

経営方針と対処すべき課題（有価証券報告書より）

1 目指す姿と数値目標

経営理念

「誠実」「愛」「感謝」「謙虚」「調和」を掲げ、株主・顧客・取引先・従業員など直接の利害関係者のみならず、社会全体から愛される企業を目指す。

実店舗出店数
5店舗以上

2 中長期の経営戦略

1. OMO型D2Cモデル構築

オンラインだけではリーチできない顧客との接点構築のため実店舗展開を推進。旗艦店と大手ECモール内店舗を中心に出店拡大を図る。

3. ファン・顧客満足度向上

SNS、コミュニティ施策、コンテンツ強化に取り組み、潜在顧客への浸透とエンゲージメント強化を推進。

2. 商品カテゴリ拡大

生活空間におけるLOWYA商品の占有率引き上げため、自社プライベートブランドのカテゴリ及び商品数を拡充。高利益率商品の開発継続。

4. 越境ECプラットフォーム強化

台湾を中心とした越境ECプラットフォーム事業で、マーケティングコスト適正化による効率的運営と商品カテゴリ拡充により新規会員獲得と流通総額増加を目指す。

3 対処すべき課題

① 販売競争・原価上昇への対応

- ・円安を含む市況変動による原価率上昇が利益圧迫要因。耐性強化が重要課題。
- ・資源高・円安による原価上昇と配送費高騰への対応が必要。

② 商品・サービス差別化

- ・商品価値・顧客サービスにおける差別化を図ることが重要。
- ・個性・ライフスタイルの多様化に対応した品質高い商品をリリース。

③ 物流・経営管理体制強化

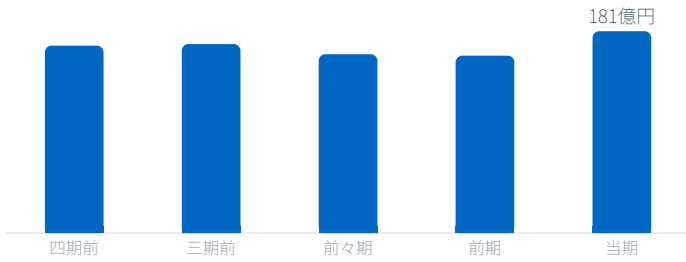
- ・業界課題である物流コスト抑制とフルフィルメントサービス強化。
- ・リスク管理・法令遵守体制を充実させ、成長と経営管理のバランス確立。

面接で使えるポイント

- ・「ECの可能性を無限大に」というビジョンのもと、家具Eコマース事業を主軸にOMO型D2Cモデル転換を推進。
- ・2026年3月期に実店舗5店舗以上出店を目標とし、オンライン・オフライン融合で顧客接点強化。
- ・越境ECプラットフォーム事業で台湾を中心にリピートユーザーから堅調な流通を確保しつつ、新規会員獲得施策を実施。

証券コード 3542

業績の推移（売上＝棒 / 営業利益＝線）



要するに

家具・インテリア製品を中心としたインターネット通信販売事業を展開する小売企業

主力事業・セグメント

- ・小売業（セグメント未開示）

強み・特徴（公開データから）

- ・財務健康度75点と財務基盤が健全

※要約はAI生成のため誤りを含む可能性があります

暗記する数字3つ

連結売上高
－（未開示）営業利益率
－（未開示）財務健康度
75点 / 100点

将来性 曇り / 就活偏差値 42.9（当サイト算出の参考指標）

平均年収
571万円

小売業内 131位/318社

平均年齢
35.8歳

小売業内 270位/318社

平均勤続
5.7年

小売業内 264位/318社

女性管理職
12.5%

小売業内 127位/250社

男性育休
25.0%

小売業内 165位/193社

※平均年収は提出会社単体・有価証券報告書ベース。順位は同33業種内の掲載企業での比較。

ここから下は自分で書く（面接で話すこと）

志望動機の核

上の数字・事業と接続して書く

自分の経験との接点

逆質問メモ

※1つはデータ起点で（例：勤続年数が長い要因は…）

直近ニュース一言

参考: (株)ベガコーポレーション【3542】：決算情報

