



SYUPPIN®

 **Paralym Art®**
障がい者アートを応援しています

2025年3月期 第2四半期
決算説明会資料

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

決算ハイライト（2Q単体）

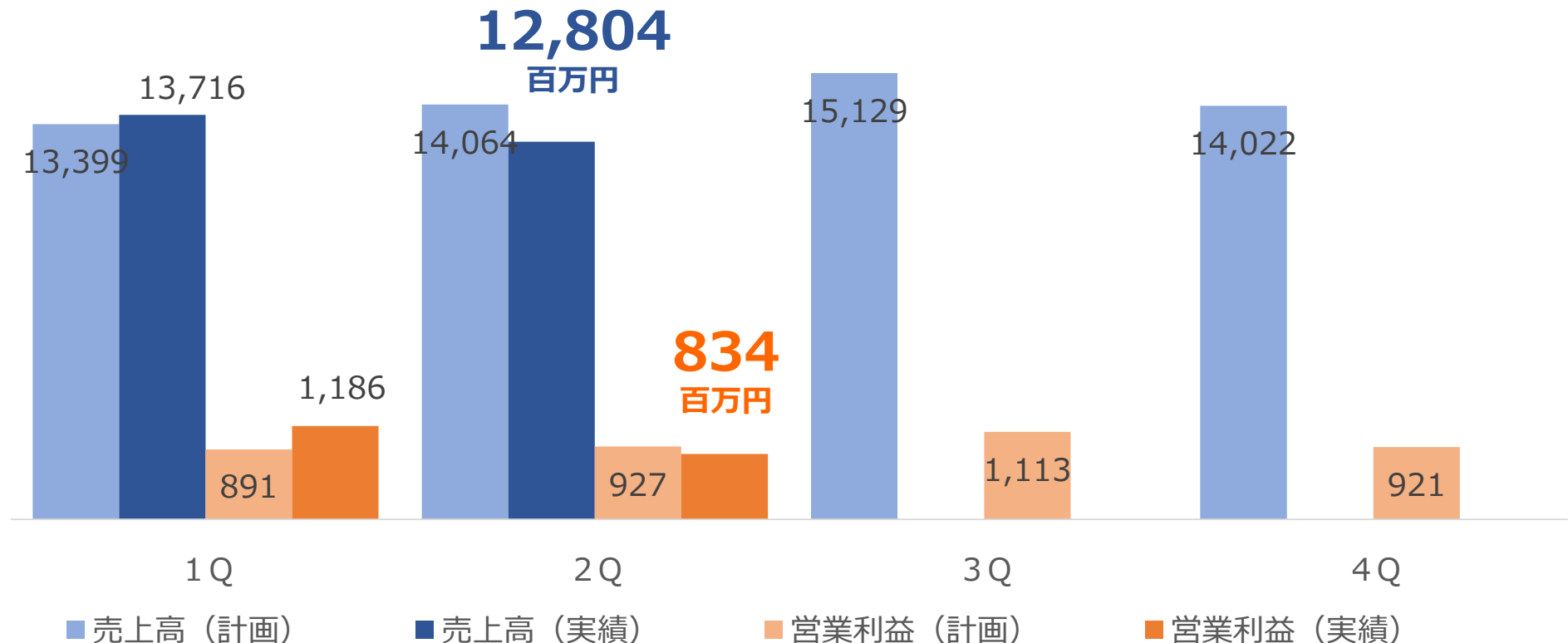


EC売上高は過去最高の**100億円を突破**するも、国内の時計市場の軟調さを受け
計画比では売上高:**91%**、営業利益:**90%**と軟調な結果となる

- トピックス: 【カメラ事業】引き続き新製品の販売、中古の買取・販売の循環サイクルもめぐり、計画比102%と堅調な推移となる
【時計事業】インバウンドの減少に伴う免税の減少や国内市場の影響もあり、計画比60%と軟調な結果となる

計画・実績四半期推移

(単位: 百万円)



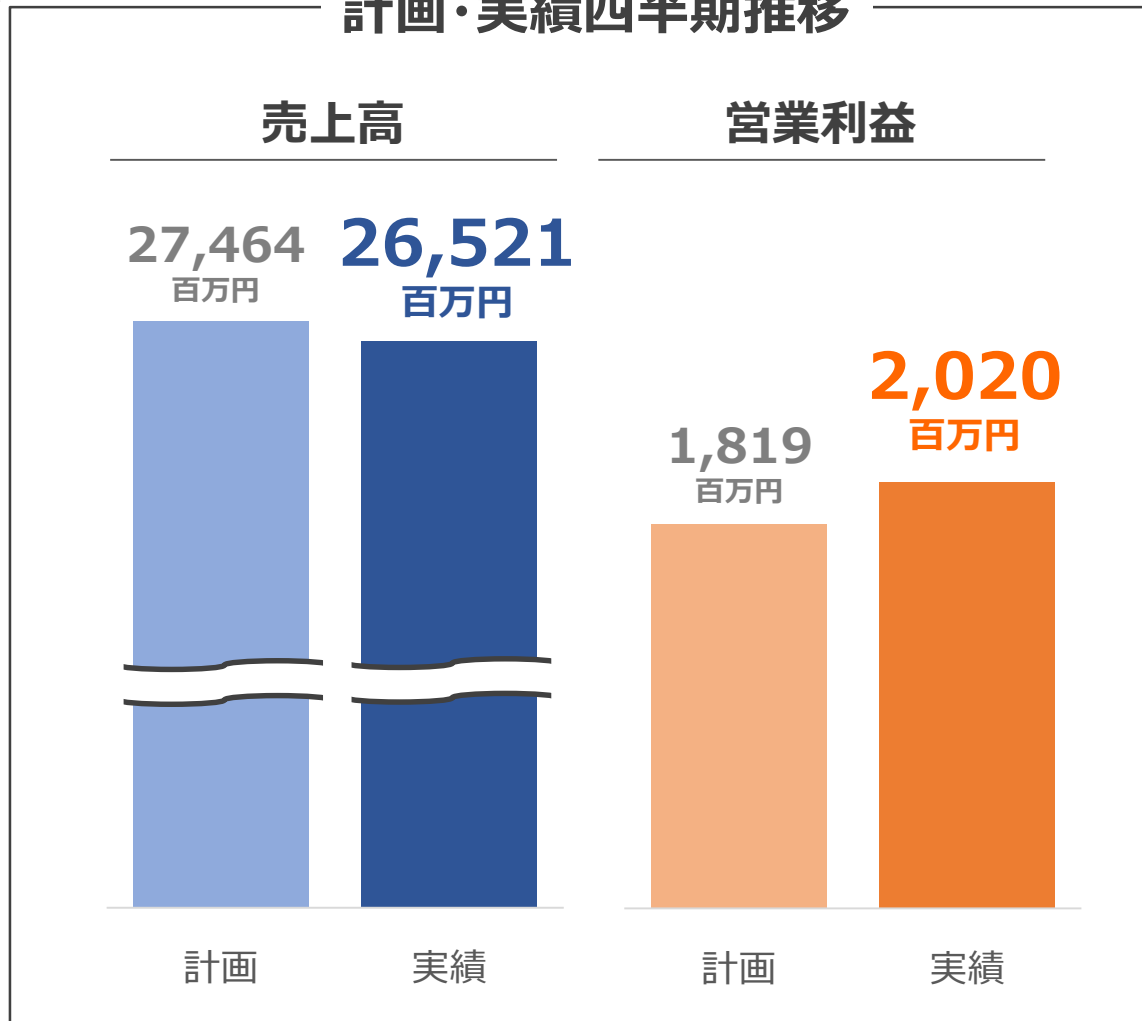
決算ハイライト（2Q累計）



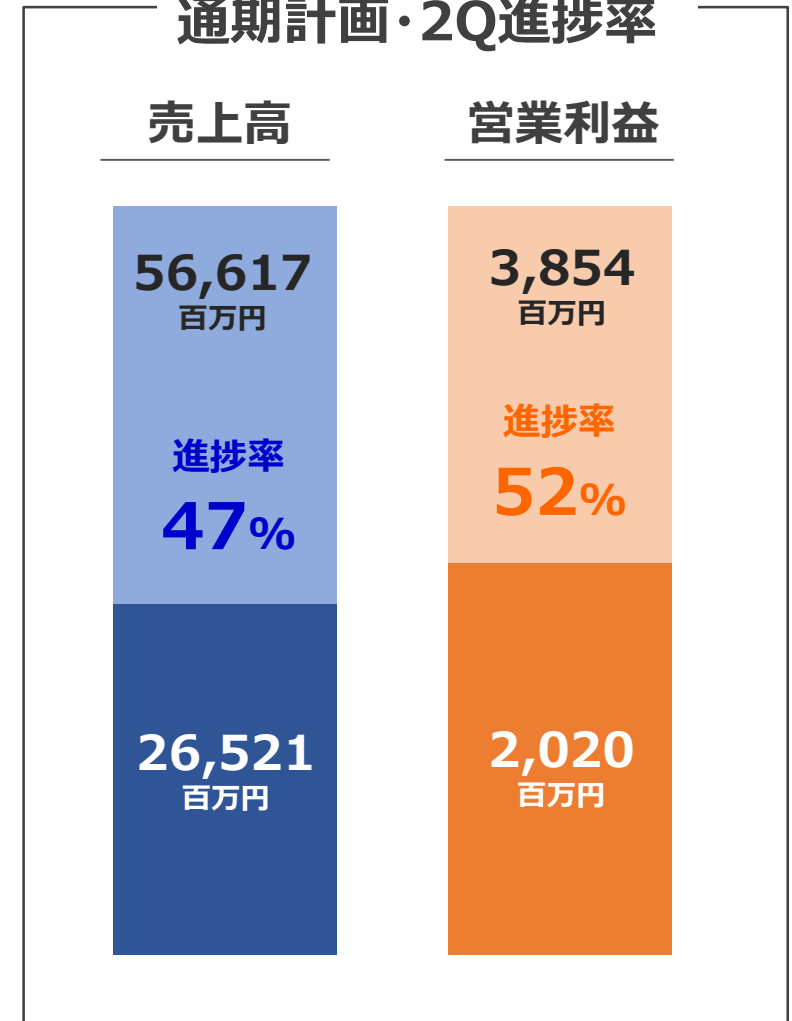
2Q累計での計画比では**売上高:97%**、**営業利益:111%**と
売上はビハインドも、**利益は計画を上回る進捗**となる

(単位：百万円)

