



2021年3月期
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	211名（2021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

2021年3月期決算 ハイライト



(1~3Q:4~12月期)

- 1Qはコロナ影響大きかったものの、コロナ禍でも投資継続し、更にEC強化を図った6月以降EC好調持続。カメラメーカー各社からのフルサイズミラーレス新製品効果もあり、新品・中古買取、販売の好循環継続。2Q以降利益で大きく回復し、**3Q単体では四半期ベースの過去最高の営業利益額、営業利益率を更新。**
EC投資：AI顔認証買取、スマホWEBマガジン「StockShot」、+CGM、ユーザーQ&Aコンテンツ

(4Q:1~3月期)

- **4Qにおける緊急事態宣言再発出の中でも、カメラ、時計のEC好調に推移。**
また3Qに行った時計の戦略的な在庫投資により商品ランナップ拡充した価値ある財庫（ロレックス中心）がEC、店舗、免税での販売に大きくつながり、カメラEC好調とあわせ、**4Qにおいても売上、利益において期初計画を大きく上回る。4Q単体で四半期ベース過去最高売上高、3月度は過去最高月次売上高を更新。**
EC投資：AIMD（3/29ローンチ）

売上高

ECの更なる強化により2Q以降EC売上高好調持続、メーカー各社フルサイズミラーレス新製品効果もあり、中古、新品とも順調に推移。店舗はコロナ禍影響。3Q実施の時計戦略的在庫投資が4Q販売周り売上伸長。

EC売上高 前年同期比	1Q単体	98.4%	2Q単体	113.8%	3Q単体	137.0%	4Q単体	122.6%	年度	118.5%
店舗売上高 前年同期比	1Q単体	26.1%	2Q単体	54.0%	3Q単体	75.7%	4Q単体	113.1%	年度	64.2%

粗利率

粗利率は高い水準で維持。4Qは時計売上高構成比増加により、全体粗利率減少。

粗利率 実績	1Q単体	19.7%	2Q単体	18.9%	3Q単体	18.6%	4Q単体	17.5%	年度	18.5%
--------	------	--------------	------	--------------	------	--------------	------	--------------	----	--------------

営業利益

1Qは実店舗臨時休業影響もあり厳しい環境だが、2Q以降大きく回復、3Qは過去最高営業利益率更新、4Qも緊急事態宣言再発令の中、カメラ、時計順調に推移し利益額も大きく増加、業績賞与支給後で4.5%になる。

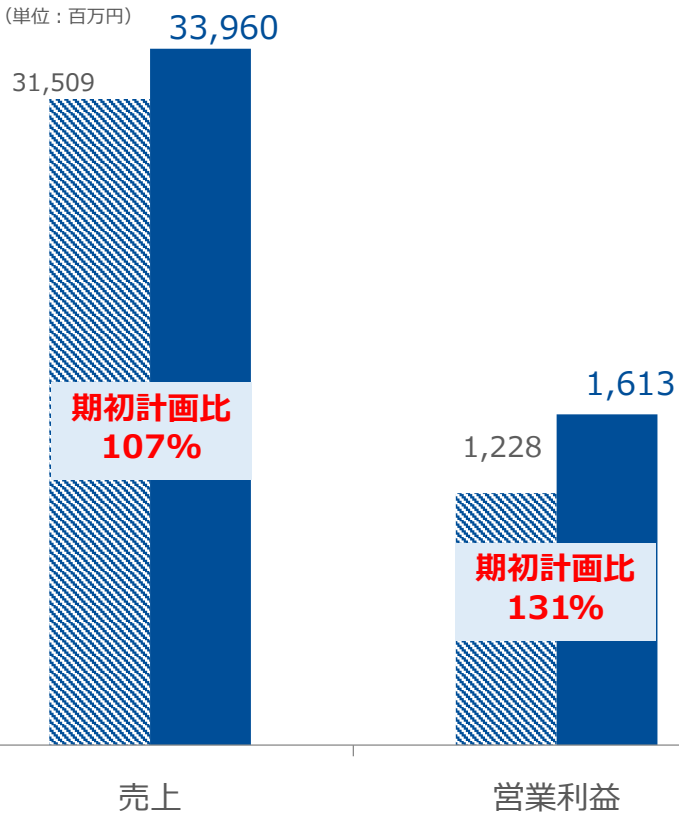
営業利益率 実績	1Q単体	1.9%	2Q単体	4.9%	3Q単体	6.6%	4Q単体	4.5%	年度	4.8%
----------	------	------	------	-------------	------	-------------	------	-------------	----	-------------

通期、四半期 期初計画比較

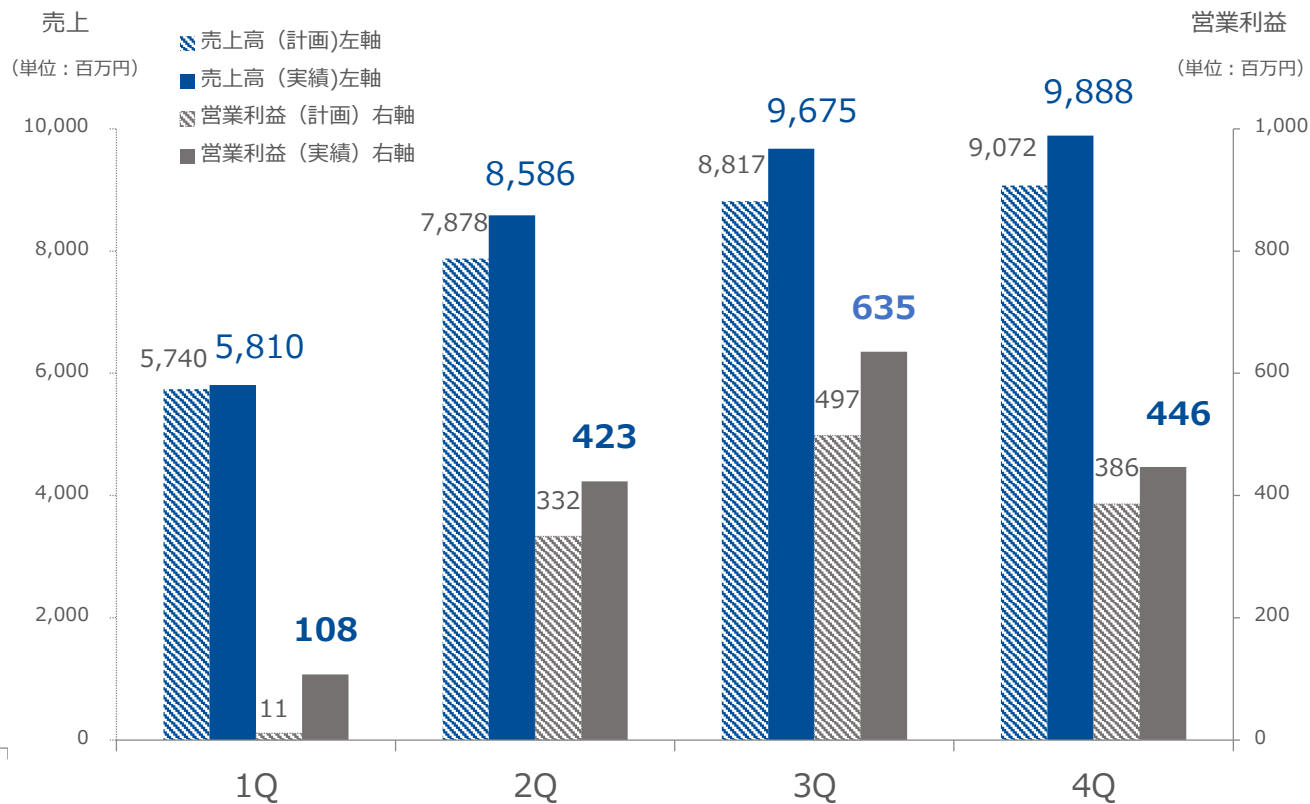


通年期初計画・実績比較

■ 通年計画
■ 通期実績
 (単位: 百万円)

