



2020年3月期 第4四半期
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	206名（2020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

2020年3月期決算 ハイライト



売上高

カメラ、時計ともに中古売上は概ね順調に推移。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、2月中旬以降、店舗、免税売上高に新型コロナウイルスの影響もあり、修正売上高数値を若干下回る。

自社サイト売上高 前年同期比	1 Q単体	109.1%	2 Q単体	113.9%	3 Q単体	99.1%	4 Q単体	110.4%	年度	107.8%
モール売上高 前年同期比	1 Q単体	81.5%	2 Q単体	92.3%	3 Q単体	59.8 %	4 Q単体	74.6%	年度	76.8%

粗利率

今期重点取組課題の**粗利率改善維持は第4四半期も継続、通年で粗利率1.8%pt前年比で改善。**

粗利率 計画 (期初)	1 Q単体	15.7%	2 Q単体	16.3%	3 Q単体	16.8%	4 Q単体	16.7%	年度	16.4%
粗利率 実績	1 Q単体	18.2%	2 Q単体	17.5%	3 Q単体	18.6%	4 Q単体	17.9%	年度	18.0%

営業利益

10月以降（3、4Q）は消費増税後のキャッシュレス、ポイント還元政策対応で、自社ポイント発行費用が増加。4Qにおいては、業績賞与計上（1.5億円）あるが、**大幅な増益、修正利益予想も上回り着地。**
自転車事業において、**事業開始後初の通年黒字化達成。**

営業利益率 計画	1 Q単体	3.1%	2 Q単体	4.9%	3 Q単体	4.8%	4 Q単体	2.1%
営業利益率 実績	1 Q単体	6.3%	2 Q単体	6.3%	3 Q単体	5.1%	4 Q単体	2.4%

通期・四半期推移、計画比較

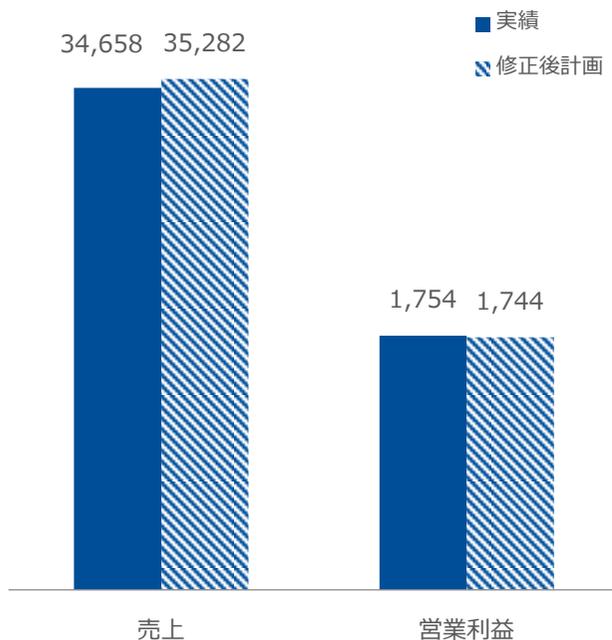
2月中旬以降の新型コロナウイルスの影響等もあり、売上高若干下回るが、**各利益は修正予想上回り着地。**

(単位：百万円)

2020.03期	修正予想	実績	増減額	増減率
売上高	35,282	34,658	-624	-1.8%
営業利益	1,744	1,754	+10	+0.6%
経常利益	1,730	1,735	+5	+0.3%

通年

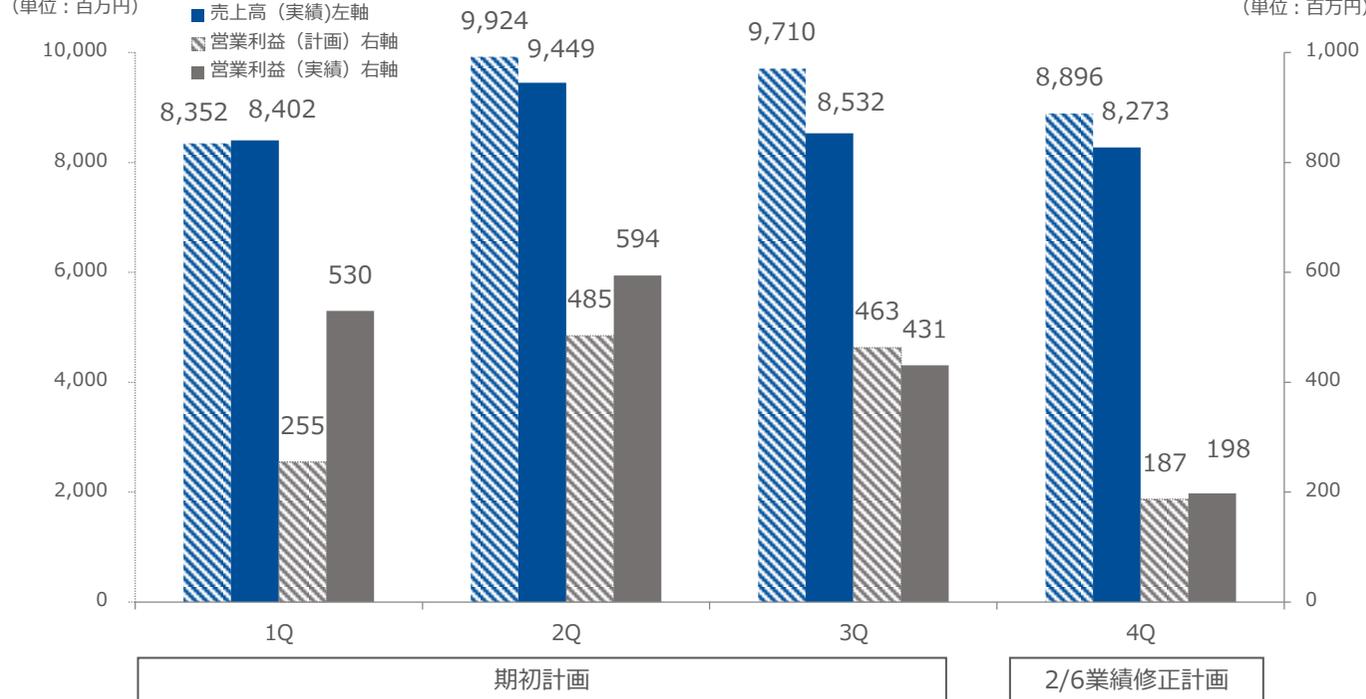
(単位：百万円)



四半期推移

売上
(単位：百万円)

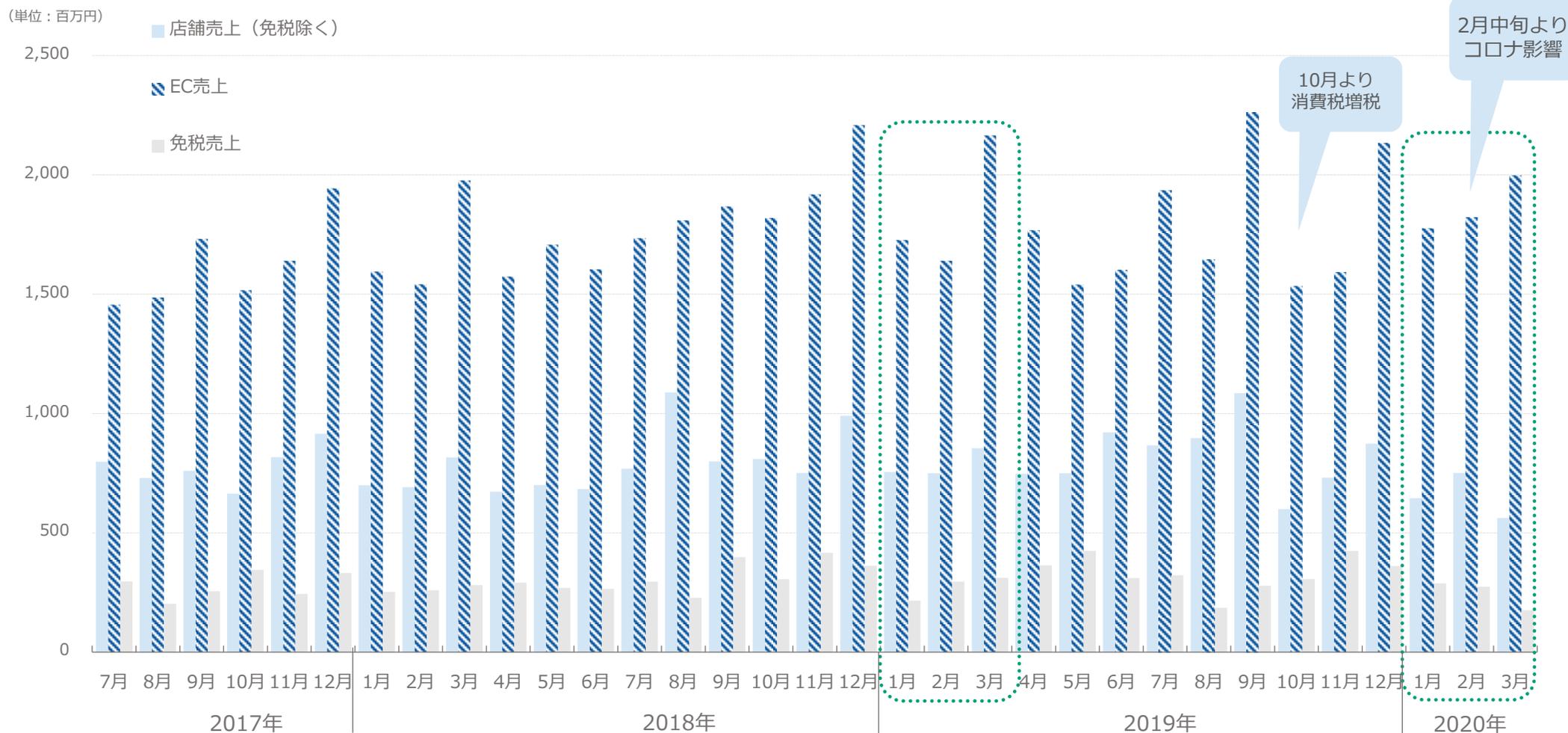
■ 売上高 (計画)左軸
■ 売上高 (実績)左軸
■ 営業利益 (計画)右軸
■ 営業利益 (実績)右軸



