



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2021年度選定



2023年1月期 第1四半期決算説明資料

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

- ①2023年1月期第1四半期 業績概況
- ②2023年1月期第1四半期 セグメント別業績概況

PART3

2023年1月期業績計画

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）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
乃村工藝社	143,689	107,736	111,081	110,000
丹青社	81,678	69,225	62,714	70,000
スペース	50,151	40,028	42,408	45,000

※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

会社概要

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、「こころ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】	1949年10月14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】	1,423名（連結）
【連結子会社】	7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、コンビニエンス企業等
	文化施設事業	博物館、美術館、企業ミュージアム等の展示内装（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。

空間づくりのプロセスを一貫してサポート

調査・企画

- 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・設計

- デザインコンセプト
 - 平面レイアウト
- 基本・実施設計
 - 空間演出提案

制作・施工

- 設計監理
 - 制作・施工
- 空間演出のテクニカル
ディレクション

運営

- 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」のプロセスを一貫してサポート

調査・企画から、デザイン・設計、制作・施工、デジタル技術を活かした空間演出や運営まで、空間づくりに関するプロセスを一貫してサポートすることで、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を推進しています。

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

賑わい
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、その専門力と総合力で
空間づくりを支えています。

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。

「空間創造のプロフェッショナル」たちが

豊富なノウハウと高度な技術力と専門力、総合力を結び、
お客さまの事業成功のため、丹精を込めて空間をつくりあげています。

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 268名
- ② 制作職 494名
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士245名)

空間づくりを支える協力会社群

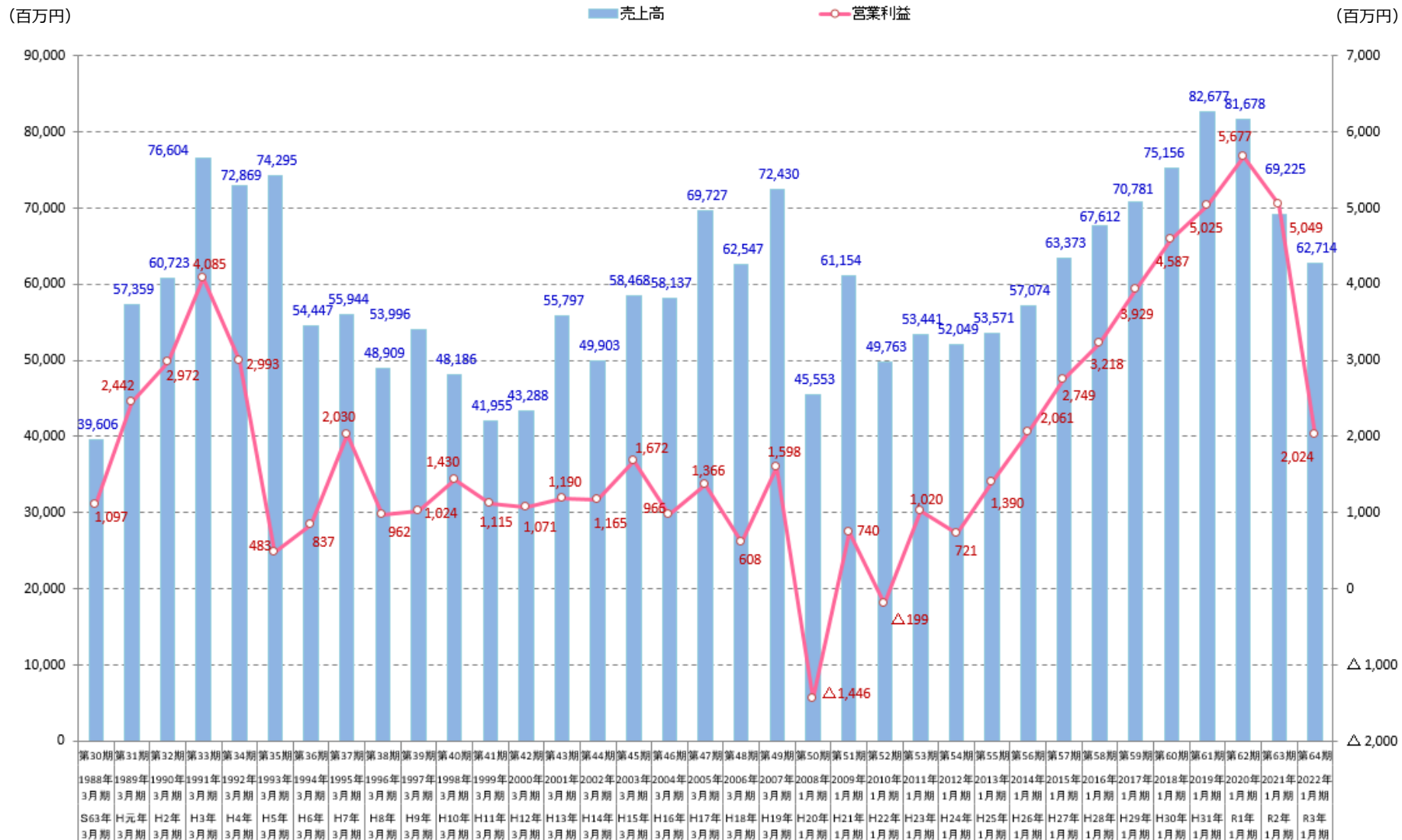
- ① 継続取引会社 約1,000社
- ② パートナー協力会社 245社

事業上の特長

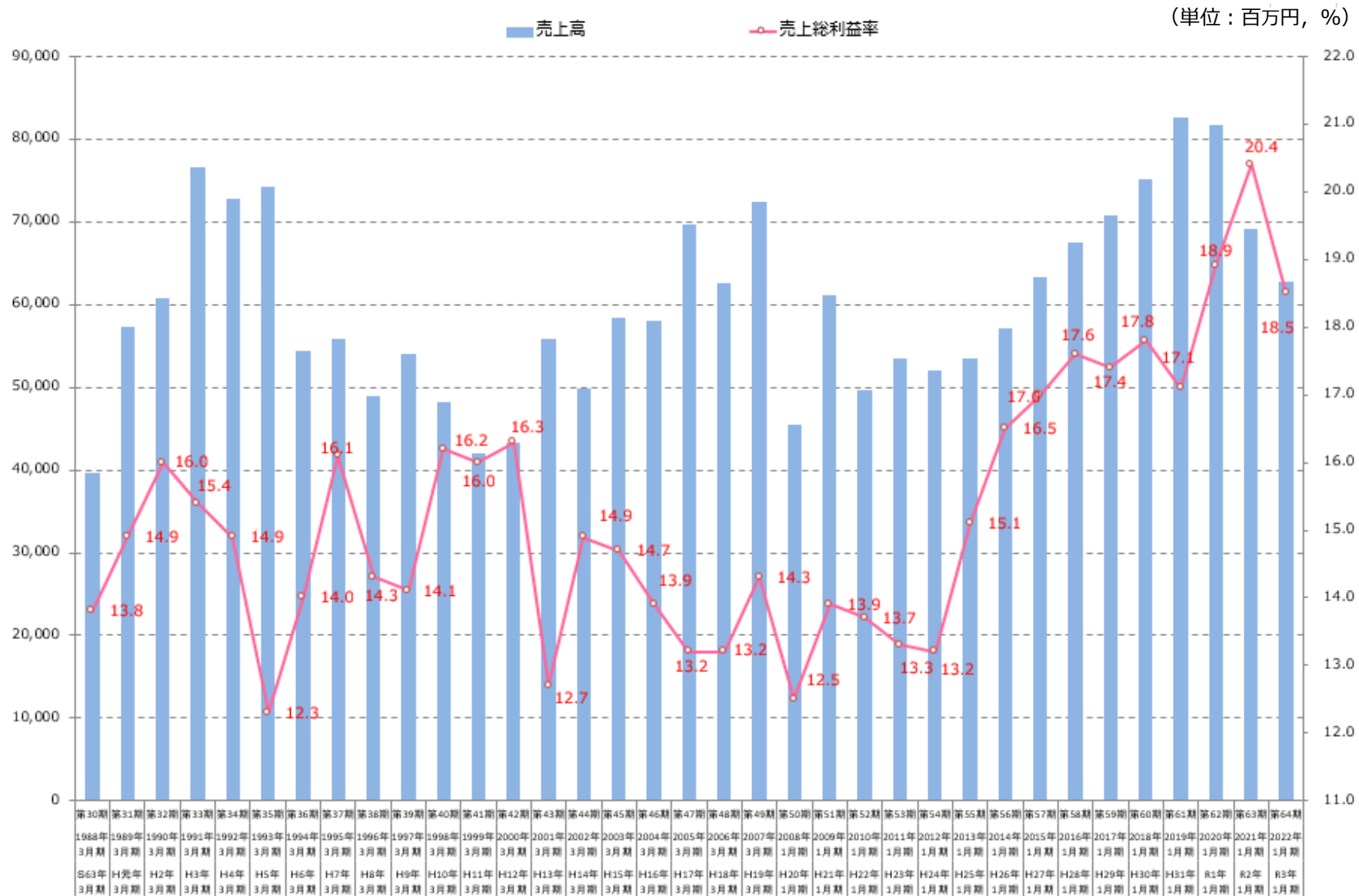
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、トップレベルのシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)
- ③ 先端デジタル技術の専門チームを有している

