



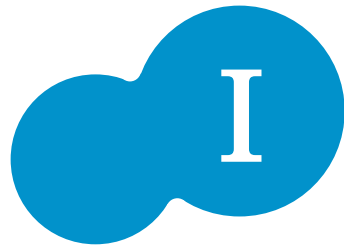
2021年3月期 決算説明資料

証券コード:6230

S A N E I 株式会社

2021年5月18日

SANEI



当社の概要

1 会社概要

社 名	SANEI株式会社
創 業	1954(昭和29)年9月
代 表 者	代表取締役社長 西岡 利明
本 社	大阪市東成区玉津1丁目12番29号
資 本 金	432百万円(2021年3月末現在)
連 結 業 績	●売上高: 22,182百万円 ●経常利益: 1,593百万円 (ともに、2021年3月末現在)
従 業 員 数	●連 結: 741人 ●単 体: 633人 (ともに、2021年3月末現在)
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
グループ会社 (連結子会社)	●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 ●FLUSSO株式会社

これまで、アイディアに富んだ製品の数々を開発・上市

2018
「toccata」が
公益社団法人日本インダストリアルデザイナー協会の「JIDAデザインミュージアムセレクションVol.19」に
おいて2017年度の選定商品となる

2011

雨水・中水活用システムが
大阪府より「ゴールド・エコテック」の称号を授与される

1989

業界初の
洗濯機用水栓

2000

業界初の
水道用コンセント
「シンプレット」

1983

サーモスタット式湯水混合栓

1975

シングルレバー湯水混合栓

1967

日本初の
シャワー付湯水混合水栓

1954
創業



サーモワンホール
洗面混合栓(タッチ式)
「toccata」



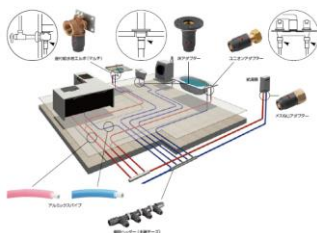
3

当社の目指す事業展開

当社は、「水まわりにおける住空間全体をトータルに提案できるメーカー」を目指し、様々な住空間に調和するようなデザインの製品を「水域/面」展開を通してお客様へ提供してまいります。



「水道/線」展開の概念



「水域/面」展開の概念



4

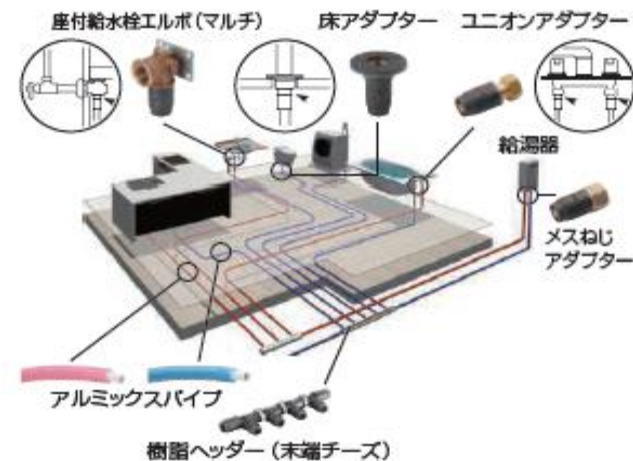
事業内容(取扱い製品)

デザイン水栓シリーズ



給水栓・給排水金具

継手および配管部材



単水栓・止水栓



シャワー用品

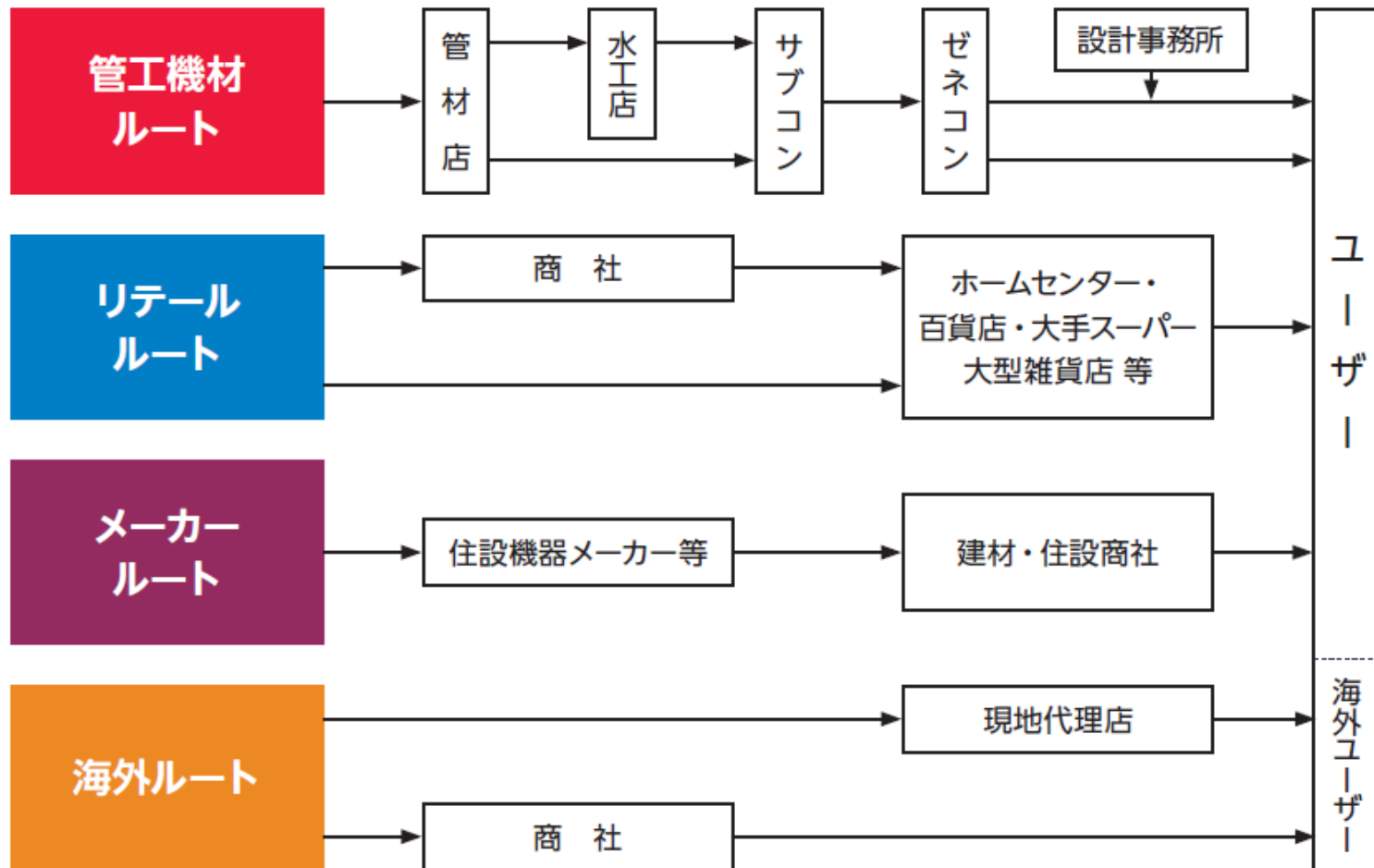


トイレ用品

5

事業体制① 販売チャネル

水まわり資材を扱う管材店向けの「管工機材」から、住宅設備「メーカー」、ホームセンターなどの「リテール」までバランスよく展開



6 事業体制② 営業拠点(本社・支店・営業所・出張所)

4支店を中心に19営業所・4出張所で、全国を網羅するネットワークを構築

【4支店・19営業所・4出張所体制】

- 三大都市圏と福岡に設置した4支店を中心に、管工機材ルートの主要顧客である管材店に対して全国隈なく網羅的にサービスが提供できる営業ネットワークを構築
- リテールルートとメーカールートの主要顧客(=事業規模が大きい)については、支店が中心となって本部(主に大都市圏に設置)にて対応

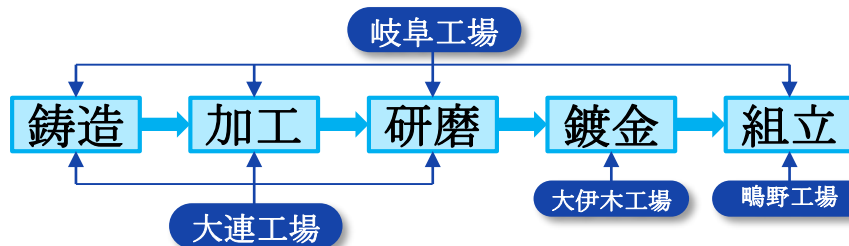


7

事業体制③ 製造拠点

国内3工場・海外1工場が連携し、全工程で内製体制を確立

- 製品企画・設計から鋳造、生産、検査までのすべての工程を自社工場で完結
- 「岐阜工場」が基幹工場として全体の生産をコントロールし、「国内3工場・海外1工場」が連携



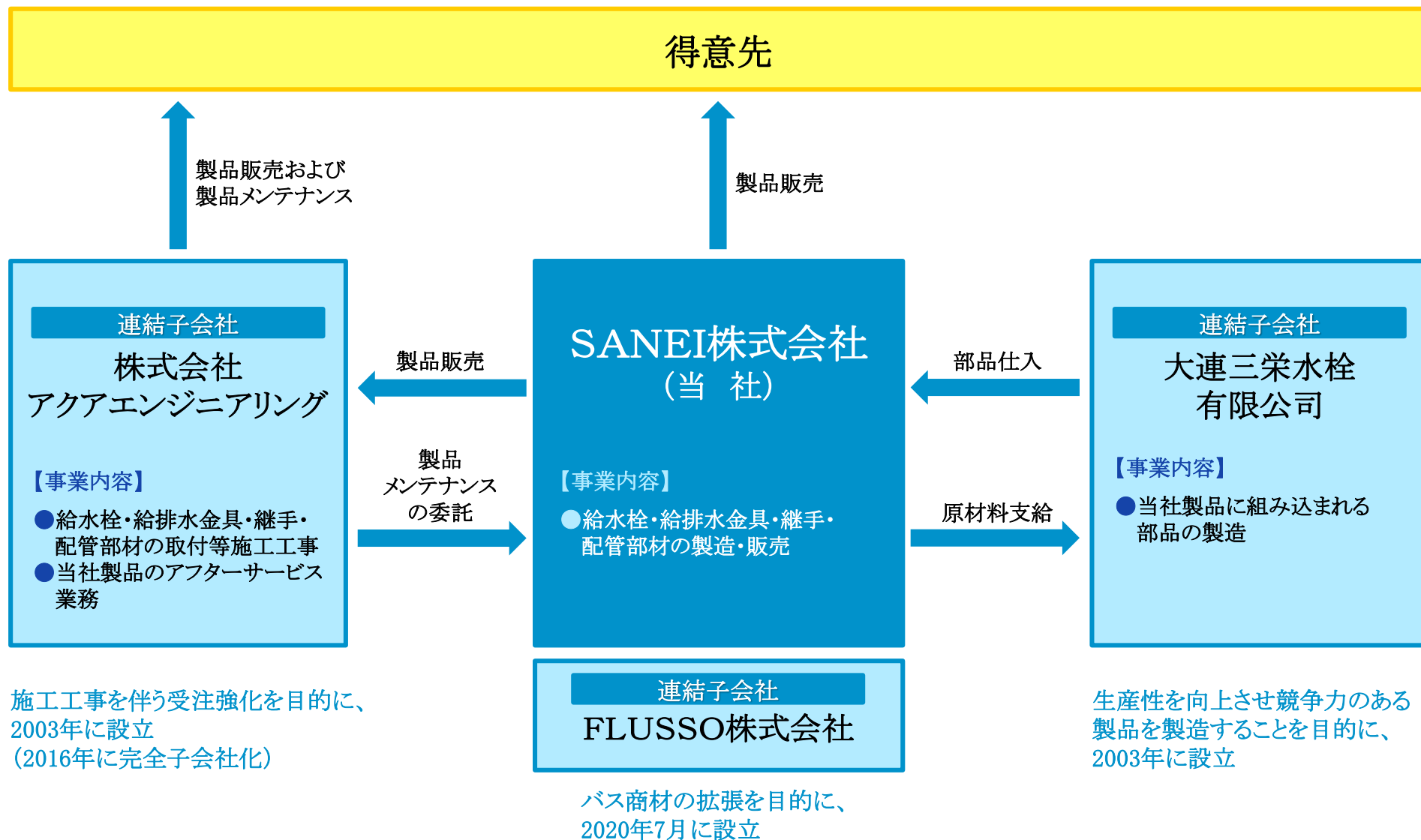
- 金型鋳造(岐阜工場)と砂型鋳造(大連工場)の両方に対応
- 加工・研磨工程ではロボットを使用した自動化を推進、組立工程ではセル生産方式を採用

大量生産モデルと小ロット多品種生産モデルに対応した効率的なオペレーション

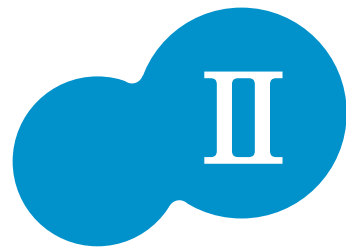


8

事業体制④ 企業集団の状況



SANEI



2021年3月期 決算

2021年3月期 トピックス

1Q

2Q

3Q

4Q

4

5

6

7

8

9

10

11

12

1

2

3

当社
上場関連4/7
上場承認
取り消し11/19
上場承認12/25
東証二部
上場1/29
業績予想
修正2/8
3Q
決算発表4/19
業績予想
修正

コロナ第1波

コロナ第2波

コロナ第3波

国内の状況

4上～5末
緊急事態宣言の発令1上～3中
緊急事態宣言の発令

◆在宅勤務者の増加

◆Go To キャンペーン開始

◆住宅展示場、ショールームの閉鎖

◆非接触型水栓への注目高まる

業界の動向

◆巣ごもり消費によるDIY需要増

◆銅相場が急激な上昇基調となる

◆学校・公共施設での水栓のレバー交換需要増

◆寒波(凍結)により配管部材の需要増

経済・業界の概況

- ◆コロナ感染拡大により、飲食業・宿泊業界を中心に企業活動の自粛
展示会の中止、ショールームの閉鎖
- ◆新設住宅着工件数は年間81万2千戸
(前年比 8.1%減)
- ◆衛生意識の高まりにより、非接触型水栓の需要が急増

売 上

- ◆非接触型(レバー型・自動水栓)を中心に、混合栓の需要が拡大
- ◆巣ごもり需要に対応したDIY商品の販売強化
(ホームセンター・ネット通販事業)
- ◆全国的な寒波により、配管部材の受注が増加
- ◆コロナ禍の影響もあり、メーカールート受注は減少

利 益

- ◆混合栓や機能・デザイン性の高い製品を中心とした商品提案による粗利率の改善
- ◆コロナ禍による営業活動の自粛、外出制限による販管費の抑制、経費削減の取り組み
- ◆上場関連費用や適用される法人税の変更による法人税等調整額の増加

2

損益の概要

(単位：百万円)

	2020年3月期		2021年3月期			
	実績	構成比	実績	構成比	増減	前年比
売上高	21,346	100.0%	22,182	100.0%	+836	+3.9%
営業利益	1,088	5.1%	1,612	7.3%	+523	+48.1%
経常利益	1,095	5.1%	1,593	7.2%	+497	+45.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	726	3.4%	1,000	4.5%	+273	+37.7%

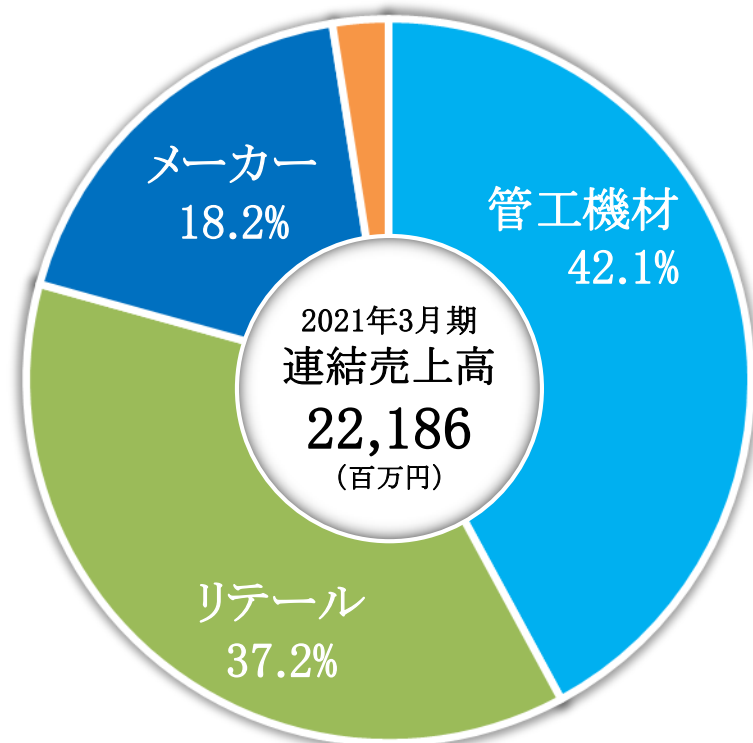
ROE (自己資本当期純利益率)	8.5%	10.3%	+1.8
EPS (1株あたり純利益)	370.69	489.93	+119.24

当期は新しい生活様式による需要増加、利益率改善の効果により増収増益を達成

3

販売ルート別の業績

(単位:百万円)



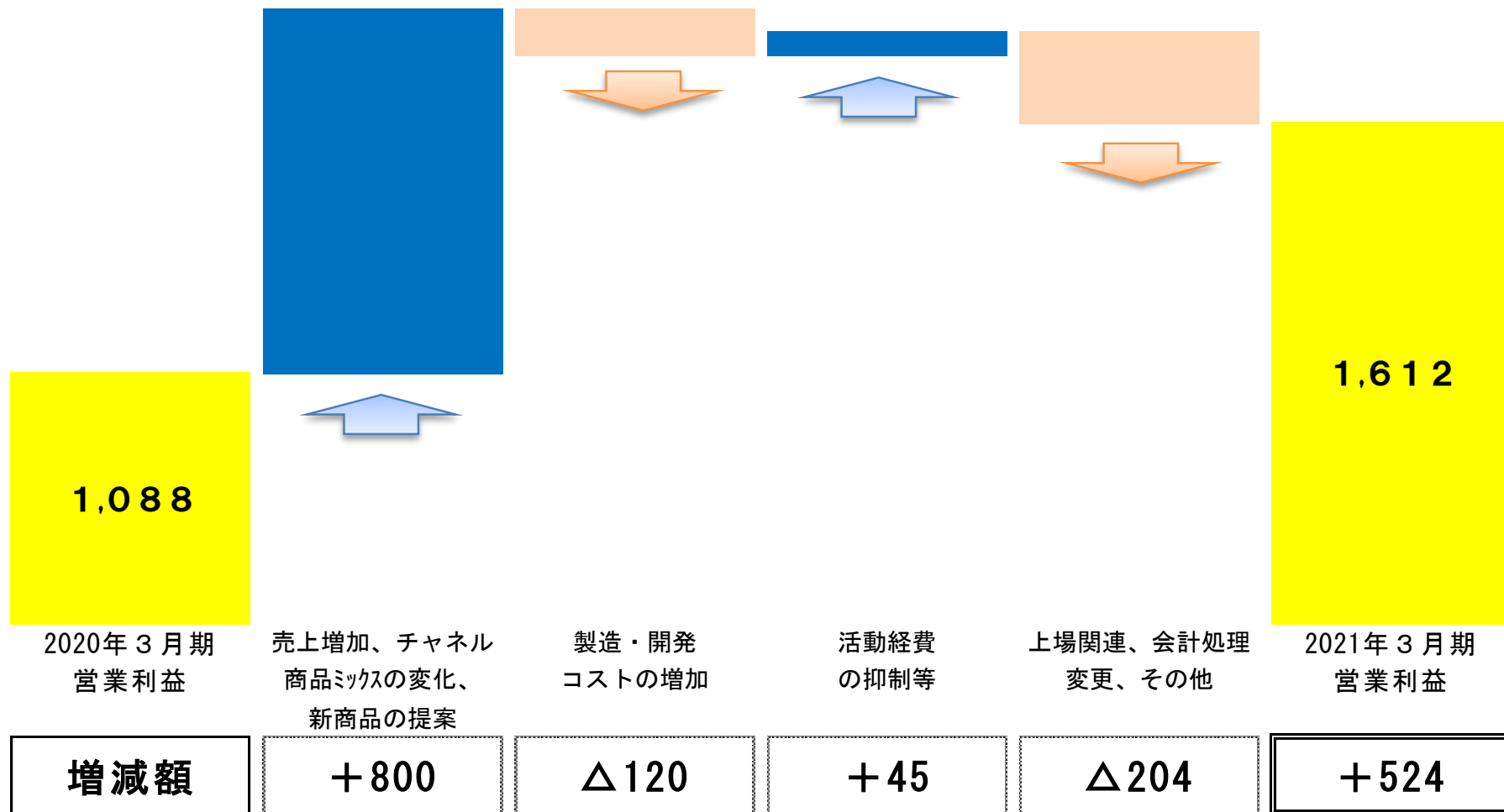
	2020年3月期		2021年3月期		
	金額	構成比	金額	構成比	前年比
管工機材 ルート	8,843	41.4%	9,347	42.1%	5.7%
リテール ルート	7,022	32.9%	8,255	37.2%	17.6%
メーカー ルート	4,940	23.1%	4,035	18.2%	△18.3%
海外 ルート・その他	539	2.5%	543	2.5%	0.9%
連結売上高	21,346	100.0%	22,182	100.0%	3.9%

管工機材：展示会等の従来の販促活動は十分に行えない中、非接触型水栓など提案型営業を積極的に実施
リテール：巣ごもり需要に対応したシャワーヘッドやシングル混合栓など販促活動、売り場提案を実施
メーカー：コロナ禍による影響もあり、受注が減少
海外、他：コロナからの経済回復が比較的早かったアジア諸国を中心に売上を確保

4

営業利益の増減要因

営業利益の増減要因(前年差異+524百万円の内訳)



5

損益の概要(まとめ)

(単位：百万円)

	2020年3月期	
	実績	構成比
売上高	21,346	100.0%
営業利益	1,088	5.1%
経常利益	1,095	5.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	726	3.4%

- ・非接触型の提案
- ・巣ごもり消費向け販促提案
- ・新商品、売り場提案
- ・寒波による凍結

- ・商品・チャネルの粗利改善
- ・活動経費の抑制等
- ・上場関連費用の発生

- ・外形標準適用による法人税等調整額の増加

2021年3月期			
実績	構成比	増減	前年比
22,182	100.0%	+836	+3.9%
1,612	7.3%	+523	+48.1%
1,593	7.2%	+497	+45.4%
1,000	4.5%	+273	+37.7%

6

連結BS(資産・負債・純資産)

(単位：百万円)

	2020年 3月期	2021年 3月期			
	金額	金額	増減	前年比	増減要因
資 産	17,878	19,459	+1,581	+8.8%	主に流動資産が増加。固定資産は横ばい。 ■ 現預金 + 約8億円 ■ 売上債権 + 約9億円 ■ 棚卸資産 △約2億円
負 債	8,983	8,959	△24	△0.3%	負債総額は横ばい。 仕入債務、有利子負債は減少。
純資産	8,894	10,500	+1,606	+18.1%	株式上場による資本金の増加 + 約7億円 当期の利益 + 約9億円

7

連結キャッシュフロー

(単位：百万円)

	2020年 3 月期
	金額
期首残高	604
営業 C F	1,164
投資 C F	△566
財務 C F	△293
その他	△14
期末残高	895



2021年 3 月期		
金額	増減	当期の増減要因
895	+291	
991	△173	税引前当期純利益は前期より約5.4億円増加したが、営業 C F による獲得は約1.7億円減少 ＜主な要因＞ ・仕入債務の減少により現金支出増 △約3.3億円 ・法人税の支払・未払消費税の増減 △約3.7億円
△570	△4	設備投資は前年並みであるが、2022年 3 月期は工場設備投資により増加見込み
390	+684	上場による資金増 + 約6.7億円
10	+24	
1,717	+822	

