



# 2021年3月期 第2四半期 決算説明

代表取締役 社長執行役員 安田 正介

証券コード：8130  
(東証一部、名証一部)

# 目次

■ 2021年3月期 第2四半期 決算の状況	p.3
▪ 決算のPOINT	p.4-7
▪ 連結損益計算書	p.8
▪ 連結売上高・営業利益・当期純利益推移	p.9
▪ セグメント別売上高と営業利益	p.10
▪ インテリアセグメント 壁装材の状況	p.11
▪ インテリアセグメント 床材の状況	p.12
▪ インテリアセグメント ファブリックの状況	p.13
▪ 海外セグメント Koroseal社の状況	p.14
▪ 海外セグメント Goodrich社の状況	p.15-16
▪ 連結貸借対照表	p.17
▪ 連結キャッシュ・フロー計算書	p.18
▪ 連結Cash Conversion Cycle	p.19

■ 新型コロナウイルス感染症による影響 および今後の見通し	p.20
▪ 新型コロナウイルス感染症への対応	p.21
▪ (参考) 住宅市場／新築 注文住宅	p.22
▪ (参考) 住宅市場／新築 分譲住宅	p.23
▪ (参考) 住宅市場／リフォーム	p.24
▪ (参考) 非住宅市場	p.25
▪ リーマンショックとの比較	p.26
▪ (参考) 米国 非住宅市場	p.27
▪ 海外セグメント 地域別状況	p.28
■ 2021年3月期 通期見通し	p.29
▪ 連結業績予想	p.30
▪ 連結セグメント別業績計画	p.31
■ 資本政策・株主還元	p.32
▪ 資本政策・株主還元（配当）	p.33
▪ 株主還元実績	p.34
■ TOPIC	p.36
■ 将来見通しに関する注意事項	p.37

# 2021年3月期 第2四半期 決算の状況

# 決算のPOINT

## 1 売上高 695.4億円 : 前期比▲105.2億円(▲13.1%)

- ・インテリアセグメント : 前期比▲75.2億円 (▲12.5%)
- ・海外セグメント : 前期比▲22.3億円 (▲22.3%)
- ・エクステリアセグメント : 前期比▲10.7億円 (▲12.9%)
- ・スペースクリエーションセグメント : 前期比+5.4億円 (+33.0%)

## 2 売上総利益 227.0億円 : 前期比▲36.9億円(▲14.0%)

- ・インテリアセグメント : 前期比▲27.8億円 (▲13.3%)
- ・海外セグメント : 前期比▲9.8億円 (▲24.4%)

## 3 販売費及び一般管理費 201.6億円 : 前期比▲16.9億円(▲7.8%)

- ・インテリアセグメント : 前期比▲10.1億円 (▲6.2%)
- ・海外セグメント : 前期比▲8.7億円 (▲19.8%)

## 4 営業利益 25.4億円 : 前期比▲20.0億円 (▲44.1%)

- ・インテリアセグメント : 前期比▲17.6億円 (▲39.2%)
- ・海外セグメント : 前期比▲1.0億円 (-)

## 5 当期純利益 19.7億円 : 前期比▲16.6億円(▲45.7%)

# 第2四半期決算 連結売上高・総利益の推移



# 決算のPOINT

## インテリアセグメント

4-6月期には、新型コロナウイルス感染症の影響は着工と内装の時間差により新築住宅では限定的であったが、昨年7月以降の新設住宅着工戸数の減少に加え、リフォーム工事の忌避により売上減。7-9月期には、新型コロナウイルス感染症の影響が拡大した。

これにより、前年同期比営業利益は大幅減も、近年の壁紙を中心とする総利益改善ならびに販管費の抑制努力により、2017年度・2018年度上期を上回る営業利益を確保。

## エクステリアセグメント

前年度上期には消費税増税前の仮需・自然災害による復旧需要があったが、これが剥落、さらに新型コロナウイルス感染症の影響が7月以降本格化。

売上高は前年同期比12.9%減の72.3億円となったが、2016年度上期（72.5億円）・2017年度上期（74.5億円）とほぼ同等の結果となった。

# 決算のPOINT

## 海外セグメント

(連結累計期間は2020年1月～2020年6月)

### 北米/Koroseal

新型コロナウイルスの影響は3月下旬より深刻化。厳しい状況となる中、前年度ののれん・無形資産の減損によるのれん償却の解消に加え、新設備・工場統合による生産コストの減、人員削減により赤字拡大回避。

### 中国/山月堂（上海）、Goodrich中国

1-3月は旧正月と新型コロナウイルスの影響で大幅な落ち込みとなったが、4月以降回復途上にある。

### 東南アジア/Goodrich

新型コロナウイルスの影響はタイやベトナムにおいては4月より緩和。

マレーシアでは感染症拡大が止まらず、シンガポールでは施工人員の不足により売上低迷

## スペースクリエーションセグメント

非住宅新築の内装工事業は予定通り進捗、リニューアル工事は5月以降に新型コロナウイルスの影響顕在化。一方、非住宅リニューアルの元請事業に関しては、規模拡大に向けた取り組み強化。

# 連結損益計算書

(億円、%)

	2020年3月期	2021年3月期	
	第2四半期 実績	第2四半期 実績	前期比(%)
売上高	800.6	695.4	▲105.2(▲13.1%)
売上総利益	264.0	227.0	▲36.9(▲14.0%)
販売費及び 一般管理費	218.5	201.6	▲16.9(▲7.8%)
営業利益	45.4	25.4	▲20.0(▲44.1%)
経常利益	48.9	27.8	▲21.0(▲43.0%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	36.3	19.7	▲16.6(▲45.7%)
EPS(円) ※	59.47	32.59	▲26.88(▲45.2%)
EBITDA	69.0	43.4	▲25.5(▲37.1%)

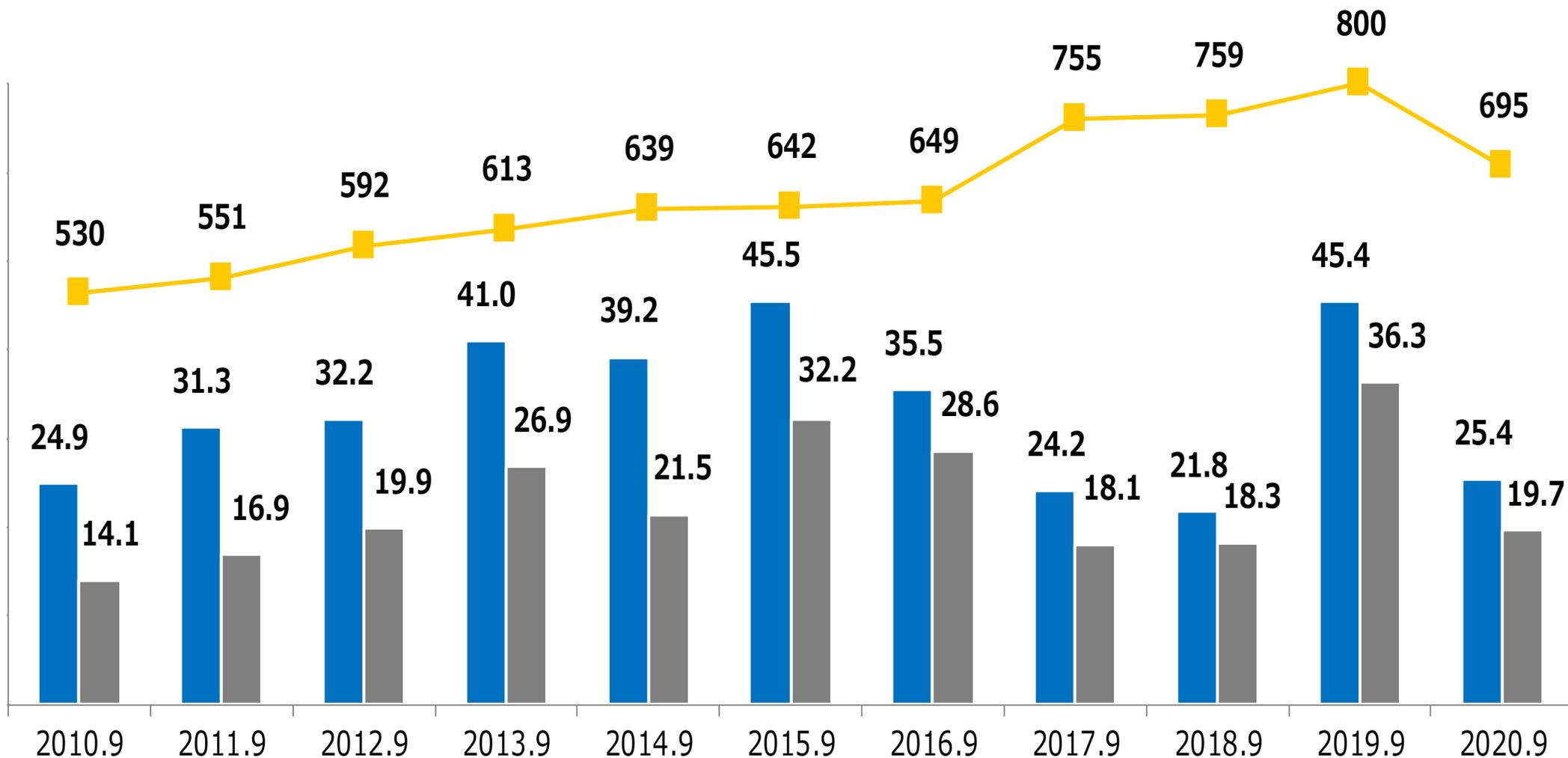
EBITDA = 税引前利益 + 受取利息・支払利息 + 減価償却費（売上原価分を含む） + のれん償却額 + 減損損失

※EPSは潜在株式調整後の株式数にて算出

# 連結売上高・営業利益・当期純利益推移

(億円)

■ 第2四半期営業利益   ■ 第2四半期当期純利益   ■ 第2四半期売上高



# セグメント別売上高と営業利益

(億円、%)

事業セグメント	2020年3月期		2021年3月期			
	第2四半期 実績	第2四半期 期初計画	第2四半期 実績	構成比	前期比(%)	計画比(%)
インテリアセグメント 売上高	604.0	500.0	528.7	76.0%	▲75.2(▲12.5%)	28.7(+5.7%)
壁装材	298.8	—	267.5	50.6%	▲31.2(▲10.5%)	—
床材	219.0	—	192.5	36.4%	▲26.5(▲12.1%)	—
ファブリック	41.2	—	36.0	6.8%	▲5.1(▲12.6%)	—
その他	44.8	—	32.5	6.2%	▲12.3(▲27.5%)	—
営業利益	45.1	—	27.4	107.8%	▲17.6(▲39.2%)	—
エクステリアセグメント 売上高	83.0	70.0	72.3	10.4%	▲10.7(▲12.9%)	2.3(+3.4%)
営業利益	3.8	—	2.3	9.3%	▲1.4(▲38.3%)	—
海外セグメント 売上高	100.3	75.0	77.9	11.2%	▲22.3(▲22.3%)	2.9(+4.0%)
営業利益	▲4.0	—	▲5.0	▲20.1%	▲1.0(—)	—
スペースクリエーションセグメント 売上高	16.6	15.0	22.0	3.2%	5.4(+33.0%)	7.0(+47.3%)
営業利益	0.5	—	0.8	3.3%	0.2(+49.6%)	—
セグメント間取引調整(売上高)	▲3.4	▲5.0	▲5.7	▲0.8%	▲2.3(—)	▲0.7(—)
セグメント間取引調整(営業利益)	0.0	—	▲0.0	▲0.3%	▲0.0(—)	—
連結売上高	800.6	655.0	695.4	100%	▲105.2(▲13.1%)	40.4(+6.2%)
連結営業利益	45.4	—	25.4	100%	▲20.0(▲44.1%)	—

# インテリアセグメント 壁装材の状況

壁装材 関連市場の状況 (カッコ内は業績に影響を与える対象期間)

(億円)

## 新築住宅市場 前期比 (2020年1月~6月)

新設住宅着工戸数	持家	▲13.7%
	賃貸	▲10.8%
<b>▲11.2%</b>		

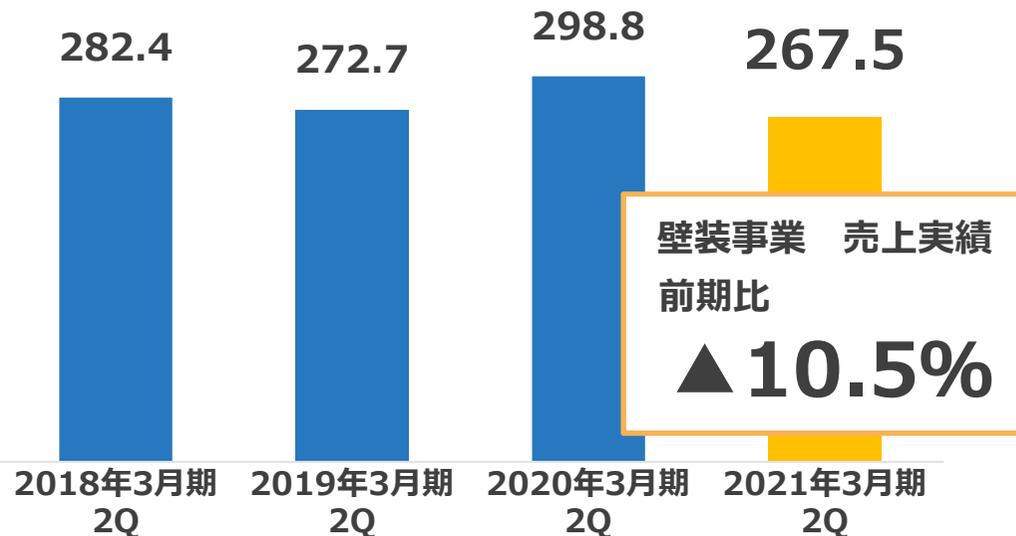
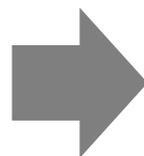
新設住宅着工床面積  
**▲12.2%**

## 住宅リフォーム市場 前期比 (当社推定) (2020年4月~6月)

**▲7.5%**

## 業界全体の壁装材出荷数量 前期比 (2020年4月~9月)

**▲12.3%**



- 量産壁紙（廉価品）と非住宅向け壁紙見本帳「FAITH」が堅調に推移し、売り上げを下支え。
- ガラスフィルム見本帳「CLEAS」の市場への浸透が進む。

# インテリアセグメント 床材の状況

## 床材 関連市場の状況

民間非居住建築物着工床面積 前期比  
(使途別,倉庫・工場を除く)

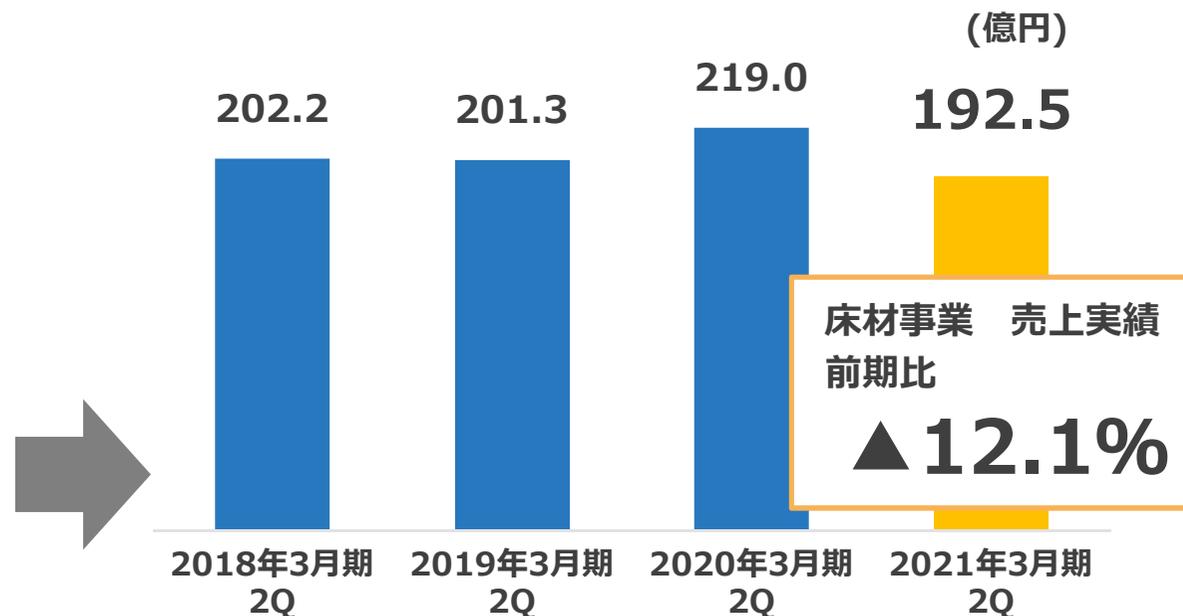
2018年度	2019年度
▲0.7%	▲3.3%

民間非居住建築物着工床面積(用途別) 前期比

	2019年度	2020年4~9月
卸売業、小売業用	▲19.7%	▲21.1%
宿泊業、飲食・サービス業用	▲9.7%	▲33.7%
医療・福祉用	+5.6%	▲16.7%
その他のサービス業用	▲5.7%	+6.8%

