



2023年度 第1四半期決算説明資料

2023年7月13日

株式会社 **乃村工藝社**

プライム市場 証券コード 9716

1. 2023年度 第1四半期 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

■ 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見られ増収となった。
- ▶ 営業利益は、総利益率が低下したものの、売上高の増加により前年同期に比べ増益となった。

(百万円)	2022年度		2023年度			
	1Q実績	構成比	1Q実績	構成比	前年同期比	
売上高	22,287	100.0%	24,909	100.0%	+2,621	+11.8%
売上総利益	3,806	17.1%	4,039	16.2%	+232	+6.1% (Δ0.9P)
営業利益	64	0.3%	191	0.8%	+126	+197.2% (+0.5P)
経常利益	143	0.6%	263	1.1%	+120	+84.2% (+0.5P)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	137	0.6%	4	0.0%	Δ133	Δ96.9% (Δ0.6P)

■ 売上高・売上総利益

1Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	22,287	100.0%	24,909	100.0%	+2,621	+11.8%
売上総利益	3,806	17.1%	4,039	16.2%	+232	+6.1%

- ▶ 売上高は、都市再開発案件が進捗した複合商業施設市場、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などが増加したことにより増加、前年同期に比べ11.8%の増収となった。
- ▶ 売上総利益率は、売上高の増加があったものの、前期からの資材価格の上昇や一部価格競争の影響が継続していること、また当期大型案件の進捗が鈍化したことなどが影響したため、前年同期に比べ0.9ポイント低下の16.2%となった。

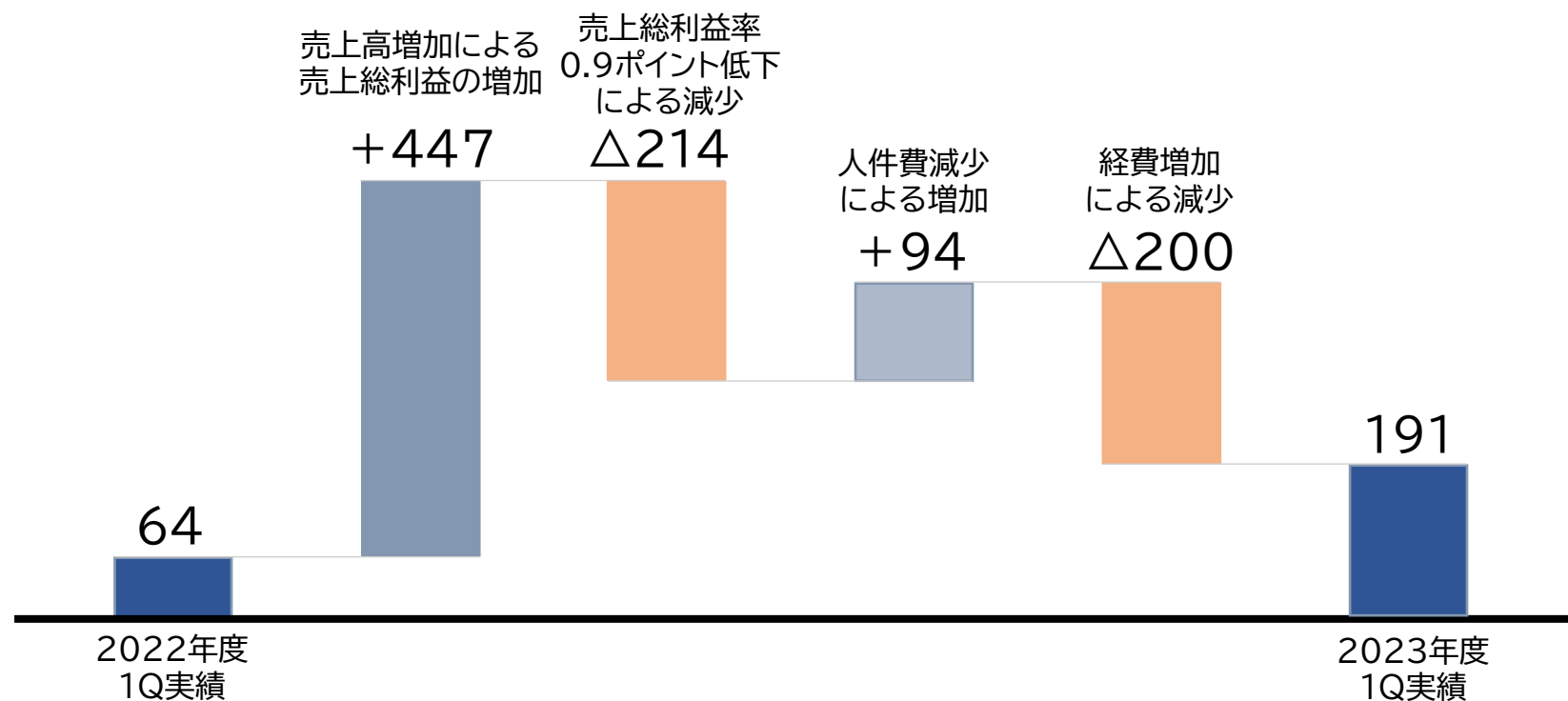
■ 販売管理費

1Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
人件費	2,402	10.8%	2,308	9.3%	△94	△3.9%
経費	1,339	6.0%	1,539	6.2%	+200	+15.0%
販売管理費 計	3,742	16.8%	3,848	15.4%	+106	+2.8%

- ▶ 販売管理費は、人員減による人件費の減少があったものの、営業活動費やシステム関連費用などが増加したことにより経費が増加し、前年同期に比べ2.8%増加した。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

1Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業利益	64	0.3%	191	0.8%	+126	+197.2%



■ 経常利益・四半期純利益

1Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業外損益	78	0.4%	72	0.3%	△6	△7.9%
経常利益	143	0.6%	263	1.1%	+120	+84.2%
特別損益	2	0.0%	—	—	△2	—
税引前 四半期純利益	145	0.7%	263	1.1%	+118	+81.0%
法人税等	8	0.1%	259	1.1%	+251	—
四半期純利益	137	0.6%	4	0.0%	△133	△96.9%

- ▶ 四半期純利益は、税金費用を見積実効税率に基づき算出し、さらに連結決算手続きにおいて、連結子会社から受取配当金を消去した結果、法人税等が増加したため、前年同期に比べ96.9%減少した。

■ 市場分野別の売上高

- ▶ 商業施設分野では、都市再開発の大型案件や駅ビル等の大型商業施設の新装・改装案件が進捗した複合商業施設市場、それにともない海外ブランド、アパレル店舗の新装・改装需要が増加した専門店市場が増収となった。
- ▶ 改装案件の減少により博物館・美術館市場は減収となったが、企業PR施設やショールームの大型案件が進捗した広報・販売促進市場、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が増収となった。

(百万円)	2022年度1Q		売上高 総利益率	2023年度1Q		売上高 総利益率
	金額	前年同期比		金額	前年同期比	
専門店市場	5,702	△ 8.0%	↓ 12.6%	6,310	+10.7%	↑ 13.7%
百貨店・量販店市場	1,338	+76.5%	↓ 17.9%	1,161	△13.2%	↑ 19.3%
複合商業施設市場	2,135	+16.3%	↓ 15.6%	3,365	+57.6%	↑ 17.0%
広報・販売促進市場	2,220	+27.4%	↓ 18.2%	2,588	+16.6%	↑ 21.0%
博物館・美術館市場	2,585	△36.2%	↓ 21.6%	2,068	△20.0%	↓ 19.3%
余暇施設市場	2,555	+28.2%	↑ 20.8%	3,499	+36.9%	↓ 13.5%
博覧会・イベント市場	842	+182.9%	↑ 21.5%	1,350	+60.4%	↓ 18.7%
その他市場	4,907	+25.6%	↓ 17.1%	4,564	△ 7.0%	↓ 15.5%
合計	22,287	+ 7.2%	↓ 17.1%	24,909	+11.8%	↓ 16.2%

■ 市場分野別の受注高・受注残高

- ▶ 受注高は、海外ブランド・アパレル店舗等の新装・改装が増加した専門店市場、都市再開発案件が堅調な複合商業施設市場、大型案件を受注した博物館・美術館市場が増加したが、前年同期に大型企業PR施設を受注した広報・販売促進市場やその他市場のオフィス案件が減少し、前年同期に比べ5.0%減少となった。
- ▶ 受注残高は、海外ブランド・アパレル店舗の増加に加えモバイル、自動車関連店舗等の大型受注のあった専門店市場、大都市圏の都市再開発案件が増加した複合商業施設市場、大型案件の受注があった博物館・美術館市場、余暇施設市場が増加したことにより、前年同期に比べ36.1%増加となった。

(百万円)	2022年度1Q		2023年度1Q		受注高 前年同期比	受注残高 前年同期比
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	5,256	5,185	7,802	8,271	+48.4%	+59.5%
百貨店・量販店市場	1,261	748	1,260	1,282	△0.1%	+71.4%
複合商業施設市場	2,727	3,252	3,804	9,299	+39.5%	+185.9%
広報・販売促進市場	8,086	7,519	3,180	5,880	△60.7%	△21.8%
博物館・美術館市場	3,175	5,654	6,934	8,173	+118.4%	+44.5%
余暇施設市場	4,004	13,184	2,962	19,477	△26.0%	+47.7%
博覧会・イベント市場	842	344	1,546	950	+82.4%	+175.8%
その他市場	7,434	9,642	3,668	8,622	△50.7%	△10.6%
合 計	32,794	45,531	31,160	61,958	△5.0%	+36.1%

2023年度 通期業績見通し

- ▶ 上期は、引き続き資材価格上昇や価格競争の影響が考えられるが、下期以降は受注環境の回復から徐々に利益面が改善される見込み。
- ▶ 2025年の大阪・関西万博以降の成長維持のための投資を織り込んだ業績予想としている。

(百万円)	2022年度		2023年度(予想)		前年増減	
	2Q	通期	2Q	通期	2Q	通期
売上高	47,484	110,928	53,000	120,000	5,515 +11.6%	9,071 +8.2%
営業利益	1,040	3,113	1,250	4,100	209 +20.1%	986 +31.7%
経常利益	1,141	3,246	1,300	4,150	158 +13.9%	903 +27.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	830	2,229	855	2,740	24 +3.0%	510 +22.9%
1株当たり配当金	—	25.00円	—	25.00円	—	—
1株当たり当期純利益	7.46円	20.02円	7.68円	24.61円	+0.22円	+4.59円

1. 2023年度 第1四半期 決算概要

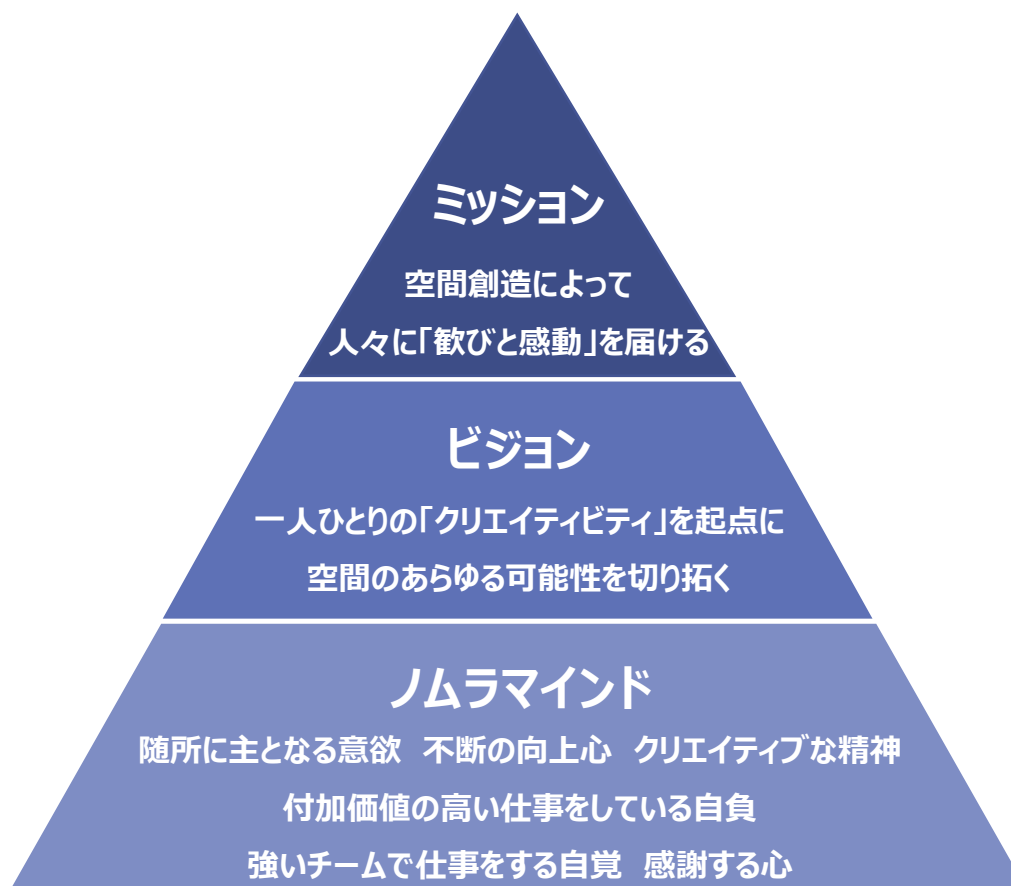
2. 今後の展開について

3. 補足資料 / 会社概要

経営ビジョン

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

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

<2025年度 財務目標>

売上高	1,300億円以上
営業利益	78億円以上
営業利益率	6.0%以上
ROE	10.0%超
DOE	6.0%超

3年間で
70億円以上の
「成長投資・資金活用」

2026年以降の
持続的な成長と
企業価値の向上を目指す

投資しないと...

■ 売上高 ● 営業利益

2022年度

2023年度

2024年度

2025年度

2026年度

2027年度

2028年度

~~~~

2032年度

1. 2023年度 第1四半期 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

## ■ 四半期別 業績前年比較推移

| (百万円)      | 2022年度 |        |        |        | 2023年度        |    |    |    |
|------------|--------|--------|--------|--------|---------------|----|----|----|
|            | 1Q     | 2Q     | 3Q     | 4Q     | 1Q            | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高        | 22,287 | 25,196 | 29,361 | 34,082 | <b>24,909</b> |    |    |    |
| 売上総利益      | 3,806  | 4,533  | 4,576  | 5,419  | <b>4,039</b>  |    |    |    |
| (売上総利益比率)  | 17.1%  | 18.1%  | 15.6%  | 15.9%  | <b>16.2%</b>  |    |    |    |
| 販管費及び一般管理費 | 3,742  | 3,576  | 3,795  | 4,127  | <b>3,848</b>  |    |    |    |
| (販売管理費比率)  | 16.8%  | 14.2%  | 12.9%  | 12.1%  | <b>15.4%</b>  |    |    |    |
| 営業利益       | 64     | 976    | 781    | 1,291  | <b>191</b>    |    |    |    |
| (営業利益率)    | 0.3%   | 3.9%   | 2.7%   | 3.8%   | <b>0.8%</b>   |    |    |    |
| 営業外収益      | 78     | 21     | 10     | 22     | <b>76</b>     |    |    |    |
| 営業外費用      | —      | —      | —      | —      | <b>3</b>      |    |    |    |
| 経常利益       | 143    | 998    | 791    | 1,314  | <b>263</b>    |    |    |    |
| (経常利益率)    | 0.6%   | 4.0%   | 2.7%   | 3.9%   | <b>1.1%</b>   |    |    |    |
| 特別利益       | 6      | —      | 3      | —      | <b>—</b>      |    |    |    |
| 特別損失       | 3      | 0      | △0     | 12     | <b>—</b>      |    |    |    |
