

認定NPO法人日本多発性硬化症協会(日本MS協会)のご案内

当社は45年にわたり同協会を支援しています

多発性硬化症 (MS=Multiple Sclerosis)とは、中枢神経系の脱髄疾患の一つで、脊髄等の障害により手足のしびれや運動麻痺などが起こる病気です。

日本MS協会は1977年から、ロンドンが本部の「多発性硬化症世界連合」のメンバーとして、病気に関する調査研究費の助成、国際シンポジウム、市民公開講演会の開催、ニュースレター発刊、メディアへのPR等の活動を行っています。

新型コロナウイルス蔓延に伴い、2020年度よりイベントは全てオンラインで行われ、協会HPにアーカイブが掲載されておりますので、是非ご覧ください。

日本多発性硬化症協会へご賛同いただける方のご支援をお待ちしています。

認定特定非営利活動法人 日本多発性硬化症協会
事務局長 中島 荘次

〒111-0042 東京都台東区寿四丁目1番2号
TEL ▶ 03-3847-3561
E-mail ▶ jmssofc@gmail.com
HP ▶ <http://www.jmss-s.jp>



株主優待寄付総額のご報告

前年度の株主優待において、多くの株主様から「日本多発性硬化症協会への寄付」にご賛同いただきました。(日本MS協会HP)
ご協力誠にありがとうございました。

株主優待によるご寄付の総額：約63万円

当社の株主様になっていただくと ～株主優待のご案内～

株主優待 基準日：3月末

当社は、当社グループが取扱うブランドにより親しんでいただくことを目的として、所有株式数と保有年数に応じて取扱いブランドから厳選した商品をお選びいただける株主優待制度を実施しております。
(3年以上長期保有いただいた株主様には、同じ所有株式数でも高額商品をお選びいただける特典があります)

2021年の 株主優待商品例



(ビレロイ&ボッホ)
ニューコテージ
ペアディープボウル



Vitantonio®

(ビタントニオ)
マイボトルブレンダー

表紙について

「くらしに、良いものを。」をコンセプトに、当社では「環境と健康」に関わるブランドの展開を行っております。
右上写真：Our EARTH Projectより“Pure Waste”は、衣料品の製造工程で出た綿の端材をリサイクルしたアパレルブランドです。

左中央写真：BOHONOMADは、リサイクル可能な素材を採用し、現地の女性たちがひとつひとつ丁寧に手繰り上げた環境にやさしい、トルコ発の“ビーガンロープサンダル”のブランドです。

右下写真：Vitantonioは、「日々のいい時間を、暮らしに寄り添う道具から。」をコンセプトに、毎日の暮らしを健やかに自分らしくたのしみ人のための調理家電をお届けするブランドです。



見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。

Business Report 2022

-Japanese-



TOP MESSAGE



株式会社 三栄コーポレーション
代表取締役社長 水越雅己

経営ビジョン

三栄コーポレーションは
真に優れた生活用品を提供します。
「健康と環境」をテーマに健やかで潤いのある暮らしを創造します。

ほんとうに良いものは、
ひとに小さな幸せをくれる。
私たちは、良いものをつくる。
良いものをえらぶ。
なぜなら、小さな幸せが積み重なる生活が、いい人生だと信じるから。

くらしに、良いものを。

CONTENTS

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| ➤ 1-3 TOP MESSAGE/経営ビジョン | ➤ 10 セグメント別事業概況 |
| ➤ 4 沿革 | ➤ 11-12 主要財務・非財務情報 |
| ➤ 5 事業紹介: OEM/Brands | ➤ 13 会社概要・主要な関係会社・役員一覧 |
| ➤ 6-9 Brands/TOPICS | ➤ 14 株式のご案内 |

2022年1月より、代表取締役社長に就任いたしました水越雅己でございます。
株主の皆さまにおかれましては、日頃より三栄グループに対し格別のご支援を賜り、
厚く御礼申し上げます。また、新型コロナウイルス感染症に罹患された方々には心より
お見舞い申し上げるとともに、新型コロナウイルス感染症の拡大防止、収束に向け
てご尽力をいただいている皆さまに、深く感謝申し上げます。

新社長インタビュー

Q 2022年3月期の業績に対する振り返りと、それに伴う課題について
教えてください。

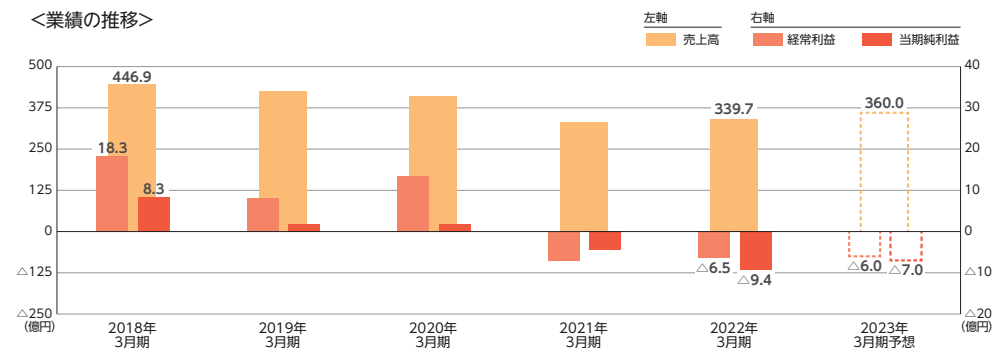
2022年3月期の当社グループの業績は、売上高339.7億円(前期比+9.2億円)、営業利益
は△9.1億円(前期比△2.0億円)、親会社株主に帰属する当期純利益は△9.4億円(前期比
△2.3億円)と、2期続けての赤字となりましたことについて、心よりお詫び申し上げます。

この結果は、コロナ禍に於ける環境の変化のスピードに、当社が一部追いつけなかった結果
だと考えています。巣ごもり需要により売上が伸長した事業がある一方で、外出自粛の影響
や需要予測の読み違いによる売上減少も発生しました。更に、原材料価格、物流価格、燃料
価格、為替などグローバルで進行するマクロ要因も、利益面全般に大きく影響しました。

当社では、人々のくらしに寄り添う商品を丁寧にラインアップし、複数の生活用品のカテゴ
リーで事業ポートフォリオを構築することで、会社としてバランスを図って参りました。2年間に
及ぶコロナ禍がもたらした結果は2期連続の赤字であり、現状のポートフォリオに対する
分析・入れ替え・強化を早急に行わなくてはならないことを示しています。

この状況を打開するためには、不採算事業の見直しが最優先課題です。2022年度は事業
棚卸やコスト構造の見直しにより、スピード感をもって事業改善を進めていきます。更に、業
績回復が見込めない事業については、大胆な事業の統廃合を含めた事業再構築を通して抜
本的な構造改革を進めて参ります。

<業績の推移>



※当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表しています。

Q 今後の取り組みについて教えてください。

今後、中長期では注力していく分野を明確にすることも不可欠です。コロナ禍を経て、見えてきた成長ドライバーは次の通りだと考えています。

- ①EC事業の更なる強化
- ②海外現地拠点を活用した海外ビジネスの一層の拡大発展
- ③サプライチェーンコントロールの重要性
- ④新規ブランド開拓による取扱いの拡充
- ⑤サステナビリティへの取り組み

マクロ環境の改善の兆しが見えづらい、厳しい環境を生き抜くため、今後上記の5つの成長ドライバーに注力して参ります。

また、これらを進めるにあたり、私たちが今以上に一丸となって戦い抜くための合言葉が必要と考え、生活用品の分野で、“本質において秀逸な商品”を提供する、つまり「くらしに、良いものを。」が会社の目標・志であることを、再認識・再確認しました。

私たち一人ひとりが生活用品への探求心を高め、それぞれの分野の専門性を更に磨き、1つ1つの仕事、事業に丁寧に誠実に取り組んでいくことが、結果としてマクロな状況の変化にも対応できるレジリエントな体質を作り出し、企業としてのサステナビリティを達成できるものと考えています。

Q ステークホルダーの皆さまへ一言お願いいたします。

これからも当社グループは、当社創業時からの経営思想である『随縁の思想』という企業理念の下、「くらしに、良いものを。」を会社の志として一人ひとりの想像力と創造力、ふたつの「そうぞう力」と実行力を駆使し、コミットメントの実践を小さなことから、しっかりと積み上げていきます。

そのために、以下の5項目を行動規範として策定しております。

三栄コーポレーショングループの行動規範

1. 私たちは、小さなことを誠実に行います
2. 私たちは、助け合いのこころを大切にします
3. 私たちは、感謝の気持ちを忘れません
4. 私たちは、機を逃しません
5. 私たちは、地球の未来を考え行動します

ステークホルダーの皆さまには、今後とも三栄グループへの多大なるご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

沿革

1946

創業

雑貨の輸出商社としてスタート



大阪、名古屋、東京それぞれの地域に根付いた商品を扱っていた3社が合併

1950年代

海外に次々と拠点ネットワークを構築



次々に海外進出

1960年代にアジアで軽工業が盛んになり、欧米顧客と更なる取引拡大を図るため、日系の生活用品の輸出商社としてはいち早くアジアに進出し、アジアの拠点網の拡大を図るとともに、自らメーカーへも進出し「ものづくり」に強い商社の基盤を構築

これをベースに当時先進国の市場をリードした大手小売業（※）との取引を拡大し、欧米向け輸出が伸長

※主要取引先は当時世界最大級の小売業であるウールワース（北米、英、独）をはじめ、その他にもJCPペニー/シアーズ/Kマート（北米）、ホルテン（独）などと取引



1979年 東京店頭市場に株式を公開

1980年代

輸入ビジネスの開始 <<ブランド事業の開始>>



ビジネスモデルを輸出から輸入に転換

1985年のプラザ合意による急激な円高によりビジネスモデルを転換

1990年代



中国拠点の整備・補強

中国市場の重要性を鑑み、中国内の拠点網構築に注力

2000年代



ブランド充実による国内ビジネスの拡大

対日輸入ビジネス拡大のため、海外ブランドの取扱いや自社ブランドの創出を図る（ブランド事業については6-9ページをご覧ください）

2018年 マレーシアに家具インテリア工場を設立

2019年 ベトナムに現地法人を設立

2020年 (株)m h エンタープライズと(株)エス・シー・テクノが合併し、(株)ゼリックコーポレーションと改称

2021年 台湾に現地法人を設立



2010年代



now



今年で76周年を迎え、今後より一層基盤の強化を図って参ります。

2022年4月4日より、東証市場改変に伴いJASDAQ市場から東証スタンダード市場に移行

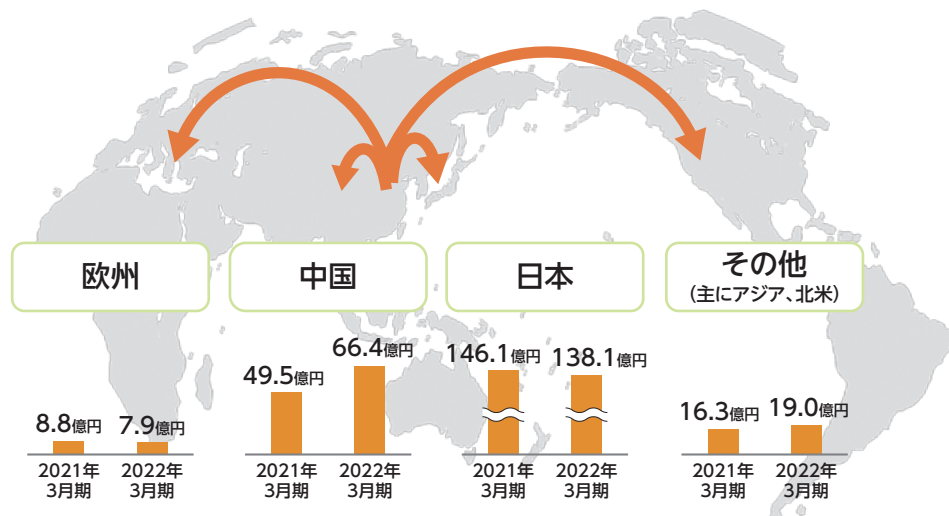
事業紹介:OEM/Brands

当社は、OEM事業とブランド事業2つのビジネスを展開しております。



OEM事業

OEM事業における地域別売上高



一般的にOEM事業とは、相手先ブランド製品の製造・供給を指します。

当社のOEM事業では、生産地に配置している海外拠点網を活用し、製造、流通、在庫管理に至るまでのサプライチェーンマネジメントを実施。商品に合わせた製造工場の選定から、海外メーカーとの交渉、原材料の調達、生産管理・検査、輸入に至るまで、お客様のご要望をカスタマイズ。近年ご要望の聲が高まっている環境配慮型素材の取扱いも行っています。

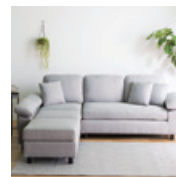
ブランド事業

“本質において秀逸な商品”をコンセプトに世界からセレクトした秀逸な海外ブランド商品と、それまでのOEM事業のノウハウを集約して作り上げた自社ブランドを卸売、小売、EC事業にて展開。また、日本のみならず海外への販売まで、それぞれのブランドの性格に応じて展開しています。次のページより、ブランドとトピックスをご紹介します。

