

2027年3月期第2四半期(中間期) 決算説明資料

2026年10月30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. 2027年3月期中間期決算	<u>P2</u>
2. 2027年3月期業績予想	<u>P8</u>
3. トピックス	<u>P11</u>
4. 中期経営計画	<u>P17</u>
Appendix	<u>P26</u>
5. 会社概要	<u>P27</u>
6. 特長・強み	<u>P39</u>
7. サステナビリティの取組み	<u>P46</u>

2027年3月期中間期決算



2027年3月期中間期 業績概要(前期比較)

- ◆ 売上高は、物資関連などが伸長し増収
- ◆ 経常利益は、利益率の低下に加え、販売費・人件費を含む一般管理費が増加し減益
- ◆ 前期に特別利益として計上していた投資有価証券売却益などが当期はなかったことに加え、特別損失にコンデンサ事業に係る事業撤退費用や係争事案における和解費用を引当計上し、純利益は損失計上

	2026/3期中間期		2027/3期中間期		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	21,411	100.0	21,552	100.0	+0.7	—
売 上 総 利 益	4,410	20.6	4,375	20.3	△0.8	△0.3
販 管 費	3,601	16.8	3,754	17.4	+4.3	+0.6
営 業 利 益	809	3.8	621	2.9	△23.2	△0.9
経 常 利 益	829	3.9	658	3.1	△20.6	△0.8
中 間 純 利 益	1,071	5.0	△98	△0.5	—	—
1株当たり純利益	273.92円	—	△25.14円	—	—	—

2027年3月期中間期 四半期業績概要(前期比較)

- ◆ 1Qは売上伸長も売上総利益・営業利益が減益、前期に計上していた特別利益がなく特別損失も計上したことで純利益は損失計上
- ◆ 2Qは売上高・売上総利益は前期並みも営業利益・経常利益が減益、特別損失の計上もあり純利益は損失計上

単位:百万円	2026/3期				2027/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	10,613	10,797	11,339	10,516	10,744	10,807
売上総利益	2,175	2,235	2,316	2,205	2,143	2,231
販管費	1,779	1,822	1,851	1,833	1,855	1,898
営業利益	395	413	465	371	288	333
経常利益	412	417	566	329	415	243
四半期純利益	746	325	373	△98	△28	△70

(参 考)

平均為替レート(米ドル)	144.58円	147.44円	154.12円	156.96円	159.57円	159.41円
--------------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

2027年3月期中間期 セグメント別売上高・経常利益(前期比較)

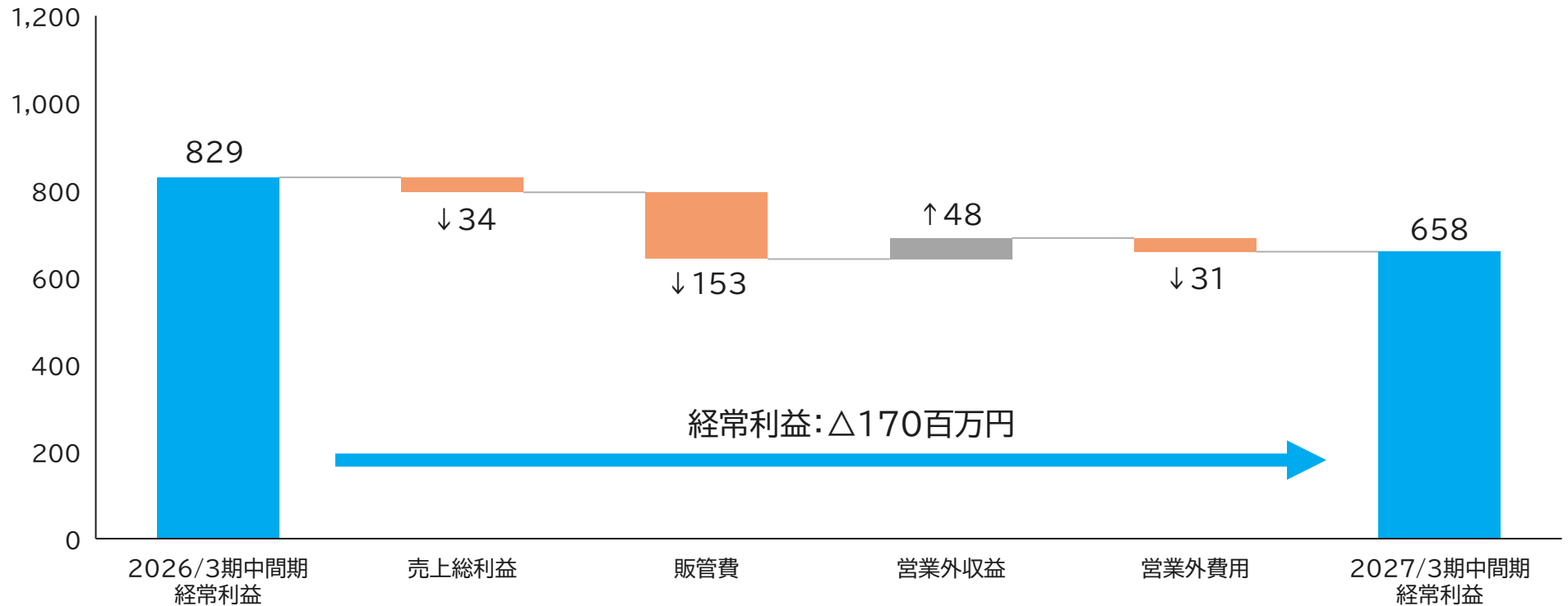
- ◆ 食品関連は、冷凍食品分野が売上伸長も農産分野の販売数量減少によりやや減収、冷凍食品分野で価格競争の激化により価格調整が限定的となったことや物流コストの上昇もあり減益
- ◆ 物資関連は、海外防災関連分野や北米向け輸出が好調で、オーラルケア商品の販売も伸長し大幅増収・増益
- ◆ 電子関連は、計測・試験機器分野が堅調ながらコンデンサ分野の採算悪化により、売上高は前期並みも減益
- ◆ 事業開発関連は、アパレル通販分野で売上は堅調も利益率低下により、増収ながら損失拡大

単位:百万円	2026/3期					2027/3期			
	1Q	2Q	中間期	3Q	4Q	1Q	2Q	中間期	前期比(%)
売上高	10,613	10,797	21,411	11,339	10,516	10,744	10,807	21,552	+0.7
-食品関連	8,700	8,828	17,528	9,133	8,208	8,777	8,634	17,412	△0.7
-物資関連	791	893	1,685	1,032	1,176	943	992	1,935	+14.8
-電子関連	968	971	1,939	951	1,001	882	1,044	1,926	△0.7
-事業開発関連	153	104	257	222	129	140	136	277	+7.9
経常利益	412	417	829	566	329	415	243	658	△20.6
-食品関連	557	566	1,124	596	427	469	414	884	△21.4
-物資関連	72	94	167	116	176	113	154	267	+59.4
-電子関連	69	86	156	67	83	32	106	138	△11.4
-事業開発関連	△4	△24	△28	△3	△24	△10	△26	△36	—
-全社費用等	△284	△306	△590	△209	△332	△189	△405	△595	—

2027年3月期中間期 経常利益増減要因(前期比較)

- ◆ 増収ながら利益率の低下により売上総利益は△34百万円
- ◆ 物流コストなど販売費と人件費を含む一般管理費の増加により販管費は+153百万円
- ◆ 受取配当金の増加などにより営業外損益は+17百万円
- ◆ その結果、経常利益は前期比△170百万円

単位:百万円



2027年3月期中間期 貸借対照表(前期比較)

- ◆ 営業キャッシュ・フローはプラスも、配当金支払いなどにより有利子負債は+185百万円と増加
- ◆ 保有有価証券の時価評価などにより、純資産は+1,001百万円と大幅増加
- ◆ 自己資本比率は前期末比+1.5ptと38.4%に上昇

単位:百万円	2026/3期	2027/3期中間期	前期末比
流動資産	18,333	17,670	△663
(内、現預金)	1,318	1,157	△161
(内、売上債権)	6,297	6,402	+105
(内、棚卸資産)	10,444	9,823	△620
固定資産	11,100	13,214	+2,113
(内、有形固定資産)	3,564	3,495	△69
総資産	29,434	30,884	+1,449
負債	18,575	19,023	+448
(内、有利子負債)	12,014	12,200	+185
純資産	10,859	11,860	+1,001
負債純資産	29,434	30,884	+1,449
1株当たり純資産	2,771.99円	3,020.98円	+248.99円
自己資本比率	36.9%	38.4%	+1.5pt

2027年3月期業績予想



2027年3月期 業績予想(10月30日修正)

- ◆ 食品関連・物資関連・電子関連が売上伸長を見込み、売上高は44,000百万円と前期比増収見通し
- ◆ 売上総利益率は中間期実績を踏まえて期初予想より低下を見込むも、売上総利益は9,100百万円と前期比増益見通し
- ◆ 物流費や人件費など販管費の増加を見込み、経常利益は1,500百万円と前期比減益見通し
- ◆ 特別損失への充当に投資有価証券売却益を見込むも、税金費用増もあり純利益は800百万円と前期比大幅減益見通し
- ◆ 期末配当は、配当性向に加え2027年5月に創立140周年を迎えることを加味し、前期と同額の1株当たり110円を維持

	2026/3期		2027/3期				比較	
	実績 (百万円)	売上比 (%)	期初予想 (百万円)	売上比 (%)	修正予想 (百万円)	売上比 (%)	前期比 (%)	期初予想比 (%)
売上高	43,267	100.0	45,000	100.0	44,000	100.0	+1.7	△2.2
売上総利益	8,932	20.6	9,400	20.9	9,100	20.7	+1.9	△3.2
販管費	7,286	16.8	7,550	16.8	7,600	17.3	+4.3	+0.7
営業利益	1,645	3.8	1,850	4.1	1,500	3.4	△8.9	△18.9
経常利益	1,725	4.0	1,800	4.0	1,500	3.4	△13.1	△16.7
当期純利益	1,346	3.1	1,250	2.8	800	1.8	△40.6	△36.0
1株当たり純利益	343.95円	—	319.08円	—	204.02円	—	△40.7	△36.1
1株当たり配当金	110.00円	—	110.00円	—	110.00円	—	—	—

2027年3月期 セグメント別売上高・経常利益予想(10月30日修正)

- ◆ 食品関連は、冷凍食品分野が売上伸長、3Q以降は利益率改善を見込むも、前期比増収ながら減益見通し
- ◆ 物資関連は、海外防災関連分野や北米向け輸出などが引き続き堅調を見込み、前期比増収・増益見通し
- ◆ 電子関連は、コンデンサ分野が事業撤退時期延期に伴う終売対応による上振れを見込み、前期比増収・増益見通し
- ◆ 事業開発関連は、アパレル通販分野が引き続き採算面で厳しく、売上高は前期並みも損失拡大見通し

	2026/3期		2027/3期				比較	
	実績 (百万円)	構成比 (%)	期初予想 (百万円)	構成比 (%)	修正予想 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	期初予想比 (%)
売上高	43,267	100.0	45,000	100.0	44,000	100.0	+1.7	△2.2
-食品関連	34,870	80.6	36,000	80.0	35,200	80.0	+0.9	△2.2
-物資関連	3,894	9.0	4,600	10.2	4,100	9.3	+5.3	△10.9
-電子関連	3,892	9.0	3,500	7.8	4,100	9.3	+5.3	+17.1
-事業開発関連	609	1.4	900	2.0	600	1.4	△1.6	△33.3
経常利益	1,725	—	1,800	—	1,500	—	△13.1	△16.7
-食品関連	2,148	75.1	2,250	73.8	1,900	69.1	△11.6	△15.6
-物資関連	461	16.1	550	18.0	550	20.0	+19.3	—
-電子関連	306	10.7	250	8.2	370	13.5	+20.7	+48.0
-事業開発関連	△56	△2.0	0	0.0	△70	△2.5	—	—
-全社費用等	△1,133	—	△1,250	—	△1,250	—	—	—

トピックス



食 品

中国・香港市場における冷凍食品販売事業の拡大

当社グループの主力である**冷凍食品事業**は、国内向けを中心としつつ、そこで確立した**販売モデル**を海外にも展開。**商品開発力**と**販売管理ノウハウ**をもとに**中国・香港市場**での冷凍食品の販売拡大にも取組み、海外事業の**基盤強化**。

中国 高品質・高付加価値な冷凍調理品の販売拡大

成長著しい中国小売市場にてライフスタイルの変化に伴う「**簡便化・高品質化**」ニーズを的確に捉え、強みである高品質・高付加価値な冷凍調理品の販売を拡大

日系小売
チェーン

現地スーパー
マーケット

- ◆ 当社取扱冷凍食品の**高い品質基準**
- ◆ 「**日本規格の冷凍食品**」としての信頼

惣菜商材としての採用例が
急速に増加

- ◆ 取引先との関係強化
- ◆ 取扱いアイテムの拡充



確立した商品展開力と信頼性を活かし、
現地市場におけるさらなる成長を目指す

香港 商品供給の拡充による成長基盤の強化

香港市場は食文化として「パン」が浸透し、日常消費量が高い水準

急成長するベーカリーチェーンへのパン具材をメイン
とした商品供給は重要な未開拓分野

- ・当社の商品ラインナップが**厳しい品質基準**をクリア
- ・**冷凍調理品、常温品**など様々なカテゴリー商品の
新規採用が決定

- ◆ 各ベーカリーチェーン
への販路拡大
- ◆ 強みである高品質・
高付加価値を活かした
商品ラインナップ



安定供給体制の構築により、
中長期的な売上拡大を目指す

物資

オーラルケア事業の骨太化を推進

当社産業資材部は、自社ブランド「Mizuha」(ミズハ)を立ち上げ、大阪府八尾市を基盤とする毛材・ブラシ事業から発展したオーラルケア事業を展開。独自企画の商品ラインナップを拡充し、海外での販売が順調に拡大。世界市場全体で数兆円規模とされるオーラルケアビジネスにおいて事業を骨太化し、収益貢献事業へと成長中。



「瑞歯」(みずは)という
古典日本語をローマ字表記

安全・安心で高品質な日本製へのこだわり

歯ブラシ

- ◆ 販売実績：69か国
- ◆ 輸出本数：累計400万本突破
- ◆ 主力販路：歯科クリニック、薬局等小売店



歯間ブラシ

デンタルフロス

歯磨き粉

歯茎マッサージジェル

...

取扱商材を拡充

ミスワク

主に中東やアフリカ地域で古くから天然の歯磨き素材として使われてきた「ミスワク」をパウダー状に加工し、毛材に練り込んだ歯ブラシ

サウジアラビア

2025年度の出荷本数が前年度比で約10倍の35万本を突破



FUJI

富士山麓で採取された天然鉾石を毛材に練り込むことで、優れた歯垢除去性能を発揮

欧州

各国に向けて販路拡大中



「デジタル化・AI導入補助金2026」のIT導入支援事業者に採択

神栄テクノロジー株式会社は、「デジタル化・AI導入補助金2026」においてIT導入支援事業者として採択され、提供する製造・品質管理における記録業務DXプラットフォーム「F-Repo®」が補助対象ITツールとして登録。中小企業・小規模事業者等のお客様が補助金を活用してF-Repo®を導入できるようになり、製造・品質管理における記録業務のDXをより円滑に推進。

F-Repo® 製造・品質管理における記録業務とデータをクラウドで一元管理するDXプラットフォーム



入力・承認・履歴管理・検索・集計・レポート作成など、記録業務の一連のプロセスをデジタル化することで、業務効率化やペーパーレス化を実現

トレーサビリティの確保やデータインテグリティへの対応を支援し、品質管理の信頼性向上に貢献

「F-Repo®」紹介ページ

<https://www.s3platform.jp/f-repo/>

事業開発

アパレルブランドの育成による販売拡大

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既存ブランドの育成を推進。2024年12月にデビューした「HEAVEN AND EARTH」(ヘブンアンドアース)は、販売実績を積み上げ主力ブランドの1つに成長。
商品企画・提案力を磨き、さらなるブランド価値の向上により販売拡大し、事業基盤を強化。

HEAVEN AND EARTH

ブランドコンセプト 大人のストリートファッション

「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」ほどよくエッジを効かせた、きちんと感のあるスタイルを提案

商品企画 定番アイテムを継続的にアップデート

ゆとりのあるシルエットと素材改良を重ね、日常使いできるアイテムへと進化

提案・情報発信 SNS・コーディネート提案で顧客接点を拡大

情報発信と着こなし提案を通じ、新たなファン層の獲得を推進

ブランド価値向上



様々な切り口で当社グループの魅力を発信

当社グループでは、**企業認知度向上**と**ブランド強化**を目的に**ウェブサイト**や**SNS**、**ブログ**など多様な媒体での情報発信を展開。事業・商材に加え、**従業員の想い**や**国内外での活動**など、**当社グループの魅力**を様々な切り口で発信。



【アゼルバイジャン共和国・バクー事務所発】
現地レポート その1

【海外出張レポート】神栄テクノロジー株式会社～フランス～編 vol.1

いつも神栄公式ブログ「さらに神栄！」をご覧いただき、ありがとうございます。広報担当です。今回は、グローバルなビジネスを展開している神栄テクノロジー株式会社（以下、神栄テクノロジー）がフランスの国際...



新社長インタビュー



社員インタビュー

駐在員レポート

海外出張レポート

～当社グループの情報発信～

- コーポレートサイト
<https://www.shinyei.co.jp/>
- 公式ブログ「さらに神栄！」
<https://www.sarani-shinyei.jp/>
- 公式YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/@神栄株式会社>
- 公式X
https://x.com/SHINYEI_KAISHA
- 公式Facebook
<https://www.facebook.com/shinyei.co.jp/>
- 公式Instagram
<https://www.instagram.com/shinyeikaisha/>

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

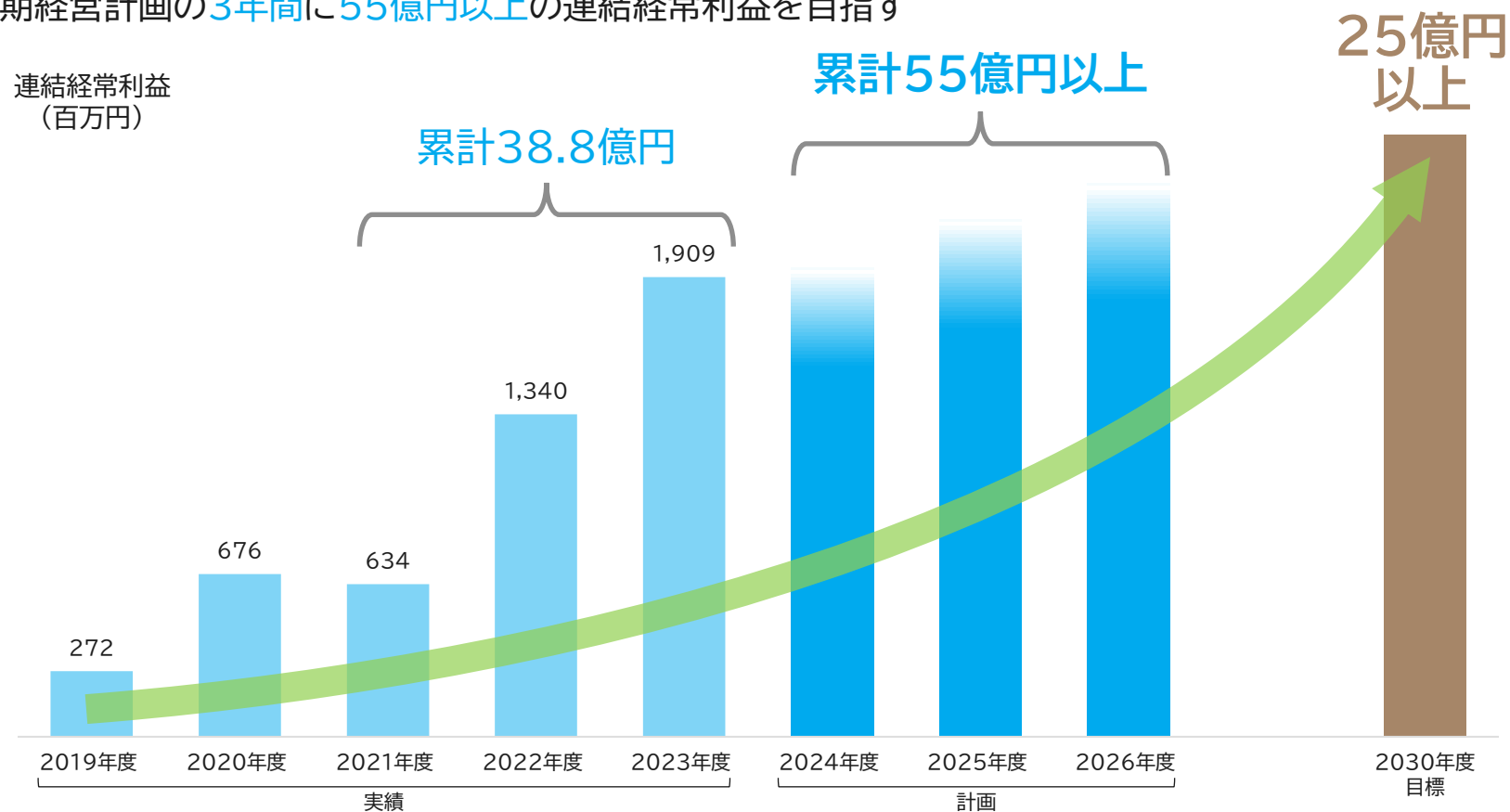
～創立140周年に向けた新たなアプローチ～



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

- ◆ これまで以上に健全で強靱な企業体質を持った状態で2027年5月の創立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れる人材
- ◆ 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 実績	2026年度 中期計画
経常利益 (百万円)	272	676	634	1,340	1,909	1,431	1,725	
						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	36.9	35以上
ROE (%)	△30.5	23.2	15.5	23.5	27.0	16.1	13.7	15以上
配当性向 (%)	—	—	—	17.1	19.7	27.7	32.0	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	12,023	12,000 以下
期末PER (倍)	—	9.80	7.06	3.66	4.16	4.96	6.72	12以上
(参考)期末株価 (円)	558	1,284	861	854	1,684	1,612	2,310	
(参考)期末PBR (倍)	1.29	1.84	1.02	0.75	0.90	0.72	0.83	

* 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

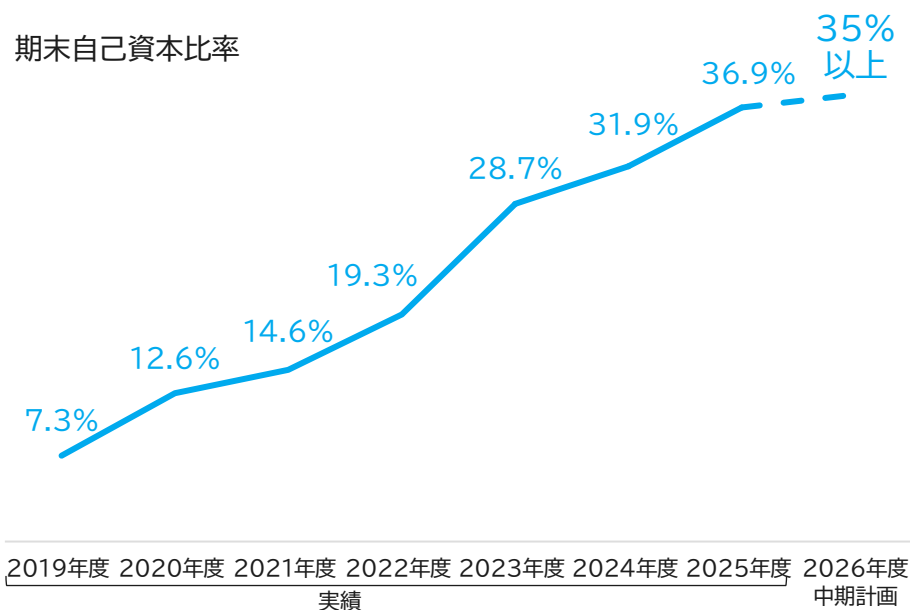
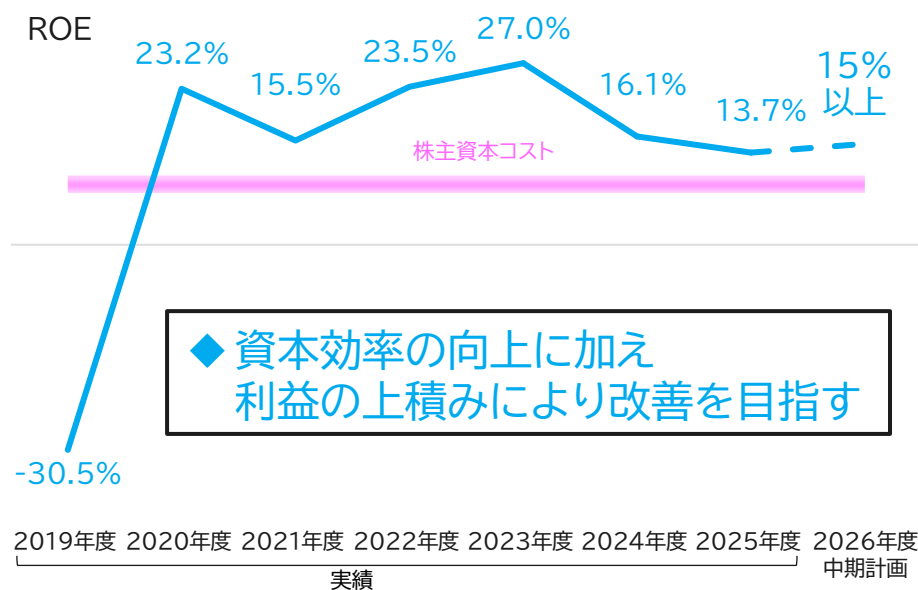
- ◆ 2026年度も過去最高益(2023年度)を念頭に利益の上積みを目指す
- ◆ 目標の変更は行わず、2026年度は目標数値に最大限迫る1年間と位置付ける

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	2025年度 実績	
経 常 利 益	272	676	634	1,340	1,909	1,431	1,725	
			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	2,148	
			累計 4,843			累計 6,600以上		
物 資 関 連	276	276	377	597	627	437	461	
			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	306	
			累計 999			累計 1,100以上		
事業開発関連						△5	△56	
						累計 0以上		
全 社 費 用 等	△1,383	△1,302	△1,208	△1,131	△1,039	△1,127	△1,133	
			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

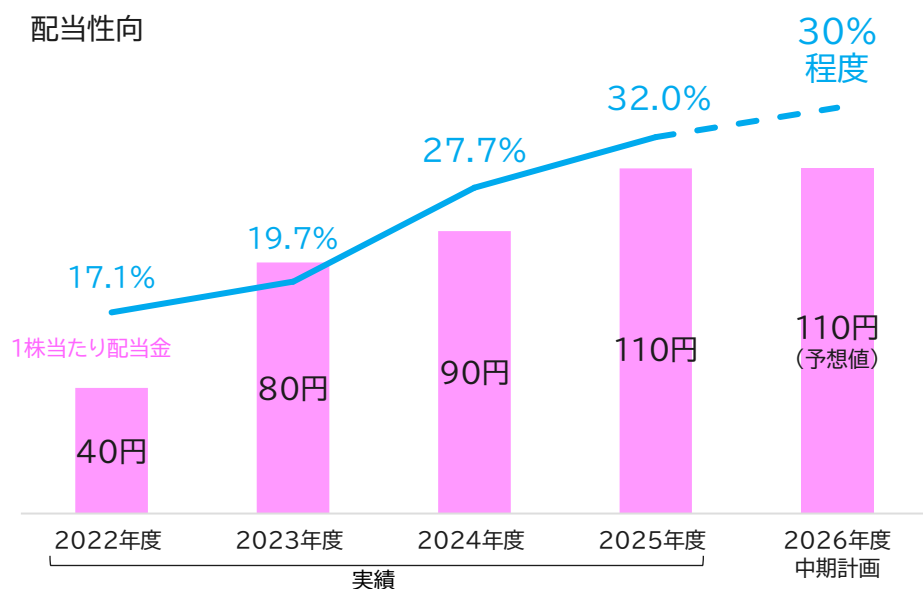
- ◆ 財務体質の強化と収益性のバランスを考慮
- ◆ 持続的な企業成長の基盤となる自己資本は利益計上による拡充を基本
- ◆ 自己資本が増加しても、株主資本コスト(9%程度)を大きく上回るROEを維持
 - ✓ 利益計上により自己資本は順調に拡大し2025年度末時点で目標数値にすでに到達
 - ✓ 自己資本の増加によりROEは低下し、2025年度は目標数値を下回る



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

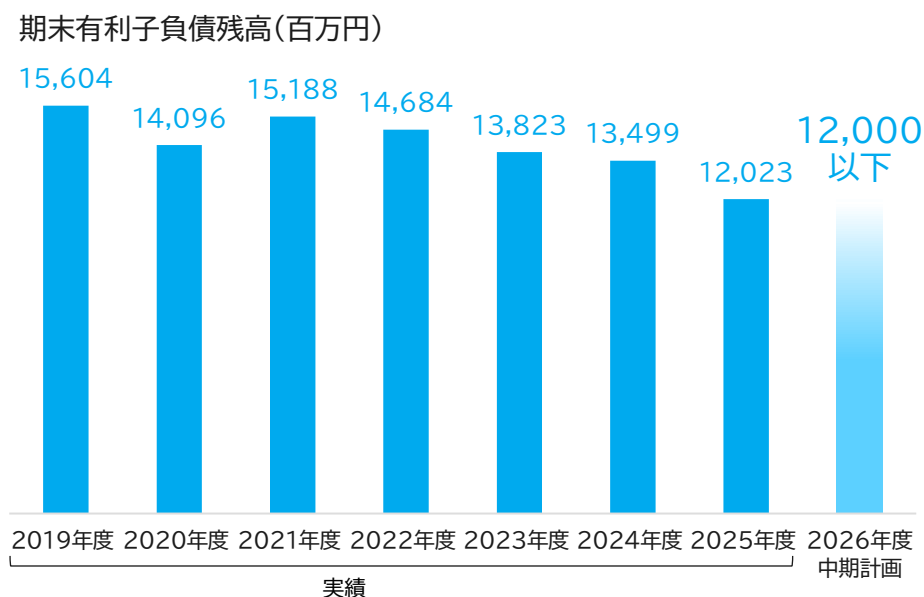
- ◆ 株主の皆さまへの利益還元は経営の最重要課題との位置付け
- ◆ 財務体質の強化を考慮しつつ、明確な数値基準を設定し利益に応じた分配を実施
- ◆ 2024年度～2026年度の各年度の期末日を基準日とする各期末配当において実行
 - ✓ 2025年度は前期比20円増の110円の配当を実施(配当性向32.0%)
 - ✓ 2026年度は配当性向に加え2027年5月に創立140周年を迎えることを加味し、2025年度と同額の110円を予定



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
 - ✓ 利益計上に加え政策保有株式や不動産の売却により2年間で約18億円を削減
 - ✓ 引き続き利益計上と運転資金圧縮などにより目標数値を上回る削減を目指す

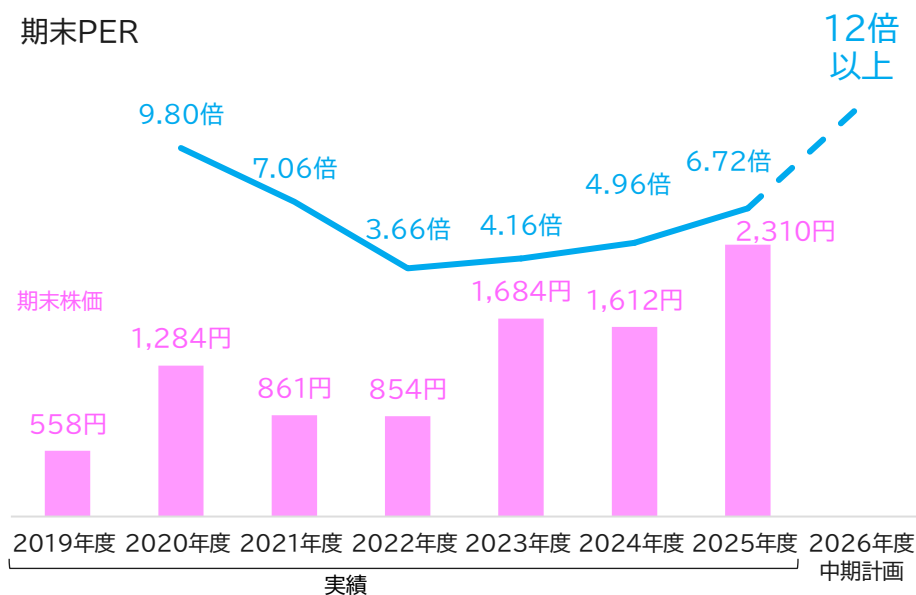


* 期末有利子負債には、割引手形の期末残高を含む

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
- ✓ 2026年3月期末時点の株主数は4,648名で、個人を中心に前期末比661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 —

