DISCOVER
SANEI.
Est.1954
04

水をつなぐ
SANEI

人類ある限り、水は必要である

Human beings need water as long as they exist



How many times a day do we touch water?

Washing our faces, our hands.
Cooking. Bathing.
We interact with water countless times daily,
without a second thought.

It's a quiet, effortless rhythm of life.
Yet, a single day without it is unimaginable.

In these unnoticed moments, SANEI stays
close—continually delivering value.

一日に何度、触れているのだろう。

顔を洗う。手を洗う。

料理をする。湯に浸かる。

人は、意識することなく

一日に何度となく水に触れています。

繰り返す、何気ない日常。

水のない一日は、

きっと想像できないはずです。

そんな気づかれない当たり前の中に、

SANEIは寄り添い、価値を届け続けています。

水場の意味を、編み直せないか。

キッチンやバス、洗面。

それぞれに役割が与えられていた場所。

けれど今、

その境界は静かにほどけはじめています。

人々のライフスタイルは、

すでに一つではなくなりました。

水場もまた、暮らしの数だけあっていい。

変わることなく必要とされるその場所を、

新しい意味のもとに編み直す。

十人十色の生活を彩るために。

Can we reweave what water spaces mean?

The kitchen, bath, and washbasin were once defined by strict roles.

Today, those boundaries are dissolving.
As lifestyles diversify, water spaces can take as many forms as there are ways of living.

We reweave these essential places with new meaning—to color every unique life.

地球の呼吸と、生きていく。

夜が明ければ、また朝が来る。
水が海に還り、雲になり、
雨として大地に降り注ぐように、
終わりのない循環が世界を動かしている。

想像してみてください。
自然からもらった恵みを自然に還す住宅。
地球の呼吸とともに生きていく暮らし。

SANEI は夢だとは思いません。
想像を現実にする一歩を、
私たちはすでに踏み出しています。

Living in rhythm with the Earth's breath.

Night fades, morning comes.
Water returns to the sea, becomes clouds, and falls as rain—an endless cycle moving the world.

Imagine.
A home returning nature's gifts to nature.
A way of living in rhythm with the Earth's breath.

To SANEI, this is no dream.
We have already taken the first step toward making it real.

1954 年の創業以来、SANEI は
アイデアと創意工夫によって、
人々の生活に水のある歓びを提案してきました。
70 年に及ぶアルバムからその歩みを
振り返ります。

Since its establishment in 1954,
SANEI has proposed the joy of having water
in people's lives through ideas and ingenuity.
We will look back on its history from the
album spanning 70 years.

「点」としての始まり

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。

Start as "Point"

Water is indispensable for human life, and modern daily life cannot be realized without running water. Based on the idea that faucets are the "Contact point" and "Keystone" of our daily lives, Sanei Faucet Manufacturing (currently known as SANEI) has actively put effort into product development since it early days.

「点」から「線」へ

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。

From "Point" to "Line"

During the 1980s, we established the structure capable of totally producing not only faucets but also the water supply and drainage environment in buildings. Although they may not be visible from the outside, each of them was used under the concept of the right materials in the right places and has supported the irreplaceable flow of water in our daily lives.

「線」から「面」へ

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。

From "Line" to "Plane"

The domain of our proposals had expanded to the "Plane" since around the 2000s, and our design faucets and proposals for spaces and lifestyles have been highly acclaimed. In addition, we have been proceeding with our initiatives to actively fulfill our responsibility toward the realization of a sustainable society.

SANEI HISTORY since 1954
CHRONICLE

次なる景色への飛翔　物語は続いていく

Flying to the Next Landscape: The Story will Continue











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。

Established by the Three Young Persons

SANEI was established by Akira Nishioka, Koji Yoshikawa, and Kenichi Hashimoto who were all in their 20s at that time. This was the origin of the company name "SANEI." (SAN means three in Japanese.)



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。

Japan's First Hot and Cold Water Mixing Faucet with Shower

While home baths became popular in every household in Japan, it became a hit product that was ahead of the times.



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。

Comprehensively Providing Faucets and Even Plumbing

With a wide range of product deployment and a nationwide sales network, we have developed to a comprehensive manufacturer of water-related products.

水をつなぐ
SANEI

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、グローバル展開を見据えたものでもあります。

Changed the Company Name to SANEI LTD.

The new company name reflects a broader vision beyond faucets and was chosen with global expansion in mind.

BRAND LINEUP

感性に寄り添うものから機能性を追求したものまで、多様なブランドをラインナップ。ただ美しくあるだけではなく、使う人の心地よさを考え、日々の暮らしの中で価値を育む水栓へ。水とライフスタイルの理想の姿をかたちに。

A diverse lineup ranging from designs that resonate with the senses to pure functionality. Not just beautiful objects—our faucets are designed for comfort, enriching daily life over time. Giving form to the ideal harmony of water and life.









VERSE

最上級のラグジュアリーを、
選び抜かれた品位で

The pinnacle of luxury,
in carefully chosen distinction

grooglo
Grazioso
ellipse 2026.10 DEBUT

sanei

ライフスタイルに寄り添う、
デザインコレクション

A design collection embracing
your lifestyle

soroe
cye
YORI SUTTO
SUTTO
Kiwitap
TOH
EDDIES
MONOTON
morfo
roffiné

SANEI

快適な日常に寄り添う、
シンプルな選択

A simple choice
for everyday comfort

IENI
AQUVOI+
toccata
column
いちりん ichirin
KOKOE

etc.

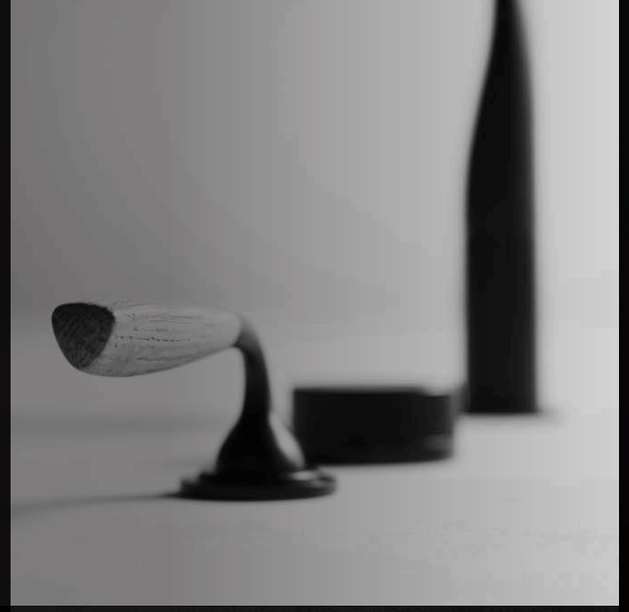
OTHER BRAND

WATLEA
FIUSSO

VERSE

最上級のラグジュアリーを、
選び抜かれた品位で

The pinnacle of luxury,
in carefully chosen distinction







grooglo

澄明な輪郭が際立たせる
流麗なシルエット
時間の経過と共に
生活に刻まれる

A flowing silhouette defined by lucid contours.
Etched into your life over time.





Grazioso

こだわり抜いた曲線美と
無作為の表面仕上げ
有機物と無機物の融合
上質の更に先へ

Uncompromising curves
and uncontrived finishes.
A fusion of organic and inorganic.
Beyond premium quality.

sanei

ライフスタイルに寄り添う、デザインコレクション

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。

インテリアそのものとしてのクオリティを備えた多様な個性が、暮らしのシーンを彩ります。

A design collection embracing your lifestyle

Design collection incorporated into a variety of lifestyles.

Products that have various originalities with the quality as good as interior furnishings will enhance your life.

DESIGNER COLLABORATION

国内外で活躍するデザイナーたちとのコラボレーションから生まれた、
不朽のマスターピース。

Timeless masterpieces produced in collaboration with designers
who are renowned in Japan and abroad.

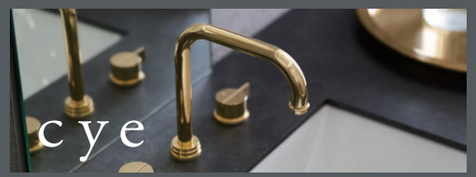


Designed by nendo

佐藤オオキを中心に設立されたデザインオフィス。
東京とミラノに拠点を持ち、建築、インテリア、プロダクト、グラフィックと幅広くデザインを手掛ける。
https://www.nendo.jp

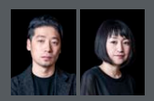


Design studio founded by Oki Sato as a main designer. Based in Tokyo and Milan, he is engaged in designing in a wide range including architecture, interior furnishings, products, and graphics.

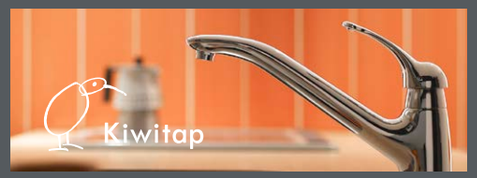


Designed by SUPPOSE DESIGN OFFICE

谷尻誠、吉田愛率いる建築設計事務所。幅広い分野のプロジェクトを手掛けながら、「社食堂」や広島本社の移転を機に商業施設の運営もスタートするなど事業の幅を広げている。
https://suppose.jp



Architectural design office led by Makoto Tanijiri and Ai Yoshida. While working on projects in a wide range of fields, they are expanding their scope of business, including the “Shashokudo” and the management of commercial facilities after the relocation of its main office in Hiroshima.

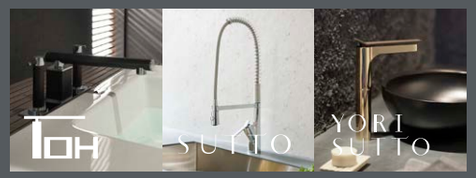


Designed by 喜多俊之 TOSHIYUKI KITA

デザイナー。プロダクト及び、空間など、分野を越え、数多くのデザインを手掛ける。作品の多くがMOMAを始め、世界のミュージアムに永久収蔵。
https://www.toshiyukikita.com/jp



Designer. He is engaged in numerous designs for products and spaces across fields. Many of his works are stored as permanent collection in museums around the world, including MOMA.



Designed by 森田恭通 YASUMICHI MORITA

GLAMOROUS co., ltd.代表。国内外へ活躍の場を広げ、インテリアに限らずグラフィックやプロダクトといった幅広い創作活動を行っている。
http://glamorous.co.jp



CEO of GLAMOROUS co., ltd. He has expanded his activities both in Japan and abroad, and is engaged in a wide range of creative activities including not only interior design but also graphics and products.

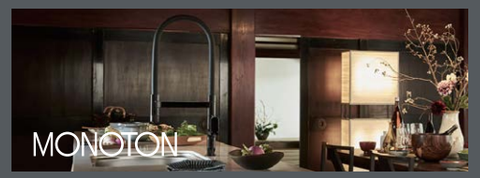


Designed by 鈴木エドワード EDWARD SUZUKI 1947-2019

建築家。公共施設から個人邸、集合住宅まで幅広く手掛け、グッドデザイン賞、エコビルド賞など数々の賞を受賞している。
https://edward.net



Architect. His works range widely from public facilities to private residences and apartment buildings. He has won numerous awards, including the Good Design Award and the Ecobuild Award.



Designed by 岩倉榮利 EIRI IWAKURA 1948-2019

家具ブランド ROCKSTONEを創立。日本の伝統的な匠や現代の工業技術を暮らしの道具へと昇華。プロダクトデザイン、空間プロデュース、企業コンサルタント、人材教育までを手掛ける。
https://rockstone.co.jp

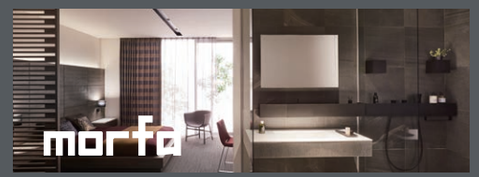


He founded a furniture brand, ROCKSTONE. He has sublimated traditional Japanese craftsmanship and modern industrial technology into tools for everyday life. He is engaged in various activities, ranging from product designing to space producing, corporate consulting, and human resource education.

WAILEA DESIGN

人と水のよりよい関係を現代空間の中で追求する、
SANEIインハウスデザイン。

SANEI's in-house design brand,
which pursues a better relationship between people and
water in modern spaces.



Designed by WAILEA DESIGN

無限に変化する水のデザイン。
morfaは水栓を"なくす"という斬新な発想から生まれました。
水栓や棚のデザインを統一し、
パネルで構成されたボックスの中に一体化しました。

Designing for water that changes infinitely. morfa was created out of innovative idea of eliminating the faucet.
The design of faucets and shelves was unified and placed in the box made of panels.



Designed by WAILEA DESIGN

五感を満たす心地よさ。
ヨーロッパ調のシンプルで洗練されたデザインで、
時間がゆっくりと流れるような、
落ち着いた空間を演出します。

Comfort that fills your five senses.
The simple and sophisticated design in European style
creates a calm space as if time were flowing slowly.

BRAND LINEUP

— STANDARD

SANEI

快適な日常に寄り添う、シンプルな選択

使いやすさに配慮し、シンプルで扱いやすい設計を追求。

さまざまな空間や用途に自然に溶け込み、暮らしに寄り添うスタンダードな水栓シリーズ。

A simple choice for everyday comfort

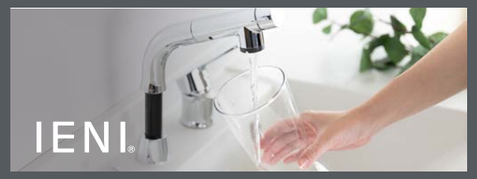
Designed for simplicity and ease of use.

A standard faucet series that blends naturally into any space, supporting your daily life.

STANDARD DESIGN

日常に必要な機能を見つめ直し、使い心地に配慮して設計したシリーズ。

A series that rethinks everyday essentials,
designed with comfort in mind.



キッチンやバスルームなど、毎日使う水まわり。インテリアやキッチン家電を選ぶように、水栓にもこだわりを。行き届いた機能がいつもの便利につながり、デザインの細かな違いが空間のクオリティまでも高めます。

Kitchens and bathrooms—our daily water spaces. Choose your faucet as carefully as your furniture and appliances. Refined functions bring daily convenience, while subtle design details elevate the quality of your space.



イタリア語の toccare「ふれる」という語源そのままに、吐水、水量や湯・水の切り替えはタッチパネルに「ふれる」だけ。使用中は吐水口のライトが点滅し、一定時間が経過すると水は自動的に止まります。そのスマートな操作性と近未来的なデザインが、洗練された空間を創り出します。

True to its Italian root "toccare" (to touch), simply touch the panel to control water flow, volume, and temperature. The spout light glows during use, and water stops automatically after a set time. Smart, futuristic design creates a refined space.



一輪挿しのように凛とした佇まい。本物の竹を重ね合わせ、磨きこんで形にする。水の出口に曲げた銅板を使い、水の流れを目と耳で楽しむ。「いちりん」は和の伝統を受け継ぎながら唯一無二の存在。

Graceful like a single-flower vase. Layered, polished bamboo, with a curved copper plate at the spout—a delight for the eyes and ears. A unique presence rooted in Japanese tradition.



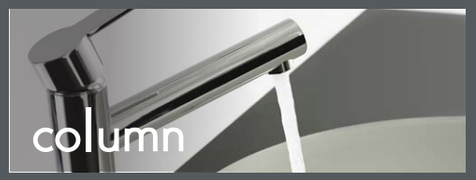
水栓に内蔵されたマイクで、吐水・止水などの操作を声で行えます。市販のBluetoothスピーカーを使用すれば音声返答も可能です。

A built-in microphone lets you control water by voice. Pair with a Bluetooth speaker for voice responses.



手荷物を腕にかけたままでも使いやすいよう、六角形で構成されたカウンターセットです。ボウルとカウンターは抗菌仕様の人工大理石を採用しており、シームレスですっきりした印象に仕上げています。

A hexagonal counter set designed for easy use, even while carrying bags. The bowl and counter feature antibacterial artificial marble for a seamless, clean look.



円柱をモチーフにしたシンプル、ミニマムデザインはあらゆるシーンに違和感なく融け込みます。

A simple, minimalist design inspired by a cylinder. It blends seamlessly into any setting.



スマートファインバブル

目に見えないほど微細な泡、ウルトラファインバブルを独自のスマート設計で取り入れ、洗浄・美容・節水を一体化。水まわりの性能を高め、日常をより快適に。

Harnessing ultra-fine bubbles—too small to see—this smart design unites cleansing, beauty, and water-saving for greater everyday comfort.



SANEI株式会社は、FBIAの会員です。
※「ファインバブル」、「ウルトラファインバブル」、「FINE BUBBLE」、「FBIA」のロゴは、一般社団法人ファインバブル産業会（FBIA）の登録商標です。ファインバブル技術は FBIAが普及をすすめている先端技術です。

SANEI LTD. is a member of FBIA.
"Fine Bubble," "Ultra Fine Bubble," "FINE BUBBLE," and the FBIA logo are registered trademarks of the Fine Bubble Industries Association (FBIA). Fine bubble technology is an advanced technology promoted by FBIA.

etc.

OTHER BRAND

水まわりを空間から捉え直し、
日常の風景を美しく彩る

Redefining water spaces to beautifully color your everyday life.



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。

Custom Kitchen and Basin Brand
A made-to-order interior brand creating unified, luxurious water spaces.



Flow state. 悠久の流れに調和する

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。

Flow state. In harmony with the eternal flow.
A bath brand viewing the bathroom as a microcosm to pursue profound relaxation.

MUSEUM

SANEI Gallery

岐阜県各務原市、ものづくりの息吹が根付くこの地に、SANEIの新たな象徴が生まれました。創業70周年を記念して開設された『SANEI Gallery』は、水と共に歩んできた歴史の集大成です。鋳造から研磨まで、職人の手仕事と最先端のテクノロジーが交差するこの場所で、水はただ流れるだけのものではなく、彫刻のような美しさを纏います。

Kakamigahara, Gifu—a land rooted in craftsmanship. Here, to mark our 70th anniversary, a new symbol of SANEI was born. The "SANEI Gallery" crowns our history with water. From casting to polishing, artisan craft meets cutting-edge technology. Here, water doesn't just flow; it becomes art.





さらなる高みを求め、
技術の地平を切り開く。

We will open up the horizon of technology
to reach for greater heights.

目に見えない技術こそが品質の生命線であり、
その担い手は「人」に他なりません。
SANEI のものづくりの現場は、現状の水準に
満足することなく、常に進化を続けています。

The very intangible technology is vital for the quality,
and it is nothing but people who undertake a responsibility
for such technology.
The front lines of SANEI's manufacturing
are never satisfied with the current level, and are constantly evolving.

MANUFACTURING



SANEI クオリティを支える
自社工場による一貫生産体制

国内外に4つの生産拠点があり、中でも岐阜工場では、製品開発から始まり、鋳造、加工、研磨、最終の組立まで、自社製品の生産を一貫体制で担っています。すべての工程に妥協を許さない姿勢が品質を支えています。

SANEI's integrated production system at its own plant supports SANEI quality

SANEI has four production bases in Japan and abroad. The Gifu plant in particular has an integrated production system, by which it is engaged in the production of our own products all through from product development to casting, processing, polishing, and final assembling. Our uncompromising attitude in all processes supports the quality of our products.

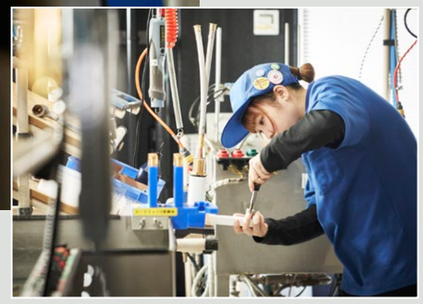


品質第一を超え「品質革新」へ
自ら理想とする基準への挑戦

並の品質ではない「顧客に感動を与えるほどの品質」。自ら「あるべき品質」の基準を定義し、職人の繊細な感覚や言語化の難しい技能も数値化・定量化を図ることで、ブランド価値を日々追求しています。

Beyond quality first to "quality innovation"
Taking on challenges to meet the ideal standards set by ourselves

Quality that is not just average but as good as moving customers. We are pursuing our brand value every day by defining our own standards for ideal quality and trying to quantify the delicate sensibilities of craftsmen as well as their skills that are difficult to verbalize.



独自の技能資格、
組立エキスパート認定制度

組立は、吐水の美しさや操作の快適さを左右する重要な工程の一つです。SANEI では独自の資格制度により認定した精鋭のエキスパートが難度の高い作業を担当。組織全体で切磋琢磨しながら技の研鑽を図っています。

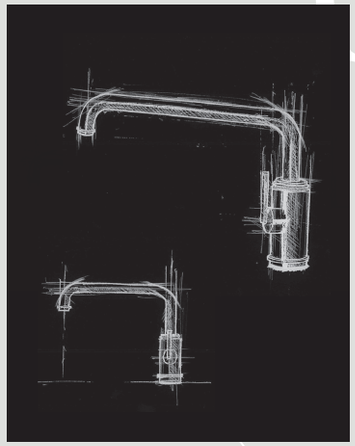
SANEI's original skill qualification:
assembly expert certification system

Assembling is one of the important processes that determine the beautifulness of spout and comfortable usability. At SANEI, best experts qualified through our original certification system are in charge of difficult tasks. The entire organization strives to improve the skills while working hard and encourage each other.

手間を惜しまず、妥協を許さず、常に最高を。

Only the best,without hassles or compromise.

01



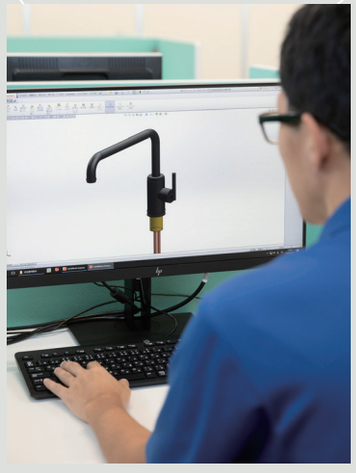
マーケティング・企画

リサーチによって人々が求めているものを知り、社内の要望や意見なども反映しながら、新製品のコンセプトに落とし込みます。製品に必要な機能や意匠性を考え、企画会議を重ね、開発計画を作成します。

Marketing & Planning

What consumers want is identified through research and spun together with ideas and opinions from the company into concepts for new products. Planning meetings are held to envision what functions and esthetics are needed for products, and development plans are conceived.

02



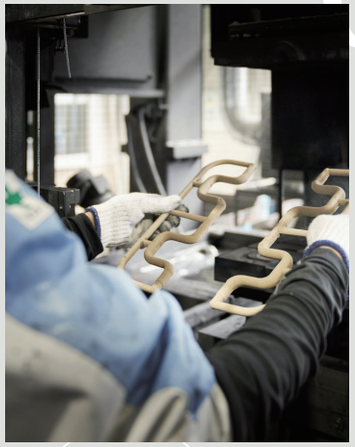
設計・開発・品質保証

開発計画をもとに、試作と検証を繰り返しながら、実現に向けて製品を設計します。この段階で、製品品質目標を定め、耐久テストをはじめとした様々な検証を行います。実際のバス、洗面、キッチンを用いた官能試験も行います。デザインを生かした品位ある商品開発を指針としています。

Design, development and quality assurance

We design our products by continuing trial and verification based on the development plan. At this stage, we establish a product quality goal and conduct a variety of verifications, such as a duration test. We also conduct organoleptic examination using actual baths, lavatories and kitchens. We develop high-quality products taking advantage of the design.

03



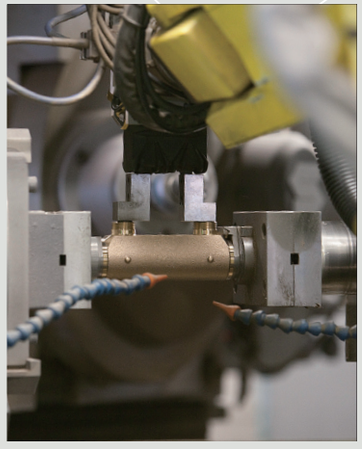
低圧金型鋳造

低圧金型鋳造とは、低圧鋳造用金型と、型にセットする中子で構成される空洞部に溶融された黄銅を低圧で注入する方法です。金型は内製化しており、流動解析を行い形状を決定します。技術のノウハウを蓄積してより良い品質を目指した設計・製作を行います。

Low-pressure metallic mold casting

Low-pressure metallic mold casting is a method of injecting melted brass into a mold for low-pressure molding and a hollow portion composed of the core cylinder set in the mold. Molding is performed in our plants. We determine a shape through flowage analysis. We design and manufacture products of higher quality with our accumulated engineering expertise.

04



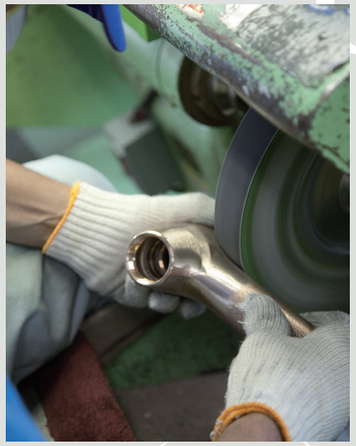
加工

様々な機械を使い、穴あけ・ねじ切り・面取りなどを行います。加工後は、わずかな誤差も生み出さないように、ネジや寸法を入念にチェックします。

Machining

Holes are drilled, threads cut, edges chamfered and so forth using diverse machines. Threads and dimensions are carefully checked after working to prevent even the slightest error from leaving the factory.

05



研磨

様々な粗さのペーパーを使い、人の手で一つひとつ丁寧に磨き上げます。ロボットでも研磨しますが、最終的に人の手で仕上げを行っています。

Polishing

Our products are carefully polished with sandpaper of various grades. After being polished by robots, the products are polished by hand.



SANEI WORK

07



組立・検査

小ロットや多品種にも対応できるよう、セル生産方式を採用。様々な需要にお応えしています。定められた数値や基準、様々な管理項目に従い、製品を仕上げます。完成品は全て、外観・性能・耐圧の検査を行います。

Assembly and inspection

We use the cell manufacturing system to respond to small lot and multiproduct manufacturing. We meet various demands. We finish products according to various management items such as predetermined values and criteria. We inspect all finished products with regard to appearance, performance and pressure resistance.

06

メッキ

製品をハンガーに掛けて、20 程度ある槽に順番に浸漬し、表面を洗浄。電気を流しニッケル、クロムを密着させて、自動で表面を処理していきます。

Plating

Placed on a hanger, products are immersed in about 20 baths in rotation. Then, their surfaces are washed. With nickel and chrome attached by electrification, the surfaces are automatically processed.



08

流通・アフターフォロー

でき上がった製品は、スピーディーに皆様のもとへお届けします。販売後もきめ細かな対応を行えるよう全国各地に営業所を配置。安心と安全をサポートします。

Distribution & Aftercare

Finished products are speedily delivered to customers. Also, in order to provide meticulous support after products are sold, sales offices have been located throughout the country. SANEI ensures safety and security.

09



完成

各工程ごとに行われる検査を通過したものだけが、SANEI 製品として完成に至ります。

Completion

Only those products that clear inspections in the individual processes become SANEI products.



品質第一を超えて「品質革新」へ

Beyond quality first to “quality innovation”

水と空間の
新たなイマジネーションを
求めて。

Seeking new imaginations
on water and space.



十人十色の個性をデザイン
オリジナルグラフィック仕様

まるでキャンバスのように、その人だけのイメージをカタチに。水まわりもインテリアの一つとして考え、水栓のレバーデザインの柄が自由に変更できる製品を展開し、自由な感性に応えます。

Designing Individuality
Custom Graphics

Like a canvas, we bring each person's vision to life. Viewing water spaces as part of the interior, we offer products with customizable graphics on the faucet lever designs that respond to individual sensibilities.

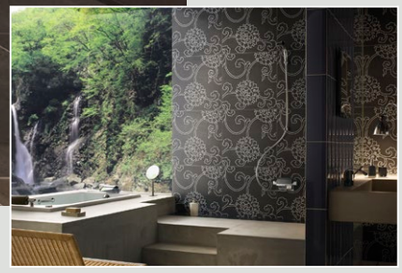


水まわりから広がる空間を
トータルにプロデュース

「線」から「面」へ、「水道（みずみち）」から「水域（みずいき）」へ…SANEIの提案領域は、「水の流れ」にとどまらず「空間」にも広がります。水まわりの総合ブランドとしてのシーンのプロデュース力も当社の強みです。

Comprehensively producing
the space that expands from wet areas

From “line” to “plane,” from “water path” to “water area”…. SANEI’s proposed fields do not stay in the water flow but will expand to the space. Our company’s strengths are also in the ability for producing the settings as a comprehensive brand of wet areas.



自由な発想でリデザイン
水まわりの新たな可能性

既成の枠組みにとらわれず、自由な発想でこれからの水まわりを考えるSANEI。寝室に手洗いがあってもいいし、庭に第二のキッチンがあってもいい。人が水と交わる新しい生活スタイルを次々と提案していきます。

Redesigning by thinking freely
New possibilities in wet areas

SANEI thinks about the future wet areas with out-of-the-box ideas in a free manner. There could be a washroom in the bedroom, or a second kitchen in the garden. We will make proposals one after another for new lifestyle where people interact with water.

ますますニーズの多様化が進む今、
水まわりからもまた「住」の領域へ、
新しい価値を提案できないか。SANEIはそう考えます。
十人十色の生活に寄り添いながら、
そのすべてに歓びの時間を届けます。

Today, as needs are increasingly diversified, SANEI is wondering
if we too can propose new value to the living area
from the standpoint of being engaged in wet areas.
Taking a variety of lifestyles into consideration,
we will offer delighted hours to everyone in any lifestyles.

EXPERIENCE

EXPERIENCE

HOTEL / RESORT / PUBLIC SPACE

ゲストを癒やすホテルや旅館、
街のオフィスや商業施設など。
多様な人々が集う空間に
“憩の泉”をデザインし、
すべての人に心地よい体験を届けます。

In places where a diverse range of people gather
such as hotels and inns that can comfort guests,
and offices and commercial facilities in the city,
we offer comfortable experience to everyone
by designing a “fountain for relaxation and refreshment.”



EXPERIENCE

RESIDENTIAL

家族が集まるキッチンに、
一日の疲れを癒やすバスルーム、
清潔な毎日を支える手洗い空間。
日常生活に不可欠な“水場”を
それぞれのライフスタイルに合わせて
実現します。

Kitchen where family members gather,
bathroom where you can relieve the stress of the day,
and washroom that helps you stay clean every day.
We will create a watering place, which is essential in everyday life,
to meet everyone's lifestyle need.









SANEI SUSTAINABILITY

人、水、暮らしの
ウェルビーイングな関係へ

Fostering Well-Being Among People, Water, and Life



ウェルビーイングとは、
単に心身の健康や快適さを指す言葉ではありません。
人が暮らし、社会と関わり、環境とともにある中で、
それぞれが無理なく調和し、健やかな状態が保たれていくこと。
地球上にある水のうち、人間が利用できるのはわずか 0.01%に過ぎません。
だからこそ、限りある水を大切に扱い、
絶え間なく続く水の循環に寄り添うことが不可欠です。
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。

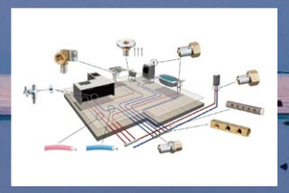
Well-being is more than physical health or comfort.
It is the quiet harmony of our lives, society, and environment aligning without strain.
Only 0.01% of Earth's water is available for human use.
Therefore, we must treat our limited water with care and embrace its endless cycle.
People, water, and life.
To sustain a better future for each, we will continue weaving rich, comfortable relationships through water.

ライフラインを守る

水が安心して使えること。
それは、日々の暮らしを支える前提であり社会の基盤でもあります。
SANEI は品質と信頼性を追求し続けることで、
見えないところでその“当たり前”を守り続けてきました。
水に関わるすべてにおいて揺るがない安心を届けること。
それが、暮らしのウェルビーイングを支える第一歩だと考えています。

Protecting the Lifeline

Using water with peace of mind is the foundation of daily life and society.
By relentlessly pursuing quality and reliability, SANEI protects this "everyday norm" behind the scenes.
Delivering unwavering security in all things water—this, we believe, is the first step in supporting everyday well-being.



メーターから給水栓までを一貫して支える

水というライフラインを担う企業として、安心で安定した水を届ける責任のもと、エコロジーやユニバーサルデザインにも取り組んできました。人と水と暮らしの関係を、持続可能なかたちでデザインしています。

Seamless Support from Meter to Faucet

As a company entrusted with the water lifeline, we ensure safe, reliable water delivery while promoting environmental responsibility and universal design. We shape a sustainable relationship between people, water, and everyday life.



快適で豊かな生活に長く使ってもらえる製品を

住まいの耐用年数が長期化している今、水道まわりにも「長持ち」が求められます。配管もまた錆びや温度変化などへの耐性を強化した製品で、長くライフラインを守り続けます。

Long-Lasting Products for a Comfortable, Enriching Life

As homes are built to last longer, water systems must also offer longevity. With piping products engineered to resist corrosion and temperature fluctuations, we continue protecting the lifeline for years to come.



安全で誰にでも使いやすい製品を

誰もが使うものだから、みんなにとって使いやすく快適に。小さなお子様や車いすの方でも自由に水を出し止めできる音声認識システムを搭載した水栓などを提供しています。

Safe and Easy for Everyone to Use

Because water is for everyone, our products are designed to be comfortable and accessible for all. Voice-controlled faucets allow anyone—from children to wheelchair users—to control water flow freely and with ease.

地球の循環とともに歩む

いつまでも美しい地球であってほしい。
誰もがそう願う一方で、環境問題は日々、複雑さを増しています。
水と人とをつなぐ企業として、SANEI は地球のこれからについて考え、行動しつづけています。
限りある水資源を、無理なく持続的に使っていくために。
節水や長寿命化といった機能だけにとどまらず、
水の使われ方そのものを見直し、循環のあり方を設計していく。
環境に配慮することを特別なことにするのではなく、日常の中に、自然と溶け込むかたちへ。
水と緑あふれる、この美しい惑星のために。
私たちは環境との調和をはかりながら、社会に信頼される企業であり続けます。

Walking With the Earth's Cycles

We all wish for the Earth to remain beautiful, yet environmental challenges grow increasingly complex.
As a company connecting people and water, SANEI acts for the planet's future.
To use finite water sustainably, we look beyond simple water-saving or product longevity.
We redesign the water cycle itself.
Environmental care shouldn't be extraordinary; it should blend naturally into daily life.
For this beautiful, green planet, we strive for harmony with our environment, remaining a company worthy of trust.



岐阜工場の環境配慮活動

2050年の温室効果ガス排出ゼロ目標に向け、カーボンニュートラル推進委員会を設置。本工場への太陽光発電の導入や、敷地内の緑地化を計画し、企業としての環境保全と、従業員の憩いの場づくりに貢献しています。

Environmental initiatives at the Gifu plant

Aiming for net-zero greenhouse gas emissions by 2050, we established a Carbon Neutral Committee. We are introducing solar power and adding green spaces to the plant grounds—conserving the environment while creating restful spaces for employees.



水もエネルギーもムダにしないものづくり

早くから節水商品を開発してきたSANEI。雨水・中水利用システムや節水・節湯製品で限りある水を大切にしてきました。さらに環境配慮型バルブや天然素材の水栓など、地球と調和するものづくりを追求しています。

Craftsmanship that wastes neither water nor energy

A pioneer in water-saving, SANEI cherishes every finite drop through rainwater and greywater reuse systems and water- and hot-water-saving products. We further pursue harmony with the Earth through eco-conscious valves and faucets crafted from natural materials.



環境に配慮した工場による商品づくり

岐阜工場では、有害な産業廃水は厳しく管理しながら適切に処理。安全な水だけを川へ戻しています。また、生産途中で出た端材や削りクズまでムダなく利用しています。

Product manufacturing in the environmentally friendly factory

Our Gifu plant strictly controls hazardous industrial wastewater and treat it properly. Only safe water is returned to the river. In addition, the plant uses even mill ends and shavings generated through production process without waste.

社会と共生する

水は地域や社会と切り離せない存在です。
SANEI は水を通じて人と人とのつながりを育み、
地域社会とともに歩む活動を続けてきました。
それぞれの場所に根ざしながら、
水の価値や大切さを共有していくこと。
その積み重ねが、社会全体のウェルビーイングをかたちづくると信じています。

Living in Harmony With Society

Water is inseparable from the communities it sustains.
Through water, SANEI nurtures connections between people, walking alongside local communities.
Rooted in each place, sharing the value and preciousness of water.
Layer by layer, these acts shape the well-being of society as a whole.



「OSAKA FUORI SALONE 2025」に参加

デザインで街を彩る「OSAKA FUORI SALONE」に参画し、水と暮らしの関係を提案。建築やデザインを横断し、水栓を体験として発信することで、ものづくりの価値を広げています。

Participating in "OSAKA FUORI SALONE 2025"

We joined this city-wide design event to propose new relationships between water and life. Crossing architecture and design, we present faucets as an experience, expanding the value of our craft.



産学連携でのイベントを実施

早稲田大学・多摩美術大学の学生と行ったワークショップや、千葉工業大学・東京造形大学とのデザインコンペ、岐阜の子どもを招いた工場見学会などを実施。水のあり方や暮らしとの関係を考え続けています。

Industry-Academia collaborations

We host workshops with students from Waseda University and Tama Art University, design competitions with Chiba Institute of Technology and Tokyo Zokei University, and factory tours for local children in Gifu—constantly exploring water's relationship with daily life.



岐阜県の地域共創を目的としたCoIVへの参画

まちづくり・ひとづくり活動に賛同し、共創拠点での取り組みに対する協力や、水まわり製品の提供などを通じて、地域社会への貢献を今後も進めてまいります。

Joining CoIV for regional Co-Creation in Gifu

In support of community and people-building, we continue to contribute to local society by supporting co-creation hubs and providing water-related products.

SANEI CREWS

水が流れる前に、
想いが通っている。

図面の一線、
仕上げの一手、
工程の一つひとつ。
SANEI の水栓は、
それぞれの領域に向き合う人のこだわりによって、
研ぎ澄まされていきます。
デザインと技術が交わるところに生まれる品位。
そのものづくりの最前線に立つ４人を紹介します。

Before water flows,
intention runs through.

A single line on a drawing, the final touch, every step of the process.
SANEI faucets are refined by the dedication of our experts.
The dignity born where design meets craft.
Meet four professionals at the forefront of this craftsmanship.



01

営業統括本部　AW事業本部
管工機材営業部　主任
吉田　瑛

Teru Yoshida
Senior Staff, Plumbing Materials Sales Department,
AW Business Division, Sales Headquarters



02

開発部　DAP I課
マスターエンジニア
芝原　翔

Sho Shibahara
Master Engineer, DAP I Section,
Product Development Department



03

製造部　製造技術課
成松　佑馬

Yuma Narimatsu
Manufacturing Engineering Section,
Manufacturing Department



04

製造部　組立課　班長
佐藤　潤奈

Junna Sato
Team Leader, Assembly Section,
Manufacturing Department

SANEI CREWS



Teru Yoshida
Senior Staff, Plumbing Materials Sales Department, AW Business Division, Sales Headquarters

営業統括本部
AW事業本部
管工機材営業部
主任
吉田　瑛

製品に宿る想いを、自らの熱量で届ける。

設備工事店や工務店のほか、新たな可能性を見据えて異業種へも営業を展開しています。SANEIはただ水栓を売るのではなく、水栓を主役に「空間」を演出できるブランド。だからこそ、自分の言葉で語る面白さがあります。同じ現場は二つとなく、商品知識だけでは通用しません。製品の魅力を、お客様ごとの物語へと組み立てていく。そこで最後にものを言うのは「気持ち」です。新人の頃、上司から受けた言葉を、いま自分の営業の軸にしています。水栓の価値と人で選ばれる。その熱量の積み重ねが、SANEIのブランドを育てると信じています。

Conveying the spirit within each product through my own passion.

Beyond plumbing contractors and construction firms, I now reach out to new industries, looking for fresh possibilities. SANEI isn't simply a seller of faucets—it's a brand that brings a "space" to life with the faucet at its heart. That's why telling our story in my own words is so rewarding. With no two worksites alike, product knowledge alone isn't enough. It's about weaving each product's appeal into a story tailored to every customer. Ultimately, what matters most is "heart." The words my boss gave me as a rookie still anchor my approach today. Customers choose us for the faucet—and the person behind it. I believe that the accumulation of this passion nurtures the SANEI brand.



Sho Shibahara
Master Engineer, DAP I Section, Product Development Department

開発部
DAP I課
マスターエンジニア
芝原　翔

正解のない問いを、製品に変えていく。

デザイナーから届く造形に、単純な円や直線はほとんど存在しません。有機的な曲面で構成されたデザインを、機能する工業製品として成立させる。それが私の役割です。水の止まり方、操作時の質感、エッジの立ち方。従来の品質基準に加え、「品位基準」という独自の尺度を設け、細部まで設計を突き詰めていきます。デザイナーの意志と、技術的な制約。そのせめぎ合いの中からしか、新しい製品は生まれません。ものづくりに百点はない。だからこそ、新たな製品を世に送り出すたびに、自らの基準を更新し続けています。

Turning questions without right answers into products.

Designers rarely use simple circles or straight lines. My role is turning their organic curves into functional products. The water flow, the tactile feel, the edge sharpness. Beyond standard quality, we established our own "dignity standards" to perfect every detail. The designer's intent versus technological constraints. New products are born only from this clash. There is no perfect score in manufacturing. That's why, with every new release, I update my own standards.



Yuma Narimatsu
Manufacturing Engineering Section, Manufacturing Department

製造部
製造技術課
成松　佑馬

試行錯誤の数だけ、ブランドは強くなる。

デザインの要求を、どう製造に落とし込むか。鋳造、加工、研磨、メッキ、組立。あらゆる工程を横断しながら、最適な製造プロセスを導き出すのが私の仕事です。繊細な曲面を量産品として形にするため、金型の方案を変え、鋳造条件を調整し、形状を担保する測定治具まで自ら設計します。開発や他部門との議論も尽きません。しかし、そのぶつかり合いがあるからこそ、製品の完成度は高まっていく。こだわり抜いた先に、SANEIの一台が立ち上がると考えています。

With every trial and error, the brand grows stronger.

How do we translate design into manufacturing? Casting, machining, polishing, plating, and assembly. I cross all these processes to find the optimal production path. To mass-produce delicate curves, I revise molds, adjust casting, and design custom measurement jigs. Discussions with development and other departments never end. But it is precisely these collisions that raise a product's completeness. Beyond this uncompromising pursuit stands a single SANEI faucet.



Junna Sato
Team Leader, Assembly Section, Manufacturing Department

製造部
組立課　班長
佐藤　潤奈

一台の中に、誇りのすべてを込める。

組立ラインの班長として、日々数多くの水栓を組み上げています。けれど、お客様にとってはその一台がすべて。外観の仕上がり、触れた時の感触、水の流れ方。最後の一点まで、確かな目をもってお客様のもとへ届けます。製造には社内認定のエキスパート資格が求められ、毎年の更新試験も容易ではありません。入社当初は気づけなかった細部が、今は自然と目に入るようになりました。その目と手を磨き続けることが、SANEIの品位を現場から支える力になると信じています。

Pouring all my pride into each one.

As an assembly line leader, I build countless faucets daily. But for the customer, that single piece is everything: the finish, the tactile feel, the water flow. I deliver each one with an attentive eye, down to the final detail. Manufacturing requires internal expert certification, and annual renewals are no easy task. Details I couldn't notice when I first joined now catch my eye without effort. I believe honing these senses empowers me to support SANEI's dignity from the front lines.

2026年 3月時点の情報です。



TALK SESSION

時間の中で愛され続けるもの

Design Loved Through Time

衣服、建築、そして水まわり。
人々の暮らしに関わる三つの領域は、
どこで交わるのだろうか——。
服飾デザイナーの廣川玉枝氏、建築家の永山祐子氏、
そして当社代表取締役会長の西岡利明が、
「長く愛されるもの」について語り合いました。

Fashion, architecture, and plumbing.
Three fields that shape everyday life—where do they intersect?
Fashion designer Tamae Hirokawa, architect Yuko Nagayama,
and Toshiaki Nishioka, Representative Director and chairman of SANEI,
came together to explore what makes something loved through time.

服飾デザイナー
廣川 玉枝氏
Tamae Hirokawa
Fashion designer

建築家
永山 祐子氏
Yuko Nagayama
Architect

×

SANEI 株式会社 代表取締役 会長
西岡 利明
Toshiaki Nishioka
Representative Director and Chairman
of SANEI LTD.



衣服という、最小の建築

Clothing as the Smallest Architecture

廣川玉枝（ひろかわ・たまえ）

服飾デザイナー。2006 年、デザイン会社 SOMA DESIGN を設立し、
ブランド「SOMARTA」を立ち上げる。服飾を起点に、
空間インスタレーションやプロダクトデザインまで幅広く手掛ける。
縫い目のない「スキン シリーズ」はレディー・ガガも着用。

Tamae Hirokawa

Fashion designer. In 2006, she founded the design firm "SOMA DESIGN" and launched the brand "SOMARTA." Starting in fashion, her practice has expanded to include spatial installations and product design. Her seamless "Skin Series" has been worn by Lady Gaga.

デザインの境界線が、ゆるやかにほどけていく。

西岡　お二人のご経歴を拝見すると、それぞれの専門領域を大きく拡張されている印象を受けます。

廣川　そうですね。服飾デザインというのは、柄もかたちもデザインし、テキスタイルも設計するなど、実はとても複合的な領域なんです。私は2006年に、衣服をデザインする中で培ってきた技術をもっと広く社会に活かしたいという思いから、デザイン会社「SOMA DESIGN」とブランド「SOMARTA」を立ち上げました。様々な企業様とコラボレーションする中で、空間インスタレーションや衣服だけではないプロダクトをつくる機会もいただき、現在に至っています。

永山　私は2002年に独立し、ずっと建築の設計に携わってきました。商業施設から住宅まで幅広く手掛けていますが、近年はプロダクトデザインやイベントのプロデュースなど、建築という枠組みを超え、多様な関わり方をするようになっています。

西岡　デザインの世界において、もはや「ファッション」や「建築」という明確な境界線はゆるやかにほどけているように感じました。特定の領域にとどまらず、人々の暮らし全体をデザインする時代になっているんですね。実は、お二人には共通点があります。2025年の大阪・関西万博で、廣川さんは住友館の展示などに、永山さんはウーマンズパビリオンとパナソニックグループパビリオン「ノモの国」の設計を手掛けられました。SANEIも、若手デザイナーとともに公共施設のレストルームを手掛けるなど、三者三様のかたちで万博に関わりました。

結局、人間の身体感覚に向き合っている。

廣川　万博では、住友館のシアターに登場する風の精霊の衣装と、アンドロイド研究で知られる石黒浩先生のパビリオン「いのちの未来」で、1,000年後の人類を想定したアンドロイドの衣装をデザインしました。機械に着せるのは初めてでしたが、スカート状の骨格構造と外皮となる無縫製ニット「スキン シリーズ」で構成しました。一枚の布でできた「スキン シリーズ」で機械を包むと、柔らかい有機的なフォルムになるんです。

西岡　アンドロイドが当たり前に存在する未来も、いずれ来るのでしょうね。

永山　そうなると、アンドロイドのための家を設計することになる。人間に寄り添いながら、変化する家になる可能性もありますよね。

廣川　そうした未来の空間を想像する中で、改めて思ったんです。衣服と建築は、近いなと。どちらも実用品で、建築の断熱と、衣服の保温は同じ発想。衣服は人間が着る空間、いわば最小の建築なんです。ただ、布なら「5cm短くしよう」とすぐ切れますが、「この壁を1m削ろう」となったら大変なことになる。大きなものを想像でどう補うのか、すごく興味があって。

永山　実は、近いことをしているんです。建築でも、最終的には1分の1で確かめます。図面を原寸で打ち出して壁に貼り、高さや座る位置を確認する。パビリオンなら工場を借りて、必ず1分の1のモックアップをつくります。「5cm短いね」という精度の話は、建築でもまったく同じなんです。後から切れないものだからこそ、実寸で確かめる。

廣川　万博のパビリオンでも、同じなのでしょうか。

永山　そうですね。私が手掛けたパナソニックグループのパビリオンでは、掛けた布の風によるはためき方が布の長さや形によってまったく変わるので、服をつくるみたいに現場で自分で布をカットしてラインを決めました。計算だけでは出せない感覚があるんです。

廣川　それ、すごく面白いですね。

西岡　お話を聞いていると、水栓も似ているなと思いました。触った時の重さや角度、水の出方、操作した時の気持ちよさなど、数字だけでは決められない感覚的な部分がたくさんあります。

永山　結局、人間の身体感覚に向き合っているんですよね。

The boundaries between disciplines are gently dissolving.

Nishioka: Looking at your careers, you both seem to have greatly expanded your fields of expertise.

Hirokawa: Yes. Fashion design is actually a highly complex field, involving patterns, shapes, and textiles. In 2006, with the desire to apply the skills I had cultivated through designing clothing more broadly in society, I founded the design firm "SOMA DESIGN" and the brand "SOMARTA." Through corporate collaborations, I now create spatial installations and products beyond just apparel.

Nagayama: I went independent in 2002 and have worked in architectural design ever since. While I handle everything from commercial facilities to housing, I have recently begun engaging in product design and event production, expanding beyond traditional architecture.

Nishioka: I feel that the once-clear borders between "fashion" and "architecture" are gently dissolving. We are entering an era of designing entire lifestyles. Interestingly, both of you were involved in Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan. Ms. Hirokawa worked on exhibitions for the Sumitomo Pavilion, while Ms. Nagayama designed the Women's Pavilion and Panasonic Group Pavilion "The Land of NOMO." SANEI also participated by designing restrooms for public facilities with young creators.

Ultimately, we are designing for the body's senses.

Hirokawa: At the Expo, I designed the costumes for the wind spirits in the Sumitomo Pavilion theater, and for "FUTURE OF LIFE" the pavilion led by Dr. Hiroshi Ishiguro—known for his android research—I designed the costume of an android conceived as humanity 1,000 years from now. It was my first time dressing a machine; I constructed it using a skirt-like frame structure paired with the "Skin Series," a seamless knit that serves as the outer skin. Wrapping the machine in this single-piece "Skin Series" garment creates a soft, organic form.

Nishioka: Perhaps a future where androids coexist with us is not so far away.

Nagayama: Then, we will need to design houses for them. Homes themselves may one day become intelligent partners that evolve with their residents.

Hirokawa: Imagining such future spaces, I realized clothing and architecture are similar. Both are practical items; insulation in architecture and warmth in clothing share the same idea. Clothing is the space humans wear—in a sense, the smallest form of architecture. With fabric, if you want to "take off 5 cm," you can simply cut it on the spot. But "let's shave 1 m off this wall" is no small matter. I'm fascinated by how that gap in scale can be bridged through imagination.

Nagayama: Actually, we do something similar. In architecture too, we ultimately verify at 1:1 scale. We print drawings at full size, paste them onto walls, and check heights and seating positions. For pavilions, we rent a factory and always build a 1:1 mockup. "This is 5 cm too short"—that level of precision applies equally to architecture. Precisely because nothing can be undone later, we verify it at actual size.

Hirokawa: Even at the Expo pavilions?

Nagayama: Yes. At the Panasonic Group Pavilion I designed, the way the draped fabric fluttered in the wind changed entirely depending on its length and shape. So just like making clothes, I cut the fabric on site myself to set the line. There are qualities that calculation alone cannot capture.

Hirokawa: That's fascinating.

Nishioka: Listening to you, I realize faucet design is much the same. The weight and angle when touched, the way the water flows, how it feels to operate—faucets have many sensory aspects that numbers alone cannot determine.

Nagayama: Ultimately, we are designing for the body's senses.

永山祐子（ながやま・ゆうこ）

建築家。2002 年に独立し、永山祐子建築設計を主宰。
2025 年よりSANEI 株式会社 社外取締役。
商業施設から住宅まで幅広い設計を手掛け、近年は企画・プロデュースにも
携わる。主な作品に東急歌舞伎町タワー、ドバイ国際博覧会 日本館など。

Yuko Nagayama

Architect. She founded Yuko Nagayama & Associates in 2002. Outside Director of SANEI LTD. since 2025. Her work ranges widely from commercial facilities to housing, and in recent years she has also been engaged in planning and production. Major works include the Tokyu Kabukicho Tower and the Japan Pavilion at Expo 2020 Dubai.

領域を超えて、ひろがるデザイン

Design Expanding Beyond Boundaries



美しさこそ、最もサステナブル

Beauty as Sustainability



美しいから残る。残るからサステナブル。

西岡　人が心地よいと感じる身体感覚は、時間とともに変わっていくものでもあります。水栓は毎日触れるものですから、年月が経てば、少しずつ表情が変わっていく。その変化が単なる劣化ではなく、「味わい」や「愛着」になるにはどうすればいいのか。新品の時だけではなく、10年後にどう美しくあるかを考えながら、表面の仕上げを研究しています。服では、そういう感覚はありますか。

廣川　衣服も同じです。何がいちばんサステナブルかと問われれば、私は「美しさ」だと答えます。

西岡　美しさが、サステナブル。それは、どういうことでしょう。

廣川　サステナビリティというと、エコ素材やリサイクルなど、いろいろな方法論があります。でも、その根っこにあるのはもっとシンプルなことなんじゃないかと思うんです。美しくないものは、100年先も1,000年先も残らない。

逆に、神社仏閣のように長く受け継がれてきたものには、人が「残したい」と思う力がある。そこには、つくり手の誠実さが宿っているんだと思います。人は、理屈より先に、その美しさを感じ取るんです。だから大切にされるし、結果として、人間の寿命より長く生き続ける。

そう考えると、私たちつくり手がやるべきことは、とてもシンプルなんです。美しいものを、誠実につくる。それに尽きると思います。SANEIさんの製品も、「長く使いたい」と思わせる美しさがある。かたちや色、細部にまで、確かにデザインの力が宿っています。

西岡　美しいから残る。残るからサステナブル。私たちは、その順番を逆に考えていたのかもしれませんね。

永山　建築もまったく同じです。良い建築は、人が「この街に残したい」と思う。「ここになくてはならない」と感じてもらえる建築をつくることが、いちばんのサステナビリティなんです。

一方で、万博のような期間限定の建築には別の考え方もあります。今回はドバイ、大阪・関西、そして次の横浜（2027年国際園芸博覧会）へと、バビリオンのファサード（外装）をリユースする試みを行っています。モジュール化して運びやすくし、次の土地では別のかたちへ組み替える。手法は違っても、目指していることは同じなんです。美しさって、最も静かで、最も強いサステナビリティなのかもしれません。

It remains because it is beautiful. It is sustainable because it remains.

Nishioka: That sense of comfort also shifts with time. Faucets are touched daily, and over the years their expression slowly changes. How can we ensure that this change brings not deterioration, but "character" and "attachment"? We continually research surface finishes—not only how something looks when new, but how beautifully it ages over the next decade. Is there anything similar in clothing?

Hirokawa: Yes, the same is true. If asked what is most sustainable, I answer "beauty."

Nishioka: Beauty is sustainable. What does that mean?

Hirokawa: Sustainability involves many methodologies like eco-materials and recycling. But its root is much simpler. What is not beautiful will not last 100 or 1,000 years.

Conversely, ancient shrines and temples have a power that makes people want to preserve them. The creator's sincerity resides there, and people sense that beauty instinctively. That's why they survive longer than a human lifespan.

Our task is simple: to create beautiful things sincerely. That is all. SANEI's products also possess a beauty that makes people "want to use them for a long time." The power of design clearly resides in their shapes, colors, and details.

Nishioka: It remains because it is beautiful. It is sustainable because it remains. Perhaps we had the order reversed.

Nagayama: Architecture is exactly the same. The truest sustainability is building what people feel must remain—what they regard as indispensable to the city.

On the other hand, temporary architecture like the Expo calls for a different approach. This time, we are reusing a single pavilion facade across Dubai, Osaka–Kansai, and the upcoming Yokohama (International Horticultural Exposition 2027). By modularizing it for easy transport, we can reassemble it into different forms at each location. Though the methods differ, the goal is the same. Beauty might be the quietest, yet strongest, form of sustainability.

素材ではなく、感性に宿る日本らしさ

Japaneseness Resides in Sensibility, Not Materials



日本らしさは、私たちの内側にある感覚。

西岡　お二人は世界を舞台に活躍されていますが、海外で発表される際、古くからの神社仏閣のような日本の凛とした空気感や「日本らしさ」を意識されることはありますか。

廣川　日本で育ってきた以上、日本人の感覚は言わずとも自然と染み付いています。日本が持っている技術の根本は、結局「人」だと思うんです。日本人の丁寧さや誠実さが、ものづくりの細部にまで表れる。日本の職人さんは「できない」とは言わず、「やってみます」と前向きに応えてくれる。そうした精神性が、自ずと素晴らしい製品を生み出しているんです。

永山　私がドバイ万博の日本館を手掛けた際、あえて日本の伝統素材は一つも使いませんでした。グローバルな素材を組み合わせながら、どうやって日本らしさを表現するかに挑戦したんです。そこで意識したのは「繊細さ」と「優しい光と影のコントラスト」です。結果的に、完成したものを見た方々から「折り紙みたいだ」「とても日本らしいね」と評価していただきました。日本料理も、海外の食材を使っても日本料理になりますよね。日本らしさは、素材そのものではなく、私たちの内側にある感覚なのだと思います。

西岡　素材ではなく、つくる人の感性に宿る。完璧に整えきるより、どこかに余白や揺らぎを残す。そうした日本的な美意識には、私もとても共鳴します。

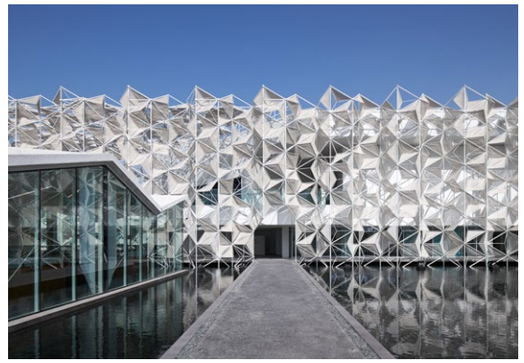
Japaneseness is a sense that lives within us.

Nishioka: You both work on the world stage. When presenting your work overseas, do you consciously think about the serene quality of old shrines and temples—about "Japaneseness"?

Hirokawa: Having grown up in Japan, I have these sensibilities naturally ingrained in me. I believe the core of Japanese craftsmanship is ultimately its "people." Their care and sincerity are reflected in every detail of their work. Japanese artisans never say "I can't"; they respond positively, "I'll try." This mentality naturally produces wonderful products.

Nagayama: When I designed the Japan Pavilion for Expo 2020 Dubai, I deliberately did not use a single traditional Japanese material. The challenge was to express Japaneseness using global materials. What I focused on was "delicacy" and "the soft contrast of light and shadow." In the end, visitors said things like "It looks like origami" and "How very Japanese," though no Japanese material had been used at all. Japanese cuisine remains fundamentally Japanese even when made with foreign ingredients. Japaneseness, I think, is not in the material itself but in a sense that lives within us.

Nishioka: Not in the material itself, but in the maker's sensibility. The Japanese aesthetic of leaving room for slight imperfection, rather than perfecting everything, resonates deeply with me too.



2020年ドバイ国際博覧会日本館
Expo 2020 Dubai — Japan Pavilion



見えない部分を支えることも、デザインだと思う。

永山　日本的な美意識のお話にも通じますが、完全に計算され尽くしたものだけが、良いデザインになるわけではないと思うんです。最後までその通りにいってしまうと、想像を超えないところもあるなと思っていて。自分で完璧に仕上げるというよりは、たまにクライアントに「かき回される」ことがあるんです。コンペで通った案に様々な要望が来て、最初は「崩れちゃう」と思うのですが、一晩考えてみると、自分が一人で考えたプロセスでは絶対に出てこない発想に気づく。こねくり回されることで、かえって想像を超えた味わい深いもの、より良いものへと進化することがあるんです。

廣川　衣服も同じですね。いろんな人と関わることで、新しい自分が発見できる。自分の概念だけにとどまっていると、そこで止まってしまう。衣服って、毎日身につけて、人の気持ちを変え、気分を上げることができる、とても強い力を持っているんです。だからこそ私はこれから、子どもからお年寄りまで幅広い人に届く衣服や製品づくりに力を入れ、その技術を次の世代に残していきたい。そんなことを強く考えるようになっています。

永山　私たちは受注から始まる仕事なので、社会に求めてもらわないといけません。来た仕事に真摯に応える。テーマは自分の内側ではなく、外側にあるんです。建築には、敷地の条件や法制度のような「外枠」がありますが、そうした制約や条件の中でどう創造性を発揮できるかが問われる。私は、そこに建築の面白さがあると感じています。

Supporting the invisible parts is also design.

Nagayama: Connecting to the topic of Japanese aesthetics, I believe that completely calculated designs are not always the best ones. If everything goes exactly as planned to the end, it may never exceed our imagination. Rather than perfecting things on my own, I sometimes get "stirred up" by clients. When various requests come for a winning competition proposal, I initially think, "This will ruin it." But after sleeping on it, I discover ideas I could never have reached alone. Being stirred up can transform the design into something more profound and rewarding—something that surpasses my own imagination.

Hirokawa: It is the same for clothing. Engaging with various people helps us discover a new self. If we stay within our own ideas, we stop there. Clothing has a powerful effect: worn every day, it can change people's moods and lift their spirits. That is why I want to focus on creating clothing and products that reach a wide range of people, from children to the elderly, and pass those techniques on to the next generation. That conviction has been growing stronger in me lately.

Nagayama: Our work begins with receiving orders, so we must be needed by society. We sincerely respond to the work we receive. Our theme lies not inside us, but outside. Architecture has "frameworks" such as site conditions and legal systems. However, it is precisely within these constraints and conditions that we are challenged to exercise our creativity. I feel that is where the true joy of architecture lies.



西岡　お二人とも「社会や人の要望に応えること」を自らのテーマとされていますが、そのお話は、私たちSANEIの使命にも重なります。私たちが扱うのは「水」です。人は本来、生まれ育った土地の水を飲んで暮らすのが、いちばん身体になじむと言われています。水とは、その土地の風土や文化そのものなんですね。そして、家という箱をつくっても、そこに水と空気が流れてはじめて、「暮らし」になる。

廣川　暮らしのインフラを整える、ということですね。

西岡　そうです。蛇口をひねればそのまま飲める水が出る。これは、日本が世界に誇れる資産です。私たちはもともと、水栓金具という「点」をつくるメーカーとして始まりました。けれど、安全な水を届けるには、蛇口だけでなく、家庭内の見えない配管まで責任を持たなければならない。

そう考えて、配管という「線」、そしてキッチンやバスルームという空間の「面」へと領域を広げ、人々の暮らしを根底から支えてきました。これからも、安心できる水インフラを後世に残すために、見えない部分を支えるデザインに、真摯に向き合っていきたいと考えています。

廣川　見えないところを支えるというお話、とても響きます。表に出る美しさだけでなく、その奥にある誠実さ。それもきっと、長く愛されるものの条件なんですね。

西岡　衣服、建築、そして水まわり。向き合う対象は違っても、私たちはそれぞれ、人の暮らしを支え、時間の中で愛されるものをつくろうとしている。その思いは、深いところでつながっているように感じます。大変刺激的なお話を、ありがとうございました。

Nishioka: You both take "responding to the needs of society and people" as your theme, and this overlaps with SANEI's mission. What we deal with is "water." It is said that drinking the water of the land where one was born suits the body best. Water itself embodies the climate and culture of that land. And no matter how well we build the box of a house, only when water and air flow through it does it become a "home."

Hirokawa: In other words, you are supporting the infrastructure of everyday life.

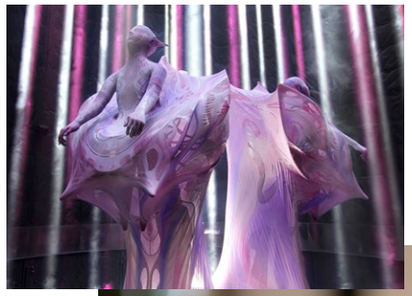
Nishioka: Exactly. The fact that you can turn a faucet and drink straight from the tap is one of the things Japan can truly be proud of. SANEI began as a maker of what we call "points"—faucet fittings. But delivering safe water means taking responsibility not only for the faucet itself, but for the invisible piping behind it. That is how we expanded from points to lines, and finally to planes—the spaces of kitchens and bathrooms—supporting the foundation of people's daily lives. We hope to continue supporting everyday life through reliable water infrastructure for generations to come.

Hirokawa: Supporting the invisible parts resonates with me. Not just visible beauty, but inner sincerity. That may be one of the reasons something is loved through time.

Nishioka: Fashion, architecture, and plumbing. Though our fields differ, each of us is trying to support people's lives and create things that will be loved through time. I feel we are connected at a deeper level. It has been a truly inspiring conversation. Thank you both.

人に向き合うその先にデザインがある

Design Begins with People



2025年大阪・関西万博
石黒浩・シグネチャーパビリオン
「いのちの未来」

Expo 2025 Osaka, Kansai, Japan
— Hiroshi Ishiguro Signature Pavilion
"FUTURE OF LIFE"
©SOMADESIGN
Photo: takeshi FUKUI (SOMA DESIGN)



MESSAGE

時間を重ねる価値を、未来へ。

2026年、SANEIは会社創業72周年、そして株式公開5周年という節目を迎えています。これまで当社を支えていただいた皆様に、心より感謝を申し上げます。
本誌では、服飾デザイナーの廣川玉枝さん、建築家の永山祐子さんをお迎えし、会長である西岡と「時間の中で愛され続けるもの」についてお話しいただきました。お話を通じて、ものづくりとは意匠や機能だけでなく、人々の暮らしを支える責任を伴う営みであることを改めて実感しました。
使い込むほどに暮らしの記憶を刻み、味わいを深める「経年悠美」の美学。お客様が日々使ってくださることで完成する「未完成品」としての水栓。私たちは、その価値をより広い暮らしの中で実現するため、水栓という「点」から給排水の「線」、さらには空間全体の「面」へと事業領域を広げています。10年後、20年後、そして創業100周年を迎えるその時に、誇りを持って振り返ることのできる仕事を積み重ねていきたい ―― その思いを胸に、SANEIは水をつなぐ第一走者として、人々の暮らしへ価値を届け続けます。

The Value of Time, Carried Forward

In 2026, SANEI marks two milestones: the 72nd anniversary of its founding and the 5th anniversary of its public listing. We would like to express our heartfelt gratitude to everyone who has supported us throughout this journey.
In this publication, fashion designer Tamae Hirokawa and architect Yuko Nagayama joined our Chairman, Toshiaki Nishioka, to explore what makes something loved through time. The conversation reaffirmed our belief that craftsmanship goes far beyond design and function; it also carries a responsibility to support people's lives.
At SANEI, we embrace the philosophy of aging beautifully with time—what we call *Keinen Yubi*. We also see our faucets as "unfinished products," completed only through the everyday use of our customers. To bring these values to a broader living environment, we have expanded our focus from the "point" of a faucet to the "line" of water supply and drainage systems, and further to the "plane" of entire living spaces.
Ten years from now, twenty years from now, and when we reach our 100th anniversary, we hope to look back on our work with pride. With that aspiration in our hearts, SANEI will continue to serve as the lead runner in connecting water, delivering value to people's lives.



SANEI株式会社
代表取締役 社長執行役員
松井 優樹

Representative Director,
President & Executive Officer of
SANEI LTD.
Yuki Matsui