

2025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

- ①2025年1月期 業績概況
- ②2025年1月期 セグメント別業績概況

PART3

- ①中期経営計画（25/1月期－27/1月期）の進捗状況
- ②セグメント別の見通し
- ③2026年1月期 業績計画

PART4

ROEの推移と還元方針

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）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
乃村工藝社	111,081	110,928	134,138	(計画) 149,000
丹青社	62,714	64,221	81,200	91,858
スペース	42,408	46,707	52,793	64,182

※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、「こころを動かす空間づくり」への取り組みを続けています。

		(2025年1月31日時点)
【商号】	株式会社丹青社	
【設立】	1949年10月14日	
【上場】	東京証券取引所プライム市場（証券コード：9743）	
【資本金】	40億26百万円	
【従業員数】	1,484名（連結）	
【連結子会社】	6社	
【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 289名
- ② 制作職 531名
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士236名)

空間づくりを支える協力会社群

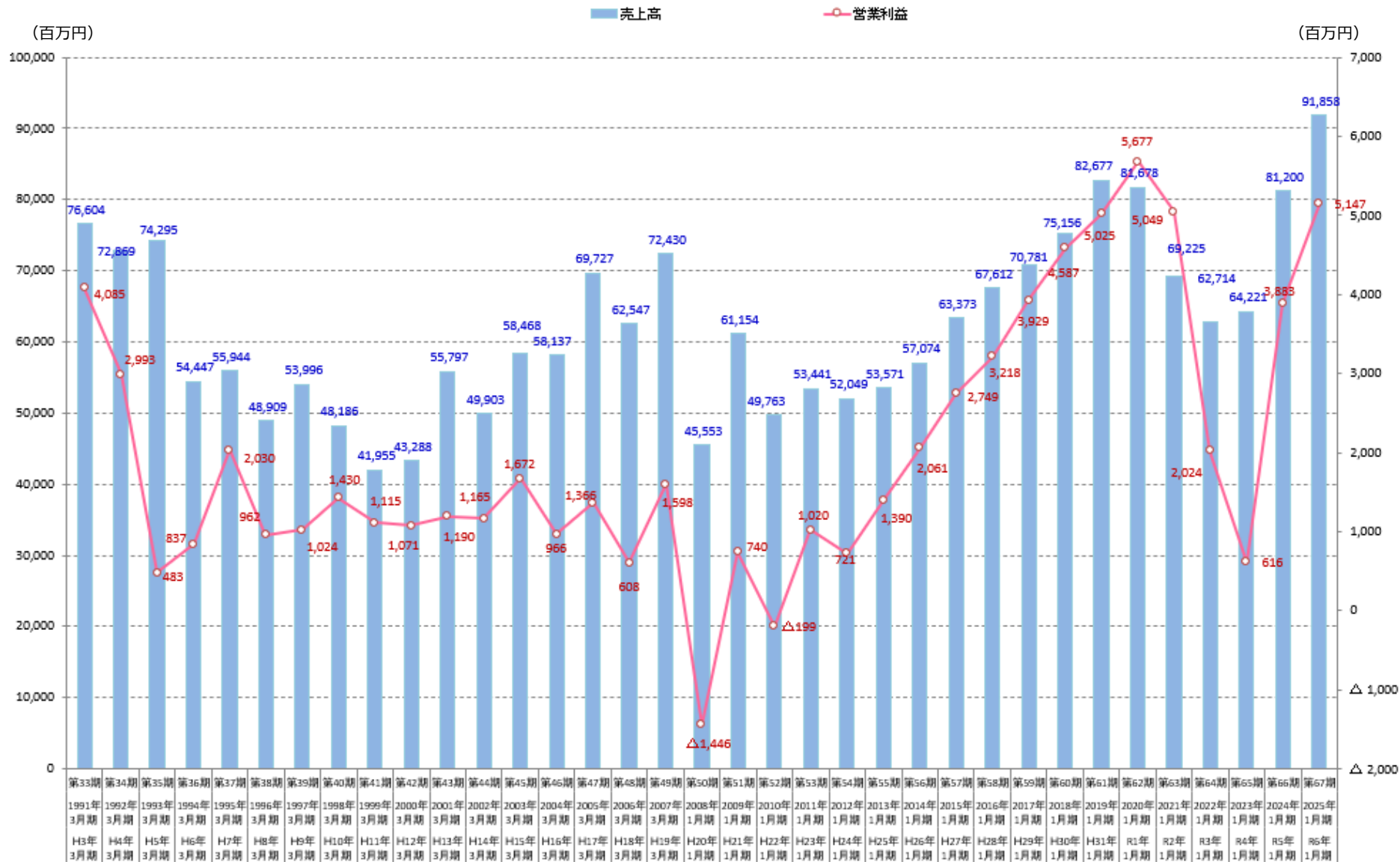
- ① 継続取引会社 約1,000社
- ② パートナー協力会社 約250社

事業上の特長

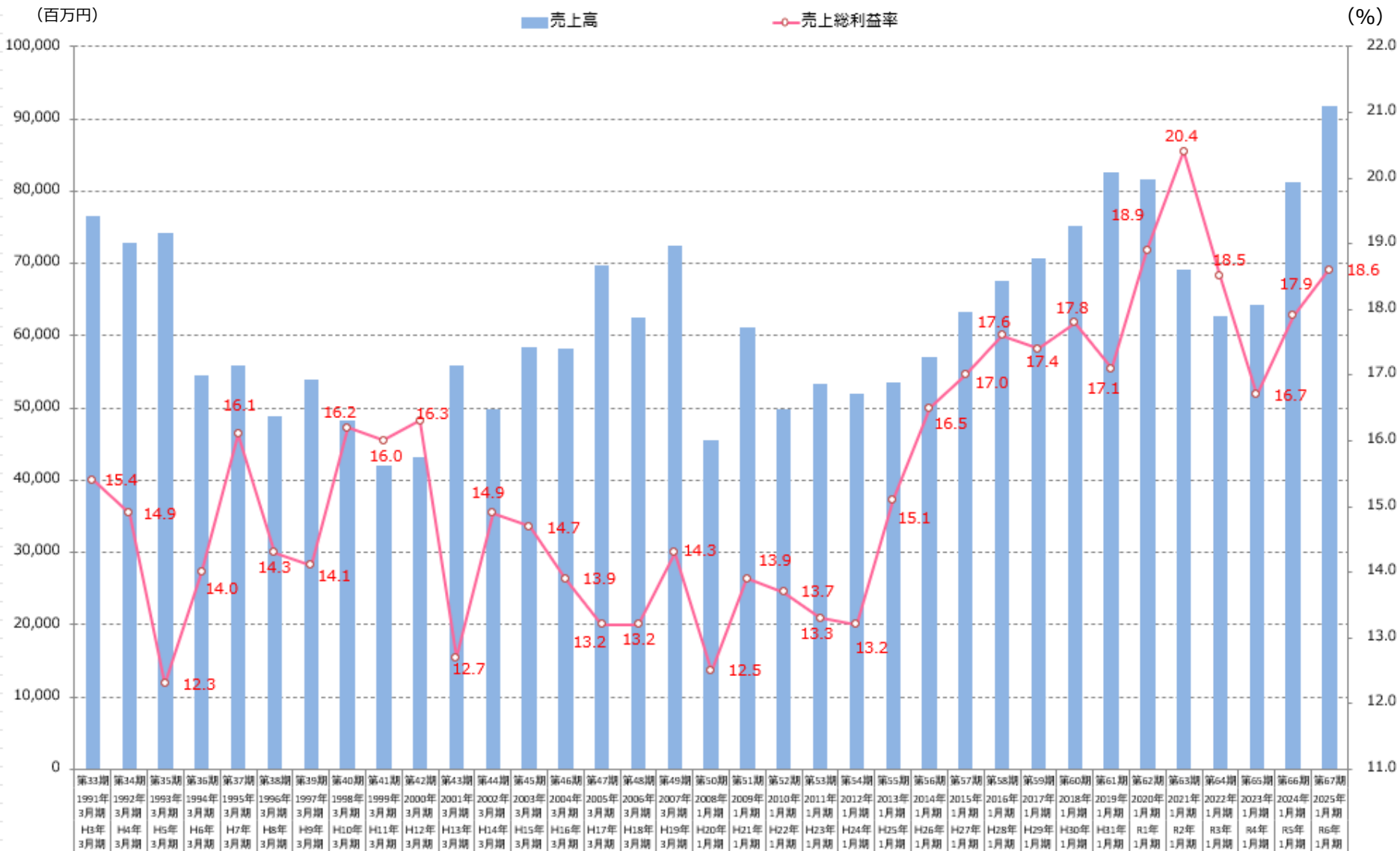
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、トップレベルのシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)
- ③ 先端デジタル技術の専門チームを有している

※2025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)

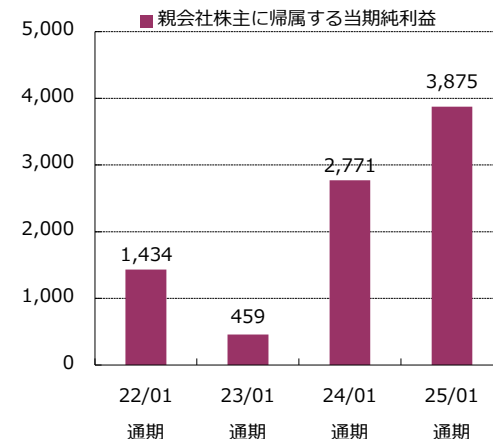
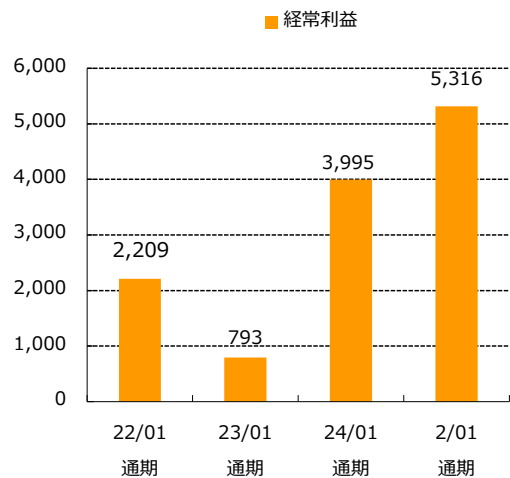
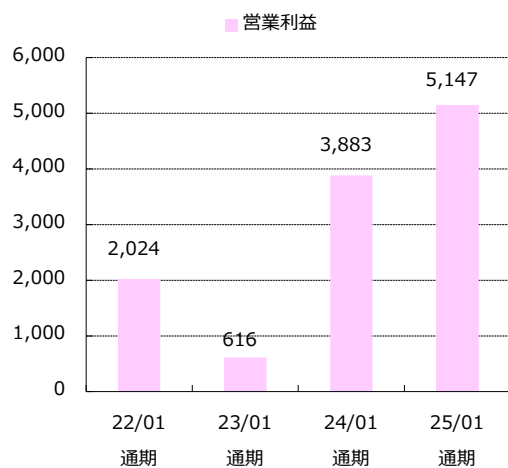
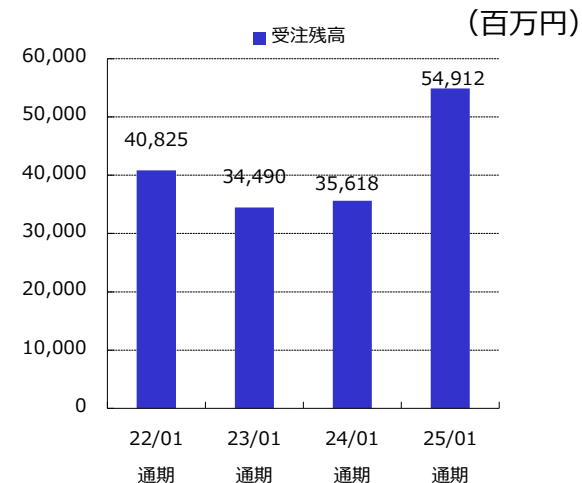
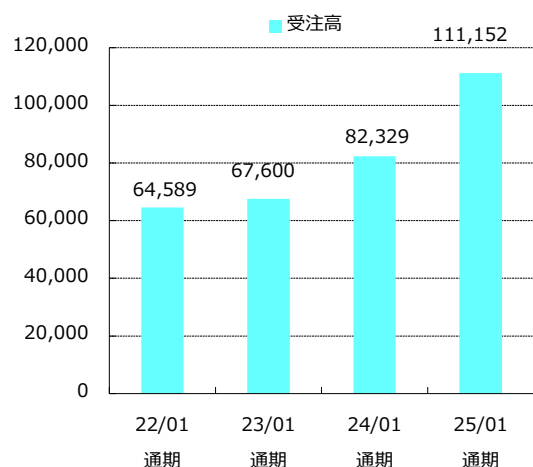
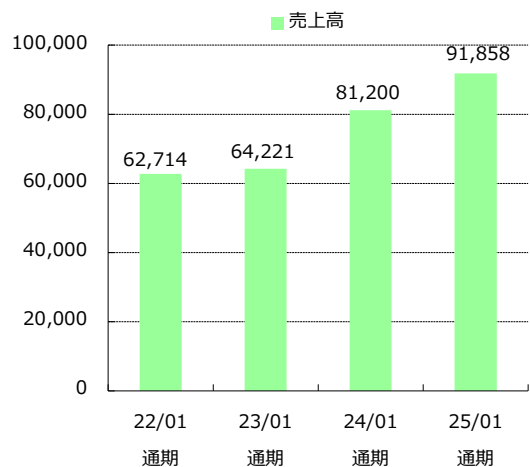


PART2

① 2025年 1月期 業績概況

2025年1月期 サマリー情報

- 市場環境が回復したこと等により需要は回復し、売上高および各利益については前期を上回った。
- 全ての事業セグメントにおいて受注高が増加し、受注残高は大幅に前期を上回った。
- 2025年大阪・関西万博に関する案件は、主に商業その他施設事業へ計上している。



2025年1月期 P/L 概況

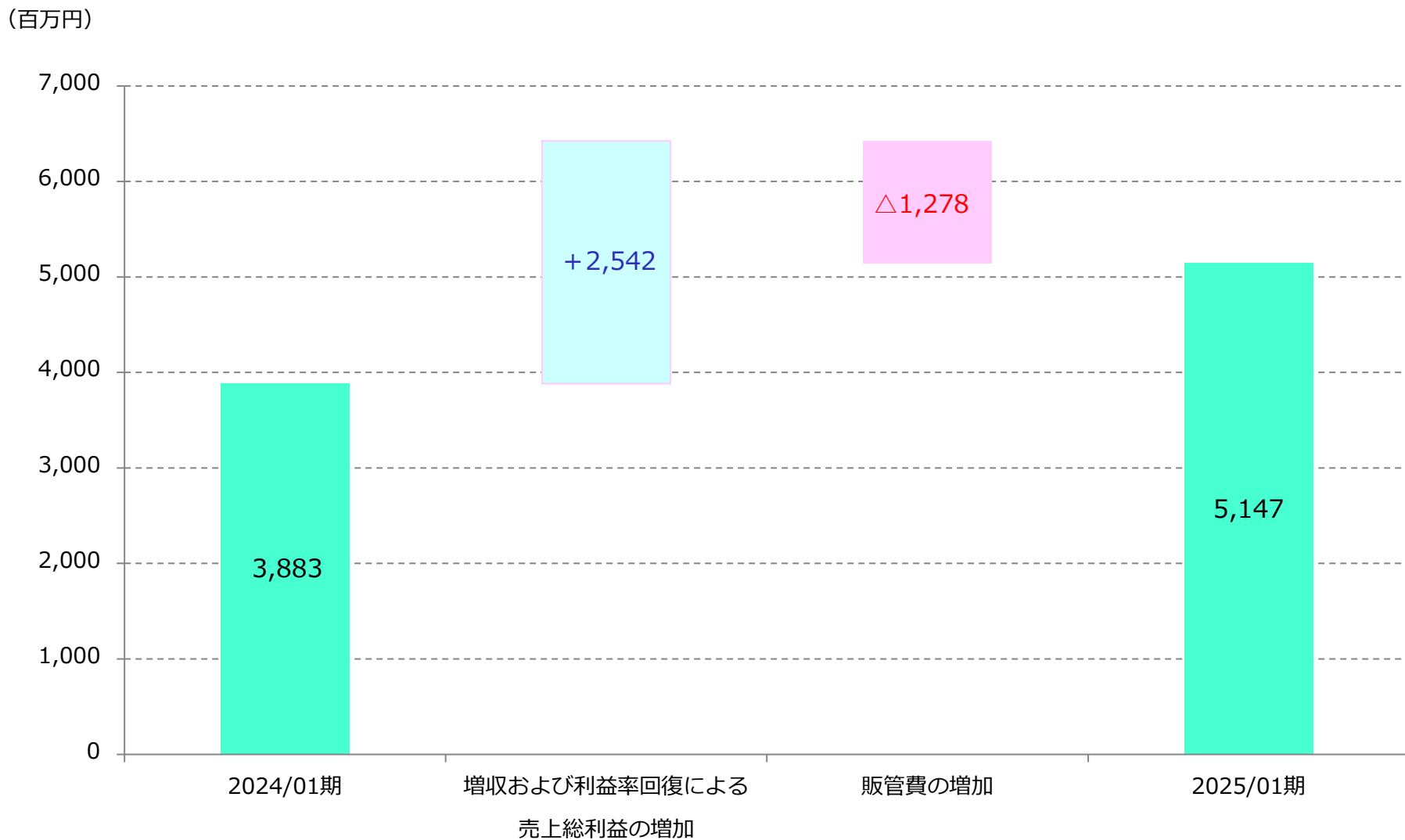
- 良好な市場環境のもと、収益性重視の受注活動を行ったことなどにより、売上総利益率は改善し18.6%となった。
- 販管費は増員と増収に伴う営業経費の増加により上昇したが、販管費率は増収に伴い前期並みとなった。

(百万円)

	24/01 通期		25/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	81,200	100.0	91,858	100.0	10,657	13.1
売 上 原 価	66,678	82.1	74,793	81.4	8,115	12.2
売上総利益	14,522	17.9	17,064	18.6	2,542	17.5
販 管 費	10,639	13.1	11,917	13.0	1,278	12.0
営業利益	3,883	4.8	5,147	5.6	1,263	32.5
営 業 外 収 益	190		225		34	
営 業 外 費 用	78		55		△22	
経常利益	3,995	4.9	5,316	5.8	1,321	33.1
特 別 利 益	23		346		322	
特 別 損 失	7		198		191	
法 人 税 ・ 事 業 税	1,398		1,792		394	
法 人 税 等 調 整 額	△157		△204		△46	
親会社株主に帰属する当期純利益	2,771	3.4	3,875	4.2	1,104	39.9

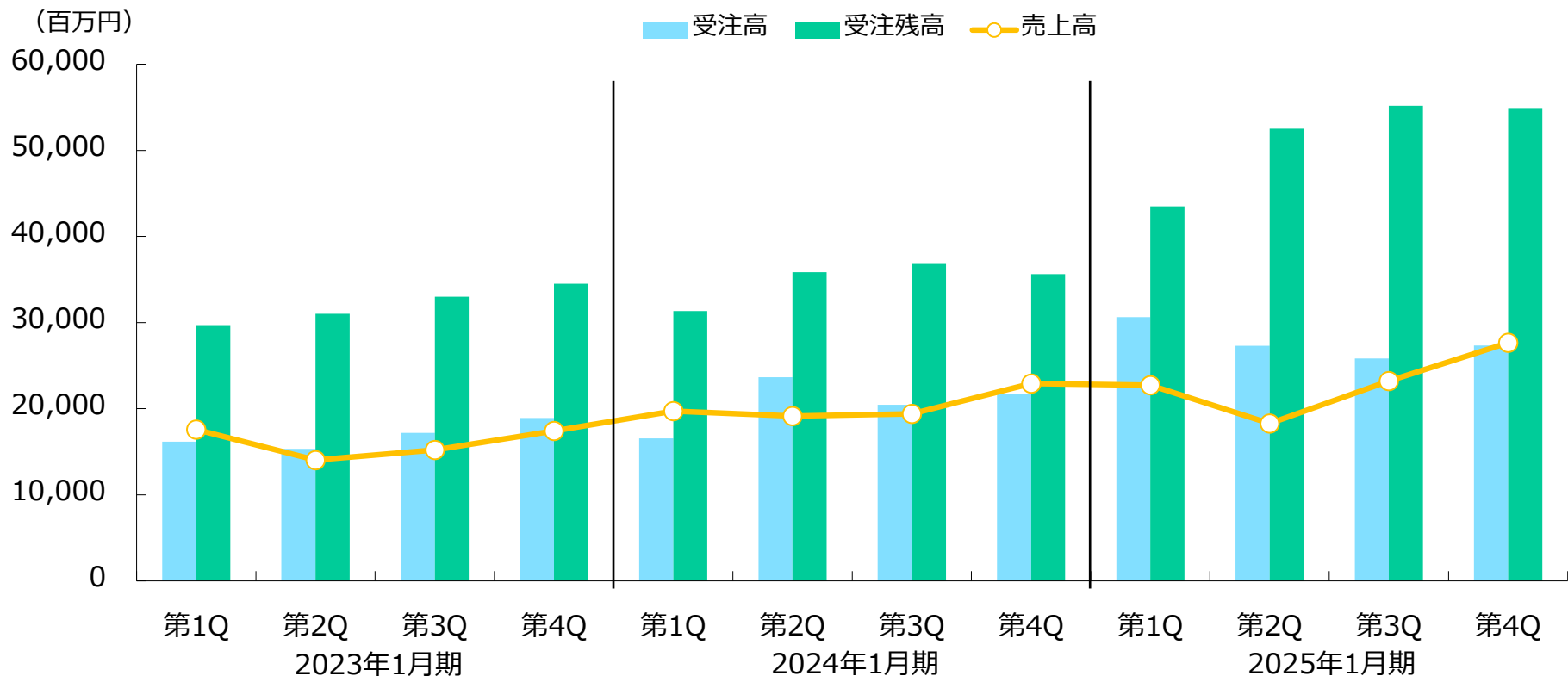
E P S (円)	58.06	82.16	24.1
R O E (%)	9.1	11.9	2.8

営業利益の増益要因（対前期比）



各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

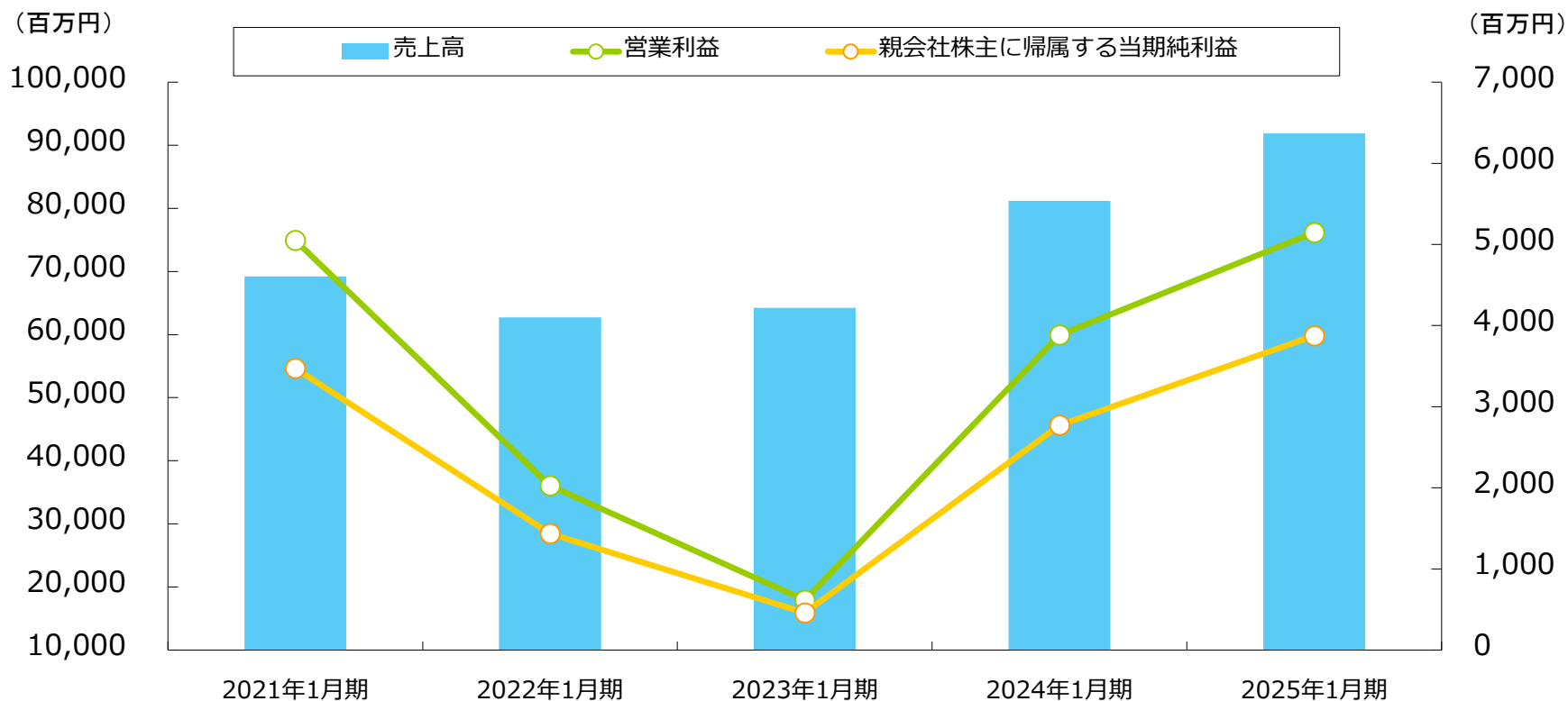
● 需要の回復に伴い、前期比で売上高、受注高および受注残高は増加した。



	2023年1月期				2024年1月期				2025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)	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716	19,154	19,402	22,927	22,733	18,291	23,190	27,643
受注高 (百万円)	16,168	15,324	17,185	18,922	16,558	23,667	20,447	21,656	30,615	27,311	25,832	27,392
受注残高 (百万円)	29,709	30,998	32,992	34,490	31,331	35,844	36,889	35,618	43,500	52,521	55,163	54,912

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

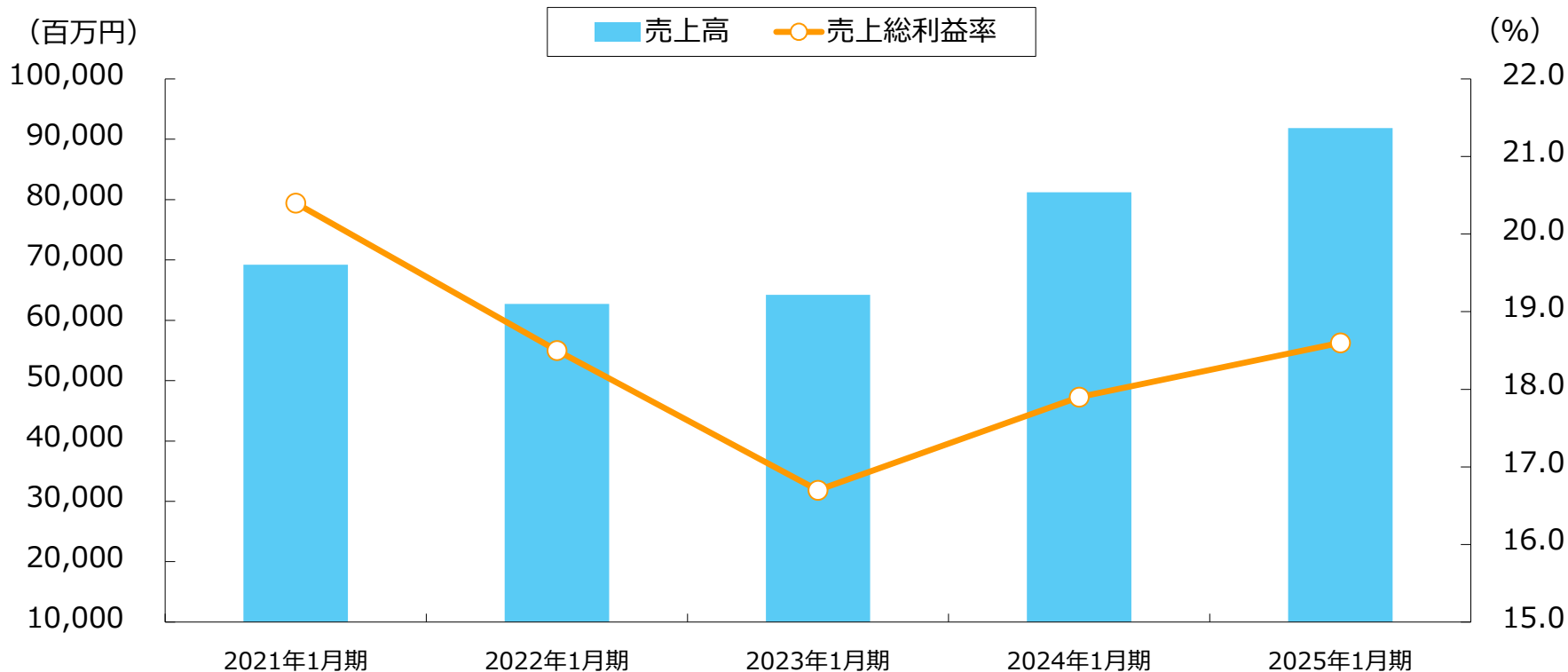
● 増収および利益率の回復に伴い、営業利益および親会社株主に帰属する当期純利益は前期を上回った。



	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
売上高 (百万円)	69,225	62,714	64,221	81,200	91,858
営業利益 (百万円)	5,049	2,024	616	3,883	5,147
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)	3,437	1,434	459	2,771	3,875

売上高および売上総利益率の推移

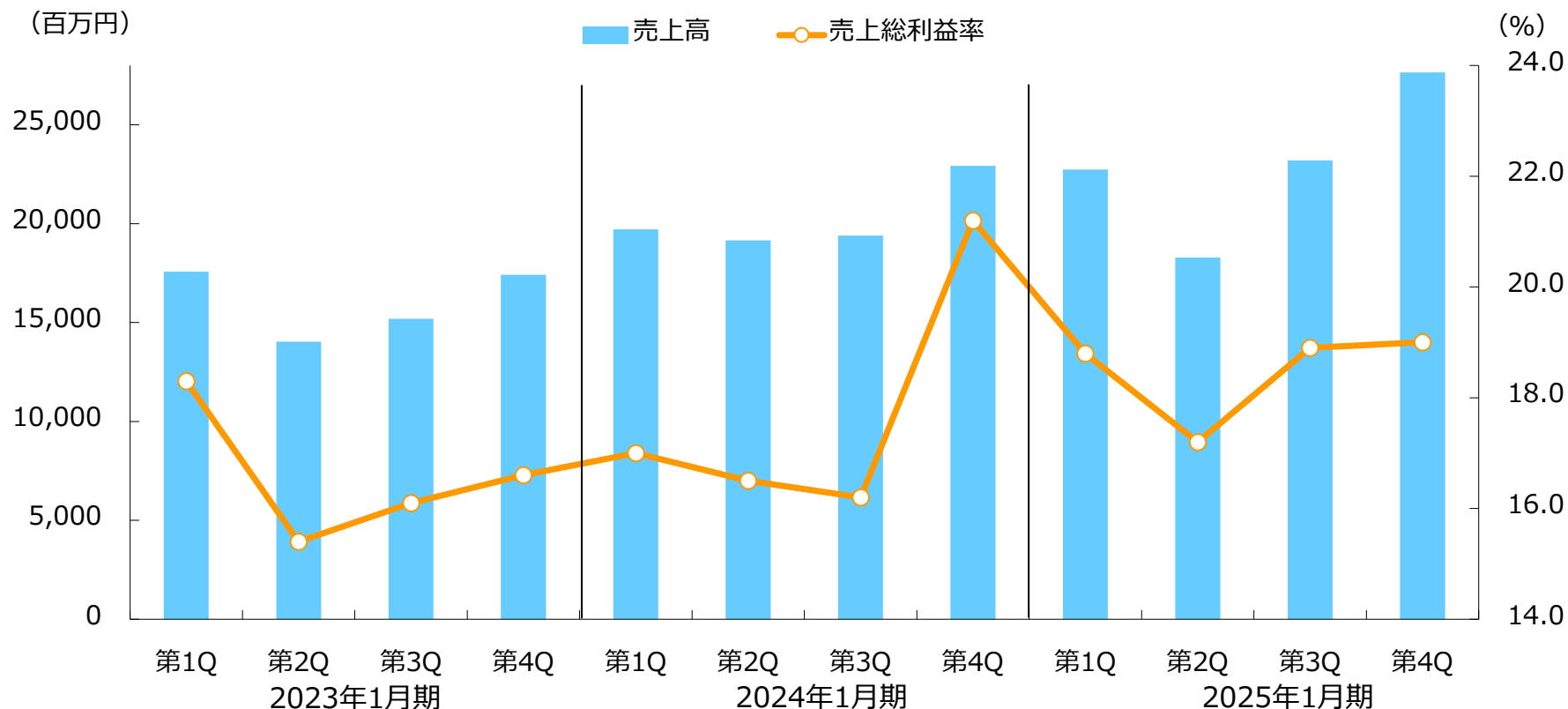
●売上高は堅調に推移し、利益面においても収益性重視の受注活動を行ったことなどにより、売上総利益率は改善し18.6%となった。



	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
売上高 (百万円)	69,225	62,714	64,221	81,200	91,858
売上総利益率 (%)	20.4	18.5	16.7	17.9	18.6

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

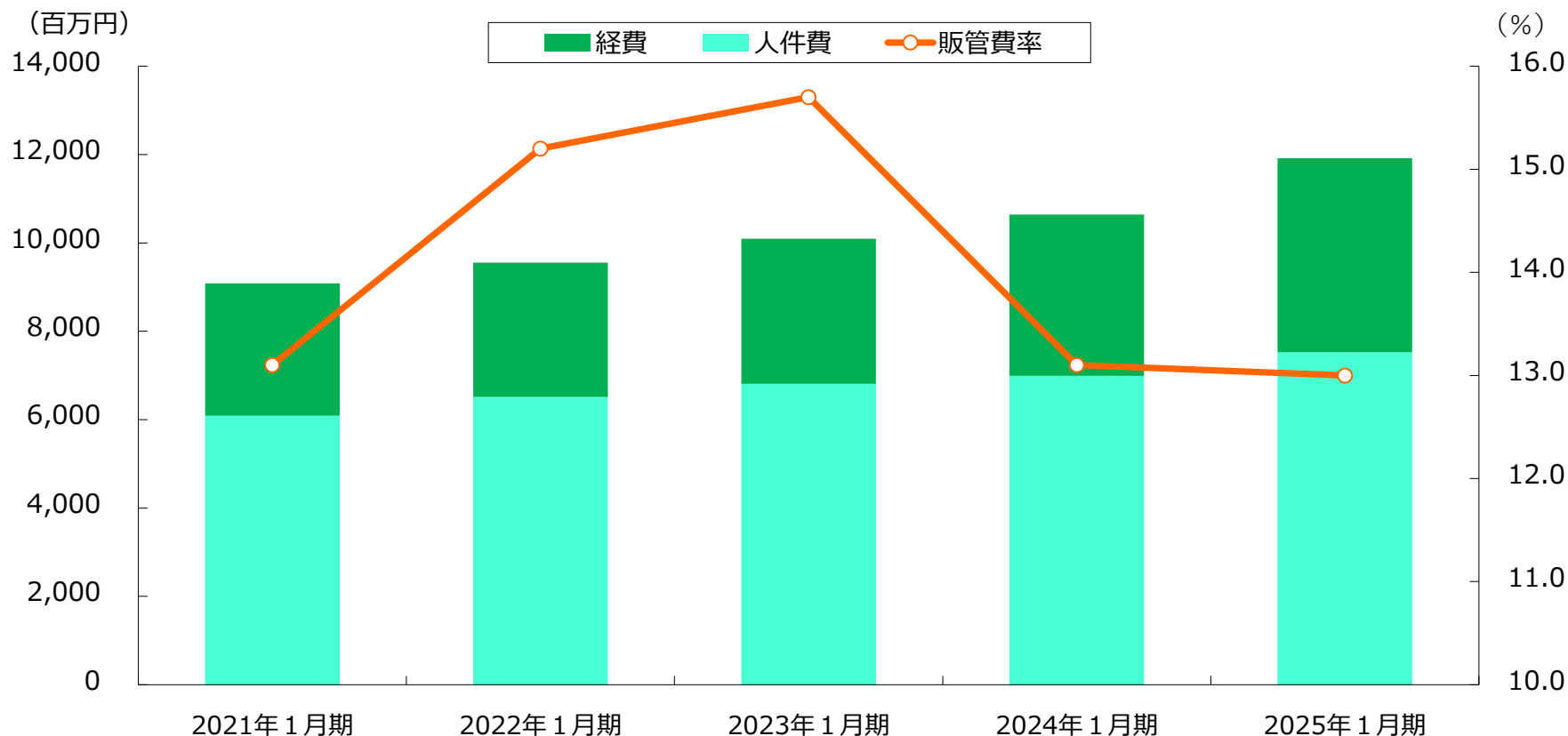
● エネルギーや資材価格が高止まりしているものの、収益性重視の受注活動を行ったことなどにより、当第4四半期の売上総利益率は堅調に推移し19.0%となった。



	2023年1月期				2024年1月期				2025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)	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716	19,154	19,402	22,927	22,733	18,291	23,190	27,643
売上総利益率 (%)	18.3	15.4	16.1	16.6	17.0	16.5	16.2	21.2	18.8	17.2	18.9	19.0

販売費及び一般管理費の推移

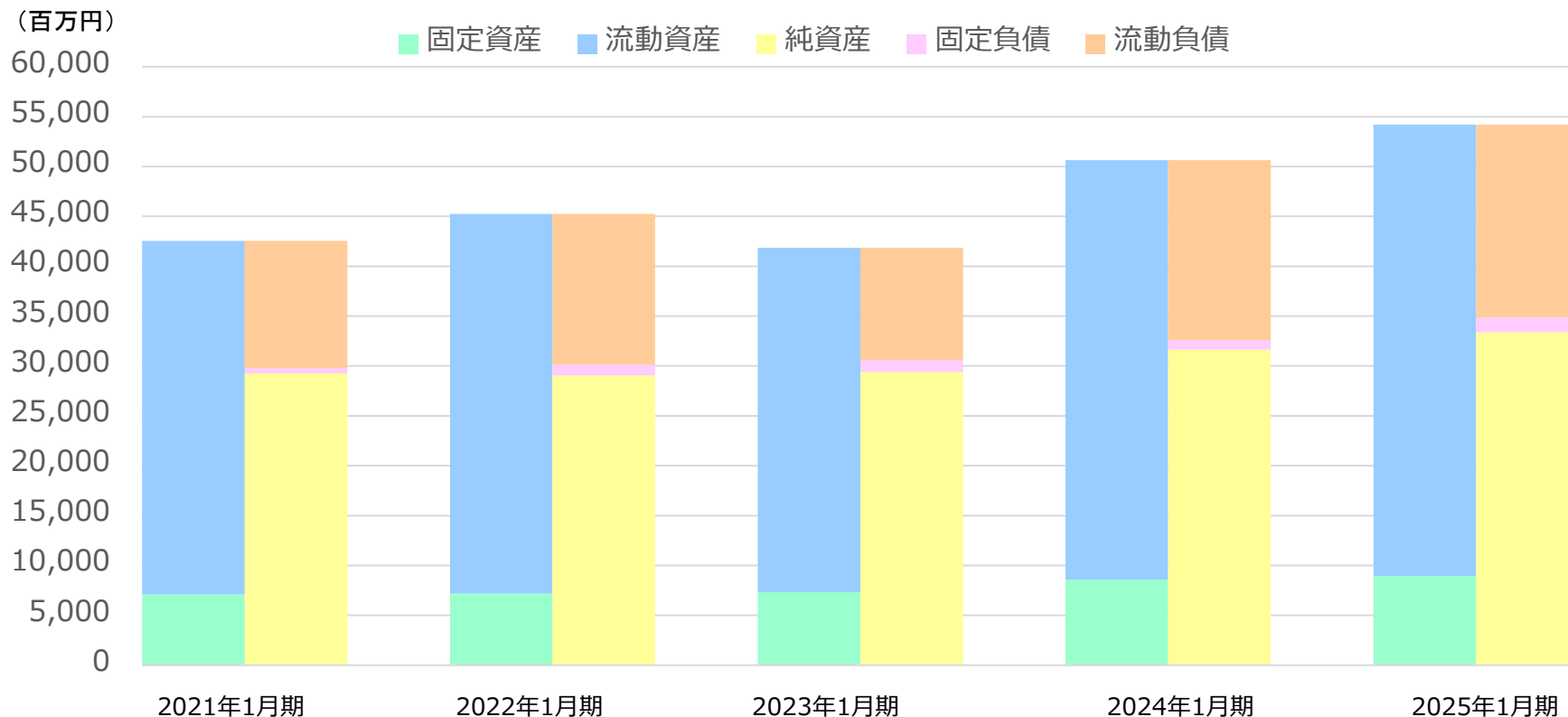
- 販管費率は、営業経費の増加や賃上げを実施したものの、売上高の増加により13.0%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2024年1月：1,434人 2025年1月：1,484人となり、50人増加。



	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
人件費 (百万円)	6,087	6,515	6,809	6,992	7,526
経費 (百万円)	2,996	3,041	3,284	3,646	4,391
販管費率 (%)	13.1	15.2	15.7	13.1	13.0

B/S 主要項目の推移

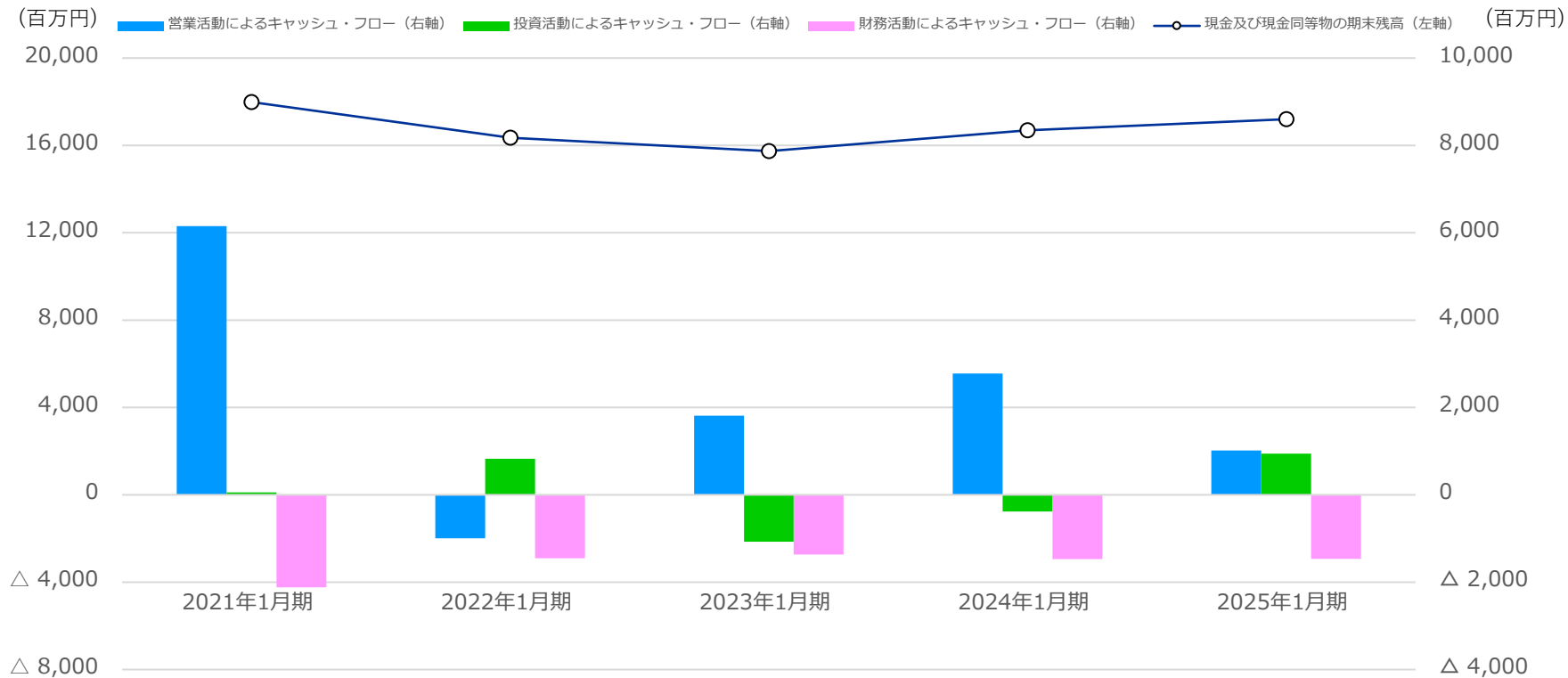
- 自己資本は、333億70百万円となり、前期比で17億44百万円の増加となった。
- 自己資本比率 61.6%（前期比△0.8ポイント）



	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
自己資本 (百万円)	29,248	29,059	29,414	31,626	33,370
自己資本比率 (%)	68.7	64.2	70.3	62.4	61.6

キャッシュ・フローの推移

● 営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益を54億63百万円計上したものの、受取手形・完工未収入金等が15億1百万円、未成工事支出金等が9億35百万円増加したこと等により、10億18百万円となった。



(単位：百万円)	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,150	△994	1,810	2,781	1,018
投資活動によるキャッシュ・フロー	59	823	△1,075	△379	944
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,118	△1,449	△1,364	△1,469	△1,464
現金及び現金同等物の期末残高	17,986	16,356	15,739	16,694	17,204

PART2

②2025年1月期 セグメント別業績概況

2025年1月期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	需要の回復に伴い、主にホテル、ショールーム、オフィス及び大阪・関西万博関連の新改装案件が増加したこと等から、売上高、セグメント利益ともに前期を上回った。
● チェーンストア事業	需要の回復に伴い、飲食店分野及びその他専門店分野において新改装需要が増加したこと等から、売上高、セグメント利益ともに前期を上回った。
● 文化施設事業	売上高は概ね計画通りに推移しましたが、利益面については、収益性の改善が想定に及ばず、前期を下回った。
● その他	ディスプレイ業以外の事務サービス等についても需要は回復し、売上高は増加したものの、利益面については概ね前期並みとなった。

(百万円)

売上高

	24/01	25/01	増減
商業その他施設事業	46,823	54,395	7,572
チェーンストア事業	23,282	27,074	3,792
文化施設事業	10,672	9,925	△747
その他	422	462	40
調整額	—	—	—
合計	81,200	91,858	10,657

セグメント利益

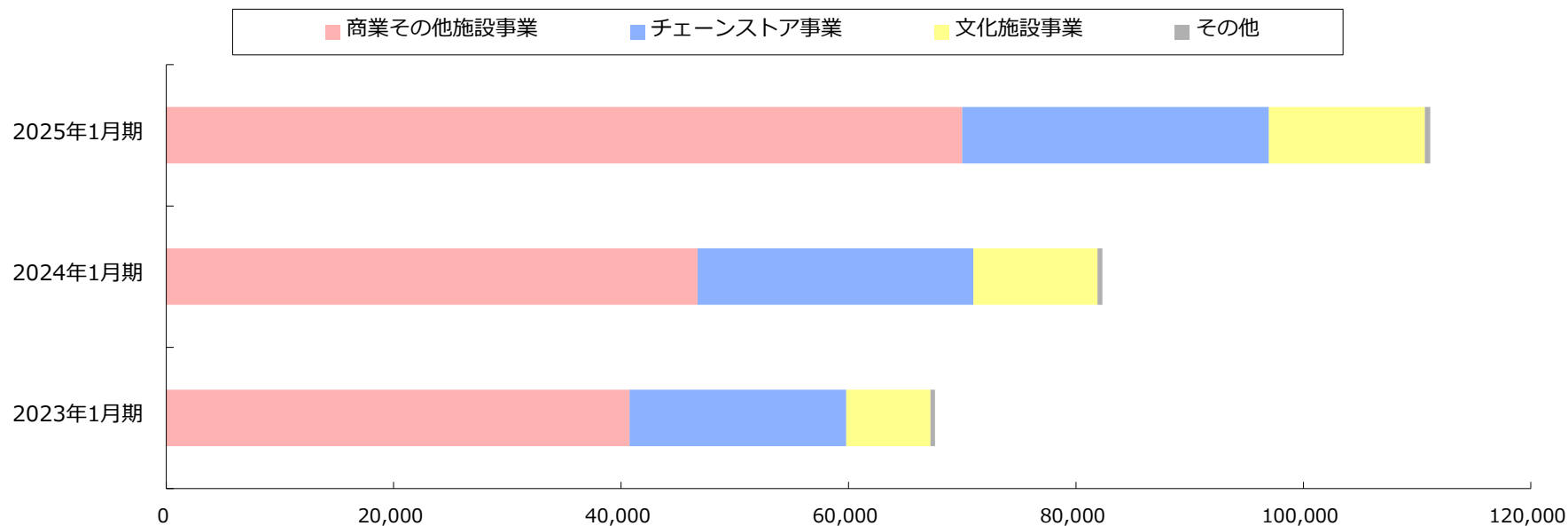
	24/01	25/01	増減
商業その他施設事業	2,341	3,295	953
チェーンストア事業	1,125	1,829	703
文化施設事業	293	△95	△389
その他	114	111	△2
調整額	7	6	
合計	3,883	5,147	1,263

セグメント別 受注高の状況

● 需要回復に伴い、各セグメントともに受注高が増加し、前期比で288億23百万円増の1,111億52百万円となった。

(百万円)

	23/01	24/01	25/01	前期比増減
商業その他施設事業	40,730	46,728	70,011	23,283
チェーンストア事業	19,069	24,240	26,944	2,704
文化施設事業	7,402	10,937	13,733	2,795
その他	397	422	462	40
受注高合計	67,600	82,329	111,152	28,823

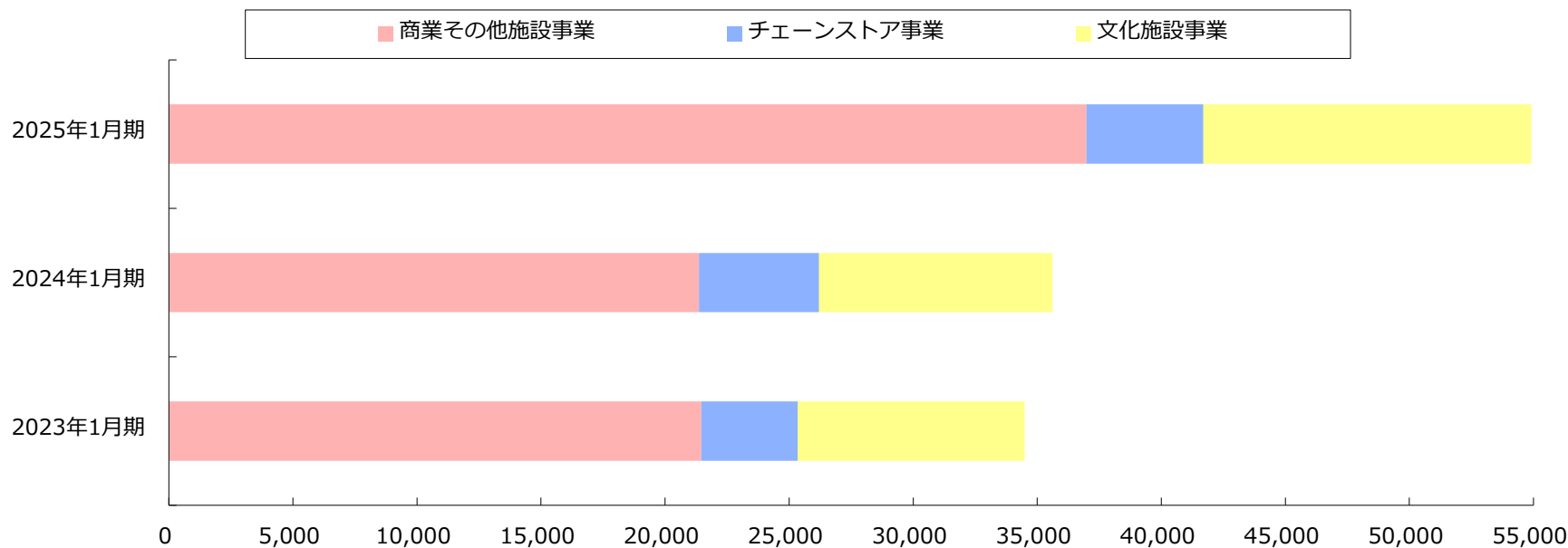


セグメント別 受注残高の状況

● 受注残高は、商業その他施設事業および文化施設事業の受注高が増加したことから、全体では、前期比で192億93百万円の増加となった。

(百万円)

	23/01	24/01	25/01	前期比増減
商業その他施設事業	21,457	21,362	36,978	15,616
チェーンストア事業	3,887	4,845	4,715	△130
文化施設事業	9,145	9,410	13,218	3,808
その他の	—	—	—	—
受注残高合計	34,490	35,618	54,912	19,293



PART 3

①中期経営計画（25/1月期－27/1月期）の進捗状況

中期経営計画（25/1月期－27/1月期）見直しの背景

計画策定時における2025年1月期の事業環境認識と現在までの変化

策定時 緩やかな景気回復が続き、空間づくりの需要は堅調に推移すると考えられる。インバウンドの急回復、拡大も追い風。



現在 コスト高などの下押し要因があるものの、景気回復は続き、需要量は想定以上に好調

- ・ 2025年1月期の受注高は過去最高となり、旺盛な需要を確実に取り込んだ
- ・ 大阪・関西万博等の大型プロジェクト工事が順調に進捗し、2025年1月期に一部計上した
- ・ 受注判断の高度化を進め、収益性重視の受注活動を展開した
- ・ 人件費等のコスト増を大幅な増収で吸収した

結果

(連結)	2025年 1月期 (計画)		2025年 1月期 (実績)		参考 中期経営計画最終年度 (計画)
売上高	830億円	→	918億円	達成	860億円
営業利益	40億円	→	51億円	達成	45億円
ROE	8.7%	→	11.9%	達成	8.8%

- ・ 今期、現中期経営計画の最終年度目標値を前倒しで達成。
- ・ 現状の事業環境を踏まえ、数値目標を見直す。

修正後中期経営計画（25/1月期－27/1月期）

- 2027年1月期目標：売上高970億円、営業利益 55億円
- 売上高、営業利益率、ROEともに目標値を上方修正し、ROEについては10%以上を維持する。
- 2026年1月期は、大阪・関西万博関連の案件を含めて大型プロジェクトの計上が見込まれるため、過去最高益の更新を目指す。
- 2027年1月期は大型プロジェクトの売上計上が増加する見込み。次期中期経営計画期間に向けた受注活動に注力する。

(百万円)

	2025年1月期 (実績)		2026年1月期 (計画)		2027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	111,152		89,000		97,000	
売上高	91,858	100.0	98,000	100.0	95,000	100.0
売上総利益	17,064	18.6	18,200	18.6	18,000	18.9
営業利益	5,147	5.6	6,000	6.1	5,500	5.8
経常利益	5,316	5.8	6,100	6.2	5,600	5.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,875	4.2	4,400	4.5	3,900	4.1
E P S (円)	82.16		93.35		82.74	
R O E (%)	11.9		12.9		11.0	

※ 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、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。

修正後セグメント別中期経営計画（25/1月期－27/1月期）

- 商業その他施設事業において回復した需要を確実に取り込み増益を目指す他、チェーンストア事業および文化施設事業においても安定的な利益の創出を目指す。

(百万円)

		2025年1月期 (実績)	2026年1月期 (計画)	2027年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	70,011	54,500	61,500
	チェーンストア事業	26,944	22,000	22,000
	文化施設事業	13,733	12,000	13,000
	その他の	462	500	500
	注高計	111,152	89,000	97,000
売	商業その他施設事業	54,395	64,500	62,000
	チェーンストア事業	27,074	22,000	22,000
	文化施設事業	9,925	11,000	10,500
	その他の	462	500	500
	上高計	91,858	98,000	95,000
営	商業その他施設事業	3,295	4,600	4,000
	チェーンストア事業	1,829	800	800
	文化施設事業	△95	500	600
	その他の	111	100	100
	調整額	6	—	—
業利益計	5,147	6,000	5,500	

※ 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、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。

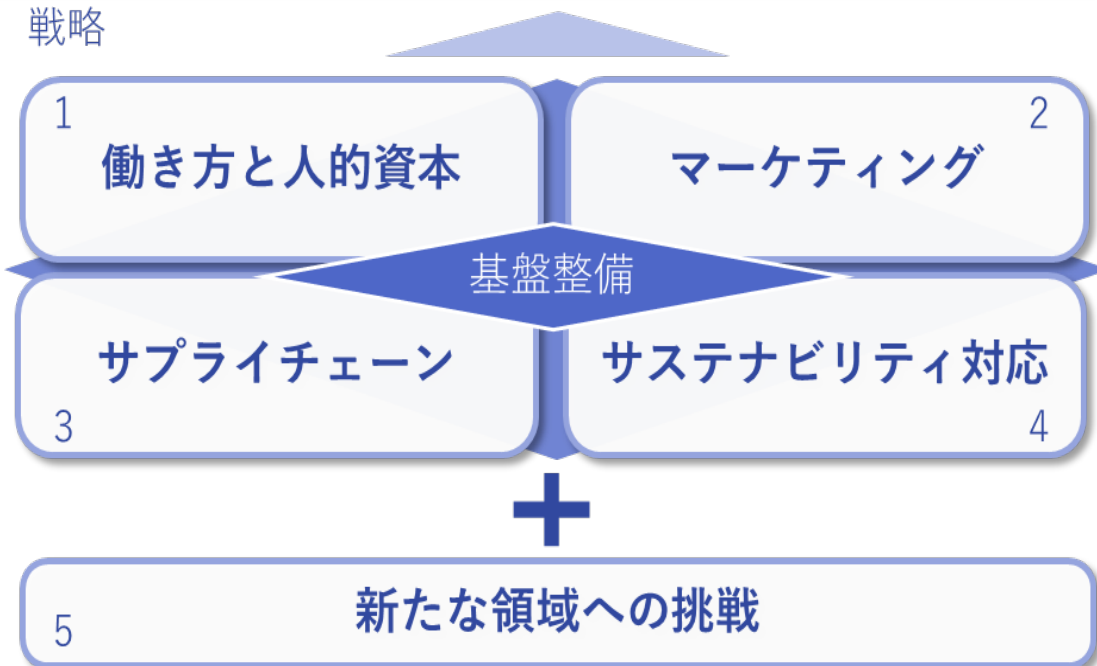
修正後中期経営計画（25/1月期－27/1月期）の全体像

パーパス／私たちの存在意義	空間から未来を描き、人と社会に ^{いろいろ} 丹青を。
私たちの未来ビジョン2046	こころを動かす空間づくりのプロフェッショナル集団であり 空間と自分自身の可能性を切り拓くチャレンジ集団でもあり続ける

2024-2026年度 中期経営計画

- 方針
- ① 成長軌道に乗せるための基盤整備を行う
 - ② 新たな領域に挑戦する

戦略



財務／非財務 目標

2027年1月期 修正後財務目標

連結売上高	950 億円
連結営業利益率	5.8 %
連結 R O E	11.0%
配当性向	50%以上

財務目標に用いる指標も含めて
継続検討

2027年1月期 非財務目標

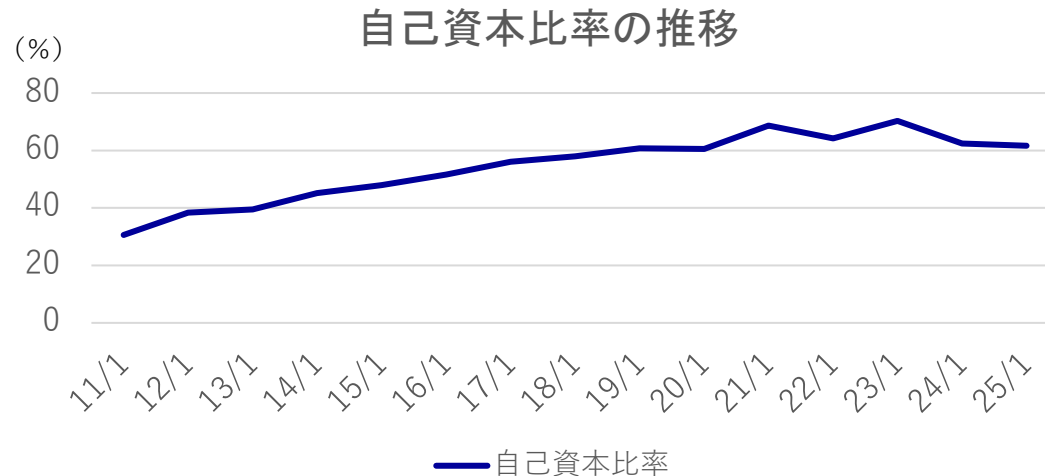
働く幸せ	生産体制の整備
サステナビリティ	気候変動対応

資本政策 キャッシュアロケーションと株主還元方針

課題の認識

ここ10年ほど、コロナ禍で一時的に減少したこともあるが、売上高の拡大とともに利益面も安定して推移している。

これに伴い、**株主資本ならびに自己資本比率は上昇を続けている。**



新規分野への投資活動が限定的であり、キャッシュが積みあがる傾向にあった。

検討項目

- ・キャッシュアロケーション
(本中期経営計画で示した投資方針について、具体的な金額・投資時期の明確化)
- ・最適な自己資本比率を検討し、資本効率および株価の向上を目的とした、積極的な株主還元 (株主還元における目標指標および方法等について再検討)

検討項目については内容決定後に公表予定

成長に向けた基盤整備に対する投資の方針

投資の選択肢	備考
①事業開発・商品開発への投資	新規事業開発やデジタル施策に関わる商品開発など
②人的資本への投資	従業員教育・処遇改善など
③資本業務提携等に関する投資	①に資する企業との資本業務提携など
④システム投資	B I M活用の基盤整備、データ整備、基幹システムのリプレイスなど
⑤サプライチェーン基盤整備に係る投資	協力会社との取引条件改善など

投資規模および実施時期等は決定次第、公表予定

中期経営計画の目標（非財務含めた全体目標）

財務/ 非財務	ありたい姿	K P I	2025年1月期 進捗状況	2027年1月期 目標
財務	<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	918億円	950億円
		連結営業利益率	5.6%	5.8%
		連結ROE	11.9%	11.0%
		配当性向	54.8%	50%以上
非財務	働く幸せ <ul style="list-style-type: none"> ● 社員が働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている ● 長時間労働が是正され、労働時間の適正化が実現できている 	エンゲージメントスコア (従業員意識調査の総合評価)	△ 進展あるが課題あり	前年以上の評価
		労働時間の社内基準に 適合する従業員数	△ 進展あるが課題あり	前年より増加
	生産体制の整備 <ul style="list-style-type: none"> ● 中期経営計画の成長計画、さらにその先の成長を支える生産力を確保する 	協力会社新規開発の 達成度	△ 進展あるが課題あり	100%
		サステナビリティ <ul style="list-style-type: none"> ● サステナビリティ全般について取組みが充実し、社会の要求を満たせている 	EcoVadisの評価	△ 進展あるが課題あり
	女性管理職比率		△ 進展あるが課題あり	15%以上
	気候変動対応 <ul style="list-style-type: none"> ● 温室効果ガス排出量の算定方法を確立させ、具体的な削減の取組みを始めている 	Scope1・2の温室効果 ガス排出量	○ 順調に進捗	2021年度比で 40%削減

財務目標に用いる
指標も含めて継続検討

中期経営計画の目標（非財務含めた全体目標）

総括：各目標に対する進捗状況

財務目標

- 売上高、営業利益率、ROE等の全指標にて目標達成。
結果、中期経営計画の最終年度目標を前倒しで達成。
- 目標達成の主要因として、以下が大きく寄与した。
 - ・市場変化と旺盛な需要を確実に取り込めたこと
 - ・大阪・関西万博を始めとした大型プロジェクトの工事が順調に進捗したこと

非財務目標

- 最終年度目標の達成に向け、各施策・取り組みを推進中。着実に改善や進展しているものの、「基盤整備」はいまだ途上の状況。
- 「働く幸せ」については、労働時間の適正化は進んでいるものの、一部で長時間労働が解消されていない。またエンゲージメントスコアも若干低下しており対策が必要。
- 「生産体制の整備」は、協力会社の拡充や連携強化などの取り組みが進展。
- 「サステナビリティ」はEcoVadisのスコアが向上。女性管理職比率も向上。
- 「気候変動対応」については、温室効果ガスの削減が進んでいる。

中期経営計画の進捗状況（戦略）

戦略1 働き方と人的資本の 基盤整備	<p>長時間労働是正に向けた具体的・実効的な取り組み実施する。BIMなどのデジタル技術も活用し、業務プロセスを見直すことで効率を高める。</p> <p>人への投資を強化するとともに、人材のポテンシャルを最大化し、成果に結びつけるための環境整備を行う。（DE&Iの取り組み、エンゲージメント強化施策など）</p>	
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・長時間労働の状況は、前年と比べ改善 ・多様な働き方に対応するため、フレックスタイム制度、新勤怠システムを導入 ・採用の強化、受注判断の高度化、業務のアウトソーシングの促進等が進展
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・長時間労働是正に向けたさらなる対策の実行 ・働き方改革の実行スピードを加速させる取り組みの強化

戦略2 マーケティングの 基盤整備	<p>顧客・マーケットに寄り添い、そのニーズを的確に把握し課題解決を実践する。事業部を再編し、よりマーケットに精通した対応を目指す。</p> <p>デジタルマーケティングも含めたマーケティングの体制・仕組みを整備・確立するとともに、高付加価値・高品質なサービスを生み出すプロセスや行動について分析し、成果の「再現性」を高め、競争力と収益性の向上を図る。</p>	
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング部門と事業部門の連携が進み、各マーケットでの対応力の強化が進展
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・事業部門とマーケティング部門とのさらなる連携強化、体制整備

中期経営計画の進捗状況（戦略）

戦略3 サプライチェーンの 基盤整備	<p>中期経営計画に示す成長計画、さらにその先の成長を見据え、これを支える生産力を確保するため、協力会社体制の整備を図る。分野別・業務内容ごとにサプライチェーンの状況を整理し、不足する部分を計画的に補強していく。</p> <p>また、協力会社との関係強化を図り、働き方改革、BIM活用、サステナビリティなどの共通課題に対して連携して取り組む体制をつくる。</p>	
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 協力会社数の計画的な拡充により生産体制の強化が進展。
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 各マーケット状況に応じた、協力会社開発計画の見直し ・ 協力会社等と連携強化に向けた、当社社員のディレクション能力の向上

戦略4 サステナビリティ 対応の基盤整備	<p>サステナビリティに関連する「売り物」（ソリューション）を戦略的につくり、提案していくことで、急速に高まる顧客のニーズに応える。</p> <p>社会の要求の高度化に合わせ、サステナビリティ対応を充実させる。 気候変動対応については、温室効果ガスの排出量の算定範囲・方法を確認させる。省エネの徹底、再エネの活用を中心に、温室効果ガスの排出量削減を図る。</p>	
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティに関する方針やガイドラインの整備が進展 ・ サステナビリティ関連案件の受注実績が増加 ・ 温室効果ガス排出量削減の取組みが進展。
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティ対応を進めるための体制の整備・強化 ・ サステナビリティ対応ができる人材の確保・育成

中期経営計画の進捗状況（戦略）

戦略 5 新たな領域への挑戦		<p>空間づくり事業の資源を活用し、次の「柱」になる新規事業を開発・育成する体制を構築する。海外の取り組みの現状を再点検し、成長に向けた戦略と体制の整備を行う。</p>
	成果	<ul style="list-style-type: none"> ・新規事業に関する方針・体制・プロセスの検討が進展。新規事業開発を進めるための環境整備は一定程度進展。 ・海外事業の位置づけ・取り組みの方向性についての検討が進展。
	課題	<ul style="list-style-type: none"> ・新規事業、海外事業の方針・計画の具体化 ・新規事業、新商品の開発におけるマーケティングの強化

PART 3

②セグメント別の見通し

市場環境／事業環境の見通し

インバウンドの拡大も追い風となり、直近の空間づくりの需要量は想定以上に好調な状況。今後も、需要は堅調に推移すると考えられる。ただし、下振れリスクとして、物価高の長期化による消費者マインドの悪化、深刻な人手不足による供給制約、海外経済の減速、国際情勢の緊迫化（ウクライナ、中東、米中対立等）などが懸念される。また、資源・原料高による建設コストの高止まりも懸念される。

セグメント	分野	環境認識	今後の見通し
商業その他施設事業	商業分野 (専門店、複合商業施設等)	出店・設備投資は増加している。一方、建設コスト高騰等の影響により、一部でプロジェクトの延期や中止、見直しの懸念もあり。	中長期では再開発計画も多数あり、需要拡大が見込まれる。
	プロモーション分野 (広報・販促施設、展示会・イベント等)	展示会やイベント関連の需要回復は顕著。また、直近は2025年の大阪・関西万博の完成・引渡し時期が到来。	中長期では、大規模展示会の計画など、企業のプロモーション投資の成長が見込まれる。
	サービス分野 (エンターテインメント、ホテル、医療、オフィス等)	<ul style="list-style-type: none"> ● エンターテインメント施設はテーマパークなどの施設投資は継続して見込まれ、IPコンテンツ関連施設への投資も好調。 ● ホテルはインバウンドの回復とともに投資が回復。 ● オフィス移転や改修の案件が継続的に見込まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● テーマパークの投資は継続。スポーツ施設の新設・改修計画や活況なIPコンテンツ市場での投資も見込まれ、需要は拡大。 ● ホテルはインバウンド拡大に伴い需要が増加。特にラグジュアリーセグメントの伸びしろが大きい。 ● 働き方改革やウェルビーイング対応に伴うオフィスへの投資が継続。
チェーンストア事業	飲食店	出店・設備投資が増加。特に外食産業での投資が加速し好調。メンテナンス需要も拡大している。	店舗投資は堅調に推移する見通し。
	物販店・その他専門店等		
文化施設事業	博物館・美術館等	改装需要は継続して好調、国立施設の計画も活発化。一方、建設コスト高騰等の影響により、一部でプロジェクトの延期や中止、見直しの懸念もあり	リニューアルを中心に今後も一定の需要は継続する見通し。整備手法としてPPP/PFIは今後一層拡大していく見通し。

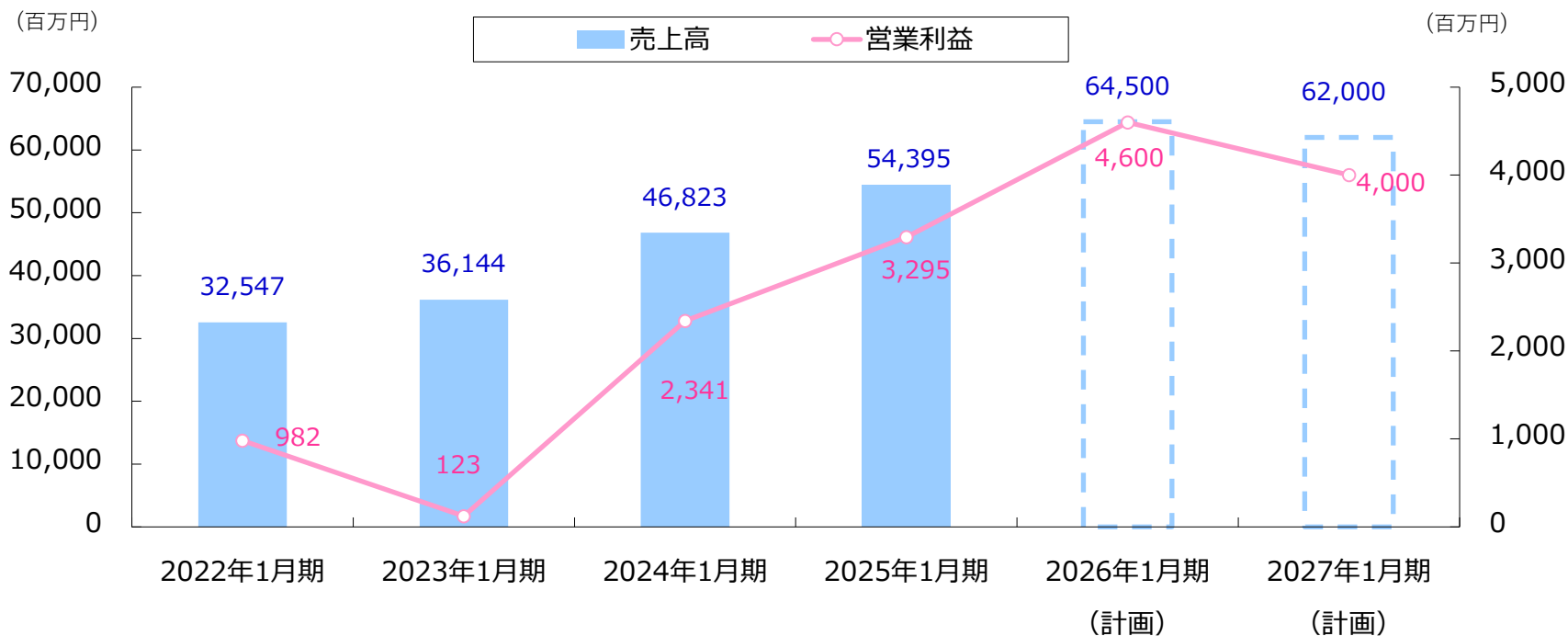
セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

【外部環境】

- ・インバウンドの回復を追い風に、あらゆる分野で需要が拡大。
- ・首都圏を中心とした各都市の再開発案件の需要増。
- ・大阪・関西万博ならびにIR(統合型リゾート)計画等による関西エリアの需要拡大。
- ・建設コスト高騰等の影響で、一部で計画延期となるプロジェクトがあり、市場動向の注視は必要。

【方針】

- ・エンターテインメント分野は成長市場として捉え、様々な挑戦で拡大路線に乗せる。
- ・ホテルをはじめ、インバウンドの拡大を背景に増加する需要を取り込む。
- ・オフィス分野において、顧客開発を加速させ、事業規模の拡大を図る。



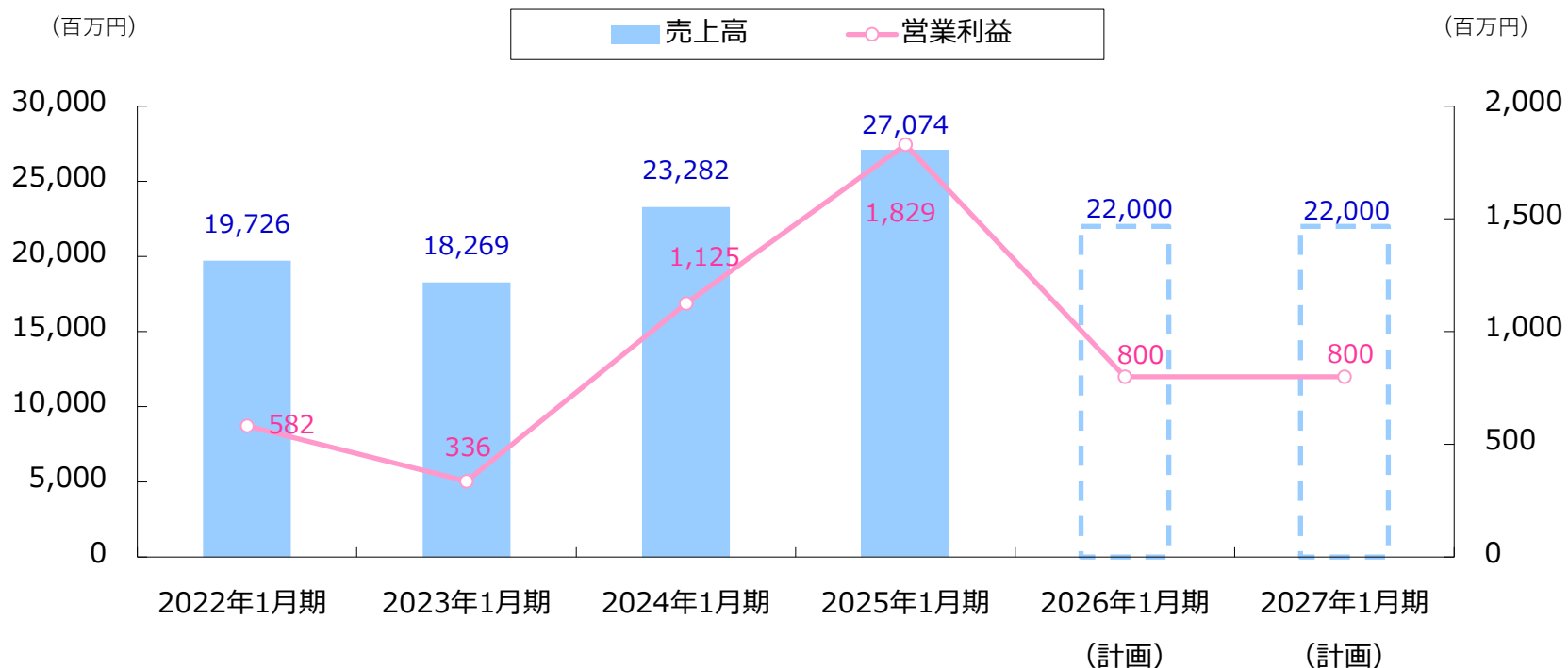
セグメント別の見通しと取り組み(チェーンストア事業)

【外部環境】

- ・ 出店・設備投資が増加している。特に外食産業での投資が加速し好調。
- ・ メンテナンス需要も拡大している。

【方針】

- ・ 既存顧客のシェア拡大と新規顧客の開発。
- ・ 西日本エリアのシェア拡大に向けた既存顧客との関係強化と生産性向上。
- ・ メンテナンス分野の拡大を図るとともに、新改装案件の受注にもつなげていく。



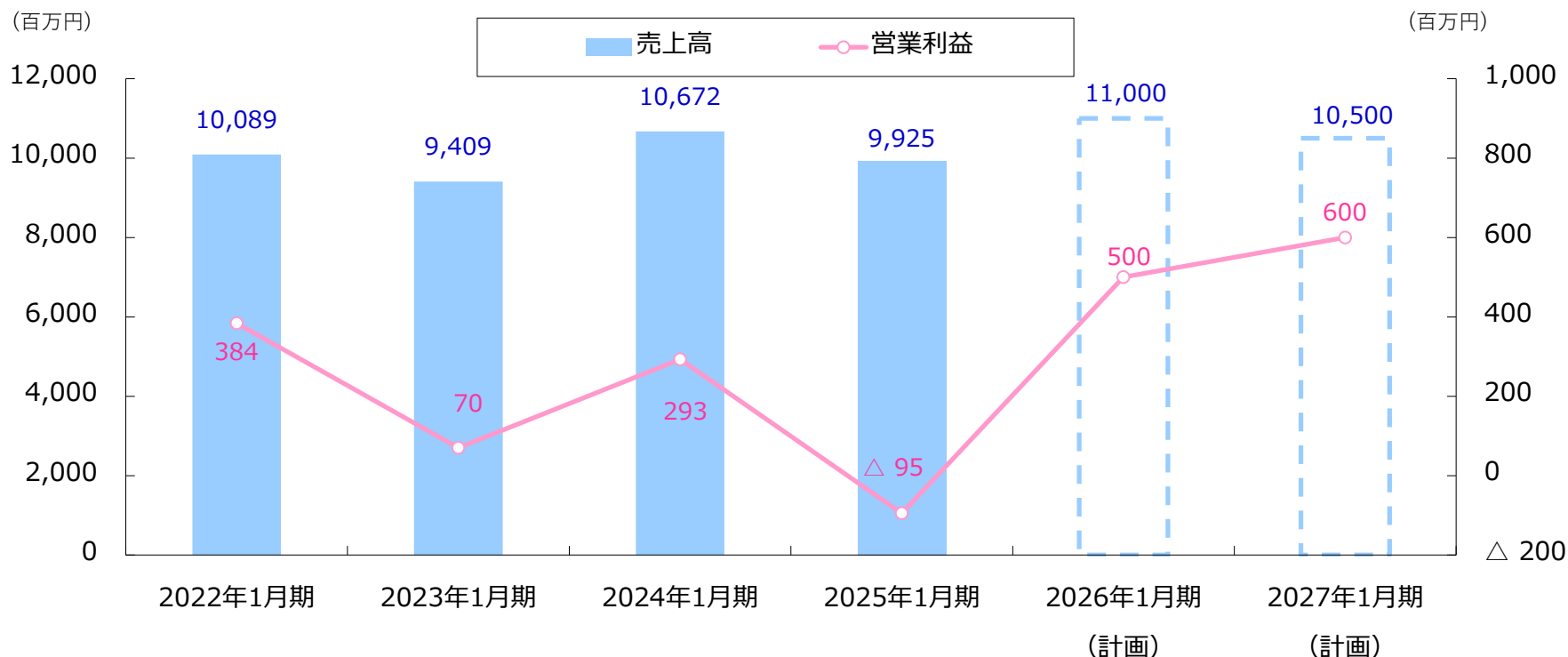
セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

【外部環境】

- ・ 改装需要は継続的に見込まれ、当社がターゲットとする公共施設(官民連携事業等)は、引き続き横ばいから微増が見込まれる。

【方針】

- ・ 地域創生、官民連携事業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、文化展示事業を安定成長させる。



PART 3

③2026年1月期 業績計画

2026年1月期 業績計画

- ・受注高は大阪・関西万博等の大型案件の受注が一巡するため減少する見込み
- ・売上高および利益面については、大型プロジェクトの計上が重なるため過去最高を更新する見込み
また、大阪・関西万博関連の案件は上半期に完工となるため、売上高および利益は、前期とは異なり、上半期に多く計上される見込み

(百万円)

	2025年1月期				2026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	57,927		111,152		46,000		89,000	
売上高	41,024		91,858		52,000		98,000	
売上総利益	7,418	18.1	17,064	18.6	9,700	18.7	18,200	18.6
営業利益	1,927	4.7	5,147	5.6	3,500	6.7	6,000	6.1
経常利益	2,035	5.0	5,316	5.8	3,500	6.7	6,100	6.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,484	3.6	3,875	4.2	2,500	4.8	4,400	4.5
E P S (円)	31.41		82.16		53.04		93.35	
R O E (%)	4.7		11.9		7.3		12.9	

※ 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、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。

2026年1月期 セグメント別 業績計画

(百万円)

		2025年1月期		2026年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受 注 高 計	商業その他施設事業	35,865	70,011	29,500	54,500
	チェーンストア事業	12,161	26,944	10,000	22,000
	文化施設事業	9,713	13,733	6,300	12,000
	その他	186	462	200	500
受 注 高 計		57,927	111,152	46,000	89,000
売 上 高 計	商業その他施設事業	23,239	54,395	36,000	64,500
	チェーンストア事業	12,448	27,074	10,100	22,000
	文化施設事業	5,149	9,925	5,700	11,000
	その他	186	462	200	500
売 上 高 計		41,024	91,858	52,000	98,000
調 整 額	商業その他施設事業	976	3,295	2,750	4,600
	チェーンストア事業	871	1,829	400	800
	文化施設事業	30	△95	300	500
	その他	46	111	50	100
調 整 額		2	6	—	—
営 業 利 益 計		1,927	5,147	3,500	6,000

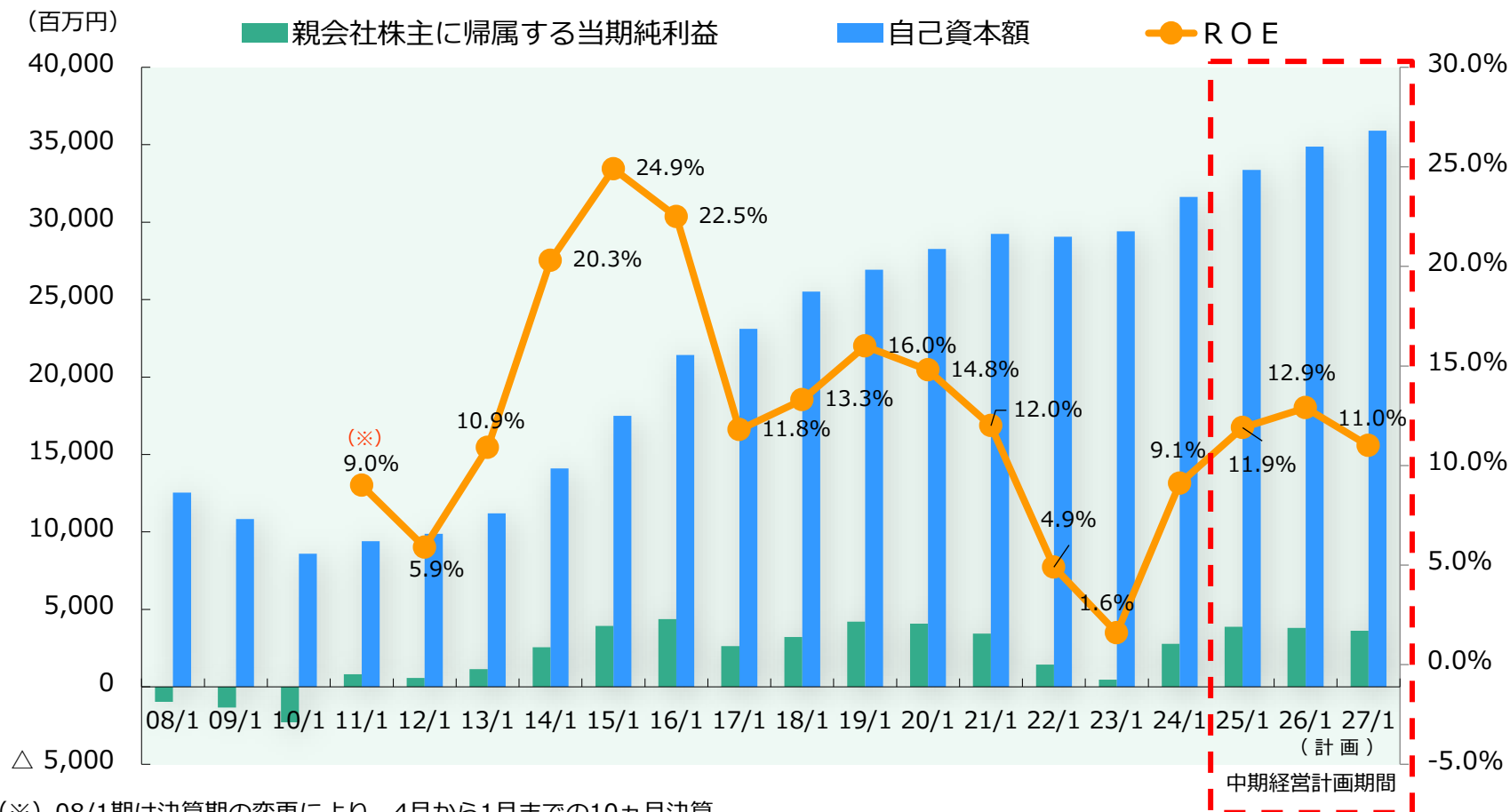
※ 上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

PART 4

ROEの推移と還元方針

自己資本額およびR O Eの推移

現状の株主資本コスト：約8% 中長期的な目標ROE：10%以上



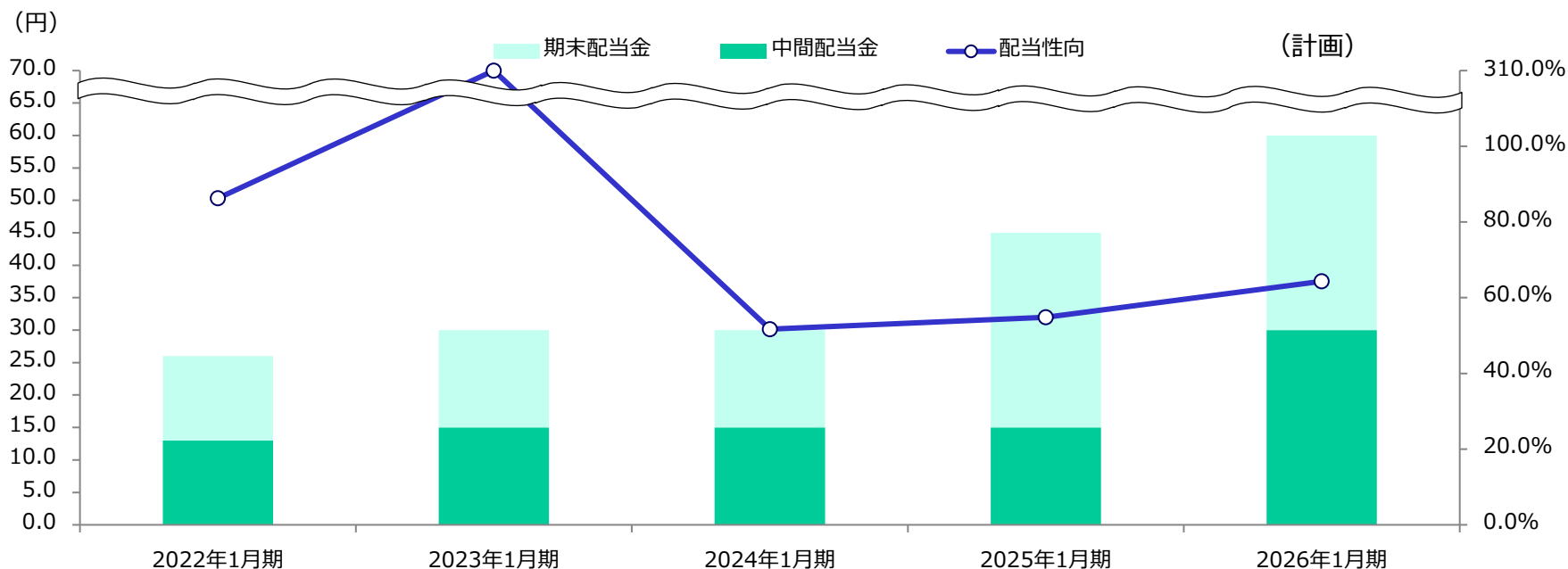
(※) 08/1期は決算期の変更により、4月から1月までの10ヵ月決算

(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が高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が高くと計上されております

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



	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期	2026年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	13.00	15.00	15.00	15.00	30.00
期末配当金 (円)	13.00	15.00	15.00	30.00	30.00
合計 (円)	26.00	30.00	30.00	45.00	60.00
連結配当性向 (%)	86.3	309.9	51.7	54.8	64.3
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



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先：ir@tanseisha.co.jp