

事業計画及び 成長可能性に 関する説明資料

株式会社ベガコーポレーション

証券コード：3542

2025年5月15日





INDEX

目次

1

会社概要

2

事業内容

3

市場環境

4

成長戦略

5

リスク



1

会社概要



VISION

目指す未来

ECの可能性を無限大に

MISSION

果たすべき使命・存在価値

「わくわく」を届け、「アタリマエ」を変える

VALUE

大切にしたい価値観

誠実・愛・感謝・謙虚・調和



会社名	株式会社ベガコーポレーション
上場市場	東京証券取引所グロース市場（証券コード：3542）
資本金	10億4,355万円（2025年3月末現在）
設立	2004年7月
代表者	代表取締役社長 浮城 智和
従業員数	244名（2025年3月末現在）
本社所在地	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



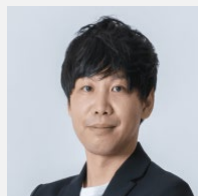
代表取締役社長 浮城 智和

大学在学中にインターネットの出現に衝撃を受け、IT業界での起業を決意
卒業後は、あえて様々な職業を経験し、ITとの親和性の観点から、立ち上げる事業を模索
家具とECの組み合わせを発想し、27歳でベガコーポレーションを設立
現在は、越境ECにも事業を拡大



取締役
経営管理本部長

河端 一宏



取締役
LOWYA事業本部長
兼人事室長

吉田 裕紀



取締役
監査等委員

池田 浩之



取締役
監査等委員

佐野 俊明

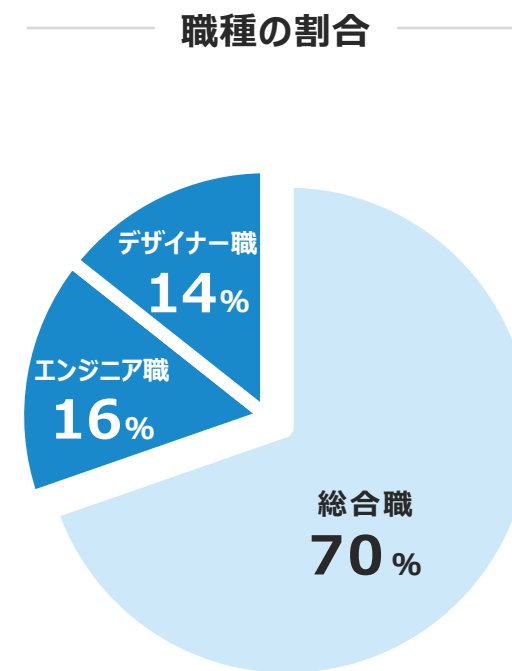
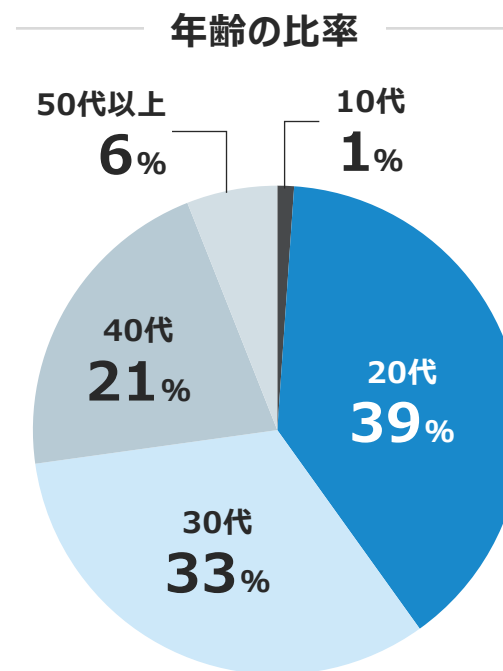
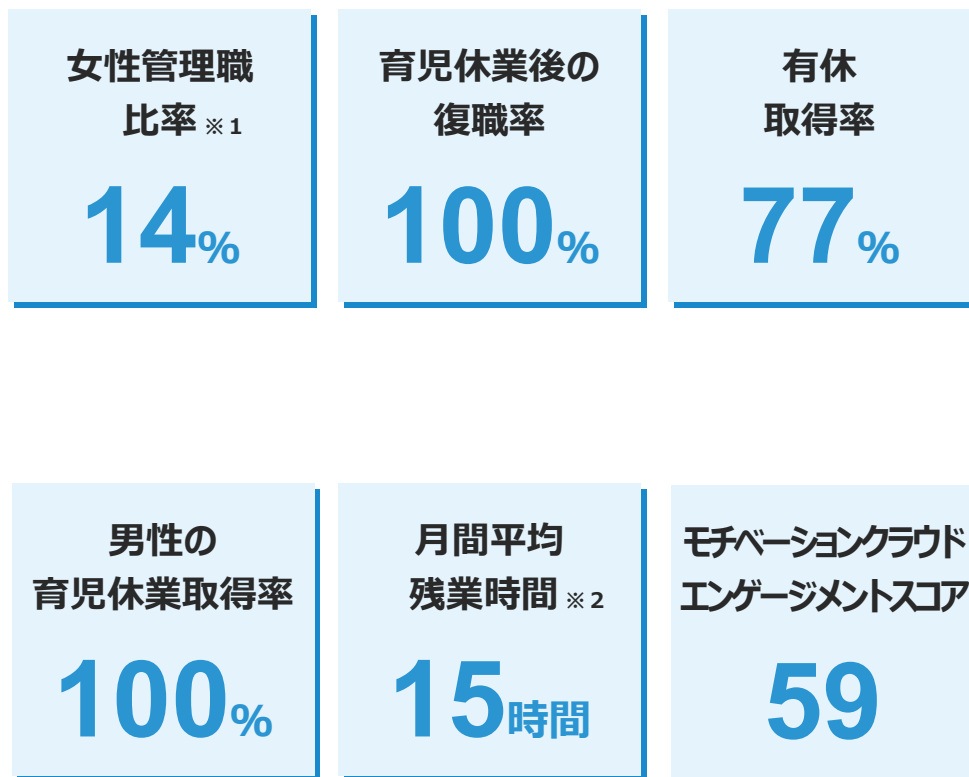


取締役
監査等委員

江口 克哉



会社の向かうビジョンに向けて挑戦によって可能性を広げたい人へ
就業環境の整備や支援を行なっていく



※ 1 前回開示時点から算定方法を変更しております。

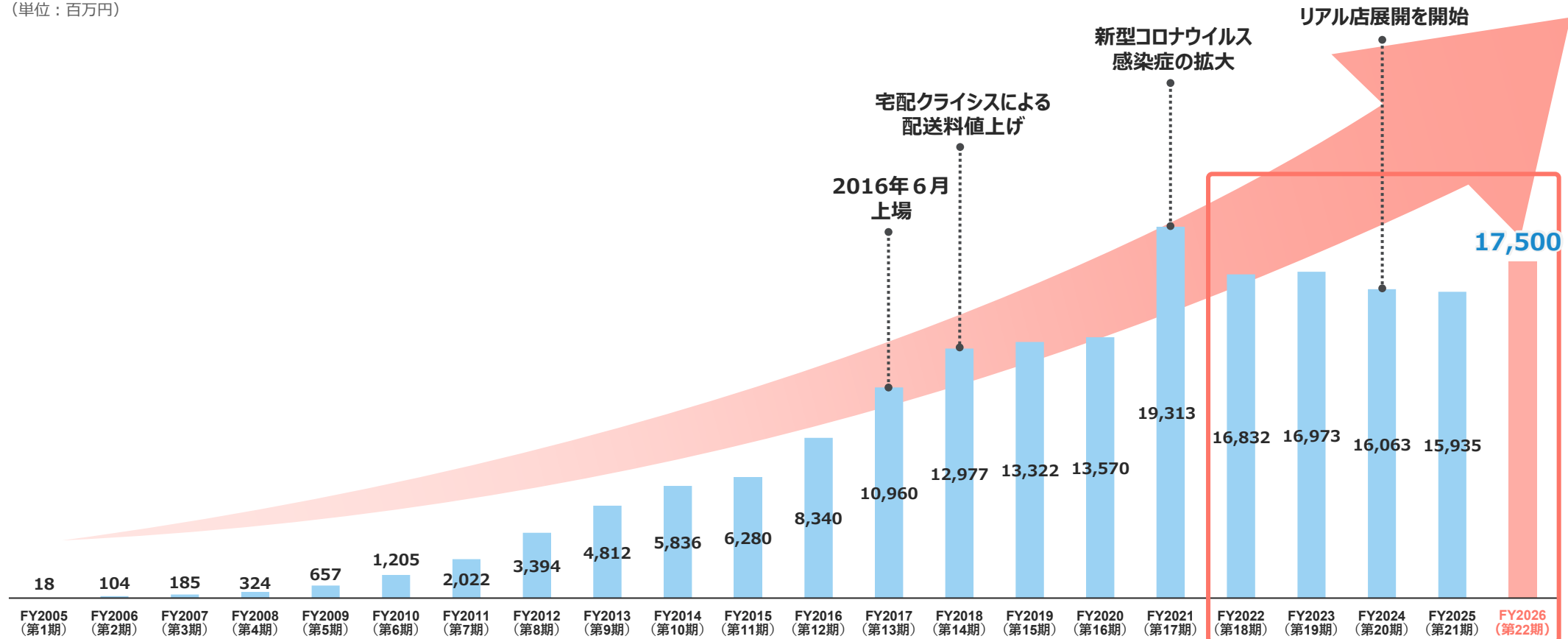
※ 2 正社員のみ



設立以来、成長基調を継続

売上高推移

(単位：百万円)



22.3期より収益認識基準適用後


※ 前回開示時点においては、FY2025（第21期）の売上高予想を17,000百万円としておりましたが、利益重視の施策に取り組んだことにより想定よりアクセス数が減少し15,935百万円で着地いたしました。



