



2023年3月期 第2四半期
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9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

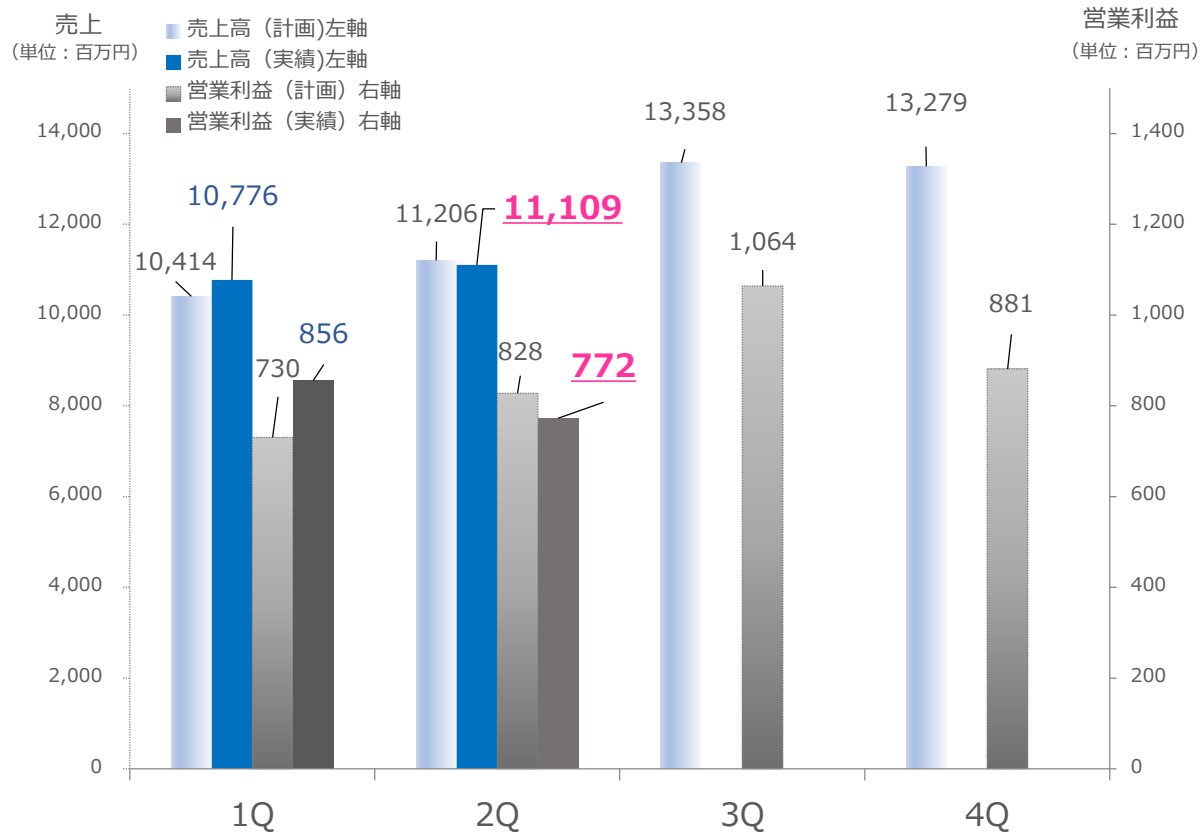
2Q決算ハイライト(計画比)



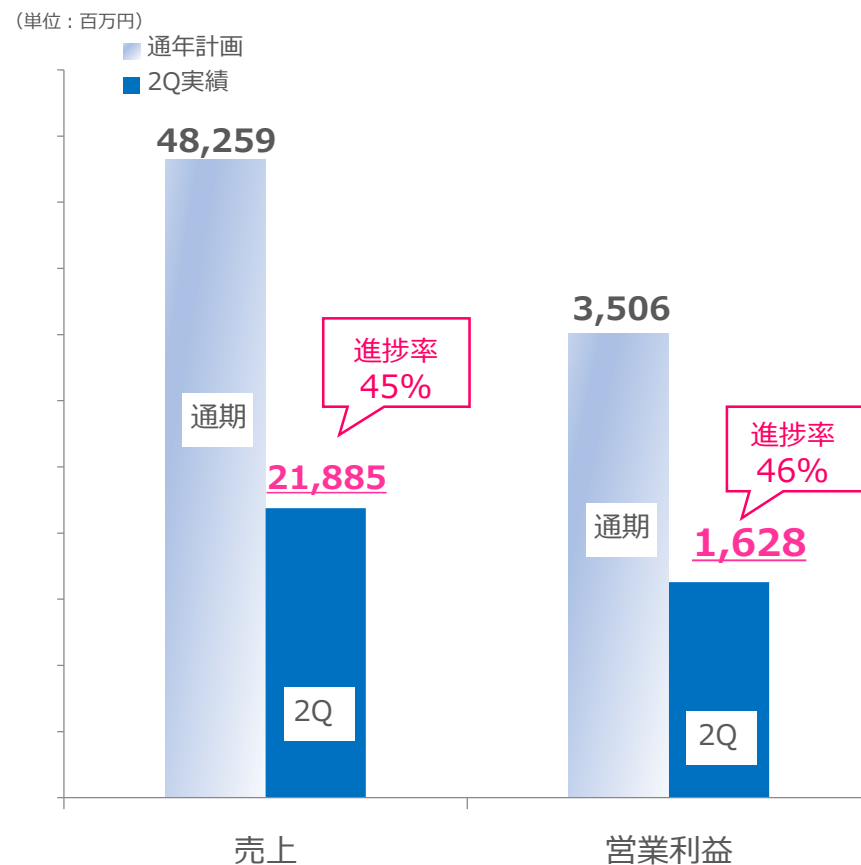
概要 **売上高、営業利益共に順調に推移いたしました。**

- 売上高：引続き国際情勢による影響を受け、免税売上高が減少、カメラ、時計、越境EC事業共に好調に推移
- 粗利率：カメラ事業では引き続きAIMDが安定的に稼働し、時計事業においては市場動向を鑑みた価格設定を行い、全体で**18.8%**となりました。

計画・実績四半期推移



通期計画・2Q進捗率

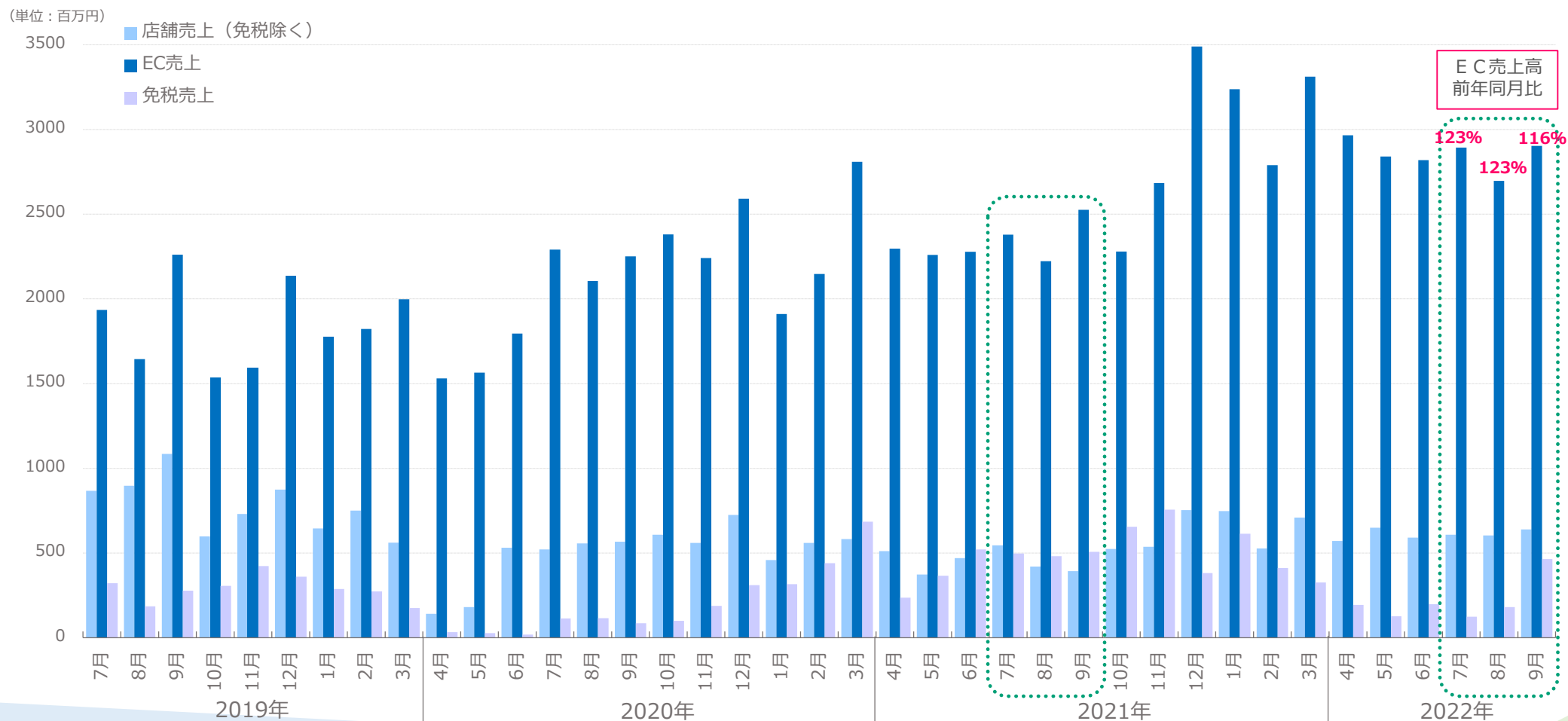


販売チャネル別売上高推移（月次）

EC 2Q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 新型コロナウイルス感染症の急拡大の影響を受け、減少

