



2020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	210名（2019年12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

3Q決算期初計画対比と通期業績予想修正（2月6日開示）について



売上高

カメラ、時計ともに中古売上は概ね順調に推移。3Q単体では、10月以降増税後ポイント施策をしていないモールの新品売上が弱く、売上高の期初計画下回る

自社サイト売上高 前年同期比	3Q単体（10月～12月）	99.1%	3Q累計	107.0%
モール売上高 前年同期比	3Q単体（10月～12月）	59.8 %	3Q累計	77.5%

粗利率

今期重点取組課題の**粗利率改善が計画以上に順調に推移し、売上総利益段階で、期初計画比大きく上回る**

粗利率 計画	1Q単体	15.7%	2Q単体	16.3%	3Q単体	16.8%	3Q累計	16.3%
粗利率 実績	1Q単体	18.2%	2Q単体	17.5%	3Q単体	18.6%	3Q累計	18.0%

営業利益

10月以降は消費増税後のキャッシュレス、ポイント還元政策に対応するため、自社ポイント発行を積極的に行ったことにより、販売管理費が2Qまでと比べ増加するが、営業利益も期初計画を大きく上回る

営業利益率 計画	1Q単体	3.1%	2Q単体	4.9%	3Q単体	4.8%	3Q累計	4.3%
営業利益率 実績	1Q単体	6.3%	2Q単体	6.3%	3Q単体	5.1%	3Q累計	5.9%

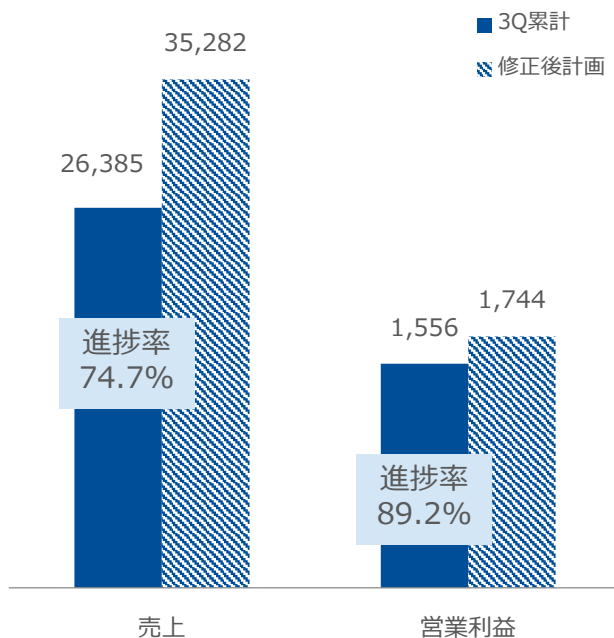
2020年3月期 通期業績予想修正（2月6日開示内容）

（単位：百万円）

2020.03期	期初予想	修正予想	増減額	増減率
売上高	37,672	35,282	-2,390	-6.3%
営業利益	1,574	1,744	+170	+10.8%
経常利益	1,564	1,730	+166	+10.6%

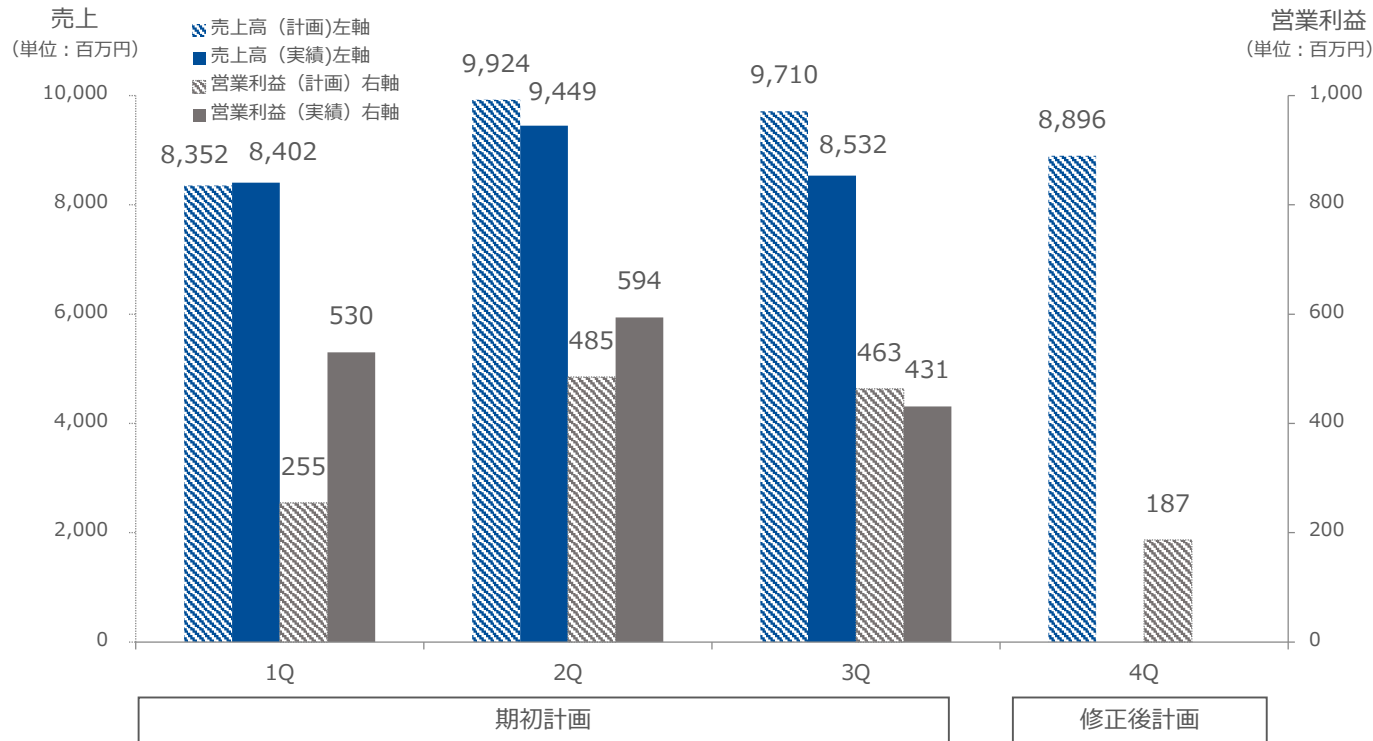
修正後通年計画・3Q実績累計比較

（単位：百万円）



修正後計画・実績四半期推移

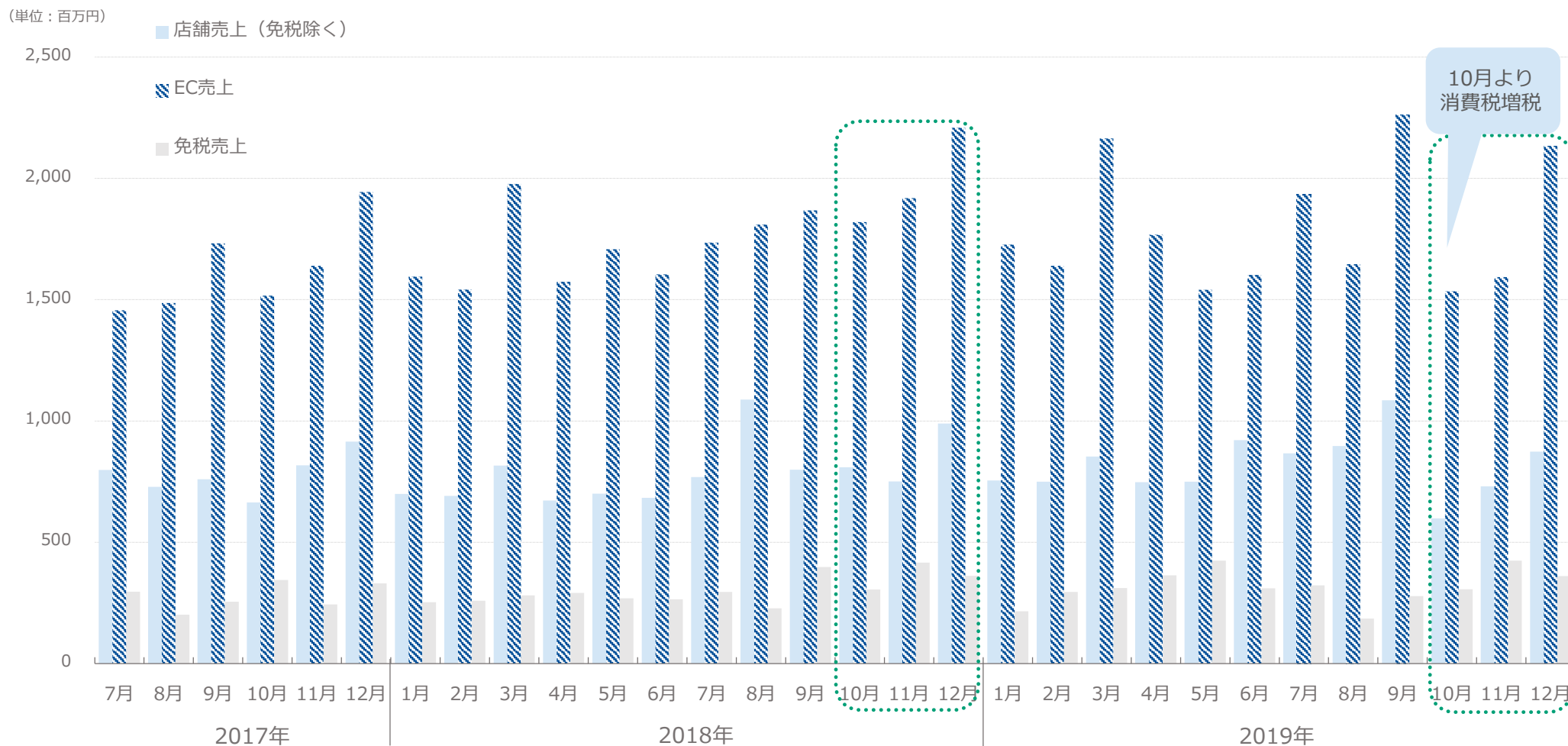
売上
（単位：百万円）



チャネル別売上高推移



- モールでのEC売上高が消費増税後の影響等（ポイント施策含む）もあり、前年同月を下回るが、自社サイト売上高は、順調に推移し、12月商戦においては前年同月を上回る



EC売上高推移 新品/中古品別



3Q単体 (10~12月期)

全体EC売上高前年同期比 88.5%

自社サイト比率 81.8%

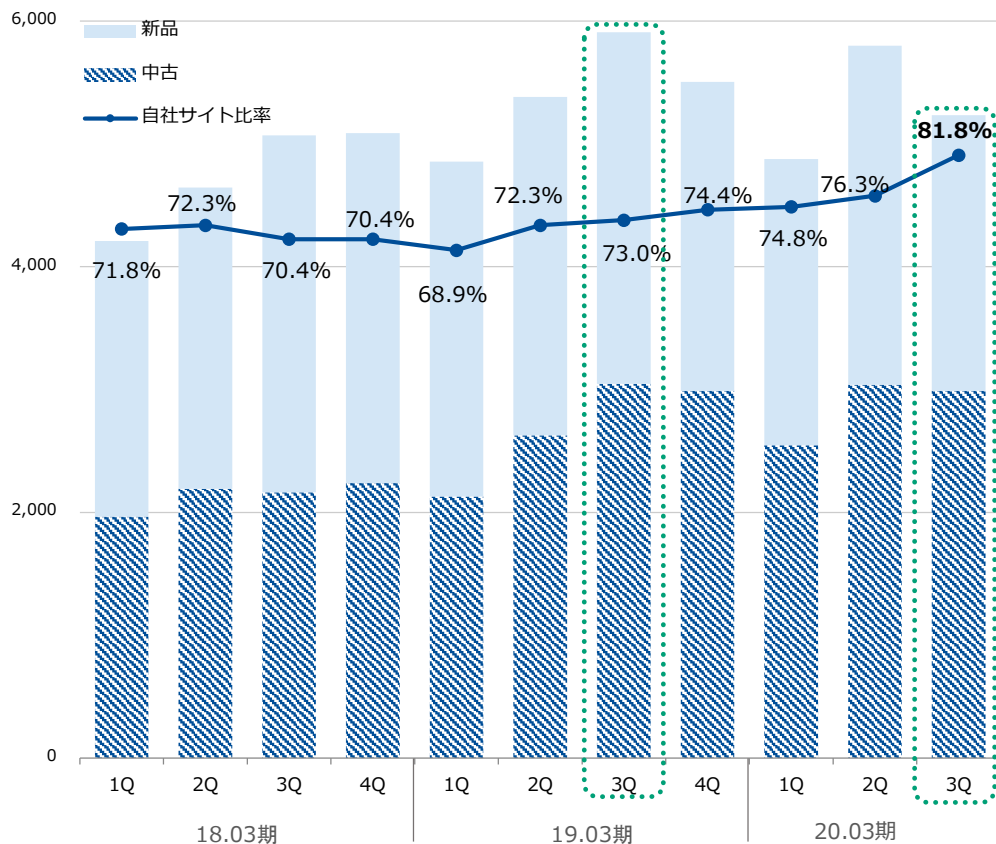
自社サイト売上高前年同期比 99.1% →前期3Qセール強めた売上と比較しても順調に推移

モール売上高前年同期比 59.8% →消費増税後の影響もあり特に新品が弱い中、

中古のモール売上高前年同期比 91.0%

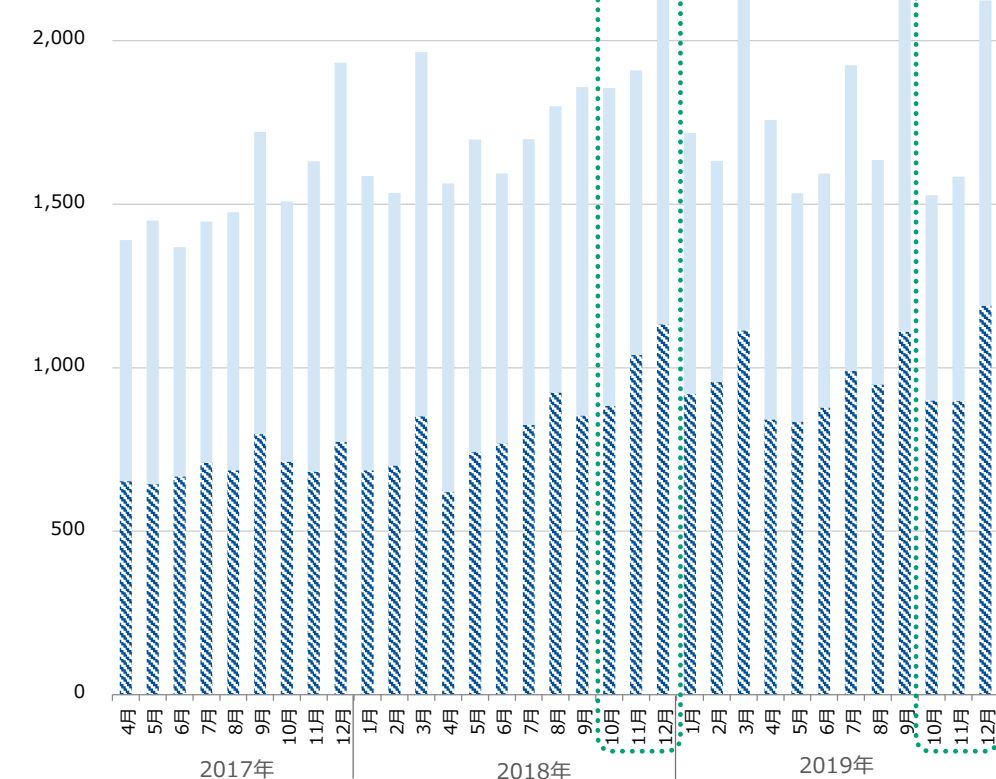
四半期推移

(単位: 百万円)



月次推移

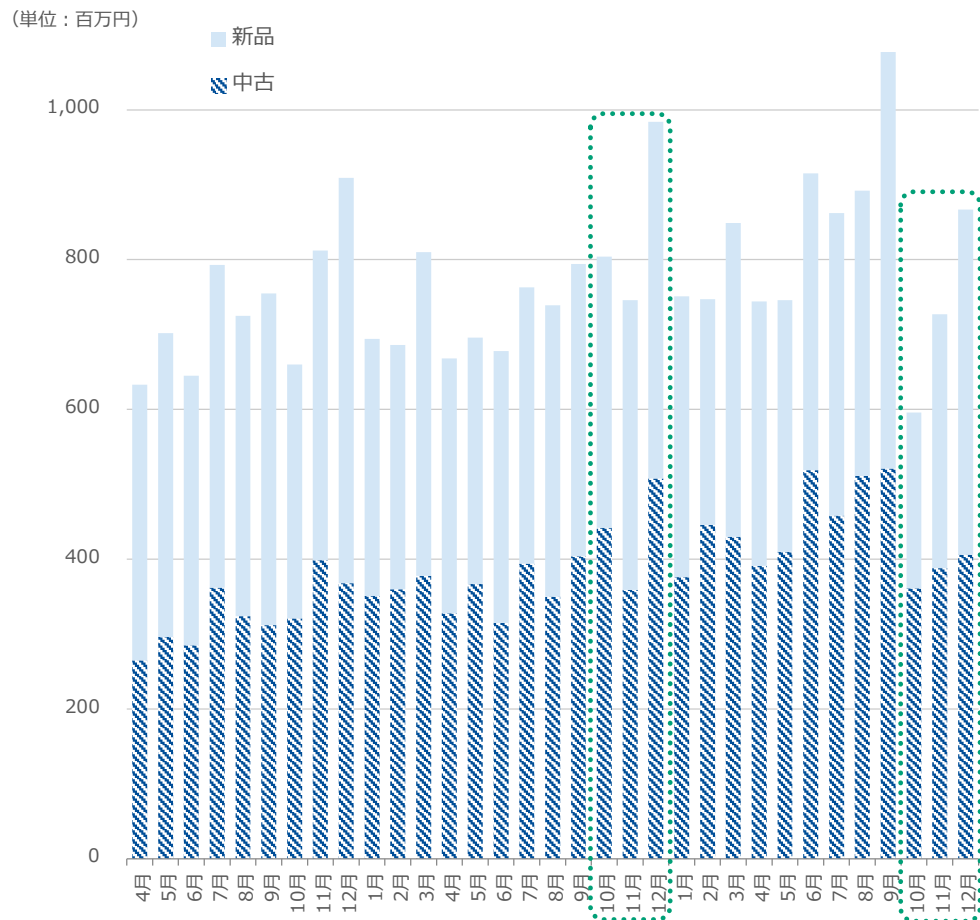
(単位: 百万円)



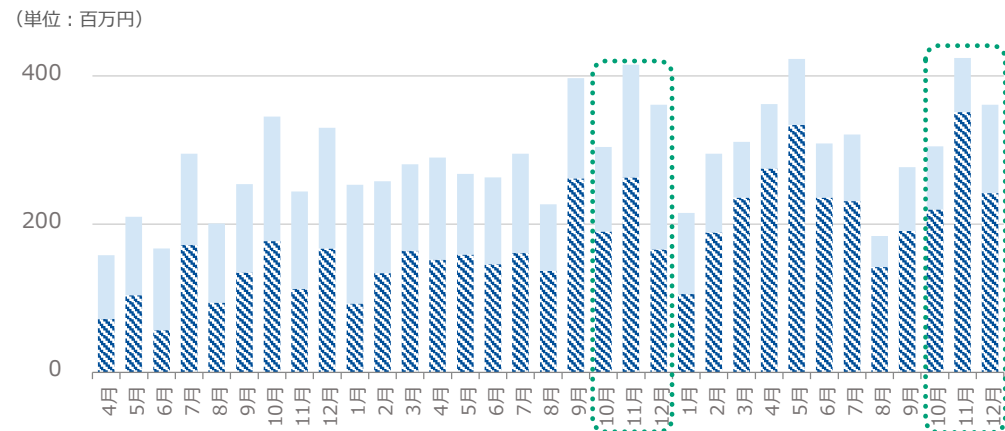
新品/中古品別 店舗・免税・越境EC 売上高推移



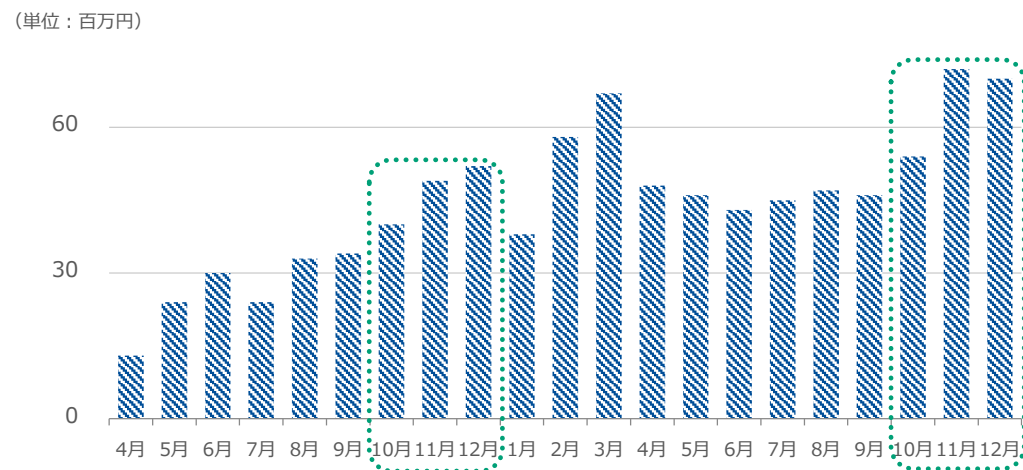
店舗売上
(免税除く)



免税売上

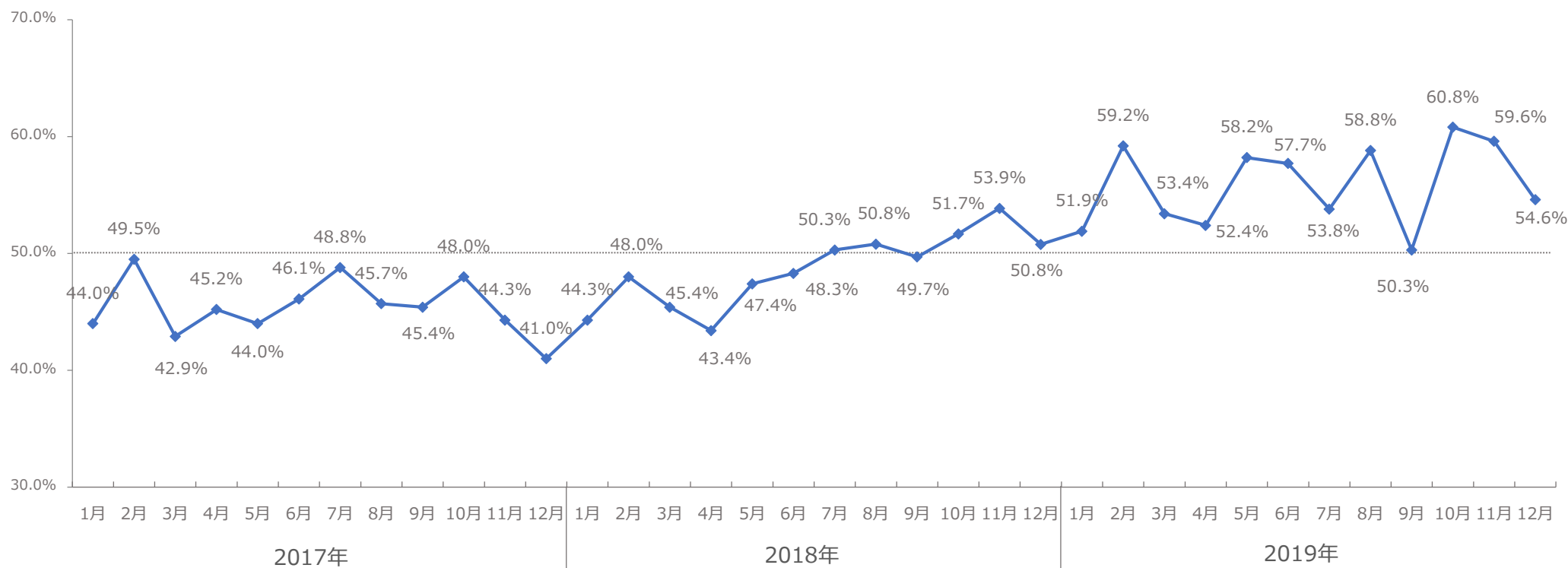



越境EC売上



売上高全体に占める中古品比率推移

- カメラのモールでの新品売上高が弱い中、ポイント施策含め中古売上順調に推移していることで中古比率は高く推移



 中古品比率	18.3期				19.3期				20.3期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
	45.1%	46.4%	44.1%	45.8%	46.4%	46.4%	52.0%	45.1%	56.1%	53.9%	57.5%

前年同期比較



売上高

前年同期比：全体101.8% カメラ99.4% 時計106.6%
中古カメラ 前年同期比108.8%、中古時計 前年同期比124.8%と好調

粗利率

中古カメラの粗利率 3Qにおいても、好調を維持
全体の粗利率前年同期比+1.8ptの18.0%

利益

粗利率の改善大きく売上総利益、営業利益が大幅増益
10月以降は消費増税後のキャッシュレス決済に対するポイント還元施策により
自社ポイント発行費用が増加（販管費計上）

(単位：百万円)	19.03期 3Q		20.03期 3Q				
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	期初計画	計画比増減
売上高	25,916	-	26,385	-	101.8%	27,987	-1,601
売上総利益	4,206	16.2%	4,759	18.0%	113.1%	-	-
販売管理費	3,051	11.8%	3,202	12.1%	104.9%	-	-
営業利益	1,155	4.5%	1,556	5.9%	134.7%	1,204	+351
経常利益	1,146	4.4%	1,546	5.9%	134.9%	1,197	+349
当期純利益	784	3.0%	1,063	4.0%	135.4%	783	+279

販売管理費の前年同期比較



(単位：百万円)	19.03期 3Q		20.03期 3Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (P T)	増減
人件費	835	3.2%	897	3.4%	+0.2	+62
広告宣伝費	43	0.2%	41	0.2%	0.0	▲1
販売促進費	548	2.1%	553	2.1%	0.0	+5
業務委託費	153	0.6%	213	0.8%	+0.2	+60
支払手数料	631	2.4%	598	2.3%	▲0.1	▲33
減価償却費	160	0.6%	157	0.6%	0.0	▲2
地代家賃	197	0.8%	201	0.8%	0.0	+3
その他	482	1.9%	538	2.0%	+0.1	+56
販売管理費計	3,051	11.8%	3,202	12.1%	+0.3	+150

増加要因

AIMDの開発に伴う分析費用
消費税率変更にとりなう対応費用等

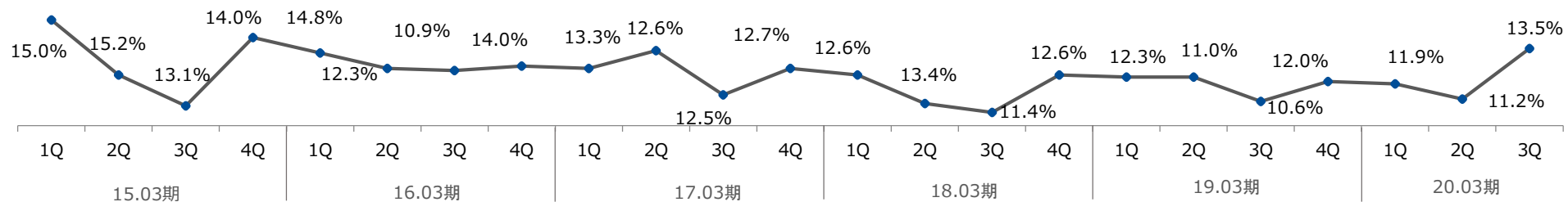
減少要因

自社ECの強化により、モール売上構成が下がったことにより支払手数料が低下

増加要因

キャッシュレス決済ポイント還元政策への対策として、自社サイトおよび店舗における自社ポイント施策の強化によるポイント引当金の増加

売上高販管費比率 四半期推移



年間推移	15.3期	16.3期	17.3期	18.3期	19.3期	20.3期 1Q	20.3期 2Q	20.3期 3Q
		12.8%	12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	11.9%	11.2%

貸借対照表 前四半期末比較







- 買取が順調に推移し、「価値ある財庫」約55億円

(単位：百万円)

	20.03期 2Q	20.03期 3Q	
		実績	増減
流動資産	8,790	9,203	+413
商品	5,066	5,558	+492
固定資産	1,119	1,134	+14
資産合計	9,909	10,337	+427
流動負債	3,457	3,628	+171
固定負債	1,183	1,135	▲47
負債合計	4,640	4,764	+124
純資産合計	5,268	5,573	+304
負債・純資産合計	9,909	10,337	+427

事業別業績の前年同期比較

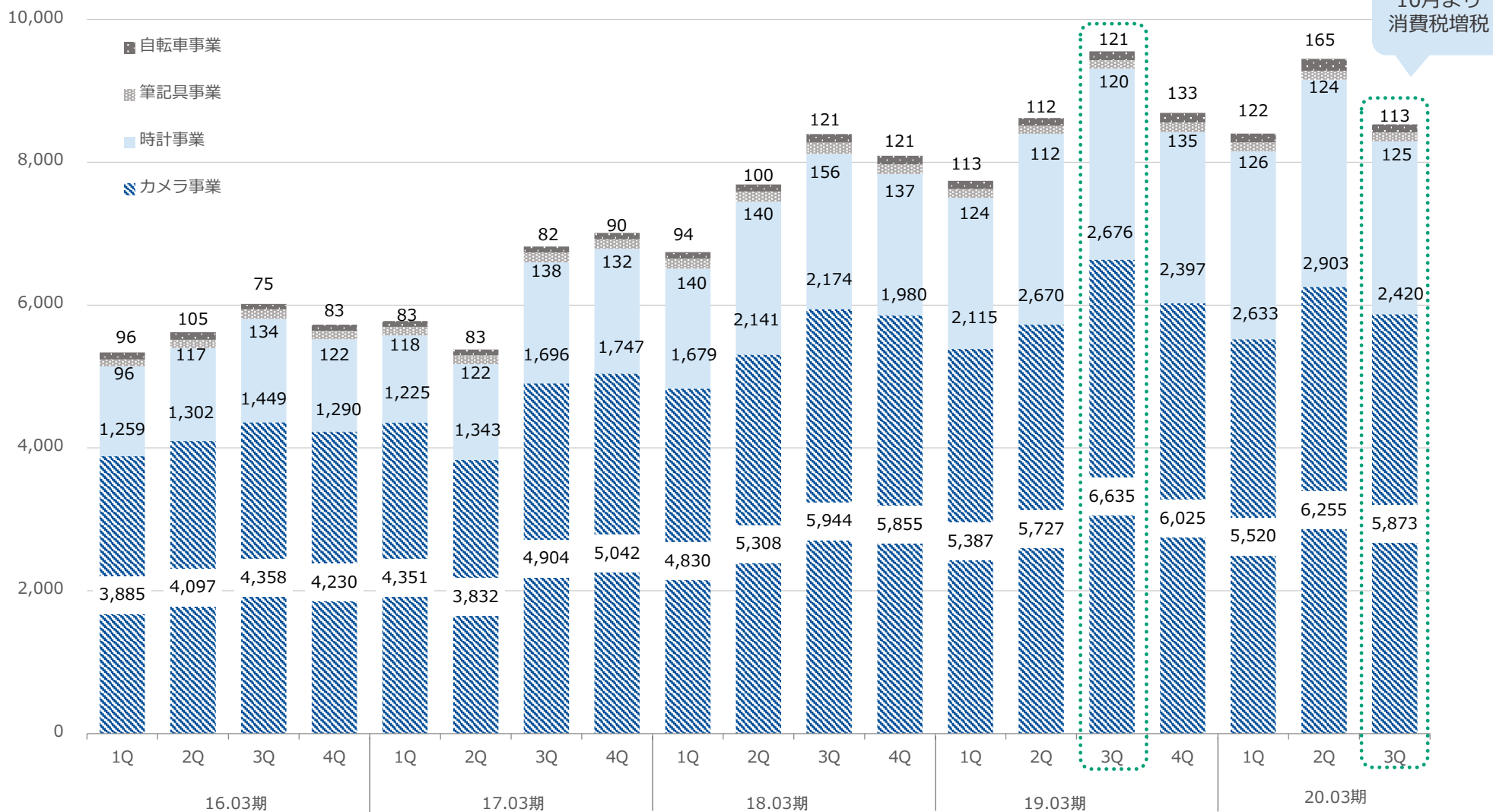
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比		19.03期 3Q 実績	20.03期 3Q 実績	前年同期比	備考
 カメラ事業 (66.9%)	EC売上	13,119	12,793	97.5%	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社EC売上高は順調に推移。自社EC構成比を更に高めていること（モールからのシフト）、前年がECでセール等強めて売上増収していたこともあり、全体での売上高伸び率は限定的。 ● 中古カメラの粗利改善維持によりセグメント利益大幅増
	店舗売上	4,630	4,856	104.9%	
	カメラ売上計	17,750	17,649	99.4%	
	セグメント利益	1,383	1,806	130.5%	
 時計事業 (30.2%)	EC売上	2,546	2,554	100.3%	<ul style="list-style-type: none"> ● 人気ブランドの商品確保、積極的な在庫投資と戦略的な商品展開に注力し売上を拡大 ● 売上高中古比率高く、セグメント利益大幅増 ● 時計専門店「GMT」からスマートフォンを中心とし、SNSとの連携を強化したレディース腕時計専門サイト「BRILLER」を12月にオープン
	店舗売上	4,915	5,403	109.9%	
	時計売上計	7,462	7,957	106.6%	
	セグメント利益	412	464	112.6%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1.4%)	EC売上	250	271	108.5%	<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	106	104	99.0%	
	筆記用具売上計	356	376	105.7%	
	セグメント利益	6	17	251.6%	
 CROWN GEARS 自転車事業 (1.5%)	EC売上	277	342	123.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規ECチャンネル（Amazon）好調持続 ● 中古商品買取→商品化・販売体制強化により、3Q累計も黒字を継続
	店舗売上	70	58	83.2%	
	自転車売上計	347	401	115.5%	
	セグメント利益	▲6	5	-	
合計	EC売上	16,193	15,961	98.6%	
	店舗売上	9,722	10,423	107.2%	
	売上高合計	25,916	26,385	101.8%	

事業別売上高の四半期推移



(単位：百万円)

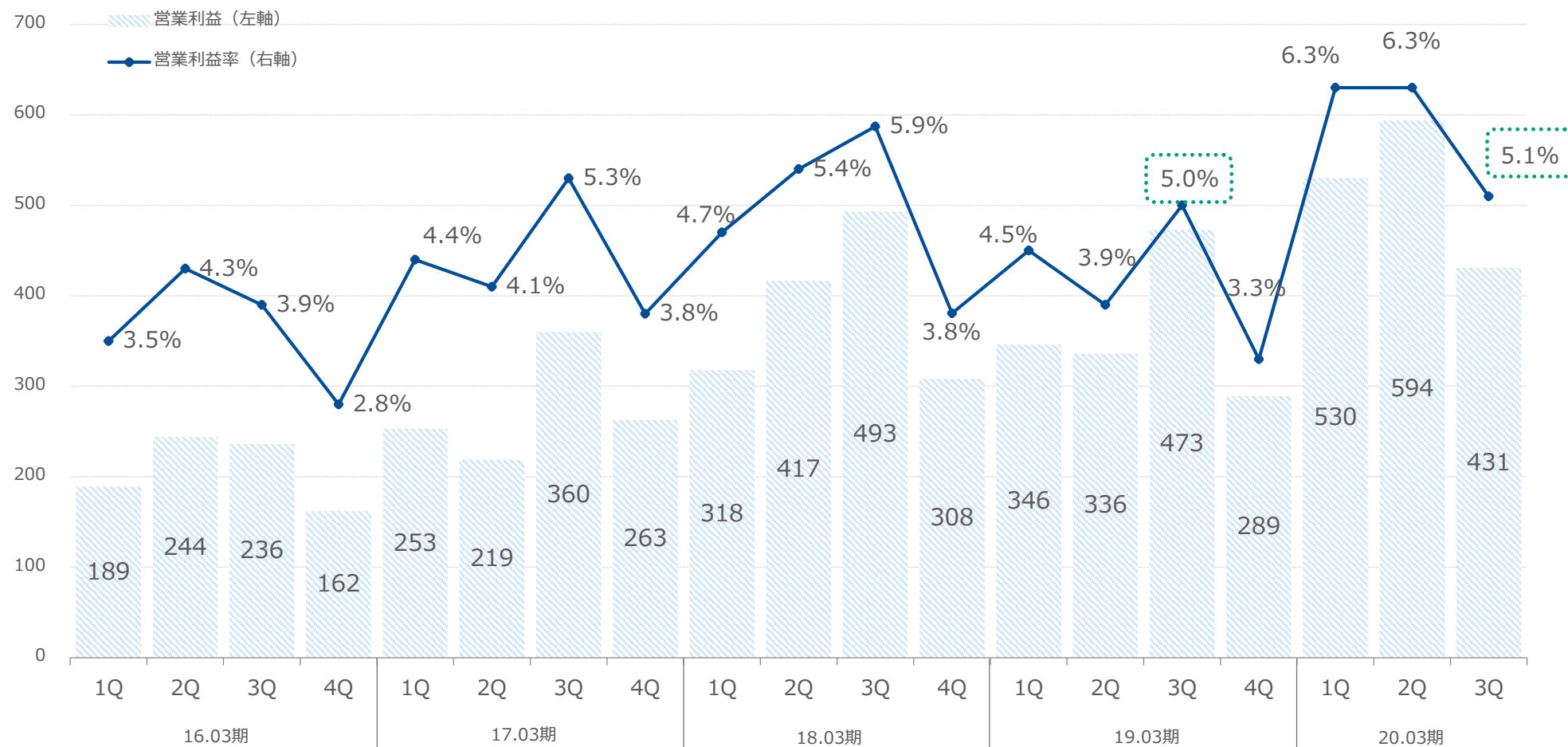


営業利益・営業利益率の四半期推移



● 営業利益率は、前年同期比 +0.1ptの **5.1%**

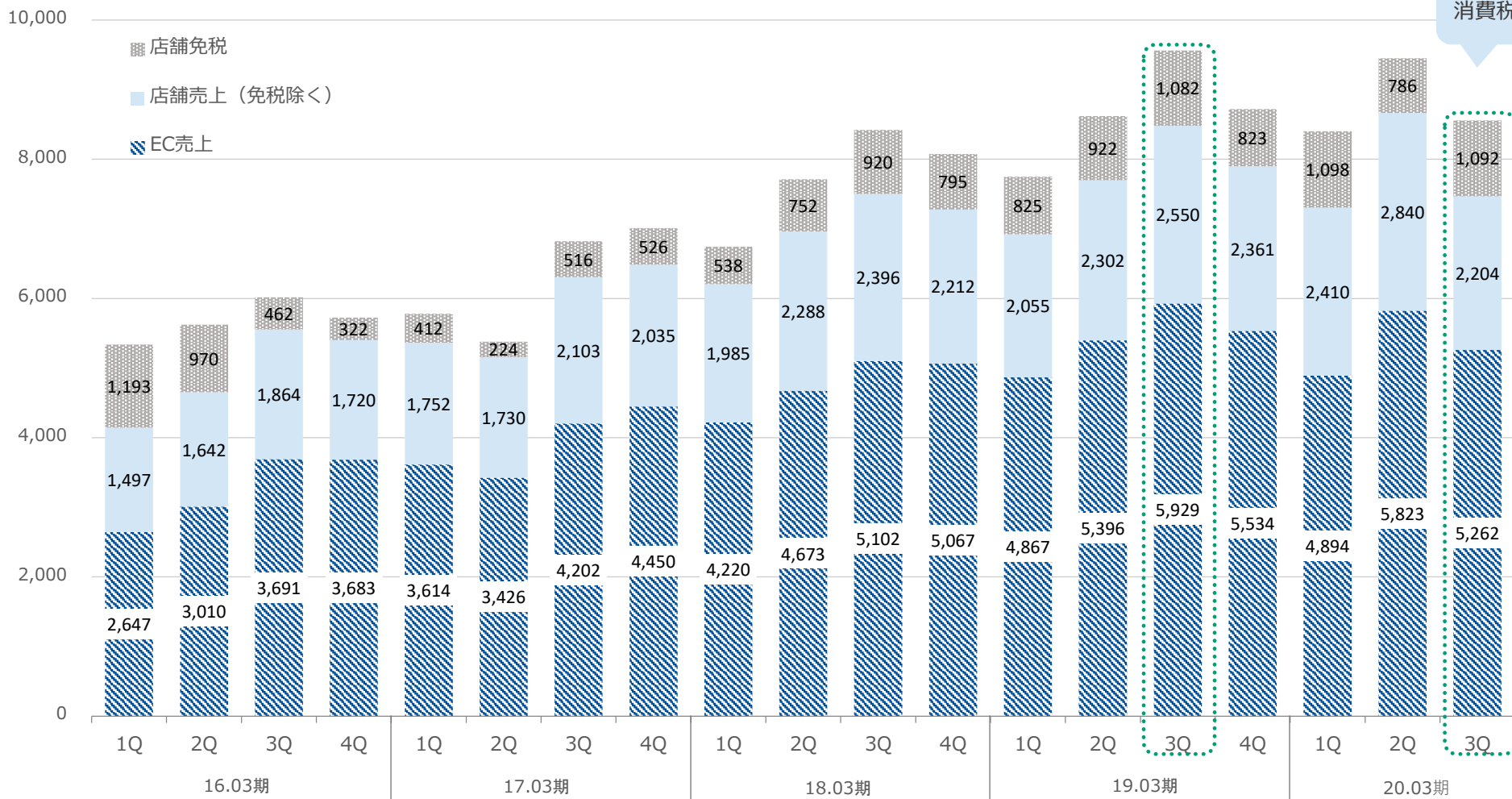
(単位：百万円)



販売チャネル別売上高の四半期推移



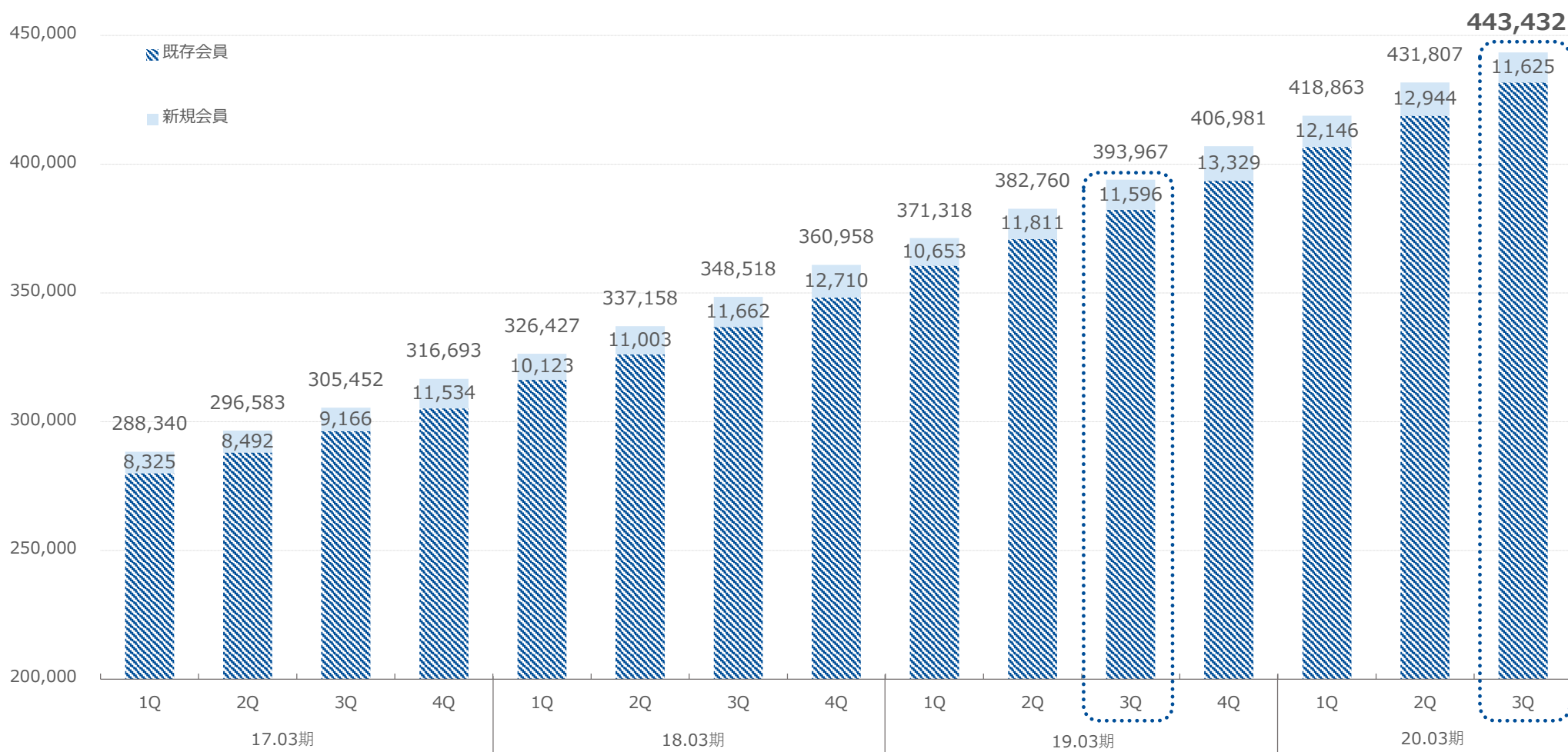
(単位：百万円)



10月より
消費税増税

Web会員数の四半期推移

● 新規会員数、毎月4,000前後が継続、12月は新規会数は約5,000名 前年同期比 **112.5%**



Web会員数の会員属性

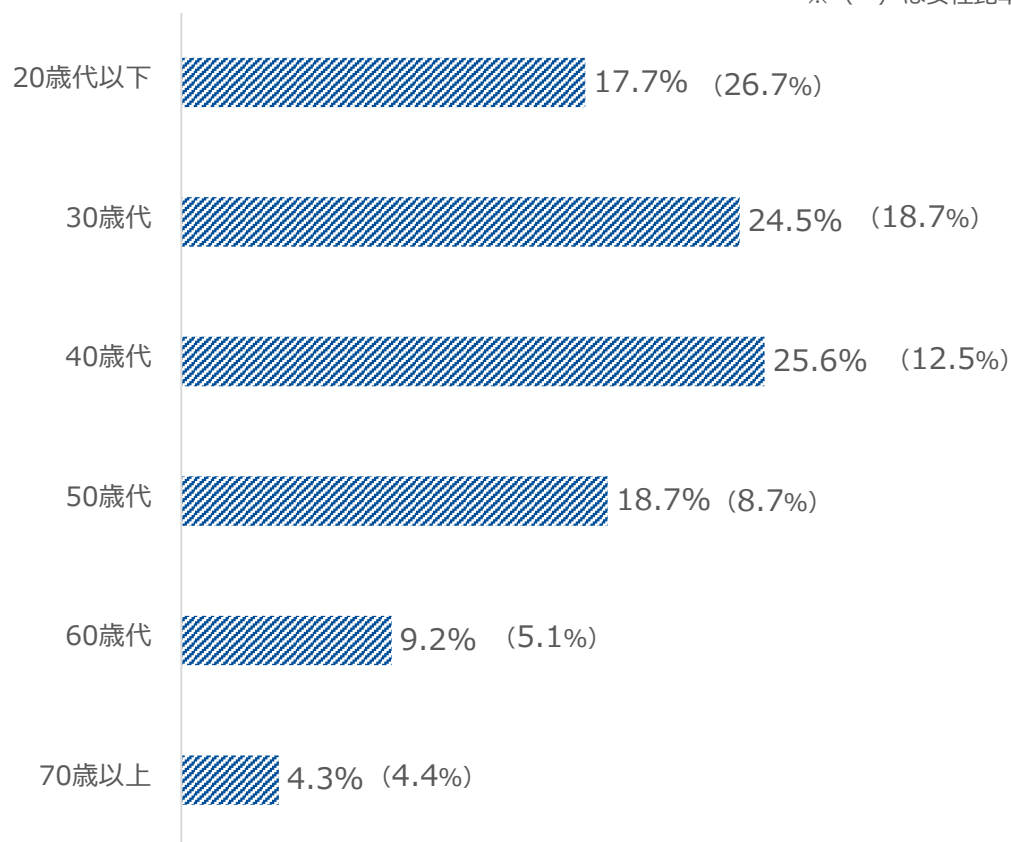


- 会員の年齢層は幅広く、10代～30代の割合は **42.2%**
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **22.8%**と高い

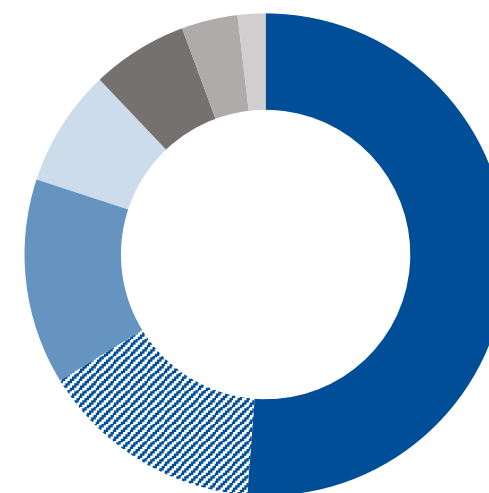
2019年12月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布



■ 関東	51.2% (東京22.9%)
▨ 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%

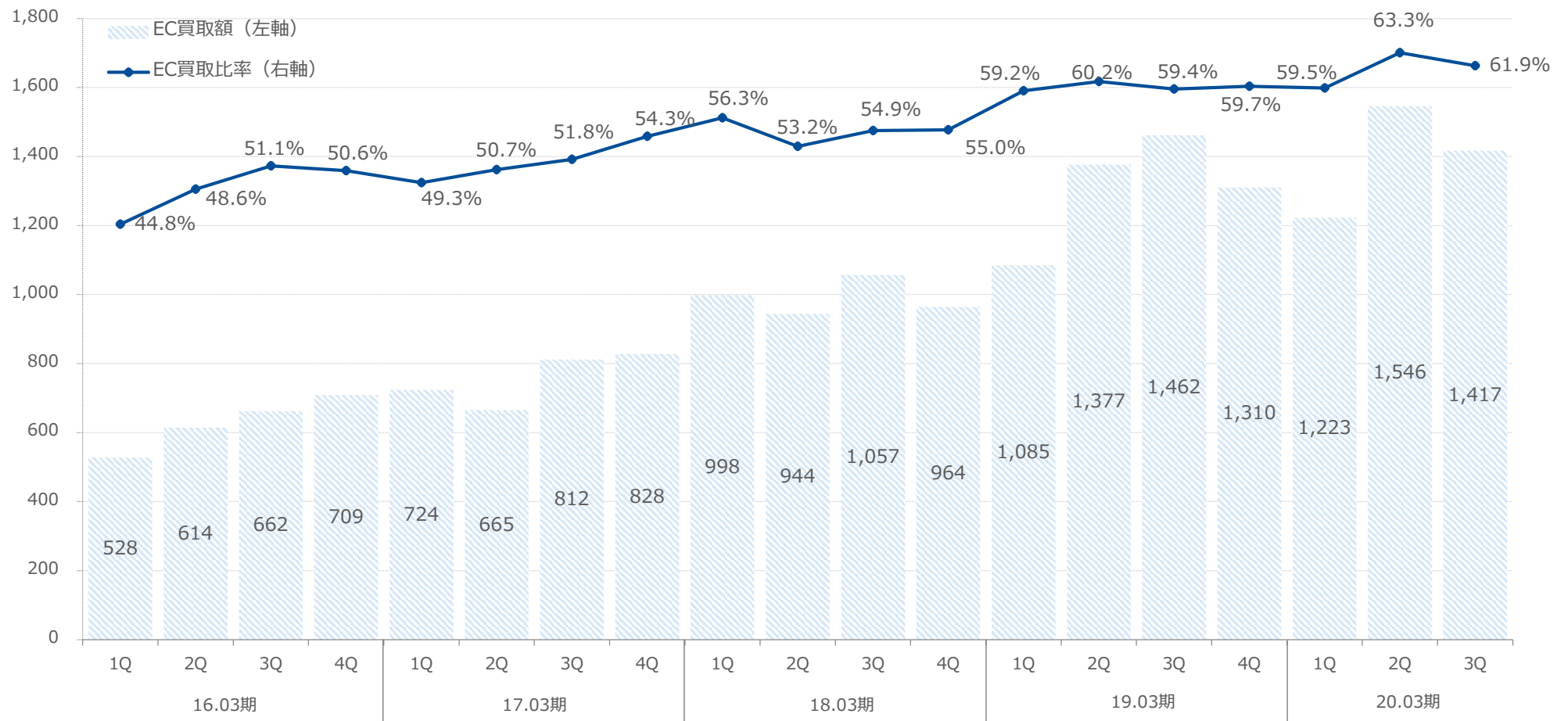


カメラ事業 中古EC買取推移



● 積極的なECでの買取施策の効果により、EC比率は **61.9%**

(単位：百万円)

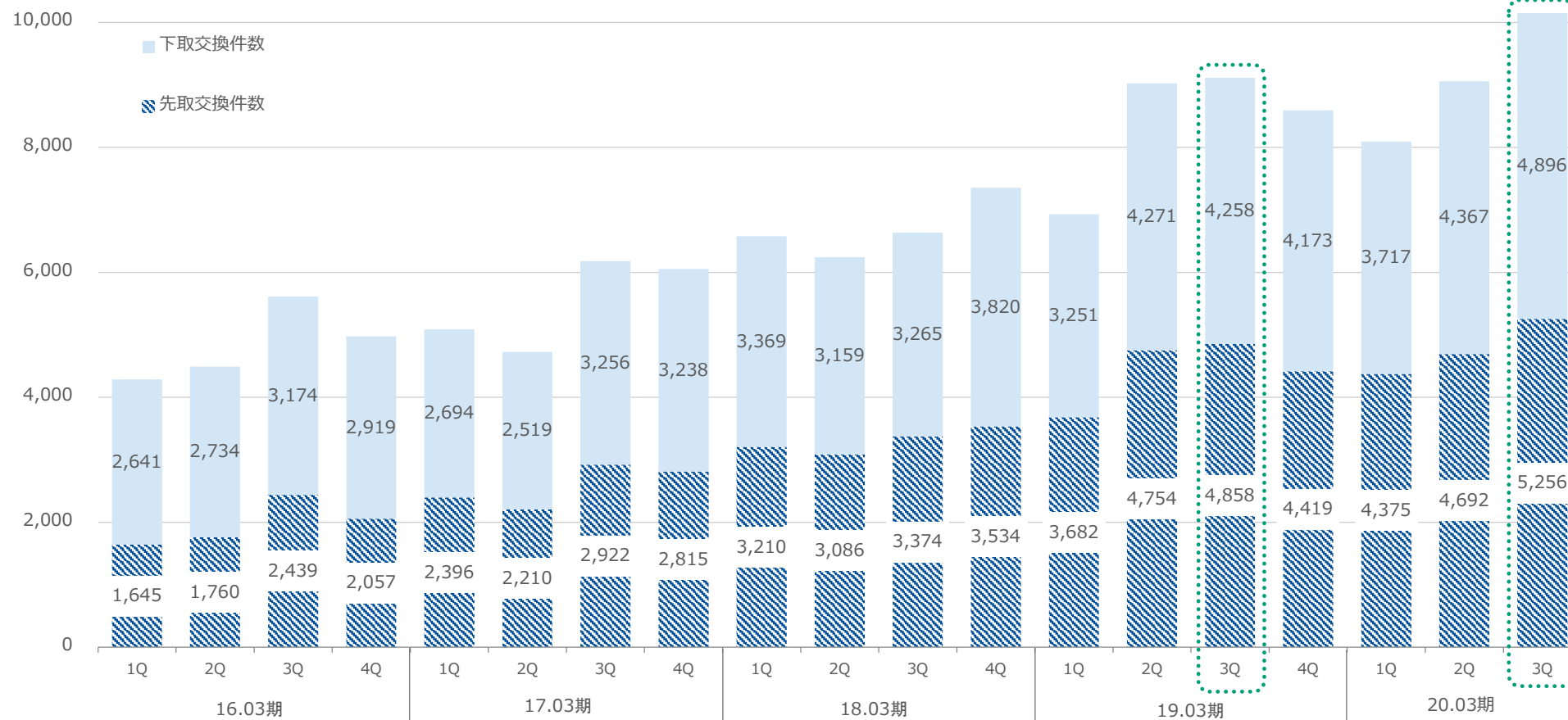




カメラ事業 下取・先取交換件数推移



● 下取、先取交換ともに過去最高 前年同期比 **111.3%**



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。