



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2020年度選定



2021年1月期 第3四半期決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

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

目次

PART1

会社概要

PART2

- ①2021年1月期第3四半期 業績概況
- ②2021年1月期第3四半期 セグメント別業績概況

PART3

2021年1月期 業績見通し

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）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
乃村工藝社	115,841	125,859	143,689	120,000
丹青社	75,156	82,677	81,678	70,600
スペース	50,746	46,458	50,151	39,000

※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】	1949年10月14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】	1,298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 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

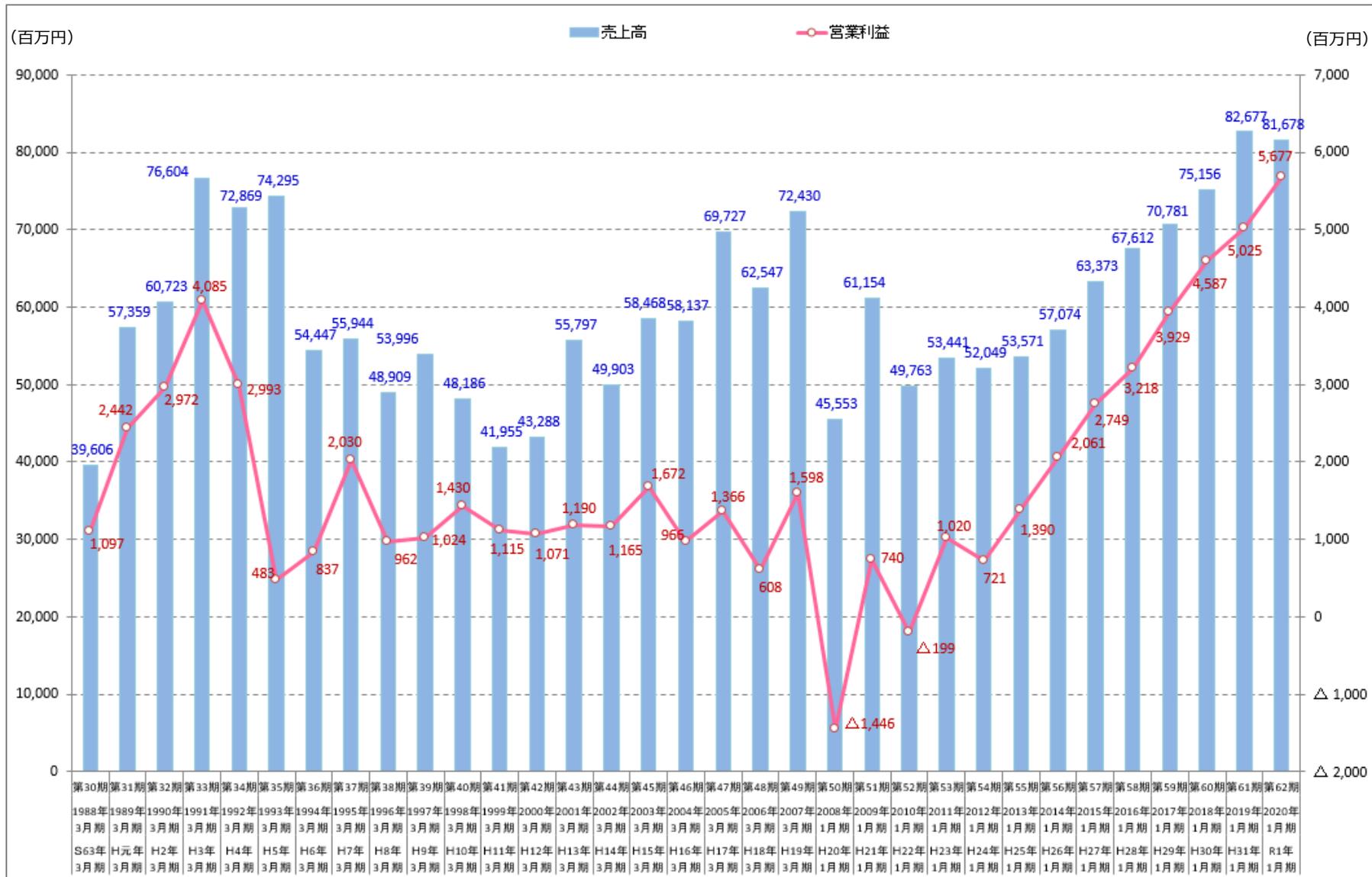
- ① 継続取引会社 約1,500社
- ② パートナー協力会社 240社

事業上の特長

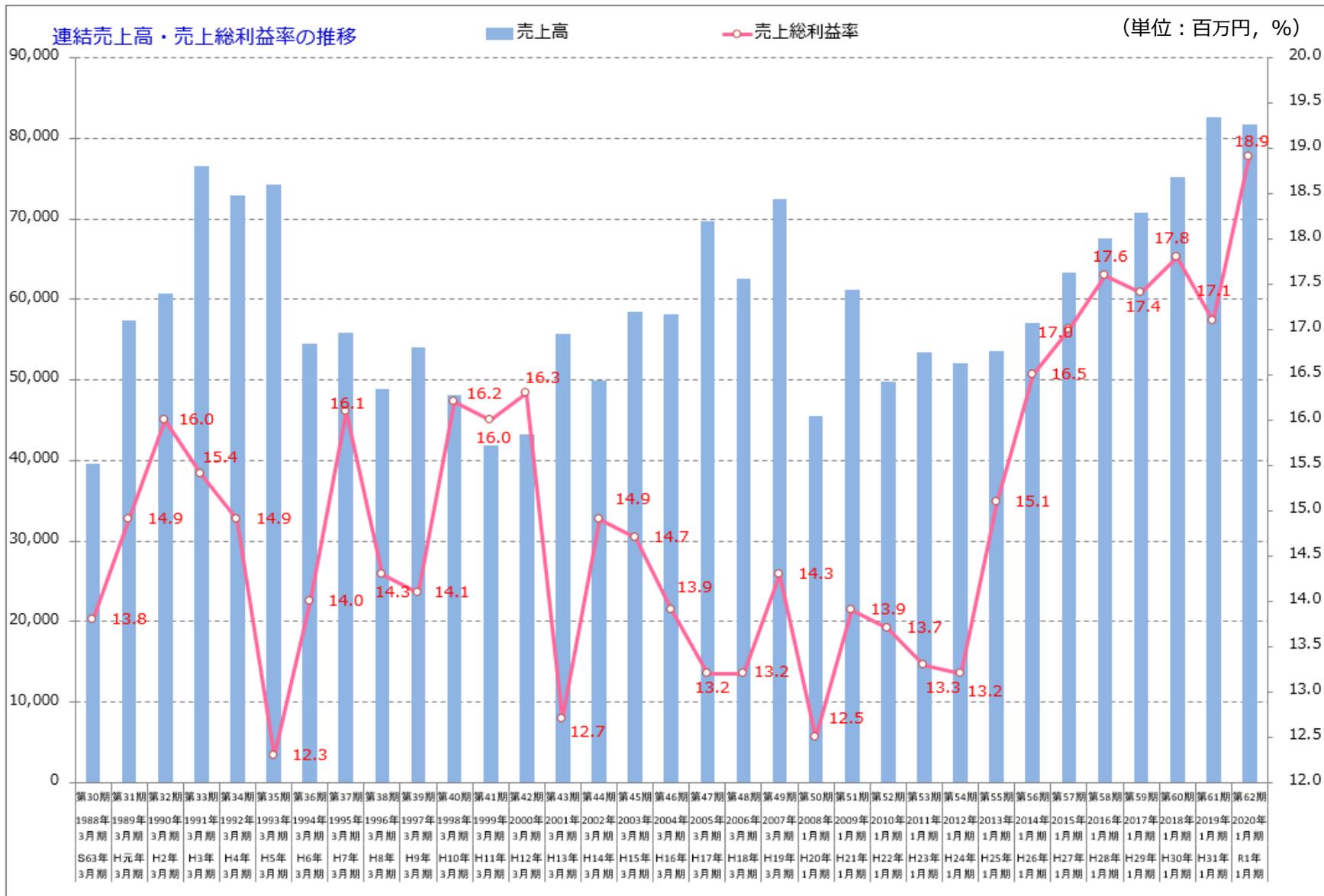
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)

※2020年1月末現在

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)

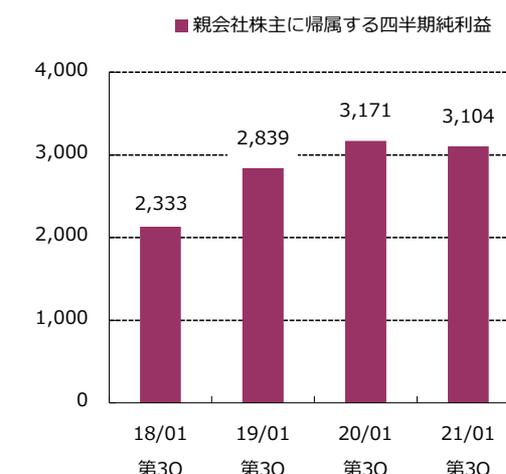
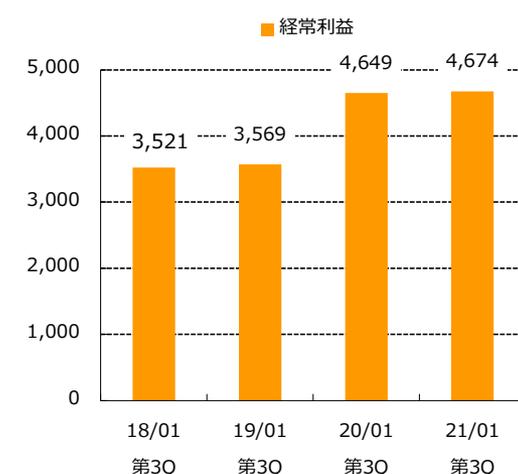
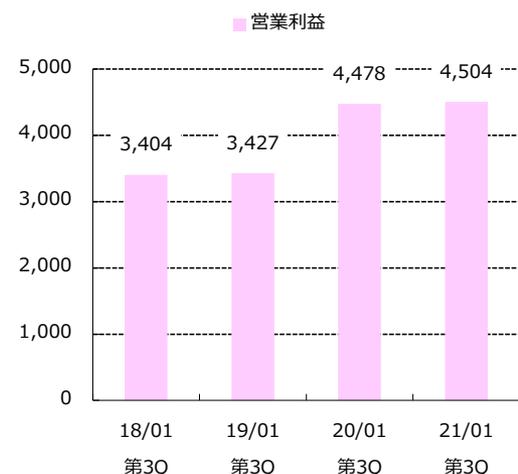
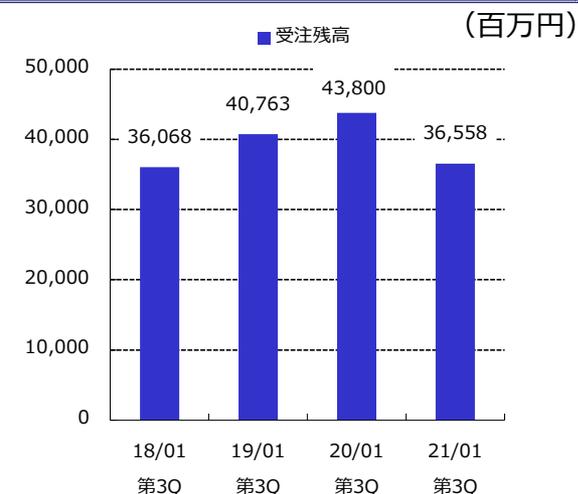
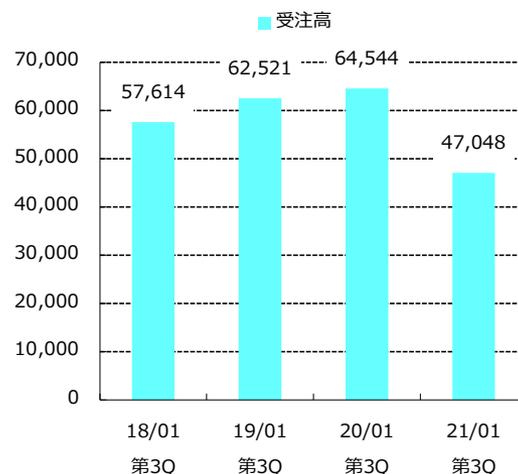
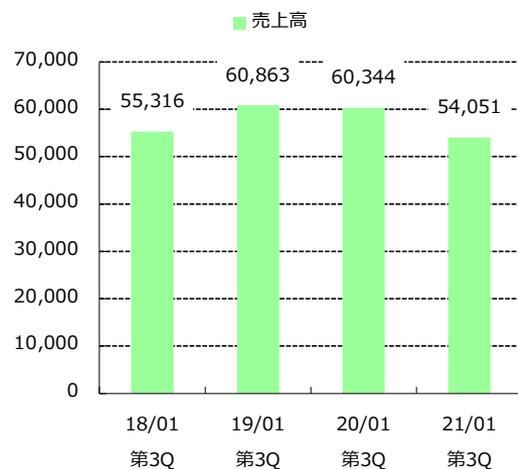


PART2

① 2021年1月期第3四半期 業績概況

2021年1月期 第3四半期 サマリー情報

- 新型コロナウイルス感染症拡大による受注活動の停滞やイベントの中止・延期等の影響により、受注高、受注残高ともに前年同期を大きく下回った。
- 新型コロナウイルス感染症拡大による工事の中断及び工期の変更等の影響を受け、翌四半期以降へ繰り越す案件が増加したこと等により、前年同期比で減収となった。



2021年1月期 第3四半期 P/L概況

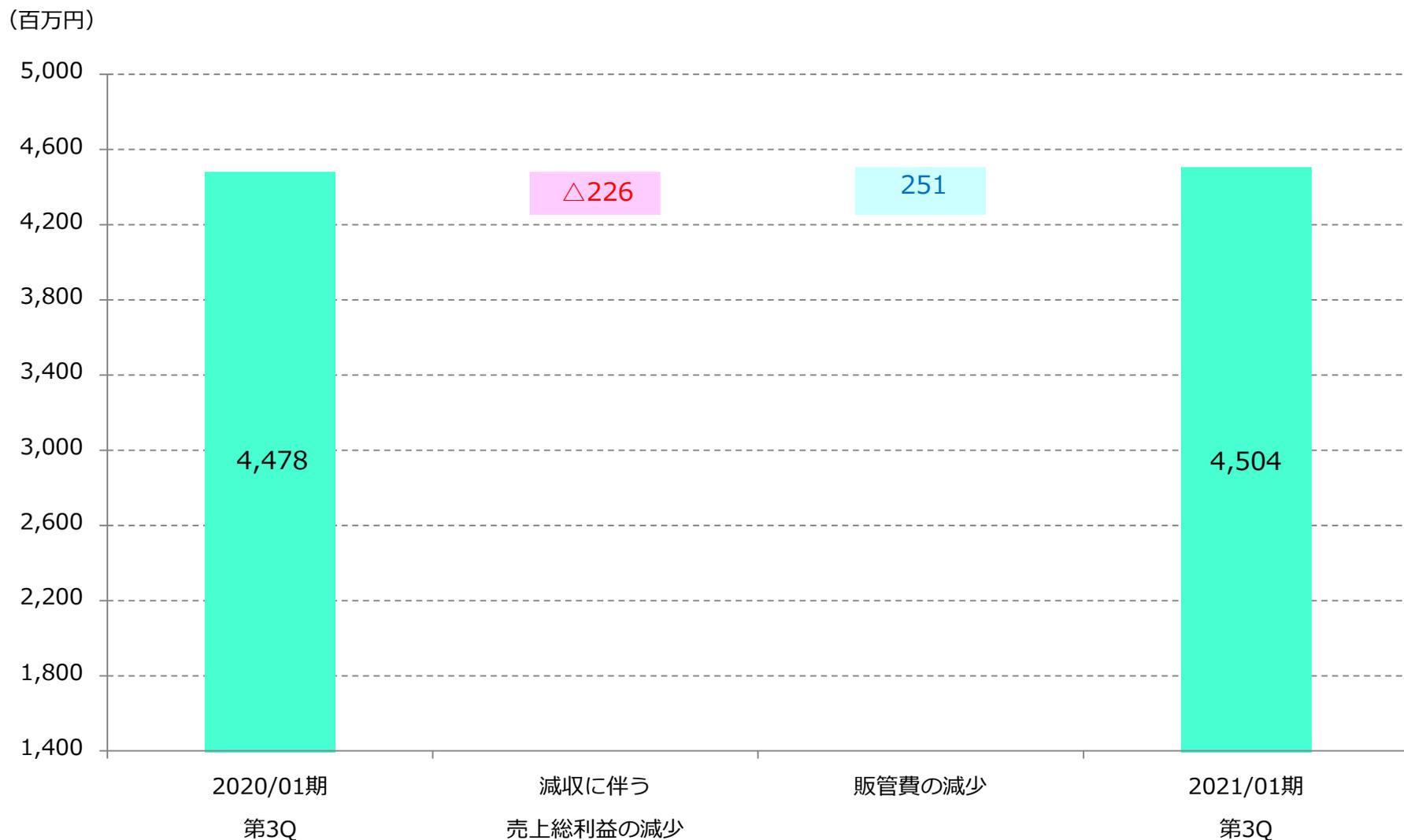
- 売上総利益率は、収益性重視の事業活動を行った結果、20.7%となった。
- 販管費は、受注活動の停滞による営業経費等が減少したことにより、前年同期比で△2億51百万円となった。

(百万円)

	20/01 第3Q		21/01 第3Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	60,344	100.0	54,051	100.0	△6,293	
売上原価	48,955	81.1	42,888	79.4	△6,067	△1.8
売上総利益	11,388	18.9	11,162	20.7	△226	1.8
販管費	6,910	11.5	6,658	12.3	△251	0.9
営業利益	4,478	7.4	4,504	8.3	25	0.9
営業外収益	179		185		5	
営業外費用	8		14		5	
経常利益	4,649	7.7	4,674	8.7	25	1.0
特別利益	74		4		△70	
特別損失	4		59		54	
法人税・事業税	1,544		1,407		△136	
法人税等調整額	3		107		103	
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,171	5.3	3,104	5.7	△67	0.5

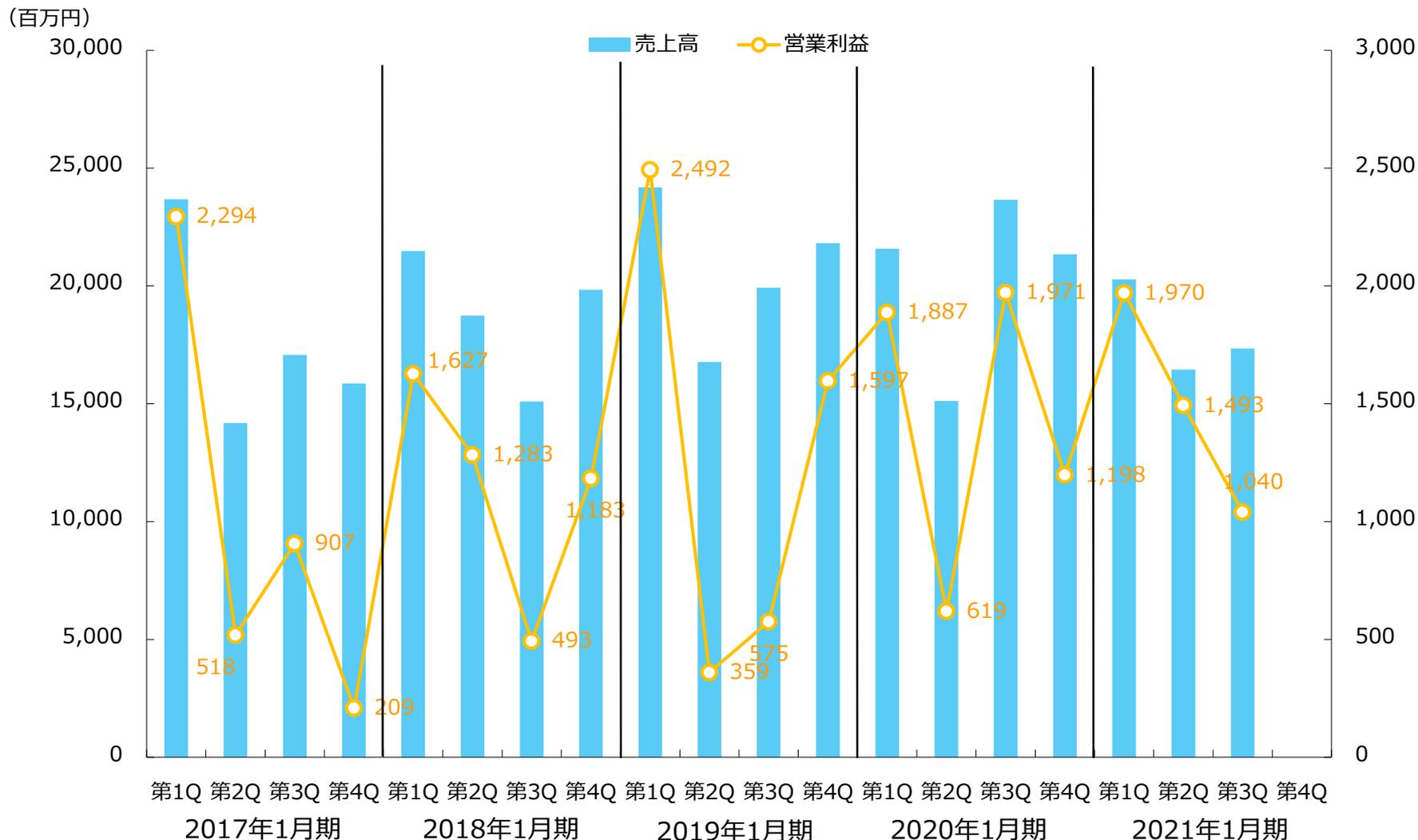
E P S (円)	66.51		65.21		△1.3	
R O E (%)	11.5		10.6		△0.9	

営業利益の増益要因 (対前年同期比)



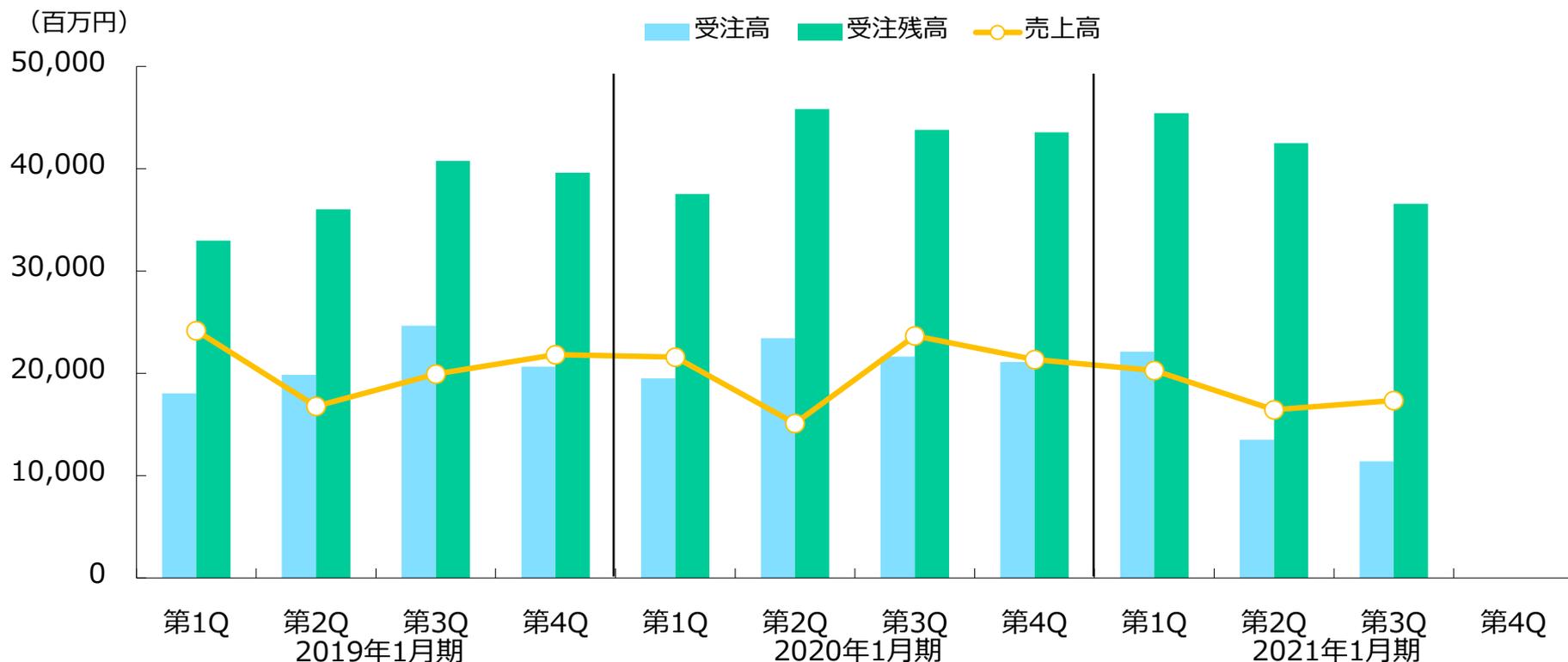
四半期ごとの変動要因について

- 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1四半期の売上高は、官公庁関連の案件が集中することから、他の四半期との差が大きい。
- 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。



