



---

2022年3月期 第3四半期  
決算補足資料



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	257名（2021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
	2019年12月	レディース腕時計専門サイトをオープン



(単位：百万円)

## カメラ、時計 の需要強

**カメラ事業**において、外出制限が続くコロナ禍であっても需要強く、身近で手頃の趣味としてはじめる人や動画投稿用の機材として購入する人も増加。

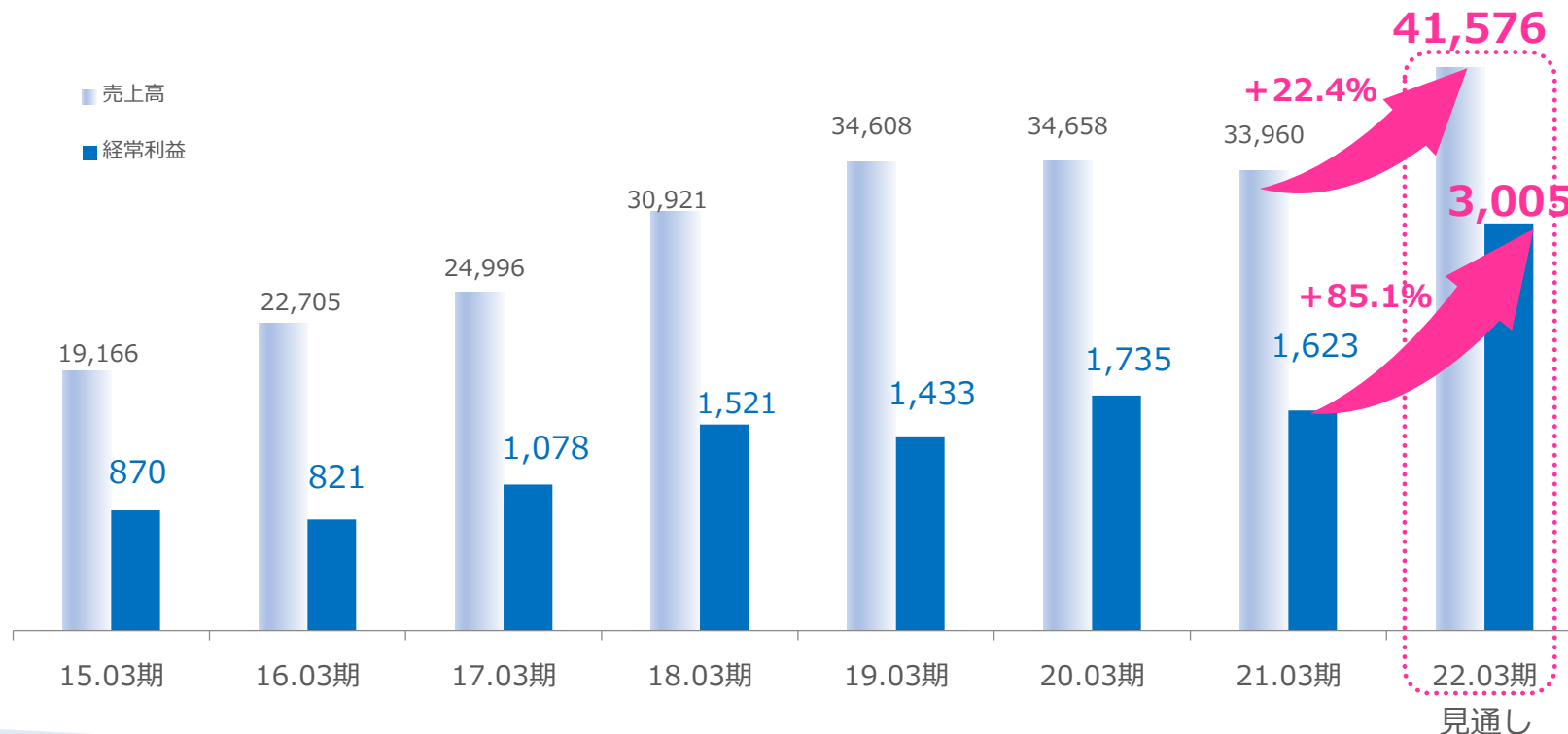
**時計事業**においては、21年3月期3Qより戦略的に商品ラインナップを拡充した(ロレックス中心)ことで、世界的に強まった需要にも対応ができており、粗利益も増加傾向にある。

## 業務の “仕組み化”

2021.3期よりAI顔認証システム、AIMDなどのシステム導入、1カテゴリ1オフィス、ジョブローテーションの実施など、業務の仕組み化を行ったことで生産性が向上し、販管費のコントロールに繋がった。AIMDにおいては、ローンチしてからチューニングも順調に進み安定しており、中古カメラの粗利率は高い水準を維持している。

## カメラ業界の 活性化

21年3月期にはメーカー各社のフルサイズミラーレスへの本格移行が進み、業界としても盛り上がりを見せてきている。新製品の動きが活発になることで中古製品も比例して活性化される。



# 3Q単体 決算ハイライト(計画比)

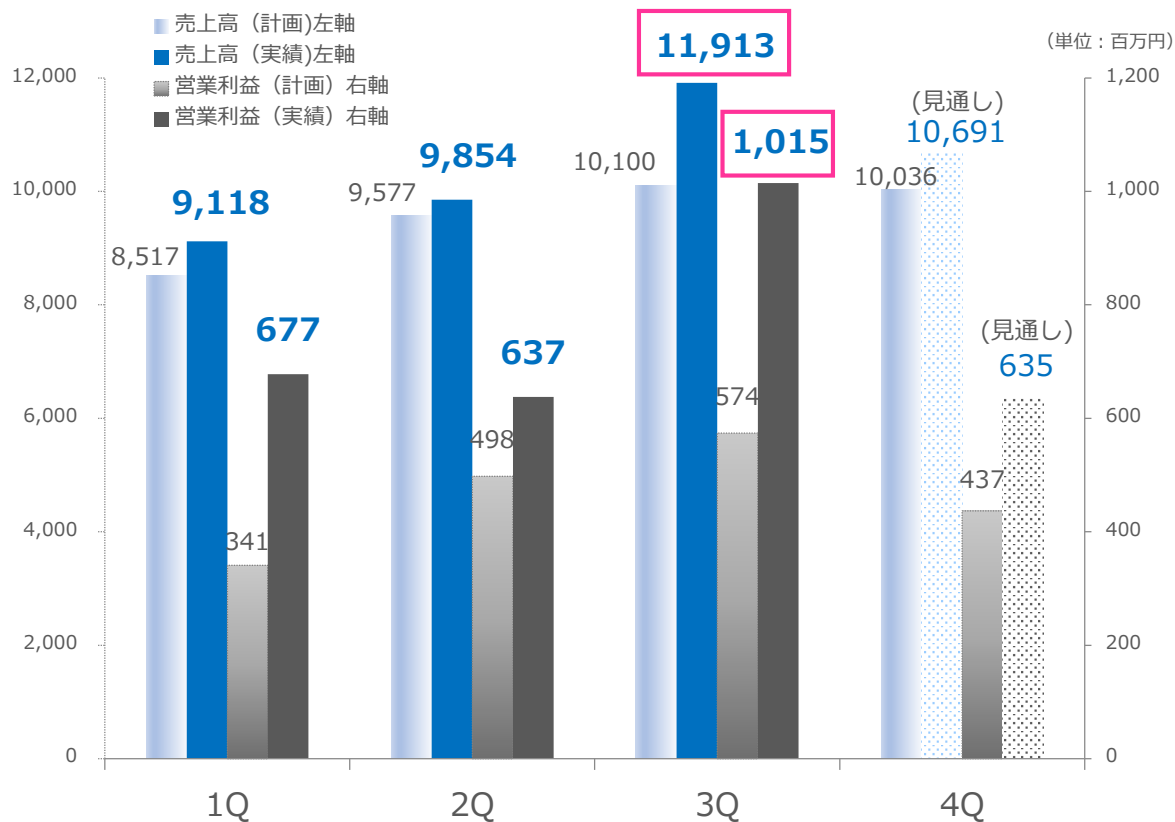


## 概要 売上高、営業利益ともに期初計画を大きく上回る

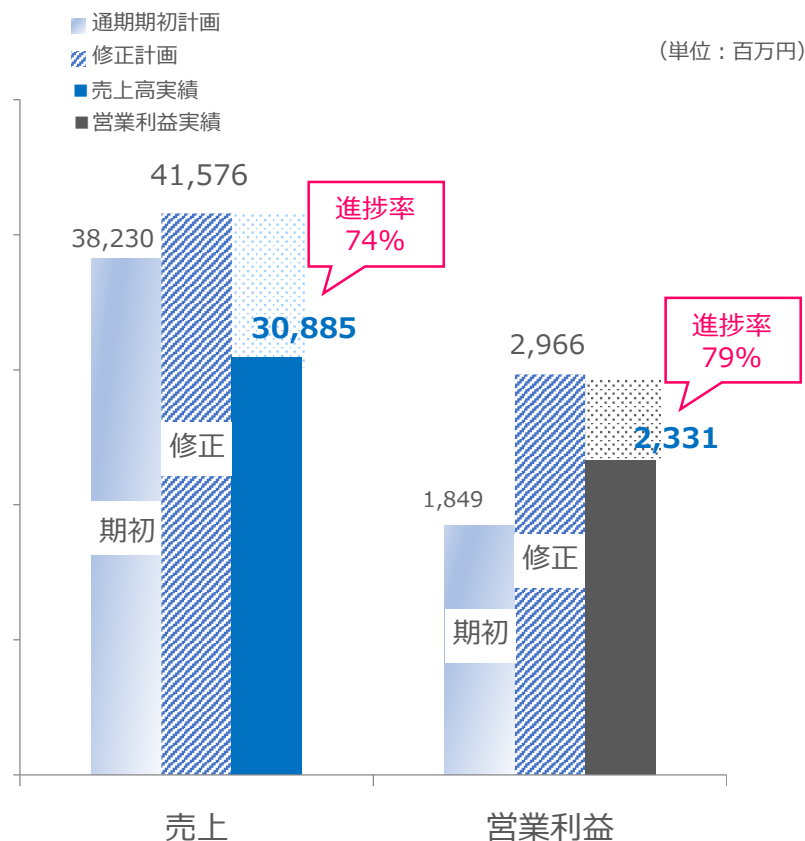
- 売上高：主軸のEC、及び免税、越境ECを中心に順調に推移
- 粗利率：引き続きAIMD<sup>※</sup>が順調に稼働。カメラ、時計共に需要が強く、安定した粗利益を確保することができ全体で3Q単体**18.1%**と引き続き高い水準を維持