| 税引前四半期純利益  | 145    | 998    | 795    | 1,301  | <b>263</b>    |    |    |    |
| 四半期純利益     | 137    | 692    | 536    | 863    | <b>4</b>      |    |    |    |
| (四半期純利益率)  | 0.6%   | 2.7%   | 1.8%   | 2.5%   | <b>0.0%</b>   |    |    |    |



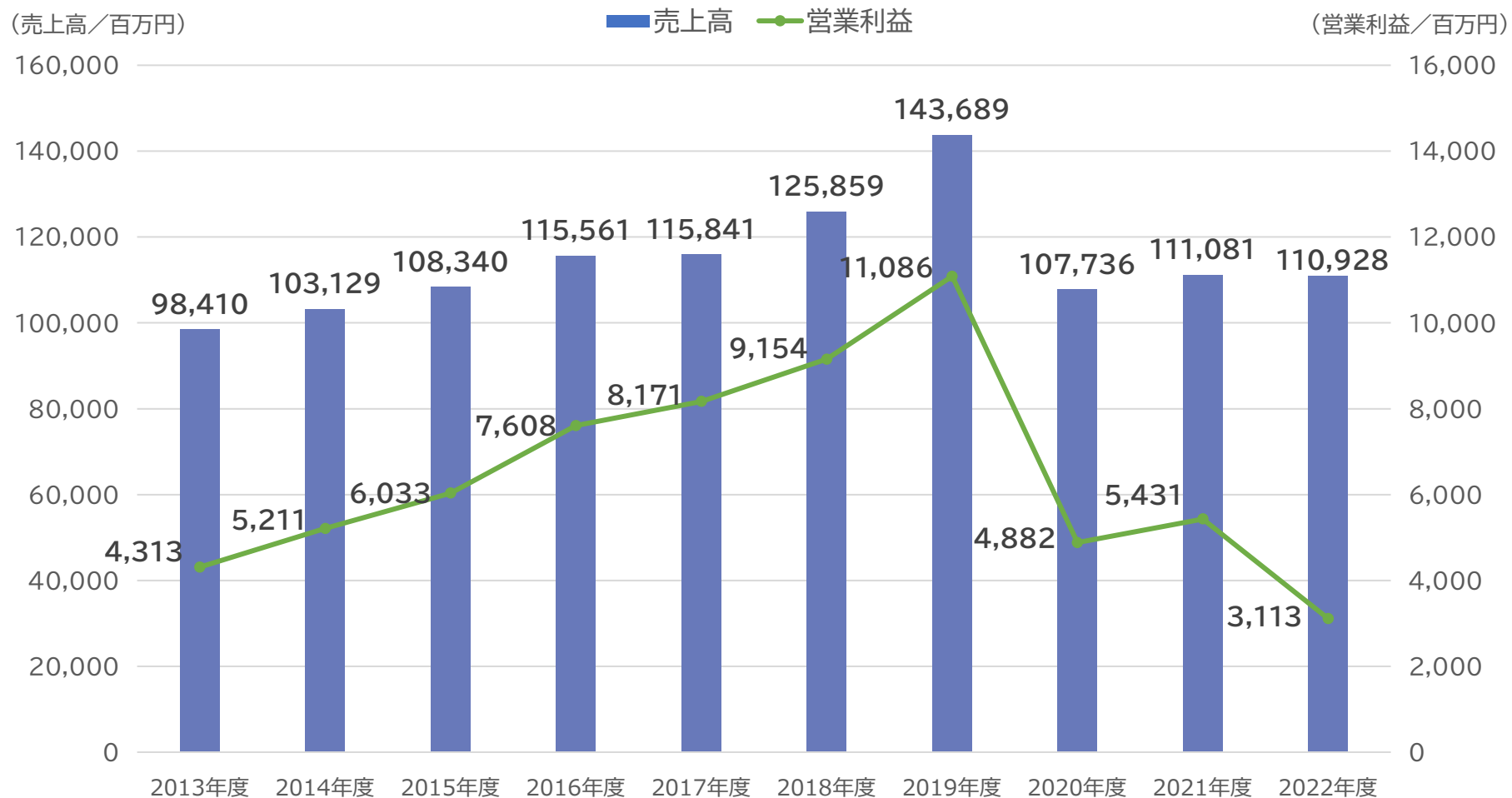
## ■ 連結貸借対照表

| (百万円)    | 2022年度末 |        | 2023年度1Q |        |       | ポイント                        |
|----------|---------|--------|----------|--------|-------|-----------------------------|
|          | 金額      | 構成比    | 金額       | 構成比    | 前期末比  |                             |
| 流動資産     | 64,713  | 81.8%  | 59,621   | 80.7%  | △7.9% | 売上債権の回収等により50億92百万円減少。      |
| 有形固定資産   | 7,506   | 9.5%   | 7,467    | 10.1%  | △0.5% |                             |
| 無形固定資産   | 2,202   | 2.8%   | 2,091    | 2.8%   | △5.1% |                             |
| 投資その他の資産 | 4,716   | 5.9%   | 4,724    | 6.4%   | +0.2% |                             |
| 資産合計     | 79,138  | 100.0% | 73,904   | 100.0% | △6.6% |                             |
| 流動負債     | 24,962  | 31.5%  | 22,806   | 30.9%  | △8.6% | 仕入債務および税金の支払いにより21億56百万円減少。 |
| 固定負債     | 5,157   | 6.6%   | 4,841    | 6.5%   | △6.1% | 退職金の支払いにより3億16百万円減少。        |
| 負債合計     | 30,120  | 38.1%  | 27,647   | 37.4%  | △8.2% |                             |
| 純資産合計    | 49,018  | 61.9%  | 46,257   | 62.6%  | △5.6% | 配当金の支払い等により27億60百万円減少       |
| 負債・純資産合計 | 79,138  | 100.0% | 73,904   | 100.0% | △6.6% |                             |

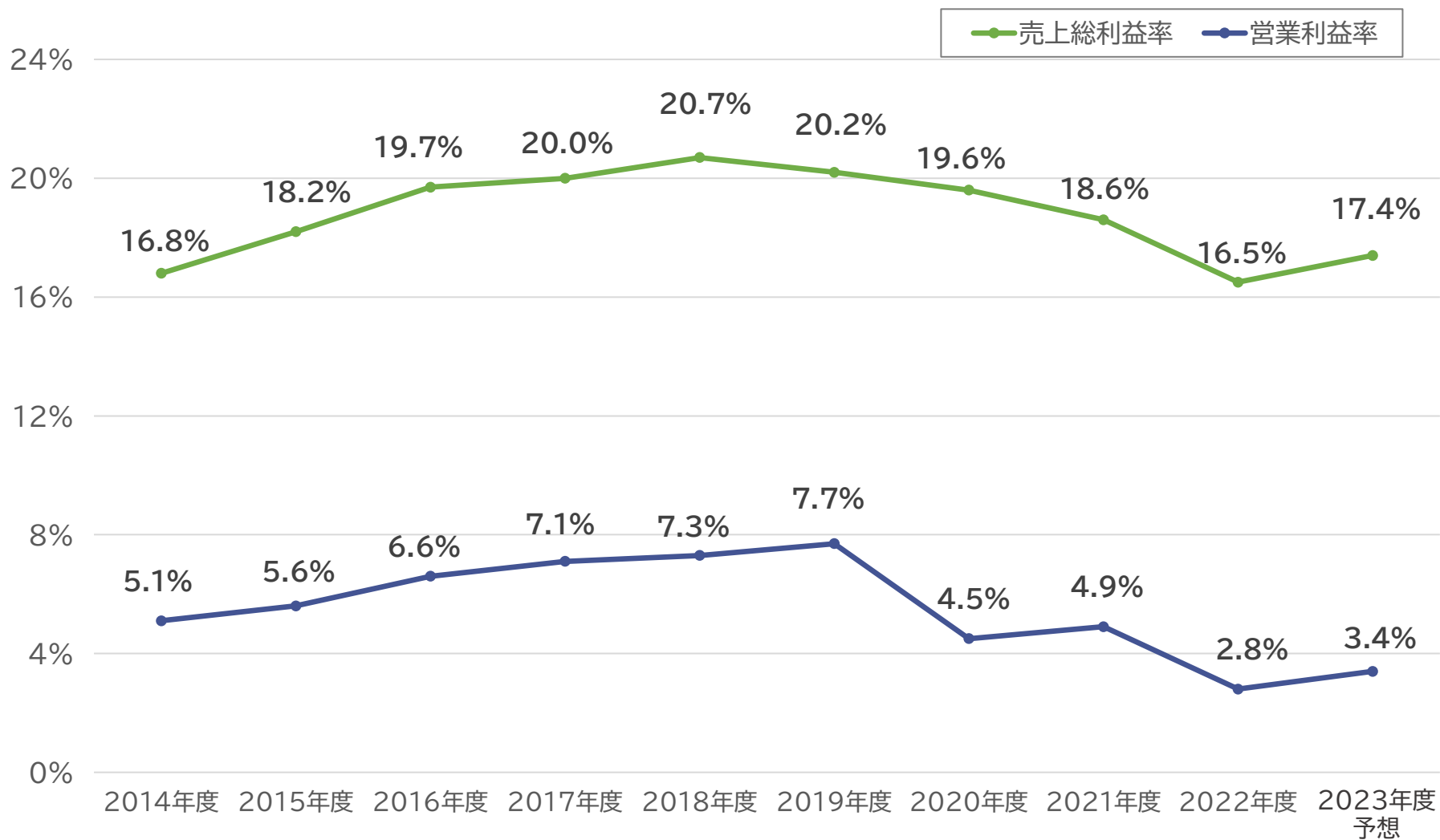
## ■ 四半期別 市場分野別 売上高

| (百万円)      | 2022年度 |        |        |        | 2023年度 |    |    |    |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|----|
|            | 1Q     | 2Q     | 3Q     | 4Q     | 1Q     | 2Q | 3Q | 4Q |
| 専門店市場      | 5,702  | 6,002  | 7,410  | 6,919  | 6,310  |    |    |    |
| 百貨店・量販店市場  | 1,338  | 955    | 2,137  | 2,132  | 1,161  |    |    |    |
| 複合商業施設市場   | 2,135  | 2,560  | 2,291  | 4,291  | 3,365  |    |    |    |
| 広報・販売促進市場  | 2,220  | 1,943  | 2,763  | 2,864  | 2,588  |    |    |    |
| 博物館・美術館市場  | 2,585  | 2,600  | 2,630  | 1,603  | 2,068  |    |    |    |
| 余暇施設市場     | 2,555  | 3,429  | 5,377  | 5,343  | 3,499  |    |    |    |
| 博覧会・イベント市場 | 842    | 705    | 1,373  | 1,664  | 1,350  |    |    |    |
| その他市場      | 4,907  | 6,999  | 5,376  | 9,263  | 4,564  |    |    |    |
| 合 計        | 22,287 | 25,196 | 29,361 | 34,082 | 24,909 |    |    |    |

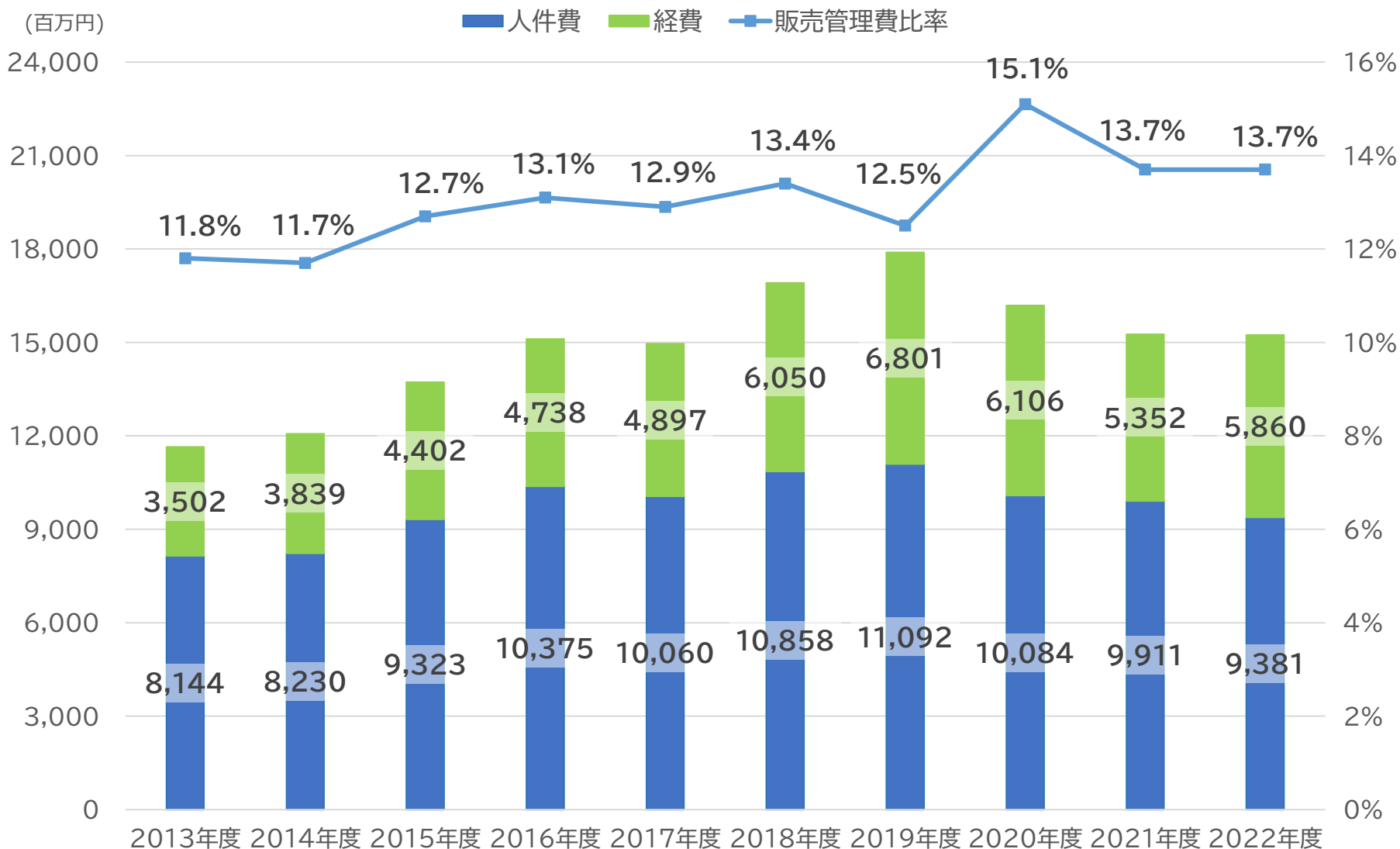
## ■【10カ年推移】通期業績



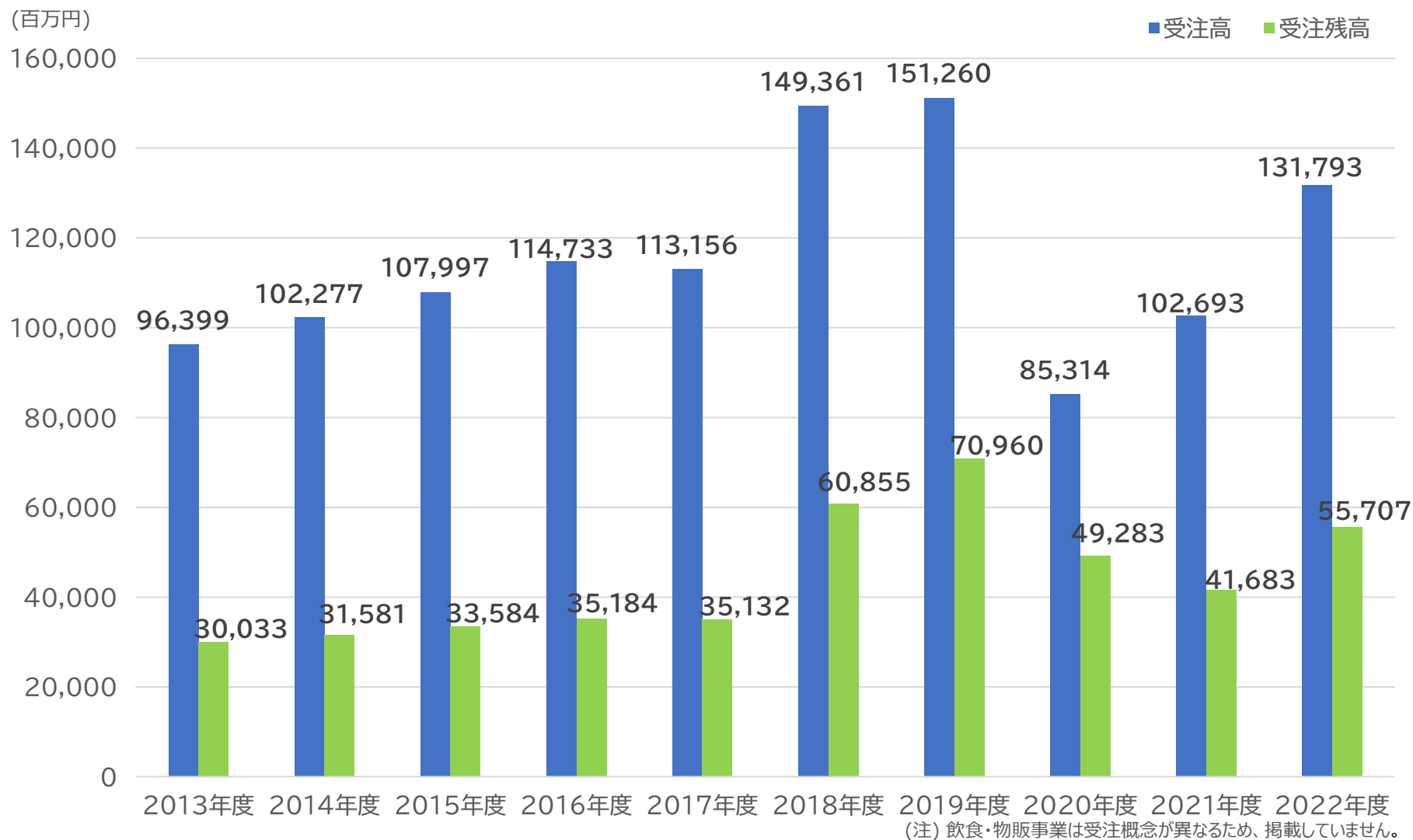
## ■【10カ年推移】 売上総利益率・営業利益率



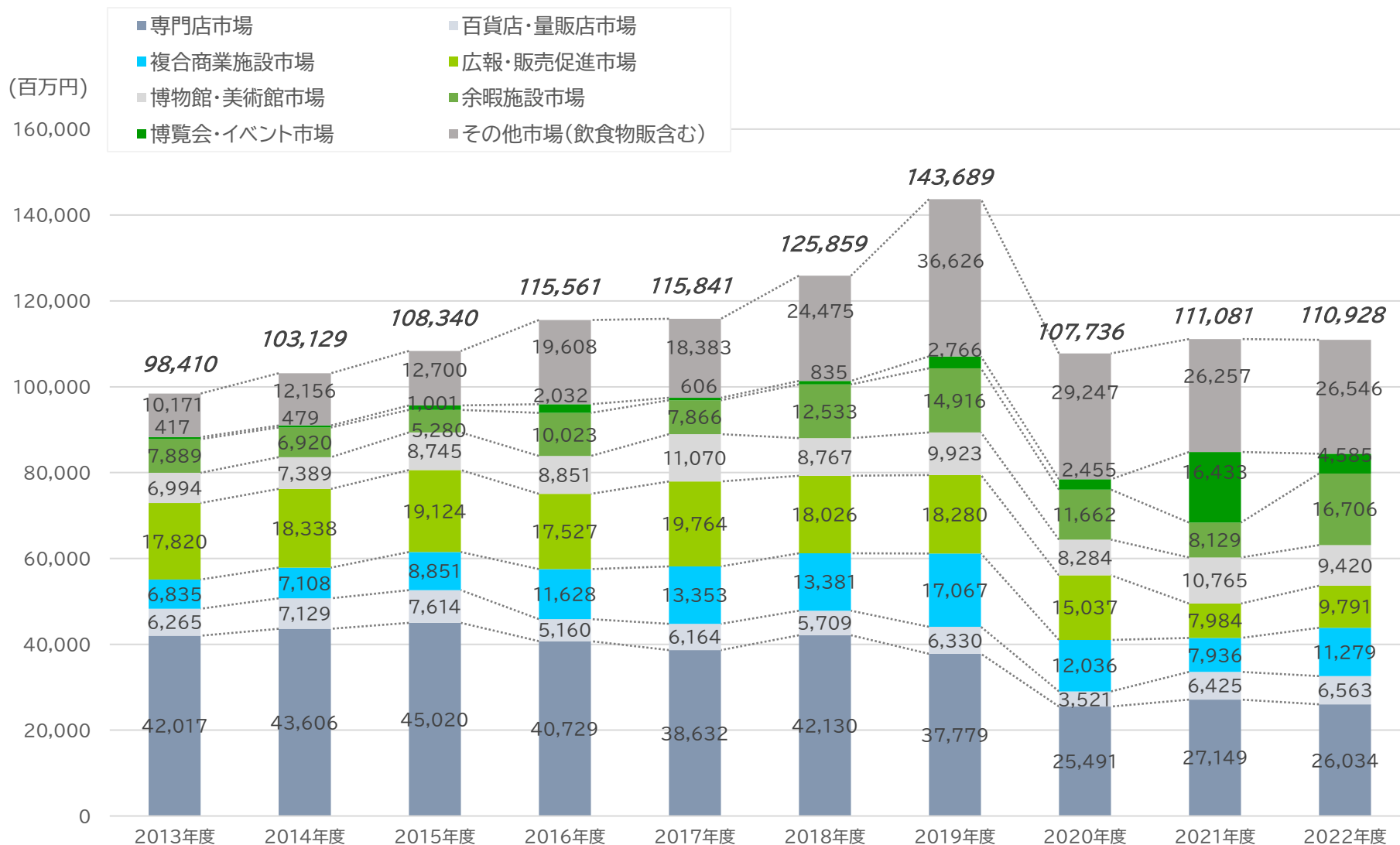
## 【10カ年推移】 販売管理費・販売管理費比率



## ■【10カ年推移】受注高・受注残高



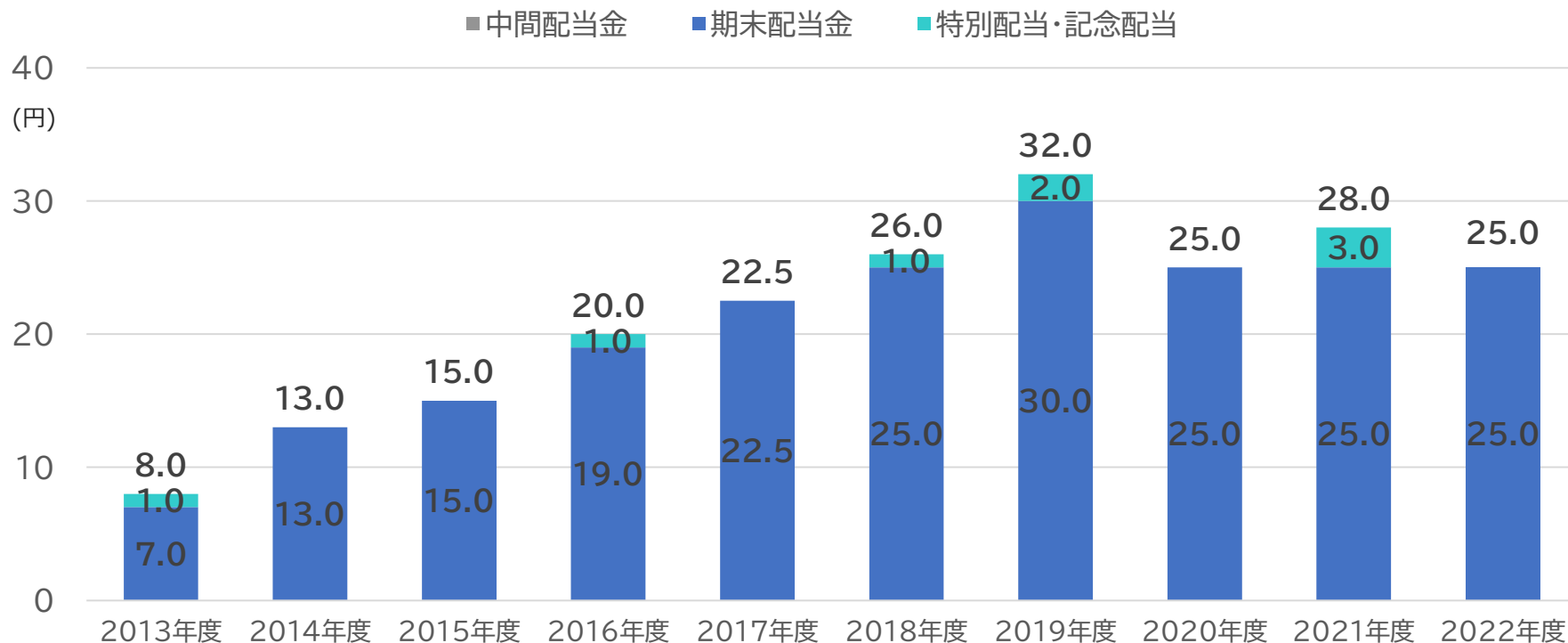
## 【10カ年推移】市場分野別 売上高



(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2013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

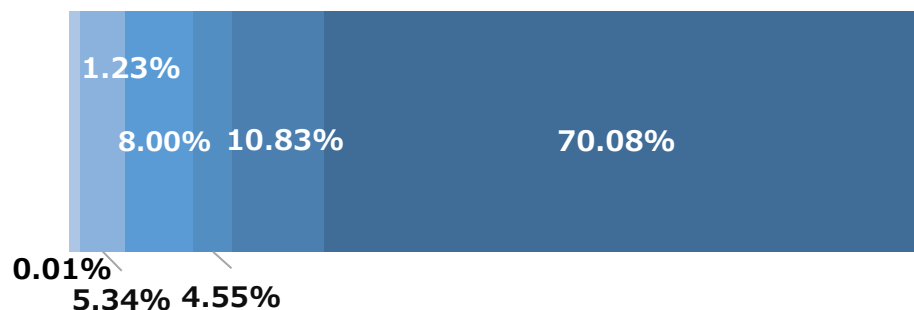


※各年度末における時価総額、株主数

## 【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

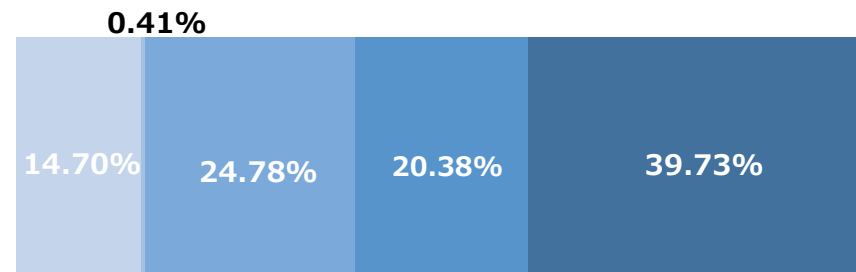
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



|                      |                |                     |
|----------------------|----------------|---------------------|
| 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         |
|                      | <b>11,812名</b> | <b>119,896,588株</b> |

### ■ 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         |
|        | <b>11,812名</b> | <b>119,896,588株</b> |

(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。

## ■ 経営理念

# Management Philosophy

 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

## 人間尊重



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。

## 新しい価値の創造



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。

## 目指す企業像



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 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)

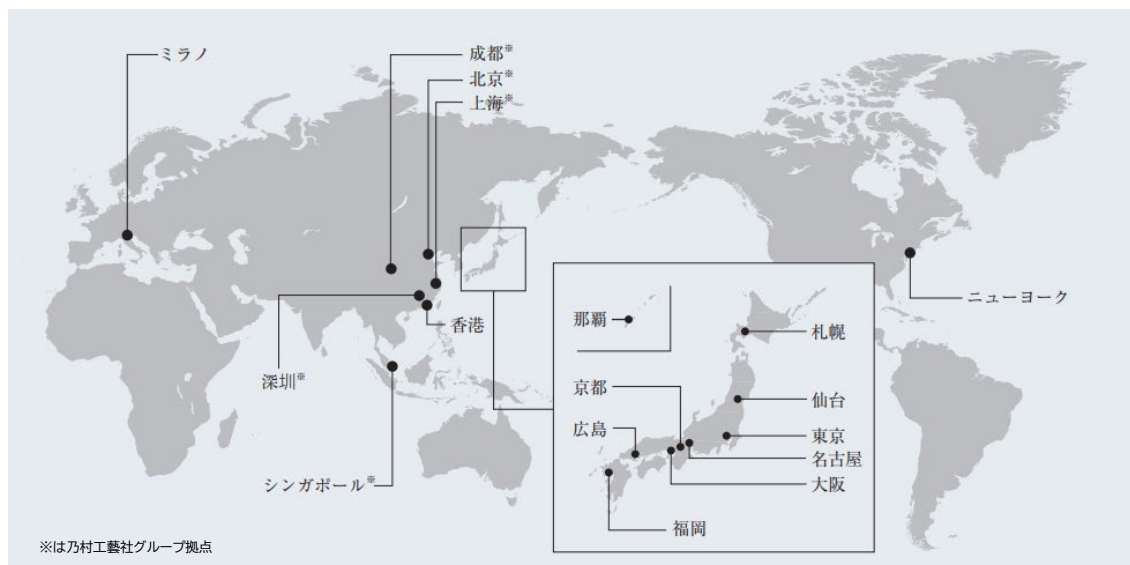
## 事業内容

### 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



## 連結子会社 6社

(2023年3月1日現在)

株式会社ノムラアークス

**NOMURA**  
ARCHS

株式会社ノムラメディアス

**NOMURA**  
medias

株式会社シーズ・スリー

**C's-3**

株式会社六耀社



乃村工藝建築装飾(北京)  
有限公司

**B | NOMURA**

NOMURA Design & Engineering  
Singapore Pte. Ltd.

**B | NOMURA**  
D&E SINGAPORE PTE. LTD.

## ■ 乃村工藝社の歴史

### 昔も今も、人々の喜びと感動を一心に追求する

乃村工藝社の歴史は、1892年の創業後、創業者である乃村泰資が大正時代に国技館で菊人形の大規模な段仕掛けを手掛けたことにさかのぼります。ディスプレイの先駆けとして、当時の人々に喜びと感動を与えた大胆な発想と挑戦力は、多彩なジャンルにステージを拡げて今日に至ります。当社の発展の根底には、チャレンジスピリットと品質へのこだわり、顧客満足を追求するマインドが脈々と流れています。



● 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(大正13年)頃

● 1946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(昭和22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・企業PR館・ショールーム



日本万国博覧会  
1970年(昭和45年)  
写真提供:大阪府

● 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(平成18年)

● 2013年～2022年

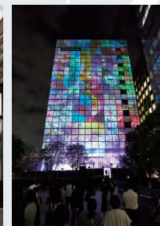
Prosperity Partner

お客さま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



東京ソラマチ®  
2012年(平成24年)  
©TOKYO-SKYTREETOWN



乃村工藝社 創業130周年記念  
プロジェクトマッピング  
2022年(令和4年)



● 2023年～  
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

「しあわせな空間をつくらう」  
—乃村工藝社の一所懸命な人たち—  
『発行』  
2023年(令和5年)



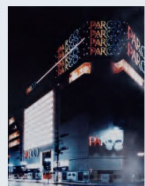
全国産業博覧会(高松博)  
「史伝名勝 讃岐館」  
1928年(昭和3年)



第1回全日本自動車ショー  
1954年(昭和29年)  
写真提供:一社社団法人  
日本自動車工業会



みさき公園「のりものフェア」  
1960年(昭和35年)



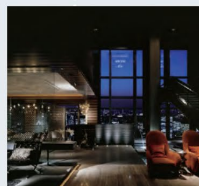
池袋PARCO  
1969年(昭和44年)



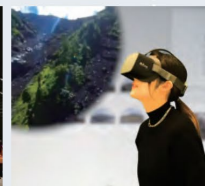
つくば国際科学技術博覧会  
政府館 / 歴史館  
1985年(昭和60年)  
(公財)つくば科学万博記念財団



資生堂バーレー銀座8丁目ショップ  
1997年(平成9年)



マンダリンオリエンタル東京  
メインディング  
2005年(平成17年)



山梨県立富士山世界遺産センター  
2016年(平成28年)

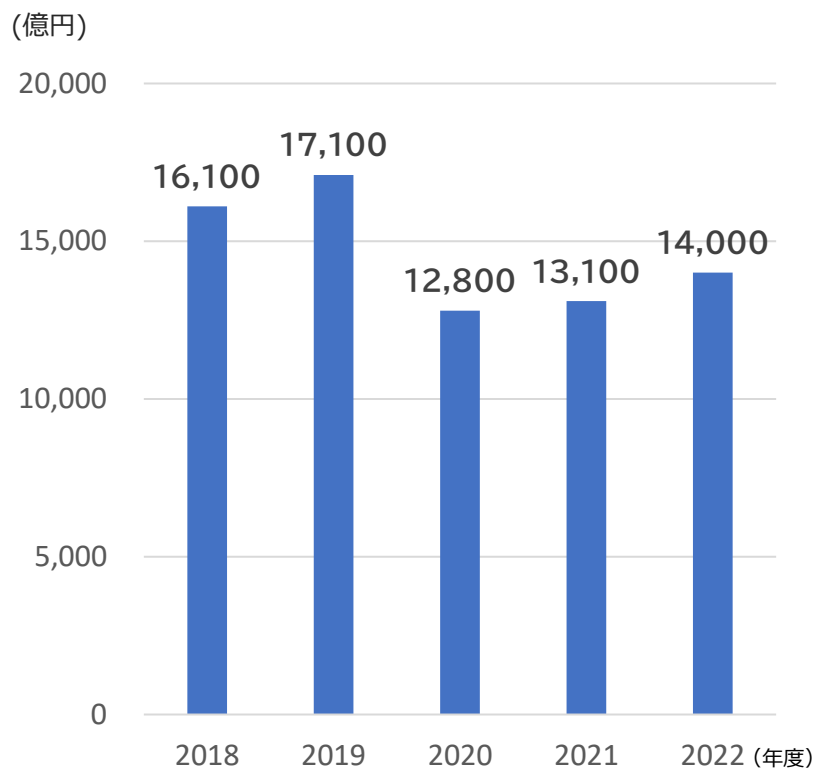


乃村工藝社グループ  
拠点集約プロジェクト  
2021年(令和3年)

## ■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<br>(百万円) | 占有率    | 順位         | 社名                                           | 売上高<br>(百万円) | 占有率    | 順位         | 社名            | 売上高<br>(百万円) | 占有率    |
| 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 <sup>®</sup> <small>PA ティ・デザイン</small> | 30,007       | 4.0%   | 10         | パルコス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。





## ■ 乃村工藝社グループの強み

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

## 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。