

2015年3月期第2四半期 決算説明資料

平成26年11月11日

株式会社 サンゲツ

証券コード:8130
(東証1部、名証1部)

 SANGETSU

目次

■会社概要	p. 3
・はじめに	p. 4
・会社概要	p. 5
・歴史	p. 6
・主な営業拠点	p. 7
・特徴と強み	p. 8
・業界構造と営業手法	p. 9
・国内インテリア市場の長期推移	p. 10
・国内インテリア市場と当社売上の推移	p. 11
・セグメント別売上推移	p. 12
・セグメント別営業利益推移	p. 13
・インテリアセグメント別売上推移	p. 14
・市場規模と当社のシェア	p. 15～16
・(参考)用語説明	p. 17

■2015年3月期 第2四半期決算の状況	p. 18
・外部環境	p. 19
・第2四半期決算(連結)	p. 20
・税金等調整前純利益(連結)の増減	p. 21
・販売費及び一般管理費、営業外・特別損益の 主な増減(上期)	p. 22
・セグメント別売上高	p. 23
・セグメント別営業利益	p. 24
・主な取り組み状況 —インテリア事業	p. 25
—エクステリア事業・照明事業	p. 26
・連結貸借対照表	p. 27
・キャッシュ・フローの状況	p. 28

■2015年3月期通期見通し	p. 29
・通期業績見通し(連結)	p. 30
・通期業績見通し(セグメント別)	p. 31
・税金等調整前純利益(連結)の増減見込み	p. 32
・販売費及び一般管理費、営業外・特別損益の 主な増減(通期)	p. 33
・下期の重点課題	p. 34

■中期経営計画(2014-2016) Next Stage Plan G の進捗状況	p. 35
・新しいステージに立つサンゲツ	p. 36
・具体的施策	p. 37
・進捗状況	p. 38～p. 40
・新たな資本政策	p. 41
・目標	p. 42
・2016年度収益目標(連結ベース)	p. 43
・将来見通しに関する注意事項	p. 44



会社概要





株式会社サンゲツ
代表取締役社長
安田 正介(やすだ しょうすけ)

【略歴】

昭和25年3月2日生
昭和48年3月 一橋大学経済学部卒業
昭和48年4月 三菱商事(株)入社
平成16年4月 三菱商事(株)執行役員機能化学品本部長
平成20年4月 同社常務執行役員中部支社長
平成24年4月 同社常務執行役員
平成24年6月 同社顧問
平成24年6月 (株)サンゲツ社外取締役就任
平成26年4月 (株)サンゲツ代表取締役社長就任

会社概要



社名	株式会社サンゲツ	
設立	1953年4月(創業:嘉永2年・1849年)	
代表者名	代表取締役会長 日比祐市 代表取締役社長 安田正介	
資本金	136億1,610万円	
売上高	1,131億円(2014年3月期・単体)・1,319億円(2014年3月期・連結)	
従業員	1,145名(2014年3月期・単体)・1,410名(2014年3月期・連結)	
事業内容	壁装材、床材、カーテン、椅子生地などインテリア商品の企画開発・販売	
上場証券取引所	東京1部、名古屋1部	
事業所	本社	名古屋
	支社(8ヶ所)	北海道、東北、東京、北関東、中部、関西、中国四国、九州
	支店・営業所・事務所(55ヶ所)	北東北、福島、東関東、多摩、横浜、厚木、前橋、宇都宮、新潟、水戸、長野、岐阜、岡崎、北陸、静岡、浜松、京都、神戸、東大阪、南大阪、姫路、広島、四国、北九州、熊本、南九州 他
ショールーム	東京、名古屋、大阪、岡山、広島、福岡(6ヶ所)	
物流設備	北海道、東北、東京、北関東、中部、関西、中国四国、九州(各支社併設8ヶ所)、その他(5ヶ所)、全国計13ヶ所	
子会社	株式会社サングリーン 山田照明株式会社	
関連会社	Sangetsu America,Inc.(ニューヨーク)	

歴史

西暦	月	できごと	
1849	嘉永2年	初代日比弥助、山月堂を創業	第1期
		↓	
1953	S.28	4 「株式会社山月堂商店」を設立(21日)、資本金250万円	第2期
1956	S.31	壁紙の取扱い開始	
		社は「誠実」を制定	
1960	S.35	売上高1億円突破 初の壁紙見本帳「60-61 SSユニーククロス」発行	
1964	S.39	全国への営業展開を開始 初のオリジナル壁紙「エリート」を発売	
1965	S.40	10 日比賢昭社長就任	
1966	S.41	2 「株式会社山月堂商店」から「株式会社山月堂」へ改称	
1968	S.43	3 売上高10億円突破	
1970	S.45	4 「株式会社山月堂」から「株式会社サンゲツ」へ改称 自社直行便開始	
1972	S.47	6 東京営業所・ショールーム開設	
		5 大阪営業所開設	
1975	S.50	「サンゲツ三則」制定	
		1 売上高100億円達成	
1976	S.51	6 東京店開設 (現 東京支社) 10 福岡店開設 (現 九州支社)	
1978	S.53	3 大阪店開設 (現 関西支社)	
1979	S.54	4 初のクッションフロア見本帳「79-81 サンシャイン」発行	
1980	S.55	11 名古屋証券取引所市場第2部に株式上場	
1981	S.56	1 初のカーテン見本帳「81-82 サンゲツカーテン」発行	
		4 初のカーペット見本帳「82-83 サンゲツカーペット」発行	
1982	S.57	11 新本社ビル完成 (現 本社・中部支社) 11 名古屋ショールーム「インテリアプラザ」開設 11 仙台店開設 (現 東北支社)	
1984	S.59	12 札幌店開設 (現 北海道支社)	
1986	S.61	1 初のフロアタイル見本帳「86 フロアタイル」を発行 7 東京ショールーム「クレリア」開設 (赤坂アーク森ビル内)	

西暦	月	できごと		
1988	S.63	1 初のカーペットタイル見本帳「88-89 カーペットタイル」発行	第2期	
1989	H.1	9 名古屋証券取引所市場第1部に昇格 3 売上高1000億円達成		
1991	H.3	10 岡山店、ショールーム開設 (現 中国四国支社)		
1994	H.6	2 大阪ショールーム開設 (現 ハービスOSAKA内) 10 初の椅子生地見本帳「デコレータブリックスvol.1」発行		
1996	H.8	10 サンゲツアメリカ設立 12 東京証券取引所市場第1部に株式上場		
1997	H.9	3 売上高1300億円突破(1301億6600万円)		
1999	H.11	1 名古屋物流センター開設 12 ISO9001認証取得		
2000	H.12	4 公式ホームページ開設		
2001	H.13	6 ISO14001認証取得		
2003	H.15	4 会社創立50周年		
2005	H.17	9 株式会社サングリーンを子会社化		
2006	H.18	7 総合展示発表会デザインングショーを開催		
2008	H.20	5 三郷物流センター・関東支店開設 (現 北関東支社) 7 山田照明株式会社を子会社化		
2009	H.21	1 エクセレクト見本帳展示会「プレミアム・ウォール2009」開催 4 本社ショールームを14年ぶりにリニューアル		
2010	H.22	6 東京ショールームを7年ぶりにリニューアル		
2011	H.23	4 大阪ショールームを8年ぶりにリニューアル		
2012	H.24	1 エクセレクト見本帳展示会「プレミアム・ウォール2012」開催 9 日比祐市社長就任		
2013	H.25	4 会社創立60周年 5 福岡ショールームを9年ぶりにリニューアル		
2014	H.26	4 安田社長就任、日比祐市会長就任 6 中期経営計画2014-2016「Next Stage Plan G」発表		第3の創業

主な営業拠点

■本社／中部支社／名古屋ショールーム
〒451-8575 名古屋市中区西区幅下1-4-1
TEL.052-564-3111

■東京支社
〒140-8611 東京都品川区東品川3-20-17
TEL.03-3474-1181

■東京ショールーム・クレリア
〒107-6003 東京都港区赤坂1-12-32アーク森ビル3階
TEL.03-3505-3300

■関西支社
〒660-0857 兵庫県尼崎市西向島町111-4
TEL.06-6414-3311

■大阪ショールーム
〒530-0001 大阪府北区梅田2-5-25ハービスOSAKA4階
TEL.06-6347-9110

■北海道支社
〒003-0011 札幌市白石区中央一条2-1-37
TEL.011-832-3111

■東北支社
〒984-0031 仙台市若林区六丁目字南98-1
TEL.022-287-3765

■中国四国支社／ショールーム
〒701-0301 岡山県都窪郡早島町矢尾836
TEL.086-292-3300

■九州支社／ショールーム
〒812-0892 福岡市博多区東那珂1-11-11
TEL.092-441-5181

■広島営業所／ショールーム
〒730-0842 広島市中区舟入中町2-28
TEL.082-233-3551

■北関東支社
〒340-0002 埼玉県草加市青柳1-6-39
TEL.048-933-1881



■ 全国のサンゲツショールーム



名古屋ショールーム



本社モデルルーム



東京ショールーム



大阪ショールーム



広島ショールーム



福岡ショールーム

創る

- 自社で商品の企画・デザイン・開発を行うファブレス経営
- インテリア関連の資材、商品を網羅する13,000点の多彩な商品ラインアップ
- 2~3年ごとに定期的に改訂する28種類の見本帳展開



提案する

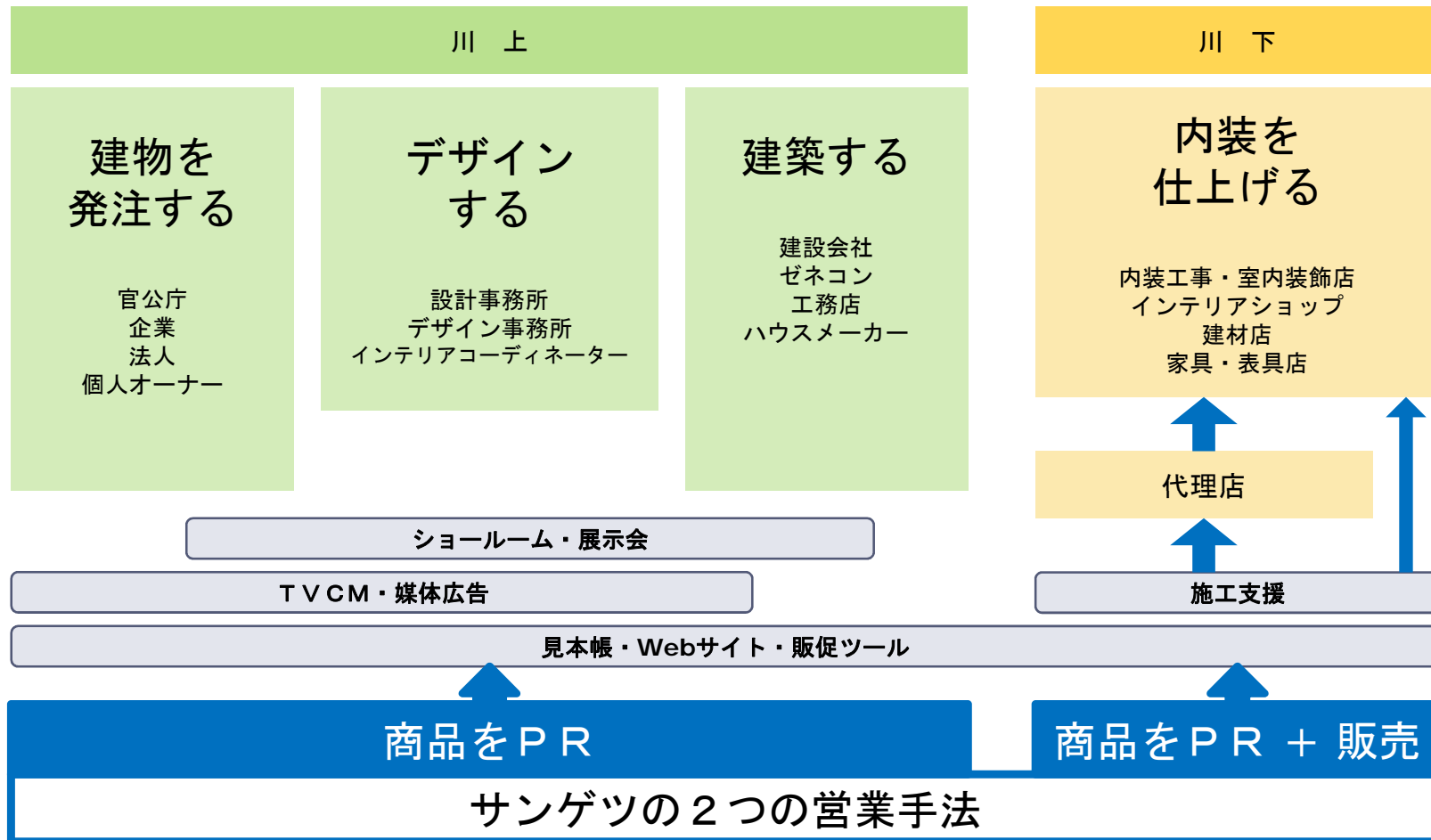
- 全国63拠点での提案営業活動
- ショールームでの商品紹介、各種商品を組み合わせたインテリアコーディネート提案
- ショールームスタッフ ⇒ 64名、インテリアコーディネーター ⇒ 51名



届ける

- 内装工期に合わせた「Just in Time」を実現する全国の物流ネットワーク
- 商品の全点常備在庫
(出荷点数約60,000点/日、欠品率1日平均約0.13%)



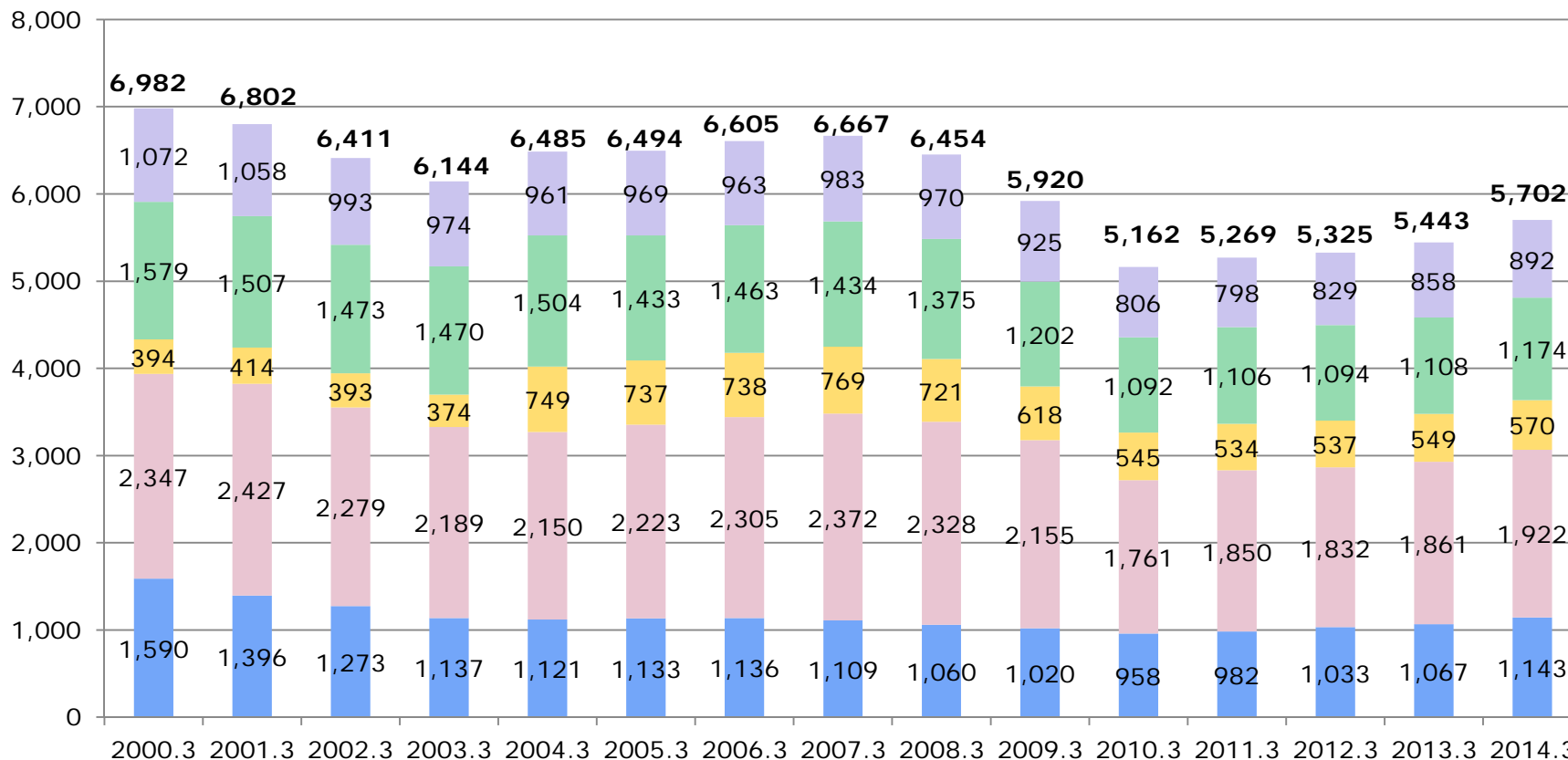


- 川上から川下まで、商品の決定のプロセスでは様々な企業、関係先が関与。
- 商品を実際に販売する川下だけでなく、川上から川下まで幅広く商品の採用PR活動をおこなう営業・プロモーションを展開。

国内インテリア市場の長期推移

インテリア市場規模
(億円)

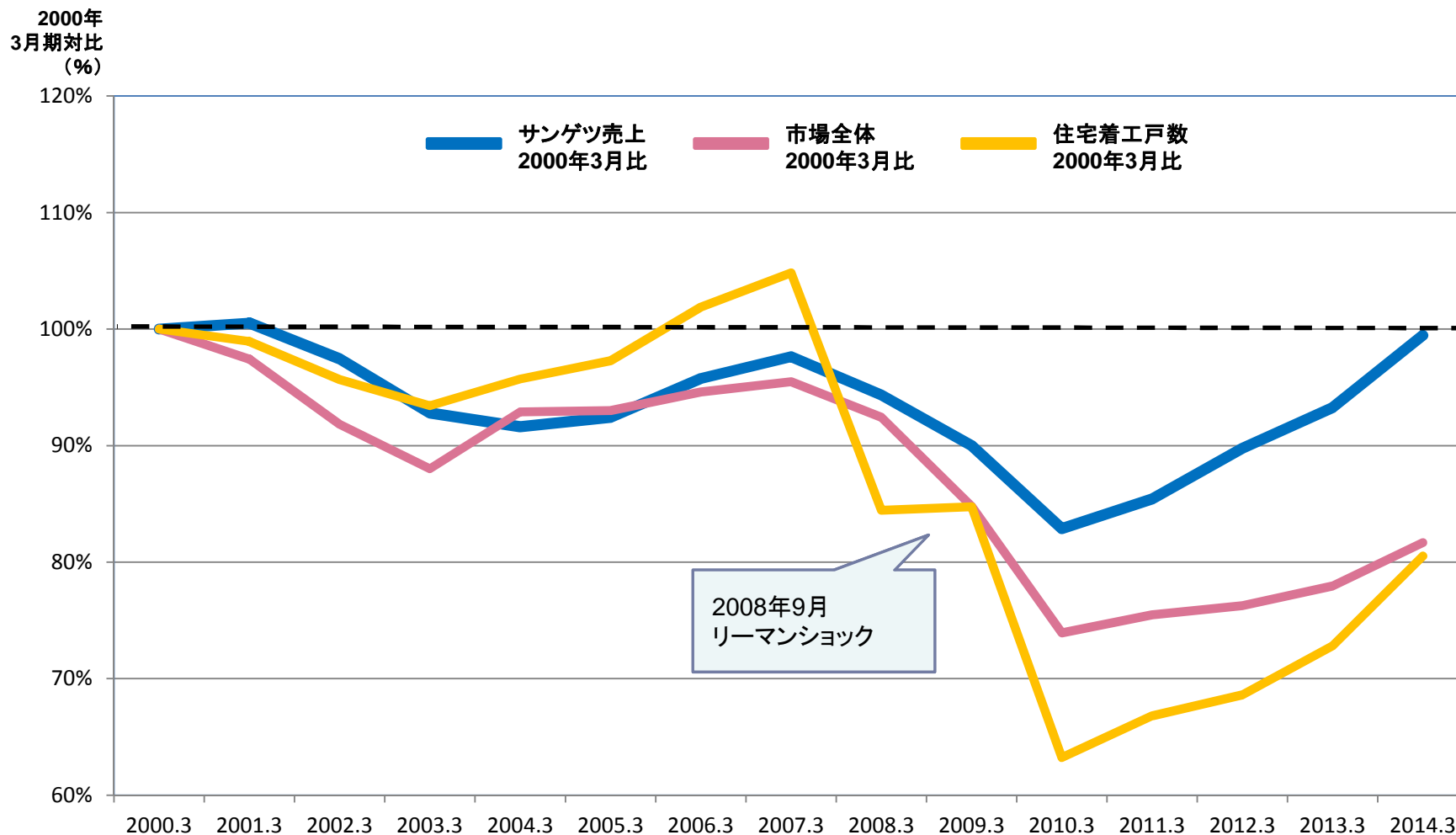
■ 壁紙 ■ カーペット ■ ビニル系床材 ■ カーテン ■ ブラインド・スクリーン・レール