業界全体の商材別出荷数量 前期比

タフテッドカーペット	▲24.0% (4-8月)
カーペットタイル	▲17.4% (4-8月)
長尺シート	▲18.1% (4-9月)
フロアタイル	▲9.0% (4-9月)



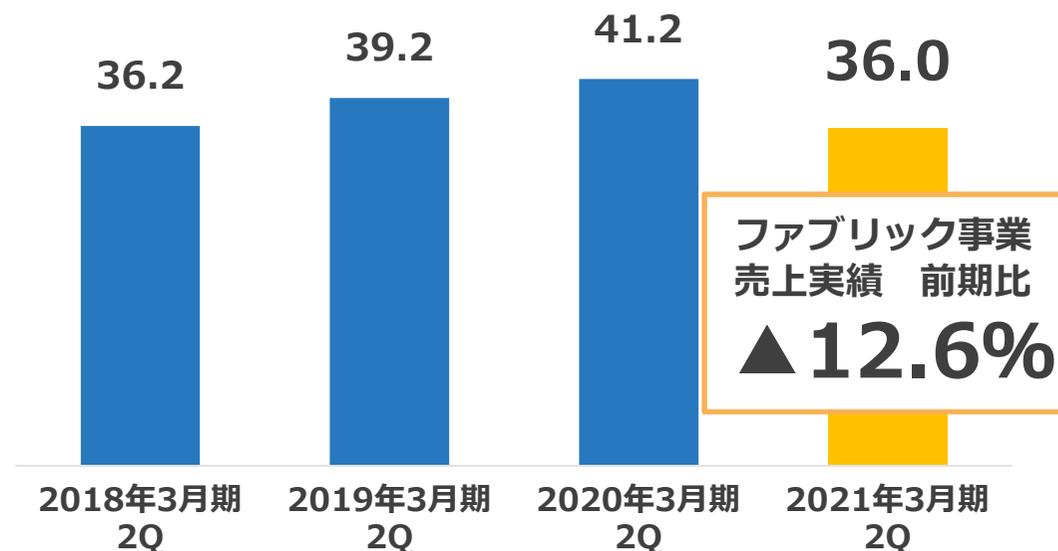
- 通期では10期連続増収であった床材も、今期は厳しい状況
- 宿泊やオフィスなどを中心とした非住宅市場の縮小や工事の中止・延期の影響に加え、大型プロジェクト案件の獲得不足も影響し、カーペットタイルは不調。また、非住宅向け長尺シート床材は新見本帳発刊前の落ち込みにより低迷。

# インテリアセグメント ファブリックの状況

(億円)



カーテン見本帳「コントラクトカーテン」PK9003



- カーテン見本帳「AC」が前年度に引き続き売り上げを牽引。  
また、9月に医療福祉施設に最適な抗ウイルス商品等を収録した見本帳「コントラクトカーテン」を発刊。
- 椅子生地見本帳「UP」の市場浸透。機能性の高いビニルレザーが好評。
- EC事業「WARDROBE sangetsu」が伸長。

# 海外セグメント Koroseal社の状況 (ターンアラウンドプラン進捗状況)

昨年度実行した新鋭設備の稼働が安定し、生産コストが改善。  
また、新型コロナウイルスに伴うレイオフ等コストダウンに努める。

## 1. コスト削減

- ・ 昨年度導入した新鋭設備の稼働安定化、工場統廃合による生産コスト低減
- ・ スクラップレートの改善  
2019年→2020年で5.6%の改善

## 2. 新設備によるデザイン性の向上

- ・ 新設備による正確かつ微細なデザインの新商品を2021年初めより発売開始

## 3. ホスピタリティーマーケット集中からの転換

- ・ Healthcare市場および教育市場に対する営業強化

## 4. サンゲツ・Koroseal間の商品連携の強化



# 海外セグメント Koroseal社の状況

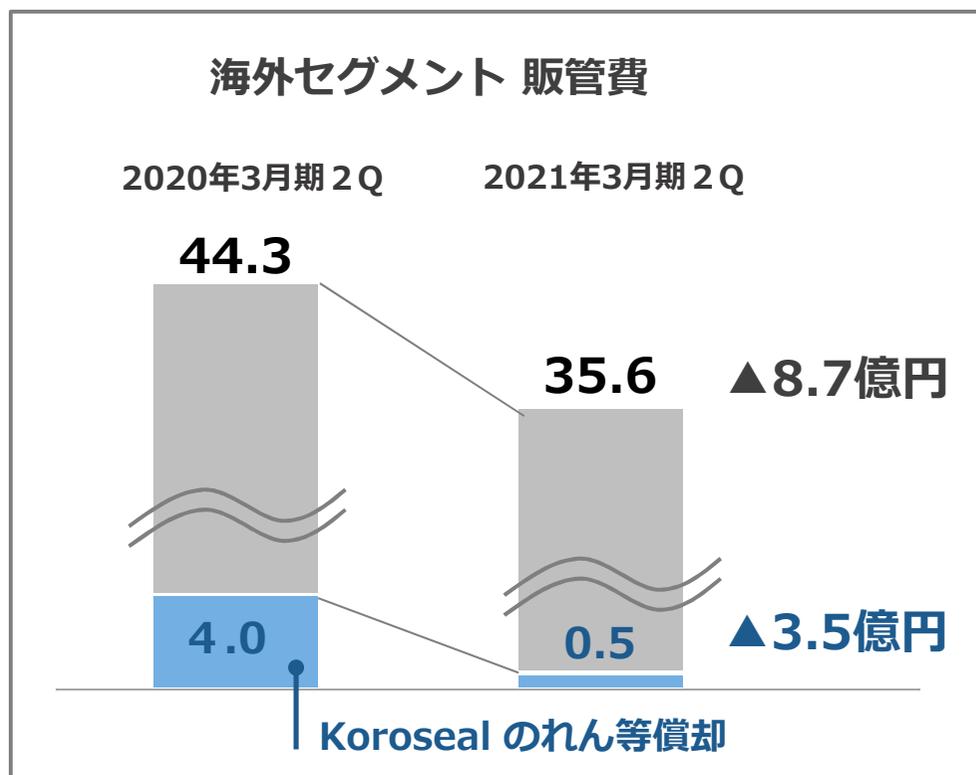
## 販管費削減

### ・ 減損影響

▲3.5億円は、昨年度末に実施したのれんおよび無形資産の減損による改善

### ・ 人員削減

2019年12月末 **556名** ➡ 2020年9月末 **471名**  
工場人員57名減、営業人員微減 計85名削減



人員数推移	2019/12末	2020/3末	2020/6末	2020/9末
<b>Koroseal</b>	<b>495</b>	<b>434</b>	<b>409</b>	<b>420</b>
工場	244	191	173	187
営業	97	96	96	92
その他	154	147	140	141
<b>Metro</b>	<b>61</b>	<b>55</b>	<b>50</b>	<b>51</b>
<b>合計</b>	<b>556</b>	<b>489</b>	<b>459</b>	<b>471</b>

# 海外セグメント Goodrich社の状況

## Goodrichシンガポール

【人員削減計画】

2020期初 116名 ➡ 2021期初 108名 ➡ 2022期初 96名

## Goodrichマレーシア

【人員削減計画】

2020期初 68名 ➡ 2021期初 53名

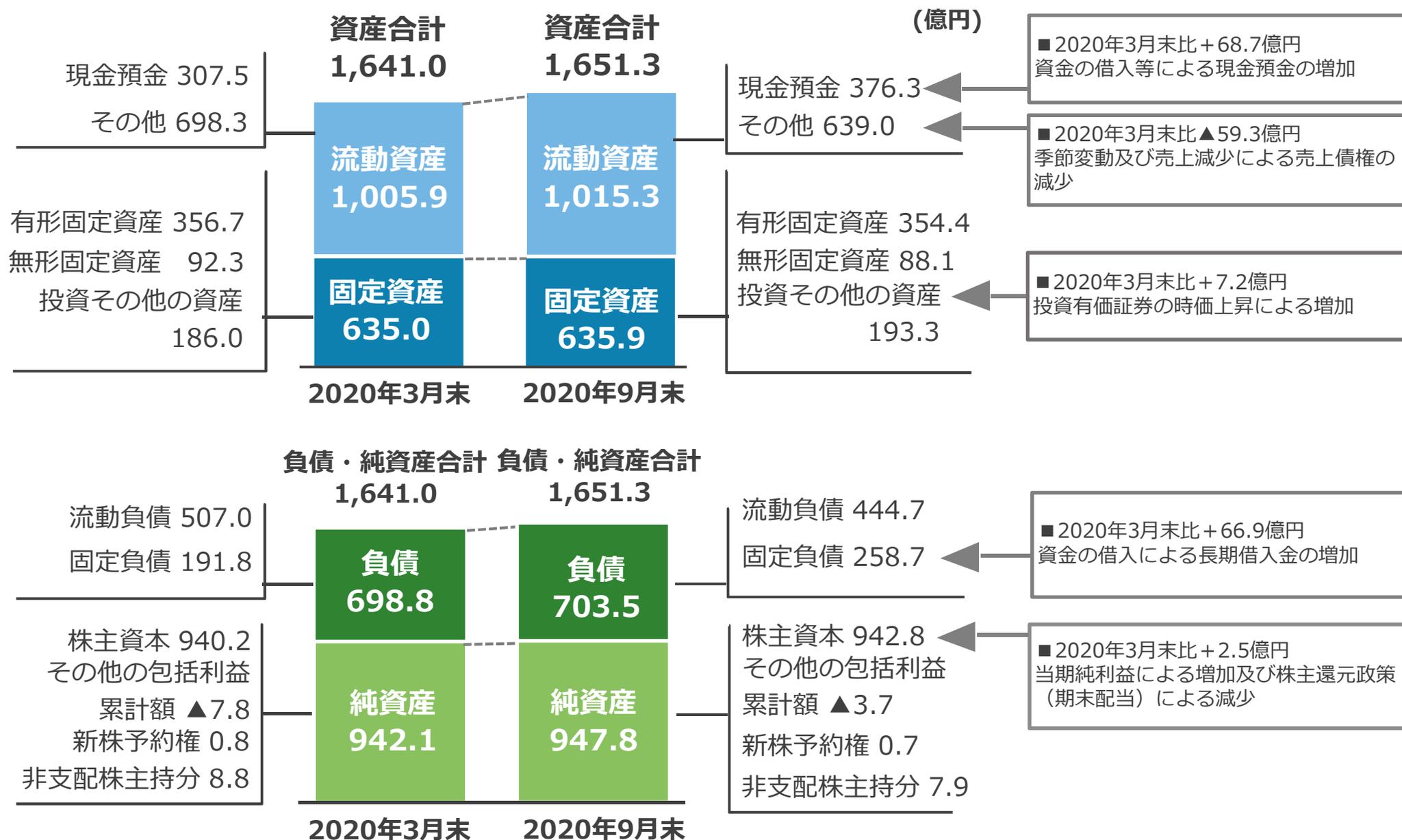
【拠点再編】

4拠点 ➡ 2拠点へ コタキナバル、ジョホールバル拠点閉鎖

## 戦略市場への注力

- ・ **Goodrich中国**：山月堂（上海）との統合・人員削減
- ・ **Sangetsu Goodrich ベトナム**：サンゲツとGoodrichの共同出資で4月1日営業開始
- ・ **Sangetsu Goodrichタイランド**：100%出資会社として11月2日営業開始

# 連結貸借対照表

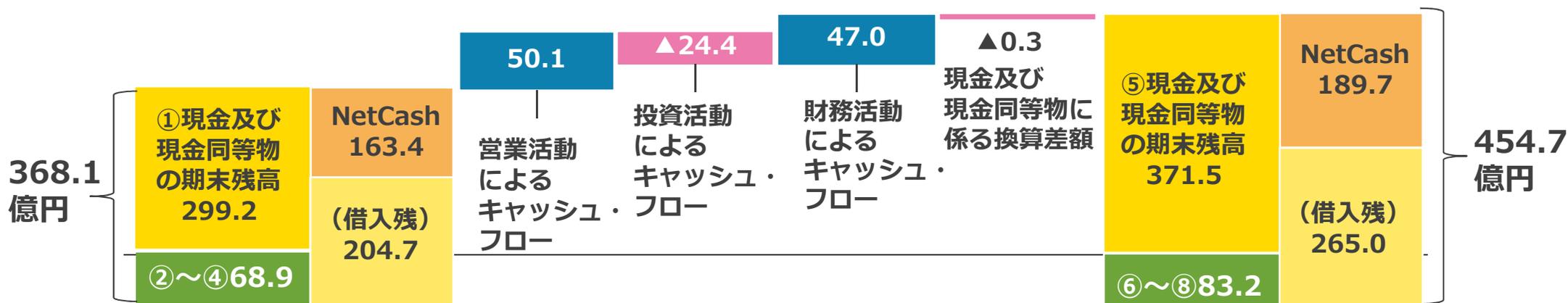


# 連結キャッシュ・フロー計算書

現金及び現金同等物 72.3億円増加

■ 営業キャッシュ・フロー	+50.1
税金等調整前当期純利益	+28.9
減価償却費・のれん償却費	+14.0
売上債権減少	+77.6
仕入債務減少	▲34.9

■ 投資キャッシュ・フロー	▲24.4 (億円)
有価証券・投資有価証券増減	▲18.0
有形・無形固定資産取得	▲7.3
■ 財務キャッシュ・フロー	+47.0
借入金増減	+65.3
配当金支払	▲17.5



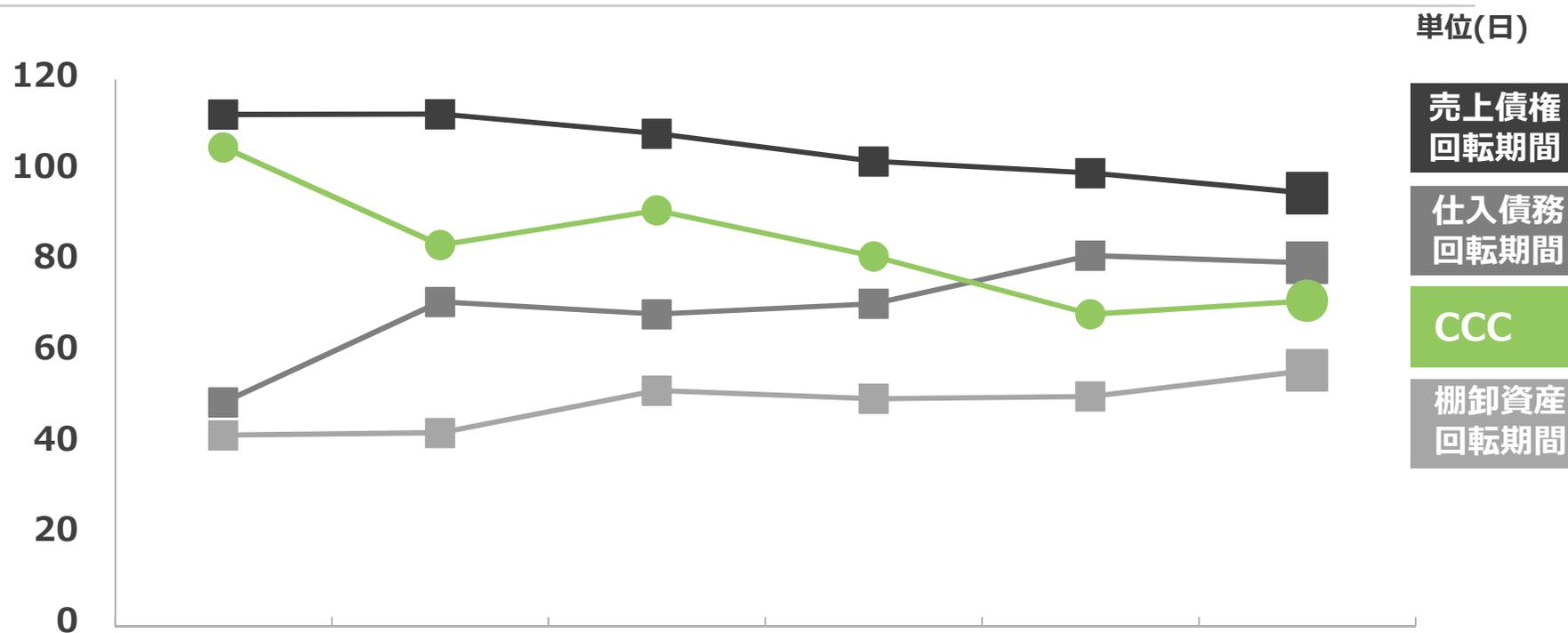
## 2020年3月末

- ① キャッシュ・フロー計算書記載の現金及び現金同等物 299.2億円
- ② 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 8.3億円
- ③ 有価証券 41.2億円
- ④ 投資有価証券(株式除く) 19.3億円
- ①~④ **368.1億円**

## 2020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 371.5億円
- ⑥ 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 4.8億円
- ⑦ 有価証券 59.2億円
- ⑧ 投資有価証券(株式除く) 19.2億円
- ⑤~⑧ **454.7億円**

# 連結Cash Conversion Cycle



	2015年9月末	2016年9月末	2017年9月末	2018年9月末	2019年9月末	2020年9月末
売上債権回転期間	112.5	112.6	108.3	102.2	99.6	95.2
棚卸資産回転期間	42.0	42.5	51.8	50.0	50.5	56.2
仕入債務回転期間	49.2	71.3	68.6	70.9	81.5	79.9
CCC	105.3	83.8	91.4	81.3	68.6	71.5

※2017年9月末(期間2016年10月1日～2017年9月30日)は、Koroseal社のP/L連結前期間の数値を連結後期間(2017年1月1日～2017年6月30日)の業績と同額と見なして加算し、計算しています。

※2018年9月末(期間2017年10月1日～2018年9月30日)は、Goodrich社のP/L連結前期間の数値を連結後期間(2018年1月1日～2018年6月30日)の業績と同額と見なして加算し、計算しています。

※2017年9月末及び2018年9月末に係る各数値は、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

# 新型コロナウイルス感染症による影響 および今後の見通しについて

# 新型コロナウイルス感染症への対応

## 【基本方針】

お客様・社員の安全を最優先とし、  
“品切れなく受注”し、“全国に出荷する”体制を維持する。

## 【対策】

- ①IT環境整備によるテレワークの推進 最大時：7割
- ②ロジスティクス関連社員、商品開発担当者、ショールーム担当者を中心に出勤勤務継続
- ③社内分散勤務の実施
- ④WEB会議システムの活用
- ⑤直行直帰による営業活動
- ⑥ショールーム オンラインコンサルテーションの実施
- ⑦WEBセミナーの開催

(トレンドセミナー、新見本帳セミナー、抗ウイルス対策セミナー)

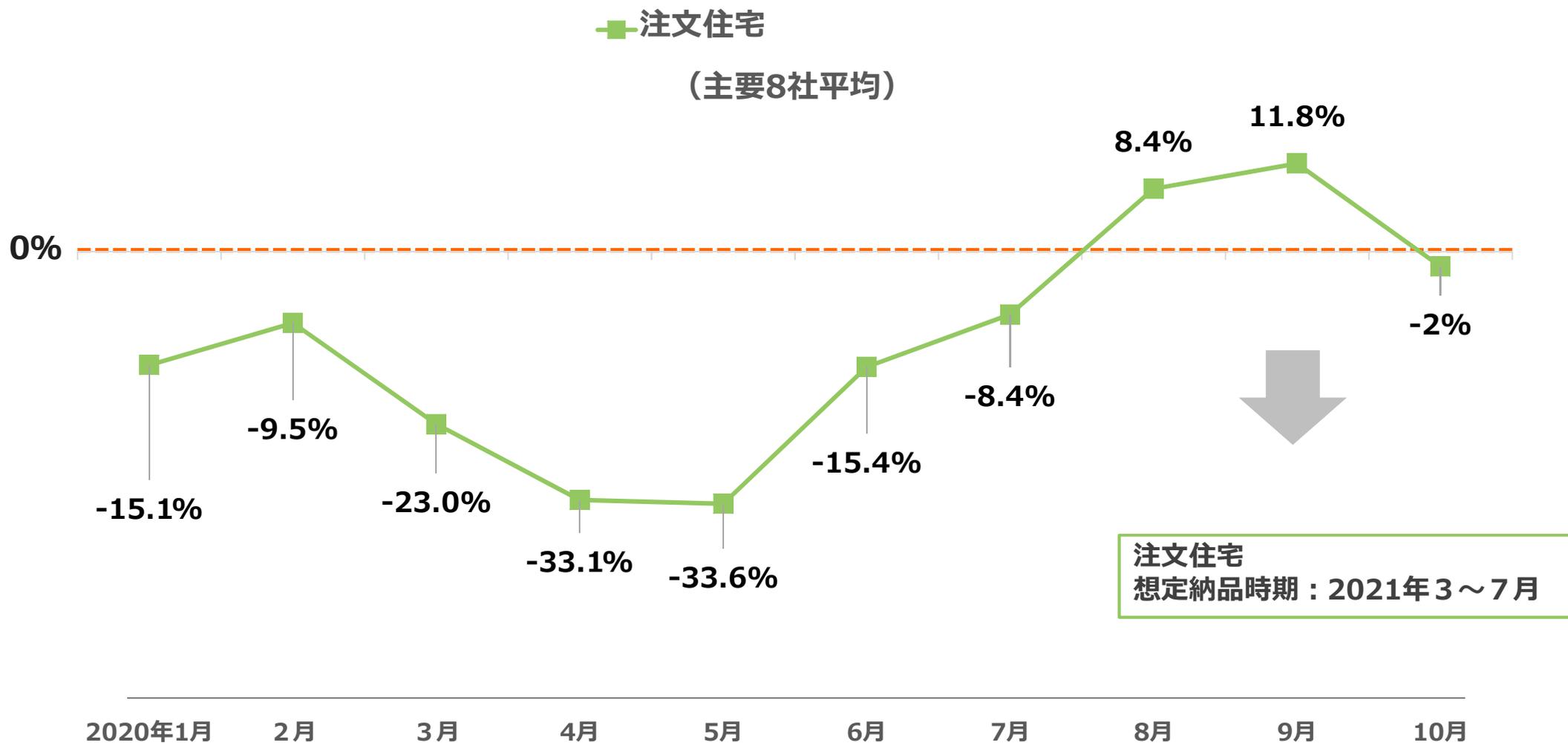


WEBセミナー（トレンドセミナー）

➡ **直接面談が基本の内装業界において、感染拡大防止策を講じながら、テレワークを活用しつつ、効率的で・効果的な営業活動を試行**

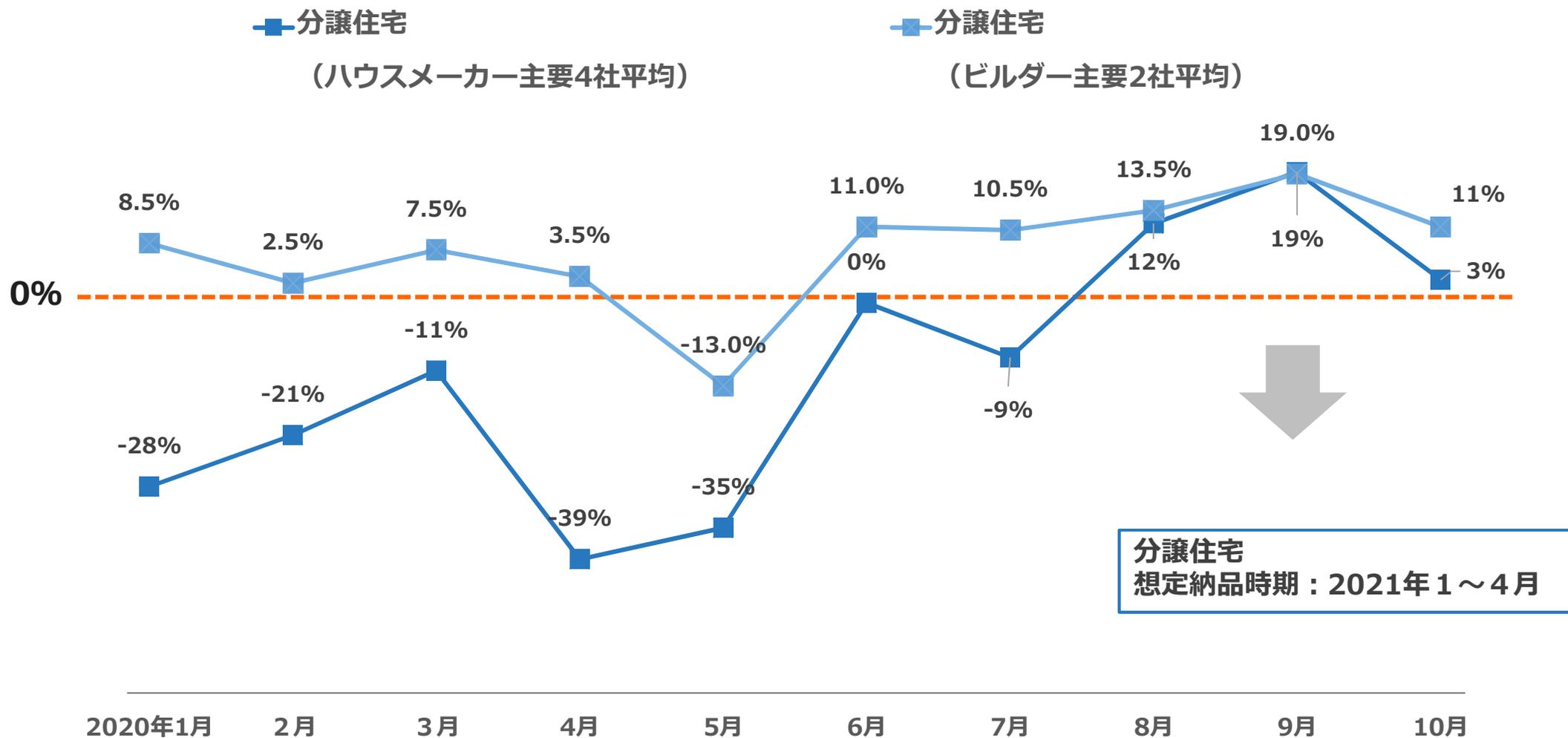
# (参考) 住宅市場／新築 注文住宅

## 注文住宅 ハウスメーカー受注速報値（前年同月比）



# (参考) 住宅市場／新築 分譲住宅

## 分譲住宅 ハウスメーカー・ビルダー受注速報値（前年同月比）

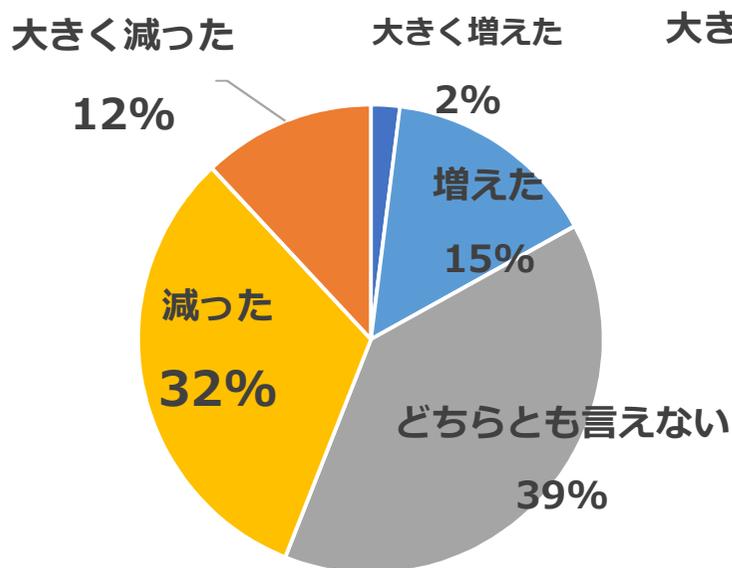


# (参考) 住宅市場／リフォーム

## コロナ禍による、前年と比べたリフォーム売上高の影響

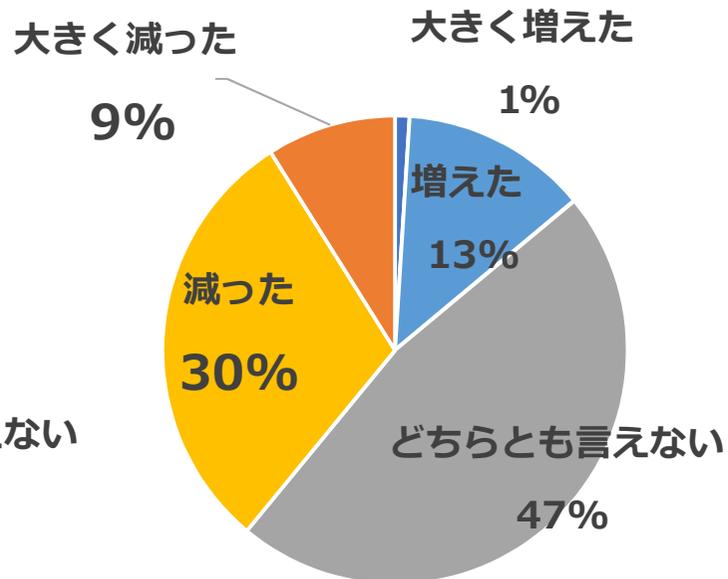
### 【大都市圏】

首都圏・近畿圏・愛知



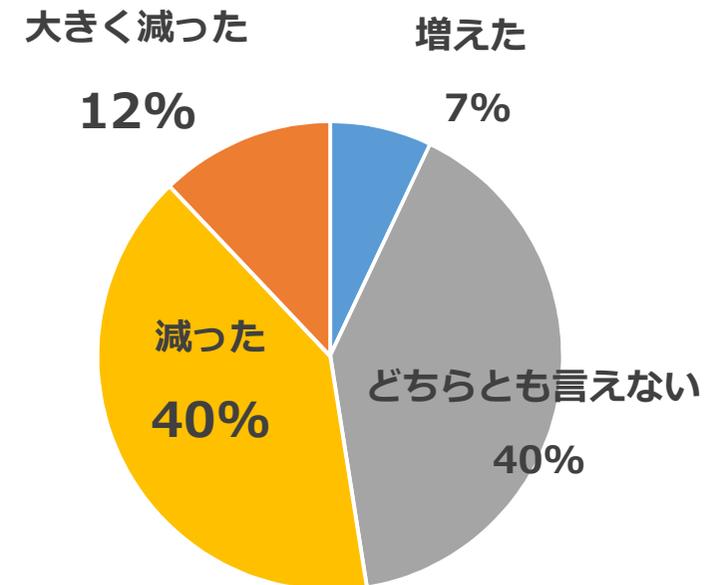
### 【地方圏】

大都市圏以外



### 【大規模】

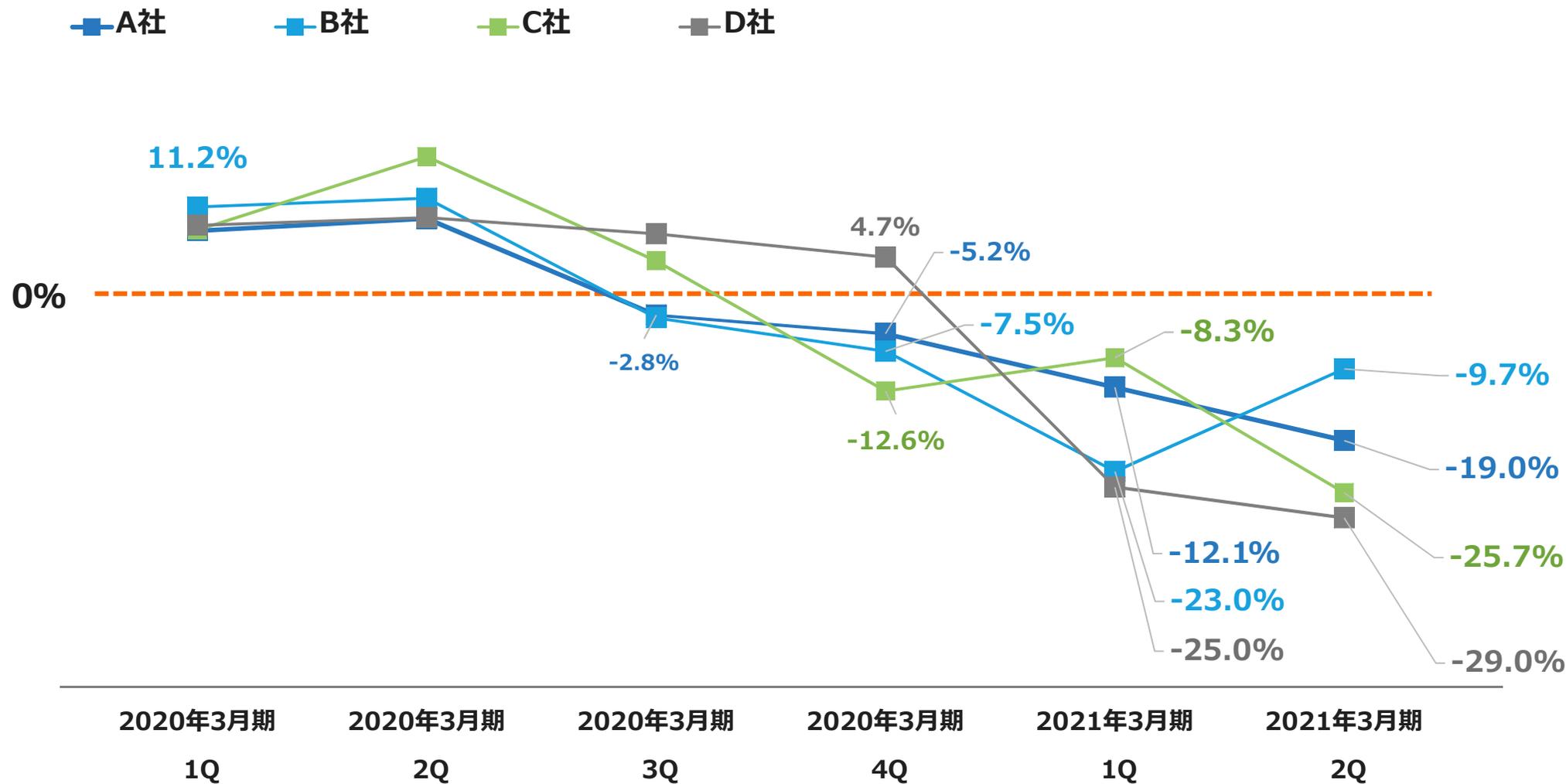
リフォーム売上高2億円以上



一般財団法人住まいづくりナビセンター実施（回答数：180社 実施期間：2020年8月31日～9月14日）  
「コロナ禍によるリフォーム需要の変化と事業者のIT活用状況に関するアンケート」より

# (参考) 非住宅市場

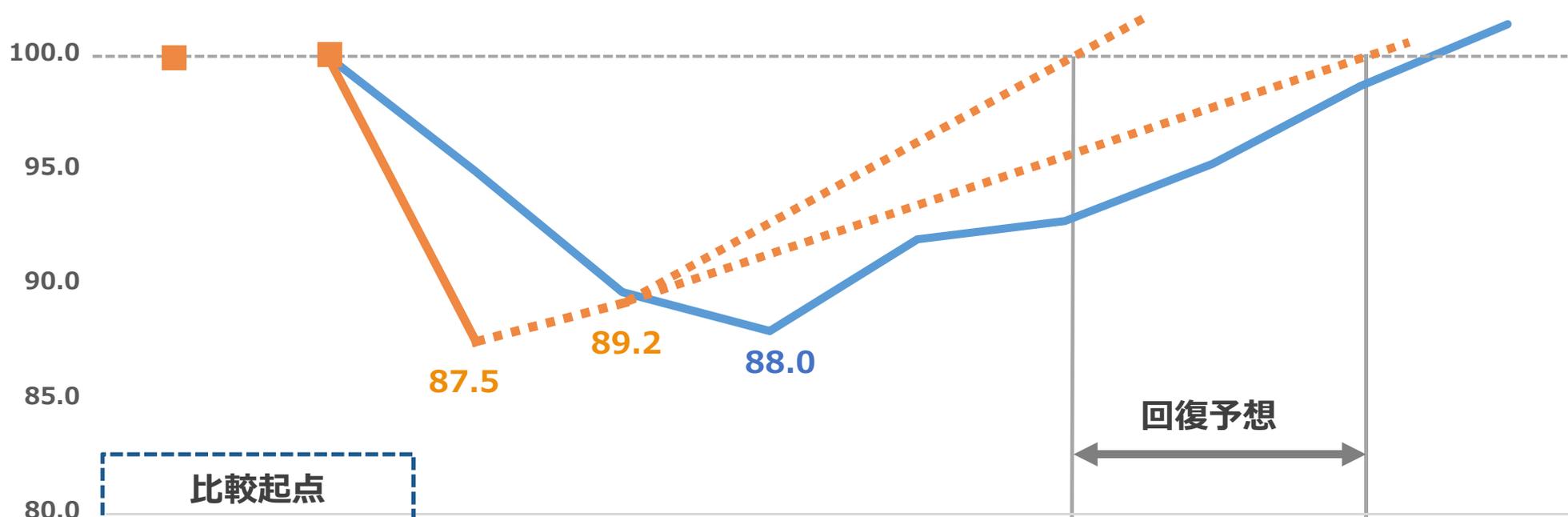
## 大手ゼネコン建設事業売上高実績（前年同期比）



# リーマンショック時との比較

## インテリアセグメント 売上高推移イメージ (市場成り行きベース)

- 新型コロナウイルス：2019年度上期／2019年度下期をそれぞれ100とし、上下同半期を比較
- リーマンショック：2007年度下期／2008年度上期をそれぞれ100とし、上下同半期を比較

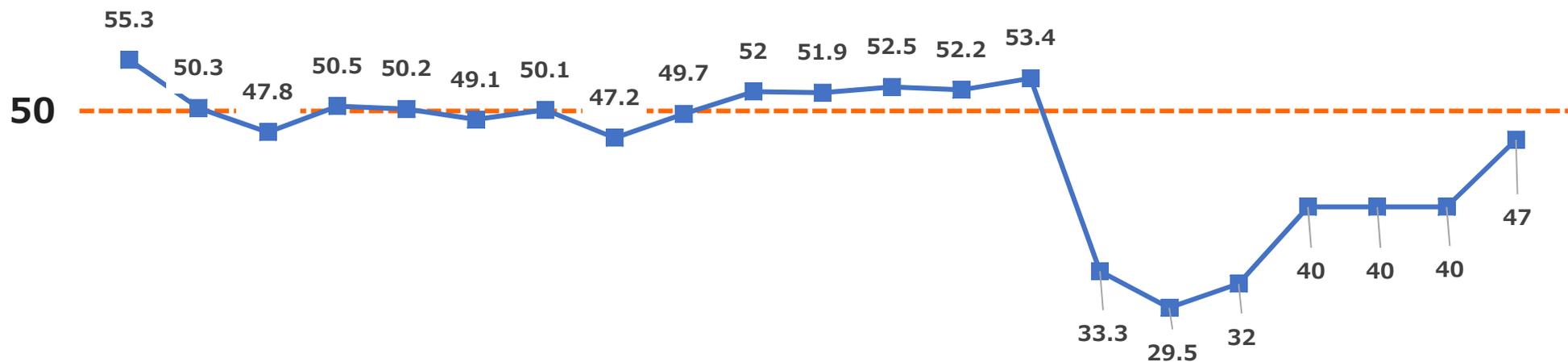


2019年度		2020年度		2021年度		2022年度		2023年度		
上期	下期									
2007年度		2008年度		2009年度		2010年度		2011年度		2012年度
下期	上期									

# (参考) 米国 非住宅市場

## 非住宅建設ABI指標の推移

非住宅建設ABI指標（Architecture Billings Index）とは、The American Institute of Architects(米国建築家協会：AIA)が発表する指標で、非住宅部門（ホテル、オフィスビル、学校、病院など）の建築活動の先行指標。米国の建築家への調査に基づき算出され、**9～12カ月後**の建築活動を示す先行指標とされ、50を分岐点に上回れば建築活動の拡大、下回ると縮小を示す。

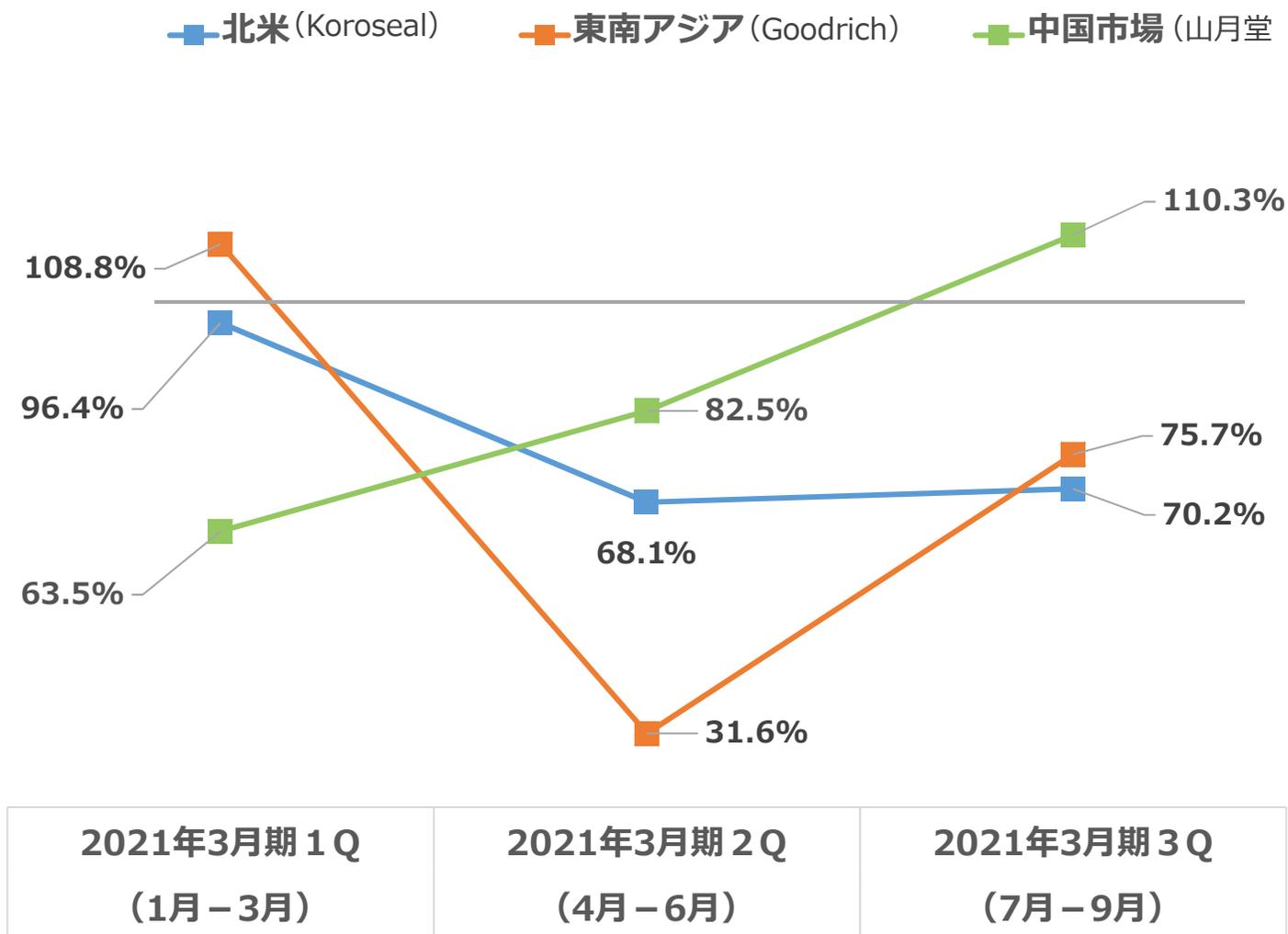


Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	July	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	July	Aug	Sept	
2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020

