

|| 企業調査レポート ||

三和ホールディングス

5929 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年6月18日(木)

執筆：客員アナリスト

国重 希

FISCO Ltd. Analyst **Nozomu Kunishige**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 沿革	03
2. 事業の概要	04
3. 主要製品の概要	05
■ 業績の動向	07
1. 2026年3月期の業績概要	07
2. セグメント別実績	08
3. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
● 2027年3月期の業績見通し	10
■ 中長期の成長戦略	12
1. 中期経営計画の概要	12
2. 成長戦略	13
■ 株主還元策	17

■ 要約

売価転嫁とコスト削減で2027年3月期予想の達成を目指し、株主還元も強化

三和ホールディングス<5929>はシャッター、ドアの分野でグローバルに事業展開しており、日本での市場シェアはトップである。また、欧米ではM&Aを活用して業容を拡大するとともに、アジアでも事業基盤の確立による収益貢献の拡大を図っている。さらなる発展を目指して、「中期経営計画2027」を推進している。

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の業績は、売上高660,712百万円(前期比0.3%減)、営業利益79,095百万円(同1.8%減)、経常利益80,647百万円(同4.0%減)、親会社株主に帰属する当期純利益59,776百万円(同3.9%増)となった。売上高・当期純利益は期初予想を上回ったが、営業利益・経常利益は予想を下回った。売上高は、市場は軟調だが、売価転嫁の浸透により予想を上回った。営業利益は、売価転嫁が着実に浸透したものの、数量減、原材料等のコストアップにより予想を下回った。地域別営業利益では、日本は増益で予想を上回り、全体の業績を下支えしたが、米州・欧州・アジアは予想を下回った。この結果、営業利益率は12.0%(同0.2ポイント低下)となった。自己資本比率は63.6%、ROEは17.8%と、最新データである2025年3月期の東京証券取引所(以下、東証)プライム市場上場の全産業平均の自己資本比率33.6%、ROE9.4%を大きく上回る高い安全性と収益性を確保している。また、配当はDOE(自己資本配当率)8%目安に基づき、年間配当を130.0円(同24.0円増)へと大幅増配を実施し、株主重視の経営姿勢を示している。

2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績については、売上高677,000百万円(前期比2.5%増)、営業利益81,000百万円(同2.4%増)、経常利益82,500百万円(同2.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益60,000百万円(同0.4%増)を計画している。売上高は、各地域ともに市場環境の回復が遅れるなか、売価転嫁に取り組み、増収を見込んでいる。営業利益は、各地域において売価転嫁に取り組み、原材料等のコストアップを吸収して、最高益の更新を見込んでいる。営業利益率は、前期と同水準の12.0%を見込んでいる。配当は、為替変動の影響を受けないDOE(株主資本配当率)10%を目安に引き上げ、創業70周年の記念配当を含め、年間配当は146.0円(同16.0円増)を予定している。自己株式の取得も公表し、株主還元に向き姿勢は変わらない。期初の業績予想は例年どおり保守的であり、想定以上の事業環境の悪化がなければ、目標達成する可能性が高いと弊社では見ている。

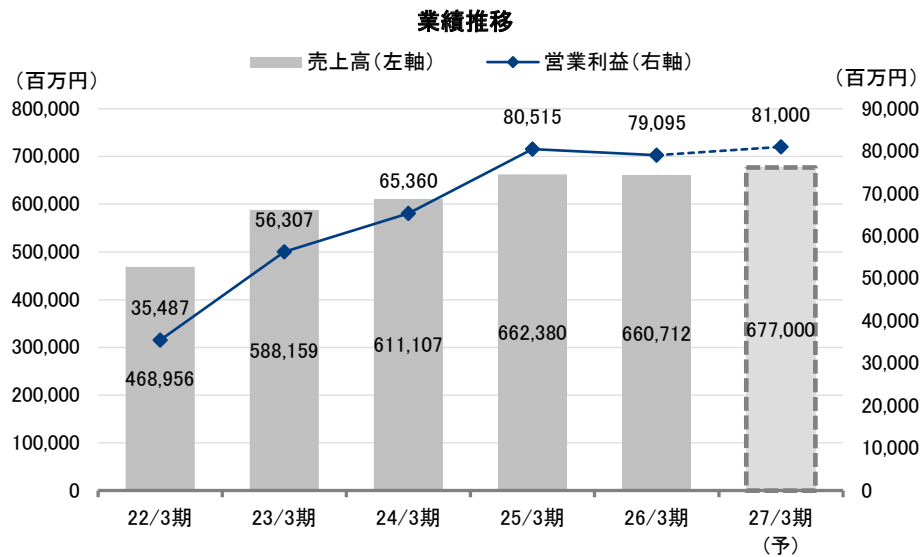
要約

3. 中期経営計画

2023年3月期から取り組んでいる長期ビジョン「三和グローバルビジョン2030」では、“高機能開口部のグローバルリーダーへ”を掲げ、その達成に向けて「中期経営計画2027」(2026年3月期～2028年3月期)では、数値目標として売上高7,500億円(年平均成長率4.2%)、営業利益950億円(同5.7%)、ROE19.0%などを計画している。営業利益は、のれん償却前で初めて1,000億円の大台達成を目指す。これらの数値目標達成のための基本戦略として、1) 日本・米州・欧州のコア事業の強化、領域拡大、2) アジア事業の利益を伴う成長、3) 防災・環境対応製品とスマート化製品・サービスによる事業拡大、4) デジタル化とものづくり革新による生産性向上と能力増強、5) サステナビリティ経営と人的資本経営の推進を掲げている。事業環境の悪化に伴い数値目標では苦戦を強いられているが、多くの基本戦略は着実に進展しており、弊社では今後の達成状況を注視したい。

Key Points

- ・2026年3月期は、事業環境の悪化により業績予想を下回る。高い安全性と収益性を維持。DOE8%目安に基づき、大幅増配を実施、株主重視の姿勢を示す
- ・2027年3月期も、市場は軟調傾向ながら、売価転嫁により過去最高の営業利益を目指す。配当方針をDOE10%目安に引き上げ、記念配当を含め、引き続き大幅増配を予定
- ・「中期経営計画2027」は、営業利益(のれん償却前)で初めて1,000億円の大台を目指す意欲的な目標。事業環境悪化に伴い数値目標は苦戦も、基本戦略を着実に推進



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

シャッターで創業後、国内では多品種展開を推進し、海外展開も早期から注力

1. 沿革

同社は、現 代表取締役社長の高山靖司（たかやまやすし）氏の祖父、高山萬司（たかやままんじ）氏により、1956年に兵庫県尼崎市に設立された（株）三和シャッター製作所が前身である。1963年に三和シャッター（株）（1959年設立）、三和商事（株）（1961年設立）の3社を吸収合併した。合併後は、三和シャッター製作所の営業活動を全面的に承継し、社名を三和シャッター工業（株）に変更するとともに、本社を東京都新宿区に移転した。

1974年に米国のOverhead Door Corporation（1996年に買収。以下、ODC）と技術提携してガレージに使用するシャッターをオーバースライダー®として国内販売するなど、シャッターを中心に順調に業容を拡大した。1981年には現 代表取締役社長の父、高山俊隆（たかやまとしたか）氏が代表取締役社長に就任し、事業を進展させて今日に至る経営体制の基礎を築いた。

また、シャッター事業の拡大を図る傍ら、ドア製品、エクステリア製品、ストアフロント、自動ドアエンジン、ステンレス製品など商品ラインナップの多様化にも取り組んだ。その結果、現在では“動く建材”（ドア、シャッター関連の総称）の領域において、国内シェア1位を占めるに至っている。この過程では、自社による新事業への進出に加えて、M&Aの手法も積極的に活用した。

さらに、国内市場の成熟を見据えて、早くから海外展開にも積極的に取り組んだ。1986年に香港に三和シャッター（香港）有限公司を設立したのを皮切りに、欧米及びアジアで事業を拡大してきた。特に欧米では、2000年代以降、M&Aを重ねて急速に業容拡大を図った。米国では1996年に持株会社Sanwa USA Inc.を設立してODCを買収した。以後はODCが主体となってM&Aを進め、米州（米国及びカナダ）における事業を展開している。欧州では2003年にSanwa Shutter Europe Ltd.（現 Novoferm GmbH 以下、NF）を設立し、その後はNFグループとして欧州事業を展開し、米国と同様に、M&Aを重ねて業容を拡大している。さらに、アジアは中国、香港、台湾、韓国、ベトナム、タイ、インドネシアを中心に展開し、日本・米州・欧州・アジアの4極体制を整えてきた。現状では、収益の柱である日本を中心に、米州、欧州も収益貢献している。2020年3月期より新たに連結されたアジア事業も2022年3月期に黒字化を果たした。2019年には、（株）LIXIL鈴木シャッター（現（株）鈴木シャッター）を傘下に収め、国内の基盤を盤石なものにすると同時に、アジア事業の強化を目指している。また、2021年にはODCが米国の横引きスライド式ドアメーカー最大手のWon-Door Corporationの全株式を取得し、2022年にはアジア初のM&Aとなる香港のAUB Ltd.を買収するなど、着々と事業領域を拡大している。

証券市場には1963年9月に東証市場第2部に上場したのち、1970年7月に市場第1部に指定替えとなったが、東証の市場区分見直しに伴い、2022年4月よりプライム市場に移行している。2017年より、高山靖司氏が代表取締役社長に就任した。2026年4月には三和グループ創立70周年を迎え、引き続き世界中の顧客に安全・安心・快適な商品とサービスを提供するべく、グループのさらなる発展を目指している。

“動く建材”を世界展開。国内だけでなく欧米事業も重要な柱に成長

2. 事業の概要

同社グループは、2025年3月末現在、同社、連結子会社104社、関連会社12社の計117社で構成されており、ビル商業施設建材製品、住宅建材製品の建築用金属製品の製造・販売及びメンテナンス・サービス事業を、日本、米州、欧州及びアジアで展開している。

具体的な製品は、建材のなかでもシャッターやドアなど、“動く建材”が中心となっている。これに加えて、国内では間仕切やフロント製品、エクステリア製品などを、米州では車両用ドア製品などを展開している。また取付工事やメンテナンス・サービスも収益の重要な一部となっている。

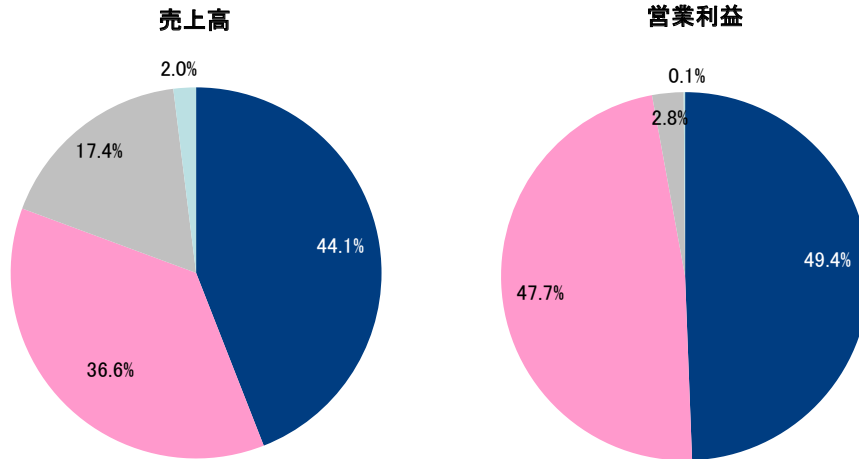
国内の主要な子会社は、三和シャッター工業をはじめ、昭和フロント(株)、沖縄三和シャッター(株)などに、2020年3月期より鈴木シャッターが加わった。国内市場シェアNo.1を誇り、経験豊富な施工技術者、サービス事業の拡大によって安定的な成長を目指す。一方、海外の米州では、北米で強力な販売ネットワークを持ち、米州・カナダで強力なブランド力を誇るODCが業界トップレベルを維持している。また、欧州ではNFグループがドイツを軸に欧州各国で事業展開しており、M&A戦略による事業基盤拡大によって、さらなるプレゼンス向上を目指す。さらに、アジアでは三和シャッター(香港)有限公司、安和金属工業股份有限公司などがある。グループ各社は、それぞれの地域の事業を担っており、傘下に多数の事業会社や地域販売会社を抱え、製品や事業領域によって複数のブランドを展開している。グループ各社の販路・技術力の活用、市場環境やニーズに迅速に対応できる体制の強化によって、グループの成長スピードの加速を図る。

同社グループは、国内同業他社に先駆けて、グローバルな事業展開を進めてきた。現在では、世界28の国と地域で事業を展開し、主要地域でトップポジションを確立している。同社では、日本、米州(ODC)、欧州(NF)、アジアの4つのセグメントに分類して売上高及び営業利益を開示している。2026年3月期実績ベースでは、日本が売上高の44.1%、営業利益の49.4%を占めており、グループ収益・利益の中核を形成している。海外では、米州のODCが売上高で36.6%、営業利益でも47.7%を占め、円安傾向もあり構成比を拡大している。欧州のNFでは、売上高は17.4%を占めるが、インフレやエネルギー価格上昇の影響から営業利益は2.8%に低下している。また、2020年3月期より新たに連結対象となったアジアは、売上高は2.0%、営業利益も0.1%に留まり、今後は利益拡大が課題である。

会社概要

セグメント別内訳(2026年3月期)

■ 日本 ■ 米州 (ODC) ■ 欧州 (NF) ■ アジア



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

シャッターやドアなど基幹商品は、 日本・米州・欧州の3地域で高シェアを獲得

3. 主要製品の概要

同社グループは、国内市場で、文化シャッター<5930>、東洋シャッター<5936>などの競合他社を凌ぎ、売上高トップを占める。また、米州、欧州でも上位を占めるなど、世界的に高いシェアを誇っている。製品別に見ても、同社は多くの製品で国内市場トップにあり、米州・欧州においても上位を占めている。

同社の製品は、シャッター、ドア、開閉機などが基幹商品であり、戸建住宅、集合住宅、商業施設・オフィス・ホテル、学校、医療・福祉施設、工場・倉庫・データセンターなど、多くの場所で使われている。最も代表的な製品は、社名にもあるシャッターである。国内市場では、スラット(蛇腹状に連結された、細長い板状の部材)部分の板厚によって軽量シャッターと重量シャッターに分類されている。軽量シャッターはガレージや商店用の比較的小さなもので、重量シャッターはビル、工場、倉庫などの大型建築物で使用される。同社グループは、これらシャッター製品で国内市場で1位を占めている。

ドアについてはマンションの玄関ドアやオフィスビルなどの防火扉、病院や福祉施設用引き戸(いわゆる病室の入り口のドア)など様々なものをラインナップしている。これらドア製品についても、同社グループは国内市場で首位を、米州、欧州においても上位を占めている。

会社概要

その他、多品種化商品として間仕切、アルミ/ステンレスフロント、ストアフロントやメールボックス/宅配ボックスなどのエクステリア製品、自動ドア、軽量引き戸なども取り扱う。ストアフロントは、商業施設やビルのエントランスに設置されるものである。メールボックスは集合住宅の郵便受けがメインだが、近年は宅配ボックスも伸びている。エクステリア製品は、主に国内で販売している。

主要製品の展開地域と順位

	展開地域	順位	用途	
基幹商品 シャッター	日本	1位	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、戸建住宅、集合住宅	
	米州	2位		
	欧州	-		
	アジア	-		
産業用セクショナルドア	日本	1位	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校	
	米州	2位		
	欧州	2位		
	アジア	-		
ガレージドア	日本	1位	戸建住宅、集合住宅	
	米州	2位		
	欧州	2位		
	アジア	-		
高速シートシャッター	日本	1位	工場・倉庫・データセンター	
	米州	-		
	欧州	-		
	アジア	-		
開閉機	日本	-	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、戸建住宅、集合住宅	
	米州	2位		
	欧州	-		
スチールドア	日本	1位	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、戸建住宅、集合住宅	
	欧州	2位		
	アジア	-		
多品種化商品	パーティション	日本	-	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校
	防水商品	日本	-	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、戸建住宅、集合住宅
	アルミ/ステンレスフロント	日本	2位	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、集合住宅
	メールボックス/宅配ボックス	日本	2位	商業施設・オフィス・ホテル、医療・福祉施設、学校、戸建住宅、集合住宅
	自動ドア	日本	-	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、集合住宅
		米州	-	
		アジア	-	
	軽量引き戸	日本	1位	商業施設・オフィス・ホテル、工場・倉庫・データセンター、医療・福祉施設、学校、集合住宅
		アジア	-	

出所：統合報告書2025よりフィスコ作成

業績の動向

2026年3月期の売上高・当期純利益は予想達成、 営業利益・経常利益は未達

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の同社グループを取り巻く外部環境は、米国の関税政策を背景とした貿易摩擦の激化と景気下振れリスクに加え、地政学的リスクの影響によるエネルギー価格の高騰等、依然として先行き不透明な状況が続いた。こうした環境下で、同社グループは、「中期経営計画2027」をスタートし、気候変動やデジタル化で変化する社会のニーズに応える高機能開口部ソリューションのグローバルリーダーへ向けた基盤の強化・拡充に取り組んだ。

以上の結果、2026年3月期の業績は、売上高660,712百万円（前期比0.3%減）、営業利益79,095百万円（同1.8%減）、経常利益80,647百万円（同4.0%減）、親会社株主に帰属する当期純利益59,776百万円（同3.9%増）となった。親会社株主に帰属する当期純利益のみが増益となったのは、固定資産売却益などから特別損益が改善したことや、法人税等が減少したことによる。売上高・当期純利益は期初予想を上回ったが、営業利益・経常利益は予想を下回った。売上高は、市場が軟調だったものの、売価転嫁の浸透により予想を1.0%上回った。一方、営業利益は、国内を中心に売価転嫁が着実に浸透したが、数量確保に苦戦し、原材料等のコストアップにより予想を2.4%下回った。

地域別売上高は、市場は軟調だったが、売価転嫁の浸透により、日本・米州は期初予想を上回った一方、欧州・アジアは下回った。また、営業利益では、日本は予想を上回り、全体の業績を下支えしたが、米州・欧州・アジアは下回った。以上から、全社の営業利益率は12.0%（同0.2ポイント低下）となった。同社グループでは、グローバルに事業を展開しており、想定を上回る事業環境変化に影響された決算であったと考えられる。

2026年3月期連結業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比		予想比		
	実績	売上比	予想	実績	売上比	増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	662,380	-	654,000	660,712	-	-1,668	-0.3%	6,712	1.0%
売上総利益	218,258	33.0%	-	218,875	33.1%	617	0.3%	-	-
販管費	137,743	20.8%	-	139,779	21.2%	2,036	1.5%	-	-
営業利益	80,515	12.2%	81,000	79,095	12.0%	-1,420	-1.8%	-1,905	-2.4%
経常利益	84,015	12.7%	82,700	80,647	12.2%	-3,368	-4.0%	-2,053	-2.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	57,512	8.7%	58,000	59,776	9.0%	2,264	3.9%	1,776	3.1%

注：予想は2025年3月期決算発表時の期初予想

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本が大幅増益で、好決算に貢献

2. セグメント別実績

(1) 日本

グループの基幹事業を担う日本(三和シャッター工業と国内子会社)の2026年3月期業績は、売上高2,913億円(前期比1.3%増)、営業利益390.7億円(同10.2%増)とセグメント内で最大の増益率となり、グループ全体の業績を下支えした。売上高は、気候変動対応商品やメンテ・サービスが好調に推移し、加えて売価転嫁が着実に浸透したことで増収となった。営業利益は、数量は減少したものの売価転嫁の着実な浸透により、大幅増益となった。この結果、営業利益率は前期の12.3%から13.4%に上昇し、高い利益率を維持している。日本では、製造、施工から、メンテ・サービスまでの事業を一貫して行っていることが、高い利益率の理由である。

(2) 米州(ODC)

米州事業を担うODCの業績は、売上高2,419億円(前期比1.5%減)、営業利益377.5億円(同9.0%減)であった。売上高は、ドア商品は数量減となったが、開閉機や自動ドアが好調に推移し、現地通貨ベースでは増収であった。営業利益は、売価転嫁は進んだものの、ドア商品の数量減と、一時的要因である工場統廃合後のコスト増が響き、減益となった。

米州では、ここ数年は価格戦略とコスト削減の推進により、利益率は上昇していた。2026年3月期の営業利益率は前年比減益であるものの15.6%と、グループ中で最も収益性の高いセグメントとなっている。ODCは市場シェア2位を占めていることが高利益率の要因だ。コロナ禍で上昇した鋼材価格が下降に転じた後も、同社では製品価格を維持したことから高水準の利益率が続いている。

(3) 欧州(NF)

欧州事業を担うNFでは、売上高1,150億円(前期比0.6%増)、営業利益21.8億円(同36.0%減)であった。ウクライナや中東情勢など厳しい経済環境を反映して、数量の減少により現地通貨ベースでは減収となった。営業利益は、売価転嫁に取り組むが、数量減とコスト増により大幅減益であった。コスト増は、インフレとエネルギー価格上昇に伴うものだ。その結果、営業利益率は、前期の3.0%から1.9%へと低下した。欧州事業では複数の国に跨り、法規制やデザイン等のトレンドが異なり商品の規格化が難しいことによるコストも、他地域と比較し低めの利益率の要因となっている。

(4) アジア

売上高130億円(前期比15.3%減)、営業利益1.0億円(同72.8%減)であった。売上高は、台湾やベトナムは増収だが、中国の華東事業の回復の遅れと香港の前年の反動減により減収となった。また、営業利益も、同様の理由から大幅減益となった。アジアで大きなウェイトを占める中国東部の華東事業では、不動産不況から市場環境が悪く、販売先を日本のゼネコン向けからローカル企業向けへの転換を図っているが、まだ軌道に乗っていない。その結果、営業利益率も前期の2.4%から0.8%に低下している。

業績の動向

セグメント別業績

(単位：億円)

	25/3期	26/3期		前期比 増減	予想比 増減
	実績	期初予想	実績		
売上高					
日本	2,877	2,891	2,913	1.3%	0.8%
米州 (ODC)	2,455	2,335	2,419	-1.5%	3.6%
欧州 (NF)	1,144	1,170	1,150	0.6%	-1.7%
アジア	154	156	130	-15.3%	-16.9%
連結	6,624	6,540	6,607	-0.3%	1.0%
営業利益					
日本	354	359	391	10.2%	8.7%
米州 (ODC)	415	404	378	-9.0%	-6.5%
欧州 (NF)	34	41	22	-36.0%	-46.9%
アジア	4	5	1	-72.8%	-80.0%
連結	805	810	791	-1.8%	-2.4%
営業利益率					
日本	12.3%	12.4%	13.4%	1.1pp	1.0pp
米州 (ODC)	16.9%	17.3%	15.6%	-1.3pp	-1.7pp
欧州 (NF)	3.0%	3.5%	1.9%	-1.1pp	-1.6pp
アジア	2.4%	3.3%	0.8%	-1.6pp	-2.5pp
連結	12.2%	12.4%	12.0%	-0.2pp	-0.4pp

注：各セクターには、相殺項目があるため、合計しても連結の数値とは一致しない
 出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2026年3月期末の資産合計は、主に投資有価証券の増加等により、前期末比13,188百万円増の547,798百万円となった。負債合計は、主に仕入債務の減少等により、同13,603百万円減の196,813百万円となった。純資産合計は、主に利益剰余金やその他有価証券評価差額金の増加等により、同26,792百万円増の350,984百万円となった。

以上の結果、自己資本比率は前期末比3.4ポイント上昇の63.6%で、最新データである2025年3月期決算短信集計による東証プライム市場上場の全産業平均33.6%を大きく上回る。加えてD/Eレシオも前期の0.14倍から0.13倍に低下しており、財務上は十分な安全性を確保している。また、同社のROA（総資産経常利益率）は14.9%（前期比1.5ポイント低下）、ROE（自己資本当期純利益率）も17.8%（同1.2ポイント低下）で、いずれも東証プライム市場全産業平均の4.5%、9.4%を大きく上回り、高い収益力も兼ね備えていると評価できる。

業績の動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	25/3期	26/3期	増減額
流動資産	362,699	352,927	-9,772
現金及び預金	125,495	115,589	-9,906
売上債権	135,077	134,876	-201
棚卸資産	84,481	85,902	1,421
固定資産	171,910	194,870	22,960
有形固定資産	98,454	101,807	3,353
無形固定資産	22,199	21,747	-452
資産そのほかの資産	51,256	71,315	20,059
資産合計	534,609	547,798	13,188
流動負債	148,676	150,779	2,103
支払手形及び買掛金ほか	61,189	44,555	-16,634
短期借入金等	10,854	32,363	21,509
固定負債	61,740	46,034	-15,706
長期借入金等	34,252	12,217	-22,035
負債合計	210,417	196,813	-13,603
(有利子負債)	45,106	44,580	-526
純資産合計	324,192	350,984	26,792
【安全性】			
自己資本比率	60.2%	63.6%	3.4pp
D/Eレシオ (倍)	0.14	0.13	-0.01
【収益性】			
ROA (総資産経常利益率)	16.4%	14.9%	-1.5pp
ROE (自己資本当期純利益率)	19.0%	17.8%	-1.2pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年3月期の営業利益は、売価転嫁により最高益の更新を目指す

● 2027年3月期の業績見通し

今後の世界経済は、中東地域における地政学的リスクの高まりや、それに伴う資源価格の変動などにより、先行きがさらに不透明な状況が続くものと想定される。こうした環境下において、同社グループは、2026年3月期より「三和グローバルビジョン2030」及び「中期経営計画2027」をスタートし、2年目を迎えている。基本戦略の着実な実行により、気候変動やデジタル化で変化する社会のニーズに応える高機能開口部ソリューションのグローバルリーダーへ向けた基盤を強化・拡充する。

今後の見通し

2027年3月期の業績については、売上高677,000百万円(前期比2.5%増)、営業利益81,000百万円(同2.4%増)、経常利益82,500百万円(同2.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益60,000百万円(同0.4%増)を計画する。売上高は、各地域ともに市場環境の回復が遅れるなか、売価転嫁に取り組み増収を確保する。営業利益は、各地域において売価転嫁に取り組むことで原材料等のコストアップを吸収して、2025年3月期の80,515百万円を上回る最高益の更新を目指している。この結果、営業利益率は前期と同水準の12.0%を見込む。親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が小幅にとどまるのは、前期の特別損益を今期は見込まないためだ。なお、中東情勢の影響については、先行きが不透明であり予想が困難であるため、業績予想には織り込んでいない。期初の業績予想は例年どおり保守的であり、想定以上の事業環境の悪化がなければ、目標達成する可能性が高いと弊社では見ている。

2027年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	26/3期		27/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	660,712	-	677,000	-	16,288	2.5%
営業利益	79,095	12.0%	81,000	12.0%	1,905	2.4%
経常利益	80,647	12.2%	82,500	12.2%	1,853	2.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	59,776	9.0%	60,000	8.9%	224	0.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別の業績予想は以下のとおりである。

(1) 日本

グループの中心である三和シャッター工業と国内子会社の業績は、売上高2,946億円(前期比1.1%増)、営業利益391.0億円(同0.1%増)を予想している。売上高は、好調なメンテ・サービスに加え、売価転嫁の着実な浸透により増収を予想する。営業利益では、売価転嫁の着実な浸透により、コストアップをカバーして、増益を予想している。コストアップは、主に採用強化に伴う人件費増だ。営業利益率は13.3%(同0.1ポイント低下)と、おおむね前期並みの水準を維持する見通しだ。

(2) 米州 (ODC)

米州のODCの業績は、売上高2,442億円(前期比1.0%増)、営業利益394.0億円(同4.4%増)を見込んでいる。売上高は、開閉機や自動ドアが好調に推移する見込みであり、売価転嫁にも努めることで増収を予想する。営業利益も、売価転嫁とコスト削減に努め、増益の予想だ。昨年途中から適用された追加関税が今年はフルに影響することで、原材料コストが増加する見通しである。一方、昨年 of 工場統廃合に伴う混乱が収まり、コスト低下を見込んでいる。営業利益率は16.1%(同0.5ポイント上昇)になる予想だ。

(3) 欧州 (NF)

欧州のNFの業績は、売上高1,244億円(前期比8.2%増)、営業利益28.6億円(同31.3%増)を見込んでいる。売上高は、市場環境は厳しいものの、販売施策と売価転嫁に取り組み、増収を予想する。営業利益は、数量回復と売価転嫁によりコストアップをカバーし、増益を予想している。昨年後半から住宅向け着工が回復しており、数量増と売価転嫁を見込んでいる。営業利益率は2.3%(同0.4ポイント上昇)になる予想である。

今後の見通し

(4) アジア

アジア事業の業績は、売上高143億円(前期比10.2%増)、営業利益1.5億円(同46.1%増)を見込んでいる。売上高は、台湾やベトナムの数量増により増収を予想する。また、営業利益は、堅調な台湾やベトナムの数量増により増益を予想する。営業利益率は1.0%(同0.2ポイント上昇)になる見通しだ。ただ、本格的な業績回復には、大きなウェイトを占める華東事業の回復が不可欠である。

■ 中長期の成長戦略

「三和グローバルビジョン2030」「中期経営計画2027」を鋭意推進中

1. 中期経営計画の概要

長期ビジョンの「三和グローバルビジョン2030」では、「To be a Global Leader of Smart Entrance Solutions ~高機能開口部のグローバルリーダーへ~」をビジョンとして掲げている。気候変動やデジタル化など、激しく変化する社会のニーズに応える高機能な開口部ソリューションをグローバルに提供するとともに、サステナビリティ経営と人材力強化によりすべてのステークホルダーから評価される企業グループを目指す。

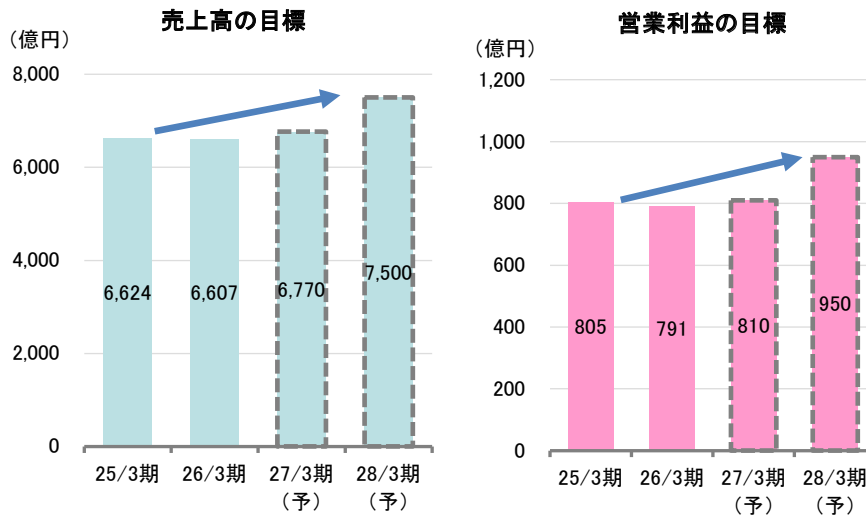
長期ビジョンにおける最初の3年の「中期経営計画2024」(2023年3月期~2025年3月期)では、グローバルリーダーへ向けた基盤の確立を目指した。その結果、特に国内事業と米州事業がけん引し、2025年3月期の売上高は目標値比744億円増、営業利益は同355.2億円増、営業利益率は同4.4ポイント上昇、ROEも同5.5ポイント上昇など、目標を大きく上回って着地した。また、業績達成のための基本戦略も、おおむね目標どおりの成果をあげた。

続く「中期経営計画2027」(2026年3月期~2028年3月期)では、グローバルリーダーへ向けた基盤を強化・拡充する。数値目標としては、最終年度の2028年3月期には、売上高7,500億円(年平均成長率4.2%)、営業利益950億円(同5.7%)、ROE19.0%、ROIC18.5%、SVA(同社独自のEVA的数値)460億円などを掲げる。特に営業利益は、のれん償却前ベースでは初めて1,000億円の大台達成を目指す。また、成長投資として累計1,000億円を掲げ、内訳としてはM&A投資500億円、設備投資400億円、IT/デジタル投資100億円を見込んでいる。さらに、株主還元として累計1,250億円を計画し、うち配当850億円、自己株式の取得400億円などを計画する。

また、セグメント別では、日本は売上高3,138億円(年平均成長率2.9%)、営業利益390億円(同3.3%)を、米州(ODC)は売上高2,527億円(同1.0%)、営業利益510億円(同7.1%)を、欧州(NF)は売上高1,296億円(同4.3%)、営業利益75億円(同30.2%)を、アジアは売上高196億円(同8.4%)、営業利益12.5億円(同49.6%)を計画している。グローバルリーダーとして、日本での盤石な地位を確保するとともに、米州・欧州・アジアでの売上高・利益の拡大を目指す。これらの数値目標達成のための基本戦略として、1)日・米・欧のコア事業の強化、領域拡大、2)アジア事業の利益を伴う成長、3)防災・環境対応製品とスマート化製品・サービスによる事業拡大、4)デジタル化とものづくり革新による生産性向上と能力増強、5)サステナビリティ経営と人的資本経営の推進を掲げている。

中長期の成長戦略

売上高・営業利益については、想定を上回る市場環境の悪化により、中期経営計画2年目の2027年3月期予想まで、緩やかな増加にとどまっている。最終年度の数値目標達成に向けて、成長戦略の一層の加速が必要だ。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 成長戦略

(1) 日本・米州・欧州のコア事業の基本戦略

日・米・欧のコア事業の強化・領域拡大を図る。実現のために、第1に、基幹商品・戦略商品の強化を図る。顧客/チャンネル戦略の強化、ソリューション提案力の向上、デジタル化によるオペレーション強化を行う。第2に、サービス事業(修理、メンテ、保守点検など)の拡大を図る。循環型ビジネスモデルの確立、IoTサービスの展開、デジタル化によるオペレーション強化をすることで、サービス売上高を2025年3月期の882億円から2028年3月期には1,020億円にまで拡大する。第3に、M&Aを活用した事業強化と領域拡大を目指す。日本では多品種事業の拡大、米州ではビジネス領域の拡大、欧州では産業用ドアやサービス事業拡大を目指し、3年間で約500億円をM&Aに投じる計画だ。

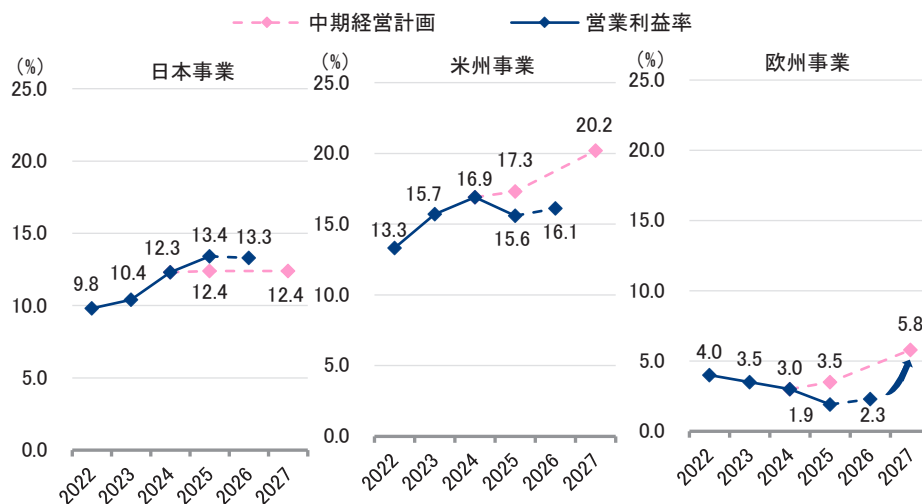
中期経営計画初年度(2026年3月期)の実績は、日本事業では、営業利益率は中期経営計画の想定以上に改善している。2025年は建設資材高騰及び労働者不足などにより大型都市開発の工期遅れや長期化が売上数量にマイナス影響となったが、2026年も同様の傾向が続く見込みである。ただ、収益性の高い気候変動対応商品や好調なメンテ・サービス事業により、事業ミックスは改善している。さらに、各種コストアップの売価転嫁は、着実に浸透している。また、製造部門での内製化の取り組みによるコスト削減が進み、収益性改善に貢献している。中東情勢の影響による原油由来製品等の供給不足や資材価格高騰分については、足元は大きな影響はないが、長期化する場合は代替品の調達や売価転嫁により対応予定である。

中長期の成長戦略

米州事業では、営業利益率は計画を下回っており、市場回復にはまだ時間を要する見通しだ。2025年は関税影響と金利高止まり等により市場回復が遅れ、ドア事業は数量確保に苦戦した。数量回復は、2026年後半以降になる見込みだ。開閉機及び自動ドア事業は、市場回復が遅れる中でも数量を確保した。2025年は数量減による生産性悪化や、一時的要因である工場統廃合後のコストアップにより収益性が低下した。また、関税影響によるコストアップに対して、2025年は売価転嫁で対応した。2026年以降の関税ルール変更によるコストアップも、売価転嫁で対応する予定である。

欧州事業では、営業利益率は計画を大きく下回っており、市場環境は不透明さが継続している。2025年は市場低迷が継続し、2026年後半には回復を期待するが、中東情勢の影響等による市場環境の不透明さは継続している。産業用ドアとサービス事業を一体で強化し、収益基盤を確保した。今後、各種コストアップ分は売価転嫁で対応の予定だ。UKやドイツ、北欧などで事業再構築を実施中である。ドイツにあるNF本社では経営トップを交代し、事業再建に取り組んでいる。

日・米・欧のコア事業の強化、領域拡大



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

また、サービス事業の拡大では、日本では好調なオフィス等の改修市場からの需要取込みを強化、米州ではM&Aなどにより自動ドアのサービス事業を強化、欧州ではサービス事業の拡大に注力することで、売上は目標達成に向けて順調に増加している。さらに、周辺領域のM&Aでは、米国の自動ドアサービス及び施工会社2社の全株式を取得した。

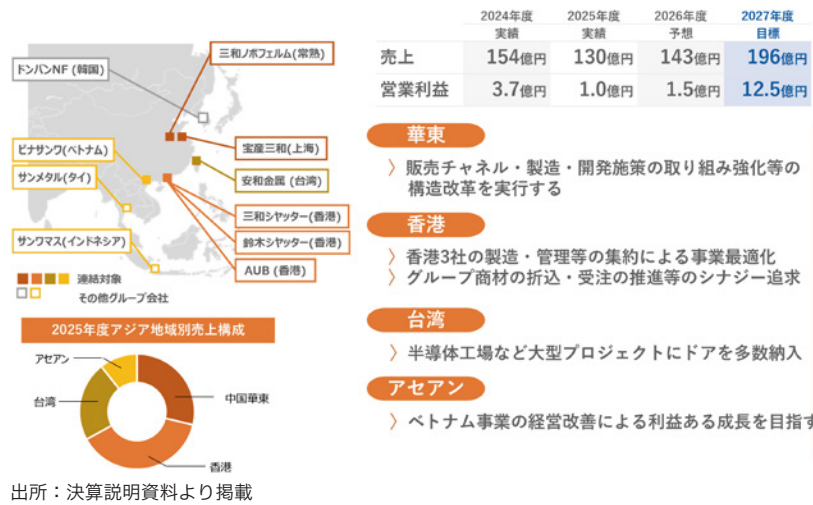
(2) アジア事業の基本戦略

アジア事業では、日米欧に次ぐ第4の柱として、利益を伴う成長を目指す。特に華東(中国の上海を中心に、江蘇省、浙江省地帯を総称した長江デルタ地帯を指す)事業の経営を軌道に乗せ、ベトナム事業の経営改善と既存事業のさらなる成長を図る。そして、市場拡大とアジア各社のシナジー追求により、安定的な黒字化と収益拡大を目指す。2028年3月期には売上高196億円(年平均成長率8.4%)、営業利益12.5億円(同49.6%)を計画する。

中長期の成長戦略

2026年3月期には、華東では、販売チャネル・製造・開発施策の取り組み強化等の構造改革を実行した。香港では、子会社3社の製造・管理等の集約による事業最適化を図り、グループ商材の折込・受注の推進等のシナジーを追求している。台湾では、半導体工場など大型プロジェクトにドアを多数納入している。アセアンでは、ベトナム事業の経営改善による利益ある成長を図る。現状、アジア事業の営業利益は計画を大きく下回って推移しているが、業績回復にはアジアで大きなウェイトを占める華東事業を、早期に軌道に乗せる必要がある。販売チャネルの拡大、人員入れ替えなどの構造改革に取り組んでおり、その成果が待たれる。

アジア事業の利益を伴う成長



安定的な黒字化と収益拡大へ

(3) 防災・環境対応製品とスマート化製品・サービスの基本戦略

気候変動やデジタル化などで変化する社会のニーズに応える防災・環境対応製品の拡充と製品・サービスのスマート化をグループ全体で進める。防災・環境対応製品の拡充については、同社が取り扱う製品はもともと防災・環境対応に密接に関連しているが、近年は気候変動がクローズアップされ、災害が頻繁に起きて激甚化していることから、より深く取り組む。防災商品、気候変動適応商品、気候変動緩和商品の売上高を2025年3月期実績2,133億円から2028年3月期目標2,300億円へ拡大する計画だ。また、製品・サービスのスマート化では、IoT・電動化対応製品の拡充、IoTを活用したサービス事業の拡大は、米欧に比べて国内での実績は十分とは言えないため、グループ全体として取り組むべく様々なラインナップを準備している。

2026年3月期の売上高は、目標達成に向けて順調である。国内を中心に好調で、商品ラインナップを拡充している。特に気候変動緩和商品では、工場や作業場などの職場環境改善提案の推進により高速シートシャッターが好調で、その他シャッターの受注高が前期比18.1%増となった。空調効率をアップする商品で、顧客への職場環境改善提案を強化した成果である。

中長期の成長戦略

防災・環境対応製品とスマート化製品・サービスによる事業拡大



(4) デジタル化とものづくり革新の基本戦略

業務プロセスのデジタル化や、生産能力拡大と省力化投資を推進する。デジタル化は待ったなしの課題であり、グローバルに取り組んでいる。生産能力増強と製造ネットワーク最適化による生産性向上や、業務プロセスやERP導入によるデジタル化を進める。また、計画期間中に設備投資に400億円、IT/デジタル投資に100億円、合計で500億円を投入する計画だ。各地域の取り組み及び投資額は、順調に推移している。

(5) サステナビリティ経営と人的資本経営の基本戦略

サステナビリティとは、世界を持続的な状態にするために、経済活動と環境や社会を保護・保全する活動を両立させながら事業などを行うことである。同社グループでは、「ものづくり」「環境」「人」「グループの経営基盤」をテーマとして、特に「人」への取り組み、すなわち「人的資本経営の推進」に重点を置いている。人材育成、ダイバーシティの推進、安全と健康への取り組みにより、働きやすさとやりがいを追求するほか、「個」の成長と「組織」の成長の循環によって、エンゲージメント(帰属意識)を向上させることで、人的資本の最大化を図る。現状は人手不足であり、成長のためには人材確保と育成強化が極めて重要である。2026年3月期には、「人」への取り組みとして、日本・米州においてエンゲージメントサーベイを実施した。従業員が自社や仕事にどれだけ愛着・共感・貢献意欲を持っているかを調査するもので、サーベイの結果を活用するために今後も継続実施の予定だ。また、社員への株式付与やデジタル教育も実施している。

また、同社グループは社会から信頼される企業を目指し、従来からESGを推進しているが、近年では年金基金など主要投資家の間でもESGに対する企業の取り組みを重視して銘柄を選別する「ESG投資」が拡大傾向にある。同社グループでは、サステナビリティへのこれまでの取り組みや情報開示の姿勢が評価され、「MSCI日本株 ESGセレクト・リーダーズ指数」「FTSE4Good Index Series」「SOMPOサステナビリティ・インデックス」など、国内外のESGインデックスに組み入れられている。また、「2025年度日経サステナブル総合調査SDGs経営編★3」など、数々の賞も受けている。さらに、(株)日本格付研究所(JCR)による長期発行体格付は、AA-(安定的)を維持している。

以上で見た通り、推進中の中期経営計画は多岐にわたり、非常に意欲的な計画である。事業環境の悪化に伴い数量が伸びず、数値目標では苦戦を強いられているが、多くの施策は着実に進展している。弊社では、引き続き進捗及び達成状況を注視したい。

■ 株主還元策

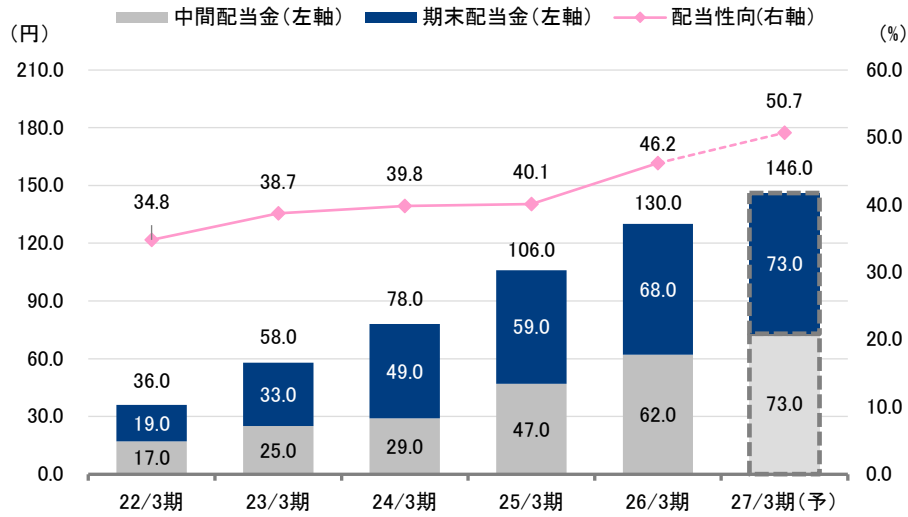
配当の目安を「DOE10%」に引き上げ、大幅増配を予定

同社では株主に適切な利益還元を行うことを経営における重要課題の1つと認識し、従来は各期における業績、利益に基づく配当性向及び今後の経営施策を考慮のうえ、安定した配当を行うことが株主の要請に応えるものと考えて、配当性向40.0%を目安に配当を行ってきた。しかし、2026年3月期より配当方針を変更し、自己資本に基づくDOE (自己資本配当率 = 年間配当総額/連結自己資本 × 100) 及び今後の経営施策を考慮のうえ、DOE8%を目安に安定的な配当を目指すこととした。これにより、減益決算の場合であっても自己資本の増加によって増配の継続が可能となる。さらに、2027年3月期中間期からは、算定基準を自己資本から株主資本に変更し、DOE (株主資本配当率) 10%を目安に安定的な配当を図る。「自己資本」から変動の大きい為替換算調整勘定などを除外し、「株主資本」を基準とすることで、より安定的な配当を目指すものだ。また、DOE10.0%は、配当性向を45%とした場合と同等の水準である。

以上から、2026年3月期の年間配当金は130.0円 (前期比24.0円増)、配当性向は46.2%とした。さらに、2027年3月期には、創立70周年記念配当14.0円を含む年間配当金146.0円 (同16.0円増) を予定し、配当性向は50.7%に上昇する。配当性向は、最新データである2025年3月期における東証プライム市場全産業平均の34.7%を大きく上回る水準である。また、今後も必要な戦略投資を行い、手元資金を考慮しつつ自己株式の取得を検討する。自己株式の取得については、2026年3月期の200億円に続き、2027年3月期も100億円を予定する。さらに、同社では、毎年3月31日の最終株主名簿に記載または記録されている株主を対象に、株主優待を実施している (100株以上保有の株主にはオリジナルQUOカード500円分を、1,000株以上保有 (保有期間2年以上) の株主にはオリジナルQUOカード2,000円分を進呈)。こうした株主還元は、同社グループの株主重視の経営姿勢を示すものと弊社では評価している。

株主還元策

配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp