



2023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	235名（2022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
	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	

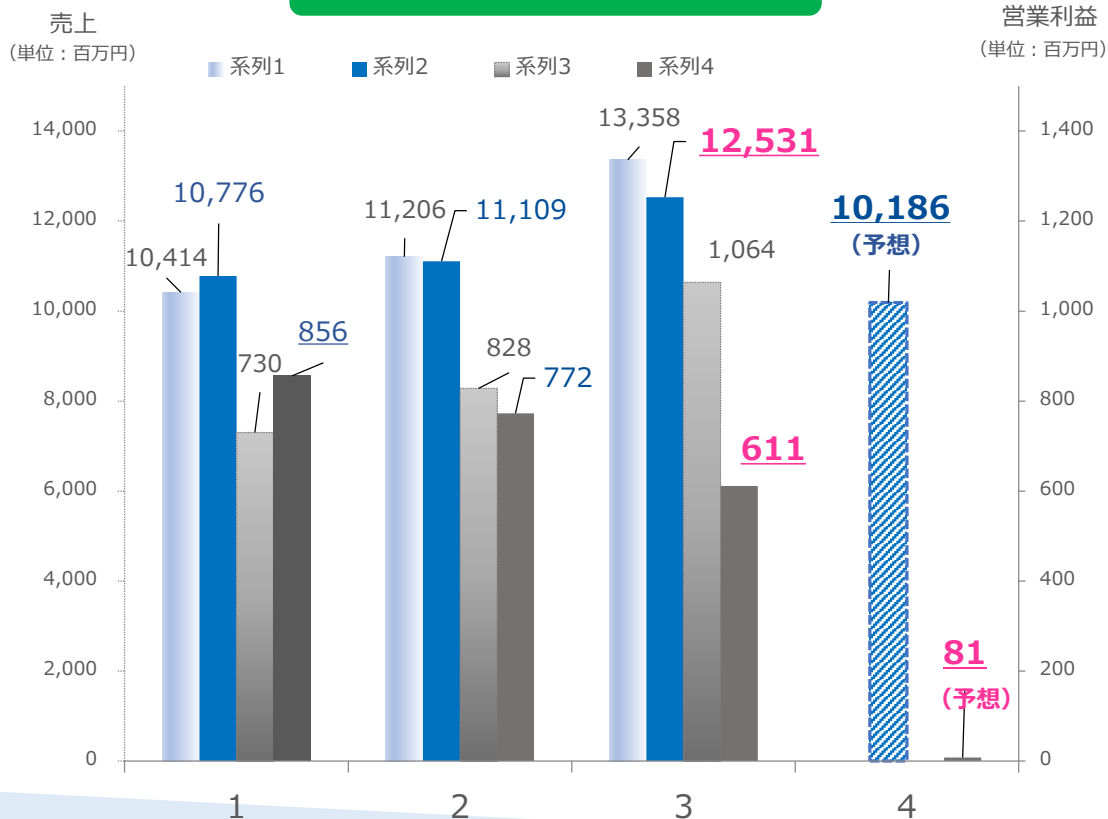
3Q決算ハイライト(計画比)



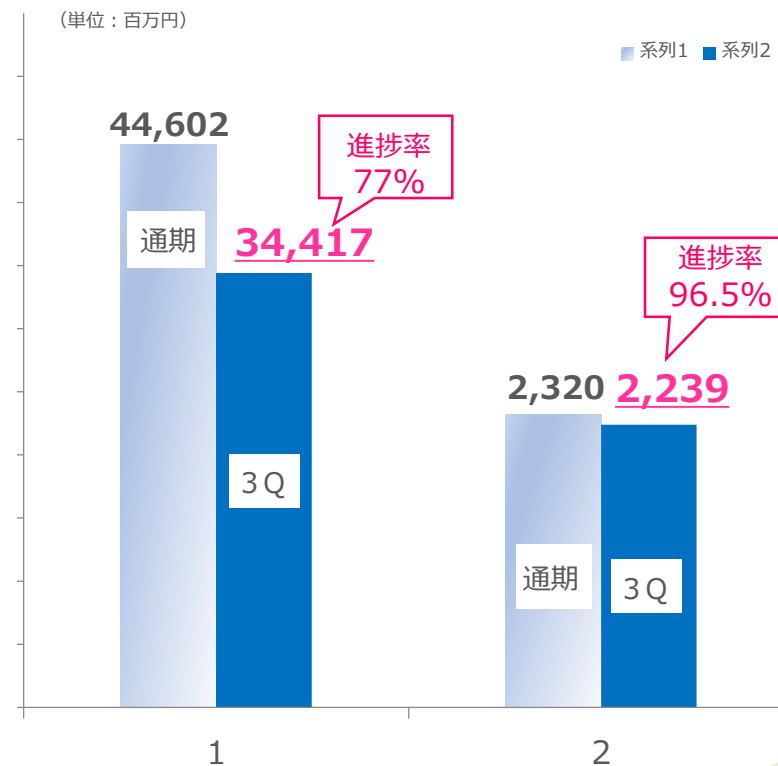
概要

- 売上高：カメラ、越境EC事業は好調に推移したが、国際情勢による影響を引き続き受け、特に時計事業が売上高減少となり、計画値を下回った
- 粗利率：カメラ事業では引き続きAIMDが安定的に稼働、時計事業においては市況の販売価格が急激に下落した影響により粗利率が減少し、全体で15.4%となった
- 営業利益：第3四半期単体での販管費は売上比率10.6%でおさめたものの、粗利率の減少により営業利益率は同期間で4.9%となり、結果、修正計画に対する通期累計での進捗率は96.5%となった。尚、4Qにおいては3Qから続く時計相場の急落に伴い、在庫評価を見直した計画とした。

計画・実績四半期推移



通期修正計画・3Q進捗率

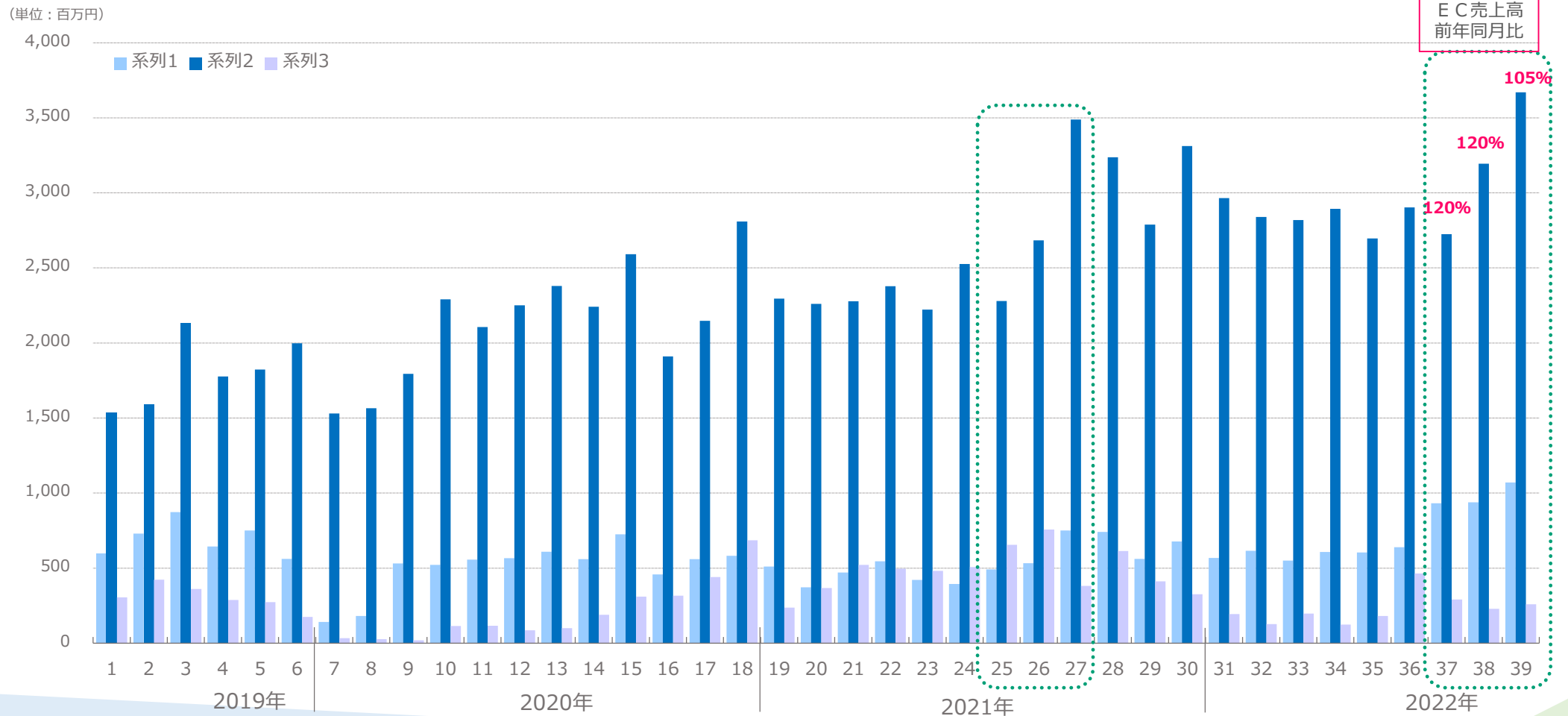


販売チャネル別売上高推移（月次）

EC 3Qすべての月において、前年同月比を上回り好調に推移

店舗 年末商戦に向けた需要が想定よりも下回ったものの、前年同月比を上回り回復

免税 引き続き、時計事業におけるインバウンド需要の低迷が続く

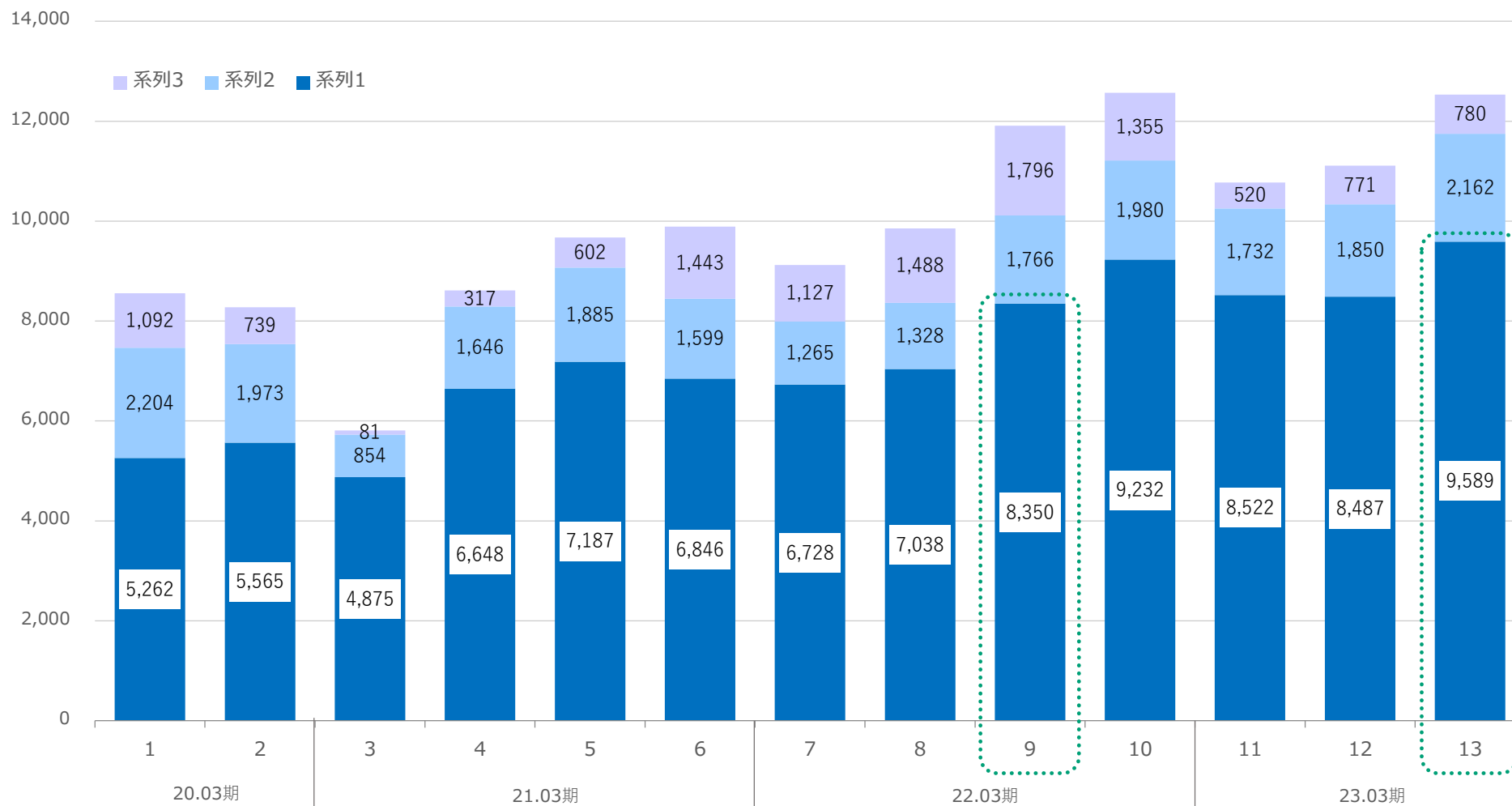


販売チャネル別売上高推移（四半期）

概要

EC売上高は好調に推移し、売上高全体では**前年同期比114.8%**

(単位：百万円)



EC売上高推移

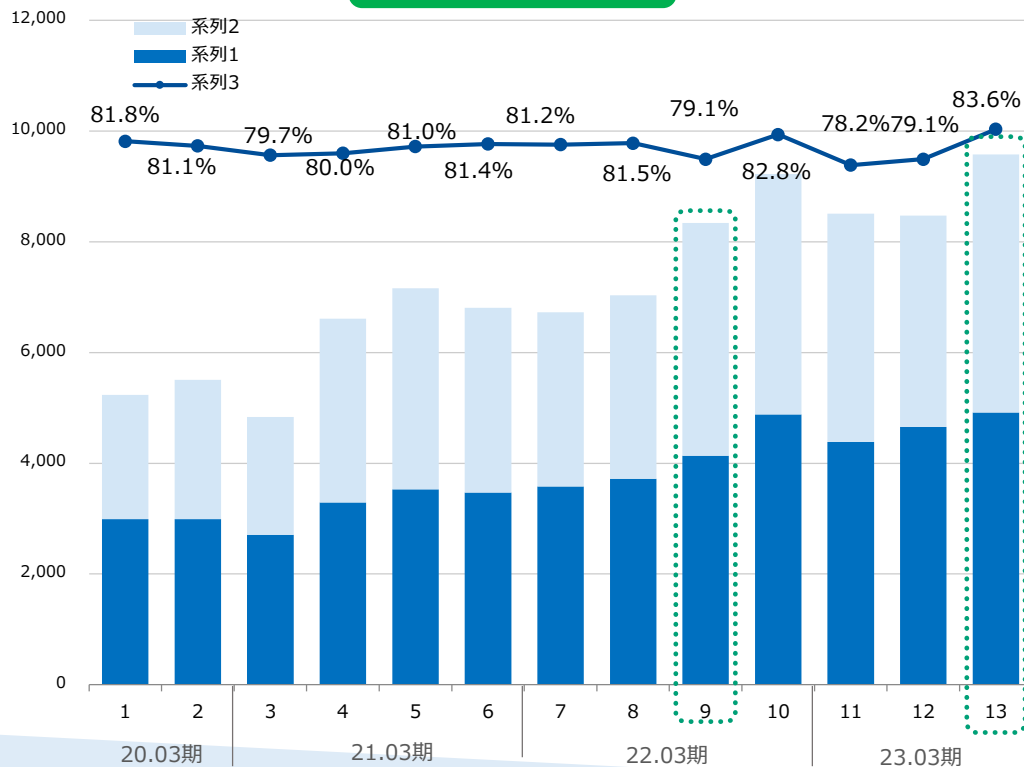
概要

AIコンテンツレコメンドのOne to One配信の効果もあり、自社サイトが伸長

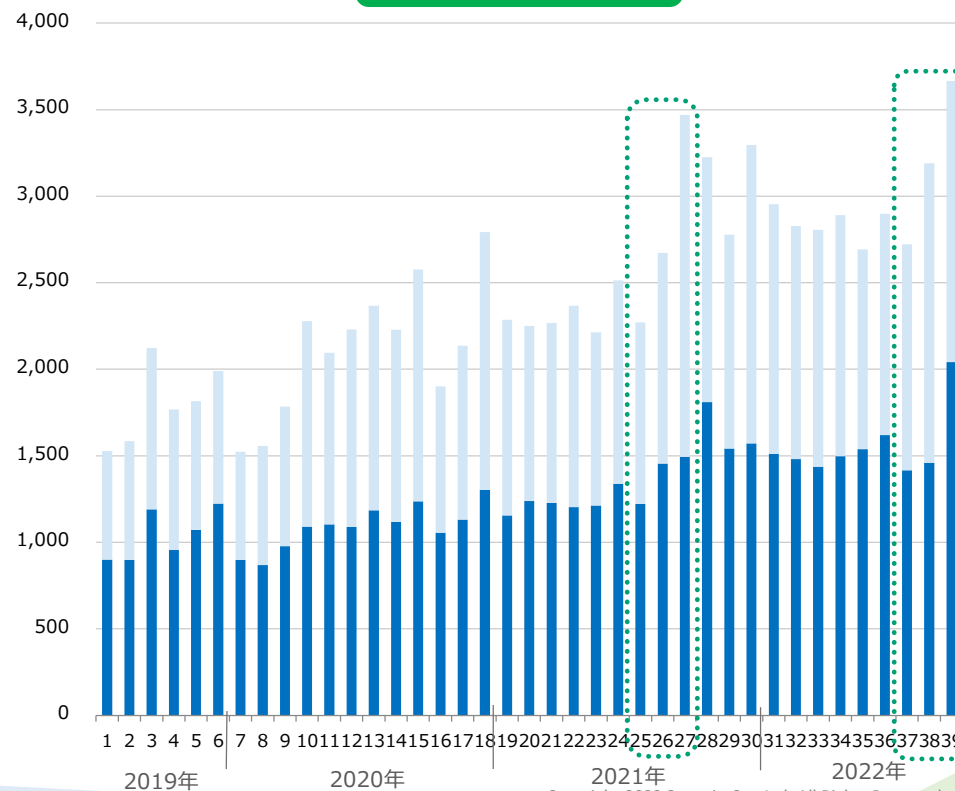
	2023.3期 1Q	2023.3期 2Q	2023.3期 3Q	前年同期比
EC売上高 (百万円)	8,522	8,487	9,589	114%
自社サイト比率	78.2%	79.1%	83.6%	+4.5%
モール比率	21.8%	20.9%	16.4%	▲4.5%

四半期推移

(単位：百万円)



月次推移

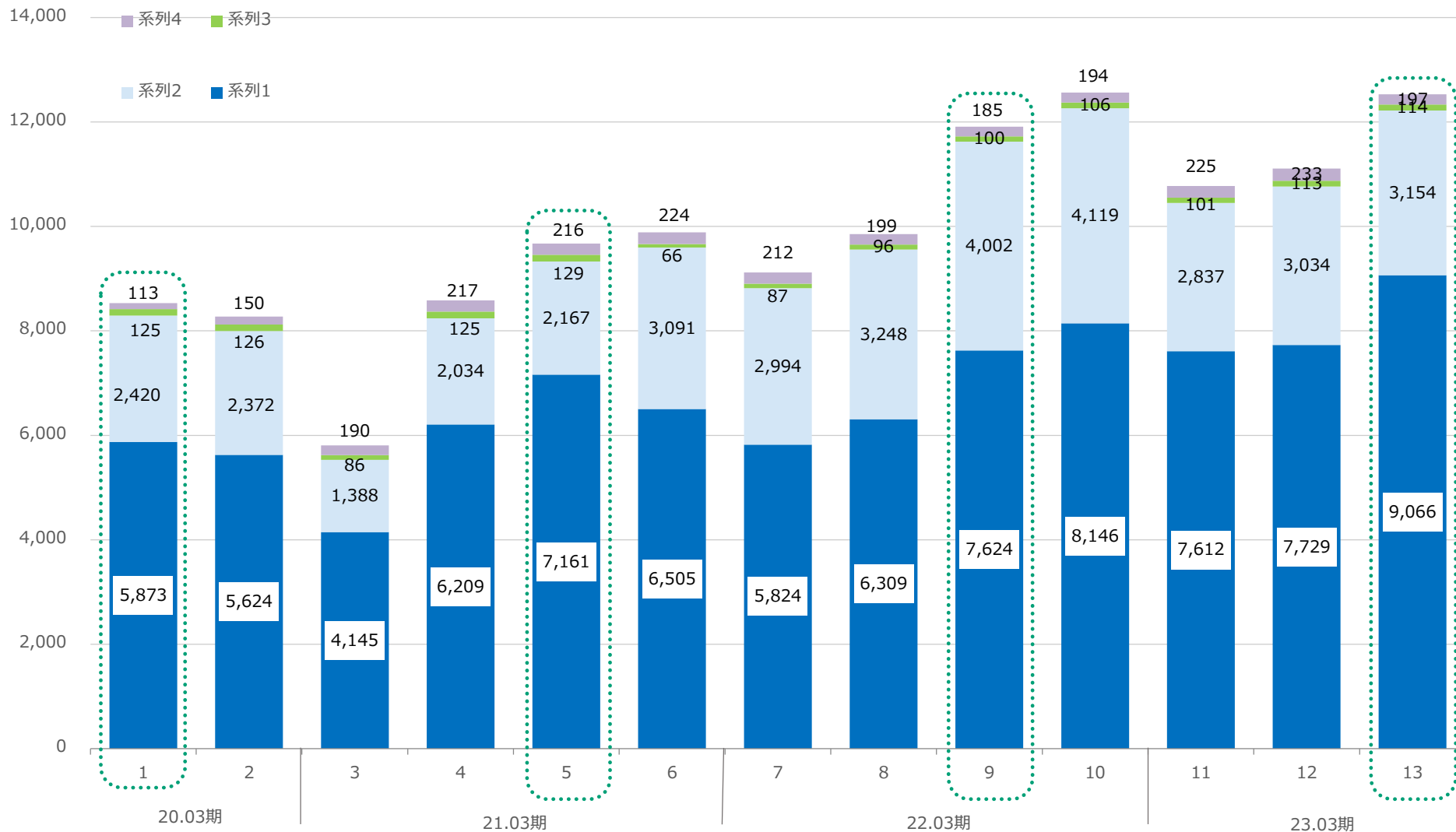


事業別売上高（四半期）



概要 事業全体としては順調に推移し、**売上高は3Q単体としては過去最高額を更新**するも、時計事業は減少

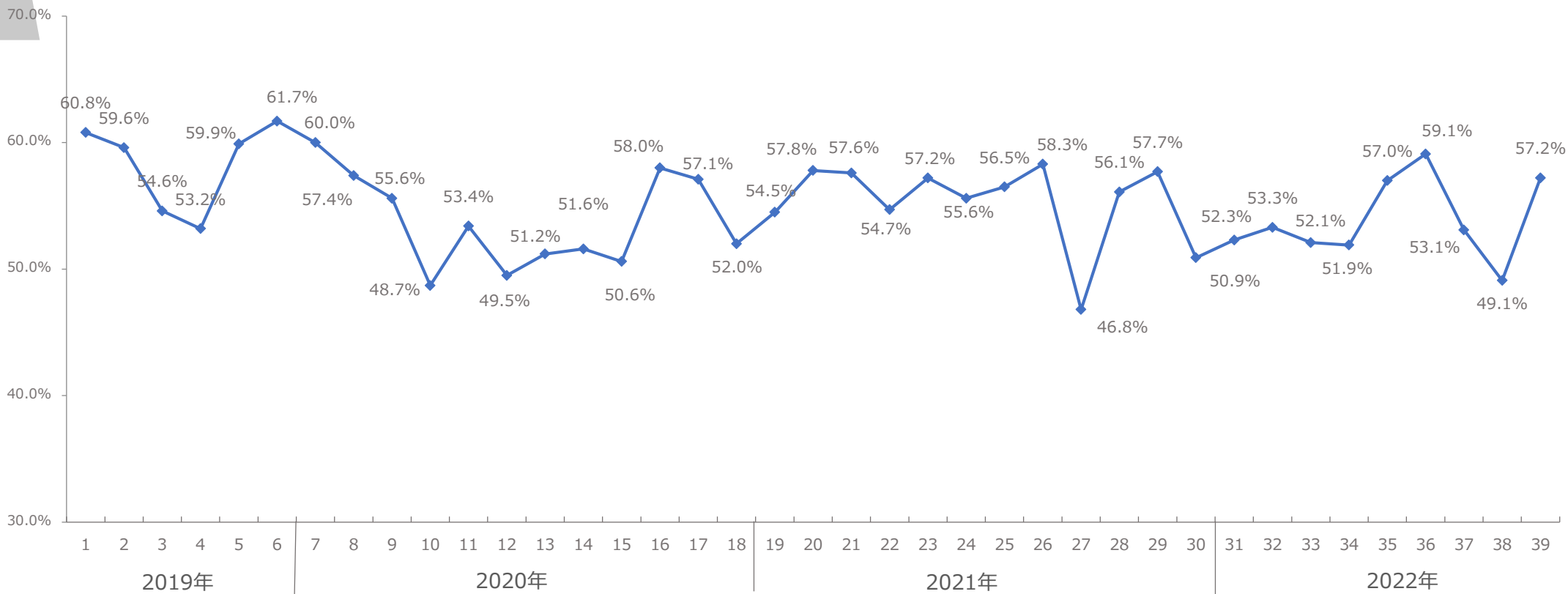
(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移



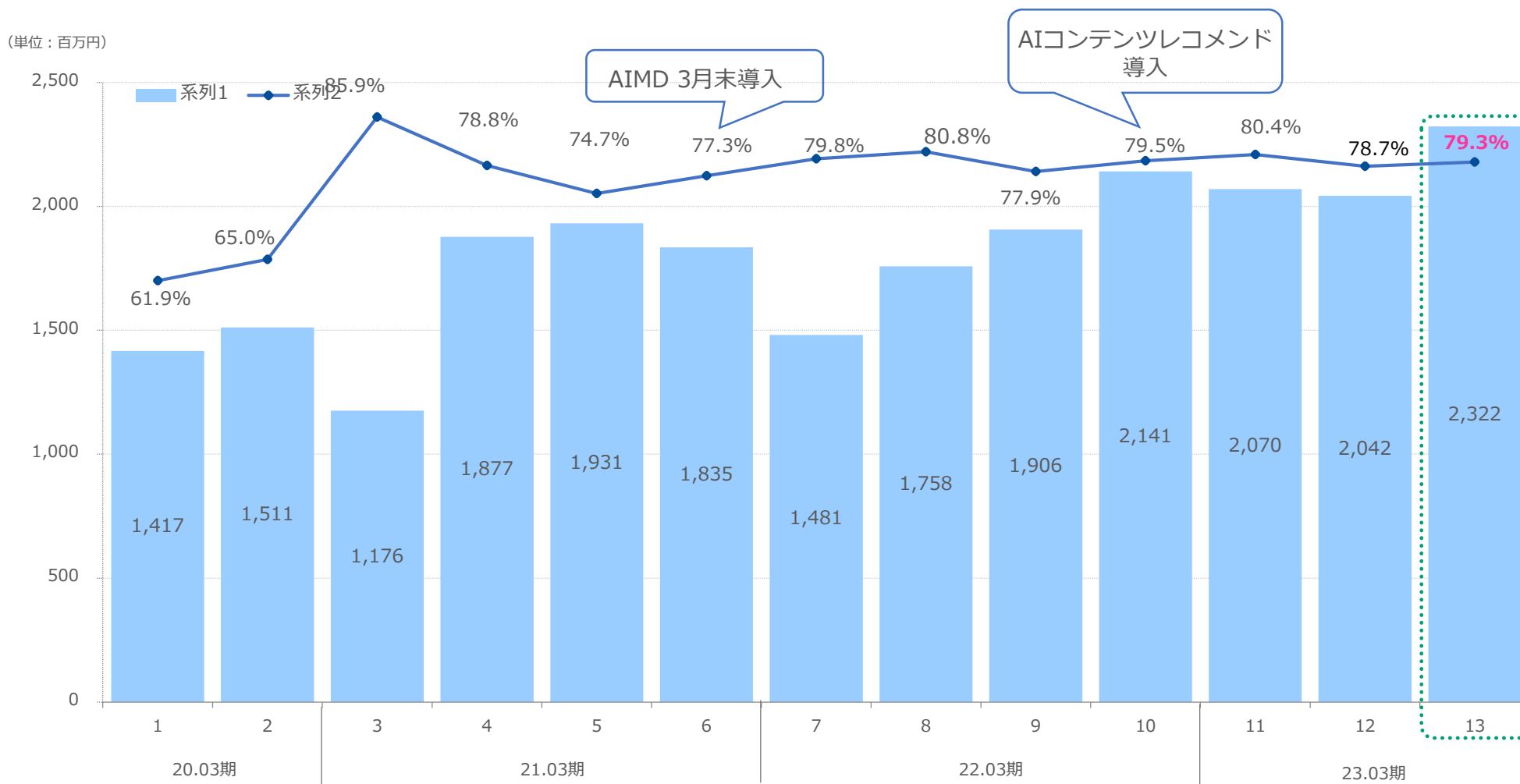
概要 時計事業の中古品売上高は、国内相場的大幅な下落があったものの、中古品比率は大きな影響を受けることなく維持



 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
	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%



概要 EC比率は引き続き高い水準を維持。



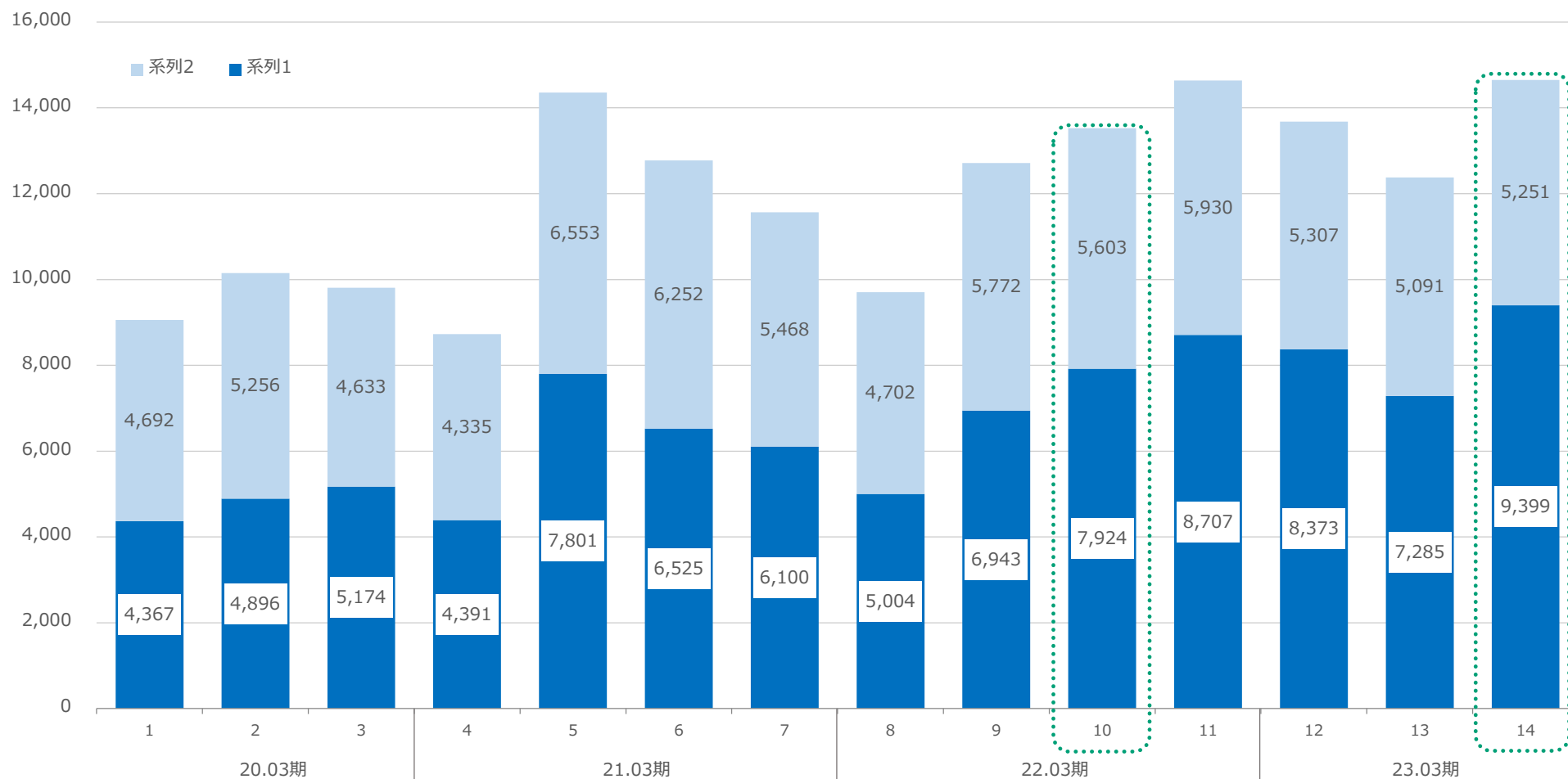


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



概要 AIMD効果により交換サイクルが安定し、好調に推移。

(単位：件)



決算概要：前年比較

売上高

【前年同期比】**全体：111.4%** **EC：120.3%** 店舗：89.2%
EC売上高は主軸のカメラ事業を中心に堅調に推移、店舗売上高は免税売上高を中心に減少

粗利率

主軸のカメラ事業については、AIMDの効果により堅調に推移。時計においては、相場全体の下落の影響を受け減少となり、全体の粗利率は17.6%となった

販管費

AI活用によるスリムな経営を継続強化している中、販売促進費や手数料などの売上高連動分の費用、新たなシステム開発投資に伴う運用費、従業員給与のベースアップによる増加があり、売上高販売管理費比率は11.1%となった

