

2027年3月期 第2四半期

決算説明資料

1. 業績予想の変更について
2. SANEIの強み
3. 業績ハイライト
4. 今後の取組み
5. 株主還元
6. 2Qトピック
7. 事業概要

水をつなぐ
SANEI

証券コード：6230

（東京証券取引所 スタンダード市場）

連結業績予想を下回る見込みのため予想を修正しました

修正の理由

- 売上高に関しては、新製品の「IENI」シリーズや「自動水栓」など高付加価値製品により売上高は伸びていますが、住宅市場の落ち込みによる需要の低迷もあり前回発表予想値をやや下回る見通しとなりました。
- 利益面に関しては、原材料となる銅の価格高騰など、厳しい事業環境が依然として継続しているが、今後は販売価格の改定が浸透する見込みです。

株主配当に関して

累進配当方針を採用しており、2027年3月期の年間配当額については従来予想の1株当たり75円を見込んでいます。

(単位：百万円)

	前回予想	今回修正	増減額	増減率	2Q累計	昨年同期比	進捗率
売上高	30,800	29,500	△1,300	△4.2%	14,441	2.9%	48.9%
営業利益	2,000	1,100	△900	△45.0%	333	△50.1%	30.2%
経常利益	1,950	1,000	△950	△48.7%	283	△59.2%	28.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,280	650	△630	△49.2%	175	△60.3%	26.9%

「点」から「線」そして「面」へ - 住まいの水の接点を支える総合メーカー

点 | 1954-1980

水栓事業からの始まり

「生活の接点」である水栓の製造

線 | 1980-2018

給排水をトータルに

水栓から配管まで提供

面 | 2018-

空間・ライフスタイル提案へ

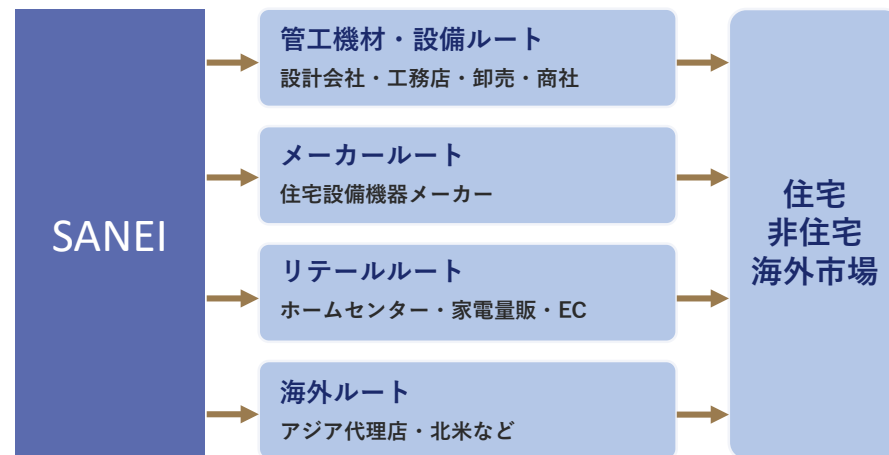
5ブランドで空間まで提案

取り扱い商材

住まいのあらゆる[水の接点]を支える製品ラインアップ
キッチン・浴室・洗面・トイレから屋外まで、水まわり全体をカバーしています。



販売ルート



ブランド

水栓を中心としたブランド

VERSE [ヴァース]

時と体験

最上級のラグジュアリー

sanei [サネイ]

美の意識と非日常

数々のデザイナーと協業

SANEI [サンエイ]

安心と快適

給排水から水栓まで

水栓を超えたブランド

WAILEA [ワイレア]

オーダーキッチン洗面

水まわり空間をトータル提案

FLUSSO [フルッソ]

ハイエンド・バス

極上のリラクゼーション

売上高は増収、利益は減益

売上高は高付加価値製品の販売拡大で増収。

原材料価格の急騰で半期予想を下回ったが、下期の業績は伸長する見込み。

売上高

14,441百万円

前年比 : +2.9%

前年差 : +414百万円

営業利益

333百万円

前年比 : △50.1%

前年差 : △334百万円

中間純利益

175百万円

前年比 : △60.3%

前年差 : △265百万円

PBR

0.6倍

PER : 14.0倍

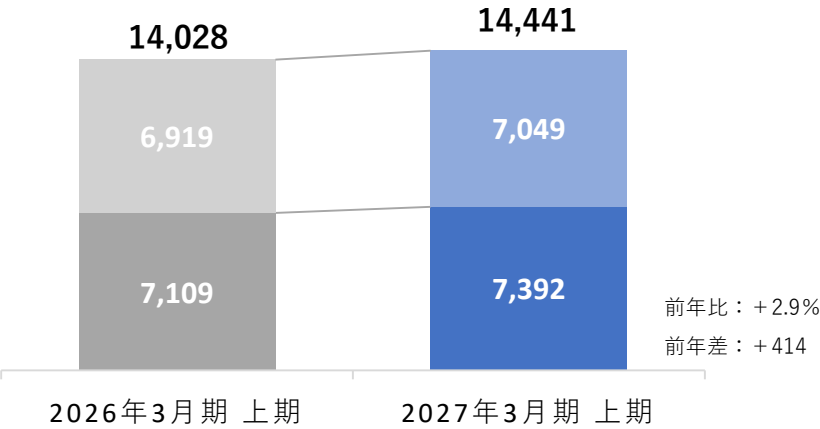
ROE : 4.3%

- IENIシリーズや自動水栓など高付加価値製品の販売拡大で売上高は昨年比を上回る。
- 住宅市場の落ち込みに加え原材料価格の高騰が継続しているが、価格改定の浸透により収益性は改善傾向。
- 例年通り下期の業績は伸長する見込み。引き続き収益力の向上に取り組む。