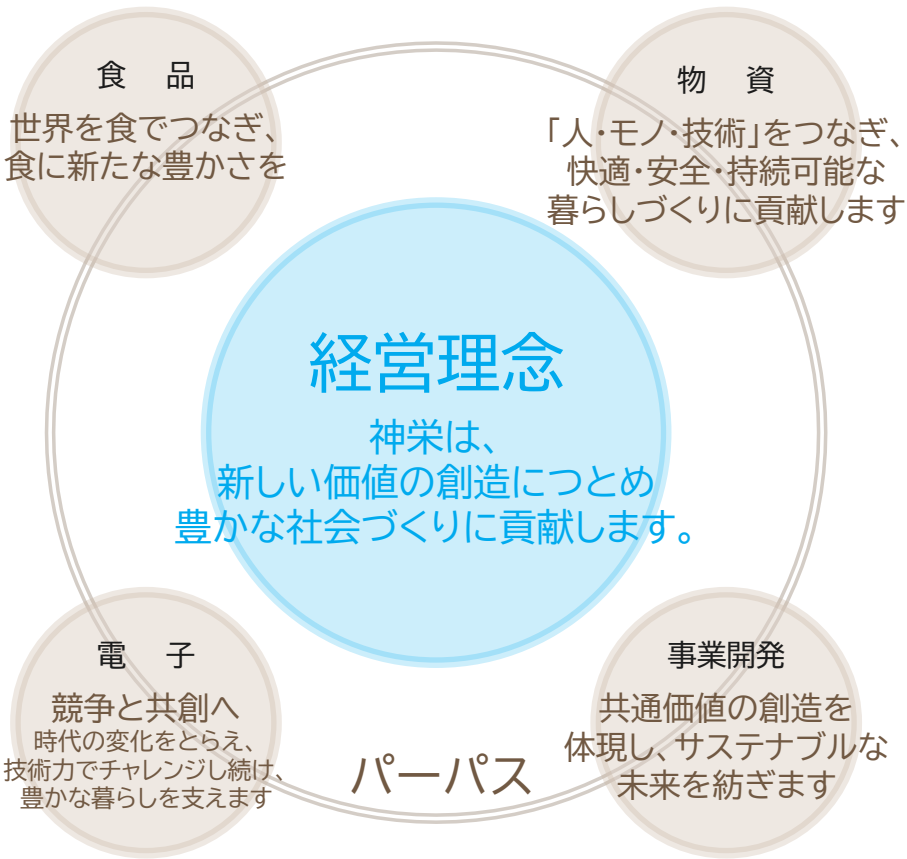
1887年、神戸の地で誕生した神栄株式会社は、
以来、神戸とともに成長し、時代の試練にも
果敢に立ち向かいながら社業を発展させてきました。

「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)	468名(2026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

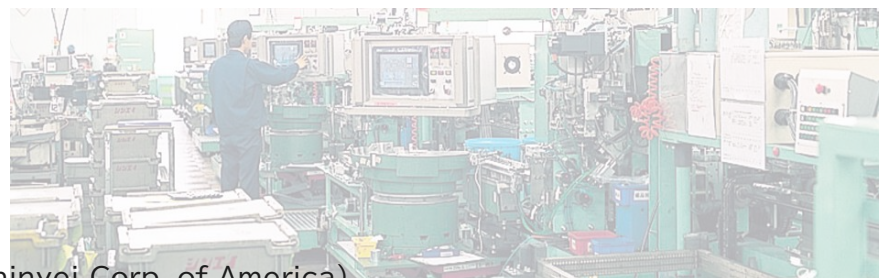
食品

物資

繊維

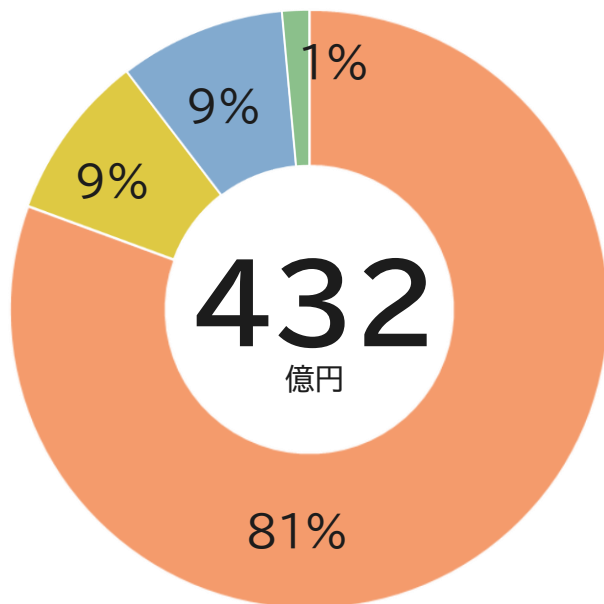
電子

- 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ティブ株式会社)
- 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
- 2024年 繊維関連を事業開発関連に再編



事業構成(2026年3月期) 売上高の約8割が食品関連

2026年3月期
売上高



食品関連

348 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

38 億円



センサ



コンデンサ



計測機器



試験機

事業開発関連

6 億円



アパレル通販



食品輸出

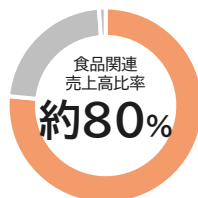
食品関連 世界各国の食材を通じて食の豊かさを探求し、安全で安心な食品を提供



- ◆ 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

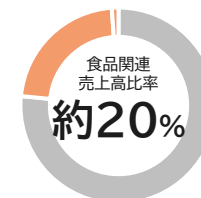
安全に対する高い信頼性が要求される医療・老健施設向けに強み

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

各国から輸入した落花生・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

- ・ メーカーや問屋など

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

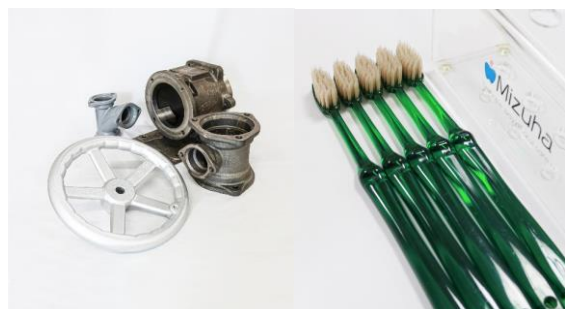
- ◆ 日本の優れた技術や製品を海外に輸出するとともに、安全・安心で豊かな暮らしを実現する
建築金物・建築資材や生活用品を提供

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



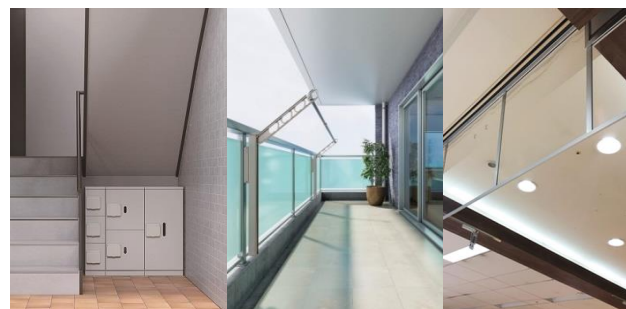
東南アジア製の高品質の鋳物製品や日用品を輸入・販売、日本トップメーカーの建設機械を輸出、歯ブラシや工業用ブラシなど幅広い用途に応じたブラシ等を販売

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

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

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

コンデンサ事業

事業撤退を決定

◆ 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

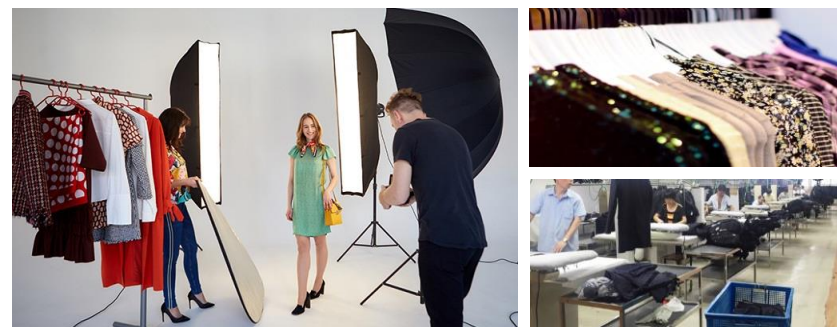
食品輸出事業

高品質な日本産の食品を選びすぐり、アジアを中心に、多様な海外市場へ展開

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・バッグ類を中心に、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

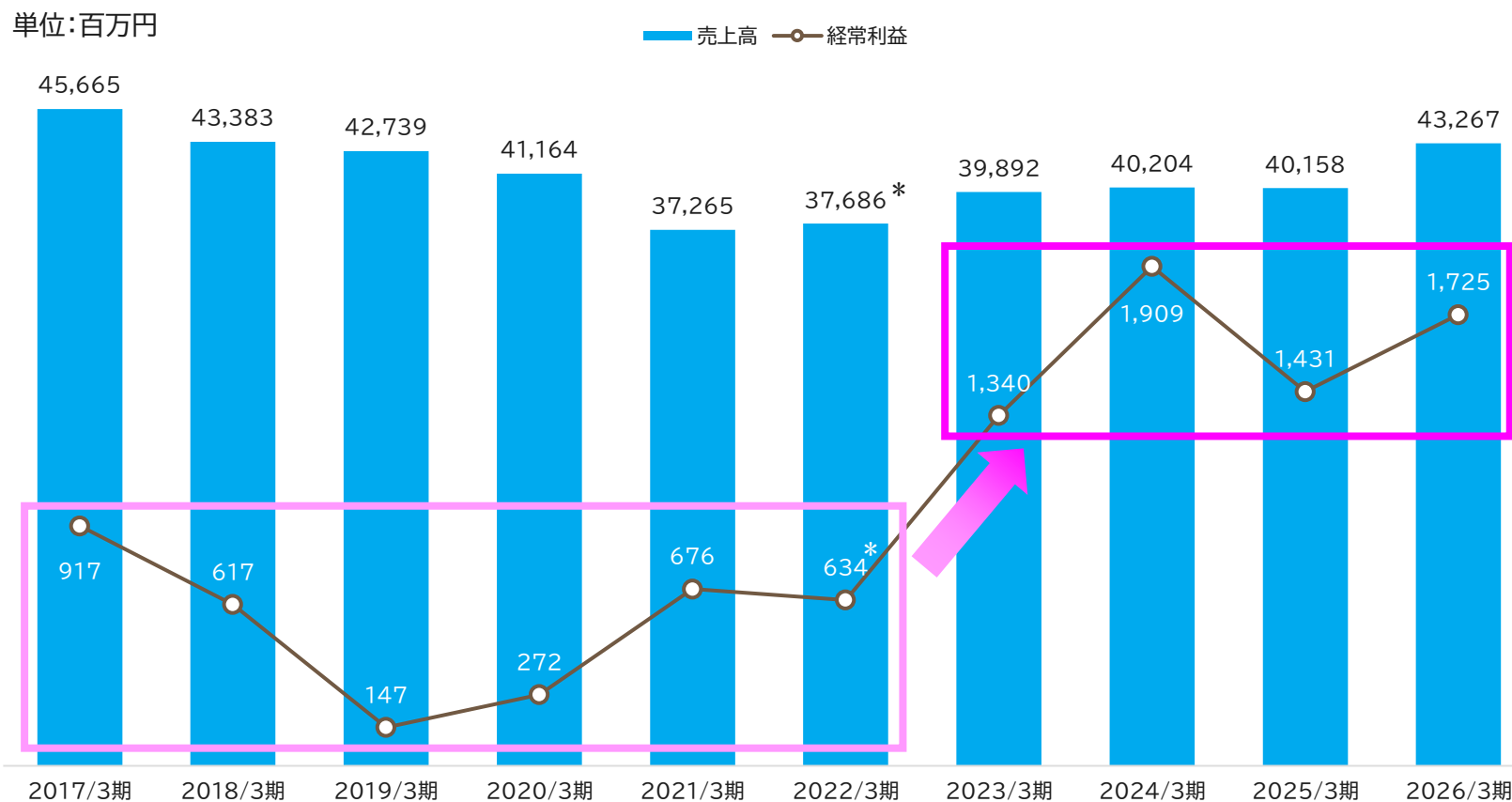
グループ会社(米州)

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4期は経常利益10億円越えを継続

- ◆ 売上高は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の影響により一時減少も、コロナ禍からも回復し2026年3月期はさらに伸長
- ◆ 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

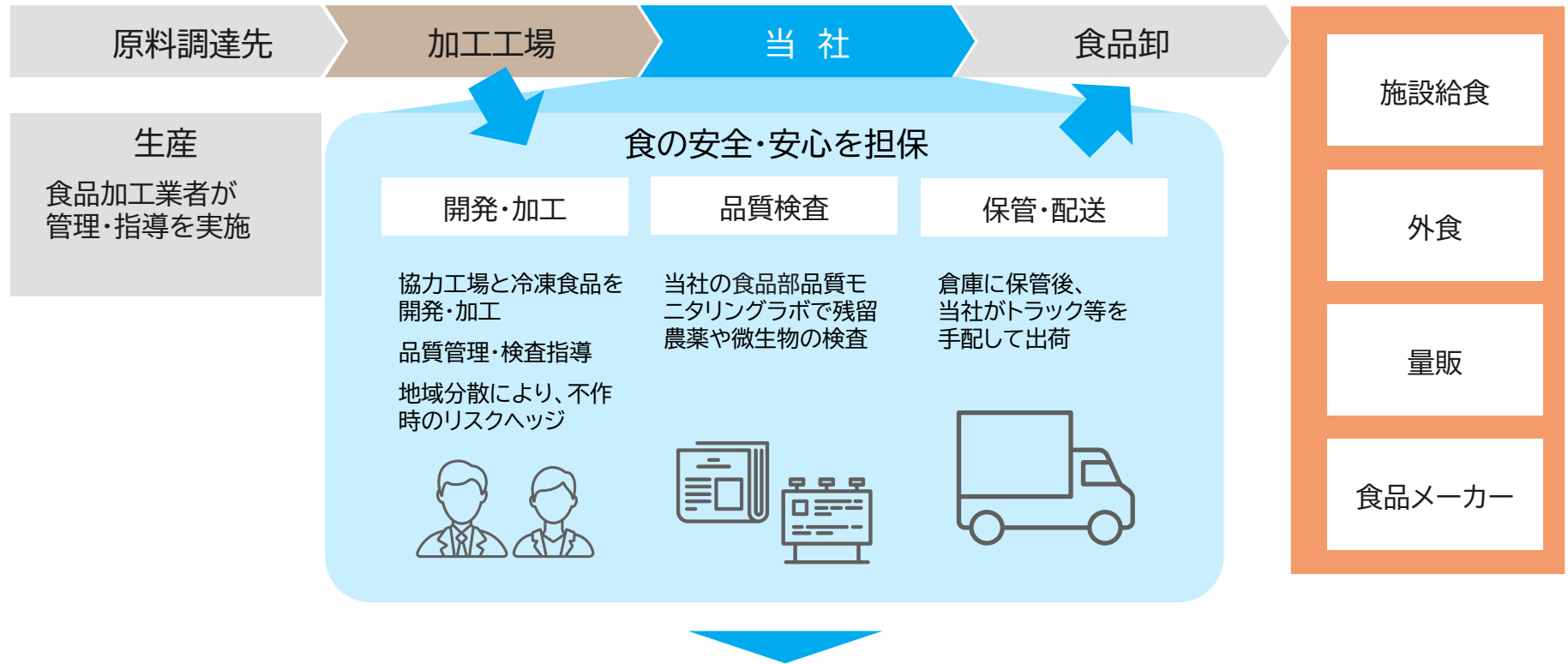
特長・強み

- 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・計測機器・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～

