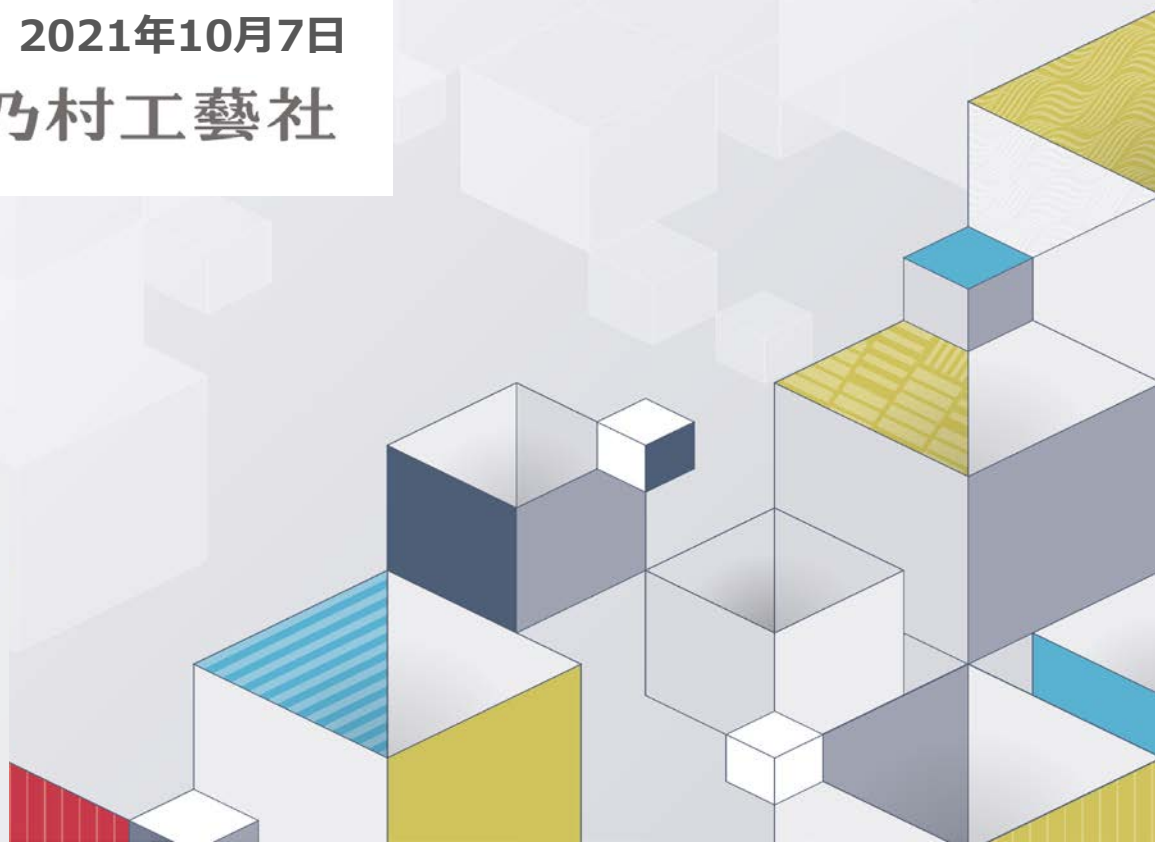


2021年度  
第2四半期決算説明資料

2021年10月7日

株式会社 乃村工藝社



- 1. 2021年度 第2四半期決算概要**
- 2. 今後の展開について**
- 3. 2021年度 第2四半期決算補足資料**
- 4. 当社グループの概要**

# 1. 2021年度 第2四半期決算概要

## 2021年度第2四半期 連結業績ハイライト

- 新型コロナウイルス感染症拡大にともなう経済活動停滞の長期化により、前年同期に比べ大型案件が減少、プロジェクトの延期・中止の影響もあり、減収・減益となった。

(百万円)	2020年度		2021年度		
	2Q	対売上高 構成比	2Q	対売上高 構成比	前年同期比
売上高	53,720	100.0%	<b>43,729</b>	<b>100.0%</b>	△9,991 (△18.6%)
売上総利益	10,359	19.3%	<b>8,279</b>	<b>18.9%</b>	△2,079 (△20.1%)
営業利益	2,414	4.5%	<b>920</b>	<b>2.1%</b>	△1,494 (△61.9%)
経常利益	2,487	4.6%	<b>1,030</b>	<b>2.4%</b>	△1,456 (△58.6%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,407	2.6%	<b>723</b>	<b>1.7%</b>	△684 (△48.6%)

# 売上高・売上総利益

## ①売上高

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
売上高	53,720百万円	<b>43,729百万円</b>	△9,991百万円 (△18.6%)

- 新型コロナウイルス感染症拡大にともなう緊急事態宣言の発出、延長により経済活動が停滞、商業施設、余暇施設等の大型案件の改装需要が減少したことに加え、展示会・イベント等の延期・中止の影響もあり減収となった。

## ②売上総利益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
売上総利益	10,359百万円	<b>8,279百万円</b>	△2,079百万円 (△20.1%)
<売上総利益率>	19.3%	<b>18.9%</b>	△0.4ポイント

- 売上総利益率は、専門店、複合商業施設等の商業施設分野、広報・販売促進市場、余暇施設市場などにおいて大型案件が減少、前年同期に比べ、売上高が減少したことにより人件費等の固定費負担比率が増加し、全体で0.4ポイント低下。

# 営業利益

## ① 販売管理費

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
人件費	4,993百万円	<b>4,820百万円</b>	△173百万円 (△ 3.5%)
経費	2,950百万円	<b>2,538百万円</b>	△412百万円 (△14.0%)
販売管理費	7,944百万円	<b>7,359百万円</b>	△585百万円 (△ 7.4%)
<販売管理費比率>	14.8%	<b>16.8%</b>	+2.0ポイント

- 販売管理費は、人件費・経費削減策の実施により前年同期に比べ7.4%減少したが、売上高の減少にともない売上高販売管理費比率は、2.0ポイント上昇し16.8%となった。

## ② 営業利益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
営業利益	2,414百万円	<b>920百万円</b>	△1,494百万円 (△61.9%)

- 営業利益は、販売管理費が減少したものの、売上高の減少にともなう売上総利益の減少および、売上総利益率低下の影響により、前年同期に比べ61.9%減少し大幅な減益となった。

# 経常利益

## ① 営業外損益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
営業外収益	87百万円	<b>112百万円</b>	+24百万円
営業外費用	15百万円	<b>2百万円</b>	△12百万円

- 営業外収益は、受取保険金等により増加、営業外費用は為替差損の減少により前年同期に比べ減少した。

## ② 経常利益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
経常利益	2,487百万円	<b>1,030百万円</b>	△1,456百万円 (△58.6%)

- 経常利益は、営業利益の減少にともない前年同期に比べ58.6%の減益となった。

# 四半期純利益

## ① 特別損益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
特別利益	—	184百万円	+184百万円
特別損失	81百万円	21百万円	△60百万円

- 特別利益は、投資有価証券の売却により増加。
- 特別損失は、投資有価証券評価損が生じたものの、前年同期のコロナ影響を受けた飲食・物販事業の臨時休業による損失が減少したことにより減少。

## ② 法人税等・四半期純利益

	2020年度2Q	2021年度2Q	前年同期比
法人税等	998百万円	476百万円	△522百万円
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,407百万円	723百万円	△684百万円 (△48.6%)

- 法人税等は、利益の減少にともない減少。
- 四半期純利益は、経常利益の減少にともない前年同期に比べ48.6%の減益となった。



## 市場分野別の売上高

- 科学博物館、歴史博物館等の大型案件が完工した博物館・美術館市場、オフィスの新装・改装需要が増加したその他市場などが増収となった。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による大型商業施設、リアル空間における展示会、ショールームやホテル、テーマパークなどの大型案件の減少および、顧客プロジェクトの延期・中止等の影響により、専門店市場、複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場が大幅な減収となった。

	2020年度2Q 売上高		売上 総利益率	2021年度2Q 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	14,784	+1.4%	↓18.2%	<b>11,125</b>	△24.7%	↓15.0%
百貨店・量販店市場	1,598	△44.2%	↓22.1%	<b>1,756</b>	+9.9%	↑22.8%
複合商業施設市場	6,672	△14.3%	↑23.0%	<b>2,872</b>	△57.0%	↓17.4%
広報・販売促進市場	8,974	+3.8%	↓19.5%	<b>3,476</b>	△61.3%	↑20.1%
博物館・美術館市場	4,719	△27.9%	↑20.8%	<b>6,735</b>	+42.7%	↑21.3%
余暇施設市場	6,492	△19.5%	↓13.4%	<b>3,233</b>	△50.2%	↑13.6%
博覧会・イベント市場	918	△59.1%	↓22.4%	<b>2,515</b>	+173.9%	↓18.1%
その他市場	9,268	△50.4%	→21.2%	<b>11,649</b>	+25.7%	↑22.5%
ディスプレイ事業 小計	53,428	△23.0%	↓19.4%	<b>43,364</b>	△18.8%	↓19.0%
飲食・物販事業	292	△77.6%	↓5.3%	<b>364</b>	+24.8%	↑15.7%
合 計	53,720	△24.0%	↓19.3%	<b>43,729</b>	△18.6%	↓18.9%

## 市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、海外ブランド、スポーツブランド、アパレル店舗などの需要が増加した専門店市場、ホテル、テーマパークの大型案件を受注した余暇施設市場、オフィス環境整備の案件を複数受注したその他市場が増加し、前年同期に比べ31.3%の増加となった。
- 受注残高は、受注の減少および案件の完工により複合商業施設市場、広報・販売促進市場、その他市場が減少したものの、海外ブランド、アパレル店舗の需要が増加した専門店市場、百貨店の環境整備を受注した百貨店・量販店市場、大型案件の獲得があった余暇施設市場が増加したことなどにより、前年同期に比べ3.3%の増加となった。

	2020年度2Q		2021年度2Q		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	9,159	4,684	<b>11,586</b>	<b>7,705</b>	+26.5%	+64.5%
百貨店・量販店市場	887	836	<b>3,944</b>	<b>3,279</b>	+344.3%	+292.0%
複合商業施設市場	4,067	4,280	<b>3,217</b>	<b>3,568</b>	△20.9%	△16.6%
広報・販売促進市場	4,170	6,006	<b>3,148</b>	<b>2,594</b>	△24.5%	△56.8%
博物館・美術館市場	5,860	9,202	<b>6,516</b>	<b>8,686</b>	△11.2%	△5.6%
余暇施設市場	3,385	7,519	<b>10,094</b>	<b>12,437</b>	+198.2%	+65.4%
博覧会・イベント市場	2,733	10,953	<b>3,401</b>	<b>13,077</b>	△24.4%	+19.4%
その他市場	13,164	17,477	<b>15,115</b>	<b>11,594</b>	+14.8%	△33.7%
合 計	43,429	60,961	<b>57,024</b>	<b>62,943</b>	+31.3%	+3.3%

(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

## 2021年度 連結業績予想

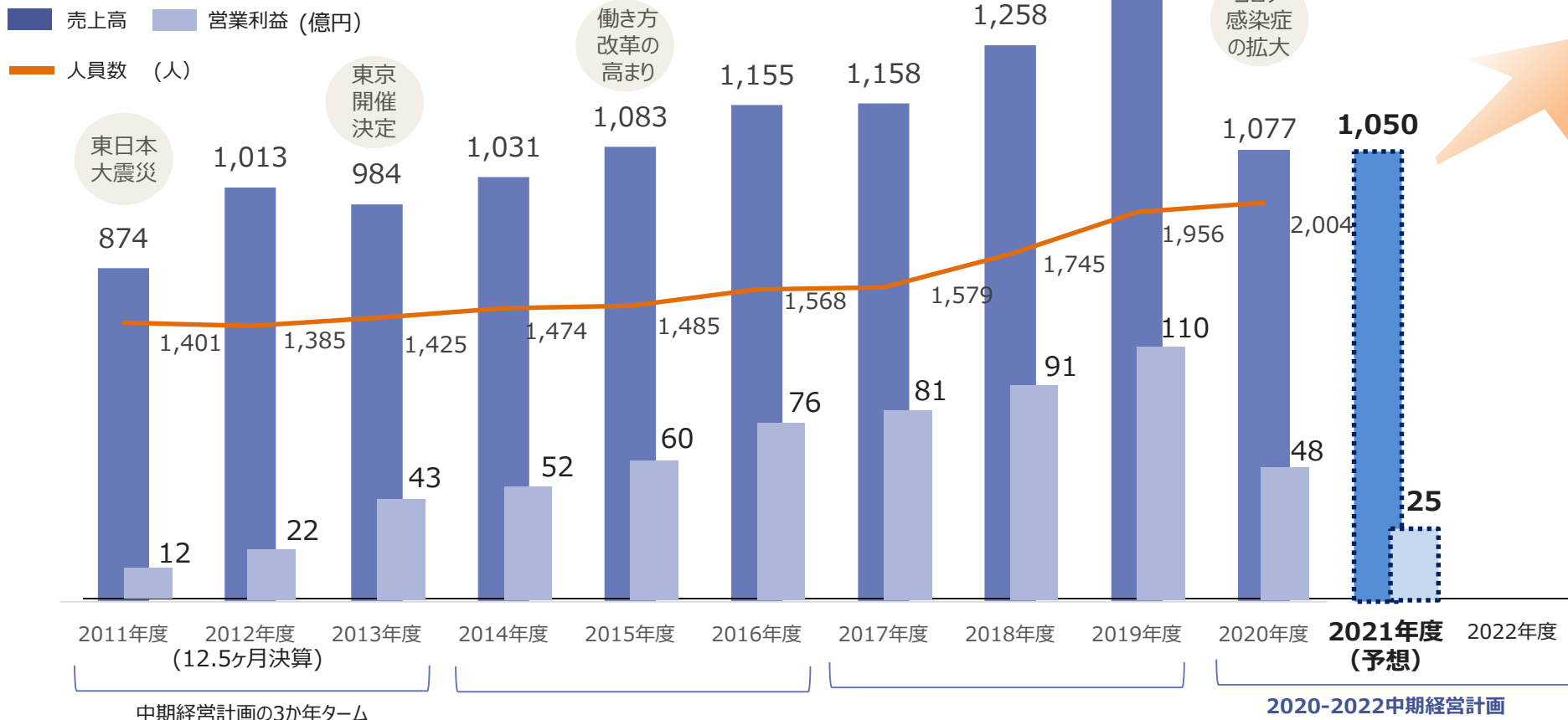
- 下期も新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続し、不透明な市場環境で推移することを予測、受注状況に回復の兆しが見られるものの、7月に発表した業績予想は変更していない。

(百万円)	2020年度			2021年度(予想)		
	通期	対売上高 構成比	前期比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	107,736	100.0%	△25.0%	<b>105,000</b>	<b>100.0%</b>	<b>△2.5%</b>
営業利益	4,882	4.5%	△56.0%	<b>2,500</b>	<b>2.4%</b>	<b>△48.8%</b>
経常利益	5,010	4.7%	△55.4%	<b>2,550</b>	<b>2.4%</b>	<b>△49.1%</b>
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,071	2.9%	△60.6%	<b>1,700</b>	<b>1.6%</b>	<b>△44.7%</b>
1株当たり配当金	25.00円	—	△7.00円	<b>25.00円</b>	—	—

## 2. 今後の展開について

# 当期までの振り返り

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた投資意欲の高まり
- 訪日外国人増加にともなうインバウンド需要の高まり
- 働き方改革にともなう企業のオフィス投資拡大
- コロナ感染症拡大、ウィズ／アフターコロナに向けた取り組み



# 市場環境

- コロナ感染症拡大により、人々の暮らし、働き方、価値観が変化、空間のあり方も大きく変容

## コロナ感染症収束後に想定される市場環境

<b>商業施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リアル空間とオンライン空間を融合した店舗づくり</li> <li>・商業に加え、公共、医療、教育、エンタメなどを備えた複合施設</li> <li>・実店舗は、安全安心に加え、リッチな体験を提供</li> </ul>
<b>企業PR施設、展示会</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リアルとオンラインの棲み分け</li> <li>・デジタル技術を活用した空間づくり</li> <li>・企業の業績改善にともなう投資回復</li> </ul>
<b>博物館、公共イベント ホテル、テーマパーク</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド需要の回復にともなう投資、地方創生・活性化への取り組みの増加</li> <li>・2025年の大阪万博を見据えた投資</li> <li>・スマホや専用デジタルコミュニケーション機器との統合型の展示空間づくり</li> </ul>
<b>オフィス施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフスタイルに応じた多様なワークプレイス</li> <li>・都市から郊外へのシフト、ワーケーション施設の増加</li> <li>・空調設備やIT環境を融合した新しいオフィス環境</li> </ul>

# 2020-2022 中期経営計画

## 2020-2022 新中期経営計画テーマ

### 「社会から選ばれるノムラ」

人財・企業文化の戦略

制度・仕組みの戦略

事業の戦略

# 2020-2022 中期経営計画

## 人財・企業文化の戦略

### ➤ 健康経営の実現、事業の効率性・生産性向上への取り組みを推進

#### ■ 働きやすさの改善・働きがいの向上

- ・「働き方改革総合計画」を策定、運用実施
- ・従業員意識調査における改善、意識向上

#### ■ ノムラDNA継承のための人財確保・育成

- ・長期的な人財確保、育成計画の策定、運用実施
- ・新たな長期ビジョンの策定

## 制度・仕組みの戦略

### ➤ 持続的成長と企業価値向上を支える経営基盤を構築

#### ■ グループ経営管理体制の確立

- ・内部統制、コンプライアンスの強化
- ・コーポレートガバナンス体制の強化



# 2020-2022 中期経営計画

## 事業の戦略

### ➤ ノムラにしかできない新たな価値提供への挑戦

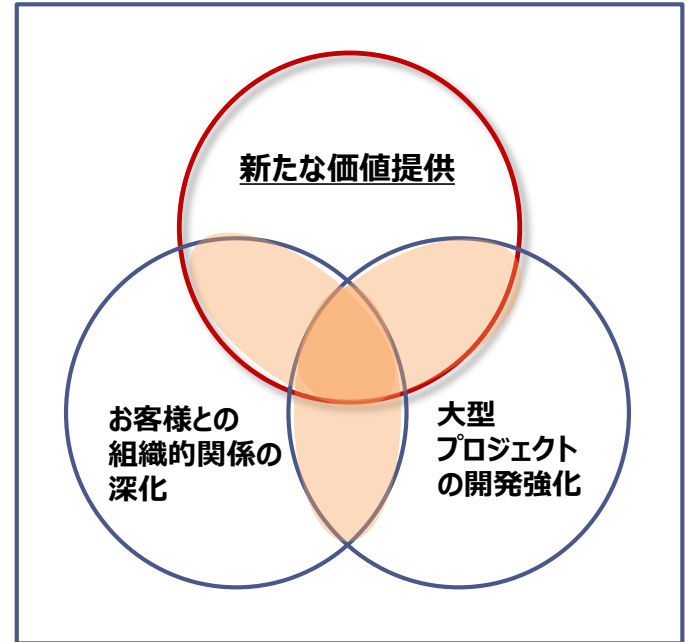
- ・事業参画などお客様との共創・協業の推進
- ・SDGsや地方創生の動きに対し、空間を切り口としたソリューションの提供、事業創造への取り組み、【ソーシャルグッド】活動開始
- ・ソフト・コンテンツビジネスの強化、デジタル領域の強化の取り組み  
→ CIC（コンテンツインテグレーションセンター）設置

### ➤ お客様との組織的関係の深化

- ・空間づくりを通じた、お客様の経営課題解決への貢献
- ・国内外におけるグローバル企業の深耕・新規顧客獲得

### ➤ 大型プロジェクトの開発強化

- ・積極的な先行投資による、さらなる競争優位性の獲得
- ・全国支店、グループ会社との連携のさらなる強化
- ・都市再開発事業やインバウンドの回復による投資などの大型案件への取り組み



social  
good

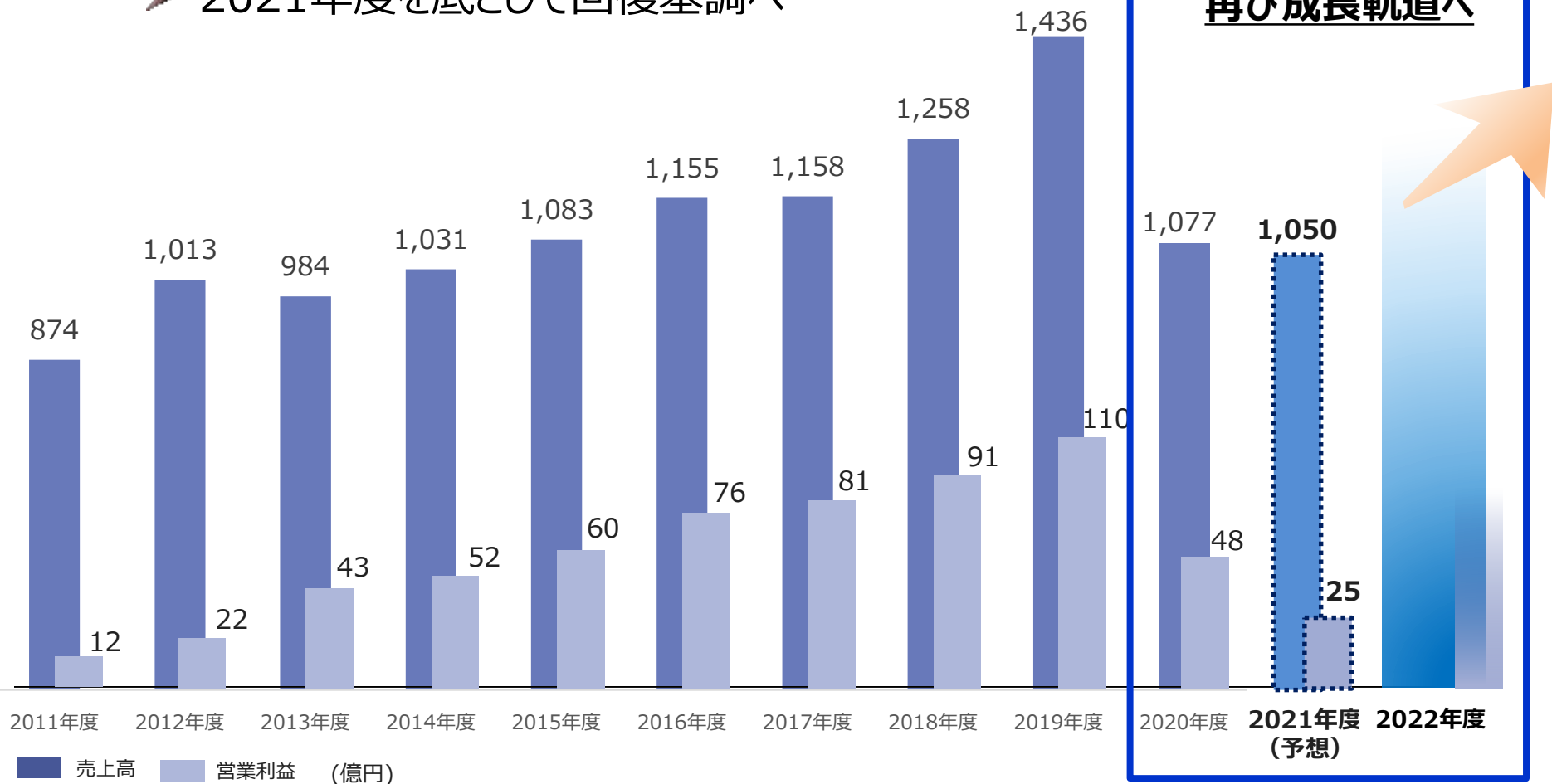


ソーシャルグッドウィーク開催(7月)※1

(※1) ソーシャルグッドウィーク:「ソーシャルグッド」をテーマに社員およびお客様の情報交流、関係深耕のために開催したイベント/7月5日~8日(リアル+オンライン開催)

# 2020-2022 中期経営計画

- 2022年度の業績計画の数値目標は、精査中
- 2021年度を底として回復基調へ



### 3. 2021年度 第2四半期決算補足資料

## 【前期末比較】連結貸借対照表

		2020年度末		2021年度2Q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	66,397	81.0%	<b>59,232</b>	<b>79.8%</b>	△7,164	△10.8%	売掛金および現金・預金が減少したことにより71億64百万円減少。
	固定資産	15,611	19.0%	<b>15,012</b>	<b>20.2%</b>	△599	△3.8%	働く環境整備およびシステム投資を実施したが、投資有価証券の売却などにより5億99百万円減少。
	資産合計	82,009	100.0%	<b>74,244</b>	<b>100.0%</b>	△7,764	△9.5%	
負 債 純 資 産	流動負債	29,207	35.6%	<b>23,172</b>	<b>31.2%</b>	△6,034	△20.7%	買掛金および前受金の減少などにより60億34百万円減少。
	固定負債	5,272	6.4%	<b>5,363</b>	<b>7.2%</b>	+90	+1.7%	退職給付に係る負債の増加などにより90百万円増加。
	負債合計	34,480	42.0%	<b>28,535</b>	<b>38.4%</b>	△5,944	△17.2%	
	純資産	47,529	58.0%	<b>45,709</b>	<b>61.6%</b>	△1,820	△3.8%	配当金の支払いなどにより18億20百万円減少。
	負債純資産合計	82,009	100.0%	<b>74,244</b>	<b>100.0%</b>	△7,764	△9.5%	

## 【前年同期比較】連結損益計算書

第2四半期	2020年度		2021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	53,720	100.0%	<b>43,729</b>	<b>100.0%</b>	△9,991 △18.6%	専門店市場、複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場、売上高が大きく減少し減収。
売上総利益	10,359	19.3%	<b>8,279</b>	<b>18.9%</b>	△2,079 △20.1%	売上高の減少ならびに売上総利益率が0.4ポイント低下したことにより減益。
販売管理費	7,944	14.8%	<b>7,359</b>	<b>16.8%</b>	△585 △7.4%	賞与減少などによる人件費減、広告宣伝費、採用費の減少などによる経費減により5億85百万円減少。
営業利益	2,414	4.5%	<b>920</b>	<b>2.1%</b>	△1,494 △61.9%	販売管理費が減少したが、売上高減、売上総利益率低下による売上総利益の減少にともない減益。
経常利益	2,487	4.6%	<b>1,030</b>	<b>2.4%</b>	△1,456 △58.6%	営業利益の減少により減益。
特別利益	—	—	<b>184</b>	<b>0.4%</b>	+184 —	投資有価証券の売却により1億84百万円の増加。
特別損失	81	0.2%	<b>21</b>	<b>0.0%</b>	△60 △73.7%	コロナウイルス影響による飲食・物販事業の臨時休業にともなう損失が減少。
親会社株主に帰属する 四半純利益	1,407	2.6%	<b>723</b>	<b>1.7%</b>	△684 △48.6%	経常利益の減少により減益。

## 【前年同期比較】連結キャッシュ・フロー計算書

第2四半期	2020年度 (百万円)	2021年度 (百万円)	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,413	<b>△1,683</b>	仕入債務、たな卸資産および前渡金等の支払いにより16億83百万円の支出。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△688	<b>238</b>	敷金の戻りおよび投資有価証券の売却により2億38百万円の収入。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,573	<b>△2,794</b>	配当金の支払いなどにより27億94百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	115	<b>△4,148</b>	
現金及び現金同等物の期首残高	33,288	<b>33,847</b>	
現金及び現金同等物の四半期末残高	33,403	<b>29,699</b>	前年同期に比べ37億4百万円の減少。

## 【前年同期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

第2四半期	2020年度			2021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	14,784	+1.4%	↓18.2%	11,125	△24.7%	↓15.0%	海外ブランド、アパレル店舗を手掛けたが、大型案件の減少により減収。
百貨店・量販店市場	1,598	△44.2%	↓22.1%	1,756	+9.9%	↑22.8%	百貨店の改装案件、各種催事案件を手掛け増収。
複合商業施設市場	6,672	△14.3%	↑23.0%	2,872	△57.0%	↓17.4%	大型施設の改装案件の減少により減収。
広報・販売促進市場	8,974	+3.8%	↓19.5%	3,476	△61.3%	↑20.1%	緊急事態宣言の発出、延長にともなう販売促進活動の抑制および展示会、イベント等の延期・中止の影響により減収。
博物館・美術館市場	4,719	△27.9%	↑20.8%	6,735	+42.7%	↑21.3%	総合博物館などの大型案件の完工により増収。
余暇施設市場	6,492	△19.5%	↓13.4%	3,233	△50.2%	↑13.6%	ホテル、テーマパークの大型案件が減少し減収。
博覧会・イベント市場	918	△59.1%	↓22.4%	2,515	+173.9%	↓18.1%	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催にともなう各種周辺案件の一部計上により増益。
その他市場	9,268	△50.4%	→21.2%	11,649	+25.7%	↑22.5%	オフィス環境整備の案件を多数手掛け増収。
ディスプレイ事業 小計	53,428	△23.0%	↓19.4%	43,364	△18.8%	↓19.0%	
飲食・物販事業	292	△77.6%	↓5.3%	364	+24.8%	↑15.7%	新型コロナウイルス感染症拡大にともなう運営店舗の臨時休業の影響が薄れ増益。
合計	53,720	△24.0%	↓19.3%	43,729	△18.6%	↓18.9%	

## 【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2四半期	2020年度	2021年度	前年同期比	
■ 専門店市場				
売上高	14,784	<b>11,125</b>	△3,658	△24.7%
受注高	9,159	<b>11,586</b>	+2,427	+26.5%
受注残高	4,684	<b>7,705</b>	+3,020	+64.5%
■ 百貨店・量販店市場				
売上高	1,598	<b>1,756</b>	+157	+9.9%
受注高	887	<b>3,944</b>	+3,056	+344.3%
受注残高	836	<b>3,279</b>	+2,442	+292.0%
■ 複合商業施設市場				
売上高	6,672	<b>2,872</b>	△3,800	△57.0%
受注高	4,067	<b>3,217</b>	△850	△20.9%
受注残高	4,280	<b>3,568</b>	△712	△16.6%
■ 広報・販売促進市場				
売上高	8,974	<b>3,476</b>	△5,498	△61.3%
受注高	4,170	<b>3,148</b>	△1,022	△24.5%
受注残高	6,006	<b>2,594</b>	△3,411	△56.8%

(百万円)

第2四半期	2020年度	2021年度	前年同期比	
■ 博物館・美術館市場				
売上高	4,719	<b>6,735</b>	+2,016	+42.7%
受注高	5,860	<b>6,516</b>	+655	+11.2%
受注残高	9,202	<b>8,686</b>	△515	△5.6%
■ 余暇施設市場				
売上高	6,492	<b>3,233</b>	△3,259	△50.2%
受注高	3,385	<b>10,094</b>	+6,709	+198.2%
受注残高	7,519	<b>12,437</b>	+4,917	+65.4%
■ 博覧会・イベント市場				
売上高	918	<b>2,515</b>	+1,596	+173.9%
受注高	2,733	<b>3,401</b>	+668	+24.4%
受注残高	10,953	<b>13,077</b>	+2,123	+19.4%
■ その他市場				
売上高	9,268	<b>11,649</b>	+2,381	+25.7%
受注高	13,164	<b>15,115</b>	+1,951	+14.8%
受注残高	17,477	<b>11,594</b>	△5,882	△33.7%



## 【四半期推移】 業績サマリー

(百万円)

	2020年度				2021年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	25,997	27,722	18,442	35,573	20,785	22,943		
売上総利益	5,442	4,917	3,195	7,518	3,861	4,418		
売上総利益率	20.9%	17.7%	17.3%	21.1%	18.6%	19.3%		
販売管理費	4,049	3,895	4,081	4,164	3,767	3,591		
販売管理費比率	15.5%	14.1%	22.1%	11.7%	18.2%	15.7%		
営業利益 (△損失)	1,392	1,021	△885	3,353	93	827		
営業利益率	5.4%	3.7%	－	9.4%	0.4%	3.6%		
経常利益 (△損失)	1,439	1,047	△848	3,372	165	864		
経常利益率	5.5%	3.8%	－	9.5%	0.8%	3.8%		
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (△損失)	766	640	△668	2,332	14	708		
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	3.0%	2.3%	－	6.6%	0.1%	3.1%		
受注高	21,887	21,541	23,207	18,677	28,936	28,088		
受注残高	66,947	60,961	65,986	49,283	57,607	62,943		

## 【四半期推移】 市場分野別 売上高

(百万円)

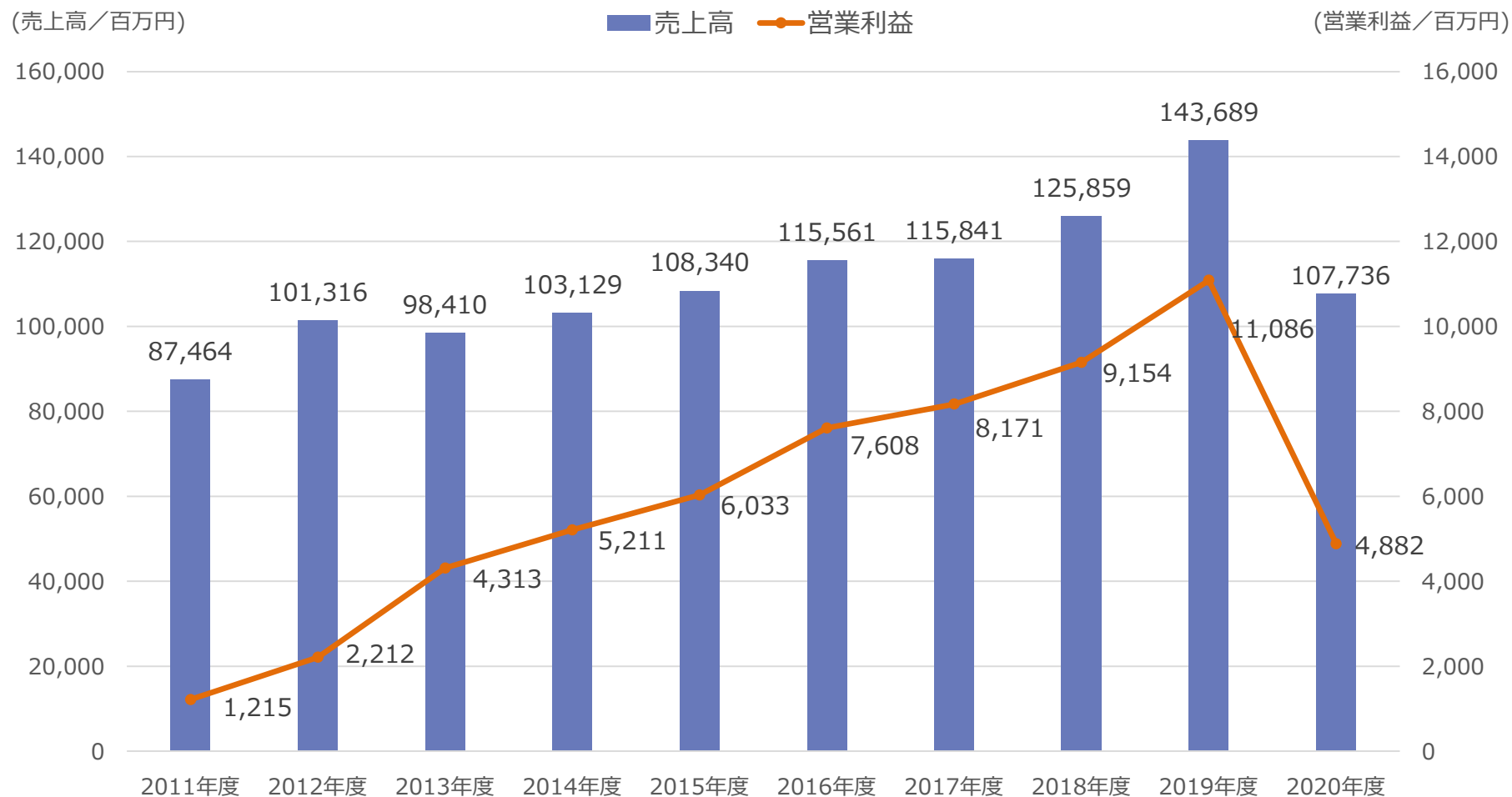
	2020年度				2021年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	7,676	7,107	4,909	5,798	6,199	4,926		
百貨店・量販店市場	911	687	905	1,017	758	997		
複合商業施設市場	3,263	3,409	2,082	3,281	1,837	1,035		
広報・販売促進市場	2,671	6,303	1,746	4,315	1,742	1,734		
博物館・美術館市場	3,322	1,396	906	2,659	4,050	2,684		
余暇施設市場	4,234	2,257	2,273	2,895	1,993	1,240		
博覧会・イベント市場	147	770	379	1,157	297	2,217		
その他市場	3,673	5,594	4,975	14,255	3,733	7,916		
ディスプレイ事業 小計	25,900	27,527	18,179	35,380	20,611	22,752		
飲食・物販事業	96	195	262	192	173	190		
合 計	25,997	27,722	18,442	35,573	20,785	22,943		

## 【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

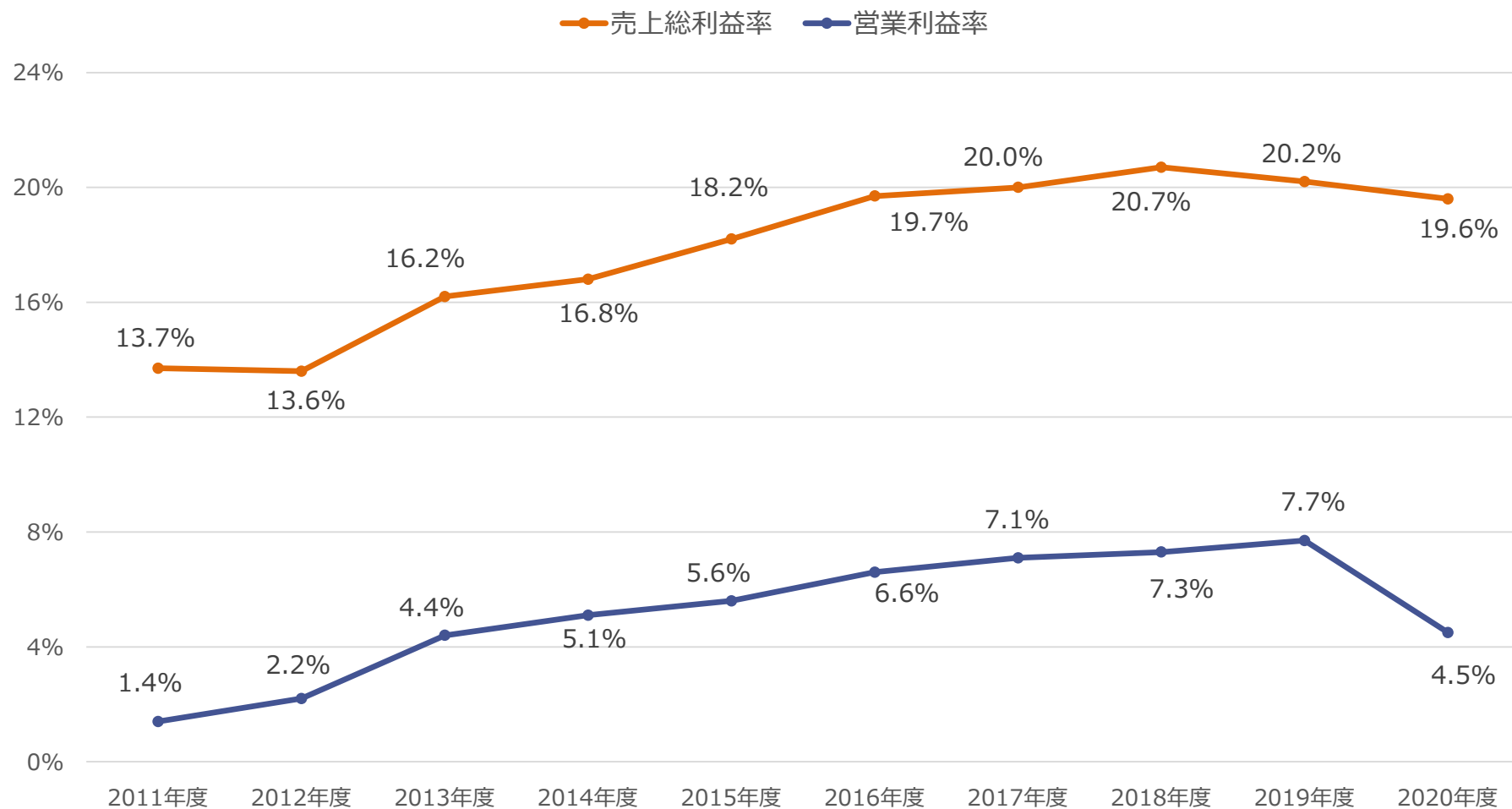
(百万円)

	2020年度				2021年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
<b>■受注高</b>								
専門店市場	4,401	4,757	6,359	6,908	5,560	6,025		
百貨店・量販店市場	324	563	737	1,441	1,213	2,730		
複合商業施設市場	2,347	1,719	2,650	1,656	876	2,340		
広報・販売促進市場	1,845	2,325	1,921	1,057	743	2,404		
博物館・美術館市場	3,629	2,230	1,411	1,857	4,374	2,141		
余暇施設市場	1,013	2,371	2,503	722	5,649	4,445		
博覧会・イベント市場	1,750	983	2,122	651	2,969	432		
その他市場	6,574	6,589	5,502	4,381	7,547	7,567		
合計	21,887	21,541	23,207	18,677	28,936	28,088		
<b>■受注残高</b>								
専門店市場	7,035	4,684	6,134	7,245	6,606	7,705		
百貨店・量販店市場	960	836	668	1,091	1,547	3,279		
複合商業施設市場	5,969	4,280	4,848	3,223	2,262	3,568		
広報・販売促進市場	9,984	6,006	6,180	2,922	1,924	2,594		
博物館・美術館市場	8,368	9,202	9,707	8,905	9,229	8,686		
余暇施設市場	7,405	7,519	7,749	5,575	9,232	12,437		
博覧会・イベント市場	10,741	10,953	12,696	12,190	14,862	13,077		
その他市場	16,482	17,477	18,002	8,128	11,943	11,594		
合計	66,947	60,961	65,986	49,283	57,607	62,943		

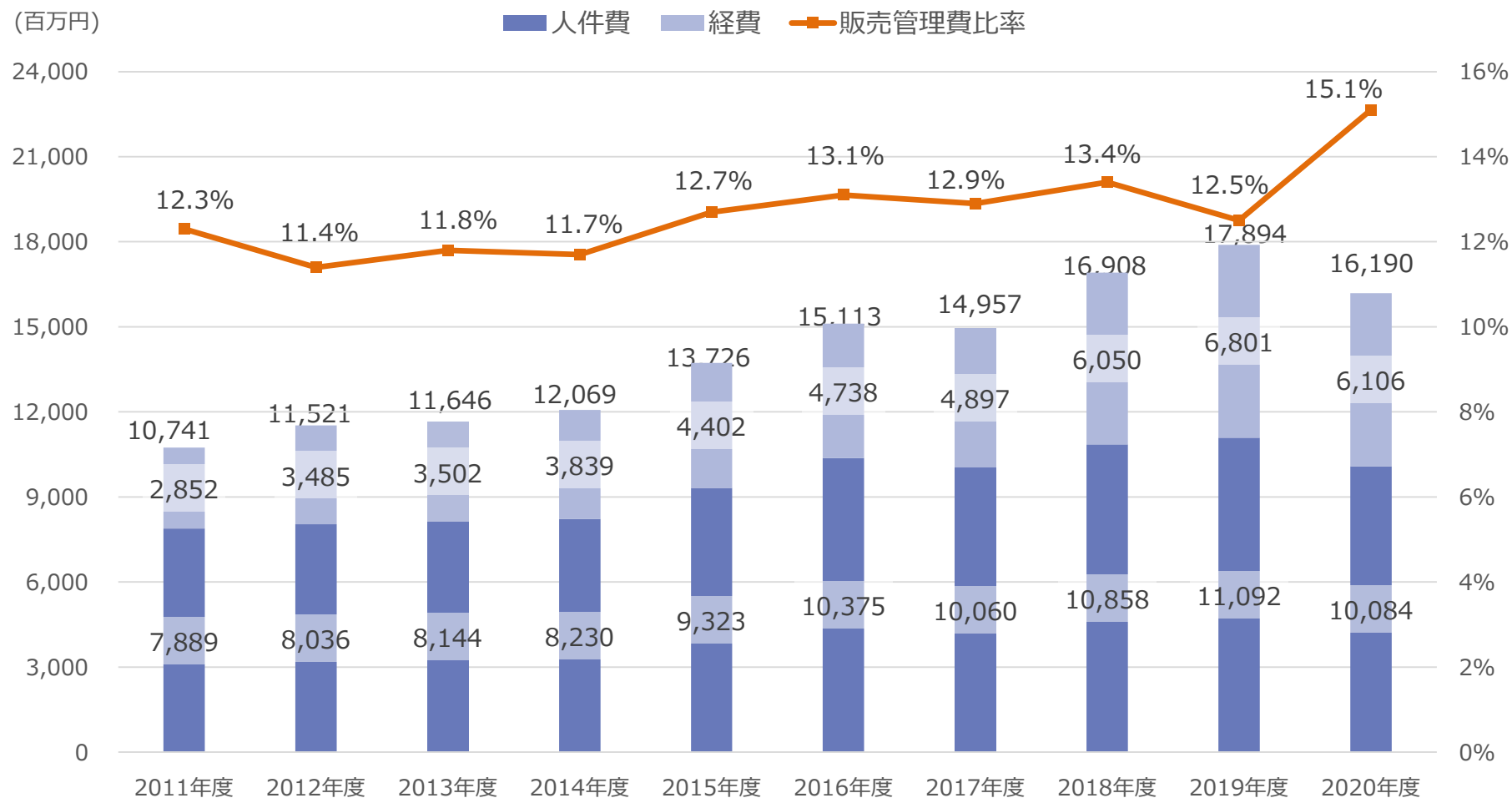
# 【通期推移】 売上高・営業利益



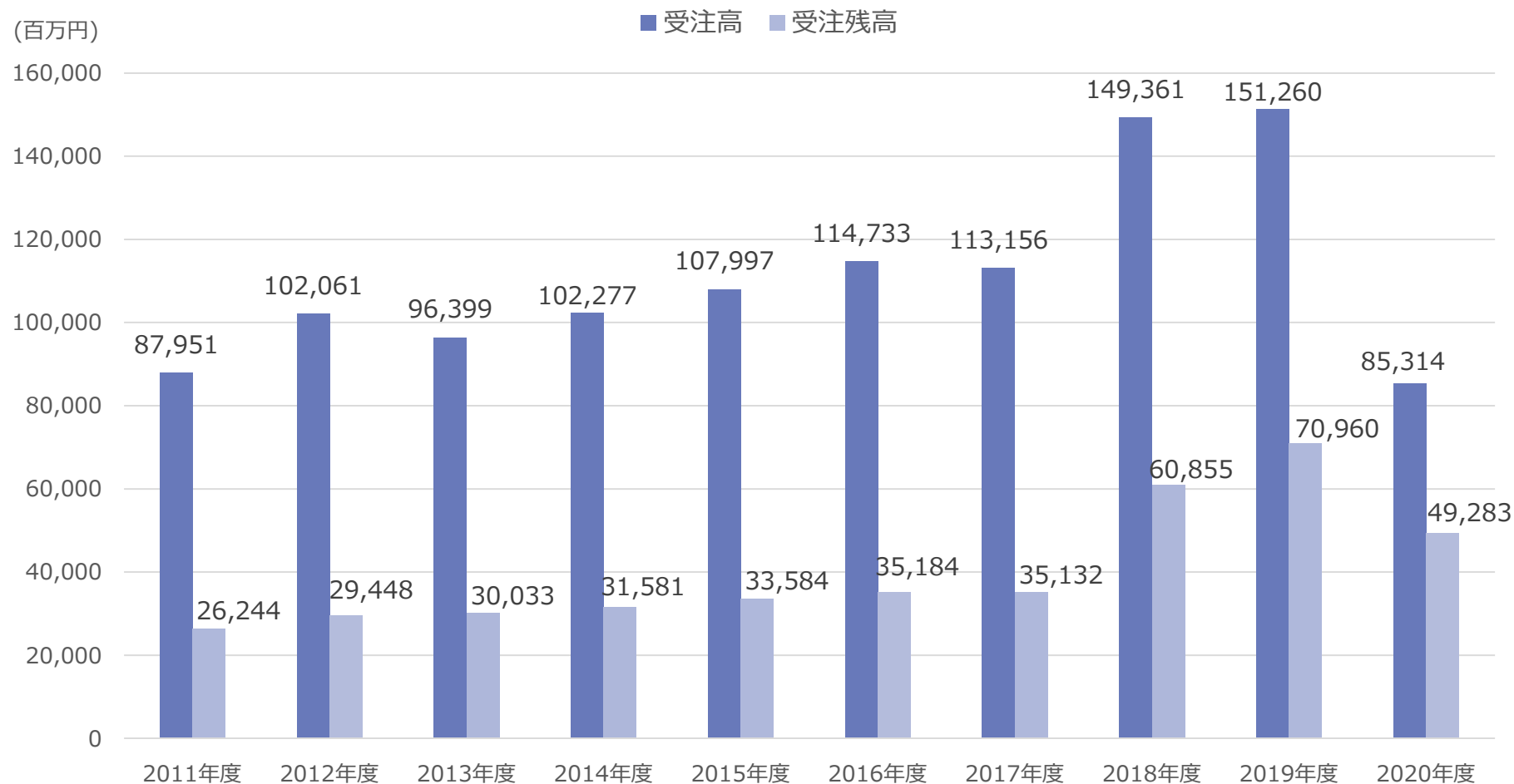
## 【通期推移】 売上総利益率・営業利益率



# 【通期推移】 販売管理費・販売管理費比率

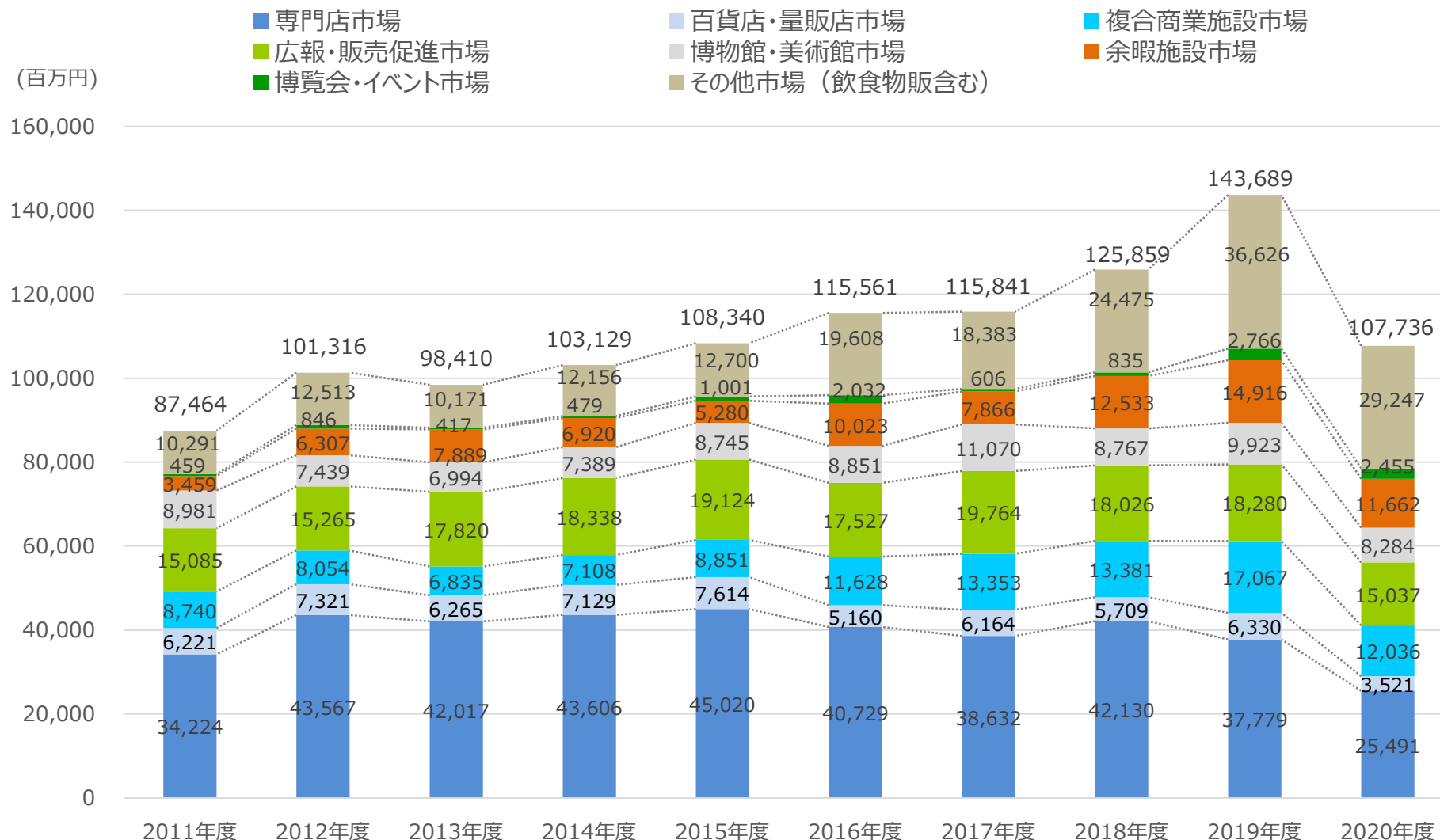


# 【通期推移】 受注高・受注残高



(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

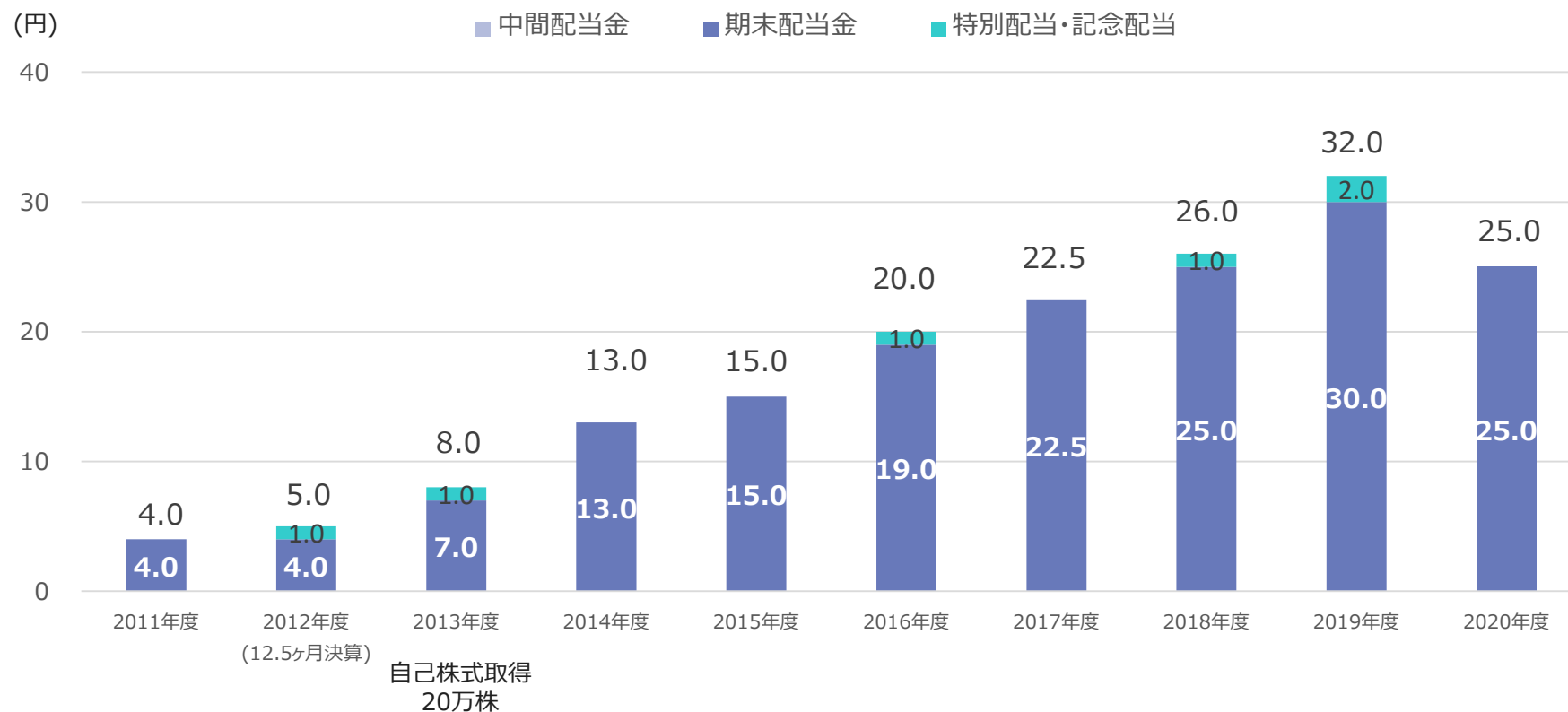


(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。



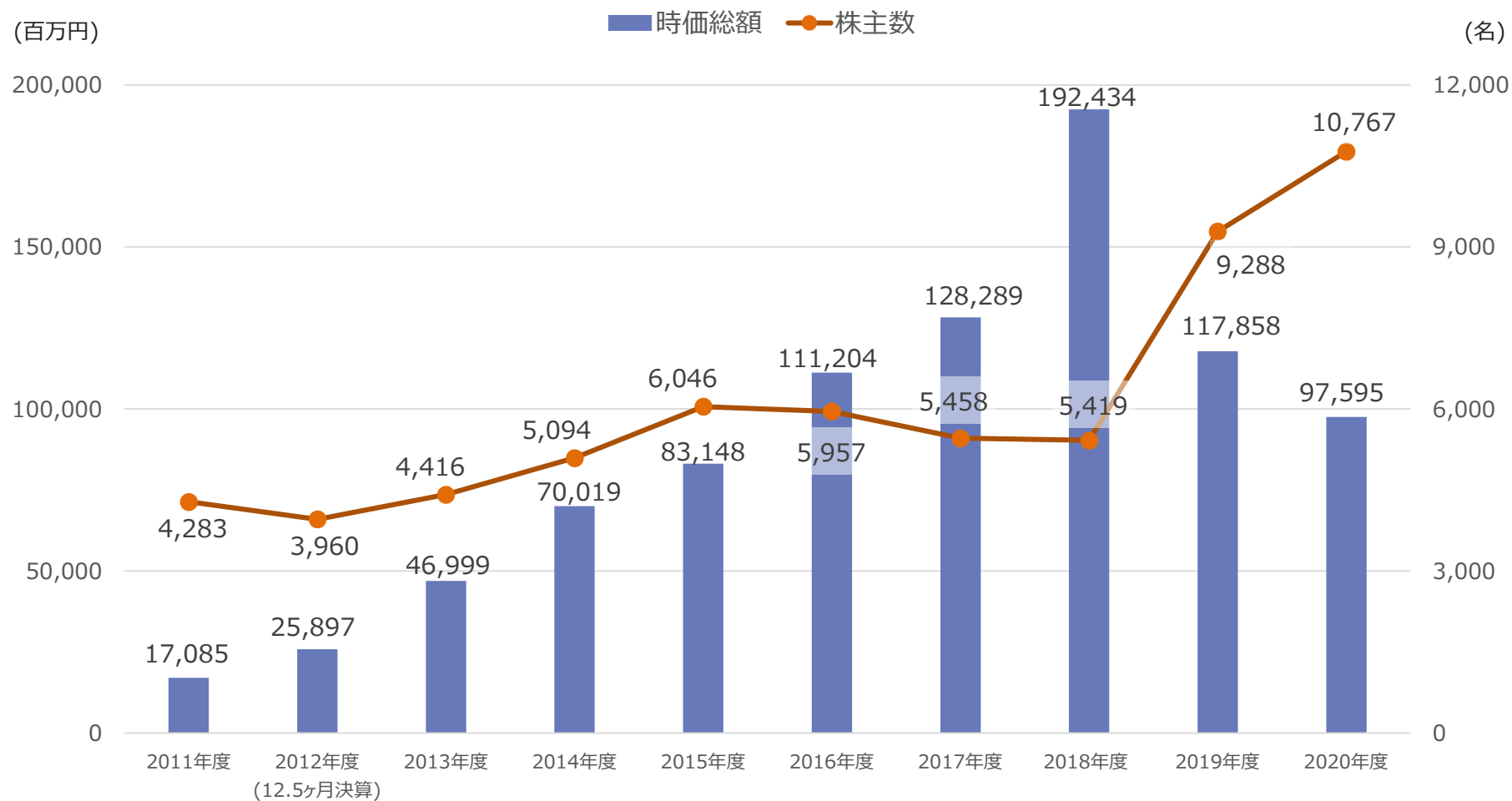
# 【株式情報】株主還元策と配当金の推移

※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
株価最安値	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

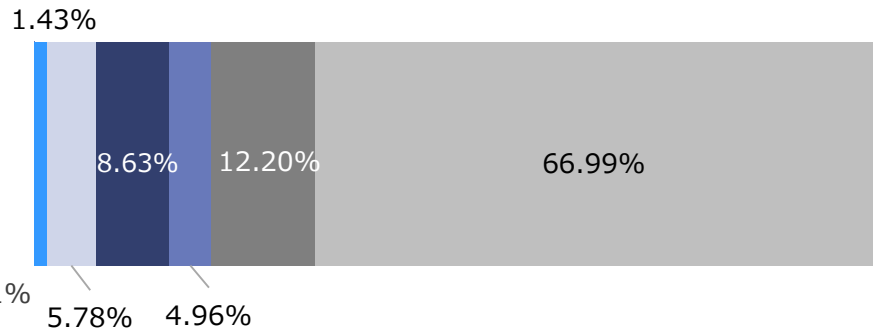
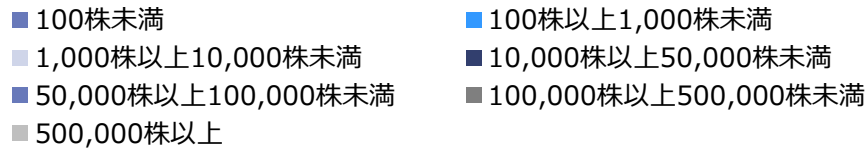
# 【株式情報】 時価総額と株主数の推移



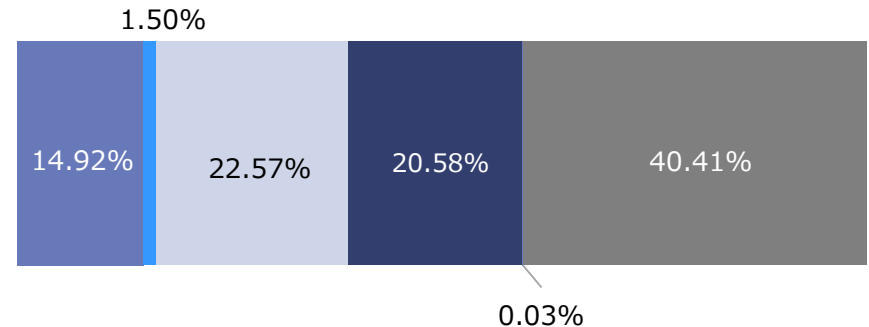
※各年度末における時価総額、株主数

# 【株式情報】株主構成 (2021年2月28日現在)

## ■ 所有株数別株式の分布状況



## ■ 所有者別株式の分布状況



100株未満	1,215名	10,272株
100株以上1,000株未満	6,384名	1,712,850株
1,000株以上10,000株未満	2,488名	6,928,007株
10,000株以上50,000株未満	487名	10,346,546株
50,000株以上100,000株未満	85名	5,948,545株
100,000株以上500,000株未満	72名	14,626,409株
500,000株以上	36名	80,323,959株
	10,767名	119,896,588株

外国人	225名	17,885,988株
証券会社	30名	1,796,019株
金融機関	30名	27,056,380株
その他法人	185名	24,668,804株
政府及び地方公共団体	1名	40,000株
個人・その他	10,296名	48,449,397株
	10,767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

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

**創業** 1892年(明治25年) 3月  
**設立** 1942年(昭和17年) 12月  
**上場市場** 東証1部(9716)  
**資本金** 64億97百万円  
**売上高** 1,077億36百万円(2020年度)  
**従業員数** (2021年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,594名(契約社員含む)  
 連結2,004名(正社員) 単体1,360名(正社員)

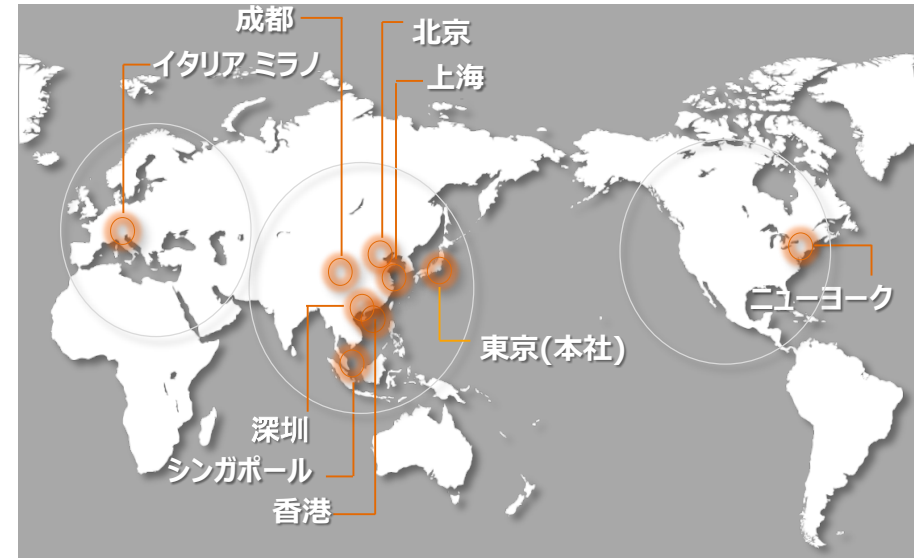
**連結子会社** グループ会社10社  
**事業内容**

ディ스플레이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



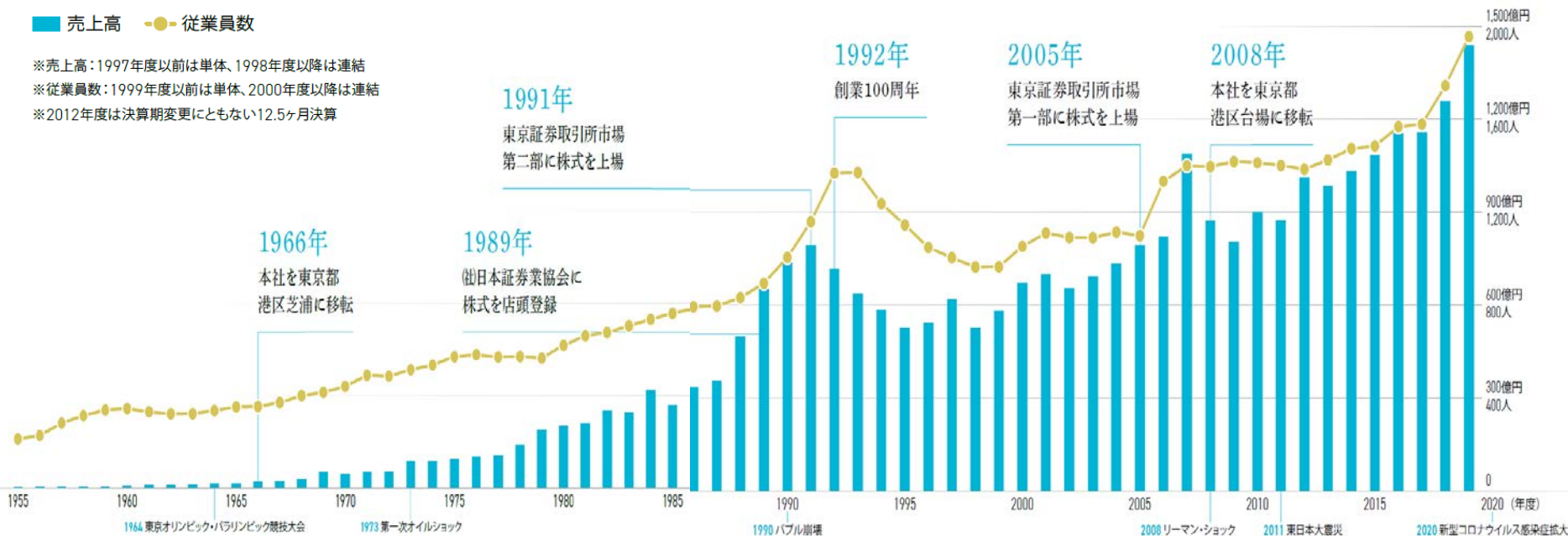
## 海外拠点



# 乃村工藝社の歴史

■ 売上高 ● 従業員数

※売上高：1997年度以前は単体、1998年度以降は連結  
 ※従業員数：1999年度以前は単体、2000年度以降は連結  
 ※2012年度は決算期変更にともない12.5ヶ月決算



## 1892年

乃村泰資が  
高松で創業、  
芝居小屋の  
大道具方として活躍



創業者 乃村泰資

## 1892年～1945年

大衆娯楽から博覧会・  
展示装飾への展開  
イベント(菊人形・国技館や  
靖国神社の催し・博覧会)・百貨店



菊人形展  
1924年頃

## 1945年～1969年

経営近代化の始動と  
ディスプレイ業の確立  
百貨店・博覧会・美術展・  
遊園地



高島屋大飯店の店頭装飾  
1947年

## 1970年～1989年

事業拡大と  
経営基盤の強化  
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



日本万国博覧会  
1970年

## 1990年～2012年

市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ

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



日テレ大時計(宮崎駿デザイン)  
2006年



東京らまぢ  
2012年

## 2013年～現在

Prosperity Partner

お客様の事業繁栄を実現するパートナーとして

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

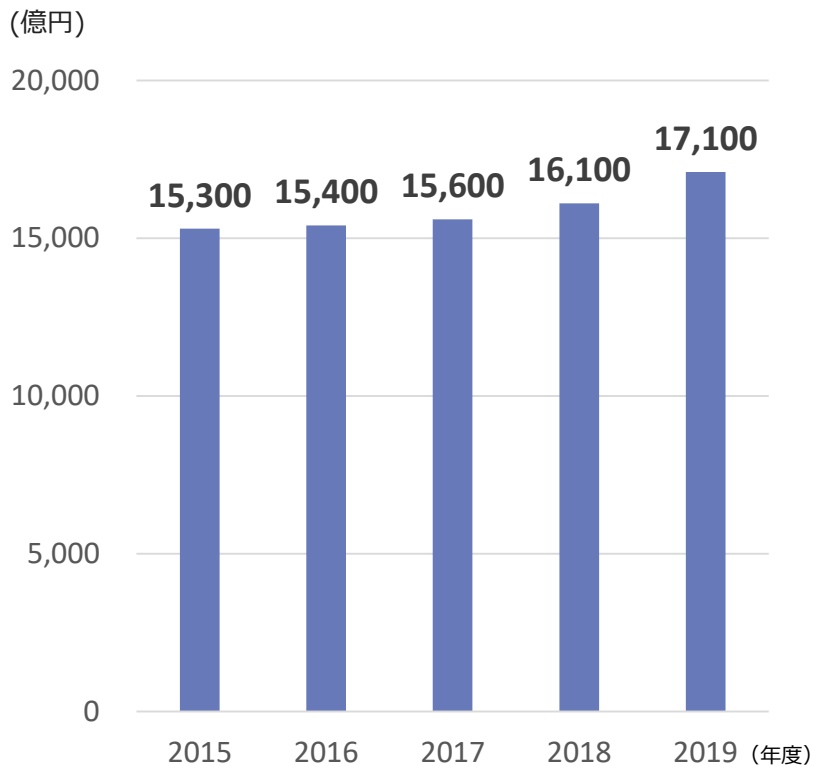


日本オリンピックミュージアム  
(電通・乃村工藝社・電通ライブ コンソーシアム) 2019年

# 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

緩やかに拡大し、2019年度は1兆7,100億円



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】

2011年度				2015年度				2019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	87,464	15.0%	1	乃村工藝社	108,340	14.5%	1	乃村工藝社	143,689	16.5%
2	丹青社	52,049	8.9%	2	丹青社	67,612	9.0%	2	丹青社	81,678	9.4%
3	スペース	32,970	5.7%	3	スペース	51,371	6.9%	3	スペース	50,151	5.8%
4	J.フロント建装	29,261	5.0%	4	J.フロント建装	38,714	5.2%	4	J.フロント建装	44,819	5.1%
5	ゼニヤ（現・ジーク）	26,086	4.5%	5	三越伊勢丹 <sup>®</sup> DP <sup>®</sup> ティ・デザイン	34,138	4.6%	5	シミズオクト	41,968	4.8%
6	三井デザインテック	21,184	3.6%	6	ジーク	33,446	4.5%	6	ラックランド	40,366	4.6%
7	エイムクリエイツ	20,834	3.6%	7	シミズオクト	31,022	4.1%	7	三井デザインテック	38,471	4.4%
8	船場	20,169	3.5%	8	三井デザインテック	30,985	4.1%	8	高島屋 <sup>ス</sup> ークリエイツ	36,365	4.2%
9	バウハウス丸栄	19,822	3.4%	9	船場	30,732	4.1%	9	ジーク	28,585	3.3%
10	高島屋 <sup>ス</sup> ークリエイツ	19,075	3.3%	10	高島屋 <sup>ス</sup> ークリエイツ	30,250	4.0%	10	船場	28,363	3.3%
上位30社の売上合計		582,384	100.0%	上位30社の売上合計		748,282	100.0%	上位30社の売上合計		871,356	100.0%

※ 上記は当社集計による数値です。

# 乃村工藝社の事業

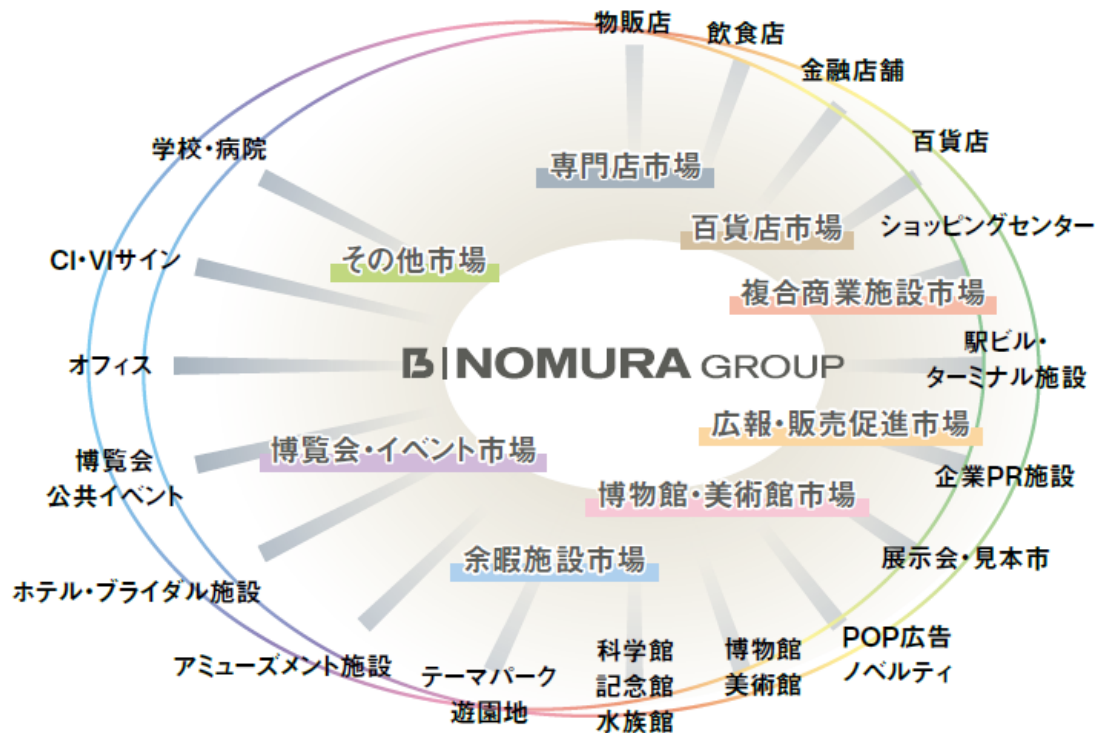
創業以来、約130年にわたり「人が集まる空間づくり」をプロデュースしてきた、  
集客創造におけるプロデューサー集団

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 **10社**
- ・協力会社体制 **500社以上**

### ② クリエイティブカ

企画・デザインによる差別化

- ・プランナー&デザイナー **620名**
- ・一級建築士 **122名**
- ・デザインアワード受賞数 **50**

### ③ プロダクトカ

高品質を実現する制作体制

- ・プロダクトディレクター **570名**
- ・一級建築施工管理技士 **307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

**11,826件**

年間の顧客数

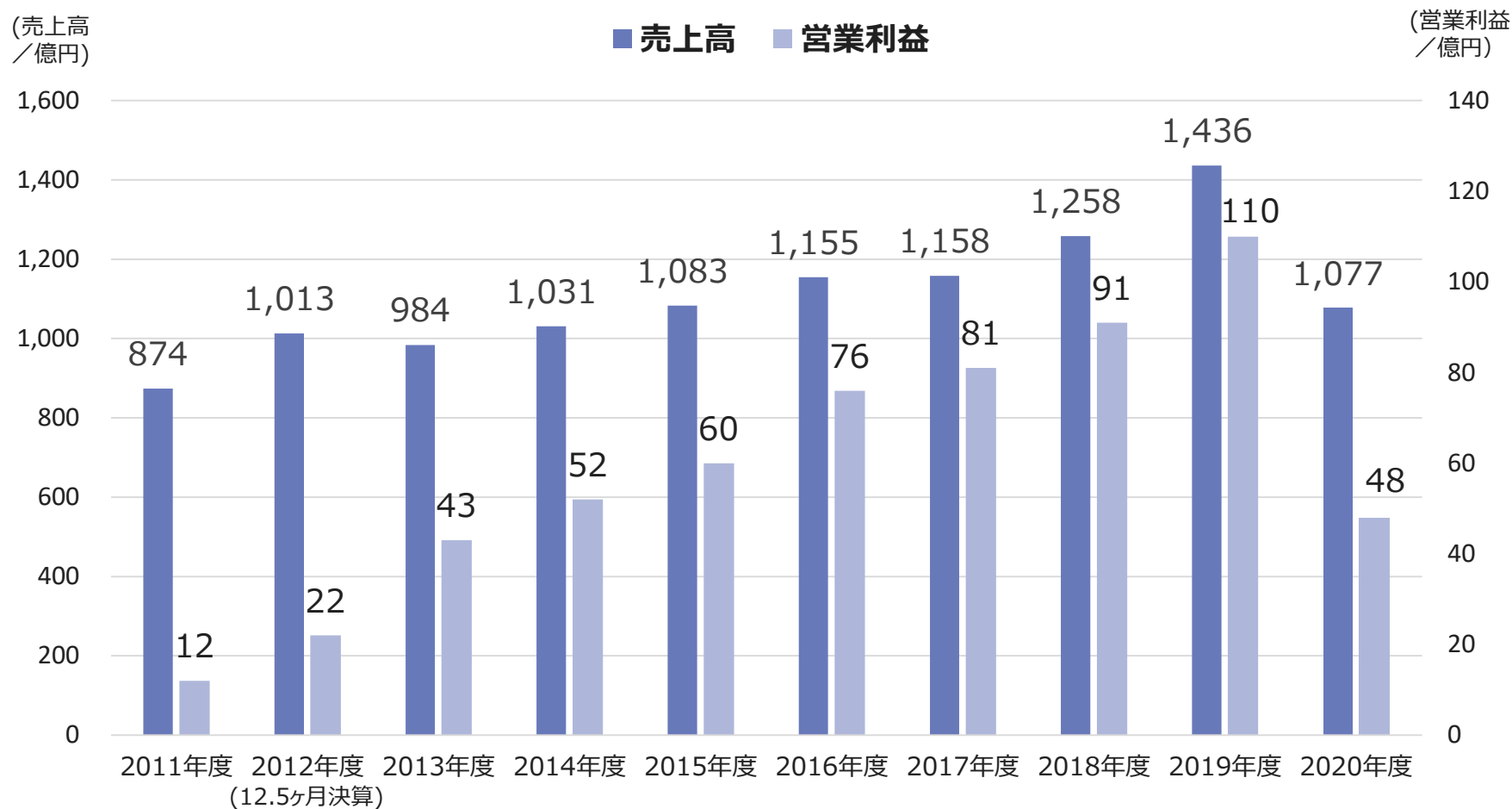
**2,715社**

継続顧客の比率

**80.4%**

各業界の主要  
企業がお客様

# 通期業績の推移



# 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

経営管理部

([ir@nomura-g.jp](mailto:ir@nomura-g.jp))