

2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

1. トップメッセージ
2. 業績ハイライト
3. 今後の取組み
4. 株主還元
5. トピック
6. 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）

代表取締役 社長執行役員に松井 優樹が就任いたしました。

平素よりSANEIをご支援いただき、誠にありがとうございます。

世界では地政学的リスクの高まりや資源価格の変動、急速な技術革新などにより、企業を取り巻く環境はこれまで以上に不確実性を増しています。また、国内においても人口減少や価値観の多様化が進み、企業には従来以上に変化への対応力が求められています。

そのような環境の中にあっても、私たちSANEIは創業以来培ってきた「日々最善」の精神を大切にしながら、変化を成長の機会と捉え、新たな価値創造に挑戦し続けてまいります。私たちが事業を通じて向き合っているのは、人々の暮らしに欠かすことのできない「水」です。水は毎日の生活の中で当たり前存在するものですが、その水と人との接点には、快適さや安心、心地よさ、そして豊かさを生み出す大きな可能性があります。

SANEIは単に製品を提供する企業ではなく、水と人との接点に新たな価値を創造する企業でありたいと考えています。

その実現のためには、お客様はもちろん、仕入先様や販売店様をはじめとする多くのパートナーの皆様との信頼関係が欠かせません。私たちはこれからも共に成長し、共に価値を創造する姿勢を大切にしていまいります。

また、企業価値の源泉は人であると考えています。社員一人ひとりが誇りを持って働き、自ら考え、挑戦し続けることができる組織づくりにも力を注いでまいります。

これからも持続的な成長と企業価値の向上を目指し、株主・投資家の皆様のご期待に応えられるよう努めてまいります。

今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



代表取締役 社長執行役員
松井 優樹

当異動に伴い、代表取締役社長の西岡は代表取締役会長に、代表取締役副社長の吉川は代表取締役副会長へ異動いたしました。

■ 増収も利益は前年比マイナス

外部要因に伴う不確実性の高い状況が続くなかで、売上高は昨年同期比104%達成
純利益は前年比△49.1%と大幅減益となったが、価格改定や高付加価値製品の販売を推進

1Q売上高
7,392百万円

前年比：104.0%
前年差：282百万円

1Q営業利益
137百万円

前年比：△44.9%
前年差：△111百万円

1Q当期純利益
78百万円

前年比：△49.1%
前年差：△75百万円

PBR
0.67倍

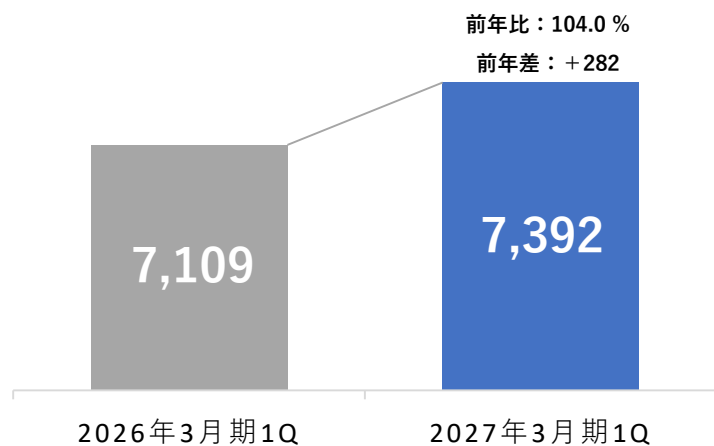
PER：8.0倍
ROE：8.4%

- ・ 新製品やウルトラファインバブル製品、デザイン性を備えた高付加価値製品の販売拡大により増収確保。
- ・ 利益面では、銅や樹脂価格の高騰による原材料価格の高騰が収益を圧迫。調達最適化や生産ライン自動化、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収益力の向上を目指す。

■ 増収も利益は前年比マイナス

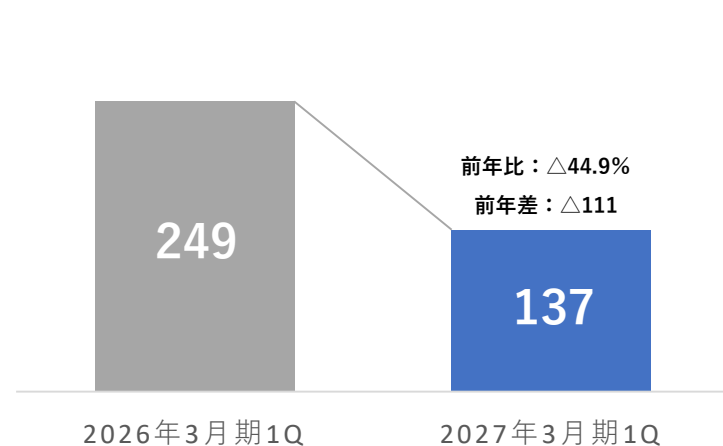
売上高

百万円



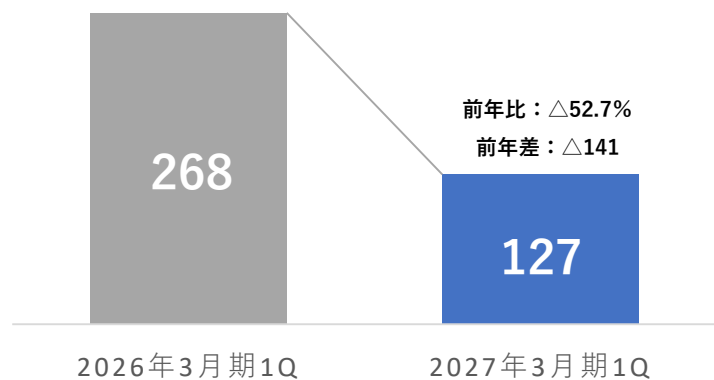
営業利益

百万円



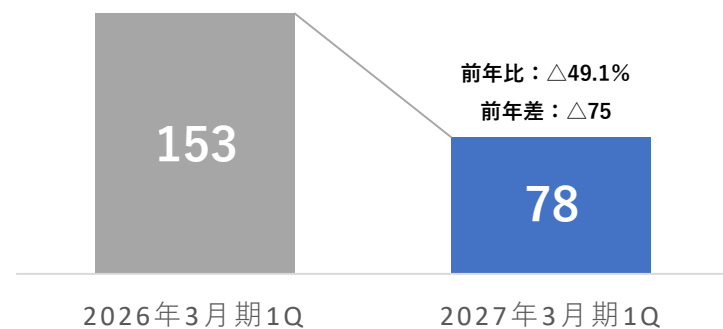
経常利益

百万円



親会社株主に帰属する当期純利益