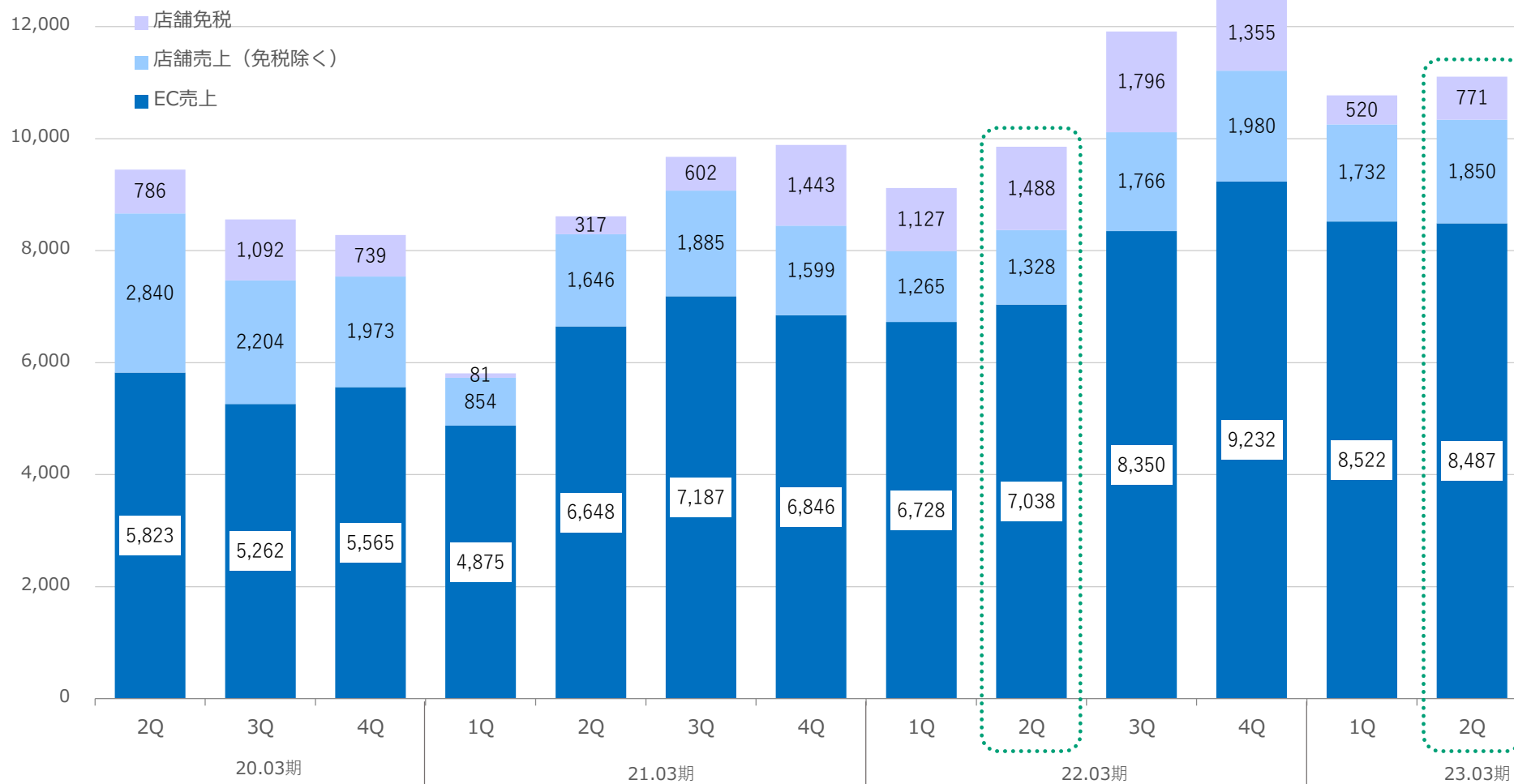
免税 中国のロックダウンなど、国際情勢による影響が続く



販売チャネル別売上高推移（四半期）

概要 EC売上高及び店舗売上高（免税除く）が好調に推移し、売上高全体で**前年同期比120%**

(単位：百万円)

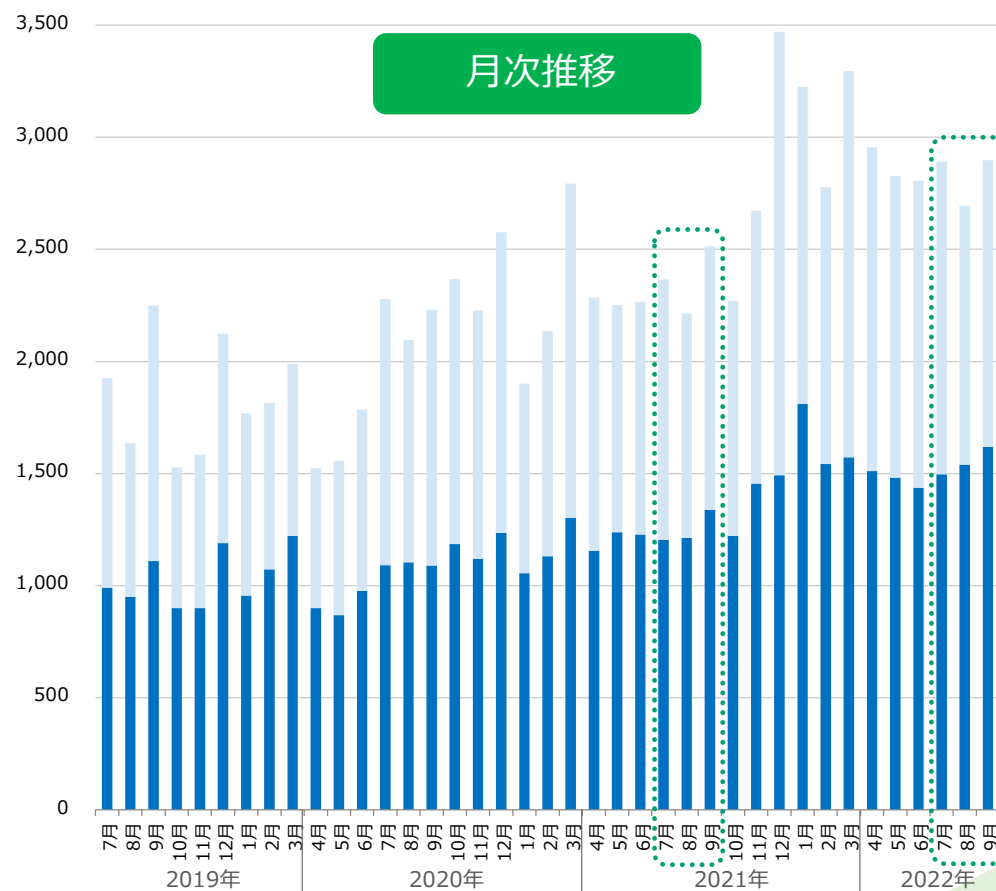
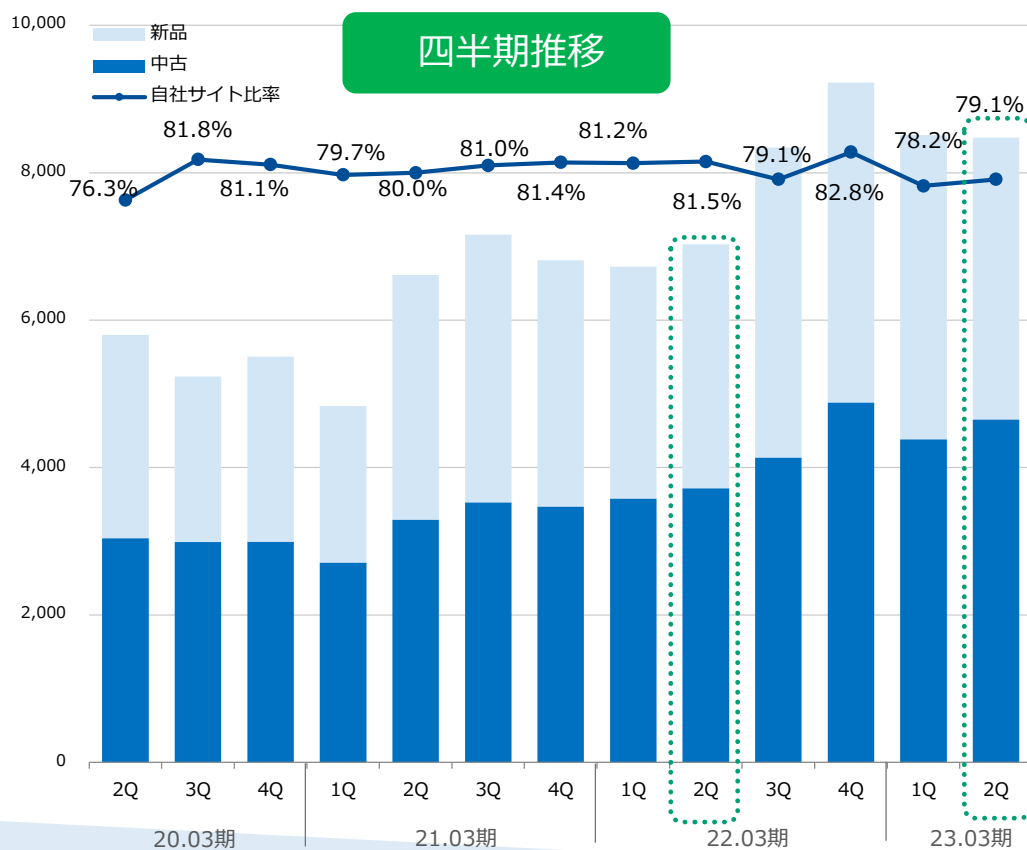


EC売上高推移

概要 **越境ECが好調に増加**したことで、前年同月比で自社サイト比率は減少。

	2023.3期 1Q	2023.3期 2Q	前年同期比
EC売上高 (百万円)	8,522	8,487	120%
自社サイト比率	78.2%	79.1%	▲0.9%
モール比率	21.8%	20.9%	+0.9%

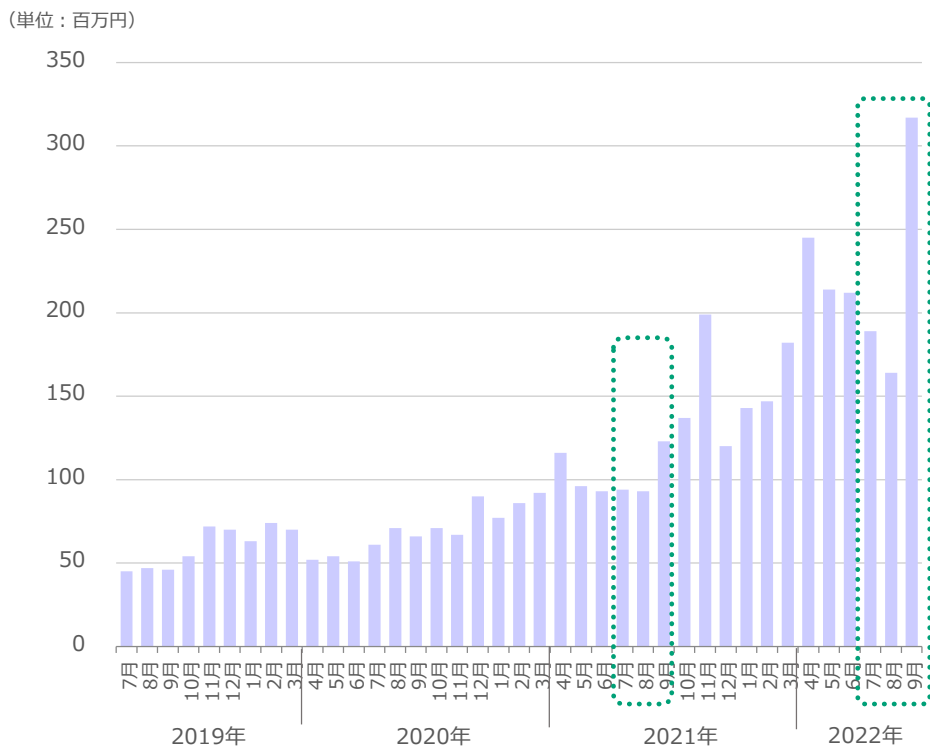
(単位：百万円)



越境EC(海外モール)・免税・店舗 売上高推移

概要 カメラ・時計共に国内だけでなく海外での需要も高く、越境ECは前年同期比210%と好調に推移。

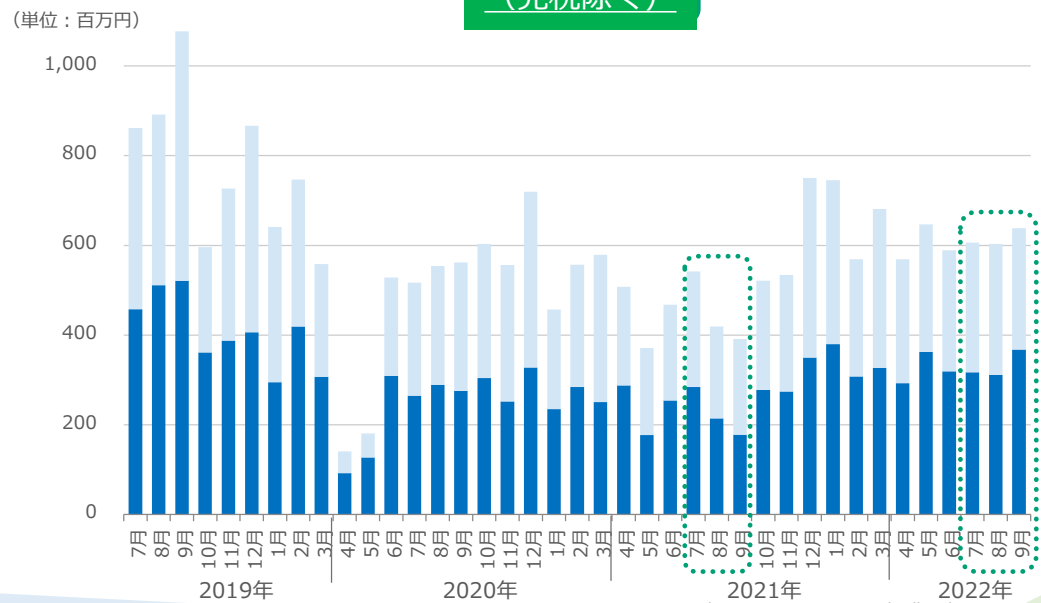
越境EC(海外モール)売上



免税売上



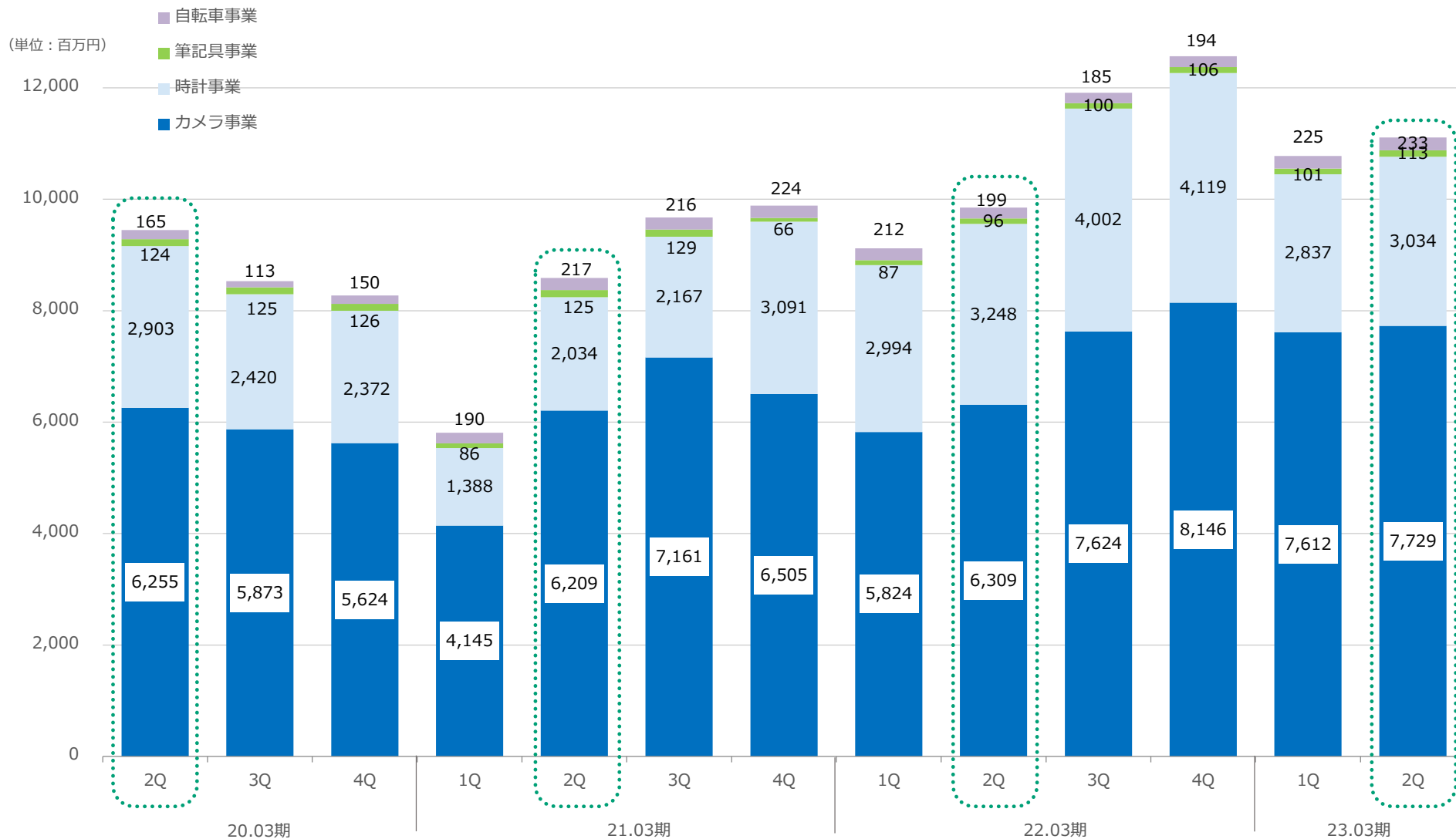
店舗売上 (免税除く)



事業別売上高（四半期）



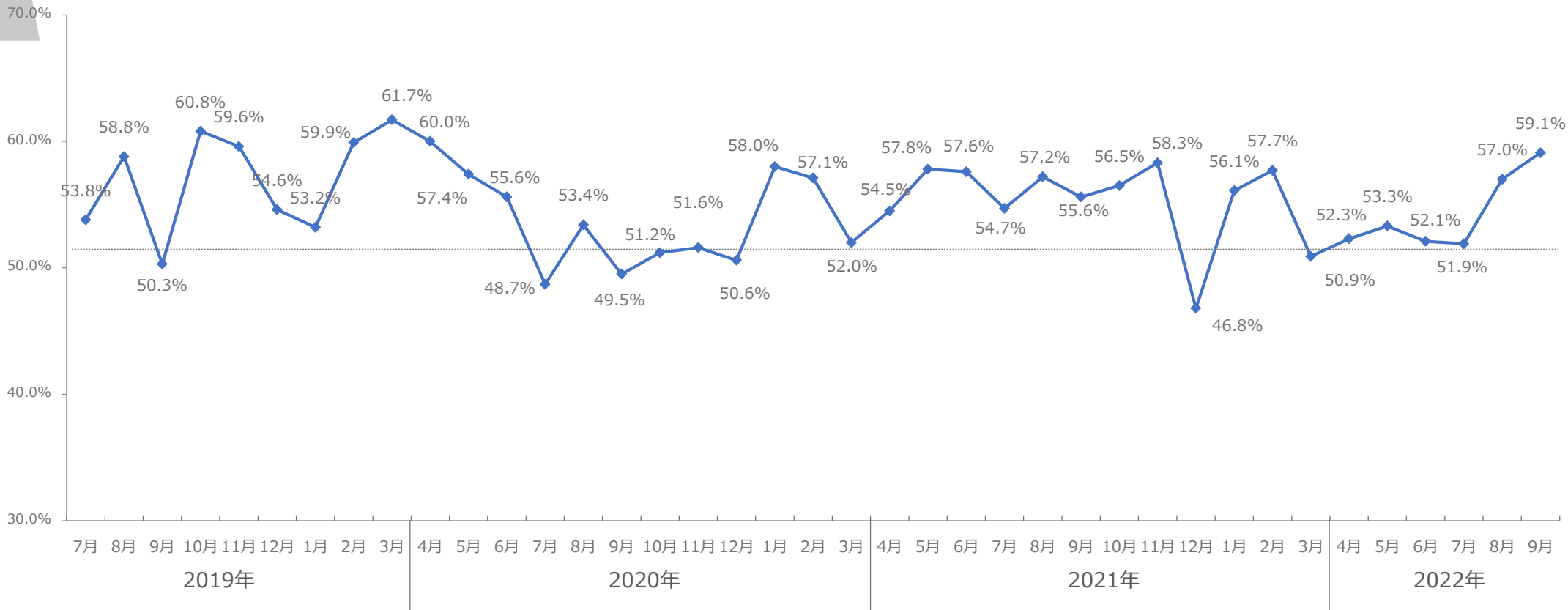
概要 各事業（商材）ともに順調に推移し、**2Q単体及び上期累計で売上高過去最高額を更新。**



売上高全体に占める中古品比率推移



概要 時計事業の中古品売上高上昇に伴い、中古品比率推移上昇



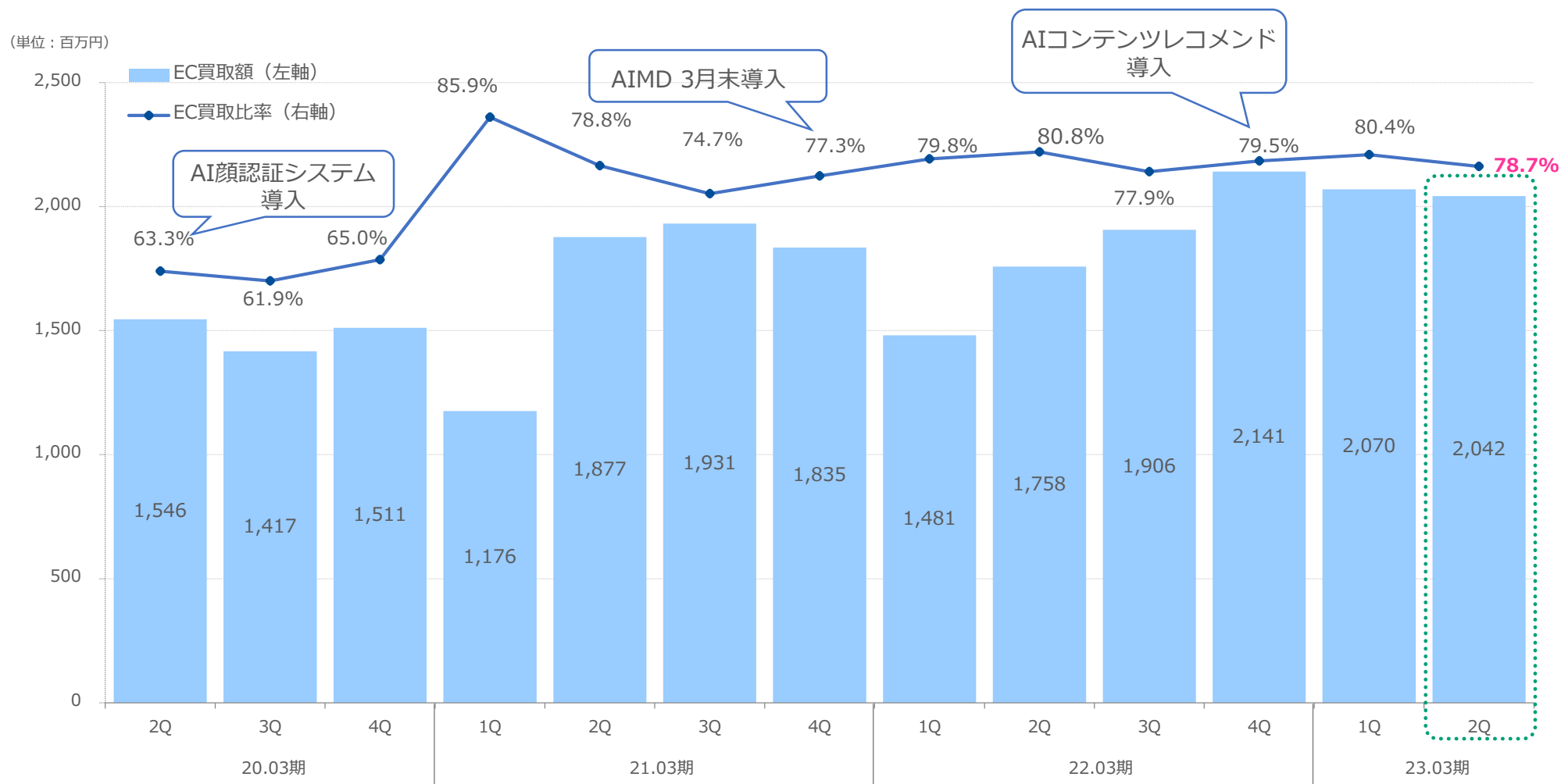
 中古品比率	20.3期			21.3期				22.3期				23.3期	
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	53.9%	57.5%	57.5%	56.8%	50.6%	51.0%	54.9%	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%



カメラ事業 中古EC買取推移



概要 EC比率は引き続き高い水準を維持。



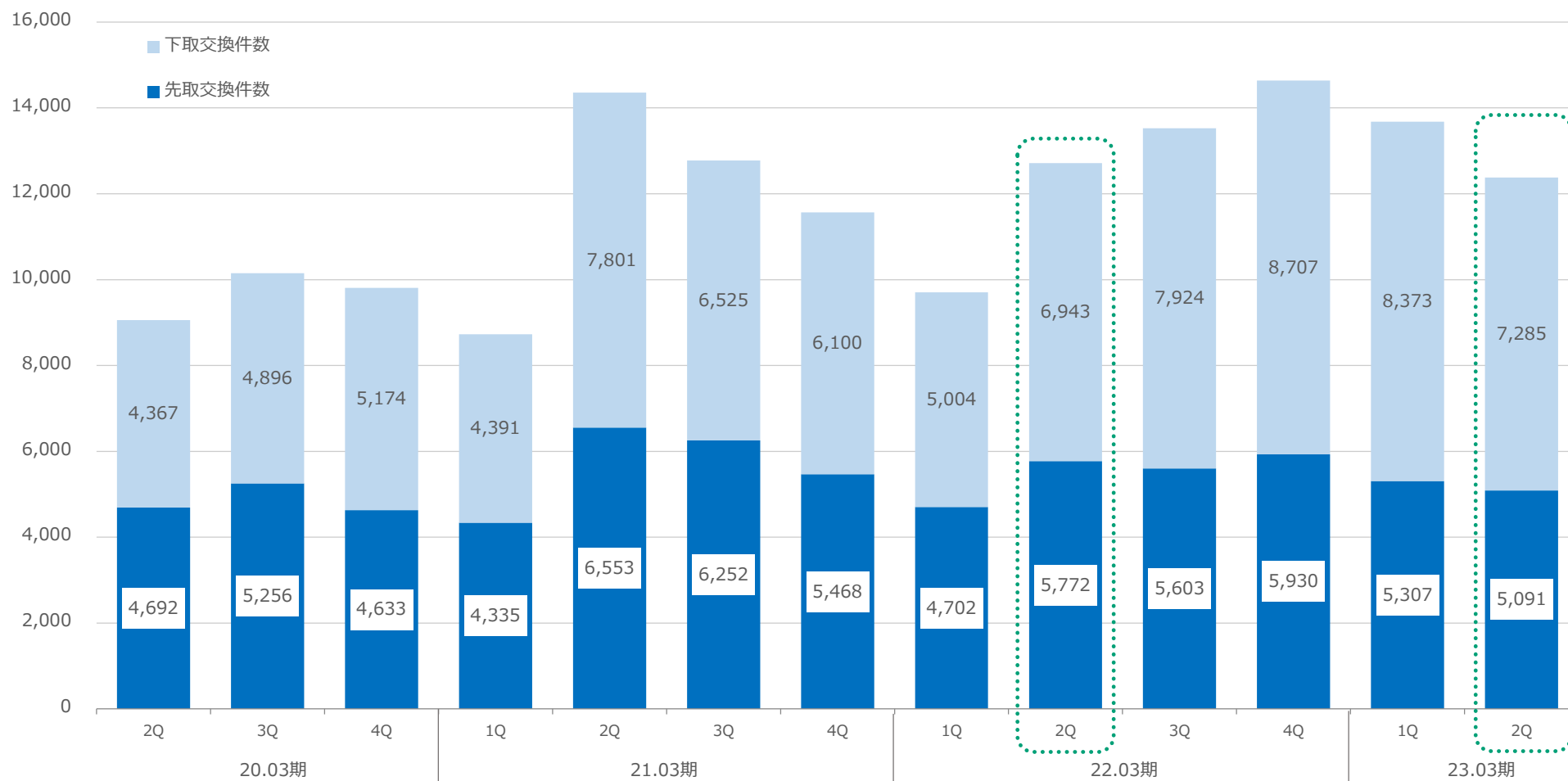


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



概要 AIMD効果により交換サイクルが安定し、堅調に推移。

(単位：百万円)



決算概要：前年比較

売上高

【前年同期比】**全体：115.4%** **EC：123.6%** 店舗：93.7%
EC売上高は主軸のカメラ事業を中心に好調に推移。

粗利率

主軸のカメラ・時計については、AIMDの効果や市場動向を鑑みた商品価格設定により、全体の粗利率は、**18.8%**となった。

販管費

販売促進費や手数料などの売上高連動分の費用及び人員増加、従業員給与のベースアップによる増加があるも、AI活用によるスリムな経営を継続強化したことで、売上高販売管理費比率は**11.4%**となった。

営業利益

主軸事業で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**7.4%**と高い水準を維持。

	22.03期 2Q累計		23.03期 2Q累計						(単位：百万円)	
	実績	売上高比率	1Q実績	2Q実績	累計	売上高比率	前年同期比	計画	計画比増減	
売上高	18,972	-	10,776	11,108	21,885	-	115.4%	21,621	+264	
売上総利益	3,536	18.6%	2,120	1,995	4,116	18.8%	116.4%	—	—	
販売管理費	2,220	11.7%	1,264	1,223	2,488	11.4%	112.0%	—	—	
営業利益	1,315	6.9%	856	771	1,628	7.4%	123.8%	1,559	+69	
経常利益	1,351	7.1%	863	782	1,645	7.5%	121.8%	1,544	+102	
当期純利益	933	4.9%	585	540	1,125	5.1%	120.6%	1,065	+60	

販売管理費の前年比較



(単位：百万円)

	22.03期 2Q累計		23.03期 2Q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	632	3.3%	693	3.2%	▲0.1%	+61
広告宣伝費	21	0.1%	19	0.1%	0%	▲2
販売促進費	421	2.2%	447	2.0%	+0.2%	+26
業務委託費	153	0.8%	185	0.8%	0%	+32
支払手数料	481	2.5%	592	2.7%	+0.2%	+111
減価償却費	92	0.5%	96	0.4%	▲0.1%	+4
地代家賃	173	0.9%	176	0.8%	▲0.1%	+3
その他	245	1.3%	277	1.3%	0%	+32
販売管理費計	2,220	11.7%	2,488	11.4%	▲0.3%	+266

増加要因

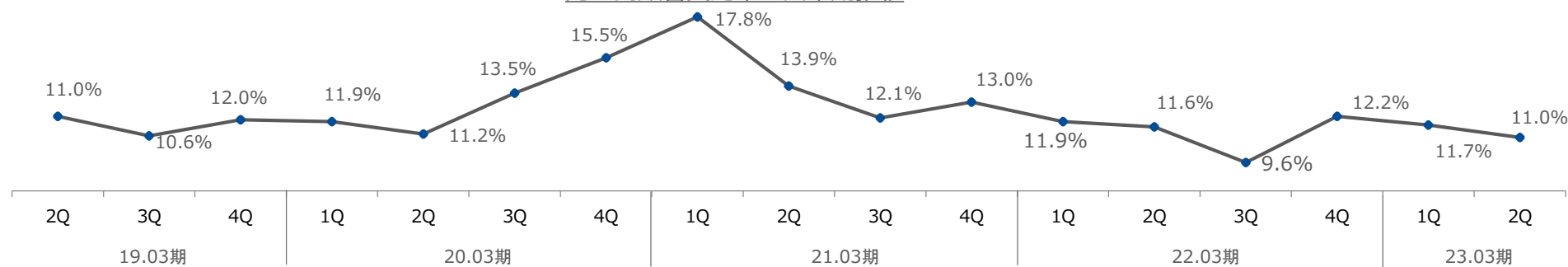
給与ベースアップ及び人員増による増加

下取交換増加に伴う下取り額UP

売上増加に伴うクレジット利用料の増加

PS、RSU導入費用等による増加

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 2Q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)

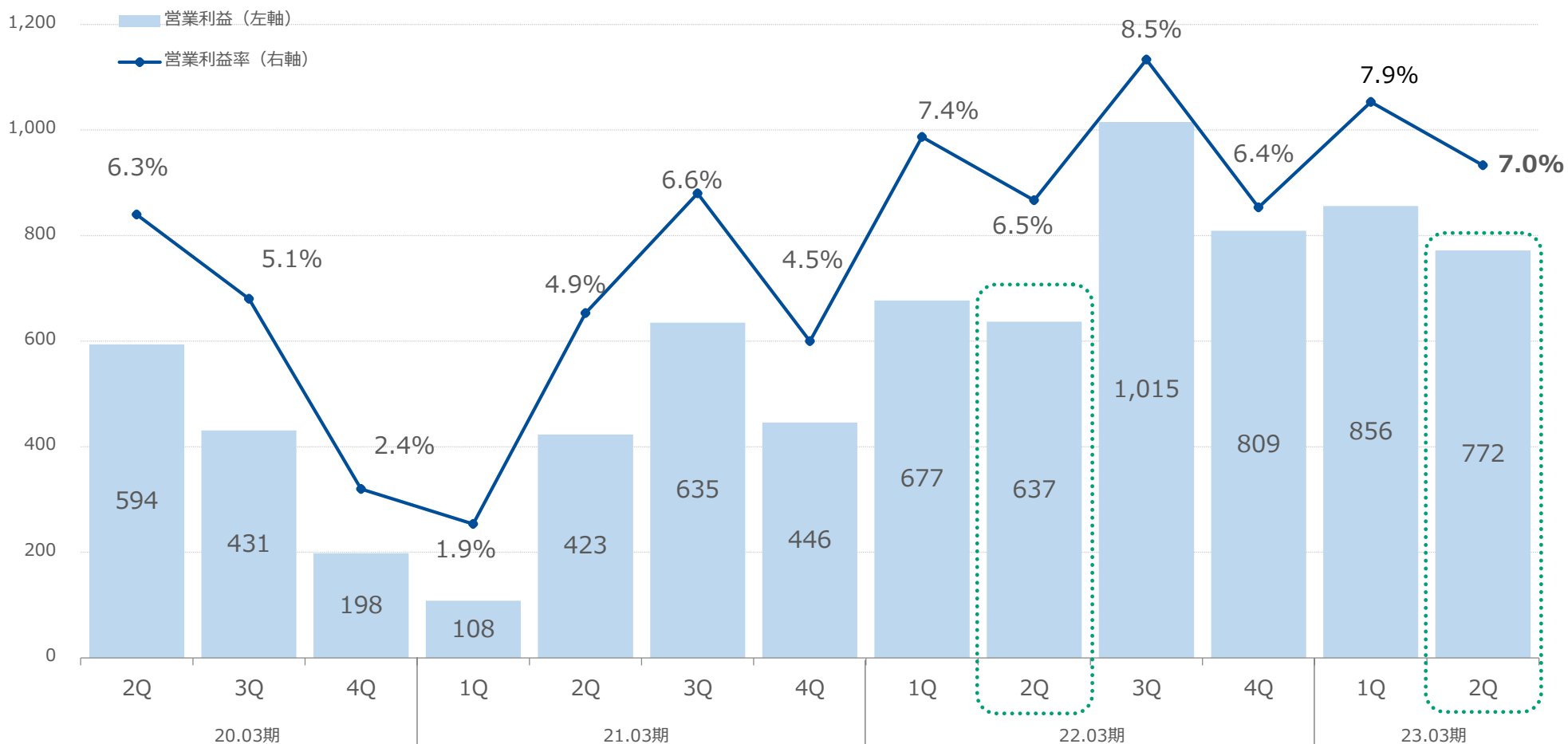
事業・販売チャネル () 売上構成比		22.03期 2Q (累計)	23.03期 2Q (累計)	前年比	備考
 カメラ事業 (70.1%)	EC売上	10,795	13,355	123.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗共に売上高が好調に推移 ● AIMD効果により中古カメラの粗利率が安定したことで、セグメント利益向上
	店舗売上	1,338	1,985	148.3%	
	カメラ売上計	12,133	15,341	126.4%	
	セグメント利益	1,353	1,763	130.0%	
 時計事業 (26.8%)	EC売上	2,435	3,174	130.4%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC売上高が好調に推移 ● 免税減少したことにより全体売上高は昨年を下回った。
	店舗売上	3,807	2,696	70.8%	
	時計売上計	6,242	5,871	94.1%	
	セグメント利益	371	320	95.9%	
 筆記用具事業 (0.98%)	EC売上	152	175	114.9%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗共に前年を上回り、費用も低減できたことで黒字転換
	店舗売上	31	38	124.3%	
	筆記用具売上計	183	214	116.5%	
	セグメント利益	▲1	15	—	
 自転車事業 (2.1%)	EC売上	383	303	79.1%	<ul style="list-style-type: none"> ● 店舗での販売（免税）が好調に推移
	店舗売上	28	154	545%	
	自転車売上計	412	458	111.2%	
	セグメント利益	25	30	120.4%	
合計	EC売上	13,766	17,009	123.6%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC強化を継続したことで、引き続きEC売上高好調
	店舗売上	5,205	4,875	93.7%	
	売上高合計	18,972	21,885	115.4%	

営業利益・営業利益率の四半期推移

概要 **営業利益率は7.0%と引き続き高水準を維持。**

EC主軸のビジネスモデルとAI活用及びOne to Oneによるスリムな経営によって、販売管理費の抑制・コントロールを行い高水準を持続させる。

(単位：百万円)



貸借対照表 前年比較



概要 商品の販売が進み、短期借入金が圧縮されたことで流動負債は約10億円の減少。

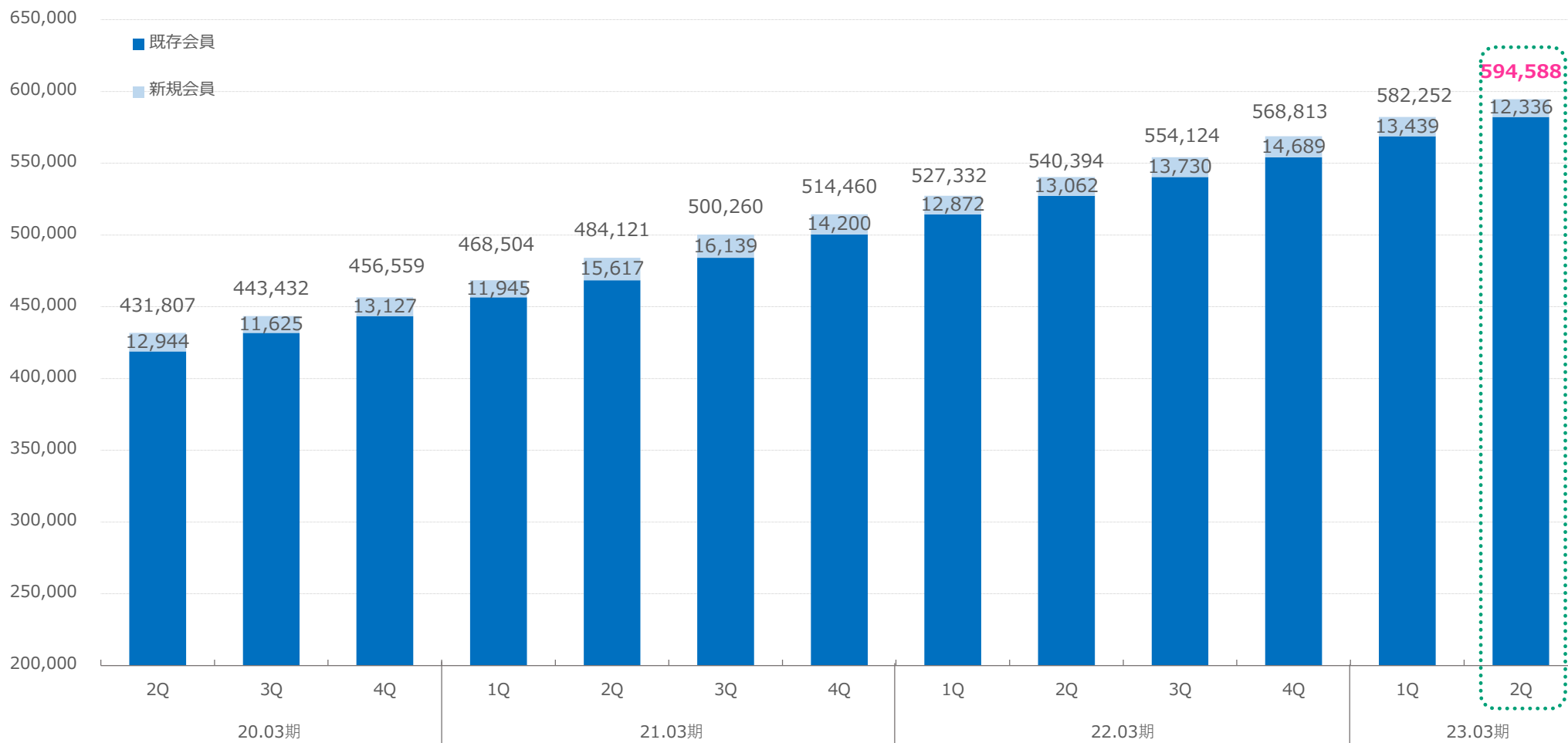
(単位：百万円)

	22.03期末	23.03期 2Q末	
		実績	増減
流動資産	12,820	12,701	▲119
現預金	1,173	1,556	+382
商品	8,329	8,620	+291
固定資産	1,586	1,637	+51
資産合計	14,407	14,338	▲68
流動負債	6,124	5,116	▲1,008
固定負債	2,813	3,490	+677
負債合計	8,937	8,606	▲330
純資産合計	5,469	5,731	+262
負債・純資産合計	14,407	14,338	▲68

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60万人突破見込み



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 **41.1%**

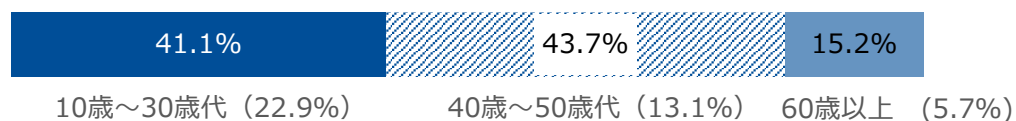
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **22.9%**と高い

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

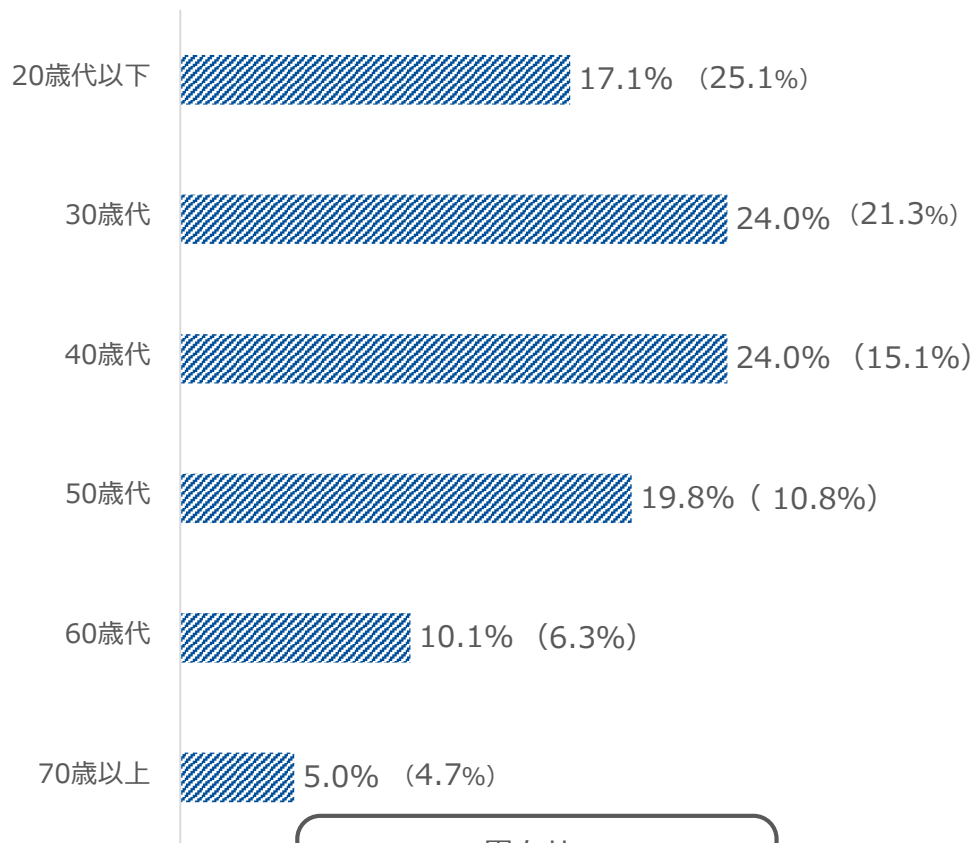
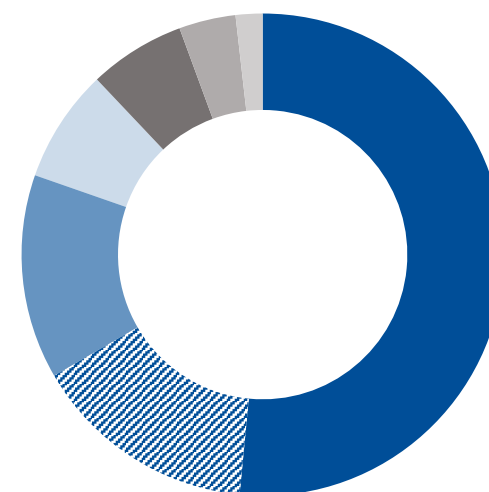
2022年9月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布



男女比

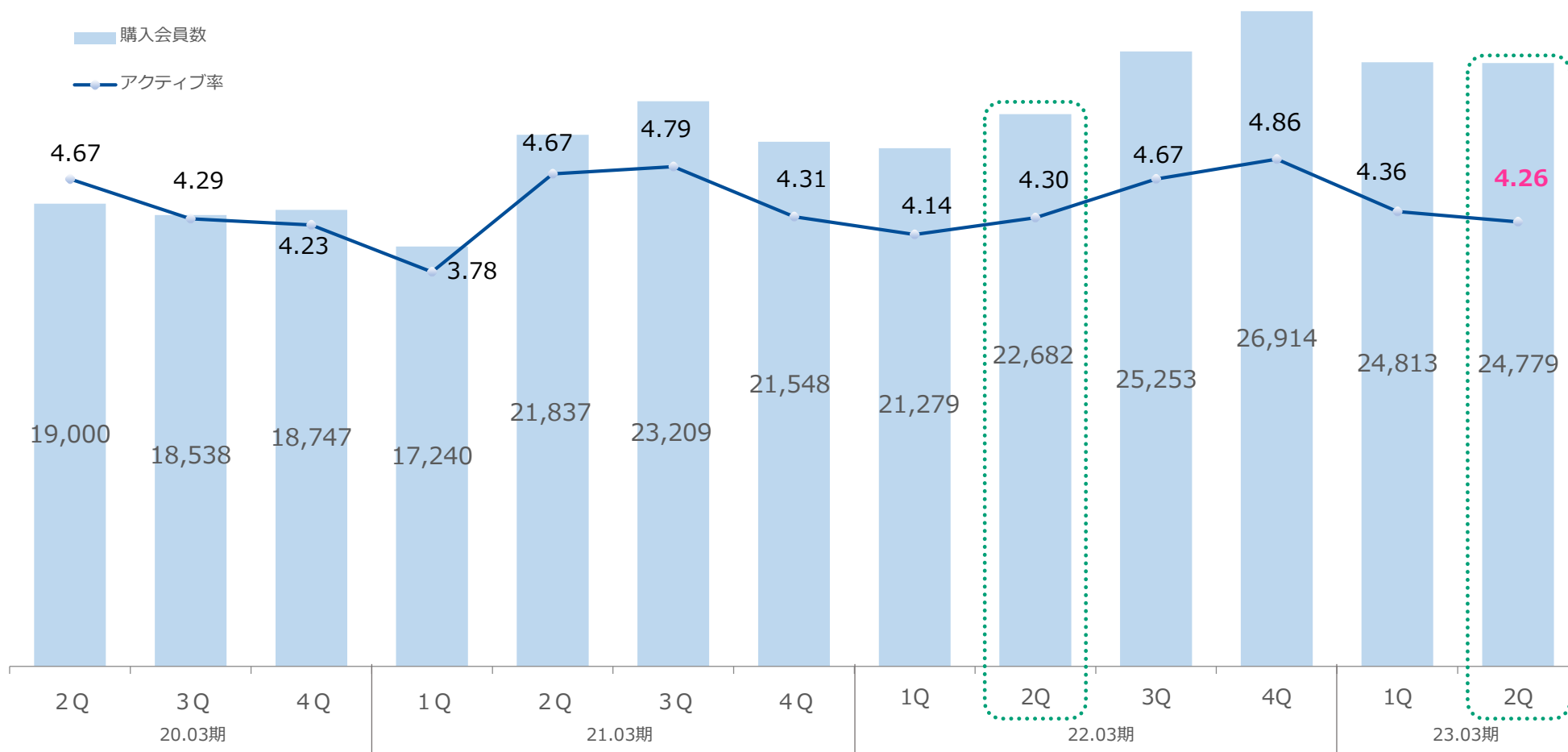
男性 : 84.0% 女性 : 16.0%

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



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)

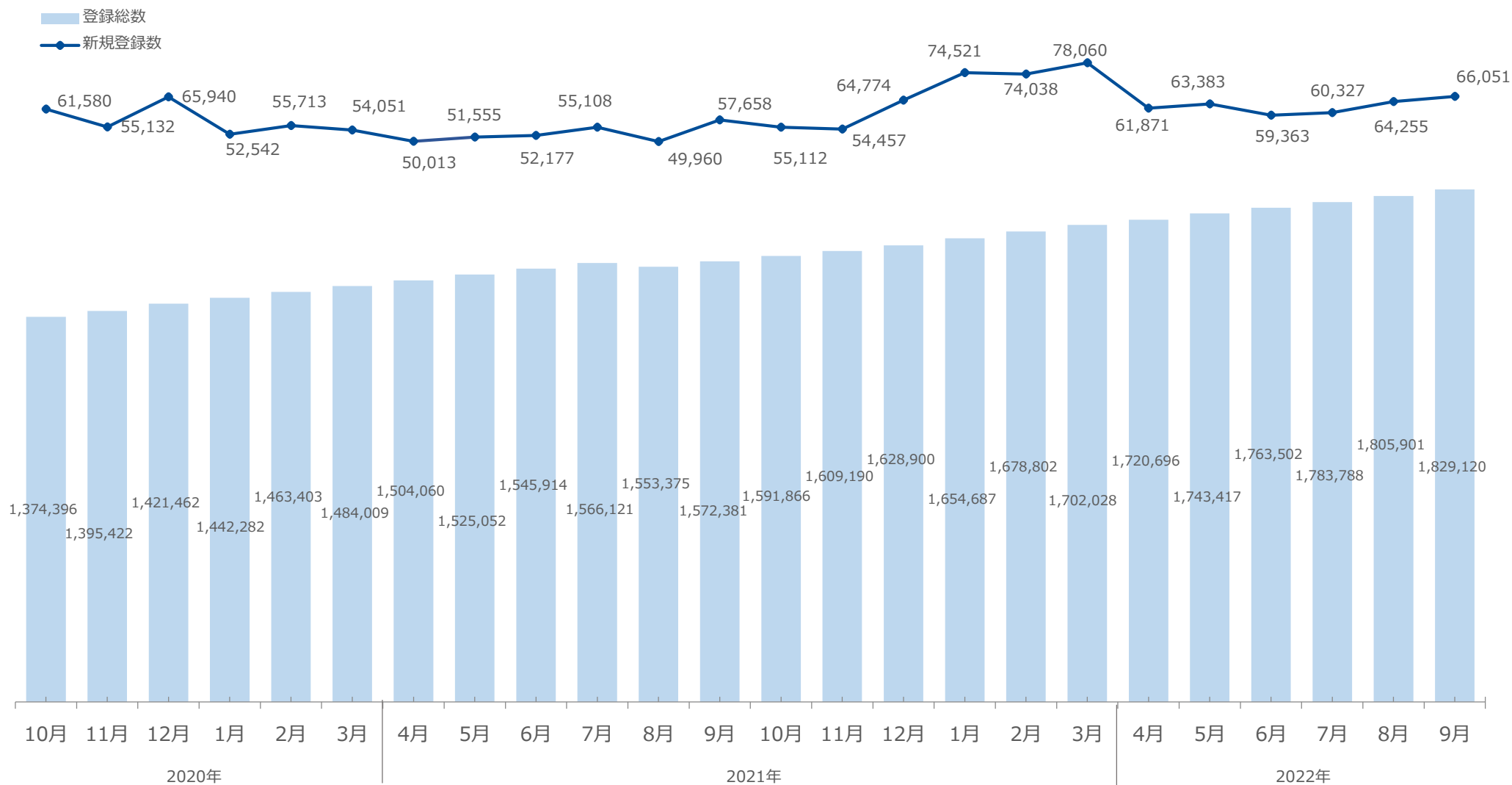
欲しいリストの登録商品数



※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6万件と堅調に推移。

※1~3月は新製品発売や決算セール等のイベント効果により新規登録数が大きく増加

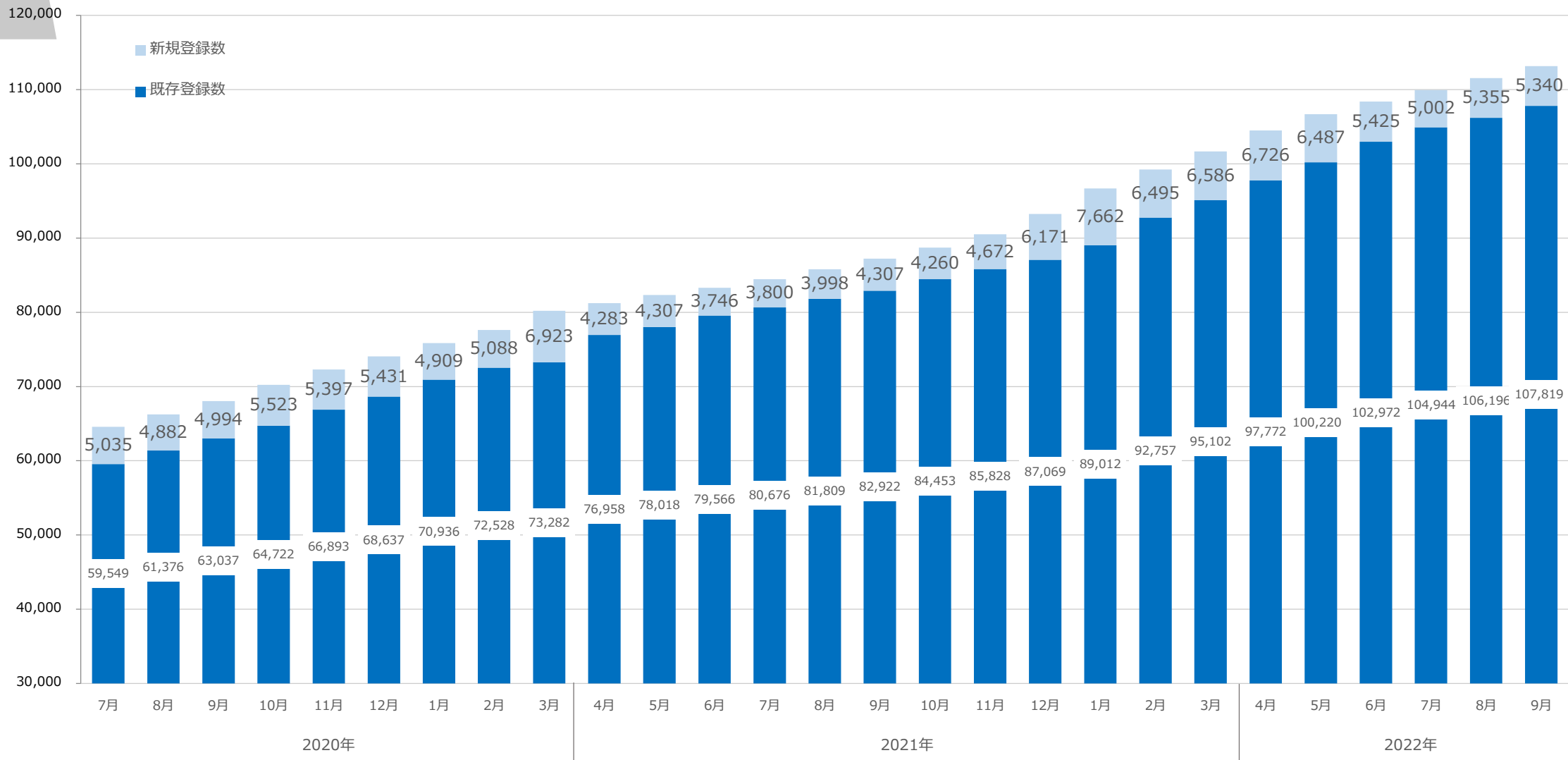


入荷お知らせメール登録数



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。上期平均 約40万件の配信。



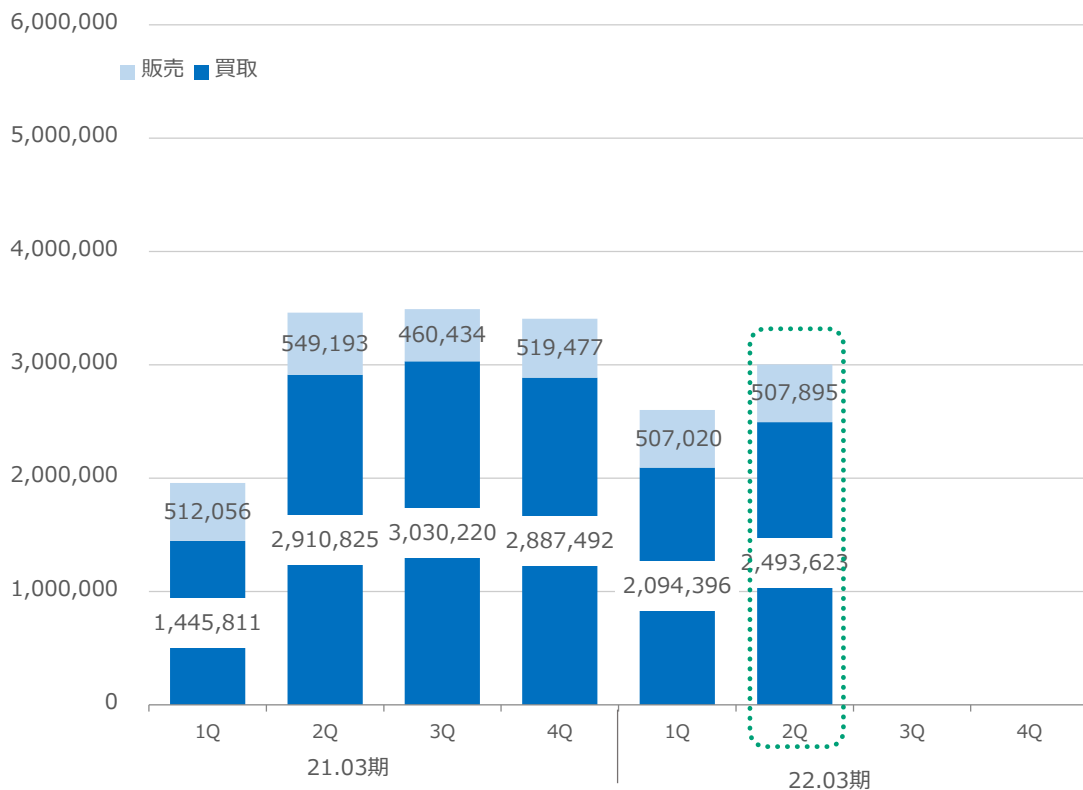


AIMD × One to One × AIコンテンツ Recommend

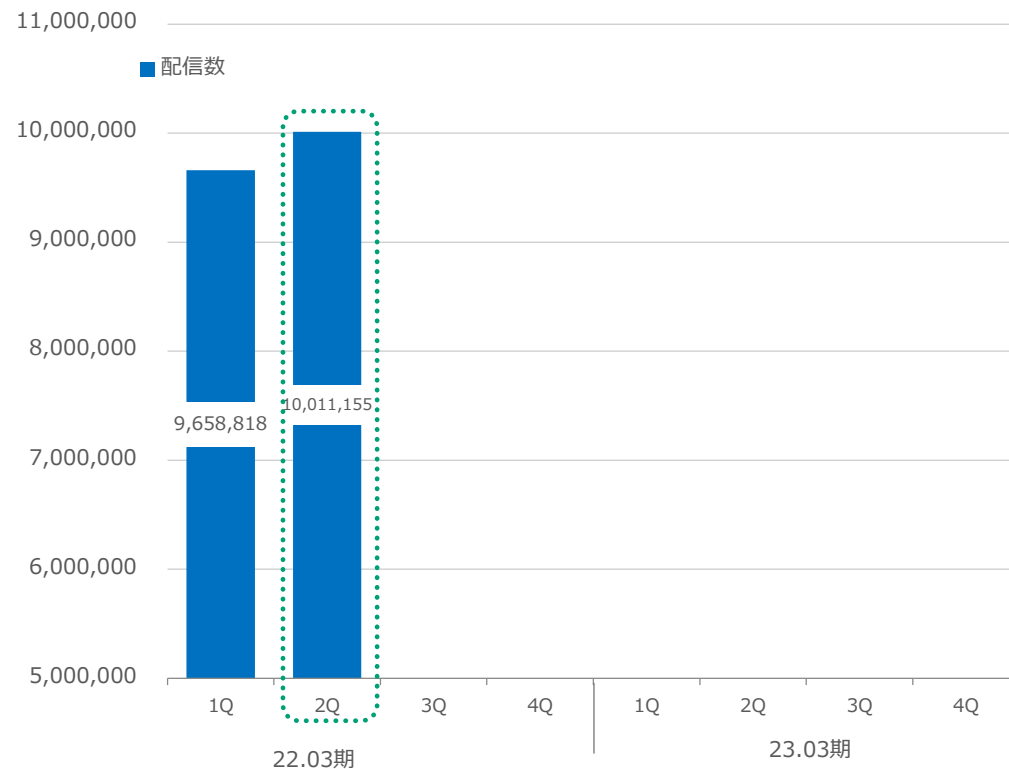


概要 AIMD × One to Oneのリクエスト配信数も堅調に推移
 お客様のお手元のスマートフォンに **月平均400万配信**

AIMD × One to One



AIコンテンツ Recommend





- 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。