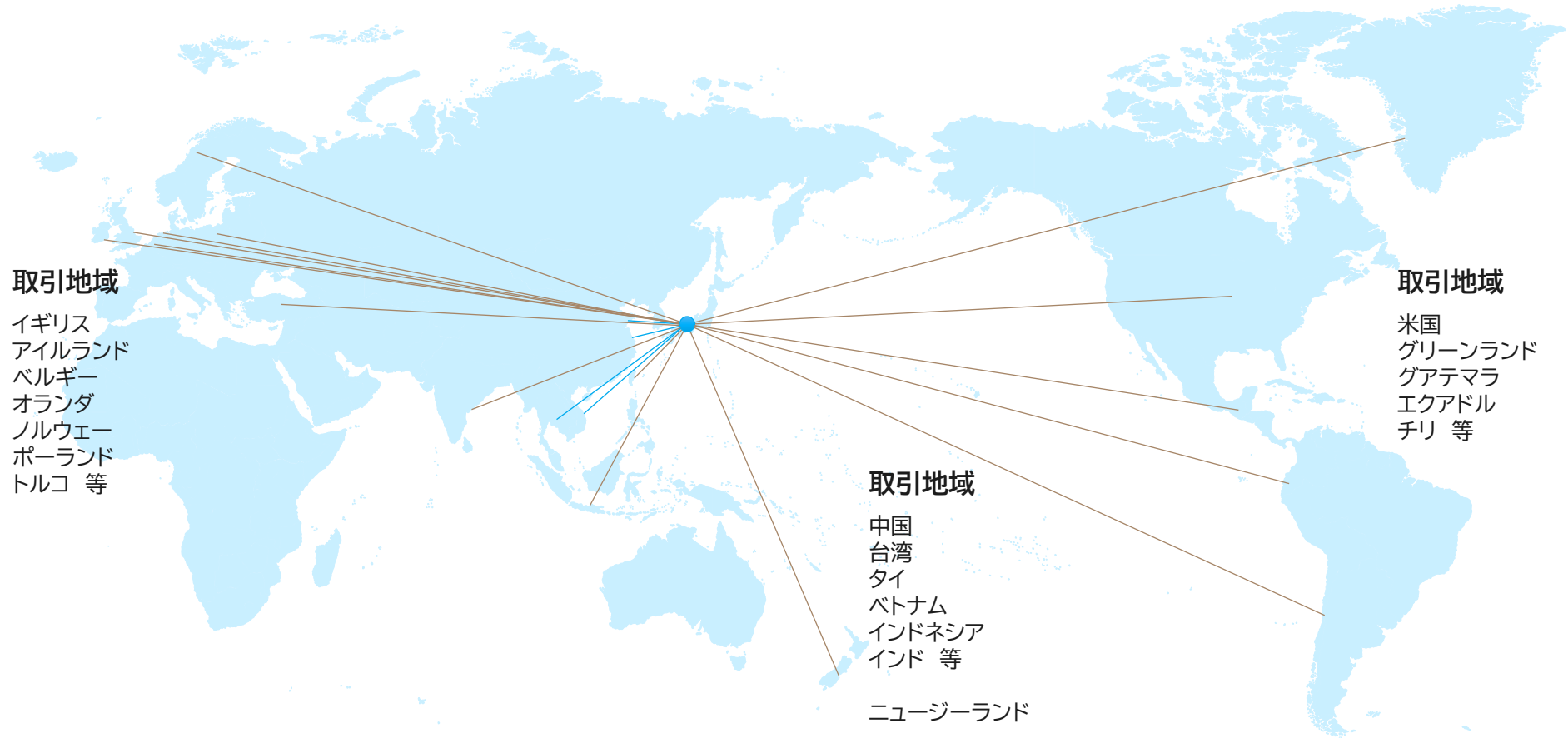
- ◆ 野菜・水産品等の冷凍食品の加工を中国を中心に国内外約140社の加工工場に委託、当社スタッフが生産工程と品質をチェック
- ◆ 輸入冷凍食品は食品部品質モニタリングラボで残留農薬や微生物などの品質を検査し、加工工場に品質指導
- ◆ 高い信頼性が要求される老人ホームなどの施設給食に強み、量販店や食品メーカーなど内食需要向けも強化中



幅広い調達先を持ち、天候や災害、感染症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

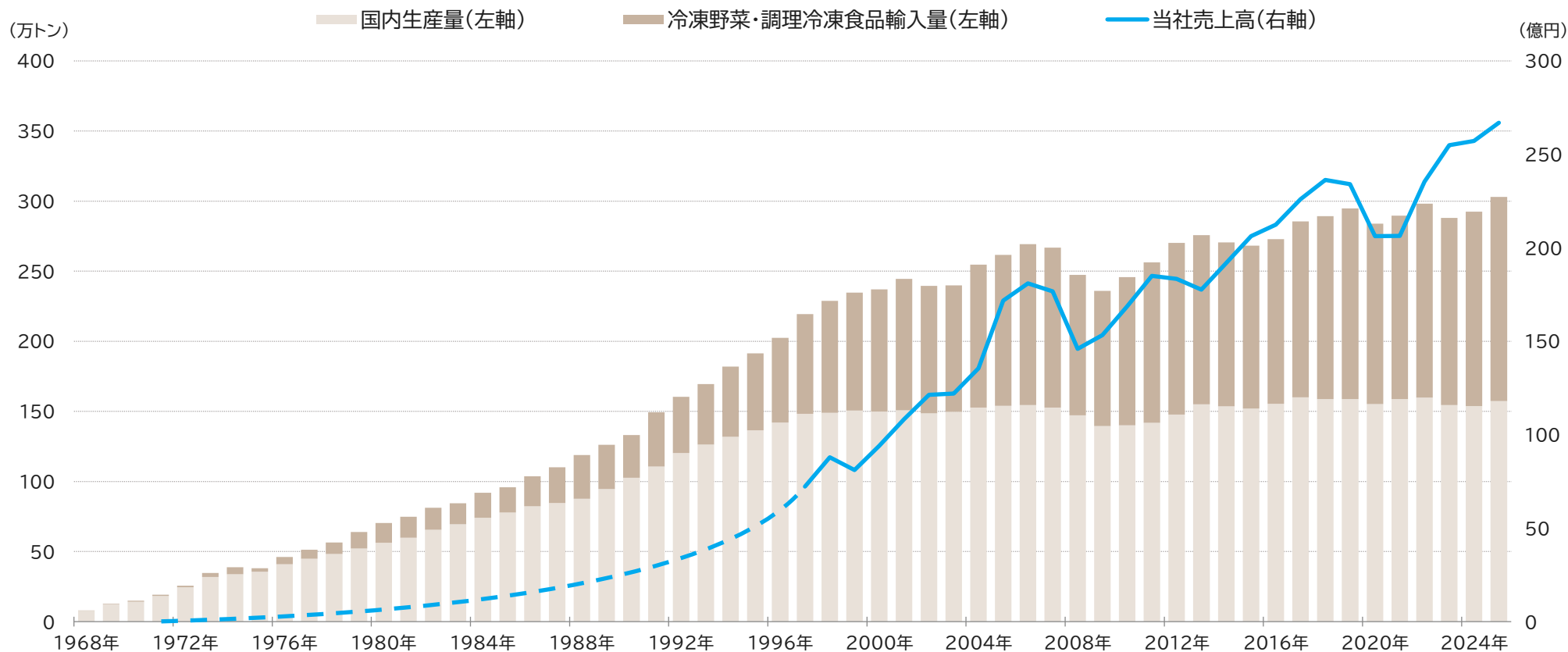
- ◆ 独立した品質管理部門を持ち、残留農薬検査や微生物検査などを実施、安全・安心な食材を提供
- ◆ 現地スタッフや品質管理スタッフが加工工場を訪問し、生産現場の確認と品質管理指導を実施
- ◆ 検査の結果、基準値をオーバーすれば出荷停止



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2026年3月期には266億円まで売上高が伸長し過去最高を更新
- ◆ 2025年の冷凍食品消費量は302万トンとなり、初めて300万トンを上回る

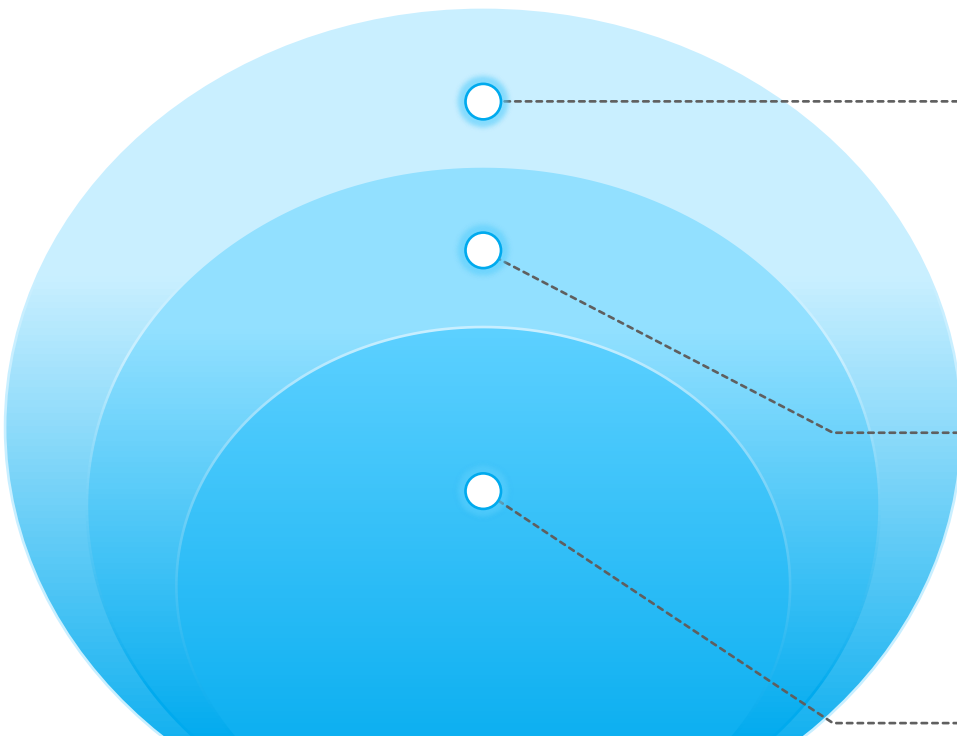
冷凍食品 当社売上高・国内市場



(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調べ、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