営業利益

時計相場全体の下落の影響に対応したことで、営業利益率は6.5%となった

	22.03期 3Q累計		23.03期 3Q累計					(単位：百万円)		
	実績	売上高比率	1Q実績	2Q実績	3Q実績	累計	売上高比率	前年同期比	計画	計画比増減
売上高	30,885	-	10,776	11,108	12,531	34,417	-	111.4%	34,980	▲563
売上総利益	5,692	18.4%	2,120	1,995	1,935	6,051	17.6%	106.3%	—	—
販売管理費	3,361	10.9%	1,264	1,223	1,324	3,812	11.1%	113.4%	—	—
営業利益	2,331	7.5%	856	771	611	2,239	6.5%	96.1%	2,624	▲385
経常利益	2,380	7.7%	863	782	593	2,238	6.5%	94.1%	2,602	▲364
当期純利益	1,639	5.3%	585	540	430	1,556	4.5%	95.0%	1,795	▲239

販売管理費の前年比較

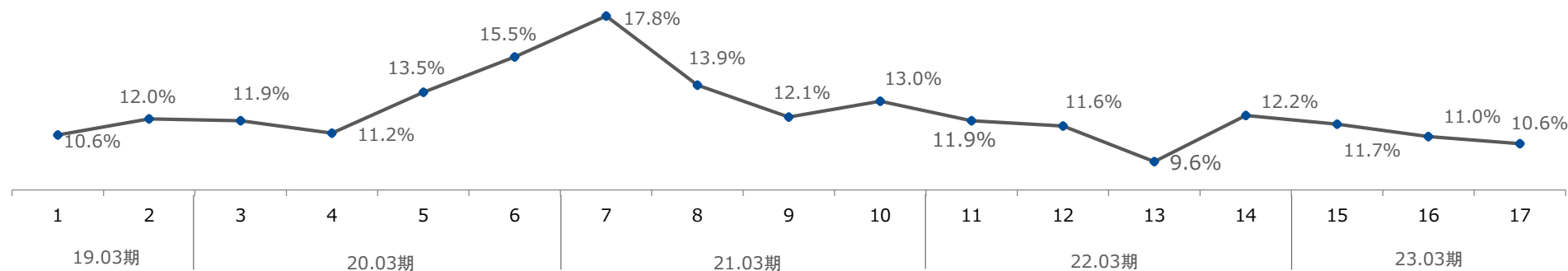


(単位：百万円)

	22.03期 3Q累計		23.03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	954	3.1%	1045	3.0%	▲0.1%	+91
広告宣伝費	31	0.1%	30	0.1%	0.0%	▲1
販売促進費	647	2.1%	730	2.1%	0.0%	+83
業務委託費	231	0.8%	278	0.8%	0.0%	+47
支払手数料	715	2.3%	871	2.5%	+0.2%	+156
減価償却費	139	0.5%	145	0.4%	▲0.1%	+6
地代家賃	261	0.8%	264	0.8%	0.0%	+3
その他	380	1.2%	445	1.3%	+0.1%	+65
販売管理費計	3,361	10.9%	3,812	11.1%	+0.2%	+451

- 増加要因
- 給与ベースアップによる増加
 - 下取交換増加に伴う下取り額UP
 - 新たなシステム機能の追加に伴う運用費増
 - 売上増加に伴うクレジット利用手数料の増加
 - 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 3Q累計
		12.0%	12.9%	13.8%	11.3%

事業別業績の前年比較



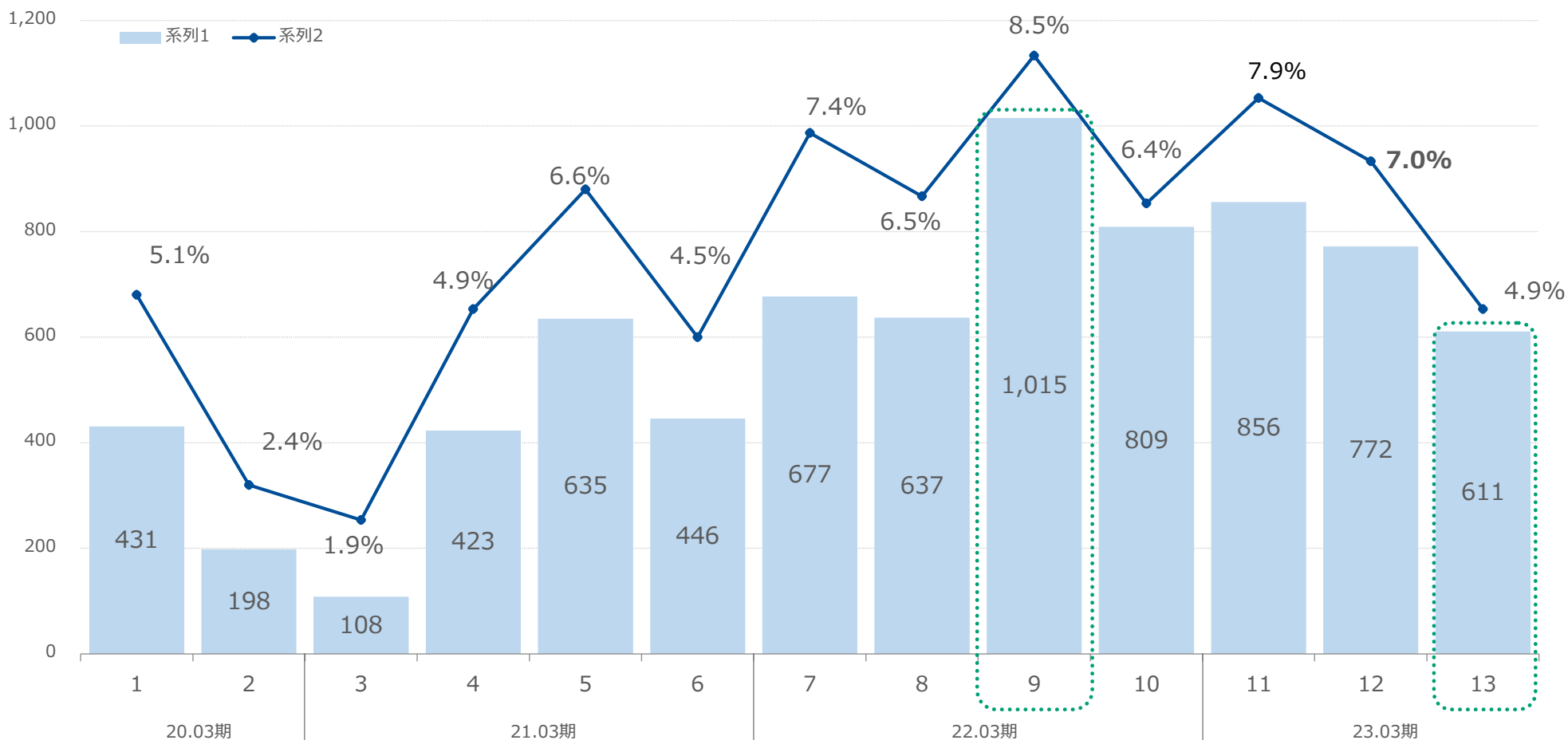
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比		22.03期 3Q (累計)	23.03期 3Q (累計)	前年比	備考
 Map Camera® カメラ事業 (70.9%)	EC売上	17,443	21,131	121.1%	<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25.1%向上
	店舗売上	2,314	3,276	141.6%	
	カメラ売上計	19,758	24,407	123.5%	
	セグメント利益	2,229	2,788	125.1%	
 GMT 時計事業 (26.2%)	EC売上	3,884	4,801	123.6%	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売価格の大幅な下落の影響により、3Q単体のセグメント利益が▲184百万円の赤字となり、通期でも大幅な減少
	店舗売上	6,360	4,224	66.4%	
	時計売上計	10,244	9,025	88.1%	
	セグメント利益	716	136	19.1%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1.0%)	EC売上	239	258	107.9%	<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	45	69	154.3%	
	筆記用具売上計	284	328	115.3%	
	セグメント利益	1.8	28	1517.4%	
 CROWN GEARS 自転車事業 (1.9%)	EC売上	549	408	74.3%	<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	48	247	515.5%	
	自転車売上計	597	655	109.7%	
	セグメント利益	35	48	134.2%	
合計	EC売上	22,117	26,599	120.3%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC強化を継続したことにより、引き続きEC売上高は好調
	店舗売上	8,768	7,817	89.2%	
	売上高合計	30,885	34,417	111.4%	

営業利益・営業利益率の四半期推移

概要 時計事業の3Q単体のセグメント利益としては184百万円の赤字となり、その影響を受け営業利益率は4.9%となった。EC主軸のビジネスモデルとAI及びOne to Oneマーケティング活用によるスリムな経営を維持することによって、販売管理費の抑制とコントロールを引き続き継続強化

(単位：百万円)



