
2016年1月期 通期決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

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

目次

PART1

会社概要

PART2

- ①2016年1月期業績概況
- ②セグメント別業績概況

PART3

- ①当社事業をとりまく環境の変化
- ②中期経営計画の進捗状況
- ③中期経営計画の見直し

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1兆3,000億円程度（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）

| | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 |
|-------|--------|---------|--------|---------|-----------------|
| 乃村工藝社 | 87,464 | 101,316 | 98,410 | 103,129 | 109,000 (計画) |
| 丹青社 | 52,049 | 53,571 | 57,074 | 63,373 | 67,612 |
| スペース | 32,970 | 36,684 | 42,235 | 48,249 | 51,371 |

※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。

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 |
| 【創業】 | 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】 | 1,108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 |

当社の経営理念

経営理念

より良い空間創造を通じて
豊かな社会と生活の実現に貢献する

経営ビジョン

こころを動かす空間創造のプロフェッショナルであり続ける
お客さまとともに、社員とともに、社会とともに、成長する

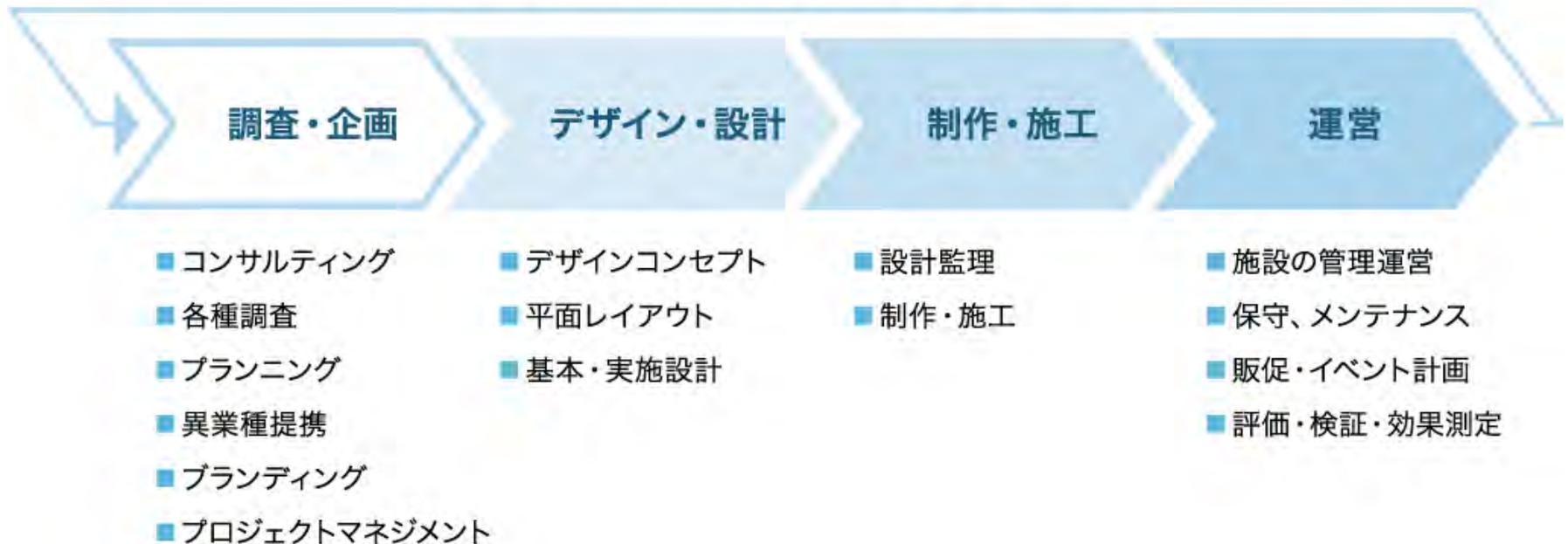
事業分野

| 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



「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。

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 225名
- ②制作職 375名
(内、一級建築士60名、一級施工管理技士193名)

空間づくりを支える協力会社群

- 継続取引会社 約1,500社
- パートナー協力会社数 159社 (2016年1月現在)

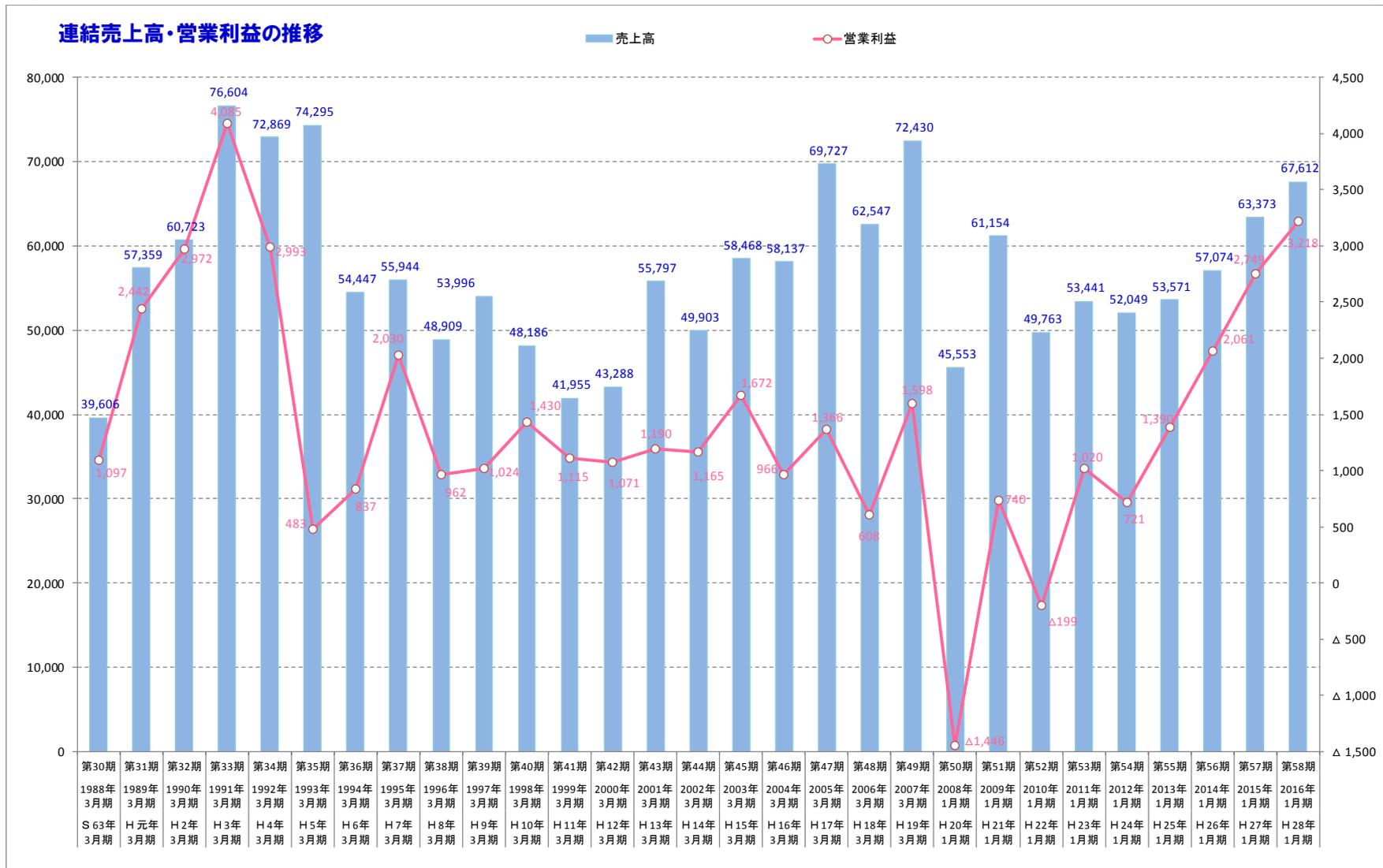
事業上の特長

- 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 (約300億円の市場規模で約1/3のシェアを占める)
- 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)

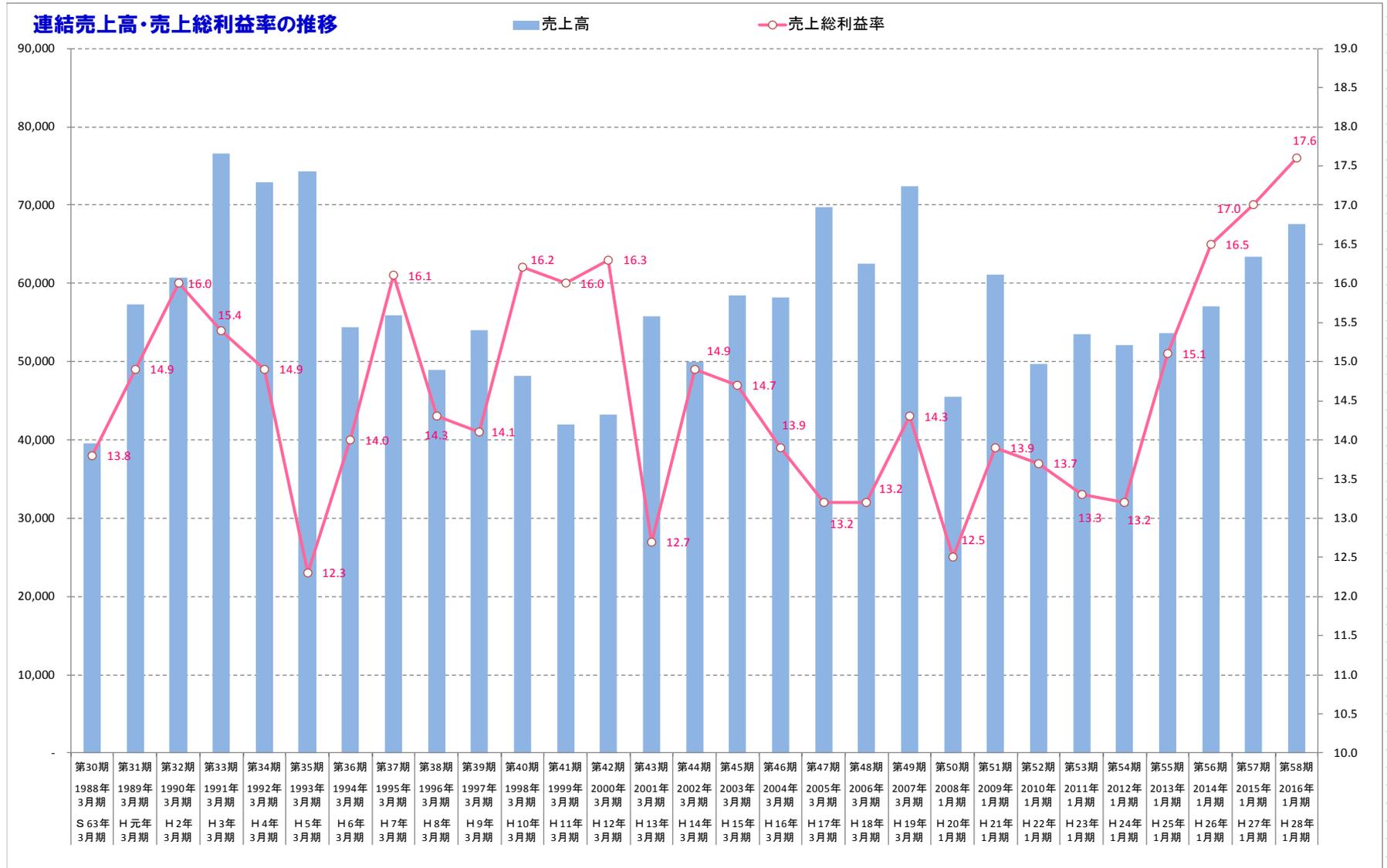
(百万円)

(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

① 2016年1月期業績概況

2016年1月期 サマリー情報

- 良好な市場環境と収益性向上の施策が寄与したため、本社移転に係る費用を吸収し、前期比で増収・増益となった。
- 当期純利益については、旧日本の土地を売却したこと等により、特別利益を37億62百万円計上し、増益となった。