Brands

家具家庭用品事業セグメント

Furniture-Interior
MINT



2014年より消費者の皆さまに直接、家具・インテリア製品をお届けするインターネット通販ショップを運営しています。

Formio®



1997年にデンマークで製造開始、2021年からものづくりをこだわり日本で生産している自社ブランド。『ずっと使える、本物。』の家具をお届けします。



ビレロイ & ボッホは、1748年創業のヨーロッパを代表するダイニング & ライフスタイルレガシーブランド。

CHASSEUR
1924



シャスールは、1924年にフランス・シャンパーニュ地方で創業した高級ホーロー鋳物ブランド。



ヴォルは、ドイツ最新テクノロジーと熟練の職人技が融合した高級調理器具ブランド。

BUGATTI®
ITALY



ブガッティは、1923年イタリアで創業以来、100年近くの間、一貫して品質にこだわったスタイリッシュなカトラリーを提供し続けています。

zyliss



チリスは、1950年代スイスで生まれた「あったら便利」をカタチにするキッチンツールブランド。

COLE & MASON



コール & メイソンは、1919年英国で創業以来、世界60ヶ国以上において機能性とデザイン性が高く評価されているソルト & ペッパーミルの老舗ブランド。

ZylissとCOLE&MASON
を取扱うECサイトを
開設しました！
詳細は以下QRを
チェック！





ビレロイ&ボッホ 「Rock TO GO(ロック トゥーゴー)」新登場



“脱プラスチック”のコンセプトのもと開発された、蓋つきのセラミック製マグです。ロックシリーズで採用する凹凸のある質感が特徴の素材とマットブラックを基調としています。外出時やオフィス、更にご自宅でのリモートワークなど場所を問わず癒しの時間に寄り添います。サステナブルを意識することが日常となった今、「再生利用」のみならず、機能性やデザイン性も大切にしたいもの。Rock TO GOは、セラミック製のため人体に害を及ぼす心配はなく、素材や味に影響を与えることはありません。そのため、飲み物本来のおいしさを味わうことができ、更にはスリーブがついているため、熱い飲み物にも安心してお使いいただけます。

ジェイアール名古屋タカシマヤにブランドショップオープン

3月23日にビレロイ&ボッホのブランドショップが、ジェイアール名古屋タカシマヤにオープンいたしました。本店舗では、よりビレロイ&ボッホの世界観を体感いただくため、最高級ラインアップ「シグニチャー」の特別展示や、最新コレクション「アバルア」の先行販売並びに限定商品のお取扱いを実施しています。

長年愛されているクラシックなコレクションから、最新トレンドを取り入れたスタイリッシュなコレクションまで、ビレロイ&ボッホの魅力を存分にお楽しみいただけます。

お近くにお越しの際は、ぜひお立ち寄りくださいませ。



ジェイアール名古屋タカシマヤ9F
営業時間:10:00~20:00
(営業時間は変更となる可能性があります。)

福岡事業所を設立いたしました

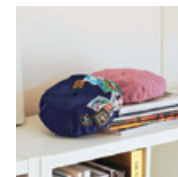
当社は、2016年よりEC事業を展開しお客様に直接商品をお届けするDtoCビジネスを推進しております。このEC事業の拡大に伴い2018年福岡県大川市に大川事業所を設立。そして、2020年にはWEBデザイン強化のため、博多クリエイティブオフィスを設置。今般これらを統合し、2022年4月に福岡事業所を設立いたしました。本事業は、2021年3月期には売上高40億円を超えて以降、引き続きの伸長を継続しています。今後は、商品はもちろんのこと、ブランド力の醸成やお客様とのコミュニケーションを軸としたWebマーケティングを強化し、更なるEC事業の飛躍的拡大発展を目指して参ります。



服飾雑貨事業セグメント



ビルケンシュトックは、245年以上の歴史をもつドイツのフットウェアブランド。

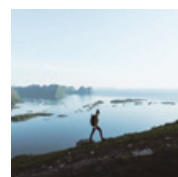


クオリネストは、「これまでで経験・体験したことのない新たな快適」の提案をテーマとしたセレクトショップ。



キプリングは、世界80ヶ国以上で展開するベルギー発のカジュアルバッグブランド。軽量かつ機能的でありながらスタイリッシュなデザインが魅力です。

家電事業セグメント



“より地球にやさしい”をコンセプトに私たちの地球・未来の世代に向けたアワードプロジェクト。サステナブルなブランドや商品、材料、そしてサービスの提供を推進していきます。



常にファッションからインスパイアを受け、新しいスタイルを提案し続けるモッズ・ヘア。サロンクオリティのスタイリングツールをお届けしています。*



「日々のいい時間を、暮らしに寄り添う道具から。」をコンセプトに、シンプルなデザインと使いやすさ、そこに仕様や嗜好といった暮らしのこだわりを掛け合わせた、調理家電ブランド。

その他セグメント



マルチシェフは、特許技術である「マグネット・ギヤ」を搭載したトッパシェフのこだわりにも応える業務用調理機器ブランド。



ペピカは、ペット関連商品小売店舗。ペットサロンやホテルも展開しています。そして動物病院も運営するユニークな当社ペット事業を代表するブランド。

ブランドの詳細は
下のQRからチェック！



*mod's hair/モッズ・ヘアは、株式会社三栄コーポレーションがFGAL BEAUTE S.A.から使用許諾を受けた商標です。輸入元:株式会社三栄コーポレーション 発売元:株式会社セリックコーポレーション

kaala

kaala公式HPはこちら



ヴィーガン素材使用のヨガバッグブランド"kaala" 取扱い開始

2021年12月"Our EARTH Project"に新しく加わりました。コロナ禍の2020年にドイツで立ち上がり、人体・環境に有害な化学薬品や動物由来の素材を一切使わず、主にリサイクル素材を使用しているヴィーガンヨガバッグブランドです。kaala(カーラ)はヨガに特化し、ヨガマットの収納をしっかりと考慮した設計。無駄のないシンプルでサステナブルな商品です。(ブルーサイン認証・PeTA認証 {AN APPROVED VEGAN}を取得)



