

|| 企業調査レポート ||

三栄コーポレーション

8119 東証JASDAQ

企業情報はこちら >>>

2019 年 12 月 18 日 (水)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 事業内容	01
2. 業績動向	02
3. 成長戦略・トピック	02
4. 株主還元策	03
■ 会社概要	04
1. 会社概要と沿革	04
2. 事業構成	04
■ 事業概要	05
1. 家具家庭用品事業の動向	05
2. 服飾雑貨事業の動向	06
3. 家電事業の動向	07
■ 業績動向	08
● 2020 年 3 月期第 2 四半期の業績概要	08
■ 今後の見通し	09
■ 成長戦略・トピック	10
1. 循環型社会を目指し、日本環境設計とのパートナーシップ契約を締結	10
2. ベトナムに新会社設立：急成長するベトナム市場で販路開拓	11
■ 株主還元策	12

三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
<http://www.sanyecorp.com/ir/>

要約

**2020 年 3 月期第 2 四半期は利益 V 字回復。
トラベル商材 (OEM) や理美容家電 (ブランド) が好調。
北米顧客見直しも増益に貢献。循環型社会を目指し、
日本環境設計 (株) とのパートナーシップ契約を締結**

三栄コーポレーション <8119> は、70 年以上の歴史を持ち高付加価値品を主に取り扱う多機能な商社である。生活関連用品全般を扱い、製造・輸出入・卸・小売りまでのサプライチェーンを幅広く手掛け、海外には 18 ヶ所の拠点、国内直営小売店 83 店舗を持つ。欧州の差別化されたブランドの日本導入や、良品計画 <7453> に代表されるこだわりある商品の OEM 調達など、付加価値の高い商品を取り扱う点で個性が明確である。ビジネスモデル面では OEM が売上高の約 7 割を占める。事業セグメント別では家具家庭用品事業 (売上高の 44.4%)、服飾雑貨事業 (売上高の 36.1%)、家電事業 (売上高の 14.3%) の 3 事業が柱である。

1. 事業内容

同社最大の事業セグメントが、家具家庭用品事業である。この事業は、OEM の比率が高く (売上高の約 93%)、良品計画に代表される大手顧客の事業の伸びとともに成長してきた。直近は欧州顧客の大口のスポット受注のはく落や米国量販店向けの縮小などが影響して調整局面を迎えたが、2020 年 3 月期第 2 四半期は大幅に利益を回復している。今後も大黒柱であることは間違いない。成長著しいブランドとして、自社の e コマースブランド「MINT」がある。自社の販売サイト、楽天や Yahoo! で 1,000 を超えるアイテムを販売しており、リーズナブルな価格の良質な家具、インテリア等が消費者のニーズに合致し、成長している。2019 年 3 月には、マレーシアで家具・インテリアの自社工場が本格稼働を開始した。自社ブランド商品の製造はもちろん、ODM 提案が図れる開発拠点としても活用していく方針である。

服飾雑貨事業ではブランド事業の存在感が高く (売上高の約 49%)、本来は収益性の高いセグメントである。同社が取り扱う最大のブランドが「ビルケンシュトック」である。ドイツで 240 年以上の伝統がある機能美に優れたコンフォートサンダル・シューズブランドであり、1 万円前後の価格帯にもかかわらず根強いファン層に支持されている。直営の 61 店舗と e コマースで販売され、長く使う顧客が多い商品だけに自社運営のアフターサービスも充実している。一時期のブームが落ち着いたことなどの影響で直近は減収減益傾向であり、復活に向けて取り組みを強化している。具体的には、不採算店の閉鎖やスタッフ・販売員の販売力強化、処遇改善を推進。店舗の賃貸借契約期間内での撤退は違約金が発生する等の理由からスクラップ & ビルドには時間がかかり、効果発現には 2 ～ 3 年程度かかると想定される。

家電事業では OEM 事業の比率が約 62%、ブランド事業の比率が約 38% である。OEM 事業では、中国の子会社で調理家電、理美容家電を製造、販売する。ブランド事業では、調理家電「Vitantonio® (ビタントニオ)」、理美容家電「mod's hair (モッズ・ヘア)」、業務用ブレンダー「MULTI CHEF (マルチシェフ)」を展開。全体として売上高・営業利益ともに堅調である。直近、ヒット商品に、理美容家電ブランド「mod's hair」のモバイルヘアアイロンがある。

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)

