



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2018年度選定



2019年1月期 決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

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

目次

PART1

会社概要

PART2

- ①2019年1月期 業績概況
- ②2019年1月期 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
- ②2020年1月期 業績計画
- ③今後の見通し

PART 1

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1兆6,000億円程度（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%程度）
- ◆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）

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
乃村工藝社	108,340	115,561	115,841	120,000
丹青社	67,612	70,781	75,156	82,677
スペース	51,371	49,243	50,746	46,458

※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。

1970年万国博覧会のパビリオンづくりの実績を契機に躍進するなか、技術とクリエイティブに磨きをかけ続け、創業以来70余年、総合ディスプレイ業のフィールドを広げてまいりました。時代を読む目を力に、「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】	1,234名（連結）
【連結子会社】	8社(海外子会社拠点含む)
【営業拠点】	国内11拠点
【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		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 | ■ デザインコンセプト | ■ 設計監理 | ■ 施設の管理運営 |
| ■ 各種調査 | ■ 平面レイアウト | ■ 制作・施工 | ■ 保守、メンテナンス |
| ■ プランニング | ■ 基本・実施設計 | ■ 空間演出のテクニカル
ディレクション | ■ 販促・イベント計画 |
| ■ 異業種提携 | ■ 空間演出提案 | | ■ 評価・検証・効果測定 |
| ■ ブランディング | | | |
| ■ プロジェクトマネジメント | | | |

「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。
お客さま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。

業務の範囲（提供価値）

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 250名
- ② 制作職 413名
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士218名)

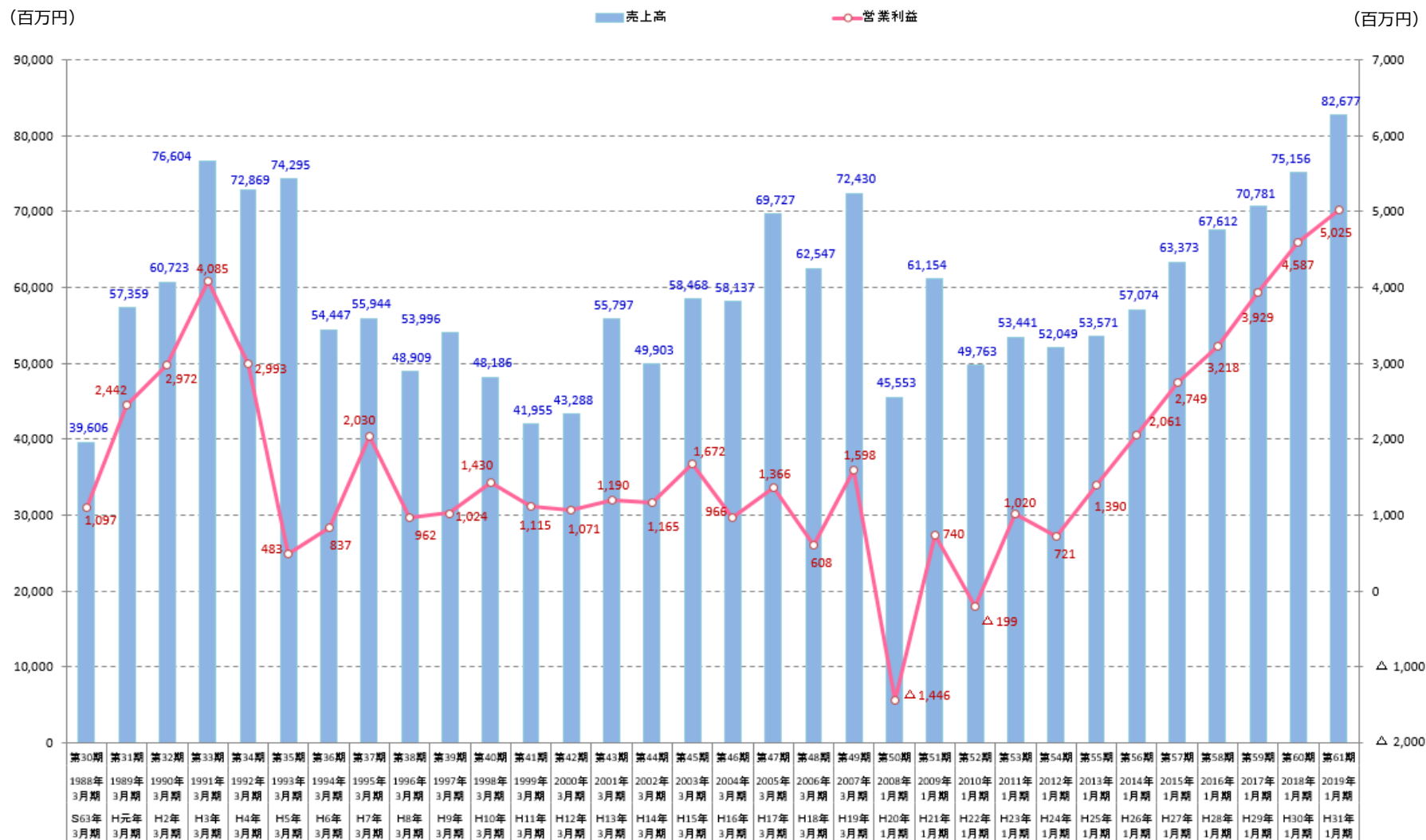
空間づくりを支える協力会社群

- ① 継続取引会社 約1,500社
- ② パートナー協力会社 263社 (2019年1月現在)

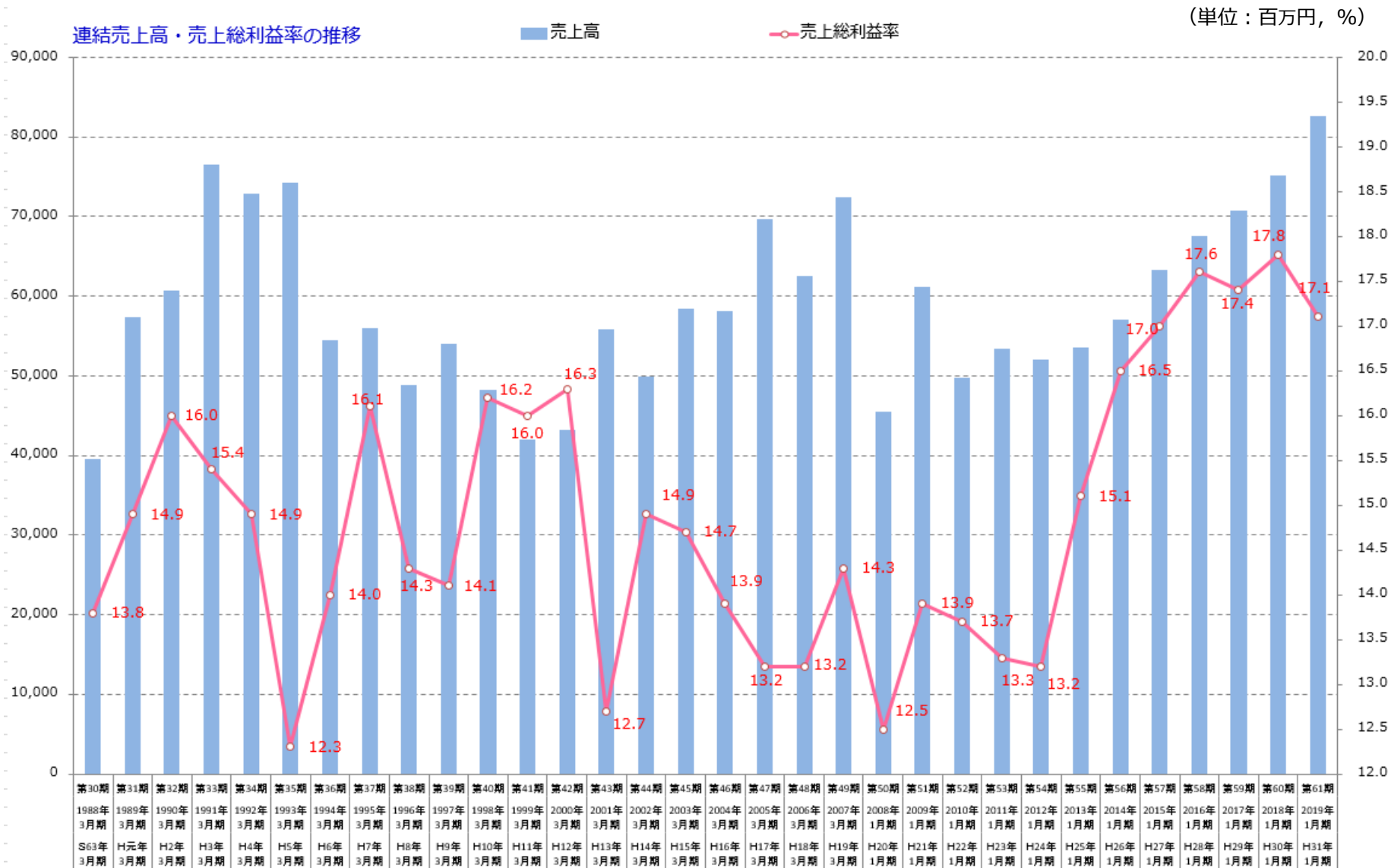
事業上の特長

- 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)



業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)



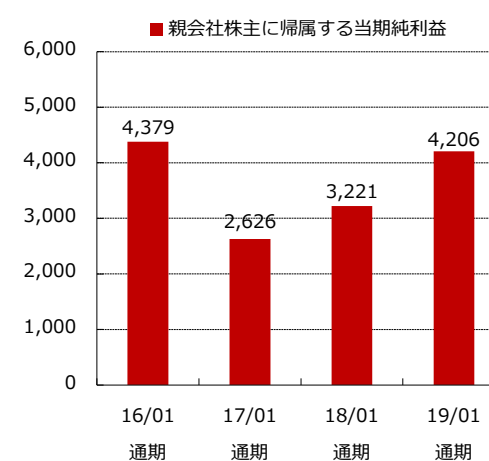
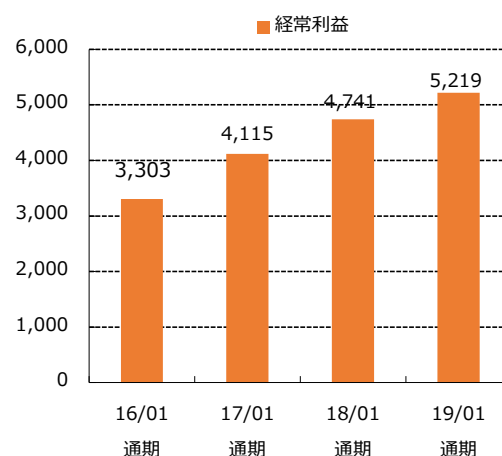
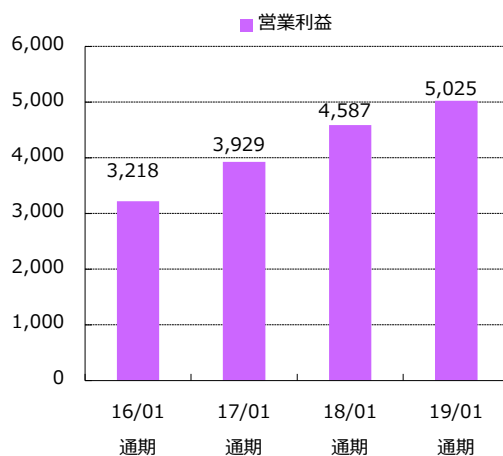
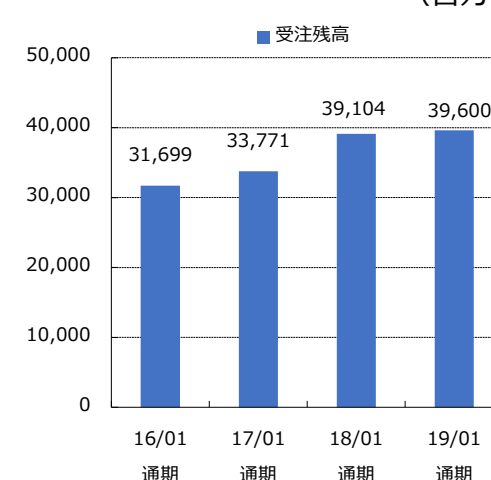
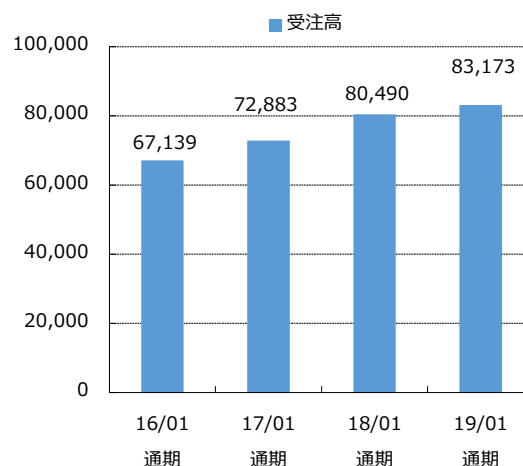
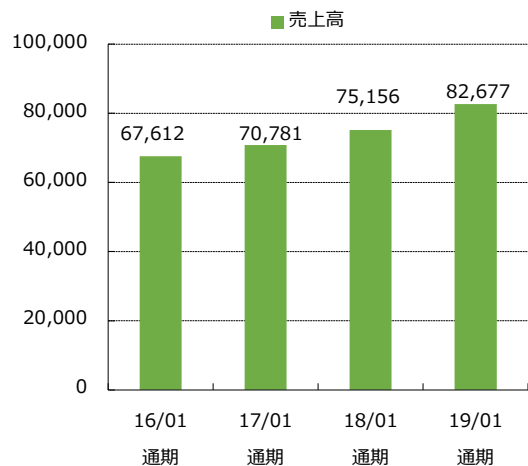
PART2

① 2019年1月期 業績概況

2019年1月期 サマリー情報

- 市場環境が良好であったこと等により、前期比では増収・増益となり、売上高、営業利益ともに過去最高となった。
- 受注高、受注残高ともに、引き続き高水準で推移した。

(百万円)



2019年1月期 P/L 概況

- 売上総利益率は前年比マイナス0.7ポイントの17.1%となり、前年同期を下回ったものの、引き続き高水準を維持している。
- 引き続き良好な事業環境を背景に、営業利益は2年連続過去最高を更新した。
- 当期純利益は、投資有価証券売却益および関係会社株式売却益を計上したこと等により前年同期を上回った。

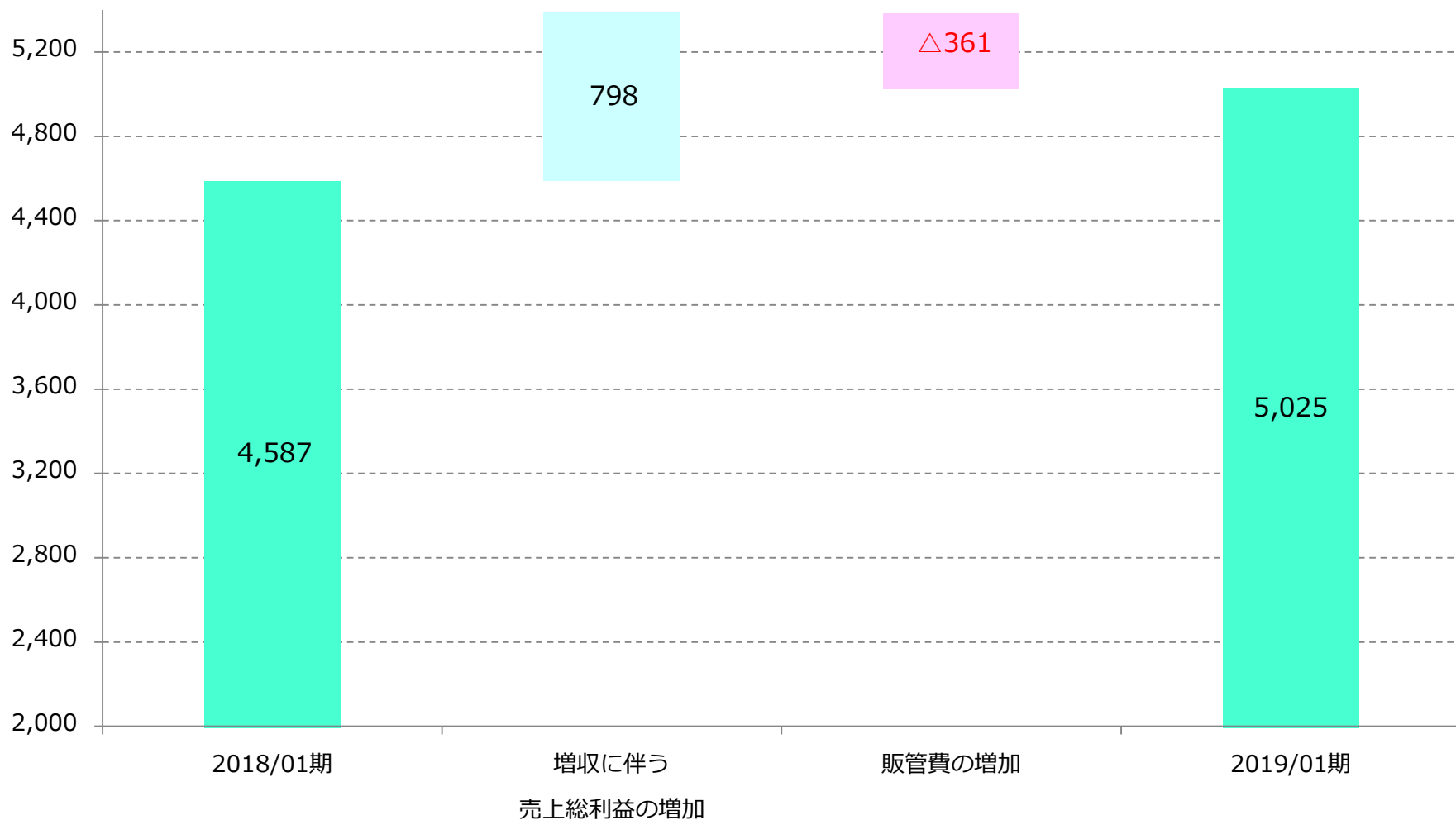
(百万円)

	18/01 通期		19/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	75,156	100.0	82,677	100.0	7,520	—
売 上 原 価	61,791	82.2	68,513	82.9	6,721	0.7
売上総利益	13,364	17.8	14,163	17.1	798	△0.7
販 管 費	8,777	11.7	9,138	11.1	361	△0.6
営業利益	4,587	6.1	5,025	6.1	437	—
営 業 外 収 益	222		218		△4	
営 業 外 費 用	68		24		△44	
経常利益	4,741	6.3	5,219	6.3	477	—
特 別 利 益	93		579		485	
特 別 損 失	—		—		—	
法 人 税 ・ 事 業 税	1,667		1,683		15	
法 人 税 等 調 整 額	△54		△91		△36	
親会社株主に帰属する当期純利益	3,221	4.3	4,206	5.1	984	0.8

E P S (円)	66.96	87.63	20.67
R O E (%)	13.3	16.0	2.7

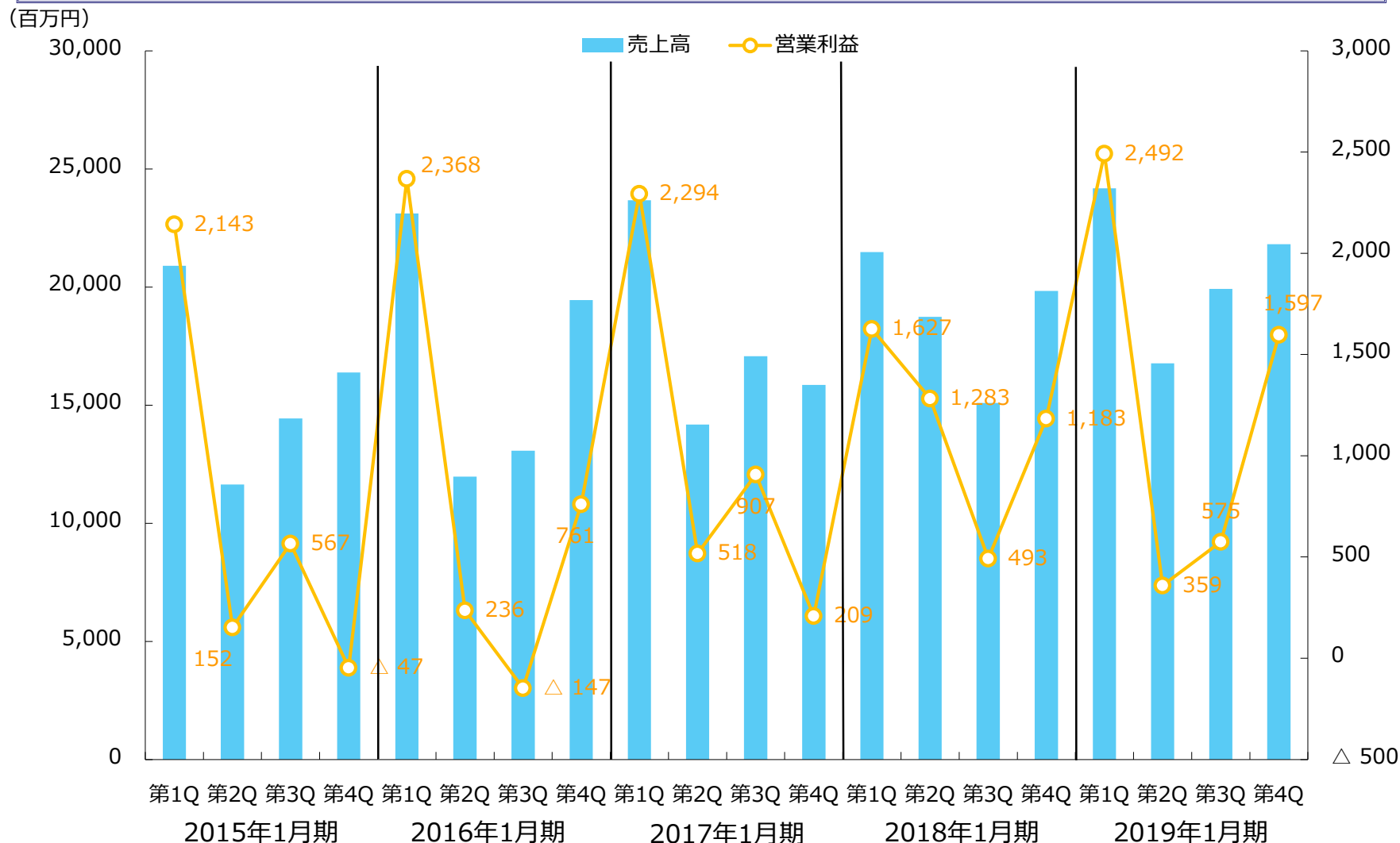
営業利益の増益要因 (対前期比)

(百万円)



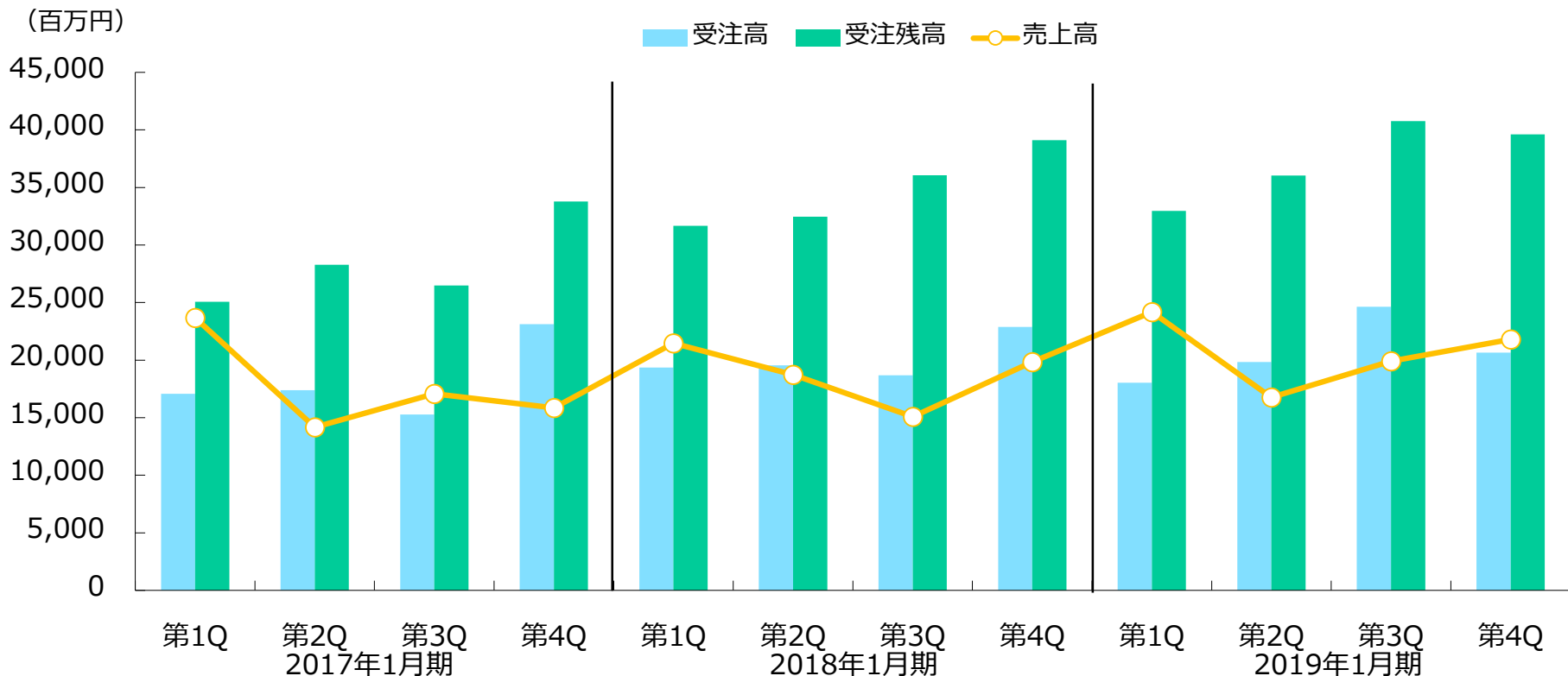
業績の季節変動要因について

- 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。
- 2018年1月期はサービス分野の増加や案件の大型化等の影響で、過去の季節変動と異なる推移を示している。



各四半期ごとの受注高・売上高・受注残高の推移

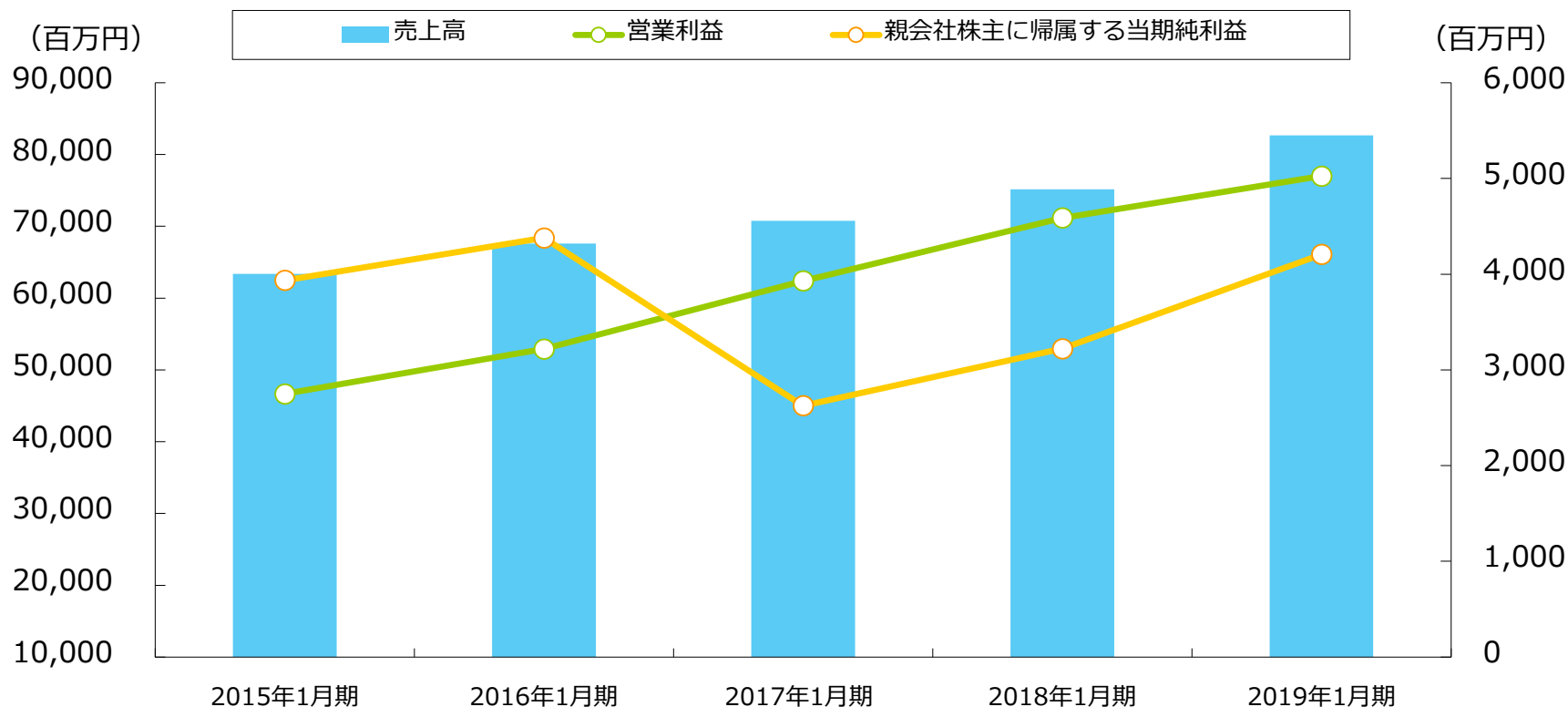
- 当第4四半期の売上高は前年同四半期を上回った。
- 受注高は前年同四半期を下回ったものの、受注残高は前年同四半期を上回り、引き続き高水準で推移した。



	2017年1月期				2018年1月期				2019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)	23,675	14,180	17,071	15,854	21,476	18,742	15,097	19,839	24,173	16,772	19,916	21,814
受注高 (百万円)	17,069	17,392	15,287	23,133	19,370	19,545	18,698	22,876	18,037	19,847	24,636	20,651
受注残高 (百万円)	25,063	28,275	26,491	33,771	31,664	32,467	36,068	39,104	32,969	36,044	40,763	39,600

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

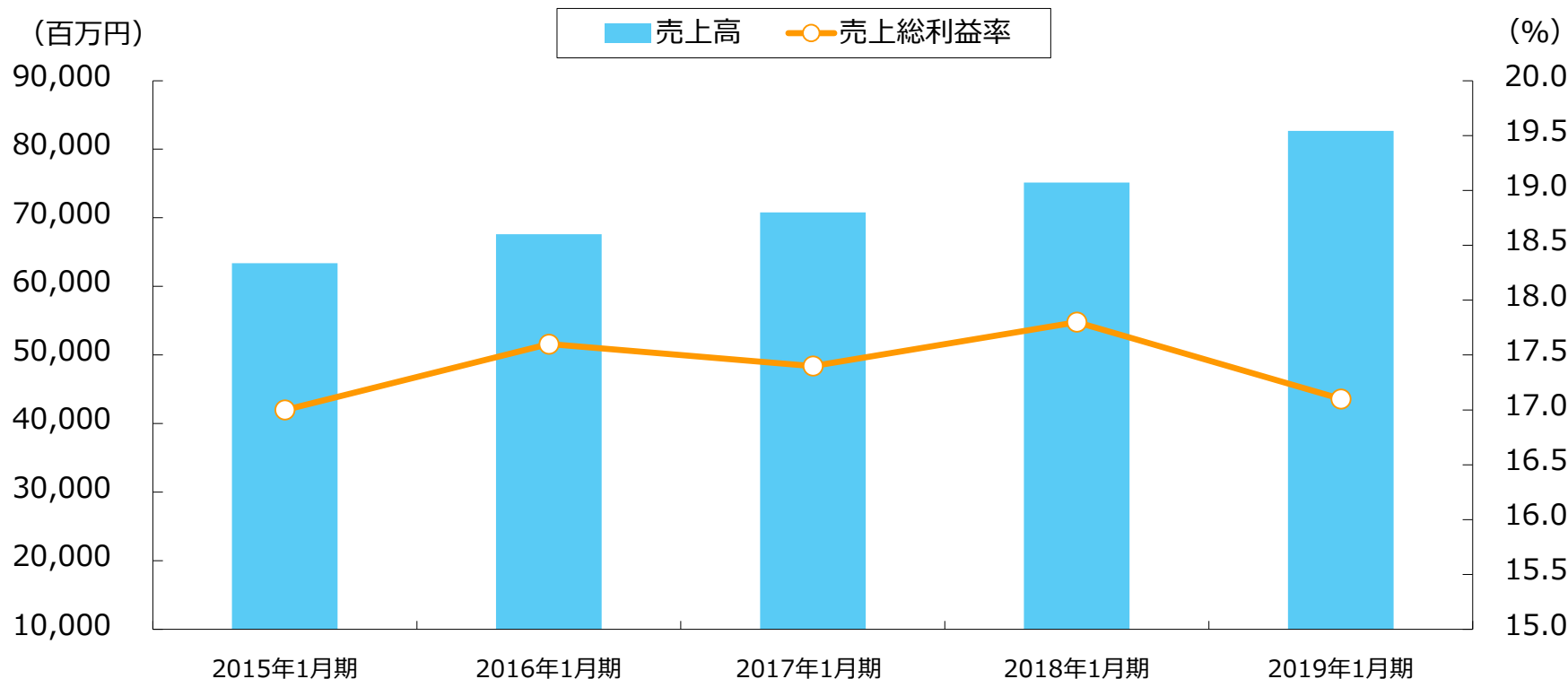
- 売上高、営業利益ともに前期を上回った。
- 2015年1月期及び2016年1月期については、マイナスの法人税調整額を計上したことや、旧日本の土地及び建物の売却等により、親会社株主に帰属する当期純利益が通常より高く計上されている。



	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
売上高 (百万円)	63,373	67,612	70,781	75,156	82,677
営業利益 (百万円)	2,749	3,218	3,929	4,587	5,025
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	3,936	4,379	2,626	3,221	4,206

売上高および売上総利益率の推移

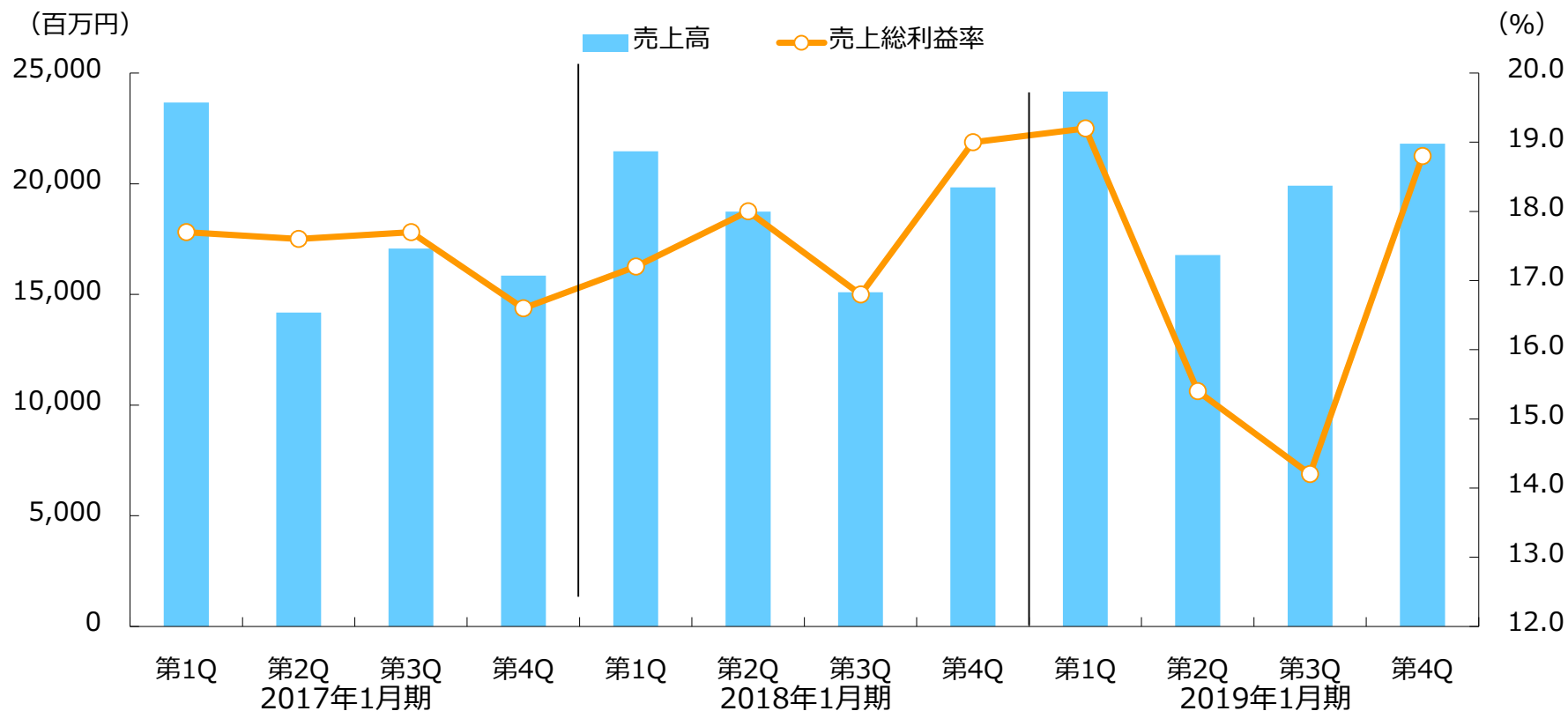
●売上総利益率は前期は0.7ポイント下回ったものの、引き続き高水準で推移した。



	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
売上高 (百万円)	63,373	67,612	70,781	75,156	82,677
売上総利益率 (%)	17.0	17.6	17.4	17.8	17.1

売上高および売上総利益率の推移（各四半期ごと）

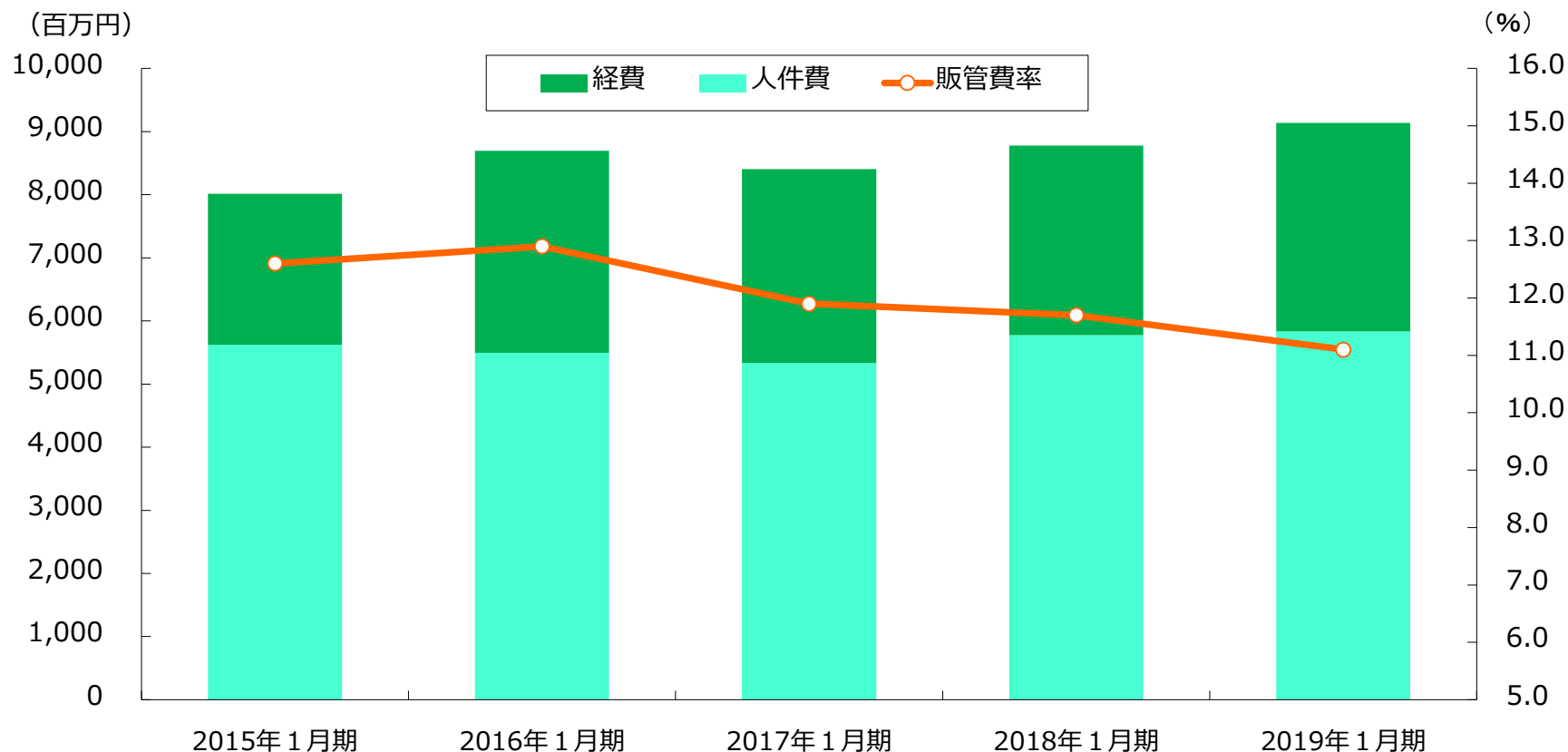
●当第2四半期、当第3四半期の売上総利益率は収益性の低い案件が重なったこと等により低下したが、当第4四半期の売上総利益率は18.8%となり、前年同四半期並みに回復した。



	2017年1月期				2018年1月期				2019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)	23,675	14,180	17,071	15,854	21,476	18,742	15,097	19,839	24,173	16,772	19,916	21,814
売上総利益率 (%)	17.7	17.6	17.7	16.6	17.2	18.0	16.8	19.0	19.2	15.4	14.2	18.8

販売費及び一般管理費の推移

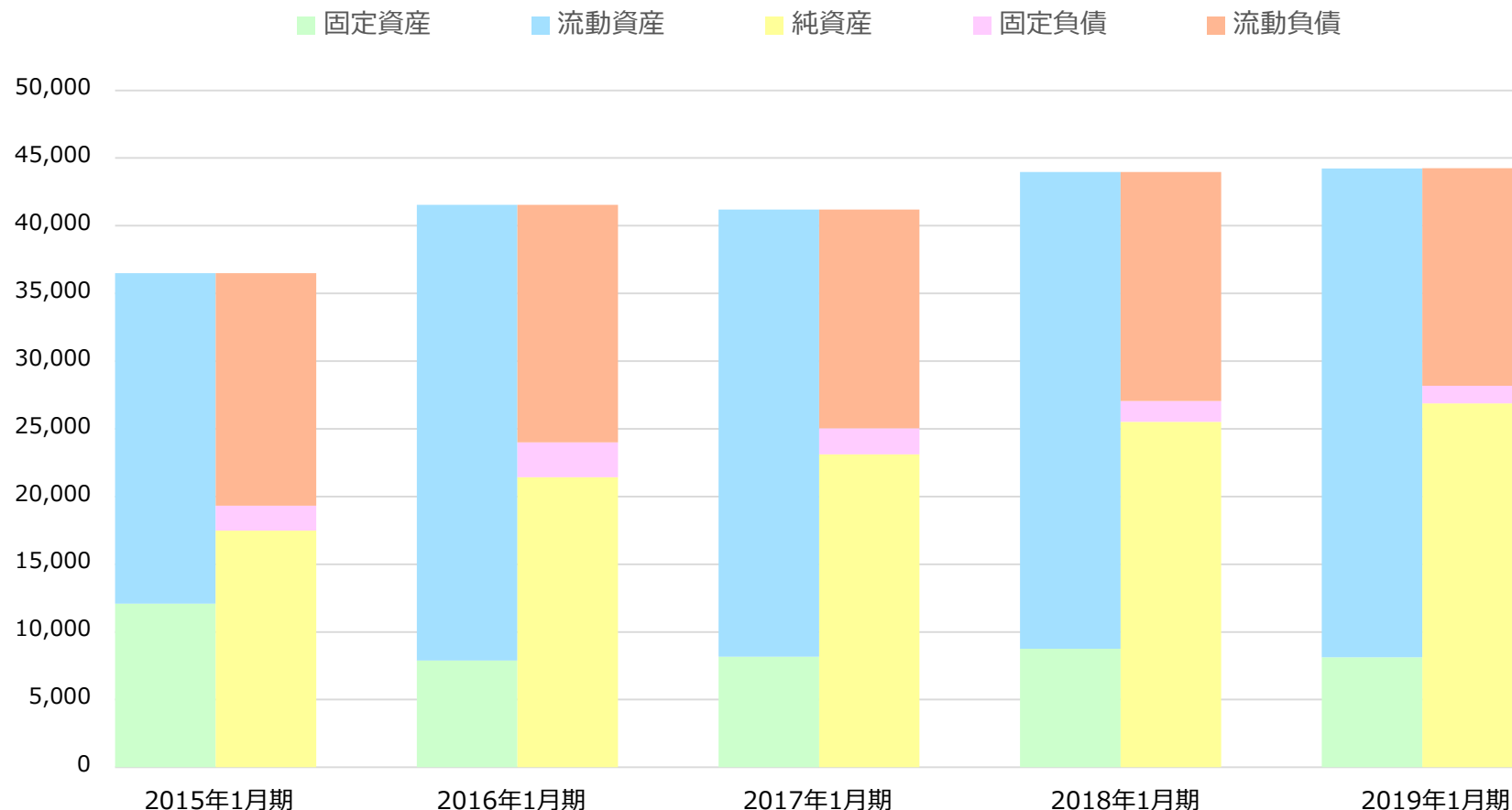
- 販管費率は、販管費が増加したものの、売上も増加したため前期比でマイナス0.6ポイントとなった。
- 従業員数の推移（連結） 2018年1月：1,157人 2019年1月：1,234人となり、77人増加。



	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
人件費 (百万円)	5,624	5,495	5,332	5,777	5,833
経費 (百万円)	2,390	3,201	3,074	2,999	3,305
販管費率 (%)	12.6	12.9	11.9	11.7	11.1

B/S 主要項目の推移

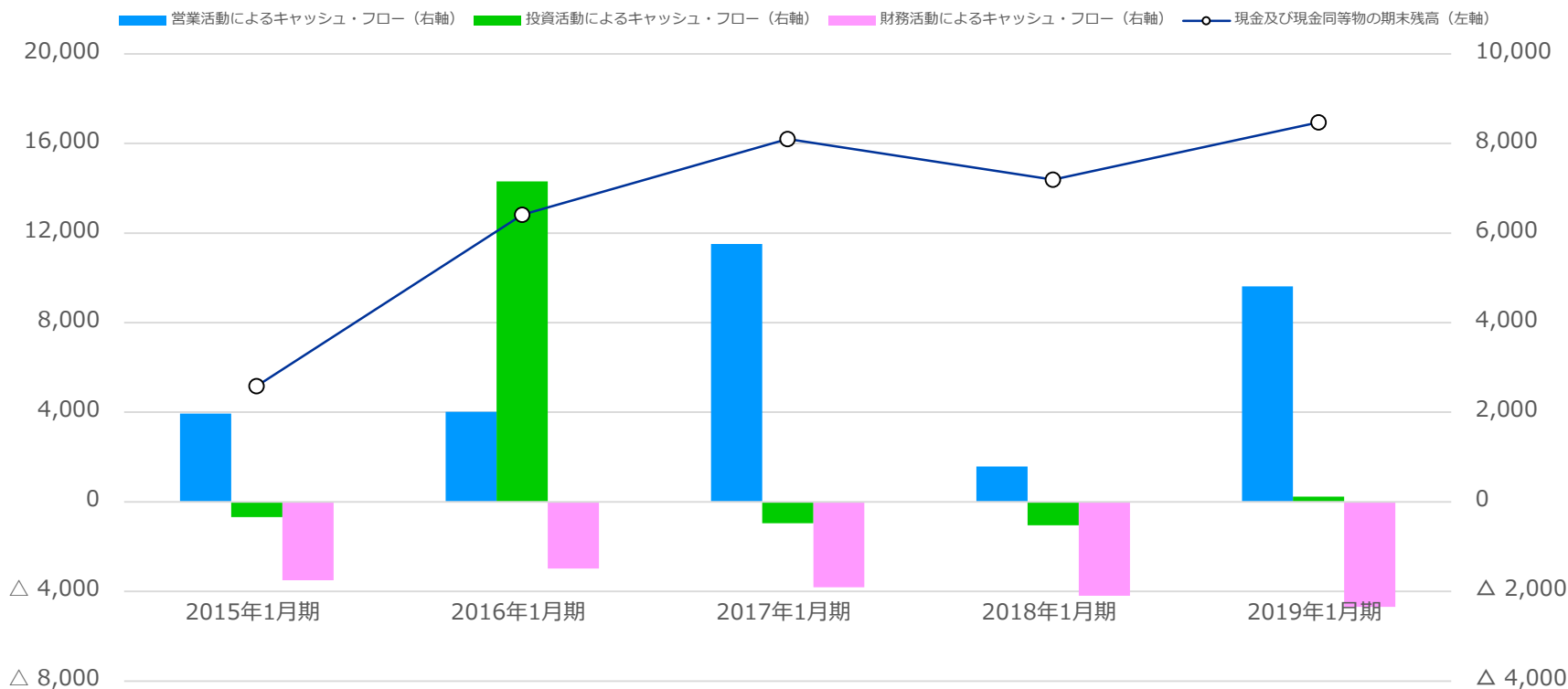
- 自己資本は、269億22百万円となり、前期比で14億12百万円の増加となった。
- 自己資本比率 60.8%（前期比+2.8ポイント）



	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
自己資本 (百万円)	17,488	21,422	23,110	25,510	26,922
自己資本比率 (%)	47.9	51.6	56.1	58.0	60.8

キャッシュ・フローの推移

●税金等調整前当期純利益を57億98百万円計上したことや、支払手形・工事未払金等が△13億74百万円となったこと等により、営業活動によるキャッシュ・フローは48億11百万円となった。また、配当金の支払額が△18億22百万円となったこと等により、財務活動によるキャッシュ・フローは△23億46百万円となり、現金及び現金同等物の期末残高は169億40百万円となった。



(単位：百万円)	2015年1月期	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,969	2,009	5,755	790	4,811
投資活動によるキャッシュ・フロー	△343	7,153	△479	△526	118
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,752	△1,490	△1,905	△2,099	△2,346
現金及び現金同等物の期末残高	5,162	12,819	16,196	14,384	16,940

PART2

②2019年1月期 セグメント別業績概況

2019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良好であり、特にサービス分野（空港関連施設、ホテル、オフィス、テーマパーク等）の新改装案件が堅調に推移したこと等から、売上高、営業利益ともに前期を上回った。
● 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、収益性も向上したことから、売上高、営業利益ともに前期を上回った。
● 文化施設事業	公共投資全体が底堅い動きとなっており、前期と比較して、大型案件が多かったこと等から、売上高は前期を上回ったが、収益性については前期に及ばず、営業利益は前期を下回った。
● その他	ディスプレイ業以外の商業施設の運営管理、事務サービス等が堅調に推移し、売上高、営業利益ともに前期を上回った。

(百万円)

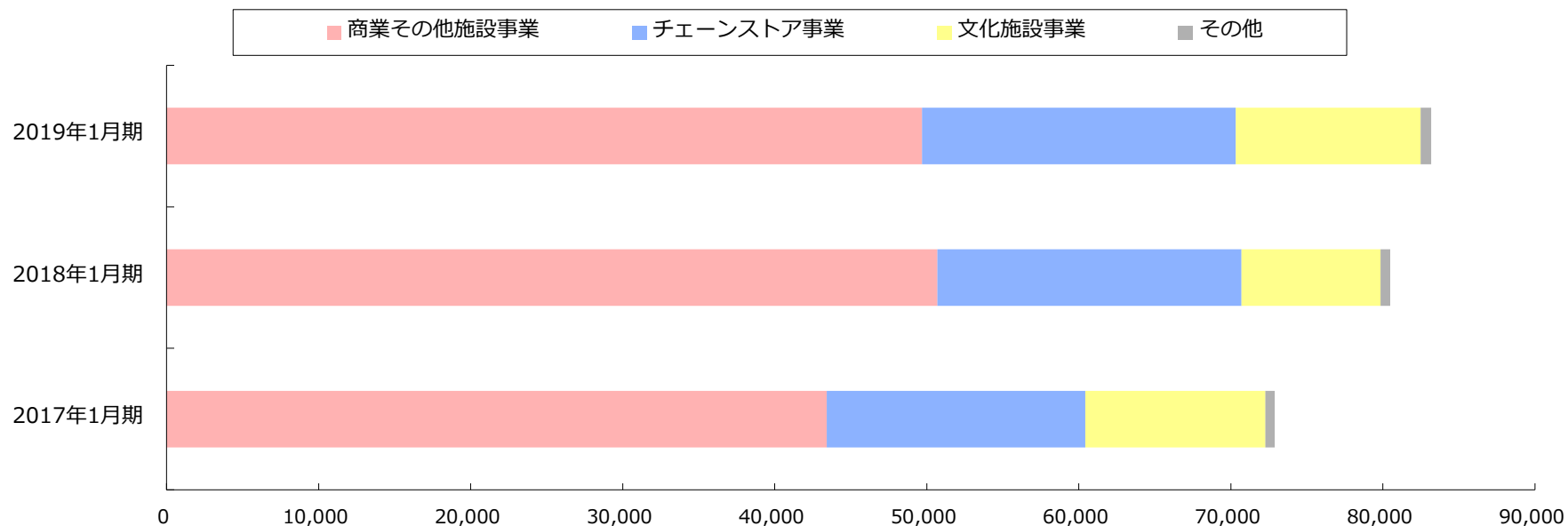
	売上高			営業利益		
	18/01	19/01	増減	18/01	19/01	増減
商業その他施設事業	44,202	49,870	5,667	2,539	2,648	109
チェーンストア事業	19,516	21,234	1,718	1,145	1,484	338
文化施設事業	10,792	10,884	92	694	641	△53
その他	645	687	42	205	239	33
調整額	—	—	—	2	12	9
合計	75,156	82,677	7,520	4,587	5,025	437

セグメント別 受注高の状況

● 良好な市場環境を背景に文化施設事業は堅調に推移し、全体の受注高は前期比で26億82百万円増加となった。

(百万円)

	17/01	18/01	19/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	43,418	50,692	49,678	△1,014
チェーンストア事業	17,011	20,000	20,643	642
文化施設事業	11,843	9,151	12,164	3,012
その他	610	645	687	42
受注高合計	72,883	80,490	83,173	2,682

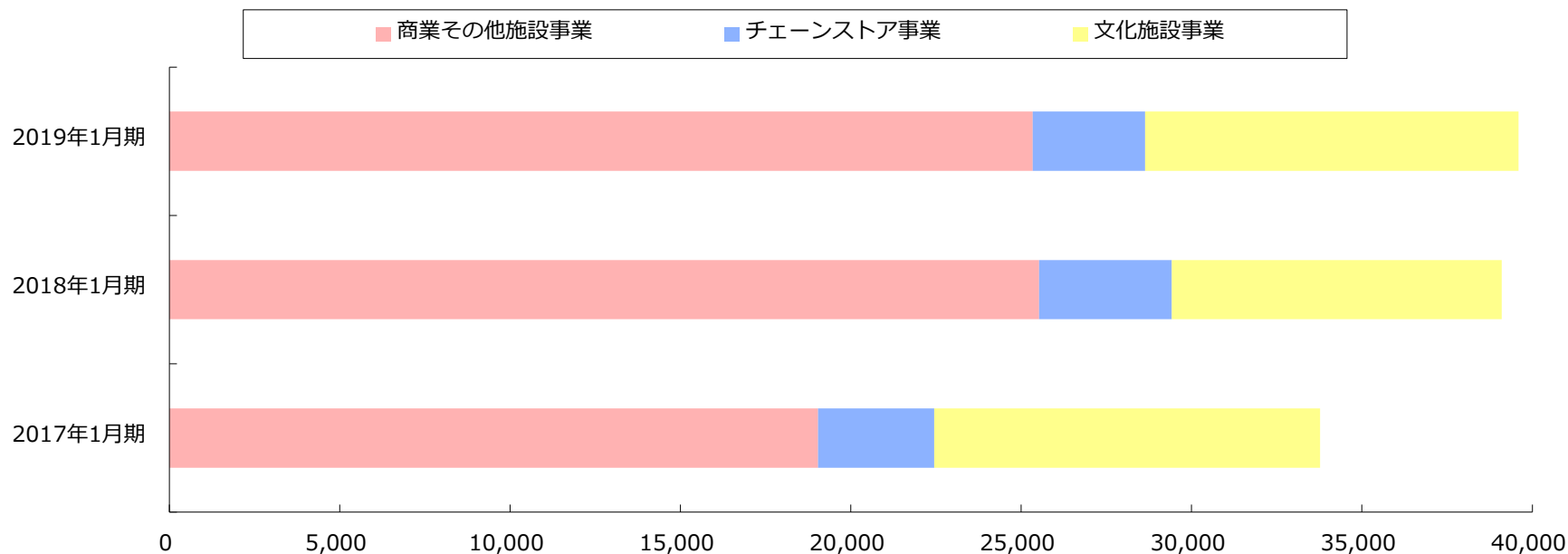


セグメント別 受注残高の状況

●文化施設事業の受注高の増加に伴い受注残高も増加し、引き続き高水準を維持している。

(百万円)

	17/01	18/01	19/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	19,038	25,529	25,337	△191
チェーンストア事業	3,410	3,894	3,302	△591
文化施設事業	11,322	9,681	10,960	1,279
その他の	—	—	—	—
受注残高合計	33,771	39,104	39,600	495



PART 3

①中期経営計画の施策の進捗状況

中期経営計画（2019年1月期～2021年1月期）

- 中期経営計画最終年度である2021年1月期計画は、売上高875億円、営業利益61億円。
- 2020年東京オリンピック・パラリンピック関連の売上計上は、大半が2021年1月期となる見込み。

(百万円)

	2019年1月期		2020年1月期 (計画)		2021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	83,173		88,000		90,000	
売上高	82,677	100.0	84,000	100.0	87,500	100.0
売上総利益	14,163	17.1	14,700	17.5	15,700	17.9
営業利益	5,025	6.1	5,400	6.4	6,100	7.0
経常利益	5,219	6.3	5,500	6.5	6,200	7.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,206	5.1	3,750	4.5	4,200	4.8
E P S (円)	87.63		78.38		87.78	
R O E (%)	16.0		13.5		14.1	

セグメント別 中期経営計画

- 商業その他施設事業において、東京オリンピック・パラリンピックや、都市再開発関連の案件の増加による需要を取り込み、売上高及び営業利益の拡大を目指す。

(百万円)

		2019年1月期	2020年1月期 (計画)	2021年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	49,678	54,300	55,400
	チェーンストア事業	20,643	21,200	22,100
	文化施設事業	12,164	12,100	12,100
	その他	687	400	400
	注 高 計	83,173	88,000	90,000
売	商業その他施設事業	49,870	51,600	53,000
	チェーンストア事業	21,234	20,900	22,000
	文化施設事業	10,884	11,100	12,100
	その他	687	400	400
	上 高 計	82,677	84,000	87,500
営	商業その他施設事業	2,648	3,230	3,580
	チェーンストア事業	1,484	1,360	1,520
	文化施設事業	641	690	880
	その他	239	120	120
	調 整 額	12	—	—
営 業 利 益 計	5,025	5,400	6,100	

中期経営計画 (2019年1月期～2021年1月期)

目標

■ 連結ROE 10%以上 ■ 配当性向50%以上 ■ 営業利益率 7%

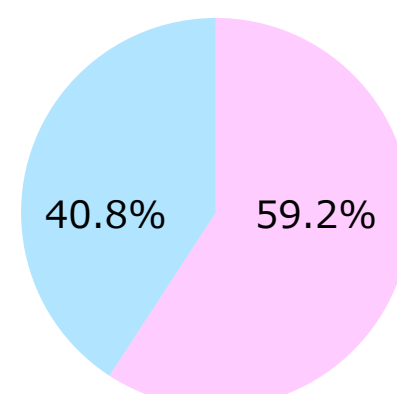
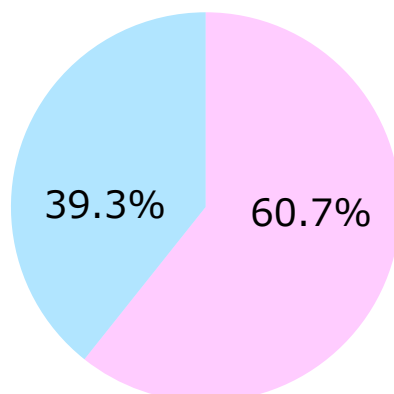
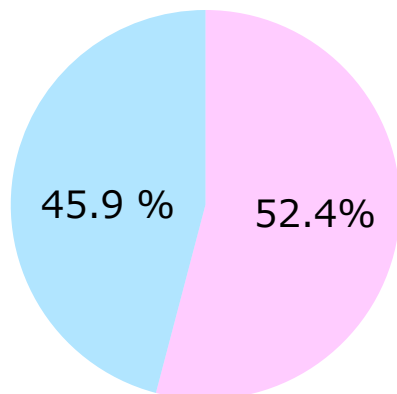
	施策 (強化ポイント)	目標
1	生産基盤の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「パートナー協力会社」制度は継続 ・制作業務の効率化と生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー協力会社への発注比率60%以上 ※ 2019年1月期実績：発注比率59.2% ・大型案件に対応できる生産基盤の確立 ・関西、中部、沖縄地域での協力会社体制の整備
2	先端コンテンツ応用演出の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・各案件で先端コンテンツ応用演出の導入を加速 ・社内外のクリエイターを組み合わせ起用、統括できる人材の育成 	先端コンテンツ応用演出関連の受注高 <ul style="list-style-type: none"> ・2019年1月期 (実績) 128億円 ・中期経営計画最終年度 (計画) 224億円
3	デザイン力の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・組織をデザインセンターとして統合・一体化 ・若手デザイナーを積極登用しスキルを継承 	
4	安全・高品質の追求	
	<ul style="list-style-type: none"> ・対制作職教育の専門部門を設置 	
5	働き方改革と生産性向上	
	<ul style="list-style-type: none"> ・働き方改革への取り組みと多様なワークスタイルの実現 	

施策の進捗状況 ①生産基盤の強化

「パートナー協力会社」制度の継続

●目標：「パートナー協力会社」への発注比率60%以上

【 2017年1月期 】 【 2018年1月期 】 【 2019年1月期 】
 その他への発注額 パートナーへの発注額 その他への発注額 パートナーへの発注額 その他への発注額 パートナーへの発注額



- 引き続き、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

地方における協力会社体制の整備

- 需要が伸びている関西、中部、沖縄地域での「パートナー協力会社」の新規増加

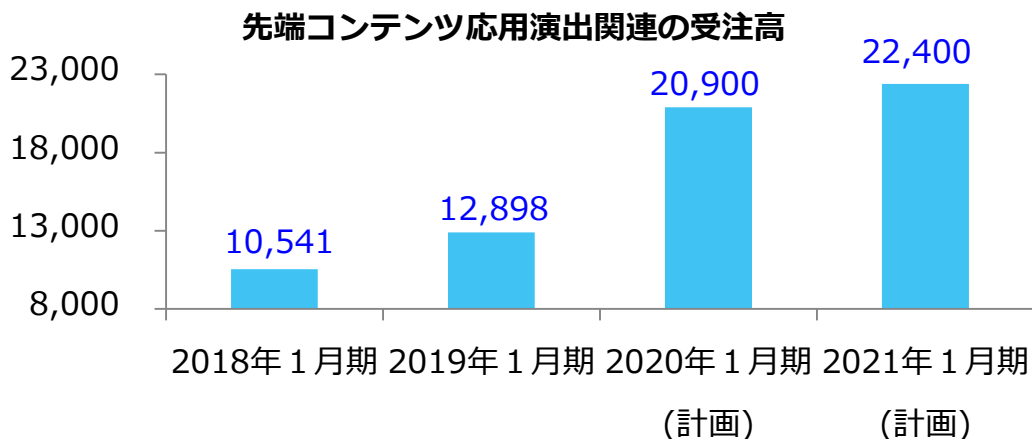
施策の進捗状況 ②先端コンテンツ応用演出の強化

展示・内装業界を取り巻く環境の変化

- デジタル・AI化が進む専門店、百貨店などの商業施設の増加
- インバウンド需要によるホテル客室内設備のスマート化(IOT、AIの活用)
- 体験型博物館、美術館などの展示施設の増加
- 今後、5Gを活用したイベント・プロモーション分野の演出が増える



- 空間デザインを具現化する技術(映像、音響、造形など)をデジタルと融合し、独自の付加価値を創造する
- 2025年大阪・関西万博を受注機会と捉え、当社を取り巻く様々な新技術を取り込み、ディレクションする能力の向上に努める



空間演出技術の研究開発・実証拠点

『港南ラボ マークスリー[Mk_3]』

PART 3

②2020年1月期 業績計画

2020年1月期 業績計画

- 2020年1月期 売上高840億円、営業利益54億円
- 営業利益54億円で、3期連続で過去最高の更新を目指す。

(百万円)

	2019年1月期				2020年1月期			
	第2Q実績		通期実績		第2Q計画		通期計画	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)
受注高	37,885		83,173		43,600		88,000	
売上高	40,946	100.0	82,677	100.0	38,300	100.0	84,000	100.0
売上総利益	7,223	17.6	14,163	17.1	6,600	17.2	14,700	17.5
営業利益	2,851	7.0	5,025	6.1	2,020	5.3	5,400	6.4
経常利益	2,915	7.1	5,219	6.3	2,060	5.4	5,500	6.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,945	4.8	4,206	5.1	1,400	3.7	3,750	4.5
E P S (円)	40.43		87.63		29.26		78.38	
R O E (%)	7.4		16.0		5.3		13.5	

2020年1月期 セグメント別 業績計画

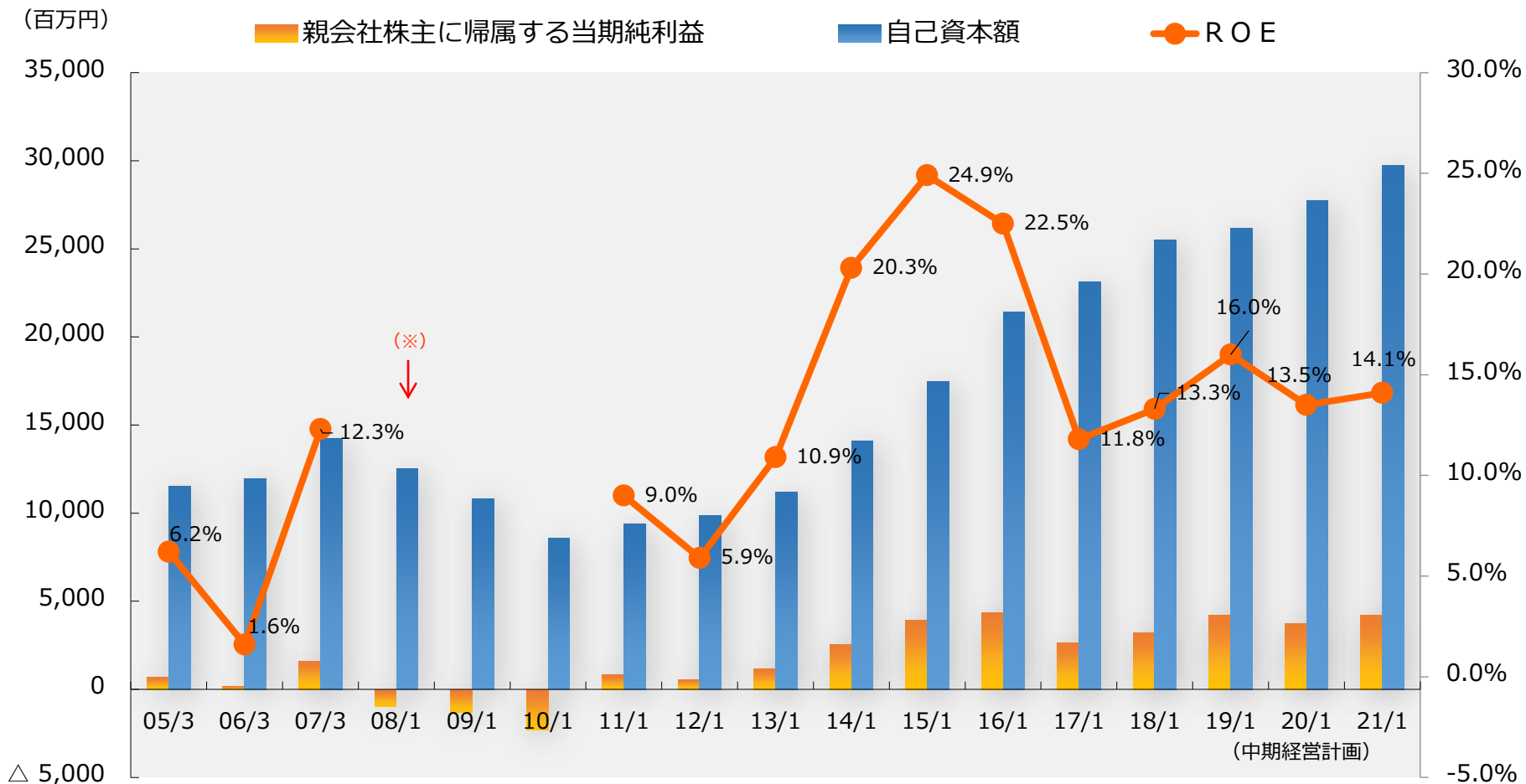
●良好な市場環境を背景に、商業その他施設事業において売上高、営業利益を伸ばす。

(百万円)

		2019年1月期		2020年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受注高	商業その他施設事業	21,979	49,678	24,500	54,300
	チェーンストア事業	9,854	20,643	10,600	21,200
	文化施設事業	5,737	12,164	8,300	12,100
	その他	313	687	200	400
受注高計		37,885	83,173	43,600	88,000
売上高	商業その他施設事業	23,813	49,870	22,100	51,600
	チェーンストア事業	9,781	21,234	10,500	20,900
	文化施設事業	7,036	10,884	5,500	11,100
	その他	313	687	200	400
売上高計		40,946	82,677	38,300	84,000
営業利益	商業その他施設事業	1,310	2,648	1,140	3,230
	チェーンストア事業	635	1,484	640	1,360
	文化施設事業	771	641	180	690
	その他	129	239	60	120
調整額		5	12	—	—
営業利益計		2,851	5,025	2,020	5,400

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】

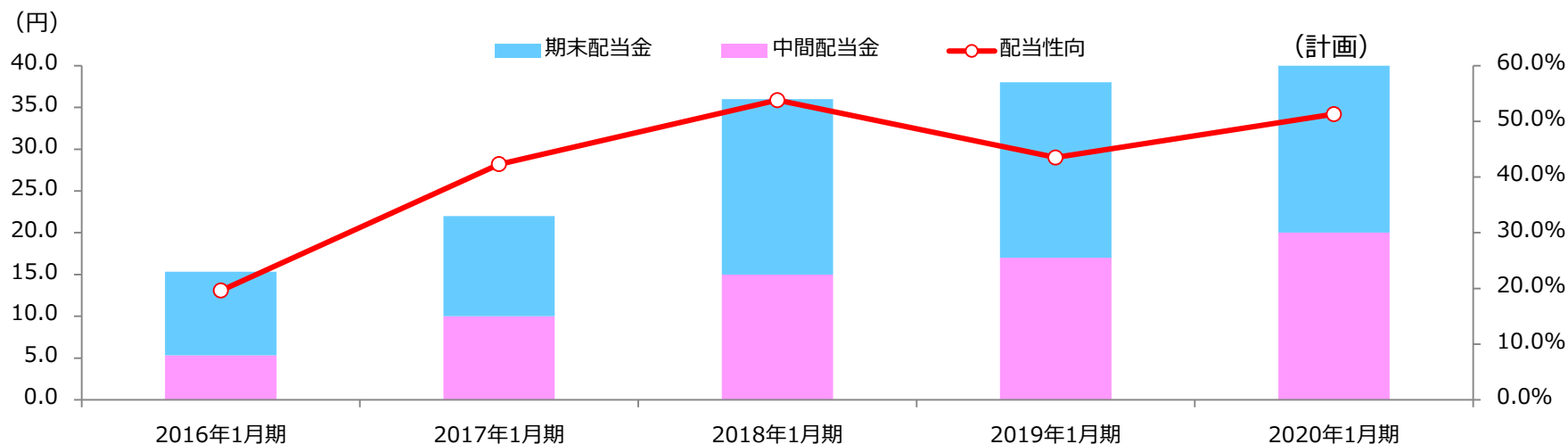
ROE 10%以上

【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 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

※ 2019年1月期については、特別利益の要素を除いたうえで、50%還元としております。



	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	5.33	10.00	15.00	17.00	20.00
期末配当金 (円)	10.00	12.00	21.00	21.00	20.00
合計 (円)	15.33	22.00	36.00	38.00	40.00
連結配当性向 (%)	16.8	40.3	53.8	43.5	51.3
発行済株式総数 (株)	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071

※ 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

PART 3

②今後の見通しについて

市場環境／事業環境の見通し

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)		
	メンテナンス分野	店舗保守・ファシリティサポート市場は拡大傾向にある。	
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年以降)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。

商業その他施設事業と同様の傾向。

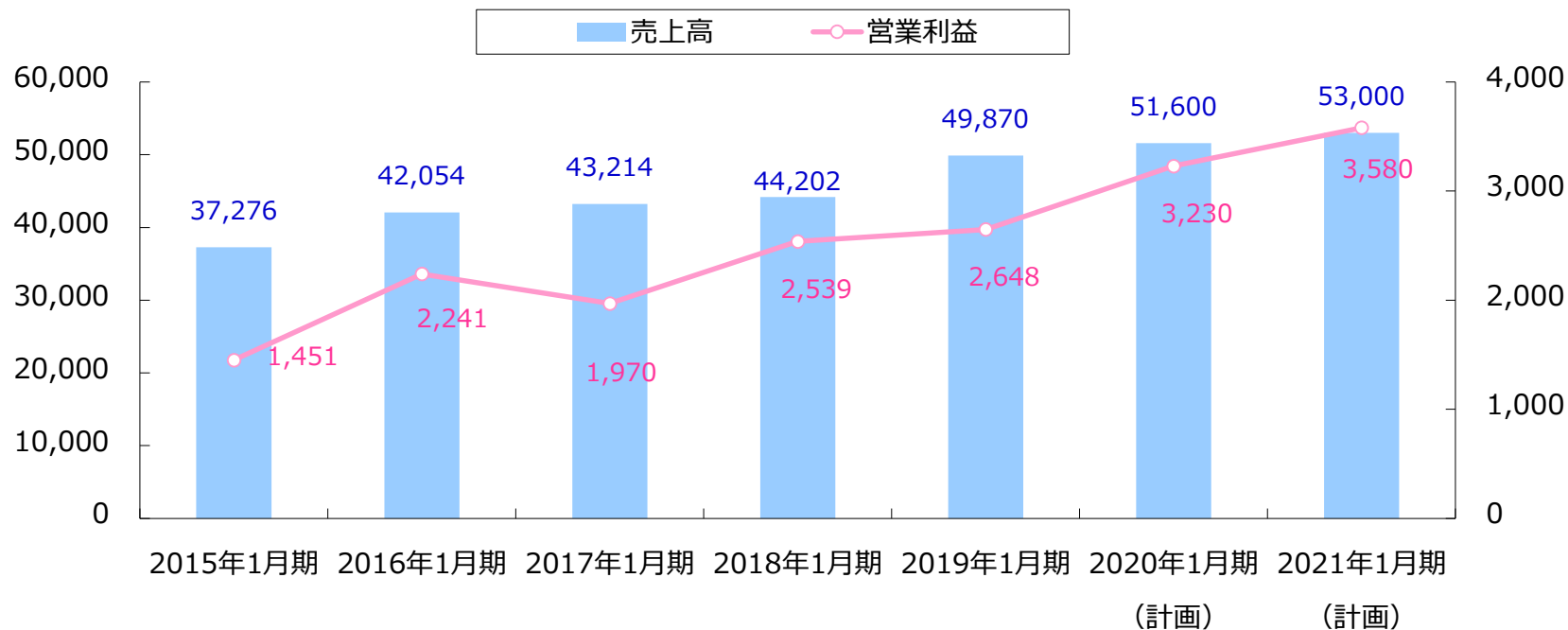
セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

【外部環境】

- ・東京オリンピック・パラリンピック関連ならびに首都圏を中心とした各都市の再開発案件の増加
- ・インバウンド需要に関連した市場拡大が見込まれる
- ・大阪・関西万博ならびにIR(統合リゾート)計画等による関西エリアの需要拡大

【方針】

- ・東京オリンピック・パラリンピック関連案件は重要プロジェクトとして受注活動を展開
- ・成長市場であるホテル分野およびビジネス空間の受注拡大
- ・先端コンテンツを活用したプロモーション分野の拡大強化
- ・話題性・発信性の高い施設に注力、アミューズメント市場シェアを拡大



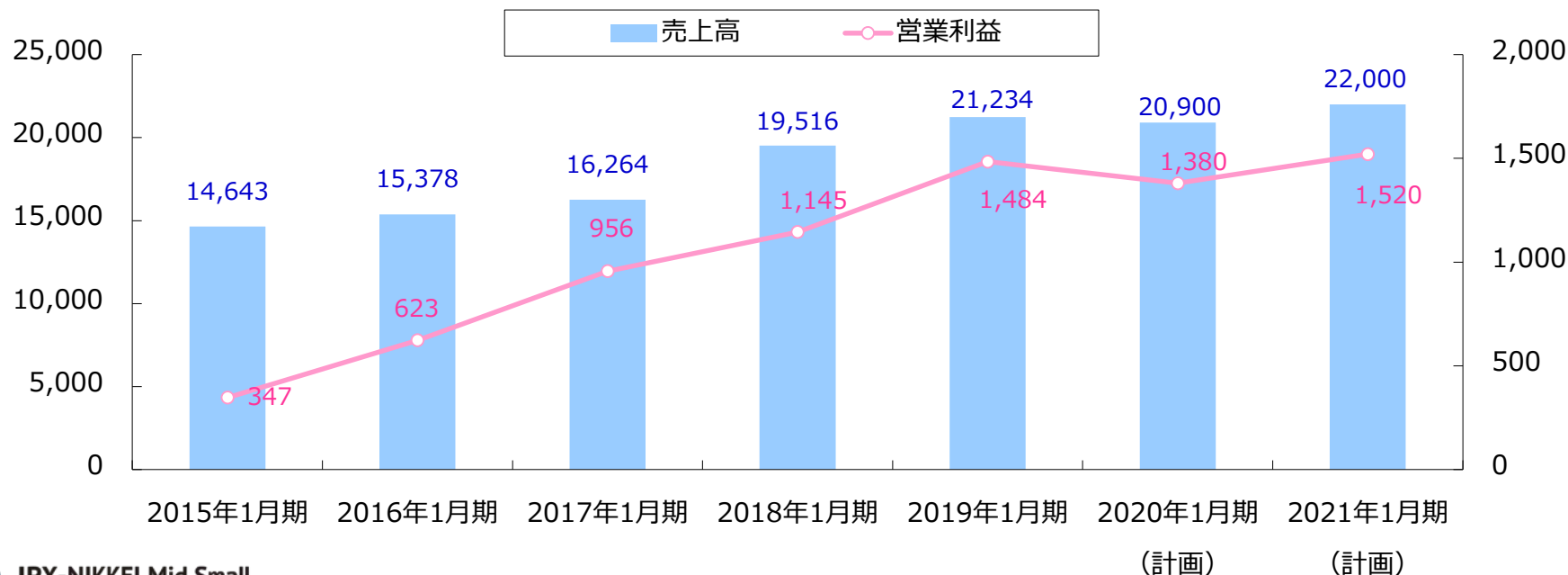
セグメント別の見通しと取り組み(チェーンストア事業)

【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
- 飲食店分野 : 増税に対する警戒感はあるものの、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
- 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)
- メンテナンス分野 : 店舗保守・ファシリティサポート需要は拡大傾向にある

【方針】

- ・ 中長期的に新たな新改装需要の取り組みが期待される市場の開拓
- ・ 需要増が見込まれるメンテナンス分野の拡大
- ・ 引き続き利益率の向上を目指す(習熟度の向上)



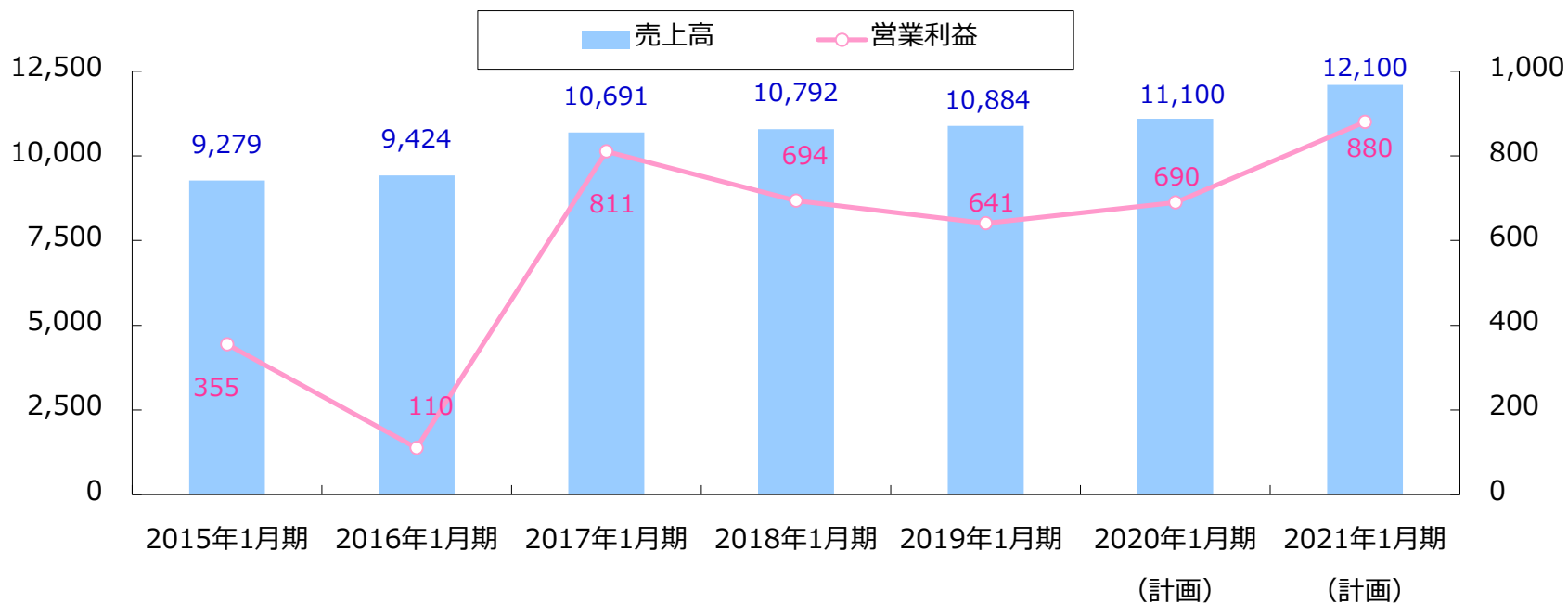
セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

【外部環境】

当社がターゲットとする公共施設(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活動を行う
- ・長年培った展示ノウハウを活かし、文化展示事業を安定成長させる



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

2020年以降の事業環境(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多い

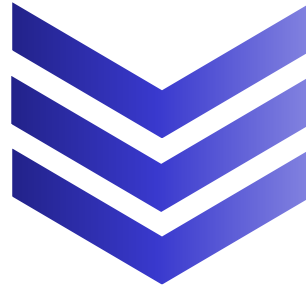
受注機会となり得る主な再開発案件

- ・ 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…観光ビジョン実現プログラム、地方創生、
大阪・関西万博、I R（統合リゾート）等

2020年以降の中長期的な方針・目標

目標 2020年以降も増益基調を継続させる

- ・ コト消費拡大に伴う空間へのニーズの高度化・多様化に柔軟に対応できる生産基盤・技術力を身に付ける
- ・ 安定成長を継続するために、商品価値そのものを高める



『観光』をキーとして、インバウンド、文化観光、MICE、大阪・関西万博、IR（統合リゾート）需要は伸び、それらをターゲットとすることで、持続的成長は可能



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2018年度選定



株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<https://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)