



株式会社 **乃村工藝社**

2014年度 (平成27年2月期) 決算補足資料

2014 年度 連結決算概要

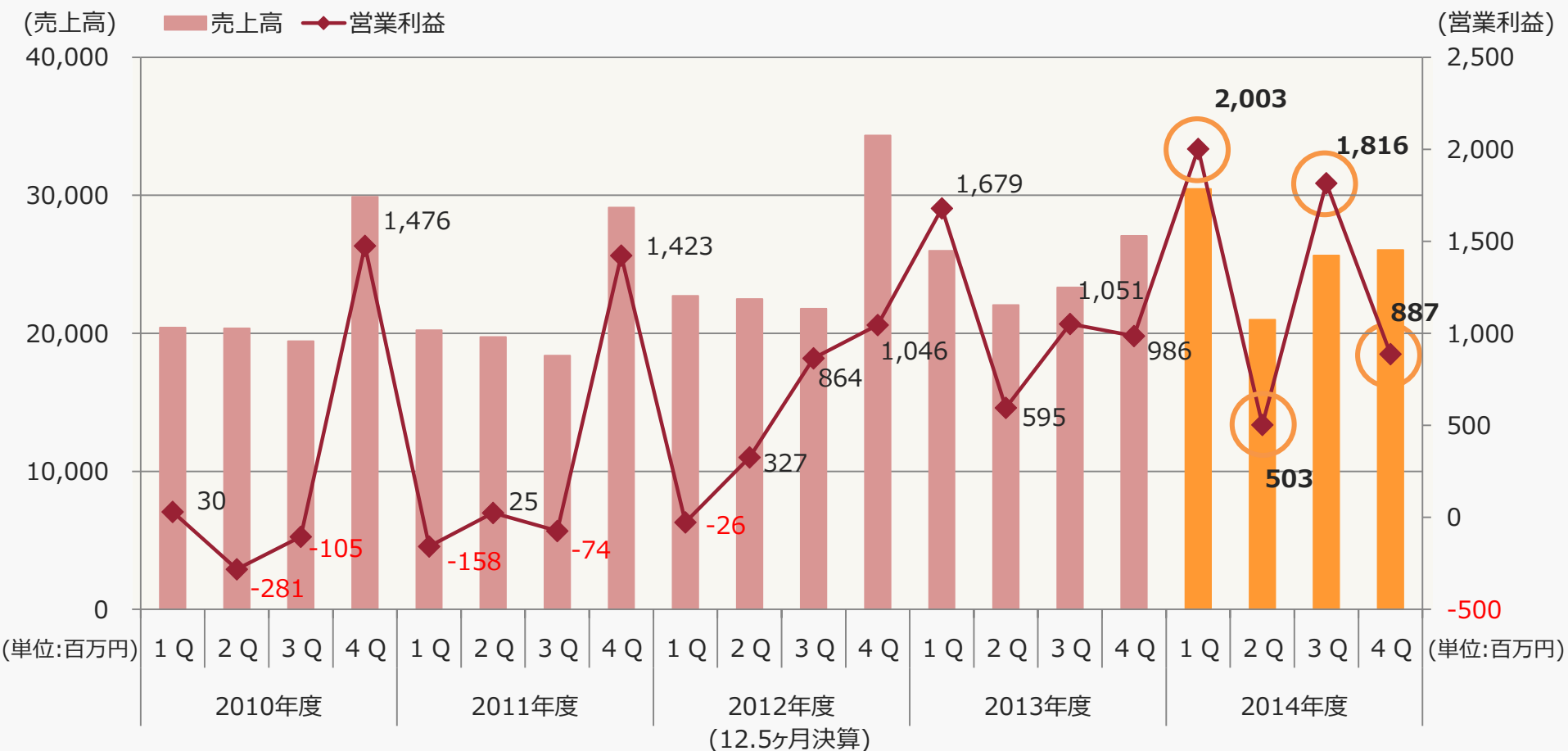
2014年度 連結業績ハイライト

➤ 売上高の増加、総利益率の向上により、前期に引き続き最高営業利益を更新

(単位:百万円)	2013年度	2014年度	
	実績	実績	前期比
売上高	98,410	103,129	4.8%
営業利益	4,313	5,211	20.8%
経常利益	4,381	5,434	24.0%
当期純利益	1,845	3,193	73.1%

売上高・営業利益の四半期推移

- 第4四半期の業績は、前期に比べ減収減益であったものの、売上高が260億円を超え、利益面でも堅調に推移した
- 第1・第3四半期において計画を上回る利益を計上、前期同様に各四半期において着実に利益が創出されている



売上総利益率の四半期推移

- 上期は軽微ながら消費増税の影響を受けたが、採算性を重視した受注の継続および原価管理を強化し、大型案件を効率的に推進したことで第3・第4四半期の総利益率が向上した

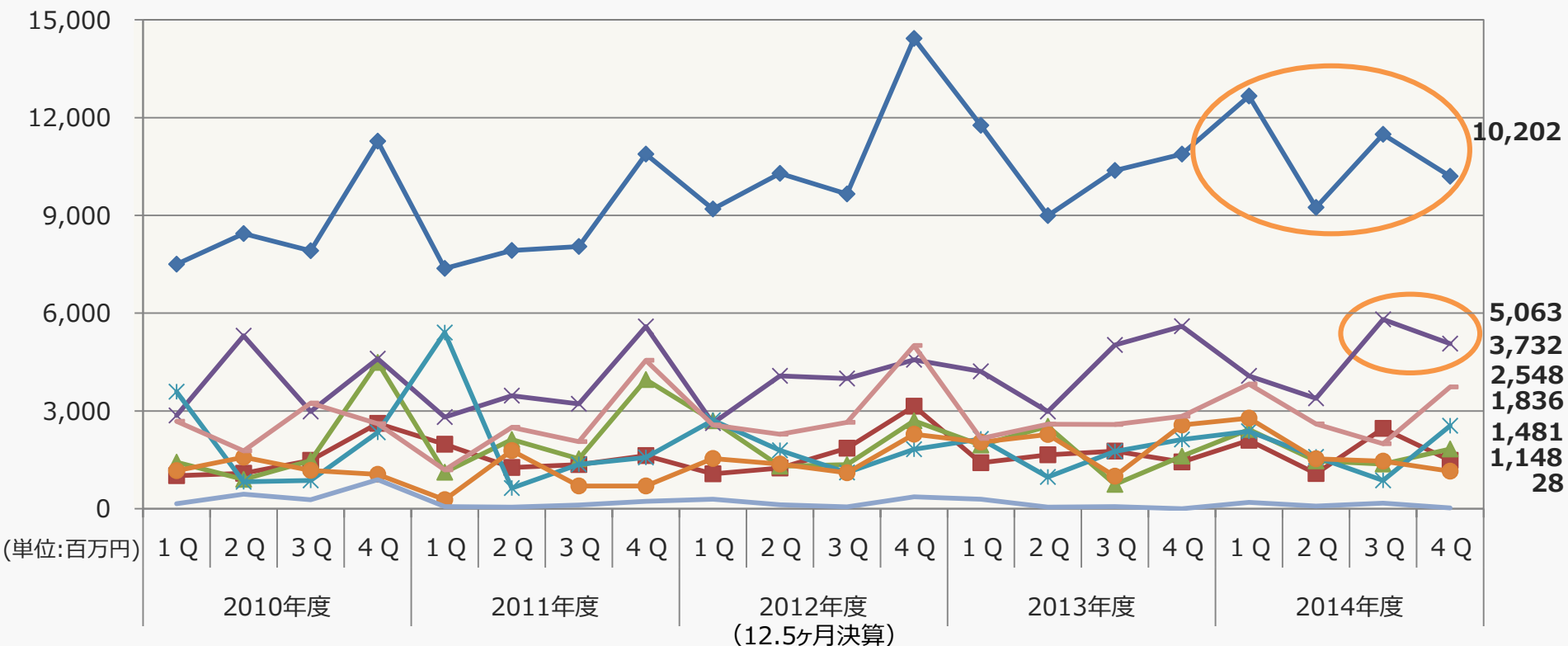
◆ 売上総利益率



市場分野別売上高の四半期推移

- 専門店市場は、アパレル店舗などの改装需要の拡大により、各四半期において高い水準で推移した
- 広報・販売促進市場は、大型案件の完工があった下期に売上が増加し、前期同様の推移となった

◆ 専門店市場
 ■ 百貨店・量販店市場
 ▲ 複合商業施設市場
 × 広報・販売促進市場
✱ 博物館・美術館市場
 ● 余暇施設市場
 — 博覧会・イベント市場
 — その他市場



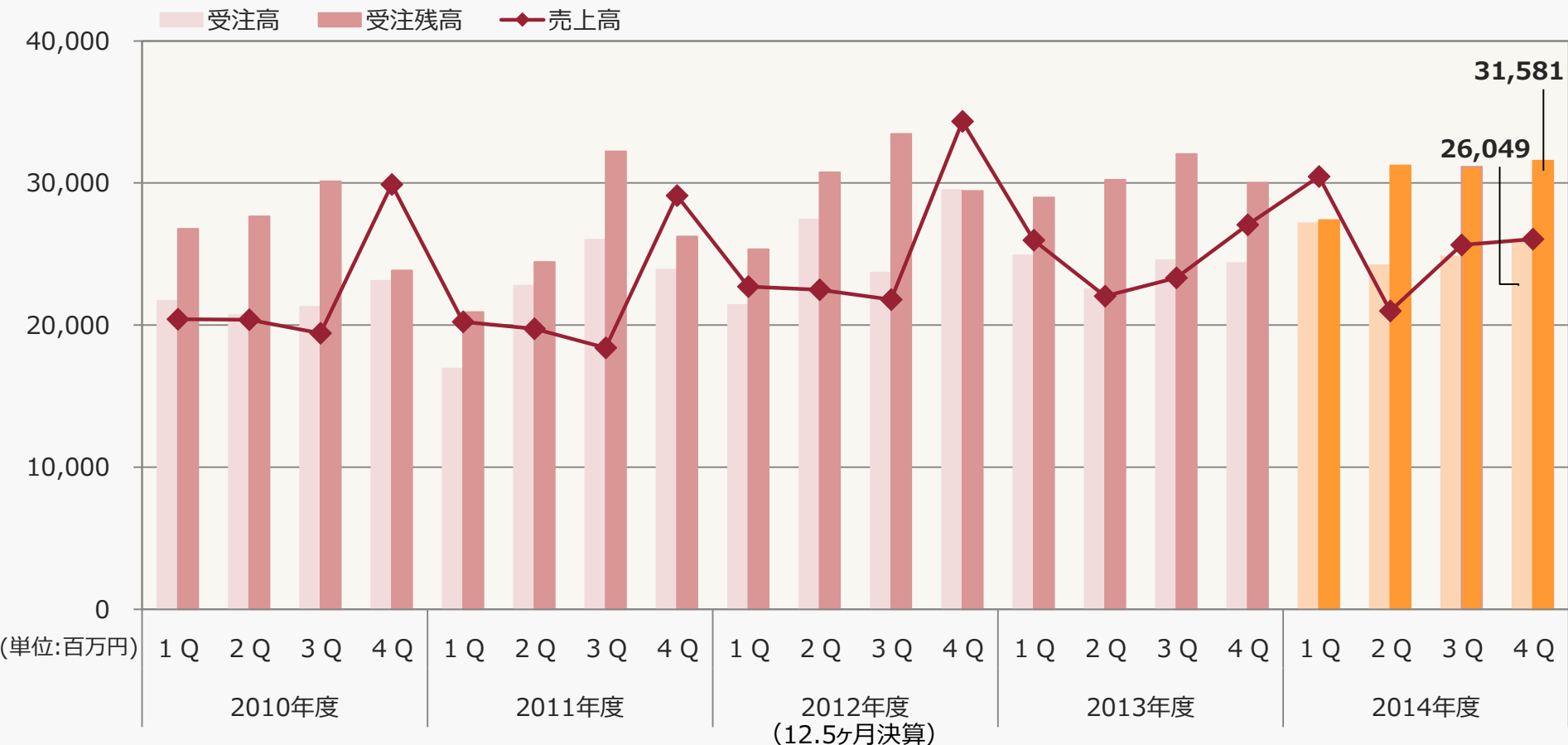
(注)不動産事業と飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。
 なお、2014年度第1四半期より不動産事業は子会社の売却により除外しています。

市場分野別の状況

(単位:百万円)	2013年度		2014年度		売上構成率		ポイント
	売上高	前期比	売上高	前期比	前期	当期	
専門店市場	42,017	△3.6%	43,606	3.8%	42.7%	42.3%	モバイル関連店舗の什器等の大型案件のほか、大型商業施設の新装・改装にともなうアパレル店舗、インポートブランド店舗を多数手掛け増収となった
百貨店・量販店市場	6,265	△14.4%	7,129	13.8%	6.4%	6.9%	大都市圏の百貨店の改装、催事・シーズン装飾を手掛け増収となった
複合商業施設市場	6,835	△15.1%	7,108	4.0%	6.9%	6.9%	再開発に関連した大型商業施設の新装、駅ビルの商業施設の改装にともなう環境演出工事を多数手掛け増収
広報・販売促進市場	17,820	16.7%	18,338	2.9%	18.1%	17.8%	電機、通信、住宅関連などのショールーム、コンベンションなどの展示制作のほか、大量生産に対応した販売促進用の什器制作の大型案件を手掛け前期の実績を上回った
博物館・美術館市場	6,994	△6.0%	7,389	5.7%	7.1%	7.2%	自然史系博物館、科学博物館などの展示の更新、指定管理者制度による博物館の運営管理を推進し増収となった
余暇施設市場	7,889	25.1%	6,920	△12.3%	8.0%	6.7%	ホテルの新装・改装需要が増加、水族館などを手掛けたものの、前期は温浴施設、キャラクター施設などの大型特需案件が複数あり減収となった
博覧会・イベント市場	417	△50.7%	479	14.9%	0.4%	0.5%	姫路城の公開施設運営のほか、新聞社等のイベント事務局を推進し増収となったが、公共のイベントは数少ない状況であった
その他市場	7,575	△24.7%	9,755	28.8%	7.8%	9.4%	プライダル施設、企業オフィスのほか、富裕層向けの邸宅など特需案件の完工があり大幅な増収となった
ディスプレイ事業 小計	95,815	△3.1%	100,728	5.1%	97.4%	97.7%	
不動産事業	490	3.4%	—	—	0.5%	—	昨年3月31日に不動産事業をおこなう子会社を売却
飲食・物販事業	2,105	6.2%	2,401	14.0%	2.1%	2.3%	博物館のミュージアムショップなどの飲食・物販店舗を運営、高速道路におけるSAの店舗売上拡大により増収
合計	98,410	△2.9%	103,129	4.8%	100.0%	100.0%	

受注高・受注残高の四半期推移

- 第4四半期の受注高は、専門店市場、複合商業施設市場、その他市場が堅調に積みあがった各四半期ごとに安定的な受注高を確保することができた
- 受注残高は、専門店市場、複合商業施設市場、博物館・美術館市場において大型案件を受注しており、高い水準を維持している



市場分野別の受注高・受注残高の状況

- 受注高は、前期に大型ホテル案件を受注していた余暇施設市場が減少したものの、大都市圏の商業施設の再開発、改装需要が旺盛な複合商業施設市場に加え、博物館の展示更新、空港施設・企業オフィスの需要が増加したことにより前期に比べ6.1%増加した
- 受注残高は、広報・販売促進市場、余暇施設市場、その他市場において大型案件の売上計上があったものの、大型商業施設の新装・改装を控える複合商業施設市場や博物館・美術館市場において受注が伸びたことにより前期に比べ5.2%増加した

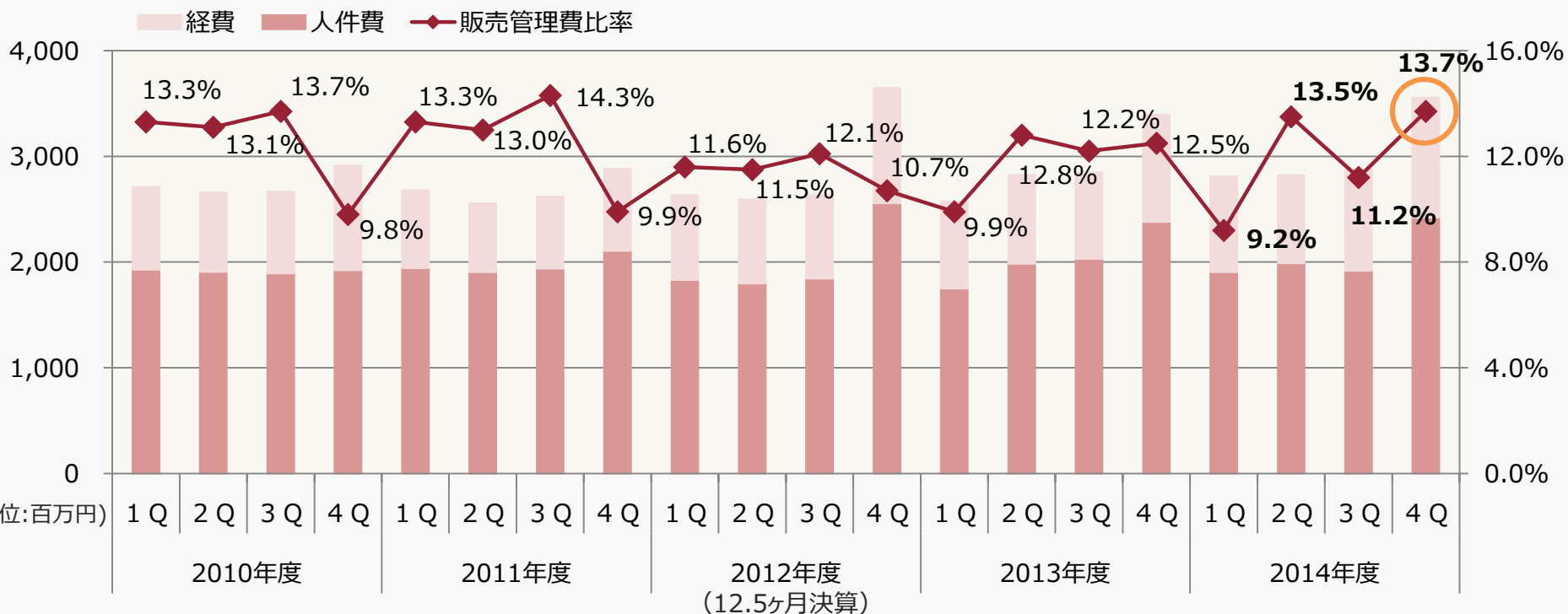
(単位:百万円)

	2013年度		2014年度		受注高 前期比 増減率	受注残高 前期比 増減率
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	43,134	9,391	44,053	9,839	2.1%	4.8%
百貨店・量販店市場	6,787	1,500	7,042	1,413	3.7%	△5.8%
複合商業施設市場	5,061	2,621	8,510	4,023	68.2%	53.5%
広報・販売促進市場	17,320	4,484	17,128	3,274	△1.1%	△27.0%
博物館・美術館市場	8,773	4,325	10,217	7,152	16.5%	65.4%
余暇施設市場	6,475	3,253	4,846	1,179	△25.2%	△63.8%
博覧会・イベント市場	215	148	1,047	717	385.7%	382.0%
その他市場	8,631	4,306	9,431	3,981	9.3%	△7.5%
合 計	96,399	30,033	102,277	31,581	6.1%	5.2%

(注)不動産事業と飲食・物販事業は受注概念が異なるため、記載していません。

販売管理費の四半期推移

▶ 第4四半期の販売管理費は賞与の増加、グループ会社の事務所家賃などが増加したことにより前期に比べ増加した



経費	783	753	776	993	736	654	684	776	805	795	793	1,091	824	842	819	1,016	907	834	960	1,136
人件費	1,927	1,906	1,891	1,921	1,943	1,903	1,937	2,105	1,829	1,797	1,842	2,566	1,749	1,984	2,030	2,379	1,903	1,988	1,917	2,420
販管費計	2,710	2,659	2,667	2,914	2,680	2,557	2,621	2,881	2,635	2,593	2,635	3,657	2,574	2,826	2,849	3,395	2,811	2,823	2,878	3,556

(単位:百万円)

連結損益計算書

(単位:百万円)	2013年度	2014年度	前期比 増減額 (率)		ポイント
売上高	98,410	103,129	4,718	4.8%	主要都市の駅周辺の百貨店・大型商業施設の新装・改装需要が増加した商業施設分野、企業PR施設、ショールーム、販促仕器の大型案件が完工した広報・販売促進市場のほか、科学館の改装等を手掛けた博物館・美術館市場、オフィスや邸宅の大型案件が完工したその他市場が伸びたことにより増収となった
売上総利益(率)	15,960 (16.2%)	17,281 (16.8%)	1,320	8.3%	総利益率は、採算性を重視した受注活動、原価管理の徹底により前期に比べ0.6%向上した
販売管理費(率)	11,646 (11.8%)	12,069 (11.7%)	422	3.6%	雇用費、賞与の増加、事務所家賃の増加などにより販売管理費が増加したが、売上高の増加により販売管理費比率が0.1%低下した
営業利益(率)	4,313 (4.4%)	5,211 (5.1%)	897	20.8%	販売管理費が増加したものの、売上の増加、原価管理の徹底による総利益率の改善により、営業利益は前期に比べ20.8%の増益となった
経常利益(率)	4,381 (4.5%)	5,434 (5.3%)	1,052	24.0%	営業利益の増加、受取配当金の増加などにより前期に比べ24.0%の増益となった
特別利益	183	81	△101	△55.4%	出資会社への出資解消にともなう有価証券売却益などによるもの、前期は保有している有価証券の売却益
特別損失	1,493	10	△1,483	△99.3%	設備等の除却損によるもの、前期はグループ子会社の固定資産の減損損失など
当期純利益(率)	1,845 (1.9%)	3,193 (3.1%)	1,348	73.1%	特別損失等がなくなり、前期に比べ73.1%の増益

連結貸借対照表

(単位:百万円)		2013年度	2014年度	前期末比 増減額(率)		ポイント
資 産	流動資産	37,488	45,882	8,394	22.4%	賞与の支払、税金納付等があったものの、不動産事業をおこなうグループ会社の売却、消費税の還付などにより現金および預金が増加したことに加え、大型案件が売上計上されたため売上債権が増加し、前期に比べ83億94百万円の増加となった
	固定資産	21,989	16,922	△5,066	△23.0%	システム・IT投資などによる無形固定資産の増加があったが、不動産事業をおこなうグループ会社の売却により有形固定資産が大幅に減少したことが要因
	資産合計	59,477	62,805	3,328	5.6%	
負 債 純 資 産	流動負債	26,443	26,793	349	1.3%	大型案件の完工による前受金の減少、工事損失引当金の減少があったものの、買掛金の増加などにより3億49百万円の増加
	固定負債	5,573	6,019	445	8.0%	不動産事業をおこなうグループ会社の売却により敷金が減少したが、退職給付に係る負債の増加により4億45百万円の増加となった
	負債合計	32,017	32,812	795	2.5%	
	純資産	27,459	29,992	2,532	9.2%	配当金の支払いがあったものの、当期純利益の増加により利益剰余金が増加した結果、25億32百万円の増加となった
	負債純資産合計	59,477	62,805	3,328	5.6%	

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	2013年度	2014年度	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	△747	3,052	売掛金の増加、税金の納付等があったものの、税引前当期純利益の増加、消費税の還付などにより30億52百万円の収入となった
投資活動によるキャッシュ・フロー	△566	4,337	グループ会社を含むシステム・IT投資などがあったが、不動産事業をおこなうグループ会社の売却により43億37百万円の収入となった
財務活動によるキャッシュ・フロー	△691	△ 1,009	特別配当を含む配当金の支払いなどにより10億9百万円の支出となった
現金及び現金同等物の増減額	△1,958	6,422	
現金及び現金同等物の四半期末残高	9,081	15,504	現金及び現金同等物は、前期末残高の90億81百万円から64億22百万円増加し、155億4百万円となった

2015年度 連結業績予想

- 受注環境は引き続き、商業施設分野を中心に堅調に推移している
- 3期連続の営業利益、経常利益の最高益更新を目指す

(単位:百万円)

	2014年度	2015年度 (予想)
売上高	103,129	108,000
営業利益	5,211	5,600
経常利益	5,434	5,700
当期純利益	3,193	3,400
一株当たり当期純利益	57.41円	61.12円
一株当たり配当金	26.00円	26.00円
ROE (自己資本当期純利益率)	11.1%	11.0%以上

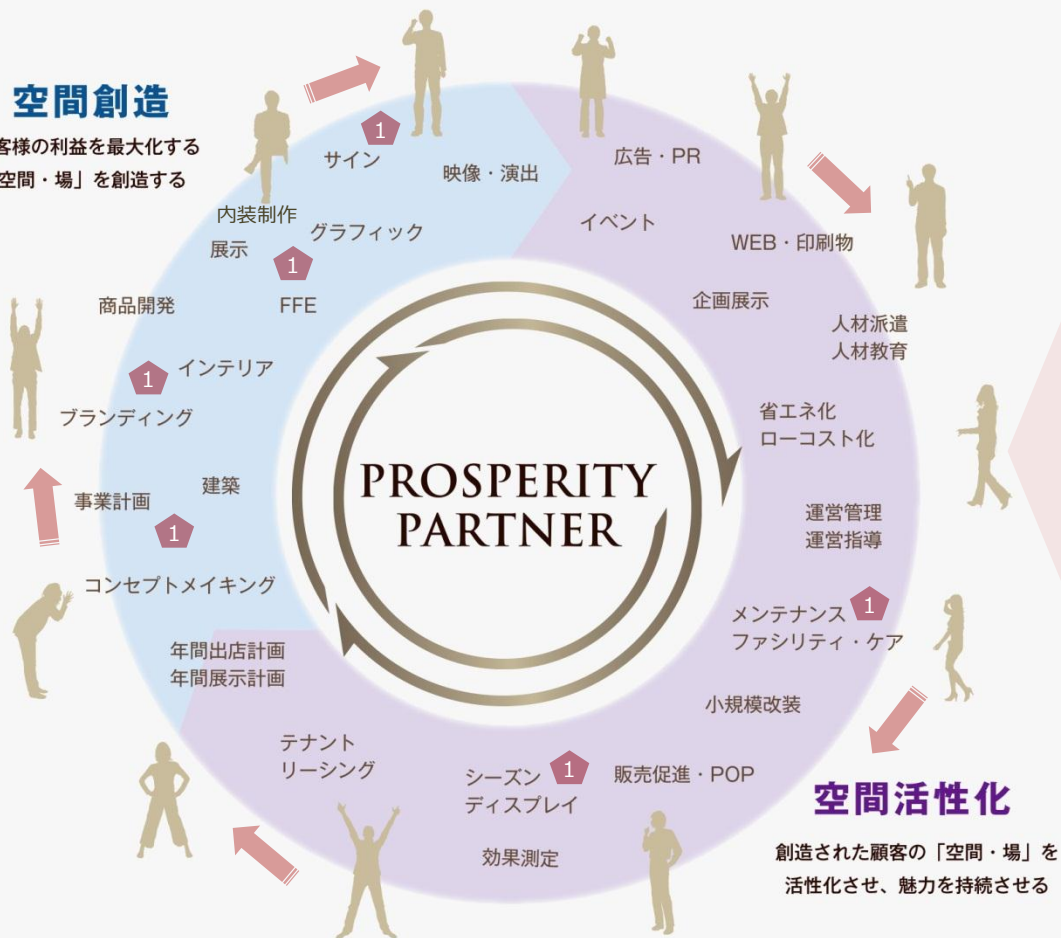
(注)実際の業績は上記の業績予想と異なる可能性がありますので、ご承知おきください。

中期経営計画と今後の市場環境

1 “ナンバーワンの価値の連鎖”

空間創造

お客様の利益を最大化する
「空間・場」を創造する



＜乃村工藝社グループ＞

乃村工藝社（空間創造系）

+

グループ会社 10社

（空間創造系） 3社（海外含む）

（空間活性化系） 7社

各年度におけるキーワード

2016

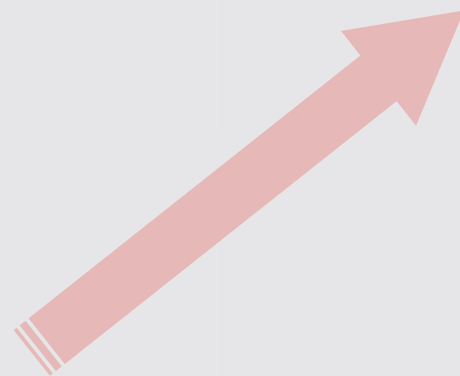
日本でもアジアでも、頂点を目指す

2015

人財の質を変える

2014

競争の質を変える



人財の質を変える 2015年度の取り組み

2016

日本でもアジアでも、頂点を目指す

2015

人財の質を変える

■ 人財育成の仕組み（ノムラプロスペリティカレッジ）

- ① ジェネラル教育
- ② コーポレート教育
- ③ 専門スキル教育
- ④ マネジメントスキル教育

1人当たりの営業利益UP

■ 人財活用の仕組み

- ① 評価、処遇
- ② 組織力の強化

お客様への提供価値UP

2014

競争の質を変える

■ グループ商品・サービス／新商品提案活動

“This is NOMURA！”によるクロスセリング

- ・商品提案1,167件
- ・キーマン達成率平均43.6%
- ・受注22件 (8ヶ月間集計)

■ 新市場開発

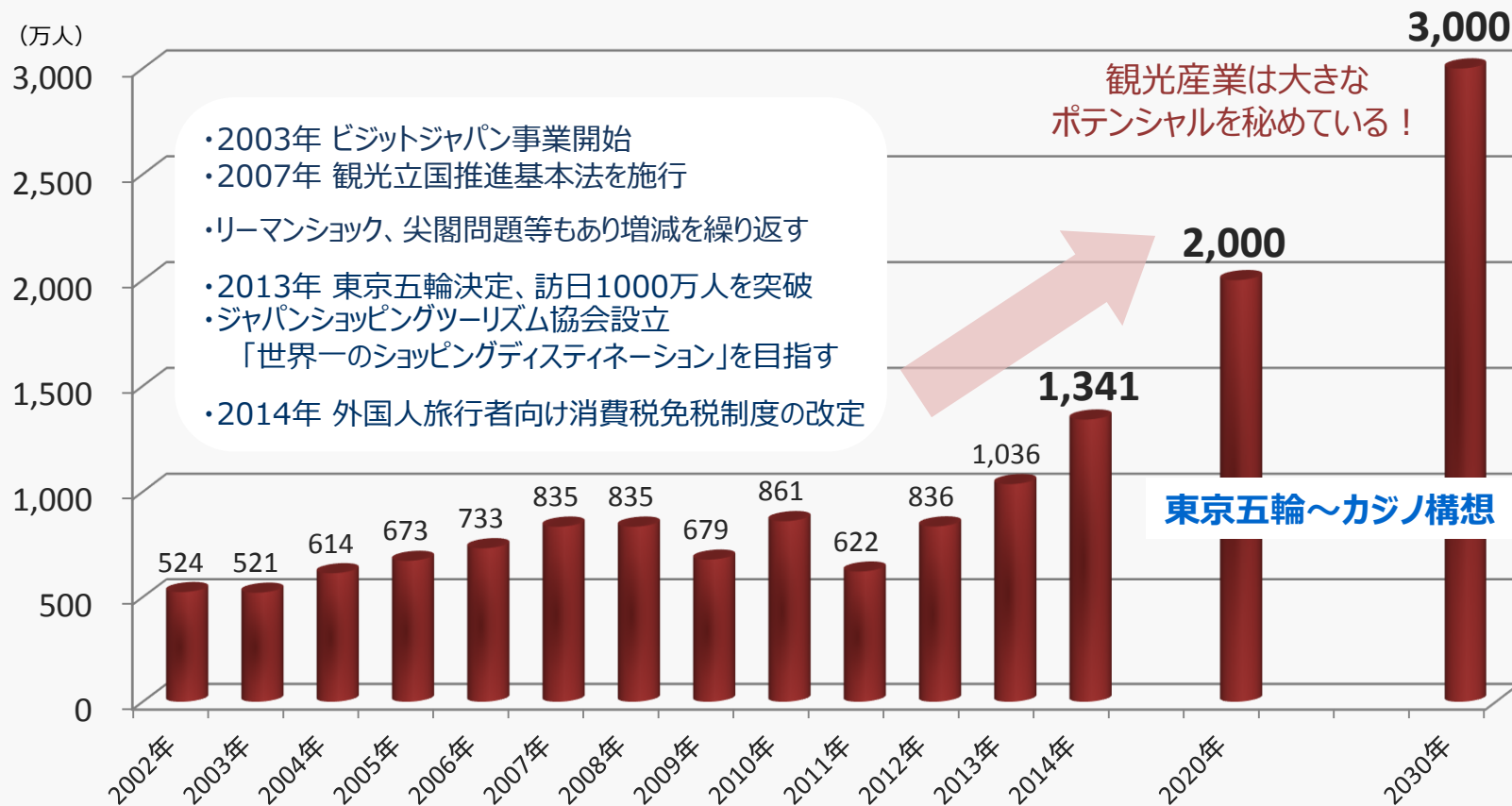
「スポーツ文化が活きるまちづくり」シンポジウム開催

■ グループ会社の拡大

デザイン出版 株式会社六耀社の買収

市場環境について～訪日観光客の推移～

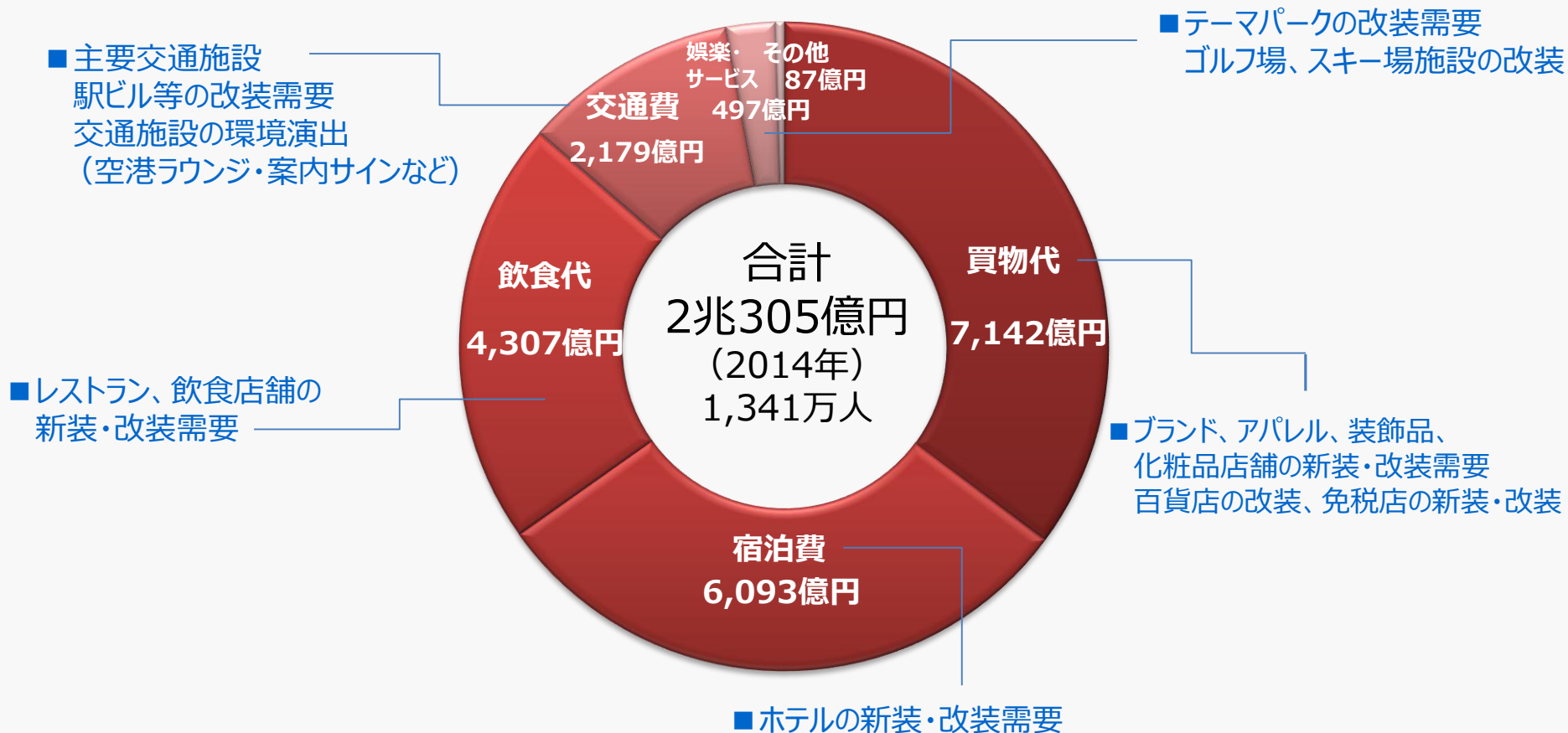
- 国内消費市場の縮小をカバーするには、インバウンド需要への取り組み、創出が重要
- 政府は2030年の訪日観光客数3,000万人の目標を掲げている



出典：観光庁資料より

2014年 訪日観光客の消費動向

➤ 当社のターゲット市場(顧客)は大きなインバウンド需要の恩恵を受けている



出典：観光庁資料より

中期経営計画 業績目標

(単位:百万円)	2015年度 予想	2016年度 業績目標
売上高	108,000	120,000 以上
営業利益	5,600	6,000 以上
経常利益	5,700	6,100 以上
当期純利益	3,400	3,600 以上
一株当たり当期純利益	61.12円	64.5円 以上
ROE (自己資本当期純利益率)	11.0%以上	11.0%~ 12.0%

(注)実際の業績は上記の業績予想と異なる可能性がありますので、ご承知おきください。