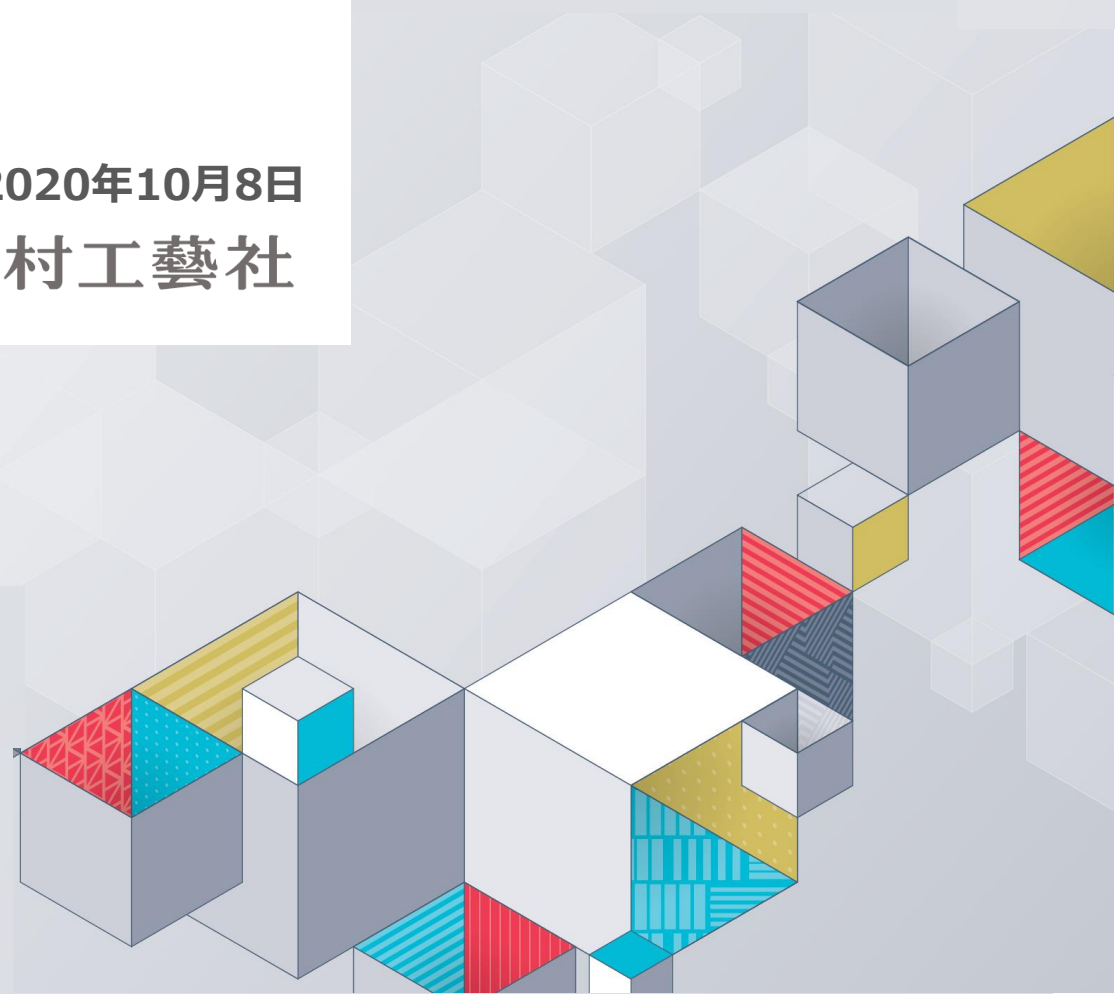


2020年度
第2四半期決算説明資料

2020年10月8日

株式会社 乃村工藝社



- 1. 2020年度 第2四半期決算概要**
- 2. 今後の展開について**
- 3. 2020年度 第2四半期決算補足資料**
- 4. 当社グループの概要**

1. 2020年度 第2四半期決算概要

2020年度第2四半期 連結業績ハイライト

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、受注活動が停滞するとともに、商業施設分野や観光産業などにおける需要が縮小、前年同期に比べ大型案件の完工が減少し、減収となった。
- 固定費の削減に取り組んだが、売上高の減少にともない減益となった。

(百万円)	2019年度		2020年度		
	2Q	対売上高 構成比	2Q	対売上高 構成比	前年同期比
売上高	70,724	100.0%	53,720	100.0%	△17,004 (△24.0%)
売上総利益	14,911	21.1%	10,359	19.3%	△4,552 (△30.5%)
営業利益	6,592	9.3%	2,414	4.5%	△4,177 (△63.4%)
経常利益	6,693	9.5%	2,487	4.6%	△4,206 (△62.8%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,517	6.4%	1,407	2.6%	△3,109 (△68.8%)

売上高・売上総利益

①売上高

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
売上高	70,724百万円	53,720百万円	△17,004百万円 (△24.0%)

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、催事イベントの中止、規模縮小に加え、商業施設やホテル、テーマパークなどの改装需要が減少、前年の上期にはオフィスの大型案件の完工があったことなども影響し減収となった。

②売上総利益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
売上総利益	14,911百万円	10,359百万円	△4,552百万円 (△30.5%)
<売上総利益率>	21.1%	19.3%	△1.8ポイント

- 売上総利益率は、大型テーマパーク案件などが減少した余暇施設市場、前年同期に採算性の高い大型案件が完工した博覧会・イベント市場などの利益率が低下したことにより、前年同期に比べ1.8ポイント低下し19.3%となり、売上総利益は利益率の低下、減収の影響により減益となった。

営業利益

① 販売管理費

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
人件費	5,158百万円	4,993百万円	△164百万円 (△3.2%)
経費	3,160百万円	2,950百万円	△209百万円 (△6.6%)
販売管理費	8,319百万円	7,944百万円	△374百万円 (△4.5%)
<販売管理費比率>	11.8%	14.8%	+3.0ポイント

■ 販売管理費は、在宅勤務の対応にともなう残業費の減少による人件費減、ならびに営業費、広告宣伝費などの減少にともなう経費減により4.5%減少、販売管理費比率は減収の影響もあり、3.0ポイント上昇し14.8%となった。

② 営業利益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
営業利益	6,592百万円	2,414百万円	△4,177百万円 (△63.4%)

■ 営業利益は、販売管理費が減少した一方、売上総利益が4,552百万円減少したことにより、前年同期に比べ63.4%の減益となった。

経常利益

① 営業外損益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
営業外収益	107百万円	87百万円	△19百万円
営業外費用	6百万円	15百万円	+8百万円

- 営業外収益は、受取配当金の減少などにより減少。
- 営業外費用は、為替差損の計上により増加。

② 経常利益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
経常利益	6,693百万円	2,487百万円	△4,206百万円 (△62.8%)

- 経常利益は、営業利益の減少にともない前年同期に比べ62.8%の減益となった。

四半期純利益

① 特別損益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
特別利益	—	—	—
特別損失	9百万円	81百万円	+72百万円

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響にともない、飲食・物販事業における店舗の臨時休業期間中の固定費を特別損失に計上。

② 法人税等・四半期純利益

	2019年度2Q	2020年度2Q	前年同期比
法人税等	2,157百万円	998百万円	△1,158百万円
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,517百万円	1,407百万円	△3,109百万円 (△68.8%)

- 法人税等は、利益の減少にともない減少。
- 四半期純利益は、経常利益の減少、特別損失の計上にともない前年同期に比べ68.8%の減益となった。

市場分野別の売上高

- アパレル店舗、化粧品ブランド店舗の大型案件などを手掛けた専門店市場、自動車メーカーなどの企業PR施設の大型案件を手掛けた広報・販売促進市場が増収となった。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、催事イベントが減少した百貨店・量販店市場、ホテル、テーマパークの需要が減少した余暇施設市場が減収、また、前年同期に大型案件の売上計上があった複合商業施設市場、博物館・美術館市場、その他市場が減収となった。

	2019年度2Q 売上高		売上 総利益率	2020年度2Q 売上高		売上 総利益率
	金額(百万円)	前年同期比		金額(百万円)	前年同期比	
専門店市場	14,582	△8.9%	↑19.8%	14,784	+1.4%	↓18.2%
百貨店・量販店市場	2,865	+5.2%	↑26.5%	1,598	△44.2%	↓22.1%
複合商業施設市場	7,789	+63.0%	↓19.6%	6,672	△14.3%	↑23.0%
広報・販売促進市場	8,648	+1.8%	↓21.4%	8,974	+3.8%	↓19.5%
博物館・美術館市場	6,546	+56.3%	↑20.6%	4,719	△27.9%	↑20.8%
余暇施設市場	8,062	+59.6%	↑20.3%	6,492	△19.5%	↓13.4%
博覧会・イベント市場	2,242	+590.5%	↑29.6%	918	△59.1%	↓22.4%
その他市場	18,685	+93.8%	↓21.2%	9,268	△50.4%	→21.2%
ディスプレイ事業 小計	69,422	+35.6%	↓21.1%	53,428	△23.0%	↓19.4%
飲食・物販事業	1,302	+25.5%	↑20.6%	292	△77.6%	↓5.3%
合 計	70,724	+35.4%	→21.1%	53,720	△24.0%	↓19.3%

市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により受注活動が停滞したことや、商業施設分野をはじめ、広報・販売促進市場、余暇施設市場において、各企業の投資が控えられ需要が減退したことにより、減少となった。
- 受注残高は、企業PR施設、ショールームの新装・改装、博物館の大型案件、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連などの手持ち案件が多数あるものの、受注高の減少、大型案件の売上計上により減少となった。

	2019年度2Q		2020年度2Q		受注高 前年同期比	受注残高 前年同期比
	受注高 (百万円)	受注残高 (百万円)	受注高 (百万円)	受注残高 (百万円)		
専門店市場	19,029	12,388	9,159	4,684	△51.9%	△62.2%
百貨店・量販店市場	3,118	1,791	887	836	△71.5%	△53.3%
複合商業施設市場	7,250	8,175	4,067	4,280	△43.9%	△47.6%
広報・販売促進市場	8,788	5,274	4,170	6,006	△52.5%	+13.9%
博物館・美術館市場	7,065	7,077	5,860	9,202	△17.0%	+30.0%
余暇施設市場	9,043	10,966	3,385	7,519	△62.6%	△31.4%
博覧会・イベント市場	8,981	8,318	2,733	10,953	△69.6%	+31.7%
その他市場	15,456	16,173	13,164	17,477	△14.8%	+8.1%
合 計	78,733	70,165	43,429	60,961	△44.8%	△13.1%

(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

2020年度 連結業績予想

- 緊急事態宣言解除後は、経済活動に持ち直しの動きがみられるものの、当期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続することを前提として、売上高・利益とも、前期の実績を下回る予想。
- 当期の売上高に対する新型コロナウイルス感染症拡大の影響は、300億円前後の減収と試算、利益面では売上高減少および稼働率の低下、また需要減少による価格競争の影響等を踏まえ、利益率の低下を想定。

(百万円)	2019年度			2020年度(予想)		
	通期	対売上高 構成比	前期比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	143,689	100.0%	+14.2%	120,000	100.0%	△16.5%
営業利益	11,086	7.7%	+21.1%	5,000	4.2%	△54.9%
経常利益	11,242	7.8%	+20.3%	5,100	4.3%	△54.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,795	5.4%	+15.6%	3,000	2.5%	△61.5%
1株当たり配当金	32.00円 (記念配当 2円を含む)	—	+6.00円 [※]	25.00円	—	△7.00円

※ 2019年6月1日付で1:2の株式分割を実施。前期比は、当該株式分割を考慮した2018年度の1株当たり配当金にて算出

2. 今後の展開について

前中期経営計画の振り返りと新中期経営計画の方針

2020年度より、「社会から選ばれるノムラへ」をテーマとする新中期経営計画をスタート。

→ **N22**
NOMURA 長期ビジョン

→ 2022

2014–2016
中期経営計画

ナンバーワンの
価値の連鎖

2016年度業績

- ・売上高 1,155億円
- ・営業利益 76億円
- ・当期純利益50億円

2017–2019
中期経営計画

競争の次元を
変える

2019年度業績

- ・売上高 1,436億円
- ・営業利益 110億円
- ・当期純利益77億円

2020–2022
中期経営計画

社会から選ばれるノムラへ

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、
中期経営計画・業績目標を修正中

新型コロナウイルス感染症への対応

健康・安全を最優先として、急変する市場環境に迅速に対応。

ステークホルダー に対する取り組み

「関係者の健康・安全を最優先」として対応

- ・コロナ感染症の対策本部を立ち上げ(1月)。
- ・原則として施工中の作業所における工事の停止。
- ・協力会社への支払条件緩和などの支援。
- ・原則在宅勤務としてテレワークを活用。
- ・飛沫防止パネルを設置、体温測定用のAI温度検知システムを設置。
- ・株主総会は、感染症対策を徹底のうえ実施。

事業活動における 取り組み

急変する市場環境にグループ一丸となって対応

- ・固定費の削減を徹底。
- ・グループを横断する営業開発の対策チームを立ち上げ(6月)。
 - －各市場分野に対応した11個の開発テーマを設定。
 - －コロナ感染症に対応した商品開発・提案活動を推進。

ウィズコロナにおける空間づくり

<ウィズコロナの空間創造キーワード>

【高い衛生管理】

【ソーシャルディスタンス】

【非接触】

【集客マネジメント】

【リアル空間とオンライン仮想空間の融合】

各分野で求められる空間の役割・機能・価値

商業施設分野	<ul style="list-style-type: none"> ・リアル空間とオンライン空間を繋ぐ多面的な仕組み。 ・実店舗は、安全安心に加え、リッチな体験を提供する場としての空間価値。 ・ハイエンドな空間に、オンライン、デジタルを融合した空間づくり。
展示施設分野	<ul style="list-style-type: none"> ・スマホや専用デジタルコミュニケーション機器との統合型の展示空間づくり。 ・オンライン展示、VRやARの活用。 ・完全予約制での運営や、観覧ルートと時間制限などの新たな工夫。
オフィス施設分野	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい働き方に向けた、執務室・会議室、コミュニケーションのあり方などの見直し。 ・リモートワークに適したワークスペースの設定。 ・空調設備やIT環境を融合した新しいオフィス環境。

「地方創生」への取り組み事例

コロナ対策として地方分散化という動きも強まるなか、「地方創生」への取り組みにも注力。

<事例> 川原湯温泉駅キャンプ場 (群馬県八ッ場ダム地域)

- ・当社は、プランニング・コンサルティング、基本計画・基本設計、実施設計・設計監理を担当。
- ・「駅前」「キャンプ場&バーベキュー」「温浴施設」を揃えた新たなコンセプト。
- ・多目的会議室を備え、企業研修やワーケーションが可能。
- ・地域の温泉旅館との連携や、地元での雇用などを通じ、地域社会に貢献。



大自然のなかのキャンプ場



240人利用可能なBBQエリア



企業研修・ワーケーションも可能な
多目的会議室



あそびの基地NOA



最新のBBQ施設



カヤック



露天風呂



薪風呂

新たな空間価値の創出

新たな空間価値の提供に向けた取り組み

- ・当社にない強みをもつ企業・自治体・専門機関などとの連携を強化。
- ・変化する市場・顧客ニーズに的確に対応する商品開発・提案活動により需要を獲得。
- ・オンライン、デジタルを活用した新しい空間、体験の提案活動を推進。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会への対応

- ・乃村工藝社は「内部空間・展示空間のデザイン、設計、施工」カテゴリーにおけるオフィシャルサポーターとして、パートナー企業との連携を強化。
- ・未曾有の条件下での国際的イベント実施に対応する取り組みを推進、事業継続の知見や、新たな分野での成長への礎とする。

3. 2020年度 第2四半期決算補足資料

【前期末比較】連結貸借対照表

		2019年度末		2020年度2Q末				ポイント
		金額 (百万円)	構成比	金額 (百万円)	構成比	前期末比		
資 産	流動資産	74,701	82.4%	61,808	79.5%	△12,892	△17.3%	売掛金が減少したことにより128億92百万円減少。
	固定資産	15,993	17.6%	15,947	20.5%	△45	△0.3%	システム投資にともなう無形固定資産が増加した一方、保有株式の時価減少などにより45百万円減少。
	資産合計	90,694	100.0%	77,756	100.0%	△12,938	△14.3%	
負 債 純 資 産	流動負債	37,453	41.3%	26,676	34.3%	△10,776	△28.8%	大型工事の前受金が増加した一方、支払による支払手形の減少などにより107億76百万円減少。
	固定負債	5,449	6.0%	5,598	7.2%	+148	+2.7%	退職給付に係る負債の増加などにより1億48百万円増加。
	負債合計	42,902	47.3%	32,274	41.5%	△10,627	△24.8%	
	純資産	47,792	52.7%	45,481	58.5%	△2,310	△4.8%	配当金の支払いなどにより23億10百万円減少。
	負債純資産合計	90,694	100.0%	77,756	100.0%	△12,938	△14.3%	

【前年同期比較】連結損益計算書

第2四半期	2019年度		2020年度				ポイント
	金額 (百万円)	対売上高 構成比	金額 (百万円)	対売上高 構成比	前年同期比		
売上高	70,724	100.0%	53,720	100.0%	△17,004	△24.0%	博物館・美術館市場、余暇施設市場、 その他市場の売上高が大きく減少し 減収。
売上総利益	14,911	21.1%	10,359	19.3%	△4,552	△30.5%	売上高の減少、ならびに売上総利益 率が1.8ポイント低下したことにより減益。
販売管理費	8,319	11.8%	7,944	14.8%	△374	△4.5%	残業費の削減などによる人件費減、 行動費の減少などによる経費減により 減少。
営業利益	6,592	9.3%	2,414	4.5%	△4,177	△63.4%	売上高減、売上総利益率低下による 売上総利益の減少にともない減益。
経常利益	6,693	9.5%	2,487	4.6%	△4,206	△62.8%	営業利益の減少により減益。
特別利益	—	—	—	—	—	—	
特別損失	9	0.0%	81	0.2%	+72	+749.2%	新型コロナウイルス感染症拡大の影響 にともない、飲食・物販事業における店 舗の臨時休業期間中の固定費を特別 損失に計上。
親会社株主に帰属する 四半純利益	4,517	6.4%	1,407	2.6%	△3,109	△68.8%	経常利益の減少により減益。

【前年同期比較】連結キャッシュ・フロー計算書

第2四半期	2019年度 (百万円)	2020年度 (百万円)	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,353	4,413	税金等調整前四半期純利益が減少した一方、売上債権の回収、前受金の増加などにより44億13百万円の収入。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,227	△688	システム・IT投資などにより6億88百万円の支出。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,911	△3,573	配当金の支払いなどにより35億73百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	△1,808	115	
現金及び現金同等物の四半期末残高	30,132	33,403	前年同期末に比べ32億70百万円の増加。

【前年同期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

第2四半期	2019年度			2020年度			ポイント
	売上高		売上 総利益率	売上高		売上 総利益率	
	金額 (百万円)	前年 同期比		金額 (百万円)	前年 同期比		
専門店市場	14,582	△8.9%	↑19.8%	14,784	+1.4%	↓18.2%	アパレル店舗、化粧品ブランド店舗の大型案件などを手掛け増収。
百貨店・量販店市場	2,865	+5.2%	↑26.5%	1,598	△44.2%	↓22.1%	百貨店の改装案件、各種催事案件が減少したことなどにより減収。
複合商業施設市場	7,789	+63.0%	↓19.6%	6,672	△14.3%	↑23.0%	前年同期は複合商業施設の大型案件の計上があったことなどにより減収。
広報・販売促進市場	8,648	+1.8%	↓21.4%	8,974	+3.8%	↓19.5%	自動車メーカーのPR施設の大型案件などを手掛け増収。
博物館・美術館市場	6,546	+56.3%	↑20.6%	4,719	△27.9%	↑20.8%	前年同期は科学館の大型案件の計上があったことなどにより減収。
余暇施設市場	8,062	+59.6%	↑20.3%	6,492	△19.5%	↓13.4%	ホテル、テーマパークの大型案件が減少し減収。
博覧会・イベント市場	2,242	+590.5%	↑29.6%	918	△59.1%	↓22.4%	前年同期は、公共の大型イベントの計上があったことなどにより減収。
その他市場	18,685	+93.8%	↓21.2%	9,268	△50.4%	→21.2%	前年同期は、オフィスの大型案件の計上があったことなどにより減収。
ディスプレイ事業 小計	69,422	+35.6%	↓21.1%	53,428	△23.0%	↓19.4%	
飲食・物販事業	1,302	+25.5%	↑20.6%	292	△77.6%	↓5.3%	新型コロナウイルス感染症拡大にともなう運営店舗の臨時休業・営業時間短縮により減収。
合計	70,724	+35.4%	→21.1%	53,720	△24.0%	↓19.3%	

【前年同期比較】市場分野別 売上高・受注高・受注残高

(百万円)

第2四半期	2019年度	2020年度	前年同期比	
■ 専門店市場				
売上高	14,582	14,784	+201	+1.4%
受注高	19,029	9,159	△9,870	△51.9%
受注残高	12,388	4,684	△7,703	△62.2%
■ 百貨店・量販店市場				
売上高	2,865	1,598	△1,266	△44.2%
受注高	3,118	887	△2,230	△71.5%
受注残高	1,791	836	△954	△53.3%
■ 複合商業施設市場				
売上高	7,789	6,672	△1,116	△14.3%
受注高	7,250	4,067	△3,183	△43.9%
受注残高	8,175	4,280	△3,895	△47.6%
■ 広報・販売促進市場				
売上高	8,648	8,974	+326	+3.8%
受注高	8,788	4,170	△4,618	△52.5%
受注残高	5,274	6,006	+731	+13.9%

(百万円)

第2四半期	2019年度	2020年度	前年同期比	
■ 博物館・美術館市場				
売上高	6,546	4,719	△1,827	△27.9%
受注高	7,065	5,860	△1,204	△17.0%
受注残高	7,077	9,202	+2,125	+30.0%
■ 余暇施設市場				
売上高	8,062	6,492	△1,570	△19.5%
受注高	9,043	3,385	△5,657	△62.6%
受注残高	10,966	7,519	△3,446	△31.4%
■ 博覧会・イベント市場				
売上高	2,242	918	△1,324	△59.1%
受注高	8,981	2,733	△6,247	△69.6%
受注残高	8,318	10,953	+2,635	+31.7%
■ その他市場				
売上高	18,685	9,268	△9,416	△50.4%
受注高	15,456	13,164	△2,291	△14.8%
受注残高	16,173	17,477	+1,303	+8.1%

【四半期推移】業績サマリー

(百万円)

	2019年度				2020年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	31,489	39,235	33,164	39,801	25,997	27,722		
売上総利益	6,539	8,372	6,219	7,850	5,442	4,917		
売上総利益率	20.8%	21.3%	18.8%	19.7%	20.9%	17.7%		
販売管理費	3,950	4,368	4,879	4,696	4,049	3,895		
販売管理費比率	12.6%	11.1%	14.7%	11.8%	15.5%	14.1%		
営業利益	2,588	4,003	1,340	3,153	1,392	1,021		
営業利益率	8.2%	10.2%	4.0%	7.9%	5.4%	3.7%		
経常利益	2,657	4,036	1,363	3,185	1,439	1,047		
経常利益率	8.4%	10.3%	4.1%	8.0%	5.5%	3.8%		
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,709	2,807	1,002	2,274	766	640		
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	5.4%	7.2%	3.0%	5.7%	3.0%	2.3%		
受注高	42,981	35,752	42,538	29,988	21,887	21,541		
受注残高	72,982	70,165	80,169	70,960	66,947	60,961		

【四半期推移】 市場分野別 売上高

(百万円)

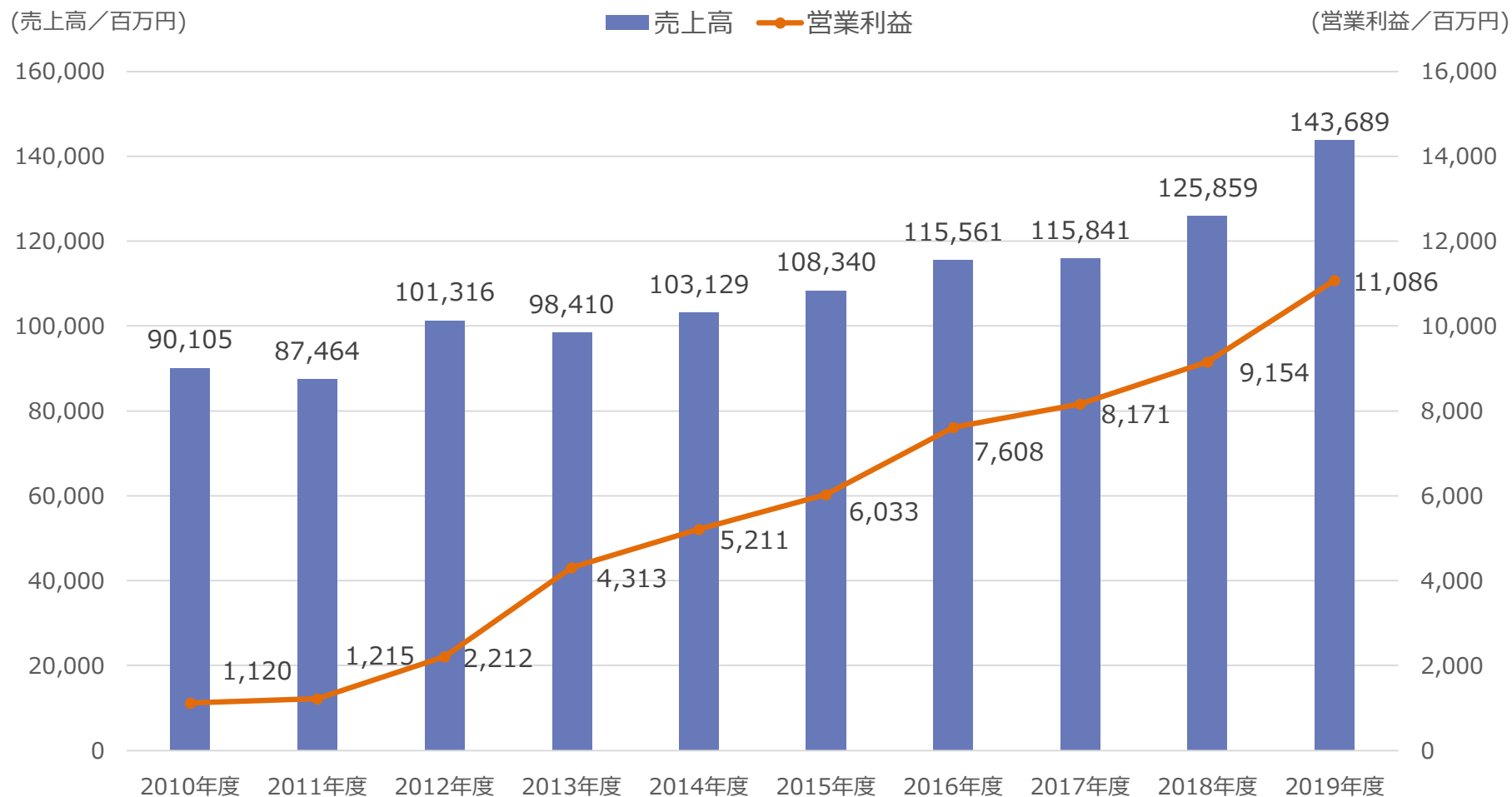
	2019年度				2020年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	7,029	7,552	11,791	11,405	7,676	7,107		
百貨店・量販店市場	1,429	1,436	1,576	1,888	911	687		
複合商業施設市場	3,361	4,427	3,761	5,516	3,263	3,409		
広報・販売促進市場	5,037	3,611	4,258	5,373	2,671	6,303		
博物館・美術館市場	2,457	4,088	1,316	2,061	3,322	1,396		
余暇施設市場	5,065	2,997	1,621	5,231	4,234	2,257		
博覧会・イベント市場	325	1,917	166	357	147	770		
その他市場	6,147	12,537	8,042	7,364	3,673	5,594		
ディスプレイ事業 小計	30,853	38,569	32,534	39,197	25,900	27,527		
飲食・物販事業	636	665	629	603	96	195		
合 計	31,489	39,235	33,164	39,801	25,997	27,722		

【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

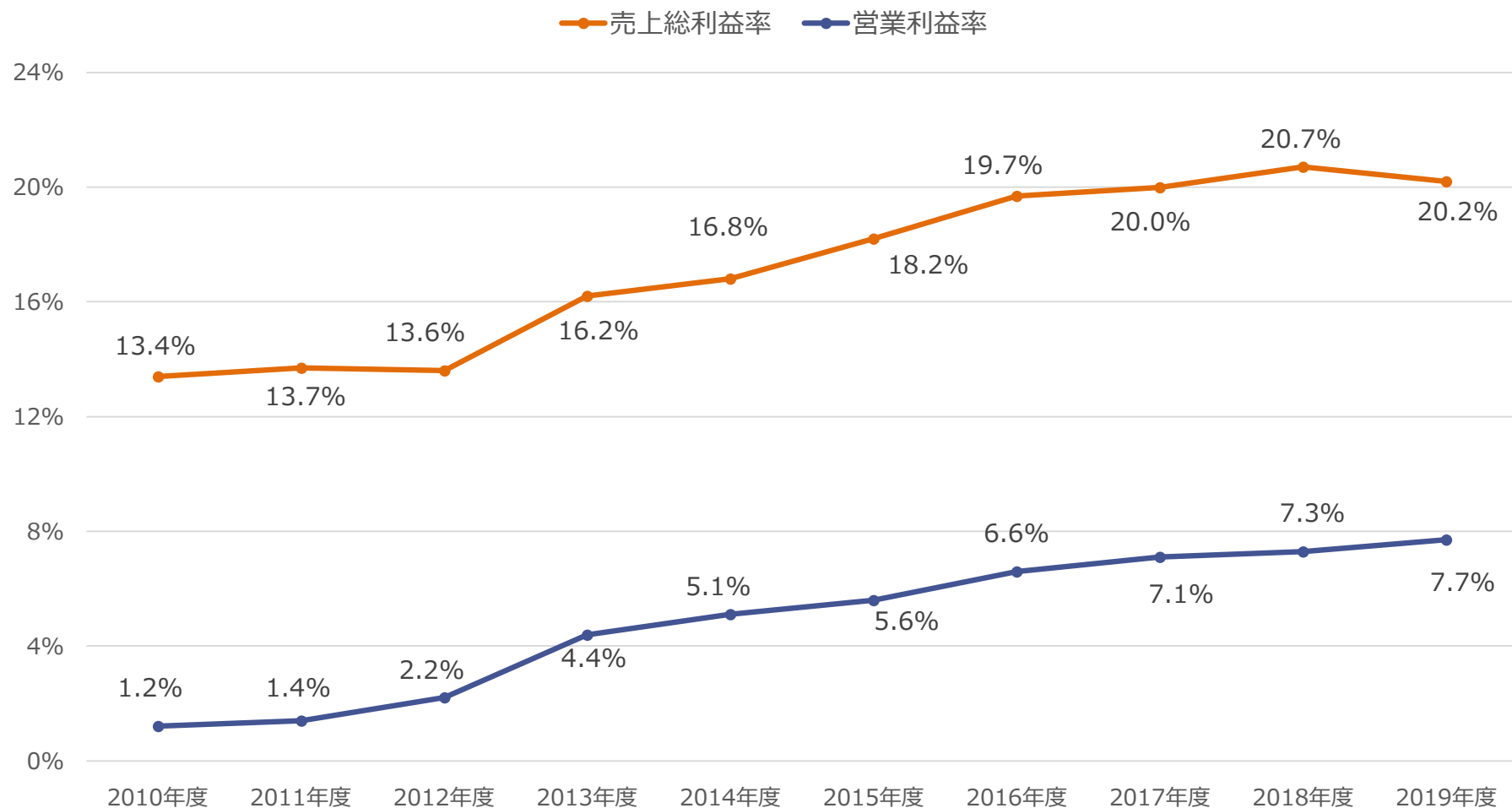
(百万円)

	2019年度				2020年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
■ 受注高								
専門店市場	9,163	9,866	11,711	9,407	4,401	4,757		
百貨店・量販店市場	1,508	1,609	1,105	2,116	324	563		
複合商業施設市場	3,261	3,989	3,558	4,429	2,347	1,719		
広報・販売促進市場	4,689	4,099	8,987	6,180	1,845	2,325		
博物館・美術館市場	5,171	1,893	2,285	2,075	3,629	2,230		
余暇施設市場	2,311	6,731	5,342	1,170	1,013	2,371		
博覧会・イベント市場	8,425	555	253	1,089	1,750	983		
その他市場	8,449	7,006	9,294	3,519	6,574	6,589		
合計	42,981	35,752	42,538	29,988	21,887	21,541		
■ 受注残高								
専門店市場	10,125	12,388	12,308	10,309	7,035	4,684		
百貨店・量販店市場	1,617	1,791	1,320	1,547	960	836		
複合商業施設市場	8,563	8,175	7,972	6,885	5,969	4,280		
広報・販売促進市場	4,786	5,274	10,003	10,810	9,984	6,006		
博物館・美術館市場	9,272	7,077	8,046	8,060	8,368	9,202		
余暇施設市場	7,231	10,966	14,687	10,626	7,405	7,519		
博覧会・イベント市場	9,680	8,318	8,405	9,138	10,741	10,953		
その他市場	21,704	16,173	17,425	13,580	16,482	17,477		
合計	72,982	70,165	80,169	70,960	66,947	60,961		

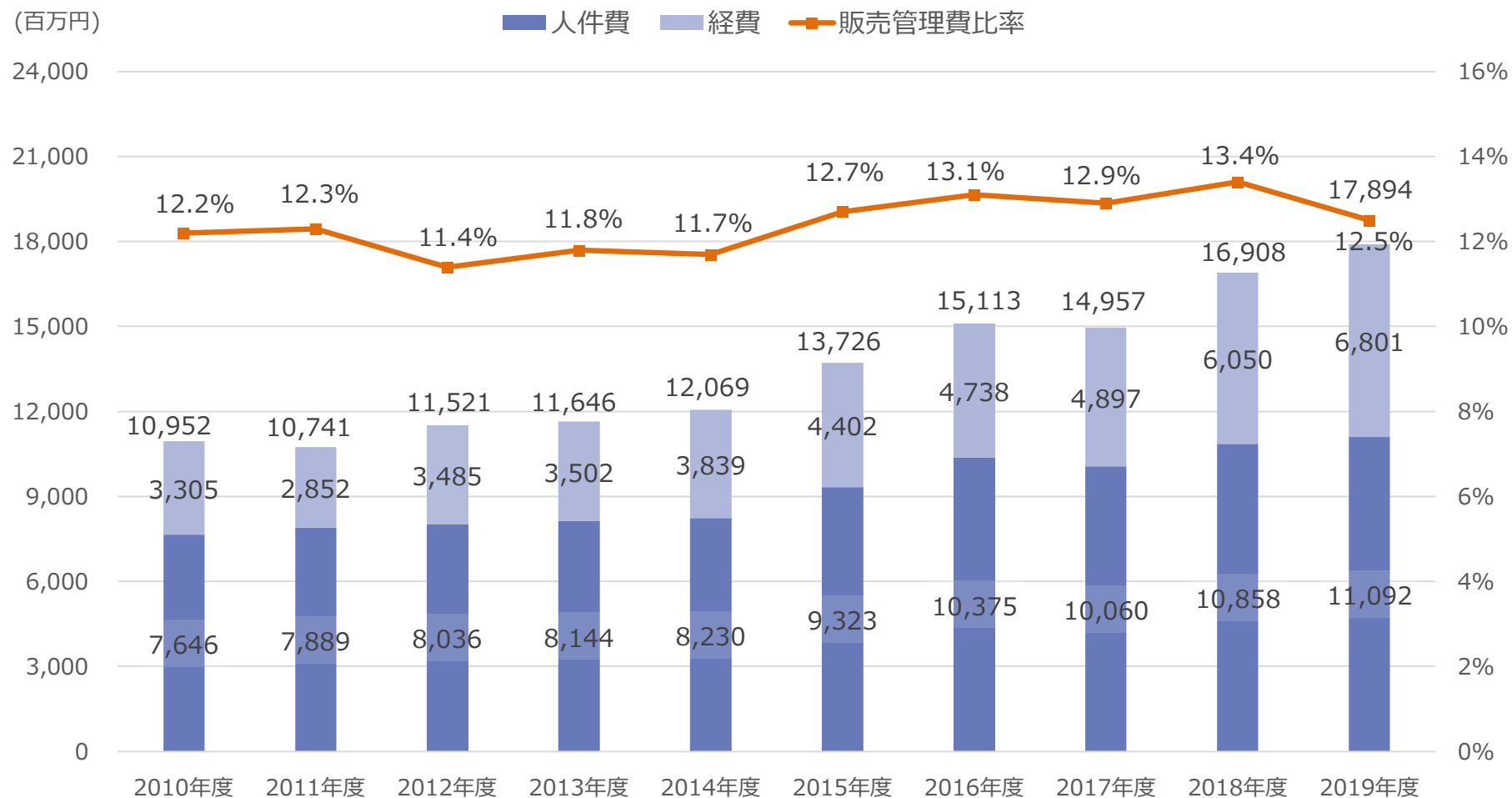
【通期推移】 売上高・営業利益



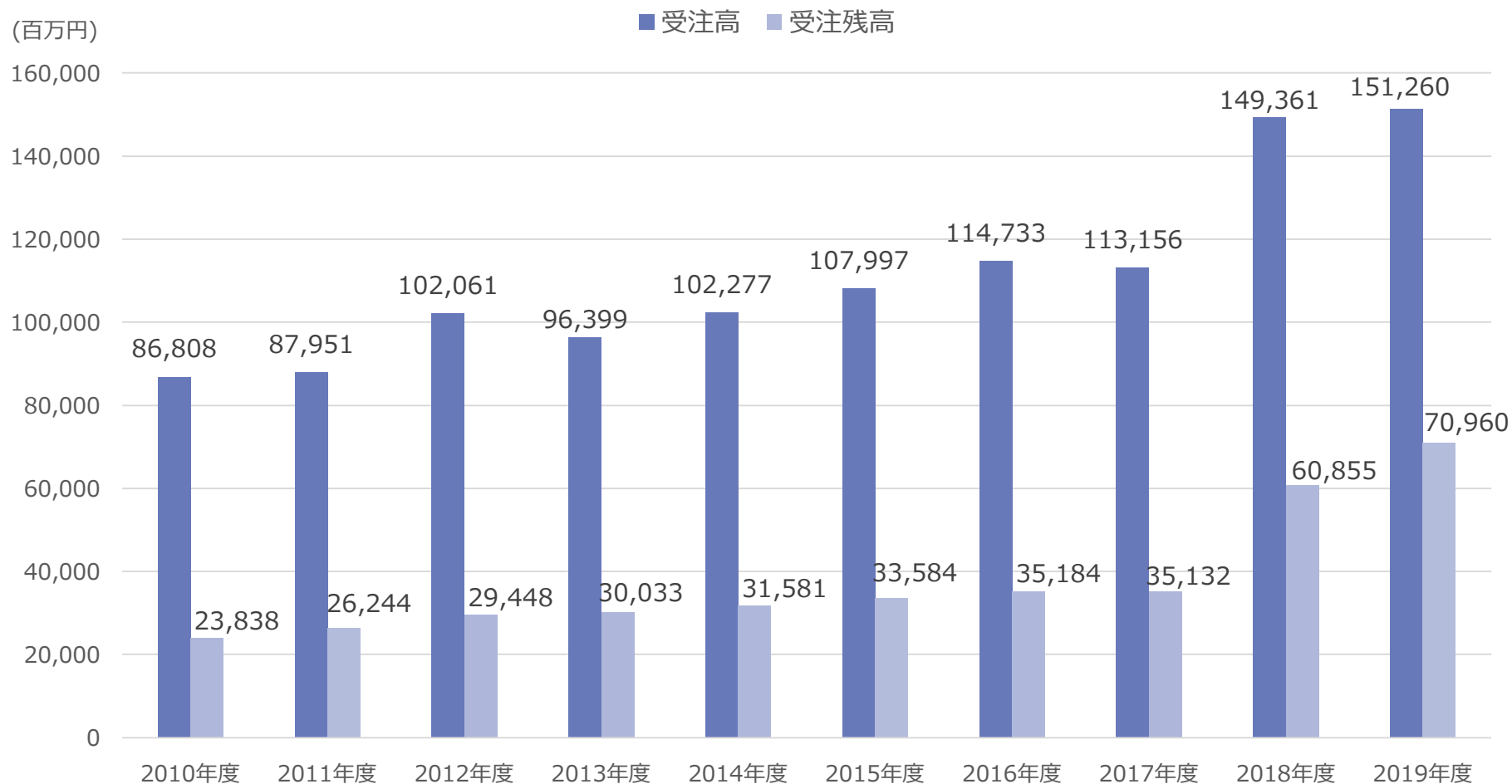
【通期推移】 売上総利益率・営業利益率



【通期推移】 販売管理費・販売管理費比率

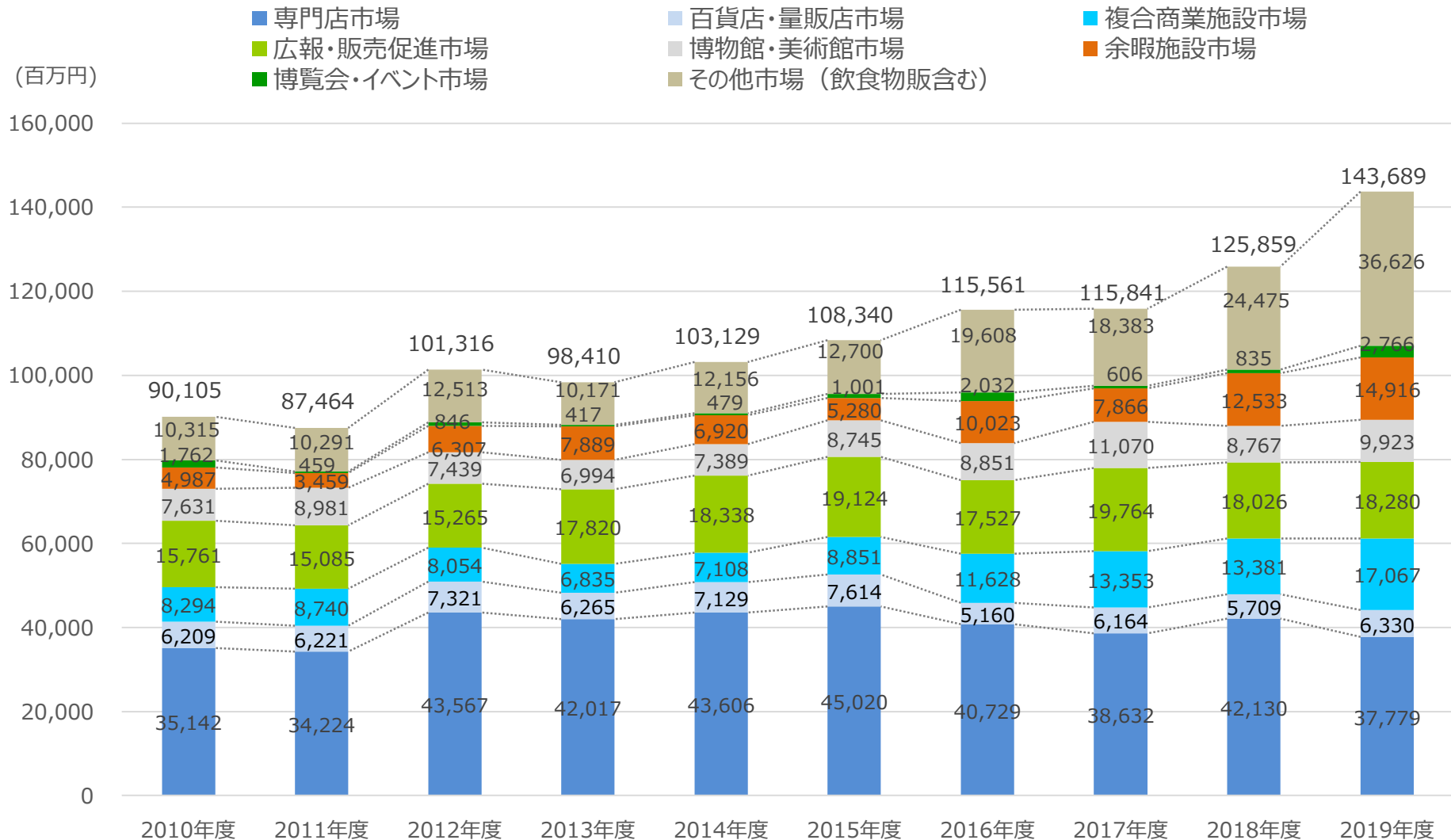


【通期推移】 受注高・受注残高



(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。

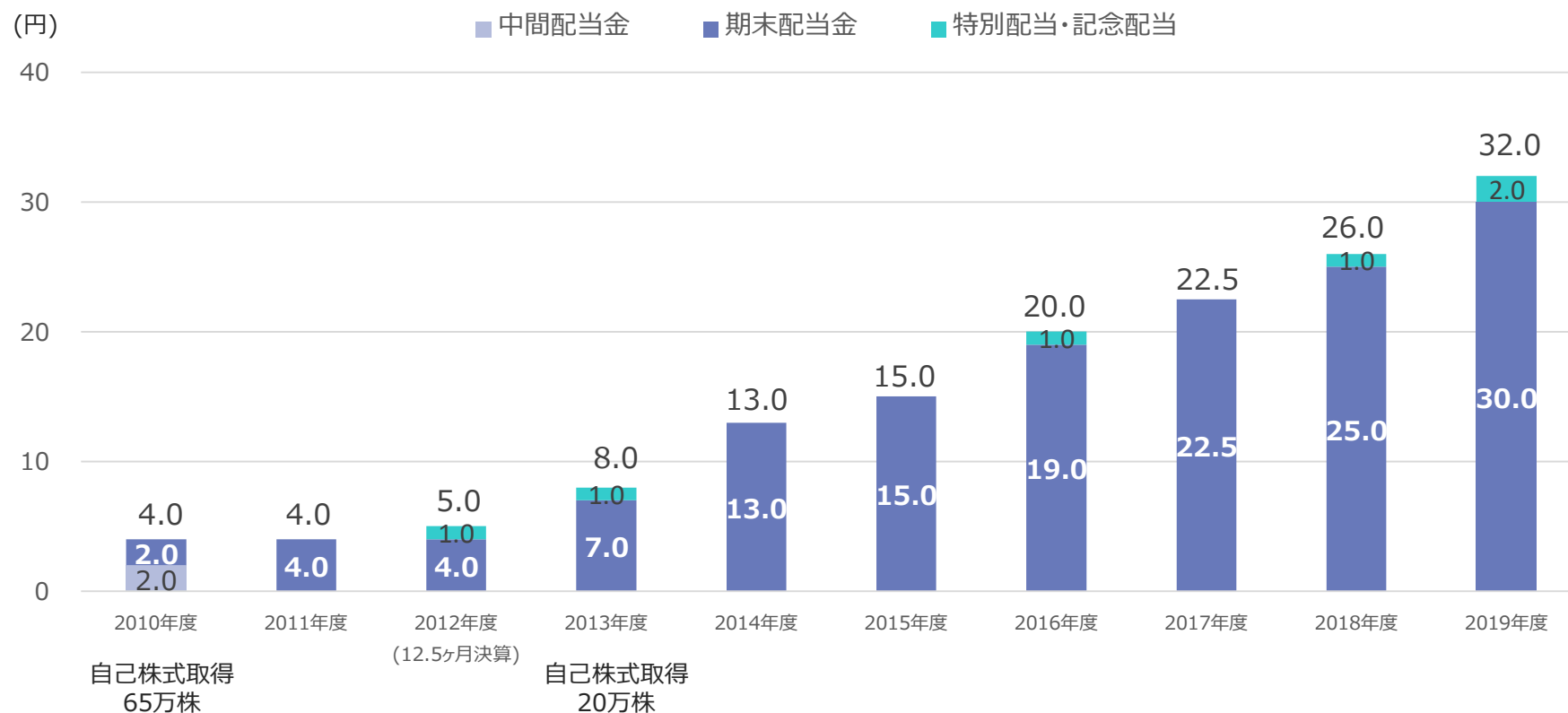
【通期推移】 市場分野別 売上高



(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

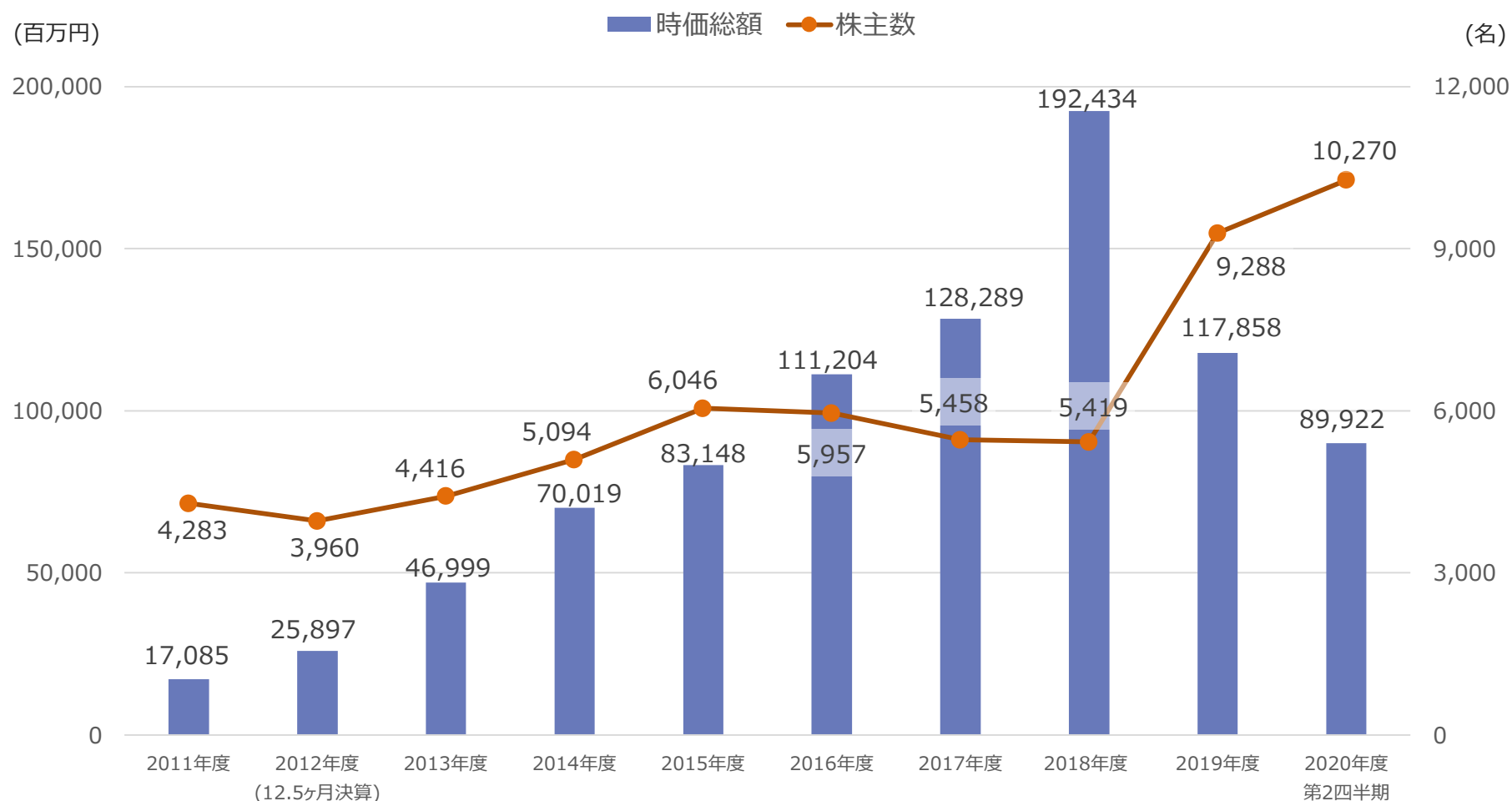
【株式情報】株主還元策と配当金の推移

※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2010年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。



配当性向	111.6%	73.9%	44.9%	48.4%	45.3%	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%
株価最高値	184.0円	174.0円	221.0円	526.0円	608.0円	966.0円	995.0円	1,324.0円	1,667.5円	1,670.0円
株価最安値	101.0円	100.5円	114.0円	213.0円	332.5円	551.0円	663.5円	901.5円	1,017.5円	961.0円

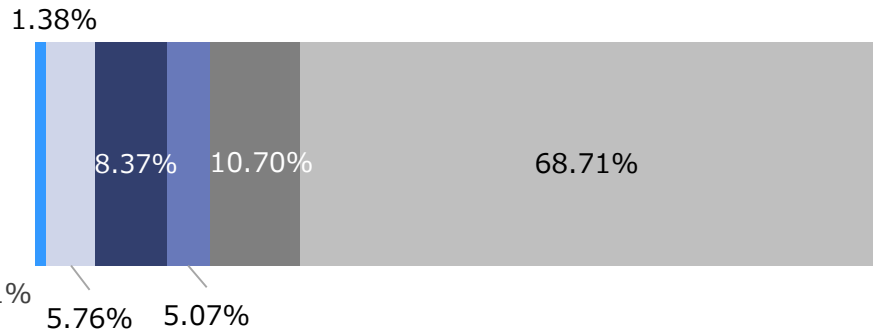
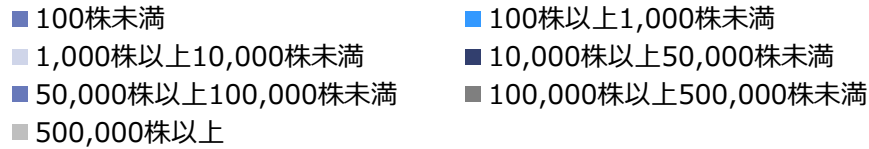
【株式情報】 時価総額と株主数の推移



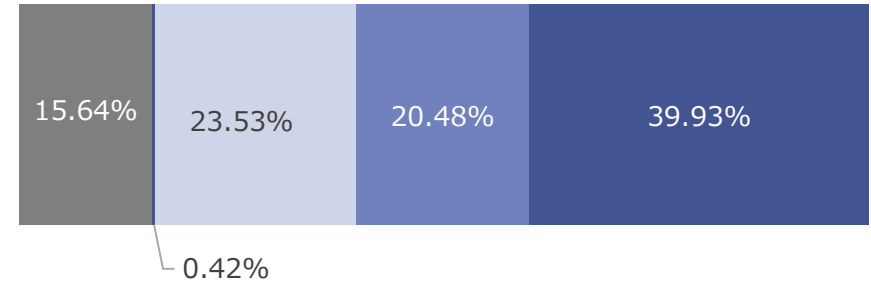
※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】株主構成 (2020年8月31日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況



■ 所有者別株式の分布状況



100株未満	1,141名	9,452株
100株以上1,000株未満	6,012名	1,652,190株
1,000株以上10,000株未満	2,452名	6,910,613株
10,000株以上50,000株未満	472名	10,040,256株
50,000株以上100,000株未満	87名	6,074,163株
100,000株以上500,000株未満	67名	12,826,717株
500,000株以上	39名	82,383,197株
	10,270名	119,896,588株

外国人	216名	18,756,203株
証券会社	35名	497,830株
金融機関	33名	28,212,880株
その他法人	175名	24,559,404株
個人・その他	9,811名	47,870,271株
	10,270名	119,896,588株

(注) 上記の分布状況はいずれも自己株式数を含んでいます。

4. 当社グループの概要

われわれは、人間尊重に立脚し
新しい価値の創造によって
豊かな人間環境づくりに貢献する

ノムラのいう人間尊重とは

ノムラは、生活者である人間の多様な価値観に対応し、快い生活環境を創造する。
また、ノムラは社員の人間性を基盤にして、働きがいのある自己実現の場をつくりあげる。

ノムラのいう新しい価値の創造とは

ノムラは、人と人、人との、人と情報が交流する新たな機能と可能性を追求し、最適な集客貢献と空間創造を実現する。

ノムラが目指す企業像とは

ノムラのおくりだすものは、人間環境の質的向上をはかる生活文化そのものである。
ノムラはこの仕事を通じて、環境創造産業のリーダーとなる。

会社概要

創設	業立	1892年(明治25年) 3月
		1942年(昭和17年) 12月
上場市場		東証1部(9716)
資本金		64億97百万円
売上高		1,436億円89百万円(2019年度)
従業員数		(2020年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,558名(契約社員含む)
 連結1,956名(正社員) 単体1,311名(正社員)

