



会社説明資料

株式会社ベガコーポレーション
東証マザーズ (3542)

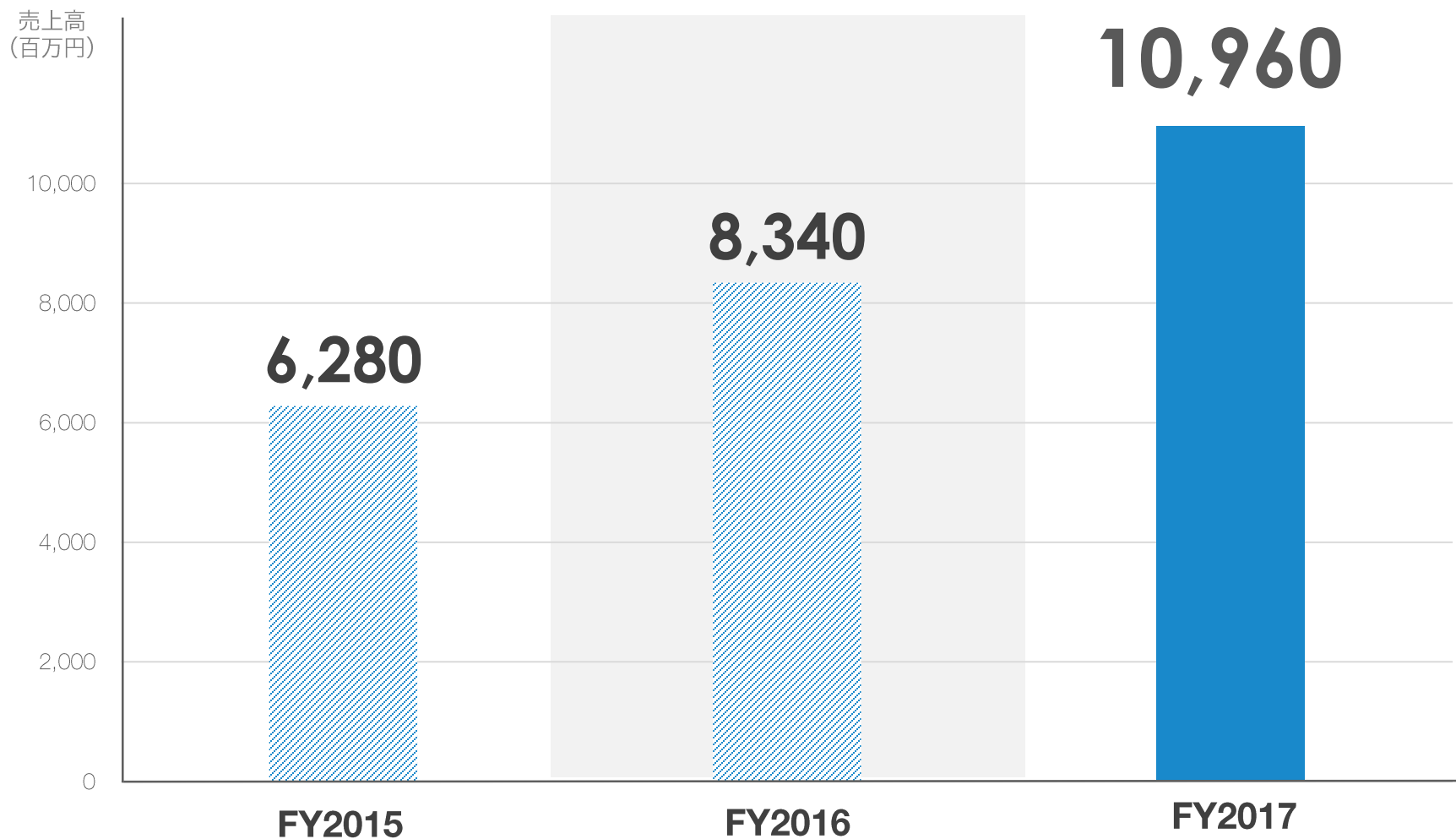
1. **会社概要**
2. **事業内容**
3. **今後のビジネス展開**
4. **Appendix**

1. 会社概要

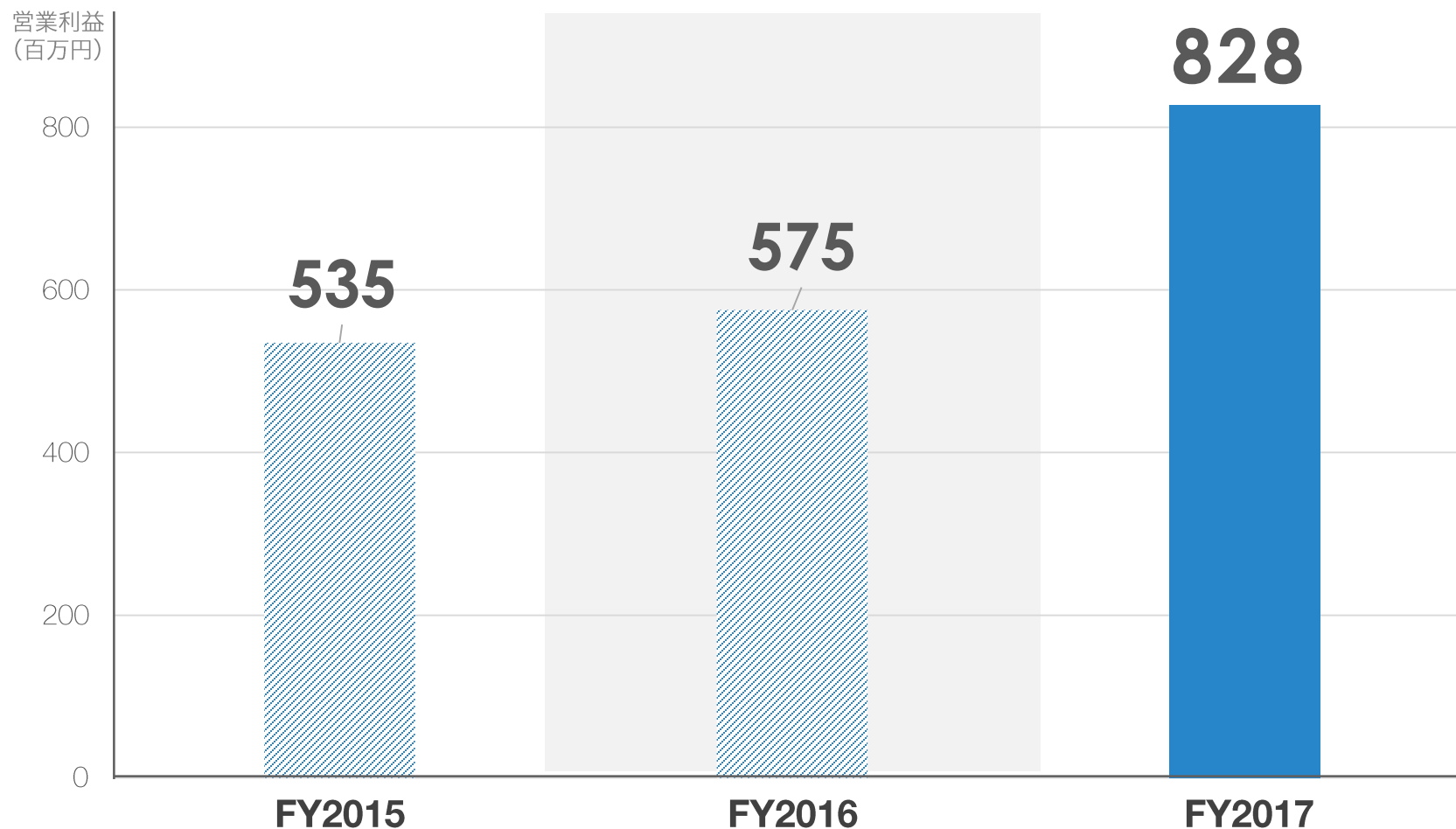
商号	株式会社ベガコーポレーション
本社	福岡県福岡市博多区祇園町7-20 博多祇園センタープレイス4階
支社	東京都渋谷区恵比寿南3-5-7 デジタルゲートビル2階
代表取締役社長	浮城 智和
従業員数	163名（2017年3月末現在）
設立	2004年7月
資本金	8億7,415万円（2017年3月末現在）
株式市場	東京証券取引所マザーズ市場
証券コード	3542
決算期	3月
事業内容	家具・インテリア等のインターネット通信販売事業、 越境ECプラットフォームの運営等

