

SYUPPIN[®]



**2020年3月期
第1四半期決算補足資料**

シュッピン株式会社

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	215名（2019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

1Q決算ハイライト

今期重点取組の粗利率改善、利益成長体制再構築が順調に進捗
中古売上高好調持続に加え、中古カメラ粗利率改善により、前年比、計画比で利益大幅増

売上高

計画比 100.6%
前年同期比 108.5%

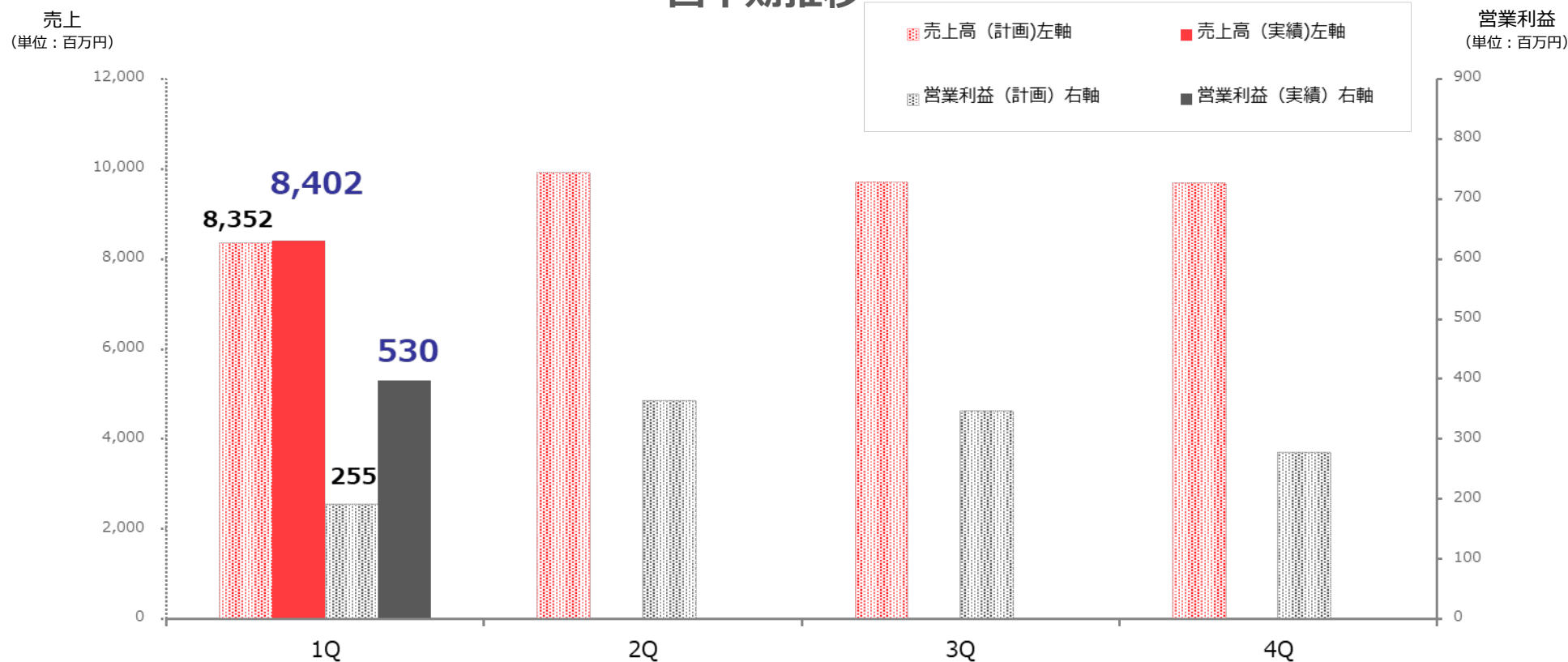
営業利益

計画比 207.7%
前年同期比 153.2%

営業利益率

計画3.1% 実績6.3% 計画比+3.2pt

四半期推移

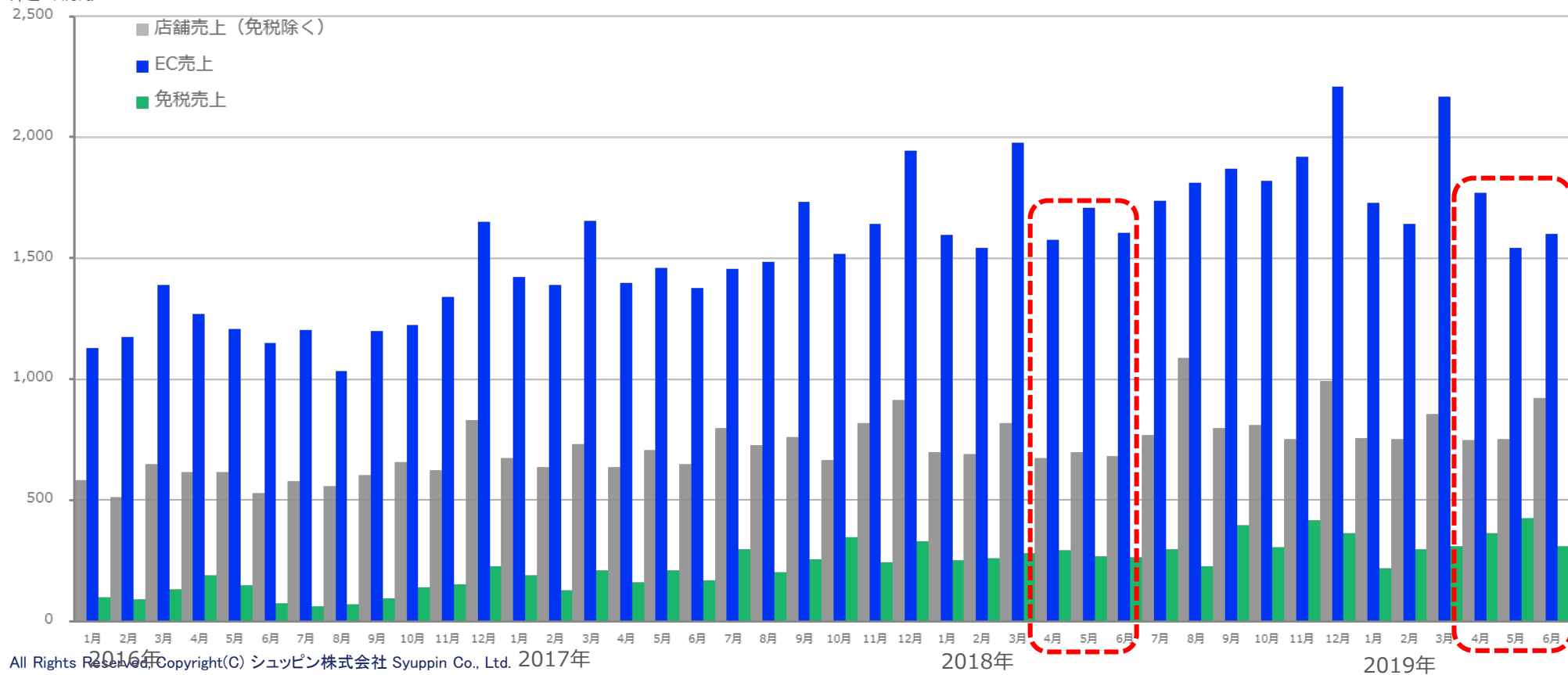


すべてのチャンネルにおいて、ほぼ順調に推移するものの、5月EC売上は、前年同期比90.2%

1Q要因：カメラ 利益重視施策の1つとして、他社モールの送付無料金額の見直しにより他社モールの売上が前年同期比77.5%

時計 5月の大型連休により、高額商品を購入するお客様の店舗への来店が増加し、店舗（免税除く）前年同期比113.3%、EC売上前年同期比76.8%

(単位：百万円)

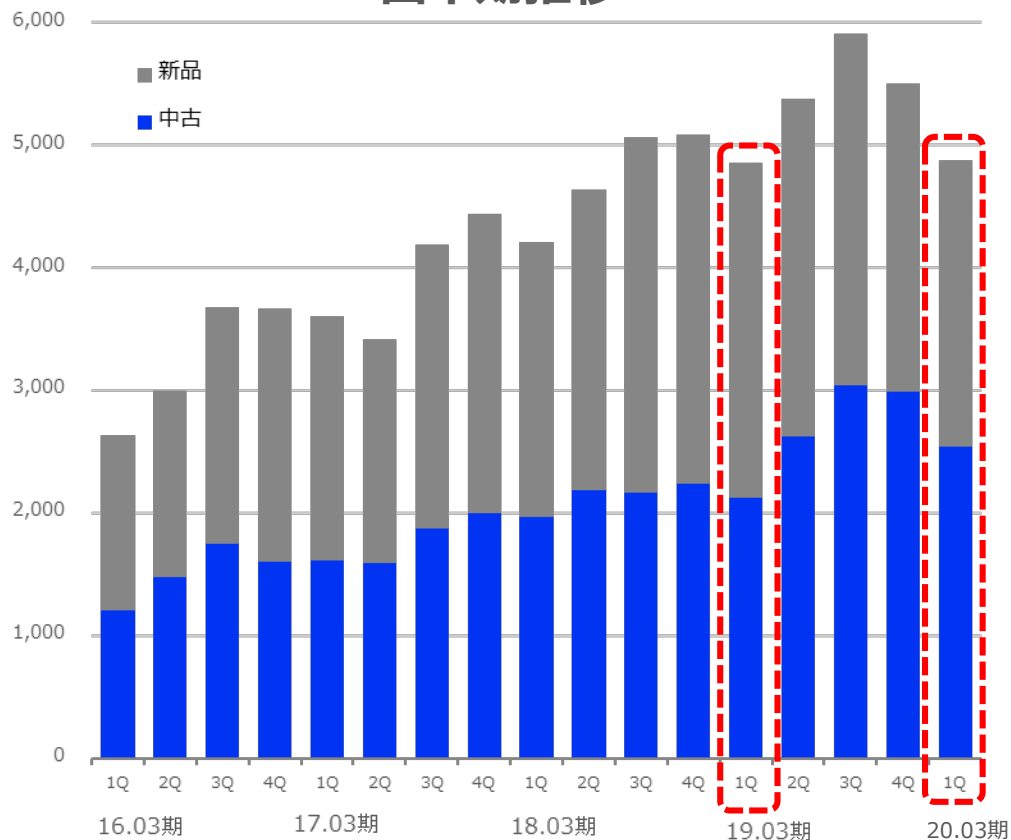


【1Q】EC売上高前年同期比100.5%（内訳 自社EC109.1%、他社モール75.7%）
 →One To Oneや商品詳細の充実（動画、商品画像30カット）、掲載商品数の増加等により自社ECでの購入比率がアップ

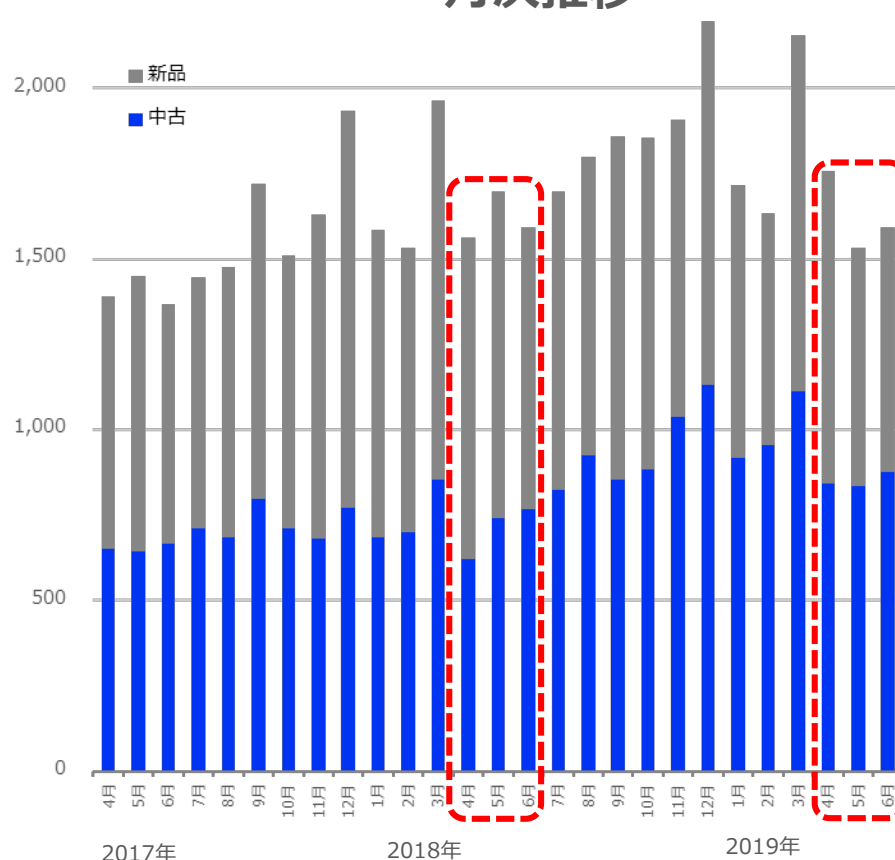
中古EC売上（前年同期比119.5%）、自社EC売上順調に推移

(単位：百万円)

四半期推移

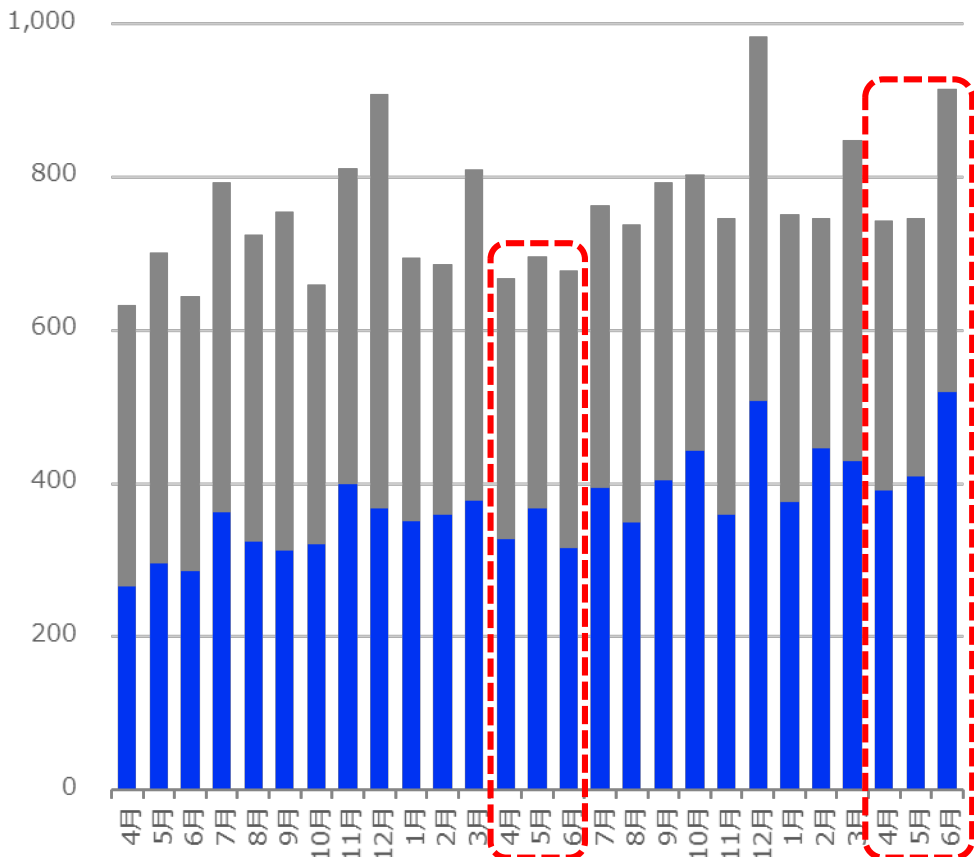


月次推移



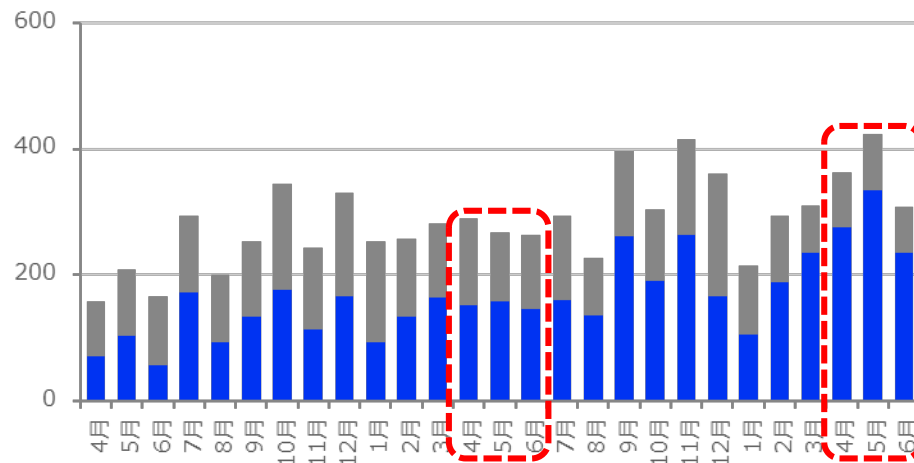
店舗売上 (免税除く)

(単位：百万円)



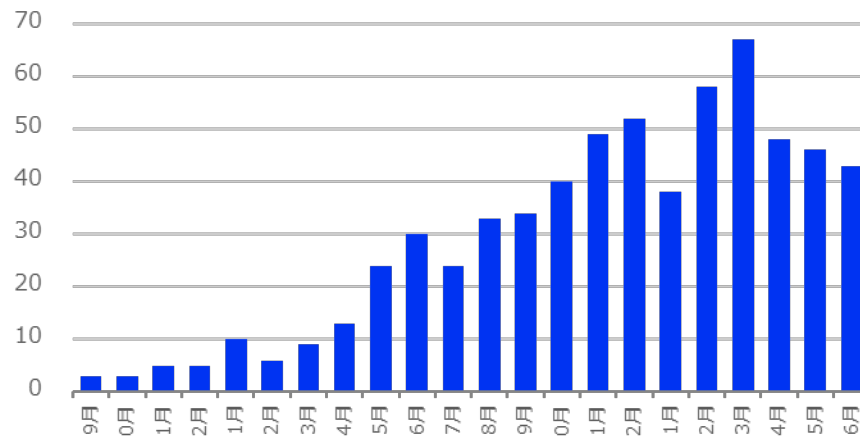
免税売上

(単位：百万円)

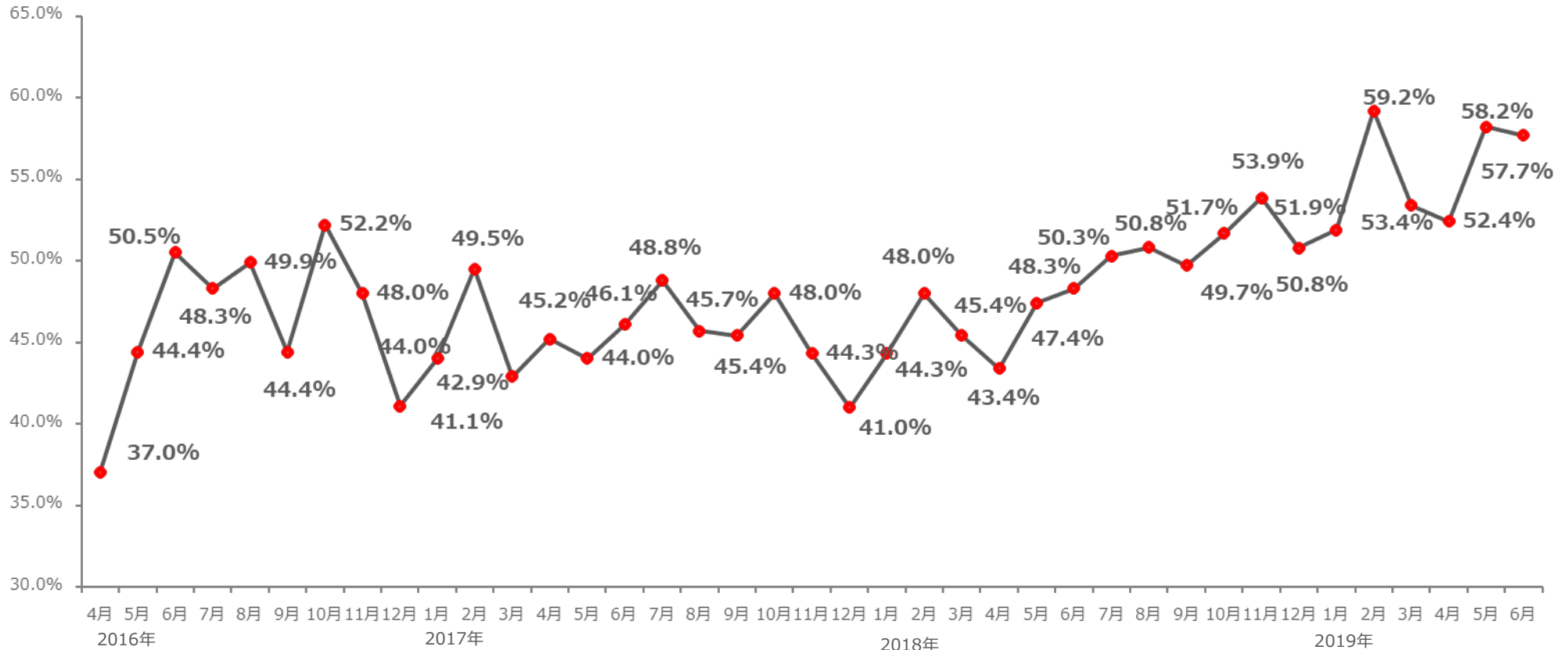


越境EC売上

(単位：百万円)



カメラ、時計中古売上が好調持続



中古品比率	17.3期				18.3期				19.3期				20.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
	43.6%	47.3%	46.5%	45.2%	45.1%	46.4%	44.1%	45.8%	46.4%	48.2%	52.0%	54.4%	56.1%

売上高

前年同期比：全体108.5% カメラ102.5% 時計124.5%
 新品は、カメラ、時計ともに若干弱いが、中古カメラ前年同期比121.2%、
 中古時計前年同期比151.2%と好調で、計画通りの水準で推移

粗利率

中古カメラの粗利率改善が順調に進み、粗利率前年同期比+1.5ptの18.2%
 カメラ中古粗利率推移 19.3期3Q 23.2% 4Q 22.3% →20.3期1Q **28.4%** (単位：百万円)

利益

戦略的な販売促進による販管費伸び抑制も加え、売上総利益、営業利益が大幅増益

	19.03期 1Q		20.03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	7,741	-	8,402	-	108.5%	8,352	+50
売上総利益	1,290	16.7%	1,527	18.2%	118.3%	-	-
販売管理費	944	12.2%	997	11.9%	105.5%	-	-
営業利益	346	4.5%	530	6.3%	153.2%	255	+274
経常利益	343	4.4%	526	6.3%	153.5%	252	+274
当期純利益	235	3.0%	359	4.3%	152.6%	165	+194

事業別業績の前年同期比較

(単位：百万円)

事業別・販売チャネル () 売上構成比		19.03期 1Q	20.03期 1Q		備 考
		実績	実績	前年同期比	
 (65.7%)	カメラ事業 EC売上	3,942	3,958	100.4%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ One To Oneや商品詳細の充実（動画、商品画像30カット）、掲載商品数の増加等により自社ECでの購入比率がアップし、自社EC売上高は、前年同期比109.8%と好調に推移。 ▶ 中古カメラの粗利改善によりセグメント利益大幅増
	店舗売上	1,444	1,561	108.1%	
	カメラ売上計	5,387	5,520	102.5%	
	セグメント利益	440	588	133.6%	
 (31.3%)	時計事業 EC売上	752	739	98.3%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ EC売上は前年同期比と98.3%となるが、店舗売上好調 →5月の大型連休により、高額商品を購入するお客様の店舗への来店が増加 ▶ 売上高中古比率59%と高く、かつ時計中古粗利率も改善していることで、セグメント利益大幅増
	店舗売上	1,363	1,894	139.0%	
	時計売上計	2,115	2,633	124.5%	
	セグメント利益	110	176	159.2%	
 (1.5%)	筆記具事業 EC売上	86	91	106.8%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 中古の買取が好調に加え、商品化体制の生産性向上し、中古売上が好調。 ▶ セグメント利益も好調に推移
	店舗売上	38	34	89.2%	
	筆記具売上計	124	126	101.3%	
	セグメント利益	7	8	110.5%	
 (1.5%)	自転車事業 EC売上	87	104	119.7%	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 1月よりスタートしたAmazonの6月の売上は過去最高を記録し、新品売上は前年比131%と好調 ▶ 商品化・販売体制強化により、黒字化図る
	店舗売上	26	18	69.6%	
	自転車売上計	113	122	108.0%	
	セグメント利益	▲2	▲1	-	
合 計	EC売上	4,867	4,894	100.5%	
	店舗売上	2,873	3,508	122.1%	
	売上高合計	7,741	8,402	108.5%	

販売管理費の前年同期比較

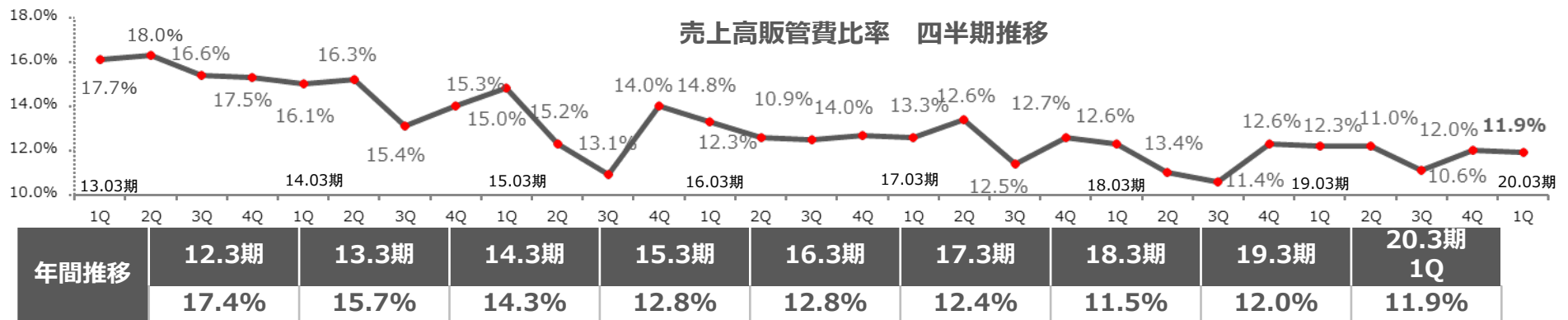
売上、粗利を伸ばす中、戦略的な販売促進により、販売促進費をコントロールしていること、前期期初に増床した同スペース運用による固定費比率低減及びモール売上低いことによる手数料比率減により、売上高販管費比率11.9%と前年同期比▲0.3pt

(単位：百万円)	19.03期		19.03期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減
人件費	275	3.6%	297	3.5%	▲0.1	+22
広告宣伝費	11	0.1%	11	0.1%	-	-
販売促進費	143	1.8%	162	1.9%	+0.1	+19
業務委託費	48	0.6%	64	0.8%	+0.2	+16
支払手数料	197	2.6%	199	2.4%	▲0.2	+2
減価償却費	53	0.7%	53	0.6%	▲0.1	-
地代家賃	65	0.9%	65	0.8%	▲0.1	-
その他	149	1.9%	142	1.7%	▲0.2	▲7
販売管理費計	944	12.2%	997	11.9%	▲0.3	+53

