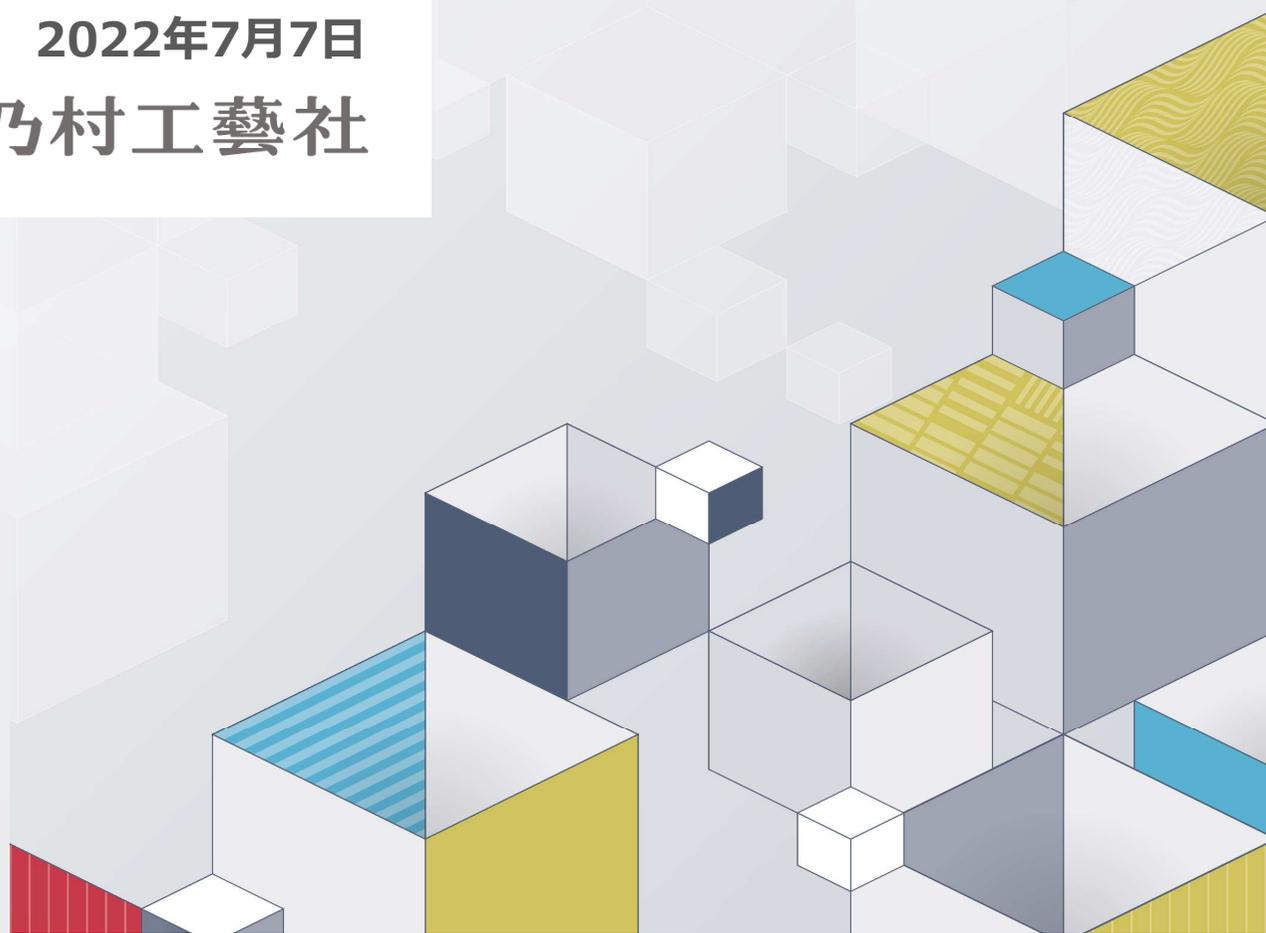


2022年度 第1四半期決算説明資料

2022年7月7日

株式会社 **乃村工藝社**



1. 2022年度 第1四半期決算概要
2. 2022年度 第1四半期決算補足資料
3. 当社グループの概要

将来の見通しに関する注意事項

記載されている業績予想などの将来に関する記述は、作成日現在において入手可能な情報にもとづき、当社が合理的と判断したものです。潜在的なリスクや不確実性が含まれているため、実際の成果や業績は記載の予想と異なる可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

1 . 2022年度 第 1 四半期決算概要

2022年度第1四半期 連結業績ハイライト

- 経済活動の制限緩和により商業施設分野等において回復の兆しが見られ、売上高が増加したものの、採算性の高い大型案件の減少などにより総利益率が低下、営業利益は減益となった。

| (百万円) | 2021年度 | | 2022年度 | | |
|----------------------|--------|-------------|---------------|---------------|------------------|
| | 1 Q | 対売上高 構成比 | 1 Q | 対売上高 構成比 | 前年同期比 |
| 売上高 | 20,785 | 100.0% | 22,287 | 100.0% | + 1,501 (+ 7.2%) |
| 売上総利益 | 3,861 | 18.6% | 3,806 | 17.1% | △54 (△1.4%) |
| 営業利益 | 93 | 0.4% | 64 | 0.3% | △28 (△31.0%) |
| 経常利益 | 165 | 0.8% | 143 | 0.6% | △22 (△13.5%) |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 14 | 0.1% | 137 | 0.6% | + 123 (+ 868.7%) |

売上高・売上総利益

①売上高

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|-----|-----------|------------------|-------------------|
| 売上高 | 20,785百万円 | 22,287百万円 | +1,501百万円 (+7.2%) |

- 商業施設、オフィス等の改装およびグループ会社事業の需要回復により売上高が増加、前年同期に比べ7.2%の増収となった。

②売上総利益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|----------|----------|-----------------|----------------|
| 売上総利益 | 3,861百万円 | 3,806百万円 | △54百万円 (△1.4%) |
| (売上総利益率) | 18.6% | 17.1% | △1.5ポイント |

- 売上総利益率は、各市場分野における採算性の高い大型案件の減少および資材価格の上昇や一部価格競争の影響などにより前年同期に比べ1.5ポイント低下し17.1%となった。

営業利益

① 販売管理費

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|--------------------|-------------------|---------------------------------|------------------------------|
| 人件費 | 2,445百万円 | 2,402百万円 | △ 43百万円 (△ 1.8%) |
| 経費 | 1,322百万円 | 1,339百万円 | + 17百万円 (+ 1.3%) |
| 販売管理費 (販売管理費比率) | 3,767百万円 18.2% | 3,742百万円 16.8% | △ 25百万円 (△ 0.7%) △1.4ポイント |

- 販売管理費は、行動費およびグループ再編費用等により経費が増加したが、人員減による人件費の減少により、前年同期に比べ0.7%減少となった。売上高の増加により売上高販売管理費比率は、1.4ポイント低下し16.8%となった。

② 営業利益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|------|----------|--------------|-----------------|
| 営業利益 | 93百万円 | 64百万円 | △28百万円 (△31.0%) |

- 営業利益は、売上高の増加、販売管理費の減少があったものの、売上総利益率の低下により前年同期に比べ減益となった。

経常利益

① 営業外損益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|-------|----------|--------------|--------|
| 営業外収益 | 75百万円 | 78百万円 | + 2百万円 |
| 営業外費用 | 3百万円 | — | △ 3百万円 |

- 営業外収益は、雑収入等により前年同期に比べ2百万円の増加となった。
- 営業外費用は、為替差損の減少などにより前年同期に比べ3百万円の減少となった。

② 経常利益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|------|----------|---------------|-----------------|
| 経常利益 | 165百万円 | 143百万円 | △22百万円 (△13.5%) |

- 営業利益の減少にともない前年同期に比べ減益となった。

四半期純利益

① 特別損益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|------|----------|-------------|--------|
| 特別利益 | 1百万円 | 6百万円 | + 5百万円 |
| 特別損失 | 7百万円 | 3百万円 | △ 3百万円 |

- 特別利益は、固定資産売却益等により前年同期に比べ5百万円の増加となった。
- 特別損失は、有価証券評価損を計上した。

② 法人税等・四半期純利益

| | 2021年度1Q | 2022年度1Q | 前年同期比 |
|----------------------|----------|---------------|------------------|
| 法人税等 | 145百万円 | 8百万円 | △136百万円 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 14百万円 | 137百万円 | 123百万円 (+868.7%) |

- 四半期純利益は、グループ再編に伴い、税効果会計を適用し繰延税金資産を計上したため、前年同期に比べ増益となった。

市場分野別の売上高

- 経済活動の制限緩和により、改装や催事等の需要が回復した百貨店・量販店市場、複合商業施設市場、余暇施設市場ならびに企業ショールームを手掛けた広報・販売促進市場、オフィスの改装需要が増加したその他市場が増収となった。
- 海外ブランド等の改装を多数手掛けたものの、大型案件が減少した専門店市場、前年同期に大型案件の完工があった博物館・美術館市場が減収となった。

| | 2021年度1Q 売上高 | | 売上 総利益率 | 2022年度1Q 売上高 | | 売上 総利益率 |
|------------|--------------|---------|------------|---------------|---------|------------|
| | 金額(百万円) | 前年同期比 | | 金額(百万円) | 前年同期比 | |
| 専門店市場 | 6,199 | △19.2% | 15.4% | 5,702 | △8.0% | ↓12.6% |
| 百貨店・量販店市場 | 758 | △16.8% | 21.6% | 1,338 | +76.5% | ↓17.9% |
| 複合商業施設市場 | 1,837 | △43.7% | 17.8% | 2,135 | +16.3% | ↓15.6% |
| 広報・販売促進市場 | 1,742 | △34.8% | 19.0% | 2,220 | +27.4% | ↓18.2% |
| 博物館・美術館市場 | 4,050 | +21.9% | 22.9% | 2,585 | △36.2% | ↓21.6% |
| 余暇施設市場 | 1,993 | △52.9% | 16.5% | 2,555 | +28.2% | ↑20.8% |
| 博覧会・イベント市場 | 297 | +101.8% | 12.6% | 842 | +182.9% | ↑21.5% |
| その他市場 | 3,906 | +3.6% | 20.5% | 4,907 | +25.6% | ↓17.1% |
| 合 計 | 20,785 | △20.0% | 18.6% | 22,287 | +7.2% | ↓17.1% |

※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、都市再開発案件の受注があった複合商業施設市場、企業PR施設、ショールームの大型案件の受注があった広報・販売促進市場が増加し、前年同期に比べ13.3%増加となった。
- 受注残高は、大型案件を受注、推進している複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場が増加したが、前年同期に手持ちであった大型案件が売上に計上された博物館・美術館市場、博覧会・イベント市場が大きく減少したことにより、前年同期に比べ21.0%減少となった。

| | 2021年度1Q | | 2022年度1Q | | 受注高 前年同期比 | 受注残高 前年同期比 |
|------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | 受注高 (百万円) | 受注残高 (百万円) | 受注高 (百万円) | 受注残高 (百万円) | | |
| 専門店市場 | 5,560 | 6,606 | 5,256 | 5,185 | △5.5% | △21.5% |
| 百貨店・量販店市場 | 1,213 | 1,547 | 1,261 | 748 | +3.9% | △51.6% |
| 複合商業施設市場 | 876 | 2,262 | 2,727 | 3,252 | +211.2% | +43.8% |
| 広報・販売促進市場 | 743 | 1,924 | 8,086 | 7,519 | +987.5% | +290.8% |
| 博物館・美術館市場 | 4,374 | 9,229 | 3,175 | 5,654 | △27.4% | △38.7% |
| 余暇施設市場 | 5,649 | 9,232 | 4,004 | 13,184 | △29.1% | +42.8% |
| 博覧会・イベント市場 | 2,969 | 14,862 | 847 | 344 | △71.5% | △97.7% |
| その他市場 | 7,547 | 11,943 | 7,434 | 9,642 | △1.5% | △19.3% |
| 合 計 | 28,936 | 57,607 | 32,794 | 45,531 | +13.3% | △21.0% |

2022年度 連結業績予想

- 2022年度業績予想については、ウクライナ情勢がもたらす経済・物価への影響により、受注競争の激化および資材価格の上昇にともなうコスト増加等による利益率の低下を想定している。

| (百万円) | 2021年度 | | 2022年度(予想) | | 前年増減(率) | |
|------------------------|---------------|-----------------|---------------|---------------|----------------|------------------|
| | 2Q | 通期 | 2Q | 通期 | 2Q | 通期 |
| 売上高 | 43,729 | 111,081 | 48,000 | 110,000 | 4,270 +9.8% | △1,081 △1.0% |
| 営業利益(率) | 920 2.1% | 5,431 4.9% | 1,000 2.1% | 4,500 4.1% | 79 +8.7% | △931 △17.2% |
| 経常利益(率) | 1,030 2.4% | 5,594 5.0% | 1,030 2.1% | 4,550 4.1% | △0 △0.0% | △1,044 △18.7% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益(率) | 723 1.7% | 3,984 3.6% | 670 1.4% | 2,950 2.7% | △53 △7.3% | △1,034 △26.0% |
| 1株当たり当期純利益 | 6.50円 | 35.80円 | 6.02円 | 26.50円 | △0.48円 | △9.30円 |
| 1株当たり配当金 | — | 28.00円 | — | 25.00円 | — | △3.00円 |
| | | ※普通配当25円、記念配当3円 | | | | |

2. 2022年度 第1四半期決算補足資料

【前期末比較】 連結貸借対照表

| | | 2021年度末 | | 2022年度1Q末 | | | ポイント |
|-----------------------|---------|-------------|--------|---------------|---------------|------------------|---|
| | | 金額 (百万円) | 構成比 | 金額 (百万円) | 構成比 | 前期末比 | |
| 資 産 | 流動資産 | 64,913 | 82.2% | 56,189 | 80.2% | △8,724 △13.4% | 収益認識会計基準適用により、棚卸資産が減少、また配当金の支払い等で現金及び預金が増加したことなどにより、87億24百万円減少。 |
| | 固定資産 | 14,053 | 17.8% | 13,835 | 19.8% | △217 △1.5% | 保有株式の時価増加にともない、投資有価証券が増加したものの、減価償却の実施などにより2億17百万円減少。 |
| | 資産合計 | 78,967 | 100.0% | 70,025 | 100.0% | △8,942 △11.3% | |
| 負 債 純 資 産 | 流動負債 | 25,117 | 31.8% | 18,437 | 26.3% | △6,679 △26.6% | 契約負債が増加したが、支払手形および買掛金の減少などにより66億79百万円減少。 |
| | 固定負債 | 5,173 | 6.6% | 5,067 | 7.3% | △105 △2.0% | 退職金の支払いなどにより1億5百万円減少。 |
| | 負債合計 | 30,290 | 38.4% | 23,504 | 33.6% | △6,785 △22.4% | |
| | 純資産 | 48,677 | 61.6% | 46,520 | 66.4% | △2,157 △4.4% | 配当金の支払いなどにより21億57百万円減少。 |
| | 負債純資産合計 | 78,967 | 100.0% | 70,025 | 100.0% | △8,942 △11.3% | |

【前年同期比較】連結損益計算書

| 第1四半期 | 2021年度 | | 2022年度 | | | | ポイント |
|---------------------|-------------|-------------|---------------|---------------|--------|---------|--|
| | 金額 (百万円) | 対売上高 構成比 | 金額 (百万円) | 対売上高 構成比 | 前年同期比 | | |
| 売上高 | 20,785 | 100.0% | 22,287 | 100.0% | +1,501 | +7.2% | 専門店市場や博物館・美術館市場が減少したものの、その他各市場等で売上が回復し、15億1百万円の増加。 |
| 売上総利益 | 3,861 | 18.6% | 3,806 | 17.1% | △54 | △1.4% | 採算性の高い大型案件の減少ならびに資材価格の高騰や一部価格競争の影響により54百万円減少。 |
| 販売管理費 | 3,767 | 18.2% | 3,742 | 16.8% | △25 | △0.7% | グループ再編費用等により経費が増加したが、人員減による人件費の減少により、25百万円の減少。 |
| 営業利益 | 93 | 0.4% | 64 | 0.3% | △28 | △31.0% | 売上高の増加、販売管理費の減少があったが、売上総利益率の低下により28百万円の減益。 |
| 経常利益 | 165 | 0.8% | 143 | 0.6% | △22 | △13.5% | 受取保険金や受取配当金等により、営業外収益78百万円計上。 |
| 特別利益 | 1 | 0.0% | 6 | 0.0% | +5 | +370.2% | |
| 特別損失 | 7 | 0.0% | 3 | 0.0% | △3 | △47.6% | |
| 親会社株主に帰属する 四半純利益 | 14 | 0.1% | 137 | 0.6% | +123 | +868.7% | グループ再編に伴い、税効果会計を適用し繰延税金資産を計上したため、1億23百万円の増加。 |

【前年同期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

| 第1四半期 | 2021年度 | | | 2022年度 | | | ポイント |
|------------|-------------|-----------|------------|-------------|-----------|------------|---|
| | 売上高 | | 売上 総利益率 | 売上高 | | 売上 総利益率 | |
| | 金額 (百万円) | 前年 同期比 | | 金額 (百万円) | 前年 同期比 | | |
| 専門店市場 | 6,199 | △19.2% | 15.4% | 5,702 | △8.0% | ↓12.6% | 海外ブランド店舗などを手掛けたが、大型案件が減少したことにより減収。 |
| 百貨店・量販店市場 | 758 | △16.8% | 21.6% | 1,338 | +76.5% | ↓17.9% | 改装や催事等の需要が回復したことにより増収。 |
| 複合商業施設市場 | 1,837 | △43.7% | 17.8% | 2,135 | +16.3% | ↓15.6% | 大型商業施設の改装需要回復に伴い増収。 |
| 広報・販売促進市場 | 1,742 | △34.8% | 19.0% | 2,220 | +27.4% | ↓18.2% | 企業ショールームの新装案件が増加したことなどにより増収。 |
| 博物館・美術館市場 | 4,050 | +21.9% | 22.9% | 2,585 | △36.2% | ↓21.6% | 前年同期に手掛けた科学博物館、歴史博物館など大型案件が減少したことにより減収。 |
| 余暇施設市場 | 1,993 | △52.9% | 16.5% | 2,555 | +28.2% | ↑20.8% | ホテル、エンタメ施設などを手掛け増収。 |
| 博覧会・イベント市場 | 297 | +101.8% | 12.6% | 842 | +182.9% | ↑21.5% | 中小規模の公共イベント案件が増加し増収。 |
| その他市場 | 3,906 | +3.6% | 20.5% | 4,907 | +25.6% | ↓17.1% | 企業オフィスの改装需要が増加したことにより増収。 |
| 合 計 | 20,785 | △20.0% | 18.6% | 22,287 | +7.2% | ↓17.1% | |

※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

【前年同期比較】市場分野別 売上高・受注高・受注残高

(百万円)

| 第1四半期 | 2021年度 | 2022年度 | 前年同期比 | |
|--------------------|--------|--------------|--------|---------|
| ■ 専門店市場 | | | | |
| 売上高 | 6,199 | 5,702 | △497 | △8.0% |
| 受注高 | 5,560 | 5,256 | △303 | △5.5% |
| 受注残高 | 6,606 | 5,185 | △1,421 | △21.5% |
| ■ 百貨店・量販店市場 | | | | |
| 売上高 | 758 | 1,338 | +580 | +76.5% |
| 受注高 | 1,213 | 1,261 | +47 | +3.9% |
| 受注残高 | 1,547 | 748 | △798 | △51.6% |
| ■ 複合商業施設市場 | | | | |
| 売上高 | 1,837 | 2,135 | +298 | +16.3% |
| 受注高 | 876 | 2,727 | +1,850 | +211.2% |
| 受注残高 | 2,262 | 3,252 | +990 | +43.8% |
| ■ 広報・販売促進市場 | | | | |
| 売上高 | 1,742 | 2,220 | +477 | +27.4% |
| 受注高 | 743 | 8,086 | +7,343 | +987.5% |
| 受注残高 | 1,924 | 7,519 | +5,595 | +290.8% |

(百万円)

| 第1四半期 | 2021年度 | 2022年度 | 前年同期比 | |
|---------------------|--------|---------------|---------|---------|
| ■ 博物館・美術館市場 | | | | |
| 売上高 | 4,050 | 2,585 | △1,464 | △36.2% |
| 受注高 | 4,374 | 3,175 | △1,198 | △27.4% |
| 受注残高 | 9,229 | 5,654 | △3,575 | △38.7% |
| ■ 余暇施設市場 | | | | |
| 売上高 | 1,993 | 2,555 | +562 | +28.2% |
| 受注高 | 5,649 | 4,004 | △1,645 | △29.1% |
| 受注残高 | 9,232 | 13,184 | +3,952 | +42.8% |
| ■ 博覧会・イベント市場 | | | | |
| 売上高 | 297 | 842 | +544 | +182.9% |
| 受注高 | 2,969 | 847 | △2,122 | △71.5% |
| 受注残高 | 14,862 | 344 | △14,517 | △97.7% |
| ■ その他市場 | | | | |
| 売上高 | 3,733 | 4,907 | +1,174 | +31.5% |
| 受注高 | 7,547 | 7,434 | △112 | △1.5% |
| 受注残高 | 11,943 | 9,642 | △2,301 | △19.3% |

【四半期推移】業績サマリー

(百万円)

| | 2021年度 | | | | 2022年度 | | | |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|---------------|----|----|----|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 | 20,785 | 22,943 | 31,040 | 36,311 | 22,287 | | | |
| 売上総利益 | 3,861 | 4,418 | 5,879 | 6,536 | 3,806 | | | |
| 売上総利益率 | 18.6% | 19.3% | 18.9% | 18.0% | 17.1% | | | |
| 販売管理費 | 3,767 | 3,591 | 3,652 | 4,252 | 3,742 | | | |
| 販売管理費比率 | 18.1% | 15.7% | 11.8% | 11.7% | 16.8% | | | |
| 営業利益 | 93 | 827 | 2,227 | 2,283 | 64 | | | |
| 営業利益率 | 0.4% | 3.6% | 7.2% | 6.3% | 0.3% | | | |
| 経常利益 | 165 | 864 | 2,258 | 2,305 | 143 | | | |
| 経常利益率 | 0.8% | 3.8% | 7.3% | 6.3% | 0.6% | | | |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 14 | 708 | 1,680 | 1,581 | 137 | | | |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益率 | 0.1% | 3.1% | 5.4% | 4.4% | 0.6% | | | |
| 受注高 | 28,936 | 28,088 | 23,807 | 21,861 | 32,794 | | | |
| 受注残高 | 57,607 | 62,943 | 55,916 | 41,683 | 45,531 | | | |

【四半期推移】 市場分野別 売上高

(百万円)

| | 2021年度 | | | | 2022年度 | | | |
|------------|--------|--------|--------|--------|---------------|----|----|----|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 専門店市場 | 6,199 | 4,926 | 7,634 | 8,388 | 5,702 | | | |
| 百貨店・量販店市場 | 758 | 997 | 1,690 | 2,978 | 1,338 | | | |
| 複合商業施設市場 | 1,837 | 1,035 | 1,522 | 3,541 | 2,135 | | | |
| 広報・販売促進市場 | 1,742 | 1,734 | 1,983 | 2,524 | 2,220 | | | |
| 博物館・美術館市場 | 4,050 | 2,684 | 1,439 | 2,590 | 2,585 | | | |
| 余暇施設市場 | 1,993 | 1,240 | 2,206 | 2,689 | 2,555 | | | |
| 博覧会・イベント市場 | 297 | 2,217 | 9,160 | 4,758 | 842 | | | |
| その他市場 | 3,906 | 8,107 | 5,404 | 8,839 | 4,907 | | | |
| 合 計 | 20,785 | 22,943 | 31,040 | 36,311 | 22,287 | | | |

※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

(百万円)

| | 2021年度 | | | | 2022年度 | | | |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|----|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| ■ 受注高 | | | | | | | | |
| 専門店市場 | 5,560 | 6,025 | 8,136 | 6,979 | 5,256 | | | |
| 百貨店・量販店市場 | 1,213 | 2,730 | 1,036 | 1,292 | 1,261 | | | |
| 複合商業施設市場 | 876 | 2,340 | 2,819 | 2,382 | 2,727 | | | |
| 広報・販売促進市場 | 743 | 2,404 | 1,762 | 2,047 | 8,086 | | | |
| 博物館・美術館市場 | 4,374 | 2,141 | 1,059 | 537 | 3,175 | | | |
| 余暇施設市場 | 5,649 | 4,445 | 2,231 | 3,095 | 4,004 | | | |
| 博覧会・イベント市場 | 2,969 | 432 | 398 | 824 | 847 | | | |
| その他市場 | 7,547 | 7,567 | 6,366 | 4,704 | 7,434 | | | |
| 合計 | 28,936 | 28,088 | 23,807 | 21,861 | 32,794 | | | |
| ■ 受注残高 | | | | | | | | |
| 専門店市場 | 6,606 | 7,705 | 8,207 | 6,797 | 5,185 | | | |
| 百貨店・量販店市場 | 1,547 | 3,279 | 2,621 | 935 | 748 | | | |
| 複合商業施設市場 | 2,262 | 3,568 | 4,865 | 3,706 | 3,252 | | | |
| 広報・販売促進市場 | 1,924 | 2,594 | 2,373 | 1,897 | 7,519 | | | |
| 博物館・美術館市場 | 9,229 | 8,686 | 8,306 | 6,251 | 5,654 | | | |
| 余暇施設市場 | 9,232 | 12,437 | 12,462 | 12,868 | 13,184 | | | |
| 博覧会・イベント市場 | 14,862 | 13,077 | 4,315 | 381 | 344 | | | |
| その他市場 | 11,943 | 11,594 | 12,763 | 8,844 | 9,642 | | | |
| 合計 | 57,607 | 62,943 | 55,916 | 41,683 | 45,531 | | | |

「収益認識に関する会計基準」の適用について

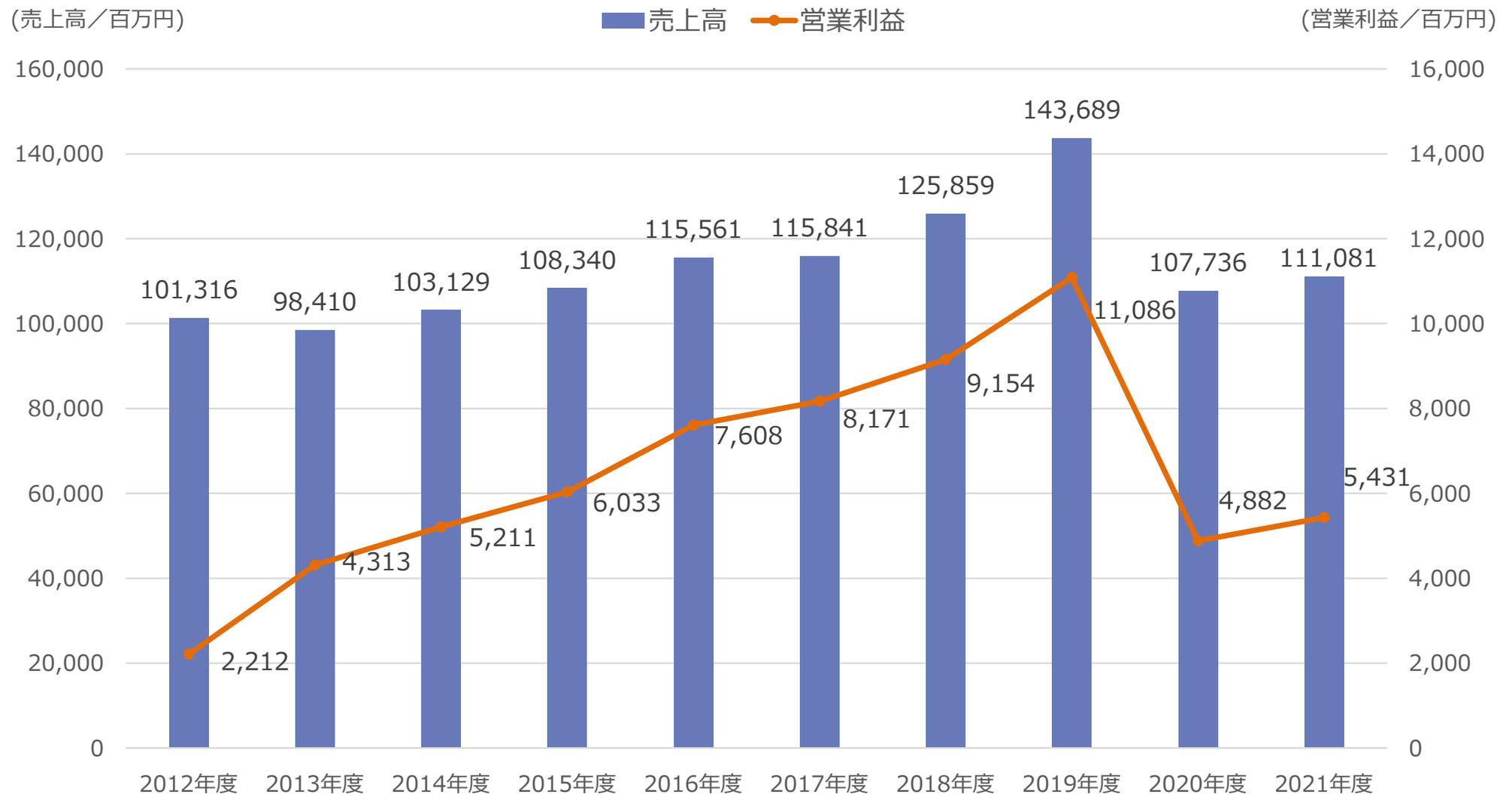
■ 2022年度より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用。

- ⇒ 顧客と契約した商品又はサービスの履行義務を充足した時点で、当該商品又はサービスと交換に受け取ると見込まれる金額にて収益を認識することに変更。
- ⇒ 従来は、成果の確実性が認められる工事契約については工事進行基準を、その他の工事契約については完成基準を適用していたが、原則、一定の期間にわたり収益を認識する方法に変更している。

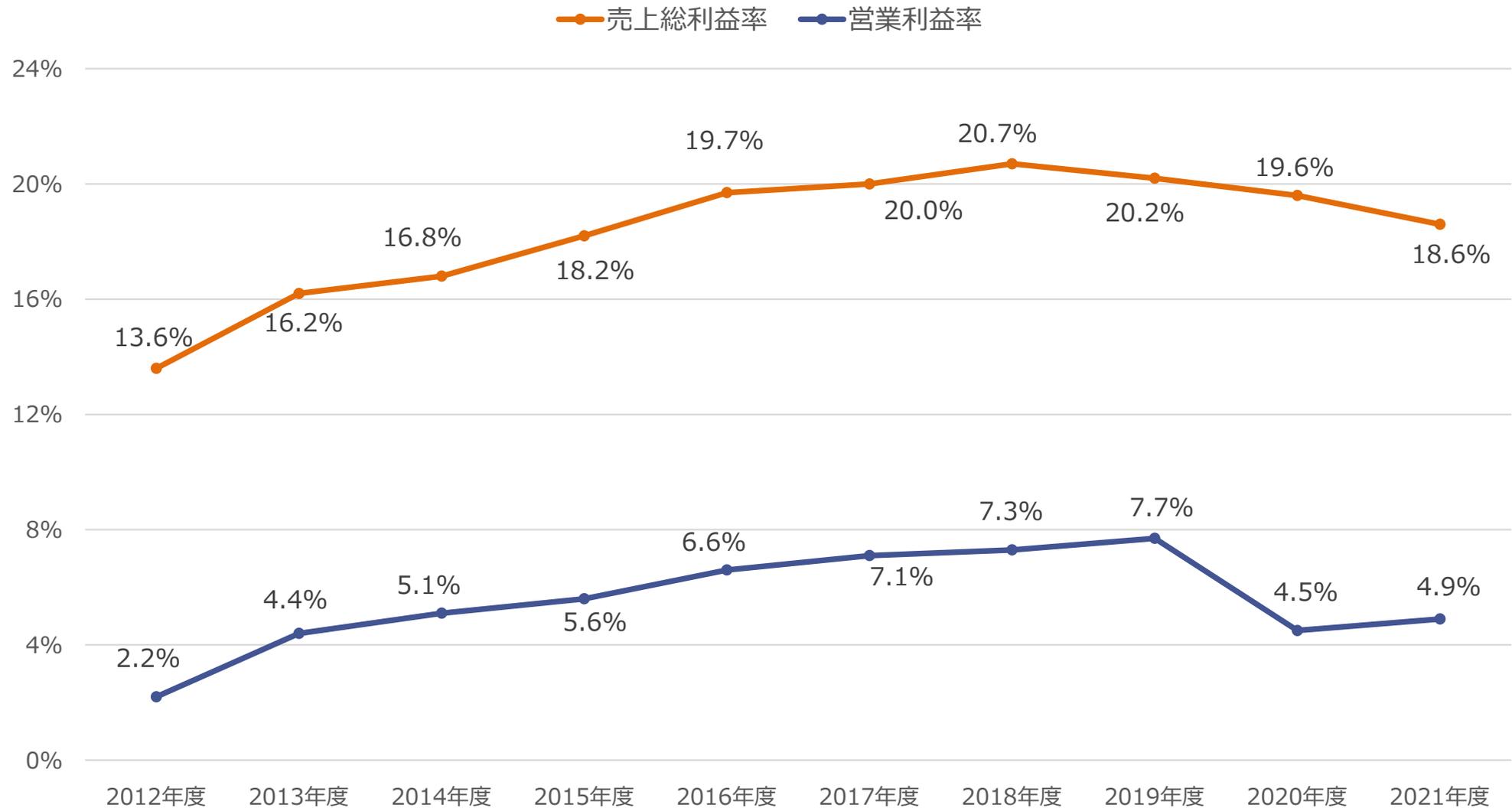
■ 当第1四半期連結会計期間の期首より前に新たな会計方針を遡及適用した場合の累積的影響額を、当第1四半期連結会計期間の期首の「利益剰余金」に加減し、当該期首残高から新たな会計方針を適用している。

- ⇒ 当第1四半期連結会計期間の期首において、「利益剰余金」が530百万円増加。

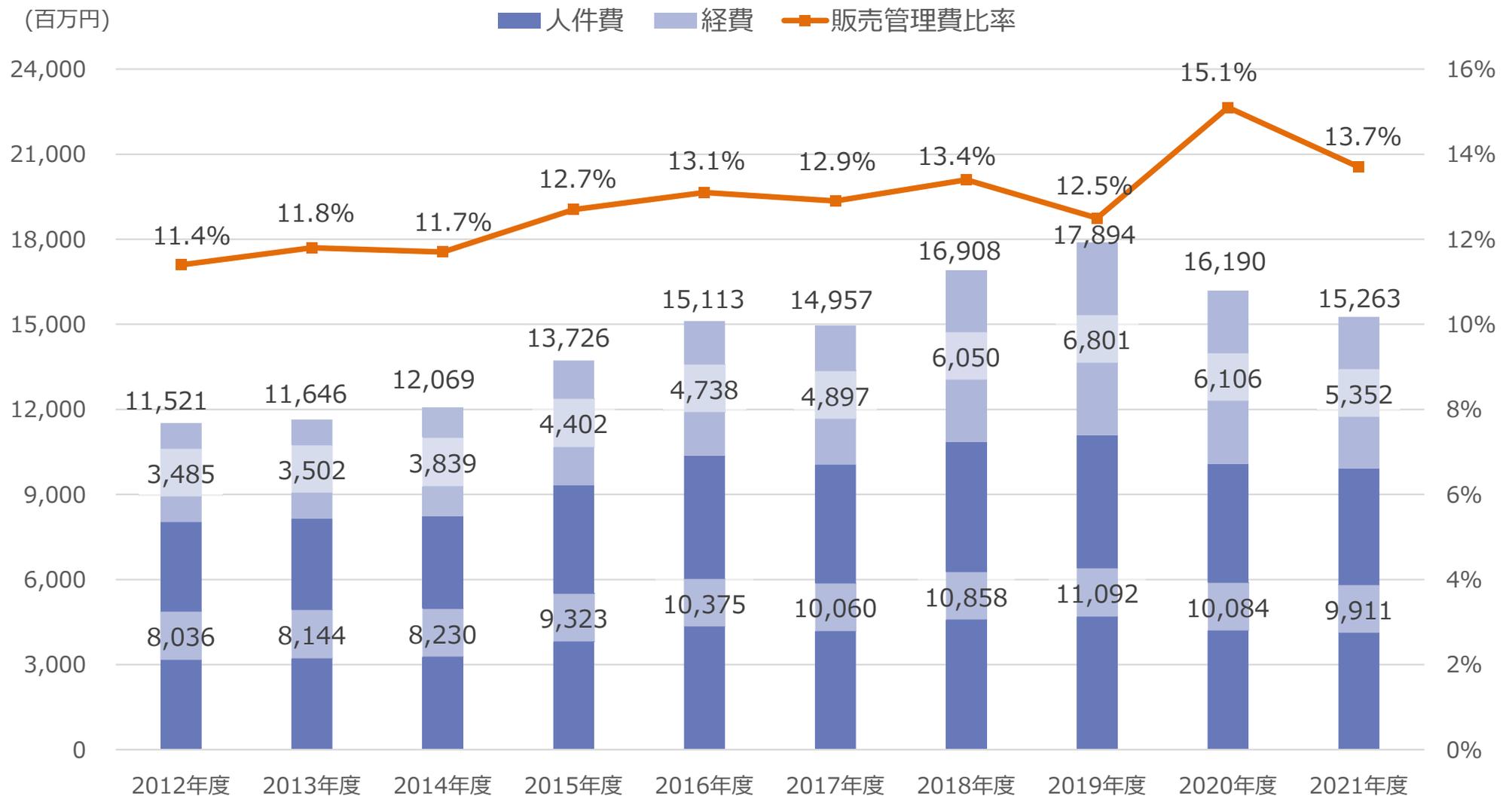
【通期推移】 売上高・営業利益



【通期推移】 売上総利益率・営業利益率



【通期推移】 販売管理費・販売管理費比率

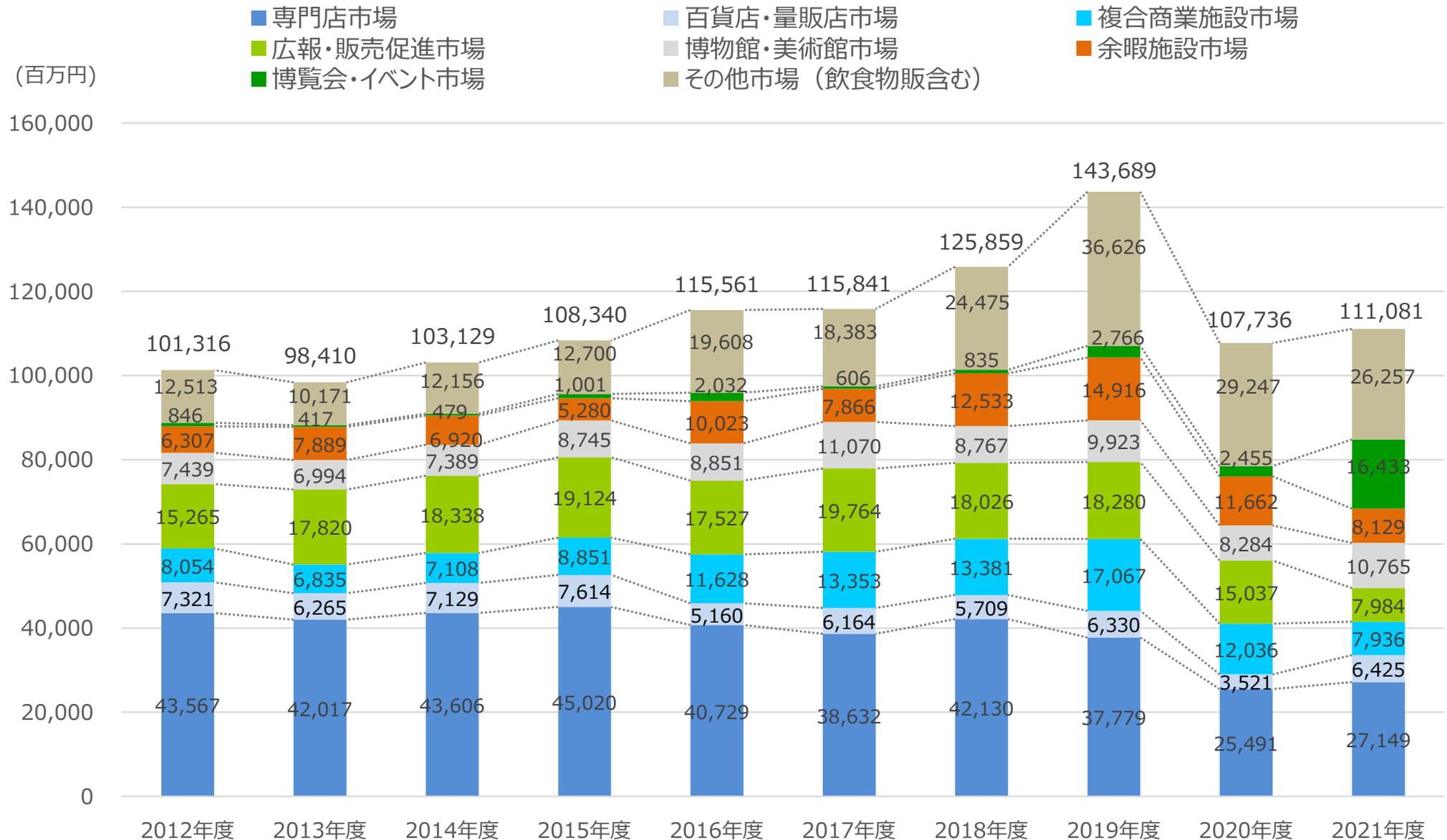


【通期推移】 受注高・受注残高



(注) 飲食・物販事業は受注概念が異なるため、記載していません。

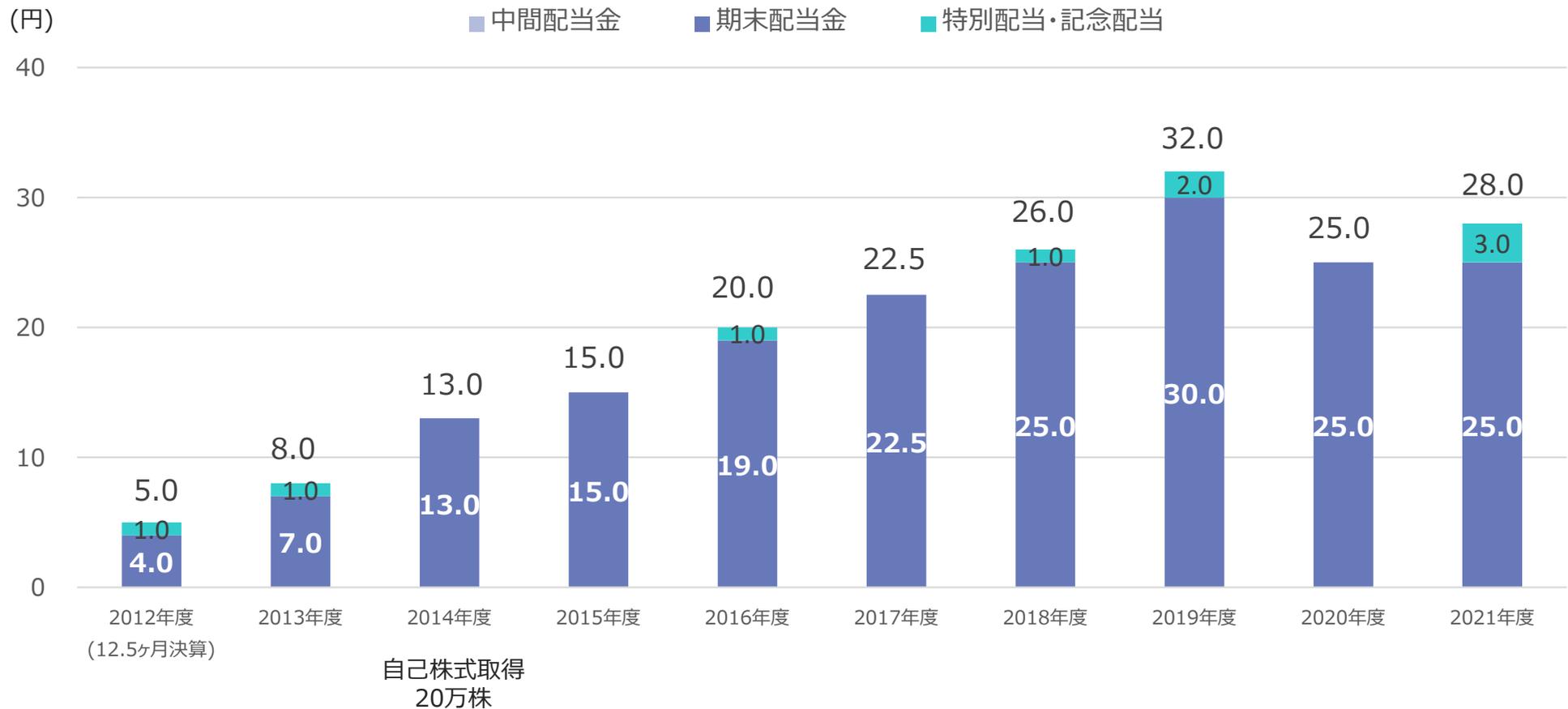
【通期推移】 市場分野別 売上高



(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

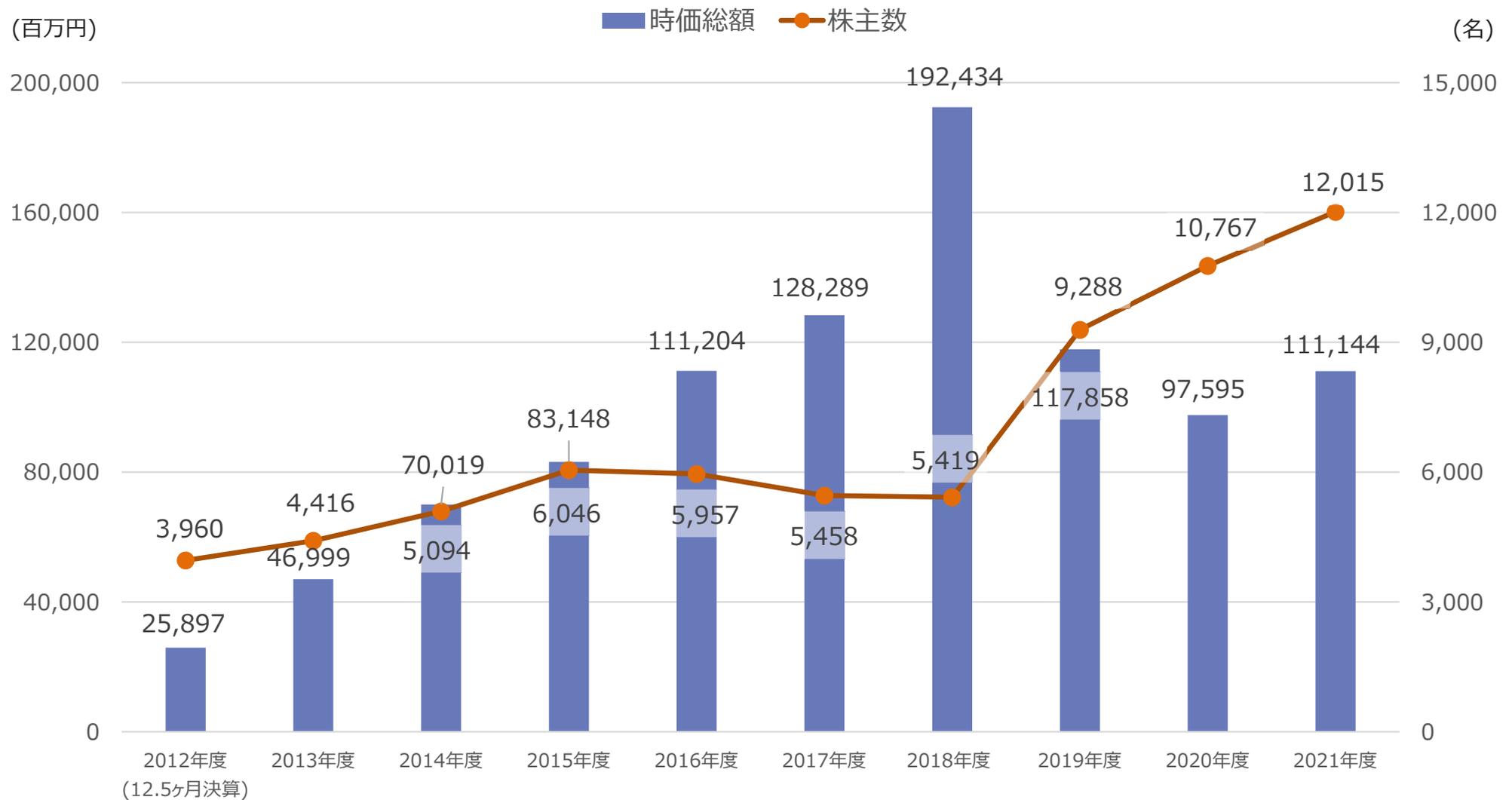
【株式情報】株主還元策と配当金の推移

※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2010年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。



| | | | | | | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|----------|----------|
| 配当性向 | 73.9% | 44.9% | 48.4% | 45.3% | 43.4% | 44.0% | 44.4% | 42.9% | 45.7% | 90.6% |
| 株価最高値 | 174.0円 | 221.0円 | 526.0円 | 608.0円 | 966.0円 | 995.0円 | 1,324.0円 | 1,667.5円 | 1,600.0円 | 1,031.0円 |
| 株価最低値 | 100.5円 | 114.0円 | 213.0円 | 332.5円 | 551.0円 | 663.5円 | 901.5円 | 1,017.5円 | 961.0円 | 642.0円 |

【株式情報】 時価総額と株主数の推移

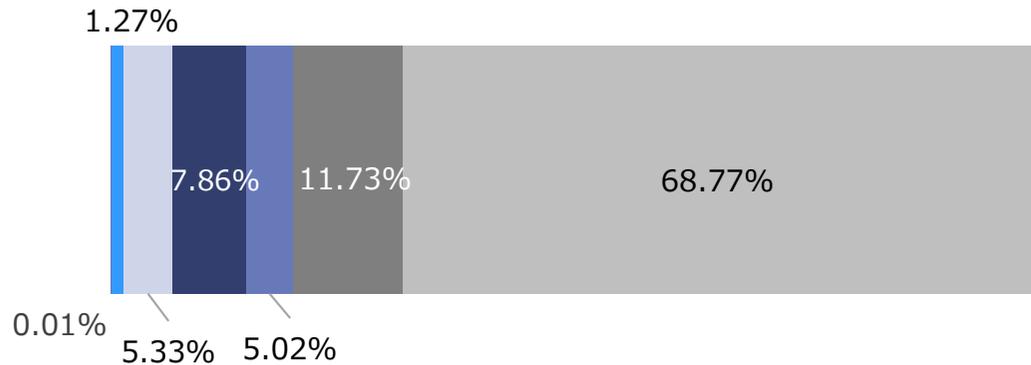


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】株主構成 (2022年2月28日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

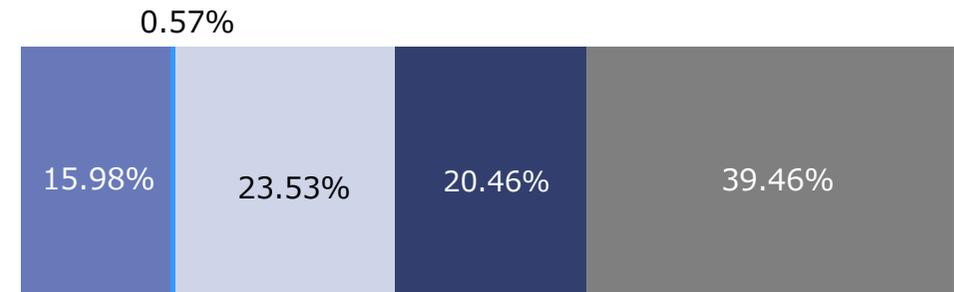
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



| | | |
|----------------------|----------------|---------------------|
| 100株未満 | 3,398名 | 16,291株 |
| 100株以上1,000株未満 | 5,754名 | 1,521,705株 |
| 1,000株以上10,000株未満 | 2,230名 | 6,394,197株 |
| 10,000株以上50,000株未満 | 447名 | 9,424,665株 |
| 50,000株以上100,000株未満 | 88名 | 6,020,566株 |
| 100,000株以上500,000株未満 | 68名 | 14,066,319株 |
| 500,000株以上 | 30名 | 82,452,845株 |
| | 12,015名 | 119,896,588株 |

■ 所有者別株式の分布状況

- 外国人
- 金融機関
- 政府及び地方公共団体
- 証券会社
- その他法人
- 個人・その他



| | | |
|--------|----------------|---------------------|
| 外国人 | 213名 | 19,155,150株 |
| 証券会社 | 30名 | 681,674株 |
| 金融機関 | 27名 | 28,208,380株 |
| その他法人 | 159名 | 24,533,304株 |
| 個人・その他 | 11,586名 | 47,318,080株 |
| | 12,015名 | 119,896,588株 |

(注) 上記の分布状況はいずれも自己株式数を含んでいます。

3. 当社グループの概要

経営理念

われわれは、人間尊重に立脚し
新しい価値の創造によって
豊かな人間環境づくりに貢献する

ノムラのいう人間尊重とは

ノムラは、生活者である人間の多様な価値観に対応し、快い生活環境を創造する。
また、ノムラは社員の人間性を基盤にして、働きがいのある自己実現の場をつくりあげる。

ノムラのいう新しい価値の創造とは

ノムラは、人と人、人との、人と情報が交流する新たな機能と可能性を追求し、最適な
集客貢献と空間創造を実現する。

ノムラが目指す企業像とは

ノムラのおくりだすものは、人間環境の質的向上をはかる生活文化そのものである。
ノムラはこの仕事を通じて、環境創造産業のリーダーとなる。

会社概要

創設 1892年(明治25年) 3月
業立 1942年(昭和17年) 12月
上場市場 プライム市場(9716)
資本金 64億97百万円
売上高 1,110億81百万円(2021年度)
従業員数 (2022年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,522名(契約社員含む)
 連結1,952名(正社員) 単体1,340名(正社員)

連結子会社 グループ会社 6 社 (2022年3月1日現在)

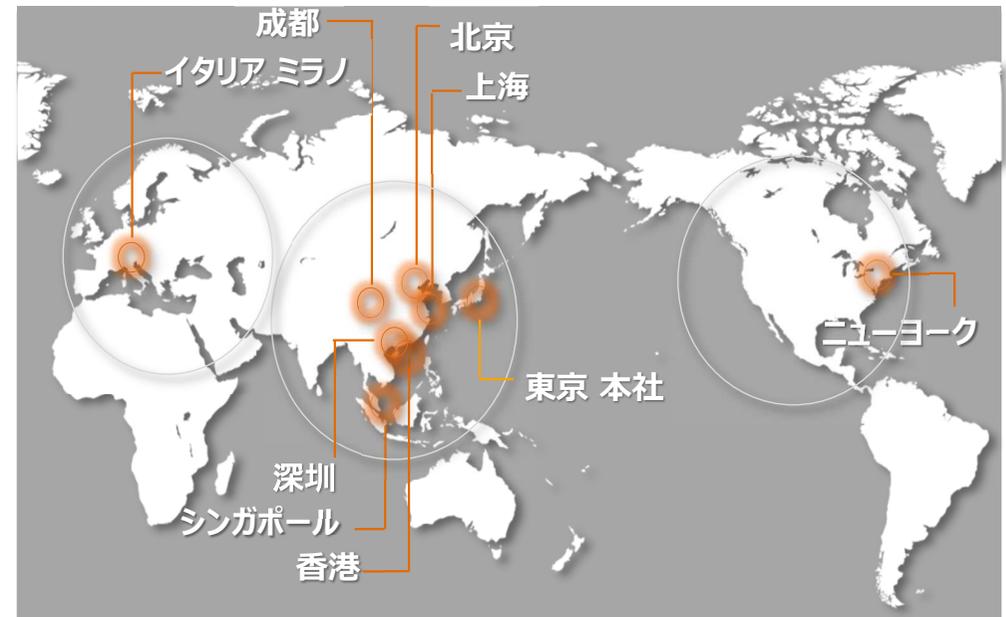
事業内容

ディスプレイ業 (※ 総務省 日本標準産業分類で定める事業)
 集客環境づくりの調査・コンサルティング、企画・デザイン、
 設計、制作施工ならびに各種施設・イベントの活性化、
 運営管理

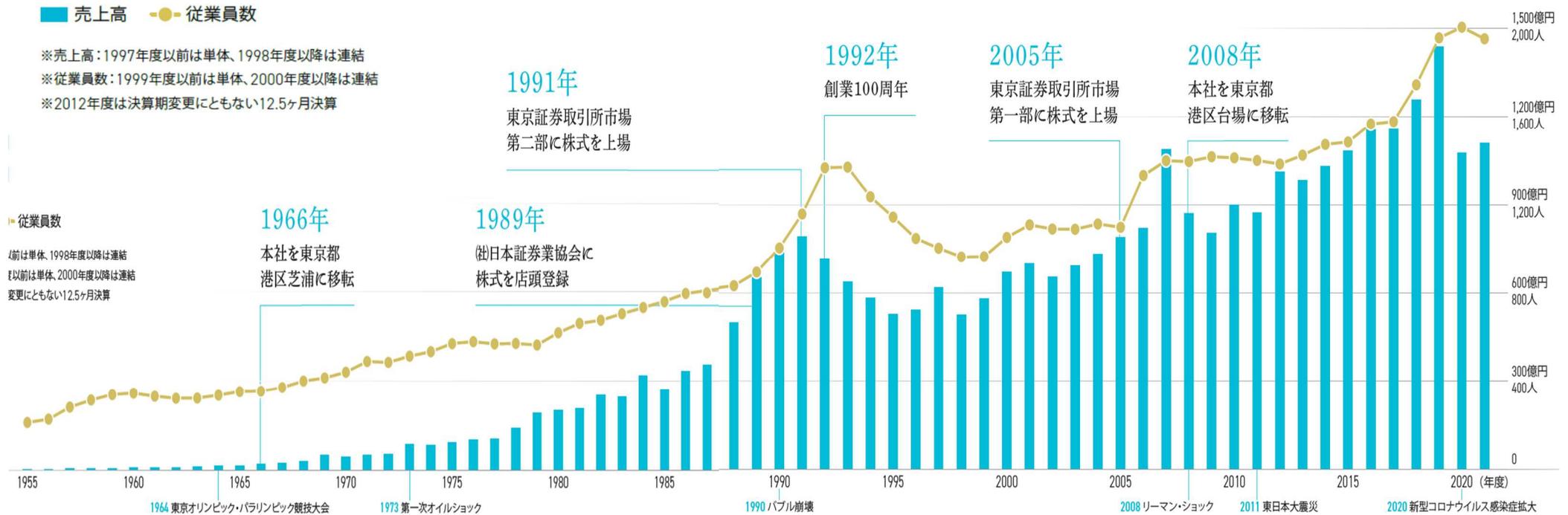
国内拠点



海外拠点



乃村工藝社の歴史

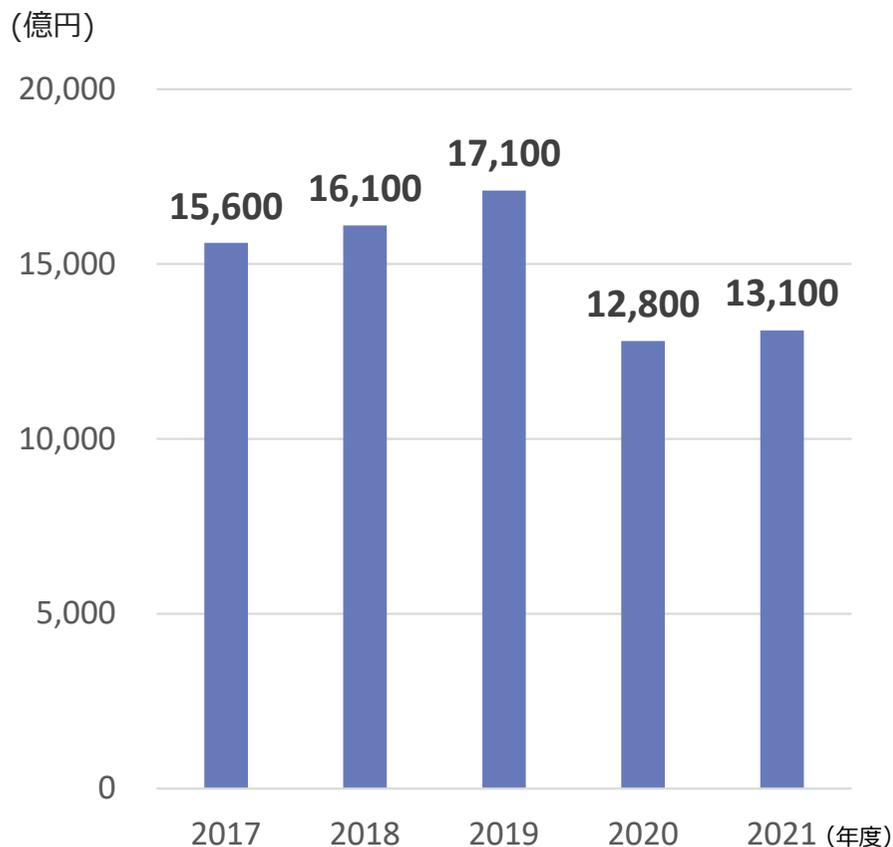


| | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|
| <p>1892年</p> <p>乃村泰資が高松で創業、芝居小屋の大道具方として活躍</p>  <p>創業者 乃村泰資</p> | <p>1892年～1945年</p> <p>大衆娯楽から博覧会・展示装飾への展開</p> <p>イベント(菊人形・国技館や靖国神社の催し・博覧会)・百貨店</p>  <p>両国国技館菊人形「十二段返し」1924年頃</p> | <p>1945年～1969年</p> <p>経営近代化の始動とディスプレイ業の確立</p> <p>百貨店・博覧会・美術展・遊園地</p>  <p>高島屋大阪店の店頭装飾 1947年</p> | <p>1970年～1989年</p> <p>事業拡大と経営基盤の強化</p> <p>万国博覧会・商業施設・博物館・展示会・企業PR館・ショールーム</p>  <p>万国万国博覧会 1970年</p> | <p>1990年～2012年</p> <p>市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ</p> <p>ブランドストア・チェーンストア・集客装置・指定管理者と運営事業・まちづくり</p>  <p>日テレ大時計(宮崎駿デザイン) 2006年</p>  <p>東京ソラマチ® 2012年</p> | <p>2013年～現在</p> <p>Prosperity Partner</p> <p>お客様の事業繁栄を実現するパートナーとして</p> <p>複合商業施設・ホテル・テーマパーク・オフィス・地域創生・デジタル分野</p>  <p>日本オリンピックミュージアム (電通・乃村工藝社・電通ライブコンソーシアム) 2019年</p> |
|--|---|--|--|---|---|

ディスプレイ業界を取り巻く市場環境

■ディスプレイ業界の市場規模

新型コロナウイルス感染症の影響により、
2021年度は約1兆3,100億円と推定



出典：(株)矢野経済研究所

■ディスプレイ業界の市場領域とそれを取り巻く業界

建設業、不動産業や広告業、イベント産業などの業界と密接に関係



ディスプレイ業界の市場シェア

売上を拡大し、業界トップシェアを堅持

【ディスプレイ業界上位30社の売上合計に占める上位10社の占有率】

| 2010年度 | | | | 2015年度 | | | | 2020年度 | | | |
|------------|--------------|---------|--------|------------|-----------------------------|---------|--------|------------|--------------|---------|--------|
| 順位 | 社名 | 売上高 | 占有率 | 順位 | 社名 | 売上高 | 占有率 | 順位 | 社名 | 売上高 | 占有率 |
| | | (百万円) | | | | (百万円) | | | | (百万円) | |
| 1 | 乃村工藝社 | 90,105 | 15.4% | 1 | 乃村工藝社 | 108,340 | 14.5% | 1 | 乃村工藝社 | 107,736 | 15.5% |
| 2 | 丹青社 | 53,441 | 9.2% | 2 | 丹青社 | 67,612 | 9.0% | 2 | 丹青社 | 69,225 | 10.0% |
| 3 | J.フロント建装 | 34,995 | 6.0% | 3 | スペース | 51,371 | 6.9% | 3 | 三井デザインテック | 45,410 | 6.5% |
| 4 | スペース | 29,228 | 5.0% | 4 | J.フロント建装 | 38,714 | 5.2% | 4 | スペース | 40,028 | 5.8% |
| 5 | エイムクリエイツ | 23,834 | 4.1% | 5 | 三越伊勢丹 [®] パティ・デザイン | 34,138 | 4.6% | 5 | ラックランド | 37,164 | 5.4% |
| 6 | ジーク | 23,786 | 4.1% | 6 | ジーク | 33,446 | 4.5% | 6 | ジーク | 26,214 | 3.8% |
| 7 | 三井デザインテック | 21,304 | 3.6% | 7 | シミズオクト | 31,022 | 4.1% | 7 | J. フロント建装 | 24,155 | 3.5% |
| 8 | 高島屋スペースクリエイツ | 21,292 | 3.6% | 8 | 三井デザインテック | 30,985 | 4.1% | 8 | 船場 | 21,707 | 3.1% |
| 9 | パルコスペースシステムズ | 18,830 | 3.2% | 9 | 船場 | 30,732 | 4.1% | 9 | ウチダエスコ | 21,105 | 3.0% |
| 10 | 船場 | 18,600 | 3.2% | 10 | 高島屋スペースクリエイツ | 30,250 | 4.0% | 10 | 高島屋スペースクリエイツ | 19,942 | 2.9% |
| 上位30社の売上合計 | | 583,907 | 100.0% | 上位30社の売上合計 | | 748,282 | 100.0% | 上位30社の売上合計 | | 693,373 | 100.0% |

※ 上記は当社集計による数値です。

乃村工藝社の事業

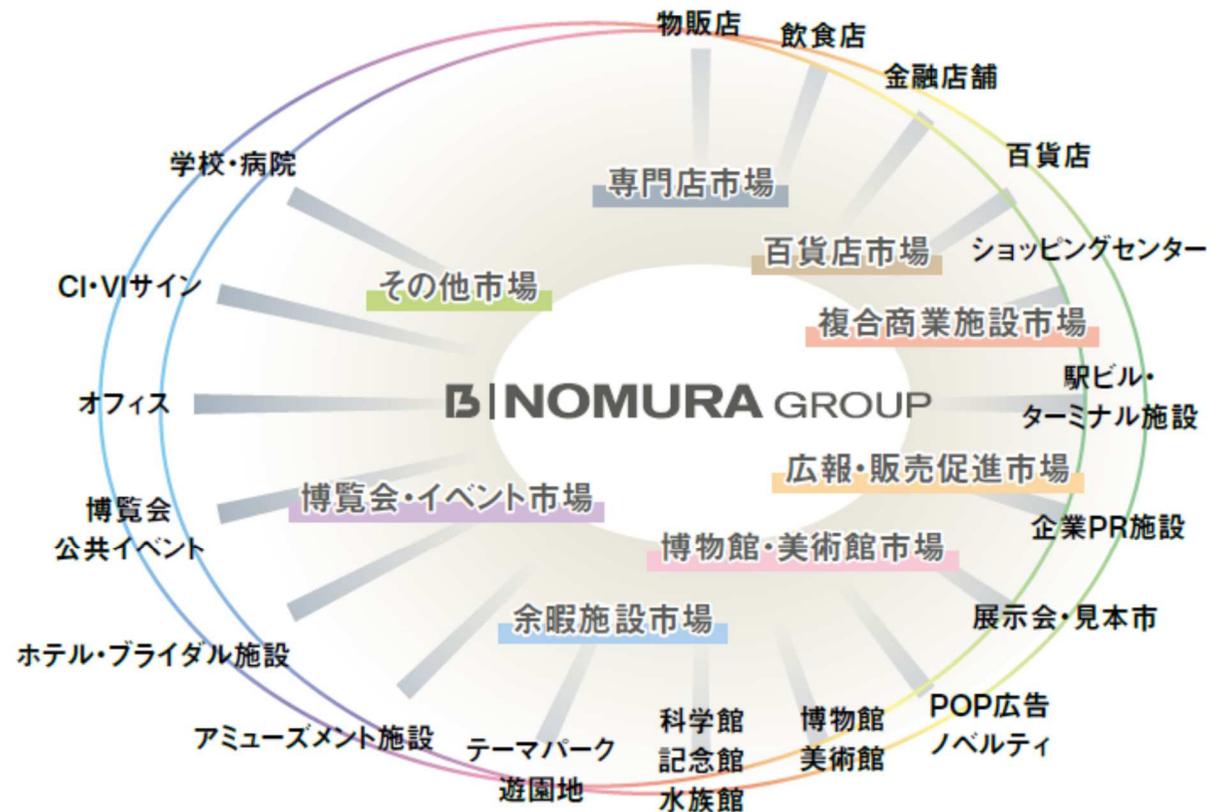
創業以来、約130年にわたり「人が集まる空間づくり」をプロデュースしてきた、
集客創造におけるプロデューサー集団

1

調査・企画
・コンサルティング

2

デザイン
・設計



3

制作・施工

4

運営管理

商業施設から、ホテルやオフィスなどの各種施設に加え、博物館・美術館、ショールームなどの展示、
博覧会・イベントといったプロモーション分野まで幅広く展開

乃村工藝社の強み

業界No.1を創り出す3つの強み

① 総合力

国内外で、大型案件を企画から運営まで手掛けられる体制

- ・国内拠点 **9都市**
- ・海外拠点 **8都市**

- ・グループ会社 **6社**(2022年3月1日現在)
- ・協力会社体制 **500社以上**

② クリエイティブ力

企画・デザインによる差別化

- ・プランナー&デザイナー **614名**
- ・一級建築士 **129名**
- ・デザインアワード受賞数 **64**

③ プロダクト力

高品質を実現する制作体制

- ・プロダクトディレクター **560名**
- ・一級建築施工管理技士 **318名**

お客様からの高い信頼、安定した顧客群

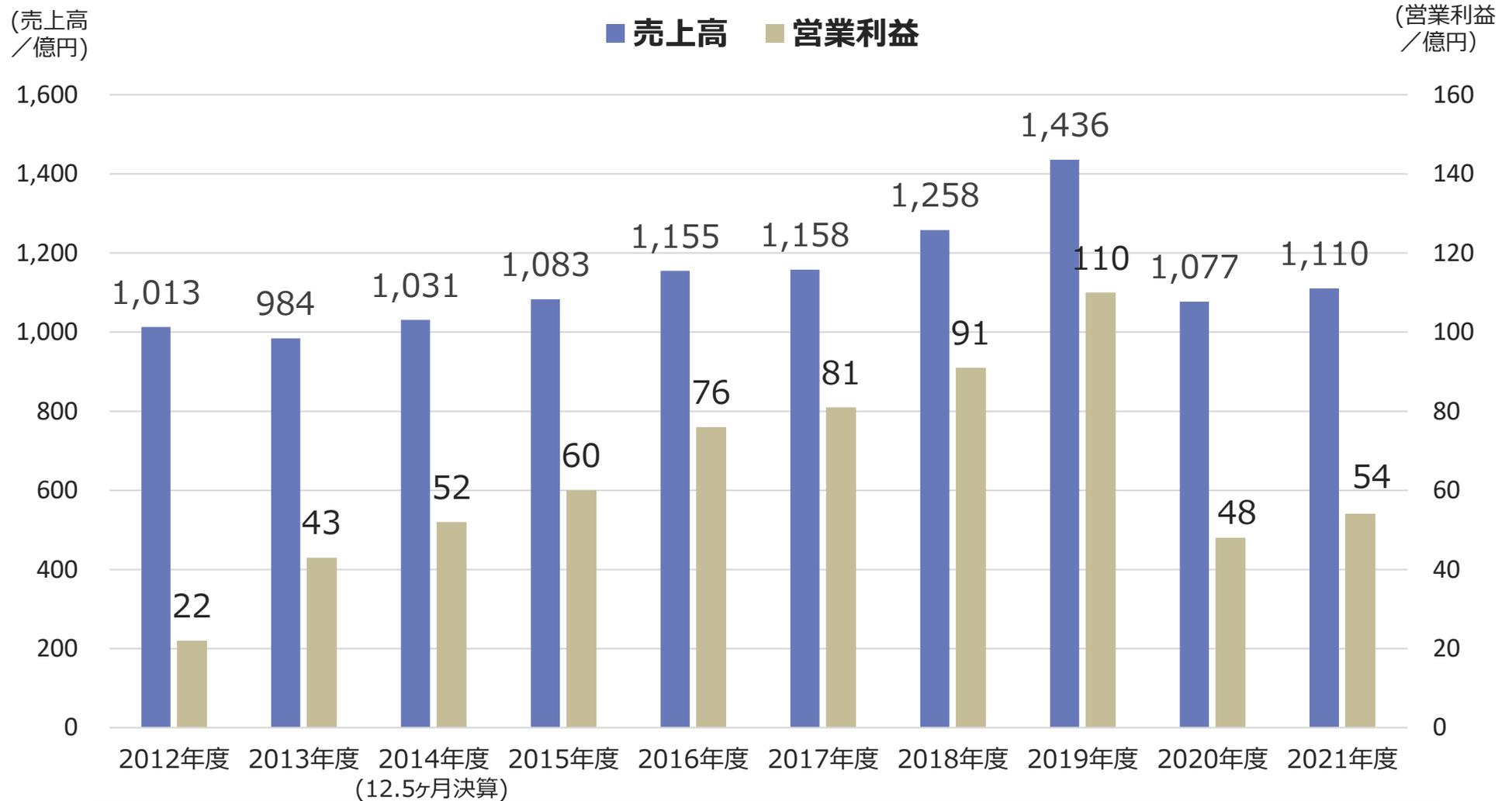
年間のプロジェクト件数
11,987件

年間の顧客数
2,789社

継続顧客の比率
81.1%

各業界の主要
企業がお客様

通期業績の推移



| | | |
|-------------------------|---|---------------------------|
| ■ 2011年3月 東日本大震災 | ■ 2013年9月 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会決定 | ■ 2020年 新型コロナウイルス感染症拡大 |
| ■ 2012年5月 東京スカイツリー開業 | ■ 2016年 訪日外国人が初めて2,000万人を突破 | |

株式会社 乃村工藝社

(証券コード：9716)

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

IR・株式に関するお問い合わせ
IR・ガバナンス推進部
(ir@nomura-g.jp)