

|| 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 >>>](#)

2021年6月29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. 2021年3月期の連結業績（実績）	01
2. 2022年3月期の連結業績（予想）	01
3. 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	05
3. 家電事業の動向	05
■ 業績動向	06
1. 2021年3月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の見通し	08
■ 成長戦略・トピックス	09
1. ベネクシーの不調原因と対策の進捗	09
2. 好調のインテリア EC サイトは売上 100 億円達成に向け強化	10
■ 株主還元策	10

■ 要約

2021年3月期は減収減益。 2022年3月期はコロナ禍の影響は残るものの一定の回復を見込む

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18ヶ所の拠点、国内直営小売店には67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（2021年3月期売上比53.5%）、服飾雑貨事業（同26.4%）、家電事業（同14.4%）の3事業が柱である。

1. 2021年3月期の連結業績（実績）

2021年3月期の連結業績は、売上高が33,050百万円（前期比19.8%減）、営業損失が709百万円（前期は1,315百万円の利益）、経常損失が446百万円（同1,342百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純損失が717百万円（同191百万円の利益）となり、下期は新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）の影響から回復基調となったものの減収減益となった。売上高に関しては、OEM事業においてコロナ禍により需要減少の影響を受けた。また巣ごもり需要を背景にネット販売は好調に推移したものの、実店舗を販路の主軸とするセグメントにおいては外出・移動の自粛要請や休業・時短営業の要請等の影響が大きく、ブランド事業全体で減収となった。営業利益に関しては、全セグメントで営業減益となったが、特に子会社（株）ベネクシーの属する服飾雑貨セグメントの減益幅が大きく、25年ぶりの営業赤字となった。半期ベースで見ると、上期の営業損失810百万円に対して、下期は100百万円の黒字に転換しており、収益性の改善傾向は確認できる。

2. 2022年3月期の連結業績（予想）

2022年3月期の連結業績は、売上高が前期比8.9%増の36,000百万円、営業利益が100百万円（前期は709百万円の損失）、経常利益が100百万円（前期は446百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が100百万円（前期は717百万円の損失）とコロナ禍の影響は残るものの一定の回復を予想する。売上高予想に関して、鈍い回復予想となった背景としては、商業施設を中心とした小売店舗の集客の低迷である。2021年4月下旬から6月下旬まで東京都などで緊急事態宣言が発出しており、夏に向けた商戦（特に服飾雑貨など外出時の商品）を中心に少なからず影響がある。一方下期に関しては、2021年3月期下期からさらに回復が進む予想だ。2022年3月期下期（特に2022年1月から3月にかけて）は家具家庭用品などが繁忙期となり、コロナ禍における成長を見込む。営業利益面では、増益基調が鮮明となる予想だ。ブランド事業においては、2021年3月期の本格的なベネクシーの不採算店舗の削減などの対策により、損失額は大幅に減少する見込みである。OEM事業では、ベトナムや台湾の現地法人設立などアジア圏での販売の強化や本部・国内外子会社すべてでのコストオペレーションの徹底などが増益に有効な施策である。弊社では、ワクチン接種などコロナ禍からの脱却の見通しが立ってきたこと、2021年3月期の損失の主な要因は服飾雑貨セグメントでありその対策が進捗していること、eコマースの成長が著しいこと、などから、同社の利益回復シナリオは十分に妥当性があると考えている。

要約

3. トピック

2021年3月期の同社の経常損失は446百万円、そのうちベネクシー（「BIRKENSTOCK（ビルケンシュトゥック）」小売）の経常損失951百万円（2020年12月期）であり、ベネクシーが最大の要因であったことがわかる。不調の要因は、1) ファッションブームの一段落、2) 拡大路線による自社競合の発生、3) 新たな市場創造に向けた施策不足、4) 高コスト構造体質、などであり、コロナ禍が追い打ちをかけた形だ。不採算店舗の削減は商業施設やビルオーナーとの契約期間の関係上、時間をかけて行ってきたが、2021年3月期は50店舗（2019年3月比15店舗削減）にまでスリム化した。今後も店舗削減は継続し2021年12月には46店舗になる計画である。一方で、より上質なサービスを提供できる旗艦店の出店への投資も行う。2020年5月には、ビルケンシュトゥック新宿店が新概念ショップ（旗艦店）としてリニューアルオープンした。修理のスペシャリスト「マイスター（フットウェアの症状の診断や修理のスキルを持つ資格者）」が常駐し、より上質なサービスを提供することでリピート率を向上させる狙いがある。レギュラー店すべての店舗で自社スタッフが接客する体制の構築、運営の縮小による本部経費の圧縮も実行中である。弊社では、ベネクシー業績は底打っており、様々な対策の効果が顕在化する2022年3月期は業績の改善が期待できると考えている。

4. 株主還元策

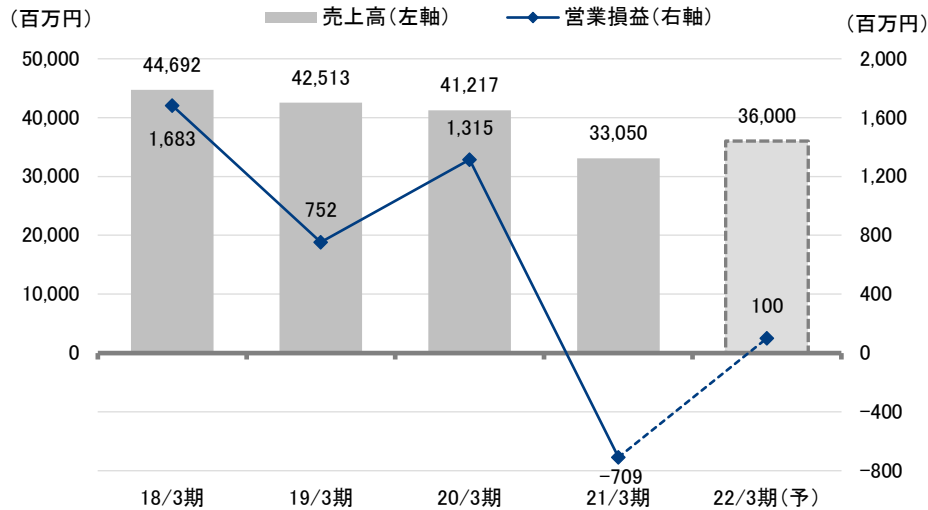
同社では、株主に対する適切な利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けている。配当に関してはこれまでの配当性向30%を目途とする方針を改め、同社の財政状態、今後の業績動向や資金需要などを総合的に判断し決定する。同社は将来の事業展開や不測の事態に備えて内部留保による財務体質の充実に努め、経営基盤の強化を図る。また、新たな決議で再確認された経営理念「随縁の思想」のもと株主が安心して株式を長期保有できるよう、可能な限り継続的に配当を実施することを方針とする。2021年3月期はコロナ禍の影響により損失が出たものの配当を継続し、年間配当20円（中間10円、期末10円）とした。2022年3月期も、年間配当20円を見込む。

Key Points

- ・「健康と環境」をテーマに「くらしに、良いもの」を世界で製造・販売する多機能商社。家具家庭用品、服飾雑貨、家電の3事業が柱
- ・2021年3月期はコロナの影響大きく減収減益。巣ごもり需要により家具・インテリアネットショップが好調も、実店舗を販路とする事業で低調に推移
- ・2022年3月期はコロナ禍の影響は残るものの一定の回復を見込む。売上高8.9%増の360億円、ベネクシーの改革が進捗し利益回復の予想
- ・ベネクシー（「BIRKENSTOCK」小売）の復活に向けた取り組みが進捗。好調のインテリアECサイトは売上100億円達成に向け強化

要約

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

**100年企業を念頭に、企業理念「随縁の思想」を据える。
 「健康と環境」をテーマに「くらしに、良いもの」を
 世界で製造・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、70年以上の歴史を持つ。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18ヶ所の拠点、国内直営小売店は67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。「くらしに、良いものを。」をコンセプトに、海外拠点で製造し日本市場のみならず海外市場に販売するグローバルな企業である。

会社概要

同社は2020年初めに、100年企業を念頭に原点に立ち返り、企業理念と経営ビジョンを再考した。新たな企業理念は「随縁の思想」である。この言葉は、同社創業者が以前に掲げていたものである。「随縁」とは、仏教に由来し、「縁に従うこと」「縁に従って種々の相を生じること」を意味する。仕事だけではなく、人生において、人と人のつながりが一番大切であることを企業理念に据えた。また経営ビジョンを、「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。」へ刷新した。これまでも「健康と環境」は同社のテーマだったが、同社の上質な製品・サービスへのこだわりは変わらない。その説明文に「暮らしに、良いものを。」とあることから、ステークホルダーにわかりやすく、シンプルなメッセージとなった。

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となっている。自社の e コマースブランドも成長株であり、2021年3月期において全社売上高の53.5%を占める。「服飾雑貨事業」は、「BIRKENSTOCK」(シューズ)や「Kipling (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26.4%を占める。「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、「Vitantonio (ビタントニオ)」(調理家電)や「mod's hair (モッズヘア)」(理美容家電)が主力である。全社売上高に対する構成比は14.4%となっている。「その他」の事業セグメントはペットショップなどを展開しており、全社売上高の5.8%を占める。