計画・実績四半期推移



通期計画・2Q進捗率



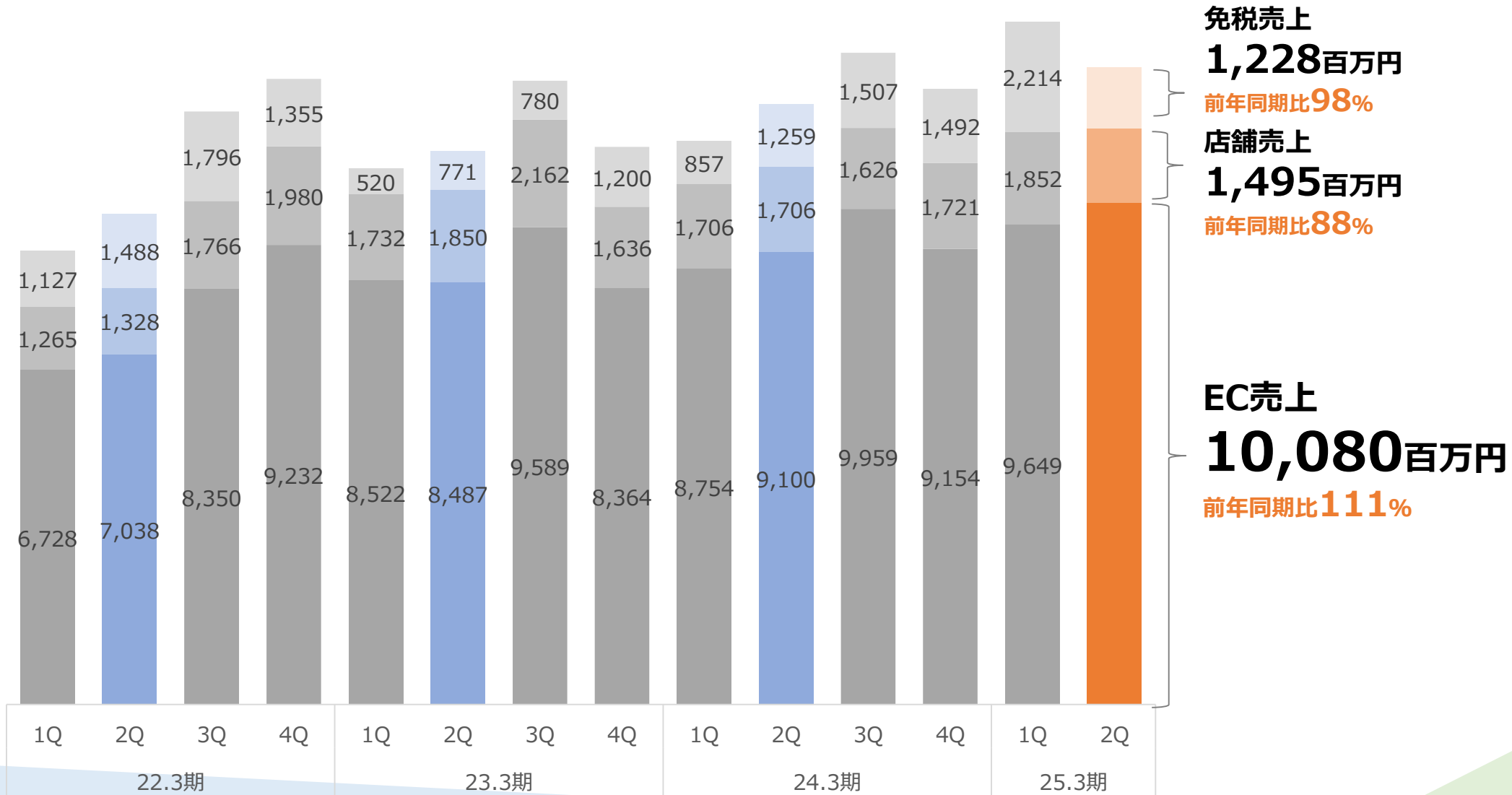
販売／買取実績

販売チャネル別 売上高推移（2Q単体）



EC売上高は四半期ベースで**過去最高を更新し100億円を突破**

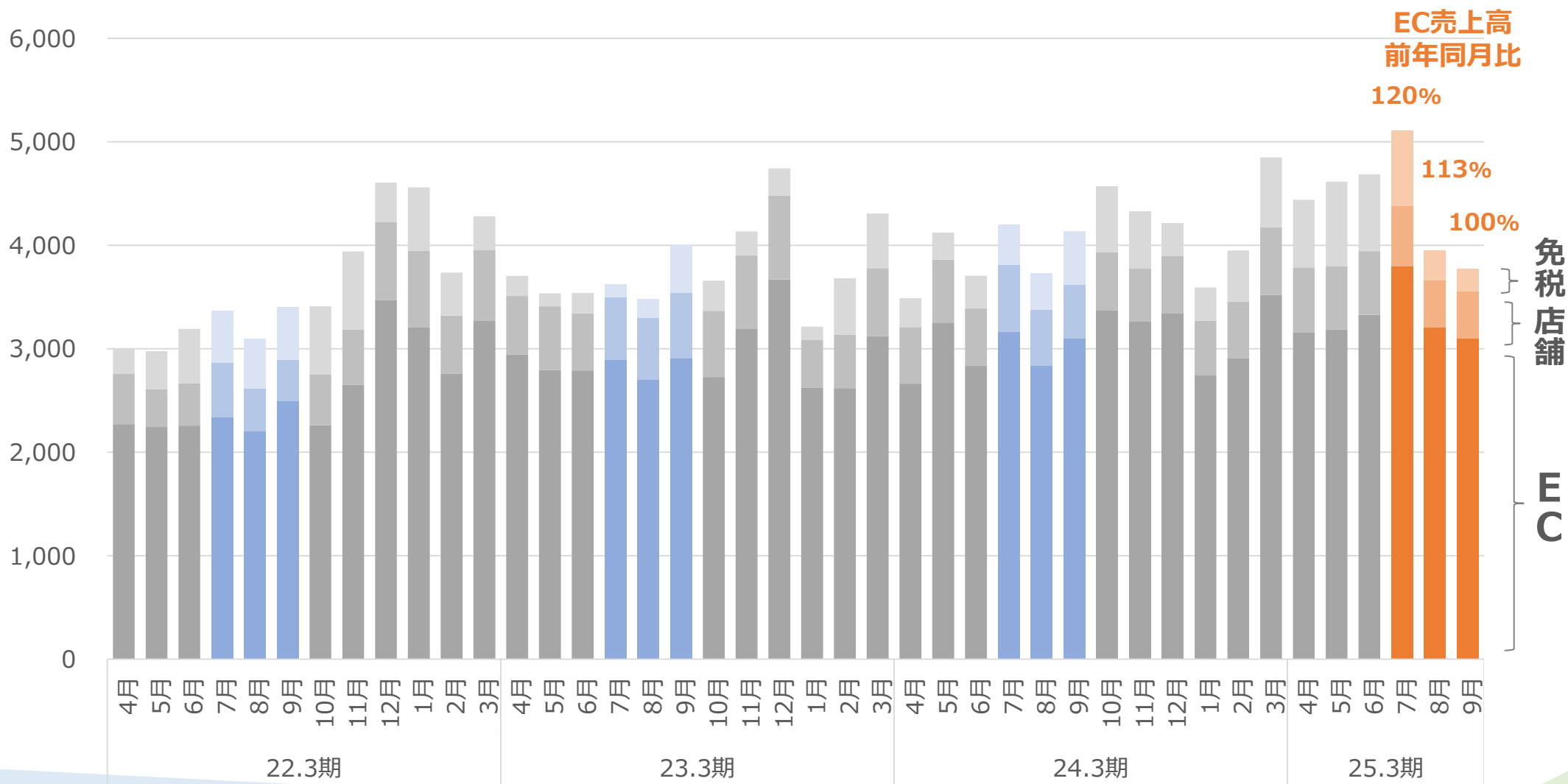
時計事業の免税や国内市場の軟調さはあるが、**EC全体**では引き続き**前年同期比2桁の成長**を継続



販売チャネル別 売上高推移（月別）



- EC：主軸のカメラ事業を軸とし、成長ドライバーであるECは堅調に推移
- 店舗：カメラ事業に比べ、店舗比率の高い時計事業が、国内市場の影響を受け、軟調な推移
- 免税：8月以降、円高基調等の影響により、インバウンドが減少により軟調な推移

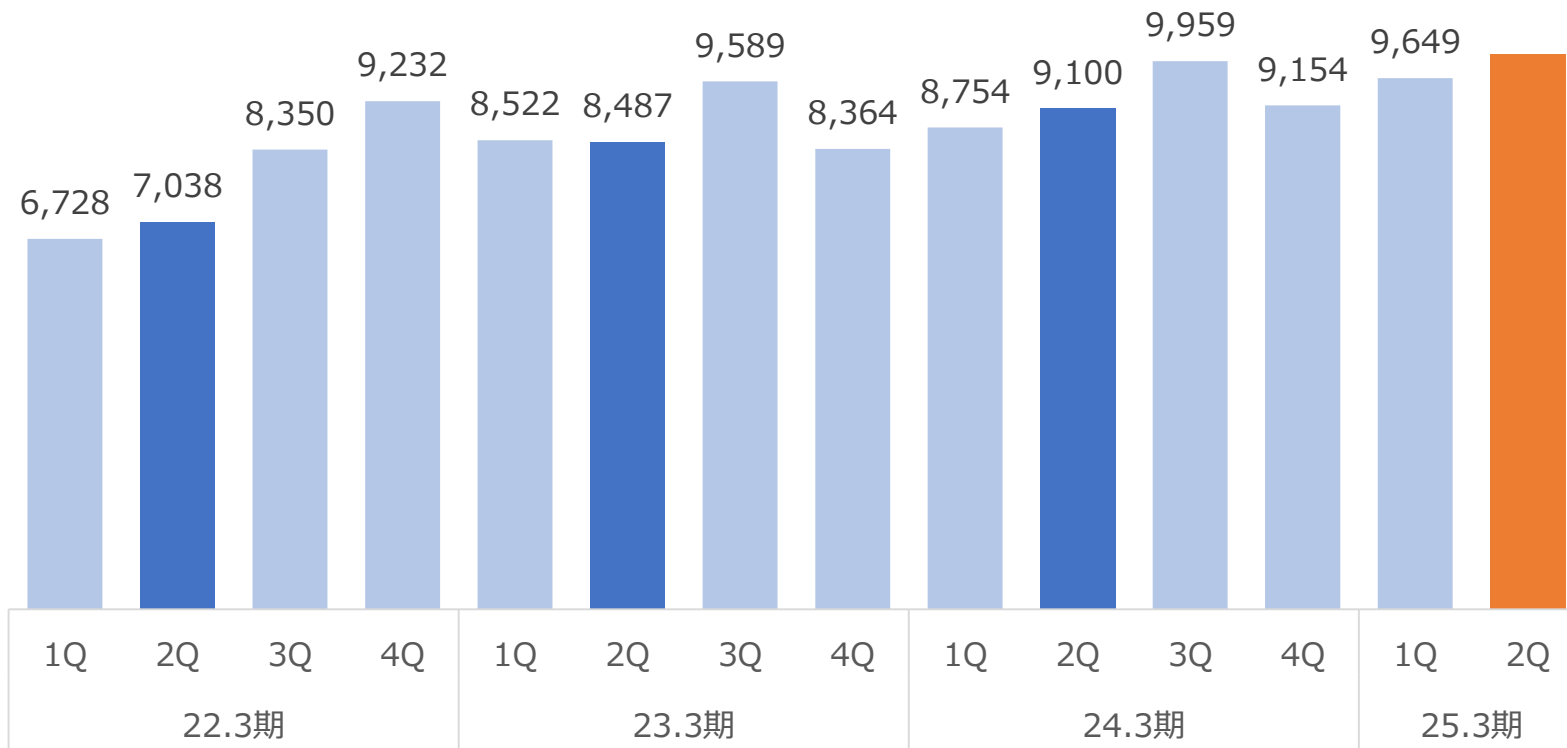
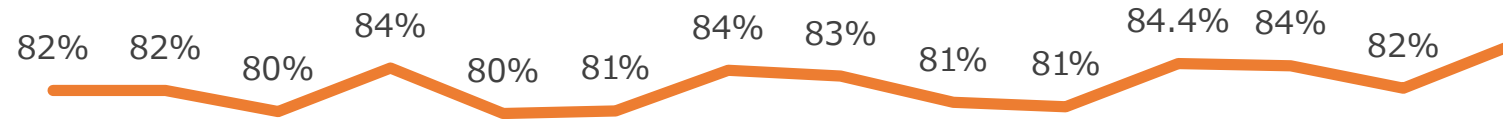


