



株式会社サンゲツ

2022年3月期 第2四半期 決算説明会

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)



D.C. 2022
Design & Creation

目次

- 「収益認識に関する会計基準」等の適用について p.3

■ 2022年3月期 第2四半期 決算概況 p.4

- 決算の P O I N T p.5
- 連結業績 p.7
- セグメント別業績 p.15

■ 2022年3月期 業績予想 p.25

- 連結業績予想 p.26
- セグメント別業績予想 p.27
- 連結業績予想の前提・背景 p.28
- 海外市場の状況 p.29
- 業績予想に関する変動要因 p.32

■ 中期経営計画(2020-2022) 【 D.C.2022 】 の進展 p.33

- デザイン力の発展的強化と戦略的調達の推進 p.35
- サービス機能の拡充と高度化 p.40
- 環太平洋地域での事業強化 p.41
- 専門能力拡充による
スペースクリエーション事業の展開 p.45
- 地球環境 p.46

■ 資本政策・株主還元 p.49

- 資本政策 p.50
- 株主還元 p.52
- 将来見通しに関する注意事項 p.56

「収益認識に関する会計基準」等の適用について

2022年3月期より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しており、これによる主な変更点は、以下のとおりです。

1. 配送サービスに係る収益認識

【インテリアセグメント】

- ・ロジスティクスセンターを含む物流関係諸費用(運賃を含む)を販管費から売上原価に変更。
- ・顧客から受け取る配送サービス費用を販管費の控除から売上高の計上に変更。

2. 代理人取引に係る収益認識

【インテリアセグメント】

- ・自社で在庫を保有しない取次品に関しては、総額から仕入先に対する支払額等を差し引いた純額で売上高を計上。

【エクステリアセグメント】

- ・サングリーンは、取引高のうち多くを占める在庫リスクを有しない卸売に関して、総額から仕入先に対する支払額等を差し引いた純額で売上高を計上。

3. 販売手数料等の顧客に支払われる対価

【インテリアセグメント】

- ・販売店に対し支払う販売奨励金を、従来の販管費処理より取引価格（売上高）からの減額に変更。

2022年3月期 第2四半期 決算概況

決算のPOINT

発表数値（会計基準適用：有）

収益認識に関する会計基準適用：無

1	売上高 699.5億円 ・ インテリアセグメント ・ エクステリアセグメント ・ 海外セグメント ・ スペースクリエーションセグメント	: 744.5億円 前期比+49.1億円 (+7.1%) : 前期比+47.7億円 (+9.0%) : 前期比+2.6億円 (+3.7%) : 前期比▲4.0億円 (▲5.2%) : 前期比+4.9億円 (+22.4%)
2	売上総利益 184.4億円 ・ インテリアセグメント ・ 海外セグメント	: 249.1億円 前期比+22.0億円 (+9.7%) : 前期比+24.0億円 (+13.3%) : 前期比▲2.3億円 (▲7.8%)
3	販売費及び一般管理費 157.1億円 ・ インテリアセグメント ・ 海外セグメント	: 221.9億円 前期比+20.3億円 (+10.1%) : 前期比+20.1億円 (+13.1%) : 前期比▲1.2億円 (▲3.5%)
4	営業利益 27.3億円 ・ インテリアセグメント ・ 海外セグメント ・ スペースクリエーションセグメント	: 27.2億円 前期比+1.7億円 (+7.0%) : 前期比+3.9億円 (+14.3%) : 前期比▲1.1億円 (-) : 前期比▲1.1億円 (-)
5	親会社株主に帰属する 四半期純利益 16.2億円	: 16.1億円 前期比▲3.6億円 (▲18.4%)

■ 連結売上高 744.5億円、連結営業利益27.2億円 増収増益

■ 売上高 744.5億円 前期比：+49.1億円（+7.1%）

回復度合いが斑模様の国内市場において、インテリア事業が健闘、売上大きく伸長。エクステリア・スペースクリエーション事業共に増収。一方、海外事業は、米国・東南アジアで回復に遅れ。

■ 営業利益 27.2億円 前期比：+1.7億円（+7.0%）

売上高増に伴い前期比総利益増も、インテリア事業での販管費増、海外事業の赤字幅拡大により営業利益は微増。

■ 親会社株主に帰属する

■ 四半期純利益 16.1億円 前期比：▲3.6億円（▲18.4%）

米国 Koroseal社関連での繰延税金資産の取崩しおよび前期 Goodrich社・今期ウェーブブロックインテリアの非支配株主分除外の影響により減益。

■ 期初からの「収益認識に関する会計基準」等の適用範囲拡大により、エクステリアセグメント売上高減少。

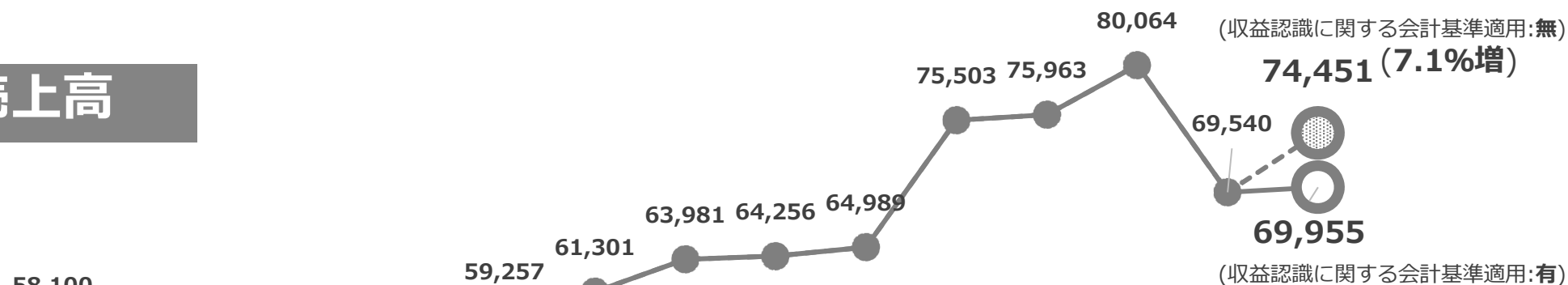
連結損益計算書

	2021年3月期 第2四半期	2022年3月期 第2四半期					(億円、%)
	実績 収益認識基準 適用：無(A)	実績 収益認識基準 適用：無(C)	前期比 (C-A,C/A)	期初予想 収益認識基準 適用：無(B)	予想比 (C-B,C/B)	主な増減要因	実績 収益認識基準 適用：有
売上高	695.4	744.5	+49.1 (+7.1%)	755.0	▲10.4 (▲1.4%)	【インテリアセグメント】（前期比+47.7） ・新築住宅市場の回復・新見本帳効果 ・ウェーブブロックインテリア連結（前期比+8.7） 【海外セグメント】 ・新型コロナウイルス感染症影響の拡大・長期化	699.5
売上総利益	227.0	249.1	+22.0 (+9.7%)	250.0	▲0.8 (▲0.4%)	【インテリアセグメント】 ・新築住宅市場の回復・新見本帳効果 ・ウェーブブロックインテリア連結（前期比+7.8）	184.4
販売費及び 一般管理費	201.6	221.9	+20.3 (+10.1%)	220.5	+1.4 (+0.6%)	【インテリアセグメント】 ・見本帳・プロモーション関連（前期比+3.4） ・関西ロジスティクスセンター関連（前期比+5.1） ・ウェーブブロックインテリア連結（前期比+6.6）	157.1
営業利益	25.4	27.2	+1.7 (+7.0%)	29.5	▲2.2 (▲7.8%)	—	27.3
経常利益	27.8	28.1	+0.2 (+0.8%)	30.5	▲2.3 (▲7.8%)	—	28.2
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	19.7	16.1	▲3.6 (▲18.4%)	19.0	▲2.8 (▲15.1%)	・（米国）繰延税金資産の取崩（前期比▲1.6） ・非支配株主分除外の影響（前期比▲1.3）	16.2

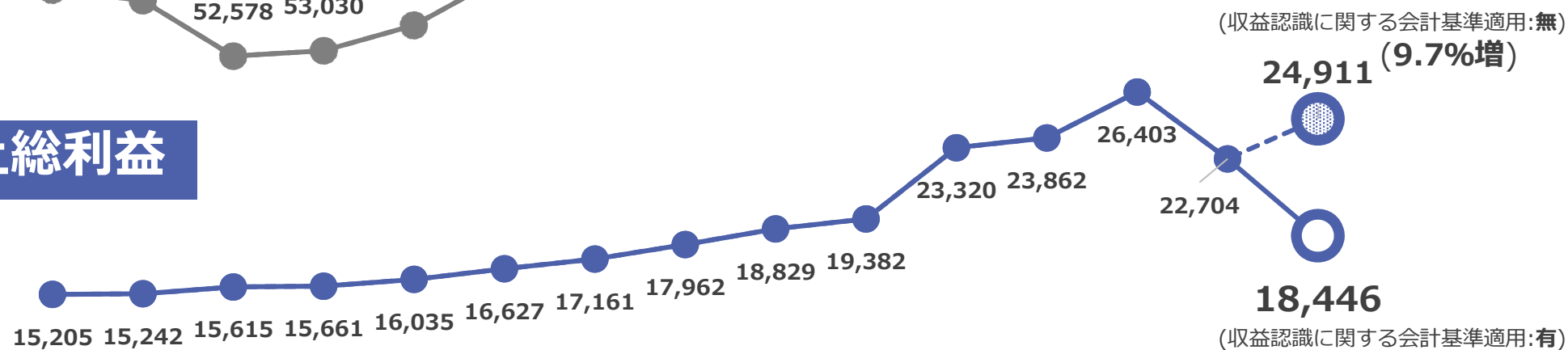
連結売上高・総利益の推移

(百万円)

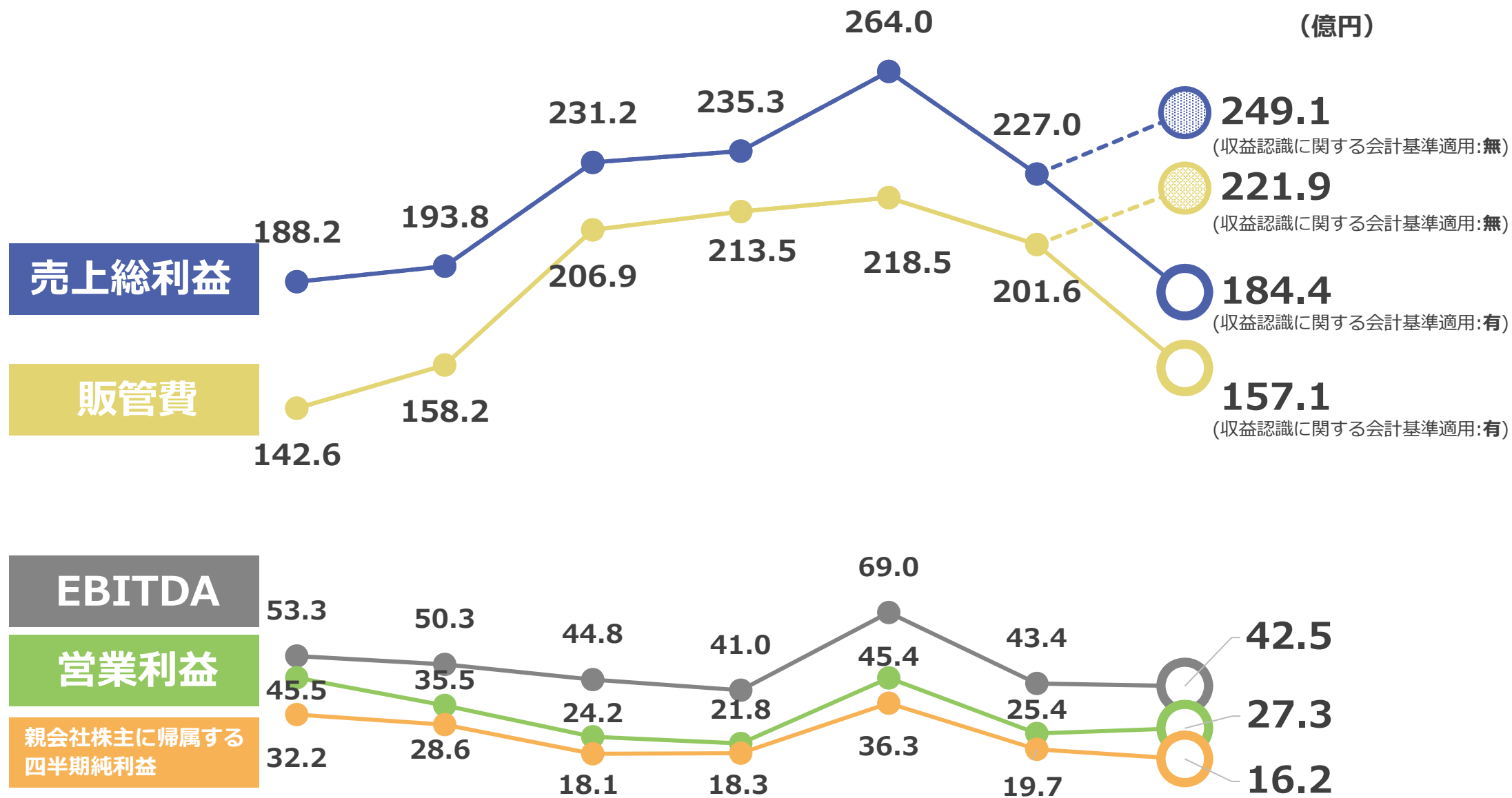
売上高



売上総利益



連結総利益・販管費・営業利益・EBITDAの推移

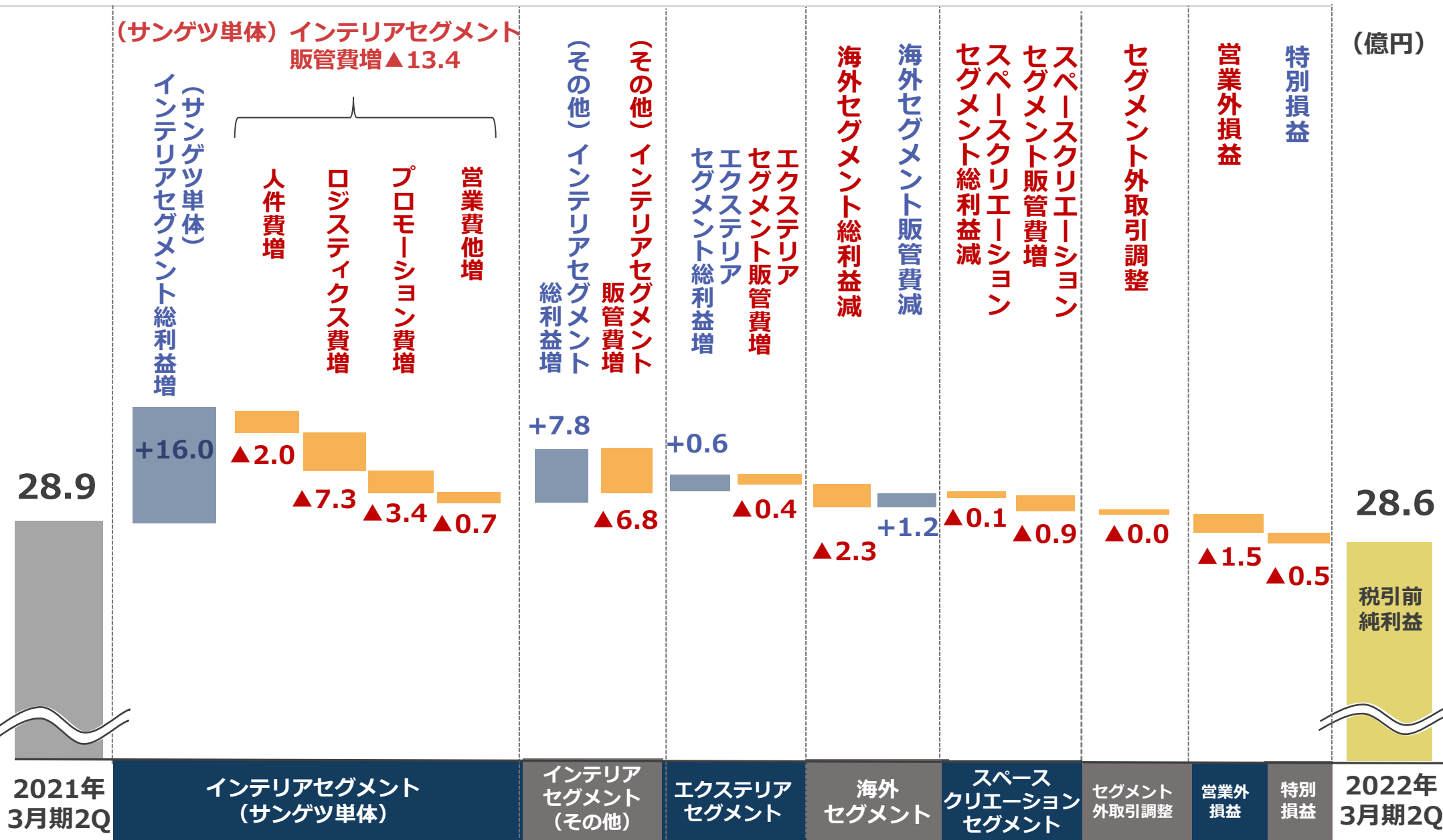


2015年9月期 2016年9月期 2017年9月期 2018年9月期 2019年9月期 2020年9月期 2021年9月期

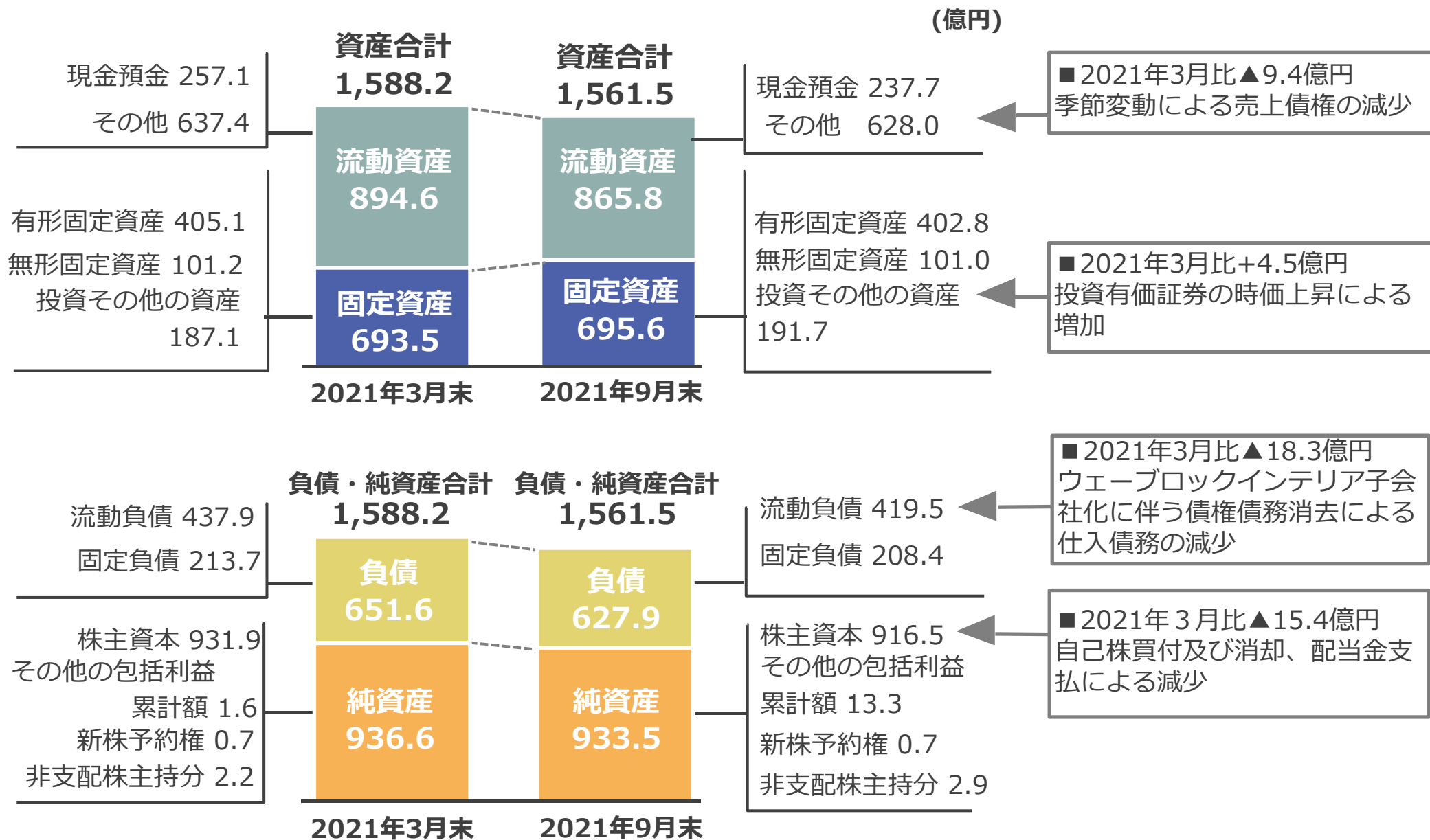
EBITDA = 税引前利益 + 受取利息・支払利息 + 減価償却費（売上原価分を含む） + のれん償却額 + 減損損失

連結税金等調整前純利益の増減

収益認識に関する会計基準適用：無



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 18.3億円減少

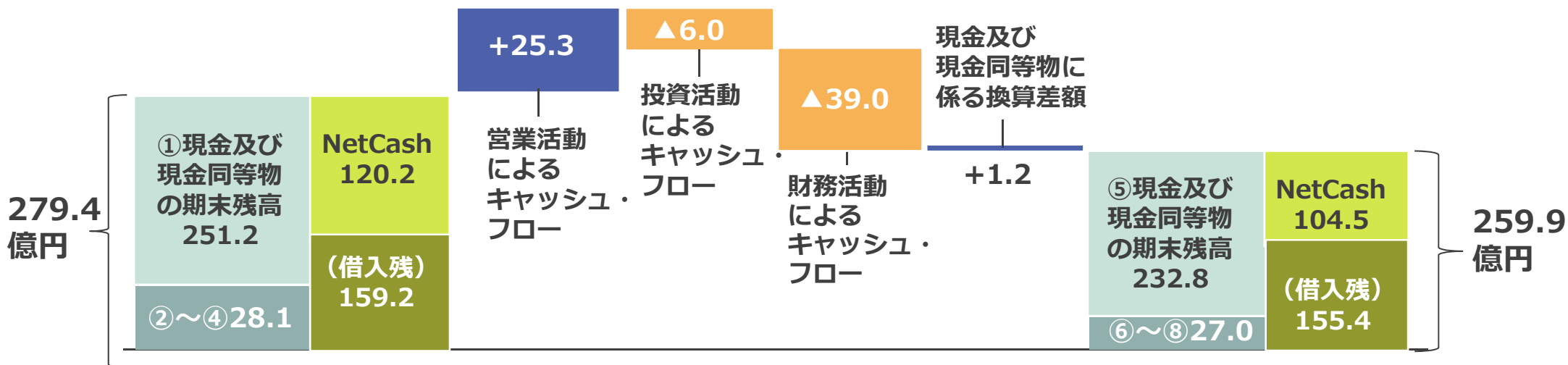
■ 営業キャッシュ・フロー +25.3
 税金等調整前当期純利益 +28.7
 売上債権減少 +22.9
 仕入債務減少 ▲18.1

■ 投資キャッシュ・フロー ▲6.0 (億円)

有形・無形固定資産取得 ▲9.6
 定期預金増減 +1.0

■ 財務キャッシュ・フロー ▲39.0

借入金増減 ▲5.1
 配当金支払 ▲17.9
 自己株式取得 ▲14.8



2021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 251.2億円
- ② 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 5.9億円
- ③ 有価証券 3.0億円
- ④ 投資有価証券(株式除く) 19.2億円
- ①～④ **279.4億円**

2021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 232.8億円
- ⑥ 預入期間が3ヶ月を超える定期預金 4.9億円
- ⑦ 有価証券 3.0億円
- ⑧ 投資有価証券(株式除く) 19.1億円
- ⑤～⑧ **259.9億円**

連結Cash Conversion Cycle

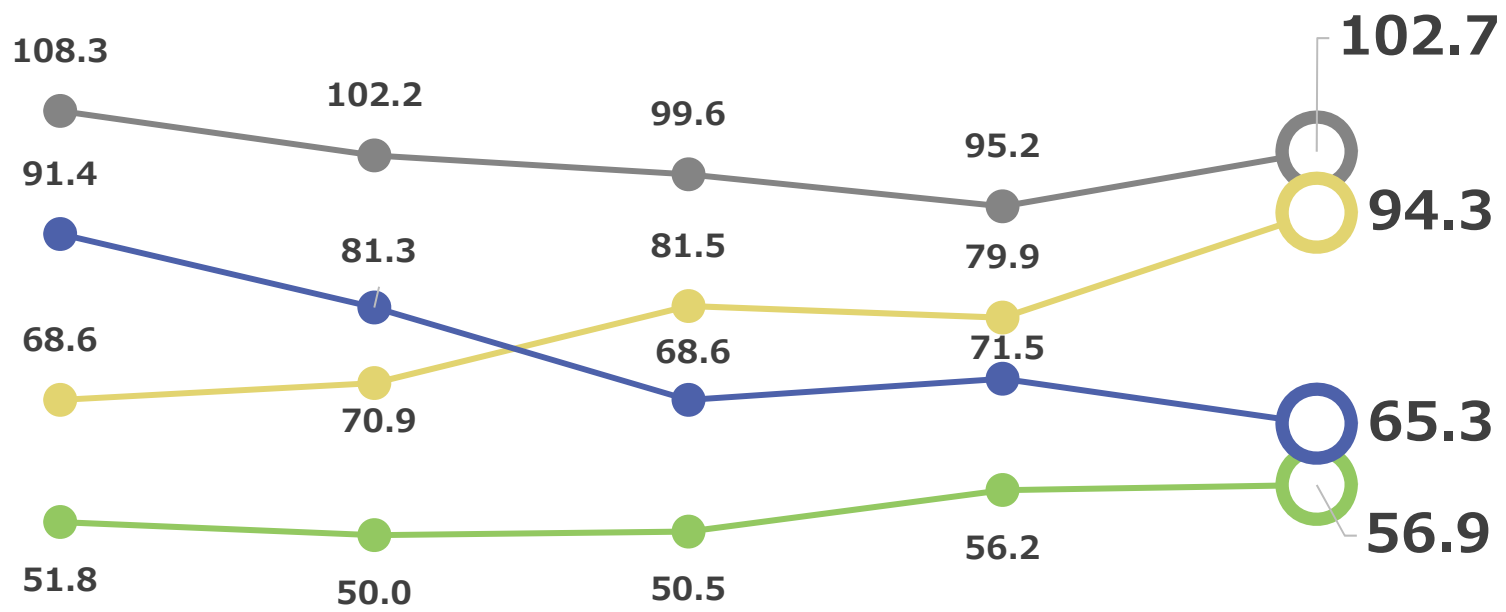
(日)

売上債権
回転期間

CCC

仕入債務
回転期間

棚卸資産
回転期間



	2017年9月末	2018年9月末	2019年9月末	2020年9月末	2021年9月末
売上債権回転期間	108.3	102.2	99.6	95.2	102.7
棚卸資産回転期間	51.8	50.0	50.5	56.2	56.9
仕入債務回転期間	68.6	70.9	81.5	79.9	94.3
CCC	91.4	81.3	68.6	71.5	65.3

セグメント別売上高・営業利益

事業セグメント	2021年3月期 第2四半期	2022年3月期 第2四半期				(億円、%)
	実績 収益認識基準 適用：無(A)	実績 収益認識基準 適用：無(C)	前期比(C-A,C/A)	期初予想 適用：無(B)	予想比(C-B,C/B)	実績 収益認識基準 適用：有
インテリアセグメント 売上高	528.7	576.5	+47.7(+9.0%)	586.5	▲9.9(▲1.7%)	578.5
壁装材	267.5	296.0	+28.4(+10.6%)	—	—	297.6
床材	192.5	213.1	+20.5(+10.7%)	—	—	214.2
ファブリック	36.0	38.0	+2.0(+5.6%)	—	—	38.2
その他	32.5	29.2	▲3.2(▲10.1%)	—	—	28.3
営業利益	27.4	31.3	+3.9(+14.3%)	30.6	+0.7(+2.4%)	31.4
エクステリアセグメント 売上高	72.3	75.0	+2.6(+3.7%)	76.0	▲0.9(▲1.3%)	28.2
営業利益	2.3	2.5	+0.1(+7.5%)	2.2	+0.3(+15.2%)	2.5
海外セグメント 売上高	77.9	73.9	▲4.0(▲5.2%)	72.5	+1.4(+2.0%)	73.9
営業利益	▲5.0	▲6.2	▲1.1(—)	▲4.3	▲1.9(—)	▲6.2
スペースクリエーションセグメント 売上高	22.0	27.0	+4.9(+22.4%)	27.0	+0.0(+0.1%)	27.0
営業利益	0.8	▲0.3	▲1.1(—)	1.0	▲1.3(—)	▲0.3
セグメント間取引調整(売上高)	▲5.7	▲7.9	▲2.2(—)	▲7.0	▲0.9(—)	▲8.2
セグメント間取引調整(営業利益)	▲0.0	▲0.0	▲0.0(—)	—	—	▲0.0
連結売上高	695.4	744.5	+49.1(+7.1%)	755.0	▲10.4(▲1.4%)	699.5
連結営業利益	25.4	27.2	+1.7(+7.0%)	29.5	▲2.2(▲7.8%)	27.3

※前期比はいずれも収益認識に関する会計基準適用：無の場合

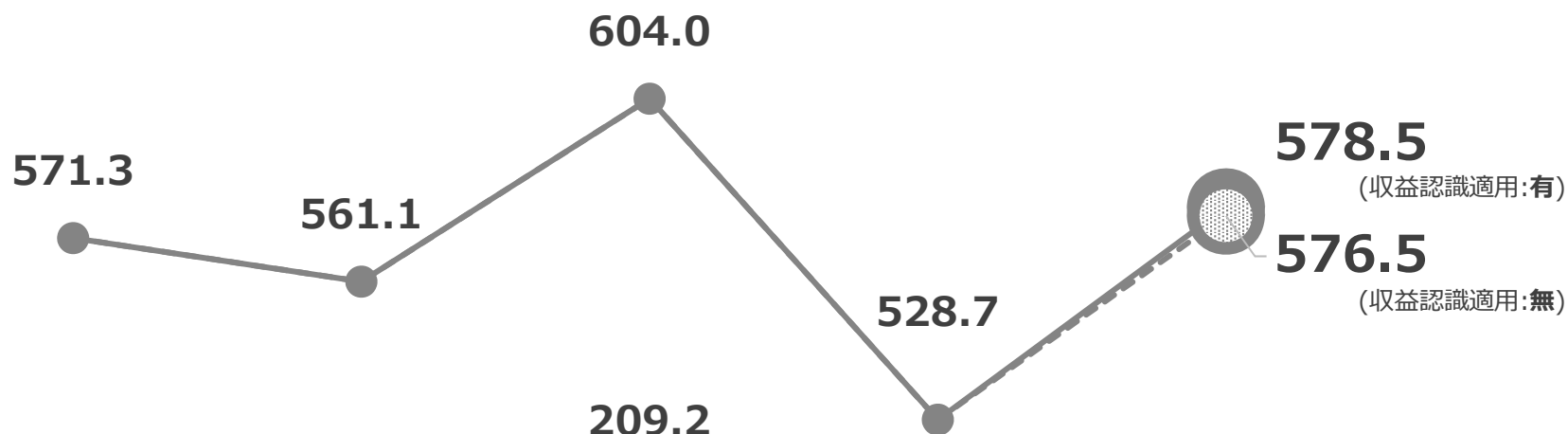
決算のPOINT

- **新築・リフォーム住宅市場が好調な一方、非住宅市場の回復が遅れる中、新見本帳を中心とした営業体制強化により、2Qを中心にインテリアセグメントが前期比+47.7億円（+9.0%増）と伸長。
壁紙・塩ビ系床材でシェア増加。**
- **壁紙では中級品も回復基調ではあるものの、廉価品である量産壁紙は大きく伸長。商品のデフレ化傾向は継続。**

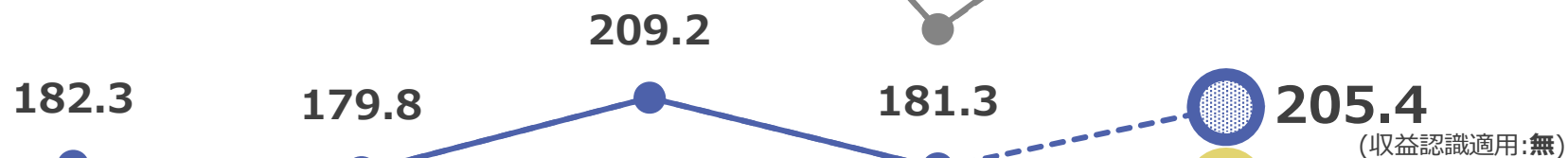
インテリアセグメント 売上高・総利益・販管費・営業利益の推移

(億円)

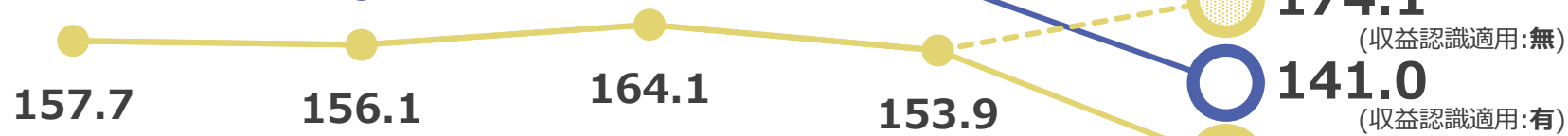
売上高



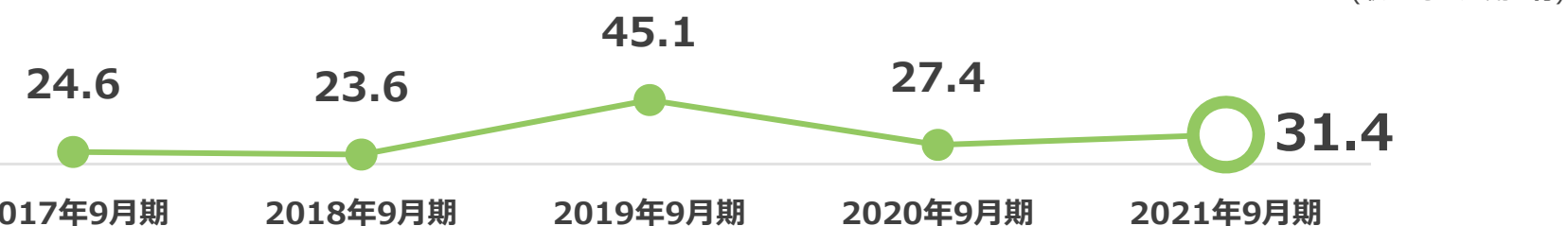
売上総利益



販管費



セグメント利益



インテリアセグメント 国内建設市場の状況

住宅市場



新築

新設住宅着工統計 前期比 (2021年1月~6月)

新設住宅着工戸数 新設住宅着工床面積
+3.3% **+3.8%**

(持家 +7.7%、賃貸 +2.6%)

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)
前期比 (2021年4月~2021年6月)

住宅合計 **+35.8%**
戸建て **+36.5%**
共同住宅 **+33.0%**

新築

民間非居住建築物着工床面積 前期比
(用途別、倉庫・工場を除く)

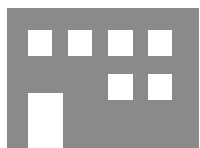
2021年度上期 **+4.9%**
2020年度 **▲11.8%**
2019年度 **▲7.4%**
2018年度 **▲3.3%**

リニューアル

建築物リフォーム・リニューアル調査 (受注金額)
前期比 (2021年4月~2021年6月)

非住宅合計 **+3.0%**
飲食 **▲13.6%**
物販 **+8.3%**
医療 **+41.5%**
福祉 **▲7.3%**
宿泊 **▲4.2%**
事務所 **▲1.4%**

非住宅市場



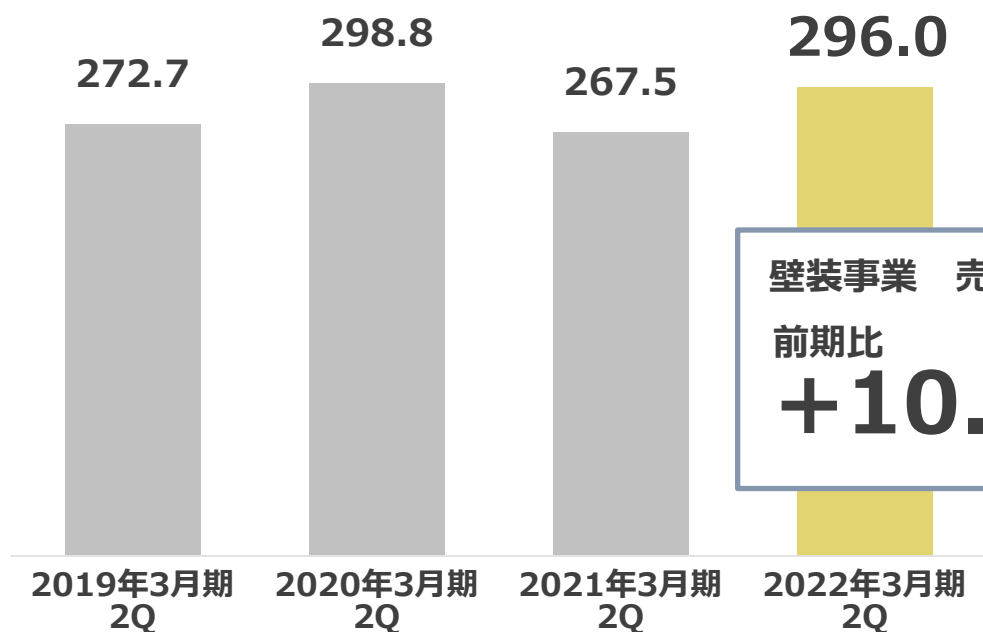
インテリアセグメント 壁装材売上状況

(億円)

業界全体の壁装材出荷数量 前期比

(2021年4月 - 2021年9月)

+8.1%



壁装事業 売上実績
前期比
+10.6%

※収益認識に関する会計基準適用：無

- 2021年6月に発売した量産壁紙見本帳「SP」が発売直後から売上がけん引
- 4-6月の非住宅リニューアル市場の回復を受け、非住宅向け壁紙見本帳「FAITH」が堅調に推移
- SIAA認証を取得した抗ウイルス壁紙の拡充も奏功し、抗ウイルス商品の売上伸長

インテリアセグメント 床材売上状況

(億円)

業界全体の床材出荷数量 前期比

(2021年4月 - 2021年9月)

+3.6%

クッションフロア

(住宅向け)

▲1.1%

フロアタイル

(需要の約5割が住宅向け)

+9.2%

長尺シート

(医療・福祉メイン)

▲0.5%

カーペットタイル

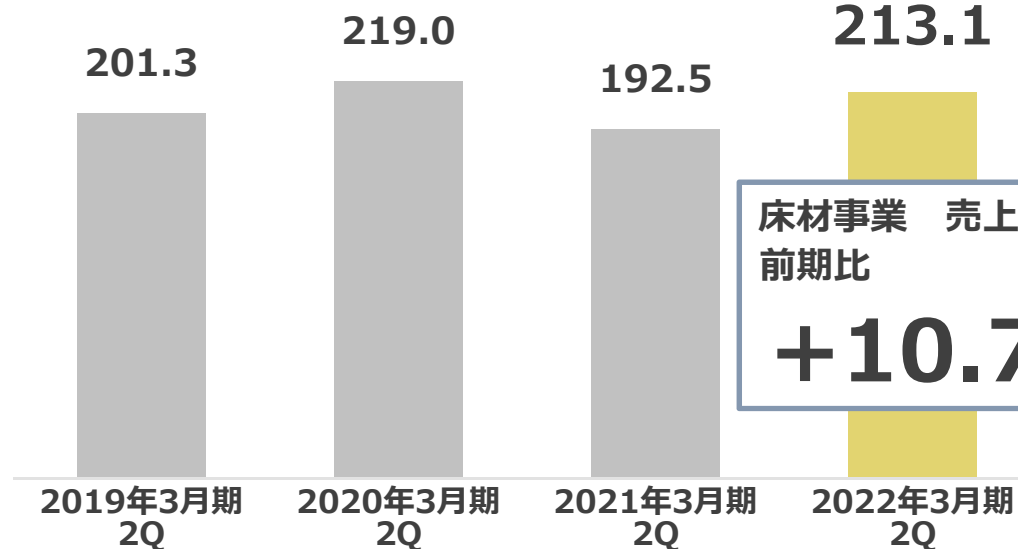
(オフィスメイン)

+10.4%

タフテッドカーペット

(ホテル・住宅メイン)

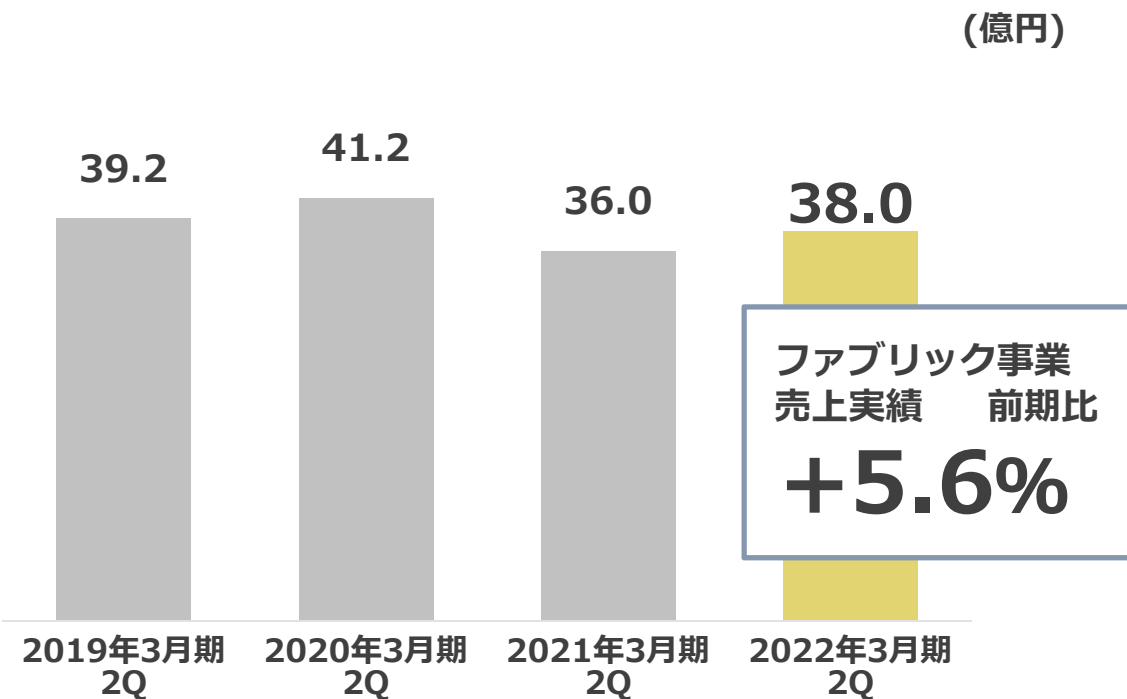
▲8.5%



※収益認識に関する会計基準適用：無

- 「フロアタイル」が引き続き堅調に推移
- 非住宅市場でのリニューアル工事の回復により、医療・福祉施設向けの機能性床材や、オフィス向けのカーペットタイル、マンション大規模修繕に使用される防滑性ビニル床シートの売上が伸長

インテリアセグメント ファブリック売上状況



※収益認識に関する会計基準適用：無

- 5月に発刊したカーテン見本帳「ストリングス」が売上を牽引
- 各種施設向けカーテン見本帳「コントラクトカーテン」が市場浸透により堅調に推移
- ワンプライスによる選びやすさを追求したカーテン見本帳「シンプルオーダー」を9月に発刊
- 取扱商品点数の拡充や継続的な集客施策によるEC事業の伸長

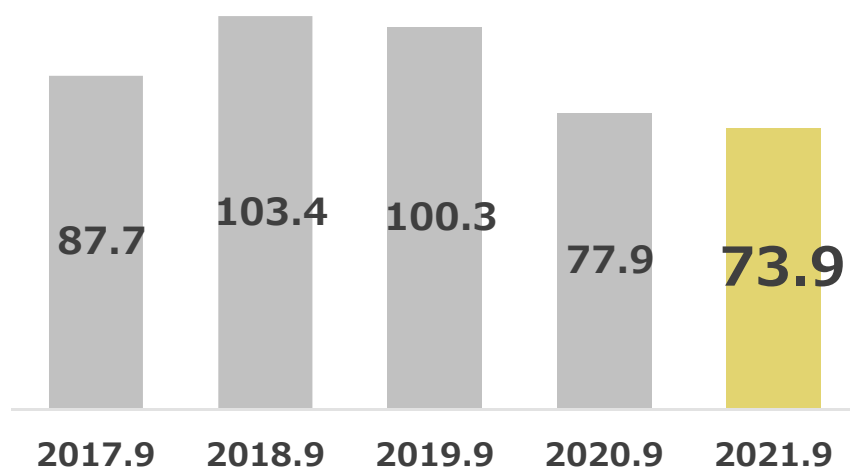
セグメント別状況

海外セグメント

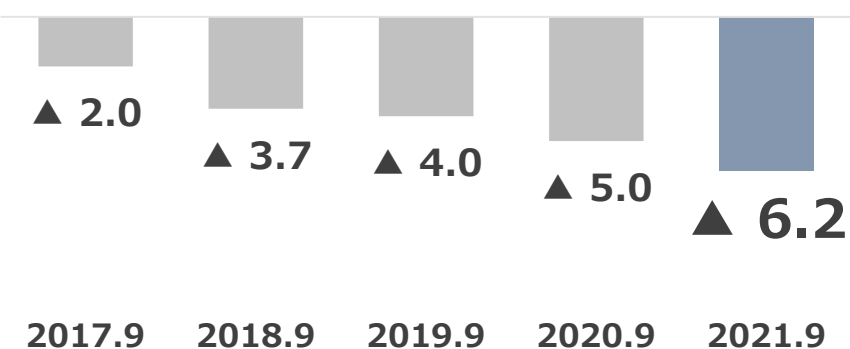
(連結累計期間は2021年1月～2021年6月)

売上高 (億円)

※収益認識に関する会計基準適用：無



セグメント損失 (億円)



市場別状況

北米市場：Koroseal社

- 受注は回復傾向、
また2Q以降売上も回復
- 原材料価格の上昇や人手不足、
賃金の上昇といった“供給制約”の
問題により収益悪化

東南アジア市場

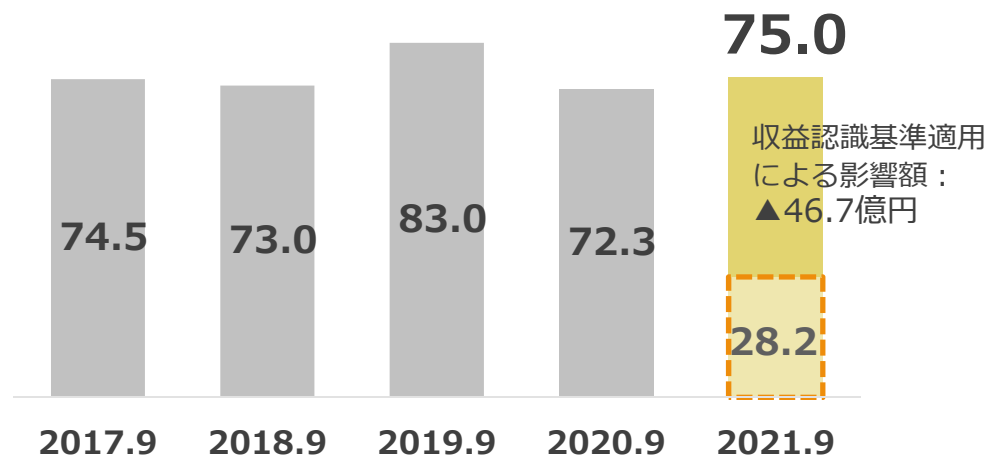
- 組織・経営体制の再整備はほぼ終了
- 各国状況異なるも、主要マーケットであるホスピタリティ市場が低迷、コロナ感染拡大により営業活動・出荷に大きな影響
- サンゲツ商品の在庫、レジデンシャル市場への営業強化により、安定的取引基盤の整備が進展

中国・香港市場

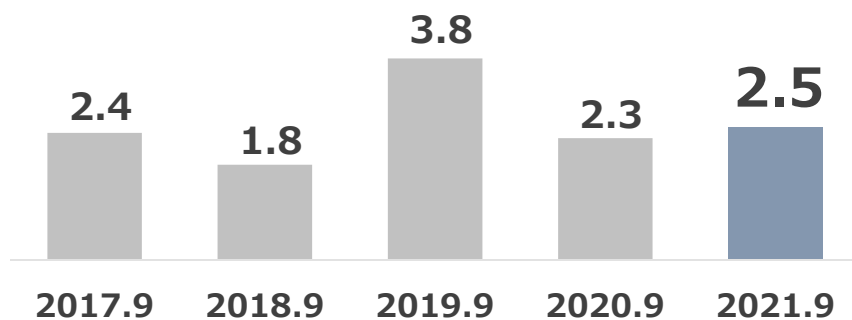
- 山月堂（上海）は好調に売上高増加
一方、GG Chinaは不調
中国市場における事業強化・効率化を目指し、10月1日に両社統合
- 香港市場のホスピタリティ市場回復の兆し

売上高（億円）

※収益認識に関する会計基準適用：無



セグメント利益（億円）



サングリーン

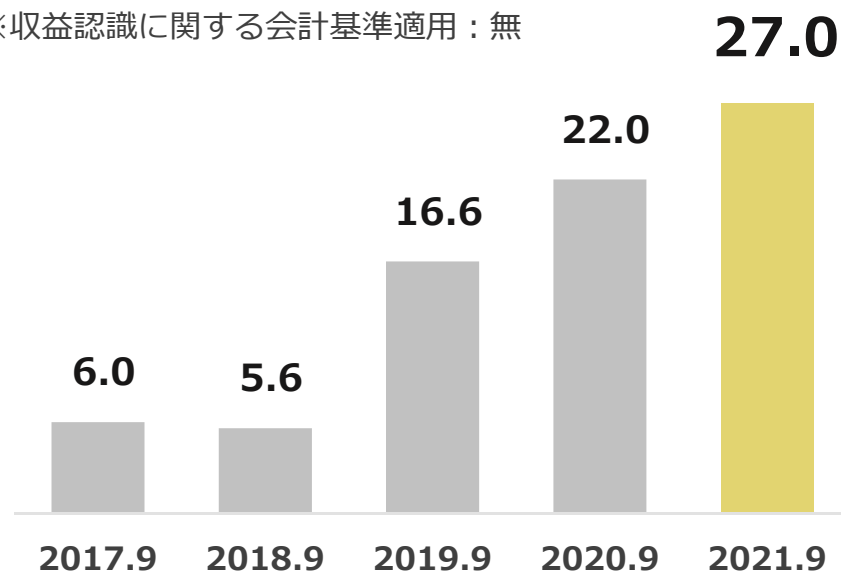
- 新型コロナウイルス感染症の影響は依然残るも、新設住宅着工戸数の回復に伴い外構工事が増加
- 巣ごもり需要の継続により、EC販売店やホームセンター向けの売上が堅調に推移
- 関東におけるスペースクリエーション事業部の人材整備が進む
デザイン提案から現場管理まで対応可能な体制構築へ

セグメント別状況

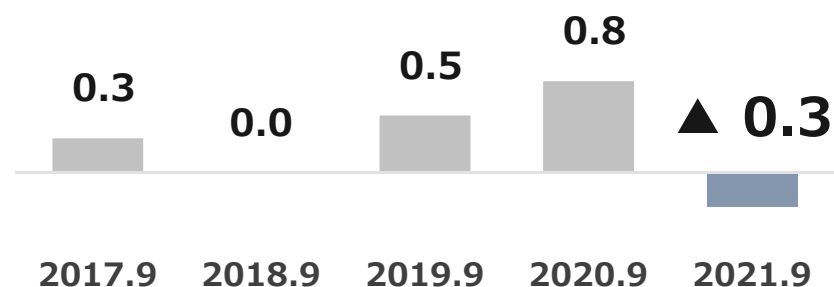
スペースクリエーションセグメント

売上高（億円）

※収益認識に関する会計基準適用：無



セグメント利益（億円）



- 中部地区におけるサンゲツの商品力とフェアトーンの施工力を活かした営業活動が売上をけん引
- 施工機能の強化
北海道・東北エリアへの地理的拡大
- デザイン部門では、インテリア事業の顧客基盤を活かした営業活動の展開、主力のオフィス市場に加え、ホテル市場等への提案を拡大
- 体制整備によるコスト増及び赤字工事の発生により赤字化

2022年3月期 業績予想

連結業績予想（修正）

（億円、％）

	2021年3月期 通期	2022年3月期 通期		
	実績 収益認識基準適用：無 (A)	期初予想 収益認識基準適用 ※上段：有 下段：無	修正予想 収益認識基準適用 ※上段：有 下段：無(B)	前期比 (B-A,B/A)
売上高※	1,453.1	1,460.0 (※1)	1,465.0	—
		1,555.0	1,560.0	106.8 (+7.4%)
売上総利益※	476.4	386.0 (※1)	401.0	—
		518.0 (※2)	533.0	56.5 (+11.9%)
販売費及び 一般管理費※	409.3	320.0 (※1)	325.0	—
		452.0 (※2)	457.0	47.6 (+11.6%)
営業利益	67.0	66.0	76.0	8.9 (+13.4%)
経常利益	70.4	68.0	78.5	8.0 (+11.5%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	47.8	43.0	45.0	▲2.8 (▲5.9%)

本年7月の監査法人による収益認識基準の適用範囲の見直し及び科目の変更により、期初予想を一部訂正しております。

※1 期初発表値（収益認識基準適用：有） 売上高：1,525億円 売上総利益：505億円 販売費及び一般管理費：439億円

※2 期初発表値（収益認識基準適用：無） 売上総利益：510億円 販売費および一般管理費：444億円

セグメント別業績予想（修正）

（億円、％）

		2021年3月期	2022年3月期								
		実績 収益認識基準 適用：無	上期実績 収益認識基準 適用 ※上段：有 下段：無	前期差	前期比	下期予想 収益認識基準 適用 ※上段：有 下段：無	前期差	前期比	通期予想 収益認識基準 適用 ※上段：有 下段：無	前期差	前期比
インテリア	売上高※	1,117.9	578.5	-	-	630.4	-	-	1,209.0	-	-
			576.5	+47.7	+9.0%	632.9	+43.7	+7.4%	1,209.5	+91.5	+8.2%
	営業利益※	70.8	31.4	-	-	52.0	-	-	83.5	-	-
			31.3	+3.9	+14.3%	52.1	+8.7	+20.2%	83.5	+12.6	+17.9%
エクステリア	売上高※	146.2	28.2	-	-	27.7	-	-	56.0	-	-
			75.0	+2.6	+3.7%	75.4	+1.5	+2.1%	150.5	+4.2	+2.9%
	営業利益	4.1	2.5	+0.1	+7.5%	2.1	+0.3	+19.4%	4.7	+0.5	+12.7%
海外	売上高	150.3	73.9	▲4.0	▲5.2%	80.5	+8.2	+11.4%	154.5	+4.1	+2.8%
	営業利益	▲9.8	▲ 6.2	▲1.1	-	▲ 6.5	▲1.8	-	▲ 12.8	▲2.9	-
スペース クリエーション	売上高	52.3	27.0	+4.9	+22.4%	33.9	+3.6	+12.1%	61.0	+8.6	+16.4%
	営業利益	2.0	▲ 0.3	▲1.1	-	1.0	▲0.1	▲11.8%	0.7	▲1.3	▲65.3%
セグメント間 取引調整	売上高※	▲13.7	▲ 8.2	-	-	▲ 7.2	-	-	▲ 15.5	-	-
			▲ 7.9	▲2.2	-	▲ 7.5	+0.4	-	▲ 15.5	▲1.7	-
	営業利益	▲0.1	▲ 0.0	▲0.0	-	▲ 0.0	+0.0	-	▲ 0.1	+0.0	-
合計	売上高※	1,453.1	699.5	-	-	765.4	-	-	1,465.0	-	-
			744.5	+49.1	+7.1%	815.4	+57.7	+7.6%	1,560.0	+106.8	+7.4%
	営業利益※	67.0	27.3	-	-	48.6	-	-	76.0	-	-
			27.2	+1.7	+7.0%	48.7	+7.2	+17.3%	76.0	+8.9	+13.4%

連結業績予想の前提・背景

■ インテリアセグメント

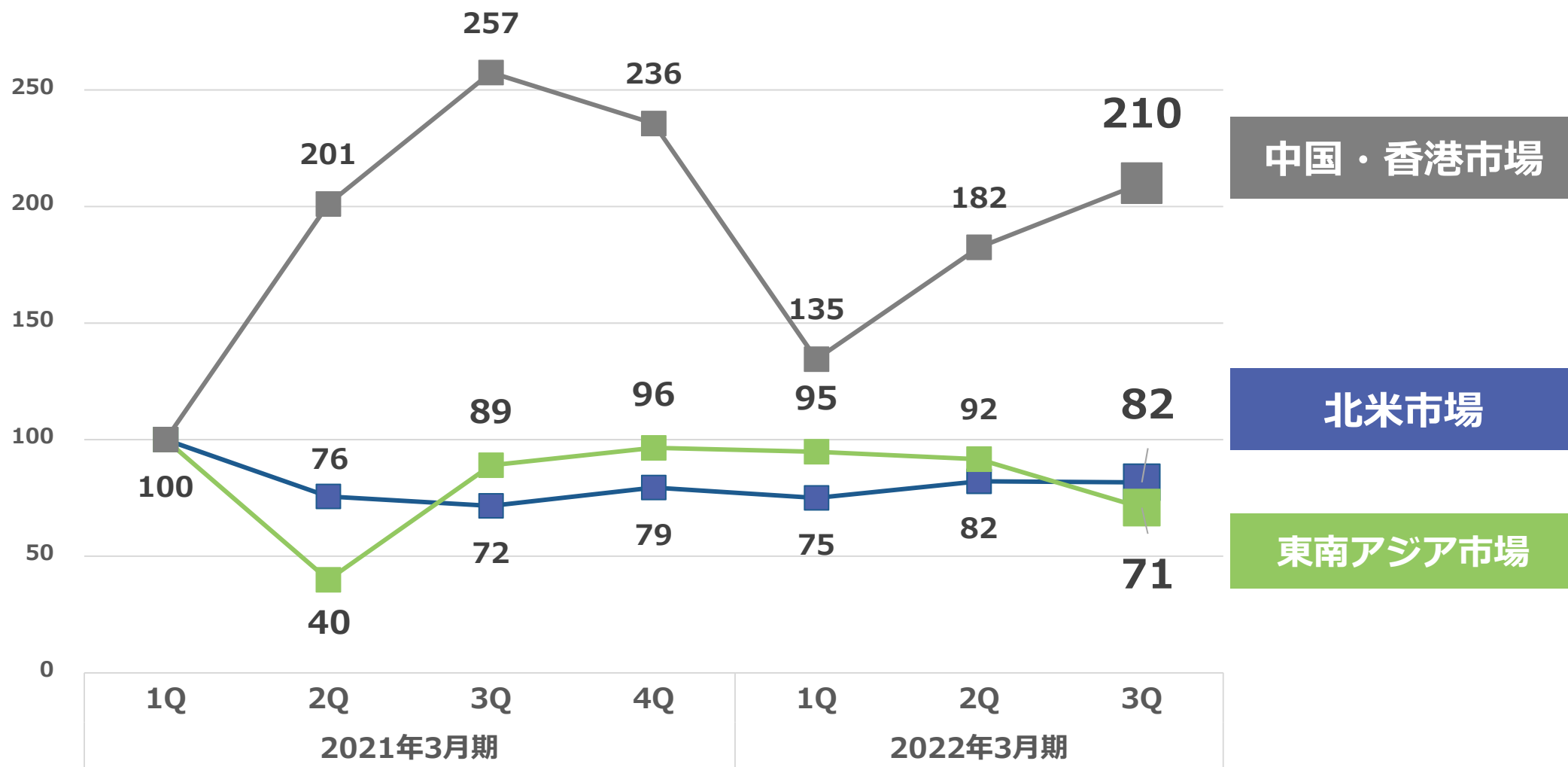
- ・ 日本市場は、期初、2019年度比4%減までの回復を見込んだが、5.5~6.0%減に留まる。
- ・ 9月迄の原材料価格上昇による壁装材・床材仕入コストアップ見込む。
- ・ 9月21日受注分より実施の値上げは、一部商品において遅れが見られ、浸透に更に時間。
- ・ 10月以降の原材料価格上昇による仕入れコスト増および追加値上げは見込まず。

■ 海外セグメント

- ・ 米国建設市場は、受注は回復傾向・受注残は過去最高レベルであるものの、供給制約により7-9月の収益厳しく、売上増・収益改善には時間を要す。
- ・ 東南アジア市場は、7-8月のロックダウン影響大。10-12月期での回復を予想。
- ・ 中国・香港市場は、10-12月中に黒字化予想。
- ・ ドバイ撤退による特損見込む。

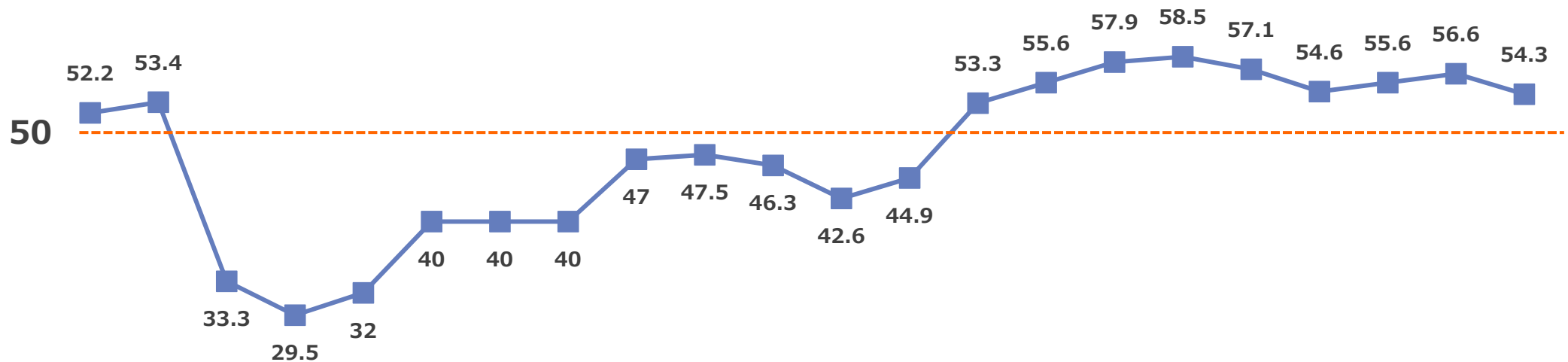
海外セグメント 地域別売上高の推移（指数）

2021年3月期 1Q（2020年1月-3月）を100とした場合



非住宅建設ABI指標の推移

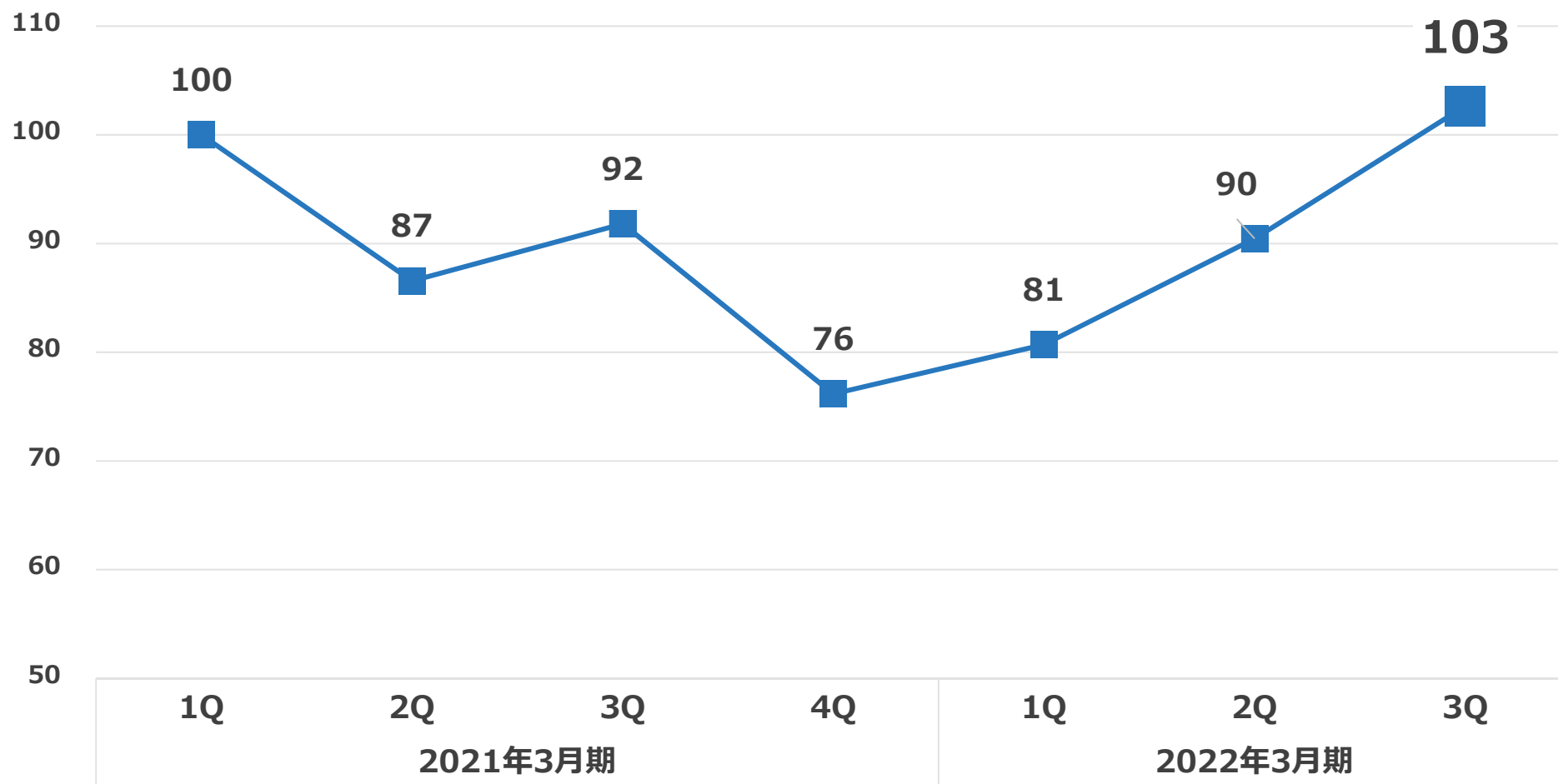
非住宅建設ABI指標（Architecture Billings Index）とは、The American Institute of Architects(米国建築家協会：AIA)が発表する指標で、非住宅部門（ホテル、オフィスビル、学校、病院など）の建築活動の先行指標。米国の建築家への調査に基づき算出され、**9～12カ月後**の建築活動を示す先行指標とされ、50を分岐点に上回れば建築活動の拡大、下回ると縮小を示す。



Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	July	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct
2020年												2021年									

海外セグメント 北米市場 成約残の推移

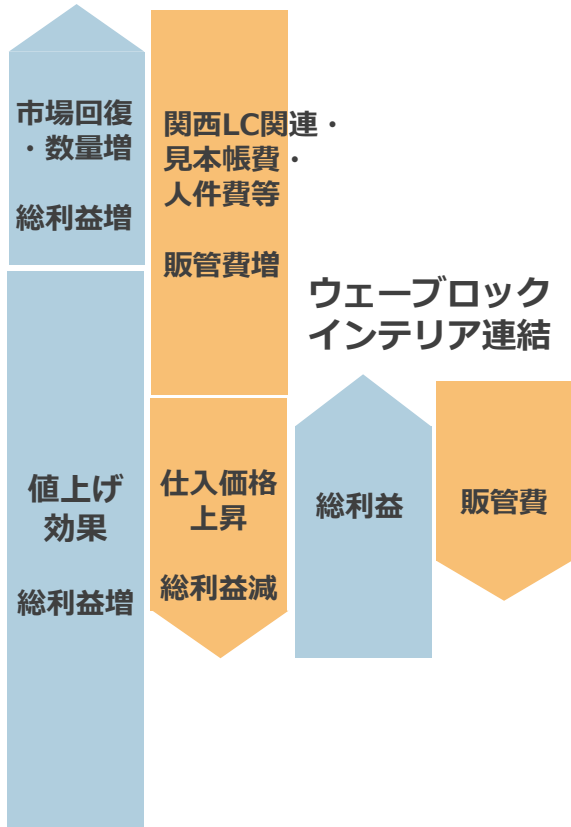
2021年3月期 1 Q(2020年1-3月)を100とした場合



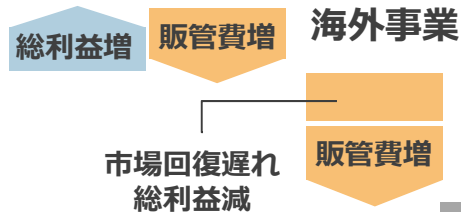
業績予想 前期からの変動要因

(億円)

サンゲツ単体

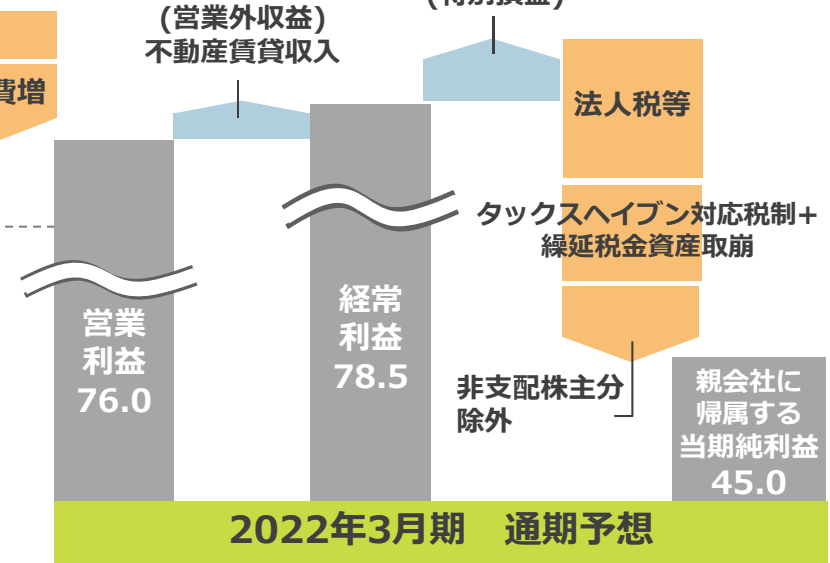


国内子会社



(営業外収益)
不動産賃貸収入

(特別損益)



営業利益 67.0

経常利益 70.4

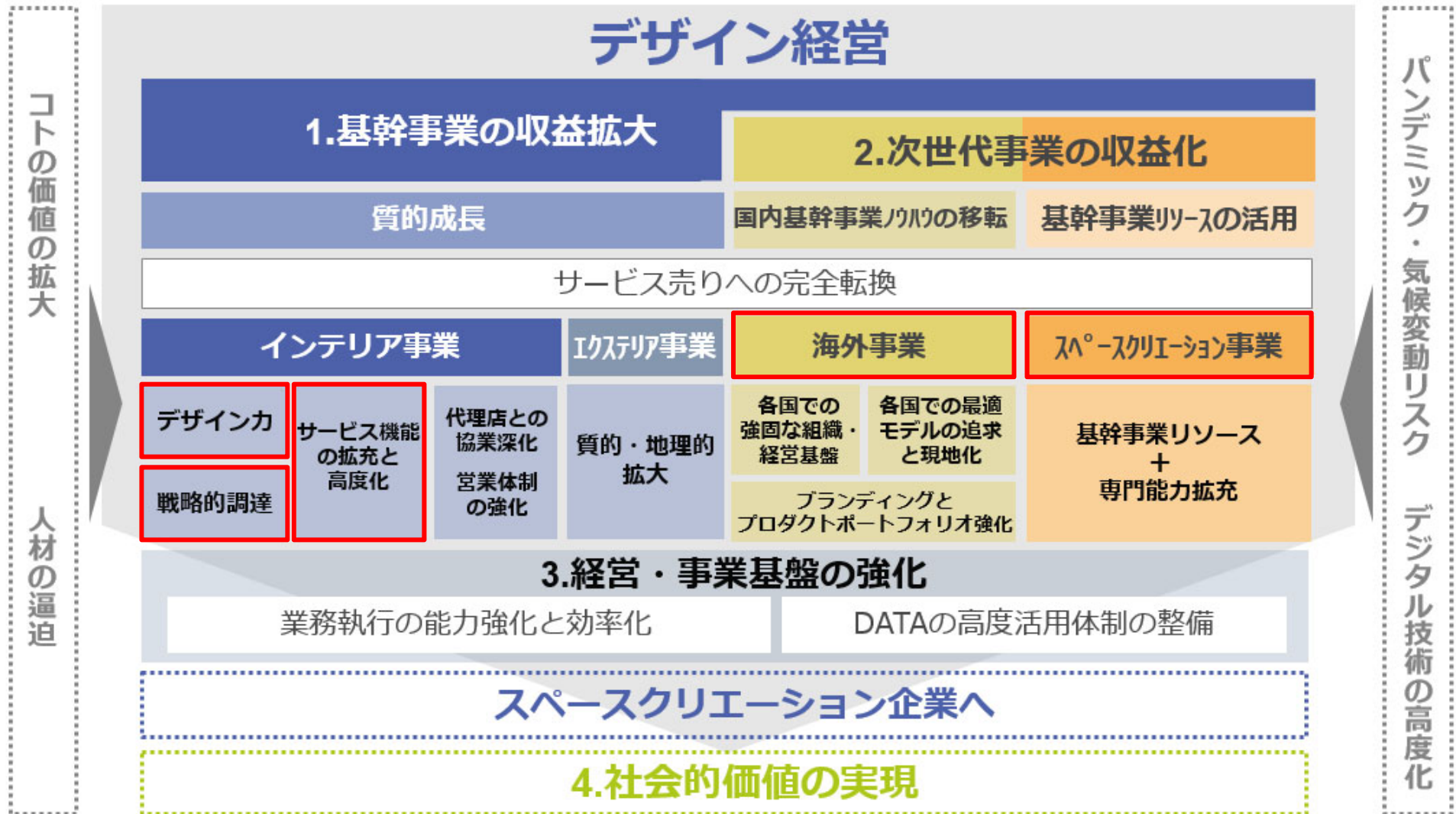
親会社に帰属する当期純利益 47.8

2021年3月期実績

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

市場のデフレ指向への対応と徹底した差別化

1. 市場のデフレ指向への対応

- ・ 量産壁紙 SP (6月発売)
- ・ カーテンワンピース見本帳 シンプルオーダー (9月発売)
- ・ リアテック
ベーシックウッド (4,900円/m²) (11月発売)



壁紙 SP 2021-2023



ワンピースカーテン
Simple Order vol.2



リアテック ベーシックウッド 人気の木目柄を低価格で

2. 商品・デザインの高度化

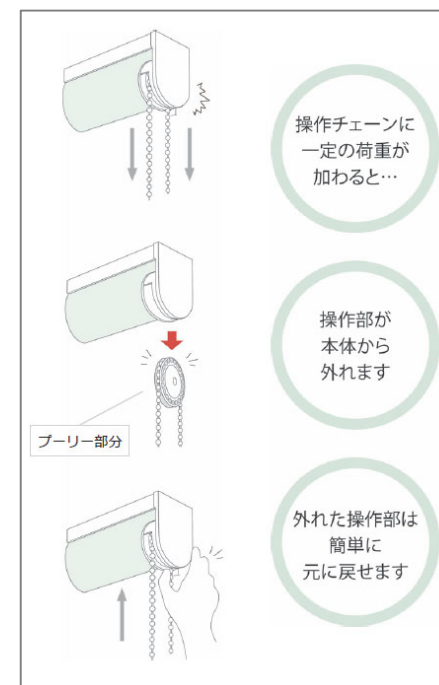
- ・ 脱炭素対応カーペットタイル **NT double eco** 開発
- ・ 子どもの安全性に対応した **CSロールスクリーン** 開発
チャイルドセーフティ機能付き



パイル：エコニール
漁網やカーペットの廃材からつくられた100%リサイクル糸



バックング：リサイクルバックング
使用済カーペットタイルを再利用したリサイクルシート使用



CSロールスクリーンの仕組み

デザインカの発展的強化と戦略的調達の推進

海外デザイン会社との連携

- Sanderson Design Group とのデザイン契約を提携。
代表的なブランド「Morris & Co.」の日本を含む東アジア・東南アジア全域におけるライセンスを取得。



2021年度 グッドデザイン賞



リアテック「自然の輪郭」TX-5305 施工例
[Shizuku] 大地へ降り注ぐ雨粒の光

リアテック
「自然の輪郭」



ガラスフィルム クレアス「フォグシリーズ」
Fog2000 施工例

ガラスフィルム
「フォグシリーズ」

第15回キッズデザイン賞



「子どもたちの安全・安心に
貢献するデザイン部門」

チャイルドセーフティ機能付き
CSロールスクリーン

デザインカの発展的強化と戦略的調達の推進

ウェーブロックインテリア買収後の取組み

- ・ デジタルプリントの強化
インクジェットプリンター2台導入 成田工場（1月稼働予定）
- ・ 海外向けフリース壁紙の試作



成田工場



インクジェットプリンター

フェアートンによる壁装子会社化

株式会社壁装

設立：1983年3月

所在地：宮城県仙台市若林区

代表取締役会長：古山 雄志（サンゲツより出向）

取締役社長：渡辺 敏行氏

相談役：高橋 憲之氏

株式譲渡契約日：2021年9月30日

出資比率：フェアートン株式会社 100%



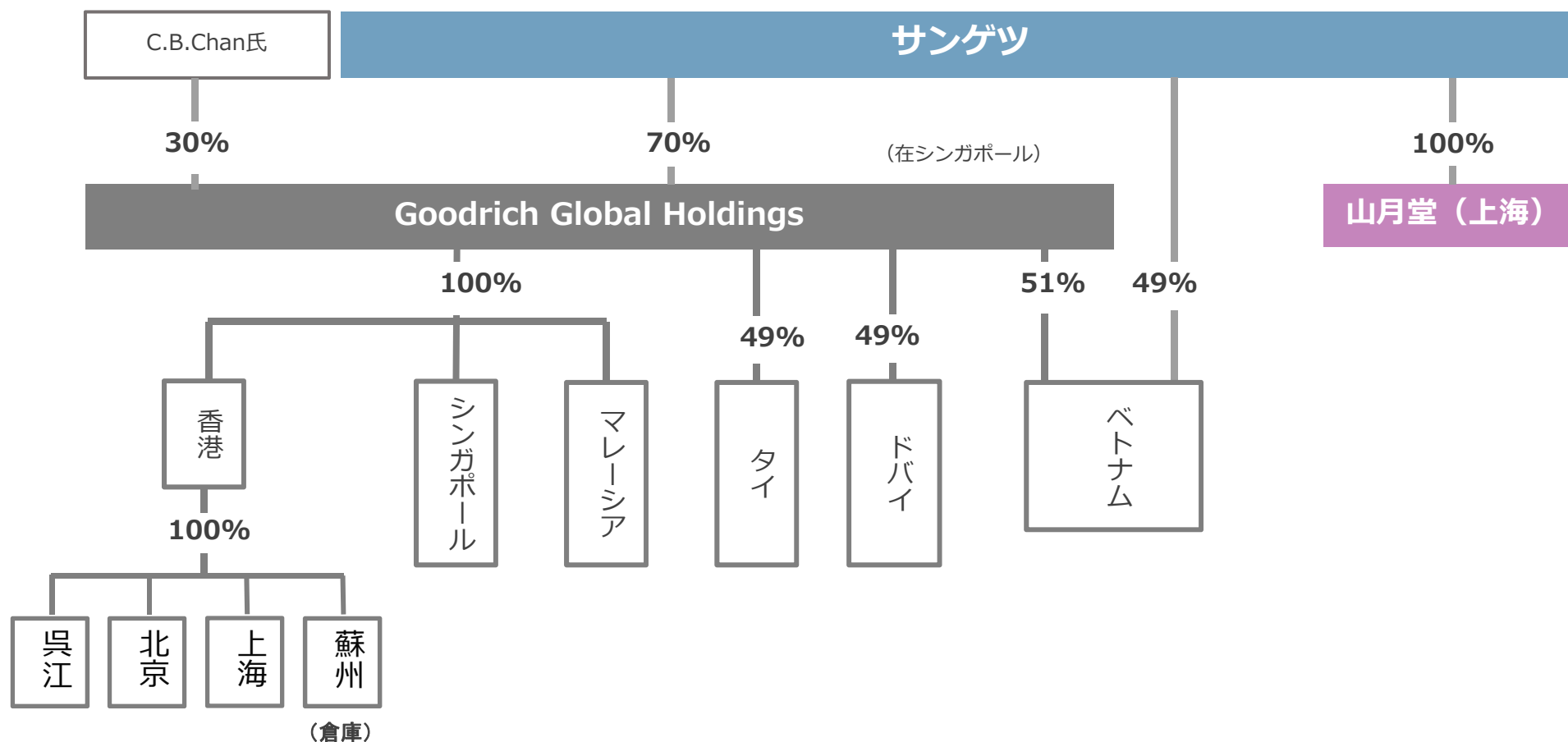
フェアートン 東北地区での施工ネットワーク拡大

環太平洋地域での事業強化

各国での強固な組織・経営基盤の整備

中国・東南アジア市場での事業体制再編

再編前

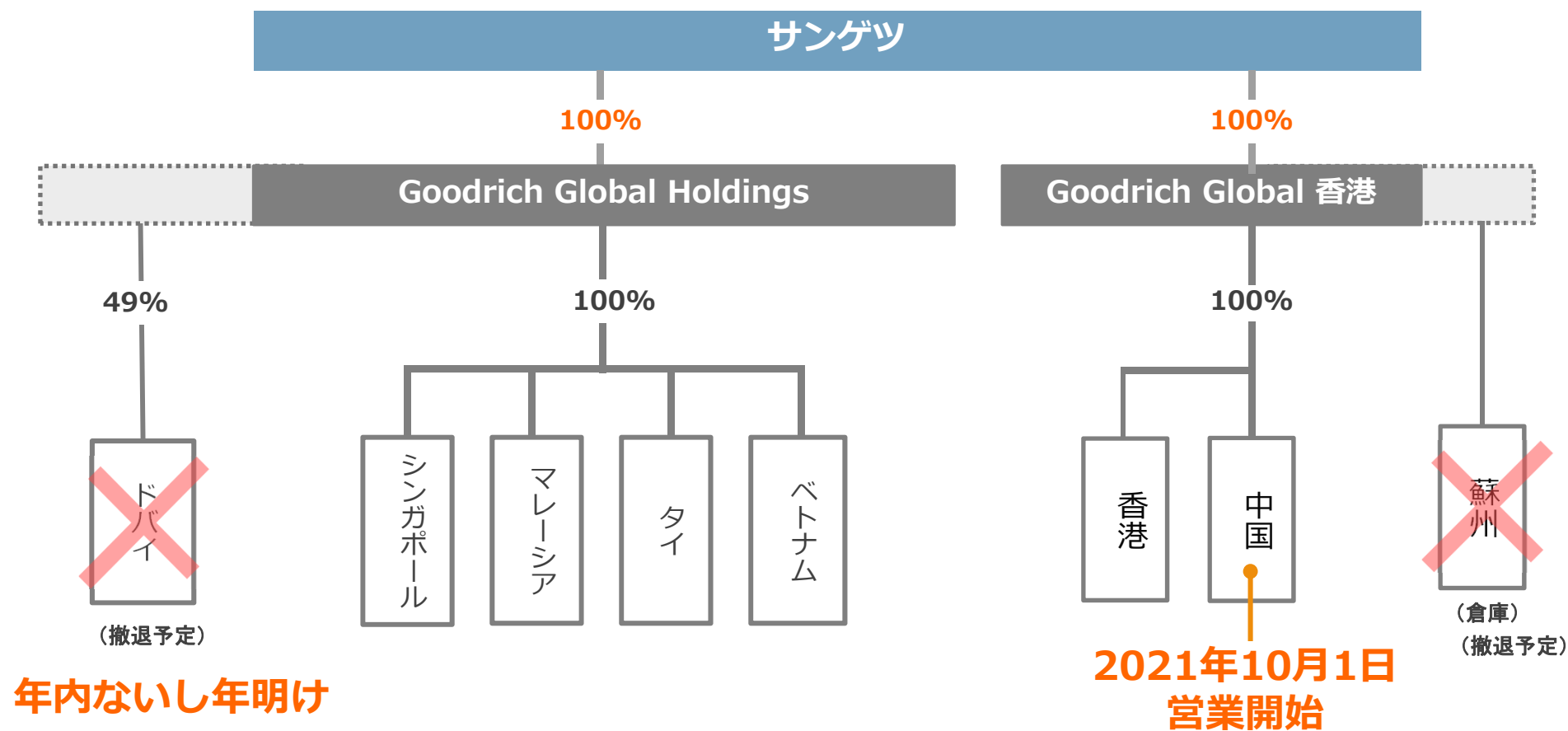


環太平洋地域での事業強化

各国での強固な組織・経営基盤の整備

中国・東南アジア市場での事業体制再編

再編後

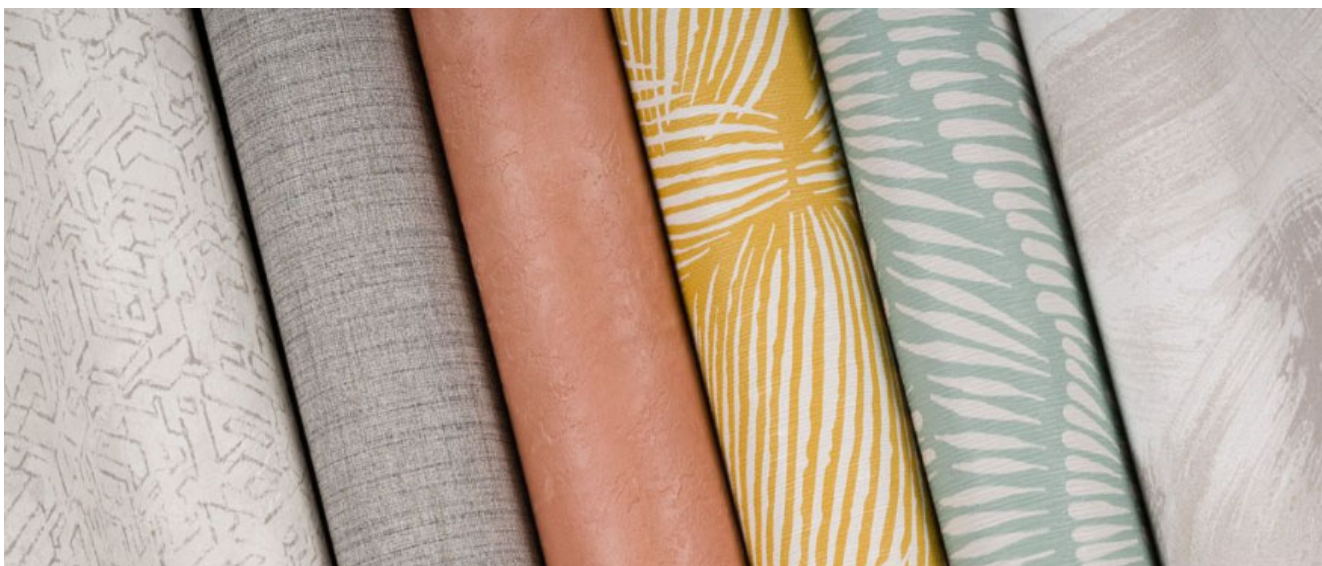


海外事業 商品デザイン強化

Koroseal社

STACY GARCIA NEW YORK 発表

米国著名デザイナー Stacy Garcia とのコラボレーション
10月1日 壁紙コレクション 6柄82点新発売



Stacy Garcia



Goodrich社

2021年11月11日、シンガポールショールームを リニューアルオープン

350㎡のギャラリースペースに、壁装材・床材・ファブリックス等の商品
10万点以上を展示



関西支社 センターオフィス移転

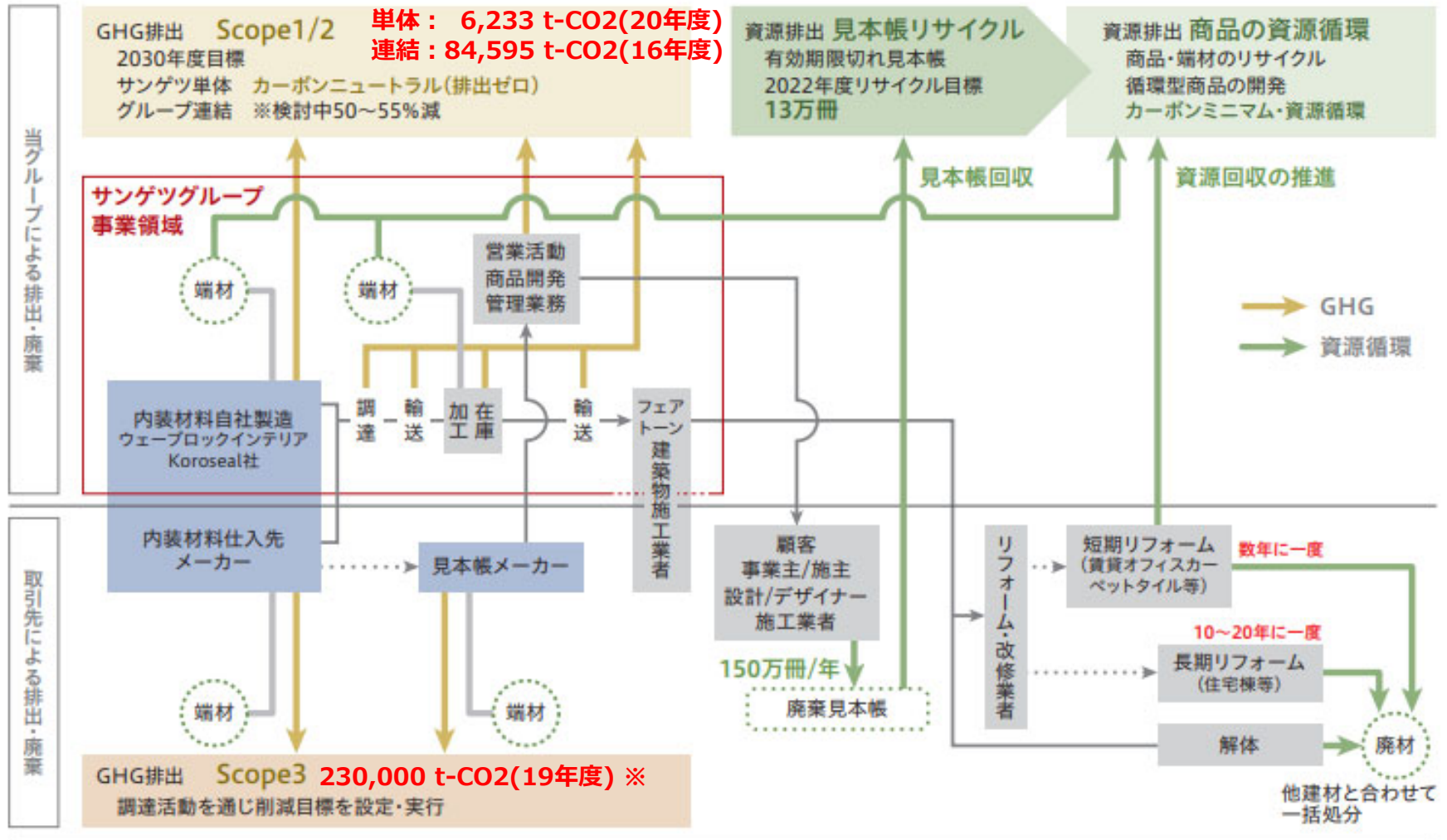
サンゲツ関西支社を大阪市中央区本町へ移転。
設計をスペースクリエーション事業部が、
施工をフェアートン株式会社が担い、
グループ総合デザイン力で
スペースクリエーション企業を具現化

インテリアとエクステリアが融合した
デザイン。社内外様々な人々とのコミュニ
ケーションエリアも設置し、
OPEN INNOVATIONの空間へ

※【オープン時期】 オフィスエリア：11月1日
来客エリア：12月初旬オープン



当社事業に関わる環境影響図

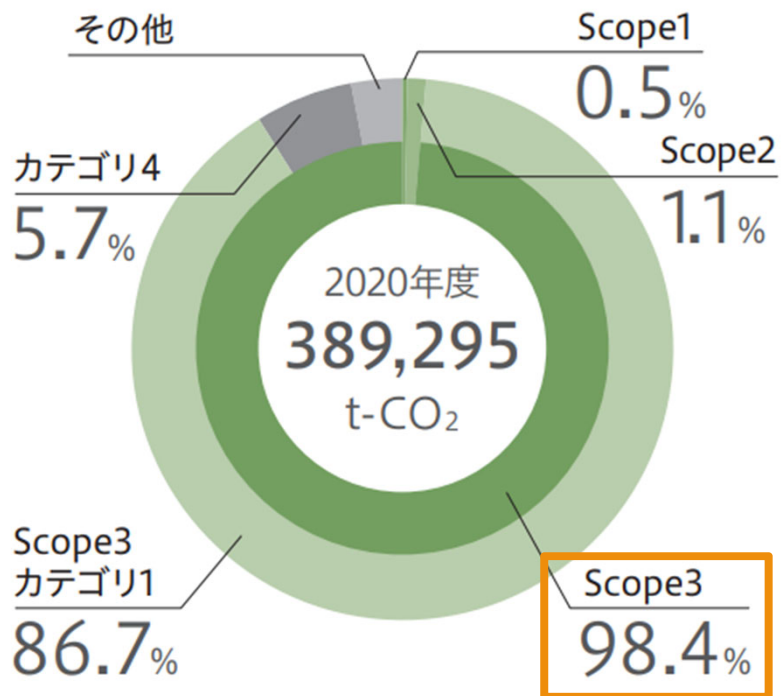


Scope1：事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)
Scope2：他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
Scope3：Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

※原材料調達を除く
※仕入先エネルギー調査で算出したCO2排出量実績を適用

サプライチェーン全体におけるCO2排出量の把握と低減

●サンゲツの事業におけるGHG排出量の総量と内訳



仕入先各社と協業し、仕入先個別のエネルギーデータを基にした算定をスタート。
より環境に配慮した調達を推進

CO2削減への取組に向けたエネルギーデータの取扱い

2020年度 第2回アンケート

1. 基本情報

社名	〇〇株式会社
業種	製造業
所在地	東京都

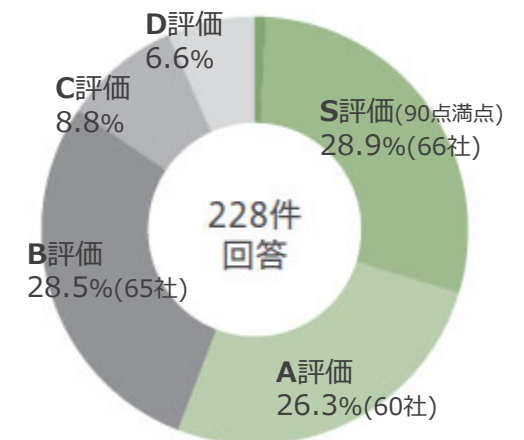
2. 製造工程の概要

工程名	設備名	燃料	消費量
〇〇	〇〇	〇〇	〇〇

3. エネルギー消費量の把握状況

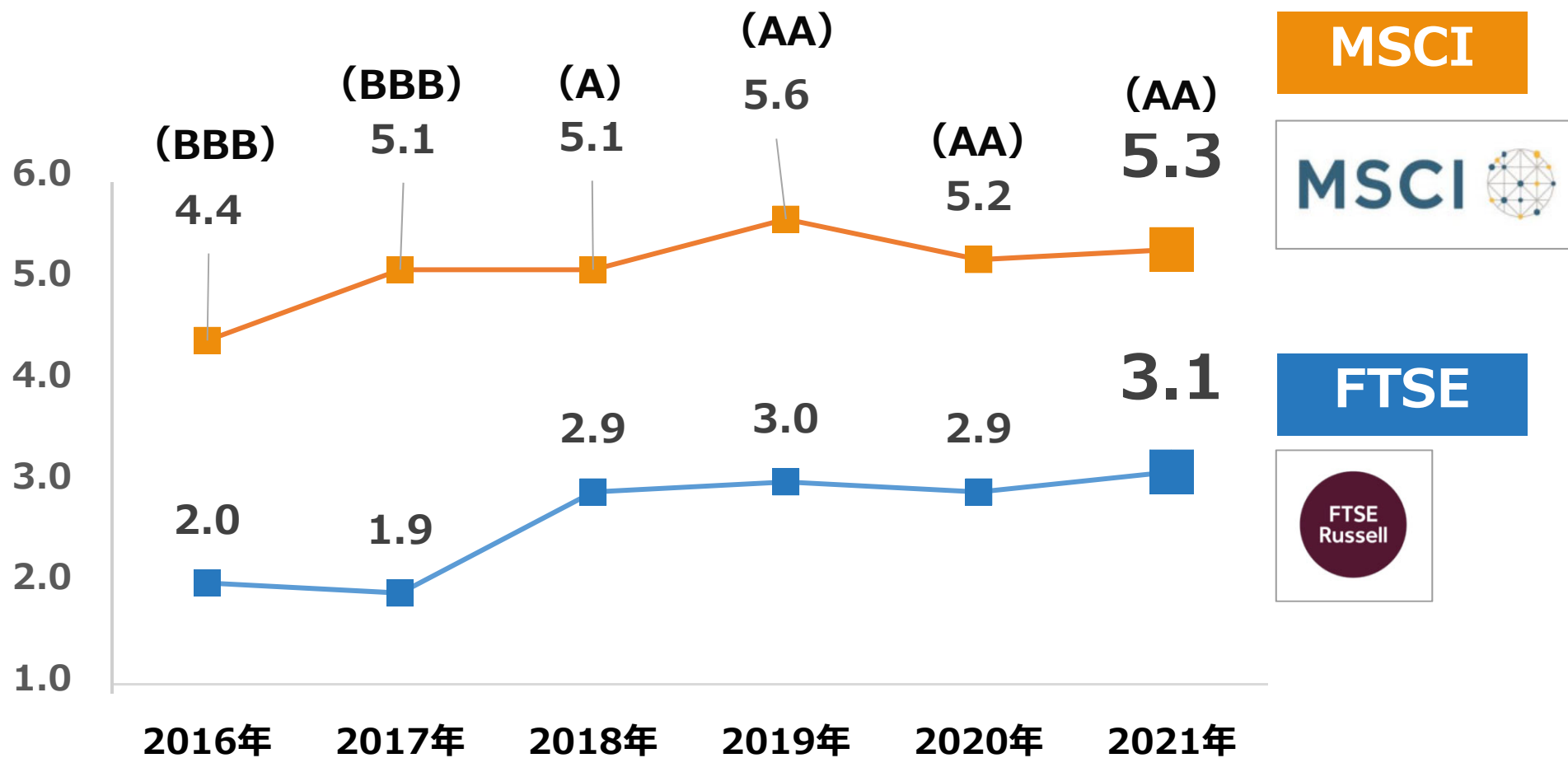
項目	把握状況
電力	把握済み
熱エネルギー	把握済み

国内・海外仕入先 評価ランク (サンゲツ単体)



エネルギーデータ調査アンケート
対象仕入先：120～130社

ESG外部評価機関レーティングの推移

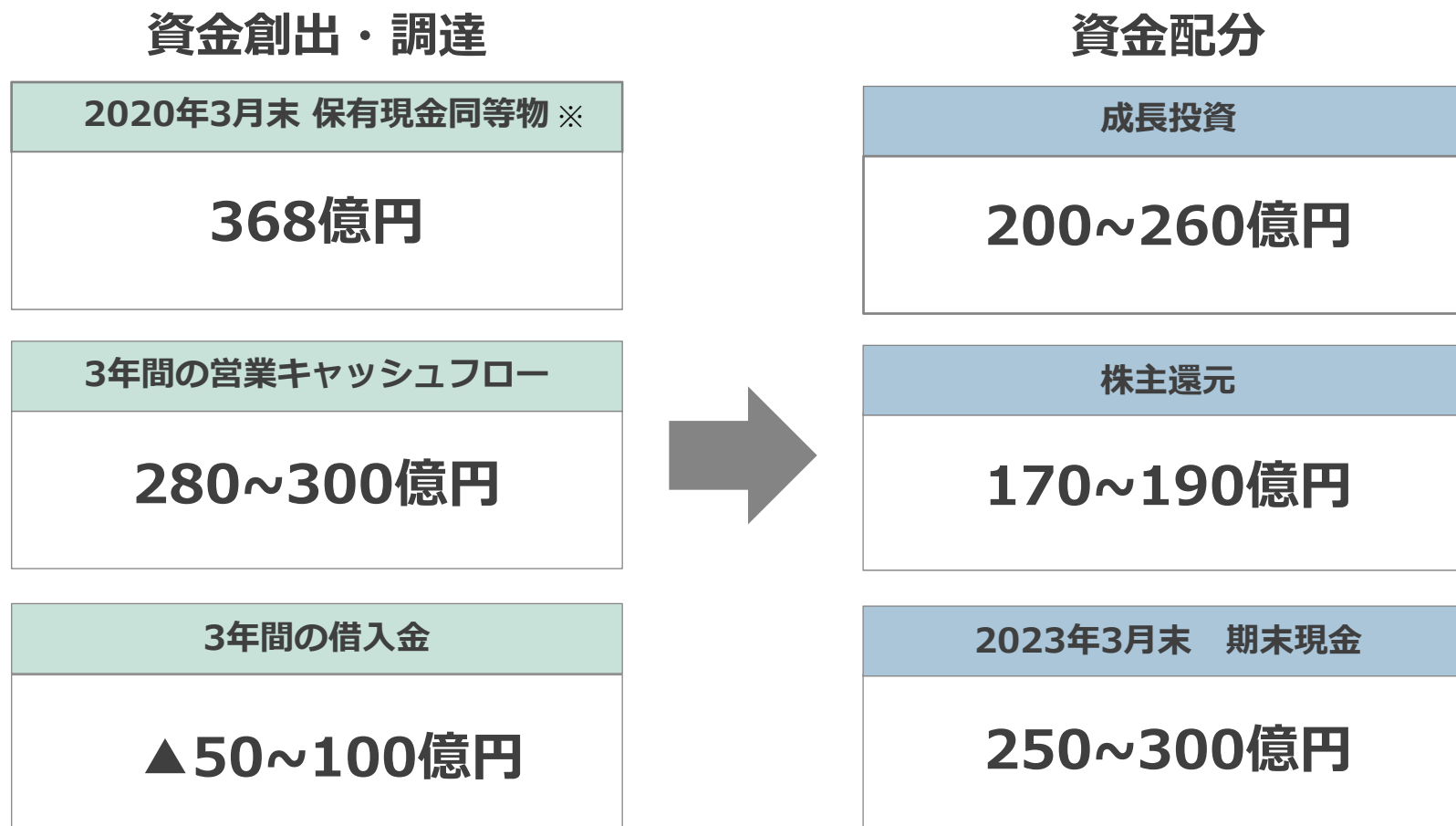


資本政策・株主還元

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 **総還元性向を略100%** とする。
ほぼ
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。

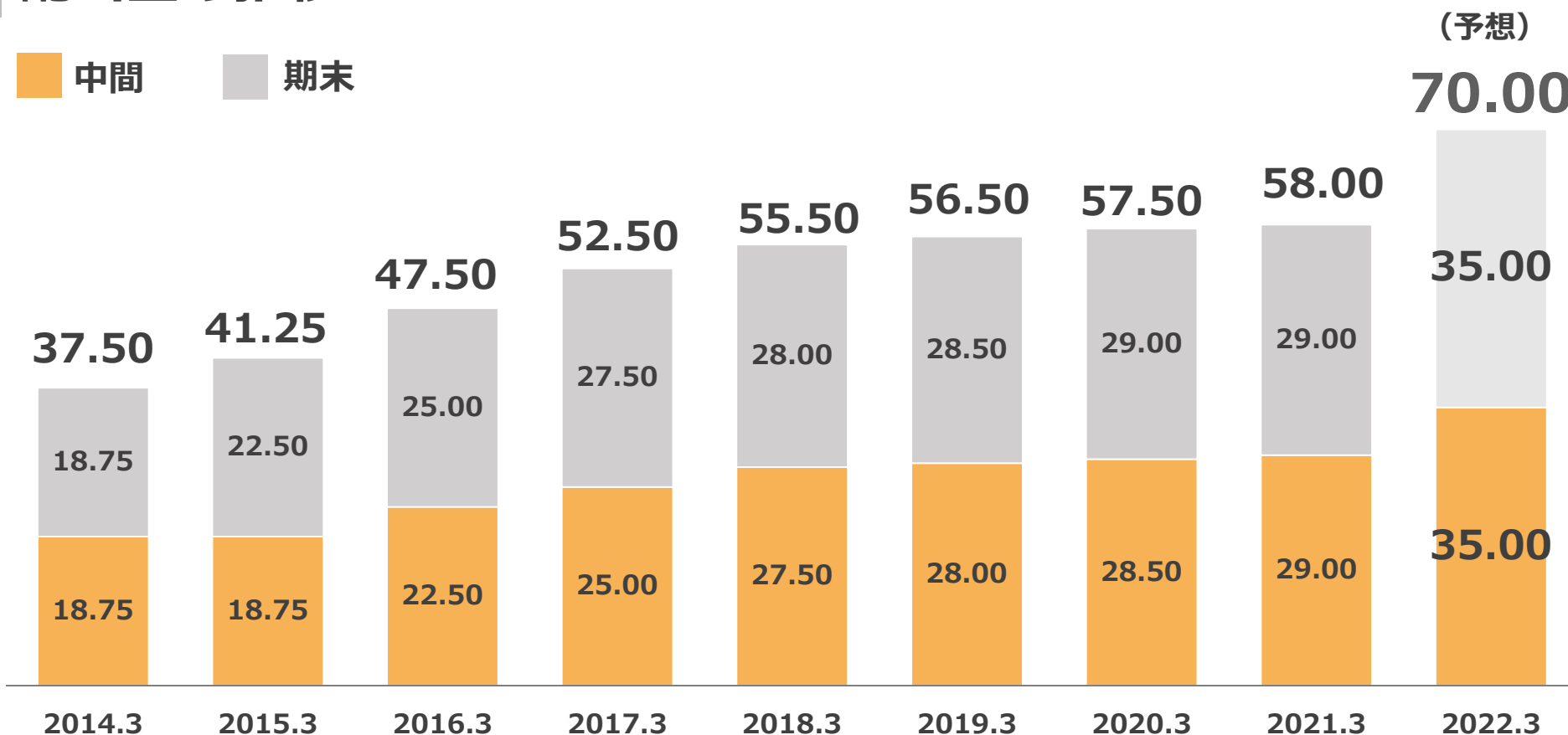
資本配分計画



※ 現預金と株式以外の有価証券

株主還元実績 配当金の推移

配当金の推移



2022年3月期の配当額は70.0円（期初予想より11.5円増配）
8期連続増配予定

株主還元の基本的な考え方について

増配の背景・考え方

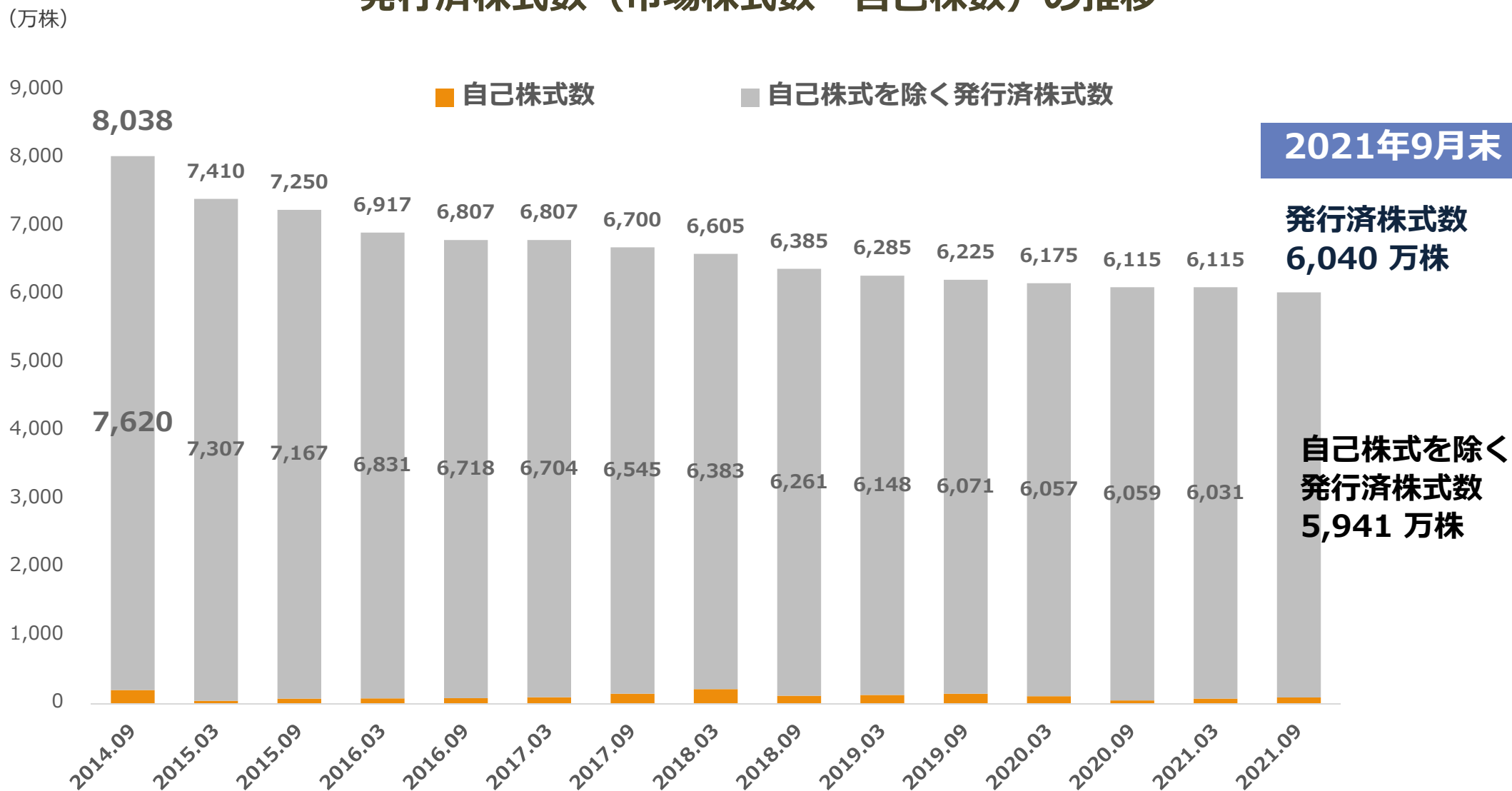
- ・ 2014年度からの継続的な自社株取得により、
自社株を除く発行済株式数は、6,000万株を下回る水準に。
(2014年9月末比 1,679万株削減)
- ・ 個人株主を中心に自己株取得より配当重視の強い要請
- ・ 安定的増配の継続要請も根強い



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

発行済株式数の推移

発行済株式数（市場株式数・自己株数）の推移



株主還元実績 2022年3月期上期

自己株式取得の状況		
取得期間	取得株式総数	取得総額
2021年5月13日～2021年8月3日	50.0万株	7.8億円
2021年8月11日～2021年9月30日	43.5万株	7.0億円

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
2021年5月31日	25.0万株	6,090万株
2021年8月31日	50.0万株	6,040万株

中間配当金		
基準日	一株あたり配当額	配当金総額
2021年9月30日	35.0円	20.7億円

株主還元総額
35.6億円

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