各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

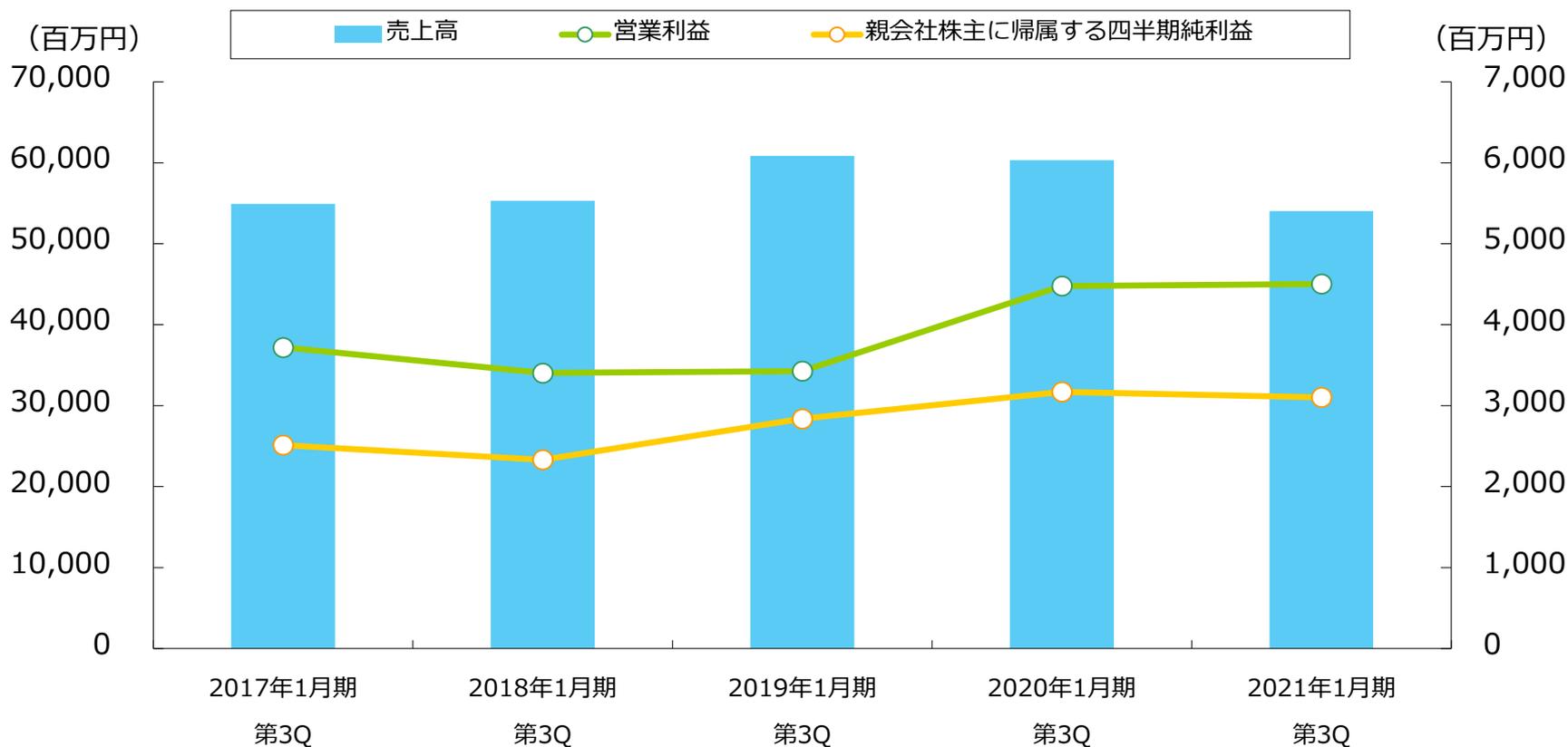
● 受注高および受注残高は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により受注活動が停滞したため前年同期を下回った。



	2019年1月期				2020年1月期				2021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)	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443	17,335	
受注高 (百万円)	18,037	19,847	24,636	20,651	19,494	23,421	21,627	21,095	22,125	13,514	11,408	
受注残高 (百万円)	32,969	36,044	40,763	39,600	37,516	45,822	43,800	43,561	45,414	42,485	36,558	

売上高・営業利益・親会社株主に帰属する四半期純利益の推移

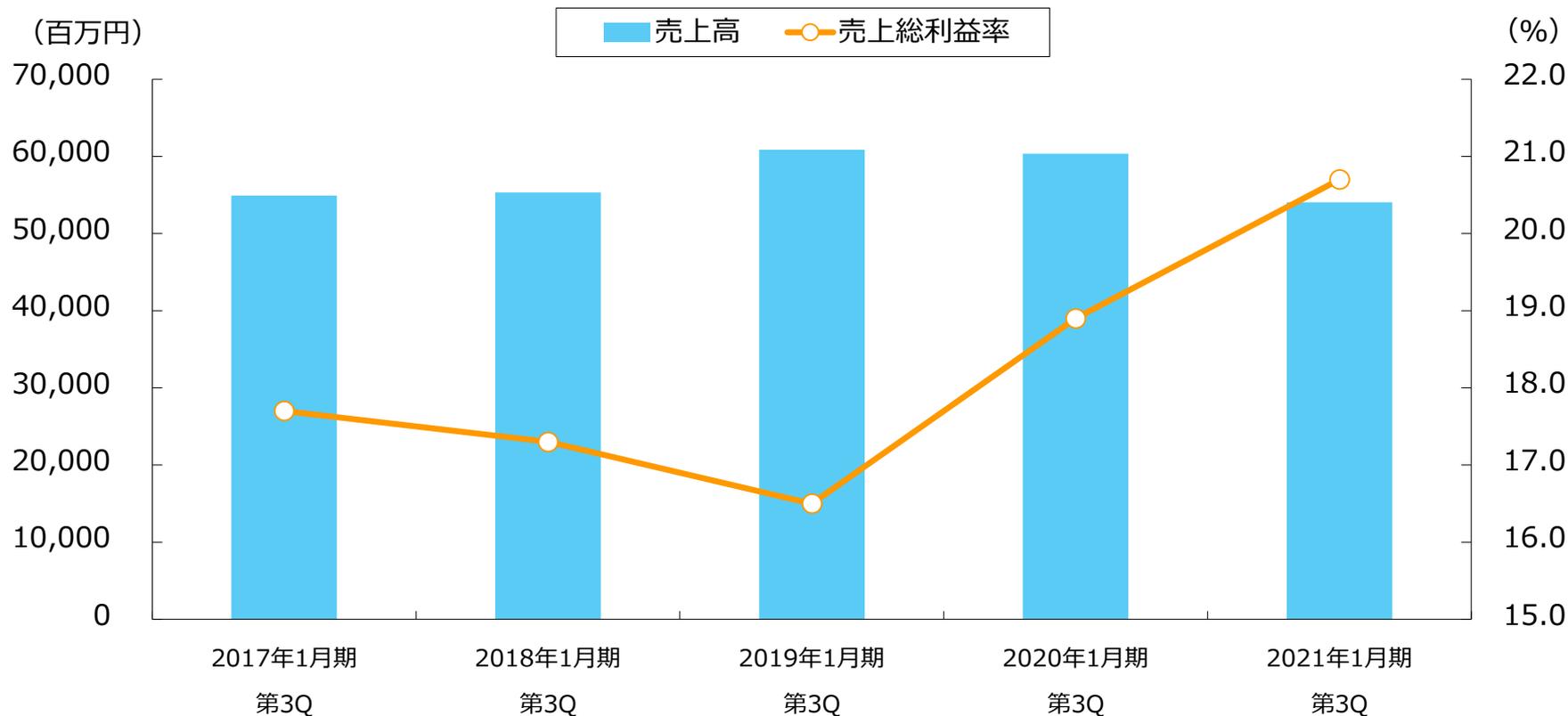
● 売上高は前年同期を下回ったものの、営業利益、純利益は前年同期並みに推移した。



