

株式会社サンゲツ
**2026年3月期 第2四半期（中間期）
決算・経営戦略説明会**

2025年11月26日

代表取締役 社長執行役員 近藤 康正

証券コード：8130
(東証プライム・名証プレミア)

目次

1.

**2026年3月期 第2四半期（中間期）
決算概況**

p. 3～19

2.

2026年3月期 業績予想

p.20～24

3.

**中期経営計画(2023-2025)
【BX 2025】進捗状況**

p.25～38

4.

**中期経営計画(2023-2025)
【BX 2025】進捗状況 -定量目標-**
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
(開示アップデート)

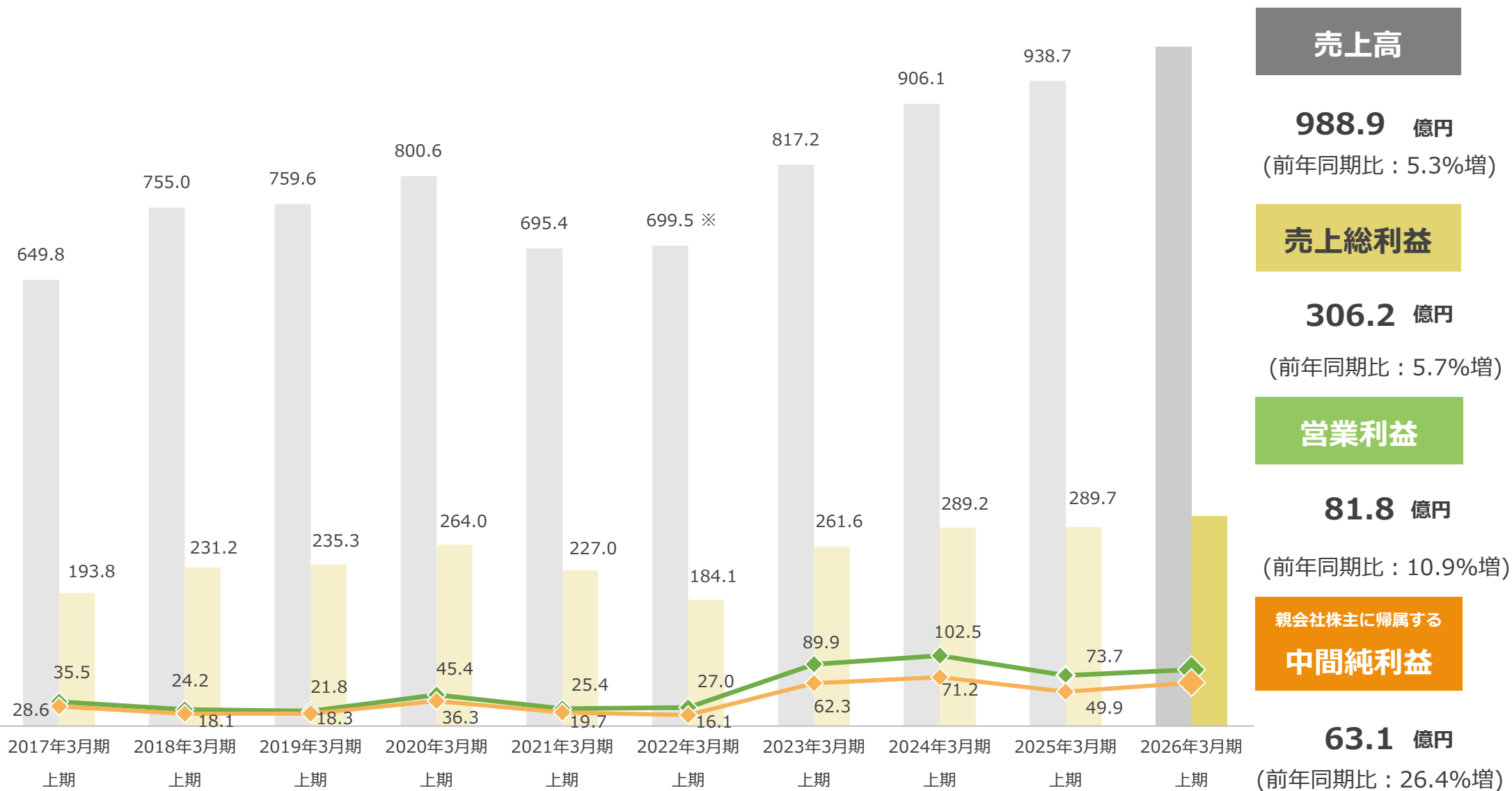
p.40～45

1. 2026年3月期第2四半期（中間期） 決算概況

連結損益計算書

	2025年3月期 第2四半期(中間期)	2026年3月期 第2四半期(中間期)				(億円、%)
	実績	実績	前年同期比	上期予想 5月公表	達成率	
売上高	938.7	988.9	+50.1 (+5.3%)	990.0	99.9%	
売上総利益	289.7	306.2	+16.4 (+5.7%)	307.0	99.7%	
(利益率)	(30.9%)	(31.0%)	-	(31.0%)	-	
販売費及び 一般管理費	215.9	224.3	+8.3 (+3.9%)	233.0	96.3%	
営業利益	73.7	81.8	+8.0 (+10.9%)	74.0	110.6%	
(利益率)	(7.9%)	(8.3%)	-	(7.5%)	-	
経常利益	76.0	85.2	+9.1 (+12.1%)	76.5	111.5%	
親会社株主に帰属する 中間純利益	49.9	63.1	+13.1 (+26.4%)	51.0	123.8%	

連結売上高・売上総利益・営業利益・中間純利益の推移



2026年3月期 第2四半期(中間期)決算のポイント

■ 連結業績

- ・ 売上高は過去最高を更新、各利益はいずれも前年同期比増加、増収増益の着地
- ・ 海外セグメントは、第2四半期においても着実に進捗し、売上伸長および損益改善(赤字縮小)
- ・ 上期予想に対しては、海外セグメントの伸長等により売上高は計画並みの着地。各セグメントのコストコントロール、および海外セグメントは総利益率の改善も寄与し、利益は上振れ着地
- ・ 一過性の利益(特別利益)として、米国のグループ会社において、過去に発生した新型コロナウイルス感染症の影響下での雇用維持による助成金収入、約4億円を計上

■ 国内インテリアセグメント

- ・ 新築住宅をはじめとして市場は想定以上に低迷しており、壁紙販売数量は前年同期比減少
なお、他社に先行して実施した価格改定等によるシェアへの影響は限定的と判断
- ・ 主力仕入先工場火災事故の影響および供給再開は、概ね計画通りに進捗。販売面においては下期を中心に計画通りの回復を見込む
- ・ 上記要因および仕入れコスト上昇の影響を、価格改定、中型商品(高付加価値商品)※の販促等により吸収。前年同期比で売上高はほぼ横ばい、営業利益は増加

2026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

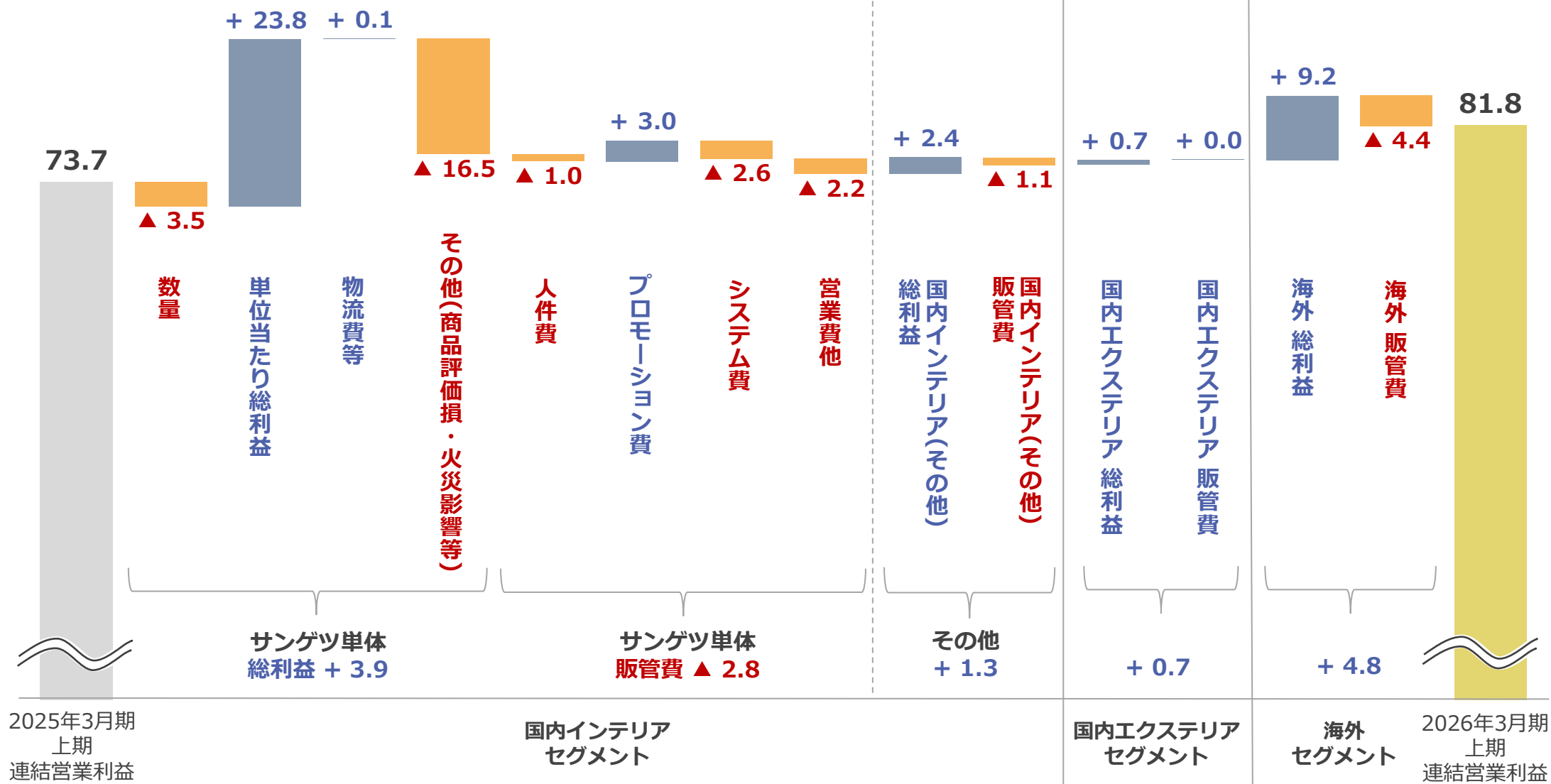
- ・ 同セグメントの中核事業会社であるサングリーンは、事業環境が厳しい中、販売価格の上昇や、2024年に立ち上げた関東2拠点での売上伸長等により、前年同期比で売上高は増加
- ・ 売上総利益の増加、販管費コントロールにより、2026年3月期第1四半期に比べても利益拡大

■海外セグメント

- ・ 北米では成長戦略が加速し、主力のホテル市場に加えオフィスや商業施設等での拡販も進み、また、製造工程での生産性改善が寄与し、増収増益
- ・ 東南アジアでは、インテリア商品卸売事業の売上伸長、設計・施工を事業領域とするD'Perception Pte Ltdのグループ会社化に伴う売上寄与により売上高は増加
全体では赤字継続も、構造改革、企業体質の強化が着実に進む
- ・ 中国・香港では、引き続き事業環境が厳しい中、組織再編やコストの適正化により、前年同期比で赤字幅は縮小

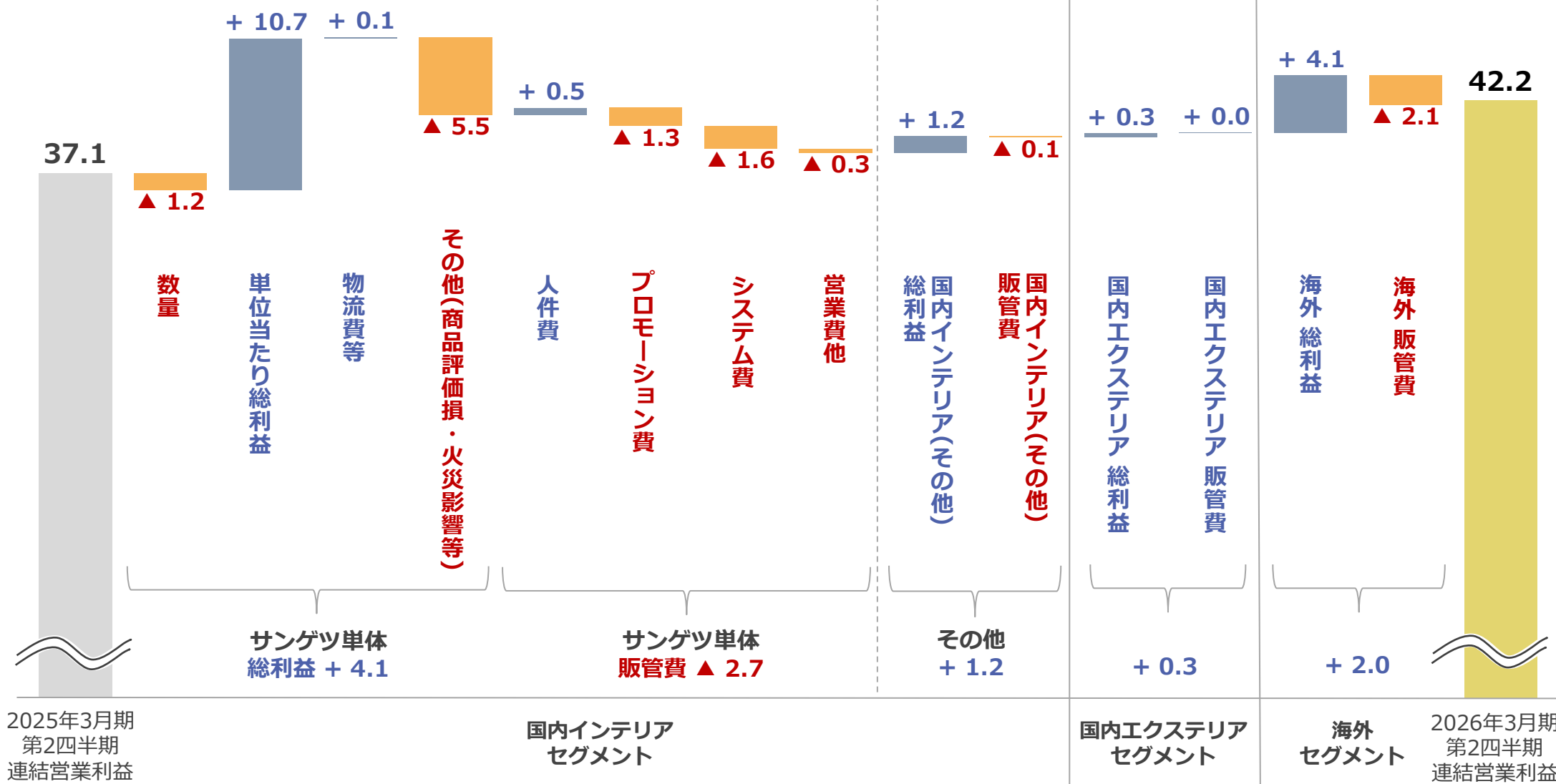
連結営業利益増減(前年同期比 4-9月)

(億円)



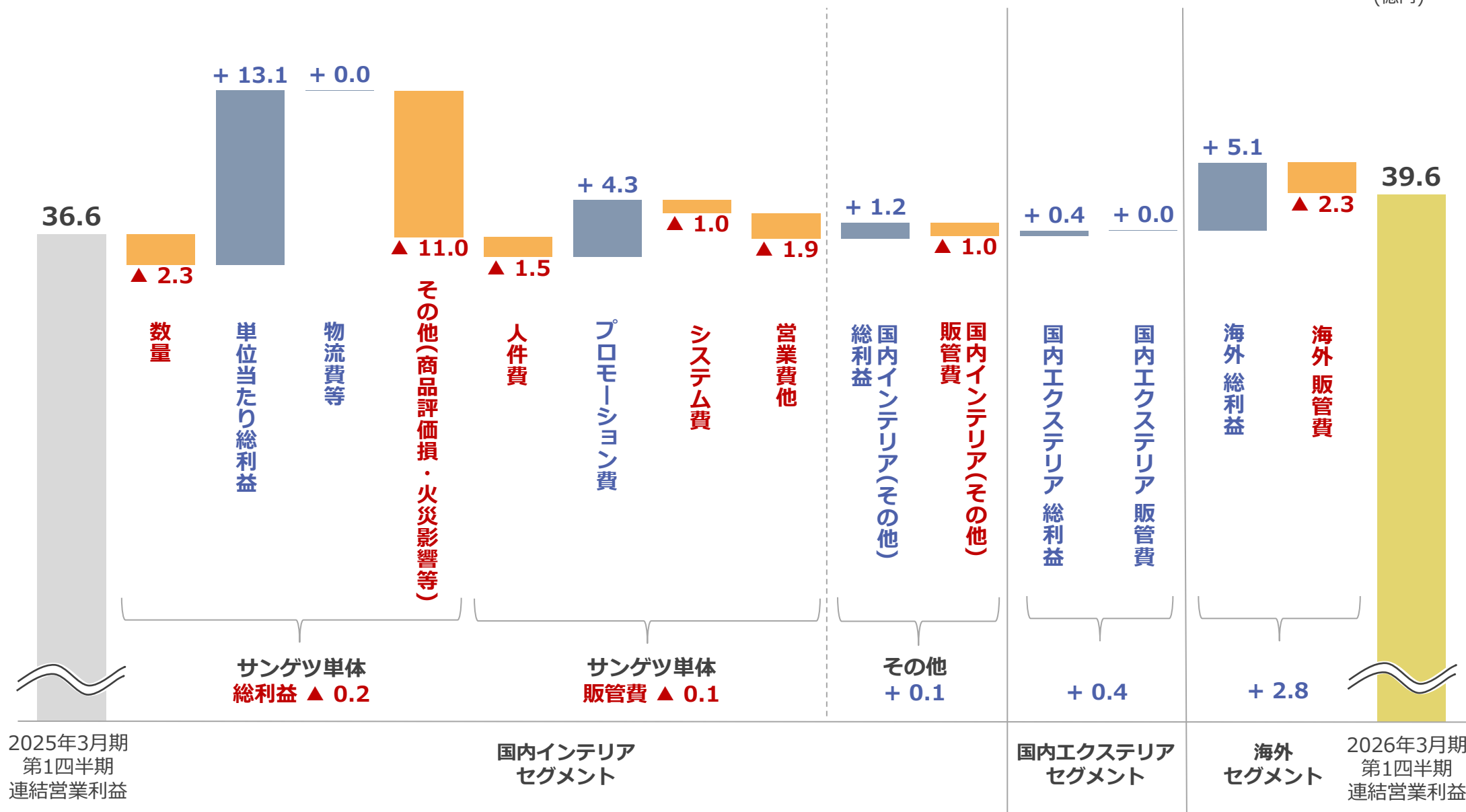
連結営業利益増減(前年同期比 7-9月)

(億円)



連結営業利益増減(前年同期比 4-6月)

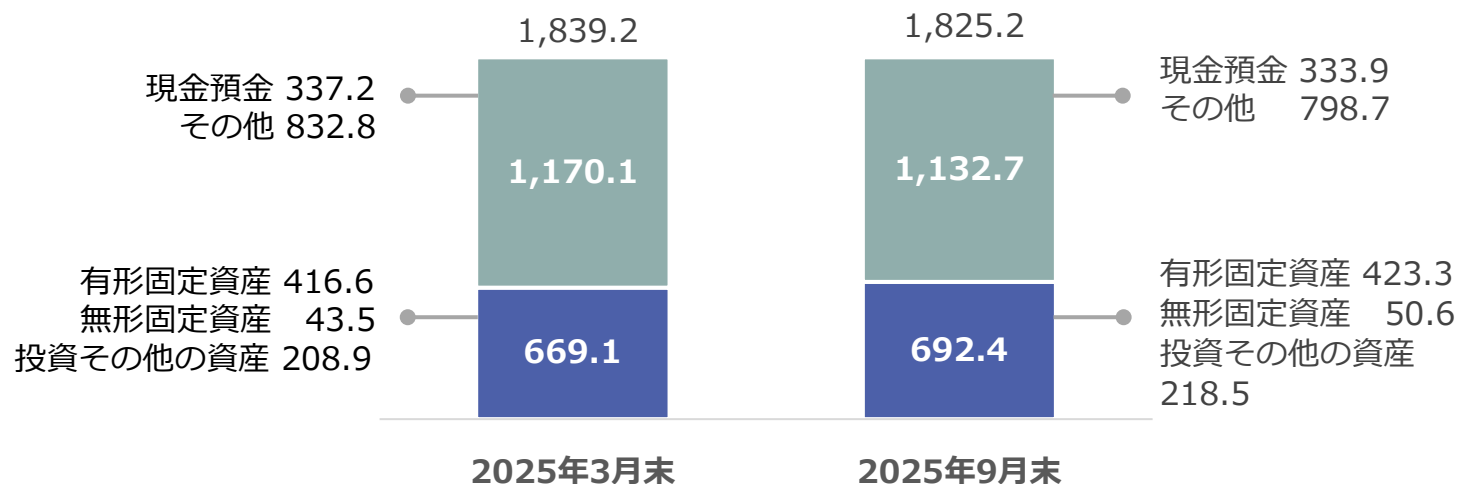
(億円)



連結貸借対照表

資産合計

(億円)

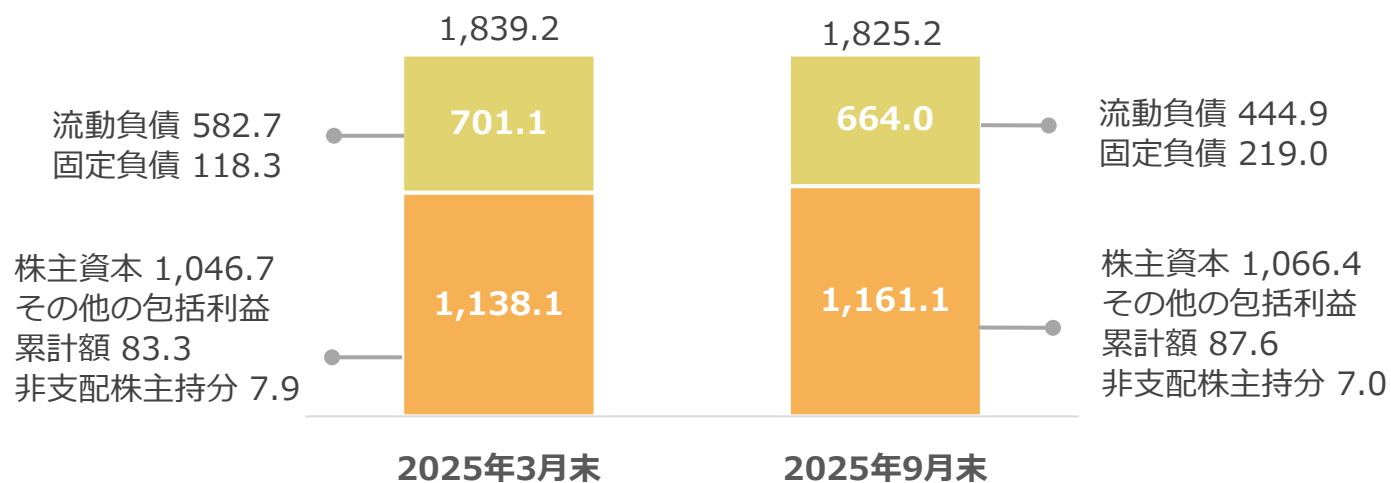


主な増減要因 2025年3月末比

- 流動資産
 - 商品及び製品 +8.9
 - 売上債権及び契約資産 ▲42.7
- 固定資産
 - 有形固定資産 +6.6
 - 無形固定資産 +7.0
 - 投資その他資産 +9.6

負債・純資産合計

(億円)



主な増減要因 2025年3月末比

- 負債
 - 短期借入金 ▲70.3
 - 電子記録債務 ▲38.2
 - 長期借入金 +100.0
- 純資産
 - 利益剰余金 +19.0
 - その他有価証券評価差額金+11.3

連結キャッシュ・フロー計算書

(億円)

■ 営業キャッシュ・フロー

56.6

- 税金等調整前中間純利益
- 減価償却費
- 売上債権及び契約資産の増減額
- 仕入債務の増減額
- 法人税等の支払額

89.5
19.9
+41.7
▲38.1
▲27.9

■ 投資キャッシュ・フロー

▲50.0

- 定期預金の預入による支出
- 有形固定資産の取得による支出
- 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出