※2022年1月末現在

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)



PART 2

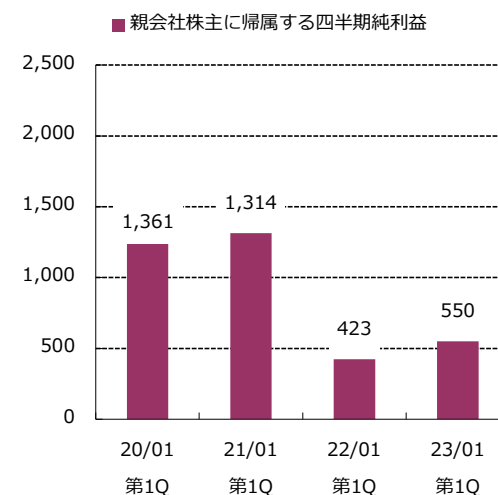
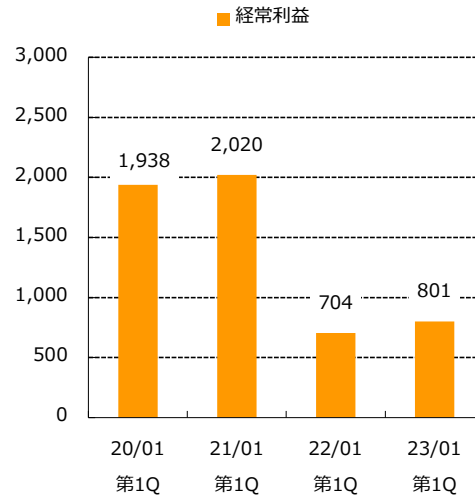
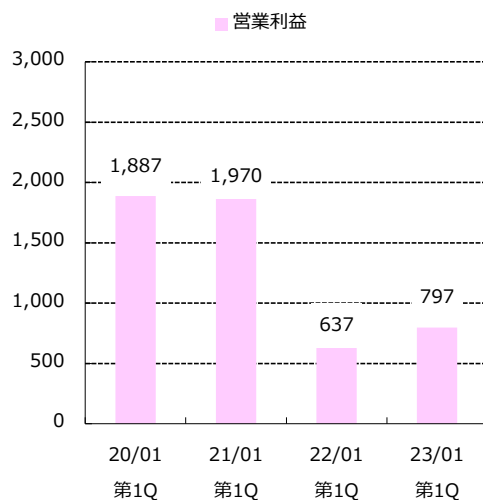
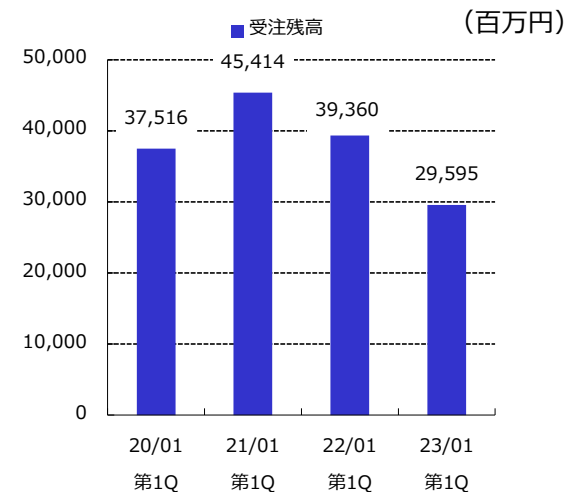
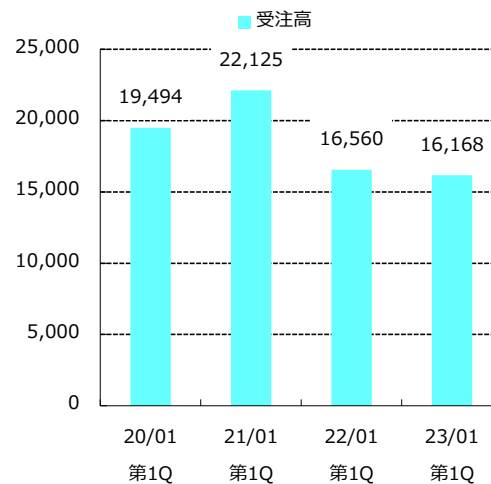
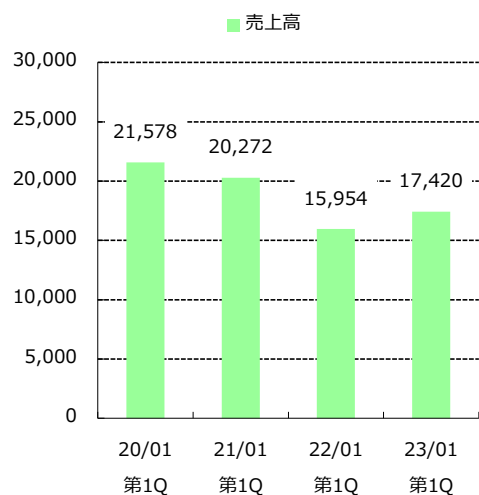
① 2023年1月期第1四半期 業績概況

「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。）等の適用に伴う影響について

1. 当第1四半期連結会計期間の期首より前に収益認識会計基準等を遡及適用した場合の累積的影響額を、当第1四半期連結会計期間の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から収益認識会計基準等を適用している
2. 上記1の結果、利益剰余金の当期首残高は9億36百万円の増加
参考：期首時点での影響額 受注残高△100億円程度
3. 収益認識会計基準等の経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っていないため、本資料の前年同期比は参考値として掲載している

2023年1月期 第1四半期 サマリー情報

- 新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより、前年同期に比べて需要は回復し、増収・増益となった。
- 受注高は、経済活動の制限緩和により商業その施設事業およびチェーンストア事業の需要が回復したものの、前期に比べ文化施設事業の案件が減少したことにより、微減となった。
- 受注残高は、収益認識に関する会計基準の適用に伴い前年同期を下回った。



2023年1月期 第1四半期 P/L 概況

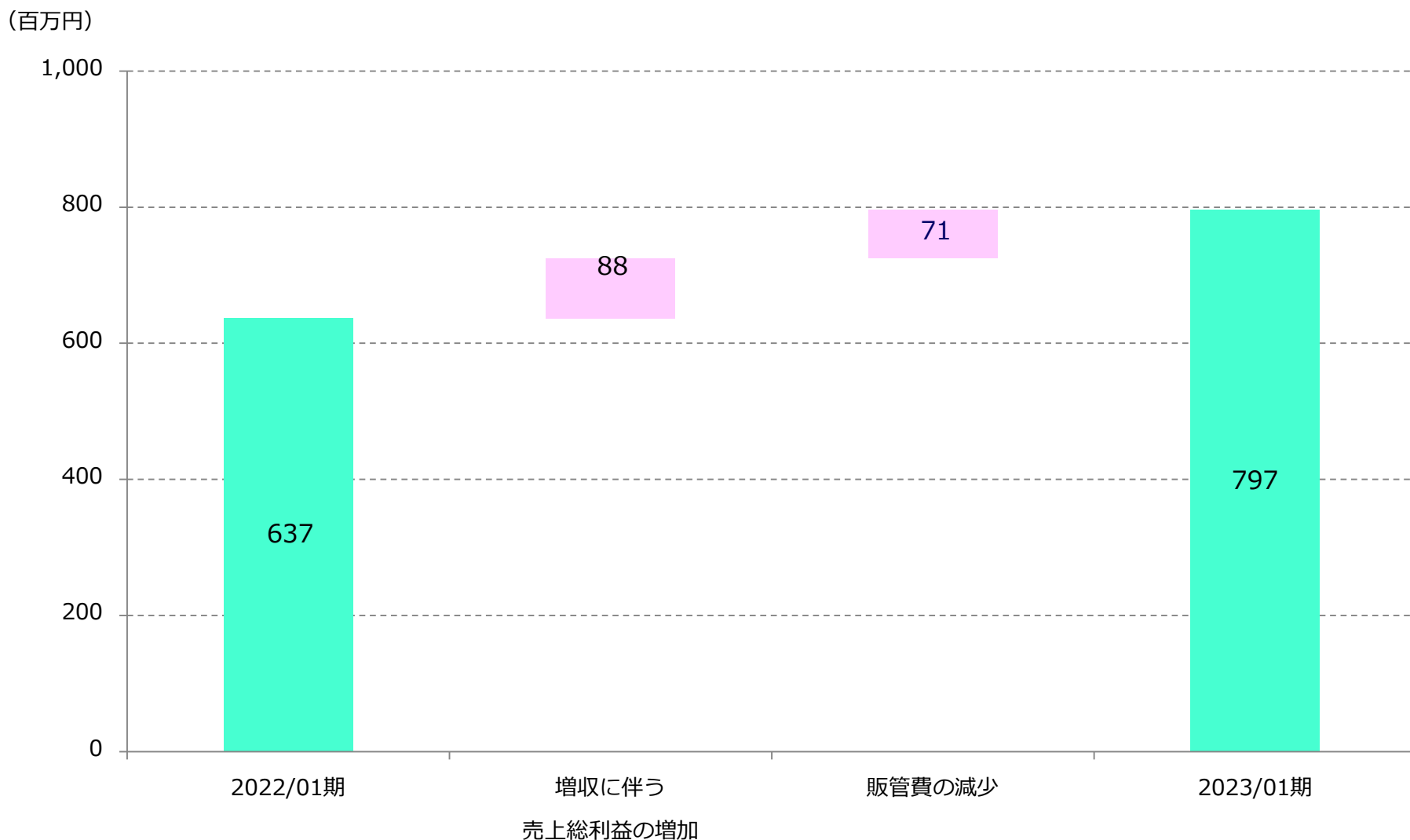
- 売上総利益は、増収に伴い前年同期を上回ったものの、売上総利益率は、コロナ禍の影響により経済活動が制限され、市場環境が悪化した時期に受注した案件が売上高に計上されたため前年同期を下回り、17.6%となった。

(百万円)

	22/01 第1Q		23/01 第1Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	15,954	100.0	17,420	100.0	1,465	
売上原価	12,986	81.4	14,362	82.4	1,376	1.0
売上総利益	2,968	18.6	3,057	17.6	88	△1.0
販管費	2,331	14.6	2,260	13.0	△71	△1.6
営業利益	637	4.0	797	4.6	159	0.6
営業外収益	74		33		△41	
営業外費用	7		29		22	
経常利益	704	4.4	801	4.6	96	0.2
特別利益	—		30		30	
特別損失	—		30		30	
法人税・事業税	326		648		321	
法人税等調整額	△45		△395		△350	
親会社株主に帰属する四半期純利益	423	2.7	550	3.2	126	0.5

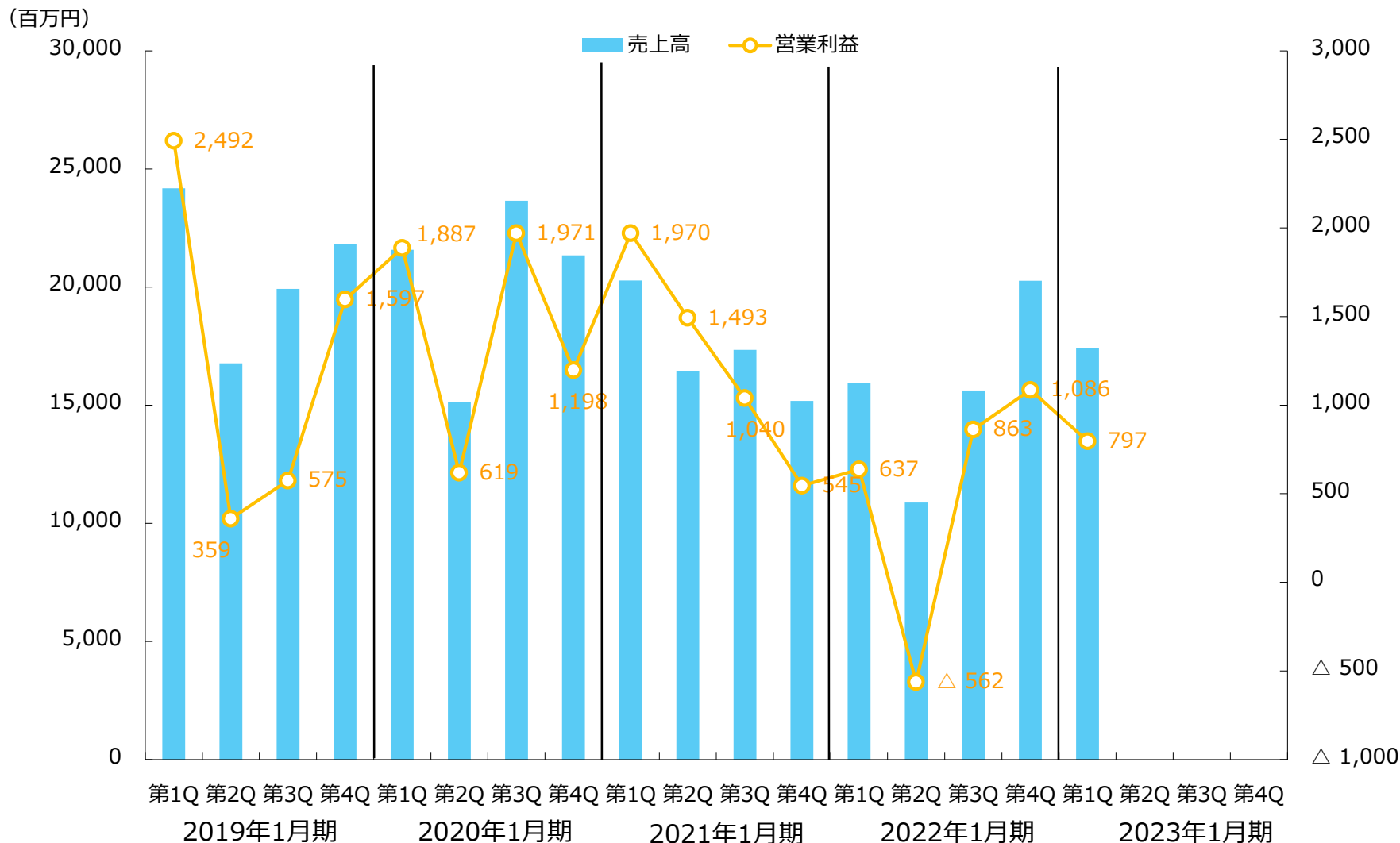
E P S (円)	8.88		11.61		2.73	
R O E (%)	1.46		1.84		0.38	

営業利益の増益要因（対前期比）



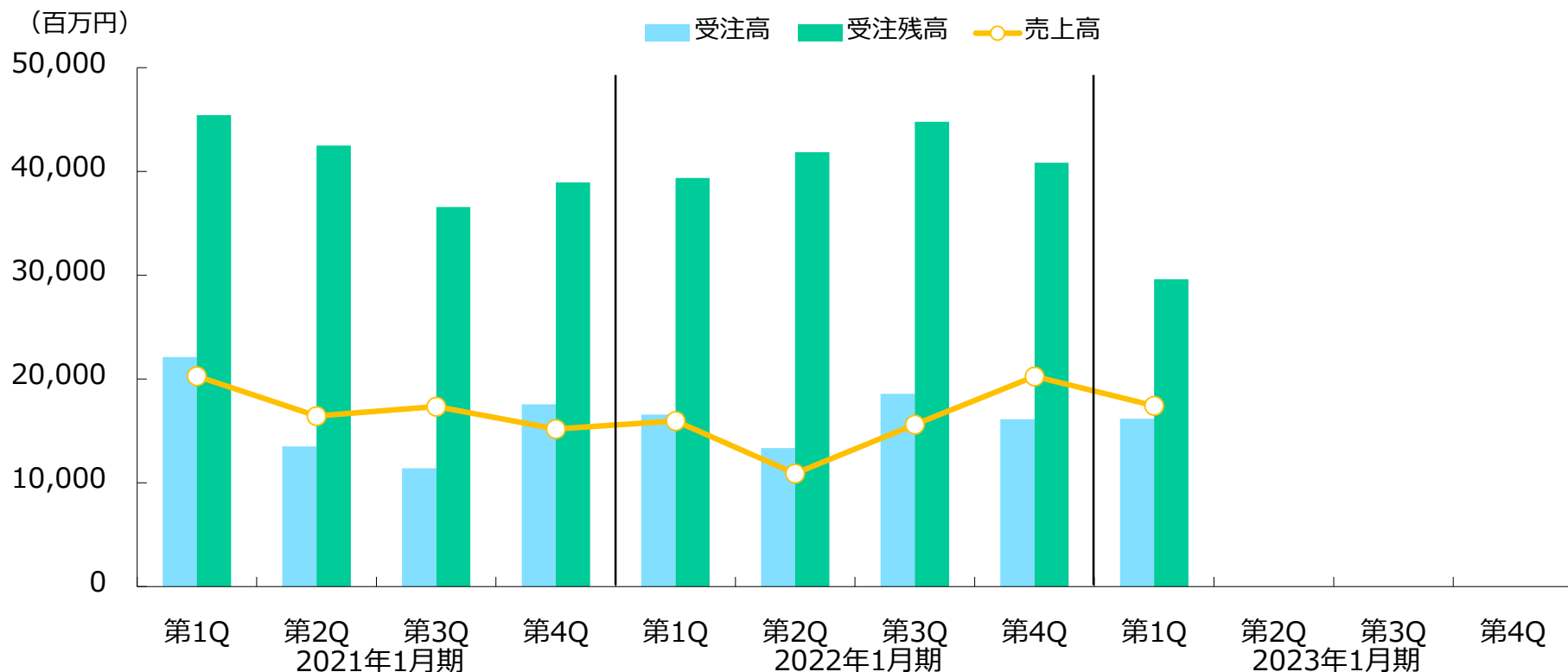
過年度の四半期ごとの変動要因

- 受注産業であり2022年1月期までは工事完成基準を適用していたため、各四半期ごとに利益が積み上がる構造ではない。
- 第2四半期は完工する案件が少ないため売上高が減少する傾向にある。
- 2019年1月期、2020年1月期の第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。



