

**SYUPPIN<sup>®</sup>**

**2017年3月期 第2四半期決算説明会資料**

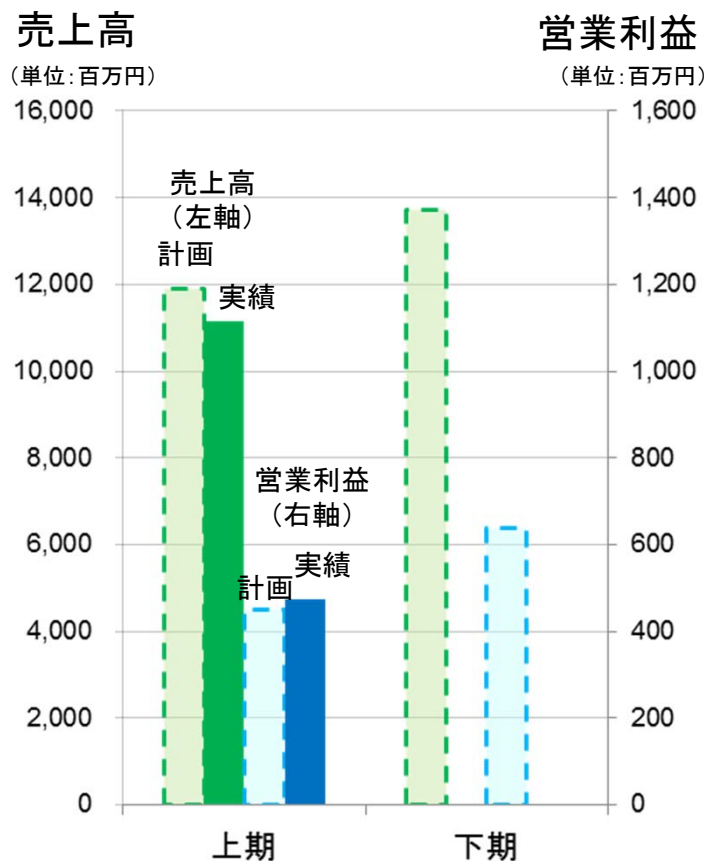
**シュッピン株式会社**

[www.syuppin.co.jp](http://www.syuppin.co.jp) (証券コード:3179)

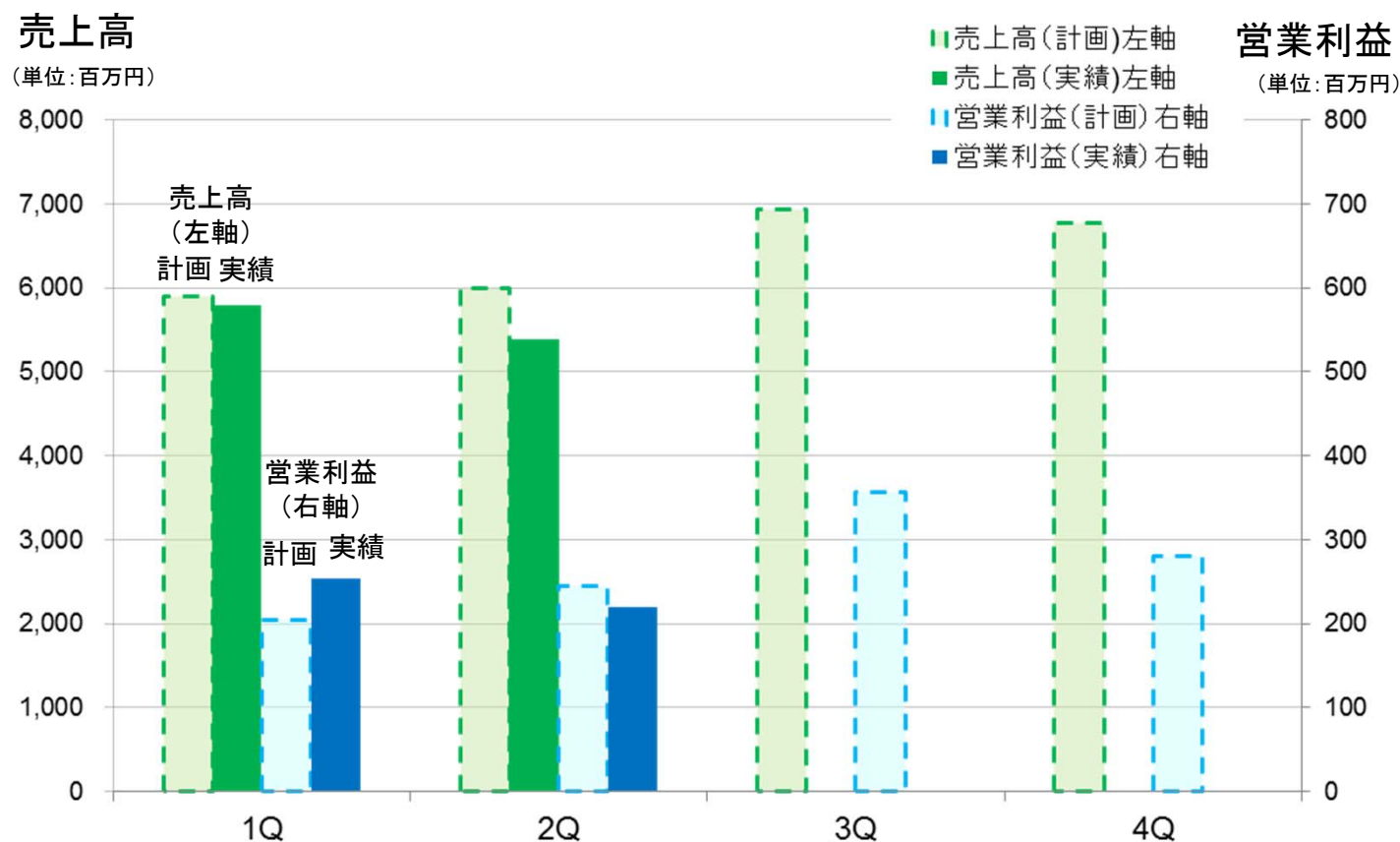
名称	シュッピン株式会社 Syuppin Co., Ltd.	
証券コード	3179	
代表者	小野 尚彦	
本社所在地	東京都新宿区西新宿1-14-11 日廣ビル3階	
設立	2005年8月	
事業内容	インターネットを利用して、「価値ある新品と中古品」を安心安全にお取引を行う	
従業員数	185名(2016年9月末)	
沿革	1994年8月	専門店屋号「Map Camera」としてカメラ事業を創業
	2005年8月	当社設立(資本金100,000千円)
	2006年6月	時計買取・販売事業を開始
	2008年4月	筆記具買取・販売事業を開始
	2008年11月	スポーツ自転車買取・販売事業を開始
	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

**2Q累計:売上は計画を下回るものの、営業利益は計画上回り着地**  
**2Q単体:EC中古売上が計画を上回るものの、新品売上が計画を下回り、**  
**2Q単体では売上、営業利益ともに計画下回る。**

### 計画・実績2Q累計比較



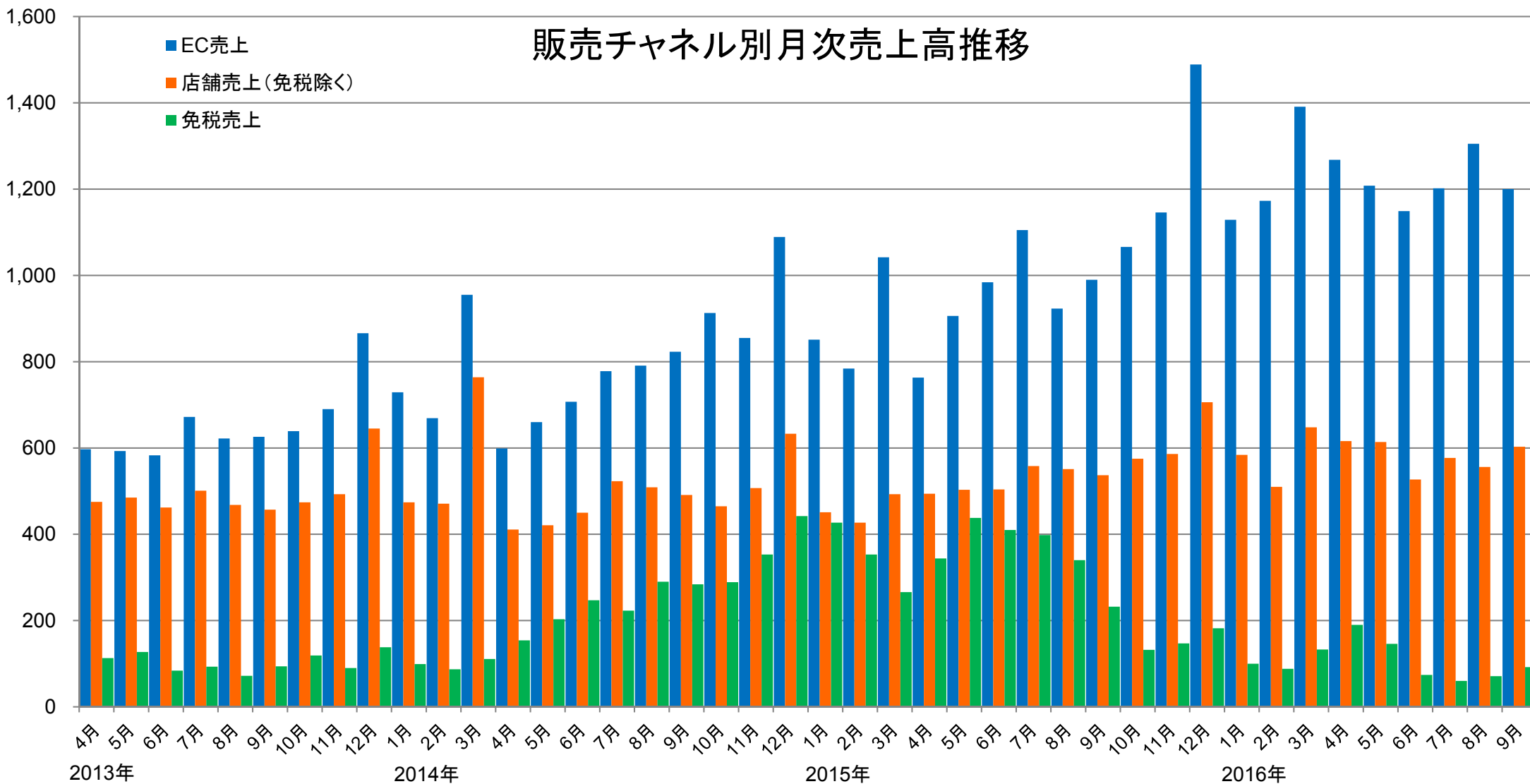
### 計画・実績四半期推移



## EC売上高が順調に推移

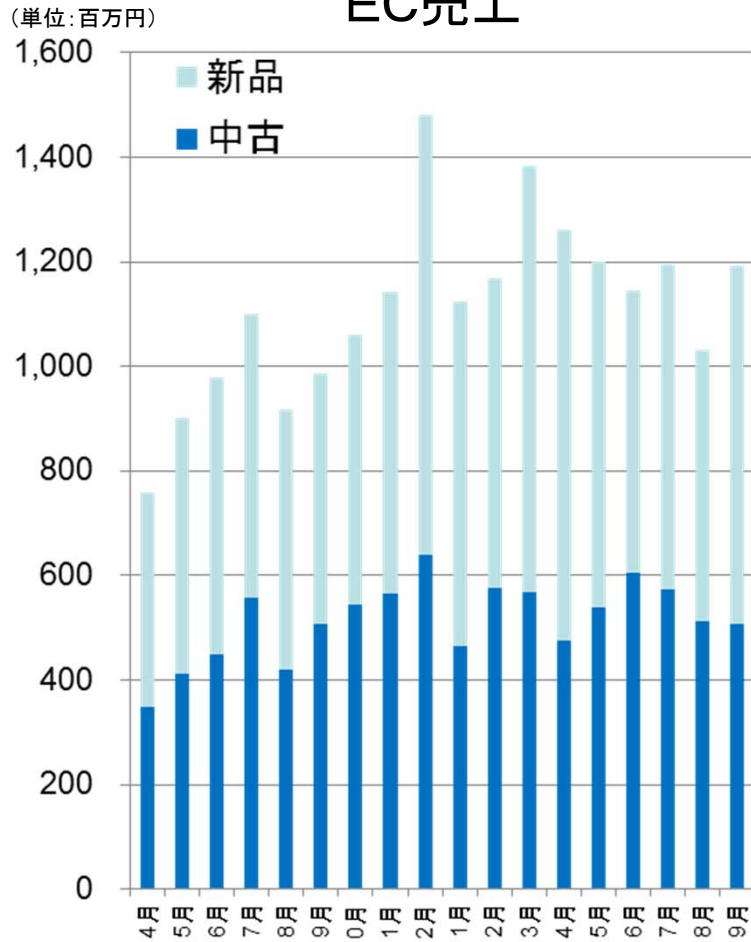
(単位:百万円)

販売チャネル別月次売上高推移

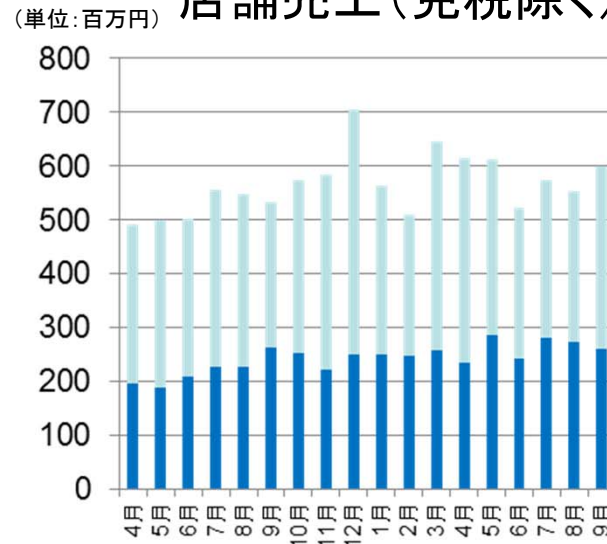


## 販売チャネル・新品/中古品別月次売上高推移

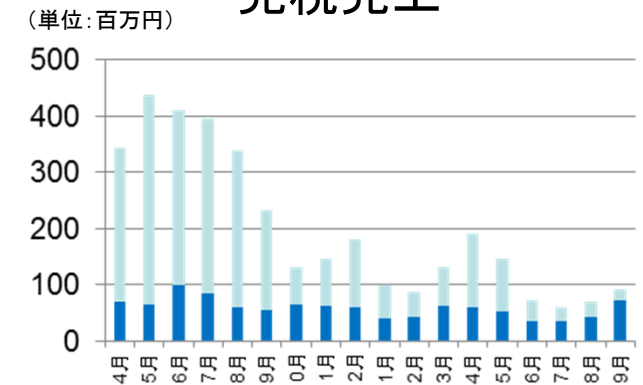
### EC売上



### 店舗売上(免税除く)

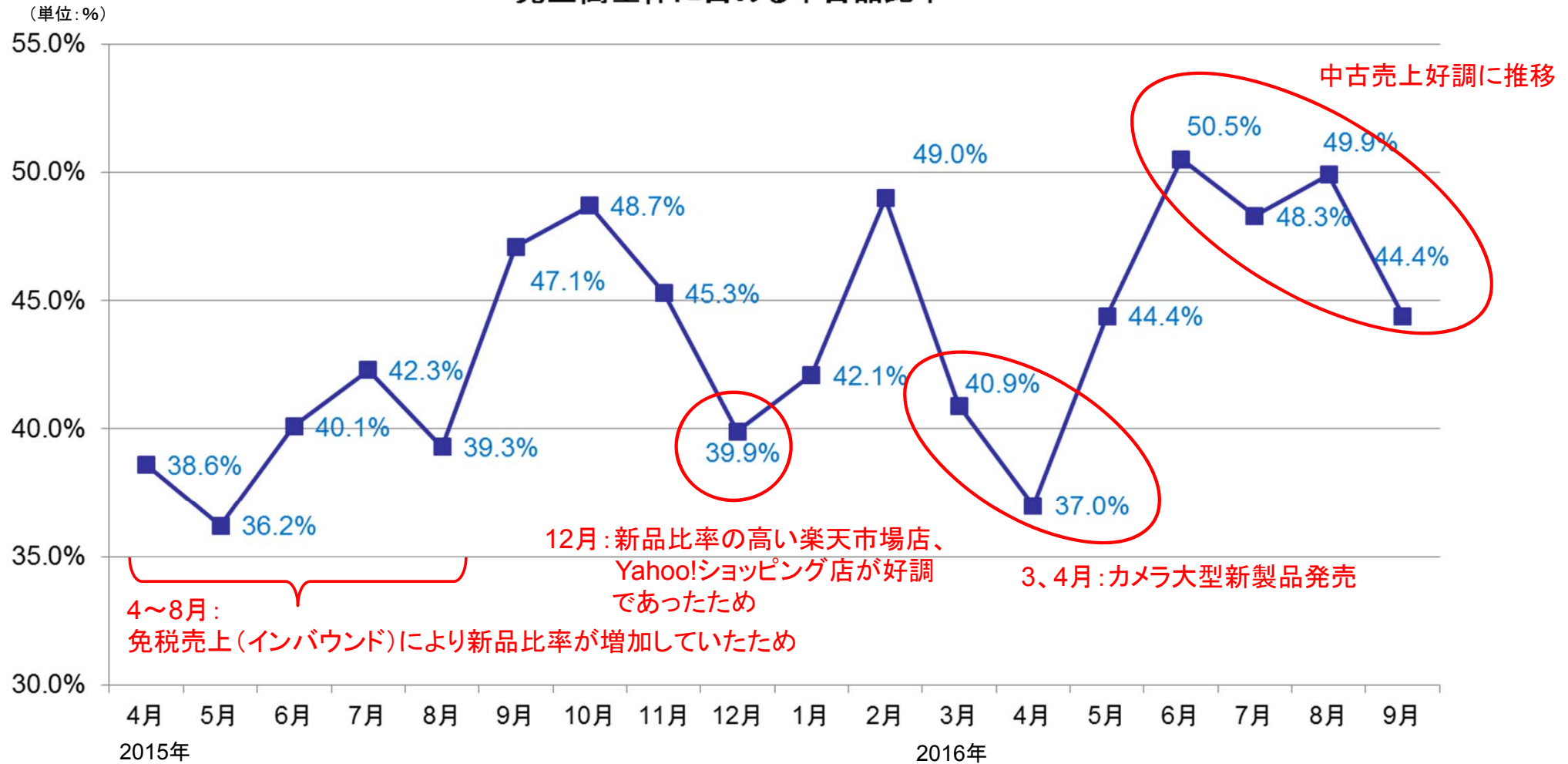


### 免税売上



# 2Q決算ハイライト: 中古品比率推移

売上高全体に占める中古品比率



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
中古品比率	38.6	36.2	40.1	42.3	39.3	47.1	48.7	45.3	39.9	42.1	49.0	40.9	37.0	44.4	50.5	48.3	49.9	44.4
	16.3期 1Q			2Q			3Q			4Q			17.3期 1Q			2Q		
	37.8%			42.5%			43.7%			43.2%			43.6%			47.3%		

# 2Q決算概要(前年同期比較)

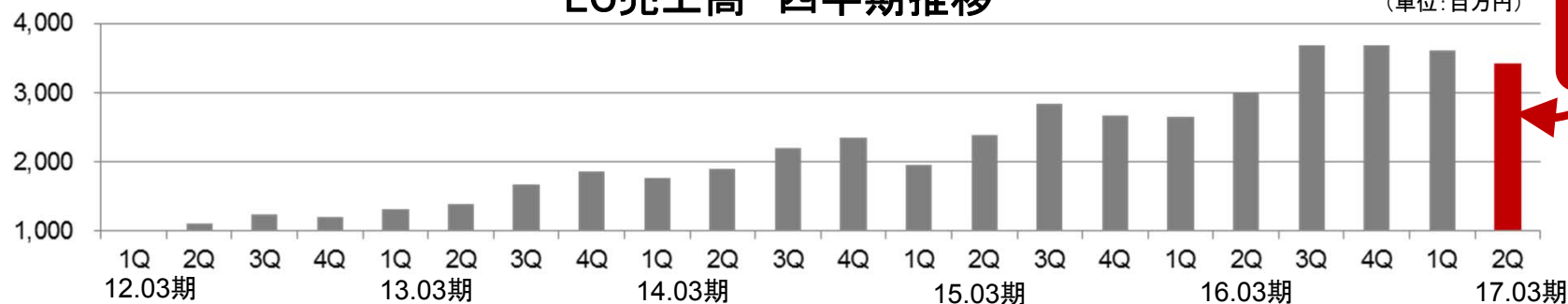
前年比較で免税売上の大幅減少分をEC売上がカバーし、前年同期売上を上回り着地。中古品売上構成比の増加により粗利率改善、利益ベースでは計画を上回る増益。

(単位:百万円)

	16.03期 2Q		17.03期 2Q				
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	計画	計画比増減
売上高	10,961		11,161		101.8%	11,888	▲727
売上総利益	1,852	16.9%	1,917	17.2%	103.5%		
販売管理費	1,418	12.9%	1,444	12.9%	101.8%		
営業利益	433	4.0%	472	4.2%	109.1%	448	+24
経常利益	425	3.9%	466	4.2%	109.6%	440	+26
当期純利益	283	2.6%	319	2.9%	113.0%	298	+21

EC売上高 四半期推移

(単位:百万円)



前年同期比  
113.6%

# 事業別業績の前年同期比較

(単位:百万円)

事業・販売チャネル		16.03期 2Q	17.03期 2Q		備考
		実績	実績	前年同期比	
カメラ事業	EC売上	4,576	5,660	123.7%	EC売上が順調に伸長。 店舗売上については、前年同期免税売上が大きかったことによる。
	店舗売上	3,406	2,523	74.1%	
	カメラ売上計	7,983	8,184	102.5%	
	セグメント利益	593	640		
時計事業	EC売上	815	1,093	134.1%	EC売上順調に伸長。店舗売上は、カメラ事業と同様に前年同期免税売上が大きかったことによる。 利益若干の減少は、円高により粗利率減少したことが影響。
	店舗売上	1,746	1,475	84.5%	
	時計売上計	2,562	2,569	100.3%	
	セグメント利益	123	103		
筆記具事業	EC売上	139	163	117.7%	EC売上順調に伸長。セグメント利益も増加。
	店舗売上	75	77	102.7%	
	筆記具売上計	214	240	112.4%	
	セグメント利益	24	24		
自転車事業	EC売上	126	124	98.4%	
	店舗売上	75	42	56.8%	
	自転車売上計	201	167	82.8%	
	セグメント利益	2	▲5		
合計	EC売上	5,657	7,041	124.5%	
	店舗売上	5,303	4,119	77.7%	
	売上高合計	10,961	11,161	101.8%	



# 販売管理費の前年同期比較

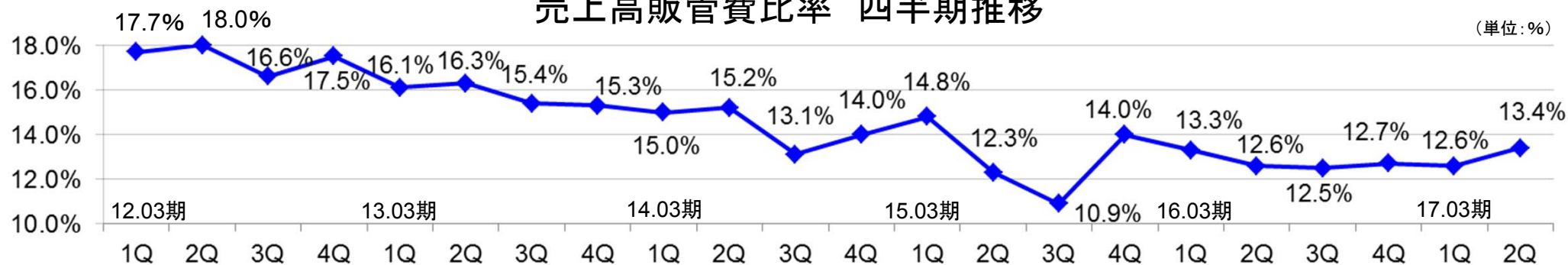
販売管理費(金額)は計画下回り推移。支払手数料の増加はEC売上増加による。

(単位:百万円)

	16.03期 2Q		17.03期 2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比(PT)	増減
人件費	491	4.5%	493	4.4%	▲0.1	+1
広告宣伝費	30	0.3%	32	0.3%	—	+2
販売促進費	169	1.5%	177	1.6%	▲0.1	+8
業務委託費	83	0.8%	67	0.6%	▲0.2	▲15
支払手数料	242	2.2%	293	2.6%	+0.4	+50
減価償却費	92	0.8%	97	0.9%	+0.1	+5
地代家賃	105	1.0%	105	0.9%	▲0.1	+0.4
その他	204	1.9%	176	1.6%	▲0.3	▲27
<b>販売管理費計</b>	<b>1,418</b>	<b>12.9%</b>	<b>1,444</b>	<b>12.9%</b>	<b>—</b>	<b>+25</b>

売上高販管費比率 四半期推移

(単位:%)



年間数値 12.03期:17.4% 13.03期:15.7% 14.03期:14.3% 15.03期:12.8% 16.03期:12.8%

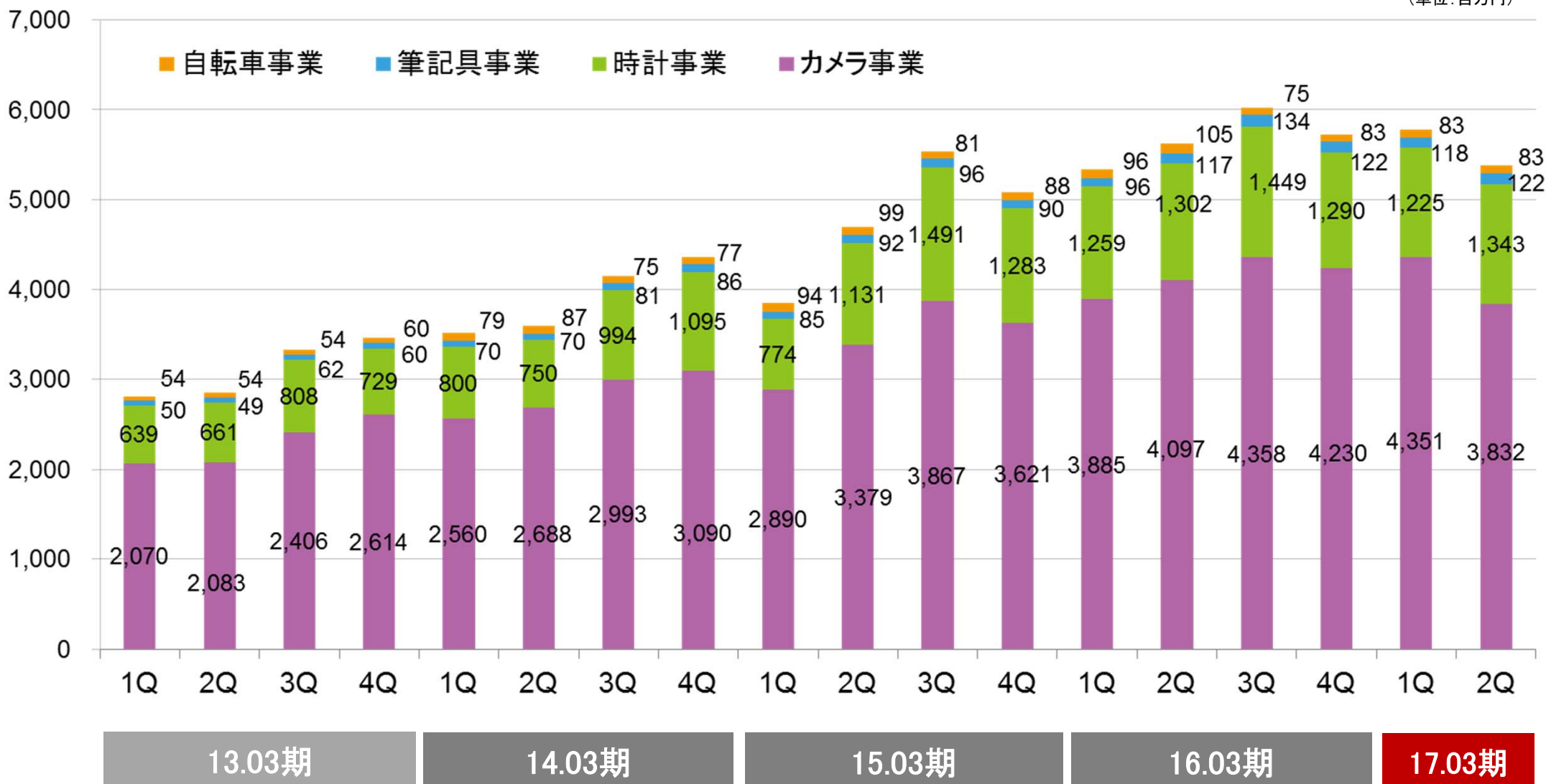
# 貸借対照表 前四半期末比較

(単位:百万円)

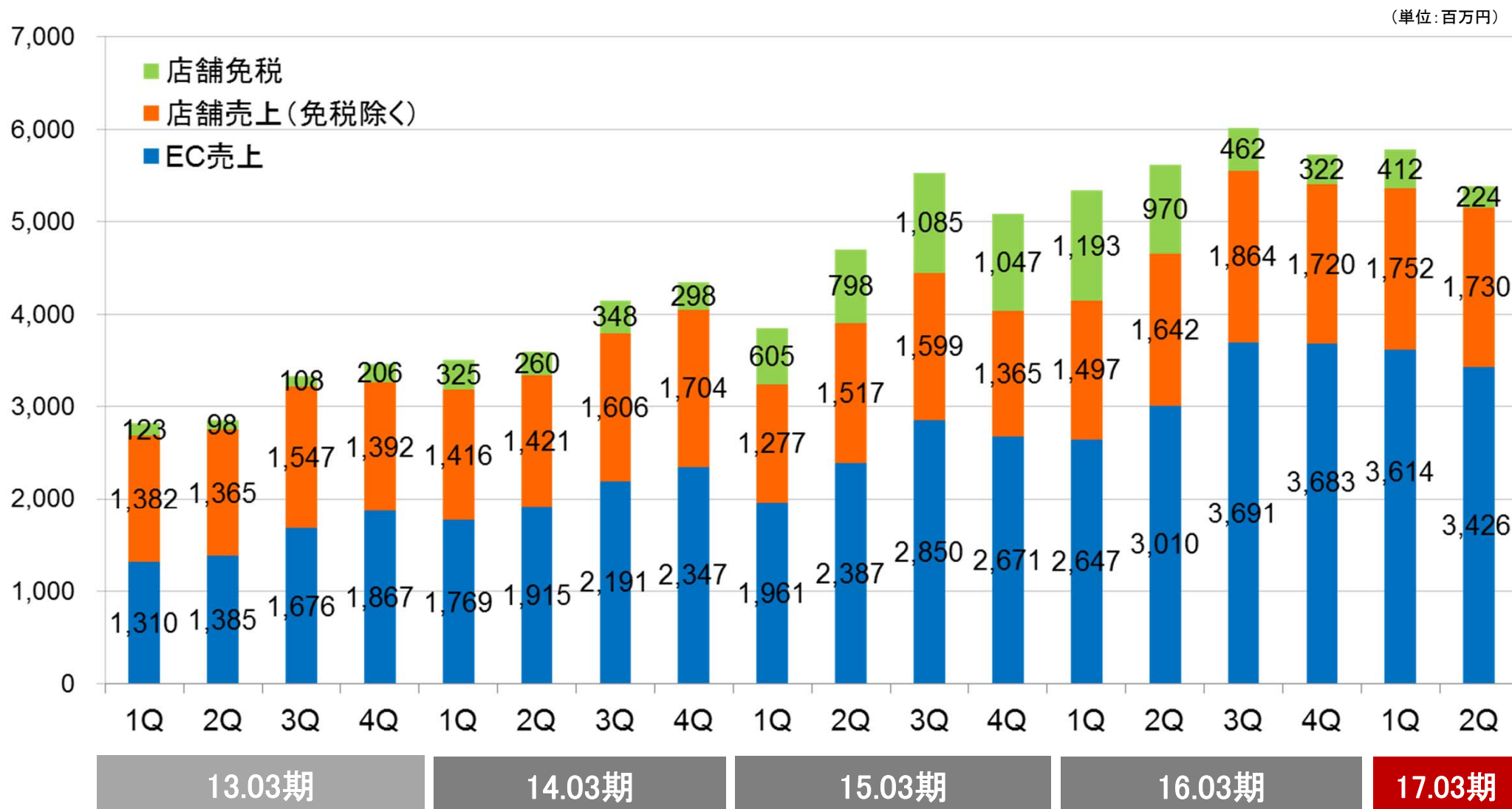
	17.03期 第1四半期	17.03期 第2四半期	
		実績	増減
流動資産	4,993	4,984	▲8
商品	3,117	3,142	+24
固定資産	1,018	990	▲28
資産合計	6,012	5,975	▲36
流動負債	2,498	2,466	▲31
固定負債	685	531	▲154
負債合計	3,183	2,997	▲185
純資産合計	2,828	2,977	+148
負債・純資産合計	6,012	5,975	▲36

# 事業別売上高の四半期推移

(単位:百万円)

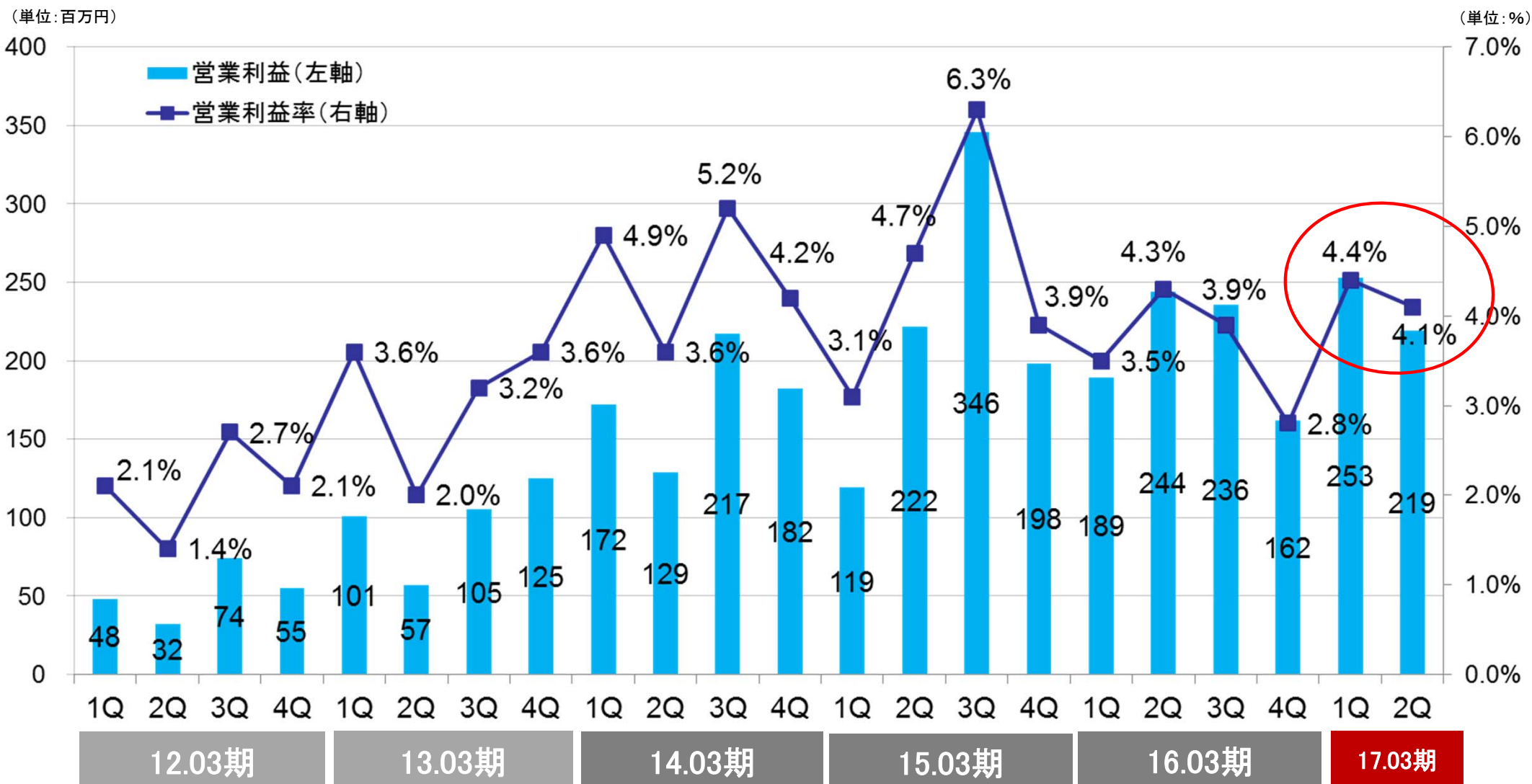


# 販売チャネル別売上高の四半期推移

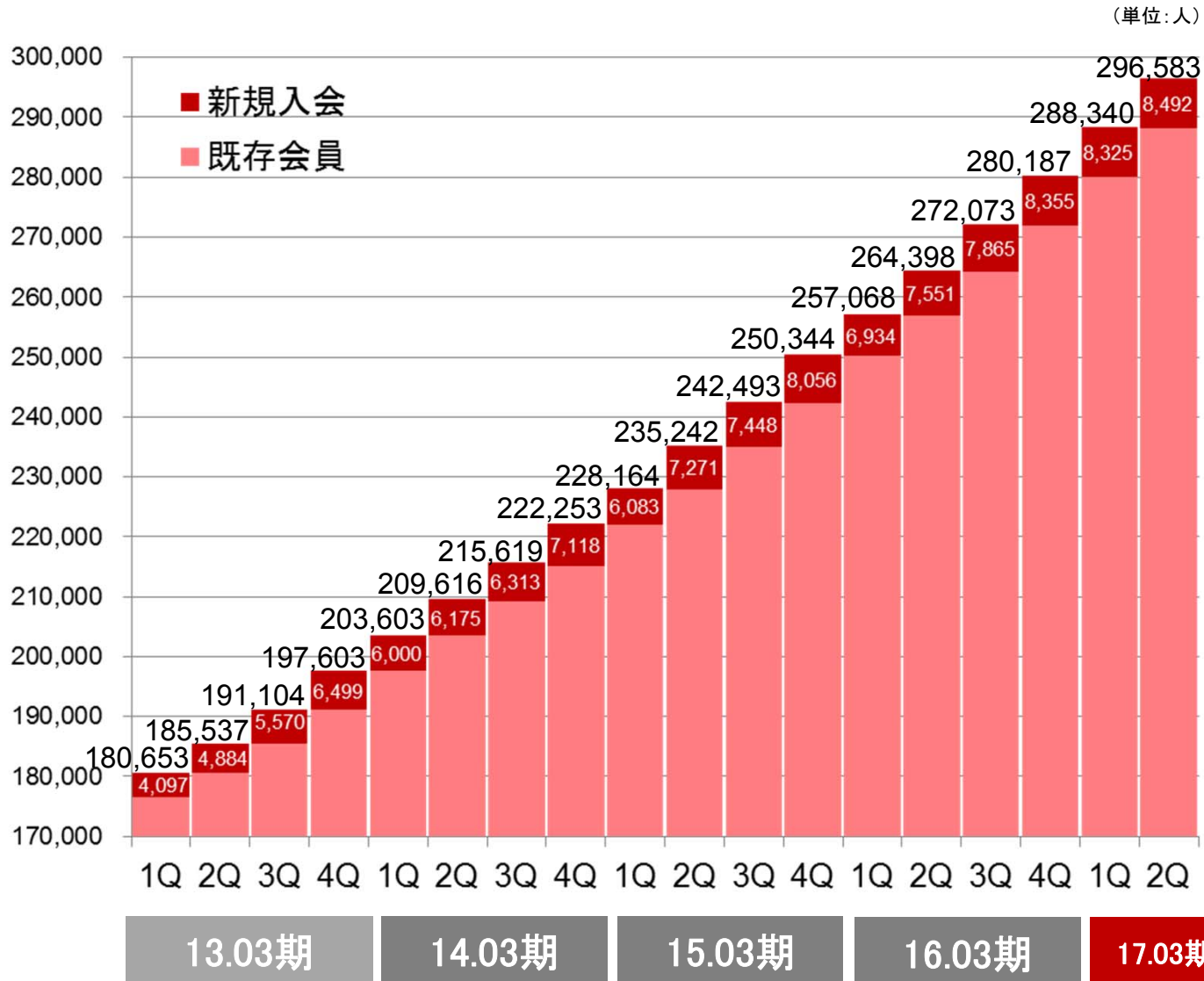


# 営業利益・営業利益率の四半期推移

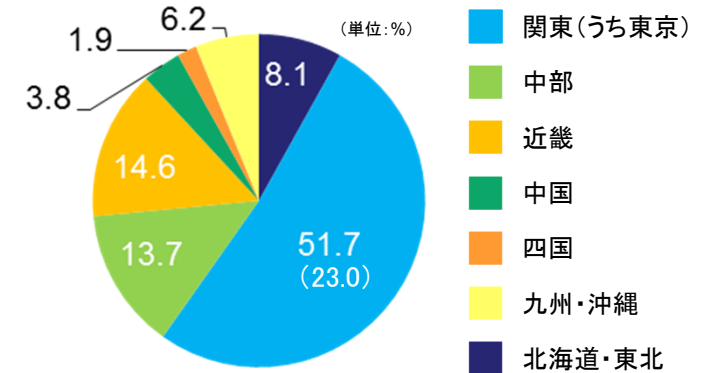
前期3Q、4Qと利益率が低下していたところから順調に改善。



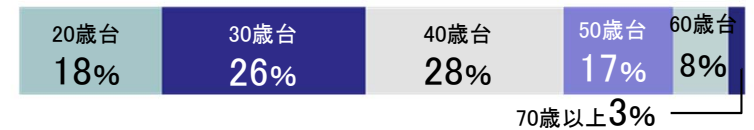
# Web会員数の四半期推移、会員属性



Web会員地域分布 (2016年9月末)

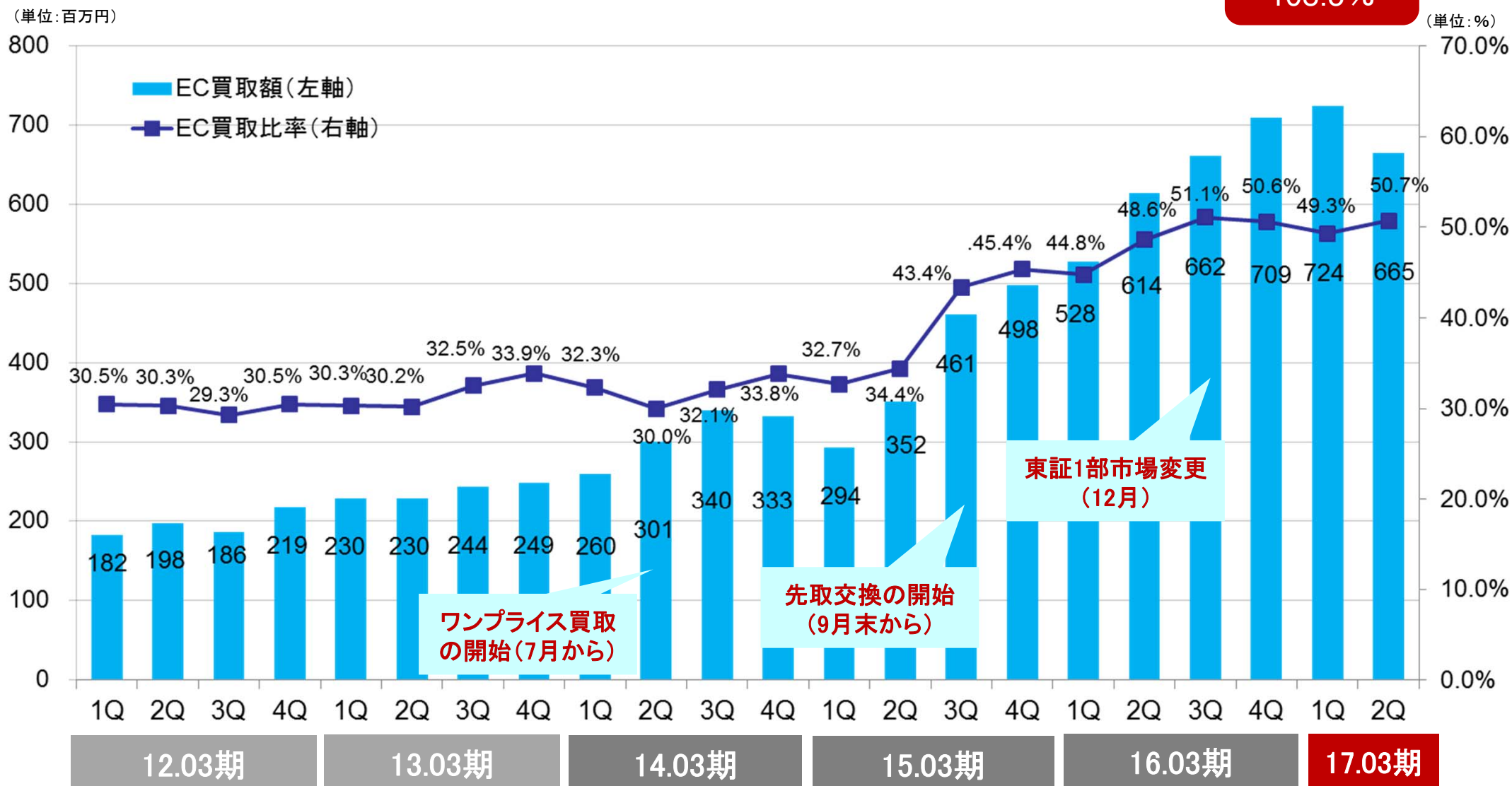


Web会員年齢分布 (2016年9月末)



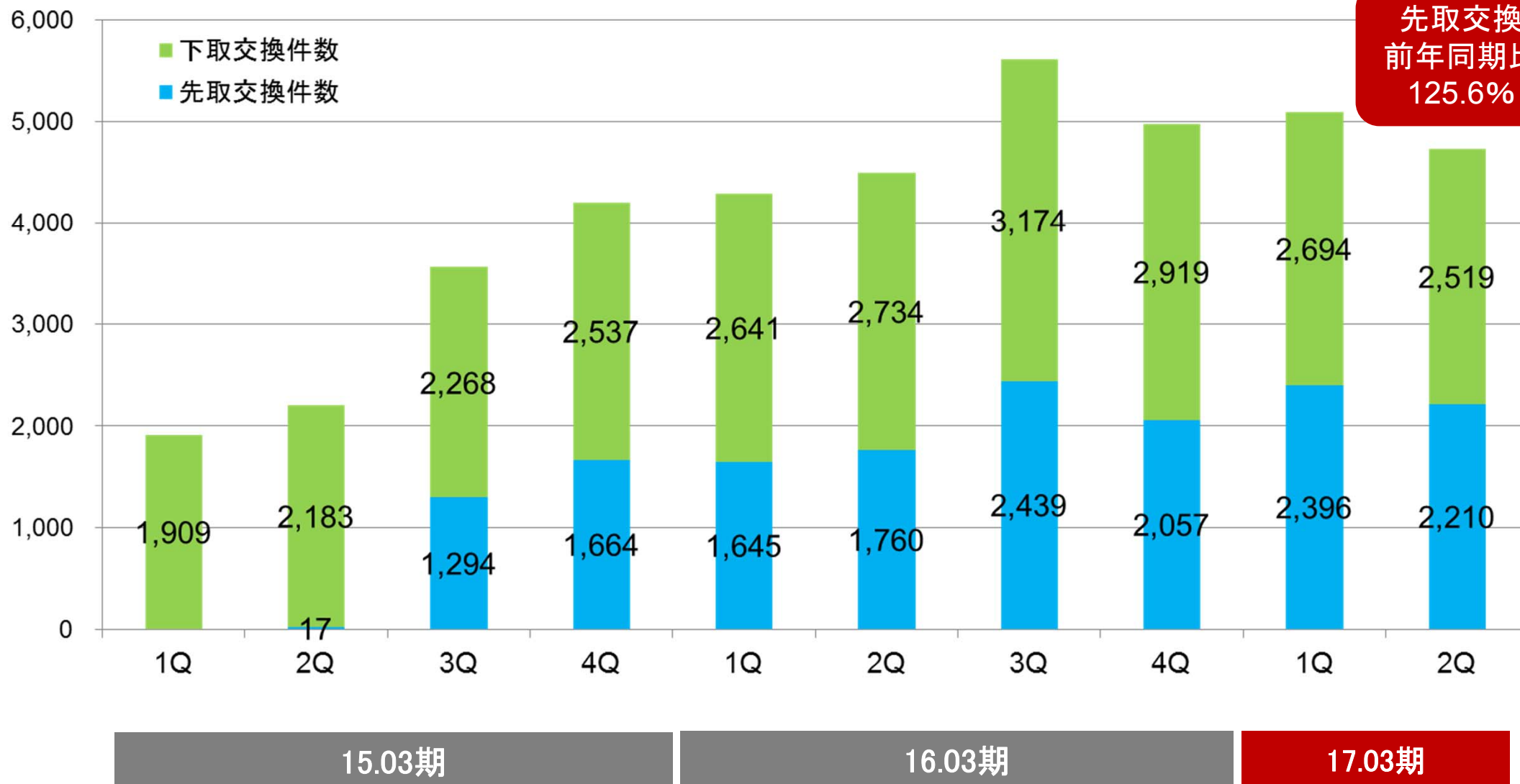
# カメラ事業 中古品EC買取推移

前年同期比  
108.3%



# 下取・先取交換件数推移

(単位:件)





## WebマーケティングPhase1:グループ別アプローチ(3月末導入)

顧客グループ別のターゲットメール配信

⇒通常のメールマガジンの開封率約17%から40%前後に増加

(例)FUJIFILM X-Pro2を思う存分楽しんでいただくために！交換レンズのススメ！:開封率83%

## ECサイト 商品詳細ページの充実(4月～)

商品掲載画像を各サイト、業界最大の30カットに増加。

商品コメントに新たにメンテナンス担当のコメントを追加

⇒中古品の圧倒的な情報量により、中古EC売上増加に寄与。

(特に時計自社ECサイト売上比率が大幅増加:前期4～9月 49.6%⇒今期4～9月 69.7%)



全

体

## コミュレビ(商品ユーザーレビュー)の一覧ページ、検索機能を追加(8月)

### 機能追加内容

- ・投稿されたレビュー(約5600件)の検索機能
- ・画像投稿機能
- ・操作性など項目ごとの5段階評価機能

⇒ページ独立をさせることで情報が調べられるため  
カメラファンの誘導、購入意思の後押しとして効果を発揮

レビュー投稿内容ページ



レビュー一覧ページ



全

体

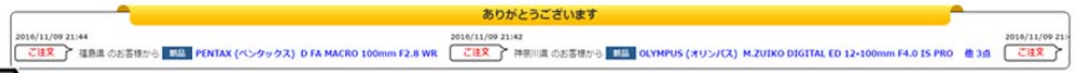
## ECサイト下部に新機能「My Page Dashboard」を追加

検索した商品の保存や購入した商品が容易に確認できるように。

## ECサイトにリアルタイム注文情報を表示(7月)



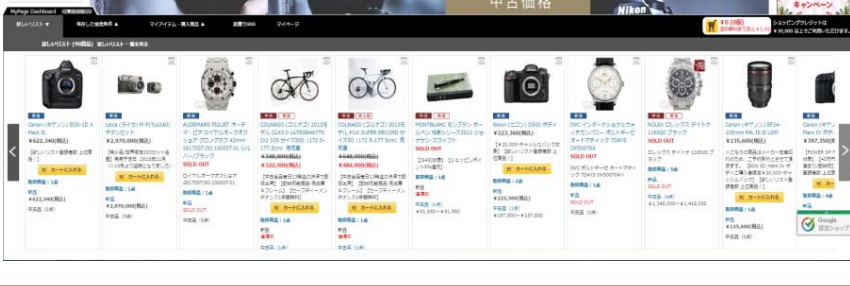
【リアルタイム注文情報】  
リアルタイムで注文情報を表示するため  
ECサイトで活発に取引が行われている安心感を  
顧客に提示することができます



【My Page Dashboard】クローズ時



【My Page Dashboard】オープン時  
画面下部のダッシュボードボタンから  
ワンクリックで、「マイページ」にあるメニュー内容を  
確認できるようになりました



全  
体

カメラ

## アクセサリ強化(PLUS+1STORE開設 4月)

三脚、ストロボ、フィルターなど多様な新品、中古のカメラアクセサリの専用TOPページをインコンテンツにて作成

⇒カメラ アクセサリ売上高

4~9月計 **2.7億円**(前年比+30%増加)



PLUS+1STORE

時計買取ページ



時計

## ブランド別買取TOPページをインコンテンツにて作成(7月)

カメラEC買取ノウハウを活かし、時計ブランド別買取ページを作成  
主要モデルの買取価格が一覧で確認でき、時計EC買取がよりスムーズに

時計

## レディース時計専用TOPページをインコンテンツにて作成(10月)

おすすめ、シリーズ別、売上ランキングなど  
レディース時計を選びやすい専用ページを開設

※インコンテンツ:ECサイト内にジャンル別トップページを作成すること



レディース時計専用ページ

筆記具

## Yahoo!ショッピング店出店(6月)

筆記具事業EC販売チャネル 自社ECサイト、  
楽天市場店、amazon店に続く新たなチャネル

自転車

## 自転車事業 商材特性にあわせたオムニチャンネル戦略(EC/店舗連動)

ECサイト(商品、イベント告知等)で顧客を店舗に集客(特に週末)し、販売強化

## WebマーケティングPhase2:One to Oneアプローチ

■欲しいリスト登録者数4.9万人、登録商品数47万点に対して個別アプローチ(10月導入済)

＜お知らせする内容例＞

欲しいリスト登録商品の価格変更情報

欲しいリスト登録商品のユーザーレビュー(コミュレビ)追加

商品情報変更

顧客保有商品の買取価格変更

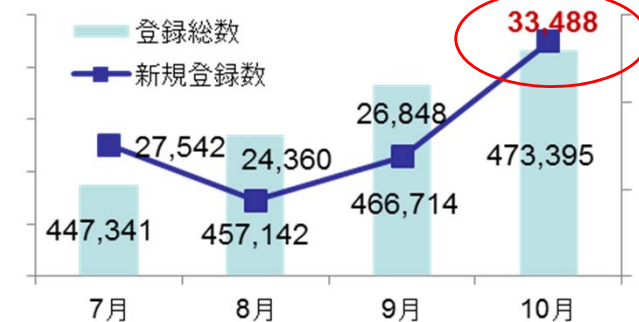
⇒当社側から顧客にあわせて自動でご案内することで、アクセス件数、受注件数が増加、効果的なマーケティングが可能に。また、システムによる自動運用の為、生産性向上により利益率の改善を図ることができる。



ECサイトに新しく追加したインフォメーション機能やメールで、最新の情報をお客様にお知らせします

欲しいもののリスト登録状況

導入後、新規登録数が増加



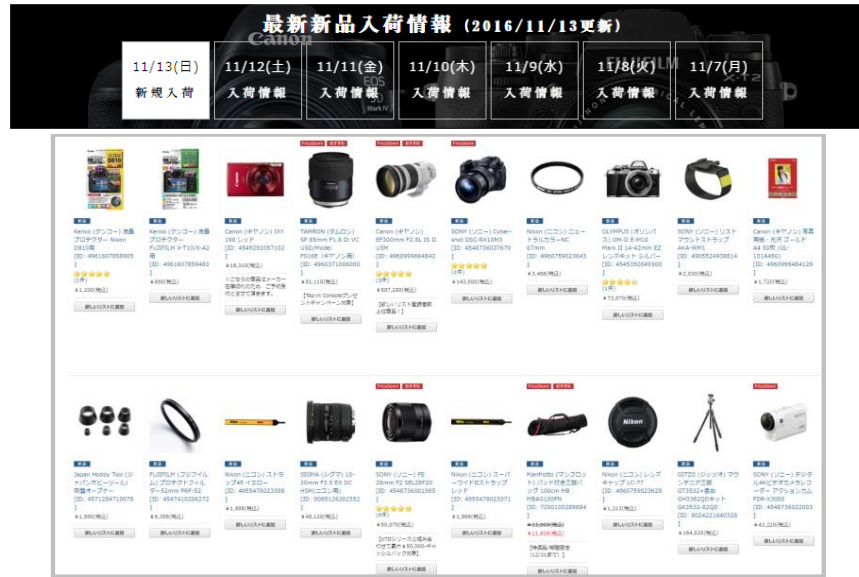
■欲しいリスト登録商品の入荷情報をお知らせ(1月予定)

欲しいリスト登録されていて当社在庫がなければ、該当商品保有者(購入者)に買取アプローチ

新品・中古カメラ日本最大級のMap Cameraに欲しい商品を登録いただければ、売りたい人と買いたい人を当社がマッチング(CtoBtoCで)

## 利便性の継続向上

- 新品の入荷一覧として「最新新品入荷情報」をECサイトTOPページにて紹介(11月実施済)
- 顧客の目に留まりやすいように、新品の入荷情報も一覧で紹介



最新新品入荷一覧ページ

- カメラ事業で実績のある「こだわり検索」を時計、筆記具、自転車ECサイトに実装(2月予定)

## ■見積りSNS Ver.3(3月予定)

- ・おすすめセットをより容易に作成できるようVer Up
- ・商品を購入される顧客に対して、買い物最後に購入される理由(おすすめ理由)を記入し、おすすめセットを作成できるように変更。セット数の増加を図る。

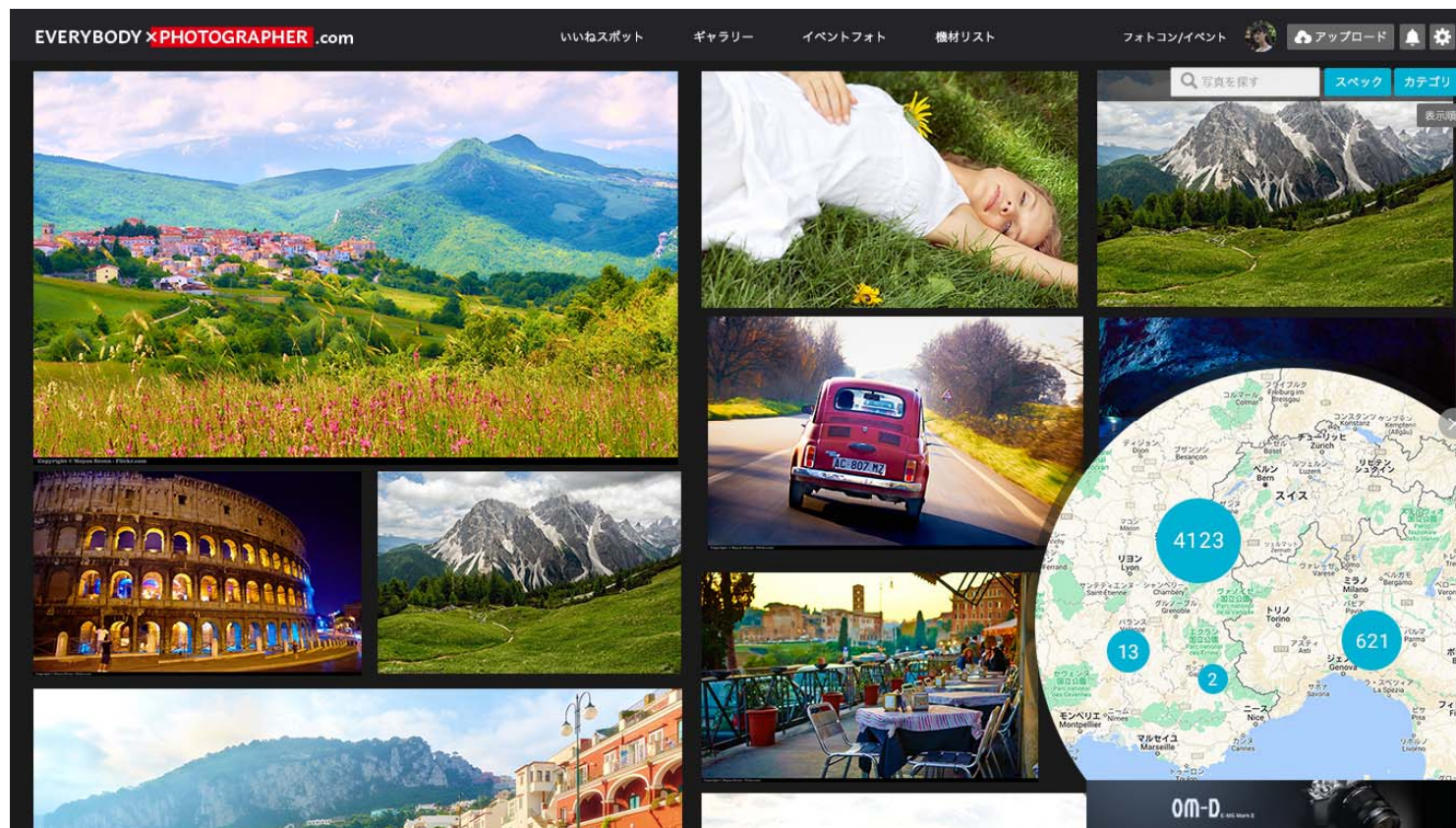
## ■ユーザー参加型(CGM)マーケティング(3月予定)

カメラ愛好家にカメラ・レンズを購入後にカメラを使って楽しんでもらえるサイト

⇒カメラユーザーの満足度を高め、既存会員のロイヤルカスタマー化、  
新規会員の増加を図るとともに、将来的にはメディア収益、有料サービス導入を目指す。

仮称「EVERYBODY×PHOTOGRAPHER.COM」(言語:日、英に対応)

サイトイメージ



## ■「いつまでも安心保証」の導入(3月末予定)

当社で購入された商品の購入時の保証期間が終了した後、当社基準のコンディションチェックを受けていただき、一定の掛け金にて保証を延長するサービス。

カメラはセンサーやレンズのクリーニング、時計はオーバーホールなど必要に応じたメンテナンス後に保証延長。

⇒毎日300~400件購入されている商品の保証が切れるタイミングに自動でご案内。



①保証期間終了前に  
買取・下取や保証延長について  
1to1の自動配信メールでご案内



②保証延長サービスをご希望の場合は、  
コンディションをチェックを実施



③チェック完了後  
一定の掛け金のお支払で  
保証を延長



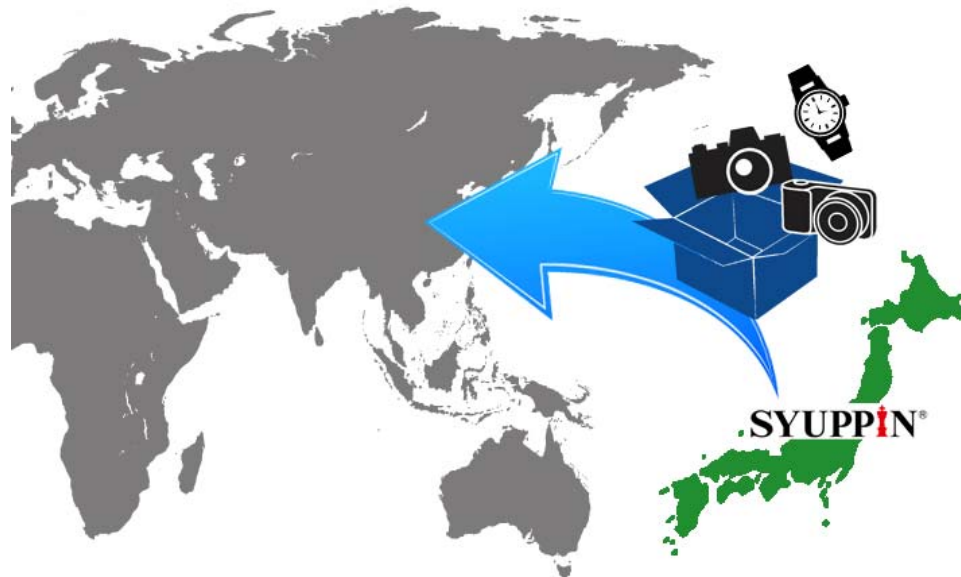
## ■ WebマーケティングPhase3: One to One×レコメンド (ビックデータの活用)

より人を介さずECで蓄積したデータで個別のアプローチを強めます。

## ■ ECサイト及び情報サイトのすべてのアプリ化



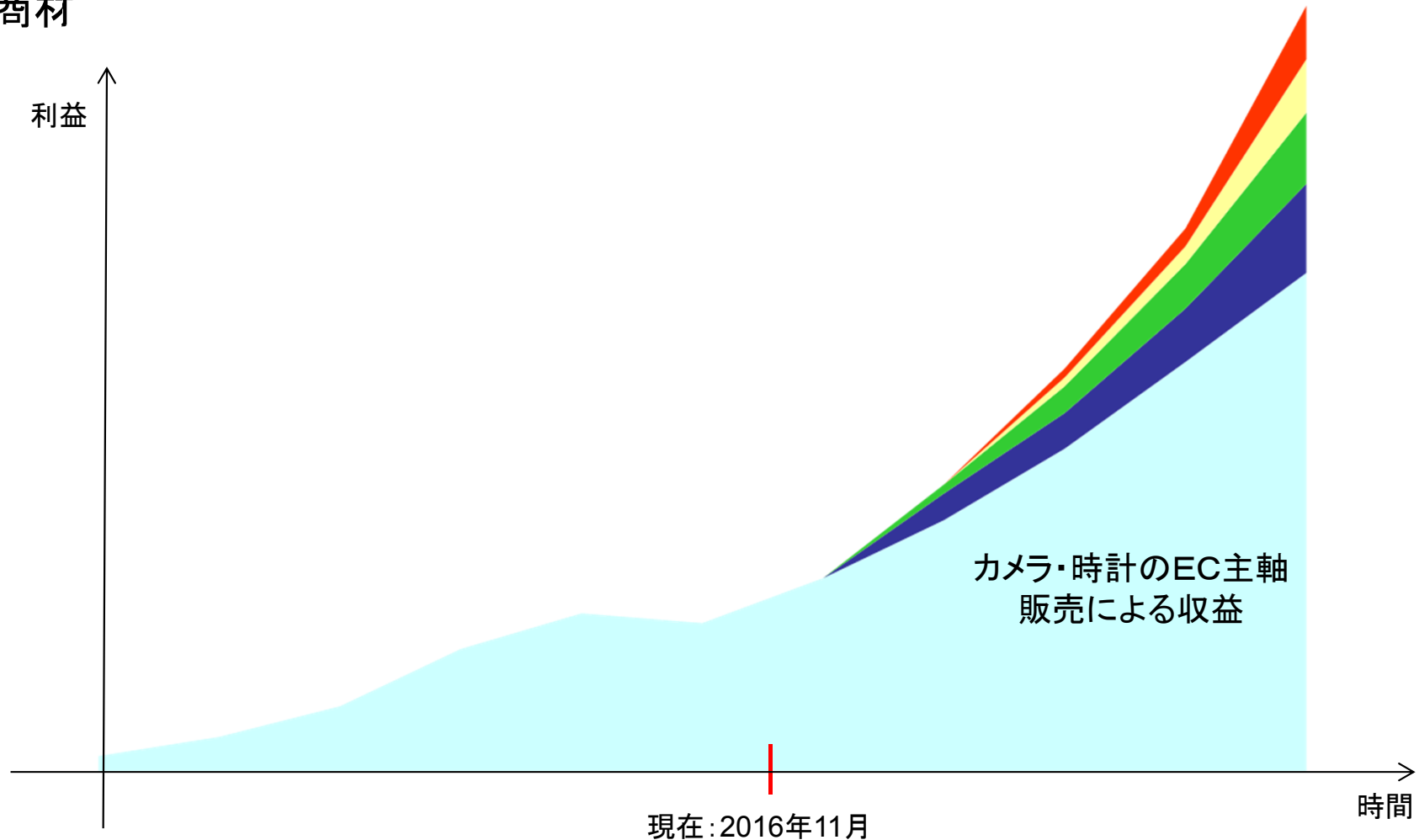
## ■ 越境EC



シュッピンは、アイデアを具体化するスピードを今後も早めます。

17.3期 1・2Q	17.3期 3Q・4Q	18.3期
Webマーケティング Phase1 ①グループ別アプローチ	Webマーケティング Phase2 ⑦One to Oneマーケティング	Webマーケティング ・One to One × レコメンド
②ECサイト圧倒的な商品情報 (画像増加等)	⑧CGMマーケティング 「EVERY × PHOTO.COM」	・越境EC
③コミュレビー覧、機能追加	⑨延長保証サービス「いつまでも安心保証」	・アプリ化
④カメラアクセサリ専門ページ	⑩カメラ以外サイトに「こだわり検索」実装	
⑤時計ブランド別買取ページ	⑪見積りSNS Ver.3	
⑥レディース時計専用ページ	⑫新品の入荷一覧をTOPページで紹介	

- カメラ・時計のEC主軸とした買取・販売による収益が成長メインドライバー
- + 既存顧客へのサービス提供による収益
- + 情報マーケティング(CGM)による収益(広告収入、有料課金等)
- + 越境EC
- + 新規商材



- 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。