



2024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	244名（2024年3月末）

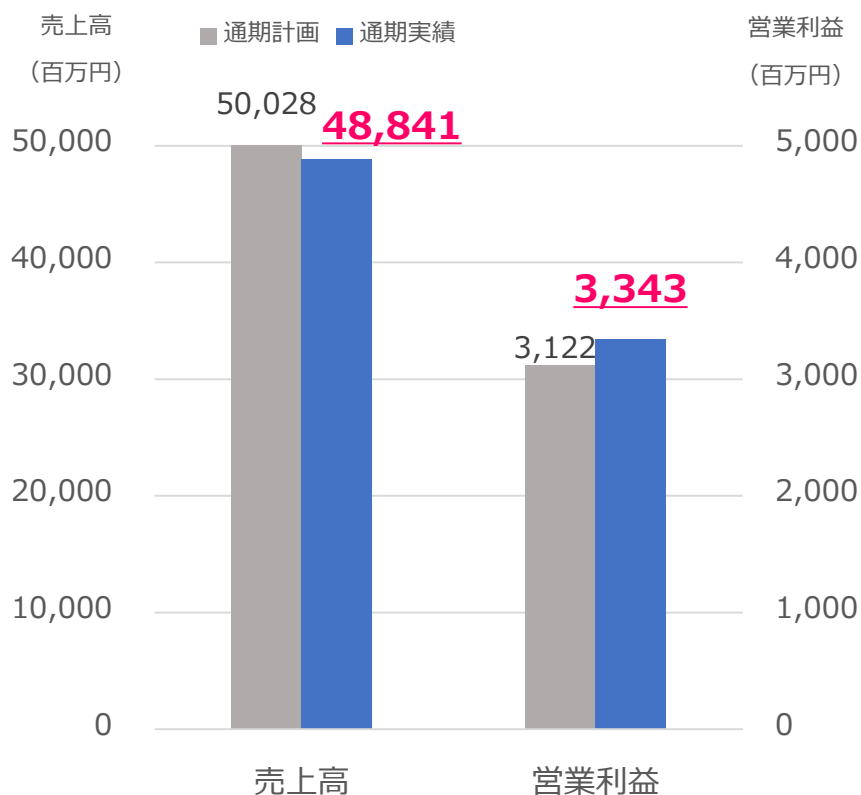
沿革	1994年 8月	専門店屋号「Map Camera」としてカメラ事業を創業
	2005年 8月	当社設立（資本金100,000千円）
	2006年 6月	時計買取・販売事業を開始
	2008年 4月	筆記具買取・販売事業を開始
	2008年11月	スポーツ自転車買取・販売事業を開始
	2012年12月	東京証券取引所マザーズ市場に上場
	2015年12月	東京証券取引所第一部市場に市場変更
	2019年12月	レディース腕時計専門サイトをオープン
	2022年 1月	（株）フクイカメラサービスとの資本業務提携
	2022年 4月	東京証券取引所プライム市場へ移行
	2022年11月	「BRILLER」が店舗拡張し、レディースブランドサロンとしてリニューアルオープン
	2024年 3月	（株）シグマクシス、（株）シグマクシス・インベストメントと資本業務提携



売上高は計画を下回るも過去最高。営業利益は過去最高を更新し計画比107.1%を達成。

カメラ事業はAI活用で売上高・利益が伸び、時計事業はデータに基づく販売と仕入でV字回復を果たす。

通期計画・実績比較



売上高

計画比：**97.6%**

カメラ事業では、一部新製品で記録的販売があった一方で、新製品発売が少ないながらも、LINE、YouTube配信からの流入も増え、**3月は過去最高の売上高を更新し、年間での2桁成長を達成。**

時計事業は計画比96%で着地。

営業利益

計画比：**107.1%**

カメラ、時計共に、**期首計画より高い粗利率**を確保し、**年間で過去最高を更新。**

カメラ事業では、AIMDが順調に稼働し、中古カメラ売買で高い粗利率を継続。高価格帯の新製品販売も好調で高利益に。

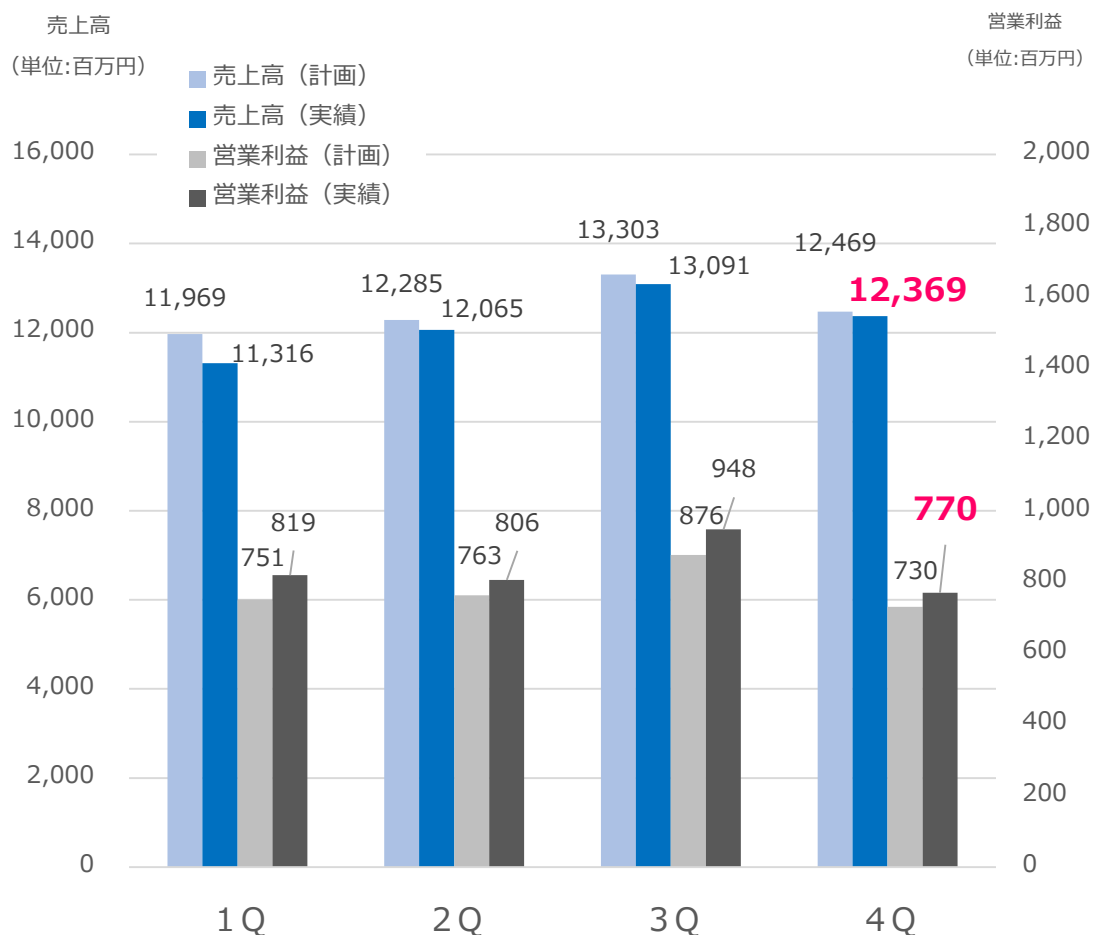
時計事業は、粗利益の出にくい在庫を1Qの間にほぼ一掃、2Q以降は、業界初であるワンプライス買取の強化等を通じて、手堅く利益を獲得。

4Q単体 決算ハイライト



売上高は計画未達ながら、**3月は過去最高の売上高を更新。営業利益は4Q単体の過去最高を更新。**
中古カメラ・時計の買取～商品化期間短縮などにより、在庫回転が向上し、高い売上高・利益を支える。

計画・実績四半期推移



売上高

1月はシステム障害の影響もあり出遅れも、
3月は過去最高の売上高を更新。

**カメラ新製品や時計価格の上昇という追い風要因が
少ない中で、記録的な売上高を達成。**

粗利率

カメラ事業で決算セールを実施も、四半期では
通期平均程度の粗利率を確保。

【粗利率推移(全体)】

1Q : 19.4% 2Q : 18.2%
3Q : 18.6% 4Q : 18.5%

通期 : 18.7%

販売チャネル別売上高推移（月次）

EC

システム障害の影響を払拭した2月以降は復調。**4QはAIMD（販売）のプッシュ配信数が過去最高となったことを受け、3月に過去2番目のEC売上高**を記録。

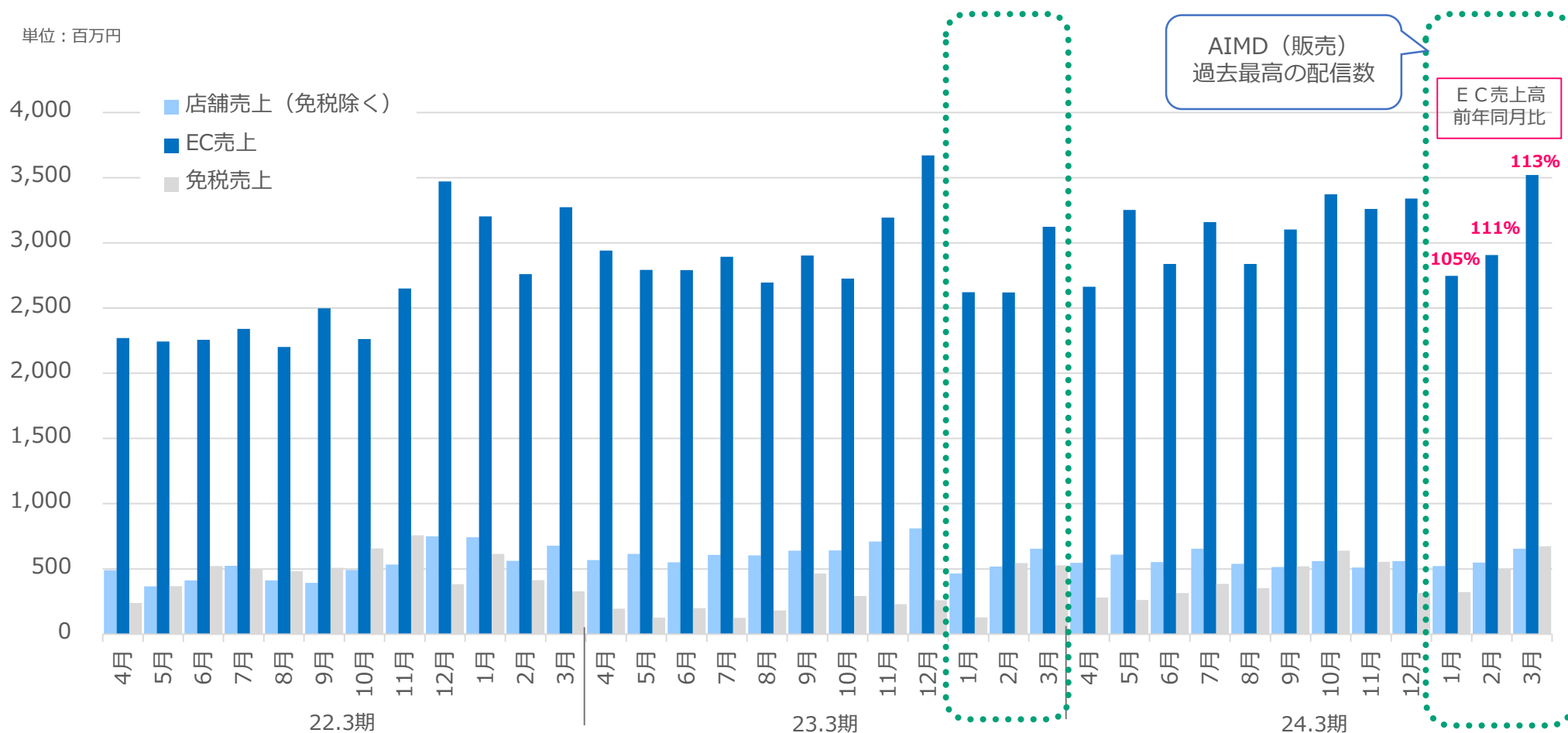
店舗

前年同月を上回って推移。

免税

3月に過去3番目の売上高を達成。訪日外国人にカメラ専門店としてのブランドが浸透。

単位：百万円

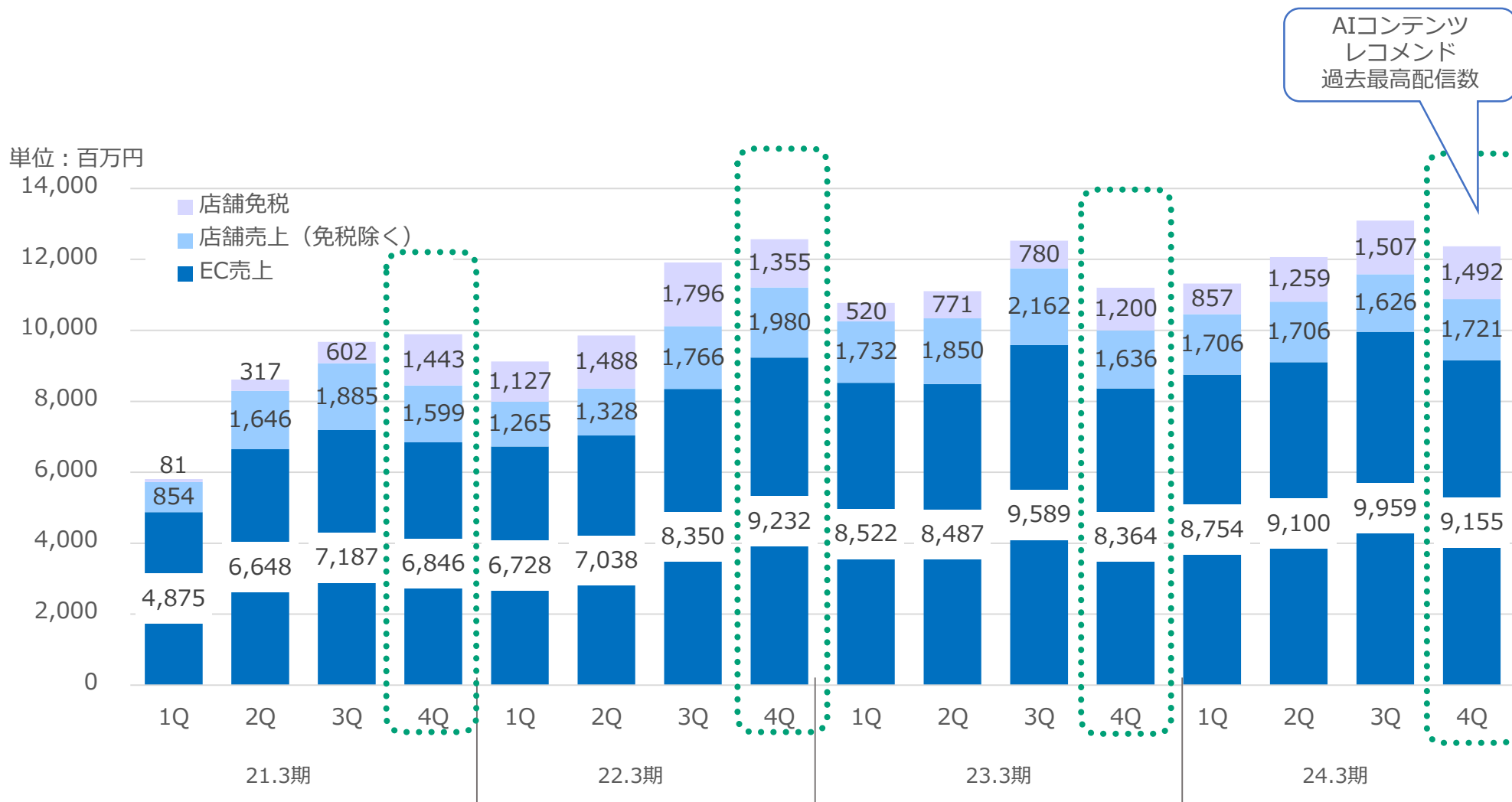


販売チャネル別売上高推移（四半期）



4QはAIコンテンツレコメンドの配信数が過去最高となり、EC売上高は高い水準に。

免税売上高は、カメラのブランディングが向上し、四半期ベースで過去3番目の売上高。

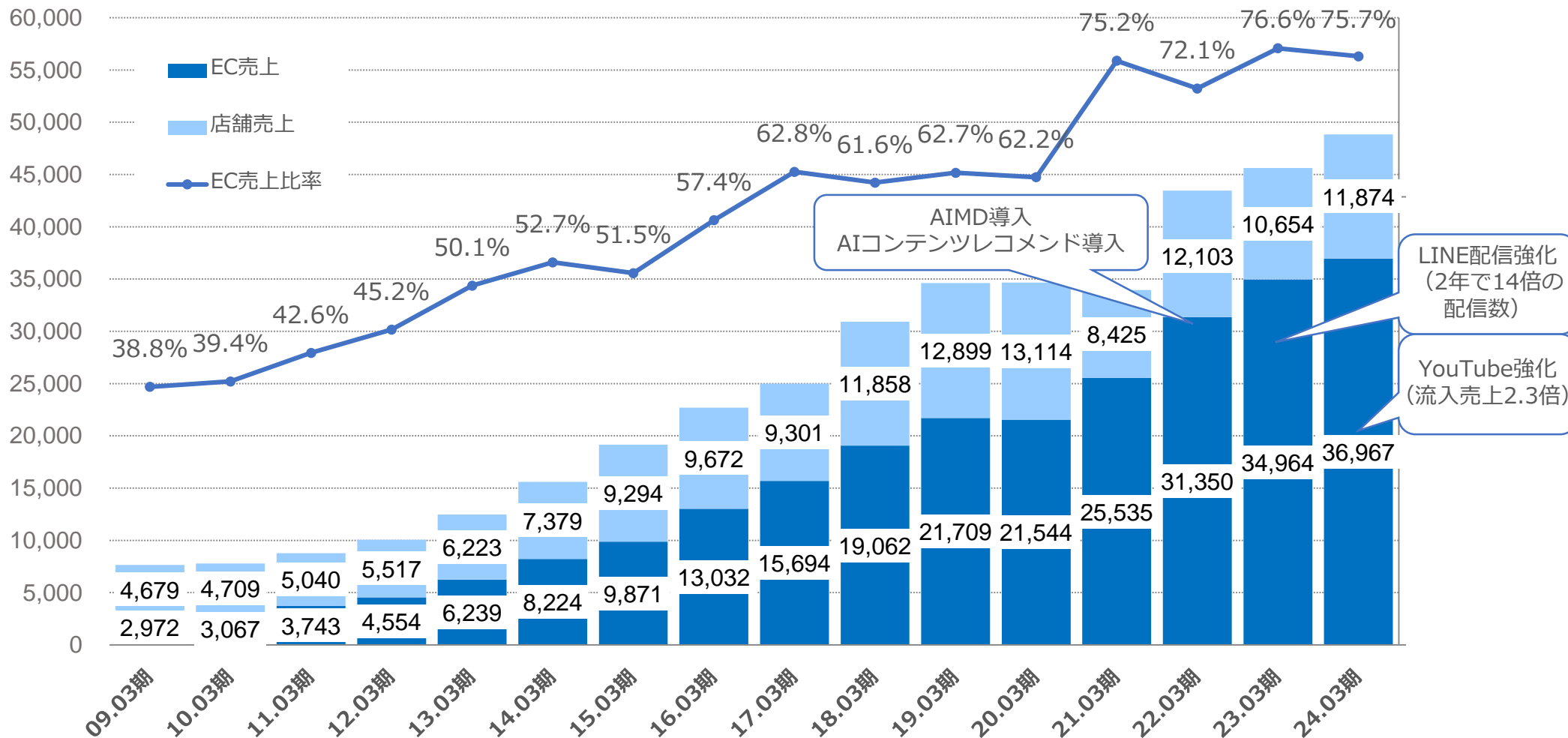


販売チャネル別売上高推移（年次）



期中にシステム障害があったものの、AI・LINE配信数やYouTubeからの流入数、販売増を通じて、EC売上高は過去最高を更新。

(単位：百万円)



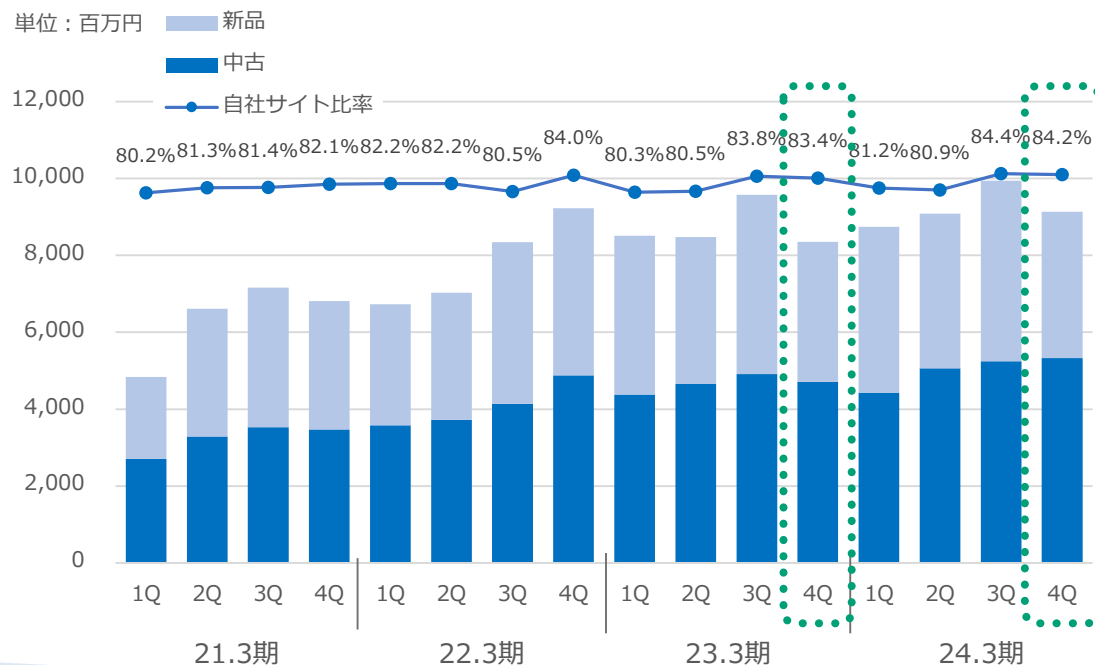
EC売上高推移（四半期）



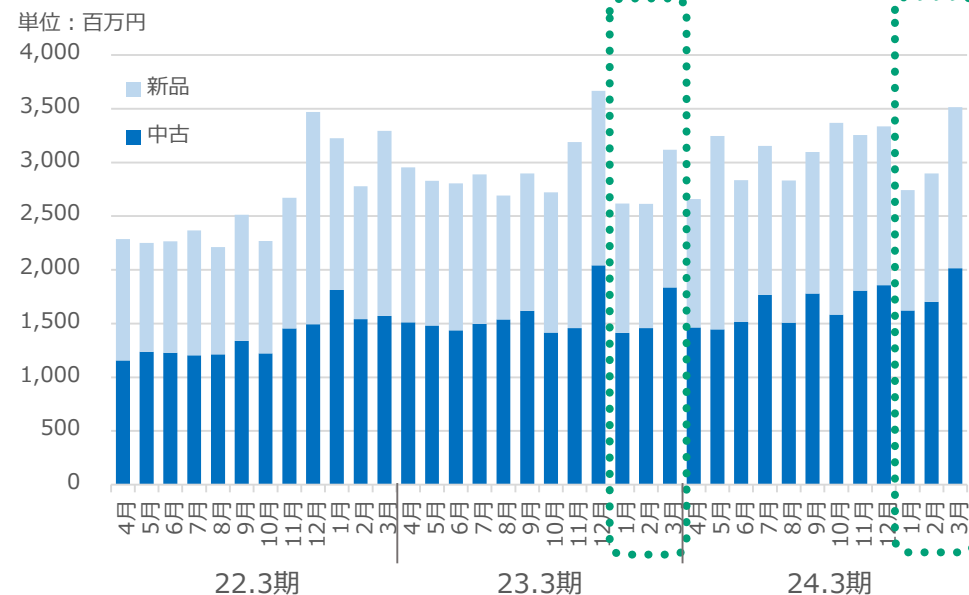
EC売上高は前年同期比9%増。自社サイト比率は84.2%と高い水準。
カメラ事業のモール停止はあったが、4Qのモール比率には影響せず。

	2024.3期 1Q	2024.3期 2Q	2024.3期 3Q	2024.3期 4Q	前年同期比
EC売上高（百万円）	8,739	9,085	9,943	9,134	109%
自社サイト比率	81.2%	80.9%	84.4%	84.2%	+0.8%
モール比率	18.8%	19.1%	15.6%	15.8%	▲0.8%

四半期推移



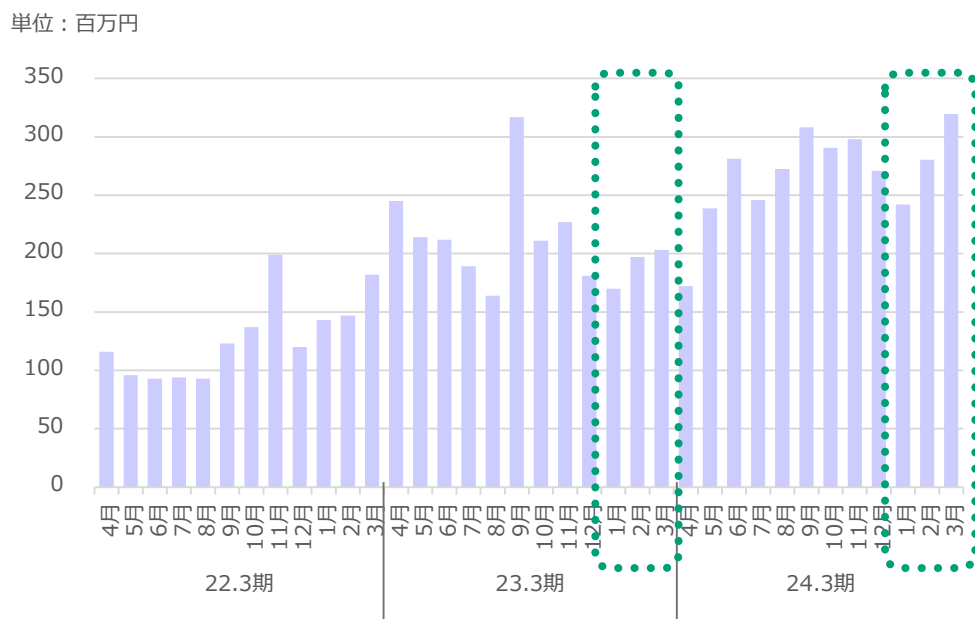
月次推移



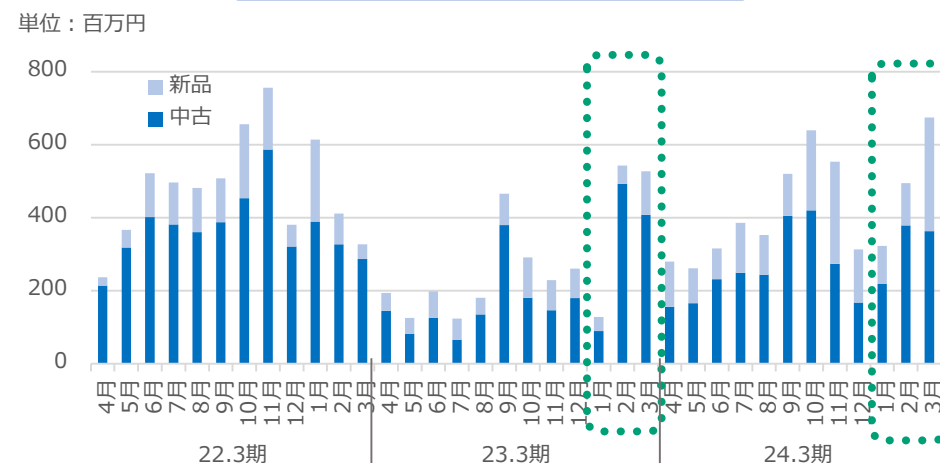
越境 E C (海外モール) ・ 免税 ・ 店舗 売上高推移

越境 E C は通年で27%、四半期は前年同期比147%の成長。カメラ事業ではeBay Award も獲得。免税売上はカメラの構成比が上がっており、月次売上高も3月に歴代3位を記録。

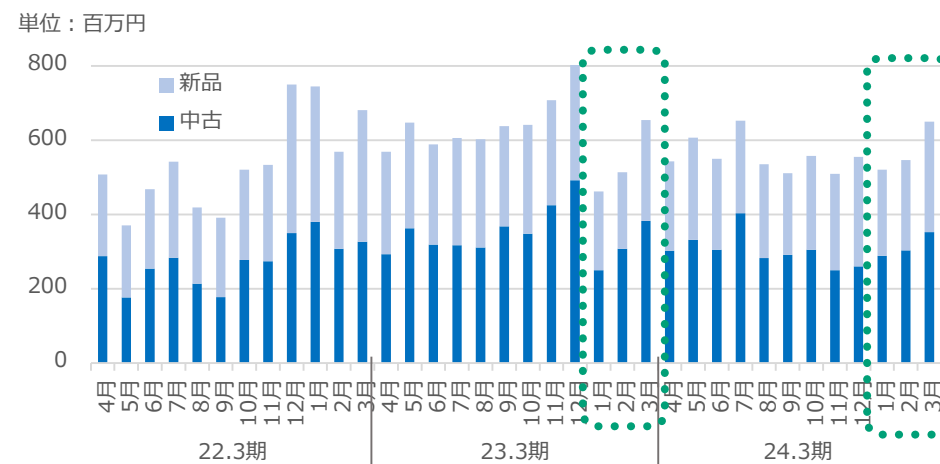
越境EC(海外モール)売上



免税売上



店舗売上 (免税除く)

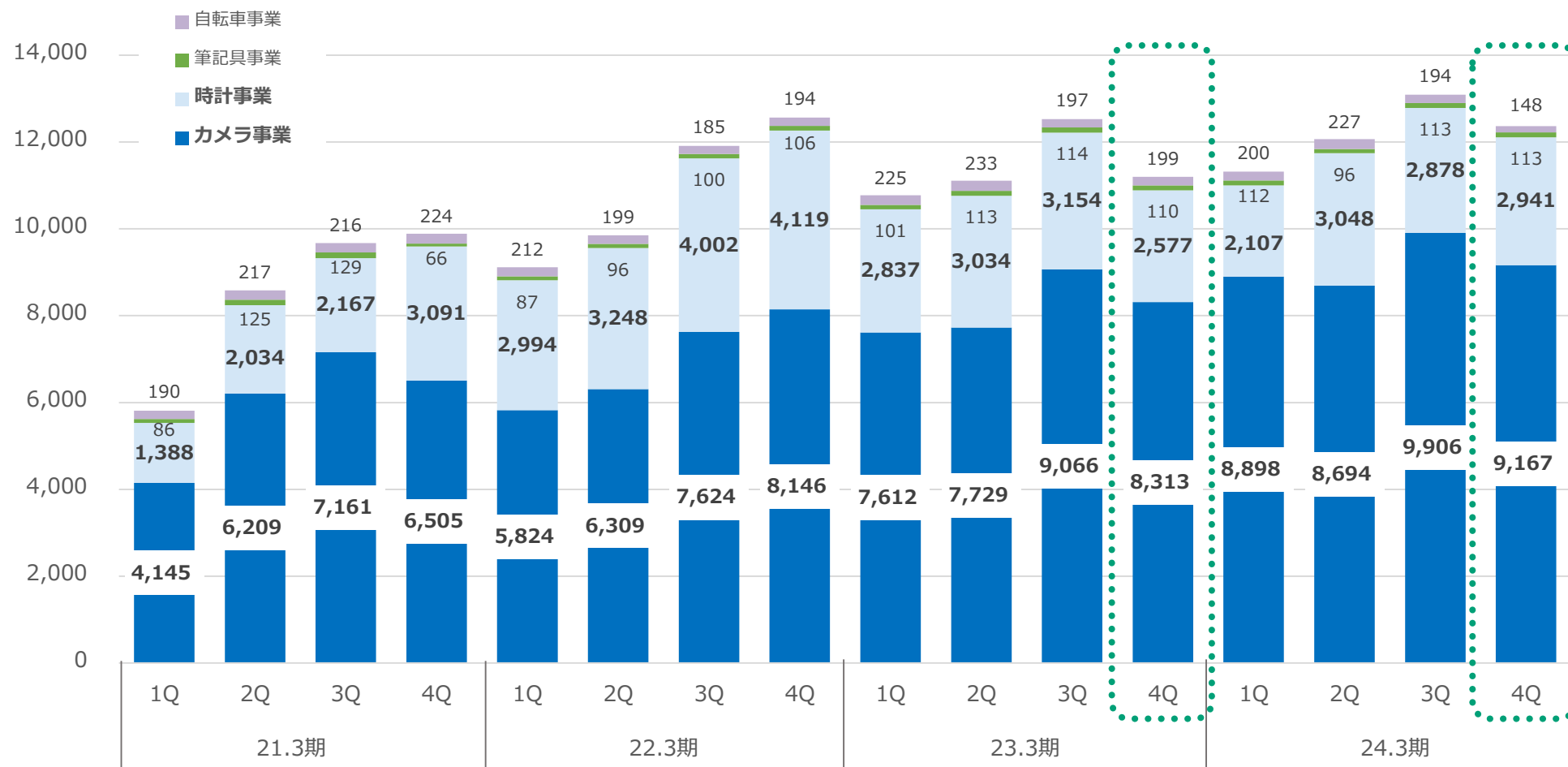


事業別売上高（四半期）



AIMD（販売）とAIコンテンツレコメンドによる配信数が四半期で過去最高となったことを受け、カメラ事業の売上高は4Qで初めて90億円を超える。

単位：百万円



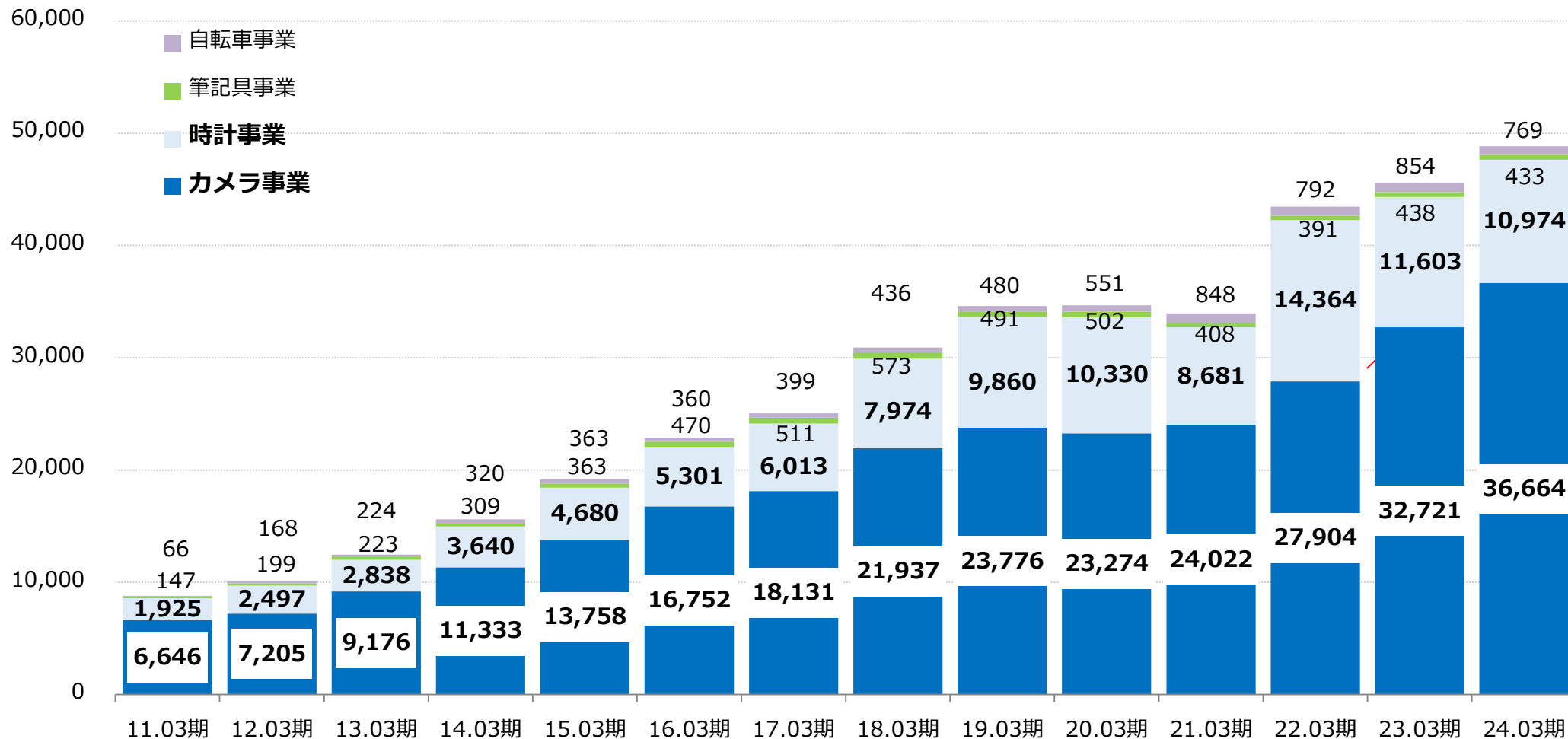
事業別売上高（年次）



カメラ事業は、年間を通じてAI配信等の強化を行い2桁成長、過去最高の売上高を更新。

LINE配信が1年で2.6倍、YouTube経由の購入額が1年で2.3倍に。

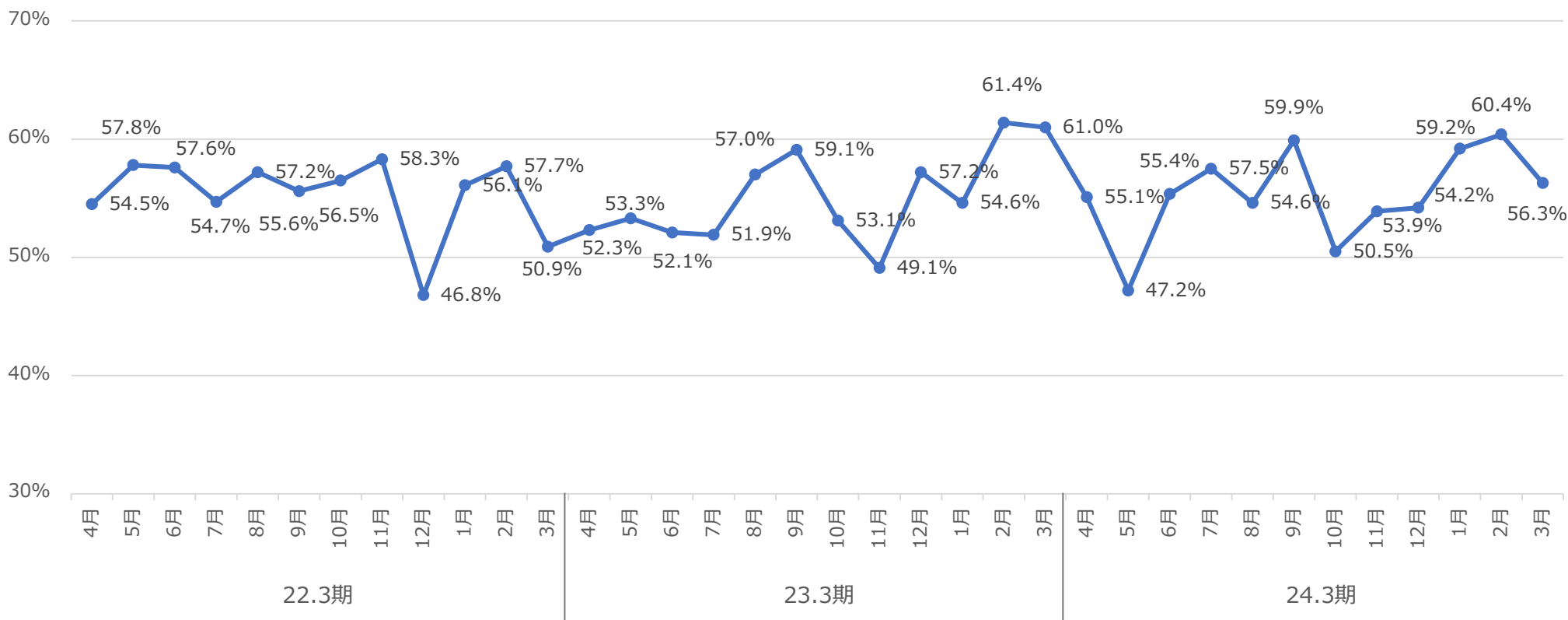
(単位：百万円)



売上高全体に占める中古品比率推移



売上高に占める中古品の比率は58.5%で適正な水準。注目の新製品発売が少ない中、決算セールも含め中古販売を進めた。新品・中古の買替サイクルは引き続き堅調。

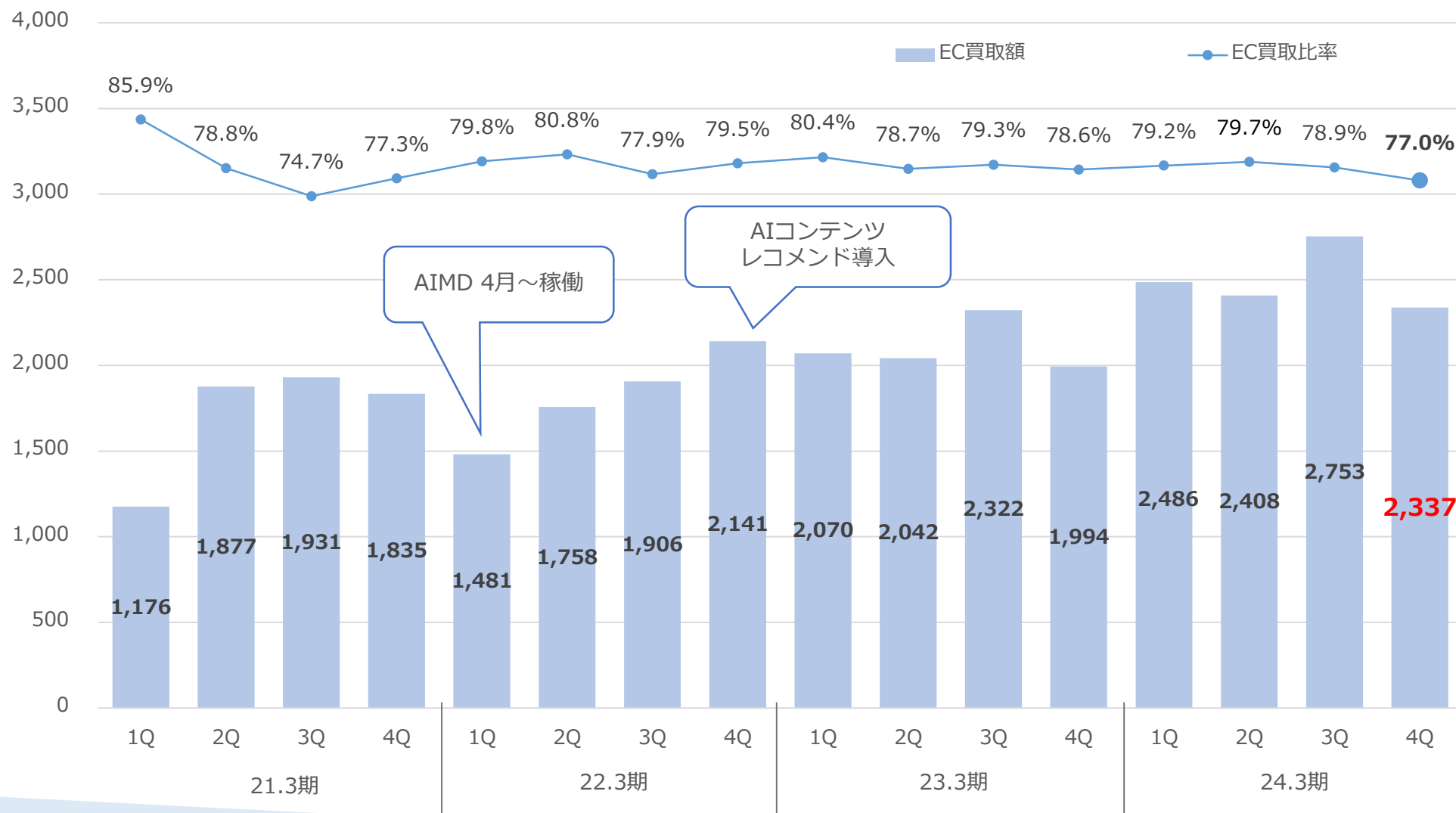


四半期 ごと 中古品 比率	22.3期				23.3期				24.3期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	56.5%	55.8%	53.4%	54.8%	52.6%	54.3%	53.4%	59.3%	52.3%	57.5%	52.9%	58.5%

カメラ事業 中古EC買取推移

EC買取額は、大型新製品による買い替えがない中では、四半期ベースで高水準を維持。
EC買取比率も、AIMD、AIコンテンツレコメンド導入後、継続して高い。

単位：百万円

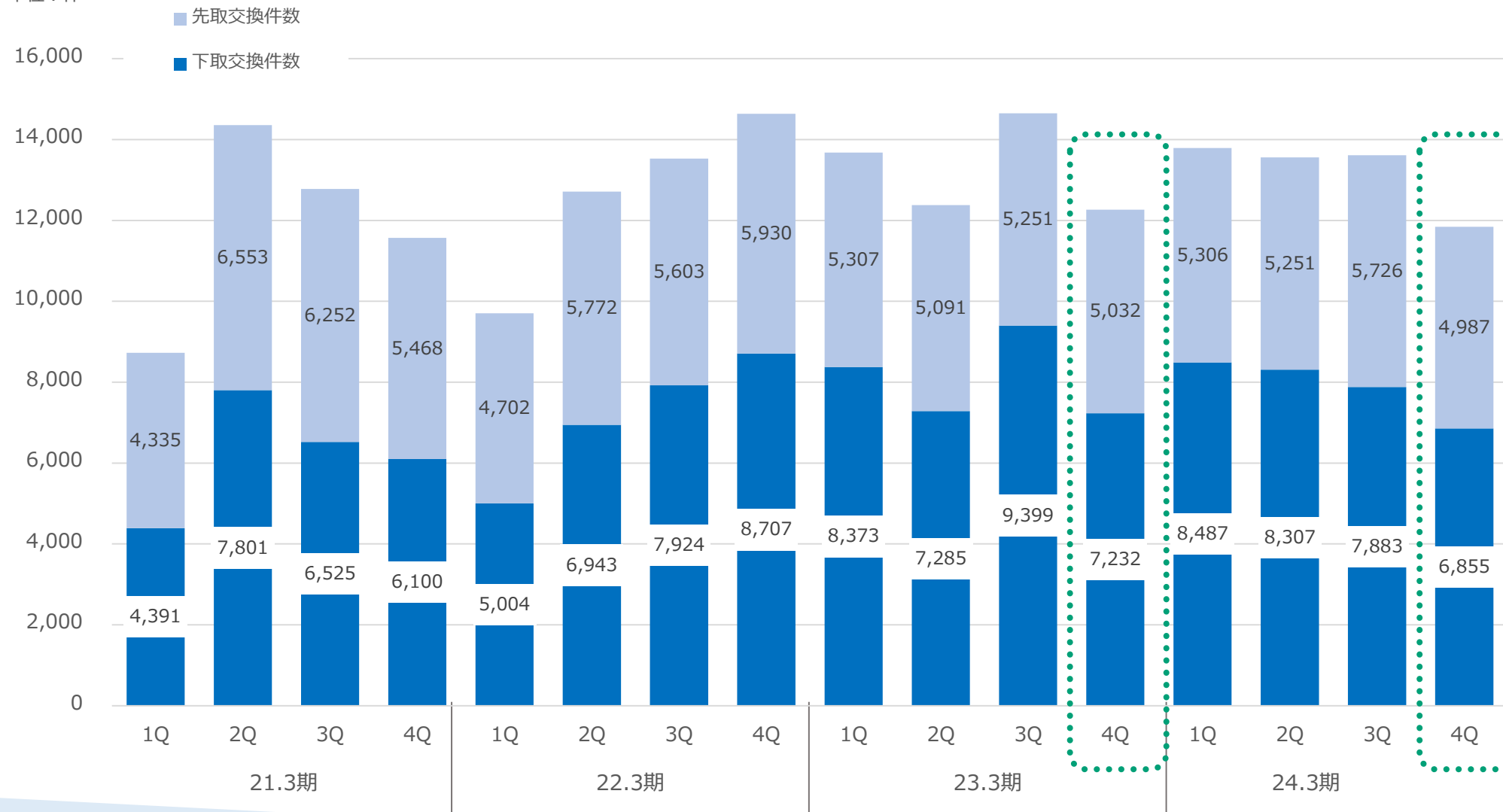


カメラ事業 下取・先取交換件数推移



4Qに注目の新製品販売がなかったため、カメラの下取、先取交換件数はいずれも減少。
前年同期比では微減。

単位：件



決算概要：前年比較



売上高 【前年比】**全体：107.1%** **EC：105.7%**

粗利 **通期粗利率は18.7%**で着地。AIMDのバージョンアップ（Phase-2）で、カメラ事業の粗利率が計画比で向上。

販管費 **販管費率は11%台**を維持。**固定費をかけず高利益を実現するビジネスモデルを堅持。**

営業利益 **営業利益は33.4億円**で過去最高。**営業利益率は6.8%**。

	23.03期 通期		23.03期 通期 単位：百万円								
	実績	売上高比率	1Q実績	2Q実績	3Q実績	4Q実績	通期	売上高比率	前年同期比	計画	計画比
売上高	45,618	-	11,316	12,065	13,091	12,368	48,841	-	107.1%	50,028	97.63%
売上総利益	7,753	17.00%	2,198	2,199	2,436	2,292	9,127	18.70%	117.7%	9,001	101.40%
販売管理費	5,290	11.60%	1,378	1,393	1,487	1,523	5,783	11.80%	109.3%	5,879	98.37%
営業利益	2,463	5.40%	819	806	948	768	3,343	6.80%	135.7%	3,122	107.08%
経常利益	2,439	5.35%	818	813	941	770	3,344	6.80%	137.1%	3,092	108.15%
当期純利益	1,697	3.72%	546	564	666	544	2,322	4.80%	136.8%	2,133	108.86%

貸借対照表 前年度末比較



12月末時点で102億円あった商品在庫は販売が進み92億円で着地。

固定負債（借入）の削減を進めB/Sの健全性は高まるも、在庫不足は引き続き課題。

（単位：百万円）

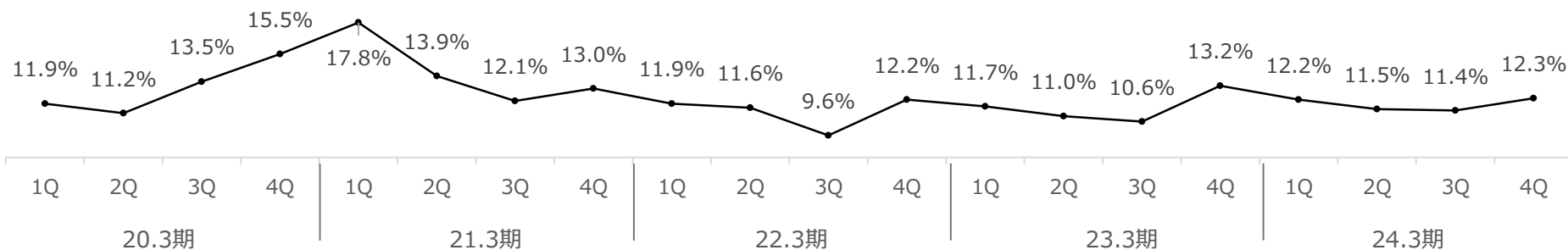
	23.3期末	24.3期末	
		実績	増減
流動資産	13,202	13,952	750
現預金	1,423	1,321	-102
商品	8,812	9,265	453
固定資産	1,863	2,111	248
資産合計	15,066	16,063	997
流動負債	5,640	5,979	339
固定負債	2,946	1,817	-1,129
負債合計	8,586	7,796	-790
純資産合計	6,479	8,266	1,787
負債・純資産合計	15,066	16,063	997

販売管理費の前年比較

販管費率は11%台を抑制。物価上昇の中でも固定費をかけず高利益を実現する、
E Cならではのビジネスモデルを堅持。

	23.03期 4Q		24.03期 4Q		前年同期比 (単位: 百万円)		
	実績	売上比	実績	売上比	売上比 (PT)	増減	要因
人件費	1,645	3.04%	1,794	3.67%	0.64%	149	給与増
広告宣伝費	36	0.09%	73	0.15%	0.06%	36	
販売促進費	939	2.12%	1069	2.19%	0.07%	129	売上高UPに伴う費用増
業務委託費	370	0.81%	389	0.80%	▲0.01%	19	
支払手数料	1157	2.53%	1279	2.62%	0.09%	121	売上高UPに伴う費用増
減価償却費	193	0.42%	173	0.35%	▲0.07%	▲20	
地代家賃	352	0.77%	354	0.72%	▲0.04%	1	
その他	593	1.29%	650	1.33%	0.04%	56	物価上昇に伴う間接費増
販売管理費計	5,290	11.08%	5,783	11.84%	0.76%	493	

売上高販管費比率 四半期推移







販管費 推移	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期
		12.9%	13.8%	11.3%	11.6%

