



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2019年度選定



2020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

【PART 1】

会社概要

【PART 2】

- ①2020年1月期 業績概況
- ②2020年1月期 セグメント別業績概況

【PART 3】

- ①中期経営計画の施策の進捗状況
- ②新型コロナウイルス感染症拡大による業績への影響
- ③2021年1月期(中期経営計画最終年度) 業績計画
- ④今後の見通し

【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）

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
乃村工藝社	115,561	115,841	125,859	145,000
丹青社	70,781	75,156	82,677	81,678
スペース	49,243	50,746	46,458	50,151

※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。

【商号】	株式会社丹青社
【設立】	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】	1,273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12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		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



- | | | | |
|----------------|-------------|-------------------------|--------------|
| ■ コンサルティング | ■ デザインコンセプト | ■ 設計監理 | ■ 施設の管理運営 |
| ■ 各種調査 | ■ 平面レイアウト | ■ 制作・施工 | ■ 保守、メンテナンス |
| ■ プランニング | ■ 基本・実施設計 | ■ 空間演出のテクニカル
ディレクション | ■ 販促・イベント計画 |
| ■ 異業種提携 | ■ 空間演出提案 | | ■ 評価・検証・効果測定 |
| ■ ブランディング | | | |
| ■ プロジェクトマネジメント | | | |

「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。
お客さま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 258名
- ② 制作職 416名
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士221名)

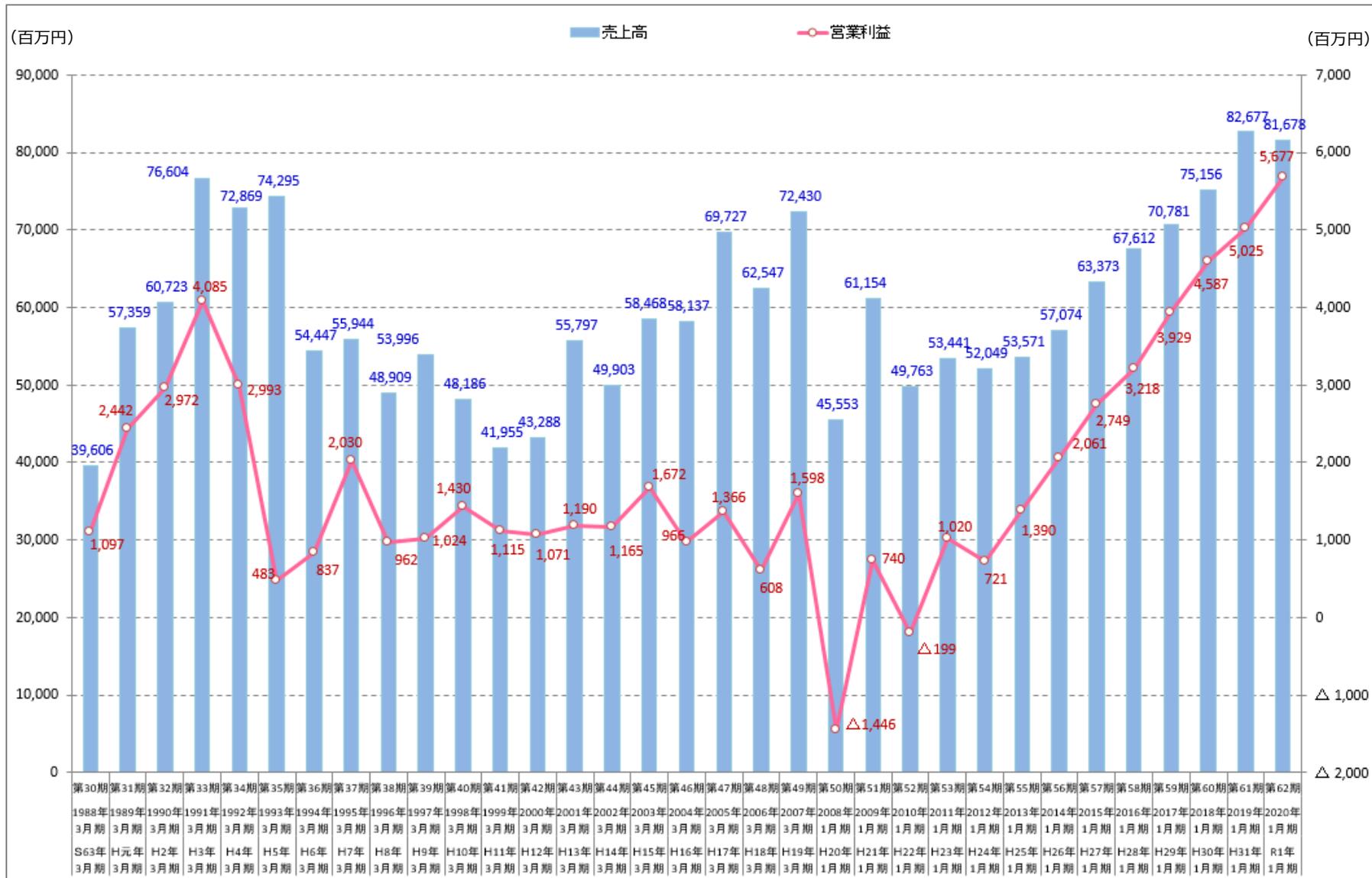
空間づくりを支える協力会社群

- ① 継続取引会社 約1,500社
- ② パートナー協力会社 240社 (2020年1月現在)

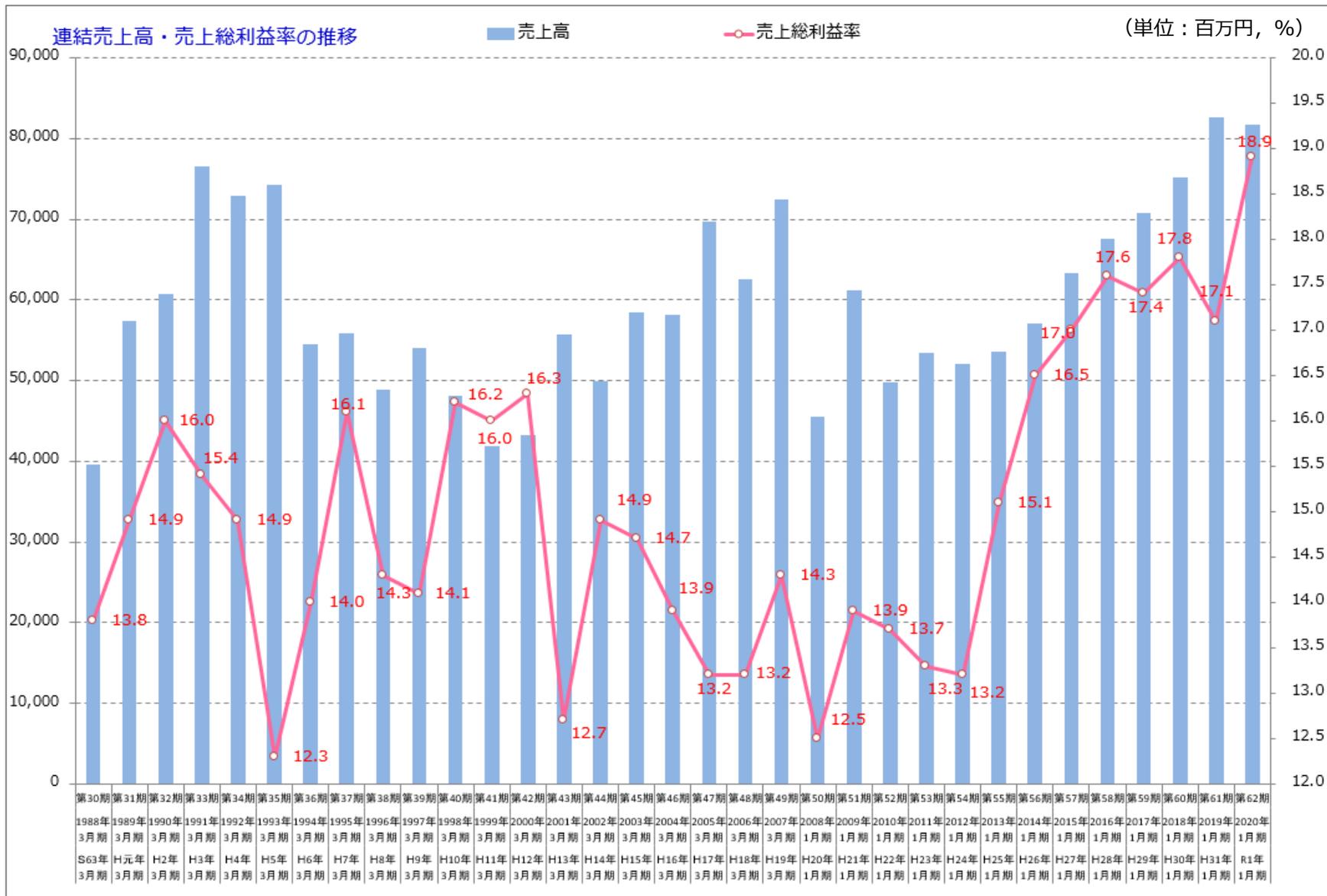
事業上の特長

- 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
- 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)



業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)