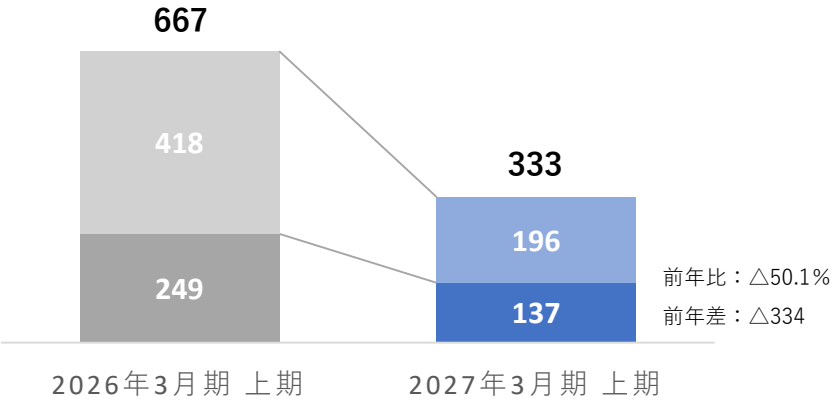
売上高は増収、利益は減益

1Q 2Q

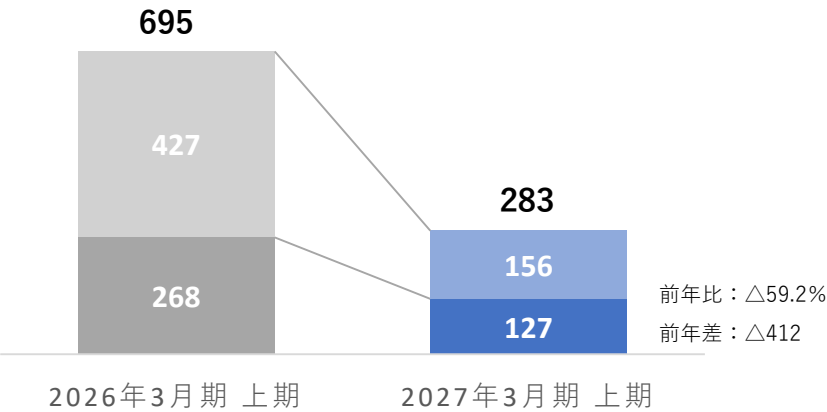
売上高 百万円



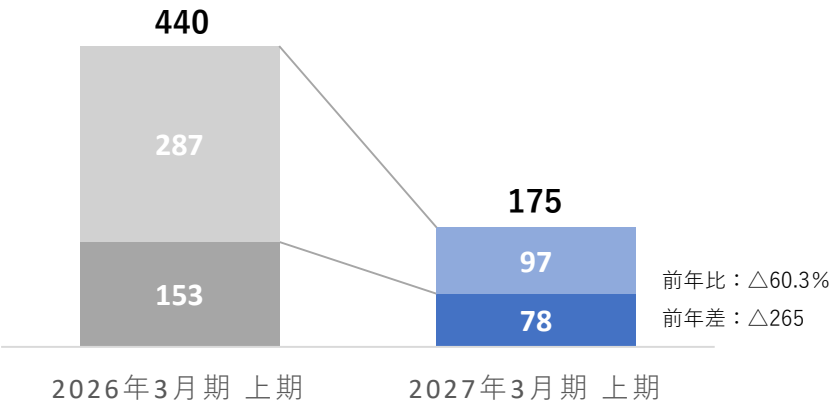
営業利益 百万円



経常利益 百万円



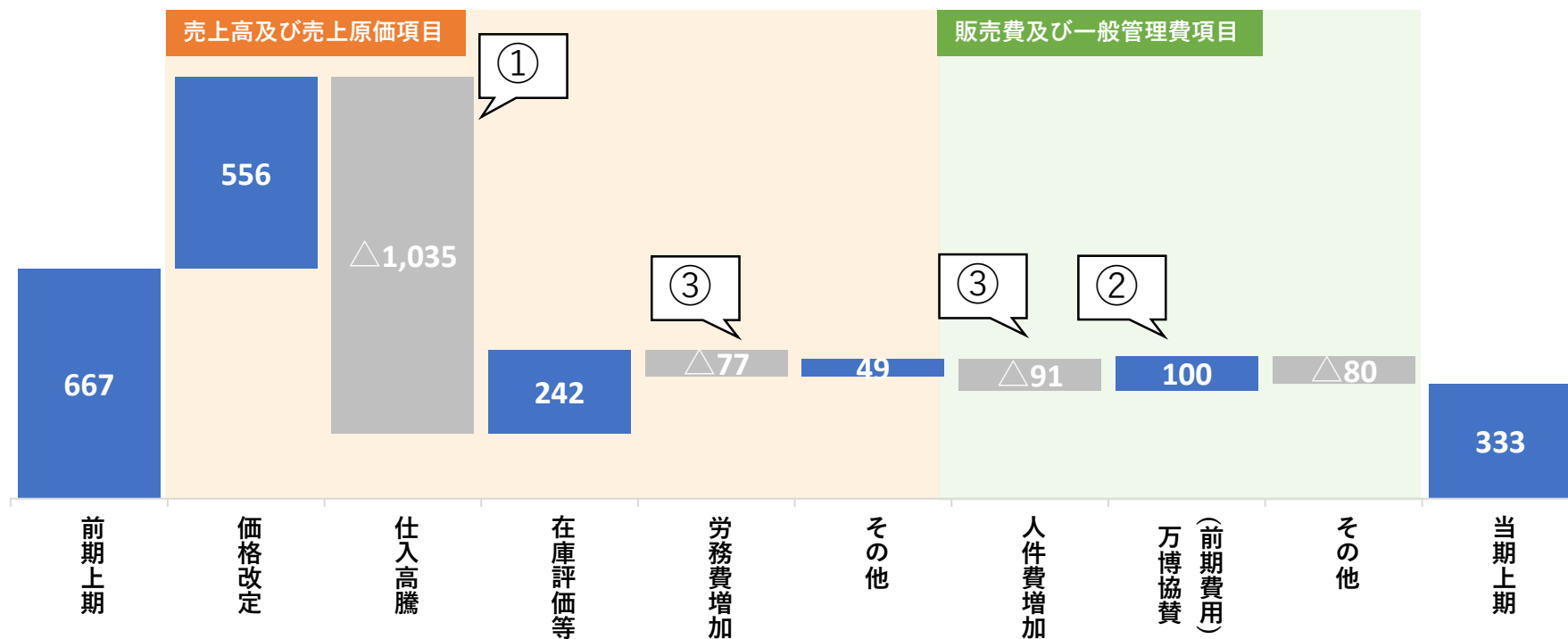
