

SYUPPIN TIMES

第15期 株主通信 2019年4月1日▷2020年3月31日

証券コード: 3179

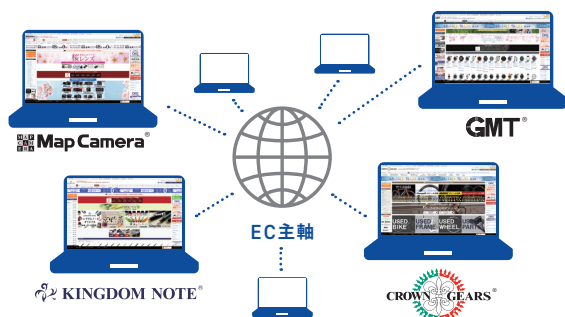
「リバリュー×EC」の無限の可能性を追求する SYUPPIN®

インターネットの利便性を活かしつつ、お客様に安心・安全な売買を提供し、価格以上の満足を感じていただく。そのために私たちは、「高い専門性」と「丁寧な対応」を信条に、真摯なサービスの提供に取り組み、インターネットで新品・中古品を安心して取引できるマーケットを創造しています。そこにあるのは、「価値のある本物を届けたい」というシンプルな想いです。

SYUPPIN®の3つの強み

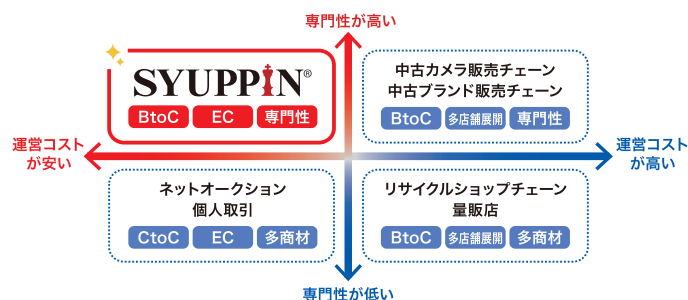
1 価値ある商材の安心・安全なネット取引を実現

インターネット通販（EC）を事業の主軸としており、実店舗は1商材1店舗に限定しています。事業運営コストを低く抑えることで、お手持ちの品物を高く売って安く買える適正価格での取引を実現しました。



2 高い専門性を武器に独自のポジションを確立

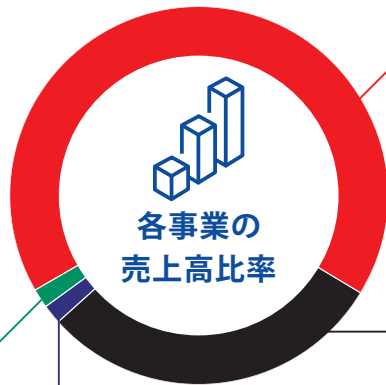
商材ごとに屋号を分けて店舗を運営。スタッフが一貫してひとつの分野に携わることで、商材に精通したエキスパートが育つ環境があります。質の高い取引情報と信頼の蓄積が、価値ある商材の集まる土壌となっています。



3 新品・中古の同時取扱でシナジー効果を発揮

各専門店では新品・中古を同時に取り扱っています。時代を超えた価値を持つ商材に限定しているからこそ、買換需要が促進され、買取＆販売のシナジー効果を発揮。優良な商品が当社とお客さんを巡る好循環サイクルを生み出します。商品先渡しで下取交換ができる当社独自のサービス「先取交換®」も好評です。





カメラ事業 67.2%

カメラEC中古シェアNo.1の強みを活かした更なるシェア拡大を目指しています。下取・先取交換※を通じてカメラの買い換えを当社で完結させるお客様も多く、ロイヤリティの高い顧客に支えられています。

※先取交換... 購入商品を先渡しして手持ちの機材との下取交換を行う当社の独自サービス

カメラEC
中古シェア **No.1**

買取のうち下取・
先取交換の件数比率 **約46.5%**



時計事業 29.8%

戦略的な商品ラインナップの拡大でEC・店舗ともに伸長しています。2019年5月に越境EC開始、レディース時計を主軸としたスピニアウト事業「BRILLER」の開始などで、更なる成長を目指します。