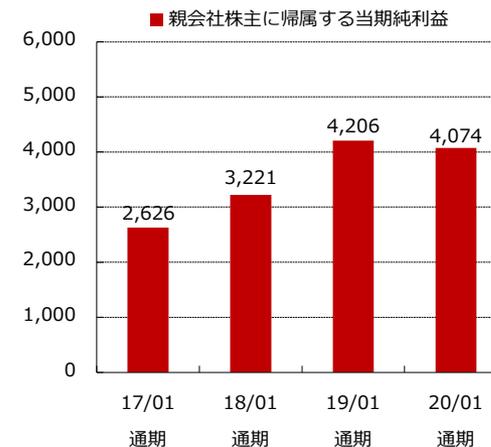
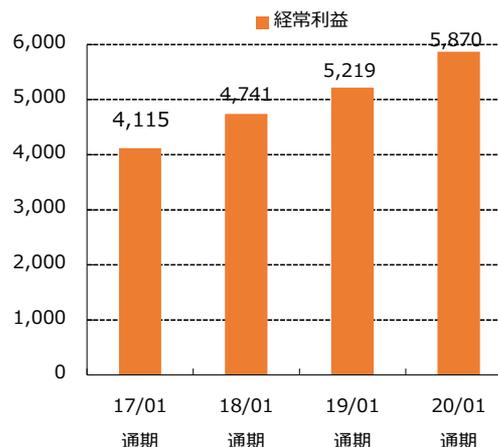
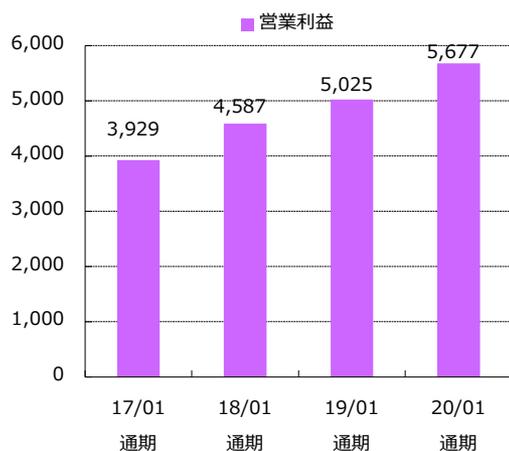
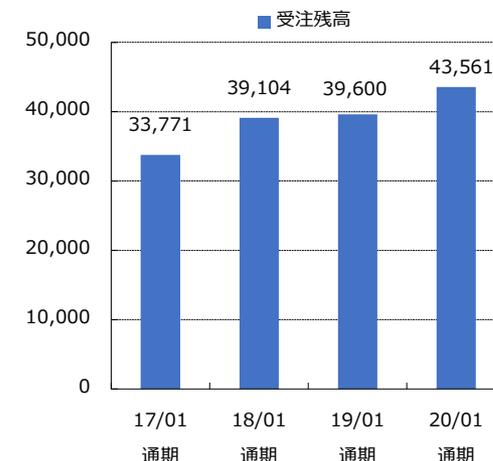
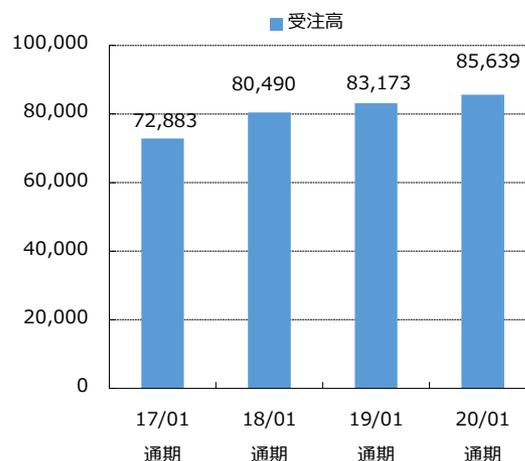
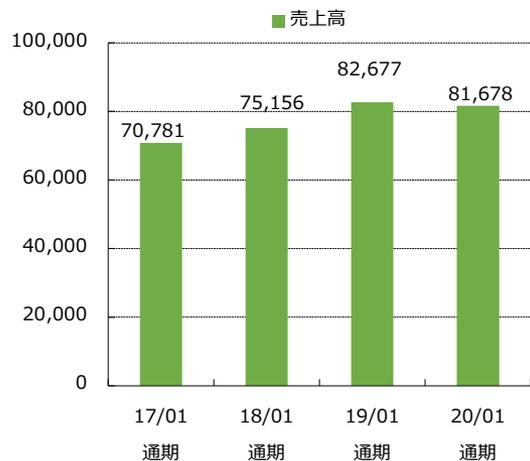
【PART 2】

①2020年1月期業績概況

2020年1月期 サマリー情報

- 前期比で減収となったものの、収益性を重視した事業活動に取り組んだ結果、営業利益は3期連続で過去最高を更新した。
- 引き続き市場環境は良好であったことから、受注高及び受注残高は堅調に推移した。

(百万円)



2020年1月期 P/L 概況

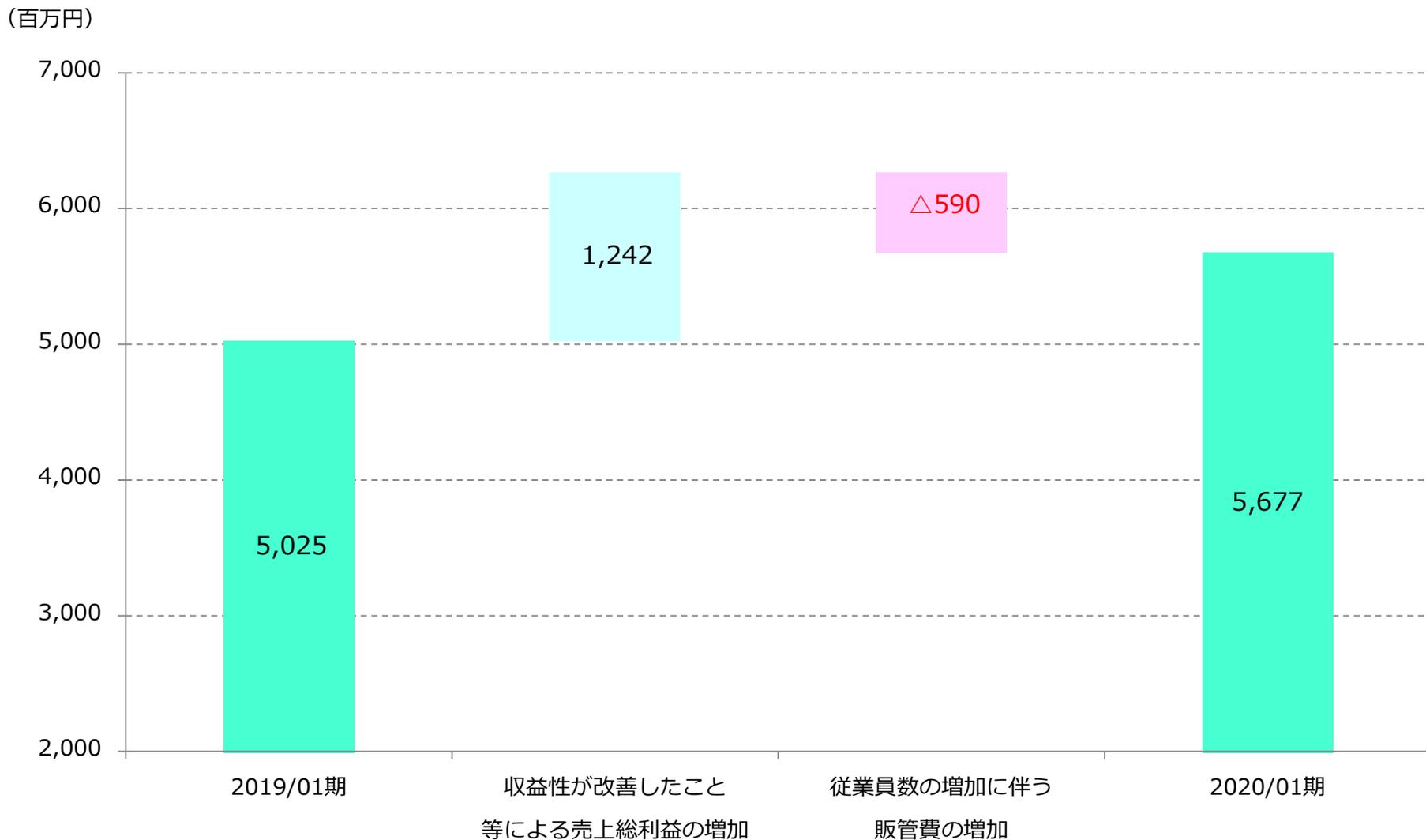
- 売上総利益は収益性が改善したこと等により、前期を上回り、売上総利益率は前期比+1.7ポイントの18.9%となった。
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、政策保有株式の売却に伴う特別利益が減少したこと等により前期を下回った。

(百万円)

	19/01 通期		20/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	82,677	100.0	81,678	100.0	△998	
売 上 原 価	68,513	82.9	66,272	81.1	△2,241	△1.7
売上総利益	14,163	17.1	15,406	18.9	1,242	1.7
販 管 費	9,138	11.1	9,729	11.9	590	0.9
営業利益	5,025	6.1	5,677	7.0	652	0.9
営 業 外 収 益	218		230		11	
営 業 外 費 用	24		37		13	
経常利益	5,219	6.3	5,870	7.2	650	0.9
特 別 利 益	579		269		△309	
特 別 損 失	—		8		8	
法 人 税 ・ 事 業 税	1,683		1,755		72	
法 人 税 等 調 整 額	△91		301		392	
親会社株主に帰属する当期純利益	4,206	5.1	4,074	5.0	△131	△0.1

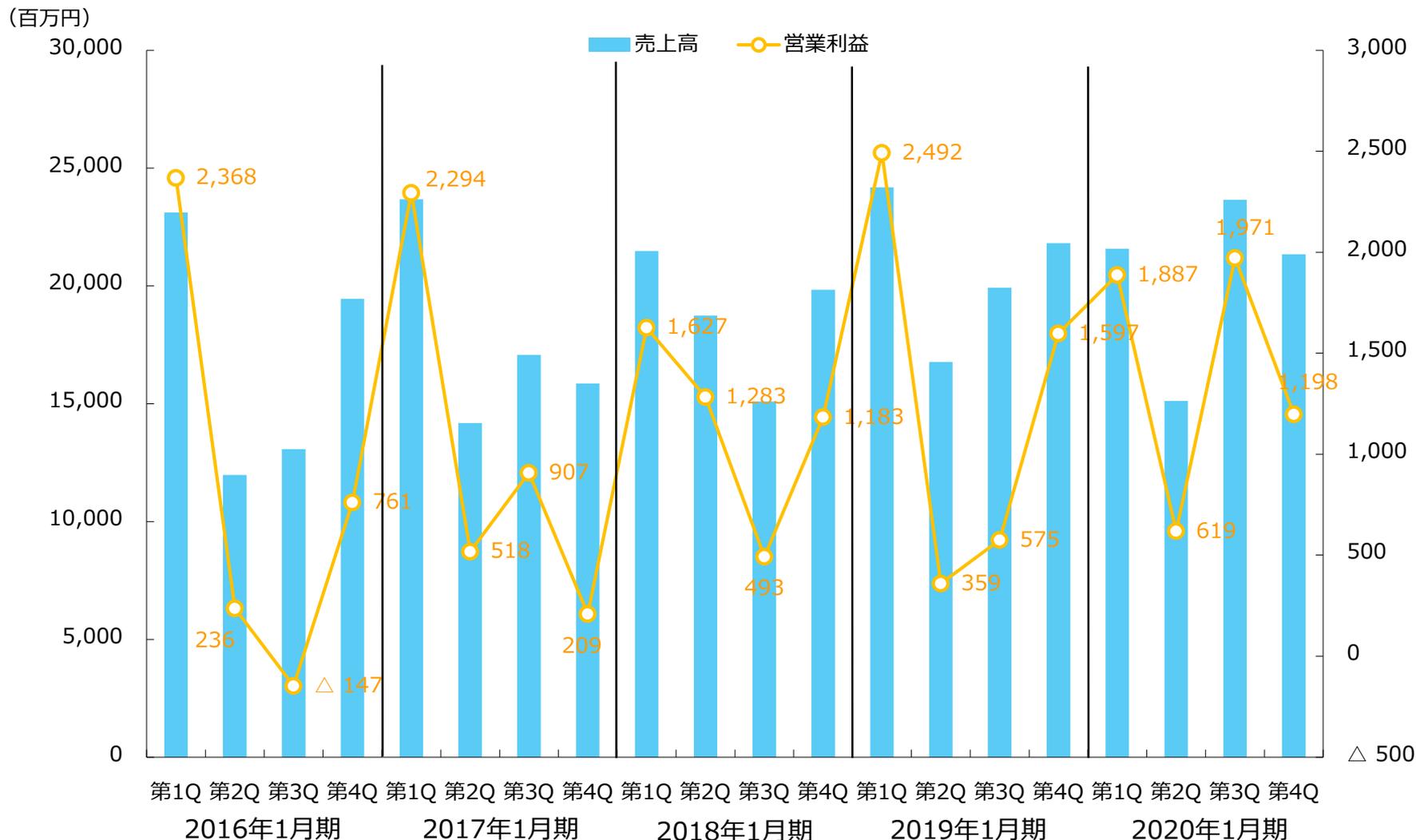
E P S (円)	87.63	85.53	△2.1
R O E (%)	16.0	14.8	△1.2