	2017年1月期第3Q	2018年1月期第3Q	2019年1月期第3Q	2020年1月期第3Q	2021年1月期第3Q
売上高 (百万円)	54,927	55,316	60,863	60,344	54,051
営業利益 (百万円)	3,720	3,404	3,427	4,478	4,504
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (百万円)	2,513	2,333	2,839	3,171	3,104

売上高および売上総利益率の推移

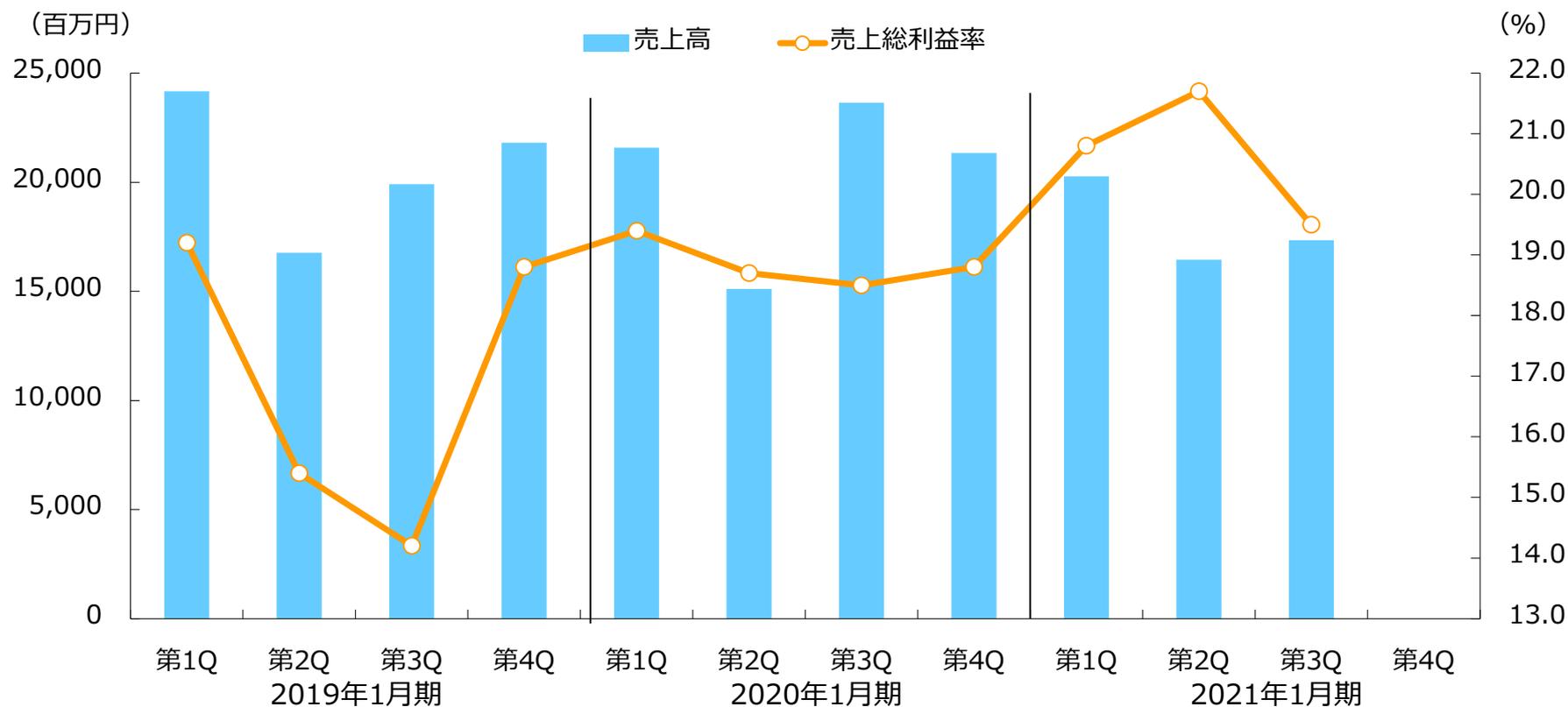
● 売上総利益率は収益性重視の事業活動を行った結果、前年同期で1.8ポイント増加し20.7%となった。



	2017年1月期第3Q	2018年1月期第3Q	2019年1月期第3Q	2020年1月期第3Q	2021年1月期第3Q
売上高 (百万円)	54,927	55,316	60,863	60,344	54,051
売上総利益率 (%)	17.7	17.3	16.5	18.9	20.7

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

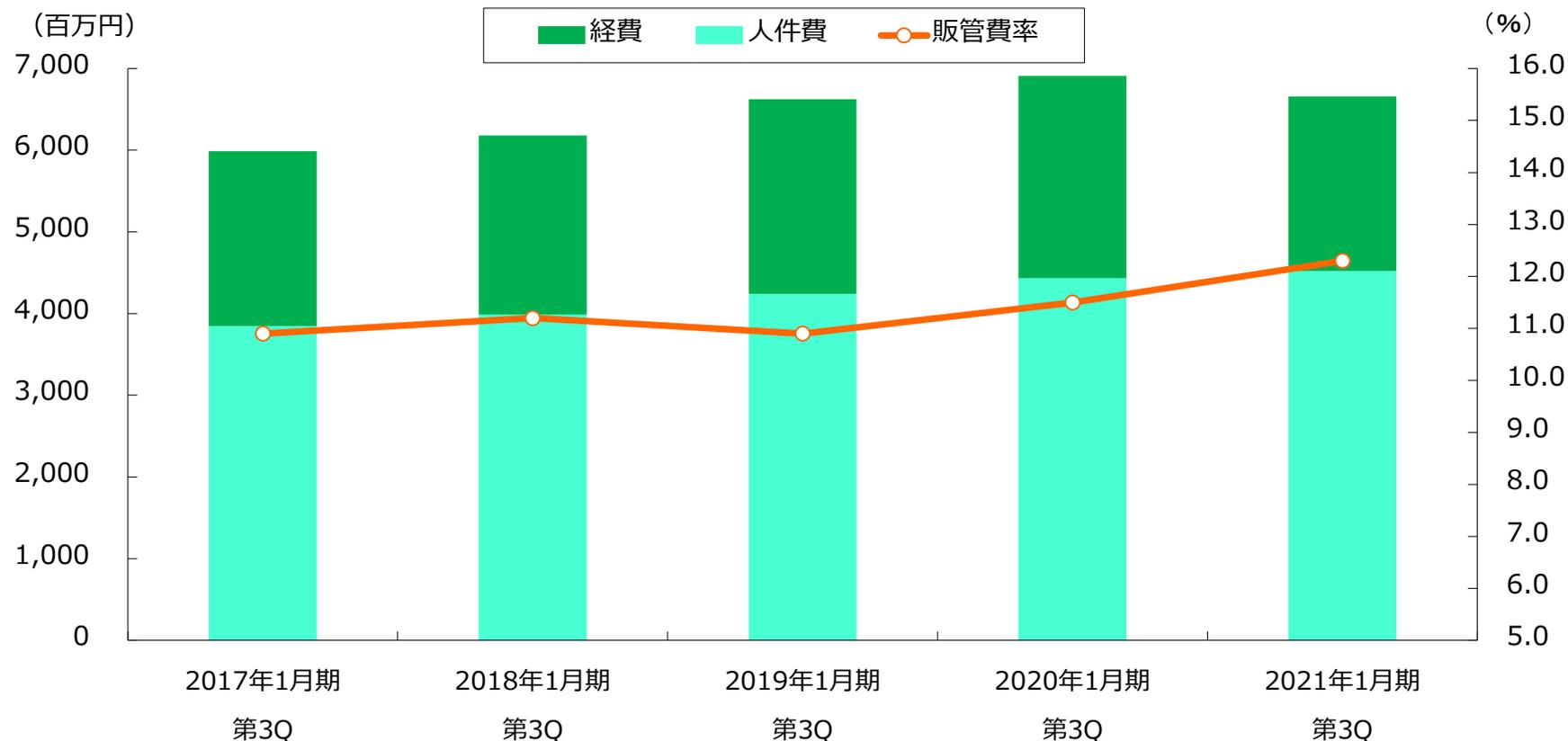
● 当第3四半期の売上高は前年同期を下回ったものの、売上総利益率については前年同期で1ポイント増加し19.5%となった。



	2019年1月期				2020年1月期				2021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)	24,173	16,772	19,916	21,814	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443	17,335	
売上総利益率 (%)	19.2	15.4	14.2	18.8	19.4	18.7	18.5	18.8	20.8	21.7	19.5	

販売費及び一般管理費の推移

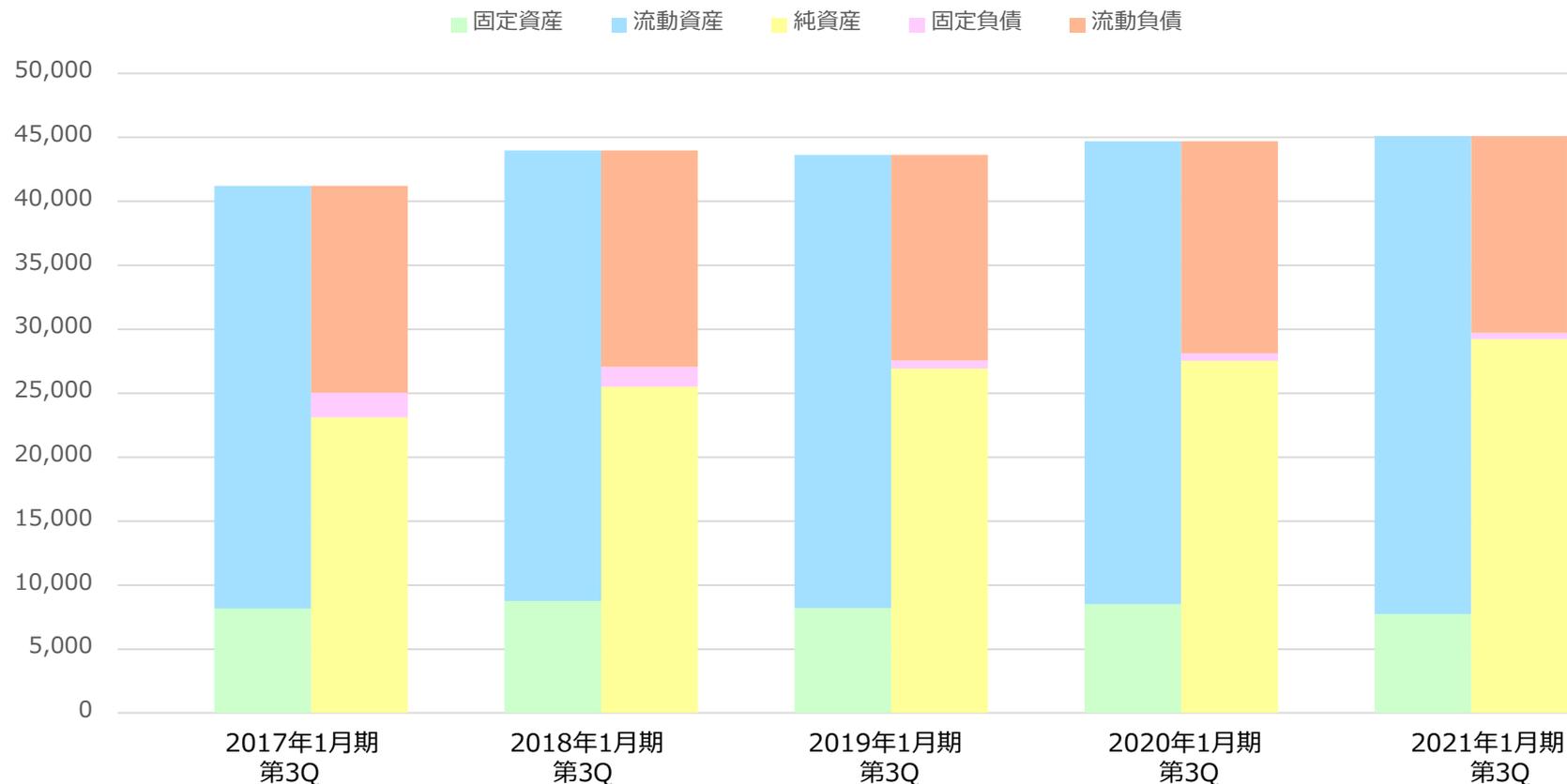
- 販売費及び一般管理費は、営業経費等が抑制されたことにより前年同期を下回った。
- 従業員数の推移（連結） 2019年10月：1,267人 2020年10月：1,298人となり、31人増加。



	2017年1月期第3Q	2018年1月期第3Q	2019年1月期第3Q	2020年1月期第3Q	2021年1月期第3Q
人件費 (百万円)	3,846	3,985	4,241	4,434	4,519
経費 (百万円)	2,142	2,195	2,383	2,475	2,139
販管費率 (%)	10.9	11.2	10.9	11.5	12.3

B/S 主要項目の推移

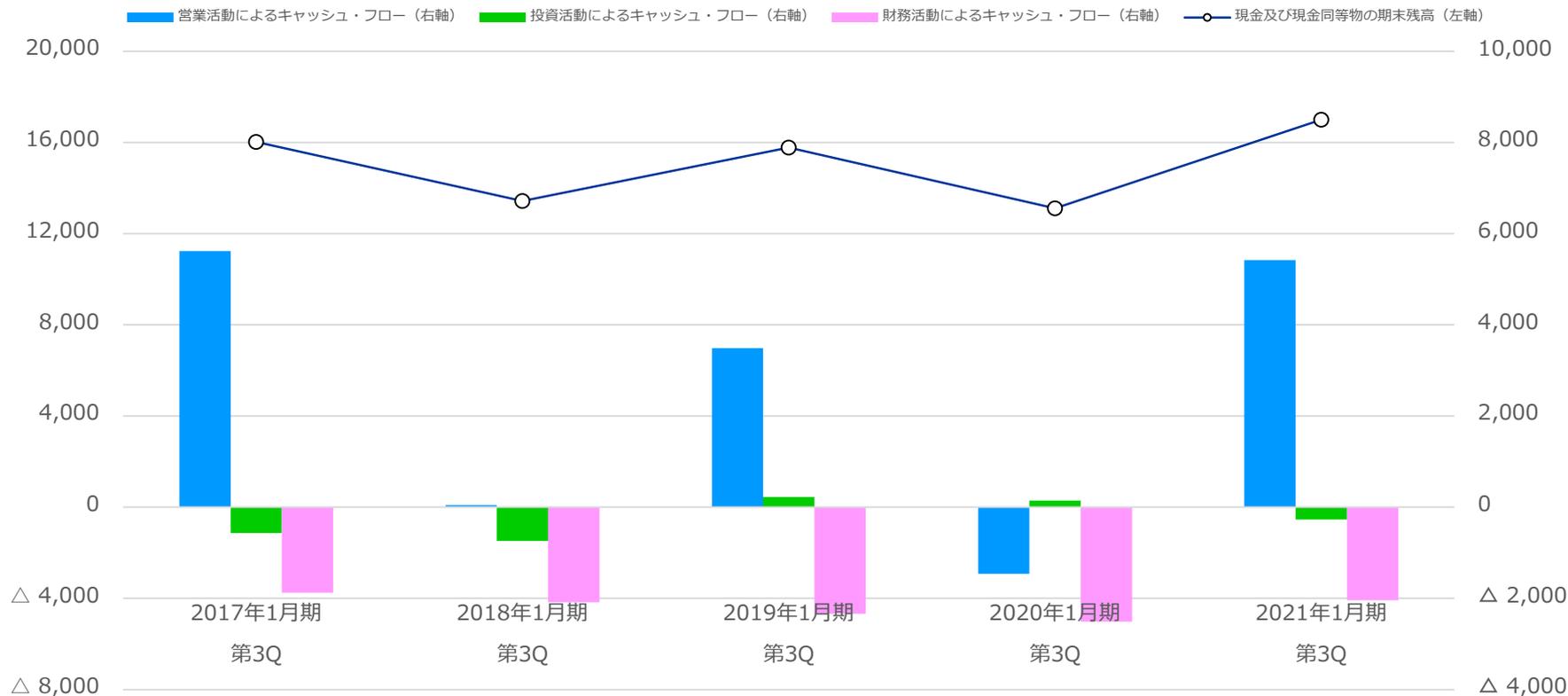
- 自己資本は292億18百万円となり、前年同期比で16億85百万円の増加となった。
- 自己資本比率 64.8%（前年同期比+3.2ポイント）



	2017年1月期第3Q	2018年1月期第3Q	2019年1月期第3Q	2020年1月期第3Q	2021年1月期第3Q
自己資本 (百万円)	22,905	24,432	25,778	27,533	29,218
自己資本比率 (%)	54.6	58.8	57.4	61.6	64.8

キャッシュ・フローの推移

- 税金等調整前当期純利益を46億19百万円計上し、支払手形・工事未払金等が26億7百万円減少したものの、受取手形・完成工事未収入金等が48億47百万円減少したこと等により、営業活動によるキャッシュ・フローは54億21百万円となった。



(単位：百万円)	2017年1月期第3Q	2018年1月期第3Q	2019年1月期第3Q	2020年1月期第3Q	2021年1月期第3Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,620	43	3,528	△1,458	5,421
投資活動によるキャッシュ・フロー	△567	△736	224	141	△268
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,871	△2,081	△2,335	△2,508	△2,042
現金及び現金同等物の期末残高	16,017	13,426	15,782	13,109	17,003

PART2

②2021年1月期第3四半期 セグメント別業績概況

2021年1月期 第3四半期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	新型コロナウイルス感染症拡大による受注活動の停滞や工事の中断及び工期の変更等により、売上高は前年同期を下回った。セグメント利益については、収益性を重視した事業活動を行った結果、前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	主に飲食店分野及びその他専門店分野において大型案件が減少したこと等により、売上高、セグメント利益ともに前年同期を下回った。
● 文化施設事業	大型案件が増加したこと等により、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● その他	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、ディスプレイ業以外のインターネット情報サービス等についても需要が減少したため、売上高、セグメント利益ともに、前年同期を下回った。

(百万円)

売上高

セグメント利益

	20/01 第3Q	21/01 第3Q	増減
商業その他施設事業	36,811	31,185	△5,626
チェーンストア事業	16,399	15,554	△845
文化施設事業	6,812	7,051	239
その他	321	259	△61
調整額	—	—	—
合計	60,344	54,051	△6,293

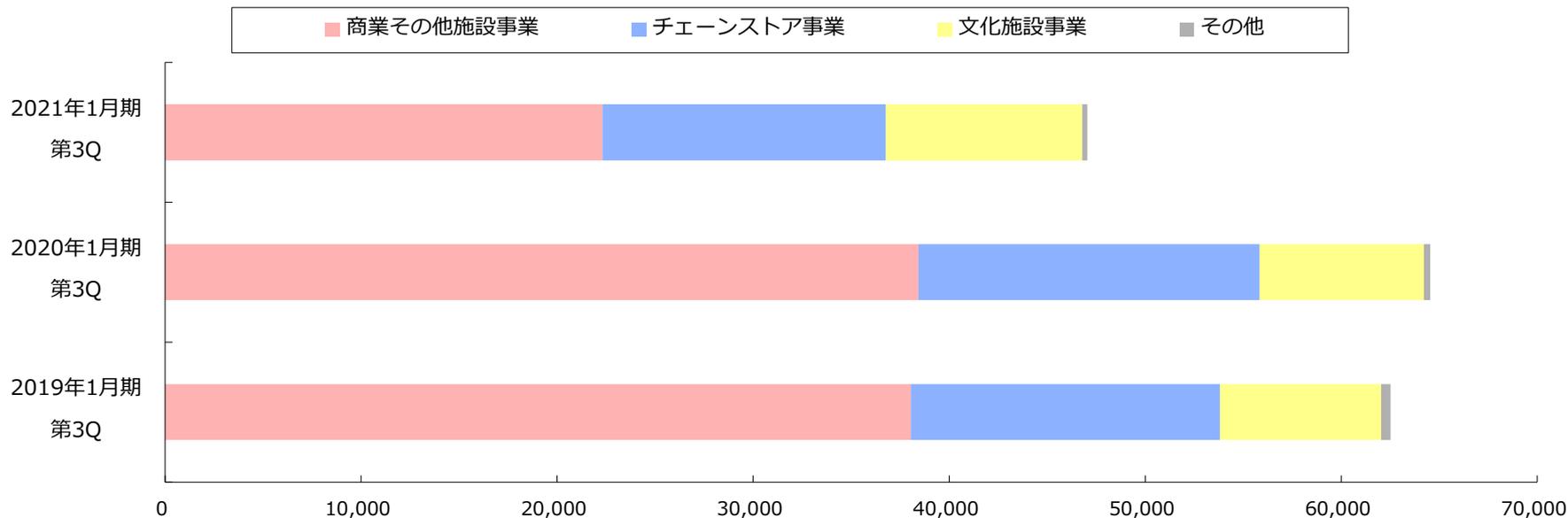
	20/01 第3Q	21/01 第3Q	増減
商業その他施設事業	3,075	3,164	88
チェーンストア事業	1,159	915	△243
文化施設事業	86	354	267
その他	152	81	△71
調整額	5	△11	△16
合計	4,478	4,504	25

セグメント別 受注高の状況

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による工期の変更や計画の見直し等により、主に商業その他施設事業の受注高が減少し、全体では前年同期比で174億95百万円の減少となった。

(百万円)

	19/01 第3Q	20/01 第3Q	21/01 第3Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	38,035	38,429	22,309	△16,120
チェーンストア事業	15,778	17,405	14,455	△2,950
文化施設事業	8,219	8,387	10,024	1,636
その他	487	321	259	△61
受注高合計	62,521	64,544	47,048	△17,495

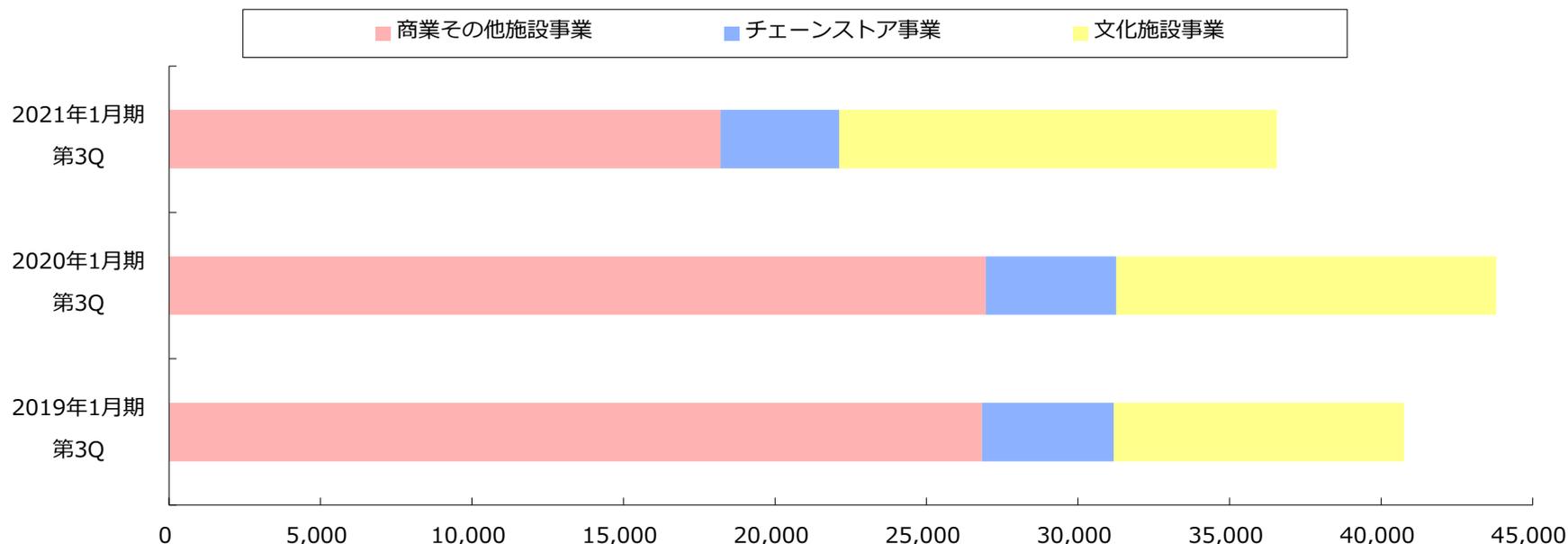


セグメント別 受注残高の状況

- 受注残高は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による受注高の減少を受け、前年同期比で72億41百万円の減少となった。

(百万円)

	19/01 第3Q	20/01 第3Q	21/01 第3Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	26,836	26,955	18,202	△8,752
チェーンストア事業	4,334	4,308	3,919	△388
文化施設事業	9,592	12,536	14,436	1,899
その他	—	—	—	—
受注残高合計	40,763	43,800	36,558	△7,241



PART 3

2021年1月期 業績見通し

新型コロナウイルス感染症拡大による影響

当社の事業特性上、新型コロナウイルス感染症拡大のような事態が業績に与える影響は、遅行する傾向にある。

市場環境への影響

商業その他施設事業	東京オリンピック・パラリンピックを含むイベントの中止・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
文化施設事業	官公庁関連の計画延期・縮小等

事業活動への影響

商業その他施設事業	<ul style="list-style-type: none"> 受注活動の停滞 緊急事態宣言による工事の中断や工期の変更 海外で製造・加工を行っている各種建材、家具什器等の調達難 ⇒調達難については解消済み。
チェーンストア事業	
文化施設事業	緊急事態宣言期間中は運営施設を休館していたが、現在は再開。

2021年1月期 業績計画

- 緊急事態宣言の解除等により、経済活動に再開の動きが出てきたものの、当事業年度中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に、減収・減益の計画。
- 受注高は、新型コロナウイルス感染症拡大による影響により需要が減少しており、前年同期を大幅に下回る見込み。
- 営業利益は、売上高の大幅な減少に伴い売上総利益額が減少したことにより、前年同期を下回る見込み。

(百万円)

	2020年1月期				2021年1月期			
	第2Q実績		通期実績		第2Q実績		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		35,640		63,700	
売上高	36,695	100.0	81,678	100.0	36,716	100.0	69,400	100.0
売上総利益	7,021	19.1	15,406	18.9	7,782	21.2	13,100	18.9
営業利益	2,507	6.8	5,677	7.0	3,464	9.4	4,000	5.8
経常利益	2,604	7.1	5,870	7.2	3,553	9.7	4,200	6.1
親会社株主に帰属する当期純利益	1,768	4.8	4,074	5.0	2,356	6.4	2,800	4.0
E P S (円)	37.02		85.53		49.53		58.73	
R O E (%)	6.5		14.8		8.0		9.8	

※通期連結業績予想については2020年12月9日付で修正しております。

※上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、新型コロナウイルス感染症拡大の収束時期の変動のような潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

2021年1月期 セグメント別 業績計画

- 商業その他施設事業においては、売上高の減少および稼働率の低下により収益性が悪化する見込み。
- チェーンストア事業においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による市場環境の変化に伴い、売上高が減少し減益となる見込み。

(百万円)

		2020年1月期		2021年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q実績	通期計画
受注高計	商業その他施設事業	24,790	51,622	16,814	33,500
	チェーンストア事業	11,746	23,217	9,865	18,200
	文化施設事業	6,184	10,359	8,784	11,700
	その他	195	441	175	300
	計	42,916	85,639	35,640	63,700
売上高計	商業その他施設事業	21,206	49,880	20,745	40,000
	チェーンストア事業	9,840	21,501	10,716	19,500
	文化施設事業	5,453	9,855	5,079	9,600
	その他	195	441	175	300
	計	36,695	81,678	36,716	69,400
営業利益計	商業その他施設事業	1,536	4,017	2,278	2,800
	チェーンストア事業	592	1,234	674	800
	文化施設事業	284	237	460	300
	その他	109	176	73	100
	調整額	△16	11	△22	—
計	2,507	5,677	3,464	4,000	

株主還元に関する方針

【重視する経営指標】

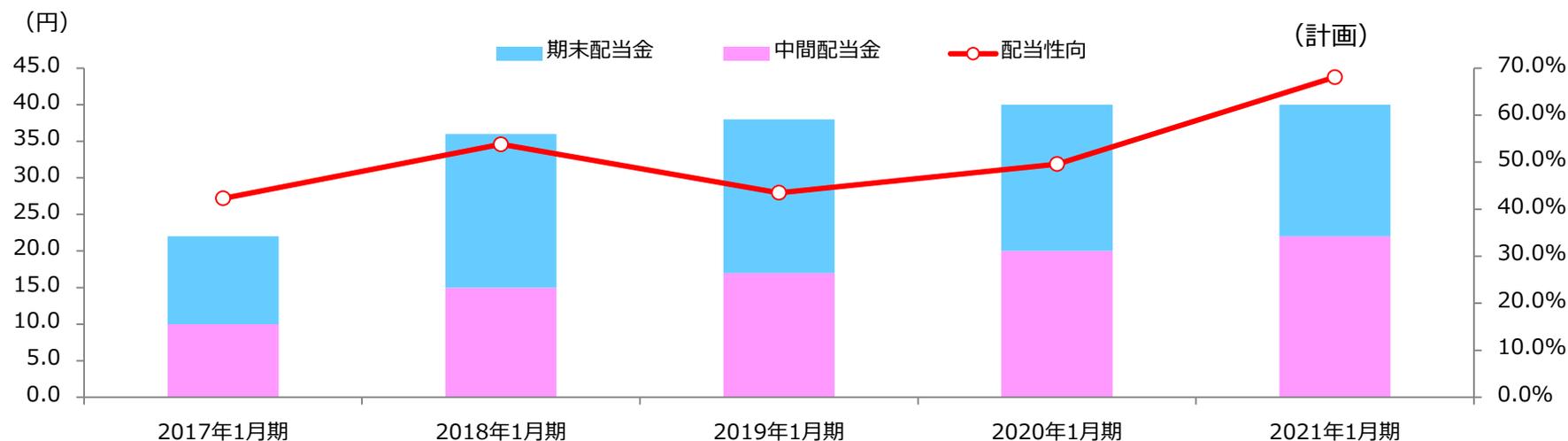
ROE 10%以上

【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 2019年1月期および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。

※ 2021年1月期については、2020年12月9日付で修正しております。



	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	18.0
合計 (円)	22.00	36.00	38.00	42.00	40.0
連結配当性向 (%)	40.3	53.8	43.5	49.1	68.1
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

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10月実績：発注比率61.2% ・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"> ・2020年10月実績 94億円 ・2021年1月期目標 168億円
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 	

市場環境／事業環境の見通し

セグメント	分野	現状～2020年	withコロナ（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。	新しい生活様式に合わせて空間に求められる付加価値が変化。
	フロンティア分野 （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。	
	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。	
チェーンストア事業	飲食店分野	商業その他施設事業と同様の傾向。	テクノロジーを活用した店舗の増加等、今後は、リアル空間とデジタル技術の融合が急速に進み、デジタル技術を活用した空間の需要拡大が見込まれる。
	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。	
	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。	

withコロナ時代に向けて

取り組んでいる活動

【働き方】

- ・在宅勤務等のテレワーク制度を積極的に活用した勤務形態へ移行
- ・オンライン会議等のツールを活用したコミュニケーション

【事業活動】

- ・分野ごとにwithコロナ時代に向けた新しい空間デザインの創出
- ・バーチャル空間でのイベント等の実施

今後取り組む活動

【働き方】

- ・引き続き、各種制度・ツール等を駆使し、業務効率を落とすことなく生産性を維持
- ・社内事務の更なる電子化

【事業活動】

- ・経済活動再開により発生する顧客の投資需要を確実に取り込む
- ・従来の対面営業に加えて、デジタル上での顧客とのコミュニケーションを強化
- ・リアルとデジタルを融合した社会に向けて、新しい空間体験を創出
- ・デジタル技術を活用した新たな空間価値の創出に向けて、あらゆるジャンルの企業と協創・協業を目指す

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)