e.dyeに関する情報はこちら



無水染色(原着)技術を採用するe.dye社と独占販売契約を締結

"Our EARTH Project"では、染色過程で発生する水、化学品の使用量の抑制、ならびにCO2の排出を抑える特長を持つ技術に着目し、e.dye(イーダイ)社と日本国内における独占販売権を締結いたしました。生地染色過程では大量の水が消費されますが、e.dye社が採用している無水染色(原着)技術は紡糸工程で着色するため、水を大量に使った染色を行わないので、節水に大きく貢献できます。また顔料を繊維自体に練り込むため、発色性や色の安定性に優れているほか、一般の染色よりも耐光をはじめとする各種堅牢度が高い利点があります。

【e.dye社の無水染色(原着)技術の特徴】

- ①独自のデジタルカラーマネージメントシステムを採用し、5,000色以上のレシピを有し、幅広い色のご要望に応えられる再現性があります。
- ②従来の染色に比べて、使用する水を85%削減、化学品90%削減(e.dye社が使用する化学品は全てOekoTex-100に適合)、CO2排出量も12%抑える事が可能です。
- ③スウェーデン発の環境製品宣言認証プログラム"EPD"を採用し、製品当たりの環境負荷低減割合を数値にして可視化出来る仕組みを提供できます。

2021年10月に東京ビッグサイトにて開催されたサステナブルファッションEXPOで発表し、大変多くの反響を頂きました。今後は、ユニフォーム業界をはじめアパレル業界、アウトドア業界を中心に幅広い業界に対し、生地販売と製品づくりのお手伝いを積極的に展開して参ります。



AIRPAQ

受賞商品の詳細はこちら



「第9回ソーシャルプロダクツ・アワード2022」ソーシャルプロダクツ賞を受賞

"Our EARTH Project"より、ドイツ発のアップサイクルバッグブランド「AIRPAQ(エアパック)」が、一般社団法人ソーシャルプロダクツ普及推進協会が主催する「第9回ソーシャルプロダクツ・アワード2022」において、ソーシャルプロダクツ賞を受賞いたしました。

当受賞は、リサイクルやアップサイクルの製品を作ることでゴミを削減するだけでなく、製造時のエネルギー使用量削減など持続可能な社会づくりに向けた消費者への行動変革を促す起点となる点が評価されました。



※「ソーシャルプロダクツ・アワード」は、「社会性×商品性」をテーマに、エコ(環境配慮)、オーガニック、フェアトレード、地域の活力向上や復興支援など、人や地球にやさしい商品・サービスを表彰する制度です。優れたソーシャルプロダクツを、より多くの生活者へ普及し「持続可能な社会」を実現することを目的としています。



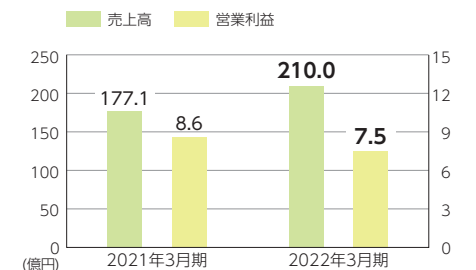
セグメント別事業概況



家具家庭用品事業セグメント

2022年3月期	売上高	210.0億円(前期比+32.9億円)
	営業利益	7.5億円(前期比△1.1億円)

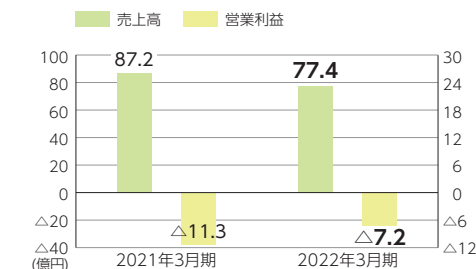
インテリアEC事業や、テーブルウェアブランド事業は、巣ごもり需要を背景に増収も、原材料価格や物流コスト上昇の影響を徐々に受け減収。



服飾雑貨事業セグメント

2022年3月期	売上高	77.4億円(前期比△9.8億円)
	営業利益	△7.2億円(前期比+4.1億円)

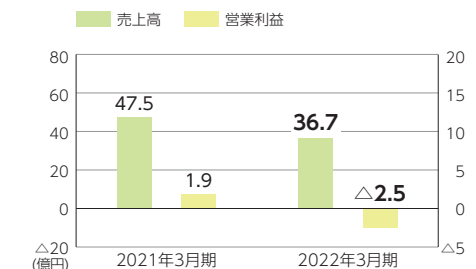
外出制限または自粛ムードにより、OEM事業ではトラベル商材の需要回復が遅れ、ブランド事業ではビルケンシュトックとキプリングが減収。利益面においては、ブランド事業において店舗集約等の経費削減施策が奏功し赤字幅縮小。



