

LOWYA FACT BOOK 2025

Update 2025.10.02



VEGA corporation

INDEX

目次

P3		はじめての方必見！数字で知る、LOWYA
P4		LOWYAのビジネスモデル
P5		まずは押さえない！4つの独自性
P6		ヒットの舞台裏！LOWYAの「波瀾万丈記」
P7		バズる秘訣は、「EC発」の商品開発
P8		2025年上半期ヒットランキング
P9		ネットで売る秘訣。 パーソナルNo.1を目指す、 唯一無二のコミュニケーション力
P11		スマホひとつで理想のお部屋づくりが叶う、 自社開発アプリ「おくROOM®」
P12		ECと実店舗の二刀流！ LOWYA流「OMO」に向けて、加速中
P13		会社概要
P14		よくあるご質問 ～報道関係者様向けのQ&Aページ～

国内トップクラスのEC家具ブランドLOWYA。本ページでは“インテリアを、自由気ままに。”をビジョンとして掲げ、選ぶ、買う、届く、生きる – すべての瞬間に♡を届けるブランドの“いま”を、数字でお届けいたします。

アイテム数

約**1,700点**以上

コード数

約**300**コード ※ECサイトで展開しているコード数

実店舗の店舗数

10店舗 ※2025年8月時点



九大伊都店



二子玉川ライズ店



マークイズみなとみらい店



名古屋みなと店

＜店舗一覧＞

2023年4月「LOWYA九大伊都店」
2023年12月「LOWYAなんばパークス店」
2024年2月「LOWYA名古屋みなと店」
2024年8月「LOWYAマークイズみなとみらい店」
2024年9月「LOWYA二子玉川ライズ店」
2024年10月「LOWYAイオンモール広島府中店」
2024年11月「LOWYAイオンモール茨木店」
2024年11月「LOWYAマークイズ静岡店」
2025年4月「LOWYAららぽーと安城店」
2025年6月「LOWYAイオンモールむさし村山店」

＜開業予定＞

2025年11月「LOWYA新三郷店」
2025年12月「LOWYAイオンモール福岡店」

アプリ

公式アプリ

183万ダウンロード（累計）

※2025年6月末時点

おくROOM®アプリ

50万ダウンロード（累計）

※2025年8月末時点

SNS

Instagram

120万 フォロワー

TikTok

42万 フォロワー

YouTube

21万 チャンネル登録者数

Lemon8

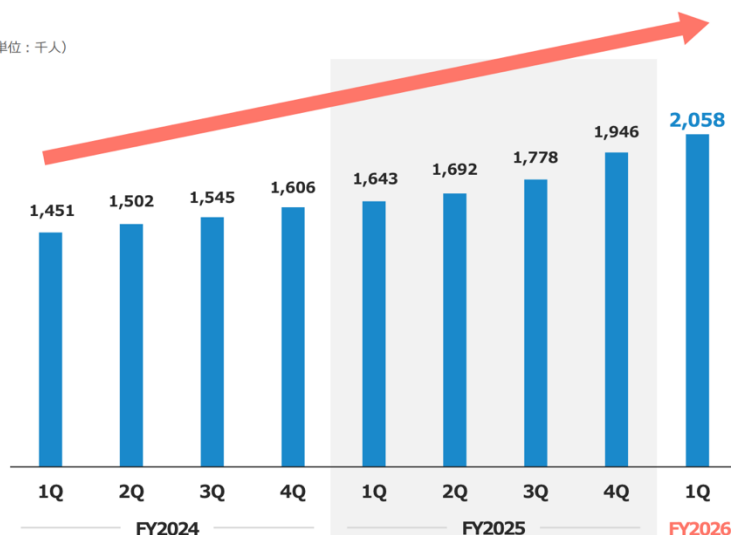
8.9万 フォロワー

※2025年8月末時点

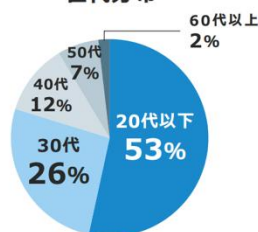
ユーザーは特に20代～30代の支持が厚く、ECサイトの総会員数は着実に増加している傾向にあります。

旗艦店の会員数推移

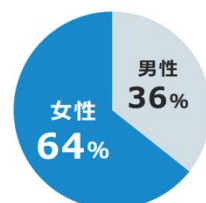
（単位：千人）



世代分布



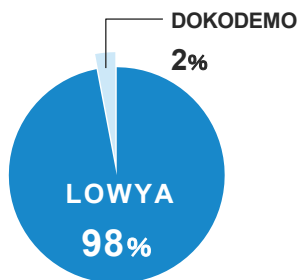
男女比



※会員数は旗艦店で会員登録した全ての会員。

LOWYAを運営する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、代表取締役社長：浮城 智和、証券コード：3542、URL：<https://www.vega-c.com/>）では、主に2つの事業に取り組んでいます。

