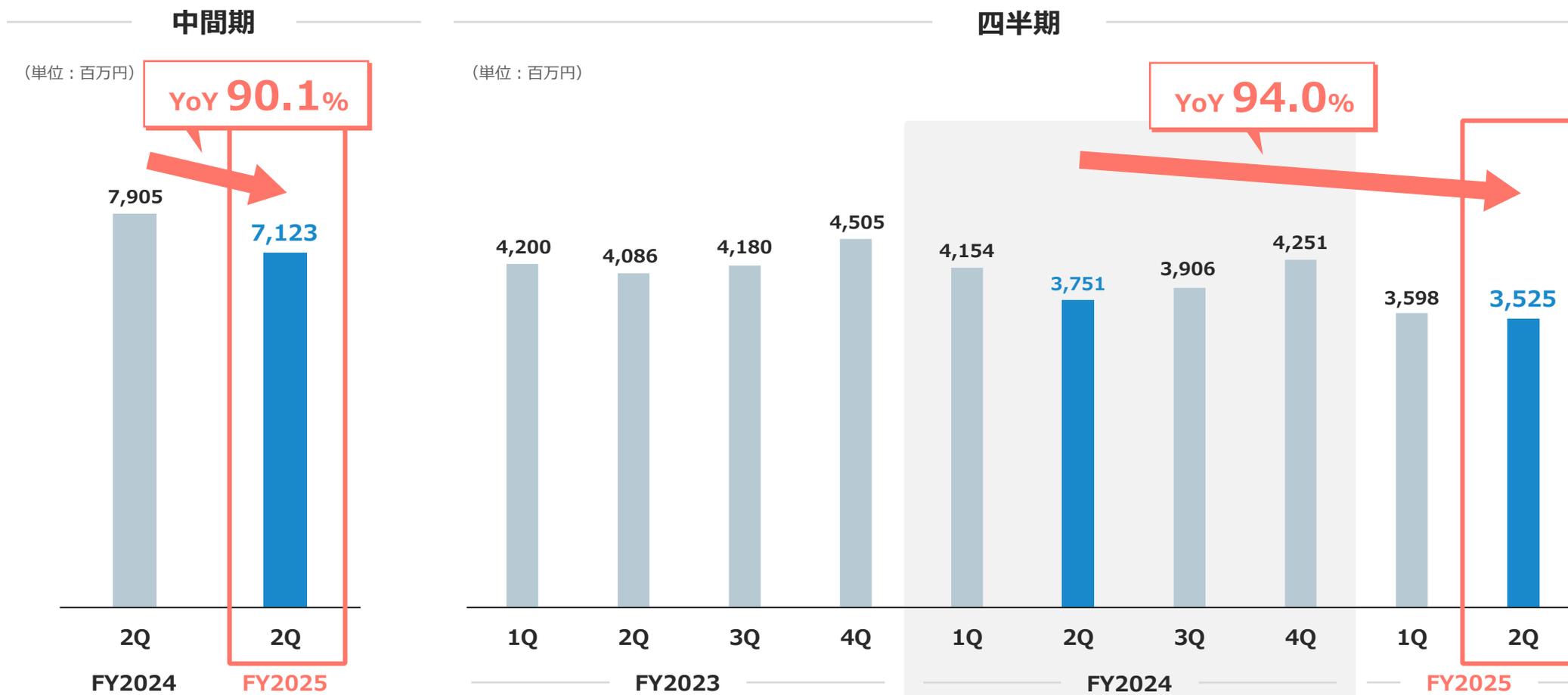
前第2四半期より利益重視の経営に方針転換し、各事業運営に取り組んだ結果、売上高は**7,123百万円（YoY 90.1%）**に減少したが、営業利益は**294百万円（YoY 1,058.7%）**と大幅改善。

（単位：百万円）

	2024年3月期 前中間期実績	2025年3月期 当中間期実績	YoY	2025年3月期 上期計画	2025年3月期 中間期進捗率
売上高	7,905	7,123	90.1%	7,600	93.7%
売上総利益	3,827	3,674	96.0%	—	—
売上総利益率	48.4%	51.6%	—	—	—
販管費	3,799	3,379	88.9%	—	—
販管费率	48.1%	47.4%	—	—	—
営業利益	27	294	1,058.7%	400	73.7%
営業利益率	0.4%	4.1%	—	—	—
経常利益	36	298	809.7%	400	74.7%
中間純利益	24	191	783.7%	240	79.6%



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、売上高は中間期が7,123百万円（YoY 90.1%）、2Qが3,525百万円（YoY 94.0%）で着地。

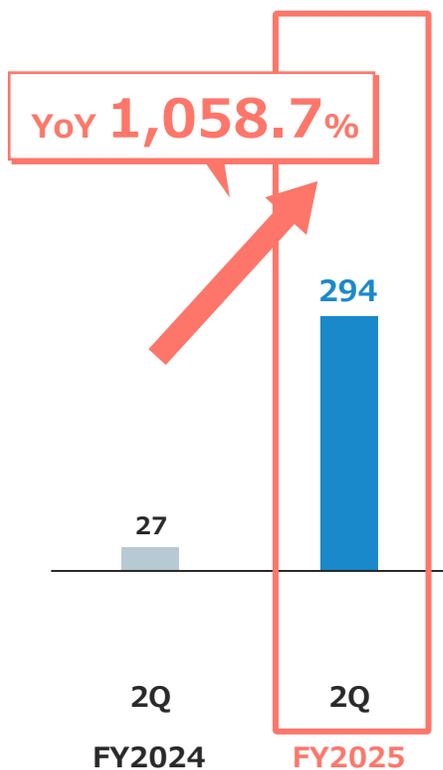




前第2四半期より各事業ともに利益重視の施策に取り組んだことにより、
 営業利益は、中間期が**294百万円 (YoY 1,058.7%)**、2Qが**92百万円 (YoY 147.7%)**で着地。

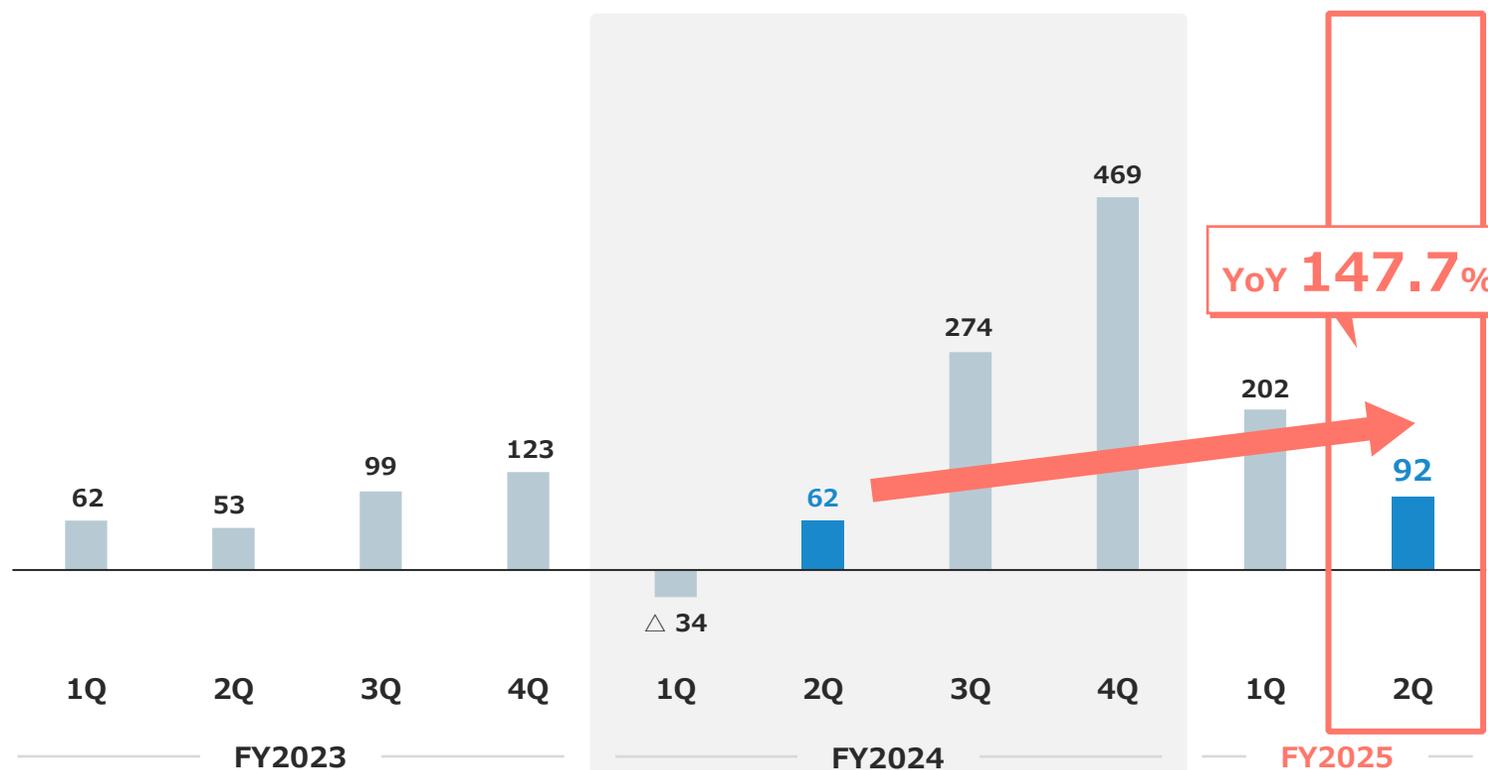
中間期

(単位：百万円)



