



株式会社サンゲツ

2023年3月期 第2四半期決算説明会

2022年11月15日

代表取締役 社長執行役員 安田 正介

証券コード：8130
(東証プライム、名証プレミア)



目次

■ 2023年3月期 第2四半期 決算概況 p.3

- 連結業績 p.4
- セグメント別業績 p.11
- 上期決算の P O I N T p.13
- セグメント別状況 p.15

■ 2023年3月期 業績予想 p.26

- 連結業績予想の前提・背景 p.27
- 連結業績予想（修正） p.28
- セグメント別業績予想（修正） p.29
- （参考）中期経営計画【D.C. 2022】定量目標 p.30

■ 中期経営計画(2020-2022)

【D.C. 2022】の進捗 p.31

- デザイン力の発展的強化 p.33
- 戦略的調達推進 p.36
- サービス機能の拡充と高度化 p.38
- 環太平洋地域での事業強化 p.39

■ ESG・サステナビリティの取り組み p.40

- サンゲツグループが実現を目指す社会的価値 p.41
- 中期経営計画【D.C.2022】社会的価値の実現 p.42
- 地球環境（E）人的資本（S） p.43
- ガバナンス（G） p.44
- ESG外部評価 p.45

■ 資本政策・株主還元 p.46

- 資本政策 p.47
- 株主還元実績 p.48
- 今後の見通し p.50
- 将来見通しに関する注意事項 p.51

2023年3月期 第2四半期 決算概況

連結損益計算書

	2022年3月期 第2四半期	2023年3月期 第2四半期			
	実績(A) ※	実績(C)	前期比 (C-A,C/A)	期初予想(B)	予想比 (C-B,C/B)
売上高	699.5	817.2	+ 117.7(+16.8%)	780.0	+ 37.2(+4.8%)
売上総利益 (利益率)	184.1 (26.3%)	261.6 (32.0%)	+ 77.5(+42.1%)	221.9 (28.4%)	+ 39.7(+17.9%)
販売費及び 一般管理費	157.0	171.6	+ 14.6(+9.3%)	167.4	+ 4.2(+2.6%)
営業利益 (利益率)	27.0 (3.9%)	89.9 (11.0%)	+ 62.9(+232.6%)	54.5 (7.0%)	+ 35.4(+65.1%)
経常利益 (利益率)	27.9 (4.0%)	92.6 (11.3%)	+ 64.7(+231.4%)	58.0 (7.4%)	+ 34.6(+59.8%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	16.1	62.3	+ 46.2(+287.2%)	37.0	+ 25.3(+68.6%)

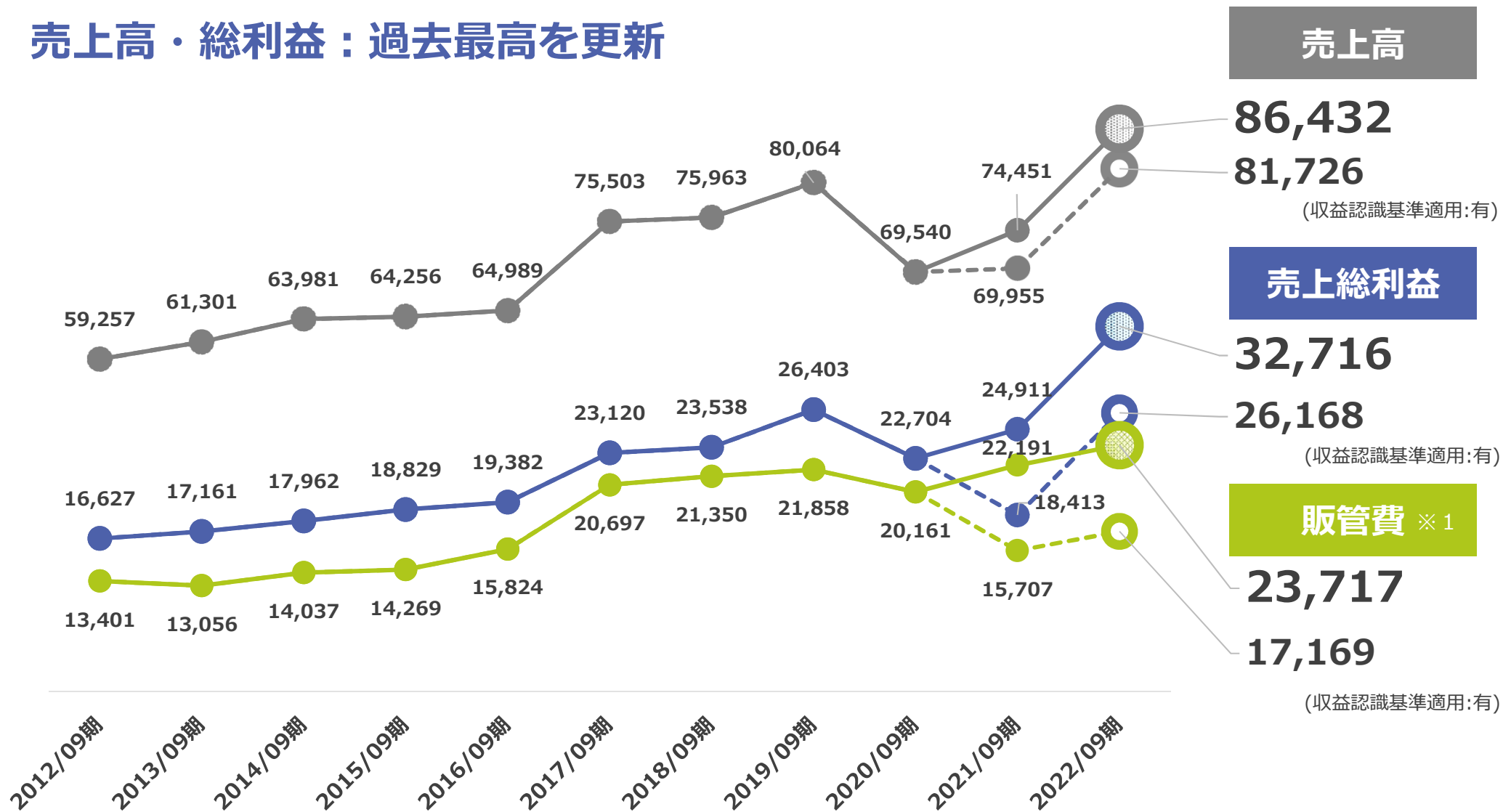
※ 2022年3月期末において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2022年3月期第2四半期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

連結売上高・総利益・販管費の推移

※収益認識に関する会計基準適用：無の場合

(百万円)

売上高・総利益：過去最高を更新



※1 販売費及び一般管理費

連結営業利益・経常利益・四半期純利益の推移

※収益認識に関する会計基準適用：無の場合

※1

営業利益・経常利益・四半期純利益：過去最高を更新

(百万円)