営業利益の増益要因（対前期比）



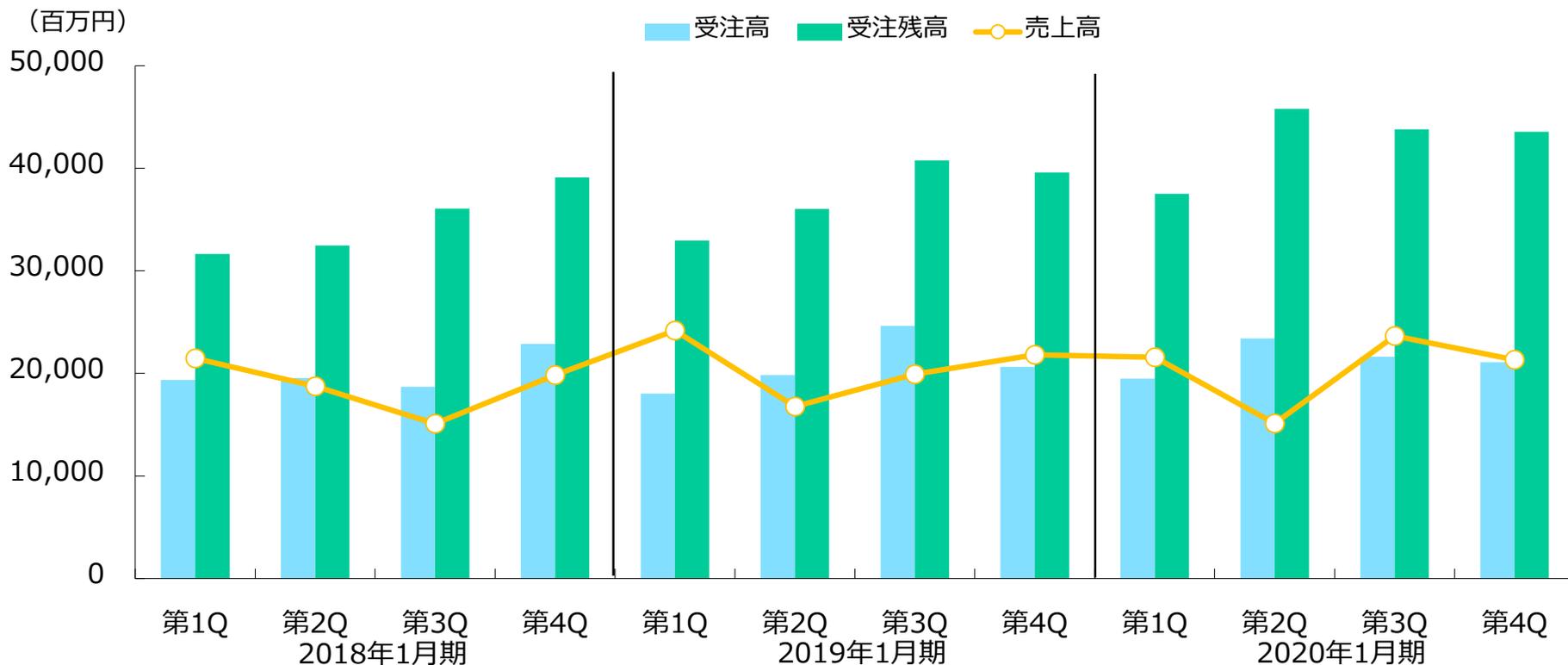
業績の季節変動要因について

- 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。
- 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。
- 2018年1月期、2020年1月期はサービス分野の増加や案件の大型化等の影響で、過去の季節変動と異なる推移を示している。



各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

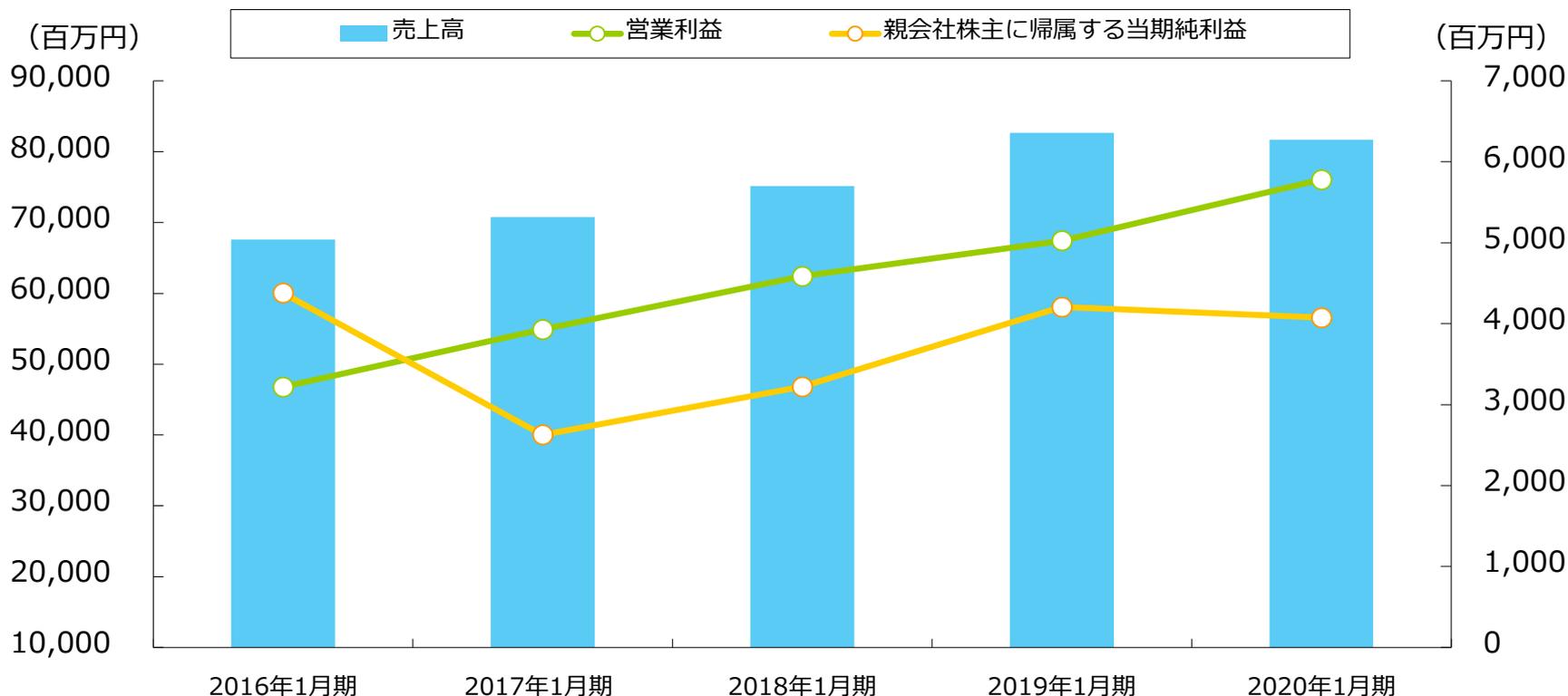
●当第4四半期の売上高は、前期を下回ったものの、主に商業その他施設事業において新規受注が増加したこと等により、受注高および受注残高は前期を上回った。



	2018年1月期				2019年1月期				2020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)	21,476	18,742	15,097	19,839	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334
受注高 (百万円)	19,370	19,545	18,698	22,876	18,037	19,847	24,636	20,651	19,494	23,421	21,627	21,095
受注残高 (百万円)	31,664	32,467	36,068	39,104	32,969	36,044	40,763	39,600	37,516	45,822	43,800	43,561

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

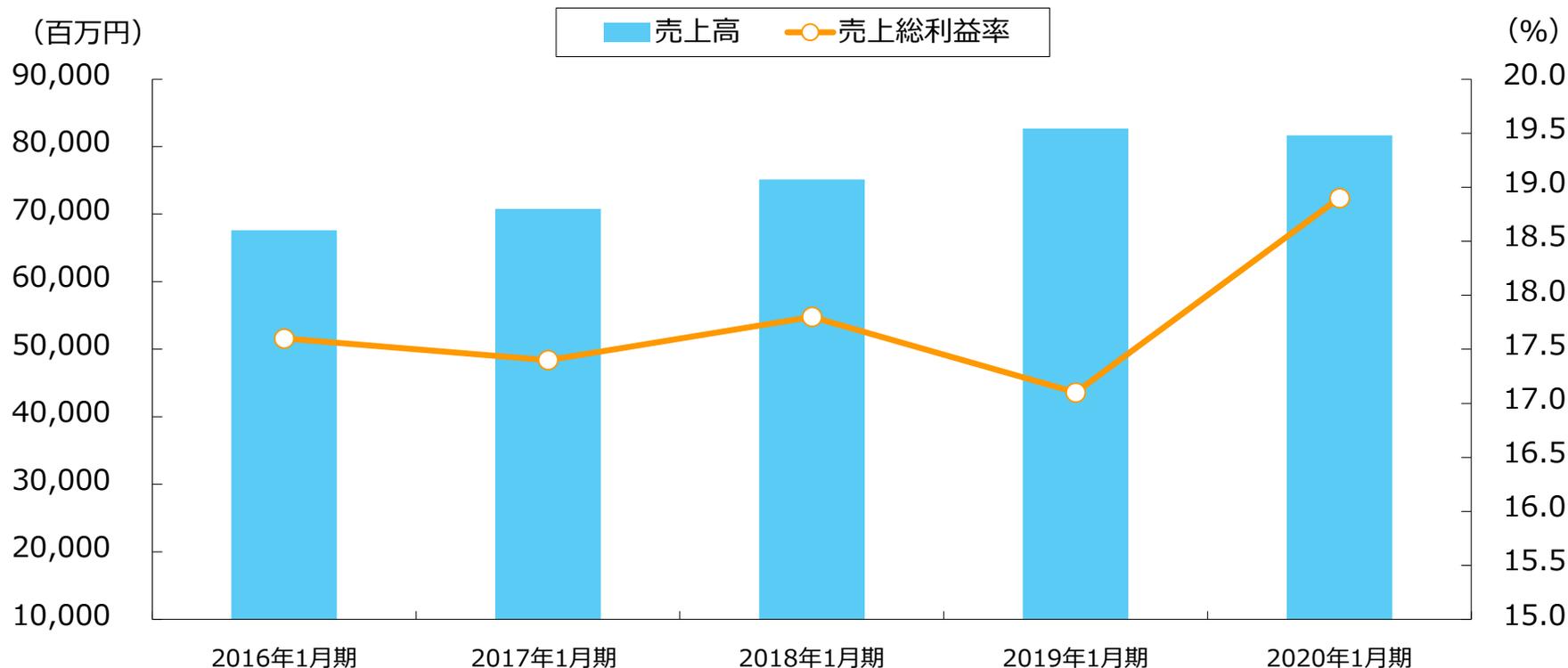
- 営業利益は、収益性が改善したことにより前期を上回った。
- 純利益は、前期に比べて特別利益が減少したこと等により、前期を下回った。



	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期
売上高 (百万円)	67,612	70,781	75,156	82,677	81,678
営業利益 (百万円)	3,218	3,929	4,587	5,025	5,780
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	4,379	2,626	3,221	4,206	4,074

売上高および売上総利益率の推移

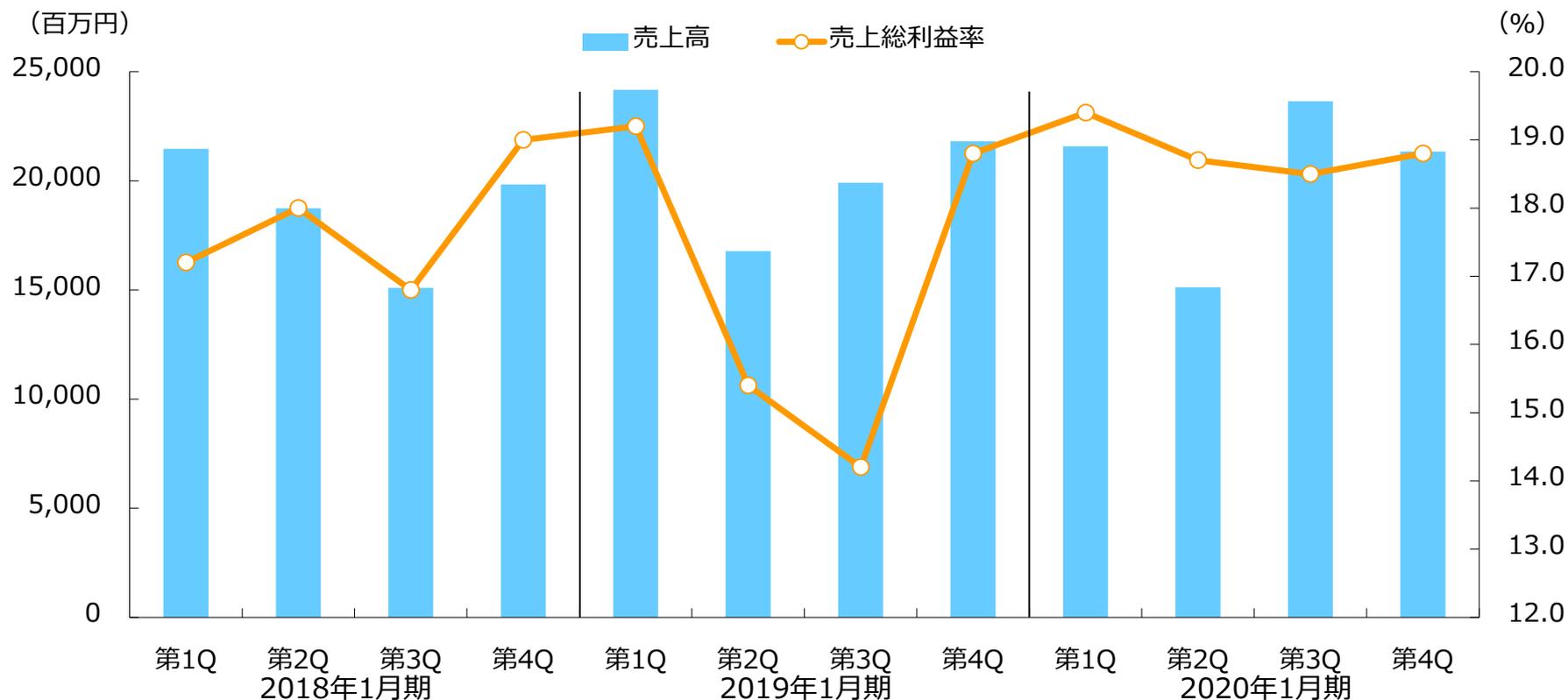
●売上総利益率は、収益性を重視した事業活動に取り組んだ結果、18.9%となり過去最高を更新した。



	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期
売上高 (百万円)	67,612	70,781	75,156	82,677	81,678
売上総利益率 (%)	17.6	17.4	17.8	17.1	18.9

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

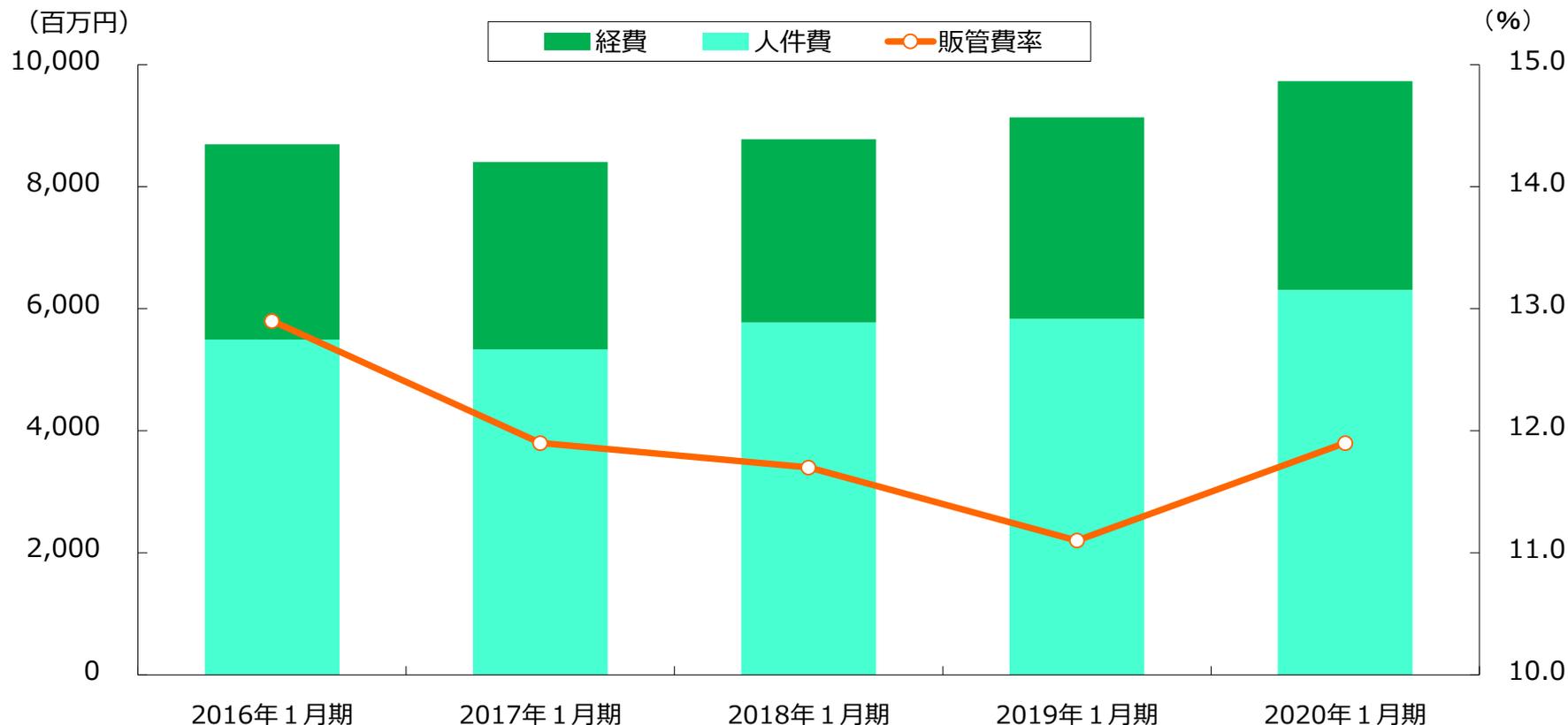
● 2020年1月期の売上総利益率は、収益性を重視した事業活動に取り組んだ結果、年間を通して高水準で推移した。



	2018年1月期				2019年1月期				2020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)	21,476	18,742	15,097	19,839	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334
売上総利益率 (%)	17.2	18.0	16.8	19.0	19.2	15.4	14.2	18.8	19.4	18.7	18.5	18.8

販売費及び一般管理費の推移

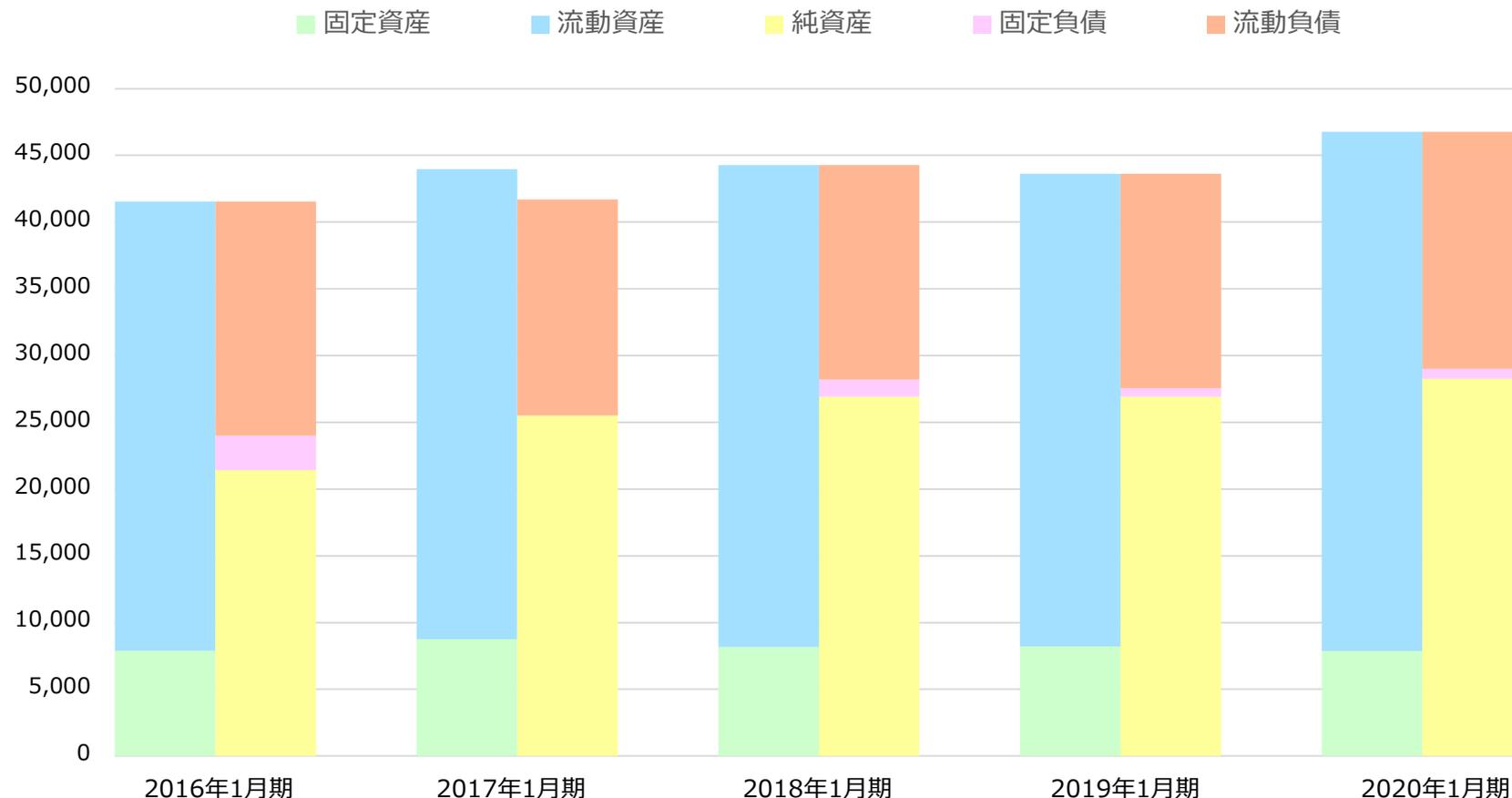
- 販管費率は、前期より売上高が減少し、販管費が増加したこと等により、前期比で+0.9ポイントとなった。
- 従業員数の推移（連結） 2019年1月：1,234人 2020年1月：1,273人となり、39人増加。



	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期
人件費 (百万円)	5,495	5,332	5,777	5,833	6,310
経費 (百万円)	3,201	3,074	2,999	3,305	3,418
販管費率 (%)	12.9	11.9	11.7	11.1	11.9

B/S 主要項目の推移

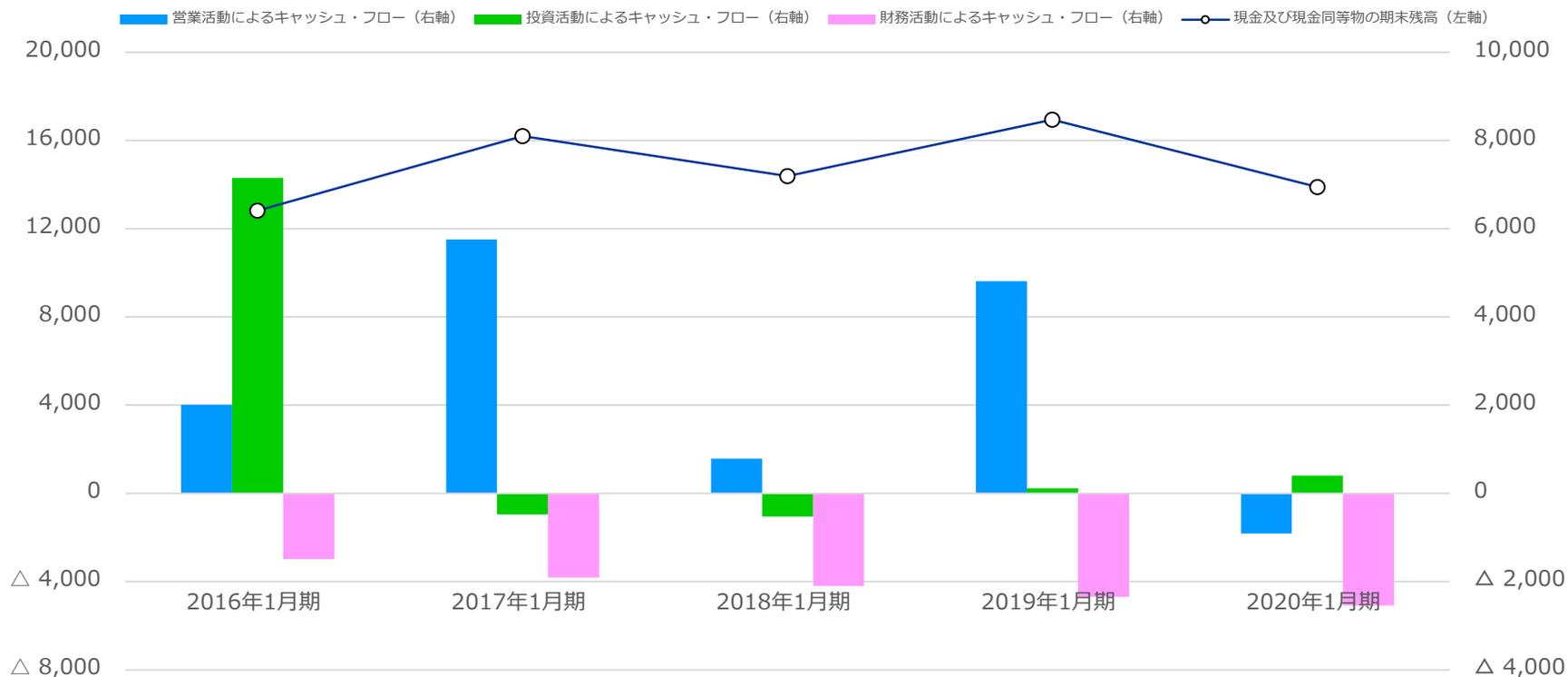
- 自己資本は、282億76百万円となり、前期比で13億53百万円の増加となった。
- 自己資本比率 60.5%（前期比△1.2ポイント）



	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期
自己資本 (百万円)	21,422	23,110	25,510	26,922	28,276
自己資本比率 (%)	51.6	56.1	58.0	61.7	60.5

キャッシュ・フローの推移

●税金等調整前当期純利益を61億31百万円計上したものの、受取手形・完成工事未収入金等が増加したことにより、営業活動によるキャッシュ・フローは、△9億6百万円となった。また、配当金の支払額が△19億69百万円になったこと等により、財務活動によるキャッシュ・フローは、△25億43百万円となった。



(単位: 百万円)	2016年1月期	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,009	5,755	790	4,811	△906
投資活動によるキャッシュ・フロー	7,153	△479	△526	118	405
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,490	△1,905	△2,099	△2,346	△2,543
現金及び現金同等物の期末残高	12,819	16,196	14,384	16,940	13,894

【PART 2】

②2020年1月期セグメント別業績概況

2020年1月期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	市場環境は引き続き良好であり、特にサービス分野（空港関連施設、ホテル、大型スポーツ施設等）や大型商業施設等の新改装案件が堅調に推移したこと等により、売上高は前年同期並みとなり、営業利益は収益性を重視した事業活動に取り組んだ結果、前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	引き続き飲食店分野、その他専門店分野が堅調に推移したことから、売上高は前年同期を上回ったものの、利益面については収益性が及ばず前年同期を下回った。
● 文化施設事業	前期と比較して大型案件が少なかったこと等から、売上高、営業利益ともに前年同期を下回った。
● その他	前期に連結子会社のうち1社の全株式を譲渡し、連結の範囲から除外したことに伴い、売上高、営業利益ともに前年同期を下回った。

(百万円)

	売上高			営業利益		
	19/01	20/01	増減	19/01	20/01	増減
商業その他施設事業	49,870	49,880	10	2,648	4,017	1,369
チェーンストア事業	21,234	21,501	266	1,484	1,234	△249
文化施設事業	10,884	9,855	△1,028	641	237	△403
その他	687	441	△246	239	176	△62
調整額	—	—	—	12	11	—
合計	82,677	81,678	△998	5,025	5,677	652

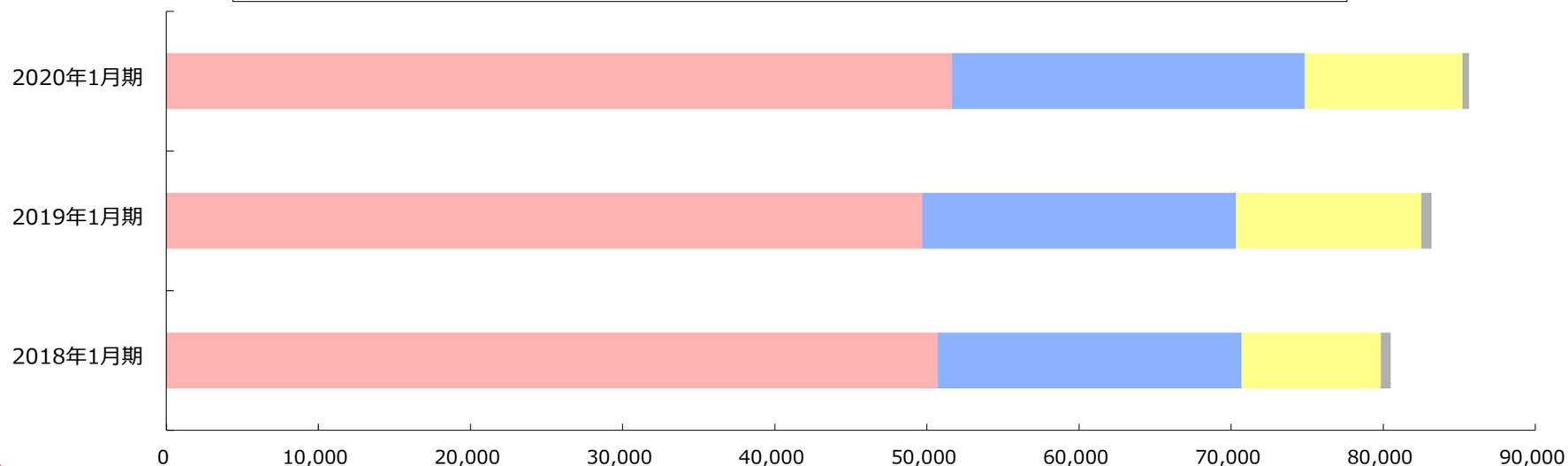
セグメント別 受注高の状況

- 商業その他施設事業においては、東京オリンピック・パラリンピック関連の案件が増加したこと等により、前期比で19億43百万円の増加となった。
- チェーンストア事業においては、飲食店分野及び専門店分野が前期に比べて受注が増加したこと等により、前期比で25億74百万円の増加となった。