持続可能な未来に向けて取り組むための方針「サステナビリティポリシー」のもと、各施策を実施中

“ありがとう”を、未来に繋げよう。

——— 私たちのマテリアリティ ———



廃棄物の削減
および
資源循環の拡大

ダイバーシティに
富んだ環境づくり
および
従業員の
働きがいの追求

地域・コミュニティ
の活性化



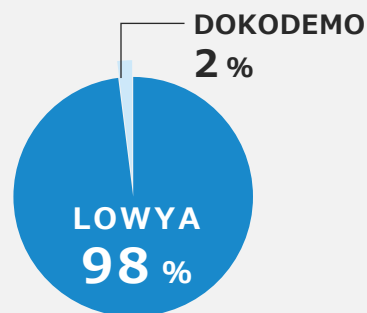
2

事業内容



LOWYAのeコマース・D2C※ビジネスで培ったクリエイティブとテクノロジーのノウハウを軸に、
2つの事業を推進

売上高構成比



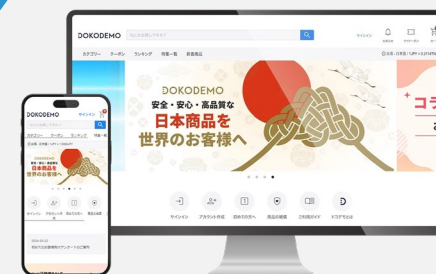
中核事業

LOWYA



研究開発
フェーズ

DOKODEMO



プロダクト

家具・インテリアから、アウトドア・家電・雑貨まで
オシャレなアイテムをお求めやすい価格で提供

全世界に対する越境ECプラットフォーム
ワンストップで越境販売（BtoBtoC）

プロセス

クリエイティブ

集客

WEBマーケティング、SNS運用、コンテンツ配信

テクノロジー

販売

MD、UI/UX設計、ECサイト運営、実店舗運営（LOWYA）

配送

CS

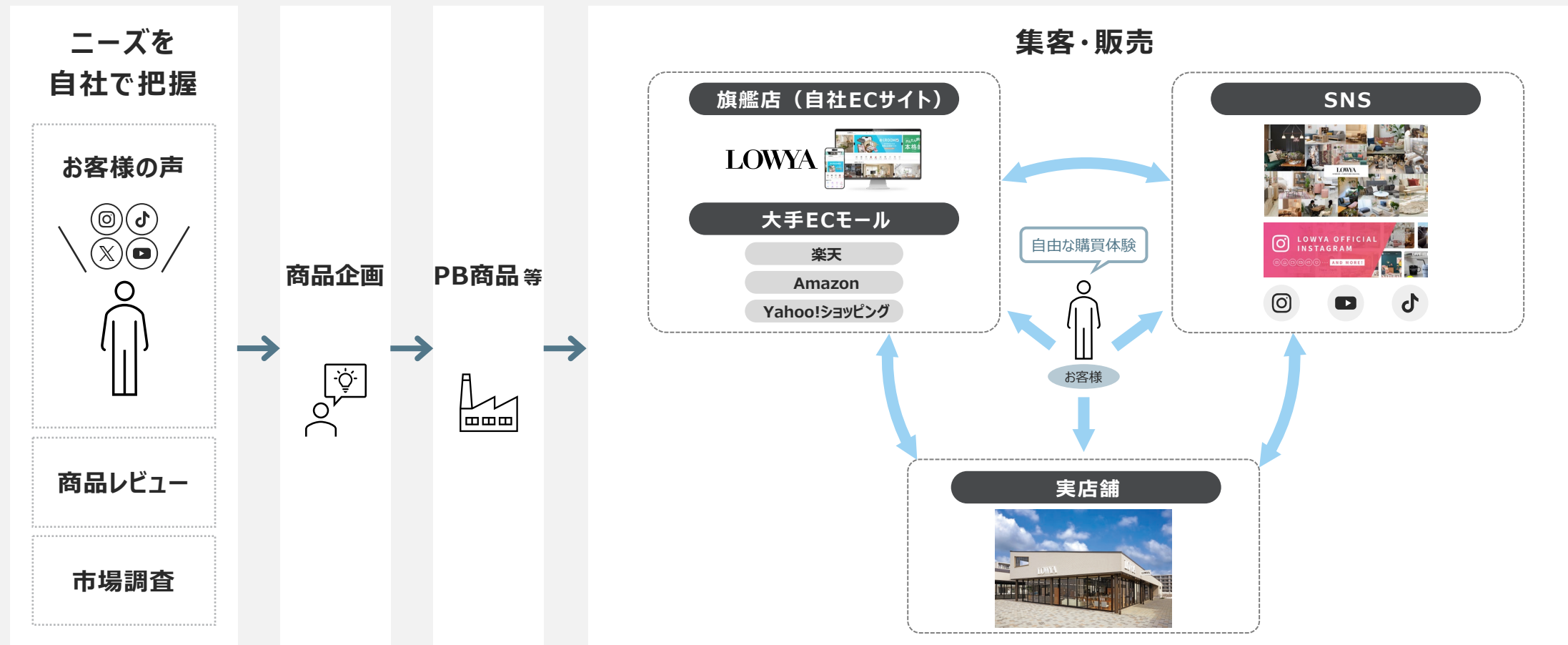
カスタマー（顧客）

国内ユーザ（個人）が中心

国内メーカー・小売業など
ユーザは全世界の個人



企画から販売までを一気通貫で手掛け、旗艦店による集客をメインとする従来のD2C（直販）モデルと実店舗（オフライン）を融合したOMO型D2Cモデル

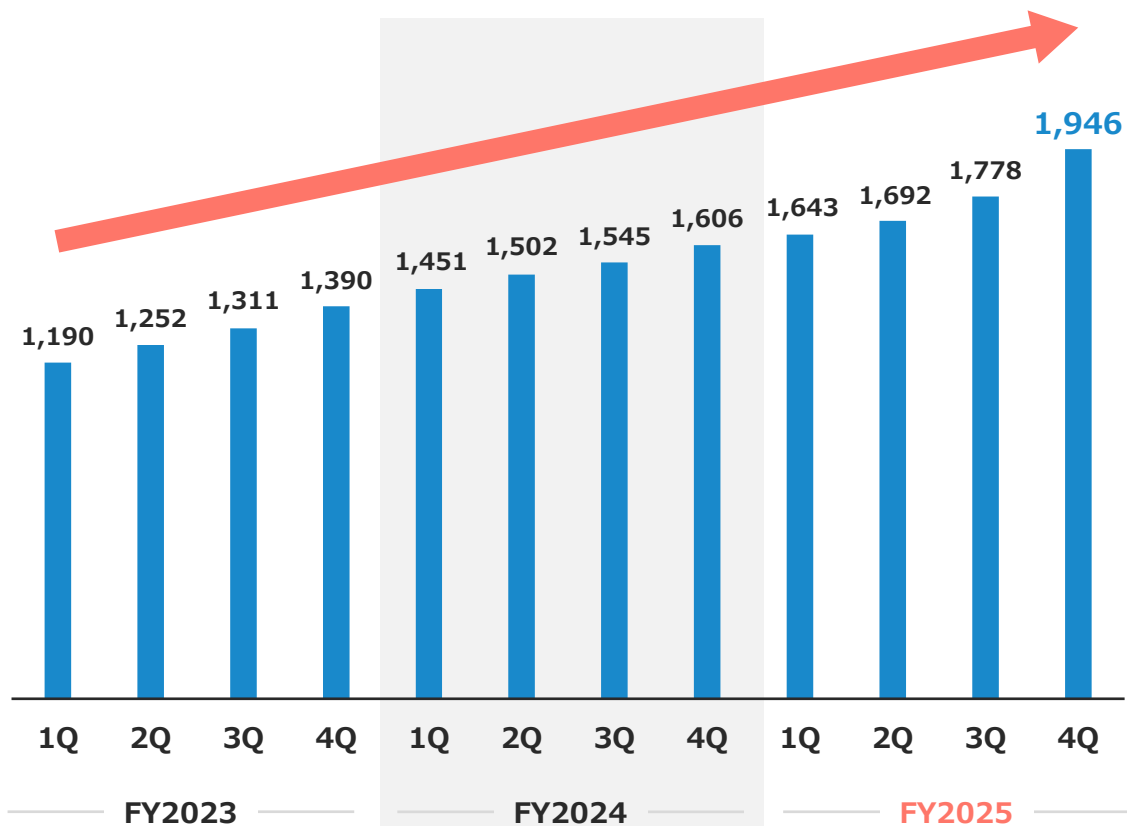




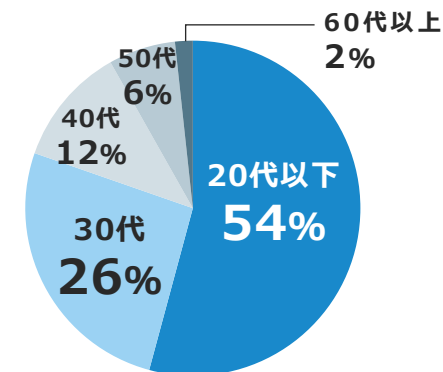
20代～30代の支持が厚く、旗艦店の総会員数は着実に増加している

旗艦店の総会員数推移

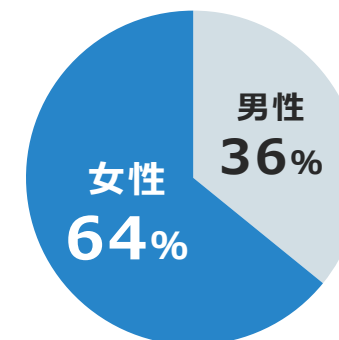
(単位：千人)



世代分布



男女比



※総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
家電・雑貨等のカテゴリ拡大や新商品を投下

家具・インテリア



円形ダイニングセット
119,970円(税込)



ワイドサイズカウチソファ
99,990円(税込)



シューズボックス
39,990円(税込)



押し活収納オシテル
ワイドタイプ
29,990円(税込)



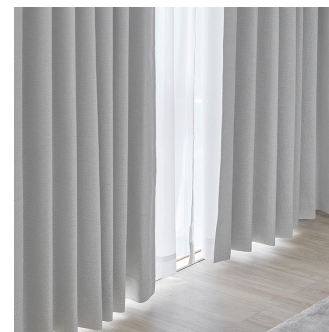
リビングテーブル
19,990円(税込)



コイル2層構造マットレス
39,990円(税込)～



アッパーライト付き
シーリングライト
19,990円(税込)



ドレープカーテンセット
6,990円(税込)

家電



空気清浄機能付き除湿器
24,990円(税込)



電動コーヒーミル
7,990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が176万、Instagramフォロワー数も117万を突破

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（2025年3月末現在）



スマホアプリ

176万 ダウンロード（累計）



Instagram

117万 フォロワー



TikTok

39万 フォロワー



YouTube

20万 チャンネル登録者

LOWYAの公式アプリ



LOWYAの公式SNS





2023年4月より、OMO型D2Cモデルの実現に向けて実店舗を開業

2025年3月期は5店舗をオープンし、2025年3月末時点で計8店舗を出店済み

2024年3月期 出店店舗

- 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



2025年3月期 出店店舗

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
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
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
開業日 : 2024年10月5日
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
開業日 : 2024年11月2日
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
開業日 : 2024年11月30日
出店場所 : MARK IS 静岡 (静岡県静岡市)



AR／VRを中心に、家具の購入体験を変えるサービスを自社開発

2024年11月 3D家具配置シミュレーションアプリ「おくROOM®」をローンチ

2025年3月までに累計30万ダウンロードを突破

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が3D空間で体感できる！



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

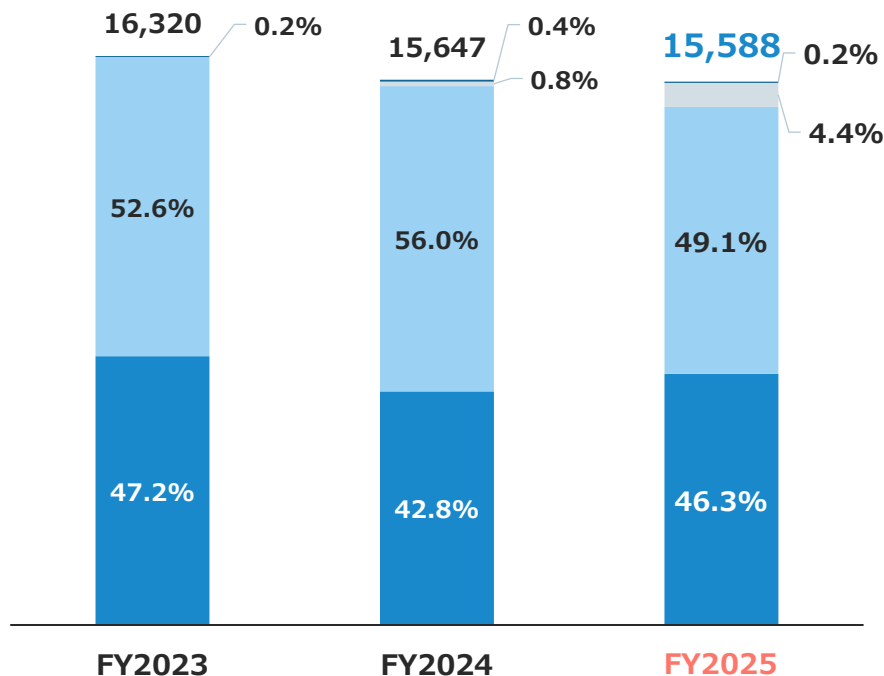


前第2四半期に利益重視の経営方針へ転換した影響で売上高は微減したものの、
同方針に伴い販売促進費及びマーケティングコストの適正化を実施した結果、営業利益は回復
実店舗の出店増加により実店舗の売上高に占める割合が増加

売上高

(単位：百万円)

