

2017年1月期 決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<http://www.tanseisha.co.jp/>

目次

PART 1

会社概要

PART2

- ① 2017年1月期業績概況
- ② セグメント別業績概況

PART3

- ① 中期経営計画の施策の進捗状況
- ② 2018年1月期（中期経営計画最終年度）業績計画
- ③ 今後の見通し

PART1

会社概要

ディスプレイ業とは

日本標準産業分類における定義

主として販売促進、教育啓蒙、情報伝達等の機能を発揮させることを目的として、店舗、博覧会場、催事などの展示等に係る調査、企画、設計、展示、構成、製作、施工監理を一貫して請負い、これら施設の内装、外装、展示装置、機械設備（音響、映像等）などを総合的に構成演出する業務を行う事業所をいう。

当社では…

人と人、人とモノ、人と情報が行き交う空間を「社会交流空間」ととらえ、空間やメディアを有効活用し、魅力ある「社会交流空間」を創造すること。

補 足

日本のディスプレイ業は、日本万国博覧会（1970年）のディスプレイ業務を契機に、ディスプレイ機能を飛躍的に向上させ、社会の発展とともに、“ショーウィンドウから都市計画まで”と言われるほど業務範囲を拡大させている。

ディスプレイ業界の特徴

- ◆市場規模は1兆5,000億円程度（当社のターゲットとなるのは8,000億円程度）
- ◆業務内容が幅広い（あらゆる施設の調査、企画、設計、施工、運営管理）
- ◆特定分野に特化した中小企業が大半を占める（最大手でも市場シェアは10%に満たない）
- ◆景気動向に業績が左右されるケースが多い
- ◆各四半期ごとに利益が積みあがる構造ではない

<売上高の推移>

（単位：百万円）

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
乃村工藝社	101,316	98,410	103,129	108,340	115,000 (計画)
丹青社	53,571	57,074	63,373	67,612	70,781
スペース	36,684	42,235	48,249	51,371	49,243

※あらゆる分野で事業展開を行っている総合ディスプレイ業者は当社と乃村工藝社の2社のみ

丹青社の空間づくりは、創業者 渡辺正治が戦後活気づく百貨店の店内装飾を東京（上野）で手がけたことからスタートしました。
その後もエポックメイキングな空間創造に多数携わりながら、「ここを動かす空間づくり」への取り組みを続けています。

【商号】	株式会社丹青社
【設立】	1959年12月25日
【上場】	東京証券取引所市場第一部（証券コード：9743）
【資本金】	40億26百万円
【従業員数】	1,131名（連結）
【子会社】	9社
【営業拠点】	国内13拠点 海外2拠点（上海・北京）
【事業内容】	総合ディスプレイ業
【決算期】	1月31日

事業区分		事業内容	主要な施設	主要な取引先
ディスプレイ業	商業その他施設事業	商業施設全般（チェーンストア事業に係るものを除く）の内装（設計・施工）	百貨店・大型SC、各種専門店、飲食店、イベント・販促施設、アミューズメント施設、オフィス、ホテル、その他公共施設等	大手百貨店、電鉄会社、自動車メーカー、家電メーカー、住宅関連メーカー、アミューズメント企業等
	チェーンストア事業	チェーン展開型店舗施設の内装（設計・施工）	チェーン展開型の飲食店・アパレルショップ、コンビニエンスストア等	チェーン展開型の飲食店・アパレルショップ、コンビニエンスストア等
	文化施設事業	博物館、美術館、企業ミュージアム等の内装（設計・施工）	博物館、美術館、企業ミュージアム等	中央省庁、各地方自治体等
その他		商業施設の運営・管理 事務サービス インターネット情報サービス		

業務の範囲（提供価値）

丹青社が提供する価値、
それは「空間づくり」による課題解決力です。

空間づくりのあらゆるプロセスをサポート



■ コンサルティング

■ 各種調査

■ プランニング

■ 異業種提携

■ ブランディング

■ プロジェクトマネジメント

■ デザインコンセプト

■ 平面レイアウト

■ 基本・実施設計

■ 設計監理

■ 制作・施工

■ 施設の管理運営

■ 保守、メンテナンス

■ 販促・イベント計画

■ 評価・検証・効果測定

「空間づくり」のプロセスをトータルにサポート
調査・企画からデザイン・設計、制作・施工、運営まで、空間づくりのあらゆるプロセスをサポートしています。
お客様のニーズにあわせてワンストップでプロジェクトの推進をお手伝いすることが可能です。

顧客の抱える課題は様々・・・

集客

売上げ

情報
伝達

P R

コスト
削減

販わい
創出

場の
活用

丹青社は、顧客の課題解決のための
ビジネスパートナーとして、その専門力を発揮しています。
この空間づくりの原資となるのが
デザイン、クリエイティブです。
そして、顧客が抱えている課題を、
「空間づくり」で解決する、お手伝いをしています。

当社の特長・強み

総合ディスプレイ業

- ① あらゆる分野の施設を対象として事業展開を行っている
- ② 「空間づくり」に関するプロセスをトータルでサポートすることが可能

空間づくりを支える技術力

- ① プランナー・デザイナー 237名
- ② 制作職 382名
(内、一級建築士59名、一級施工管理技士209名)

空間づくりを支える協力会社群

- ① 継続取引会社 約1,500社
- ② パートナー協力会社 248社 (2017年1月現在)

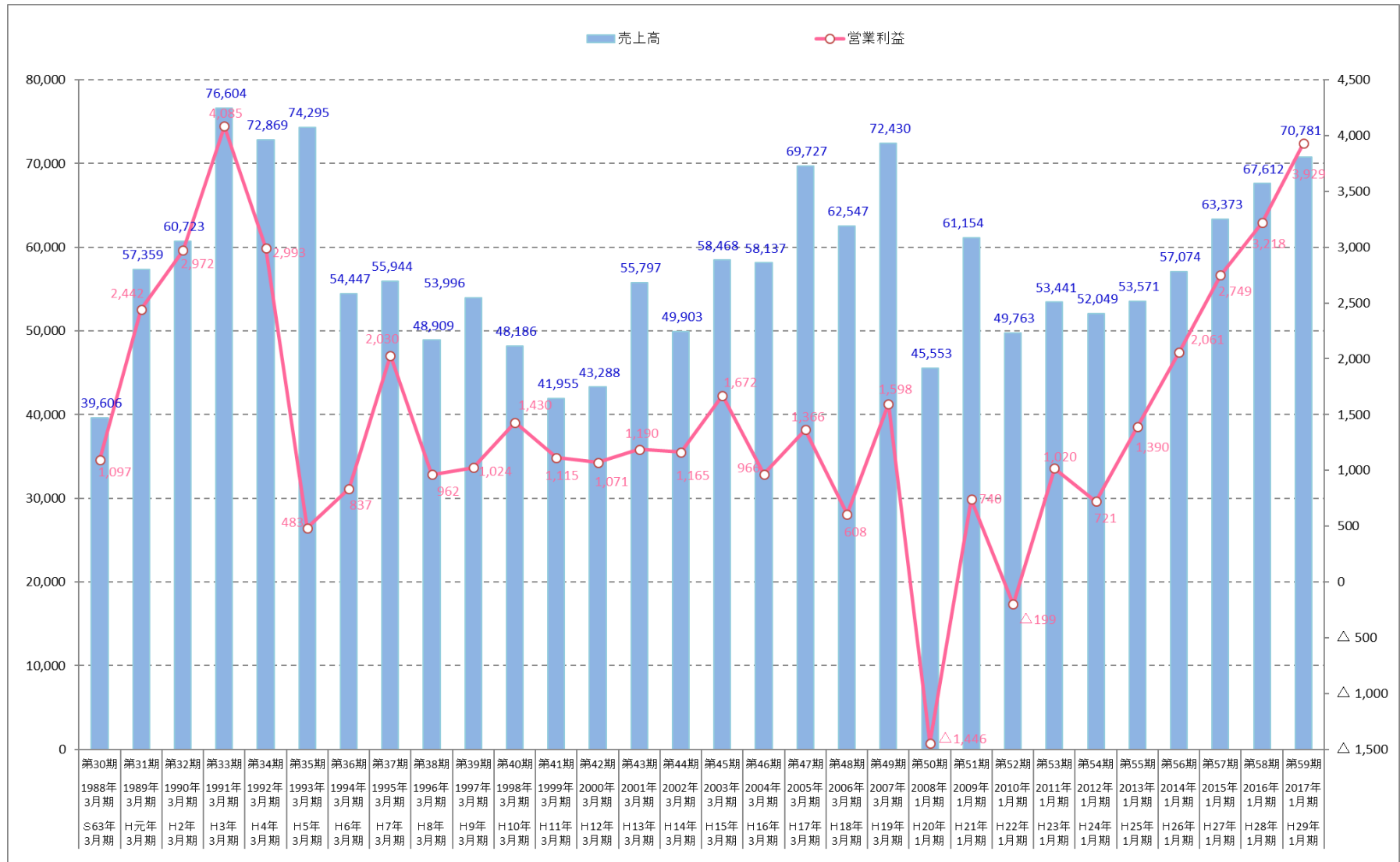
事業上の特長

- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)

業績の推移① (連結売上高および営業利益の推移)

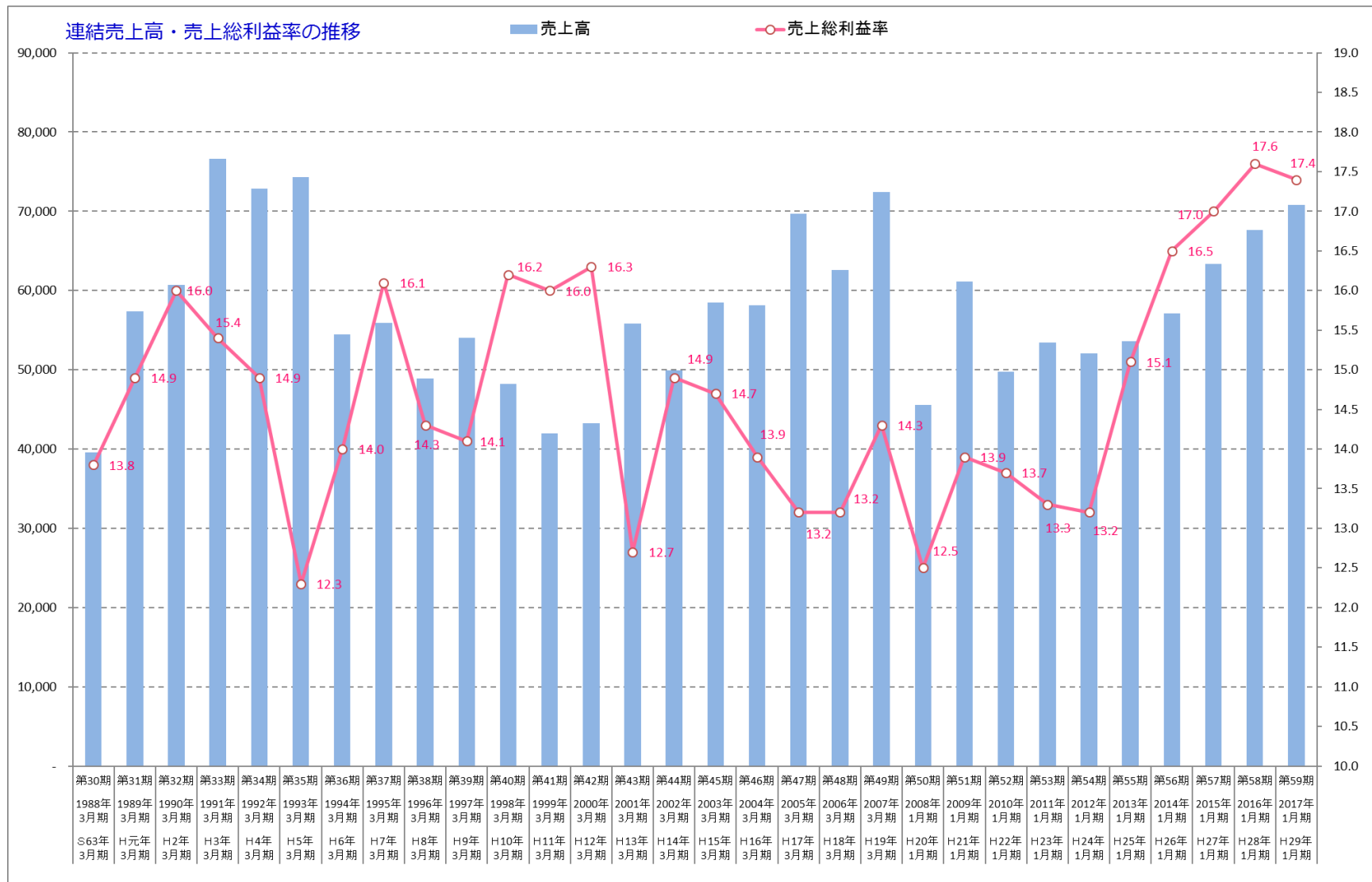
(百万円)

(百万円)



業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)

(単位：百万円，%)