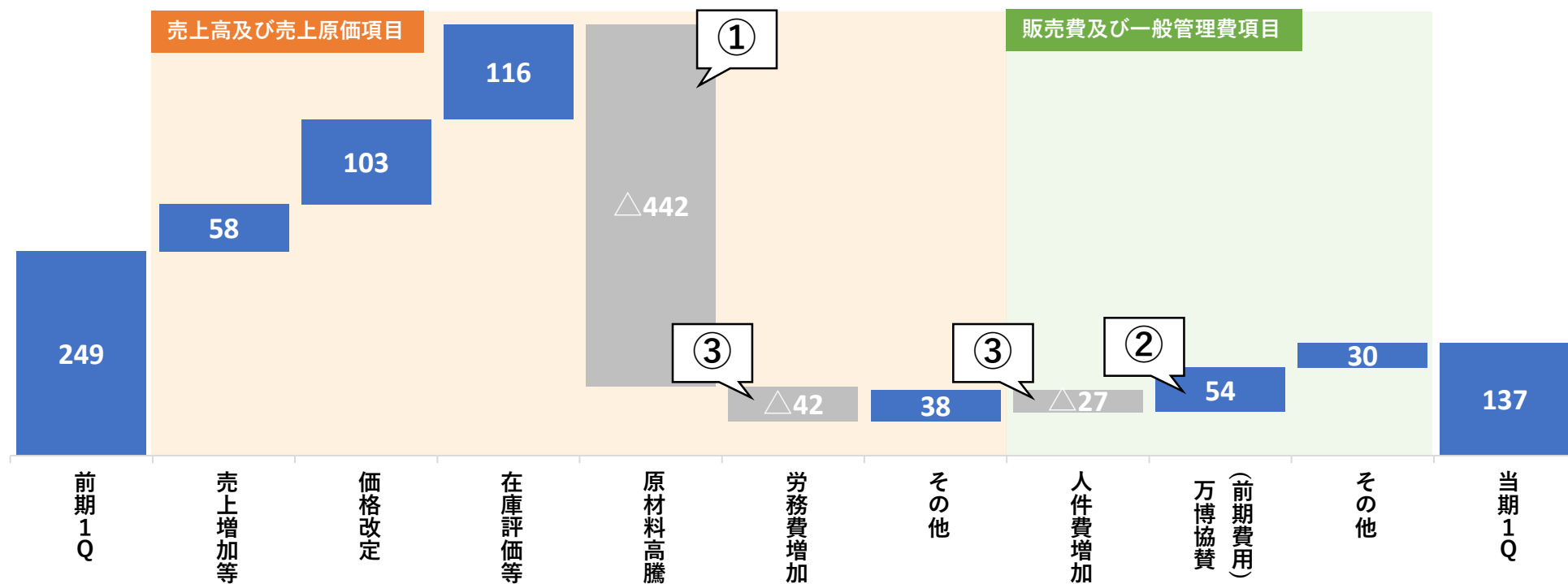
百万円



原材料価格の高騰に伴う利益の押し下げ

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。

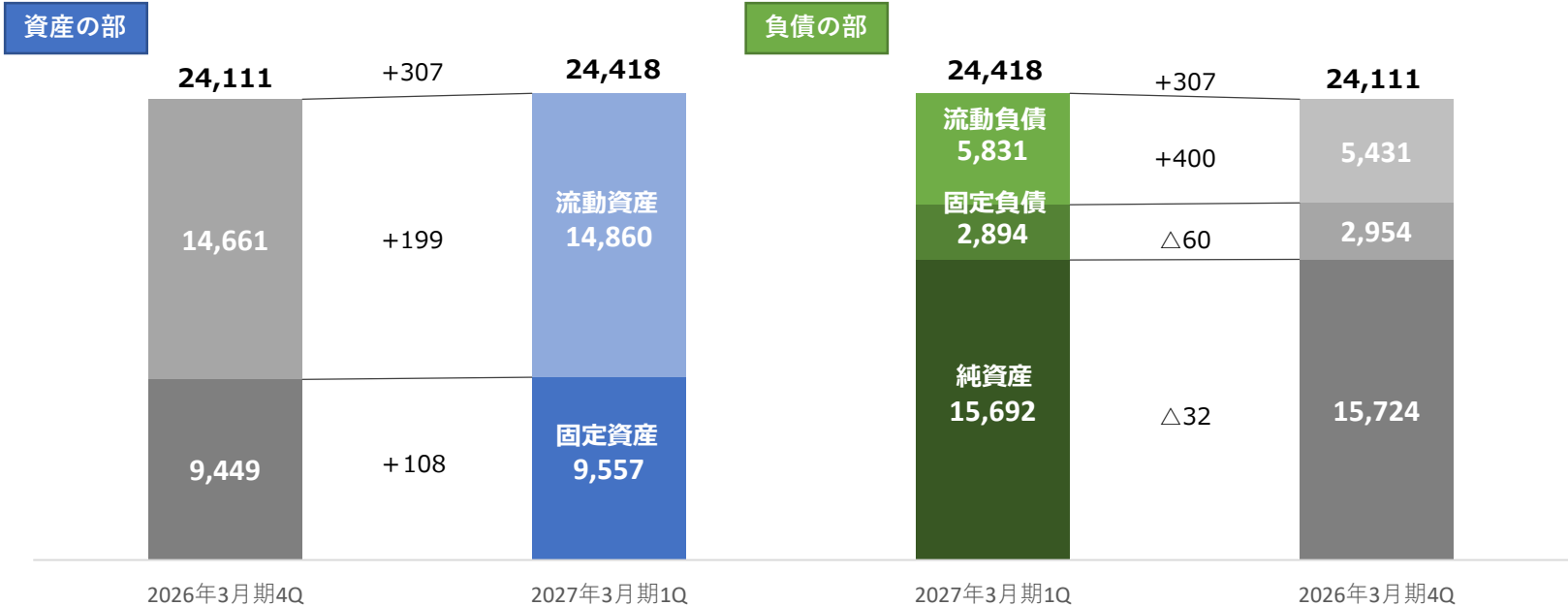
価格改定を6月から実施したため、1Q時点では材料高騰分のマイナスを吸収できなかった。

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。

原材料価格の高騰などにより仕入債務が増加

貸借対照表 百万円



主な変動要因

流動資産	・ 売上債権	△213	流動負債	・ 仕入債務	+829
	・ 商品及び製品	+223		・ 未払法人税等	△229
	・ 原材料及び貯蔵品	+243		・ 賞与引当金	△173
固定資産			固定負債	・ 長期借入金	△79
			純資産	・ 当期純利益	+78
				・ 剰余金の配当	△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

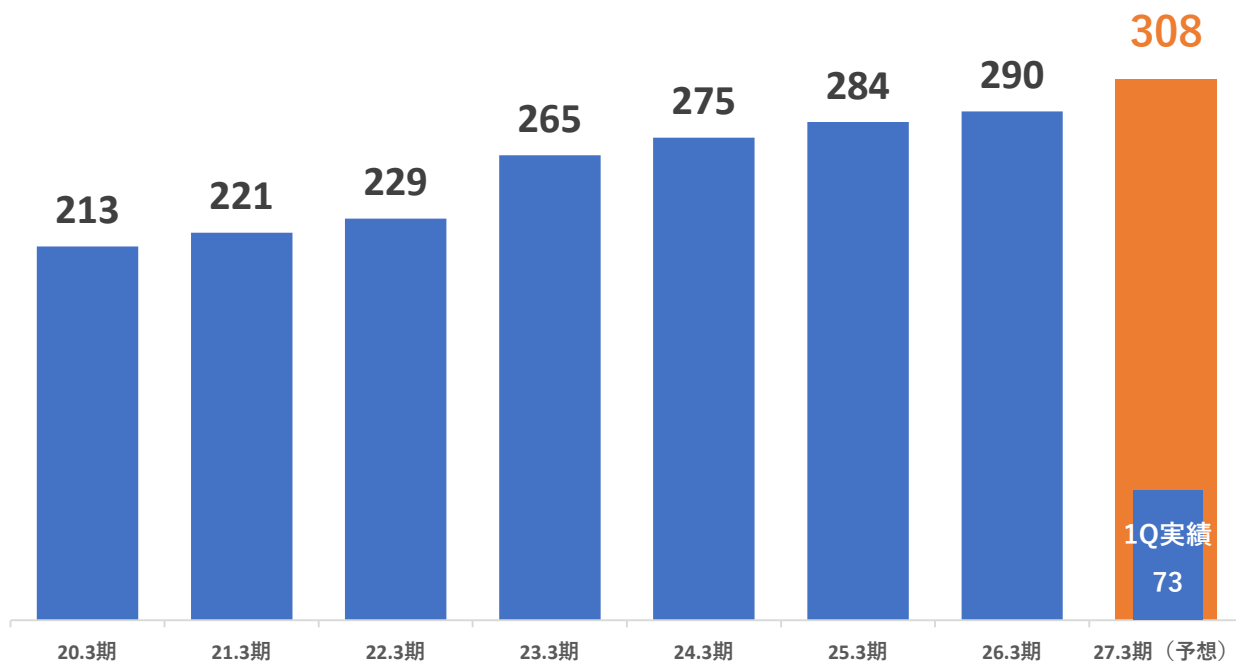
販売ルート

ルート	売上 (前期比)	動向
管工機材 (設備)	▲	デザイン水栓や機能性の高い水栓をはじめとした高付加価値製品の売上が堅調に推移。
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。 自動水栓をはじめとした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)	▲	海外ルートの売上は堅調に推移。 その他の関連事業は前年をわずかに下回る水準で推移。

7期連続で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



住宅着工件数が減り原材料価格が高騰する逆風下で、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高騰に対し、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。

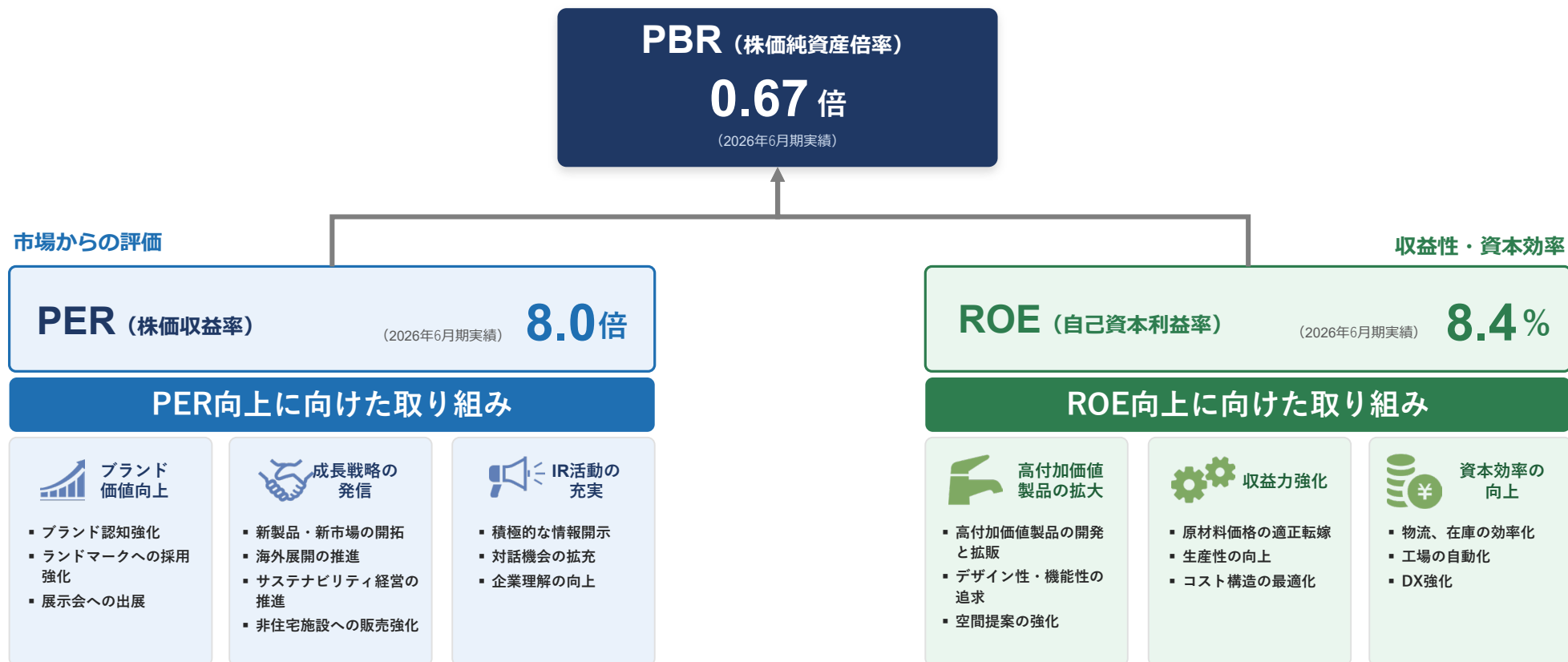
継続的な株主価値向上

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。

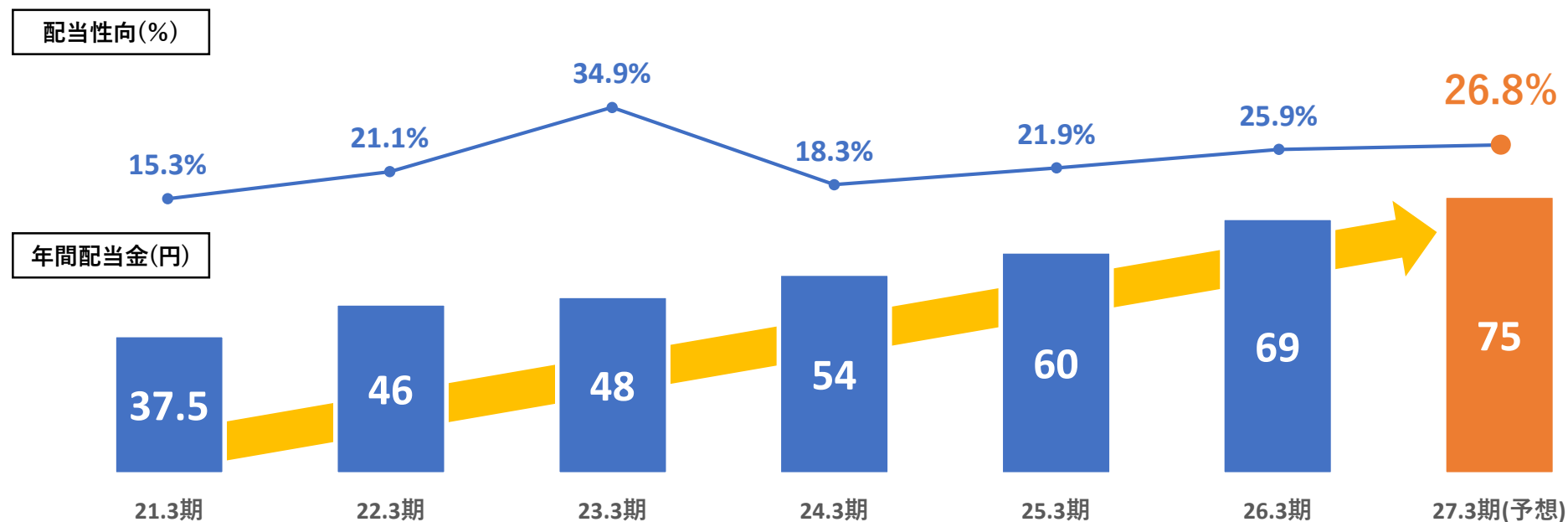
$$\text{PBR} = \text{PER} \times \text{ROE}$$

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）



年間配当金と配当性向

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26.8%を見込んでいます。今後も利益成長とのバランスを図り、持続的な株主還元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。

新役員人事に関するご報告

2026年6月23日開催の定時株主総会と臨時取締役会で、新役員人事を下記の通り決議いたしました。

変更点：太字黒下線

氏名	新役職	旧役職
西岡 利明	代表取締役 会長	代表取締役 社長
吉川 正弘	代表取締役 副会長	代表取締役 副社長
松井 優樹	代表取締役 社長執行役員	取締役 執行役員 営業統括本部長 兼 B&D本部長
新田 裕二	取締役 専務執行役員 コーポレート本部長 兼 購買本部長	常務取締役 執行役員 コーポレート本部長 兼 購買本部長
早川 徹	取締役 執行役員 ものづくり本部長	取締役 執行役員 ものづくり本部長
丸川 達也	取締役 執行役員 開発本部長	取締役 執行役員 開発本部長
瀧 勝巳	社外取締役	社外取締役
永山 祐子	社外取締役	社外取締役
浜崎 洋一	常勤監査役	—
松井 浩一	社外監査役	社外監査役
大原 信子	社外監査役	社外監査役
村松 栄	執行役員 営業統括本部長	執行役員 リテール事業本部長
菊池 吉純	執行役員 国際事業本部長	執行役員 国際事業本部長

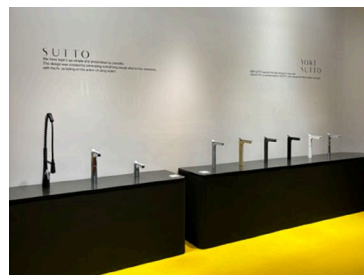
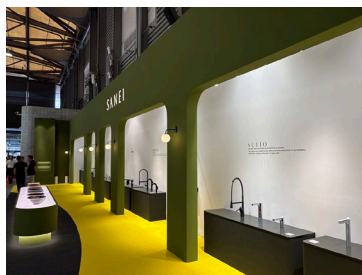
岸田敏雄は2026年6月23日をもちまして常勤監査役を退任いたしました。
在任中に賜りましたご厚情とご支援に対し、心より御礼申し上げます。

Kitchen & Bath China 2026に出展

2026年5月26日～29日に上海で開催された「Kitchen & Bath China 2026」に出展いたしました。



展示会では、水栓のsaneiブランドから「MONOTON」「SUTTO」「cye」シリーズや信楽焼の洗面ボウルなどを展示、お越しいただいた皆様より好評いただきました。



2026年カタログ掲載の新商品について

5月に新たな総合カタログを発刊。新たにウルトラファインバブル製品を多数掲載いたしました。



5月に新カタログを発刊いたしました。今期も水まわりに関する約6,000点の商材を掲載しております。今期はウルトラファインバブル搭載の水栓「IENI」シリーズやシャワーヘッド「RAINY」シリーズの新製品を掲載。より良い空間価値を皆様に提供いたします。



今期のカタログは、プロテアの花がモチーフ。プロテアの花は姿を自由に変えられる海神「プロテウス」に由来します。どんな環境にも適用し、姿を変えながら「常に進化し続ける」というメッセージを込めております。今年のテーマはEVOLVE。SANEIもまた十人十色、様々なお客様へ空間や商材価値を提案する企業として、常に時代に適応し、先駆けの第一人者として今後も邁進いたします。

■ 報告会および対談イベントを開催

7月24日にVERSE・FLUSSOショールームにて、海外デザインイベント報告会と対談イベントを、開催いたしました。



VERSE・FLUSSOショールームにてイベントを実施。
第一部ではデンマーク・イタリアにて開催されました
「3daysofdesign」と「Milano Salone 2026」の現地調査に基づく視察報告会、第二部では瀧社外取締役と永山社外取締役による対談を実施いたしました。
SANEIは商品売るだけの会社ではなく、製品・水まわりへの新しい観点、発想を提供する会社として今後もイベント等へ取り組んでまいります。

B&D本部を設立いたしました。

2026年の組織変更に伴い、B&D本部を新設するとともに、西麻布オフィスを開設いたしました。



B&D本部は、高付加価値製品の創出に不可欠な「ブランディング」「デザイン力」「企画力」を経営の中枢に据え、戦略的に推進するために新設した組織です。

従来の企画・営業・広報などの機能を横断的に統合し、市場理解から商品企画、情報発信までを一気通貫で担うことで、意思決定の迅速化と市場ニーズへの対応力向上を実現します。新組織の発足にあわせ、西麻布に新オフィスを開設しました。

沿革

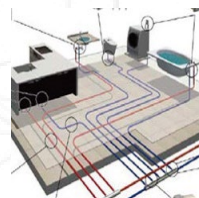
「点」としての始まり



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。



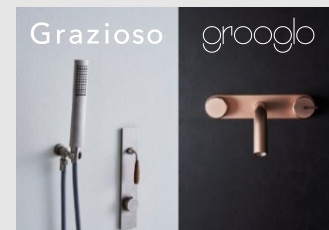
2024

【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「red dot」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。

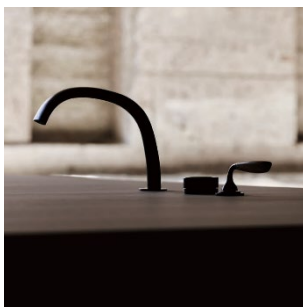
水栓を中心としたブランド

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。



S A N E I

[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



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**
ウルトラファインバ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の提案
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**
新たな販路。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

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。



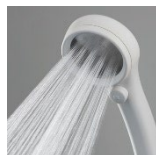
社会と共生する

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



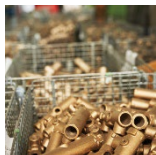
環境配慮活動

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。



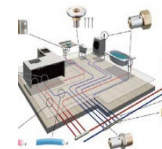
ムダにしないものづくり

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。



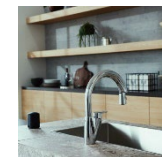
メーターから給水栓まで

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。



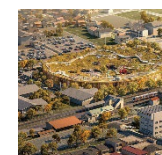
建築・デザインイベント協賛

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
くりにも貢献しています。

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。