貸借対照表 前年比較



概要

1 2月商戦を見据えた商品の買取強化を進めたことで、商品在庫が29億円増となった。

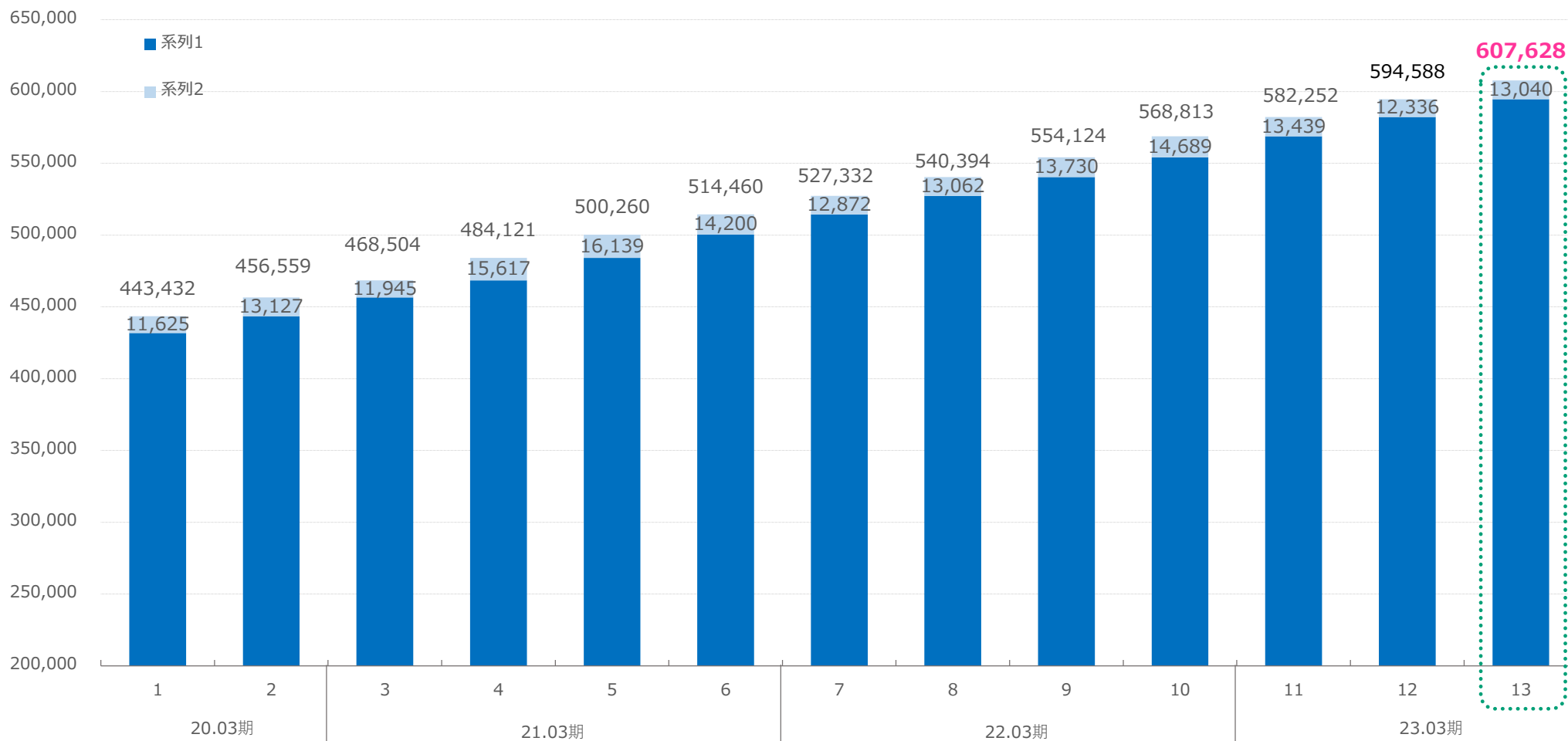
(単位：百万円)

	22.03期末	23.03期 3Q末	
		実績	増減
流動資産	12,820	16,474	+ 3,654
現預金	1,173	1,389	+ 216
商品	8,329	11,234	+ 2,905
固定資産	1,586	1,732	+146
資産合計	14,407	18,207	+ 3,800
流動負債	6,124	8,806	+ 2,682
固定負債	2,813	3,078	+ 265
負債合計	8,937	11,885	+ 2,948
純資産合計	5,469	6,322	+ 853
負債・純資産合計	14,407	18,207	+ 3,800

Web会員数の四半期推移



概要 毎月新規会員数は順調に増加し、11月には60万人を突破



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 **40.9%**

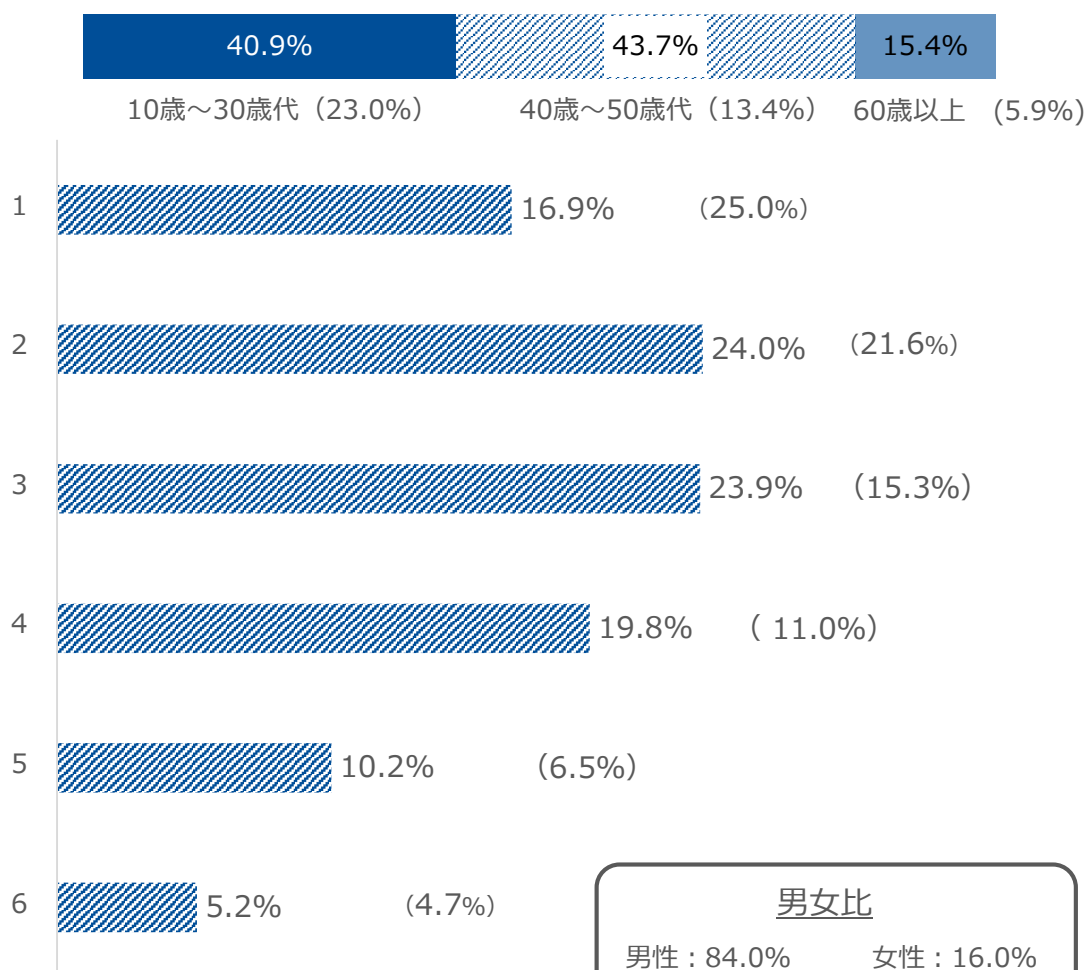
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **23.0%**と高い

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

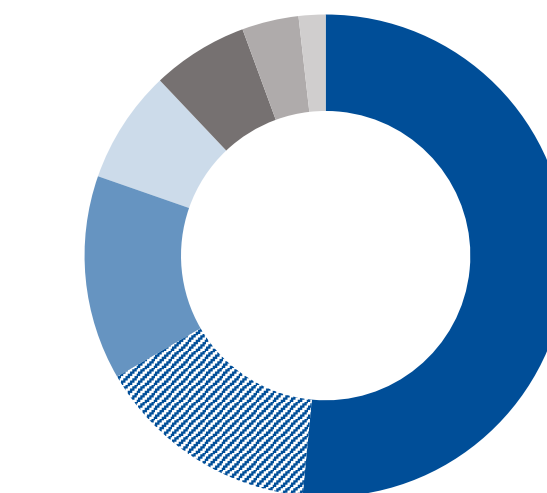
2022年12月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布