EC売上高推移（2Q単体）



自社サイト比率は、安定して**80%以上の高い水準**を維持

自社サイト比率
86.0%
前年同期比+5.1%



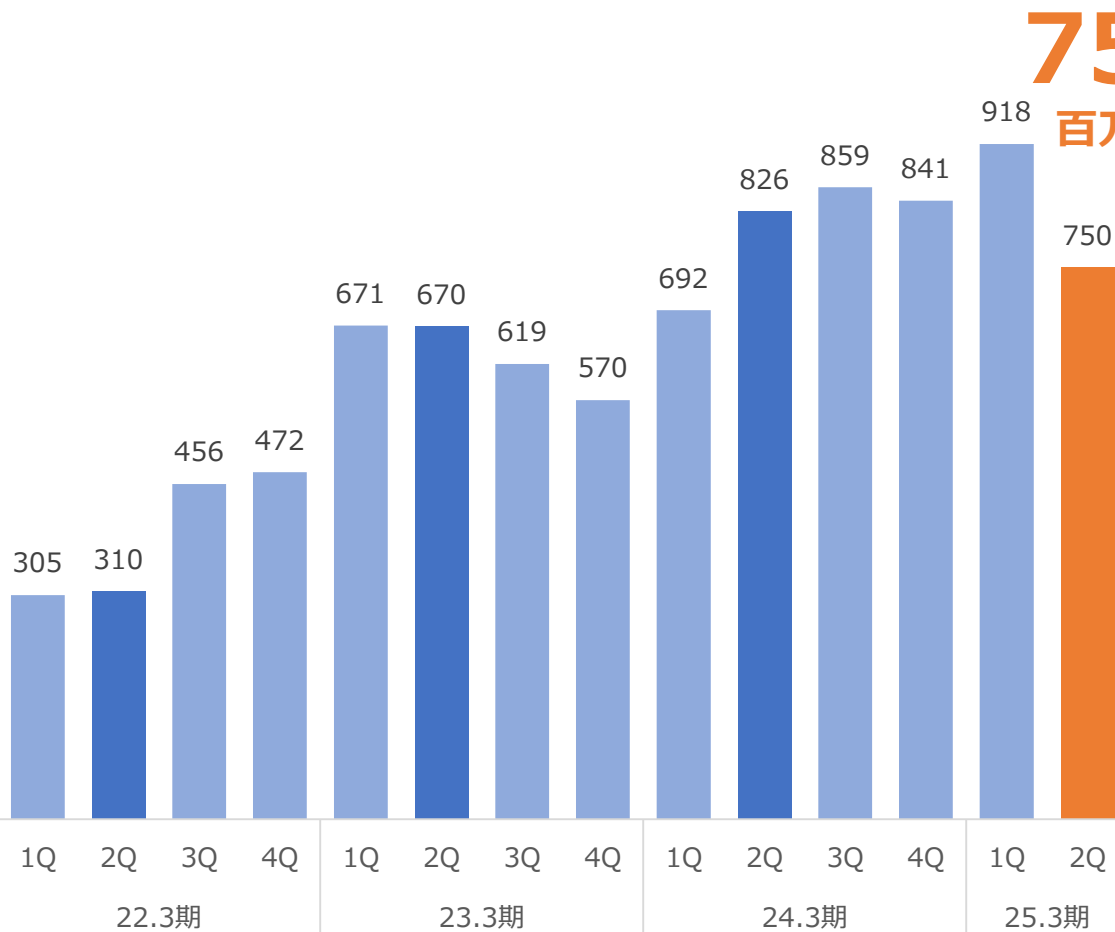
EC売上
10,080百万円
前年同期比**111%**

越境 E C (海外モール)・免税・店舗 売上高推移 (2Q単体)

免税同様、越境 E C も円高基調の影響により、前年同期比**90%**と軟調な推移

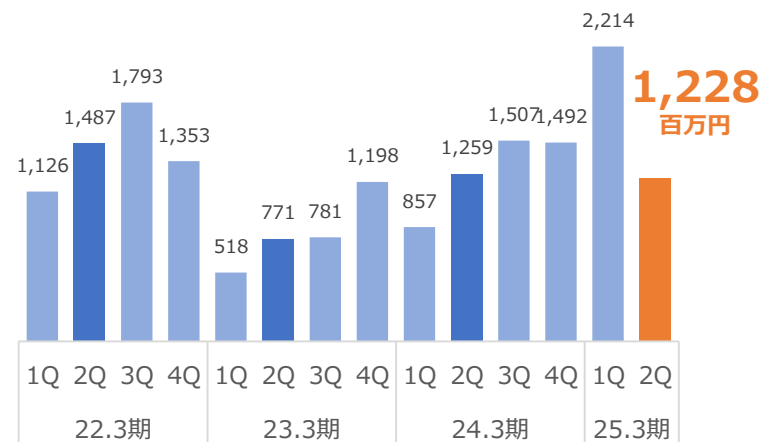
越境EC(海外モール)

750
百万円



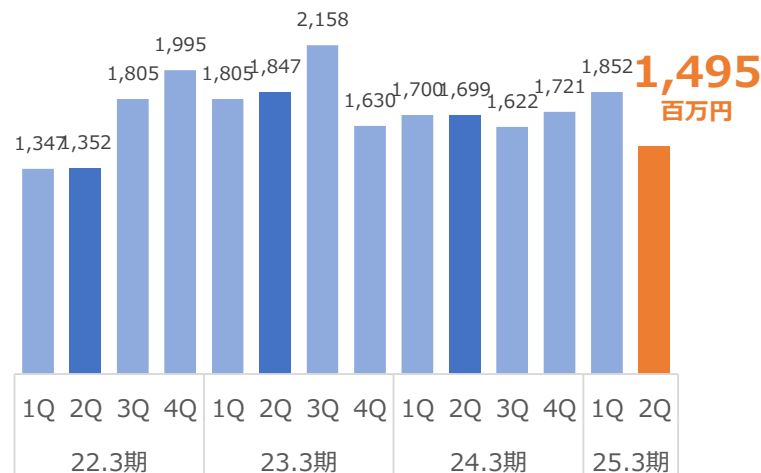
免税

1,228
百万円



店舗(免税除く)

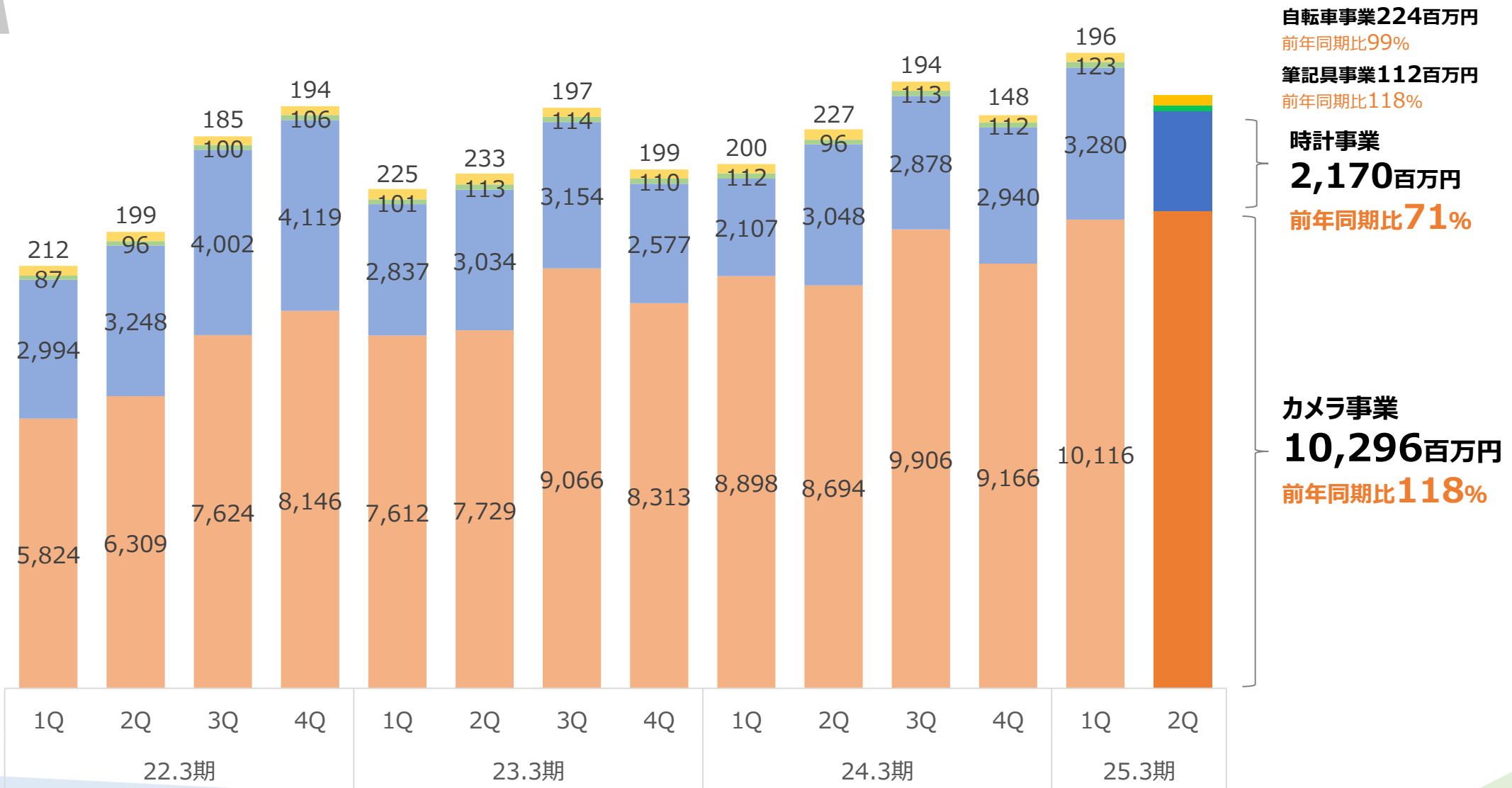
1,495
百万円



事業別 売上高 (2Q単体)



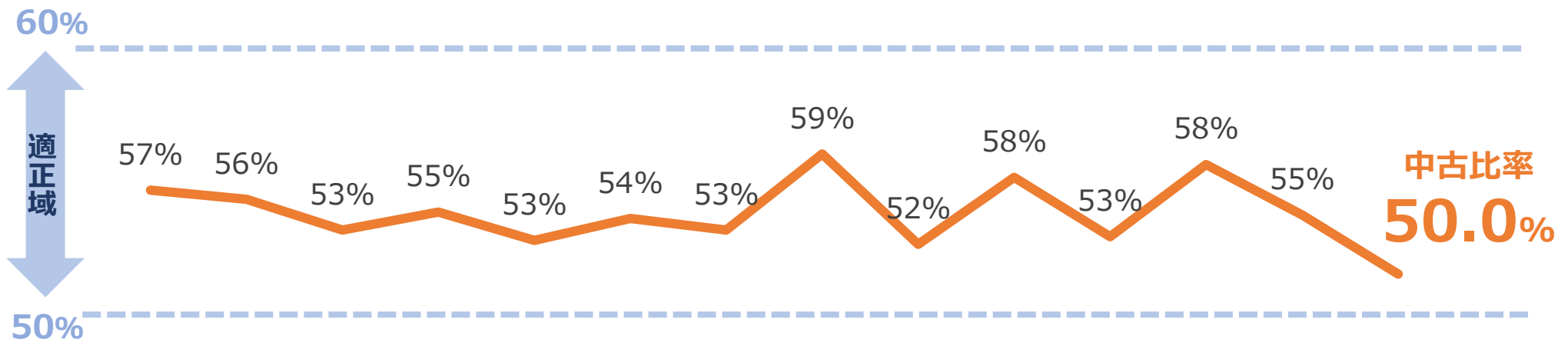
主軸のカメラ事業は前期に続き**100億円超**、前年同期比で**118%**、四半期ベースで**過去最高を更新**
 時計事業は免税の減少や国内市場の軟調な影響もあり前年同期比**71%**にとどまる