各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

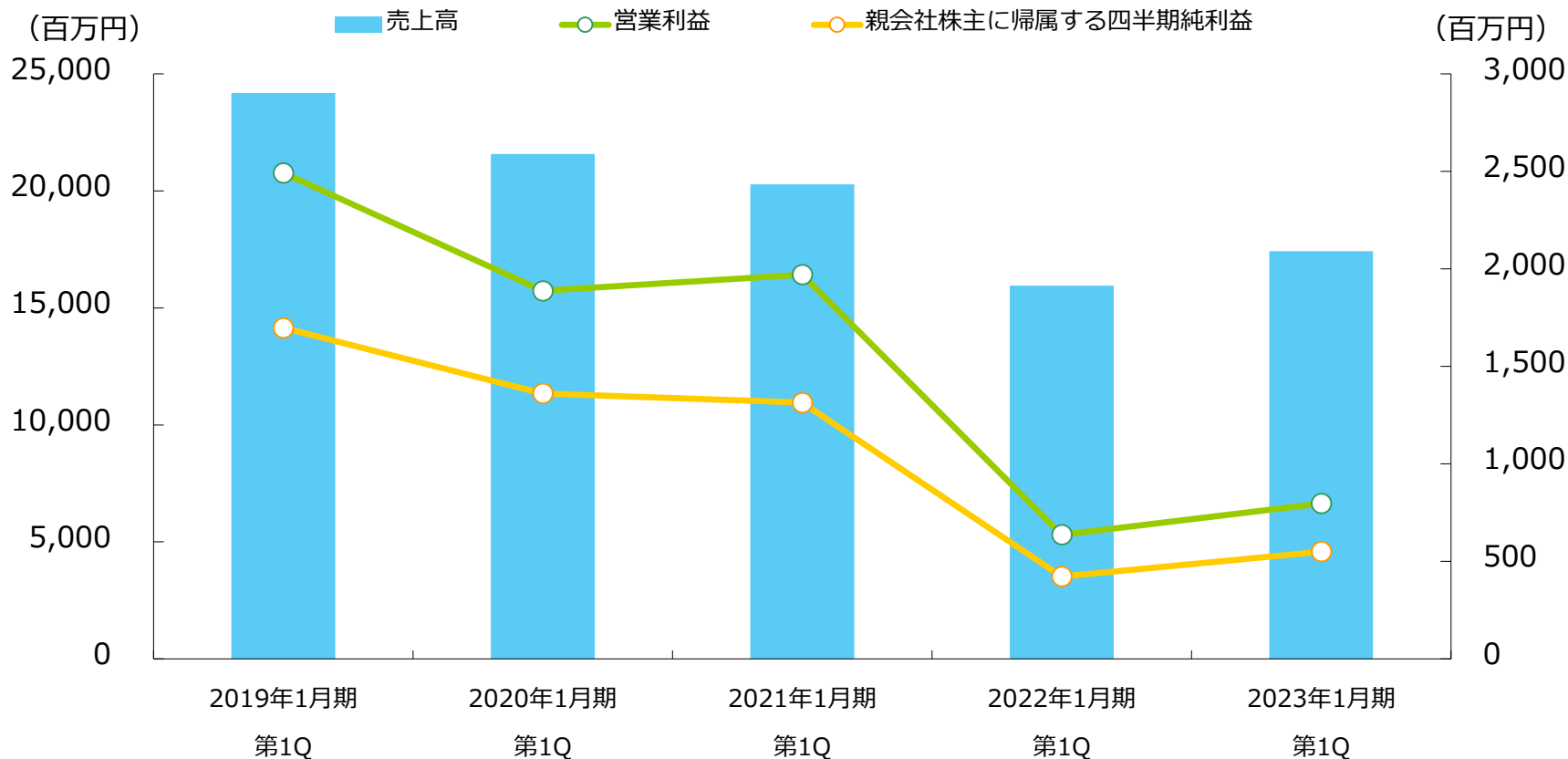
● 当第1四半期の受注残高は、収益認識に関する会計基準の適用に伴い前年同期を下回った。



	2021年1月期				2022年1月期				2023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)	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877	15,621	20,260	17,420			
受注高 (百万円)	22,125	13,514	11,408	17,565	16,560	13,355	18,568	16,105	16,168			
受注残高 (百万円)	45,414	42,485	36,558	38,950	39,360	41,838	44,785	40,825	29,595			

売上高・営業利益・親会社株主に帰属する四半期純利益の推移

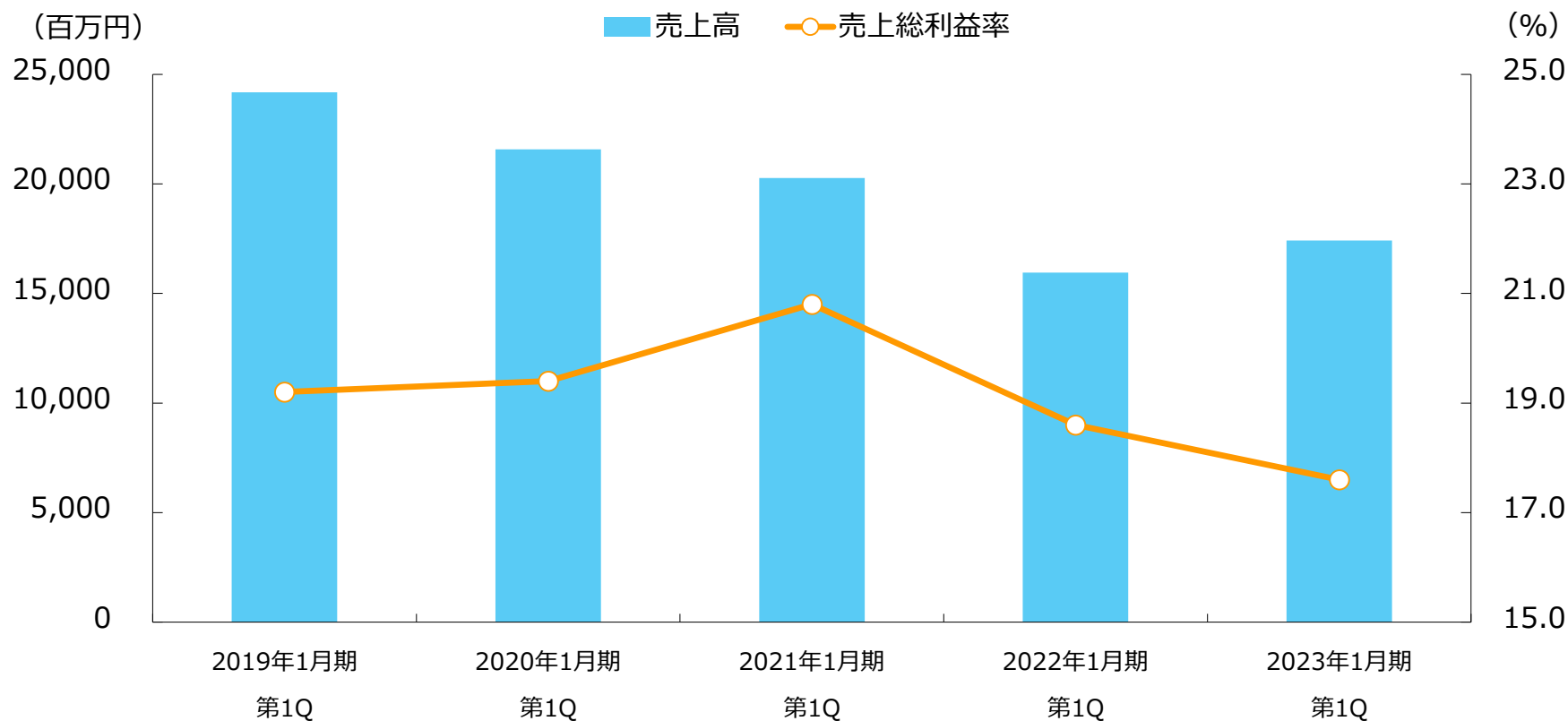
● 増収に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期を上回った。



	2019年1月期第1Q	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q
売上高 (百万円)	24,173	21,578	20,272	15,954	17,420
営業利益 (百万円)	2,492	1,887	1,970	637	797
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (百万円)	1,697	1,361	1,314	423	550

売上高および売上総利益率の推移（各年度第1四半期）

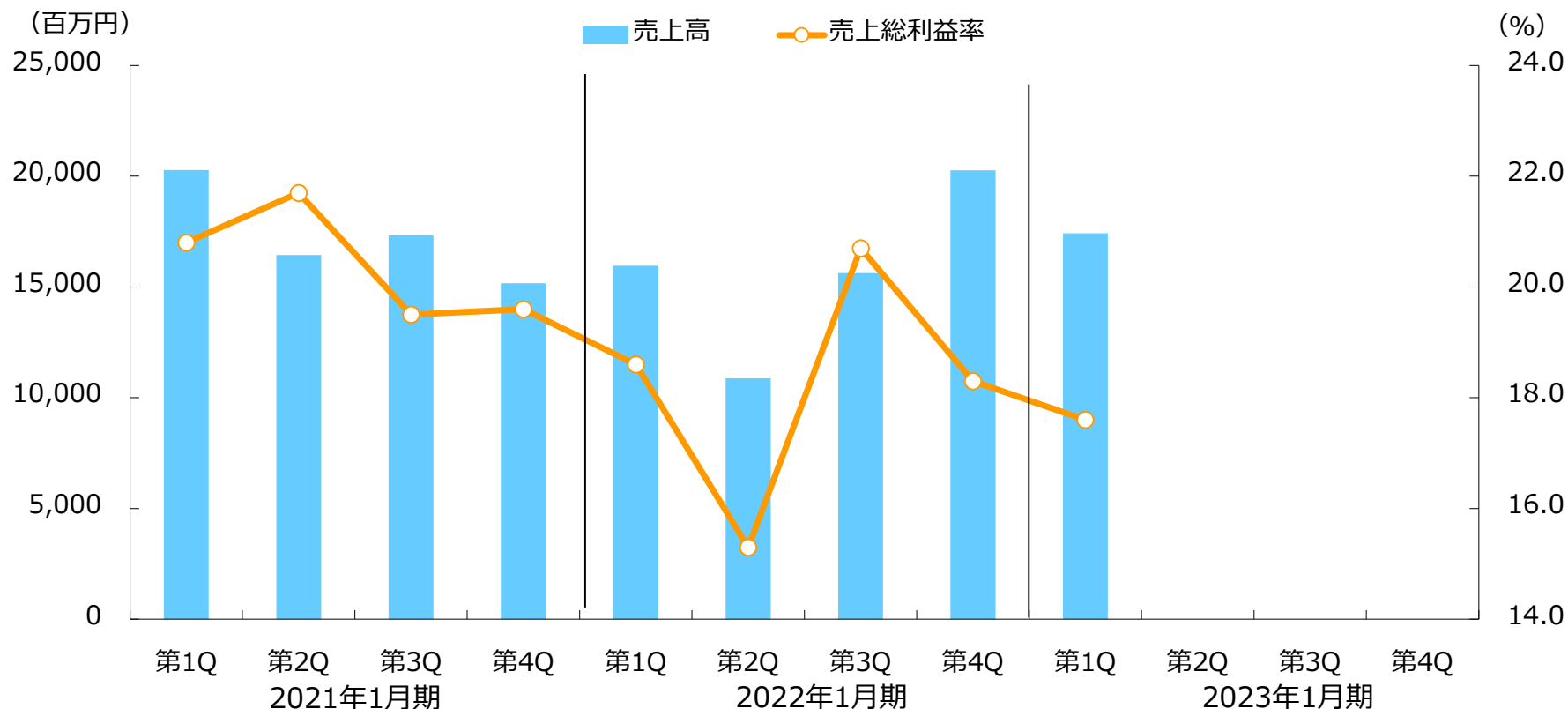
● 売上高は、新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより、前年同期に比べて需要は回復し、前年同期で14億65百万円の増加となった。



	2019年1月期第1Q	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q
売上高 (百万円)	24,173	21,578	20,272	15,954	17,420
売上総利益率 (%)	19.2	19.4	20.8	18.6	17.6

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

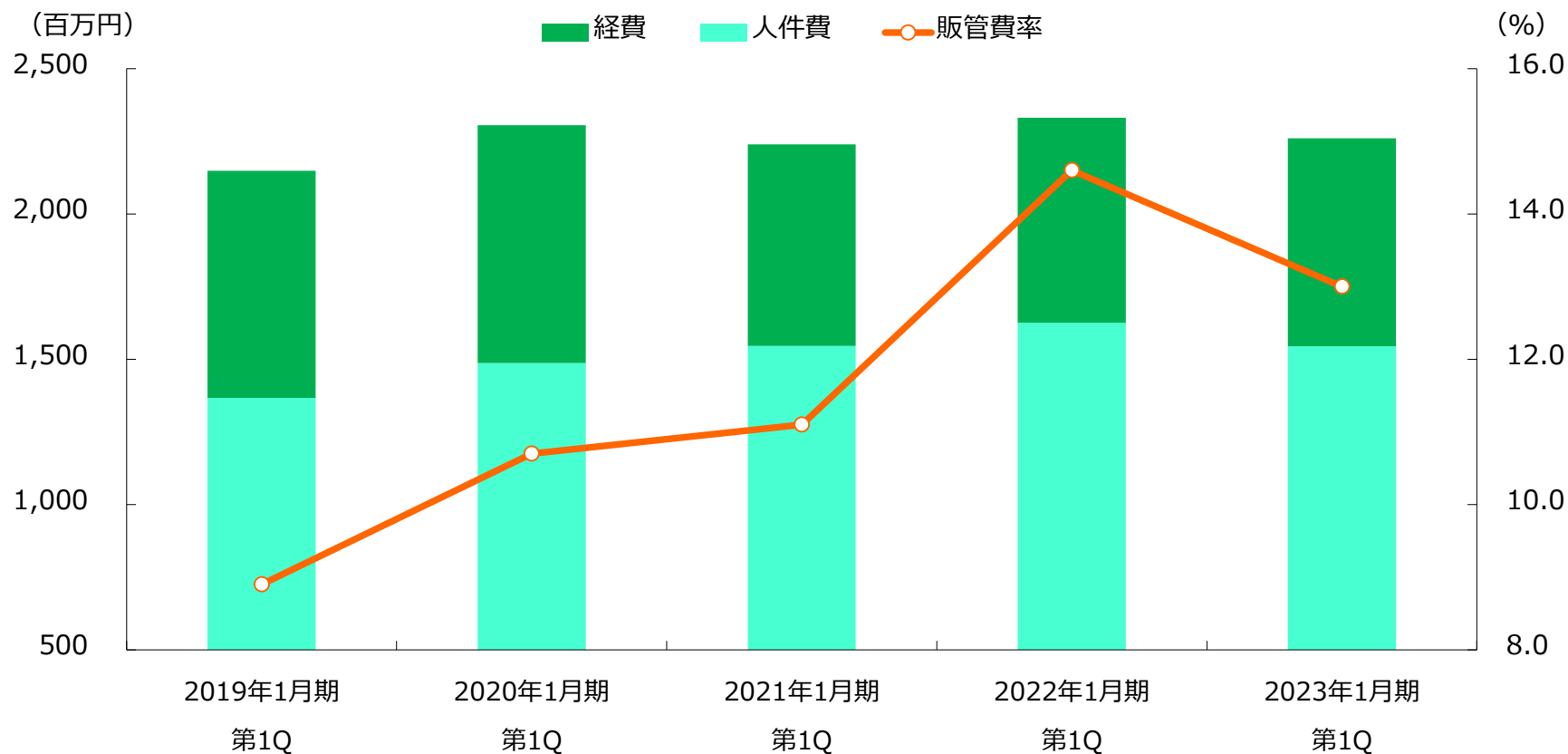
● 売上総利益率は、コロナ禍の影響により経済活動が制限され、市場環境が悪化した時期に受注した案件が売上高に計上されたため、前年同期比で△1.0ポイントとなり、17.6%となった。



	2021年1月期				2022年1月期				2023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)	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877	15,621	20,260	17,420			
売上総利益率 (%)	20.8	21.7	19.5	19.6	18.6	15.3	20.7	18.3	17.6			

