



SYUPPIN®

 **Paralym Art®**
障がい者アートを応援しています

2024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	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	

3Q決算ハイライト

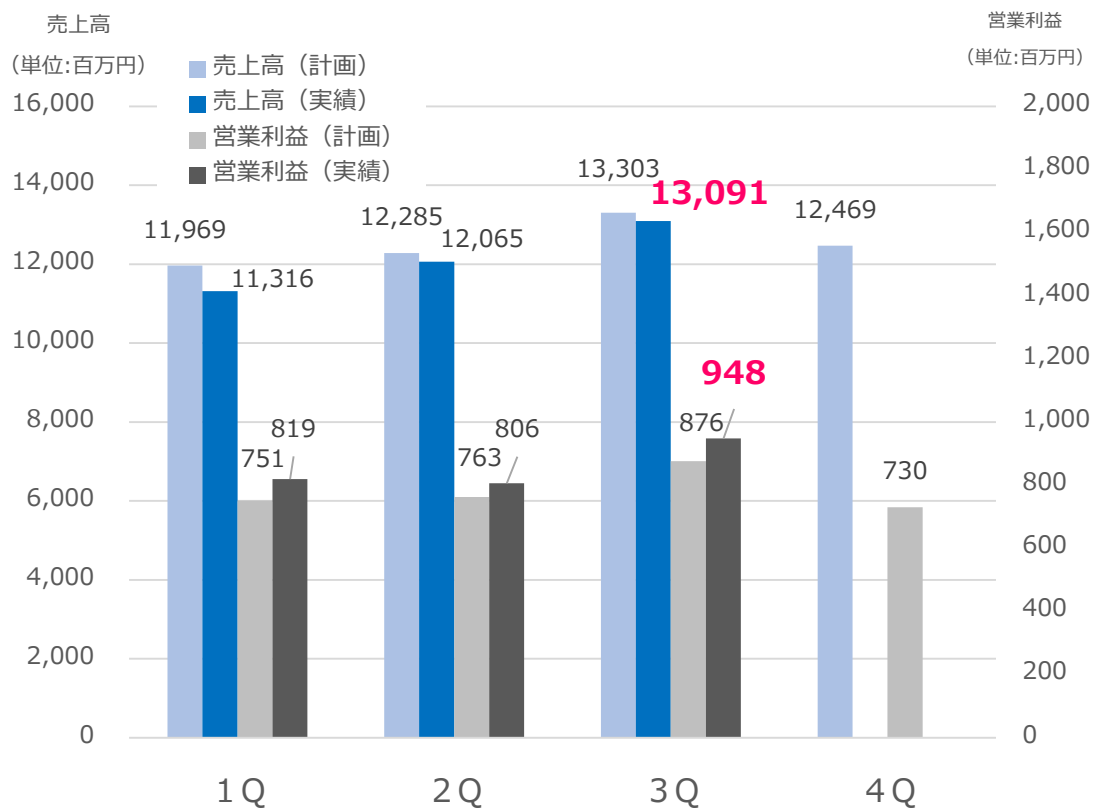


売上高は前年同期比4.5%増。営業利益は3Q単体で計画比108%と順調な進捗。

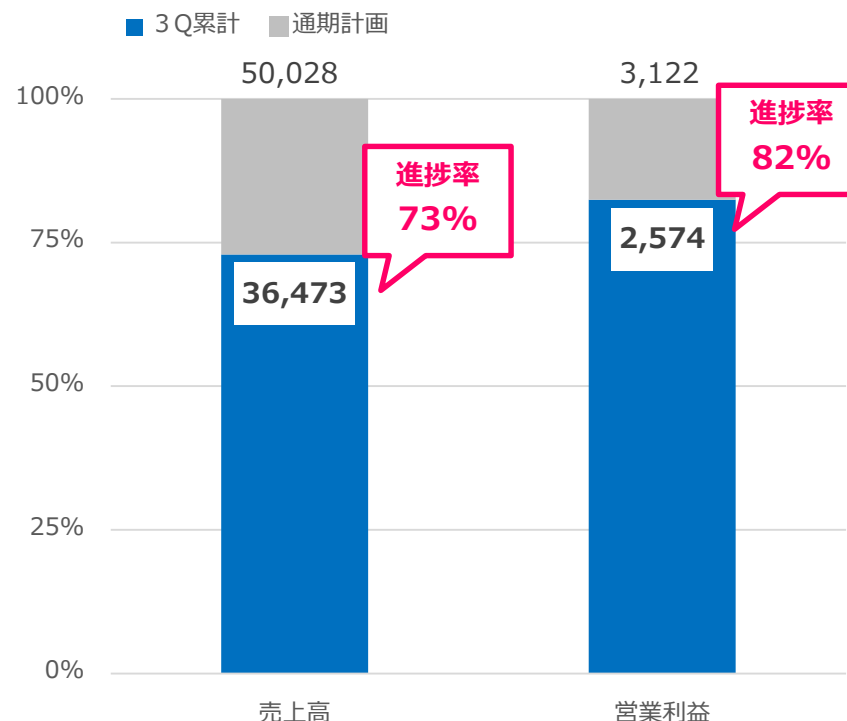
- 売上高：四半期売上高は過去最高を更新。カメラは前年同期比9.3%成長、時計では価格相場を鑑みセールを控える。
- 利益：粗利率は18.6%で2Qを上回る。営業利益は通期計画に対し82%と十分な進捗。
- トピックス：カメラ事業では、AI活用・魅力的なコンテンツで購買を促し、堅調に成長。

時計事業は、すべての月で利益計画を達成。価格相場が軟調な中でも、手堅く利益を獲得。

計画・実績四半期推移



通期計画・3Q進捗率





当社のシステム障害において、お客様、株主様、投資家様にご心配、ご不便をおかけしたことを、改めて深くお詫びします。経緯等は以下の通りであります。

概要

1. 2023年12月1日午前11時30分～12月2日午前11時
自社ECサイト以外のすべてのモール（楽天市場、Yahoo!ショッピング、Amazon、eBay、Chrono24）への出店を一時停止
2. 2023年12月2日午前11時～2024年1月23日午後3時
MapCameraにおける楽天市場、Yahoo!ショッピングでの出店を停止。

影響額

売上高393百万円程度の機会損失となる見通し。当期業績への影響は軽微。

- うち3Q影響額、売上高211百万円程度
- 今後の受注金額については、回復に一定の時間を要することが考えられる。

原因

旧システムへの切り戻しが不可能な中で、システム切り替えの失敗

- 11月末日で提供終了される機能からの乗り換え
- 当社基幹システムは、中古買取等に対応した特殊仕様であり、パッケージ製品の適用が難しく、自社での追加開発による対応を余儀なくされる

