

|| 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 >>>](#)

2018年12月12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	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	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
■ 業績動向	08
1. 2019年3月期第2四半期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
■ 成長戦略・トピック	11
1. マレーシアに家具インテリア新工場設立	11
2. 特許技術搭載の電動歯ブラシ「ION-Sei」を販売スタート	11
3. 新規ブランド「KERBHOLZ（カーブホルツ）」の取扱い店舗拡大中	12
■ 株主還元策	13

■ 要約

2019年3月期業績予想は売上440億円、 経常利益8.5億円に下方修正。 欧州及び北米での販売減少、子会社ベネクシー値上げ響く。 マレーシアに家具インテリアの新工場設立

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19ヶ所の拠点、国内直営小売店84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。家具・家庭用品事業（売上高の49.0%）、服飾雑貨事業（売上高の33.2%）、家電事業（売上高の13.2%）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。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減収傾向だが、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。また、2017年10月より家庭用品の新規ブランド「Villeroy & Boch（ビレロイ & ボッホ）」の取扱いを開始。創業270周年を迎えるドイツのテーブルウェアの老舗ブランドであり、百貨店や専門店、ホテル、レストランに販路を持つ販売事業を受け継いだ。ブランド入替や経費削減などを先行しているため業績への貢献には時間がかかっているが、家庭用品事業のコアブランドとしてじっくり育てる方針だ。

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57%）、収益性の高いセグメントである。同社最大のブランドであるビルケンシュトックは子会社（株）ベネクシーが運営する。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熱いファン層に支持されている。直営の62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にある。キプリングは1987年にベルギーで誕生したナイロンバッグのブランドであり、キプリングモンキー（猿のマスコット）とともに遊び心のあるカジュアルブランドとして世界的に有名である。同社では直営12店舗、全国有名百貨店（約60店舗）での取扱いを行う。今期新たな販路開拓により好調に推移する。

要約

2. 業績動向

2019 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 4.3% 減の 20,842 百万円、営業利益が同 96.2% 減の 29 百万円、経常利益が同 87.4% 減の 107 百万円、親会社株主に帰属する四半期純損失が 12 百万円(前年同期は 487 百万円の利益)となり、減収減益となった。売上高の約 7 割を占める OEM 事業において、欧米向けの家庭用品の販売が大幅に減少したことが減収減益の大きな要因となった。このうち欧州向け取引は、プロモーション(景品)向けの大型入札案件を顧客企業が失注。北米向けは、顧客である量販店がアマゾン(アマゾン・ドット・コム <AMZN>) に代表される e コマース企業に市場を侵食されるなかで、同社の採算が取りにくくなったことによる販売縮小。また減益の要因として、子会社ベネクシーの減収と粗利率低下がある。主力ブランドのビルケンシュトックで、数年前から始まった北米発のブームが減退。また、グローバルの価格政策の中で日本市場では価格引き上げが行われたことによる減収、原価及び経費の増加が減益につながった。

2019 年 3 月期通期の連結業績は、売上高が前期比 1.6% 減の 44,000 百万円、営業利益が同 49.5 % 減の 850 百万円、経常利益が同 53.6% 減の 850 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 52.0 % 減の 400 百万円と減収減益に下方修正された。売上高予想に関しては、前期並みに修正された。上期に発生した家具家庭用品事業の欧米市場における減収のマイナスを服飾雑貨事業と家電事業の増収で埋める形だ。服飾雑貨事業で好調が見込まれるのが国内外の OEM 事業、及び新たな販路開拓に成功したキプリングだ。家電事業では OEM 事業がけん引し増収確保を見込む。営業利益予想が期初予想から大幅に減少した。前期と比較して、大きく減益になるセグメントは家具家庭用品事業であり、556 百万円の営業減益となる。上期からの欧州及び北米市場での販売低迷とともに、マレーシアでの家具工場設立のための先行投資も重なった。服飾雑貨事業の減益幅は小さいが、主力ブランドであるビルケンシュトックのブーム減退・価格引き上げによる販売減と経費増加が大きく影響する見込み。総じて、欧米市場では外部環境が悪化し販売が減少したが、国内市場・顧客は堅調に推移しており、修正計画からのふれは小さいと考えられる。

3. 成長戦略・トピック

同社は、主要事業の 1 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の製造工場を設立し、2019 年初めより稼働する予定である。同社は日本を始め世界各地に家具の顧客を持ち、そのリクエストに応える品質、納期の確保のため、日々製造現場に入り込み製造のノウハウを蓄積してきた。このノウハウを更に活用し、加えて次のビジネス開拓の為に開発力、機動力も向上させるため、家具インテリア工場の自社運営への進出を決定した。なお、同社では、中国・広東省に家電製品を製造する工場を 30 年にわたり運営しており、工場運営の実績もある。投資額は 5 億円程度、数年後には売上規模で 20 億円程度を見込んでいる。

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。2019 年 3 月期は第 2 四半期末が配当金 60 円(前年同期同様)となり、期末の配当金は 100 円(前期同様)、年間 160 円を予想する。業績は下方修正されたものの、前期と同じ年間 160 円を維持するため配当性向は 93.8% と高くなる。なお、同社は過去 21 年間連続して、増配または配当維持をしている。商社という業種の特性上、業績に上下はあるが、業績が悪い時でも安定した株主還元を行う企業姿勢を高く評価したい。

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、新ブランド「ビレロイ & ボッホ」を立ち上げ中。服飾雑貨事業では「キプリング」が好調
- ・2019年3月期業績予想は売上440億円、経常利益8.5億円に下方修正。欧州及び北米での販売減少、子会社ベネクシー値上げ響く。マレーシア新工場へ先行投資
- ・マレーシアに家具インテリアの新工場設立。特許技術の電動歯ブラシ「ION-Sei」や“環境配慮”時計ブランド「カープホルツ」などに期待

通期業績の推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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。
OEM 事業とブランド事業が両輪**

1. 会社概要と沿革

同社は、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19ヶ所の拠点、国内直営小売店84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。

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あり、自社の e コマースブランド MINT も勢いがある。2019 年 3 月期第 2 四半期累計において全社売上高の 49.0%、営業利益の 57.5% を占める。「服飾雑貨事業」は、ビルケンシュトック（サンダル）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 33.2%、営業利益の 49.9%。「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、ピタントニオ（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 13.2%。「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 4.6% である。

事業の内容と構成（2019年3月期2Q）

事業セグメント	主な事業内容	売上高構成	営業利益構成
家具・家庭用品事業	良品計画や WMF（キッチン用品メーカー）向け OEM	49.0%	57.5%
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	33.2%	49.9%
家電事業	ピタントニオ（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	13.2%	-5.8%
その他	ペット商材、ペット生体等	4.6%	-1.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成 注：調整前

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 28.7%（2019 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 71.3%（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。

事業の内容と構成

	主な事業内容	売上高構成
ブランド事業	海外ブランドや自社ブランド商品の卸売・小売を展開する	28.7%
OEM 事業	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・生産日程調整、生産管理、輸出入／物流など調達業務を行う	71.3%

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、
 新ブランド「ビレロイ & ボッホ」を立ち上げ中。
 服飾雑貨事業では「キプリング」が好調

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減収傾向だが、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! で販売しており 2018 年 3 月期売上高は前期の約 1.5 倍と好調である。また、家具・家庭用品事業のブランドとして、2 ブランド（WMF、Silit）の総代理店契約の解消に伴い、2017 年 10 月より家庭用品の新規ブランド「Villeroy & Boch（ビレロイ & ボッホ）」の取扱いを開始した。270 周年を迎えるドイツのテーブルウェアの老舗ブランドであり、百貨店や専門店、ホテル、レストランに販路を持つ販売事業を受け継いだ。ブランド入替や経費削減などを先行しているため業績への貢献には時間がかかっているが、家庭用品事業のコアブランドとしてじっくり育てる方針だ。

Villeroy & Boch（ビレロイ & ボッホ）



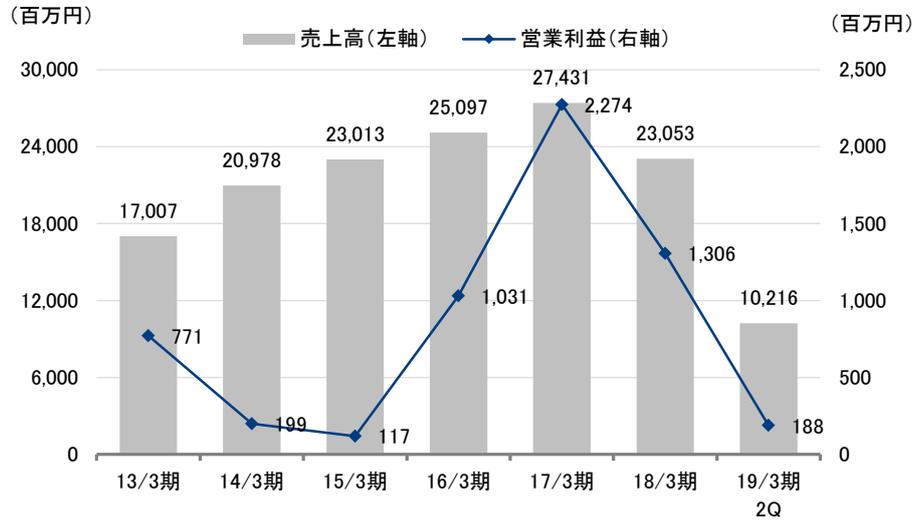
■ビレロイ&ボッホ



出所：会社資料よりフィスコ作成

事業概要

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 57%）、収益性の高いセグメントである。

同社が取扱う最大のブランドであ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する。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熱いファン層に支持されている。直営の 62 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にある。

キプリングは 1987 年にベルギーで誕生したナイロンバッグのブランドであり、キプリングモンキー（猿のマスケット）とともに遊び心のあるカジュアルブランドとして世界的に有名である。同社では直営 12 店舗（銀座など、アウトレット含む）、全国有名百貨店（約 60 店舗）での取り扱いを行う。今期新たな販路開拓により好調に推移する。

事業概要

キプリング



出所：会社資料よりフィスコ作成

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

業績動向

2019 年 3 月期第 2 四半期は減収減益。 欧米での OEM 事業の不調及び子会社ベネクシーの値上げ政策が影響

1. 2019 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2019 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 4.3% 減の 20,842 百万円、営業利益が同 96.2% 減の 29 百万円、経常利益が同 87.4% 減の 107 百万円、親会社株主に帰属する四半期純損失が 12 百万円（前年同期は 487 百万円の利益）となり、減収減益となった。

売上高に関しては、約 7 割を占める OEM 事業において、欧米向けの家庭用品の販売が大幅に減少したことが減収の大きな要因となった。このうち欧州向け取引は、プロモーション（景品）向けの大型入札案件を顧客企業が失注したことによるもの。北米向けは、顧客である量販店がアマゾンに代表される e コマース企業に市場を侵食されるなかで、同社の採算が取りにくくなり販売縮小を余儀なくされたものだ。

利益面において大幅な減益となった理由は 3 点が大きい。

- (1) 家庭用品事業（OEM）における欧州向け取引の失注並びに北米向け取引の収益悪化
- (2) 子会社ベネクシー（主要ブランドはビルケンシュトック）の減収と粗利率低下による減益
- (3) 新基幹システム（SAP）導入による経費増

主力のビルケンシュトックに関しては、数年前から始まった北米発のブームが減退した影響が残る。また、グローバルの価格政策の中で日本市場では価格引き上げが行われたことによる減収、原価及び経費の増加が減益につながった。

2019 年 3 月期第 2 四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

	18/3 期 2Q		期初計画	19/3 期 2Q			
	実績	対売上比		実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	21,771	100.0%	21,500	20,842	100.0%	-4.3%	-3.1%
売上原価	15,411	70.8%	-	15,133	72.6%	-1.8%	-
売上総利益	6,360	29.2%	-	5,709	27.4%	-10.2%	-
販管費	5,579	25.6%	-	5,679	27.3%	1.8%	-
営業利益	780	3.6%	100	29	0.1%	-96.2%	-70.6%
経常利益	854	3.9%	100	107	0.5%	-87.4%	7.4%
親会社に帰属する 四半期純利益	487	2.2%	10	-12	-0.1%	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率 55.5% と高い安全性を維持

2. 財務状況と経営指標

2018年9月末の総資産残高は2018年3月期末比2,891百万円減の22,828百万円と資産規模は減少した。そのうち流動資産は同2,796百万円減の15,480百万円であり、現預金2,529百万円減及び受取手形及び売掛金832百万円減が主な要因である。そのうち固定資産は同95百万円減と大きな変動はなかった。

負債は前期末比2,245百万円減の10,036百万円となった。そのうち流動負債は1,304百万円減であり、短期借入金1,100百万円減及び支払手形及び買掛金386百万円減が主な要因である。純資産は前期末比646百万円減の12,791百万円となった。これは、利益剰余金やその他有価証券評価差額金の減少、自社株買いが影響したものだ。

経営指標では、流動比率176.6%(前期末181.5%)、自己資本比率55.5%(同51.8%)と高い安全性を維持している。

連結貸借対照表、経営指標

	18/3 月末	18/9 月末	増減額
(単位：百万円)			
流動資産	18,277	15,480	-2,796
(現預金)	4,630	2,101	-2,529
(受取手形及び売掛金)	6,615	5,783	-832
(商品及び製品)	6,013	6,555	541
固定資産	7,442	7,347	-95
総資産	25,719	22,828	-2,891
流動負債	10,072	8,767	-1,304
(支払手形及び買掛金)	2,267	1,881	-386
(短期借入金)	4,600	3,500	-1,100
固定負債	2,209	1,268	-940
負債合計	12,282	10,036	-2,245
純資産合計	13,437	12,791	-646
負債純資産合計	25,719	22,828	-2,891
<安全性>			
流動比率 (流動資産 ÷ 流動負債)	181.5%	176.6%	-
自己資本比率 (自己資本 ÷ 総資産)	51.8%	55.5%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019 年 3 月期業績予想は売上 440 億円、経常利益 8.5 億円に下方修正。 欧州及び北米での販売減少、子会社ベネクシー値上げ響く。 マレーシア新工場へ先行投資

2019 年 3 月期通期の連結業績は、売上高が前期比 1.6% 減の 44,000 百万円、営業利益が同 49.5 % 減の 850 百万円、経常利益が同 53.6% 減の 850 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 52.0 % 減の 400 百万円と減収減益に下方修正された。

売上高予想に関しては、前期並みに修正された。上期に発生した家具家庭用品事業の欧米市場における減収のマイナスを服飾雑貨事業と家電事業の増収で埋める形だ。服飾雑貨事業で好調が見込まれるのが国内外の OEM 事業、及び新たな販路開拓に成功したキプリングだ。家電事業では OEM 事業がけん引し増収確保を見込む。

営業利益予想は期初予想から大幅に減少した。前期と比較して、大きく減益になるセグメントは家具家庭用品事業であり、556 百万円の営業減益となる。上期からの欧州及び北米市場での販売低迷とともに、マレーシアでの家具工場設立のための先行投資も重なった。服飾雑貨事業の減益幅は小さいが、主力ブランドであるビルケンシュトックのブーム減退・価格引き上げによる販売減と経費増加が大きく影響する見込み。家電事業の OEM 事業の増益とブランド事業の減益により横ばいの予想。間接部門での投資としては新基幹システム (SAP) の導入による経費負担 (約 1 億円) が発生するのは計画どおりだ。

総じて、欧米市場では外部環境が悪化し販売が減少したが、国内市場・顧客は堅調に推移しており、修正計画からのふれは小さいと考えられる。

2019 年 3 月期連結業績予想

(単位：百万円)

	18/3 期		19/3 期			
	実績	構成比	予想	構成比	増減	前期比
売上高	44,692	100.0%	44,000	100.0%	-692	-1.6%
営業利益	1,683	3.8%	850	1.9%	-833	-49.5%
経常利益	1,832	4.1%	850	1.9%	-982	-53.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	832	1.9%	400	0.9%	-432	-52.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 成長戦略・トピック

マレーシアに家具インテリアの新工場設立。特許技術の電動歯ブラシ「ION-Sei」や“環境配慮”時計ブランド「カーブホルツ」などに期待

1. マレーシアに家具インテリア新工場設立

同社は、主要事業の1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の製造工場を設立し、2019年初めより稼働する予定である。同社は日本を始め世界各地に家具の顧客を持ち、そのリクエストに応える品質、納期の確保のため、日々製造現場に入り込み製造のノウハウを蓄積してきた。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、機動力も向上させるため、家具インテリア工場の自社運営への進出を決定した。なお、同社では、中国・広東省に家電製品を製造する工場を30年に亘り運営しており、工場運営の実績もある。投資額は5億円程度、数年後には売上規模で20億円程度を見込んでいる。

マレーシアの家具インテリア新工場の概要

立地	マレーシア・クアラルンプール郊外
稼働予定時期	2019年初旬
建屋敷地面積	約4,000㎡
目的	これまで蓄積してきた家具製造のノウハウをさらに活用し、次のビジネス開拓のための開発力、機動力も向上させるため
投資額	5億円程度を予定
売上規模予想	数年後の売上規模で20億円
その他	3年で黒字転換、5年で累損解消を目指す

出所：リリースよりフィスコ作成

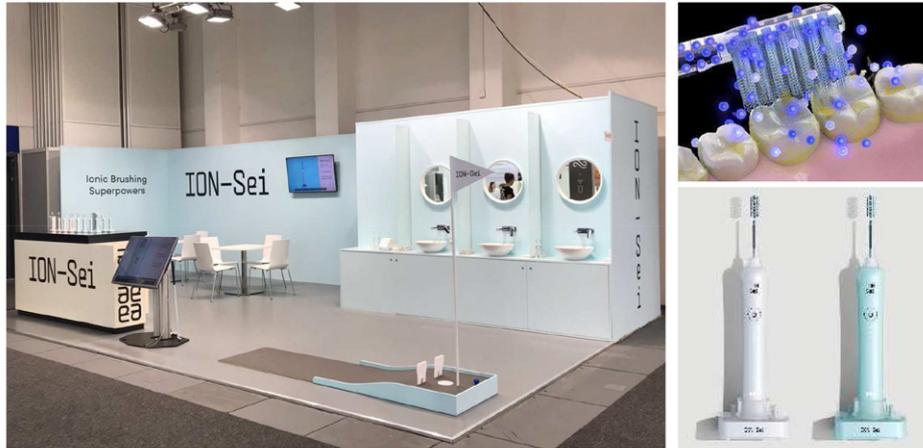
2. 特許技術搭載の電動歯ブラシ「ION-Sei」を販売スタート

同社は、欧州での新たな事業展開として、特許技術を搭載したパーソナルケア家電のブランド「ION-Sei（イオン・セイ）」を立ち上げ、2018年8月より第一弾として電動歯ブラシをドイツ・イギリス市場で販売を開始した。これまでも中国・広東省の自社工場、OEM（相手先ブランド製品の供給）事業において、電動歯ブラシの製造を行ってきたが、新たにODM（製造のみならず、設計・開発から製造まで一貫して手掛ける）事業に取り組む。特許技術は（株）シケンとの共同開発。電動歯ブラシに搭載された酸化チタン棒にLEDライトからのUVが当たることによって、マイナス電子が発生する仕組みであり、このマイナス電子が歯垢除去効果を発揮する。機能的でユーザーフレンドリーなプロダクトデザインはドイツ人デザイナーが担当した。「ION-Sei（イオン・セイ）」というブランド名は、ION=イオンに関連した革新的な技術と、Sei=「清」、「生」など、自然や健康を想起させる日本らしさのある響きを組み合わせたものである。今後の欧州市場での浸透に期待がかかる。

成長戦略・トピック

ION-Sei (イオン - セイ)

特許技術搭載のION-Sei、ドイツ最大級の展示会に出展



ION-Sei

今夏よりイギリス、ドイツで販売をスタートした電動歯ブラシ
特徴：UV+チタンの光触媒効果で発生するイオン電子が虫歯菌の増殖を抑制

出所：決算説明会資料より掲載

3. 新規ブランド「KERBHOLZ (カーブホルツ)」の取扱い店舗拡大中

同社は、2018年6月、ドイツの時計ブランド「KERBHOLZ (カーブホルツ)」の取扱いを開始した。KERBHOLZ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あり、現在世界10ヶ国、350を超える店舗で販売されている。特徴は、厳選された天然の素材を使用しており、利益の10%を資源保全プロジェクトへ寄付するなど、環境を配慮したブランドコンセプトである。また、シンプルでありながらファッション性に優れたフォルムが特徴で、ドイツの権威あるデザイン賞「GERMAN DESIGN AWARD」を2年連続受賞するなど数々の賞を獲得している。時計専門店やセレクトショップ、ライフスタイルショップ等に販路を広げ、SNSも活用しながら日本市場でのブランドの認知度向上を目指す。2018年11月に新たに9店舗で取扱いを開始し、順調に取扱店を拡大している。

成長戦略・トピック

カーブホルツ

サステナブルを意識したブランド カーブホルツ
～利益の10%を環境保全活動に寄付～



今月新たに9店舗で取扱いを開始

今年6月からブランドの取り扱いを開始し、
卸売りに中心に営業活動
順調に取扱店・地域を拡大中



取り扱い開始当初の
都内2店舗から
徐々に店舗数を増やし、
名古屋・関西圏にも進出



出所：決算説明会資料より掲載

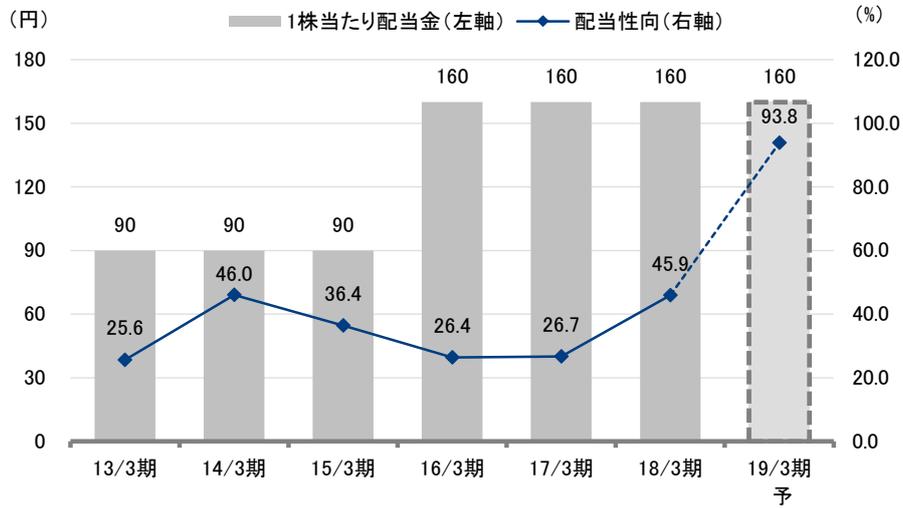
株主還元策

2019年3月期は配当160円を予想は変わらず。 21年連続の増配または維持の安定配当が魅力

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。2019年3月期は第2四半期末が配当金60円（前年同期同様）となり、期末の配当金は100円（前期同様）、年間160円を予想する。業績は下方修正されたものの、前期と同じ年間160円を維持するため配当性向は93.8%と高くなる。なお、同社は過去21年間連続して、増配または配当維持をしている。商社という業種の特性上、業績に上下はあるが、業績が悪い時でも安定した株主還元を行う企業姿勢を高く評価したい。

株主還元策

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

重要事項（ディスクレーマー）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