



2024年3月期 第1四半期
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	226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	

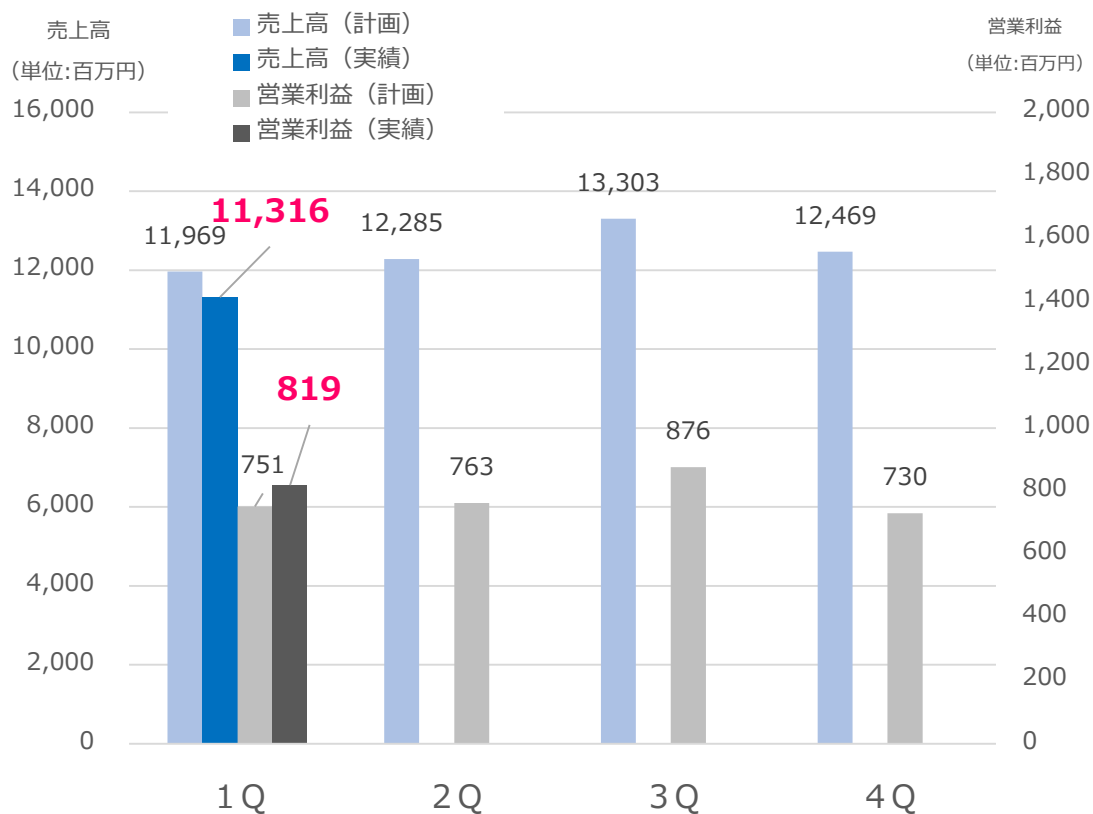
1Q決算ハイライト



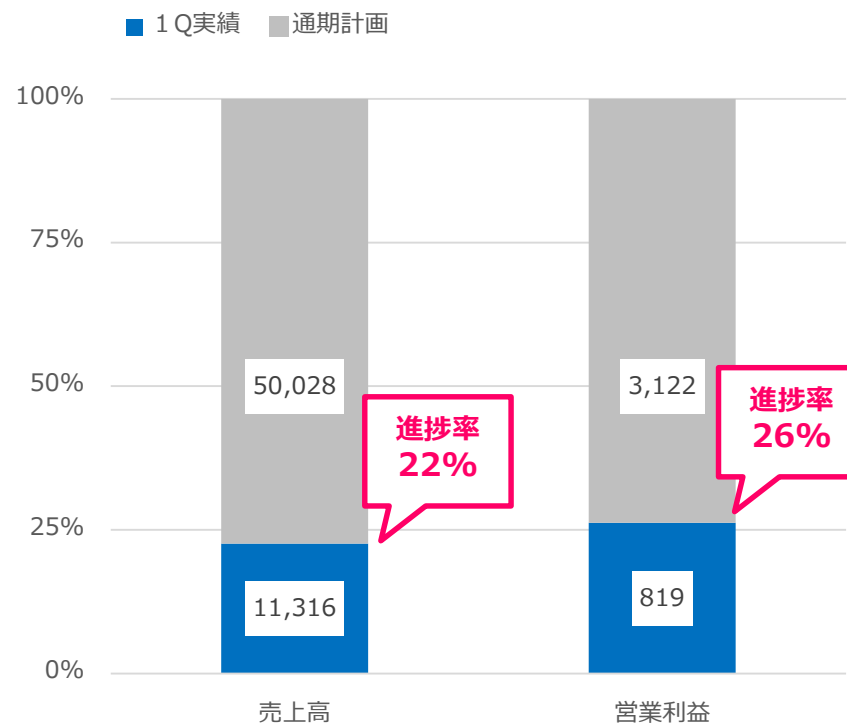
売上高は計画を下回るも前年同期比5.0%増、営業利益は計画を9.1%上回り、順調な進捗。

- 売上高：カメラは前年同期比で2桁成長し、時計の減収を補って全体でも増収。
- 利益：粗利率は19.4%と前年同期と同水準。営業利益額・営業利益率は、時計価格の下落が始まる前の水準に戻る。
- トピックス：AIMD、AIコンテンツレコメンドの配信件数は月460万件に達し、売上・利益を自動で創出。

計画・実績四半期推移



通期計画・1Q進捗率



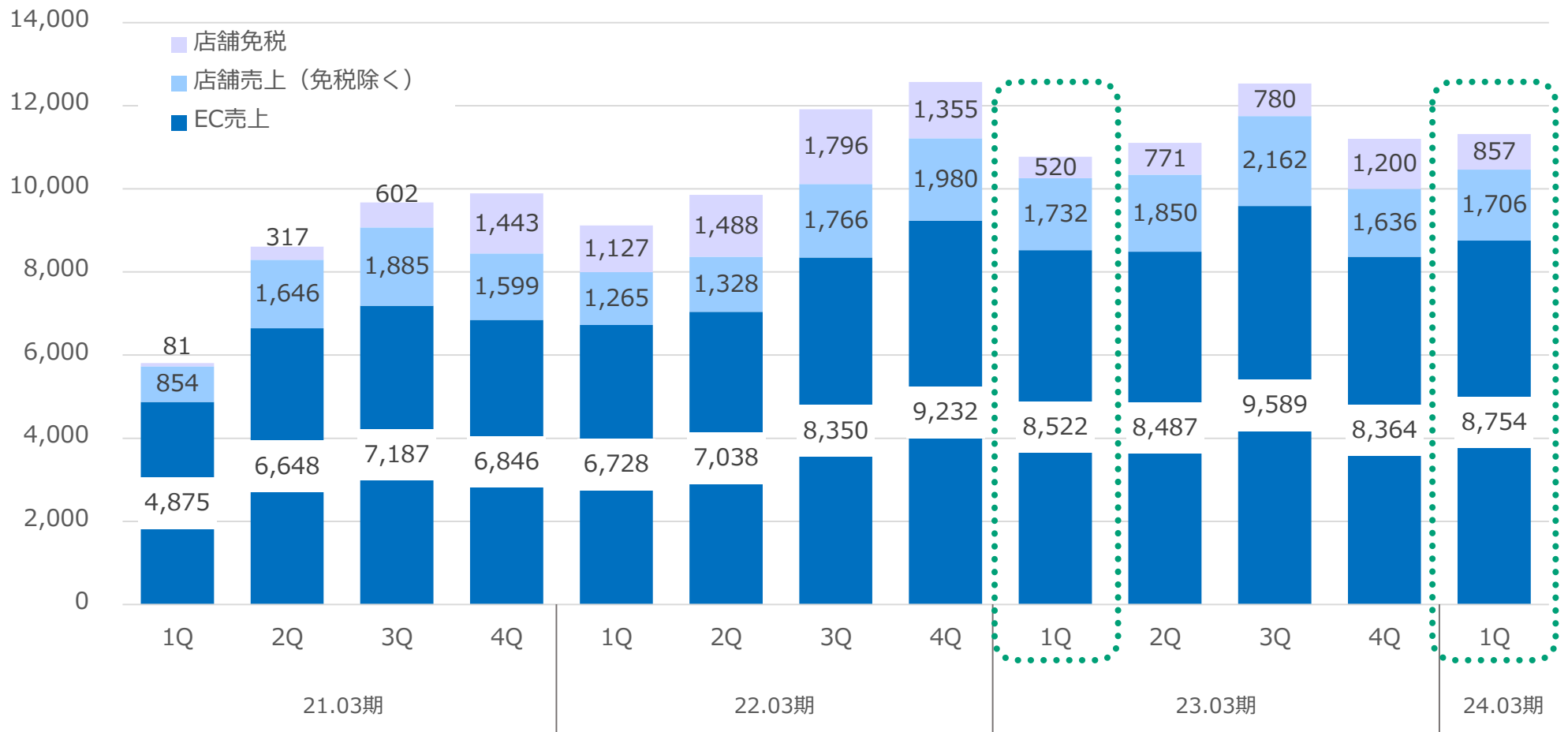
販売チャネル別売上高推移（四半期）



売上高、EC売上高は、1Qの過去最高を更新。

ECと免税の売上高が前年同期を上回り、全体の成長を牽引。

単位：百万円



販売チャネル別売上高推移（月次）

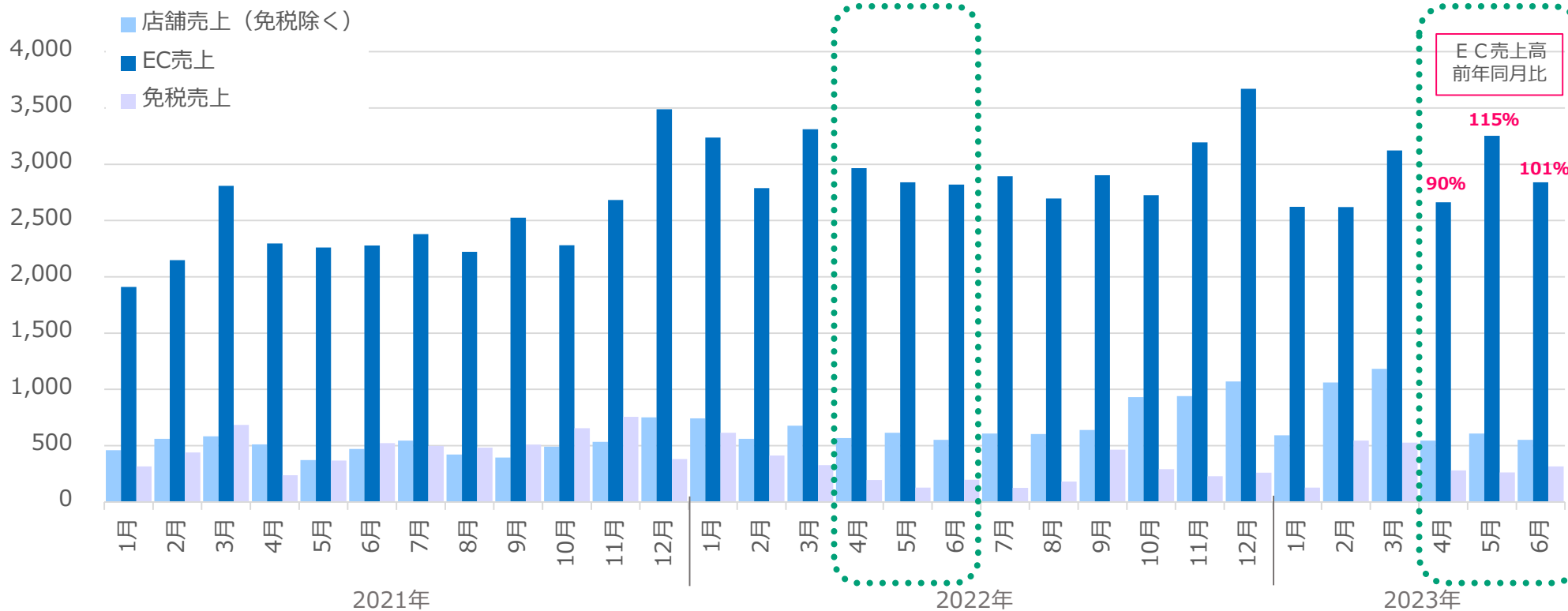


EC 5月はカメラの新製品が好調。6月は時計売上が前年同月とほぼ同水準まで回復。

店舗 前年同期とほぼ同水準で推移。

免税 前年同期をやや上回る水準。時計は販売が戻っていないものの、カメラの売上が好調。

単位：百万円



EC売上高推移（四半期）

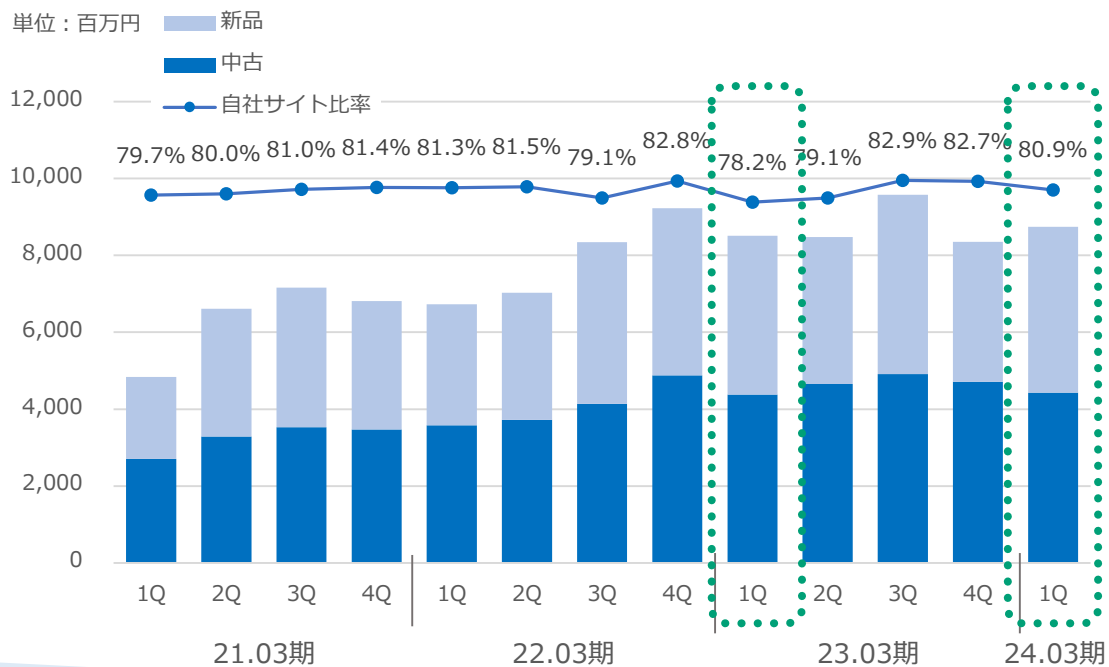


5月以降はEC売上高も復調し、**四半期では前年同期を上回って1Qの過去最高を更新。**

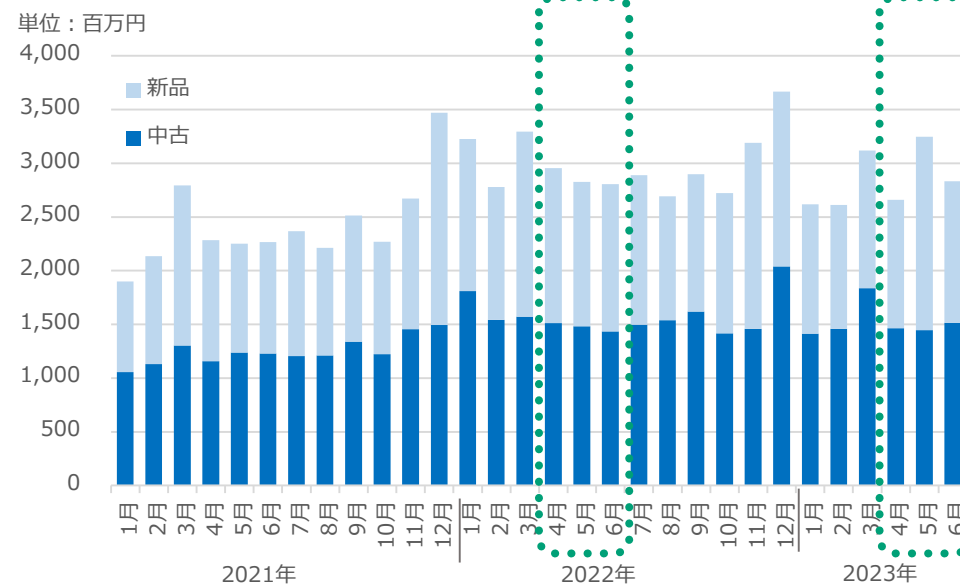
自社サイト比率も引き続き80%台を維持。

	2023.3期 1Q	2024.3期 1Q	前年同期比
EC売上高（百万円）	8,522	8,754	102.7%
自社サイト比率	78.2%	80.9%	2.7%
モール比率	21.8%	19.1%	▲2.7%