販管比率が低い理由

ECを主軸とし、実店舗を各屋号1店舗とすることで固定費を軽くしたコスト構造

そのため、売上高販売管理費比率を12%前後とする利益体質のビジネスモデルが実現



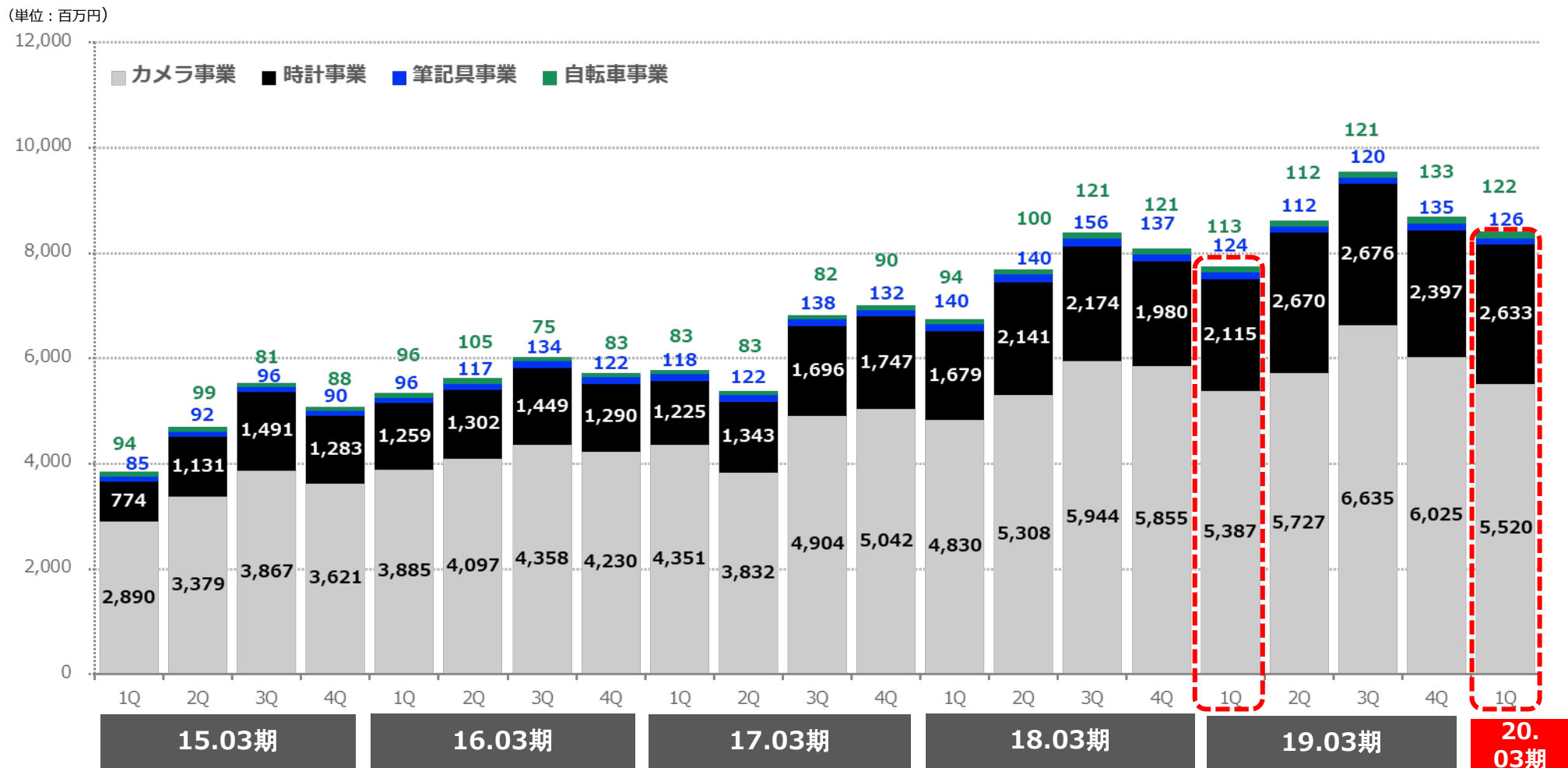
▶ 買取が順調に推移し、前期末比で「価値ある財庫」が約6億円増加

(単位：百万円)

	19.03期	20.03期 1Q	
		実績	増減
流動資産	8,656	8,552	▲104
商品	4,781	5,454	+673
固定資産	1,214	1,139	▲75
資産合計	9,871	9,692	▲179
流動負債	3,943	3,592	▲351
固定負債	1,018	1,238	+220
負債合計	4,962	4,831	▲131
純資産合計	4,909	4,860	▲49
負債・純資産合計	9,871	9,692	▲179

事業別売上高の四半期推移

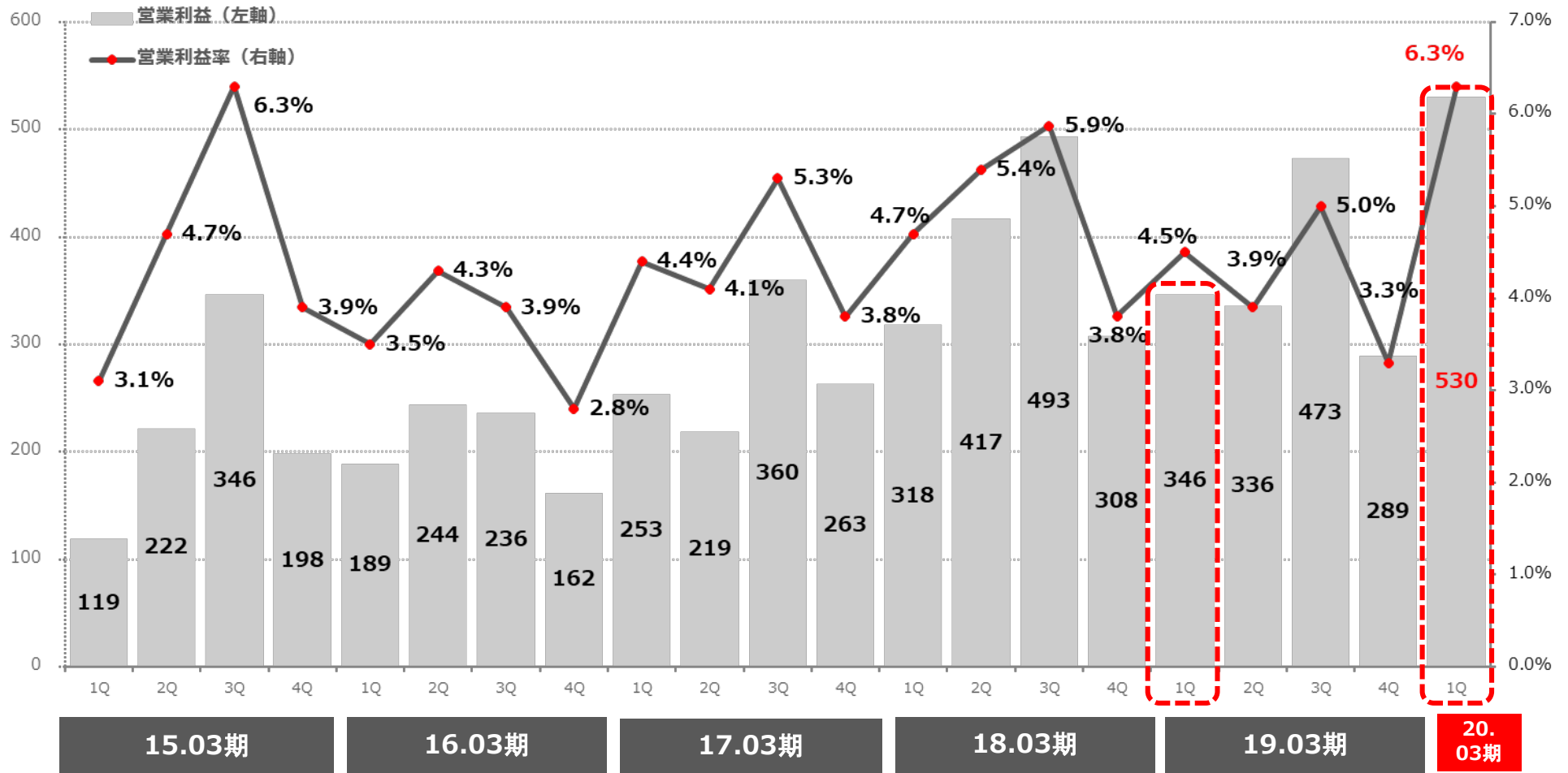
すべての事業において前年同期比 売上増加



営業利益・営業利益率の四半期推移

- ▶ 営業利益：前年同期比 +53.2%、営業利益額は過去最高
- ▶ 中古カメラの粗利率改善による利益成長体制再構築が順調に進み大幅な増益

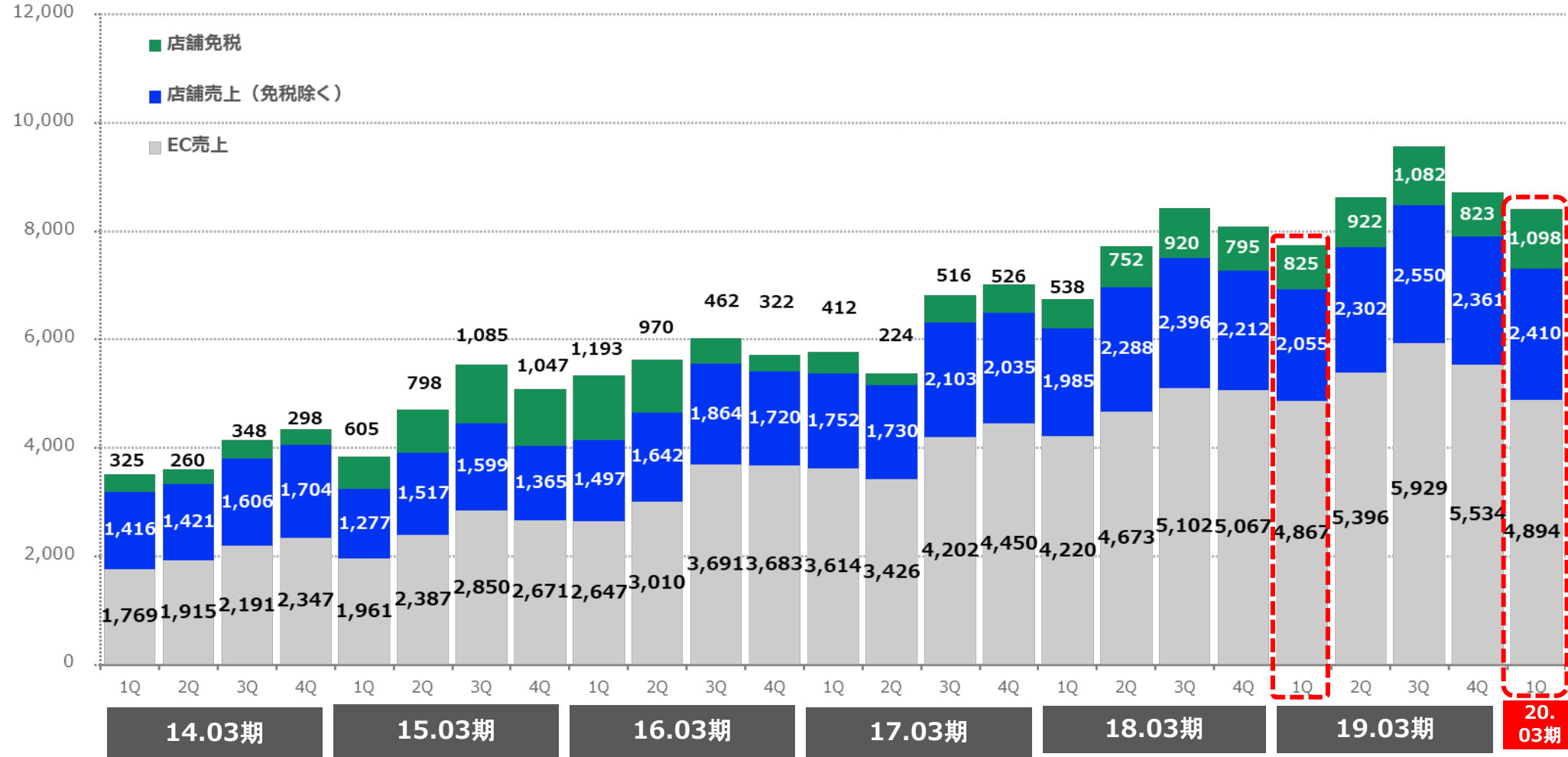
(単位：百万円)



販売チャネル別売上高の四半期推移

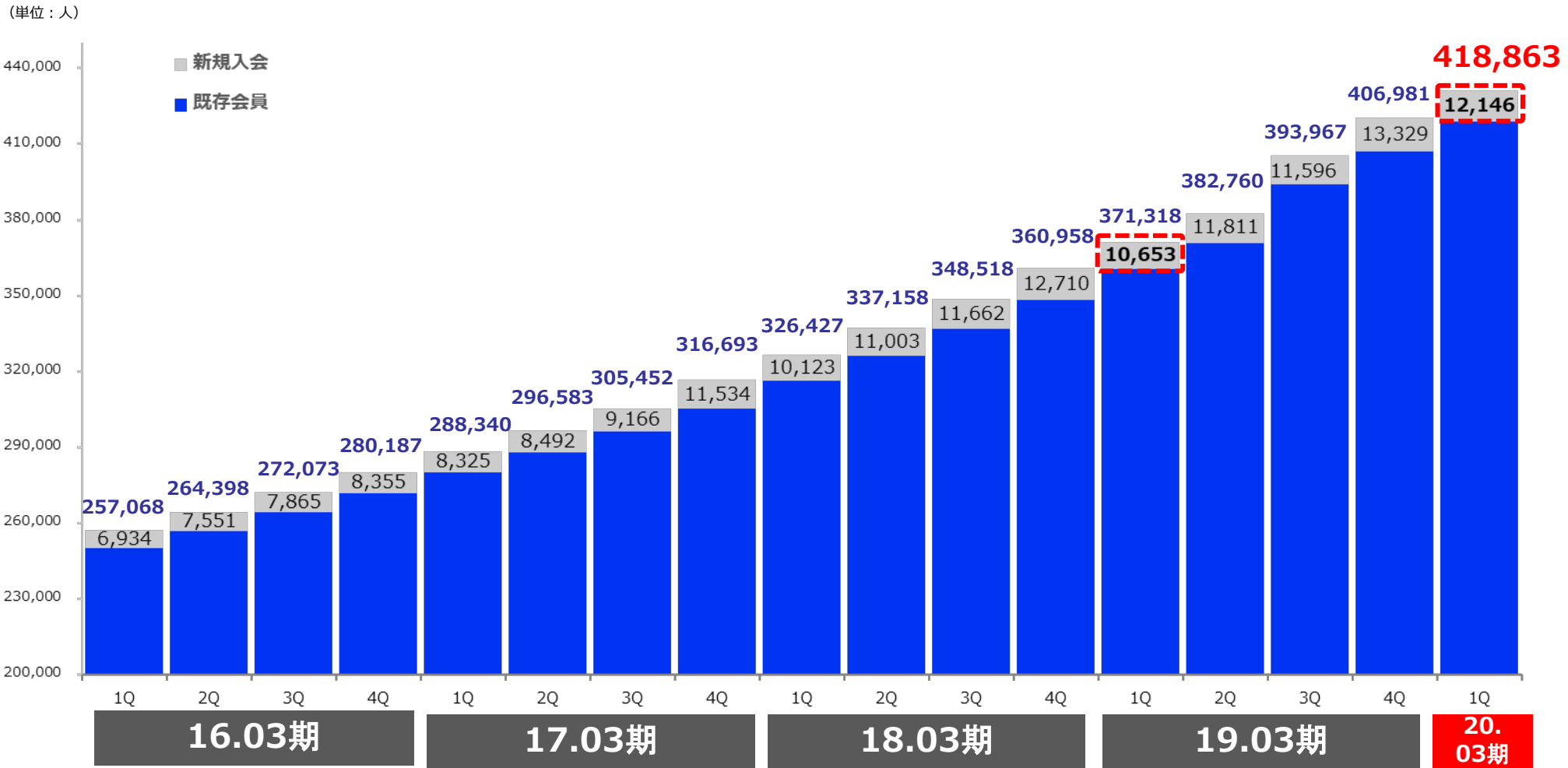
前年比：すべてのチャネルにおいて売上増加

(単位：百万円)



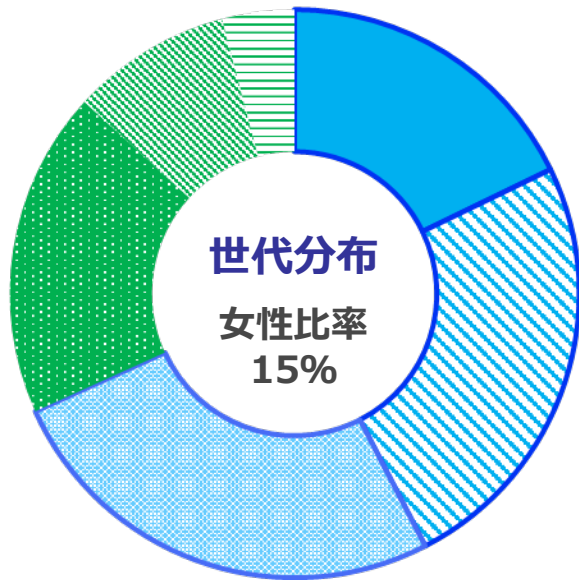
Web会員数の四半期推移

新規会員数 毎月4,000名前後が継続
 1Q 新規会員数の増加 前年同期比 114.0%



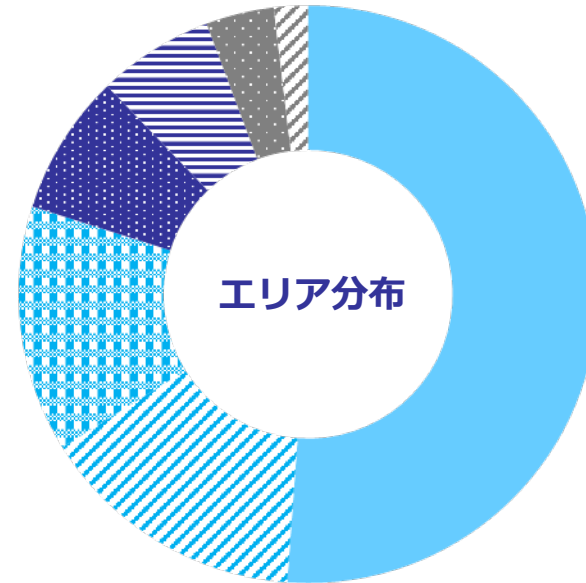
会員の年齢層は幅広く、特に20代以下～40代の割合は68.2%
 インスタなどのSNSの普及により、10代～30代の女性比率は21.8%と高い

2019年6月末



※ () は女性比率

■ 20歳代以下	17.8%	(26.5%)
▨ 30歳代	24.6%	(18.4%)
▩ 40歳代	25.8%	(12.3%)
■ 50歳代	18.6%	(8.4%)
▨ 60歳代	9.1%	(4.9%)
▩ 70歳以上	4.1%	(4.3%)

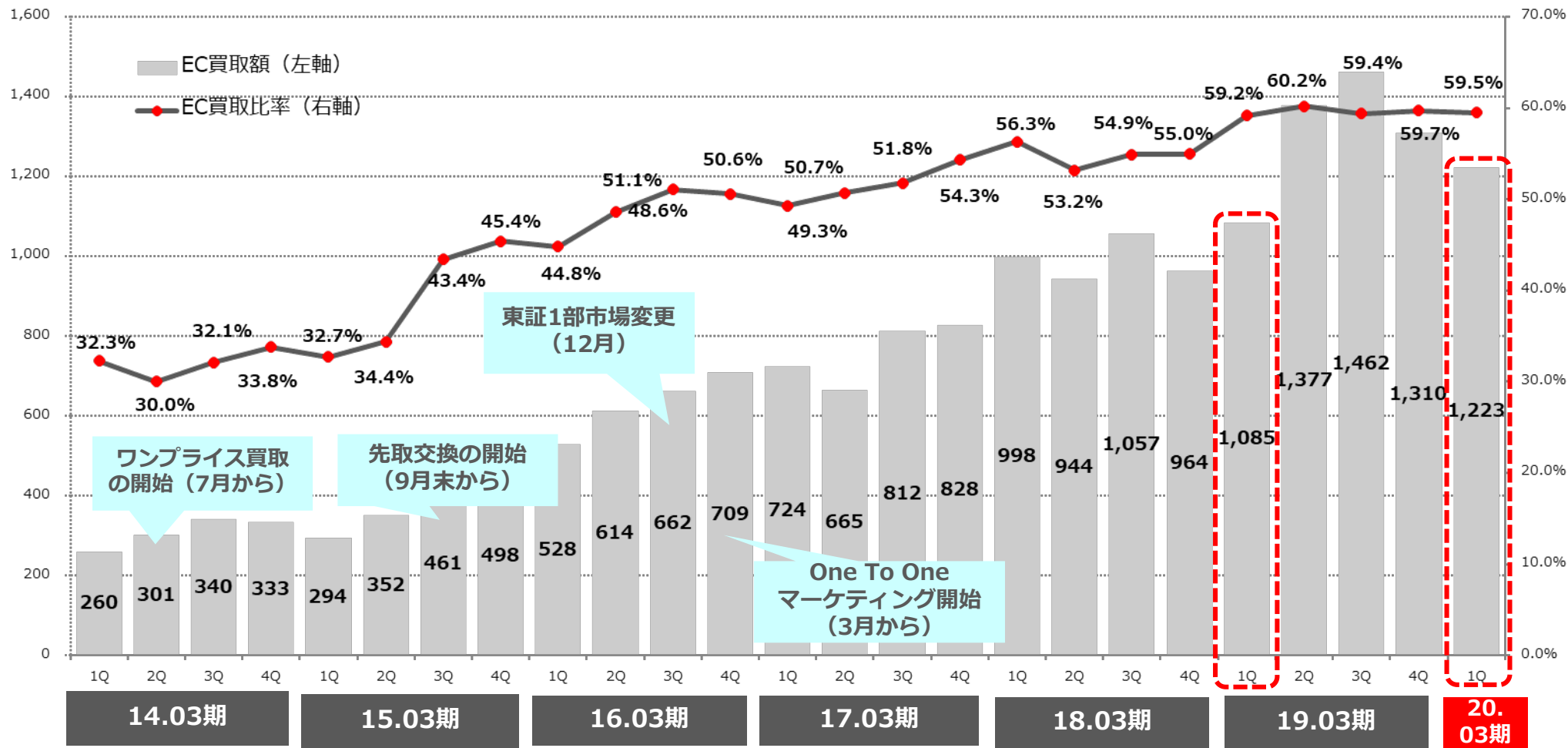


■ 関東	51.2%	(東京22.8%)
▨ 近畿	15.0%	
▩ 中部	13.8%	
■ 北海道・東北	7.9%	
▨ 九州・沖縄	6.5%	
▩ 中国	3.8%	
▨ 四国	1.9%	

カメラ事業 中古EC買取推移

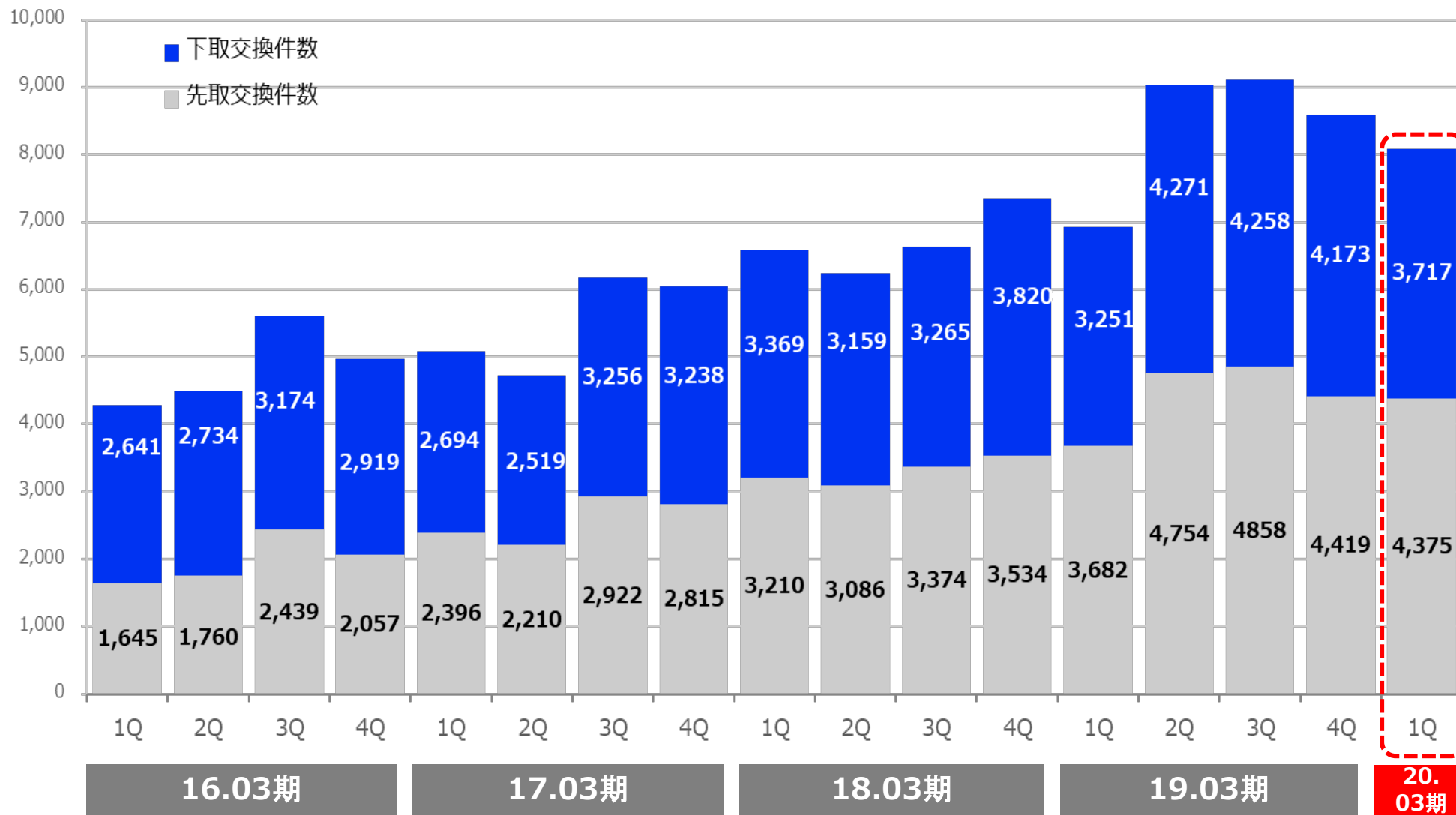
積極的なECでの買取施策の効果により**EC買取額前年比 112.7%**

(単位：百万円)



カメラ事業 下取・先取交換件数推移

(単位:件)



- 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。