

会社概要

創業年月 1946(昭和21)年10月
設立年月日 1950(昭和25)年2月20日
資本金 10億91万4,500円
従業員数 連結1,291名
(2019年3月末、契約社員含む)

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)
事業所 大川 (福岡県久留米市)
上場証券取引所 東京証券取引所
JASDAQ市場
(証券コード: 8119)

主要な関係会社

海外関係会社

TRIACE LIMITED	香港他8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
三暉国際貿易(上海)有限公司	上海
SANYEI CORPORATION (MALAYSIA) SDN.BHD.	クアラルンプール
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)mhエンタープライズ
(株)L&Sコーポレーション
(株)ペピカ
(株)リリーベット
(株)エッセンコーポレーション
(株)サムコ
(株)エス・シー・テクノ
三栄興産(株)

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年の3月31日まで	公告の方法	電子公告の方法により行います。
定時株主総会	毎年6月に開催	公告掲載URL	https://www.sanyaicorp.com/
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	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。	
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。		

ホームページのご案内

<https://www.sanyaicorp.com/>

会社概要、事業内容、商品情報、プレスリリースはもちろん、IR情報サイトには決算情報をはじめ過去の説明会資料や投資家様向けイベント情報などを掲載しております。さらに、適時開示やプレスリリース時などにメールでお知らせする無料の配信サービスも行っております。是非、当社ホームページをご利用ください。

※メール配信サービスは、三菱UFJ信託銀行(株)のリムズネットサービスを利用しております。



当社公式サイト

表紙について: 「これまで経験・体験したことのない新たな快適」をテーマに、2016年に誕生したセレクトショップ「クオリネスト」。Quality (上質) を備え、Originality (独自性) を持つ、様々な洋服や小物を提供しています。「快適」をまとったクオリネストの世界観から、当社の経営ビジョンである快適で夢のあるライフスタイルを表現しました。

上段: オーストラリアの服飾ブランド「グッドストゥディオス」 下段: フランスのパレー帽ブランド「ロレール」

SANYEI CORPORATION

BUSINESS REPORT 2019

JAPANESE



CONTENTS

1-2 TOP MESSAGE/ステークホルダーの皆さまへ	11-12 TOPICS
3-4 会社プロフィール/沿革	13 役員一覧/ガバナンス
5-6 主要財務・非財務情報	14 株式の状況/株式のご案内
7-8 セグメント別事業概況と見通し	裏表紙 会社概要/主要な関係会社 他
9-10 当社のビジネスモデル	

TOP MESSAGE

経営ビジョン

「健康と環境」をテーマに

品質の優れた生活関連用品を企画開発し

消費者の皆さまにお届けすることを通じ

快適で夢のあるライフスタイルと

社会生活の実現に貢献する

株式会社 三栄コーポレーション
代表取締役社長 小林 敬幸



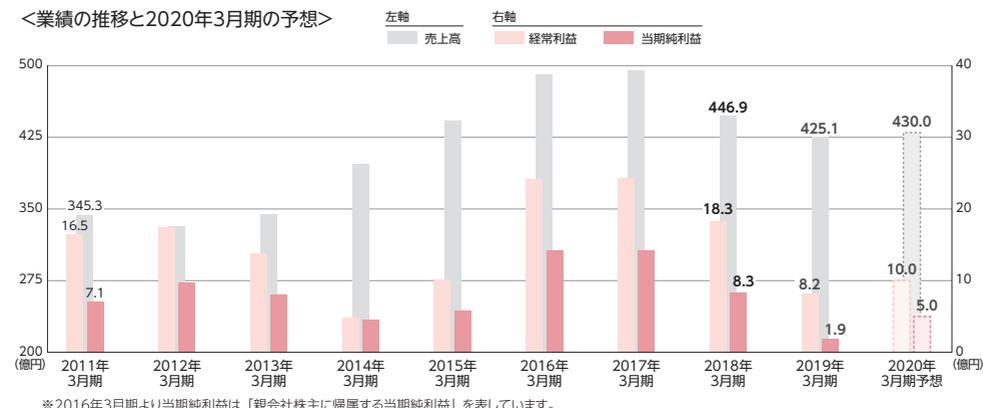
ステークホルダーの皆さまへ

当社グループは、1946年の創業以来、一貫して生活に密接した商品をご提供することを事業の理念とし、上記の経営ビジョンを実現すべく、100年企業を念頭におき、下記の2つの事業の相乗効果を追求するビジネスモデルを展開しております。

1つが、お客様のブランド商品を製造・品質管理・物流まで一貫して提供するOEM事業です。もう1つが、OEM事業で培ってきた海外ビジネスの知識と経験を活用し、自社ブランドや海外の秀逸なブランドを販売するブランド事業です。

当社グループをめぐる事業環境は、米中貿易摩擦の影響から中国経済の成長スピードが鈍化し、北米ではアマゾンをはじめとするEコマースの席卷により小売店が次々と閉鎖に追い込まれる環境の他、ヨーロッパ経済の減速も顕著となり、日本経済においてはデフレ価格浸透による経済二極化の進行が消費動向に与える影響も大きく、当社グループのビジネスも少なからずこれらの影響を受けております。

<業績の推移と2020年3月期の予想>

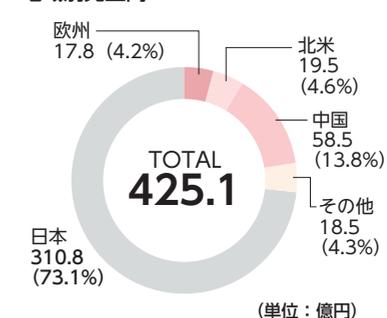


このような環境下、2018年度は大変苦戦をし、前年度と比較すると大きく減益となりました。原因は明確であり、OEM事業では、採算性を重視し北米ビジネスを一旦見直す決定を期中に行った他、欧州での失注や、競争激化で利益率が低下傾向にあること、またブランド事業では、小売運営において固定費比率が増加した影響が大きく、業績を押し下げました。このため、期初予想から大きくかけ離れた結果となり、ステークホルダーの皆さまには、多大なるご心配をおかけし、経営トップとしてお詫び申し上げます。

これを立て直すべく、またこれを機に、当社の資産をより有効に活用する、つまり、資本効率を重視した経営に舵を切るべく、現在取り組みを進めております。具体的には、OEM事業では、生活関連用品の商社としての専門性を一層強化し、現在のビジネススタイルをより事業投資型に軸足を移し、お取引先様からの信頼を更に高めることで商権維持をより強固にするとともに、収益確保の多様性を図ります。一方、ブランド事業では本質において秀逸な製品のみを厳選するコンセプトでブランドポートフォリオを構築してまいります。また、いずれの事業においても、M&Aによる活動領域の拡大も視野に入れ、企業価値の向上に努めてまいりたいと考えております。

このような取り組みの最中でもあり、一段の業績回復には多少の時間を要すると考えておりますが、創業73年を迎える当社にとり、100年企業を目指すため、長期的に収益を確保できるビジネスモデルに変革し、企業価値向上を目指してまいりますので、ステークホルダーの皆さまには、上記の方向性をご理解いただき、引き続き一層のご支援を賜りたく、宜しくお願ひ申し上げます。

地域別売上高



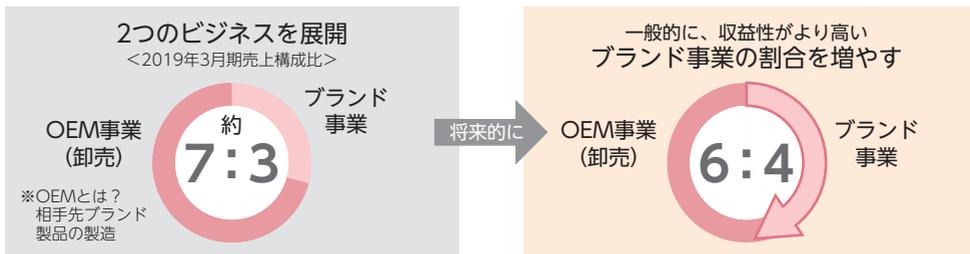
会社プロフィール

三栄コーポレーションとは？

創業70年を超える生活関連用品の専門商社

ビジネスモデル

家具、家庭用品、服飾雑貨、家電の4事業部制を採り、各事業部でOEM（卸売）事業とブランド事業の2つのビジネスを展開しています



業績

2019年3月期実績		2020年3月期見直し	
売上高	経常利益	売上高	経常利益
425.1 億円	8.2 億円	430.0 億円	10.0 億円

強み:海外ネットワーク

約60年前の1958年に香港に進出したのを皮切りに、早期にグローバルネットワークを構築
→長年の海外展開で得たノウハウから、お客様のリクエストに早急にお応えすることができます



沿革

1946年創業

戦後の復興期に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

1946年 三栄の前身、共栄商会 (①) を大阪にて創業 (主業はアクセサリーの欧米向け輸出)

1949年 名古屋に昭栄貿易(株) (②) を設立 (主業は陶磁器の輸出)

1954年 東京の2社を合併し東栄貿易(株) (③) と改称 (主業はギフト製品等)

1961年 上記①②③の3社が合併して三栄貿易(株)を設立 (1971年に(株)三栄コーポレーションに改称)



創業の地「久本寺大黒堂」

1950年代～
1970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、日系の生活関連用品の専門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JCBペニー/シアーズ/Kマート (北米)、ホルテン (独) などと取引があった

1960年代前後 香港、台湾、ドイツ、マレーシアに拠点を設立

1979年 東京店頭市場に株式を公開

1980年代～
2000年代

対日輸入ビジネスの拡大

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

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

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、ブランドの総代理店契約や自社ブランドの創生を図る (ブランド事業については10ページをご覧ください)

2013年 Kipling (キプリング) の取り扱いを開始

2015年 MULTI CHEF (マルチシェフ) ブランドを本格始動

2017年 Villeroy&Boch (ビレロイ&ボッホ) の取り扱いを開始

～現在 OEM事業ではノウハウの深化を図るため、柱となる4事業部制を確立し、ブランド事業では取引規模拡大と、取り扱いブランドの拡充を目指す



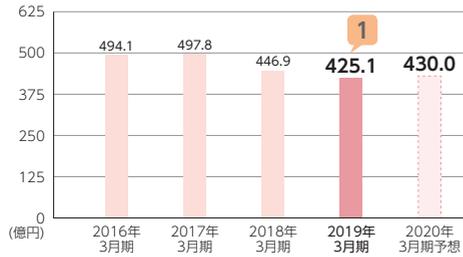
2017年

100年企業を目指した中期経営計画を発表

主要財務・非財務情報

財務ハイライト

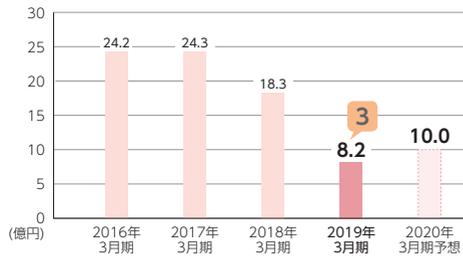
■ 売上高



■ 営業利益



■ 経常利益

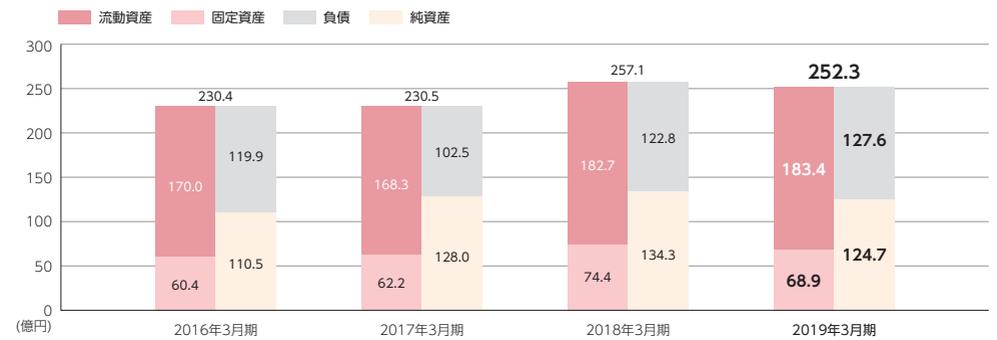


■ 当期純利益※/1株当たり当期純利益

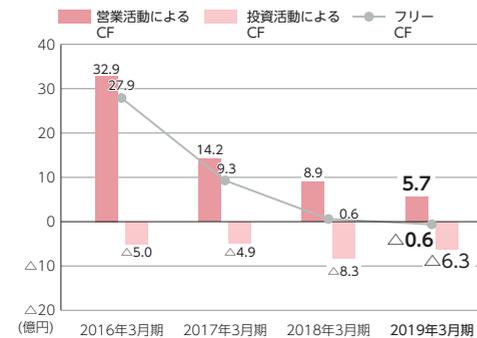


※2016年3月期より当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表しています

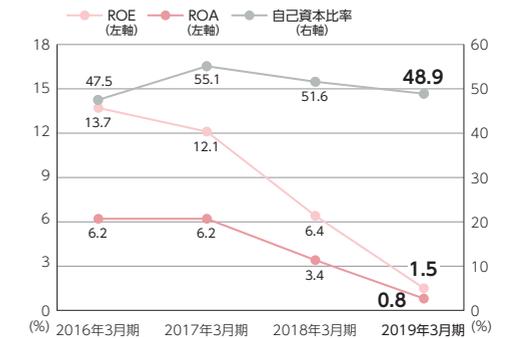
■ 資産・純資産・負債の推移



■ キャッシュ・フロー



■ ROE・ROA・自己資本比率の推移



(注) セグメントの概況についてはP.7・8をご覧ください

2019年3月期実績 Point

- 売上高は、欧米向け家庭用品の売上高が大幅に減少し、前期比4.9%減
- 営業利益は、減収に加え、販管費比率の増加もあり、前期比55.3%減
- 経常利益は、欧米向け家庭用品の売上高減少に伴う減益や、新基幹システム導入に伴う減価償却費の増加、ベネクシーの減収と経費増によるマイナスインパクトもあり、前期比54.9%減
- 親会社株主に帰属する当期純利益はブランド子会社の販売不振により繰延税金資産の一部を取り崩したことや中国の海外関係会社の業績が堅調に推移したことにより法人税等が増加し、前期比76.5%減

今後の方向性

○ E M 事業：専門性を一層強化させ、従来の売買取手型から、事業投資型ヘビジネススタイルを移行させる

ブランド事業：商品ラインアップを充実させるためのブランドの発掘、各ブランド戦略に応じたマーケティング施策の見直しによる赤字事業の立て直し、適正なオペレーションコストの追求

非財務ハイライト

■ 従業員数 (連結)

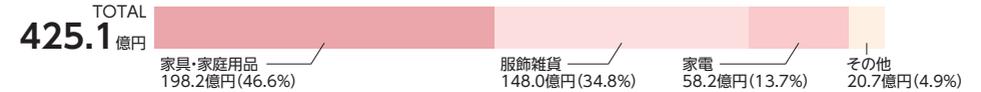


■ 従業員における女性比率・管理職における女性比率 (単体)

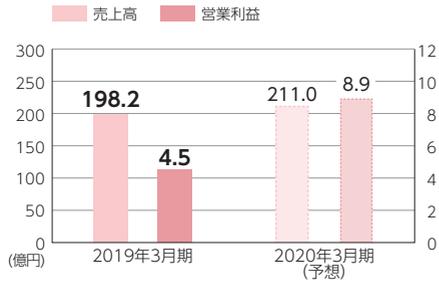


セグメント別事業概況と見通し

[セグメント別売上高]



家具・家庭用品事業セグメント



2019年3月期

売上高 **198.2** 億円 (前期比△32.3億円)
 営業利益 **4.5** 億円 (前期比 △8.5億円)

- OEM 欧州向け家庭用品が大幅に減収。
- ブランド 家具直販ECショップを運営するミントは堅調に推移し増収も、ビレロイ&ボッホは販路開拓に苦戦し減収。

2020年3月期予想

売上高 **211.0** 億円 (前期比 +12.8億円)
 営業利益 **8.9** 億円 (前期比 +4.4億円)

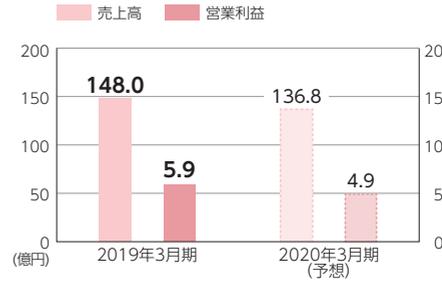
- OEM 自社ブランドのノウハウを応用し、ODM提案で新規客開拓に注力することにより増収見込み。
- ブランド ビレロイ&ボッホの売り場拡大と、新ブランド投入により増収見込み。

<参考>取扱商材: ベッド、テーブル等の家具、鍋・食器等の家庭用品



(注) 当報告セグメントは、営業組織上は家具事業、家庭用品事業と分けておりますが、経営上は、市場でのインテリア分野と認識し合算して開示しています。

服飾雑貨事業セグメント



2019年3月期

売上高 **148.0** 億円 (前期比 +11.1億円)
 営業利益 **5.9** 億円 (前期比 △0.1億円)

- OEM 国内外ともに堅調に推移し増収。
- ブランド キプリングは空港免税店、ECモールへの出店強化により増収も、ビルケンシュトゥックがプーム減退・価格引き上げにより販売が低迷し減収。

2020年3月期予想

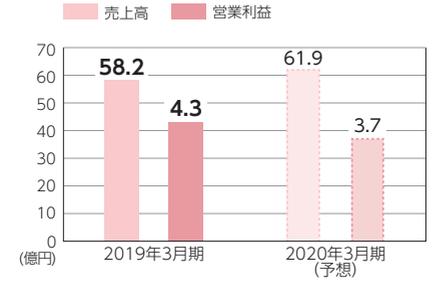
売上高 **136.8** 億円 (前期比△11.2億円)
 営業利益 **4.9** 億円 (前期比 △1.0億円)

- OEM 国内外ともに堅調に推移する見込み。
- ブランド 店舗政策の見直しや、新たなターゲット層へのアプローチ強化も消費環境厳しく回復には時間を要す。

<参考>取扱商材: スーツケース・ポーチ・バッグ・靴等の服飾雑貨



家電事業セグメント



2019年3月期

売上高 **58.2** 億円 (前期比 +1.5億円)
 営業利益 **4.3** 億円 (前期比 +1.7億円)

- OEM 国内向けが堅調に推移し増収。
- ブランド キッチン家電市場の競争激化により減収。

2020年3月期予想

売上高 **61.9** 億円 (前期比 +3.7億円)
 営業利益 **3.7** 億円 (前期比△0.5億円)

- OEM ODM事業の新規顧客開拓が進むも、既存取引は若干減収見込み。
- ブランド 理美容家電好調の他、海外販路開拓も進み増収見込み。

<参考>取扱商材: 理美容およびキッチン家電



※mod's hair/モッズヘアは、(株)三栄コーポレーションがFGAL BEAUTÉ S.A.から使用許諾を受けた商標です。
 発売元: (株)mhエンタープライズ 輸入元: (株)三栄コーポレーション

その他



2019年3月期

売上高 **20.7** 億円 (前期比△2.1億円)
 営業利益 **0.02** 億円 (前期比△0.4億円)

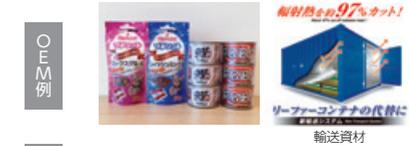
- OEM ペットフード関連事業において販路開拓が進まず減収。
- ブランド ペットショップを運営するペピカは生体・物販が好調で増収。

2020年3月期予想

売上高 **20.2** 億円 (前期比△0.4億円)
 営業利益 **0.7** 億円 (前期比 +0.7億円)

- OEM 既存顧客への営業強化に加え、新たに取り組んでいるEC販売に注力するも減収見込み。
- ブランド ペットショップを運営するペピカはサービス事業が堅調に推移し増収見込み。

<参考>取扱商材: ペット生体・ペット商材・輸送資材・工業用品 (潤滑油)



(注) 主要ブランド詳細についてはP.10をご覧ください。

当社のビジネスモデル

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

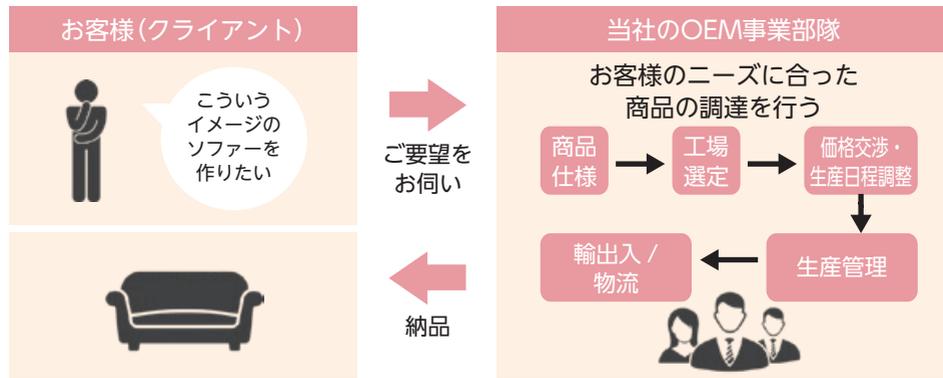
TOTAL
425.1億円

【売上高OEM事業とブランド事業別内訳】

OEM事業
300.5億円 (70.7%)

ブランド事業
124.6億円 (29.3%)

当社のOEM事業

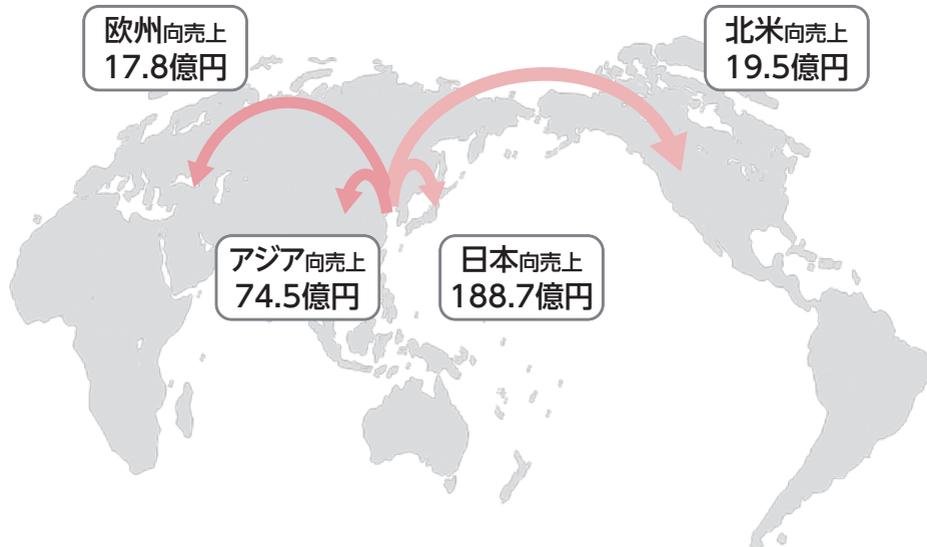


一般的にOEM事業とは、相手先ブランド製品の製造・供給を指します。

当社のOEM事業では、アジアの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し、ご提供しております。

● OEM事例 ●

OEM商品の地域別取引の一部をご紹介します



当社のブランド事業

“本物にこだわった秀逸な商品”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、Eコマース、また日本のみならず海外の販売まで、それぞれのブランドの性格に応じて展開しております。

Furniture-Interior MINT

ミントは、2015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場として、インターネット通販ショップをスタート。長年の家具ビジネスでの開発、生産、品質管理等のノウハウを活かし、さまざまなシーンで活躍するアイテムをご紹介します。



ビレロイ&ボッホは、1748年創業のヨーロッパで最も歴史あるテーブルウェアブランドのひとつ。ロイヤルウェディングで選ばれるのも伝統と高品質の証しです。最先端の技術と最新の流行により作られる品々は世界中で愛されています。



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最高級鋳物ヨーロッパブランド。伝統と最新技術を駆使し手作りで仕上げられます。優しく美しい発色と気密性が特徴です。



ヴォルはドイツの最新テクノロジーと熟練の職人技が融合した最高級鋳物アルミニウム調理器具のブランドです。その高い品質はもろろん、独自のコーティングや着脱可能ハンドルなど、デザイン・機能性に優れたアイテムを取り揃えております。



ビルケンシュトックは、240年以上の歴史をもつドイツのフットウェアブランド。独自の「フットベッド(インソール)」の機能性と、ファッションの両面を兼ね備えた商品を多数取り揃えています。



クオリネストは、「これまで経験・体験したことがない新たな快適」の提案をテーマに誕生したセレクトショップ。フランスの老舗レーブランド LAULHÈREをはじめ、良質なプロダクトを幅広く展開しています。



1987年にベルギーで誕生したキプリング。機能的かつ個性的な色とデザインは様々なライフスタイルにフィットし、世界中の多くのファンを魅了し愛されています。



カーボホルツは、2012年に誕生した木材等天然素材を使ったドイツの時計ブランドです。落ち着いたデザインに美しさに加え、ミニマルでありながらファッション性に優れたフォルムを追求しています。



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。

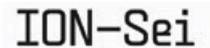


ビタントニオはシンプルなデザインと使いやすさ。そこに仕様や嗜好といった暮らしのこだわりを掛け合わせた、ずっと愛せる暮らしの道具をお届けする家電ブランドです。

*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 BEAUTÉ S.A.から使用許諾を受けた商標です。発売元:株式会社エンタープライズ 輸入元:株式会社コーポレーション



マルチシェフは、トップシェフに選ばれているフードプロセッサーなどを取り扱う業務用調理機器ブランドです。ジャパンブランドならではのクオリティをお届けします。



イオン-セイは、日本の思想や哲学と、ドイツのプロダクトデザインを融合した三栄オリジナルの家電ブランドです。高機能オールケア商品として、ドイツ、イギリス等の欧州市場で販売しています。



