



---

2022年3月期 第1四半期  
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	250名（2021年6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

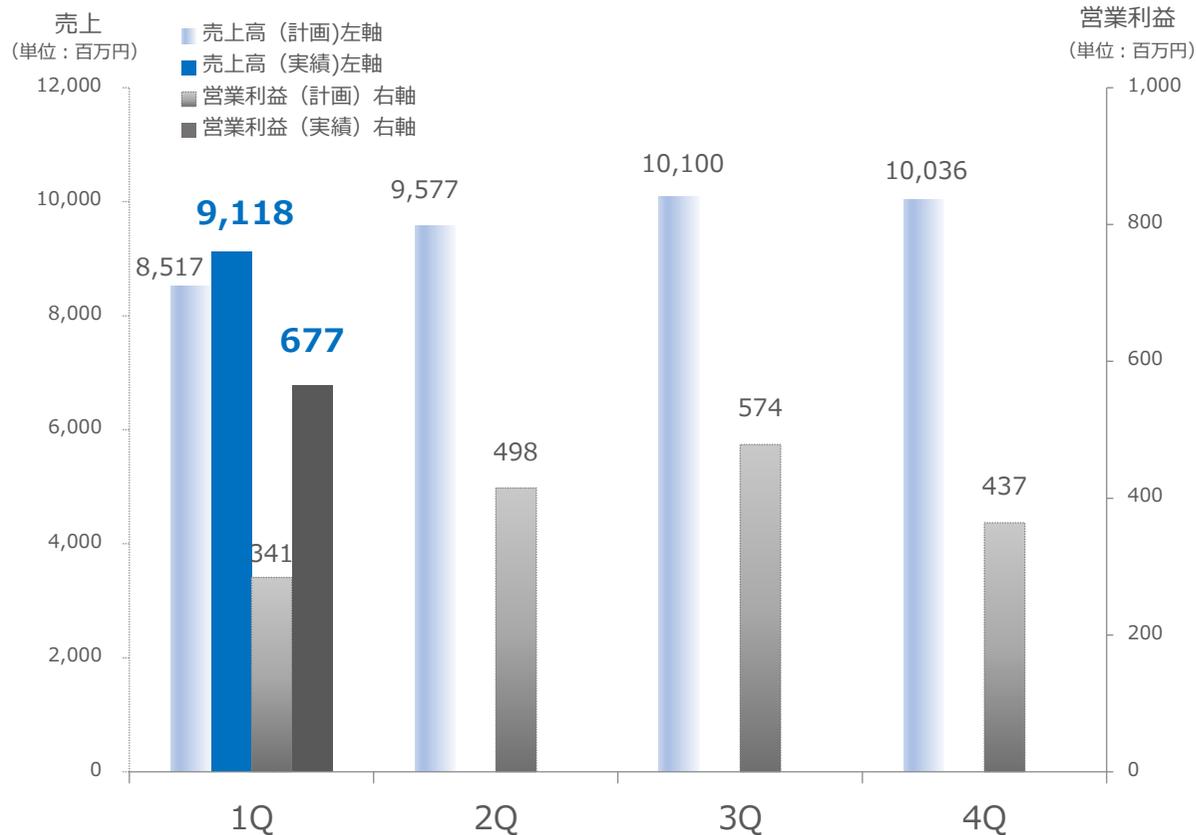
# 1Q決算ハイライト(計画比)



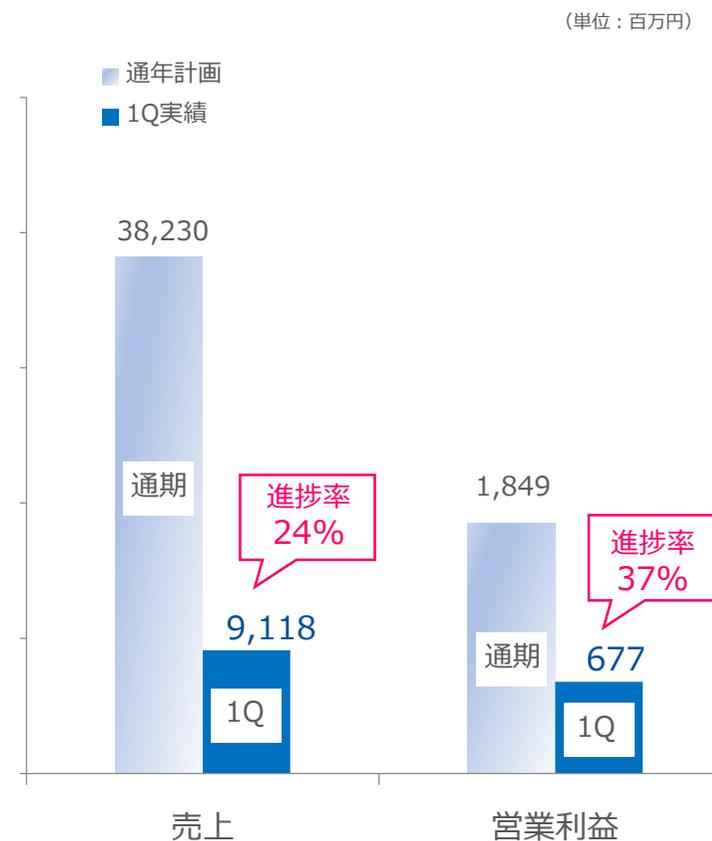
概要 売上高計画比で順調に推移、**粗利率高く、営業利益では計画を大きく上回る。**

- 売上高：主軸のECを中心に順調に推移
- 粗利率：時計構成比が上がるも、AIMD効果もあり**19.3%**と高水準をキープ

## 計画・実績四半期推移

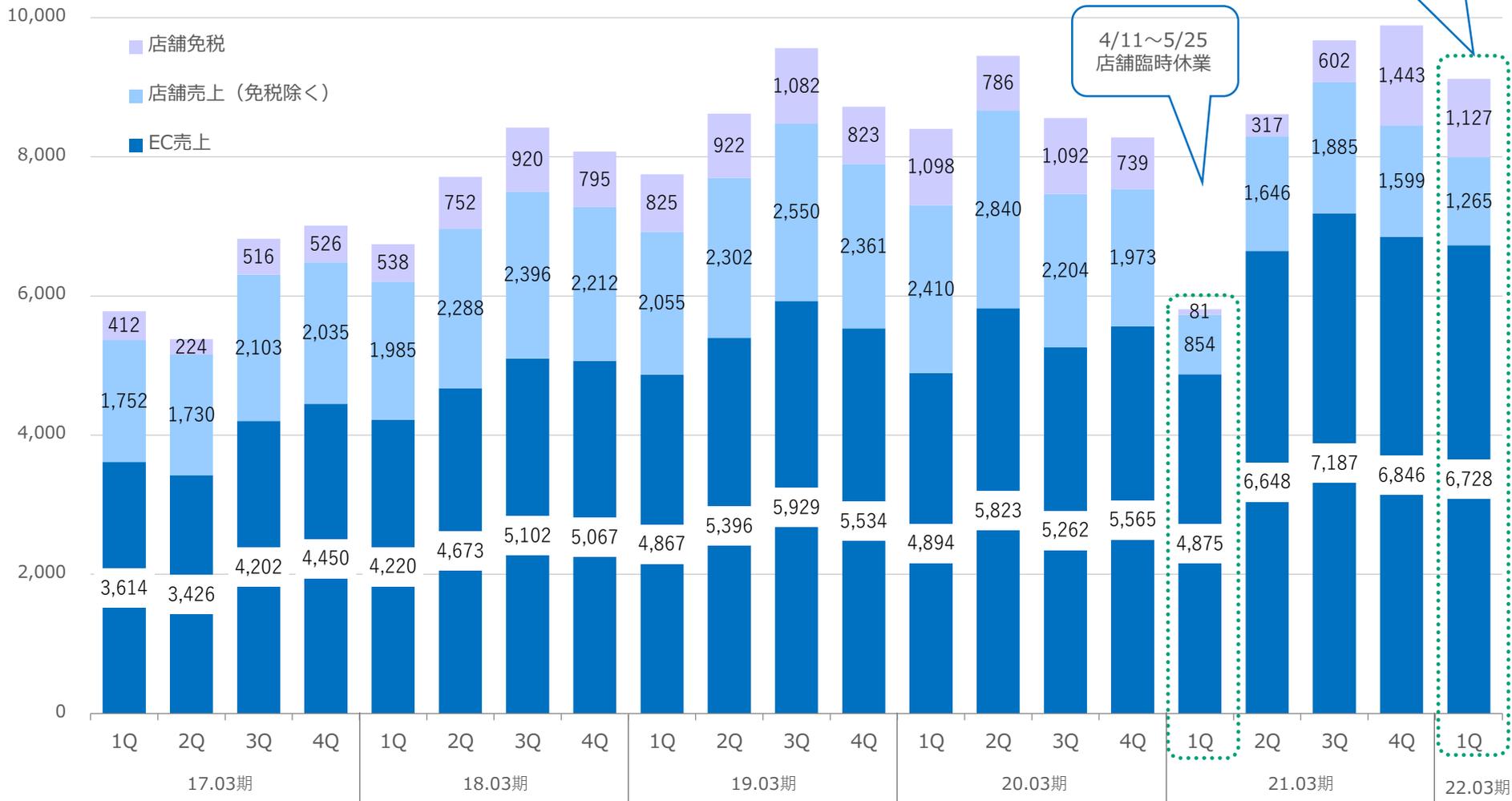


## 通期計画・1Q進捗率



# 販売チャネル別売上高推移(四半期)

(単位：百万円)



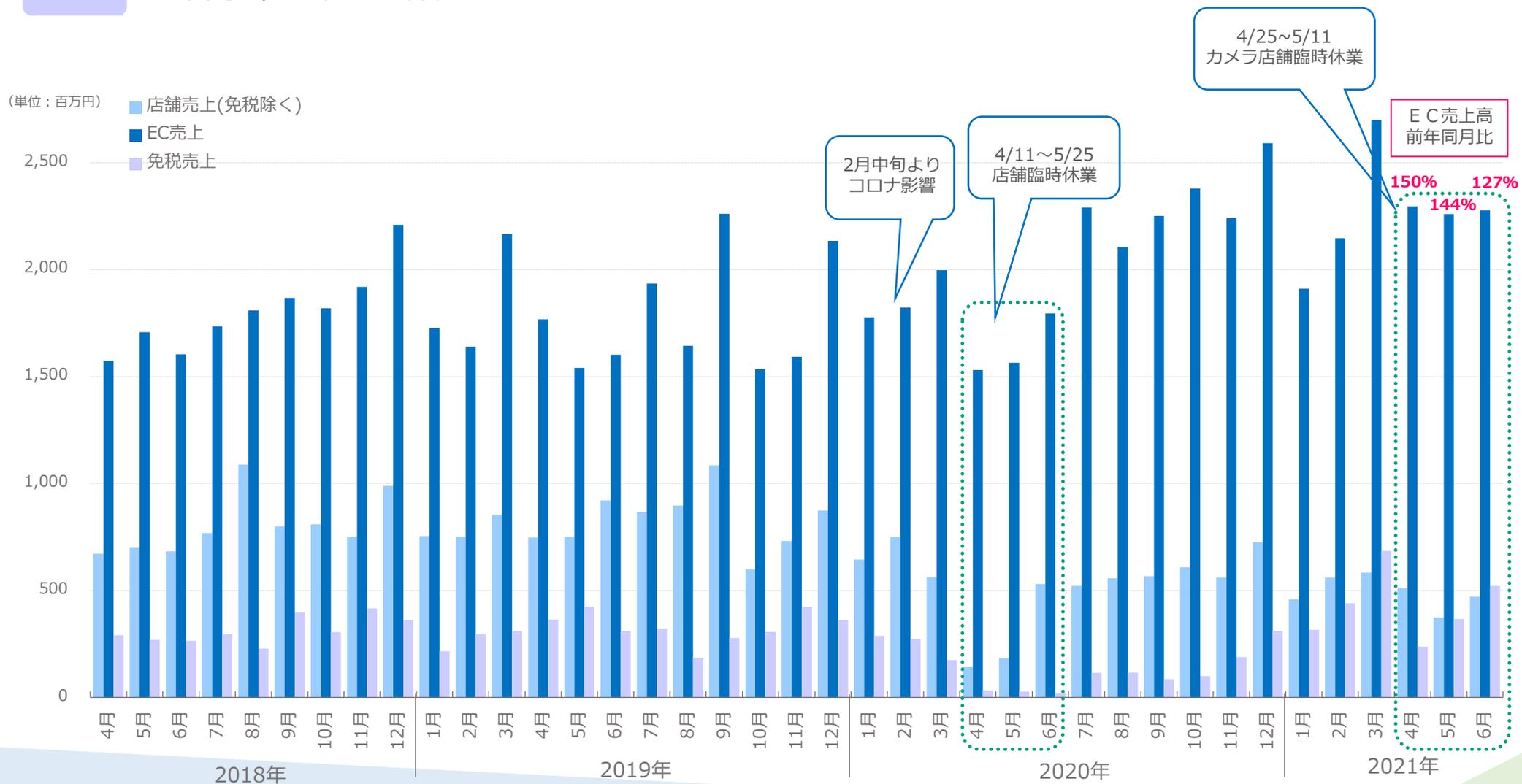
# 販売チャネル別売上高推移



**EC** 昨年に引き続きEC強化を更に推進したことで、**EC売上高1Q各月 過去最高額更新**

**店舗** 緊急事態宣言再発出により若干影響出るも、堅調に推移

**免税** 時計事業を中心に伸長



# EC売上高推移

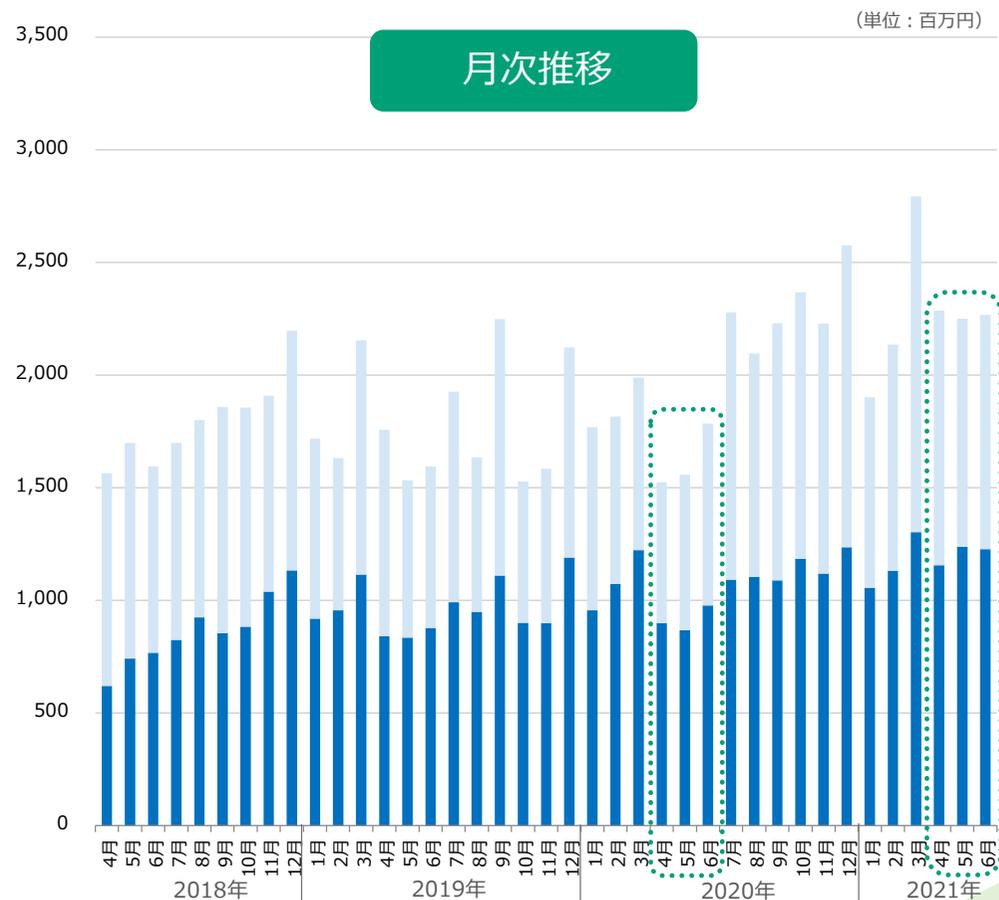
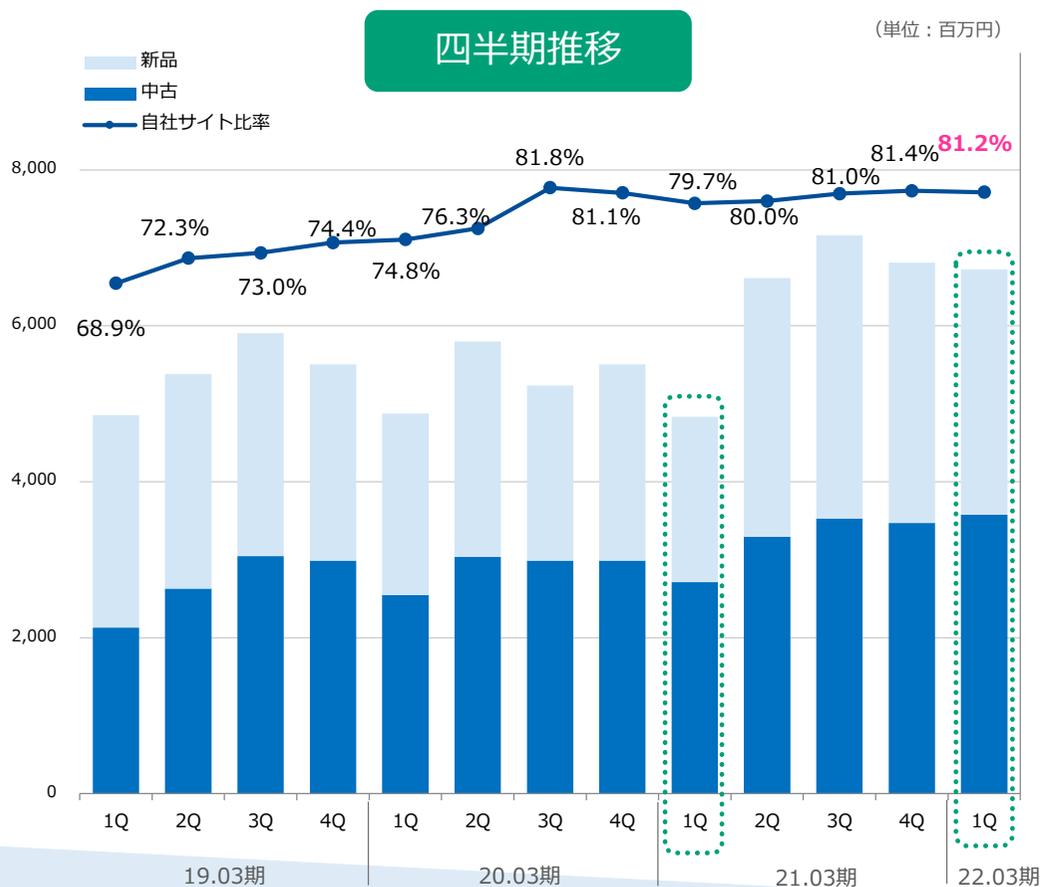
(単位：百万円)

**概要** 自社サイト売上高順調に推移、独自の仕組み（A I 顔認証、WEBマガジン、+CGM等）でシェア拡大。EC自社サイト比率81.2%と高い水準を実現。

【EC売上高】 2022.3期 1Q : 6,728 (前年同期比 : 138%)

【自社サイト比率】 2022.3期 1Q : 81.2% (前年同期比 : +1.5%)

【モール比率】 2022.3期 1Q : 18.7% (前年同期比 : ▲1.6%)



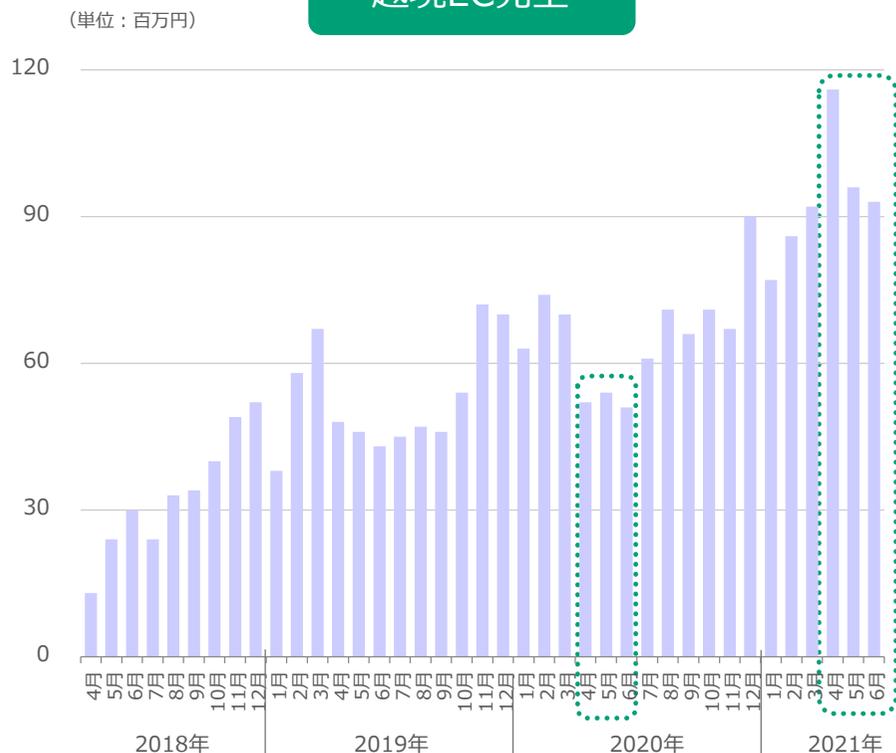
# 越境EC・免税・店舗 売上高推移



## 概要 越境EC売上高過去最高額更新(四半期ベース)

免税売上高も、戦略的に商品ランナップ拡充したROLEXを中心に売上高伸長に寄与し、更に円安効果が追い風となった。

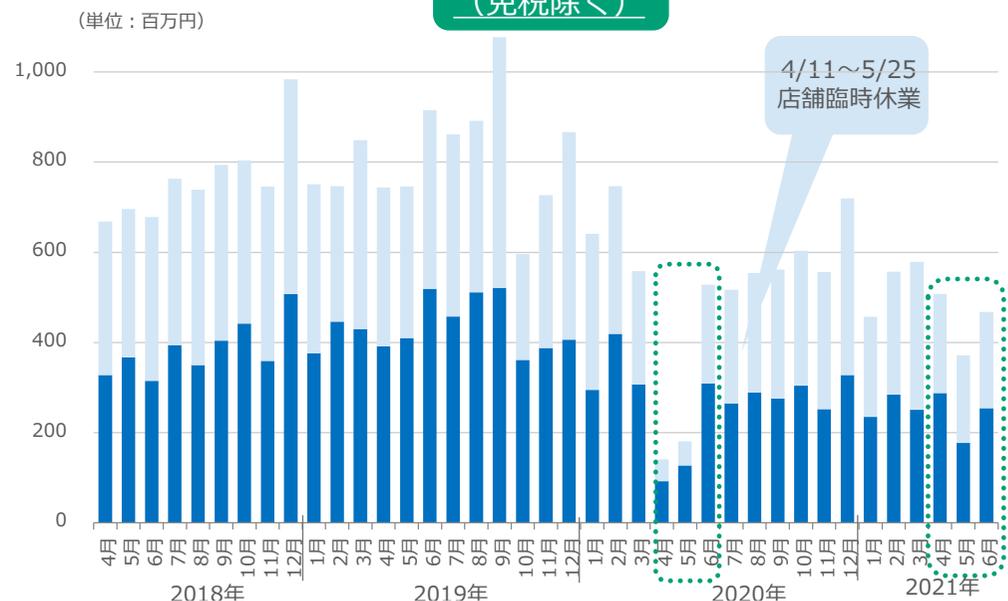
越境EC売上



免税売上



店舗売上 (免税除く)

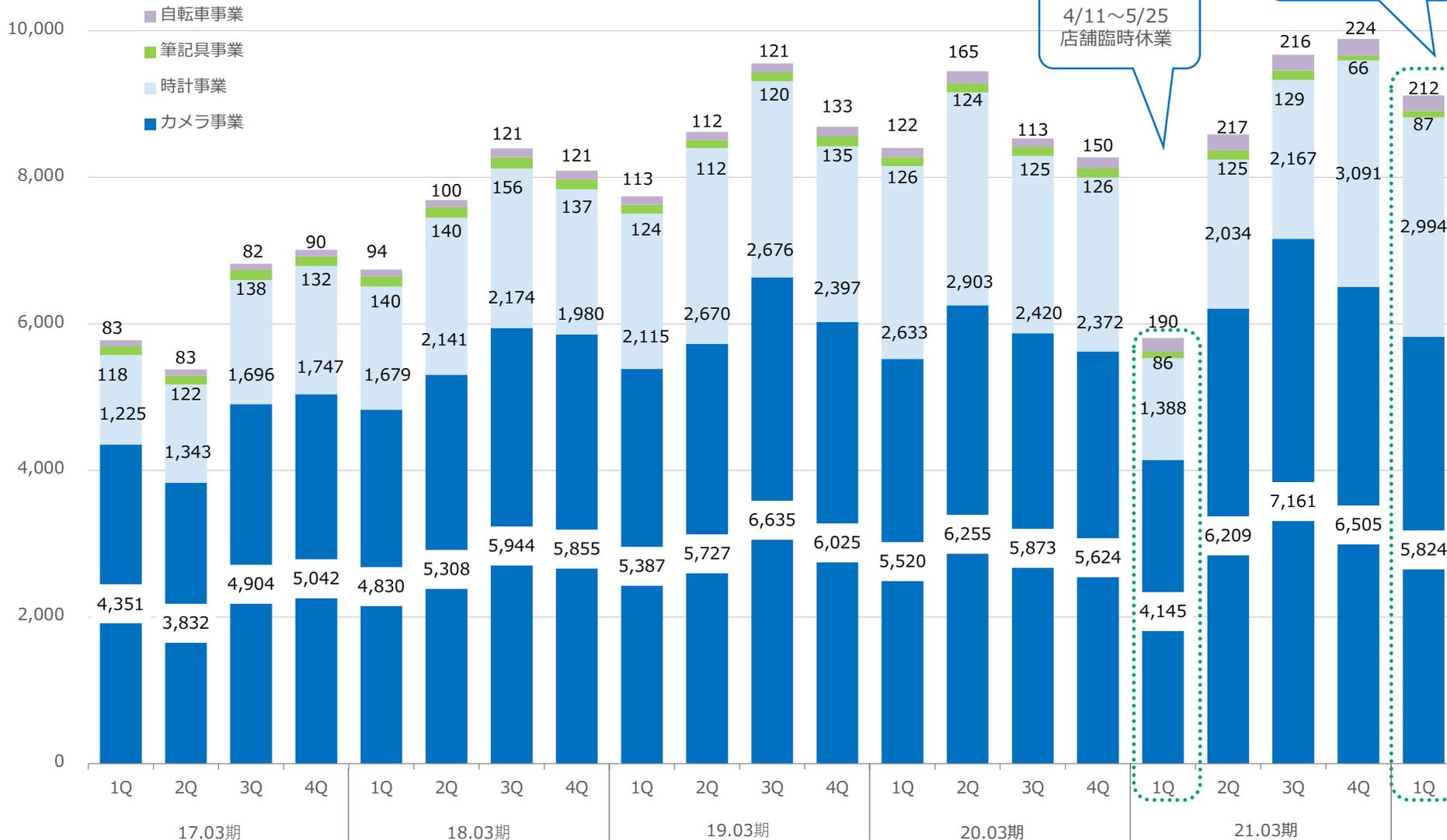


# 事業別売上高の四半期推移



概要 各事業（商材）とも順調に推移し、売上高(1Q)過去最高額を更新

(単位：百万円)



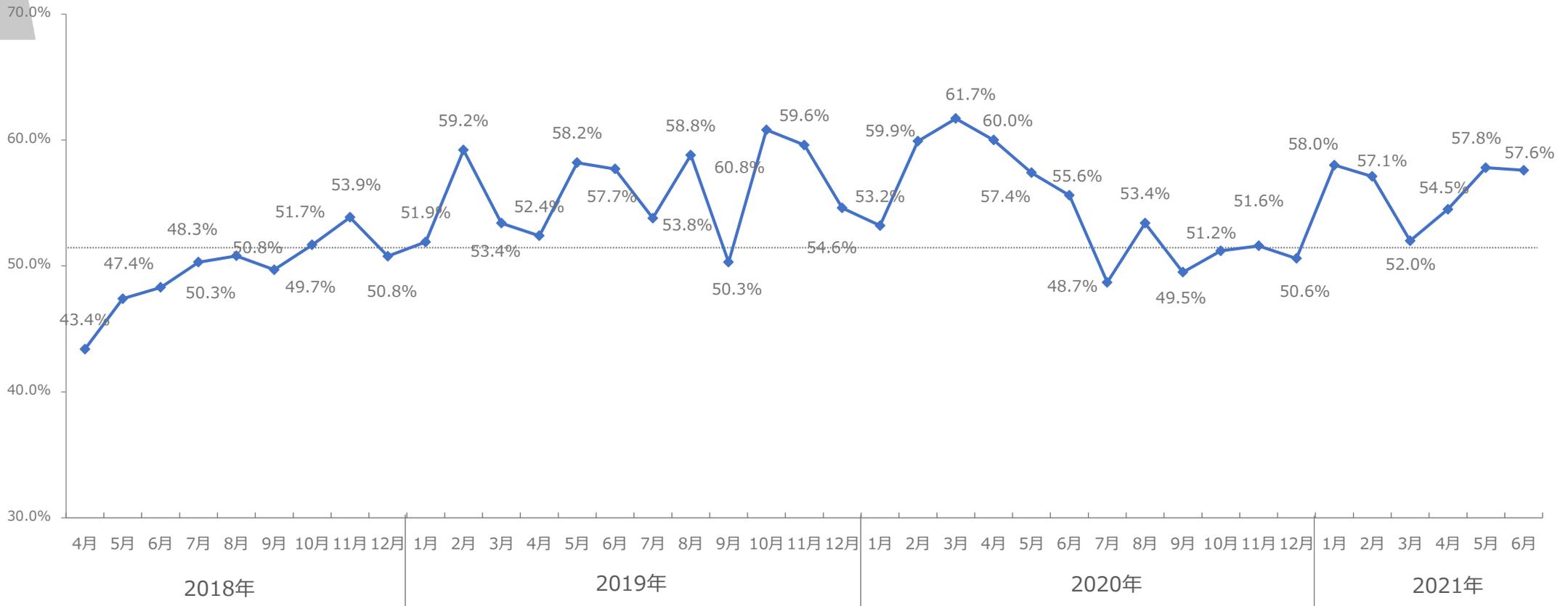
4/11~5/25  
店舗臨時休業

4/25~5/11  
カメラ店舗臨時休業

# 売上高全体に占める中古品比率推移



**概要** カメラ、時計共に中古売上高が順調で、中古比率は高く推移



 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
	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%

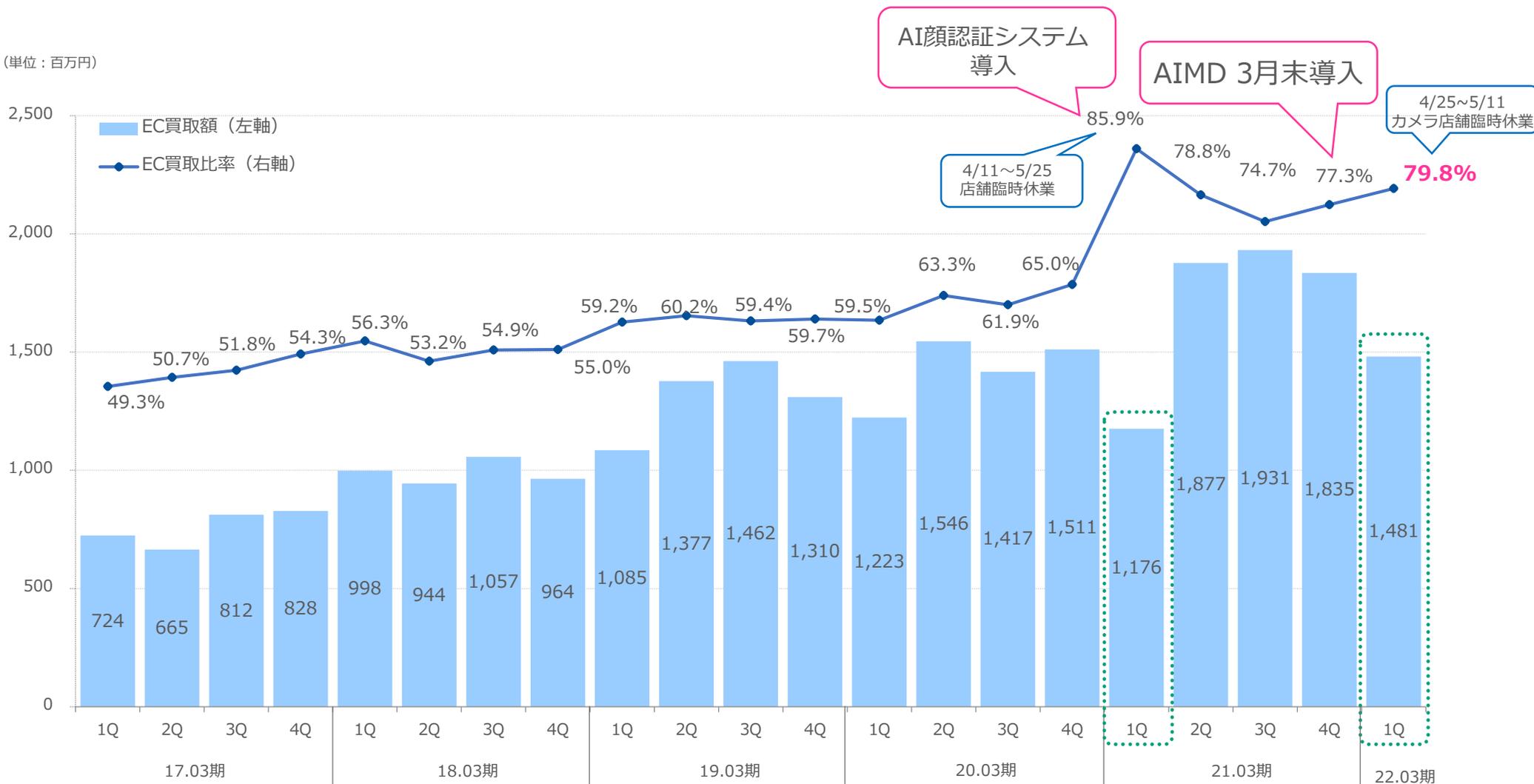


# カメラ事業 中古EC買取推移



**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伸長

(単位：百万円)



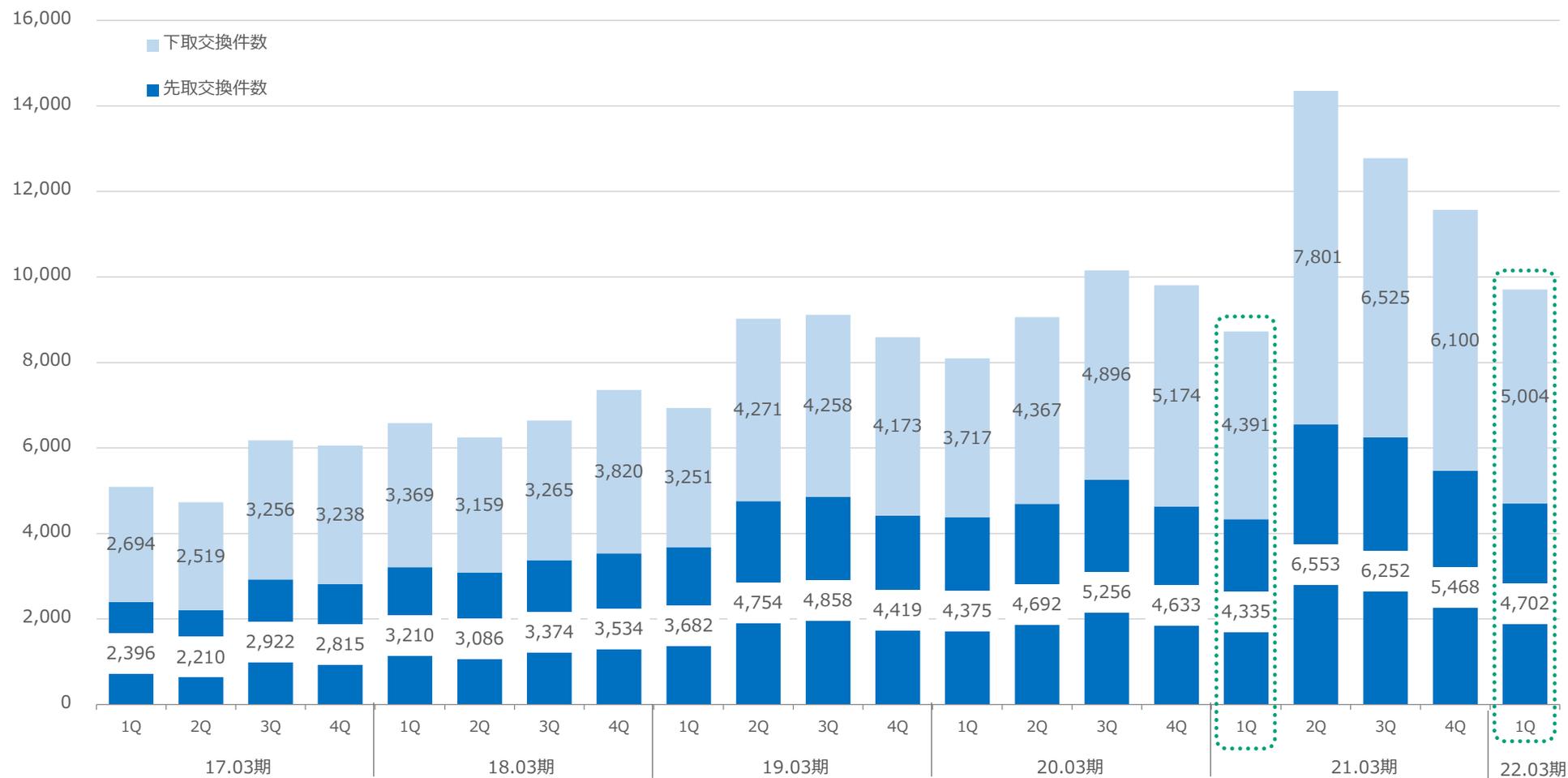


# カメラ事業 下取・先取交換件数推移



概要 1Q下取、先取交換 前年同期比 **111.2%**

フルサイズミラーレス、レンズの買換え需要もあり、下取・先取交換件数は高い水準を維持



## 決算概要：前年同期比較

### 売上高

前期比：全体156.9% E C 138.0% 店舗 255.6%  
E C 中心に好調に推移。1 Q過去最高売上高更新

### 粗利率

AIMD導入効果によりカメラ中古粗利率が向上したものの、時計構成比向上及び新収益認識基準による影響で▲0.4%

### 販管費

去年の店舗移転による地代家賃増加となったものの、比率は11.9%と前年より5.9%の低減

### 営業利益

AIMD効果により粗利率向上と販売管理費比率の抑制により**過去最高利益率更新(四半期ベース)**  
【営業利益率】 **7.4%**

(単位：百万円)	21.03期 1Q		22.03期 1Q				
	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	5,810	-	9,118	-	156.9%	8,517	601
売上総利益	1,143	19.7%	1,758	19.3%	153.8%	—	—
販売管理費	1,035	17.8%	1,080	11.9%	104.4%	—	—
営業利益	108	1.9%	677	7.4%	627.2%	340	337
経常利益	129	2.2%	702	7.7%	540.8%	334	368
当期純利益	86	1.5%	483	5.3%	561.2%	227	256

# 販売管理費の前年同期比較



(単位: 百万円)	21.03期 1Q		22.03期 1Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減
人件費	313	5.4%	315	3.5%	▲1.9%	+2
広告宣伝費	12	0.2%	12	0.1%	▲0.1%	+0
販売促進費	143	2.5%	172	1.9%	▲0.6%	+29
業務委託費	68	1.2%	77	0.8%	▲0.4%	+9
支払手数料	185	3.2%	248	2.7%	▲0.5%	+63
減価償却費	31	0.5%	45	0.5%	+0%	+14
地代家賃	68	1.2%	86	1.0%	▲0.2%	+18
その他	212	3.7%	123	1.4%	▲2.3%	▲90
<b>販売管理費計</b>	<b>1,035</b>	<b>17.8%</b>	<b>1,080</b>	<b>11.9%</b>	<b>▲5.9%</b>	<b>+45</b>

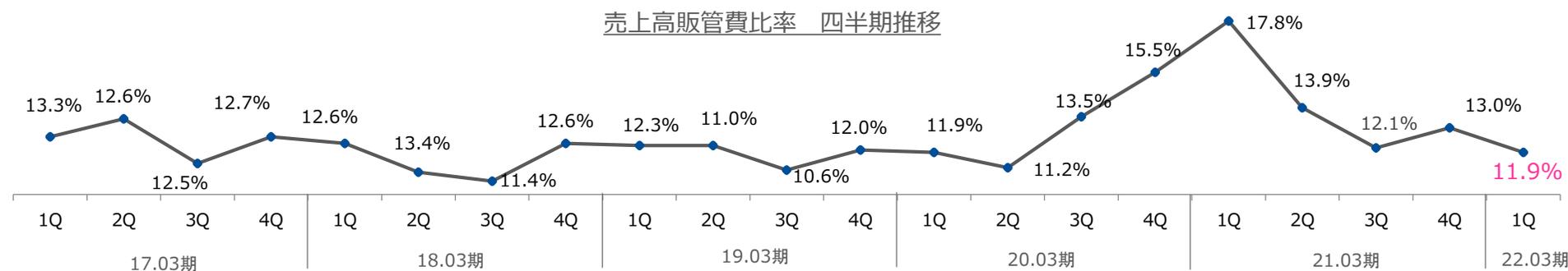
## 増加要因

- ・ EC売上高伸長による増加
- ・ 昨年の店舗移転による費用増加及び当期自己株取得にかかる手数料による増加

昨年のシステム投資及び店舗移転にかかる増加

昨年の店舗移転による家賃増加

収益認識適応による、ポイント引当金計上方法の変更



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
		12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	12.9%	13.8%

# 事業別業績の前年同期比較



(単位：百万円)