四半期

(単位：百万円)

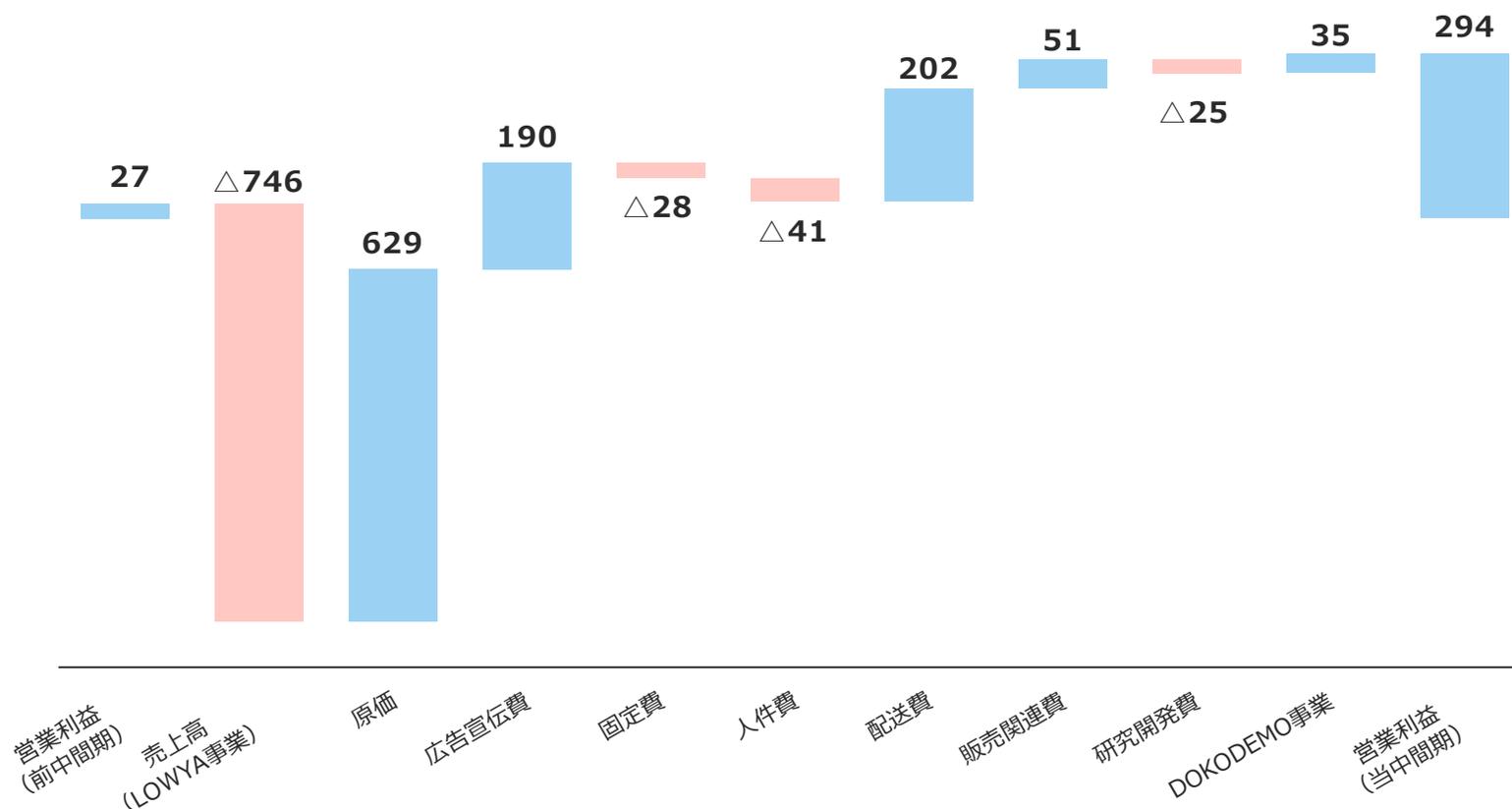




LOWYA事業で、利益改善の取組みとしてマーケティングコストの適正化等に取り組んだ結果、収益を改善。

営業利益増減要因（前年同期比）

（単位：百万円）



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。



無借金経営を継続。自己資本比率79.6%と高水準を維持。

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期 中間期		2024年3月期	2025年3月期 中間期
流動資産	6,153	5,758	流動負債	1,586	1,386
うち、現預金	1,750	2,006	うち、借入債務	—	—
うち、売掛金	1,739	1,175	固定負債	56	35
うち、商品	2,110	2,226	負債合計	1,643	1,421
固定資産	1,056	1,216	株主資本	5,486	5,605
うち、有形・無形固定資産	518	560	純資産合計	5,566	5,553
資産合計	7,209	6,975	負債純資産合計	7,209	6,975