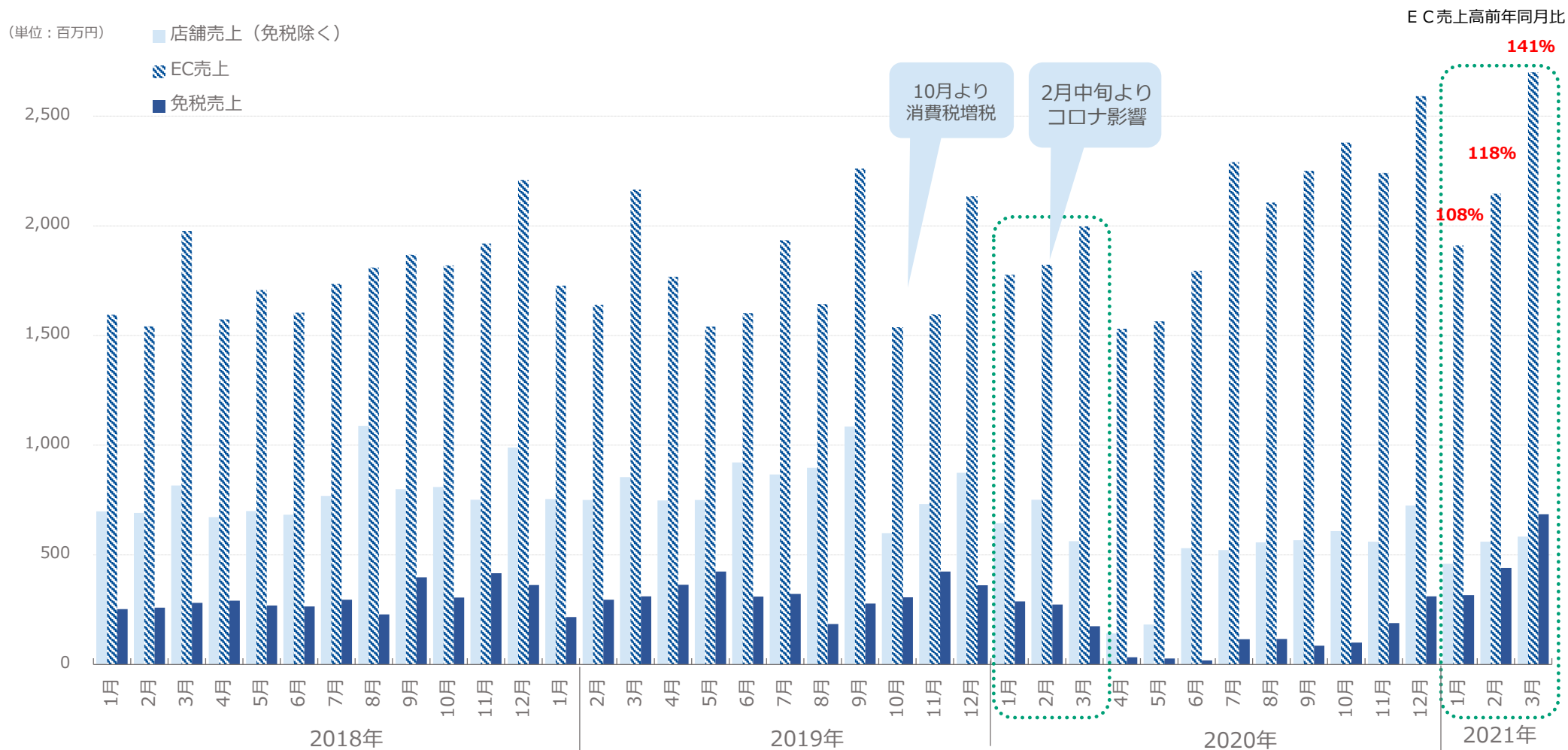


期初計画・実績四半期推移



チャネル別売上高推移

- EC : 6月以降 E C 更に強化し順調に推移。 **1月は緊急事態宣言再発出の影響若干でも、2, 3月 E Cカメラ中心に好調推移。3月度 E C売上高最高月商額更新。**
- 店舗 : 緩やかな推移。
- 免税 : 免税売上高は4月～10月限定的推移、11～1月若干上昇。 **2月以降時計販売強く伸長。**



EC売上高推移

● 自社サイト売上高順調に推移、独自の仕組み強化（A I 顔認証、WEBマガジン、+ CGM等）でシェア拡大

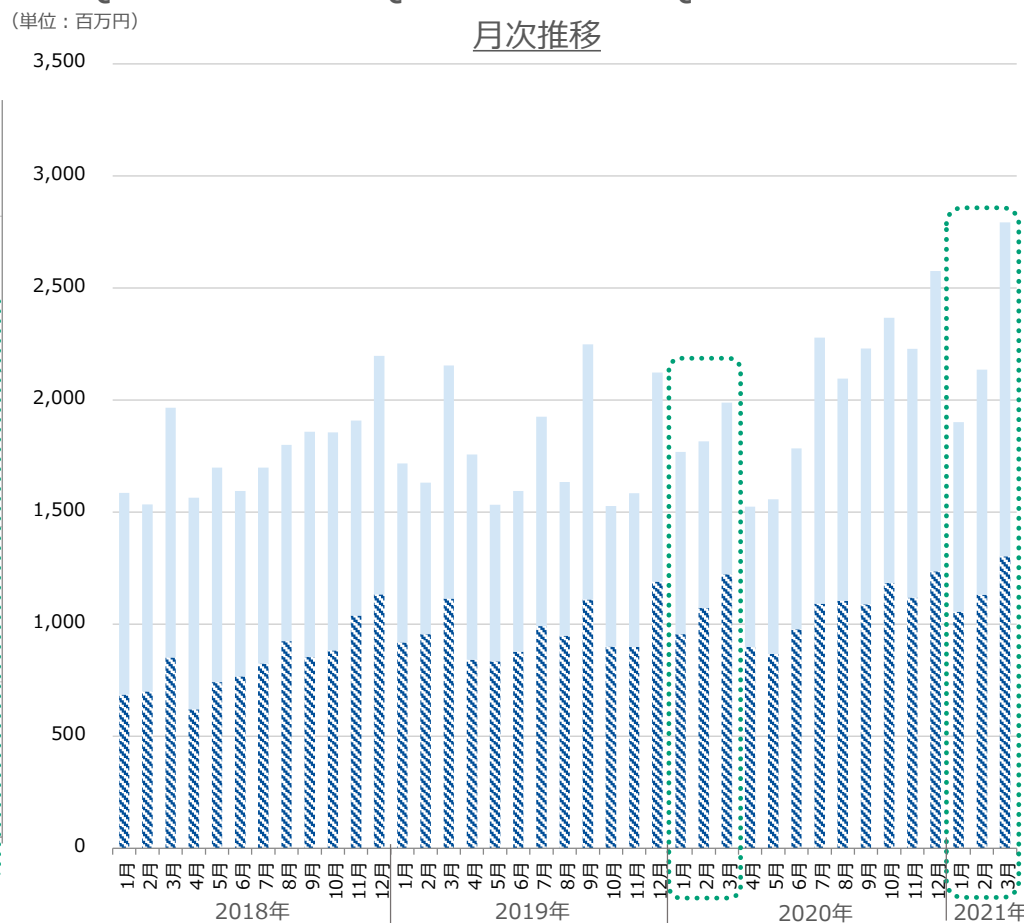
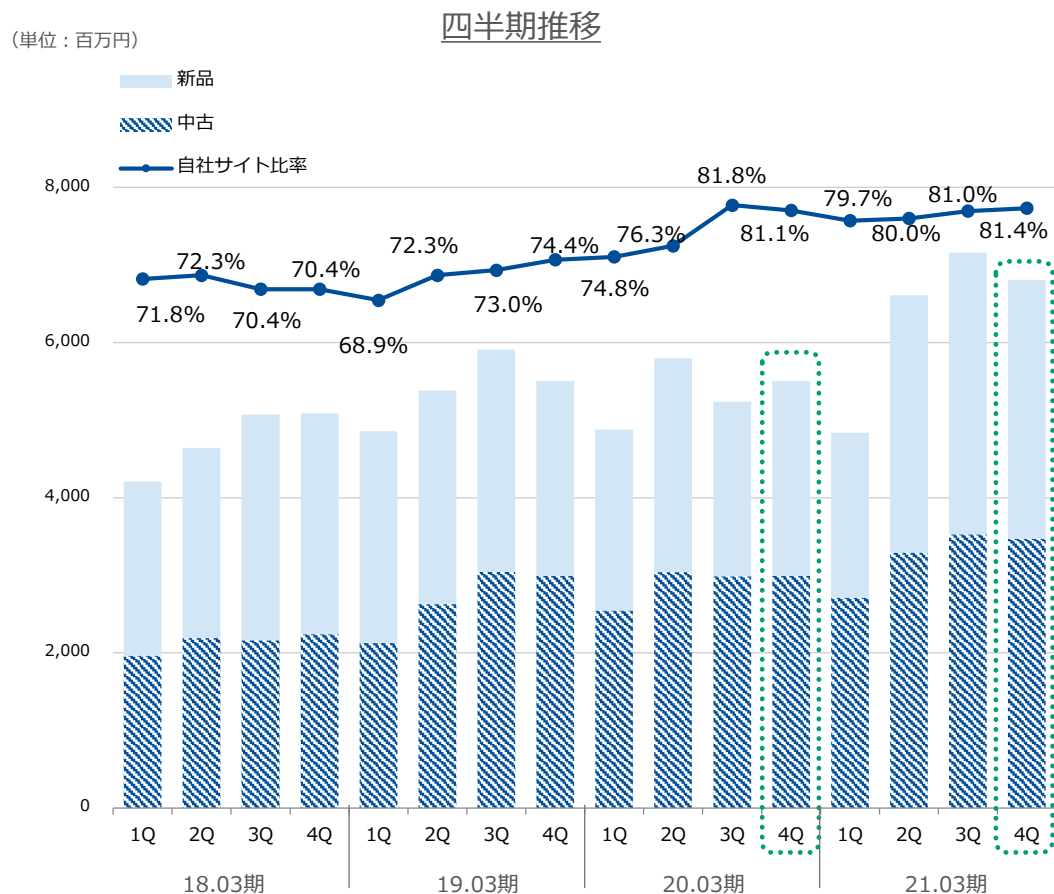
EC自社サイト比率 80%と高い水準を実現