家電事業セグメント

2022年3月期	売上高	36.7億円(前期比△10.8億円)
	営業利益	△2.5億円(前期比△4.4億円)

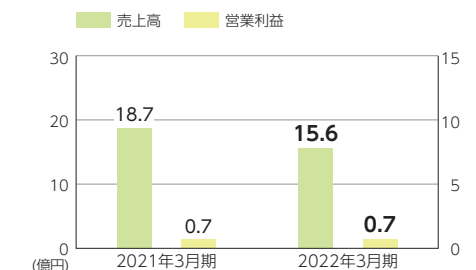
キッチン家電ブランドビタントニオは海外売上伸長により増収。一方、オーラルケアブランドイオンセイの欧米市場開拓のため販費投入も、当初見通しの見直しが余儀なくされ減収減益。加えて、外出制限または自粛ムードにより理美容家電(含むブランド)が需要減退。この影響で自社工場の稼働率が下がり、原価率が上昇し収益性が悪化。



その他

2022年3月期	売上高	15.6億円(前期比△3.1億円)
	営業利益	0.7億円(前期比±0億円)

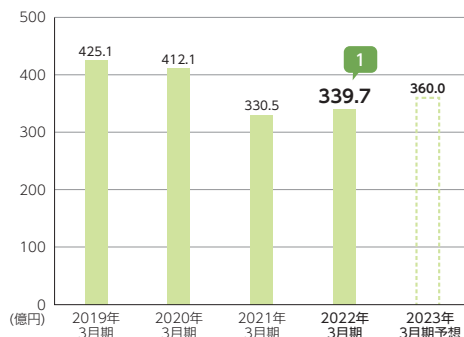
ペットショップを運営するペピカを代表格とするペット事業に於いて物販、美容、病院共に前期比増収となるも、卸売専門の国内関係会社における受注減により減収。



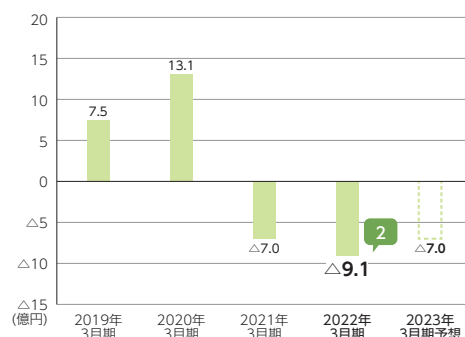
主要財務・非財務情報

■ 財務ハイライト (連結)