<http://www.sanyecorp.com/ir/>

要約

2. 業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期の連結業績は、売上高が 20,941 百万円（前年同期比 0.5% 増）、営業利益が 627 百万円（前年同期は 29 百万円）、経常利益が 656 百万円（前年同期は 107 百万円）、親会社株主に帰属する四半期純利益が 205 百万円（前年同期は 12 百万円の損失）となり、増収とともに各利益は V 字回復した。増収をけん引したのはトラベル商材が好調の服飾雑貨 -OEM 事業。地域別では北米向けが減少したものの、日本向けと中国向けが伸長した。ブランド事業では、理美容家電が好調の家電事業は増収となったが、家具家庭用品事業及び服飾雑貨事業の売上が減少し、ブランド事業全体では減収となった。利益面において V 字回復となった主な要因は、1) 日本向け及び中国向けの OEM 事業の増収効果、2) 北米地域における顧客見直し効果、3) 家電ブランド事業の増収効果の 3 点である。

2020 年 3 月期通期の連結業績は、売上高が前期比 1.1% 増の 43,000 百万円、営業利益が同 46.2% 増の 1,100 百万円、経常利益が同 33.0% 増の 1,100 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 155.4% 増の 500 百万円と増収増益を予想する。売上高予想に関しては、期初の予想を据え置いた。通期予想に対する第 2 四半期進捗率は、48.7%（前期は 49.0%）と前期並みである。家具家庭用品 -OEM 事業の欧米市場における減収のマイナスを、服飾雑貨 -OEM 事業と家電事業の増収で埋めるという流れは上期同様である。営業利益と経常利益は期初の予想にそれぞれ 100 百万円を上乗せし、上方修正した。通期予想に対する第 2 四半期進捗率は、営業利益で 57.1%（前期は 3.9%）、経常利益で 59.7%（前期は 13.0%）と順調である。特に大幅な増益が見込まれるのが家具家庭用品事業。北米向けビジネスの見直しによる収益改善と家具インテリアのネット販売が下期も堅調で利益貢献することに加えて、海外拠点での販管費の見直し効果も寄与する見込みである。欧米市場の減少を国内・アジア市場の増加でカバーする、ブランドライセンス事業の停滞を OEM 事業やオリジナルブランド事業でカバーするなど、多様な事業・地域に展開する同社ならではのポートフォリオマネジメントが有効に機能している。フィスコでは、グローバルな事業環境は変化が激しいものの、今期は余裕を持って利益目標を達成すると見込んでいる。

3. 成長戦略・トピック

同社の経営ビジョンには、「健康と環境」を掲げ事業に取り組んでいる。2019 年 6 月には、日本環境設計（株）（本社：東京都千代田区）とパートナーシップ契約を締結し、循環型社会を目指す新たな取り組みを開始した。日本環境設計は、「あらゆるものを循環させる」というビジョンを掲げ、消費者から衣類やプラスチック製品を回収するインフラを持ち、さらに回収したものを、再び樹脂などに変換する独自の技術を持つ。この技術で再生された樹脂を新たに商品に使用することは、循環型社会の仕組み作りにもつながるため、環境省や大手小売店（良品計画、イオン <8267> グループ、セブン & アイ・ホールディングス <3382> グループなど）も賛同しそのネットワークは確実に広がっている。具体的には、日本環境設計から提供されるリサイクル樹脂をバッグやポーチなどに製品化させ、卸売り販路を中心に営業活動を行う。また、同社のペットショップ（ペピカ）店頭でペット用品の回収を年内にもスタートさせ、再製品化を行う予定だ。ペットショップでの回収プロジェクトは日本初である。

三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
http://www.sanyaicorp.com/ir/

要約

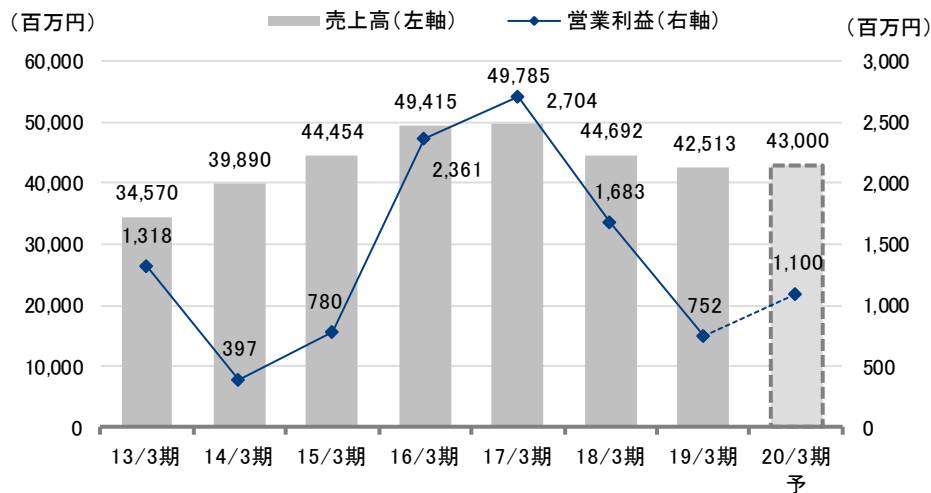
4. 株主還元策

同社では、安定的かつ継続的な配当実施と企業体質強化のための内部留保を踏まえつつ、配当性向 30% 程度を目途に配当する方針である。特に同社の安定性は際立っており、過去 22 年間連続して、増配または配当維持をしている。直近 4 年間（2016 年 3 月期～2019 年 3 月期）は配当金年 160 円を継続する。商社という業種の特性上、業績の変動は大きい。業績が悪い時でも安定した株主還元を行う企業姿勢は高く評価できる。2020 年 3 月期は、配当金年 160 円（上期 60 円を実施済、下期 100 円予想）、配当性向は 75.5% を予想する。

Key Points

- ・主力の家具家庭用品事業では国内外大手顧客向け OEM が柱。主力ブランド「ビルケンシュトック」はじっくり再生中。理美容家電「モッズヘア」でヒット商品
- ・2020 年 3 月期第 2 四半期は利益 V 字回復。トラベル商材（OEM）や理美容家電（ブランド）が好調。北米顧客見直しも増益に貢献
- ・2020 年 3 月期業績予想は経常利益 11 億円（上方修正）。第 2 四半期進捗率は約 60% まで達しており順調。特に家具家庭用品事業が増益に貢献する見込み
- ・循環型社会を目指し、日本環境設計とのパートナーシップ契約を締結。販路開拓を目的にベトナムに新会社設立

通期業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
<http://www.sanyeicorp.com/ir/>

会社概要

**“世界から世界に良いものを” がコンセプトの多機能商社。
主力は家具家庭用品の OEM 事業と服飾雑貨のブランド事業**

1. 会社概要と沿革

同社は、戦後間もない 1946 年に装飾品の輸出業務を目的に大阪で創業され、70 年以上の歴史を持つ。現在では、生活関連用品全般を扱い、製造・輸出入・卸・小売りまでのサプライチェーンを幅広く手がけ、海外には 18 ヶ所の拠点、国内直営小売店 83 店舗を持つ多機能な商社に成長した。欧州の差別化されたブランドの日本導入や、良品計画に代表されるこだわりある商品の OEM 調達など、付加価値の高い商品を取り扱う点で個性が明確である。“世界から世界に良いものを” をコンセプトに、海外拠点で製造し海外市場に販売するグローバルな企業である。

2. 事業構成

同社の事業セグメントは、「家具家庭用品事業」、「服飾雑貨事業」、「家電事業」、「その他」に分類される。「家具家庭用品事業」は国内外の大手企業に対して OEM 製品を調達する事業がメインであり、自社の e コマースブランドも成長株である。2020 年 3 月期第 2 四半期において全社売上高の 44.4%、営業利益の 52.7% を占める。「服飾雑貨事業」は、ビルケンシュトック（シューズ）やキプリング（バッグ）など販売権を持つブランド商品の輸入販売及び国内外向け OEM 事業を行っている。当該セグメントは全社売上高の 36.1%、営業利益の 26.8%。「家電事業」は、OEM 製品調達とブランドビジネスの両方があり、ブランドとしては、ビタントニオ（調理家電）やモッズ・ヘア（理美容家電）が主力である。全社売上高の 14.3%、営業利益の 20.1%。「その他」の事業セグメントはペット商材などを取り扱い、全社売上高の 5.2% である。

事業の内容と構成（2020 年 3 月期第 2 四半期）

事業セグメント	主な事業内容	売上構成	営業利益構成
家具家庭用品事業	良品計画や WMF（家庭用品メーカー）向け OEM	44.4%	52.7%
服飾雑貨事業	ビルケンシュトック（サンダル）やキプリング（バッグ）及び国内外の小売店等向け OEM	36.1%	26.8%
家電事業	ビタントニオ（調理家電）やモッズ・ヘア（理美容家電）及び国内外のメーカー・小売店向け OEM	14.3%	20.1%
その他	ペット商材、ペット生体等	5.2%	0.3%

注：営業利益は調整前

出所：決算短信よりフィスコ作成

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

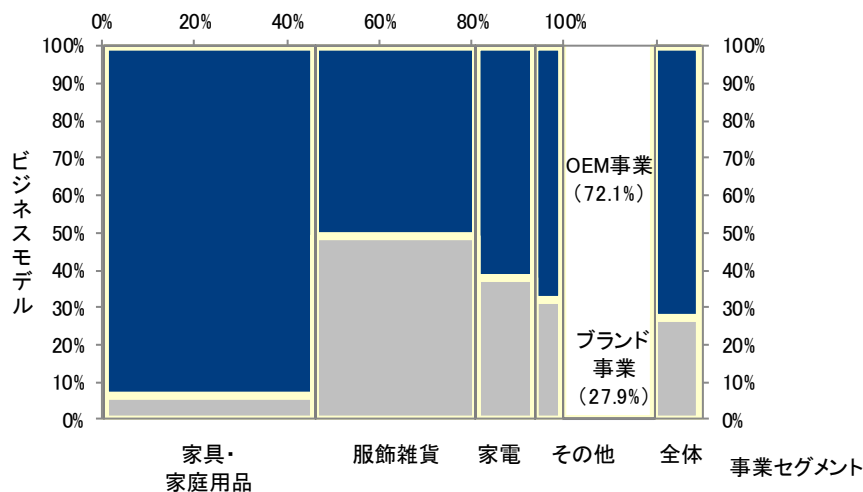
2019 年 12 月 18 日 (水)

<http://www.sanyaicorp.com/ir/>

会社概要

また、ビジネスモデルの面では、ブランド事業と OEM 事業に分類される。ブランド事業は、海外ブランドや自社ブランド商品の卸売・小売りを主に国内で展開している。歴史があり日本で紹介されていない秀逸なブランドを扱う。ブランド事業は、一般的に OEM 事業よりも収益性が高いとされ、現状全社売上高の 27.9%（2020 年 3 月期第 2 四半期）であるが、将来的には 40% 程度を目指す。OEM 事業は、顧客企業のニーズに合う商品の商品仕様検討、工場選定、価格交渉、生産管理、輸出入 / 物流など調達業務を行う。長年の海外展開で構築されたアジアにおける製造ネットワークと自社スタッフによる生産管理が強みである。全社売上高の 72.1%（同）である。歴史的には、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てブランド事業を展開した経緯があるが、現在では様々な面で相乗効果がある。

事業セグメント別・ビジネスモデル別売上高



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

事業概要

主力の家具家庭用品事業では国内外大手顧客向け OEM が柱。
主力ブランド「ビルケンシュトック」はじっくり再生中。
理美容家電「モッズ・ヘア」でヒット商品

1. 家具家庭用品事業の動向

同社最大の事業セグメントが、家具家庭用品事業である。この事業は、OEM の比率が高く（売上高の約 93%）、良品計画に代表される大手顧客の事業の伸びとともに成長してきた。2013 年 3 月期に 17,007 百万円だった売上高は 2017 年 3 月期に 27,431 百万円まで成長、直近は欧州顧客の大口のスポット受注のはく落や米国量販店向けの縮小などが影響して調整局面を迎えたが、2020 年 3 月期第 2 四半期は大幅に利益を回復している。今後とも大黒柱であることは間違いない。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

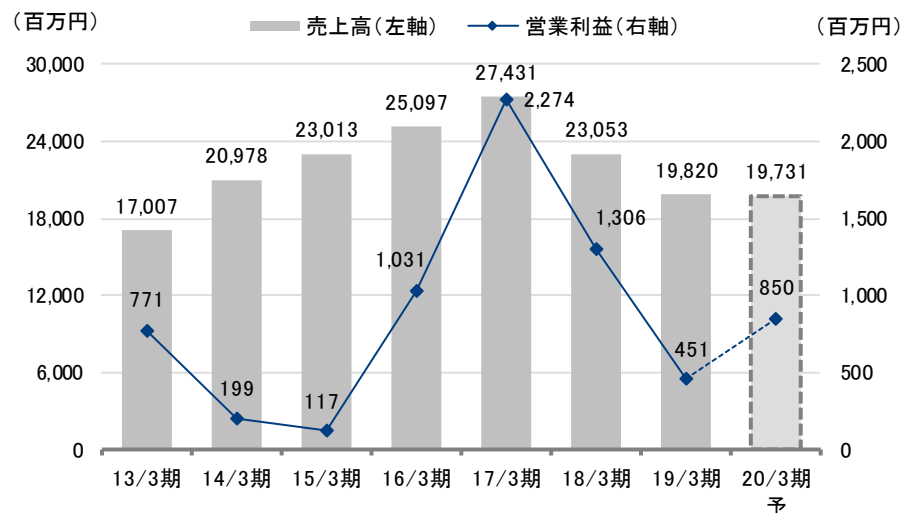
2019 年 12 月 18 日 (水)