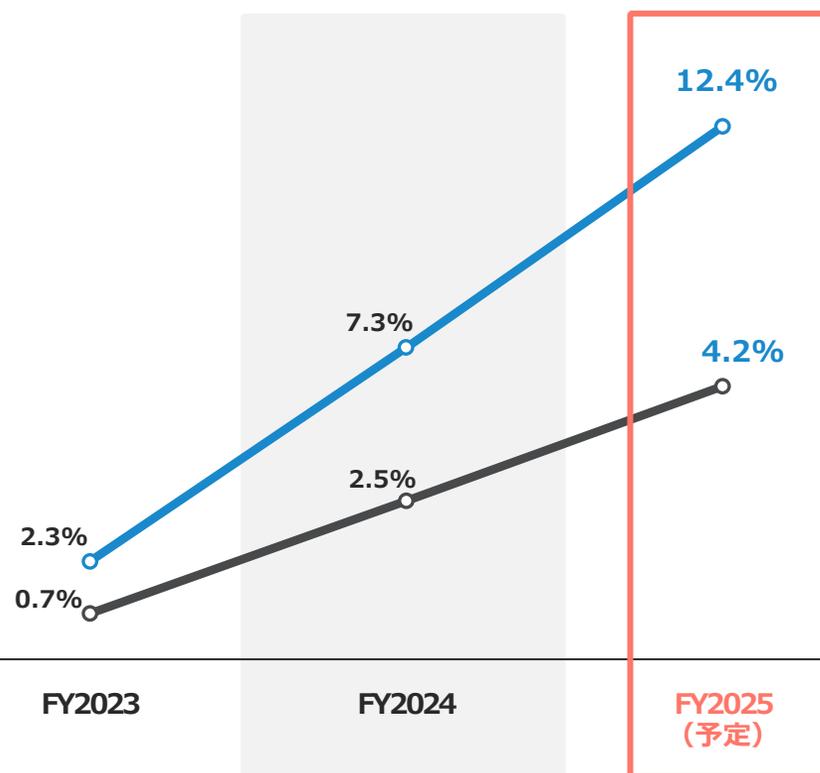


2025年3月期はROE 12.4%、当期純利益率 4.2%の計画。

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。

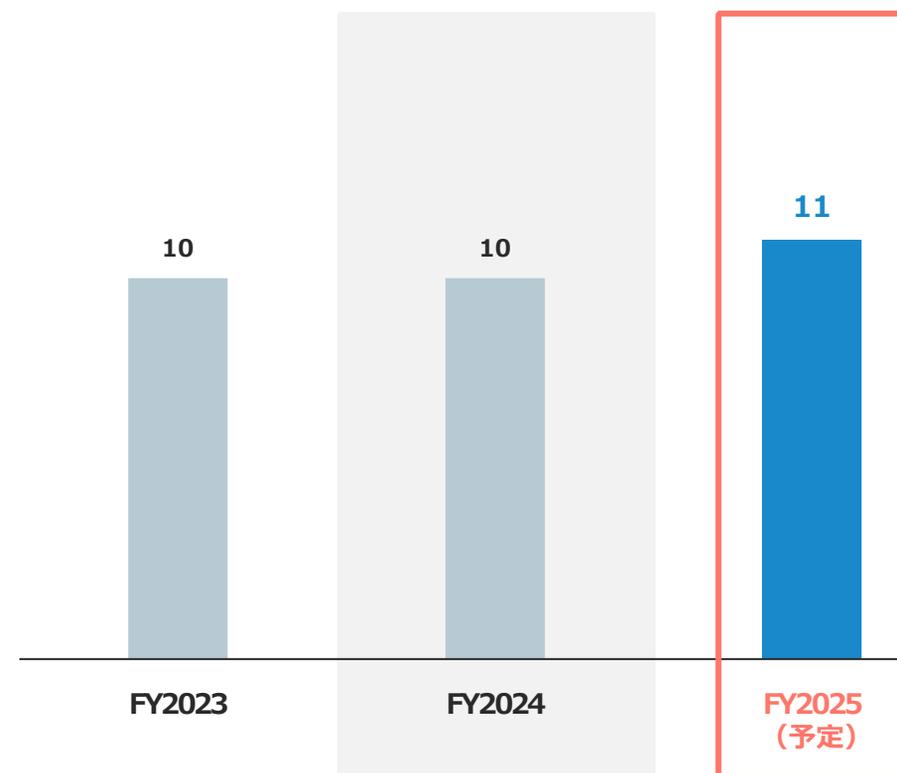
ROE・当期純利益率の推移

(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。

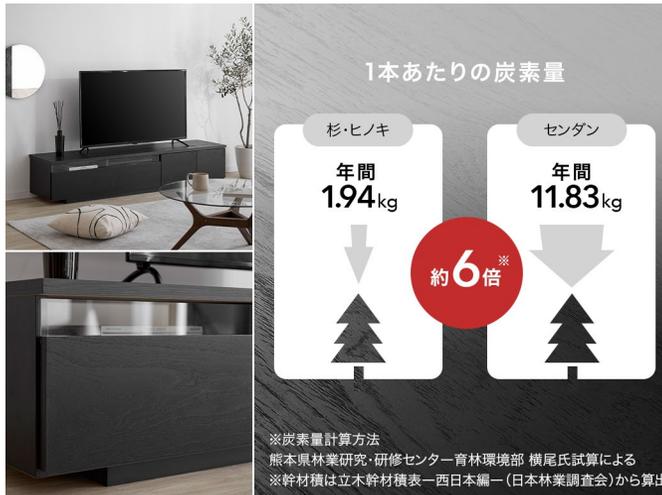
撮影品寄付

2024年7月、9月
福岡県内及び千葉県内の福祉施設へ
撮影時に利用した家具等を寄贈。



環境に配慮した素材の採用

2024年7月
CO2吸収能力の高いセンダン材を採用。



2024年7月
パイル原料にリサイクル素材を採用。





2

LOWYA事業の報告



前第2四半期に利益率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**6,949百万円（YoY 90.3%）**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。実店舗を新たに2店舗オープンし、計5店舗を展開中。

売上高

6,949 百万円

YoY 90.3%

実店舗数

5 店舗

前期末比 +2店舗

客数 ※1

344 千人

YoY 83.3%

客単価 ※1、2

21,325 円

YoY 109.4%

旗艦店会員数 ※3

1,692 千人

YoY 112.7%

APP DL数 ※3

1,613 千件

YoY 160.7%

取扱商品数 ※3

3,226 点

YoY 76.6%

エンゲージメント
アカウント数 ※3、4

1,635 千アカウント

YoY 143.2%

※1. 算出方法の変更（実店舗分を加算）に伴い遡及修正して表示

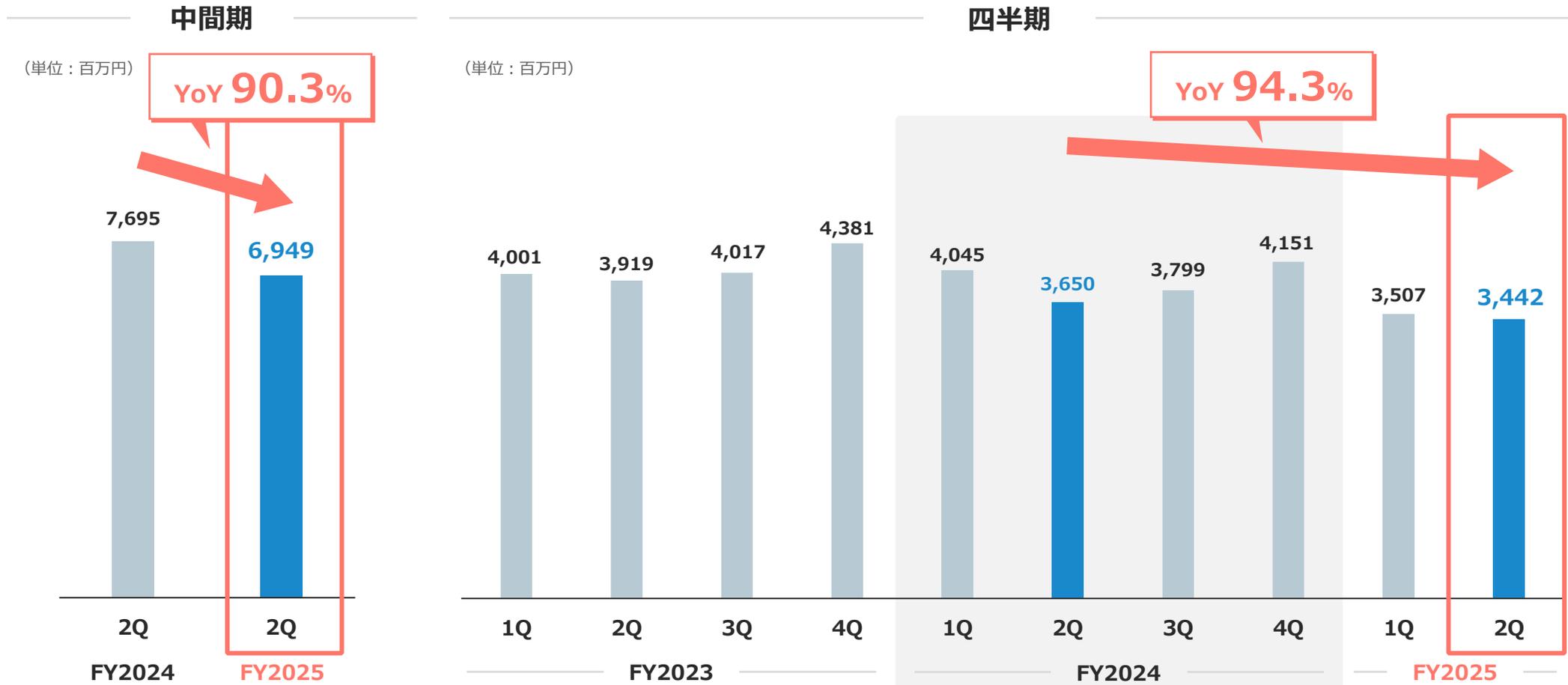
※2. 受注GMV（Gross Merchandise Value（流通総額））を受注件数で除すことにより算出

※3. 2024年9月末時点

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



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、
売上高は中間期が6,949百万円（YoY 90.3%）、2Qが3,442百万円（YoY 94.3%）で着地。



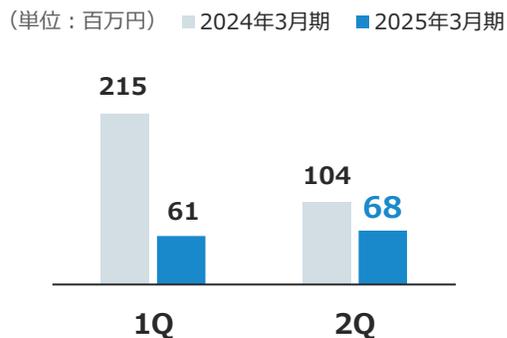


前第2四半期より利益率改善の取組みとして**販売促進費**及び**マーケティングコストの適正化**を実施。
取組み開始から1年が経過し、YoY 100%付近まで回復。第3四半期以降は、YoY 100%を上回り推移する見込み。