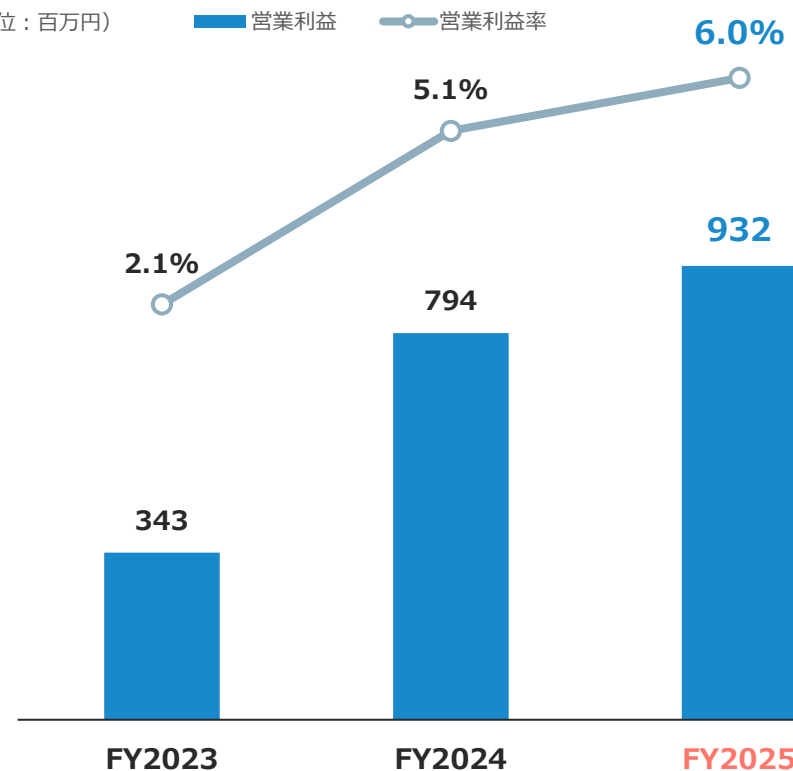
■ 旗艦店 ■ モール ■ 実店舗 ■ 卸売



営業利益

(単位：百万円)

■ 営業利益 ○ 営業利益率



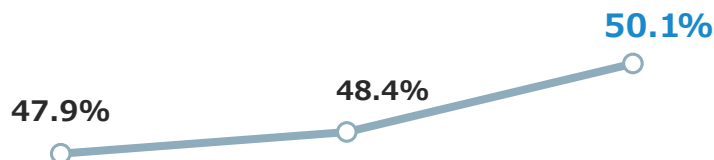


2025年3月期は、販売促進費の削減により売上総利益率は改善

また、マーケティングコストの適正化に取り組んだものの、実店舗の出店や基幹システムリプレイスに向けた準備等、一過性の費用の計上により販売管理費は微増

売上総利益率

(単位：%)



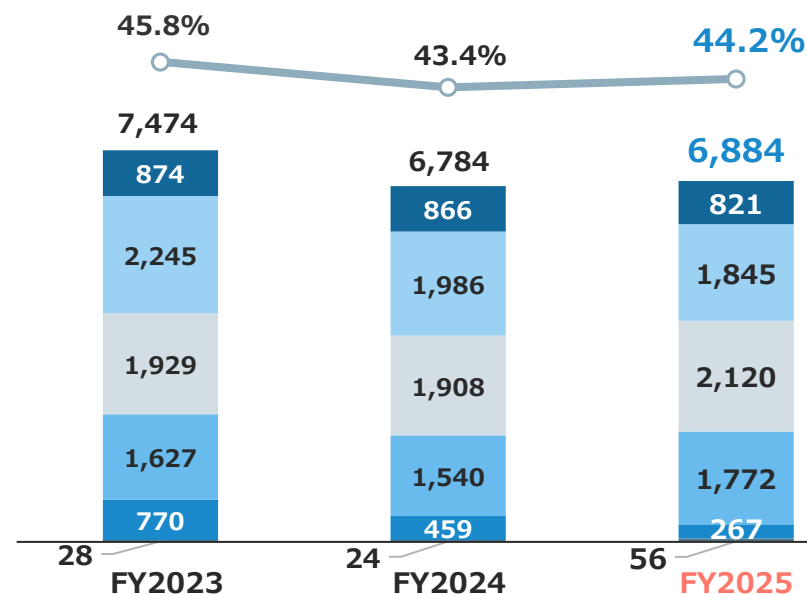
FY2023

FY2024

FY2025

販売管理費

(単位：百万円)



※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。

3

市場環境

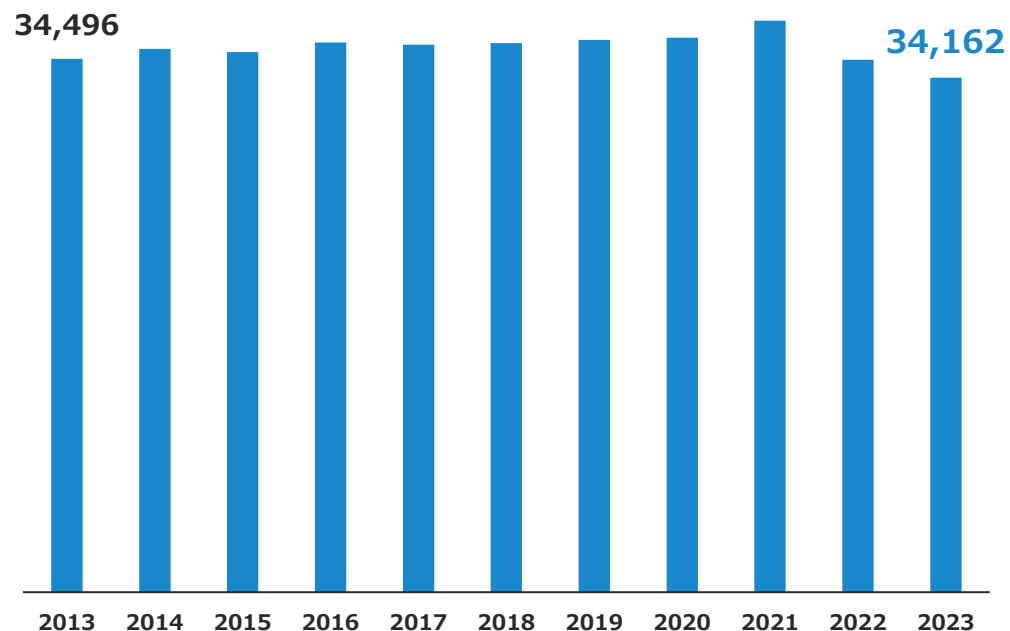




家具・インテリア市場全体は横ばいで推移しているものの、EC市場はCAGR+2.8%成長
今後もEC市場の成長は継続する見通し

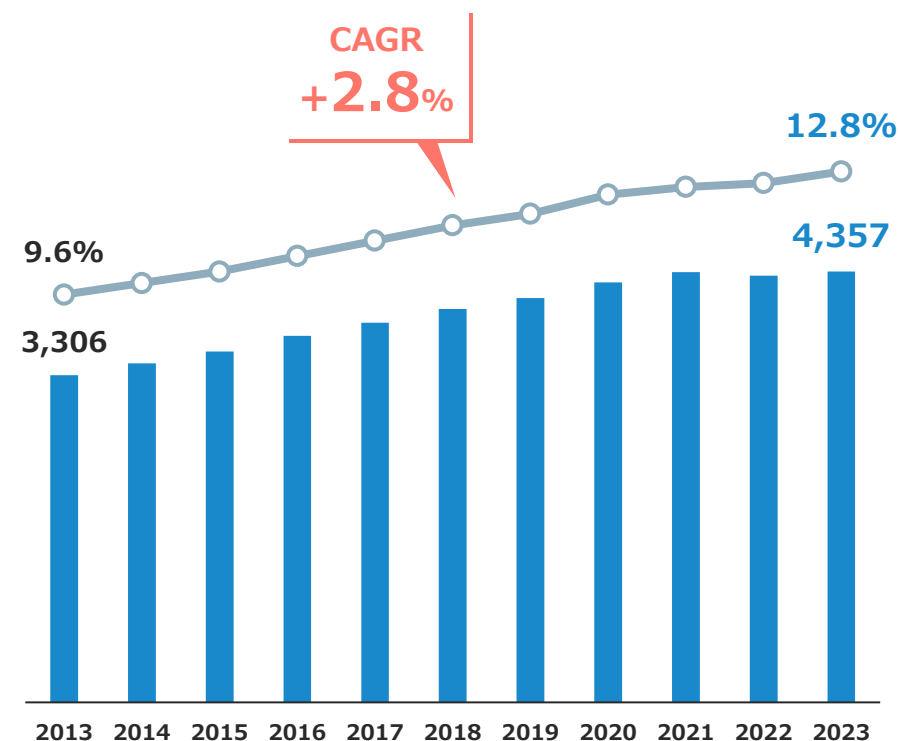
家具・インテリア市場規模の推移

(単位：億円)



EC市場・EC比率の推移

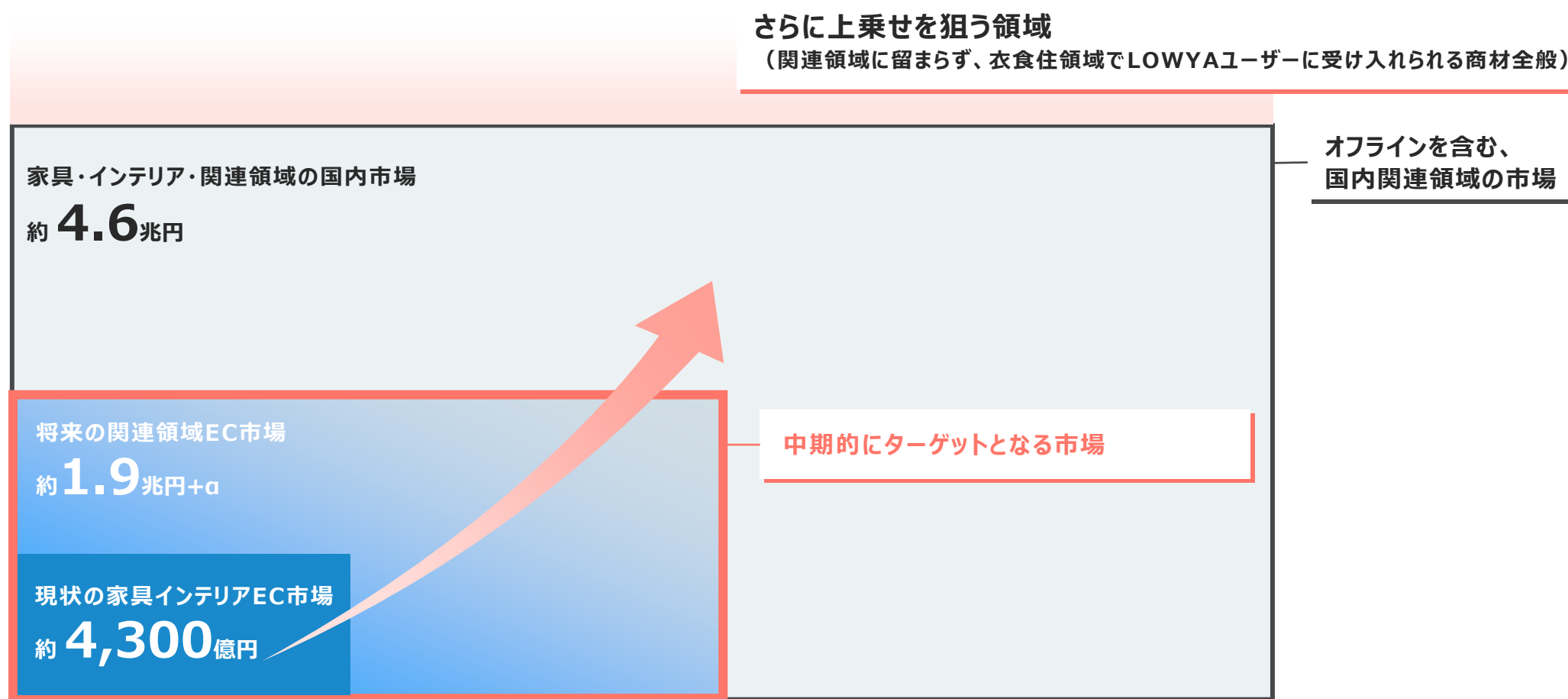
(単位：億円)





EC化率上昇によってターゲット市場は拡大を続ける

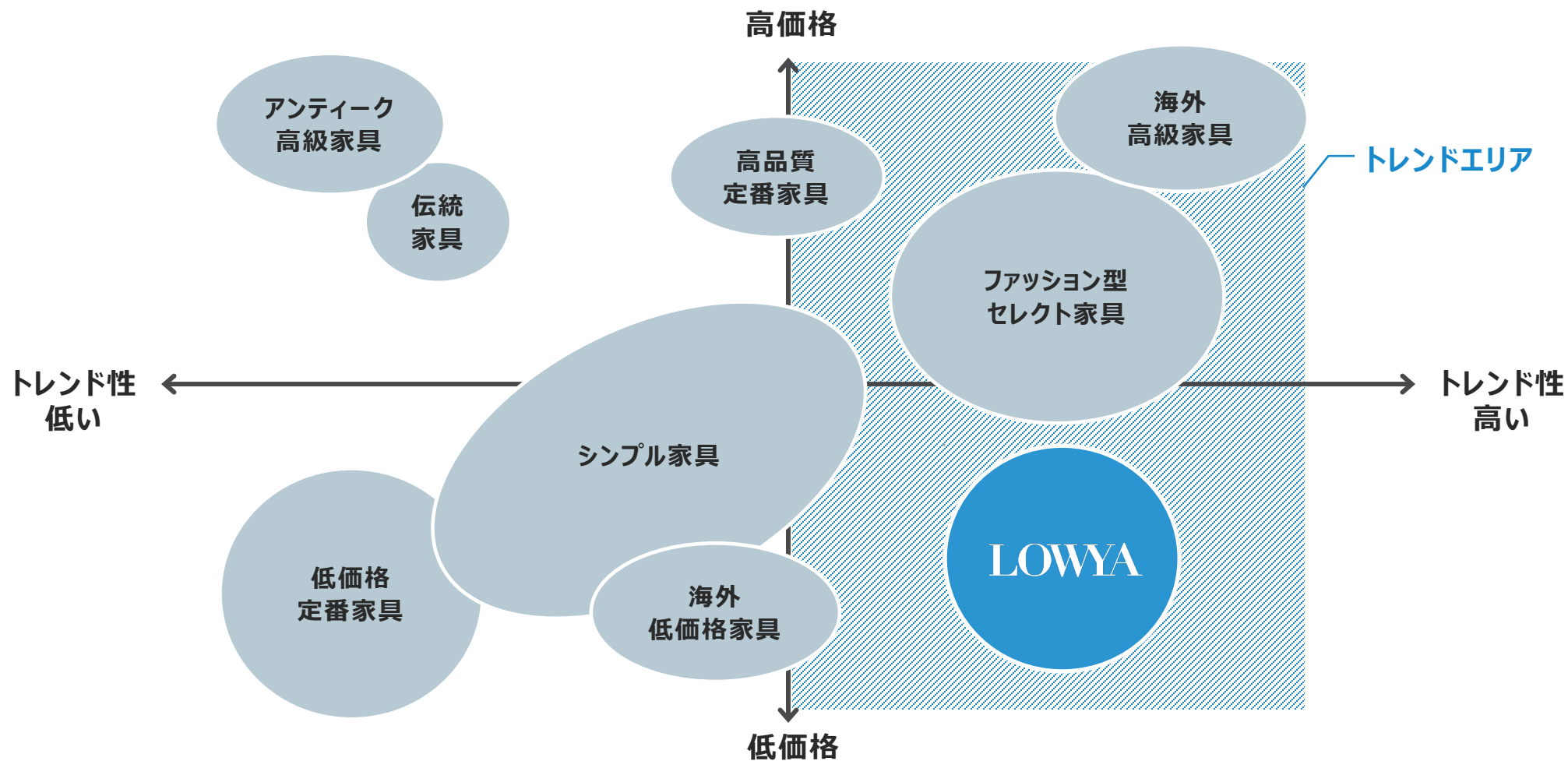
EC化の加速に加え、OMO型D2C推進でオフライン市場のニーズも取り込み、事業領域拡大と共に事業成長を図る