人口減少や家族構成の変化による新築住宅着工戸数の減少、市場の低価格化拡大による販売価格の低下が市場規模縮小の主要因となっている。リフォーム、非住宅分野での需要拡大が今後期待される。

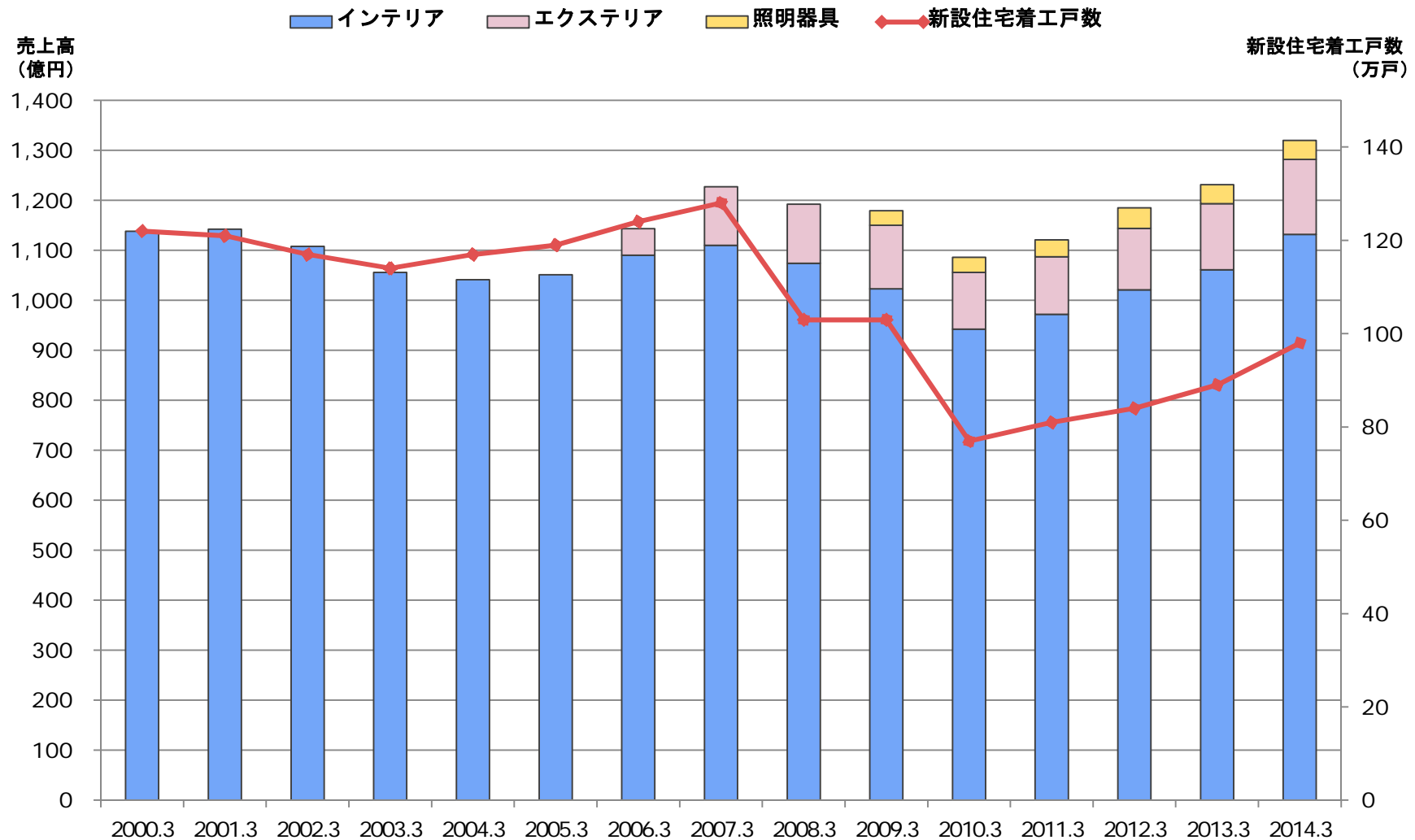
※一般社団法人日本インテリアファブリックス協会 「平成25年度のインテリアファブリックス事業の概況」より

国内インテリア市場と当社売上の推移



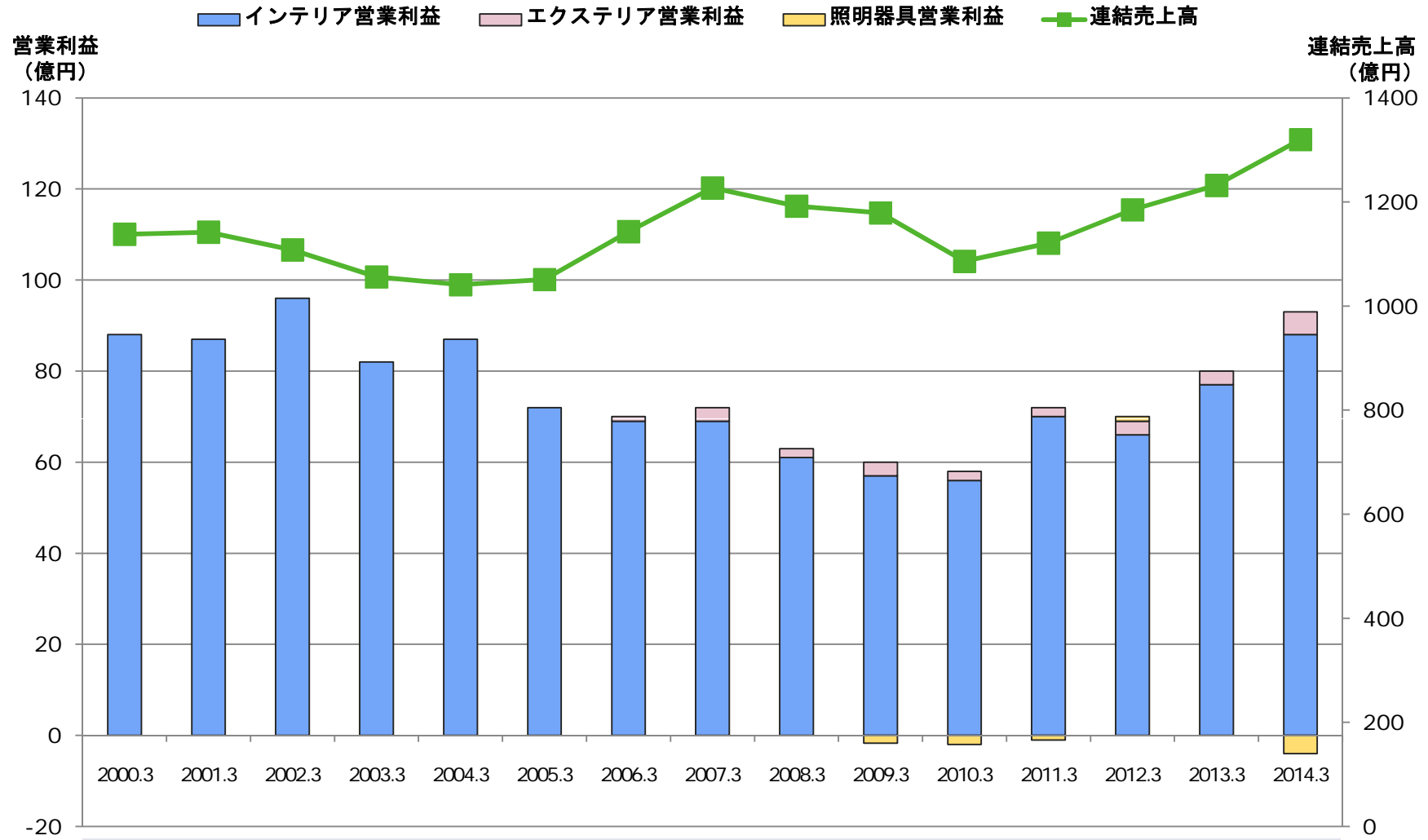
2004年度までサンゲツの売上は新設住宅着工戸数にリンク。2007年度以降、住宅着工戸数は低迷・減少したが、当社の売上高はリーマンショックによる一時的減少はあったものの、順調に拡大し、2000年レベルに回復。

セグメント別売上推移



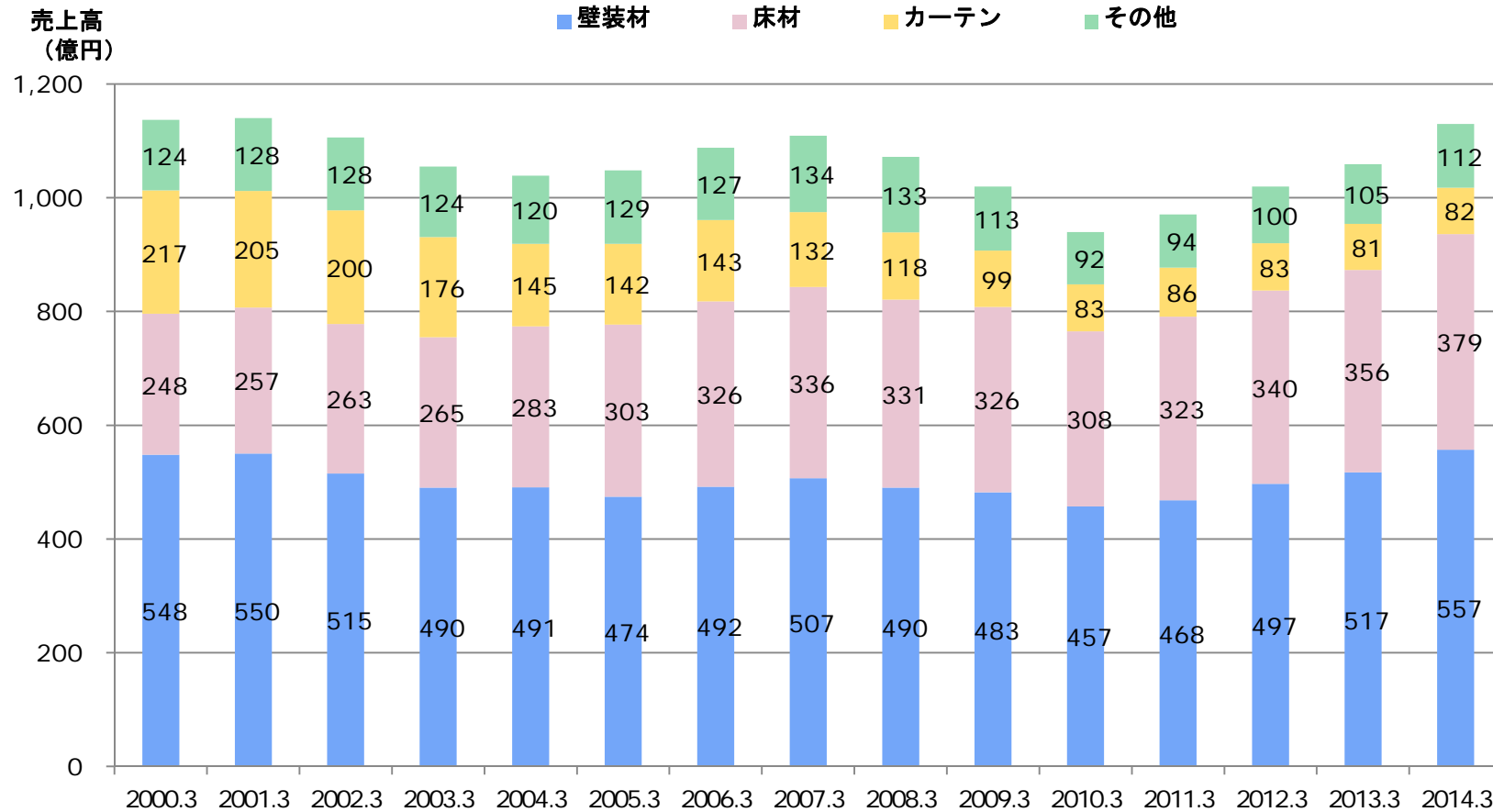
2005年に株式会社サングリーン、2008年には山田照明株式会社を買収。インテリアセグメントでは住宅リフォーム分野での拡販、非住宅分野向け商品の拡充・販売の拡大が成長要因となった。