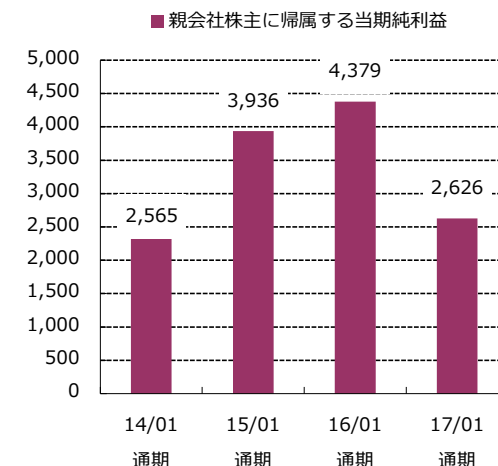
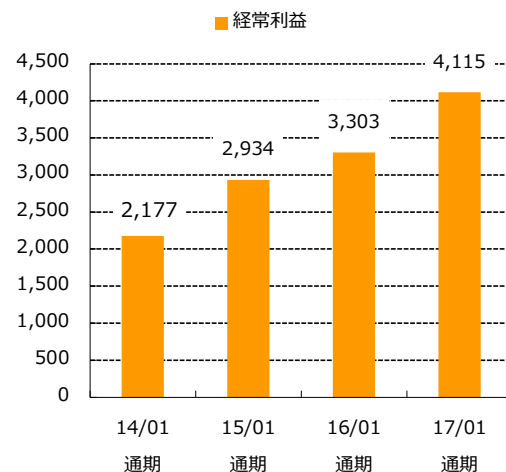
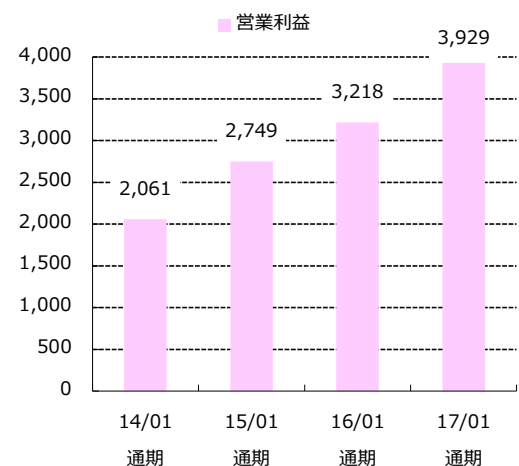
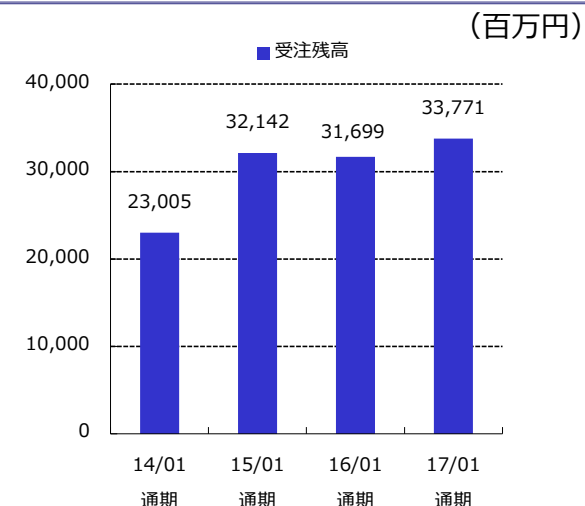
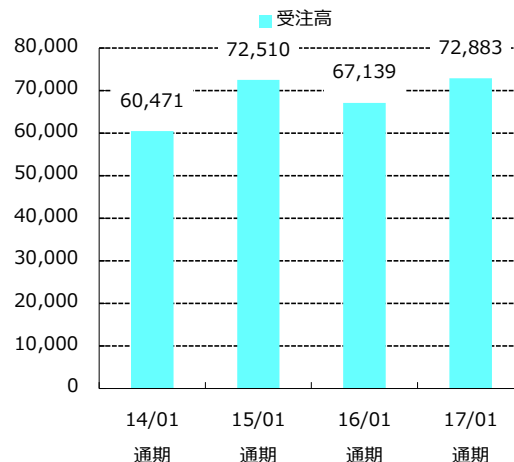
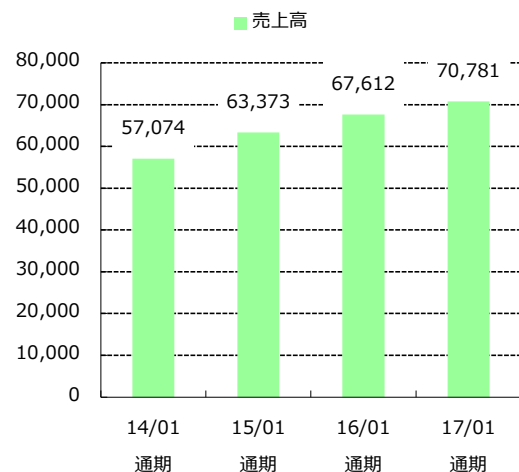


PART2

①2017年1月期 業績概況

2017年1月期 サマリー情報

- 引き続き市場環境が良好であったこと等により、前期比では増収・増益となった。
- 前期は日本社の土地及び建物の売却による特別利益の計上があったため、親会社株主に帰属する当期純利益は前期を下回った。



2017年1月期 P/L 概況

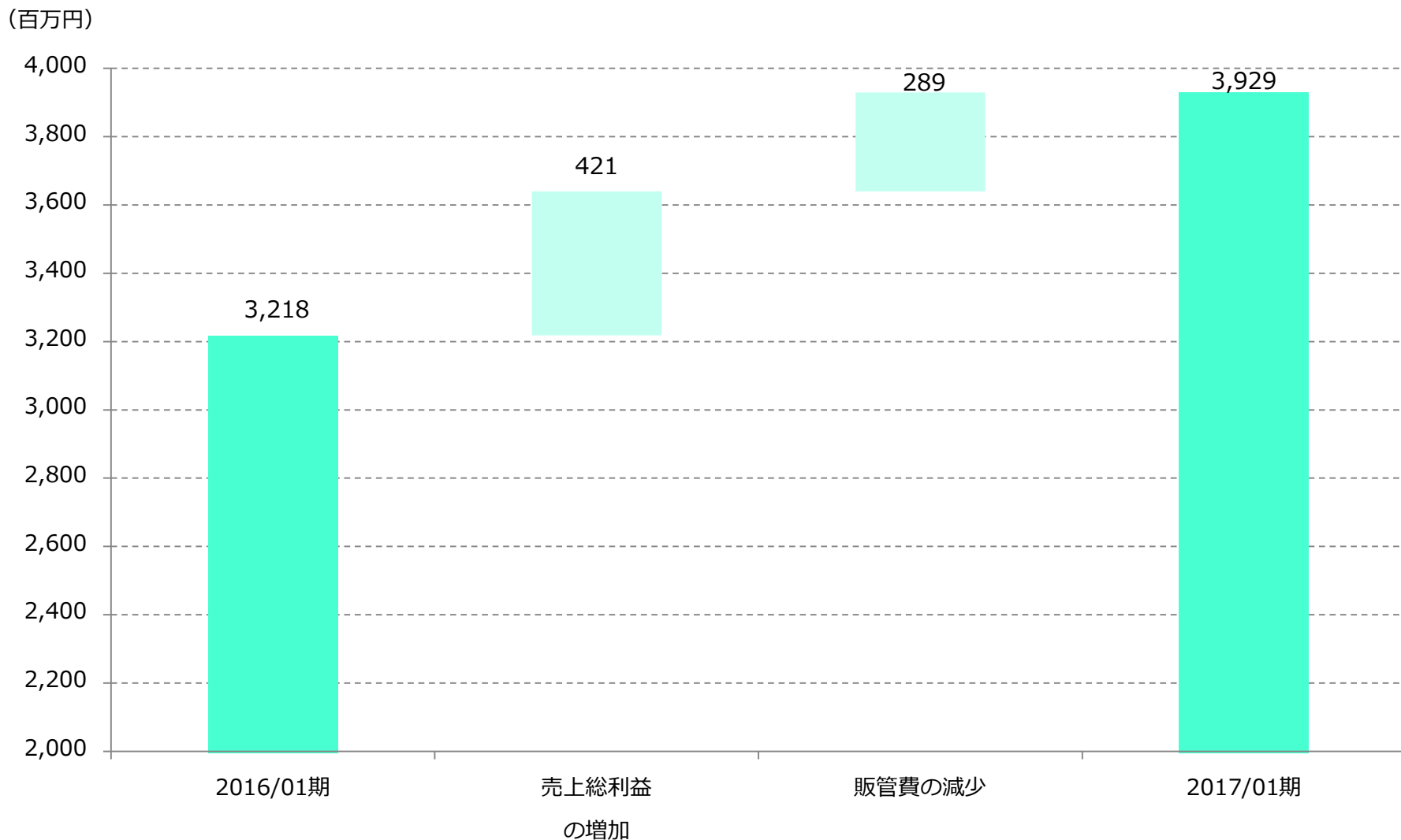
- 売上総利益率は17.4%となり、前期比で△0.2ポイントとなった。
- 売上総利益の増加や、昨年計上されていた本社移転に係る経費がなくなり、営業利益は前期を上回った。
- 前期は日本社の土地及び建物の売却による特別利益の計上があったため、親会社株主に帰属する当期純利益は前期を下回った。

(百万円)

	16/01 通期		17/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	67,612	100.0	70,781	100.0	3,169	—
売 上 原 価	55,696	82.4	58,444	82.6	2,748	0.2
売上総利益	11,916	17.6	12,337	17.4	421	△0.2
販 管 費	8,697	12.9	8,407	11.9	△289	△1.0
営業利益	3,218	4.8	3,929	5.6	710	0.8
営 業 外 収 益	262		229		△33	
営 業 外 費 用	178		43		△134	
経常利益	3,303	4.9	4,115	5.8	812	0.9
特 別 利 益	3,762		59		△3,703	
特 別 損 失	4		52		47	
法 人 税 ・ 事 業 税	796		1,320		524	
法 人 税 等 調 整 額	1,885		176		△1,709	
親会社株主に帰属する当期純利益	4,379	6.5	2,626	3.7	△1,753	△2.8
E P S (円)	91.03		54.58		△36.45	
R O E (%)	22.5		11.8		△10.7	

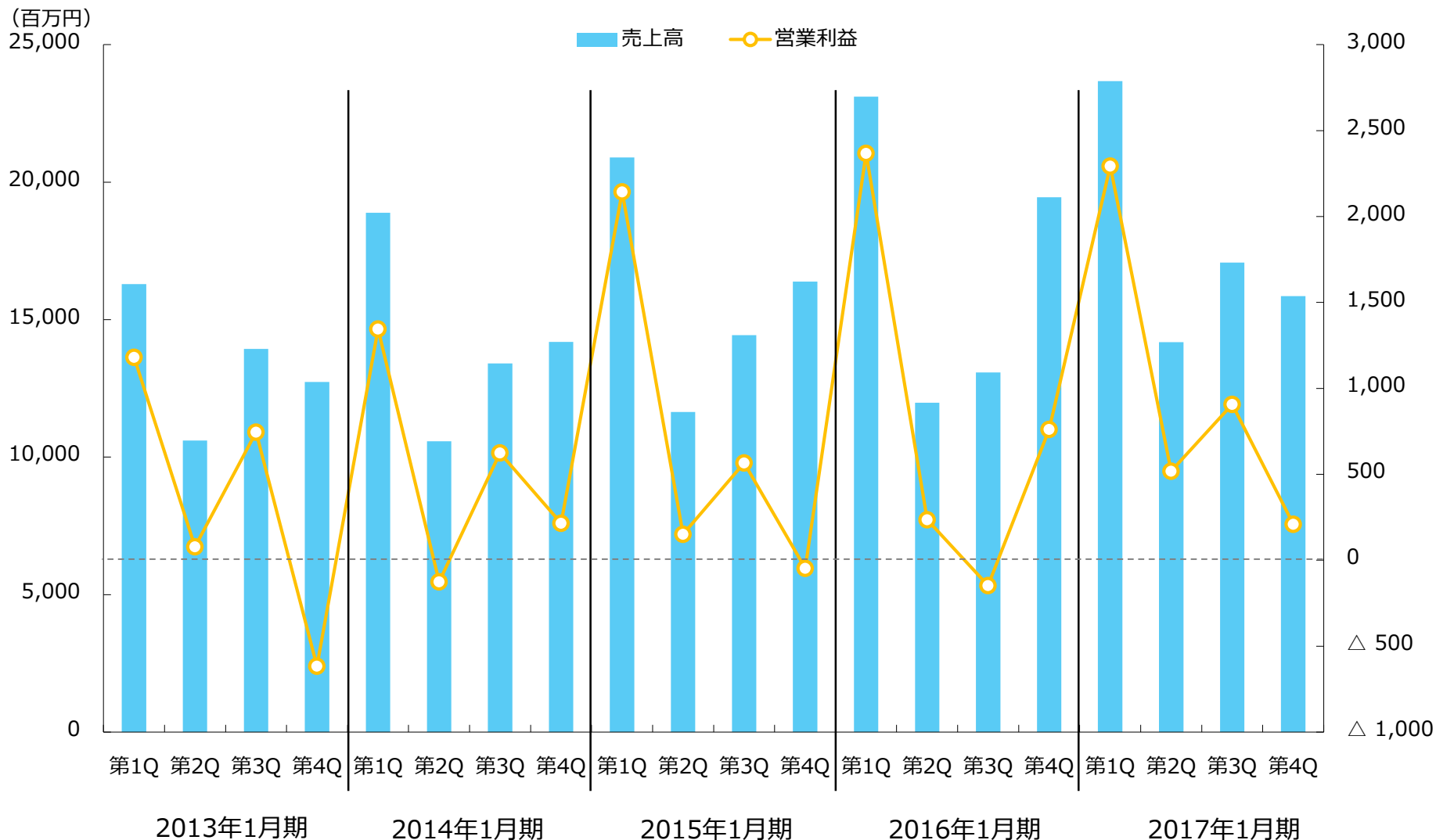
※ 2015年8月1日付で株式分割（1:1.5）を実施しており、EPSについては株式分割の影響を遡及させて記載しております。

営業利益の増益要因（対前期比）



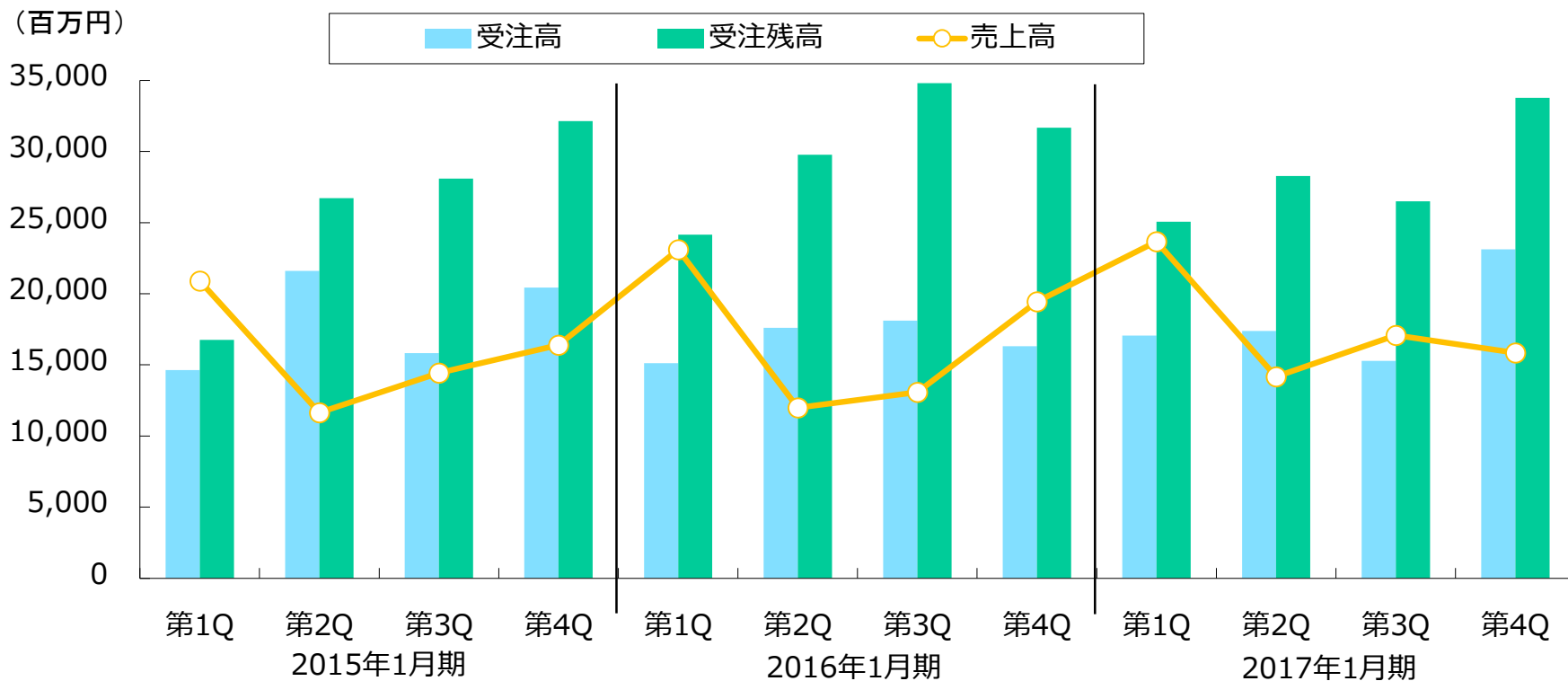
業績の季節変動要因について

- 受注産業であるため、各四半期ごとに利益が積み上がる構造ではない。
- 第4四半期の営業利益には決算賞与の影響が含まれている。



各四半期ごとの受注高・売上高・受注残高の推移

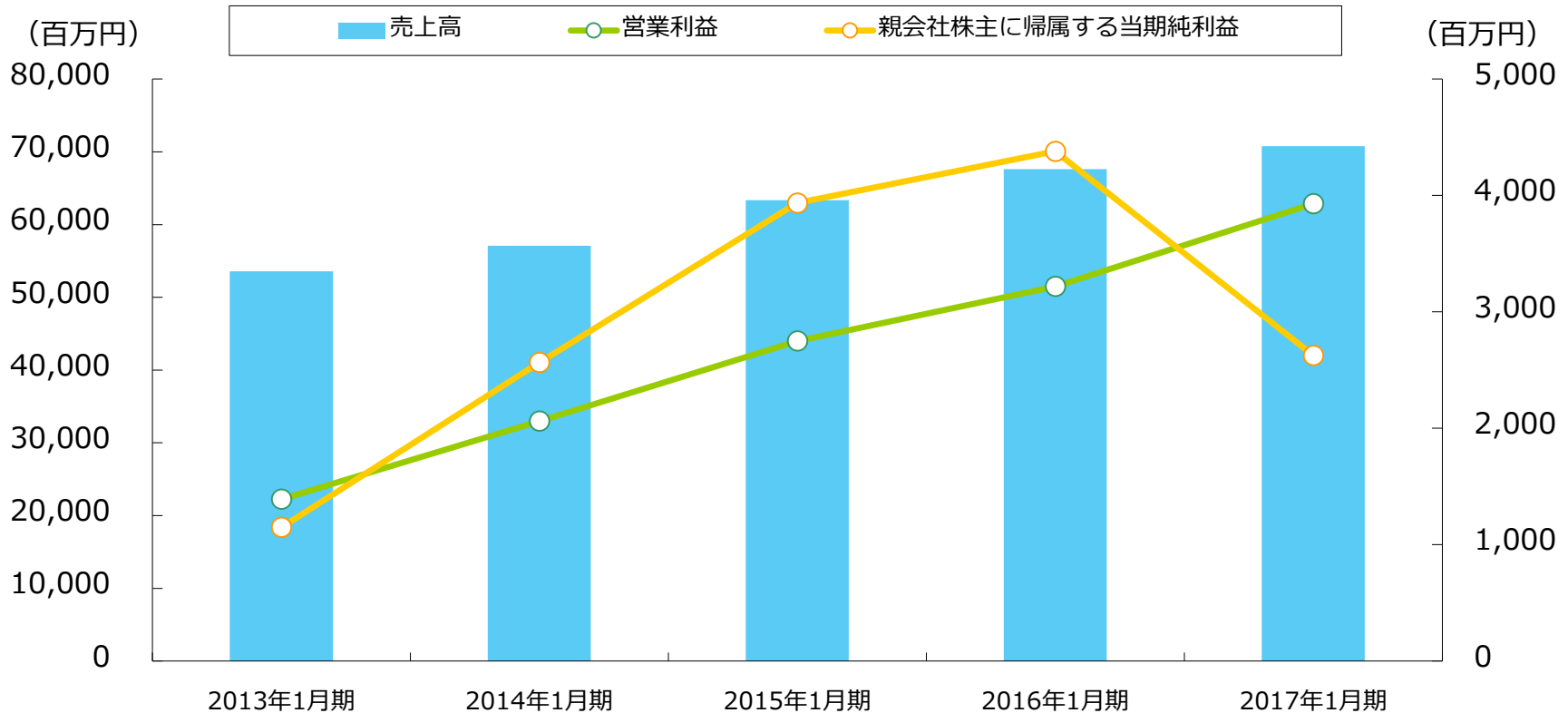
- 当第4四半期の売上高は前年同期を下回った。
- 受注高、受注残高は前年同期比で増加し、引き続き高水準で推移した。



	2015年1月期				2016年1月期				2017年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	20,894	11,641	14,439	16,397	23,110	11,977	13,076	19,448	23,675	14,180	17,071	15,854
受注高 (百万円)	14,642	21,611	15,822	20,434	15,118	17,603	18,104	16,312	17,069	17,392	15,287	23,133
受注残高 (百万円)	16,752	26,722	28,105	32,142	24,151	29,776	34,804	31,669	25,063	28,275	26,491	33,771

売上高・営業利益・親会社株主に帰属する当期純利益の推移

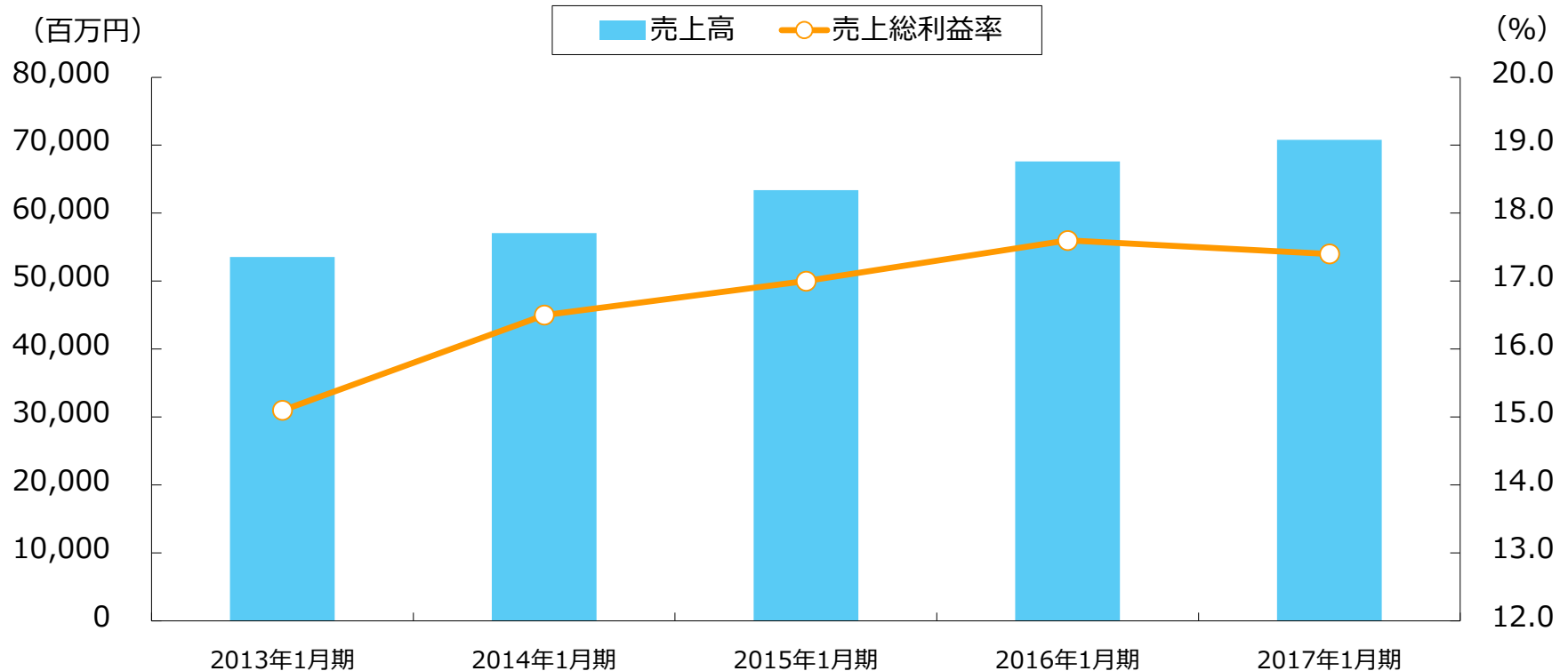
- 売上高、営業利益ともに前期を上回った。
- 固定資産売却による特別利益の計上がなくなり、親会社株主に帰属する当期純利益は前期を下回った。



	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期
売上高 (百万円)	53,571	57,074	63,373	67,612	70,781
営業利益 (百万円)	1,390	2,061	2,749	3,218	3,929
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)	1,149	2,565	3,936	4,379	2,626

売上高および売上総利益率の推移

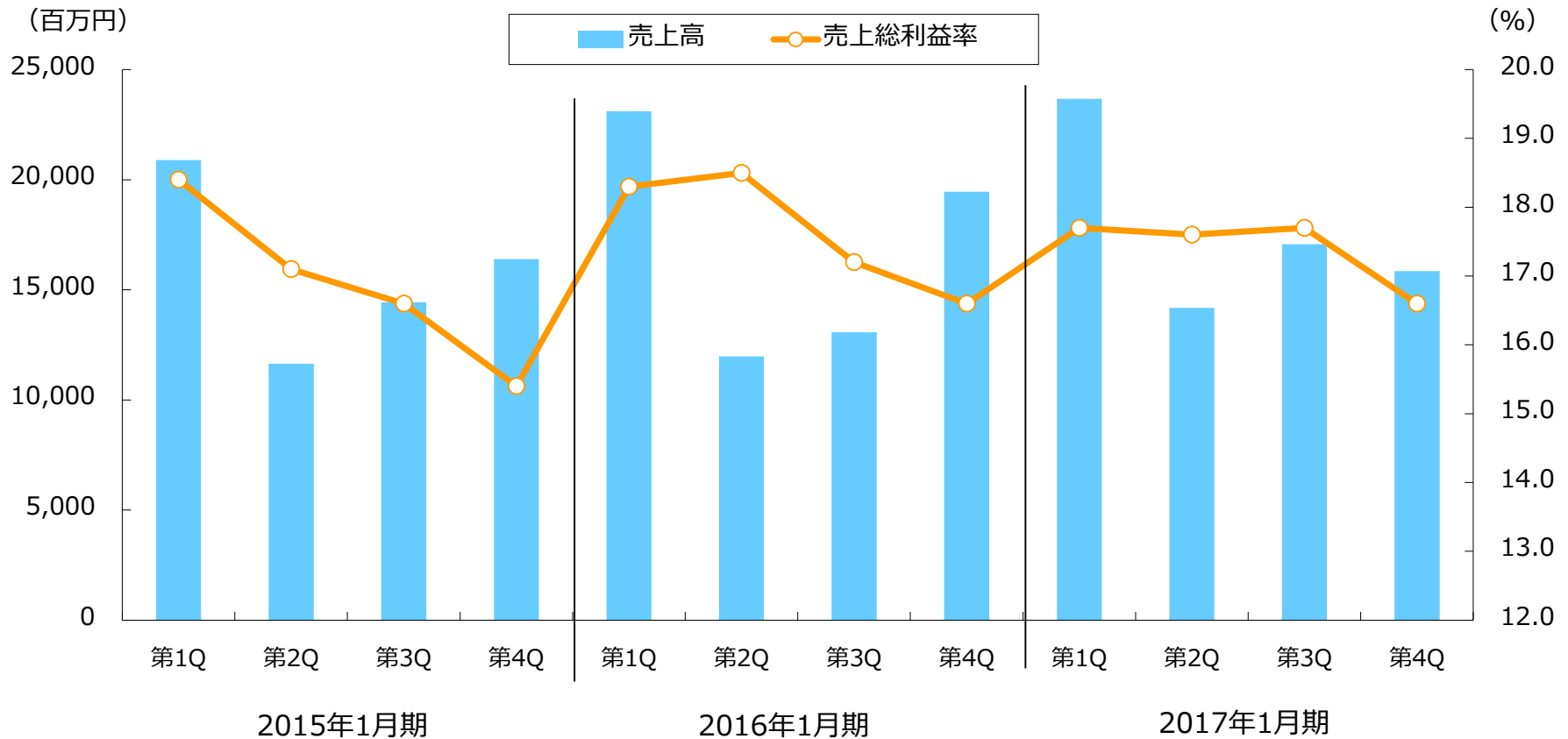
● 売上総利益率は前年同期比では△0.2ポイントとなったものの、高水準で推移している。



	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期
売上高 (百万円)	53,571	57,074	63,373	67,612	70,781
売上総利益率 (%)	15.1	16.5	17.0	17.6	17.4

売上高および売上総利益率の推移（各四半期ごと）

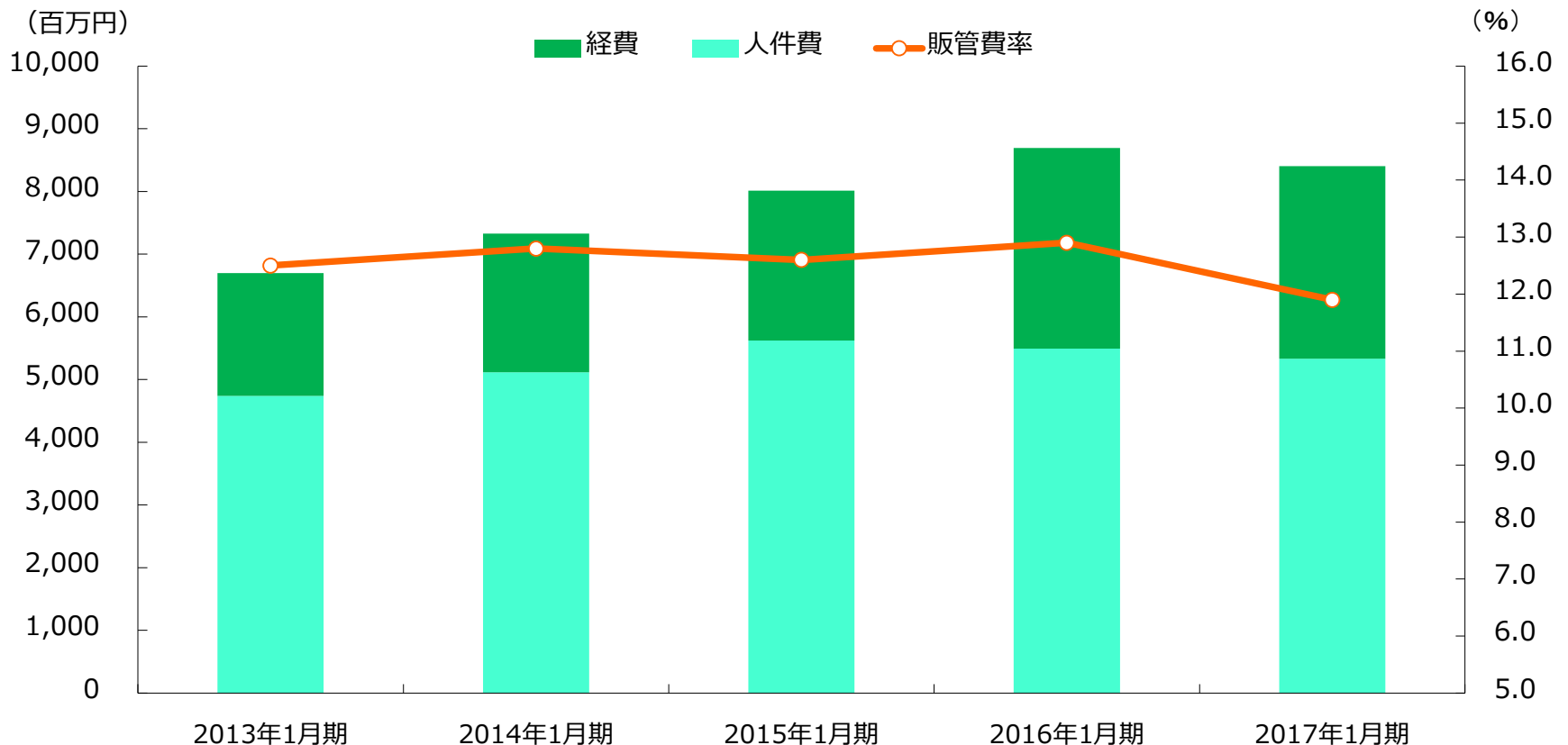
● 当第4四半期の売上総利益率は前年同期並みで、引き続き高水準で推移している。



	2015年1月期				2016年1月期				2017年1月期			
	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q	第1Q	第2Q	第3Q	第4Q
売上高 (百万円)	20,894	11,641	14,439	16,397	23,110	11,977	13,076	19,448	23,675	14,180	17,071	15,854
売上総利益率 (%)	18.4	17.1	16.6	15.4	18.3	18.5	17.2	16.6	17.7	17.6	17.7	16.6

販売費及び一般管理費の推移

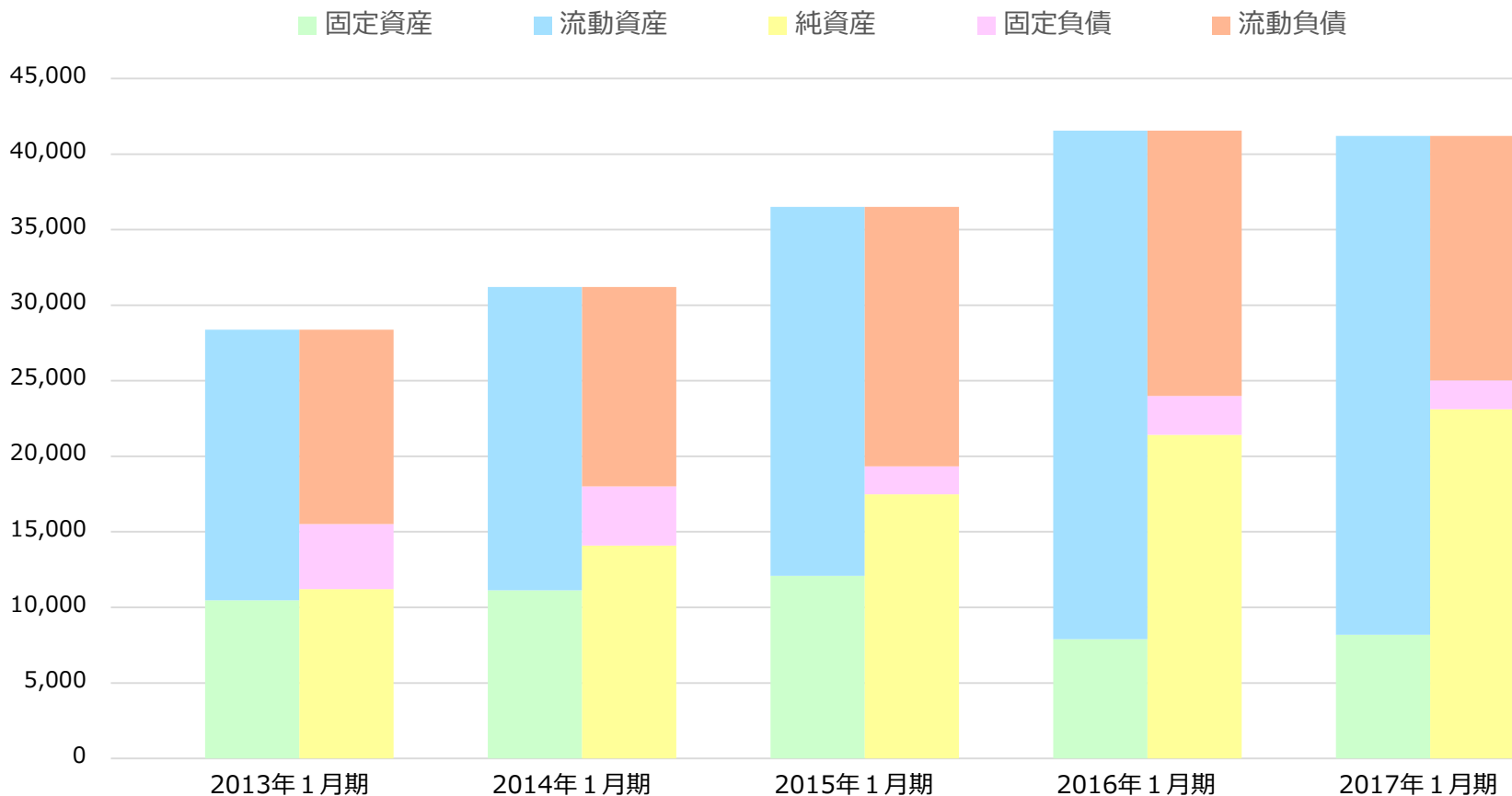
- 前期計上されていた本社移転に係るコストがなくなったこと等により、経費は前期比で△1億27百万円となった。
- 従業員数の推移（連結） 2016年1月：1,108人 2017年1月：1,131人となり、23人増加。



	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期
人件費 (百万円)	4,739	5,115	5,624	5,495	5,332
経費 (百万円)	1,961	2,215	2,390	3,201	3,074
販管費率 (%)	12.5	12.8	12.6	12.9	11.9

B/S 主要項目の推移

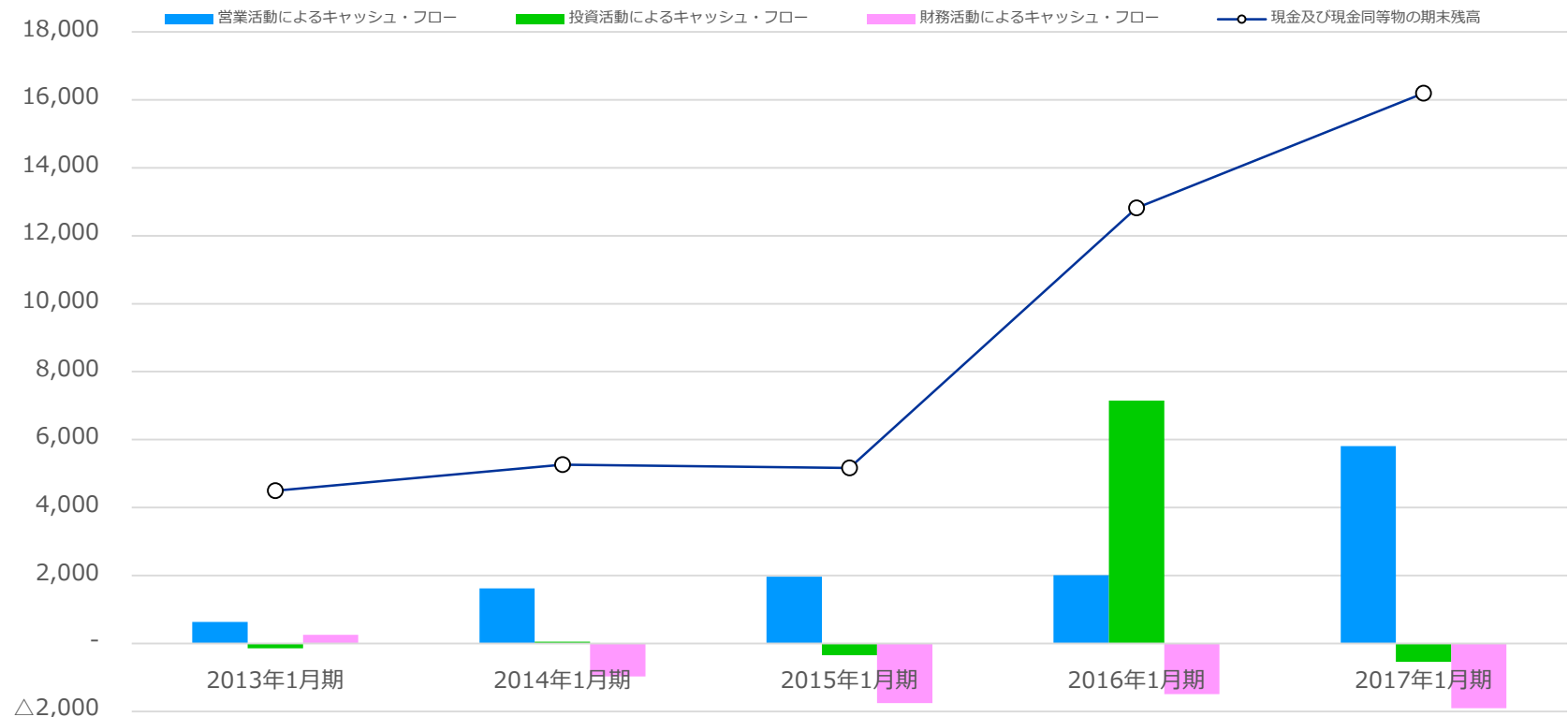
- 自己資本は231億10百万円となり、前年同期比で16億87百万円の増加となった。
- 自己資本比率 56.1 % (前年同期比+4.5ポイント)



	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期
自己資本 (百万円)	11,203	14,098	17,488	21,422	23,110
自己資本比率 (%)	39.5	45.2	47.9	51.6	56.1

キャッシュ・フローの推移

- 税金等調整前四半期純利益を41億22百万円計上したことや、受取手形・完成工事未収入金等が29億59百万円減少したことにより、現金及び現金同等物の期末残高は161億96百万円となった。



(単位: 百万円)	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	635	1,623	1,969	2,009	5,755
投資活動によるキャッシュ・フロー	△140	51	△343	7,153	△479
財務活動によるキャッシュ・フロー	255	△965	△1,752	△1,490	△1,905
現金及び現金同等物の期末残高	4,498	5,266	5,162	12,819	16,196

PART2

②2017年1月期 セグメント別業績概況

2017年1月期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	市場環境は引き続き堅調であり、ホテルや大型ショールーム等の案件を多く手掛けたことから、売上高については前期を上回りましたが、一部海外案件等で利益率が低いものもあり、営業利益は前期を下回りました。
● チェーンストア事業	アパレル分野、飲食店分野、その他専門店分野ともに堅調に推移し、また、習熟度が高まり、収益性も向上したため、売上高、営業利益ともに前期を上回りました。
● 文化施設事業	公共投資全体が底堅く推移したことや、収益性の高い案件を多く手掛けたこと等から、売上高、営業利益ともに前期を上回りました。
● その他	前期に不動産の賃貸管理事業が終了した影響により、売上高、営業利益ともに前期を下回りました。

(百万円)

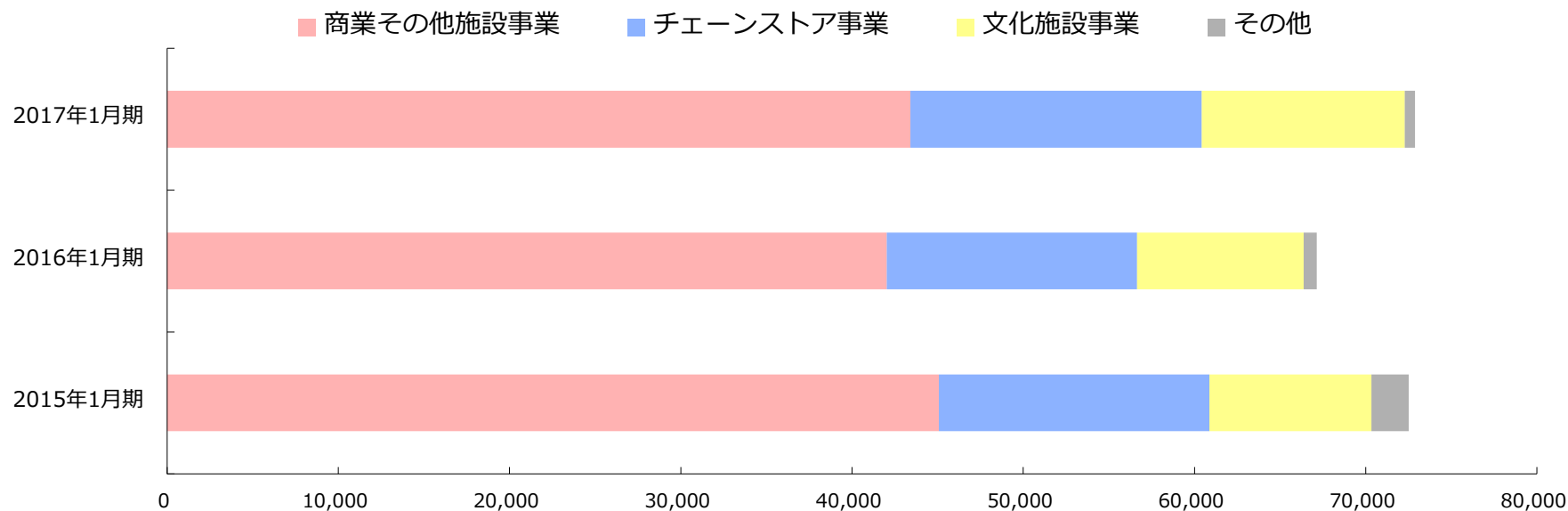
	売上高			営業利益		
	16/01	17/01	増減	16/01	17/01	増減
商業その他施設事業	42,054	43,214	1,160	2,241	1,970	△271
チェーンストア事業	15,378	16,264	886	623	956	332
文化施設事業	9,424	10,691	1,267	110	811	701
その他	754	610	△143	232	179	△53
調整額	—	—	—	10	11	1
合計	67,612	70,781	3,169	3,218	3,929	710

セグメント別 受注高の状況

- 良好な市場環境を背景に、受注高は堅調に推移し、前期比で57億44百万円増加となった。

(百万円)

	16/01	17/01	増 減
商業その他施設事業	42,029	43,418	1,388
チェーンストア事業	14,624	17,011	2,386
文化施設事業	9,730	11,843	2,112
その他	754	610	△143
受注高合計	67,139	72,883	5,744

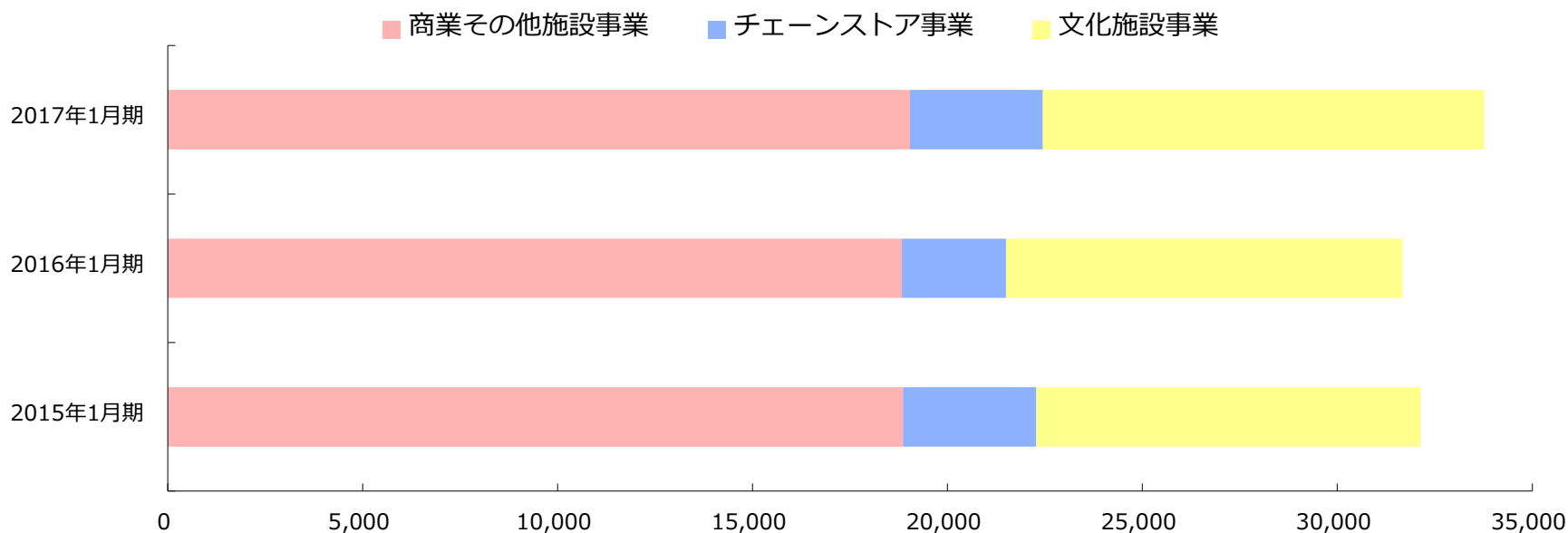


セグメント別 受注残高の状況

- 文化施設事業の受注残高が11億51百万円増加し、全体では前期比21億1百万円増加した。

(百万円)

	16/01	17/01	増 減
商業その他施設事業	18,834	19,038	203
チェーンストア事業	2,664	3,410	746
文化施設事業	10,170	11,322	1,151
その他の	—	—	—
受注残高合計	31,669	33,771	2,101



PART3

①中期経営計画の施策の進捗状況

中期経営計画の施策（2016年1月期～2018年1月期）

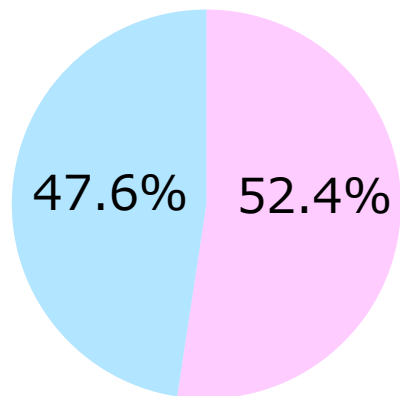
目標	連結ROE 10%、配当性向40% 「安定的」に営業利益30億円以上を計上できる企業体質へ！	
	施策（強化ポイント）	目 標
1	盤石な生産基盤の確立	
	⇒“パートナー協力会社”制度を導入し制作体制を強固にする	パートナー協力会社への発注比率60% ※ 発注比率：外注コストに占める割合
2	ICT・演出技術分野のサービス強化	
	⇒空間構築における付加価値（映像・音響・機械装置・情報システム等）の提供サービスを強化	ICT・演出技術関連の受注高120億円
3	時間価値の追求	
	⇒競争力強化および顧客満足の上を目指して納期・工期の短縮を目指す	
4	デザイン力の強化	
	⇒当社商品価値の原動力としてデザイン力の強化	

施策の進捗状況 ①パートナー協力会社

- ◆ 「パートナー協力会社」制度の拡大
一定の年間発注量に基づく、取引の平準化・安定化を図り、
繁忙期における安定した制作体制の整備
- ◆ 今後、懸念される職人不足（外注コストアップ）に対する備え
- ◆ 利益率の向上効果
パートナー協力会社への発注比率（外注コストに占める割合）を
高めることによって原価削減につなげる

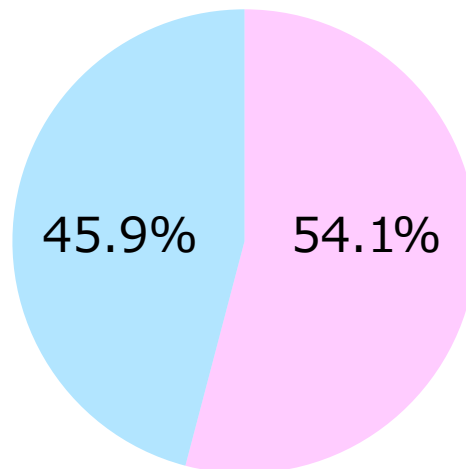
【2016年1月期（実績）】

その他への発注額 パートナーへの発注額



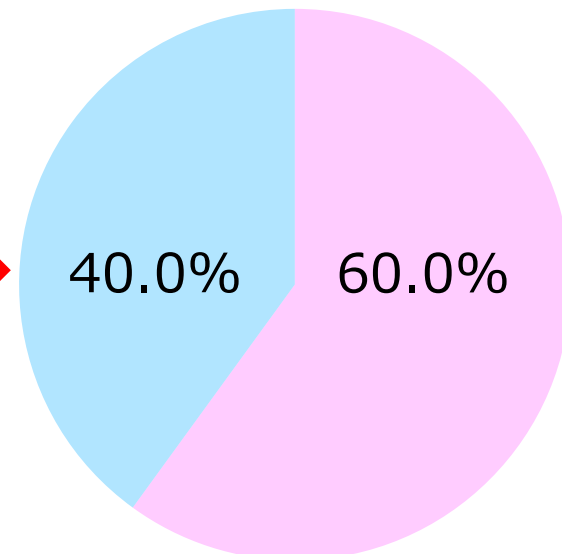
【2017年1月期（実績）】

その他への発注額 パートナーへの発注額



【2018年1月期（計画）】

その他への発注額 パートナーへの発注額



施策の進捗状況 ② ICT・演出技術分野の拡大

- ◆ 空間づくりにおける、ICT・演出技術の需要は高い引き続き、体制整備と商品力の強化を図る

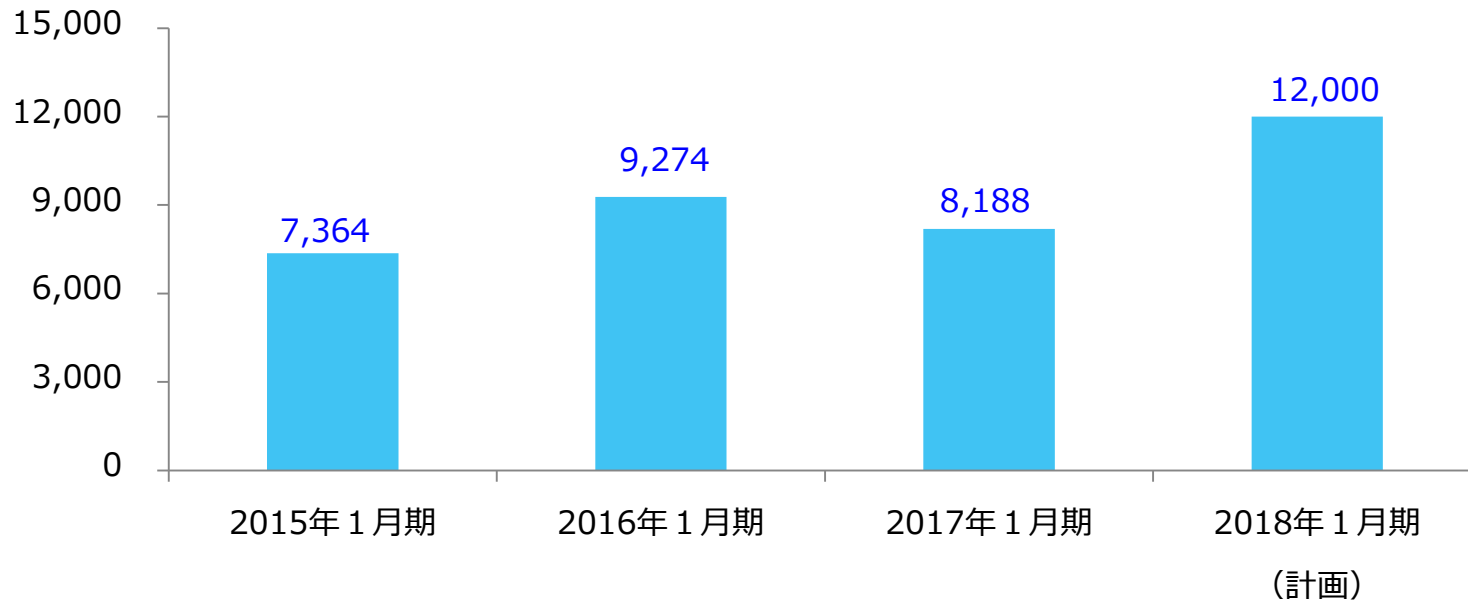
<今後の空間構築>

- 様々な演出効果（映像、音響、照明効果等）が付加価値として求められる。
- 観光立国や東京オリンピック・パラリンピックに向かって、ますます空間の演出という分野に注目が集まると考えられる。

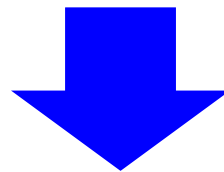


S Cビジネスフェア 丹青社ブース

ICT・演出技術関連案件の受注高



最終年度の目標営業利益を 1年前倒しで達成!!



- ◆ 2018年1月期の計画を新たに策定
(過去最高益となる計画)
- ◆ 重視する経営指標：ROE10%以上
- ◆ 還元方針：配当性向50%以上

※当初目標の配当性向40%以上は、2017年1月期で達成。
2018年1月期以降は、配当性向50%以上を目標に。

PART3

②2018年1月期
(中期経営計画最終年度)
業績計画

中期経営計画（2016年1月期～2018年1月期）

- 中期経営計画最終年度である2018年1月期計画は、売上高734億円、営業利益42億円。
- 営業利益42億円は、過去最高益となる。

(百万円)

	2016年1月期 (実績)		2017年1月期 (実績)		2018年1月期 (中期経営計画最終年度)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
受注高	67,139		72,883		75,000	
売上高	67,612	100.0	70,781	100.0	73,400	100.0
売上総利益	11,916	17.6	12,337	17.4	12,600	17.2
営業利益	3,218	4.8	3,929	5.6	4,200	5.7
経常利益	3,303	4.9	4,115	5.8	4,300	5.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,379	6.5	2,626	3.7	2,850	3.9
E P S (円)		91.03		54.58		59.24
R O E (%)		22.5		11.8		11.9

- 次期中期経営計画（2019年1月期～2021年月期）につきましては、2018年1月期通期決算発表の際に公表する予定です。

※ 中計最終年度（2018年1月期）の目標営業利益については当期実績において達成いたしましたので、新たな業績計画を策定いたしました。

セグメント別 中期経営計画

- 今後需要の拡大が見込まれる、商業その他施設事業において売上高および営業利益を伸ばす。

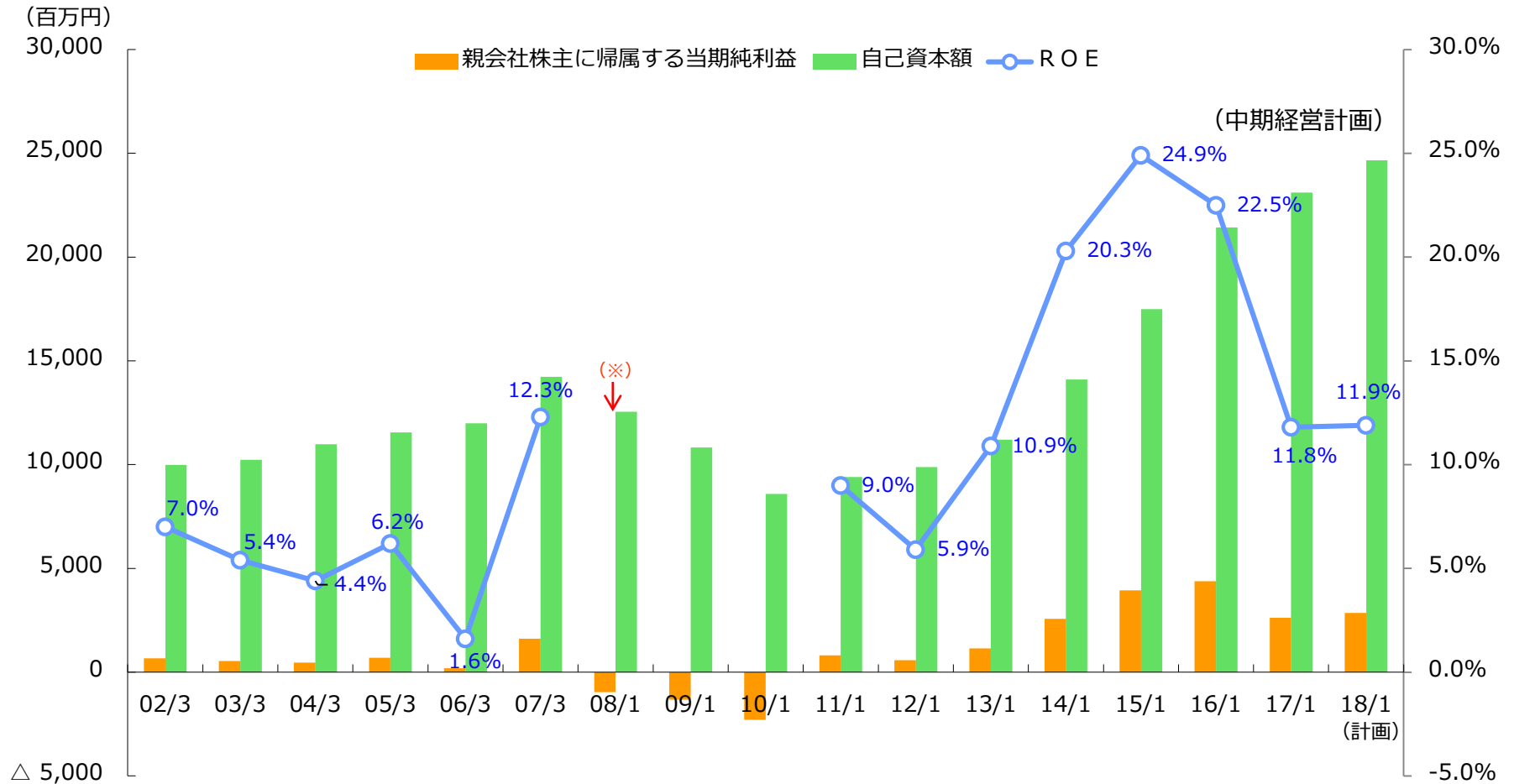
(百万円)

		2016年1月期 (実績)	2017年1月期 (実績)	2018年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	42,029	43,418	46,200
	チェーンストア事業	14,624	17,011	17,000
	文化施設事業	9,730	11,843	11,200
	その他	754	610	600
	計	67,139	72,883	75,000
売	商業その他施設事業	42,054	43,214	45,300
	チェーンストア事業	15,378	16,264	16,800
	文化施設事業	9,424	10,691	10,700
	その他	754	610	600
	計	67,612	70,781	73,400
営	商業その他施設事業	2,241	1,970	2,550
	チェーンストア事業	623	956	850
	文化施設事業	110	811	600
	その他	232	179	200
	調整額	10	11	—
計	3,218	3,929	4,200	

※ 中計最終年度（2018年1月期）の目標営業利益については当期実績において達成いたしましたので、新たな業績計画を策定いたしました。

自己資本額およびR O Eの推移

◎ 資本の充実を図るなか、純利益の拡大により、R O E 10%以上を維持する



(※) 08/1期は決算期の変更により、4月から1月までの10ヵ月決算

(注) 2011.1期~2015.1期については、税金費用が少ないため、親会社株主に帰属する当期純利益及びR O Eが強く計上されております

(注) 2016.1期については、旧本社の土地の売却等により特別利益を計上し、親会社株主に帰属する当期純利益及びR O Eが強く計上されております

株主還元に関する方針

【重視する経営指標】

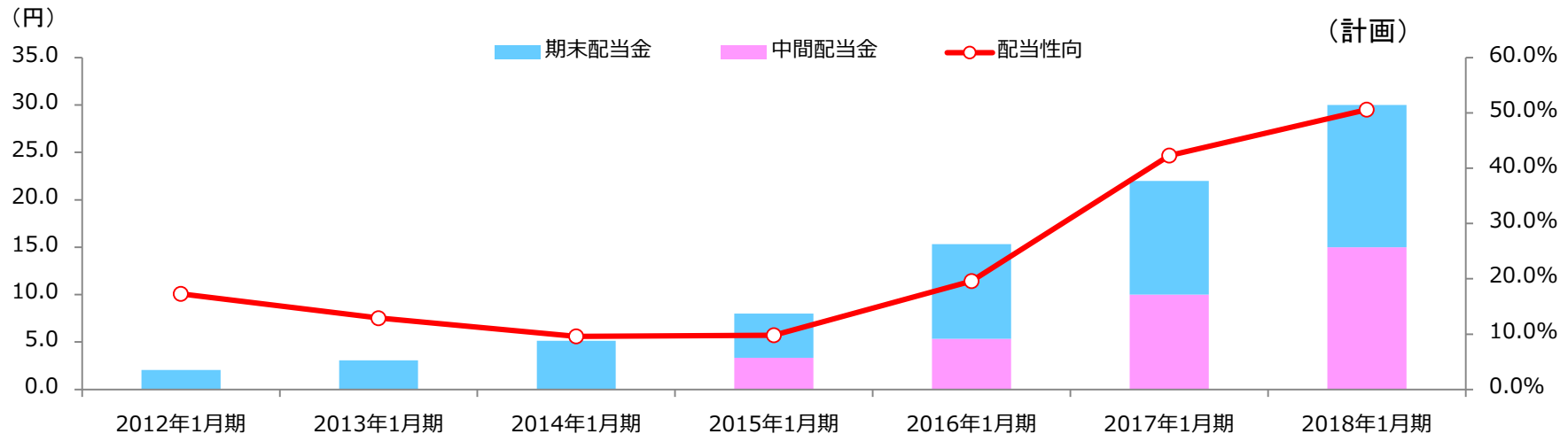
ROE 10%以上

【連結配当性向】

2017年1月期に当初目標の配当性向40%以上を達成

2018年1月期からは配当性向50%以上が還元目標

※ 2016年1月期までは当期純利益が通常より高く計上されているため配当性向は低くなっております



	2013年1月期	2014年1月期	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	—	—	3.33	5.33	10.00	15.00
期末配当金 (円)	3.08	5.13	4.67	10.00	12.00	15.00
合計 (円)	3.08	5.13	8.00	15.33	22.00	30.00
連結配当性向 (%)	12.9	9.6	9.8	16.8	40.3	50.6
発行済株式総数 (株)	24,832,857	24,832,857	32,282,714	48,424,071	48,424,071	48,424,071

※ 2014年2月1日付で株式分割 (1 : 1.3)、2015年8月1日付で株式分割 (1 : 1.5) を実施しているため、1株あたり配当金については全て株式分割の影響を遡及させて記載しております。

※ 当社の配当基準日は、中間配当：7月31日 期末配当：1月31日

PART3

③今後の見通し

インテリアから体験へ

空間のプロに求められるニーズが変化してきている

- ◆以前はハードづくりのためにプロが求められた。
- ◆ソフトを盛り込んだトータルな空間づくりのニーズが増えている

ショップ → MD、オペレーション

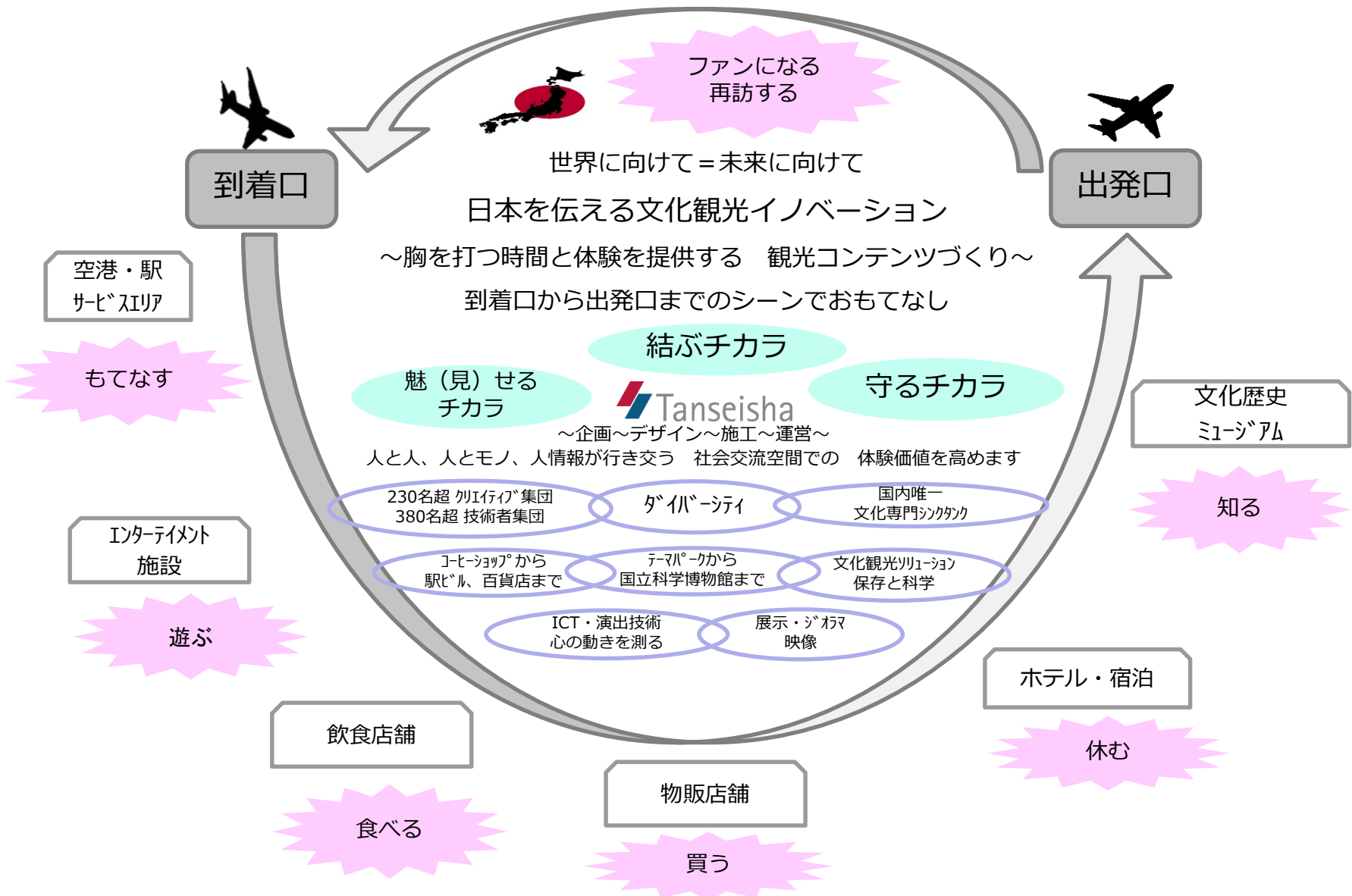
ミュージアム → 学術コンテンツ、展示ソフト

エンターテイメント → アメリカのショウビジネスが牽引する
総合演出

新機軸のもの、 ハイブリッドなもの等の 新たな価値創造へ

- 映像、ICT等の先端技術を用いた空間演出のニーズが増大
- 博覧会、テーマパークのような展示を介した空間における感動、体験の提供
- 商業空間と文化空間の融合、あるいはものを見る・売るという従来の機能を越えたホスピタリティやサービス空間等のニーズも発生

インバウンド領域での貢献



セグメント	分野	現状～2020年	2020年以降
商業その他施設事業	商業分野 (百貨店・量販店・複合商業施設・専門店)	市場規模は大きいですが、競争は厳しい。インバウンドに係る「モノ消費」は一巡したが、今後は「コト消費」に関連した市場拡大が見込まれる。	2020年以降も訪日外国人の消費を狙った設備投資は続くと予想される。
	プロモーション分野 (イベント・展示会・販促施設)	企業の展示会やショールーム等販促投資需要は増加傾向。また、ICTを活用した周辺需要も伸びてきている。	ICTを活用した周辺需要はさらに大きく伸びる可能性あり。(空間の演出、コンテンツの見せ方等)
	サービス分野 (ホテル・ブライダル、交通チャネル、エンターテインメント)	観光立国の政策、訪日外国人の増加に伴い、空港施設、ホテル、アミューズメント施設等の需要が伸びている。	2020年以降も観光立国に向けたインフラの再整備や都市再開発、統合リゾート計画等で需要が続く。
チェーンストア事業	飲食店分野		
	アパレル分野		
	その他 (コンビニ、教育施設等)		
<div style="border: 1px dashed gray; padding: 10px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> チェーンストア事業の市場環境については、商業その他施設事業と同様の傾向。 </div>			
文化施設事業	展示空間	現状、官民ともに投資は増加傾向。	東京オリンピック・パラリンピック後(2020年後)の公共投資見通しの懸念材料もあるが、インバウンド需要から地域活性化のニーズは高まると予想される。
	プロデュース	当社の取扱いは未だ少数だが、PFI、PPPの需要は増加傾向。	PFI、PPPの需要は引き続き拡大が見込まれる。

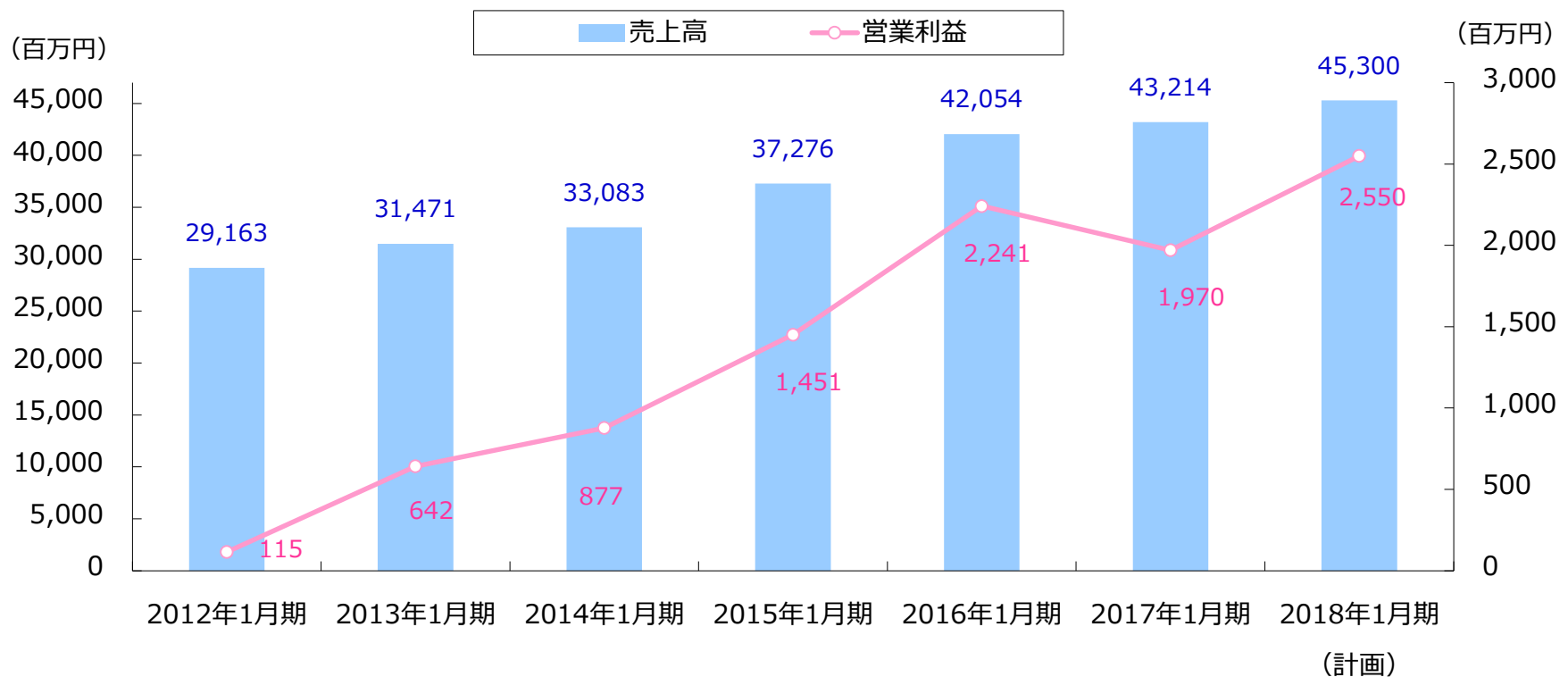
セグメント別の見通しと取り組み（商業その他施設事業）

【外部環境】

- ・オリンピック効果ならびに首都圏を中心とした各都市の再開発事業の増加
- ・インバウンドに係る「モノ消費」は一巡したが、今後は「コト消費」に関連した市場拡大が見込まれる

【方針】

- ・ホテル、観光施設等のサービス分野の受注拡大
- ・ICT・演出技術を活用したプロモーション分野の拡大強化



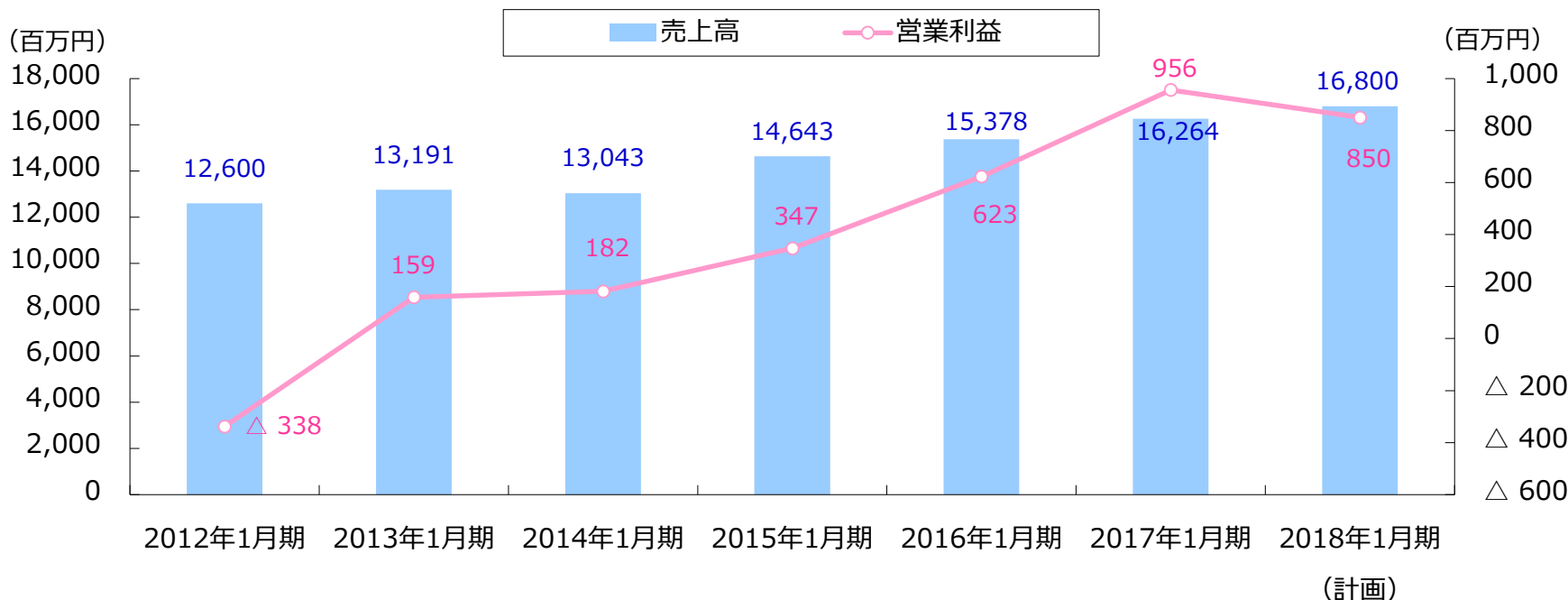
セグメント別の見通しと取り組み（チェーンストア事業）

【外部環境】

- ・アパレル分野：厳しい競争下にあり、出店コストの抑制は厳しさを増している状況
- ・飲食店分野：消費者ニーズに対応した新ブランドの開発等の投資を継続している状況。
- ・その他：その他（コンビニエンスストア等）は全般的に大手独占化ならびに出店場所の多様化が進行している。
(病院内、駅構内、学校内、官庁内等)

【方針】

- ・現状のリソースで取り組めるプロジェクトの選択と集中
- ・売上の拡大は追わずに、利益率の向上を目指す（習熟度の向上）
- ・支店を活用して、地方需要を取り込む



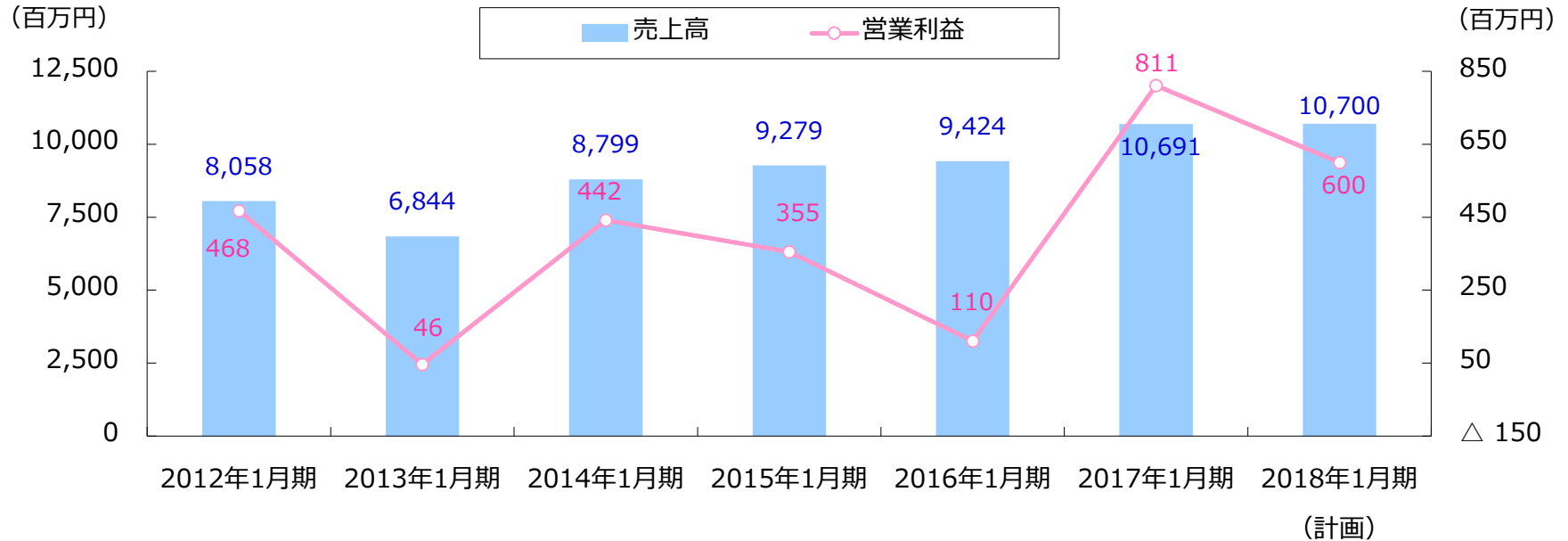
セグメント別の見通しと取り組み（文化施設事業）

【外部環境】

- ・当社がターゲットとする公共投資（地方創生・観光）は横ばいから微増が見込まれる

【方針】

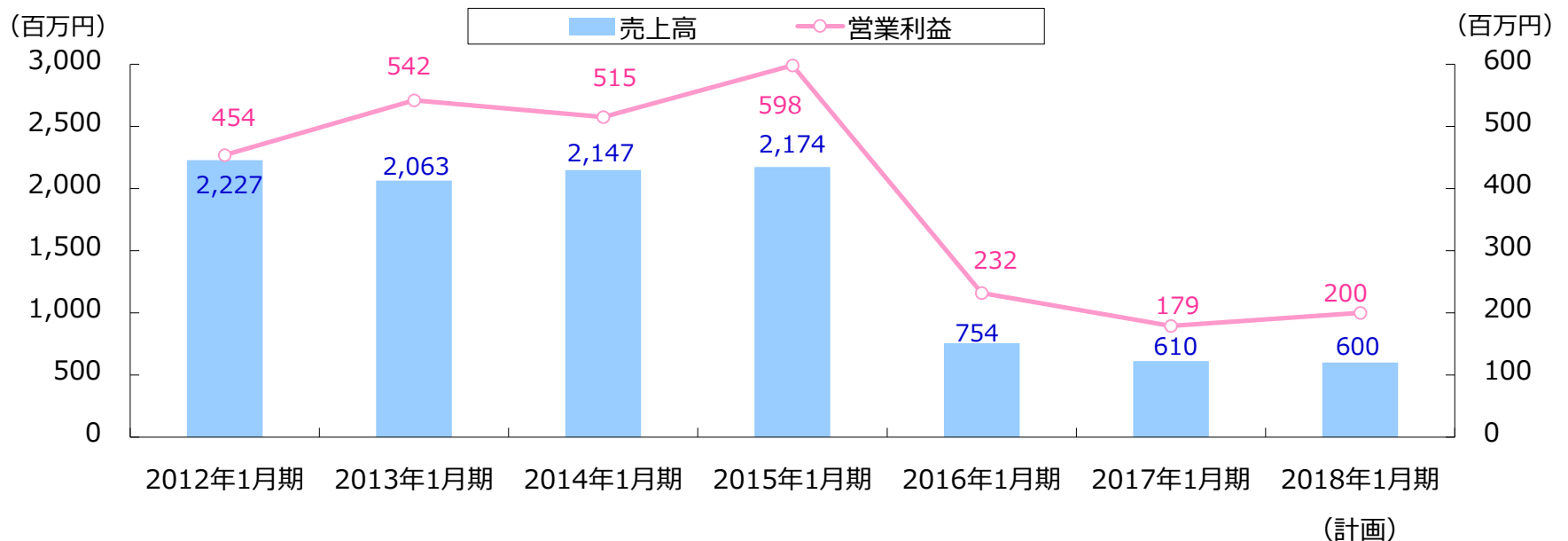
- ・地方創生・観光に関連した案件を中心に受注拡大を図る
- ・長年培った展示ノウハウを活かし、民間展示分野の取り込みを拡大する
- ・施設運営管理の件数を徐々に拡大し、安定した利益を創出できる事業に成長させる



セグメント別の見直しと取り組み（その他）

グループ戦略の見直しにより利益構成が変化

⇒ 今後は、本業であるディスプレイ業を中心にしたグループ内の機能および役割について
その生産性と効率性を追求する



海外への取り組み

[見通しと取り組み]

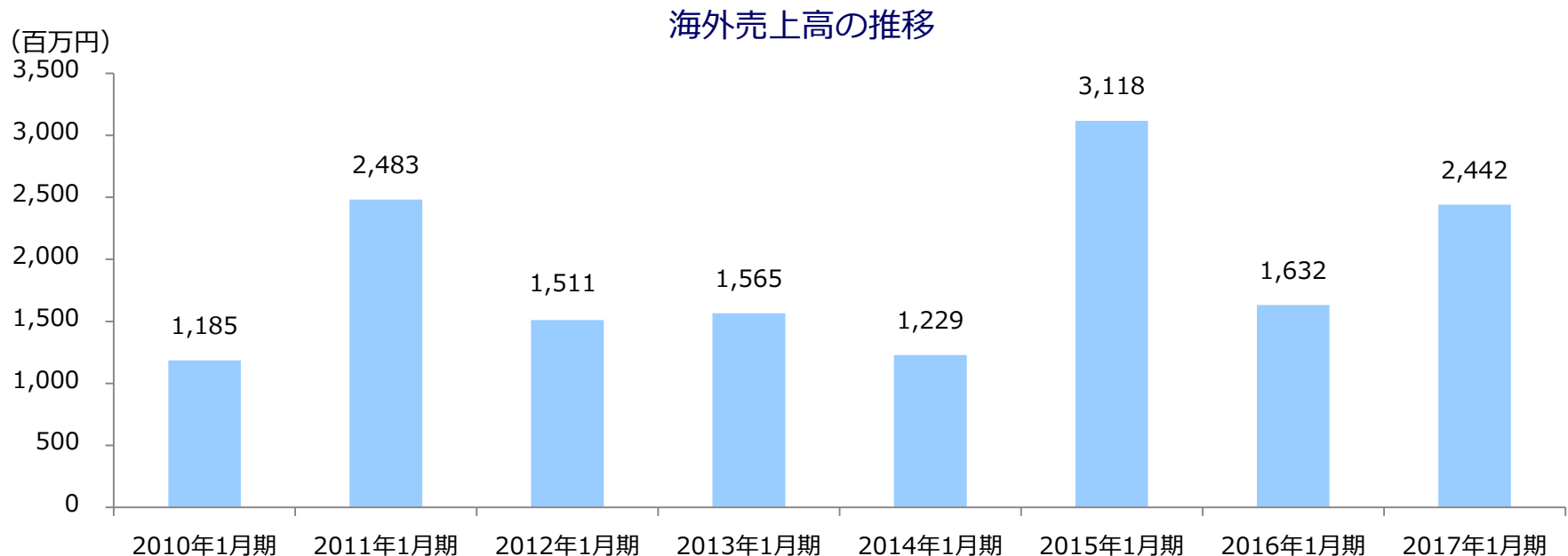
- ・当社における海外事業の対象地域は中国を中心としたアジア地域
- ・対象となる顧客は日本からの進出企業および現地に根ざした日系企業
- ・対応業務は原則、デザインおよびソフト業務

【北京丹青嘉輝建築装飾有限公司】

- ・ サプライヤー機能およびそれを応用した什器製作

【丹青創藝設計咨詢（上海）有限公司】

- ・ 商業施設のデザインおよびコンサル業務、展示会・販促分野の設計施工



全社横断のプロジェクトとして、提案型の開発営業中

当社が受注を目指す分野

- ・ 競技施設関連（環境演出）
- ・ プロモーション関連
- ・ 民間企業関連（ホテル・交通・商業施設等の新改装）

受注ピークの時期

2020年1月期～2021年1月期

売上計上の時期

2021年1月期

当社の受注機会となり得る都市再開発案件

- ・ 当社の受注機会となり得る都市再開発案件が増加
- ・ 東京オリンピック後も継続する計画も

主な再開発案件

- ・ 品川～田町間の新駅計画（暫定開業は2020年頃）
- ・ 渋谷駅中心地区再開発計画（完成は2027年頃）
- ・ 丸の内、大手町、有楽町地区再開発計画
- ・ 観光関連・・・地方創生、I R（統合リゾート）等

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<http://www.tanseisha.co.jp/>

I Rに関するお問い合わせ
総務部 I R担当
(ir @ tanseisha.co.jp)