<http://www.sanyecorp.com/ir/>

事業概要

成長著しいブランドとして、自社の e コマースブランド「MINT」等がある。自社の販売サイト、楽天や Yahoo! で 1,000 を超えるアイテムを販売しており、リーズナブルな価格の良質なベッド、マットレスやアンティーク調家具、インテリア等が消費者のニーズに合致し、成長している。2019 年 3 月には、マレーシアで家具・インテリアの自社工場（約 4,000m²）が本格稼働を開始した。自社ブランドや OEM 商品の製造はもちろん、ODM 提案が図れる開発拠点としても活用していく方針である。

家具・家庭用品事業の業績推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 服飾雑貨事業の動向

服飾雑貨事業ではブランド事業の存在感が高く（売上高の約 49%）、本来は収益性の高いセグメントである。

同社が取り扱う最大のブランドが「ビルケンシュトック」である。ドイツで 240 年以上の伝統がある機能美に優れたコンフォートサンダル・シューズブランドであり、1 万円前後の価格帯にもかかわらず根強いファン層に支持されている。直営の 64 店舗と e コマースで販売され、長く使う顧客が多い商品だけに自社運営のアフターサービスも充実している。直営店舗は集客力のあるショッピングセンターや有名百貨店に出店する。一時期のブームが落ち着いたことや、グローバルの価格引上政策の影響で直近は減収減益傾向であり、復活に向けて取り組みを強化している。

「ビルケンシュトック」の小売店事業は子会社ベネクシーが運営し、その売上高は全社売上高の約 14% に相当する。現在、不採算店の閉鎖やスタッフ・販売員の販売力強化、処遇改善を推進している。店舗の賃貸借契約期間内での撤退は違約金が発生する等の理由からスクラップ & ビルドには時間がかかり、効果発現には 2 ～ 3 年程度かかると想定される。

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)

http://www.sanyecorp.com/ir/

事業概要

ブランド事業の立て直し

ベネクシー/ビルケンシュトック小売事業
の立て直し

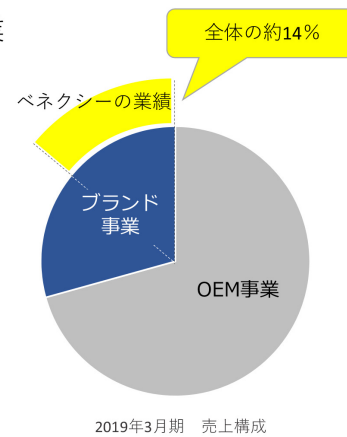
課題

- ・店舗戦略の見直し
- ・販売力の強化
- ・ブランディング施策の見直し
- ・ローコストオペレーション

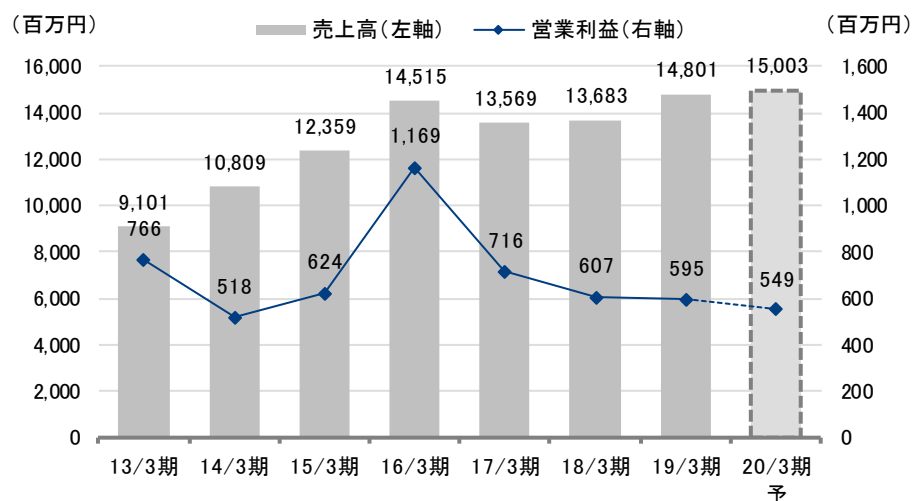


不採算店の閉鎖や
スタッフの処遇改善を含め対応中も、
効果発現には2～3年程度かかると想定

出所：決算説明会資料より掲載



服飾雑貨事業の業績推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. 家電事業の動向

家電事業では OEM 事業の比率が約 62%、ブランド事業の比率が約 38% である。

OEM 事業では、中国の子会社である三發電器製造廠有限公司が調理家電、理美容家電を製造、販売する。ブランド事業においては、子会社（株）mh エンタープライズが「Vitantonio®(ビタントニオ)」ブランドの調理家電、「mod's hair (モッズヘア)」ブランドの理美容家電を取り扱う。また、子会社（株）エスシーテクノは、「MULTI CHEF (マルチシェフ)」ブランドの業務用ブレンダーを製造・販売する。近年、OEM 事業は国内、海外ともに堅調に推移、ブランド事業は、調理家電が減収傾向も、理美容家電が好調。全体として売上高・営業利益ともに堅調である。

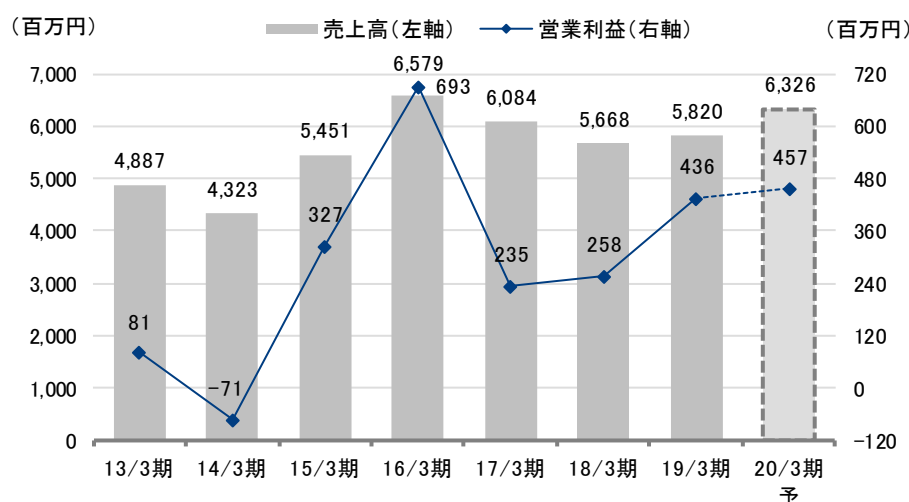
三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
<http://www.sanyeicorp.com/ir/>

事業概要

直近、ヒット商品となったのは、理美容家電ブランド「mod's hair」のモバイルヘアアイロンである。通常のコンセントだけでなく、付属の「microUSB ケーブル」と手持ちの「モバイルバッテリー」で充電可能なため、いつでもどこでもスタイリングが可能。手のひらサイズの約 52g だが、最高温度 190℃でがんこなくせ毛や寝ぐせもしっかりセットできる。

家電事業の業績推移



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2020 年 3 月期第 2 四半期は利益 V 字回復。トラベル商材 (OEM) や理美容家電 (ブランド) が好調。北米顧客見直しも増益に貢献

● 2020 年 3 月期第 2 四半期の業績概要

2020 年 3 月期第 2 四半期の連結業績は、売上高が 20,941 百万円 (前年同期比 0.5% 増)、営業利益が 627 百万円 (前年同期は 29 百万円)、経常利益が 656 百万円 (前年同期は 107 百万円)、親会社株主に帰属する四半期純利益が 205 百万円 (前年同期は 12 百万円の損失) となり、増収とともに各利益は V 字回復した。

増収をけん引したのはトラベル商材が好調の服飾雑貨 -OEM 事業。地域別では北米向けが減少したものの、日本向けと中国向けが伸長した。ブランド事業では、理美容家電が好調の家電事業は増収となったが、家具家庭用品事業及び服飾雑貨事業の売上が減少し、ブランド事業全体では減収となった。

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)

<http://www.sanyeicorp.com/ir/>

業績動向

利益面において V 字回復となった主な要因は、1) 日本向け及び中国向けの OEM 事業の増収効果、2) 北米地域における顧客見直し効果、3) 家電ブランド事業の増収効果の 3 点である。結果として、売上総利益率で前年同期比 1.4 ポイント改善、販管費率で 1.4 ポイント改善となり、営業利益の回復につながった。ただし、営業利益が極端に落ち込んだ前年同期（2019 年 3 月期第 2 四半期）と比較すると大幅増益となるが、前々年同期（2018 年 3 月期第 2 四半期）の利益水準（営業利益 780 百万円）には回復していない。欧米向け家庭用品 -OEM 事業の減収とブランド事業の主力であるビルケンシュトックがブーム減退後の立て直しの最中であることが、大きく影響している。

2020 年 3 月期第 2 四半期業績（連結）

（単位：百万円）

	19/3 期 2Q		20/3 期 2Q		前期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	20,842	100.0%	20,941	100.0%	0.5%
売上原価	15,133	72.6%	14,904	71.2%	-1.5%
売上総利益	5,709	27.4%	6,036	28.8%	5.7%
販管費	5,679	27.3%	5,409	25.8%	-4.8%
営業利益	29	0.1%	627	3.0%	2035.6%
経常利益	107	0.5%	656	3.1%	511.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-12	-0.1%	205	1.0%	-1743.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2020 年 3 月期業績予想は経常利益 11 億円（上方修正）。

第 2 四半期進捗率は約 60% まで達しており順調。

特に家具家庭用品事業が増益に貢献する見込み

2020 年 3 月期通期の連結業績は、売上高が前期比 1.1% 増の 43,000 百万円、営業利益が同 46.2% 増の 1,100 百万円、経常利益が同 33.0% 増の 1,100 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 155.4% 増の 500 百万円と増収増益を予想する。

売上高予想に関しては、期初の予想を据え置いた。通期予想に対する第 2 四半期進捗率は、48.7%（前期は 49.0%）と前期並みである。家具家庭用品 -OEM 事業の欧米市場における減収のマイナスを、服飾雑貨 -OEM 事業と家電事業の増収で埋めるという流れは上期同様である。

三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
http://www.sanyeicorp.com/ir/

今後の見通し

営業利益と経常利益は期初の予想にそれぞれ 100 百万円を上乗せし、上方修正した。通期予想に対する第 2 四半期進捗率は、営業利益で 57.1%（前期は 3.9%）、経常利益で 59.7%（前期は 13.0%）と順調である。特に大幅な増益が見込まれるのが家具家庭用品事業。北米向けビジネスの見直しによる収益改善と家具インテリアのネット販売が下期も堅調で利益貢献することに加えて、海外拠点での販管費の見直し効果も寄与する見込みである。下期単独の営業利益予想は 472 百万円と上期を下回る要因としては、OEM 事業・ブランド事業共に価格競争の激化を背景として利益率の低下や開発費など次期に向けての先行投資費用等を見込むためである。また、親会社株主に帰属する当期純利益については、繰延税金資産の一部取崩しによる法人税等調整額の計上を主因として、上方修正はせず 500 百万円に据え置いた。

欧米市場の減少を国内・アジア市場の増加でカバーする、ブランドライセンス事業の停滞を OEM 事業やオリジナルブランド事業でカバーするなど、多様な事業・地域に展開する同社ならではのポートフォリオマネジメントが有効に機能している。弊社では、グローバルな事業環境は変化が激しいものの、今期は余裕を持って利益目標を達成すると見込んでいる。

2020 年 3 月期連結業績予想

（単位：百万円）

	19/3 期		20/3 期				
	実績	構成比	予想	構成比	増減	前期比	2Q 進捗率
売上高	42,513	100.0%	43,000	100.0%	487	1.1%	48.7%
営業利益	752	1.8%	1,100	2.6%	348	46.2%	57.1%
経常利益	827	1.9%	1,100	2.6%	273	33.0%	59.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	195	0.5%	500	1.2%	305	155.4%	41.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

成長戦略・トピック

循環型社会を目指し、日本環境設計株式会社とのパートナーシップ 契約を締結。販路開拓を目的にベトナムに新会社設立

1. 循環型社会を目指し、日本環境設計とのパートナーシップ契約を締結

同社の経営ビジョンには、“「健康と環境」をテーマに品質の優れた生活関連用品を”というフレーズがあり、これまでも「健康と環境」に関連する商品を取り扱ってきた。環境面では、主力ブランドであるビルケンシュトゥックの取り組みが好例である。天然コルクを始めとする天然素材を使用し、世界で初めて靴製造業者として製造工程で水溶性及び無溶剤の接着剤を取り入れるなど、サステナビリティ（持続可能性）に配慮した事業を行っている。

三栄コーポレーション

8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)

<http://www.sanyecorp.com/ir/>

成長戦略・トピック

同社は、2019 年 6 月に日本環境設計（本社：東京都千代田区）とパートナーシップ契約を締結し、循環型社会を目指す新たな取り組みを開始した。日本環境設計は、「あらゆるものを循環させる」というビジョンを掲げ、消費者から衣類やプラスチック製品を回収するインフラを持ち、さらに回収したものを、再び樹脂などに変換する独自の技術を持つ。この技術で再生された樹脂を新たに商品に使用することは、循環型社会の仕組み作りにもつながるため、環境省や大手小売店（良品計画、イオングループ、セブン & アイ・ホールディングスグループなど）も賛同しそのネットワークは確実に広がっている。具体的には、日本環境設計から提供されるリサイクル樹脂をバッグやポーチなどに製品化させ、卸売販路を中心に営業活動を行う。また、同社グループのペットショップ（ペピカ）店頭でペット用品の回収を年内にもスタートさせ、再製品化を行う予定だ。ペットショップでの回収プロジェクトは日本初である。