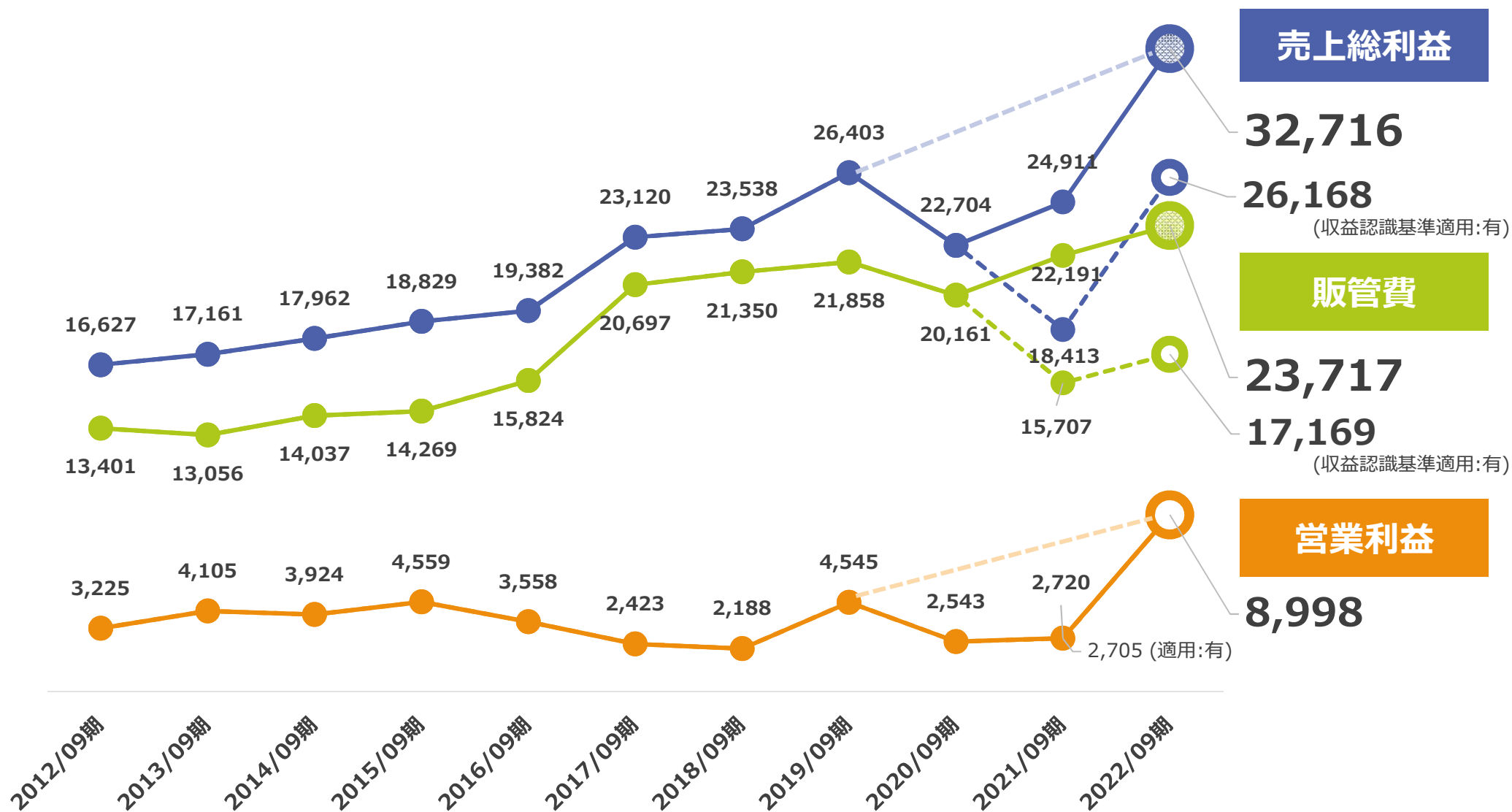


※1 親会社株主に帰属する四半期純利益

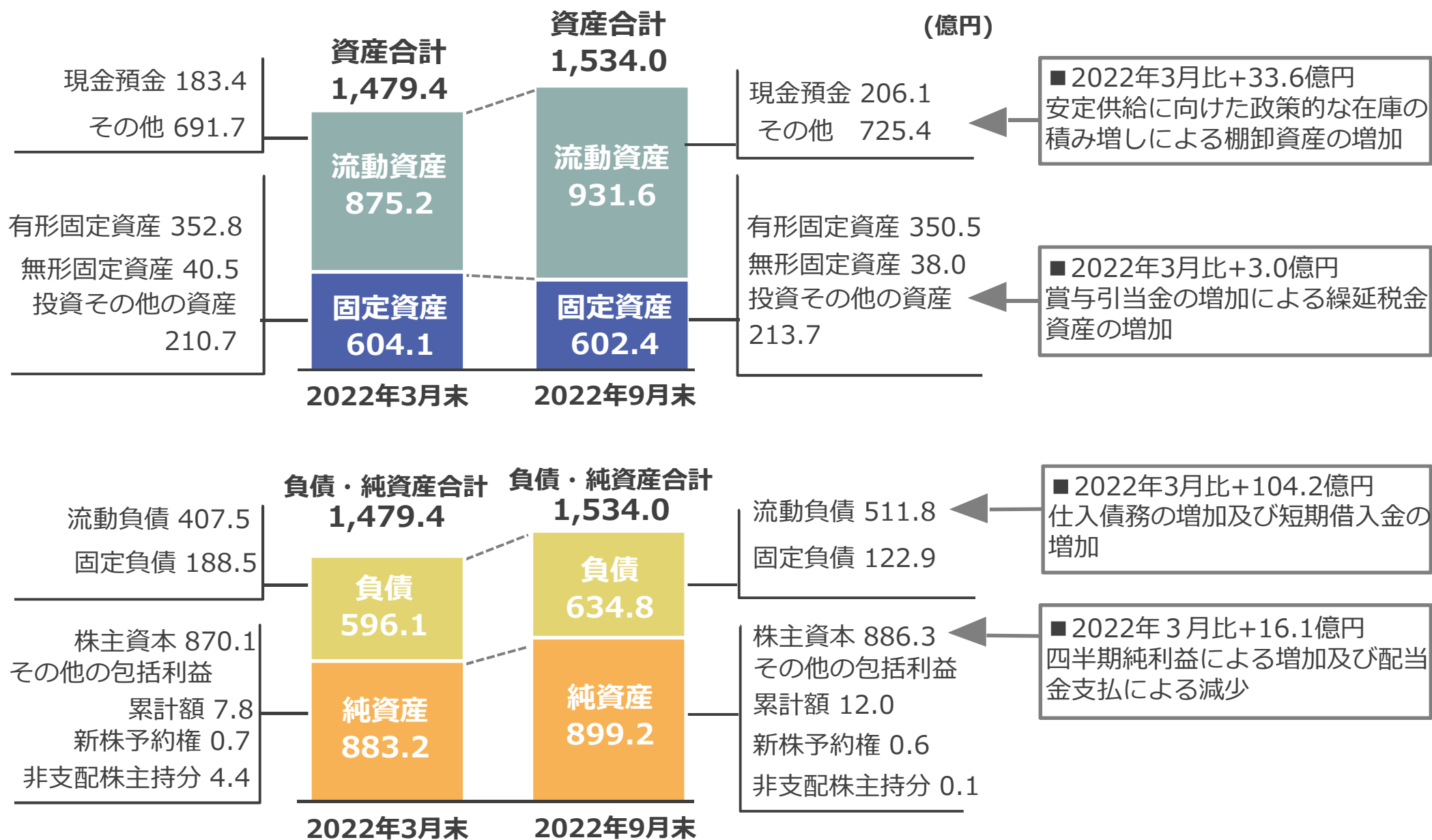
連結総利益・販管費・営業利益の推移

※収益認識に関する会計基準適用：無の場合

(百万円)



連結貸借対照表

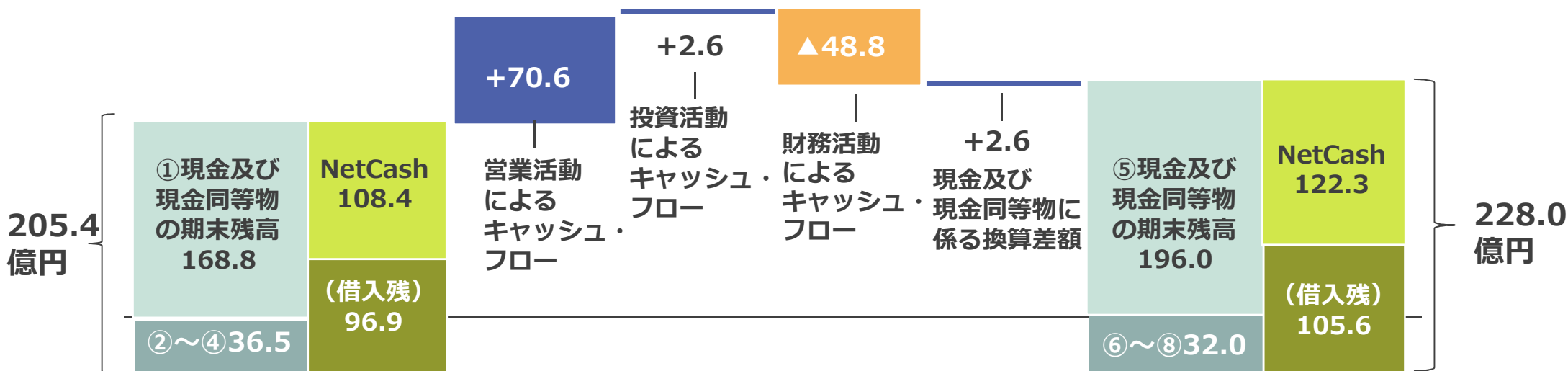


連結キャッシュ・フロー計算書

現金及び現金同等物 27.1億円増加

■ 営業キャッシュ・フロー	+70.6
税金等調整前当期純利益	+92.9
棚卸資産増加	▲30.3
減価償却費・のれん償却費	+18.6

■ 投資キャッシュ・フロー	+2.6	(億円)
有形・無形固定資産増減	▲5.5	
定期預金増減	+5.8	
投資不動産の賃貸による収入	+2.3	
■ 財務キャッシュ・フロー	▲48.8	
配当金支払	▲20.5	
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得	▲27.6	



2022年3月末

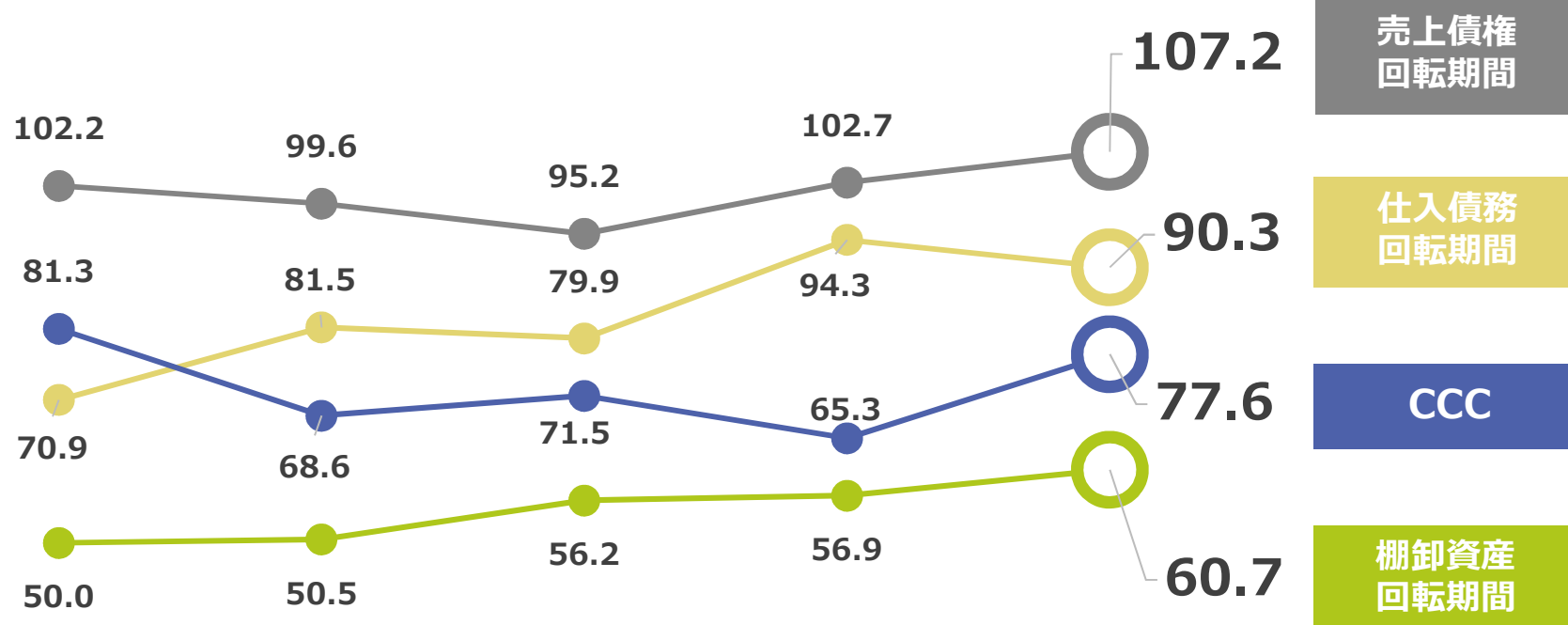
- ① キャッシュ・フロー計算書記載の現金及び現金同等物 168.8億円
- ② 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 14.6億円
- ③ 有価証券 3.0億円
- ④ 投資有価証券(株式除く) 18.9億円
- ①~④ **205.4億円**

2022年9月末

- ⑤ キャッシュ・フロー計算書記載の現金及び現金同等物 196.0億円
- ⑥ 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 10.1億円
- ⑦ 有価証券 3.0億円
- ⑧ 投資有価証券(株式除く) 18.9億円
- ⑤~⑧ **228.0億円**

連結Cash Conversion Cycle

(日)



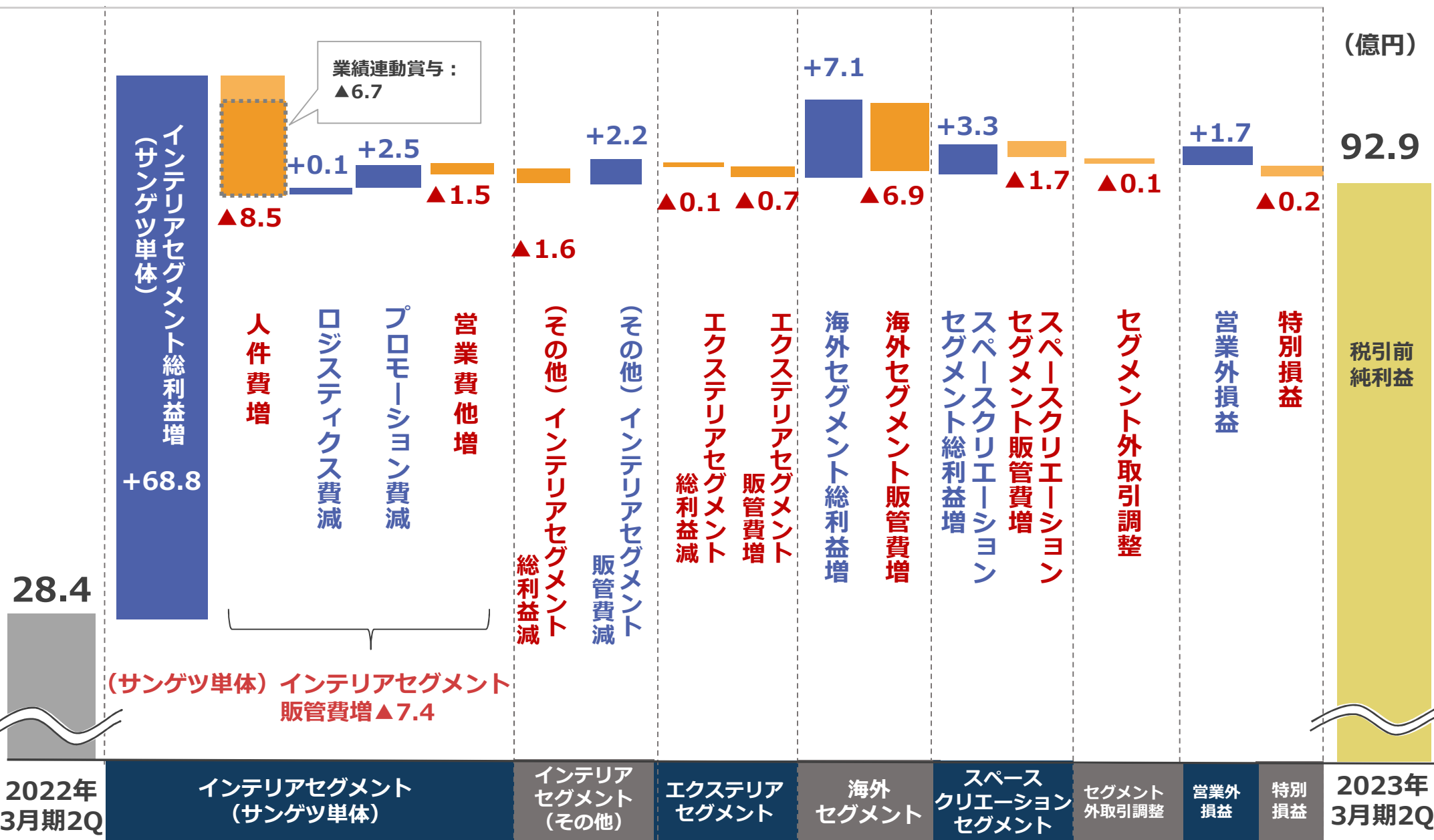
	2018年9月末	2019年9月末	2020年9月末	2021年9月末	2022年9月末
売上債権回転期間	102.2	99.6	95.2	102.7	107.2
棚卸資産回転期間	50.0	50.5	56.2	56.9	60.7
仕入債務回転期間	70.9	81.5	79.9	94.3	90.3
CCC	81.3	68.6	71.5	65.3	77.6

