



株式会社 **乃村工藝社**

2016年度(平成29年2月期) 決算補足資料

# 1. 2016年度 決算概要

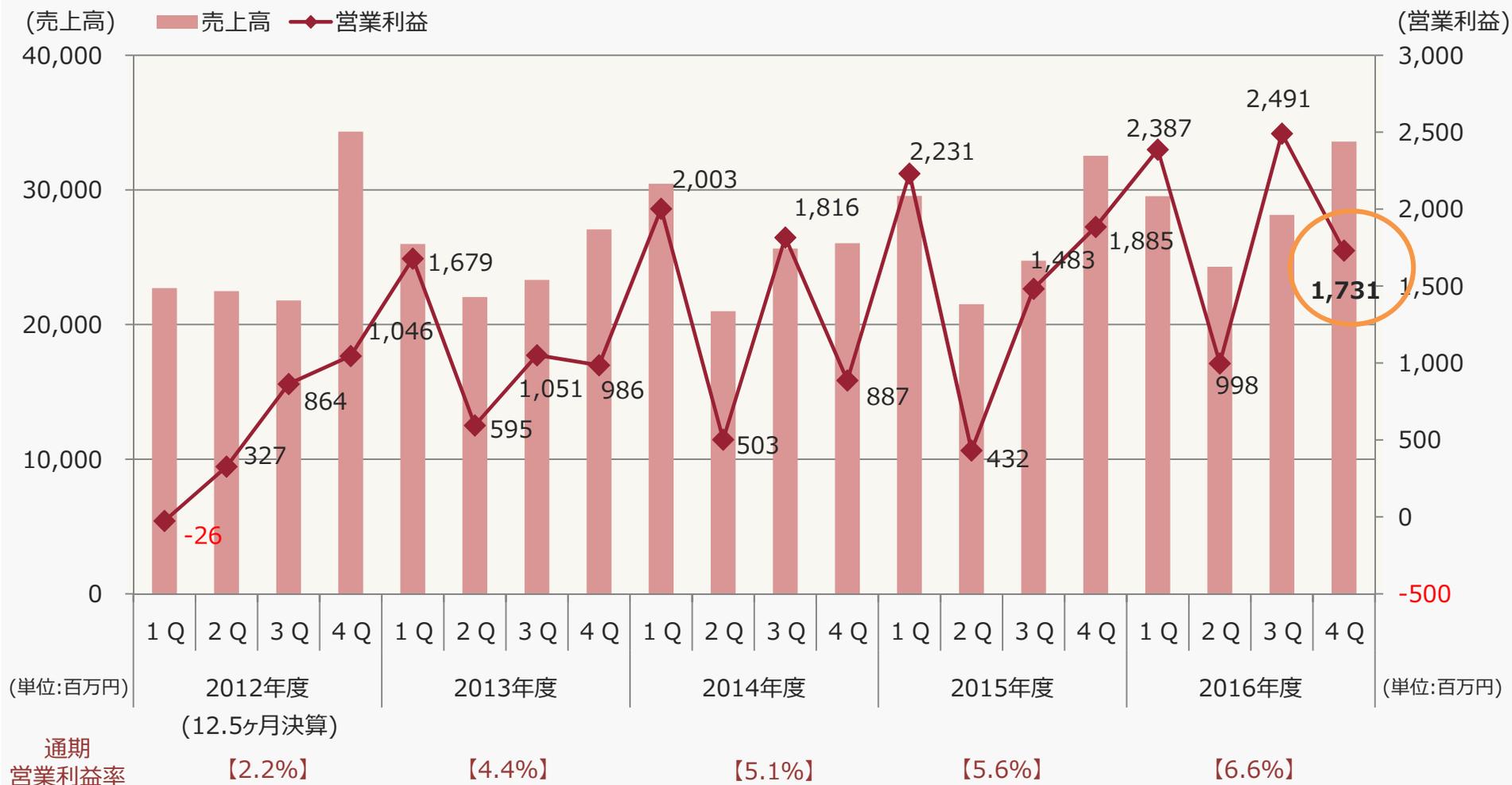
# 2016年度 業績ハイライト

- 売上高は、前期に比べ大型案件が増加、売上高の過去最高を更新した
- 売上高の増加、原価管理の徹底により売上総利益率が1.5ポイント改善、当期純利益は最高益を更新した