親会社株主に帰属する中間純利益 百万円



価格改定を実施するも仕入高騰が上回り、営業利益は334百万円減少

営業利益の増減要因

百万円



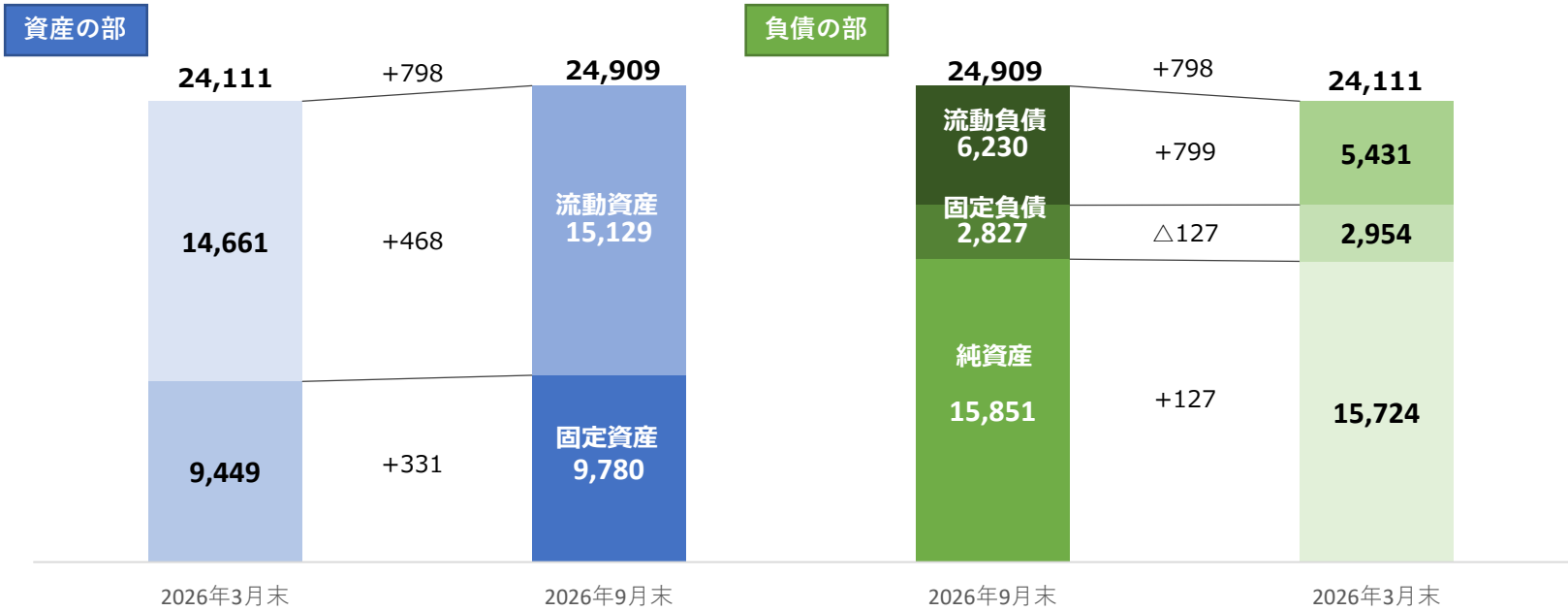
①黄銅、青銅など主要材料の価格高騰が利益の押し下げ要因。価格改定を6月から実施しており、第2四半期時点では材料高騰分のマイナスを吸収できなかった。例年通り下期にかけて価格転嫁は浸透する見込み。