四半期推移



月次推移



越境 E C (海外モール) ・ 免税 ・ 店舗 売上高推移

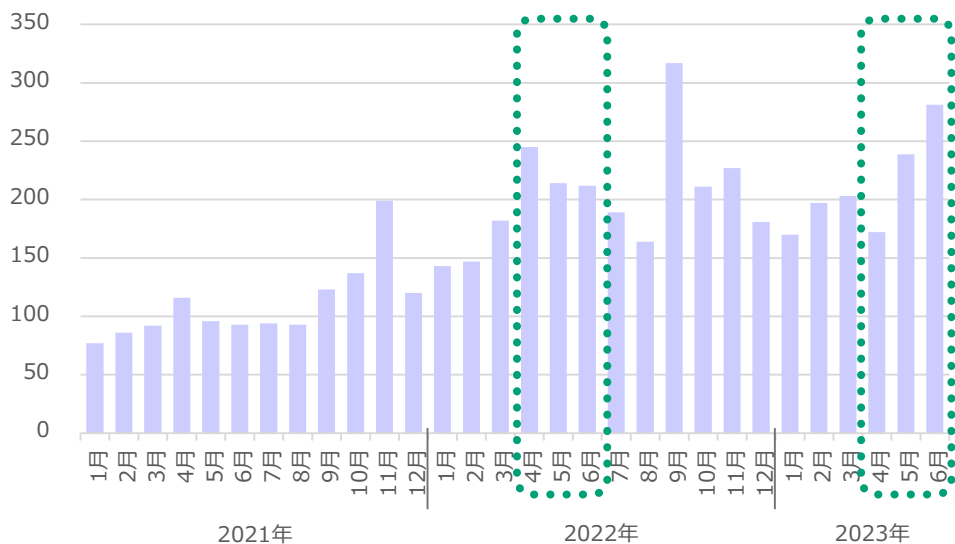


越境 E C 売上は 5, 6 月に前年同月比で大きく成長。

訪日外国人の増加に伴って、**免税売上高は前年同期比で64%の成長。**

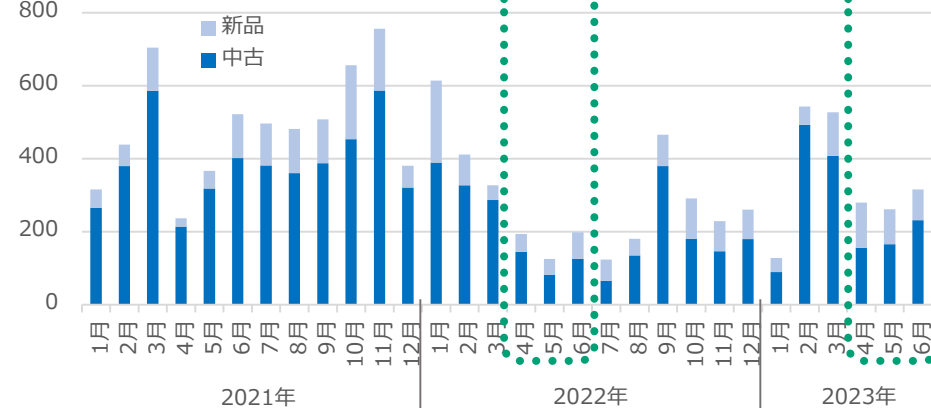
越境EC(海外モール)売上

単位：百万円



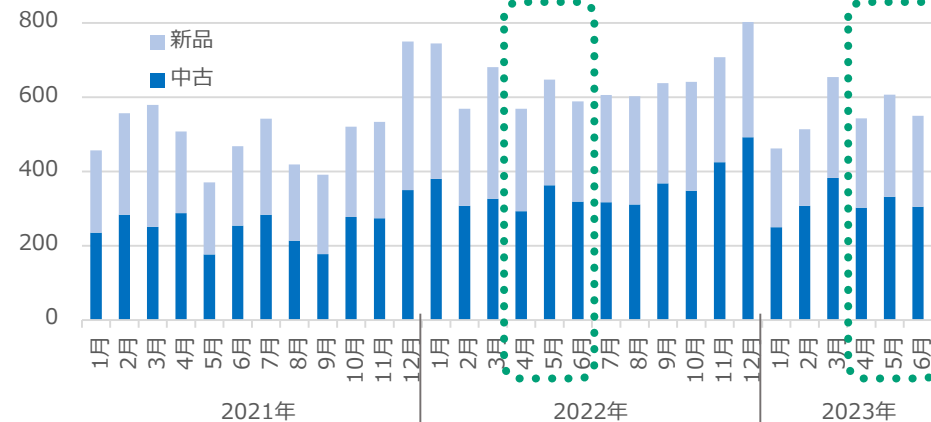
免税売上

単位：百万円



店舗売上 (免税除く)

単位：百万円

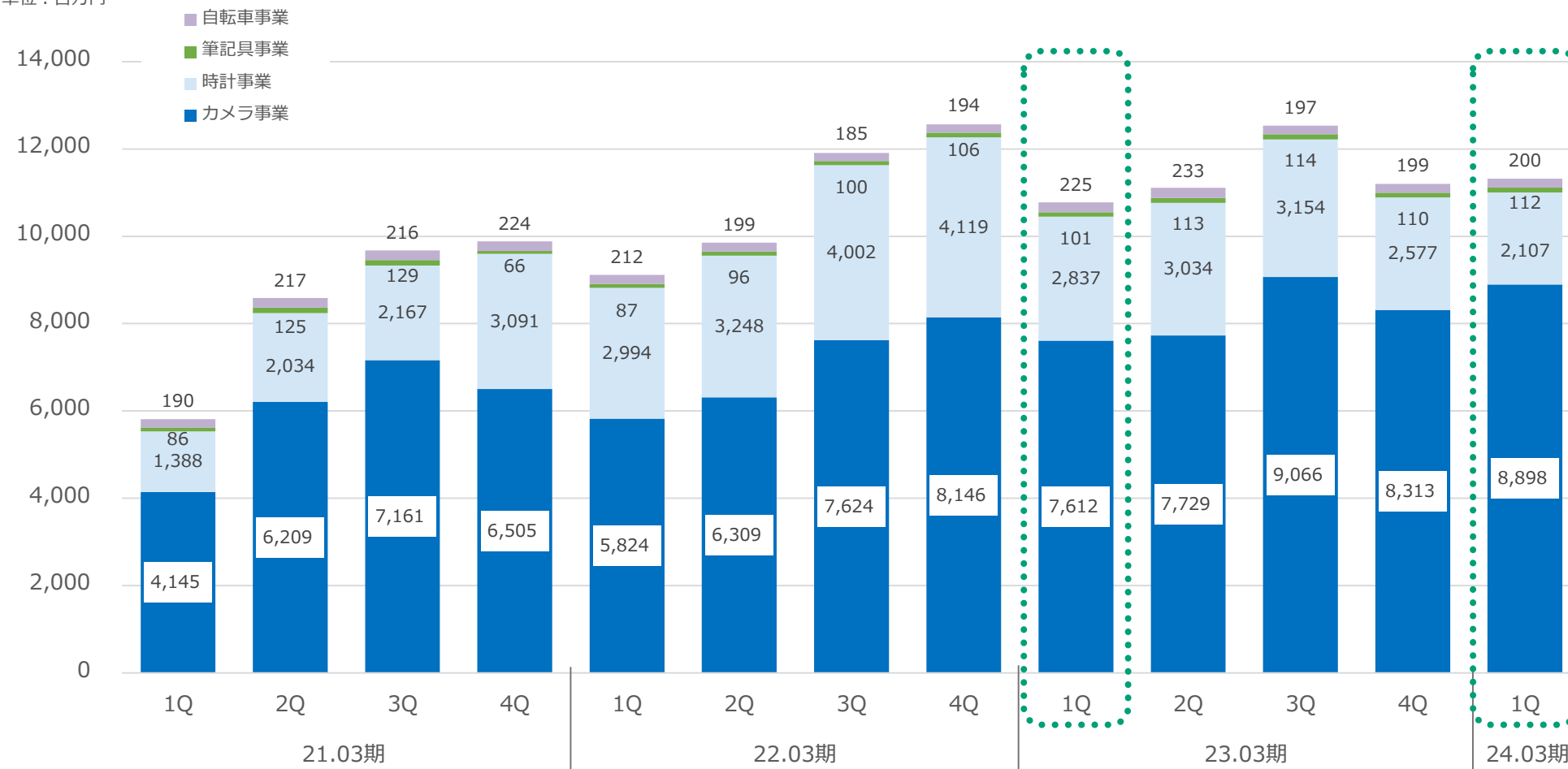


事業別売上高（四半期）



主軸のカメラが前年同期比で16.9%成長となり、時計の減収を補って1Qは増収。

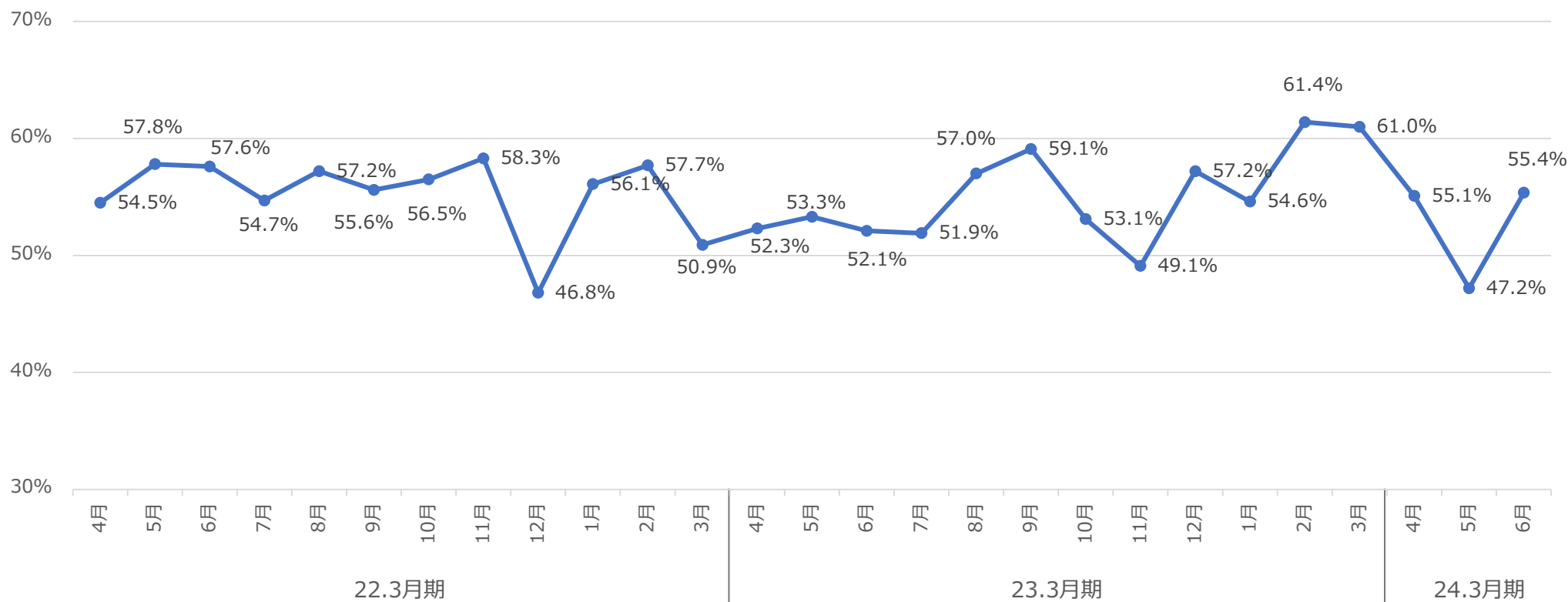
単位：百万円



売上高全体に占める中古品比率推移



1Qの売上高に占める中古品の比率は52.3%で、新品・中古の買替サイクルは引き続き堅調。
 (5月のみ、新製品の売れ行き好調により、一時的に47.2%に低下)



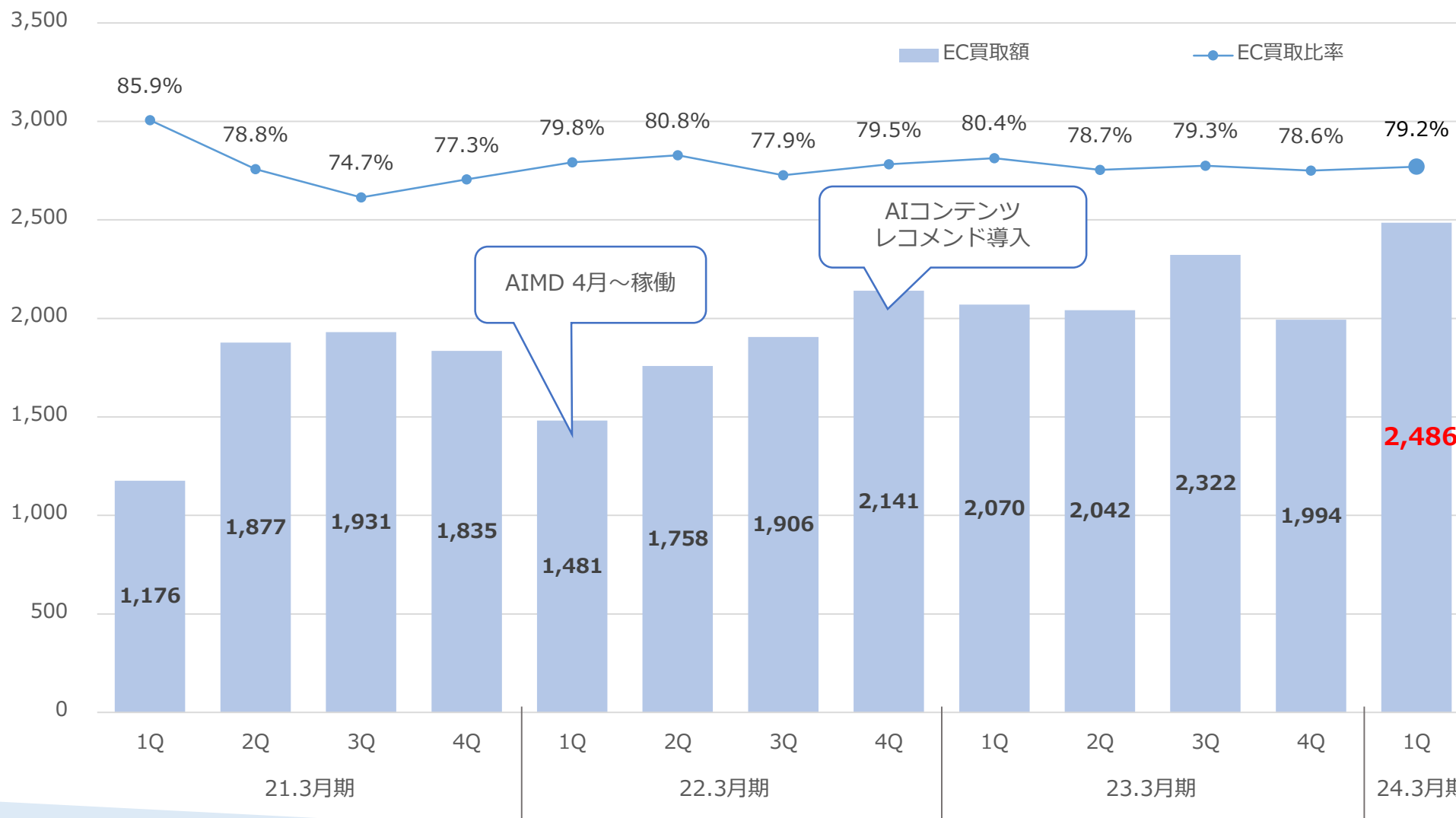
四半期ごと 中古品比率	22.3期				23.3期				24.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%	53.4%	59.3%	52.3%



AIMD、AIコンテンツレコメンドが機能し、EC買取額は過去最高を更新。

1 Qは新製品との買替サイクルを通じて十分な在庫を確保。

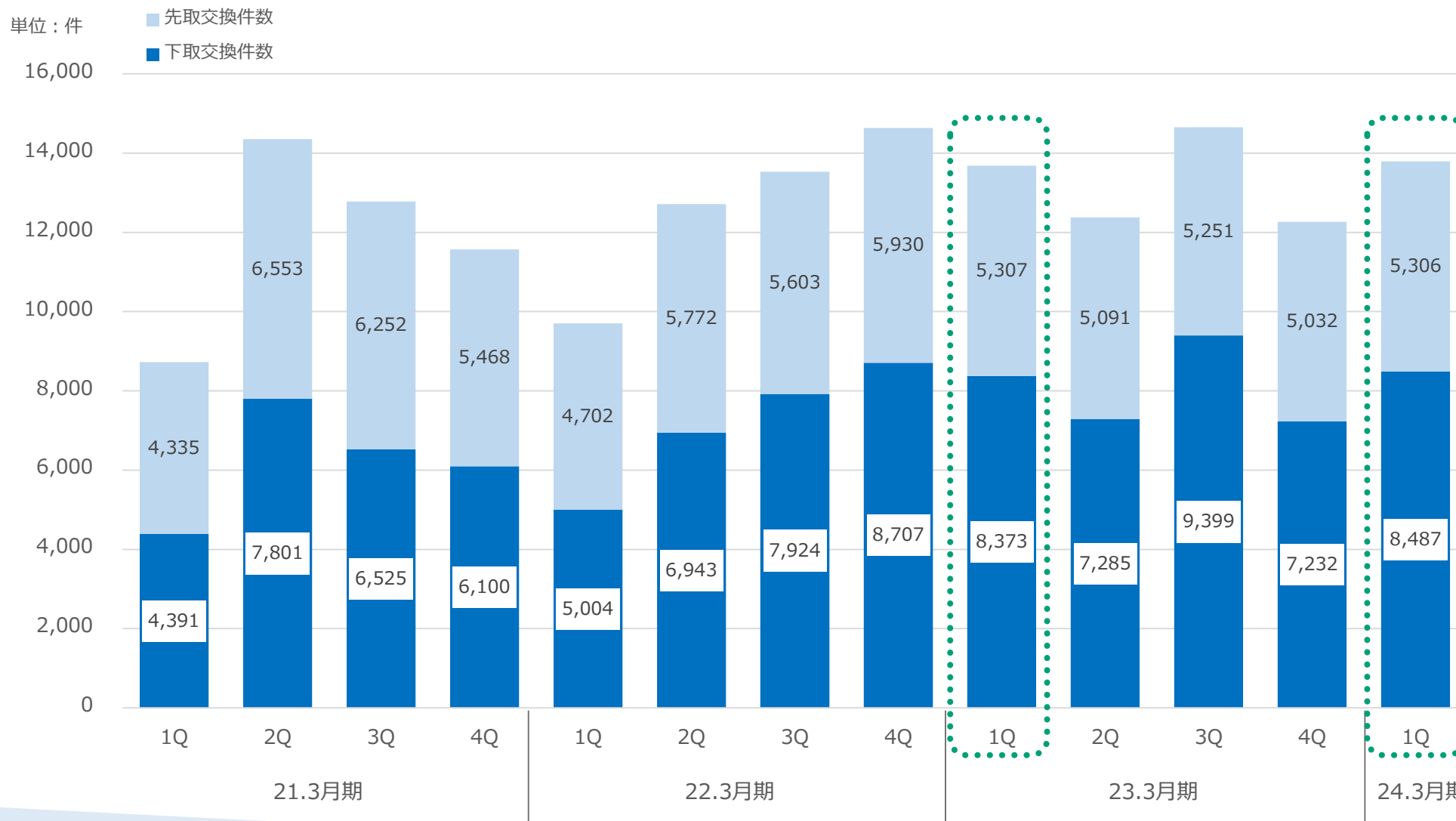
単位：百万円



カメラ事業 下取・先取交換件数推移



年末商戦や決算セールのない四半期としては、高い水準。



決算概要：前年同期比



売上高	全体：105.0% EC：102.7% 店舗：113.7% カメラ事業のEC売上高は堅調も、時計が低調でEC売上は微増。店舗は来客が戻り伸長。
粗利	カメラの粗利率が堅調なことに加え、時計価格相場の安定などで、 粗利率は前年同期並みの19.4% に。
販管費	人件費以外の販管費支出はほぼ前年通りも、給与等の上昇により販管費率は12%台となる。
営業利益	営業利益は8.19億円、 営業利益率は7.2% となり、 計画比109.1% を達成。 営業利益額、営業利益率は、時計価格が下落を始める前の水準に戻る。

	23.03期 1Q		24.03期 1Q (単位：百万円)				
	実績	売上高比率	実績	売上高比率	前年同期比	計画	計画比
売上高	10,776	-	11,316	-	105.0%	11,969	94.5%
売上総利益	2,120	19.7%	2,198	19.4%	103.7%	-	-
販売管理費	1,264	11.7%	1,378	12.2%	109.1%	-	-
営業利益	856	7.9%	819	7.2%	95.7%	751	109.1%
経常利益	863	8.0%	818	7.2%	94.8%	743	110.0%
当期純利益	585	5.4%	546	4.8%	93.4%	513	106.5%

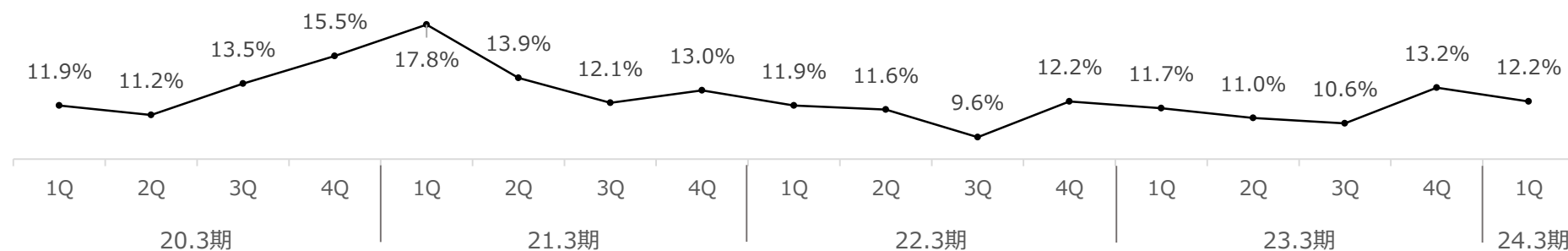
販売管理費の前年同期比



販管費は抑制を継続も、平均給与増による人件費増加により12%台となる。

	23.03期 1Q		24.03期 1Q		前年同期比			(単位：百万円)
	実績	売上比	実績	売上比	増減率 (売上比)	増減額	要因	
人件費	345	3.2%	399	3.5%	+0.3%	+54	給与増額分等	
広告宣伝費	10	0.1%	13	0.1%	+0.0%	+3		
販売促進費	234	2.2%	260	2.3%	+0.1%	+25	下取交換等増加に伴う下取費用UP	
業務委託費	96	0.9%	86	0.8%	▲0.1%	▲9		
支払手数料	306	2.8%	310	2.7%	▲0.1%	+3		
減価償却費	48	0.5%	44	0.4%	▲0.1%	▲4		
地代家賃	88	0.8%	88	0.8%	▲0.0%	+0		
その他	134	1.3%	176	1.6%	+0.3%	+41	株式報酬、租税公課等	
販売管理費計	1,264	11.7%	1,378	12.2%	+0.5%	+114		

売上高販管費比率 四半期推移







販管費 推移	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期 1Q
		12.9%	13.8%	11.3%	11.6%

事業別業績の前年同期比較



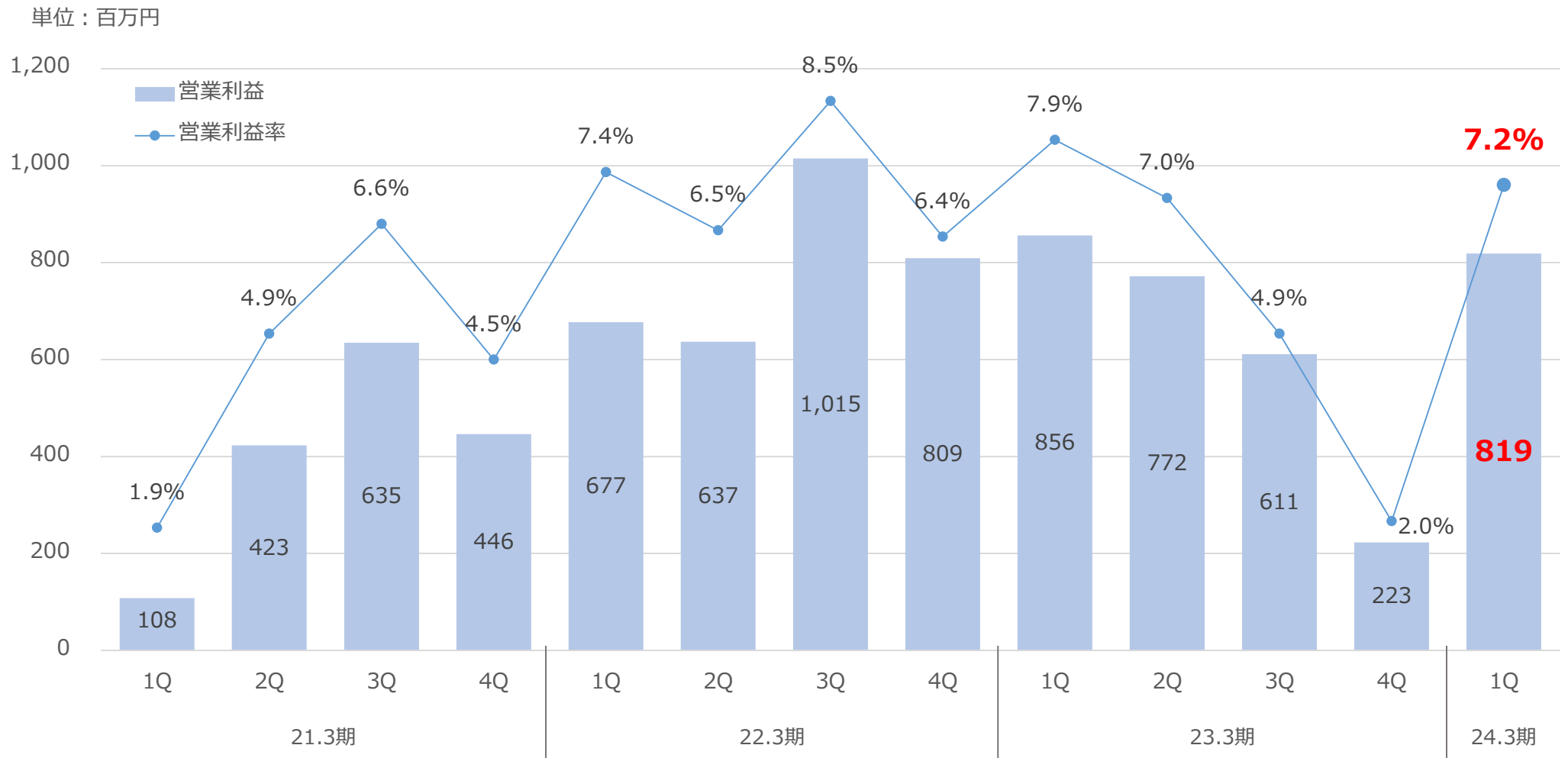
カメラ事業は前年同期比で売上高116.9%、利益124.8%となり、時計もセグメント黒字化。

事業・販売チャネル () 内は売上構成比		23.03期 1Q	24.03期 1Q	前年同期比	備考 (単位：百万円)
 カメラ事業 (78.6%)	EC売上	6,681	7,531	112.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗共に好調に推移 ● 新製品の発売や、AIMD効果によりセグメント利益は24.8%と大幅に向上
	店舗売上	930	1,365	146.8%	
	カメラ売上計	7,612	8,897	116.9%	
	セグメント利益	868	1,084	124.8%	
 時計事業 (18.6%)	EC売上	1,593	1,004	63.0%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC売上高は特に4、5月が振るわず。 ● 6月には前年同月比で微減に戻すも、セグメント利益は75.9%減
	店舗売上	1,244	1,102	88.6%	
	時計売上計	2,837	2,106	74.2%	
	セグメント利益	225	54	24.1%	
 筆記用具事業 (1.0%)	EC売上	81	81	100.0%	<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	19	30	153.0%	
	筆記用具売上計	101	111	110.4%	
	セグメント利益	4	14	332.6%	
 自転車事業 (1.8%)	EC売上	166	136	82.0%	<ul style="list-style-type: none"> ● 円安による完成新車価格の上昇や、コロナ禍の健康需要の一服感から、EC売上が伸び悩み減収減益
	店舗売上	59	63	107.7%	
	自転車売上計	225	200	88.7%	
	セグメント利益	11	7	60.9%	
合計	EC売上	8,522	8,753	102.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗共に前年を上回る
	店舗売上	2,253	2,562	113.7%	
	売上高合計	10,776	11,316	105.0%	