2016年1月期 P/L概況

- 売上総利益率については17.6%となり、3期連続で過去最高を更新した。
- 販管費は、本社移転費用及び中国子会社における貸倒引当金を計上し、増加した。
- 当期純利益については、旧日本の土地の売却等により、特別利益37億62百万円を計上し、増益となった。

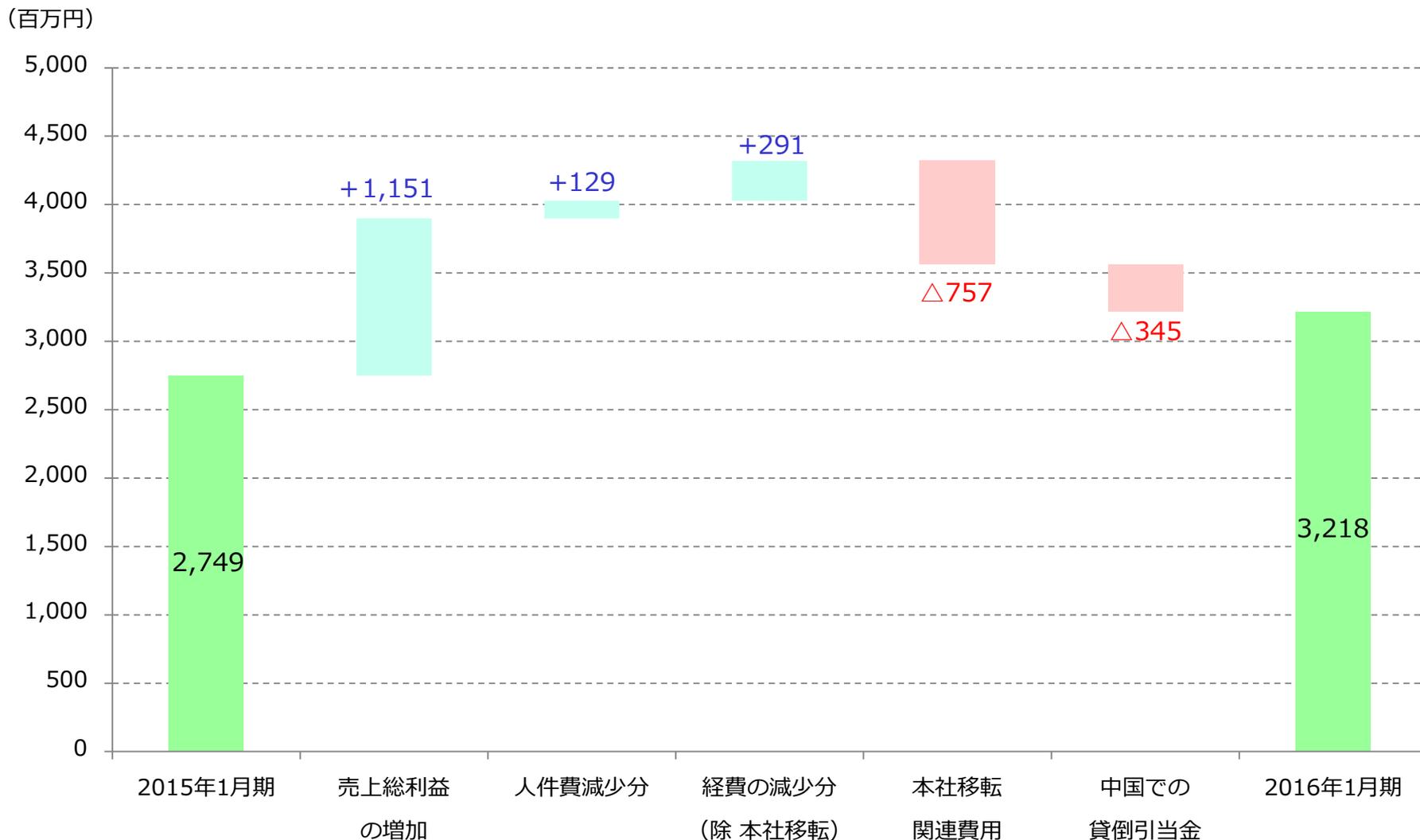
(百万円)

| | 15/01 通期 | | 16/01 通期 | | 増減 | |
|---------|----------|--------|----------|--------|-------|------|
| | 金額 | 構成比(%) | 金額 | 構成比(%) | 金額 | 率(%) |
| 売上高 | 63,373 | 100.0 | 67,612 | 100.0 | 4,239 | — |
| 売上原価 | 52,608 | 83.0 | 55,696 | 82.4 | 3,087 | △0.6 |
| 売上総利益 | 10,765 | 17.0 | 11,916 | 17.6 | 1,151 | 0.6 |
| 販管費 | 8,015 | 12.6 | 8,697 | 12.9 | 681 | 0.2 |
| 営業利益 | 2,749 | 4.3 | 3,218 | 4.8 | 469 | 0.4 |
| 営業外収益 | 272 | | 262 | | △10 | |
| 営業外費用 | 88 | | 178 | | 89 | |
| 経常利益 | 2,934 | 4.6 | 3,303 | 4.9 | 368 | 0.3 |
| 特別利益 | 78 | | 3,762 | | 3,684 | |
| 特別損失 | 3 | | 4 | | 0 | |
| 法人税等調整額 | △1,853 | | 1,885 | | 3,739 | |
| 当期純利益 | 3,936 | 6.2 | 4,379 | 6.5 | 443 | 0.3 |

| | | | |
|-----------|-------|-------|------|
| E P S (円) | 81.81 | 91.03 | 9.22 |
| R O E (%) | 24.9 | 22.5 | △2.4 |

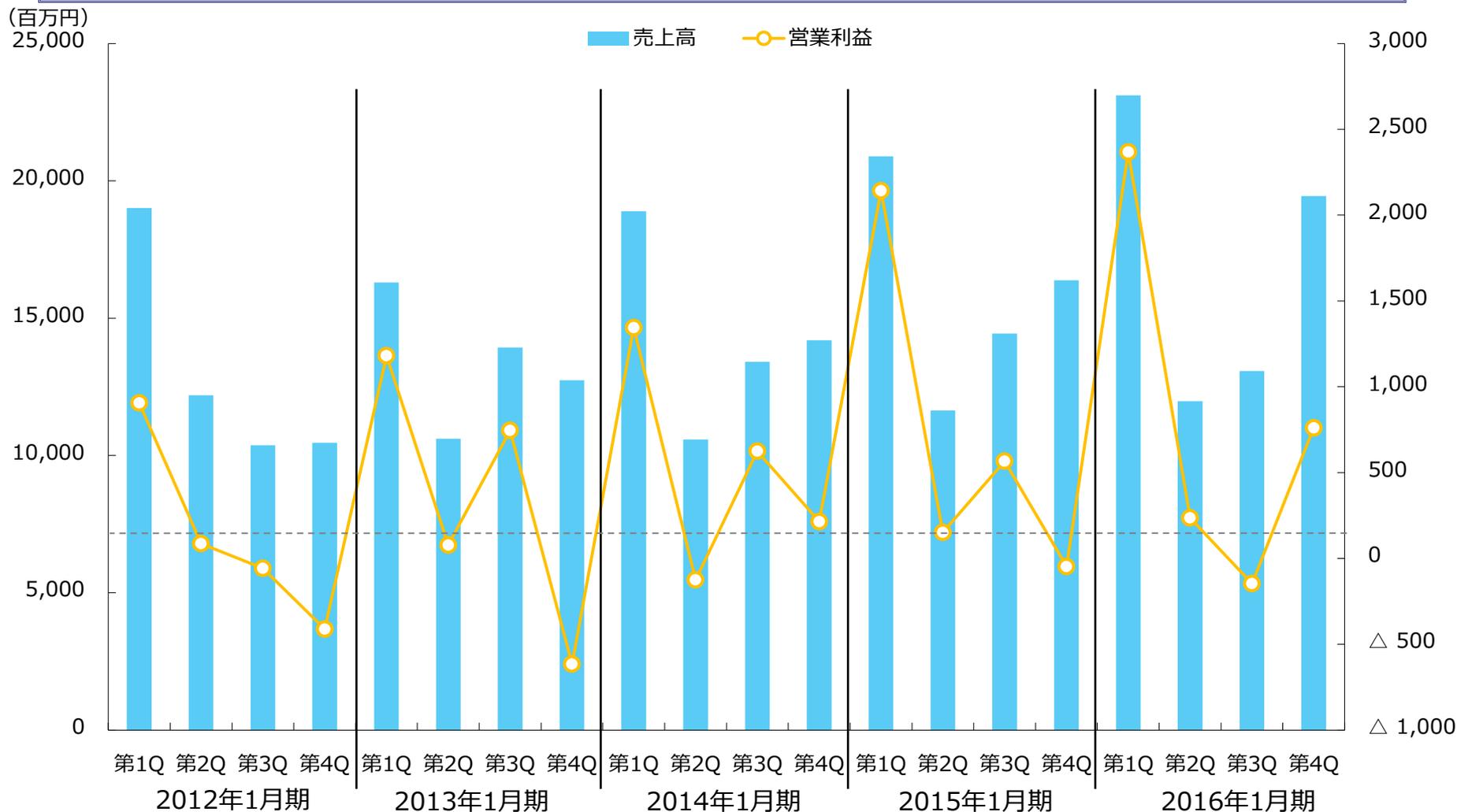
※ 2015年8月1日付で株式分割（1：1.5）を実施しており、EPSについては株式分割の影響を遡及させて記載しております。

営業利益の推移の概要



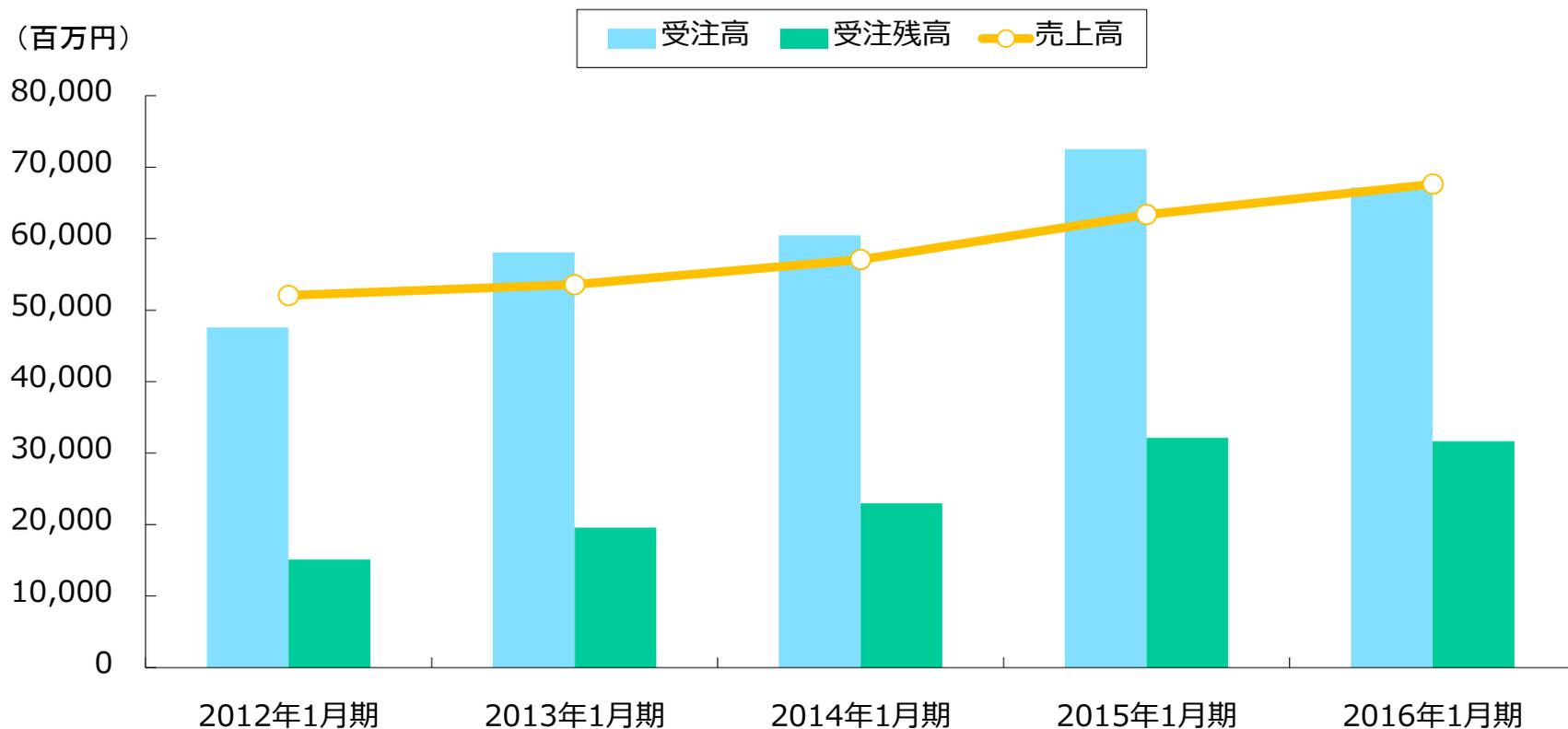
業績の季節変動要因について

- 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。
- 2013年1月期以降は、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。



受注高・売上高・受注残高の推移

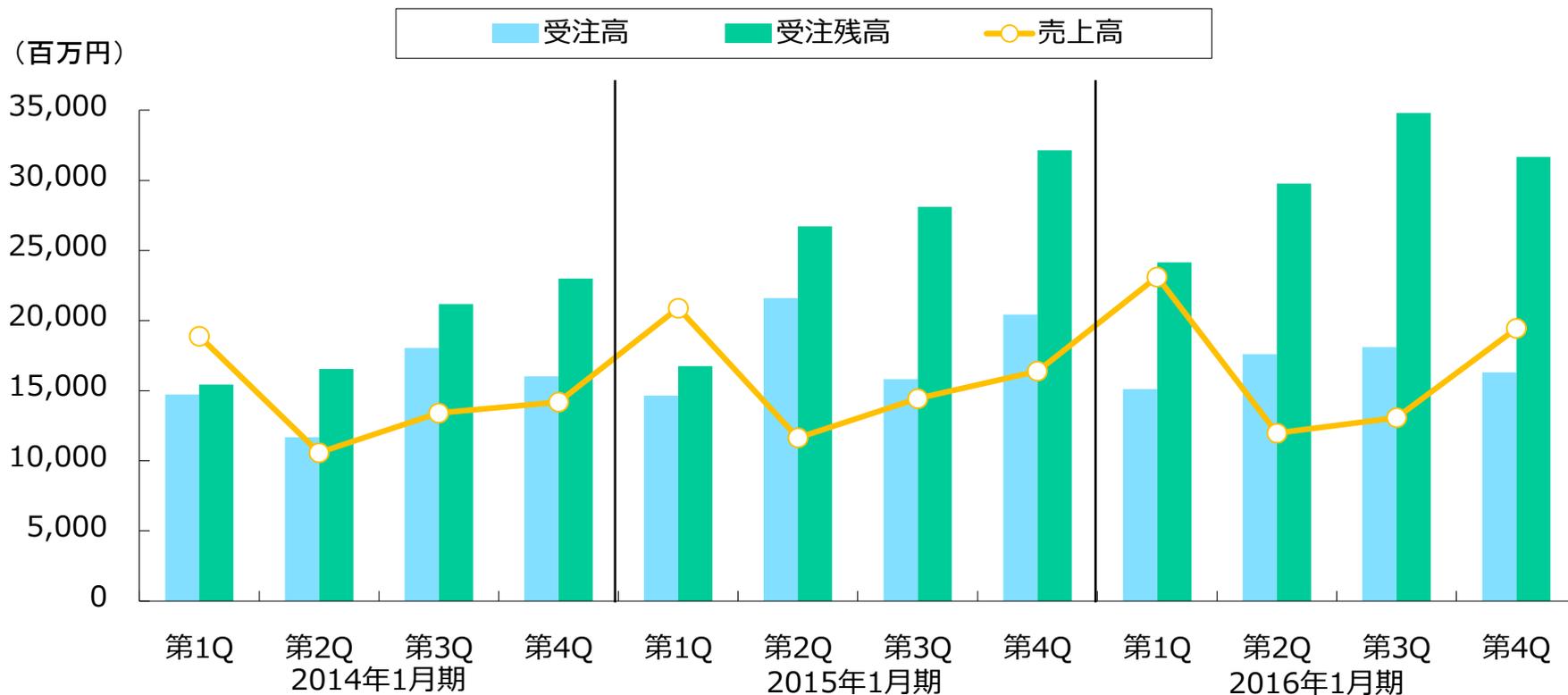
● 受注高、受注残高ともに対前期比で減少したが、高水準で推移した。



| | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 売上高 (百万円) | 52,049 | 53,571 | 57,074 | 63,373 | 67,612 |
| 受注高 (百万円) | 47,585 | 58,060 | 60,471 | 72,510 | 67,139 |
| 受注残高 (百万円) | 15,118 | 19,607 | 23,005 | 32,142 | 31,669 |

各四半期ごとの受注高・売上高・受注残高の推移

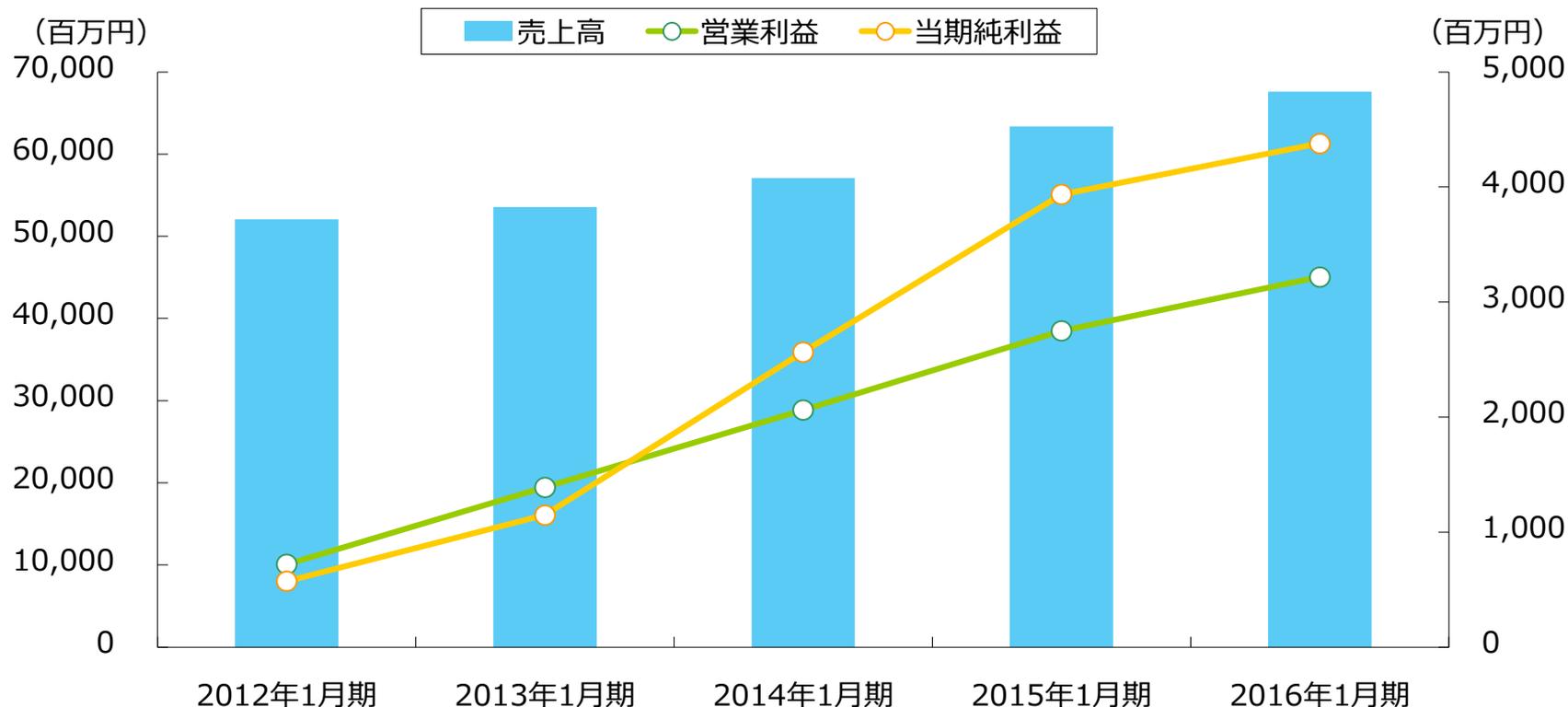
● 売上高、受注高、受注残高ともに引き続き高水準で推移した。



| | 2014年1月期 | | | | 2015年1月期 | | | | 2016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) | 18,890 | 10,580 | 13,409 | 14,193 | 20,894 | 11,641 | 14,439 | 16,397 | 23,110 | 11,977 | 13,076 | 19,448 |
| 受注高 (百万円) | 14,724 | 11,679 | 18,041 | 16,026 | 14,642 | 21,611 | 15,822 | 20,434 | 15,118 | 17,603 | 18,104 | 16,312 |
| 受注残高 (百万円) | 15,441 | 16,541 | 21,173 | 23,005 | 16,752 | 26,722 | 28,105 | 32,142 | 24,151 | 29,776 | 34,804 | 31,669 |

売上高・営業利益・当期純利益の推移

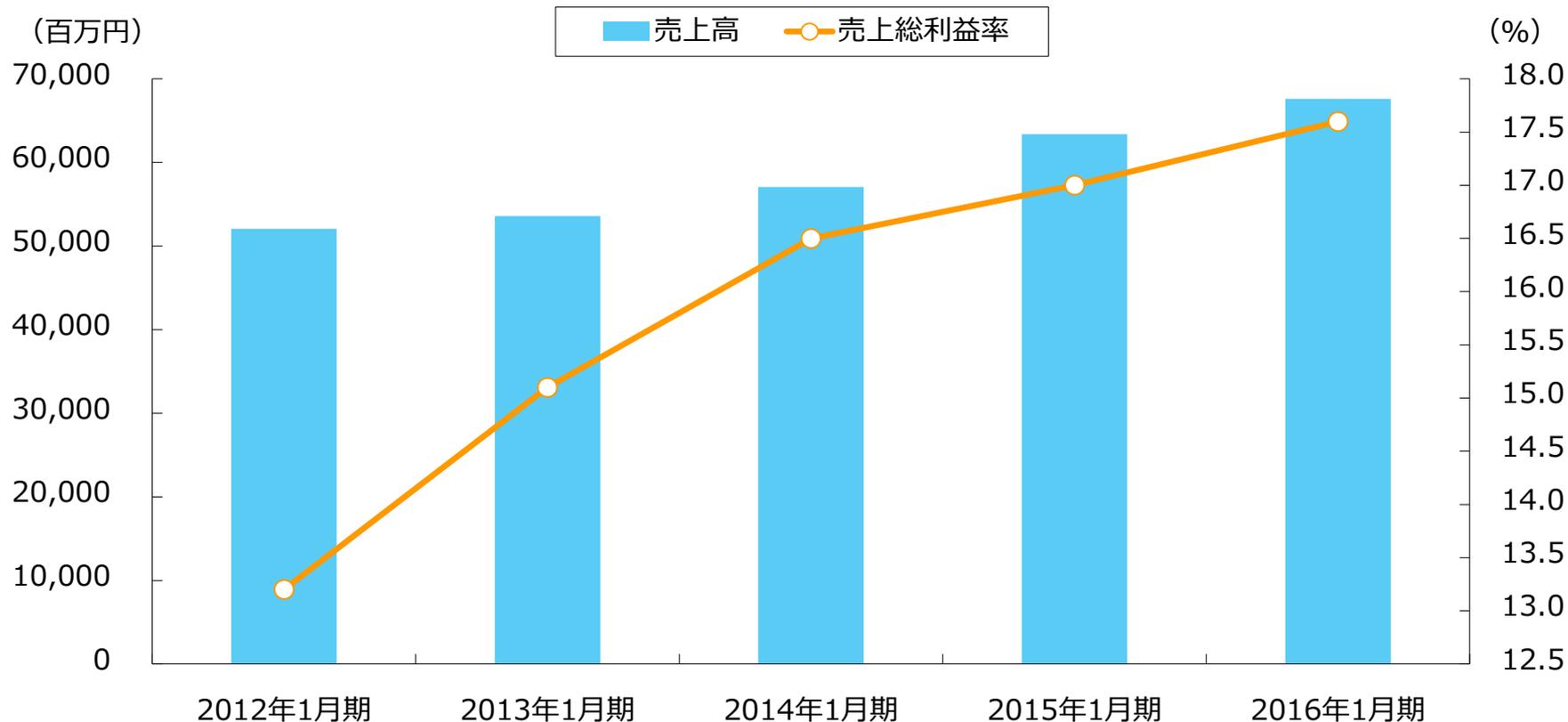
- 売上総利益率の改善により営業利益は30億円を超えた。
- 旧日本の土地の売却等により、特別利益を37億62百万円計上し、当期純利益は、43億79百万円となった。



| | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|-------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 売上高 (百万円) | 52,049 | 53,571 | 57,074 | 63,373 | 67,612 |
| 営業利益 (百万円) | 721 | 1,390 | 2,061 | 2,749 | 3,218 |
| 当期純利益 (百万円) | 573 | 1,149 | 2,565 | 3,936 | 4,379 |