ペピカは、ペット関連商品を販売する小売店の他、ペットサロン、動物病院も運営し、お客様の大切な“ご家族”のトータルサポートを目指しています。



アフターサービス事業

当社のブランド事業では、ご購入いただいた商品を未永くご愛用いただくため、アフターサービスとして製品の修理事業を行っております。(一部を除く)
※サービス内容の詳細は各ブランドのホームページをご覧ください。

マレーシアに家具インテリア工場を設立

当社の主要事業の一つである家具事業の強化を図るべく、マレーシアに家具インテリア工場を設立し、2019年3月より本格稼働いたしました。

当社及びその関係会社では、長年にわたり世界各地に家具を提供してまいりました。この中で、市場のリクエストに応える品質、納期の確保のため、当社としても日々製造現場に入り込み、製造のノウハウを蓄積しています。

このノウハウをさらに活用し、加えて次のビジネス開拓のための開発力、機動力を向上させるため、家具インテリア工場の運営への進出を決定したものです。

なお、当社グループでは、中国・広東省に家電製品を製造する工場を30年来にわたり運営しております。この家電工場で積み重ねてきた工場運営のノウハウと経験を活かしながら、数年後には売上高20億円規模の工場に成長させるべく、注力、推進してまいります。

■工場概要

立地	マレーシア・クアラルンプール近郊
稼働開始時期	2019年3月
建屋敷地面積	約4,000㎡
本プロジェクト投資額	5億円程度を予定 (数年の累計見込み額)



キプリング 新しいブランドコンセプトでミレニアルズへのアプローチ強化

キプリングは2019年春夏コレクションより、ブランドコンセプトを“Live.Light(リブ・ドット・ライト)”、“自分らしく輝く!”という意味に変更いたしました。

既存の顧客層に加え、今後は男性も含めたミレニアル世代(80年代~00年代初頭に生まれた世代)へのアプローチを強化してまいります。

そのため、2019年春夏コレクションの発売に伴いミレニアルズへの販路拡大を目指し、若者で賑わうエリアでのポップアップショップ出店を順次実施し、多くの方にお越しいただきました。



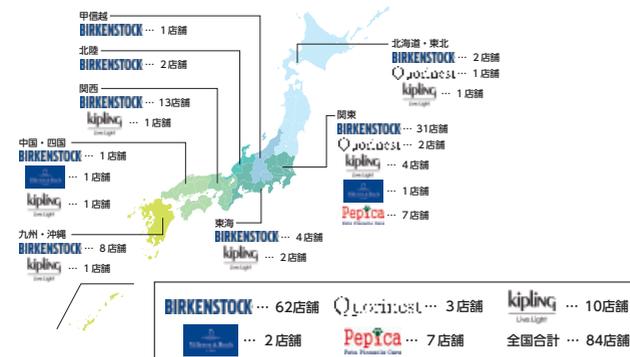
■ブランドロゴも変更しました!

新たに掲げたブランドコンセプトをデザインに組み込んだロゴへ変更を行いました。“Light”にはキプリングの強みである「軽さ」に「輝く」の意味をかけ、間に置いたグリーン色のドットはブランドのヘリテージ(伝統)を表し、2つのキーワードをつなぐヒンジ(留め具)の役割を果たしています。



グループ直営店が84店舗になりました (2019年3月末現在)

2019年3月、ドイツのフットウェアブランド「ビルケンシュトック」および「これまで経験・体験したことのない新たな快適」をテーマにした自社直営のセレクトショップ「クオリネスト」の小売事業を行う(株)ベネクシーが、両ブランドショップを仙台PARCO3階に同時オープンいたしました。今般初の両店同時オープンにより、シナジー効果を期待しています。



BIRKENSTOCK Quorinest 仙台PARCO店 (2019年3月16日オープン)

● 社会貢献活動 ●

当社が40年以上に亘り支援を続けている 認定NPO法人日本多発性硬化症協会 (日本MS協会) のご案内

多発性硬化症 (MS=MULTIPLE SCLEROSIS) とは、中枢神経系の脱髄疾患の1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、講演会・相談会の開催、メディアへのPR等の活動を行っており、その活動が認められ2017年7月、東京都より認定特定非営利活動法人 (認定NPO法人) の認可を受けました。

当社創業者、故和泉國夫氏が日本MS協会発起人の1人であったため、設立時より協会事務局を当社内に設置する等支援を続け、社員もボランティアとして活動しています。

■2019年3月に開催した「第8回 市民公開講演会」の様子



パネルディスカッション (国立精神・神経医療研究センター 山村 隆医師)

英国MS協会から Joanna Laurson さん



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 莊次

〒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。ご協力誠にありがとうございました。

ご寄付の総額: 約**37**万円

役員一覧 / ガバナンス

役員一覧 (2019年6月27日現在)

当社グループにおける主な担当			当社グループにおける主な担当		
代表取締役社長	小林 敬幸		取締役	寺本 将憲	家電事業部長
常務取締役	柴田 涉	(株)L&Sコーポレーション 代表取締役社長	取締役	高橋 哲也	管理本部長 兼 チーフコンプライアンスオフィサー
常務取締役	佐野 雅彦	営業本部長 兼 服飾雑貨事業部長	取締役	清水 誠二	監査等委員
常務取締役	田山 敬一	経営企画本部長	[社外]取締役	今井 靖容	監査等委員
取締役	水越 雅己	家具事業部長	[社外]取締役	水上 洋	監査等委員



上段左より、
清水、寺本、水越、高橋
下段左より、
水上、田山、柴田、小林、佐野、今井

ガバナンス

取締役会の実効性評価

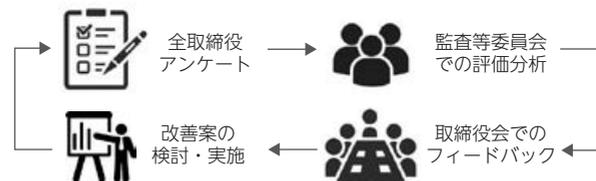
当社は、ガバナンス体制強化の観点から、取締役会全体の実効性について分析・評価を実施するために必要な事項を定めた「取締役会評価に関する規程」を制定し、2019年度からの実施を予定しています。今後は継続して取締役会の実効性評価を行い、取締役会運営の向上を図ってまいります。

■評価実施要項

取締役会評価の実施者：
監査等委員会（社外取締役2名含む）

- 評価項目：①取締役会の役割・機能
②取締役会の規模・構成
③取締役会の運営
④監査機関等との連携

■取締役会実効性向上に向けたサイクル

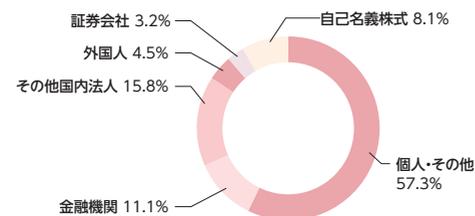


株式の状況 / 株式のご案内

株式の状況 (2019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208,313株を含む)
単元株式数		100株
株主数		3,394名

株式数における構成比



大株主

株主名	持株数 千株	持株比率%
(株)三菱UFJ銀行	114	4.47%
東銀リース(株)	111	4.37%
三栄コーポレーション取引先持株会	95	3.75%
SMBC日興証券(株)	75	2.95%
水谷 裕之	64	2.53%
(株)三井住友銀行	63	2.47%
三栄グループ従業員持株会	51	2.01%
綜通(株)	49	1.94%
あいおいニッセイ同和損害保険(株)	49	1.93%
三井住友信託銀行(株)	42	1.65%

(注) 1. 持株比率は自己株式を含めて算出しております。
2. 当社では自己株式を208,313株保有しております。

当社の株主様になっていただく

当社は、株主の皆さまの日頃のご支援、ご愛顧に感謝するとともに、当社の事業内容をより一層ご理解いただく機会をご提供すること、また、投資対象としての当社株式の魅力を高め、中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を図ることを目的として次の施策を行っております。

1. 配当金を年2回お受け取りいただけます。基準日:9月末、3月末

当社は2013年3月期より中間配当を導入し、現在年2回の配当を実施しております。尚、当社では現状、30%程度の配当性向を目処に、安定的かつ継続的に配当を行うことを方針としております。

2. 株主優待で当社グループの選りすぐりの商品をお受け取りいただけます。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、同じ所有株数でも高額商品をお選びいただける特典があります)

2019年の
株主優待商品例

オリジナル
QUOカード
(¥1,000分)
※日本MS協会への
100円寄付付き

Villeroy & Boch
1748
(ビレロイ&ボッホ)
ポストン ペアワイングラス

EPS・配当金・配当性向・配当利回り