年	月	内容
2004年	7月	有限会社ベガコーポレーション設立（資本金300万円）
2007年	9月	直接貿易開始
	10月	社株式14分割、第三者割当増資を実施。資本金4,000万円に増資
2010年	11月	シンガポールに子会社NUBEE PTE.,LTD.設立
2011年	9月	第三者割当増資を実施し10億円調達
2012年	1月	東京都港区六本木に子会社 株式会社Nubee Tokyoを設立
2013年	10月	子会社事業の再編を行い、NUBEE PTE.,LTDは、全事業を株式会社Nubee Tokyoへ譲渡のうえ解散
2015年	12月	日本の商品を世界へお届けするグローバルECサイト（DOKODEMO）を本格稼動
2016年	1月	当社子会社ゲームアプリ「神界のヴァルキリー」を譲渡
	6月	東京証券取引所マザーズに上場

売上高 前期比 **131.4%**



営業利益 前期比 **144.0%**

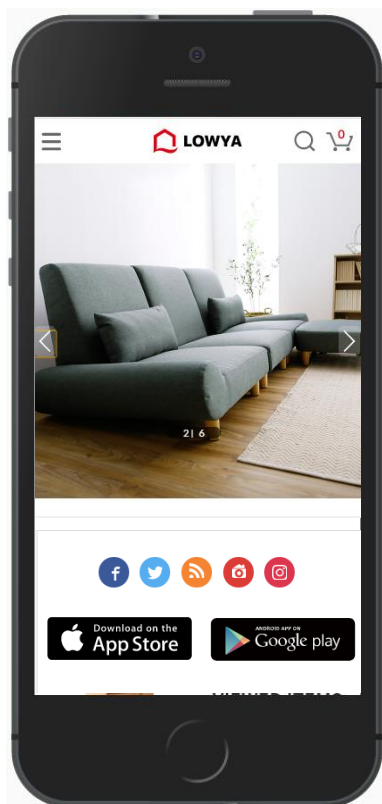


2. 事業内容

- ① 国内家具EC事業
- ② 越境ECプラットフォーム事業
- ③ 家具プラットフォーム事業

- 1 国内家具EC事業**
- 2 越境ECプラットフォーム事業
- 3 家具プラットフォーム事業

[総合家具・インテリア通販サイト]



<http://www.low-ya.com/>

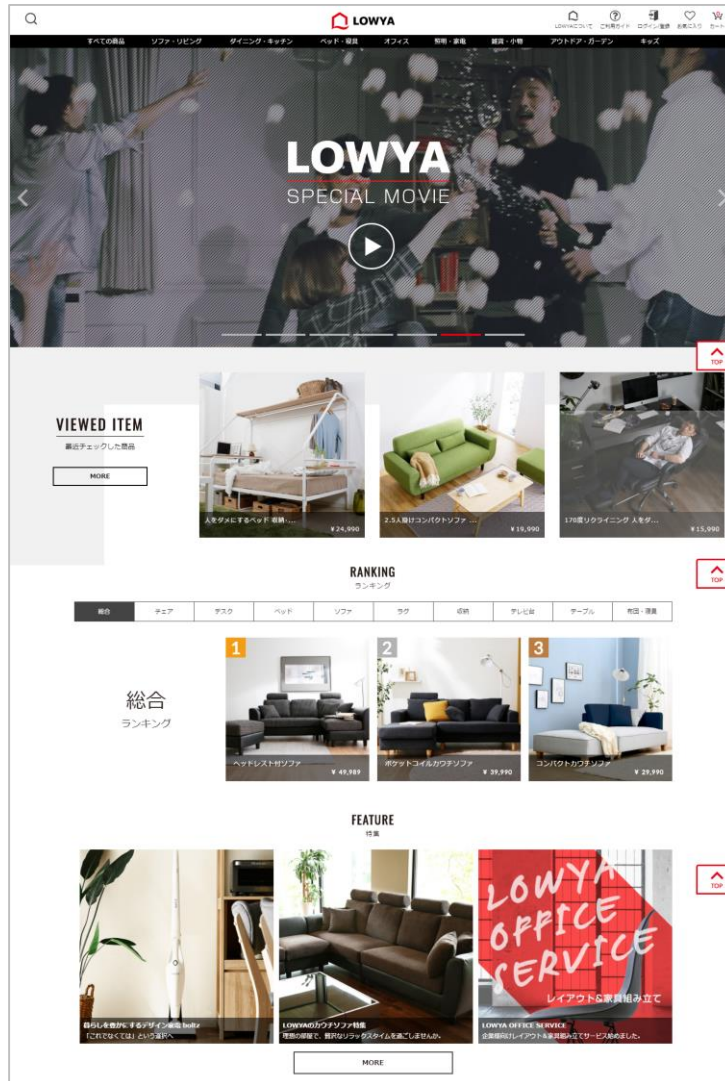
シンプルなデザインのスタンダードな商品から、人気の北欧テイスト、モダンテイスト等様々なテイストに合うよう、幅広い商品を取り揃え、ユニークでニーズに沿った商品を適正な価格でご提供しています。