チャネル別売上高推移



- 1,2月EC順調に推移していたところ、2月中旬以降新型コロナウイルスの影響ではじめ、まず店舗、免税売上高に影響。
3月カメラ大型新製品発売延期はECにも影響。



EC売上高推移 新品/中古品別



4Q単体（1～3月期）

全体EC売上高前年同期比 101.2%

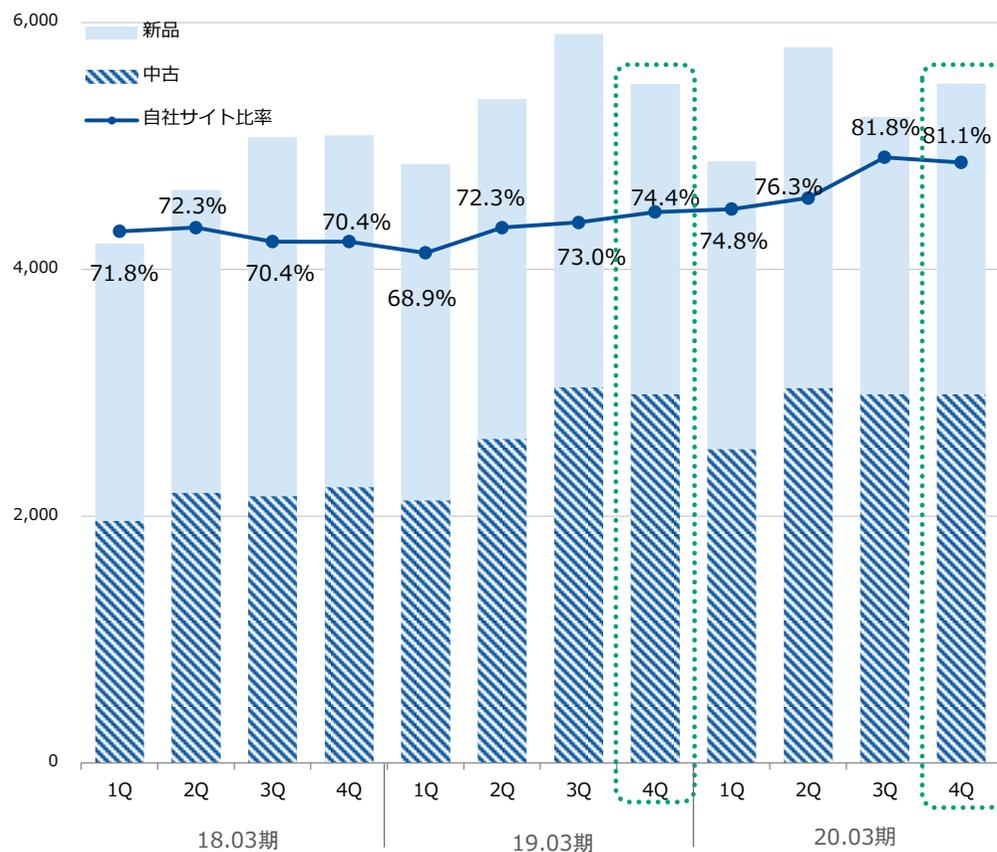
自社サイト比率 81.1%

自社サイト売上高前年同期比 110.4% →カメラ、時計ともに中古売上が順調に推移

モール売上高前年同期比 74.6%

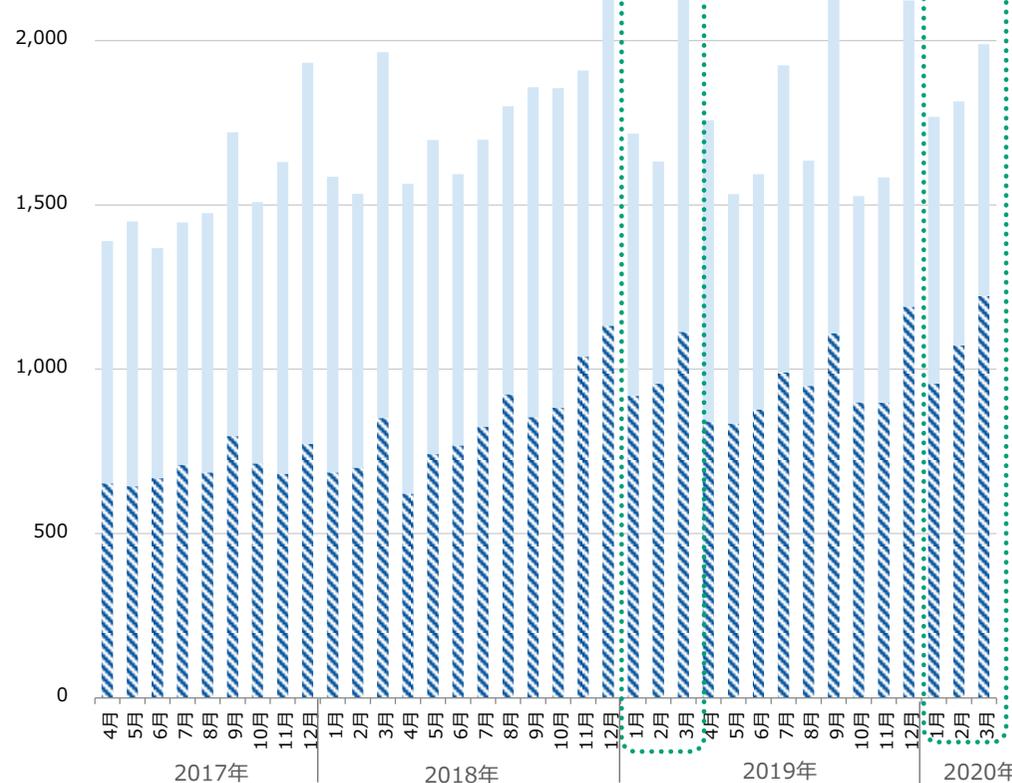
四半期推移

(単位：百万円)



月次推移

(単位：百万円)

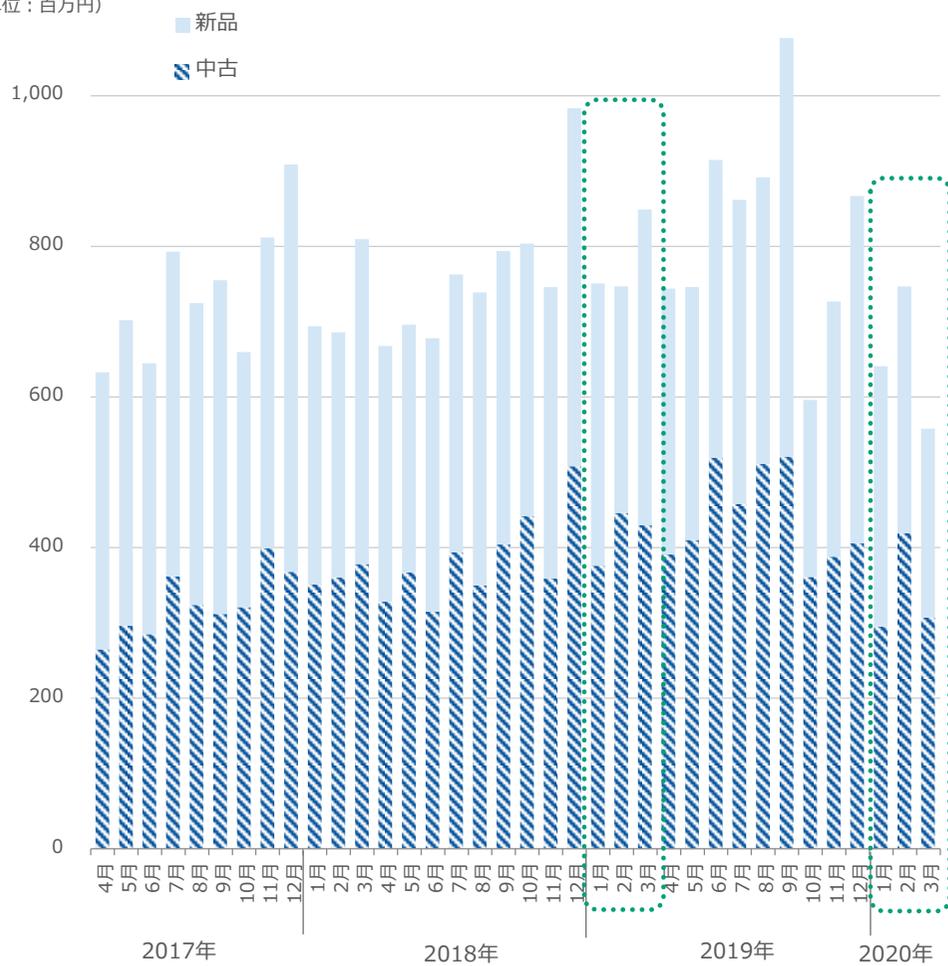


新品/中古品別 店舗・免税・越境EC 売上高推移



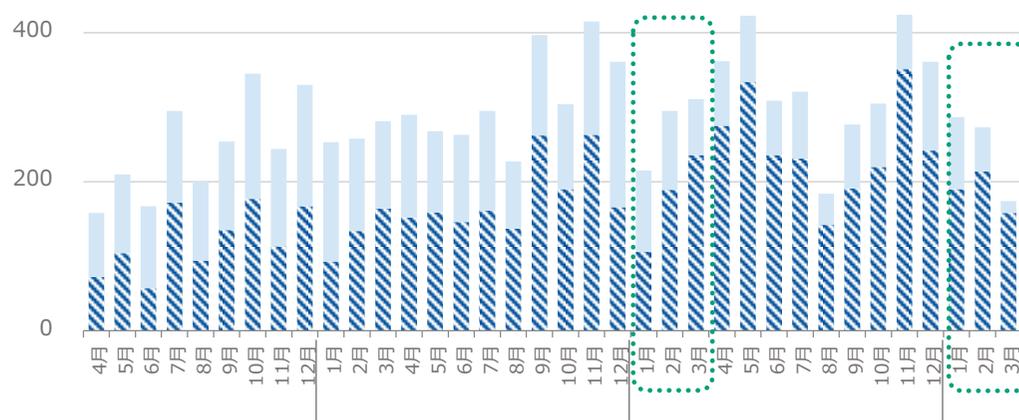
店舗売上
(免税除く)

(単位：百万円)



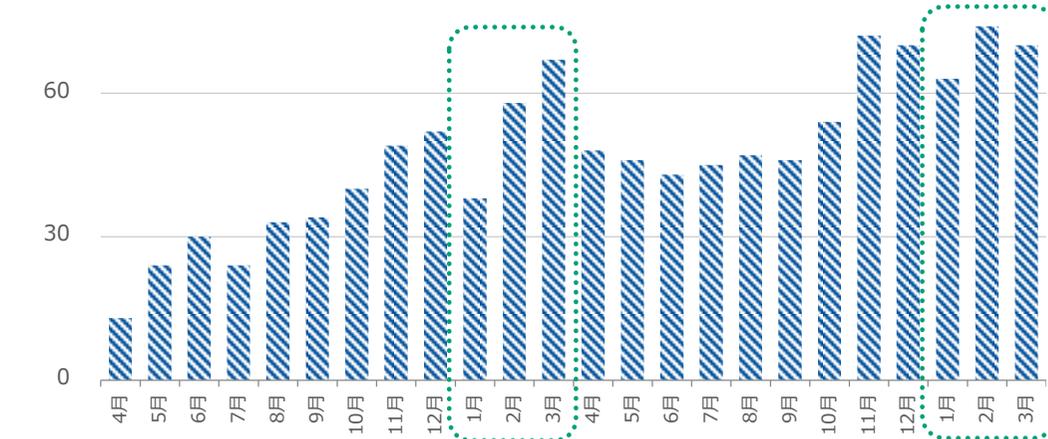
免税売上

(単位：百万円)



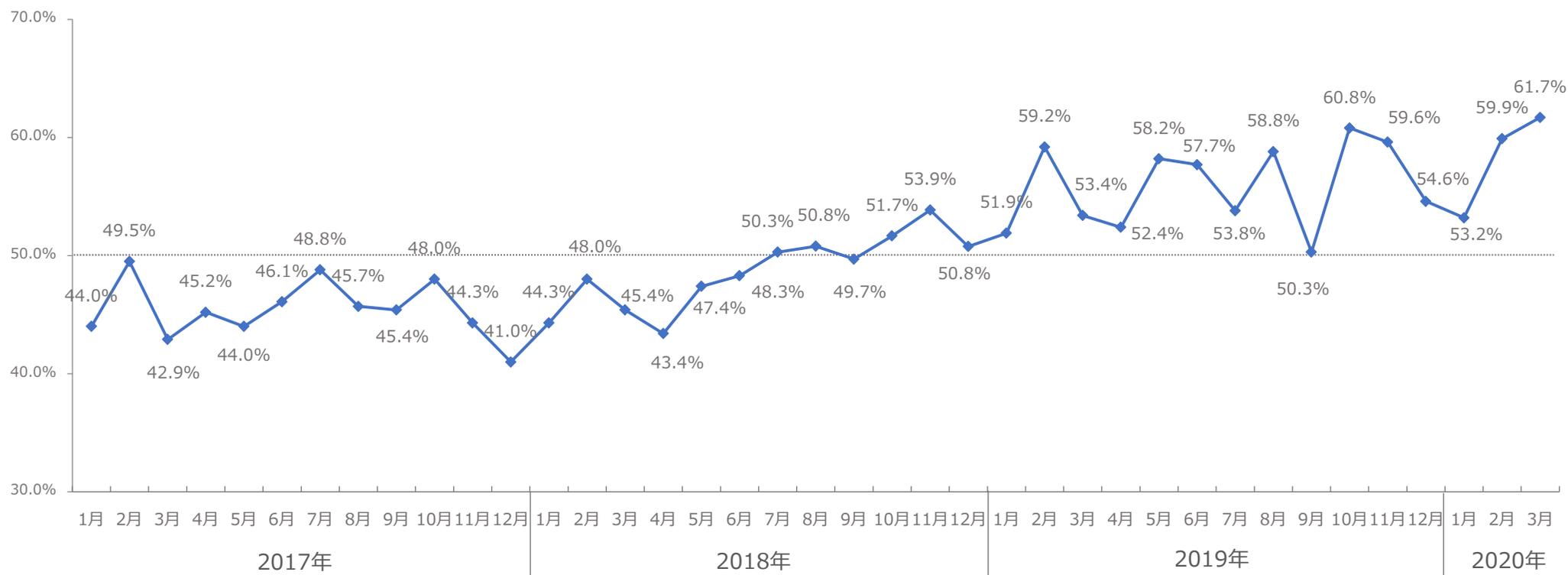
越境EC売上

(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移

- ユーザーは必ずしも新製品への買い替えだけでなく、当社保有の商品ラインナップ拡充、提供情報の充実、One to One施策により、中古品への買い替えニーズも強く、中古品取引が買取、販売順調に推移し、中古品比率も高く推移。
- カメラのモールでの新品売上高が弱く推移、3月カメラ大型新製品の発売延期もあり、新品売上は弱い。



 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	4Q
	45.1%	46.4%	44.1%	45.8%	46.4%	46.4%	52.0%	45.1%	56.1%	53.9%	57.5%	57.5%

決算概要：前年同期比較



売上高

前年同期比：全体100.1% カメラ97.9% 時計104.8%
中古カメラ 前年同期比106.5%、中古時計 前年同期比118.6%と好調

粗利率

中古カメラの粗利率が改善したこと、売上高に占める中古品比率が高く推移したこともあり
全体の粗利率前年同期比+1.8ptの18.0%

利益

粗利率の改善が大きく売上総利益、営業利益が大幅増益
3、4 Q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政策対応により
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		20.03期				
	実績	構成比	実績	構成比	前年同期比	修正計画	計画比増減
売上高	34,608	-	34,658	-	100.1%	35,282	-624
売上総利益	5,612	16.2%	6,241	18.0%	111.2%	-	-
販売管理費	4,168	12.0%	4,487	12.9%	107.6%	-	-
営業利益	1,444	4.2%	1,754	5.1%	121.5%	1,744	+10
経常利益	1,433	4.1%	1,735	5.0%	121.1%	1,730	+5
当期純利益	982	2.8%	1,193	3.4%	121.5%	1,185	+8

販売管理費の前年同期比較



(単位: 百万円)	19.03期		20.03期		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	1,248	3.6%	1,334	3.9%	+0.3	+86
広告宣伝費	54	0.2%	54	0.2%	0.0	▲0.4
販売促進費	712	2.1%	732	2.1%	0.0	+20
業務委託費	205	0.6%	264	0.8%	+0.2	+59
支払手数料	839	2.4%	824	2.4%	0.0	▲14
減価償却費	214	0.6%	213	0.6%	0.0	▲1
地代家賃	263	0.8%	269	0.8%	0.0	+5
その他	629	1.8%	793	2.3%	+0.5	+163
販売管理費計	4,168	12.0%	4,487	12.9%	+0.9	+318

増加要因

AIMDの開発に伴う分析費用
消費税率変更にもなう対応費用等

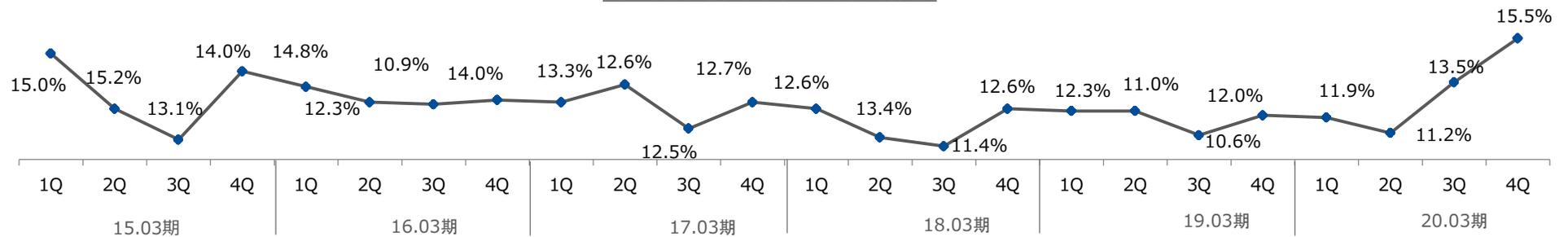
減少要因

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
		12.8%	12.8%	12.4%	11.5%	12.0%

貸借対照表 前期末比較



- 買取が順調に推移し、「価値ある財庫」52億円
- 通常の現預金10億円程度を30億円超にし、潤沢なキャッシュポジションに。

(単位：百万円)

	19.03期	20.03期	
		実績	増減
流動資産	8,656	10,810	+2,153
現預金	1,403	3,528	+2,125
商品	4,781	5,292	+511
固定資産	1,214	1,198	▲16
資産合計	9,871	12,008	+2,137
流動負債	3,943	3,633	▲309
固定負債	1,018	2,671	+1,652
負債合計	4,962	6,304	+1,342
純資産合計	4,909	5,703	+794
負債・純資産合計	9,871	12,008	+2,137

事業別業績の前年同期比較

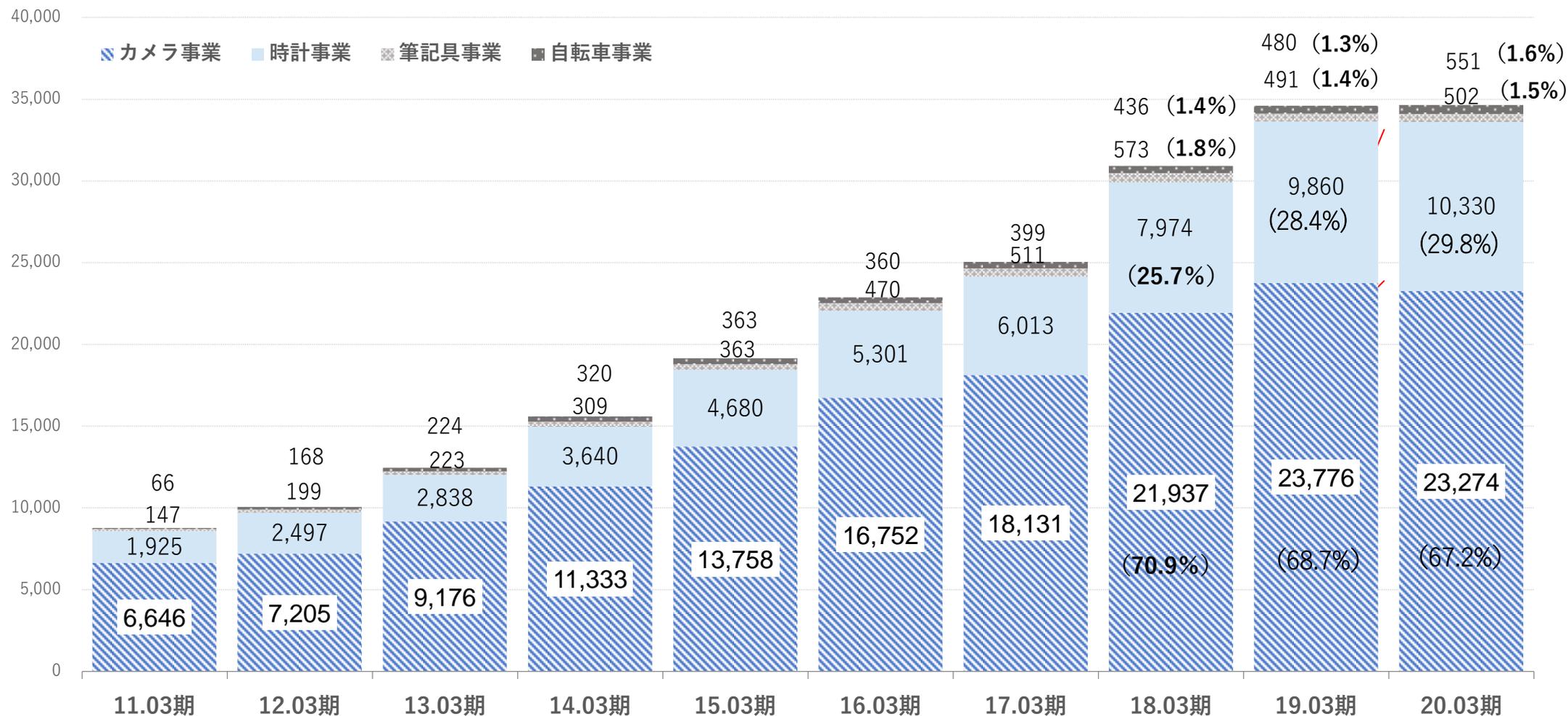
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比		19.03期	20.03期	前年同期比	備考
 カメラ事業 (67.2%)	EC売上	17,526	17,193	98.1%	<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	6,249	6,080	97.3%	
	カメラ売上計	23,776	23,274	97.9%	
	セグメント利益	1,886	2,305	122.2%	
 時計事業 (29.8%)	EC売上	3,445	3,503	101.7%	<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 ● 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	6,414	6,826	106.4%	
	時計売上計	9,860	10,330	106.1%	
	セグメント利益	543	555	102.2%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1.5%)	EC売上	351	369	105.1%	<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 ● セグメント利益も大幅増
	店舗売上	140	133	95.1%	
	筆記用具売上計	491	502	102.3%	
	セグメント利益	16	22	138.8%	
 CROWN GEARS 自転車事業 (1.6%)	EC売上	385	478	124.0%	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規ECチャネル（Amazon）好調持続 ● トレーニング器具等好調推移 ● 中古商品買取→商品化・販売体制強化により、通年で黒字化達成
	店舗売上	95	73	77.0%	
	自転車売上計	480	551	114.7%	
	セグメント利益	▲5	13	-	
合計	EC売上	21,709	21,544	99.2%	
	店舗売上	12,899	13,114	101.7%	
	売上高合計	34,608	34,658	100.1%	

事業別売上高の年度推移



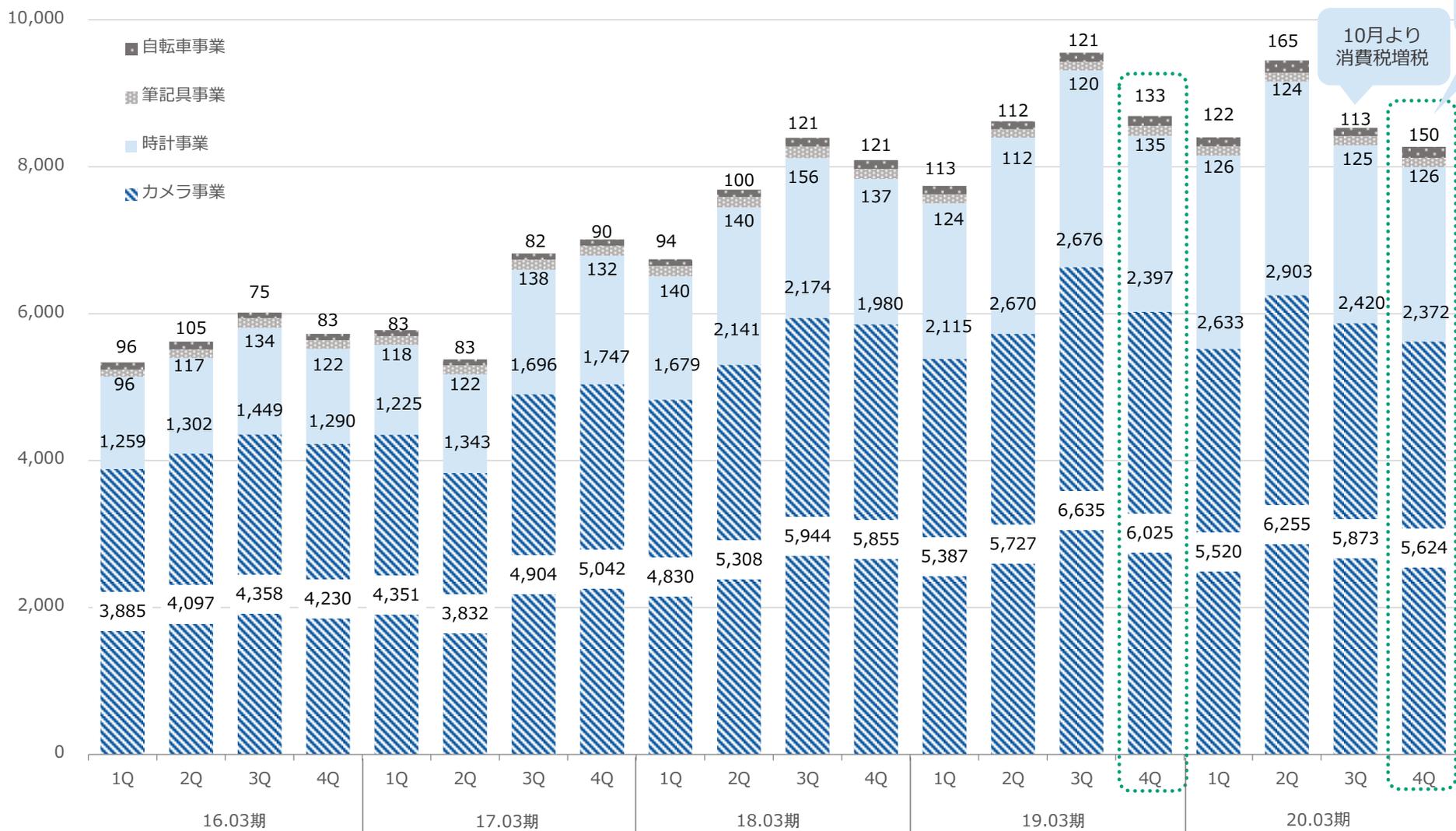
(単位：百万円)



事業別売上高の四半期推移



(単位：百万円)



2月中旬より
コロナ影響

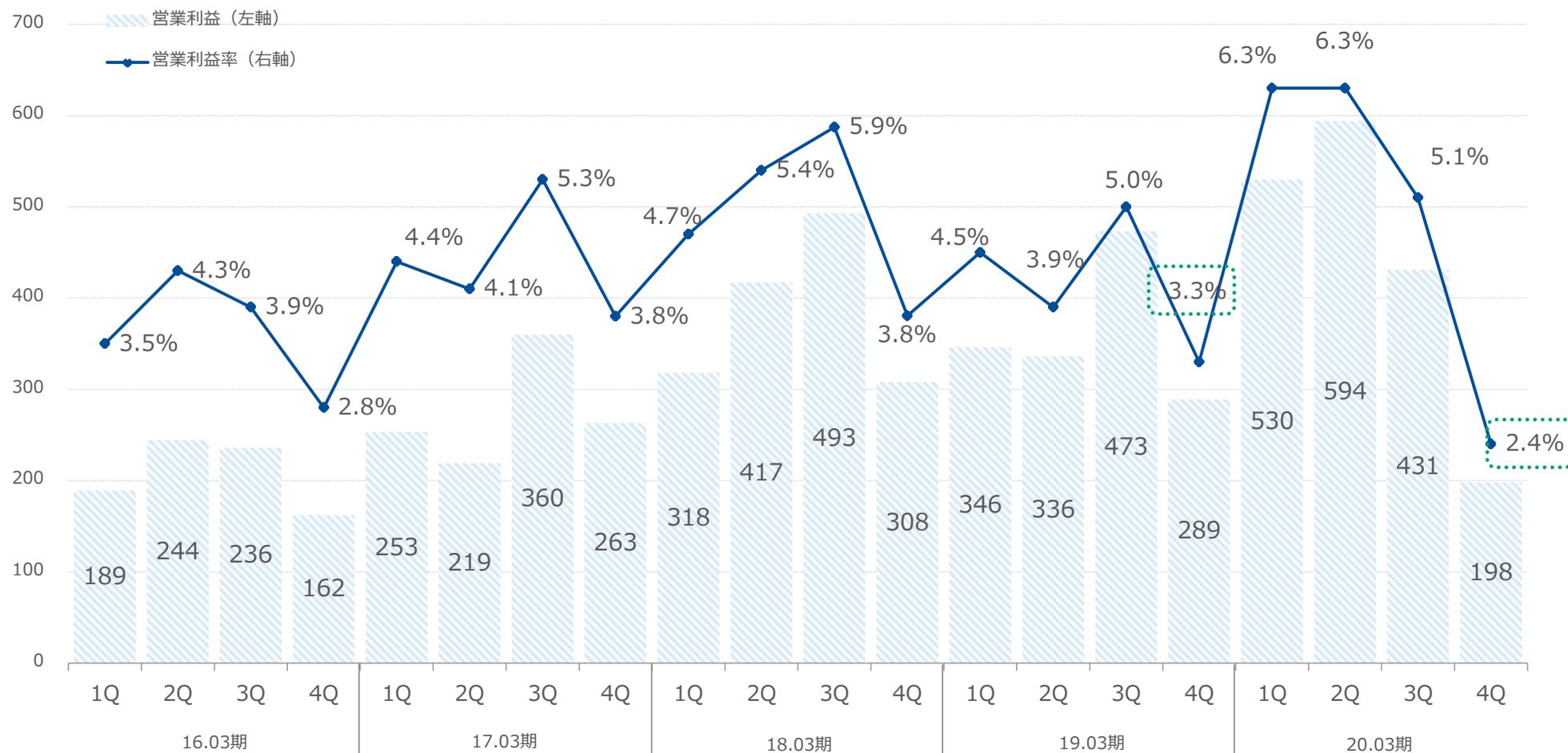
10月より
消費税増税

営業利益・営業利益率の四半期推移

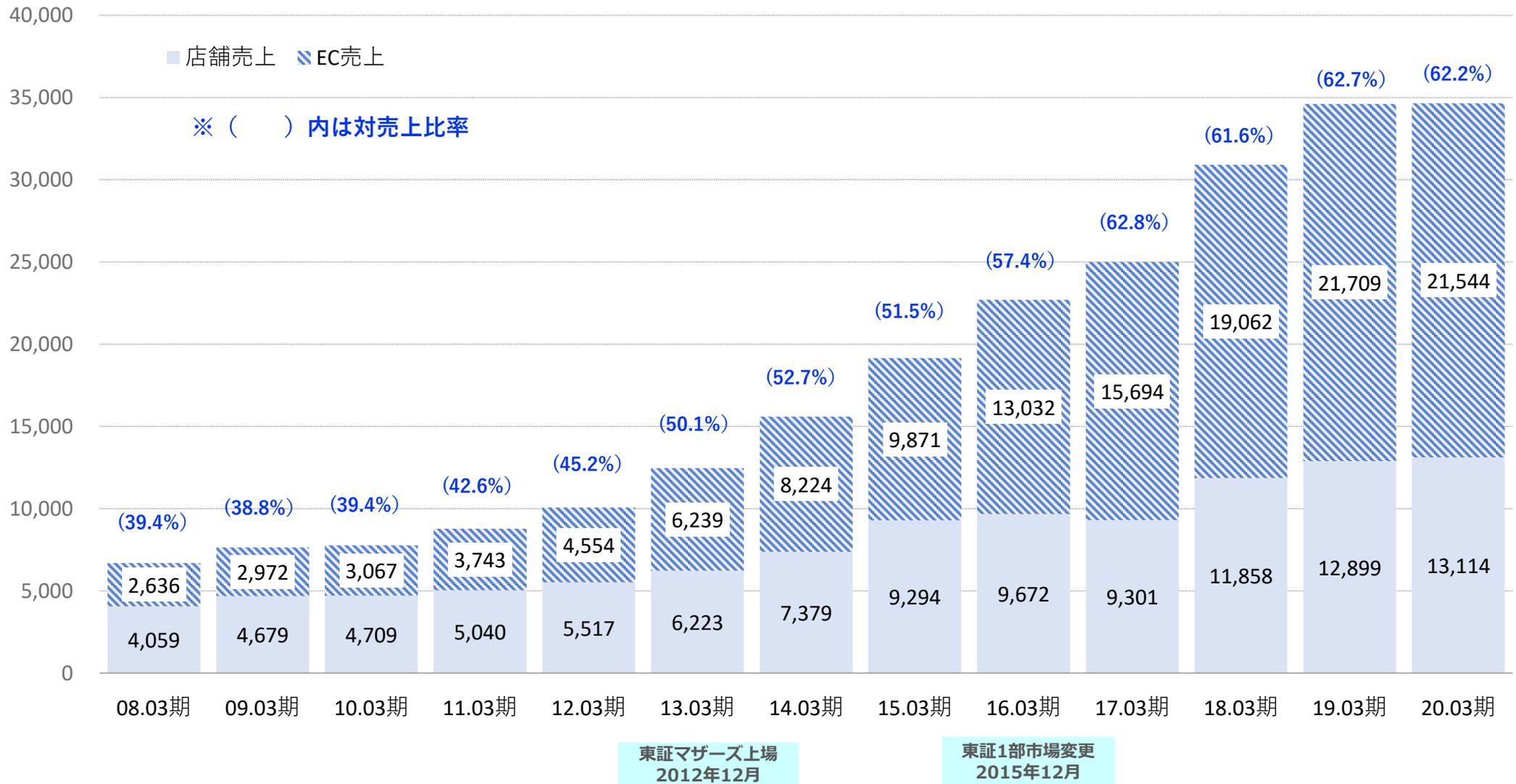


- キャッシュレス決済ポイント還元政策に対応するための自社ポイント発行費用増加、業績賞与上乗せで前年同期比で減少するも、修正見込みを上回り着地

(単位：百万円)



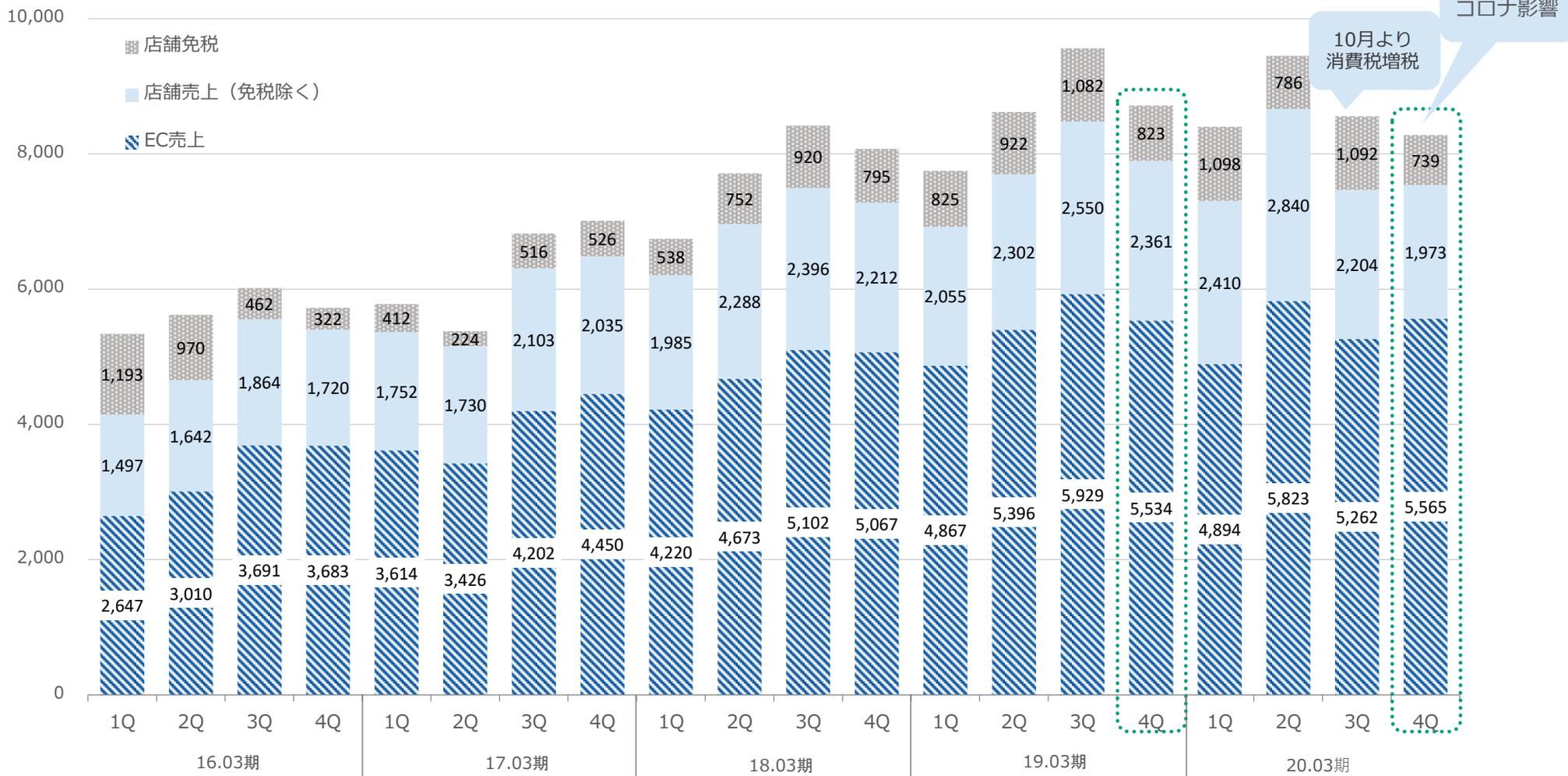
販売チャネル別売上高の年度推移



販売チャネル別売上高の四半期推移

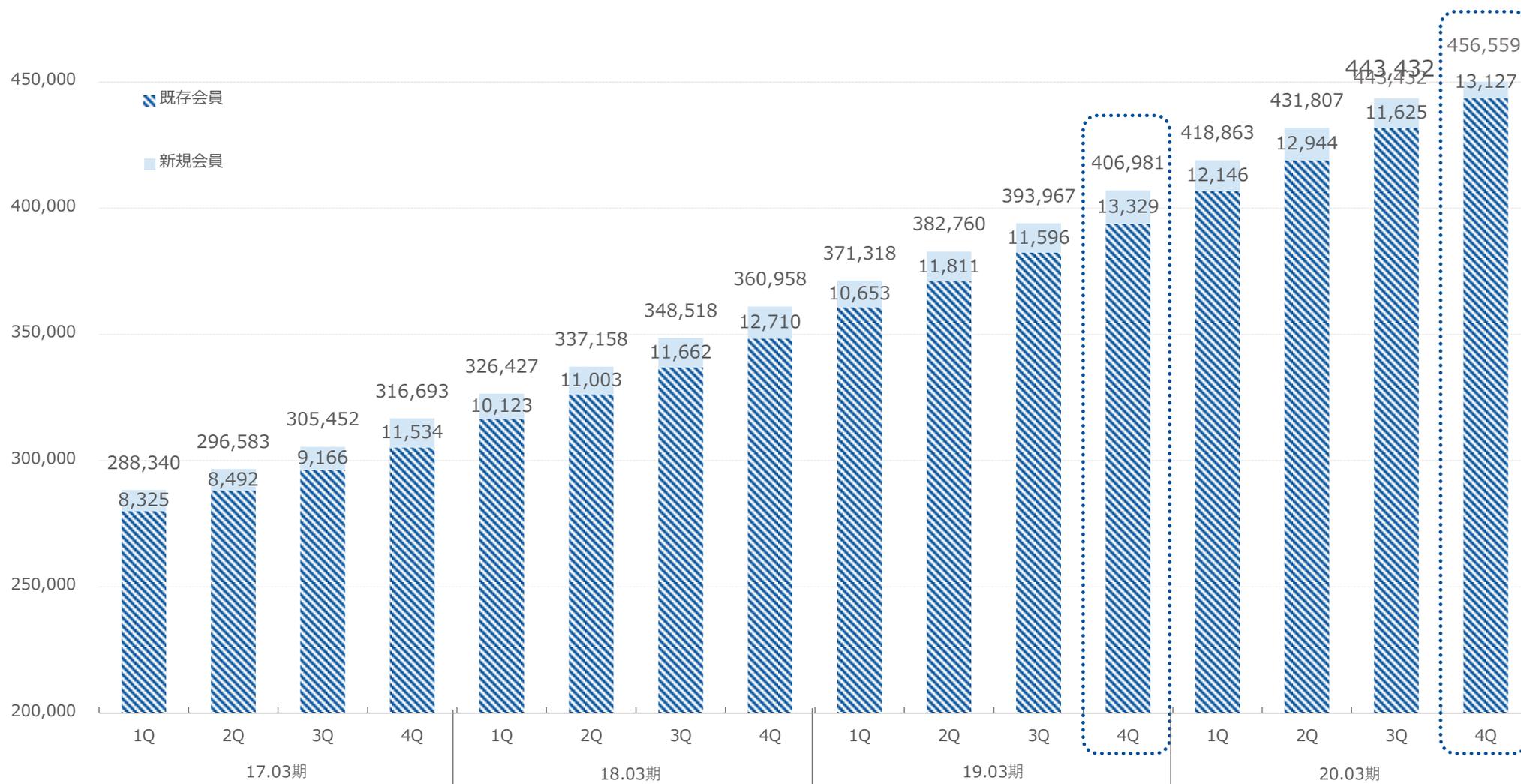


(単位：百万円)



Web会員数の四半期推移

● 新規会員数、毎月4,000前後が継続 前年同期比 **112.2%**



Web会員数の会員属性

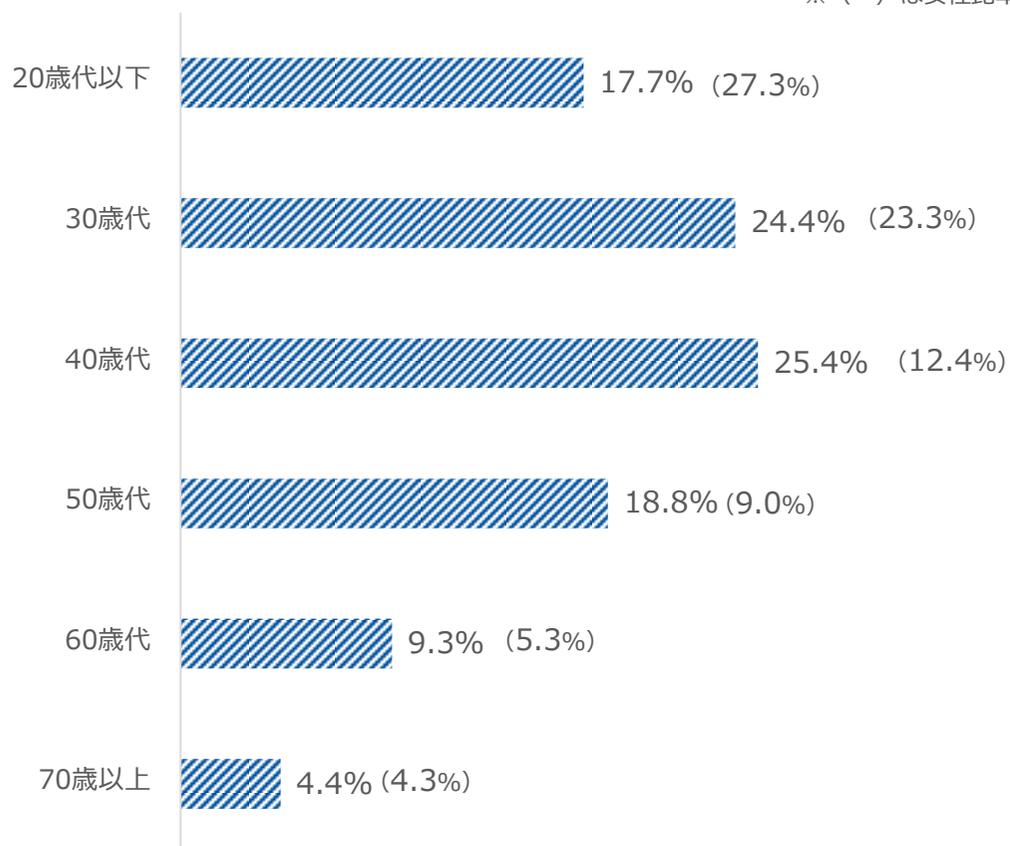


- 会員の年齢層は幅広く、10代～30代の割合は **42.1%**
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **26.5%** と高い

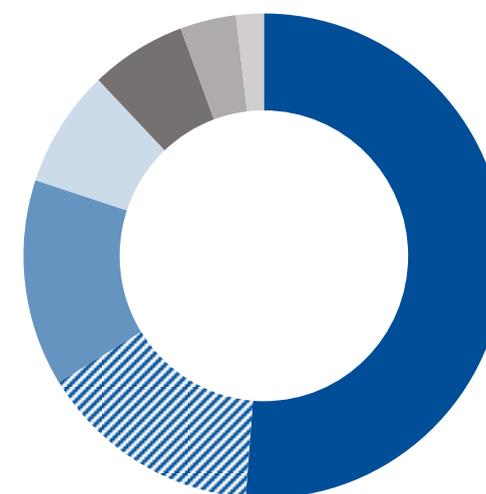
2020年3月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布



■ 関東	51.3% (東京22.9%)
▨ 近畿	15.0%
■ 中部	13.8%
■ 北海道・東北	7.8%
■ 九州・沖縄	6.5%
■ 中国	3.8%
■ 四国	1.9%

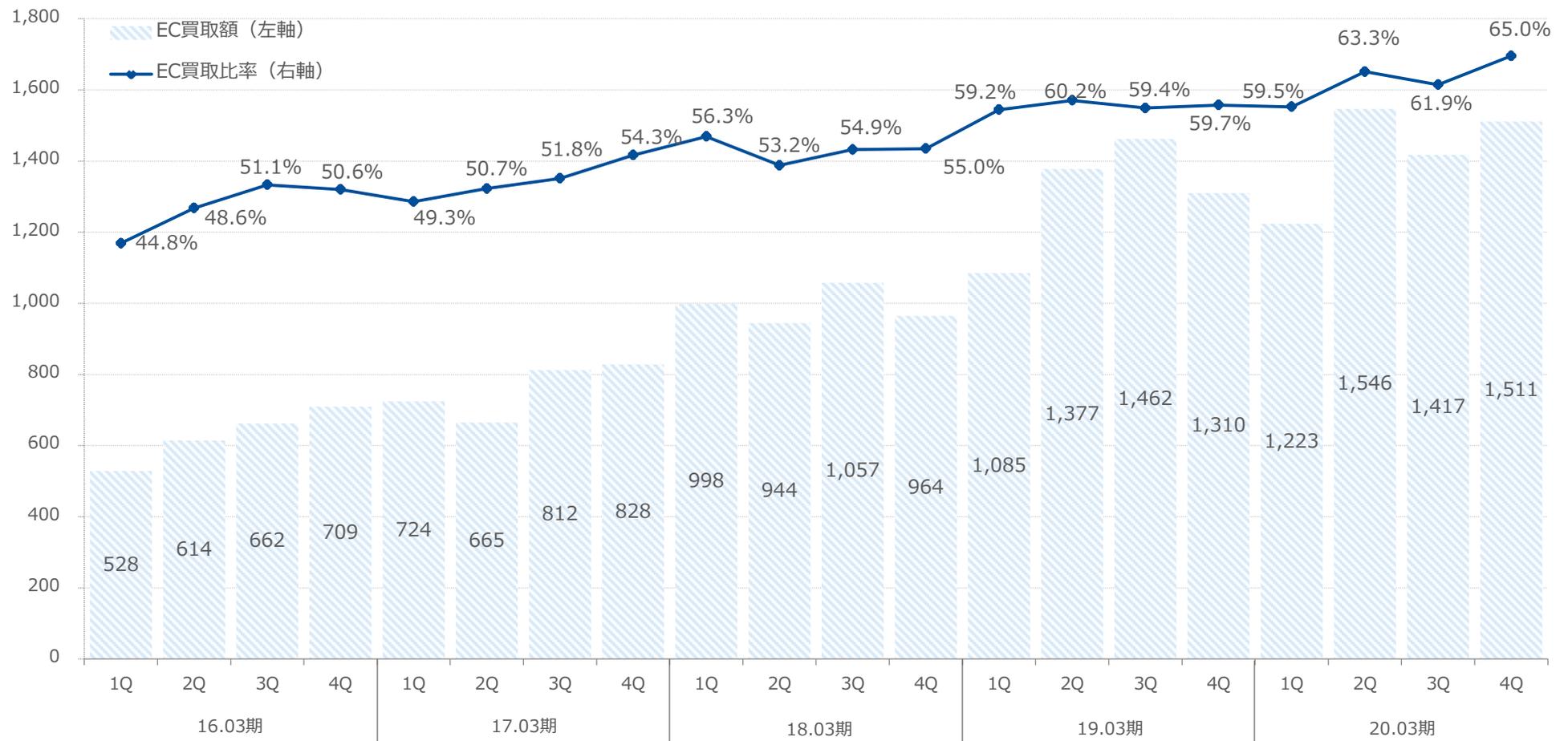


カメラ事業 中古EC買取推移



● 積極的なECでの買取施策の効果により、EC比率は **65.0%**

(単位：百万円)

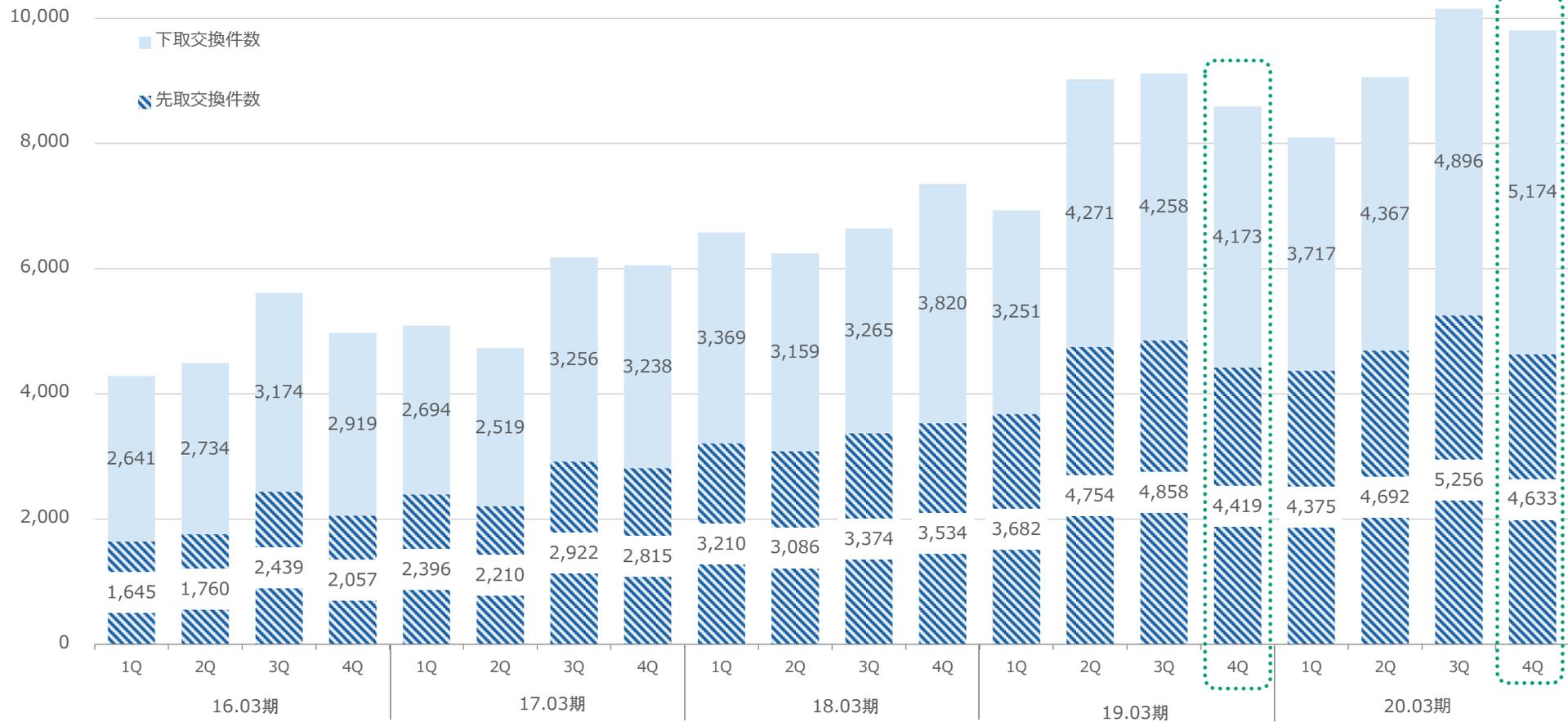




カメラ事業 下取・先取交換件数推移



● 下取、先取交換 前年同期比 **114.1%**



2021年3月期 業績予想について

業績予想について

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、お客様及び従業員の感染リスク等を勘案し、4月11日より実店舗を臨時休業としております。政府・自治体の緊急事態宣言解除を実店舗営業再開の目途としておりますが、宣言解除時期及び解除以降の第2波等含め、2021年3月期業績予想は、現時点で合理的な算定が困難であることから未定とさせていただきます。

今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに公表いたします。

コロナ対応について

当社は、**EC主軸で事業を展開しており**、お客様に対してインターネットを通して完結した取引を提供できております。実店舗が休業になった現在でも、**すべてのサービスをインターネット経由で提供**できており、更なるEC強化を図っております。

【事業面】

- **主軸のEC（モール含む）、越境EC事業は継続して運営し**、インターネットを通してお客様に安心、安全なお取引を楽しんでいただく環境を作っています。
- 人員をECにシフトし、ECサイトへの安定した商品掲載、掲載コンテンツの充実、SNS情報発信増加を図っています。
- フォトシェアリングサイト（エビフォト）において、これまでに撮影された写真のストックフォトコンを開催し、投稿写真数の増加・充実を図るとともに、外出自粛されているお客様に楽しんでいただく環境も提供しています。

【財務面】

- 不測の事態に対応できるよう**通常時の3倍程度のキャッシュポジション**に。その他にコミットメントライン契約締結も準備。締結予定のコミットメントライン含め、**約14か月分の運転資金**を確保。

【感染リスク低減】

- 緊急事態宣言期間中の実店舗休業、週休3～4日制導入。一部テレワーク導入。外部との対面禁止（WEB会議）。執務スペースの換気、消毒・清掃。従業員の毎日の検温、マスク支給・着用義務化、手洗い・消毒の徹底。残業の抑制。

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。