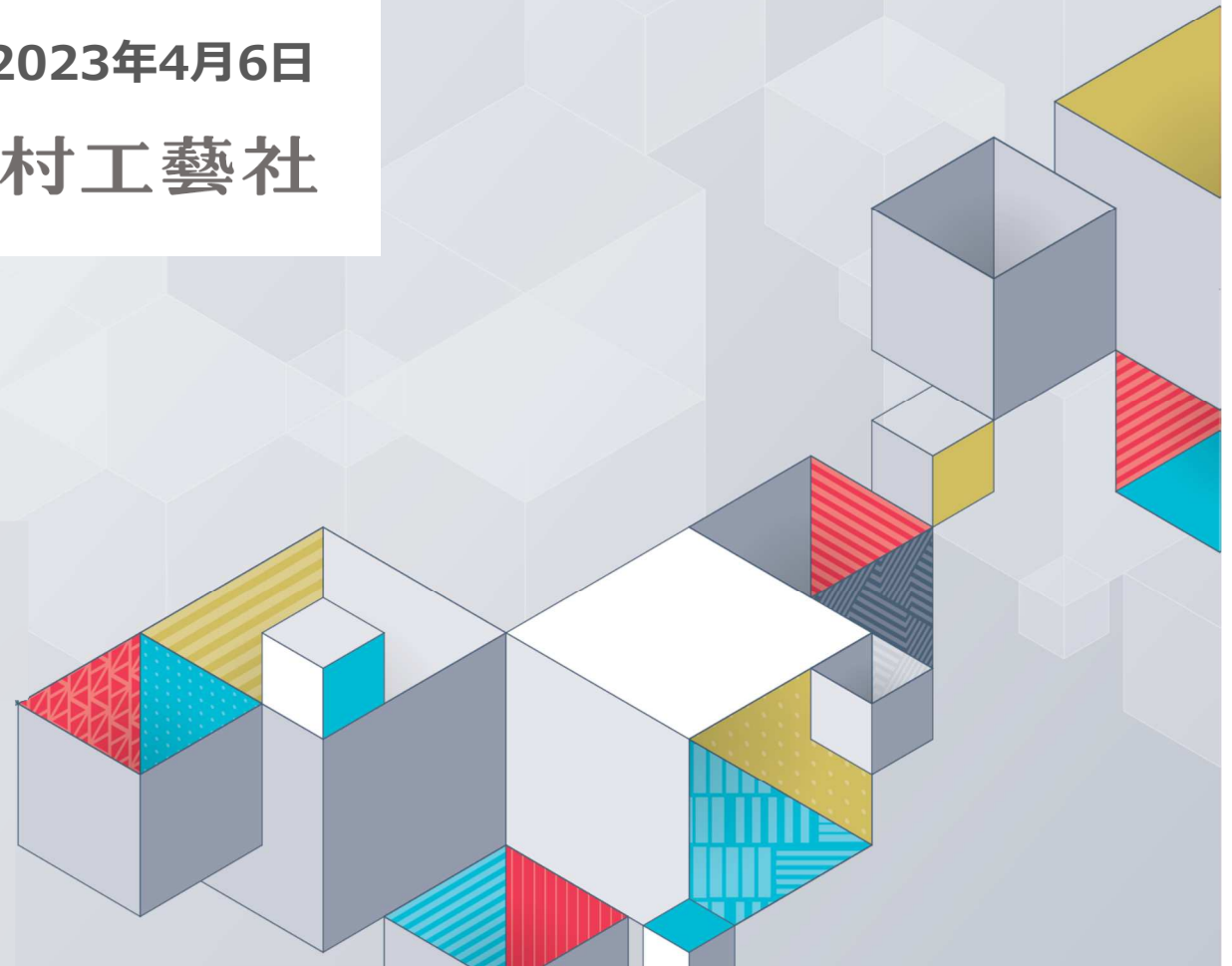


2022年度 決算説明資料

2023年4月6日

株式会社 **乃村工藝社**



1. 2022年度 決算概要
2. 経営ビジョン・中期経営方針
3. 2022年度 決算補足資料
4. 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 決算概要

2022年度 連結業績ハイライト

- 売上高は、経済活動の制限緩和にともない、商業施設分野および余暇施設市場等において需要回復の兆しがみられ、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連等の大型案件の実績があった前期と同等額を確保した。
- 営業利益は、資材価格等の上昇や一部価格競争の傾向が強まった影響により総利益率が低下、採算性の高い大型案件が減少したことも影響し、前期に比べ減益となった。

(百万円)	2021年度		2022年度		
	通期	対売上高 構成比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	111,081	100.0%	110,928	100.0%	△152 (△0.1%)
売上総利益	20,695	18.6%	18,355	16.5%	△2,340 (△11.3%)
営業利益	5,431	4.9%	3,113	2.8%	△2,318 (△42.7%)
経常利益	5,594	5.0%	3,246	2.9%	△2,347 (△42.0%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,984	3.6%	2,229	2.0%	△1,754 (△44.0%)

売上高・売上総利益

①売上高

	2021年度	2022年度	前期比
売上高	111,081百万円	110,928百万円	△152百万円 (△0.1%)

- 大型の都市再開発案件が進捗した複合商業施設市場、経済活動の正常化に伴うインバウンド回復を見据えたホテルやテーマパークを手掛けた余暇施設市場に需要の回復がみられ、博物館・美術館市場や博覧会・イベント市場で、大型案件の実績があった前期とほぼ同等額となった。

②売上総利益

	2021年度	2022年度	前期比
売上総利益	20,695百万円	18,355百万円	△2,340百万円 (△11.3%)
<売上総利益率>	18.6%	16.5%	△2.1ポイント

- 売上総利益率は、資材価格等の上昇や価格競争の影響および各市場分野において採算性の高い大型案件が減少したことにより、前期に比べ2.1ポイント低下の16.5%となった。

営業利益

① 販売管理費

	2021年度	2022年度	前期比
人件費	9,911百万円	9,381百万円	△530百万円 (△5.4%)
経費	5,352百万円	5,860百万円	+508百万円 (+9.5%)
販売管理費	15,263百万円	15,241百万円	△22百万円 (△0.1%)
<販売管理費比率>	13.7%	13.7%	△0.0ポイント

- 販売管理費は、営業費およびグループ再編費用等により経費は増加したものの、人員減に伴い人件費が減少したことにより、前期に比べ0.1%減少した。

② 営業利益

	2021年度	2022年度	前期比
営業利益	5,431百万円	3,113百万円	△2,318百万円 (△42.7%)

- 営業利益は、売上総利益低下などが影響し、前期に比べ42.7%の減益となった。

経常利益

① 営業外損益

	2021年度	2022年度	前期比
営業外収益	162百万円	133百万円	△29百万円
営業外費用	0百万円	－ 百万円	△ 0百万円

■ 営業外収益は、受取配当金等の減少により、前期に比べ減少した。

② 経常利益

	2021年度	2022年度	前期比
経常利益	5,594百万円	3,246百万円	△2,347百万円 (△42.0%)

■ 経常利益は、営業利益の減少にともない前期に比べ42.0%の減益となった。

当期純利益

① 特別損益

	2021年度	2022年度	前期比
特別利益	453百万円	9百万円	△443百万円
特別損失	84百万円	15百万円	△69百万円

- 特別利益は、投資有価証券の売却益が減少したことにより、前期に比べ減少した。
- 特別損失は、固定資産除却損、投資有価証券評価損が生じたものの、前期に新型コロナの影響を受けた飲食・物販事業の臨時休業による損失等が減少したことにより、前期に比べ減少した。

② 法人税等・当期純利益

	2021年度	2022年度	前期比
法人税等	1,983百万円	1,011百万円	△972百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,984百万円	2,229百万円	△1,754百万円 (△44.0%)

- 当期純利益は、経常利益の減少にともない前期に比べ44.0%の減益となった。

市場分野別の売上高

- 商業施設分野では、前期に比べ改装や催事等の需要が回復した百貨店・量販店市場、都市型商業施設の新装・改装案件の回復および大型の都市再開発案件が進捗した複合商業施設市場が増収となった。
- 前期に複数の大型案件を完工した博物館・美術館市場、博覧会・イベント市場が減収となったが、企業PR施設の大型案件やホテル、テーマパーク等を手掛けた広報・販売促進市場、余暇施設市場が増収となった。

(百万円)	2021年度		売上 総利益率	2022年度		売上 総利益率
	金額	前期比		金額	前期比	
専門店市場	27,149	+6.5%	↓15.4%	26,034	△4.1%	↓14.5%
百貨店・量販店市場	6,425	+82.5%	↑24.7%	6,563	+2.1%	↓20.3%
複合商業施設市場	7,936	△34.1%	↓16.2%	11,279	+42.1%	↓16.1%
広報・販売促進市場	7,984	△46.9%	↑21.0%	9,791	+22.6%	↓20.5%
博物館・美術館市場	10,765	+29.9%	↑21.6%	9,420	△12.5%	↓20.8%
余暇施設市場	8,129	△30.3%	↑15.0%	16,706	+105.5%	↓14.8%
博覧会・イベント市場	16,433	+569.3%	↓18.7%	4,585	△72.1%	↓18.1%
その他市場	26,258	△10.2%	↓20.3%	26,546	+1.1%	↓15.6%
合 計	111,081	+3.1%	↓18.6%	110,928	△0.1%	↓16.5%

※「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施設や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、ホテルやテーマパークの大型受注があった余暇施設市場などが増加し、前期に比べ28.3%増加となった。
- 受注残高は、前期に手持ちの大型案件が含まれていた博物館・美術館市場が大きく減少したものの、大型案件を受注した複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場が増加したことにより、前期に比べ33.6%増加となった。

(百万円)	2021年度		2022年度		受注高 前期比	受注残高 前期比
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	26,701	6,797	27,319	6,779	+2.3%	△0.3%
百貨店・量販店市場	6,269	935	6,922	1,183	+10.4%	+26.6%
複合商業施設市場	8,419	3,706	17,477	8,860	+107.6%	+139.0%
広報・販売促進市場	6,958	1,897	13,427	5,288	+93.0%	+178.7%
博物館・美術館市場	8,110	6,251	7,663	3,307	△5.5%	△47.1%
余暇施設市場	15,422	12,868	24,985	20,014	+62.0%	+55.5%
博覧会・イベント市場	4,624	381	5,001	755	+8.2%	+97.8%
その他市場	26,186	8,844	28,996	9,518	+10.7%	+7.6%
合 計	102,693	41,683	131,793	55,707	+28.3%	+33.6%

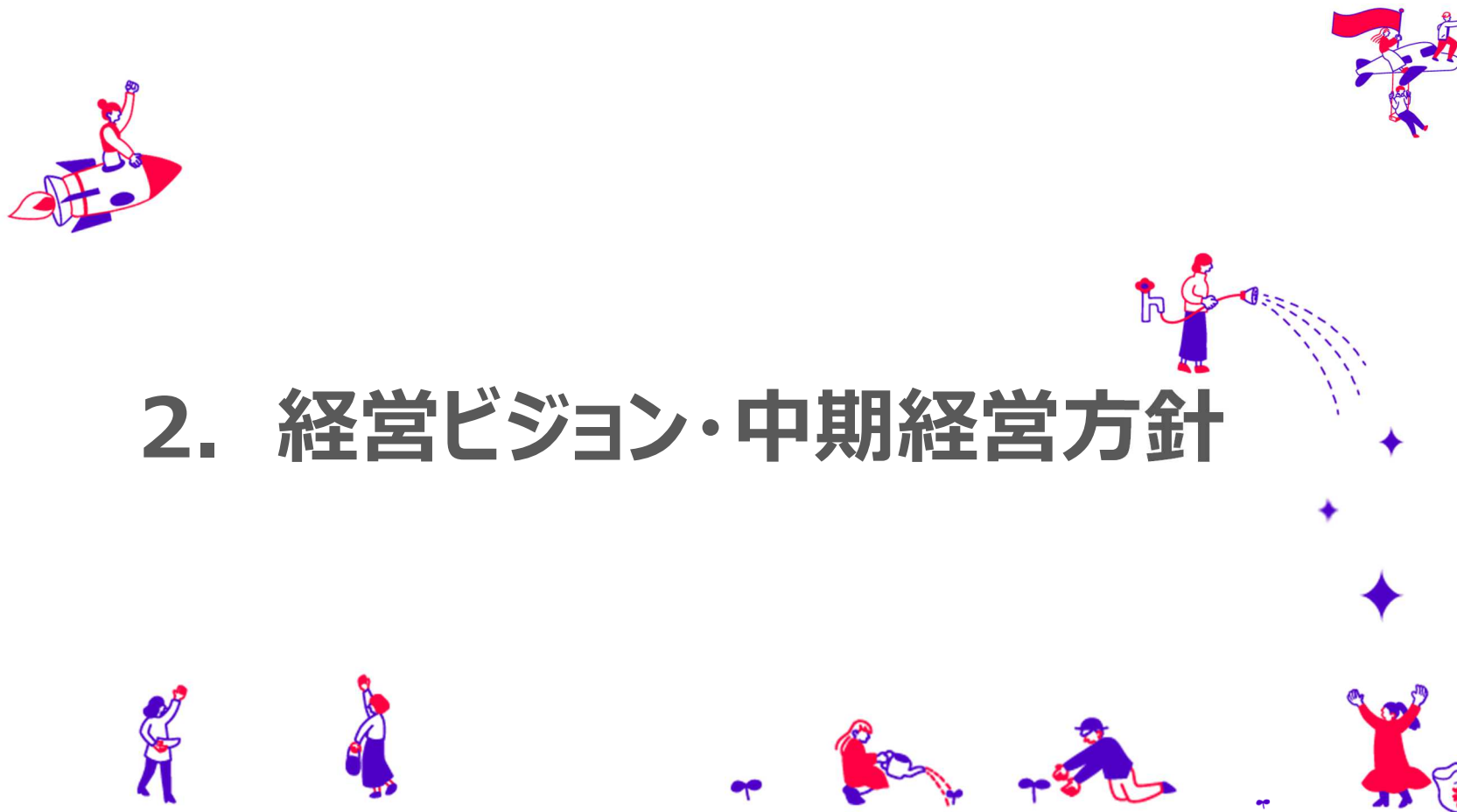
2023年度 連結業績予想

■ 受注環境の回復に伴い、増収増益を計画。

⇒ インバウンドの回復やアフターコロナを見据えた投資回復による需要を見込む。

■ 2025年の大阪・関西万博以降も中長期的に成長を維持させるため、成長投資を織り込んだ予想。

(百万円)	2022年度			2023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	110,928	100.0%	△0.1%	120,000	100.0%	+8.2%
営業利益	3,113	2.8%	△42.7%	4,100	3.4%	+31.7%
経常利益	3,246	2.9%	△42.0%	4,150	3.5%	+27.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,229	2.0%	△44.0%	2,740	2.3%	+22.9%
1株当たり配当金	25.00円	—	△3.00円	25.00円	—	—



2. 経営ビジョン・中期経営方針

前中期の振り返り

■ 2020-2022 事業環境について

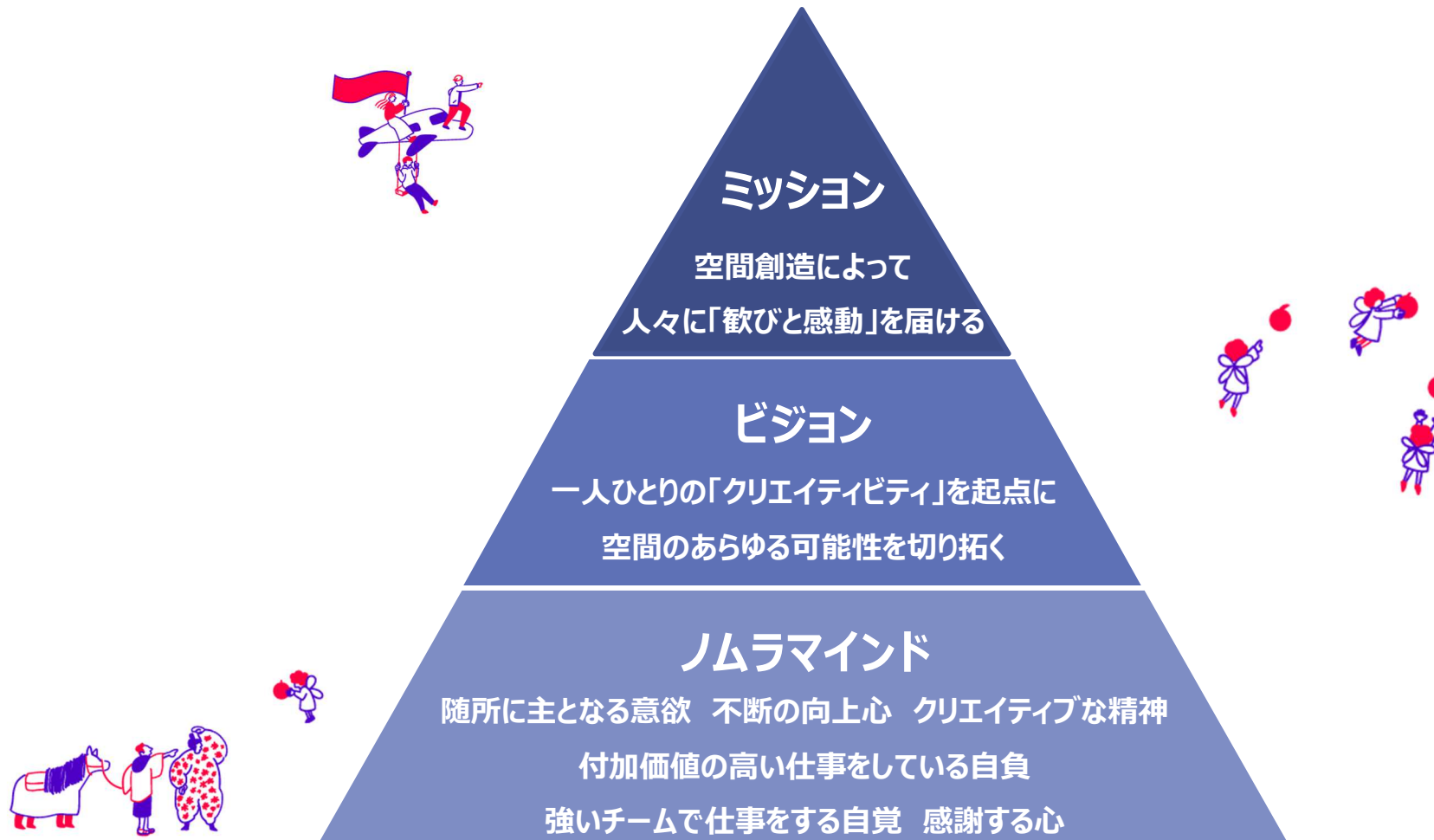
コロナウィルス感染症拡大／東京2020大会の延期・開催／インバウンドの減少
ロシア・ウクライナ危機勃発／資源・資材高／金利・為替変動／インフレ

■ テーマ：“2020-2022 社会から選ばれるノムラへ”

業績面	・当初設定の業績計画は未達	➡ 「利益率の改善」が課題と認識
事業面	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ事業の再編 ・デジタル領域等の資本提携の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様との協創・協業 ・ソーシャルグッド活動の本格始動
経営面	<ul style="list-style-type: none"> ・内部統制、コンプライアンス、コーポレートガバナンスの強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・働き方改革、健康経営への取り組み

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



2023-2025 中期経営方針

ビジョン 一人ひとりの「クリエイティビティ」を起点に
空間のあらゆる可能性を切り拓く

企業価値の向上

- 01 既存事業を高度に洗練させる
- 02 新たな事業領域に挑戦し新しい事業を全社員で興す
- 03 社会が必要とする価値を提供する

クリエイティビティの醸成

- 04 個の力を発揮する働き方に挑戦する
- 05 クリエイティビティに費やす時間的余力を創出する
- 06 創造力と実行力を発揮する人財を育成する
- 07 新たな提供価値創造のための研究開発を実行する

成長投資

将来の継続的な成長を目指し、3年70億円以上の投資を行う

2023-2025 中期経営方針

企業価値の向上

01 既存事業を高度に洗練させる

- 顧客深耕による提案機会と提案ポジションの上昇
- 生産体制サプライチェーンの強化
- エリア開発による地域需要の創出
- グループ会社の専門性確立とガバナンスの強化
- ASEAN地域での需要拡大にむけた営業・生産ネットワークの成長

企業価値の向上

02 新たな事業領域に挑戦し新しい事業を全社員で興す

- 協業・参画を視野にいれた新たな事業の創造とビジネスモデルの確立
- 新たな事業創造に挑戦するための基盤構築
- 運営事業の専門性向上と拡大
- デジタル分野周辺領域における提案力強化

企業価値の向上

03 社会が必要とする価値を提供する

- ・ マテリアリティ（重要課題）特定と着実なKPIの測定・管理
- ・ 適時マテリアリティの見直しと活動を高度化するプロセス構築
- ・ ソーシャルグッド活動への投資実行による商品・事業の創造
- ・ グループ活動の適切な開示と効果的なブランドコミュニケーションの実行

クリエイティビティの醸成

04 個の力を発揮する働き方に挑戦する

- ・ 柔軟で多様な働き方の実現
- ・ 適切な評価・処遇により安心・信頼して働ける環境づくりの実現
- ・ 社員と経営層の対話による継続的改善のプロセス構築

クリエイティビティの醸成

05 クリエイティビティに費やす時間的余力を創出する

- 事務処理業務の工数削減にむけた具体的検討の開始と段階的運用の実施
- デジタル技術活用による効率化検討と段階的運用の実施
- 基幹システムの改良方針に関する検討の開始

クリエイティビティの醸成

06 創造力と実行力を発揮する人財を育成する

- 主体性・専門性を強化するための育成プログラム・教育体系の構築
- 個人のキャリアプランと配置の適正化
- 人財の見える化・タレントマネジメントの強化
- 利他的で自発的に、創造力と実行力を発揮する文化の醸成

クリエイティビティの醸成

07 新たな提供価値創造のための研究開発を実行する

- ・ 様々な分野での研究開発活動を推奨し支援する制度の構築
- ・ 企業間コラボレーション・産学連携の推進
- ・ クリエイティブ活動におけるオープンイノベーションの促進

2023-2025 中期経営方針

2026年以降の飛躍と持続的成長、重要視する7つの活動の加速・実現に向けて、積極的な資金活用・成長投資を実行する

3年で70億円以上

業務効率化

- ✓ DX推進/BIMの本格的な導入

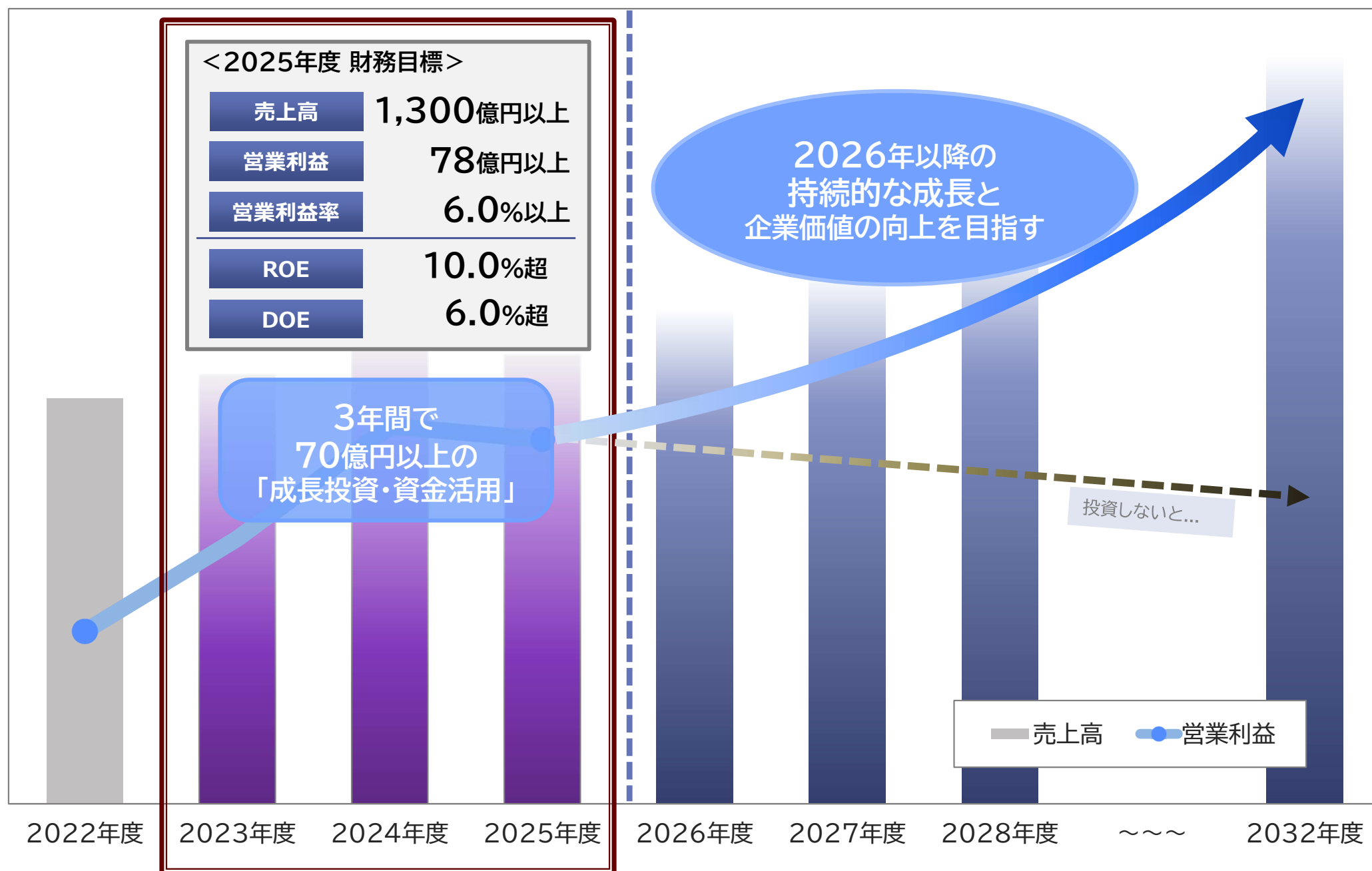
人財育成

- ✓ 有効な研修や学習機会の提供

新事業・新分野

- ✓ ソーシャルグッドR&D
- ✓ デジタル分野
- ✓ 事業参画・資本業務提携
- ✓ 海外事業

2023-2025 中期経営方針



3. 2022年度 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%	64,713	81.8%	△199 △0.3%	収益認識会計基準適用により、契約資産が増加したものの、配当金および税金の支払いなどで現預金が減少したことにより1億99百万円減少。
	固定資産	14,053	17.8%	14,425	18.2%	+371 +2.6%	投資有価証券の取得などにより3億71百万円増加。
	資産合計	78,967	100.0%	79,138	100.0%	+171 +0.2%	
負 債 純 資 産	流動負債	25,117	31.8%	24,962	31.5%	△154 △0.6%	契約負債の減少や税金の支払いなどにより1億54百万円減少。
	固定負債	5,173	6.6%	5,157	6.6%	△15 △0.3%	退職給付に係る負債の減少などにより15百万円減少。
	負債合計	30,290	38.4%	30,120	38.1%	△169 △0.6%	
	純資産	48,677	61.6%	49,018	61.9%	+340 +0.7%	投資有価証券の時価が増加したことなどにより3億40百万円増加。
	負債純資産合計	78,967	100.0%	79,138	100.0%	+171 +0.2%	

【前期比較】連結損益計算書

通期	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	前期比		
売上高	111,081	100.0%	110,928	100.0%	△152	△0.1%	商業施設分野や余暇施設市場の需要回復に対し、博覧会・イベント市場が減収となり、1億52百万円の減収。
売上総利益	20,695	18.6%	18,355	16.5%	△2,340	△11.3%	採算性の高い大型案件の減少および受注採算の低下により総利益率が2.1ポイント低下し、23億40百万円減少。
販売管理費	15,263	13.7%	15,241	13.7%	△22	△0.1%	需要回復による営業費増およびグループ再編費用等により経費が増加したものの、人員減により人件費が減少したため、22百万円減少。
営業利益	5,431	4.9%	3,113	2.8%	△2,318	△42.7%	売上総利益の低下などにより減益。
経常利益	5,594	5.0%	3,246	2.9%	△2,347	△42.0%	営業利益の減少により減益。
特別利益	453	0.4%	9	0.0%	△443	△97.8%	投資有価証券売却益の影響により4億43百万円の減少。
特別損失	84	0.1%	15	0.0%	△69	△81.4%	前期にあった新型コロナの影響による飲食・物販事業の臨時休業にともなう損失等が減少。
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,984	3.6%	2,229	2.0%	△1,754	△44.0%	経常利益の減少により減益。

【前期比較】連結キャッシュ・フロー計算書

通期	2021年度 (百万円)	2022年度 (百万円)	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,286	△3,507	売上債権および契約資産の増加や税金の支払いなどにより35億7百万円の支出。
投資活動によるキャッシュ・フロー	648	△821	有形・無形固定資産の取得などにより8億21百万円の支出。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,851	△3,175	配当金の支払いなどにより31億75百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	3,230	△7,550	
現金及び現金同等物の期末残高	37,077	29,527	前期末に比べ75億50百万円の減少。

【前期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

通期	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)	前期比		金額 (百万円)	前期比		
専門店市場	27,149	+6.5%	↓15.4%	26,034	△4.1%	↓14.5%	海外ブランド、スポーツブランド店舗などの新装・改装案件が減少し減収。
百貨店・量販店市場	6,425	+82.5%	↑24.7%	6,563	+2.1%	↓20.3%	百貨店の改装や催事装飾業務等の需要が回復したことにより増収。
複合商業施設市場	7,936	△34.1%	↓16.2%	11,279	+42.1%	↓16.1%	大型商業施設の改装案件や大型の都市再開発案件が進捗したことにより増収。
広報・販売促進市場	7,984	△46.9%	↑21.0%	9,791	+22.6%	↓20.5%	企業PR施設およびショールーム等の新装・改装案件を手掛け増収。
博物館・美術館市場	10,765	+29.9%	↑21.6%	9,420	△12.5%	↓20.8%	歴史博物館や自然史博物館等を手掛けたものの、前年同期に博物館の大型案件を計上したことなどにより減収。
余暇施設市場	8,129	△30.3%	↑15.0%	16,706	+105.5%	↓14.8%	ホテル、テーマパークの大型案件を手掛け増収。
博覧会・イベント市場	16,433	+569.3%	↓18.7%	4,585	△72.1%	↓18.1%	前期に東京2020大会関連の案件等があり減収。
その他市場	26,258	△10.2%	↓20.3%	26,546	+1.1%	↓15.6%	オフィス環境整備の案件等を多数手掛けたことにより増収。
合 計	111,081	+3.1%	↓18.6%	110,928	△0.1%	↓16.5%	

※「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。

【前期比較】市場分野別 売上高・受注高・受注残高

■ 合計

(百万円)

通期	2021年度	2022年度	前期比	
売上高	111,081	110,928	△152	△0.1%
受注高	102,693	131,793	+29,100	+28.3%
受注残高	41,683	55,707	+14,023	+33.6%

通期	2021年度	2022年度	前期比	
■ 専門店市場				
売上高	27,149	26,034	△1,115	△4.1%
受注高	26,701	27,319	+617	+2.3%
受注残高	6,797	6,779	△18	△0.3%
■ 百貨店・量販店市場				
売上高	6,425	6,563	+138	+2.1%
受注高	6,269	6,922	+652	+10.4%
受注残高	935	1,183	+248	+26.6%
■ 複合商業施設市場				
売上高	7,936	11,279	+3,343	+42.1%
受注高	8,419	17,477	+9,058	+107.6%
受注残高	3,706	8,860	+5,153	+139.0%
■ 広報・販売促進市場				
売上高	7,984	9,791	+1,807	+22.6%
受注高	6,958	13,427	+6,468	+93.0%
受注残高	1,897	5,288	+3,390	+178.7%

通期	2021年度	2022年度	前期比	
■ 博物館・美術館市場				
売上高	10,765	9,420	△1,344	△12.5%
受注高	8,110	7,663	△447	△5.5%
受注残高	6,251	3,307	△2,944	△47.1%
■ 余暇施設市場				
売上高	8,129	16,706	+8,577	+105.5%
受注高	15,422	24,985	+9,563	+62.0%
受注残高	12,868	20,014	+7,145	+55.5%
■ 博覧会・イベント市場				
売上高	16,433	4,585	△11,847	△72.1%
受注高	4,624	5,001	+377	+8.2%
受注残高	381	755	+373	+97.8%
■ その他市場				
売上高	26,258	26,546	+288	+1.1%
受注高	26,186	28,996	+2,809	+10.7%
受注残高	8,844	9,518	+673	+7.6%

【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	25,196	29,361	34,082
売上総利益	3,861	4,418	5,879	6,536	3,806	4,553	4,576	5,419
売上総利益率	18.6%	19.3%	18.9%	18.0%	17.1%	18.1%	15.6%	15.9%
販売管理費	3,767	3,591	3,652	4,252	3,742	3,576	3,795	4,127
販売管理費比率	18.2%	15.7%	11.8%	11.7%	16.8%	14.2%	12.9%	12.1%
営業利益	93	827	2,227	2,283	64	976	781	1,291
営業利益率	0.4%	3.6%	7.2%	6.3%	0.3%	3.9%	2.7%	3.8%
経常利益	165	864	2,258	2,305	143	998	791	1,314
経常利益率	0.8%	3.8%	7.3%	6.3%	0.6%	4.0%	2.7%	3.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	14	708	1,680	1,581	137	692	536	863
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%	2.7%	1.8%	2.5%
受注高	28,936	28,088	23,807	21,861	32,794	32,451	31,514	35,033
受注残高	57,607	62,943	55,916	41,683	45,531	52,841	55,450	55,707

【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	6,002	7,410	6,919
百貨店・量販店市場	758	997	1,690	2,978	1,338	955	2,137	2,132
複合商業施設市場	1,837	1,035	1,522	3,541	2,135	2,560	2,291	4,291
広報・販売促進市場	1,742	1,734	1,983	2,524	2,220	1,943	2,763	2,864
博物館・美術館市場	4,050	2,684	1,439	2,590	2,585	2,600	2,630	1,603
余暇施設市場	1,993	1,240	2,206	2,689	2,555	3,429	5,377	5,343
博覧会・イベント市場	297	2,217	9,160	4,758	842	705	1,373	1,664
その他市場	3,906	8,107	5,404	8,839	4,907	6,999	5,376	9,263
合 計	20,785	22,943	31,040	36,311	22,287	25,196	29,361	34,082

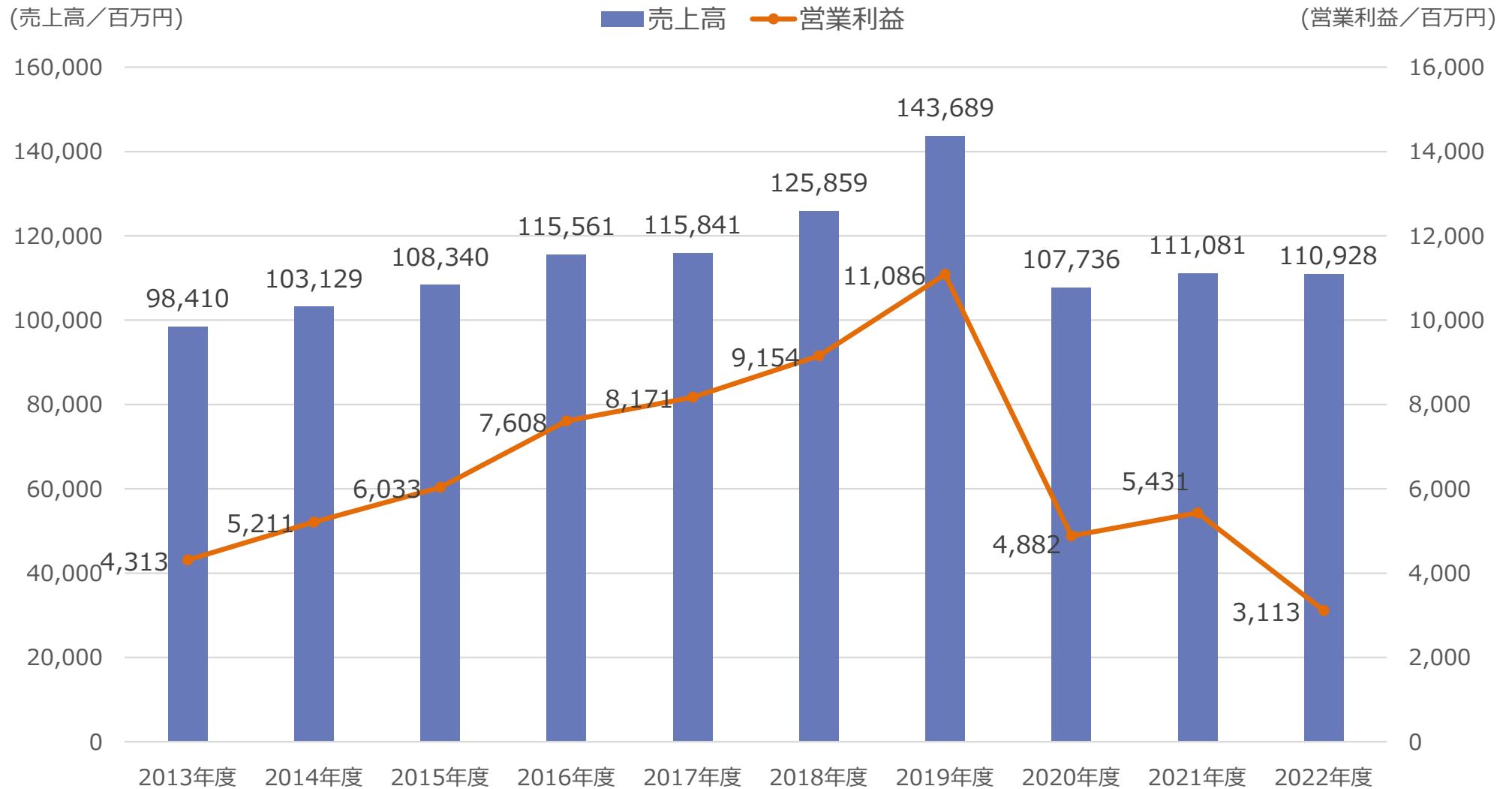
※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

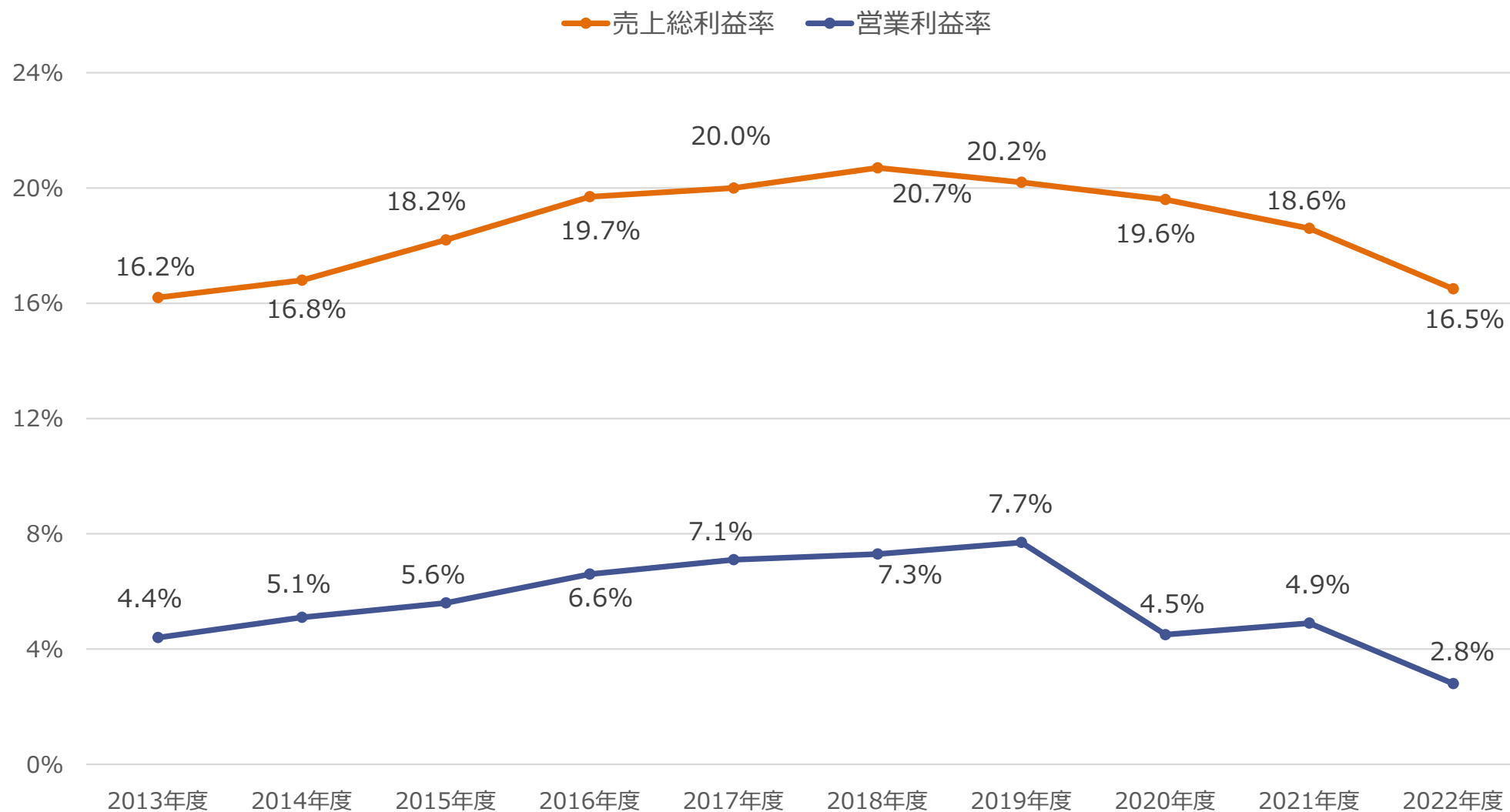
(百万円)

	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	5,937	8,996	7,128
百貨店・量販店市場	1,213	2,730	1,036	1,292	1,261	2,299	1,729	1,631
複合商業施設市場	876	2,340	2,819	2,382	2,727	5,714	3,450	5,585
広報・販売促進市場	743	2,404	1,762	2,047	8,086	1,364	2,409	1,567
博物館・美術館市場	4,374	2,141	1,059	537	3,175	1,496	2,028	963
余暇施設市場	5,649	4,445	2,231	3,095	4,004	7,545	4,205	9,229
博覧会・イベント市場	2,969	432	398	824	847	1,313	1,250	1,590
その他市場	7,547	7,567	6,366	4,704	7,434	6,780	7,444	7,336
合計	28,936	28,088	23,807	21,861	32,794	32,451	31,514	35,033
■ 受注残高								
専門店市場	6,606	7,705	8,207	6,797	5,185	5,175	7,217	6,779
百貨店・量販店市場	1,547	3,279	2,621	935	748	2,092	1,684	1,183
複合商業施設市場	2,262	3,568	4,865	3,706	3,252	6,407	7,565	8,860
広報・販売促進市場	1,924	2,594	2,373	1,897	7,519	6,939	6,585	5,288
博物館・美術館市場	9,229	8,686	8,306	6,251	5,654	4,550	3,947	3,307
余暇施設市場	9,232	12,437	12,462	12,868	13,184	17,301	16,128	20,014
博覧会・イベント市場	14,862	13,077	4,315	381	344	952	829	755
その他市場	11,943	11,594	12,763	8,844	9,642	9,423	11,491	9,518
合計	57,607	62,943	55,916	41,683	45,531	52,841	55,450	55,707

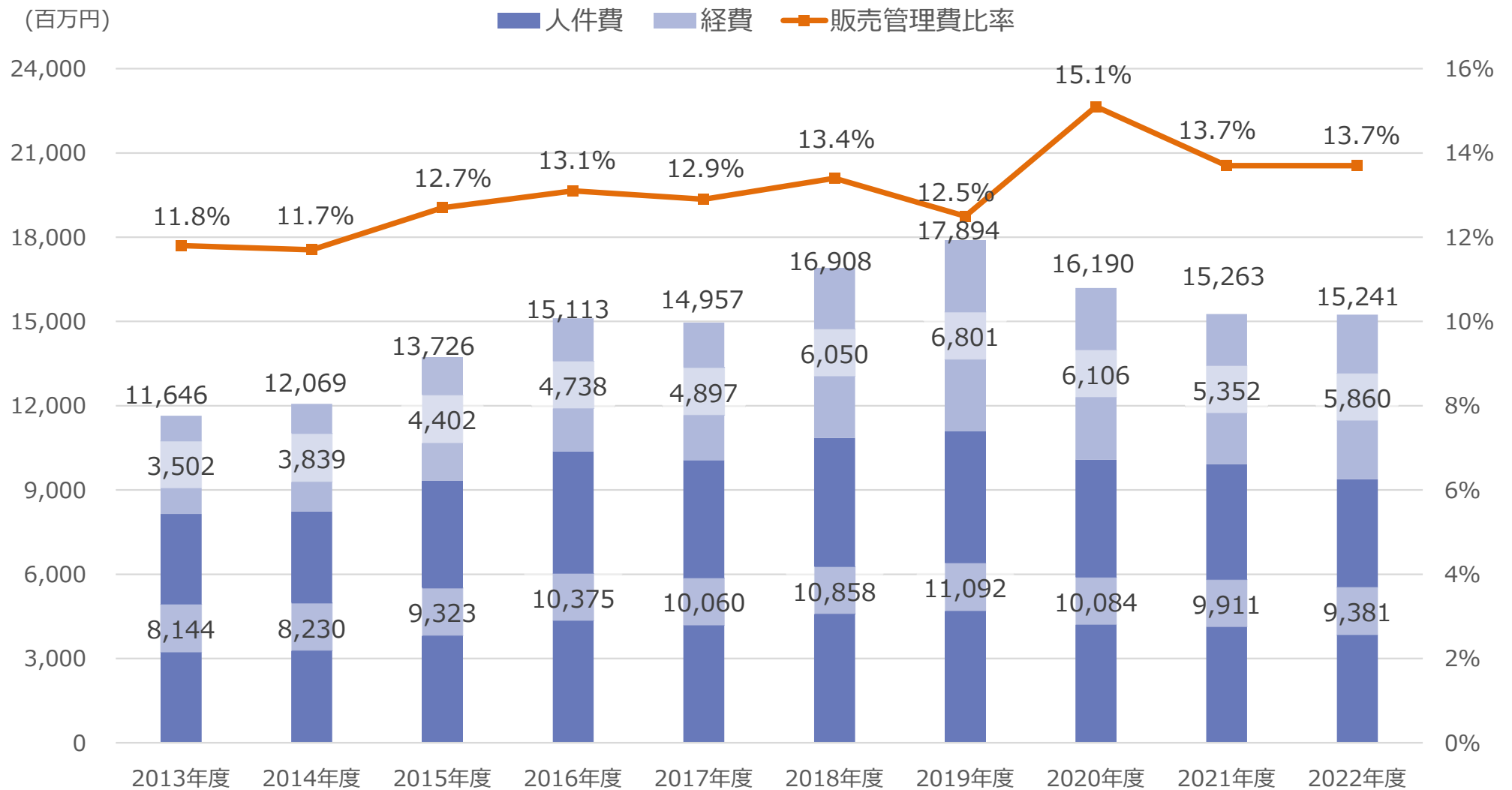
【通期推移】売上高・営業利益



【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

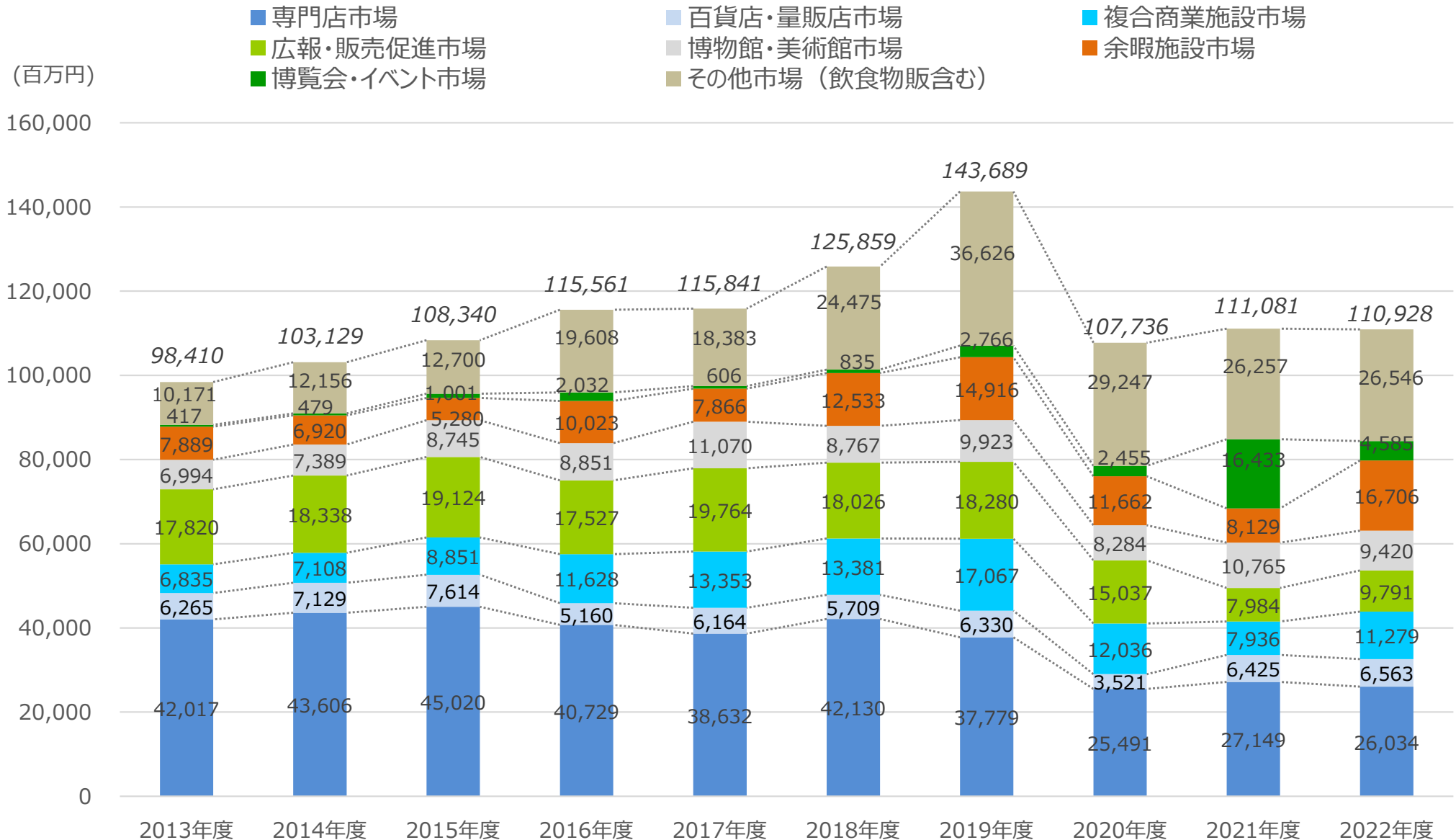


【通期推移】 受注高・受注残高



(注) 飲食・物販事業は受注概念が異なるため、掲載していません。

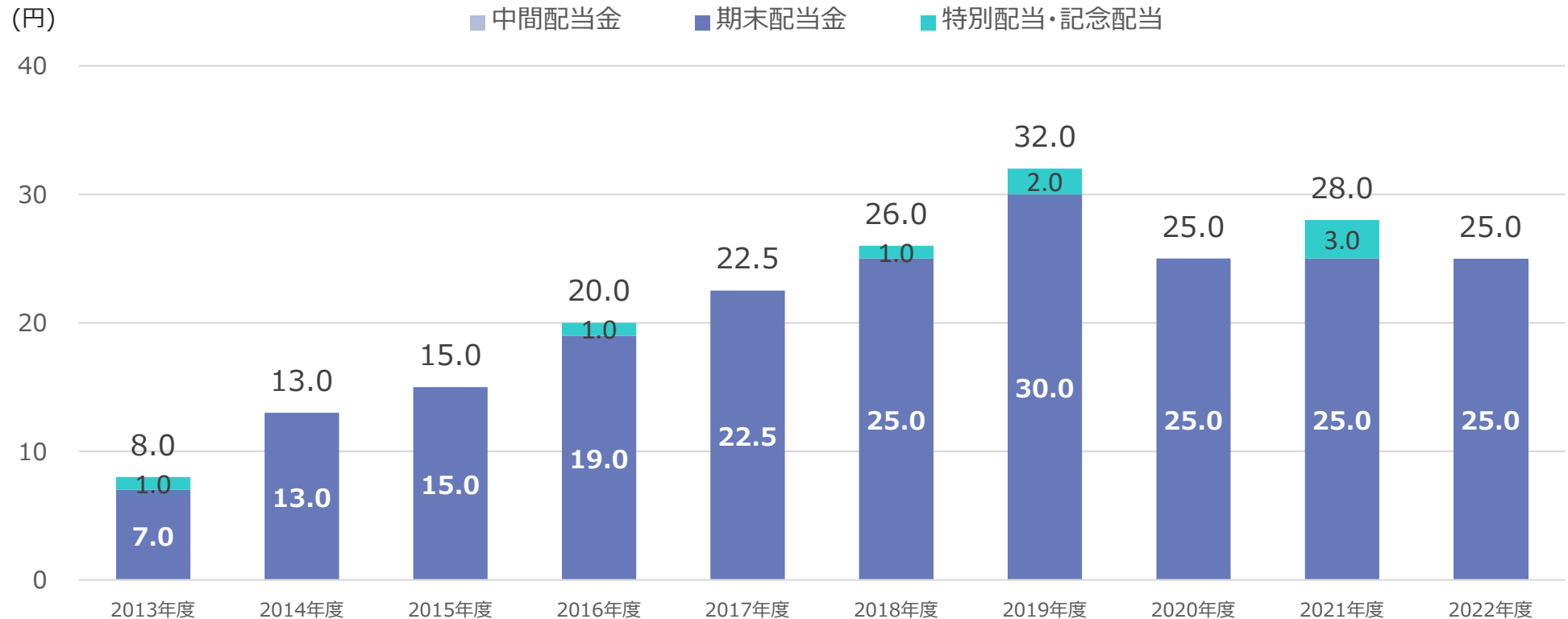
【通期推移】 市場分野別 売上高



(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

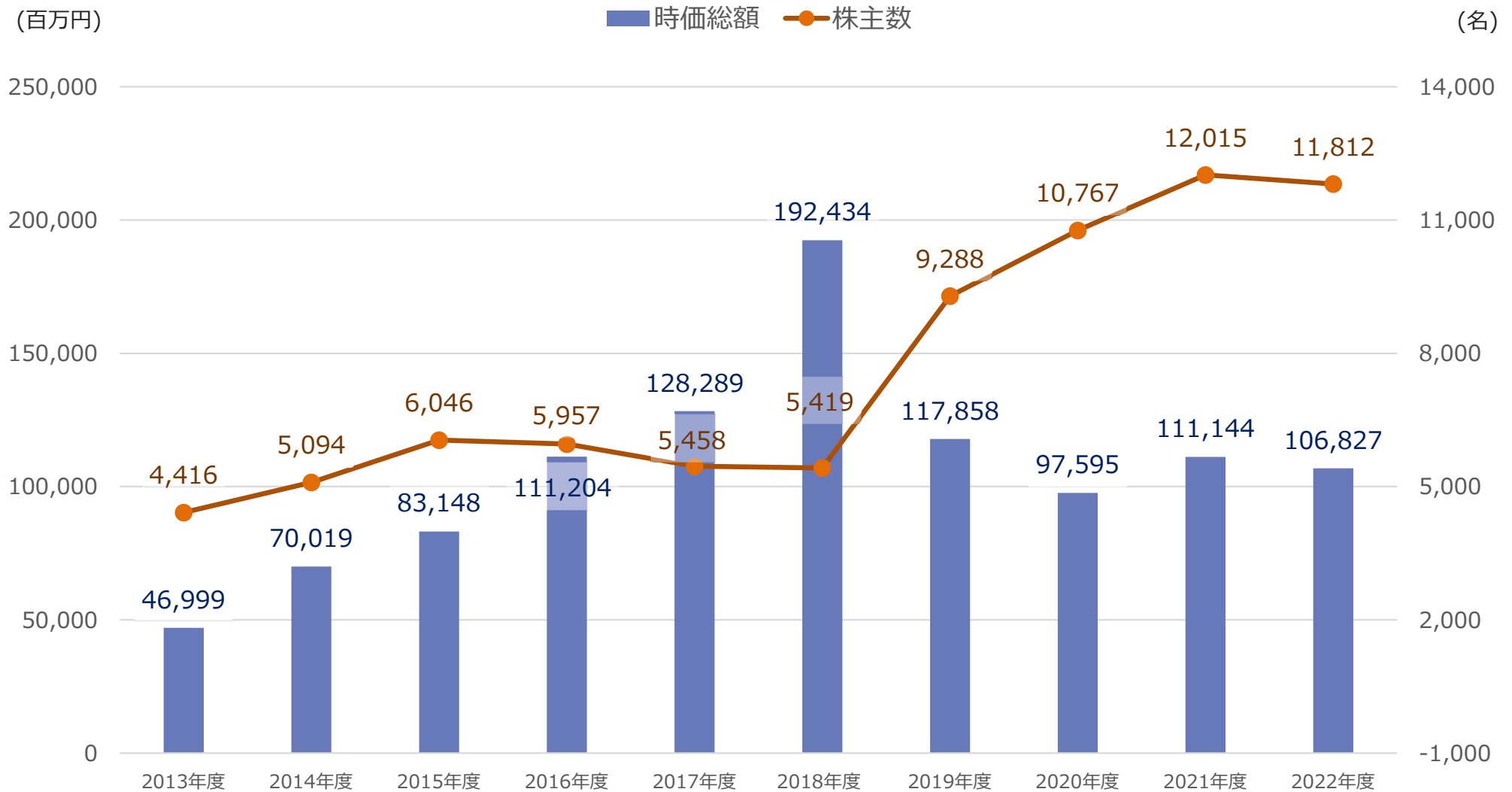
※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2010年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。



自己株式取得
20万株

配当性向	48.4%	45.3%	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%	90.6%	78.2%	124.9%
株価最高値	526.0円	608.0円	966.0円	995.0円	1,324.0円	1,667.5円	1,670.0円	1,031.0円	1,148.0円	1,102.0円
株価最安値	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	787.0円	831.0円

【株式情報】時価総額と株主数の推移

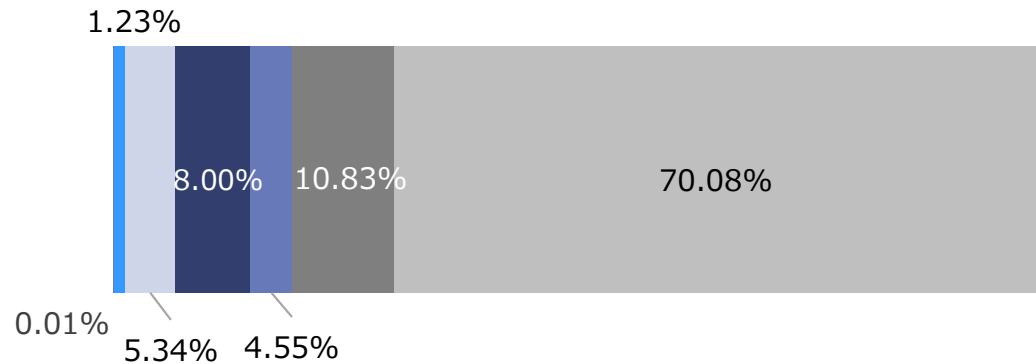


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】株主構成 (2023年2月28日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

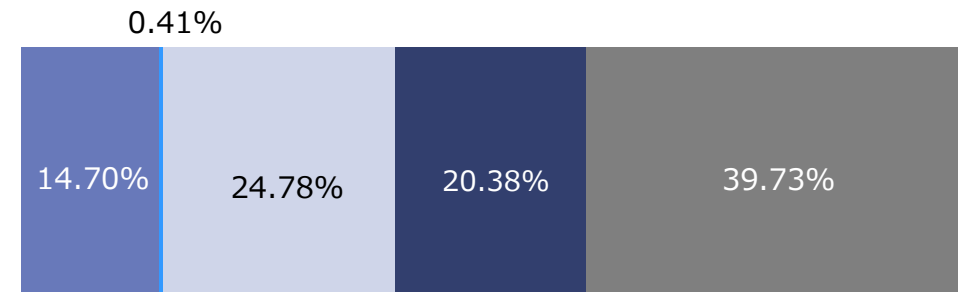
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



100株未満	3,324名	15,314株
100株以上1,000株未満	5,628名	1,480,457株
1,000株以上10,000株未満	2,225名	6,397,628株
10,000株以上50,000株未満	459名	9,538,277株
50,000株以上100,000株未満	81名	5,450,211株
100,000株以上500,000株未満	64名	12,987,502株
500,000株以上	31名	84,027,199株
	11,812名	119,896,588株

■ 所有者別株式の分布状況

- 外国人
- 証券会社
- 金融機関
- その他法人
- 個人・その他



外国人	200名	17,628,268株
証券会社	24名	494,202株
金融機関	23名	29,704,580株
その他法人	156名	24,432,449株
個人・その他	11,409名	47,637,089株
	11,812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。

4. 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 1,109億28百万円(2022年度)
従業員数 (2023年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,406名(契約社員含む)
 連結1,896名(正社員) 単体1,272名(正社員)

連結子会社 6社 (2023年3月1日現在)

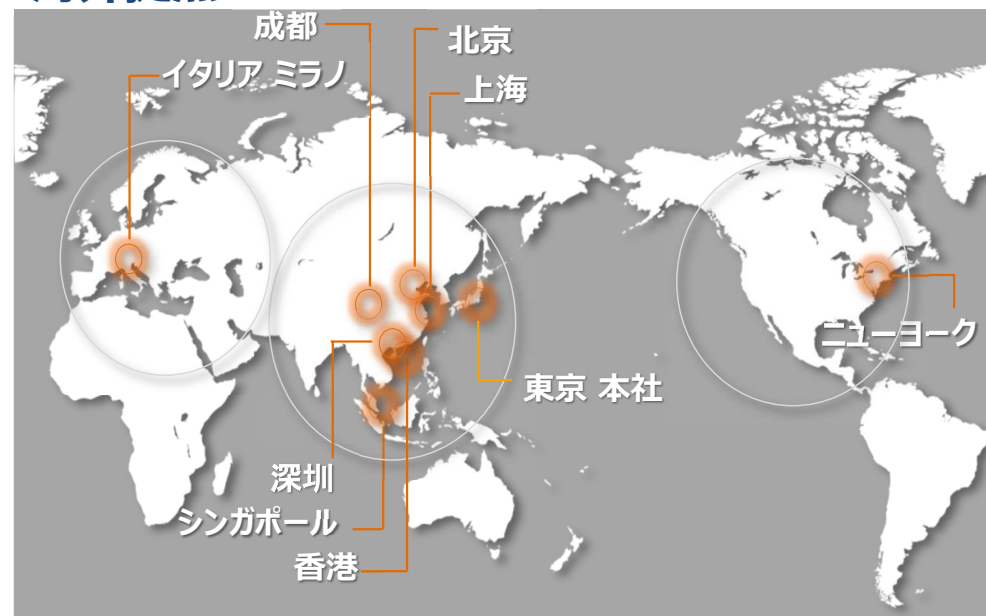
事業内容

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

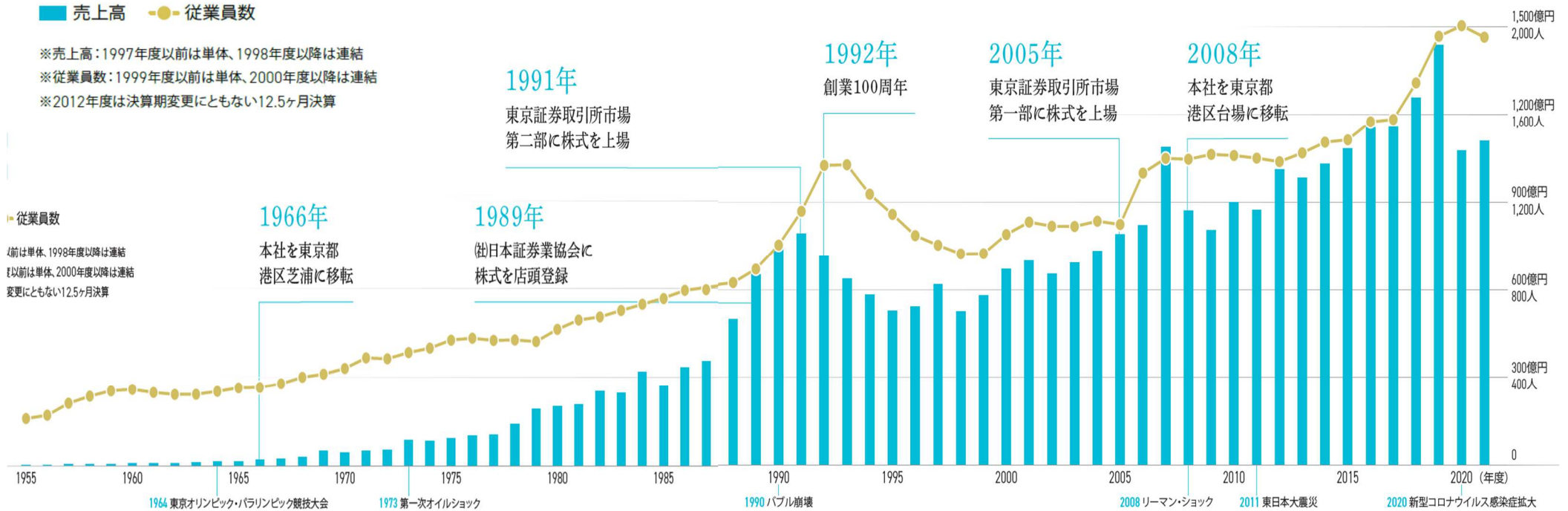
国内拠点



海外拠点



乃村工藝社の歴史



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



両国国技館菊人形「十二段返し」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



高島屋大阪店の店頭装飾 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

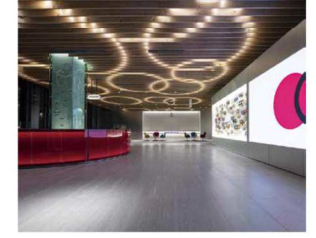


東京ソラマチ® 2012年

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

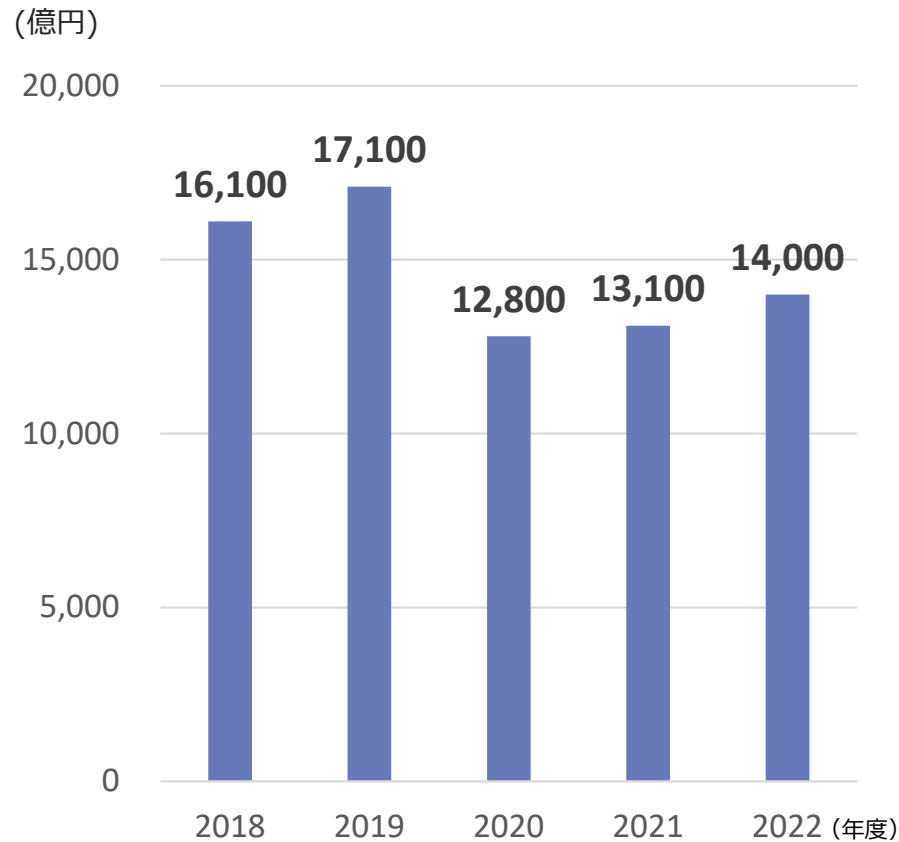


日本オリンピックミュージアム (電通・乃村工藝社・電通ライブ コンソーシアム) 2019年

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

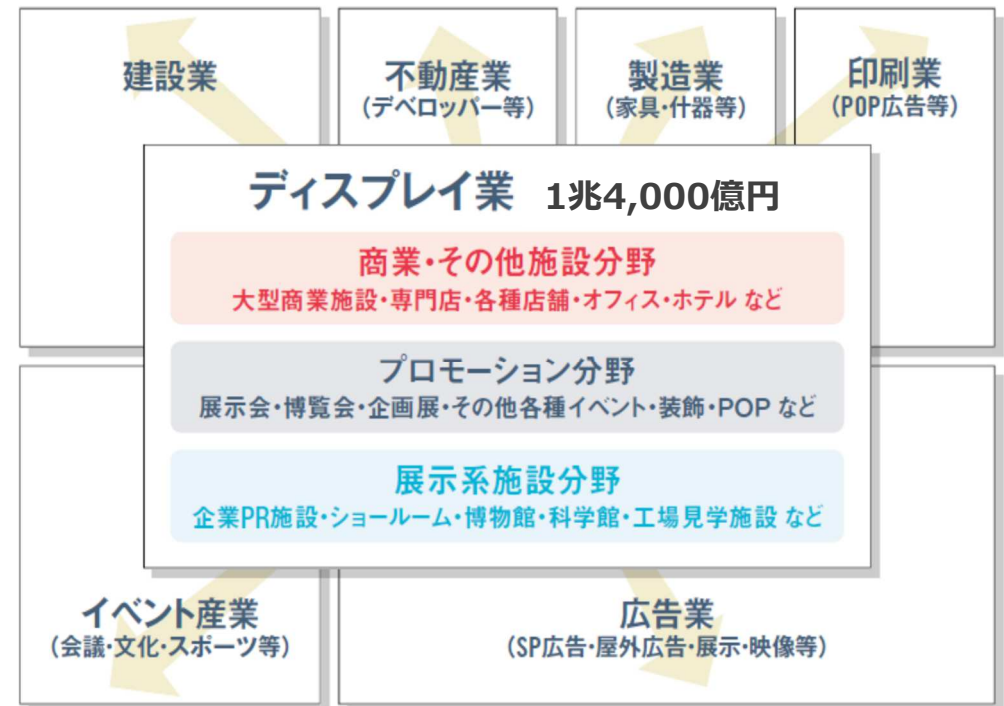
新型コロナウイルス感染症の影響により、
2022年度は約1兆4,000億円と推定



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】

2011年度				2016年度				2021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	115,561	15.4%	1	乃村工藝社	111,081	17.2%
2	丹青社	52,049	8.9%	2	丹青社	70,781	9.4%	2	丹青社	62,714	9.7%
3	スペース	32,970	5.7%	3	スペース	49,243	6.6%	3	三井デザインテック	47,254	7.3%
4	J.フロント建装	29,261	5.0%	4	ラックランド	34,954	4.7%	4	スペース	42,408	6.6%
5	ジーク	26,086	4.5%	5	高島屋スペースクリエイツ	34,520	4.6%	5	ラックランド	35,887	5.6%
6	三井デザインテック	21,184	3.6%	6	J.フロント建装	33,624	4.5%	6	セレスポ	27,012	4.2%
7	エイムクリエイツ	20,834	3.6%	7	三井デザインテック	32,749	4.4%	7	J.フロント建装	23,275	3.6%
8	船場	20,169	3.5%	8	シミズオクト	32,448	4.3%	8	ウチダエスコ	21,105	3.3%
9	バウハウス丸栄	19,822	3.4%	9	ジーク	32,429	4.3%	9	船場	19,271	3.0%
10	高島屋スペースクリエイツ	19,075	3.3%	10	三越伊勢丹プロパティデザイン	30,007	4.0%	10	パルコスペースシステムズ	18,142	2.8%
上位30社の売上合計		582,384	100.0%	上位30社の売上合計		749,871	100.0%	上位30社の売上合計		645,282	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131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

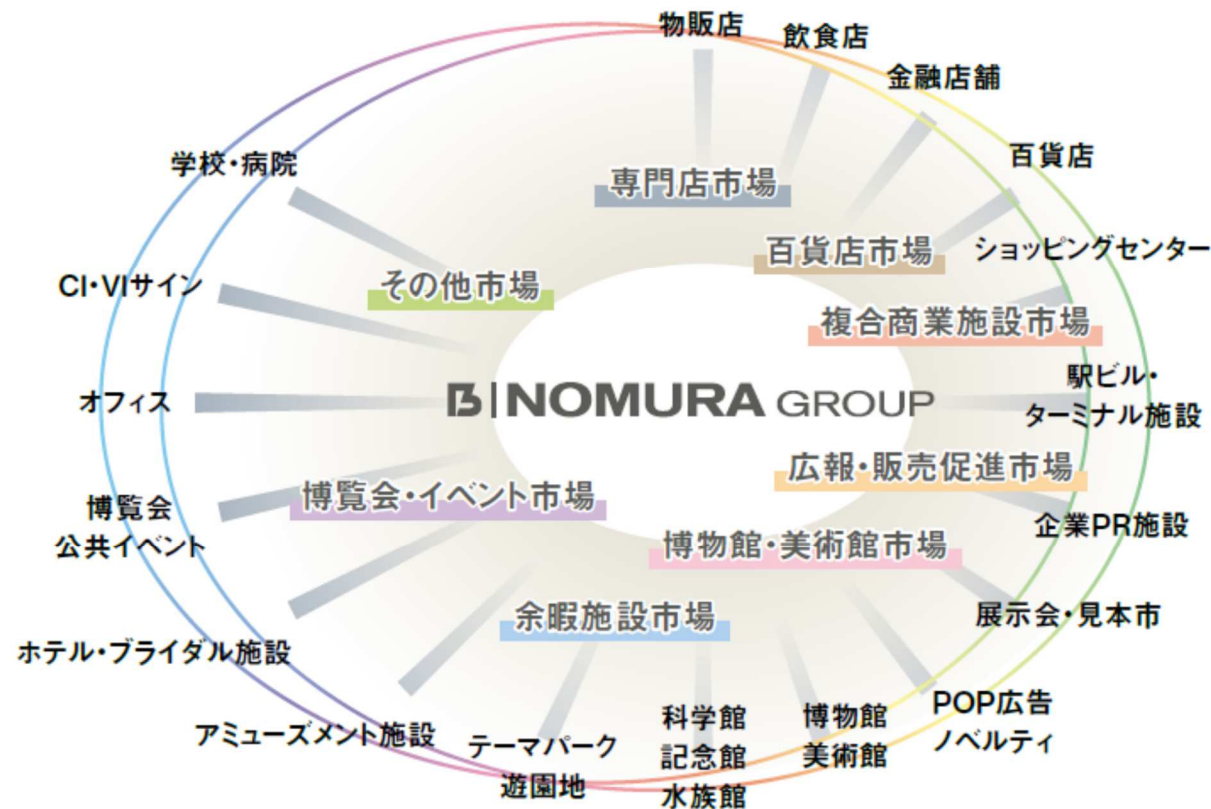
デザイン
・設計

3

制作・施工

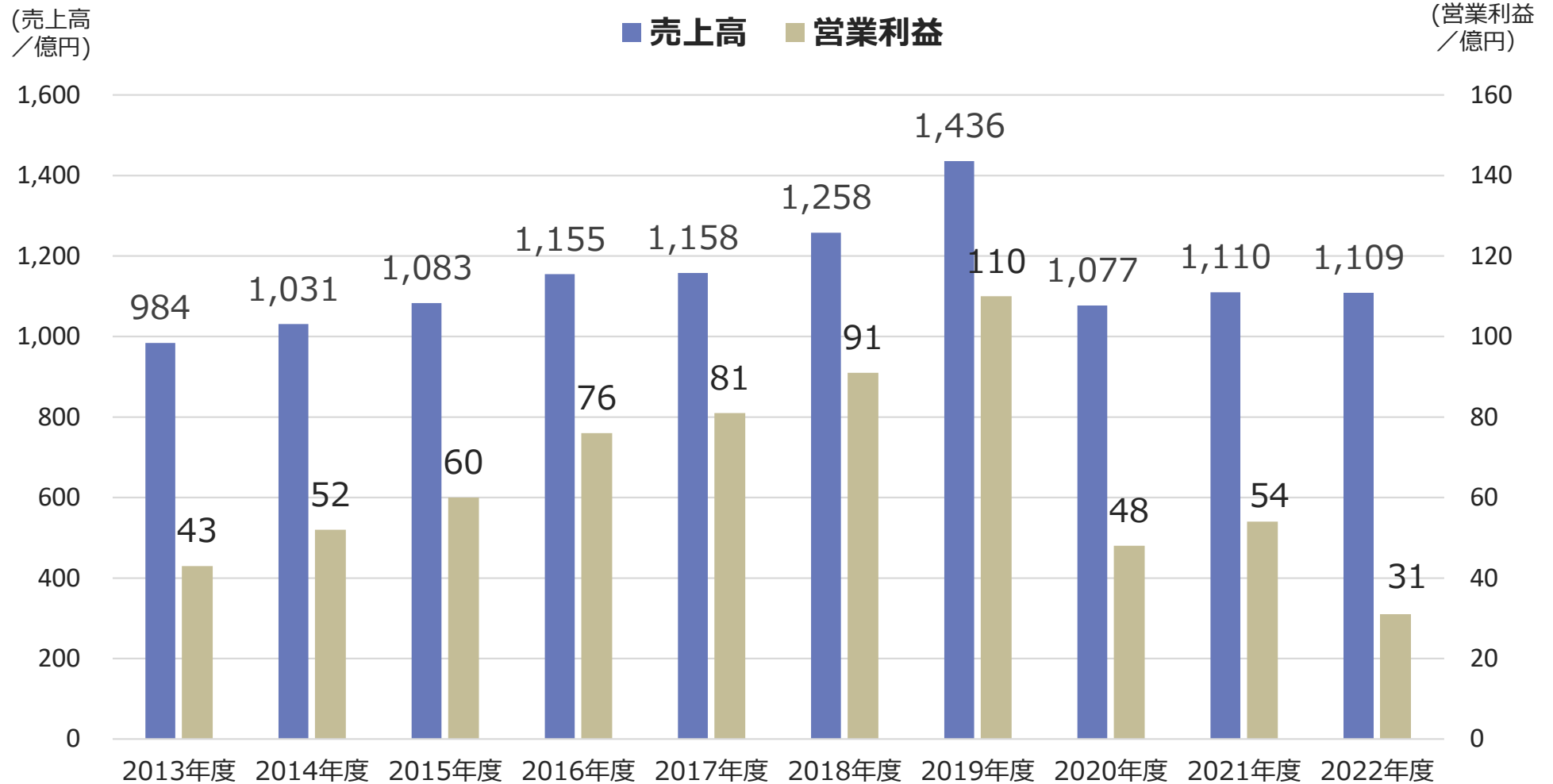
4

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

通期業績の推移



■ 2012年5月
東京スカイツリー開業

■ 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

■ 2016年 訪日外国人が
初めて2,000万人を突破

■ 2020年
新型コロナウイルス
感染症拡大

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**
- ・連結子会社 **6社**(2023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 **601名**
- ・一級建築士 **126名**
- ・デザインアワード受賞数 **59**

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 **508名**
- ・一級建築施工管理技士 **305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
15,213件

年間の顧客数
2,938社

継続顧客の比率
80.0%

各業界の主要
企業がお客様

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)