



# 2025年3月期 第2四半期（中間期） 決算補足説明資料

2024年11月8日  
株式会社サンゲツ  
証券コード：8130  
(東証プライム、名証プレミア)

# 2025年3月期 第2四半期（中間期）決算のポイント

---

## ■ 連結業績

- ・ 売上高は中間決算において過去最高を更新  
国内インテリアセグメント、海外セグメントにおける北米、中国・香港事業が寄与
- ・ 各利益は、売上原価の上昇および販管費の増加により減益

## ■ 国内インテリアセグメント

- ・ 新築住宅を中心に市場は想定以上に低迷する中、売上高は前年同期比増加  
販売数量は、主力の壁装材・床材は想定を下回るが、戦略商品である中型商品※の販促の加速等により全体では売上高は計画どおり
- ・ 販売価格はほぼ横ばい。調達コスト・物流費・ユーティリティコスト等の上昇により、原価はアップし、単位あたり総利益は減少
- ・ 販管費（主に人件費）は前年同期比10.2%増加も、想定通りの進捗。

# 2025年3月期 第2四半期（中間期）決算のポイント

---

## ■ 国内エクステリアセグメント

- ・ 同セグメントの中核であるサングリーンは、市場低迷により売上高が減少、営業赤字
- ・ 新規出店した関東2拠点での拡販、前年度実施した人的資本拡充の効果により、新規取引が増加