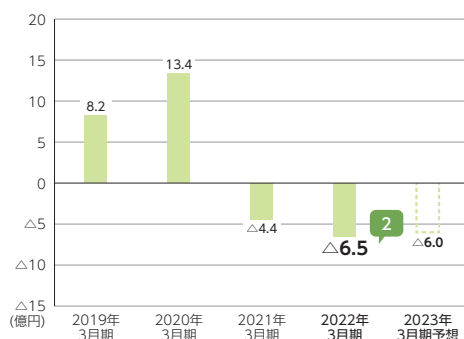
売上高



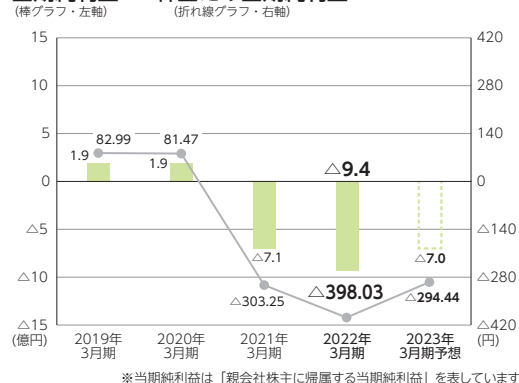
営業利益



経常利益



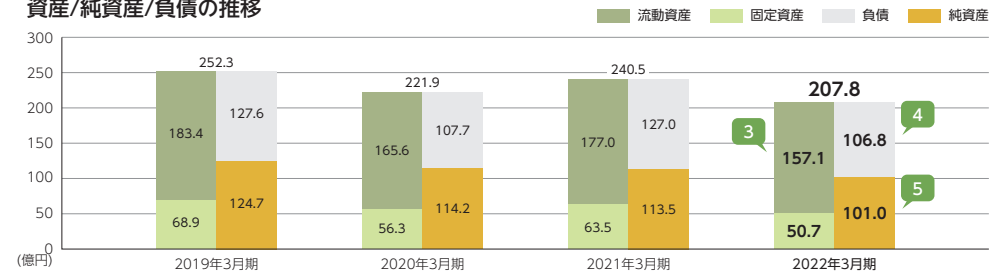
当期純利益*/1株当たり当期純利益



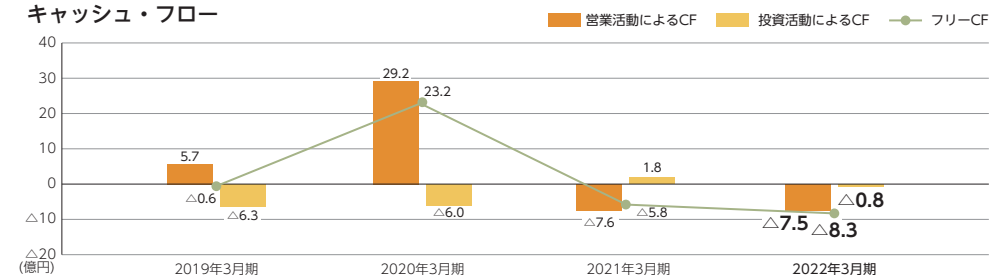
2022年3月期実績 Points

- 売上高は、OEM・ブランド事業ともにコロナ禍の巣ごもり需要の影響により、主に家具家庭用品事業セグメントの売上が増加し前期比9.2億円増加
- 営業利益・経常利益は、原材料や資源価格の高騰化、並びに物流コストの上昇等も影響し、それぞれ前期比△2.0億円、△2.1億円
- 主な資産の変動は、「現金及び預金」「投資有価証券」「商品及び製品」が減少。
- 主な負債の変動は、「短期借入金」「支払手形及び買掛金」「未払法人税等」が減少。
- 主な純資産の変動は、「利益剰余金」「その他有価証券評価差額金」が減少。

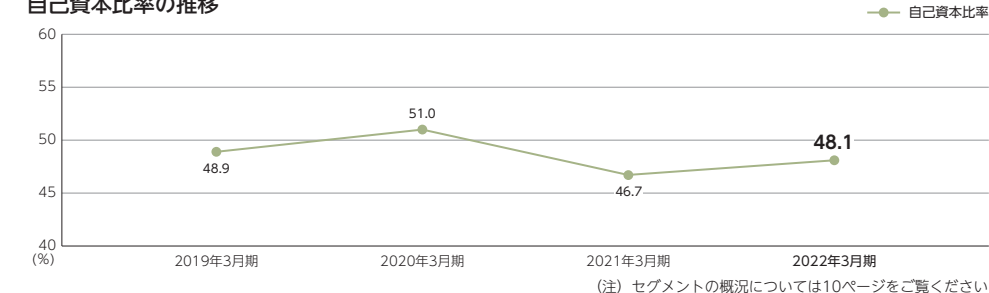
資産・純資産/負債の推移



キャッシュ・フロー

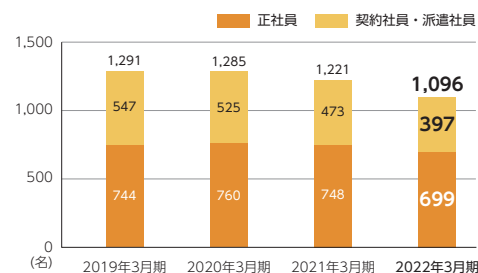


自己資本比率の推移

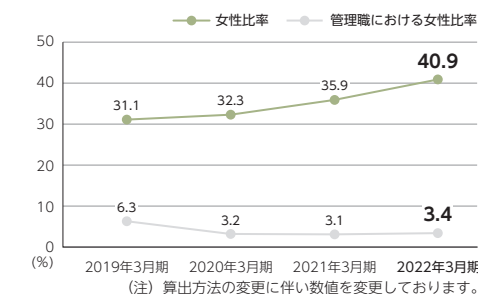


■ 非財務ハイライト

従業員数 (連結)



従業員における女性比率・管理職における女性比率 (単体)



上記非財務情報のほか、今年よりホームページにおいて外国人管理職比率ならびに中途採用者管理職比率を公表しております。

会社概要・主要な関係会社・役員一覧

会社概要

創業年月	1946(昭和21)年10月	本社	〒111-8682 東京都台東区寿四丁目1番2号 電話 03-3847-3500(代表)
設立年月日	1950(昭和25)年2月20日	事業所	福岡(福岡県福岡市)
資本金	10億91万4,500円	上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場 (証券コード:8119)
従業員数	連結1,096名 (2022年3月末、契約社員含む)		
公式ホームページ	https://www.sanyecorp.com/		



主要な関係会社

海外関係会社

TRIACE LIMITED	香港他4拠点
三發電器製造廠有限公司	香港
三發電器製品(東莞)有限公司	東莞
三栄貿易(深圳)有限公司	深圳、東莞
三隣国際貿易(上海)有限公司	上海
台湾三栄貿易股份有限公司	台北
SANYEI CORPORATION (MALAYSIA) SDN.BHD.	クアラルンプール
TRIACE VIETNAM COMPANY LIMITED	ホーチミン
SANYEI (DEUTSCHLAND) G.m.b.H	デュッセルドルフ