売上高全体に占める 中古品比率推移 (2Q単体)



2Qの売上高に占める中古品比率は**50.0%**、新品・中古の買替サイクルは**引き続き堅調**

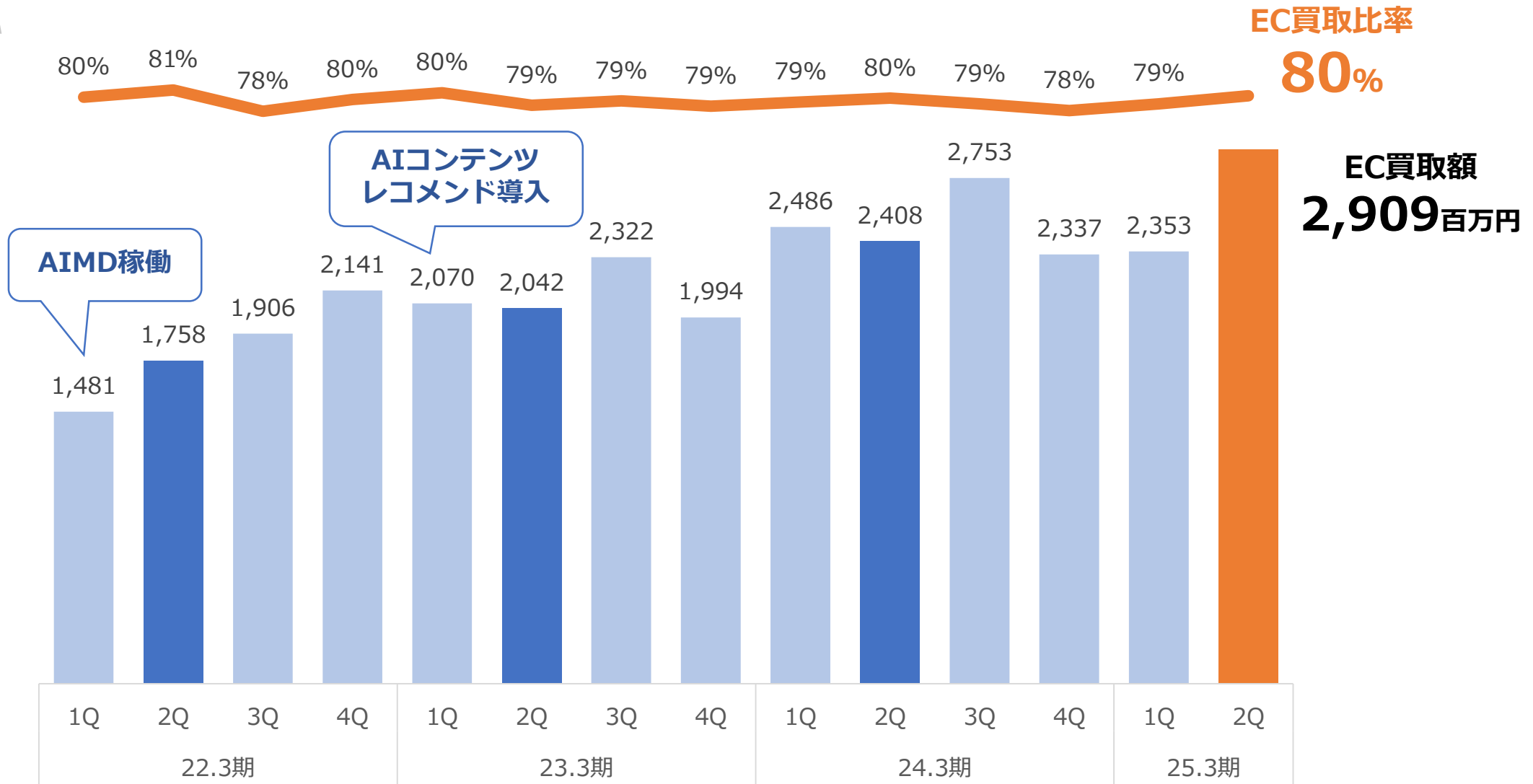


1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
22.3期				23.3期				24.3期				25.3期	

カメラ事業 中古EC買取金額推移（2Q単体）

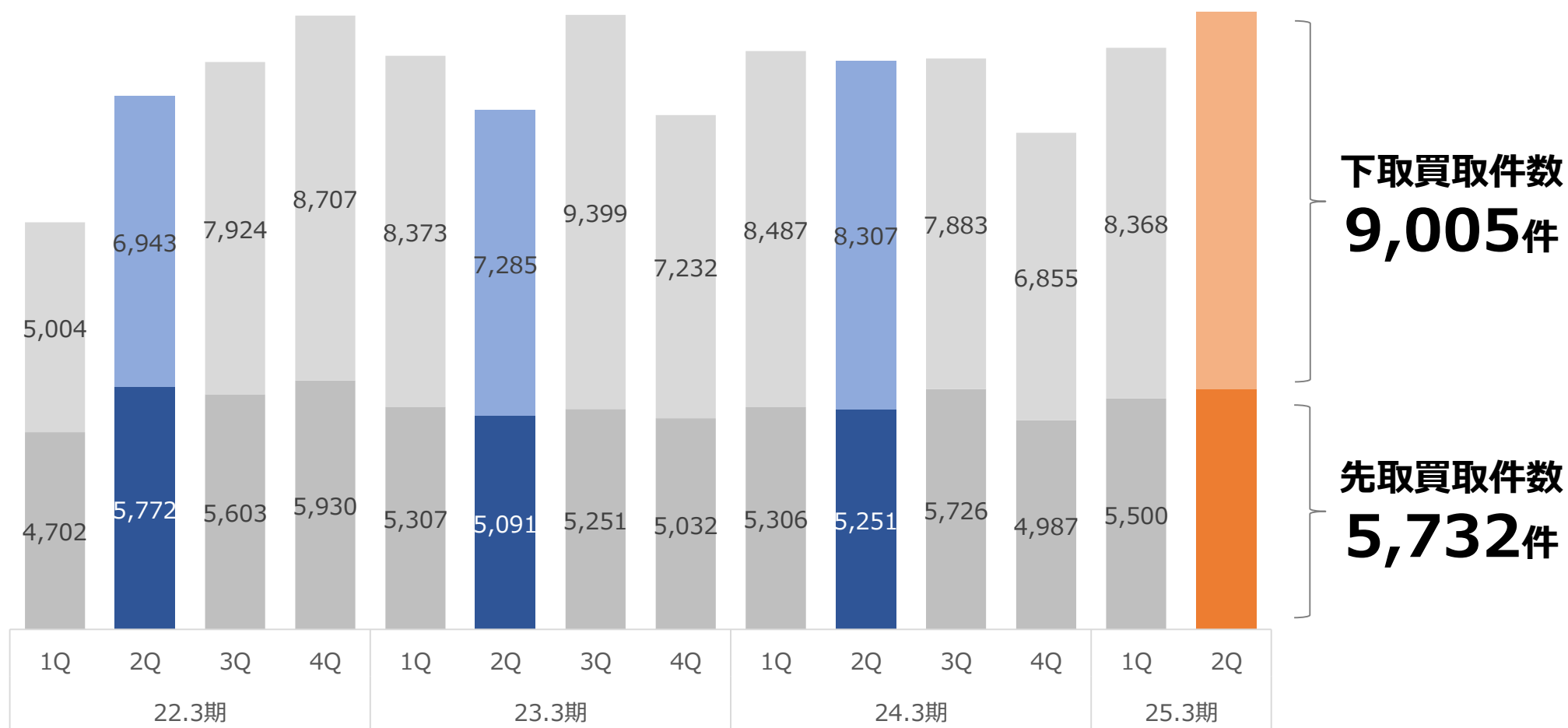


EC買取額は過去最高となり、EC買取比率も80%と好調



カメラ事業 下取・先取交換件数推移（2Q単体）

前年同期を上回り**十分な下取・先取交換件数**で中古仕入は順調に推移





財務ハイライト

決算概要：前年同期比較（2Q累計）



売上高:前年同期比：**113%**、經常利益：**123%**

売上は計画比ビハインドも、**営業利益は堅調に推移**

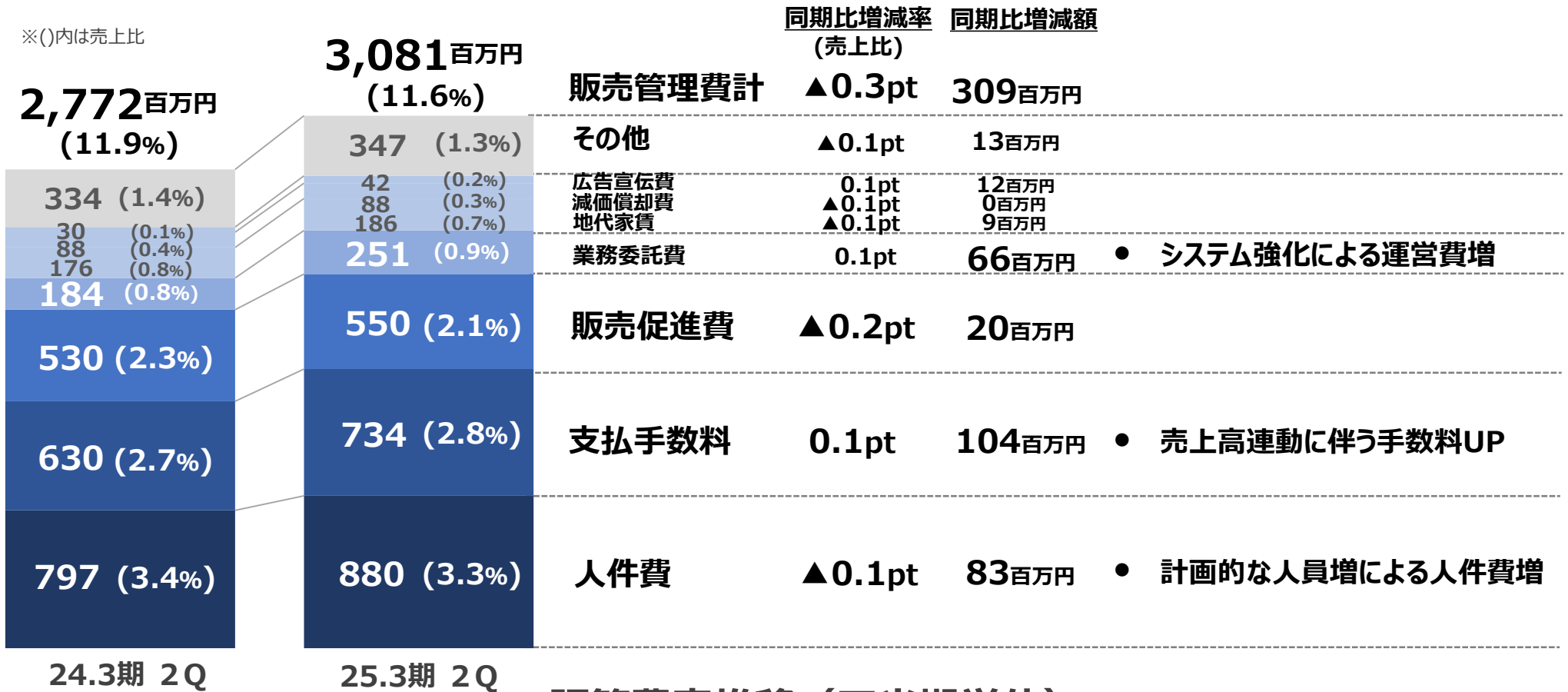
	24.3期 2Q累計		25.3期 2Q累計				
	実績	売上高比率	実績	売上高比率	前年同期比	計画	計画比
売上高	23,381	—	26,521	—	113%	27,464	97%
売上総利益	4,398	18.8%	5,102	19.2%	116%	5,132	99%
販売管理費	2,772	11.9%	3,081	11.6%	111%	3,313	93%
営業利益	1,625	7.0%	2,020	7.6%	124%	1,819	111%
經常利益	1,632	7.0%	2,003	7.6%	123%	1,804	111%
当期純利益	1,111	4.8%	1,365	5.1%	123%	1,244	110%