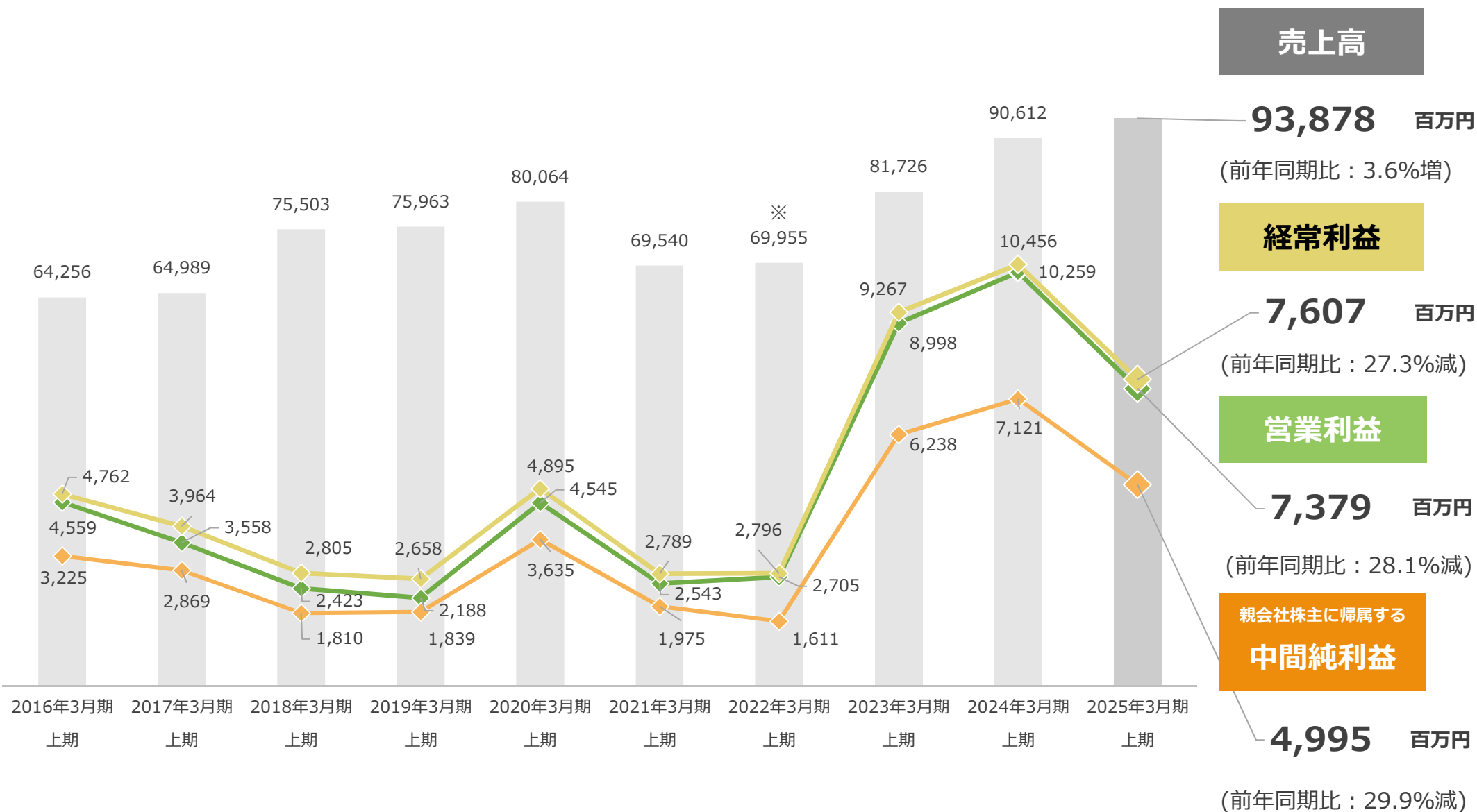
## ■ 海外セグメント

- ・ 北米の黒字基調が定着する一方、東南アジア、中国・香港では赤字が継続。また、第1四半期におけるシンガポールのD'Perception Pte.Ltd.の株式取得に関する一時的費用の計上等により、海外セグメントとしての赤字は前年同期比拡大
- ・ 北米は、引き続き業績好調。メインとなるホテル市場以外の分野（教育施設・集合住宅等）での実績拡大や自社製造壁紙の価格改定効果により、黒字を継続。
- ・ 東南アジアでは、マレーシア、ベトナムの業績は改善するも、主力のシンガポールで売上高が落ち込み、機能強化を狙った人員拡大の負担も大きく、営業損失が拡大
- ・ 中国・香港では、厳しい市場環境のもと、継続的な事業基盤の整備と顧客開拓が進み、営業損失は縮小

# 連結損益計算書

	2024年3月期 第2四半期（中間期）	2025年3月期 第2四半期（中間期）			達成率
	実績	実績	前年同期比	5月10日公表 上期予想	
売上高	906.1	<b>938.7</b>	+32.6 (+3.6%)	935.0	100.4%
売上総利益	289.2	<b>289.7</b>	+0.5 (+0.2%)	290.5	99.8%
（利益率）	(31.9%)	<b>(30.9%)</b>		(31.1%)	
販売費及び 一般管理費	186.6	<b>215.9</b>	+29.3 (+15.7%)	214.5	100.7%
営業利益	102.5	<b>73.7</b>	▲28.8 (▲28.1%)	76.0	97.1%
（利益率）	(11.3%)	<b>(7.9%)</b>		(8.1%)	
経常利益	104.5	<b>76.0</b>	▲28.4 (▲27.3%)	78.0	97.5%
親会社株主に帰属する 中間純利益	71.2	<b>49.9</b>	▲21.2 (▲29.9%)	52.0	96.1%

# 連結売上高・営業利益・経常利益・中間純利益の推移



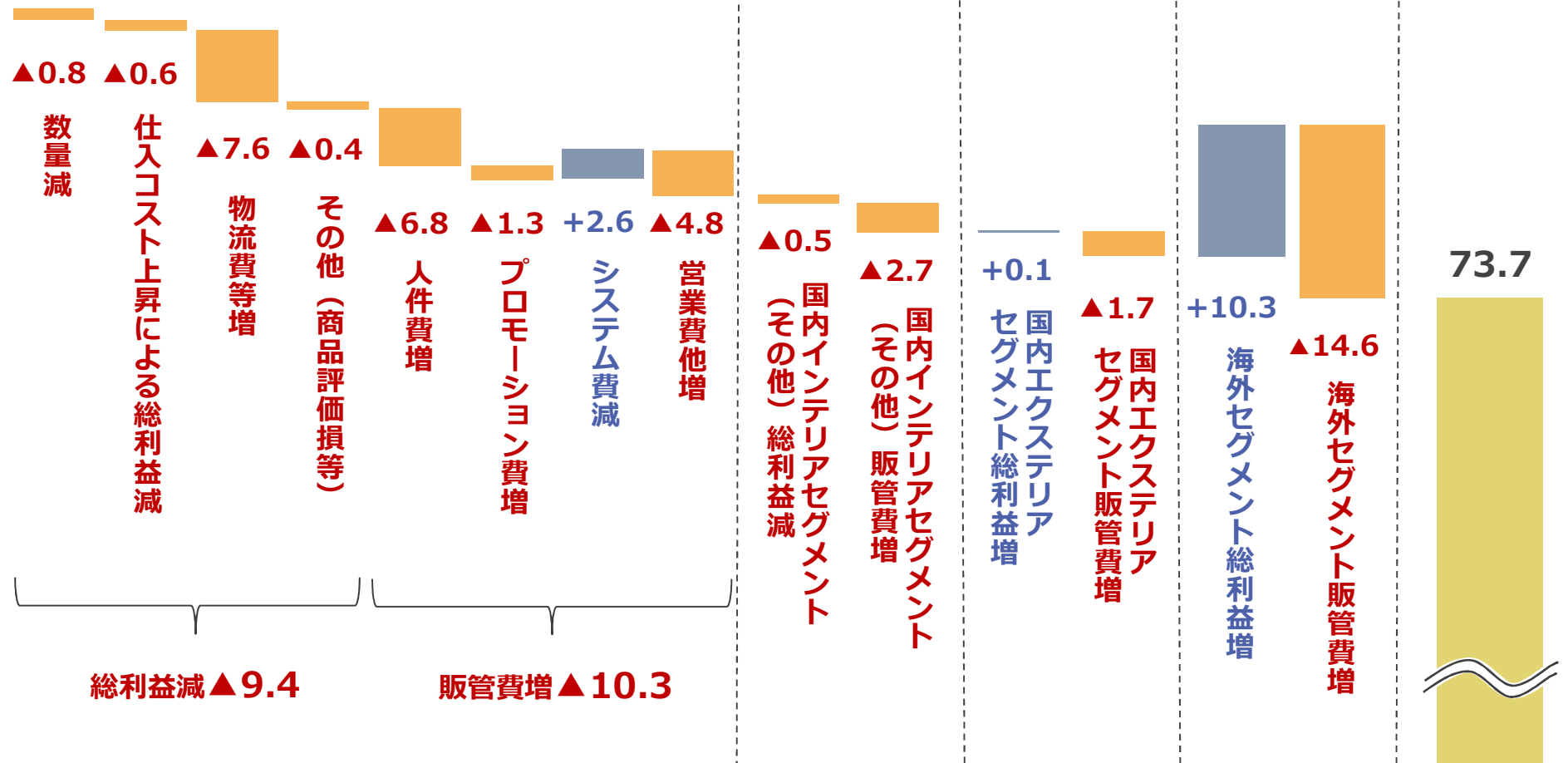
# セグメント別売上高・営業利益

	2024年3月期 第2四半期（中間期）		2025年3月期 第2四半期（中間期） （億円、%）		
	実績	実績	前年同期比	5月10日公表 上期予想	達成率
<b>国内インテリアセグメント 売上高</b>	763.4	<b>778.1</b>	+14.6 (+1.9%)	780.0	99.8%
壁装ユニット	375.2	<b>377.6</b>	+2.4 (+0.6%)	-	-
床材ユニット	267.0	<b>277.3</b>	+10.3 (+3.9%)	-	-
ファブリックユニット	45.1	<b>44.6</b>	▲0.5 (▲1.1%)	-	-
施工・その他	75.9	<b>78.3</b>	+2.4 (+3.2%)	-	-
<b>営業利益</b>	103.0	<b>80.0</b>	▲22.9 (▲22.3%)	78.9	101.5%
<b>国内エクステリアセグメント 売上高</b>	32.1	<b>31.3</b>	▲0.7 (▲2.4%)	30.0	104.6%
<b>営業利益</b>	1.1	<b>▲0.4</b>	▲1.5 (-)	0.1	-
<b>海外セグメント 売上高</b>	110.6	<b>129.3</b>	+18.6 (+16.9%)	125.0	103.5%
<b>営業利益</b>	▲1.5	<b>▲5.8</b>	▲4.3 (-)	▲3.0	-
セグメント間取引調整(売上高)	▲0.1	<b>▲0.1</b>	+0.0(-)	-	-
セグメント間取引調整(営業利益)	0.0	<b>0.0</b>	▲0.0(▲0.0%)	-	-
<b>連結売上高</b>	906.1	<b>938.7</b>	+32.6 (+3.6%)	935.0	100.4%
<b>連結営業利益</b>	102.5	<b>73.7</b>	▲28.8 (▲28.1%)	76.0	97.1%

# 連結営業利益の増減（前年同期比 上期）

(億円)

102.5



2024年3月期  
上期  
営業利益

国内インテリアセグメント  
(サンゲツ単体)

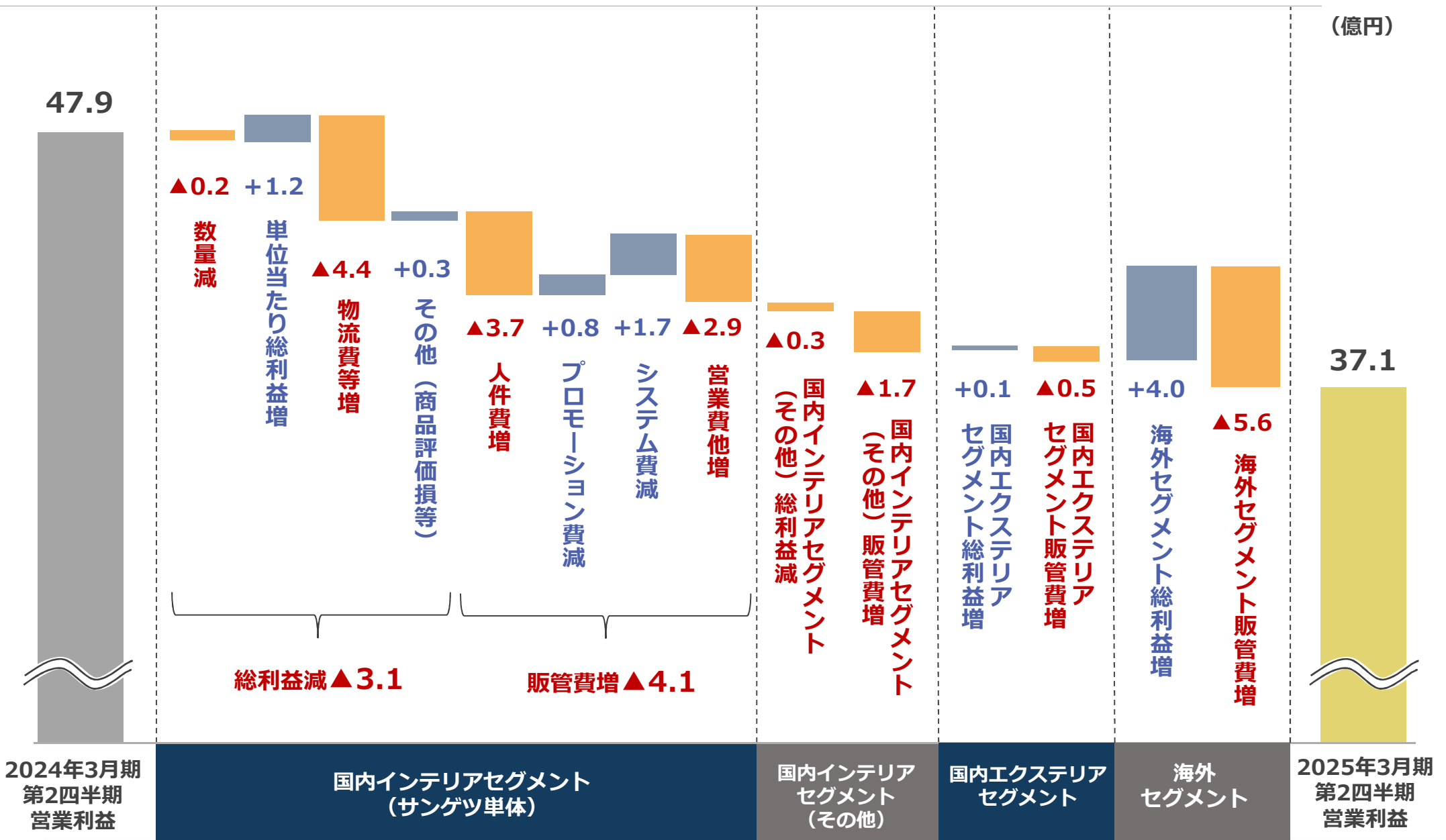
国内インテリア  
セグメント  
(その他)

国内エクステリア  
セグメント

海外  
セグメント

2025年3月期  
上期  
営業利益

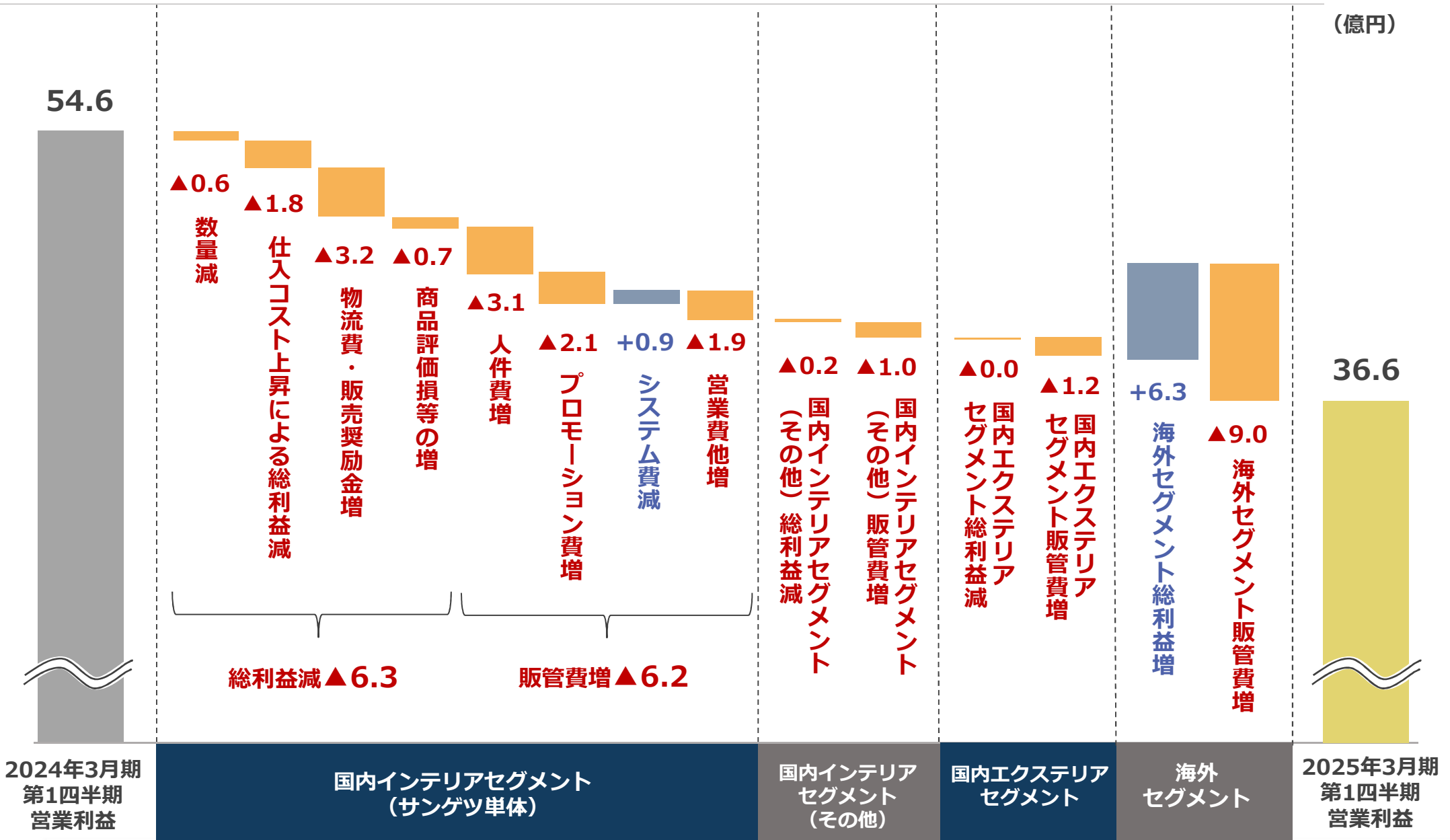
# 連結営業利益の増減（前年同期比 7-9月）





# 参考 連結営業利益の増減（前年同期比 4-6月）

(億円)



# 2025年3月期 通期予想のポイント

---

## ■ 外部環境

日本：住宅市場は前年同期と比べて弱含みで推移。特に新築住宅は期初予想よりも厳しい状況

非住宅市場は新築は弱含むもリニューアルは住宅市場と比較し堅調

海外：当社海外事業において最も事業規模の大きい北米では、メイン市場であるホテル市場が全体として底堅く推移

## ■ 原材料コスト

原油価格の高止まり、円安・物流費・労務費等の上昇を背景に、本年度上期に原材料メーカーが値上げを実施。それに加え、物流費やユーティリティコスト等も上昇し、当社自助努力のみでは吸収できないとの判断のもと、8月に商品取引価格の改定（12月1日受注分より予定）を打ち出し、現在交渉中

# 2025年3月期 通期予想のポイント

---

## ■ 通期見通し

通期においては、引き続き期初想定よりも厳しい市場環境が続く見通し  
こうした市場環境下、以下施策を今期中に進め、通期予想を据え置く

- ・ 市場環境が厳しい中でも成長する分野（省施工や環境配慮等）のニーズに見合う商品の開発・拡販
- ・ 戦略的かつ効率的な販管費のコントロール
- ・ 商品取引価格の改定の実行（12月1日受注分より予定）
- ・ 北米における人的資本の拡充やITインフラの強化等の成長戦略の推進

# 連結業績予想

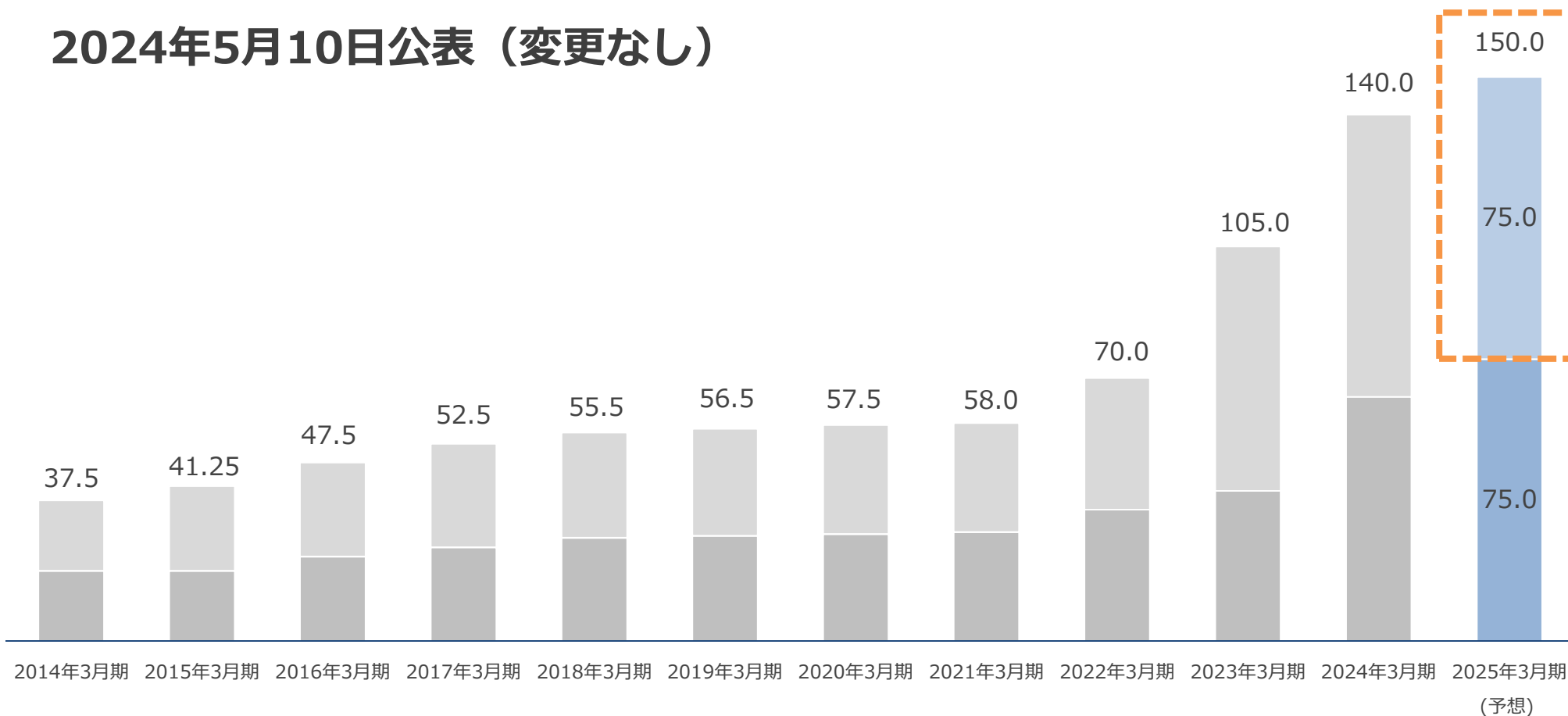
2024年5月10日公表（通期予想の変更なし）

	2024年3月期	2025年3月期					(億円、%)
	通期	通期		上期			
	実績	予想	前年同期比	予想	実績	対通期 進捗率	
売上高	1,898.5	1,960.0	+61.4 (+3.2%)	935.0	938.7	47.9%	
売上総利益	589.5	605.0	+15.4 (+2.6%)	290.5	289.7	47.9%	
（利益率）	(31.1%)	(30.9%)		(31.1%)	(30.9%)		
販売費及び 一般管理費	398.5	445.0	+46.4 (+11.7%)	214.5	215.9	48.5%	
営業利益	191.0	160.0	▲31.0 (▲16.2%)	76.0	73.7	46.1%	
（利益率）	(10.1%)	(8.2%)		(8.1%)	(7.9%)		
経常利益	196.9	165.0	▲31.9 (▲16.2%)	78.0	76.0	46.1%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	142.9	110.0	▲32.9 (▲23.0%)	52.0	49.9	45.4%	

# 株主還元実績・予想 1株当たり配当金推移

(円)

## 2024年5月10日公表（変更なし）



**2025年3月期の中間配当は75.0円/株、期末配当（予想）は75.0円/株  
（前期比 10.0円増配）11期連続増配の見込み**

# 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