セグメント別営業利益推移



利益はほぼインテリア事業から創出されている。エクステリア事業、照明器具事業の利益拡大が課題

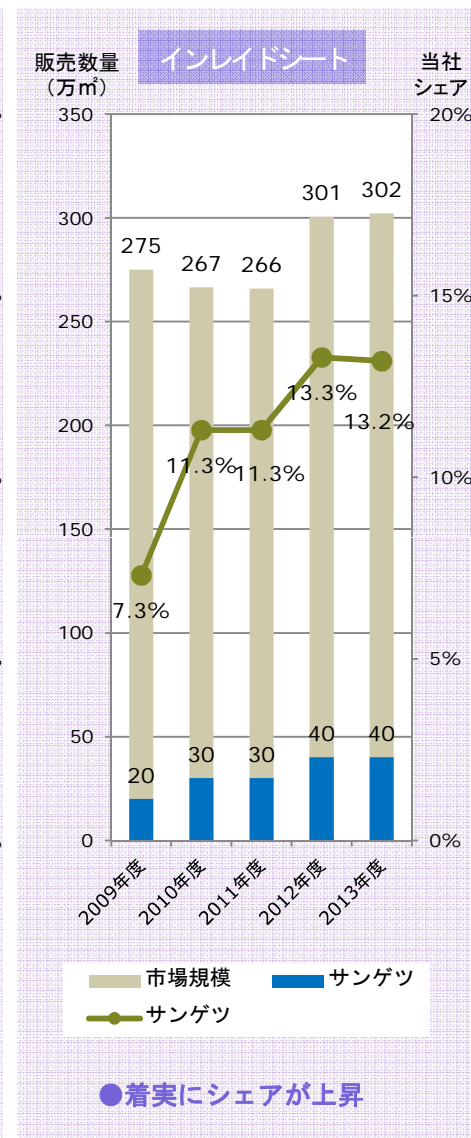
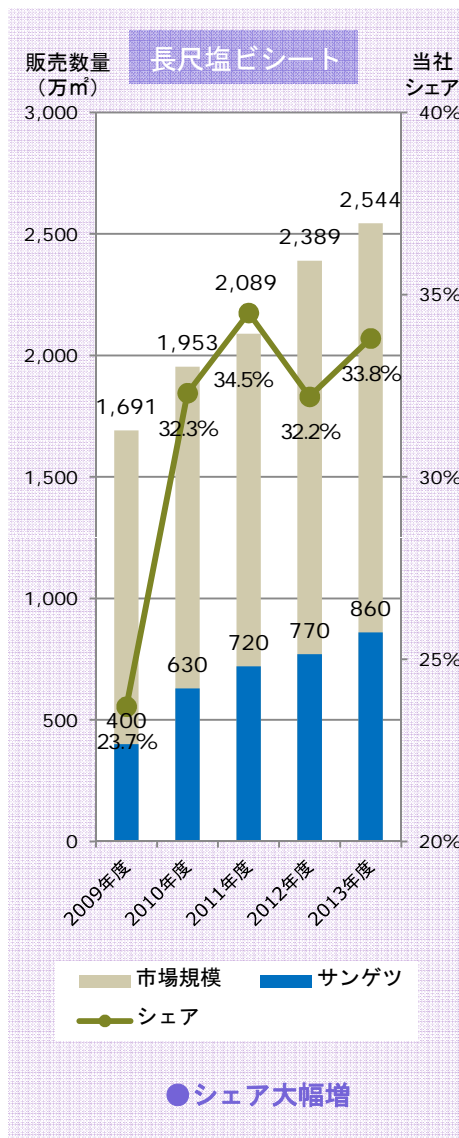
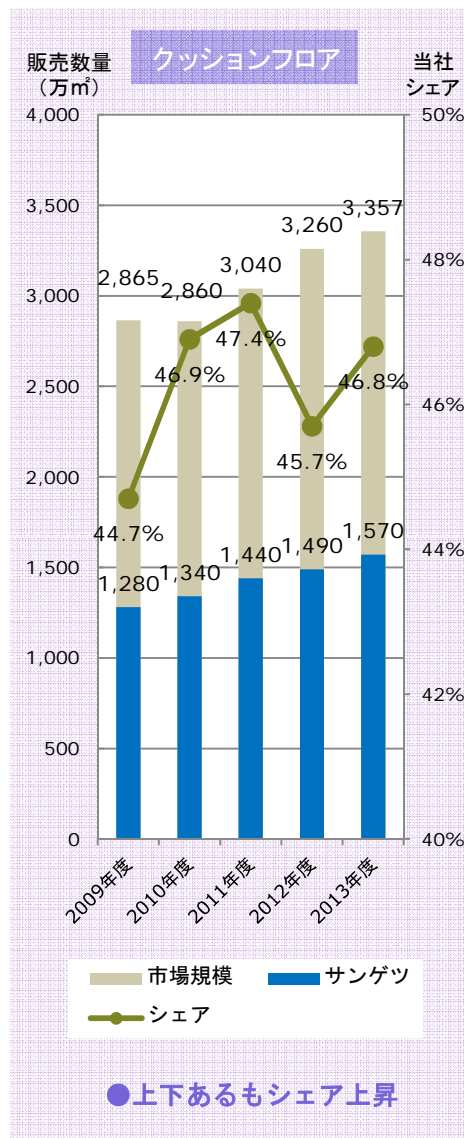
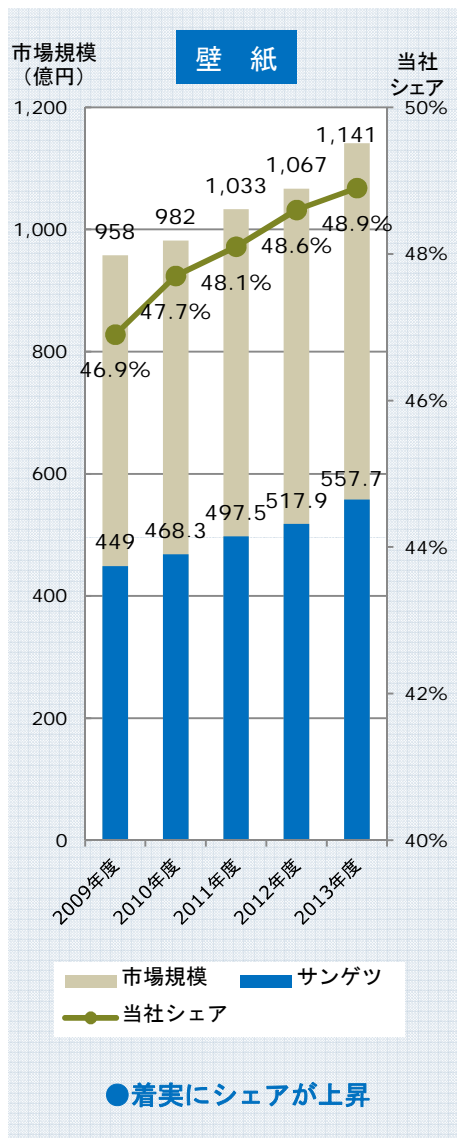
インテリアセグメント別売上推移