売上高構成比



LOWYA



DOKODEMO



プロダクト

プロセス

カスタマー（顧客）

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）

クリエイティブ

テクノロジー

集客

WEBマーケティング、SNS運用、コンテンツ配信

販売

MD、UI/UX設計、ECサイト運営、実店舗運営（LOWYA）

配送

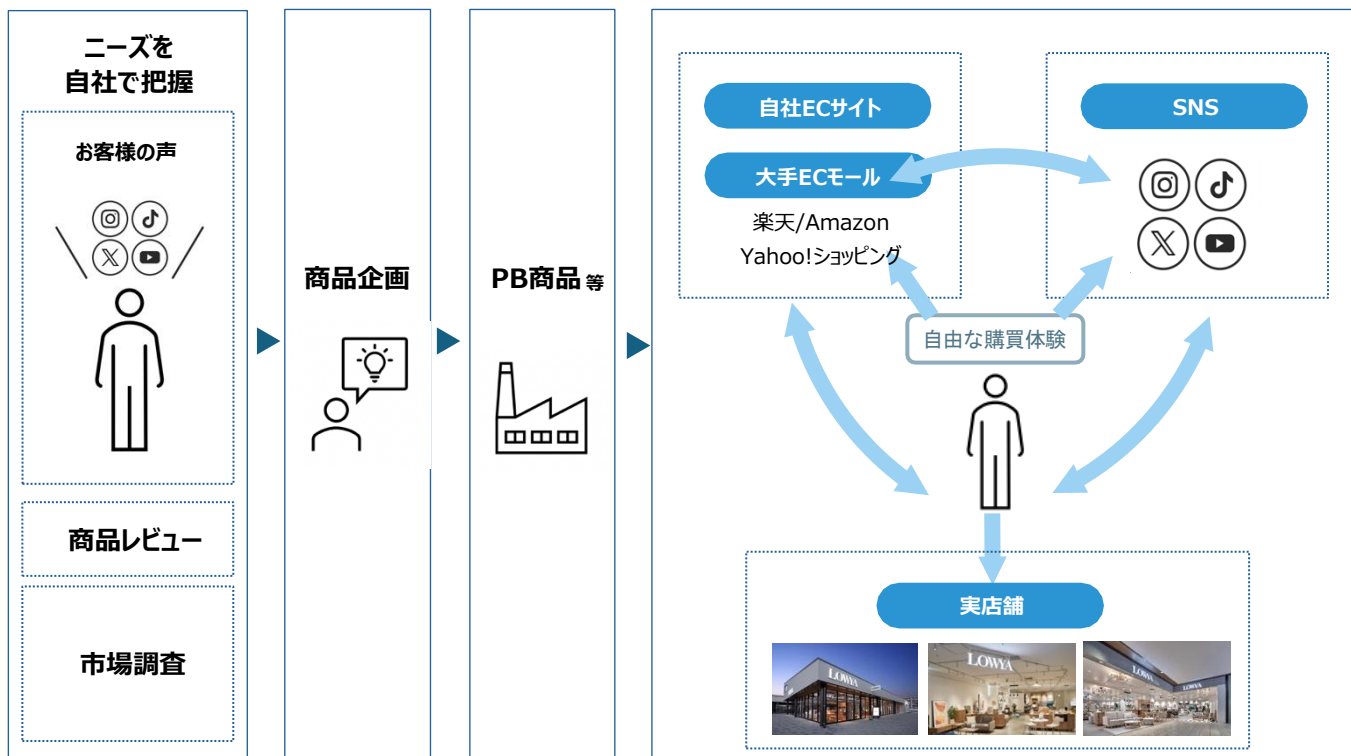
CS

国内ユーザー（個人が中心）

国内メーカー・小売業など
（ユーザーは全世界の個人）

LOWYAのビジネスモデル

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）を加えたOMO型D2Cモデル



他の家具・インテリア専門店にはない、LOWYAを構成する“独自性”をご紹介します。詳細は各ページをご覧ください。

独自性1

ブランドが誕生し、21年



LOWYAは、人々が自由に、気ままに、自分らしく、ライフスタイリングして生きていくことを願うブランドとして、2004年に6畳一間、パソコン2台を置いた九州の事務所から産声をあげました。事業スタート時から2023年までは、ECサイトを中心に事業を拡大。国内トップクラスのインテリアブランドとして成長し、コロナ禍を経て多様化する暮らしのニーズに合わせ、2023年4月より実店舗がスタートしました。

小物から大型家具まで、**約1,700点以上のアイテムを、低価格でおしゃれな家具として実現し**、ファミリーからカップル、Z世代の一人暮らしの層まで、幅広い世代から支持を得ています。

詳細はP6へ

独自性2

バズる秘訣は、「EC発」の商品開発



LOWYAの家具で驚かれるのが、一見シンプルな見た目ののに「隠し収納」や「変形」などの機能が搭載されていること。なぜならば...

