

2025年3月期決算説明資料

2025年5月14日



豊かな社会へのパートナー 神栄グループ

神栄株式会社

証券コード: 3004

1. 2025年3月期決算	<u>P2</u>
2. 2026年3月期業績予想	<u>P8</u>
3. トピックス	<u>P13</u>
4. 中期経営計画	<u>P19</u>
Appendix	<u>P28</u>
5. 会社概要	<u>P29</u>
6. 特長・強み	<u>P41</u>
7. サステナビリティの取組み	<u>P48</u>

2025年3月期決算



2025年3月期 業績概要(前期比較)

- ◆ 売上高は、前期に行った繊維事業からの一部撤退や、物資関連の海外防災関連分野における新規現地調査案件を開始できなかったことによる減少の一方、食品関連・電子関連が伸長し、前期からほぼ横ばい
- ◆ 物資関連の減収要因による減益に加え、食品関連の冷凍食品分野における想定を超えた円安基調の長期化による仕入コスト上昇の影響が大きく、販売価格調整を進めたものの物流費や人件費など販管費の増加もあり減益

	2024/3期		2025/3期		期比較	
	実績 (百万円)	売上比 (%)	実績 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	売上比増減 (pt)
売上高	40,204	100.0	40,158	100.0	△0.1	—
売上総利益	8,593	21.4	8,403	20.9	△2.2	△0.4
販管費	6,799	16.9	7,017	17.5	+3.2	+0.6
営業利益	1,793	4.5	1,385	3.5	△22.7	△1.0
経常利益	1,909	4.7	1,431	3.6	△25.0	△1.2
当期純利益	1,655	4.1	1,321	3.3	△20.2	△0.8
1株当たり純利益	405.25円	—	324.85円	—	△19.8	—

2025年3月期 四半期業績概要(前期比較)



- ◆ 1Q・2Qは前期比減収減益、3Qは減収ながら営業利益を除き増益、4Qは増収ながら売上総利益を除き減益
- ◆ 通年で販管費が増加、1Q・3Qは円安局面における為替予約に係る為替差益の計上が影響

単位:百万円	2024/3期				2025/3期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	10,247	10,108	10,715	9,133	9,879	9,823	10,442	10,013
売上総利益	2,216	2,178	2,226	1,972	2,026	2,049	2,253	2,073
販管費	1,733	1,703	1,694	1,668	1,742	1,733	1,767	1,773
営業利益	482	474	531	304	284	316	485	300
経常利益	567	475	550	315	384	190	621	235
当期純利益	434	376	469	374	302	198	504	315

(参 考)

平均為替レート(米ドル)	137.49円	144.63円	147.86円	148.63円	155.82円	149.71円	152.37円	152.55円
--------------	---------	---------	---------	---------	----------------	----------------	----------------	----------------

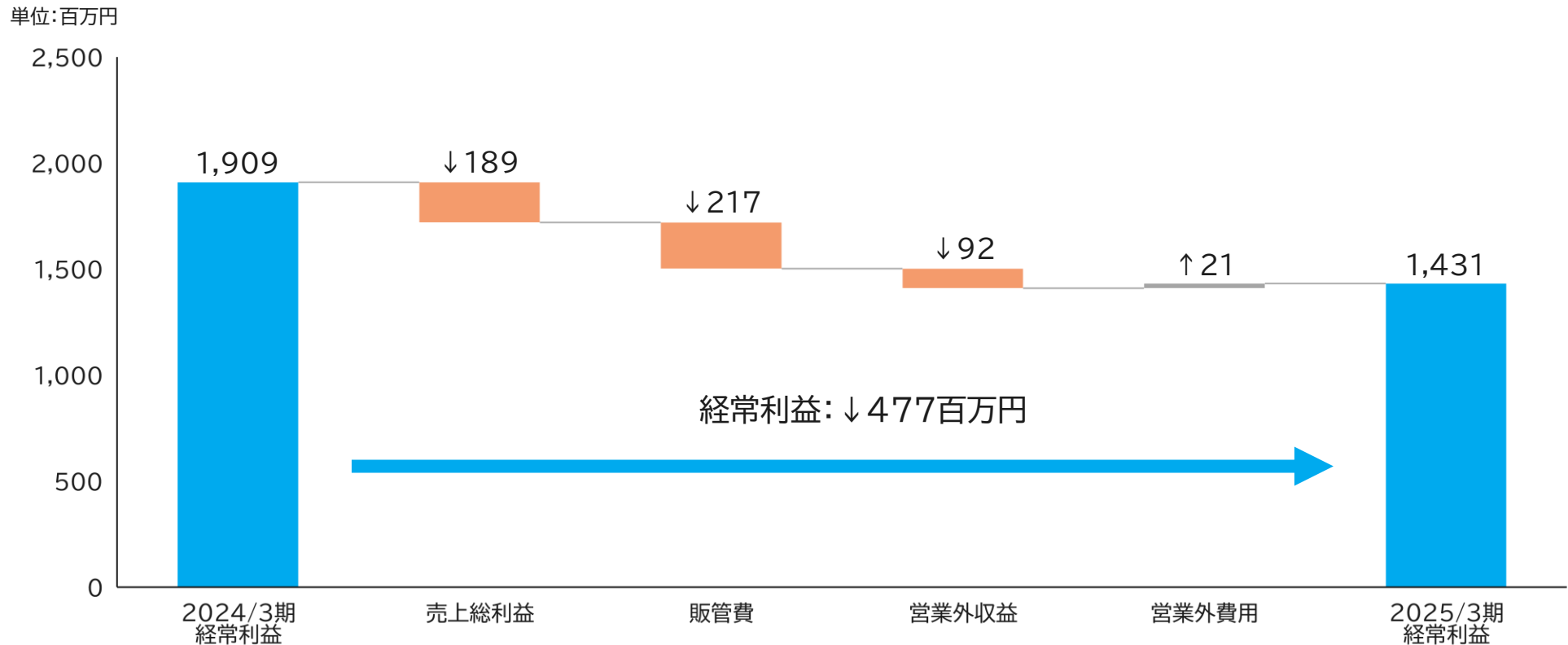
2025年3月期 セグメント別売上高・経常利益(前期比較)

- ◆ 食品関連は、冷凍食品分野で冷凍野菜・調理品が売上伸長、販売価格調整を進めるも想定外の円安基調長期化で減益
- ◆ 物資関連は、海外防災関連分野において新たな現地調査案件が当該国の事情により遅れて開始に至らず減収減益
- ◆ 電子関連は、コンデンサの販売不振はあるも、吸収分光式水分計測機器や各種試験機は好調に推移し増収増益
- ◆ 事業開発関連は、繊維事業一部撤退で減収、事業開発コスト先行も、アパレル通販分野の伸長と採算性改善で赤字縮小

単位:百万円	2024/3期					2025/3期					
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	前期比 (%)
売上高	10,247	10,108	10,715	9,133	40,204	9,879	9,823	10,442	10,013	40,158	△0.1
-食品関連	8,169	8,048	8,491	7,020	31,729	7,909	7,809	8,444	7,855	32,019	+0.9
-物資関連	965	935	1,159	1,091	4,151	899	962	915	1,032	3,809	△8.2
-電子関連	929	989	855	878	3,652	949	967	884	958	3,760	+3.0
-事業開発関連	183	135	208	142	671	120	83	197	167	568	△15.3
経常利益	567	475	550	315	1,909	384	190	621	235	1,431	△25.0
-食品関連	637	545	580	380	2,145	417	418	625	422	1,883	△12.2
-物資関連	122	135	191	177	627	90	124	111	111	437	△30.3
-電子関連	59	90	38	53	241	80	79	43	39	243	+0.6
-事業開発関連	△34	△34	13	△9	△65	△0	△23	11	7	△5	-
-全社費用等	△217	△262	△273	△286	△1,039	△203	△408	△170	△345	△1,127	-

2025年3月期 経常利益増減要因(前期比較)

- ◆ 売上総利益率が前期比0.4pt低下し、売上総利益は前期比189百万円の減少
- ◆ 販管費は、物流費やベースアップに伴う人件費の増加などで前期比217百万円の増加
- ◆ 営業外収益で為替差益が減少し、経常利益は前期比477百万円の減少



2025年3月期 貸借対照表(前期比較)

- ◆ 有利子負債は、自己株式取得や、売上拡大に備えた在庫積み増しで運転資金増はあるも、前期末比322百万円の減少
- ◆ 純資産は、自己株式取得により減少も利益計上により前期末比1,171百万円の大幅な増加
- ◆ 自己資本比率は前期末比+ 3.2ptと大幅上昇し、引き続き財務体質が改善

単位:百万円	2024/3期	2025/3期	前期末比
流動資産	16,899	17,502	+603
(内、現預金)	1,459	1,146	△313
(内、受取手形および売掛金)	6,085	6,007	△77
(内、棚卸資産)	9,104	10,082	+978
固定資産	9,673	10,060	+386
(内、有形固定資産)	4,072	3,841	△231
総資産	26,574	27,562	+988
負債	18,960	18,777	△182
(内、有利子負債)	13,664	13,342	△322
純資産	7,614	8,785	+1,171
負債純資産	26,574	27,562	+988
1株当たり純資産	1,861.49円	2,248.11円	+386.62円
自己資本比率	28.7%	31.9%	+3.2pt

2026年3月期業績予想



2026年3月期 業績予想

- ◆ 各セグメントとも売上伸長を見込み、売上高は41,500百万円と増収予想
- ◆ 増収に加え、販売価格調整の浸透など利益率の改善を見込み、売上総利益は9,000百万円と増益予想
- ◆ 引き続き物流費や人件費等の経費の増加を見込むも、経常利益は1,700百万円と増益予想
- ◆ 特別利益に政策保有株式縮減の一環として投資有価証券売却益を見込み、当期純利益は1,400百万円と増益予想
- ◆ 期末配当は、前期比10円増配の1株当たり100円を予定

	2025/3期		2026/3期		期比較	
	実績 (百万円)	売上比 (%)	予想 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	売上比増減 (pt)
売 上 高	40,158	100.0	41,500	100.0	+3.3	—
売 上 総 利 益	8,403	20.9	9,000	21.7	+7.1	+0.8
販 管 費	7,017	17.5	7,250	17.5	+3.3	△0.0
営 業 利 益	1,385	3.5	1,750	4.2	+26.3	+0.8
経 常 利 益	1,431	3.6	1,700	4.1	+18.7	+0.5
当 期 純 利 益	1,321	3.3	1,400	3.4	+6.0	+0.1
1株当たり純利益	324.85円	—	358.26円	—	+10.3	—
1株当たり配当金	90.00円	—	100.00円	—	+11.1	—

2026年3月期 セグメント別売上高・経常利益予想

- ◆ 食品関連は、冷凍食品事業を中心に引き続き堅調を見込み増収・増益予想
- ◆ 物資関連は、北米向け輸出事業に不透明感が漂うも、海外防災関連分野の伸長を見込み増収・増益予想
- ◆ 電子関連は、高収益事業への転換をさらに進め、コンデンサ分野の改善も見込み増収・増益予想
- ◆ 事業開発関連は、アパレル通販分野が好調に推移すると見込み、増収・赤字脱却予想

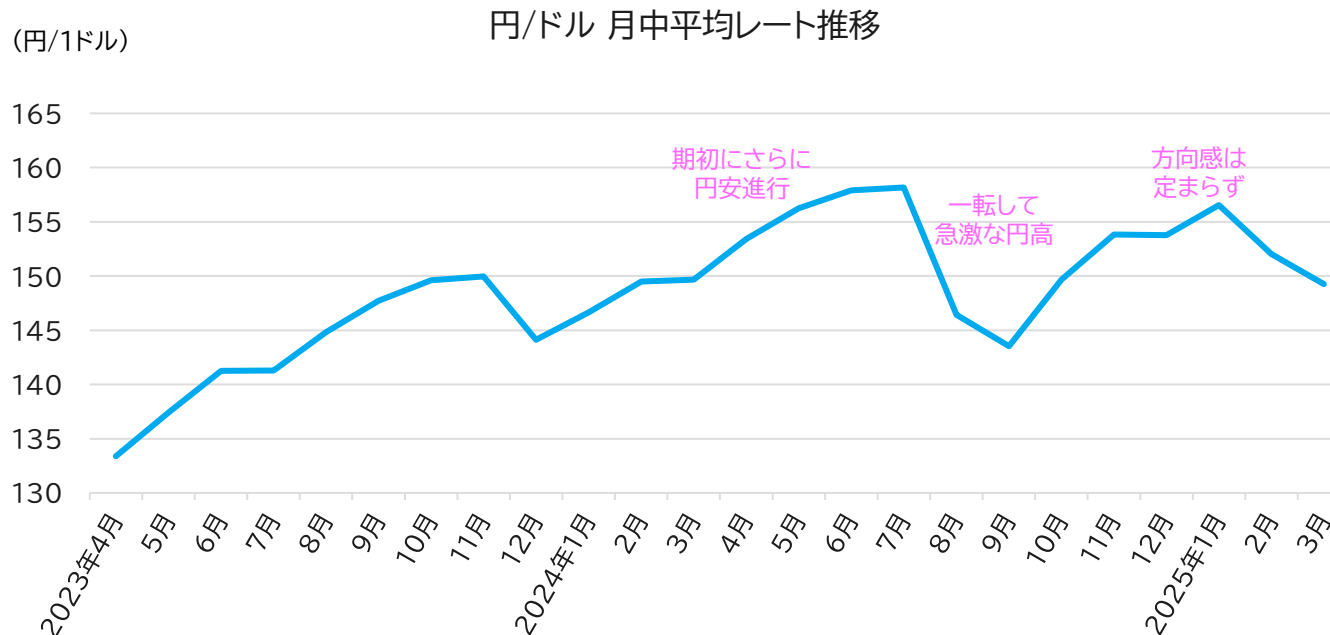
	2025/3期		2026/3期		
	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売 上 高	40,158	100.0	41,500	100.0	+3.3
-食 品 関 連	32,019	79.7	33,000	79.5	+3.1
-物 資 関 連	3,809	9.5	4,000	9.6	+5.0
-電 子 関 連	3,760	9.4	3,800	9.2	+1.1
-事 業 開 発 関 連	568	1.4	700	1.7	+23.1
経 常 利 益	1,431	—	1,700	—	+18.7
-食 品 関 連	1,883	73.6	2,200	74.1	+16.8
-物 資 関 連	437	17.1	500	16.8	+14.3
-電 子 関 連	243	9.5	270	9.1	+11.0
-事 業 開 発 関 連	△5	△0.2	0	0.0	—
-全 社 費 用 等	△1,127	—	△1,270	—	—

2025年3月期実績を踏まえた2026年3月期の対応(1)

食品関連の国内冷凍食品事業における収益の伸び悩み

- ✓ 為替(円/ドル)レートは想定を超える円安基調が継続し、かつ不安定な動き
- ✓ 仕入(輸入)コストと併せて物流コストも上昇
- ✓ 販売数量は増加を維持した一方、販売価格調整を進めたものの想定より利益率が低下
 - 今後も仕入コスト上昇の継続を見込みダウンサイジングなど消費量の低下は引き続き懸念材料
 - 人手不足やインバウンドなど業務用冷凍食品の需要拡大には期待

- ◆ 強みである安定調達・品質管理・物流機能を活かした拡販の取組み
- ◆ 営業機能強化(札幌営業所開設・沖縄営業所活用等)による既存顧客の深耕や新規顧客開拓の促進
- ◆ 高付加価値商材の拡大や物流効率化による販売費削減などで利益率を改善



2025年3月期実績を踏まえた2026年3月期の対応(2)

物資関連の海外防災関連分野における新規調査案件の遅延

- ✓ 2022年度に開始した国家的調査案件は2024年度上期中に完遂
- ✓ 新規プロジェクト開始に向けて取組みを進めたものの当該国の事情で2024年度中に始動できず
 - プロジェクト開始に必要な当該国との折衝や要求された情報の提供など作業を継続

- ◆ 2025年度の新規プロジェクト開始を見込む
- ◆ 本プロジェクトから派生する案件など継続的な受注に向け注力

電子関連のコンデンサ分野における販売不振

- ✓ 2024年度上期は顧客の在庫調整の影響により苦戦
- ✓ 2024年度下期に電気自動車向けの量産立ち上げを想定も納入先の計画変更により遅延
 - 2024年度下期になって在庫調整は一服し回復基調に転換

- ◆ 回復基調にある音響用途などの需要を確実に取り込む
- ◆ 産業機器向けや新エネルギー市場向けに耐湿性能改善品を積極的に展開
- ◆ 電気自動車向けは納入先の計画に応じて量産立ち上げへ遺漏なく対応

当社グループの2026年3月期 経常利益予想 1,700百万円
過去最高益(2024年3月期:経常利益1,909百万円)も念頭に
利益の上積みを目指す

トピックス



事業拡大に向けた北海道・沖縄地区における営業活動の強化

食品事業では、国内冷凍食品事業の持続可能な安定的拡大に向けて、サプライチェーンの各段階の強化をさらに推進。2025年4月1日に新たな営業拠点として札幌営業所を開設。また、新型コロナの影響により一時的に常駐者が不在となっていた沖縄営業所に、常駐の営業員を再配置。

以上により、北海道・沖縄の両地区において地域に密着した営業活動を推進し、日本全国各地域でお客様とより緊密に連携できる体制を構築することで、国内冷凍食品事業をさらに拡大。

強み

北海道から沖縄までを
カバーする強力な物流網

各地に設けた物流拠点(デポ)より
迅速かつきめ細やかな配送に対応



営業拠点
の強化

地域に密着した営業活動

お客様との緊密な連携で
顧客サービス向上



物資

アゼルバイジャンにおける新規プロジェクトを始動

当社産業資材部は、2011年以来10年以上にわたり、業務提携先で地質・防災のエキスパートである応用地質株式会社と提携し、アゼルバイジャン共和国において国家的プロジェクトをはじめ多数の防災コンサルティング事業を実施。近日中に、バクー市とその周辺地域における防災を推進するための調査・分析を行う新たな大規模プロジェクトについて契約締結の見込み。いよいよ始動を迎える。

今後も、日本の優れた技術・人材・知見・経験に基づき、同国における社会インフラ関連の調査・分析を行い、ソリューションの提供により社会課題解決に貢献。

アゼルバイジャン共和国のある
コーカサス地域一帯

アラビアプレートとユーラシアプレート
2枚の巨大なプレートの境界線にあたる
地震多発地域

調査・分析



ソリューション提供

安全・安心で持続可能な
都市基盤の構築に貢献



食品製造現場のDX推進のための現場帳票電子化システムの開発・提供

神栄テクノロジー株式会社は、より付加価値の高い製品の開発販売へのシフトや、顧客のDX化ニーズのプラットフォームとしての進化によるシステム・サービス事業で、高収益事業モデルの基盤づくりを推進中。

新たなシステム事業として、カネテツデリカフーズ株式会社と協働し、同社の食品工場での品質管理のさらなる向上と業務効率化を実現する現場帳票電子化システム「F-Repo®」を構築・導入。

今後は、「F-Repo®」を戦略的品質管理のためのDX支援ツールとして、より広く市場へ提供。食品製造分野を中心に、持続可能な生産体制の構築に貢献。



医薬品物流分野でGDP*1対応の
温度監視システムなどの実績



「FSSC22000」認証*2に基づく
高い品質基準での食品製造



F-Repo®紹介ページ
<https://www.s3platform.jp/f-repo/>

DX推進

記録作業はすべてタブレット入力

入力データはクラウドで一元管理



- 製造現場の業務効率化
- 記録データの信頼性向上
- 管理者の業務効率化
- 働き方改革の推進
- サステナビリティの推進

など

記録に関わる作業量と時間を大幅削減
自動チェック機能による明らかな誤入力回避
リアルタイムでの帳票確認、ワークフロー処理
作業軽減、多言語化によるコミュニケーション改善
ペーパーレス化による手書きや印刷に関わる資源の大幅削減

*1 GDP: 医薬品の完全性を保証するための適正流通の基準

*2 「FSSC22000」認証: 高度な食品安全マネジメントシステムに関する国際規格

アパレルブランド拡充による事業拡大を推進

当社アパレル通販事業グループでは、テレビショッピング向け事業において取扱いブランドの拡充を推進。
新ブランドとして、2024年12月にアパレルブランド「HEAVEN AND EARTH」(ヘブンアンドアース)、2025年2月にファッション雑貨ブランド「Unica」(ウニカ)が大手テレビショッピングでデビュー。
既存ブランド強化と新ブランド展開によるテレビショッピング向け事業の拡大を通じて、新たな市場にもアプローチ。

HEAVEN AND EARTH

洗練された大人のストリートファッションを提案するブランド。人と同じではつまらない！新たな女性の“カッコイイ”を求めて、これからの自分に向き合い新たなライフスタイルを願う女性に向けて、“カッコよさ”にこだわり、少しエッジの効いた辛口で、少しきちんとした大人のストリートスタイルを提案。



Unica

大人のリラックス感とフェミニンで優しげな甘めのトレンドを取り入れたファッション雑貨ブランド。機能的でユニークなシルエットにこだわり、洗練されたデザインと実用性を兼ね備え、毎日のコーディネートに溶け込みながらも特別な存在感を放ち、日々をもっと心地よく彩るアイテムを提案。



トピックス(5)

全社

自己株式取得

2025年2月21日に当社普通株式191,200株を自己株式として取得。

当社株主である複数の損害保険会社より、当社株式売却の意向を受け、社会趨勢を踏まえ検討した結果、政策保有株式縮減の一環として、当該売却による当社株式需給への短期的な影響を緩和し、既存の株主様への影響を軽減することを勘案。

取得の内容

(1) 取得対象株式の種類	普通株式
(2) 取得した株式の総数	191,200株
(3) 株式の取得価額の総額	317百万円
(4) 取得日	2025年2月21日
(5) 取得方法	東京証券取引所の自己株式立会外買付取引(ToSTNeT-3)による買付け

全社

3期連続のベースアップ実施

神栄および国内子会社4社は、物価上昇が続く中、従業員の生活を保障するとともに、人的資本への先行投資とこれによる従業員のモチベーションアップが事業拡大に寄与することを企図して、2025年4月に、管理職を含む正社員の基本賃金を一律月額7,000円引き上げるベースアップを実施。

3年累計のベースアップ額は25,000円。

	ベースアップ額 (一律月額)	賃上げ率*
2023年4月	10,500円	5.59%
2024年4月	7,500円	3.92%
2025年4月	7,000円	3.63%
3年累計	25,000円	13.77%

*「賃上げ率」は、定期昇給と併せたグループ全体(対象5社)の組合員平均

中期経営計画

(2025年3月期(2024年度)～2027年3月期(2026年度))

神栄チャレンジプロジェクト2026

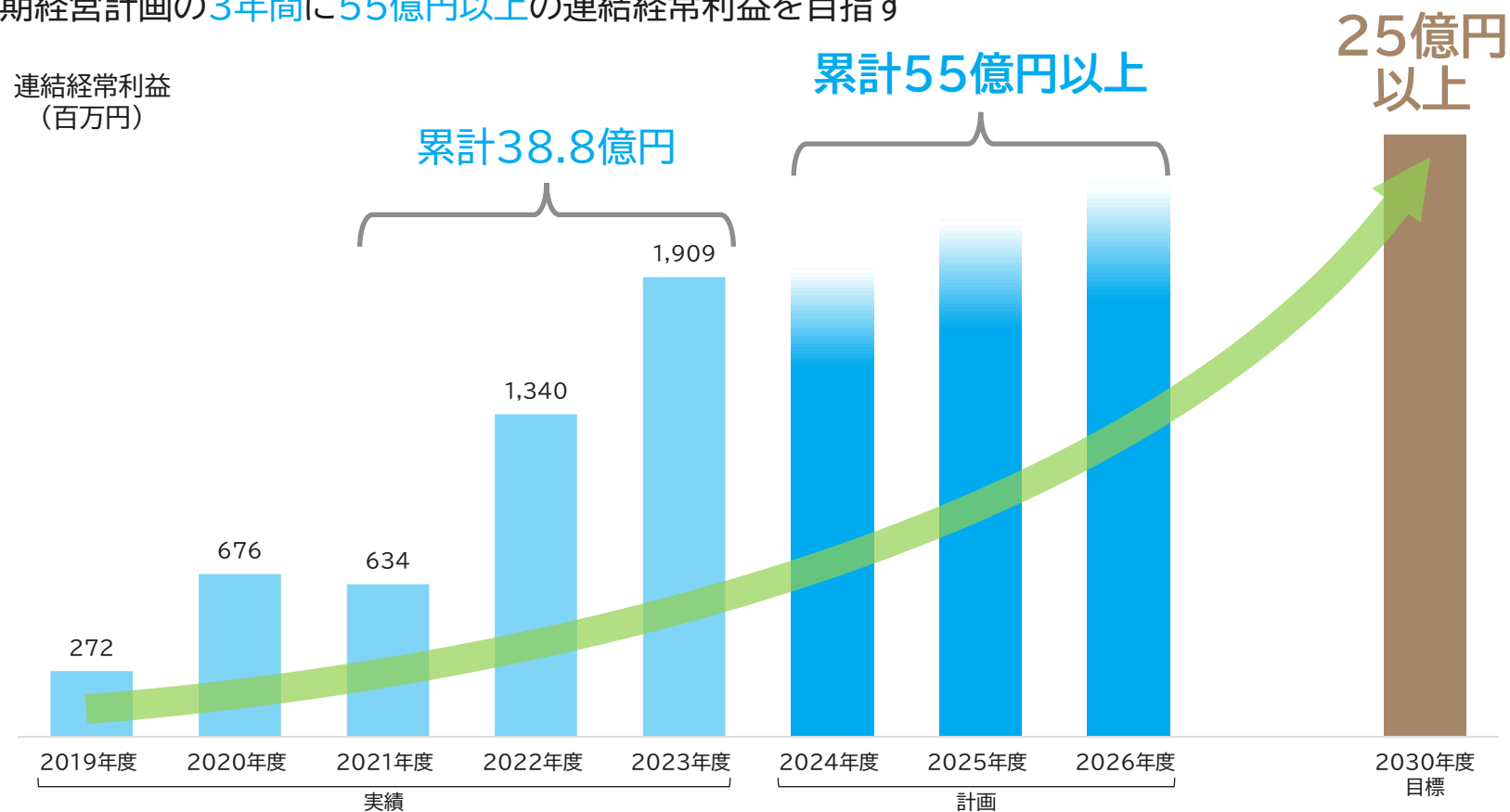
～創立140周年に向けた新たなアプローチ～



中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」の大綱

2030年度目標：連結経常利益 25億円以上、ROE 12%以上維持

- ◆ 2027年5月に今以上に健全で強靱な企業体質を持った状態で創立140周年を迎える準備のための3年間
- ◆ プロアクティブな人材*の育成を通じて収益基盤・収益体質のさらなる強化を図る
*自分自身や環境に影響を及ぼす先見的・変革的な行動を自ら取る人材
- ◆ 本中期経営計画の3年間に55億円以上の連結経常利益を目指す



中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」の数値目標(連結)／基本方針



数値目標(連結)

◆ 経常利益	(3年累計)	55億円以上
◆ 自己資本比率	(2026年度末)	35%以上
◆ ROE	(2026年度)	15%以上
◆ 配当性向	(各年度)	30%程度
◆ 有利子負債残高	(2026年度末)	120億円以下
◆ PER	(2026年度末)	12倍以上

基本方針

- ◆ 競争力のある事業ポートフォリオの組成による安定した収益の確保
- ◆ 人的資本経営の推進と機会付与による人材力拡充や次世代育成・登用による事業承継の基盤づくりおよび健康経営の推進
- ◆ 社内外と協働する企業風土の醸成
- ◆ サステナブル経営の推進、CSV*をベースとするビジネスの展開
- ◆ DXの推進やデジタル技術の活用による、新たなビジネスモデルの構築、生産性改善・業務効率向上
- ◆ コーポレートガバナンス・コンプライアンス・リスクマネジメントの強化継続

*Creating shared value(共通価値の創造):企業が自社の強みを用いて、事業を通じて社会的課題の解決、すなわち「社会価値(環境、社会へのポジティブな影響)」と「経済価値(事業利益、成長)」の両立を目指す考え方

中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)の進捗状況



	2019年度 実績	2020年度 実績	前中期経営計画			本中期経営計画		
			2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 計画	2026年度 計画
経常利益 (百万円)	272	676	634	1,340	1,909	1,431	累計 5,500以上	
期末自己資本比率 (%)	7.3	12.6	14.6	19.3	28.7	31.9		35以上
ROE (%)	△30.5	23.2	15.5	23.5	27.0	16.1		15以上
配当性向 (%)	—	—	—	17.1	19.7	27.7	30程度	
期末有利子負債残高 (百万円)	15,604	14,096	15,188	14,684	13,823	13,499		12,000 以下
期末PER (倍)	—	9.80	7.06	3.66	4.16	4.96		12以上
(参考)期末株価 (円)	558	1,284	861	854	1,684	1,612		
(参考)期末PBR (倍)	1.29	1.84	1.02	0.75	0.90	0.72		

* 期末有利子負債には、割引手形の期末残高を含む

中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)(1)

・経常利益：目標 3年累計 55億円以上

- ◆ 2025年度は過去最高益(2023年度)も念頭に利益の上積みを目指す
- ◆ 現時点では目標の変更は行わず、2025年度を挽回を期す1年間と位置付ける

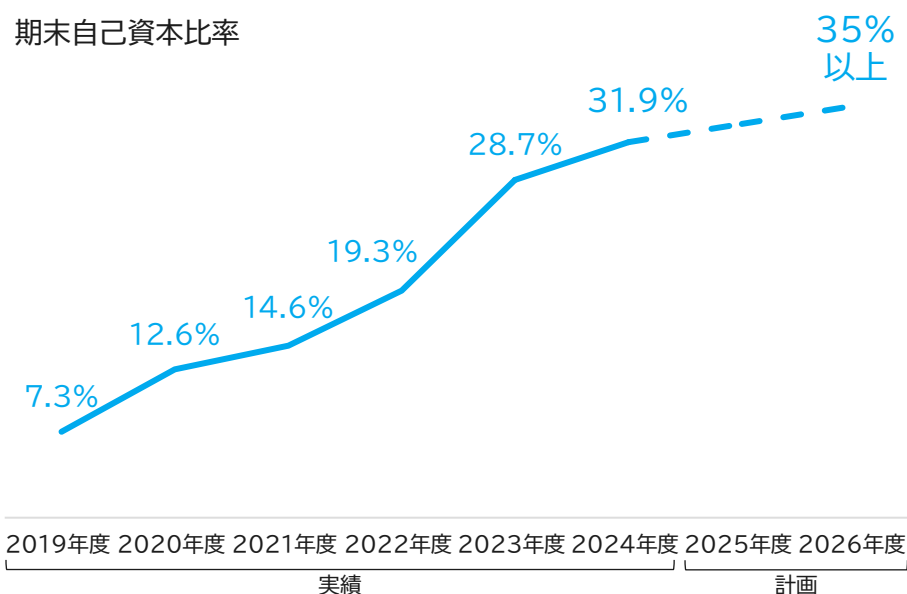
単位:百万円	2019年度 実績	2020年度 実績	前中期経営計画			本中期経営計画	
			2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	
経 常 利 益	272	676	634	1,340	1,909	1,431	
			累計 3,884			累計 5,500以上	
食 品 関 連	1,440	1,304	1,072	1,667	2,103	1,883	
			累計 4,843			累計 6,600以上	
物 資 関 連	276	276	377	597	627	437	
			累計 1,602			累計 1,700以上	
織 維 関 連	△170	30	△57	△101	△23		
電 子 関 連	109	368	449	308	241	243	
			累計 999			累計 1,100以上	
事業開発関連						△5	
						累計 0以上	
全 社 費 用 等	△1,383	△1,302	△1,208	△1,131	△1,039	△1,127	
			累計 △3,379			累計 △3,900以内	

中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)(2)

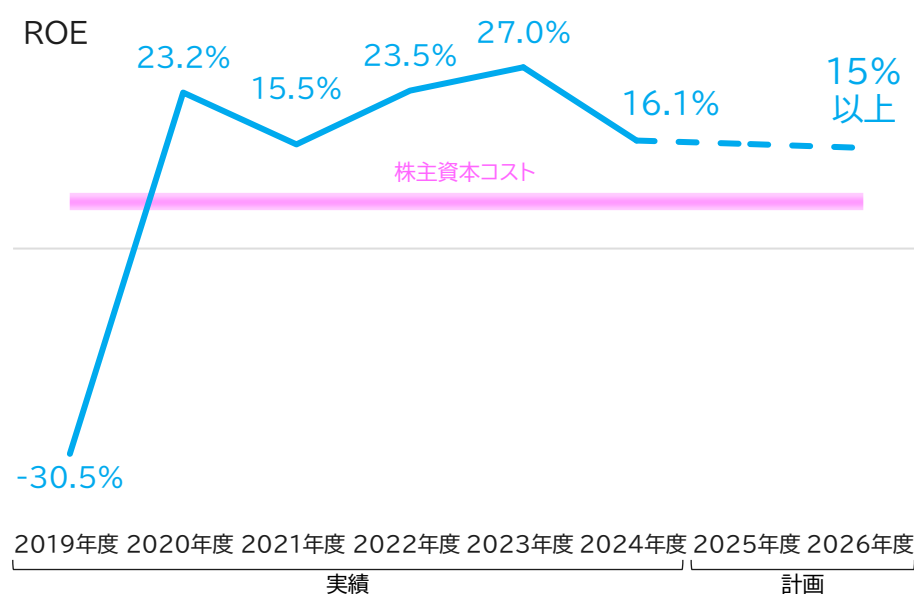
- ・期末自己資本比率：目標 2026年度 35%以上
- ・ROE：目標 2026年度 15%以上

- ◆ 財務体質の強化と収益性のバランスを考慮
- ◆ 持続的な企業成長の基盤となる自己資本は利益計上による拡充を基本
- ◆ 自己資本が増加しても、株主資本コスト(6～8%程度)を大きく上回るROEを維持
 - ✓ 利益計上により自己資本は順調に拡大し期末自己資本比率は32%弱まで伸長
 - ✓ 自己資本の増加によりROEは低下も15%以上を維持