販促費率

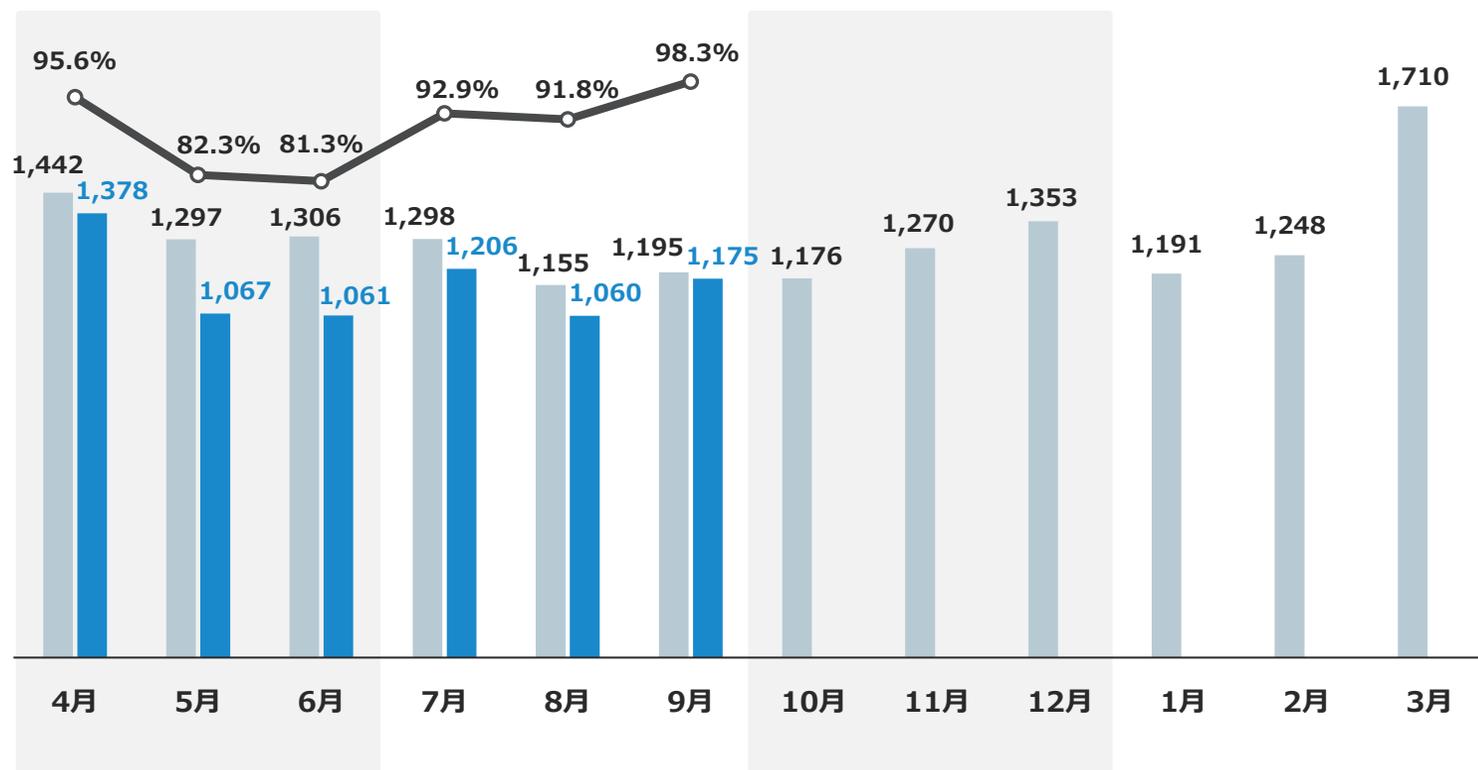


広告宣伝費



売上高 (月次)

(単位：百万円) 2024年3月期 2025年3月期 YoY

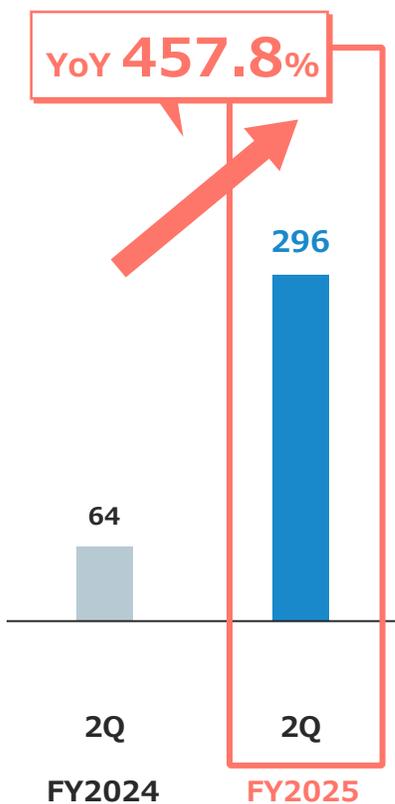




販売促進費及びマーケティングコストの適正化を実施した効果により、
営業利益は中間期が296百万円（YoY 457.8%）、2Qが95百万円（YoY 122.5%）で着地。

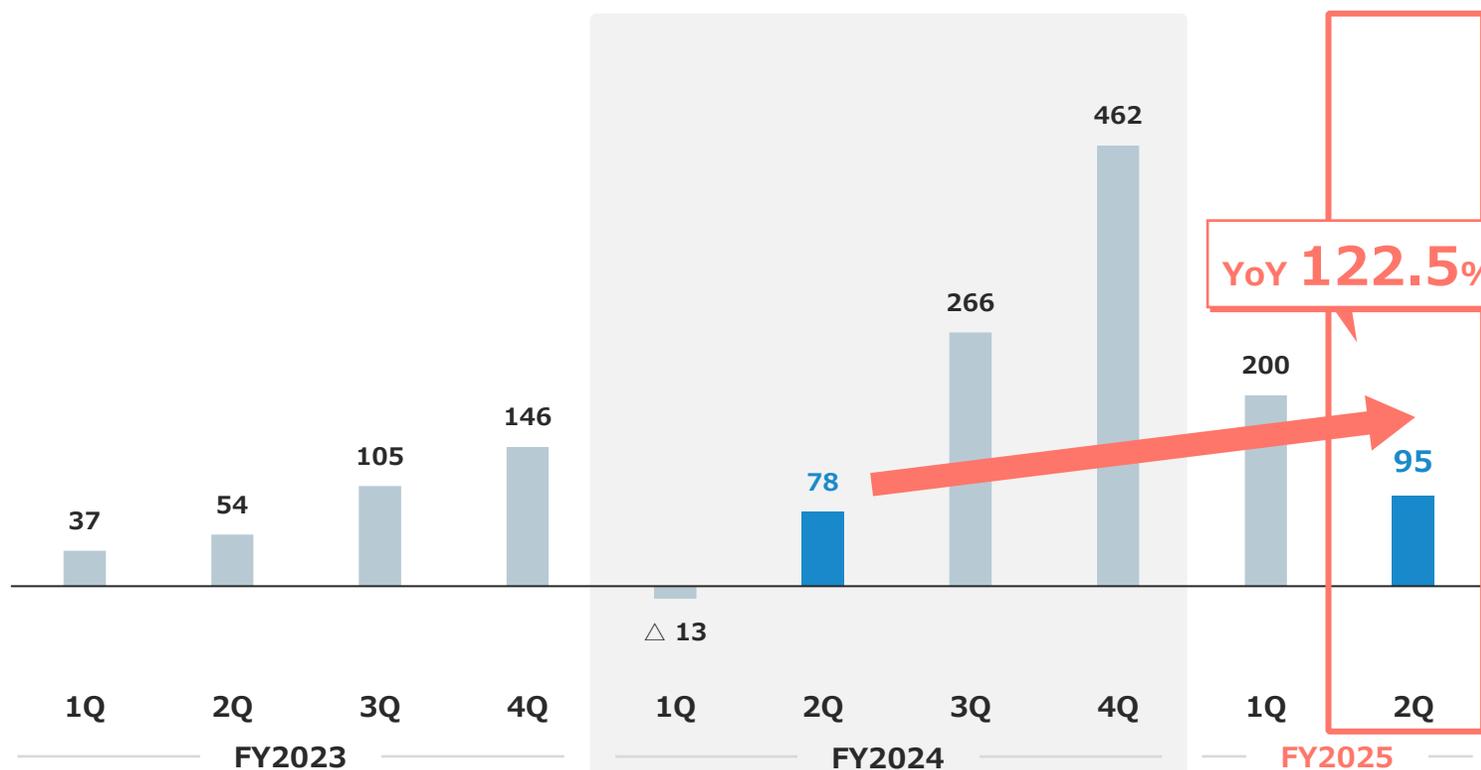
中間期

(単位：百万円)



四半期

(単位：百万円)