主力のインテリア事業は、壁装材が売上の半分を占める。
 サンゲツ単体で行っているインテリア事業商品別売上高の2000年3月期との比較では、

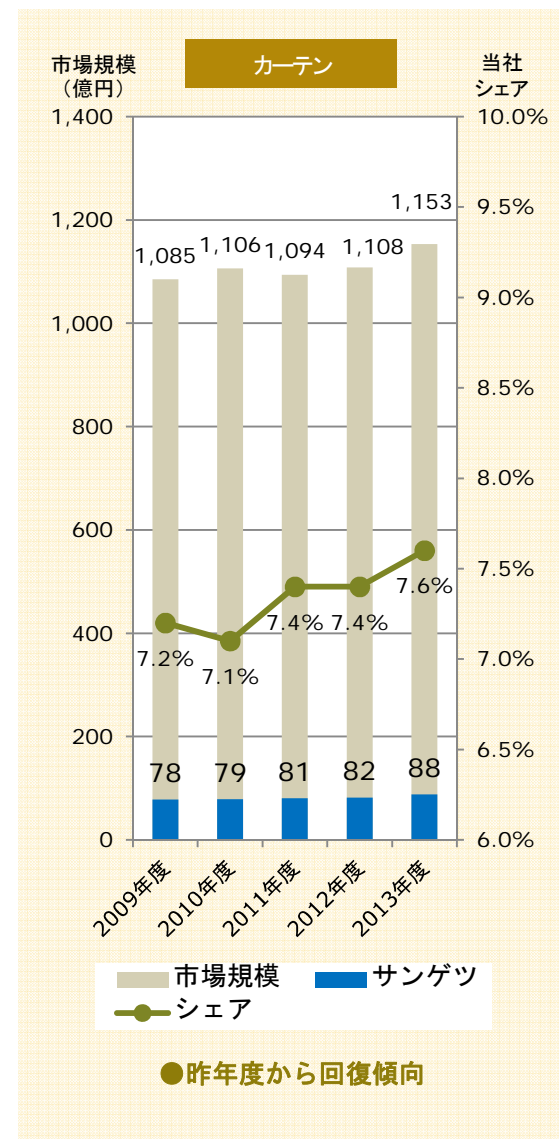
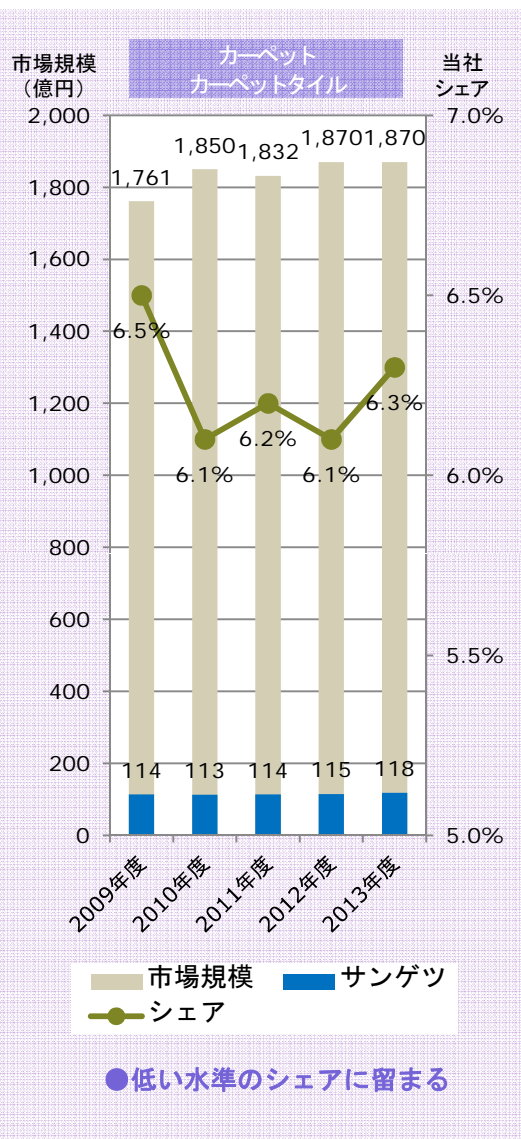
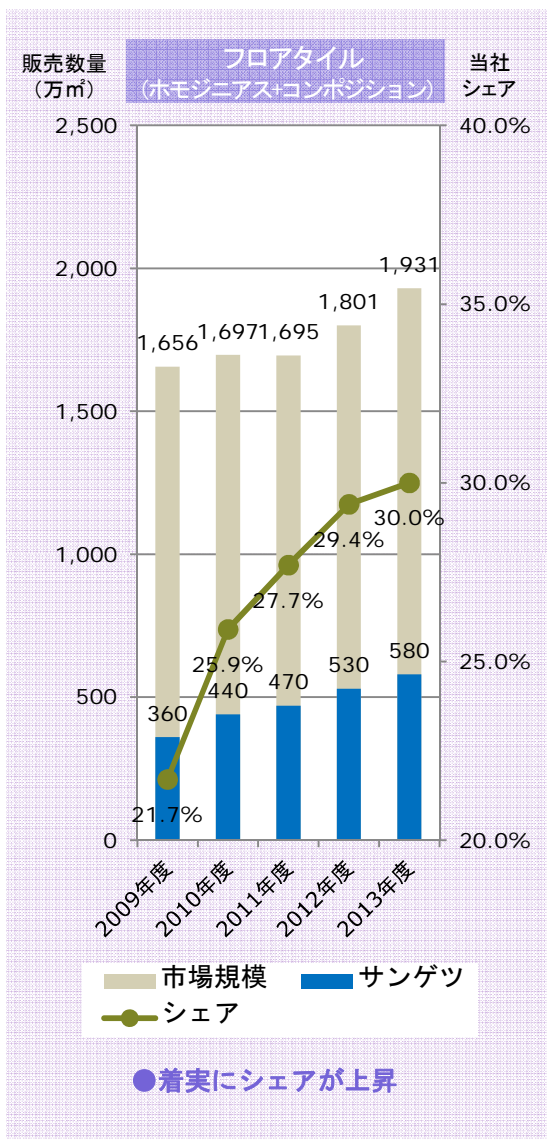
- 主力の壁装材の売上はほぼ横ばい（業界全体の売上は減少しており、サンゲツのシェアはアップ）
- 床材の売上は248億円より379億円へアップ（床材は非住宅分野への営業強化が奏効）
- カーテンの売上は217億円より82億円へダウン（大手量販店や万均ショップの台頭による低価格指向に苦戦）

市場規模と当社のシェア



※数値は社内推計による

市場規模と当社のシェア



※数値は社内推計による

用語	概要
壁紙	住宅から非住宅分野まで幅広く利用される壁装材。近年では汚れ防止や消臭、キズが付きにくいなどの性能を持つ機能性壁紙も人気。また、部屋の一面あるいは一部だけ色やデザインの異なる壁紙を使う「アクセントクロス」は住空間の魅力を高め、賃貸管理会社とのコラボレーションが進んでいる。
クッションフロア	住宅用と店舗用のタイプがあり、アパートやマンションなどでも多く利用されているシート系床材。木目・石目など豊富なデザインとクッション性が特長の幅広い用途を持つアイテム。
長尺塩ビシート	医療・福祉施設や商業スペース、教育施設などに多く利用されるシート系床材。安全、衛生面に配慮した機能のほか、優れたメンテナンス性による管理維持コストの削減、環境負荷の低減にも繋がる性能を持つアイテムなどがある。
インレイドシート	医療・福祉施設や教育施設にも利用されるシート系床材。摩耗しても同じ柄が現れる金太郎飴のような構造に加え、ワックスがけ不要などの優れたメンテナンス性が施設の維持管理コストや環境負荷を低減する。
フロアタイル	商業施設や教育施設、また戸建やアパート、マンションにも利用される幅広い用途をもつ、タイル状で45センチ角の塩ビ床材。ウッドやストーンなどモチーフとなる素材を高い印刷技術と精緻なエンボス加工で表現した意匠性の高さも特長。
カーペット・カーペットタイル	カーペットは、住宅からオフィスや商業施設、ホテル、旅館まで幅広い用途で利用される繊維系床材。多彩なデザインと高い機能性を備える。カーペットタイルは50センチ角のタイル状で貼り替えも手軽な上、メンテナンス性にも優れている。
カーテン	サンゲツが取扱うのはすべてオーダーカーテン。好みや部屋の条件に合ったデザイン、サイズで窓まわりを装飾できるのが特長。デザイン性豊かな厚手のカーテンのほか、外から室内が見えにくいミラー調レースや遮熱などの機能性アイテムも人気。



2015年3月期 第2四半期決算の状況



2015年3月期 第2四半期外部環境

	新設住宅着工戸数 前年比増減率	民間非居住建築物 着工床面積 前年比増減率	壁紙出荷量 前年比増減率
2013年 12月	18.0%	-1.4%	9.7%
2014年 1月	12.3%	13.0%	18.0%
2月	1.0%	-8.6%	5.7%
3月	-2.9%	-8.0%	12.4%
4月	-3.3%	-7.1%	-2.7%
5月	-15.0%	-11.8%	1.8%
6月	-9.5%	3.0%	11.9%
7月	-14.1%	-6.1%	-10.4%
8月	-12.5%	-0.5%	-10.7%
9月	-14.3%	-16.0%	-3.6%

- ・ 増税による駆け込み需要後の新築住宅着工戸数の減少
(3月より9月まで7ヶ月連続前年比減少、3月 ▲2.9%、4~9月 ▲11.6%)
- ・ マンションおよび非住宅分野では建築費・不動産価格の上昇による案件の中止・遅延
(民間非居住用着工面積は4~9月計▲6.6%)
- ・ 着工から内装工事まで4~5ヶ月の時間差
(3月以降の住宅・非住宅の着工の落ち込みが夏場より顕在化)

2015年3月期 第2四半期決算（連結）



単位(百万円、%)

	2014年3月期 2Q実績	2015年3月期 2Q計画	2015年3月期 2Q実績	計画比		前年同期比	
				増減	%	増減	%
売上高	61,301	62,000	63,981	1,981	3.2%	2,680	4.4%
売上総利益	17,161	16,970	17,962	992	5.8%	801	4.7%
売上総利益率	28.0%	27.4%	28.1%	0.7%		0.1%	
販売費及び一般管理費	13,056	13,920	14,037	117	0.8%	981	7.5%
販売費及び 一般管理费率	21.3%	22.5%	21.9%	-0.6%		0.6%	
営業利益	4,105	3,050	3,924	874	28.7%	-181	-4.4%
営業利益率	6.7%	4.9%	6.1%	1.2%		-0.6%	
営業外収益	301	250	316	66		15	
営業外費用	7	50	22	-28		15	
経常利益	4,399	3,250	4,218	968	29.8%	-181	-4.1%
特別利益	6	0	0	0		-6	
特別損失	19	60	880	820		861	
税金等調整前 当期純利益	4,386	3,190	3,338	148	4.6%	-1,048	-23.9%
当期純利益	2,691	1,950	2,156	206	10.6%	-535	-19.9%
EPS(円)	70.6	51.2	56.6	5.4		-14.0	

インテリアセグメントでは、全てのエレメントで増収。設計・施主への営業強化、新見本帳の発行、リフォーム・非住宅分野への注力などの効果により、各エレメントで売上増を達成。