事業別業績の前年比較

カメラ事業は2桁成長し、セグメント利益は初めて40億円を超える。

時計事業は2Q以降、1.3億円ずつのセグメント利益を継続して獲得、年4.4億円の利益に。

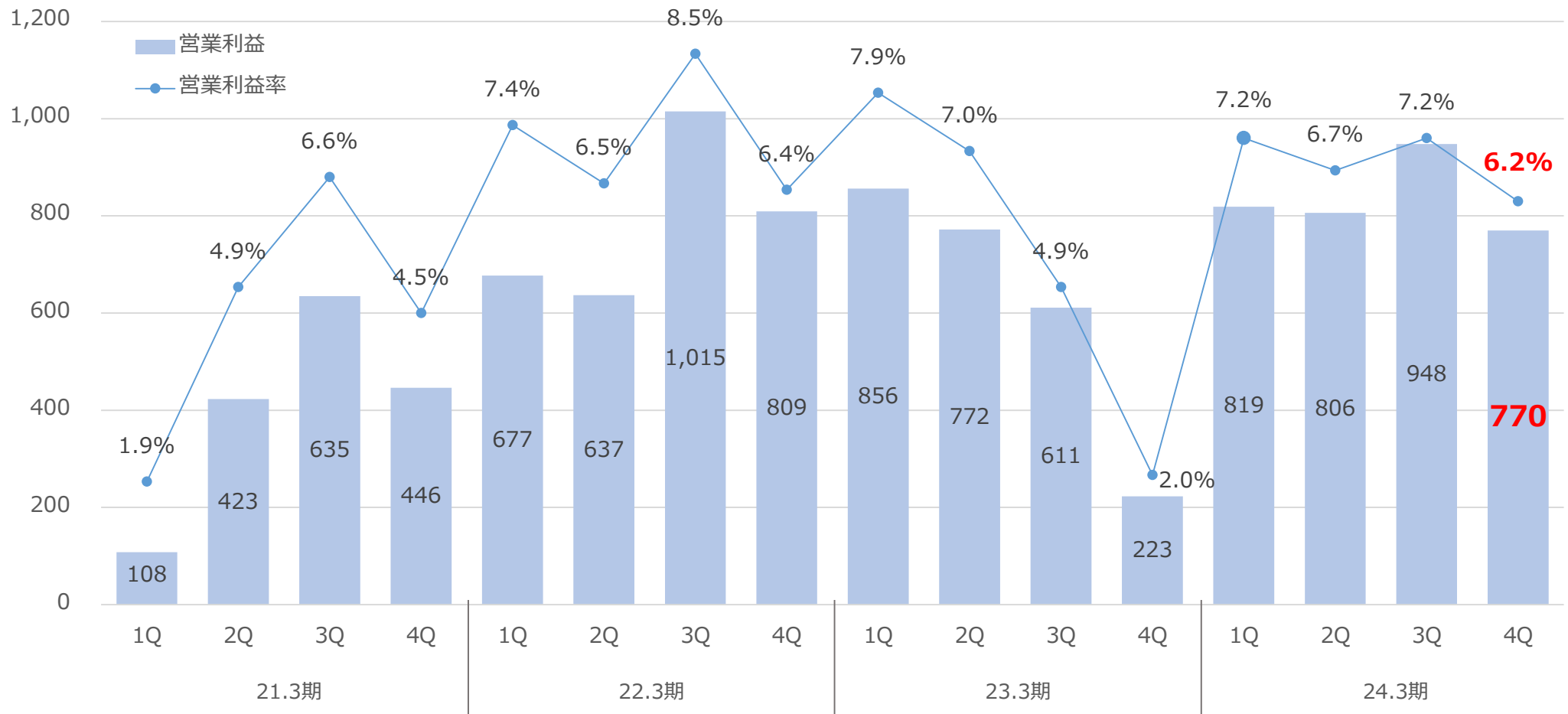
事業・販売チャネル ()内は売上構成比		23.3期	24.3期	前年同期比	備考 (単位：百万円)
 カメラ事業 (75.4%)	EC売上	28,228	30,867	109.4%	▶ 2桁成長を堅持し、セグメント利益は初めて40億円を超える。 ▶ テクノロジー配信で、EC売上および店舗ともに大きく成長
	店舗売上	4,493	5,797	129.0%	
	カメラ売上計	32,721	36,664	112.1%	
	セグメント利益	3,810	4,294	112.7%	
 時計事業 (22.0%)	EC売上	5,854	5,340	91.2%	▶ セグメント利益は4.4億円を達成。 ▶ 2Q以降の四半期は、1.3億円のセグメント利益を継続して達成。
	店舗売上	5,748	5,633	98.0%	
	時計売上計	11,603	10,974	94.6%	
	セグメント利益	▲191	444	—	
 筆記具事業 (0.9%)	EC売上	337	305	90.6%	▶ 高額品、高利益品の販売が進み、セグメント利益は前年同期比160%を達成。
	店舗売上	101	127	125.3%	
	筆記具売上計	438	433	98.7%	
	セグメント利益	38	62	160.4%	
 自転車事業 (1.7%)	EC売上	544	453	83.4%	▶ EC売上が伸び悩み減収減益（店舗は成長）。 ▶ 市場が冷え込む中でもセグメント黒字を維持。
	店舗売上	310	316	101.8%	
	自転車売上計	854	769	90.0%	
	セグメント利益	55	47	85.4%	
合計	EC売上	34,964	36,967	105.7%	▶ EC、店舗共に前年を上回る。
	店舗売上	10,654	11,874	111.5%	
	売上高合計	45,618	48,841	107.1%	

営業利益・営業利益率推移（四半期）



営業利益額は7.7億円で、第4四半期としては過去2番目の高水準。

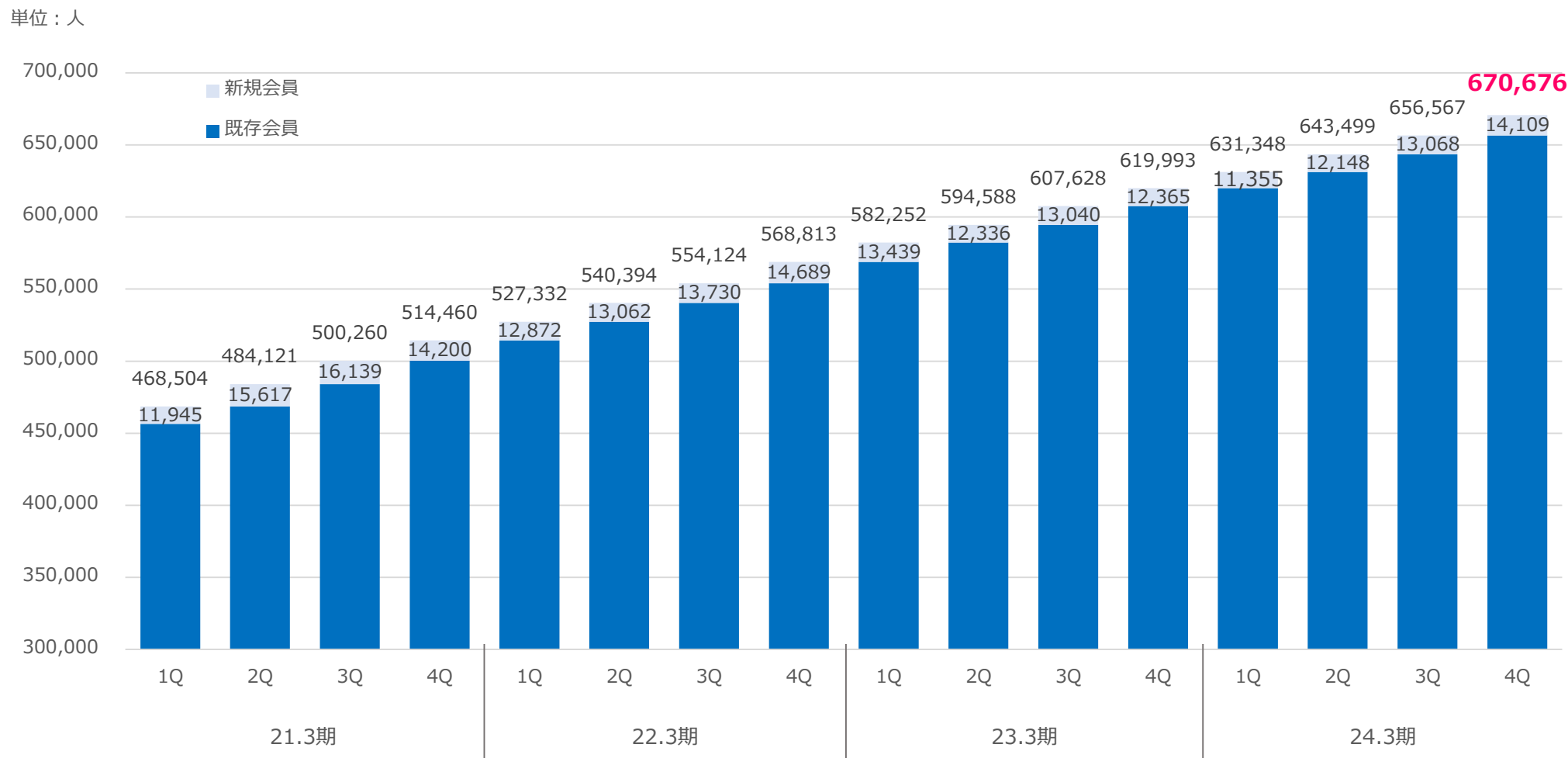
単位：百万円



Web会員数の四半期推移



新規会員数は、四半期で1.4万人と高水準で純増。年間で5万人の会員数純増。

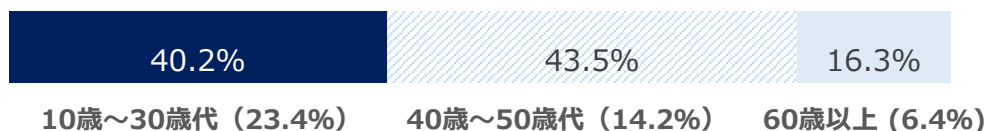


Web会員数の会員属性

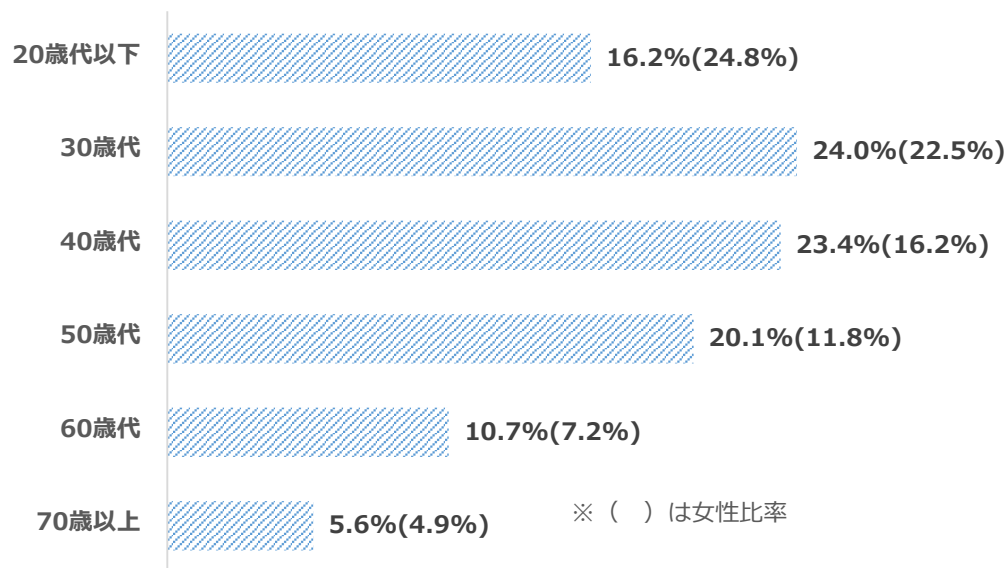
InstagramなどのSNS普及により、女性比率は10代～30代で23.4%と高い。
全Web会員のうち女性は16.8%だが、3Q累計の新規加入者では女性が21.6%を占める。

世代分布

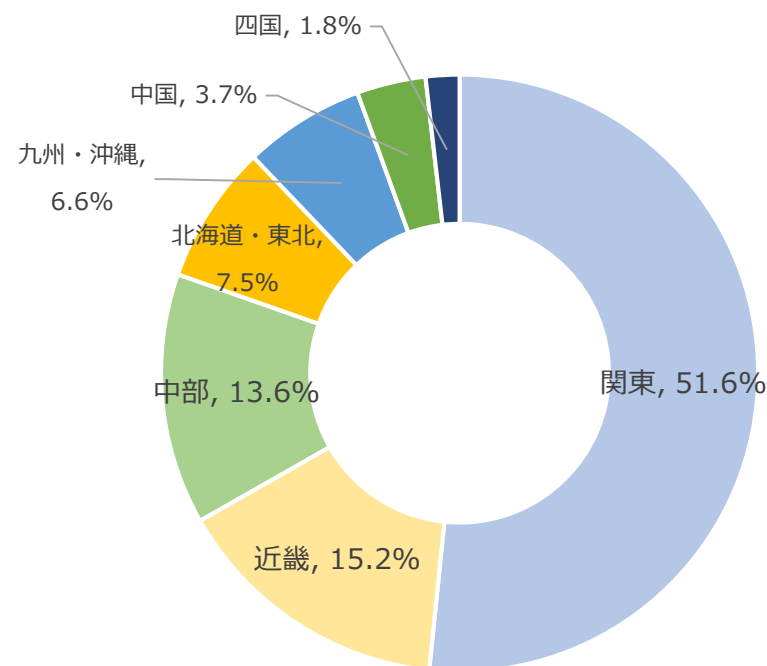
エリア分布



※ () は女性比率



※ () は女性比率



全Web会員の性別 男性：83.2% 女性：16.8%
 (うち24年3月期新規加入者 男性：78.4% 女性：21.6%)

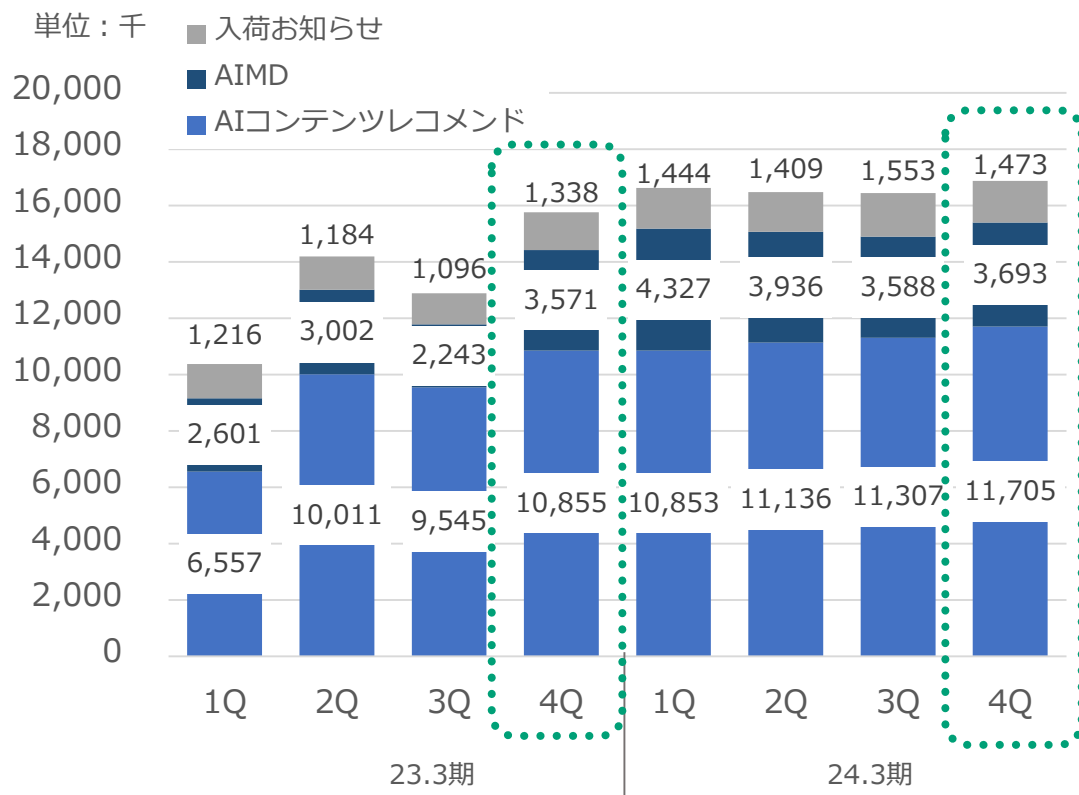
テクノロジーの開発／配信数実績



LINEの配信数は高いペースで増加中。 AIによる自動配信は四半期1,600万件の高水準を維持。

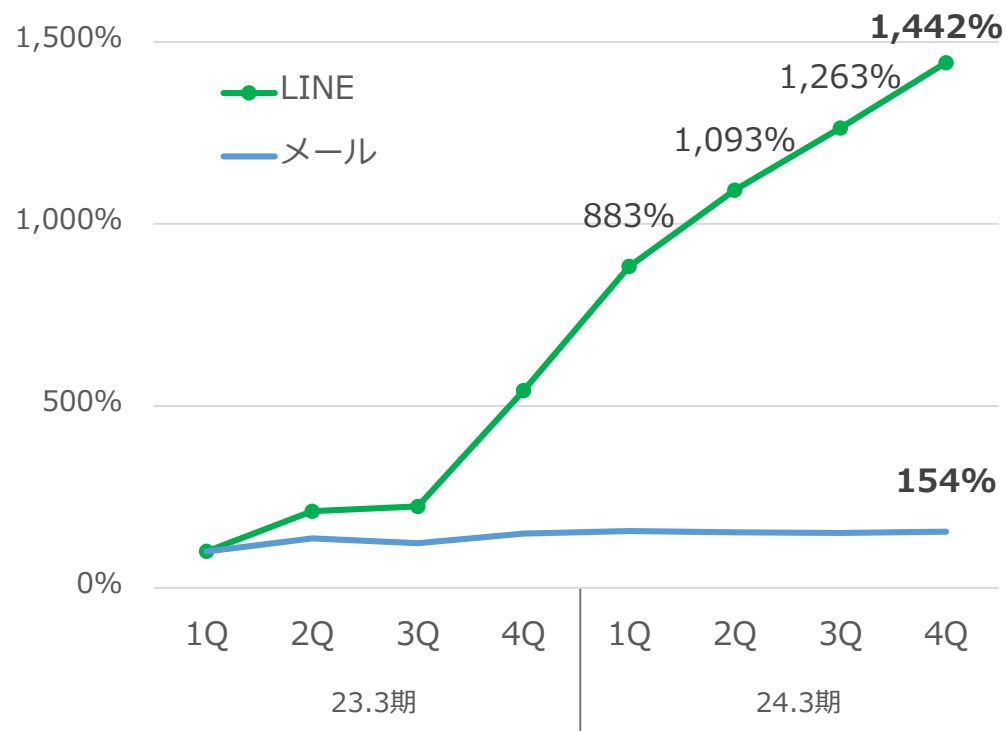
(四半期1,600万件は来店客数換算で約350店の実店舗に相当[†]する配信数)

目的別配信数



媒体別配信数

(2023年3月期 1Q=100%)