新型コロナウイルス感染症の影響により2020年3月より急激に悪化、4月をボトムに9月より回復傾向。海外事業（北米市場）の回復は、来期以降を予想

# 海外セグメント 地域別状況

## 海外セグメント 地域別の売上高推移（前年同期比）



**北米  
(Koroseal)**

3Q若干の回復

**東南アジア  
(Goodrich)**

タイ・ベトナム・  
シンガポール回復傾向

**中国  
(山月堂 (上海)  
+ Goodrich)**

ほぼ回復も基調弱い

# 2021年3月期 通期見通し

# 連結業績予想

単位(億円、%)

	2020年3月期	2021年3月期				
	通期実績	通期 期初計画	通期 修正計画	上期実績	対通期 期初計画 進捗率	対通期 修正計画 進捗率
売上高	1,612.6	<b>1,350.0</b>	<b>1,400.0</b>	695.4	51.5%	49.7%
売上総利益	529.2	—	<b>460.0</b>	227.0	—	49.4%
販売費及び 一般管理費	436.5	—	<b>406.0</b>	201.6	—	49.7%
営業利益	92.6	<b>42.0</b>	<b>54.0</b>	25.4	60.6%	47.1%
経常利益	98.4	<b>45.0</b>	<b>58.0</b>	27.8	62.0%	48.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	14.3	<b>23.0</b>	<b>35.0</b>	19.7	85.9%	56.4%

# 連結セグメント別業績計画

単位(億円、%)

		2020年3月期			2021年3月期					
		上期実績	下期実績	通期実績	通期修正計画	上期実績	前期比	下期計画	前期比	通期計画進捗率
インテリア	売上高	604.0	616.9	1,220.9	<b>1,075.0</b>	528.7	▲12.5%	546.2	▲11.5%	49.2%
	営業利益	45.1	48.1	93.2	<b>58.0</b>	27.4	▲39.2%	30.5	▲36.5%	46.5%
エクステリア	売上高	83.0	77.7	160.8	<b>140.0</b>	72.3	▲12.9%	67.6	▲13.0%	51.6%
	営業利益	3.8	2.6	6.4	<b>4.0</b>	2.3	▲38.3%	1.6	▲36.9%	78.6%
海外	売上高	100.3	97.6	198.0	<b>145.0</b>	77.9	▲22.3%	67.0	▲31.4%	53.8%
	営業利益	▲4.0	▲5.2	▲9.3	<b>▲9.5</b>	▲5.0	—	▲4.4	—	—
スペース クリエーション	売上高	16.6	25.0	41.6	<b>50.0</b>	22.0	+33.0%	27.9	+11.6%	44.2%
	営業利益	0.5	1.2	1.8	<b>1.5</b>	0.8	+49.6%	0.6	▲48.5%	55.4%
セグメント 間取引調整	売上高	▲3.4	▲5.3	▲8.7	<b>▲10.0</b>	▲5.7	—	▲4.2	—	—
	営業利益	0.0	0.4	0.4	—	▲0.0	—	0.0	—	—
合計	売上高	800.6	812.0	1,612.6	<b>1,400.0</b>	695.4	▲13.1%	704.5	▲13.2%	49.7%
	営業利益	45.4	47.2	92.6	<b>54.0</b>	25.4	▲44.1%	28.5	▲39.5%	47.1%

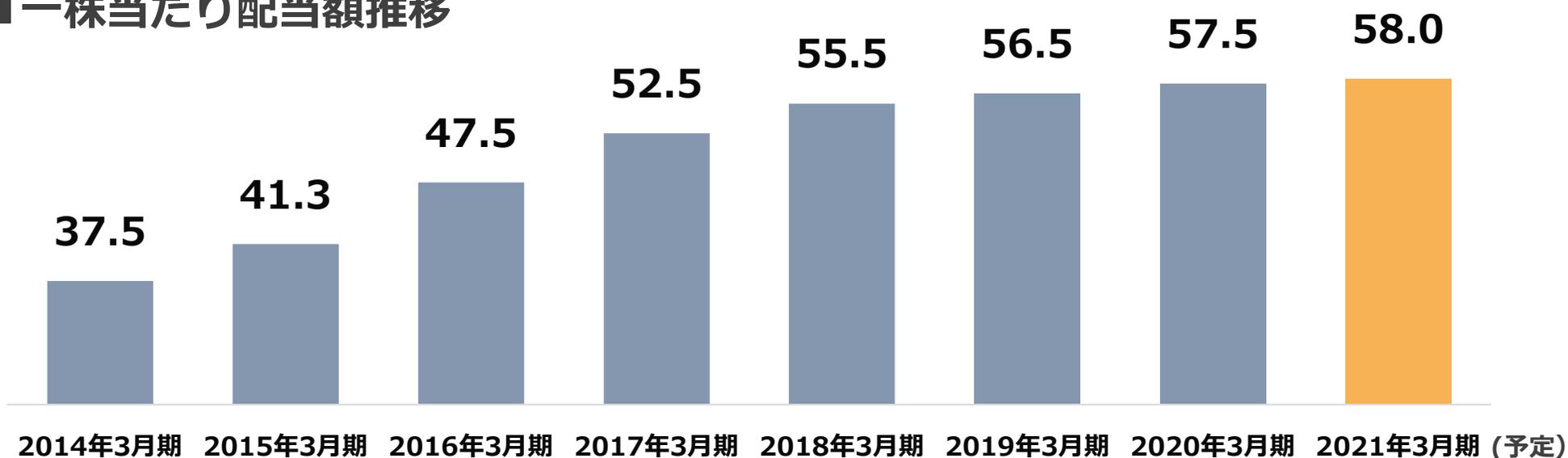
# 資本政策・株主還元

# 資本政策・株主還元（配当）

## 中期経営計画（2020-2022）D.C.2022資本政策

1. 自己資本を **900～950億円** の範囲で維持する。
2. 3年間の総額ベースで **総還元性向を略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。

### ■一株当たり配当額推移



➡ **2021年3月期の配当額は58.0円、7期連続増配を予定**

# 株主還元実績

## 自己株式取得の状況

取得期間	取得株式総数	取得総額
自己株式取得は行っていません。	0株	0円

## 自己株式消却の状況

消却日	消却株式総数	消却後の発行済株式総数
2020年6月30日	60万株	6,115万株

## 中間配当金

基準日	一株当たり配当額	配当金総額
2020年9月30日	29.00円	17.5億円

## 株主還元総額

**17.5億円**

# TOPICS

# TOPICS : 抗ウイルス対策商品

安心安全、衛生への需要の高まりに応え、抗ウイルス機能を持つ商品を拡充、機能強化。

公的認証に加え高い自社基準に基づく商品開発により、「より衛生的で安心・安全な空間」の実現を目指す。

【高機能商品特設サイト】 <https://www.sangetsu.co.jp/pickup/antiviral>



## 主な抗ウイルス対策商品 ※発売前新商品

床材・腰壁	ナーシングフロアV※(37点) / SKフロア※(37点) / 抗ウイルスマール※(10点) / 消臭レストリウム※(10点) / サンペンタゴンⅡ(6点) / 腰壁シート※(13点)
壁紙	抗ウイルス壁紙(12点)
粘着剤付化粧フィルム リアテック	抗ウイルス リアテック※(特注加工品)
カーテン	抗ウイルス・制菌カーテン(7点) / 抗ウイルス・抗菌カーテン(1点)
大版セラミックスラブ GARZAS(ガルザス)	抗ウイルス・抗菌加工 GARZAS(ガルザス)※(8点)
床用洗剤 オキシライト	除菌・除ウイルス機能付き床用洗剤 オキシライト※(1点)

# 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