LOWYA本店事業 / 月間UU数 : 352,000 ※2017年3月末時点

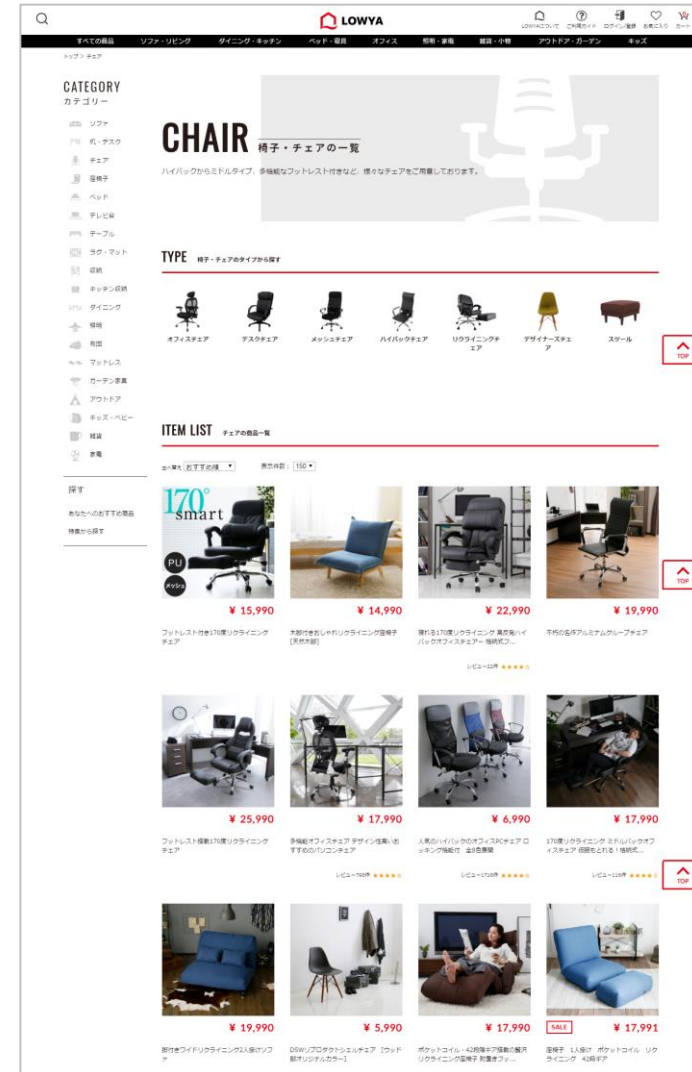
LOWYA(4店舗) / 年間UU数 : 1,930万



▶ LOWYA本店 サイトイメージ

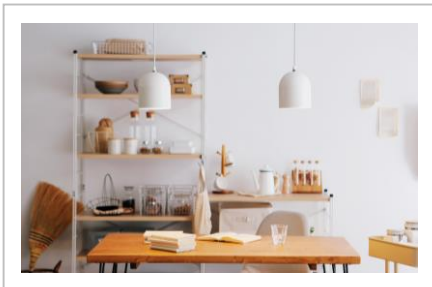


▶ 商品カテゴリーページ



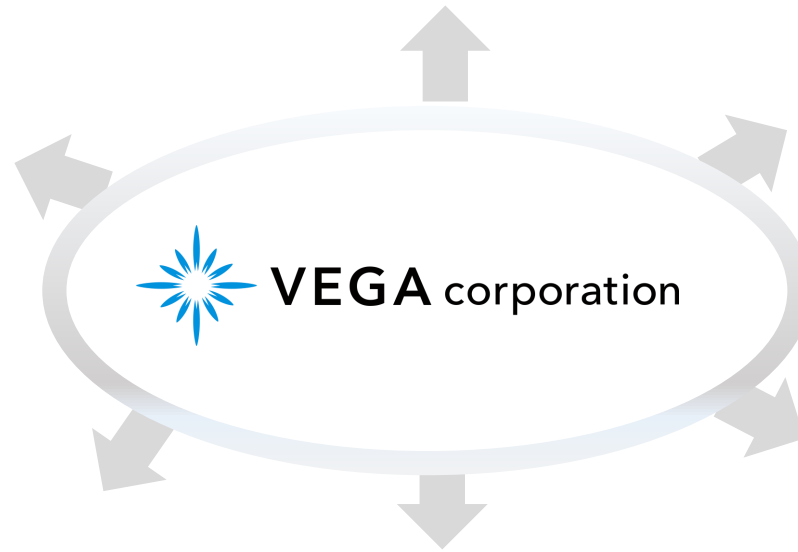
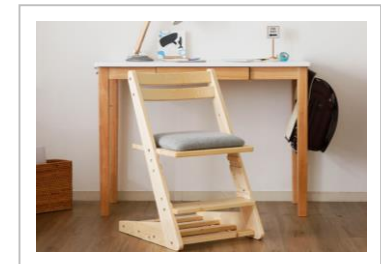
[ターゲットに合わせて複数店舗を展開]

人と住まいをココロでつなぐ
sumicia
スミシア・インテリア interior



 **LOWYA**

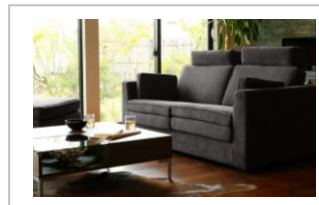
LaLa Style
インテリア・家具のララスタイル



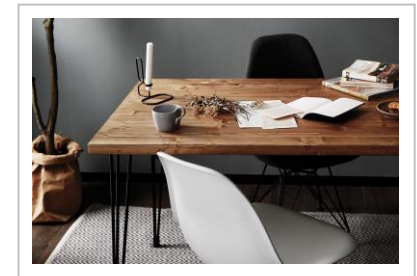
NÖRZY
fabulous space for ederyday living