連結子会社 グループ会社10社

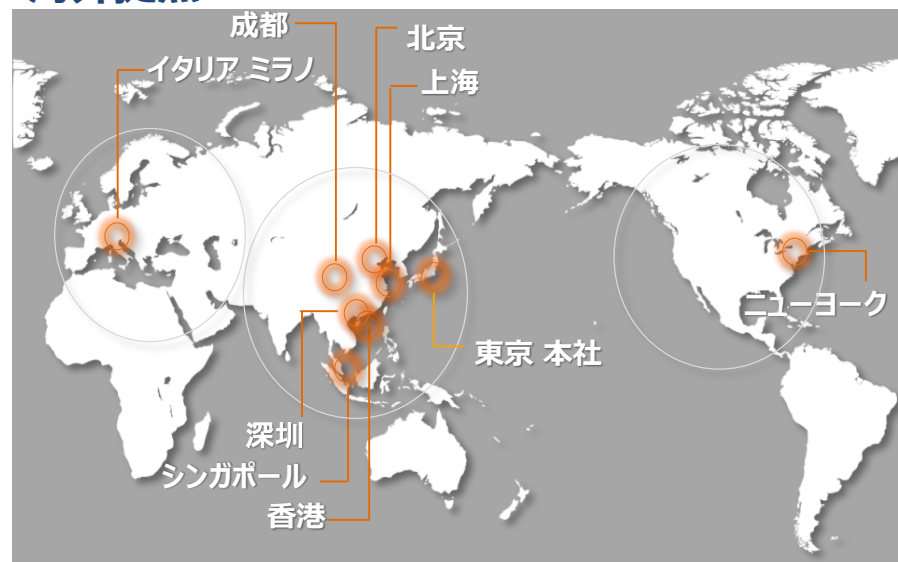
事業内容

ディスプレイ業 (※ 総務省 日本標準産業分類で定める事業)
 集客環境づくりの調査・コンサルティング、企画・デザイン、
 設計、制作施工ならびに各種施設・イベントの活性化、
 運営管理

国内拠点



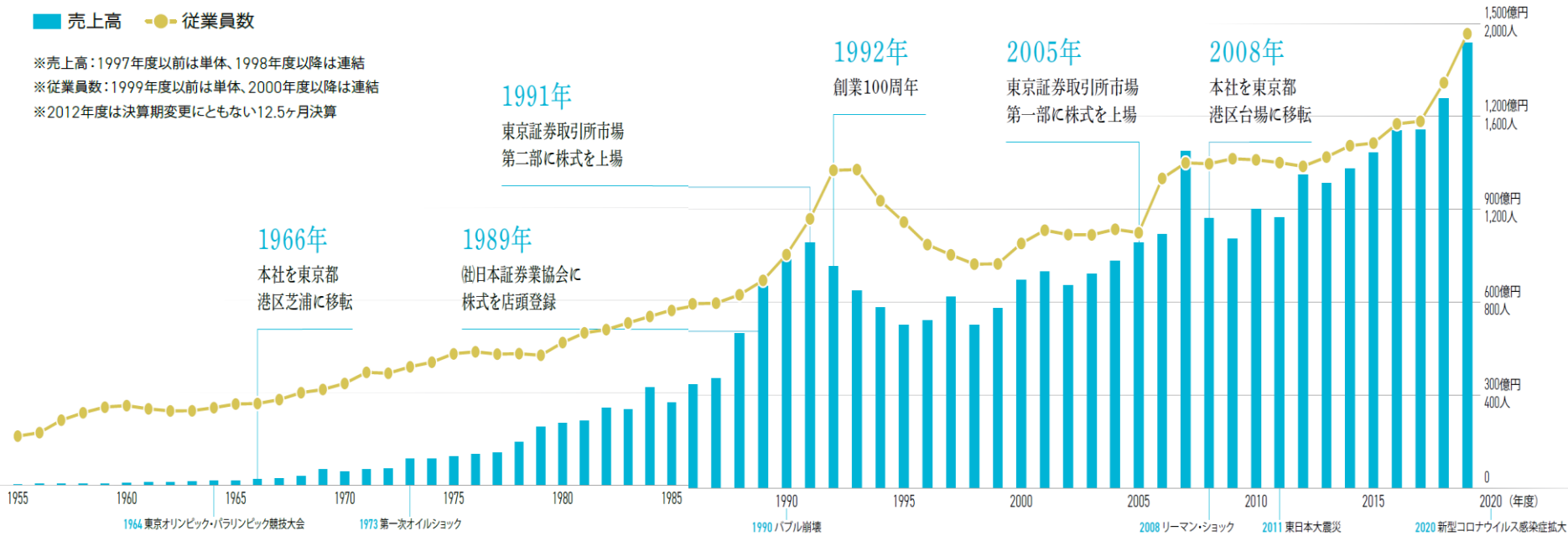
海外拠点



乃村工藝社の歴史

■ 売上高 ● 従業員数

※売上高：1997年度以前は単体、1998年度以降は連結
 ※従業員数：1999年度以前は単体、2000年度以降は連結
 ※2012年度は決算期変更にともない12.5ヶ月決算



1892年

乃村泰資が
高松で創業、
芝居小屋の
大道具方として活躍



創業者 乃村泰資

1892年～1945年

大衆娯楽から博覧会・
展示装飾への展開
イベント(菊人形・国技館や
靖国神社の催し・博覧会)・百貨店



両国国技館菊人形「十二段返し」
1924年頃

1945年～1969年

経営近代化の始動と
ディスプレイ業の確立
百貨店・博覧会・美術展・
遊園地



高島屋大阪店の店頭装飾
1947年

1970年～1989年

事業拡大と
経営基盤の強化
万国博覧会・商業施設・博物館・
展示会・企業PR館・ショールーム



日本万国博覧会
1970年

1990年～2012年

市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ
ブランドストア・チェーンストア・集客装置・指定管理者と運営事業・まちづくり



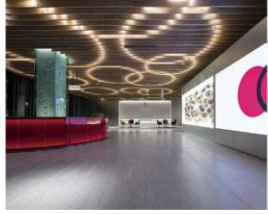
日テレ大時計(空崎敏デザイン)
2006年



東京ソラマチ®
2012年

2013年～現在

Prosperity Partner
お客様の事業繁栄を実現するパートナーとして
複合商業施設・ホテル・テーマパーク・オフィス・
地域創生・デジタル分野

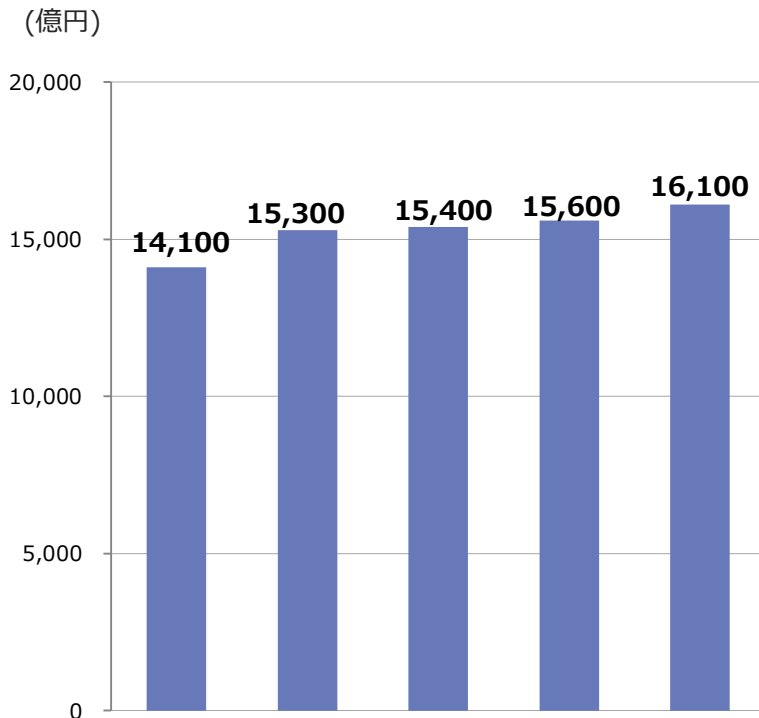


日本オリンピックミュージアム
(電通・乃村工藝社・電通ライブ コンソーシアム) 2019年

ディスプレイ業界を取り巻く市場環境

■ディスプレイ業界の市場規模

緩やかに拡大し、2018年度は1兆6,100億円。



出典：(株)矢野経済研究所

■ディスプレイ業界の市場領域とそれを取り巻く業界

建設業、不動産業や広告業、イベント産業などの業界と密接に関係。



ディスプレイ業界の市場シェア

➤ 売上を拡大し、業界トップシェアを堅持

【ディスプレイ業界上位30社の売上合計に占める上位10社の占有率】

2011年度				2015年度				2019年度			
順位	社名	売上高	占有率	順位	社名	売上高	占有率	順位	社名	売上高	占有率
		(百万円)				(百万円)				(百万円)	
1	乃村工藝社	87,464	15.0%	1	乃村工藝社	108,340	14.5%	1	乃村工藝社	143,689	16.5%
2	丹青社	52,049	8.9%	2	丹青社	67,612	9.0%	2	丹青社	81,678	9.4%
3	スペース	32,970	5.7%	3	スペース	51,371	6.9%	3	スペース	50,151	5.8%
4	J.フロント建装	29,261	5.0%	4	J.フロント建装	38,714	5.2%	4	J.フロント建装	44,819	5.1%
5	ゼニヤ(現・ジーク)	26,086	4.5%	5	三越伊勢丹ロパティ・デザイン	34,138	4.6%	5	シミズオクト	41,968	4.8%
6	三井デザインテック	21,184	3.6%	6	ジーク	33,446	4.5%	6	ラックランド	40,366	4.6%
7	エイムクリエイツ	20,834	3.6%	7	シミズオクト	31,022	4.1%	7	三井デザインテック	38,471	4.4%
8	船場	20,169	3.5%	8	三井デザインテック	30,985	4.1%	8	高島屋ハースクエイツ	36,365	4.2%
9	バウハウス丸栄	19,822	3.4%	9	船場	30,732	4.1%	9	ジーク	28,585	3.3%
10	高島屋ハースクエイツ	19,075	3.3%	10	高島屋ハースクエイツ	30,250	4.0%	10	船場	28,363	3.3%
上位30社の売上合計		582,384	100.0%	上位30社の売上合計		748,282	100.0%	上位30社の売上合計		871,356	100.0%