原油・ナフサ価格の高騰を受けた仕入先からの仕入れ価格上昇を反映し、販売価格の改定を実施。2Q後半からの値上げにより総利益率は0.1%と若干改善。

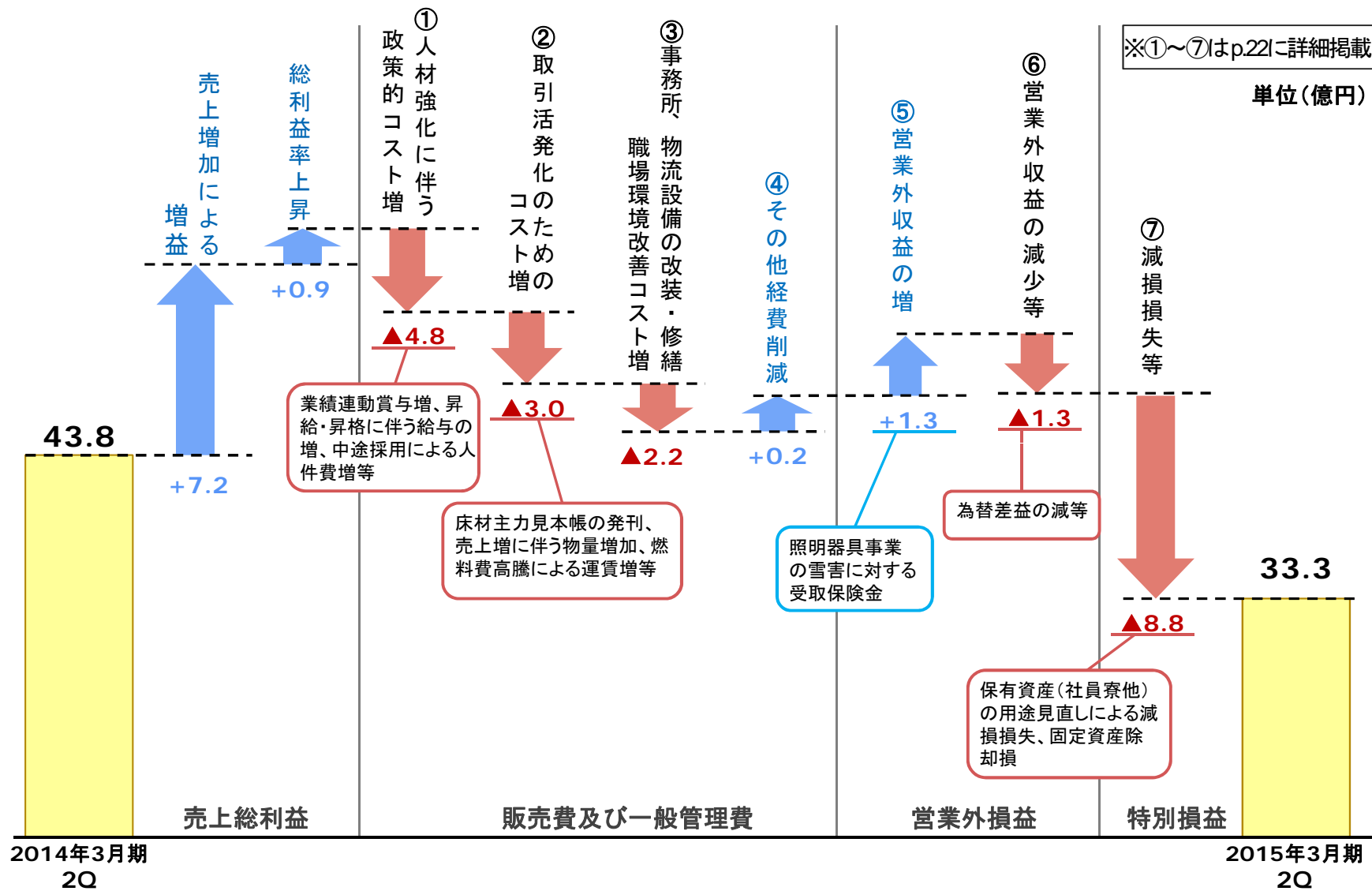
一時的な構造改革・基盤整備費用に加え、給与改定などの影響により販売管理费率は前年比0.6ポイント上昇。
※P.22に詳細掲載

※P.22に詳細掲載

※P.22に詳細掲載

事業基盤の再整備に伴う販管費の他、特別損失などにより当期純利益は前年比19.9%の減少となったが、売上増、総利益率改善が予想を上回った為、期初計画比では10.6%の増加となった。一時的な費用増・特別損失を除いたベースでは、前年比若干の増益。

2015年3月期 第2四半期 税金等調整前純利益（連結）の増減



販売費及び一般管理費、営業外・特別損益の主な増減（上期）



単位(億円)

分類	内訳	構造的要因	金額	一時的要因	金額	合計金額
販売費及び一般管理費	①人材強化	【組織体制強化の為に人件費の増加】 ・業績連動賞与増 ・昇給・昇格に伴う給与、社会保険料等の増 ・中途採用による人件費増 ・派遣作業費の増	▲ 4.5	・エクステリア事業前期売上150億円達成による、特別報奨金支払 ・組織体制構築に伴う準備費用、人事異動の赴任費用	▲ 0.3	▲ 4.8
	②取引活発化（物流費）	・燃料費高騰による運賃の値上	▲ 0.8	・売上増に伴う物量増加による運賃増	▲ 0.5	▲ 1.3
	取引活発化（営業費）	・床材主力見本帳の発刊 ・代理店会費用、国内外出張費等	▲ 1.7		▲ 0.0	▲ 1.7
	③事業施設設備の再整備	・減価償却費の増（物流施設新設等）	▲ 0.9	・事務所及び物流設備の改装・修繕、備品の購入 ・ITシステム再構築費用	▲ 1.3	▲ 2.2
	④その他増減	・貸倒引当金繰入額の減少等	0.4	・報酬等支払手数料の増	▲ 0.2	0.2
販売費及び一般管理費の増加			▲ 7.5		▲ 2.3	▲ 9.8
営業外損益	⑤営業外収益の増加		-	・照明器具事業の雪害に対する受取保険金	1.3	1.3
	⑥営業外収益の減少		-	・為替差益の対前年同期比減少（外貨預金額減少による影響）	▲ 1.3	▲ 1.3
営業外費用の増加			-		0.0	0.0
特別損益	⑦保有不動産の見直し		-	・保有資産（社員寮他）の売却を前提とした減損損失、固定資産除却	▲ 8.8	▲ 8.8
特別損失の増加			-		▲ 8.8	▲ 8.8
総計			▲ 7.5		▲ 11.1	▲ 18.6

2015年3月期 第2四半期 セグメント別売上高



単位(百万円、%)

事業セグメント	2011年3月期2Q	2012年3月期2Q	2013年3月期2Q	2014年3月期2Q	2015年3月期2Q	構成比	対前年増減率
インテリア	45,967	47,583	50,714	52,701	54,633	85.4%	3.7%
壁装材	22,428	23,349	25,253	26,400	27,105	49.6%	2.7%
床材	15,179	15,950	16,810	17,590	18,311	33.5%	4.1%
カーテン	4,110	3,804	3,915	3,707	4,002	7.3%	8.0%
その他	4,249	4,479	4,735	5,003	5,215	9.5%	4.2%
インテリア総計	45,967	47,583	50,714	52,701	54,633	100%	3.7%
エクステリア	5,585	5,425	6,617	6,990	7,512	11.7%	7.5%
照明器具	1,483	2,122	1,936	1,614	1,867	2.9%	15.7%
セグメント間取引調整	-6	-3	-10	-5	-32	-	-
連結売上高	53,030	55,127	59,257	61,301	63,981	100.0%	4.4%

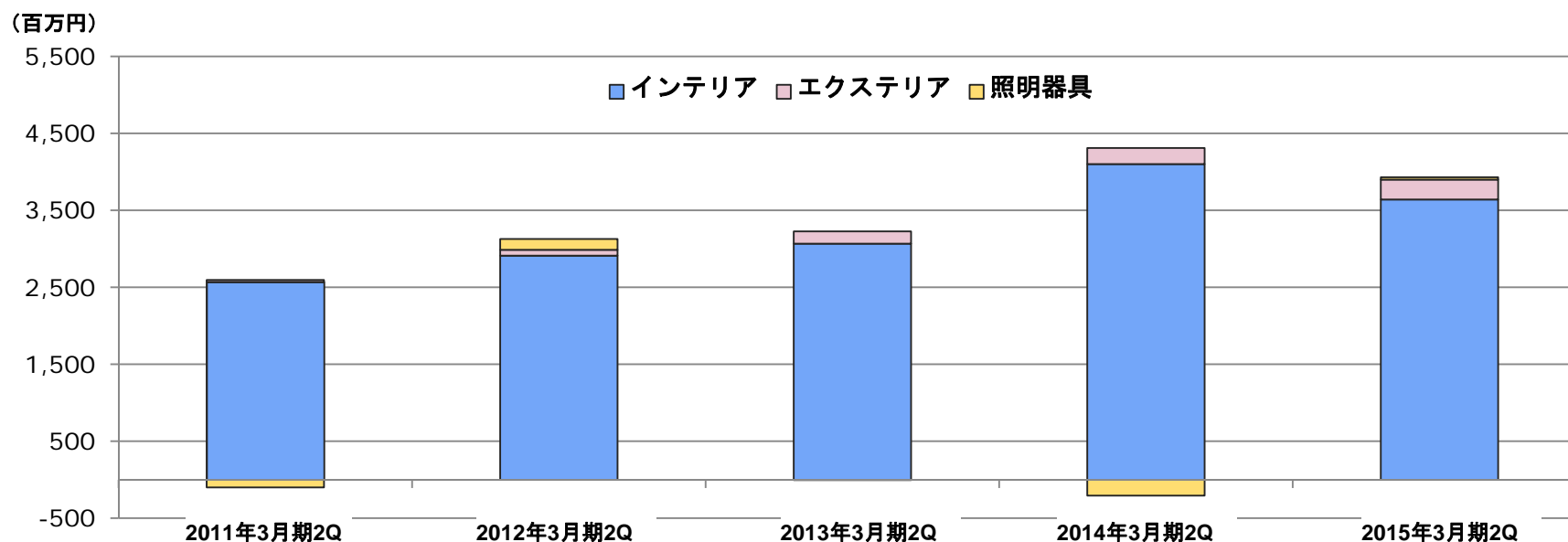
インテリアセグメントでのカーテンの売上は、半期ベースでは価格体系を改めた2002年9月期以来初めての大幅増に転じた。照明事業では数量的にも価格的にも厳しい市場環境の中、15.7%の増となった。

2015年3月期 第2四半期 セグメント別営業利益



単位(百万円、%)

事業セグメント	2011年3月期 2Q	2012年3月期 2Q	2013年3月期 2Q	2014年3月期 2Q	2015年3月期 2Q	構成比	対前年増減率
インテリア	2,569	2,911	3,067	4,102	3,641	92.6%	-11.2%
エクステリア	27	75	160	209	260	6.6%	24.2%
照明器具	-99	142	-2	-207	30	0.8%	-
セグメント間取引調整	-1	0	-0	0	-8	-	-
連結営業利益	2,496	3,130	3,225	4,105	3,924	100.0%	-4.4%



インテリア事業の状況

■壁装材

収益性の改善の為、低価格の量産品より中級価格帯の一般品への転換促進を提案するTVCMを放映。また、これに呼応し、新たな主力見本帳を発刊。新築住宅着工戸数の落ち込みなどで数量が減少する環境下、値上げを実行。売上げの前年比増を達成するとともに市場シェアも堅持。原材料費などの高騰により低下していた利益率は7月以降改善傾向。

■床材

住宅・事務所・商業・教育・医療・介護など様々な施設で幅広い分野に使用される床材の営業活動の強化の為、営業体制の見直しを実行。これに合わせ、2つの主力見本帳を発刊。売上げも前年比増を達成。新見本帳での価格政策の見直しと一部商品の9月1日よりの値上げにより、利益率改善スタート。

■カーテン

見本帳戦略・商品開発・プロモーション展開を抜本的に見直し、営業との連携を拡大することにより、商品提案力を強化。昨年10月に発刊した見本帳の価格政策の見直しにより、売上げも伸長。長期低落していた売上げは昨年度に続き本年上期も拡大。