セグメント別売上高・営業利益

事業セグメント	2022年3月期 第2四半期	2023年3月期 第2四半期 (億円、%)			
	実績 (A)	実績 (B)	前期比(B-A,B/A)	期初予想 (C)	予想比(B-C,B/C)
インテリアセグメント 売上高	578.5	665.7	+87.1(+15.1%)	635.0	+30.7(+4.8%)
営業利益	31.1	93.2	+62.0(+199.1%)	60.0	+33.2(+55.4%)
エクステリアセグメント 売上高	28.2	28.9	+0.7(+2.6%)	30.0	▲1.0(▲3.5%)
営業利益	2.5	1.6	▲0.8(▲33.1%)	2.5	▲0.8(▲32.1%)
海外セグメント 売上高	73.9	94.2	+20.3(+27.5%)	92.0	+2.2(+2.4%)
営業利益	▲6.2	▲6.0	+0.2(-)	▲9.0	+2.9(-)
スペースクリエーションセグメント 売上高	27.0	35.8	+8.7(+32.5%)	33.0	+2.8(+8.5%)
営業利益	▲0.3	1.2	+1.6(-)	1.0	+0.2(+27.5%)
セグメント間取引調整 (売上高)	▲8.2	▲7.4	+0.7(-)	▲10.0	+2.5(-)
セグメント間取引調整 (営業利益)	▲0.0	▲0.2	▲0.1(-)	-	-
連結売上高	699.5	817.2	+117.7(+16.8%)	780.0	+37.2(+4.8%)
連結営業利益	27.0	89.9	+62.9(+232.6%)	54.5	+35.4(+65.1%)

連結税金等調整前純利益の増減

(億円)



上期決算のPOINT

1. インテリアセグメント（サンゲツ単体）での収益拡大

・市場全般状況

3月末値上げ前 大量の仮需の反動減
大型現場の端境期

→ 数量は低調

・収益改善 → 値上げ効果

2021年9月21日付 第1次値上げ(13%~18%)に続き、
2022年4月1日付 第2次値上げ(18%~24%)も順調に市場に浸透。

→ サンゲツ単体の総利益率

- ・収益認識に関する会計基準の適用 **無**の場合

2021年度上期 34.5% 2022年度上期 **40.3%**

- ・収益認識に関する会計基準の適用 **有**の場合

2021年度上期 23.0% 2022年度上期 **30.4%**

上期決算のPOINT

- ・ **値上げ浸透の背景**

小ロット・小口取引メインの住宅向け、
商業・飲食等の小規模非住宅向けで、**機能・サービスの強みを発揮**

- ・ **数量への影響は？**

価格がより重視される中大口取引での、競合の安値攻勢により、
(一部商品除き) 数量減あり、**シェア微減**

- ・ **販管費**

発刊見本帳が少ない裏年のため、コスト減
一方、業績連動賞与大幅増

} **若干増**

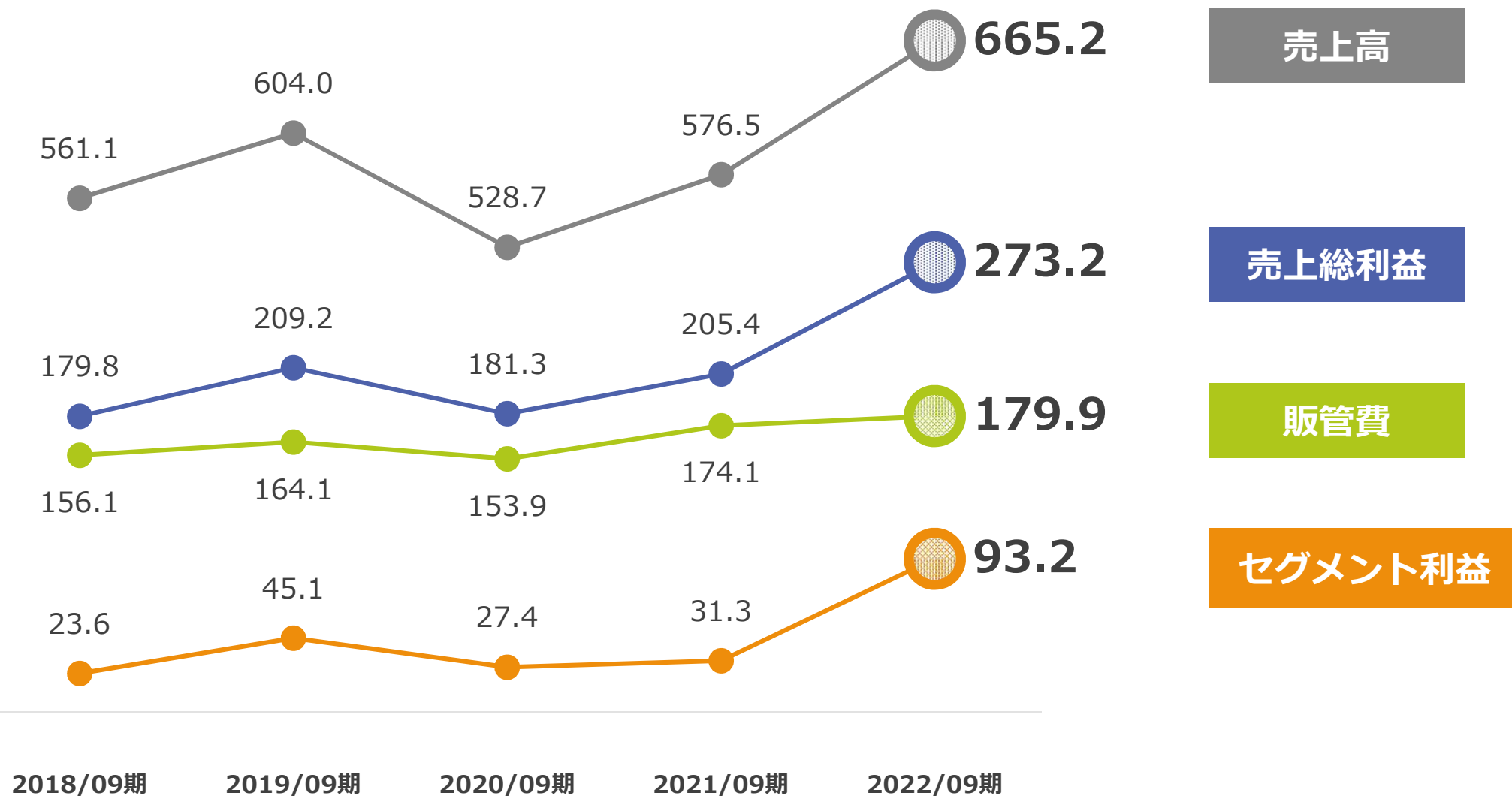
2. 海外セグメント

- ・ 北米事業：2Q(4~6月)以降一次的費用除き黒字化
- ・ 東南アジア事業：2Qほぼブレイクイーブン
- ・ 中国・香港事業：3月以降の厳しいロックダウンの影響により赤字拡大

インテリアセグメント 売上高・総利益・販管費・営業利益の推移

(億円)

※収益認識に関する会計基準適用：無の場合



サンゲツのインテリア事業

内装材料の提供 + サービス機能

- ・ 品切れのない在庫（1日平均約6万点の出荷）
- ・ 10cm単位・1枚単位の受注
- ・ 受注即出荷・クイックデリバリー

都内23区デリバリー例 > 10:30までに受注した商品は17:00頃までに配送

- ・ 代理店との密な協業
- ・ きめ細かな配送体制・全国配送網
- ・ 施工支援
- ・ ショールーム・デザイナーによるデザイン提案

※一部地域を除く

インテリアセグメント 国内建設市場の状況

新築

新設住宅着工統計 前年比 (2022年1月~6月)

新設住宅着工戸数 新設住宅着工床面積
+ 1.6% **+ 0.0%**

(持家 ▲8.0%、賃貸 +7.5%)

リフォーム

国土交通省
建築物リフォーム・リニューアル調査 (受注金額)
前年比 (2022年4月~2022年6月)

住宅合計 **▲0.6%**
戸建て **▲5.2%**
共同住宅 **+8.4%**

新築

民間非居住建築物着工床面積 前年比
(用途別、倉庫・工場を除く)

2022年度上期 (4~9月) **▲0.4%**
2021年度 **+4.2%**
2020年度 **▲11.8%**
2019年度 **▲7.4%**

リノベーション

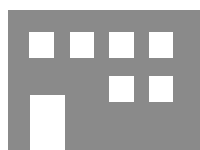
建築物リフォーム・リニューアル調査 (受注金額)
前年比 (2022年4月~2022年6月)

非住宅合計 **+2.7%**
飲食 **+4.1%**
物販 **▲22.1%**
医療 **▲25.0%**
福祉 **+22.6%**
宿泊 **▲19.8%**
事務所 **+4.0%**

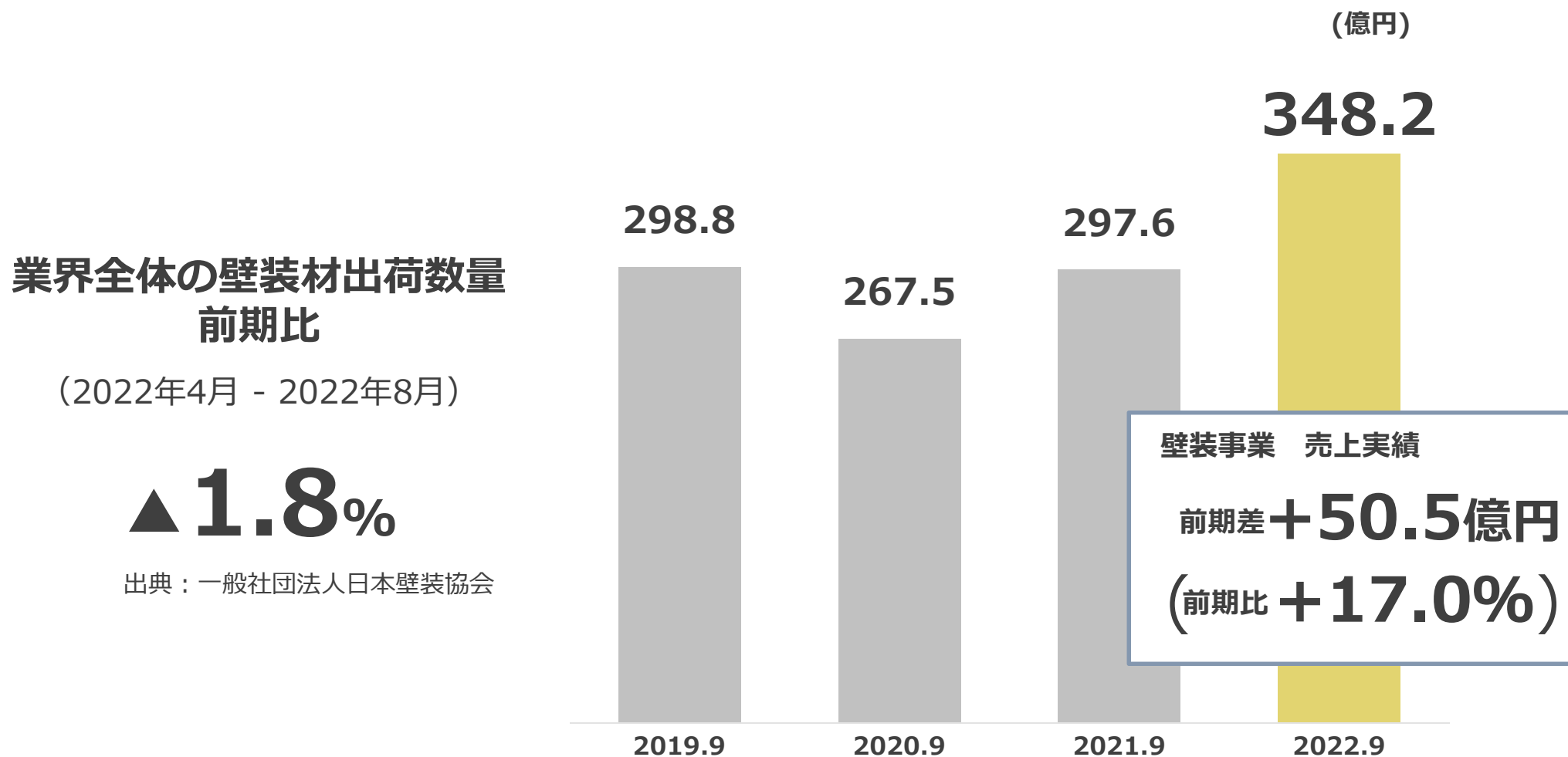
住宅市場



非住宅市場



インテリアセグメント 壁装材売上状況



インテリアセグメント 床材売上状況

業界全体の床材出荷数量 前期比

(2022年4月 - 2022年8月)

+0.9%

クッションフロア
(住宅向け)

+0.6%

フロアタイル
(需要の約5割が住宅向け)

+3.4%

長尺シート
(医療・福祉メイン)

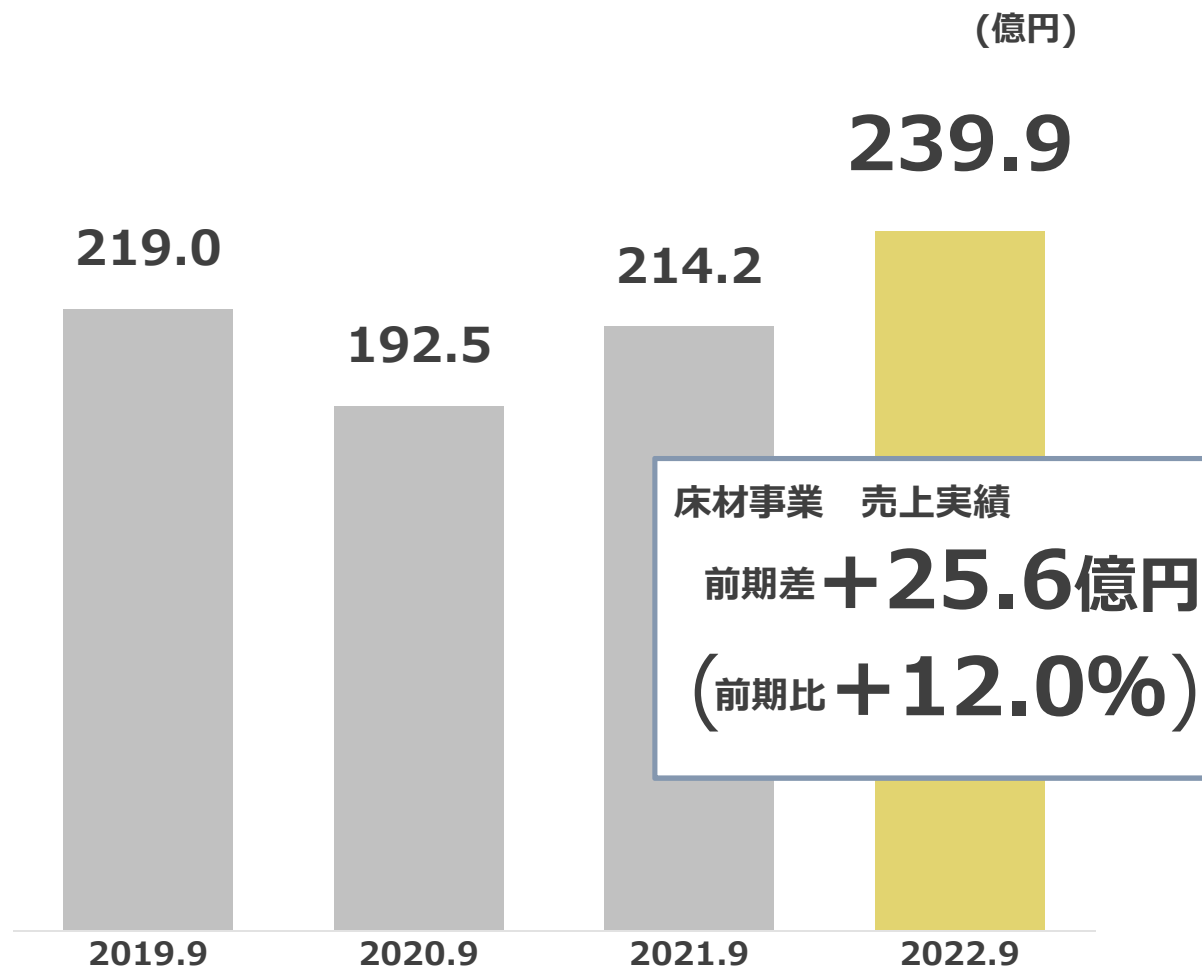
+5.6%

カーペットタイル
(オフィスメイン)

▲3.0%

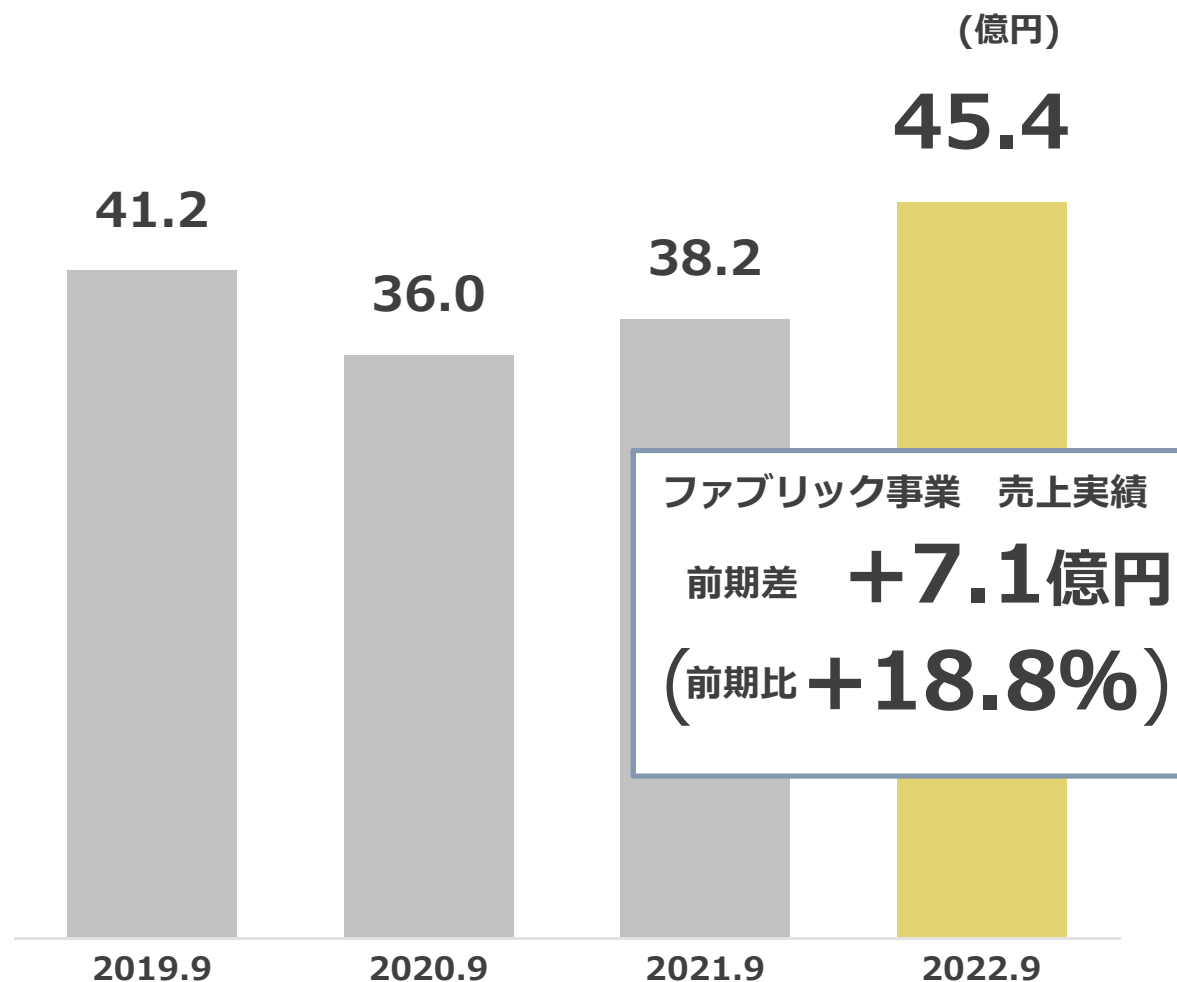
タフテッドカーペット
(ホテル・住宅メイン)

+1.8%



出典：インテリアフロア工業会（塩ビ系床材）、日本カーペット工業組合（繊維系床材）

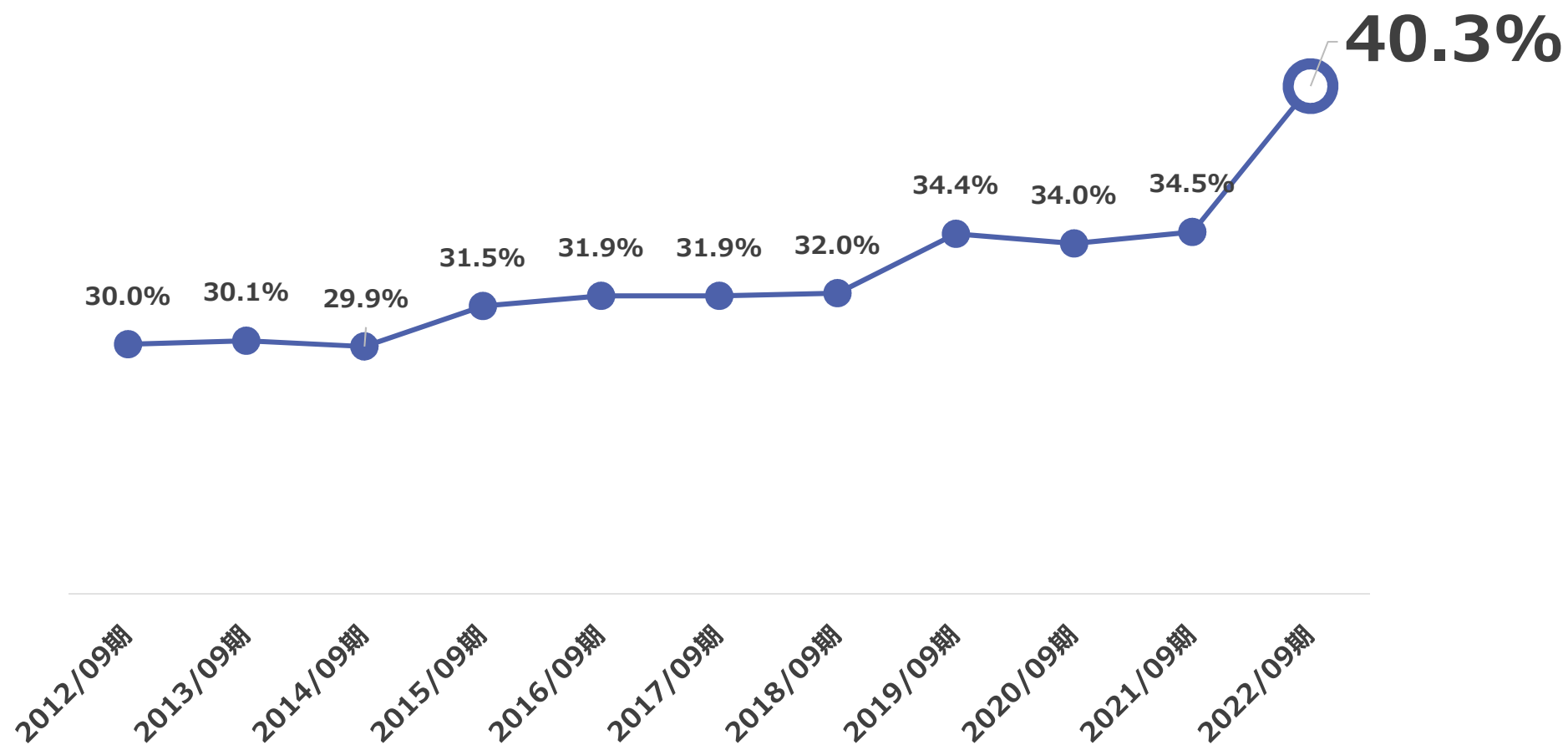
インテリアセグメント ファブリック売上状況



(単体) 売上高総利益率の推移

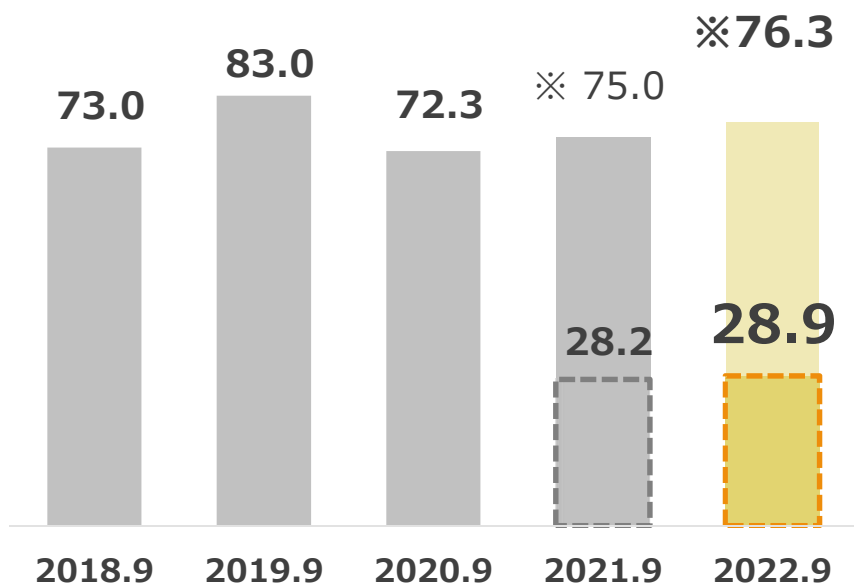
※収益認識に関する会計基準適用：無の場合

売上高総利益率

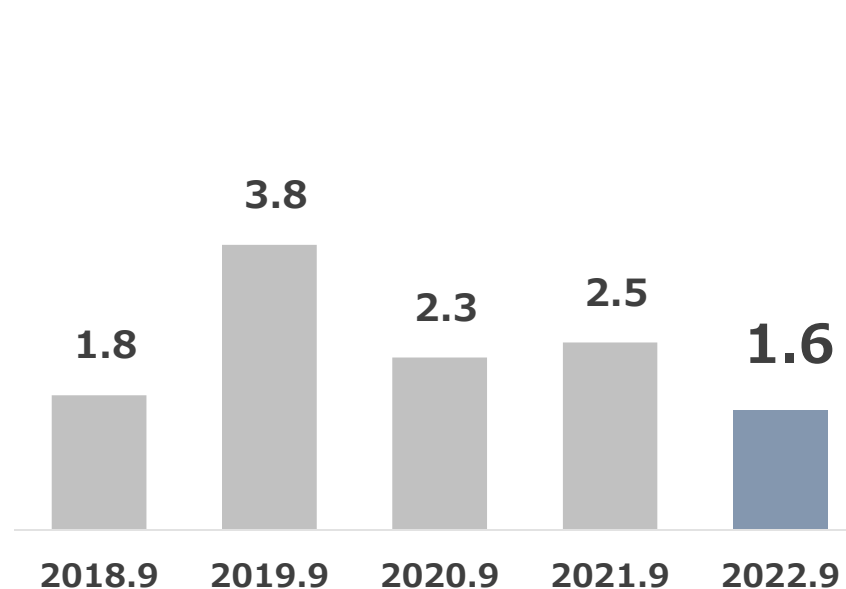


サングリーン

売上高（億円）



セグメント利益（億円）

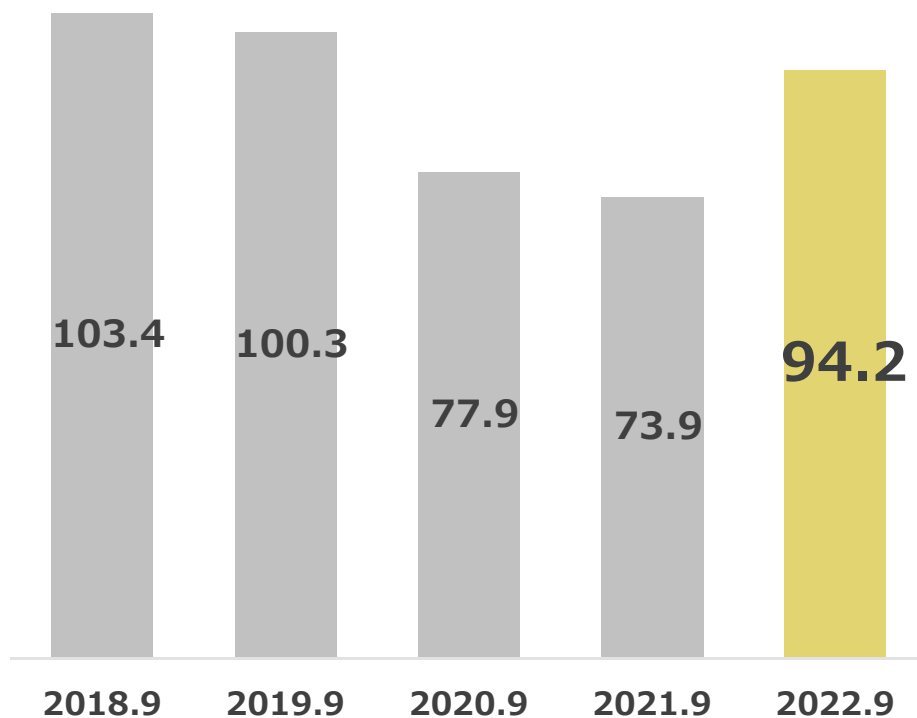


※収益認識基準適用：無の場合

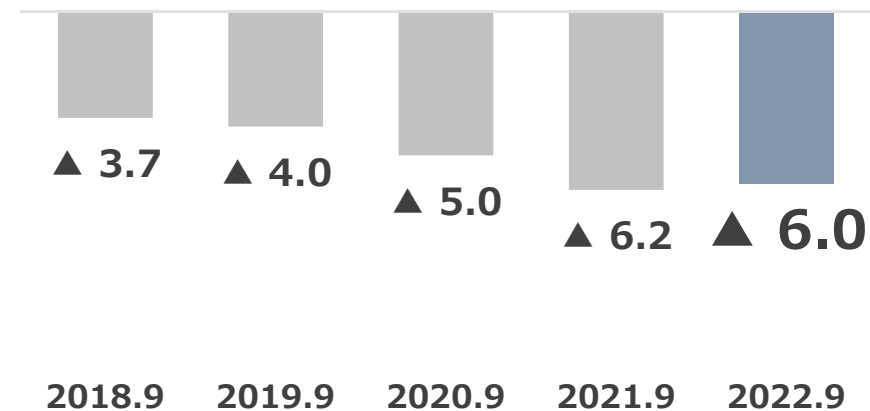
- スペースクリエーション事業強化のために専門人材採用拡大（東京・名古屋）
- 販管費の増加により増収減益

(連結累計期間は2022年1月～2022年6月)

売上高 (億円)



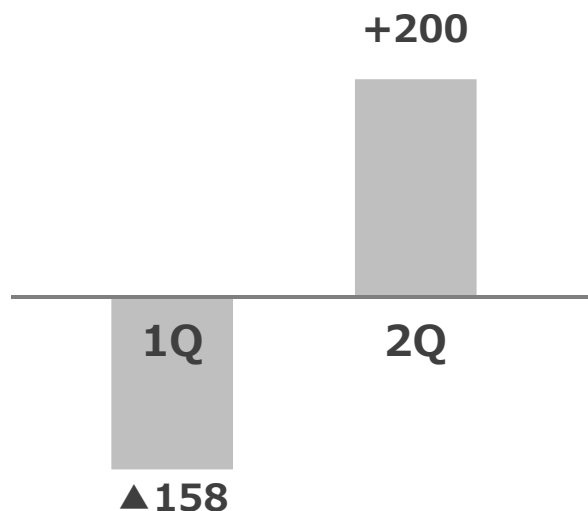
セグメント利益 (億円)



海外事業 地域別 営業利益の前年同期比 (2021/06・09期比)

北米市場

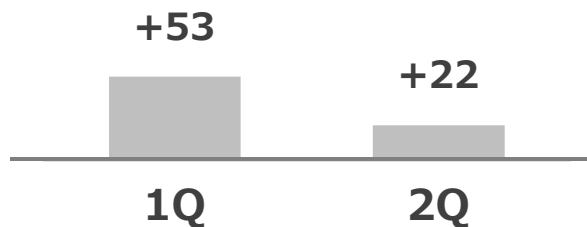
1Q : 減益 2Q : 増益



想定よりも早い回復を見せ
数量増。加えて、値上げ実現に
より収益は改善傾向。
2Q四半期営業利益は、
一時的損失除き黒字化。

東南アジア市場

1Q : 増益 2Q : 増益

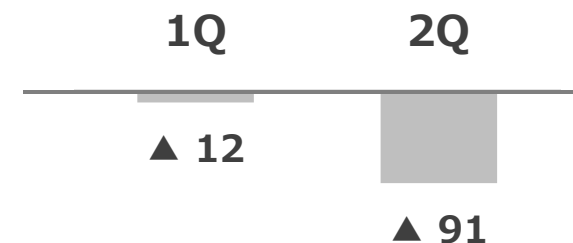


経済再開。
開拓市場とする住宅市場、
医療・福祉市場にて
売上伸長。

中国・香港市場

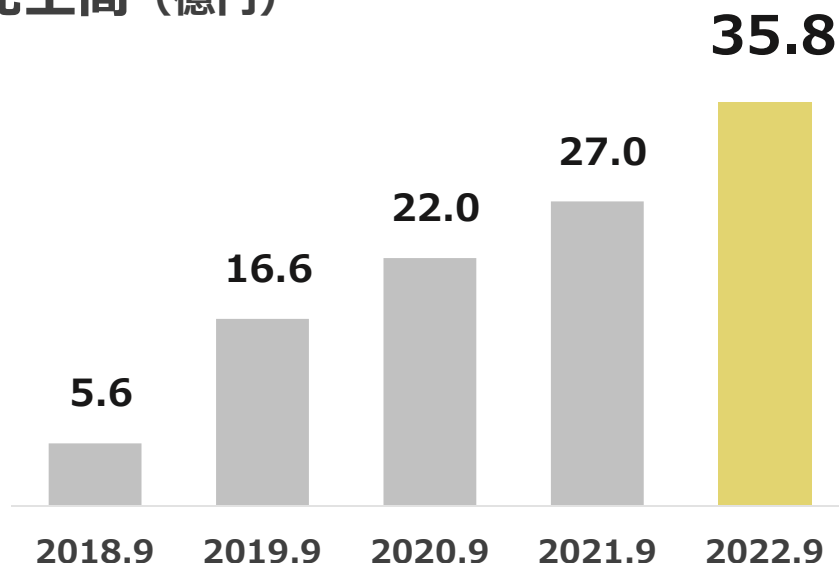
1Q : 減益 2Q : 減益

(百万円)

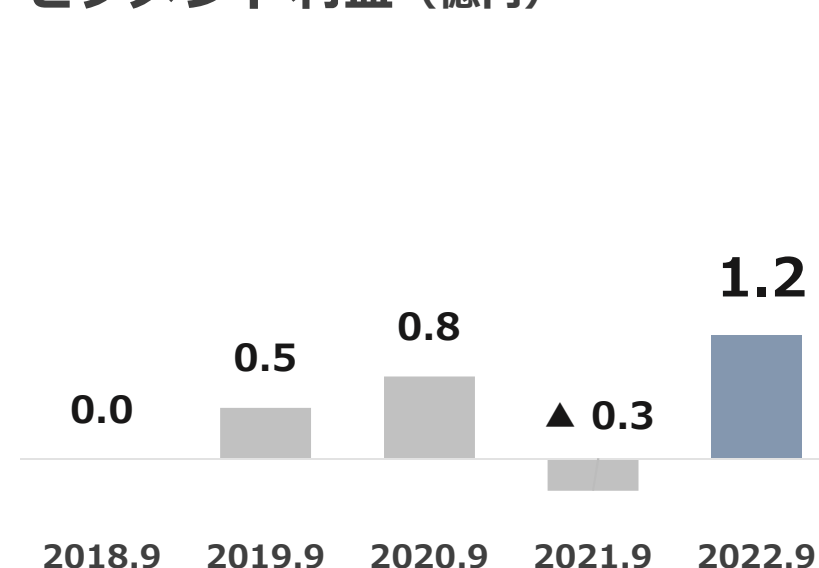


厳格なロックダウンの
影響により市場停滞。

売上高（億円）



セグメント利益（億円）



- フェアトーンのグループ会社「壁装」が東京支店開設。
施工機能の地理的拡大
- デザイン、施工管理等スペースクリエーション事業強化に向けて、
人材の獲得・強化を進める

2023年3月期 業績予想

連結業績予想の前提・背景

■ インテリアセグメント

- ・住宅新築・リフォーム市場は回復基調も数量は控えめ前提
- ・上期に発生した売上原価増分に対応する10月1日付の第3次値上げ(7%~12%)は順調に浸透。しかし、更なる原材料値上げ要求あり
- ・販管費は業績連動賞与により増加
- ・通常は若干下期リッチ型

■ 海外セグメント

- ・北米事業：回復基調の継続、3Qは営業黒字
- ・東南アジア事業：緩やかに回復、3Q四半期営業利益は若干のマイナス
4Qは営業黒字を見込む
- ・中国・香港事業：3Qも状況厳しい
- ・4Qにかけては、北米市場、中国・香港市場において不透明感が高まると想定

連結業績予想（修正）

2022年11月2日公表

	2022年3月期	2023年3月期				
	実績(A)	期初予想	修正予想(B)	前期比 (B-A,B/A)	上期実績	下期予想
売上高	1,494.8	1,590.0	1,700.0	+205.1 (+13.7%)	817.2	882.7
売上総利益	399.6	445.0	540.0	+140.3 (+35.1%)	261.6	278.3
（利益率）	(26.7%)	(28.0%)	(31.8%)		(32.0%)	(31.5%)
販売費及び 一般管理費	320.0	345.0	365.0	+44.9 (+14.1%)	171.6	193.3
営業利益	79.5	100.0	175.0	+95.4 (+119.9%)	89.9	85.0
（利益率）	(5.3%)	(6.3%)	(10.3%)		(11.0%)	(9.6%)
経常利益	82.0	107.0	180.0	+97.9 (+119.4%)	92.6	87.3
（利益率）	(5.5%)	(6.7%)	(10.6%)		(11.3%)	(9.9%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	2.7	70.0	120.0	+117.2 (+4,239.0%)	62.3	57.6

セグメント別業績予想（修正）

		2022年3月期	2023年3月期					(億円、%)
		実績	通期予想	前期比	上期実績	前期比	下期予想	前期比
インテリア	売上高	1,230.4	1,380.0	+149.5(+12.2%)	665.7	+87.1(+15.1%)	714.2	+62.4(+9.6%)
	営業利益	90.9	178.0	+87.0(+95.7%)	93.2	+62.0(+199.1%)	84.7	+24.9(+41.7%)
エクステリア	売上高	58.2	60.0	+1.7(+3.0%)	28.9	+0.7(+2.6%)	31.0	+1.0(+3.5%)
	営業利益	5.4	5.0	▲0.4(▲7.6%)	1.6	▲0.8 (▲33.1%)	3.3	+0.4(+14.7%)
海外	売上高	159.3	200.0	+40.6(+25.5%)	94.2	+20.3(+27.5%)	105.7	+20.3(+23.9%)
	営業利益	▲18.2	▲ 11.0	+7.2(-)	▲ 6.0	+0.2(-)	▲ 4.9	+6.9(-)
スペース クリエーション	売上高	65.7	75.0	+9.2(+14.0%)	35.8	+8.7(+32.5%)	39.1	+0.4(+1.1%)
	営業利益	1.3	3.0	+1.6(+114.7%)	1.2	+1.6(-)	1.7	▲0.0(▲1.1%)
セグメント間 取引調整	売上高	▲18.9	▲ 15.0	+3.9(-)	▲ 7.4	+0.7(-)	▲ 7.5	+3.1(-)
	営業利益	0.0	-	-	▲ 0.2	▲0.1(-)	0.2	-
合計	売上高	1,494.8	1,700.0	+205.1(+13.7%)	817.2	+117.7(+16.8%)	882.7	+87.4(+11.0%)
	営業利益	79.5	175.0	+95.4(+119.9%)	89.9	+62.9(+232.6%)	85.0	+32.4(+61.8%)

(参考) 中期経営計画【D.C. 2022】 定量目標

※収益認識に関する会計基準適用：有の場合

2022年11月発表

中期経営計画目標 (2023年3月期)

通期業績予想

連結売上高 1,620億円 ※

1,700億円

連結営業利益 120億円

175億円

連結純利益 85億円

120億円

ROE 9.0%

ROIC 9.0%

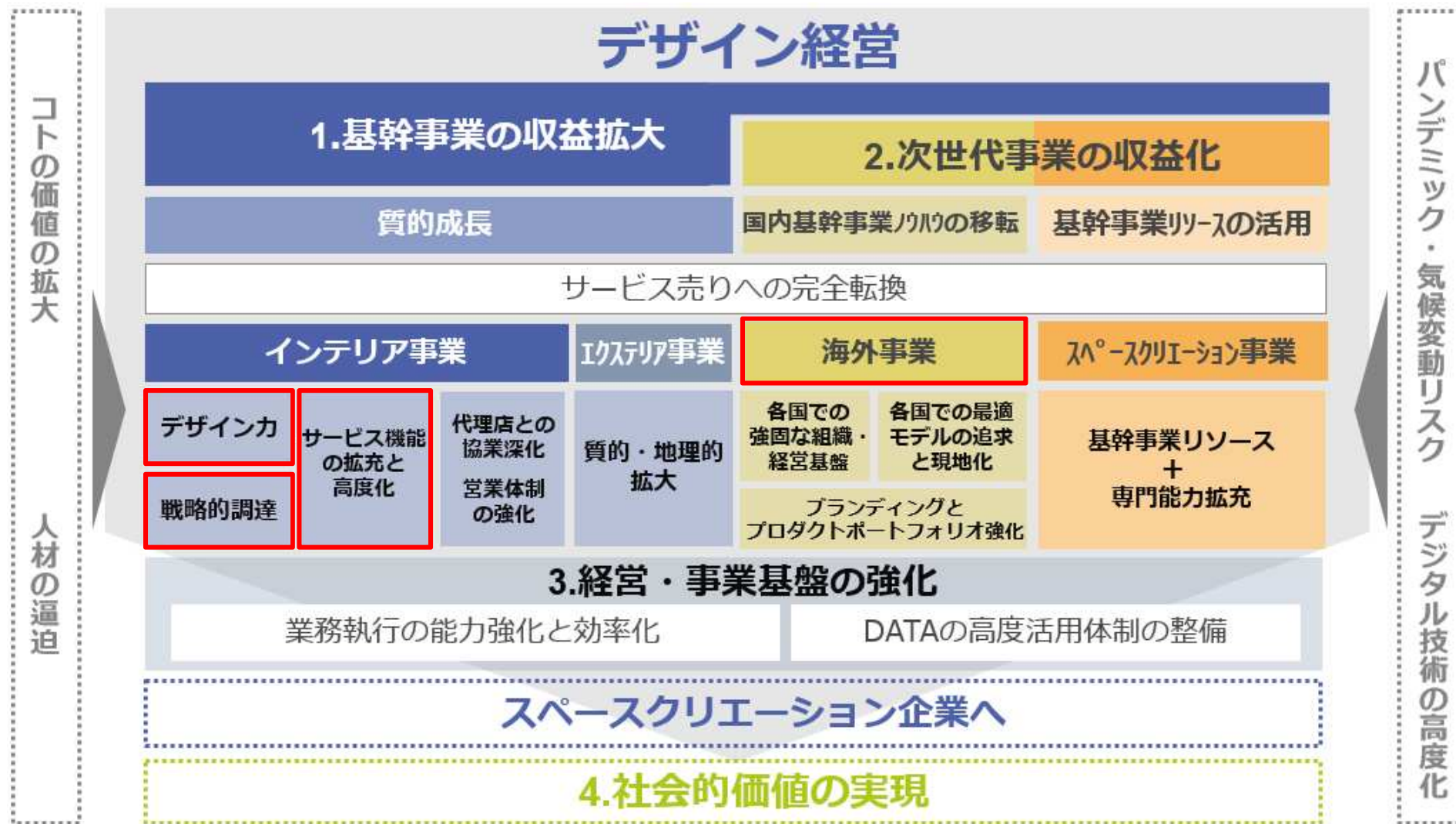
CCC 65日

※2020年5月連結売上高1,720億円（収益認識に関する会計基準適用：無）で発表、2022年5月に適用有で修正発表

中期経営計画(2020-2022)【D.C. 2022】の進捗

中期経営計画（2020-2022） 【D.C. 2022】

中期経営計画全体図



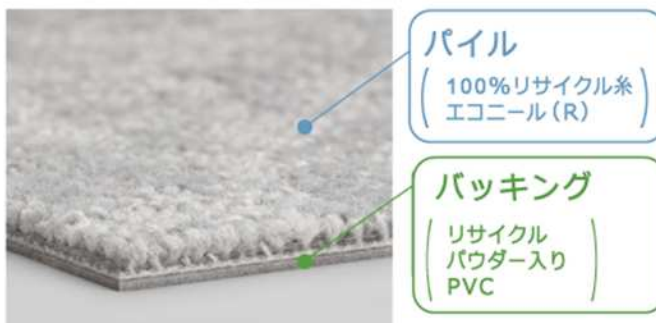
デザインカの発展的強化と戦略的調達の推進

低環境負荷商品の拡充

ペットボトル由来の再生材料を使用したガラスフィルム
「クリエイシア90」



100%リサイクル糸（エコニール）を使用したカーペットタイル
「NT 700 Fiber Eco vol.2」



リサイクル樹脂やもみ殻など、環境に配慮した素材を用いた壁紙「MEGUReWALL」



2022年度 グッドデザイン賞 4商品で受賞



当社初 壁紙・床材・ファブリックで同時受賞

低環境負荷商品

- ・床材「NT double eco」
- ・壁紙「MEGUReWALL」
- ・ガラスフィルム「クリエイシア 90」

子どもの安全につながる

「CSロールスクリーン」

iFデザインアワード



隈 研吾氏との共同開発 「KAGETOHIKARI」

サンゲツ 関西支社 センターオフィス

- ・ 第35回日経ニューオフィス賞「近畿ニューオフィス奨励賞」受賞
- ・ 2022年照明施設賞「関西支部 照明施設奨励賞」受賞



関西センターオフィス紹介動画



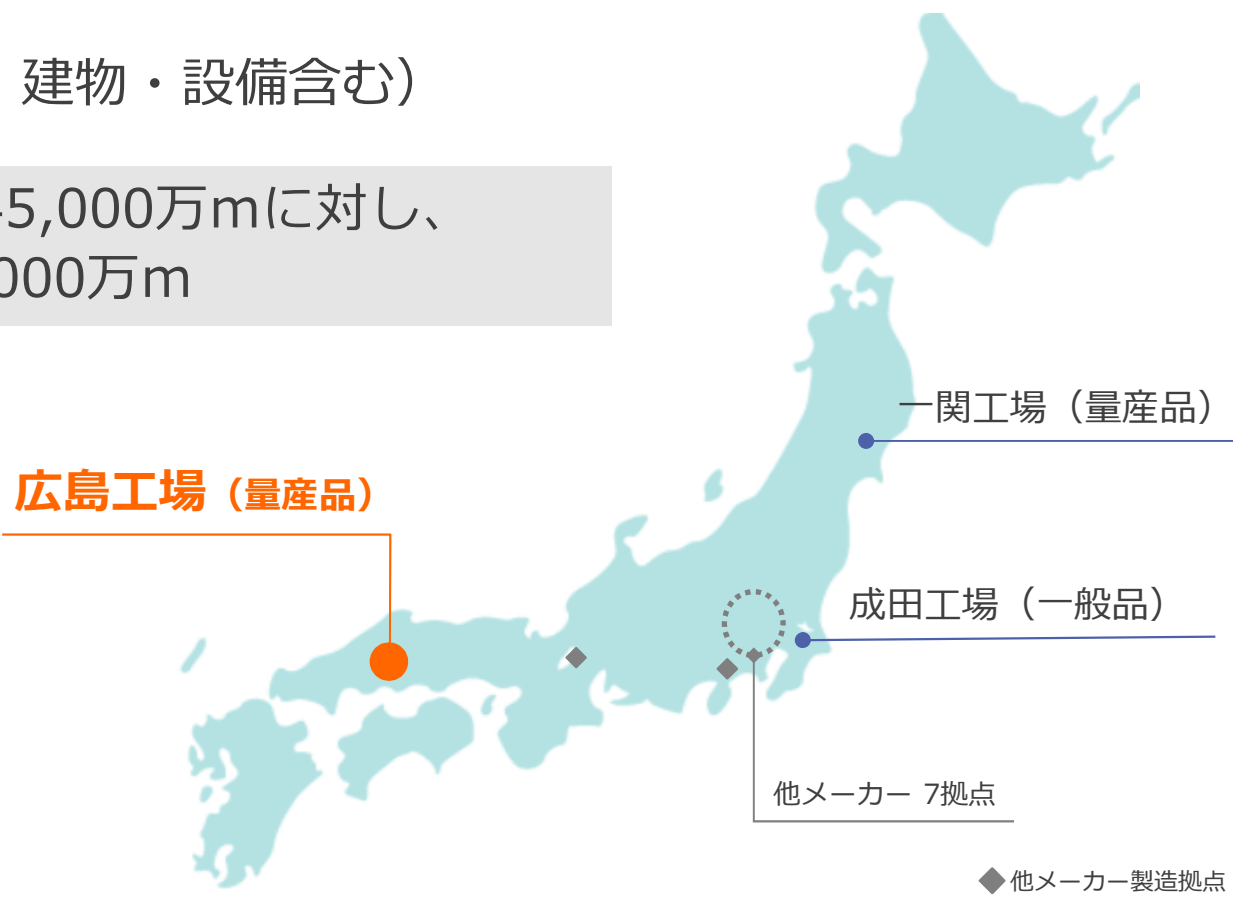
<https://youtu.be/diXDsuKeSso>

デザインカの発展的強化と戦略的調達の推進

クリアナイト新工場建設

- ・所在地：広島県東広島市
- ・延床面積：14,000m²
- ・竣工：2024年7月予定
- ・投資予定額：85億円（土地・建物・設備含む）

現在本邦の量産壁紙総出荷45,000万mに対し、
新工場 追加年間生産能力8,000万m



デザインカの発展的強化と戦略的調達の推進

新工場建設の目的

1. 持続的な安定供給体制の構築

- ・年間生産能力 約8,000万m増強 (参考) 一関工場：約9,000万m
- ・量産壁紙需要拡大への対応、生産余力の創出による安定的な製造体制構築

2. 環境負荷低減へ向けた取り組み

- ・原材料調達や製品配送の距離削減
- ・メイン燃料を従来の重油からLNGに転換 太陽光パネル設置 GHG排出量を削減

3. 働きやすい労務環境の整備

- ・生産余力の創出により土日完全週休2日を実現 安定的な人材確保

初の物流事業会社のグループ化

有限会社クロス企画

設立：1995年

所在地：福岡県糟屋郡

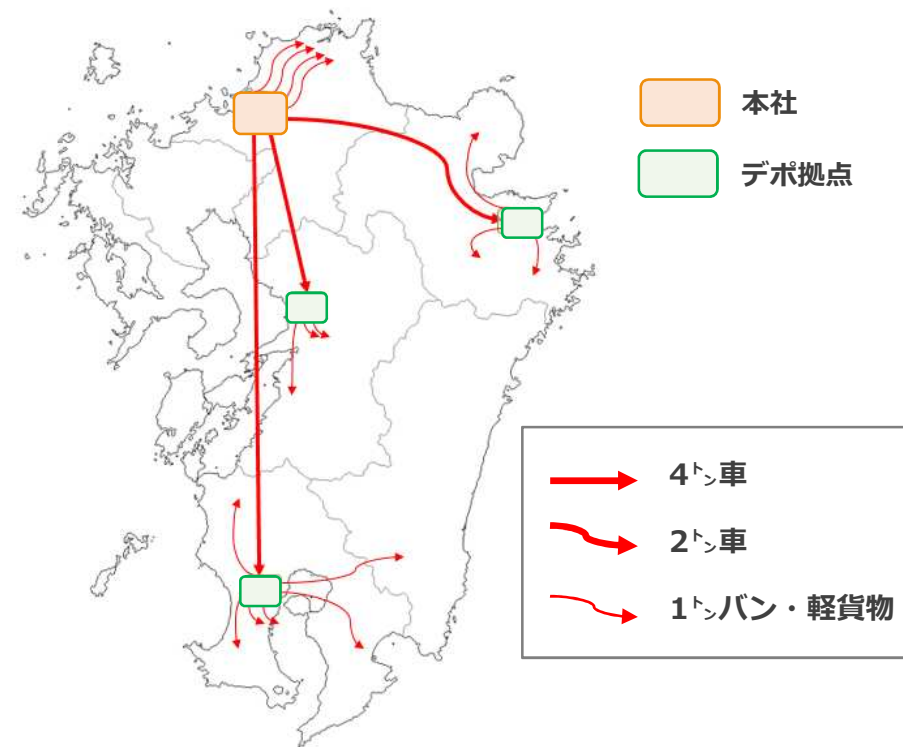
事業内容：九州全域における配送事業
内装材料出荷における庫内作業

社員数：約80名 車両数：約40台

株式譲渡契約日：2022年9月30日

出資比率：100%

【クロス企画 配送網】



九州地区での小口配送業務の強化 → 全国各地での配送体制整備の一環

環太平洋地域での事業強化

海外事業 商品デザイン強化

Koroseal社

初のグループ共通ブランド「TAKUMI」発表

- ・日本の伝統工芸を壁紙として表現したコレクション
- ・ハイエンドレジデンシャル市場、ホスピタリティ、オフィスなどターゲット
- ・KorosealのほかGoodrichも含めた海外グループ各社にて販売



ESG・サステナビリティの取り組み

サンゲツグループが実現を目指す社会的価値

サンゲツグループは、

Inclusive (インクルーシブ)

Sustainable (サステイナブル)

Enjoyable (エンジョイアブル)

みんなで

いつまでも

楽しさあふれる

社会の実現に貢献します。



中期経営計画【D.C. 2022】 社会的価値の実現

Environment

地球環境

- ・ 事業活動における環境負荷の低減
- ・ サプライチェーンにおける環境負荷の把握と低減
- ・ ロングライフ商品の拡充
- ・ 見本帳の回収・リサイクルの拡大