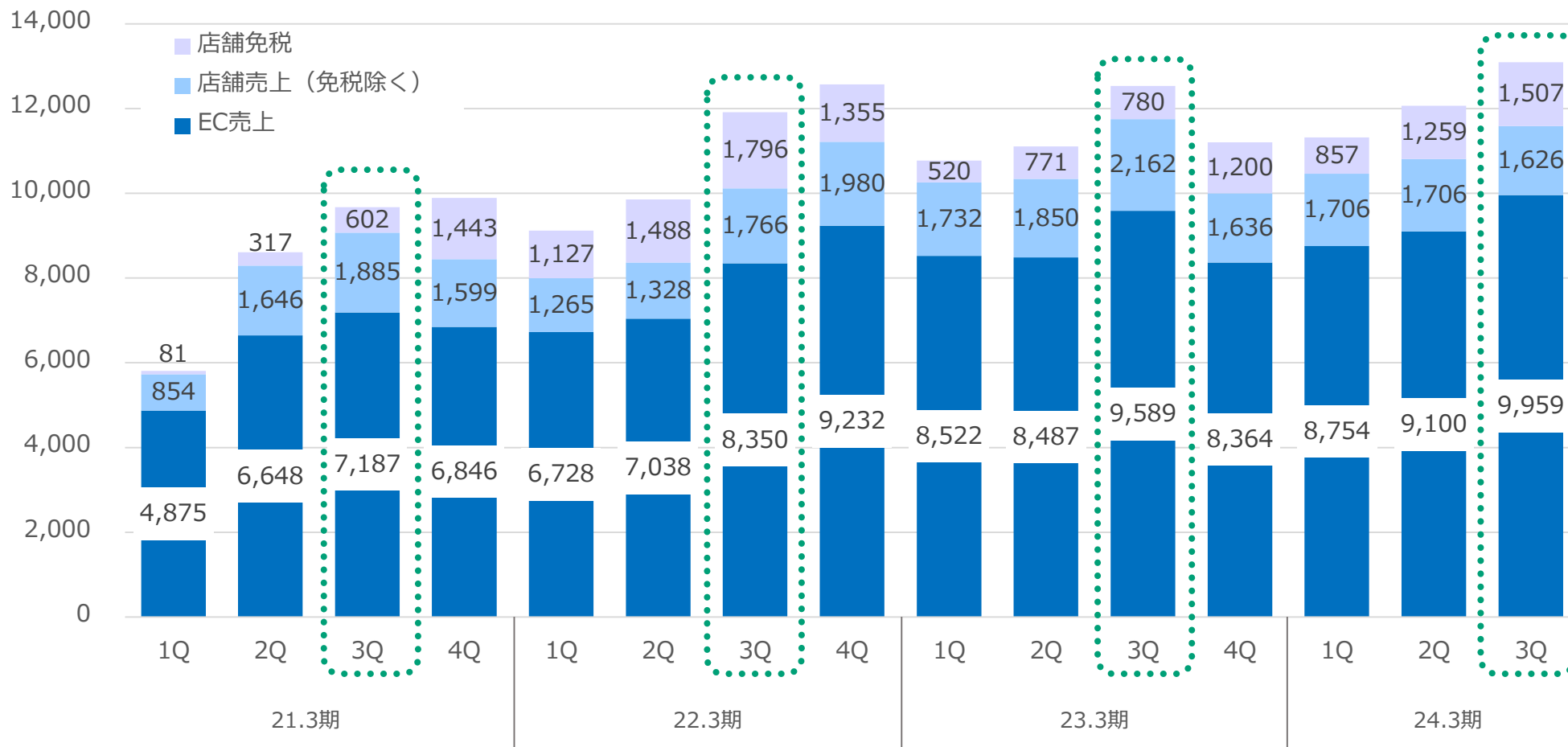
販売チャネル別売上高推移（3Q単体）



EC売上高は四半期ベースで過去最高を更新。

カメラ事業の免税売上が成長を続け、四半期ベースで過去2番目の売上高を記録。

単位：百万円



販売チャネル別売上高推移（月次）

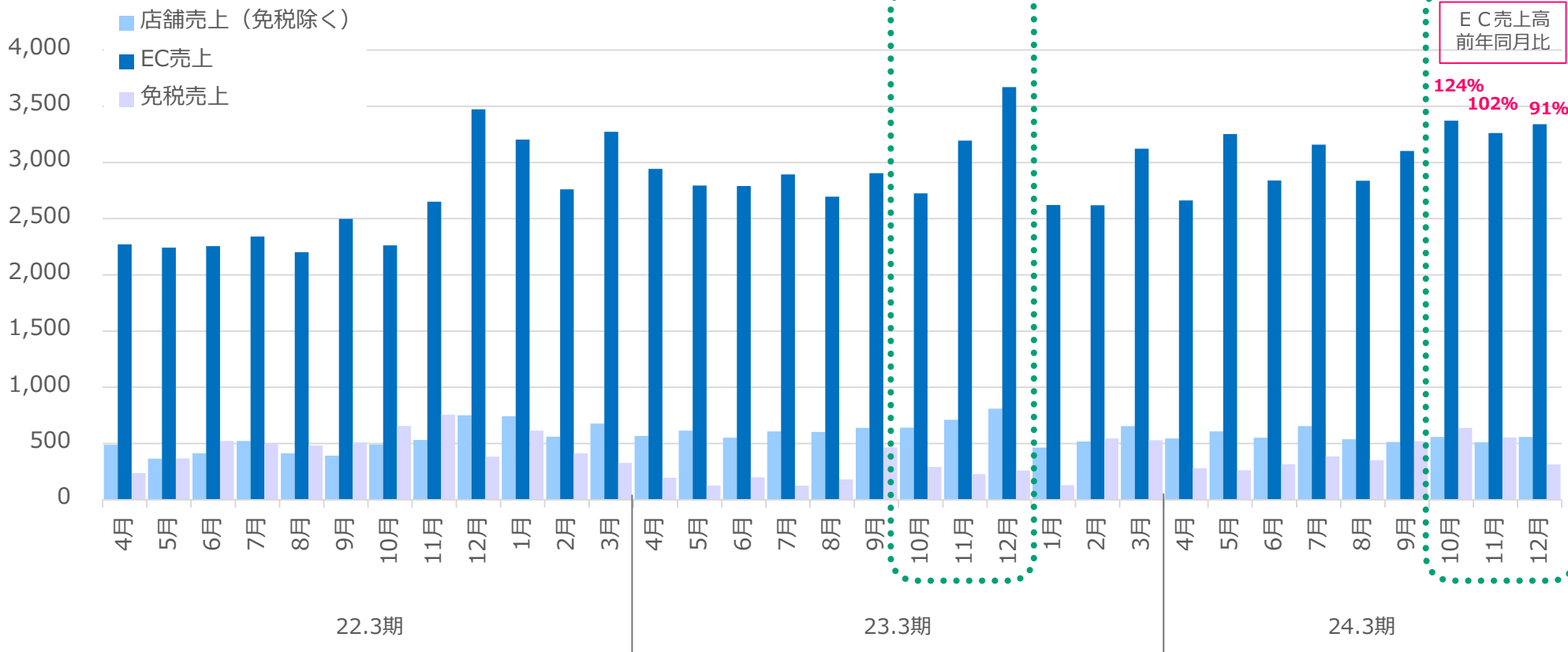


EC 10月はカメラと時計の双方が大きく伸ばすも、12月に時計価格が下落し前年同月を下回る。

店舗 前年同月を下回って推移。

免税 10～12月は、カメラ、時計共に、前年同月を上回る。

単位：百万円



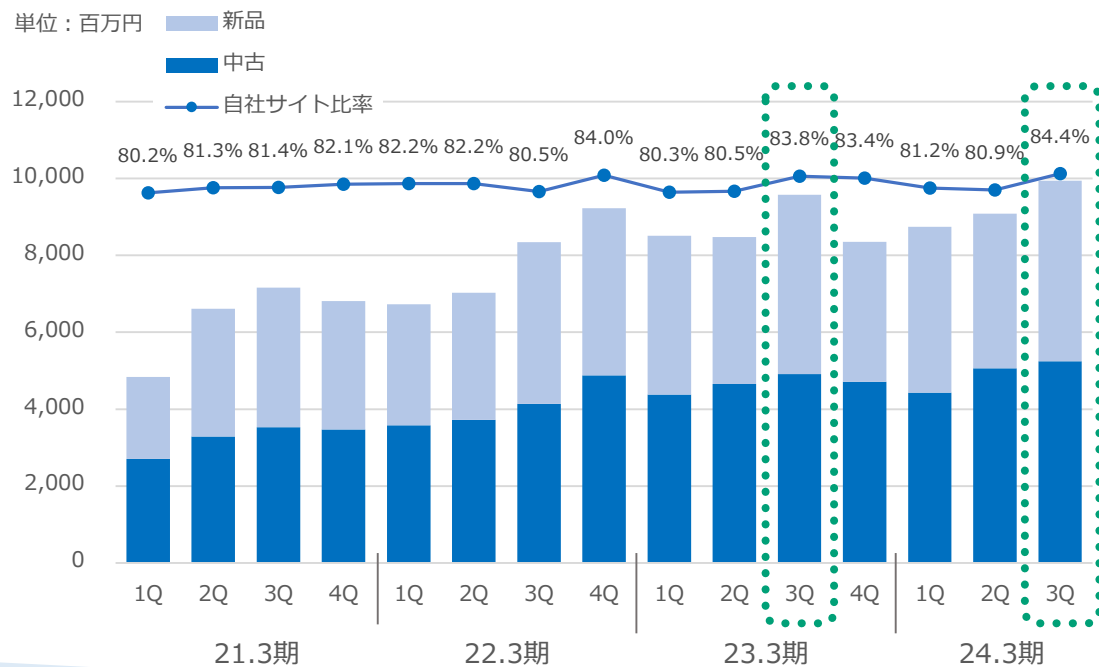
EC売上高推移（3Q単体）



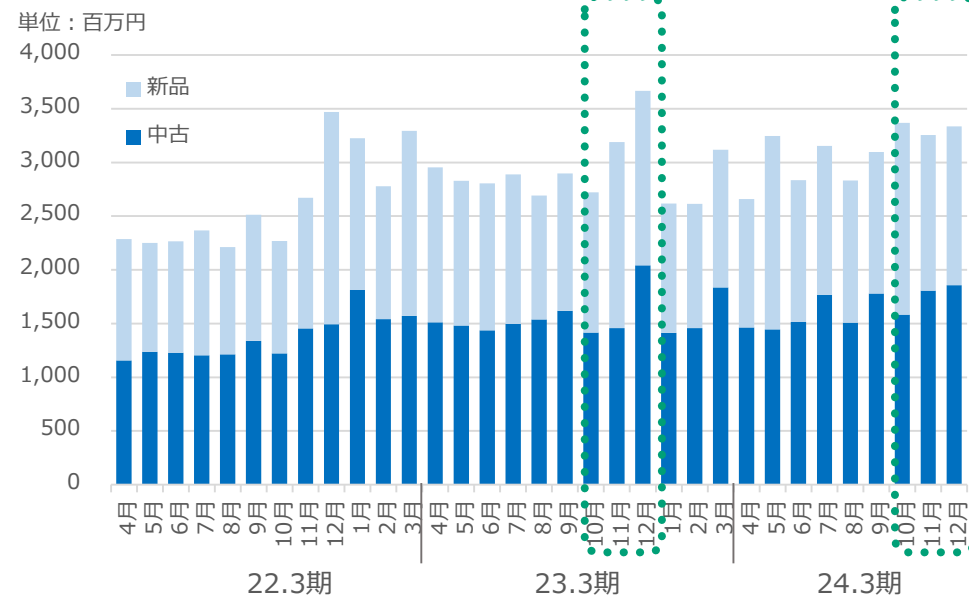
EC売上高は前年同期比3.9%増。自社サイト比率は84.4%で過去最高の水準。
カメラ事業のモール停止があったものの、前年同期比では微増にとどまる。

	2023.3期 3Q（単体）	2024.3期 3Q（単体）	前年同期比
EC売上高（百万円）	9,589	9,958	103.9%
自社サイト比率	83.8%	84.4%	+0.6%
モール比率	16.2%	15.6%	▲0.6%

四半期推移



月次推移



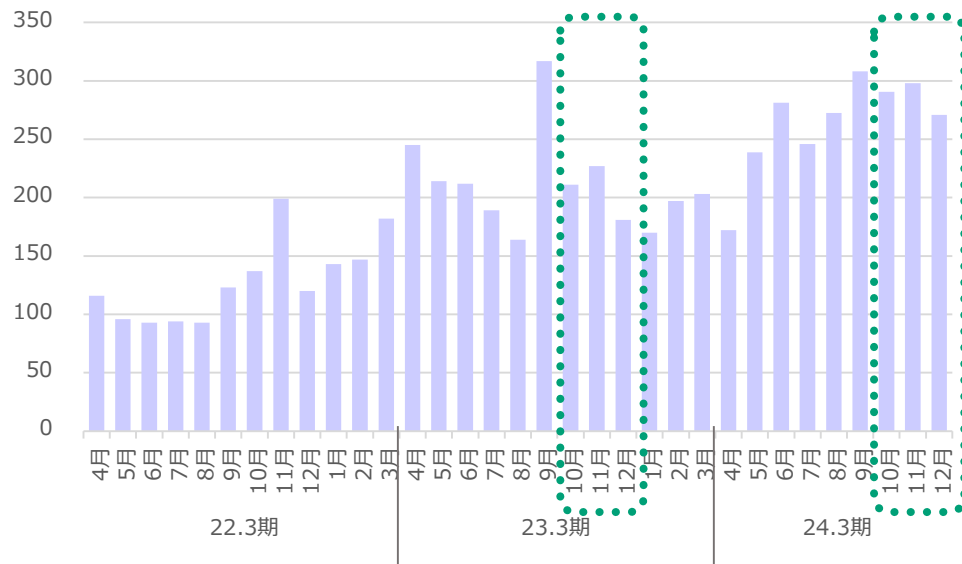
越境 E C (海外モール) ・ 免税 ・ 店舗 売上高推移 (月次)



越境 E C は前年同月比30~50%成長。免税売上は同 2 倍近くの水準。

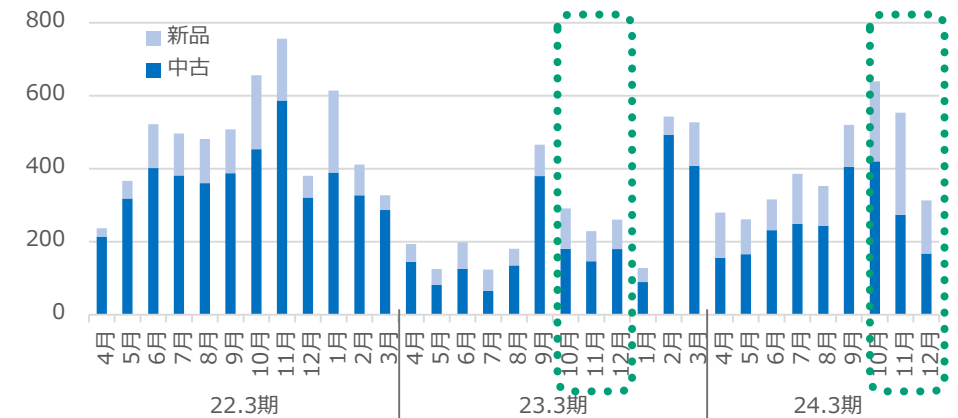
越境EC(海外モール)売上

単位：百万円



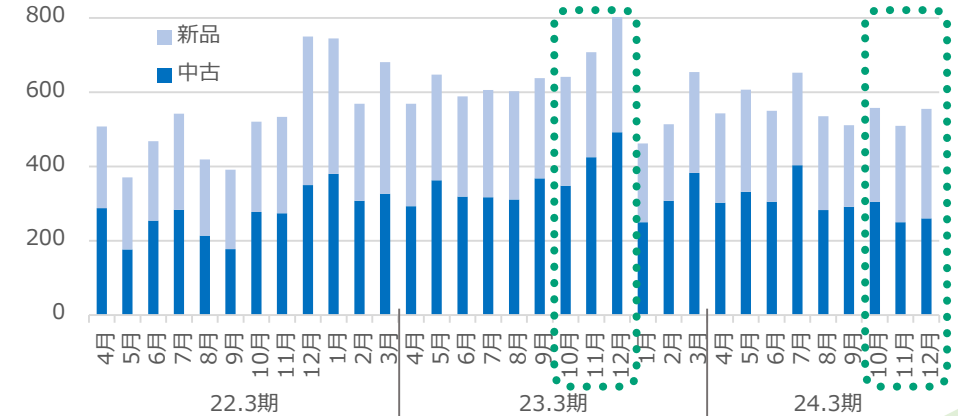
免税売上

単位：百万円



店舗売上 (免税除く)

単位：百万円



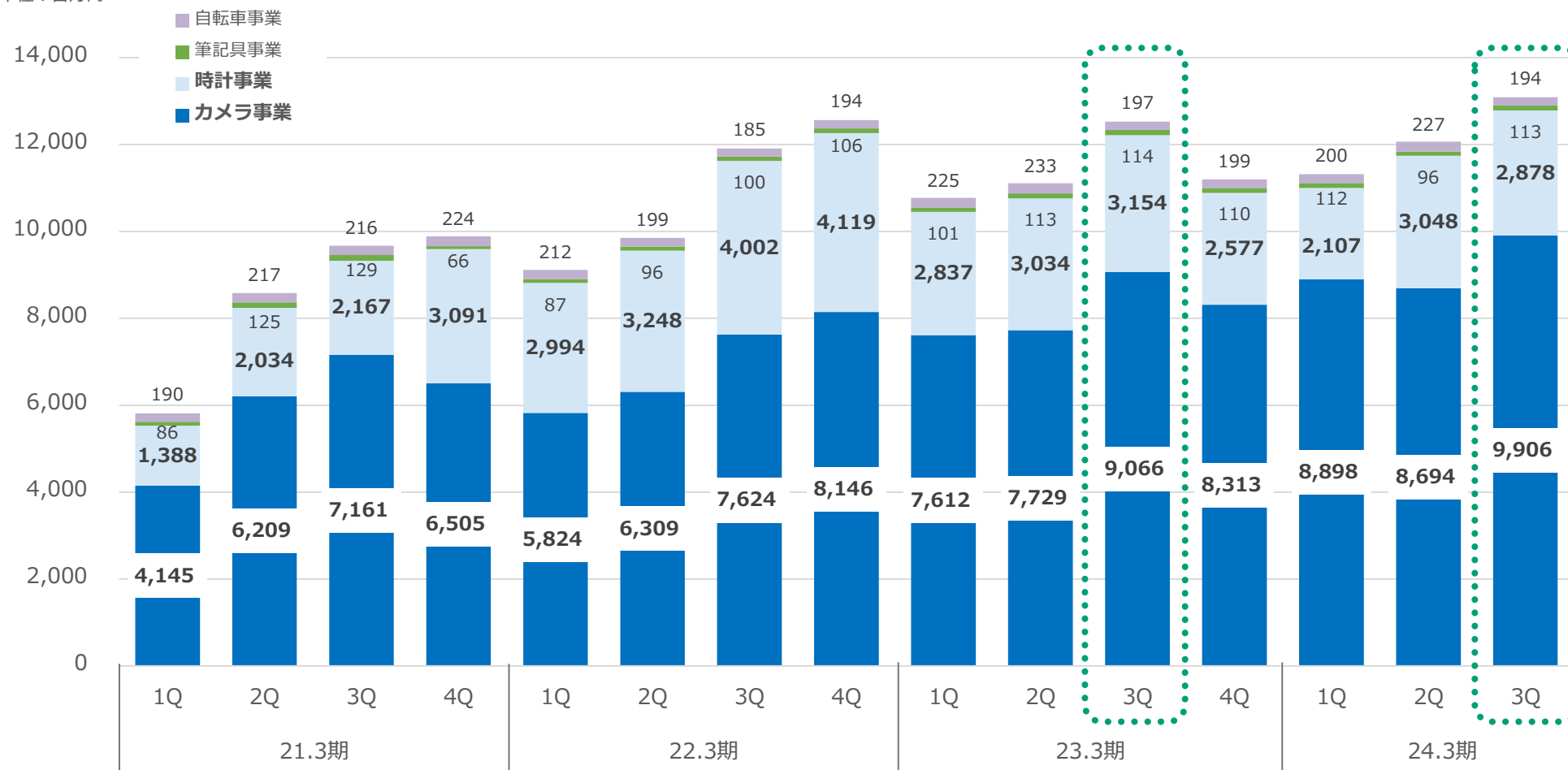
事業別売上高（3Q単体）



主軸のカメラは前年同期比で9.3%の成長となり、四半期ベースで過去最高を更新。

時計は、大型のセール販売を行った前年同期を下回る。

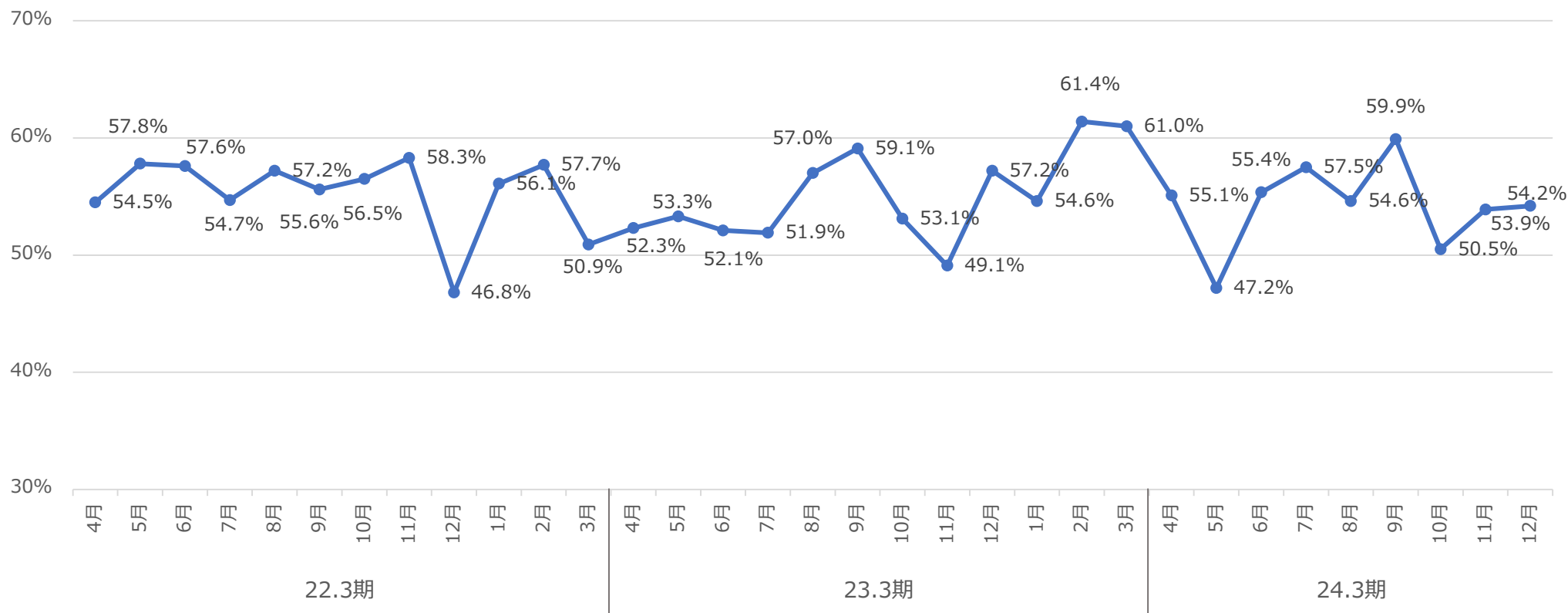
単位：百万円



売上高全体に占める中古品比率推移（3Q単体）



3Qの売上高に占める中古品の比率は52.9%で、新品・中古の買替サイクルは引き続き堅調。



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	2Q	3Q
	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%	53.4%	59.3%	52.3%	57.5%	52.9%

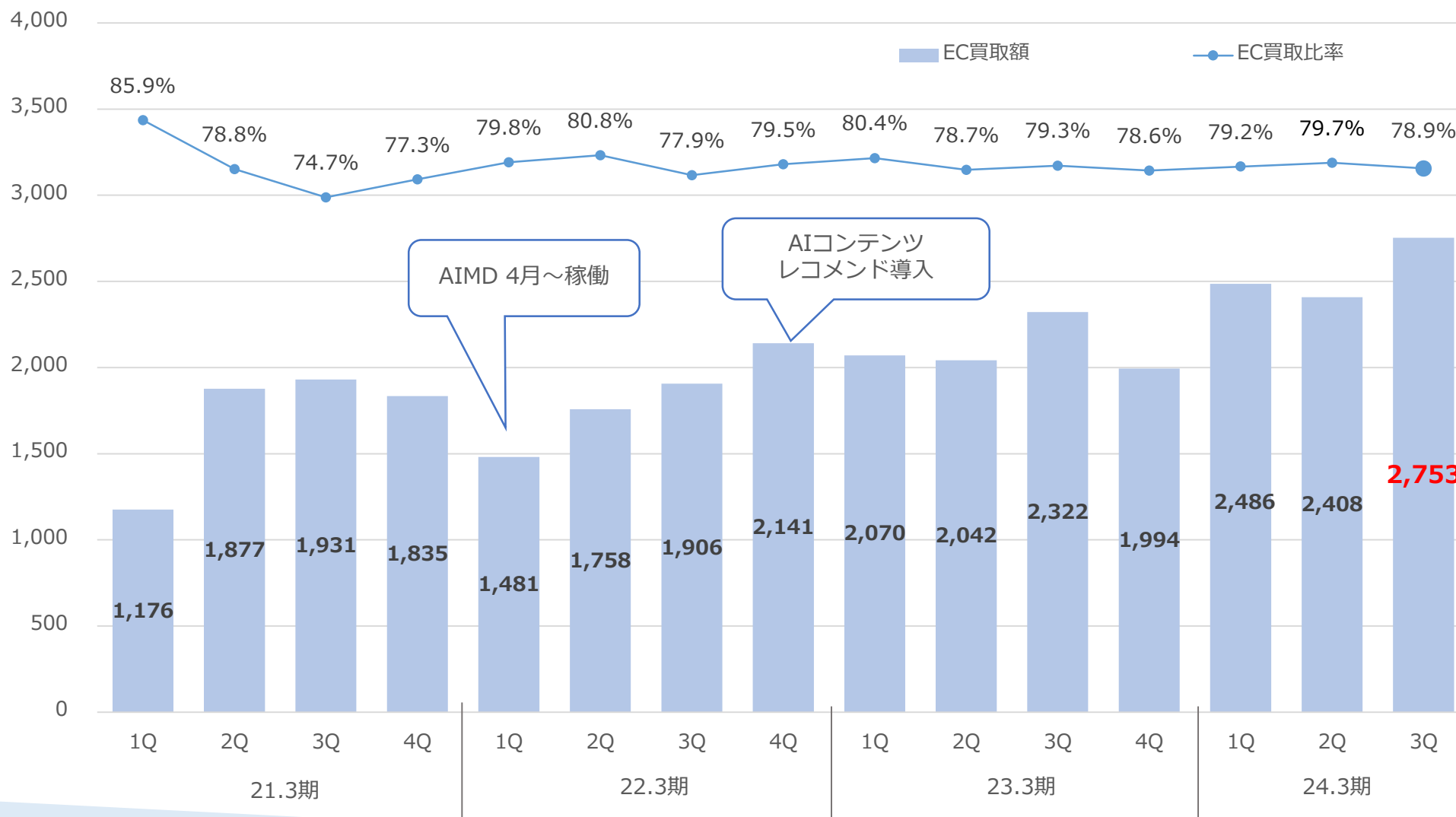
カメラ事業 中古EC買取推移（3Q単体）



EC買取額は四半期ベースで過去最高を記録。 EC買取比率も80%近くを維持。

AIMD、AIコンテンツレコメンド導入後、継続して78%以上で推移。

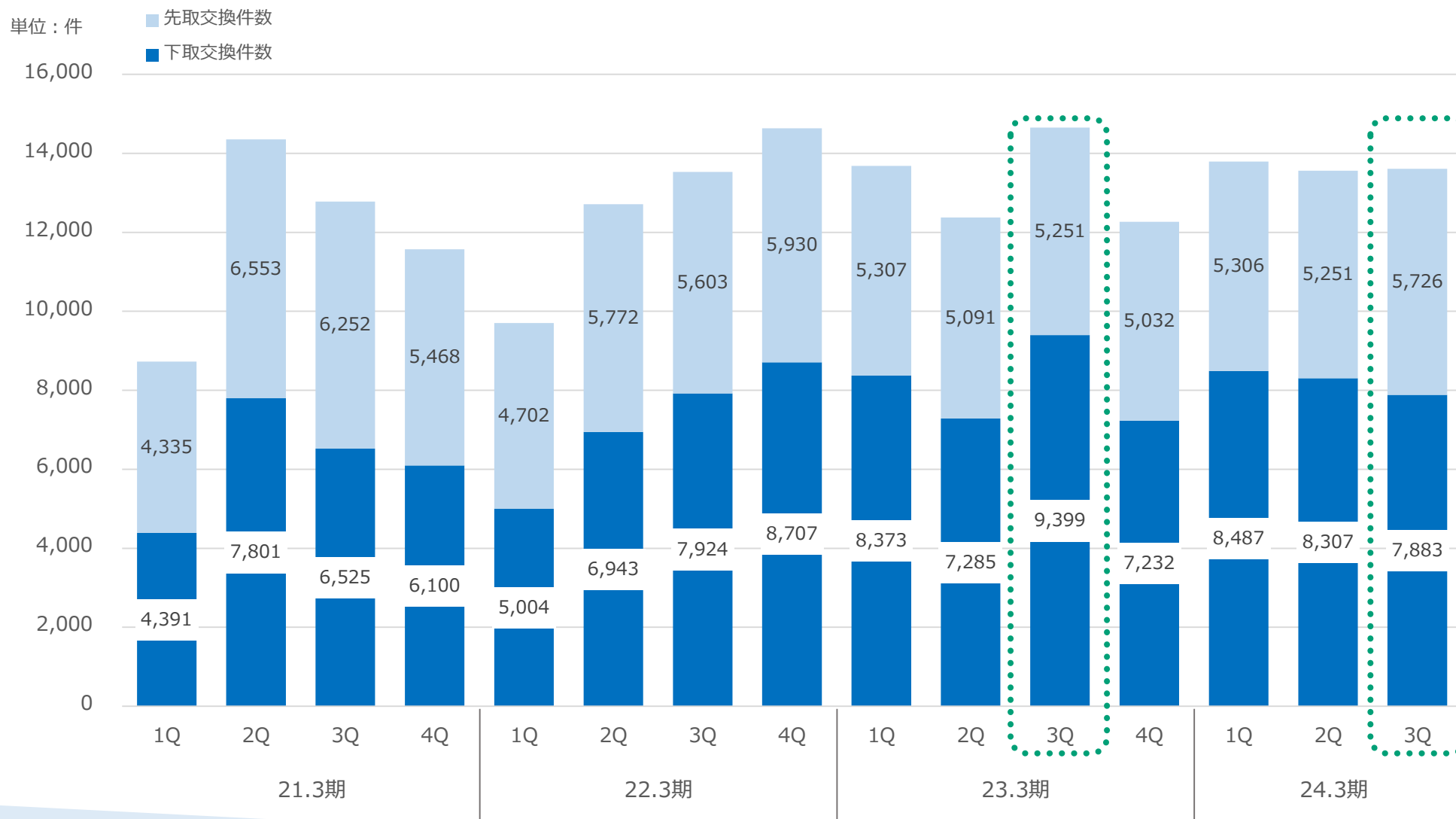
単位：百万円



カメラ事業 下取・先取交換件数推移（3Q単体）



前年同期には及ばなかったものの、十分な下取・先取交換件数で中古仕入は順調。
先取交換件数は、6 四半期ぶりの高水準を記録。



決算概要：前年同期比較（3Q累計）



売上高	全体：106.0% EC：104.6% 店舗：110.8% カメラ事業は全体、EC共に2桁成長。時計事業は3Q単体では前年同期を上回る。
粗利	粗利率は18.7% で2Qと同水準。時計価格市場の若干の変動があっても粗利率を維持できる構造に。
販管費	人件費以外の販管費支出を引き続き抑制し、 販管費率は11%台 となる。
営業利益	営業利益は25.74億円、 営業利益率は7.1% となり、 計画比107.7%の進捗 。 カメラ事業の堅調さと時計事業の高利益化で、新製品・価格相場に依存しない構造改革を引き続き目指す。

	23.3期 3Q累計		24.3期 3Q累計					(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	34,417	-	36,473	-	106.0%	37,559	97.1%	
売上総利益	6,051	17.6%	6,834	18.7%	112.9%	-	-	
販売管理費	3,812	11.1%	4,260	11.7%	111.7%	-	-	
営業利益	2,239	6.5%	2,574	7.1%	115.0%	2,391	107.7%	
経常利益	2,238	6.5%	2,573	7.1%	115.0%	2,369	108.6%	
当期純利益	1,556	4.5%	1,777	4.9%	114.2%	1,634	108.7%	

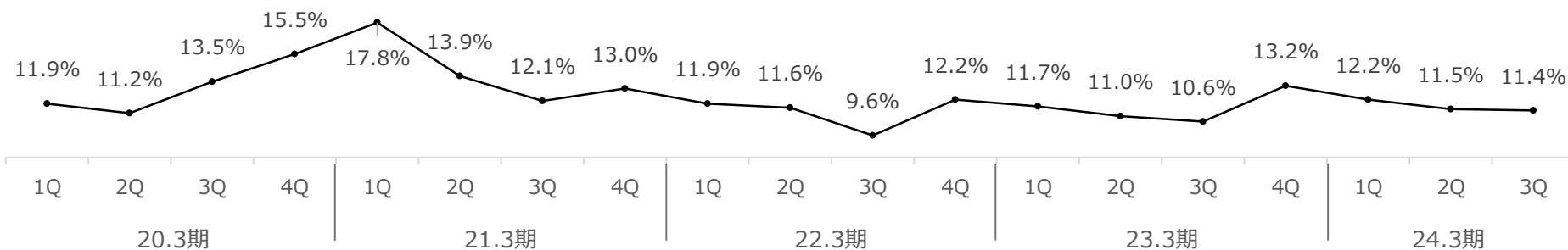
販売管理費の前年同期比（3Q累計）



平均給与増による人件費増を除けば、販管費増加は売上高増に伴うものが中心であり、販管費率は11%台に抑制。

	23.3期 3Q累計		24.3期 3Q累計		前年同期比		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率 (売上比)	増減額	要因
人件費	1,045	3.0%	1,216	3.3%	+0.3%	+170	給与増額分等
広告宣伝費	30	0.1%	52	0.1%	+0.1%	+21	
販売促進費	730	2.1%	847	2.3%	+0.2%	+116	下取交換等増加に伴う下取費用UP
業務委託費	278	0.8%	286	0.8%	▲0.0%	+7	
支払手数料	871	2.5%	961	2.6%	+0.1%	+89	売上高増加に伴う手数料UP
減価償却費	145	0.4%	131	0.4%	▲0.1%	▲13	
地代家賃	264	0.8%	265	0.7%	▲0.0%	+0	
その他	445	1.3%	500	1.4%	+0.1%	+54	株式報酬、租税公課等
販売管理費計	3,812	11.1%	4,260	11.7%	+0.6%	+447	

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 3Q累計
		12.9%	13.8%	11.3%	11.6%

事業別業績の前年同期比較（3Q累計）



カメラ事業は売上高（合計・EC）、セグメント利益共に2桁成長。

時計事業は相場下落で売上高は減少するも、安定したセグメント利益を確保。

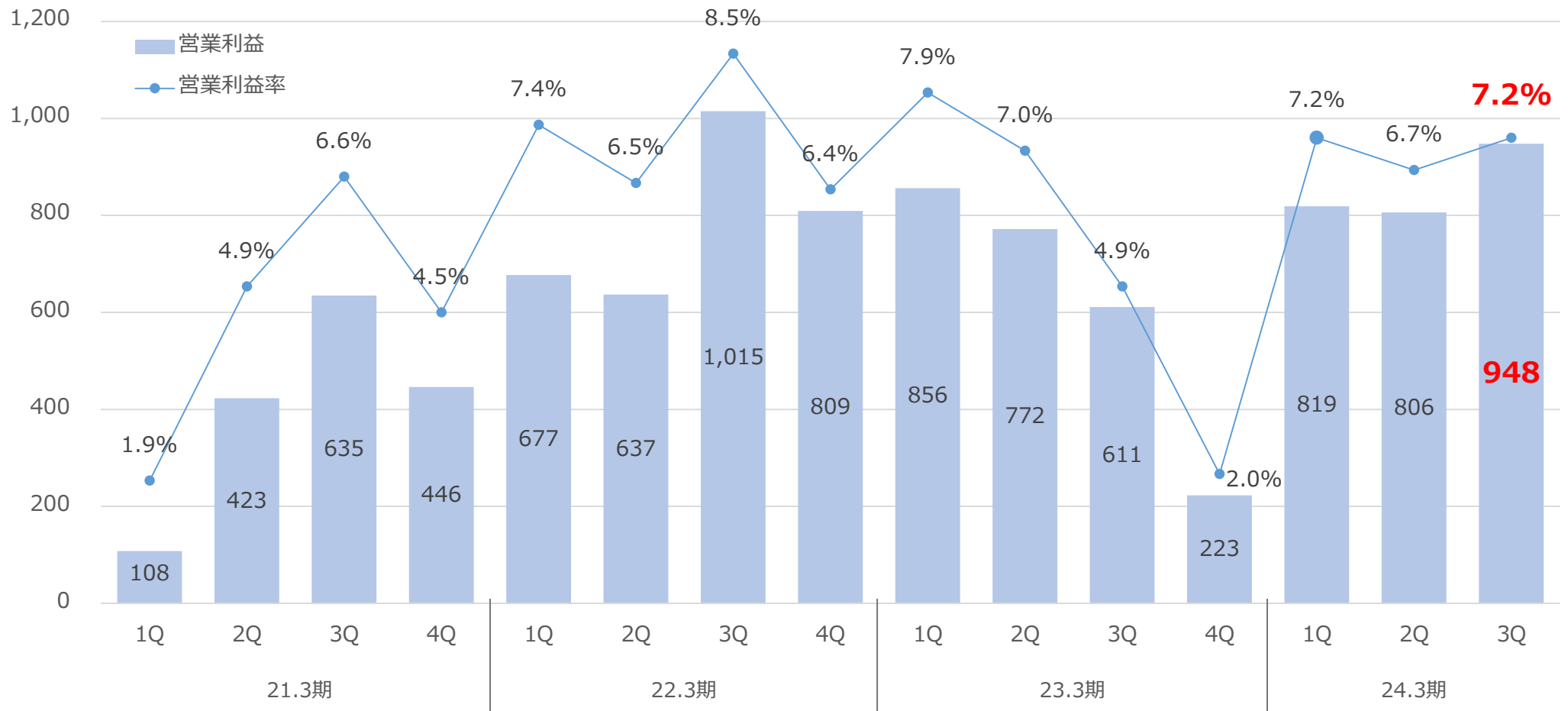
事業・販売チャネル ()内は売上構成比		23.3期 3Q累計期間	24.3期 3Q累計期間	前年同期比	備考 (単位：百万円)
 カメラ事業 (75.4%)	EC売上	21,131	23,329	110.4%	<ul style="list-style-type: none"> ECは2桁成長。店舗共に好調に推移。 セグメント利益は前年同期比114.5%に。3Q単体でも11億円台に乗せ過去最高を更新。
	店舗売上	3,276	4,168	127.2%	
	カメラ売上計	24,407	27,498	112.7%	
	セグメント利益	2,788	3,193	114.5%	
 時計事業 (22.0%)	EC売上	4,801	3,912	81.5%	<ul style="list-style-type: none"> セグメント利益は3.2億円。3Q単体の利益は1.3億円で2Qと同水準。 時計価格が軟調に推移しても、セグメント利益は安定的に獲得。
	店舗売上	4,224	4,121	97.6%	
	時計売上計	9,025	8,033	89.0%	
	セグメント利益	136	320	234.4%	
 筆記具事業 (0.9%)	EC売上	258	228	88.3%	<ul style="list-style-type: none"> 高額品、高利益品の販売が進み、セグメント利益は約1.5倍に。
	店舗売上	69	92	132.1%	
	筆記具売上計	328	320	97.6%	
	セグメント利益	28	42	149.1%	
 自転車事業 (1.7%)	EC売上	408	342	83.8%	<ul style="list-style-type: none"> EC売上が伸び悩み減収減益（店舗は成長）。 市場が冷え込む中でも黒字を維持。
	店舗売上	247	278	112.8%	
	自転車売上計	655	621	94.8%	
	セグメント利益	48	35	74.5%	
合計	EC売上	26,599	27,812	104.6%	<ul style="list-style-type: none"> EC、店舗共に前年を上回る。
	店舗売上	7,817	8,661	110.8%	
	売上高合計	34,417	36,473	106.0%	

営業利益・営業利益率推移（3Q単体）



営業利益額は9.48億円で、時計価格が高騰していた過去最高に迫る水準。時計価格相場がやや軟調に推移しても、営業利益率は7.2%となり、今後も利益構造の安定化が見込める。

単位：百万円



貸借対照表 前年度末比較



不足が続いていた中古商品の仕入を行い、商品在庫は14億円増加。

今期は在庫不足が課題であったものの、目標とする水準近くまで回復。

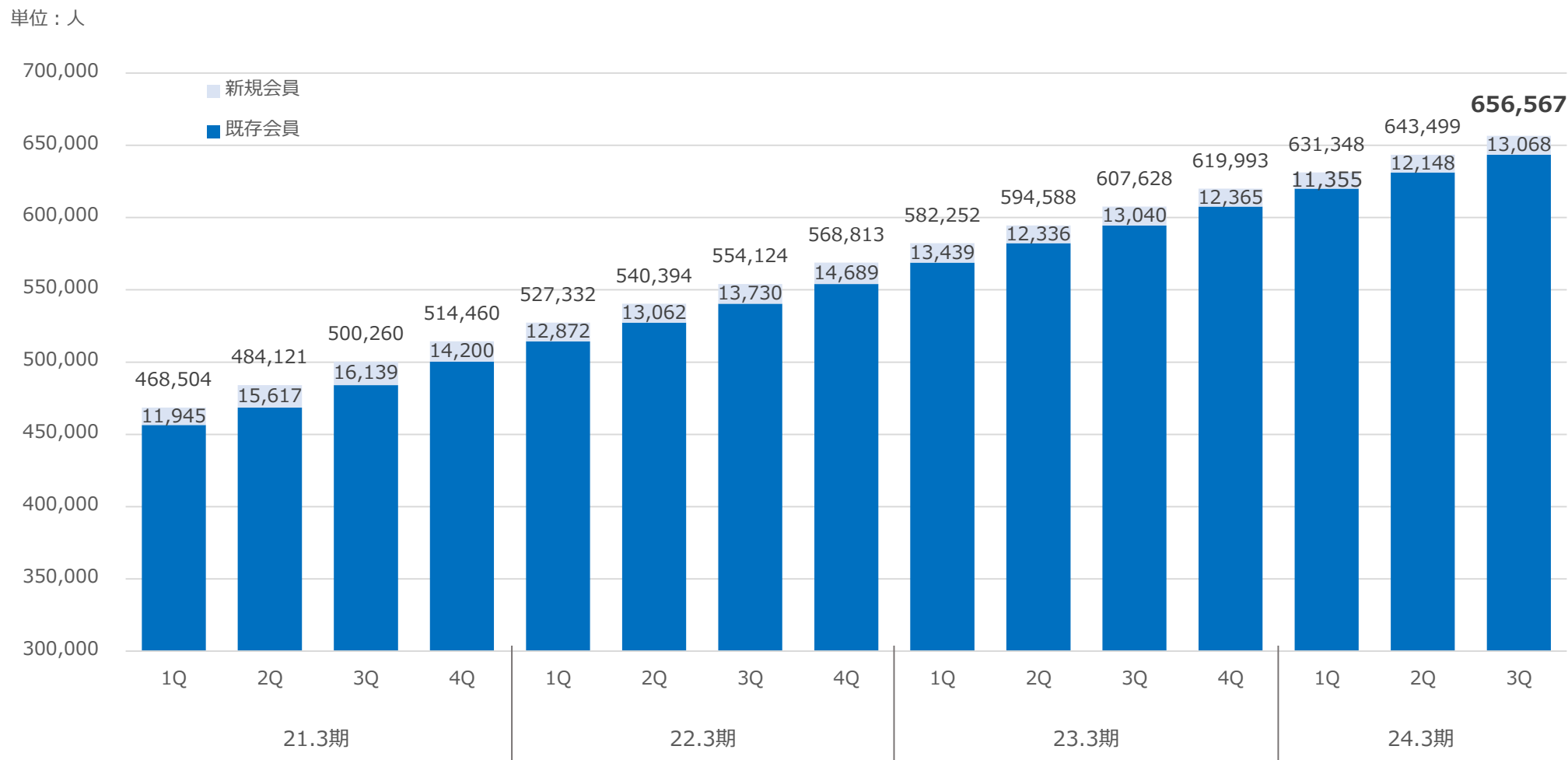
(単位：百万円)

	23.3期末	24.3期 3Q末	
		実績	増減
流動資産	13,202	14,791	1,588
現預金	1,423	1,401	△22
商品	8,812	10,221	1,408
固定資産	1,863	1,960	96
資産合計	15,066	16,751	1,685
流動負債	5,640	7,026	1,386
固定負債	2,946	2,027	△919
負債合計	8,586	9,053	466
純資産合計	6,479	7,698	1,218
負債・純資産合計	15,066	16,751	1,685

Web会員数の四半期推移（3Q単体）



新規会員数は、毎月4～5千人の増加となり、1～2Qまでと比べ、純増のペースが加速。



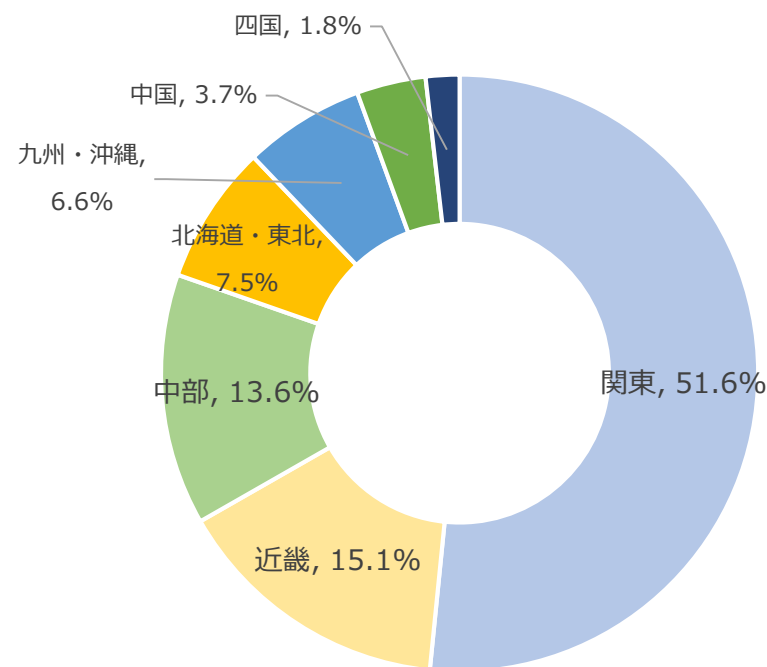
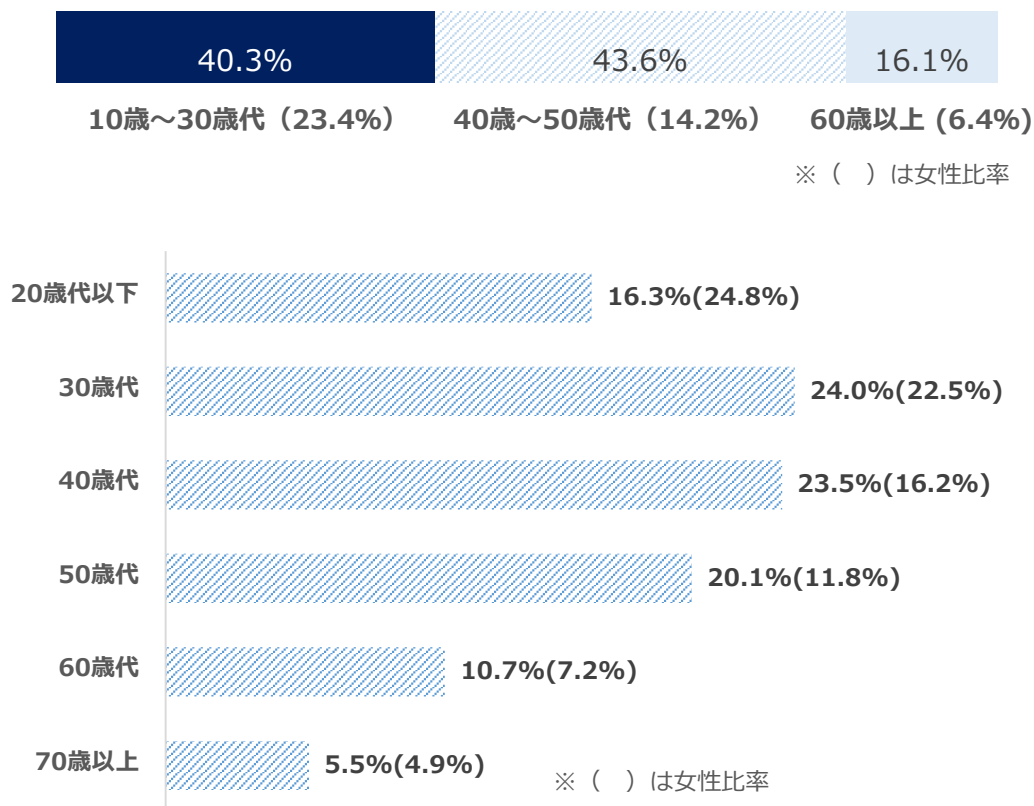
Web会員数の会員属性（3Q累計）



InstagramなどのSNS普及により、女性比率は10代～30代で23.4%と高い。
 全Web会員のうち女性は16.6%だが、3Q累計の新規加入者では女性が21.8%を占める。

世代分布

エリア分布



全Web会員の性別 男性：83.4% 女性：16.6%
 （うち1～3Qの新規加入者 男性：78.2% 女性：21.8%）

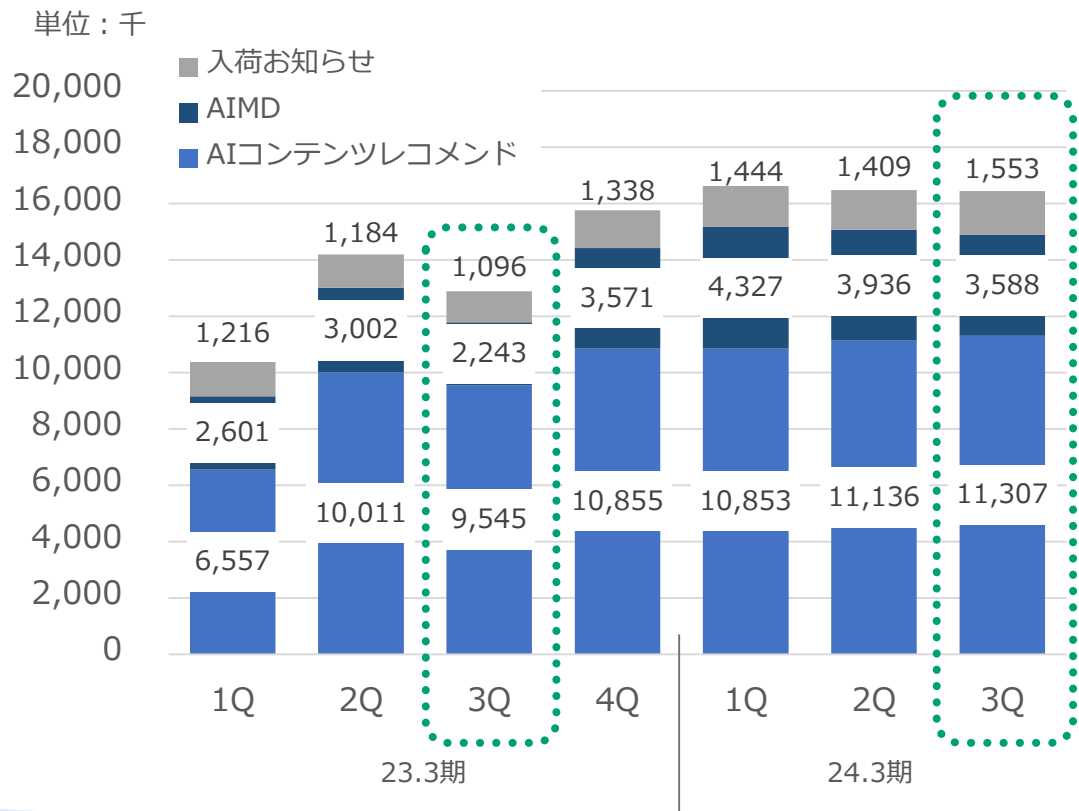
テクノロジーの開発／配信数実績（3Q単体）



LINEの配信数は強化前の12倍を超える。 AIによる自動配信は四半期1,600万件の高水準を維持するも、AIによる値引き等がなくとも販売できたため、AIMDの配信数は減少。

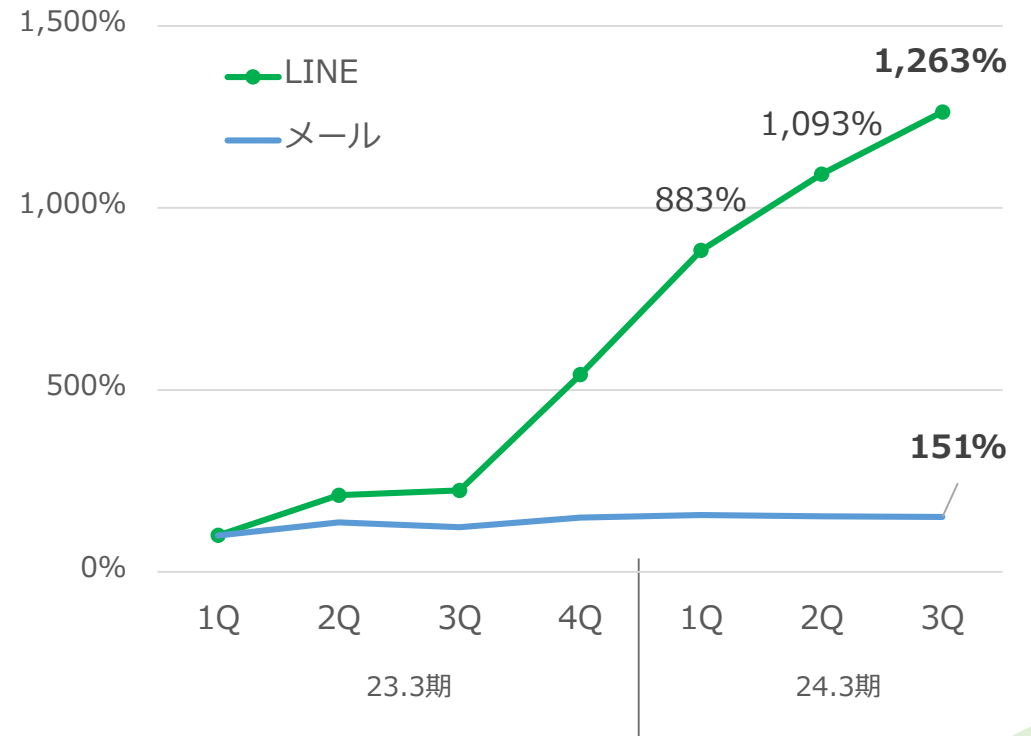
（四半期1,600万件は来店客数換算で約350店の実店舗に相当[†]する配信数）