国内関係会社

(株)ベネクシー
(株)ゼリックコーポレーション
(株)L&Sコーポレーション
(株)ベピカ
(株)リリーベツト
(株)エッセンコーポレーション
(株)サムコ
三栄興産(株)

役員一覧(2022年6月29日現在) - 取扱いブランドとともに -



代表取締役会長
小林 敬幸
クオリネスト



代表取締役社長
水越 雅己
ワールドドット
コール&メイソン
ビレロイ&ボッホ
カープホルツ



専務取締役
佐野 雅彦
営業本部長
エアバック
ゴットバッグ
ピュアウェイスト
カープホルツ
モッズ・ヘア



常務取締役
柴田 渉
(株)L&Sコーポレーション
代表取締役社長
キプリング



取締役
高橋 哲也
総務・人事本部長
ビレロイ&ボッホ
ビルケンシュトゥック



取締役
清水 誠二
監査等委員
ビルケンシュトゥック



社外取締役
今井 靖容
監査等委員
ビレロイ&ボッホ



社外取締役
水上 洋
監査等委員
ピタントニオ

くらしに、良いものを。

SANYEI CORPORATION

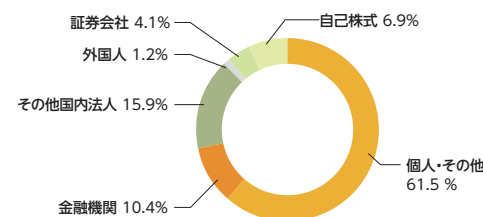
コーポレートガバナンス・コードの各原則に対する当社の取り組み状況、及び取り組みの方針等について、項目ごとにその概要を取りまとめた「コーポレートガバナンスコード・ガイドライン」を策定し、当社ホームページにおいて公表いたしました。
今般当社は東証の新市場区分「スタンダード市場」に移行し、引き続きコーポレートガバナンス・コードへの対応に取り組んで参ります。

株式のご案内

株式の状況(2022年3月末現在)

発行可能株式総数	普通株式	8,800,000株
発行済株式の総数	普通株式	2,552,946株 (自己株式175,555株を含む)
単元株式数		100株
株主数		3,272名

《株式数における構成比》



株主メモ

事業年度	4月1日から翌年の3月31日まで
定時株主総会	毎年6月に開催
基準日	定時株主総会 3月31日 中間配当金 9月30日 期末配当金 3月31日
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行(株)
郵便物送付先 電話照会先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行(株)証券代行部 電話 0120-782-031(フリーダイヤル) 取次事務は三井住友信託銀行(株)の本店 および全国各支店で行っております。

大株主

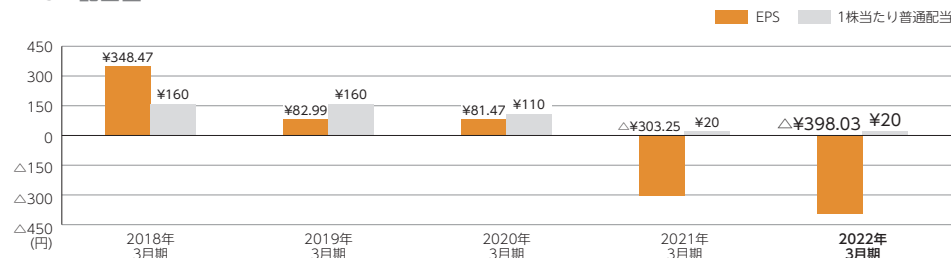
株主名	持株数 千株	持株比率 %
三栄コーポレーション取引先持株会	127	5.00
(株)三菱UFJ銀行	114	4.47
東銀リース(株)	111	4.37
SMBC日興証券(株)	75	2.97
(株)三井住友銀行	63	2.47
水谷 裕之	59	2.34
三栄グループ従業員持株会	52	2.06
綜通(株)	49	1.94
三井住友信託銀行(株)	42	1.65
村瀬 司	40	1.58

(注) 1. 持株数は表示単位未満を切り捨て、持株比率は小数第3位を四捨五入しております。
2. 持株比率は自己株式を含めて算出しております。
3. 当社では自己株式を175,555株保有しております。

公告の方法 電子公告の方法により行います。
公告掲載URL:
<https://www.sanyecorp.com/>

ただし、やむを得ない事由により電子公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載します。

EPS・配当金



配当決定に関する基本方針

企業理念である「随縁の思想」の下、当社との縁を紡がれた株主の皆さまへの配当は、株主の皆さまが安心して当社株式を長期保有していただけるよう、可能な限り継続的に実施いたします。

※随縁の思想とは：当社創業時からの経営思想であり、縁に随って出会った人々がお互いに助け合うことを大切にする考え方です。