Social

人的資本

- ・ 社員の健康と能力開発
- ・ ダイバーシティ & インクルージョンの推進

社会資本

- ・ 商品安全性の向上
- ・ 品質安定性の向上
- ・ 環境・人権・労働安全衛生を考慮した調達活動の推進
- ・ 取引先と一体となった働き方改善
- ・ コミュニティへの積極的な参画
- ・ インテリア文化の向上と芸術支援

Governance

ガバナンス

- ・ 取締役会の実効性強化
- ・ 指名・報酬委員会の実効性強化
- ・ コンプライアンスの徹底
- ・ ステークホルダーとの責任ある対話の実施

社会的価値実現

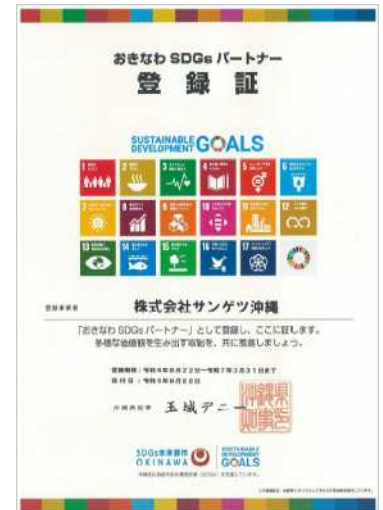
Inclusive

Sustainable

Enjoyable

サンゲツ沖縄「おきなわSDGsパートナー」に認定

グループ会社サンゲツ沖縄が、「おきなわSDGsパートナー」に認定。沖縄県SDGs 推進方針および、おきなわSDGs アクションプランに基いた、SDGs の達成に向けた取り組みを評価。



ダイバーシティ & インクルージョンの推進

LGBTQ「PRIDE 指標2022」シルバー認定取得

任意団体work with Prideによる評価指標「PRIDE 指標2022」で4度目のシルバー認定



LGBTQ-ALLYイベント 「名古屋レインボープライド2022」

統合報告書「SANGETSU REPORT 2022」発行

当社グループが目指す企業像「スペースクリエーション企業」への転換に向けたさまざまな取り組み、ビジネスモデルの変革について説明。

TOPICS



社外取締役による座談会

社外取締役による座談会を開催。
中長期的な企業価値向上とガバナンスにおける実効性の強化に向けて議論。

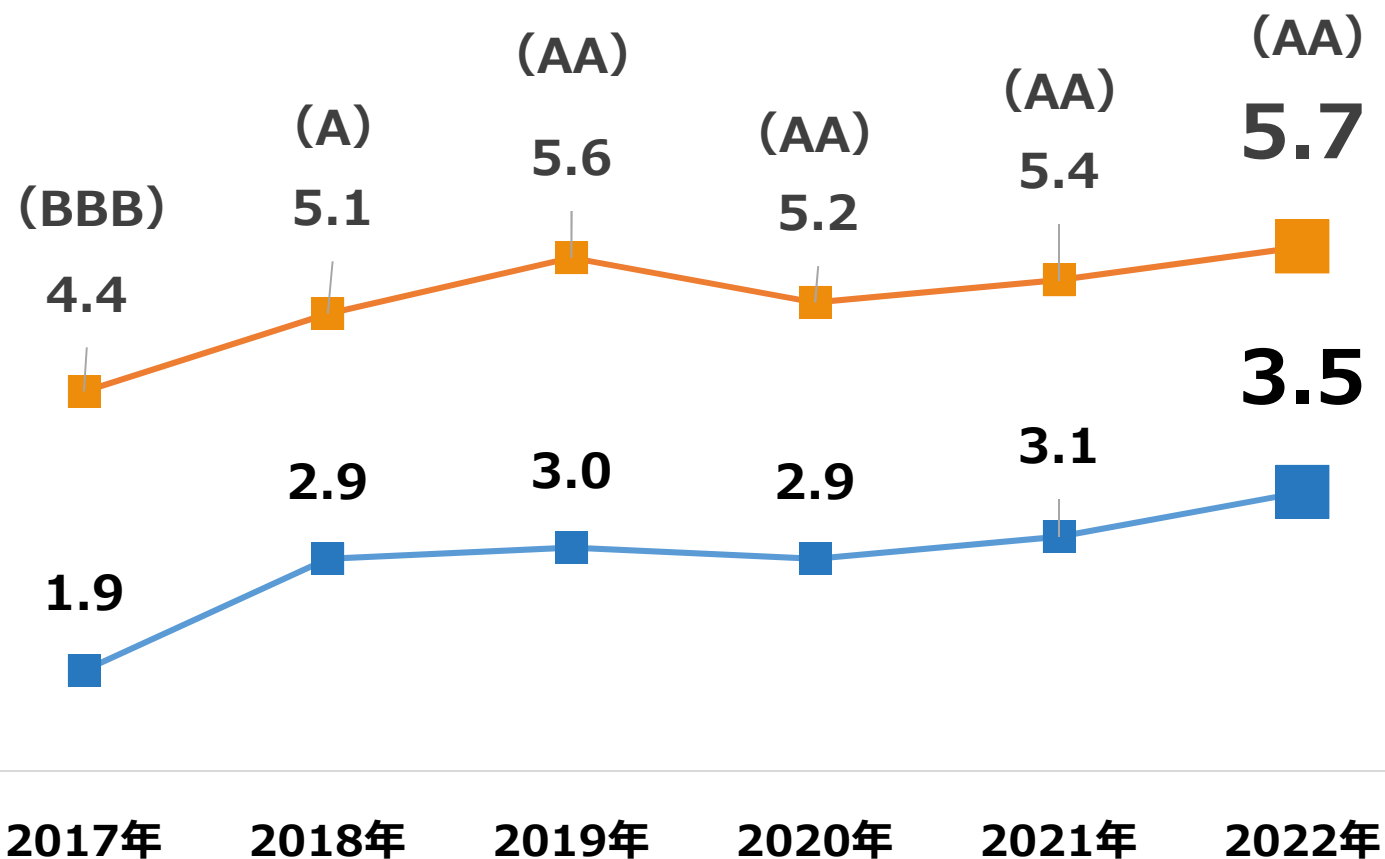
統合報告書およびWEBサイトにて公開

【URL】

www.sangetsu.co.jp/company/sustainability/governance/corporate_governance.html



ESG外部評価機関レーティングの推移



資本政策・株主還元

資本政策

1. 自己資本を **900~950億円** の範囲で維持する。
2. 3年間の総額で **総還元性向を^{ほぼ}略100%** とする。
3. 自己株式取得および配当に関しては、安定増配を念頭に、新型コロナウイルス感染症の業績に与える影響を見極め都度決定する。

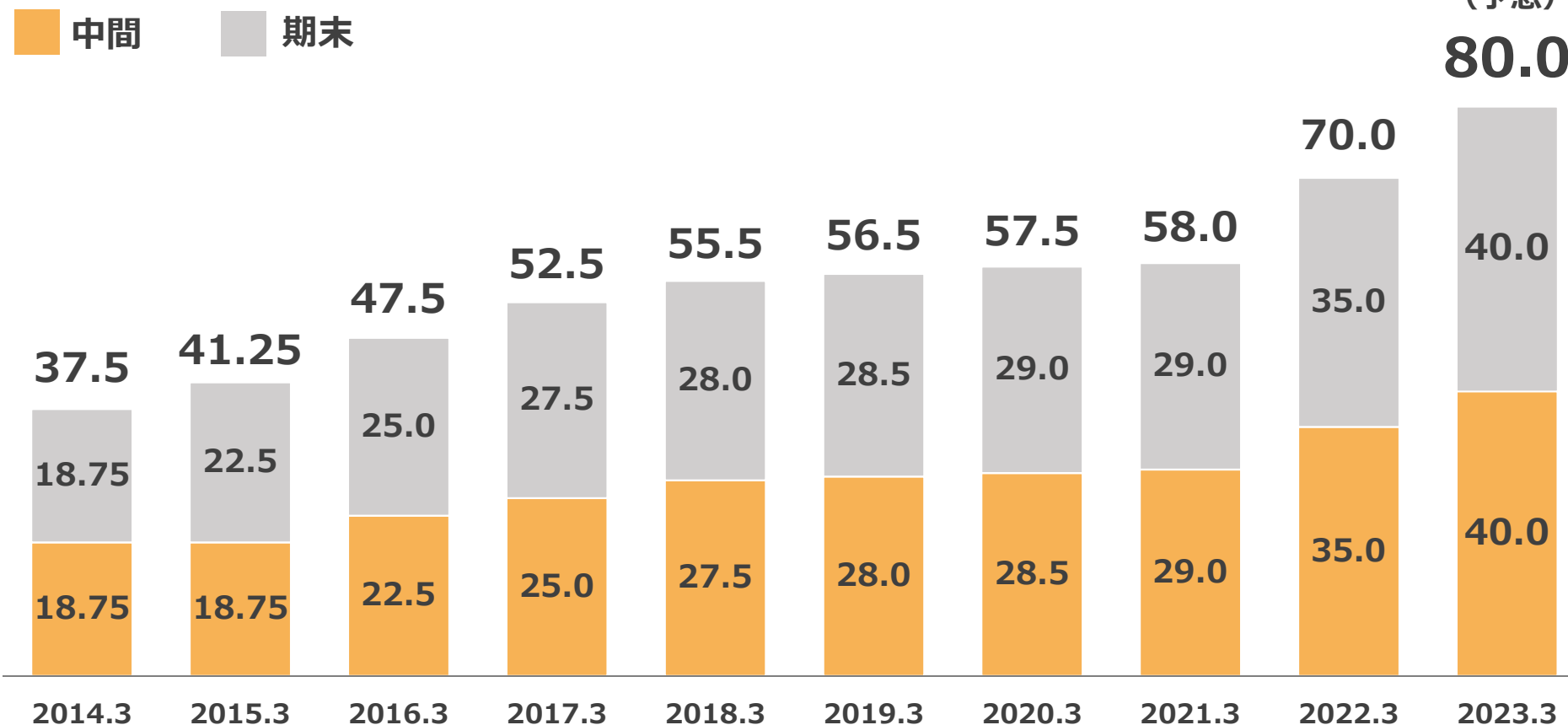
株主還元方針

2021年12月公表

株主還元において配当の比重を高め、且つ安定的増配を行いつつ、機動的に自社株取得を行う方向に修正

株主還元実績 配当金の推移

配当金の推移



2023年3月期の配当額は、80.0円（期初予想より9.0円増配）

9期連続増配予定

株主還元実績 中期経営計画【D.C. 2022】期間中

株主還元実績

	株主還元総額	親会社株主に帰属する 当期純利益	総還元性向
2021年3月期	39.3億円	47.8億円	82.4%
2022年3月期	68.2億円	2.7億円	2,466.1%
2023年3月期（上期）	23.4億円	62.3億円	37.6%
合計	131.0億円	112.9億円	116.0%

株主還元の内訳

	自己株取得		配当金
2021年3月期	27.9万株	4.3億円	35.0億円
2022年3月期	169.5万株	26.8億円	41.3億円
2023年3月期上期	—	—	23.4億円
合計	197.5万株	31.2億円	99.8億円

業績予想（当期純利益 120億円）・配当予想（年間80円）を前提とした
3年間の総還元性向：約90.6%※

今後の見通し

1. 今後の日本市場における収益力は、
売上原価
販売価格
数量(市場全体・シェア)
次第だが、安定性は比較的高い(??)
2. 海外セグメントの収益改善・収益化課題
3. より大きな影響は、中長期的成長のための先行投資による
再度のコスト拡大
 - ➡ 事業強化の投資
 - 安定供給・配送・DX
 - ・人的資本投資
 - 既存社員の能力拡大
 - 専門性の高いキャリア採用

将来見通しに関する注意事項

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。

Joy of Design