 **BAROCCA™**

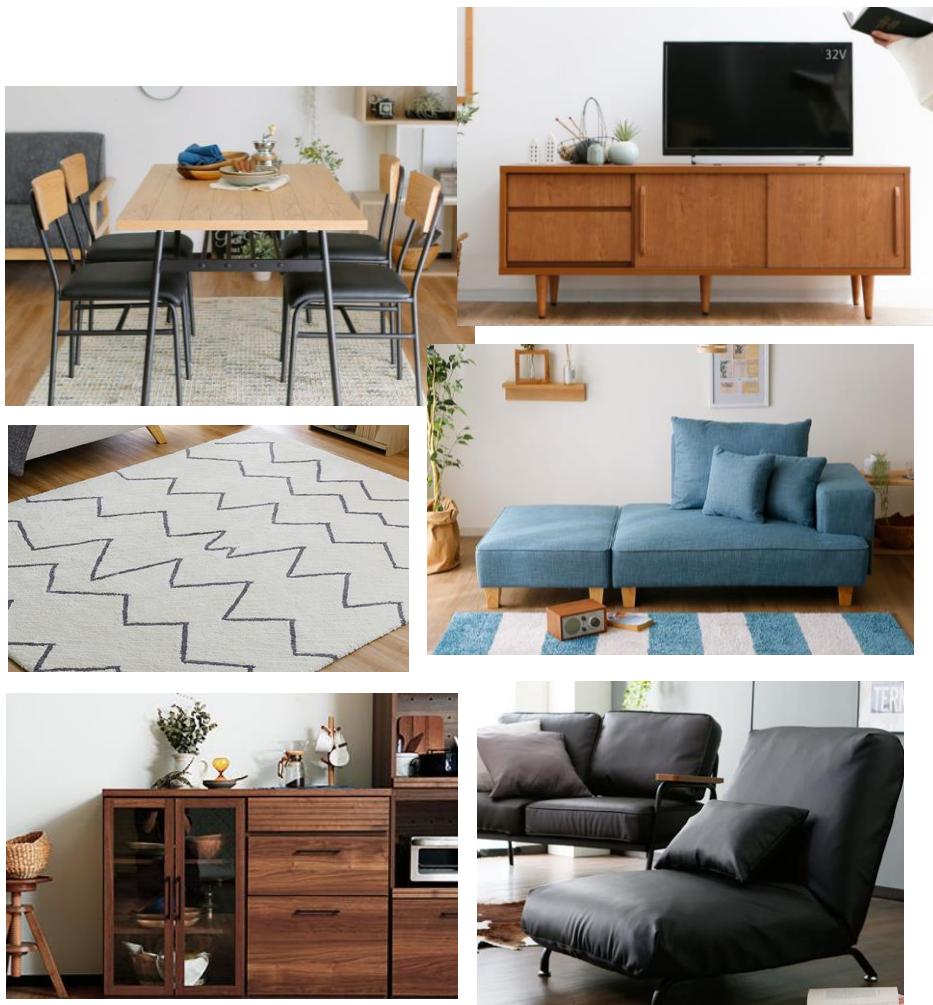


LESMORE





リビング・ダイニング
dining



ベッド・寝室
bed



キッズ・ベビー
kids



家具・インテリアに加え、様々なジャンルの商品を展開しております。

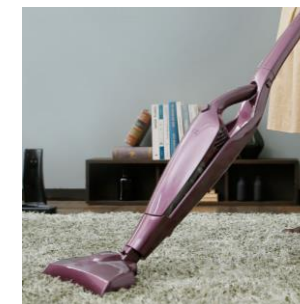
オフィス用品
office



ガーデン・アウトドア
garden



家電・雑貨等
Zakka



▶ 販売数の多い商品

価格：5,990



座椅子

ponel (ポーンネル)

累計販売数

228,551台

(2009/5~2016/10)

価格：2,990~



着る毛布

groony (グルーニー)

累計販売数

422,000枚

(2009/5~2016/12)

▶ 販売数の多い商品

価格：12,990



肉厚2人掛け
フロアソファ

累計販売数
52,141台
(2009/5～2016/7)

価格：49,989



3人掛け
ロングカウチソファ

累計販売数
21,111台
(2012/1～2016/10)

▶ 商品ページ例：DCモーター扇風機（税込7,200円）



boltz®

ABOUT "boltz"

暮らしを豊かにするデザイン家電

「これでなくては」という選択へー

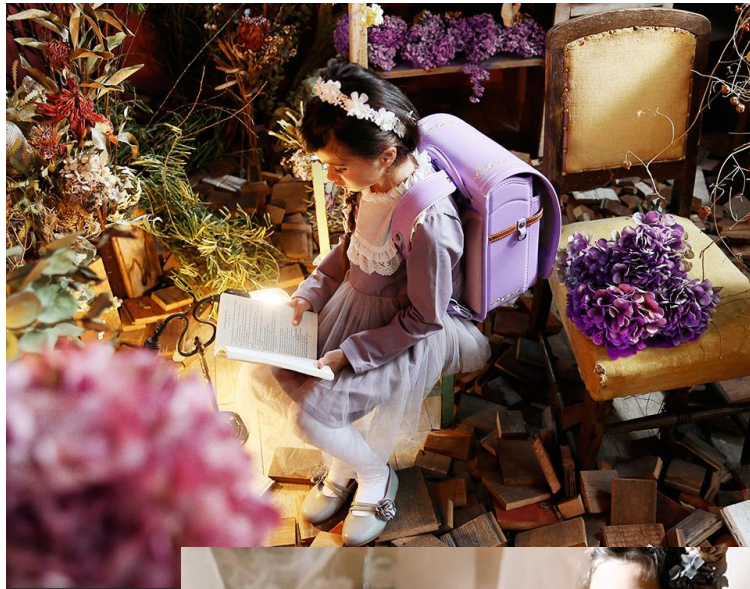
日本ならではの生活様式と美意識が追求された現代。多様化にともない「これでなくては」というものがどんどん少なくなってきているように思います。

私たちはそんな平坦な選択肢に刺激的なスパイスを加えたいと考えています。思わず欲しい!と呻るような、そんなワクワクするような商品たち。



すぐにめくれ上がり飛んでしまいます。

めくれ上がらない程の優しい風です。



LEPOLE fleurage

女の子の毎日が花ひらく

女の子はいついからる時も、花のよさを愛さず、美しさを感じるとき、
 ずんずん花の輪をいつだって身につけてほしい。
 アーテのようにかわいく麗やかなカラーズ、持ち手も花たちの真実が、
 女の子の毎日をめぐるように輝きに包んでくれる。

女の子のための「高級（ラグジュアリー）」
 それは LEPOLE fleurage です。
 女の子の毎日を。



FLORAL SCHOOL BAG 4COLOR



5つのショップで多数の受賞歴

楽天市場「ショップ・オブ・ザ・イヤー」 / Yahoo!ショッピング「ベスト・ストア・アワード」

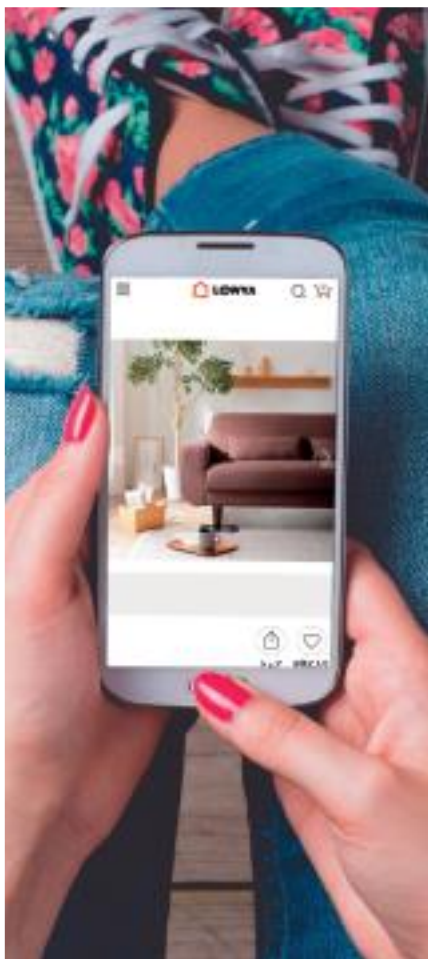
今年も受賞しました



楽天市場「ショップ・オブ・ザ・イヤー2016」

インテリア・寝具・収納ジャンル賞





■ 自社オリジナル商品の開発

商品のブランディングに力を入れ、高品質な商品を適正価格で提供できています。

■ クリエイティブなネット販売力

生活空間のスタイル提案を行い、ネットだけで意思決定ができる情報の提供を行っています。

■ ネット専業による運営コストの削減

情報の収集・分析が行い易く、商品や施策の改善をスピーディに実現することができます。

「D2C」と言われるビジネスモデルを2007年から採用

D2C (Direct To Consumer) とは

自らがメーカーであり、自社で企画、製造した商品を自社のECサイトで販売するモデル



- ・インターネット、スマートフォン等の利用上昇とともに成長
- ・消費者の反応や情報をスピーディに分析・改善でき、データを活用した商品開発やマーケティングが可能

ネット上での売り場面積の拡大を続けている



- ① 国内家具EC事業
- ② **越境ECプラットフォーム事業**
- ③ 家具プラットフォーム事業

越境EC市場規模は年々拡大し、加えて 訪日外国人の旅行者数および旅行消費額も増加している

■ 越境EC市場規模 (2016年)

(単位：億円)

国 (消費国)	日本からの 購入額	米国からの 購入額	中国からの 購入額	合計
日本 (対前年比)		2,170 7.5%	226 7.9%	2,396 7.5%
米国 (対前年比)	6,156 14.4%		4,259 16.5%	10,415 15.2%
中国 (対前年比)	10,366 30.3%	11,371 34.7%		21,737 32.6%
合計 (対前年比)	16,522 23.9%	13,542 29.5%	4,486 16.0%	34,549 24.9%

■ 訪日外国人消費動向調査



出典：経済産業省「平成28年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備
(電子商取引に関する市場調査)」

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成28年
(2016年) 年間値 (確報)

海外ユーザー、在外日本人、インバウンドに向けて 2015年12月からテスト運用を開始

DOKODEMO

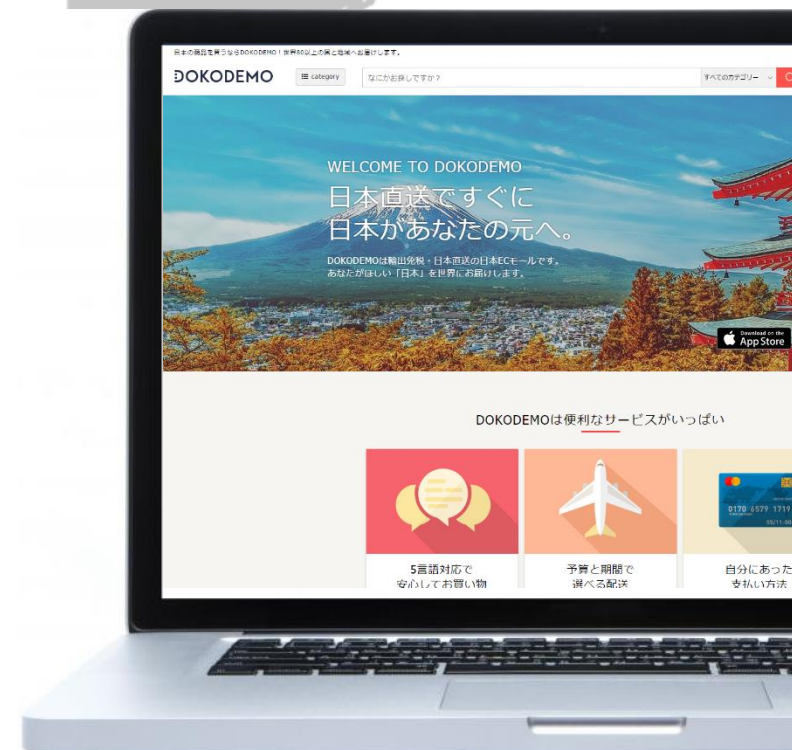
Webインバウンド型越境ECプラットフォーム

世界のどこからでも注文できる。

世界のどの国でもご自宅で受取れる。(※)

日本直送・輸出免税適応でお届け可能。

※日本郵便対応国に限る



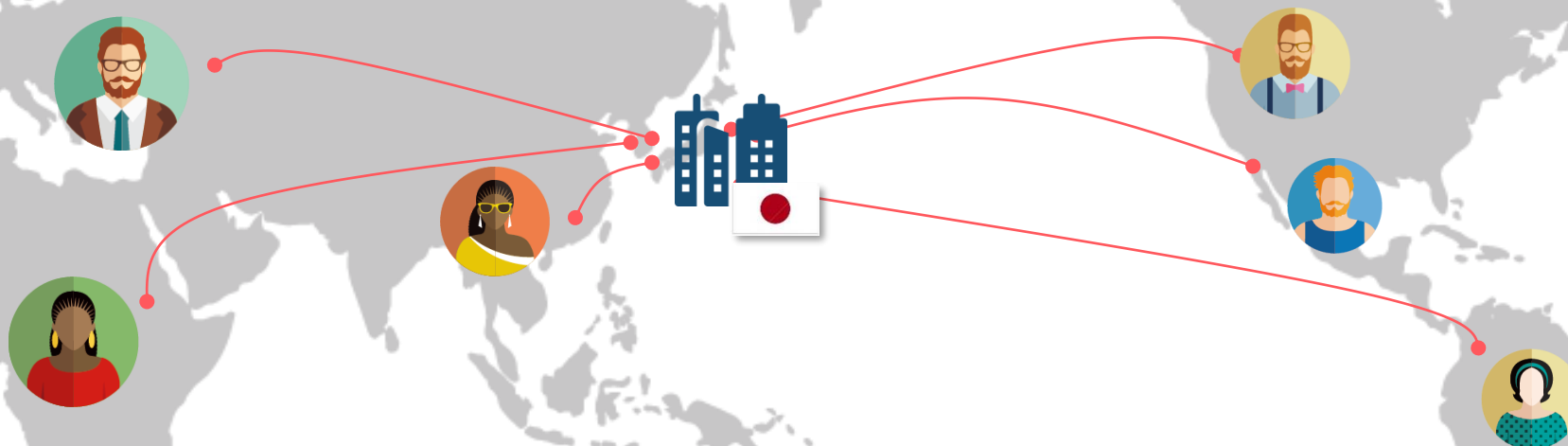
URL

<https://dokodemo.world>

WEBインバウンド型越境EC

インターネット上で日本へ訪問し、買い物を行なう

運営・決済は日本国内で行い、日本から海外へ商品を発送。しかも消費税免税での販売が可能です。



世界80以上の国と地域に対応！

※日本郵便（株）が配送可能な国と地域の全てに対応



1 5言語に対応しています



2 配送国は80以上の国と地域

※日本郵便(株)が配送可能な国と地域

3 通貨表記も各国へ対応



**分かりやすくお買い物を
楽しむことができます。**

DOKODEMO サイトイメージ

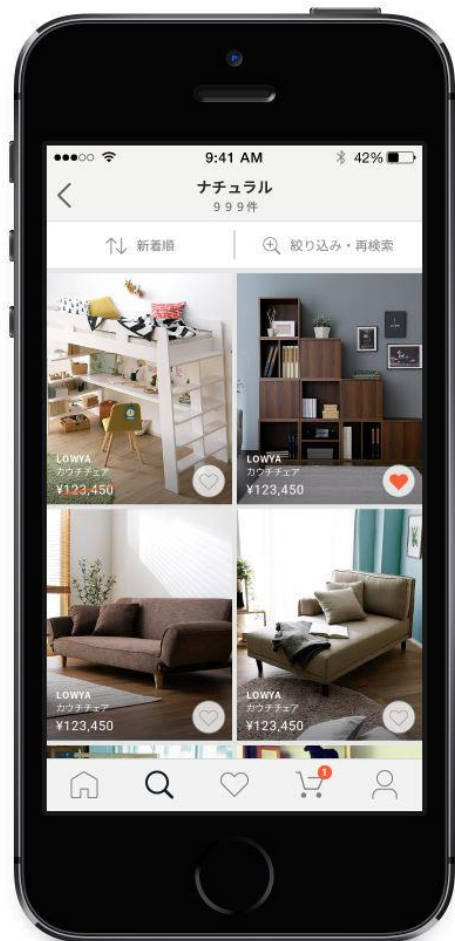
DOKODEMO 商品ページ

- ① 国内家具EC事業
- ② 越境ECプラットフォーム事業
- ③ 家具プラットフォーム事業

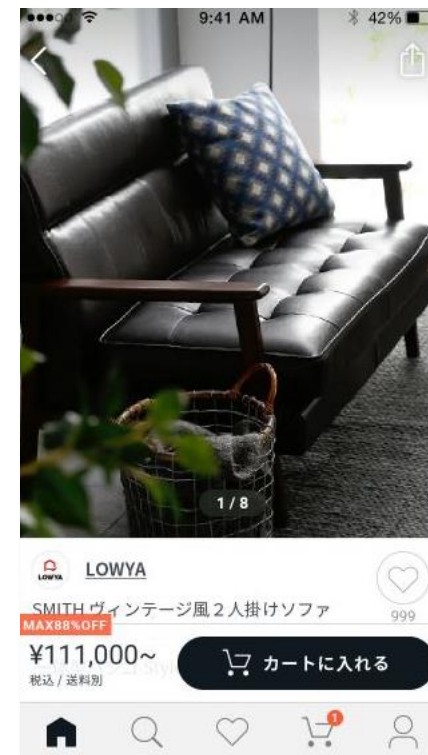