②前期は万博協賛費を一時的な費用として計上、当期は同じ規模の一時費用なし。

③人材投資の一環として、ベースアップ実施の結果、労務費および人件費が増加。

繁忙期に向けた在庫の積み増しにより、棚卸資産と買掛金が増加

貸借対照表 百万円



主な変動要因

流動資産	・ 売上債権	△597	流動負債	・ 買掛金	+635
	・ 商品及び製品	+858		・ 短期借入金	+410
	・ 原材料及び貯蔵品	+196			
固定資産	・ 無形固定資産	+246	固定負債	・ 長期借入金	△158
	・ 投資その他の資産	+177			

■ 繁忙期に向けた在庫確保と、製造設備・基幹システムなど成長投資を実施

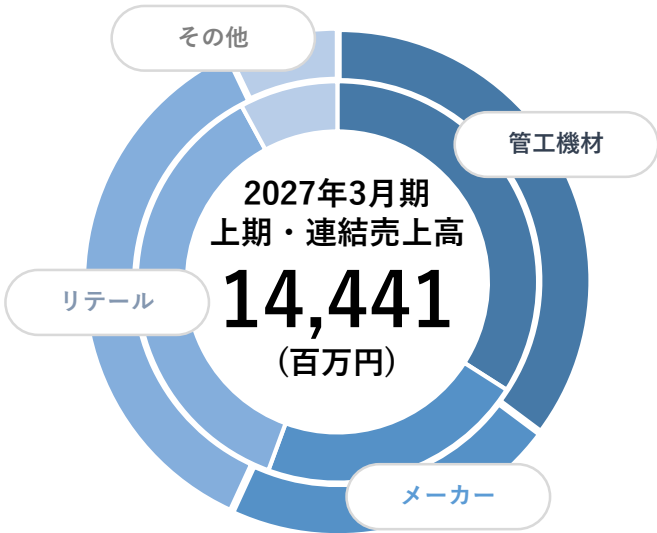
中間連結キャッシュ・フロー

百万円



- 営業CF：売上債権の減少(+597)、仕入債務の増加(+635)が寄与する一方、棚卸資産の増加(△1,120)が押下げ。
- 投資CF：製造設備や基幹システムの刷新など設備投資により、
有形固定資産の取得(△267)、無形固定資産の取得による支出(△273)。
- 財務CF：短期借入金の増加(+410)、長期借入金を返済(△192)、配当金の支払(△169)。

販売ルートと事業展開



販売ルート別 売上構成
(外円：当期 / 内円：前期)