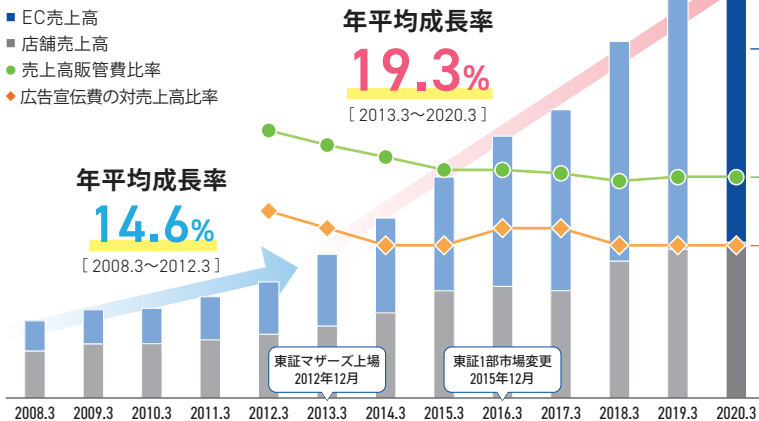


筆記具事業 1.5%



自転車事業 1.6%

- EC売上高
- 店舗売上高
- 売上高販管費比率
- ◆ 広告宣伝費の対売上高比率



EC比率 67.2%

売上高販管費比率 12.9%

ECに特化し、実店舗は1商材1店舗に限定。店舗展開へのコストをかけないことにより適正価格での取引を実現。販管費の伸びが緩やかで、増益分が利益に反映されやすいビジネスモデルです。

なぜ販管費を抑えられる？

◆ 広告宣伝費の対売上高比率 0.2%

「不変的な価値ある商品」は、その商品自体に広告効果があり、豊富な商品掲載数と情報によりお客様の自然流入に繋がっています。それにより、広告宣伝費を大きくかけずに売上を伸ばしています。

Web会員数

合計**45万人**

Web会員数の会員属性 ~40代

67.5%

当社ECサイトの1商品 当たりの紹介写真カット数

30カット

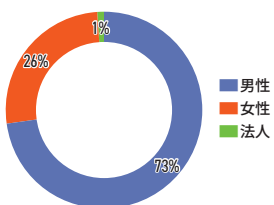
ECサイトの1日の 中古品掲載数

約500点

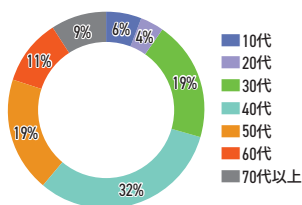
株主様アンケート結果報告

たくさんのご協力ありがとうございました。前期末にハガキとWebサイトよりご回答いただいた内容を一部ご報告します。今後も当社の経営・IR活動の参考のために、ぜひご意見・ご感想をお聞かせください。

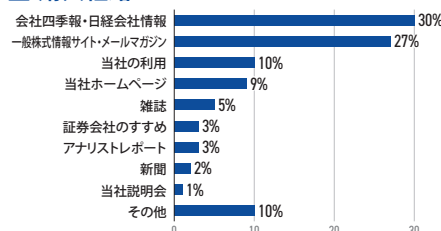
1 性別



2 年代



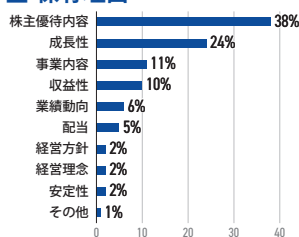
3 購入経路



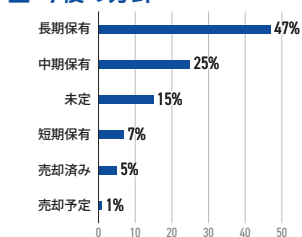
7 ご意見・ご要望

- マッピングカメラしか利用していませんが、カメラ専門店として中古品を含め安心信頼して売買出来るのでいつも利用しています。今後もより良くなることを期待しております。
- 現在のポリシーを貫き通してほしい。より一層専門店色を強く打ちだしてもらいたい。それが強みになると思う。
- 高品質な商品の提供と手厚いサポート、使い勝手の良いサイトの改善を引き続きお願い致します。
- 価値ある商品を次世代に引き継いでいくことの重要性和そこに取り組む貴社方針を支持します。

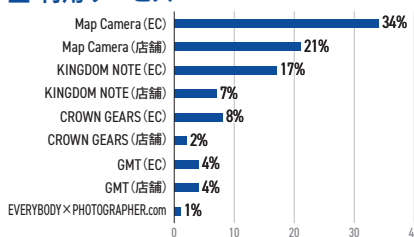
4 保有理由



5 今後の方針



6 利用サービス



TOP INTERVIEW

粗利率改善が進み、大幅な増益を達成。
売上高成長以上に利益成長が可能となる
ビジネスモデル体制をより強固にすることができました。

代表取締役社長 小野 尚彦



Q 2020年3月期はどのような1年でしたか？

2019年3月期が増収であったにもかかわらず、売上高総利益率（粗利率）の低下により減益となったため、2020年3月期は粗利率の改善による利益成長体制の再構築を重点課題として取り組んで参りました。具体的には、中古カメラの買取価格と販売価格を適正な水準で取引させていただき取り組みを進め、期初より、計画以上に粗利率の改善が進み、計画比、前年比で大幅な増益となり、期中で上方修正ができております。また2019年10月には消費税増税が行われ、9月の駆け込み消費と増税後の反動減があったほか、キャッシュレス決済ポイント還元制度の対象外の影響でモールでの売上減少がありましたが、自社ECサイトを伸ばし、ECサイト売上高のうち自社ECサイト比率を80%程度まで高め対応することができております。2020年3月期においては、前期から1.8%ポイント粗利率改善を図ることができ、今後再度売上高の成長を図る状況において、売上高成長以上の利益成長できる従来のビジネスモデル体制をより強固にできたことが大きな成果だったと考えております。

2020年2月6日に業績上方修正を行った際には、新型コロナウイルス感染拡大が現状のようになるとは見通しておりません

したが、上方修正後の利益予想を上回り着地し、売上高34,658百万円（前期比0.1%増）、営業利益1,754百万円（同21.5%増）、経常利益1,735百万円（同21.1%増）、当期純利益1,193百万円（同21.5%増）と大幅な増益となりました。

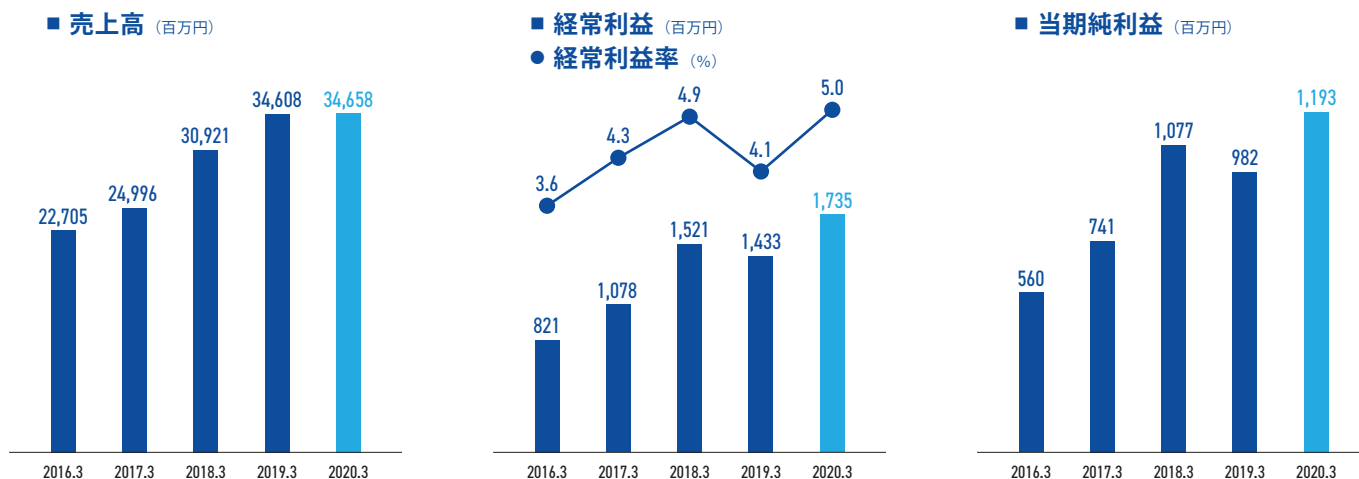
Q 2021年3月期においては、新型コロナウイルスの影響があるかと思いますが、シュッピンへの影響と対応を説明してください。

まず当社は、ECを主軸として事業展開を行っており、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。実店舗臨時休業期間中も、すべてのサービスをインターネット経由でご提供でき、更なるEC強化を図っております。

そのうえで、お客様、従業員、取引先の皆様の新型コロナウイルスへの感染リスクを低減するため様々な対応をいたしました。

具体的には、環境変化に対応できるようキャッシュポジションを潤沢にしたうえで、政府の緊急事態宣言中は実店舗を臨時休業し、一部テレワークの導入を行い、外部との対面面会を禁止し、残業時間抑制、従業員を週休3～4日の体制といたしました。実店舗休業期間中は店舗スタッフをECへシフトし、稼働人員が限定的な中で、ECを安定的に稼働できる体制を作りました。また、毎日の検温、マスクの支給と着用義務化、手洗い、執務ス

業績ハイライト



ペーパの消毒・清掃の徹底を図っています。

緊急事態宣言解除後は、感染予防対策を行ったうえで、実店舗を再開させていただき、EC、店舗でお客様に安心・安全な環境下で、価値ある商品のご提供を行っております。

5月末から2020年3月期で売上高の10%程度であったインバウンド（訪日外国人旅行顧客）の影響があると見込んでおりますが、EC、店舗（国内向け）にご提供を継続していきたいと考えております。

Q/ 2021年3月期の見通しと 主な取り組みを説明してください。

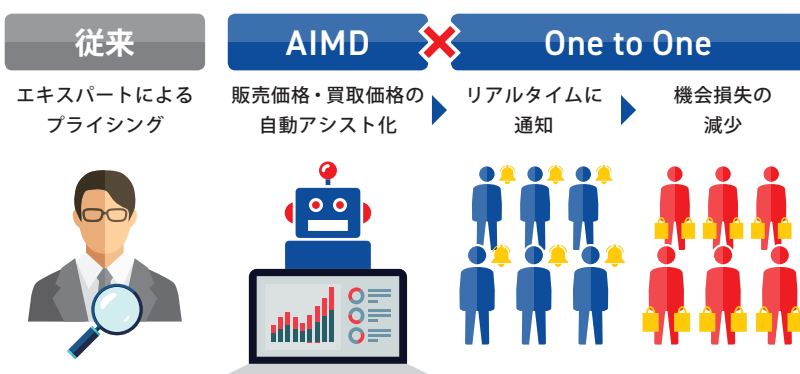
2021年3月期の業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、決算発表時点では、合理的な算定が困難であることから未定とさせていただいております。従いまして、この紙面上ではご説明ができませんが、算定でき次第、発表しまして、開示資料により皆様にご報告、ご説明させていただきます。

2021年3月期における主な取り組みは3点あります。

2021年3月期 具体的な取り組み施策 シュッピンの強みを更に加速させるハイブリッドの仕組み

1 AIMD×One to One

2020年3月期に実現できました中古カメラ粗利率改善を人がアナログで販売価格、買取価格を設定していることを、AIを使用した需給に合わせたタイムリーで適正な販売価格、買取価格の自動アシスト化(AIMD)の開発に取り組み、2018年2月より行っているOne to Oneマーケティングとリンクさせ、個々のお客様にリアルタイムにプッシュ配信する仕組みを開発いたします。これにより機会損失の減少、適正な粗利率維持、取引量拡大と取引量増加に応じて人員を増やす必要がなくなることが期待できます。



2 1カテゴリ=1オフィス

本社近くに物件確保ができたため、時計事業と筆記具事業の店舗とECオフィスを移転し、1フロアにすることで「1カテゴリ=1オフィス」とし、インターネット上への情報発信基地の機能を高め更なるEC強化を図っていきます。時計、筆記具の移転増床した店舗は2020年夏オープンを予定しており、時計事業店舗が使用していた既存の店舗ビルフロアをカメラ事業店舗で使用することで、既存店舗ビルのすべてのフロアをカメラ事業で使用統合させる予定となります。

3 EC+CGM

CGM（お客様が投稿するレビュー、写真、コンテンツ等のメディア）を活用し、「購入前・購入時・購入後」のプラットフォームの循環をより強化することで、更なるシェア拡大を図ります。例えば、当社ECサイトにおいて多くのお客様が閲覧している中古商品の商品詳細ページにCGMの仕組みを組み込み、商品詳細ページを閲覧し、購入されなかったお客様にもレビューなどを投稿いただく仕組みとすることで、レビュー数、投稿写真数の増加、活性化を図っていきます。