売上高および売上総利益率の推移（累計）

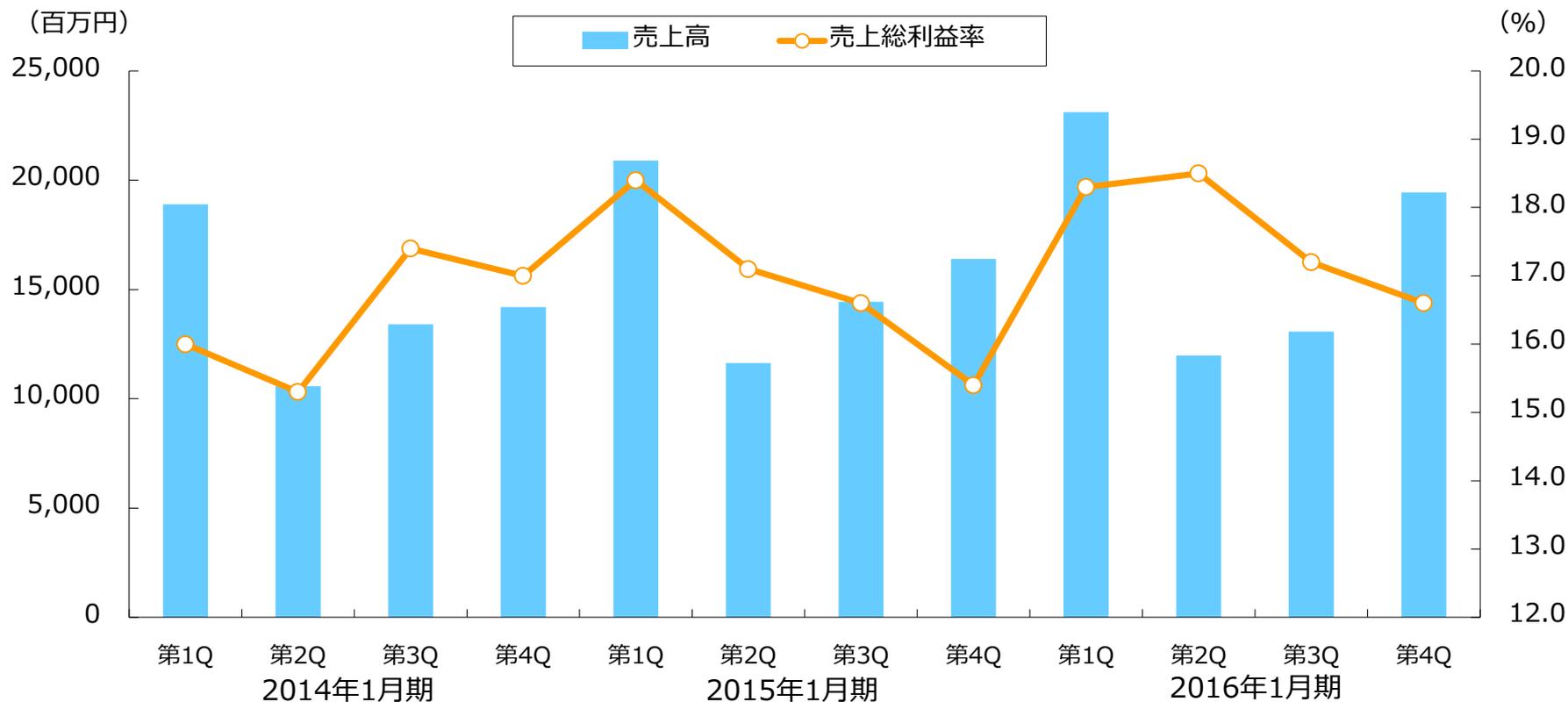
- 売上総利益率は収益性向上への施策が寄与し、17.6%となり、3期連続で過去最高を更新した。



| | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 売上高 (百万円) | 52,049 | 53,571 | 57,074 | 63,373 | 67,612 |
| 売上総利益率 (%) | 13.2 | 15.1 | 16.5 | 17.0 | 17.6 |

売上高および売上総利益率の推移（各四半期ごと）

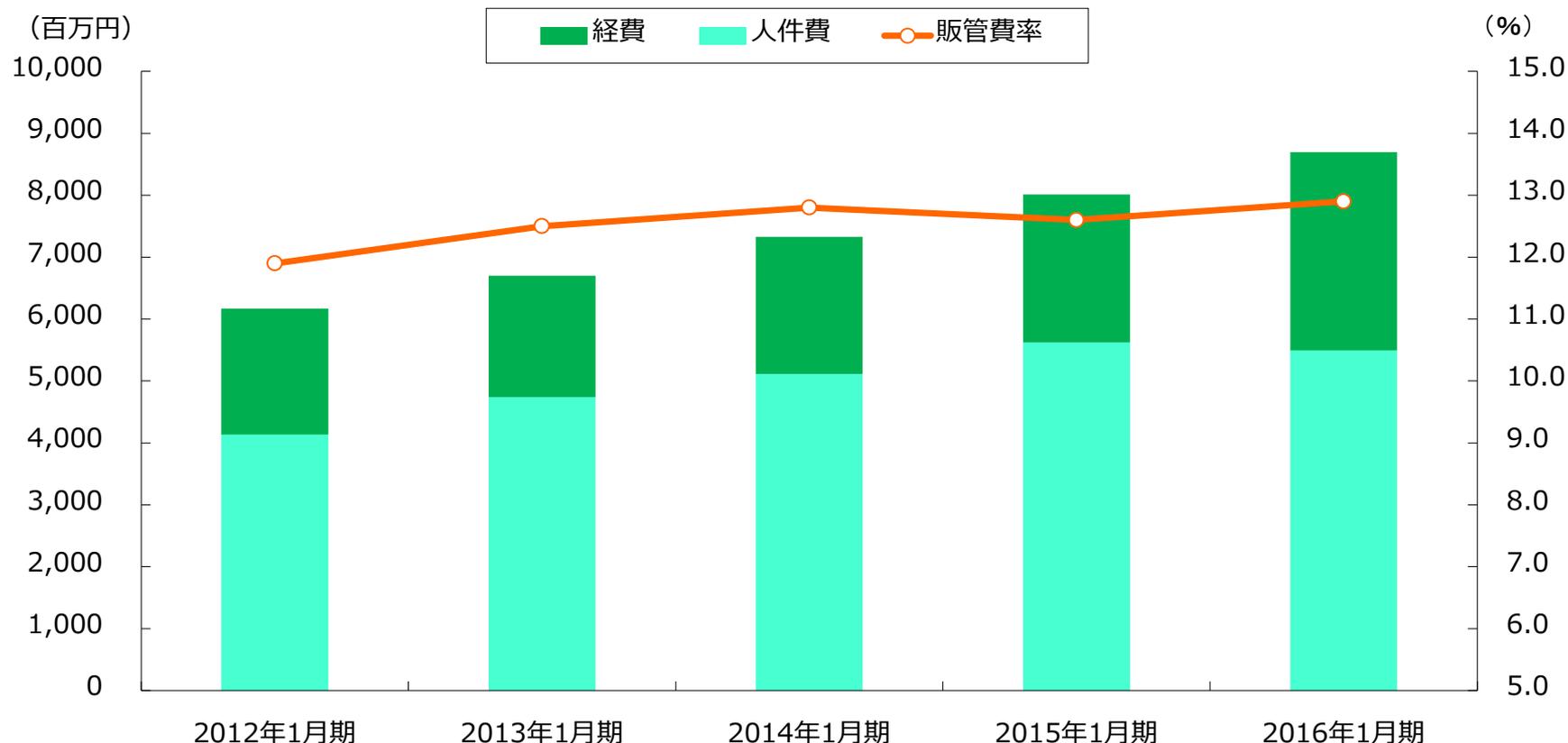
● 売上総利益率は、2016年1月期については各四半期とも高水準で推移した。



| | 2014年1月期 | | | | 2015年1月期 | | | | 2016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) | 18,890 | 10,580 | 13,409 | 14,193 | 20,894 | 11,641 | 14,439 | 16,397 | 23,110 | 11,977 | 13,076 | 19,448 |
| 売上総利益率 (%) | 16.0 | 15.3 | 17.4 | 17.0 | 18.4 | 17.1 | 16.6 | 15.4 | 18.3 | 18.5 | 17.2 | 16.6 |

販売費及び一般管理費の推移

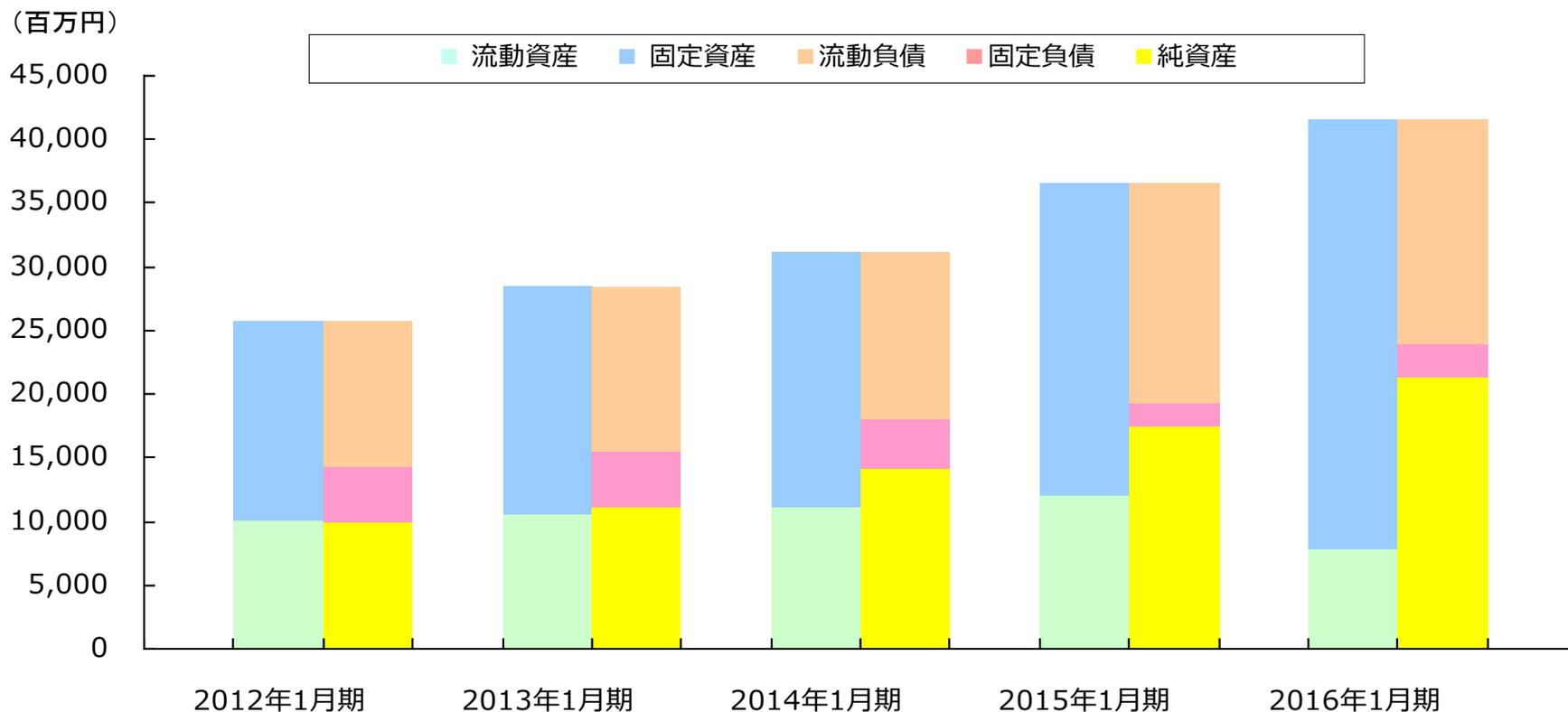
- 販管費は、本社移転費用の他、中国子会社における貸倒引当金を計上し、増加した。
- 従業員数の推移（連結） 2015年1月 1,118人 2016年1月 1,108人と10人減少。



| | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 人件費 (百万円) | 4,137 | 4,739 | 5,115 | 5,624 | 5,495 |
| 経費 (百万円) | 2,031 | 1,961 | 2,215 | 2,390 | 3,201 |
| 販管費率 (%) | 11.9 | 12.5 | 12.8 | 12.6 | 12.9 |

B/S 主要項目の推移

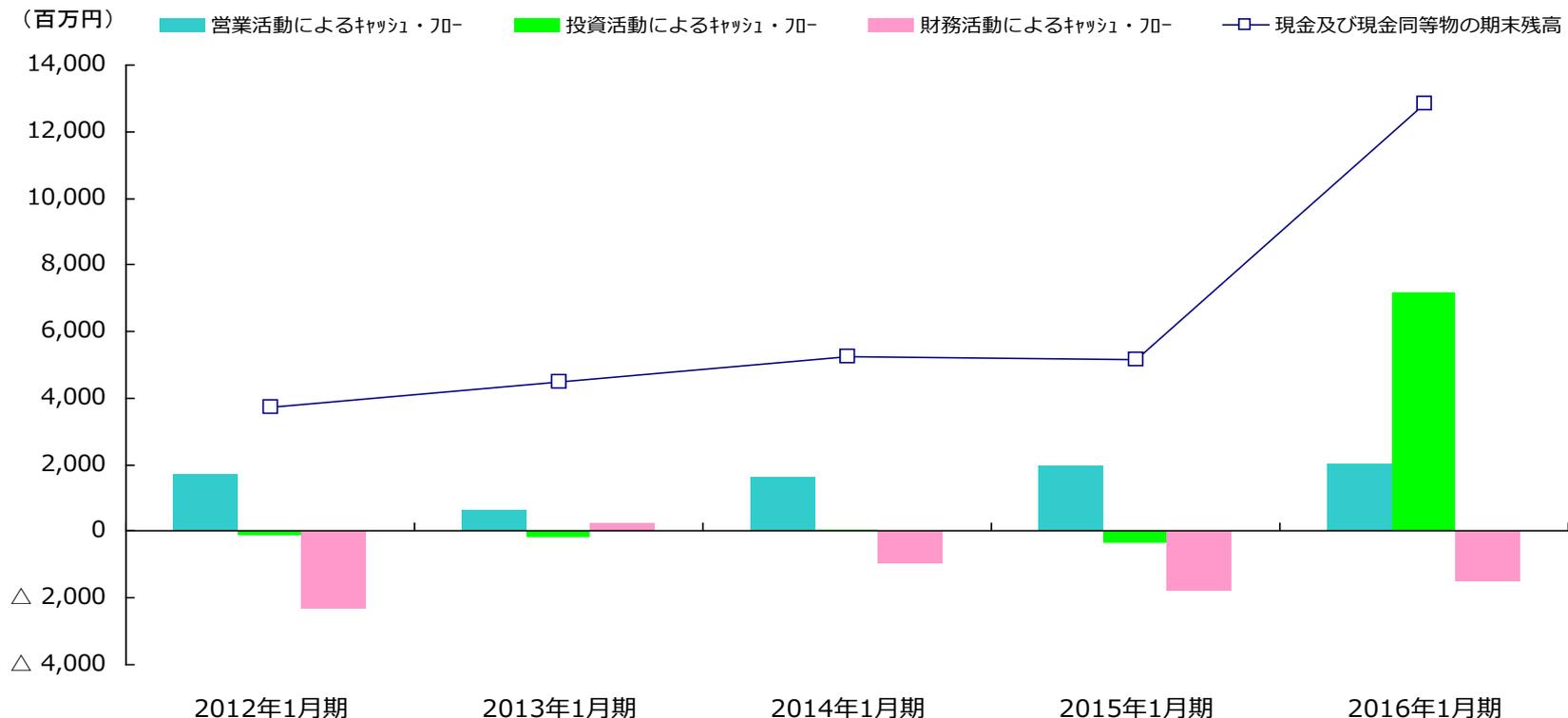
- 当期純利益の計上により、自己資本は対前期比で39億34百万円の増加となった。
- 自己資本比率 51.6% (前期47.9%)



| | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 自己資本 (百万円) | 9,885 | 11,203 | 14,098 | 17,488 | 21,422 |
| 自己資本比率 (%) | 38.4 | 39.5 | 45.2 | 47.9 | 51.6 |

キャッシュ・フローの推移

- 旧日本の土地の売却等により、投資活動によるキャッシュ・フローは71億53百万円となった。これに伴い、現金及び現金同等物の期末残高は128億19百万円となった。



| (単位：百万円) | 2012年1月期 | 2013年1月期 | 2014年1月期 | 2015年1月期 | 2016年1月期 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 1,733 | 635 | 1,623 | 1,969 | 2,009 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △133 | △140 | 51 | △343 | 7,153 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △2,304 | 255 | △965 | △1,752 | △1,490 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 3,716 | 4,498 | 5,266 | 5,162 | 12,819 |

PART2

②2016年1月期 セグメント別業績概況

2016年1月期 セグメント別業績概況

| | |
|-------------|---|
| ● 商業その他施設事業 | 市場環境が引き続き良好であり、かつ、収益性向上に向けた施策が効果を現したため、堅調に推移。特に、ホテルや空港関連施設等の案件に加え、テーマパーク、ブライダル施設ならびに企業の販促施設を多く手掛け、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 | アパレル分野は顧客の店舗投資が減少したが、飲食店分野およびコンビニエンスストアの新改装案件は堅調であったため、売上高、営業利益ともに前期を上回った。 |
| ● 文化施設事業 | 公共投資に緩やかな減少が見られたものの、博物館や観光関連施設等の案件を手掛け、売上高については前期を上回った。しかしながら、販売費及び一般管理費の増加を吸収し切れず、営業利益は前期を下回った。 |
| ● その他 | 第1四半期において、連結子会社の株式を一部譲渡し、当該会社を持分法適用会社としたこと及び他の連結子会社において所有不動産を売却し、不動産の賃貸管理事業が終了したことから、売上高、営業利益ともに前期を下回った。 |

(百万円)

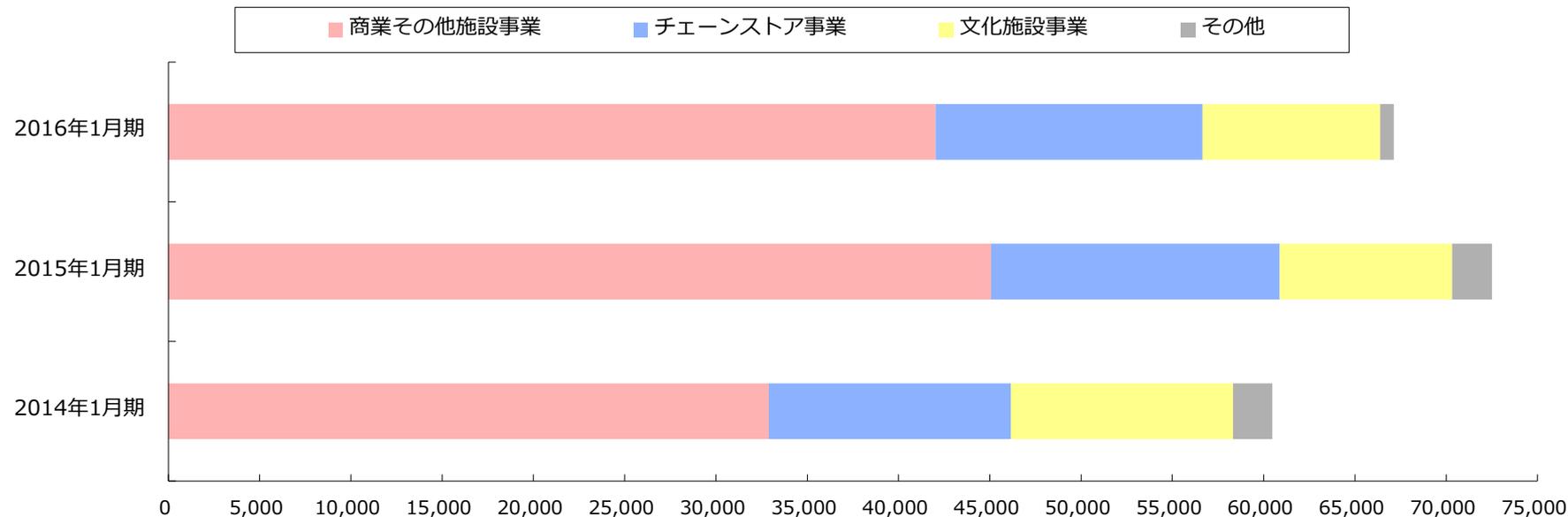
| | 売上高 | | | 営業利益 | | |
|-----------|--------|--------|--------|-------|-------|------|
| | 15/01 | 16/01 | 増減 | 15/01 | 16/01 | 増減 |
| 商業その他施設事業 | 37,276 | 42,054 | 4,778 | 1,451 | 2,241 | 790 |
| チェーンストア事業 | 14,643 | 15,378 | 735 | 347 | 623 | 275 |
| 文化施設事業 | 9,279 | 9,424 | 145 | 355 | 110 | △245 |
| その他 | 2,174 | 754 | △1,420 | 598 | 232 | △365 |
| 調整額 | — | — | — | △3 | 10 | 13 |
| 合計 | 63,373 | 67,612 | 4,239 | 2,749 | 3,218 | 469 |

セグメント別 受注高の状況

- 商業その他施設事業の受注高は、前期の大型プロジェクトの反動減等の影響で減少したが、高水準で推移した。
- 子会社1社を持分法適用会社にしたこと及び不動産賃貸管理事業の終了に伴い、その他の受注高は大幅に減少した。

(百万円)

| | 15/01 | 16/01 | 増 減 |
|-----------|--------|--------|--------|
| 商業その他施設事業 | 45,068 | 42,029 | △3,038 |
| チェーンストア事業 | 15,804 | 14,624 | △1,180 |
| 文化施設事業 | 9,462 | 9,730 | 268 |
| その他 | 2,174 | 754 | △1,420 |
| 受注高合計 | 72,510 | 67,139 | △5,371 |

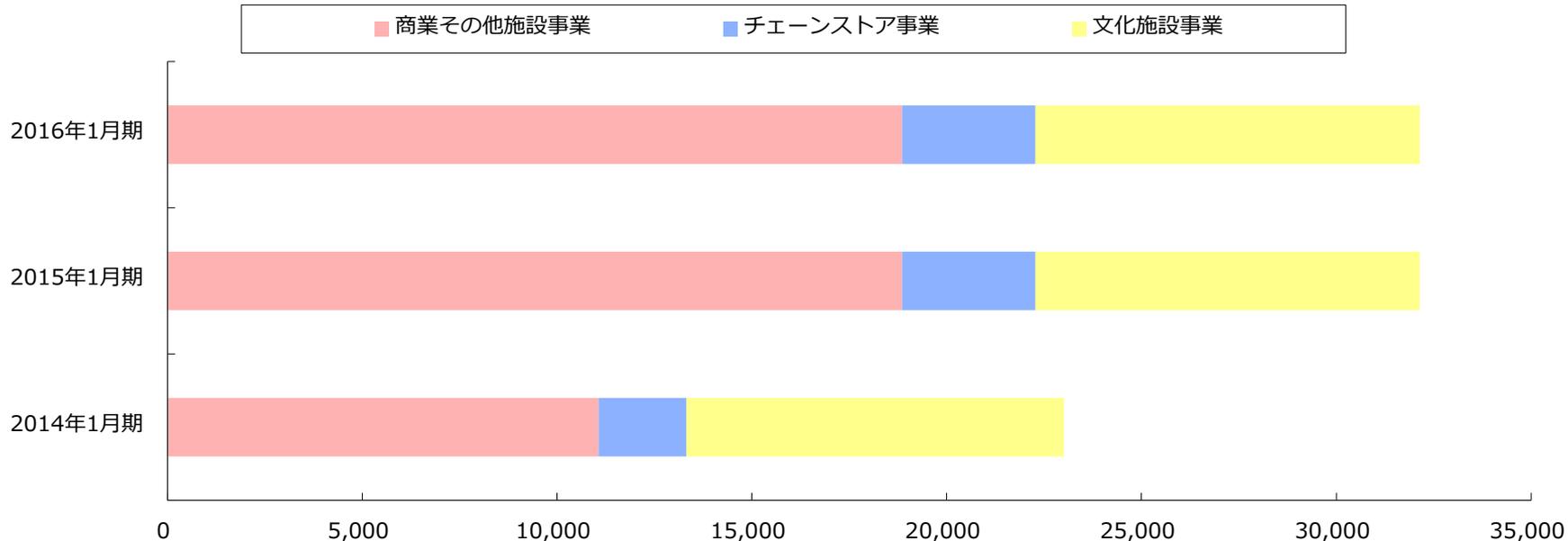


セグメント別 受注残高の状況

- 受注残高は対前期比で微減となったものの、300億円を上回った。

(百万円)

| | 15/01 | 16/01 | 増 減 |
|-----------|--------|--------|------|
| 商業その他施設事業 | 18,859 | 18,834 | △24 |
| チェーンストア事業 | 3,418 | 2,664 | △754 |
| 文化施設事業 | 9,864 | 10,170 | 306 |
| その他 | — | — | — |
| 受注残高合計 | 32,142 | 31,669 | △472 |



PART3

①当社事業をとりまく環境の変化

我々の事業をとりまく環境の変化

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

インバウンド需要による環境の変化

訪日外国人の増加に伴い、 ホテル、空港関連施設の需要が増加

- ホテルの宴会場等に留まらず、客室まで受注の機会が増加
- 空港施設の共用部、商業ゾーンのテナント、航空会社のラウンジ等が増加
- その他、観光客の増加によりテーマパーク等の設備投資も増加傾向

⇒より当社の強みが発揮できる分野での需要が伸びている

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、競争は一番厳しい。また、インバウンド需要の拡大によって設備投資も回復傾向にある。 | 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 | 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。 | |
| | アパレル分野 | | |
| | その他 (コンビニ、教育施設等) | | |
| 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。 |

当社の方針

【基本方針】

- ◆ 急激な売上高の拡大は目指さず、
更なる生産性と収益性の向上を目指す。
- ◆ 安定して営業利益30億円以上計上できる企業体質を目指す。
- ◆ 2018年1月期に連結ROE 10%の達成。
- ◆ 成長と拡大が見込まれる商業その他施設事業（特にサービス施設分野（ホテル、アミューズメント、ブライダル、等々））で
拡充を図る。
- ◆ ICT・演出技術分野のサービスを強化する。
（将来、プロモーション分野を拡大するための布石）

PART3

②中期経営計画の進捗状況

中期経営計画（2016年1月期～2018年1月期）

目標：連結ROE10%、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！

【強化ポイント】

①生産基盤（制作体制）

⇒「パートナー協力会社」制度を導入し、盤石な生産基盤を確立

②ICT・演出技術分野

⇒空間構築における付加価値分野（映像・音響・機械装置・情報システム）の提供サービスを強化

③時間価値の追求

⇒競争力強化および顧客満足の向上を目指して納期・工期の短縮を目指す

④開発力の強化

⇒商業その他施設事業専門から、全セグメントに関する新規開拓を強化

⑤デザイン力

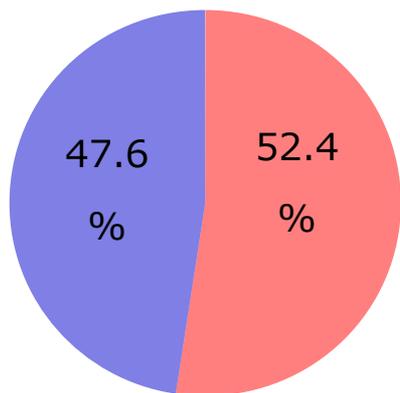
⇒当社商品価値の原動力としてデザイン力の底上げ

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

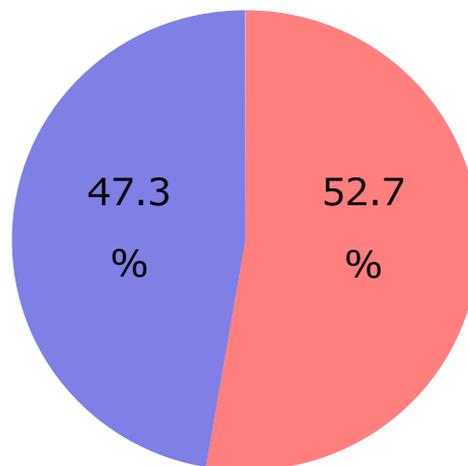
【2015年1月期（実績）】

その他への発注額 パートナーへの発注額



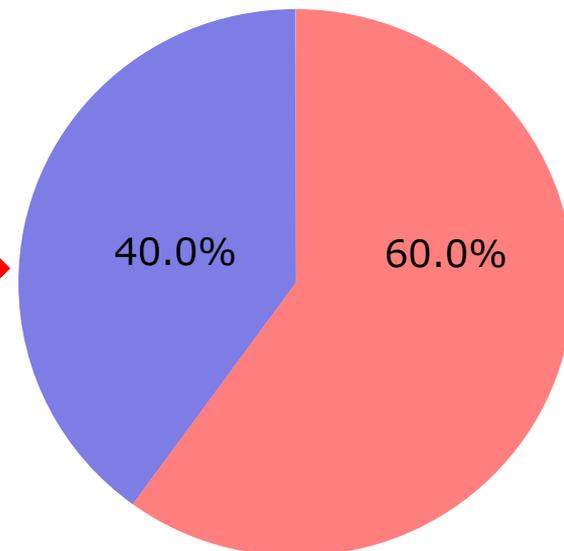
【2016年1月期（実績）】

その他への発注額 パートナーへの発注額



【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



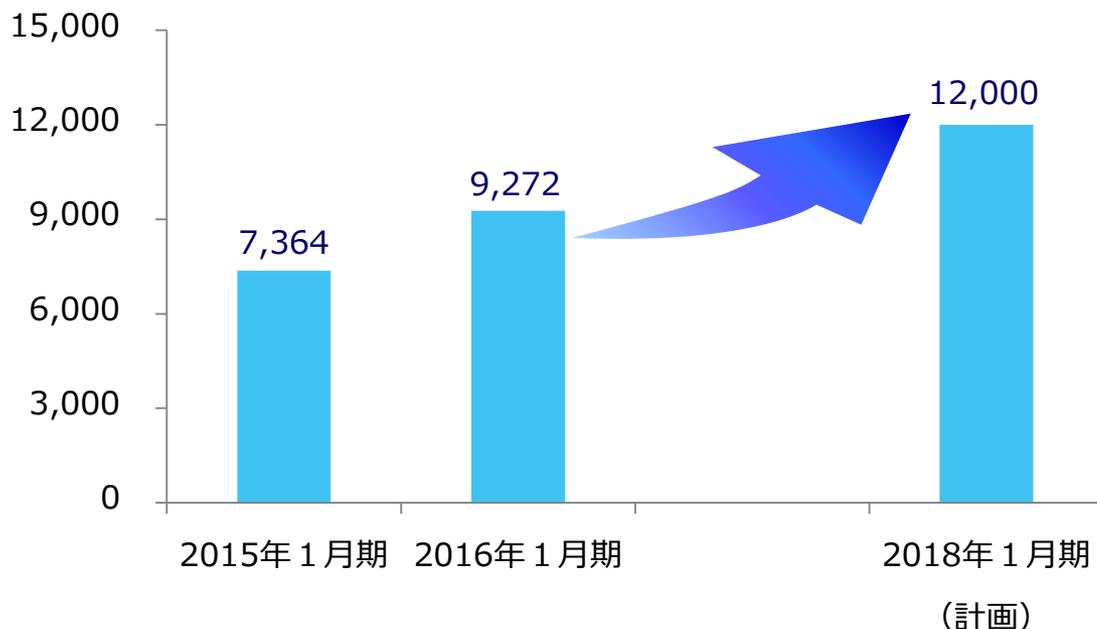
施策の進捗状況 ② ICT・演出技術分野の拡大

- ◆ 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。

ICT・演出技術関連案件の受注高



サンシャインシティ 噴水広場 クリスマスディスプレイ
撮影：ピップス



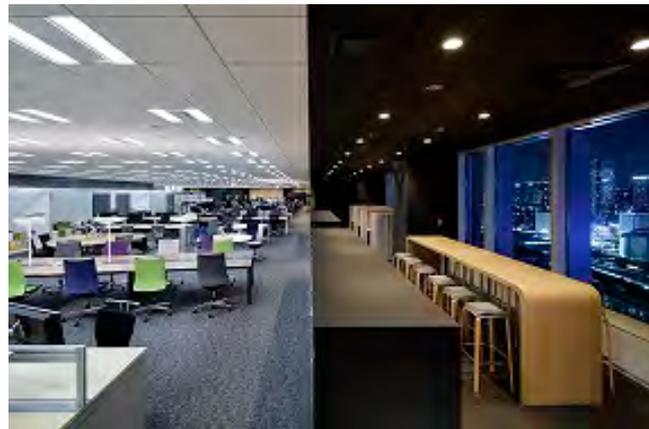
フィールズ新機種発表会 ウルトラマンゼロ
撮影：馬場 祥光

中期経営計画進捗状況のまとめ

初年度の目標営業利益を大きく上回る

⇒2017年1月期以降の計画を見直し。

⇒引き続き、**連結ROE10%**、**配当性向40%**
を目標とし、安定して営業利益30億円以上
を計上できる企業体質を目指す。



PART3

③中期経営計画の見直し

見直し後の中期経営計画（2016年1月期～2018年1月期）

- 中期経営計画を見直し、2018年1月期には売上高720億円、営業利益38億円を目指す。
- 当期純利益については、旧日本の土地の売却等による特別利益の計上がなくなり、減益となる。

(百万円)

| | 2016年1月期 (実績) | | 2017年1月期 (計画) | | 2018年1月期 (中期経営計画目標) | |
|-----------|------------------|--------|------------------|--------|------------------------|--------|
| | 金額 | 構成比(%) | 金額 | 構成比(%) | 金額 | 構成比(%) |
| 受注高 | 67,139 | | 73,000 | | 74,600 | |
| 売上高 | 67,612 | 100.0 | 69,800 | 100.0 | 72,000 | 100.0 |
| 売上総利益 | 11,916 | 17.6 | 11,500 | 16.5 | 12,100 | 16.8 |
| 営業利益 | 3,218 | 4.8 | 3,400 | 4.9 | 3,800 | 5.3 |
| 経常利益 | 3,303 | 4.9 | 3,480 | 5.0 | 3,880 | 5.4 |
| 当期純利益 | 4,379 | 6.5 | 2,300 | 3.3 | 2,700 | 3.8 |
| E P S (円) | 91.03 | | 47.81 | | 56.12 | |
| R O E (%) | 22.5 | | 10.4 | | 11.5 | |

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 (計画) | 2018年1月期 (中期経営計画目標) |
|---------|-----------|------------------|------------------|------------------------|
| 受 | 商業その他施設事業 | 42,029 | 46,300 | 47,000 |
| | チェーンストア事業 | 14,624 | 15,520 | 16,020 |
| | 文化施設事業 | 9,730 | 10,500 | 10,900 |
| | その他 | 754 | 680 | 680 |
| | 注 高 計 | 67,139 | 73,000 | 74,600 |
| 売 | 商業その他施設事業 | 42,054 | 43,200 | 44,500 |
| | チェーンストア事業 | 15,378 | 15,520 | 16,020 |
| | 文化施設事業 | 9,424 | 10,400 | 10,800 |
| | その他 | 754 | 680 | 680 |
| | 上 高 計 | 67,612 | 69,800 | 72,000 |
| 営 | 商業その他施設事業 | 2,241 | 2,350 | 2,520 |
| | チェーンストア事業 | 623 | 450 | 530 |
| | 文化施設事業 | 110 | 480 | 630 |
| | その他 | 232 | 120 | 120 |
| | 調 整 額 | 10 | — | — |
| 業 利 益 計 | 3,218 | 3,400 | 3,800 | |

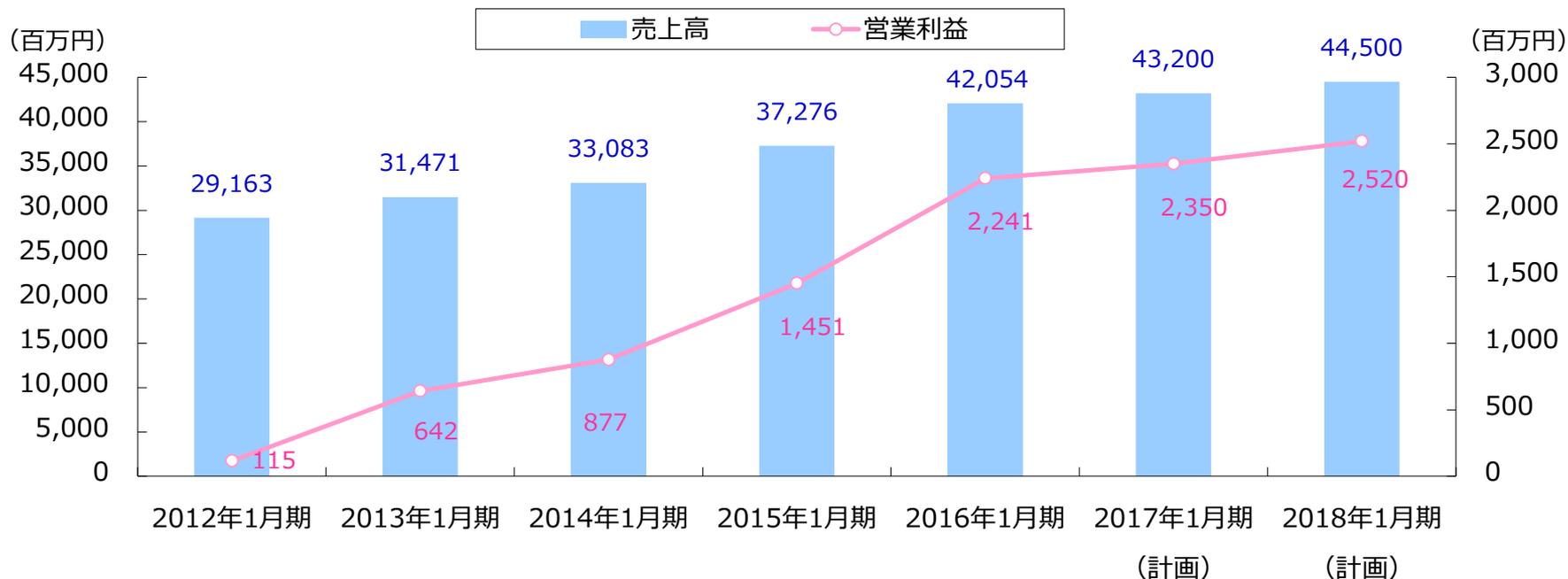
セグメント別の見通しと取り組み（商業その他施設事業）

【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
- ・インバウンド効果による消費拡大に伴い、商業施設の投資は増加傾向

【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



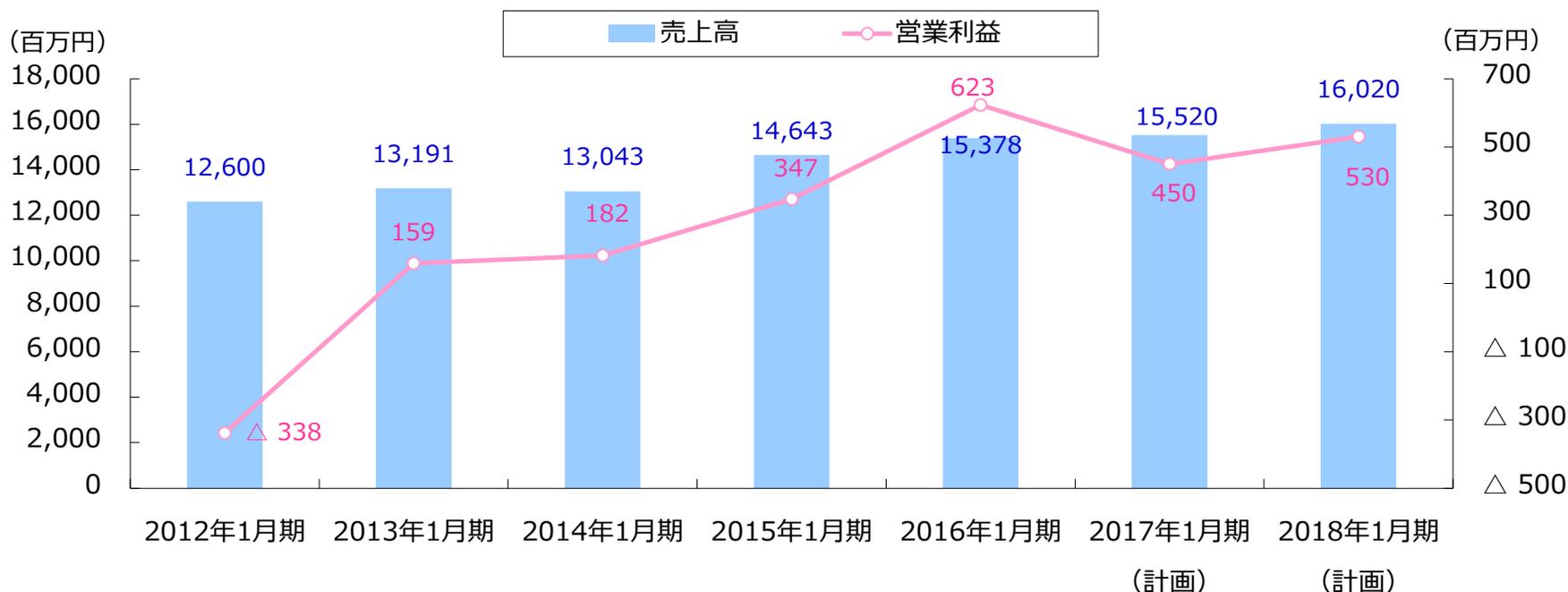
セグメント別の見通しと取り組み（チェーンストア事業）

【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



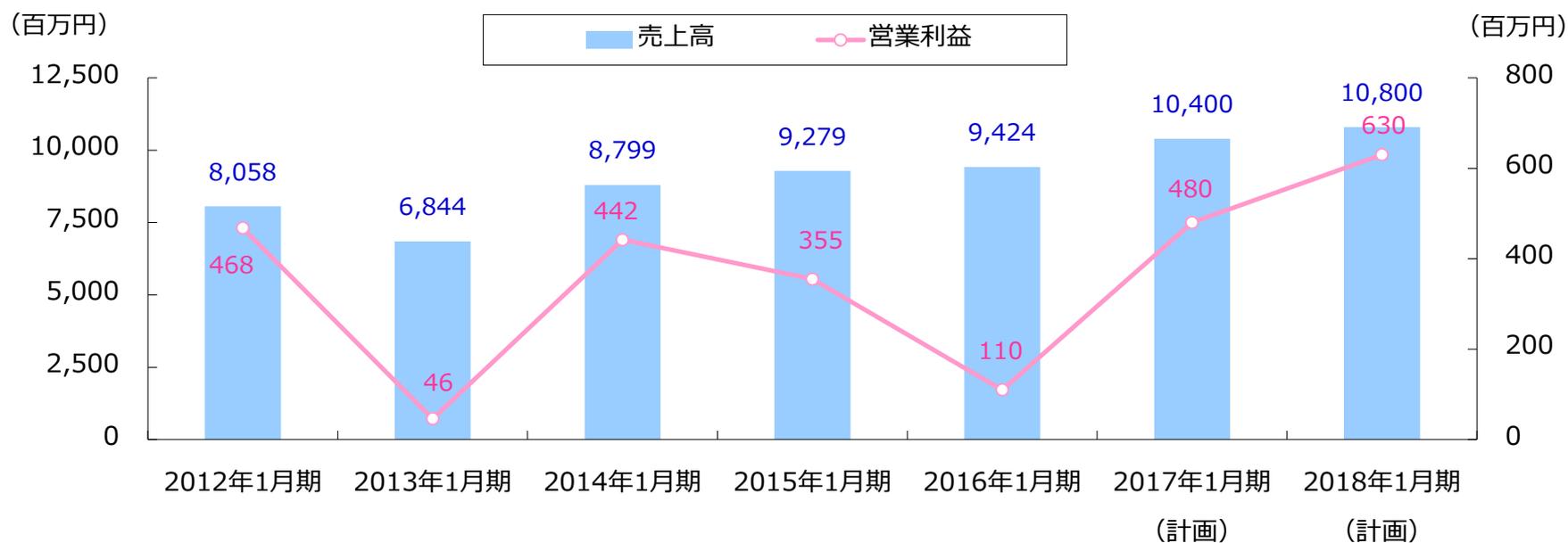
セグメント別の見通しと取り組み（文化施設事業）

【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】

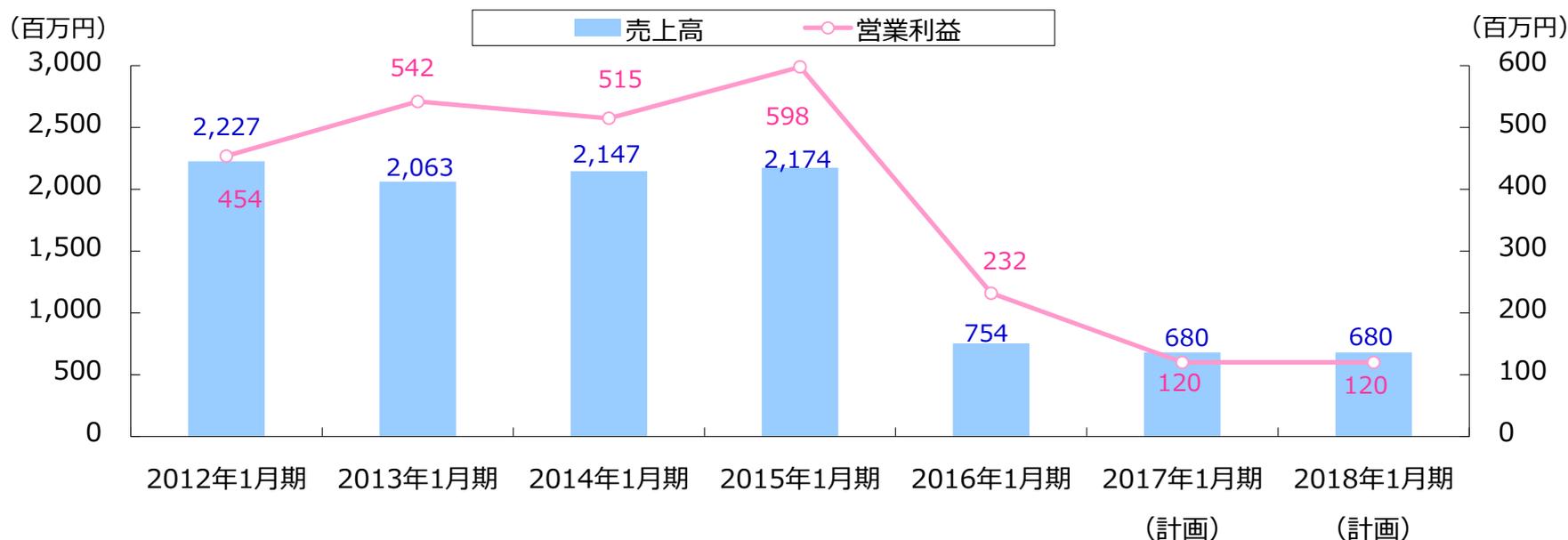
- ・官公庁、地方自治体の予算活発化に伴う案件の受注に注力
- ・長年培った展示ノウハウを活かし、民間展示分野の取り込みを拡大する
- ・施設運営管理の件数を徐々に拡大し、安定した利益を創出できる事業に成長させる



セグメント別の見通しと取り組み（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]

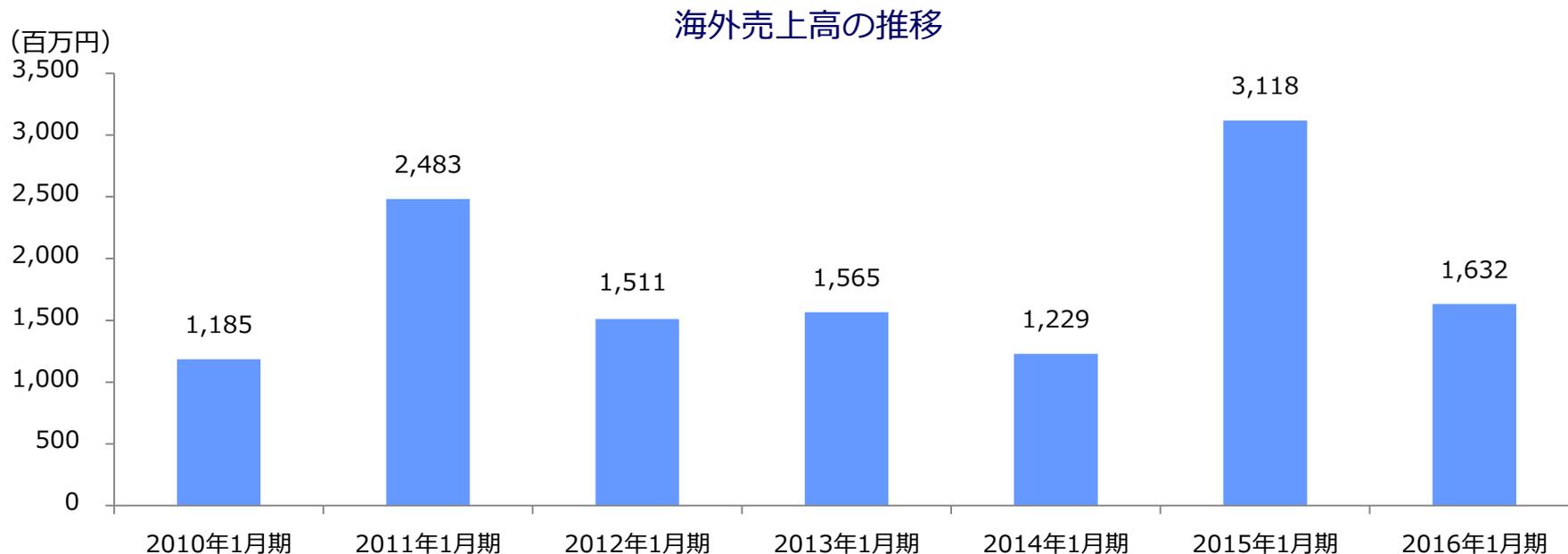
- ・当社における海外事業の対象地域は中国を中心としたアジア地域
- ・対象となる顧客は日本からの進出企業および現地に根ざした日系企業
- ・対応業務は原則、デザインおよびソフト業務

【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

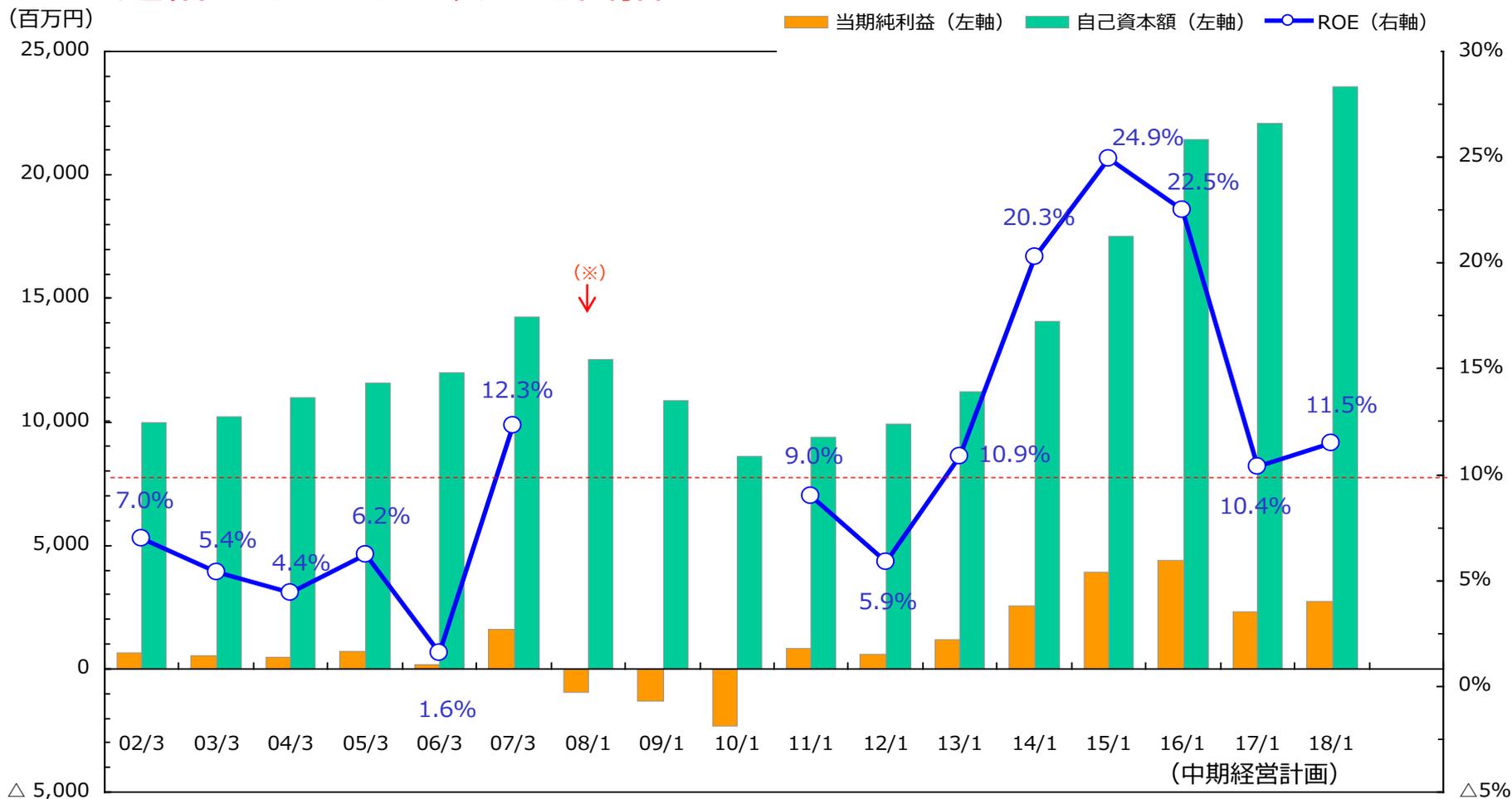
【丹青創藝設計諮詢（上海）有限公司】

- ・ 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



自己資本額およびR O E の推移と中期経営計画期間

◎ 資本の充実を図るなか、当期純利益の拡大により
連結R O E 10%以上を目指す



(※) 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、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、当期純利益及びR O E が高く計上されております

株主還元に関する方針

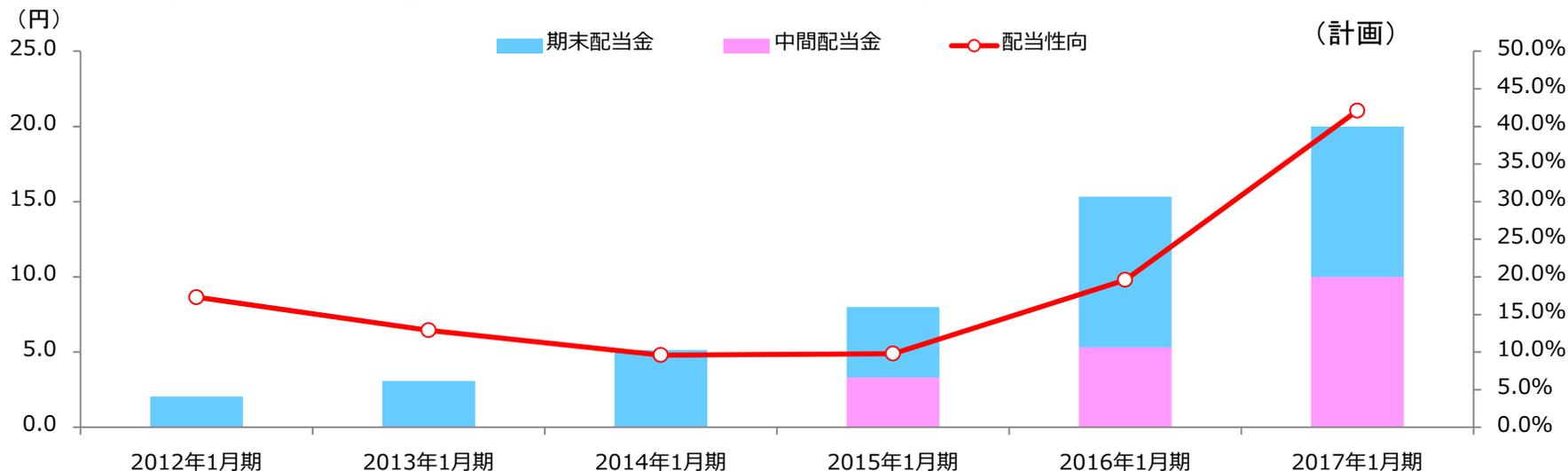
【重視する経営指標】

連結ROE 10%以上

【連結配当性向】

2017年1月期から**配当性向40%**を還元の目標といたします

※ 現状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



| | 2012年1月期 | 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 (計画) |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| 中間配当金 (円) | — | — | — | 3.33 | 5.33 | 10.00 |
| 期末配当金 (円) | 2.05 | 3.08 | 5.13 | 4.67 | 10.00 | 10.00 |
| 合計 (円) | 2.05 | 3.08 | 5.13 | 8.00 | 15.33 | 20.00 |
| 連結配当性向 (%) | 17.3 | 12.9 | 9.6 | 9.8 | 16.8 | 41.8 |
| 発行済株式総数 (株) | 24,832,857 | 24,832,857 | 24,832,857 | 32,282,714 | 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

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)