家具・インテリア業界に特化した ECプラットフォームを立ち上げます



画面イメージ



検索ページイメージ

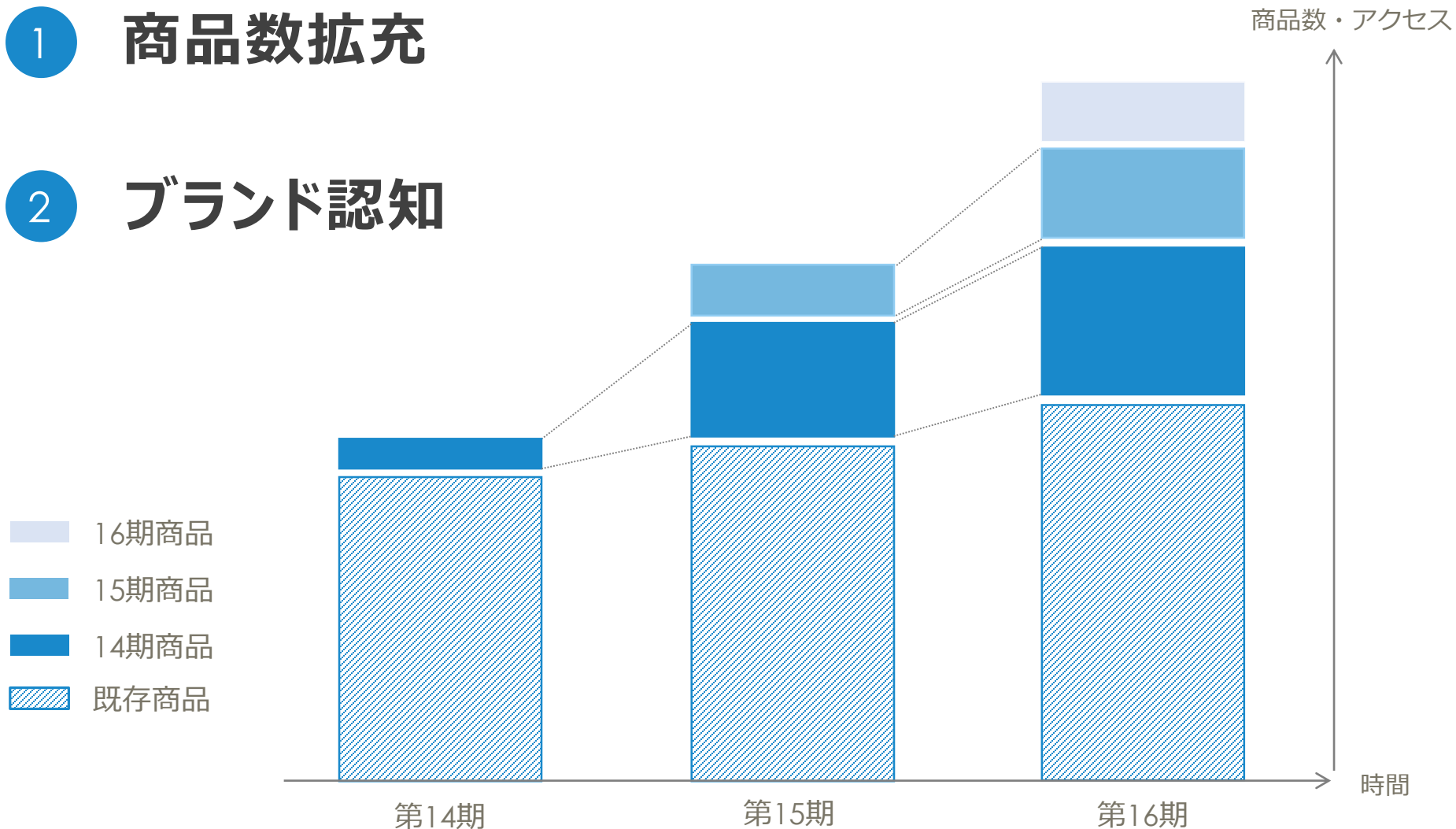


商品ページイメージ

3. 今後のビジネス展開

1 商品数拡充

2 ブランド認知



- 1 出店企業様、取扱い商品数の拡大
- 2 日本と海外をつなぐ基盤作り

DOKODEMOがカバーする3つの需要

▶ **インバウンド需要**

Inbound Needs



▶ **タビアト需要**

Needs after Travel



▶ **Webインバウンド需要**

Web Inbound Needs



国内外のEC市場のシェア拡大と、家具・インテリア業界での最大シェア獲得率を目指す

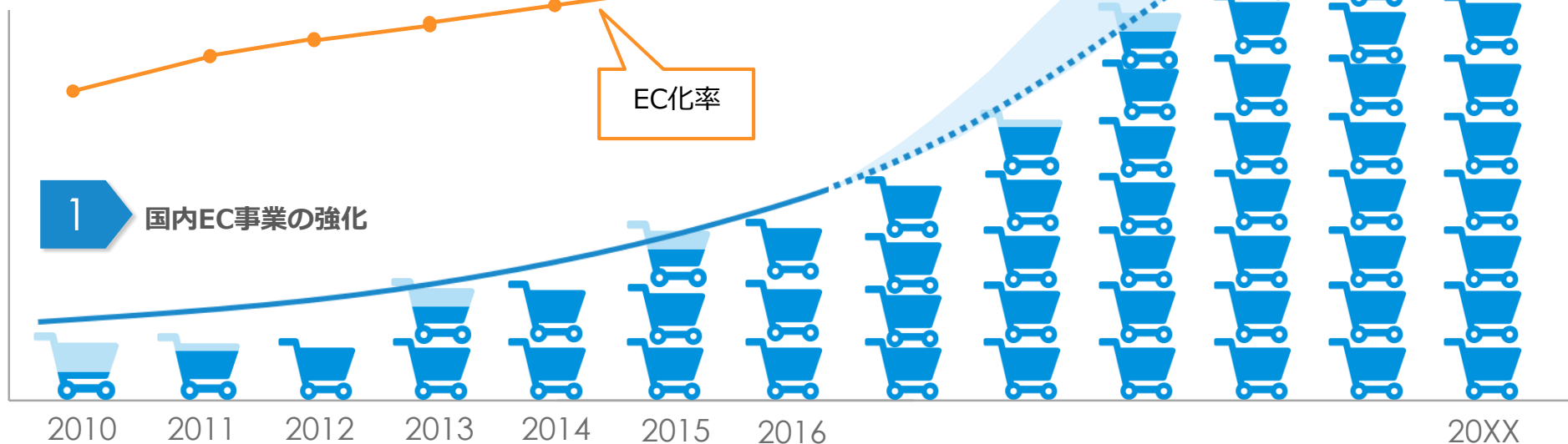
1 国内EC事業の強化
製造小売型ビジネスの強化

2 グローバルECサイトの展開
グローバルECサイトの構築

3 家具プラットフォームの展開

2 グローバルECサイトの展開

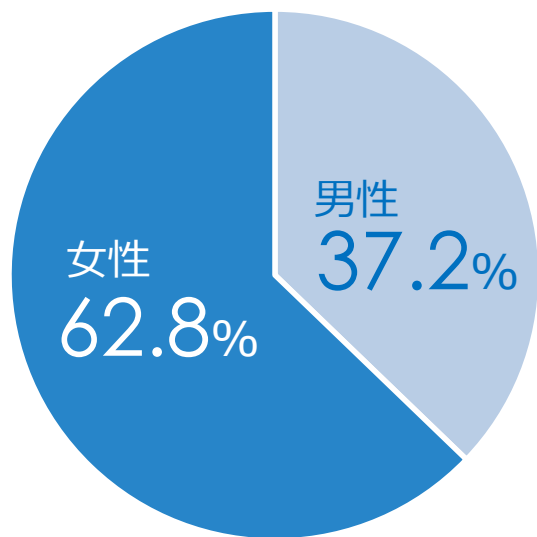
3 家具プラットフォームの展開



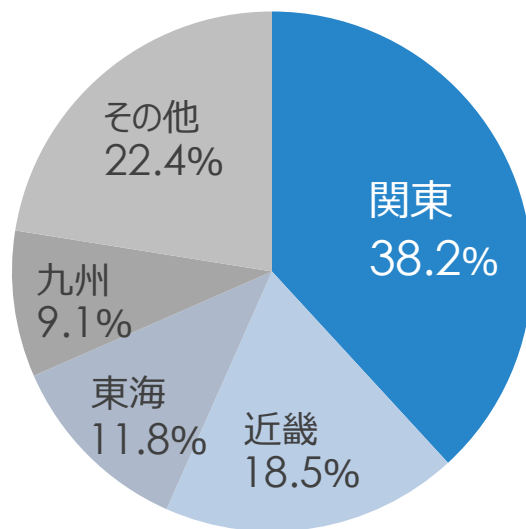
4. Appendix

購入者属性（2016.04～2017.03） 都市圏を中心に30代女性の購入者が多い

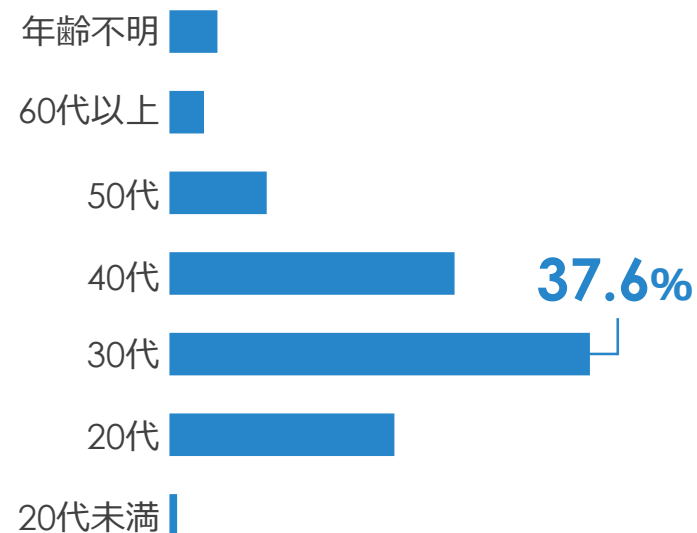
男女比



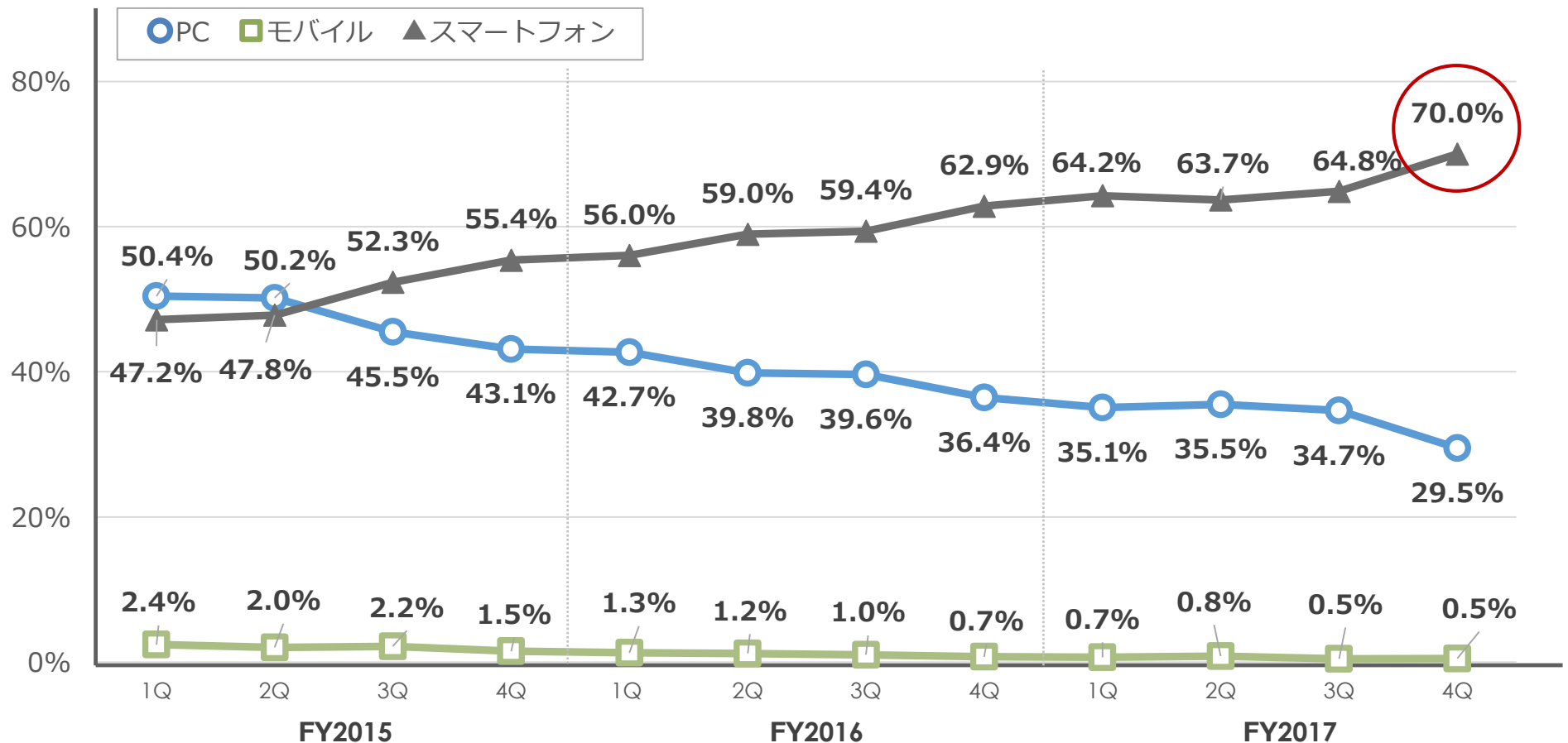
エリア分布

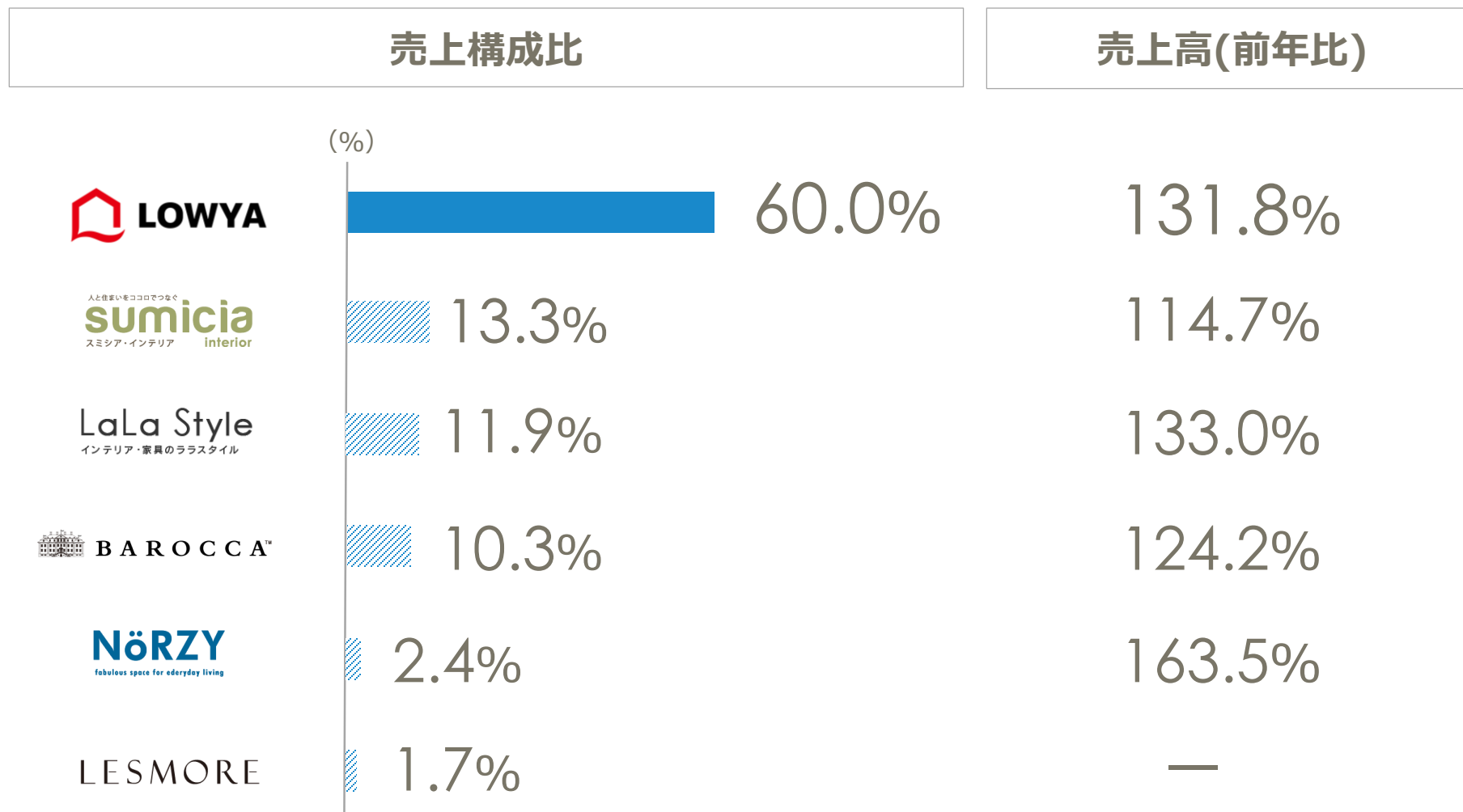


世代分布



スマホからのアクセスが年々増加傾向にあり 当期ではスマートフォンからのアクセスが7割となった





(注) 上記表には、DOKODEMOの売上等は含まれておりません。

ご清聴ありがとうございました。



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きうる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。