【全体EC売上高前年同期比】 1Q: 99.6% 2Q: 113.8% **3Q: 137.0%** 4Q: 122.6%

【自社サイト売上高前年同期比】 1Q: 106.2% 2Q: 120.7% **3Q: 135.8%** 4Q: 123.1%

【自社サイト比率】 **2021.3期: 80.8%**

【モール売上高前年同期比】 1Q: 80.1% 2Q: 91.8% 3Q: 142.8% 4Q: 120.7%

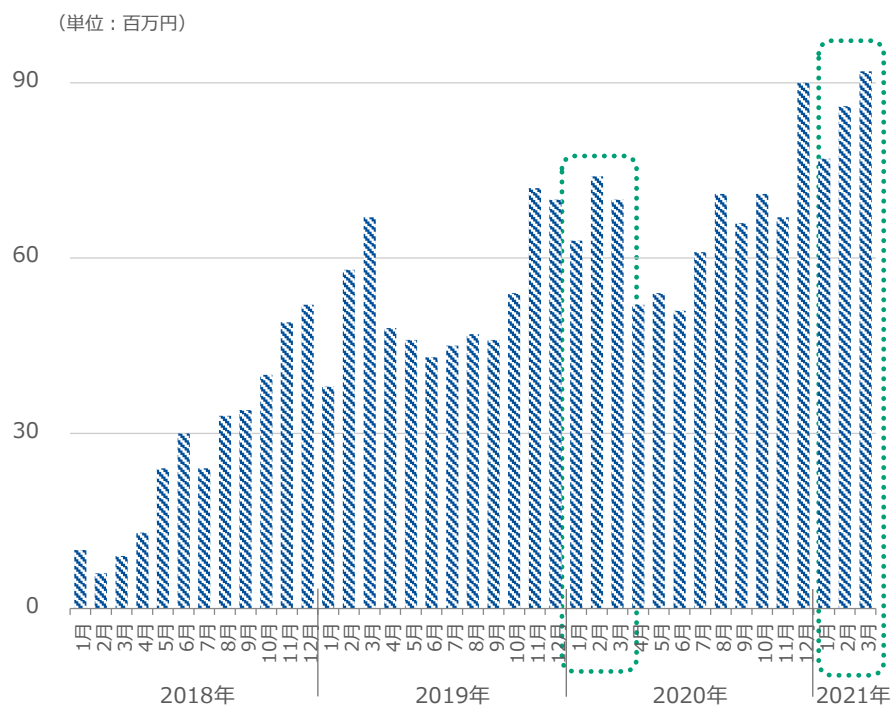


店舗・免税・越境EC 売上高推移

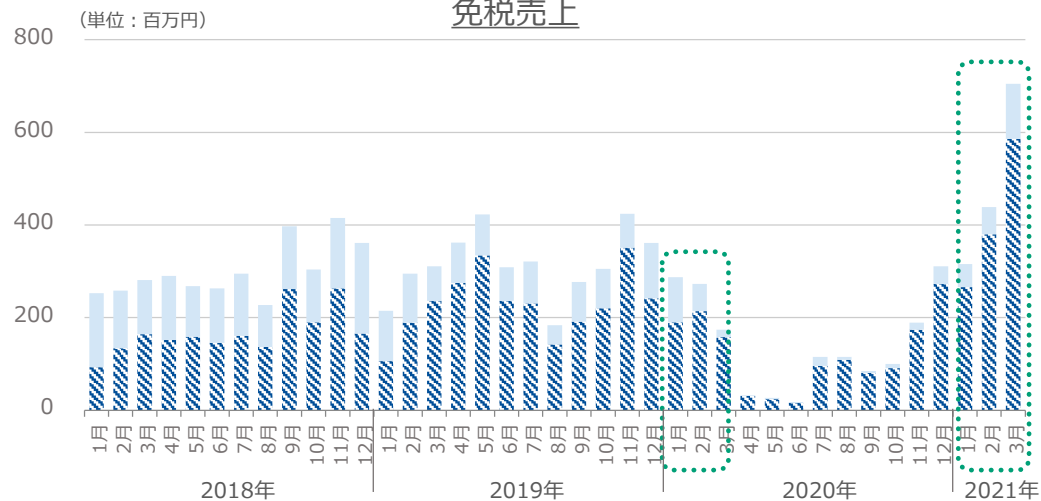


- 越境EC順調に推移。
- 免税売上高は、3Q実施の時計ラインナップ拡充が円安効果もあり、2、3月免税伸長。

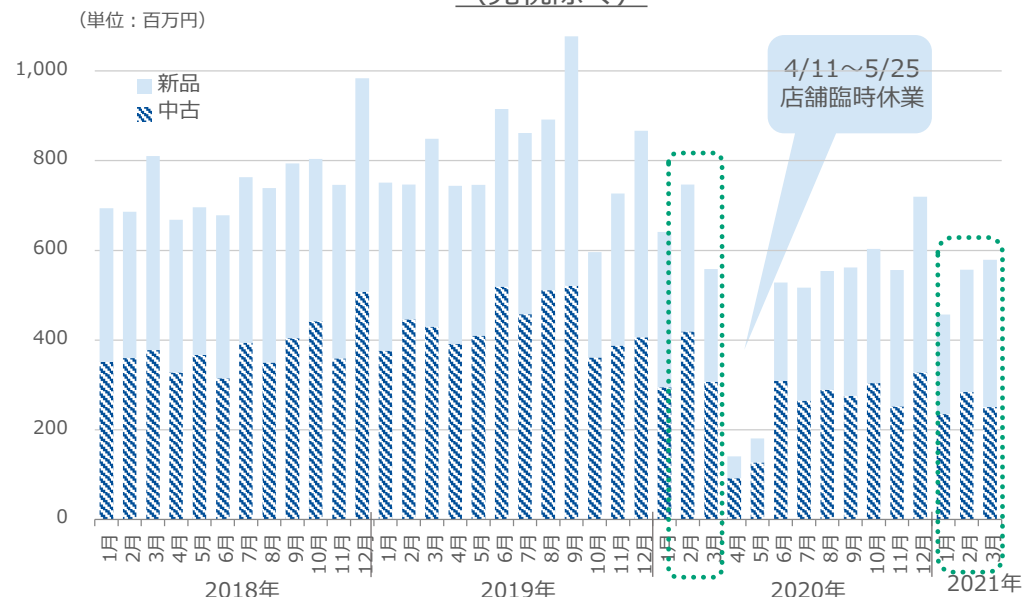
越境EC売上



免税売上



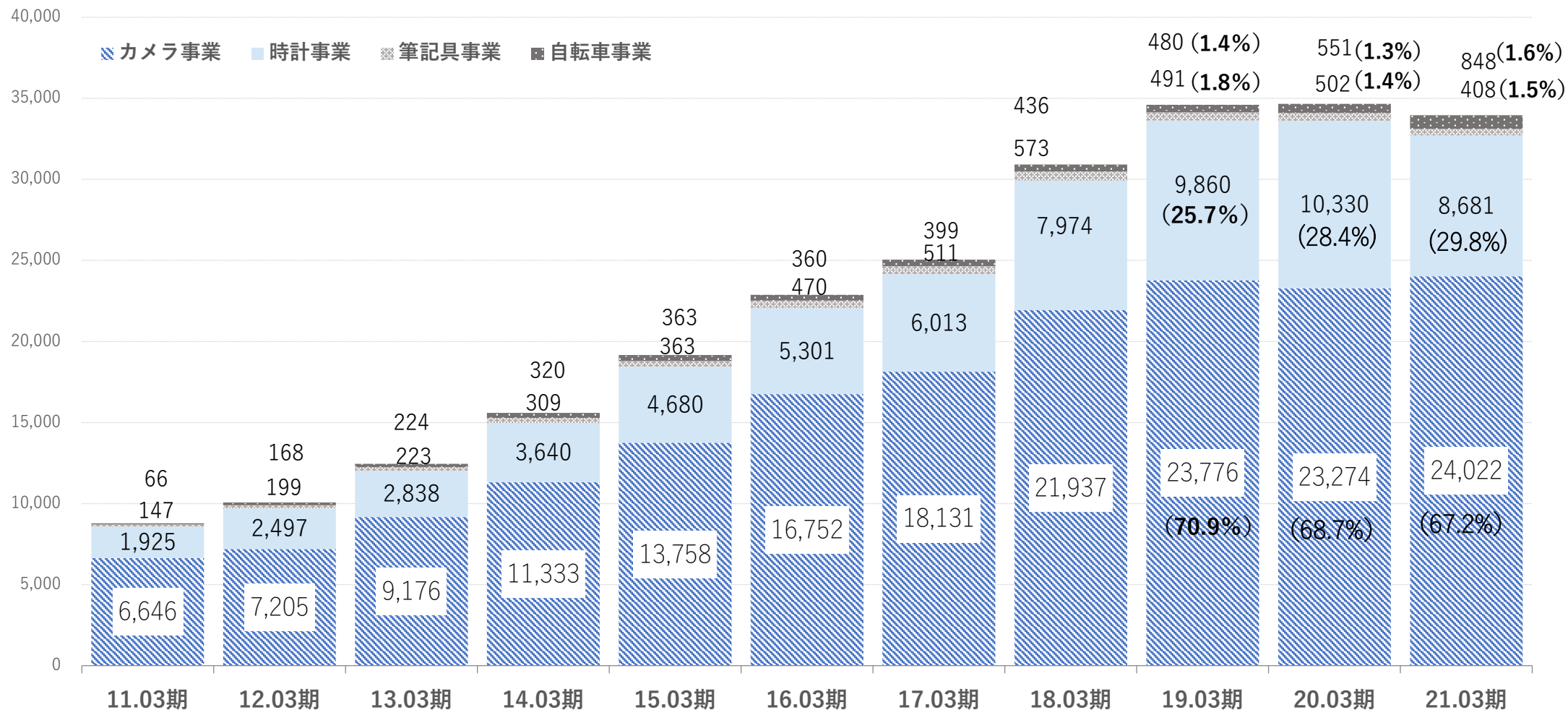
店舗売上
(免税除く)



事業別売上高の年度推移



(単位：百万円)

