



 Paralym Art®
障がい者アートを応援しています

2023年3月期 決算補足資料

SYUPPIN®

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	275名（2023年3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	

2023年3月期 決算ハイライト

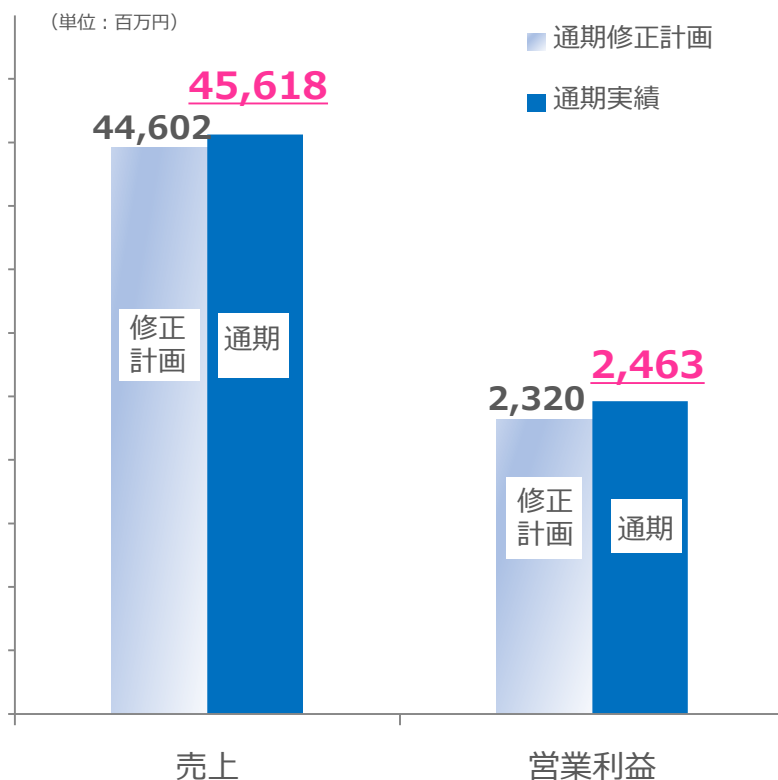


売上高、営業利益、当期純利益は修正計画を上回り、売上高は過去最高を達成。

時計事業はグローバル価格相場の下落を受け1.91億円のセグメント赤字となるものの、主力事業のカメラが前年対比120%のセグメント利益となり、修正計画を上回る。

計画・実績比較（通期）

※ 2023/2/7の第3四半期決算発表時に公表した、業績修正計画比



売上高

修正計画比：**102.3%**

- カメラは、国内／越境EC、店舗、免税のいずれも通期を通して好調に終わる。
- 時計価格相場の下落は一服、2月以降は販売が進む。

営業利益

修正計画比：**106.2%**

- カメラ事業でAIMDが機能し、中古カメラの粗利率は高い水準を引き続き維持。
- 時計事業は売上高が回復し、全社の通期棚卸商品評価損の計上が、修正計画の想定金額を下回る3.48億円となり、営業利益は計画値を上回って着地。

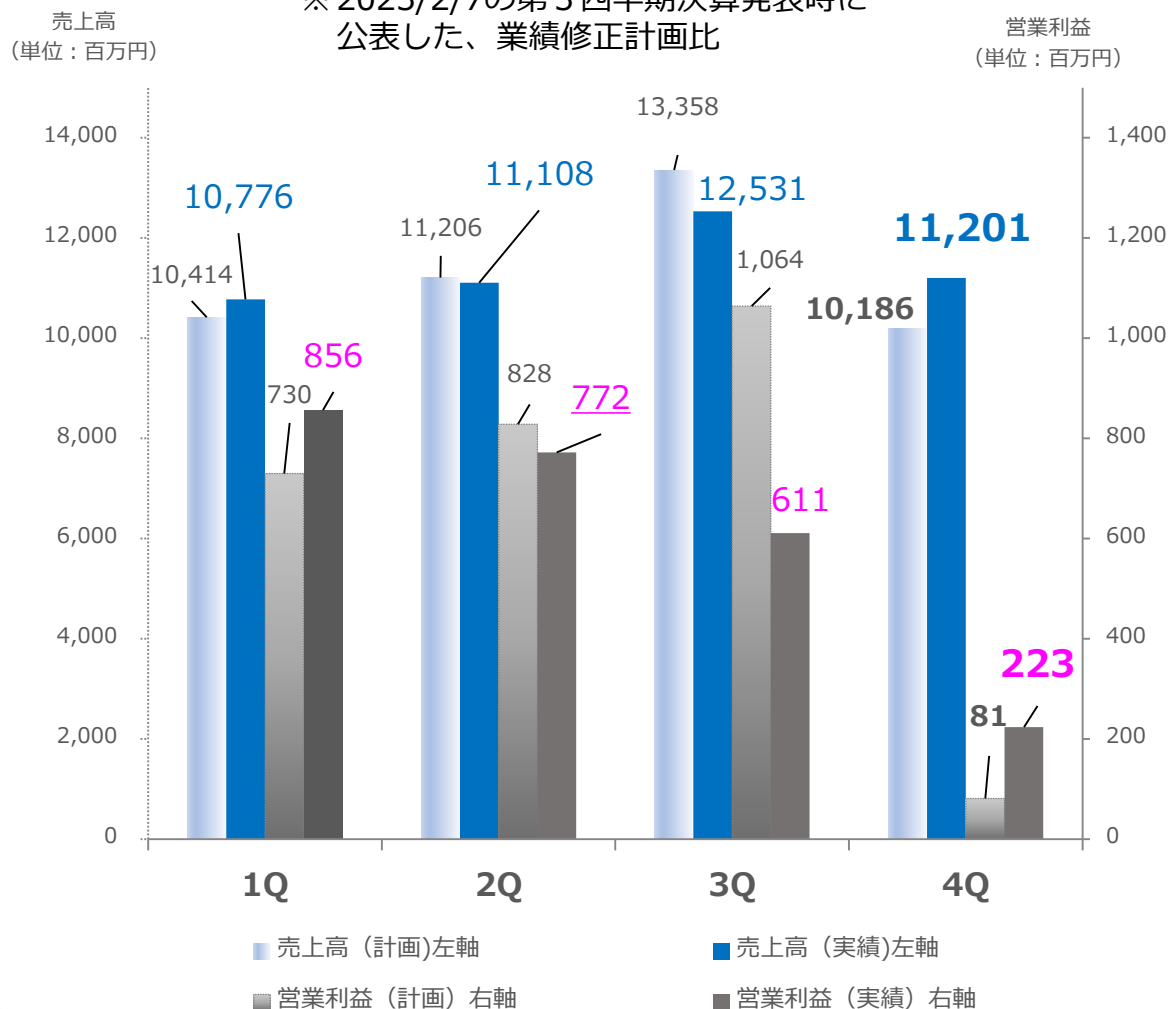
4Q単体 決算ハイライト



棚卸商品評価損は2.19億円に収まり、**4Q営業利益は81百万円の計画に対し2.23億円**で着地。

計画・実績四半期推移

※ 2023/2/7の第3四半期決算発表時に公表した、業績修正計画比



売上高

時計価格相場の下落は一服、
2月以降は販売が進む。

粗利率

4Q粗利率は棚卸商品評価損計上の
ため一時的に15.2%に落ち込む。
カメラ事業の堅調さが下支えとなり、
通期では17.0%で着地。

【粗利率推移(全体)】

1Q : 19.7% 2Q : 18.0%
3Q : 15.4% 4Q : 15.2%

通期 : 17.0%

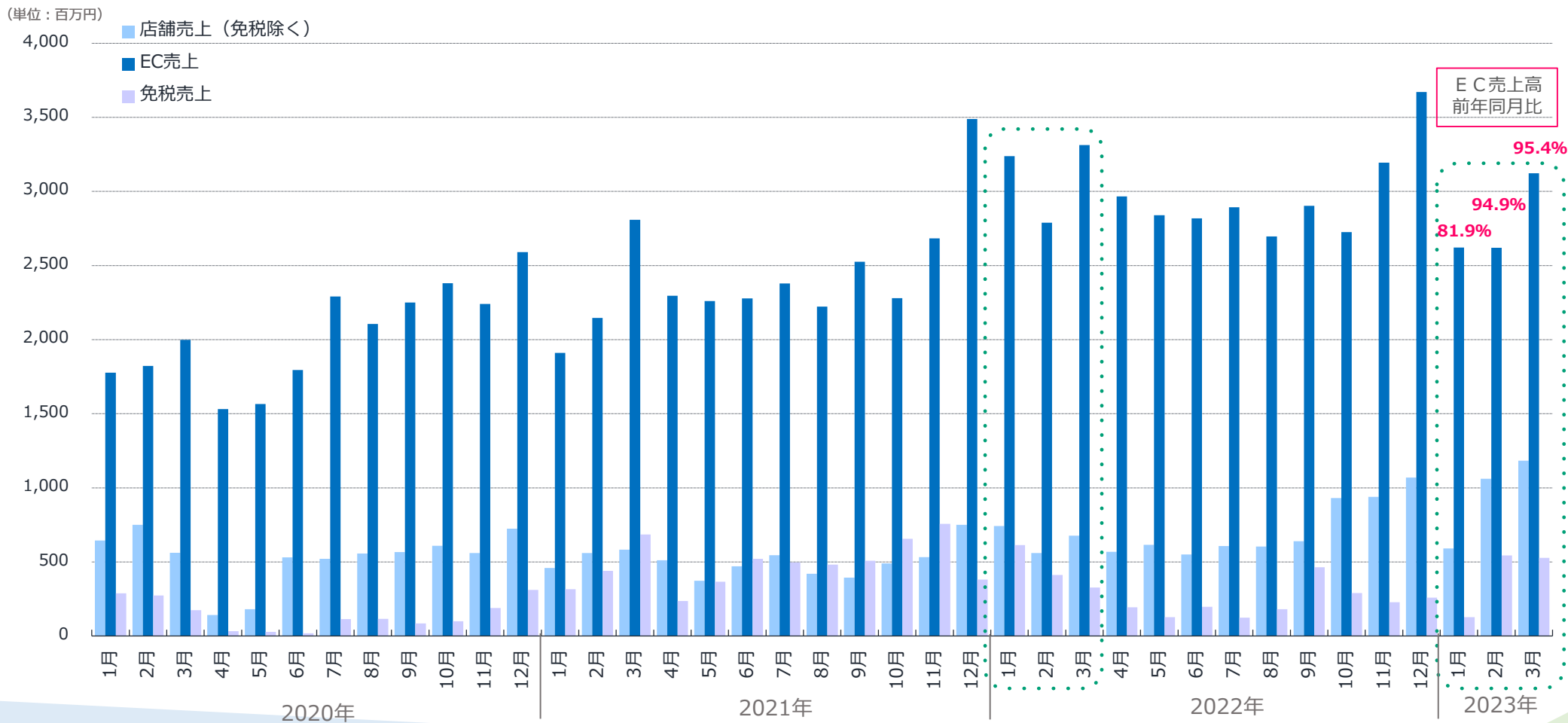
販売チャネル別売上高推移（月次）



EC 時計価格の下落も一服し、2～3月にかけて売上高は回復傾向に。

店舗 月次ベースでは過去最高売上高を記録。

免税 時計、カメラ共に2月以降は活況を催す。

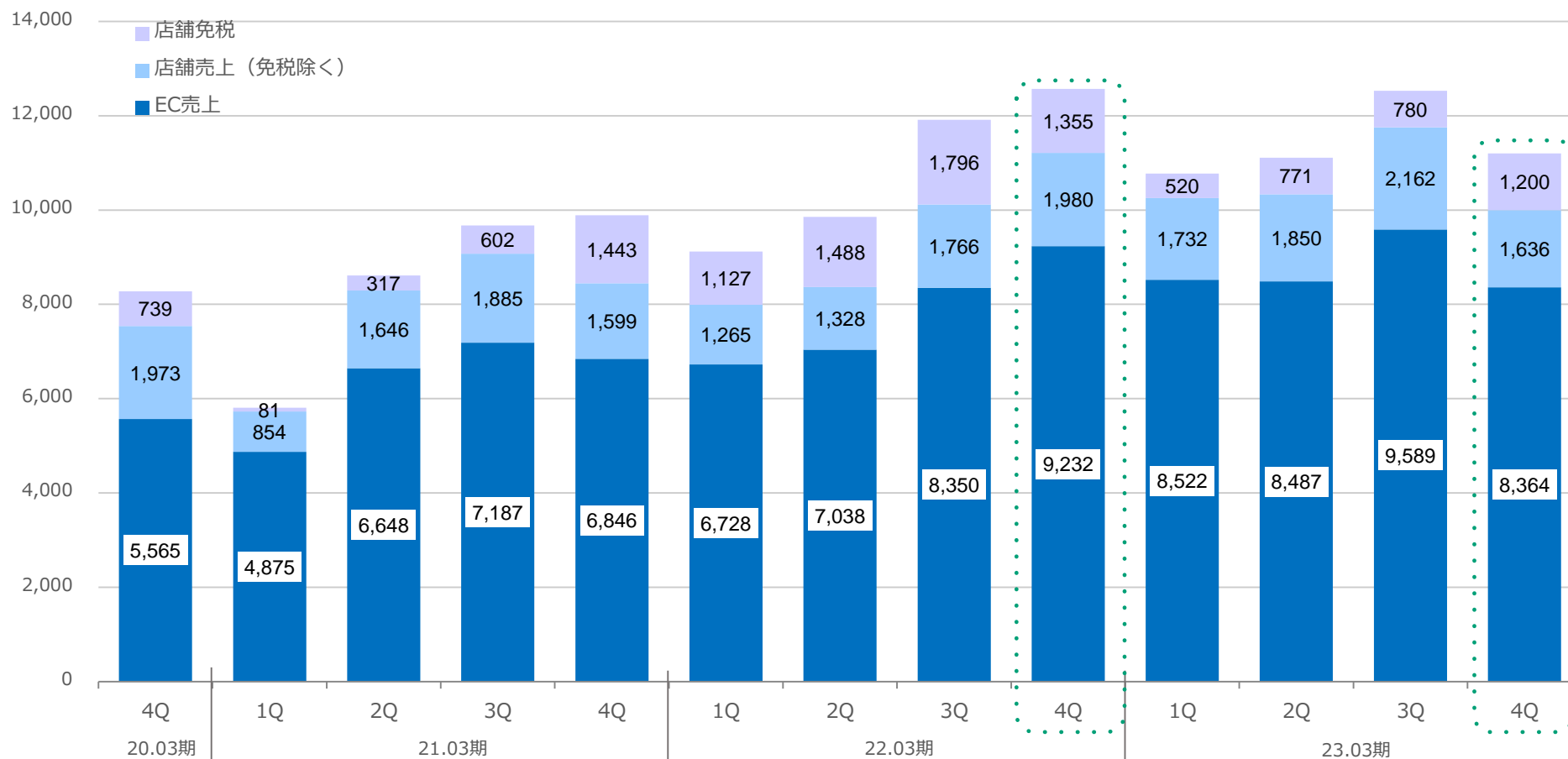


販売チャネル別売上高推移（四半期）



EC売上高はAIコンテンツレコメンドが機能し通年で成長するも、時計事業のEC売上減のため、4Qは前年同期の水準に届かず。

(単位：百万円)

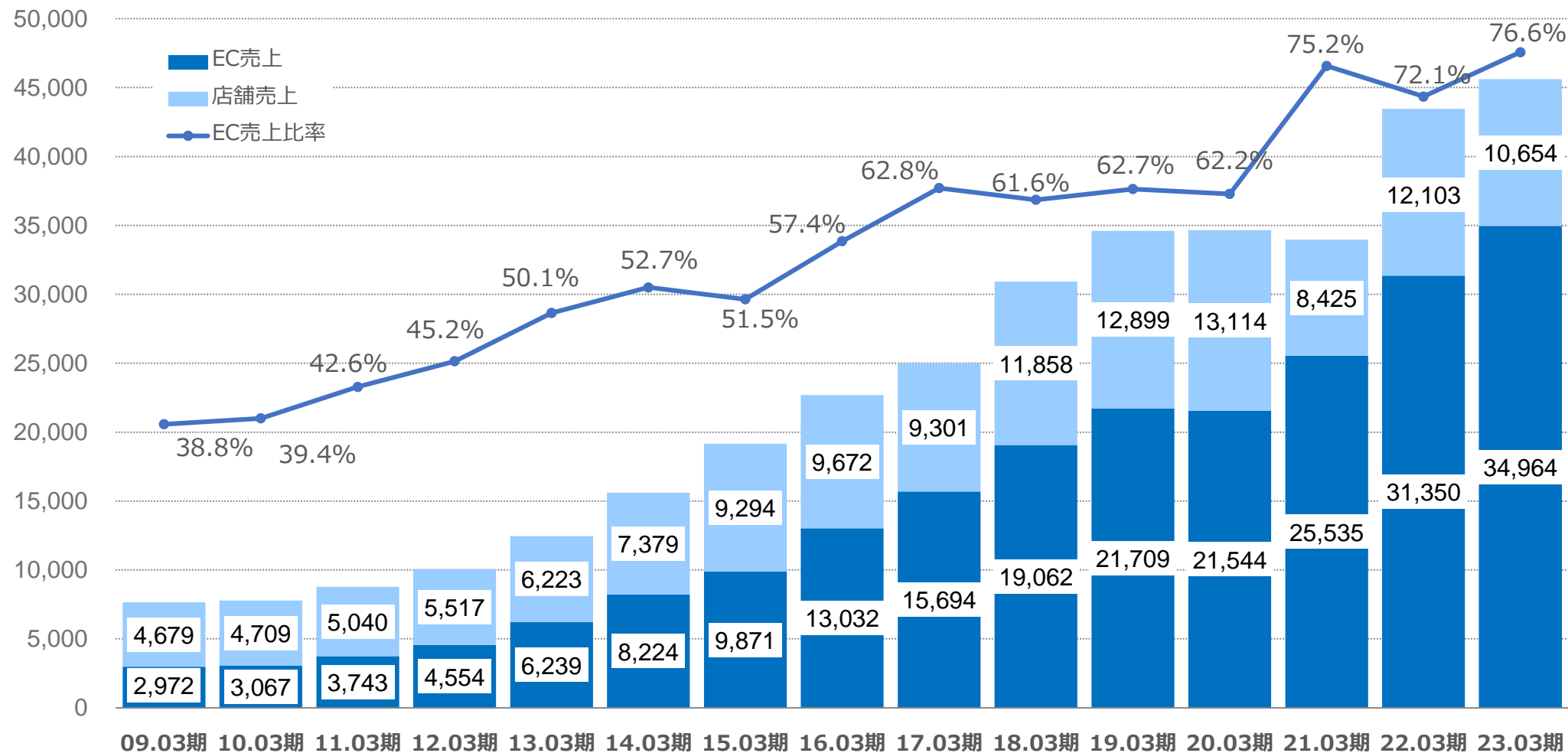


販売チャネル別売上高推移（年度）



AIコンテンツレコメンドの効果もあり、EC売上高は**前年比111.5%**となり、**売上高340億円を突破。**

(単位：百万円)



EC売上高推移（四半期）

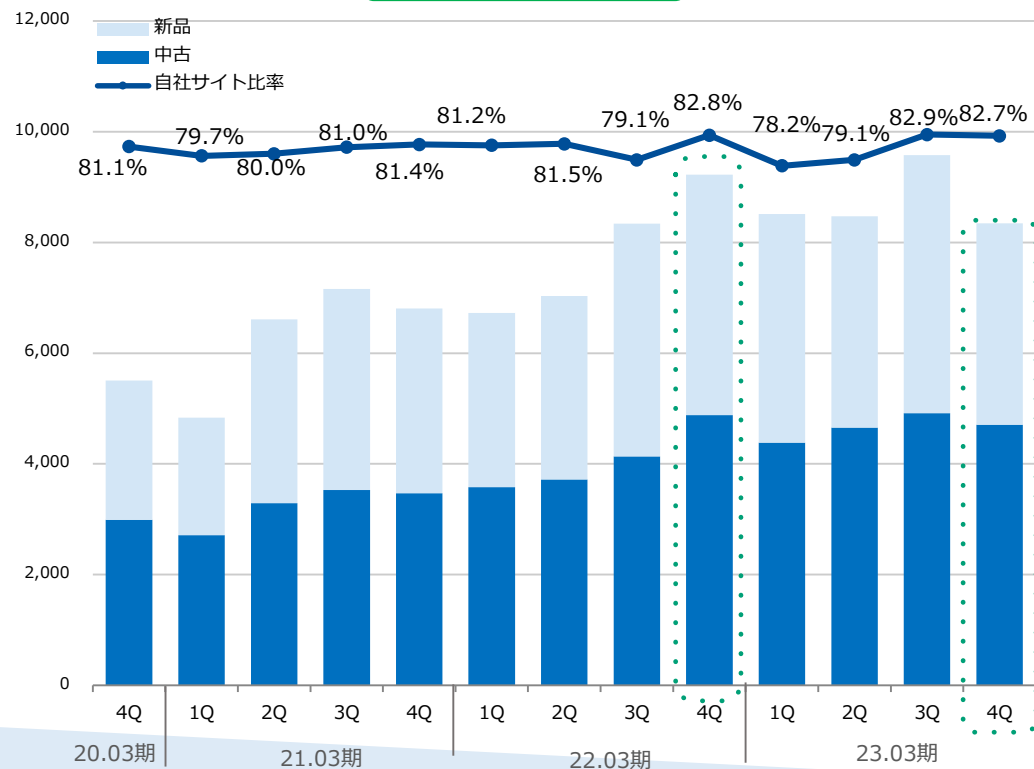


四半期ベースでは時計事業の不振から前年同期を下回る（通期では111.5%の成長）。

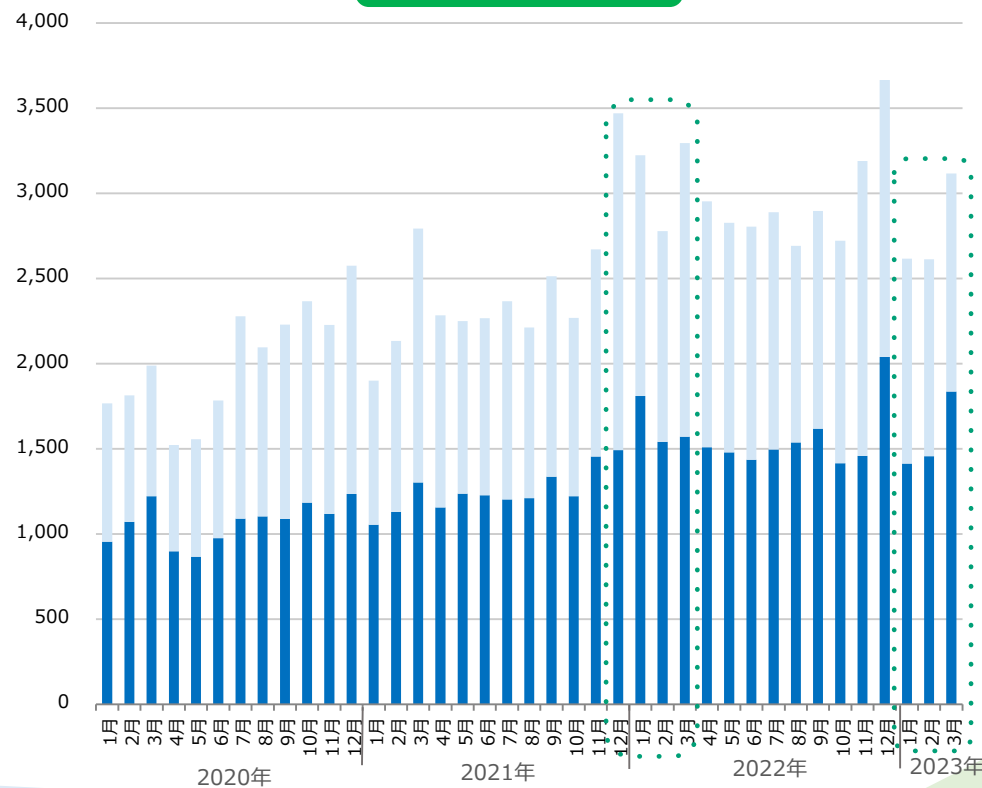
	2023.3期 1Q	2023.3期 2Q	2023.3期 3Q	2023.3期 4 Q	前年同期比
EC売上高（百万円）	8,522	8,487	9,589	8,364	90.6%
自社サイト比率	78.2%	79.0%	82.9%	82.7%	+0.1%
モール比率	21.8%	21.0%	17.1%	17.3%	▲0.1%

四半期推移

(単位：百万円)



月次推移

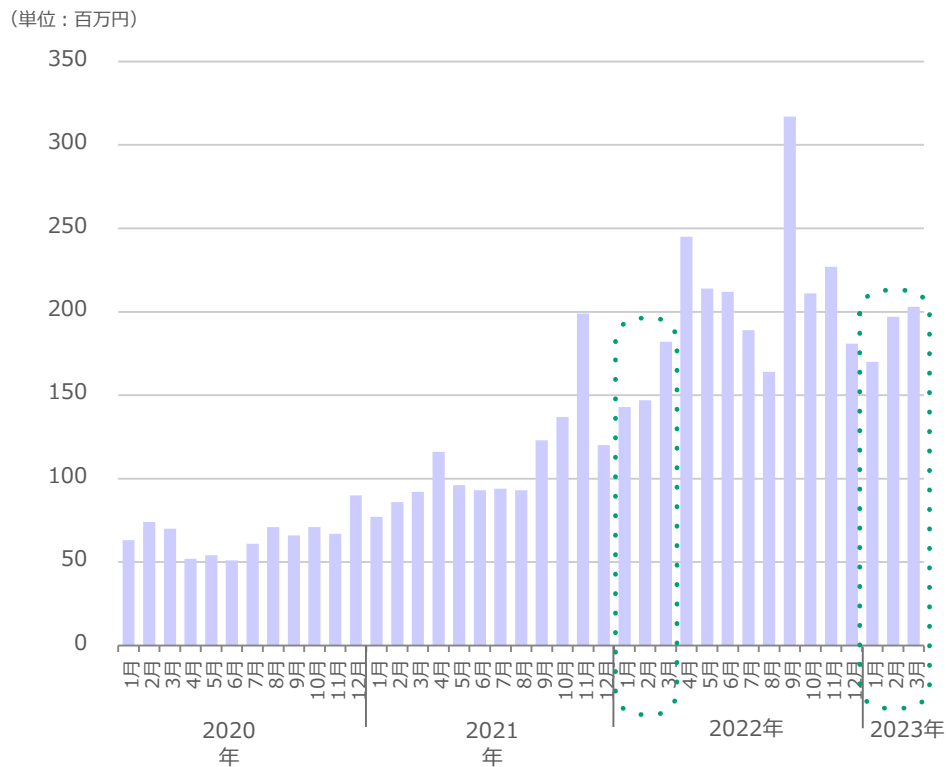


越境 E C (海外モール) ・ 免税 ・ 店舗 売上高推移



越境 E C 売上は着実な成長を遂げつつあり、免税売上高も2021年の水準に戻りつつある。

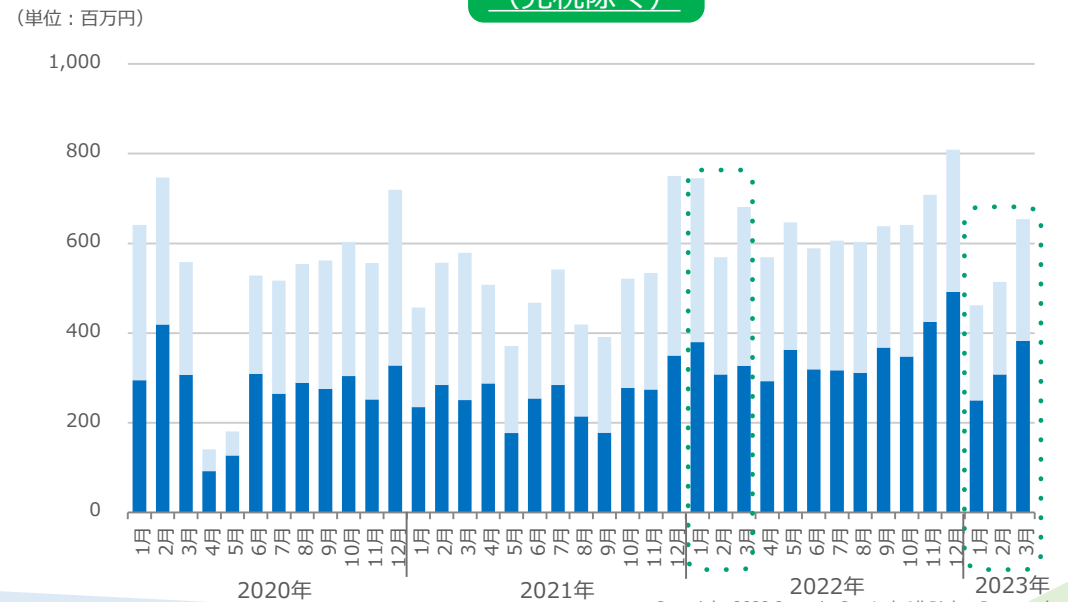
越境EC(海外モール)売上



免税売上



店舗売上 (免税除く)

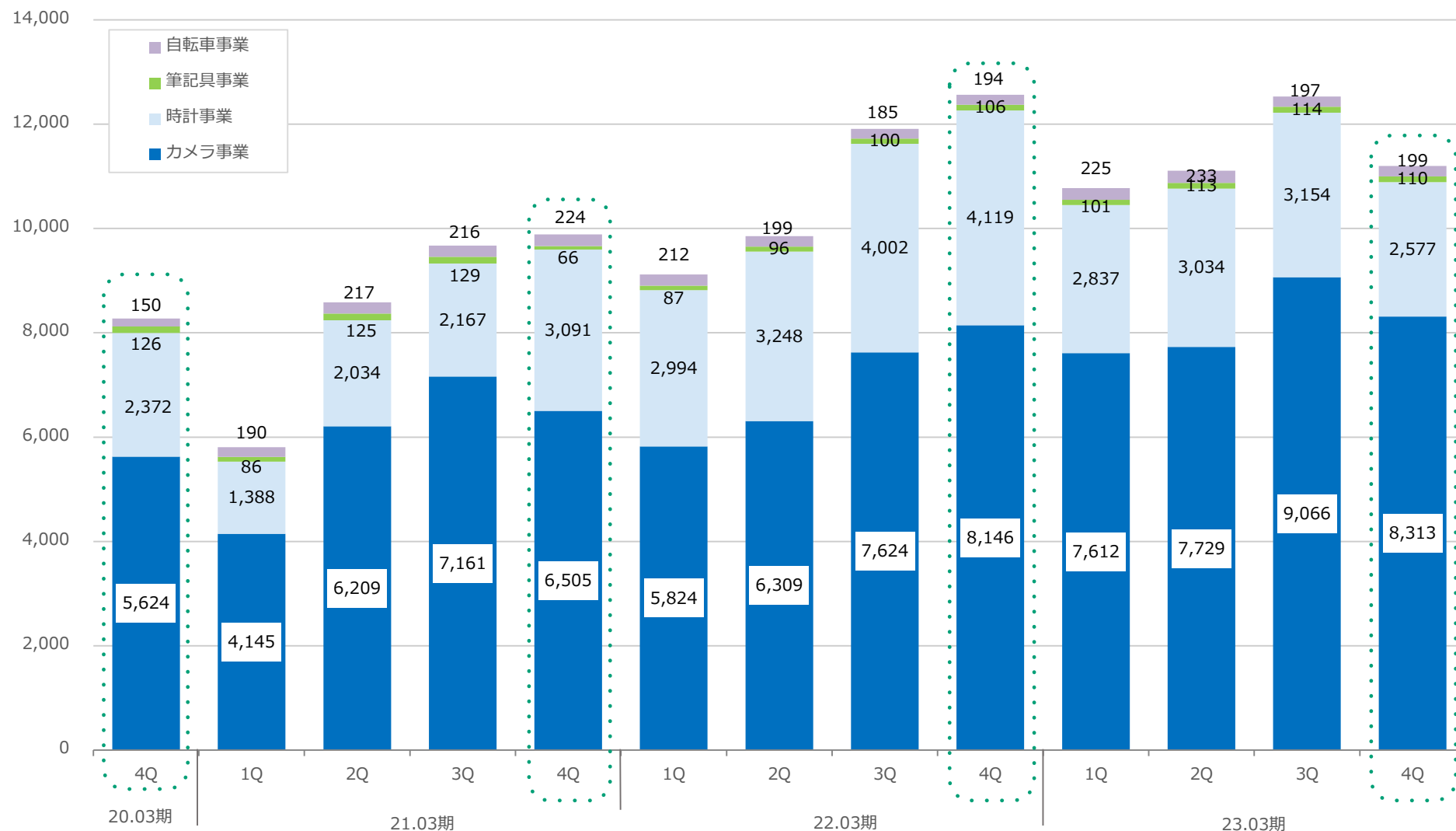


事業別売上高（四半期）



カメラ事業の売上高は4Qとしては過去最高も、時計事業の不振から前年同期比では減収。

(単位：百万円)

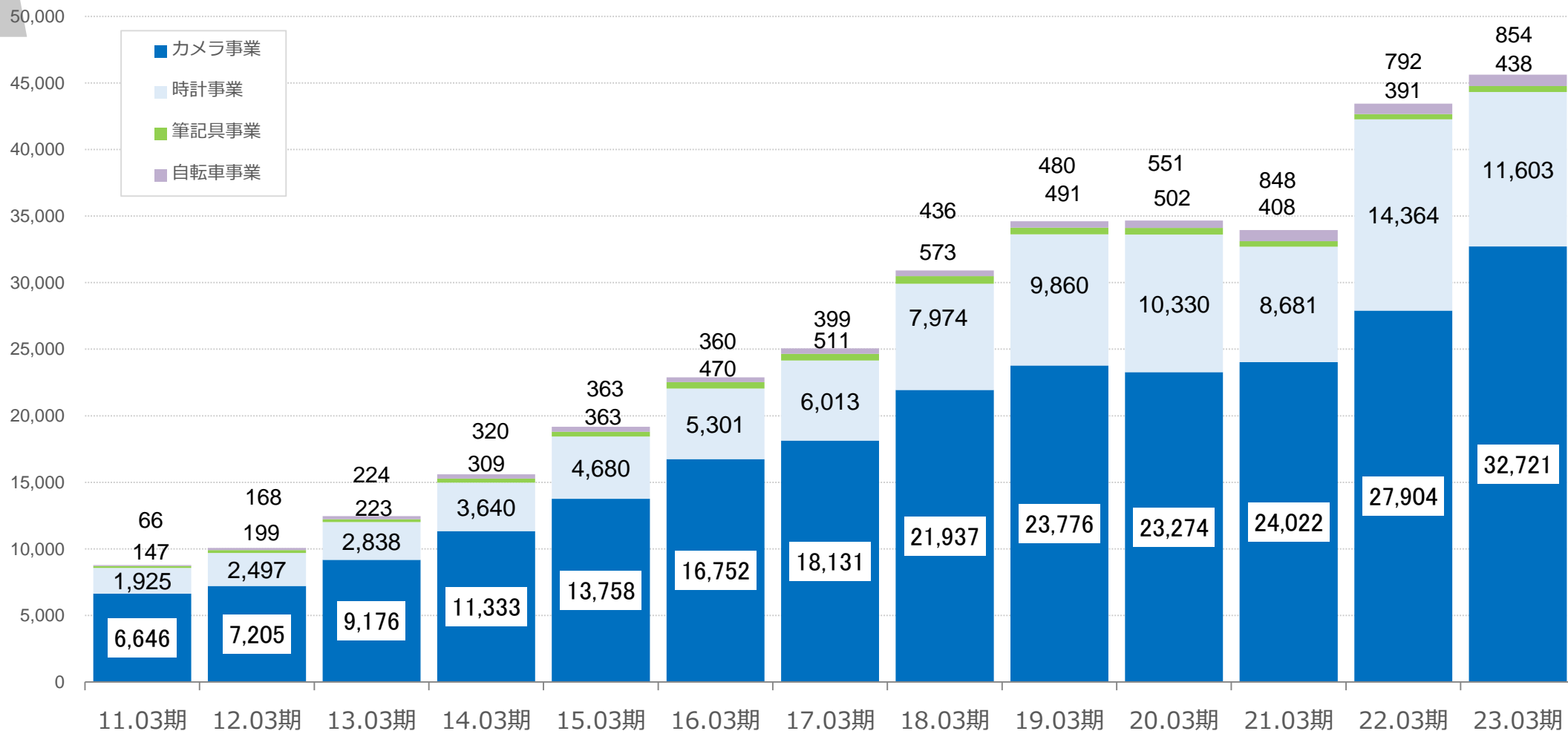


事業別売上高（年度推移）



カメラ事業の成長で、過去最高の売上高を記録も、時計事業は減少。

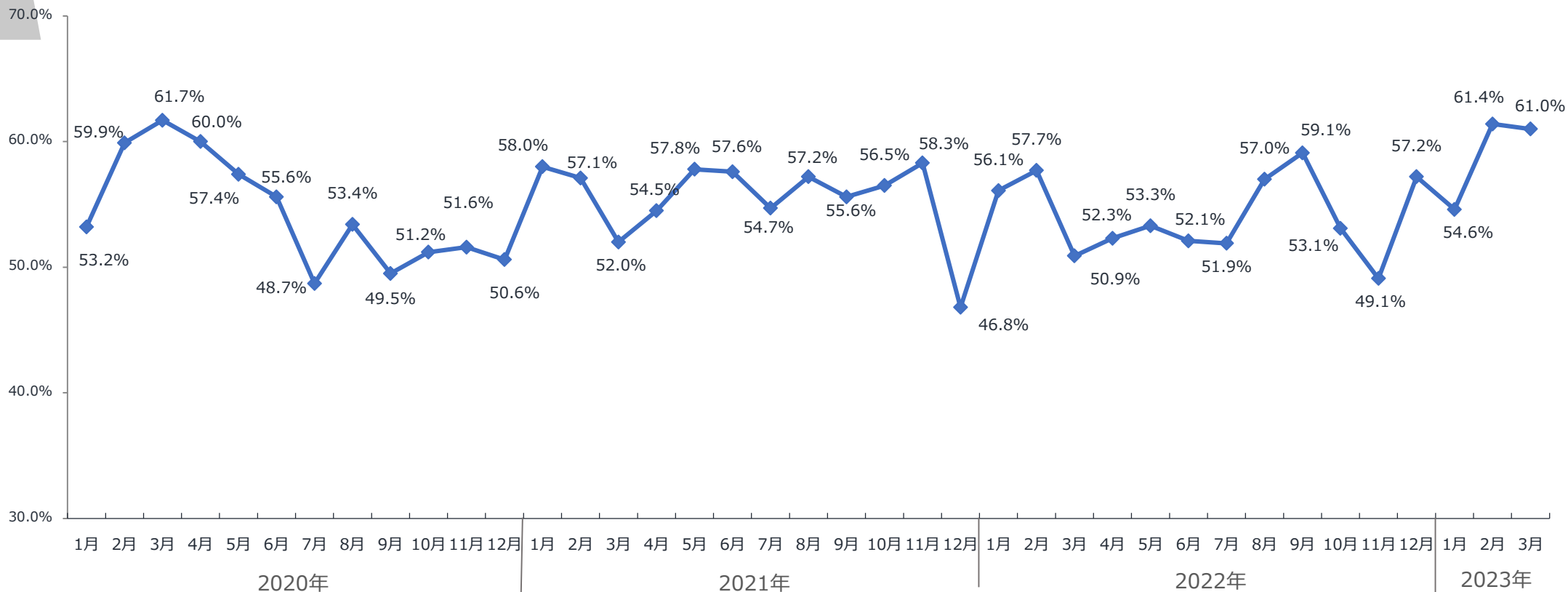
(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移



売上高に占める中古品の比率は50~60%を維持し、商品在庫の現金化は円滑な状況。



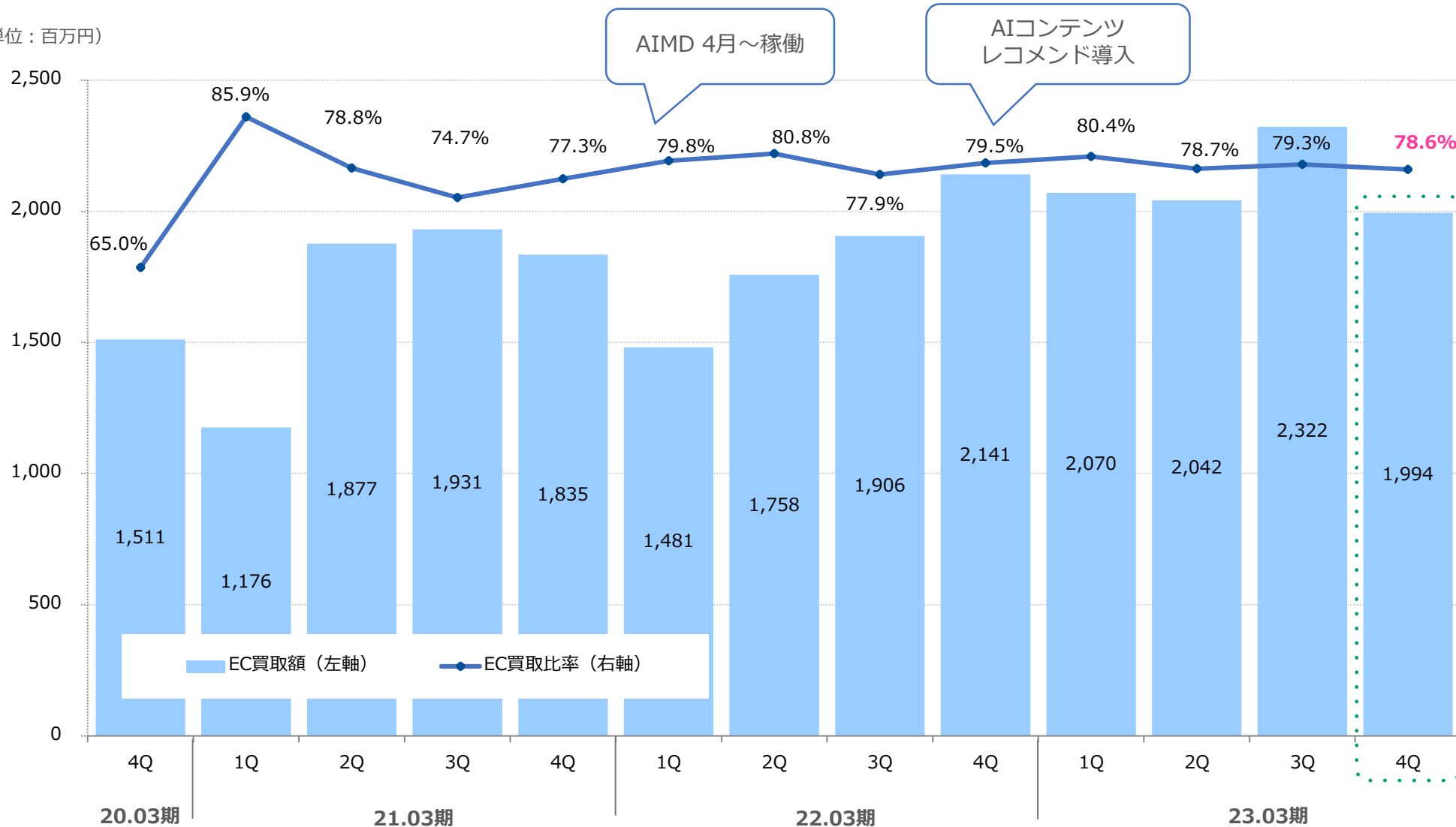
 中古品比率	20.3期		21.3期				22.3期				23.3期			
	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	57.5%	57.5%	56.8%	50.6%	51.0%	54.9%	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%	53.4%	59.3%

カメラ事業 中古EC買取推移



中古買取が引き続き好調な中、E C買取比率も80%近い水準を堅持。

(単位：百万円)

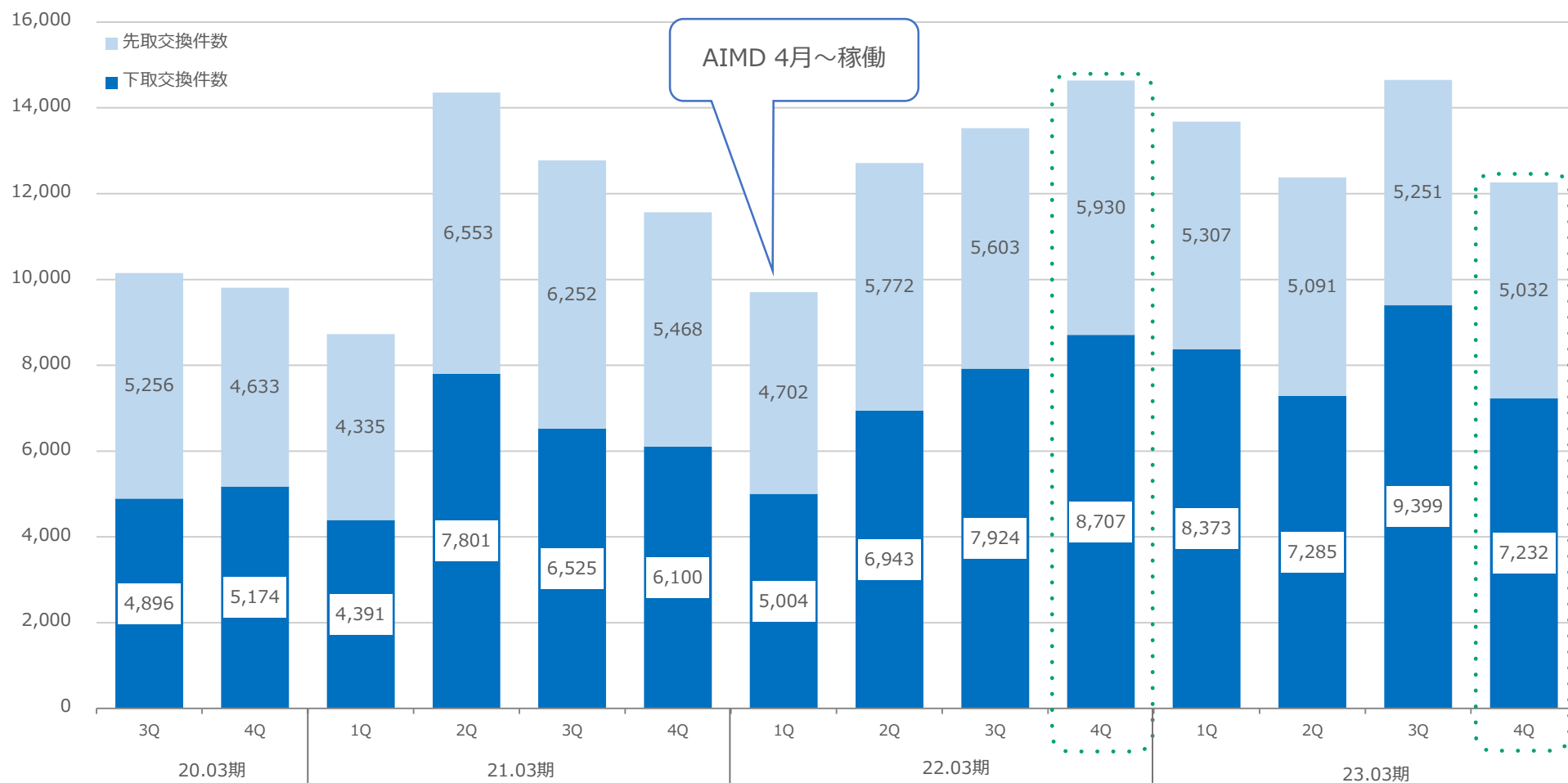


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



大型新製品の発売があった前年同期比では減少も、AIMD効果により交換サイクルが安定し、高水準を維持。

(単位：件)



決算概要：前年比較



売上高

【前年比】**全体：105.0%** **EC：111.5%** 店舗：88.0%
EC売上高は主軸のカメラ事業を中心に堅調に推移、店舗売上高は時計・免税売上高を中心に減少

粗利

カメラ事業の粗利は堅調も、時計事業の赤字販売や棚卸商品評価損の影響で、**通期粗利率は17.0%**で着地。

販管費

従業員給与の大幅ベースアップを行いつつも、**販管費率は11%台**を維持。

営業利益

時計事業のセグメント赤字がありつつも、**営業利益は24億円**を確保し**営業利益率は5.4%**となる。

	22.03期		23.03期								
	実績	売上高比率	1Q実績	2Q実績	3Q実績	4Q実績	通期	売上高比率	前年比	修正計画	計画比増減
売上高	43,453	-	10,776	11,108	12,531	11,201	45,618	-	105.0%	44,602	102.3%
売上総利益	8,035	18.5%	2,120	1,995	1,935	1,701	7,753	17.0%	96.5%	-	-
販売管理費	4,894	11.3%	1,264	1,223	1,324	1,477	5,290	11.6%	108.1%	-	-
営業利益	3,140	7.2%	856	771	611	223	2,463	5.4%	78.4%	2,320	106.2%
経常利益	3,187	7.3%	863	782	593	200	2,439	5.3%	76.5%	2,300	106.0%
当期純利益	2,207	5.1%	585	540	430	140	1,697	3.7%	76.9%	1,587	106.9%

販売管理費の前年比較

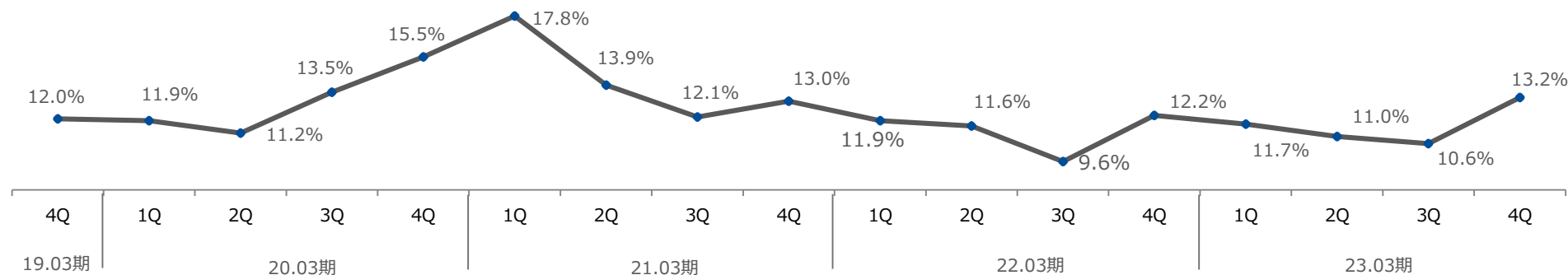


従業員給与の大幅なベースアップを行うも、通期販管費率は11%台に抑制。

(単位：百万円)

	22.03期 通期		23.03期 通期		前年比		増加要因
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減	
人件費	1,545	3.6%	1645	3.6%	+0.1%	+100	給与ベースアップによる増加
広告宣伝費	47	0.1%	36	0.1%	▲0.0%	▲11	
販売促進費	895	2.1%	939	2.1%	▲0.0%	+44	下取交換増加に伴う下取り額UP
業務委託費	354	0.8%	370	0.8%	▲0.0%	+15	
支払手数料	1001	2.3%	1157	2.5%	+0.2%	+156	新たなシステム機能の追加に伴う運用費増
減価償却費	187	0.4%	193	0.4%	▲0.0%	+6	
地代家賃	349	0.8%	352	0.8%	▲0.0%	+3	売上増加に伴うクレジット利用手数料の増加
その他	512	1.2%	593	1.3%	+0.1%	+80	
販売管理費計	4,894	11.3%	5,290	11.6%	+0.3%	+396	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
		12.0%	12.9%	13.8%	11.3%

事業別業績の前年比較



カメラ事業は売上高2桁成長、セグメント利益は20%成長も、時計事業はセグメント赤字。

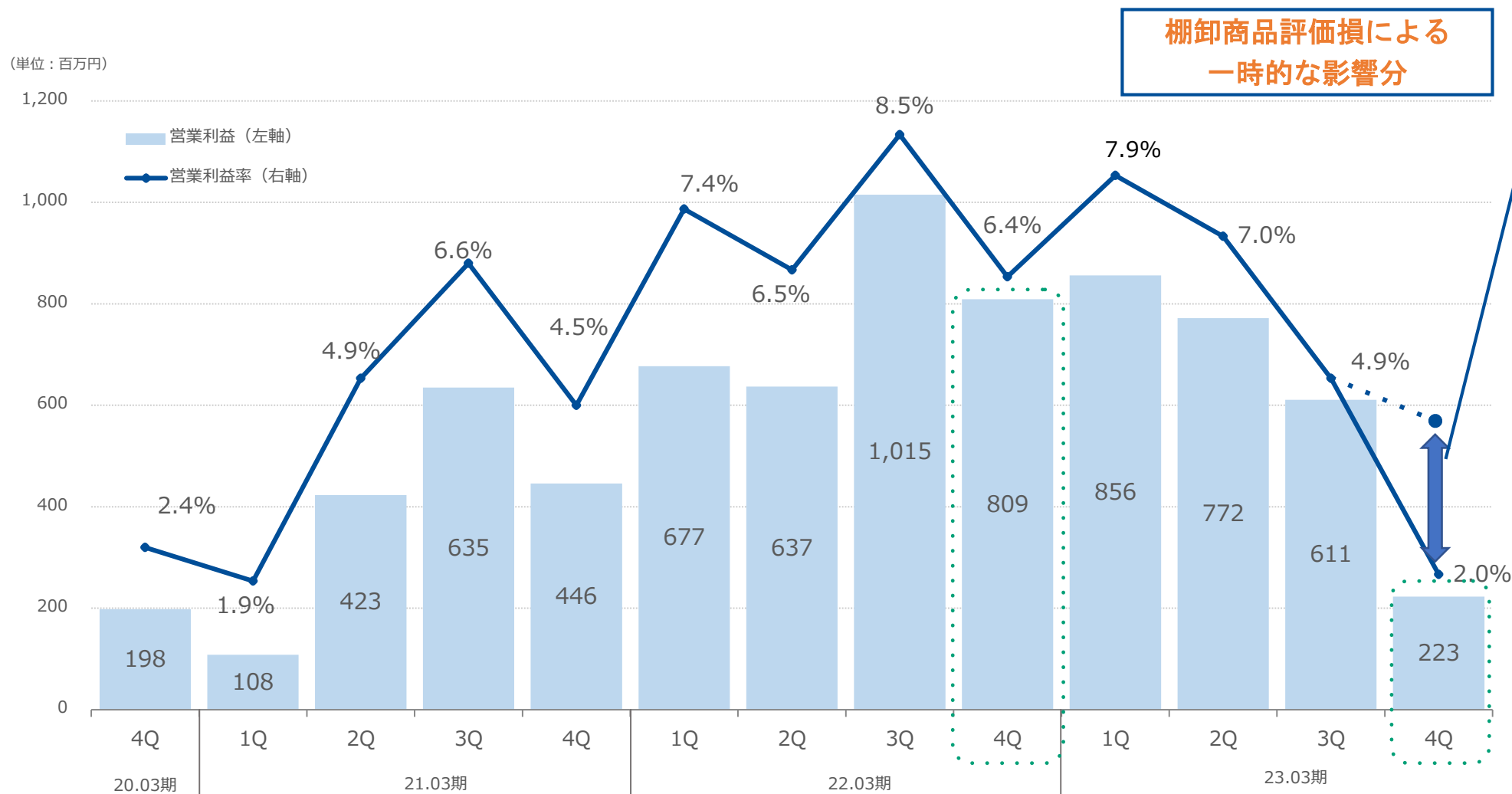
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比		22.03期 通期	23.03期 通期	前年比	備考
 カメラ事業 (71.7%)	EC売上	24,663	28,228	114.5%	<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20.8%向上
	店舗売上	3,241	4,493	138.6%	
	カメラ売上計	27,904	32,721	117.3%	
	セグメント利益	3,154	3,810	120.8%	
 時計事業 (25.4%)	EC売上	5,624	5,854	104.1%	<ul style="list-style-type: none"> ●販売価格の大幅な下落の影響により、セグメント利益は▲191百万円の赤字
	店舗売上	8,740	5,748	65.8%	
	時計売上計	14,364	11,603	80.8%	
	セグメント利益	1,129	-191	-	
 筆記用具事業 (1.0%)	EC売上	331	337	101.7%	<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	59	101	170.6%	
	筆記用具売上計	391	438	112.2%	
	セグメント利益	5	38	693.2%	
 自転車事業 (1.9%)	EC売上	730	544	74.5%	<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	62	310	497.2%	
	自転車売上計	792	854	107.8%	
	セグメント利益	40	55	136.1%	
合計	EC売上	31,350	34,964	111.5%	<ul style="list-style-type: none"> ●EC売上高は堅調。店舗売上高は時計の販売不振の影響で、前年を下回る。
	店舗売上	12,103	10,654	88.0%	
	売上高合計	43,453	45,618	105.0%	

営業利益・営業利益率推移（四半期）



4Qの営業利益率は2.0%で着地。営業利益率の低下は時計事業の**棚卸商品評価損として2.17億円を計上したことが要因で営業利益率を1.9%押し下げた**。期末の在庫評価替えて**この影響は24年3月期には持ち越されない一時的なもの**となる。



貸借対照表 前年比較



商品在庫は88億円。3Q時点は112億円であったが、前期末と同水準まで適正化。
商品在庫の仕入額（原価）が下がり、24年3月期は期初から利益を出せる在庫に入れ替わり。

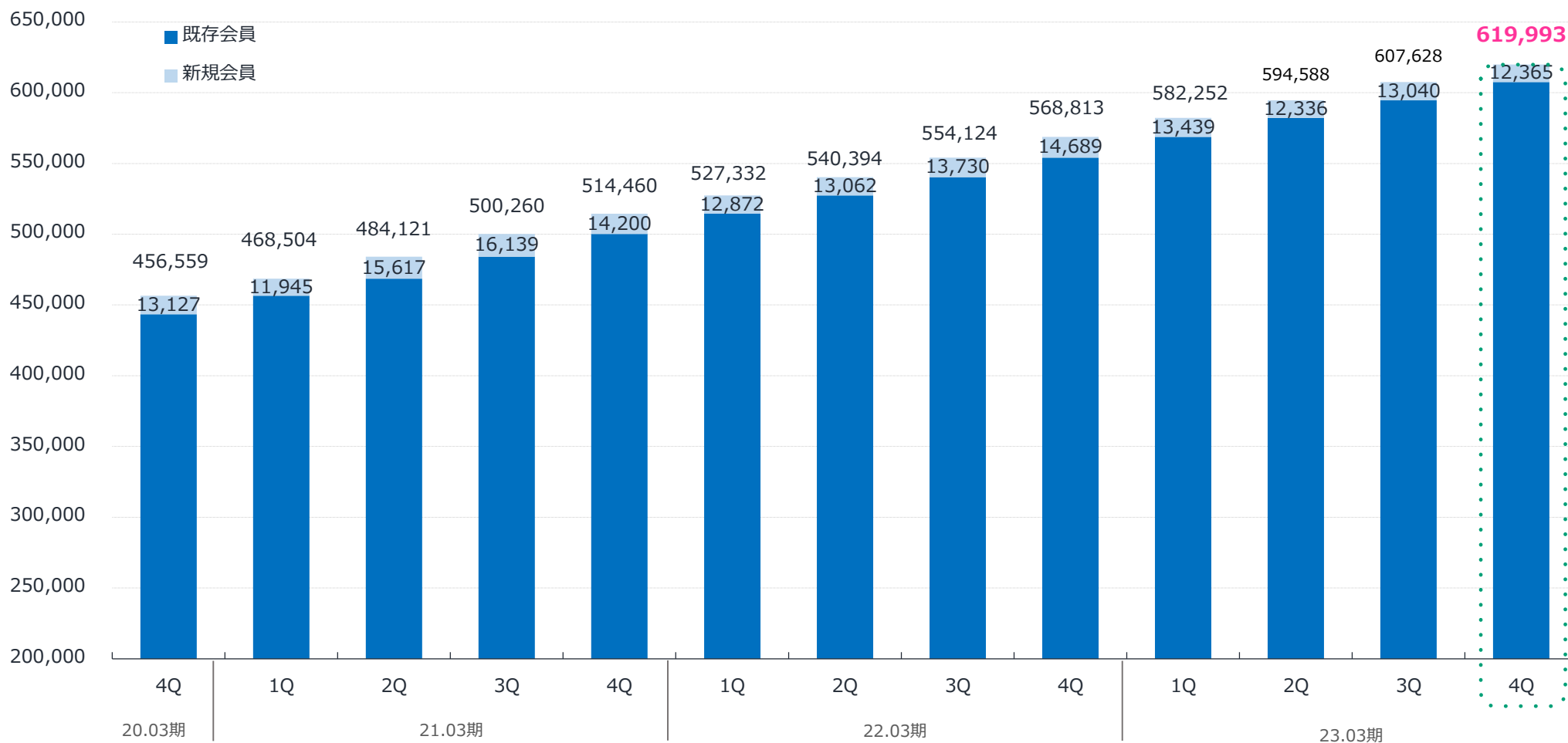
（単位：百万円）

	22.03期末	23.3月期	
		実績	増減
流動資産	12,820	13,202	+ 382
現預金	1,173	1,423	+ 250
商品	8,329	8,812	+ 483
固定資産	1,586	1,863	+277
資産合計	14,407	15,066	+ 659
流動負債	6,124	5,640	▲484
固定負債	2,813	2,946	+ 133
負債合計	8,937	8,586	▲351
純資産合計	5,469	6,479	+1010
負債・純資産合計	14,407	15,066	+ 659

Web会員数の四半期推移



毎月新規会員数は順調に増加。**2022年11月には60万人を突破し、引き続き堅調に推移。**



Web会員数の会員属性

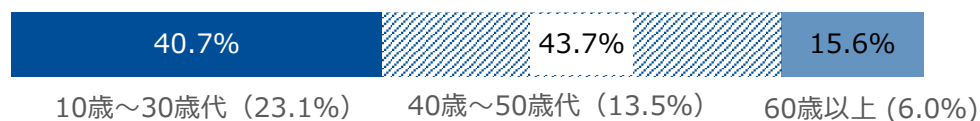


会員の年齢層は、**10代～30代が40.7%**、インスタなどのSNS普及により**10代～30代の女性比率は23.1%**と高い。若年層の構成比が増加しているが、利用平均単価は維持されており、引き続き安定した会員構成を構築。

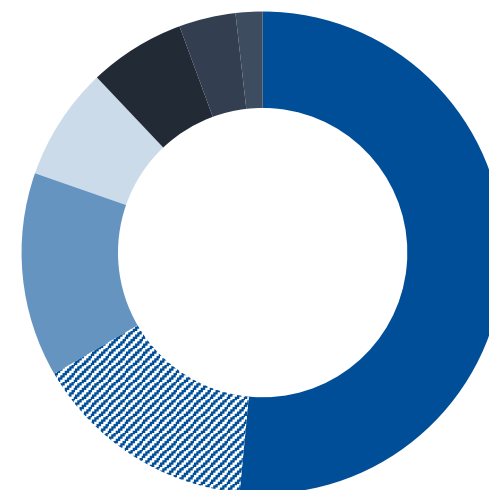
2023年3月末

世代分布

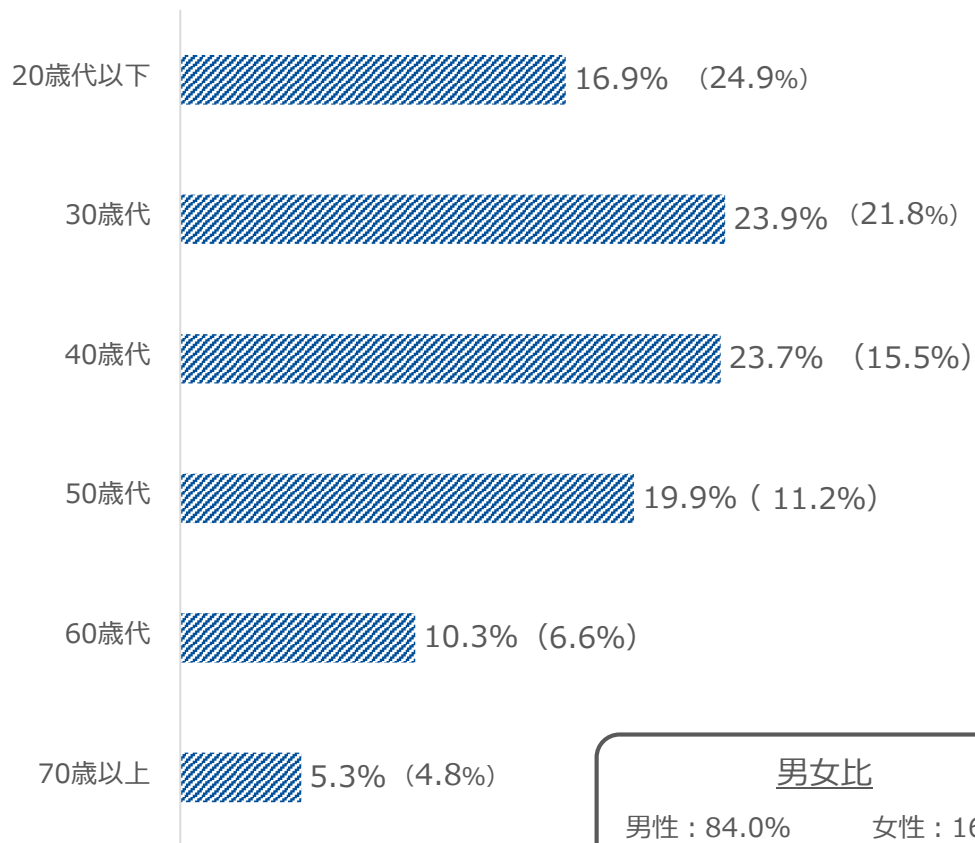
※ () は女性比率



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	6.6%
中国	3.7%
四国	1.8%



男女比

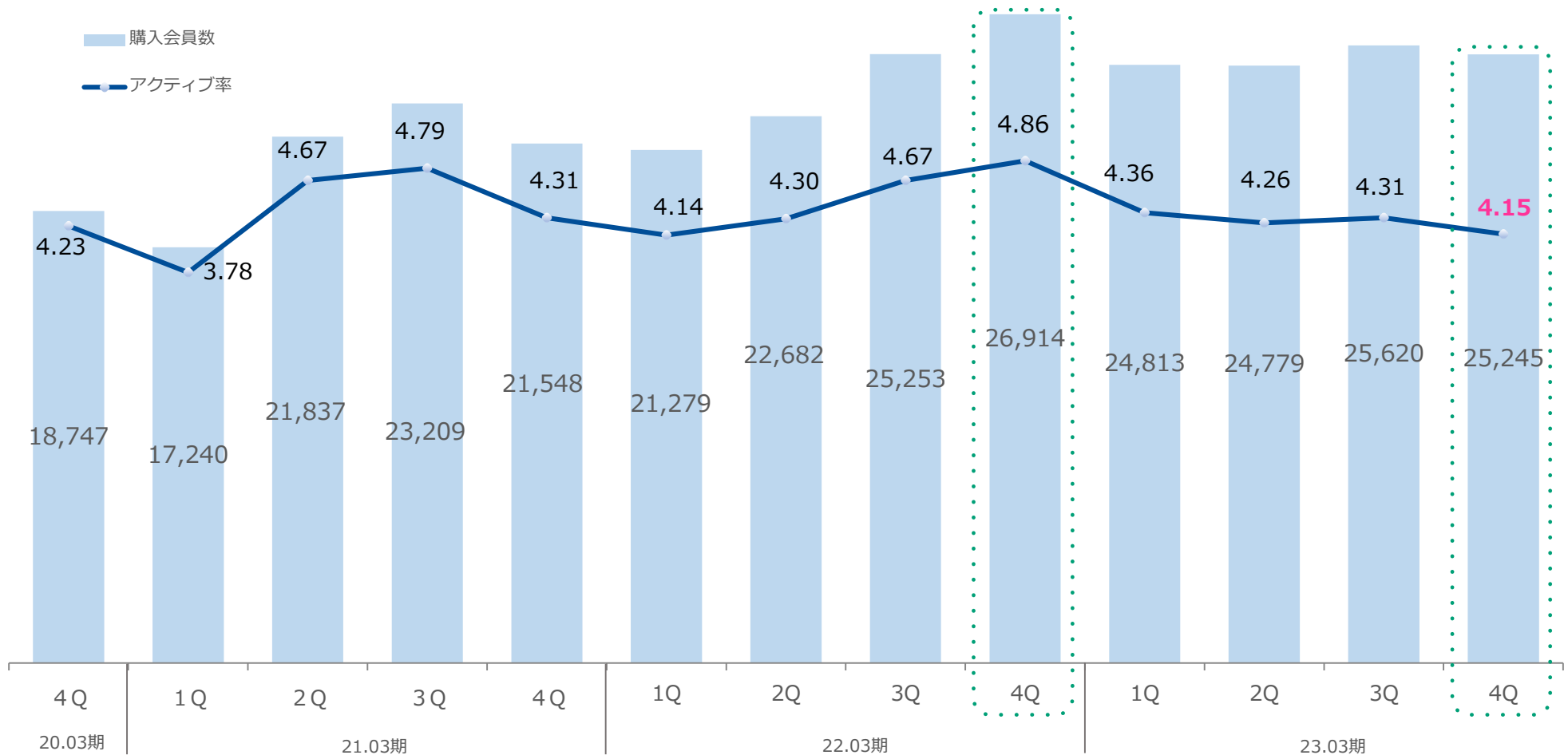
男性：84.0% 女性：16.0%

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



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)

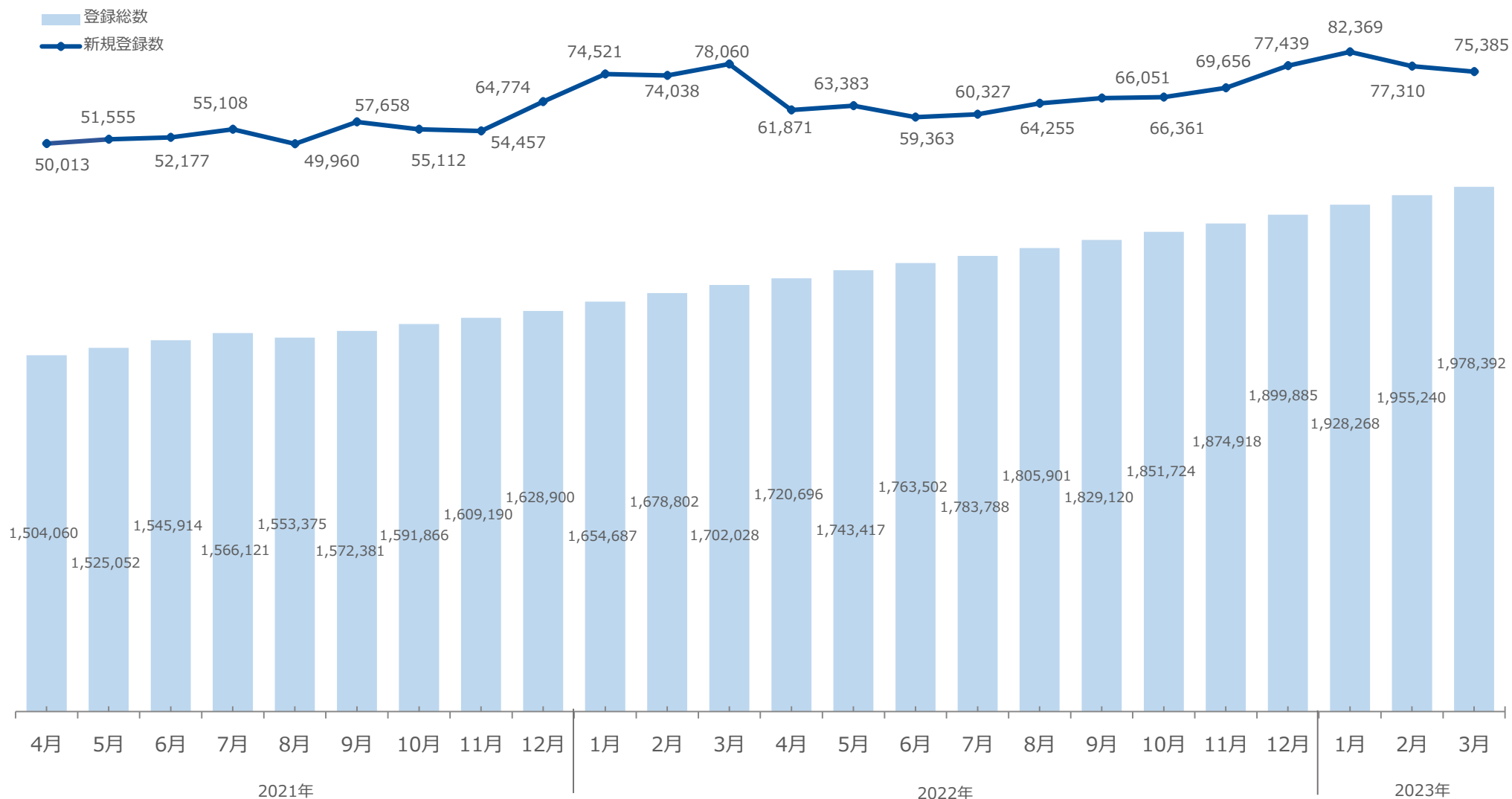


※アクティブ率…各四半期はじめの会員数に対する
その四半期の購入会員数(新規での購入会員は除く)

欲しいリストの登録商品数



新規登録数は増加傾向にあり、直近では7～8万件/月で推移。

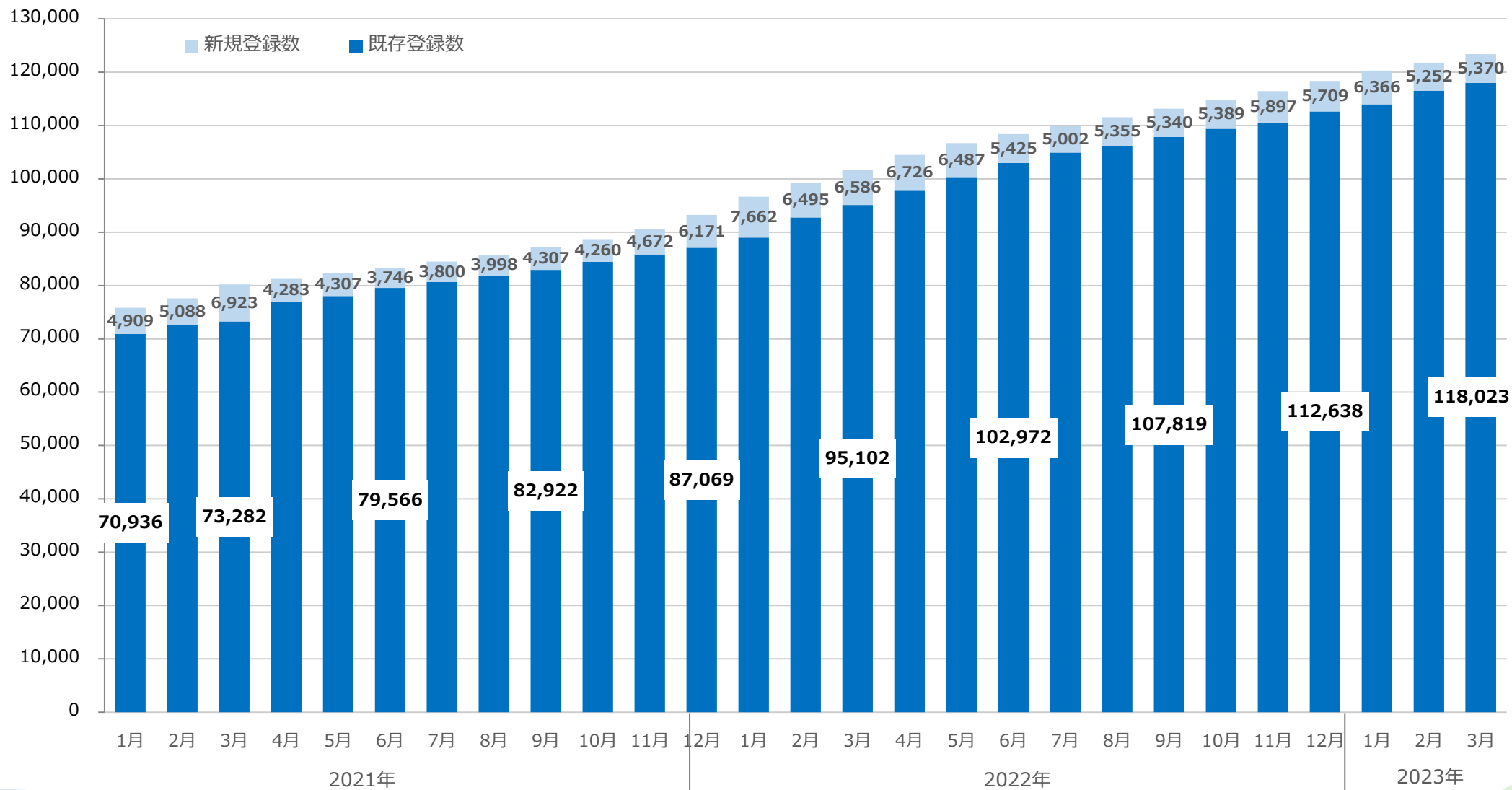


※登録した商品を購入した場合は自動的にリストから削除となる

入荷お知らせメール登録数



新規登録数が順調に推移し12万人を突破。お客様のお手元のスマートフォンに通期平均で40万件/月の配信。メール、アプリに加え、5月からはLINEでのお知らせ機能を導入。



AIMD × One to One × AIコンテンツツレコメンド

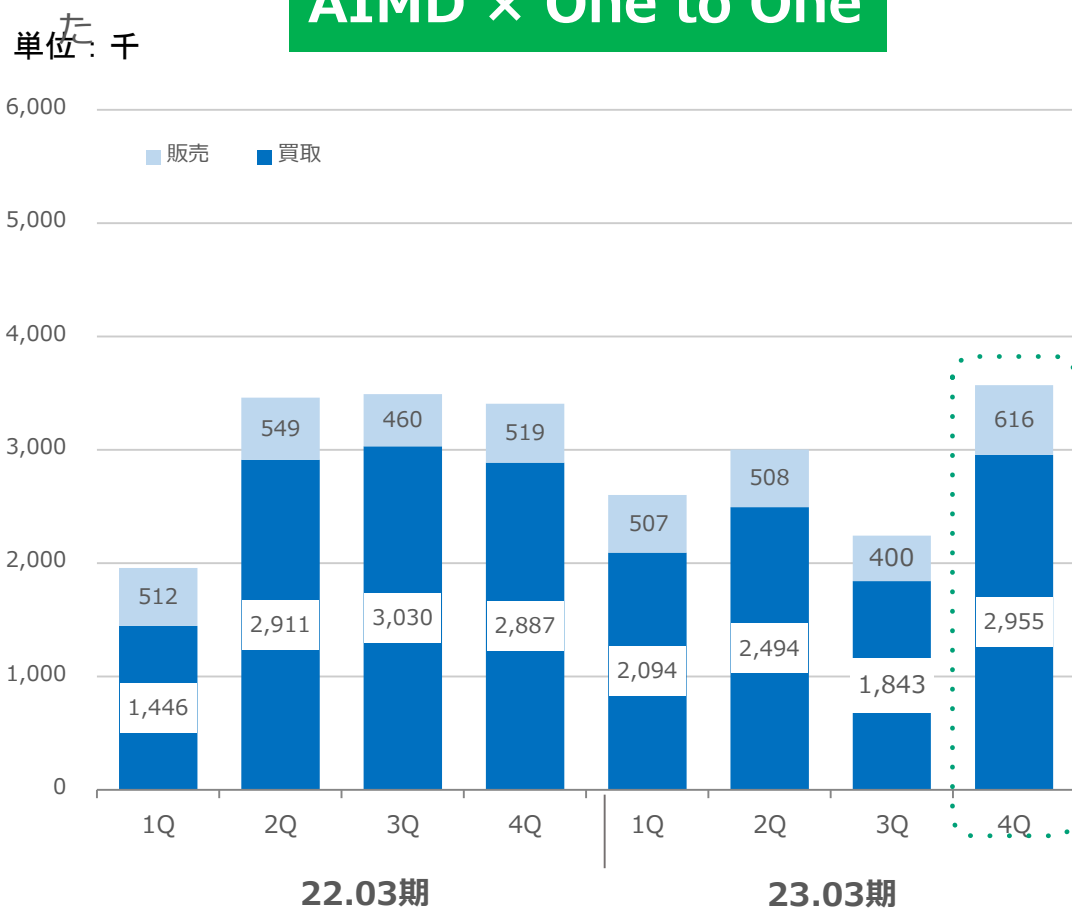


AIMD × One to One × AIコンテンツツレコメンドのリクエスト配信数も堅調に推移

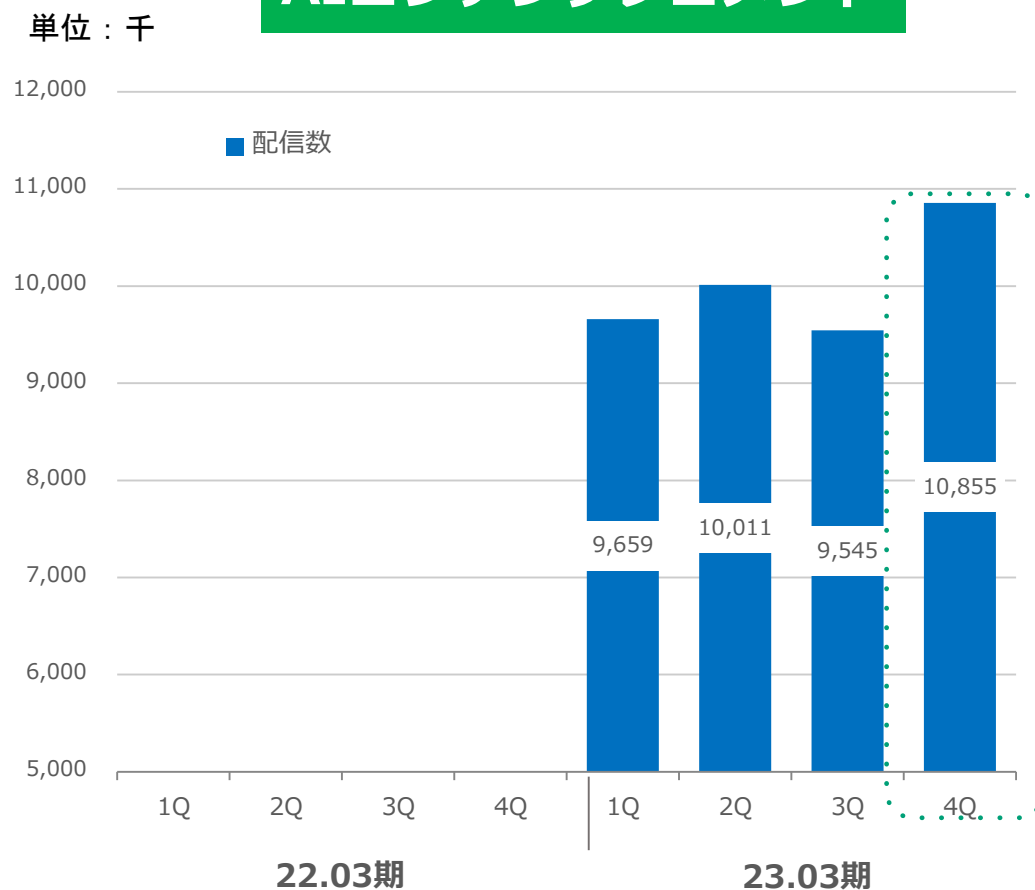
お客様のお手元のスマートフォンに月平均400万配信。

※ 3QにAIコンテンツツレコメンド 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コンテンツツレコメンド





取り組み施策状況

越境ECの強化



グローバルへの販路拡大に引き続き注力し、eBay Japan Awards 2022で『Map Camera』が最優秀賞のSeller of the Yearを受賞。11月からは「Buyee Connect」を新たに開始。

eBay

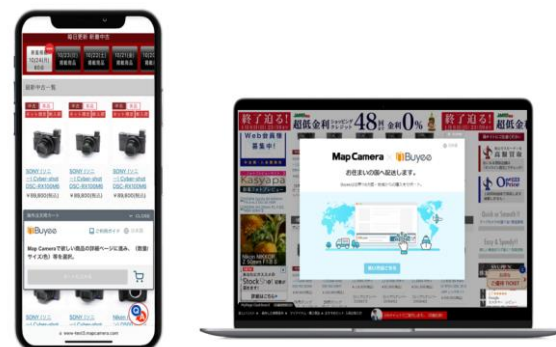
Chrono24

Buyee



【eBay】

Map Cameraが最優秀賞を受賞。
2023年度以降も引き続き強化



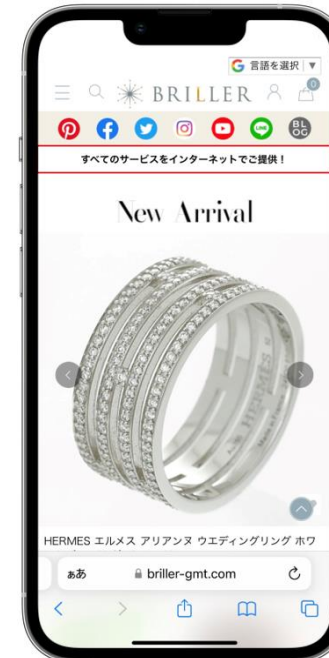
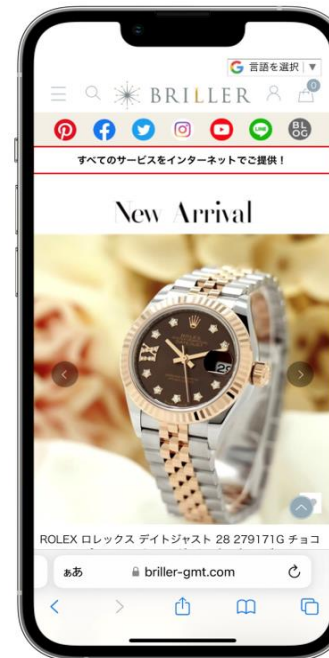
【Buyee Connect】

330万人、118か国（地域）へ、
カメラ、時計、筆記具、自転車の
越境ECを開始

レディースブランドサロン「BRILLER (ブリエ)」をリニューアルオープン



Eコマースと店舗のハイブリットな展開でリニューアルオープン。



新たな取り扱い商材

- HARRY WINSTON ●Cartier
- Van Cleef & Arpels ●TIFFANY & Co.
- BVLGARI ●etc

世界5第ジュエラーを中心とした高級ブランドジュエリーの展開をスタート

ジュエリー2022年、国内市場予測

1兆14億

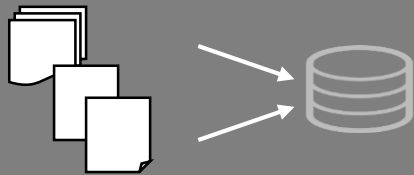
(出所：矢野経済研究所、宝飾品（ジュエリー）市場に関する調査2022年より)

基幹システムのリプレイス

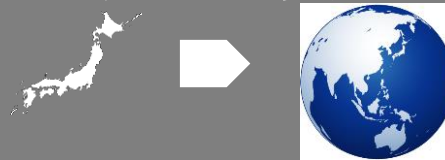


2023年9月末に基幹システムのリプレイスを予定。2030年を見据えたパフォーマンスおよびシステム構成を主眼に、EC関連の業務効率の向上と業務アウトソースに向けプラットフォームを構築中。

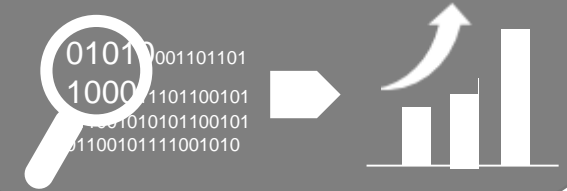
データの一元管理と
リアルタイム連携



将来的な海外進出、
業務アウトソースの
効率的な実施

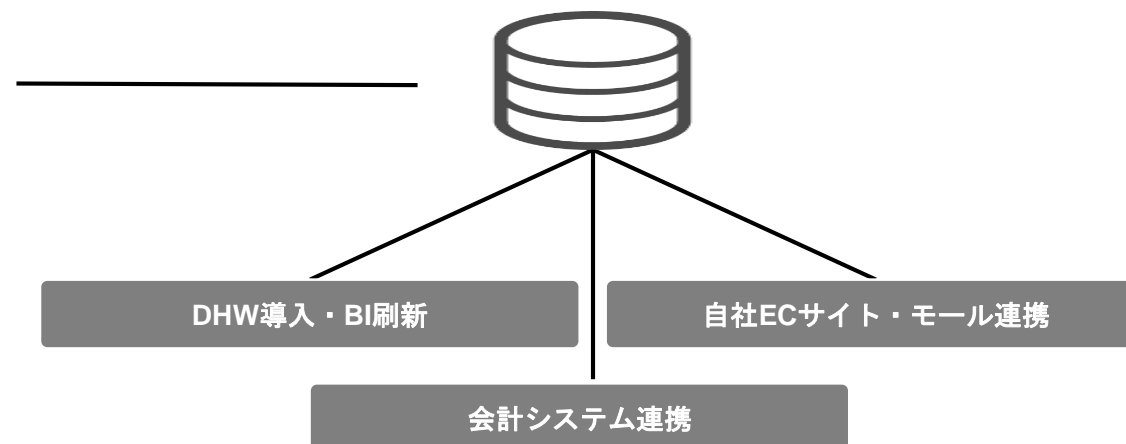


経営分析の深化や
AI活用の更なる加速



新基幹システム

- 在庫管理
- 受発注管理
- 顧客管理
- 商品マスタ管理
- POS
- 修理・委託等独自業務





東証プライム市場の上場企業として、2022年は様々な環境開示を実施。2023年度以降は、SDGsの各種取組を加速予定。

継続した取組



- 商品梱包材等は、環境に配慮したものを使用
- ホームページ上でサステナビリティに関する、各種の指標を開示
- 障がい者アート等への支援

SDGsの新たな取り組み



- TCFDに準拠した環境開示を開始
- CDP質問書への回答を開始



2023年度、SDGsの取組を多面的に展開予定

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。