販売管理費の前年同期比（2Q累計）

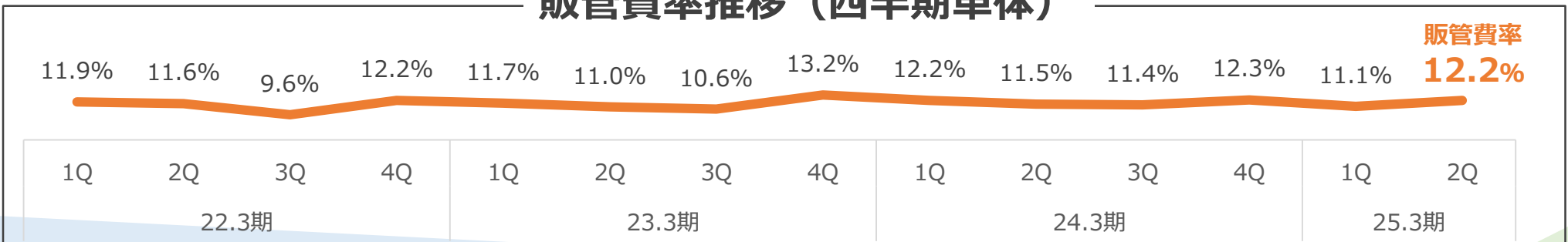


堅調な売上げを維持しつつ、販管費率は**11.6%**も安定した推移

※()内は売上比



販管費率推移（四半期単体）



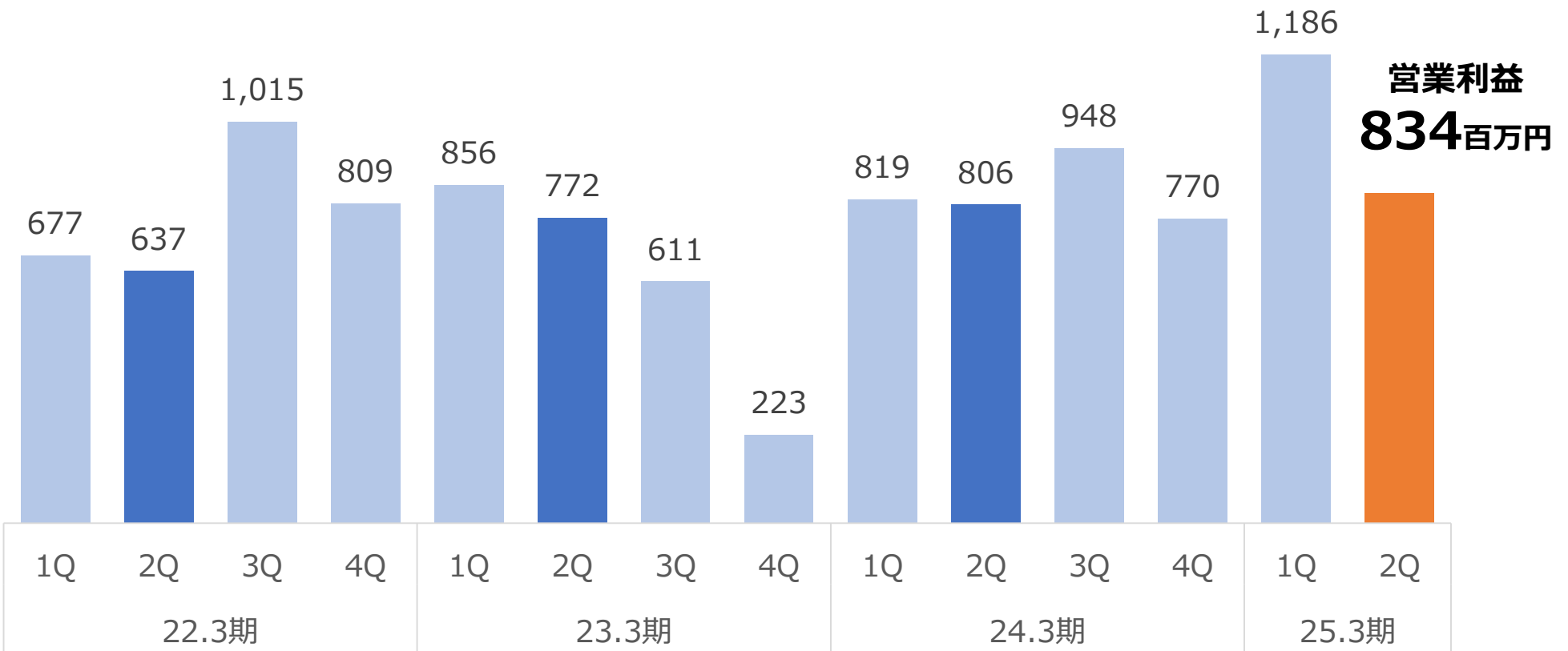
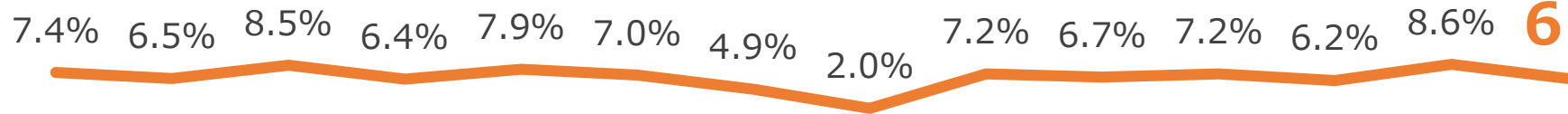
営業利益・営業利益率推移（2Q単体）

営業利益は前年同期比**103%**と堅調な推移

円高基調による時計の国内市場の軟調な動きがある中でも、安定した利益を確保





営業利益率

6.5%



事業別業績の前年同期比較（2Q累計）

（単位：百万円）

※()内は売上構成比	販売チャネル	24.3期2Q累計	25.3期		トピックス
			2Q累計	前年同期比	
 カメラ事業 (77.0%)	・EC売上	15,012	16,910	113%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗ともに2桁成長と好調な推移 ● 営業利益は前年同期比120%、売上/利益ともに前年同期比2桁成長
	・店舗売上	2,579	3,502	136%	
	売上計	17,591	20,412	116%	
	営業利益	2,072	2,493	120%	
 時計事業 (20.6%)	・EC売上	2,448	2,267	93%	<ul style="list-style-type: none"> ● 8月以降の円高基調による国内市場の軟調な動きはあるが、利益を重視した販売を維持し、営業利益は前年同期比154%
	・店舗売上	2,706	3,183	118%	
	売上計	5,154	5,450	106%	
	営業利益	187	289	154%	
 筆記具事業 (0.9%)	・EC売上	147	166	113%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC・店舗ともに、2桁成長を達成、売上/利益ともに、前年同期比2桁成長、営業利益は156%
	・店舗売上	60	70	117%	
	売上計	207	236	114%	
	営業利益	25	39	156%	
 自転車事業 (1.6%)	・EC売上	244	386	158%	<ul style="list-style-type: none"> ● 免税が減少する一方、EC売上は158%、2桁成長を達成 ● 市場が冷え込む中でも黒字を維持
	・店舗売上	182	35	19%	
	売上計	427	421	99%	
	営業利益	18	14	76%	
合計	・EC売上	17,853	19,730	111%	<ul style="list-style-type: none"> ● EC、店舗ともに堅調に推移し、全社売上でも2桁成長を達成
	・店舗売上	5,528	6,791	123%	
	売上計	23,381	26,521	113%	

貸借対照表 前年度末比較



商品在庫は24.3期から約**16**億円増加、十分な在庫を確保

(単位：百万円)

	24.3期末	25.3期 2Q末	
		実績	増減
流動資産	13,961	15,952	1,990
現預金	1,321	1,709	388
商品	9,265	10,918	1,652
固定資産	2,101	2,253	152
資産合計	16,063	18,206	2,143
流動負債	5,979	5,871	▲108
固定負債	1,817	2,836	1,018
負債合計	7,796	8,707	910
純資産合計	8,266	9,499	1,232
負債・純資産合計	16,063	18,206	2,143



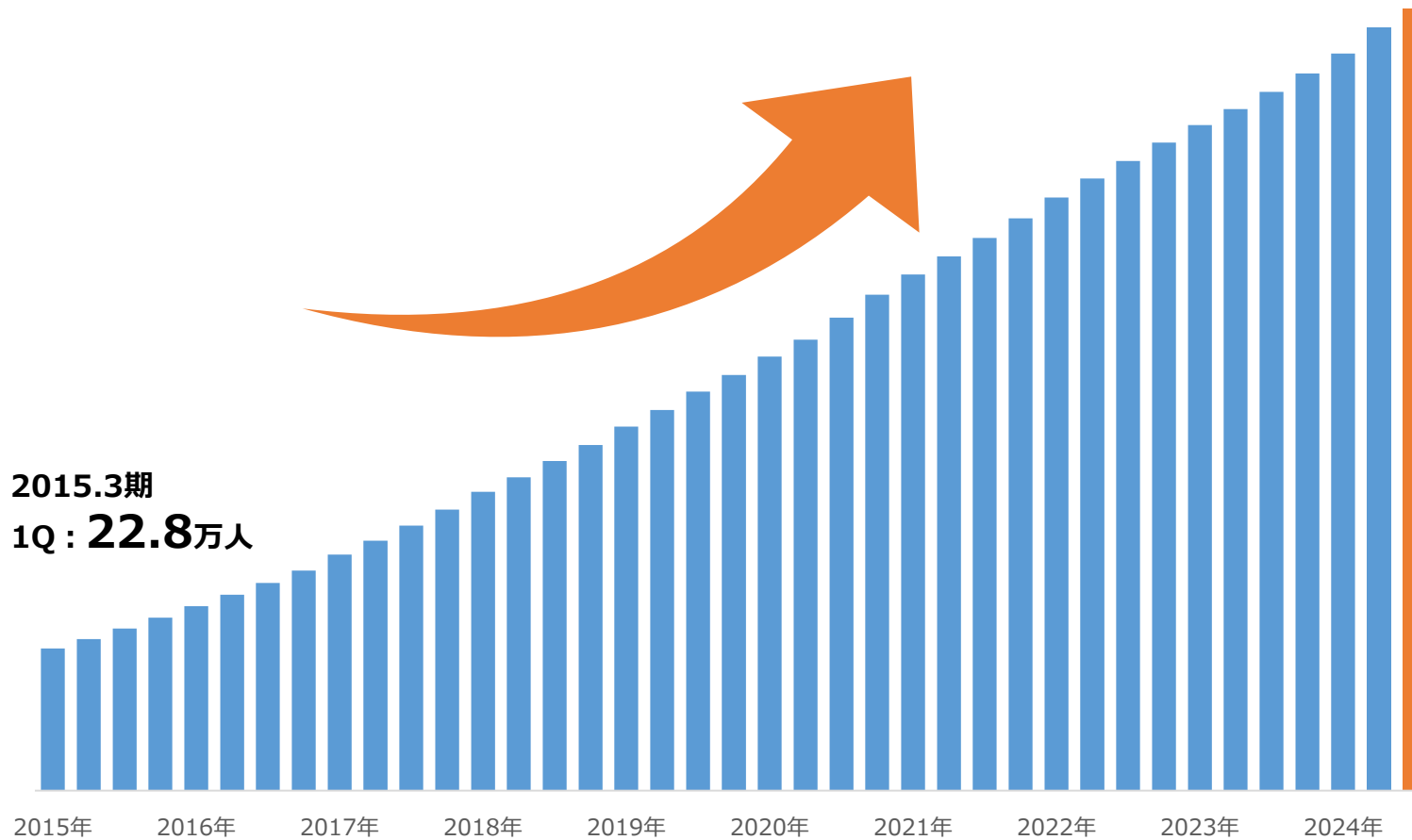
Web会員・配信実績

Web会員数の四半期推移

累計会員数は**70万人を突破**、引き続き順調に推移

累計会員登録数
(2024年9月末時点)