<通期> (単位:百万円)	2015年度		2016年度			
	実績	対売上高 構成率	実績	対売上高 構成率	前期比 増減額 (率)	
売上高	108,340	100.0%	<b>115,561</b>	<b>100.0%</b>	7,221	6.7%
売上総利益	19,760	18.2%	<b>22,722</b>	<b>19.7%</b>	2,962	15.0%
営業利益	6,033	5.6%	<b>7,608</b>	<b>6.6%</b>	1,575	26.1%
経常利益	6,200	5.7%	<b>7,809</b>	<b>6.8%</b>	1,608	25.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,841	3.5%	<b>5,056</b>	<b>4.4%</b>	1,215	31.6%

# 売上高・営業利益の四半期推移

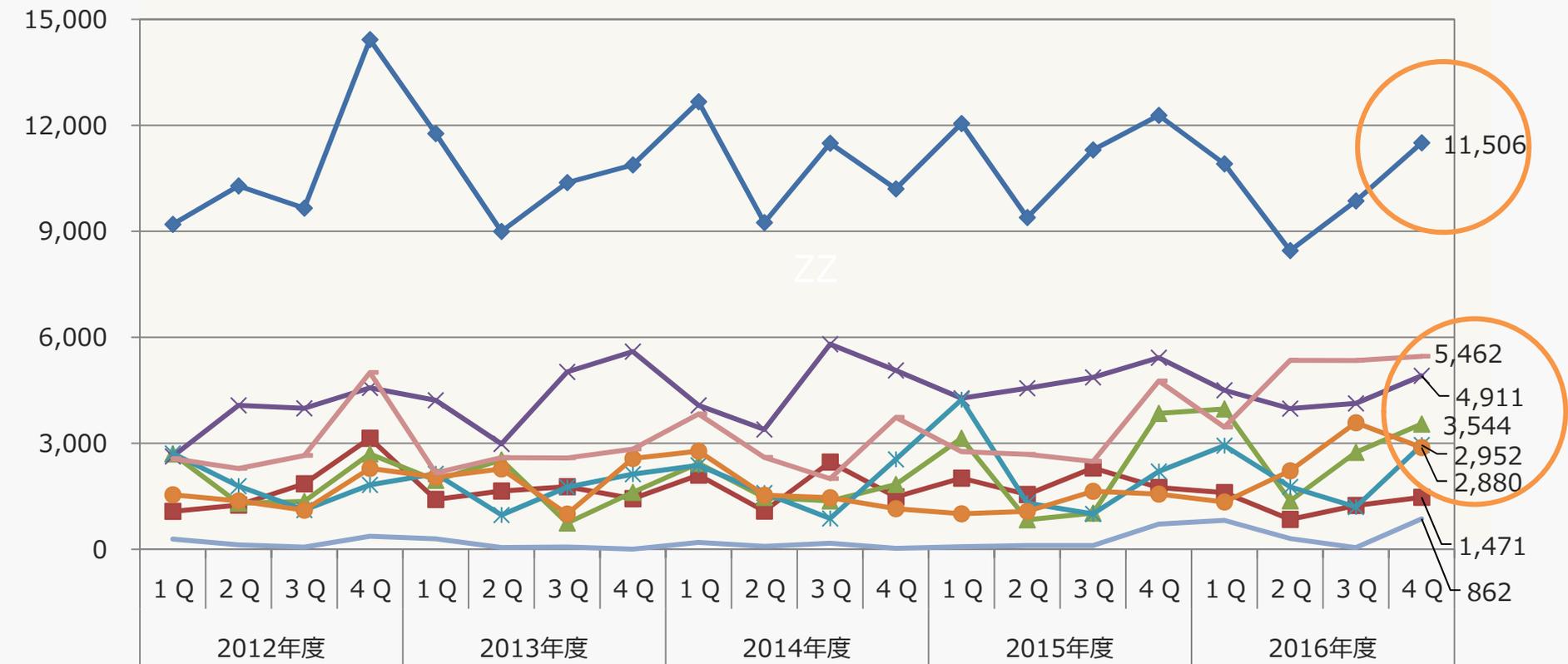
➤ 第4四半期は、商業施設分野をはじめ各市場分野において大型案件が完工、売上高は前年同期に比べ増加したが、営業利益は業績賞与などの人件費増、期末の経費増により前年同期に比べ減少した