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ている。現状、全社売上高の33.2%(2021年3月期)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り、全社売上高の66.8%(同)となっている。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。

■ 事業概要

家具家庭用品、服飾雑貨、家電の3事業が柱。 良品計画に代表される大手顧客からの OEM を担う

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 の比率が高い（売上高の 90% 前後）。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 百万円まで成長した。その後は欧州顧客の大口のスポット受注の剥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、2021 年 3 月期はコロナ禍の影響を受けた。しかし、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（ミント）」等がある。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、インテリア等が消費者のニーズに合致している。コロナ禍においては巣ごもり消費の追い風もあって急成長し、売上高 40 億円規模に拡大した（2021 年 3 月期）。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）が稼働を開始し、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。

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 50%）、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、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「BIRKENSTOCK」である。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おり、50 ヶ所の直営店舗と 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している。「BIRKENSTOCK」の小売店事業は子会社ベネクシーが運営する。2021 年 3 月期は一時期のブームが落ち着いたことやコロナ禍に伴う集客難が重なり、損失を計上した。不採算店の閉鎖やスタッフ・販売員の販売力強化を進めており、スクラップ & ビルドが進捗し 2019 年 3 月末の 65 店舗から 50 店舗に減少した。

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、また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・販売する。ブランド事業においては、調理家電の「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。近年、セグメント全体として売上高・営業利益ともに堅調に推移してきたが、2021 年 3 月期はコロナ禍の影響で減収減益となった。

事業概要

直近で勢いがあるのは、コロナ禍での巣ごもり消費に関連する調理家電「Vitantonio」である。特に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となっている。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。特許技術に裏打ちされた高機能音波式歯ブラシ「ION-Sei (イオンセイ)」は、コロナ禍で健康志向が高まるなか、家でできるパーソナルヘルスケアというコンセプトがニーズに合致し、欧州(イギリス、ドイツ)を中心に浸透している。

業績動向

2021年3月期はコロナの影響大きく減収減益。 巣ごもり需要により家具・インテリアネットショップが好調も、 実店舗を販路とする事業で低調に推移

1. 2021年3月期の業績概要

2021年3月期の連結業績は、売上高が33,050百万円(前期比19.8%減)、営業損失が709百万円(前期は1,315百万円の利益)、経常損失が446百万円(同1,342百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純損失が717百万円(同191百万円の利益)となった。下期はコロナ禍の影響から回復基調となったものの、減収減益となった。

売上高に関しては、OEM事業においてコロナ禍により需要減少の影響を受けた。また巣ごもり需要を背景にネット販売は好調に推移したものの、実店舗を販路の主軸とするセグメントにおいては外出・移動の自粛要請や休業・時短営業の要請等の影響が大きく、ブランド事業全体で減収となった。セグメント別では、全セグメントで減収となったが、コロナ禍の影響には差がある。家具家庭用品事業では、巣ごもり需要により家具・インテリアのネットショップ「MINT」などが前期比で好調に推移したほか、ドイツのテーブルウェアブランド「Villeroy & Boch (ピレロイ アンド ポッホ)」等を取り扱う(株)エッセンコーポレーションも増収を確保した。一方で主力のOEM事業では、国内外でコロナ禍の影響を免れず、大幅な受注の減少となった。このため、全体として前期比4.3%の減少となった。服飾雑貨事業では、OEM事業でトラベル商材等が落ち込み、ブランド事業でも「BIRKENSTOCK」などの店舗を運営するベネクシー、「Kipling」などのブランドを展開する(株)L&Sコーポレーションにおいて、外出・移動の自粛要請や休業・時短営業の要請等の影響を大きく受け、同39.9%の減収となった。家電事業では、巣ごもり需要を背景に調理家電は堅調に推移したものの、理美容家電の需要落ち込みなどもあり、全体として同21.4%減となった。

営業利益に関しては、全セグメントで営業減益となったが、特に子会社ベネクシーの属する服飾雑貨セグメントの減益幅が大きく、25年ぶりの営業赤字となった。損益で見ると、減収による売上総利益の減少が3,262百万円(前期比26.6%減)と大きく、販管費の減少1,237百万円(前期比11.3%減)でカバーしきれなかった。が、半期ベースでは、上期の営業損失810百万円に対して下期は100百万円の黒字に転換しており、収益性の改善傾向は確認できる。

業績動向

2021年3月期業績(連結)

(単位:百万円)

	20/3期		21/3期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
売上高	41,217	100.0%	33,050	100.0%	-19.8%
売上原価	28,973	70.3%	24,069	72.8%	-16.9%
売上総利益	12,244	29.7%	8,981	27.2%	-26.6%
販管費	10,928	26.5%	9,691	29.3%	-11.3%
営業損益	1,315	3.2%	-709	-2.1%	-
経常損益	1,342	3.3%	-446	-1.4%	-
親会社に帰属する 当期純損益	191	0.5%	-717	-2.2%	-

出所:決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍の影響で事業環境は逆風も、 過去からの資本蓄積により財務の健全性を維持

2. 財務状況と経営指標

2021年3月期末の総資産は前期末比1,861百万円増の24,055百万円となった。うち流動資産は1,145百万円増の17,706百万円となった。主な要因は、現金及び預金の増加1,170百万円である。商品及び製品は117百万円増であり、コントロールされている。固定資産は716百万円増の6,348百万円であり、主な要因は投資その他の資産の1,133百万円増である。

負債合計は1,928百万円増の12,704百万円となった。そのうち流動負債は1,723百万円増であり、主な要因は、短期借入金の1,991百万円増である。固定負債は204百万円増と大きな変化はなかった。有利子負債残高は7,100百万円であり、コロナ禍に伴い増加となったものの、現金及び預金残高6,246百万円と比較しても余裕があることがわかる。純資産合計は66百万円減の11,351百万円となった。

2021年3月期末の経営指標では、流動比率が205.0%、自己資本比率が46.7%と良好な水準である。コロナ禍の影響で事業環境は逆風のなかにあるが、過去からの資本が蓄積されており、財務の健全性を維持している。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期末	21/3 期末	増減額
流動資産	18,341	16,561	17,706	1,145
(現金及び預金)	4,773	5,075	6,246	1,170
(受取手形及び売掛金)	5,722	3,849	3,616	-232
(商品及び製品)	6,678	6,852	6,970	117
固定資産	6,890	5,632	6,348	716
総資産	25,231	22,193	24,055	1,861
流動負債	11,655	6,913	8,637	1,723
(短期借入金)	5,510	1,908	3,900	1,991
固定負債	1,107	3,862	4,067	204
負債合計	12,763	10,775	12,704	1,928
純資産合計	12,468	11,417	11,351	-66
負債純資産合計	25,231	22,193	24,055	1,861
<安全性>				
流動比率(流動資産÷流動負債)	157.4%	239.5%	205.0%	-
自己資本比率(自己資本÷総資産)	48.9%	51.0%	46.7%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

売上高 8.9% 増の 360 億円、 ベネクシーの改革が進捗し利益回復の予想

2022年3月期の連結業績は、売上高が前期比 8.9% 増の 36,000 百万円、営業利益が 100 百万円（前期は 709 百万円の損失）、経常利益が 100 百万円（前期は 446 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が 10 百万円（前期は 717 百万円の損失）とコロナ禍の影響は残るものの一定の回復を予想する。

売上高予想に関しては、上期が 16,000 百万円（前年同期比 12.1% 増）、下期 20,000 百万円（前年同期比 6.5% 増）となり、特に厳格な自粛や営業時間の短縮が行われた 2021 年 3 月期上期からの伸びが大きい。鈍い回復予想となった背景としては、商業施設を中心とした小売店舗の集客の低迷である。2021 年 4 月下旬から 6 月下旬まで東京都などで緊急事態宣言が発出しており、夏に向けた商戦（特に服飾雑貨など外出時の商品）を中心に少なからず影響がある。一方下期に関しては、2021 年 3 月期下期からさらに回復が進む予想だ。2022 年 3 月期下期（特に 2022 年 1 月から 3 月にかけて）は家具家庭用品などが繁忙期となり、コロナ禍においての成長を見込む。活動方針のなかで、増収につながる項目としては、アジアの拠点（台湾、ベトナム、中国、マレーシアなど）を活用した現地での販売強化、家具を中心とした e コマースのさらなる成長などである。いずれもコロナ禍において有効な施策であると弊社は考える。なお、子会社ベネクシー（「BIRKENSTOCK」小売り）で 2021 年 3 月期に不採算店舗の本格的な削減（2019 年 3 月末の 65 店舗体制から 15 店削減）を行っており、2022 年 3 月期は 4 店舗の削減を計画している。一定の減収要因とはなるが、影響は限定的である見込みとしている。

今後の見通し

営業利益面では、上期が損失450百万円（前年同期は損失810百万円）、下期が利益550百万円（前年同期は利益100百万円）となり、いずれの期間も増益基調が鮮明となる予想だ。ブランド事業においては、2021年3月期の本格的なベネクシーの不採算店舗の削減などの対策により、損失額は大幅に減少する見込みである。OEM事業では、ベトナムや台湾の現地法人設立などアジア圏での販売の強化や本部・国内外子会社すべてでのコストオペレーションの徹底などが増益に有効な施策である。弊社では、ワクチン接種などコロナ禍からの脱却の見通しが立ってきたこと、2021年3月期の損失の主な要因は服飾雑貨セグメントでありその対策が進捗していること、eコマースの成長が著しいこと、などから、同社の利益回復シナリオは十分に妥当性があると考えている。

2022年3月期連結業績予想

(単位：百万円)

	21/3期		22/3期			
	実績	売上比	予想	売上比	増減	前期比
売上高	33,050	100.0%	36,000	100.0%	2,949	8.9%
営業損益	-709	-2.1%	100	0.3%	809	-
経常損益	-446	-1.4%	100	0.3%	546	-
親会社に帰属する 当期純損益	-717	-2.2%	10	0.0%	727	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

成長戦略・トピックス

ベネクシー（「BIRKENSTOCK」小売）の復活に向けた取り組みが進捗。好調のインテリア EC サイトは売上100億円達成に向け強化策

1. ベネクシーの不調原因と対策の進捗

2021年3月期の同社の経常損失は446百万円、そのうちベネクシー（「BIRKENSTOCK」小売り）の経常損失が951百万円（2020年12月期）であり、ベネクシーが最大の要因であったことがわかる。不調の要因は、1) ファッションブームの一段落、2) 拡大路線による自社競合の発生、3) 新たな市場創造に向けた施策不足、4) 高コスト構造体質、などであり、コロナ禍が追い打ちをかけた形だ。不採算店舗の削減は商業施設やビルオーナーとの契約期間の関係上、時間をかけて行ってきたが、2021年3月期は50店舗（2019年3月比15店舗削減）にまでスリム化した。今後も店舗削減は継続し2021年12月には46店舗になる計画である。一方で、より上質なサービスを提供できる旗艦店の出店への投資も行う。2020年5月には、ビルケンシュトック新宿店が新コンセプトショップ（旗艦店）としてリニューアルオープンした。修理のスペシャリスト「マイスター（フットウェアの症状の診断や修理のスキルを持つ資格者）」が常駐し、より上質なサービスを提供することでリピート率を向上させる狙いがある。レギュラー店すべての店舗で自社スタッフが接客する体制の構築、運営の縮小による本部経費の圧縮も実行中である。弊社では、ベネクシー業績は底打っており、様々な対策の効果が顕在化する2022年3月期は業績の改善が期待できると考えている。

2. 好調のインテリア EC サイトは売上 100 億円達成に向け強化

「MINT」などの家具・インテリアのネットショップの売上が好調だ。2017年3月期に10億円程度だった売上高は右肩上がり成長し、2021年3月期には40億円を超える事業規模に拡大した。背景には良いものを調達し、リーズナブルな価格帯で提供できるマーチャンドライジング力がある。2020年3月期は、“巣ごもり需要”やリモートワーク用の机や椅子などの注文が増加した。社内体制の強化にも着手する。これまでは、家具の一大産地である大川エリアに位置する大川事業所（福岡県久留米市）で商品企画、物流、スタジオ撮影などネット通販事業のすべての業務を行ってきたが、新たに博多（福岡県福岡市）に博多クリエイティブオフィスを設立した。より人材採用のしやすい博多で商品企画やクリエイティブ業務を分担し、さらなる業容の拡大に備える。今後は家電なども商品ラインナップに加えて、中期的には売上100億円を目指したい考えだ。

■ 株主還元策

**株主が安心して株式を長期保有できるよう、
可能な限り配当を継続する方針。
2021年3月期は配当金年20円を実施、
2022年3月期も同様に20円を見込む**

同社では、株主に対する適切な利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けている。配当に関してはこれまでの配当性向30%を目途とする方針を改め、同社の財政状態、今後の業績動向や資金需要などを総合的に判断し決定する。同社は将来の事業展開や不測の事態に備えて内部留保による財務体質の充実に努め、経営基盤の強化を図る。また、新たな決議で再確認された経営理念「随縁の思想」のもと、株主が安心して株式を長期保有できるよう、可能な限り継続的に配当を実施することを方針とする。2021年3月期はコロナ禍の影響により損失が出たものの配当を継続し、年間配当20円（中間10円、期末10円）とした。2022年3月期も、年間配当20円を見込む。

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