※ 上記は当社集計による数値です。

乃村工藝社の事業

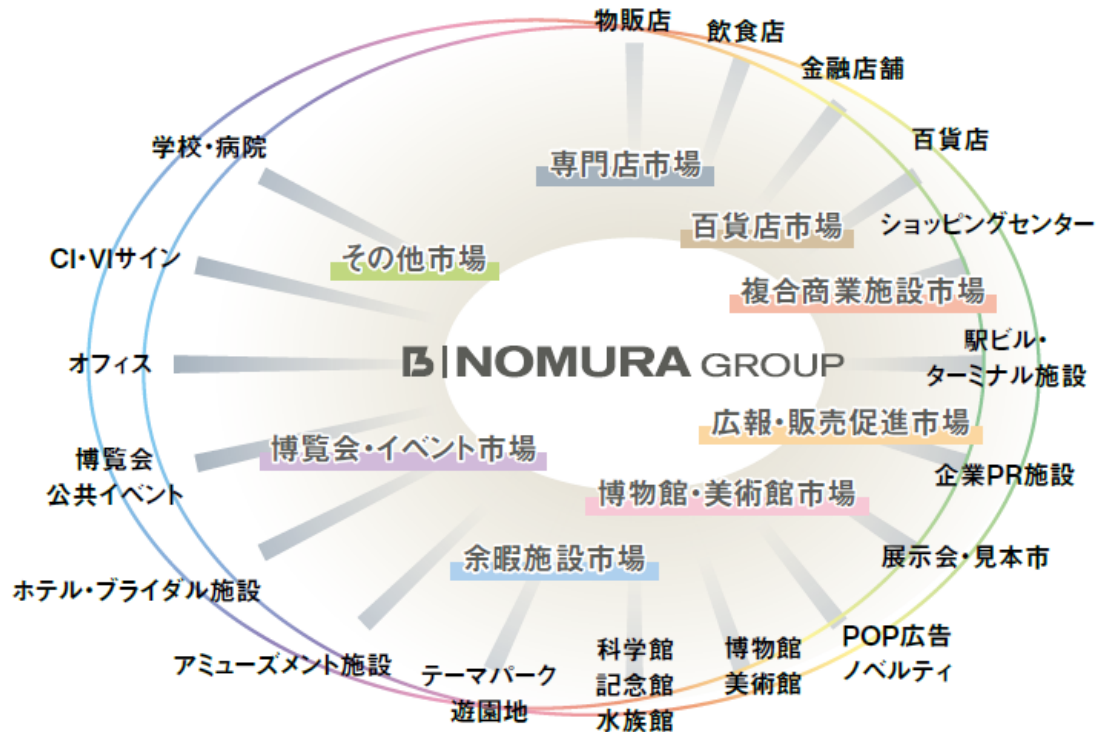
創業以来125年超にわたり「人が集まる空間づくり」をプロデュースしてきた、 集客創造におけるプロデューサー集団

1

調査・企画
・コンサルティング

2

デザイン
・設計



3

制作・施工

4

運営管理

商業施設から、ホテルやオフィスなどの各種施設に加え、博物館・美術館、ショールームなどの展示、博覧会・イベントといったプロモーション分野まで幅広く展開。

乃村工藝社の強み

業界No.1を創り出す3つの強み

① 総合力

国内外で、大型案件を企画から運営まで手掛けられる体制

- ・国内拠点 **10都市**
- ・海外拠点 **8都市**
- ・グループ会社 **10社**
- ・協力会社体制 **500社以上**

② クリエイティブ力

企画・デザインによる差別化

- ・プランナー&デザイナー **610名**
- ・一級建築士 **110名**
- ・デザインアワード受賞数 **49**

③ プロダクト力

高品質を実現する制作体制

- ・プロダクトディレクター **550名**
- ・一級建築施工管理技士 **271名**

お客様からの高い信頼、安定した顧客群

年間のプロジェクト件数

14,303件

年間の顧客数

2,791社

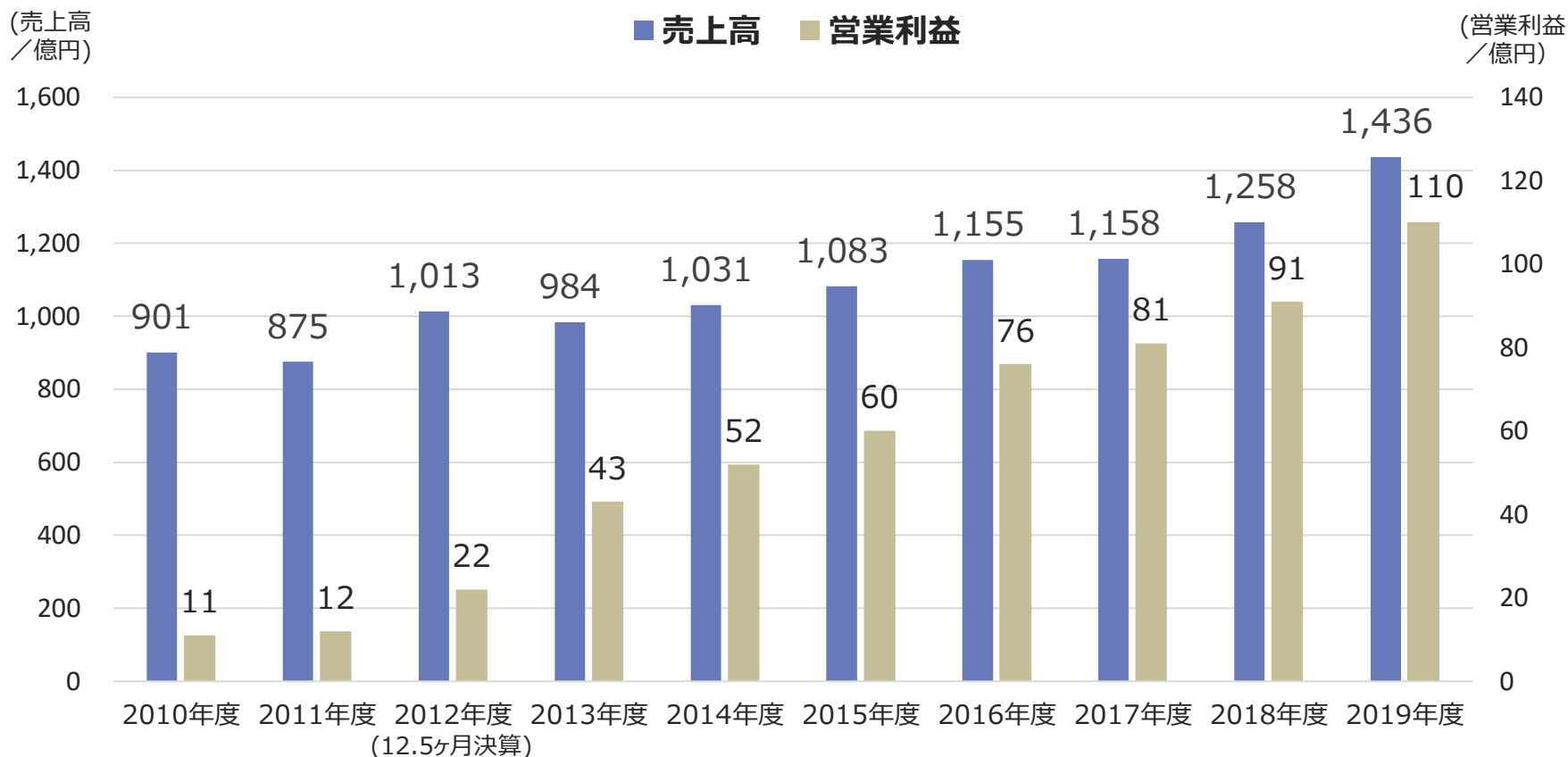
継続顧客の比率

79.5%

各業界の主要
企業がお客様

通期業績の推移

■ 2019年度まで、売上高6期連続増収、営業利益11期連続増益。



■ 2011年3月
東日本大震災

■ 2013年9月
2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会決定

■ 2012年5月
東京スカイツリー開業

■ 2016年 訪日外国人が
初めて2,000万人を突破

株式会社 乃村工藝社

(証券コード：9716)

<https://www.nomurakougei.co.jp/>

IR・株式に関するお問い合わせ

経営管理部

(ir@nomura-g.jp)