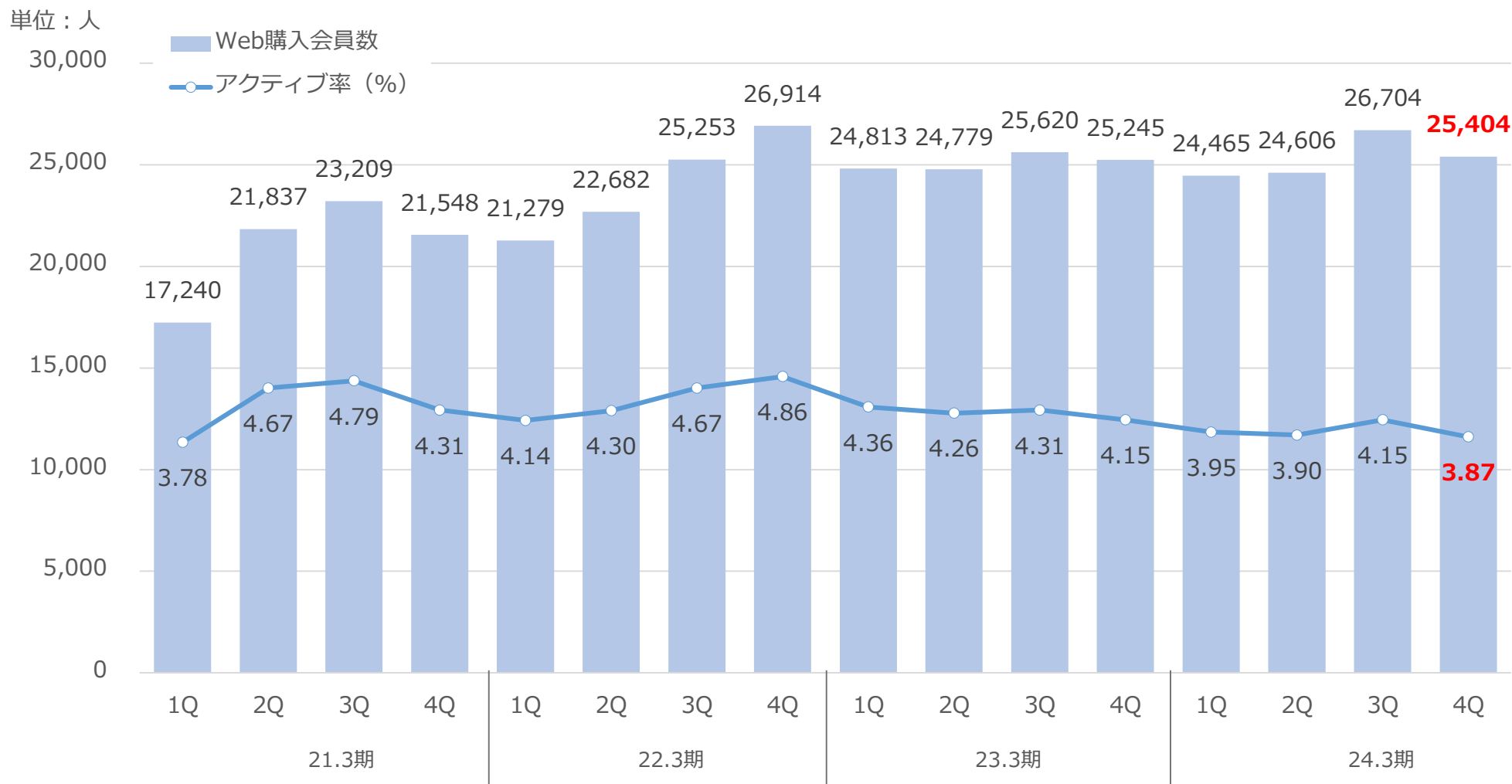


†：当社試算

四半期毎のWeb会員（既存顧客）のWeb購入会員数とアクティブ率※



既存顧客のWeb購入会員数（自社サイト）は引き続き高い水準も、アクティブ率は3.87と減少。

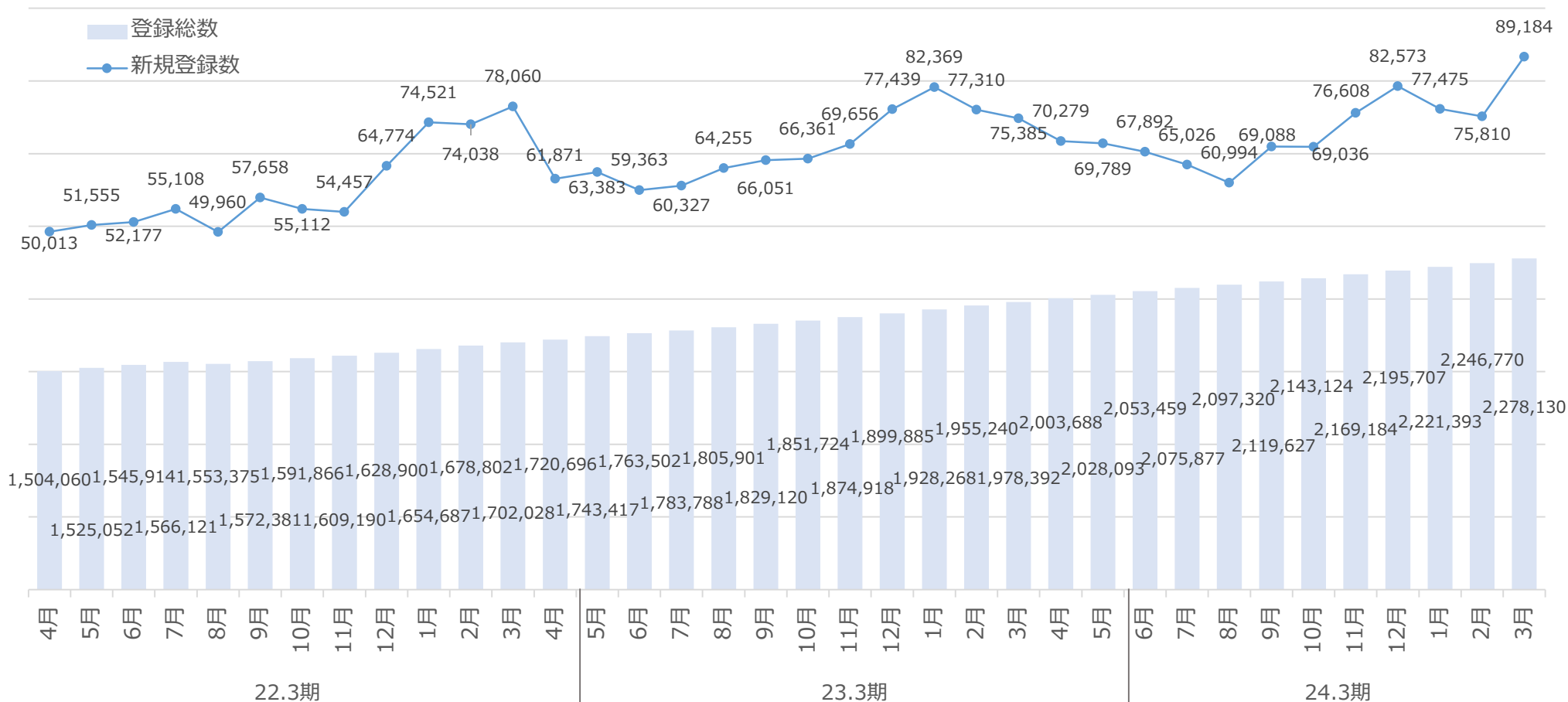


※アクティブ率…各四半期はじめのWeb会員数に対するその四半期の自社サイトでの購入会員数（Web会員のモール購入数は含まれない）。

欲しいリストの登録商品数



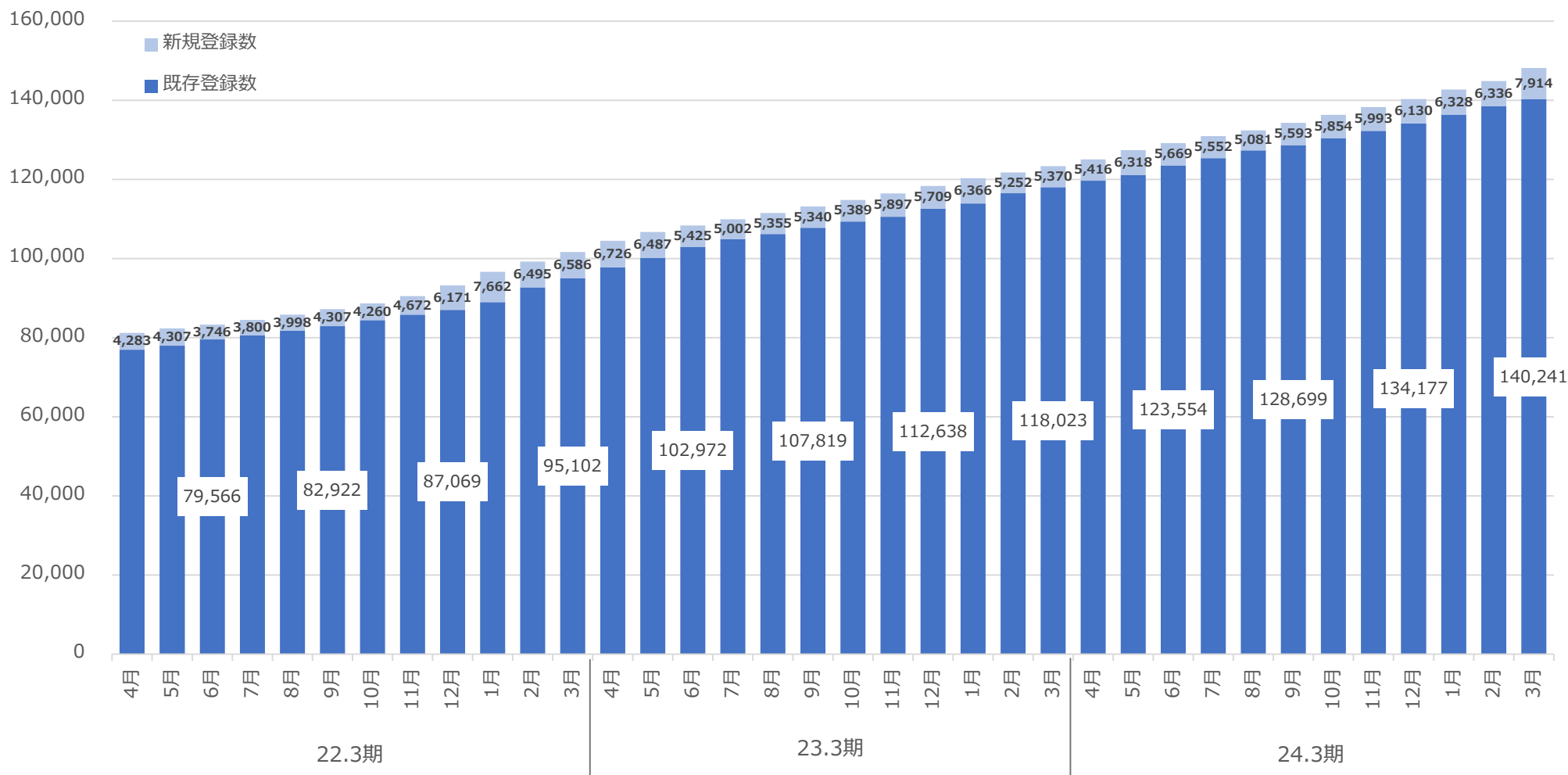
新規登録数は7～8万件/月で、3月には過去最高を更新し、単月で9万件に迫る。
登録総数も順調に増加。



※登録した商品を購入した場合は自動的にリストから削除される

入荷お知らせメール登録数

4Qの新規登録数は2万件を超え、四半期ベースで過去最高に迫る。
既存登録数は初めて14万を超える。お客様のお手元のスマートフォンに40万件／月の配信。



AIMD × One to One × AIコンテンツレコメンド

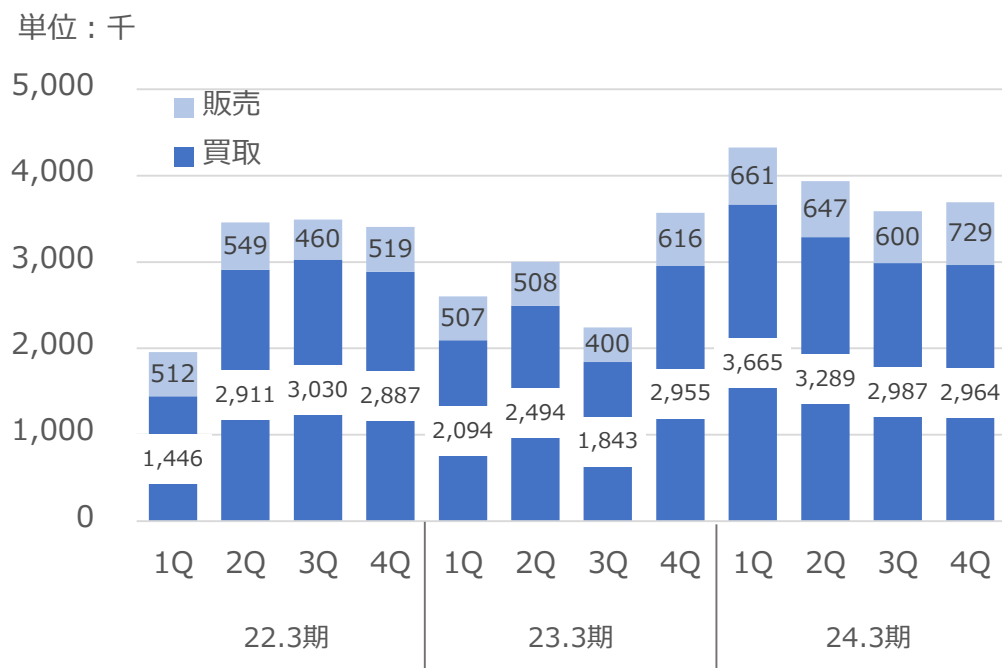


AIコンテンツレコメンドの配信数は順調に増加。AIMD × One to Oneの配信は増加し、

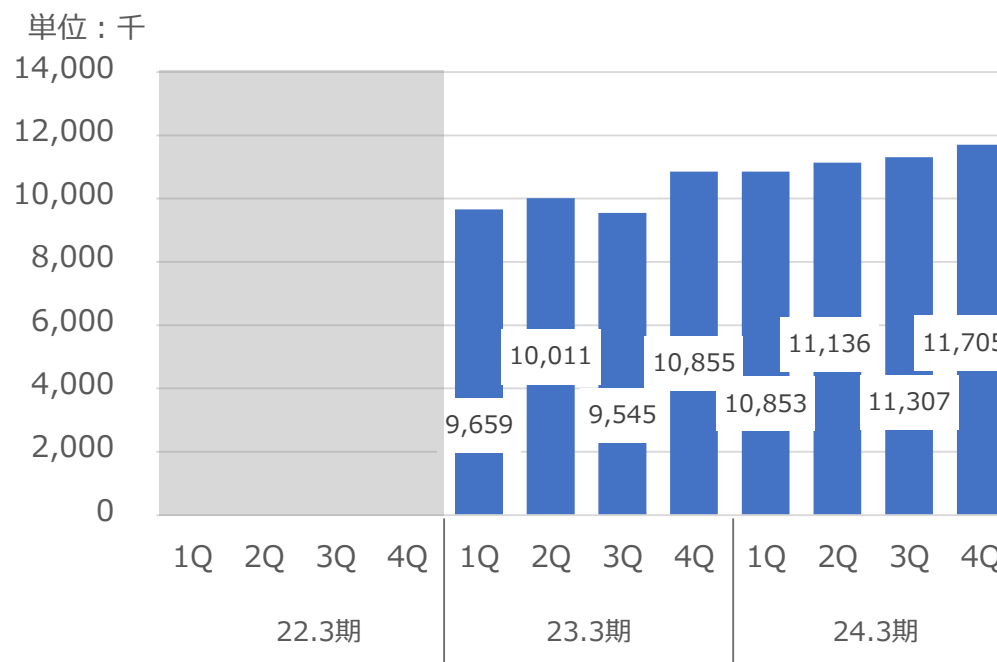
AIMD（販売）とAIコンテンツレコメンドの四半期配信数は過去最高となる。

お客様のお手元のスマートフォンに**月平均500万配信。**

AIMD × One to One



AIコンテンツレコメンド配信数



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。