■販売費及び一般管理費

取引の拡大と新規物流設備の稼働開始に伴い物流費が増加。中期経営計画の中で事務所・物流設備の見直しを実行、修繕・改善費用増。人材強化の為、人件費・研修費を積み増し。

エクステリア事業の状況

主力分野であるフェンスに加えて、カーポートやサンルーム分野の売上が前年比伸長。2013年に立ち上げた自社ブランドにエクステリア分野の新商品をラインアップ。さらに、関東への新たな足掛かりとして横浜支店を開設、関東地区での売上が前年比1.4倍と着実に拡大。

照明事業の状況

経営ガバナンスの改善、社員のモチベーション向上策を実行。商品数の削減に取り組むと共に在庫管理を強化。事業対象を“非住宅”と明確化の上、更に注力すべき分野、商品の絞り込みを実行中。総利益の拡大及び本年2月の積雪被害に対する保険金入金により黒字に転換。しかし、安定的収益基盤の確立は依然課題。

連結貸借対照表

単位（百万円）

区分	期別	2014年3月31日現在	2014年9月30日現在	増減
（資産の部）				
流動資産		91,313	100,386	9,073
現金及び預金		18,919	22,480	3,561
受取手形及び売掛金		45,496	40,827	▲ 4,669
有価証券		15,002	24,003	9,001
その他		11,894	13,075	1,181
固定資産		54,590	43,946	▲ 10,644
〈有形固定資産〉		30,304	29,737	▲ 567
建物及び構築物		8,030	8,560	530
土地		20,182	19,412	▲ 770
その他		2,090	1,764	▲ 326
〈無形固定資産〉		346	340	▲ 6
〈投資その他の資産〉		23,938	13,868	▲ 10,070
資産合計		145,903	144,333	▲ 1,570

最需要期である2月、3月に対し8月、9月の売上減少による売掛債権の減少

余資運用の国債等で償還期限が1年以内になり、固定資産の投資有価証券から流動資産の有価証券へ振替

主に東京支社増築工事で、前期末建設仮勘定より、今期建物及び構築物へ振替

保有資産（社員寮他）の用途見直しによる減損損失計上による減少

満期日変更特約定期預金の満期解約による減少（現金及び預金が増加）

単位（百万円）

区分	期別	2014年3月31日現在	2014年9月30日現在	増減
（負債の部）				
流動負債		20,914	17,524	▲ 3,390
支払手形及び買掛金		14,389	12,722	▲ 1,667
未払法人税等		3,010	1,531	▲ 1,479
その他		3,515	3,269	▲ 246
固定負債		5,101	5,661	560
負債合計		26,016	23,186	▲ 2,830
（純資産の部）				
株主資本		118,667	119,038	371
その他の包括利益累計額		1,220	2,108	888
純資産合計		119,887	121,147	1,260
負債純資産合計		145,903	144,333	▲ 1,570

最需要期である2月、3月に対し、8月、9月の売上減少による仕入債務の減少

キャッシュ・フローの状況



単位（百万円）

	2014年3月期 2Q実績	2015年3月期 2Q実績	前年同期差
税金等調整前四半期純利益	4,386	3,338	-1,048
減価償却費	463	559	96
運転資本増減	3,748	1,653	-2,095
法人税等支払	-2,073	-2,907	-834
その他	-139	948	1,087
営業キャッシュ・フロー	6,385	3,591	-2,794
投資キャッシュ・フロー	-2,113	1,433	3,546
フリーキャッシュ・フロー	4,272	5,024	752
財務キャッシュ・フロー	-1,584	-1,441	143

主に季節変動による減少
 【14.3期】 売上債権減少 4,711
 棚卸資産減少 ▲396
 仕入債務の減少▲567
 【15.3期】 売上債権減少 4,668
 棚卸資産減少 ▲1,349
 仕入債務の減少▲1,666

主に減損損失による増加
 15.3期 834

主に投資有価証券の取得、売却、償還
 14.3期 差額支出▲3,343
 15.3期 差額収入 993

主に配当金支払
 14.3期 ▲1,543
 15.3期 ▲1,428



2015年3月期 通期見通し



外部環境

	7~9月実績 (戸)	10月~12月 (戸)	7月~12月計 (戸)	年度合計 (戸)
2013年度	257,683	271,279	528,962	987,254
2014年度	222,533	約230,000 (予想)	約450,000 (予想)	890,000 (予想)
増減	▲35,150	▲41,279	▲78,962(▲14.7%)	▲97,254 (予想)

本年度通期予想は、新設住宅着工戸数を89万戸の前提で予想値を算出。

新築住宅の着工から内装工事までの時間差 約4ヶ月を考慮すると、下期の売上高に影響を及ぼす着工期間は2014年7月~12月までであり、2013年7月~12月の着工戸数は前年同期比▲14.7%と大幅に減少の見込み。

商業スペースや医療・福祉施設などの非住宅分野に関しても、建設費の高騰、不動産価格の上昇により、案件の中止・遅延が発生している。通常発生する年末から3月までの建設現場の増加が、足元では前工程で2カ月程度の遅れが生じており、昨年下半年比で大きく減少することも懸念されている。



施策

厳しい市場状況下、顧客・需要分野・商品に応じ、よりキメ細かな営業手法・商品開発を行うことにより、収益の改善、シェア維持を図る。

中計の事業基盤の整備の施策に基づき、事務所・物流設備の改善の為の本格的な費用、また中期経営計画に基づく種々のコンサルフィーや新見本帳発刊に伴うコスト等の販売管理費を積み増し。

山田照明の安定・継続的な収益基盤の確立、サングリーンの関東地区での事業拡大を着実に実行する。

2015年3月期 通期業績見通し(連結)



単位(百万円、%)

	2014年 3月期 実績	2015年3月期								
		上期 実績			下期 計画			通期 計画		
		前期差	前期比	前期差	前期比	前期差	前期比			
売上高	131,978	63,981	2,680	4.4%	69,019	-1,658	-2.3%	133,000	1,022	0.8%
売上総利益	36,055	17,962	801	4.7%	19,138	244	1.3%	37,100	1,045	2.9%
売上総利益率	27.3%	28.1%	0.1%		27.7%	1.0%		27.9%	0.6%	
販売費及び一般管理費	27,102	14,037	981	7.5%	15,763	1,717	12.2%	29,800	2,698	10.0%
営業利益	8,952	3,924	-181	-4.4%	3,376	-1,471	-30.3%	7,300	-1,652	-18.5%
営業利益率	6.8%	6.1%	-0.6%		4.9%	-2.0%		5.5%	-1.3%	
営業外収益	535	316	15		114	-120		430	-105	
営業外費用	12	22	15		8	3		30	18	
経常利益	9,475	4,218	-181	-4.1%	3,482	-1,594	-31.4%	7,700	-1,775	-18.7%
特別利益	29	0	-6		-	-23		0	-29	
特別損失	47	880	861		220	192		1,100	1,053	
税金等調整前当期純利益	9,458	3,338	-1,048	-23.9%	3,262	-1,810	-35.7%	6,600	-2,858	-30.2%
当期純利益	5,459	2,156	-535	-19.9%	2,244	-524	-18.9%	4,400	-1,059	-19.4%
EPS(円)	143.3	56.6	-14.0		58.9	-13.8		115.5	-27.8	

昨年度は消費税増税の駆け込み需要により、1～3月が大幅増収、今下期は反動減が予想されるも通年では増収を見込む。

総利益は、昨年からの原価上昇を販売価格の是正により一部吸収すると共に、前年の廃番商品評価損の圧縮により増益を計画。

P.34に詳細掲載

P.34に詳細掲載
雪害に対する子会社受取保険金増加。
為替差益の前年比減等により営業外収益の減少を見込む。

P.34に詳細掲載
[主要な内訳]
前期：固定資産除売却損
当期：所有資産(社員寮等)の整理による減損など

2015年3月期 通期業績見通し（セグメント別）



単位(百万円、%)

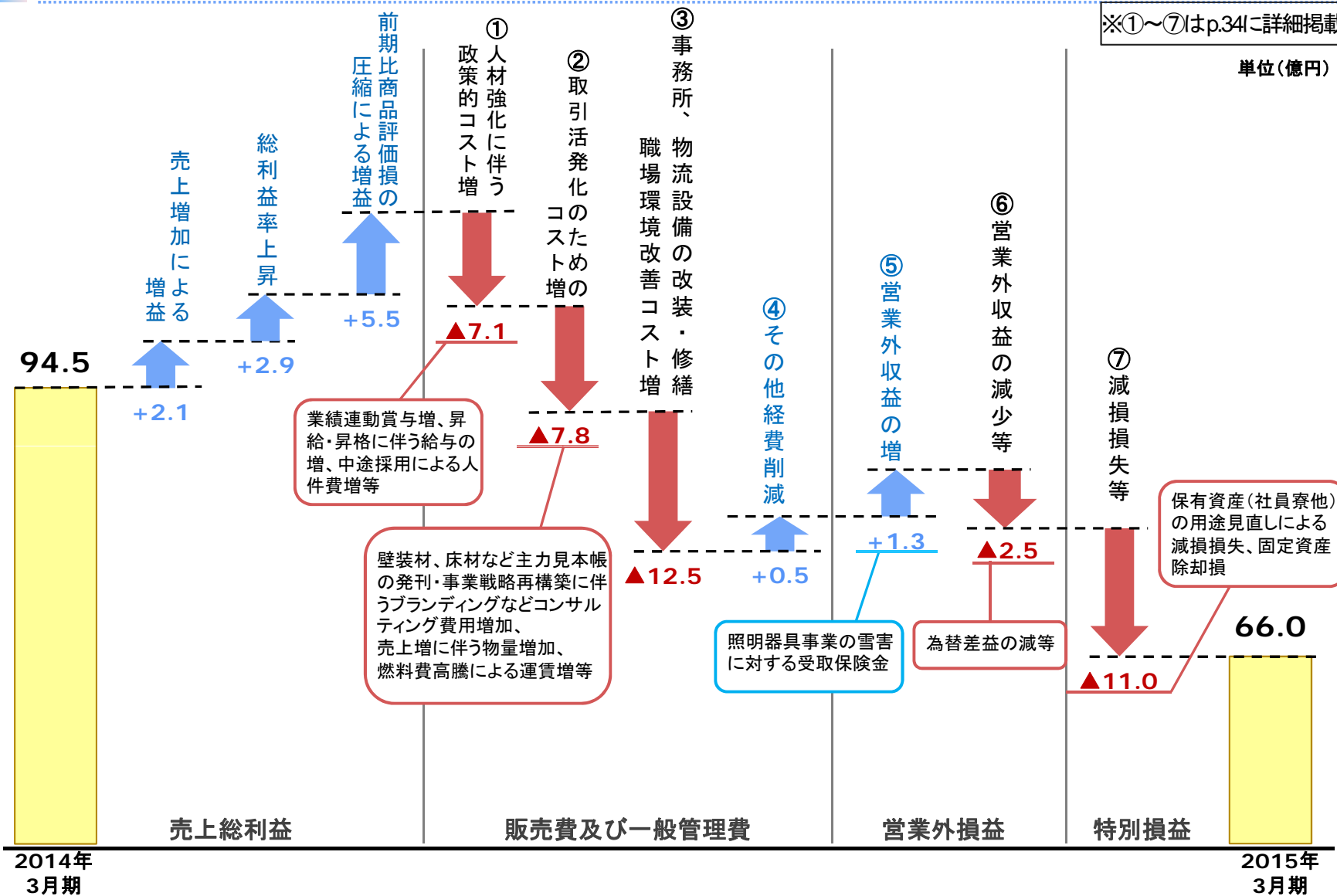
		14.3期 実績	15.3期						通期 計画	前期差	前期比
			上期 実績			下期 計画					
				前期差	前期比		前期差	前期比			
インテリア	売上高	113,181	54,633	1,932	3.7%	58,867	-1,613	-2.7%	113,500	319	0.3%
	営業利益	8,842	3,641	-461	-11.2%	3,259	-1,481	-31.2%	6,900	-1,942	-22.0%
エクステリア	売上高	15,018	7,512	522	7.5%	7,989	-39	-0.5%	15,500	482	3.2%
	営業利益	556	260	51	24.4%	240	-107	-30.8%	500	-56	-10.1%
照明器具	売上高	3,820	1,867	253	15.7%	2,133	-73	-3.3%	4,000	180	4.7%
	営業利益	-435	30	237	-114.5%	-130	98	43.0%	-100	335	-77.0%
セグメント間取引調整	売上高	-42	-32	-27							
	営業利益	-11	-8	-8							
合計	売上高	131,978	63,981	2,680	4.4%	69,019	-1,658	-2.3%	133,000	1,022	0.8%
	営業利益	8,952	3,924	-181	-4.4%	3,376	-1,471	-30.3%	7,300	-1,652	-18.5%