期末自己資本比率



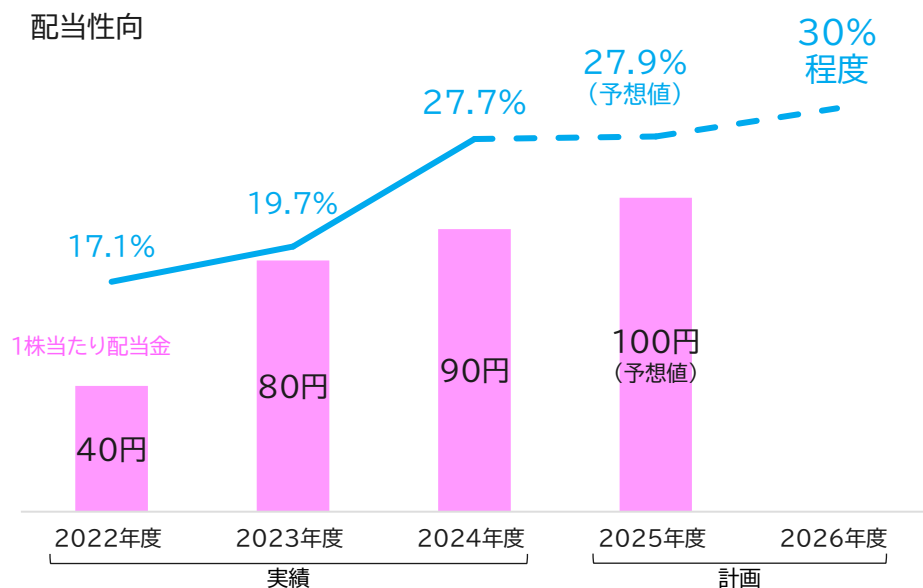
ROE



中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)(3)

・配当性向：目標 各年度 30%程度

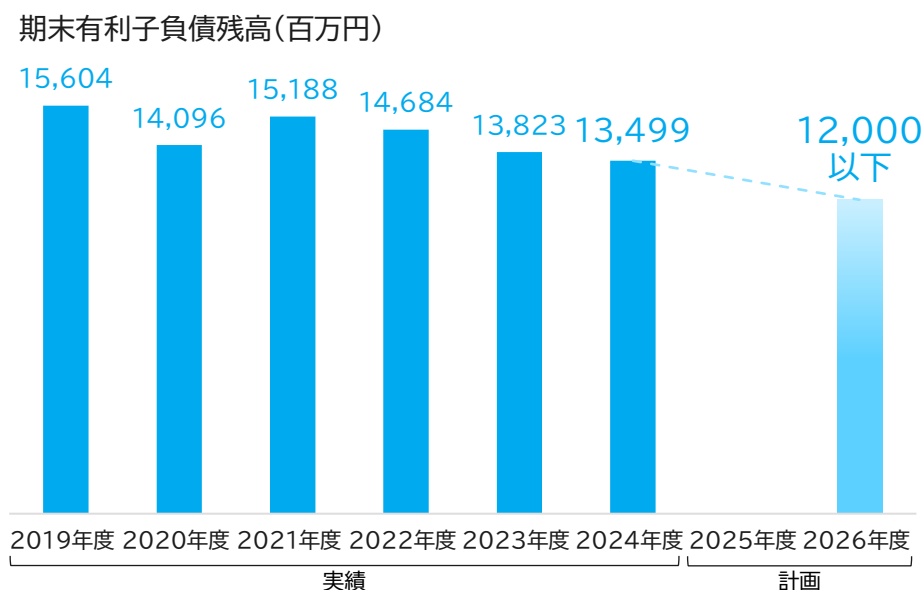
- ◆ 株主の皆さまへの利益還元は経営の最重要課題との位置付け
 - ◆ 財務体質の強化を考慮しつつ、明確な数値基準を設定し利益に応じた分配を実施
 - ◆ 2024年度～2026年度の各年度の期末日を基準日とする各期末配当において実行
- ✓ 2024年度は前期比10円増の90円の配当を実施(配当性向27.7%)
 - ✓ 2025年度も4期連続増配となる10円増の100円の配当を予定



中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)(4)

・期末有利子負債残高：目標 2026年度 120億円以下

- ◆ 財務体質強化のため、利益計上に加え運転資金の効率運用などにより有利子負債のさらなる圧縮を推進
 - ◆ 売上伸長に伴う運転資金増加には柔軟に対応
 - ◆ 3年間で約20億円の削減を計画
- ✓ 自己株式取得や売上拡大に備えた在庫積み増しなどで前期比3.2億円の削減にとどまる



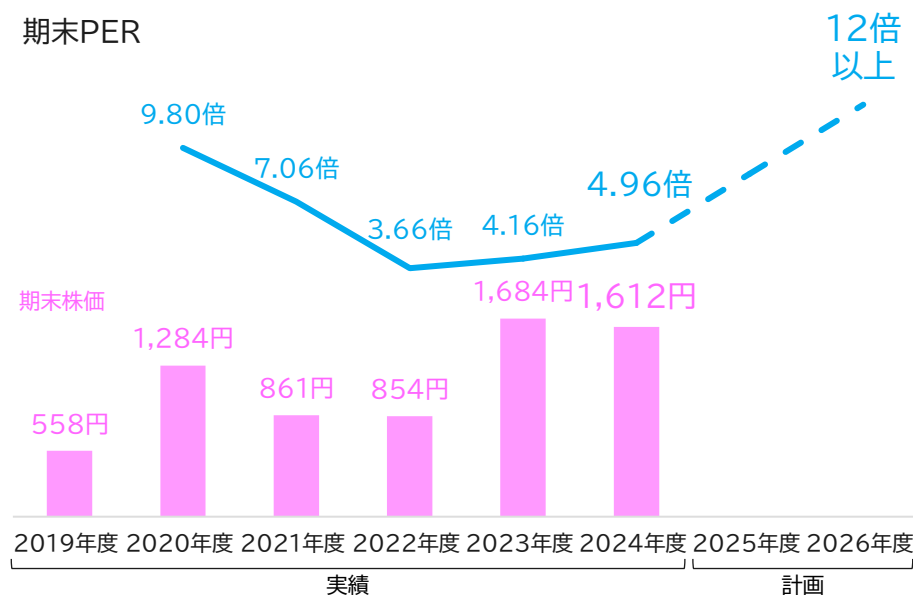
- ◆ 利益計上と運転資金圧縮により削減を継続
- ◆ 政策保有株式の縮減などにより資本効率を向上

* 期末有利子負債には、割引手形の期末残高を含む

中期経営計画「神栄チャレンジプロジェクト2026」 数値目標(連結)(5)

・期末PER：目標 2026年度 12倍以上

- ◆ 好調な業績を背景としたIRの強化により、株式市場での認知度を高め株式流動性（時価総額や出来高）を向上
- ◆ 決算説明資料など、株式市場が求める情報を適時適切に発信
- ◆ 個人投資家向け説明会の継続をはじめ、神栄グループの事業や今後の成長性に対する理解促進につながる様々な取組みを推進
- ✓ 中期経営計画や決算説明資料の公表、決算短信における情報の充実、個人投資家向け説明会の開催や質問に対する回答の公表など情報発信に取り組むも株価は伸び悩み
- ✓ 2025年3月期末時点の株主数は3,987名で、個人を中心に前期末比782名の大幅増



- ◆ 収益拡大を実際の業績で示すことで企業成長をアピール
- ◆ 情報発信の取組みを継続
- ◆ 政策保有株式の縮減などにより資本効率を向上

Appendix



会社概要



— 暮らしを支える価値創造 —

1887年、神戸の地で誕生した神栄株式会社は、
以来、神戸とともに成長し、時代の試練にも
果敢に立ち向かいながら社業を発展させてきました。

「神栄」という社名は、
「神戸の繁栄への願い」と「発祥の地である 神戸栄町」に
ちなんで命名されたもの。
私たちはこの名を大切にしながら、
世界の人々の豊かな暮らしを支える事業を展開してまいります。

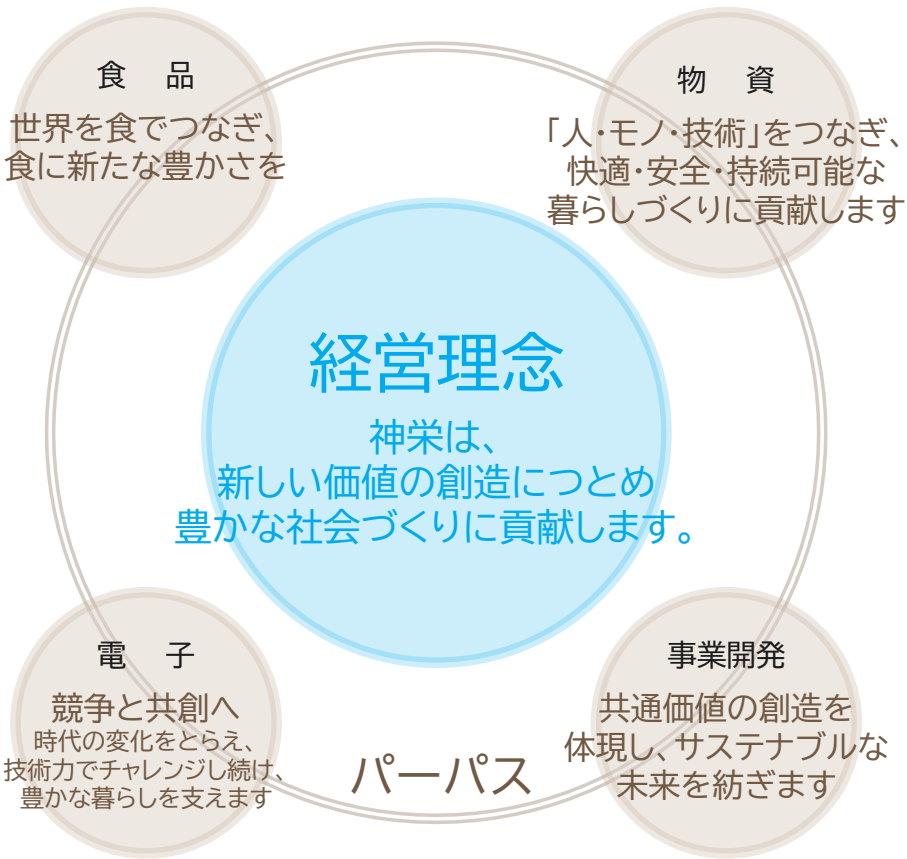




会社概要

会社名	神栄株式会社(英文社名:SHINYEI KAISHA)
本社	神戸市中央区
設立	1887年5月
上場市場	東京 スタンダード市場上場(3004)
事業内容	国内および海外における各種商品の販売および輸出入、 電子部品・関連製品の製造・販売および輸出
セグメント	食品関連・物資関連・電子関連・事業開発関連 (4セグメント)
従業員数(連結)	463名(2025年3月31日現在)