環境分野での取り組み

服飾雑貨 / 環境分野での取り組み

循環型社会を目指した日本環境設計(株)様との取り組み

同社との再原料化技術を使った
循環プロセスのイメージ


出所：決算説明会資料より掲載

1.2019年6月に同社と パートナーシップ契約締結

同社から提供されるリサイクル樹脂を
バッグやポーチなどに製品化させ、
卸売りを中心に営業活動中

2.グループ小売店にて回収活動をスタート

ペットショップで初となる
同社主催の回収プロジェクトを
ペピカ店頭で年内にもスタート。
ペット用品も回収→再製品化へ。

2. ベトナムに新会社設立：急成長するベトナム市場で販路開拓

同社は、営業拠点網の拡充を目的として、連結子会社である TRIACE LIMITED（香港）を通じて、ベトナムに連結会計対象となる孫会社を設立し、2019 年 11 月から営業を開始した。日本の長期的な人口減少に伴う市場縮小が予想されているなかで、同社ではアジア諸国を消費市場として開拓することを中長期的な方向性の 1 つに置いている。アジア諸国の中でも、ここ数年のベトナムの経済成長は著しく、2018 年の経済成長率は ASEAN 第 2 位。人口でも同第 3 位であり、潜在市場は大きい。これまでベトナムにおいては駐在事務所で情報収集活動を行ってきたが、アジア圏における消費市場開拓の方向性と合致していることから、ベトナム自国内において販売活動ができる現地法人が設立された。当初は、同社が得意とする理美容家電や調理家電、家具家庭用品などの OEM 事業の販路を開拓し、将来的には自社ブランドの販売も行う構想である。

三栄コーポレーション
8119 東証 JASDAQ

2019 年 12 月 18 日 (水)
http://www.sanyeicorp.com/ir/

成長戦略・トピック

ベトナムにおける新会社の概要

商号	TRIACE VIETNAM COMPANY LIMITED
所在地	ベトナム社会主義共和国 ホーチミン市内
代表者	繁田義武
事業内容	ベトナム国内販売、輸出入販売、検品代行含む管理コンサルティング等
資本金	US\$100,000 (日本円 約 10,800 千円)
営業開始日	2019 年 11 月 1 日
出資比率	TRIACE LIMITED 100% 出資 (香港に本拠を構える同社 100% 子会社)

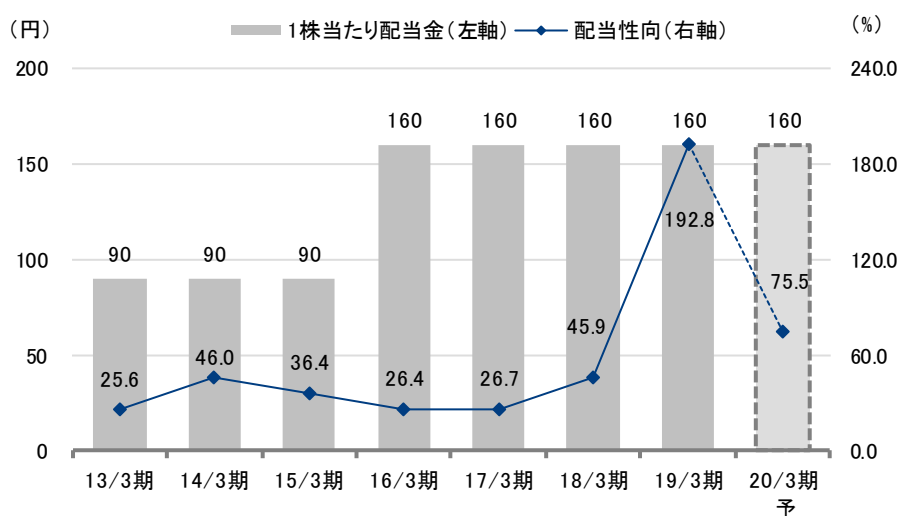
出所：プレスリリースよりフィスコ作成

株主還元策

22 年連続の増配または維持の安定配当が魅力。2020 年 3 月期も前期と同じ配当金年 160 円 (上 60 円実施済、下 100 円予想)

同社では、安定的かつ継続的な配当実施と企業体質強化のための内部留保を踏まえつつ、配当性向 30% 程度を目途に配当する方針である。特に同社の安定性は際立っており、過去 22 年間連続して、増配または配当維持をしている。直近 4 年間 (2016 年 3 月期～2019 年 3 月期) は配当金年 160 円を継続する。商社という業種の特長上、業績の変動は大きい、業績が悪い時でも安定した株主還元を行う企業姿勢は高く評価できる。2020 年 3 月期は、配当金年 160 円 (上期 60 円を実施済、下期 100 円予想)、配当性向は 75.5% を予想する。

1 株当たり配当金と配当性向



注：2016 年 3 月期の配当には、特別配当 60 円が含まれる。また、2017 年 3 月期の配当には、70 周年記念配当 40 円が含まれる。

出所：決算短信よりフィスコ作成

免責事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp