



---

2021年3月期 第3四半期  
決算補足資料

# 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	214名（2020年12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

## 3Q決算ハイライト（計画比較）



- 更に強化したE Cが6月以降好調持続。主軸カメラ事業で、一眼レフからフルサイズミラーレスへの本格移行により（各メーカーフルサイズミラーレスボディ第2～3世代出揃い、ミラーレス用レンズ充実）、愛好家の買い替え促進され新品・中古買取・販売の好循環。
- Withコロナ状況下で、他社比での当社E C優位性も更に高まり、新規会員数月5,000名継続でシェア拡大。
- 計画比で売上、特に利益で大きく上回り、**3Q単体（10～12月期）は増収増益で、四半期ベースの過去最高増収額、増益額を更新。**

売上高	
3Q (10～12月期)	カメラE C売上高好調持続し大きく伸長、E C売上高計画比でも115.4%と計画上回り <b>E C売上高前年同期比137.0%</b> 、全体売上高前年同期比も113.4%の増収
3Q累計 (4～12月期)	店舗（免税含む）は緩やかな推移で計画比、前年比弱いものの、E C好調で、4～12月累計の <b>E C売上高計画比113.3%</b> 、 <b>前年同期比117.1%</b> 。 <b>全体売上高計画比107.3%</b> と上回る。

粗利率	3Q（10～12月期）も18.6%と好調持続し、3Q累計（4～12月期）で19.0%と、前年同期比1.0ポイント上回る。
-----	--

営業利益	
3Q (10～12月期)	営業利益率6.6%と四半期ベースの過去最高営業利益率、利益額を更新 営業利益計画比127.6%。
3Q累計 (4～12月期)	4～12月期累計での利益率4.8%まで改善。 <b>累計営業利益計画比138.6%</b> と大きく上回り、 通年営業利益計画に対する進捗率も95%まで進捗。

# 3Q決算ハイライト (計画比較)



## 通年計画・3Q累計実績累計比較

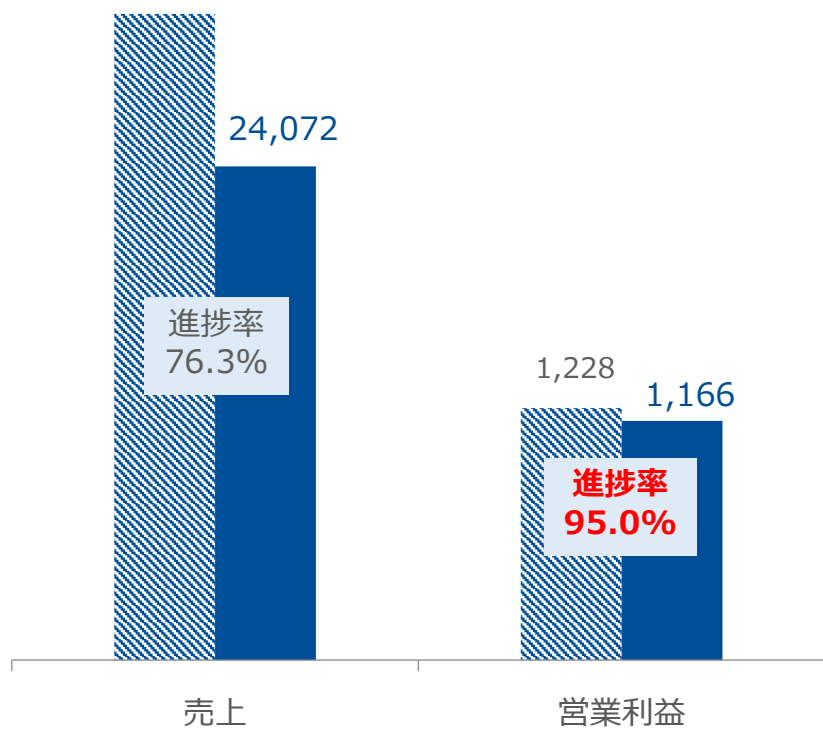
## 計画・実績四半期推移

通年計画

3Q累計実績

(単位：百万円)

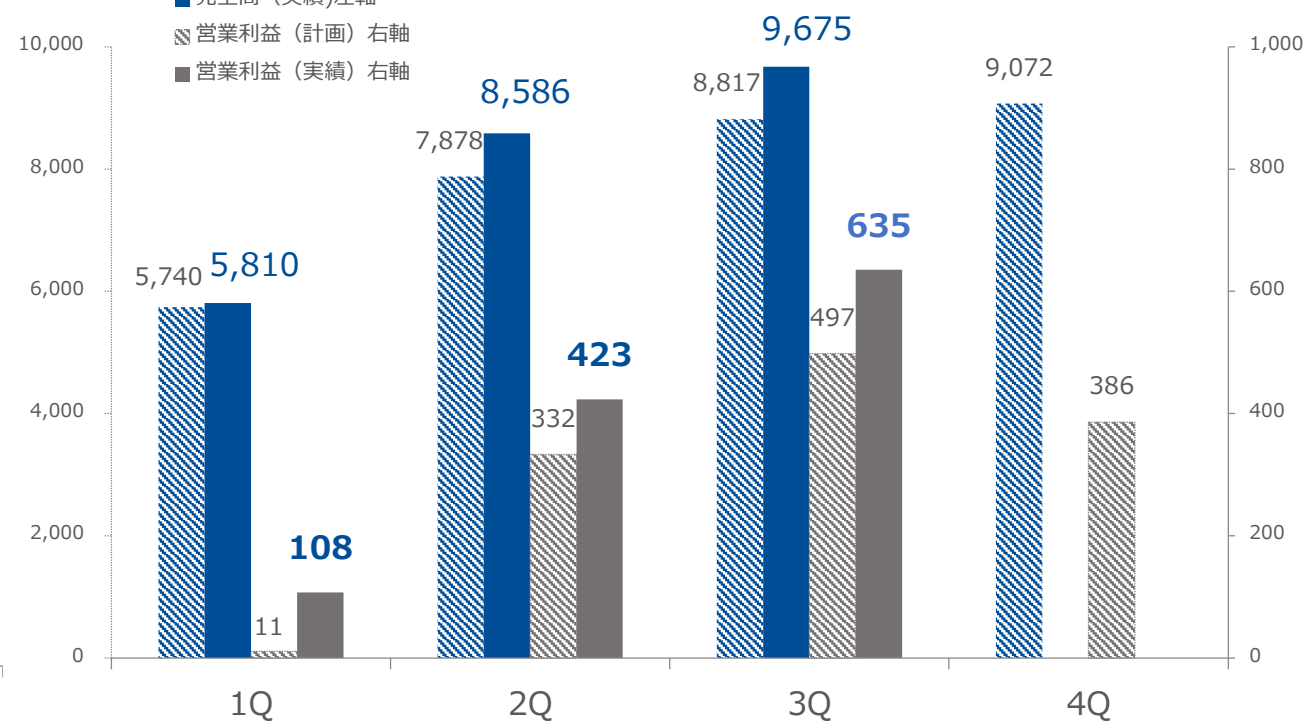
31,509



売上  
(単位：百万円)

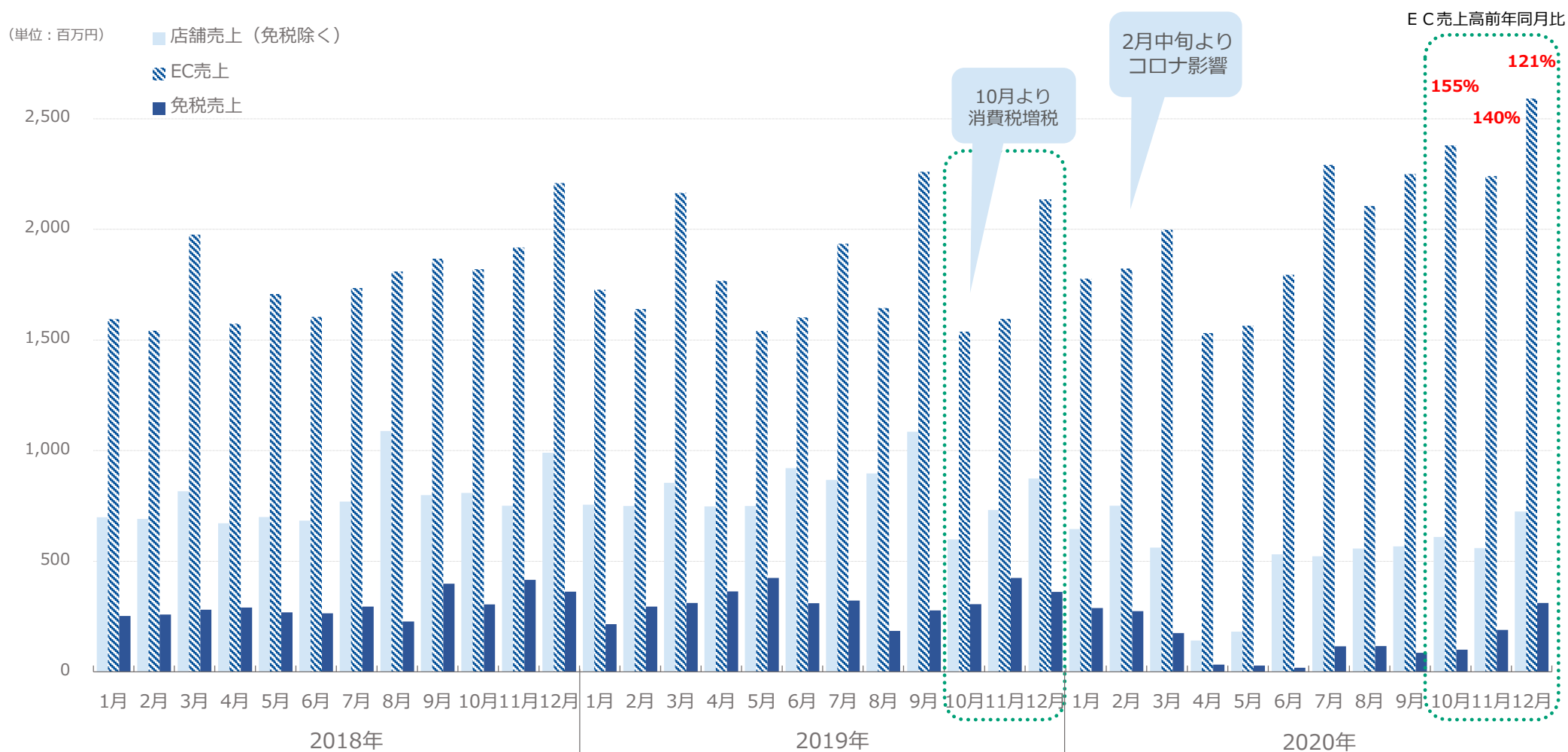
売上高 (計画) 左軸  
売上高 (実績) 左軸  
営業利益 (計画) 右軸  
営業利益 (実績) 右軸

営業利益  
(単位：百万円)



# チャネル別売上高推移

- EC：6月以降 E C 更に強化し順調に推移。**3Q (10~12月期) もカメラ中心に新品・中古品好調持続。10月以降 E C 売上高前年同月大きく増加し、12月 E C 売上高過去最高額更新。**
- 店舗：緩やかな推移。
- 免税：免税売上高は7月~10月限定的推移、11、12月若干上昇。





# EC売上高推移

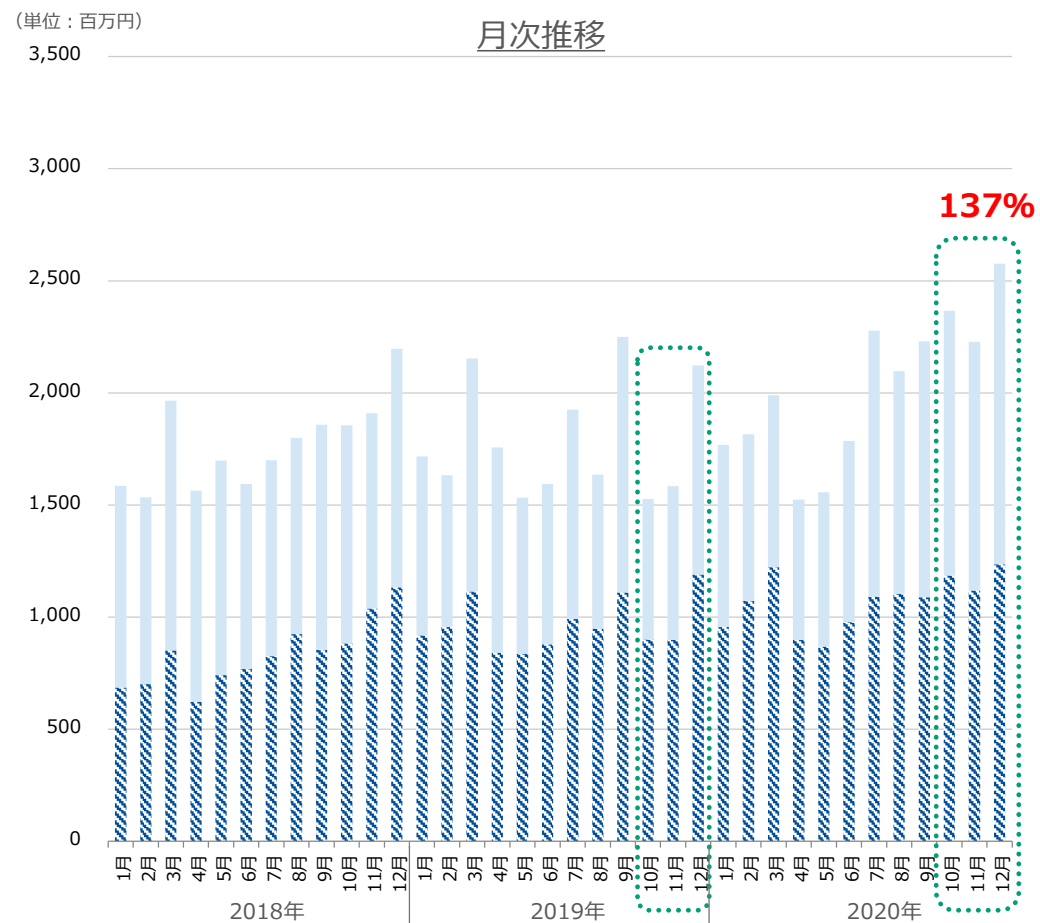
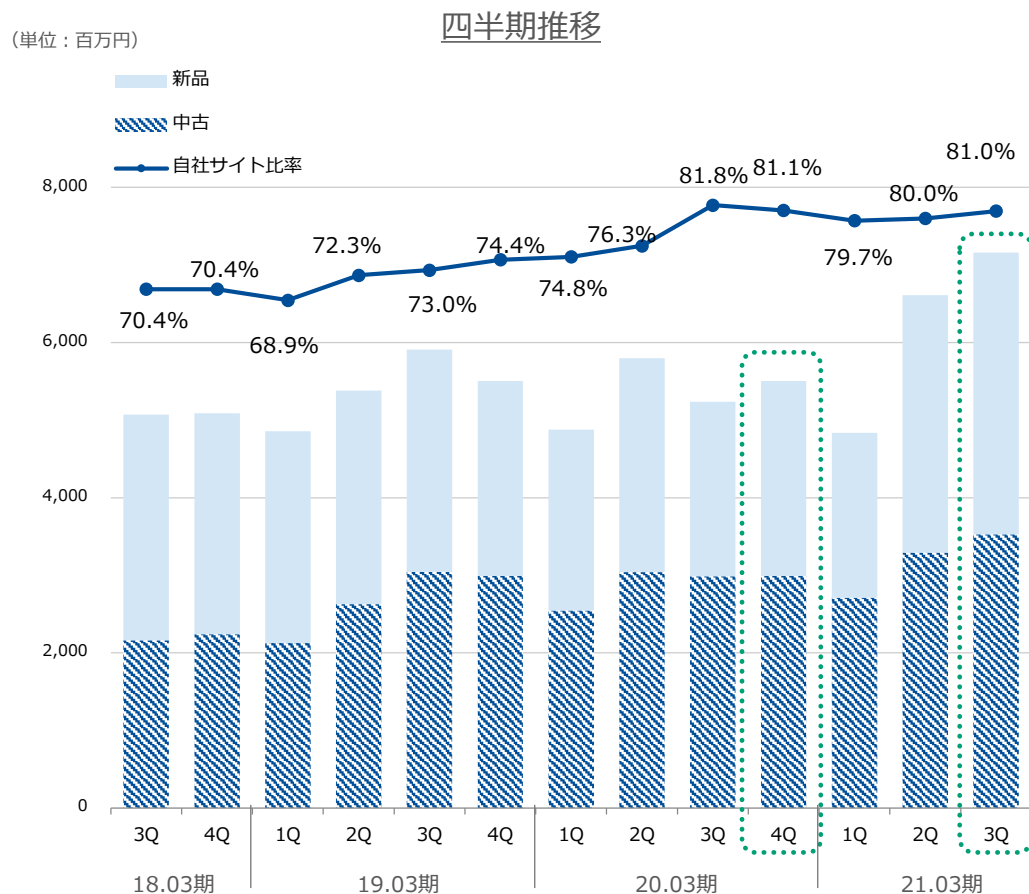
● **自社サイト売上高順調に推移、6月以降更にEC強化進め、カメラ新製品効果もあり伸び率高まる**

【全体EC売上高前年同期比】 1Q: 99.6% 2Q: 113.8% **3Q: 137.0%**

【**自社サイト売上高前年同期比**】 1Q: 106.2% 2Q: 120.7% **3Q: 135.8%**

【**自社サイト比率**】 **3Q累計: 80.4%**

【モールド売上高前年同期比】 1Q: 80.1% 2Q: 91.8% 3Q: 142.8%

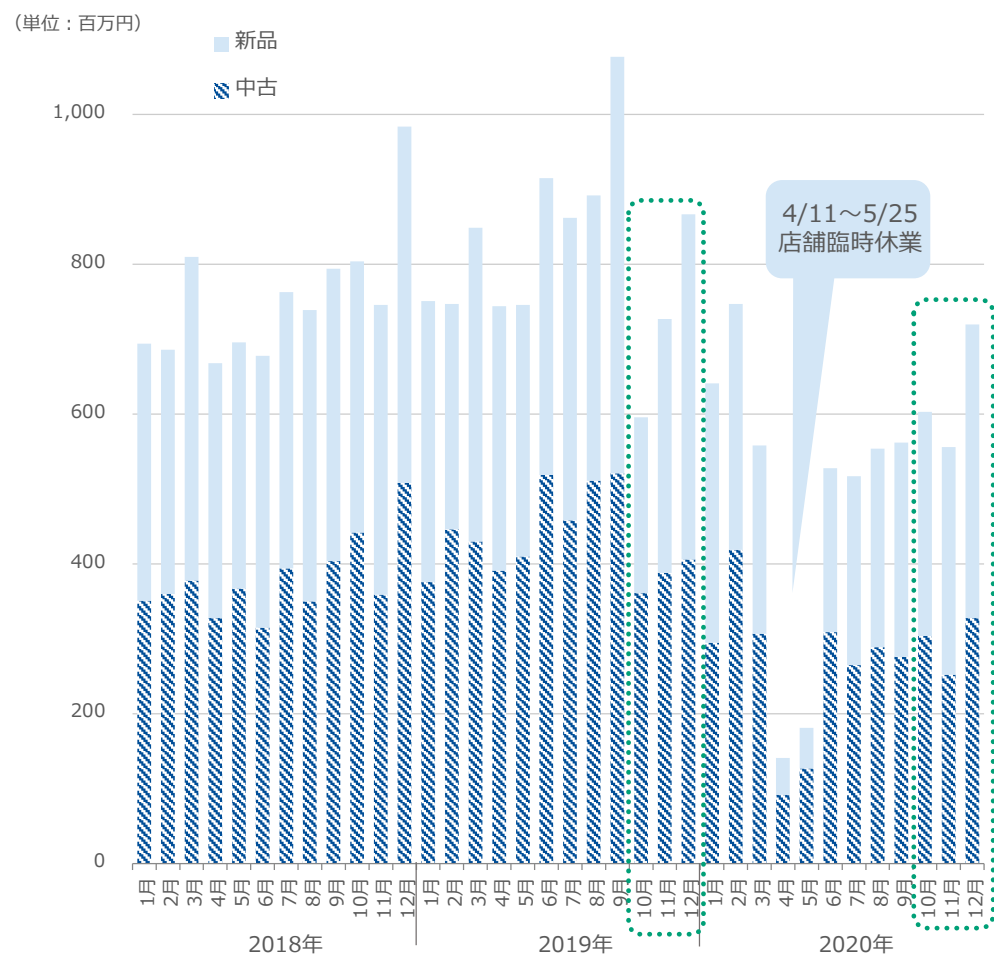


# 店舗・免税・越境EC 売上高推移

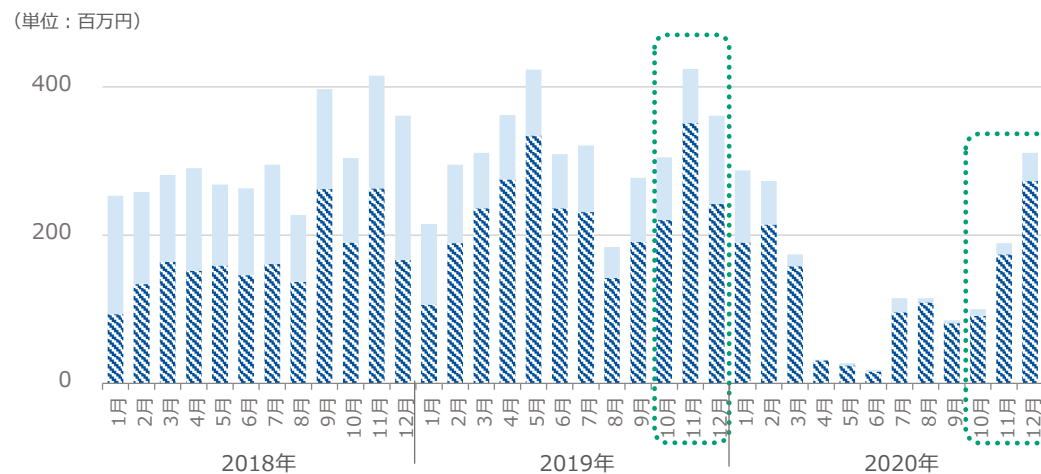


## ●越境EC順調に推移。(カメラ順調、時計も販売進む)

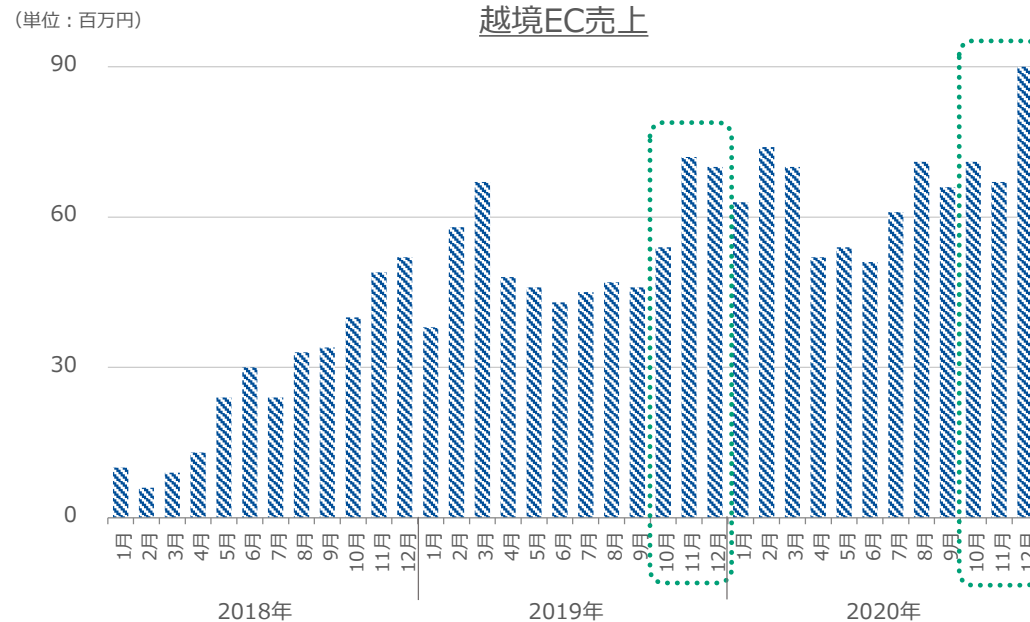
店舗売上  
(免税除く)



免税売上



越境EC売上

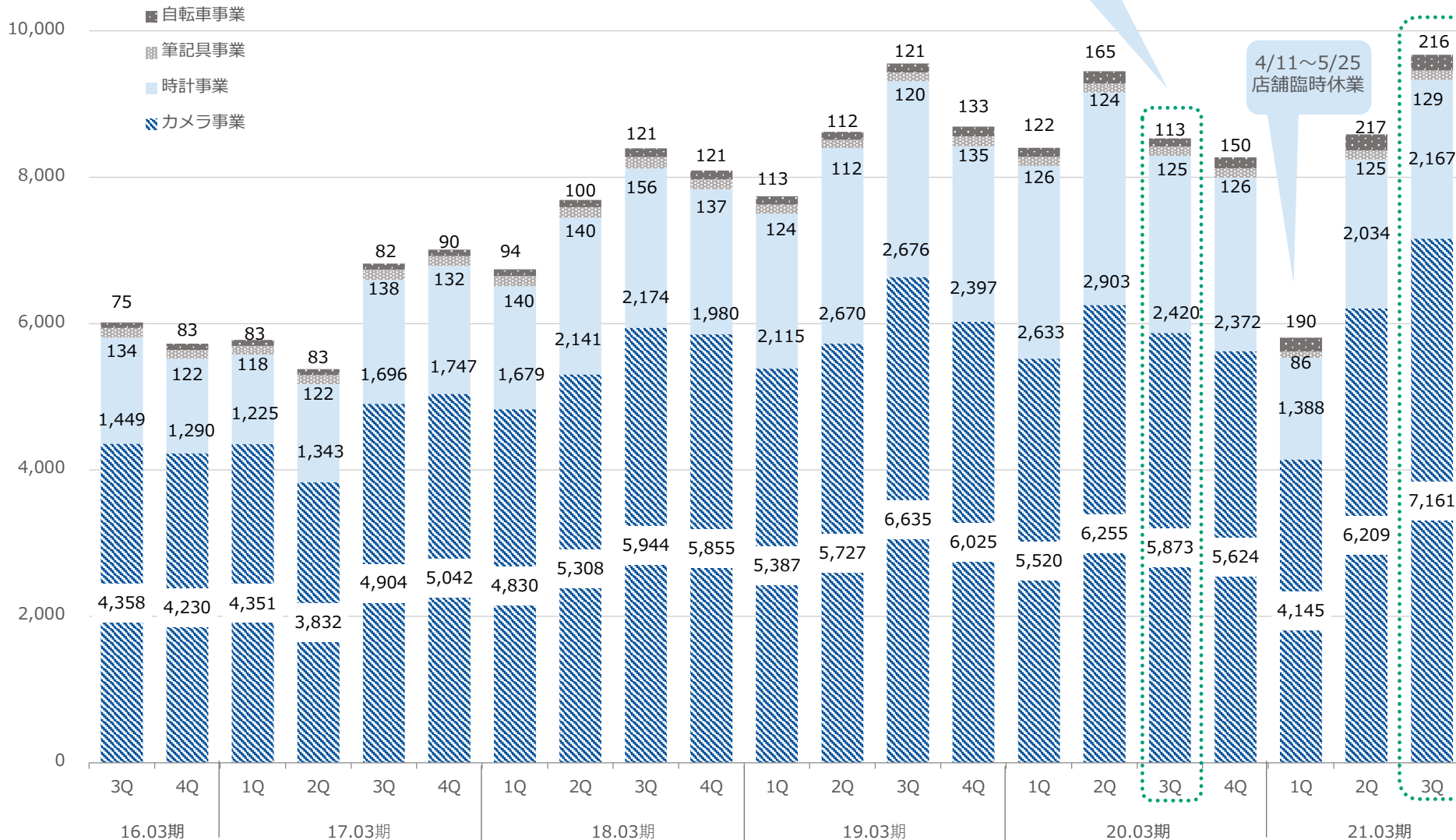


# 事業別売上高の四半期推移



● Withコロナ状況下においても、各事業（商材）とも順調に推移。

(単位：百万円)



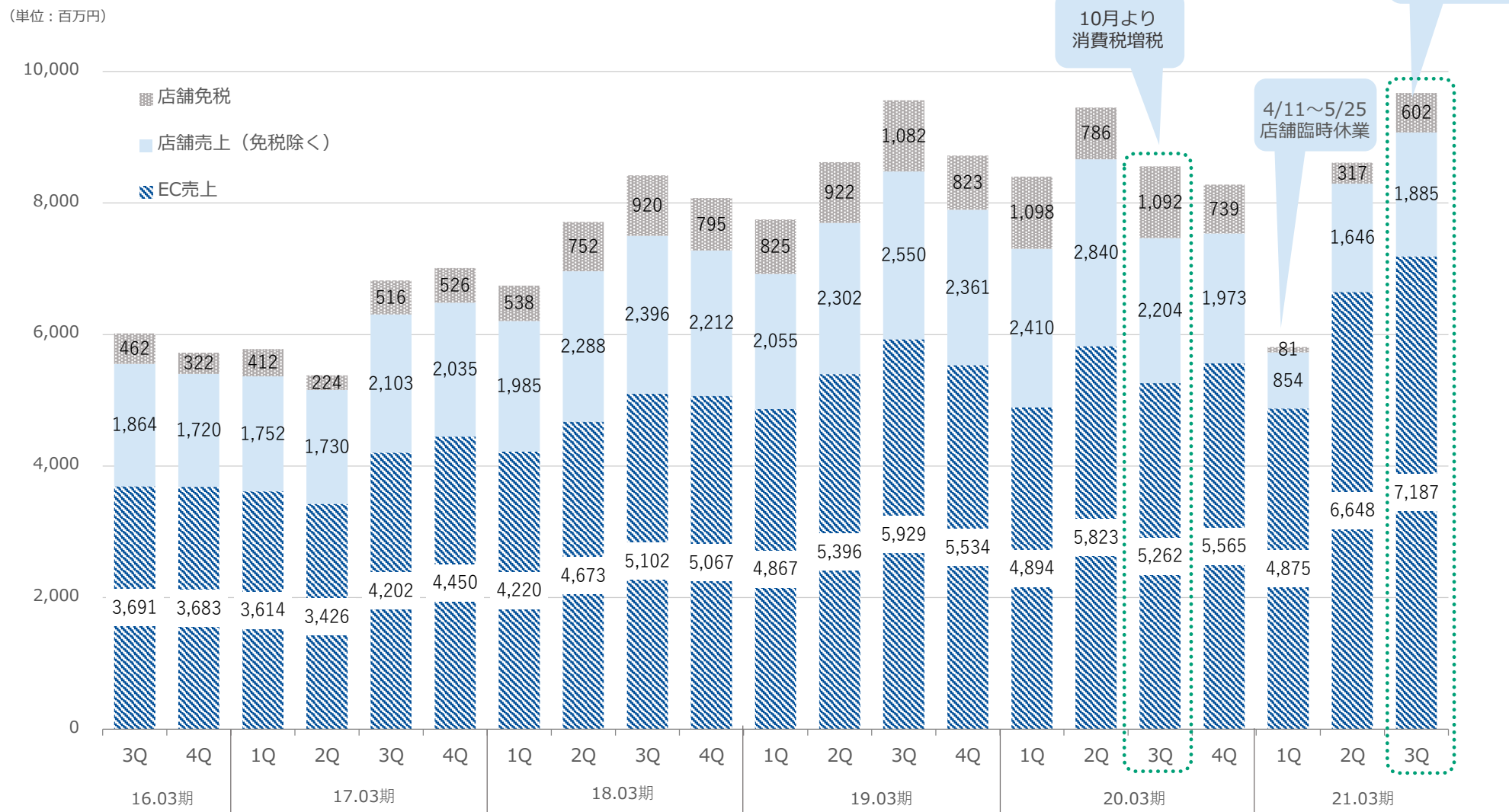
10月より消費増税

4/11~5/25 店舗臨時休業



# 販売チャネル別売上高の四半期推移

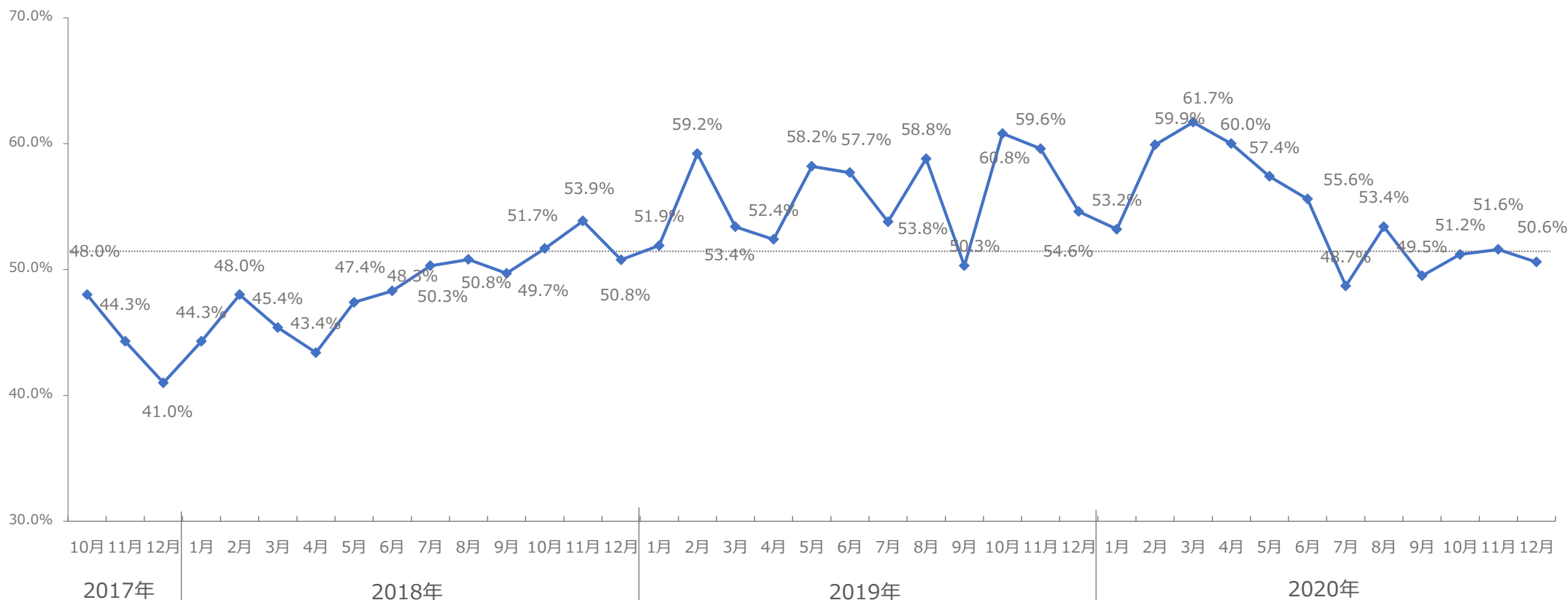
● 四半期ベース、12月単月の売上高全体、EC売上高過去最高額を更新。



# 売上高全体に占める中古品比率推移



- 中古品売上高順調なうえ、7月以降カメラ新製品も販売好調で、新品比率増加。12月も各社のフルサイズミラーレス新製品販売好調。



 中古品比率	18.3期				19.3期				20.3期				21.3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
	45.1%	46.4%	44.1%	45.8%	46.4%	46.4%	52.0%	45.1%	56.1%	53.9%	57.5%	57.5%	56.8%	50.6%	51.0%

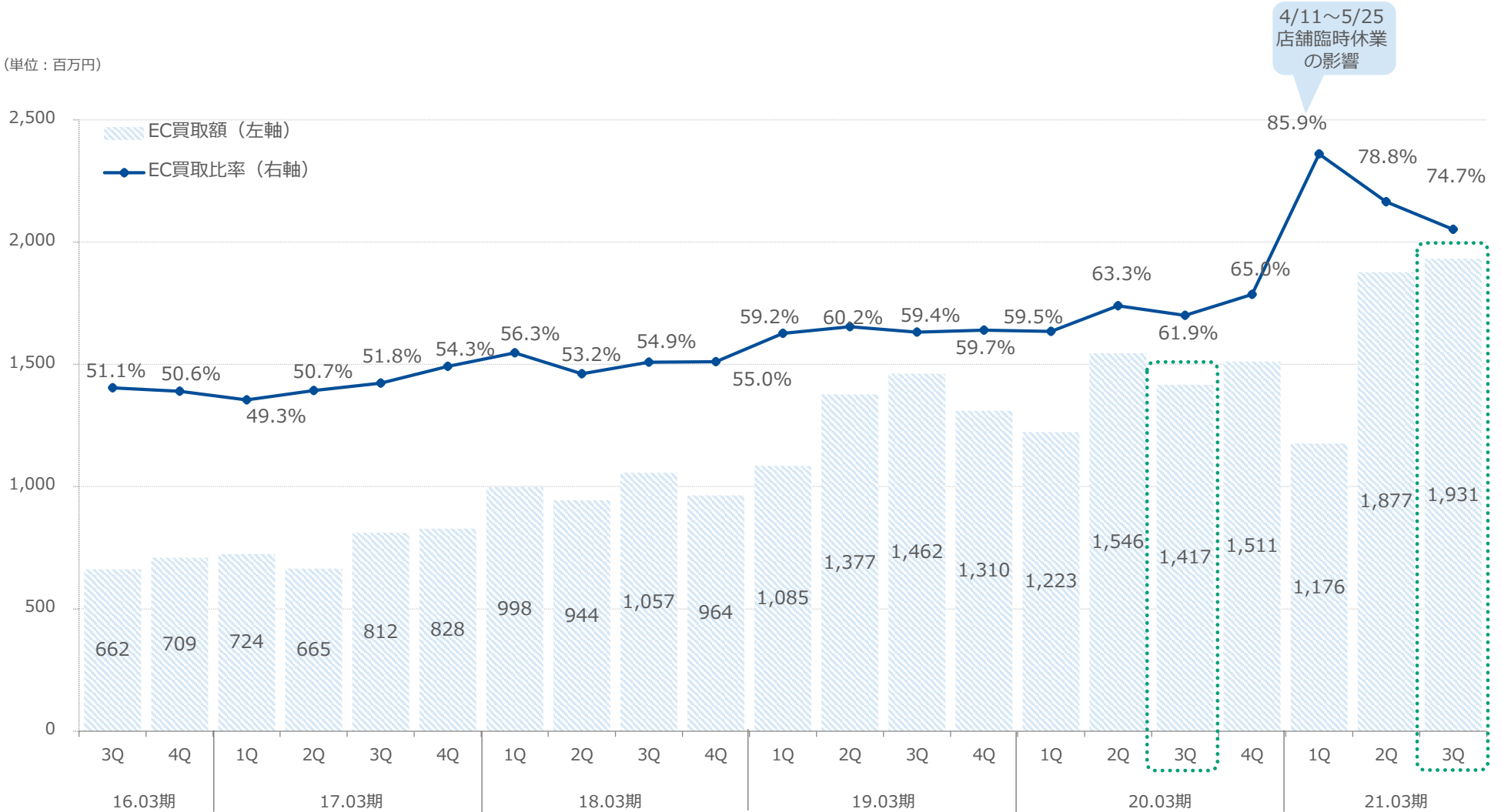


# カメラ事業 中古EC買取推移



- 6月からEC買取においてA Iによる顔認証本人確認サービス開始。
- 2Qに続き、3QでもEC買取・販売好調推移し、新製品効果も含め前年同期比**136.3%**と大幅増加。

(単位：百万円)



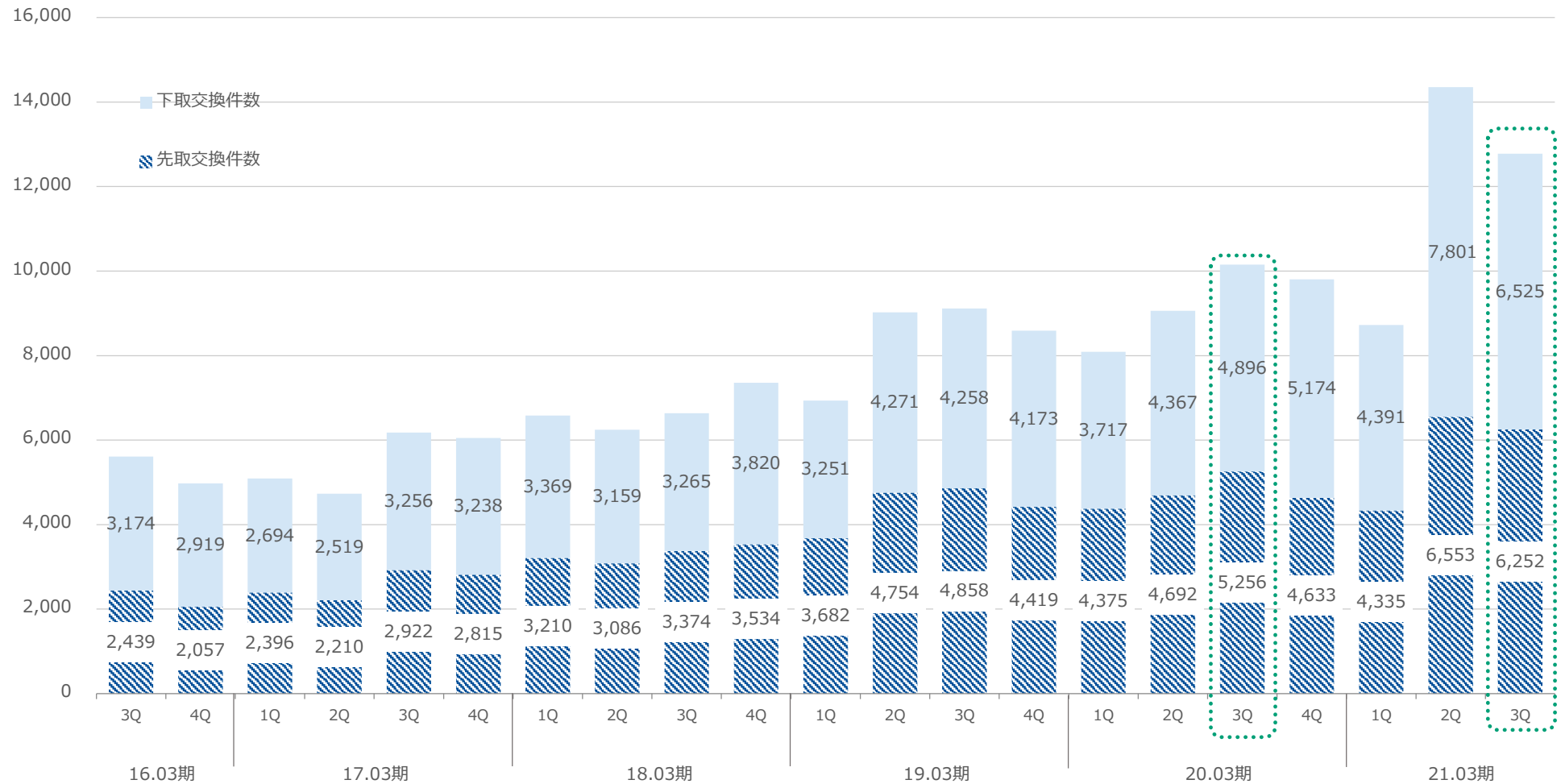


# カメラ事業 下取・先取交換件数推移



## ● 下取、先取交換 前年同期比 **125.9%**

フルサイズミラーレス一眼の各社の新製品効果もあり2Qに続き、3Qでも前年同期比増加継続。一眼レフからフルサイズミラーレスへの本格移行、ミラーレス用交換レンズ充実で2021年以降もそのトレンドは継続と見込む。



## 決算概要：前年同期比較

### 売上高

カメラE C売上高好調に推移し、**3Q (10~12月期) は前年同期比113.4%の増収。**  
 3Q累計 (4~12月期) では、1Q店舗休業、インバウンド影響で減収だが、91.2%まで縮小。  
 【3Q累計売上高前年同期比】カメラ事業：99.3% 時計事業：70.2%  
 【四半期別増収率】1Q 69.2% 2Q 90.9% 3Q 113.4%

### 粗利率

3Q (10~12月期) も粗利率高く持続、3Q累計 (4~12月期) で全体粗利率19.0%と高い。

### 利益

売上と同じく1Qの影響で3Q累計 (4~12月期) で減益なもの、**2Q以降利益大きく回復、  
 3Q (10月~12月期) では過去最高利益更新し、大幅増益 (営業利益前年同四半期比147.1%)**  
 【営業利益率】1Q 1.9% 2Q 4.9% **3Q 6.6%**

(単位：百万円)	20.03期 3Q累計		21.03期 3Q累計				
	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	26,385	-	24,072	-	91.2%	22,436	+1,636
売上総利益	4,759	18.0%	4,567	19.0%	96.0%	—	—
販売管理費	3,202	12.1%	3,400	14.1%	106.2%	—	—
営業利益	1,556	5.9%	1,166	4.8%	74.9%	841	+325
経常利益	1,546	5.9%	1,178	4.9%	76.2%	856	+322
当期純利益	1,063	4.0%	785	3.3%	73.9%	548	+237

# 販売管理費の前年同期比較



- 3Q (10~12月期) では売上高販管費比率12.1%まで低下。

(単位: 百万円)	20.03期 3Q累計		21.03期 3Q累計		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減
人件費	897	3.4%	930	3.9%	+0.5%	+33
広告宣伝費	41	0.2%	41	0.2%	+0%	+0
販売促進費	553	2.1%	603	2.5%	+0.4%	+50
業務委託費	213	0.8%	215	0.9%	+0.1%	+2
支払手数料	598	2.3%	655	2.7%	+0.4%	+57
減価償却費	157	0.6%	115	0.5%	▲0.1%	▲42
地代家賃	201	0.8%	254	1.1%	+0.3%	+53
その他	538	2.0%	583	2.4%	+0.4%	+45
<b>販売管理費計</b>	<b>3,202</b>	<b>12.1%</b>	<b>3,400</b>	<b>14.1%</b>	<b>+2.0%</b>	<b>+198</b>

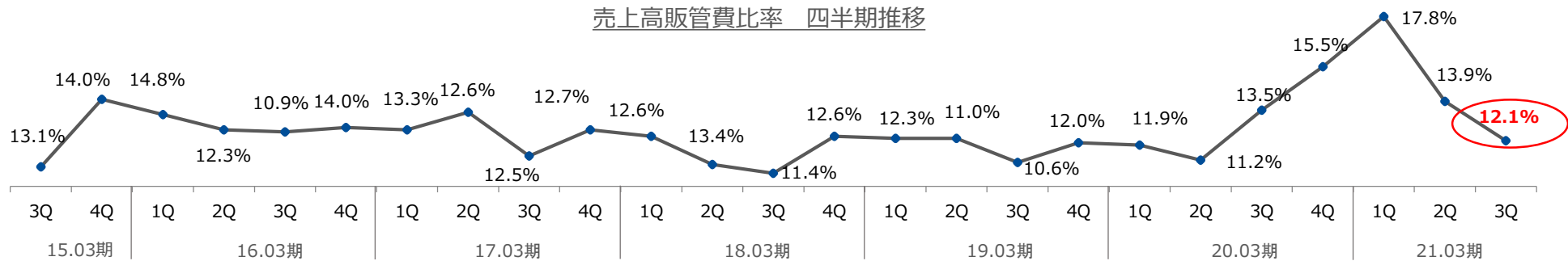
### 増加要因

緊急事態宣言発令中、従業員の感染リスク低減のため雇用賃金保証した特別休暇付与し、週休3.5日体制に。終業時間を早め、残業代は保証。

EC売上高伸長による増加。売上比の変化は、コロナ影響による売上構成比変化による。EC売上比率：前期3Q60% →当期77%

1カテゴリ×1オフィスの投資時計、筆記具事業移転拡張による。

売上高販管費比率 四半期推移







年間推移	15.3期	16.3期	17.3期	18.3期	19.3期	20.3期	21.3期 3Q
		12.8%	12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	12.9%



# 事業別業績の前年同期比較



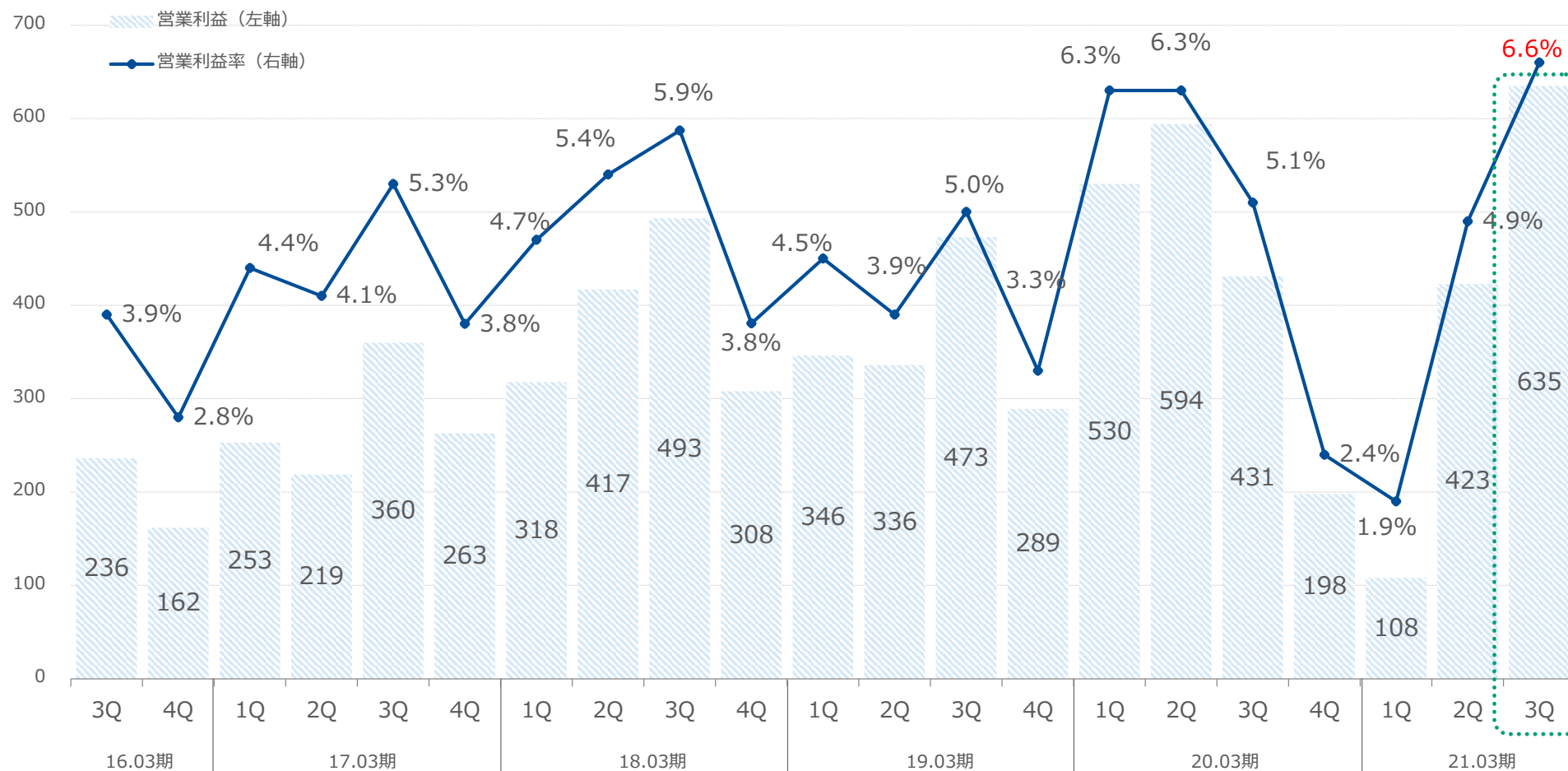
(単位：百万円)

事業・販売チャネル ( ) 売上構成比		20.03期 3Q 累計	21.03期 3Q 累計	前年同期比	備考
 カメラ事業 (72.8%)	EC売上	12,793	15,148	118.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社EC売上高は順調に推移。3Q (10~12月期) も中古品順調に推移し、新製品効果で新品大幅伸長。3Q (10~12月期) EC 139.7%増収。</li> <li>● 店舗売上高は4/11~5/25臨時休業により減少。6月以降もよりECにシフト。</li> <li>● 中古カメラの粗利率改善維持と、新品粗利率も堅調で利益確保。</li> </ul>
	店舗売上	4,856	2,368	48.8%	
	カメラ売上計	17,649	17,517	99.3%	
	セグメント利益	1,806	1,692	93.6%	
 時計事業 (23.2%)	EC売上	2,554	2,663	104.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ影響により店舗売上減少するも、ECでの購入単価も増加し、EC売上高順調推移。</li> <li>● 実店舗営業再開後は売上高緩やかに回復するも、免税売上高は限定的な推移。</li> </ul>
	店舗売上	5,403	2,926	54.2%	
	時計売上計	7,957	5,590	70.2%	
	セグメント利益	464	172	37.0%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1.4%)	EC売上	271	292	107.9%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社EC売上高は順調に推移。6月末までキャッシュレスポイント還元制度の影響でモール売上弱い。</li> <li>● 店舗売上高は4/11~5/25臨時休業により減少。</li> <li>● セグメント赤字は生産性向上、費用低減による対応していく。</li> </ul>
	店舗売上	104	48	45.9%	
	筆記用具売上計	376	341	90.6%	
	セグメント利益	17	▲19	-	
 CROWN GEARS 自転車事業 (2.6%)	EC売上	342	583	170.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高がトレーニング器具、パーツ、本体含め自社、モールともに好調推移。特に自社ECサイト好調で、自社EC売上3Q (10~12月期) 306.2%増収</li> <li>● 大幅増収により利益も大幅伸長。</li> </ul>
	店舗売上	58	39	67.4%	
	自転車売上計	401	623	155.3%	
	セグメント利益	5	30	531.1%	
合計	EC売上	15,961	18,689	117.1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全事業のEC売上高が順調に推移。</li> </ul>
	店舗売上	10,423	5,382	51.6%	
	売上高合計	26,385	24,072	91.2%	

# 営業利益・営業利益率の四半期推移

- 1Q (4~6月期) コロナ影響 (実店舗臨時休業等) 大きかったものの、2Q営業利益率ともに大きく改善し、**3Q (10~12月期) カメラEC売上伸長し、四半期過去最高営業利益額 (10~12月期) と営業利益率6.6%まで改善**

(単位: 百万円)



## 貸借対照表 前四半期末比較



### 価値ある商品財庫に積極的に投資

- Withコロナ環境下において時計事業もE Cで伸長させるため、E Cサイト購入で特に需要高い商品を拡充（R O L E X中心に）価値ある時計財庫20億円増加。
- カメラ新製品効果含めE Cで順調に買い替え（買取・販売）増加

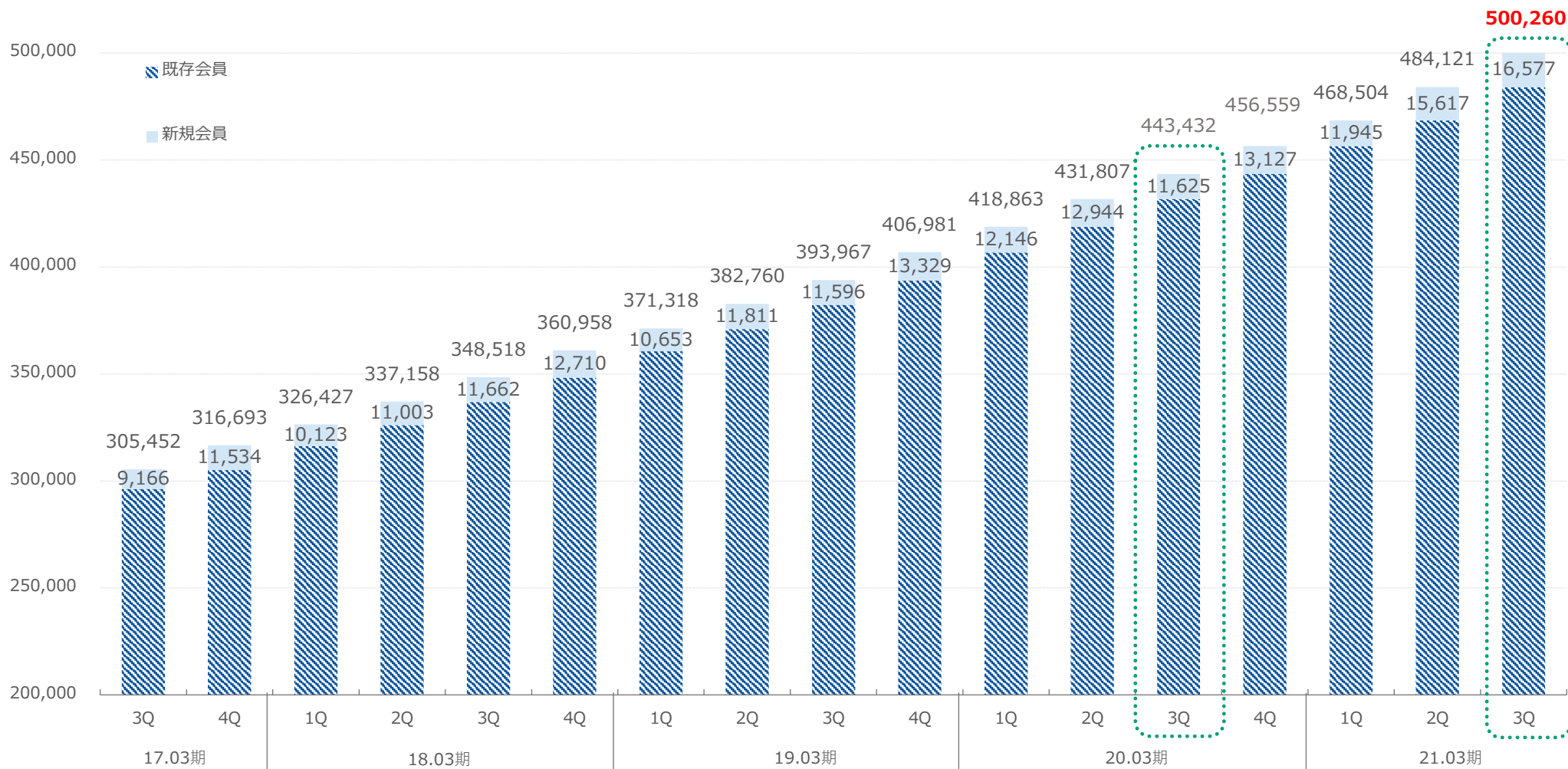
（単位：百万円）

	21.03期 2Q	21.03期 3Q	
		実績	増減
流動資産	10,129	12,113	+ 1,983
現預金	2,068	1,094	▲ 974
商品	5,940	8,431	+ 2,491
固定資産	1,440	1,429	▲ 11
資産合計	11,569	13,543	+ 1,974
流動負債	3,338	5,039	+ 1,701
固定負債	2,532	2,381	▲ 151
負債合計	5,870	7,420	+ 1,550
純資産合計	5,699	6,122	+ 423
負債・純資産合計	11,569	13,543	+ 1,974

# Web会員数の四半期推移



- 新規会員数、7月以降は月5,000名台が継続 前年同期比 **142.5%**
- コロナ環境下でも当社取扱商材（趣味・嗜好品）へのニーズ変わらず、シェア拡大継続  
12月末累計会員数 **50万名突破**



# Web会員数の会員属性



## ● 会員の年齢層は幅広く、10代～30代の割合は 42.0%

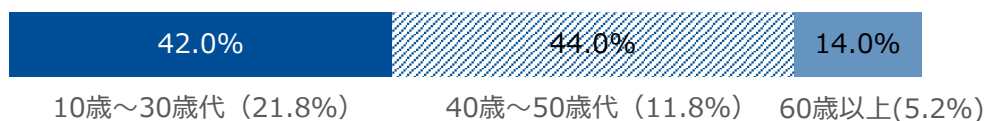
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は 21.8%と高い

## ● 若い世代が構成比増加している中でも、利用平均単価は変わらず維持されている

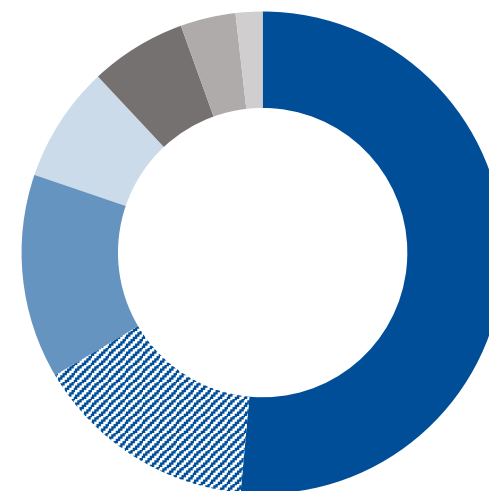
2020年12月末

世代分布

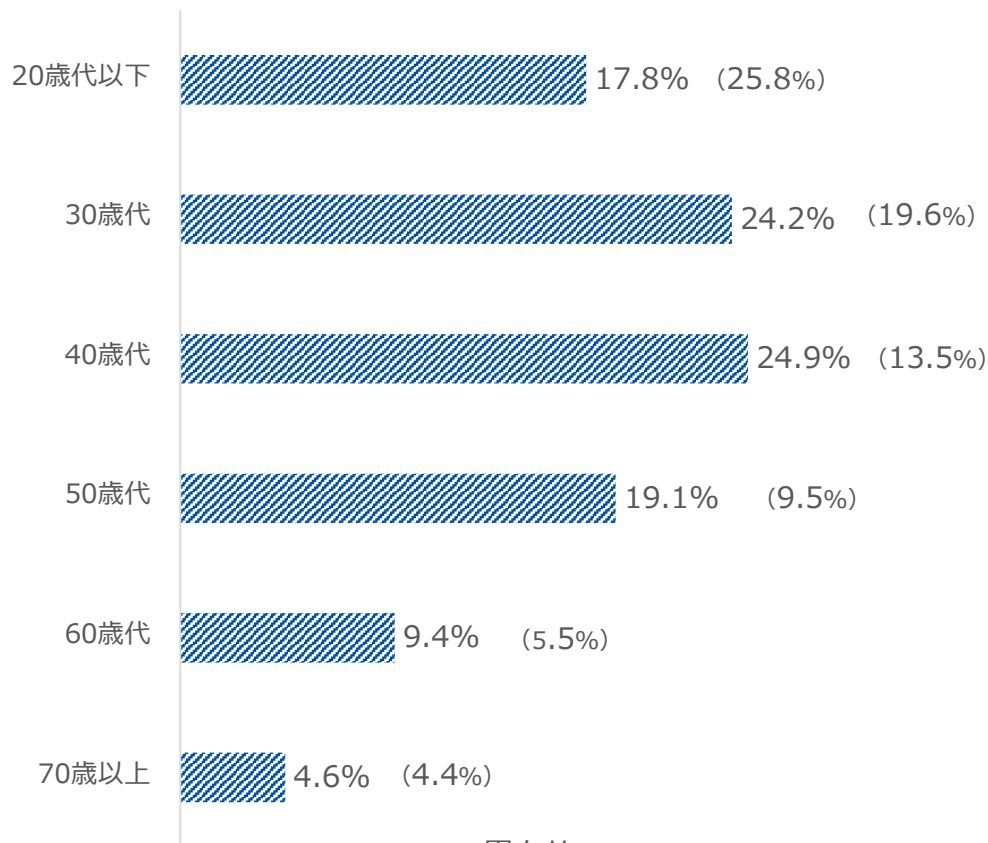
※ ( ) は女性比率



エリア分布



■ 関東	51.4% (東京23.1%)
▨ 近畿	15.0%
■ 中部	13.7%
■ 北海道・東北	7.8%
■ 九州・沖縄	6.5%
■ 中国	3.7%
■ 四国	1.8%



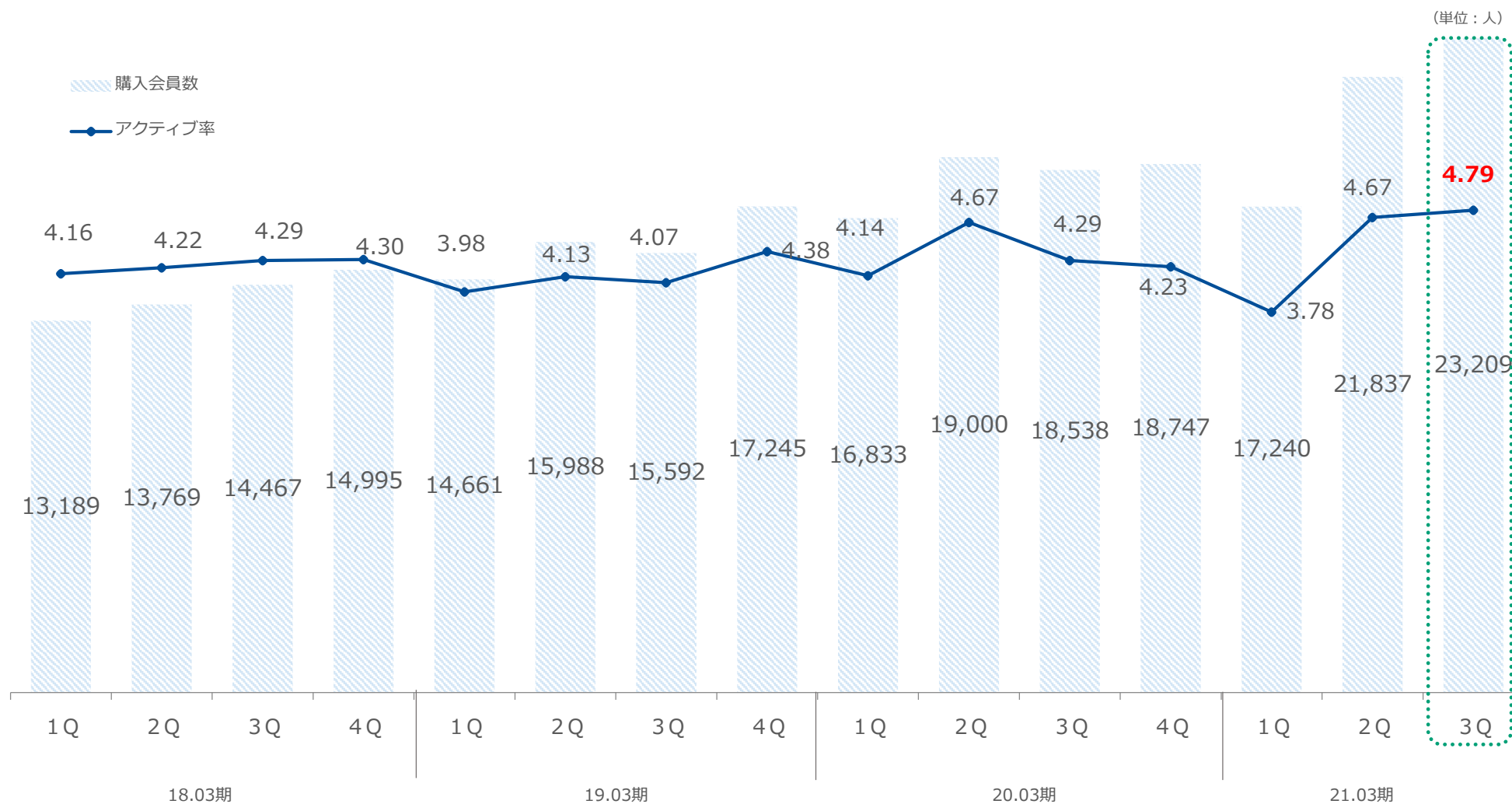
男女比

男性 : 84.8%      女性 : 15.2%

## 四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率



- EC強化（AI顔認証買取、スマホWEBマガジン「StockShot」、+CGM、ユーザーQ&Aコンテンツ等）  
進め、商品掲載数、コンテンツ拡充を図ったこと、カメラ新製品効果もあり、**過去最高数値更新**。





## 足元（4Q）及び緊急事態宣言解除以降（来期）の見方

### ■ 4Q 緊急事態宣言下においても E C 中心にお客様にすべてのサービスを提供

↳ 実店舗売上中心に影響ありますが、前回（1Q）よりも E C 強化進んでおり、1Q より影響小さい。

<1/8 緊急事態宣言発令後の対応内容>

- 実店舗営業時間短縮：1/9～ 実店舗営業時間 11：30～18：30（前回は実店舗臨時休業4/11～5/25）
- E C シフトにより商品生産性への影響少ない 前回比：日次200～250点増加  
カメラ E C 商品掲載数 前回（20.4,5月）200～250点/日 → 今回（21.1月）450～500点/日
- 店舗売上構成大きい時計事業は店舗移転拡張済み（20.8実施）前回比：約2倍  
E C オフィスと実店舗を統合し E C 情報発信基地機能強化ともに、実店舗も密ではない環境構築

### ■ 緊急事態宣言解除以降

↳ 前回（20年4、5月）に対して商品財庫を潤沢に保有しており、かつ E C 強化進められているため、宣言解除（消費マインド持ち直し）後は、再度 E C 主軸の成長（シェア拡大）できる体制にあります。

#### カメラ

#### ● レンズ交換式カメラのフルサイズミラーレスへの本格移行

各社フルサイズミラーレスボディ第2～3世代出揃い、ミラーレス用レンズ充実も含め、カメラ、写真の好きな方のミラーレスへの本格移行、ミラーレス用レンズへの需要高まり、当社 E C での買い替え（買取・販売）の好循環の継続（中古一眼レフへの需要も底堅く推移）

#### 時計

#### ● 価値ある財庫を潤沢に保有 前回比：35億円増加

前回は在庫リスク低減の為及び人員体制の影響で商品財庫額減少していたが、2Q以降カメラ E C 買取順調、時計事業でも E C 上で特に需要高い商品（ROLEX）拡充し、愛好家が欲しくなる商品財庫を潤沢に保有

商品財庫 20.6末 49億円 → 20.12末 84億円

## 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。