2015年3月期 税金等調整前純利益(連結)の増減見込み



※①～⑦はp.34に詳細掲載

単位(億円)



販売費及び一般管理費、営業外・特別損益の主な増減（通期）



単位(億円)

分類	内訳	構造的要因	金額	一時的要因	金額	合計金額
販売費及び一般管理費	①人材強化	【組織体制強化を目的とした人材登用による、人件費の増加】 ・業績連動賞与増 ・昇給・昇格に伴う給与増、社会保険料等の増 ・中途採用による人件費増 ・研修、教育費増	▲ 6.6	・エクステリア事業前期売上150億円達成による、特別報奨金支払 ・組織体制構築に伴う準備費用、人事異動の赴任費用	▲ 0.5	▲ 7.1
	②取引活発化(物流費)	・燃料費高騰による運賃の値上	▲ 0.9	・売上増に伴う物量の増加による運賃増	▲ 0.8	▲ 1.7
	取引活発化(営業費)	・壁装材、床材等各種主力見本帳の発刊 ・旅費交通費、交際接待費、広告宣伝費、代理店会費等の増	▲ 4.2	・事業戦略再構築に伴う人事制度、ブランディング、IR費用等のコンサルティング活用費用の増	▲ 1.9	▲ 6.1
	③事業施設設備の再整備	・減価償却費の増(物流施設新設等)	▲ 1.3	・事務所及び物流設備の改装・修繕、備品の購入 ・ITシステム再構築費用	▲ 11.2	▲ 12.5
④その他増減	・貸倒引当金繰入額の減少等	0.7	・報酬等支払手数料の増	▲ 0.2	0.5	
販売費及び一般管理費の増加			▲ 12.3		▲ 14.6	▲ 26.9
営業外損益	⑤営業外収益の増加		-	・照明器具事業の雪害に対する受取保険金	1.3	1.3
	⑥その他営業外損益の増減		-	・為替差益の対前期比減少等(外貨預金額減少による影響)	▲ 2.5	▲ 2.5
営業外費用の増加			-		▲ 1.2	▲ 1.2
特別損益	⑦保有不動産の見直し		-	・保有資産(社員寮他)の売却を前提とした減損損失、固定資産除却損	▲ 11.0	▲ 11.0
特別損失の増加			-		▲ 11.0	▲ 11.0
総計			▲ 12.3		▲ 26.8	▲ 39.1

■ 中期経営計画（2014-2016）

Next Stage Plan G の進捗状況  SANGETSU

嘉永2年
1849年

山月堂創業

1953年

株式会社化
(株)サンゲツ誕生

2014年

中期経営計画(2014-2016)
Next Stage Plan G スタート

第一期 約100年

- ・ 1849年の山月堂の創業以来1953年の株式会社化迄の家業としての約100年を第一期

第二期 約60年

- ・ 1953年の株式会社化以降、創業家のリーダーシップのもとトータルインテリアを供給するブランドメーカーの地位を確立した約60年を第二期とし、

第三の創業へ

- ・ **社員が経営を担う真の上場企業**として発展を目指す
これからの**サンゲツの第三期**と位置付けています。

中期経営計画(2014-2016)

Next Stage
Plan G

- 事業体制を**再整備・強化**
- 将来の**成長の為の仕込み**を行い
- サンゲツの次のステージを**切り拓く**

3年間

対象ステークホルダー	対象分野	具体的施策
従業員	社内体制	1) 社員が経営を担う事業基盤の整備 A. 組織の見直し B. 人事制度改革 C. 組織運営ルールの見直し D. ITシステムの再構築
顧客	商品/ マーケティング	2) 事業戦略の再構築 A. 既存事業の拡張 B. 成長戦略の推進
株主/社会	資本市場/CSR	3) ステークホルダーの評価向上 A. 資本政策とIR政策 B. 社会貢献活動 C. 環境経営
		+ 4) 創業以来の理念・社是・考えの継承

従業員・社内体制 ← 1) 社員が経営を担う事業基盤の整備

A. 組織の見直し	B. 人事制度改革	C. 組織運営ルールの見直し	D. ITシステム
<ul style="list-style-type: none"> ・ 7月1日で新組織に移行 ・ 収益責任を持つ事業部制の導入 ・ 本社機能強化 ・ 法人営業部設立 ・ 新規、海外事業部設立 ・ 事務所、物流設備の修繕、更新 ・ 職場環境改善策の実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 社員意欲向上に資する新人事制度を検討中 (4月1日導入予定) ・ 中途採用、研修の拡充を実行 ・ 女性営業員の増員 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 予算/組織目標管理制度の整備 ・ 支社/支店/課別、見本帳別、商品別、収益・効率管理の強化 ・ 管理経理課設置によるリスク管理強化 ・ 社内規定を見直し、権限委譲を実行 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新業務システム導入 →社内業務高度化 ・ 新営業管理システム導入 →営業担当者のモバイル化、営業効率改善による営業強化 ・ 新基幹システムの導入を検討

顧客・商品/マーケティング ← 2) 事業戦略の再構築

A. 既存インテリア事業の拡張戦略	B. 成長戦略の推進
<ul style="list-style-type: none">・ 商品開発（企画・デザイン）の見直し・ ブランディングの再構築・ 仕入先の集中と分散・ 営業業務の改善・ 全体最適の物流体制の構築・ 見本帳、商品点数、改廃率の見直し	<ul style="list-style-type: none">・ 新商品、新分野、新チャンネルの検討 ⇒海外注力市場の選定・ 山田照明の安定的事業基盤の確立、収益力改善策の検討と実行・ サングリーン事業とのシナジー追求

株主/社会・資本市場/CSR ← 3) ステークホルダーの評価向上

A. 資本政策とIR	B. 社会貢献活動	C. 環境経営
→p. 41に詳細	・ 社員が中心 となった 社会貢献活動 実行の為の委員会を設置	・ 環境対応商品 の開発を加速

これまでのサンゲツ

- 継続的な企業価値向上が株主への利益貢献の基本であるとの認識のもと、**安定的な配当**を継続的に実施
…過去5年間合計の配当性向実績は70%超
- 売上高、収益性などを重視し、バランスシートについては**安全性を優先した経営**

バランスシートの効率、
資本コストを意識した経営へ
転換

中期経営計画（2014-2016）Next Stage Plan Gに基づく資本政策

基本方針

- **資本コストを上回る ROE** の早期実現と、中長期的にはより高い**ROE 水準（8～10%）** の達成を目指す。
- **安全性と成長の為の資金は確保**しつつ、運転資金等の効率化を実現し、**資本効率の向上**を計る。
- **中長期的に持続可能な株主還元策**の拡充を行う。

本中計における 資本政策

- 2014年度より2016年度迄の3年間の**連結総還元性向を平均100%以上**とする。
- 今後の市場環境を鑑みつつ、平成26年度下期より**最短3年間、最長5年間で自己資本金額**を平成26年3月末比**100億円～200億円の圧縮**を目指す。
- **中長期的に株主に対するリターンが向上**するよう、機動的に**自己株式の取得、増配**を検討・実行する。
…第一ステップとして**30億円の自己株式の取得**を実行

●2014-2016年度 目標

本中期経営計画 “Next Stage Plan G”の定量目標は以下の通り定めています。

2016年度 収益目標 (連結ベース)

売上高	1,400億円
当期純利益	63億円

将来の成長の為の**基盤整備に先行投資**を行いつつ、**史上最高益の更新**を目指します。

●2017-2019年度 目標

今中期経営計画をベースに、次期中期経営計画の最終2019年度(2020年3月期)には

- 新規事業・海外事業・連結会社での本格的収益の実現
- インテリア事業収益の着実なる拡大
- 新たな資本政策の導入

により、

ROE
8 - 10%

を達成することを目標とします。

中期経営計画サマリー:2016年度収益目標(連結ベース)



単位(億円)

	連結	インテリア	エクステリア	照明
売上	1,400	1,200	160	40
売上総利益	388	355	21	12
販売費及び一般管理費	293	265	16	12
営業利益	95	90	5	0
経常利益	97	92	5	0
純利益	63	60	3	0

【収益目標達成の前提及び施策】

● エクステリア	限定的な拡大を前提。
● 照明器具	安定的事業基盤の確立を優先、収益の拡大は見込まない。
● インテリア	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規事業・海外事業：仕込みの時期として販売費及び一般管理費のみを見込む ● インテリア既存事業：①リニューアル・大規模改修/病院・介護関連施設への注力 ②高付加価値商品へのシフト ③カーテン事業の売上回復

本資料には当社の「将来に関する記述に該当する情報」が記載されています。本資料における記述のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来予測に関する記述に該当します。

これら将来予測に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされた当社の仮定および判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスクおよび不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受ける恐れがあります。