8

配当計画

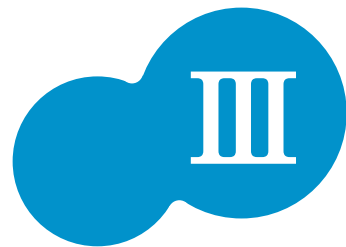
	年間配当金			配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)
	中間 円 銭	期末 円 銭	合計 円 銭		
2020年3月期	15.00	30.00	45.00	88百万円	12.1%
2021年3月期	30.00	45.00	75.00	161百万円	15.3%
2022年3月期 (予想)	45.00	45.00	90.00	206百万円	18.7%

◆ 2021年3月期 期末配当金の内訳は、普通配当 30円00銭・記念配当15円00銭となっております。

(注) 当社は2020年1月2日を効力発生日として、普通株式1株につき10株の株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株あたり配当額を算定しております。

中長期的には配当性向は20%を目標にまいります

SANEI



2022年3月期 計画

1

それから(2022年3月期の取り組み)

人々の安心安全を守り、より快適で新しい生活スタイルのあるべき姿を可視化する事が、私たちSANEIの取り組むべき課題であると考え、その実現に向けて取り組んでいます。

社会・市場の動向

- 新型コロナウイルス感染症の影響は当面続く
- 住宅着工の動向は不透明だが、住宅に求められるウイルス対策への要望は高い（空調・水まわり）
- 大規模な開発プロジェクト、大阪万博、I R 事業インバウンド需要の再開
- C O 2 削減、環境配慮、多様性の社会への対応

ライフスタイルの変化

- テレワーク拡大による働き方の変化
⇒在宅時間の増加・郊外への移住
- 衛生意識の高まり
- 多様な価値観、生活スタイル

SANEIの取り組み

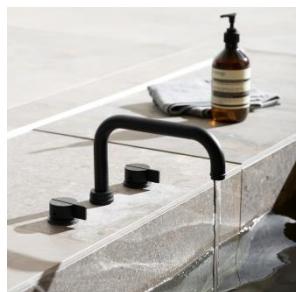
- ① 非住宅市場（オフィスビル、ホテル、公共設備）
 - ・水まわり空間をトータルに提案する事業展開
- ② 住宅市場
 - ・ウイルス対策提案（玄関手洗い、非接触水栓）
 - ・快適さやデザイン性を追求した水まわりシーンの提案
- ③ 新商品・技術
 - ・電子制御技術（ワイヤレスセンサー、音声認識など）
 - ・機能性とデザイン性の両立（ウルトラファインバブルなど）
- ④ 生産体制の強化
 - ・生産設備投資による品質向上とコストダウン
 - ・海外調達のリスクヘッジ（国内生産協力会社との連携強化）
- ⑤ 企業体制の強化、環境保全活動の推進
 - ・内部統制、情報開示、コンプライアンス遵守をより強化し経営の健全性・透明性の確保
 - ・働き方改革、人材の多様化により組織力の強化
 - ・I T 拡充による業務の合理化を推進
 - ・自然や地域環境に配慮した環境保全活動の推進

2

それから(商品のご紹介)

①非住宅市場

デザイン水栓を中心とした空間提案



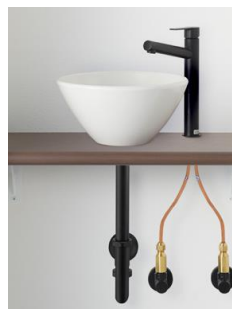
デザイン水栓



FULSSOバスタブ

②住宅市場

ウイルス対策提案



玄関手洗い



センサー水栓



③新製品・技術

電子技術のさらなる探求



ボディタッチ水栓



音声認識式水栓



ワイヤレス式水栓

ワイヤレス式
センサー水栓

タッチ式操作パネル



タッチ操作水栓

機能とデザイン



ウルトラファインバブル製品



ordina+



いちりん



ラクナール



2022年3月期業績予想

(単位：百万円)

	2021年3月期		2022年3月期予想			
	実績	構成比	計画	構成比	増減	前年比
売上高	22,182	100.0%	23,200	100.0%	+1,018	+4.6%
営業利益	1,612	7.3%	1,650	7.1%	+38	+2.4%
経常利益	1,593	7.2%	1,630	7.0%	+37	+2.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,000	4.5%	1,100	4.7%	+100	+10.0%

「ALWAYS WITH JOY」

SANEI

SANEI 株式会社
<https://www.sanei.ltd/>

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。