移転後→ECオフィス&店舗

GMT、KINGDOM NOTE 2020年夏（予定）移転



新店舗外観イメージ（現店舗より約徒歩3分）



2F/GMT、BRILLERイメージ（店舗面積：現状1.5倍）



1F/KINGDOM NOTEイメージ（店舗面積：現状1.4倍）

EC+CGM仕組み

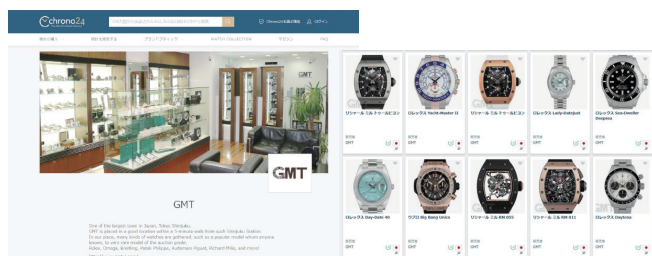


もっと知りたいSYUPPIN®

2020年3月期 シュッピンの取り組み

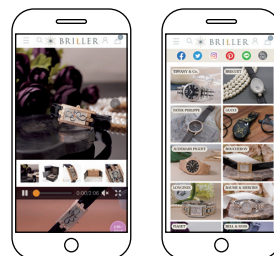
腕時計専門店「GMT」が越境ECをスタート！ 「Chrono24」に出店いたしました！

世界110か国より出品された40万点以上の高級腕時計が掲載されている「Chrono24」に、当社が運営する腕時計専門店「GMT」が出店いたしました。海外のお客様にも安心・安全に、GMTが提供する「価値ある商品」を楽しんでいただけるようになり、海外からのアクセスやお問い合わせも多数届いております。また、高級時計に特化した世界的なマーケットプレイスに出店・出品することにより、海外の多くの時計愛好家にGMTの認知度向上を図り、顧客層の拡大を目指します。



レディース腕時計専門サイト「BRILLER(ブリエ)」が 腕時計専門店「GMT」から新業態としてオープン！

女性が「生き生きと輝いた時間を過ごすことを大切に」というコンセプトのもと、フランス語で「輝く」という意味で名付けられた「BRILLER」。2019年3月期のレディース腕時計の売上高は6億円と成長してきており、GMTからのスピンアウトでレディース腕時計専門サイト「BRILLER」を立ち上げることとなりました。女性のお客様にも親しみやすいスマートフォンサイトを中心に運営。レディース高級腕時計市場をメインとしながら、今後はジュエリー、宝飾品の市場へと広げていくことを計画しています。



シュッピンはこんな会社です！

シュッピンは本社、店舗、物流などの拠点を新宿西口の半径50mに集約。

部門や担当業務が異なる社員でも顔を合わせてコミュニケーションを取りやすく、社内交流も活発です。

先輩方が親身に相談に乗ってくれるため、社内は常に意見を言いやすい雰囲気であり、自分のアイデアが採用された時にとてもやりがいを感じます。カメラの貸出制度を活用し、常に機材に触れながら専門的知識を習得することで、日々スキルアップしていることを実感します。長年マップカメラのファンでいてくださるお客様も多く、ご案内には力が入ります。

Map Camera事業部 Wさん



店舗にあるショーケースの展示方法を入社1年目から任せてもらうことができ、若手にもどんどんチャレンジさせてくれる会社だと感じています。店舗での接客だけでなく、ECサイトでの販売促進業務にも携わることができ、昨年、優れた販促用ブログを作成した社員に贈られる“ブログアワード”を受賞したことは、大きな励みになっています。

Map Camera事業部 Oさん



GMTでは他のお店ではなかなか取り扱っていない珍しい時計も多く取り扱っており、それらのご案内に必要な専門的知識も先輩方から丁寧に教えていただくことができるため、腕時計販売のプロフェッショナルになるための環境が整っている会社です。BRILLERがオープンしたこともあり、レディース腕時計をお求めのお客様から女性ならではの意見を求められる機会も多く、女性の活躍の場も多い職場だと感じています。

GMT営業部 Tさん



「モノ」の価値を見極める「リバリュー」というシュッピン独自の考え方に惹かれ入社しました。入社直後にレディース腕時計の新規事業「BRILLER」の立ち上げを任せられた際、社長や役員の方々と距離が近く、会社の方針をスムーズに把握することができましたので、スピード感をもってプロジェクトを進めることができました。立ち上げ後は他営業部の方からご協力やご意見をいただく機会もあり、社内のコミュニケーションの良さが魅力だと感じます。