# 市場分野別売上高の四半期推移

➤ 第4四半期は、専門店市場、広報・販売促進市場が前年同期にあった大型案件の影響により減少、ホテルやアミューズメント施設、企業オフィス、学校施設などの完工があった余暇施設市場、その他市場が前年同期に比べ増加した

◆ 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（飲食物販含む）



(単位:百万円)

(12.5ヶ月決算)

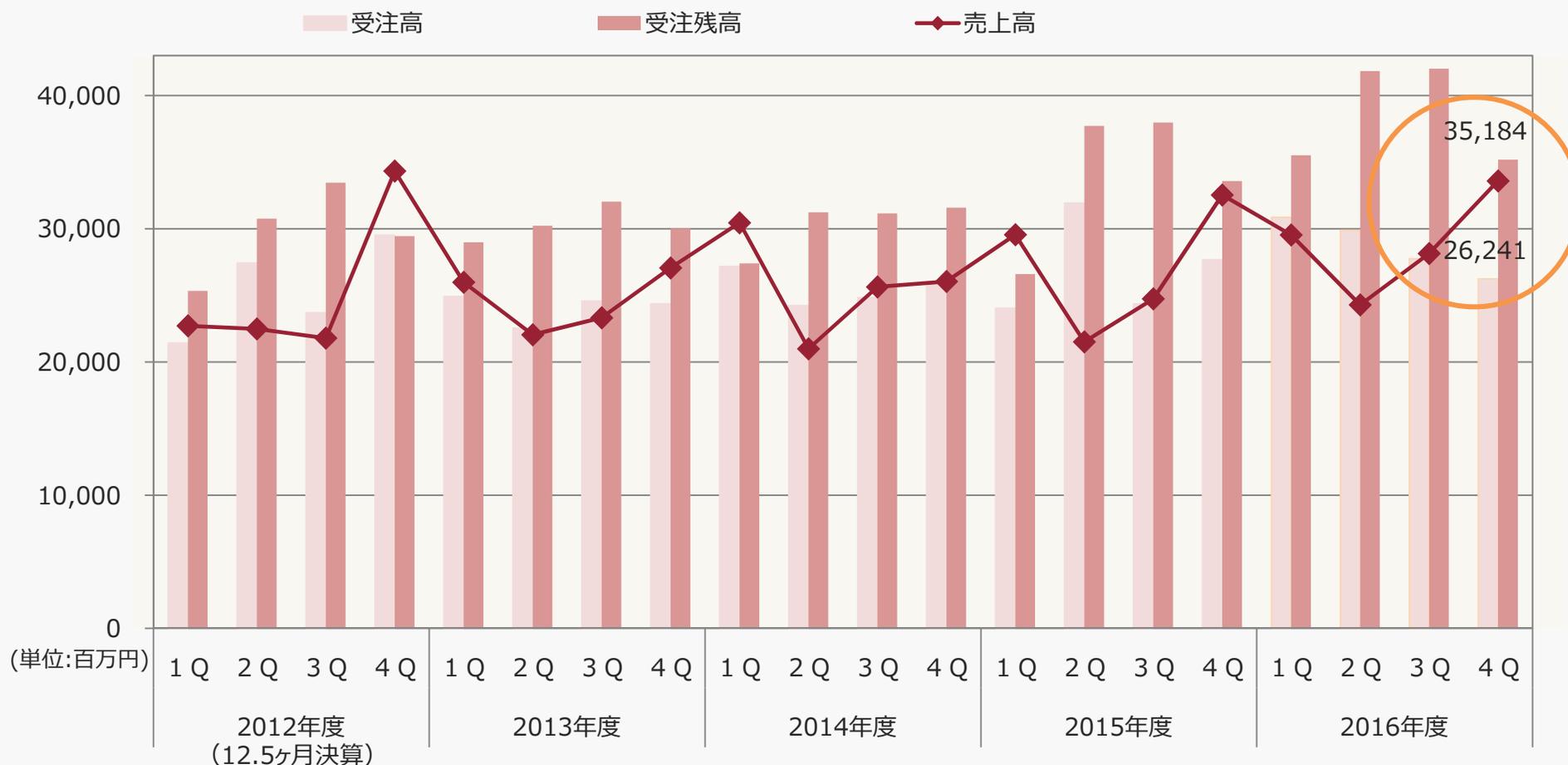
(注.1) 不動産事業と飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています  
 (注.2) 2014年度より不動産事業は子会社の売却により除外しています

# 市場分野別の状況

＜通期＞ (単位:百万円)	2015年度		2016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	45,020	3.2%	40,729	△9.5%	41.6%	35.2%	大型書店、アパレルブランド、インポートブランドのほか、スポーツ、飲食、食品などの店舗改装を多数手掛けたものの、前期に比べ減収
百貨店・量販店市場	7,614	6.8%	5,160	△32.2%	7.0%	4.5%	首都圏を中心に百貨店および量販店の店舗改装を手掛けたが、大型案件が少なく前期に比べ減収
複合商業施設市場	8,851	24.5%	11,628	31.4%	8.2%	10.1%	関西圏の大型施設改装に加え、都市部の主要駅に隣接する商業施設の改装を手掛け、前期に比べ大幅な増収
広報・販売促進市場	19,124	4.3%	17,527	△8.4%	17.7%	15.2%	電気、住宅関連、自動車、エネルギーメーカー、機械など、様々な企業のショールーム、企業PR施設、企業博物館を手掛けたが、大型案件の計上が少なく前期に比べ減収
博物館・美術館市場	8,745	18.3%	8,851	1.2%	8.1%	7.7%	琵琶湖博物館、富山近代美術館、小田原城天守閣などの展示改修を手掛けたほか、前期に比べ増収
余暇施設市場	5,280	△23.7%	10,023	89.8%	4.9%	8.7%	ラグジュアリーホテル、シティホテルの改装需要が増加したことに加え、遊園地などのアミューズメント施設の改装を手掛けたことから、前期に比べ大幅な増収
博覧会・イベント市場	1,001	108.9%	2,032	102.9%	0.9%	1.8%	ミラノ万博の計上に加え、国際的な政治イベント、公共イベントを手掛けたことにより、前期に比べ増収
その他市場	10,343	6.0%	17,180	66.1%	9.4%	14.7%	企業オフィス、福利厚生施設、研修施設やブライダル施設のほか、学校関連の施設などを多数手掛け前期に比べ大幅な増収
ディスプレイ事業 小計	105,982	5.2%	113,133	6.7%	97.8%	97.9%	
飲食・物販事業	2,357	△1.8%	2,428	3.0%	2.2%	2.1%	当社が改装を手掛けた施設への新規出店などもあり、前期に比べ増収
合計	108,340	5.1%	115,561	6.7%	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、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受注があったものの、前年同期に比べ14.3億円の減少となった
- 受注残高は、第4四半期に335億円の売上計上があったものの、複合商業施設市場、その他市場ほか、各市場分野において大型案件を抱えていることから前期末に比べ15.9億円の増加、期末において高い水準を確保している



(注)受注高・受注残高において飲食・物販事業は受注概念が異なるため、記載していません

# 市場分野別の受注高・受注残高の状況

- 受注高は、前期にあった“爆買い”の影響が平準化されたことにより専門店、大手百貨店の改装が減少したものの、インバウンドの増加による主要都市の交通インフラに付帯する駅ビルなどの施設改装、都市部を中心としたホテルの改装、人材確保、働き方の改善を目的とした企業オフィスや福利厚生施設、研修施設などの受注が増加し、前期に比べ6.2%の増加
- 受注残高は、海外博覧会の大型案件が売上計上された博覧会・イベント市場、当第4四半期に大型案件の完工があった広報・販売促進市場が減少したものの、都市部の再開発にともなう商業施設の環境演出、企業オフィス、ブライダル関連施設の改装需要が増加しているため前期に比べ4.8%の増加

＜通期＞ (単位:百万円)	2015年度		2016年度		受注高 前期比 増減率	受注残高 前期末比 増減率
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	44,911	9,730	40,719	9,720	△9.3%	△0.1%
百貨店・量販店市場	7,128	926	5,168	934	△27.5%	0.8%
複合商業施設市場	9,329	4,501	13,579	6,452	45.6%	43.3%
広報・販売促進市場	19,143	3,294	17,137	2,904	△10.5%	△11.8%
博物館・美術館市場	7,588	5,984	8,595	5,728	13.3%	△4.3%
余暇施設市場	7,427	3,325	9,823	3,125	32.3%	△6.0%
博覧会・イベント市場	959	674	1,595	237	66.3%	△64.8%
その他市場	11,508	5,147	18,114	6,080	57.4%	18.1%
合 計	107,997	33,584	<b>114,733</b>	<b>35,184</b>	6.2%	4.8%

(注) 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

# 売上総利益率の四半期推移

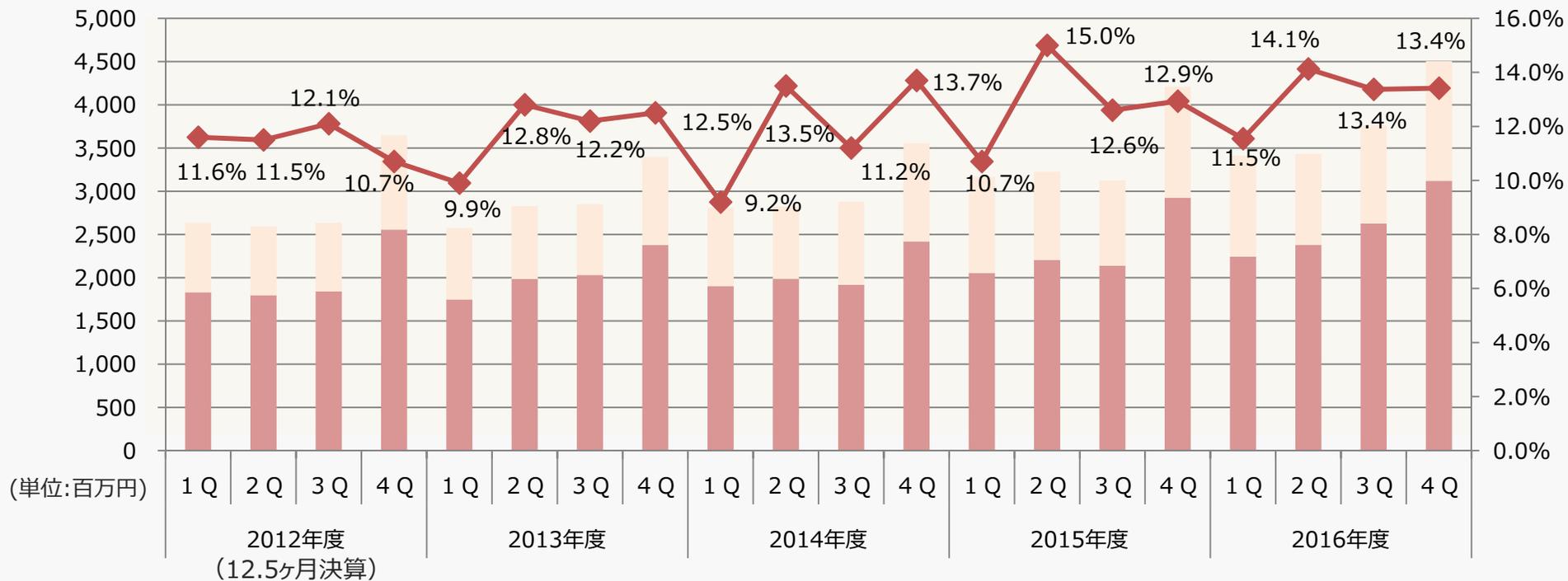
- 第4四半期の総利益率は、余暇施設市場、その他市場などにおいて大型の特需案件が集中していた第3四半期に比べ、平準化されている



# 販売管理費の四半期推移

➤ 第4四半期の販売管理費は、人員、賞与の増加による人件費の増加、事務所賃料、修繕およびシステム・IT関連保守費用の増加により、前年同期に比べ増加

■ 経費 ■ 人件費 ◆ 販売管理費比率



通期  
販売管理費比率

【11.4%】

【11.8%】

【11.7%】

【12.7%】

【13.1%】

経費	805	795	793	1,091	824	842	819	1,016	907	834	960	1,136	1,111	1,021	985	1,284	1,166	1,051	1,134	1,386
人件費	1,829	1,797	1,842	2,556	1,749	1,984	2,030	2,379	1,903	1,988	1,917	2,420	2,055	2,204	2,139	2,924	2,244	2,380	2,627	3,121
販管費計	2,635	2,593	2,635	3,657	2,574	2,826	2,849	3,395	2,811	2,823	2,878	3,556	3,167	3,226	3,124	4,208	3,411	3,432	3,762	4,506

(単位:百万円)

# 連結損益計算書

＜通期＞ (単位:百万円)	2015年度		2016年度		前期比 増減額(率)		ポイント
	実績	対売上高 構成率	実績	対売上高 構成率			
売上高	108,340	100.0%	<b>115,561</b>	<b>100.0%</b>	7,221	6.7%	駅周辺の大型商業施設の改装需要の旺盛な複合商業施設市場、ホテルやアミューズメント施設の完工があった余暇施設市場、オフィスや研修施設、プライダル施設などの大型案件があったその他市場が伸長し6.7%の増収となった
売上総利益(率)	19,760	18.2%	<b>22,722</b>	<b>19.7%</b>	2,962	15.0%	売上高の増加と徹底した原価率低減策の効果により総利益率は1.5ポイント向上した
販売管理費(率)	13,726	12.7%	<b>15,113</b>	<b>13.1%</b>	1,387	10.1%	人員増加、賞与引当金増加のほか、事務所賃料・修繕、システム・IT関連保守費用などにより人件費、経費ともに増加した
営業利益(率)	6,033	5.6%	<b>7,608</b>	<b>6.6%</b>	1,575	26.1%	販売管理費の増加を売上高の増加、総利益率の改善によって吸収し前期に比べ26.1%の増益となった
経常利益(率)	6,200	5.7%	<b>7,809</b>	<b>6.8%</b>	1,608	25.9%	営業利益の増加により前期に比べ25.9%の増益となった
特別利益	0	0.0%	<b>34</b>	0.0%	34	—	保有株式の売却によるもの
特別損失	216	0.2%	<b>14</b>	0.0%	△202	△93.4%	前期はグループ子会社の事業構造改善費用などを計上
親会社株主に帰属する 当期純利益(率)	3,841	3.5%	<b>5,056</b>	4.4%	1,215	31.6%	経常利益増加により、前期比31.6%の増益

# 連結貸借対照表

(単位:百万円)		2015年度	2016年度	前期末比 増減額(率)		ポイント
資 産	流動資産	49,670	<b>56,785</b>	7,115	14.3%	売上債権の回収による受取手形および売掛金の減少、期末の完工増加によるたな卸資産の減少および業績賞与、税金などの支払いがあったものの、売上高・利益の増加により現金及び預金が増加したことにより、前期末に比べ71億15百万円の増加となった
	固定資産	15,586	<b>15,575</b>	△10	△0.1%	のれん発生、システム・IT投資、投資有価証券の時価増加、取得があったものの、のれん償却、減価償却の実施により前期末に比べ10百万円の減少となった
	資産合計	65,256	<b>72,361</b>	7,105	10.9%	
負 債 純 資 産	流動負債	27,724	<b>31,158</b>	3,433	12.4%	支払手形の増加による仕入債務の増加、未払金、前受金の増加などにより、期末に比べ34億33百万円の増加となった
	固定負債	5,911	<b>5,934</b>	22	0.4%	投資有価証券の時価増加にともなう繰延税金負債の増加などによるもの
	負債合計	33,636	<b>37,093</b>	3,456	10.3%	
	純資産	31,619	<b>35,268</b>	3,648	11.5%	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前期末に比べ36億48百万円の増加となった
	負債純資産合計	65,256	<b>72,361</b>	7,105	10.9%	

# 連結キャッシュ・フロー計算書

＜通期＞ (単位：百万円)	2015年度	2016年度	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,513	<b>10,643</b>	業績賞与の支払いや税金納付などがあったものの、たな卸資産の減少、仕入債務の増加、税金等調整前当期純利益の増加により106億43百万円の収入となった
投資活動によるキャッシュ・フロー	△638	△484	投資有価証券の償還があったものの、システム・IT関連の設備投資や株式の購入などがあり、4億84百万円の支出となった
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,843	△1,807	配当金の支払いにより、18億7百万円の支出となった
現金及び現金同等物の増減額	3,000	<b>8,352</b>	
現金及び現金同等物の期末残高	18,505	<b>26,858</b>	現金及び現金同等物の期末残高は、前期末から83億52百万円増加し、268億58百万円となった

# 2017年度 連結業績予想

- 2017年度の業績予想は、引き続き増収増益を計画、配当性向を40%以上に設定し、高い株主還元の実現を目指し、5期連続の増配予想としている

(単位:百万円)	2016年度			2017年度			ポイント
	実績	対売上高 構成率	前期比	予想	対売上高 構成率	前期比	
売上高	115,561	100.0%	5.1%	<b>120,000</b>	<b>100.0%</b>	3.8%	現時点の受注環境は引き続き堅調であり、前期に比べ3.8%の増収を計画している
総利益(率)	22,722	19.7%	14.3%	<b>23,400</b>	<b>19.5%</b>	3.0%	売上高の増加、原価低減策の継続により総利益は増加する計画
販売管理費(率)	15,113	13.1%	10.1%	<b>15,300</b>	<b>12.8%</b>	1.2%	人員増による人件費の増加、売上増による行動費増加、システム・IT関連、職場環境整備などの経費の増加を見込んでいる
営業利益(率)	7,608	6.6%	13.7%	<b>8,100</b>	<b>6.8%</b>	6.5%	売上高の増加、コスト管理の徹底により増益を計画している
経常利益(率)	7,809	6.8%	15.8%	<b>8,250</b>	<b>6.9%</b>	5.6%	営業利益、経常利益ともに5期連続の最高益更新を目指す
親会社株主に帰属する 当期純利益(率)	5,056	4.4%	14.1%	<b>5,600</b>	<b>4.7%</b>	10.7%	2期連続の最高益更新を目指す
1株当たり当期純利益	90.9円			<b>100.7円</b>			
1株当たり配当金	40.0円 (記念配当2円含む)			<b>(予想) 42.0円</b>			配当性向40%以上を方針として、高い株主還元を実現する
ROE (自己資本当期純利益率)	15.1%			<b>15.0%以上</b>			利益の向上および増配・自社株買いなどの株主還元策の検討を適宜おこないROE15.0%以上を維持する

(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

## 2. 中期経営計画の振り返りと新・中期経営計画

# 2014～2016 中期経営計画の振り返り

## ■2014-2016 事業環境について

緩やかな回復傾向／一方で消費増税による景気後退懸念／訪日観光客の飛躍的な伸び  
欧州債権問題の再燃／後半は米国、欧州、中国経済の影響によるリスク要因が顕在化

## ■テーマ：ナンバーワンの価値の連鎖

- ・オールノムラの商品提供拡大
- ・戦略的な顧客開発活動の推進
- ・品質、スピード、価格対応力の向上とサプライチェーンの強化
- ・人財育成とナレッジマネジメントの強化

	2014年度		2015年度		2016年度	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績
売上高	1,030億円	1,031億円	1,080億円	1,083億円	1,200億円	1,155億円
営業利益	47億円	52億円	56億円	60億円	60億円	76億円
当期純利益	28億円	31億円	34億円	38億円	36億円	50億円

<営業・経常利益 8期連続増益・4期連続最高益更新／最高 売上高・当期純利益／配当金 5期連続増配>

# 中期経営計画の位置づけ



## N22の実現にむけた3つのステップ



1. 内省し真因を理解して改善する
2. 2020年に向けての事業機会の最大化、ダウンサイドリスクへの対応
3. Prosperity Partnerの提供価値や人財像に向かって成長し「さらに強いソムラ」を実現

(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

1. 優良顧客の獲得・深耕による  
事業領域拡大の施策
2. 利益向上施策
3. 市場・商品を拡大する施策