70.2万人



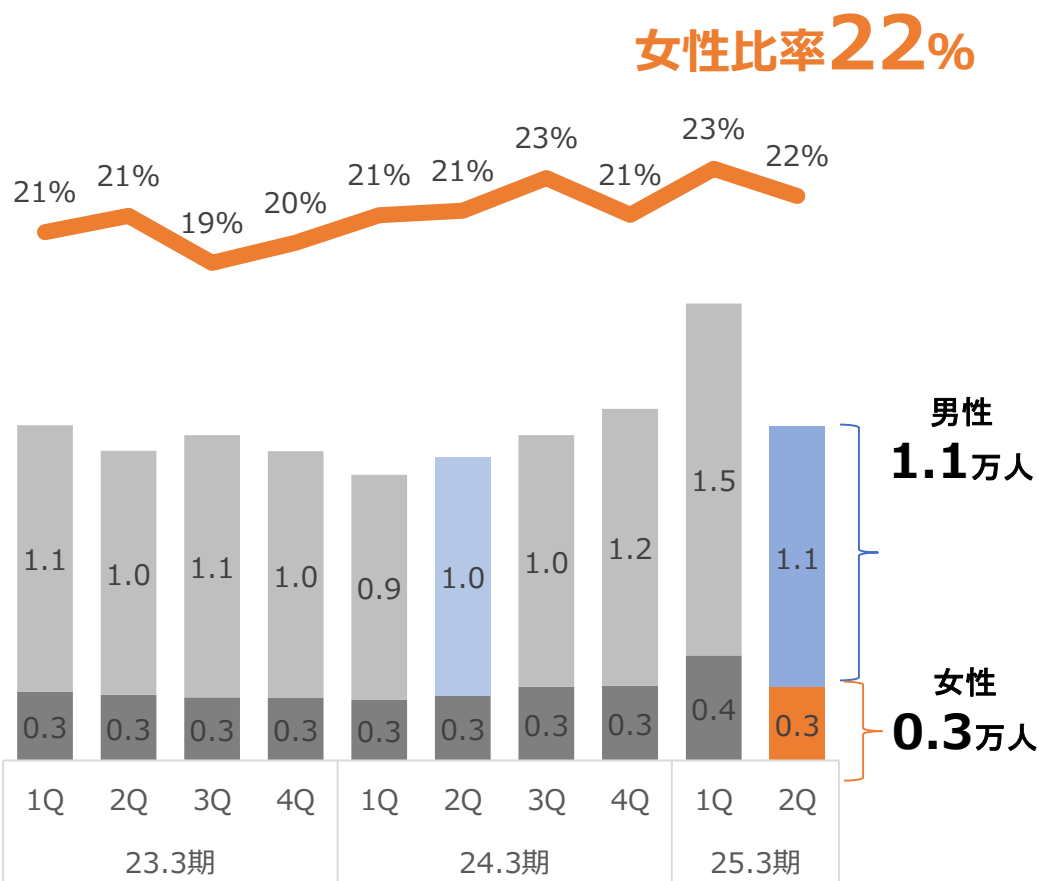
2024年7月: 5,202人
2024年8月: 4,297人
2024年9月: 3,981人

Web会員数の会員属性 年代/性別/エリア別

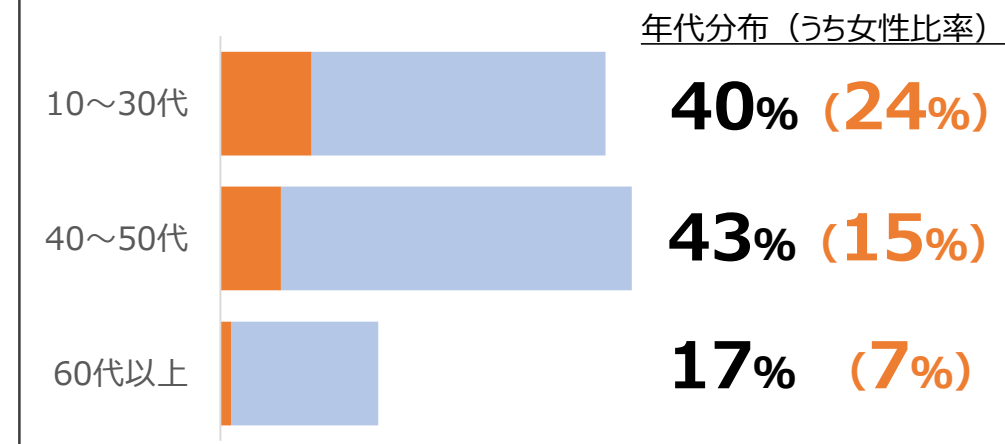
2Qの新規加入者は**女性が22%**、2割以上を継続 ※全Web会員の女性比率:17%