(百万円)

	18/01	19/01	20/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	50,692	49,678	51,622	1,943
チェーンストア事業	20,000	20,643	23,217	2,574
文化施設事業	9,151	12,164	10,359	△1,804
その他	645	687	441	△246
受注高合計	80,490	83,173	85,639	2,466

■ 商業その他施設事業
 ■ チェーンストア事業
 ■ 文化施設事業
 ■ その他

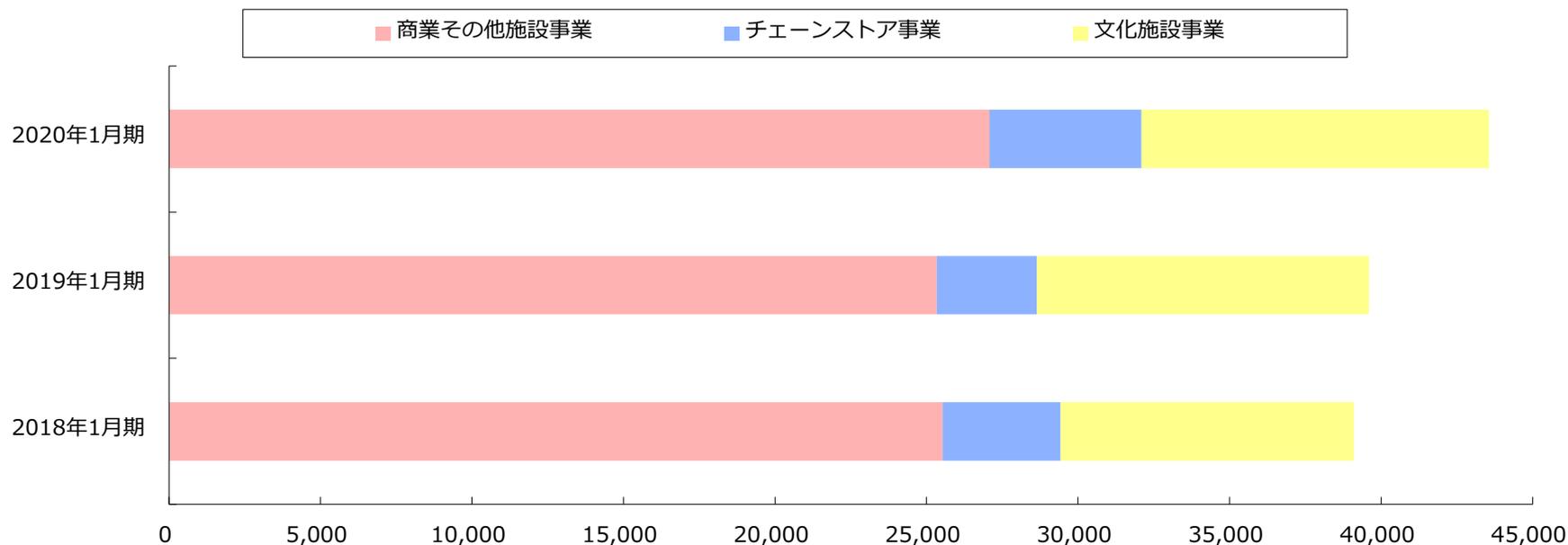


セグメント別 受注残高の状況

- 主に商業その他施設事業及びチェーンストア事業の受注高が増加したこと等により、全体では、前期比で39億60百万円の増加となった。

(百万円)

	18/01	19/01	20/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	25,529	25,337	27,079	1,741
チェーンストア事業	3,894	3,302	5,018	1,716
文化施設事業	9,681	10,960	11,464	503
その他	—	—	—	—
受注残高合計	39,104	39,600	43,561	3,960



【PART 3】

①中期経営計画の施策の進捗状況

中期経営計画 (2019年1月期～2021年1月期)

目
標

■ 連結ROE 10%以上 ■ 配当性向50%以上 ■ 営業利益率 7%

	施策 (強化ポイント)	目 標
1	生産基盤の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・「パートナー協力会社」制度は継続 ・制作業務の効率化と生産性向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナー協力会社への発注比率60%以上 ※ 2020年1月実績：発注比率62.8% ・大型案件に対応できる生産基盤の確立 ・関西、中部、沖縄地域での協力会社体制の整備
2	先端コンテンツ応用演出の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・各案件で先端コンテンツ応用演出の導入を加速 ・社内外のクリエイターを組み合わせ起用、統括できる人材の育成 	先端コンテンツ応用演出関連の受注高 <ul style="list-style-type: none"> ・2019年1月期 128億円 ・2020年1月期 172億円 ・中期経営計画最終年度 (計画) 224億円
3	デザイン力の強化	
	<ul style="list-style-type: none"> ・組織をデザインセンターとして統合・一体化 ・若手デザイナーを積極登用しスキルを継承 	
4	安全・高品質の追求	
	<ul style="list-style-type: none"> ・対制作職教育の専門部門を設置 	
5	働き方改革と生産性向上	
	<ul style="list-style-type: none"> ・働き方改革への取り組みと多様なワークスタイルの実現 	

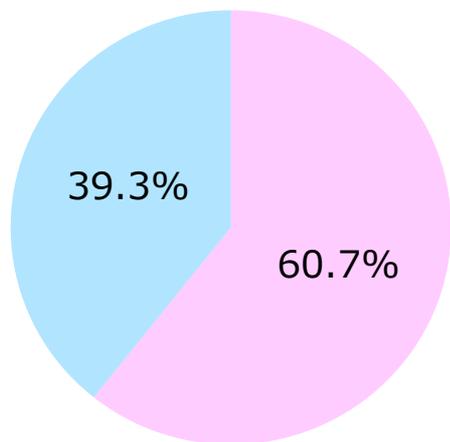
施策の進捗状況 ①生産基盤の強化

「パートナー協力会社」制度の継続

●「パートナー協力会社」への発注比率60%以上

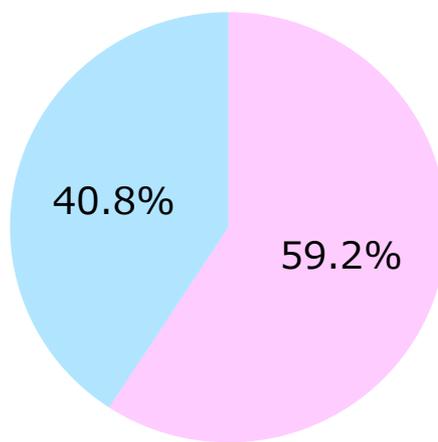
【 2018年1月期 】

その他への発注額 パートナーへの発注額



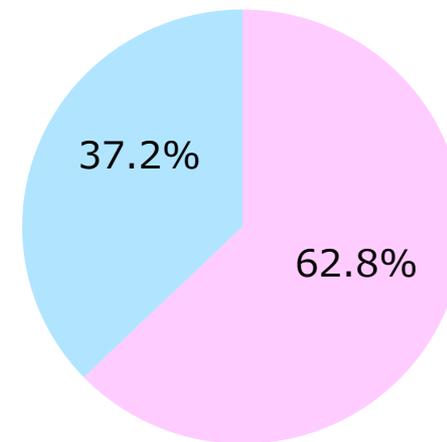
【 2019年1月期 】

その他への発注額 パートナーへの発注額



【 2020年1月期 】

その他への発注額 パートナーへの発注額



- 引き続き、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
- 大型案件に対応できるパートナー協力会社数の増加
- 需要が伸びている関西・中部地方での「パートナー協力会社」の新規増加

施策の進捗状況 ②先端コンテンツ応用演出の強化

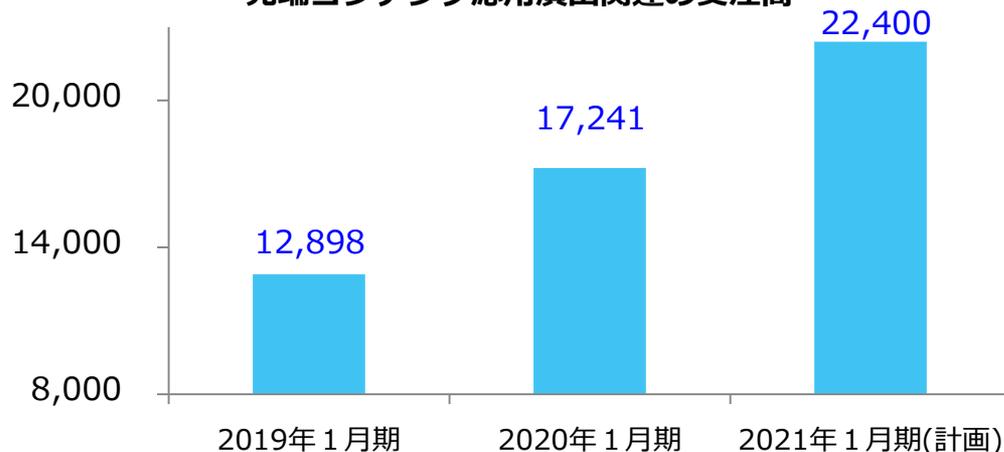
展示・内装業界を取り巻く環境の変化

- デジタル・AI化が進む専門店、百貨店などの商業施設の増加
- 体験型博物館、美術館などの展示施設の増加
- 今後、5Gを活用したイベント・プロモーション分野の演出が増える
- SDGs達成に向けてSociety5.0が目指す社会として提唱されるいま、空間の在り方や役割も変化している



- 当社を取り巻く様々な新技術を取り込み、空間演出のプロデュースおよびディレクションする能力の向上に努める
- 空間作りの多様化に備え、様々な企業と共創・協業などの取組みを強化し、テクノロジーを空間に実装し、イノベーションを創出するパートナーとしてクライアントに売り込む
- 新しい空間づくりを総合的にプロデュース・ディレクションできる人材の育成

先端コンテンツ応用演出関連の受注高



空間演出技術の研究開発・実証拠点

『港南ラボ マークスリー[Mk_3]』

【PART 3】

②新型コロナウイルス感染症拡大による影響

新型コロナウイルス感染症拡大による影響

市場環境への影響

商業その他施設事業	イベントの中止・延期・自粛、設備投資の抑制、大型開発の延期・長期化
チェーンストア事業	クライアントの出店計画修正の懸念
文化施設事業	官公庁関連の計画延期・縮小等の懸念

事業活動への影響

商業その他施設事業	中国で製造・加工を行っている各種建材、家具什器、空調機等について、仕入れの目途が立たない状況が発生しており、工期の遅れや代替品対応によるコスト上昇等が見込まれる。
チェーンストア事業	
文化施設事業	

今後の業績への影響

商業その他施設事業	東京オリンピック関連：現在のところ、計画どおりに進行中 その他：影響について精査中
チェーンストア事業	影響について精査中
文化施設事業	影響について精査中

※ 今後の業績予想に対する影響が判明次第、速やかにお知らせいたします。

【 P A R T 3 】

③2021年1月期業績計画 (中期経営計画最終年度)

2021年1月期 業績計画

- 2021年1月期 売上高875億円、営業利益61億円
- 営業利益61億円で、4期連続で過去最高の更新を目指す。

(百万円)

	2020年1月期				2021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	42,916		85,639		41,800		87,000	
売上高	36,695	100.0	81,678	100.0	42,900	100.0	87,500	100.0
売上総利益	7,021	19.1	15,406	18.9	8,000	18.6	16,300	18.6
営業利益	2,507	6.8	5,677	7.0	3,030	7.1	6,100	7.0
経常利益	2,604	7.1	5,870	7.2	3,080	7.2	6,200	7.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,768	4.8	4,074	5.0	2,080	4.8	4,200	4.8
E P S (円)	37.02		85.53		43.76		88.35	
R O E (%)	6.5		14.8		7.1		14.3	

※ 現在、新型コロナウイルス感染症拡大による当社への影響を精査しておりますが、上記の業績予想(計画)には、その影響を織り込んでおりません。

2021年1月期 セグメント別 業績計画

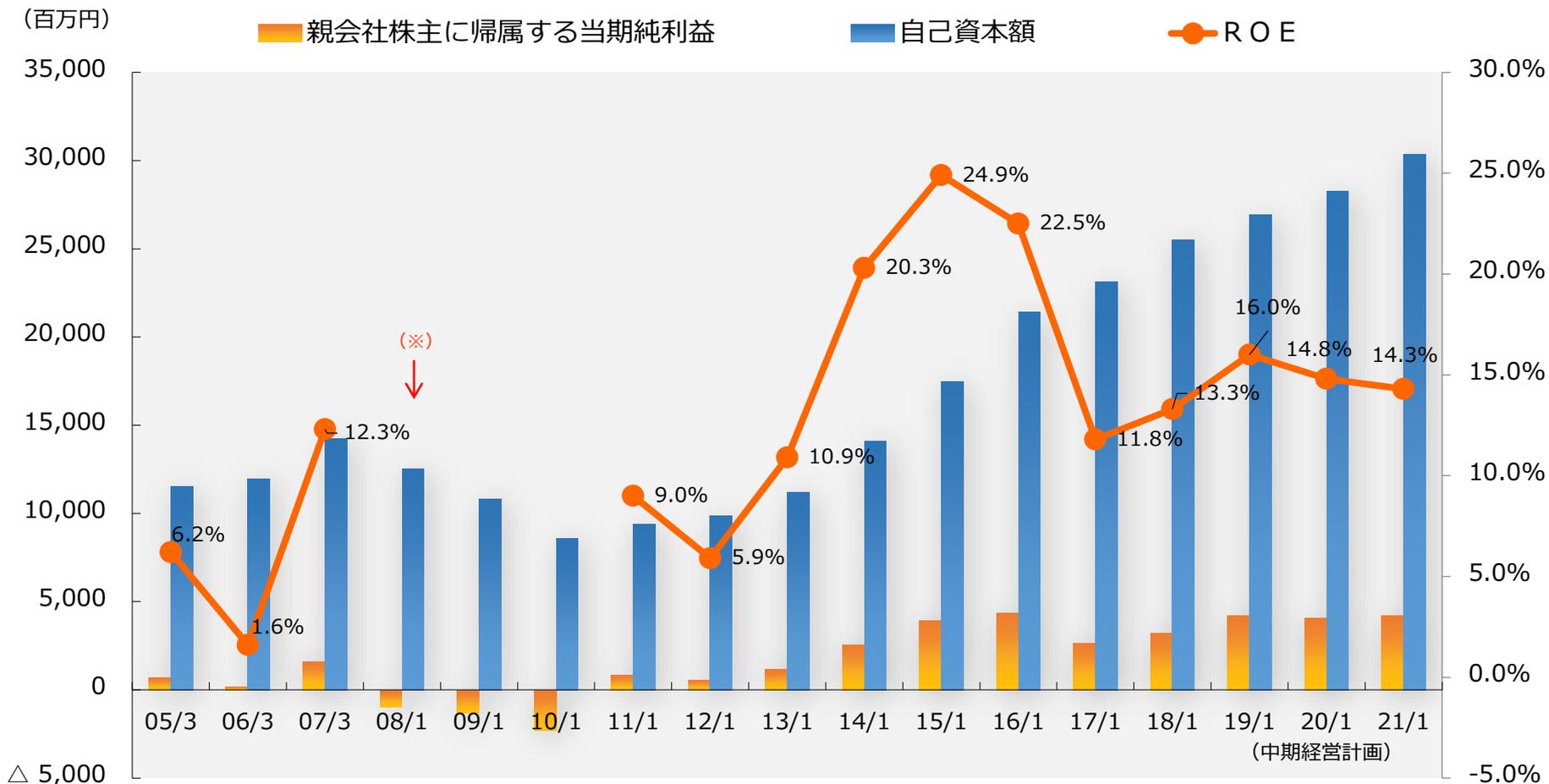
●東京オリンピック・パラリンピックや都市再開発関連の需要を取り込み、売上高および営業利益の拡大を目指す。

(百万円)

		2020年1月期		2021年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受注高	商業その他施設事業	24,790	51,622	23,200	52,600
	チェーンストア事業	11,746	23,217	10,900	22,100
	文化施設事業	6,184	10,359	7,500	11,900
	その他	195	441	200	400
受注高計		42,916	85,639	41,800	87,000
売上高	商業その他施設事業	21,206	49,880	25,900	53,000
	チェーンストア事業	9,840	21,501	10,700	22,000
	文化施設事業	5,453	9,855	6,100	12,100
	その他	195	441	200	400
売上高計		36,695	81,678	42,900	87,500
営業利益	商業その他施設事業	1,536	4,017	1,720	3,900
	チェーンストア事業	592	1,234	760	1,300
	文化施設事業	284	237	470	700
	その他	109	176	80	200
調整額		△16	11	—	—
営業利益計		2,507	5,677	3,030	6,100

自己資本額およびR O Eの推移

◎ 資本の充実を図るなか、純利益の拡大により、R O E 10%以上を維持する



(※) 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】

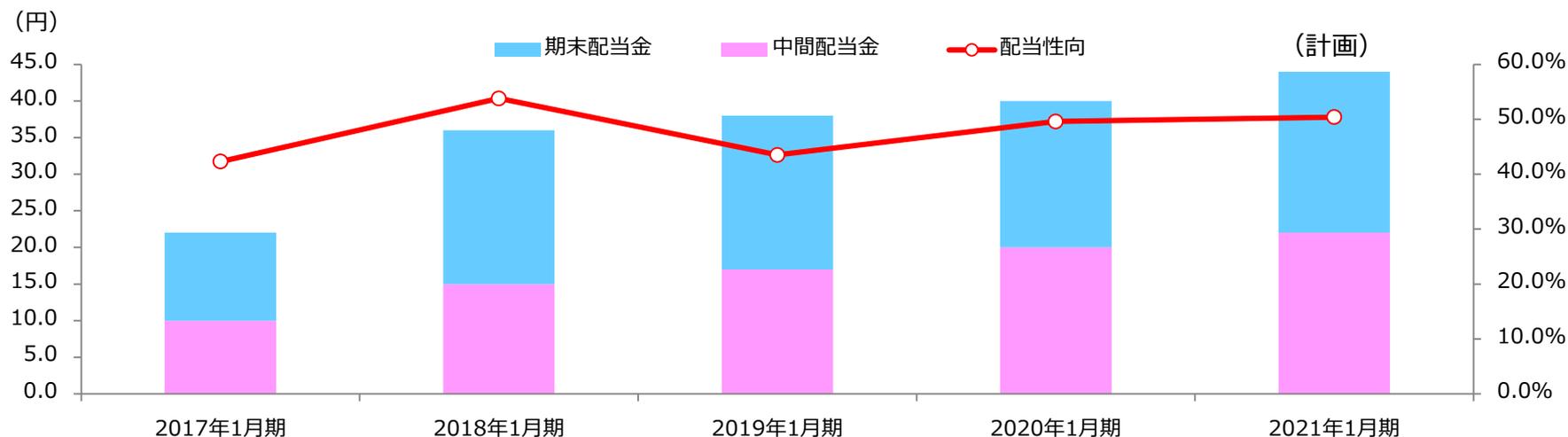
ROE 10%以上

【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 2016年1月期まで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

※ 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。



	2017年1月期	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	10.00	15.00	17.00	20.00	22.0
期末配当金 (円)	12.00	21.00	21.00	22.00	22.0
合計 (円)	22.00	36.00	38.00	42.00	44.0
連結配当性向 (%)	40.3	53.8	43.5	49.1	49.8
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

PART3

④今後の見通しについて

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、競争は厳しい。インバウンドに係る「モノ消費」は一巡したが、今後は「コト消費」に関連した市場拡大が見込まれる。	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、大阪・関西万博、IR(統合型リゾート)計画等で需要が続く。
チェーンストア事業	飲食店分野		
	アパレル分野		
	その他 (コンビニ、教育施設等)		
	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	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年以降)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。

商業その他施設事業と同様の傾向。

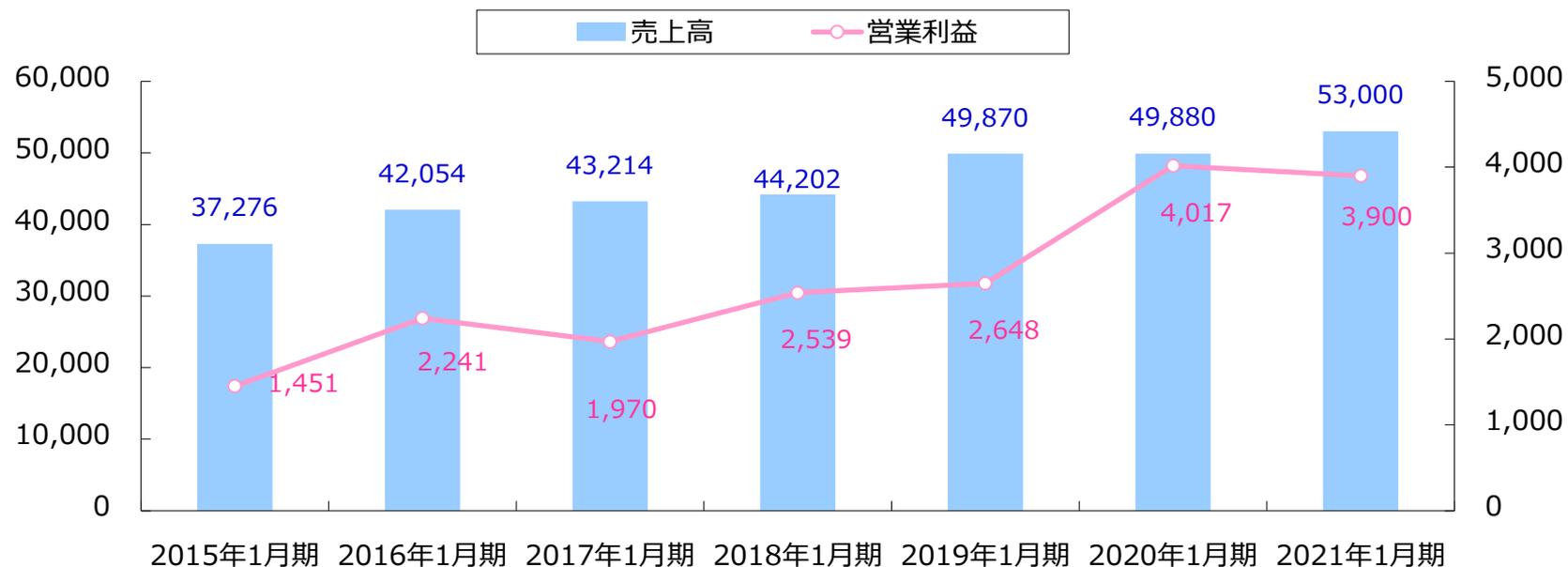
セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

【外部環境】

- ・東京オリンピック・パラリンピック開催による駆け込み需要の反動減
- ・2020年以降の首都圏を中心とした各都市の再開発案件の増加
- ・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

【方針】

- ・東京オリンピック・パラリンピック需要で関係のできた顧客との継続的な取引
- ・成長市場であるビジネス空間の受注拡大
- ・先端コンテンツを活用したプロモーション分野の拡大強化
- ・話題性・発信性の高い施設に注力、アミューズメント市場シェアを拡大
- ・2020年以降の特需を見据えた新規市場および新規顧客の開発



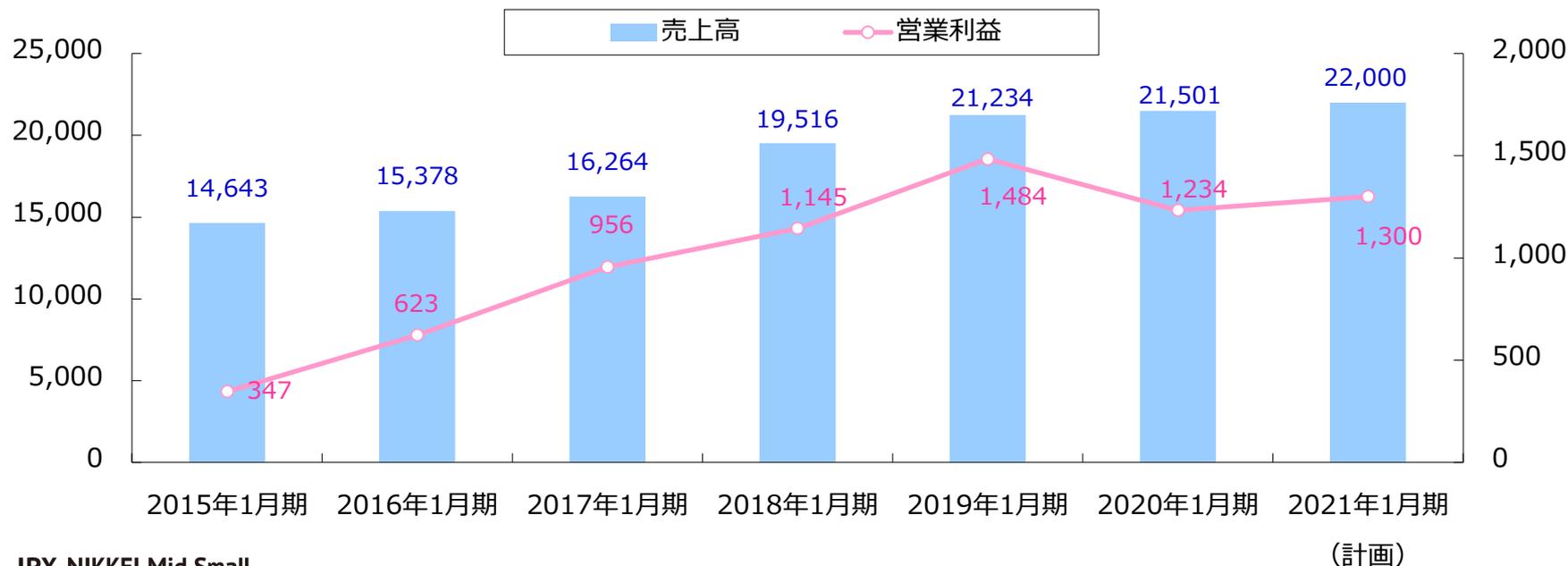
(計画)

【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
- 飲食店分野 : 既存ブランドのリブランディングやリニューアル等の投資傾向にある
- その他 : その他(コンビニエンスストア等)は全般的に大手寡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)
- メンテナンス分野 : 店舗保守・ファシリティサポート需要は拡大傾向にある

【方針】

- ・ 既存顧客のシェア拡大と新規顧客の開発
- ・ 中長期的に新たな新改装需要の取り組みが期待される市場の開拓
- ・ 需要増が見込まれるメンテナンス分野の拡大と新規顧客の開発



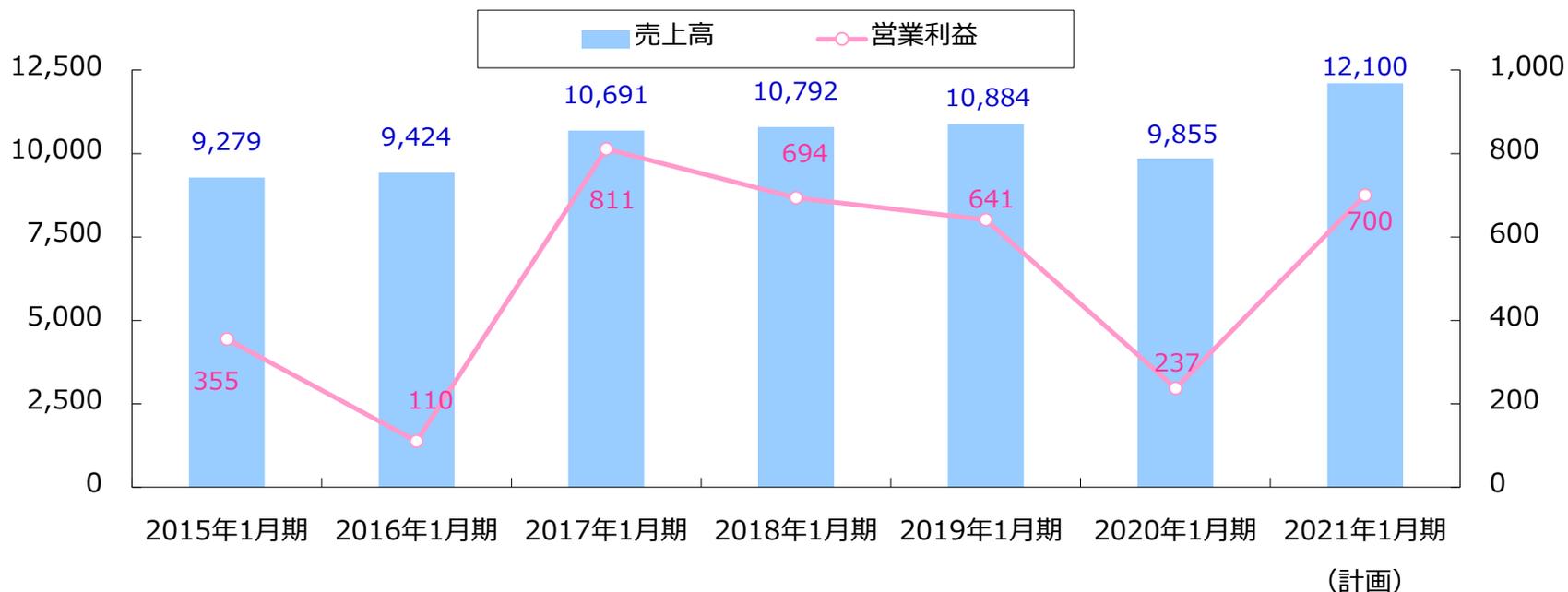
セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

【外部環境】

当社がターゲットとする公共施設(地方創生・観光)は横ばいから微増が見込まれる

【方針】

- ・地方創生・観光に関連した案件を中心に受注活動を行う
- ・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



東京オリンピック・パラリンピックへの取り組み

全社横断のプロジェクトとして進行中

当社が受注している分野

- ・ 競技施設関連（環境演出）
- ・ プロモーション関連
- ・ 民間企業関連（ホテル・交通・商業施設等の新改装）

受注ピークの時期	2020年1月期～2021年1月期
売上計上の時期	2021年1月期
想定売上高	約100億円

2021年以降の事業環境

- ・ 当社の受注機会となり得る大型再開発案件が増加
- ・ 2025年大阪・関西万博やIR(統合型リゾート)計画も今後具体化していくと思われる

受注機会となり得る主な再開発案件

- ・ 千歳空港民営化等のインフラ整備
- ・ 虎ノ門・麻布台プロジェクト（完成は2023年頃）
- ・ 高輪ゲートウェイ駅周辺開発（街開きは2024年頃）
- ・ 渋谷駅中心地区再開発計画（完成は2027年頃）
- ・ 名古屋駅前再開発計画（完成は2027年頃）
- ・ 東京駅前常盤橋プロジェクト（完成は2027年頃）

2021年以降の中長期的な見通し

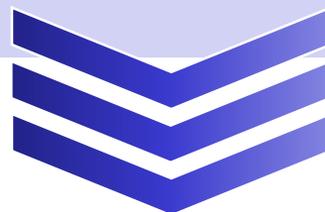
2021年以降も増益基調の持続を目指す

第64期～第66期
(2022年1月期
～
2024年1月期)

- ・東京オリンピック・パラリンピック以降は、業績の踊り場が見込まれるものの、大型再開発案件等の需要を確実に取り込み、落ち込みが生じないように注力する。
- ・2024年以降を見据えて、引き続き、生産能力の増強、生産性の向上および商品力の強化に向けた施策を展開する。

第67期以降
(2025年1月期以降)

- ・大阪・関西万博の開催、I R（統合型リゾート）開発、大型都市再開発等、外部環境の好転が見込まれる。
- ・再び業績の拡大を目指す。



『観光』をキーとして、持続的成長は可能

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)