営業利益・営業利益率推移（四半期）



営業利益額、営業利益率はV字回復を果たし、時計価格が下落を始める前の水準に戻る。



貸借対照表 前年度末比較



商品在庫は2.5億円の微増。長期借入金を返済し、借入金利の低い短期借入を増加。

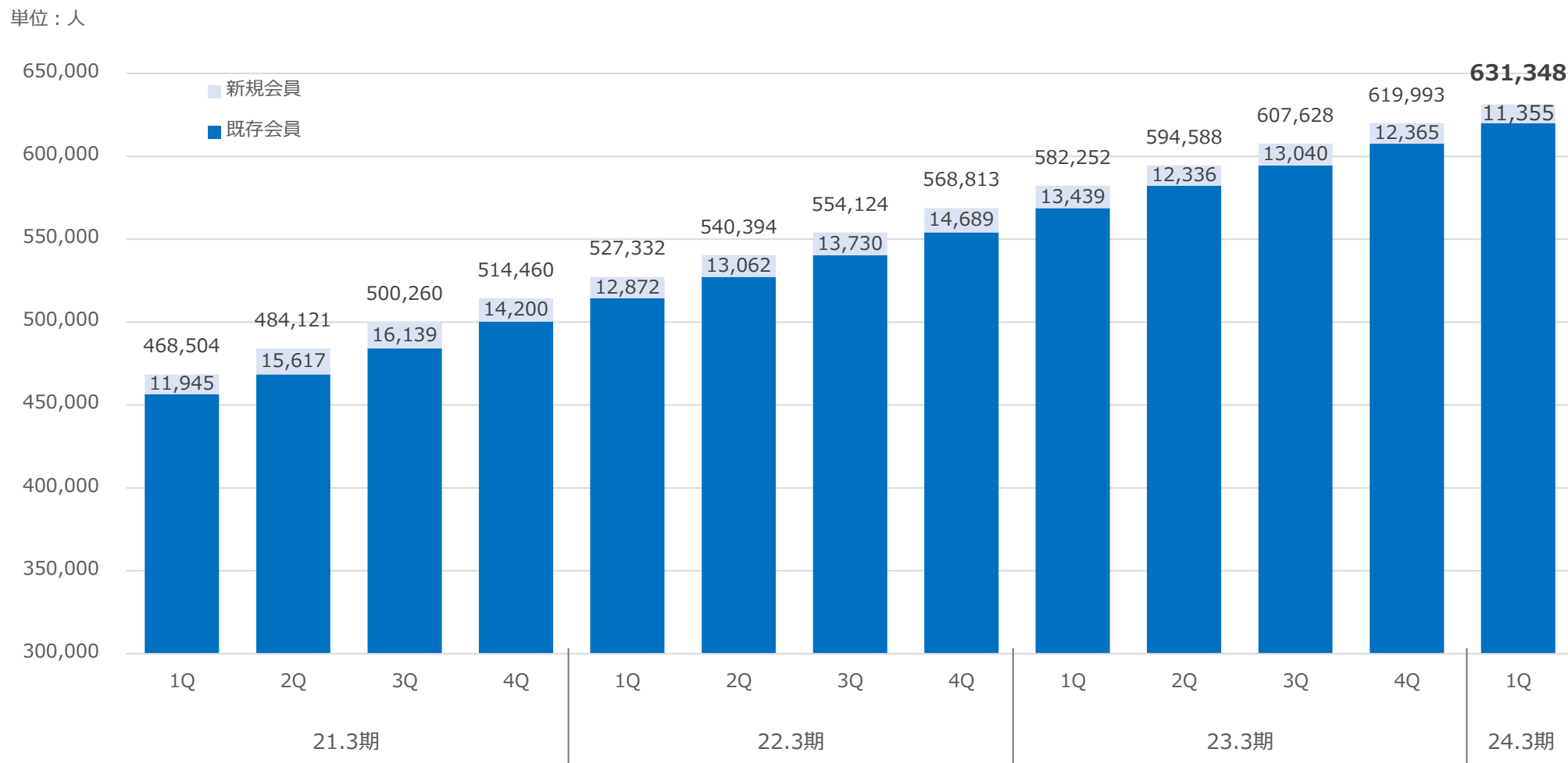
(単位：百万円)

	23.03期末	24.3月期 1Q末	
		実績	増減
流動資産	13,202	13,386	+183
現預金	1,423	1,472	+49
商品	8,812	9,072	+259
固定資産	1,863	1,802	▲60
資産合計	15,066	15,189	+122
流動負債	5,640	6,233	+593
固定負債	2,946	2,547	▲399
負債合計	8,586	8,780	+194
純資産合計	6,479	6,408	▲71
負債・純資産合計	15,066	15,189	+122

Web会員数の四半期推移



新規会員数は毎月3～4千人のペースで純増を続ける。



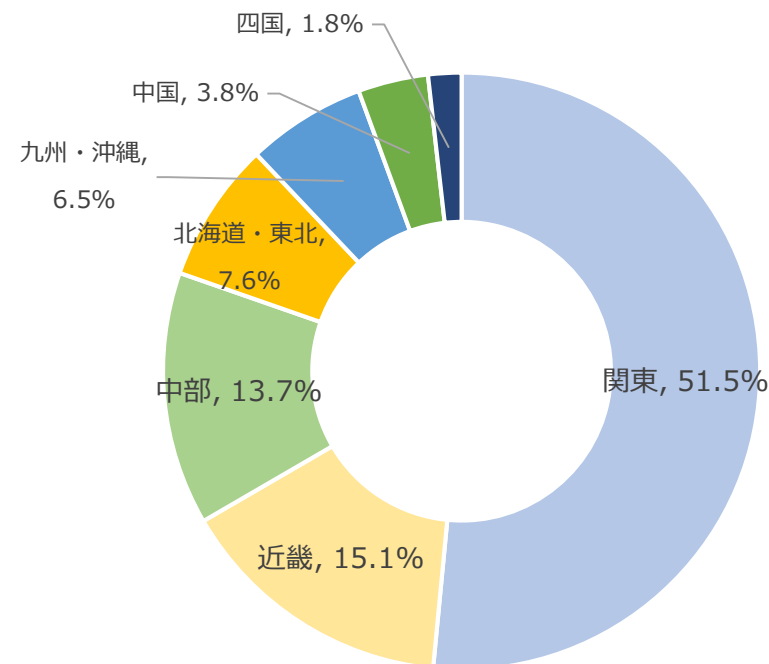
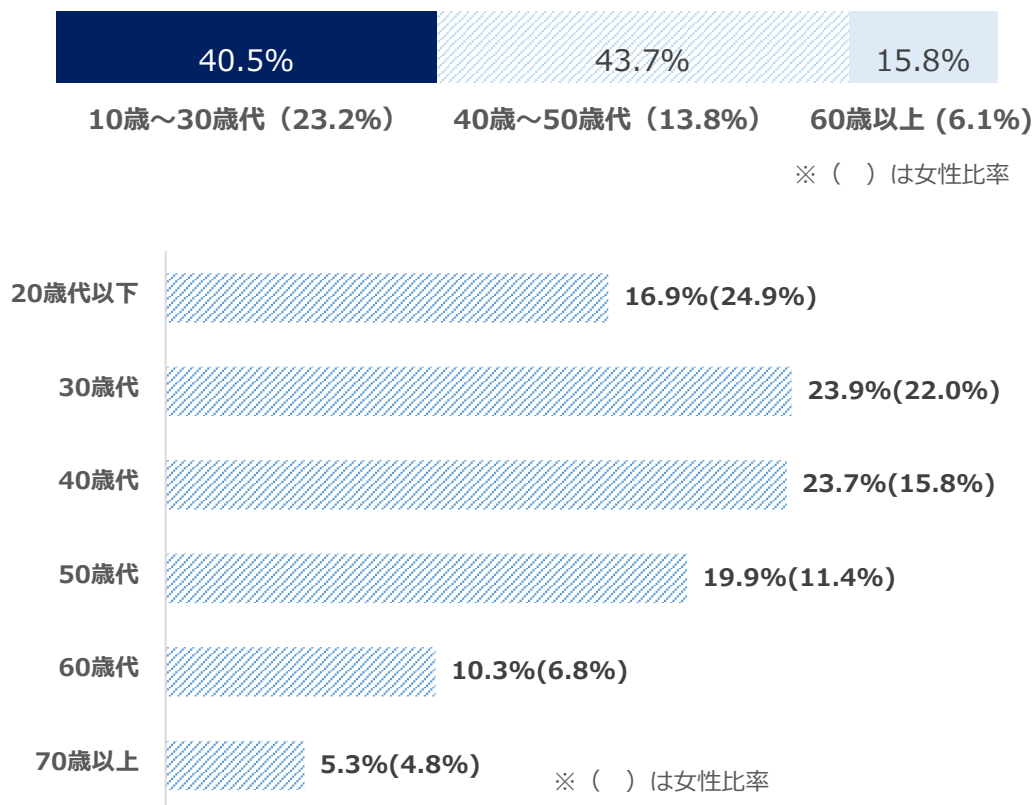
Web会員数の会員属性



会員の世代分布、エリア分布は大きく変化せず、10代～30代が40.5%を占める。InstagramなどのSNS普及によりマーケットの裾野が広がり、女性比率は10代～30代で23.2%と高い。

世代分布

エリア分布



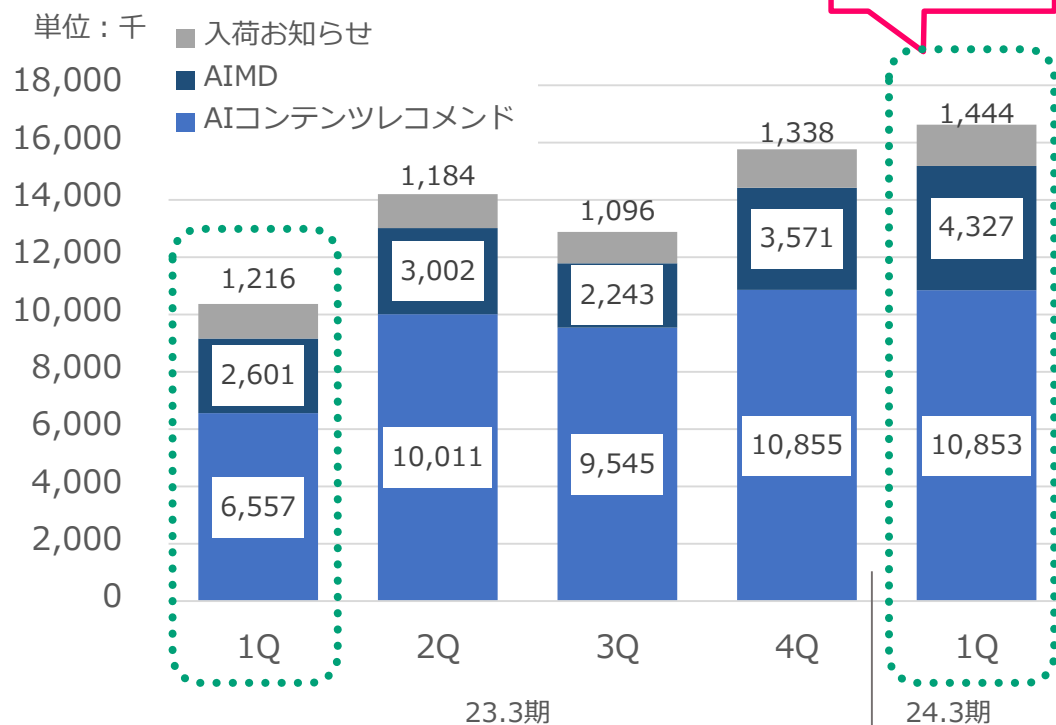
全Web会員の性別 男性：83.6% 女性：16.4%
(うち1Qの新規加入者) 男性：78.8% 女性：21.2%



お客様リクエストに基づく配信数は1Qに1,600万件を突破し1年間で60%増加。

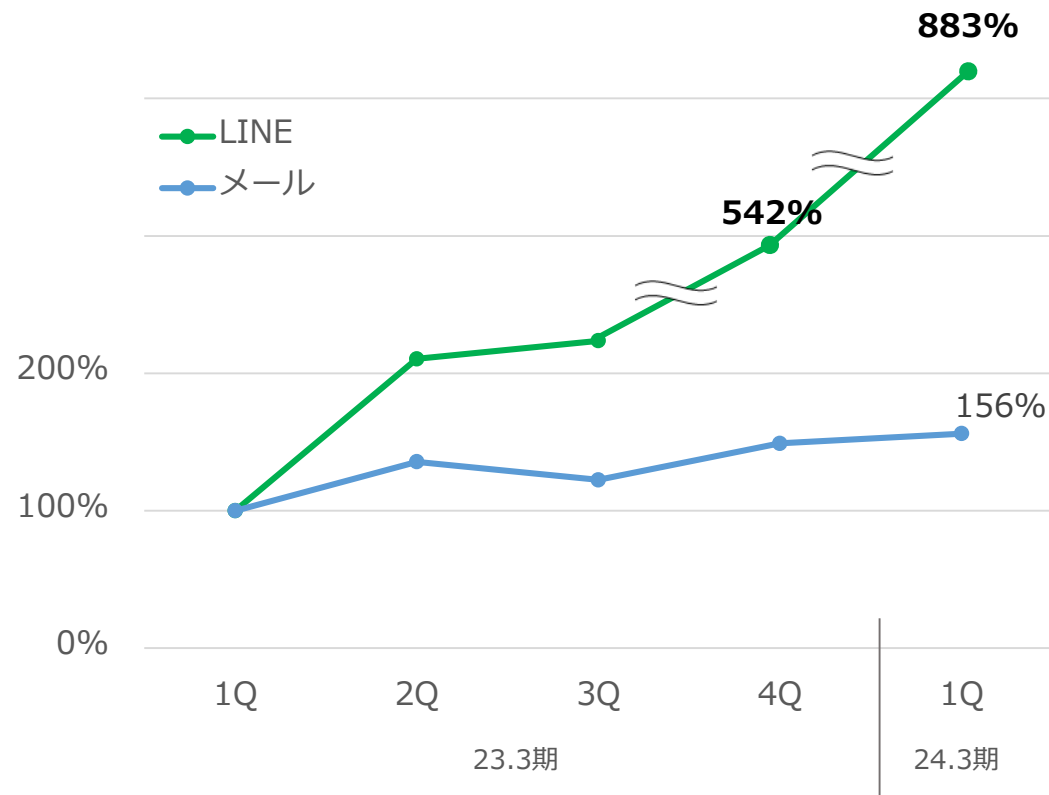
特に**LINE配信数は8倍に増加**（いずれも前年同期比）。AIMD Phase-2で更なる配信数増を計画。
（四半期1,600万件は来店客数換算で約350店の実店舗に相当[†]する配信数）

目的別配信数



媒体別配信数

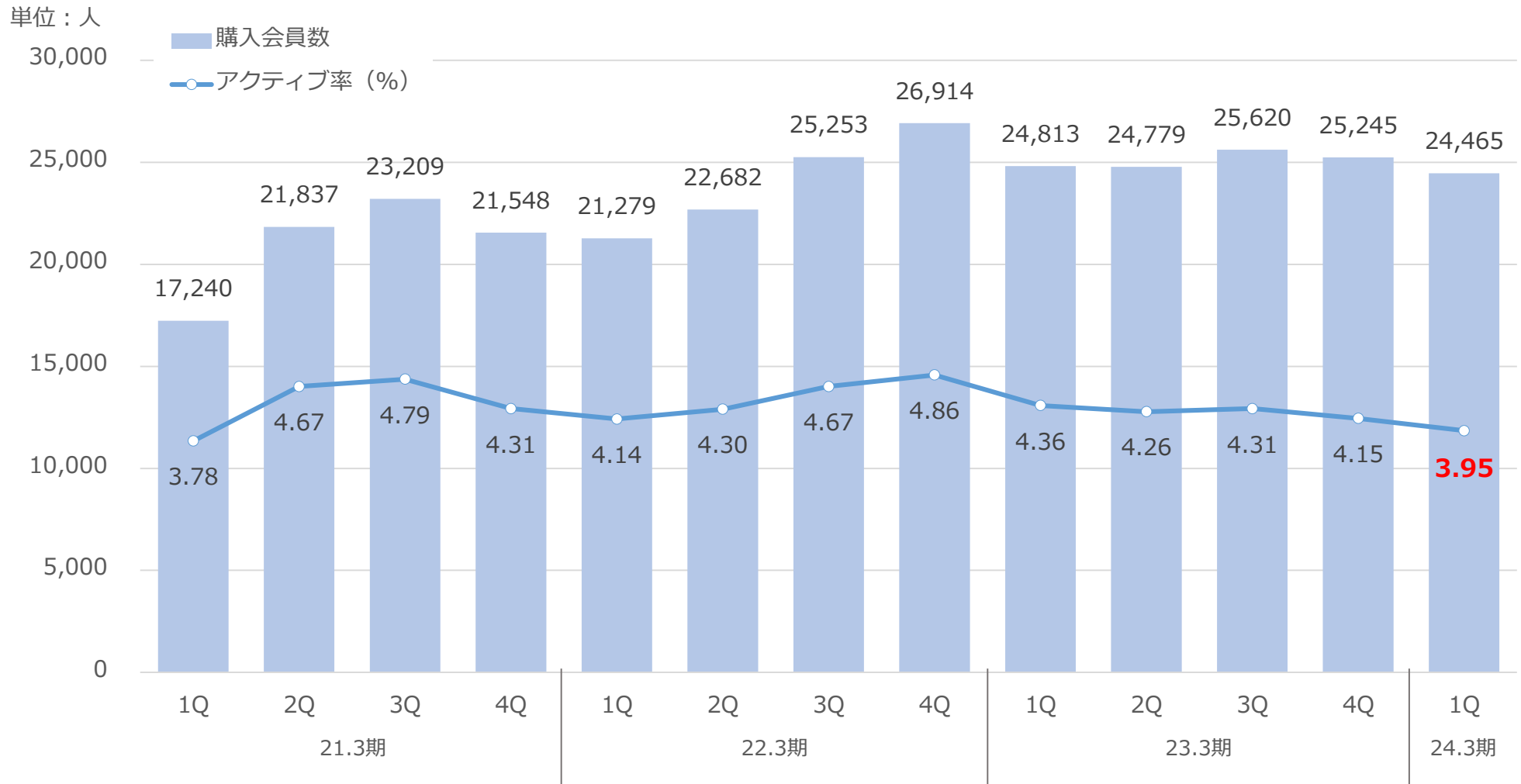
(2023年3月期1Q=100%)



四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率※



購入会員数は高水準を維持しているが、会員数増加が継続したため、アクティブ率は4%を割り込む。

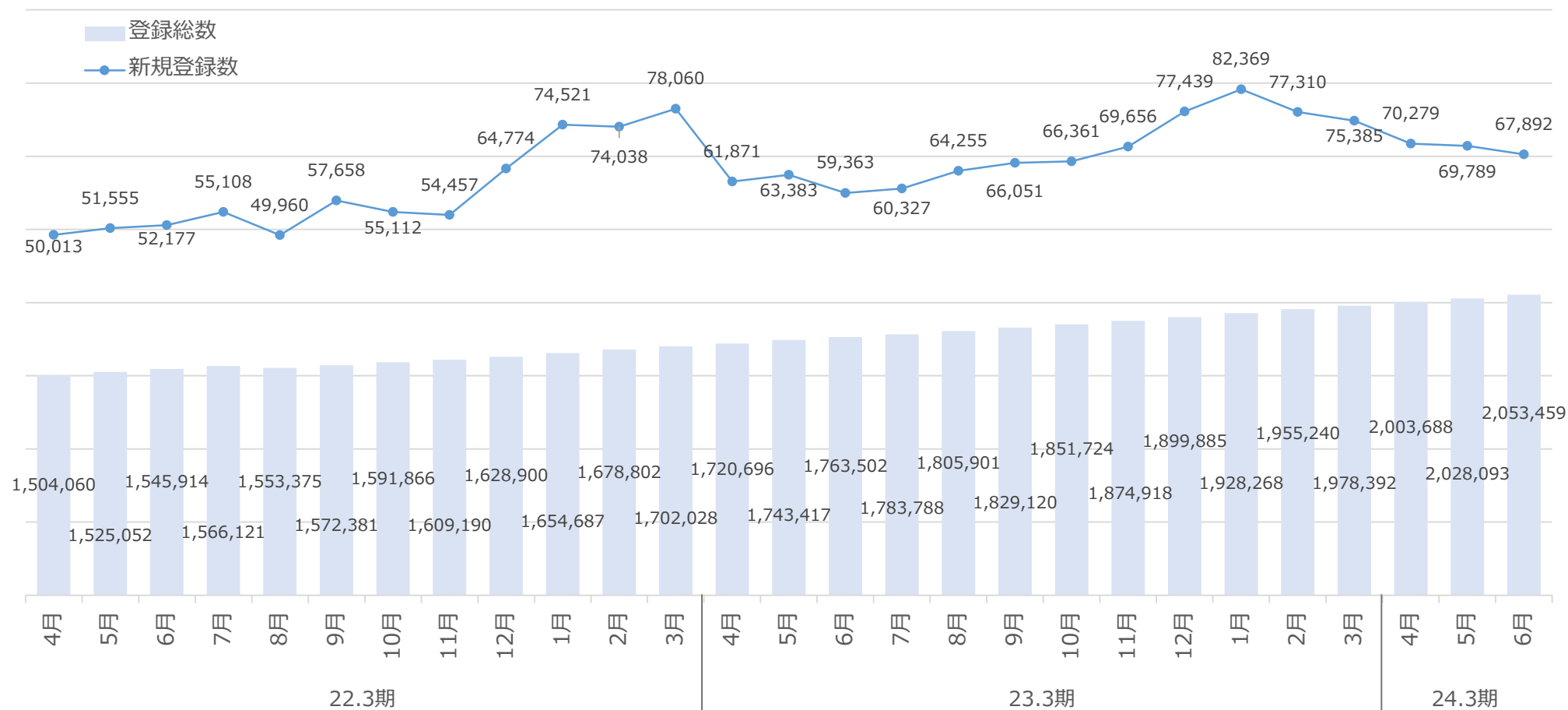


※アクティブ率…各四半期はじめの会員数に対する
その四半期の購入会員数(新規での購入会員は除く)