※出所：関連領域は家具・インテリア市場、大型家電を除く白物家電、プラスチック日用品・雑貨をあわせたもの。家具・インテリア市場及びEC化率はEuromonitor「Home Furnishings in Japan, June 2024」を基礎として当社推計。家電は日本電機工業会「2025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「2023年 経済産業省生産動態統計年報」を基に作成。家電及びプラスチック日用品・雑貨のEC化率については経済産業省「令和5年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」より当社推計。



家具・インテリア市場の中で低価格でトレンド性が高い商品を豊富に取り扱い
他ブランドとの差別化を図ったLOWYA独自のポジショニングを確立する





4

成長戦略



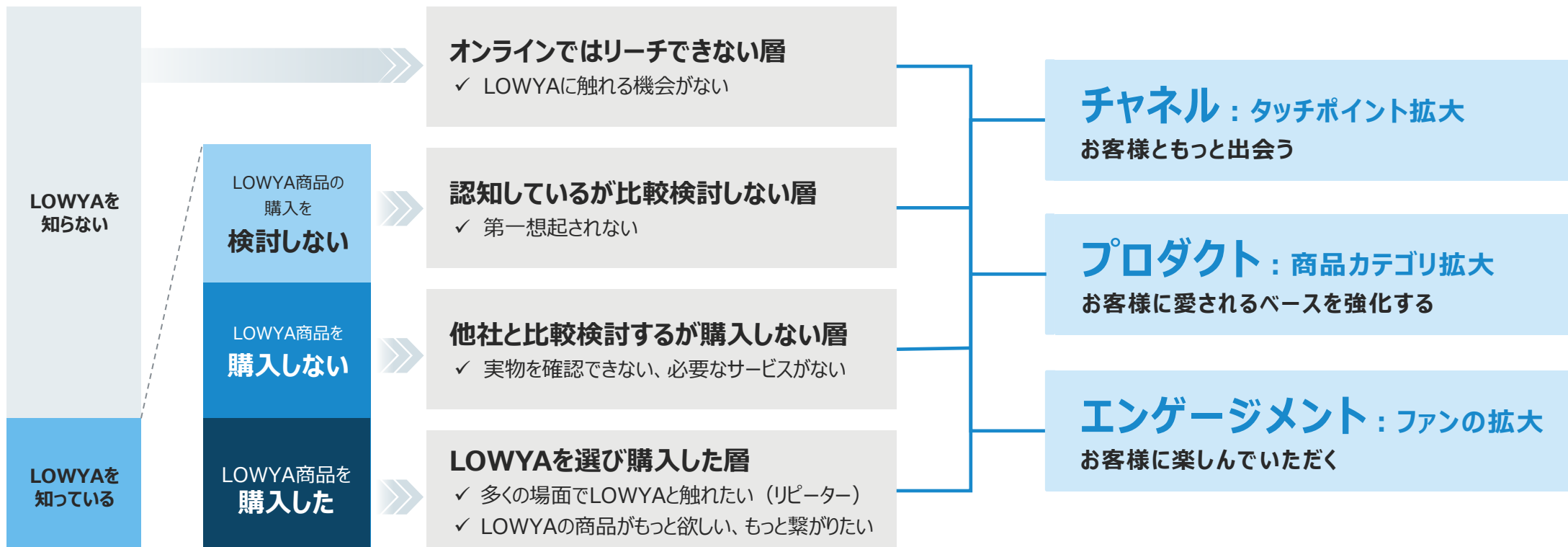
オンラインだけではリーチできなかったお客様とのタッチポイントを構築するため、

実店舗（チャネル）にも進出しOMOモデルへ転換

SNSの活用や商品（プロダクト）強化を図り、ファン拡大や顧客満足度向上（エンゲージメント）に取り組む

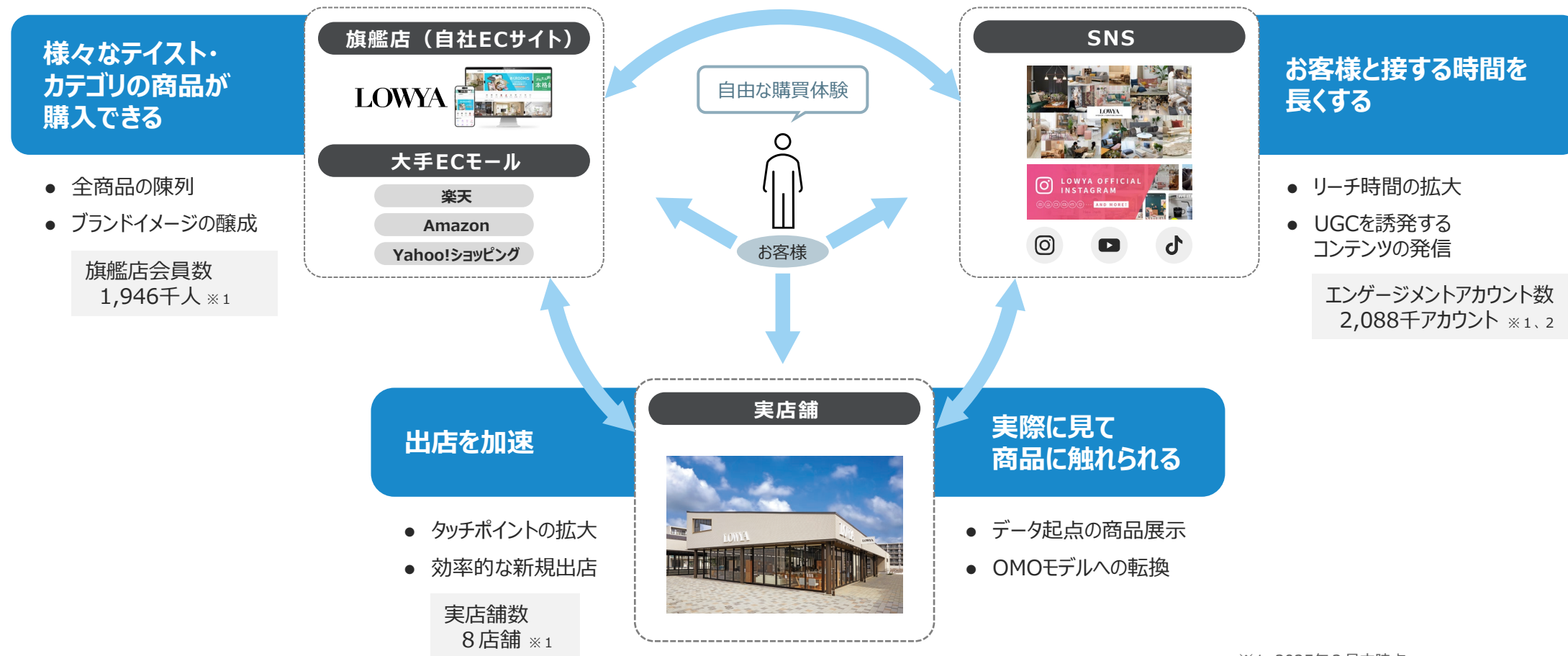
顧客の分類とそれぞれのペイン

3つの強化ポイント





SNSを含めたオンラインとオフラインが連動したシームレスな購買体験を構築
実店舗の出店を加速し、お客様が商品を見て触れる場所を増やしていく



※1. 2025年3月末時点

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



商品カテゴリ拡大による生活空間におけるLOWYA商品の占有率の引上げを図ると共に、顧客層の広がりに対応する商品開発に取り組む

ホームファニシング

- 家具を含めた家庭用品全般
- 家庭用品の色や柄、素材などをまとまりのあるスタイルにトータルコーディネート



お客様の生活空間における
LOWYA商品占有率を高める

品揃え強化



ソファ



テレビ台



収納



寝具



ラグ・カーペット



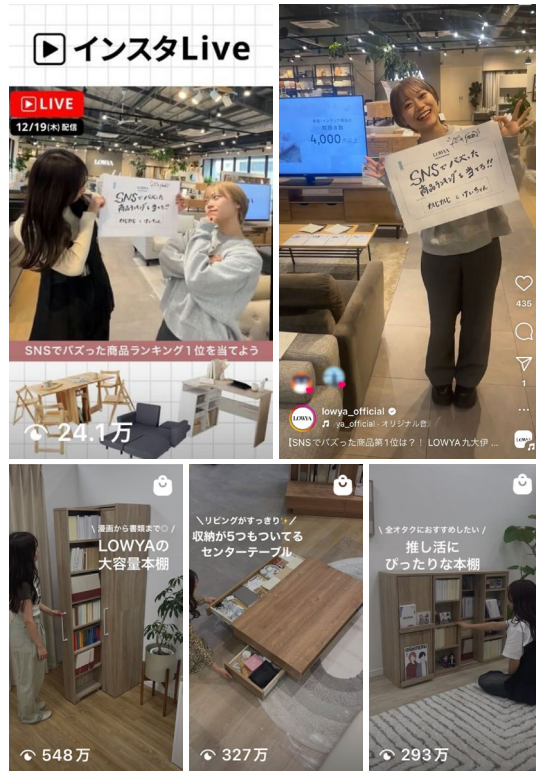
雑貨



お客様に楽しんでいただけるような双方向のコミュニケーション施策をオンライン・オフラインで実施
SNSを中心とした顧客とのコミュニケーションの活性化によるファン度の深化を目指す

SNS

▼ Instagram



▼ TikTok



▼ YouTube



実店舗からのLIVE配信や
商品紹介、お部屋コーディネート等を配信

実店舗



事前にInstagramで
好きな家具の投票を募集
投票の多かった商品を使
ったコーディネートを実
店舗で展示

※こちらのイベントは終了しました。



SNS企画と連動した
実店舗を活用したイベントを実施



2025年3月期は出店目標4～6店舗のうち、5店舗を出店

2025年3月末時点で計8店舗を出店済み



マークイズみなとみらい店

開業日 2024年8月10日
出店場所 MARK IS みなとみらい
(神奈川県横浜市)



イオンモール茨木店

開業日 2024年11月2日
出店場所 イオンモール茨木
(大阪府茨木市)



二子玉川ライズ店

開業日 2024年9月14日
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)



マークイズ静岡店

開業日 2024年11月30日
出店場所 MARK IS 静岡
(静岡県静岡市)



イオンモール広島府中店

開業日 2024年10月5日
出店場所 イオンモール広島府中
(広島県安芸郡)



2025年4月に1店舗出店し、さらに2店舗出店が決定

2027年3月期までに人口集積地を中心に数十店舗のオープンを目指し、新規出店を続けていく予定

2026年3月期	出店済み	店舗名 : LOWYAららぽーと安城店 開業日 : 2025年4月 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)
	出店予定	店舗名 : LOWYAイオンモールむさし村山店 (仮称) 開業日 : 2025年6月 (予定) 出店場所 : イオンモールむさし村山 (東京都武蔵村山市)
		店舗名 : LOWYAイオンモール福岡店 (仮称) 開業日 : 2025年冬 (予定) 出店場所 : イオンモール福岡 (福岡県糟屋郡)



- 2025年3月期までに
出店済み
- 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
 - 4 LOWYAマークイズみなとみらい店
 - 5 LOWYA二子玉川ライズ店
 - 6 LOWYAイオンモール広島府中店
 - 7 LOWYAイオンモール茨木店
 - 8 LOWYAマークイズ静岡店



営業キャッシュフローを新たな実店舗（チャネル）展開に向けた積極的な投資を実施予定

実店舗展開に伴い、OMOモデルを支える人材やIT等のインフラにも投資を実施予定

DOE2.0%を基準として配当を実施する方針

ファイナンス手段

1. 営業CF

- ECチャネルにおいて、マーケティングコストを適正化し、効率重視の店舗運営を実現
- 実店舗出店コストが投資先行となるも、中期的な売上高成長を押し上げ
- 運転資本の効率的な運用

営業CFの創出

2. 有利子負債

- 2023年3月末以降、無借金経営を継続
- 株主資本は59億円あり、借入余力は十分
※ 2025年3月末時点

3. エクイティ

- 選択肢としては排除しない

投資領域

強化ポイント3軸

チャネル

プロダクト

エンゲージメント

インフラ強化

- SCM・フルフィルメントの強化
- ITシステムの改善
- 各領域における人材確保

戦略の補完

外部提携

- スタートアップ投資
- 資本業務提携
- M&A など

株主還元

- 経営体質の強化、将来の事業規模拡大に向けた更なる先行投資的な事業資金のための内部留保を確保
- 企業価値の拡大、経営環境並びに業績等を総合的に勘案し、DOE2.0%を基準として配当を実施



2026年3月期、2027年3月期の計画を修正
ROE15%以上、DOE2%の目標に変更はなし

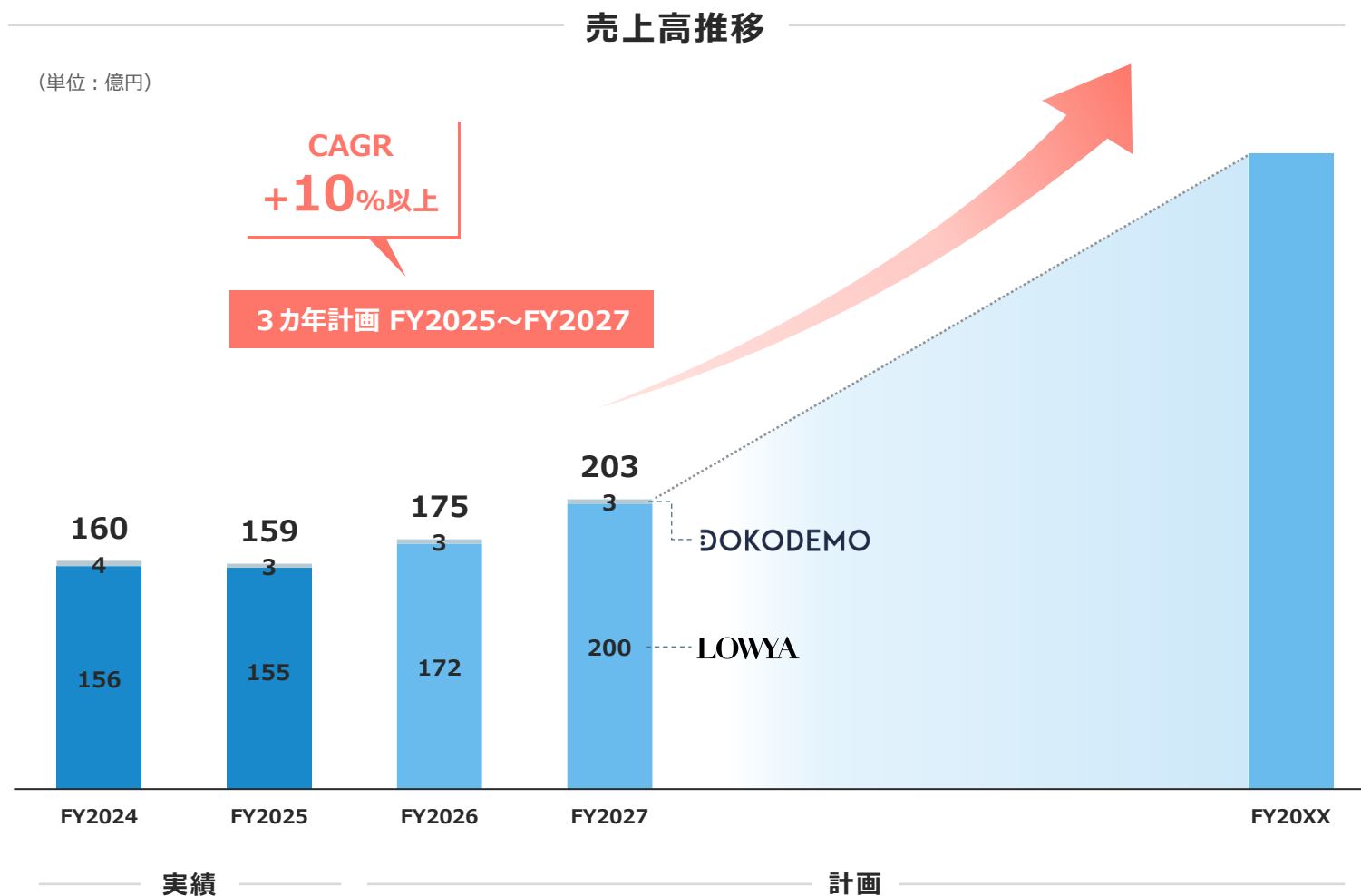
	2025年3月期		2026年3月期		2027年3月期	
	当初計画	実績	当初計画	修正計画	当初計画	修正計画
売上高（百万円）	17,000	15,935	19,500	17,500	22,500	20,300
LOWYA事業	16,500	15,588	19,000	17,200	22,000	20,000
新規出店店舗数	4～6店舗	5店舗	6～8店舗	5店舗以上	8～10店舗	5店舗以上
DOKODEMO事業	500	346	500	300	500	300
営業利益（百万円）	1,200	926	1,500	1,100	2,000	1,400
ROE（%）	12.4	10.3	13.9	10.6	16.2	12.3
1株当たり配当金（円）	11	11	13	12	15	13