①**ネットだからこそ、どこにでもあるような家具では売れない。**

②**ネットなら見た目をシンプルにしてもたっぷり説明できる。**

そしてむしろシンプルなデザインの方が、多くの部屋に合わせやすく、実際の製品を見ることができないハンデも少なくなるというポイントがあります。

また**商社機能をもっているからこそ、直接貿易をしているため間に企業を挟まないことにより、低価格を実現。**ただ“安い”だけではない、商品の魅力を紹介します。

詳細はP7へ

独自性3

パーソナルNo.1を目指す、 唯一無二のコミュニケーションカ



総フォロワー200万人を超える公式SNSを自社で運用することでも話題のLOWYA。EC発のブランドだからこそ、他社よりも「伝え方」にはかなりのこだわりがあります。

まず1つ目は**ネット販売だからこそ、購入ページでギミックの説明にたっぷりテキストや写真、動画を活用して接客できるということ。**
2つ目にコロナ禍以降SNSを活用し**単に家具の機能を訴求するのではなく、“消費者の悩み”に徹底的に向き合う切り口で投稿、且つSNSらしいインタラクティブなコミュニケーションを活用することで、“困ったら、すぐに相談できる存在”として、ポジションを確立しています。**

詳細はP9へ

独自性4

ECと実店舗の二刀流！ LOWYA流「OMO」に向けて、加速中



ECサイトを中心に事業を拡大し、国内トップクラスのインテリアブランドとして成長。そしてコロナ禍を経て多様化する暮らしの中で、お客様がより一層“インテリアを自由気ままに”選べる環境を目指し、**2023年から福岡、大阪、名古屋、横浜、東京など全10店舗の実店舗をオープン！今後も全国各地へと拡大を予定しています。**

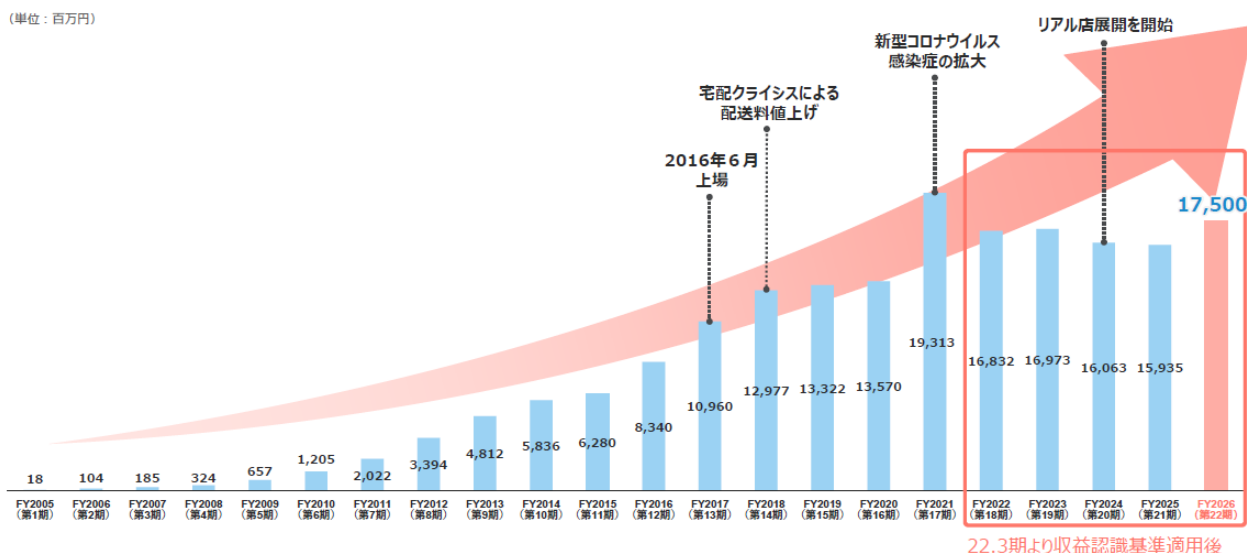
さらには2004年11月、新たな顧客体験として、**理想のお部屋をスマホの中でシミュレーションできる3D家具配置アプリ「おくROOM®」をリリース。**「欲しい」が生まれ、「買う」につながる、シームレスな購買導線にむけて LOWYA流「OMO」の新たなチャレンジにご注目ください。

詳細はP12へ

2004年の設立以来、成長基調を継続。本ページでは、ブランド成長過程のなかで起こった様々な転機をご紹介します。

売上高推移

(単位：百万円)



トピックス1

2004年6畳一間の事務所で、 ネットビジネスに参入

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した、代表取締役社長 浮城 智和（うきしろ ともかず）。20代はネットビジネスと相性のいいジャンルを探し、仕事を転々としながらたどり着いたのが、家具業界。27歳（2004年）にパソコン2台、資本金3百万円で起業。自宅の6畳一間でドロップ SHIPPINGを開始。Yahoo! ショッピング、楽天市場にて、LOWYAをスタートさせ、2006年には、自社サイトをオープン！2009年には貿易を開始し、一気に黒字化し年商6.5億円を達成しました。



トピックス2

2006年、予想外のライバル出現...！ 倒産危機からの、起死回生。

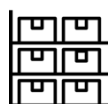
LOWYAの成功を見ていた、仕入れ先の家具メーカーがネット販売を開始。メーカー直販の方が売値が安いことから、LOWYAの売上が激減し、倒産の危機に...！そこで、浮城が夜な夜な取り組んだのが、商品ページを他社よりも徹底的に詳しく説明すること。そこから徐々に盛り返してきた次に、中国を新たな仕入れルートを開拓。コンテナで大量に仕入れることにより原価が抑えられることで、いまのビジネスモデルの原型を確立しました。さらに海外メーカーとともにオリジナル開発に取り組み、低価格なおしゃれな商品を作り上げ、家具EC事業が順調に伸びつづけた結果、2016年にマザーズに上場。



トピックス3

2019年宅配クライシスを機に コスト削減と仕組みの再構築へ！

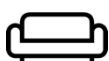
宅配クライシスより配送費が大幅に増加。営業利益を圧迫し、初の通期赤字を経験するなど2019年は波乱の年に...。しかし、このタイミングを機にコスト削減と仕組みの再構築を開始。終盤に差し掛かった頃コロナ禍により一斉に家具EC需要が急伸、2021年には過去最高の売上高・営業利益を更新しました。



①保管費の削減



②配送費の抑制



③原価率の改善



④商品構成の見直し

トピックス4

2023年コロナ禍＆円安を乗り越え、 ついに実店舗をオープン

2023年には、約32年ぶりとなる円安水準へ。その影響により原価率が大幅に上昇し、利益を圧迫するなかで、物流拠点の集約、配送・広告宣伝の効率化等に成功。原価率上昇への耐性を強化しました。その中でも、コロナによる多様な暮らしのニーズに応えるべく、ブランド初となる実店舗を4月にオープン。

実店舗出店の効果により、旗艦店+実店舗（OMO）の売上高も前年比を超えており、好調です。

※2026年3月期 第1四半期決算説明資料（P16参照）



商品企画から製造、販売までを一気通貫で手掛ける、LOWYA。

お部屋に合うシンプルな作りなのに...機能性&デザイン性に長けていて、価格もお手頃ってどういうこと...?!と、その意外性がSNSを通じて話題となっています。



※参考ページ: LOWYA公式サイト「SNSでバズった!!話題のLOWYA家具」特集

商品開発の裏側なら、この方に！

入社15年目のヒットメーカー！プロダクトデザイナー 森 慎介

20大学卒業後、電気機器業界を経て2010年にベガコーポレーション入社。

ベテランプロダクトデザイナーとして、年間約100の商品の企画開発に携わる。

イチオシの商品は、LOWYAを表すギミック家具の代名詞「組み換えカウチソファ」。



トピックス2

社員そしてLOWYAファンまで...！ 誰もが商品開発に携われる、独自のものづくり

2023年に発売するやいなや話題になったのが、推し活収納棚「OSHITERU」。シリーズ累計販売数 5,000個を突破したこの商品、実は、LOWYAの家具を推し活に活用している声や写真を、社員がInstagramで見つけたことからスタートしました。自らも“推し活女子”の社員2人だからこそ、「推し活の悩みを解決する家具を作れるのでは」という思いから始め、プロジェクトチームには推し活中の社員10人が参加。入念な市場調査と細かなペルソナ設定を行い、オタクたちの知恵を結集して完成させました。

そのほかにもLOWYAでは、公式SNSを通じて「商品開発会議」を開催しています。またそれだけではなく、既存の商品でも「ホワイトカラーが欲しい！」など、日々SNSに寄せられている声は、すぐさまキャッチ。お客様のニーズ組むことで、初回製造分がすでに完売したホワイトインテリアも登場しています！

★福岡本社にはなりますが、ご希望があれば社内で行われる「商品開発会議」の様子も撮影の調整可能です。



※参考記事: オリコンニュース様インタビュー記事 (2024年12月掲載)



※参考リリース: <https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000113.000026707.html>

LOWYAでは、毎年2回ランキングを発表しています。今回は6月26日に発表した、2025年の上半期ヒットランキングをご紹介します！



1位 木目調 ロータイプベッドフレーム (単品orマットレスセット)

¥26,990 (税込) ～

累計販売数は117,629台！
2年連続売れ筋No.1の「ロータイプ
ベッドフレーム」！人気の秘密は
「余白」。シンプルながらも機能的
なデザインが評価されています。

[https://www.low-
ya.com/goods/F909_G1015_1SD](https://www.low-ya.com/goods/F909_G1015_1SD)



6位 選べる組み合わせキッチン収納 ¥29,990 (税込)

上段は使いやすい可動棚で、
扉は強化ガラス仕様で観音開き
扉とスライド扉の2タイプから選べ
ます。下段は収納したいものや容
量に合わせて2タイプから選べま
す。

[https://www.low-
ya.com/goods/S_S200111](https://www.low-ya.com/goods/S_S200111)



2位 キッズ 引き出し付きハンガーラック ¥6,990 (税込) ～

収納力抜群！ファミリーからの
圧倒的な支持を誇るアイテム。
他のインテリアを邪魔しないシンプ
ルなデザインで、お子様が成長し
ても長くお使いいただけます。

[https://www.lowya.com/goods/F5
02_G1022](https://www.lowya.com/goods/F502_G1022)



7位 日本製 ローテレビ台 ¥39,990 (税込) ～

シリーズ累計販売台数16万台
以上！販売開始以来長きに渡
って愛される逸品。ガラス越しにリ
モコンの電波が届くので、引き出
しを閉めたままリモコン操作が
可能です。[https://www.low-
ya.com/goods/F301_TO004](https://www.low-ya.com/goods/F301_TO004)



3位 2人掛け 肉厚フロアソファ ¥3,990 (税込) ～

もちもち感に沼る人が続出...！
SNS総再生回数2,186万回以
上の話題。背もたれは42段階、
四隅にはそれぞれ14段階のギア
がついているので、自分好みに
細かく調整が可能◎9色展開！

[https://www.low-
ya.com/goods/F203_G1139](https://www.low-ya.com/goods/F203_G1139)



8位 カーテンセット 遮光1級 ¥6,990 (税込)

遮光にUVカット、断熱性や
保温機能が付いた多機能仕様
が人気の理由。サイズ展開も
豊富で3カラーからお選びいた
けます。

[https://www.low-
ya.com/goods/4BZVF](https://www.low-ya.com/goods/4BZVF)



4位 大容量 コミック収納 ¥10,990 (税込)

棚板が半分に分かれることで奥
行が変えられる可動棚が特徴の
アイテム。コミック本なら約250冊
を収納することができます◎推し
活棚としても大活躍！

[https://www.low-
ya.com/goods/F506_G1036](https://www.low-ya.com/goods/F506_G1036)



9位 伸縮式テレビ台 ロータイプテレビボード ¥10,990 (税込) ～

伸縮・角度の調整が可能な
テレビ台。LOWYAらしい大理
石調のホワイトマーブルもお客
様からも高評価をいただしてい
ます。

[https://www.low-
ya.com/goods/4BZVF](https://www.low-ya.com/goods/4BZVF)



5位 L字 パスコンデスク ¥14,990 (税込)

SNS累計1,000万回以上
再生！6畳でもおける「コンパクトデ
スク」新生活に向けてご購入を検討
されるお客様も多く、サイズは幅
100と幅120cmの2種を展開中。

[https://www.low-
ya.com/goods/F802_G1056](https://www.low-ya.com/goods/F802_G1056)



10位 2人掛け リクライニングソファ ¥19,990 (税込)

ソファ暮らしをもっと快適に。
コンパクトながらも背面に14段
階、両肘置きに6段階のギアを
搭載した、変幻自在のリクライニ
ングソファ！7色展開。

[https://www.low-
ya.com/goods/F207_G1217](https://www.low-ya.com/goods/F207_G1217)

※詳細はこちら：<https://www.low-ya.com/articles/1255>

※集計基準：2025年1月1日～6月10日の販売数 ※SNS総再生回数：2025/06/20時点

※商品名、価格、仕様は変更される可能性があります。

実物が見られないECサイトで、家具を売ることは困難だとされていた時代から、LOWYAでは時代に合わせたコミュニケーションを試行錯誤し、そのノウハウで“商品に触れてないのにモノが売れる仕組み”を確立しています。

ECサイトの特徴

LOWYA

商品 イマコレ! お知らせ ヘルプ

何をお探ですか?

マイページ お気に入り カート

LOWYA > 座椅子 > リクライニング座椅子 > [幅116〜]2人掛け 肉厚フロアソファリクライニング

概要 商品説明 サイズ・素材 レビュー

Point

SNSの動画が自動再生

全種リクライニング

実用新案登録済 ※本商品の類似品・模倣品の販売は法律により禁止されています。類似品・模倣品を発見した場合には法的措置を取らせて頂きます。

Point

1商品で53枚にも及ぶ画像で紹介

ふくら＆ボリュームの心地よさが◎

LOWYA

【幅116〜】2人掛け 肉厚フロアソファリクライニング

★★★★★ 4.6 886件 5件

選択中: 【ソフト】 グレー

【ソフト】 グレー ¥21,990

【ソファ生地】 ¥21,990

【ソフト】 ネイ ¥21,990

【ソフト】 ブラ ¥21,990

【ソファ生地】 ¥21,990

【ソフト】 オリーブ ¥21,990

【ソフト】 ブラ ¥21,990

販売待ち 【ブークレ生地】 ¥24,990

¥21,990 (税込)

LOWYAポイント: 199 pt/円相当還元

1年間保証

カートに入れる

Point

LOWYAの専属スタイリストが考えた、コーデ案を紹介

この商品を使ったコーデ例



商品撮影の裏側



※参考画像: 2025年7月放送「日経スペシャル カンパリア宮殿」

LOWYA専属のスタイリストとカメラマンが、福岡本社の専用スタジオでコーデから、商品の細部まで撮影。

1商品あたり1日かけることも、珍しくはない。

★福岡にはなりますが、ご希望でしたら専用の撮影スタジオの様子も、撮影の調整可能です。

トピックス1

ネットで売る秘訣。 不安を取り除く、徹底した“商品説明”で ユーザー目線での売り場づくりに注力！

ECサイトの商品ページは、オンライン出身だからこそ“徹底した商品説明”で「買い物を、絶対失敗したくない!」と、願うユーザーの想いに応える売り場づくりに。具体的には...

- ①商品説明に使う写真は、20枚以上
- ②SNSの動画を購入ページに入れて、より一層理解の深まる仕様に！
- ③専属スタイリストによる、商品を用いた約300コーデの提案
- ④購入ページに「みんなの投稿写真」のページを設け、壁紙や床の色などを参考に、公式画像以外でも、実際の利用イメージを想起できる仕様に。
- ⑤スマホ一つで理想のお部屋をシミュレーションできる、自社開発の3D家具配置アプリ「おくROOM®」を提案！

※ 3D家具モデル: 1,200点以上 (随時追加中)

などがあげられます。

そのほかにもメールマガジンやアプリでも、購入履歴に基づいたコーディネートや複数提案するなど、パーソナルNo.1のブランドづくりを徹底しています。

SNSの特徴



Point

背もたれを倒すことができるソファという商品の機能性を、消費者の「もっとくつろげるソファが欲しい」というニーズに合わせたかたちで紹介。

Point

ほかの家具や谷光氏自身を意図的に映り込ませることで、家具のリアルなサイズ感がわかるように工夫。

投稿当日には該当商品ページに普段の約7倍のアクセスが。実際にコメント欄には「どこで買えますか?」「これ欲しい!」といった声があり、投稿後1カ月間で200個を超える注文があった。

※参考記事：2023年9月号 販促会議

トピックス2

年間3000件のコンテンツを制作！ “消費者の悩み”に徹底的に 向き合う姿勢でファンを拡大

公式SNSでは、単に家具の機能を訴求するのではなく、**“消費者の悩み”に徹底的に向き合う切り口で投稿、且つSNSらしいインタラクティブなコミュニケーションを活用することで、**
“困ったら、すぐに相談できる存在”として、ポジションを確立。

またユーザーからの投稿コメントには、各担当者が**全て目を通し、一つ一つ返事をするなど、“インテリアへの専門性と親近感の二刀流”を武器に、総フォロワーは200万人を超え、**継続して増加しております。

SNSで実際に“バズった動画ランキング”第3位までを、一挙ご紹介！



第1位

SNS累計3,527万回再生

スタッフが太鼓判を押す、1台3役の変幻自在「4人掛けダイニングテーブル」！LOWYAらしいギミックが光る折りたたみ式のテーブル。

<https://www.instagram.com/reel/C7RXJIWveHr/>



第3位

SNS累計1,426万回再生

スライドするだけで「魅せる」と「隠す」を両立！置きたいスペースに合わせて調節ができる伸縮機能がついた収納棚は“どんなお部屋でもフィットする！”と、お客様からも大好評のロングセラー商品。

<https://www.instagram.com/reel/CtGtreYNsC7/>



第2位

SNS累計3,222万回再生

LOWYAのオタク社員10人で開発！シリーズ累計販売数 5,000個を突破した、推し活収納「OSHITERU」

<https://www.instagram.com/reel/CzOVug3vy20/>

★SNSで実際に投稿している動画素材の提供をご希望でしたら、調整可能です。お気軽に広報まで、お問い合わせください。

公式SNSの裏側なら、このメンバーに！



LOWYA SNS運営チーム

コロナを機にSNSを強化。

福岡本社には、20代のチーム8名で構成された専属チームが在籍。本社近くのマンションに専用の撮影スタジオもあるので、日々試行錯誤を繰り返しながら企画から撮影、編集、投稿までを行なっています。

ネットとリアルをシームレスに行き来する買い物体験が、より求められるいまの時代にそのハブを担っている、SNSにチームにご注目ください。



★福岡にはありませんが、ご希望でしたら撮影専用のスタジオでSNS専属メンバーがコンテンツ制作する様子も、撮影の調整可能です。

※参考画像：2025年7月放送「日経スペシャル カンパリア宮殿」

新しい部屋に家具が合うか心配...模様替えしたいけど、イメージができない...！

そんなユーザーの声にお応えて、購入前に、引越し前に、模様替え前に、理想のお部屋をスマホの中でシミュレーションできる3D家具配置アプリ「おくROOM®」を、2024年11月にローンチしました。



アプリのダウンロード数（累計）

50万ダウンロード（2025年8月時点）

トピックス1

構想から開発まで12年！

徹底的なユーザー目線を実現したアプリで、新しい購買体験を。

「おくROOM®」は、構想から12年という時間を費やしたLOWYAのあらたな顧客体験の肝となるアプリ。インテリアの知識がなくても、お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にあったコーディネートに無限に生成することができ、気に入ったアイテムは即購入も可能！家具を選ぶユーザーの課題を解決するにとどまらない「ワクワクする体験」を届けています。



制作メンバー
エンジニア 坂本賢哉



制作メンバー
バイヤー 金美慧

理想のお部屋づくり（例）

アイデア

アプリ内には、公式から
1300件以上のコーデ提案も！

キープ 公式 みんなの

NEW

スタイリッシュモダンなワンルーム...

おくROOM公式

ナチュラルが過ぎないナチュラル...

おくROOM公式

大人の落ち着きを感じるノルディック...

おくROOM公式

フェミニンなワンルームコーデ

おくROOM公式

柔らかい印象を与える淡色カラー家...

おくROOM公式

推し活モードに最適な収納も馴染む...

おくROOM公式

アイデア アイテム マイコーデ プロフィール

▼理想のお部屋の作り方は公式SNSをチェック！

「みんなの投稿」にはユーザーが制作した理想のお部屋が....！

【0522さんへ】

room

ナチュラルリビングダイニング

ユーザー-296474

お前が子供を産んだ時おすすめの家

むぎちゃ

日々の良い観葉植物と暮らすお...

k's

トピックス2

**SNSでの反響を受け
クレジット記載で二次創作もOK！**

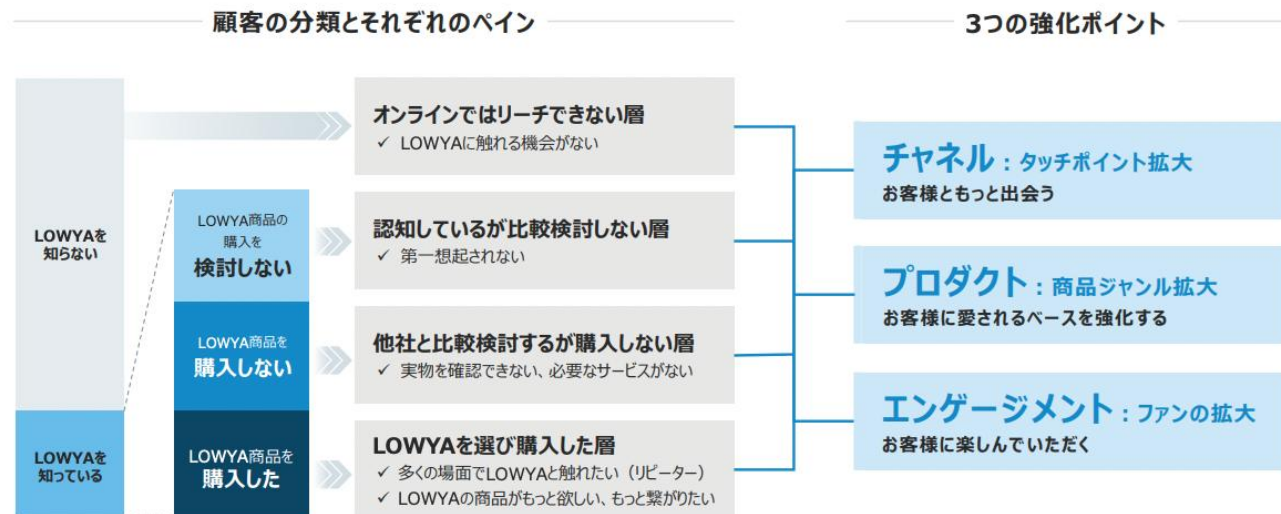
ローンチ後は予想を上回るペースでダウンロードされ、SNSでも「このアプリはすごい」と話題になり、「#おくROOM」で様々な投稿がシェアされる現象も。なかには自分自身のお部屋だけでなく、漫画やイラストの背景として使用したいという声もあり、「二次利用ガイドライン」を新たに設けました。個人法人問わず、クレジット記載でSNSなどのシェアも可能です。
※詳細はアプリ内のガイドラインを要チェック。

たとえば...

漫画の背景に使ったり

漫画やイラストの背景として使える

コロナ禍以降、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）に取り組んでいます。



また今後は、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きます。



トピックス1

2025年12月に ブランド史上初となる体験型ストア 「LOWYA 渋谷宮益坂店」が期間限定で開業

創業時から大切にしてきた“インテリアを、自由気ままに。”というビジョンを体感できる、ブランド史上初の体験型ストアを2025年12月に開業いたします。店内では、トレンドが集まる渋谷ならではの商品が並ぶだけでなく、お客様がインテリアの楽しみ方を自由に発見し体験できる、他にはないコンテンツの数々を企画しています。詳細は2025年11月頃に発表予定です。

トピックス2

AR/VRを中心に、 家具の購入体験を変える 利便性の高いサービスに注力！

LOWYA流のOMO戦略に向け、P11でもご紹介した、3D家具配置シミュレーションアプリ「おくROOM®」を筆頭に、今後もLOWYAの強みでもある、デジタルアセットをワークさせ、ECサイト⇄実店舗をシームレスな顧客導線として繋ぐだけでなく、唯一無二の購買体験を叶えていきます。

会社概要

会社名：株式会社ベガコーポレーション

住所：〒812-0038 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

代表取締役：浮城 智和（うきしろ ともかず）

売上高：159億円（2025年3月末現在）

従業員数：244名（2025年3月末現在）

資本金：10億4,355万円（2025年3月末現在）

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

上場証券取引所：東京証券取引所グロース市場



代表取締役社長 浮城 智和のご紹介



プロフィール

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。

メッセージ

ベガコーポレーションは、「ECの可能性を無限大に」をVISIONに掲げ、家具・インテリアEC事業の

LOWYA、および越境ECプラットフォーム事業のDOKODEMO(ドコデモ)を展開しております。

2016年6月のマザーズ上場後も、成長を続けており2021年3月の売上高は193億円を突破。

その後も、創業当時から変わらないスピリットで、新たなステージへの挑戦が続いています。

EC化の進展に伴い、購買プロセスのみならず流通そのものが変化しつつある昨今、主力事業である家具インテリアECにおいては、流通の在り方を根底から変えたいと考えています。足元の取り組みとして、LOWYA事業では旗艦店を中心にECシステムのフルリニューアルやモバイルアプリのネイティブ化によるユーザー体験の向上などさまざまな施策を投入。雑貨を始めとした他社ブランド商品の取り扱いによるプラットフォーム化の推進や物流システムの改革、テクノロジーを駆使したCX向上施策など、EC・流通の在り方を変えていく挑戦を続けています。

さらに、当社は従前よりインテリア領域との相性が良いAR/VRといった分野で研究開発を行ってきておりますが、来たるメタバース時代において家具インテリア業界のトップランナーとなるべく、積極的な投資を継続してまいります。

お客様が喜ぶ仕組みとは何か？お客様にとって魅力的な商品とは何か？お店は？UIは？UXは？更なる顧客価値向上のための改善は尽きません。

また、前述のとおり国内の家具インテリアEC市場は引き続き堅調に拡大していく見込みですが、他方で我が国における人口減少等に鑑みると、より成長率の高い他国の成長をどう取り込んでいくかという視点も、経営において必要になってまいります。かかる観点から、2015年よりDOKODEMO事業を開始し、日本製品に対する高いニーズを取り込むことで、日本企業のグローバル展開を支援するとともに、当社自身の次なる成長基盤を創出すべく、投資を行っております。足元では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け一部地域に向けた物流が停止する中でも、インバウンド消費の代替として越境EC利用に対する需要が高まり、流通総額は世界の成長センターであるアジアを中心に大幅に成長。越境ECプラットフォームとしての可能性を切り開いたという確かな手応えを感じています。今後も関連分野に集中投資し、世界を舞台に流通を変えていく所存です。

今後も、日本と世界の未来を見据えながら、新たな価値の創造と最高のサービスを提供し続けることで、皆様から「無くてはならない存在」として必要とされる企業となるべく、情熱を燃やし突き進んでまいります。

浮城 智和

Q1：最新のニュースは、どこから確認したら良いですか？

【回答】

最新のニュースに関しては、PRTIMESに随時アップロードしていますので、こちらをご覧ください。

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/26707

Q2：商品紹介するときに掲示する商品名は、サイトから引用したら良いですか？

【回答】

サイトからご使用いただいてもよいのですが、SEO対策で、とんでもない長さの商品名になっておりますので
可能であれば、撮影前または取材後弊社から商品名を伝える形をとらせていただけると助かります。

Q3：LOWYAのイントネーションを教えてください。

【回答】

明確なルールはないのですが、LOWYA（単体の場合）：ロウヤ→（全て平坦）、LOWYA〇〇店：ロ→ウ↑ヤ→〇〇店
というイントネーションで呼ぶことが多いです。平坦に「ロウヤ」と呼ぶと監獄の牢屋を思い浮かべる方もいらっしゃるので、若干だけ真ん中のウの音を上げることが多いです。参考：<https://www.youtube.com/watch?v=R9RTu5UVeys>

Q4：実店舗取材を希望します。いつまでに、申請が必要ですか？

【回答】

商業施設内で展開している実店舗も多く、可能であれば2週間前までに申請をお願いしています。

直前でも各施設さんによってはご相談が可能なため、取材希望の場合は、下記の内容を広報担当者までご連絡ください。

<提供希望情報>

・企画書

└媒体概要/取材希望日/取材希望所要時間/来場予定人数/掲載予定日/ご担当者名と緊急連絡先

※施設によっては機材の種類や数、参加者の名前リストが必要となりますので、申請内容を拝見し、折り返しご連絡いたします。

<送付先>

広報担当：古賀

TEL：080-3991-7766（古賀携帯） / Email：pr_vega@vega-c.com

Q5：LOWYA利用者様のご自宅を取材したいのですが、お繋ぎいただくことは可能ですか？

【回答】

弊社からのお繋ぎは難しく、メディアの皆様から直接実店舗やSNSのDMを通じて、お客様に交渉いただく運びとなります。

Q6：LOWYAのECサイトの商品画像・コーディネート画像を使用したいです。

【回答】

ご希望の商品・画像、コーディネートをご連絡いただければ弊社から提供いたします。

商品によりませんが、おおよその商品は白抜き画像も提供可能です。