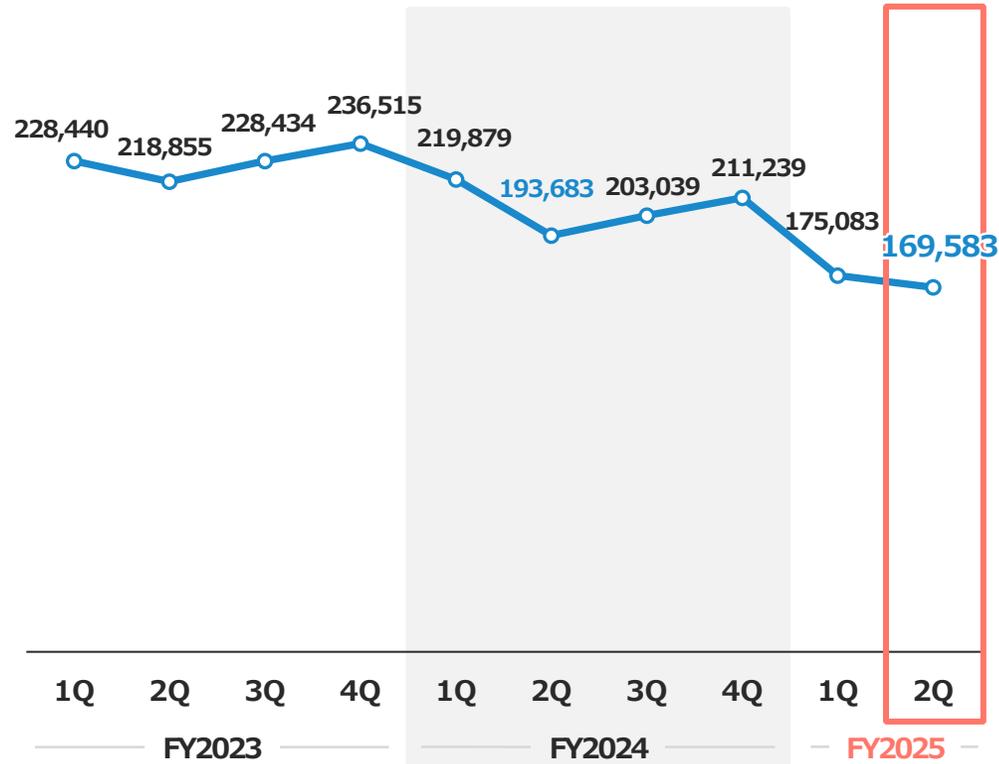




利益率改善の取組みとして**販売促進費**及び**マーケティングコストの適正化**を実施した影響により、**客数**は前年同四半期に比べ減少。**客単価**は価格転嫁の効果により上昇傾向。

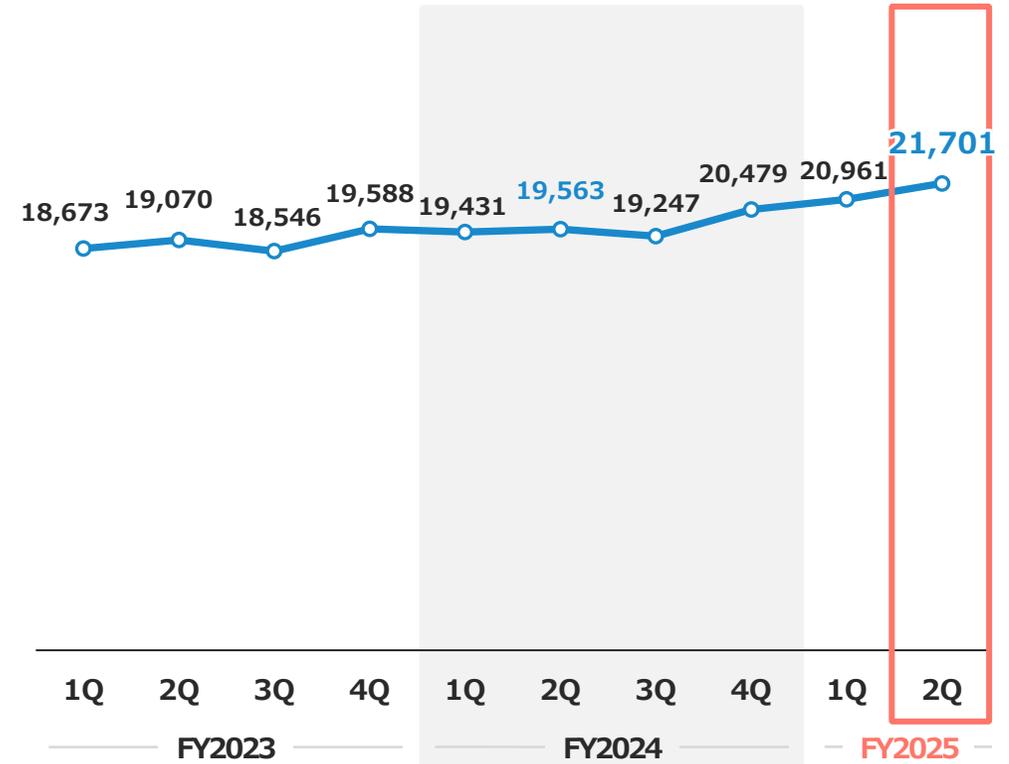
客数

(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。

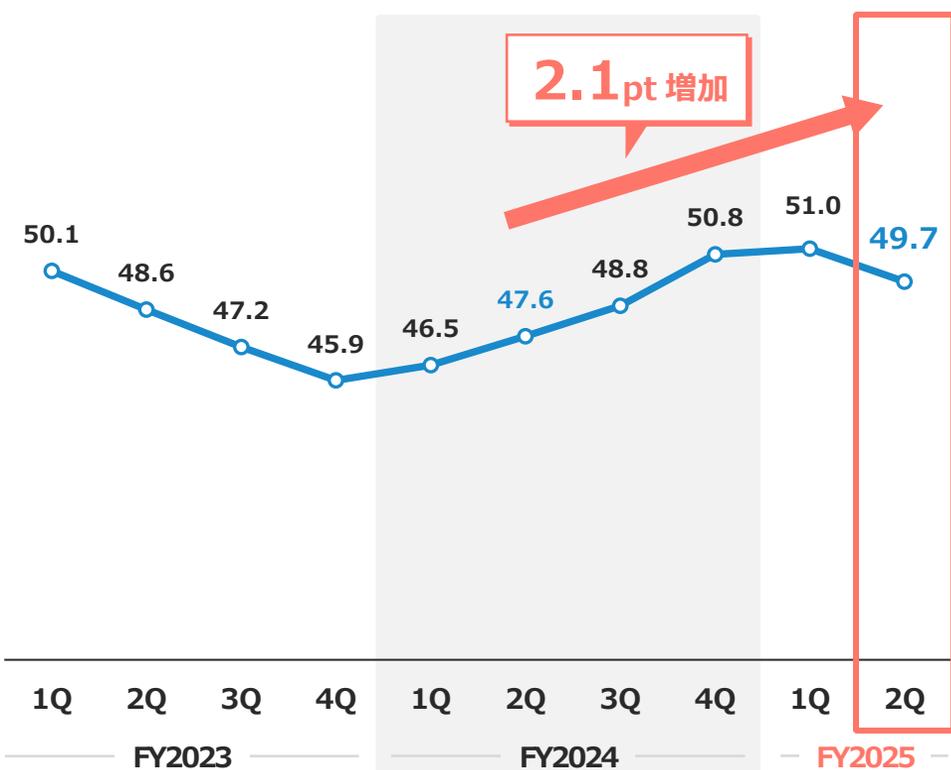
※2. 客数、客単価は、算出方法を変更（実店舗分を加算）したことに伴い、遡及修正して表示しております。



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**49.7%**（YoY 2.1pt増）で着地。
 当第2四半期末において為替が急激に円高に進行したが、為替予約の実施やリードタイムの影響により足元における収益への大きなインパクトはなし。

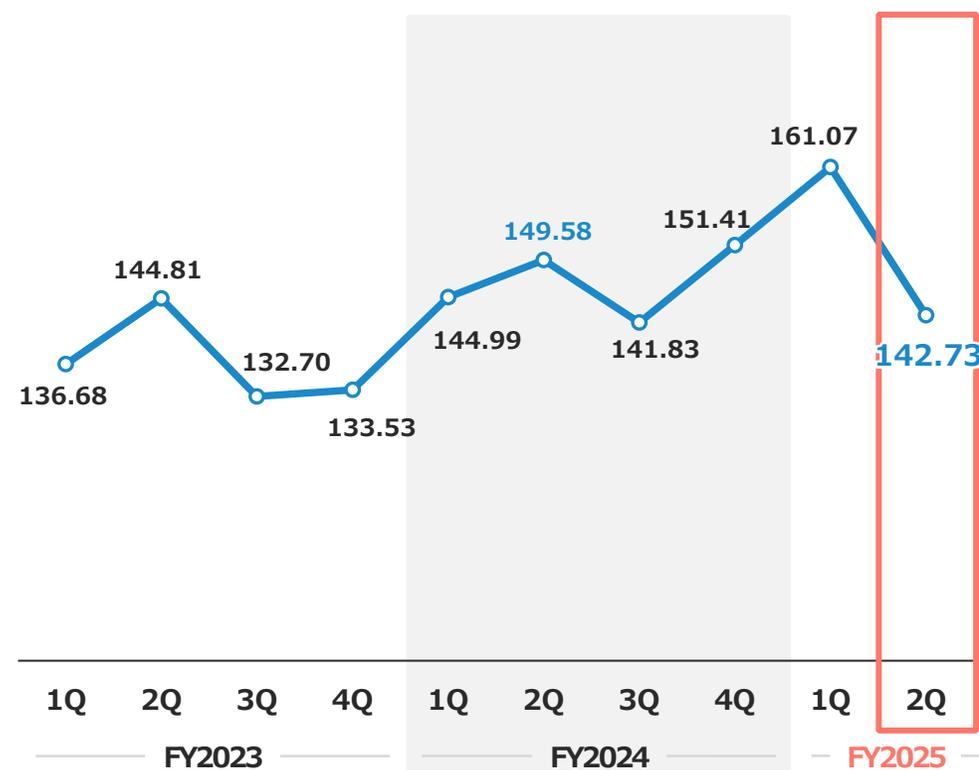
売上総利益率

(単位：%)



為替レート

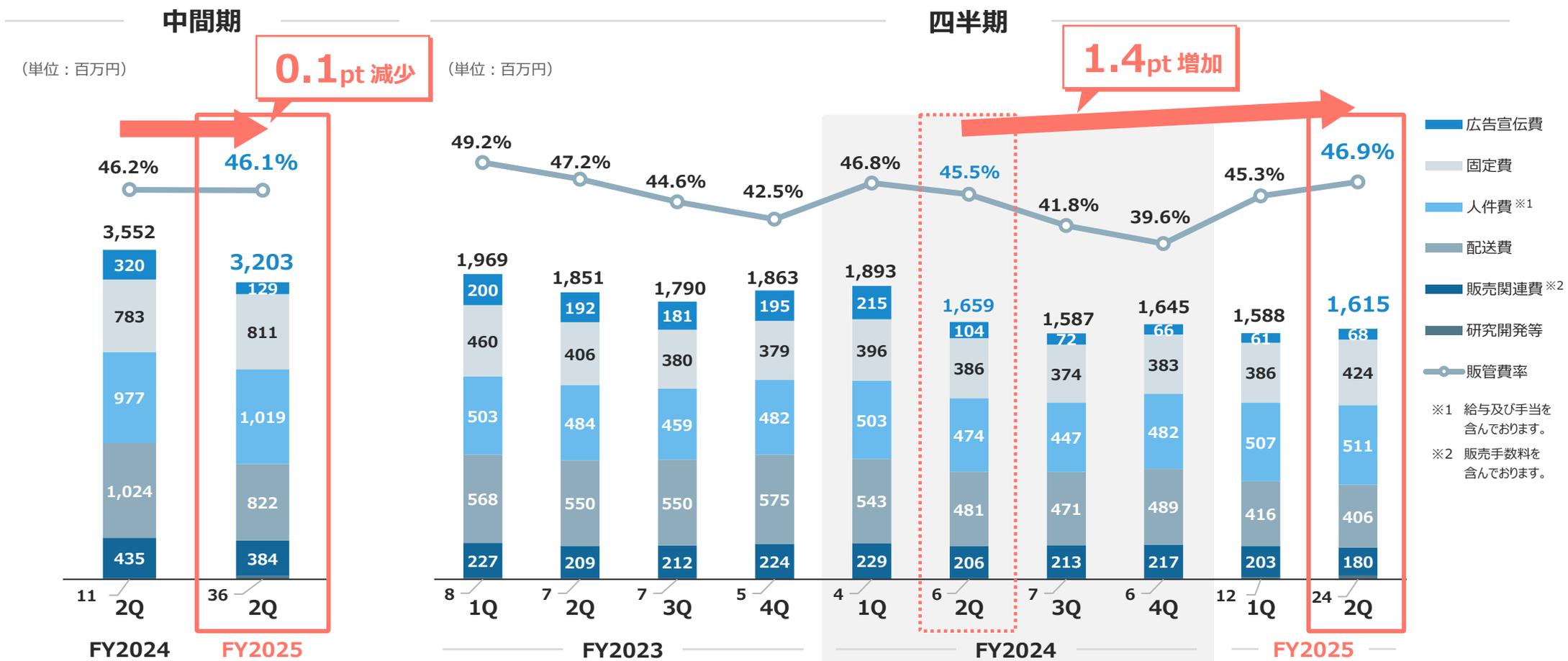
(単位：円/USD)



※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よるコスト減少、実店舗の新規出店によるコスト増加の影響により、販管費率は中間期が**46.1%** (YoY 0.1pt減)、2Qが**46.9%** (YoY 1.4pt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。

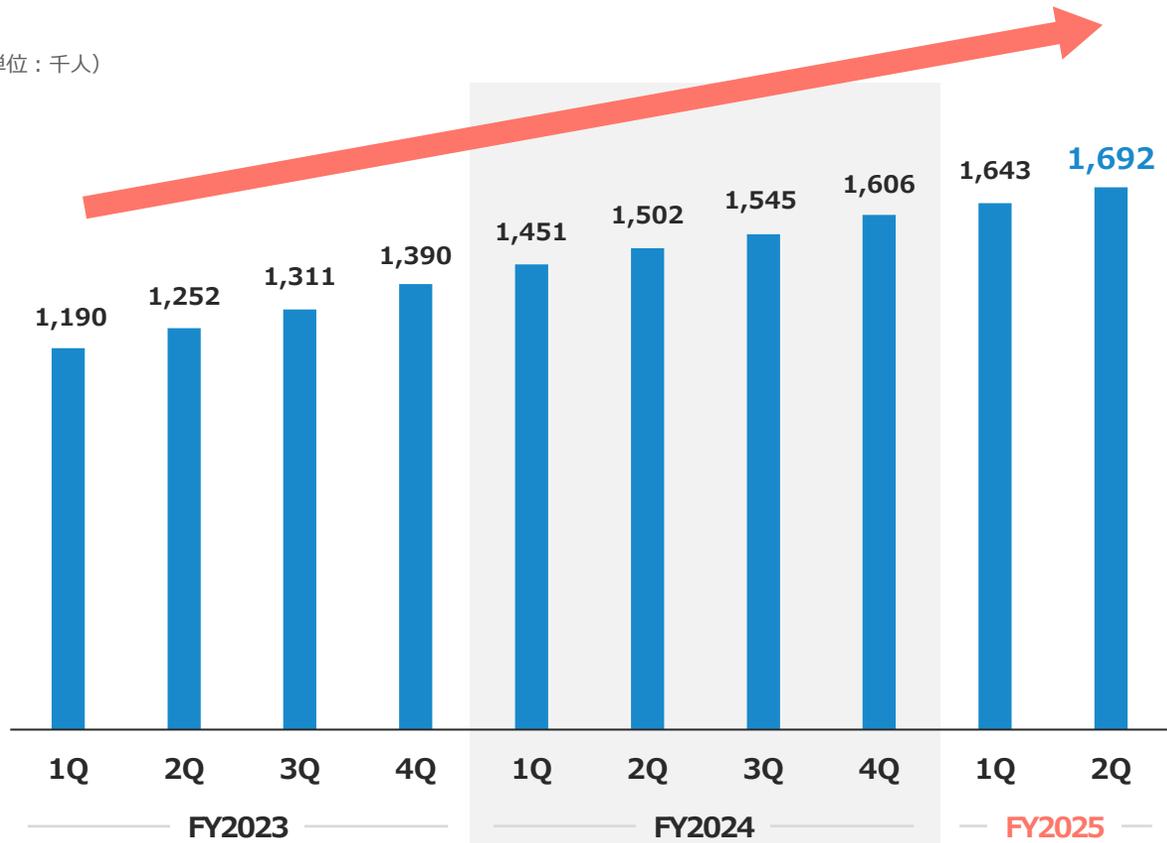
※2024年3月期より販売関連費に含めていた販売促進費を広告宣伝費に計上することにしたため、2023年3月期も遡及修正して表示しております。



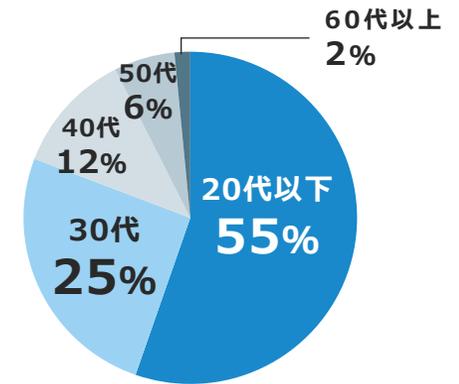
20代～30代の支持が厚く、旗艦店の会員数は着実に増加している。

旗艦店の会員数推移

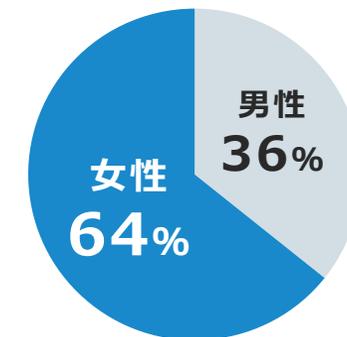
(単位：千人)



世代分布



男女比



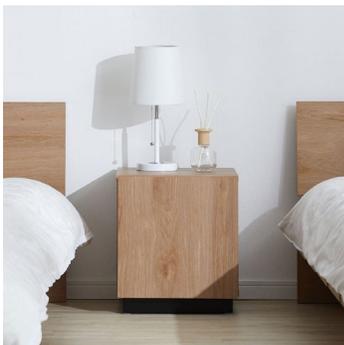
※会員数は旗艦店で会員登録した全ての会員。

※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



スマートサイドテーブル
7,000円(税込)



シンプルモダンベッドフレーム
29,990円(税込)~



リビングテーブル
19,990円(税込)



デザインラグ
16,990円(税込)

その他



電動コーヒーマイル
5,990円(税込)



温度調整機能付き電気ケトル
5,990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**161万**、Instagramフォロワー数は**109万**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9月末現在）



スマホアプリ

161万ダウンロード（累計）



Instagram

109万フォロワー



TikTok

30万フォロワー



YouTube

14万チャンネル登録者

LOWYAの公式アプリ



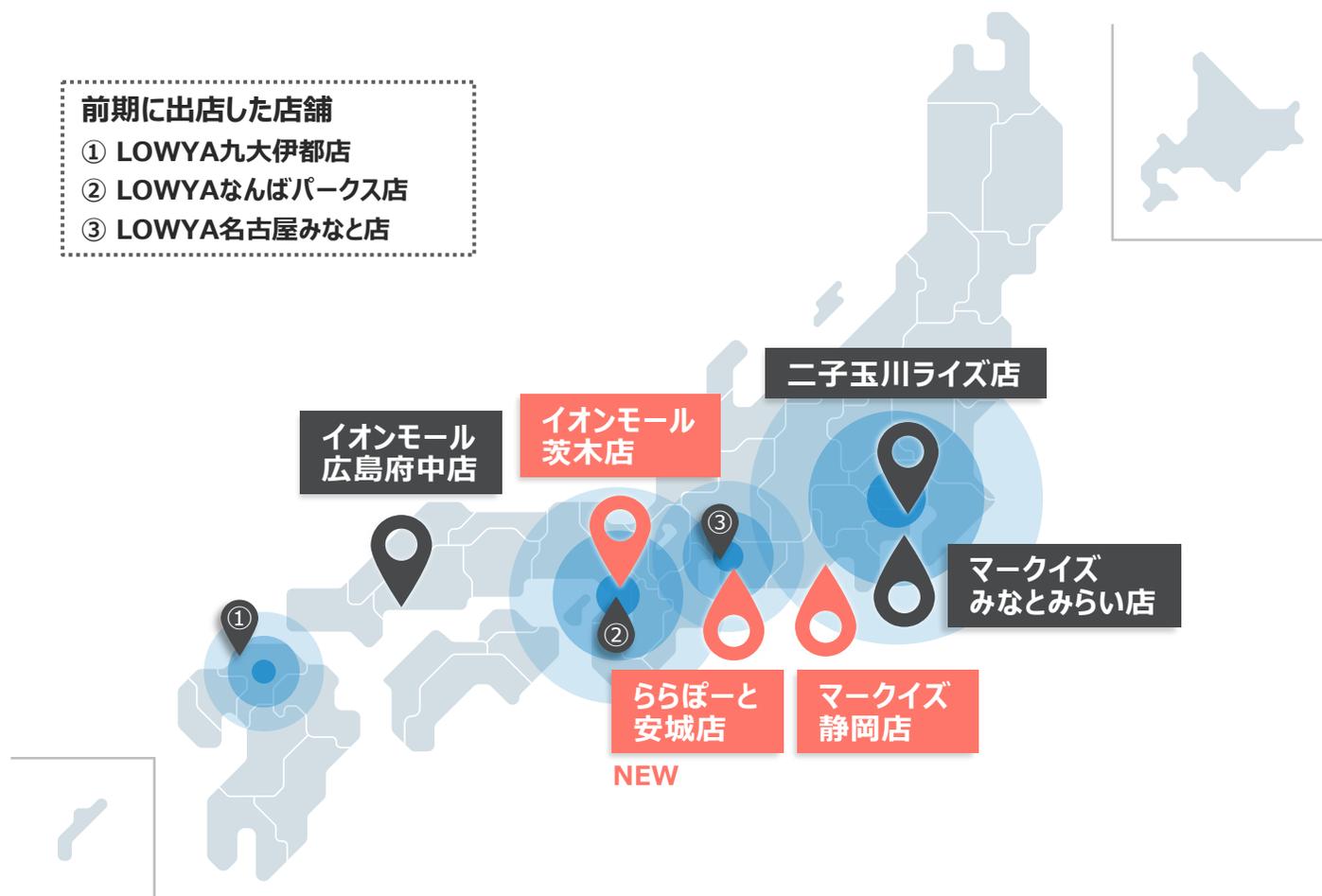
LOWYAの公式SNS





2024年8月に**横浜**、9月に**東京**、10月に**広島**へ出店。また、11月に**大阪（茨木）**、**静岡**にも出店予定。
さらに、**愛知（安城）**への出店が決定。

- 前期に出店した店舗
- 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



出店済み	<p>店舗名 : LOWYAマークイズみなとみらい店</p> <p>開業日 : 2024年8月10日</p> <p>出店場所 : MARK IS みなとみらい (神奈川県横浜市西区)</p>
	<p>店舗名 : LOWYA二子玉川ライズ店</p> <p>開業日 : 2024年9月14日</p> <p>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)</p>
	<p>店舗名 : LOWYAイオンモール広島府中店</p> <p>開業日 : 2024年10月5日</p> <p>出店場所 : イオンモール広島府中 (広島県安芸郡)</p>
出店予定	<p>店舗名 : LOWYAイオンモール茨木店</p> <p>開業日 : 2024年11月2日 (予定)</p> <p>出店場所 : イオンモール茨木 (大阪府茨木市)</p>
	<p>店舗名 : LOWYAマークイズ静岡店</p> <p>開業日 : 2024年11月30日 (予定)</p> <p>出店場所 : MARK IS 静岡 (静岡県静岡市)</p>
	<p>店舗名 : LOWYAららぽーと安城店 (仮称)</p> <p>開業日 : 2025年4月 (予定)</p> <p>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)</p>





2024年8月から10月にかけて続々と実店舗をオープン。

4号店

2024年8月
神奈川県横浜市
「MARK IS みなとみらい」にオープン。



5号店

2024年9月
東京都世田谷区
「二子玉川ライズ S.C. タウンフロント」にオープン。



6号店

2024年10月
広島県安芸郡
「イオンモール広島府中」にオープン。





2024年8月 実店舗4号店を神奈川県横浜市「MARK IS みなとみらい」にオープン。

外観



オープン当日の様子





2024年9月 実店舗5号店を東京都世田谷区「二子玉川ライズ S.C. タウンフロント」にオープン。

外観



オープン当日の様子





2024年10月 実店舗6号店を広島県安芸郡「イオンモール広島府中」にオープン。

外観



オープン当日の様子





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®**」をローンチ予定。
簡単操作でお部屋のコーディネートにシミュレーションし、理想のお部屋づくりをサポート。

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を3D空間で体感できる！



※画像は開発中のイメージです。

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



LOWYAの家具を使ったお部屋のコーディネートがAIが自動生成し、お部屋づくりのお悩みを解決。
気に入ったアイテムはLOWYA公式アプリからそのまま購入できる。



※画像は開発中のイメージです。



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1,116百万円（YoY 78.1%）、売上高は174百万円（YoY 82.9%）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

1,116 百万円

YoY 78.1%

売上高

174 百万円

YoY 82.9%

会員数 ※2

1,123 千人

YoY 107.3%

APP DL数 ※2

1,637 千件

YoY 109.0%

客単価

12,159 円

YoY 94.5%

ブランド数 ※2

1,296 点

YoY 104.1%

取扱商品数 ※2

46,239 点

YoY 101.5%

配送実績 ※2、3

120 か国

YoY 100.8%

※1. Gross Merchandise Value（流通総額）

※2. 2024年9月末時点

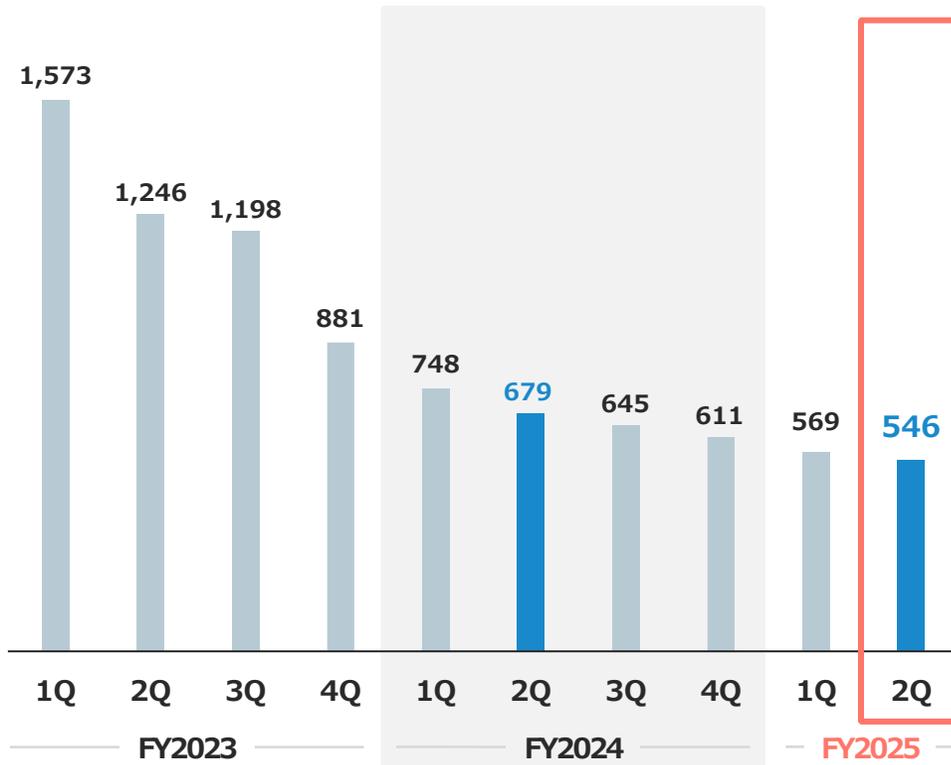
※3. 国と地域の配送実績数（過去累積）



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**546百万円**、事業収支は**△3百万円**で着地。

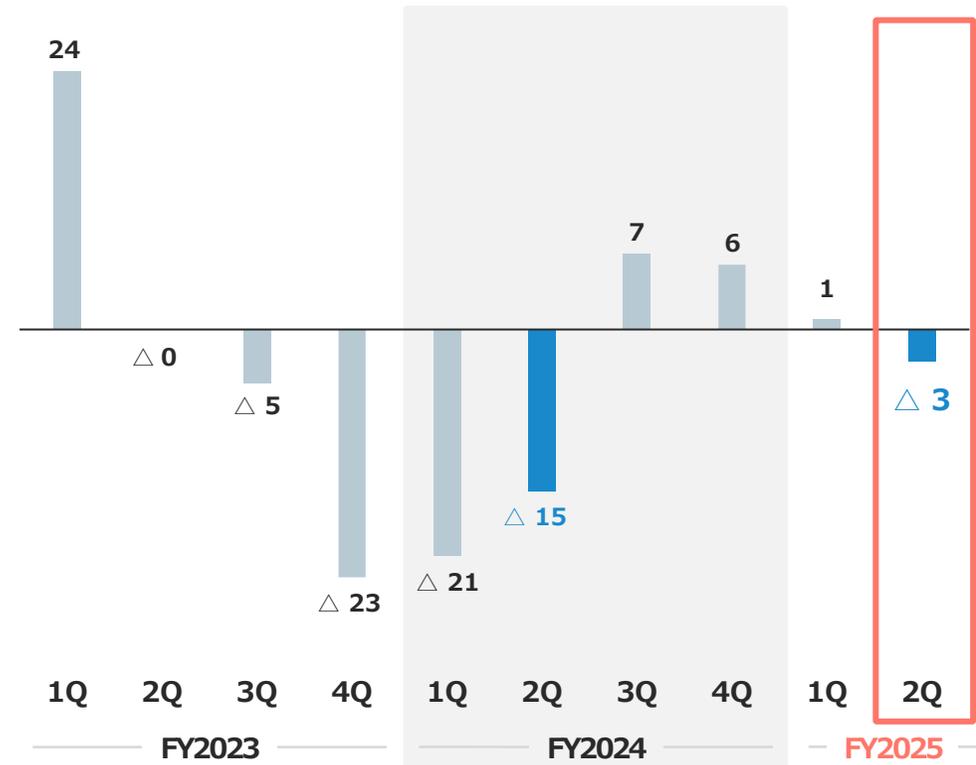
GMV

(単位：百万円)



事業収支

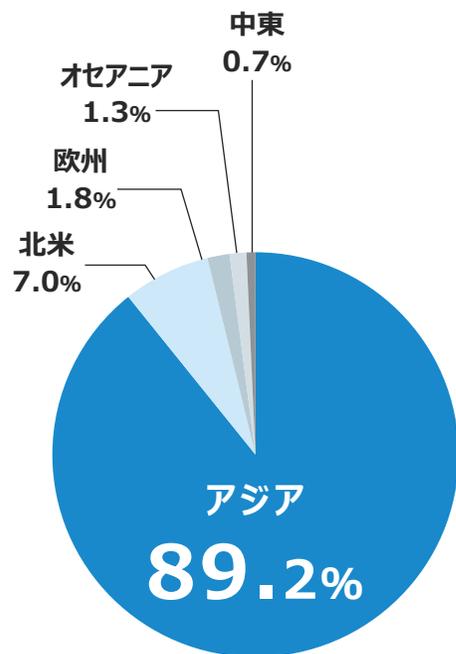
(単位：百万円)



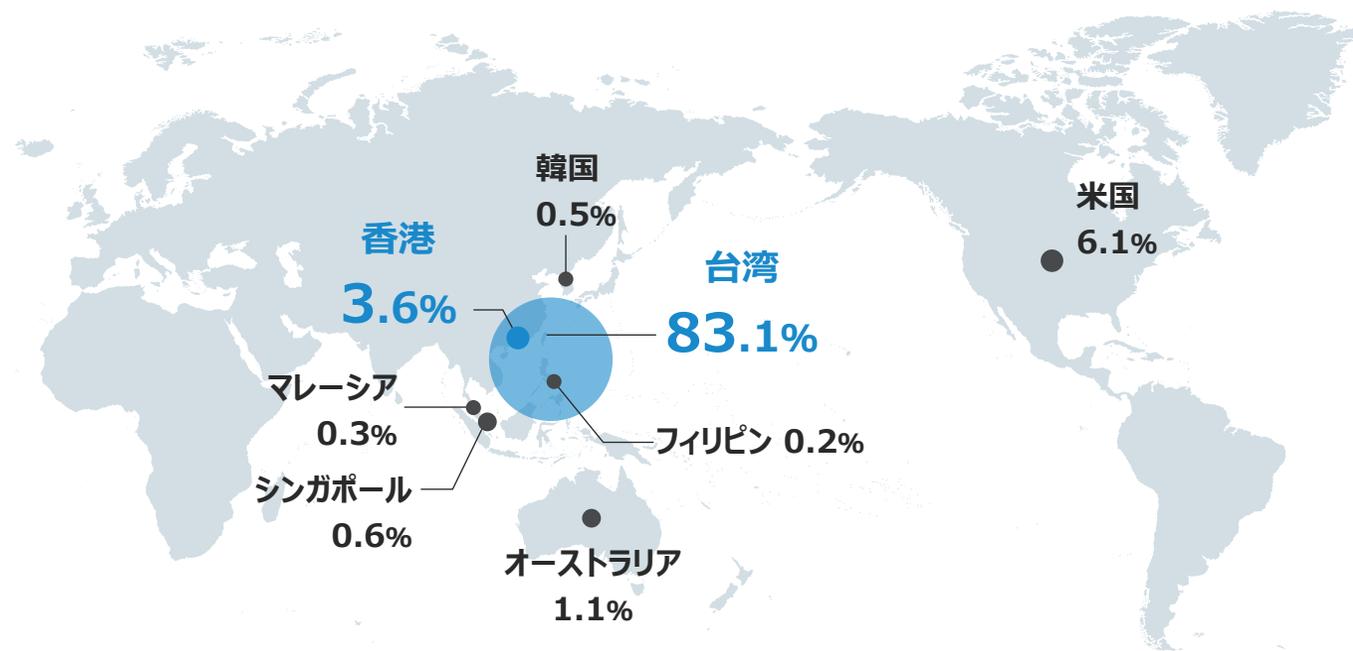


台湾を中心にアジア向けの配送がGMVの約9割を占めている。

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。

	2024年3月期 実績	2025年3月期 予想	増減額	YoY
売上高（百万円）	16,063	17,000	+936	105.8%
営業利益（百万円）	771	1,200	+428	155.5%
経常利益（百万円）	790	1,200	+409	151.8%
当期純利益（百万円）	394	720	+325	182.6%
1株当たり当期純利益（円）	37.8	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。