

|| 企業調査レポート ||

三栄コーポレーション

8119 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年7月2日(火)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
4. 株主還元策	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業構成	04
■ 事業概要	04
1. 家具家庭用品事業の動向	04
2. 服飾雑貨事業の動向	05
3. 家電事業の動向	05
■ 業績動向	05
1. 2024年3月期の業績概要	05
2. 財務指標	06
■ 今後の見通し	07
■ 成長戦略	08
1. 中期経営戦略「SANYEI 2025」の進捗が順調	08
2. フットウェアのセレクトショップの強化	08
3. 成長ドライバー：EC事業の拡大	09
■ 株主還元策	10

■ 要約

2024年3月期は減収も、トラベル関連商品の需要増や収益力の強化、構造改革で大幅増益を達成。 中期経営計画では、2026年3月期に経常利益20億円を目指す

三栄コーポレーション<8119>は76年の歴史を持ち、高付加価値品を主に扱う多機能な商社である。生活用品全般を扱い、製造・輸出入・卸・小売までのサプライチェーンを幅広く手掛ける。海外には17ヶ所の拠点、国内直営小売店35店舗を持つ。欧州ブランドの日本導入や、良品計画<7453>に代表される商品OEM供給など、付加価値の高い商品を取り扱う点で個性が明確である。売上高比率はOEM事業が約7割、ブランド事業が約3割である。事業セグメント別では家具家庭用品事業（2024年3月期売上比47.2%）、服飾雑貨事業（同38.3%）、家電事業（同10.0%）の3事業が柱である。

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高が36,688百万円(前期比5.1%減)、営業利益が1,163百万円(同388.7%増)、経常利益が1,248百万円(同382.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が538百万円(前期は158百万円の損失)と、減収となったものの各利益ともに大幅な増益となった。売上高に関しては、服飾雑貨事業が増収となったが、家具家庭用品事業が減収となった。服飾雑貨事業では、右肩上がりのインバウンド需要の回復を背景に、外出・トラベル関連商材の需要が伸長したのに加え、サステナブル商材も寄与した。一方で家具家庭用品事業では、巣ごもり需要の剥落に加え、海外拠点において欧州や中国での景気低迷の影響もあり減収となった。営業利益では、各セグメントでの収益力の強化、構造改革、生産効率の改善、販管費の抑制などの成果により大幅増益を達成した。親会社株主に帰属する当期純利益は、構造改革の一環での子会社の整理損や減損損失などが発生したことにより特別損失を計上したものの、4期ぶりの黒字となった。

2. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績は、売上高が前期比6.3%増の39,000百万円、営業利益が同27.0%減の850百万円、経常利益が同27.9%減の900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同16.4%減の450百万円と、増収減益を見込んでいる。2025年3月期は新中期経営戦略「SANYEI 2025」の2年目であり、最終年度の経常利益20億円の達成に向けての足場固めの1年と位置付け成長投資を積極化する。売上面では、家具家庭用品事業と服飾雑貨事業の増収が大きく貢献する予想である。家具家庭用品事業では、EC事業の拡大や新規取引先からの受注等による増収が期待される。服飾雑貨事業では、外出やインバウンド需要の好調は継続することが見込まれ、環境関連商材の拡大も期待できる。利益面では、家具家庭用品事業では増益が見込まれるものの、服飾雑貨事業で(株)ベネクシーのセレクトショップ業態への展開・事業再編に時間と投資がかかることや、円安基調の継続や物流コストの上昇等により減益を見込む。弊社では、過去の構造改革・事業再編が進捗し、稼ぐ力が向上しており、進行期は“攻め”の投資による前向きな減益と捉えている。中期経営計画2年目の戦略課題として、ネット販売の成長、環境商材の成長などに注目したい。

要約

3. 成長戦略

中期経営戦略「SANYEI 2025」の最終年度（2026年3月期）の定量目標は経常利益20億円であり、初年度はその目標に向けて順調に増益を果たす結果となった。“守り”の重点施策である「事業ポートフォリオの見直し(低採算事業の整理促進)」に関しては、(株)ゼリックコーポレーションの当社への吸収合併や、(株)エッセンコーポレーションの解散・事業承継などの成果が出ている。進捗期は「BIRKENSTOCK (ビルケンシュトック)」専門店の契約終了に伴うセレクトショップ強化が課題となる。“攻め”の重点施策では、「海外売上高の拡充」は欧州・中国の景気低迷の影響もあり伸び悩んだものの、「EC事業の拡大」と「サステナブルビジネスの推進」に関しては、いずれも商品ラインナップが充実し、成長に向けたマーケティングの基盤が整備されてきており、進捗が順調である。

期待のブランドとして、足の健康を科学した米国発のフットウェアブランド「OrthoFeet (オーソフィート)」がある。2023年12月に子会社ベネクスーは、米Orthofeet, Inc.と日本国内独占輸入販売契約を締結し販売を開始した。主力商品は、立ったまま屈まずに履けるハンズフリー機能と独自開発のインソールやフィッティングをカスタマイズできるパーツの同梱など足病学に基づく設計により、履く時も履いた後もストレスフリーな感触が得られるスニーカーである。高度な足の生体力学に配慮されているため、本国米国では、足の繊細な悩みを抱える層や医師や立ち仕事に携わる層から高い支持を得ている。さっそく日本においても、主力商品のKITA/YARIが「FOOT HEALTH AWARDS 2024 (be foot Lab.が主催する足や歩行に関する優れた商品・サービスを広く募集し、足の専門家やオピニオンリーダーが審査・表彰するイベント)」の美容/健康部門で最優秀賞を受賞した。

4. 株主還元策

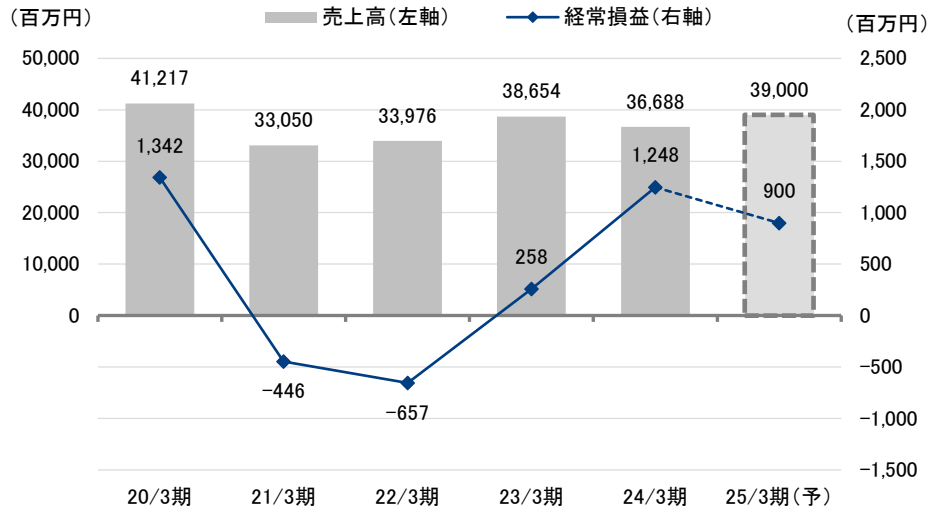
同社では、2024年5月に剰余金の配当等の決定に関する方針を改定した。新方針では、企業理念である「随縁の思想」の下、同社と縁を紡ぐ株主への適切な利益還元を経営の重要課題の1つと位置付ける。配当に関しては、中間配当及び期末配当の年2回を基本とし、配当性向30～50%を目途に実施する。現状は利益創出に手応えが得られており、新方針により配当性向の上昇の可能性が出てきたことで、増配ペースが上がるのが期待できる。2024年3月期の配当金は、年間配当80円(中間10円、期末70円、前期から60円増配)となり期初予想の年20円から大幅な上方修正となった。配当性向35.4%である。2025年3月期の配当金は、年間配当80円(中間40円、期末40円、前期と同じ)、配当性向41.5%を予想する。

Key Points

- ・ 2024年3月期は大幅な利益増。トラベル関連商品の需要増や構造改革により服飾雑貨事業が利益貢献
- ・ 2025年3月期は売上高390億円、経常利益9億円を見込み、利益拡大に向け成長投資を積極化
- ・ 中期経営計画では2026年3月期に経常利益20億円を目指す。自社セレクトショップ強化、EC拡大、サステナブル商材拡大など成長戦略の加速がカギ
- ・ 新配当方針では配当性向を30～50%目途に改定。利益成長と配当性向上昇により増配ペースが上がる期待

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

「くらしに、良いものを。」を経営ビジョンに掲げ、
 「健康と環境」をテーマにした上質な生活用品を
 世界で製造し世界で販売する多機能商社

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し、78年の歴史を持つ。現在では生活用品全般を扱い、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ている。海外は17ヶ所の拠点、国内直営小売店は35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供給など、「健康と環境」をテーマとする付加価値の高い商品を取り扱う点で個性が明確である。「くらしに、良いものを。」をコンセプトに国内外でモノづくりに携わり、日本市場のみならず海外市場にも販売展開するグローバルな企業である。2022年1月より代表取締役社長に水越雅己(みずこしまさき)氏が昇格し、新しい経営体制に移行した。水越氏は住友商事<8053>出身であり、卸売・小売・eコマース・通販等の豊富な経験と知見を生かし、次の10年を見据えた事業展開を担う。2022年4月の東京証券取引所再編においては、スタンダード市場に移行した。

会社概要

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、家具の自社 e コマースショップ「MINT (ミント)」もこのセグメントに含まれる。服飾雑貨事業は、サンダル・シューズの「BIRKENSTOCK」やバッグの「Kipling (キプリング)」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。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、調理家電の「Vitantonio (ビタントニオ)」や理美容家電の「mod's hair (モッズヘア)」が主力である。その他事業はペットショップや動物病院などを展開している。2024年3月期通期の売上構成は、家具家庭用品事業が47.2%、服飾雑貨事業が38.3%、家電事業が10.0%、その他事業は4.5%となった。

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。ブランドについては、主に歴史があり日本で紹介されていないものを取り扱うほか、近年は誕生間もない環境ブランドも積極的に導入している。2024年3月期のブランド事業の売上比は約29%である。生活用品カテゴリーにおいて事業の幅を広げ、ブランド事業の比率を高めることを目標としている。OEM 事業の同売上比は約71%である。同事業は顧客企業のニーズに合う商品の製品仕様検討、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。

■ 事業概要

良品計画に代表される大手顧客からの OEM と 輸入ブランドを中心とした店舗販売の2つのビジネスモデル

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 の比率が売上高の90%前後と高く、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。良品計画並びにその子会社への売上高は15,689百万円(2024年3月期、全セグメント合計)であり、大きな存在である。新たな販売チャネルとしてさらなる成長が期待されるのが自社の e コマースインテリアショップ「MINT」である。楽天市場や Yahoo! ショッピングで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やマットレス、アンティーク調家具、インテリア、ガーデンエクステリア、アウトドア用品等が消費者のニーズに合致している。同社では、自社ブランドや OEM 商品の製造及び ODM 提案が可能な開発拠点として、マレーシアに家具・インテリアの自社工場(約4,000平方メートル)を有している。

事業概要

2. 服飾雑貨事業の動向

服飾雑貨事業ではブランド事業が売上高の約50%を占めており、潜在的に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、ドイツで誕生して250周年を迎える歴史あるコンフォートサンダル・シューズを扱う「BIRKENSTOCK」であり、子会社ベネクシーが小売り事業を運営する。1万円前後の価格帯にもかかわらず根強い支持があり、ショッピングセンターや有名百貨店内の直営店舗、eコマースで販売している。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が充実している。数年前から、「BIRKENSTOCK」のブームが落ち着いたことや新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）に伴う集客難などが重なり業績が悪化し、店舗数は、2019年3月末に65店舗あった直営店が2024年3月末に24店舗まで縮小した。「BIRKENSTOCK」の専門業態は2024年9月に契約完了する予定であり、直営セレクトショップ「BENEXY（ベネクシー）」「Quorinest（クオリネスト）」等に業態転換を進めている。

3. 家電事業の動向

OEM事業では、中国の子会社である三發電器製品（東莞）有限公司、香港の子会社である三發電器製造廠有限公司が小物家電を製造・輸出する。ブランド事業においては、調理家電の自社ブランドである「Vitantonio」、理美容家電の「mod's hair」、業務用調理機器の「MULTI CHEF（マルチシェフ）」などを製造販売している。「Vitantonio」では、ホットサンドメーカーやコードレスボトルブレンダーなどが売れ筋である。ホットサンドを家庭で作るといった生活スタイルやオリジナルドリンクが楽しめる生活スタイルなどを提案するユニークな家電ブランドとして人気が高い。コロナ禍の収束に伴い理美容家電の国内需要にも伸びが見られる。ヘアドライヤーやヘアアイロンのほかにも、堅調な売上となっている「mod's hair コンパクトイオンヒートブラシ」もある。セグメント業績は、工場稼働率の低下などにより苦戦していたものの、2024年3月期では販管費の削減等も奏功し収益性が改善した。

業績動向

2024年3月期は大幅利益増。 トラベル関連商品の需要増や構造改革等により 服飾雑貨事業が利益貢献

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高が36,688百万円（前期比5.1%減）、営業利益が1,163百万円（同388.7%増）、経常利益が1,248百万円（同382.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が538百万円（前期は158百万円の損失）と、減収となるも、各利益が大幅な増益となった。

業績動向

売上高に関しては、服飾雑貨事業が前期比で3,023百万円増となったものの、家具家庭用品事業が同4,775百万円減となり、全社として減収となった。服飾雑貨事業では、右肩上がりのインバウンド需要の回復を背景に、外出・トラベル関連商材の需要が伸長したのに加え、サステナブル等の新規取り組みも寄与し増収となった。一方で家具家庭用品事業では、コロナ禍に旺盛であった巣ごもり需要の剥落に加え、海外拠点において欧州や中国での景気低迷の影響もあり減収となった。家電事業では、理美容家電などが好調に推移した一方で、調理家電が巣ごもり需要縮小や海外販売の伸び悩みにより減収となった。全体としてコロナ禍が収束し外出関連商品(旅行・理美容など)の需要増はあったものの、巣ごもり需要の減退の影響が上回り、減収となった。

売上総利益は前期比3.4%増となり、売上総利益率が2.2ポイント上昇の26.6%となった。これは各セグメントでの収益力の強化、構造改革、生産効率の改善などの成果である。また、販管費は、店舗経費の減少やグループ基幹システムに係る減価償却費の減少などにより、同604百万円減、同6.6%減と抑制した。これにより営業利益は、同925百万円増の1,163百万円と大幅増益を達成した。経常利益は、営業利益増加や為替差損の減少により大幅増となった。親会社株主に帰属する当期純利益は、構造改革の一環での子会社の整理損や減損損失などが発生したことにより特別損失(同319百万円)を計上したものの、同696百万円増の538百万円と4期ぶりの黒字となった。

2024年3月期の業績概要(連結)

(単位:百万円)

	23/3期通期		24/3期通期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	38,654	100.0%	36,688	100.0%	-1,965	-5.1%
家具家庭用品	22,074	57.1%	17,299	47.2%	-4,775	-21.6%
服飾雑貨	11,016	28.5%	14,039	38.3%	3,023	27.4%
家電	3,870	10.0%	3,685	10.0%	-185	-4.8%
売上原価	29,228	75.6%	26,941	73.4%	-2,286	-7.8%
売上総利益	9,425	24.4%	9,746	26.6%	320	3.4%
販管費	9,187	23.8%	8,583	23.4%	-604	-6.6%
営業利益	238	0.6%	1,163	3.2%	925	388.7%
経常利益	258	0.7%	1,248	3.4%	989	382.2%
親会社株主に帰属する当期純損益	-158	-0.4%	538	1.5%	696	-

出所:決算短信よりフィスコ作成

在庫の削減が進捗。自己資本比率は50%超、純資産100億円超。 過去からの資本蓄積により財務の健全性を維持

2. 財務指標

2024年3月期末の財務指標は、流動比率が185.9%、自己資本比率が53.7%と、安全性が高く健全である。在庫(商品及び製品)はブランド事業の構造改革の進捗に伴い前期比1,135百万円減の4,432百万円と着実に進捗した。現金及び預金残高は4,442百万円、有利子負債残高は4,505百万円、純資産合計は11,495百万円である。コロナ禍の影響を大きく受けた時期(2021年3月期~2022年3月期)は業績が落ち込んだが、過去からの資本の蓄積により財務の健全性を維持した。今後は業績の回復に伴い、財務体質のさらなる強化が見込まれる。

■ 今後の見通し

2025年3月期は売上高390億円、経常利益9億円を見込み、利益拡大に向け成長投資を積極化

2025年3月期の連結業績は、売上高が前期比6.3%増の39,000百万円、営業利益が同27.0%減の850百万円、経常利益が同27.9%減の900百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同16.4%減の450百万円と、増収減益を見込む。2025年3月期は新中期経営戦略「SANYEI 2025」の2年目であり、最終年度の経常利益20億円の達成に向けての足場固めの1年と位置付け成長投資を積極化する。

売上面では、家具家庭用品事業と服飾雑貨事業の増収が大きく貢献する予想である。家具家庭用品事業では、中期経営戦略の成長ドライバーであるEC事業の拡大や重点施策である新規取引先からの受注等による増収が期待される。服飾雑貨事業では、外出やインバウンド需要の好調は継続することが見込まれ、環境関連商材の拡大も期待できる。また、家電事業では海外OEMの減少が見込まれるため減収を予想する。利益面では、家具家庭用品事業では増益が見込まれるものの、服飾雑貨事業でベネクシーのセレクトショップ業態への展開・事業再編に時間と投資がかかることや、家電事業において調理家電のリブランディングが道半ばであること等により減益を見込む。また、円安基調の継続や物流コストの上昇や、新たな施策に伴う販管費の増加なども踏まえ全社としては減益予想となった。

弊社では、外部要因に関しては、国際情勢の影響など依然として不透明感はあるものの、国内の個人消費は緩やかに持ち直し、特に同社が得意とするトラベル・服飾雑貨・理美容商材、環境商材の事業環境は良好であると見ている。内部要因に関しては、過去の構造改革・事業再編が進捗し、稼ぐ力が向上しており、進行期は“攻め”の投資による前向きな減益と捉えている。中期経営計画2年目の戦略課題として、セレクトショップの事業モデル磨き上げ、ネット販売の成長、環境商材の成長などに注目したい。

2025年3月期の業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	36,688	100.0%	39,000	100.0%	2,312	6.3%
家具家庭用品	17,299	47.2%	18,800	48.2%	1,501	8.7%
服飾雑貨	14,039	38.3%	15,000	38.5%	961	6.8%
家電	3,685	10.0%	3,400	8.7%	-285	-7.7%
営業利益	1,163	3.2%	850	2.2%	-313	-27.0%
経常利益	1,248	3.4%	900	2.3%	-348	-27.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	538	1.5%	450	1.2%	-88	-16.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

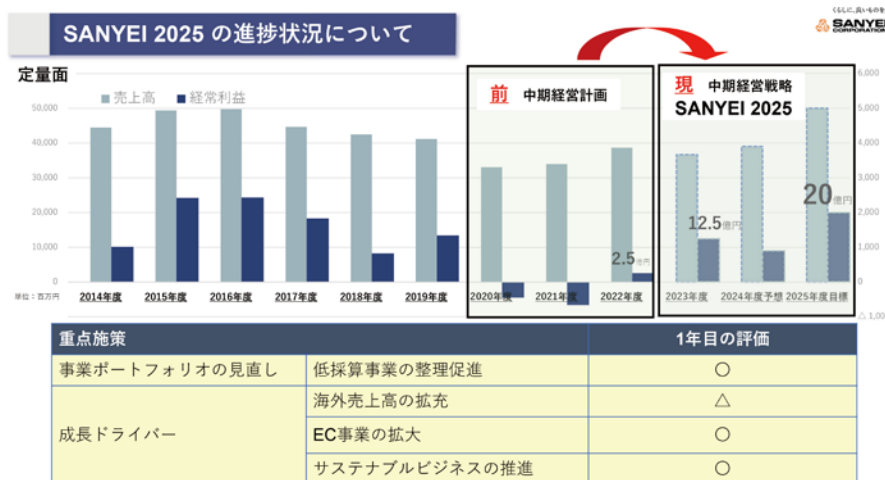
■ 成長戦略

中期経営計画では2026年3月期に経常利益20億円を目指す。 EC拡大、サステナブル商材拡大など成長戦略の加速がカギ

1. 中期経営戦略「SANYEI 2025」の進捗が順調

同社は、中期経営戦略「SANYEI 2025」(2024年3月期～2026年3月期)を推進中である。最終年度の定量目標は、売上高で500億円、経常利益で20億円であり、初年度はその目標に向けて順調に増益を果たす結果となった。“守り”の重点施策である「事業ポートフォリオの見直し(低採算事業の整理促進)」に関しては、2023年4月のゼリックコーポレーションの本社への吸収合併や、2024年2月のエッセンコーポレーションの解散・事業承継など成果が出ている。進行期は「BIRKENSTOCK」専門店の契約終了に伴うセレクトショップ事業が課題となる。“攻め”の重点施策では、「海外売上高の拡充」は欧州・中国の景気低迷の影響もあり伸び悩んだものの、「EC事業の拡大」と「サステナブルビジネスの推進」に関しては、いずれも商品ラインナップが充実し、成長に向けたマーケティングの基盤が整備されてきており、進捗が順調である。

「SANYEI 2025」における定量目標及び業績推移



出所：決算説明会資料より掲載

2. フットウェアのセレクトショップ事業の課題

子会社ベネクシーの業績改善は重要な課題である。2024年9月までに「BIRKENSTOCK」専門店からセレクトショップである「BENEXY」「Quorinest」「OrthoFeet」に変更する予定であり、現在はその最終段階にある。2024年3月の段階では、小売店舗24店舗中、「BIRKENSTOCK」専門店は2店舗のみであり、その他の22店舗は他業態である(「BENEXY」4店舗、「Quorinest」18店舗)。業態変更後のセレクトショップの魅力を作るために、自社ブランドの開発や複数ブランドの調達を継続的に行っている。

成長戦略

期待のブランドとして、足の健康を科学した米国発のフットウェアブランド「OrthoFeet」がある。2023年12月に子会社ベネクシーは、米 OrthoFeet と日本国内独占輸入販売契約を締結し販売を開始した。主力商品は、最先端の技術と解剖学的インソールを採用したスニーカーである。立ったまま屈まずに履けるハンズフリー機能と独自開発のインソールやフィッティングをカスタマイズできるパーツの同梱など足病学に基づく設計により、履く時も履いた後もストレスフリーな感触が得られる。高度な足の生体力学に配慮されているため、本国米国では、足の繊細な悩みを抱える層や医師や立ち仕事に携わる層から高い支持を得ている。日本においても、主力商品の KITA/YARI が「FOOT HEALTH AWARDS 2024」の美容 / 健康部門で最優秀賞を受賞した。販売チャネルとしては、セレクトショップの「BENEXY」及び一部の「Quorinest」、そして「BENEXY ONLINE SHOP」からスタートし、現在は「OrthoFeet」専門のポップアップストアを全国で展開している。

OrthoFeet (オーソフィート)

「Foot Health Awards 2024」最優秀賞受賞
(美容 / 健康部門)



