

2023/03/07

株式会社DropStone

2022年12月決算説明

2022年を終えて

- ・特に上半期は同業ライバルのスタートアップが増え競争環境が激化した。
- ・当社は輸入製品を日本国内にて卸売や小売するのが基本的なビジネスモデルなのでドル高が収益を圧迫した。
- ・販売数量から利益率向上にむけて投資した。
- ・セレクト品(最終製品を仕入れる)からオリジナル製品(原材料を仕入れる)へ。
- ・日本国内で作る製品ラインナップを増やした。
- ・在庫が最終製品から一部原材料になったためその分資産が減少した。
- ・利益率改善のため卸売から小売((株)VMC)へのリソースを強化した。
- ・資本金を170万円から1,000万円に増資した。(8月1日 繰越利益剰余金より)

(株)DropStone 在庫推移【四半期】

		2022年		
単位(千円)	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月
売上高	129,607	94,365	80,517	101,724
在庫高	230,342	155,785	124,385	93,651
売上高在庫比率	177.7%	165.0%	154.4%	92.0%

- ・ 円高に対する売上高在庫比率を下げる取り組みは堅調に推移している。
- ・ 在庫が最終製品から原材料になっている。
- ・ 賞味期限ロス防止のため最終製品で在庫を持たない。管理能力の向上。

(株)VMC 収益推移【四半期】

			2022年		
	単位(千円)	1～3月	4～6月	7～9月	10～12月
VMC	売上高	80,932	100,008	100,681	150,014
	原価	54,440	50,252	60,384	77,310
	販管費	43,310	46,952	52,979	57,190
	営業利益	-16,818	2,883	-12,681	15,513

- ・ (株)VMCの収益力・キャッシュ創造力は確実に高まっている。
- ・ 引き続きVMCの収益性改善に取り組む。
- ・ それに伴いDropStoneの取引も拡大する。

2023年の見通し

- **2022年よりAmazonでの販売も開始し月商500万円程度に育ってきているが更に成長させるため新アカウント(株)VMC)に移行していく。**
- 足元の収益性は改善している。
- オリジナル製品を作り販売するための設備と仕組みへの投資は概ね一巡した。
- オリジナル製品の原価率は**30%以下**で販売できている。
- オリジナル製品の販売率が**70%**を超えてきている。
- 小売の売上高比率が高まっている。
- 引き続き足元の収益力改善に取り組む**1年**になる。
- **DropStoneはVMCとの取引拡大に伴い概ね堅調な着予想。**
- 同業ライバル他社が減ってきている。
- 店舗の売上/利益が堅調でインバウンド比率も**15%**を超え**EC**の新規獲得にもなっているため渋谷に新店舗を出店する。

(株)DropStone 収益【2022年結果 2023年目標】

	単位(千円)	月平均	2022年合計	率	月平均	2023年合計	率
DS	売上高	33,851	406,213		32,000	384,000	
	原価	19,756	237,076	58.3%	20,000	240,000	62.5%
	販管費	13,646	163,757	40.3%	10,000	120,000	31.25%
	営業利益	449	5,388	0.13%	2,000	24,000	6.25%
VMC	売上高	35,980	431761		39,000	468,000	
	原価	20,198	242,387	56.18%	17,000	204,000	43.58%
	販管費	16,702	200,432	46.4%	19,000	228,000	48.71%
	営業利益	-920	-11,103	-2.5%	3,000	36,000	7.69%