ソリューションサービス

- 温度・温湿度計測サービス
- 輸送環境調査
- 校正・修理サービス等

- 物流・倉庫業界** – 倉庫・トラック・コンテナなどの温湿度管理、マテハン機器異常検知システム
- 食品等製造業界** – 現場帳票電子化システム

計測機器

- 温湿度・露点・ガス中微量水分の計測機器
- 空気清浄度モニタリング機器
- 物流(輸送・包装)環境の計測機器

- 産業用用途** – クリーンルーム、半導体製造工程・製造設備、医薬関連、塗装工程等

センサ センサユニット

- 湿度センサ
- 温湿度センサ
- ホコリセンサ等

- 民生用・自動車用途** – エアコン・空気清浄機、加湿・除湿器、カーエアコン等

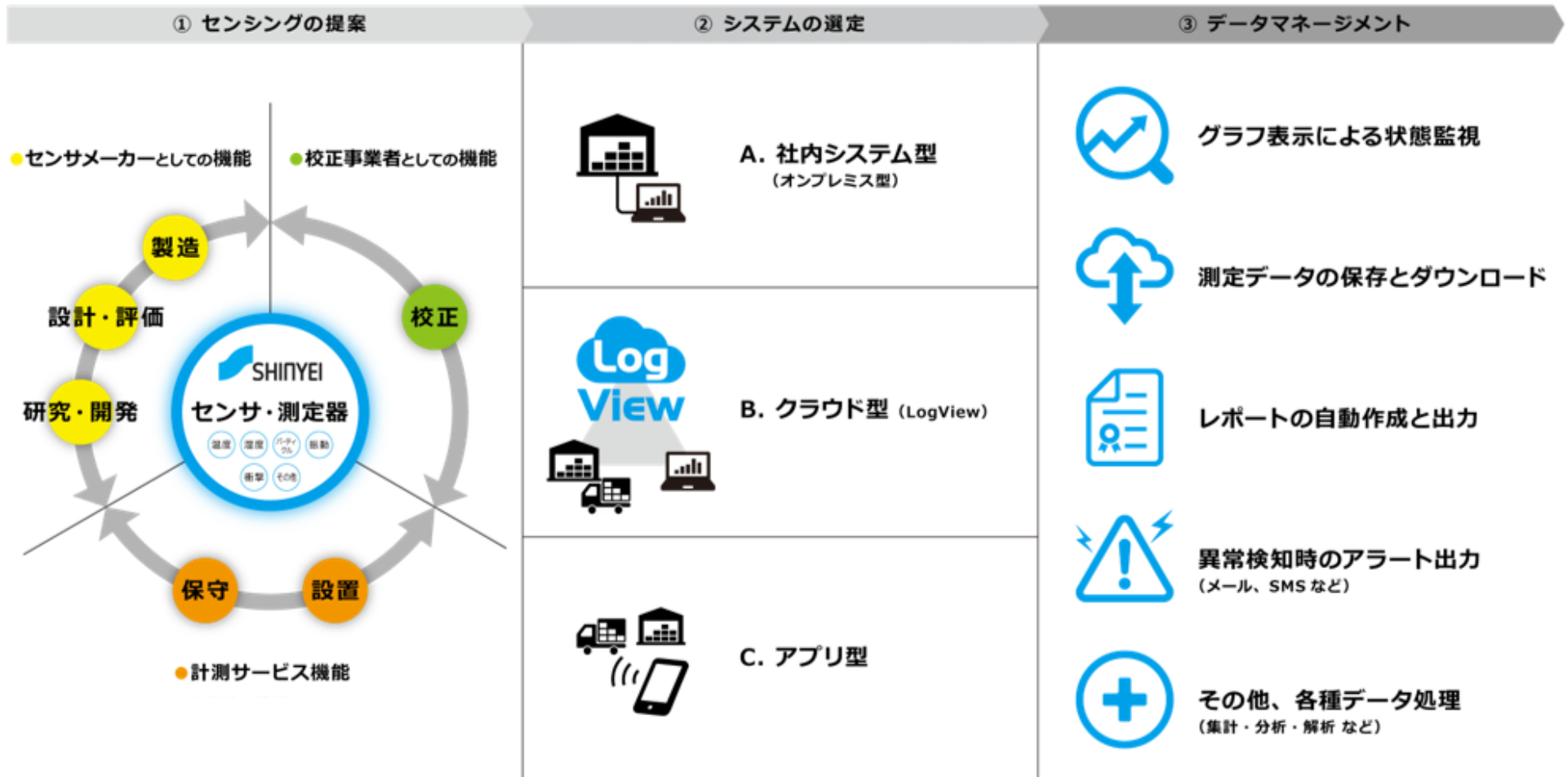
校正技術

(計測数値の正確さを検証)

湿度に関する国際MRA*1(相互承認)対応JCSS*2認定事業者

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



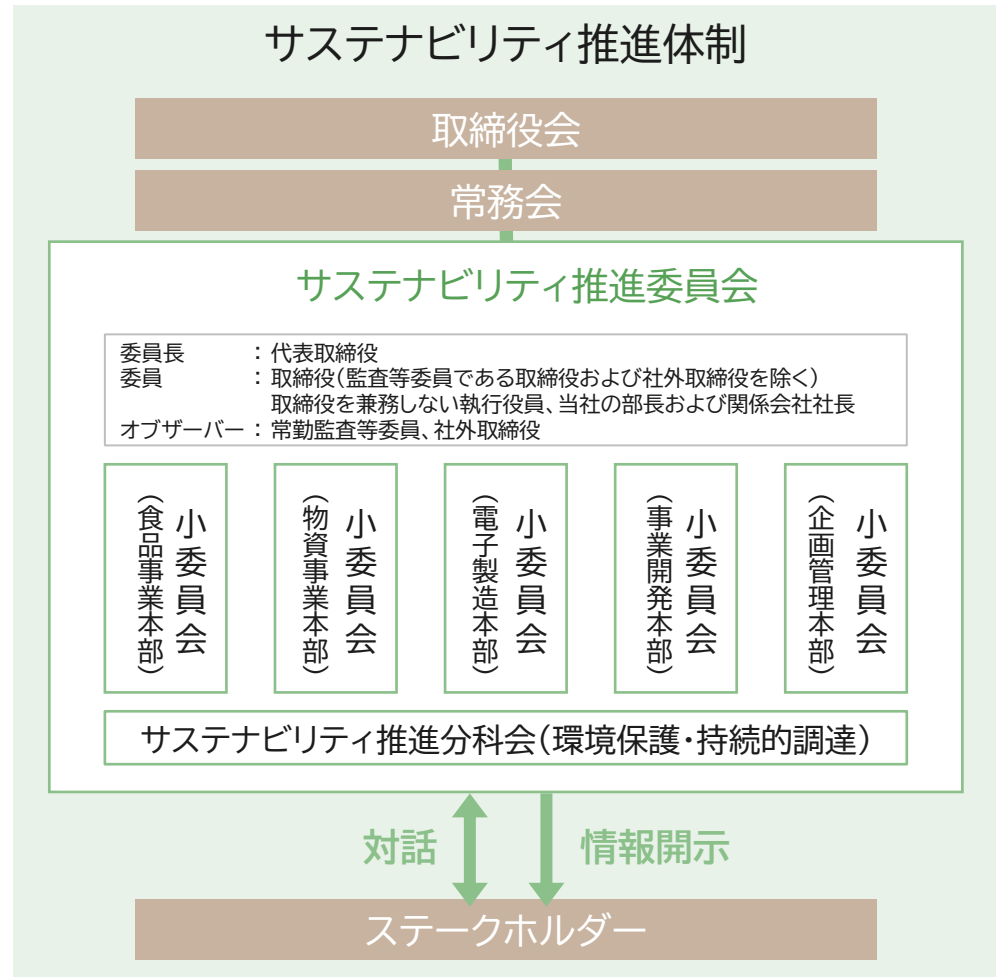
サステナビリティの取組み(1) サステナビリティ基本方針

- ◆ 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	サステナブル調達への推進	 
	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	

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。