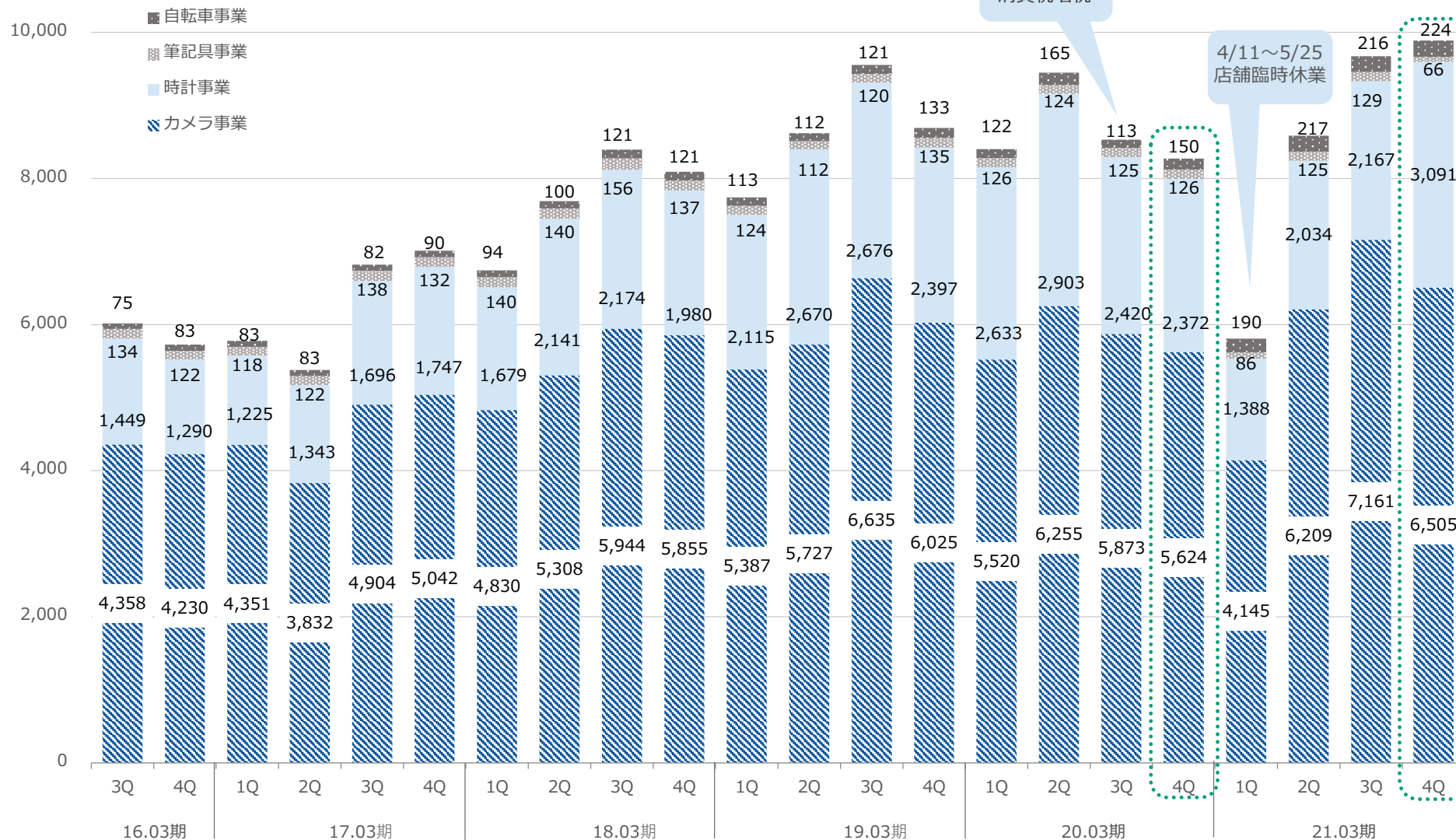


事業別売上高の四半期推移



● Withコロナ状況下においても、各事業（商材）とも順調に推移。

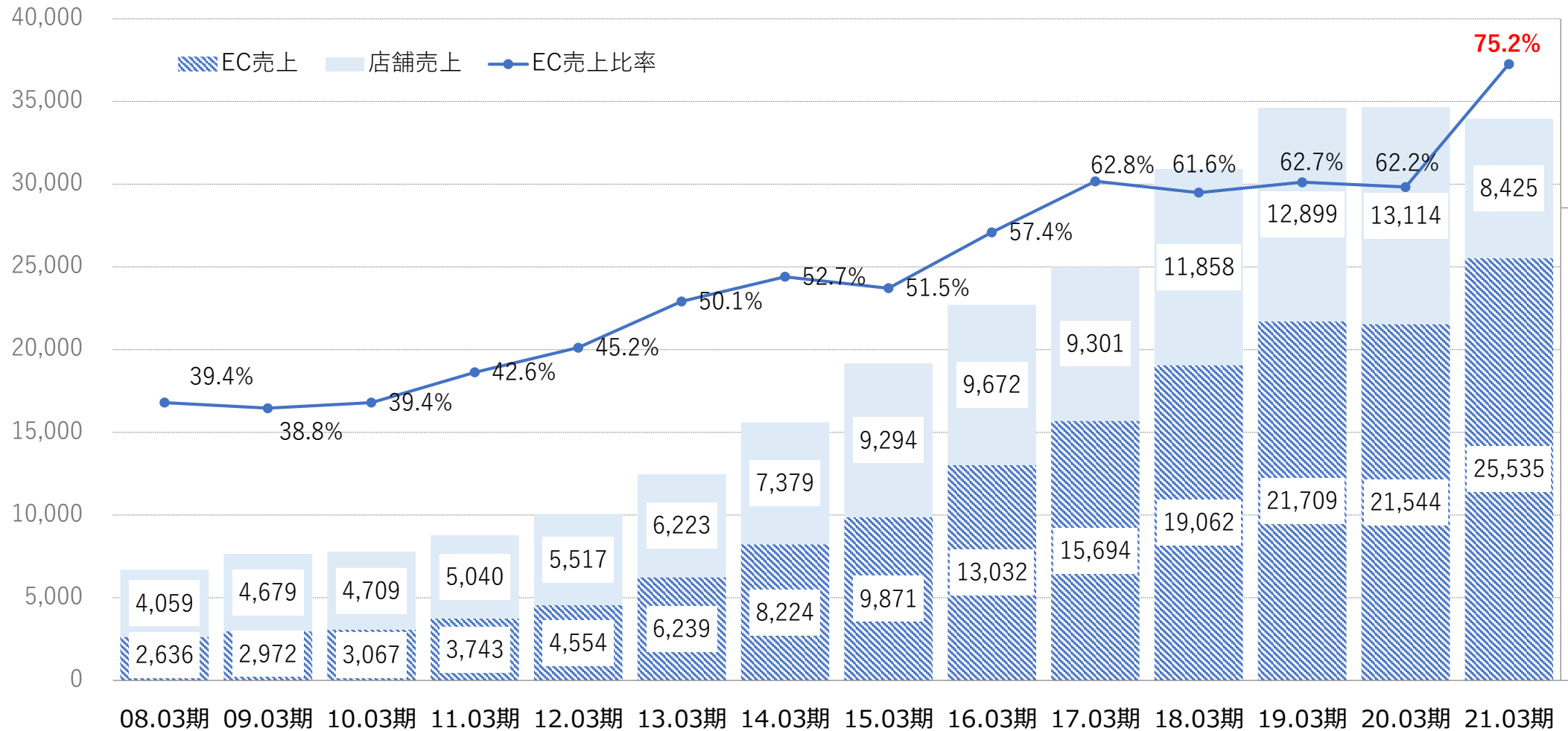
(単位：百万円)



販売チャネル別売上高の年度推移



● Withコロナ状況下で店舗売上減収だが、EC売上高伸び、EC比率75.2%まで上昇。



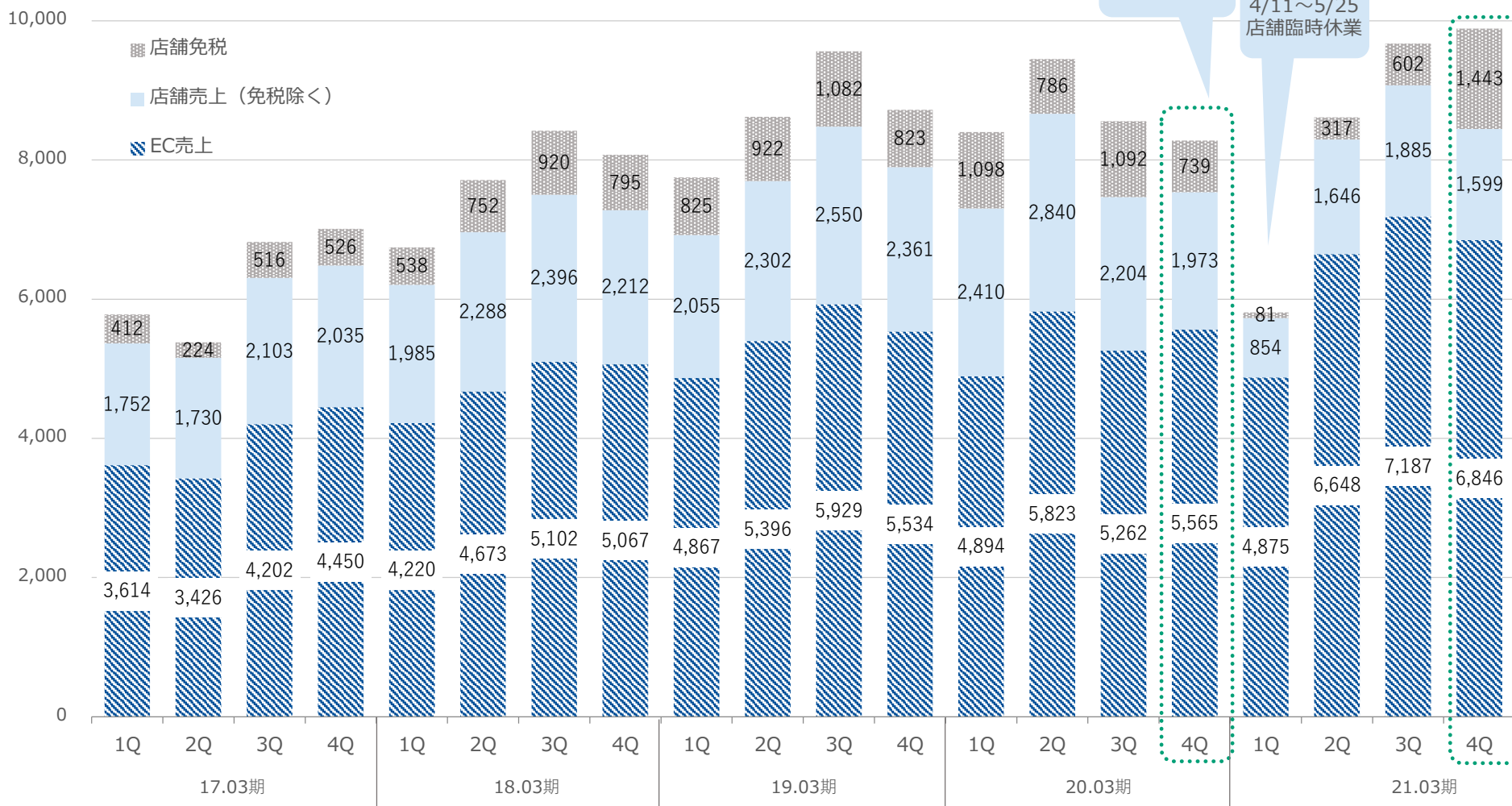
東証マザーズ上場
2012年12月

東証1部市場変更
2015年12月

販売チャネル別売上高の四半期推移

- **引き続き E C 売上高好調に推移、4Q四半期ベース過去最高売上高更新、3月度は全体、E C 売上高ともに12月度を上回り過去最高月次売上高を更新。**

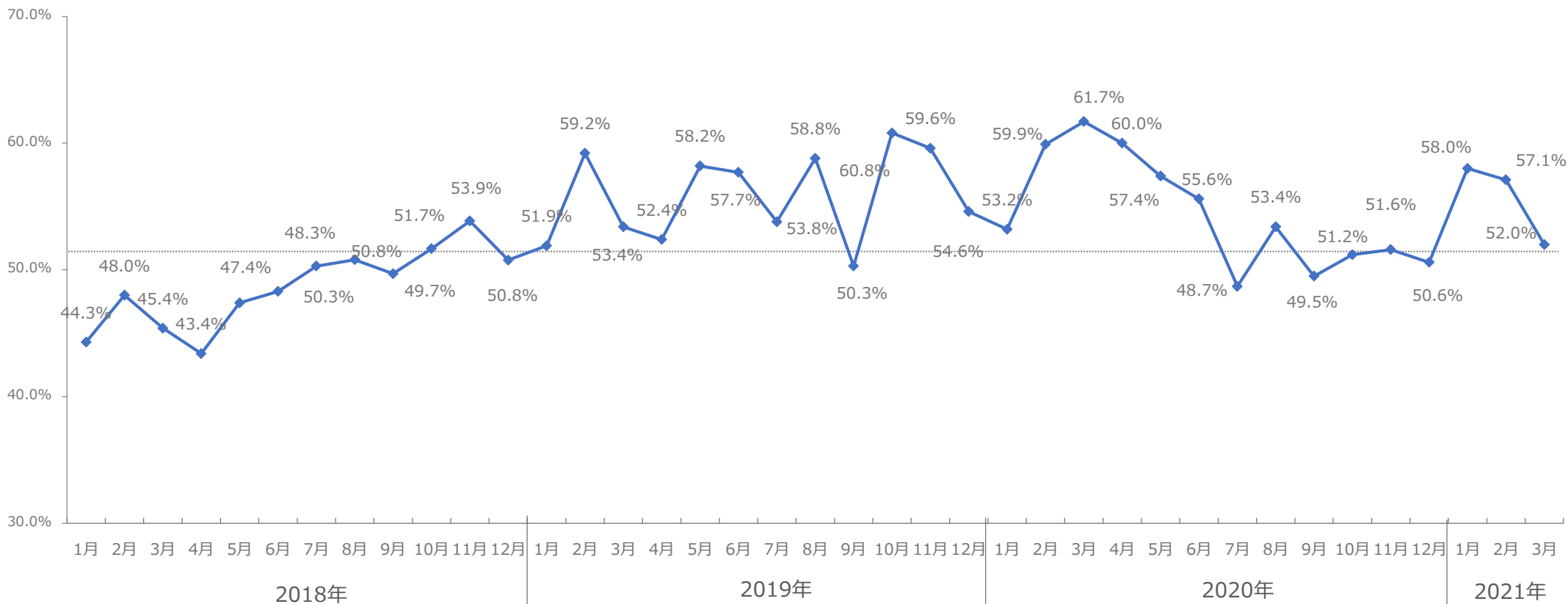
(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移