※2025年3月期は、利益重視の方針に基づきマーケティングコストの適正化等を実施した結果、売上高は当初計画を下回った。また、円安進行の影響で売上総利益率が予想より低下したことにより営業利益も当初計画を下回って着地。

※2026年3月期、2027年3月期については、実店舗のオペレーション改善や人材教育にも注力するため、新規出店店舗数を当初計画よりも減少。これに伴い、その他の計画値も修正。



LOWYA事業の成長を中心に、CAGR10%以上を目指す
DOKODEMO事業は、研究開発のフェーズを継続



中期ターゲット

500 億円



長期ターゲット

1,000 億円

5

リスク



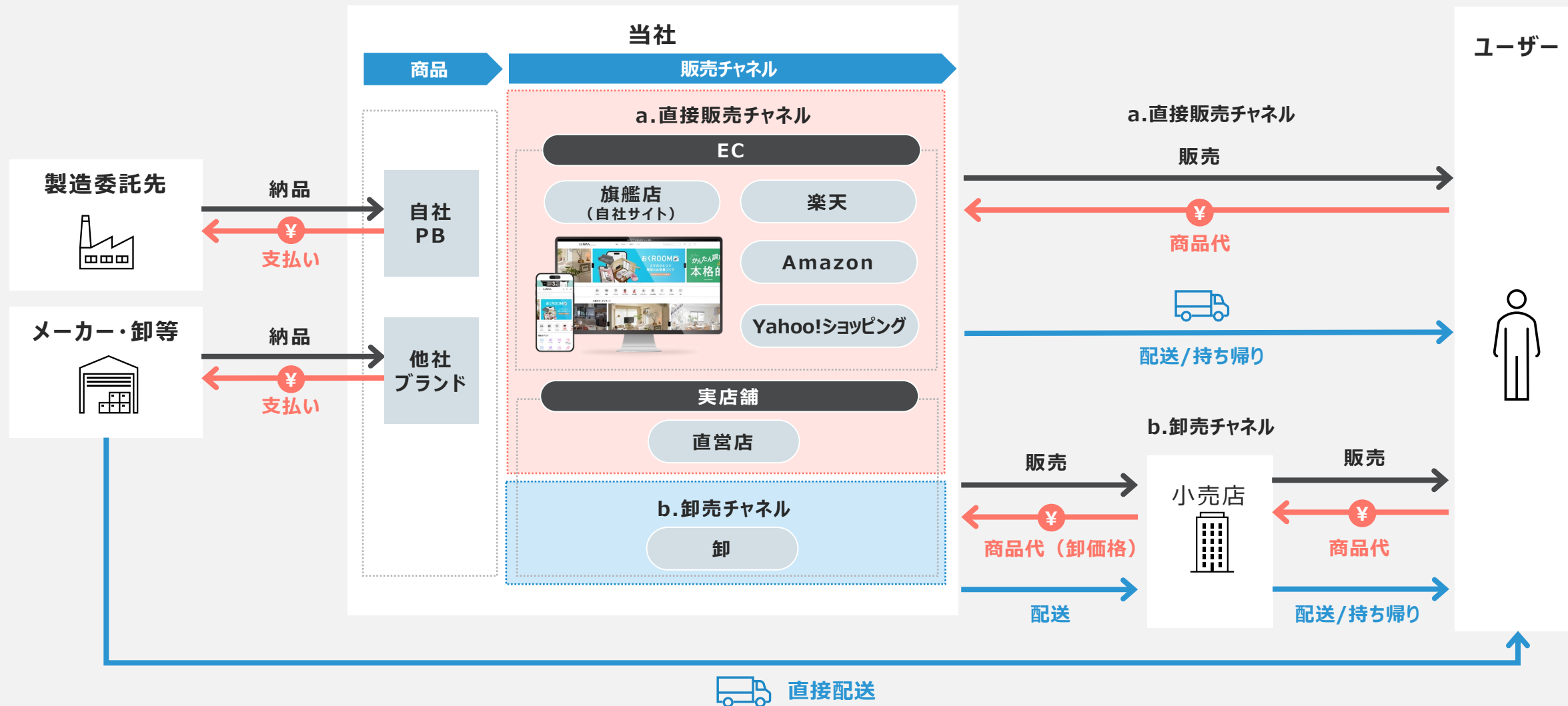


当社事業に関する主要なリスク及び対応策は以下のとおりです
その他のリスクは、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください

内容	顕在化可能性	発生時期	影響度	対応策
為替について 大幅な為替相場の変動が業績に影響を及ぼすリスク	高	短～長期	高	<ul style="list-style-type: none">● ヘッジ方針の随時見直し及び高度化
検索エンジンへの対応について 検索アルゴリズム変更等によりSEO対策が機能せず十分な顧客獲得ができないリスク	中	不明	中	<ul style="list-style-type: none">● 検索アルゴリズム変更等の影響を軽減させる対策を実施
インターネットモールの影響について モール閉鎖、出店契約解消、モールシステムトラブル等に起因するリスク	中	不明	中	<ul style="list-style-type: none">● LOWYA旗艦店の成長及び新たな販路構築・拡大に注力
新たなビジネスモデルについて 期待する売上・利益成長や既存事業領域とのシナジー効果等が実現できないリスク	中	短～中期	高	<ul style="list-style-type: none">● 売上実績等の継続的なモニタリングを実施● 中期的な数値計画及び撤退基準を検討
競合について 当社の競争優位性の低下や、価格競争が生じるリスク	中	短～長期	高	<ul style="list-style-type: none">● 競合に対する優位性の強化● 付加価値の高いサービスの提供
配送費上昇について 配送会社による大型配送の撤退や値上げが生じるリスク	中	短～中期	中	<ul style="list-style-type: none">● 配送費上昇の影響を受けにくい収益構造の構築
知的財産権について 自社の権利が侵害されるリスク、また意図せず第三者の知的財産権を侵害するリスク	低	短～長期	低	<ul style="list-style-type: none">● 各種知的財産権の取得● 第三者の知的財産権を侵害しないことを確認する体制の構築
情報セキュリティ及びシステムトラブルについて 予期せぬ事故や不正アクセス等によりシステムトラブルが発生し、サービスの安定的な提供が困難となるリスク	低	短～長期	高	<ul style="list-style-type: none">● データのバックアップ及び分散配置● セキュリティ対策の強化



Appendix



IRに関するお問い合わせ

<https://www.vega-c.com/contact/ir/>

本資料には、将来予想に関する記述が含まれています。本資料における歴史的な事実に関するもの以外は、当該将来予想に関する記述に該当します。これらの記述には既知及び未知のリスク並びに不確実性が含まれており、将来の期間における実際の業績は、これらの記述と大きく異なる可能性があります。リスクや不確実性には、当社の事業をとりまく市場の動向、競争環境、国内及び国際的な経済状況等が含まれますが、それらに限りません。

本資料に記載されている意見、見込み、予測は、現在入手している情報にもとづき当社が判断したものであり、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

事業計画及び成長可能性に関する事項については、毎年5月予定の通期決算発表と同時期に開示を予定しております。