InstagramなどのSNS普及により、**10代~30代の女性比率は約24%**と高い

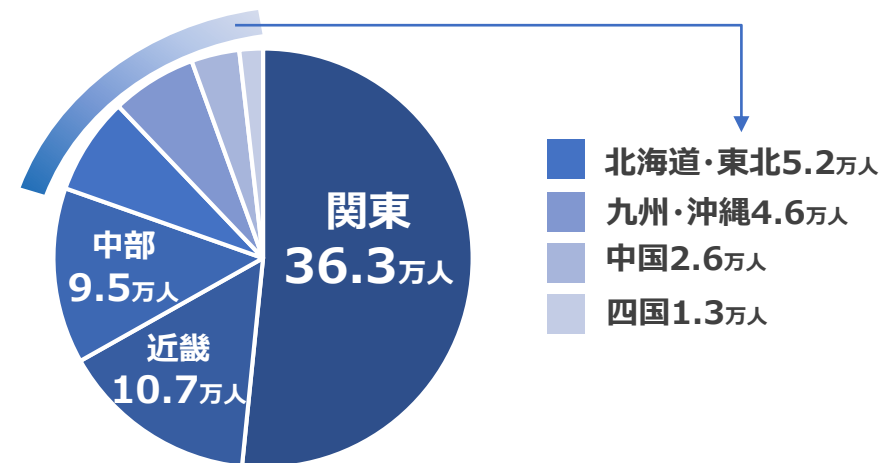
男女別新規会員数



年代分布/女性比率



エリア別会員数



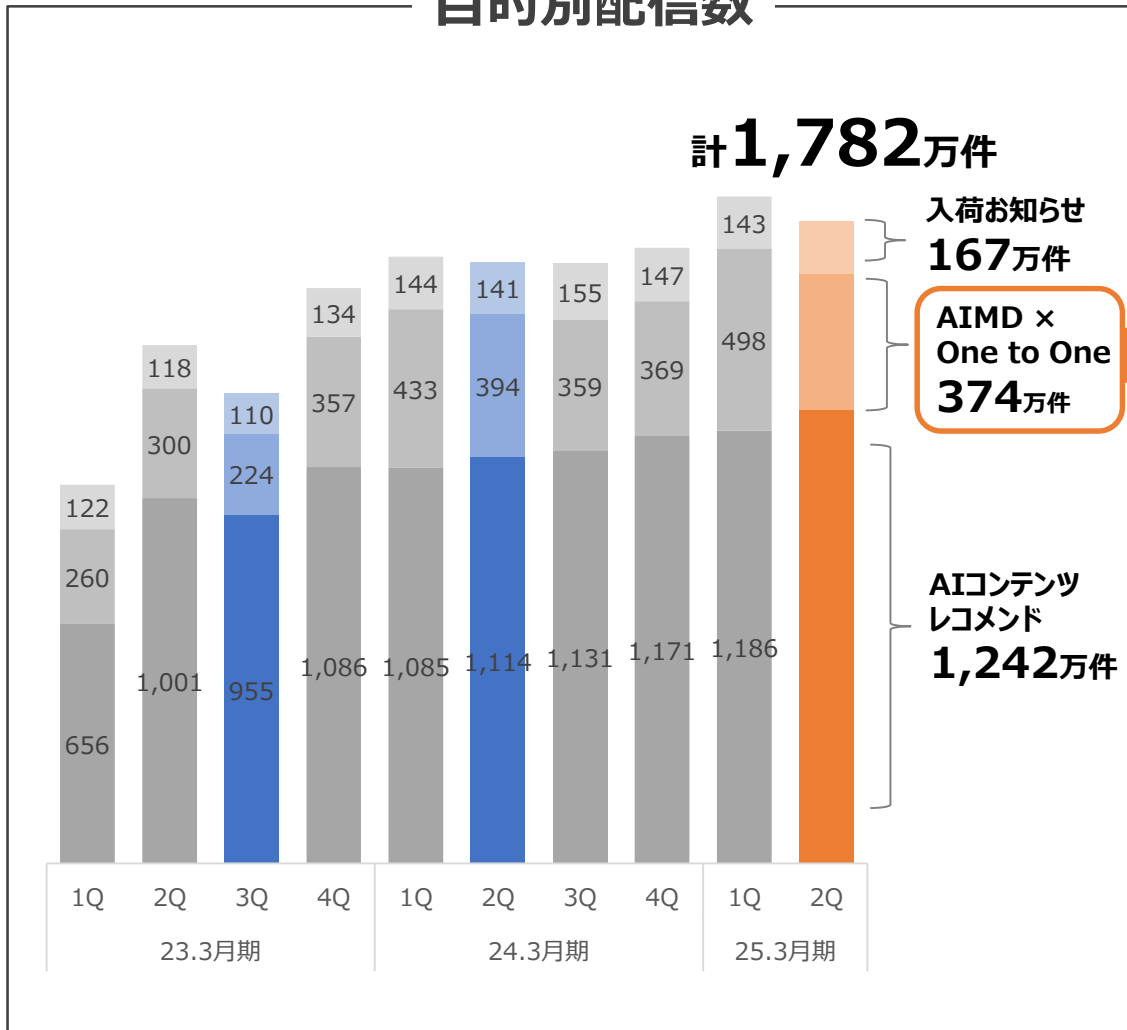
テクノロジーの開発／配信数実績（2Q単体）



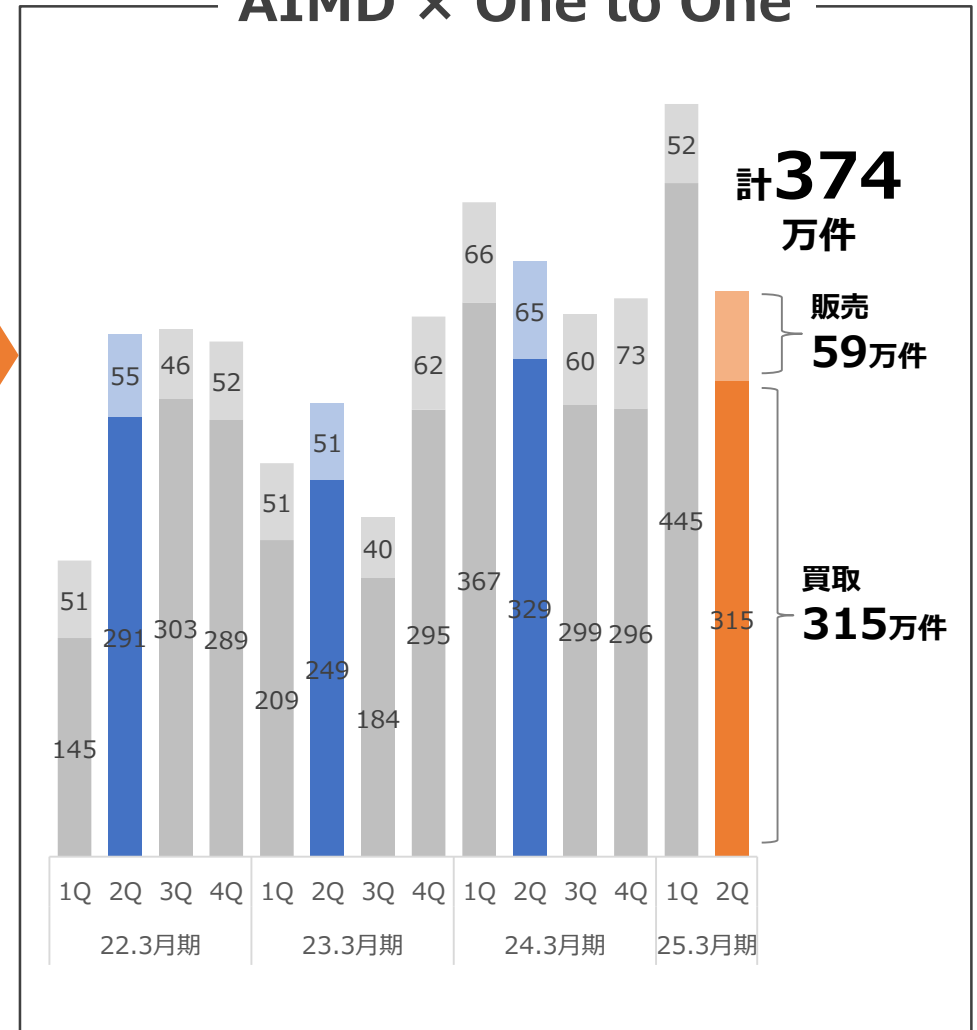
AIによる自動配信は高水準を維持、配信数**1,782万件**=約**400店**の実店舗に相当※

※当社試算：配信数を来店客数に換算した場合

目的別配信数



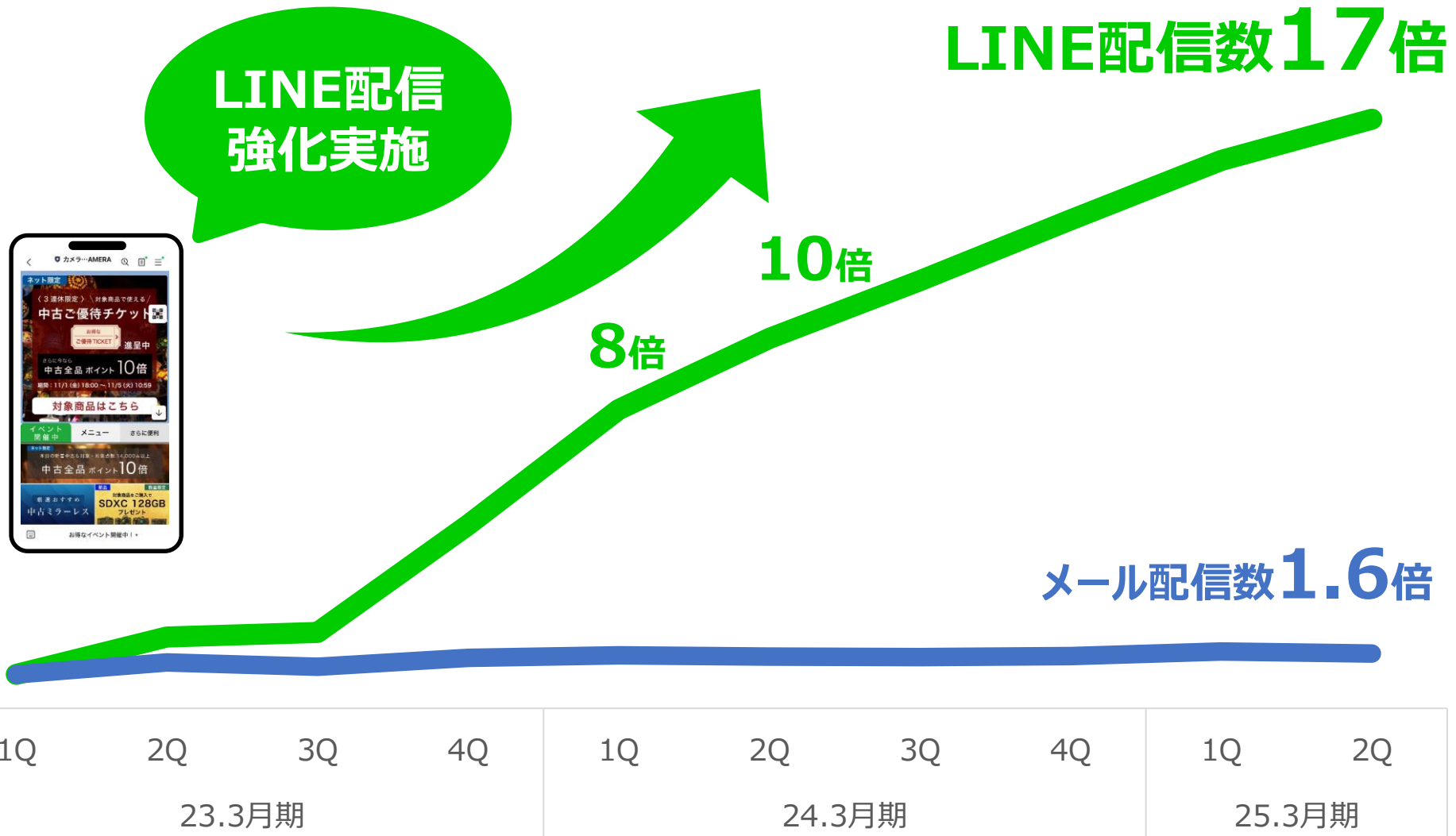
AIMD × One to One



LINE配信数実績（2Q単体）

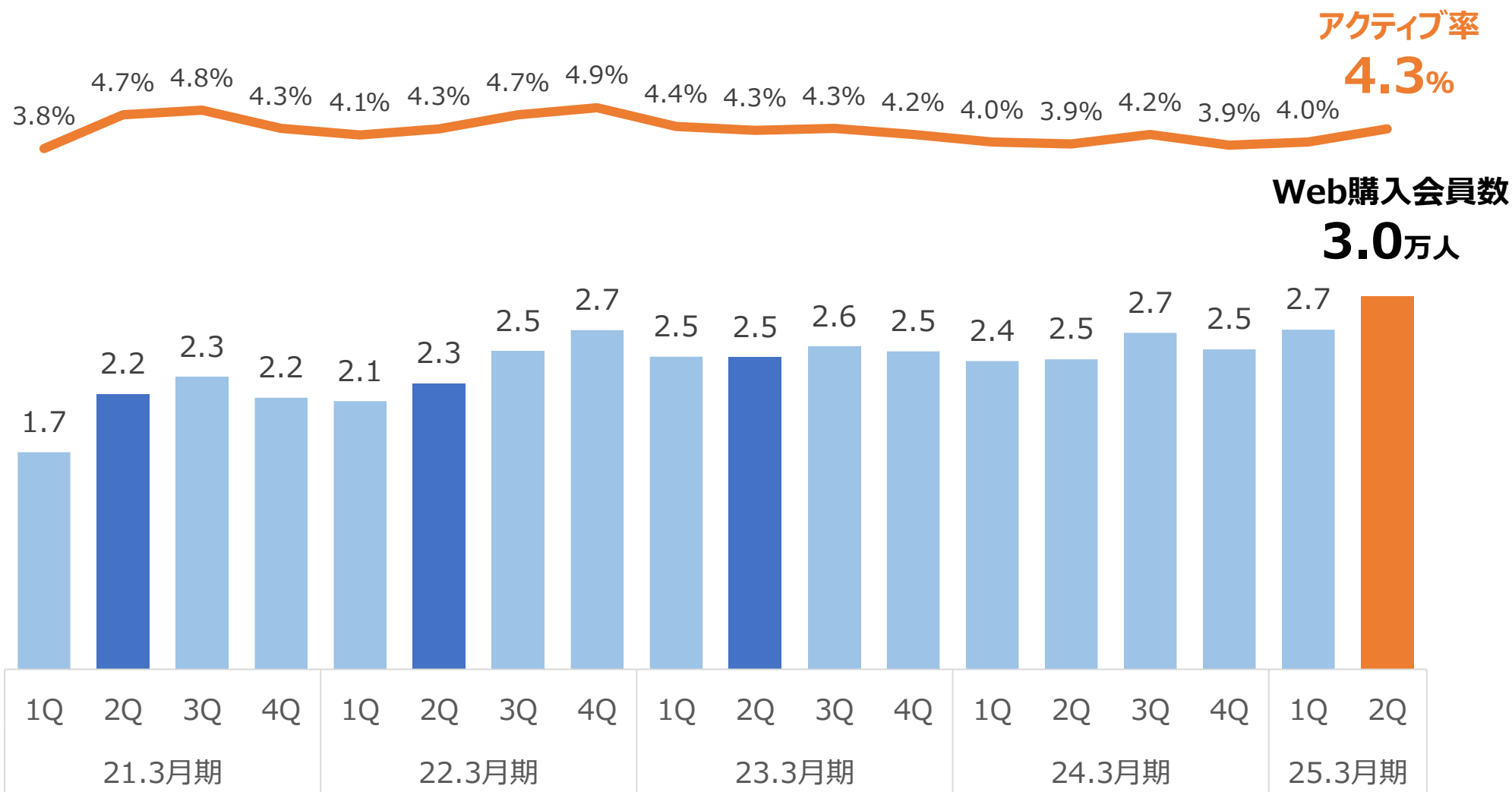


LINE配信は配信の強化実施後**17倍**に成長（2023年3月期1Qを起点に算出）



Web会員(既存顧客)のWeb購入会員数とアクティブ率※ (2Q単体)

既存顧客のWeb購入会員数(自社サイト)、アクティブ率ともに**好調に推移**



※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（月別）

新規登録数は**約7万件**／月で継続して推移

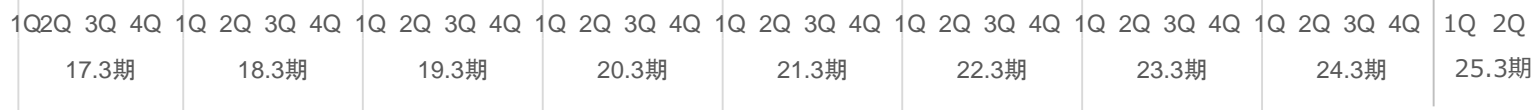
欲しいリストに追加



欲しいリスト登録数
(2024年9月末時点)