- 中古品売上高順調なうえ、7月以降カメラ新製品も販売好調で、新品比率増加。12月、3月も各社のフルサイズミラーレス新製品販売好調。



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	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%	56.8%	50.6%	51.0%	54.9%

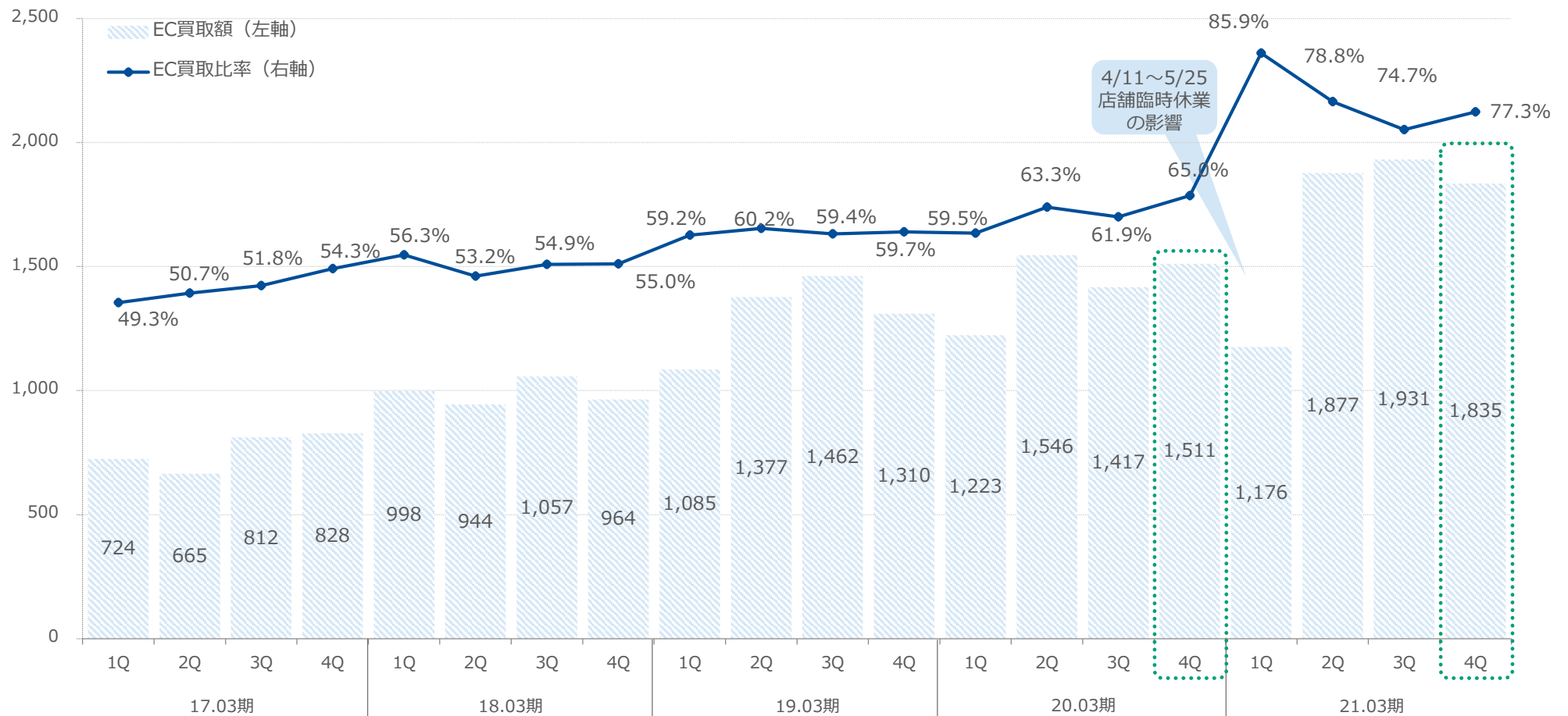


カメラ事業 中古EC買取推移



- 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。
- 2Q以降新製品効果含めEC買取・販売好調推移し、4Qも前年同期比**121.4%**と順調な推移。

(単位：百万円)



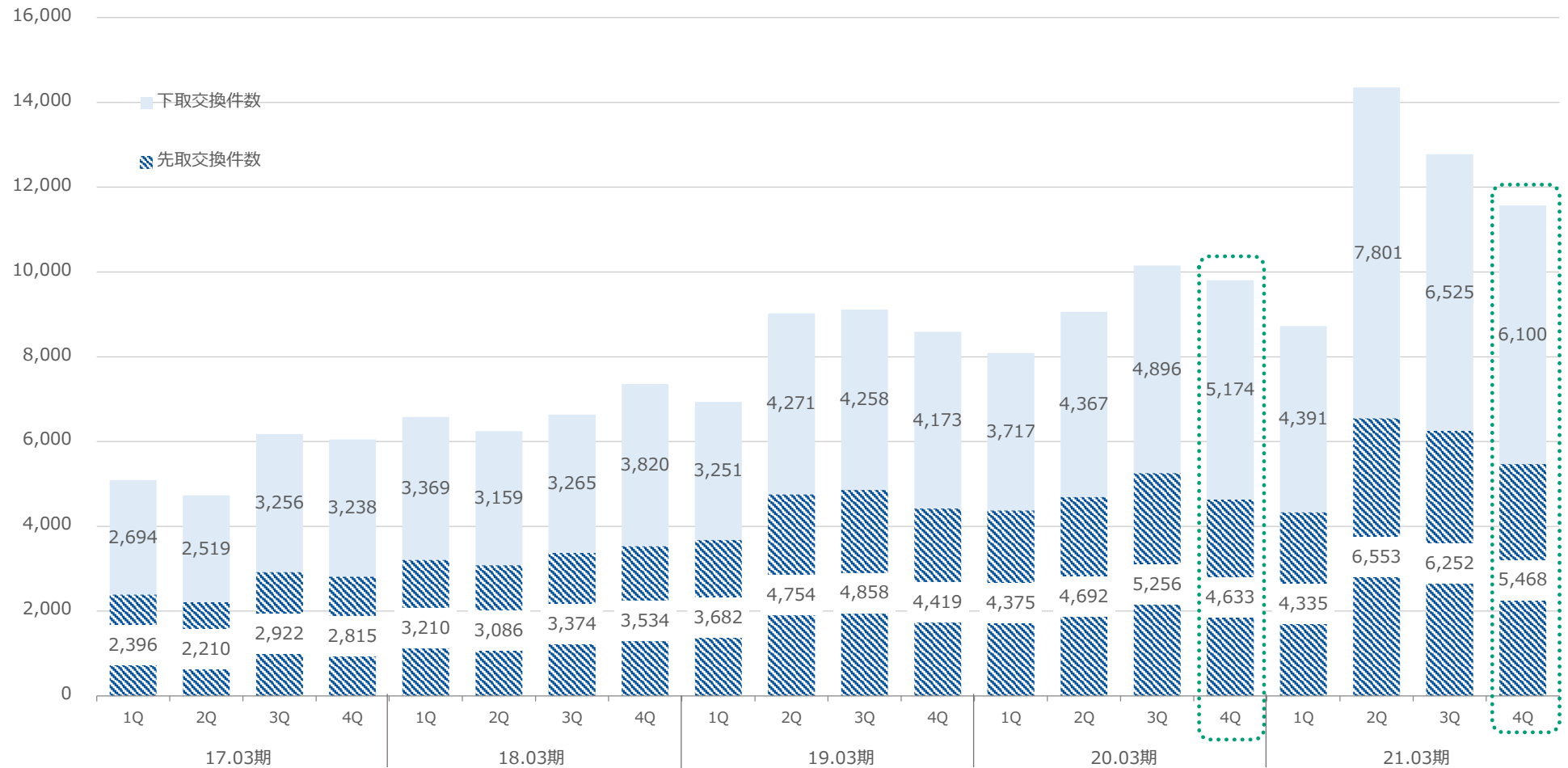


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



● 4Q下取、先取交換 前年同期比 **118.0%**

フルサイズミラーレス新製品効果、一眼レフからフルサイズミラーレスへの本格移行により、下取・先取交換堅調推移継続。



決算概要：前年同期比較

売上高

前期比：全体98.0% EC 118.5% 店舗 64.2%
 店舗はコロナ影響あるものの、EC好調に推移。3Q以降は増収増益。
 【四半期別増収率】1Q 69.2% 2Q 90.9% 3Q 113.4% 4Q 119.5%

粗利率

カメラ中古粗利率が高く維持され、全体粗利率牽引し、**前期比+0.5%pt改善し、18.5%**

販管費

コロナ環境下でもEC強化の投資継続したこと、店舗減収影響もあり、0.9pt増加

利益

粗利率改善しているが、1Qの影響あり、通年では若干の減益。
2Q以降利益大きく回復、3Q過去最高利益更新し、期初利益計画は大きく上回る。

(単位：百万円)	20.03期 通期		21.03期 通期				
	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	34,658	-	33,960	-	98.0%	31,509	2,451
売上総利益	6,241	18.0%	6,296	18.5%	100.9%	—	—
販売管理費	4,487	12.9%	4,683	13.8%	104.4%	—	—
営業利益	1,754	5.1%	1,613	4.8%	91.9%	1,228	385
経常利益	1,735	5.0%	1,623	4.8%	93.6%	1,236	387
当期純利益	1,193	3.4%	1,067	3.1%	89.4%	807	260

販売管理費の前年同期比較

- 売上高販管費比率3Q単体12.1%、4Q単体は業績賞与計上後でも13.0%となる。

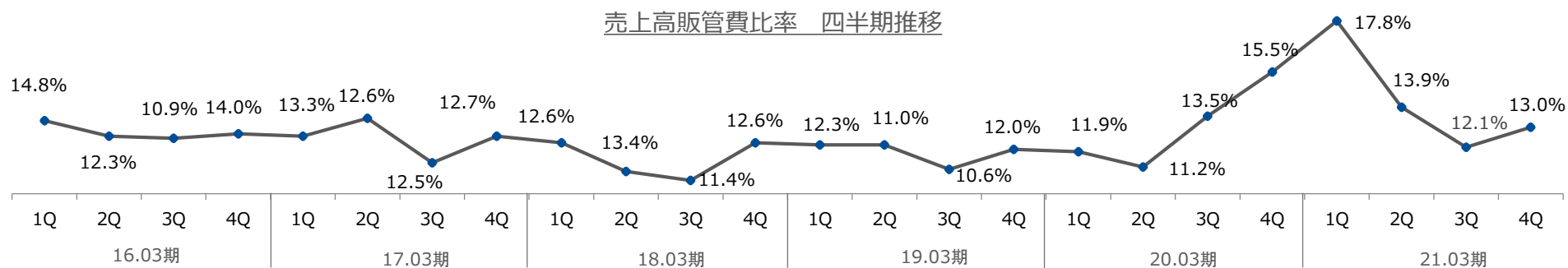
(単位:百万円)	20.03期 通期		21.03期 通期		前年比	
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減
人件費	1,334	3.9%	1,404	4.1%	+0.2%	+70
広告宣伝費	54	0.2%	56	0.2%	+0%	+2
販売促進費	732	2.1%	803	2.4%	+0.3%	+71
業務委託費	264	0.8%	291	0.9%	+0.1%	+27
支払手数料	824	2.4%	879	2.6%	+0.2%	+55
減価償却費	213	0.6%	161	0.5%	▲0.1%	▲52
地代家賃	269	0.8%	344	1.0%	+0.2%	+75
その他	793	2.3%	741	2.2%	▲0.1%	▲52
販売管理費計	4,487	12.9%	4,683	13.8%	+0.8%	+196

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。
終業時間を早め、残業代は保証。

EC売上高伸長による増加。
売上比の変化は、コロナ影響による売上構成比変化による。
EC売上比率：前期62% → 当期75%

1カテゴリ×1オフィスの投資
時計、筆記具事業移転拡張による。







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
		12.8%	12.8%	12.4%	11.5%	12.0%	12.9%

事業別業績の前年同期比較



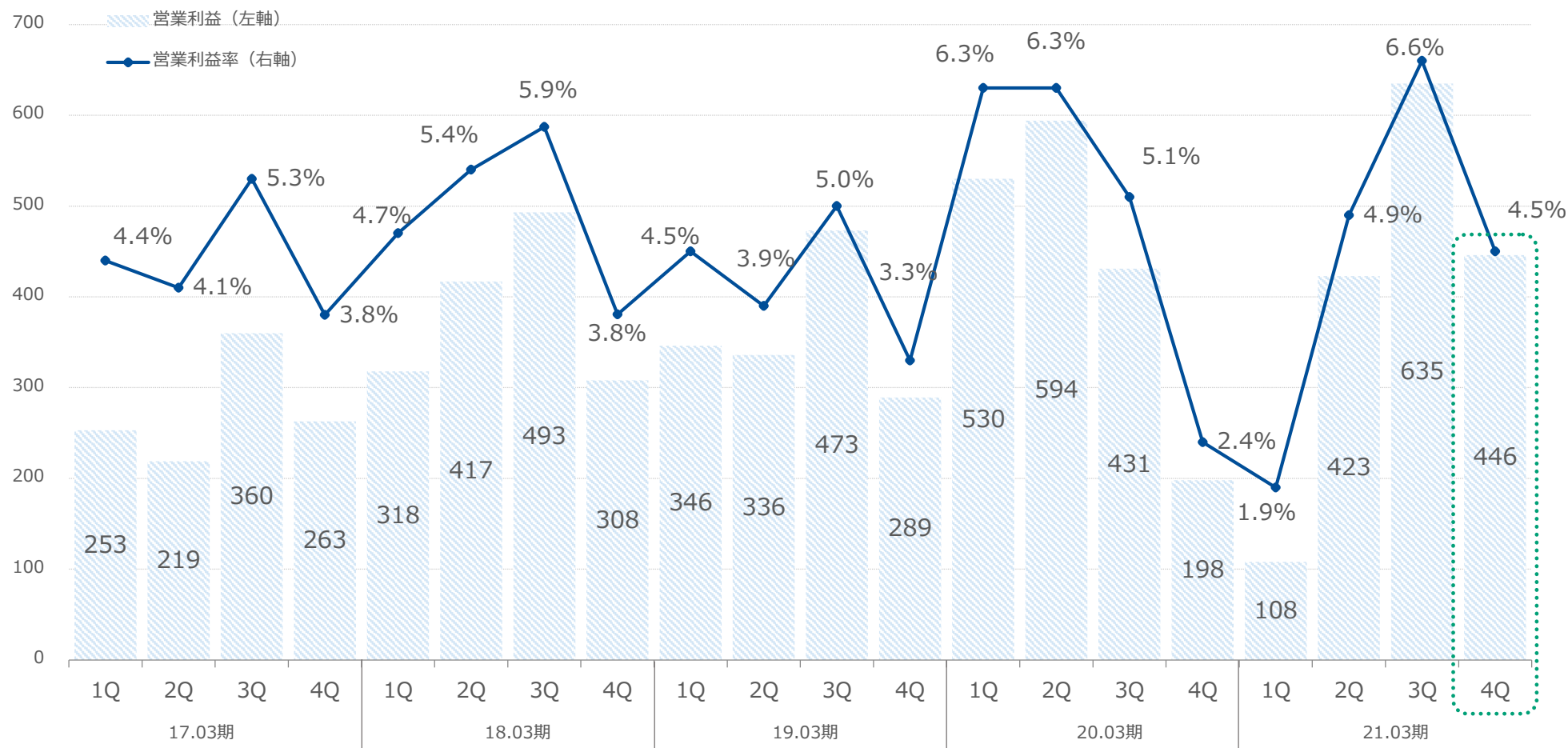
(単位：百万円)

事業・販売チャネル () 売上構成比	20.03期 通期	21.03期 通期	前年比	備考	
 Map Camera® カメラ事業 (70.7%)	EC売上	17,193	20,762	120.8%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC売上高は2Q以降好調推移。 ● EC売上高前年同期比：1Q 95.4% 2Q 118.2% 3Q 139.7% 4Q 127.6% ● 店舗売上高は4/11～5/25臨時休業により減少。6月以降もよりECにシフト。 ● 中古カメラの粗利率改善維持と、新品粗利率も堅調で利益確保。
	店舗売上	6,080	3,260	53.6%	
	カメラ売上計	23,274	24,022	103.2%	
	セグメント利益	2,305	2,324	100.8%	
 GMT 時計事業 (25.6%)	EC売上	3,503	3,633	103.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● コロナ影響により店舗売上減少するも、ECでの購入単価も増加し、EC売上高順調推移。 ● 実店舗営業再開後は売上高緩やかに回復。 ● 3Qに行った時計戦略的在庫投資が4Qで販売に大きくつながり、4Q単体は時計事業売上高前年同期比130.3%と大きく増加。
	店舗売上	6,826	5,047	73.9%	
	時計売上計	10,330	8,681	84.0%	
	セグメント利益	555	357	64.2%	
 KINGDOM NOTE® 筆記用具事業 (1.2%)	EC売上	369	344	93.3%	<ul style="list-style-type: none"> ● 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い。 ● 店舗売上高は4/11～5/25臨時休業により減少。 ● セグメント赤字は生産性向上、費用低減による対応していく。
	店舗売上	133	63	47.4%	
	筆記用具売上計	502	408	81.1%	
	セグメント利益	22	▲30	-	
 CROWN GEARS 自転車事業 (2.5%)	EC売上	478	794	166.2%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC売上高がトレーニング器具、パーツ、本体含め自社、モールともに好調推移。特に自社ECサイト好調で、自社EC売上3Q306.2% 4Q 239.9%と大幅増収 ● 大幅増収により利益も大幅伸長。
	店舗売上	73	53	73.1%	
	自転車売上計	551	848	153.8%	
	セグメント利益	13	40	309.5%	
合計	EC売上	21,544	25,535	118.5%	<ul style="list-style-type: none"> ● 全事業のEC売上高が順調に推移。
	店舗売上	13,114	8,425	64.2%	
	売上高合計	34,658	33,960	98.0%	

営業利益・営業利益率の四半期推移

- 1Q (4~6月期) コロナ影響 (実店舗臨時休業等) 大きかったものの、2Q営業利益率ともに大きく改善し、**3Q (10~12月期) 四半期過去最高営業利益額、利益率更新。**
- 4Q (1~3月期) もカメラE C、時計売上高好調で業績賞与計上後で前年同期比225.3%と大幅増益。**

(単位: 百万円)



貸借対照表 前四半期末比較



- 20.3期末ではコロナ環境下においてキャッシュポジションを高めたものを、21.3期に投資継続 EC強化の投資と時計戦略的ランナップ拡充（R O L E X 中心に）9月末⇒12月末時計財庫20億円増加。
- カメラ新製品効果含め E C で順調に買い替え（買取・販売）増加

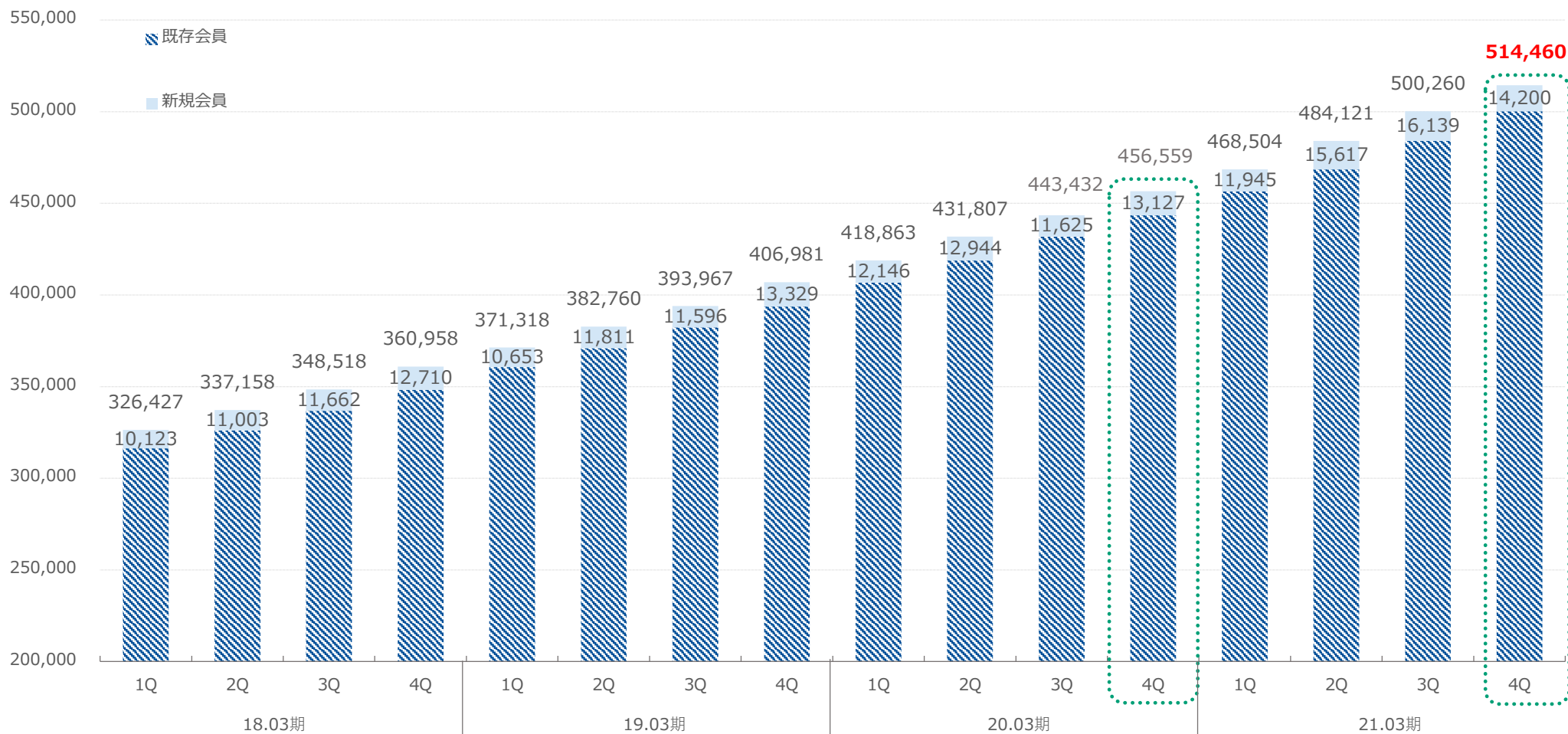
（単位：百万円）

	20.03期	21.03期	
		実績	増減
流動資産	10,810	11,178	+ 361
現預金	3,528	1,827	▲1,701
商品	5,292	6,826	+ 1,533
固定資産	1,198	1,434	▲11
資産合計	12,008	12,613	+ 844
流動負債	3,633	3,989	+ 356
固定負債	2,671	2,218	▲452
負債合計	6,304	6,208	▲96
純資産合計	5,703	6,404	+ 700
負債・純資産合計	12,008	12,613	+ 614

Web会員数の四半期推移



- 新規会員数、7月以降は月5,000名台が継続
 - 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
- 12月末累計会員数 **50万名突破**



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 41.9%

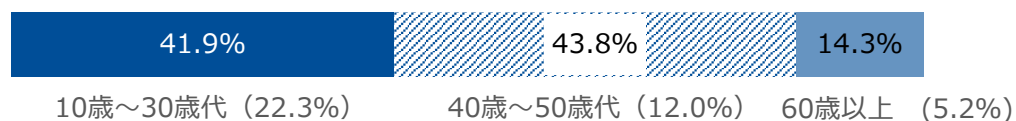
インスタなどのSNS普及により、10代～30代の女性比率は 22.3%と高い

● 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

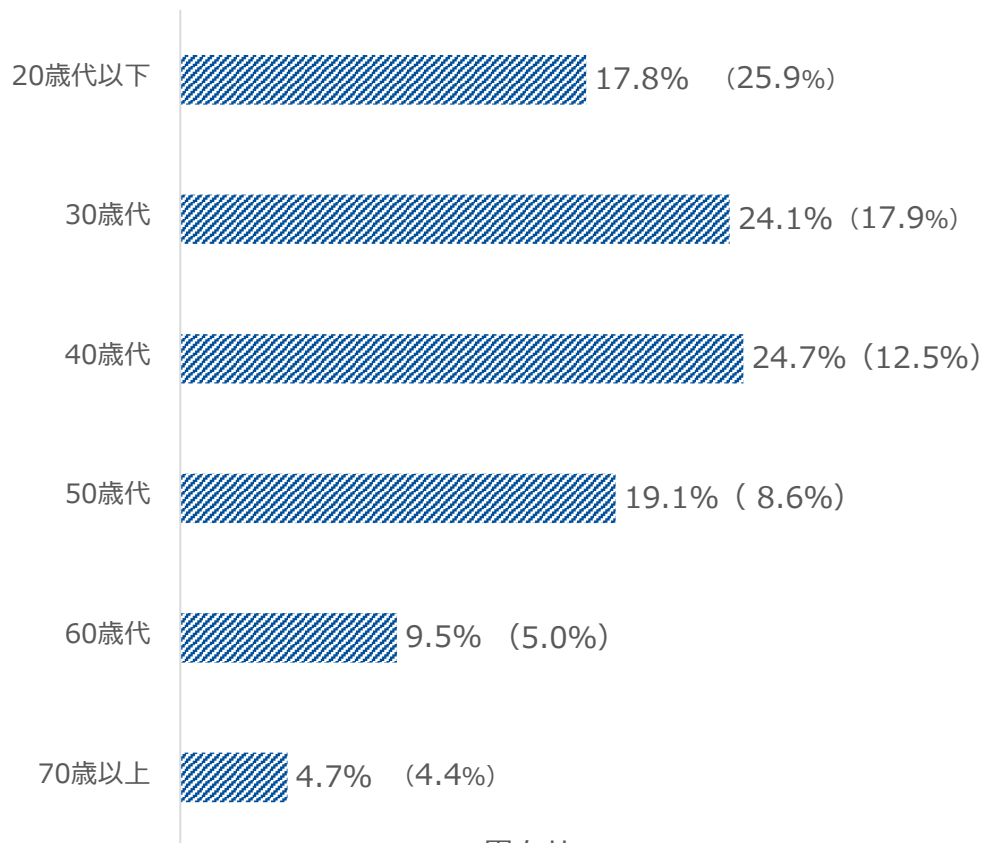
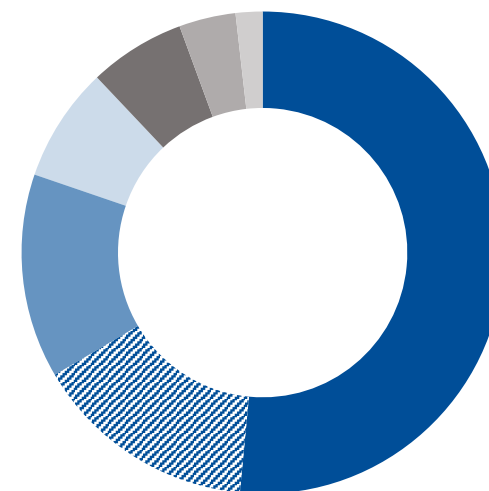
2021年3月末

世代分布

※ () は女性比率



エリア分布

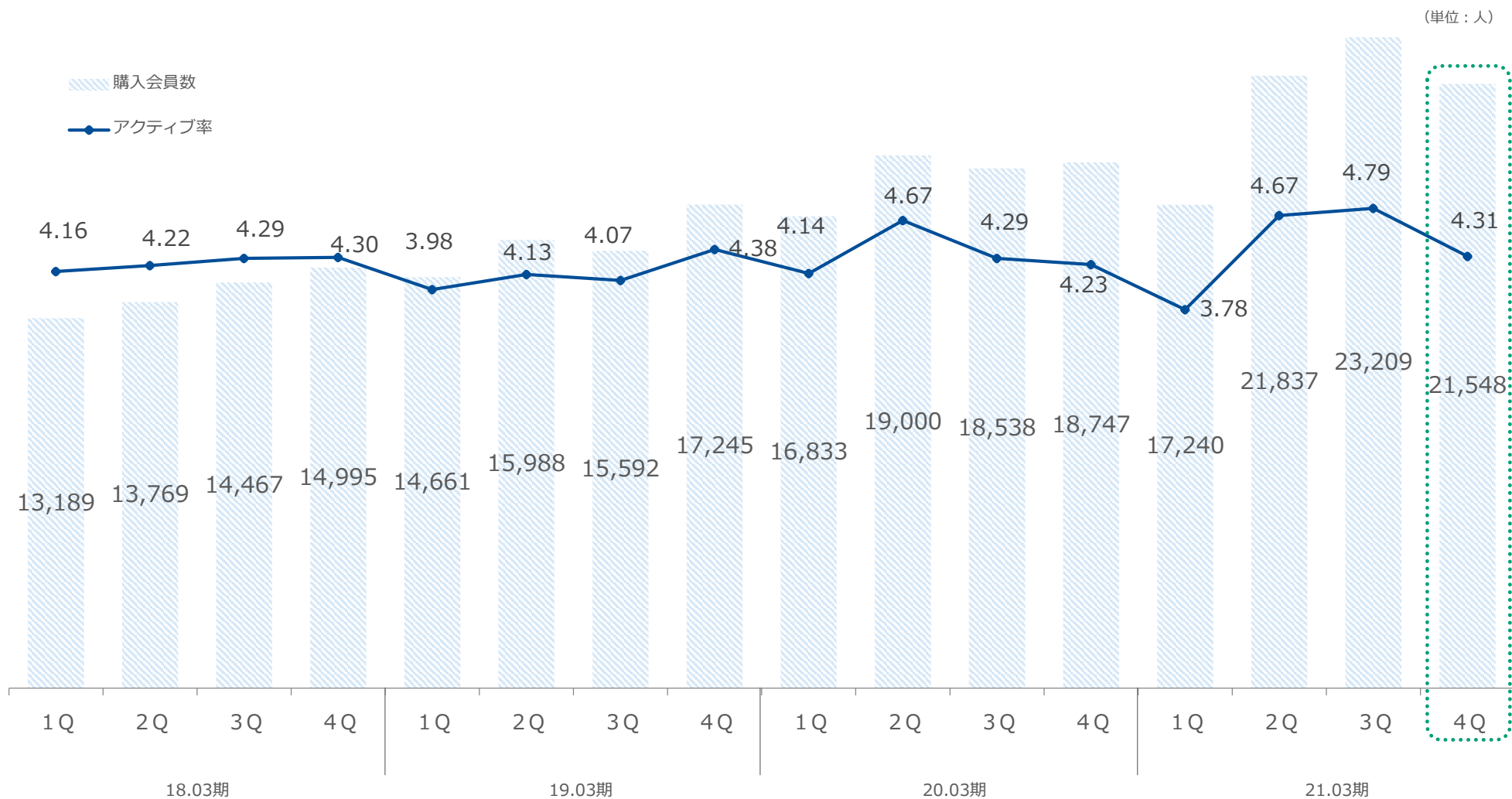


男女比

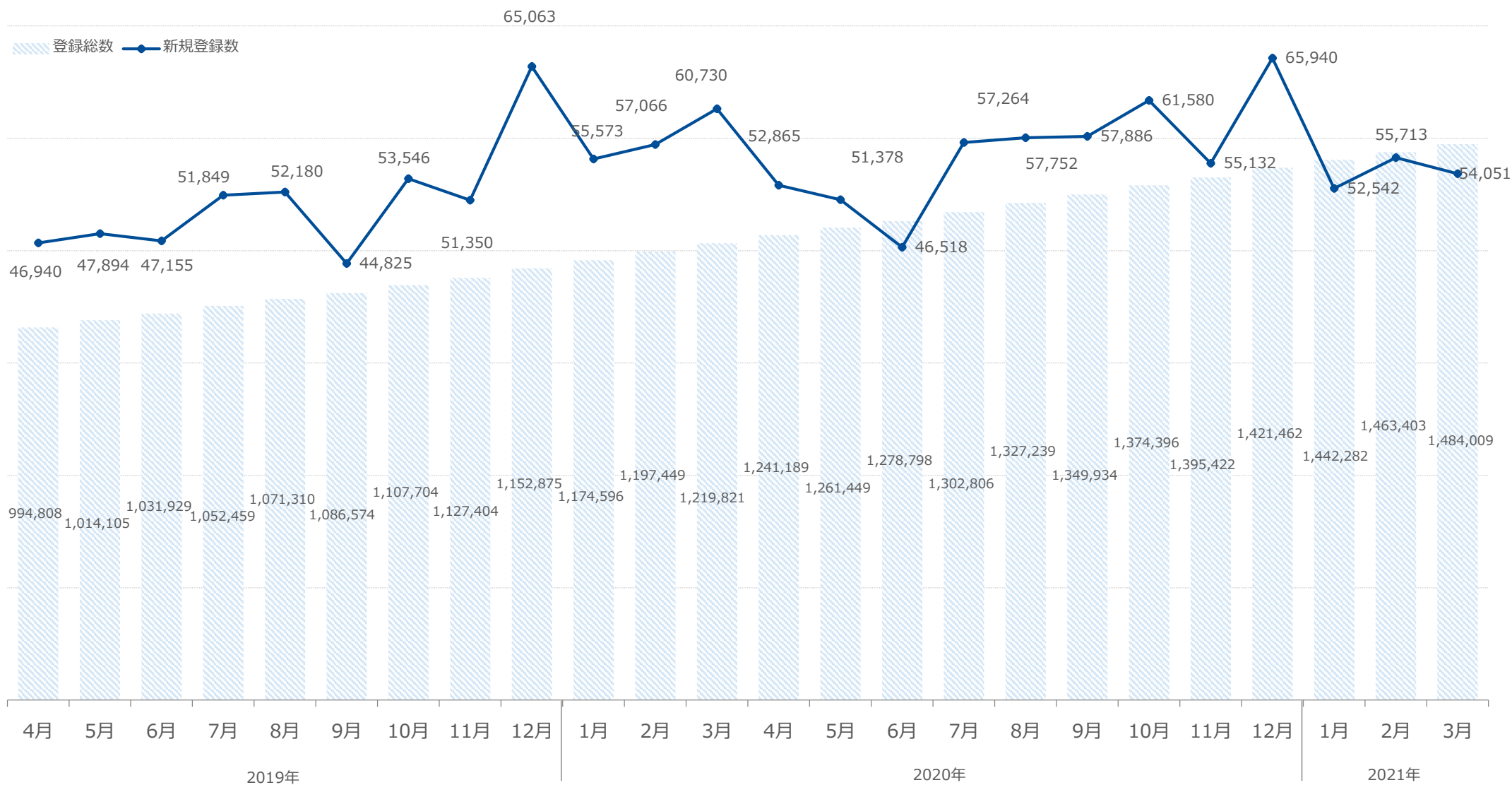
男性：84.7% 女性：15.3%

■ 関東	51.5% (東京23.1%)
▨ 近畿	15.0%
■ 中部	13.7%
■ 北海道・東北	7.7%
■ 九州・沖縄	6.5%
■ 中国	3.8%
■ 四国	1.8%

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のアクティブ率



欲しいリストの登録商品数

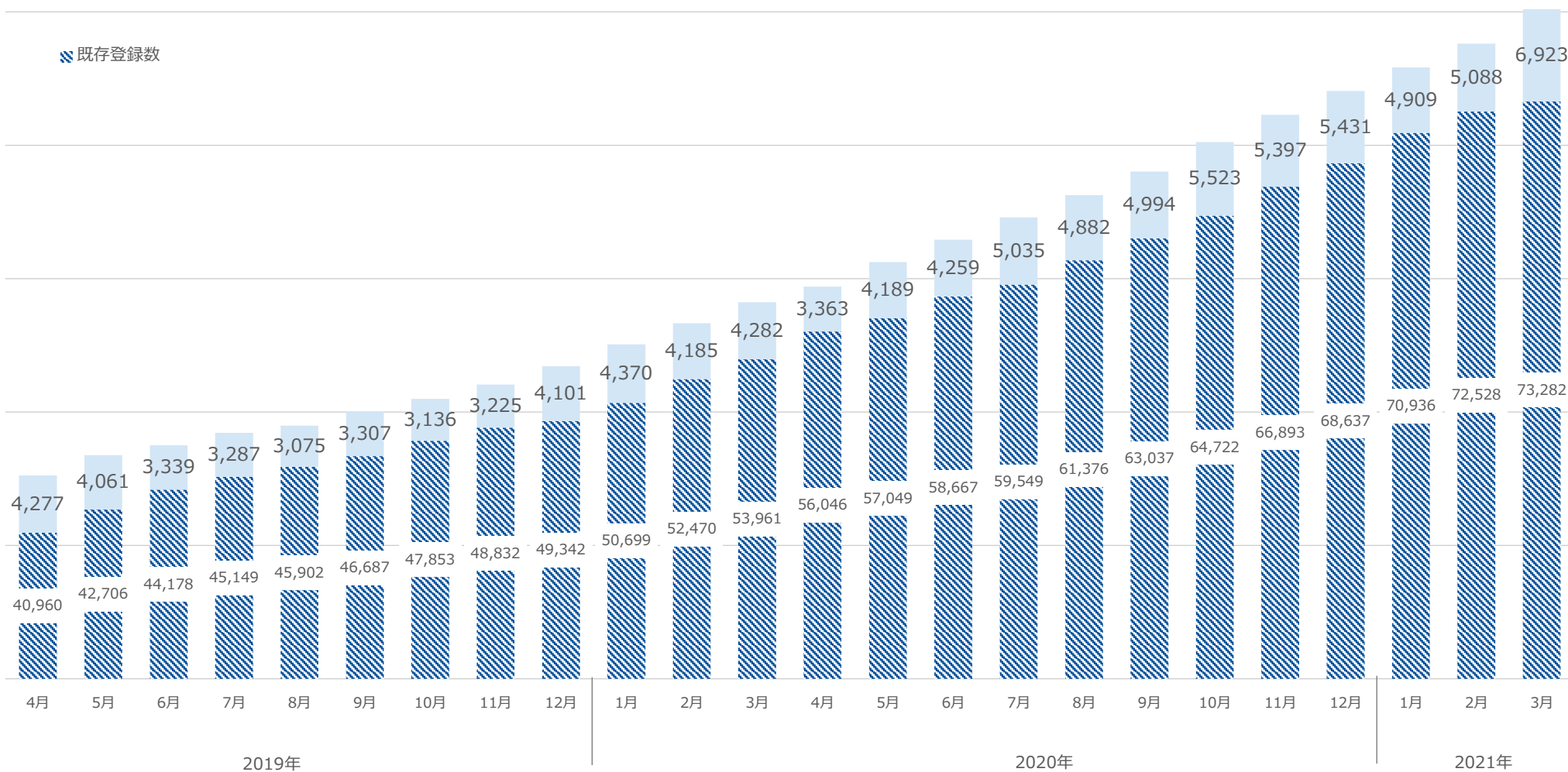


入荷お知らせメール登録数



■ 新規登録数

▨ 既存登録数



収益認識に関する会計基準変更による影響



会計基準変更による2022.3期からのインパクト主要項目

従来基準（2021年3月期）と比較して

売上高▲1.3%、原価▲0.8%、売上総利益▲3.7%、販管費▲4.7%、営業利益▲0.85%の影響

- 販売時に付与しているポイントを使用実績を鑑み売上高から減額
- 委託販売（主に時計事業）に関して、ネット計上
- 委商品販売時に付帯提供の補償サービス「安心サービス」のサービス提供期間計上
- 越境ECの売上計上基準の変更（着荷基準）

単位：百万円

新収益認識基準 影響勘定科目	新収益基準 影響前	新収益認識基準による影響項目				合計	新収益基準 影響後
		販売付与ポイント	安心サービス	委託販売	越境EC		
売上高	38,750	▲180	▲161	▲176	▲3	▲520	38,230
原価	31,765		▲83	▲176	▲2	▲261	31,504
売上総利益	6,985	▲180	▲78	0	▲1	▲259	6,726
販管理費	5,120	▲244				▲244	4,876
営業利益	1,865						1,849
経常利益	1,841	新収益認識差額▲16					1,825

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。