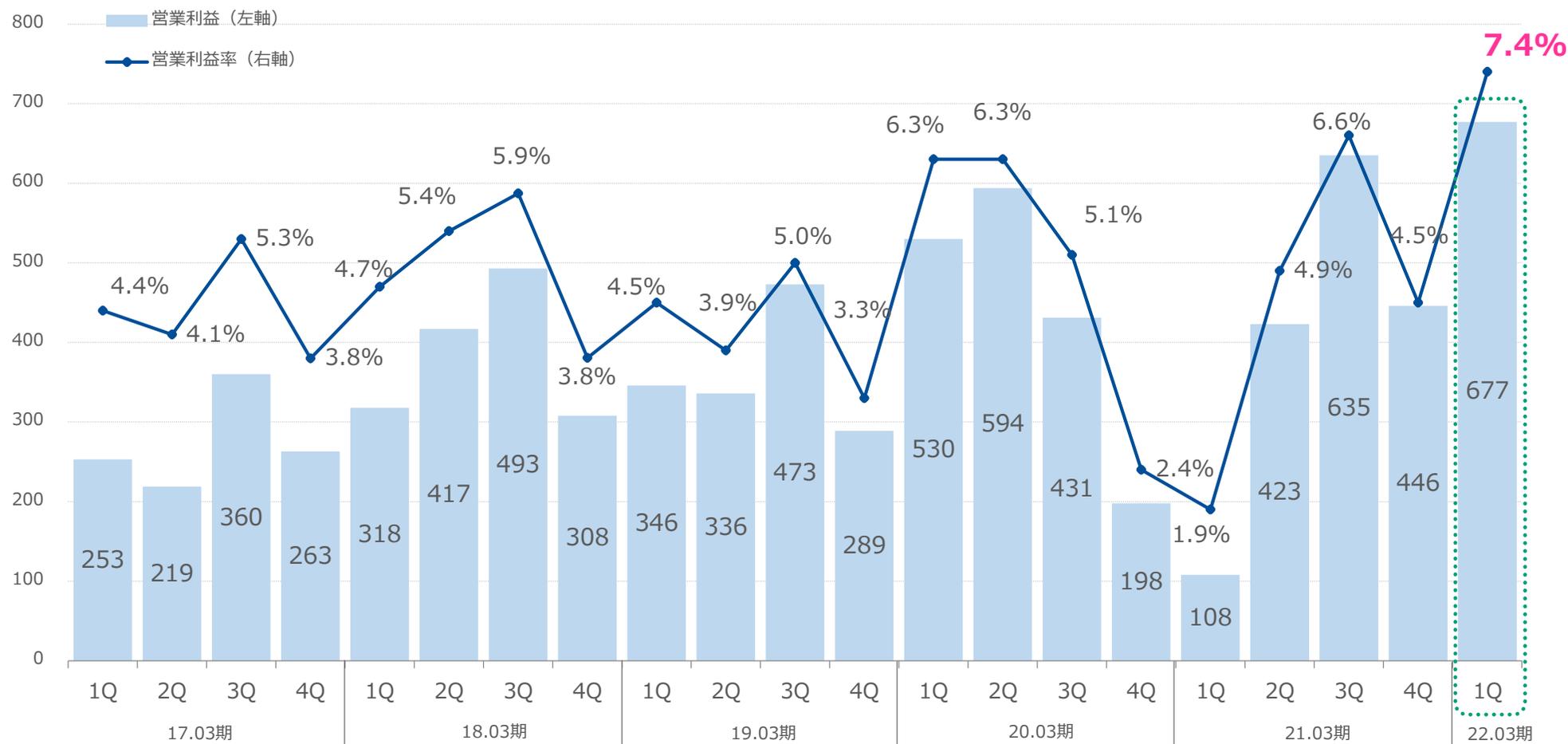
事業・販売チャネル ( ) 売上構成比		21.03期 1Q	22.03期 1Q	前年比	備考
 カメラ事業 (63.9%)	EC売上	3,777	5,207	137.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高が好調推移</li> <li>● 店舗売上高は4/25～5/11臨時休業したものの順調に推移</li> <li>● AIMD効果で中古カメラの粗利率向上</li> </ul>
	店舗売上	367	616	167.6%	
	カメラ売上計	4,145	5,824	140.5%	
	セグメント利益	319	729	228.0%	
 時計事業 (32.8%)	EC売上	838	1,251	149.2%	<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</li> <li>● 免税売上高回復し、売上に大きく貢献</li> <li>● 中古品売上好調により、全体粗利率向上</li> </ul>
	店舗売上	549	1,742	317.0%	
	時計売上計	1,388	2,994	215.7%	
	セグメント利益	35	194	556.3%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1%)	EC売上	78	72	92.1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高に落ち込みがでたものの、店舗は前年同期比199.7%と順調に伸長</li> <li>● セグメント赤字は生産性向上、費用低減により引き続き対応していく</li> </ul>
	店舗売上	7	15	199.7%	
	筆記用具売上計	86	87	101.8%	
	セグメント利益	▲7	▲2	-	
 CROWN GEARS 自転車事業 (2.3%)	EC売上	180	197	109.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高は引き続きトレーニング器具、パーツ、本体含め好調推移</li> <li>● 自社サイト比率 前年同期比186.2%と伸長したことでセグメント利益も大きく伸長</li> </ul>
	店舗売上	9	14	152.6%	
	自転車売上計	190	212	111.6%	
	セグメント利益	8	15	186.2%	
合計	EC売上	4,875	6,728	138.0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● EC売上高が引き続き順調に推移</li> </ul>
	店舗売上	935	2,389	255.6%	
	売上高合計	5,810	9,118	156.9%	

# 営業利益・営業利益率の四半期推移

**概要** 営業利益率が大きく改善し、過去最高営業利益率更新(四半期ベース)

コロナ禍においてもEC強化の投資(AIMD×One to One、1カテゴリ1オフィス、EC+CGMなど)を継続  
中古カメラにおいてはAIMDの導入により、粗利率の向上、販売管理費を抑制

(単位：百万円)



# 貸借対照表 前四半期末比較



**概要** 昨年に引き続きEC強化への投資と時計戦略的ランナップ拡充（ROLEX中心に）  
2021年6月の自己株式取得による、固定負債の増加、及び純資産の減少

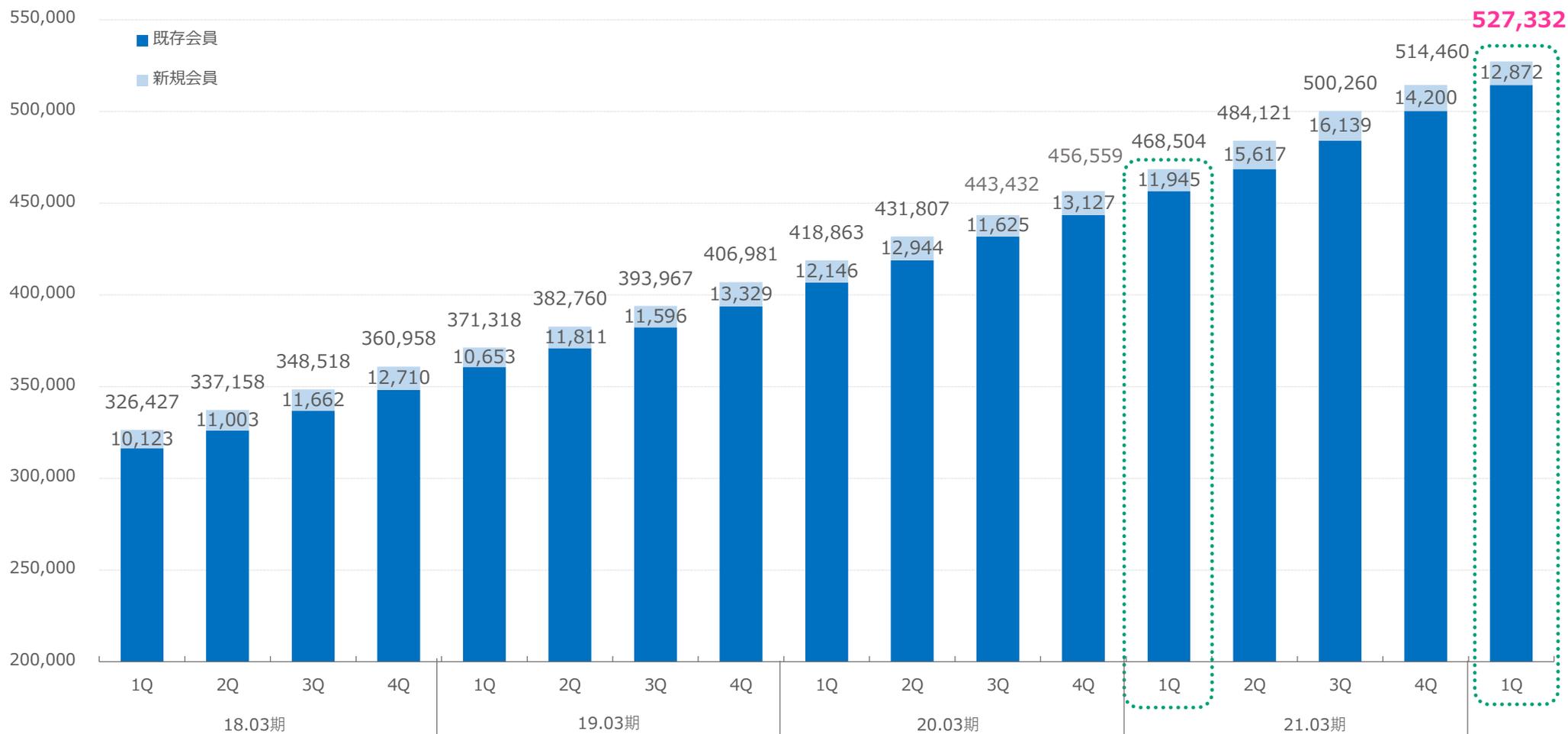
(単位：百万円)

	21.03期	22.03期 1Q	
		実績	増減
流動資産	11,178	10,683	▲495
現預金	1,827	1,251	▲576
商品	6,826	7,232	+406
固定資産	1,434	1,344	▲90
資産合計	12,613	12,028	▲585
流動負債	3,989	3,911	▲78
固定負債	2,218	4,378	+2,160
負債合計	6,208	8,290	+2,082
純資産合計	6,404	3,737	▲2,667
負債・純資産合計	12,613	12,028	▲585

# Web会員数の四半期推移



**概要** 昨年に引き続きコロナ禍においても当社取扱商材（趣味・嗜好品）へのニーズ変わらず、シェア拡大継続。外出制限が続く中、手頃で身近な趣味としてカメラをはじめめる人も増加。



# 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 **41.8%**

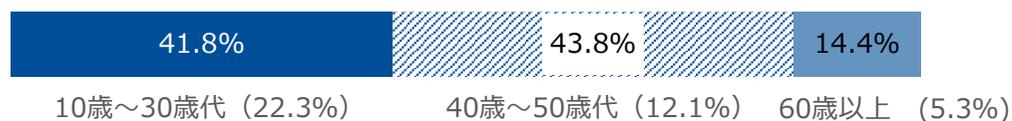
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **22.3%**と高い

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

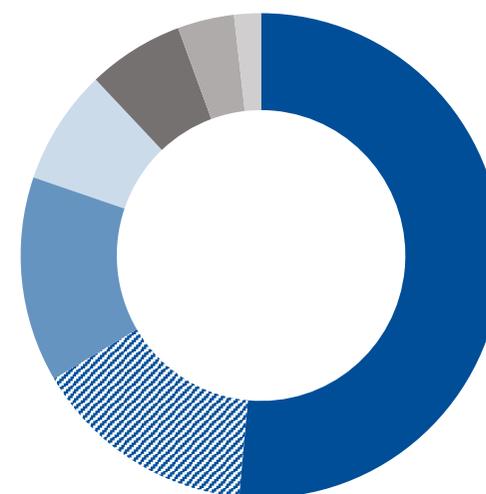
2021年6月末

世代分布

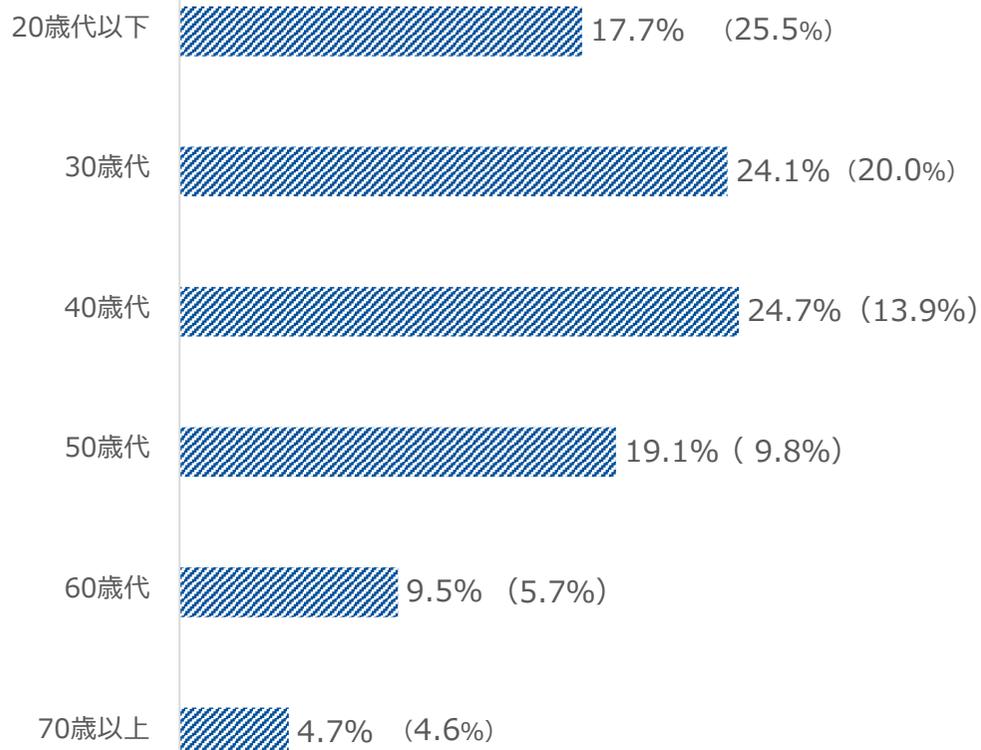
※ ( ) は女性比率



エリア分布



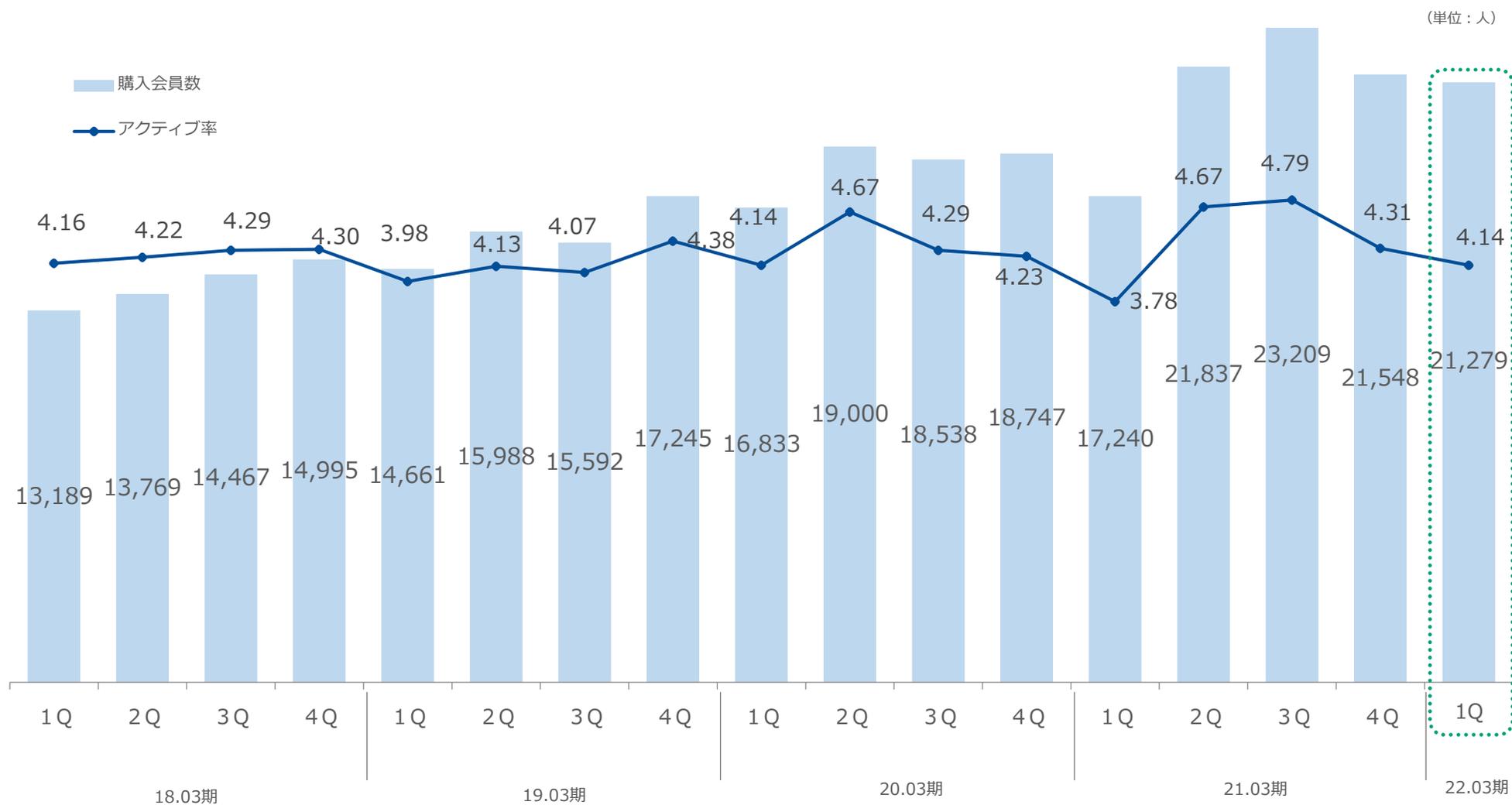
■ 関東	51.4% (東京23.1%)
▨ 近畿	15.0%
■ 中部	13.7%
■ 北海道・東北	7.7%
■ 九州・沖縄	6.5%
■ 中国	3.8%
■ 四国	1.8%



男女比

男性 : 84.6%      女性 : 15.4%

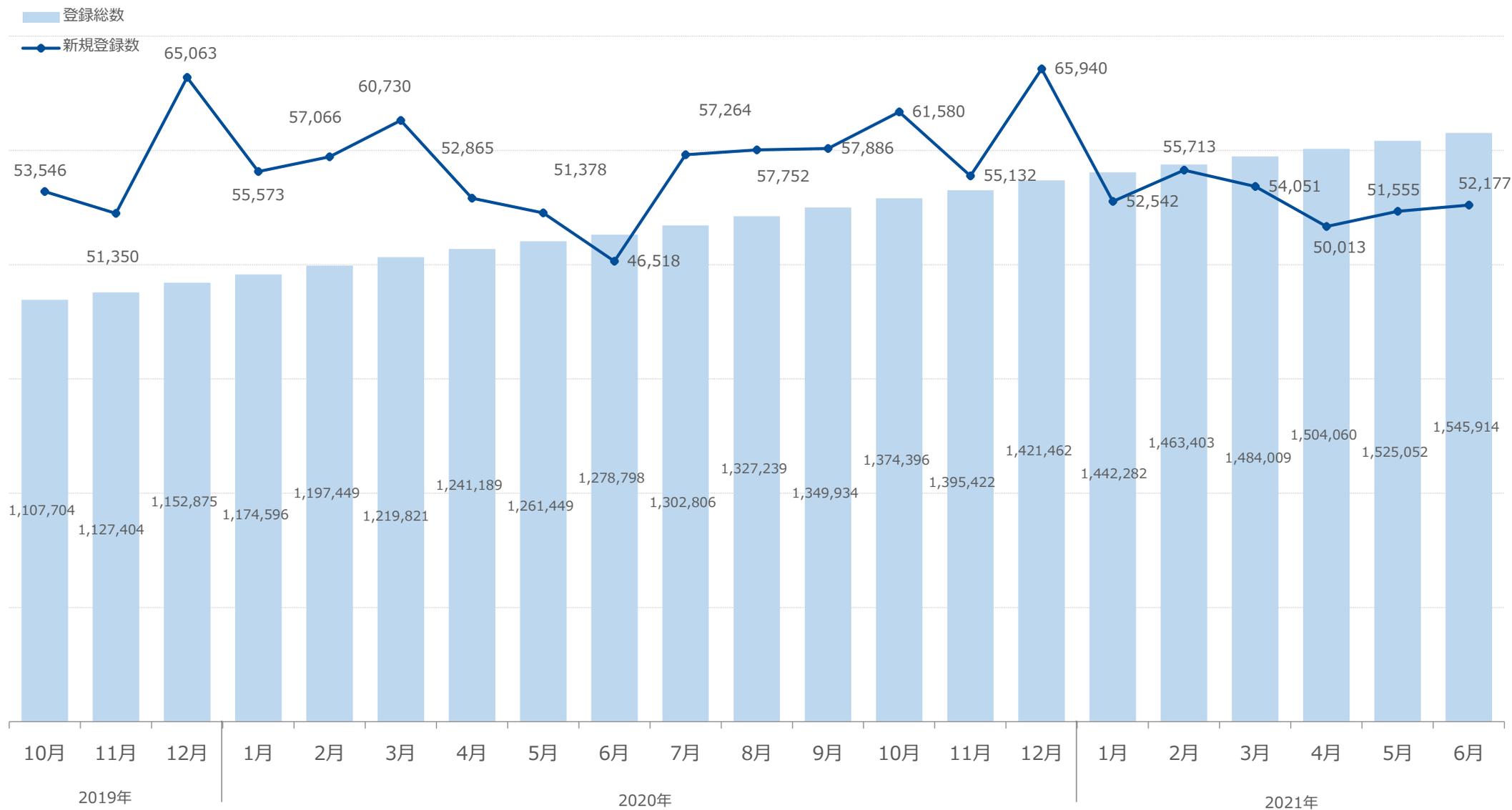
# 四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率



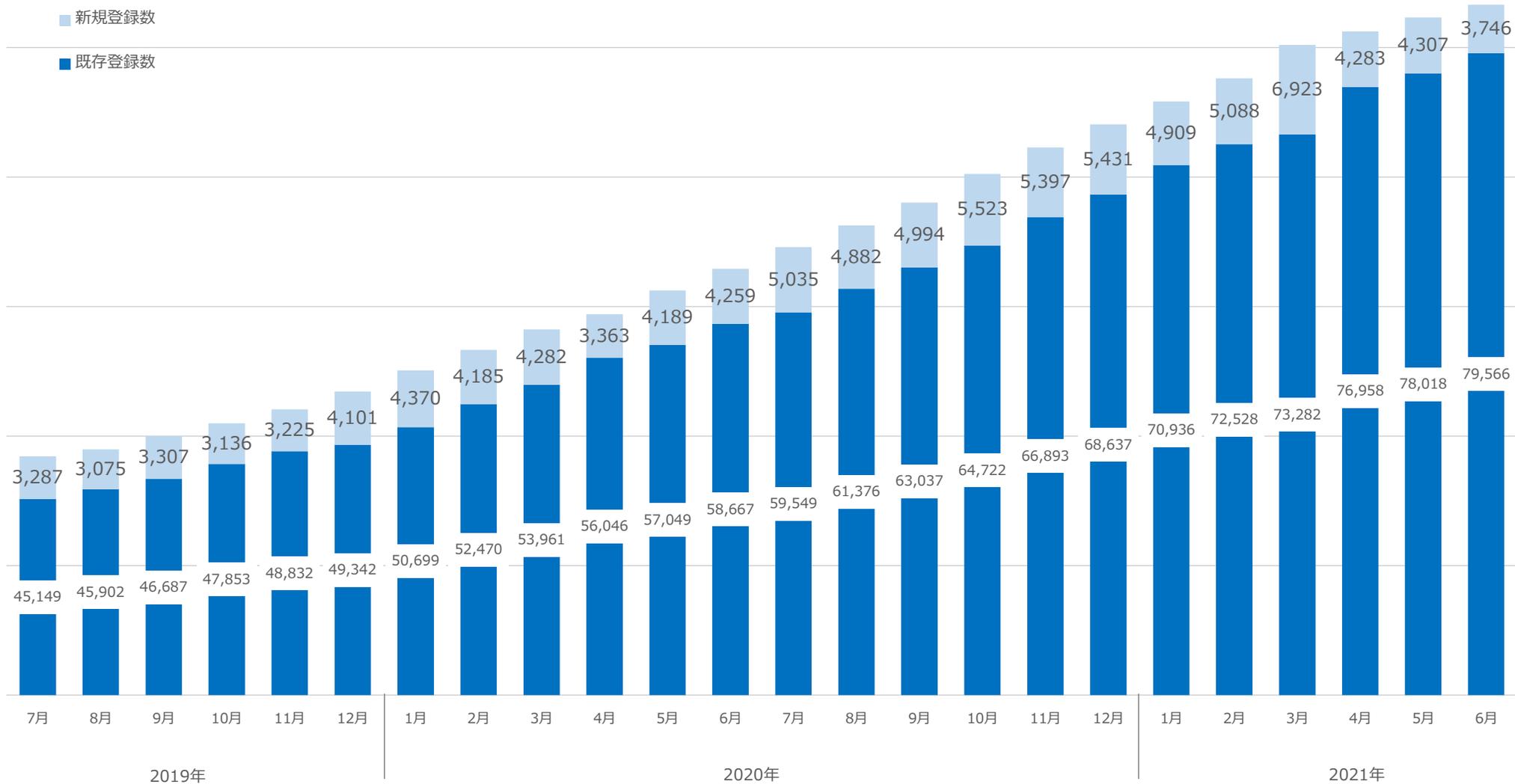
# 欲しいリストの登録商品数



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プッシュ配信数が増加



# 入荷お知らせメール登録数





- 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。