出所：決算説明資料、OrthoFeet ブランドサイトより掲載

3. 成長ドライバー：EC 事業の拡大

中期経営計画の成長ドライバーの1つとして「EC 事業の拡大」がある。2024年3月期の EC 事業売上高は 5,250 百万円である。コロナ禍の巣ごもり需要を取り込みインテリアショップ「MINT」がけん引した。巣ごもり需要の一段落により、売上の伸びが鈍化したこともあり、さらなる拡大策を順次展開している。2025年3月期は、エクステリア等への商品の拡大を行い、今後は観葉植物などの取り扱いも開始する計画だ。また一定規模の EC 向けインフラを運営しているため、写真撮影、商品ページ作成、受発注処理、決済など様々なフルフィルメント機能の業務受託も開始しており、新たなビジネスモデルとして注目される。また、EC が 28 ブランド 34 のショップで行われてことを生かし、様々なリソースやノウハウを共通化・統合化する取り組み（面展開）も強化していく。2025年3月期の EC 売上高は前期比 14.3% 増の 6,000 百万円を計画している。

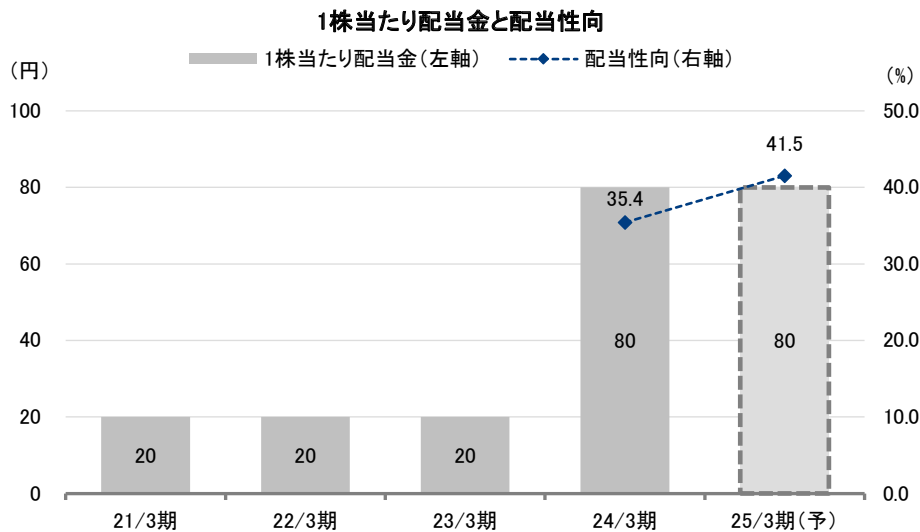
■ 株主還元策

新配当方針では配当性向を 30 ~ 50% 目途に改定。 利益成長と配当性向上により増配ペースが上がる期待

同社では、2024年5月に剰余金の配当等の決定に関する方針を改定した。新方針では、企業理念である「随縁の思想」の下、同社と縁を紡ぐ株主への適切な利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けた。利益配分に関しては、将来の事業展開や不測の事態に備える内部留保による経営基盤の維持強化だけでなく、持続的成長と中長期的な企業価値の向上の実現に資するよう、人的資本への投資を含めた適切な投資の実施などを踏まえ、財政状態や今後の業績動向、資金需要などを総合的に判断し決定する。配当に関しては、中間配当及び期末配当の年2回を基本とし、配当性向 30 ~ 50% を目途に実施する。過去には配当性向 30% を目途としていた時期もあったが、コロナ禍での業績悪化により配当性向の目安がわかりにくくなっていた。現状は利益創出に手応えが得られており、新方針により配当性向の上昇の可能性が出てきたことで、増配ペースが上がるのが期待できる。

2024年3月期の配当金は、年間配当 80 円（中間 10 円、期末 70 円、前期から 60 円増配）となり期初予想の年 20 円から大幅な上方修正となった。配当性向 35.4% である。2025年3月期の配当金は、年間配当 80 円（中間 40 円、期末 40 円、前期と同じ）、配当性向 41.5% を予想する。

また、同社は株主優待制度を導入している。株主優待基準日（毎年3月31日）の株主に対して、保有株式数・保有期間に応じて「優待ポイント」を進呈し、優待商品と交換できる仕組みである。2024年3月期は、1) 同社グループの取扱商品、2) グループ直営店で利用できる優待割引券、3) 指定のオンラインショップで利用できる優待割引クーポン、4) オリジナル QUO カード、5) 指定の社会貢献活動への寄付、から希望のものに交換できる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（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、配布等することは堅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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp