



 Paralym Art®
障がい者アートを応援しています

2023年3月期 決算説明会資料

SYUPPIN®

会社概要



商号	シュッピン株式会社 Syuppin Co., Ltd.
証券コード	3179
代表者	小野 尚彦
本社所在地	東京都新宿区西新宿1-14-11 Daiwa西新宿ビル3階
設立	2005年8月
事業内容	インターネットを利用して、「価値ある大切な新品と中古品」を安心安全にお取引を行う
従業員数	275名（2023年3月末）

沿革	1994年 8月	専門店屋号「Map Camera」としてカメラ事業を創業
	2005年 8月	当社設立（資本金100,000千円）
	2006年 6月	時計買取・販売事業を開始
	2008年 4月	筆記具買取・販売事業を開始
	2008年11月	スポーツ自転車買取・販売事業を開始
	2012年12月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
	2015年12月	東京証券取引所第一部市場に市場変更
	2019年12月	レディース腕時計専門サイトをオープン
	2022年 1月	（株）フクイカメラサービスとの資本業務提携締結
	2022年 4月	東京証券取引所プライム市場へ移行
2022年11月	「BRILLER」が店舗拡張し、レディースブランドサロンとしてリニューアルオープン	

2023年3月期 決算ハイライト

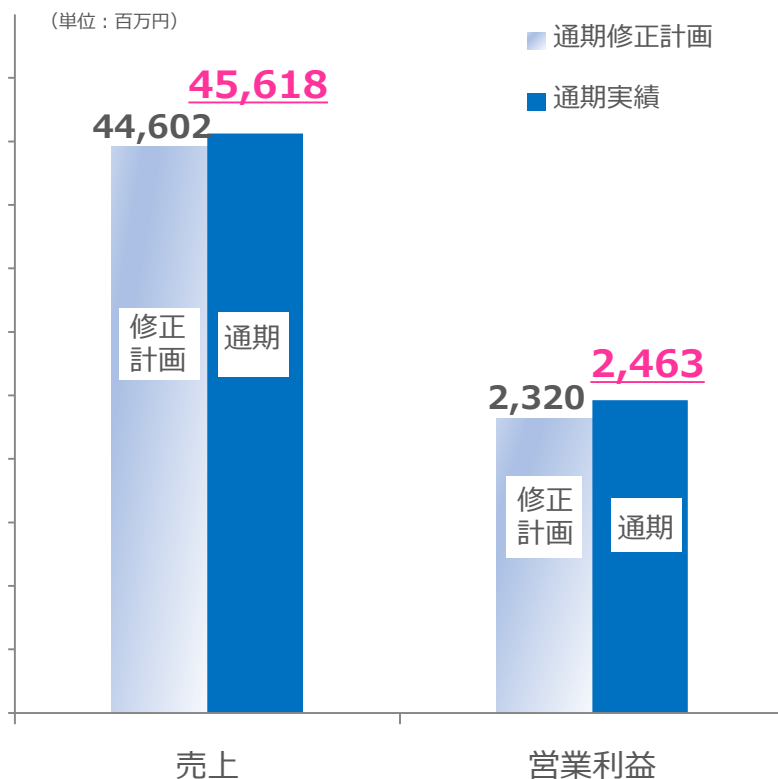


売上高、営業利益、当期純利益は修正計画を上回り、売上高は過去最高を達成。

時計事業はグローバル価格相場の下落を受け1.91億円のセグメント赤字となるものの、主力事業のカメラが前年対比120%のセグメント利益となり、修正計画を上回る。

計画・実績比較（通期）

※ 2023/2/7の第3四半期決算発表時に公表した、業績修正計画比



売上高

修正計画比：**102.3%**

- カメラは、国内／越境EC、店舗、免税のいずれも通期を通して好調に終わる。
- 時計価格相場の下落は一服、2月以降は販売が進む。

営業利益

修正計画比：**106.2%**

- カメラ事業でAIMDが機能し、中古カメラの粗利率は高い水準を引き続き維持。
- 時計事業は売上高が回復し、全社の通期棚卸商品評価損の計上が、修正計画の想定金額を下回る3.48億円となり、営業利益は計画値を上回って着地。

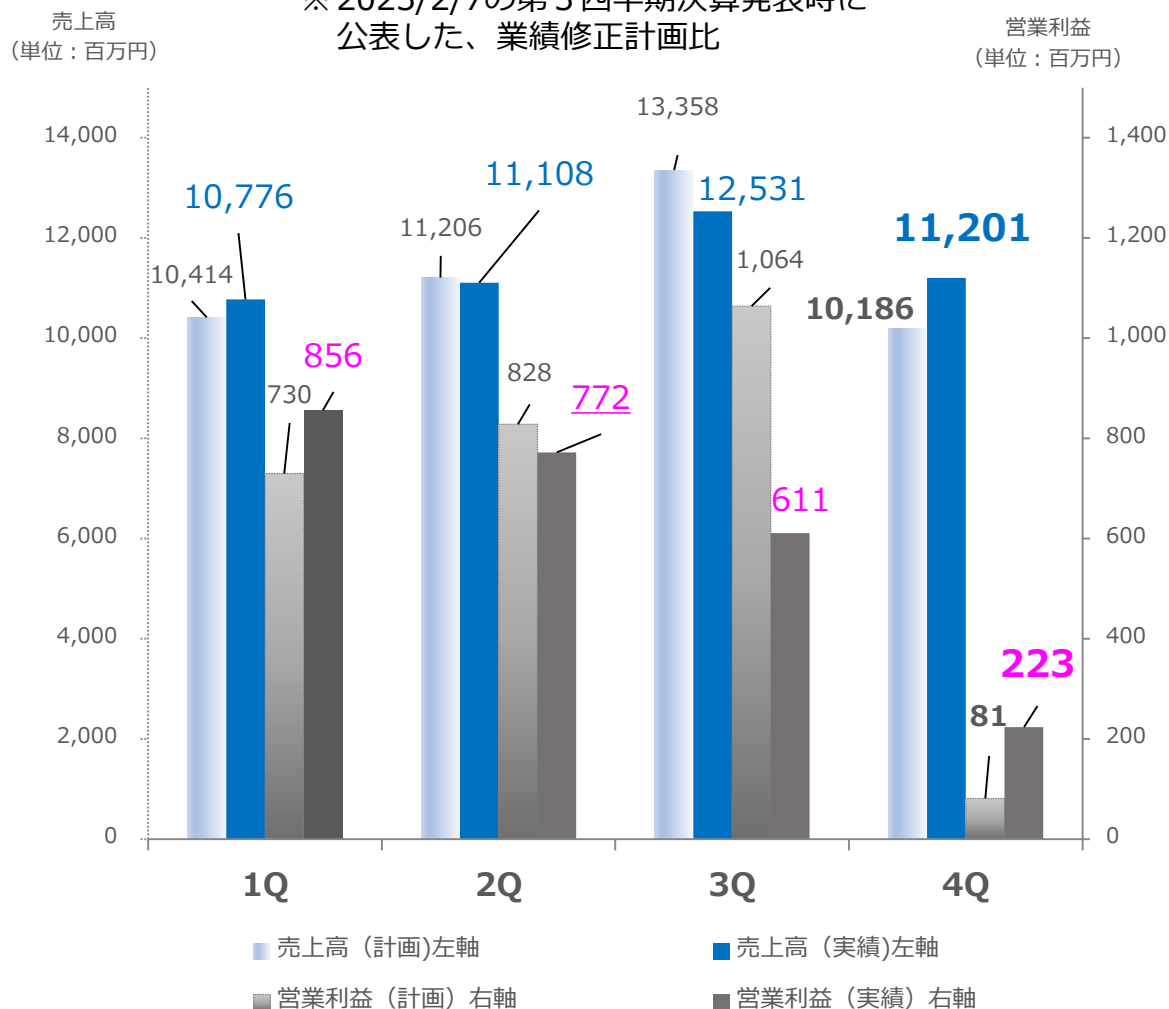
4Q単体 決算ハイライト



棚卸商品評価損は2.19億円に収まり、**4Q営業利益は81百万円の計画に対し2.23億円**で着地。

計画・実績四半期推移

※ 2023/2/7の第3四半期決算発表時に公表した、業績修正計画比



売上高

時計価格相場の下落は一服、
2月以降は販売が進む。

粗利率

4Q粗利率は棚卸商品評価損計上の
ため一時的に15.2%に落ち込む。
カメラ事業の堅調さが下支えとなり、
通期では17.0%で着地。

【粗利率推移(全体)】

1Q : 19.7% 2Q : 18.0%
3Q : 15.4% 4Q : 15.2%

通期 : 17.0%

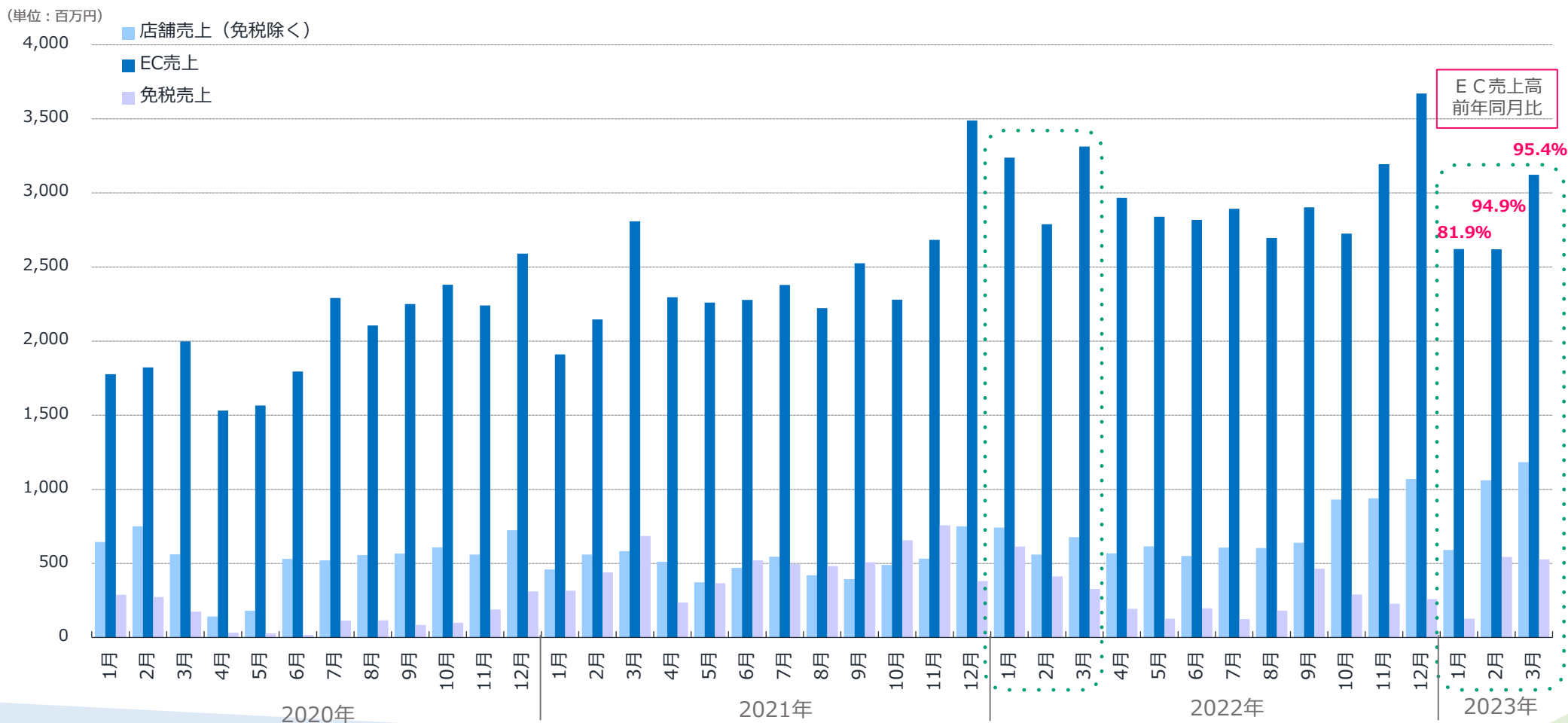
販売チャネル別売上高推移（月次）



EC 時計価格の下落も一服し、2～3月にかけて売上高は回復傾向に。

店舗 月次ベースでは過去最高売上高を記録。

免税 時計、カメラ共に2月以降は活況を催す。

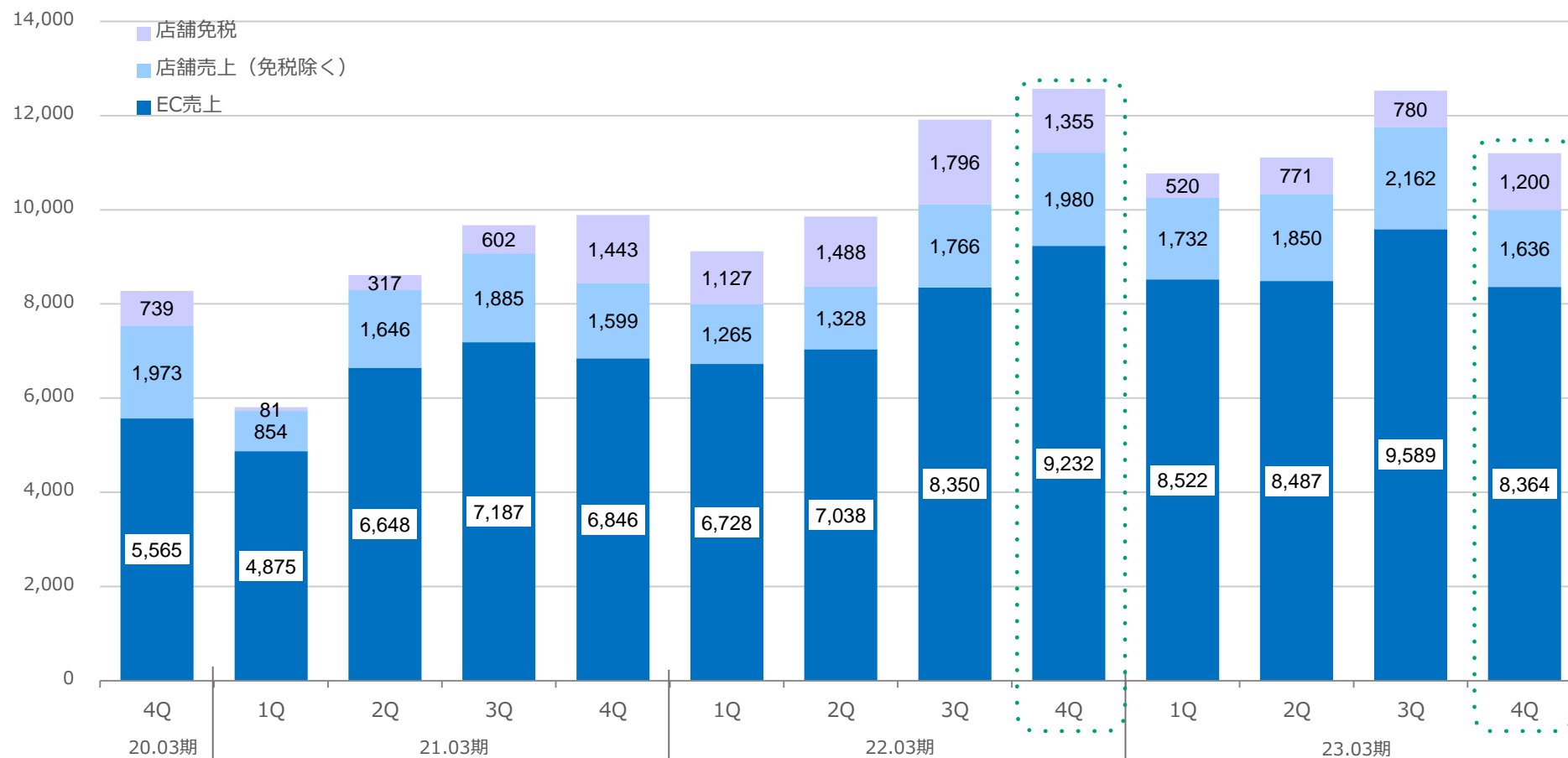


販売チャネル別売上高推移（四半期）



EC売上高はAIコンテンツレコメンドが機能し通年で成長するも、時計事業のEC売上減のため、4Qは前年同期の水準に届かず。

(単位：百万円)

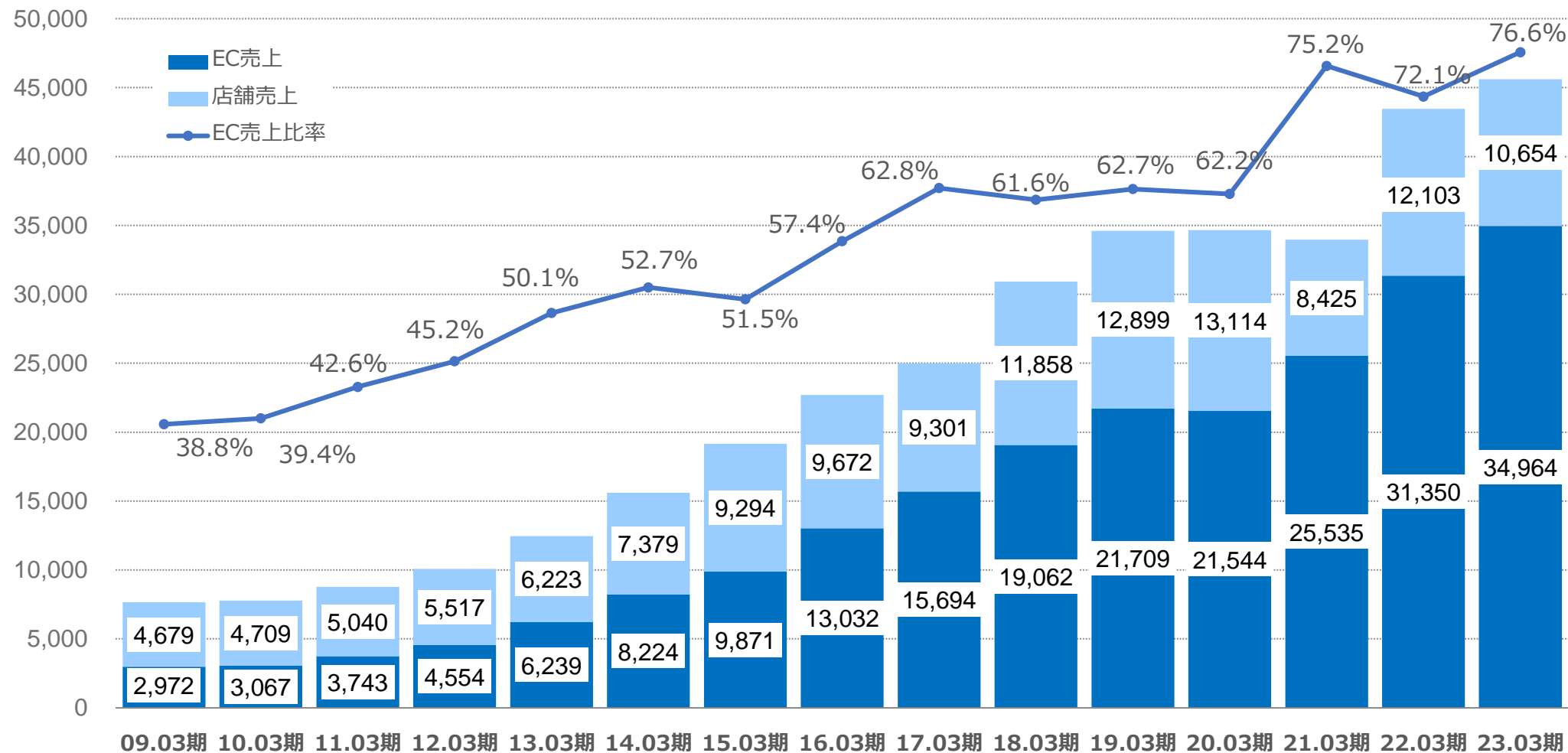


販売チャネル別売上高推移（年度）



AIコンテンツレコメンドの効果もあり、EC売上高は**前年比111.5%**となり、**売上高340億円を突破。**

(単位：百万円)



EC売上高推移（四半期）

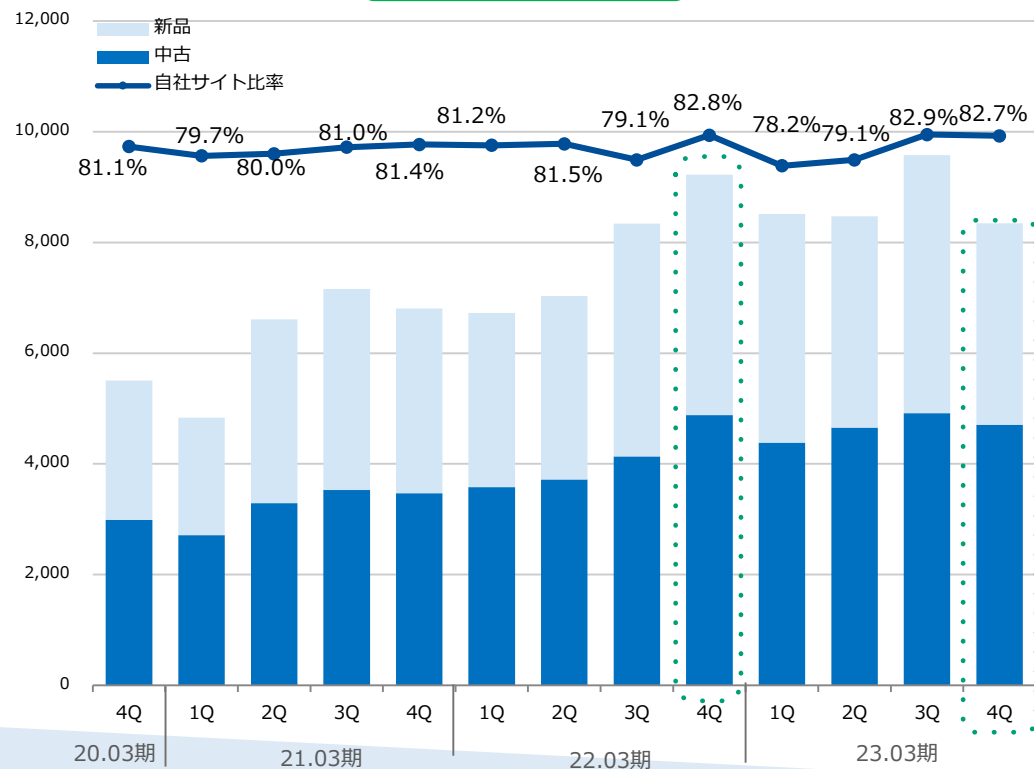


四半期ベースでは時計事業の不振から前年同期を下回る（通期では111.5%の成長）。

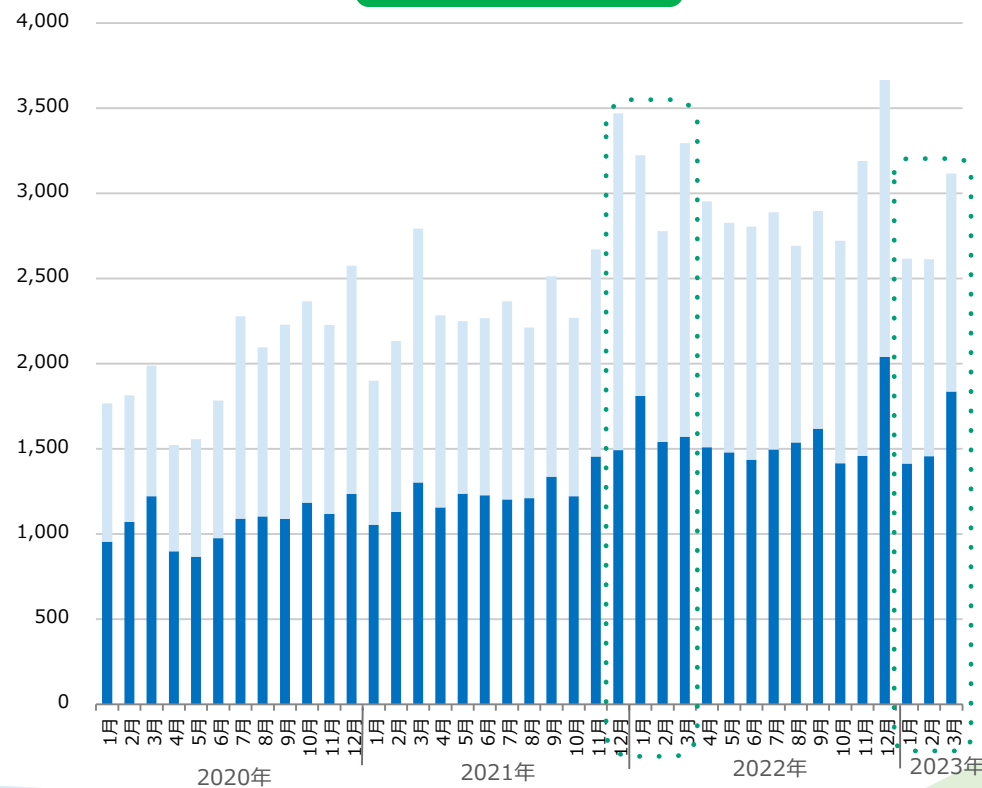
	2023.3期 1Q	2023.3期 2Q	2023.3期 3Q	2023.3期 4 Q	前年同期比
EC売上高（百万円）	8,522	8,487	9,589	8,364	90.6%
自社サイト比率	78.2%	79.0%	82.9%	82.7%	+0.1%
モール比率	21.8%	21.0%	17.1%	17.3%	▲0.1%

四半期推移

(単位：百万円)



月次推移

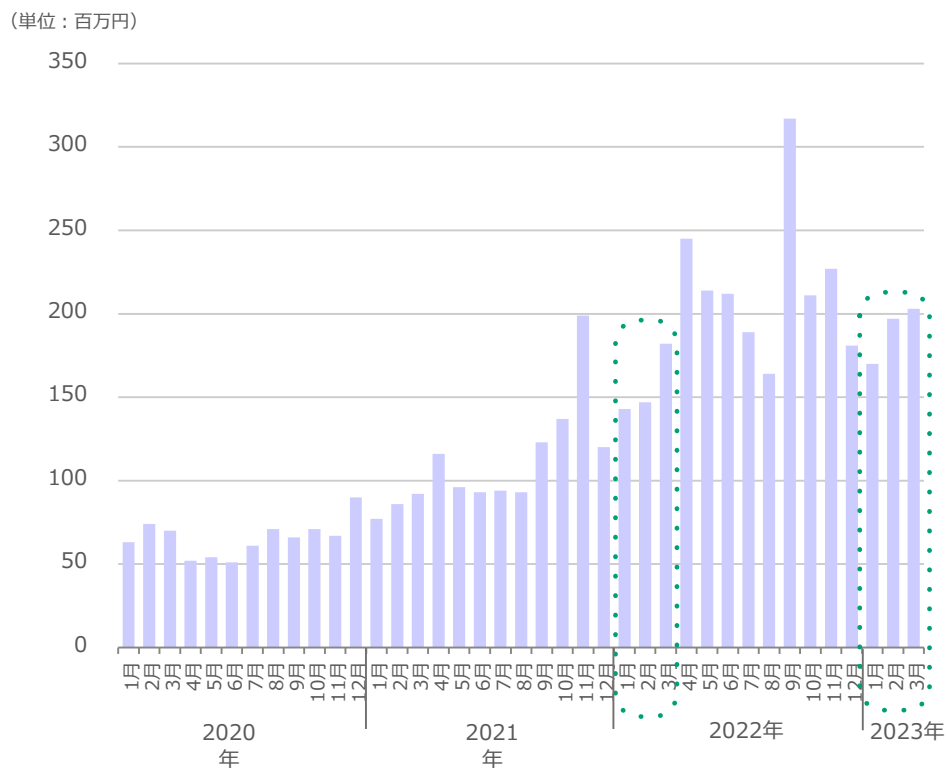


越境 E C (海外モール) ・ 免税 ・ 店舗 売上高推移



越境 E C 売上は着実な成長を遂げつつあり、免税売上高も2021年の水準に戻りつつある。

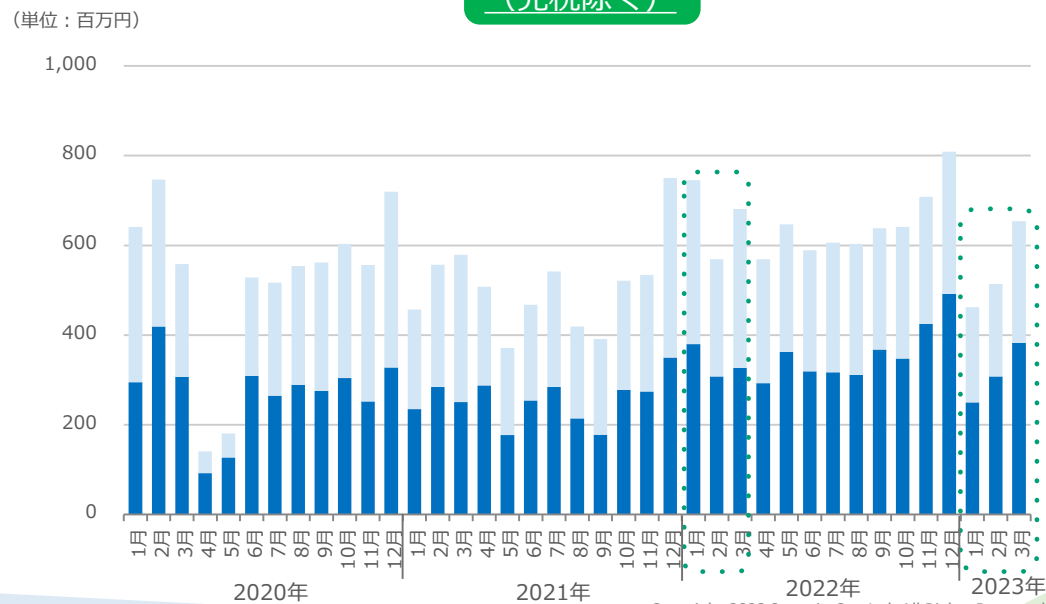
越境EC(海外モール)売上



免税売上



店舗売上 (免税除く)

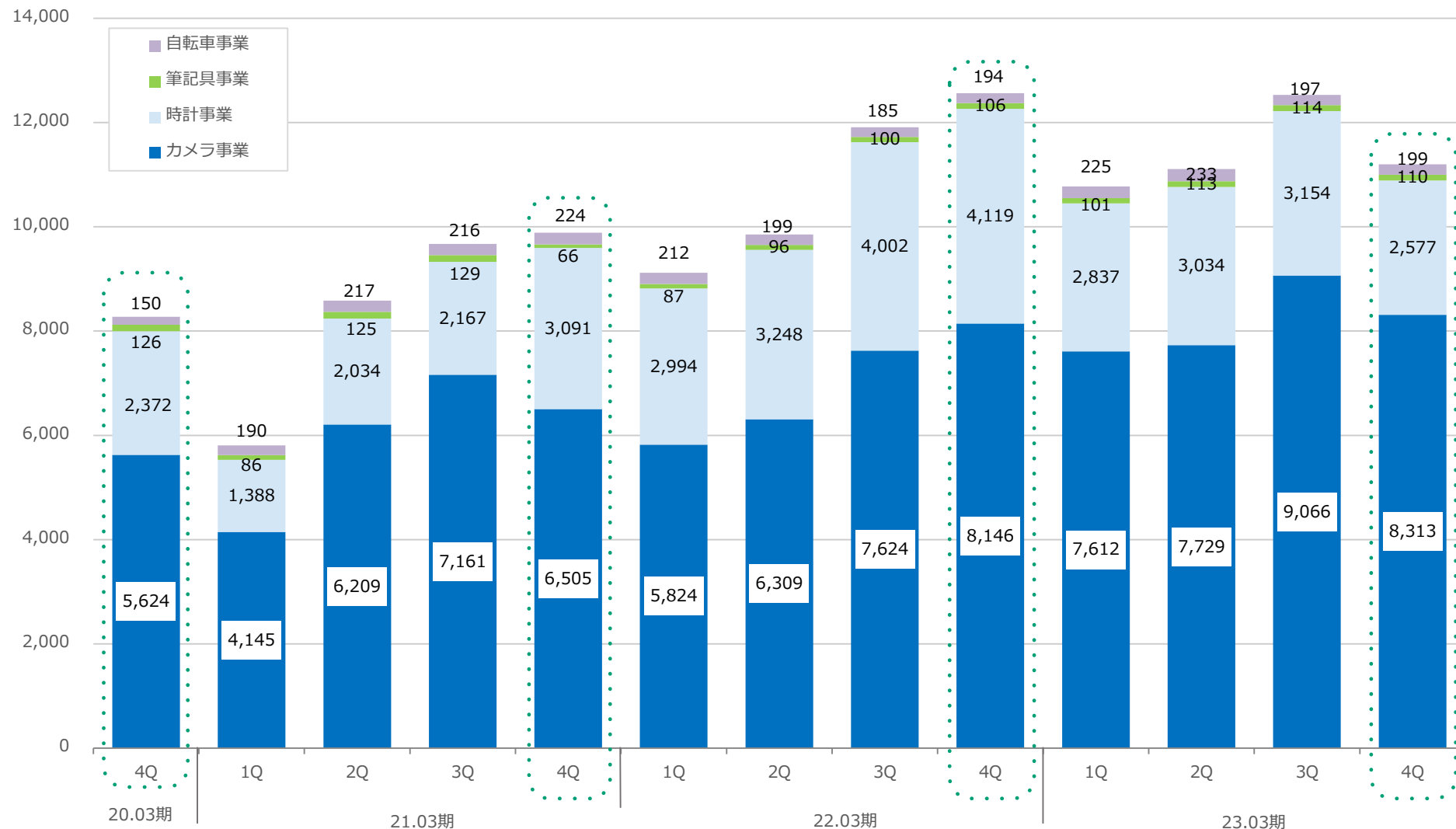


事業別売上高（四半期）



カメラ事業の売上高は4Qとしては過去最高も、時計事業の不振から前年同期比では減収。

(単位：百万円)

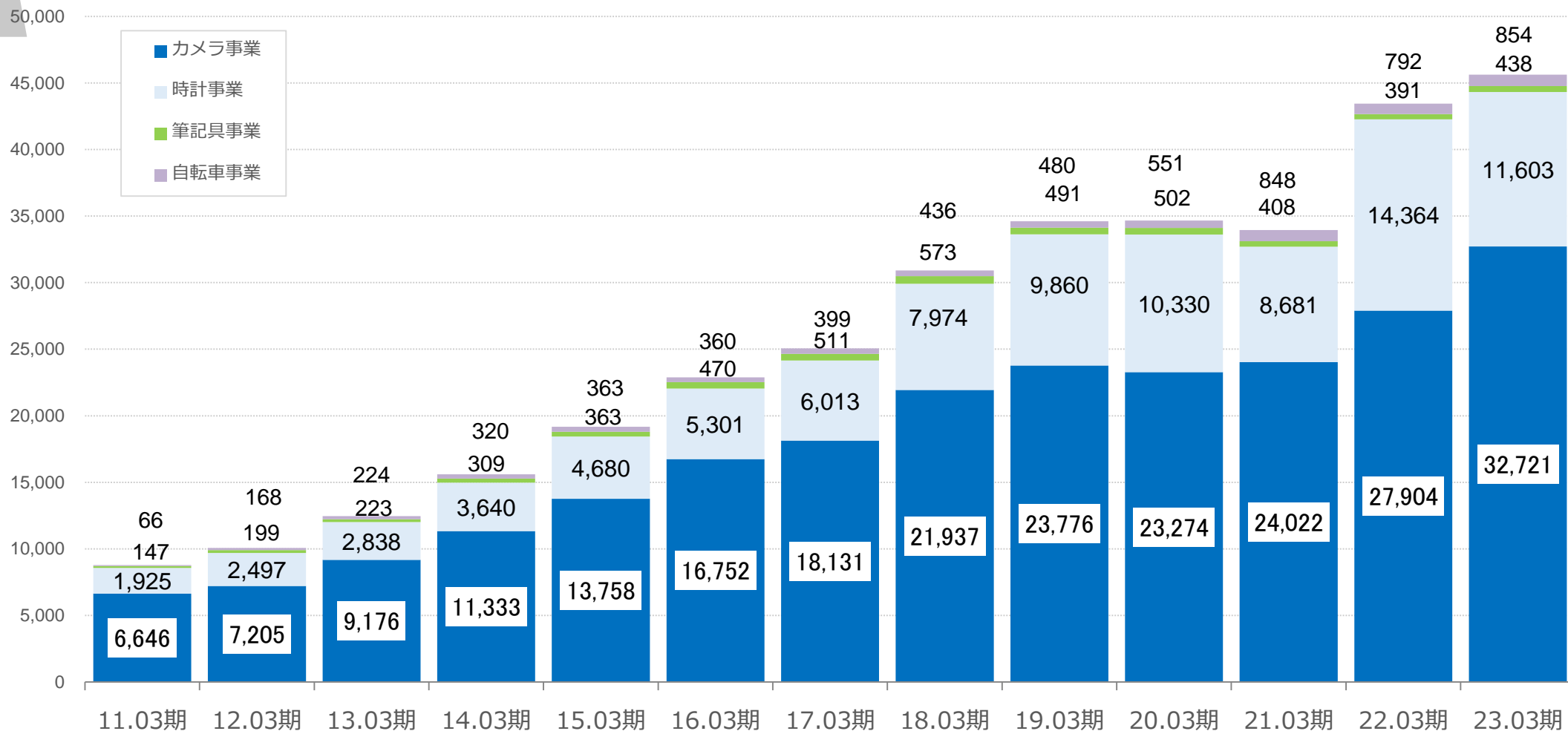


事業別売上高（年度推移）



カメラ事業の成長で、過去最高の売上高を記録も、時計事業は減少。

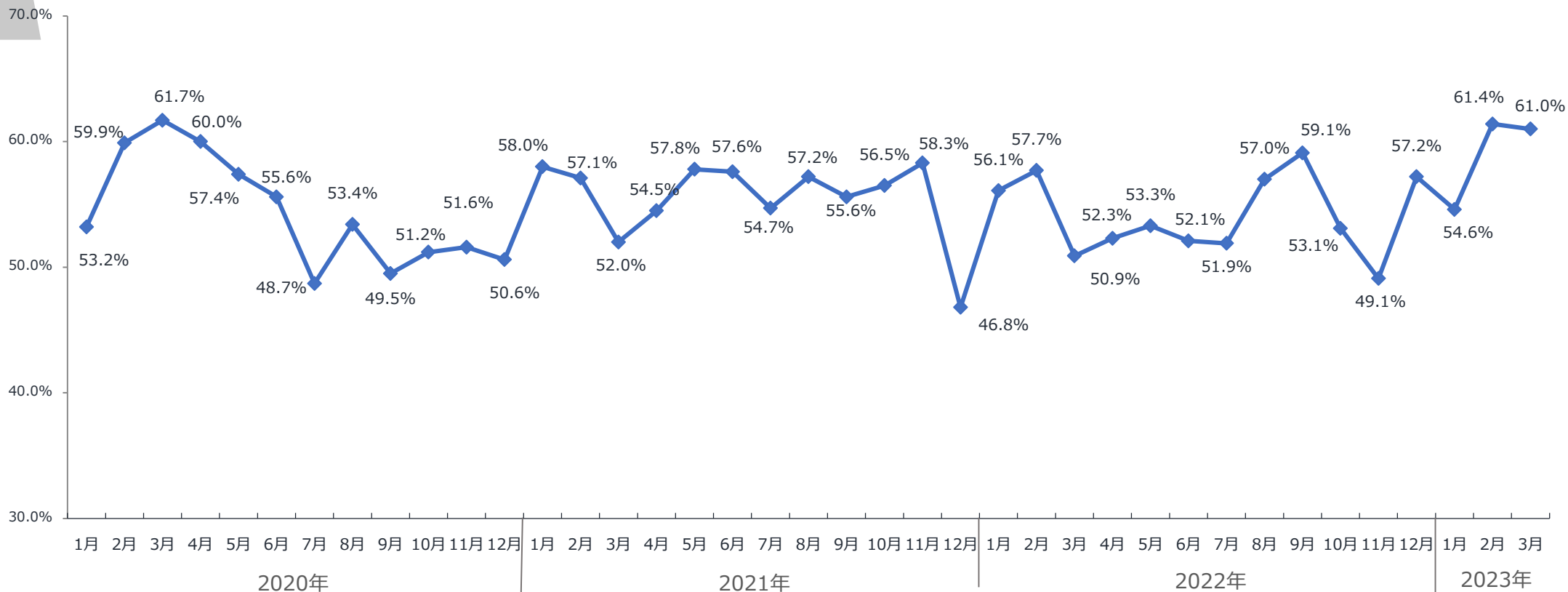
(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移



売上高に占める中古品の比率は50~60%を維持し、商品在庫の現金化は円滑な状況。



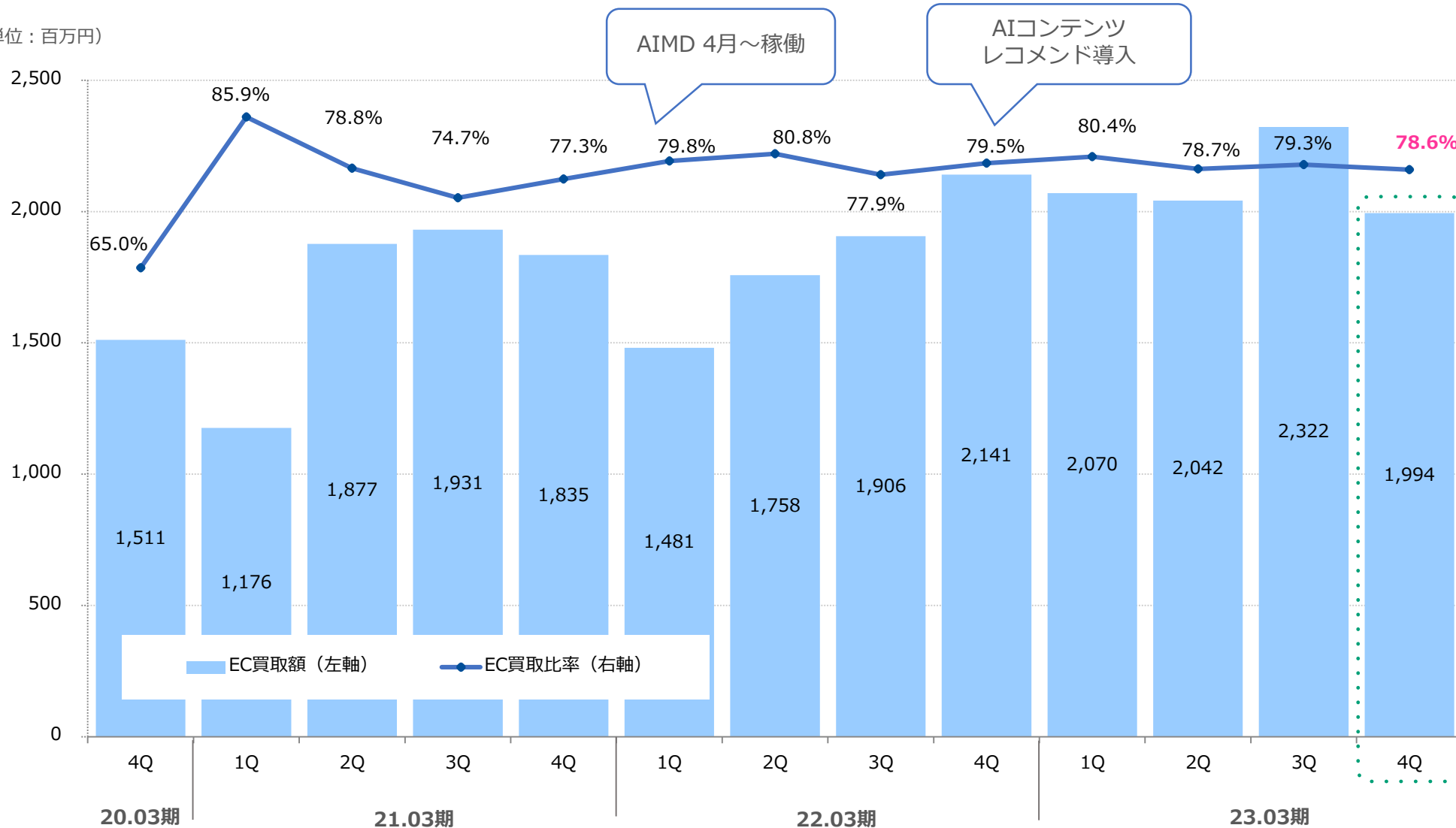
 中古品比率	20.3期		21.3期				22.3期				23.3期			
	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	57.5%	57.5%	56.8%	50.6%	51.0%	54.9%	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%	53.4%	59.3%

カメラ事業 中古EC買取推移



中古買取が引き続き好調な中、E C買取比率も80%近い水準を堅持。

(単位：百万円)

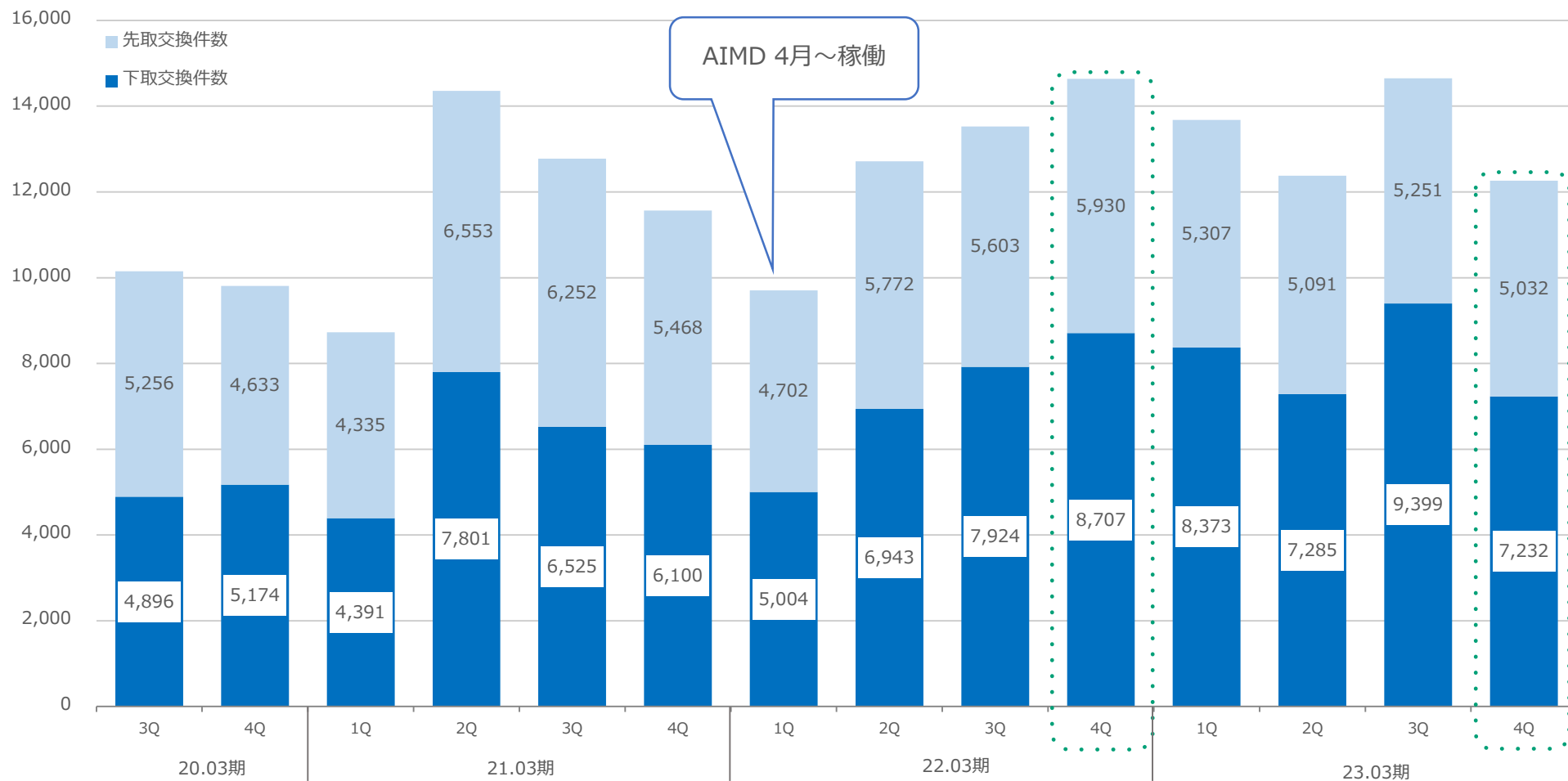


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



大型新製品の発売があった前年同期比では減少も、AIMD効果により交換サイクルが安定し、高水準を維持。

(単位：件)



決算概要：前年比較



売上高

【前年比】**全体：105.0%** **EC：111.5%** 店舗：88.0%
EC売上高は主軸のカメラ事業を中心に堅調に推移、店舗売上高は時計・免税売上高を中心に減少

粗利

カメラ事業の粗利は堅調も、時計事業の赤字販売や棚卸商品評価損の影響で、**通期粗利率は17.0%**で着地。

販管費

従業員給与の大幅ベースアップを行いつつも、**販管費率は11%台**を維持。

営業利益

時計事業のセグメント赤字がありつつも、**営業利益は24億円**を確保し**営業利益率は5.4%**となる。

	22.03期		23.03期								
	実績	売上高比率	1Q実績	2Q実績	3Q実績	4Q実績	通期	売上高比率	前年比	修正計画	計画比増減
売上高	43,453	-	10,776	11,108	12,531	11,201	45,618	-	105.0%	44,602	102.3%
売上総利益	8,035	18.5%	2,120	1,995	1,935	1,701	7,753	17.0%	96.5%	-	-
販売管理費	4,894	11.3%	1,264	1,223	1,324	1,477	5,290	11.6%	108.1%	-	-
営業利益	3,140	7.2%	856	771	611	223	2,463	5.4%	78.4%	2,320	106.2%
経常利益	3,187	7.3%	863	782	593	200	2,439	5.3%	76.5%	2,300	106.0%
当期純利益	2,207	5.1%	585	540	430	140	1,697	3.7%	76.9%	1,587	106.9%

販売管理費の前年比較

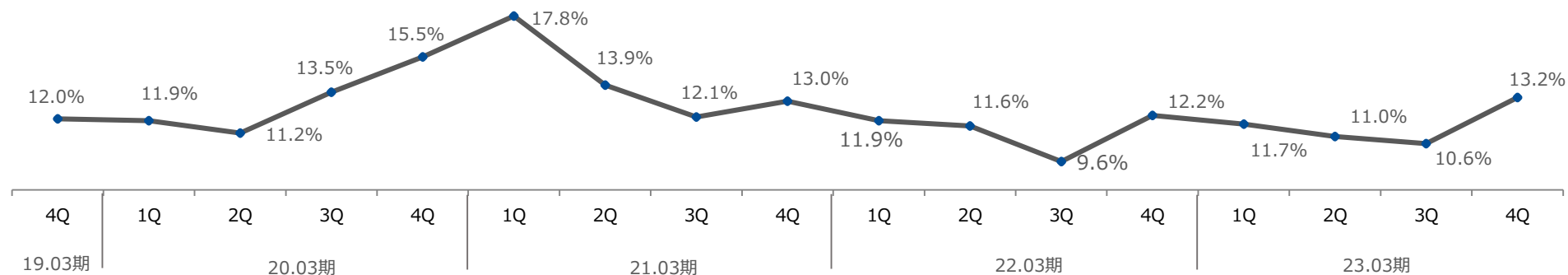


従業員給与の大幅なベースアップを行うも、通期販管費率は11%台に抑制。

(単位：百万円)

	22.03期 通期		23.03期 通期		前年比		増加要因
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (P T)	増減	
人件費	1,545	3.6%	1645	3.6%	+0.1%	+100	給与ベースアップによる増加
広告宣伝費	47	0.1%	36	0.1%	▲0.0%	▲11	
販売促進費	895	2.1%	939	2.1%	▲0.0%	+44	下取交換増加に伴う下取り額UP
業務委託費	354	0.8%	370	0.8%	▲0.0%	+15	
支払手数料	1001	2.3%	1157	2.5%	+0.2%	+156	新たなシステム機能の追加に伴う運用費増
減価償却費	187	0.4%	193	0.4%	▲0.0%	+6	
地代家賃	349	0.8%	352	0.8%	▲0.0%	+3	売上増加に伴うクレジット利用手数料の増加
その他	512	1.2%	593	1.3%	+0.1%	+80	
販売管理費計	4,894	11.3%	5,290	11.6%	+0.3%	+396	PS,RSU導入および店舗改装投資等による増加

売上高販管費比率 四半期推移







年間推移	19.3期	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期
	比率 (%)	12.0%	12.9%	13.8%	11.3%

事業別業績の前年比較



カメラ事業は売上高2桁成長、セグメント利益は20%成長も、時計事業はセグメント赤字。

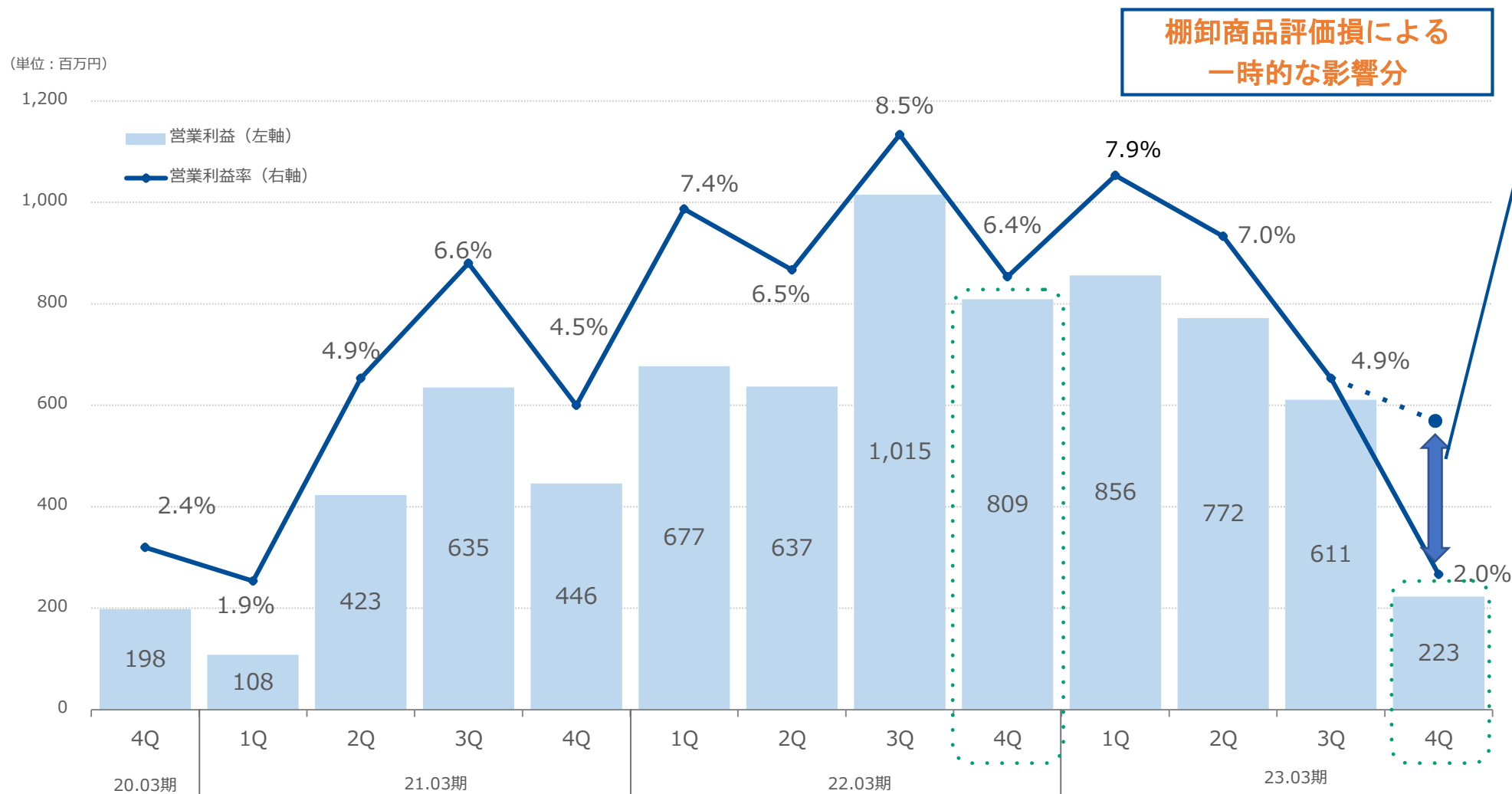
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比		22.03期 通期	23.03期 通期	前年比	備考
 カメラ事業 (71.7%)	EC売上	24,663	28,228	114.5%	<ul style="list-style-type: none"> ●EC売上高が好調に推移 ●AIMD効果により中古カメラの粗利率が安定したことで、セグメント利益20.8%向上
	店舗売上	3,241	4,493	138.6%	
	カメラ売上計	27,904	32,721	117.3%	
	セグメント利益	3,154	3,810	120.8%	
 時計事業 (25.4%)	EC売上	5,624	5,854	104.1%	<ul style="list-style-type: none"> ●販売価格の大幅な下落の影響により、セグメント利益は▲191百万円の赤字
	店舗売上	8,740	5,748	65.8%	
	時計売上計	14,364	11,603	80.8%	
	セグメント利益	1,129	-191	-	
 筆記用具事業 (1.0%)	EC売上	331	337	101.7%	<ul style="list-style-type: none"> ●EC、店舗共に前年を上回り、中古商品の買取強化と適切な販売価格の設定により、順調に成長
	店舗売上	59	101	170.6%	
	筆記用具売上計	391	438	112.2%	
	セグメント利益	5	38	693.2%	
 自転車事業 (1.9%)	EC売上	730	544	74.5%	<ul style="list-style-type: none"> ●人気の高い日本パーツの需要が高まり、店舗での販売（免税）が大きく増加
	店舗売上	62	310	497.2%	
	自転車売上計	792	854	107.8%	
	セグメント利益	40	55	136.1%	
合計	EC売上	31,350	34,964	111.5%	<ul style="list-style-type: none"> ●EC売上高は堅調。店舗売上高は時計の販売不振の影響で、前年を下回る。
	店舗売上	12,103	10,654	88.0%	
	売上高合計	43,453	45,618	105.0%	

営業利益・営業利益率推移（四半期）



4Qの営業利益率は2.0%で着地。営業利益率の低下は時計事業の**棚卸商品評価損として2.17億円を計上したことが要因で営業利益率を1.9%押し下げた**。期末の在庫評価替えて**この影響は24年3月期には持ち越されない一時的なもの**となる。



貸借対照表 前年比較



商品在庫は88億円。3Q時点は112億円であったが、前期末と同水準まで適正化。
商品在庫の仕入額（原価）が下がり、24年3月期は期初から利益を出せる在庫に入れ替わり。

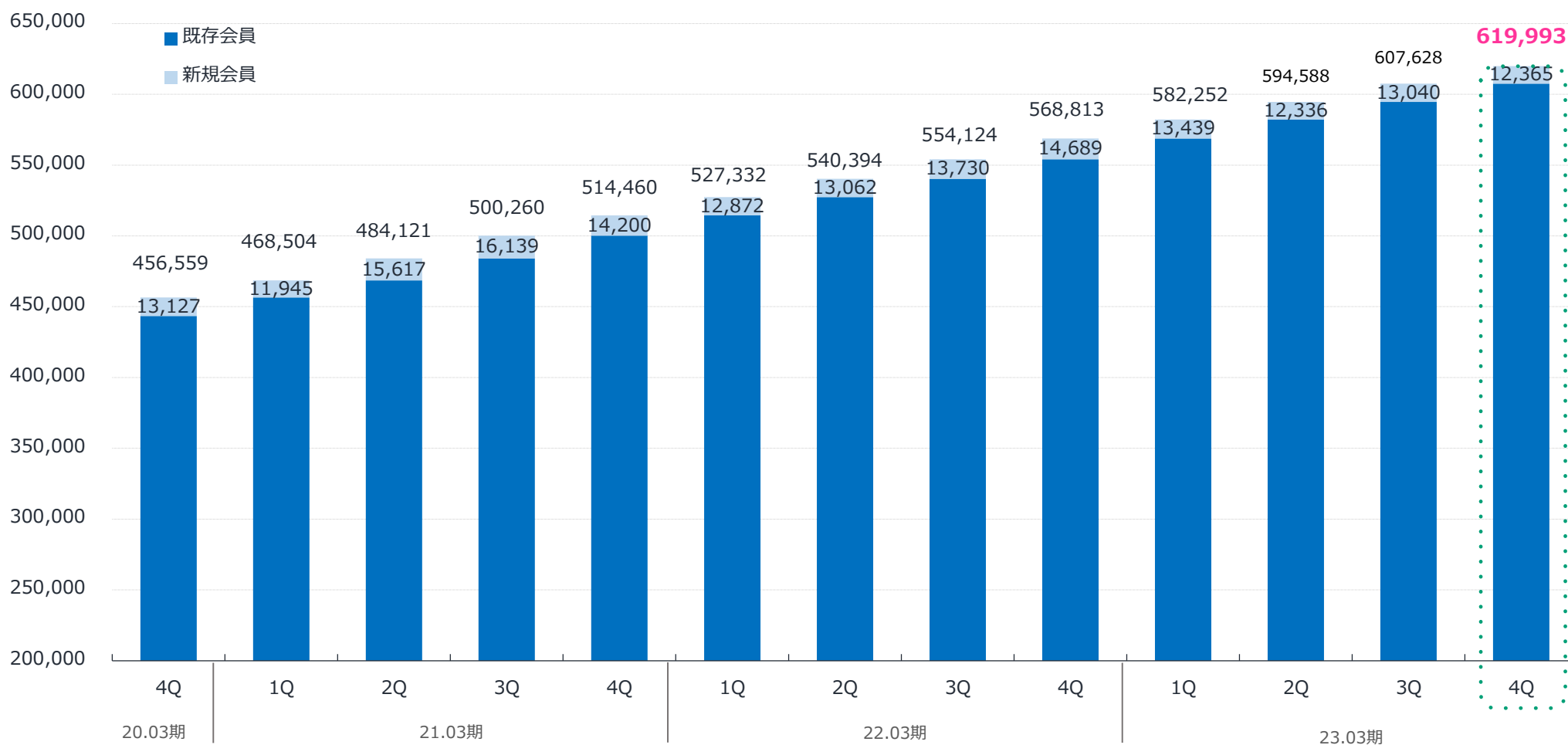
（単位：百万円）

	22.03期末	23.3月期	
		実績	増減
流動資産	12,820	13,202	+ 382
現預金	1,173	1,423	+ 250
商品	8,329	8,812	+ 483
固定資産	1,586	1,863	+277
資産合計	14,407	15,066	+ 659
流動負債	6,124	5,640	▲484
固定負債	2,813	2,946	+ 133
負債合計	8,937	8,586	▲351
純資産合計	5,469	6,479	+1010
負債・純資産合計	14,407	15,066	+ 659

Web会員数の四半期推移



毎月新規会員数は順調に増加。**2022年11月には60万人を突破し、引き続き堅調に推移。**



Web会員数の会員属性

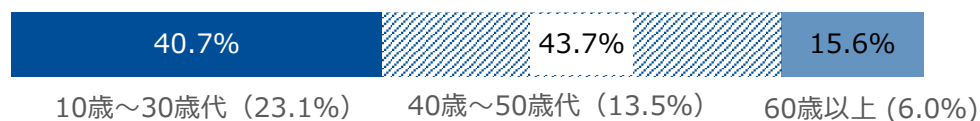


会員の年齢層は、**10代～30代が40.7%**、インスタなどのSNS普及により**10代～30代の女性比率は23.1%**と高い。若年層の構成比が増加しているが、利用平均単価は維持されており、引き続き安定した会員構成を構築。

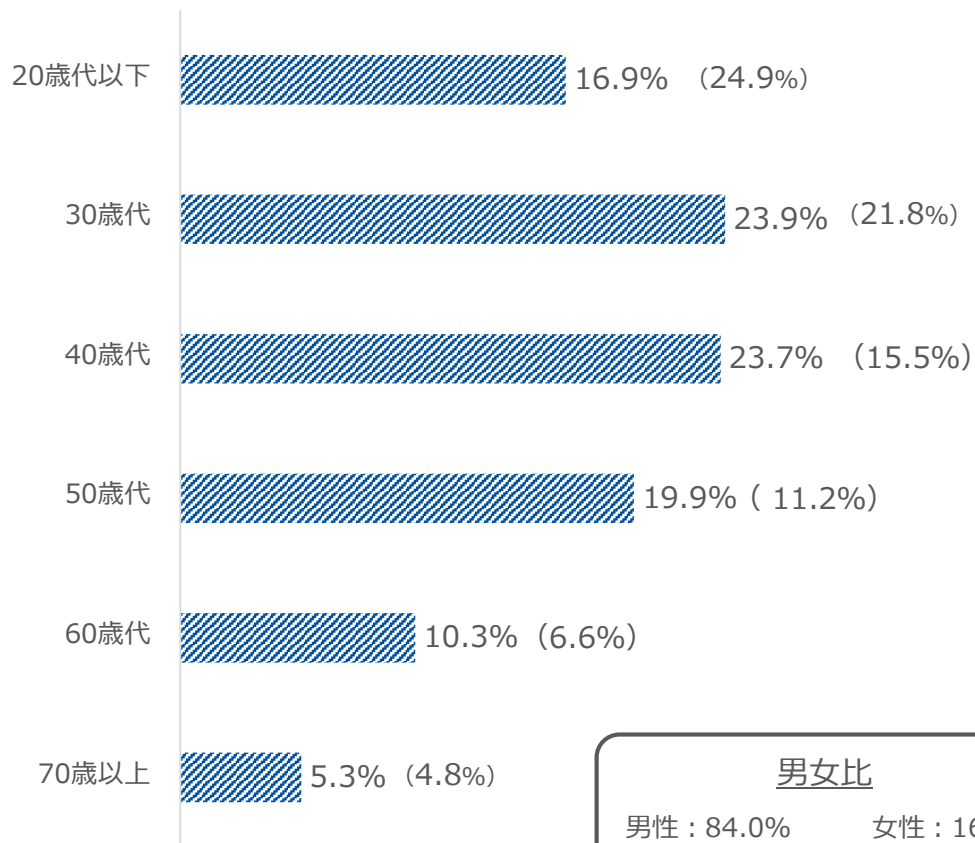
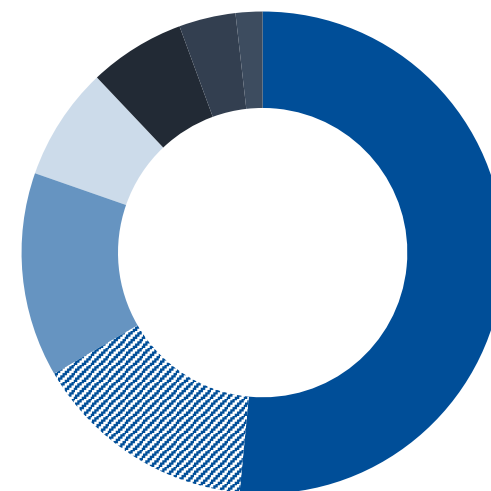
2023年3月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布



男女比

男性：84.0% 女性：16.0%

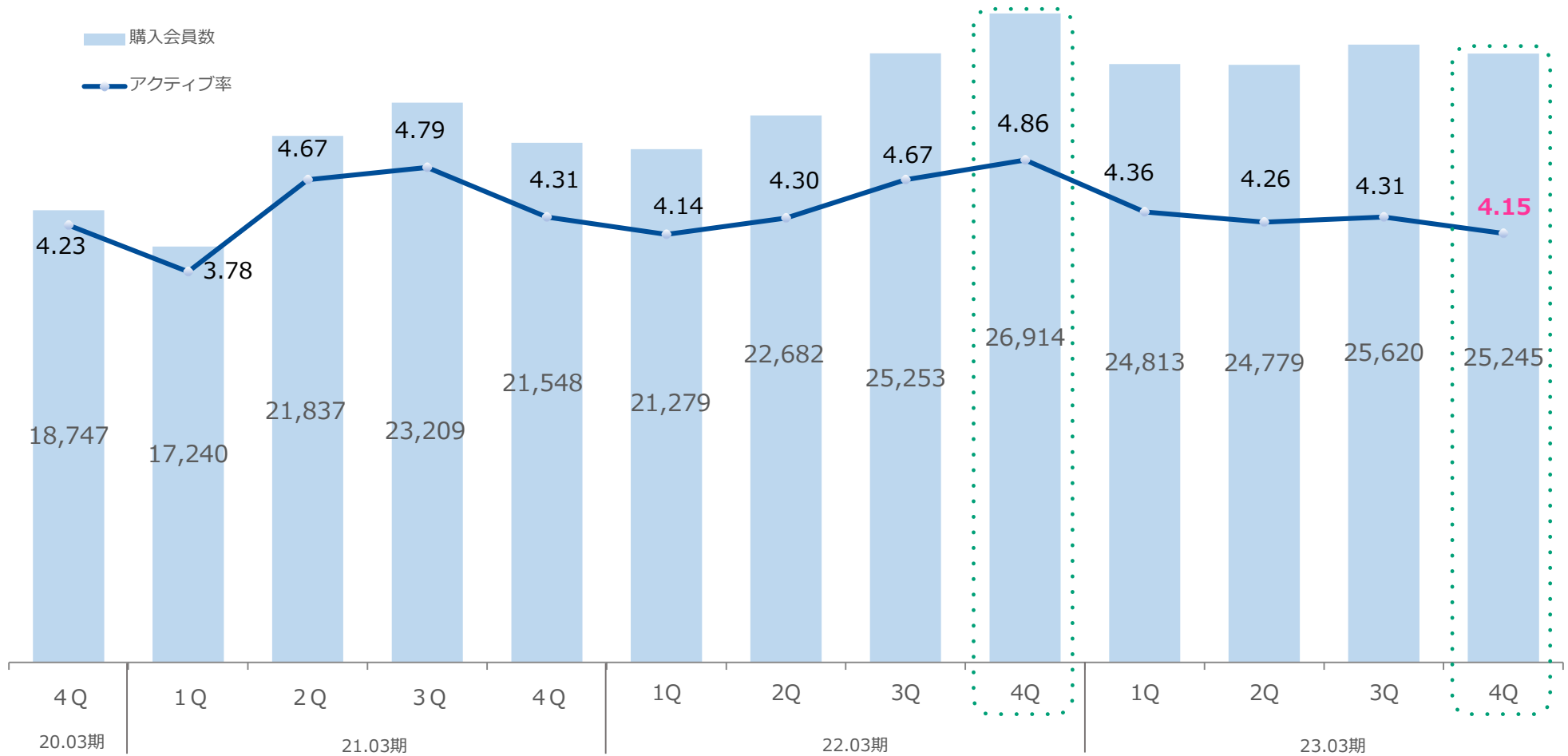
関東	51.5% (東京23.2%)
近畿	15.1%
中部	13.7%
北海道・東北	7.6%
九州・沖縄	6.6%
中国	3.7%
四国	1.8%

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



新規会員が純増する中、アクティブ率も引き続き高い水準を維持。

(単位：人)

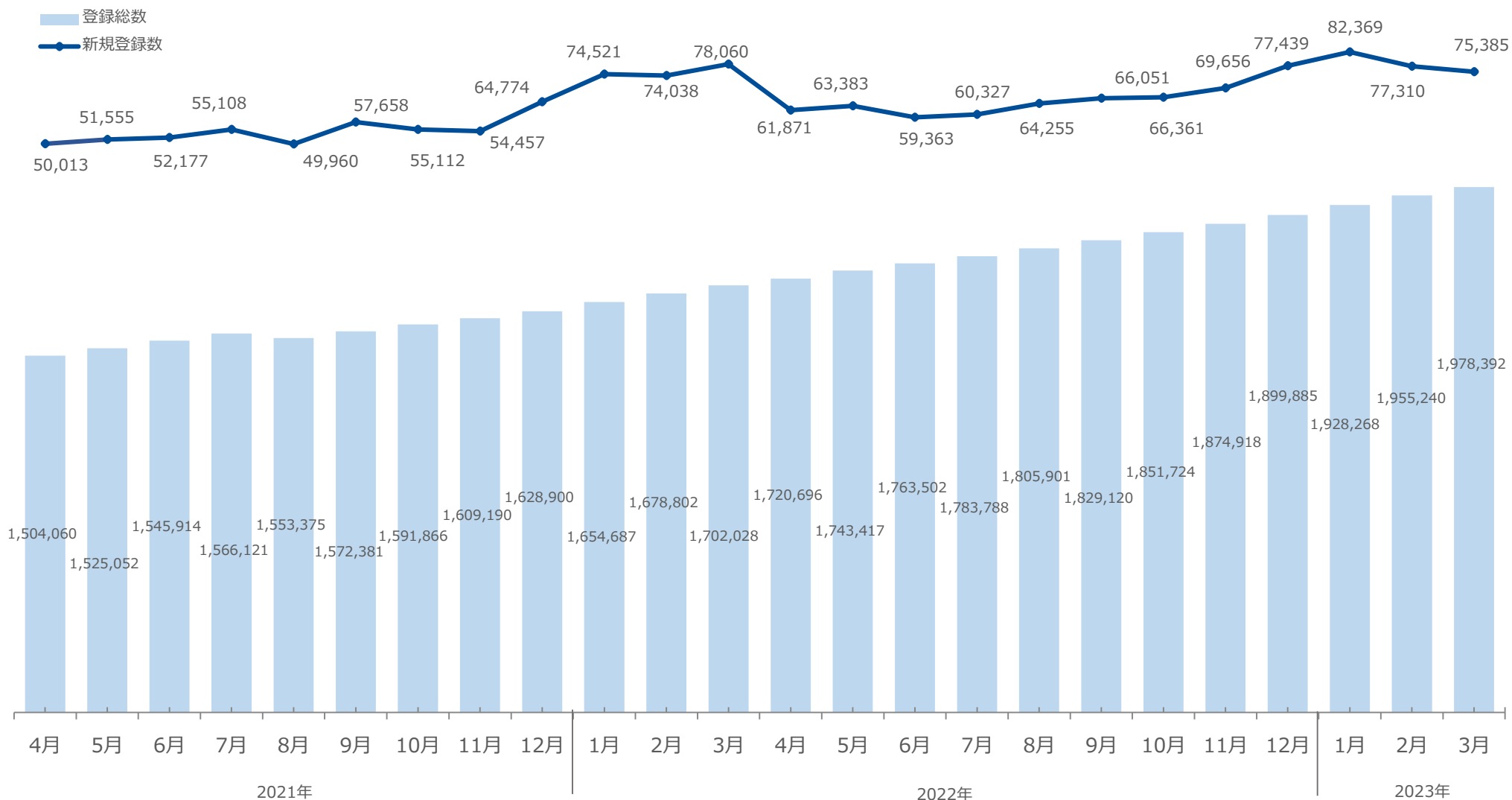


※アクティブ率…各四半期はじめの会員数に対する
その四半期の購入会員数(新規での購入会員は除く)

欲しいリストの登録商品数



新規登録数は増加傾向にあり、直近では7～8万件／月で推移。

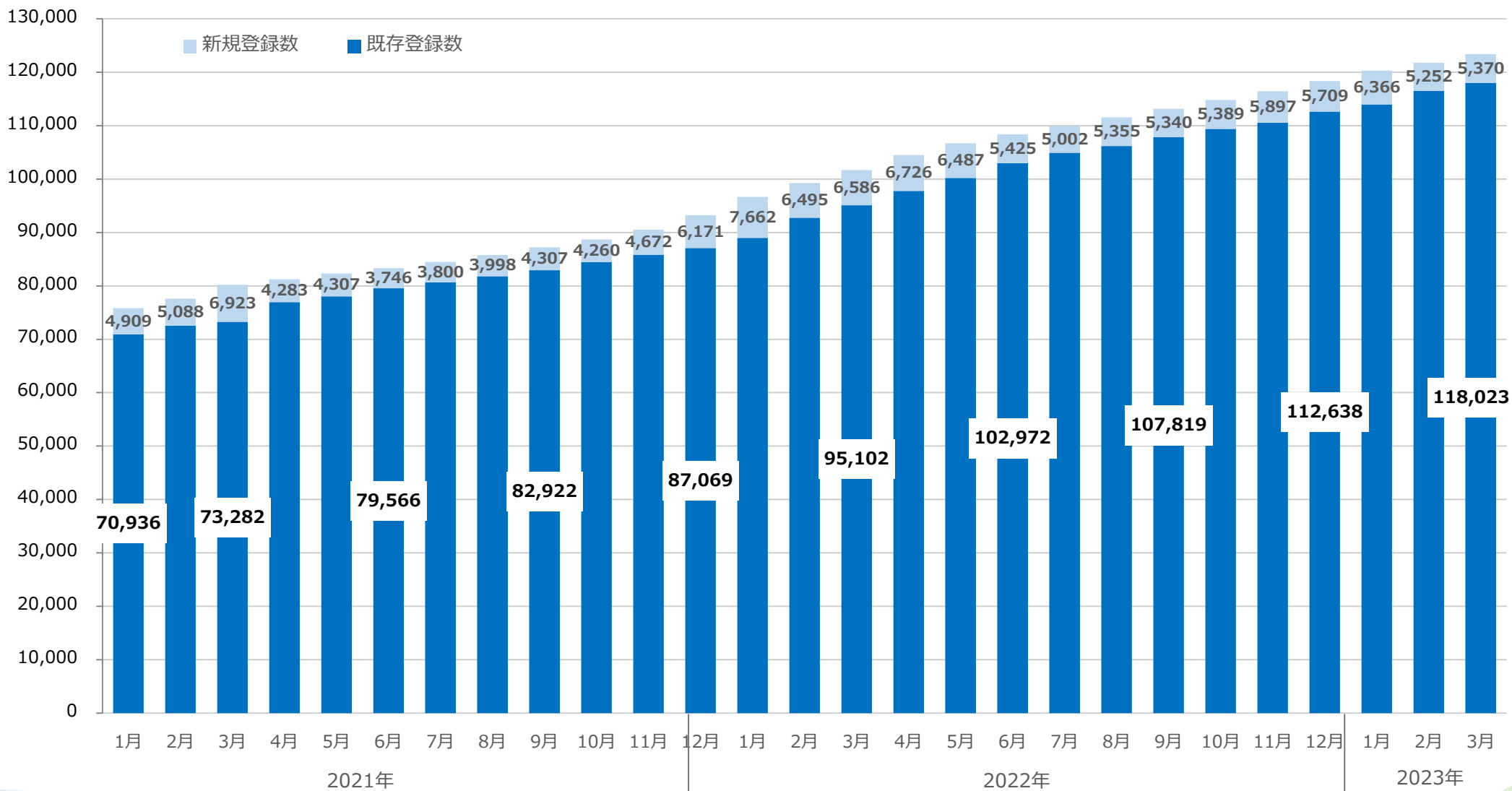


※登録した商品を購入した場合は自動的にリストから削除となる

入荷お知らせメール登録数



新規登録数が順調に推移し12万人を突破。お客様のお手元のスマートフォンに通期平均で40万件/月の配信。メール、アプリに加え、5月からはLINEでのお知らせ機能を導入。



AIMD × One to One × AIコンテンツツレコメンド



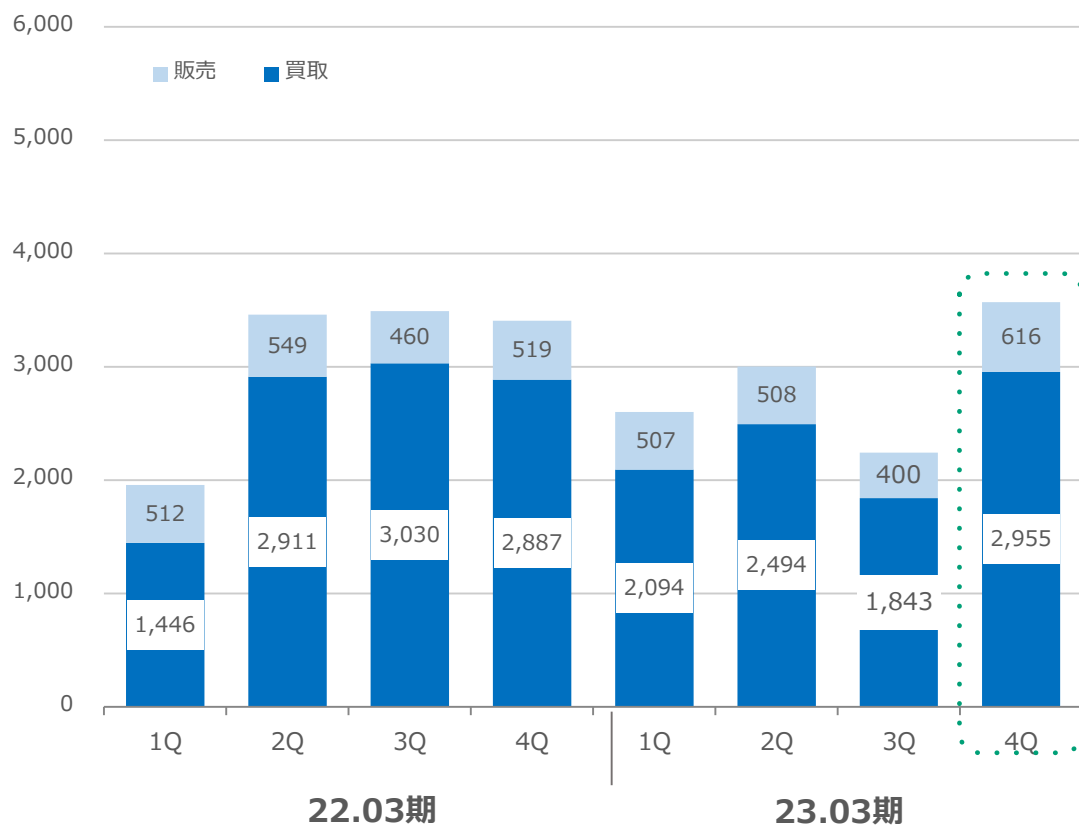
AIMD × One to One × AIコンテンツツレコメンドのリクエスト配信数も堅調に推移

お客様のお手元のスマートフォンに月平均400万配信。

※ 3QにAIコンテンツツレコメンド LINEの通知設定におけるユーザビリティを考慮し、簡易に変更ができるようにしました

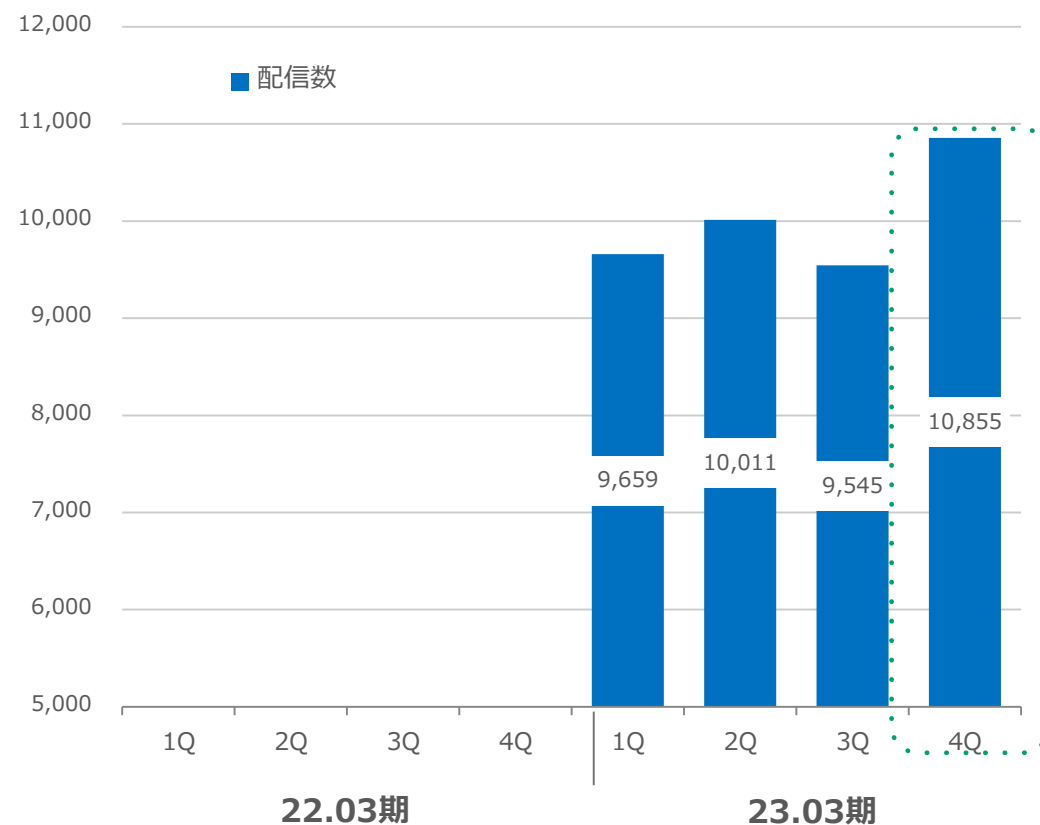
AIMD × One to One

単位：千



AIコンテンツツレコメンド

単位：千





取り組み施策状況

越境ECの強化



グローバルへの販路拡大に引き続き注力し、eBay Japan Awards 2022で『Map Camera』が最優秀賞のSeller of the Yearを受賞。11月からは「Buyee Connect」を新たに開始。

eBay

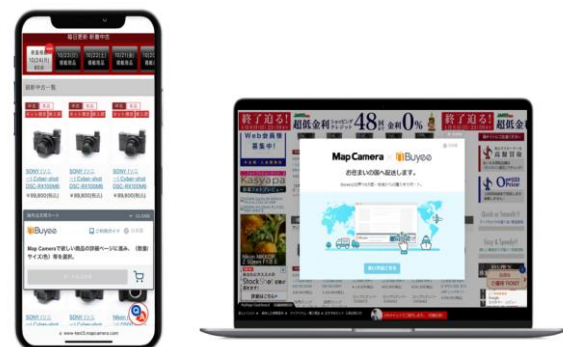
Chrono24

Buyee



【eBay】

Map Cameraが最優秀賞を受賞。
2023年度以降も引き続き強化



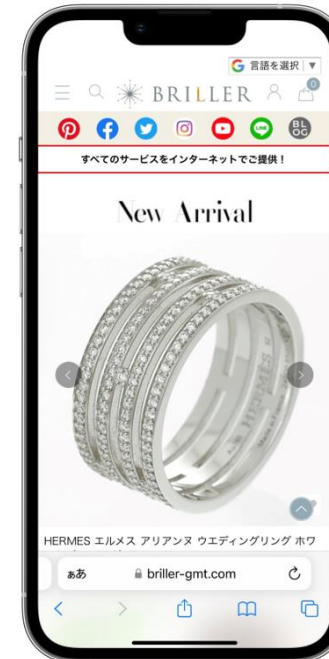
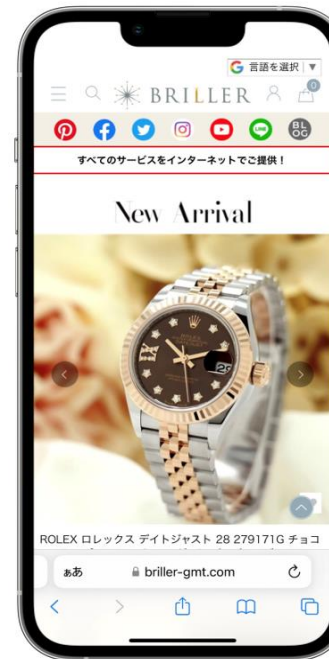
【Buyee Connect】

330万人、118か国（地域）へ、
カメラ、時計、筆記具、自転車の
越境ECを開始

レディースブランドサロン「BRILLER (ブリエ)」をリニューアルオープン



Eコマースと店舗のハイブリットな展開でリニューアルオープン。



新たな取り扱い商材

- HARRY WINSTON ●Cartier
- Van Cleef & Arpels ●TIFFANY & Co.
- BVLGARI ●etc

世界5第ジュエラーを中心とした高級ブランドジュエリーの展開をスタート

ジュエリー2022年、国内市場予測

1兆14億

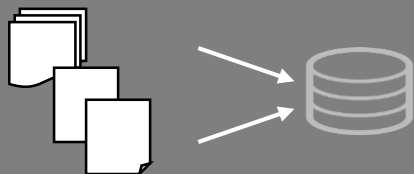
(出所：矢野経済研究所、宝飾品（ジュエリー）市場に関する調査2022年より)

基幹システムのリプレイス

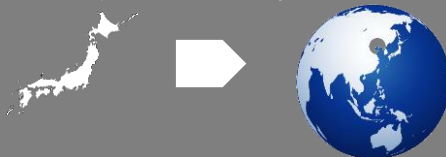


2023年9月末に基幹システムのリプレイスを予定。2030年を見据えたパフォーマンスおよびシステム構成を主眼に、EC関連の業務効率の向上と業務アウトソースに向けプラットフォームを構築中。

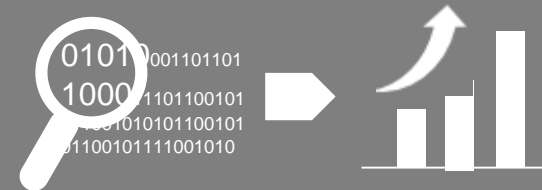
データの一元管理と
リアルタイム連携



将来的な海外進出、
業務アウトソースの
効率的な実施

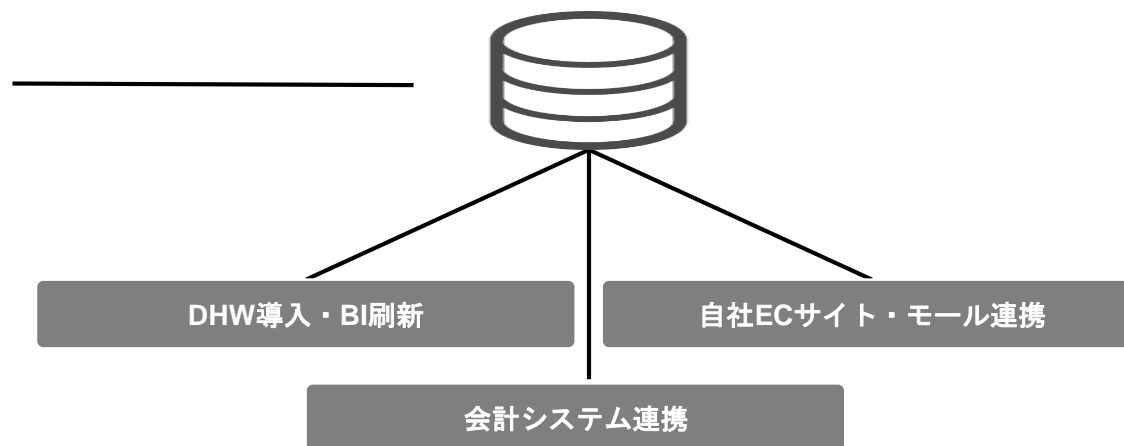


経営分析の深化や
AI活用の更なる加速



新基幹システム

- 在庫管理
- 受発注管理
- 顧客管理
- 商品マスタ管理
- POS
- 修理・委託等独自業務





東証プライム市場の上場企業として、2022年は様々な環境開示を実施。2023年度以降は、SDGsの各種取組を加速予定。

継続した取組



SDGsの新たな取り組み



- 商品梱包材等は、環境に配慮したものを使用
- ホームページ上でサステナビリティに関する、各種の指標を開示
- 障がい者アート等への支援

- TCFDに準拠した環境開示を開始
- CDP質問書への回答を開始



2023年度、SDGsの取組を多面的に展開予定



中期経営計画について

中期経営計画の考え方



テクノロジーの力でE C売上高を向上、固定費をかけないことで、

2026年3月期に売上高600億円、粗利率18.2%、経常利益率7.6%を目指す。

売上高

E Cに注力し2桁成長を維持し、24年3月期に**500億円**、26年3月期に**600億円**

カメラEC 24年3期：**116%**

時計EC 25年3期：**120%** 26年3期：**120%**

売上 総利益

粗利率18%を維持向上させ、更なる高利益体質に

24年3月期：**18.0%** 25年3月期：**18.1%** 26年3月期：**18.2%**

カメラ事業：AIMDのバージョンアップ、コンテンツの拡張

時計事業：時計価格相場の影響下でも利益を安定させる仕組みの構築

経常利益

26年3月期に、販管費率を**10%台**まで削減、経常利益率を**7.6%**に

E Cは販管費の増えにくいビジネスモデル。固定費を増やさず、売上伸長で利益を伸ばす。

投資

基幹システムリプレイスのIT投資を24.3期に実施

設備投資額合計 24.3期：4.9億円 25.3期：2.2億円 26.3期：2.2億円

中期損益計画



(金額：百万円)

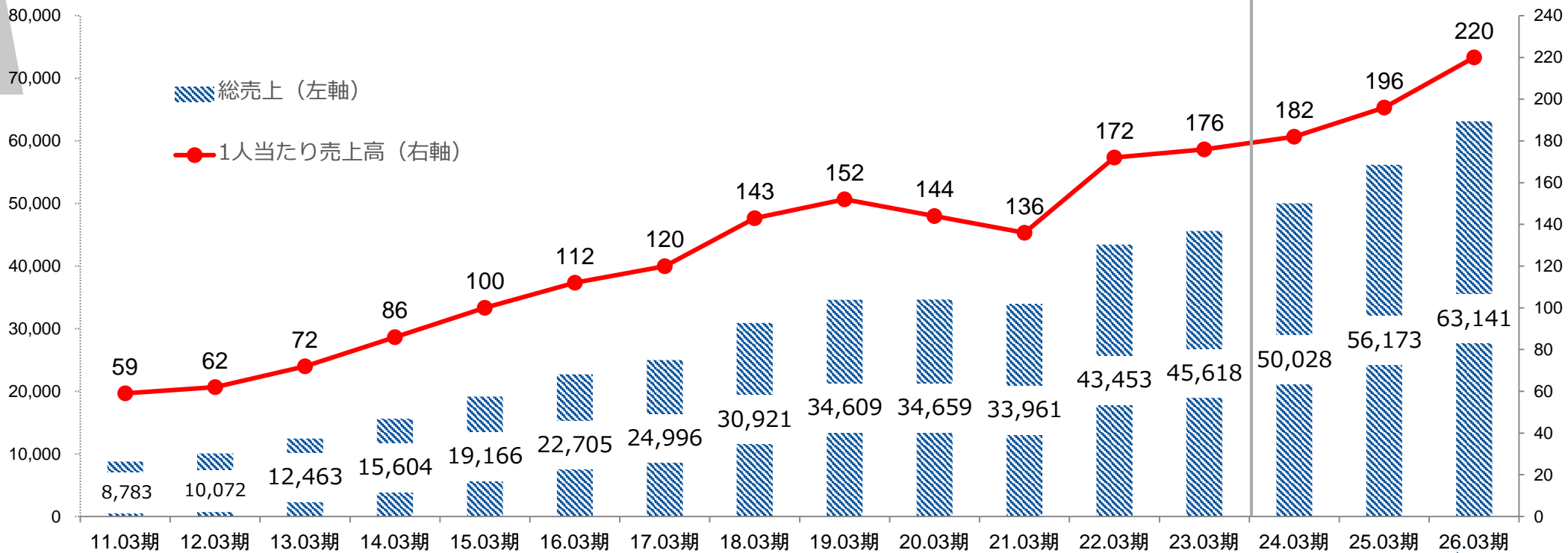
	今期											
	23.03期			24.03期			25.03期			26.03期		
	実績	構成比	前期比	計画	構成比	前期比	計画	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	45,618	—	105.0%	50,028	—	109.7%	56,173	—	112.3%	63,141	—	112.4%
(EC)	(34,964)	(76.6%)	(111.5%)	(39,837)	(79.6%)	(113.9%)	(45,185)	(80.4%)	(113.4%)	(51,289)	(81.2%)	(113.5%)
カメラ事業	32,721	71.7%	117.3%	37,196	74.3%	113.7%	41,347	73.6%	111.2%	45,982	72.8%	111.2%
(EC)	(28,228)		(114.5%)	(32,743)		(116.0%)	(36,673)		(112.0%)	(41,073)		(112.0%)
時計事業	11,603	25.4%	80.8%	11,345	22.7%	97.8%	13,083	23.3%	115.3%	15,116	23.9%	115.5%
(EC)	(5,854)		(104.1%)	(6,036)		(103.1%)	(7,243)		(120.0%)	(8,692)		(120.0%)
筆記具事業	438	1.0%	112.2%	507	1.0%	115.5%	597	1.1%	117.8%	705	1.1%	118.0%
自転車事業	854	1.9%	107.8%	980	2.0%	114.7%	1,144	2.0%	116.7%	1,337	2.1%	116.9%
売上 総利益	7,753	17.0%	96.5%	9,001	18.0%	116.1%	10,160	18.1%	112.9%	11,461	18.2%	112.8%
販売 管理費	5,290	11.6%	108.1%	5,879	11.8%	111.1%	6,267	11.2%	106.6%	6,633	10.5%	105.9%
営業利益	2,463	5.4%	78.4%	3,122	6.2%	126.8%	3,893	6.9%	124.7%	4,827	7.6%	124.0%
経常利益	2,439	5.3%	76.5%	3,092	6.2%	126.8%	3,863	6.9%	124.9%	4,797	7.6%	124.2%
当期 純利益	1,697	3.7%	76.9%	2,133	4.3%	125.7%	2,665	4.7%	124.9%	3,310	5.2%	124.2%

中期売上高及び人員計画



生産性向上で2026年3月期までに **1人当たり売上高1.25倍** を目指し、利益率も拡大。

(単位：百万円)



従業員数／1人当たり売上高

(単位：人、百万円)

	11.03期	12.03期	13.03期	14.03期	15.03期	16.03期	17.03期	18.03期	19.03期	20.03期	21.03期	22.03期	23.03期	24.03期	25.03期	26.03期
従業員数 (派遣・アルバイト含む)	156	167	177	184	197	205	210	216	229	248	252	253	263	285	286	287
1人当たり 売上高	59	62	72	86	100	112	120	143	152	144	136	172	176	182	196	220

※1人当たり売上高 = 年間売上高 ÷ 期首、期末平均従業員数 (派遣・アルバイト含む)

※2019.3期から新卒採用をスタート



フルサイズミラーレスカメラへの本格移行の波が、半導体不足の終息で加速することが見込まれ、直近は注目の新製品が十分な供給量で流通し始めるなど、当社にとって強い追い風。

新品シェア

約 10%

中古シェア

約 20~23%

<カメラ成長のポイント>

● メーカー各社の動き

2020年度からのフルサイズミラーレスカメラへの本格移行、2022年前半までの半導体不足解消に伴い、2023年5月には、注目の新製品が十分な供給量で流通するなど、業界全体に追い風

● 当社に対する影響

カメラで動画やSNS投稿を本格的な趣味とする人は引き続き増加傾向。
ミラーレスカメラの動画撮影機能が向上しつつあり、カメラへの買い替えの追い風要因となっている

カメラの価格は向上しており、中古市場も引き続き活況となっている。ひと世代前のモデルに対するお値打ち感も強まっている。



我が国における2022年の輸入腕時計市場は7,381億円で、前年比26%成長となっており、
当社は一時的な苦戦があったものの、マーケットの魅力は非常に高い。



<時計成長のポイント>

- **市場全体の動向**
高級腕時計はグローバルでの価格下落の中で、価格を下げて販売を行う動きも強かったとみられ、輸入腕時計市場は前年比26%の高成長。

市場の騰落に影響を受けつつも、継続して成長トレンドにあり、今後も魅力的な市場であり続ける。
- **当社に対する影響**
2022年より、国内最大級のROLEX在庫を有しており、1月には当社主要商品で市場価格の下落が止まる。2月には免税売上高が大幅回復に転じる等、回復の見込みは高い。

加えて2024年3月期からは、相場に左右されない「仕組み化」を進める。

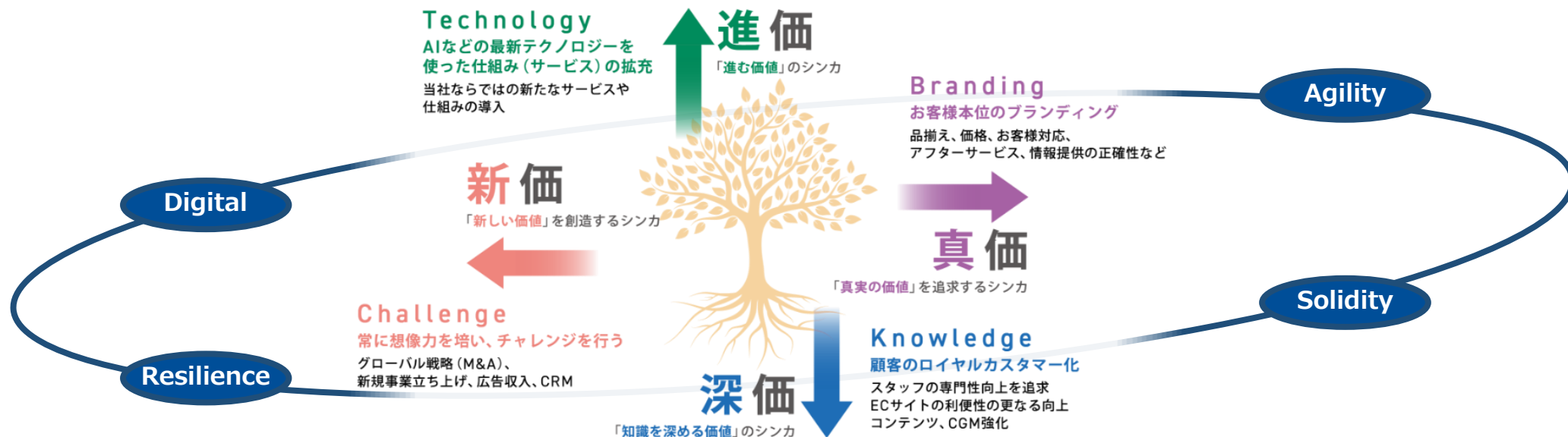


2024年3月期 取組施策について

2023年度 主な取組施策



「4つのシンカ」のそれぞれの視点に「バリューチェーン・シナリオプランニング」をかけあわせ、各種施策を推進。

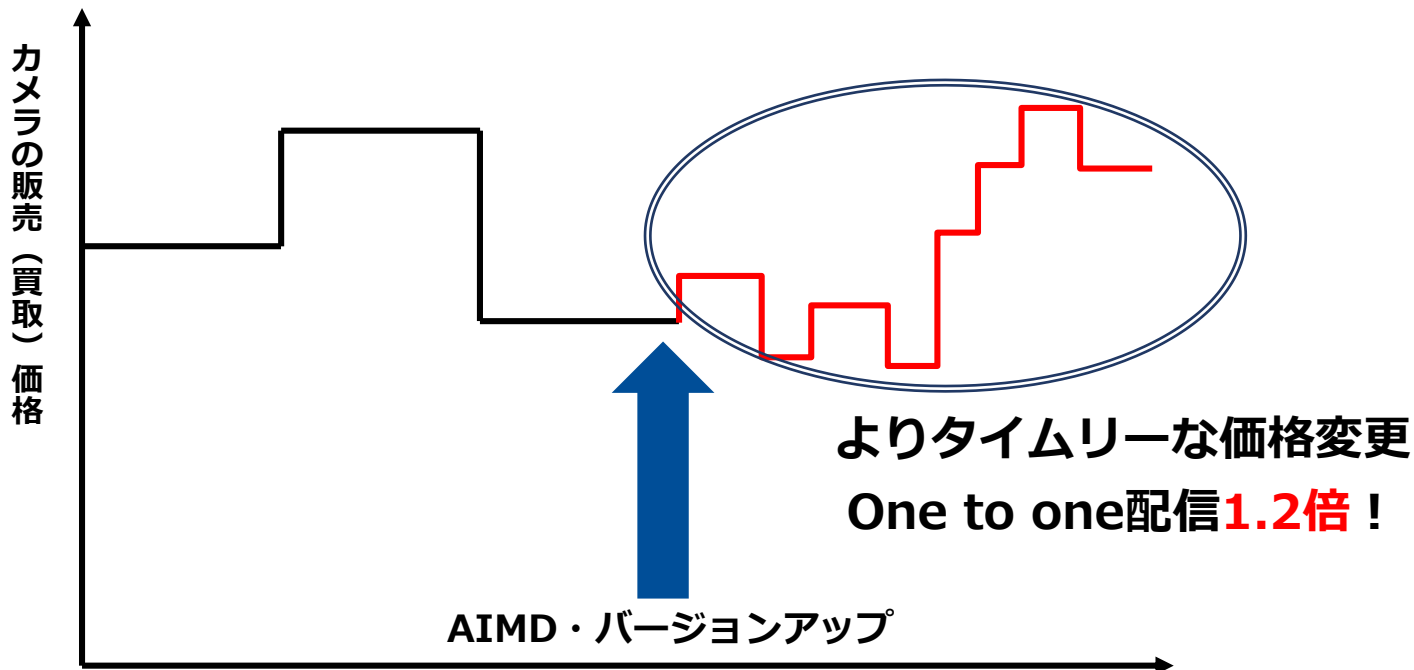


<p>進価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ A I M Dのバージョンアップ^o（カメラ事業） ・ MDサポートAIシステムの構築（時計事業） 	<p>深価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ LINE・YouTubeコンテンツの強化（全事業）
<p>新価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ フクイカメラサービスとの協業推進（カメラ事業） ・ データ基盤の強化（全事業） 	<p>真価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン買取見積の強化（時計事業）

AIMDのバージョンアップ（カメラ事業）



AIMDの価格変更タイミングを増やす改良で、お客様と当社のスイートスポットをより確実に探り当て、中古品の売上高・粗利率を更に高める。



お客様にタイムリーな
価格条件を提示

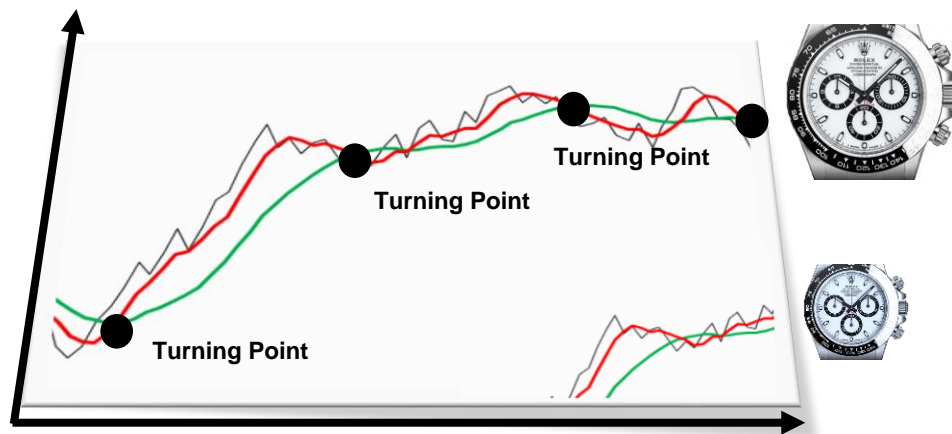
中古品の売上・利益の
更なるUP

時計MDサポートAIシステムの構築（時計事業）



金融工学的アプローチで時計の価格変動を商品別に分析、騰落トレンドを推定、タイムリーに把握することで、MDの意思決定を支援するシステムを構築。

※ 12月商戦に向けて、パイロット運用を予定。



金融工学的アプローチで
騰落トレンドを推定（商品別）

MD専門スタッフが
トレンドを基に買取・仕入

時計事業の利益向上
在庫水準の適正化

オンライン買取見積の強化（時計事業）



オンライン買取見積を業界最多の4,000アイテムに拡大（現行：2,600アイテム）。
リアルタイムでの買取・買替を一層推進（2Q実装予定）。

**現行の2倍近く、業界最多の
アイテム**がリアルタイムで買取見積
その場での買取申込をやすく

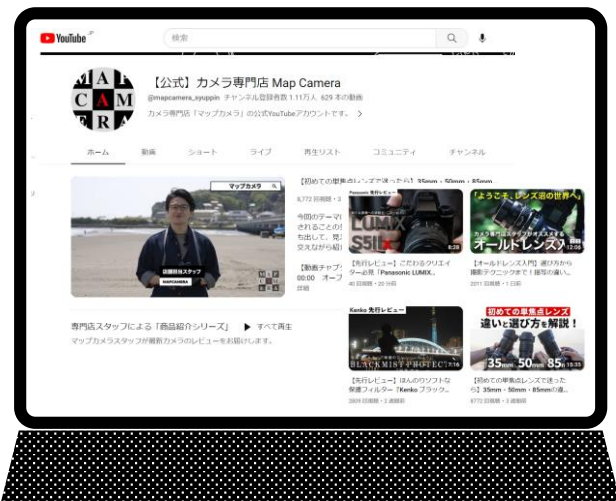
商品名	メーカー	カテゴリ	買取上限価格	ワンプライス確認・買取見積
BREGUET ブレゲ マリーヌ クロノグラフ 5527BB/Y2/5WV ホワイトゴールド 【保証書日付2年以内限定】 ☆ワンプライス買取！！ ワンプライス買取 高額買取中	BREGUET	メンズ	¥2,630,000	ワンプライス確認
OMEGA オメガ デ・ウィル プレステージ マスタークロノメーター 434.10.40.20.10.001 【2022年新作】 【保証書日付2年以内限定】 ☆ワンプライス買取！！ ワンプライス買取 高額買取中	OMEGA	メンズ	¥319,800	ワンプライス確認
OMEGA オメガ シーマスター アクアテラ 150M コーアクシヤル マスター クロノメーター 41MM 220.12.41.21.02.002 【保証書日付2年以内限定】 ☆ワンプライス買取！！ ワンプライス買取 高額買取中	OMEGA	メンズ	¥360,000	ワンプライス確認

ROLEX ロレックス デイトナ 116500LN ホワイト 【保証書日付2年以内限定】 ☆ワンプライス買取！！
買取上限価格：¥4,450,000
メーカー：ROLEX
カテゴリ：メンズ
ワンプライス確認

LINE・YouTubeコンテンツの強化（全事業）



特にカメラ事業においては、コンテンツ専門部署として「**コンテンツクリエイト部**」を新設、YouTubeを中心に動画コンテンツを積極配信して**Z世代の獲得**を目指す。



専門組織の新設

コンテンツ作成・マーケティングに注力

専門人材の配置

動画配信経験が豊富な若手等

Z世代の獲得
ブランディングの向上



全ての世代と親和性の高い
LINEへの対応も強化

フクイカメラサービスとの協業推進（カメラ事業）



資本業務提携している「**フクイカメラサービス**」への**業務アウトソーシング（フェーズ1）**を実施予定。
生産性向上、カメラ修理の専門性向上、商品在庫増加に伴う保管スペース対応を進める。

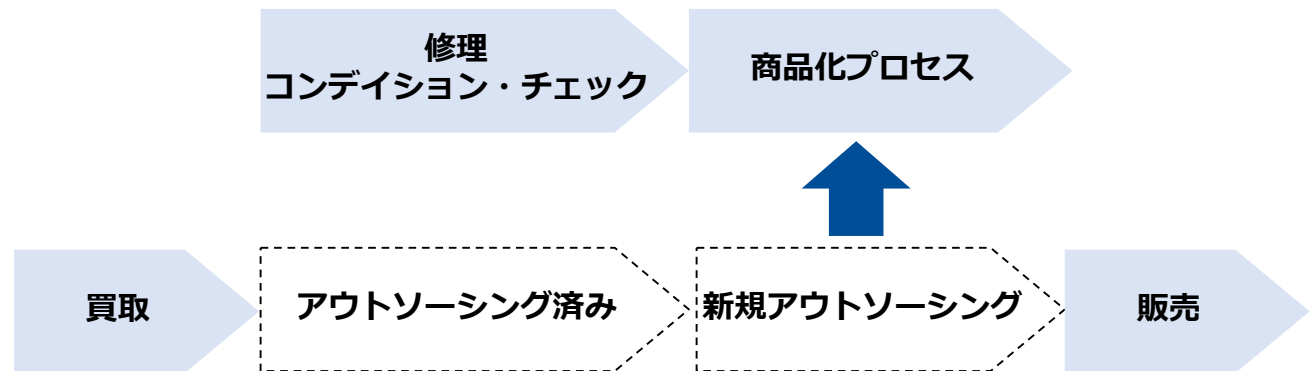


買取～WEB掲載までの当社業務において、 商品化プロセスの一部を**アウトソーシング**

中古カメラ・レンズの商品品質向上
買取～販売のリードタイム短縮
サプライチェーンコストの削減

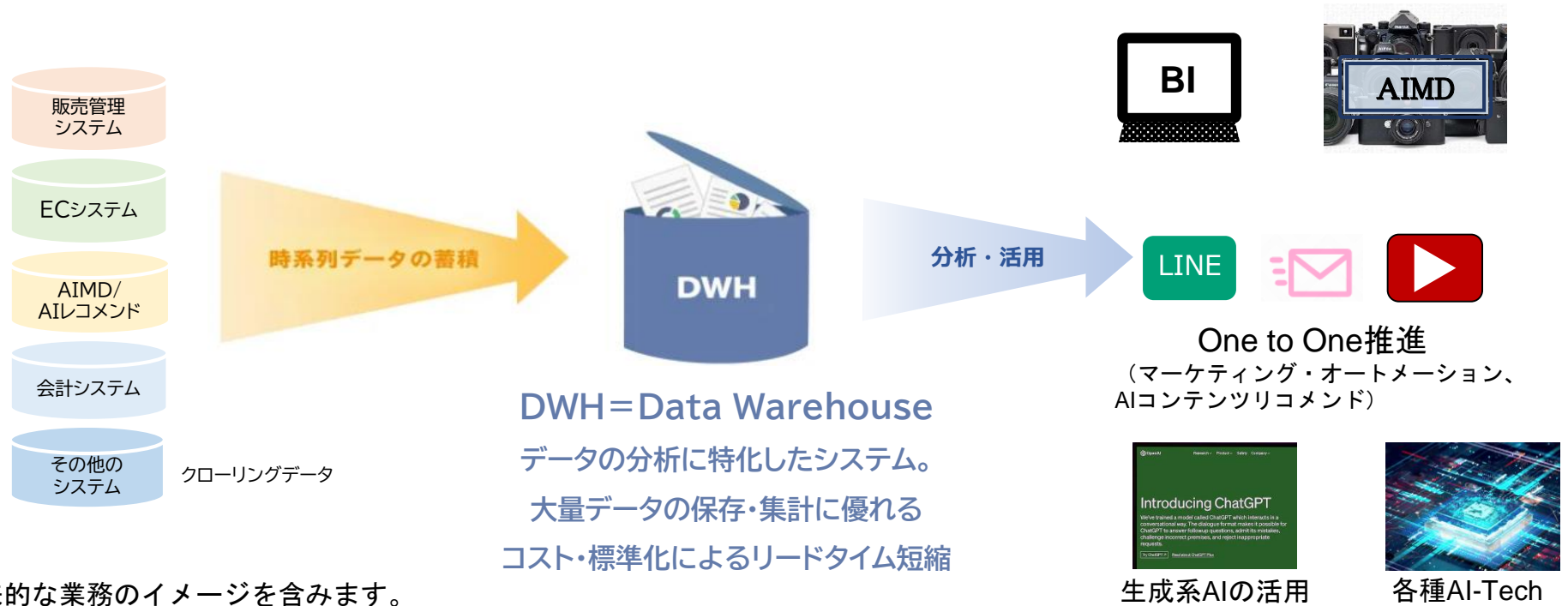
株式会社フクイカメラサービス

国内最高水準のデジタルカメラ修理実績
(年間7万台)



データ基盤の強化（全事業）

基幹システム構築と合わせ、データウェアハウス・BIツールを刷新、MD支援や本社機能など現行業務の生産性向上と、中長期的な新サービス開発・業務効率化への貢献も目指す。



※ 将来的な業務のイメージを含みます。

分析の強化

お客様分析で長期データを活用
販売・買取価格の高度な分析
経営判断への貢献

業務効率化への貢献

調査・分析にかかる業務効率化
により、より戦略的な意思決定
に人的リソースの集中

新サービス開発

API経由で商品価格の外部提供
新しいレコメンド手法の開発
リアルタイムのWeb接客

業績見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料及び情報は、いわゆる「見通し情報(forward-looking statements)」を含みます。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き得る不確実性を含んでおります。
- これらリスクや不確実性には、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動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、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。