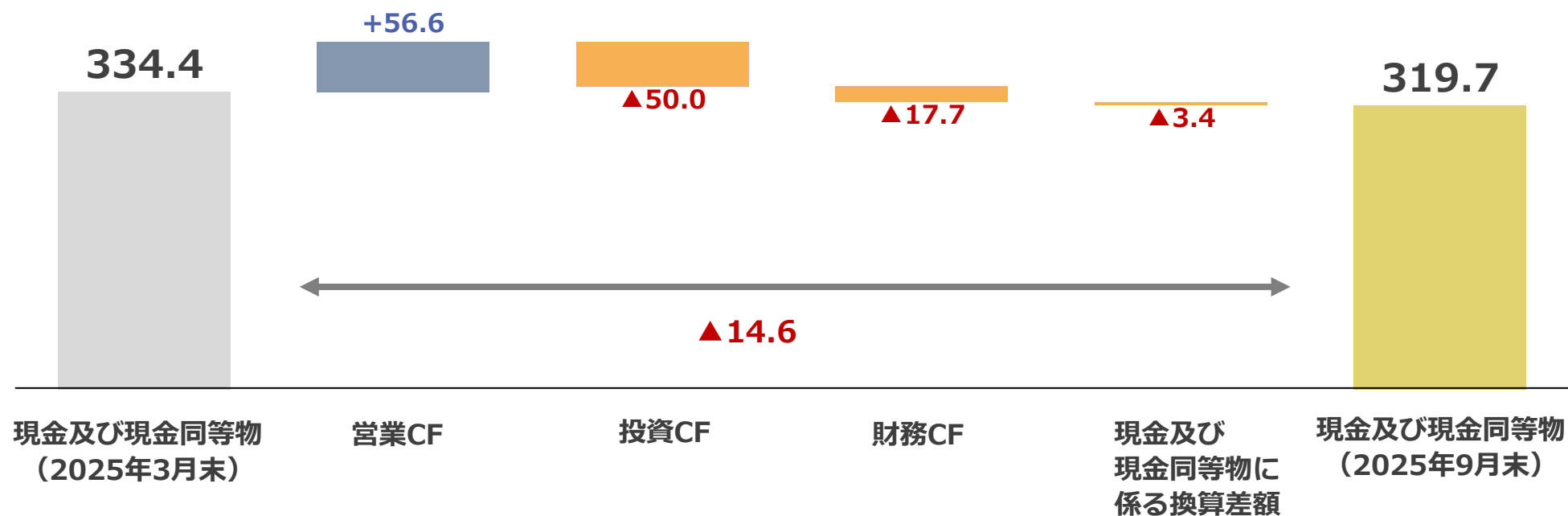
▲11.3
▲27.9
▲8.3

■ 財務キャッシュ・フロー

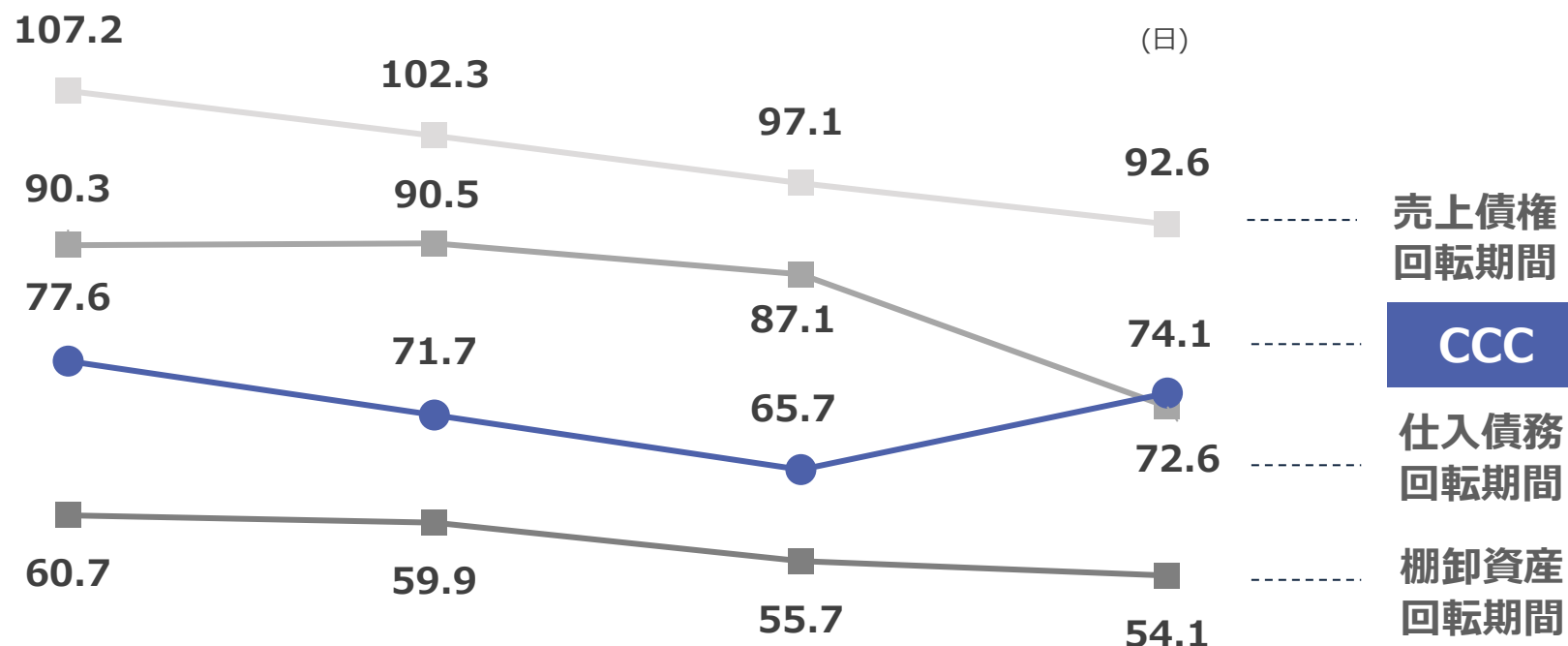
▲17.7

- 借入金が増減額
- 配当金の支払額

+29.0
▲44.0



連結Cash Conversion Cycle



	2023年3月期 上期 (9月末)	2024年3月期 上期 (9月末)	2025年3月期 上期 (9月末)	2026年3月期 上期 (9月末)
売上債権回転期間	107.2	102.3	97.1	92.6
仕入債務回転期間	90.3	90.5	87.1	72.6
棚卸資産回転期間	60.7	59.9	55.7	54.1
CCC	77.6	71.7	65.7	74.1

【BX 2025】
目標:70日

セグメント別売上高・営業利益

	2025年3月期 第2四半期(中間期)	2026年3月期 第2四半期(中間期)			
	実績	実績	前年同期比	上期予想 5月公表	(億円、%) 達成率
国内インテリアセグメント 売上高	778.1	780.1	+1.9 (+0.3%)	784.0	99.5%
壁装ユニット	377.6	393.4	+15.8 (+4.2%)	-	-
床材ユニット	277.3	258.6	▲18.7 (▲6.8%)	-	-
ファブリックユニット	44.6	48.2	+3.6 (+8.1%)	-	-
施工・その他	78.3	79.7	+1.3 (+1.7%)	-	-
営業利益	80.0	82.5	+2.4 (+3.1%)	75.5	109.3%
国内エクステリアセグメント 売上高	31.3	33.8	+2.4 (+7.7%)	37.0	91.4%
営業利益	▲0.4	0.3	+0.7 (-)	0.0	-
海外セグメント 売上高	129.3	175.0	+45.6 (+35.3%)	169.0	103.6%
営業利益	▲5.8	▲1.0	+4.8 (-)	▲1.5	-
セグメント間取引調整(売上高)	▲0.1	▲0.0	+0.0(-)	-	-
セグメント間取引調整(営業利益)	0.0	0.0	+0.0(+12.4%)	-	-
連結売上高	938.7	988.9	+50.1 (+5.3%)	990.0	99.9%
連結営業利益	73.7	81.8	+8.0 (+10.9%)	74.0	110.6%

国内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 前年同期比

新設住宅着工戸数

新設住宅着工床面積

1~9月	▲8.0%	1~9月	▲7.9%
4~9月	▲17.4%	4~9月	▲17.6%

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（受注高）

前年同期比（2025年4～6月）

住宅合計	▲2.2%
戸建て	▲5.0%
共同住宅	▲1.0%

新築

民間非居住建築物着工床面積

（使途別、倉庫・工場を除く）前年同期比

2025年度	1~9月	▲5.4%
	4~9月	▲2.5%
2024年度 (4~3月)		▲10.2%
2023年度 (4~3月)		▲9.0%
2022年度 (4~3月)		▲6.5%

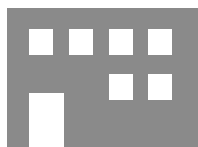
リニューアル

建築物リフォーム・リニューアル調査（受注高）

前年同期比（2025年4～6月）

非住宅合計	+12.0%
事務所	+14.2%
飲食	▲8.4%
物販	+26.6%
医療	▲6.1%
宿泊	+34.6%
福祉	+40.7%

非住宅市場



国内インテリアセグメント 壁装材・床材売上状況

壁装材

2026年3月期 上期
壁装ユニット売上高

393.4億円
(前年同期比+4.2%)

当社出荷数量
前年同期比

(2026年3月期 4-9月)

▲3.7%

床材

2026年3月期 上期
床材ユニット売上高

258.6億円
(前年同期比▲6.8%)

当社出荷数量
前年同期比

(2026年3月期 4-8月) (2026年3月期 4-9月)

繊維系床材

▲3.6%

塩ビ系床材

▲17.7%

※ 2025年2月頃より仕入先工場の火災事故の影響あり（塩ビ系床材）

業界全体の壁紙出荷数量※
前年同期比

(2026年3月期 4-9月)

▲1.8%

出典：一般社団法人日本壁装協会
※壁紙（塩化ビニル樹脂系+プラスチック系）で算出

業界全体の床材出荷・生産数量
前年同期比

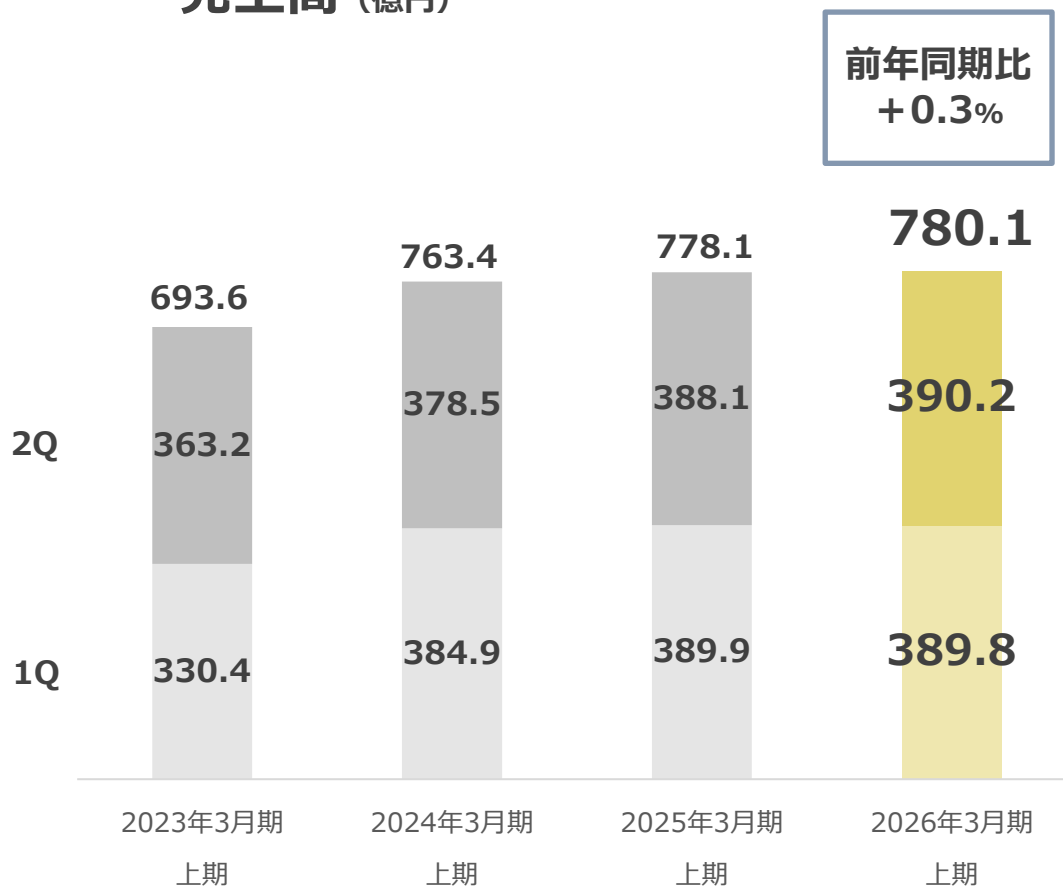
(2026年3月期 4-8月) (2026年3月期 4-9月)

繊維系床材 **▲0.7%** 塩ビ系床材 **▲2.4%**

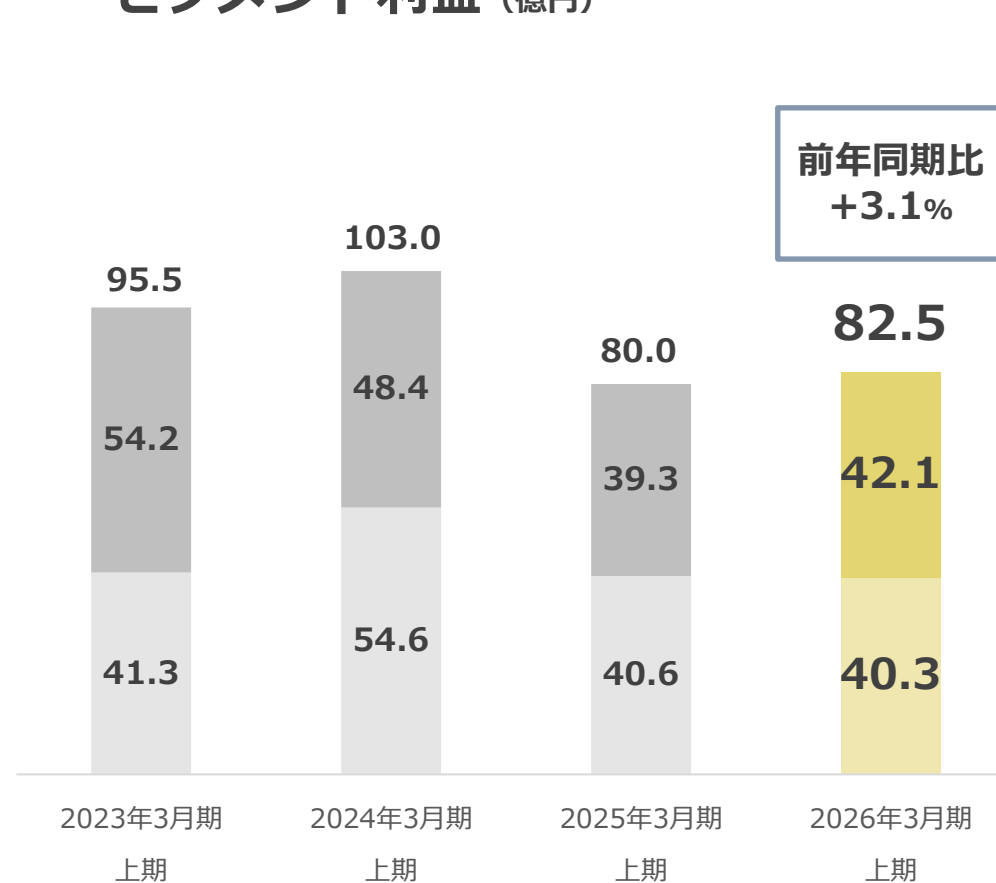
出典：一般社団法人日本インテリア協会（塩ビ系床材）
日本カーペット工業組合（繊維系床材）

国内インテリアセグメント 売上高/利益推移

売上高 (億円)

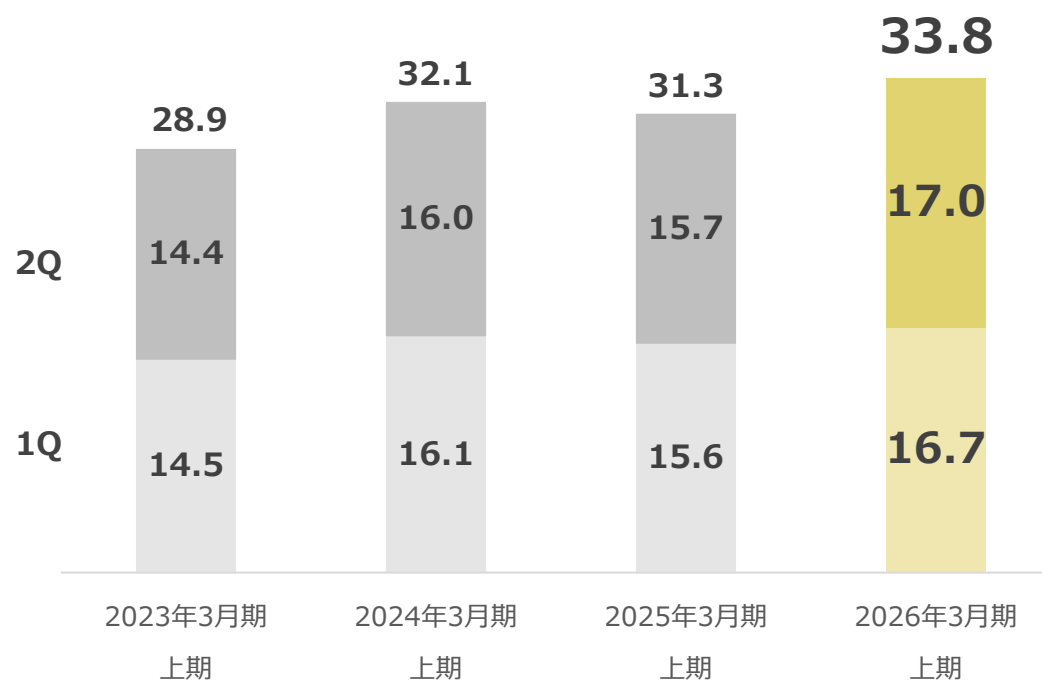


セグメント利益 (億円)



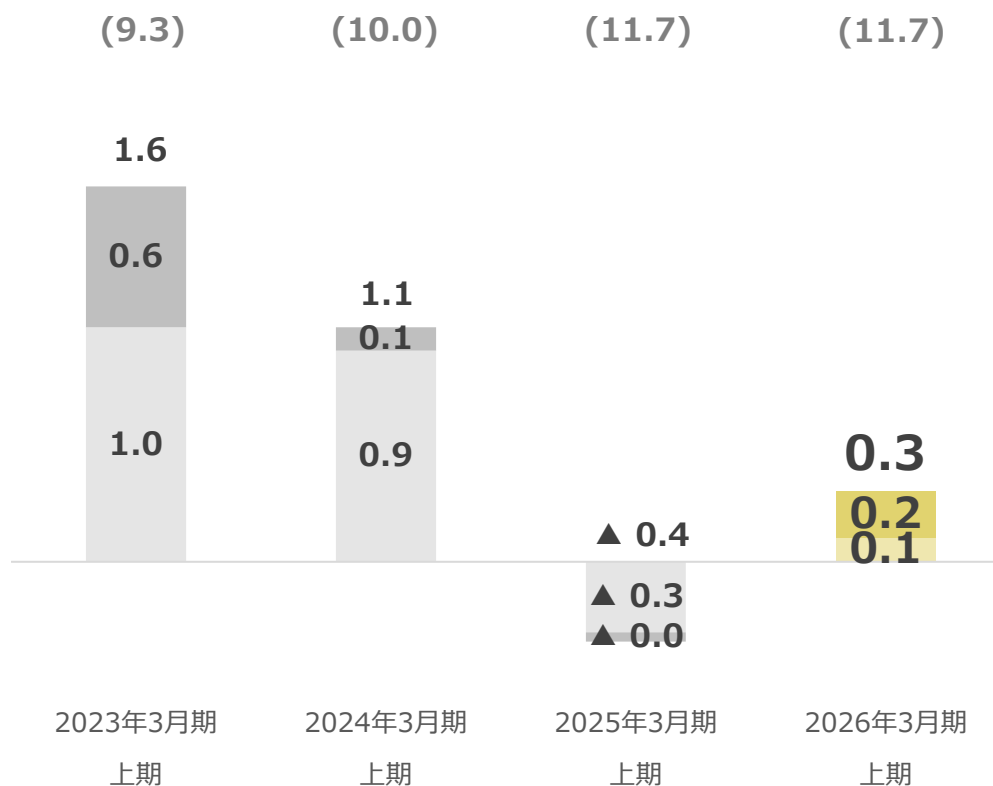
国内エクステリアセグメント 売上高/利益推移

売上高（億円）



セグメント利益（億円）

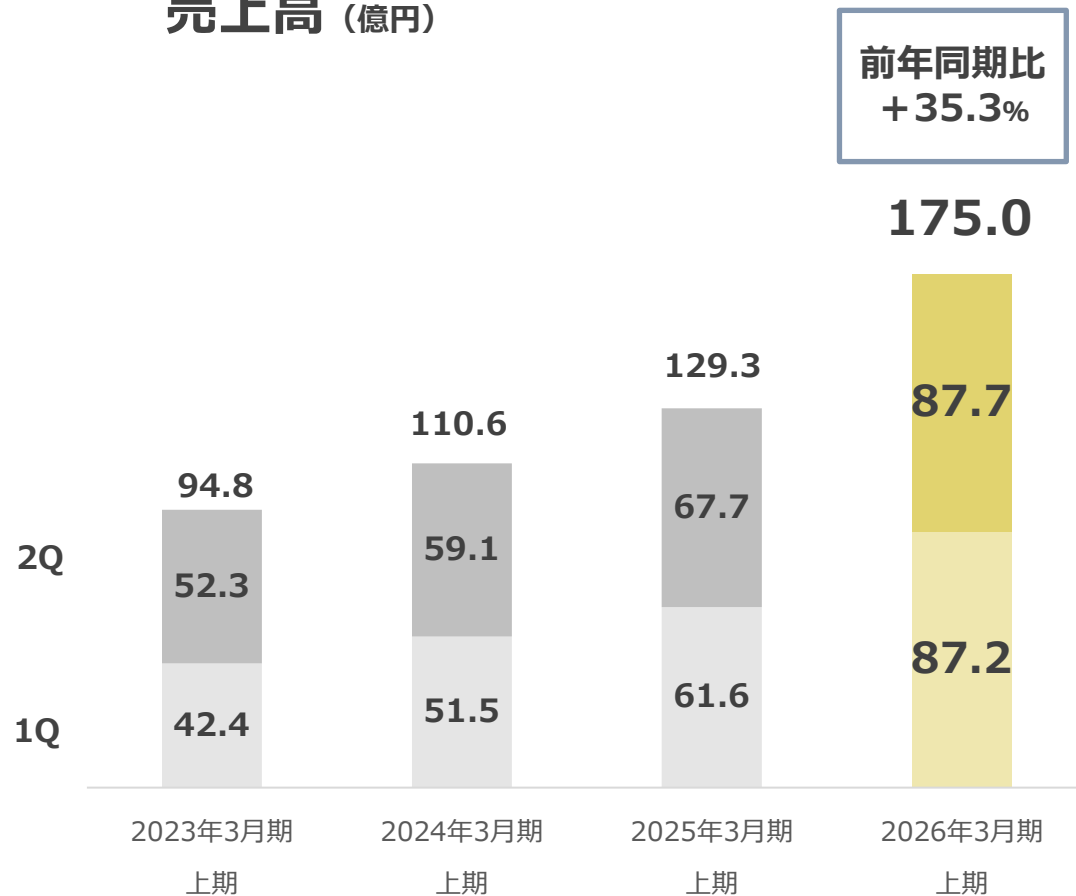
カッコ内は販売費及び一般管理費（上期累計）を記載



海外セグメント 売上高/利益推移

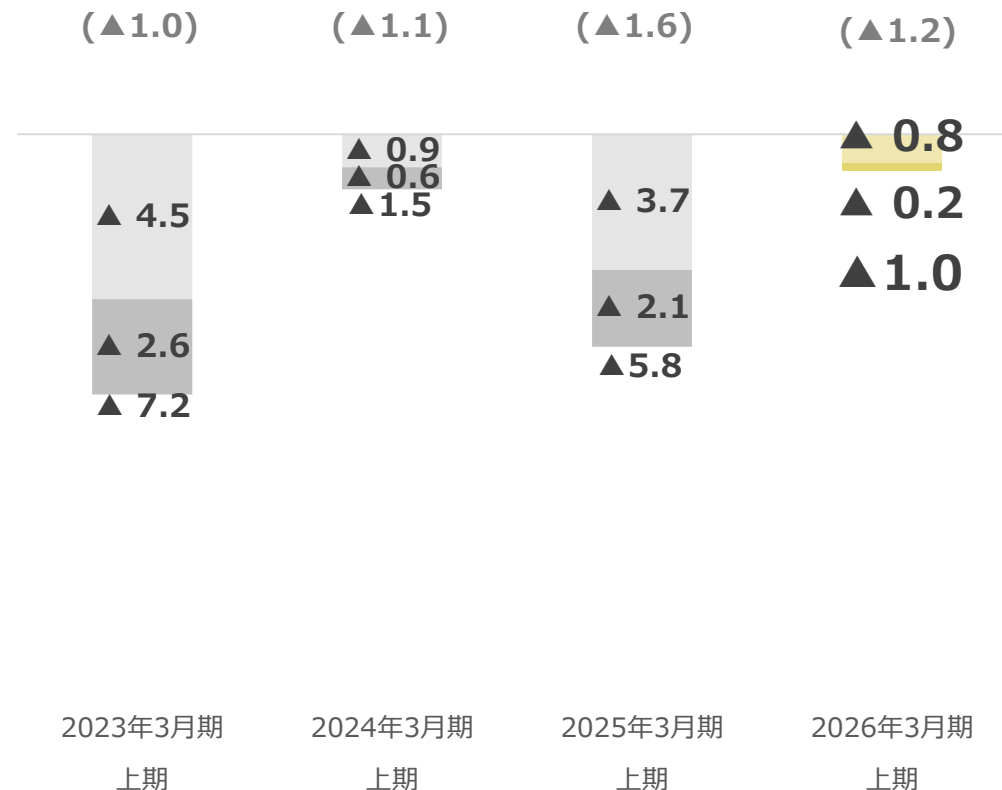
(連結累計期間は2025年1月～6月)

売上高 (億円)



セグメント利益 (億円)

カッコ内は海外事業部損益 (上期累計)



2025年3月期 第3四半期より、東南アジアで設計・施工を事業領域とするD'Perception Pte Ltdの業績が反映

2024年3月期より、サンゲツ単体の海外事業部損益を、従来の国内インテリアセグメントから、海外セグメントに算入。上表では過去との比較のため、参考値として2023年3月期について、同期間の海外事業部の損益算入後の結果を記載

2. 2026年3月期 業績予想

2026年3月期 業績予想の前提

■業績見通し

(国内インテリアセグメント)

- ・ 事業環境は、新築住宅市場を中心に期初計画以上に弱含み
- ・ 数量は期初計画に対して弱含みで推移するも、各商品のシェア拡大を引き続き進める
- ・ 総利益については、火災事故の影響を含む数量減や仕入れコスト上昇の影響を、価格改定などにより吸収
- ・ 販管費は、事業インフラをはじめとする各種投資が発生するも、引き続き販管費コントロールに努める
- ・ 火災事故により2025年2月から受注停止している一部の床材商品の業績影響については、概ね期初計画通りに進捗する見通し

(海外セグメント)

- ・ 堅調な受注を確保している北米が業績を牽引するとともに、空間デザイン・施工事業を担う D'Perception Pte Ltdの売上寄与や東南アジア・中国の業績改善により黒字転換を目指す（海外セグメントとしては概ね期初計画並みの進捗）

連結業績予想

2025年5月公表(通期予想に変更なし)

	2025年3月期		2026年3月期						
	下期	通期	上期			下期		通期	
	実績		予想	実績	対通期 進捗率	期初予想	今回予想	予想	前年同期比
売上高	1,065.0	2,003.7	990.0	988.9	47.1%	1,110.0	1,111.0	2,100.0	+96.2 (+4.8%)
売上総利益	333.9	623.7	307.0	306.2	46.5%	351.0	351.7	658.0	+34.2 (+5.5%)
(利益率)	(31.4%)	(31.1%)	(31.0%)	(31.0%)		(31.6%)	(31.7%)	(31.3%)	
販売費及び 一般管理費	226.3	442.3	233.0	224.3	47.9%	235.0	243.6	468.0	+25.6 (+5.8%)
営業利益	107.6	181.4	74.0	81.8	43.1%	116.0	108.1	190.0	+8.5 (+4.7%)
(利益率)	(10.1%)	(9.1%)	(7.5%)	(8.3%)		(10.5%)	(9.7%)	(9.0%)	
経常利益	109.6	185.7	76.5	85.2	43.7%	118.5	109.7	195.0	+9.2 (+5.0%)
親会社株主に帰属する 当期(中間)純利益	75.5	125.5	51.0	63.1	48.6%	79.0	66.8	130.0	+4.4 (+3.6%)

セグメント別業績予想

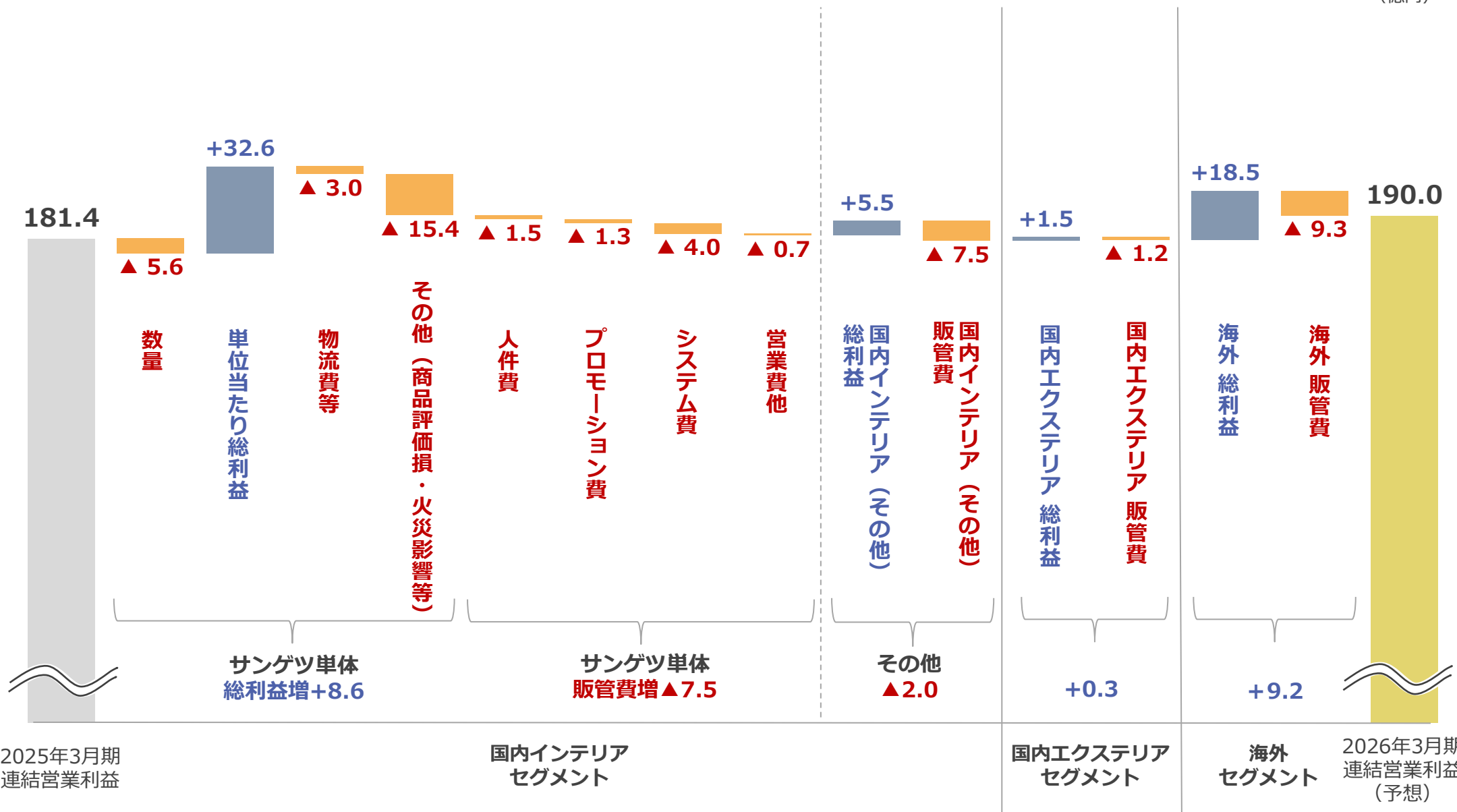
2025年11月公表

		2025年3月期			2026年3月期							(億円、%)
		上期	下期	通期	上期		下期		通期			
		実績			期初予想	実績	期初予想	今回予想	期初予想	今回予想	前年同期比	
国内 インテリア	売上高	778.1	861.7	1,639.8	784.0	780.1	883.0	879.8	1,667.0	1,660.0	+20.1 (+1.2%)	
	営業利益	80.0	109.3	189.4	75.5	82.5	113.0	105.9	188.5	188.5	▲0.9 (▲0.5%)	
国内 エクステリア	売上高	31.3	34.7	66.1	37.0	33.8	39.0	38.6	76.0	72.5	+6.3 (+9.6%)	
	営業利益	▲0.4	0.5	0.1	0.0	0.3	0.5	0.1	0.5	0.5	+0.3 (+190.6%)	
海外	売上高	129.3	168.5	297.9	169.0	175.0	188.0	192.4	357.0	367.5	+69.5 (+23.3%)	
	営業利益	▲5.8	▲2.3	▲8.2	▲1.5	▲1.0	2.5	2.0	1.0	1.0	+9.2 (-)	
セグメント間 取引調整	売上高	▲0.1	▲0.0	▲0.1	-	▲0.0	-	-	-	-	-	
	営業利益	0.0	0.0	0.0	-	0.0	-	-	-	-	-	
合計	売上高	938.7	1,065.0	2,003.7	990.0	988.9	1,110.0	1,111.0	2,100.0	2,100.0	+96.2 (+4.8%)	
	営業利益	73.7	107.6	181.4	74.0	81.8	116.0	108.1	190.0	190.0	+8.5 (+4.7%)	

連結営業利益予想の増減（前年同期比 4-3月）

2025年11月公表

（億円）



3.中期経営計画(2023-2025) 【BX 2025】進捗状況

中期経営計画【BX 2025】 基本方針

中期経営計画(2023-2025) 【 BX 2025 】 — 次の飛躍に備える3年間 —

基本方針

スペースクリエーションの価値を高めるソリューション力を強化・拡充し、強固な収益力と成長力を持つスペースクリエーション企業へと転換、主要商品・市場の事業拡張に加え、商品の拡充、エクステリア事業・海外事業の拡大を実行する。

また、さらなる長期的成長を可能ならしめる事業を展開するべく、スペースオペレーション事業の可能性を検討する。

仕入先工場火災の影響への対応

■影響見本帳

- ①Sフロア（複層ビニル床シート、主に非住宅用途、一部住宅）
- ②ノンスキッド（防滑性ビニル床シート、主に集合住宅）

■供給再開見通し

- ①Sフロア
 - ・ 7月中：供給停止中の商品のうち約9割程度の商品供給再開
 - ・ 12月中：残る約1割程度の商品供給再開
- ②ノンスキッド
 - ・ 11月中：ほぼ全点の商品供給再開

**2025年内に
ほぼ全商品供給再開
予定通り進捗中**

■販売影響

7月より商品供給を順次再開。ただし、回復には一定の時間を要するものと想定

■収益への影響額見込み

売上高 約50億円程度の影響予想に対し、概ね想定どおり

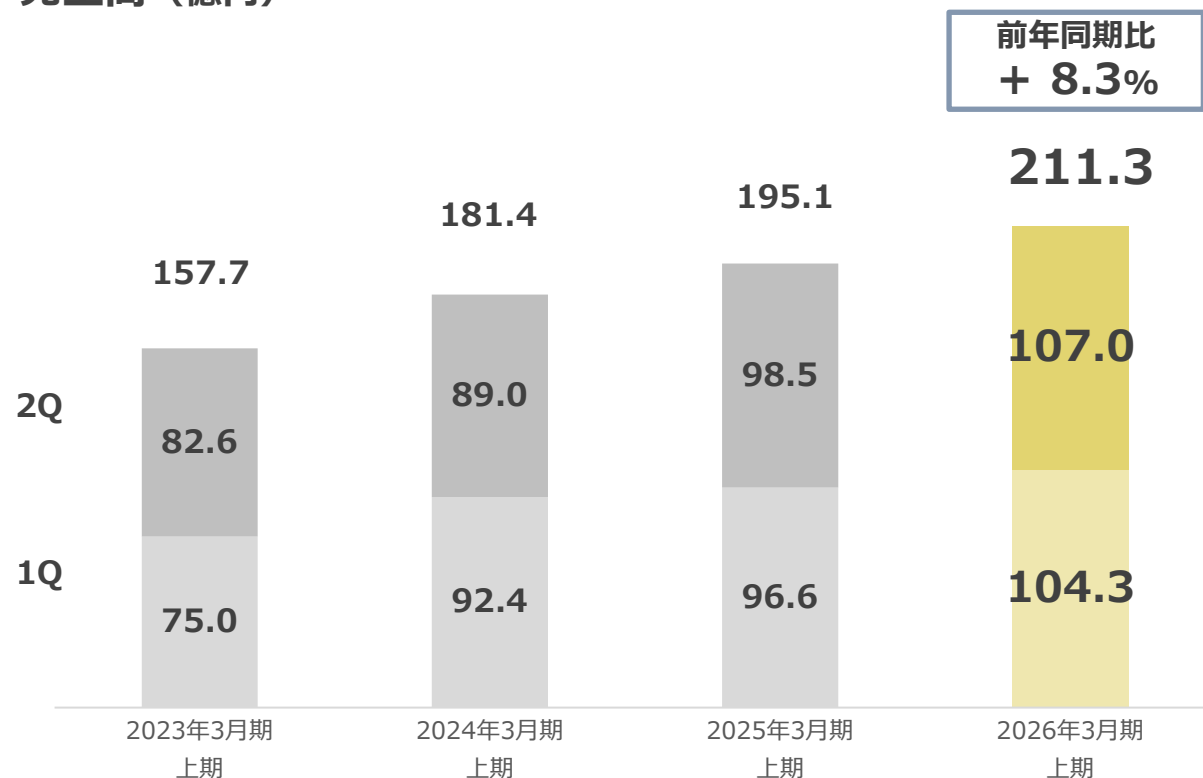
国内インテリアセグメント 中型商品（高付加価値商品）

■ 中型商品（高付加価値商品）

現中期経営計画において戦略商品として位置付ける、シェアの拡大余地や市場の拡大が期待できる商品群

該当商品：リアテック（粘着剤付化粧フィルム）、ガラスフィルム、カーペットタイル、フロアタイル、椅子生地

売上高（億円）



■ 中型商品（高付加価値商品） 伸長要素

- ・シェアの拡大余地
- ・市場の拡大余地
- ・機能、デザイン、コスト等における、市場ニーズに基づく商品開発・拡充



成長余地を見極めた販売ポート
フォリオの最適化

国内インテリアセグメント 中型商品（高付加価値商品）

■フロアタイル（ビニル床タイル）

従来は非住宅での採用がメインであったが、当社の住宅市場における営業基盤を梃子として住宅向けの販売戦略を実施。

塩ビタイルならではの意匠性やメンテナンス性の良さが評価され、住宅分野での活用が拡大。



見本帳「2023-2026 フロアタイル」では、非住宅に加えて、住宅をイメージしたシーンを訴求



国内インテリアセグメント 市場ニーズ、課題に即した商品戦略

■低環境負荷商品の拡充

2025年6月に発刊した壁紙見本帳「2025-2027 SP」において、国内で初めてFSC®認証を取得した塩ビ壁紙の販売を開始。今後、FSC®認証商品のラインアップ拡充に加え、環境に配慮した商品の開発・提供をさらに強化し、建設市場における環境対応ニーズに応えるとともに、持続可能な社会の実現に貢献する。



■デザイン性・機能性の高い商品力強化

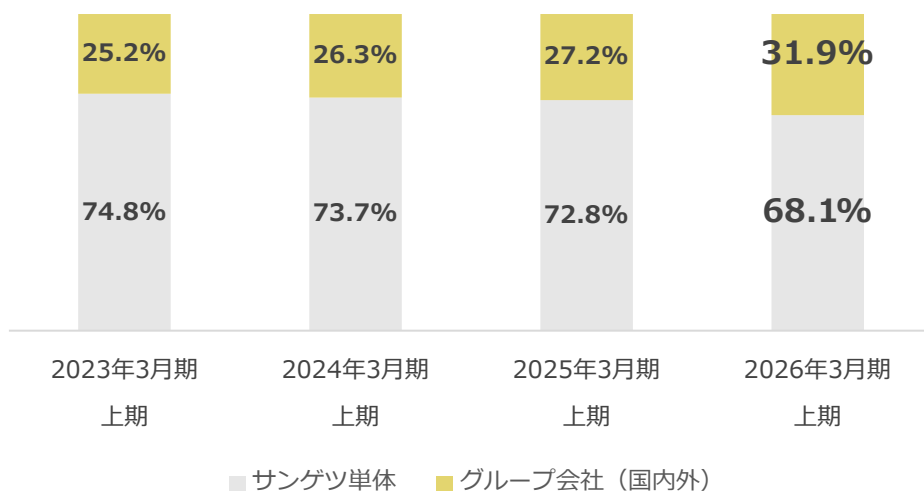
壁紙「ELEMENTUM™（エレメンタム）」と、床副資材「ノンスキッド・エアコン排水目地 蓋付きタイプ」の2商品において、「2025年度グッドデザイン賞」を受賞。「エレメンタム」は和紙や織、土といった自然素材を使用した、風合い豊かな壁紙コレクションであり、一部商品にはリサイクル素材を使用。排水目地においては、耐久性のある独自設計により特許を取得。知財戦略を含めた独自性の高い商品開発を通じ、商品バリエーションの強化を図る。



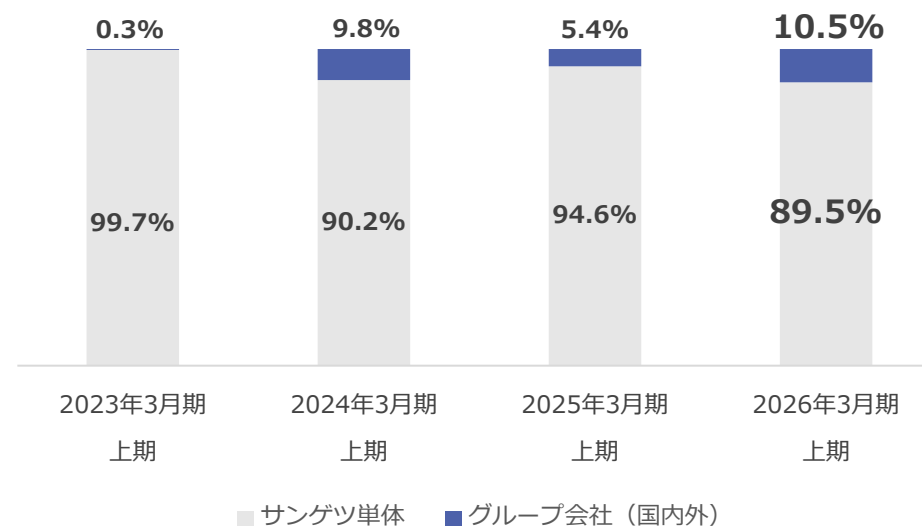
グループ連結経営の強化

■グループ会社の業績推移

売上高構成比 ※個社単純合計



営業利益構成比 ※個社単純合計



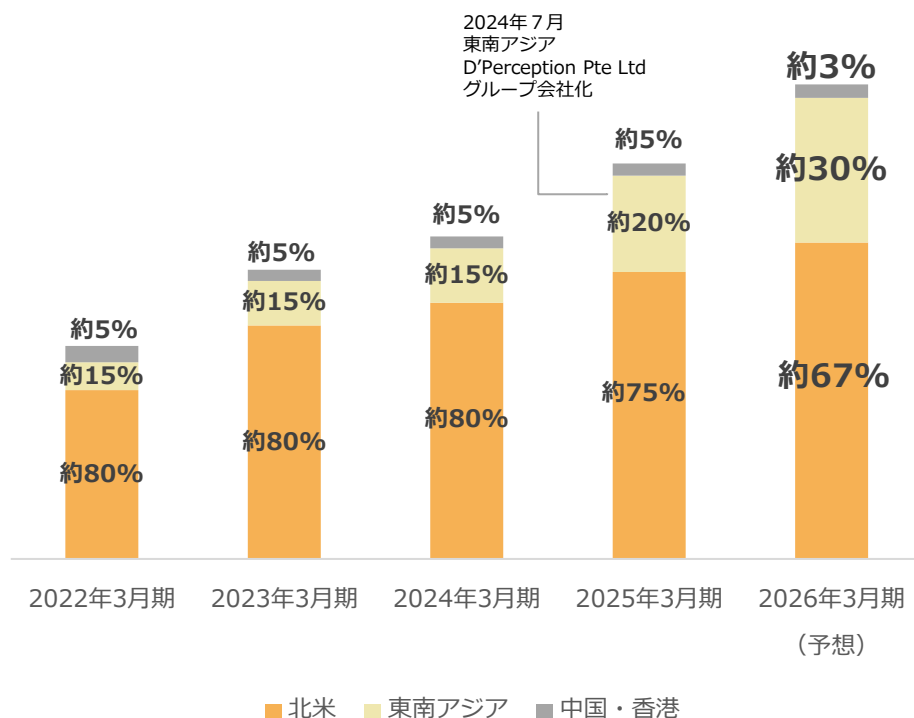
ポイント

- 2023年3月期：2022年9月 株式会社クロス企画（物流）グループ会社化
- 2025年3月期：2024年7月 シンガポールD'Perception Pte Ltd（設計・施工）グループ会社化
- 2026年3月期：2025年4月 株式会社SDS（物流）グループ会社化

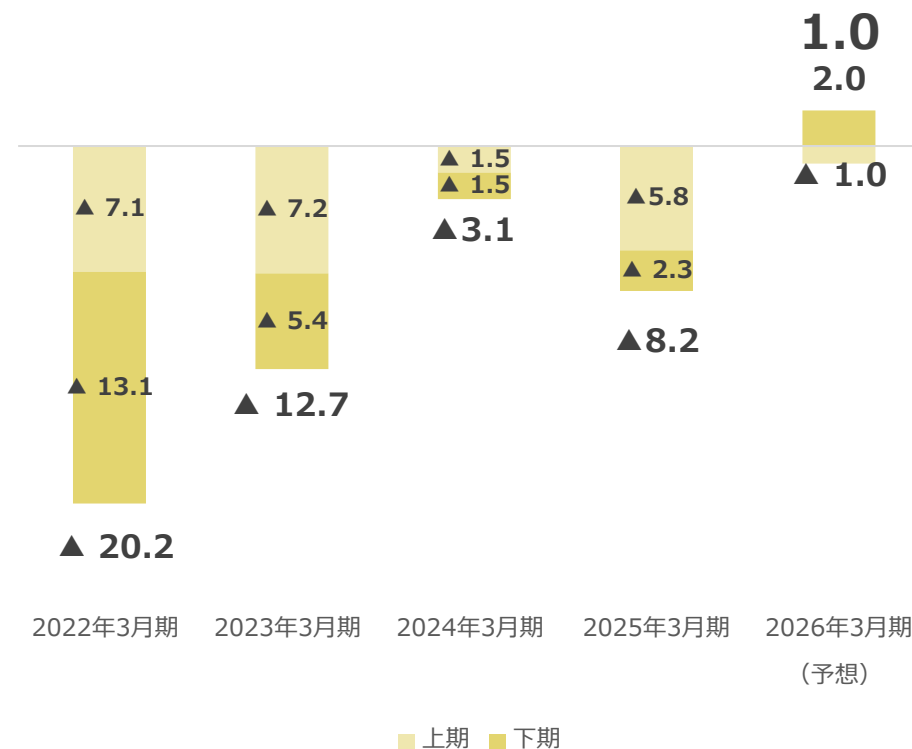
グループ連結経営の強化

■ 海外グループ会社の収益改善

売上高（構成比）推移 ※個社単純合計



営業利益推移 ※海外セグメント合計



2026年3月期 第2四半期（中間期）のポイント

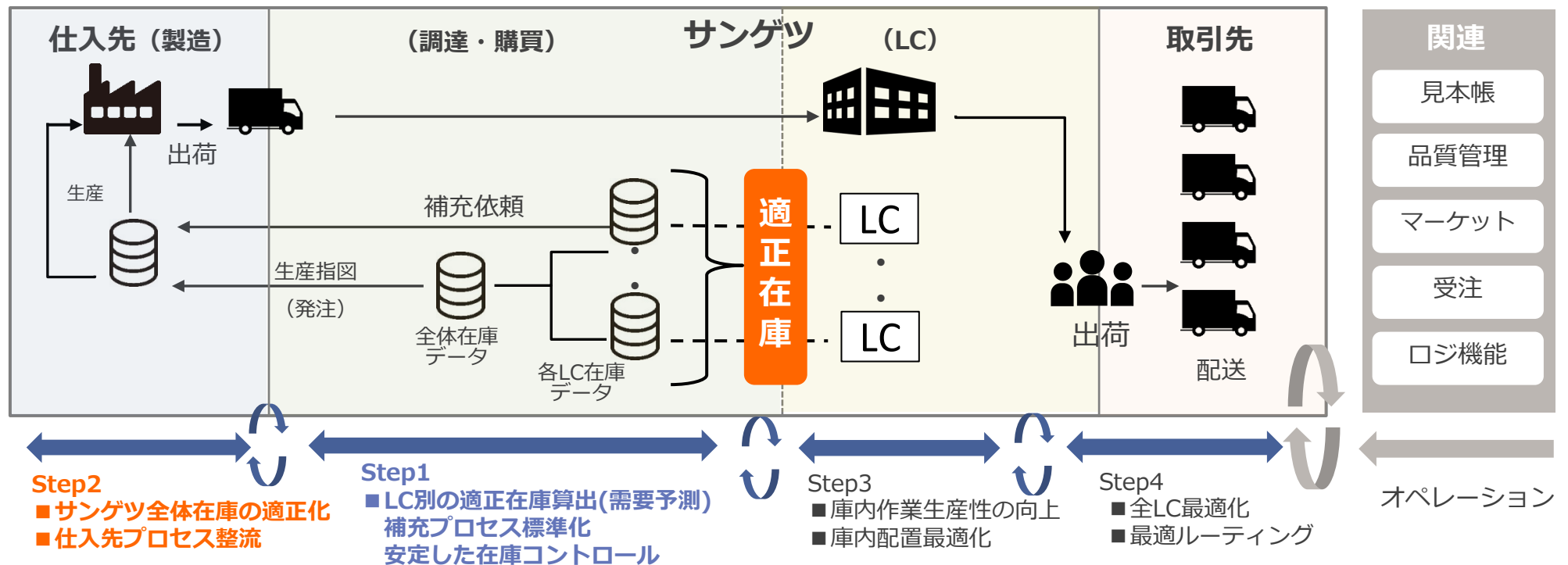
- ・ 北米 : 増収、黒字拡大(YoY)
- ・ 東南アジア : 増収、赤字縮小(YoY) 東南アジアの卸売事業は当第2四半期に黒字転換
- ・ 中国・香港 : 増収、赤字縮小(YoY)

■ サプライチェーンマネジメント強化に向けた取り組み

目的

- ・在庫適正化
- ・仕入計画の機能UPと協働による仕入先プロセスの整流
- ・コスト削減による利益向上
- ・配送サービスのレベルUPによる受注・売上増

SCM見直しの全体像



- ・ Step1では、デカップリングポイントであるサンゲツLCが持つ在庫の最適化を完了。
- ・ Step2では、生産工程への指図にかかるロジックとフローを整備構築し、サンゲツ全体在庫を最適化する。

※LC：ロジスティクスセンター

※デカップリングポイント：需要（顧客からの注文）と供給（サプライヤーからの仕入）を結び付ける在庫の結節点

デジタル資本の蓄積・分析・活用

商流・物流データ活用を通じての営業・物流の効率化、確実化

想定スケジュール

完了は2026年度中を想定。Step1は完了。現在進行中のStep2では、生産工程への指図にかかるロジックとフローを整備構築し、サンゲツ全体在庫の適正化を進めている。来期に向け、Step 3 へと対象を広げていく。

	2024	2025				2026			
	3	4-6	7-9	9-12	1-3	4-6	7-9	10-12	1-3
Scope	Step1								
		Step2							
						Step3~			

現状の進捗と成果 Step1（一部Step2）の改善効果

従前との比較	
平均在庫量（M／日）	-10.0%
平均在庫金額（円／日）	-6.8%
補充指図回数（回／日）	-4.8%

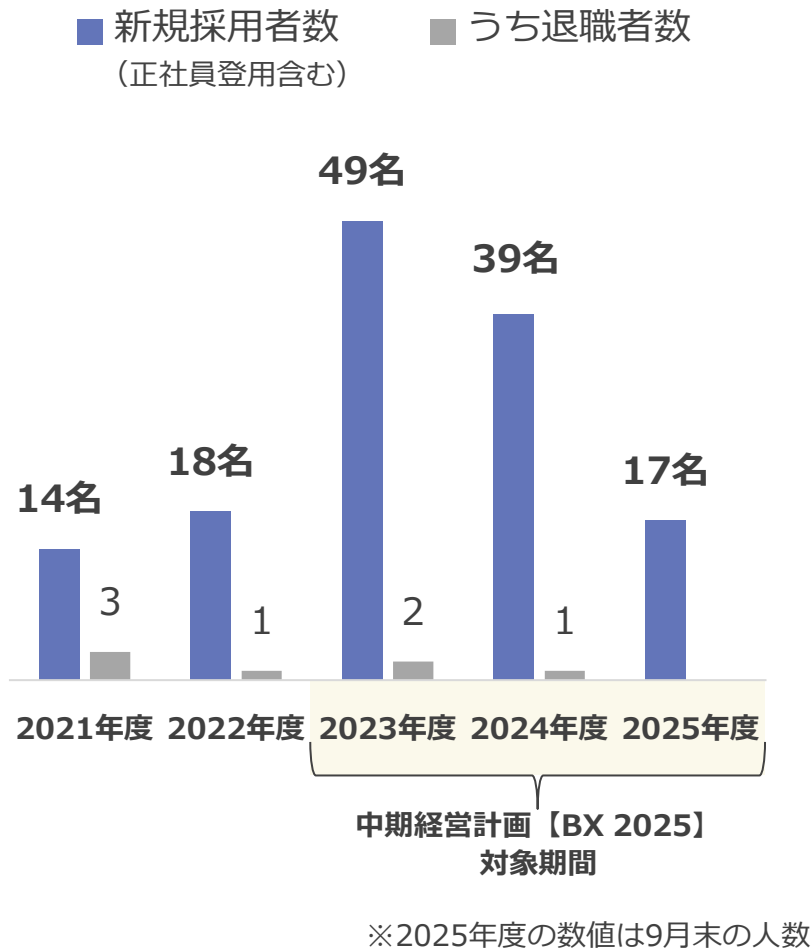
対象：見本帳掲載商品（壁装材・床材・ファブリック）
廃番・特注等は除く

平均在庫量/金額および補充指図回数は継続的に改善。需要予測に基づく発注点と発注量のコントロールによる、全LC※における最適在庫の実現が進んでいる。

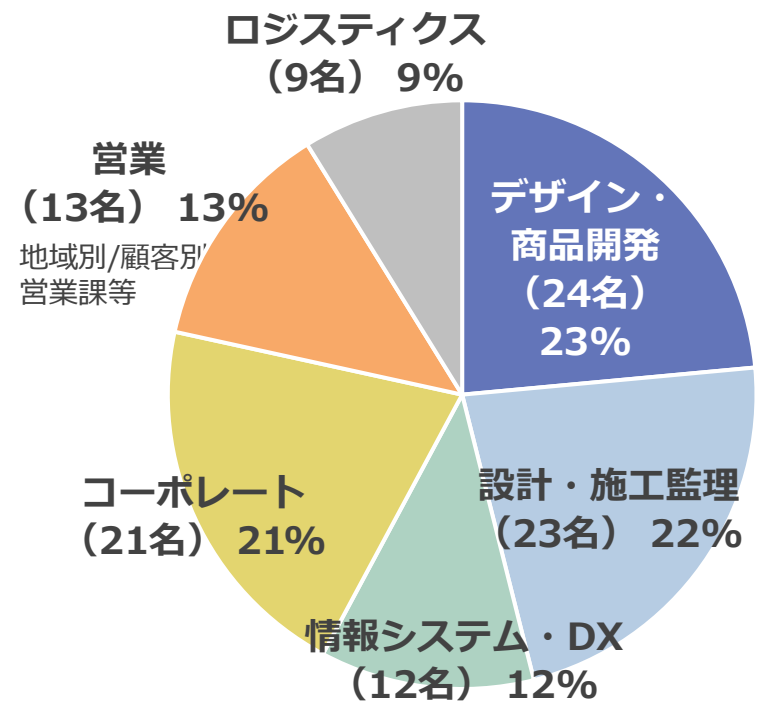
人的資本の拡大・高度化・活躍支援

■キャリア採用の進捗状況

採用人数



職種別 採用割合

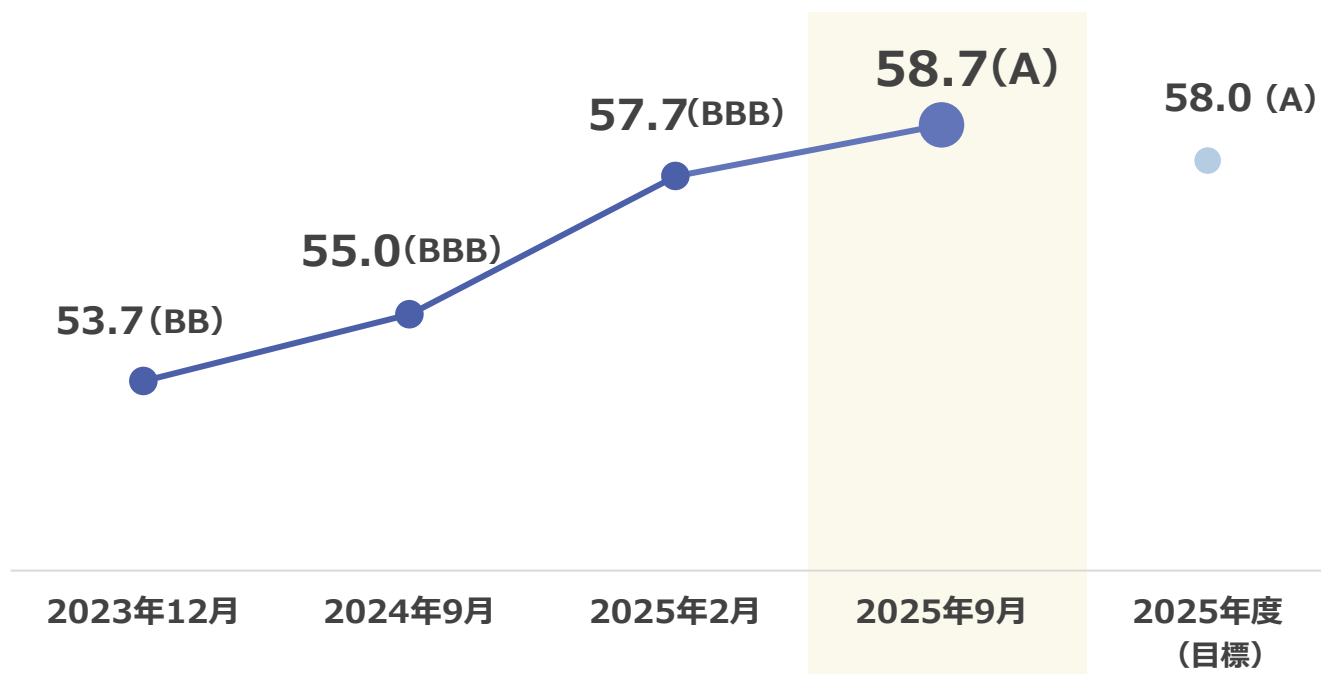


※対象：2023年度以降に入社
採用人数から退職者数を除いた人数

人的資本の拡大・高度化・活躍支援

■エンゲージメントスコア※の推移

※株式会社リンクアンドモチベーション社の提供するサービス「モチベーションクラウド」によるスコア



■進捗状況

2025年9月時点では、前回の57.7（BBB）から58.7（A）へと向上。2025年度の目標値58.0（A）を達成した。2023年以降実施している事務所改装・移転が寄与し、「施設環境」に関連する項目が改善。また、上司と部下が共に取り組む改善アクションプランの実行等も寄与し、上司に関する項目は高い水準を維持した。一方、「変革と成長の加速」を掲げる中、「変革活動」に対する社員の期待度が低いことは課題であり、サーベイを通じて健全な危機感に注視していく。引き続き、多角的な分析や効果的なデータ活用を通じたエンゲージメントの向上を目指す。

ソリューション提供力の強化 商品調達体制の整備・強化

■クレアネイト 東広島新工場開設

新工場概要

- ・ 所在地：広島県東広島市 西日本における壁紙製造拠点
- ・ 稼働開始：2025年10月
- ・ 設備投資額：約98億円

新工場建設の目的

- ・ 持続的な安定供給体制の構築
- ・ 環境負荷低減
- ・ 働きやすい労務環境の整備
- ・ 調達コストの低減や、商品開発・製造におけるグループシナジーの創出

東広島工場（量産品）

一関工場（量産品）

成田工場（一般品）



社会価値の向上

■楽しみながらリサイクルに参加できる活動が、キッズデザイン賞を受賞

当社オリジナルの社会貢献活動「ビリビリンピック&エコフォトフレームづくり」が「第19回キッズデザイン賞」を受賞。当活動は、2022年に産学連携の取り組みを通じて発案されたイベントであり、当社の使用済み見本帳の分別（サンプルチップ剥がし）と工作を通じて、子どもたちが楽しみながらリサイクル活動を体験できる。



■子どもたちや住まいに関する社会課題解決に向けた継続支援

社会的な支援を必要とする子どもたちや、住まいに関する課題解決に取り組む4つの団体への支援を、2023年度より継続。支援先の一つである「ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン」には、フィリピンやベトナムの住宅建設への寄附のほか、国内の施設修繕への内装材提供や、当社社員によるボランティア活動を実施。



4.中期経営計画(2023-2025)

【BX 2025】

進捗状況 -定量目標-

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応（開示アップデート）

中期経営計画 定量目標 (KPI)

■ 2026年3月期目標

	修正前	修正後 (25年5月公表)
① 連結売上高	1,950億円	2,100億円
② 連結営業利益	205億円	190億円
③ 連結当期純利益	145億円	130億円
④ ROE	14.0%	11.5%
⑤ ROIC	14.0%	14.0%
⑥ CCC	65日	70日

現状分析 資本収益性と資本コスト

■ ROE・株主資本コスト

(単位：%)



■ ROIC・WACC

(単位：%)

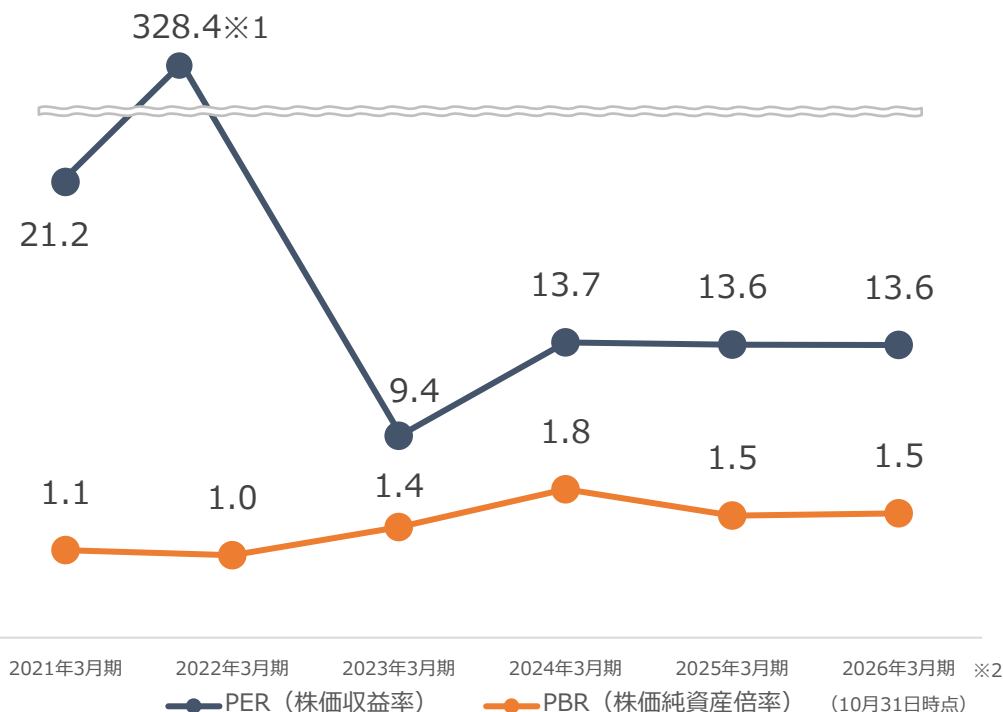


- CAPMによる資本コストは6.0%弱と推定も、市場期待である株式益利回りや投資家へのヒアリングを踏まえ、8.0%前後と認識
- 過去5年平均（21～25年3月期）ROE 9.2%、ROIC 11.5%に対して、資本コストは8.0%前後と、スプレッドは超過状態
- 一方、さらなる企業価値向上においては、時間軸を捉えた成長投資によるリターン実現と継続的かつ適切な資本コントロールが重要と認識

現状分析 市場評価

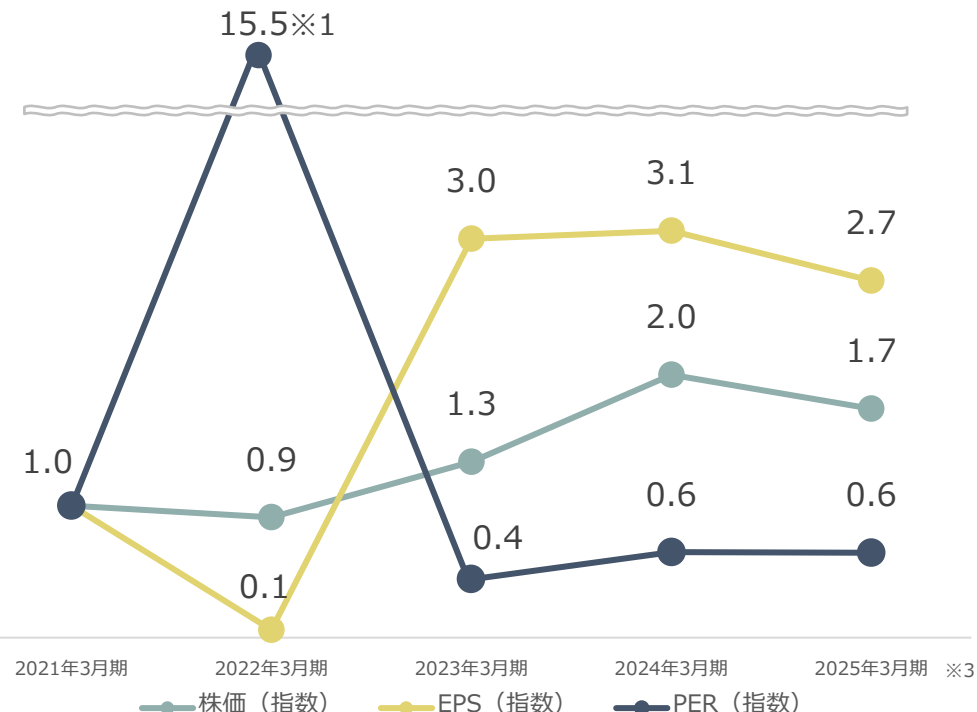
■ PBR・PER

(単位：倍)



■ 株価・EPS・PER (指数)

(単位：倍)

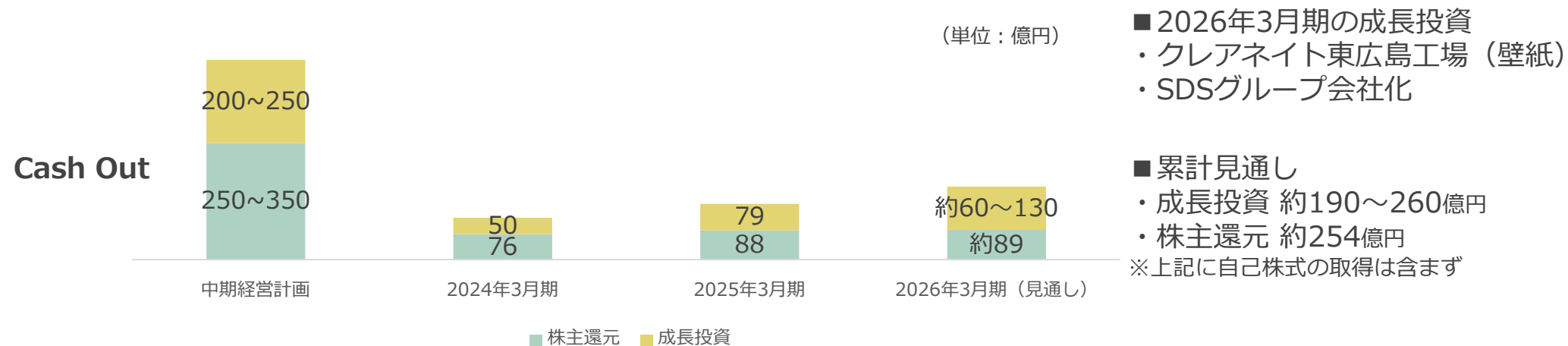
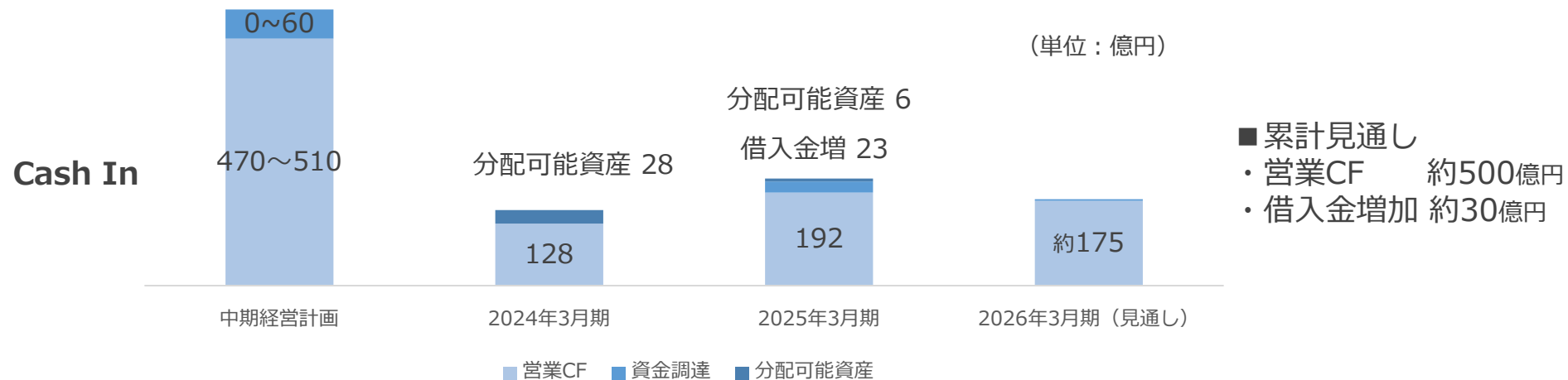


- PERは23年3月期の収益性向上後、13倍台で推移
- PBRは1.0倍以上で推移
- 一方、株価の上値は重く、いずれの指標も横ばい状態が継続
- 収益性向上によるEPS上昇に比して、株価の上昇は限定的であり、成長期待を反映するPERが低迷

資本政策 中期経営計画【BX 2025】資金配分

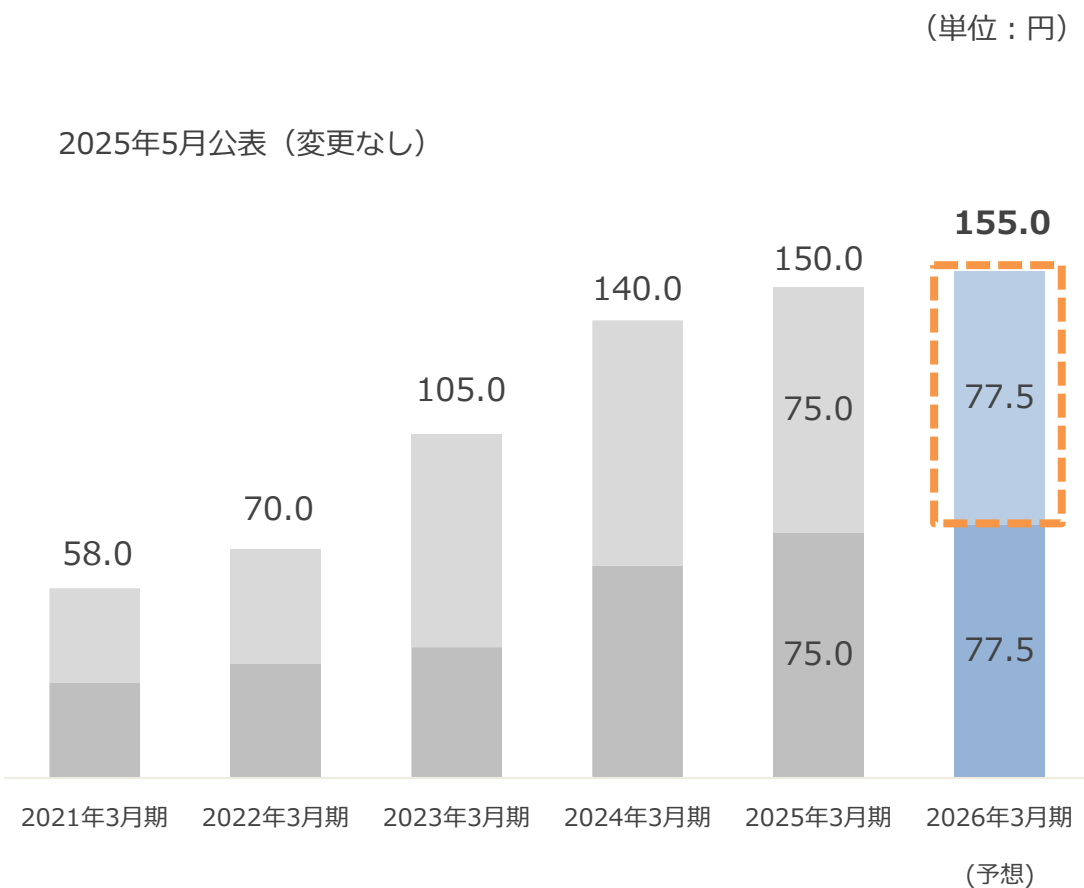
■ 2026年3月期の資金配分見通し

持続的な成長に向けた投資状況によって、各項目は変動する見込み



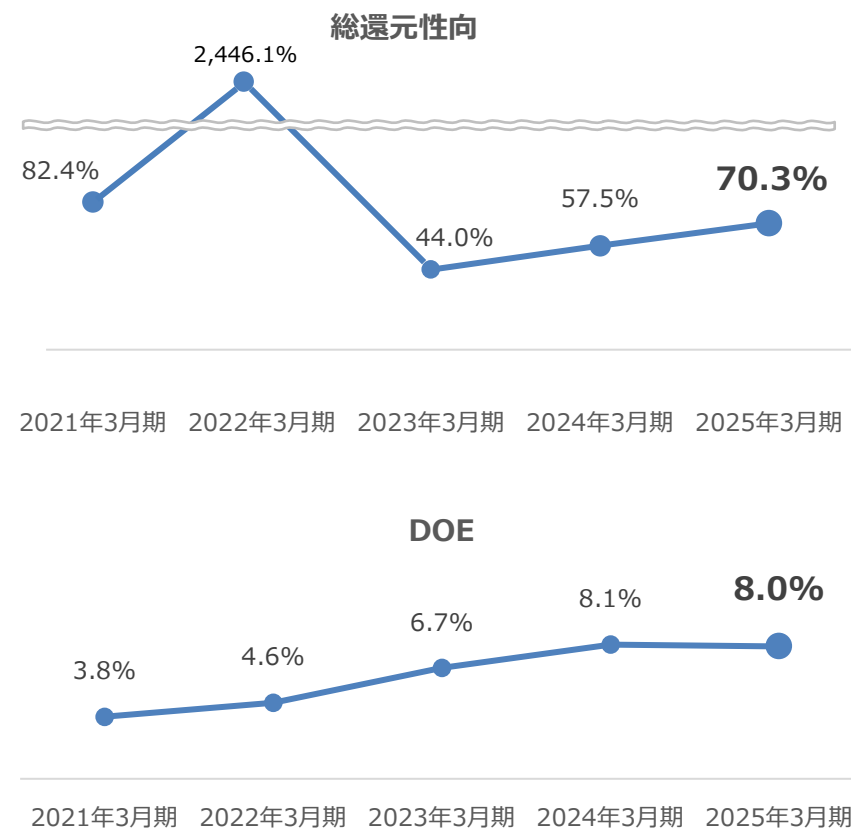
資本政策 中期経営計画【BX 2025】株主還元

■一株当たり配当金推移



**2026年3月期の中間配当は77.5円/株、期末配当の予想は77.5円/株(前期比 5円増配)
12期連続増配の見込み**

■参考指標



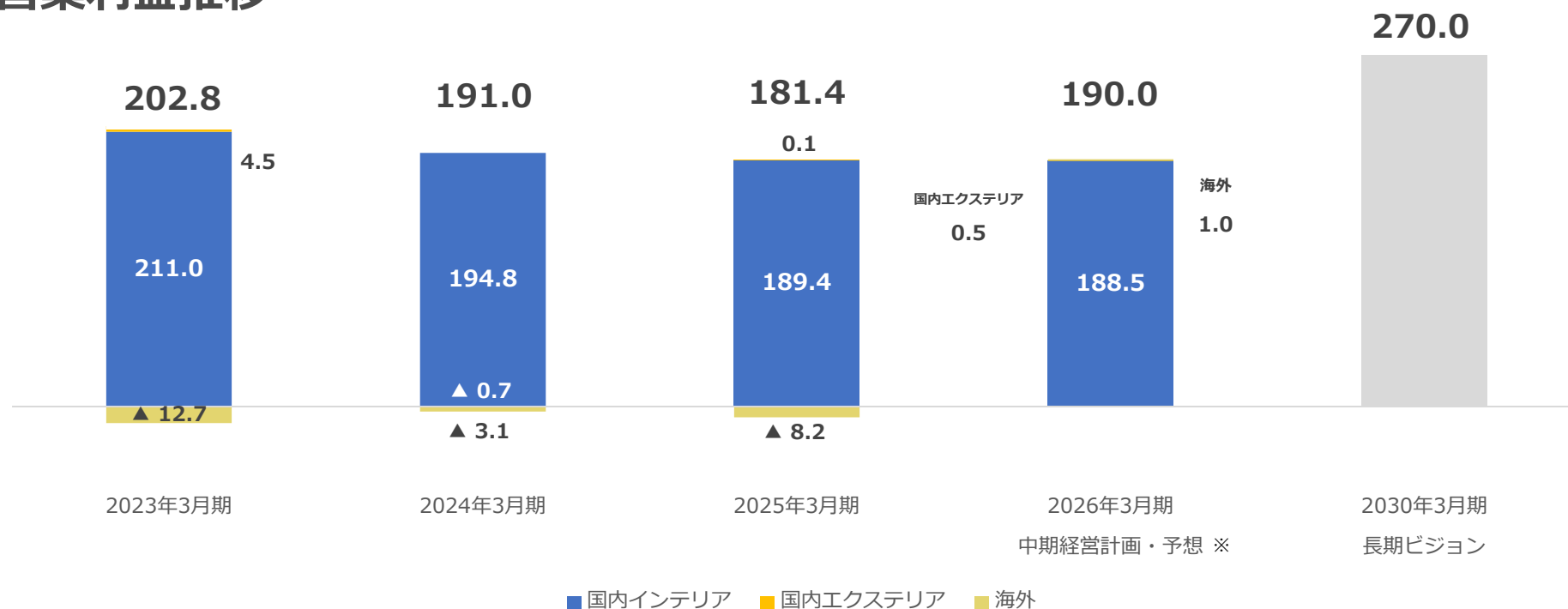
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた方針

■ 開示拡充の課題認識

- ・ 具体的なアクションプランに裏付けられた成長戦略と事業ポートフォリオ
- ・ 「資本構成やキャッシュポジション」「投資方針」「戦略的な資金配分」「還元方針」などの財務戦略
- ・ 持続的な成長を実現するためのHR・IT・ESG戦略

■ 営業利益推移

(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、過去または現在の実事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