



---

2021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	213名（2020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

売上高計画比で順調に推移。**粗利率高く、営業利益では計画を大きく上回る。**

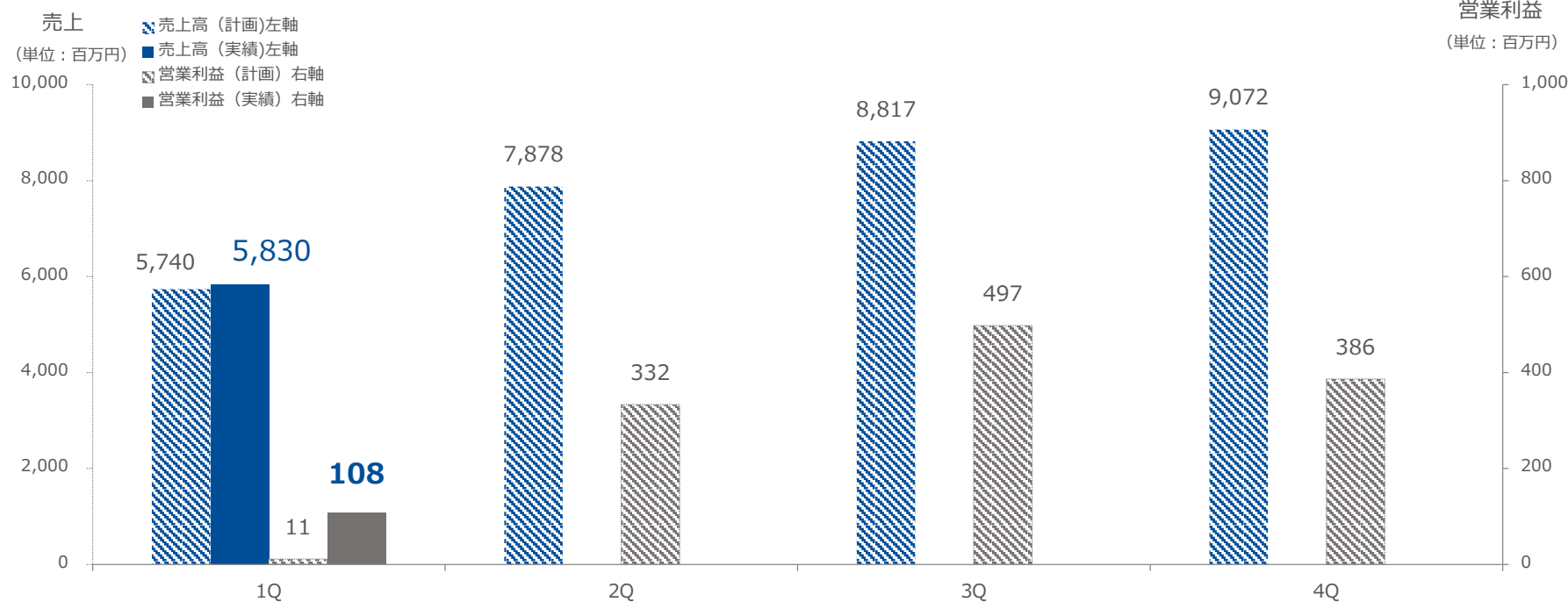
●売上高：4月11日～5月25日まで緊急事態宣言発令により実店舗臨時休業。主軸のECは人員リソース限られる中で中古品順調に推移。

●粗利率：前期改善した粗利率についても、1Q粗利率19.7%と高い水準で持続。前期1Q比+1.5%。

●営業利益：EC中古売上順調で、粗利率高く、コロナ環境下でも計画大きく上回り、利益計上。

●新規会員数：**コロナ環境下でも各商材への需要変わらず、新規会員数も月4千名と堅調に増加。**

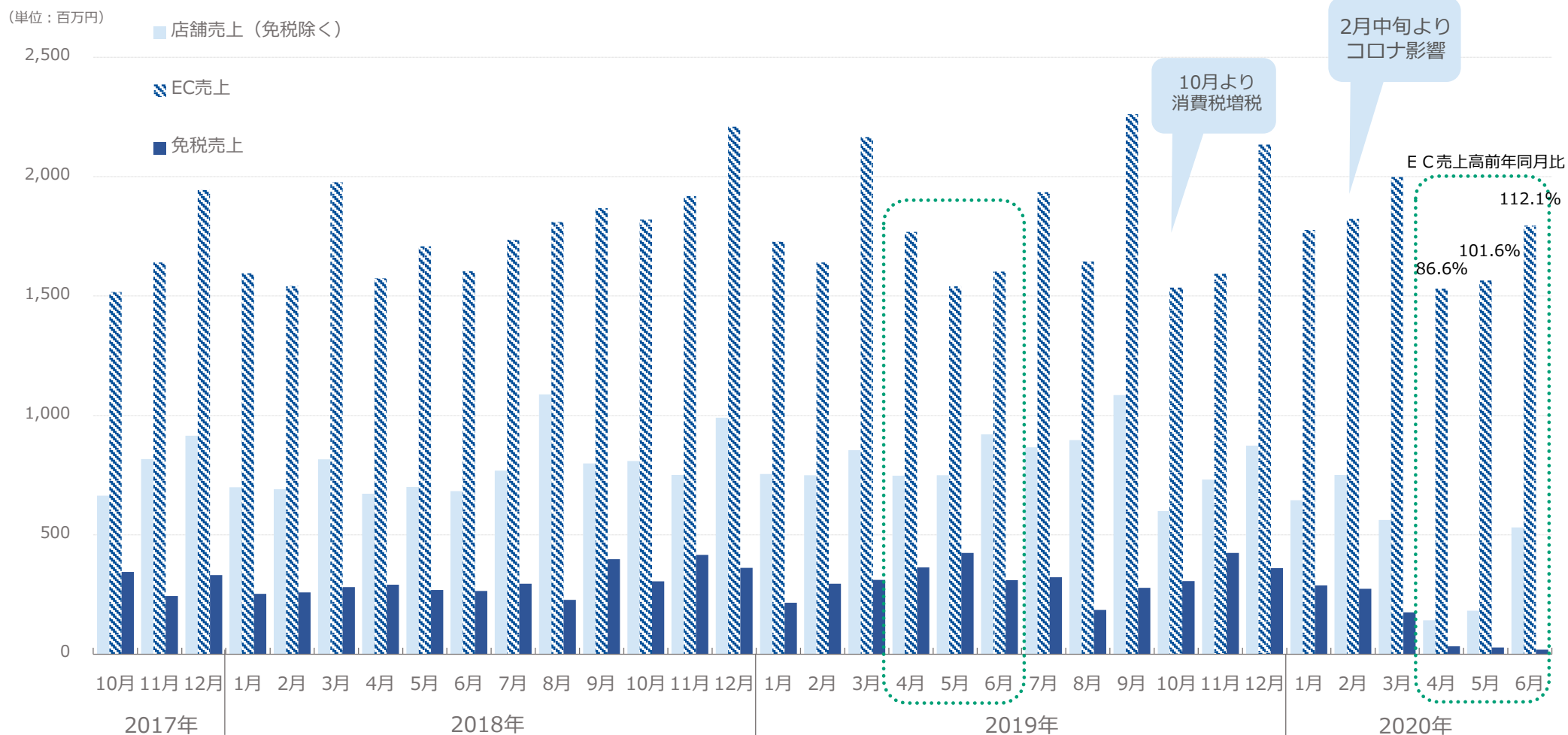
四半期推移



# チャネル別売上高推移



- 主軸のECは4、5月感染リスク低減のため従業員休暇増やし、**リソース限定的（商品化数量限定的）な中でもカメラ、時計の中古中心に順調に推移。6月中旬から従来の人員体制となり、EC売上更に堅調。**
- 店舗売上は、4月11日～5月25日まで緊急事態宣言発令により実店舗臨時休業で減少。6月から緩やかに回復。
- 免税売上高は4月以降限定的な推移。



# EC売上高推移 新品/中古品別

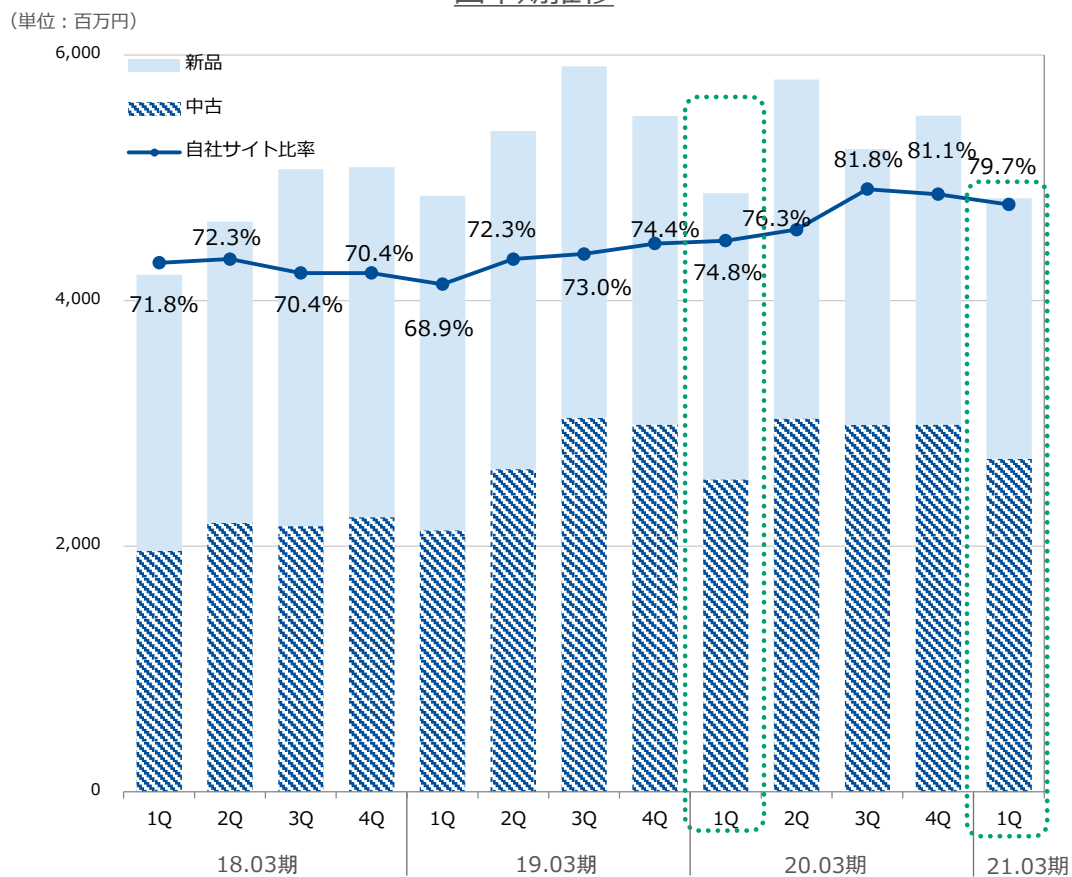


全体EC売上高前年同期比 99.6% 自社サイト比率 79.7%

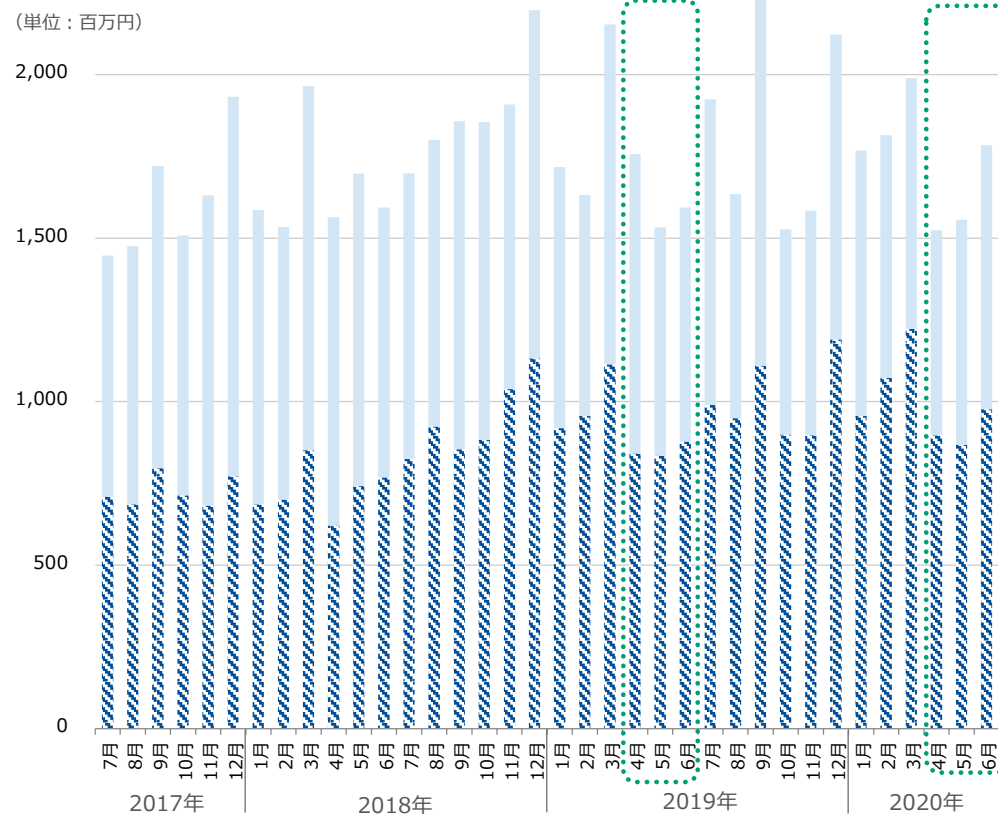
自社サイト売上高前年同期比 106.2% →カメラ、時計ともに中古売上が順調に推移

モール売上高前年同期比 80.1% →影響のあったキャッシュレスポイント還元制度も6月末終了し、2Q以降は影響なくなる見込み。

四半期推移



月次推移

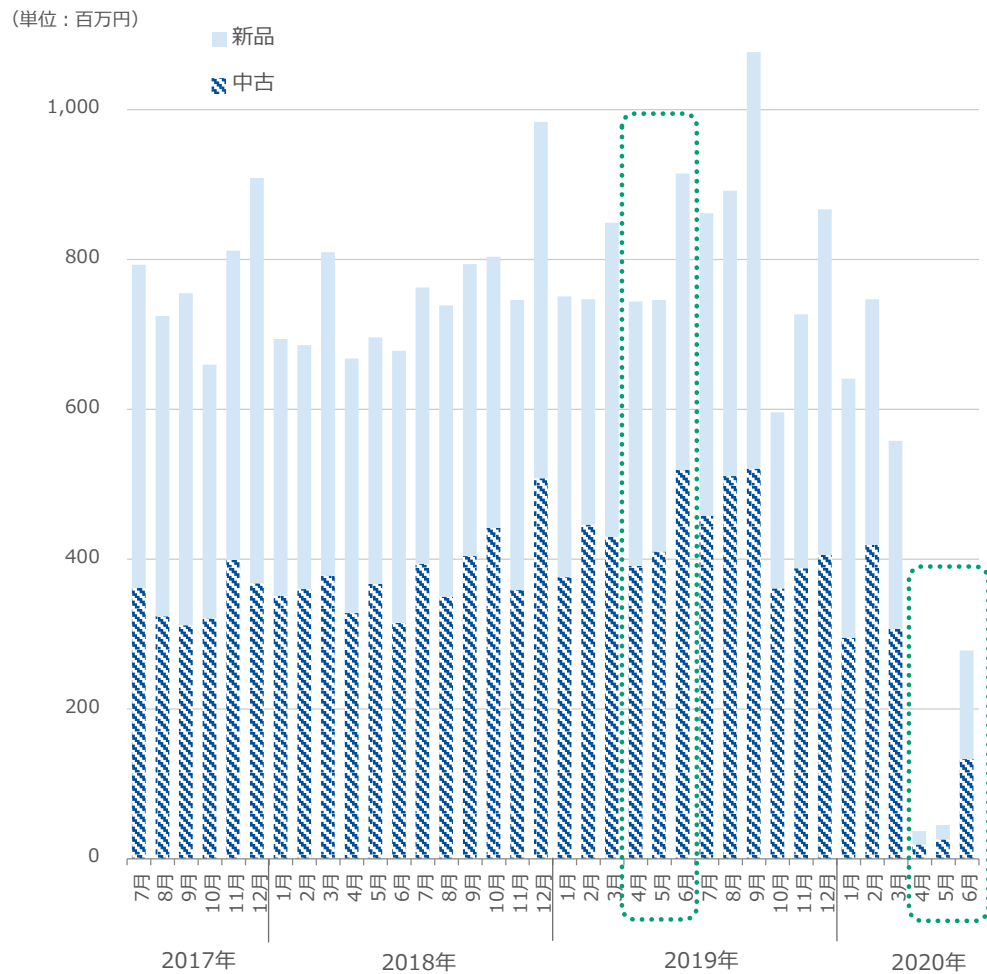




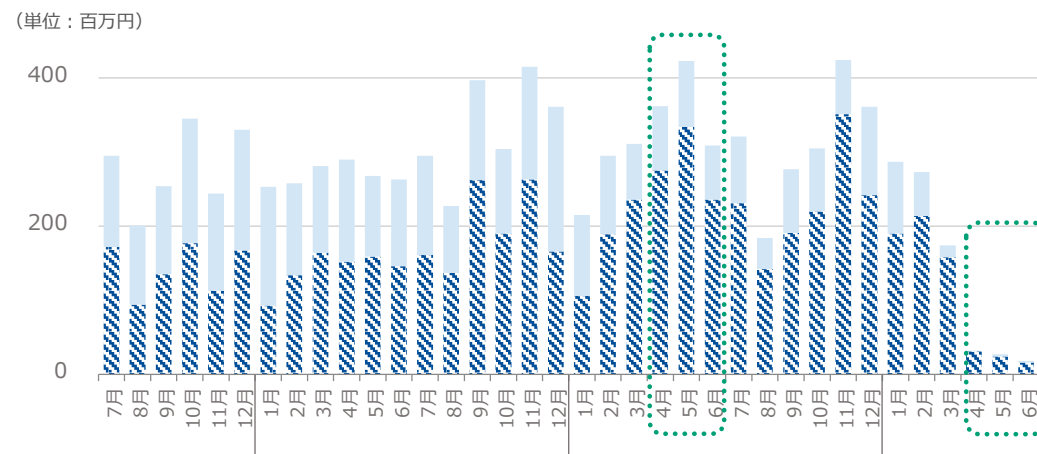
# 新品/中古品別 店舗・免税・越境EC 売上高推移



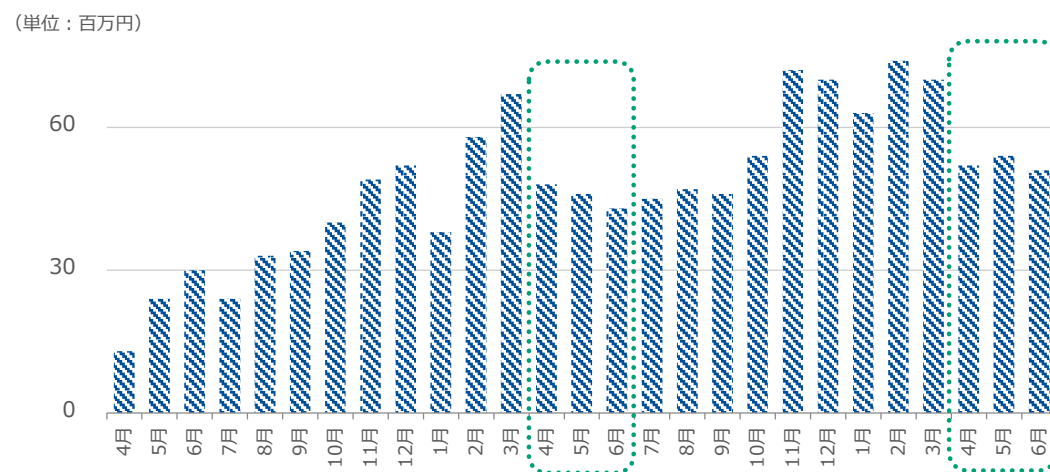
店舗売上  
(免税除く)



免税売上

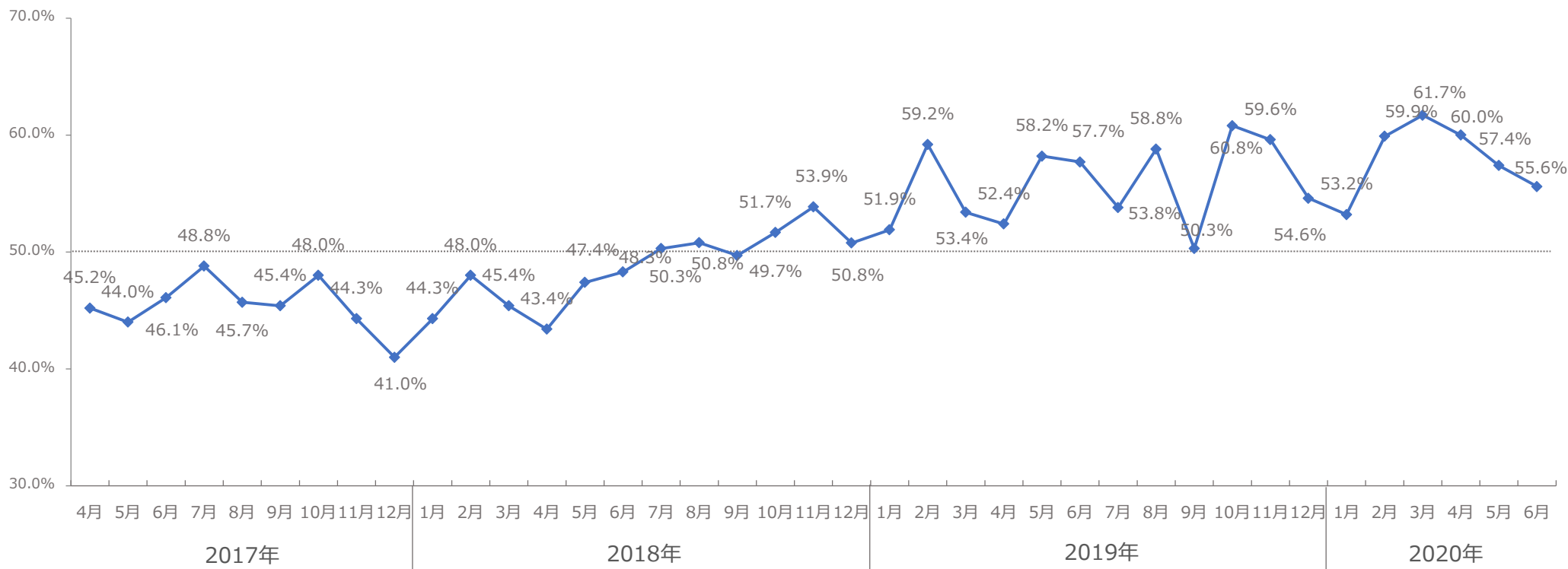



越境EC売上



# 売上高全体に占める中古品比率推移

- カメラ、時計中古品売上高順調で、中古品比率55%を上回り推移。  
6月度は、カメラ大型新製品発売もあり中古品比率若干減少。



 中古品比率	18.3期				19.3期				20.3期				21.3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
	45.1%	46.4%	44.1%	45.8%	46.4%	46.4%	52.0%	45.1%	56.1%	53.9%	57.5%	57.5%	56.8%

## 決算概要：前年同期比較



### 売上高

カメラ、時計の中古E C売上高順調に推移。売上高は実店舗臨時休業の影響が1 Qでは大きい。6月から実店舗も緩やかに戻っている。

### 粗利率

前期改善した中古粗利率維持。中古売上順調で、構成比高い水準であること、新品粗利も良いことから全体粗利率19.7%と高い粗利率となる。

### 利益

コロナ影響で売上減収なるも、粗利率高く、減益ながらも、計画を大きく上回る利益で着地。

(単位：百万円)	20.03期1Q		21.03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	8,402	-	5,810	-	69.2%	5,740	+70
売上総利益	1,527	18.2%	1,143	19.7%	74.9%	—	—
販売管理費	997	11.9%	1,035	17.8%	103.8%	—	—
営業利益	530	6.3%	108	1.9%	20.4%	11	+97
経常利益	526	6.3%	129	2.2%	24.6%	37	+92
当期純利益	359	4.3%	86	1.5%	24.0%	4	+82



# 販売管理費の前年同期比較



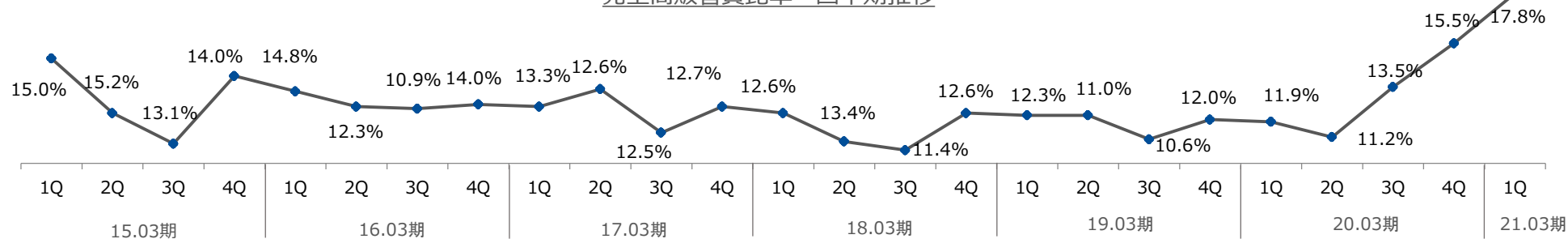
(単位: 百万円)	20.03期 1Q		21.03期 1Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (P T)	増減
人件費	297	3.5%	313	5.4%	+1.9%	+15
広告宣伝費	11	0.1%	12	0.2%	+0.1%	+1
販売促進費	162	1.9%	143	2.5%	+0.6%	▲19
業務委託費	64	0.8%	68	1.2%	+0.4%	+3
支払手数料	199	2.4%	185	3.2%	+0.8%	▲14
減価償却費	53	0.6%	31	0.5%	▲0.1%	▲21
地代家賃	65	0.8%	68	1.2%	+0.4%	+2
その他	142	1.7%	212	3.7%	+2.0%	+70
<b>販売管理費計</b>	<b>997</b>	<b>11.9%</b>	<b>1,035</b>	<b>17.8%</b>	+5.9%	<b>+38</b>

**増加要因**  
緊急事態宣言発令中、従業員の感染リスク低減のため雇用賃金保証した特別休暇付与し、週休3.5日体制に。

**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。6月末政策終了で影響は1Qまで。

**販売管理費比率増加要因**  
実店舗臨時休業影響等で売上減収により、販売管理費比率上昇。2Q以降徐々に低減化見込み。

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	21.3期 1Q
		12.8%	12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	12.9%

## 貸借対照表 前期末比較







- 4月新型コロナウイルス感染拡大第1波の際に、今後の相場（商品価格）動向について不透明な状況でもあったため、在庫リスクを一時的に低減させたこと、また、4、5月人員リソース限定的で積極的な買取施策取りづらいこともあり商品在庫額減少。

（単位：百万円）

	20.03期	21.03期 1Q	
		実績	増減
流動資産	10,810	9,625	▲1,185
現預金	3,528	3,438	▲88
商品	5,292	4,471	▲821
固定資産	1,198	1,149	▲48
資産合計	12,008	10,775	▲1,233
流動負債	3,633	2,843	▲790
固定負債	2,671	2,519	▲151
負債合計	6,304	5,362	▲941
純資産合計	5,703	5,412	▲291
負債・純資産合計	12,008	10,775	▲1,233

# 事業別業績の前年同期比較

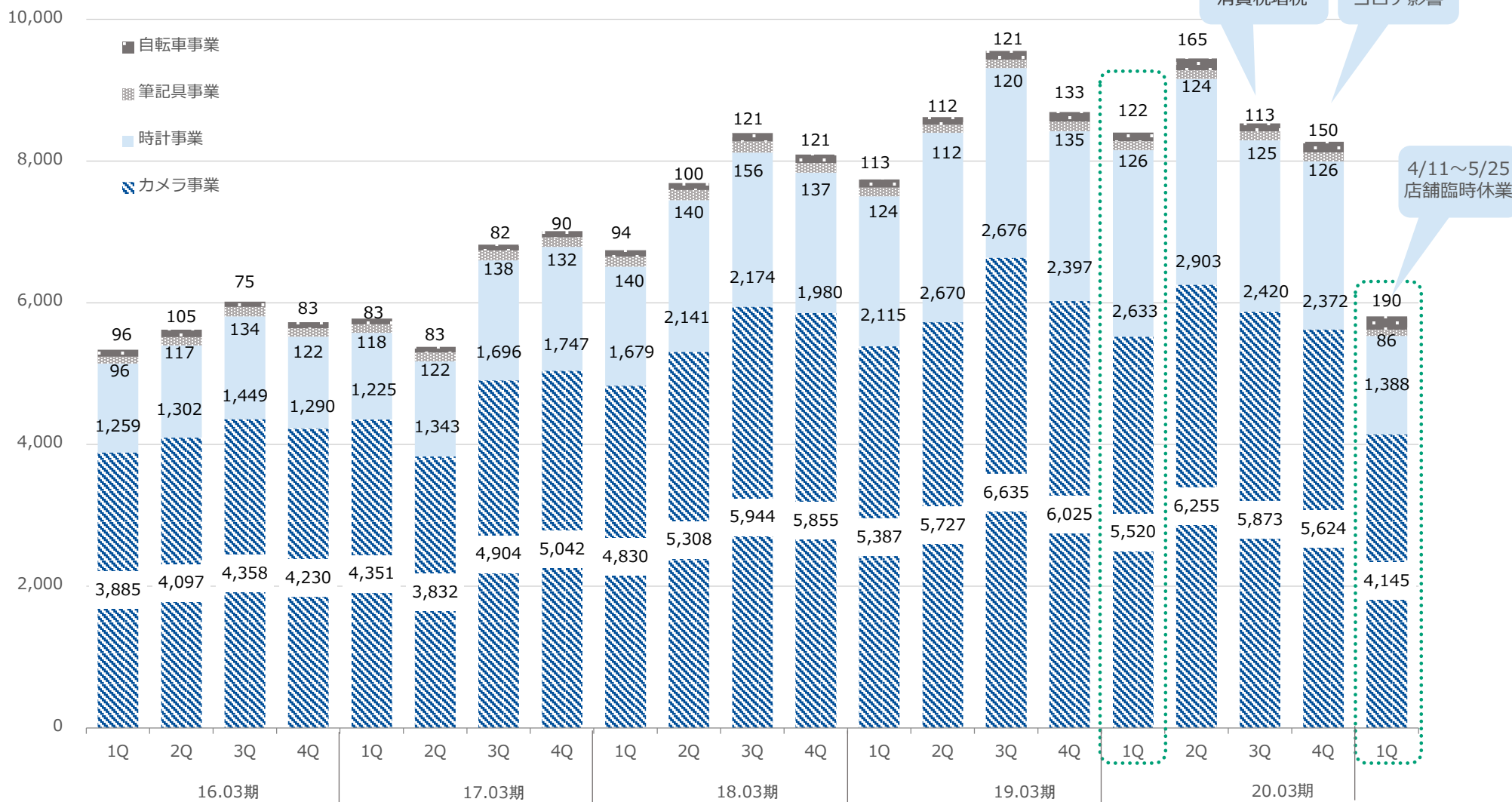
(単位：百万円)

事業・販売チャネル ( ) 売上構成比		20.03期 1Q	21.03期 1Q	前年同期比	備考
 カメラ事業 (71.3%)	EC売上	3,958	3,777	95.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社EC売上高は順調に推移。6月末までキャッシュレスポイント還元制度の影響でモール売上弱く、EC売上高合計での売上高伸び率は前期下回る。</li> <li>● 店舗売上高は4/11～5/25臨時休業により減少。</li> <li>● 中古カメラの粗利率改善維持と、新品粗利率も堅調で減収ながらも利益確保。</li> </ul>
	店舗売上	1,561	367	23.6%	
	カメラ売上計	5,520	4,145	75.1%	
	セグメント利益	588	319	54.3%	
 時計事業 (23.9%)	EC売上	739	838	113.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ影響により店舗売上減少するも、<b>ECでの購入単価も増加し、EC売上高113.5%と大きく伸長。</b>時計事業のEC伸長も更に進める。</li> <li>● 実店舗営業再開後は売上高緩やかに回復傾向があるが、免税売上高は限定的な推移。</li> </ul>
	店舗売上	1,894	549	29.0%	
	時計売上計	2,633	1,388	52.7%	
	セグメント利益	176	35	19.9%	
 KINGDOM NOTE <sup>®</sup> 筆記用具事業 (1.5%)	EC売上	91	78	85.2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社EC売上高は順調に推移。6月末までキャッシュレスポイント還元制度の影響でモール売上弱く、EC売上高合計での売上高伸び率は前期下回る。</li> <li>● 店舗売上高は4/11～5/25臨時休業により減少。</li> </ul>
	店舗売上	34	7	22.8%	
	筆記用具売上計	126	86	68.3%	
	セグメント利益	8	▲7	-	
 CROWN GEARS 自転車事業 (3.3%)	EC売上	104	180	173.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>EC売上高がトレーニング器具（巣ごもり消費）含め自社、モールともに好調推移。</b></li> <li>● 完成車も販売進み<b>黒字継続。</b></li> </ul>
	店舗売上	18	9	53.0%	
	自転車売上計	122	190	155.3%	
	セグメント利益	▲1	8	-	
合計	EC売上	4,894	4,875	99.6%	
	店舗売上	3,508	935	26.6%	
	売上高合計	8,402	5,810	69.2%	

# 事業別売上高の四半期推移



(単位：百万円)



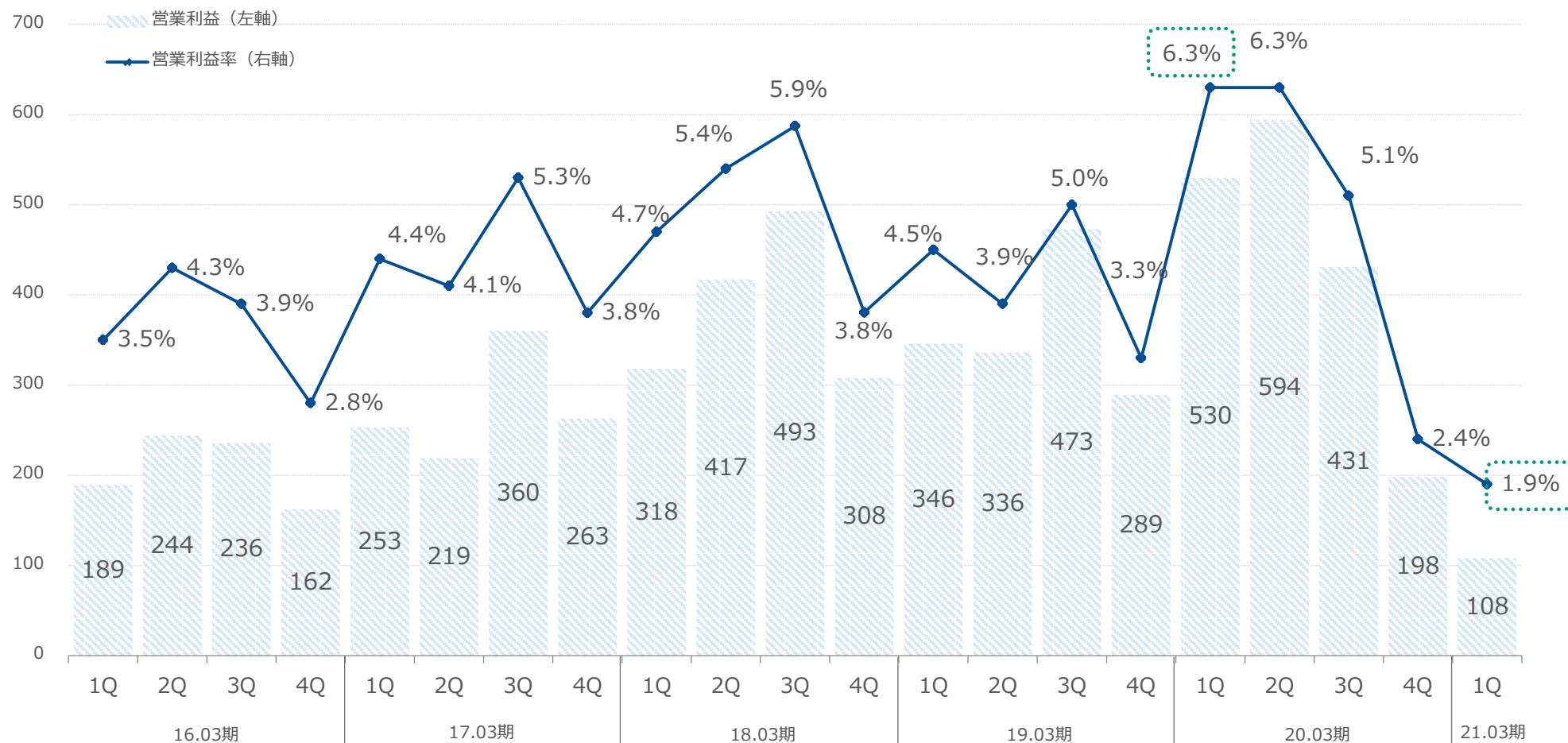
# 営業利益・営業利益率の四半期推移



- 計画では1Qコロナ影響により若干の営業黒字で見込んでいたところ、粗利率高く、中古売上順調推移により、計画以上の利益計上となる。2Q以降は更なる利益改善を見込む。

実店舗臨時休業中は特別休暇付与、コロナ環境下でも投資も継続し、中長期成長持続のための費用は投下。

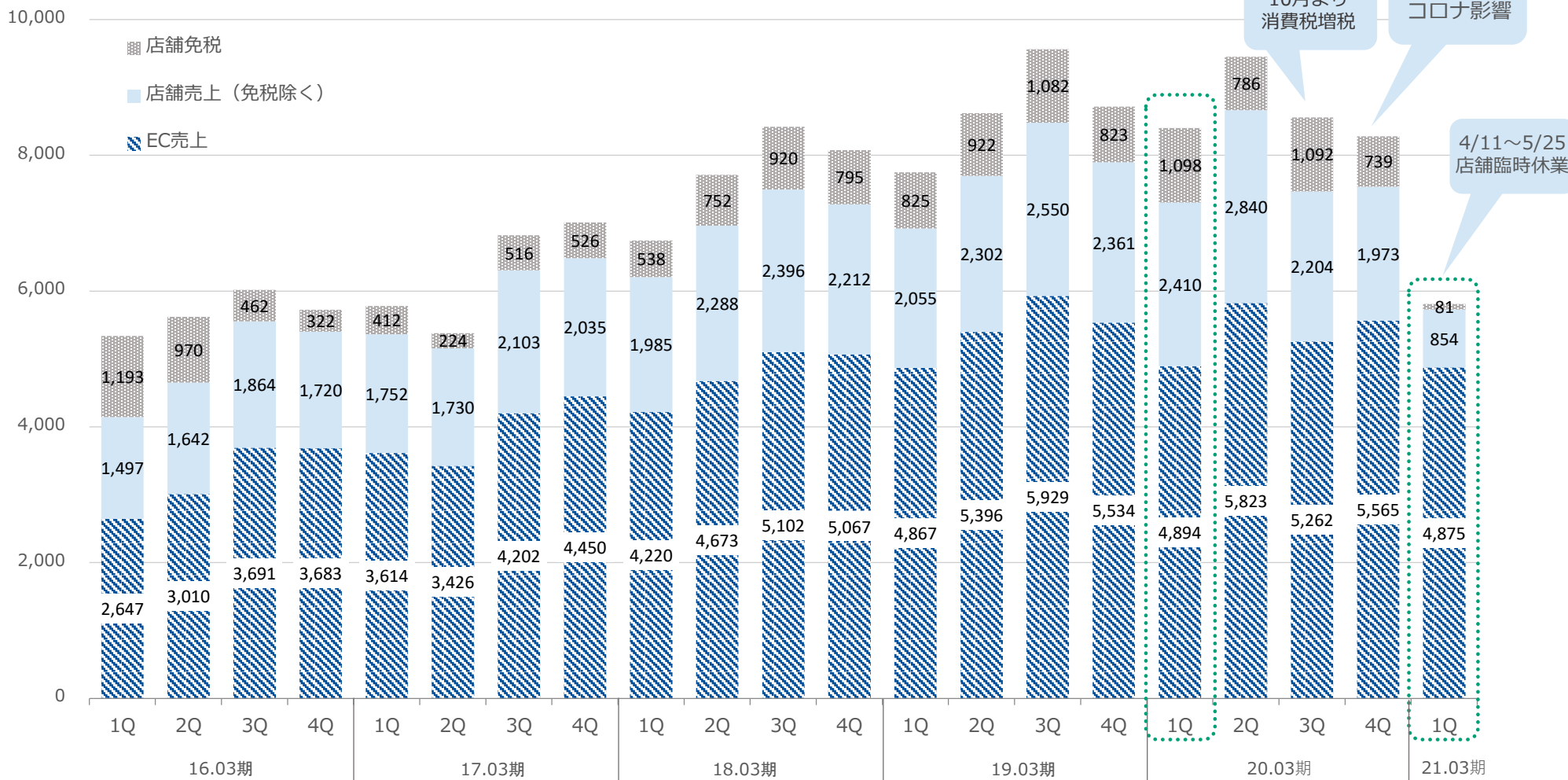
(単位：百万円)



# 販売チャネル別売上高の四半期推移



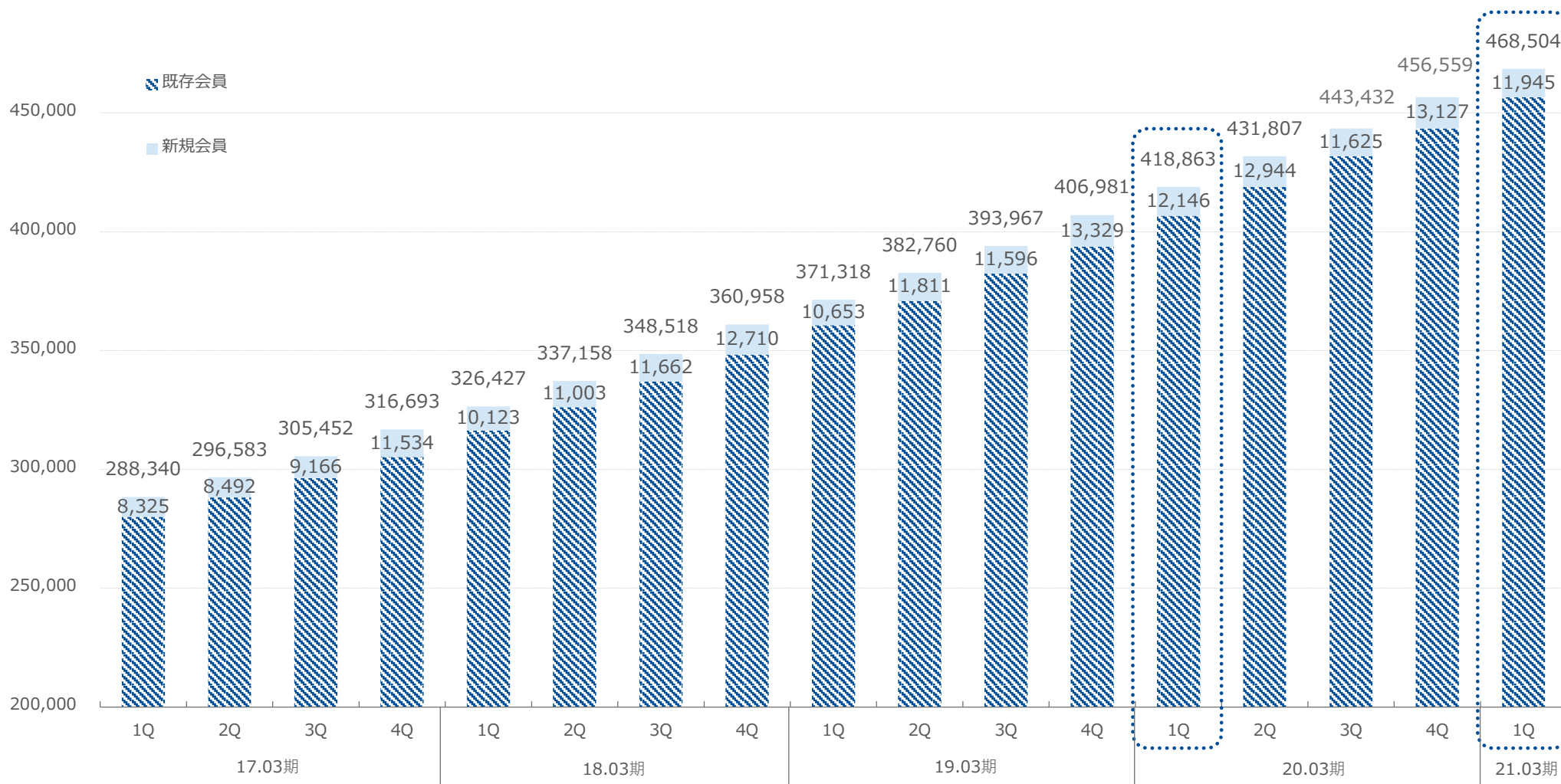
(単位：百万円)





## 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 前年同期比 **111.8%**
- コロナ環境下でも当社取扱商材（趣味・嗜好品）へのニーズ変わらず、シェア拡大継続



# Web会員数の会員属性

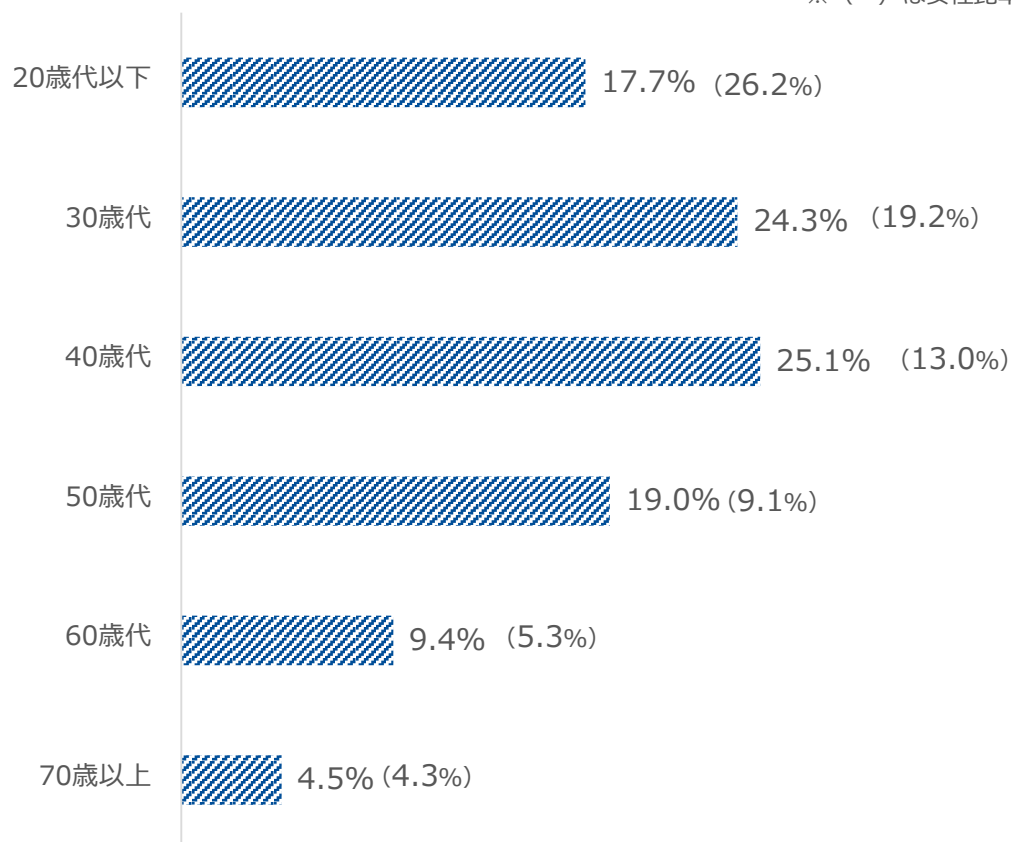


- 会員の年齢層は幅広く、10代～30代の割合は **42.0%**  
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は **22.1%** と高い
- 若い世代が構成比増加している中でも、利用平均単価は変わらず維持されている

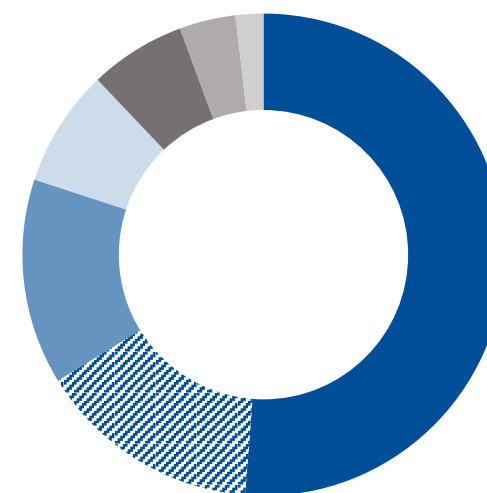
2020年6月末

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%

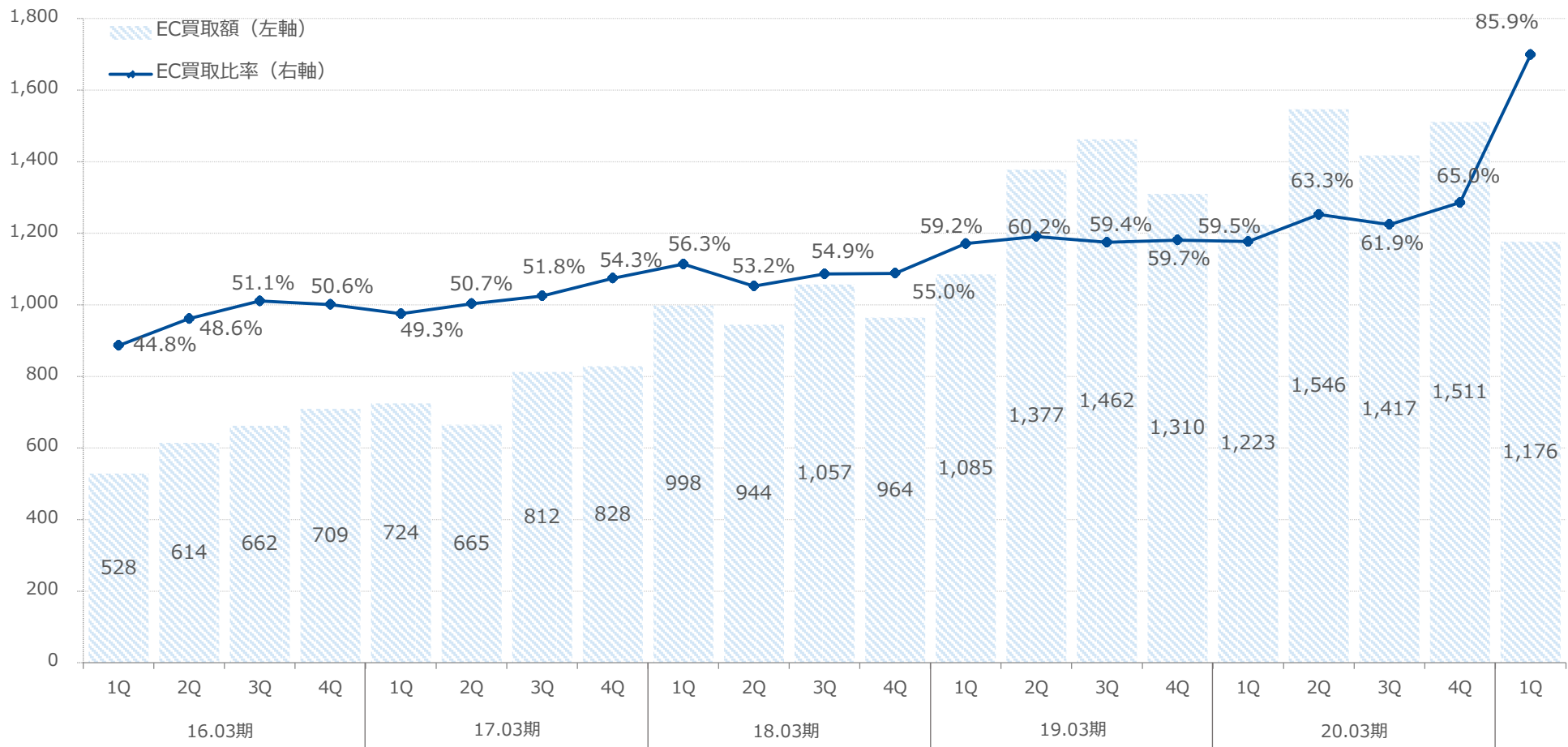


# カメラ事業 中古EC買取推移



- 6月からEC買取においてA Iによる顔認証本人確認サービス開始。  
4/11~5/25実店舗（買取含む）臨時休業もあり、1Q E C買取比率上昇。

(単位：百万円)



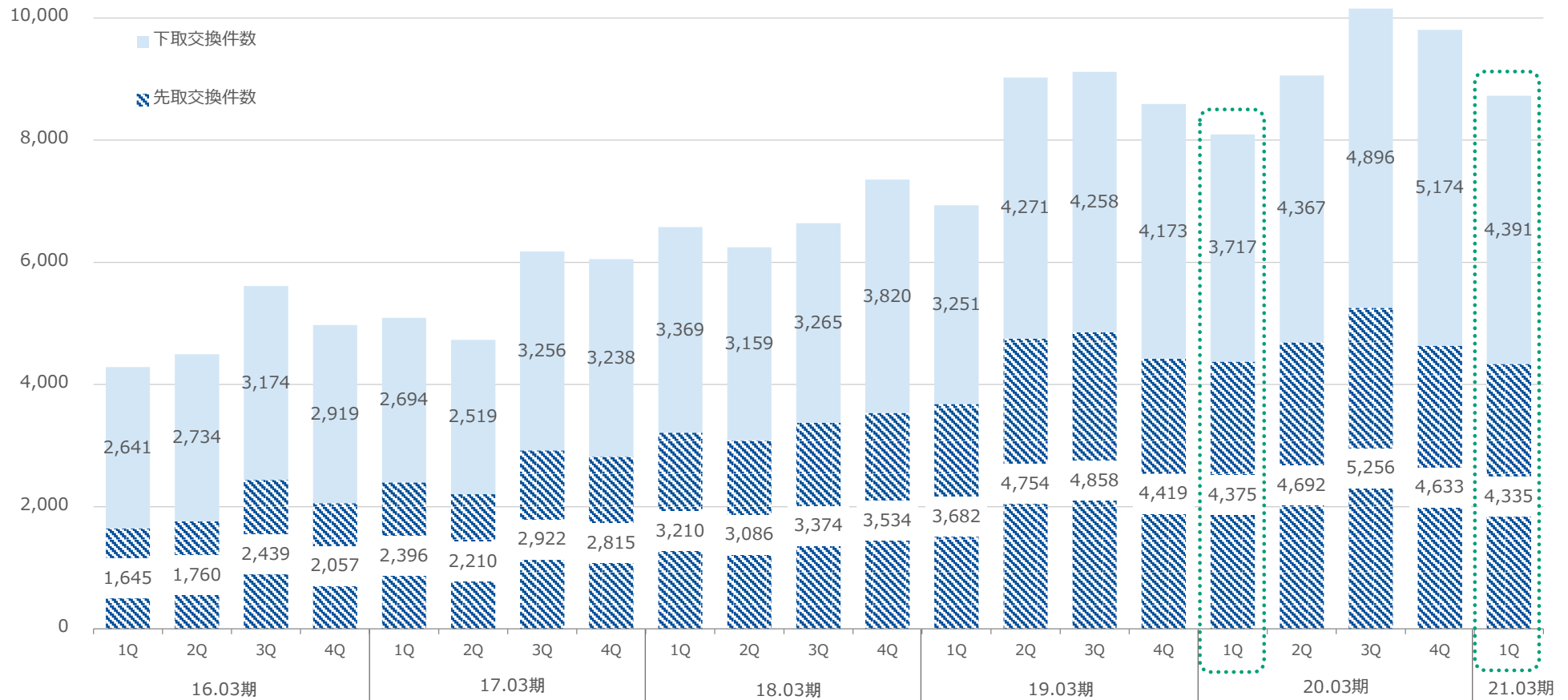


# カメラ事業 下取・先取交換件数推移



● 下取、先取交換 前年同期比 **107.8%**

4、5月人員リソース限定的な体制の影響で若干伸び率減少。6月から従来の体制に戻る



## 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。