経営理念とパーパス



沿革 「繊維」に始まり「物資」「電子」「食品」へと展開

各事業との関係

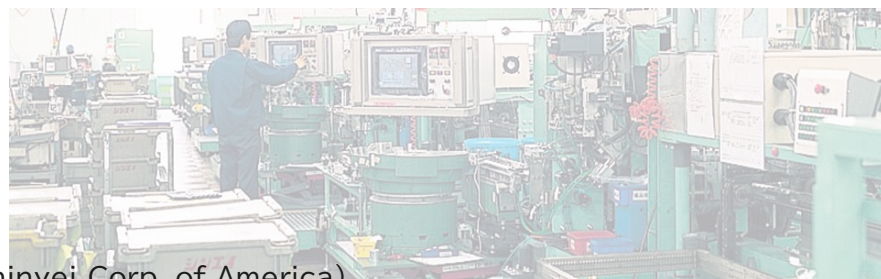
食品

物資

繊維

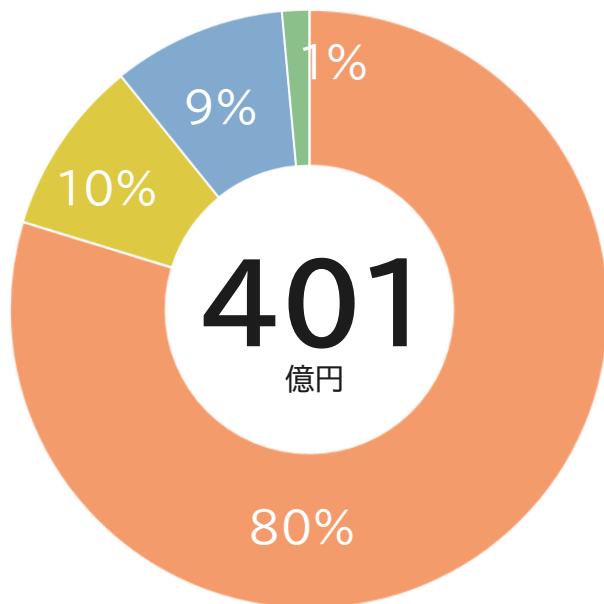
電子

- 1887年 生糸問屋として神戸に誕生
- 1915年 貿易部を新設し繊維・雑貨などの輸出を開始
- 1928年 製糸業に進出
- 1929年 対米生糸輸出の拠点としてニューヨーク支店を設置
- 1943年 電機部品分野に進出しコンデンサの製造を開始
- 1949年 東京・大阪の両証券取引所に株式を上場
- 1952年 中国貿易の開始
- 1959年 対米国取引一層拡充のためニューヨークに現地法人を設立
- 1961年 中国より「友好商社」に指定
- 1965年 世界で初めてポリプロピレンフィルムコンデンサの開発に成功
- 1970年 業界初の金属酸化物型湿度センサを開発
- 1971年 日本で初めて中国から冷凍野菜の輸入を開始
- 1978年 湿度計測の性能を飛躍的に向上させた高分子湿度センサを開発
- 1979年 米国における新会社としてニューヨークに現地法人を設立(現・Shinyei Corp. of America)
- 1983年 製糸業から撤退
- 1992年 東南アジアにおけるコンデンサの製造拠点としてマレーシアに現地法人Shinyei Kaisha Electronics (M) SDN. BHD.を設立
- 1996年 全社的な営業拠点として香港支店を開設
- 2000年 建築金物販売事業を営む会社をグループ化(現・神栄ホームクリエイト株式会社)
- 2001年 試験機および測定機器の製造・販売事業を営む会社をグループ化(現・神栄テクノロジー株式会社)
- 2007年 電子事業を再編して神栄テクノロジー株式会社に集約
- 2009年 グループの研究開発拠点として「神栄グループR&Dセンター」を開設
- 2011年 コンデンサ事業強化のため神栄キャパシタ株式会社を設立
アゼルバイジャン共和国における防災コンサルティング事業を開始
- 2012年 中国での冷凍食品販売のため現地法人神栄商事(青島)貿易有限公司を設立
- 2013年 東南アジアにおける冷凍食品等の仕入拠点としてホーチミン事務所を開設
- 2015年 茨城県つくば市に試験機および測定機器の研究開発・製造拠点を開設
- 2017年 テレビショッピング向けアパレル通販事業を開始
- 2021年 株式会社メディパルホールディングスと資本業務提携
- 2022年 日本における冷凍食品輸入販売事業拡大のための仕入拠点としてバンコク事務所を開設



事業構成(2025年3月期) 売上高の約8割が食品関連

2025年3月期
売上高



食品関連

320 億円



冷凍食品



農産物
(落花生・ナッツ類など)

物資関連

38 億円



防災関連、建設機械、金属加工品、生活資材、ベアリング、試験機、建築金物・資材



電子関連

37 億円



センサ



コンデンサ



計測機器



試験機

事業開発関連

5 億円



アパレル通販



食品輸出

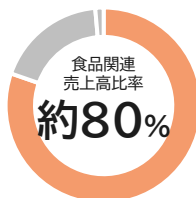
食品関連 世界各国の食材を通じて食の豊かさを探求し、安全で安心な食品を提供



- ◆ 幅広いネットワークを駆使して世界各地から選りすぐりの食品を調達し、徹底した品質管理により、安全・安心で豊かな食文化を提供

国内冷凍食品事業

業務用を中心とした冷凍食品の販売
(冷凍野菜・冷凍調理品・冷凍水産加工品等)



生産の90%以上は海外の協力工場で生産し、日本に輸入

当社基準の品質管理体制により、現地で食材を調達・加工・生産
本社に独立した品質管理部門を設置し、安全・安心を担保

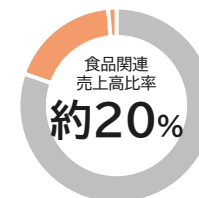
安全に対する高い信頼性が要求される医療・老健施設向けに強み

主な販売先

- ・ 医療・老健施設や産業給食
- ・ ホテルや飲食店などの外食
- ・ スーパー・ドラッグストアなど量販店
- ・ 食品メーカー

農産事業

各国から仕入れた落花生・ナッツ類の販売



落花生の輸入取扱量では国内トップクラス
カシューナッツにおいても国内トップクラス

主な取引国

- ・ インド、ベトナム、米国、中国、ブラジル、オーストラリア、南アフリカ、ミャンマー、フィリピン、タイなど

主な販売先

- ・ 問屋やメーカーなど

海外事業

中国・香港市場における各種冷凍食品の販売

物資関連 「人・モノ・技術」をつなぎ、人々の豊かな暮らしづくりに貢献

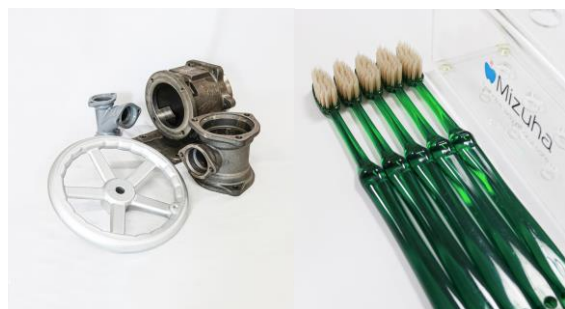
- ◆ 日本の優れた技術や製品を海外に輸出するとともに、安全・安心で豊かな暮らしを実現する
建築金物・建築資材や生活用品を提供

防災コンサル事業



防災に関するコンサルティングから防災工事に必要な機械や資材の提供まで、防災技術全般の役務を提供

物資輸出入事業



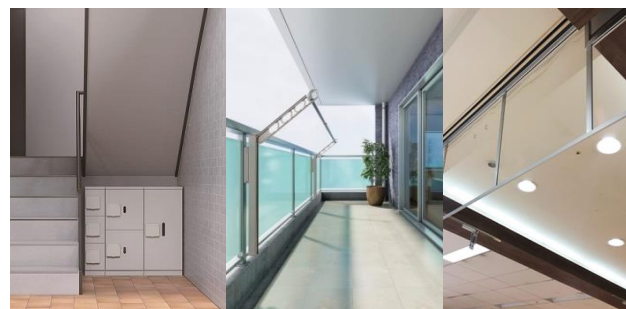
東南アジア製の高品質の鋳物製品や日用品を輸入・販売、日本トップメーカーの建設機械を輸出、歯ブラシや工業用ブラシなど幅広い用途に応じたブラシ等を販売

北米輸出事業



携帯端末などの信頼性試験に使用される各種試験機や顧客の技術課題を解決する高機能特殊ベアリングなどを北米へ輸出

建築金物・ガラス事業



宅配ボックス、バルコニー物干金物など暮らしに不可欠な建築金物を製造・販売、鏡・高透過ガラスなどを輸入・販売

電子関連(1) 先進の技術力と新しい挑戦により人々の豊かな生活を支える

- ◆ 独自の技術力と高い品質力を活かし、快適で安全な社会づくりに貢献する
電子部品・製品・サービス・システムを提供

センサ機器事業

白物家電・自動車向けからビル空調や
ハウス栽培等、幅広い用途に向けた
センサの開発・製造・校正



空気質を測るセンサ専門メーカー

光学式ホコリセンサユニット

大手家電メーカーの製品に多数採用

自動車、エアコン、空気清浄機、
クリーンルームなど



車載用ホコリセンサユニット

温湿度センサ/ユニット

業界初の金属酸化物型湿度センサを開発
センサ素子からユニットまで販売

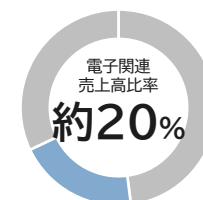
自動車、エアコン、加湿器、
除湿器、ビル空調など



温湿度センサユニット

コンデンサ事業

世界初の高耐熱
ポリプロピレンフィルムコンデンサを開発



フィルムコンデンサの研究開発、製造、販売

産業機器分野、車載電子部品向けに展開

長野・マレーシアの2拠点体制で研究開発と適地生産・適地販売を推進

試験機事業

落下・衝撃試験機の開発・製造



輸送・包装に関わる落下衝撃試験機

日本で初めて開発し製品化、国内トップシェア

物流会社、各種メーカー、公的機関など

スマートフォン用落下試験機

世界で初めて開発、世界トップシェア

スマートフォン、タブレット、ノートPC、スマートウォッチ向けなど

電子部品・小型機器の耐衝撃評価装置

世界初の方式を開発、世界最高性能を実現

ワイヤレスイヤホン、スマートフォン向けに搭載される各種部品向けなど



計測機器事業

各種産業用、物流向けを中心とした
様々な計測機器の開発・製造・校正

日本で初めて製品化

高精度温湿度計測器

厳しい条件下での高精度温湿度計測技術

国内外研究機関、気象関連機関、
ワクチン保管・輸送用途など
物流分野(特に医薬品)市場向けを強化



鏡面冷却式露点計

振動・衝撃計測器

国内の重電物流分野でシェア独占
振動・衝撃を数値化する技術

物流会社、各種メーカーなど



輸送環境記録計

◆ 新規事業の創出やビジネスモデルの確立を通じて、社会課題の解決やサステナブルな社会の実現に貢献

新規事業開発

「社会的価値」と「経済的価値」の両方を創出するCSV(Creating Shared Value: 共通価値の創造)を理念として、新規事業や新たなビジネスモデルを開発

時代の変化を見据え、神栄の強みを活かしつつ、サステナブルな社会を実現することを目指して、新たな未来を創造

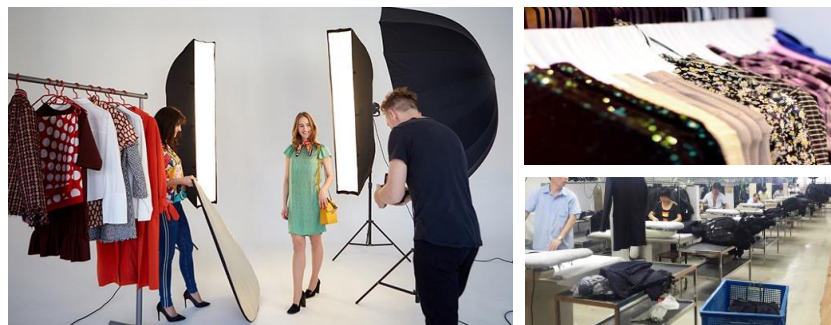
食品輸出事業

高品質な日本産の食品を選びすぐり、香港・東南アジアを中心に海外へ輸出

これまでに蓄積してきた独自の情報を基に、幅広いネットワークを活用することにより、より付加価値の高い個性ある商品を開拓し、安全・安心な日本の食品を海外で販売
海外のお客様に食の新しい価値を提供

アパレル通販事業

テレビショッピング向けの婦人服をメインに、企画から生産、輸入販売までの一貫したプロセスで、競争力のあるアパレル事業を展開



複数のブランドを取扱い、それぞれのブランドが持つ個性を大切にしながらも、トレンドを融合させたスタイリッシュなデザインで、お客様の多様化するライフスタイルに寄り添った魅力ある商品をお届け

拠点 神戸から世界へ、アジアを中心に北中米でも事業を展開

- ◆ グローバルニッチトップ
国内外でトップシェアの製品やサービスを提供



- * グループ会社(アジア)



日本 - Japan

神栄株式会社

本社(神戸市)
東京支店
福岡支店
神栄グループR&Dセンター(神戸市)
沖縄営業所
名古屋営業所
札幌営業所

グループ会社(日本)

神栄テクノロジー株式会社

本社(神戸市)
つくば事業所
福岡工場

神栄リビングインダストリー株式会社

本社(神戸市)

神栄ホームクリエイイト株式会社

本社(大阪府東大阪市)
東京営業所
福岡営業所

神栄キャパシタ株式会社

本社(神戸市)
長野工場

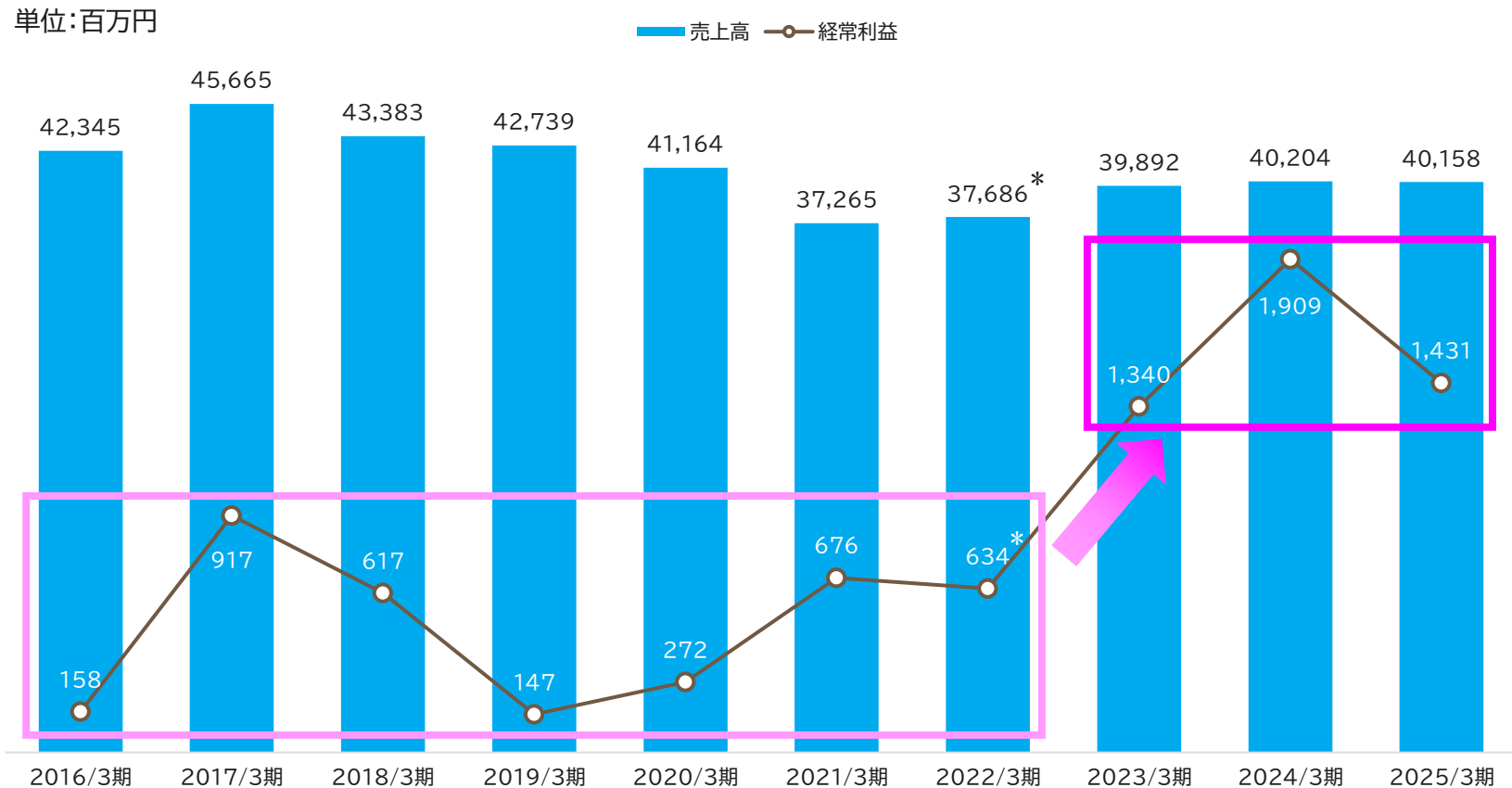
グループ会社(米州)

Shinyei Corp. of America

本社(ニューヨーク)
メキシコ事務所

業績推移 直近3期は経常利益10億円越えを継続

- ◆ 収益を安定化するための不採算事業からの撤退やコロナ禍による売上減少はあったものの、収益認識に関する会計基準等の適用による影響を考慮した実質的な売上高では、コロナ禍前を上回る水準に回復
- ◆ 不採算事業からの撤退に加え、食品関連・物資関連の収益伸長により、従来より一段高い利益水準を維持



* 2022/3期より収益認識に関する会計基準等を適用しており、従来の方法に比べ売上高は1,883百万円、経常利益は8百万円減少

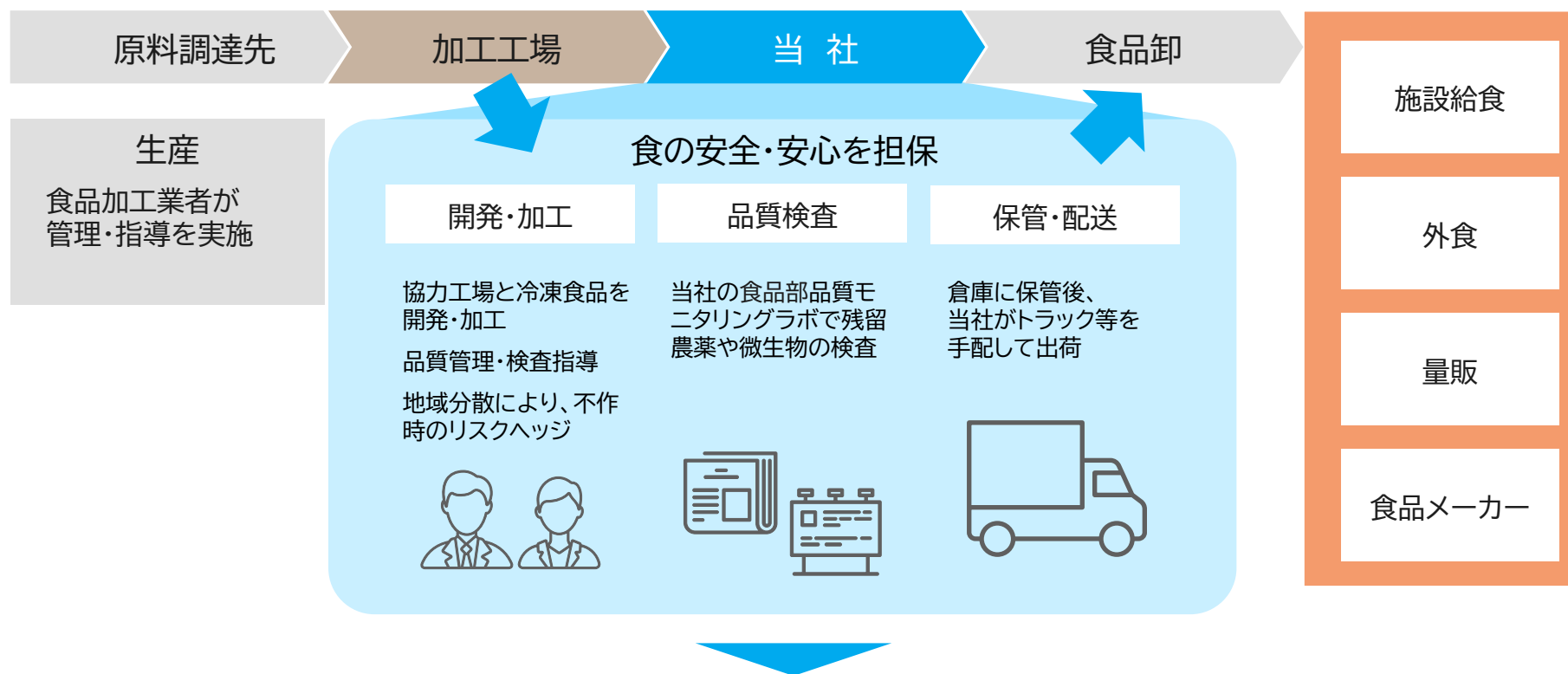
特長・強み

- 商事分野と自社工場を持つ製造メーカーというハイブリッド型をベースに、食品・物資・電子と新たな事業開発を通して、人々の暮らしに関わる様々な事業を手掛け、夫々の業界の好不調の影響を分散できる独自の事業構造
- 従来型の口銭ビジネスを主体とする卸商社ではなく、企画・提案・モノづくりを主体とする商社
- ニッチ市場に生きるセンサ・コンデンサ・落下試験機等の製造メーカー



国内冷凍食品事業の強み(1)「食のモノづくり商社」 ～高い信頼・強固なサプライチェーン～

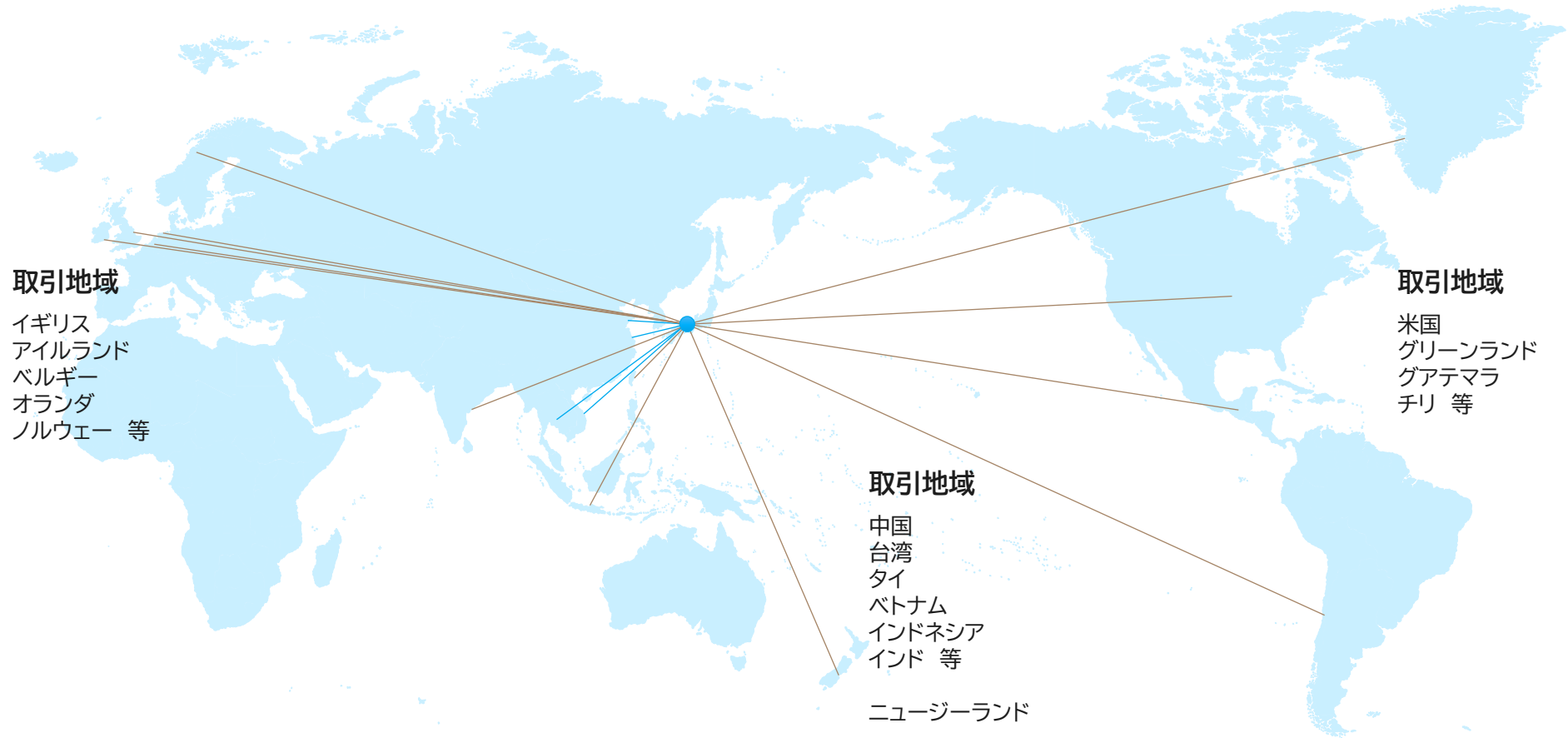
- ◆ 野菜・水産品等の冷凍食品の加工を中国を中心に国内外約130社の加工工場に委託、当社スタッフが生産工程と品質をチェック
- ◆ 輸入冷凍食品は食品部品質モニタリングラボで残留農薬や微生物などの品質を検査し、加工工場に品質指導
- ◆ 高い信頼性が要求される老人ホームなどの施設給食に強み、量販店や食品メーカーなど内食需要向けも強化中



幅広い調達先を持ち、感染症や災害等による仕入れリスクを分散

国内冷凍食品事業の強み(2) グローバルに広がる原料調達ネットワーク

- ◆ 商社のグローバルネットワークを活かして、野菜や水産物を中国・東南アジア・米国等で加工して日本へ輸入
- ◆ 海外にも、長期に渡る取引実績で信頼関係を築いた20か国以上の現地パートナーから食材を輸入



国内冷凍食品事業の強み(3) 高度な品質管理体制

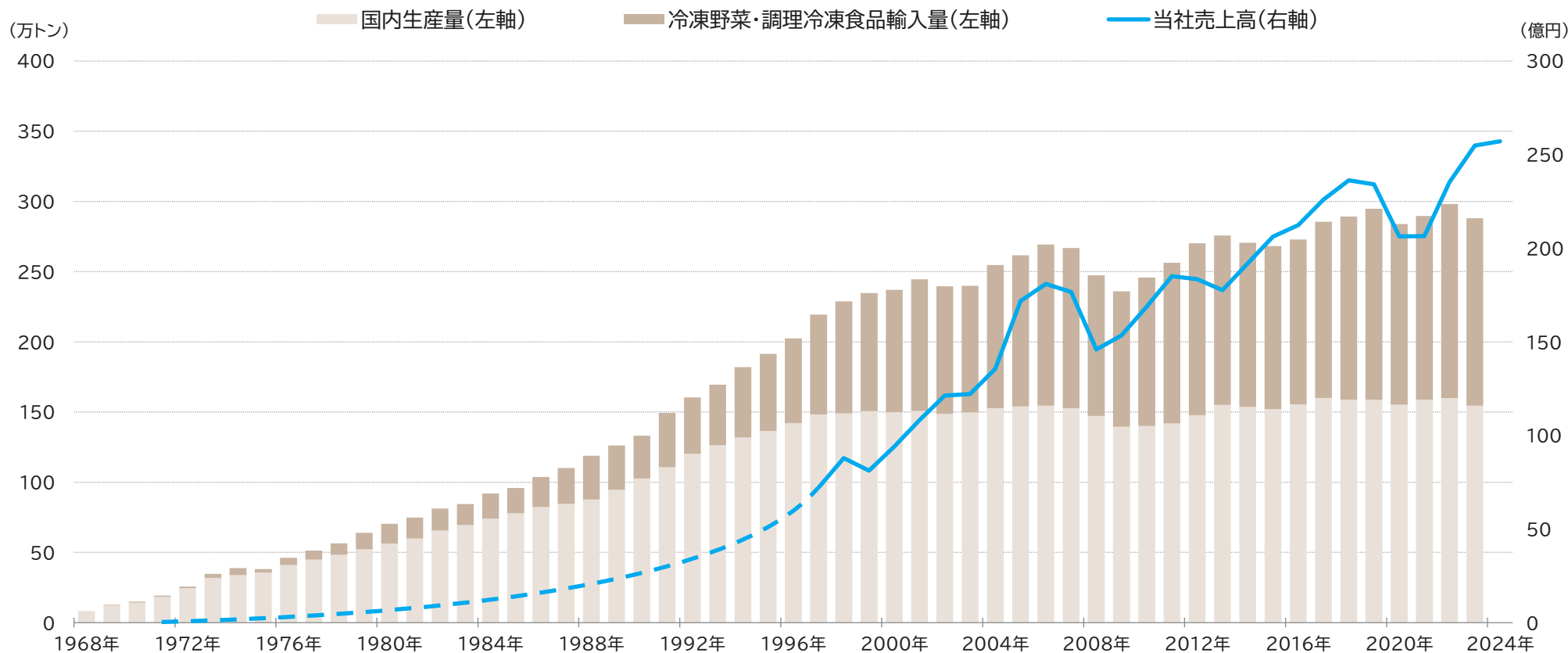
- ◆ 独立した品質管理部門を持ち、残留農薬検査や微生物検査などを実施、安全・安心な食材を提供
- ◆ 現地スタッフや品質管理スタッフが加工工場を訪問し、生産現場の確認と品質管理指導を実施
- ◆ 検査の結果、基準値をオーバーすれば出荷停止



国内冷凍食品事業の推移

- ◆ 1971年に開始した冷凍食品事業は、コロナ禍影響により2021年3月期に売上高が大きく減少したものの、その後は増加し続け2025年3月期には過去最高の257億円まで売上高が伸長
- ◆ 2023年の冷凍食品消費量は288万トンで過去20年間で年平均1.0%増

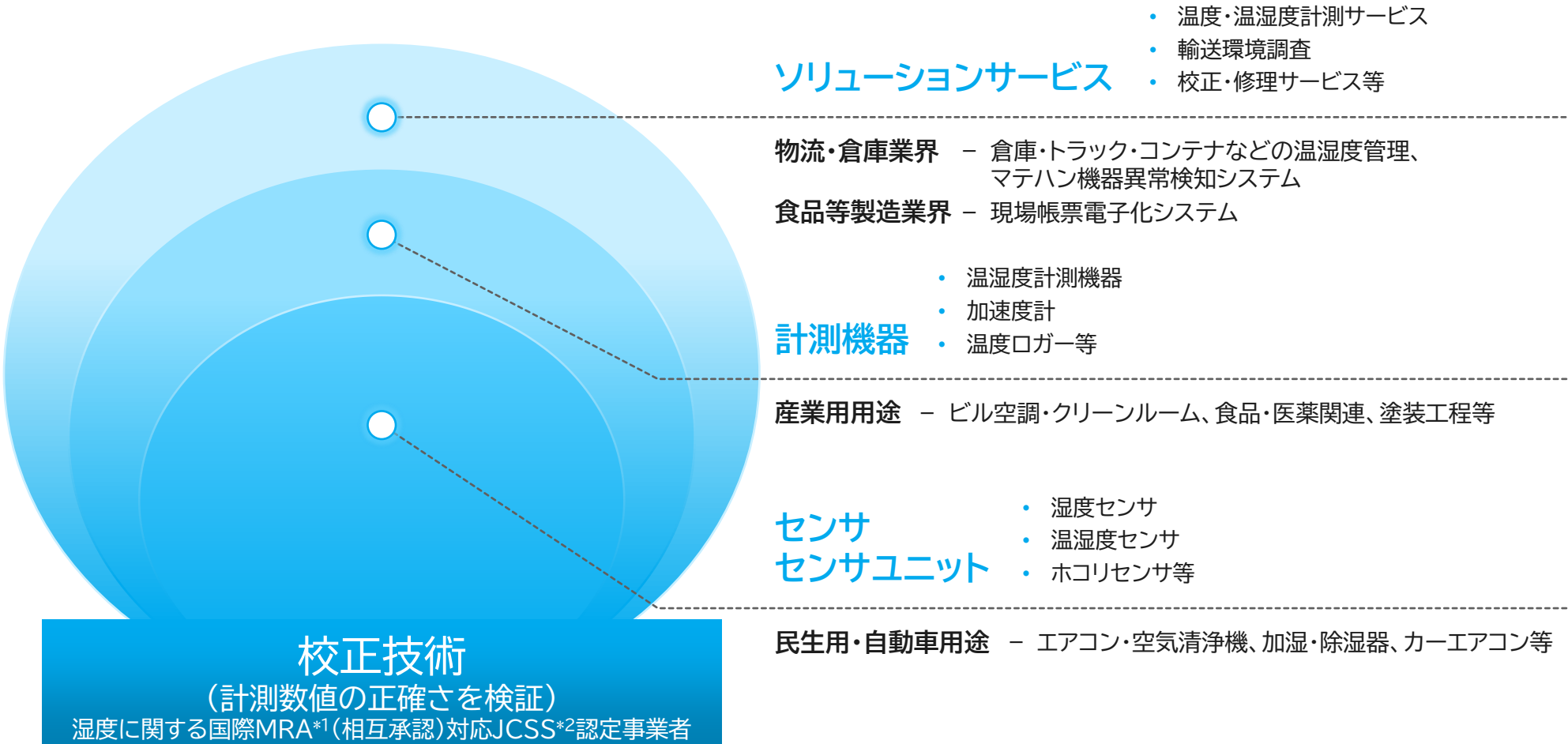
冷凍食品 当社売上高・国内市場



(出所) 国内生産量と調理冷凍食品輸入量は日本冷凍食品協会、冷凍野菜輸入量は「日本貿易統計」(財務省)

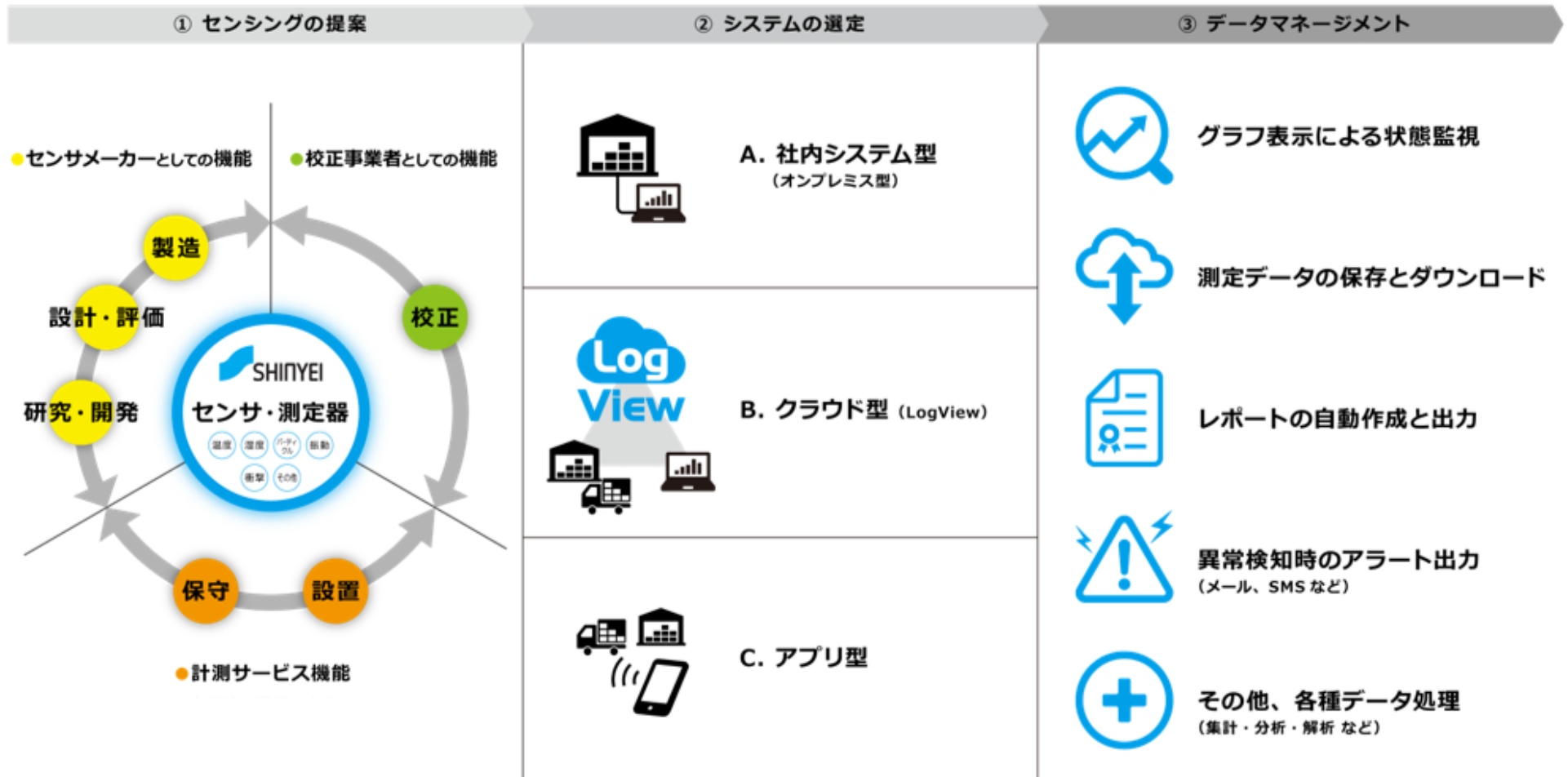
電子事業の強み(1) センサ開発からシステム提供まで展開

- ◆ 光学式ホコリセンサや高分子湿度センサを初めて量産化し、いずれもトップクラス
- ◆ センサや計測技術・校正技術をコアに、計測機器の販売からシステム・サービスに展開し高付加価値化を狙う
- ◆ 納入先も民生用空調機器メーカーから自動車やプラント、物流・倉庫業界へ拡大



電子事業の強み(2) IoTシステムによるDX化支援サービス

- ◆ センシングの提案からシステムの選定、データ管理まで、IoTシステム全体をワンストップで提案し提供する「S3 PLATFORM®」(SHINYEI SMART SENSING PLATFORM)を開始
- ◆ ホコリセンサや湿度センサで高い世界シェアを持つセンサメーカーならではの技術力に基づき、計測データの高い信頼性を確保、目的や用途に応じた最適なシステムにより正確に記録・管理し、様々な活用・出力が可能
- ◆ 幅広い市場・顧客にアプローチできる、高付加価値・高収益の新たなビジネススキーム



サステナビリティの取組み



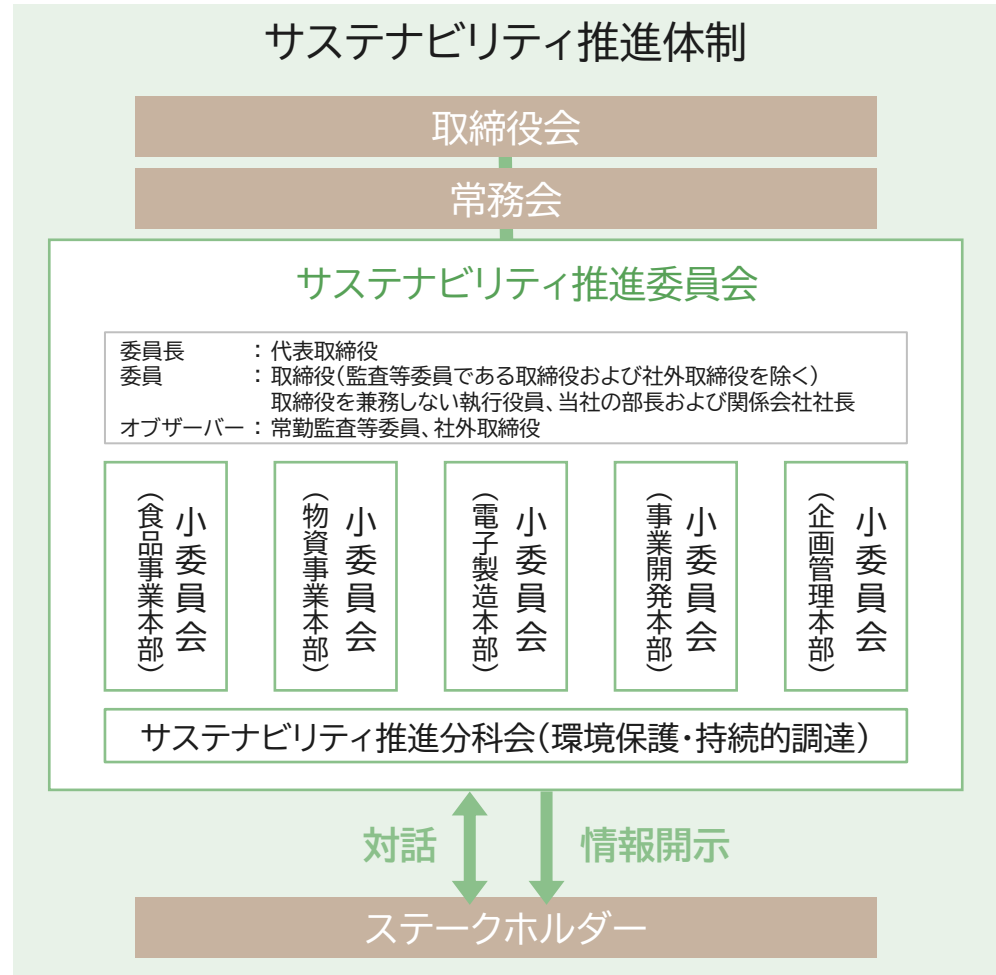
サステナビリティの取組み(1) サステナビリティ基本方針

- ◆ 神栄グループの持続的成長と企業価値向上を目指すことを目的として、取締役会にて「神栄グループサステナビリティ基本方針」の策定と「サステナビリティ推進委員会」の設置を決議
- ◆ 「サステナビリティ推進委員会」は、代表取締役を委員長とする全グループ横断的な組織として、サステナビリティの推進に関する取組み全般の統括管理を担う

神栄グループ サステナビリティ基本方針

神栄グループは
「新しい価値の創造につとめ
豊かな社会づくりに貢献します」

という経営理念の下、
神栄グループ倫理憲章を常に遵守し、
グローバルなネットワークを活用して、
人々の様々な豊かさと持続可能な社会の
実現に向けて全力で貢献するとともに、
その結果として自らの持続的成長と
企業価値向上に努めます。



サステナビリティの取組み(2) マテリアリティ

- ◆ サステナビリティ基本方針を具現化し、企業として社会的責任を果たすとともに持続的成長を目指すために取り組むべきと考える重要度の高い課題「マテリアリティ」を特定
- ◆ マテリアリティに基づき、本部ごとに設置した小委員会およびグループを横断する特定の課題に対応することを目的に設置した分科会において、サステナビリティに関連するリスクや機会に対処するための短期的・中期的な取組みを実施
- ◆ 各取組みは、経営理念やパーパスに基づき、事業拡大や事業創出、事業を通じた社会貢献の実現を目指す

社会課題	マテリアリティ	事業領域	目指すところ	対応するSDGs
地球環境保護(E)	環境に配慮した事業の推進	食品	食品ロス低減への貢献	  
		電子	物流環境における包装材料の削減や製品破損の防止への貢献 各種管理データの記録・印刷に関わる資源の削減	
		全事業	サプライチェーンにおける廃棄物の削減	
		全社	各事業所における温室効果ガス・廃棄物の削減	
持続可能な社会(S)	暮らしを豊かにする製品・商品およびサービスの供給	食品	豊かな食生活に貢献する食品の安定供給	   
		物資	快適・安全・持続可能な暮らしづくりに貢献する製品・商品およびサービスの供給	   
		電子	健康で安全・安心な生活と、これに関わる製造や物流の効率化を促進する製品やサービスの供給	 
		事業開発	社会課題の解決やサステナブルな社会の実現に貢献 心を豊かにし健康で快適な暮らしに役立つ衣料品等の供給	   
	持続可能なサプライチェーンの実現	全事業	サステナブル調達の実現	 
	共創活動の推進	電子	パートナーシップの推進による新たな付加価値の創出	 
	働きがいのある職場環境の整備	全社	働きがいのある職場づくり	    
ガバナンス(G)	経営基盤の強化	全社	ガバナンス体制の強化	
			コンプライアンスの徹底	
			人権尊重の取組みを推進	
			内部通報制度の利用促進	

*社会環境変化などに応じて適宜見直しする

サステナビリティの取組み(3) 具体的な取組み例

パーパス

食品

世界を食でつなぎ、
食に新たな豊かさを

E

長期保存や品質保持などの特性を有する冷凍食品の新商品を開発し、さらに普及させることで、食品ロスの低減に貢献

S

安全・安心はもちろん、リーズナブルかつ利便性の高い商品を、世界中の食材を有効活用して安定的に供給し、社会の発展と豊かな食生活に貢献

物資

「人・モノ・技術」をつなぎ、
快適・安全・持続可能な
暮らしづくりに貢献します

E

サプライヤーや顧客とも協力し、自然環境に配慮し、環境負荷の少ないサステナブル素材を使用した商品を供給、また開発を推進

S

海外において、自然災害対策や施設等の安全対策に関するコンサルティングや資機材の供給により、安全で持続可能な都市基盤の構築に貢献

電子

競争と共創へ
時代の変化をとらえ、技術力でチャレンジ
し続け、豊かな暮らしを支えます

E

ウェビナーや各種試験機・受託試験サービスなどで物流環境における包装材料削減、ペーパーレス支援システムで資源削減や業務効率化に貢献

S

メディパルHDとのコラボによる温度ロガーのコロナワクチン温度管理用途での供給を契機に、医薬品物流における品質・有効性・安全性の確保に貢献

事業開発

共通価値の創造を体現し、
サステナブルな未来を紡ぎます

E

アパレル商品の売れ残り品や不良品の“廃棄ゼロ”を目指した品質不良発生の防止、販売先ネットワークの拡大を推進

S

社会課題の解決やサステナブルな社会の実現への貢献を目指した共通価値の創造(CSV)を体現する新規事業開発を推進

全社／全事業

E

各事業所におけるCO₂排出量や廃棄物数量の削減、ペーパーレスなど、環境に配慮した取組みを強化

S

仕事のやりがい向上のための制度・職場環境の整備や、適切なワークライフバランスを支援する多様な働き方を可能とする制度改定や体制整備を継続

G

取締役会の多様性を確保、研修や啓発によりコンプライアンスを徹底、人権尊重の取組みを推進、内部通報制度を周知・啓発

注意事項

事業の展望、業績予想等の将来の動向にかかる記載につきましては、歴史的事実ではないため、不確定な要素を含んでおります。

現在入手可能な情報に基づいて作成したものであり、実際の業績は、今後の様々な要因により予想と異なる結果となる可能性があることをご了承願います。