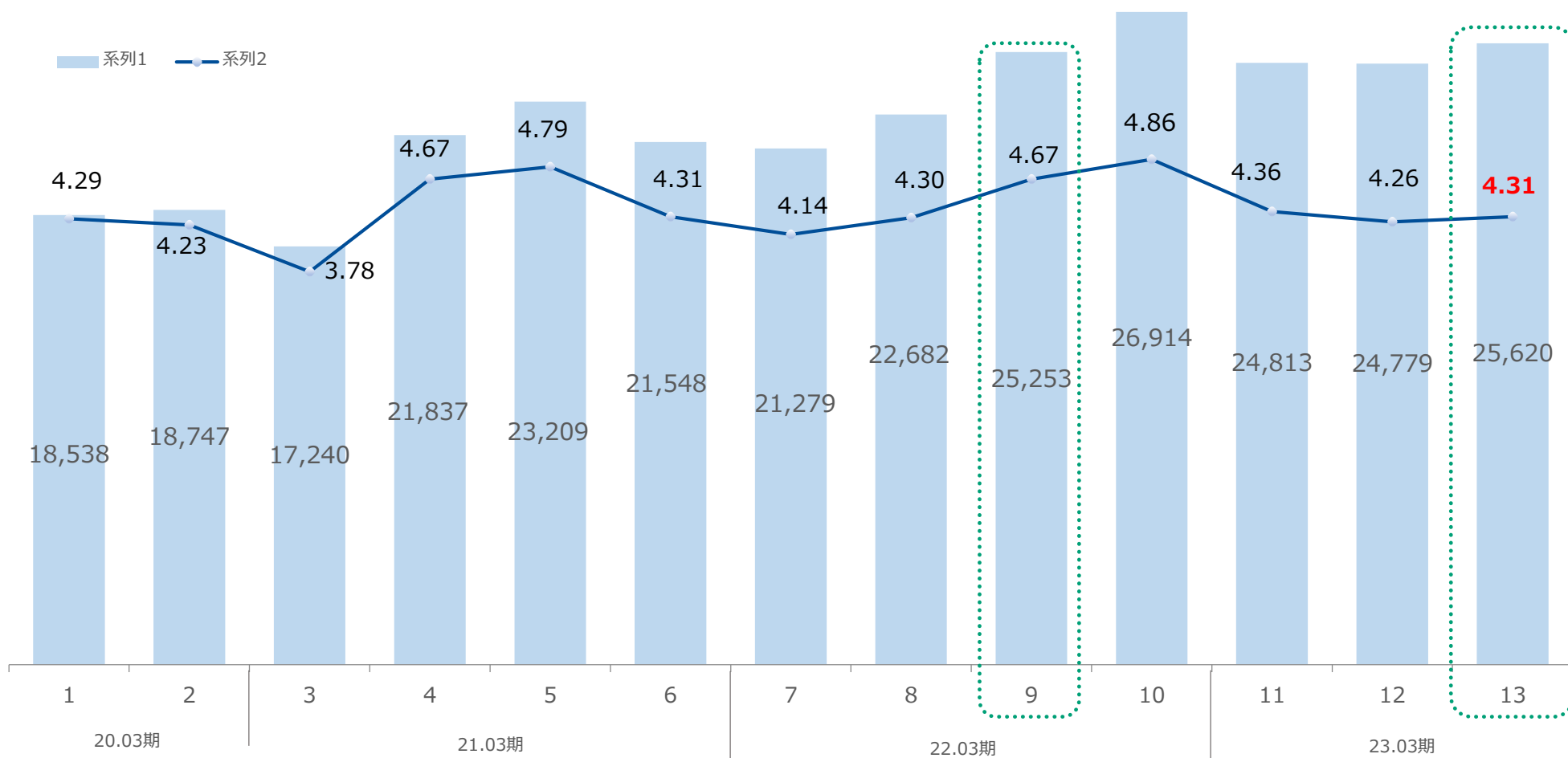
■ 関東	51.5% (東京23.2%)
■ 近畿	15.1%
■ 中部	13.7%
■ 北海道・東北	7.6%
■ 九州・沖縄	6.5%
■ 中国	3.8%
■ 四国	1.8%

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



概要 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)



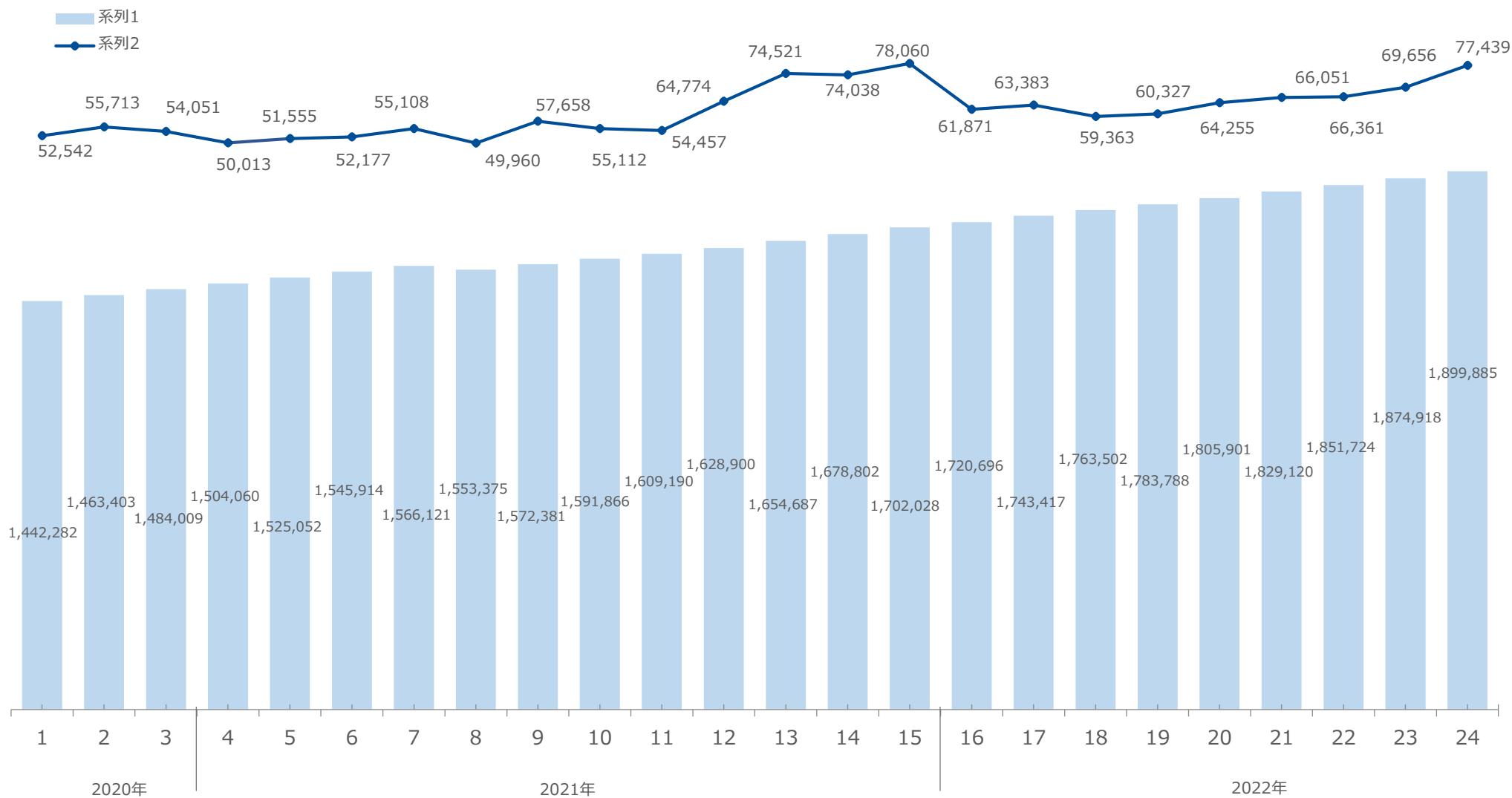
※アクティブ率…各四半期はじめの会員数に対する
その四半期の購入会員数(新規での購入会員は除く)

欲しいリストの登録商品数



※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

概要 新規登録数は月平均 約6万件で推移し順増。

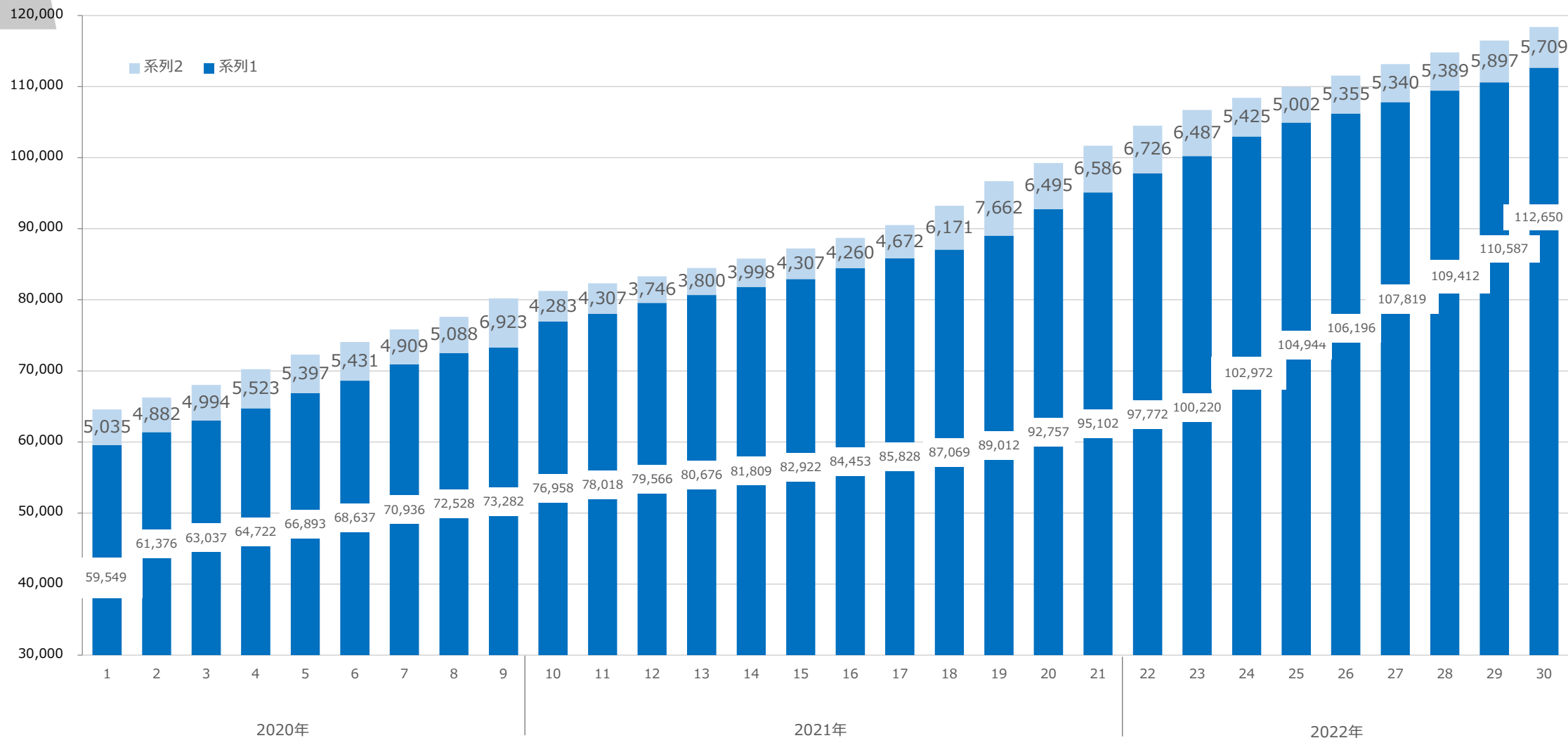


入荷お知らせメール登録数



概要 新規登録数が順調に推移。

メール、アプリだけでなく、5月からはLINEでのお知らせ機能を導入。通期平均 約40万件の配信。





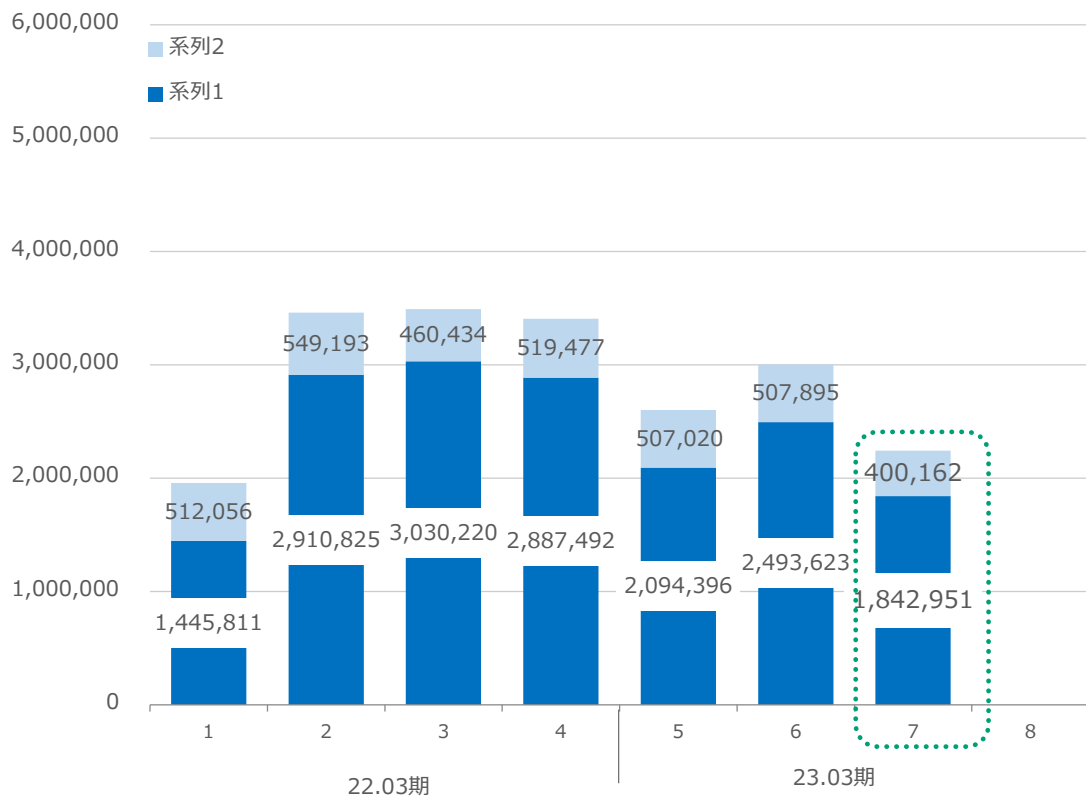
AIMD × One to One × AIコンテンツレコメンド



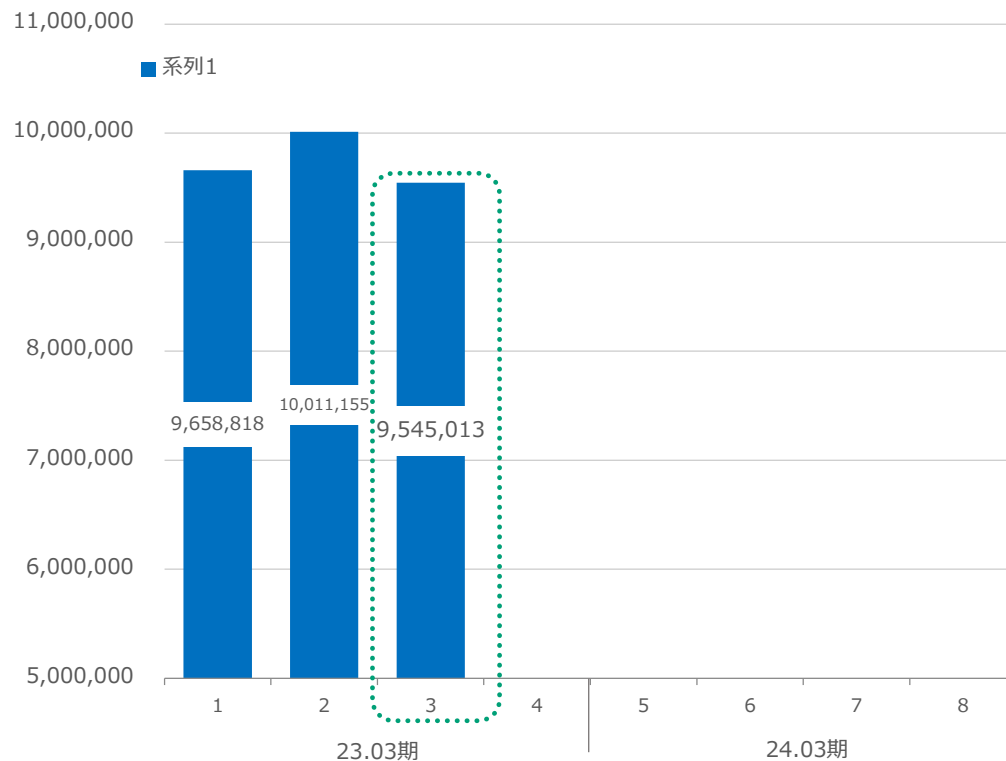
概要 AIMD × One to One × AIコンテンツレコメンドのリクエスト配信数も堅調に推移
 お客様のお手元のスマートフォンに **月平均400万配信**

※AIコンテンツレコメンド 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



AIコンテンツレコメンド



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。