GMT営業部 Sさん



新品・中古のどちらにも注力しており、価値ある中古品と新品の組み合わせを考えてロードバイクをカスタマイズすることがお客様の満足度に繋がっていると感じます。実店舗だけでなくEコマースも活用しており、トレンドをキャッチしながら商品のご紹介方法を日々考えています。CROWN GEARSの社員は少人数なので各人がマルチプレイヤーとして活躍することができ、チームの結束力も高い職場です。

CROWN GEARS営業部 Kさん

IR Information

株主優待制度のご案内

当社専門店で使用できるご優待券を進呈

価値ある新品・
中古品の購入や
売却にも使える



万年筆や
オリジナルノートなど
身近な商品も
購入できる

▶ 贈呈基準

毎年3月末日の株主名簿に記載または記録された、100株以上の当社株式を保有する株主様を対象に下記の枚数を贈呈いたします。

保有株式数	枚数※
100株～299株	1枚
300株～999株	2枚
1,000株～9,999株	3枚
10,000株～	5枚

※ 継続保有期間2年以上の株主様には1枚追加して進呈いたします。継続保有期間2年以上の株主様とは、株式数100株以上を保有し、毎年3月末日に確定する株主名簿に同一株主番号で3回以上連続して記載または記録されている株主様を指します。

▶ 優待内容

当社専門店での商品購入・売却金額について、以下の通り優待させていただきます。1回のお取引（商品購入または売却）につき1枚のみご利用いただけます。

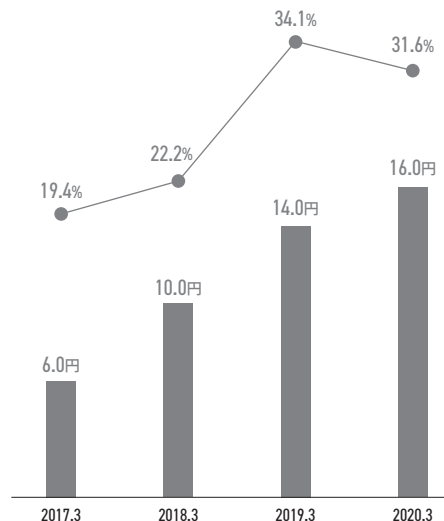
- ご購入の場合：5,000円割引
(5,000円未満の商品購入時は商品購入額分の割引)
- ご売却の場合：5%上乗せ
(当社買取見積額100万円を上限とします)

▶ ご利用期限 2021年6月30日まで

配当

- ✓ 配当性向を20～30%から、
2019年3月期より25～35%へ引き上げ
- ✓ 将来的には更に積極的な利益還元を行う方針

▶ 1株当たり年間配当額および配当性向の推移



※ 過去分の金額はご参考までに株式分割調整後の数値を記載。

※ 2021年3月期の配当予想につきましては、現時点では未定としております。

アンケートご協力をお願い

当社の経営・IR活動の参考のために、ぜひご意見・ご感想をお聞かせください。
同封のハガキまたは下記URLよりご回答いただけます。

- 回答に必要な株主番号は
配当金計算書に
表示されています。



- 回答締切：2020年9月30日
- URL：
<https://www.syuppin.co.jp/ir2020/>



抽選で5名様に
QUOカード
5,000円分が
当たる

会社概要

(2020年3月31日現在)

会 社 名	シュッピン株式会社
本 社 所 在 地	東京都新宿区西新宿1丁目14番11号 Daiwa西新宿ビル3階
設 立	2005年8月4日
資 本 金	518,665千円
従 業 員 数	206名

役員

(2020年6月25日現在)

取 締 役 会 長	鈴木 慶	社 外 取 締 役	村田 真一
代表取締役社長	小野 尚彦	社 外 取 締 役	滝ヶ崎 裕二
取 締 役	澤田 龍志	社 外 取 締 役	草島 智咲
取 締 役	辻本 拓	常 勤 監 査 役	米田 康宏
取 締 役	齋藤 仁志	監 査 役	畑尾 和成
		監 査 役	芦澤 光二

株主メモ

事 業 年 度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
剰余金の配当基準日	3月31日（中間配当を行う場合は9月30日）
定 時 株 主 総 会	毎年6月下旬
株 主 名 簿 管 理 人	三菱UFJ信託銀行株式会社

同連絡（郵送先）および 電 話 照 会 先	東京都府中市日鋼町1-1 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711（フリーダイヤル） 郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
公 告 掲 載 方 法	電子公告により行う