目的別配信数



媒体別配信数

（2023年3月期1Q=100%）

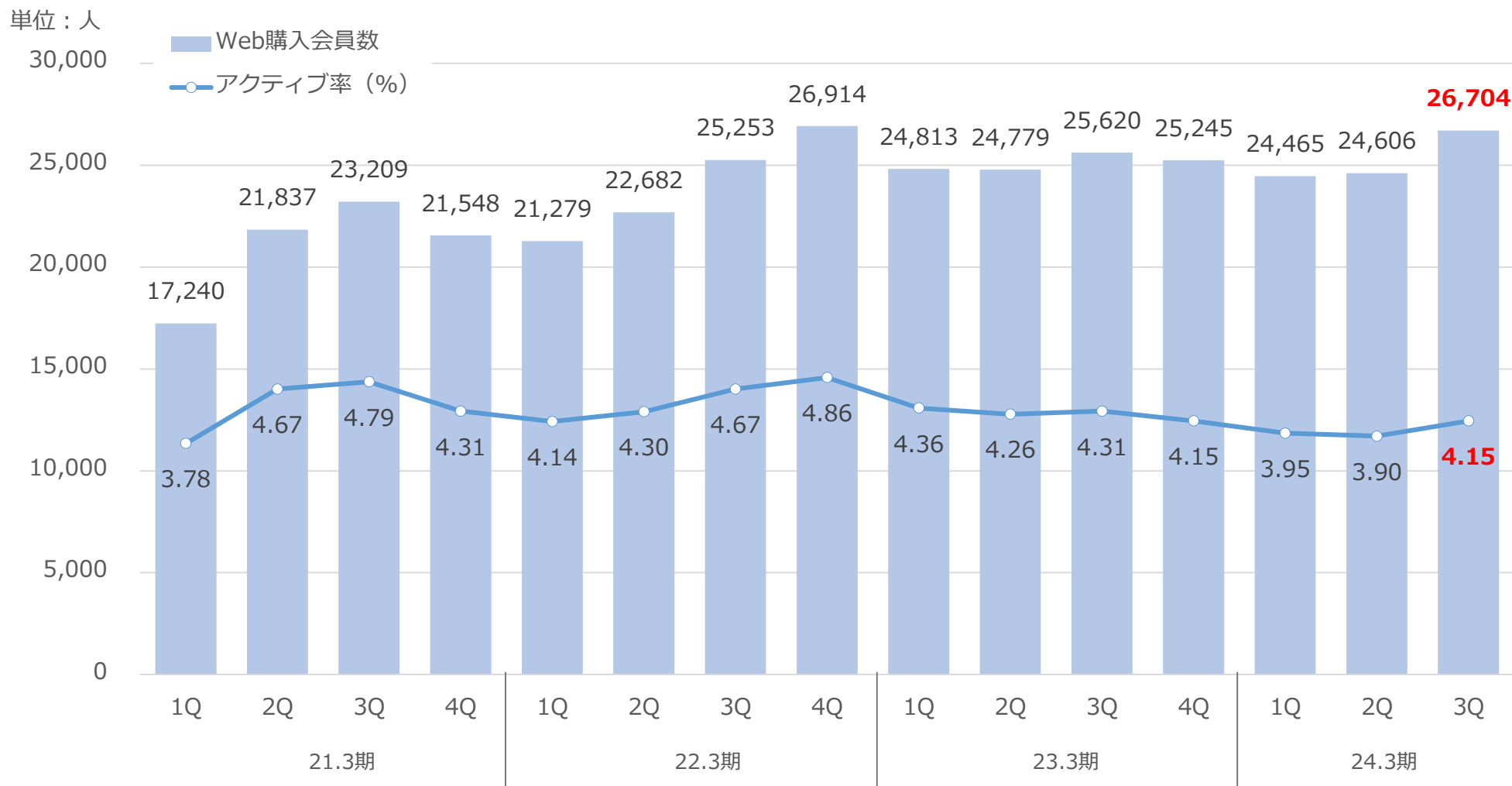


†：当社試算

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のWeb購入会員数とアクティブ率※（3Q単体）



既存顧客のWeb購入会員数（自社サイト）は過去最高に迫り、アクティブ率も4.15と高い。

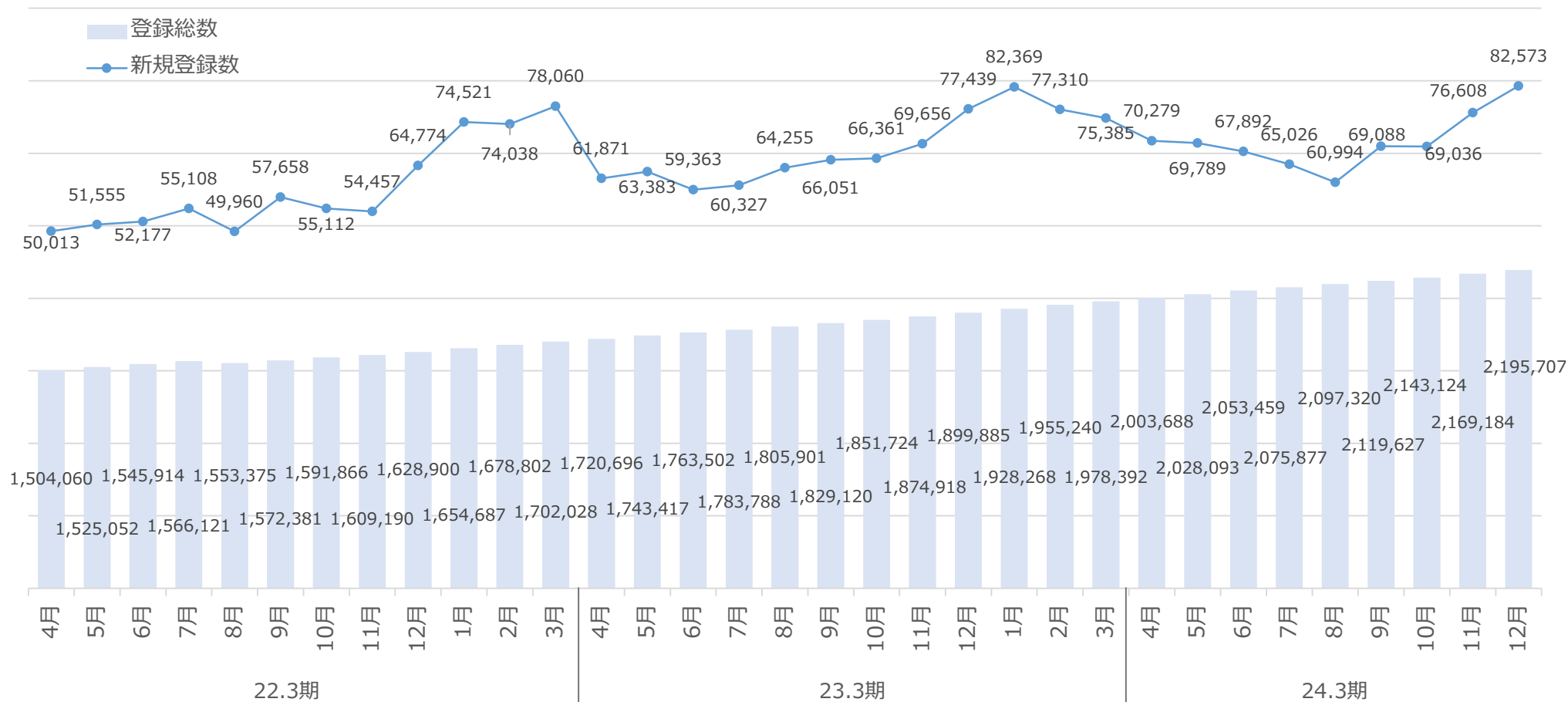


※アクティブ率…各四半期はじめのWeb会員数に対するその四半期の自社サイトでの購入会員数（Web会員のモール購入数は含まれない）。

欲しいリストの登録商品数（月次）



新規登録数は7～8万件／月で、2Q以降は増加に転じ、12月は過去最高を更新。
登録総数も順調に増加。

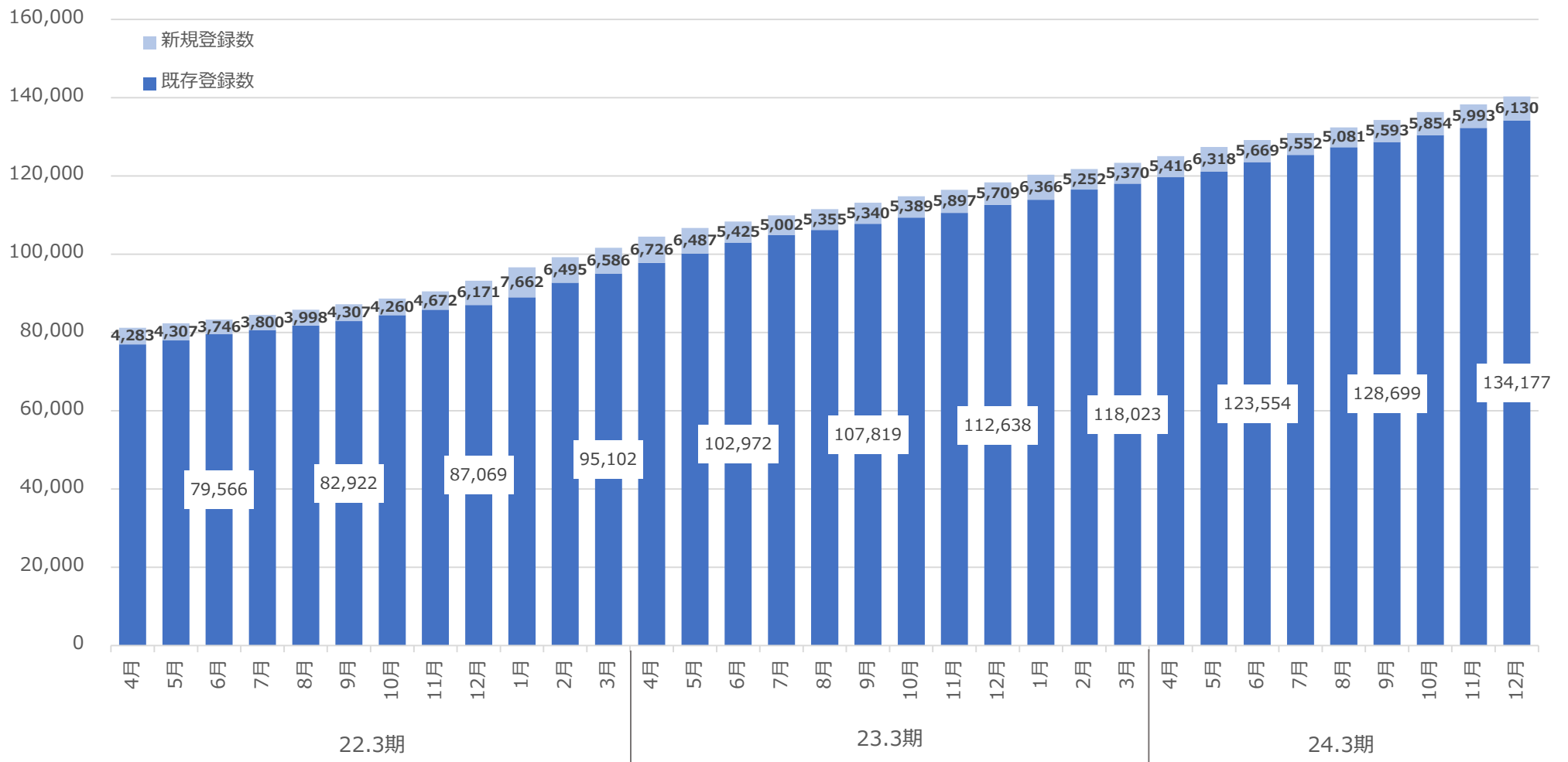


※登録した商品を購入した場合は自動的にリストから削除される

入荷お知らせメール登録数（月次）



3Qの新規登録数は約1.8万件で2Qを上回る。既存登録数は13.4万件と順調に増加。
お客様のお手元のスマートフォンに40万件／月の配信。



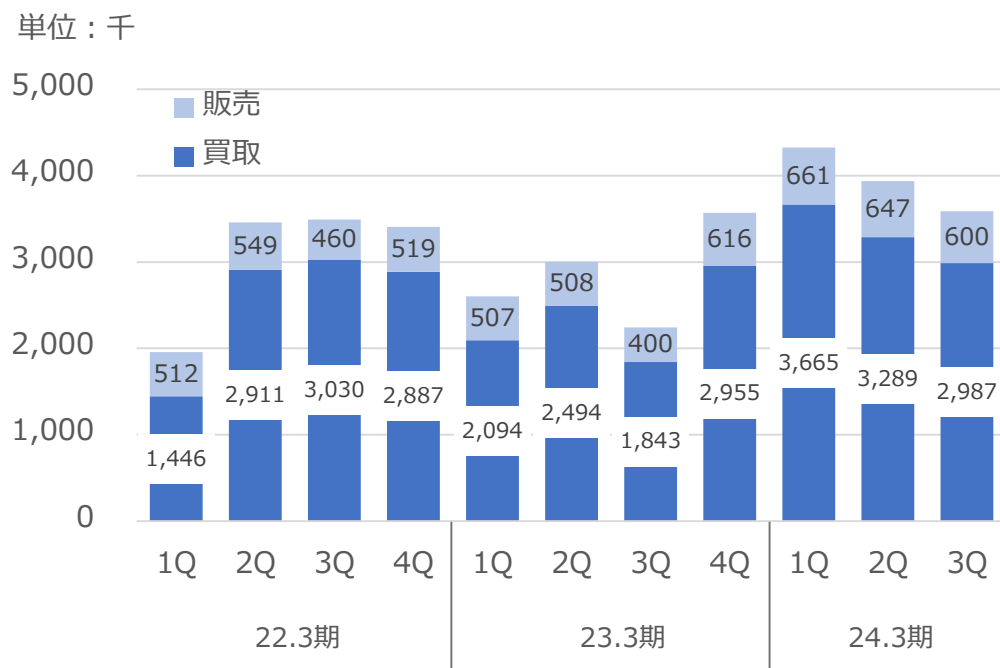
AIMD × One to One × AIコンテンツレコメンド（3Q単体）



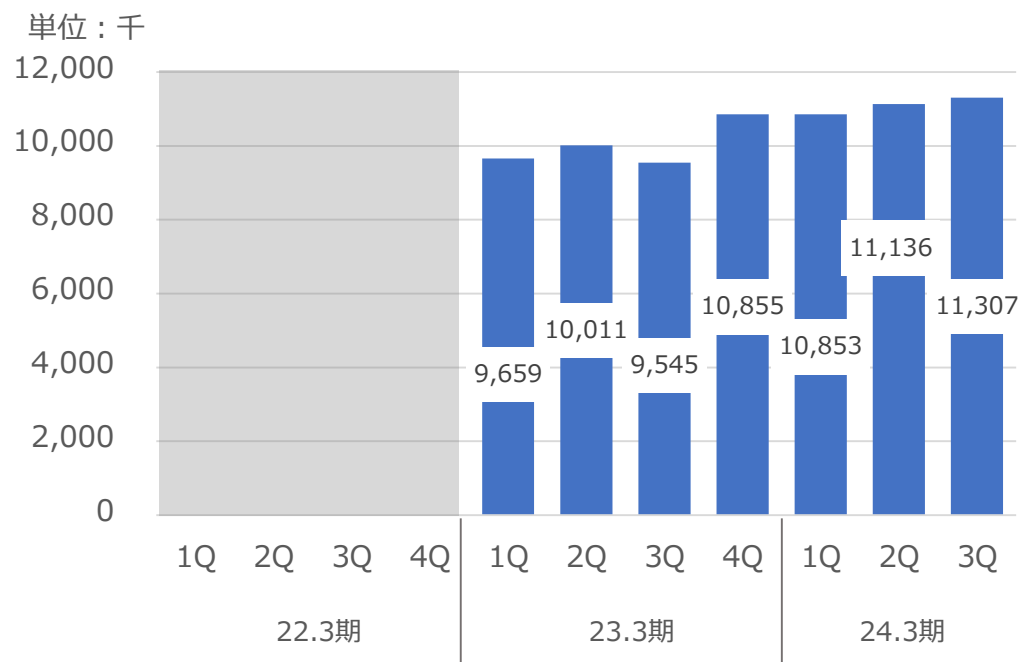
AIコンテンツレコメンドの配信数は順調に増加。AIMD × One to Oneの配信は、AIによる値引き販売や買取価格アップがなくとも、販売・買取が進んだため、配信数は減少。

お客様のお手元のスマートフォンに月平均500万配信。

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。