※AIMD…AIによる中古カメラの販売、買取価格の自動アシストシステム

### 期初計画・実績四半期推移

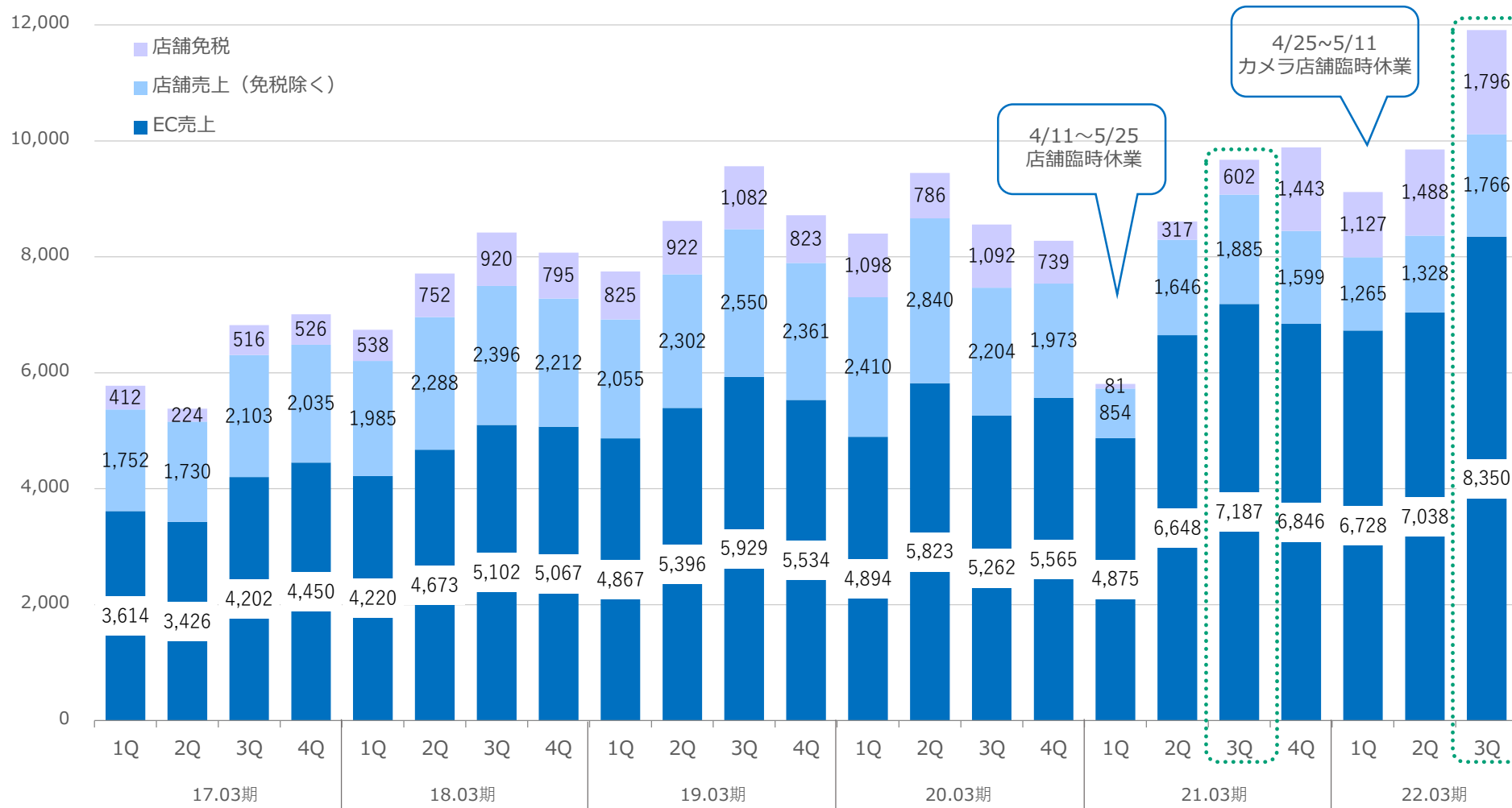


### 通期計画・実績比較



# 販売チャネル別売上高推移(四半期)

(単位：百万円)





# 販売チャネル別売上高推移

EC

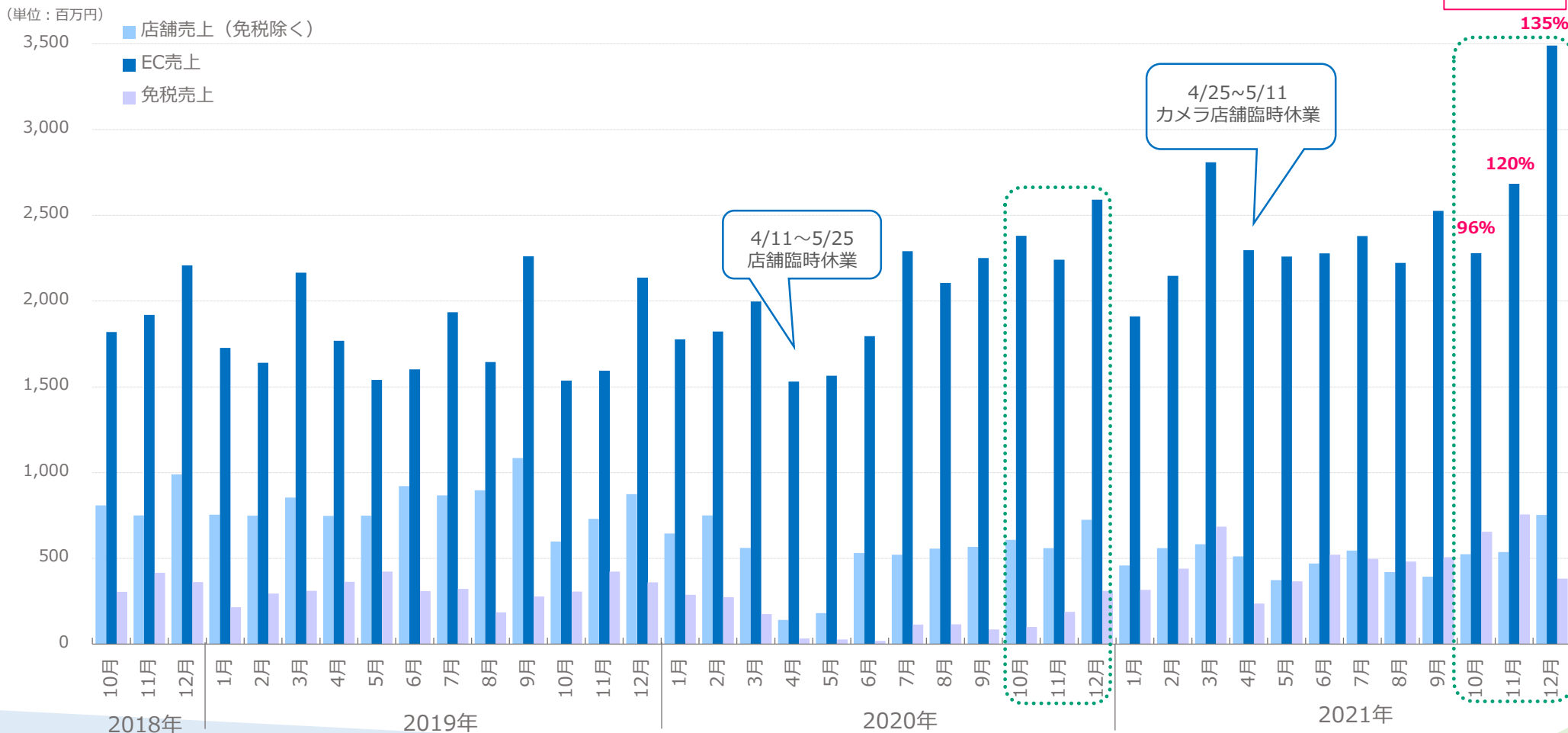
10月より緊急事態宣言が解除されたことで一時的にEC売上高が前年対比を割るも、11月以降順調に伸長し、**12月は売上高過去最高額を更新**

店舗

緊急事態宣言が解除されたことで、軽微ではあるが増加傾向

免税

引き続き時計事業部を中心に堅調に推移

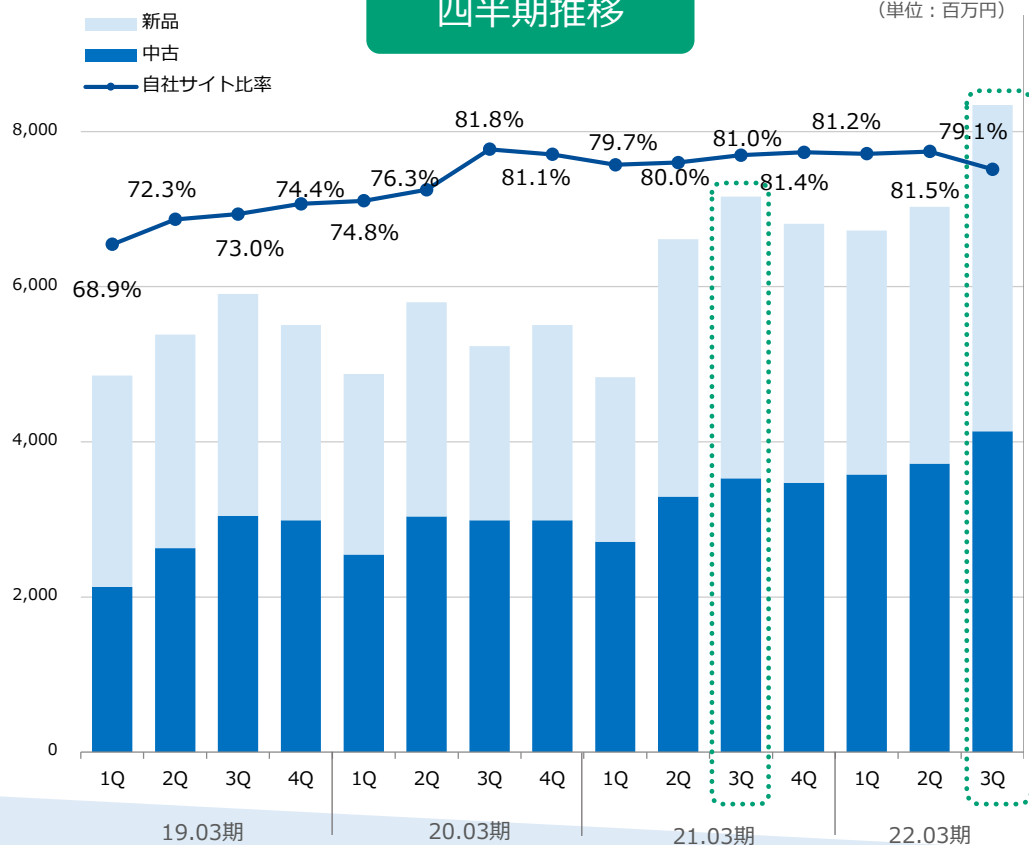


# EC売上高推移

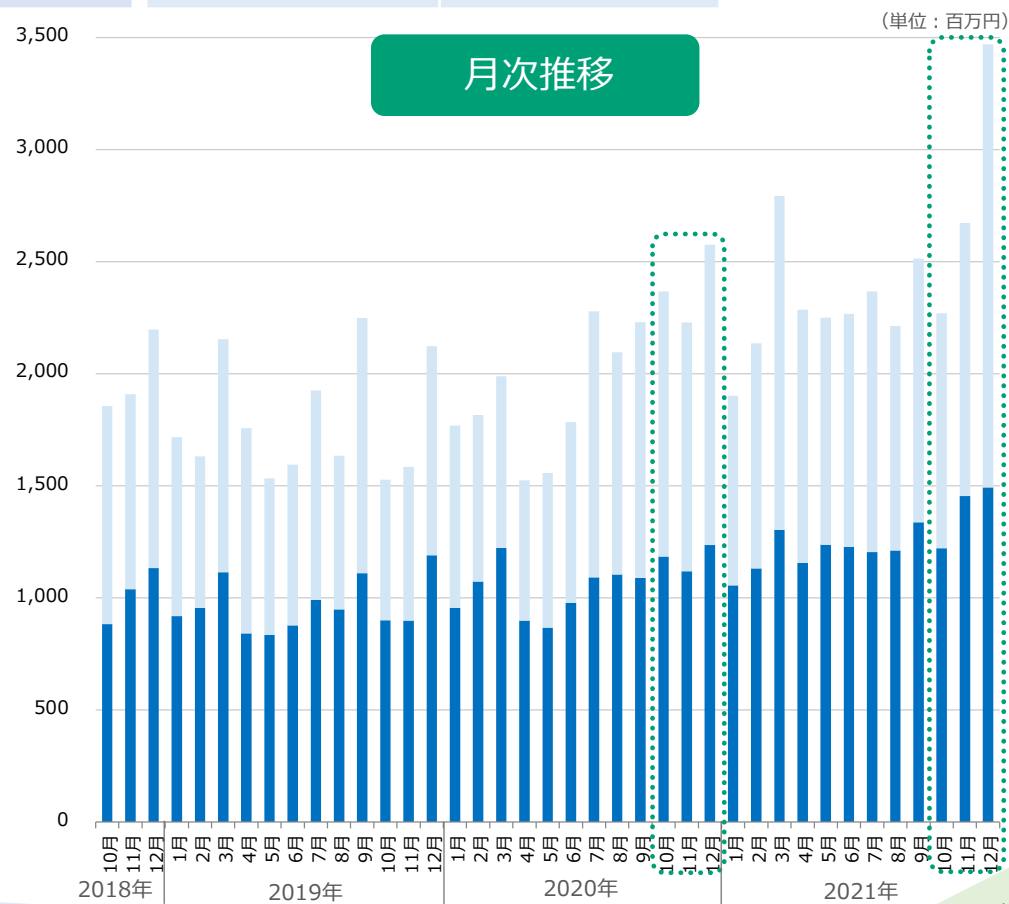
**概要** EC売上高好調に推移し、特に12月は前年同月大きく増加し、**売上高過去最高額を更新**。  
 自社サイト比率は3Q単体**79.1%**と引き続き高水準を維持。

(単位：百万円)	2022.3期 1Q	2022.3期 2Q	2022.3期 3Q	前年同期比
EC売上高	6,728	7,038	8,350	116.2%
自社サイト比率	81.2%	81.5%	79.1%	▲1.8%
モール比率 (海外モール含む)	18.7%	18.5%	20.9%	+1.8%

## 四半期推移



## 月次推移

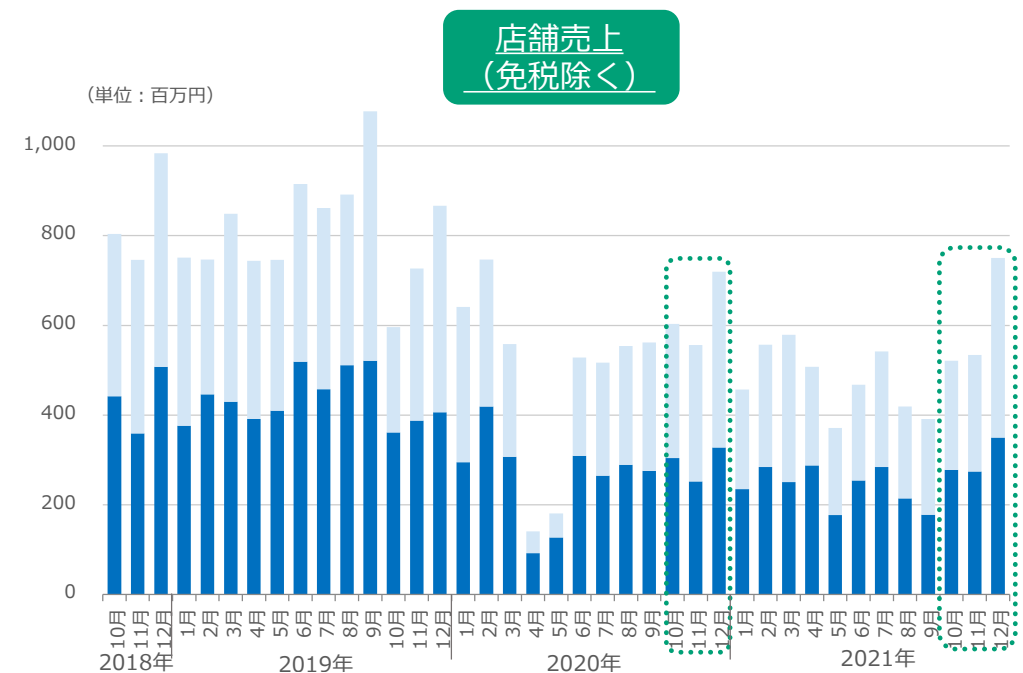
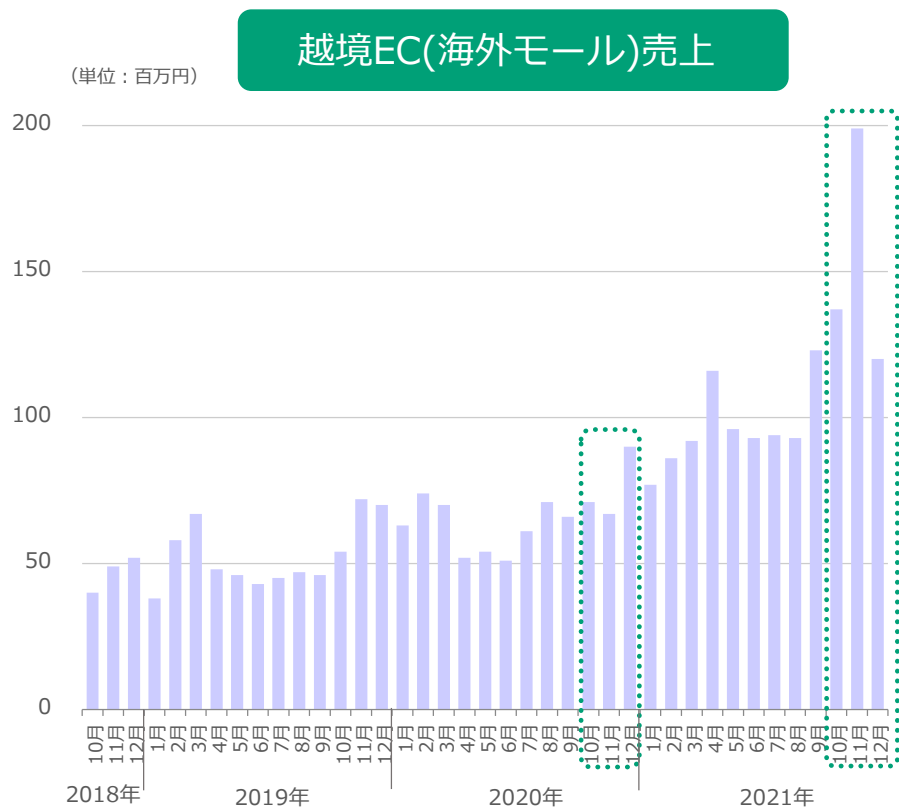


# 越境EC(海外モール)・免税・店舗 売上高推移



概要 越境EC好調に推移し、**11月は大きく売上を伸ばし過去最高額を更新**

免税売上高も、戦略的に商品ランナップ拡充したROLEXを中心に引き続き順調に推移



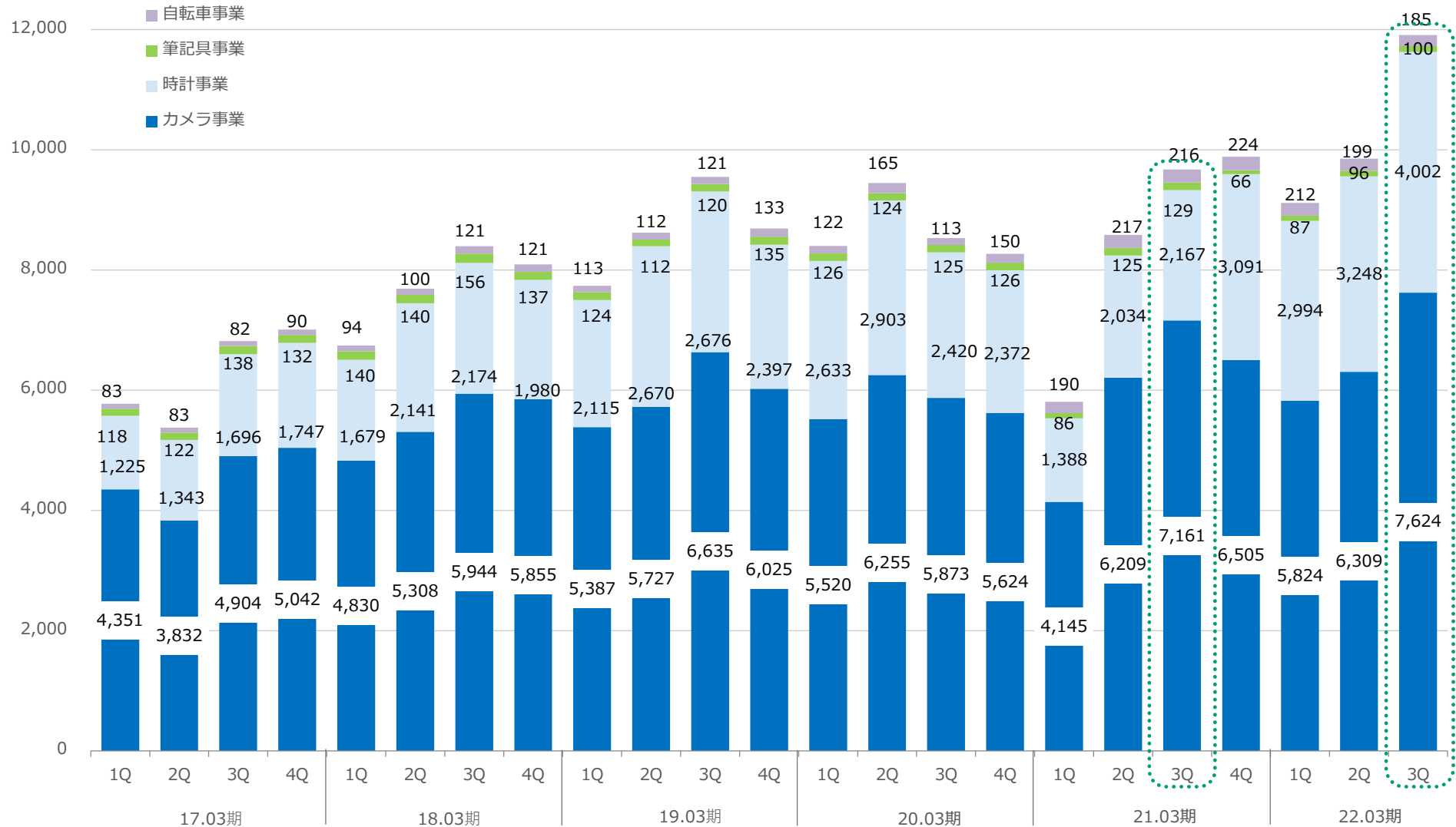


# 事業別売上高の四半期推移



概要 各事業（商材）ともに堅調に推移し、**売上高過去最高額更新**

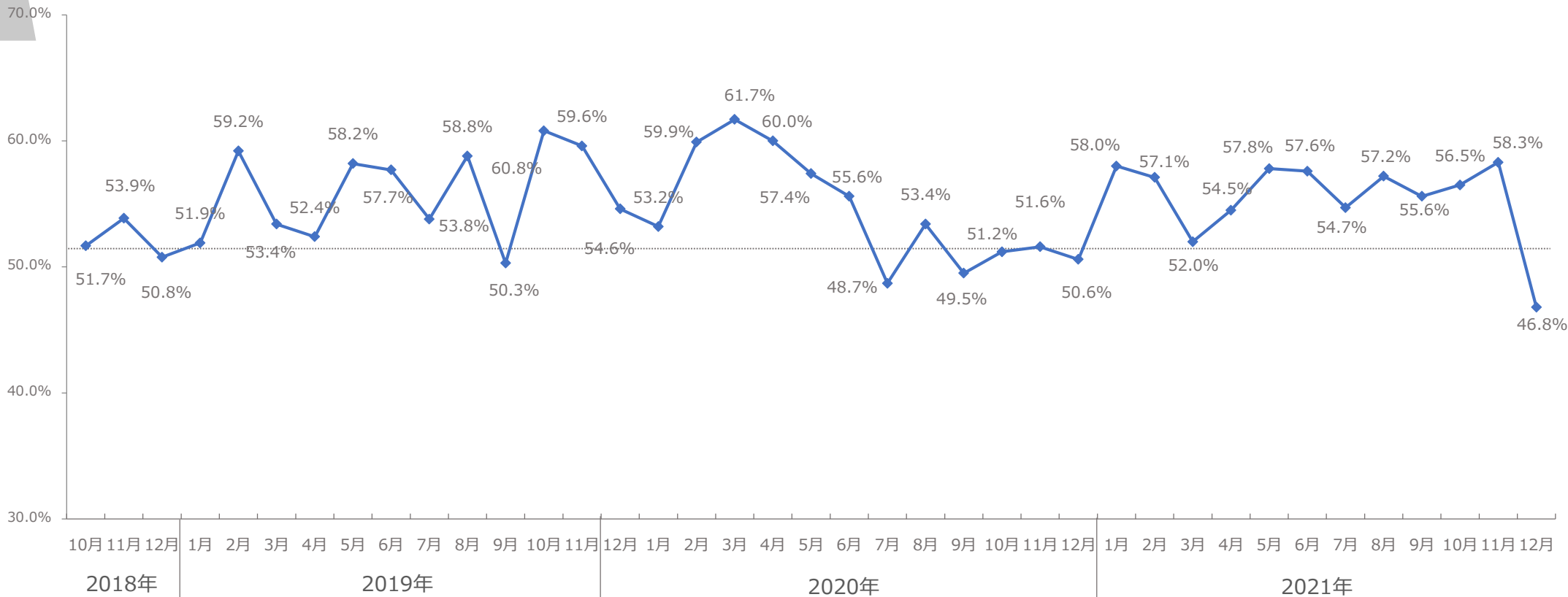
(単位：百万円)



# 売上高全体に占める中古品比率推移



**概要** 12月は中古品売上高が順調な中で、カメラ注目新製品発売により新品売上高比率が上昇したことで変動。3Q累計では中古品比率55.1%とバランスよく推移。



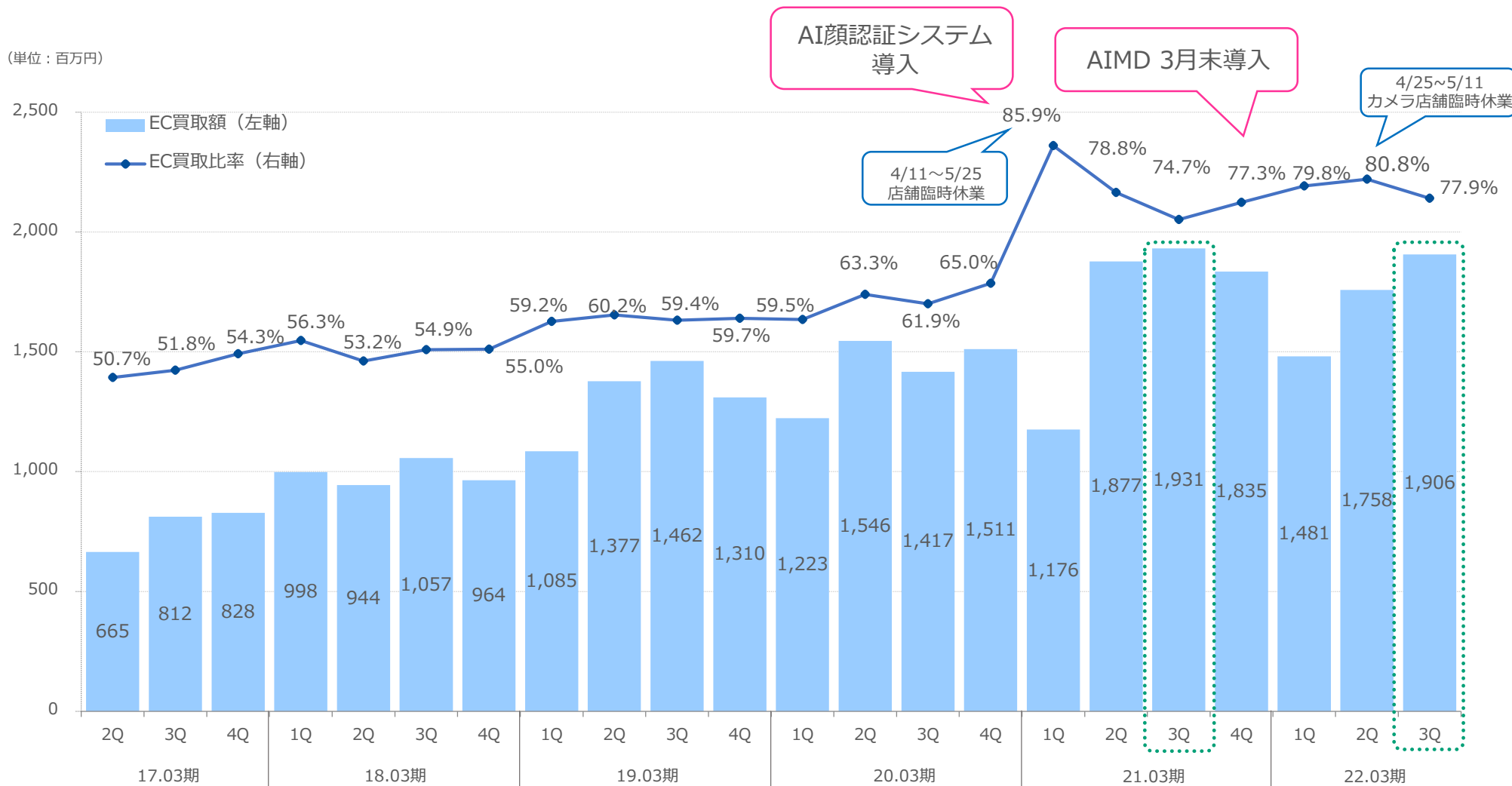
中古品比率	19.3期				20.3期				21.3期				22.3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
	46.4%	46.4%	52.0%	45.1%	56.1%	53.9%	57.5%	57.5%	56.8%	50.6%	51.0%	54.9%	56.5%	55.8%	53.4%



# カメラ事業 中古EC買取推移



**概要** 昨年度より、AIMD及び、AI顔認証システムの導入などEC強化を促進させたことで、ECでの買取比率が順調に推移。



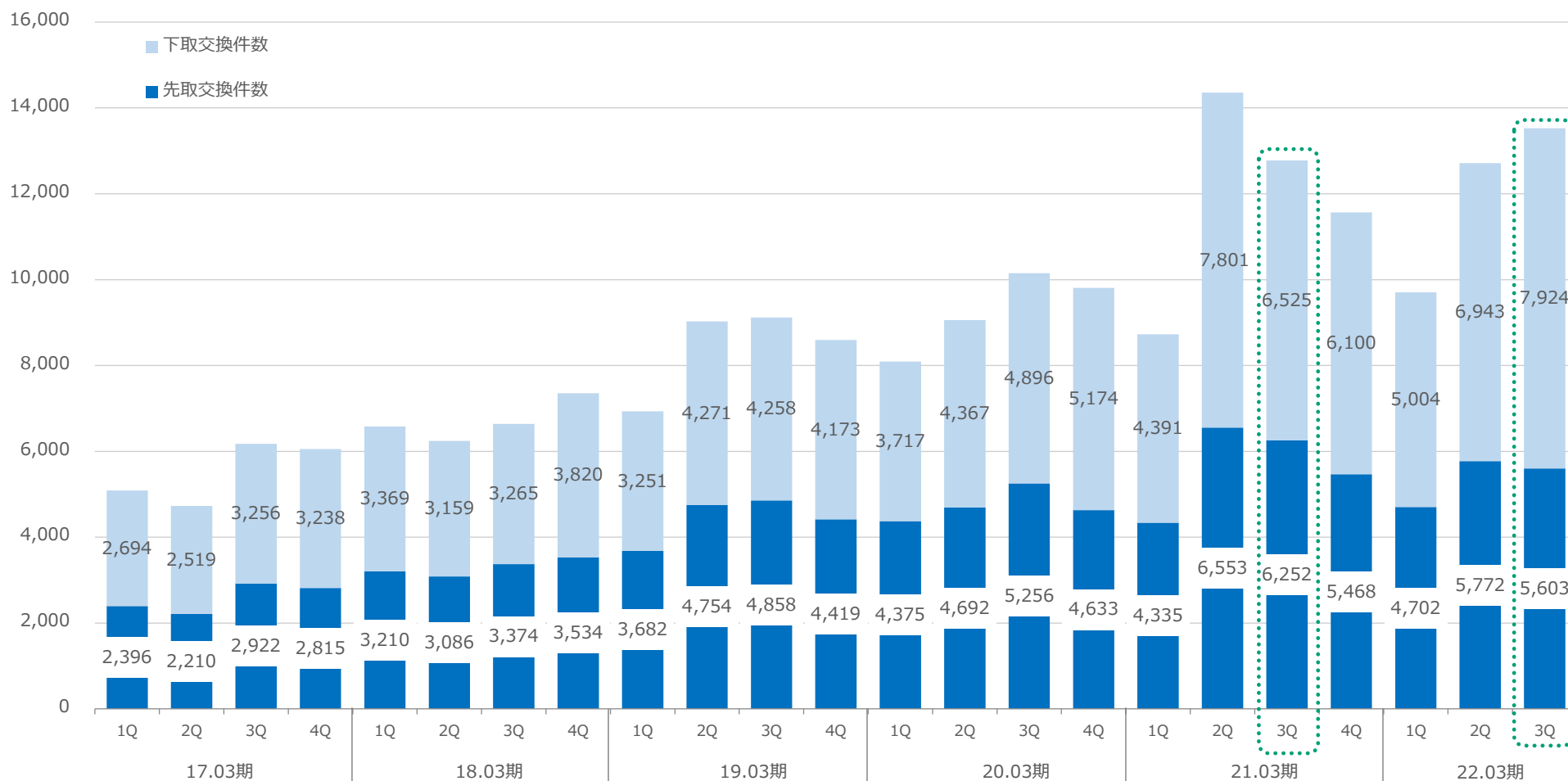


# カメラ事業 下取・先取交換件数推移



概要 3Q下取、先取交換 前年同期比**105.9%**

10月からは緊急事態宣言が解除され人員体制も戻ったことで、作業効率が更に上昇。



## 決算概要：前年同期比較(累計)

### 売上高

【前年同期比】**全体：128.3%** **EC：118.3%** 店舗：162.9%  
 主軸のカメラ、時計のEC中心に好調に推移。

### 粗利率

カメラ新製品売上好調により新品構成比が増加したものの、  
 カメラ、時計の需要強く、一定の粗利益を確保することができ全体の粗利率は**18.4%**と堅調に推移

### 販管費

販売促進費や手数料などの売上高連動分の費用が増加するも、ジョブローテーションやシステム導入  
 による業務フローの仕組み化を行った結果、生産性が向上し売上比率は前年比**▲3.2pt**となりました。

### 営業利益

AIMD導入により、カメラ中古品の粗利率のコントロールと  
 販売管理費の抑制により、営業利益比率は**7.5%**と順調に推移。

	21.03期 3Q累計			22.03期3Q 累計						
	累計	構成比	1Q	2Q	3Q	累計	構成比	前年同期比	期初計画	計画比増減
(単位:百万円)										
売上高	24,027	-	9,118	9,789	11,913	30,885	-	128.3%	28,194	2,691
売上総利益	4,567	19.0%	1,758	1,753	2,156	5,692	18.4%	124.6%	—	—
販売管理費	3,400	14.1%	1,080	1,131	1,140	3,361	10.9%	98.8%	—	—
営業利益	1,166	4.8%	677	622	1,015	2,331	7.5%	199.8%	1,412	919
経常利益	1,178	4.9%	702	630	1,028	2,380	7.7%	201.9%	1,394	986
当期純利益	785	3.3%	483	436	705	1,639	5.3%	208.7%	948	691

# 販売管理費の前年同期比較(累計)



(単位：百万円)

(単位：百万円)	21.03期 3Q累計		22.03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	930	3.9%	954	3.1%	▲0.8%	+24
広告宣伝費	41	0.2%	31	0.1%	▲0.1%	▲10
販売促進費	603	2.5%	647	2.1%	▲0.4%	+43
業務委託費	215	0.9%	231	0.8%	▲0.2%	+16
支払手数料	655	2.7%	715	2.3%	▲0.4%	+59
減価償却費	115	0.5%	139	0.5%	▲0.1%	+23
地代家賃	254	1.1%	261	0.8%	▲0.3%	+6
その他	583	2.4%	380	1.2%	▲1.2%	▲202
<b>販売管理費計</b>	<b>3,400</b>	<b>14.1%</b>	<b>3,361</b>	<b>10.9%</b>	<b>▲3.1%</b>	<b>▲39</b>

### 増加要因

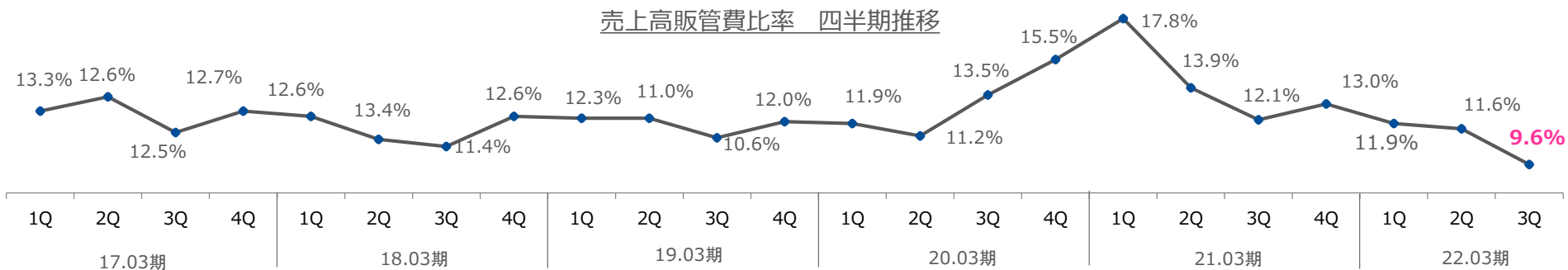
下取交換増加に伴う下取りUP額の増加  
株主優待の利用増加

売上増加に伴う  
クレジット利用料の増加

### 減少要因

収益認識適応による  
ポイント引当金計上方法の変更

売上高販管費比率 四半期推移







年間推移	16.3期	17.3期	18.3期	19.3期	20.3期	21.3期	22.3期 1Q	22.3期 2Q累計	22.3期 3Q累計
		12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	12.9%	13.8%	11.9%	11.7%

# 事業別業績の前年同期比較(累計)



(単位：百万円)

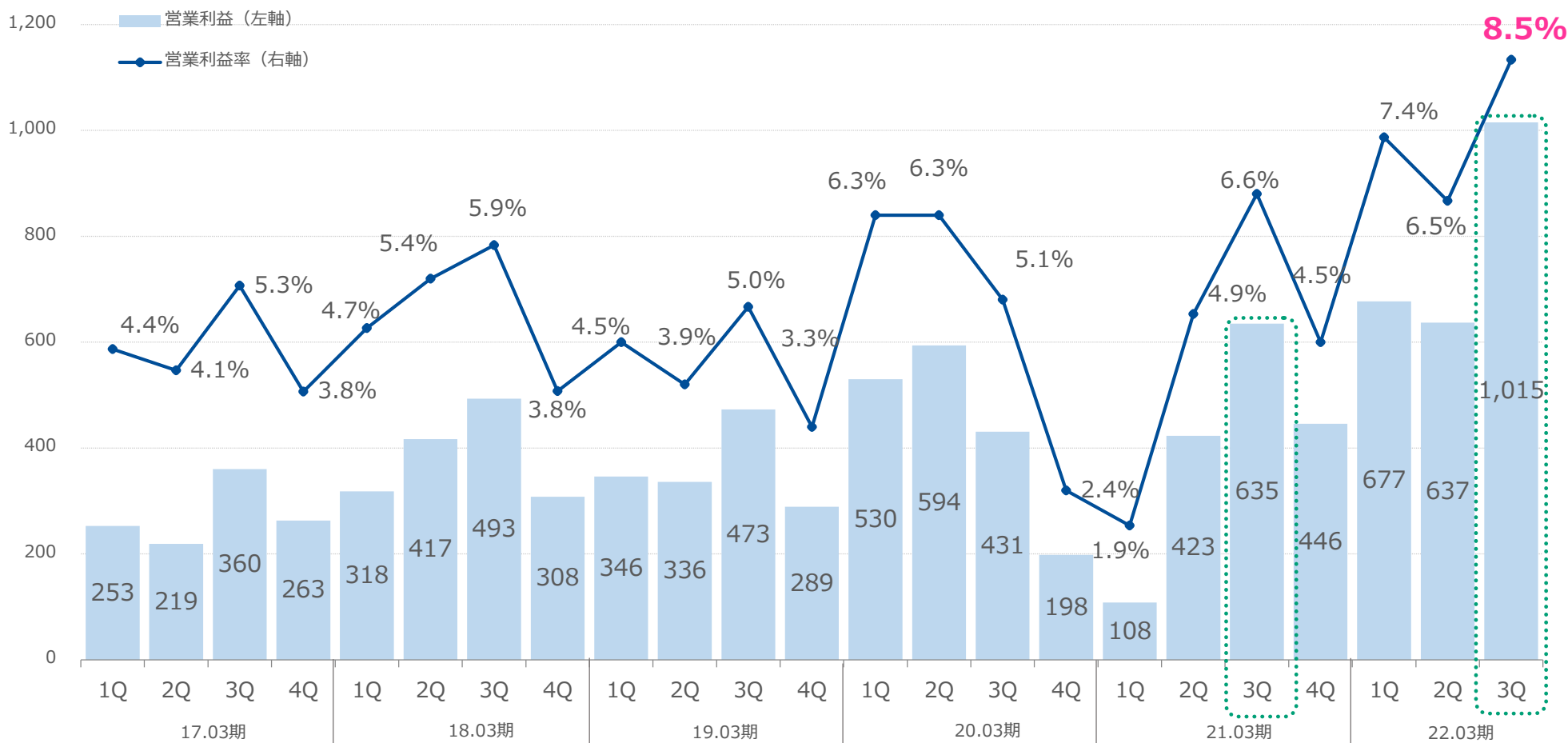
事業・販売チャネル ( ) 売上構成比		21.03期 3Q 累計	22.03期 3Q 累計	前年比	備考
 カメラ事業 (64.0%)	EC売上	15,148	17,443	115.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高が堅調に推移</li> <li>● AIMD効果で中古カメラの粗利率も順調に推移し、セグメント利益向上</li> </ul>
	店舗売上	2,368	2,314	97.7%	
	カメラ売上計	17,517	19,758	112.8%	
	セグメント利益	1,692	2,229	131.7%	
 時計事業 (33.2%)	EC売上	2,663	3,884	145.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 戦略的に行った商品ラインナップ拡充により、EC及び店舗売上高が好調に推移し、<b>全社売上高構成比が33.2%</b>と増加</li> <li>● 中古品売上高が大きく伸長し、全体粗利率向上</li> </ul>
	店舗売上	2,926	6,360	217.3%	
	時計売上計	5,590	10,244	183.3%	
	セグメント利益	172	716	415.5%	
 筆記用具事業 (0.9%)	EC売上	292	239	81.7%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 利益率の改善、費用低減により黒字転換</li> </ul>
	店舗売上	48	45	93.9%	
	筆記用具売上計	341	284	83.4%	
	セグメント利益	▲19	1	-	
 自転車事業 (1.9%)	EC売上	583	549	94.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● トレーニング機、パーツ、サイクルコンピュータを中心に自社ECサイトでの販売増加によりセグメント利益向上</li> </ul>
	店舗売上	39	47	121.1%	
	自転車売上計	623	597	95.9%	
	セグメント利益	30	35	116.3%	
合計	EC売上	18,689	22,117	118.3%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 緊急事態宣言解除で店舗が大きく伸長したものの、ECも引き続き順調に推移</li> </ul>
	店舗売上	5,382	8,768	162.9%	
	売上高合計	24,072	30,885	128.3%	

# 営業利益・営業利益率の四半期推移

概要 利益額、利益率ともに過去最高額を大きく更新

1屋号1店舗、EC主軸のビジネススタイルで、ジョブローテーションやAIMD×One to Oneなどのシステム導入により業務が仕組み化されたことで生産性が向上。また、カメラ、時計の需要も強く、安定した粗利益の確保が可能に。

(単位：百万円)





# 貸借対照表 前四半期末比較



**概要** 昨年度に引き続き商品在庫投資継続

カメラ新製品売上好調により売掛金増加、及び商品調達の為の買掛金の増加。

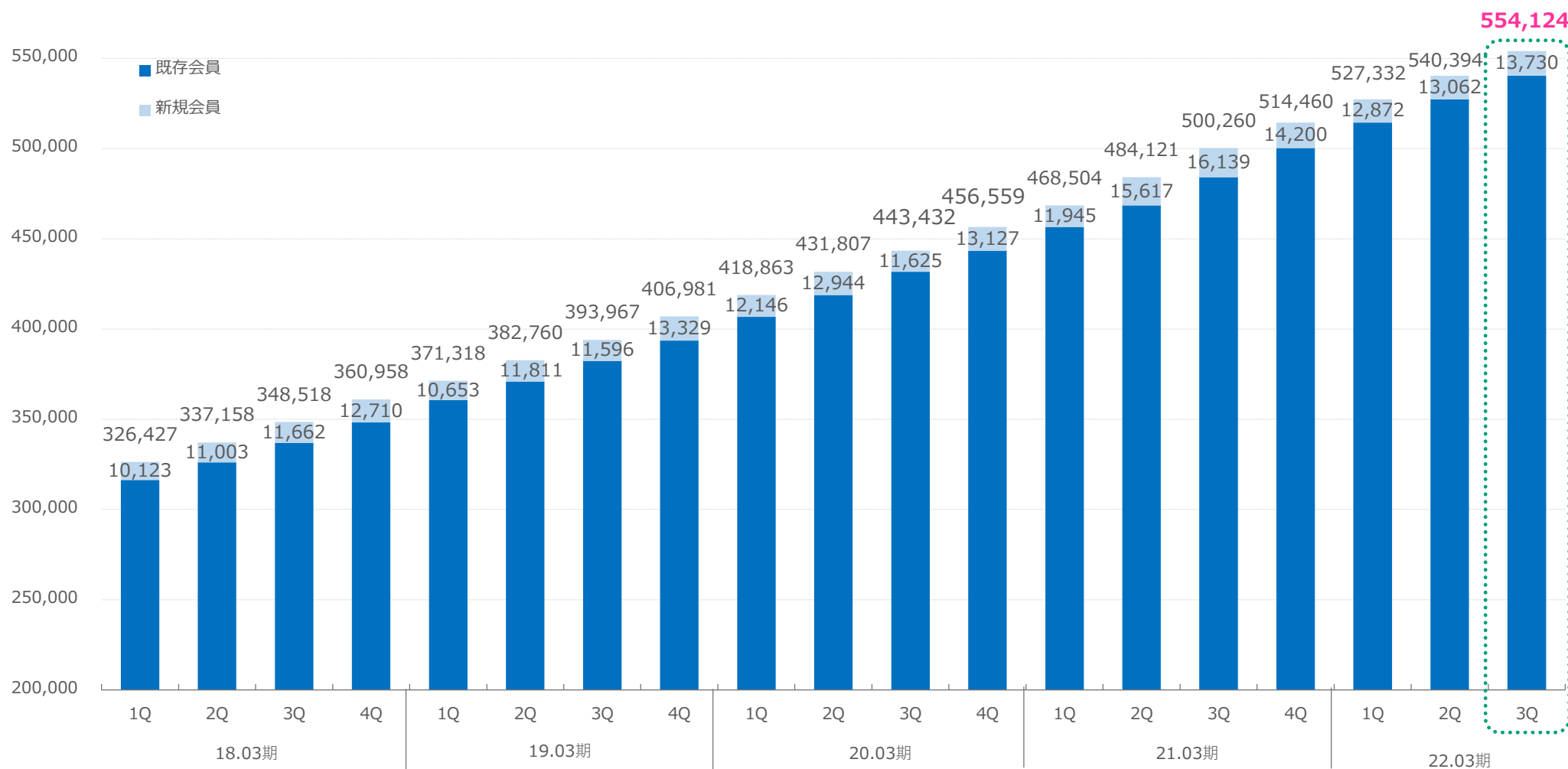
(単位：百万円)

	22.03期 2Q	22.03期 3Q	
		実績	増減
流動資産	12,000	13,107	+ 1,107
現預金	1,215	1,408	+ 193
商品	8,326	8,394	+ 68
固定資産	1,382	1,448	+ 66
資産合計	13,382	14,555	+ 1,173
流動負債	5,064	5,780	+ 716
固定負債	4,123	3,874	▲ 249
負債合計	9,187	9,654	+ 467
純資産合計	4,195	4,900	+ 705
負債・純資産合計	13,382	14,555	+ 1,173

# Web会員数の四半期推移



**概要** 毎月新規会員数が4,000名台～5,000名台で順調に増加し、12月には**会員数55万人**を突破。



# Web会員数の会員属性

**概要** 会員の年齢層は幅広く、10代～30代の割合は **41.7%**

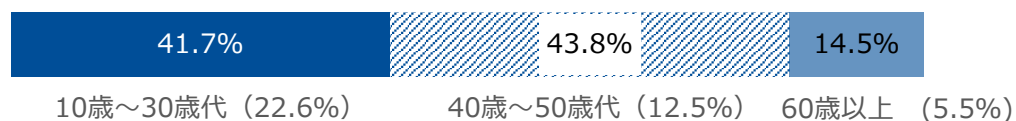
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **22.6%**と高い

若い世代の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おり、引き続き安定した会員構成を構築

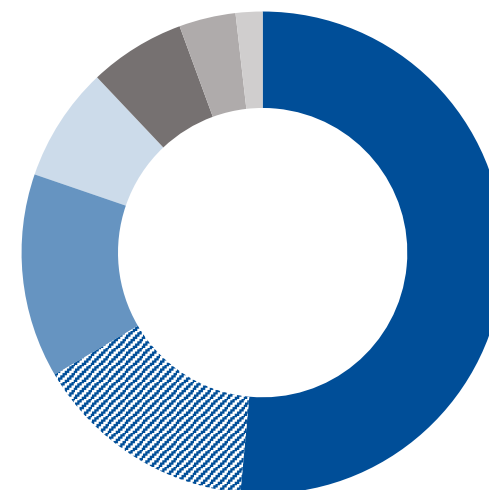
2021年12月末

世代分布

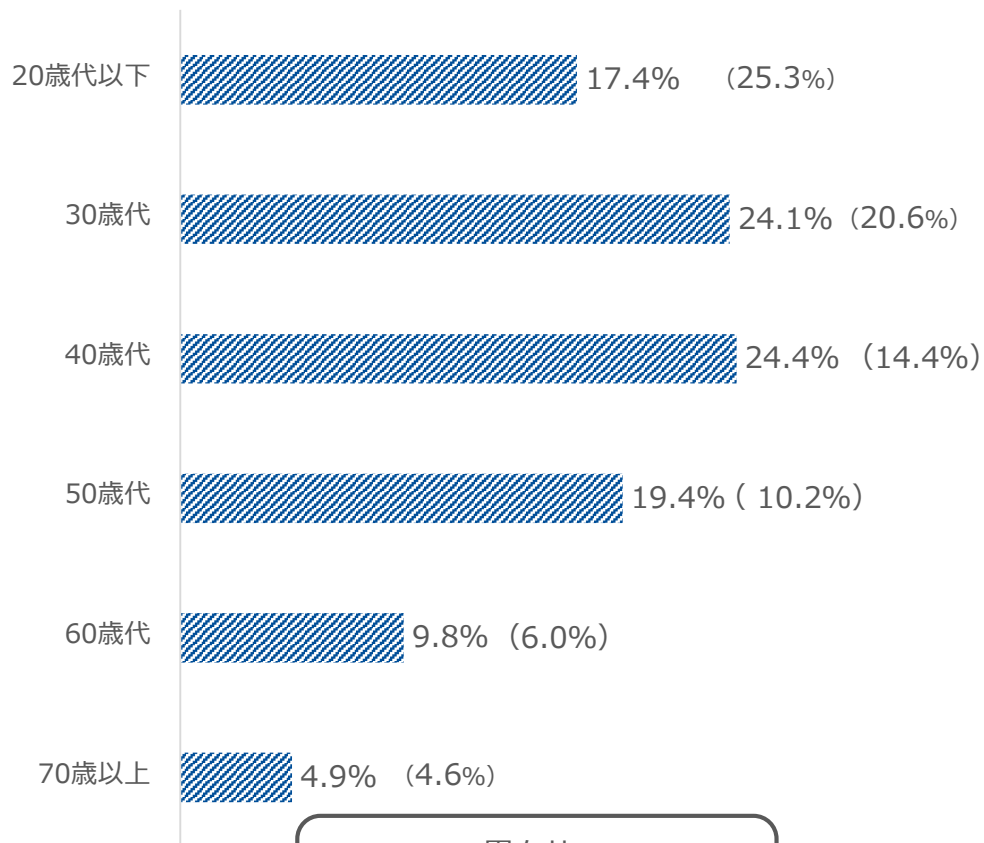
※ ( ) は女性比率



エリア分布



関東	51.5% (東京23.2%)
近畿	15.1%
中部	13.7%
北海道・東北	7.7%
九州・沖縄	6.5%
中国	3.8%
四国	1.8%



男女比

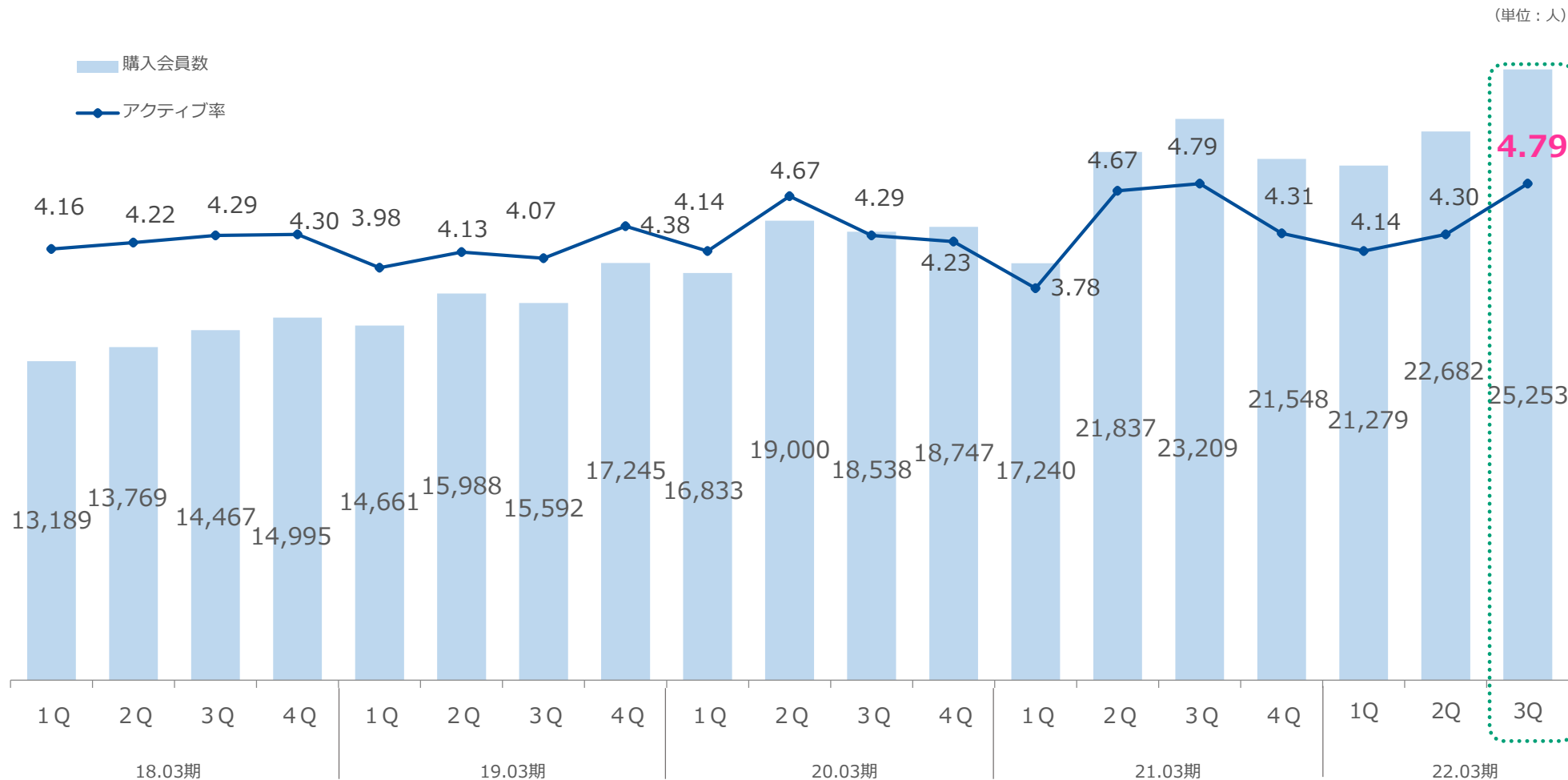
男性 : 84.3%      女性 : 15.7%

# 四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



概要 過去最高の購入会員数を更新し、新規会員数が増加する中でアクティブ率も高い数値を維持。

One to Oneマーケティング×AIMDの導入で、価格情報のリクエスト配信数が増加し(月平均約110万件) 購買意欲の促進に繋がる。

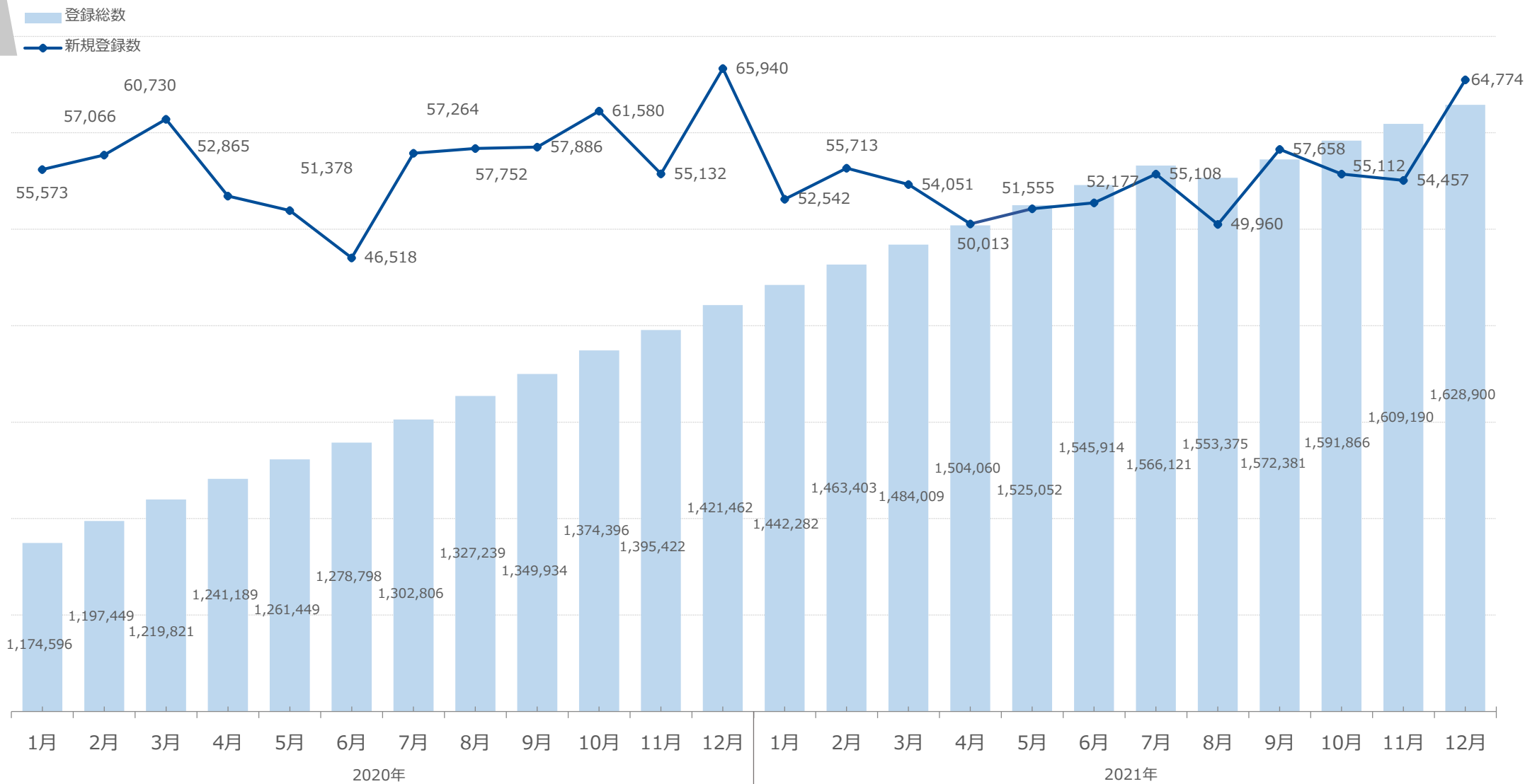


※アクティブ率…各四半期はじめの会員数に対する  
その四半期の購入会員数(新規での購入会員は除く)

# 欲しいリストの登録商品数

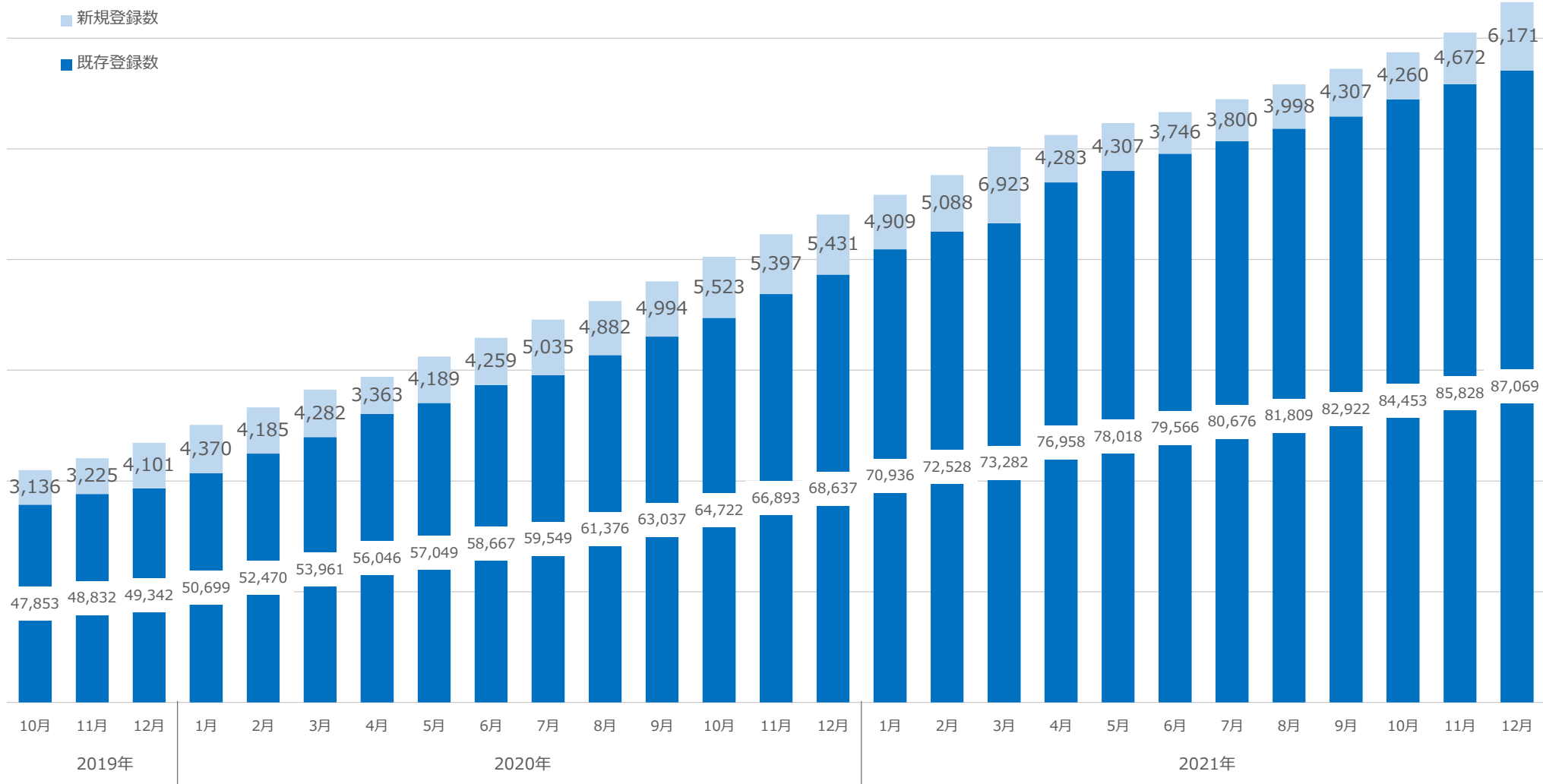


**概要** One to Oneマーケティング×AIMDの導入で、登録商品値下がり時のリクエスト配信数が増加



# 入荷お知らせメール登録数

概要 3Q月平均約35万件のリクエスト配信





**SYUPPIN®** × **FCS**

2022年1月26日付で (株) フクイカメラサービス (本社：福井県福井市) と  
資本業務提携契約を締結いたしました

## フクイカメラサービスについて

- 国内でもトップクラスの技術を誇るカメラ修理企業であり、業務開始から57年、日本全国から年間約7万台を超える修理品実績
- 当社との取引は約7年前から開始

## 資本業務提携内容

- フクイカメラサービス発行済株式総数の35%取得
- カメラのコンディションチェック及び修理事業の協力、強化を行い品質向上にむけた事業協力
- 商品の安定供給を行う為の事業協力、共同事業実施の検討
- 人事交流を通じた事業ノウハウの共有や人材育成





- 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。