

# SPaCe

## 2020年12月期 第2四半期決算説明会資料

株式会社スペース

証券コード：9622

この説明資料には、将来に関する見通し、計画に基づく予測が含まれています。  
社会・経済・業界状況の変動等に関するリスクや不確定要素により実際の業績が記載の予測と異なる可能性があります。

1. 事業環境の概要
2. 2020年度 第2四半期決算の詳細
3. 2020年度 通期見通し

# 1. 事業環境の概要

# 日本市場の動向

👉 景気は緩やかな回復基調で推移していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により先行きは不透明な状況

日経平均株価  
2018年度 20,014円  
2019年度 23,656円  
2020年度 22,288円

国内総生産（名目GDP）  
2018年度 547兆円  
2019年度 553兆円  
2020年度 546兆円

日本の人口  
2018年度 1億2,644万人  
2019年度 1億2,616万人  
2020年度 1億2,596万人

インバウンド需要（1-3月期）  
2018年度 1兆1,121億円  
2019年度 1兆1,517億円  
2020年度 7,071億円

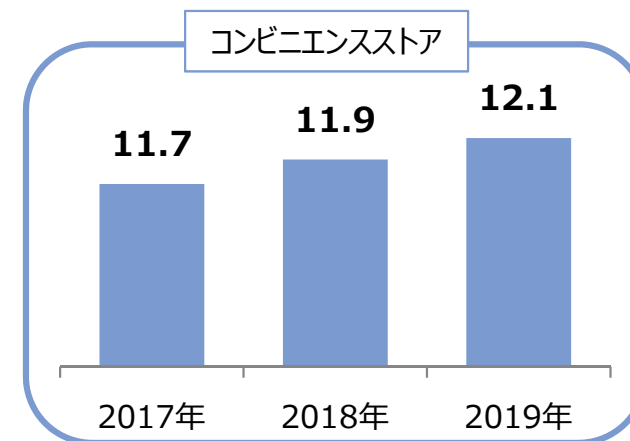
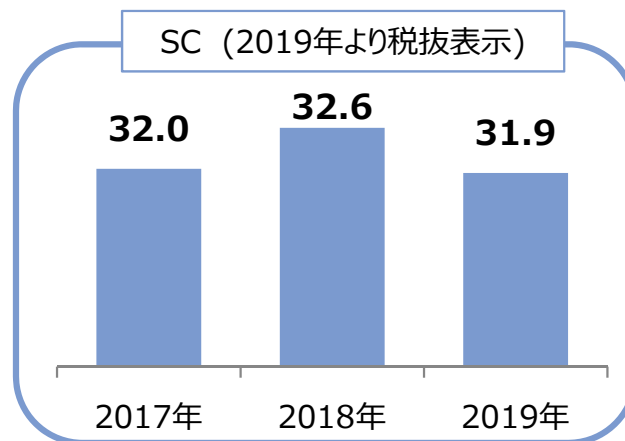
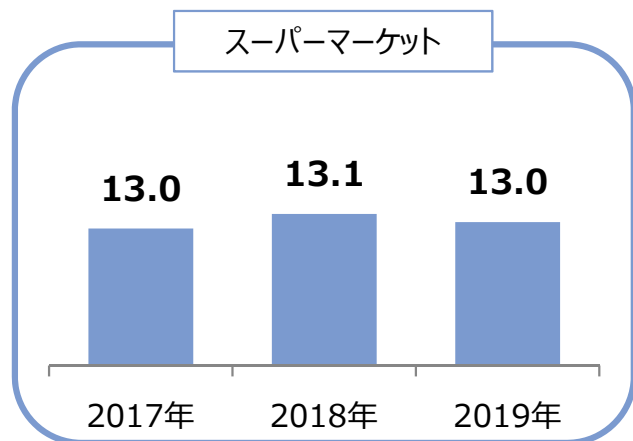
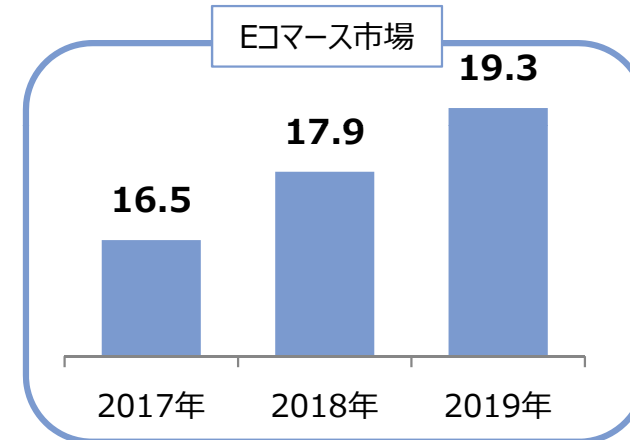
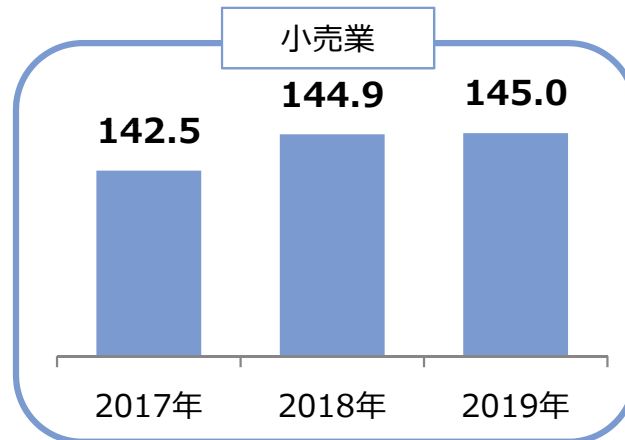
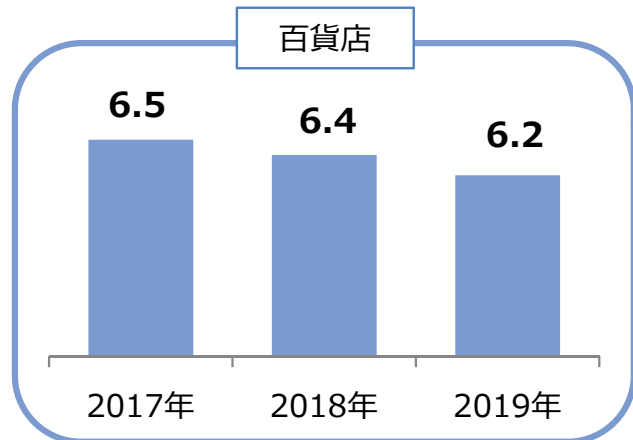
平均完全失業率  
2018年度 2.4%  
2019年度 2.4%  
2020年度 2.9%

※2020年度の数値は直近の速報値を記載しております。

（出典）Yahoo!ファイナンス「日経平均株価」、内閣府「国民経済計算」、国土交通省「訪日外国人消費動向調査」、総務省「人口推計」・「労働力調査」

# 小売業界の動向

☞ 小売業界全体として堅調に推移していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により先行きは不透明な状況 ■ 売上高（単位：兆円）

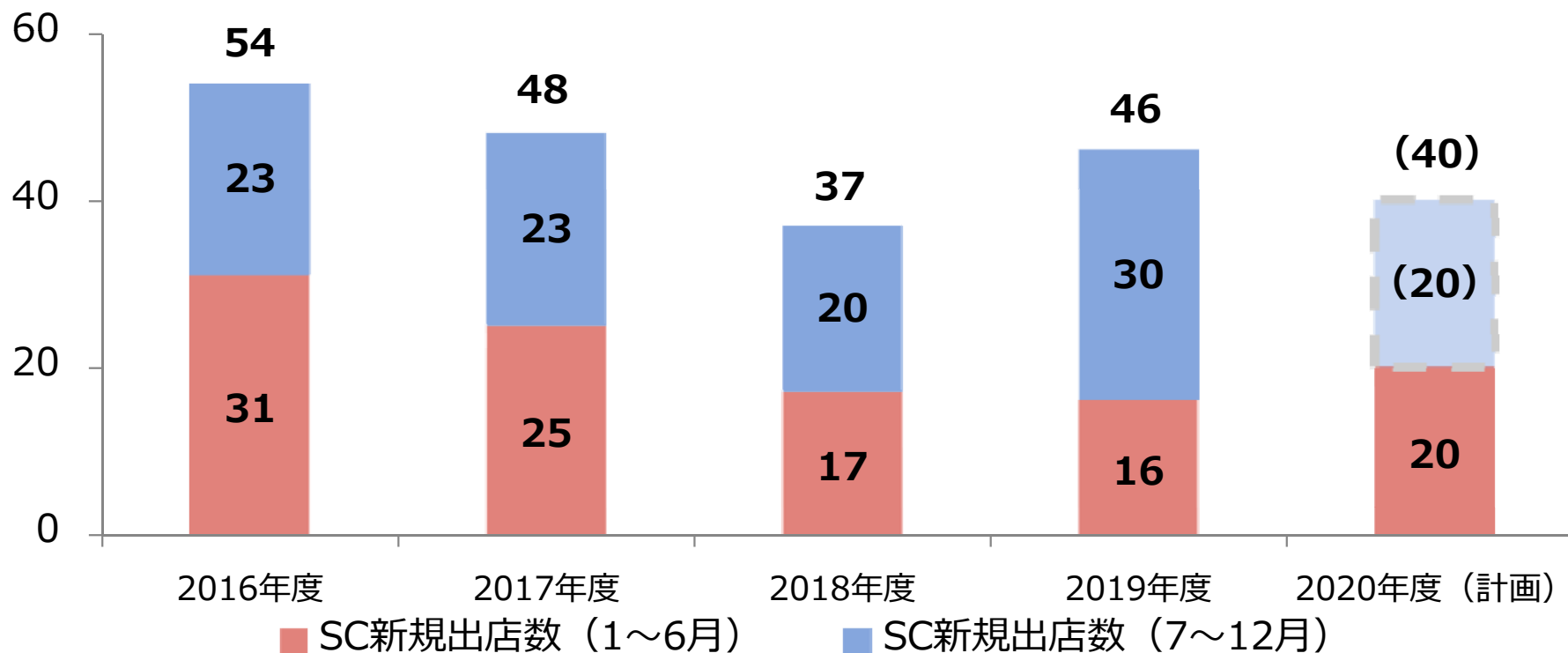


(出典) 経済産業省「商業動態統計」・「電子商取引に関する市場調査」、一般社団法人日本ショッピングセンター協会「SC年間販売統計調査」

# SC出店状況

👉 SCの新規出店数は全体的に減少

(単位：件数)

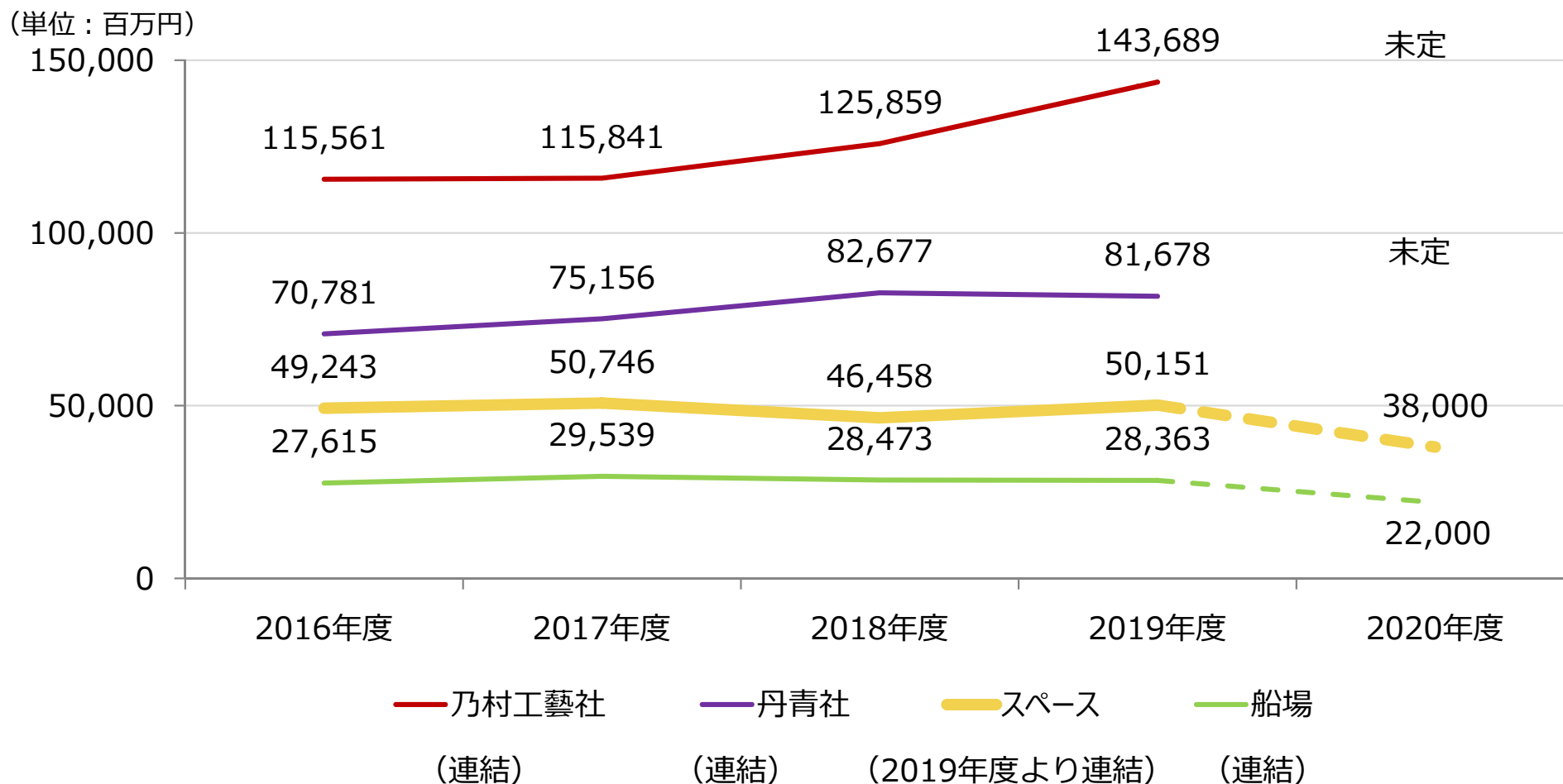


※2020年6月16時点のデータのため、オープンが延期となったSCも含まれております。

(出典) 一般社団法人日本ショッピングセンター協会「オープンSC情報」

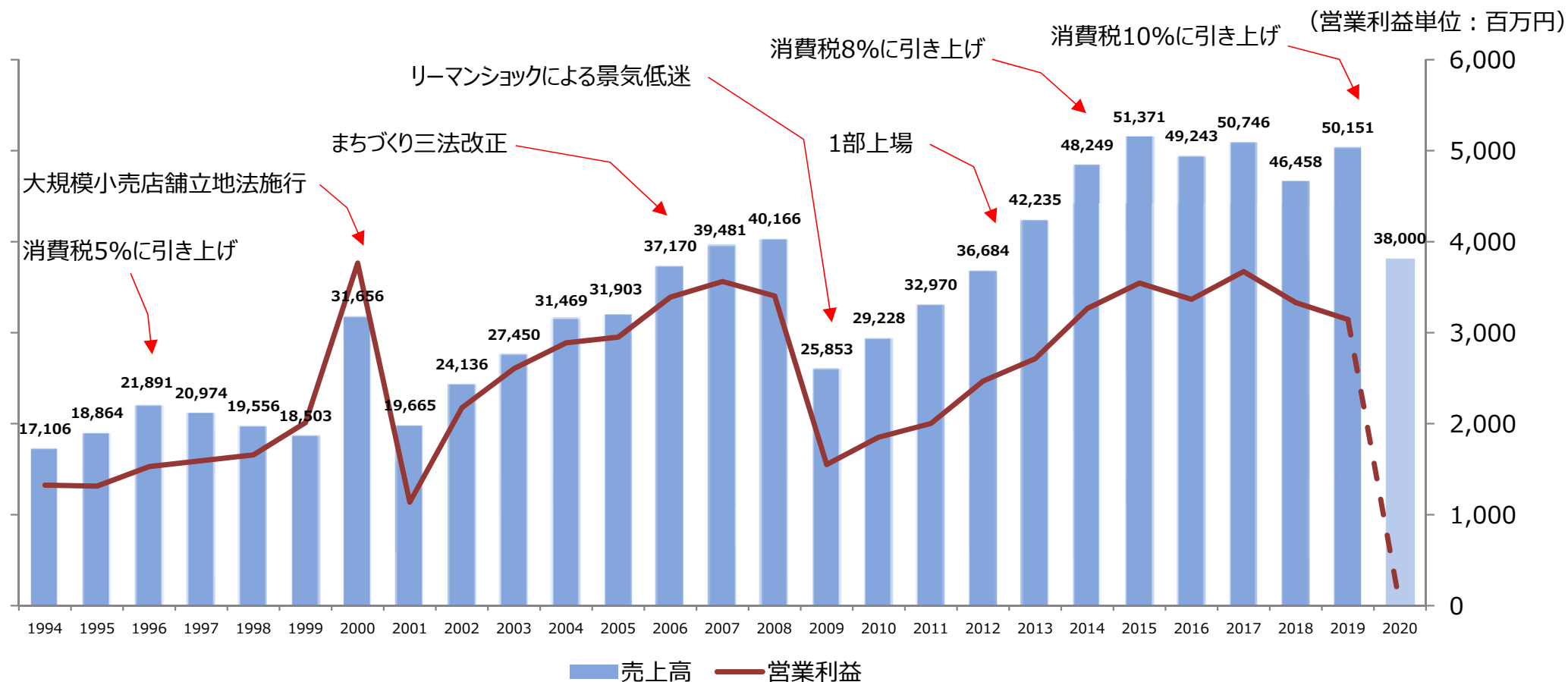
# ディスプレイ業界の動向

☞ 新型コロナウイルス感染症拡大により業界全体として先行きは不透明な状況にある



# 売上高及び営業利益推移

👉 リーマンショック以降は順調に右肩上がりで推移していたが、近年は社内体制整備に注力



※2019年度より連結決算を開始したため、1994年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。



## 2. 2020年度 第2四半期決算の詳細

# 業績ハイライト

第2四半期においては新型コロナウイルス感染症拡大の影響は軽微に留まったものの、前年同期と比較し減収減益

	2019年度2Q		2020年度2Q		前年同期比	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	23,181	100.0	<b>21,928</b>	<b>100.0</b>	▲1,253	▲5.4
売上総利益	3,336	14.4	<b>2,418</b>	<b>11.0</b>	▲917	▲27.5
営業利益	1,764	7.6	<b>1,062</b>	<b>4.8</b>	▲701	▲39.8
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,206	5.2	<b>740</b>	<b>3.4</b>	▲465	▲38.6
1株当たり四半期純利益(円)	49.93	-	<b>30.64</b>	-	▲19.29	▲38.6

# 損益計算書



	2019年度2Q		2020年度2Q		前年同期比		備考
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
売上高	23,181	100.0	<b>21,928</b>	<b>100.0</b>	▲1,253	▲5.4	アパレル等、専門店の受注減少により減収
売上原価	19,845	85.6	<b>19,509</b>	<b>89.0</b>	▲335	▲1.7	外注費率の増加に伴う、原価率の増加による
売上総利益	3,336	14.4	<b>2,418</b>	<b>11.0</b>	▲917	▲27.5	売上高の減少、外注費率増加により減益
販管費	1,572	6.8	<b>1,355</b>	<b>6.2</b>	▲216	▲13.8	旅費交通費等の活動費用の減少 また、前年にIT投資があったことによる
営業利益	1,764	7.6	<b>1,062</b>	<b>4.8</b>	▲701	▲39.8	販管費は減少したものの、売上総利益の減少により減益
営業外損益	16	0.1	<b>17</b>	<b>0.1</b>	1	6.6	主な計上なし
経常利益	1,780	7.7	<b>1,080</b>	<b>4.9</b>	▲700	▲39.3	営業利益の減少により減益
特別損益	-	-	<b>▲28</b>	<b>▲0.1</b>	▲28	-	投資有価証券評価損及びのれんの減損を計上
法人税等	569	2.5	<b>323</b>	<b>1.5</b>	▲245	▲43.2	減益のため減少
非支配株主に帰属する 四半期純損益	5	0.0	<b>▲11</b>	<b>▲0.1</b>	▲16	▲313.1	非支配株主に帰属する四半期純損失を計上
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,206	5.2	<b>740</b>	<b>3.4</b>	▲465	▲38.6	経常利益の減少により減益

# 市場分野別売上高

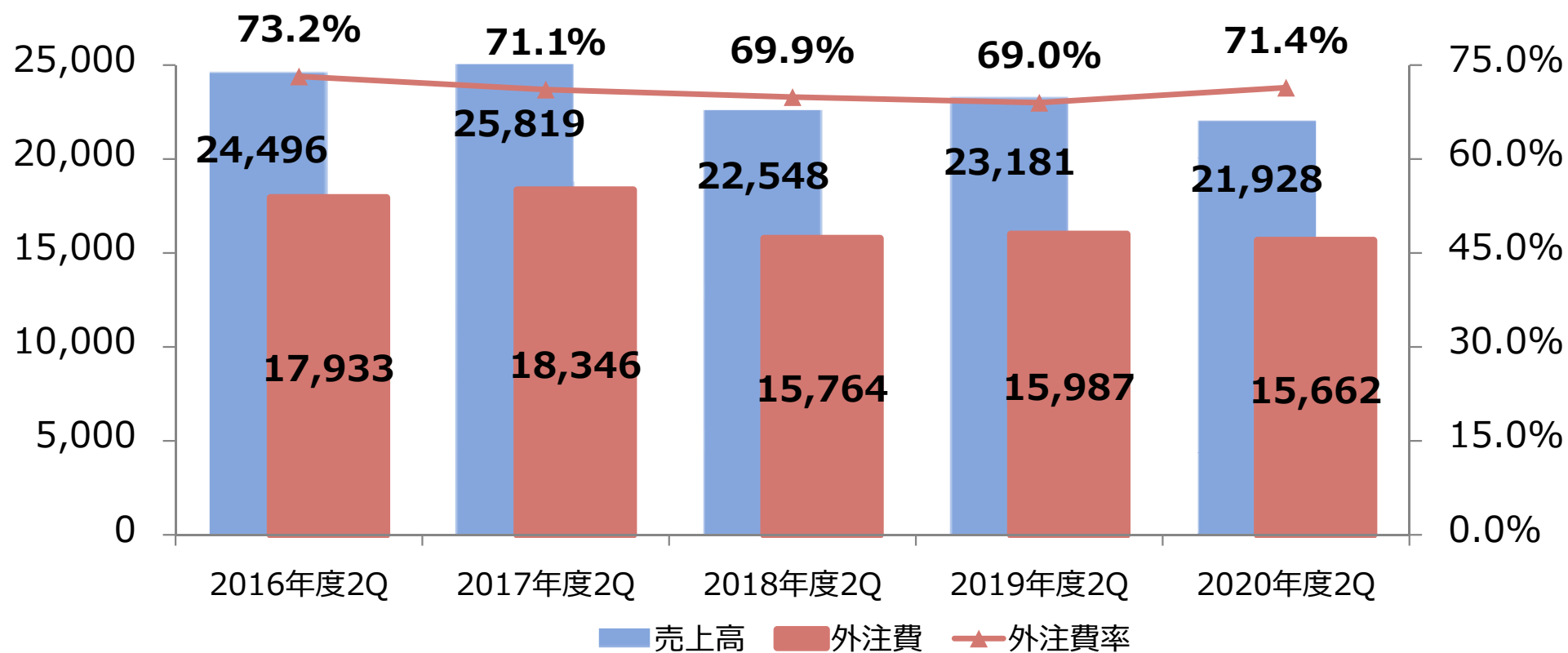


	2019年度2Q		2020年度2Q		前年同期比		備考
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
複合商業施設 総合スーパー	3,902	16.8	<b>4,478</b>	<b>20.4</b>	576	14.8	既存店の業態転換に伴う大型リニューアルによる増収
食品スーパー コンビニエンスストア	1,813	7.8	<b>1,943</b>	<b>8.9</b>	129	7.1	地域活性化に伴うスーパーマーケットの出店による増収
各種専門店	10,998	47.4	<b>9,450</b>	<b>43.1</b>	▲1,548	▲14.1	アパレル店舗の出店や家電量販店の出店減少により減収
飲食店	2,817	12.2	<b>2,926</b>	<b>13.3</b>	108	3.9	主要顧客であるコーヒーチェーン店の受注が増加したことにより増収
サービス等	3,649	15.8	<b>3,130</b>	<b>14.3</b>	▲519	▲14.2	前期に大型案件があった教育関連施設の受注が落ち着き減収
合計	23,181	100.0	<b>21,928</b>	<b>100.0</b>	▲1,253	▲5.4	—

# 外注費推移

☞ 前年同期に比べ外注費は減少しているが、外注費率が増加

(単位：百万円)

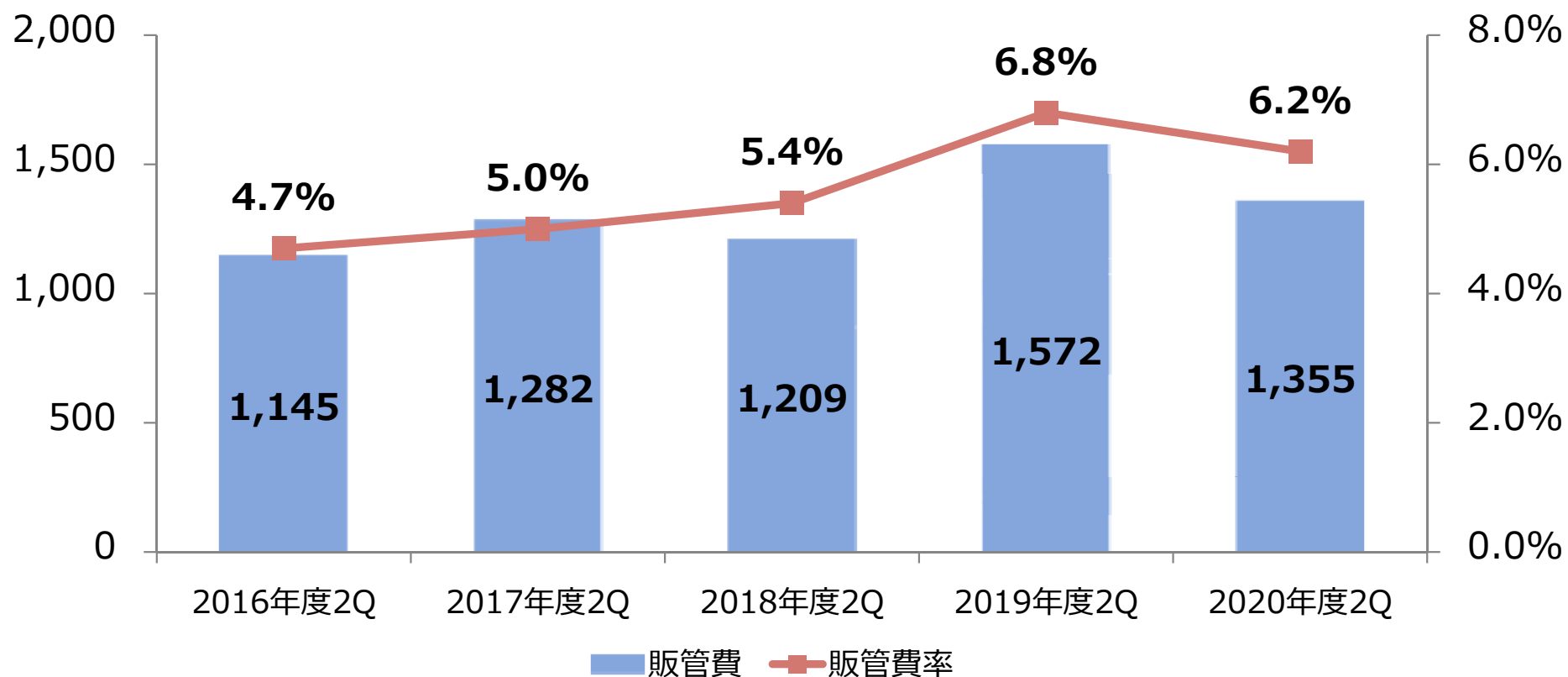


※2019年度より連結決算を開始したため、2016年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

# 販売費及び一般管理費推移

👉 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で活動が制限され、前期と比較すると販管費は減少

(単位：百万円)



※2019年度より連結決算を開始したため、2016年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

# 貸借対照表



科 目		2019年度		2020年度2Q		前年末比		備考
		金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
資 産	流 動 資 産	22,039	65.1	<b>22,074</b>	<b>65.3</b>	34	0.2	未成工事支出金の増加
	固 定 資 産	11,830	34.9	<b>11,713</b>	<b>34.7</b>	▲116	▲1.0	投資その他の資産の減少
	資 産 合 計	33,869	100.0	<b>33,788</b>	<b>100.0</b>	▲81	▲0.2	-
負 債 ・ 純 資 産	流 動 負 債	4,638	13.7	<b>4,623</b>	<b>13.7</b>	▲14	▲0.3	その他の流動負債の減少
	固 定 負 債	970	2.9	<b>1,001</b>	<b>3.0</b>	30	3.2	退職給付に係る負債の増加
	負 債 合 計	5,608	16.6	<b>5,625</b>	<b>16.6</b>	16	0.3	-
	純 資 産 合 計	28,261	83.4	<b>28,163</b>	<b>83.4</b>	▲97	▲0.3	その他有価証券評価差額金の減少
	負債・純資産合計	33,869	100.0	<b>33,788</b>	<b>100.0</b>	▲81	▲0.2	-

# キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

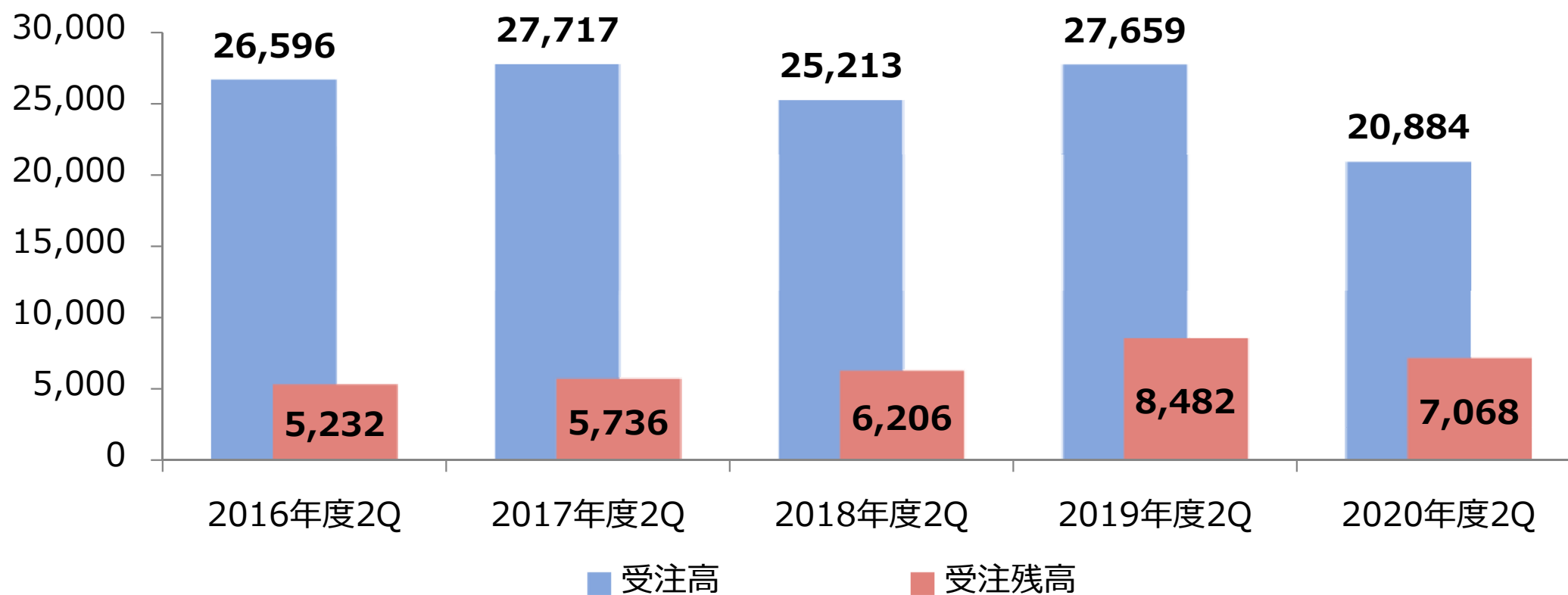
	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比 増減額	備考
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲36	<b>2,240</b>	2,277	売上債権の減少により収入
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲440	<b>▲255</b>	185	有形固定資産及び無形固定資産の取得により支出
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲700	<b>▲650</b>	50	配当金の支払により支出
現金及び現金同等物の増減額	▲1,182	<b>1,332</b>	2,514	—
現金及び現金同等物の期首残高	11,569	<b>10,256</b>	▲1,313	—
現金及び現金同等物の四半期末残高	10,387	<b>11,588</b>	1,201	前年同四半期末より12億1百万円増加



# 受注高・受注残高推移

👉 前年同期に比べ受注高及び受注残高は減少

(単位：百万円)



※2019年度より連結決算を開始したため、2016年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

### 3. 2020年度 通期見通し

# 2020年度通期見通し



☞ 新型コロナウイルス感染症の拡大が当社グループに与える影響を考慮し、業績予想を発表  
 今後も動向を注視し、業績予想に変更がある場合には速やかに開示

(単位：百万円)

	2020年度 2Q予想 (5/22公表)	2020年度2Q実績	達成率 (%)	2020年度通期予想 (8/3公表)
売上高	22,300	21,928	98.3	<b>38,000</b>
営業利益	1,100	1,062	96.6	<b>0</b>
経常利益	1,100	1,080	98.2	<b>0</b>
親会社株主に帰属する 当期純利益	800	740	92.6	<b>0</b>
1株当たり当期純利益 (円)	33.11	30.64	92.6	<b>0.00</b>
年間配当 (円)	16.00	16.00	—	<b>16.00</b>

※詳細につきましては、2020年8月3日公表の「業績予想及び配当予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

# 新型コロナウイルス感染症が事業環境に与える影響

☞ 当社グループは、主要顧客である流通小売業の新規出店や改装に影響が出た場合に、業績に影響を及ぼす可能性有

主要顧客の業界	業界に与える影響
ショッピングセンター	営業時間の短縮や臨時休業が相次ぎ、今後の新規出店、改装計画において中止や延期、規模縮小の見込み
各種専門店	商業施設の営業時間短縮や臨時休業、オープン延期などから、特にアパレルチェーンストアにおいて業績が悪化
飲食店	緊急事態宣言解除後においても客数の減少は続き、家賃や人件費などの問題を抱える店舗が多く、投資は差し控えの傾向
ホテル・旅館	訪日外国人客及び国内利用客の減少や、イベント自粛要請から、旅行業界全体として先行きは不透明

## ■ 当社グループの事業活動

- ・社会の変化に対応し顧客のニーズに応える提案型営業活動の強化
- ・収束後の社会変化を考慮した施設計画や次世代型SC計画、企画の要望が増加する可能性あり

# 新型コロナウイルス感染症拡大に対する当社の対応

☞ 代表取締役社長を室長とした、新型コロナウイルス対策室を設置し、対策の検討・実施を行う

## ■現場での対応

- ・現在進行している現場については、お客様及び施主様の意向に従う
- ・進行する場合においても、現場での感染症拡大抑止と作業員の安全を最優先とする
- ・技術者及び作業員の確保・資機材等の調達が難しくなることや、行政の指導・対象施設の判断により、工事時間短縮や工事中止となる可能性も踏まえ、柔軟に対応を行う

## ■従業員への対応

- ・緊急事態宣言下では全従業員に対して、在宅勤務の実施、オンライン会議の活用
- ・解除後は在宅勤務制度の導入や時差出勤による対応など、引き続き感染防止のための対応を実施



従業員とその家族、関係各位の、安全を最優先とし事業活動を徐々に再開

# 中期経営計画の取り組み

☞ 中期経営計画『基盤構築』（2020-2022）において、持続的成長を実現する経営基盤強化のため、働き方改革『WORK“S”INNOVATION』を推進

## 1.在宅勤務制度

当社ではコロナ禍対応として在宅勤務を実施してまいりましたが、働き方の選択肢の拡大を目的とし、7月より制度として導入いたしました。

当社の在宅勤務制度は、有事の際や育児中・介護中の社員に限定せず、全社員が理由を問わず月8日間まで利用でき、各自が制度を有効活用することで、通勤ストレスの軽減やライフスタイルにあった働き方の実現を目指しています。

## 2.“つながらない権利”を守る取り組み

時間や場所を問わない効率的な働き方が可能となった一方、公私の切り替えがより難しくなったことを課題と捉え、以下を発信者側の基本的な考え方として勤務時間外の連絡を抑制し、ワークライフバランスの向上を推進いたします。

### “つながらない権利”に対する基本方針

- ・平日の就業時間外（18～9時）と土日祝日は、メールとLINE WORKSの即時の返信を求めない
- ・平日の就業時間外（18～9時）と土日祝日は、緊急時以外の電話連絡は控える

(参考資料)

# 中期経営目標

space

## 定量目標

営業利益率

ROE

2022年12月期 連結

7%

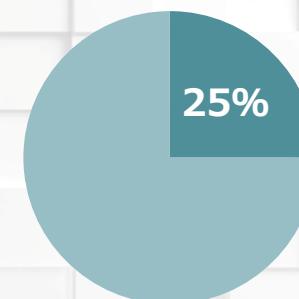
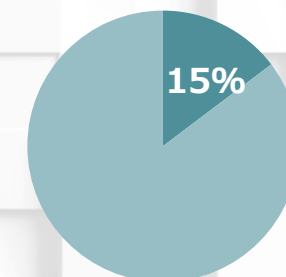
10%以上

## 定性目標 ①顧客提供価値の向上

KPI	オフィス・サービス空間の売上比率	2019年12月期	15%
		2022年12月期	<b>25%</b>
KPI	地域活性に関わる案件数	2019年12月期	年間5件
		2022年12月期	<b>年間20件</b>

## ②社員全員が働きがいのある会社

KPI	新卒社員3年後定着率	2019年度(2016年度入社)	61%
		2022年度(2019年度入社)	<b>80%</b>
KPI	1人当たり年間残業時間	2022年12月期	<b>2019年度比 30%減</b>



■ オフィス・サービス空間  
■ その他

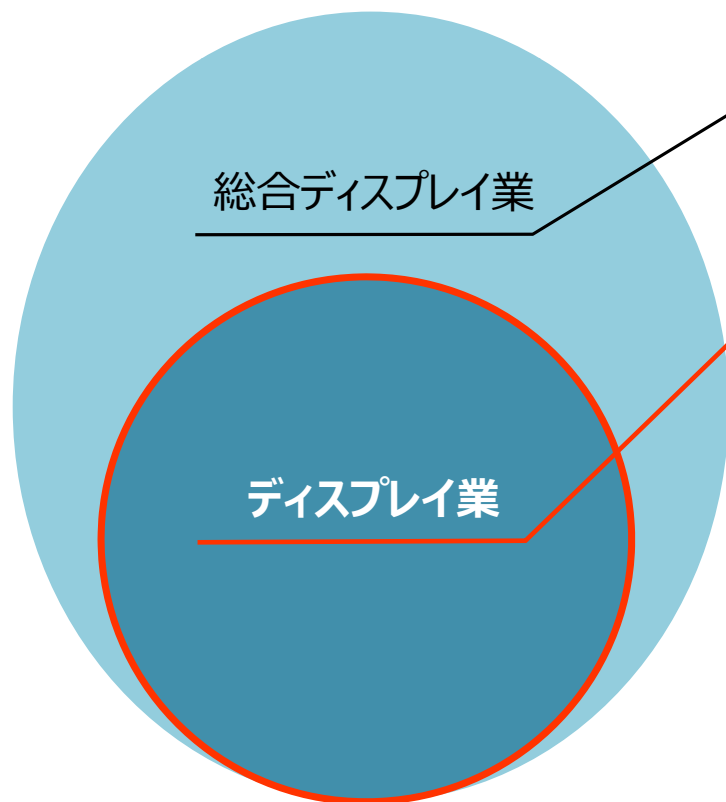


## 【参考】会社概要

商号	株式会社スペース SPACE CO., LTD.
創立	1948年（昭和23年）7月
上場	東京証券取引所市場第一部（証券コード:9622）
資本金	33億9553万円
従業員数	連結：990名 単体：974名（2020年6月末時点）
子会社	3社（うち、連結子会社2社）
営業拠点	国内13拠点 海外2拠点
事業内容	ディスプレイ業
決算期	12月31日

**スペースは1948年にガラス商としてカトウガラス(株)をスタート。  
その後ガラスの陳列ケースからお店の内装など、店舗全体を手掛けるディスプレイ業へと転換。**

# 【参考】 当社の事業領域



商業施設、文化施設、公共施設、博覧会、展示制作などの  
企画・設計・制作、施工監理を行う

主に商業施設や専門店など商空間の企画、設計、制作、  
施工監理を行う

複合商業施設・総合スーパー



食品スーパー・コンビニエンスストア



各種専門店



飲食店・サービス等



# 【参考】 当社の業務フロー

space



累計クライアント数  
1,300社

発注件数  
3,000件

年間受注物件数  
16,000件

明日が、笑顔になる空間を。

**SPaCe**

IRに関するお問い合わせ  
経営企画本部 財務部  
([ir\\_info@space-tokyo.co.jp](mailto:ir_info@space-tokyo.co.jp))