

|| 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12月13日(金)

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. 2025年3月期中間期の業績概要	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. 2025年3月期中間期の業績概要	05
2. 財務状況	06
■ 今後の見通し	07
● 2025年3月期の業績見通し	07
■ 成長戦略	08
1. 中期経営戦略「SANYEI 2025」の進捗	08
2. EC事業の拡大	09
3. サステナブルビジネスの推進	09
■ 株主還元策	10

要約

2025 年 3 月期中間期は大幅な増収増益。 通期も増収増益見込みで経常利益 15 億円を予想

三栄コーポレーション <8119> は 78 年の歴史を持ち、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 17 ヶ所の拠点、国内直営小売店 29 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 月期中間期売上比 45.2%)、服飾雑貨事業(同 42.6%)、家電事業(同 7.9%) の 3 事業が柱である。

1. 2025 年 3 月期中間期の業績概要

2025 年 3 月期第 2 四半期(以下、中間期)の連結業績は、売上高が 20,900 百万円(前年同期比 22.6% 増)、営業利益が 1,328 百万円(同 189.5% 増)、経常利益が 1,217 百万円(同 117.4% 増)、親会社株主に帰属する中間純利益が 1,018 百万円(同 99.7% 増)と、大幅な増収増益となった。売上高に関しては、服飾雑貨事業と家具家庭用品事業がけん引し、全社として 2 ケタ増収となった。服飾雑貨事業では、外出・旅行・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、サステナブル商品などの新規取り組みも寄与し増収となった。家具家庭用品事業では、欧州や中国の景気低迷の影響があったものの、全般的に OEM は回復基調であり、e コマースも増収に大きく寄与した。増収による売上総利益の増加に加え、子会社解散や店舗数縮減による販管費の抑制が奏功。営業利益は同 869 百万円増の 1,328 百万円、経常利益は同 657 百万円増の 1,217 百万円と大幅増益を達成した。経常利益の期初予想が 500 百万円だったことから、半期で約 2.4 倍の実績を出したことになる。

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、経常利益が同 20.2% 増の 1,500 百万円と、増収増益を見込んでいる。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。売上面においては、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。ただし家電事業では、海外 OEM の減少が見込まれるため減収を予想する。中間期における売上高進捗率は 53.6% である。利益面では、増収に加え、上半期に構造改革の進捗が一定の効果を生み、上方修正を行った経緯がある。中間期における経常利益進捗率は 81.2% と高水準に達する。下半期においては、外部要因はインバウンド消費などを含めて国内の個人消費は堅調であり、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下半期も良好であると、弊社では見ている。内部要因に関しては、過去から行ってきた構造改革・事業再編の仕上げの段階であり、稼ぐ力をさらに強化するための前向きな投資が下半期に行われると捉えている。

要約

3. 成長戦略

同社は、2019年9月に“より地球にやさしい”をコンセプトにした「Our EARTH Project」を立ち上げる等、「サステナブル」「エシカル」をキーワードとした海外ブランド製品の輸入販売、自社ブランドの開発、材料の提供・ものづくりなどの活動を行った。取り扱いブランドは10銘柄を超え、リサイクル素材を使用したバッグやポーチを取り扱う「uF（ユーエフ）」、おもちゃの廃材から生まれた腕時計「YOT WATCH（ヨットウォッチ）」などのほか、無水染色技術を活用した原着生地のブランド「e.dye（イーダイ）®」、建物の屋根や壁に使用することで太陽等の熱の侵入を抑える猛暑対策商品「遮熱シート」など、急成長する商品・素材も増えてきた。2024年10月には、「uF」が2024年度グッドデザイン・ベスト100を受賞した。デザイン性や利便性の高さとともに、「e.dye」染色生地を活用した点やCO2排出量の削減と可視化（QRコードで確認できる）が高く評価された。

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を得ており、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事が期待できる。

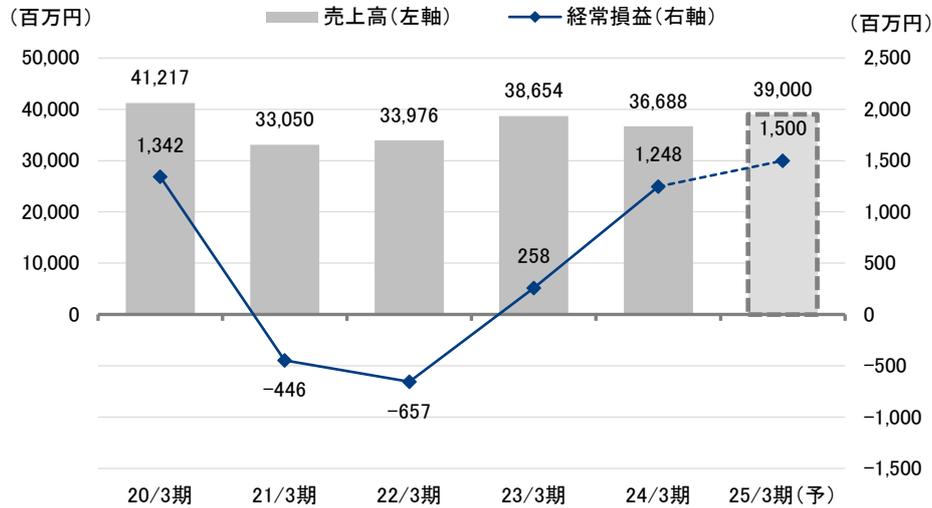
同社は、投資しやすい環境を整え、投資家層の拡大を図ることを目的に、2024年10月1日を効力発生日として、普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行った。2025年3月期の配当金は、年間配当29.0円（中間10.0円済、期末19.0円）、前期から19.0円増配となり期初予想の年20.0円から大幅な増配を予定している（株式分割前の金額は分割後の数値に換算）。配当性向は30.5%を見込む。

Key Points

- ・2025年3月期中間期は大幅増収増益。外出需要により関連商材が伸長。構造改革により販管費減少
- ・2025年3月期は売上高390億円、経常利益15億円（7月上半修正）予想。下半期は中期経営計画の最終年度に向けた足場固めの投資を積極化
- ・成長ドライバーとして注力するEC事業及びサステナブルビジネスの存在感が増す
- ・株式分割を実施。2025年3月期の年間配当は前期比9.0円増の29.0円、配当性向30.5%を予定

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「健康と環境」をテーマに高付加価値な生活用品を 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29店舗を持つ、多機能商社に成長した。欧州の差別化されたブランドの日本への導入や、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生活用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

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(ビルケンシュトック)」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、直営セレクトショップ「BENEXY(ベネクシー)」の展開、国内外向けOEM事業などを行っている。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。2025年3月期中間期の売上構成は、家具家庭用品事業が45.2%、服飾雑貨事業が42.6%、家電事業が7.9%、その他事業は4.3%であった。

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おり、売上全体の約3割(2024年3月期)がブランド事業である。生活用品カテゴリーにおいて事業の幅を広げ、ブランド事業の売上を拡大させることを目標としている。OEM事業の同売上比は約7割である。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を展開

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。良品計画とその子会社への売上高構成比は52.0%(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、OEM も行っているが、家具家庭用品事業と比較するとブランド事業の売上割合が大きい。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」も取扱いブランドの 1 つであるが、この商材を含め子会社の（株）ベネクシーが小売り事業を運営する。なお、従来は「BIRKENSTOCK」専門店を展開していたが、2024 年 9 月に契約を終了し、直営セレクトショップ「BENEXY」「Quorinest（クオリネスト）」等に業態転換を進めている。そのほかにも、ハンズフリーと解剖学的インソールが特徴のフットウェア「OrthoFeet（オーソフィート）」、ベルギー発のブランドバッグ「Kipling」、環境性能に優れたセレクトブランド商品群「Our EARTH Project」などを取り扱う。

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う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知名度が高い。現在は巣ごもり需要が一段落したこともあり、ブランドの再生に挑戦中である。アフターコロナ期に入り理美容家電は需要が回復基調にある。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おり、生産設備・生産体制の合理化を推進中である。

業績動向

2025 年 3 月期中間期は大幅増収増益

1. 2025 年 3 月期中間期の業績概要

2025 年 3 月期中間期の連結業績は、売上高が 20,900 百万円（前年同期比 22.6% 増）、営業利益が 1,328 百万円（同 189.5% 増）、経常利益が 1,217 百万円（同 117.4% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益が 1,018 百万円（同 99.7% 増）と、大幅な増収増益となった。売上高に関しては、服飾雑貨事業（前期比 37.0% 増）と家具家庭用品事業（前期比 20.4% 増）がけん引し、全社として 2 ケタ増収となった。服飾雑貨事業では、外出・旅行・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、サステナブル商品などの新規取り組みも寄与し増収となった。家具家庭用品事業では、欧州や中国の景気低迷の影響があったものの、一般的に OEM は回復基調であり、e コマースも増収に大きく寄与した。一方、家電事業では、OEM での新規商品投入遅延や、「Vitantonio」などの調理家電が特に海外で伸び悩んだ影響により減収となった。

業績動向

売上総利益は、増収が寄与して前年同期比 731 百万円増、同 15.7% 増となった。販管費は、同 137 百万円減、同 3.3% 減となった。費用減少の理由としては、解散したブランド販売子会社の経費純減や店舗数縮減を進めたことによる店舗経費の減少などがある。これにより営業利益は同 869 百万円増の 1,328 百万円、経常利益は同 657 百万円増の 1,217 百万円と大幅増益を達成した。経常利益の期初予想が 500 百万円だったことから、約 2.4 倍の実績を出したことになる。親会社株主に帰属する中間純利益は、減損損失が発生したものの、連結子会社の税効果もあり、同 508 百万円増の 1,018 百万円となった。

2025年3月期中間期業績（連結）

(単位：百万円)

	24/3 中間期		25/3 中間期			前年同期比	
	実績	売上比	期初予想	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	17,048	100.0%	19,000	20,900	100.0%	3,851	22.6%
家具家庭用品	7,844	46.0%	-	9,444	45.2%	1,599	20.4%
服飾雑貨	6,496	38.1%	-	8,902	42.6%	2,406	37.0%
家電	1,836	10.8%	-	1,646	7.9%	-190	-10.3%
売上原価	12,394	72.7%	-	15,514	74.2%	3,119	25.2%
売上総利益	4,654	27.3%	-	5,386	25.8%	731	15.7%
販管費	4,195	24.6%	-	4,057	19.4%	-137	-3.3%
営業利益	459	2.7%	450	1,328	6.4%	869	189.5%
経常利益	560	3.3%	500	1,217	5.8%	657	117.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	510	3.0%	200	1,018	4.9%	508	99.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率 58.6%。過去からの資本蓄積に加え、利益成長期入りで財務体質がさらに強固に

2. 財務状況

財務状況は、2024年9月期末の流動比率が 216.9%、自己資本比率が 58.6% 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 56 百万円減の 4,375 百万円と着実に進捗した。現金及び預金残高は 7,321 百万円と有利子負債残高（2,400 百万円）と比較しても潤沢である。過去からの資本の蓄積により財務の健全性に定評があるが、利益成長期に入り、ますます財務体質が強化されている。

■ 今後の見通し

2025年3月期は売上高390億円、経常利益15億円を予想

● 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20.3%増の1,400百万円、経常利益が同20.2%増の1,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同67.2%増の900百万円と、増収増益を見込んでいる。各利益に関しては2024年7月に大幅な上方修正を行った。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、上半期に堅調に推移したが、上方修正を行っていない。通期では主力の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。中間期における売上高進捗率は53.6%である。利益面では、上半期に構造改革の進捗やブランド事業における段階的な値上げが一定の効果を生み、上方修正した経緯がある。中間期における経常利益進捗率は81.2%と高水準に達する。下半期においては、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・事業再編をさらに進めること、収益性の改善が急務な家電事業セグメントにおいて、中国の工場を含めた事業改革をスピードアップさせること、調理家電のリブランディングが道半ばであることなどにより、利益水準の低下（下半期単独）を見込んでいる。

外部要因に関しては、インバウンド消費などを含めて国内の個人消費は堅調であり、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下半期も良好であると、弊社では見ている。内部要因に関しては、過去から行ってきた構造改革・事業再編の仕上げの段階であり、稼ぐ力をさらに強化するための前向きな投資が下半期に行われると捉えている。進行期は“中期経営計画の最終年度に向けた足場固め”がキーワードであり、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、M&A動向などに注目したい。

2025年3月期業績見通し（連結）

（単位：百万円）

	24/3期		25/3期		前期比		2Q進捗率
	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%	53.6%
家具家庭用品	17,299	47.2%	18,800	48.2%	1,501	8.7%	50.2%
服飾雑貨	14,039	38.3%	15,000	38.5%	961	6.8%	59.3%
家電	3,685	10.0%	3,400	8.7%	-285	-7.7%	48.4%
営業利益	1,163	3.2%	1,400	3.6%	237	20.3%	94.9%
経常利益	1,248	3.4%	1,500	3.8%	252	20.2%	81.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	538	1.5%	900	2.3%	362	67.2%	113.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

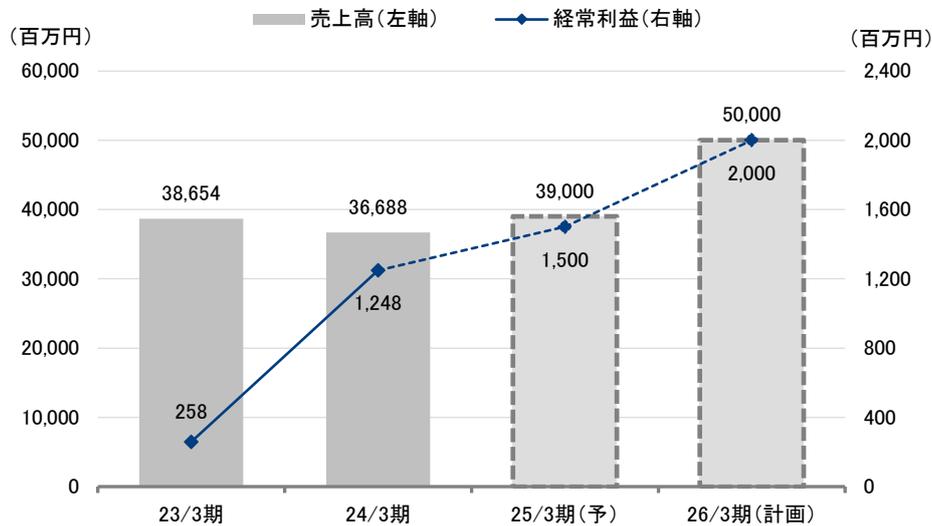
■ 成長戦略

成長ドライバーとして注力する EC 事業と サステナブルビジネスの存在感が増す

1. 中期経営戦略「SANYEI 2025」の進捗

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、進行期はその目標に向けて“足場固め”の重要な時期にあたる。“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(株)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(株)エッセンコーポレーションの解散・事業承継、ブランド直営店の削減(47店舗から18店舗へ)などを断行し費用削減の成果が出ている。残る課題としては、家電事業の収益力回復やベネクシーのセレクトショップ業態の確立などがある。“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の充実が進み、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。

中期経営計画における定量目標



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 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。2025年3月期中間期のEC事業売上高は2,878百万円である。巣ごもり需要の一段落により、EC事業の売上高が足踏みした時期もあるが、進行期は再び成長軌道に入った。これまでは、家具・インテリアを中心としてきたが、エクステリア、そのほかの新ジャンル商品に拡大している。その一例として、家具・インテリア「MINT」が楽天市場店で、2024年11月から観葉植物のeコマース販売を開始した。熊本県で40年以上観葉植物ひと筋の農園とコラボレートし、その品質管理と栽培技術に加え、農園から高品質でフレッシュな植物を直送する仕組みを実現した。現在、パキラやモンステラなど中小型の品種を扱っているが、今後は品種の取扱い拡大や、大型サイズ生体も増やしていく予定である。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を開始しており、既に複数の受託実績がある。2025年3月期通期のEC事業売上高は前期比14.3%増の6,000百万円を計画している。

3. サステナブルビジネスの推進

2019年9月に“より地球にやさしい”をコンセプトにした「Our EARTH Project」を立ち上げ、「サステナブル」「エシカル」をキーワードとした海外ブランド製品の輸入販売、自社ブランドの開発、材料の提供・ものづくりなどの活動を行ってきた。取り扱いブランドは10銘柄を超え、リサイクル素材を使用したバッグやポーチを取り扱う「uF」、おもちゃの廃材から生まれた腕時計「YOT WATCH」、環境先進国フィンランド発衣料品の端材をリサイクルしたアパレルウェア「Pure Waste (ピュアウェイスト)」などのほか、無水染色技術を活用した原着生地のブランド「e.dye」、建物の屋根や壁に使用することで太陽等の熱の侵入を抑える猛暑対策商品「遮熱シート」など頭角を現す商品・素材も増えてきた。2024年10月には、「uF」が(公財)日本デザイン振興会主催の2024年度グッドデザイン・ベスト100を受賞した。デザイン性や利便性の高さとともに、水を使わない無水染色生地「e.dye」を活用した点やCO₂排出量の削減と可視化(QRコードで確認できる)が高く評価された。

2024年度グッドデザイン・ベスト100を受賞した同社ブランド「uF」



出所：決算説明会資料より掲載



株主還元策

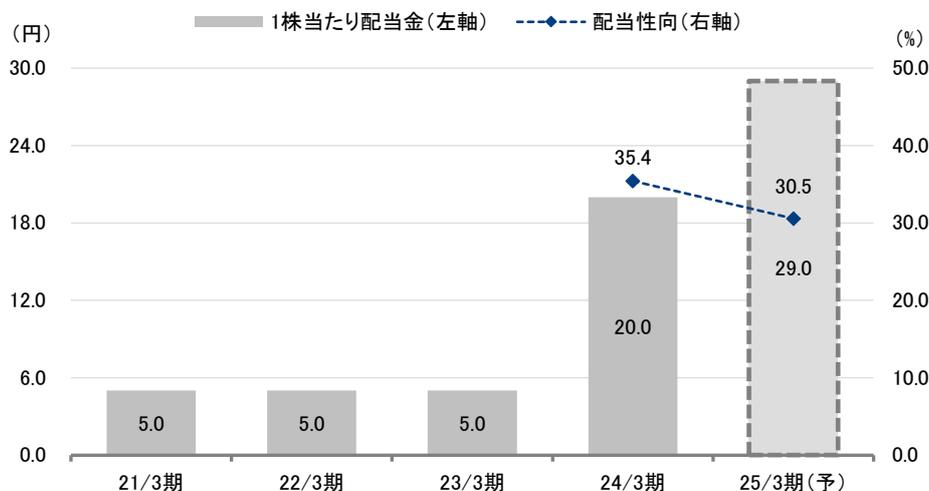
2025年3月期の年間配当は前期比9.0円増の29.0円、 配当性向30.5%を予定

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、財務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。現状は利益創出に手応えを得ており、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ことを期待できる。なお、同社は投資しやすい環境を整え、投資家層の拡大を図ることを目的に、2024年10月1日を効力発生日として、普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行った。

2025年3月期は、年間配当29.0円（中間10.0円済、期末19.0円、前期から9.0円増配）となり期初予想の年20.0円から大幅な増配を予定している（株式分割前の金額は分割後の数値に換算）。配当性向は30.5%を見込む。

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月期の実績としては、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。

1株当たり配当金と配当性向の推移



注：普通株式1株につき4株の割合で株式分割の実施（効力発生日：2024年10月1日）により、遡及して算出
 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