販売費及び一般管理費の推移

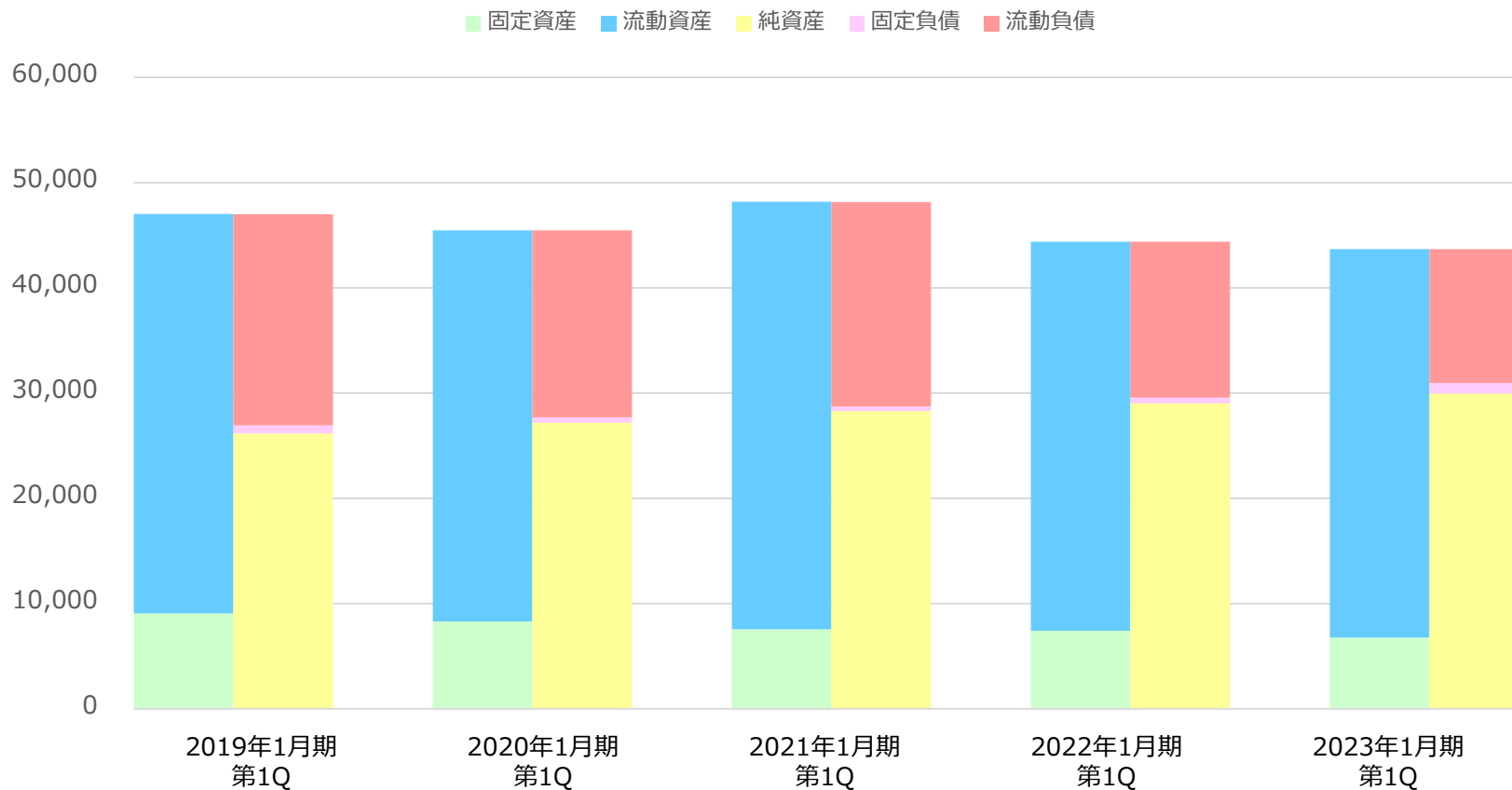
- 販管費率は、増収及び株式報酬引当金の減少に伴う人件費の減少等により、13.0%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2021年4月：1,426人 2022年4月：1,423人となり、3人減少。



	2019年1月期第1Q	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q
人件費 (百万円)	1,367	1,487	1,546	1,625	1,545
経費 (百万円)	781	818	693	706	715
販管費率 (%)	8.9	10.7	11.1	14.6	13.0

B/S 主要項目の推移

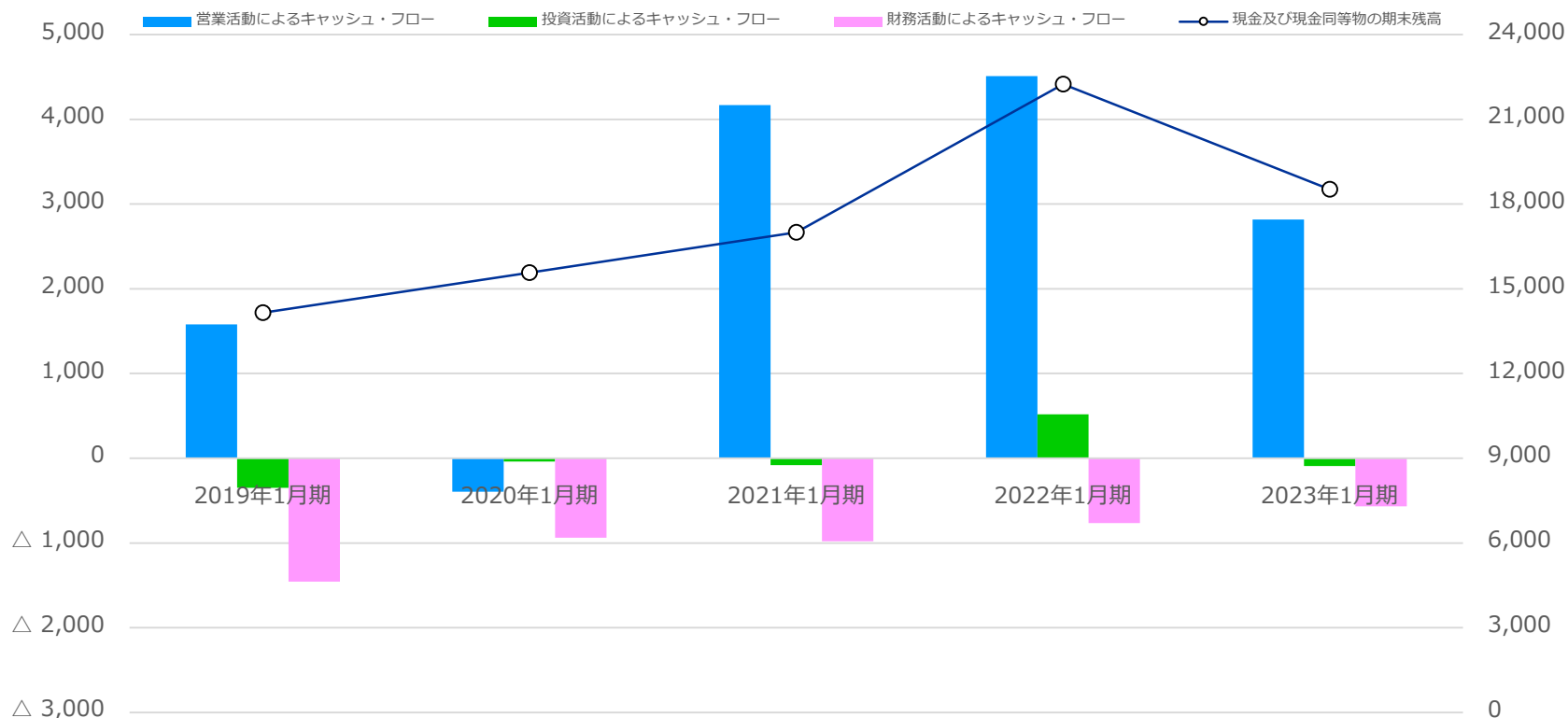
- 自己資本は299億56百万円となり、前年同期で9億15百万円の増加となった。
- 自己資本比率 68.6%（前年同期比+3.2ポイント）



	2019年1月期第1Q	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q
自己資本 (百万円)	26,176	27,206	28,303	29,040	29,956
自己資本比率 (%)	55.7	59.8	58.7	65.4	68.6

キャッシュ・フローの推移

- 法人税等を7億55百万円支払ったものの、税金等調整前当期純利益を8億2百万円計上し、受取手形・完成工事未収入金等が31億73百万円減少したため、営業活動によるキャッシュ・フローは、28億19百万円となった。



(単位：百万円)	2019年1月期第1Q	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,580	△394	4,166	4,508	2,819
投資活動によるキャッシュ・フロー	△347	△40	△82	520	△90
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,456	△938	△980	△766	△566
現金及び現金同等物の期末残高	14,151	15,568	16,998	22,244	18,518

PART 2

②2023年1月期第1四半期 セグメント別業績概況

2023年1月期 第1四半期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより、前年同期に比べ需要は回復し、主にアミューズメント施設や駅ビル、空港関連施設等の新改装案件が増加し、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより、前年同期に比べ需要は回復し、主に飲食店分野及びその他専門店分野の新改装案件が増加したこと等により、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● 文化施設事業	売上高は前年同期並みとなったものの、セグメント利益は、収益性の高い案件が減少したこと等により、前年同期を下回った。
● その他	新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が緩和されたことにより、ディスプレイ業以外の事務サービス等についても前年同期に比べ需要は回復し、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。

(百万円)

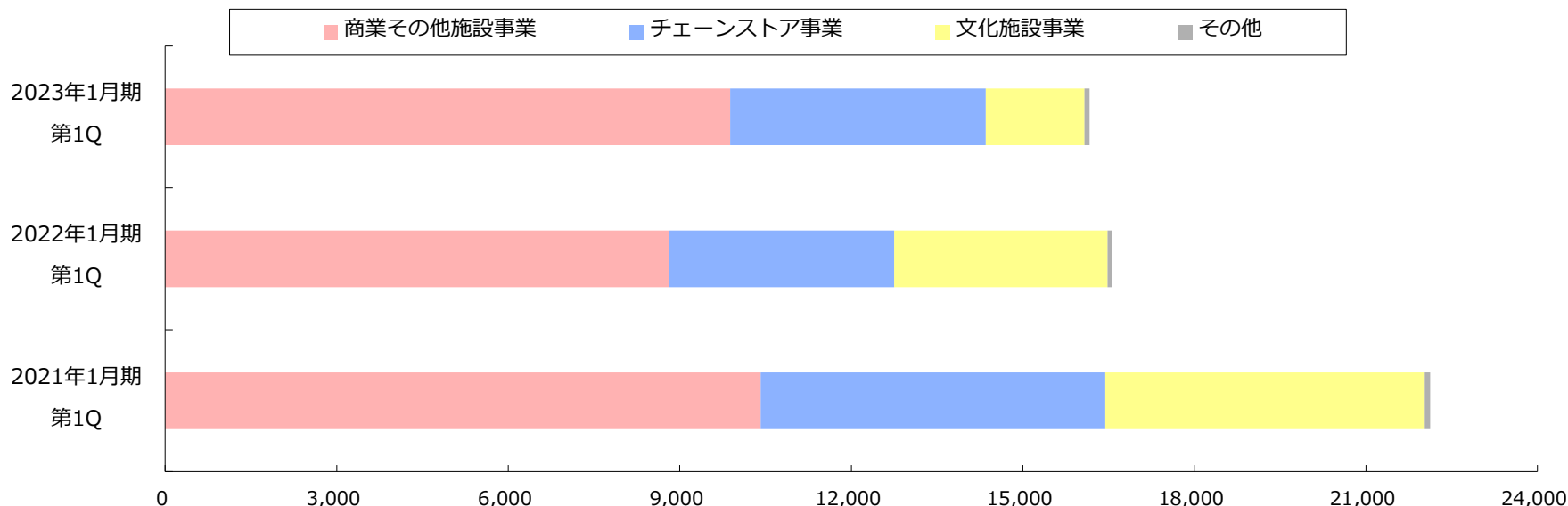
	売上高			セグメント利益		
	22/01 第1Q	23/01 第1Q	増減	22/01 第1Q	23/01 第1Q	増減
商業その他施設事業	7,267	8,480	1,213	18	26	7
チェーンストア事業	4,640	5,034	394	139	350	211
文化施設事業	3,968	3,816	△151	465	389	△75
その他	79	89	9	15	31	16
調整額	—	—	—	△1	△1	—
合計	15,954	17,420	1,465	637	797	159

セグメント別 受注高の状況

- 受注高は、経済活動の制限緩和により商業その他施設事業およびチェーンストア事業の需要が回復したものの、前期に比べ文化施設事業の案件が減少したことにより、全体では前年同期で3億92百万円の減少となった

(百万円)

	21/01 第1Q	22/01 第1Q	23/01 第1Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	10,415	8,815	9,883	1,067
チェーンストア事業	6,025	3,933	4,470	537
文化施設事業	5,590	3,732	1,725	△2,007
その他	95	79	89	9
受注高合計	22,125	16,560	16,168	△392

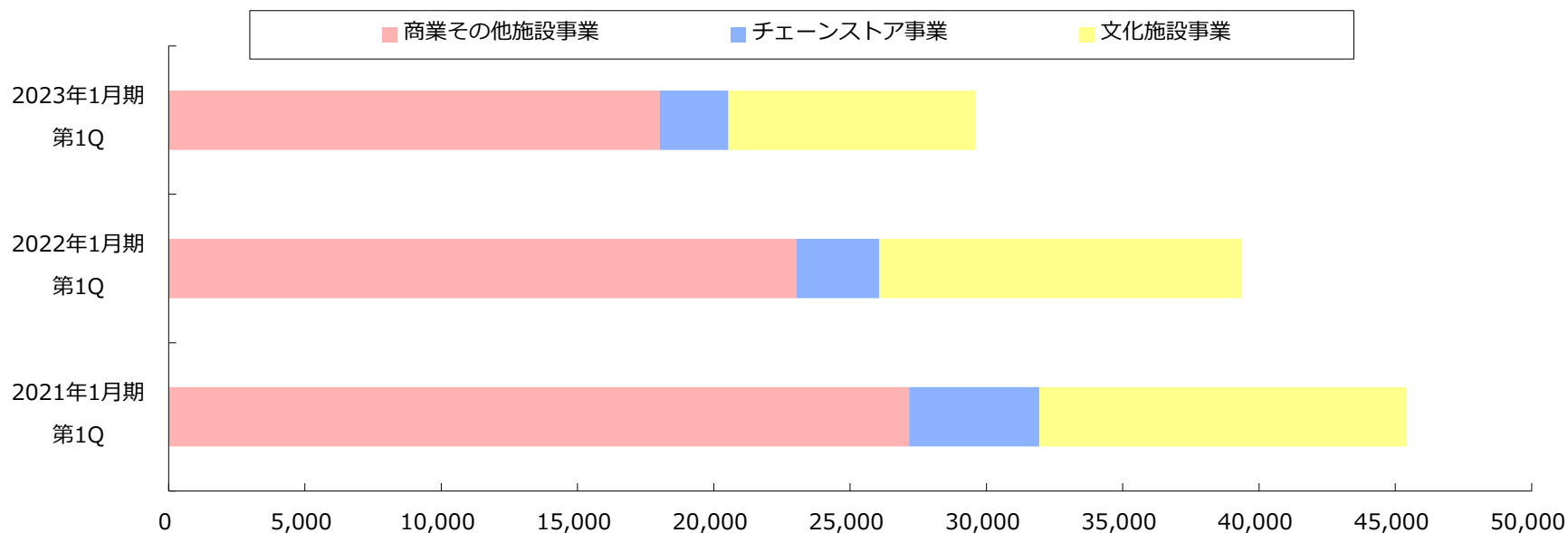


セグメント別 受注残高の状況

- 受注残高は、収益認識に関する会計基準の適用に伴い、前年同期で97億64百万円の減少となった。

(百万円)

	21/01 第1Q	22/01 第1Q	23/01 第1Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	27,169	23,027	18,014	△5,013
チェーンストア事業	4,773	3,043	2,523	△519
文化施設事業	13,471	13,289	9,057	△4,232
その他	—	—	—	—
受注残高合計	45,414	39,360	29,595	△9,764



PART 3

2023年1月期 業績計画

2023年1月期 業績計画

- 2023年1月期：売上高700億円、営業利益25億円
- 受注高は、新型コロナウイルス感染症が収束することを前提に需要は回復し、前年同期を上回る見込み。

(百万円)

	2022年1月期				2023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	29,916		64,589		33,600		73,000	
売上高	26,832	100.0	62,714	100.0	32,100	100.0	70,000	100.0
売上総利益	4,636	17.3	11,582	18.5	6,000	18.7	12,800	18.3
営業利益	75	0.3	2,024	3.2	880	2.7	2,500	3.6
経常利益	207	0.8	2,209	3.5	950	3.0	2,690	3.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	45	0.2	1,434	2.3	640	2.0	1,800	2.6
E P S (円)	0.95		30.13		13.50		37.98	
R O E (%)	0.2		4.9		2.1		6.0	

※ 当第1四半期会計期間の期首より収益認識に関する会計基準を適用しています。

2023年1月期 セグメント別 業績計画

(百万円)

		2022年1月期		2023年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受	商業その他施設事業	15,942	33,398	18,600	43,000
	チェーンストア事業	8,564	19,982	10,600	21,500
	文化施設事業	5,249	10,858	4,200	8,100
	その他	159	350	200	400
受注高計		29,916	64,589	33,600	73,000
売	商業その他施設事業	11,908	32,547	16,500	38,900
	チェーンストア事業	9,304	19,726	10,600	21,500
	文化施設事業	5,460	10,089	4,800	9,200
	その他	159	350	200	400
売上高計		26,832	62,714	32,100	70,000
営	商業その他施設事業	△489	982	260	1,240
	チェーンストア事業	241	582	540	1,100
	文化施設事業	304	384	60	100
	その他	36	71	20	60
	調整額	△17	3	—	—
営業利益計		75	2,024	880	2,500

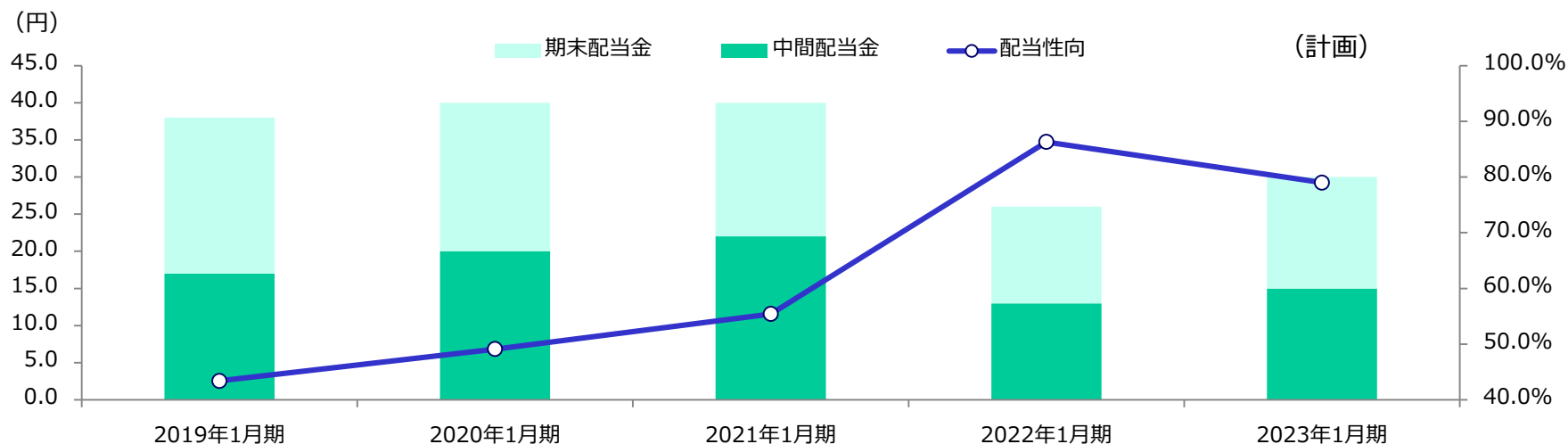
※ 当第1四半期会計期間の期首より収益認識に関する会計基準を適用しています。

株主還元に関する方針

【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 2019年1月期、2020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。



	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	17.00	20.00	22.0	13.0	15.0
期末配当金 (円)	21.00	22.00	18.0	13.0	15.0
合計 (円)	38.00	42.00	40.00	26.00	30.0
連結配当性向 (%)	43.4	49.1	55.4	86.3	79.0
発行済株式総数 (株)	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071	48,424,071

※ 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

市場環境／事業環境の見通し

セグメント	分野	現状	中期経営計画期間 (2022年1月期～2024年1月期)
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)	新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続する中、引き続きインバウンド需要の回復は見込みにくい状況である。 また、イベント・展示会等については、感染防止策を講じて開催されているが、規模の縮小や集客抑制によるコスト増等により、収益回復には道半ばの状況である。	急速なデジタル化の拡大により、リアルとデジタル技術を融合した空間へのニーズは高まる。
	プロモーション分野 (イベント・展示会・販促施設)	企業の設備投資の抑制、出店計画の見直し等による市場全体の需要の回復は見えにくい状況だが、急速に進んでいる働き方改革を強く意識した多種多様なオフィス計画や、コロナ禍収束後を見据えたエンターティメント施設などへの投資計画が動き始め、需要拡大への期待感が高まっている。	デジタル技術を基軸に企業の展示会やショールーム等販促投資需要は回復する。
	サービス分野 (ホテル・ブライダル、交通チャネル、エンターティメント、オフィス)		都市再開発、大阪・関西万博、IR（統合型リゾート）計画の周辺事業等による需要は続く。 また、働き方改革等の影響により、オフィス環境の見直しによる需要が伸びる。
チェーンストア 事業	飲食店分野	一部の業態は除き、需要環境は概ね戻りつつある。新装案件の需要は減少傾向にあるが、改装案件については、増加傾向にある。	業態にばらつきはあるものの、店舗投資はさらに増加傾向にある。
	その他専門店分野	アパレル分野は引き続き、新規出店や改装等の設備投資は抑制傾向が強い。	アパレル分野の新店投資は抑制傾向にあるが、既存店見直しなどの政策投資の需要は高まる。また、スポーツ・サービス分野の設備投資の需要は増加傾向にある。
	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	地域創生、地域活性化の実現に向けたニーズは今後も高まる。	
	運営プロデュース	当社の取扱いは未だ少数だが、官民連携事業領域における取組みは増加傾向。 PFI等の官民連携事業の需要は引き続き拡大が見込まれる。	

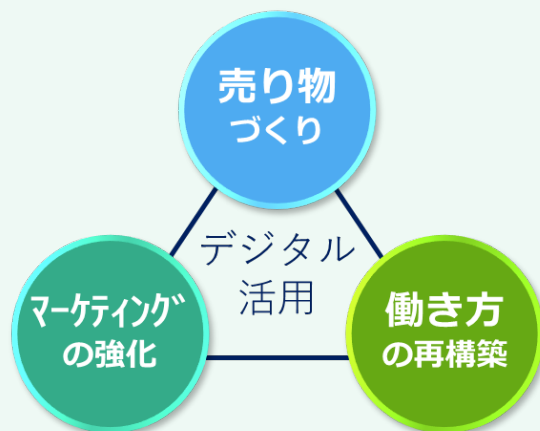
中期経営計画の全体像

コロナ禍で傷んだ業績を「回復」させると同時に、デジタル活用を基軸にビジネスと働き方を「進化」させ、新しい時代にふさわしい、新しい丹青社グループへと自らを「変革」する

2024年1月期 目標（財務/非財務）

連結売上高	800億円	働き方	<ul style="list-style-type: none"> 従業員が疲弊感なく、働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている 総労働時間が削減されている
連結営業利益率	5.5%	ダイバーシティ	組織の多様性が高まっており、かつ多様性を包摂する意識とコミュニケーションが定着している
連結ROE	10%	環境	環境負荷低減の取組みが継続的に改善・充実している
連結配当性向	50%以上	顧客・社会の課題解決	顧客・社会のニーズとその変化を的確に捉え、課題解決につながるソリューションを提供できる

戦略と施策



戦略1 売り物づくり

- ① デジタル活用による売り物づくり
- ② 地域創生ソリューションの開発

戦略2 マーケティングの強化

- ① デジタルマーケティングの実践・拡充

戦略3 働き方の再構築

- ① 業務プロセスの見直し
 - ② ダイバーシティ&インクルージョンの推進
 - ③ BIM(※)の導入・活用
- ※ Building Information Modeling

新中期経営計画の全体像

ESG	ありたい姿	KPI	2024年1月期目標
S	<ul style="list-style-type: none"> ●従業員が疲弊感なく、働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている ●組織の多様性が高まっており、かつ多様性を包摂する意識とコミュニケーションが定着している ●顧客・社会のニーズとその変化を的確に捉え、課題解決につながるソリューションを提供できる 	従業員意識調査結果	前回以上の評価
		総労働時間の削減	社内総労働時間基準超過者 0名
		管理職の新規登用における女性比率	50%以上
		管理職のダイバーシティ研修受講率	100%
		顧客評価調査結果	毎年、前年以上の評価
		地域創生ソリューションの開発	30億円の事業創出
E	●環境負荷低減の取組みが継続的に改善・充実している	EMS認証の維持	活動目標の達成
G	<ul style="list-style-type: none"> ●経営・財務基盤の充実 ●株主還元の充実 	連結売上高	800億円
		連結営業利益率	5.5%
		ROE	10%
		配当性向	50%以上

戦略と施策

売り物づくり	施策1：デジタル活用による売り物づくり	目標
	① リアル×デジタルによる顧客体験づくり ・リアル空間とオンラインをシームレスにつなぐ 総合的な「ここを動かす」顧客体験をデザインし、提供する ・フィジカルな体験のデザインを得意とする当社の強みを生かす	デジタル活用関連 売上高 2023年1月期 計画 245億円 2024年1月期 計画 280億円
	② 空間×データの取り組み ・空間に関するデータを活用し、新たな価値を生み出す	
	③ 外部企業と協創・協業	
④ デジタル技術やデータ分析に精通した人材育成		
マーケティングの強化	施策：デジタルマーケティングの実践・拡充	
	①オンライン上での顧客とのコミュニケーションを強化 ②データの蓄積・整備と分析により、マーケティング活動の精度向上	
働き方の再構築	施策1：業務プロセスの見直し	
	各業務プロセスを見直し、デジタルツールも活用して合理化・省略化を図る	
	施策2：ダイバーシティ&インクルージョンの推進	
	多様な人材の活躍を推進するための環境整備	
施策3：BIMの導入・活用		
設計・制作業務を効率化し、生産性を高める		

中期経営計画（22/1月期－24/1月期）

【計画の見直しにあたっての前提条件】

- 新型コロナウイルス感染症については2023年1月期中に収束し、経済活動ならびに当社の市場環境が回復していること。
- 2023年1月期より収益認識に関する会計基準が適用される。

(百万円)

	2022年1月期 (実績)		2023年1月期 (計画)		2024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	64,589		73,000		82,500	
売上高	62,714	100.0	70,000	100.0	80,000	100.0
売上総利益	11,582	18.5	12,800	18.3	15,100	18.9
営業利益	2,024	3.2	2,500	3.6	4,400	5.5
経常利益	2,209	3.5	2,690	3.8	4,540	5.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,434	2.3	1,800	2.6	3,050	3.8
E P S (円)	30.13		37.98		64.35	
R O E (%)	4.9		6.0		9.8	

※ 上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、新型コロナウイルス感染症拡大の収束時期の変動のような潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

セグメント別 中期経営計画 (22/1月期－24/1月期)

- 商業その他施設事業において、新型コロナウイルス感染症収束後の需要を確実に取り込み、回復を目指す。

(百万円)

		2022年1月期 (実績)	2023年1月期 (計画)	2024年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	33,398	43,000	49,500
	チェーンストア事業	19,982	21,500	22,500
	文化施設事業	10,858	8,100	10,100
	その他	350	400	400
	注高計	64,589	73,000	82,500
売	商業その他施設事業	32,547	38,900	47,000
	チェーンストア事業	19,726	21,500	22,500
	文化施設事業	10,089	9,200	10,100
	その他	350	400	400
	上高計	62,714	70,000	80,000
営	商業その他施設事業	982	1,240	2,910
	チェーンストア事業	582	1,100	1,150
	文化施設事業	384	100	250
	その他	71	60	90
	調整額	3	—	—
営業利益計	2,024	2,500	4,400	

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)