欲しいリストの登録商品数



新規登録数は6～7万件/月で、登録総数は増加傾向。

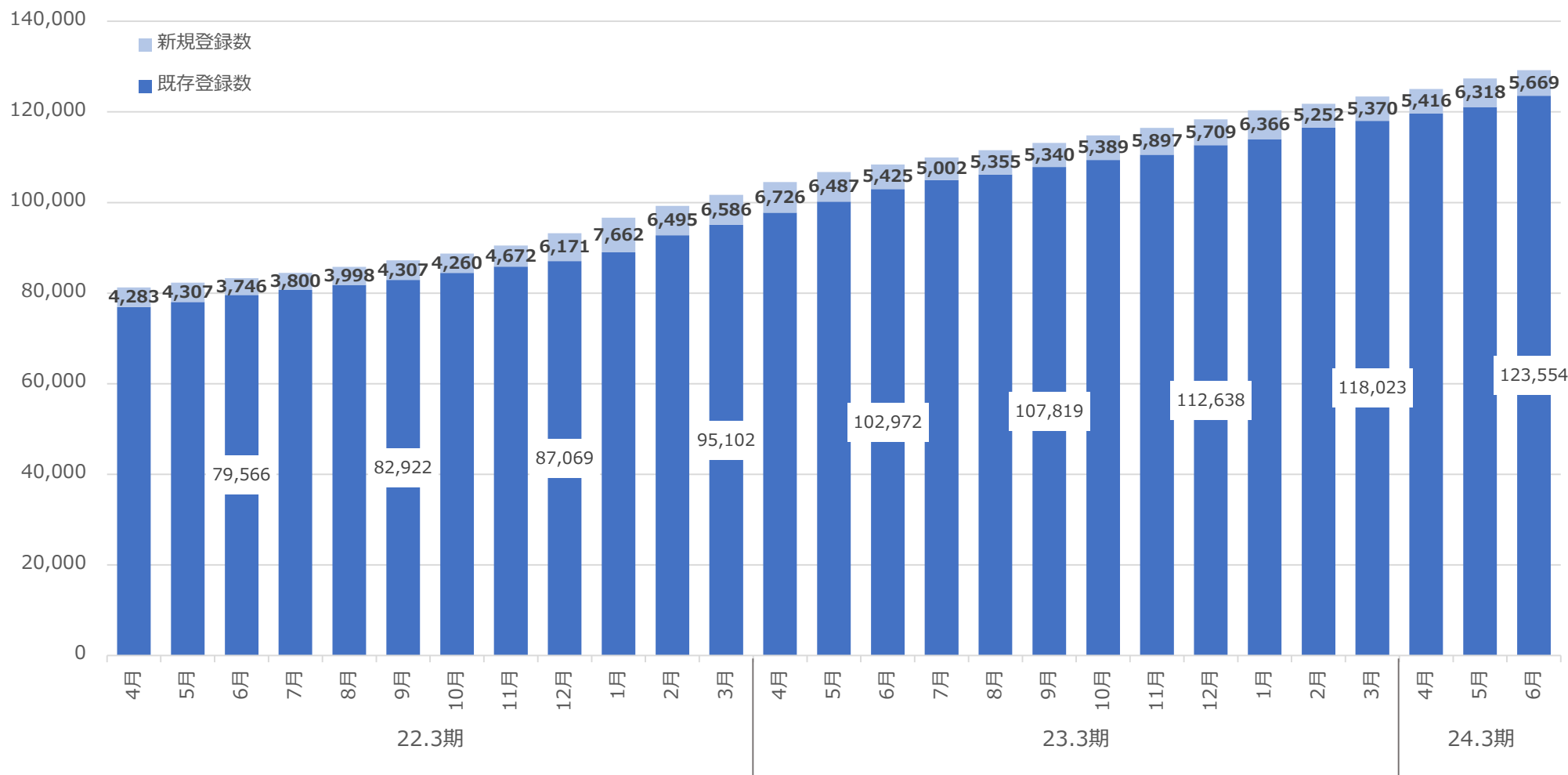


※登録した商品を購入した場合は自動的にリストから削除される

入荷お知らせメール登録数



1 Qも1.5万件の新規登録があり、お客様のお手元のスマートフォンに40万件/月の配信。

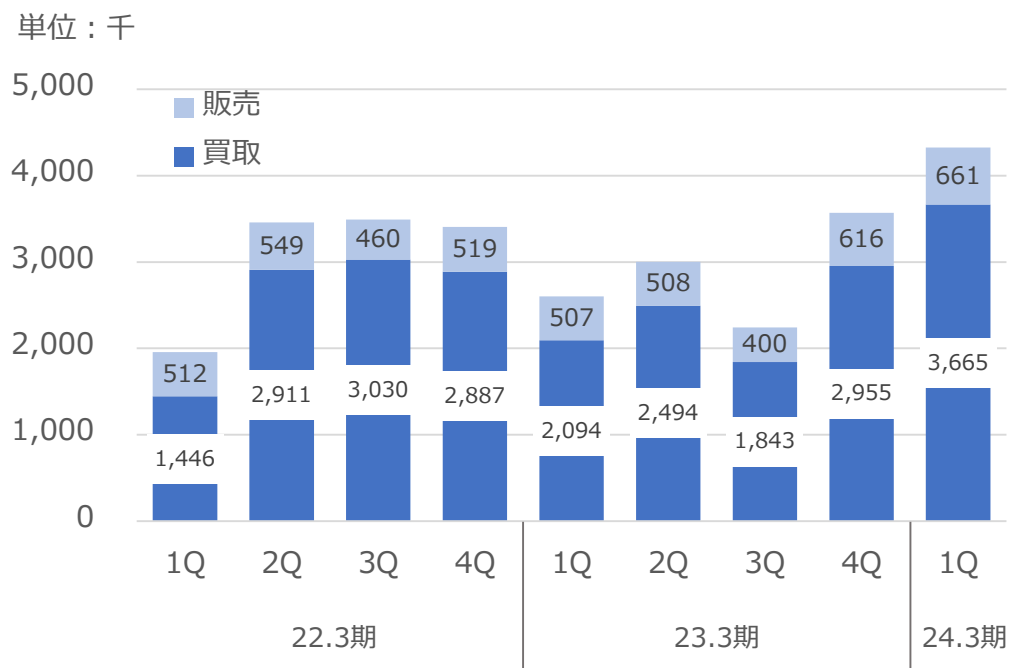


AIMD × One to One × AIコンテンツレコメンド

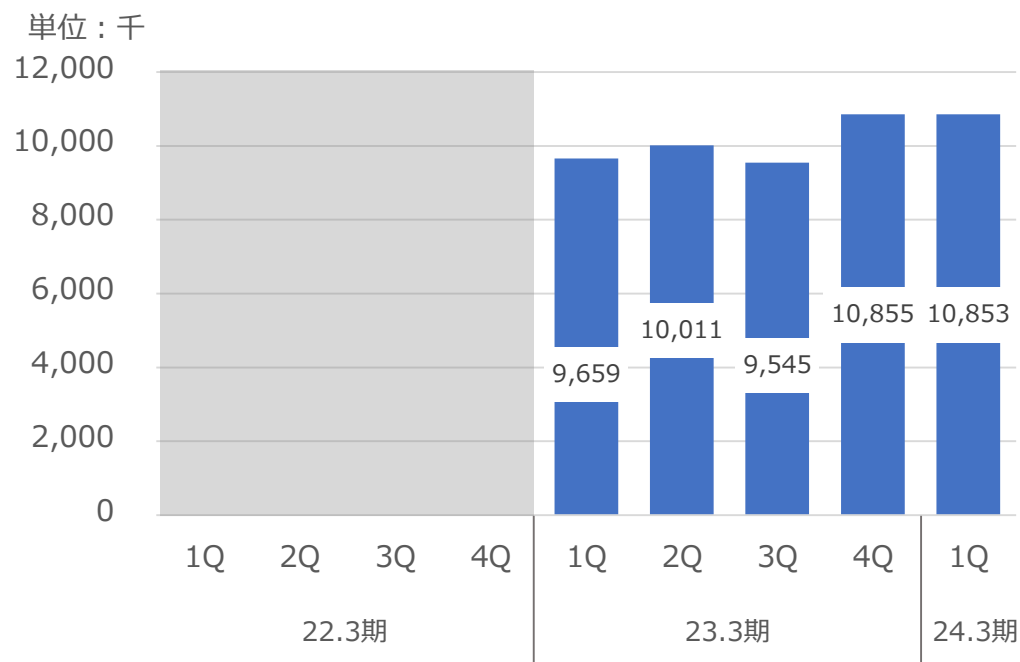


AIMD × One to One の販売・買取レコメンド通知や、AIコンテンツレコメンドのリクエスト配信数も順調に増加。お客様のお手元のスマートフォンに月平均460万配信。

AIMD × One to One



AIコンテンツレコメンド配信数



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。