243万件

2017.3期
(6月末時点)
41万件



■ 新規登録数

2024年7月：68,616件
2024年8月：69,316件
2024年9月：75,035件

※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（月別）



新規登録数は月平均約**6.5千件**と引き続き順調に増加

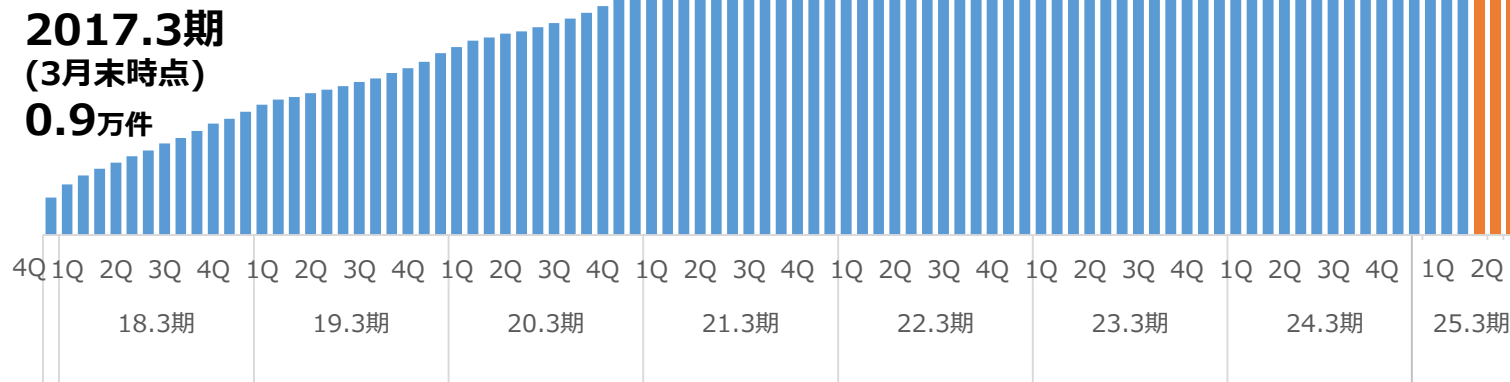
入荷したらお知らせ



入荷お知らせメール
登録数

(2024年9月末時点)

16.6万件



■ 新規登録数
2024年7月：7,328件
2024年8月：6,489件
2024年9月：6,042件



2025年3月期 主な取組施策

営業本部と情報システム本部が“密に連携を取り合う”新オフィスを開設
最新のオフィス環境でさらなるイノベーションを実現

EIC Company + Re-Value

Electronic Commerce × Intelligence

Reuse × Value



- 顧客ニーズへの迅速な対応
- 営業サポート強化
- 意思決定のスピードアップ
- サービスの提案力強化
- 業務プロセスの最適化
- 労働環境の改善

EIC企業へ向かっての取組 2 動画コンテンツスタジオ新設

深価 × Agility

継続して強化をしてきたコンテンツクリエイティブさらに進化

自社内に**3つのスタジオ**を新設し、**時代を先取りしたECの変革**を加速させる



2025年1月

YouTube強化 第2弾

自社内に**3つの**
スタジオ新設



2023年4月
YouTube強化
第1弾
専門部署新設

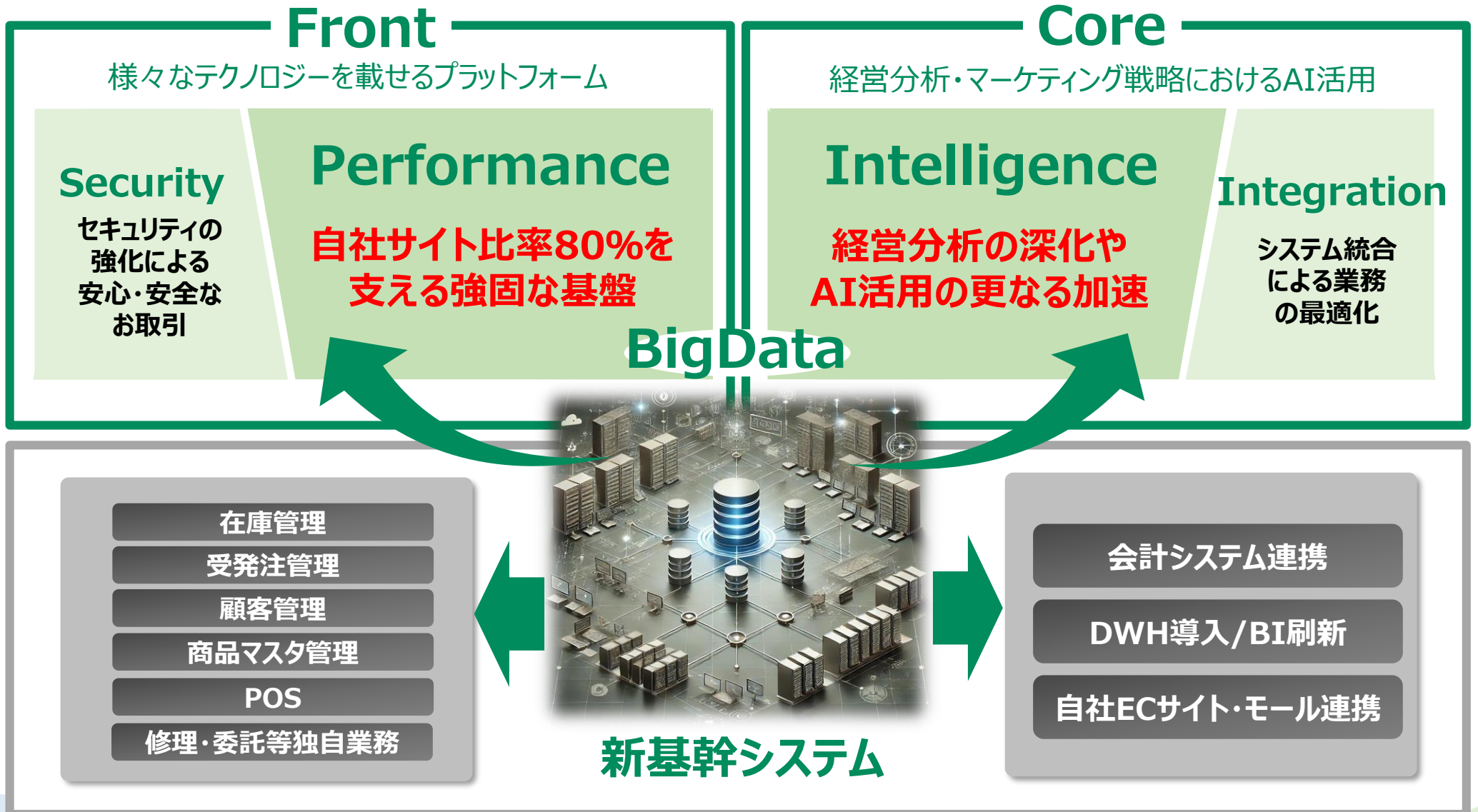
唯一無二の
コンテンツクリエイティブ機能
を有するEIC企業

- ✓ クオリティとクリエイティブのさらなる向上によりEC事業販促力を強化
- ✓ 顧客との接点を広げブランド認知向上、売上成長を促進

EIC企業へ向かっての取組 3 基幹システムリプレイス

進価 × Solidity

27年3月期に基幹システムのリプレイスを予定



「BRILLER」 10月リニューアルオープン



真価 × Resilience

レディースブランド サロン「BRILLER」がフロア拡張 商品ラインナップも拡充し、情報発信拠点として強化を実施

- ECを主軸とし、店舗は情報発信基地として位置付け、数より質にこだわった厳選ラインナップを提供しています
- 豊富な商品写真と個人買取で、ほぼ新品同様の商品のみを扱い、在庫は資産として管理し、安心・安全な購買体験と持続的価値を追求しています

フロア拡張

本物であること・本物を知ること
商品の拡充を目的にフロア拡張



質重視のラインナップの拡充

エルメスのインテリア雑貨や食器、スカーフ
の取扱や、新たにディオールの取扱を開始



情報発信拠点として強化

本物に触れたスタッフが商品のコンテンツを作成
ECとのシナジー効果を高め、お客様との接点を拡大



2025年3月期 主な取組施策

「4つのシンカ」のそれぞれの視点に「バリューチェーン・シナリオプランニング」をかけあわせ、各種施策を推進

進価 × Solidity

基幹システムリプレイス

万全を期したリリースに向け再計画中

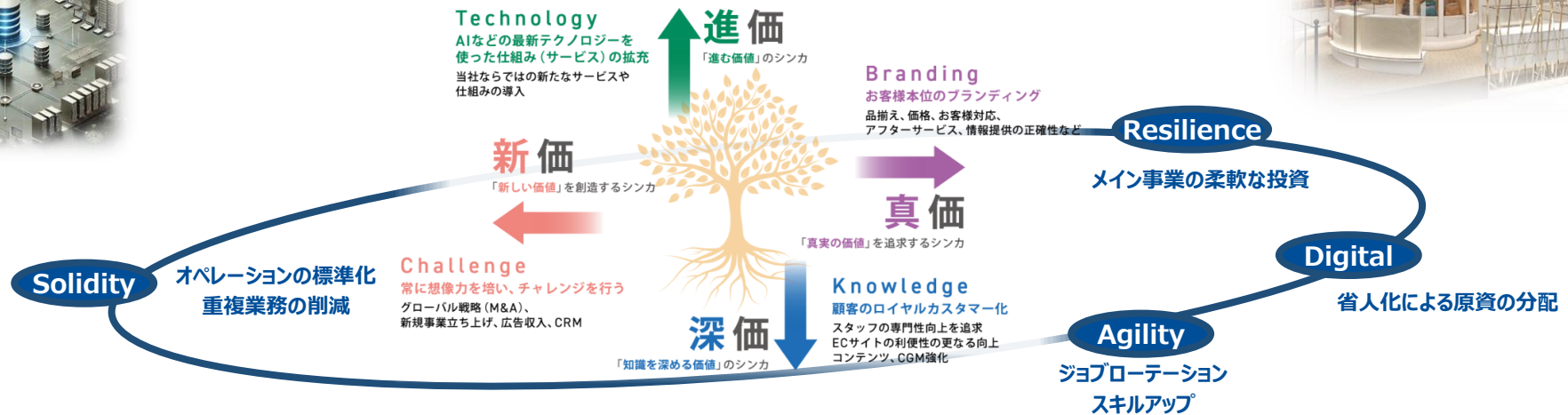


真価 × Resilience

BRILLER

リニューアルオープン

情報発信基地として強化

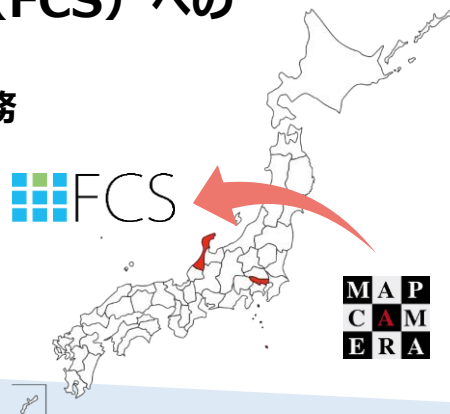


新価 × Solidity

フイカメラサービス (FCS) への アウトソーシング

中古のWeb掲載・配送業務

※ 中古カメラのリバリュー強化のため2022年に資本業務提携を実施



深価 × Agility

動画コンテンツスタジオ新設

YouTube強化 第2弾

唯一無二のコンテンツクリエイト機能を有するEIC企業へ



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。