戦略商材

商材	売上 (前期比)	動向
デザイン製品	▲	saneiブランドの売上増
高機能製品	▲	自動水栓の売上増

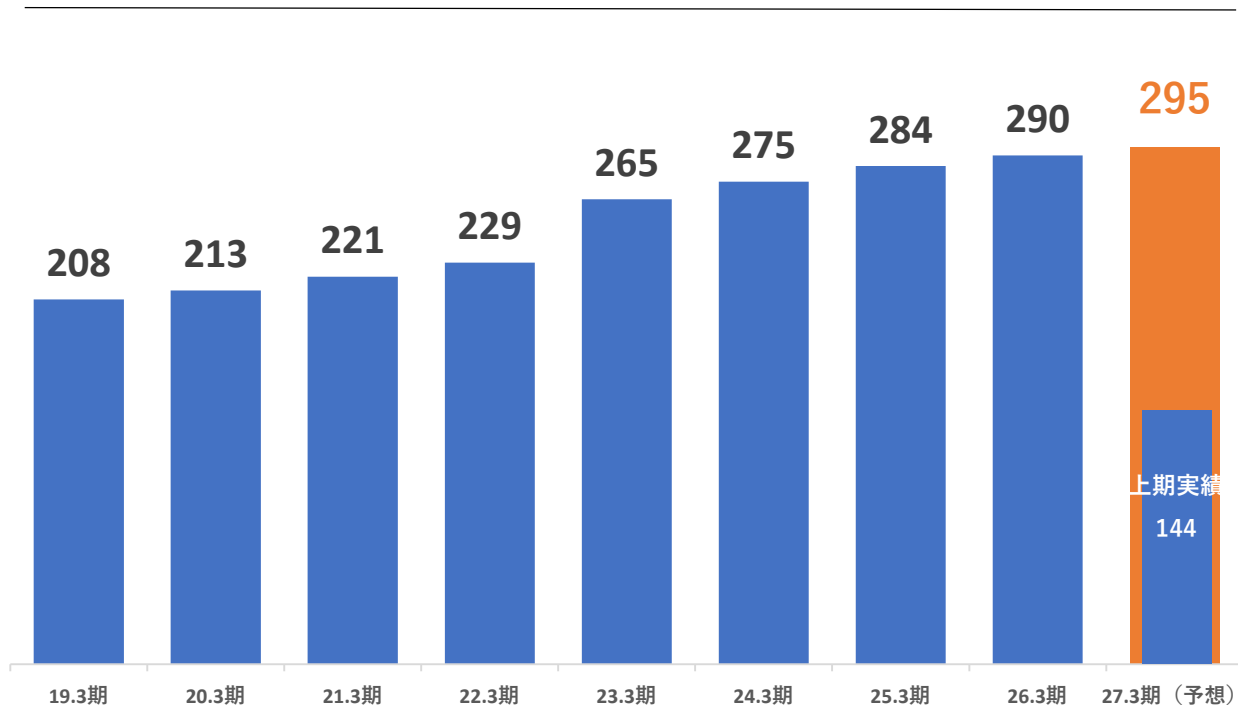
販売ルート

ルート	売上 (前期比)	動向
管工機材 (設備)	▲	収益性は改善傾向。 デザイン水栓等の高付加価値製品は売上が堅調に推移。
メーカー (住宅設備機器)	▲	売上は堅調に推移。 引き続き、中高級グレード製品の販売強化へ取り組む。
リテール (HC/EC)	▲	売上は堅調に推移。 IENIシリーズの混合栓、高機能シャワー製品やウルトラファインバブル製品の販売による売上増。
その他 (国際/関連事業)	▲	国際事業の売上は堅調に推移。 関連事業に関しては前年をわずかに下回る水準で推移。

着実に右肩上がりの推移

連結売上高

億円



銅建値

円/kg



新設住宅着工戸数

戸数



住宅着工件数が減少する逆風下、高付加価値戦略に取り組み、8期連続での増収を目指す

- 価格改定の着実な実施と多彩なブランド展開、多様な販売チャネルの活用により、7期連続で増収を達成。
- 銅建値をはじめとする原材料価格の急騰に対し、6月より価格改定を実施し、収益性の改善を推進。
- 住宅着工件数の減少を見据え、非住宅市場の開拓や高付加価値製品の拡販、水まわり領域を拡充。8期連続での増収を目指す。

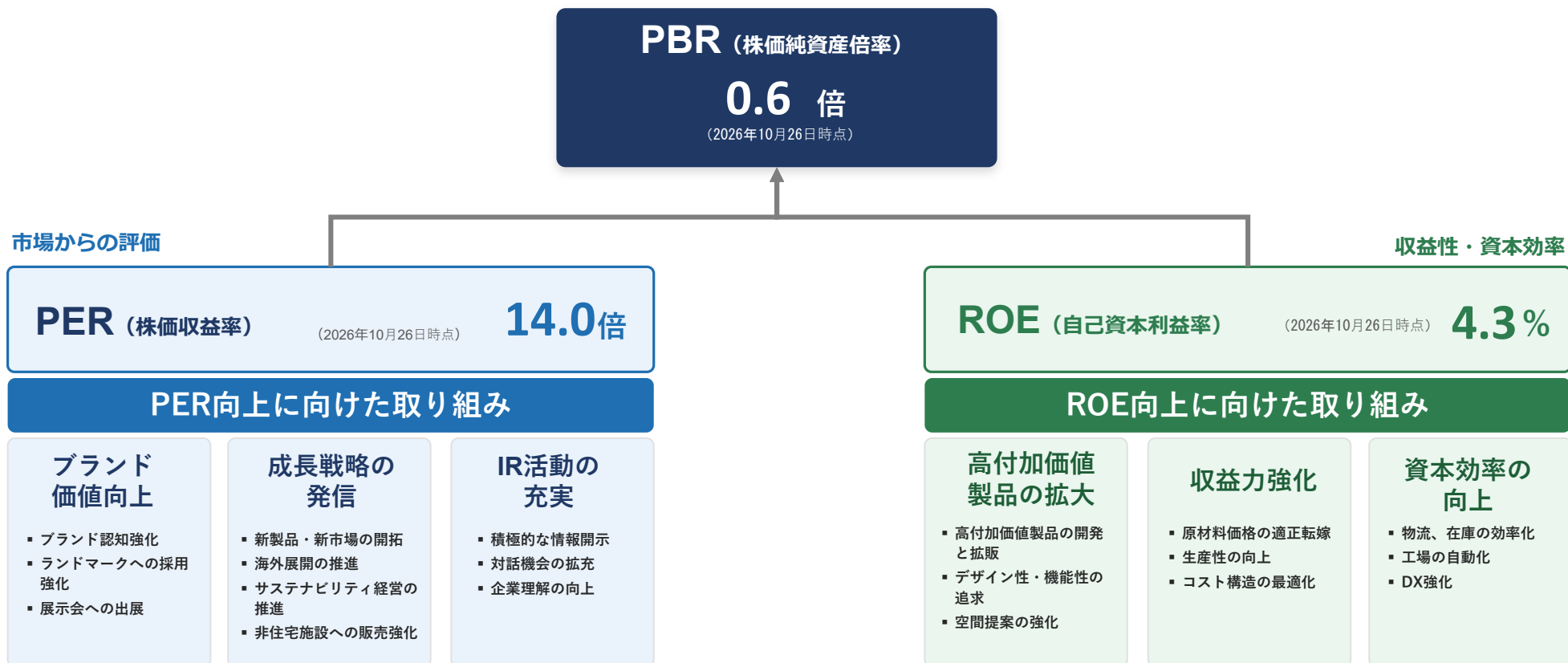
継続的な株主価値向上

PBR1.0倍の達成に向けて

PBR（株価純資産倍率）は、PER（株価収益率）とROE（自己資本利益率）の掛け合わせで構成。PERの向上とROEの向上、両輪での取り組みにより中長期的にPBR1倍超の実現を目指す。

$$\text{PBR} = \text{PER} \times \text{ROE}$$

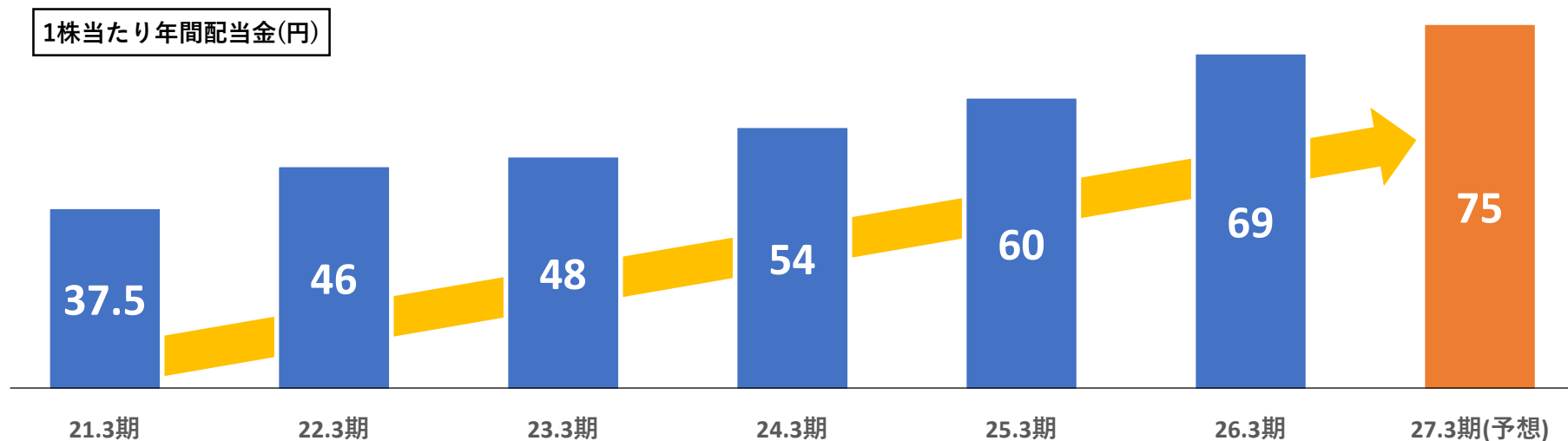
PBR：株価純資産倍率（株価 ÷ 1株あたり純資産）
 PER：株価収益率（株価 ÷ 1株あたり当期純利益）
 ROE：自己資本利益率（当期純利益 ÷ 自己資本）



※自己資本のみ9月末時点で計算

年間配当金

安定的な株主還元を実現するため「累進配当方針」の導入済



2027年3月期の配当予想については、第2四半期37円、期末38円の年間75円を予定

当社では累進配当方針を導入し、株主の皆様への安定的な利益還元を重視しています。今期については年間配当金75円を予定しており、配当性向は52.8%を見込んでいます。今後も利益還元と成長のバランスを図り、持続的な配当政策を実施してまいります。

※2024年10月1日付で株式1株につき2株の株式分割を行っております。株価及び1株当たりの数値は全て分割後を基準に換算しています。

第1回 OSAKA DESIGN WEEK 2026 に参画

VERSEブランドやIENi、機能性シャワーなど、多様な水まわりのデザインを発信しました。



OSAKA DESIGN WEEKは、建築、インテリア、プロダクト、クラフト、食、ファッションなど、従来のデザイン分野の枠を超え、ライフスタイルを形づくる多様な領域が交わるイベントです。

SANEIは本イベントに参画し、WAILEA御堂筋ショールームでは「VERSE」新シリーズ「ellipse」を、大阪高島屋ブースではウルトラファインバブル搭載のシャワーヘッドや混合栓シリーズの「IENi」を展示。多彩な水まわり製品を通じて、暮らしに寄り添うSANEIのデザインを発信しました。



開会式-テープカットの様子

■ VERSEブランドのellipseシリーズを発表

OSAKA DESIGN WEEK 2026の期間中、VERSEブランドのellipseシリーズを発表しました。



しなやかな流線と
人に寄り添うかたち
人や暮らしの境界をほどこき
静かに溶け込み感性を揺らす

ellipseサイト



<https://www.verse.luxe/jp/ellipse/>

OSAKA DESIGN WEEKの開催期間中、WAILEA御堂筋店にて、「VERSE」ブランドの新シリーズ「ellipse」を発表しました。

イベント当日は関係者を招き、瀧社外取締役、永山社外取締役、開発メンバーによる対談を実施。

「ellipse」の開発に込めた思いや、その魅力を紹介しました。10月末現在、WAILEA御堂筋ショールームにて実物をご覧ください。



WAILEAサイト



<https://www.wailea-club.com/>

SANEIブランドブック公開

SANEIの理念やものづくりへの想いを伝える、新たなブランドブックを制作しました。



「人類ある限り水は必要である」という理念のもと、1954年の創業以来、水と向き合い、暮らしに寄り添う製品を生み出してきたSANEI。

ブランドに対する想い、水栓をはじめとする水まわり製品の開発に込めたこだわり、デザイン・技術を通じて提供する価値など、私たちが大切にしているものづくりへの姿勢を紹介しています。

SANEIの企業理念や事業への理解を深めていただくとともに、水を通じて人々の暮らしを豊かにする取り組みを発信しています。



ブランドブック



MIZUBAで「長く愛されるもの」を語る

服飾・建築・水まわり。異なる領域で活躍する3名が、ものづくりについて語る対談を公開しました。



廣川 玉枝 × 永山 祐子 × 西岡 利明

服飾デザイナーの廣川玉枝氏をお招きし、弊社会長の西岡利明、社外取締役の永山祐子と、「長く愛されるもの」をテーマに対談しました。

衣服・建築・水まわりという異なる分野から、美しさや機能性、使い手の感性を尊重したものづくりについて語り合い、時代を超えて価値を持ち続けるデザインのあり方を考えました。

MIZUBA



<https://mizuba.sanei.ltd/design/3542/>

JAPAN DIY HOMECENTER SHOWに出展

混合栓・シャワーヘッドの新モデルを先行公開。IENIシリーズを用いた空間提案を行いました。



8月27日-29日に開催された第62回 JAPAN DIY HOMECENTER SHOW 2026に出展しました。

当展示会では、ウルトラファインバブルを搭載したスキンケアシリーズのシャワーヘッド「mitos Re:me」のコンセプトモデルを公開。mitosの心地よさに加え、スカルプビート水流の力強さにも多くのお客様から関心いただきました。

また、「心地よさを、シンプルを、家に。」をコンセプトとする水栓「IENI」シリーズの新モデルも公開しました。シンク内や壁面には「IENI」雑貨を展示し、実際に商品を体感いただきながら、「IENI」が提案する暮らしの世界観をご紹介します。



第58回「管工機材・設備総合展」に出展

『ホテルライクで温もりのある水まわり空間』を提案しました。



東京都立産業貿易センター浜松町館で開催された「第58回 管工機材・設備総合展」に出展しました。

今回は、「水まわりが空間に溶け込む、ホテルライクで温もりのある空間」をテーマに、デザイン水栓ブランド「sanei（サネイ）」と、空気から水をつくり出す空気製水機「AQUAM（アクアム）」を中心に展示。

水栓や洗面などの水まわり製品を空間と調和させ、SANEIが提案する水まわりの世界観を紹介しました。

沿革

「点」としての始まり

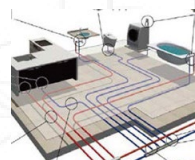
1954-1980



水は人が生きていく上で欠かすことのできないものであり、現代の日常は水道なしでは成り立ちません。水栓は生活との「接点」、「要」であるとの考えのもと、三栄水栓製作所（現SANEI）は草創期から積極的な商品開発に取り組んできました。

「点」から「線」へ

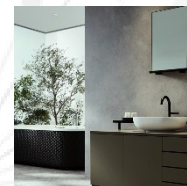
1980-2018



1980年代には水栓のみならず、建物内の給水・排水の環境をトータルにプロデュースできる体制を確立。表からは見えなくても、それぞれが適材適所で使われ、かけがえのない流れを暮らしの中で支えてきました。

「線」から「面」へ

2018-



2000年代頃から提案の領域は「面」へと広がり、デザイン水栓や、空間・ライフスタイルへの提案が高い評価を獲得。また、持続可能な社会の実現に向けて積極的に責任を果たすべく取り組みを進めています。



1954

若き3名での創業当時20代の西岡明、吉川弘二、橋本健一の3名により創業。「三栄」の社名の由来となりました。



1967

日本初のシャワー付湯水混合水栓。国内の各世帯に内風呂が普及していく中で時代に先駆けたヒット商品となりました。



1980

水栓から配管までトータルに提供。幅広い商品展開と全国規模の販売ネットワークで、水まわり用品の総合メーカーへと発展しました。



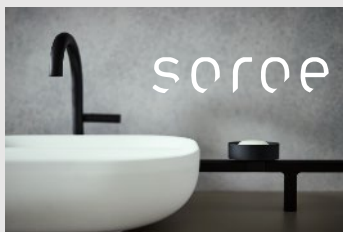
2018

SANEI 株式会社へ社名変更。水栓にとどまらない広がりを持たせた社名は、海外での名称との統一を図ったものでもあります。



2020

東京証券取引所市場第2部に上場。2020年12月、東証2部(現スタンダード市場)に上場いたしました。



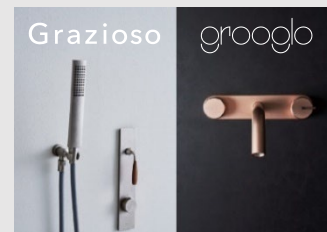
2024

【soroe】が国際的なデザイン賞「red dot」「iF」を受賞。



2024 - 2025

新・第1工場と第2工場を竣工。更なる生産性向上を図ってまいります。



2025

【Grazioso】が国際的なデザイン賞「reddot」と「iF」【grooglo】が「iF」を受賞。

取り扱い商材

住まいのあらゆる[水の接点]を支える製品ラインアップ
キッチン・浴室・洗面・トイレから屋外まで、水まわり
全体をカバーしています。



※掲載画像は生成AIによるイメージであり、実際の製品・建物とは異なります。

マルチブランド戦略

5つのブランドが支える「水のある暮らし」

5つの独自ブランドが連携し、水栓から空間まで総合的な提案を創造。持続的な成長を目指します。

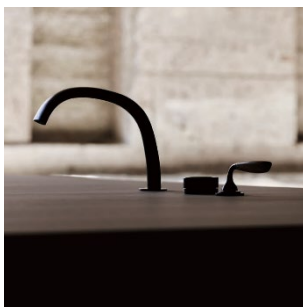
水栓を中心としたブランド

V E R S E

[ヴァース]

時と体験

最上級のラグジュアリーを、
選び抜かれた品位で。生涯保
証サービスなども展開。



s a n e i

[サネイ]

美の意識と非日常

十人十色のライフスタイルに寄
り添うデザインコレクション、
数々のデザイナーと協業。



SANEI

[サンエイ]

安心と快適

快適な日常に寄り添う、シン
プルな選択。給排水から水栓
まで幅広いラインナップ。



水栓を超えたブランド

W A I L E A

[ワイレア]

オーダーキッチン洗面ブランド

ラグジュアリーな水まわり空間を
トータルで提案する、オーダーメ
イド・インテリアブランド。



FIUSSO

[フルッソ]

ハイエンド・バスブランド

バスルームをひとつの小宇宙と
捉え、極上のリラクゼーション
を追求するバスブランド。



販売ルートと今後の展望

販売ルート

管工機材・設備ルート

- ・ 設計会社 / 施主
高機能・高付加価値製品の提案
- ・ パワービルダー / ハウスメーカー / 工務店
水まわり空間のトータル提案
- ・ 卸売 / 商社
ウルトラファインパブル搭載製品など新製品の販売強化

メーカールート

- ・ 住宅設備機器メーカー
中・高級グレード製品の販売強化
標準採用品の獲得及び協業による水まわり空間提案
非住宅向けの新規販売を強化

リテールルート

- ・ ホームセンター
プロユース領域の拡大と売場の改善
- ・ 家電量販店 / 総合スーパーなど
新販路。水まわりやリフォーム製品などの提案
- ・ インターネット販売業者
健康・理美容の製品の販売

海外ルート

- ・ アジア諸国
中国/台湾/インドネシア等へ
中高級グレード製品投入
- ・ 海外各国
現地代理店と提携強化
北米へ新規開拓し販売拡大

SANEI

住宅
非住宅
海外市場

人、水、暮らしのウェルビーイングな関係へ

SANEI SUSTAINABILITY

人、水、そして暮らし。

それぞれがよりよい状態であり続けるために。

私たちは、水を通じて豊かで心地よい関係をこれからも紡ぎ続けます。

ライフラインを守る

水が安心して使えること。
その“当たり前”をSANEIは守り続けてきました。

地球の循環とともに歩む

水と人をつなぐ企業として、
地球のこれからについて考え、
行動し続けています。

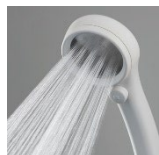
社会と共生する

地域や社会と切り離せない水
を通じて、人と人とのつながり
を育み活動を続けます。



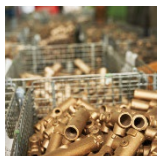
環境配慮活動

2050年カーボンニュートラル実現に向け、温室効果ガス削減、環境保全に取り組んでいます。



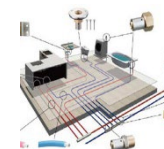
ムダにしないものづくり

雨水・中水利用システムや節水・節湯製品を通じて、水資源の有効活用を推進しています。



環境に配慮した商品づくり

産業廃水の適切な処理と資源リサイクルを徹底し、環境負荷の低減に取り組んでいます。



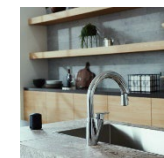
メーターから給水栓まで

ライフラインを支え、安心・安全な水を届け、エコロジーなどにも取り組んでいます。



オフグリッドの実現に向けて

空気製水機を手掛けるアクアムとの資本業務提携や雨水・中水活用などオフグリッドに向けた取り組みを推進しています。



安全で誰にでも

誰もが使いやすい製品を追求し、音声認識水栓などユニバーサルデザインを推進しています。



建築・デザインイベント協賛

建築やデザインと連携したイベントなどに参画。水栓の新たな価値や魅力を発信しています。



産学連携でのイベント開催

工場見学や産学連携を通じて、水や暮らしについて学ぶ機会を提供しています。



地域創生活動への協賛

地域との共創活動や製品提供を通じて、持続可能な地域社会づくりに貢献しています。

社是

「人類ある限り水は必要である」との理念のもと
人間の乾きを潤す水まわりを中心に
生活の泉、憩の泉の想像を実現する事で
社会に貢献し会社繁栄と全社員の幸福の源とする

社名	S A N E I 株式会社
事業内容	給水栓・給排水金具・継手および配管部材の製造・販売
創業	1954年（昭和29年）9月
本社	大阪市 東成区 玉津1丁目12番29号
資本金	432百万円 ※2026年3月末時点
連結業績	売上高：29,042百万円 経常利益：1,803百万円 ※2026年3月期
従業員	連結：827名 単体：630名 ※2026年3月末時点
グループ会社	株式会社アクアエンジニアリング 大連三栄水栓有限公司 株式会社水生活製作所

水をつなぐ
S A N E I 株式会社



本資料に関するお問合せ

当社ホームページ <https://www.sanei.ltd/>

メール： ir-sanei@sanei.ltd

お電話： (06) 6972-5955

担当： S A N E I 株式会社 I R 課

Copyright © SANEI LTD. All Right Reserved

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。