



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2020年度選定



# 2021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】

- ①2021年1月期 業績概況
- ②2021年1月期 セグメント別業績概況

## 【PART 3】

- ①中期経営計画（19/1月期-21/1月期）の振り返り
- ②新中期経営計画（22/1月期-24/1月期）
- ③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）

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
乃村工藝社	115,841	125,859	143,689	108,000
丹青社	75,156	82,677	81,678	69,225
スペース	50,746	46,458	50,151	40,028

※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】	1,296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、コンビニエンス企業等
	文化施設事業	博物館、美術館、企業ミュージアム等の展示内装（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。

空間づくりのプロセスを一貫してサポート

## 調査・企画

- コンサルティング
  - 各種調査
- プランニング
  - 異業種提携
- ブランディング
- プロジェクトマネジメント

## デザイン・設計

- デザインコンセプト
  - 平面レイアウト
- 基本・実施設計
  - 空間演出提案

## 制作・施工

- 設計監理
  - 制作・施工
- 空間演出のテクニカル  
ディレクション

## 運営

- 施設の管理運営
  - 保守・メンテナンス
- 販促・イベント計画
- 評価・検証・効果測定

「空間づくり」のプロセスを一貫してサポート

調査・企画から、デザイン・設計、制作・施工、デジタル技術を活かした空間演出や運営まで、空間づくりに関するプロセスを一貫してサポートすることで、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を推進しています。



# 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

賑わい  
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、その専門力と総合力で  
空間づくりを支えています。

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。

「空間創造のプロフェッショナル」たちが

豊富なノウハウと高度な技術力と専門力、総合力を結び、  
お客さまの事業成功のため、丹精を込めて空間をつくりあげています。

# 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 251名
- ② 制作職 437名  
(内、一級建築士59名、一級施工管理技士230名)

## 空間づくりを支える協力会社群

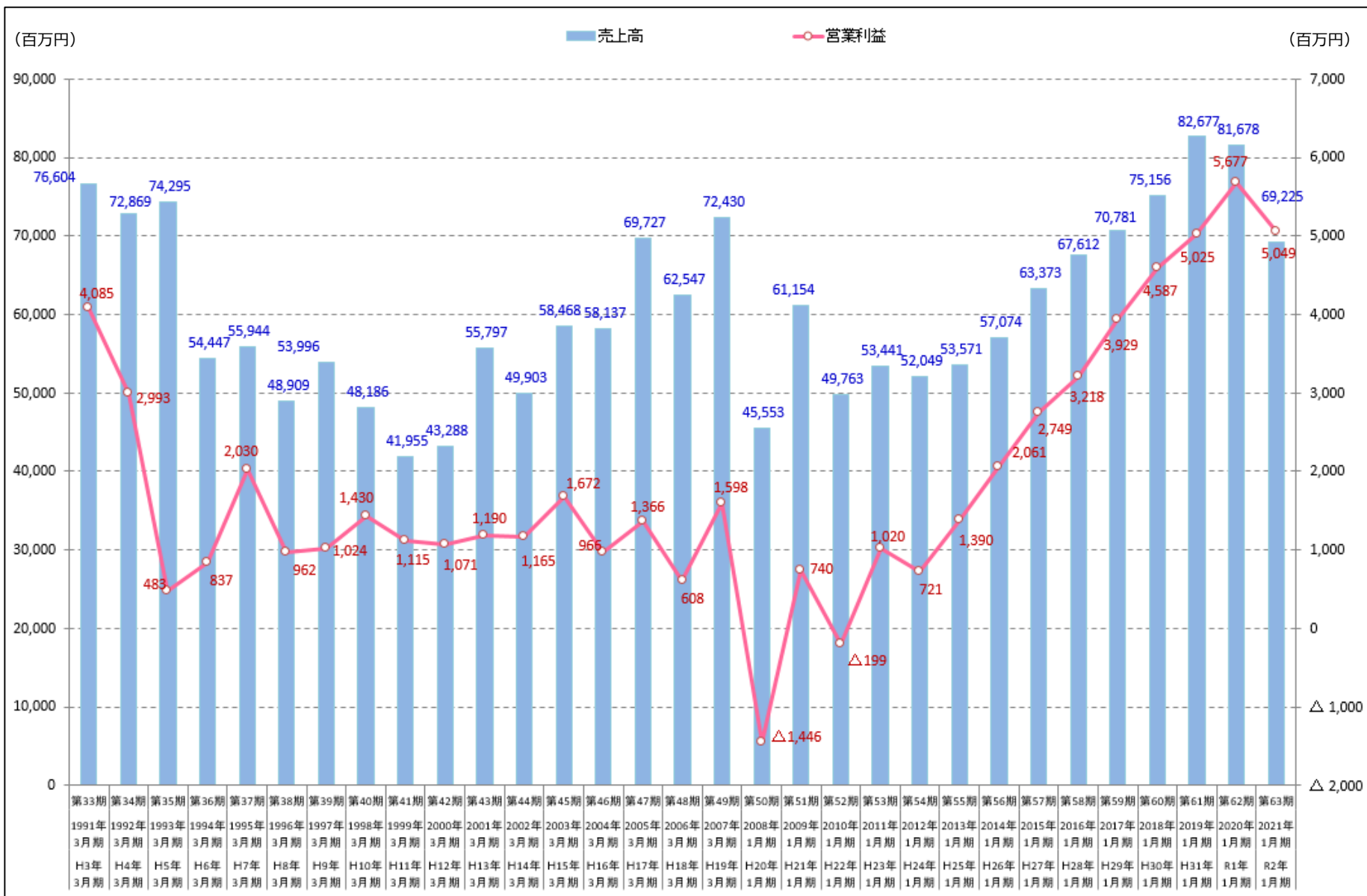
- ① 継続取引会社 約1,000社
- ② パートナー協力会社 249社

## 事業上の特長

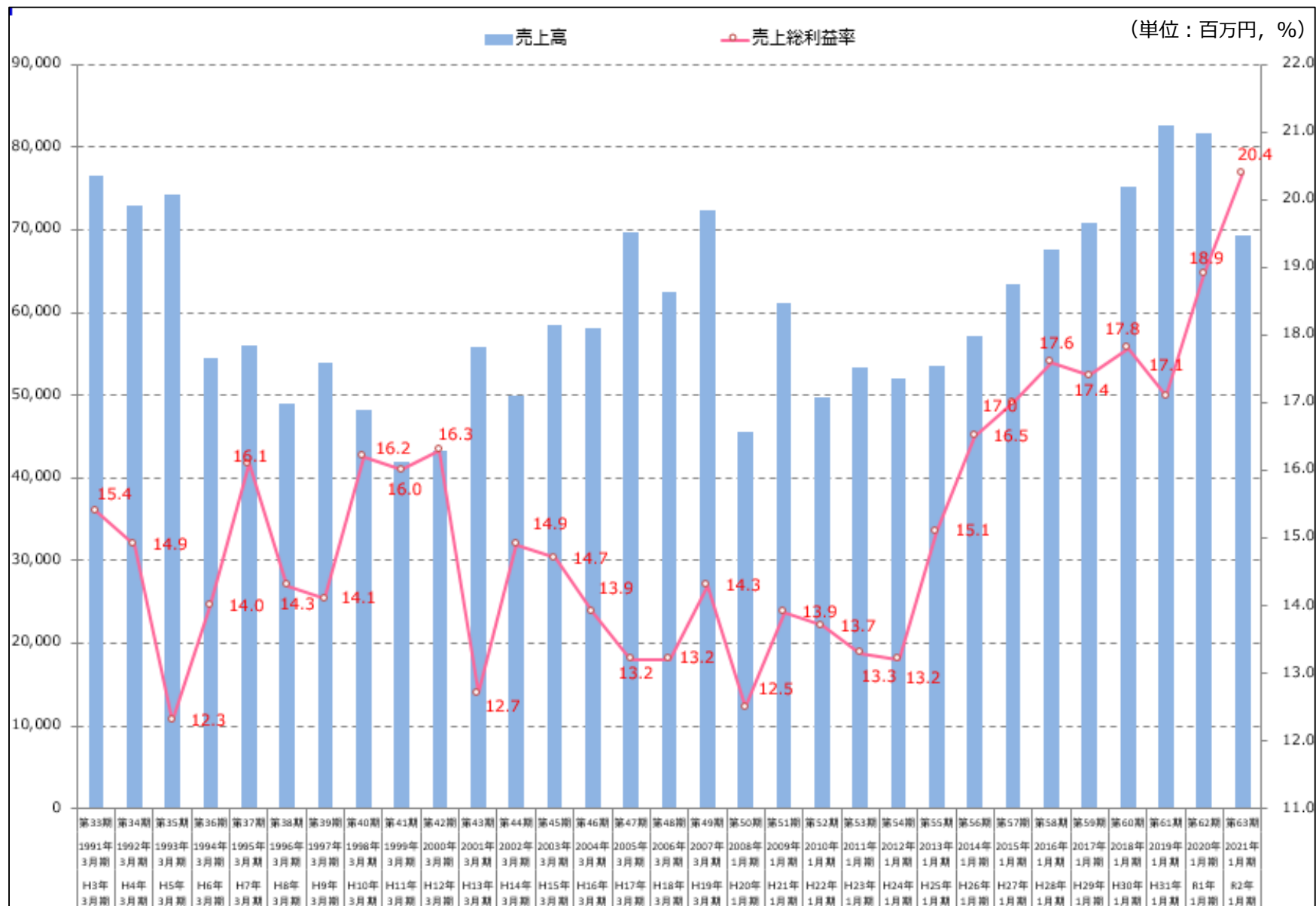
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである  
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)
- ③ 先端デジタル技術の専門チームを有している

※2021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)

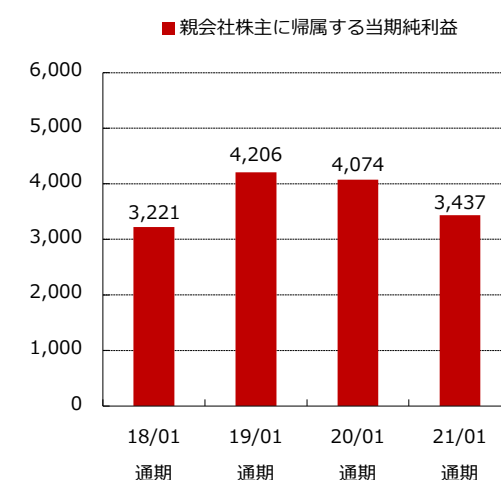
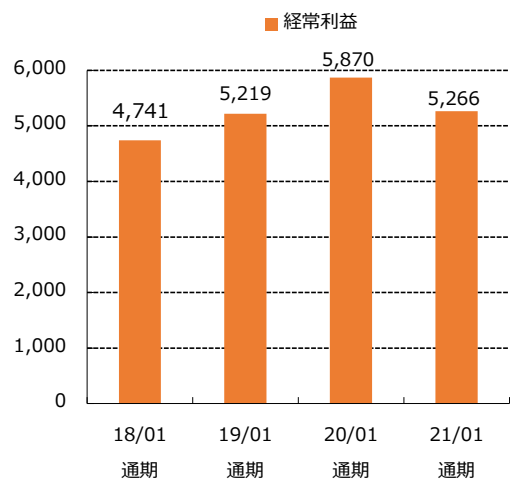
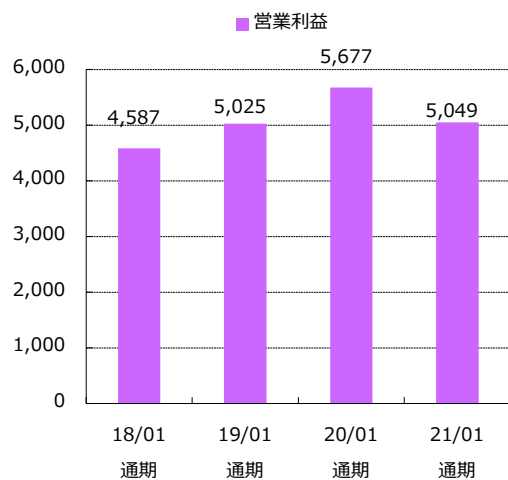
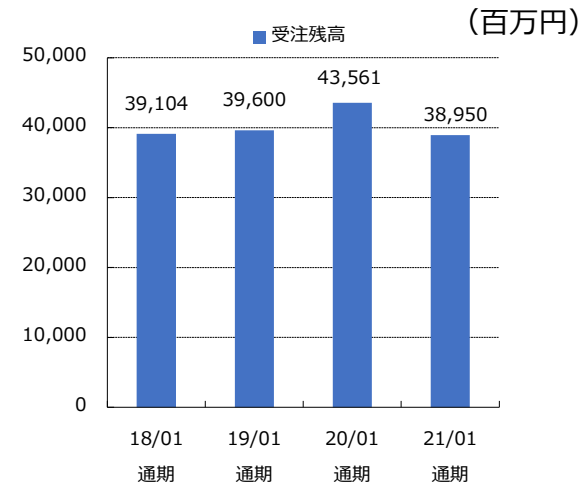
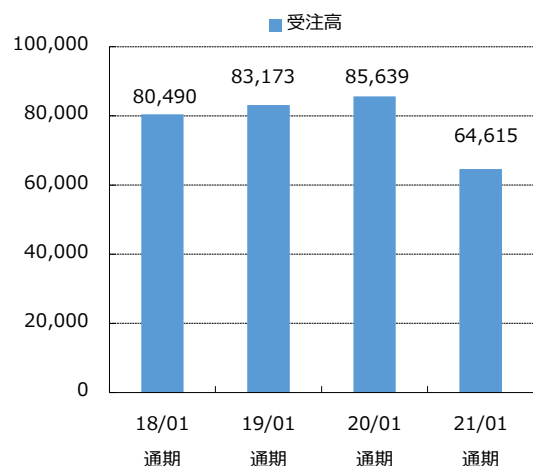
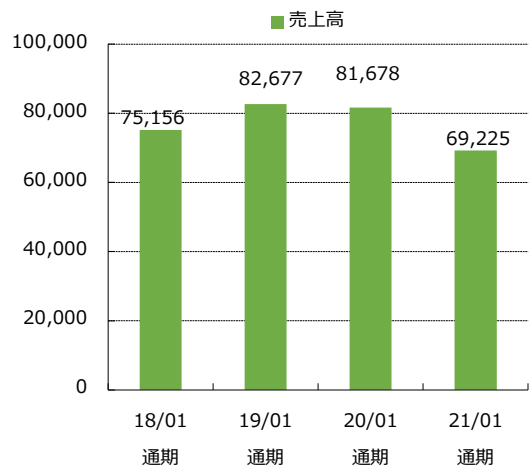


# 【 P A R T 2 】

## ① 2021年 1 月期業績概況

# 2021年1月期 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、イベントの中止・延期等の影響を受け、受注高、売上高、受注残高ともに前年同期を大きく下回った。



# 2021年1月期 P/L 概況

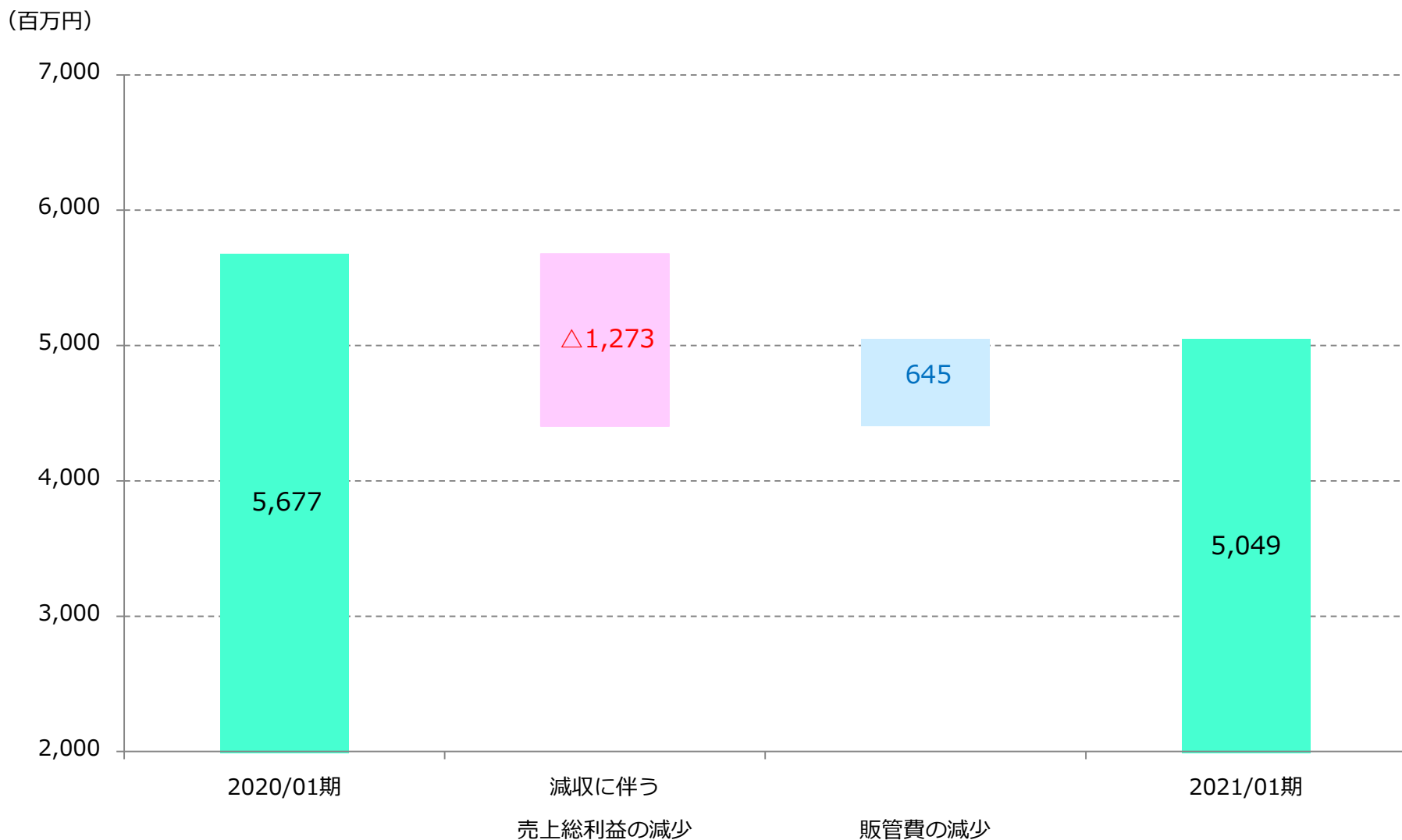
- 売上総利益は減収により前年同期を下回ったものの、売上総利益率はコロナ禍以前の市場環境において、収益性重視で受注していた案件の多くが完工した結果、過去最高の20.4%となった。
- 販管費は、通年通して受注活動が停滞したことにより、営業経費等が抑制され、前年同期比で△6億45百万円となった。

(百万円)

	20/01 通期		21/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	81,678	100.0	69,225	100.0	△12,452	
売上原価	66,272	81.1	55,092	79.6	△11,179	△1.6
売上総利益	15,406	18.9	14,133	20.4	△1,273	1.6
販管費	9,729	11.9	9,084	13.1	△645	1.2
営業利益	5,677	7.0	5,049	7.3	△628	0.3
営業外収益	230		251		21	
営業外費用	37		34		△3	
経常利益	5,870	7.2	5,266	7.6	△603	0.4
特別利益	269		11		△257	
特別損失	8		154		146	
法人税・事業税	1,755		1,375		△380	
法人税等調整額	301		310		9	
親会社株主に帰属する当期純利益	4,074	5.0	3,437	5.0	△637	△0.0

E P S (円)	85.53	72.19	△13.34
R O E (%)	14.8	12.0	△2.8

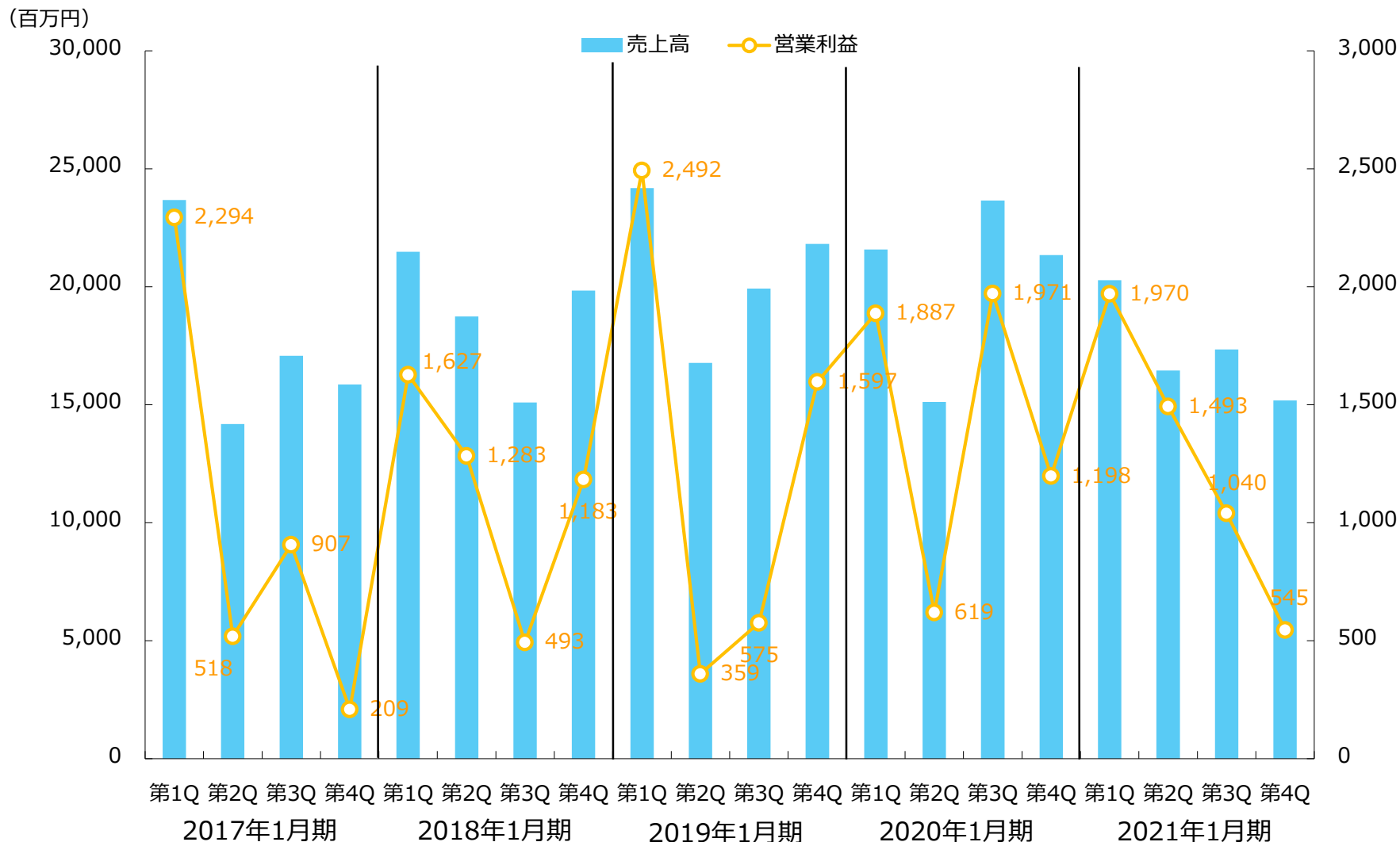
# 営業利益の減益要因 (対前期比)





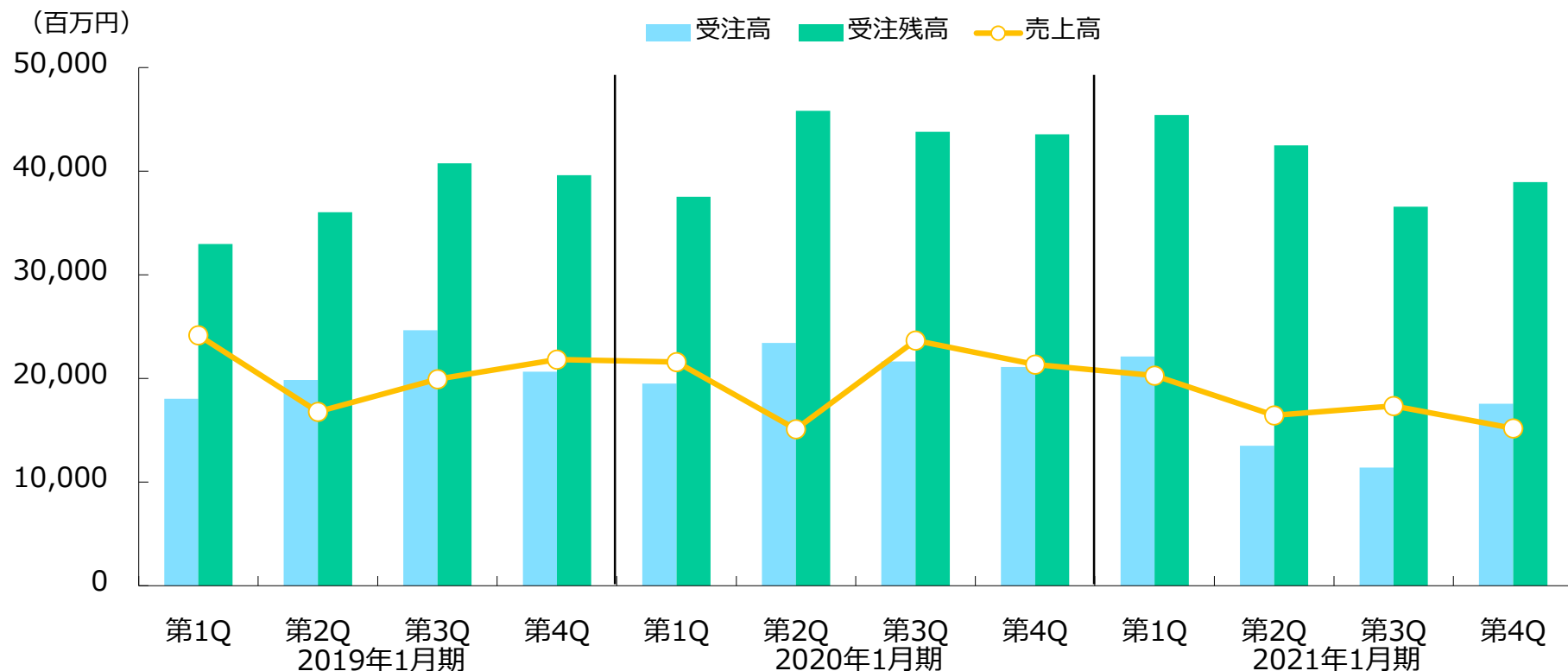
# 四半期ごとの変動要因について

- 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。
- 2017年1月期～2020年1月期の第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

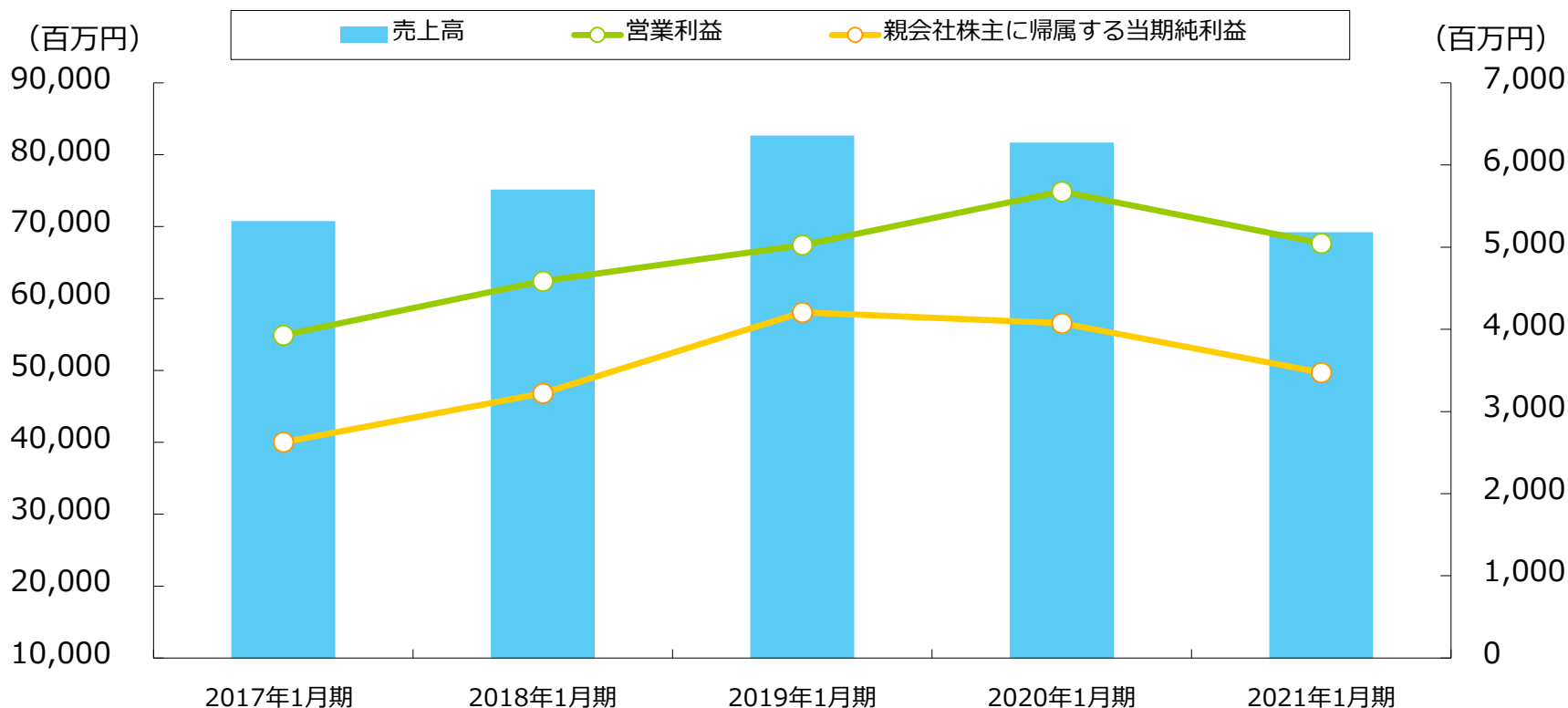
● 受注高および受注残高は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、受注活動が停滞したため前年同期を大きく下回った。



	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	15,174
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	17,565
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	38,950

# 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

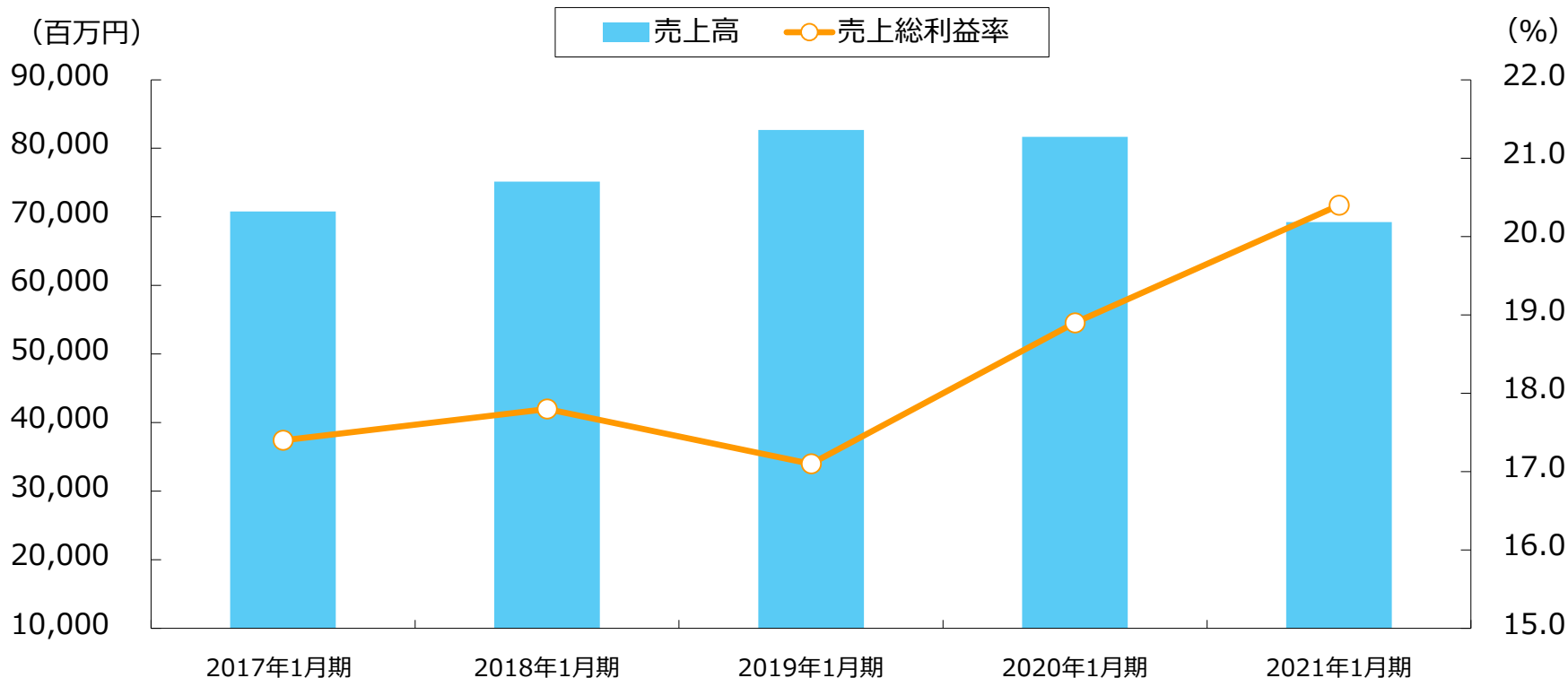
- 売上高は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により受注活動が停滞したため、前年同期を大きく下回った。
- 減収に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期を下回った。



	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
売上高 (百万円)	70,781	75,156	82,677	81,678	69,225
営業利益 (百万円)	3,929	4,587	5,025	5,677	5,049
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	2,626	3,221	4,206	4,074	3,437

# 売上高および売上総利益率の推移

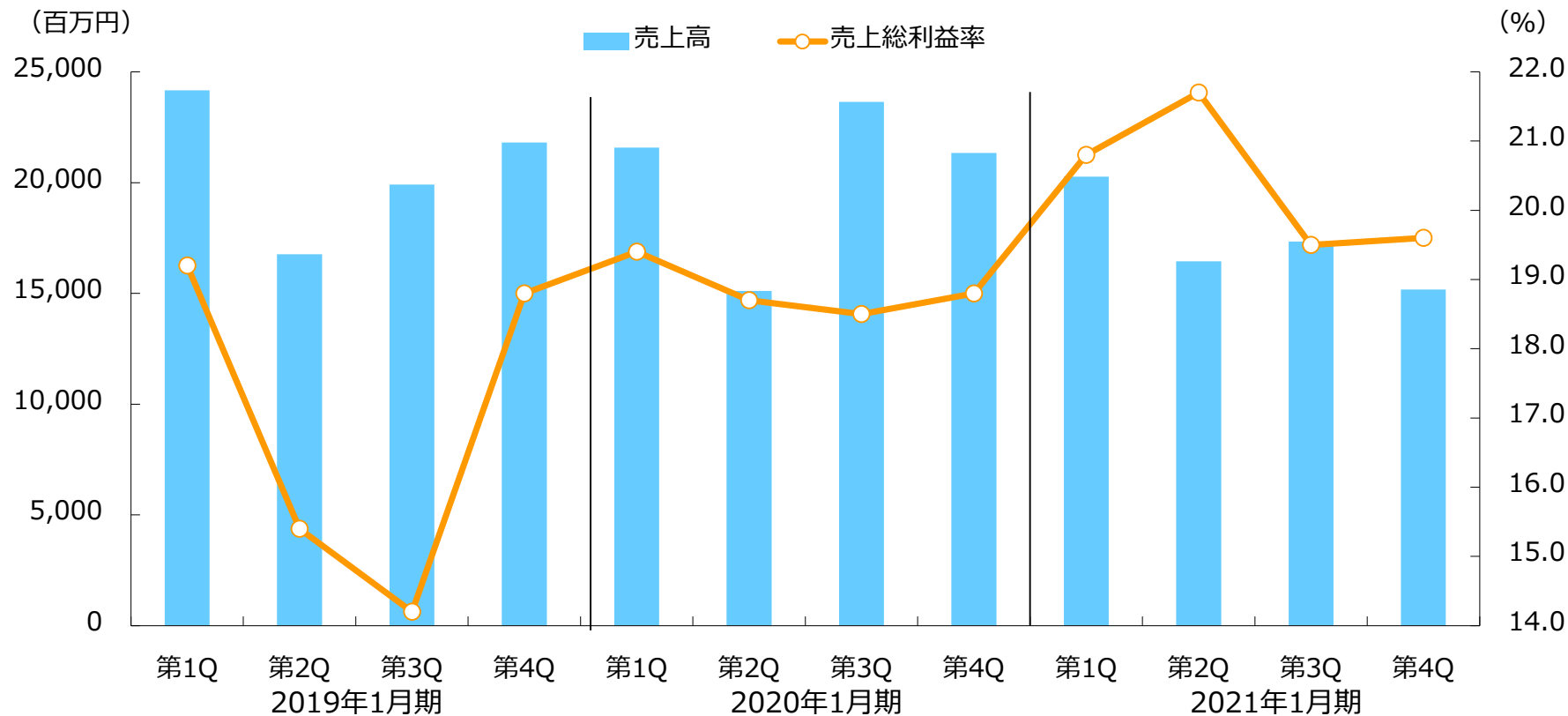
● 売上総利益率は、収益性を重視した事業活動に取り組んだ結果、20.4%となり過去最高を更新した。



	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
売上高 (百万円)	70,781	75,156	82,677	81,678	69,225
売上総利益率 (%)	17.4	17.8	17.1	18.9	20.4

# 売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

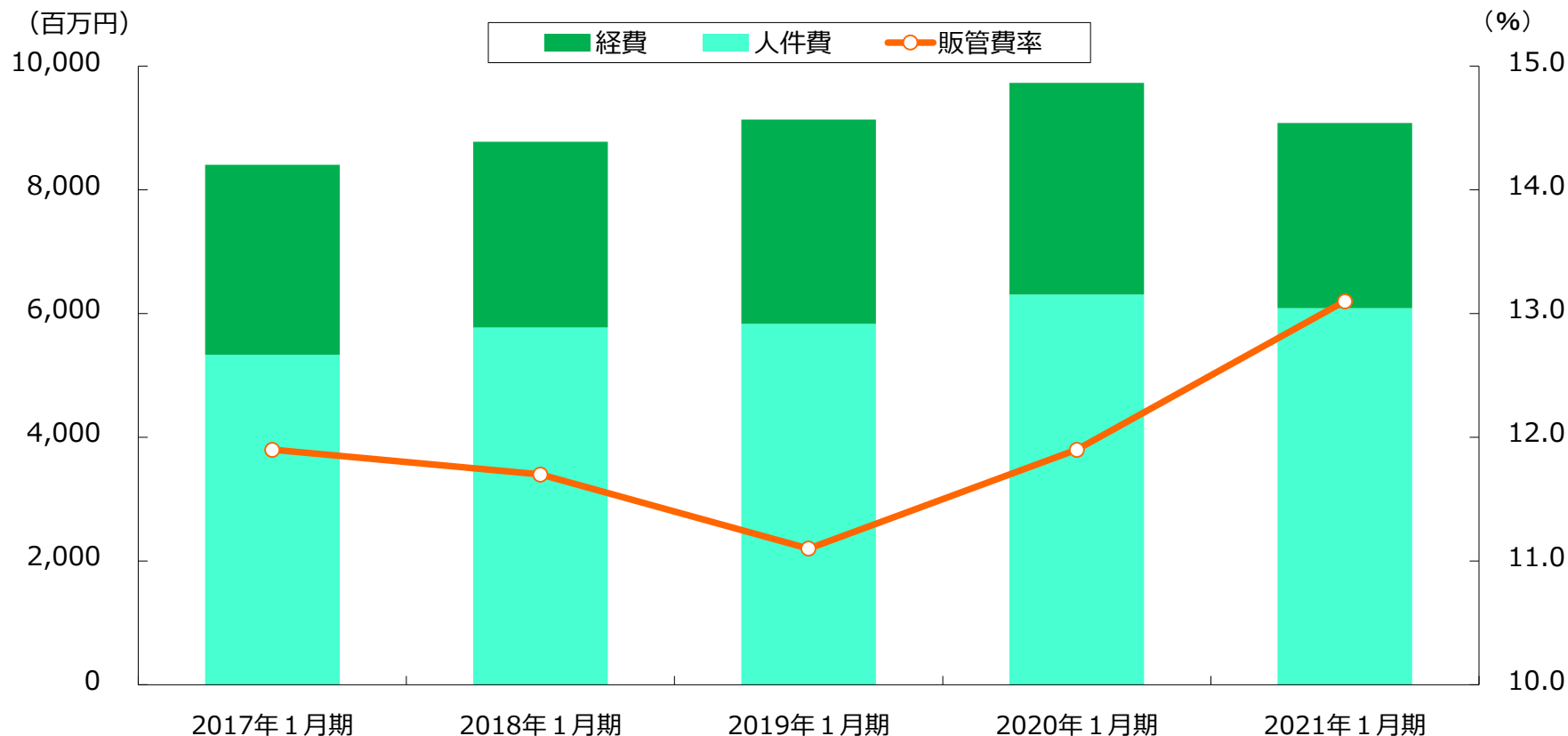
● 2021年1月期の売上総利益率は、収益性重視の事業活動を行った結果、年間を通じて高水準を維持した。



	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	15,174
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	19.6

# 販売費及び一般管理費の推移

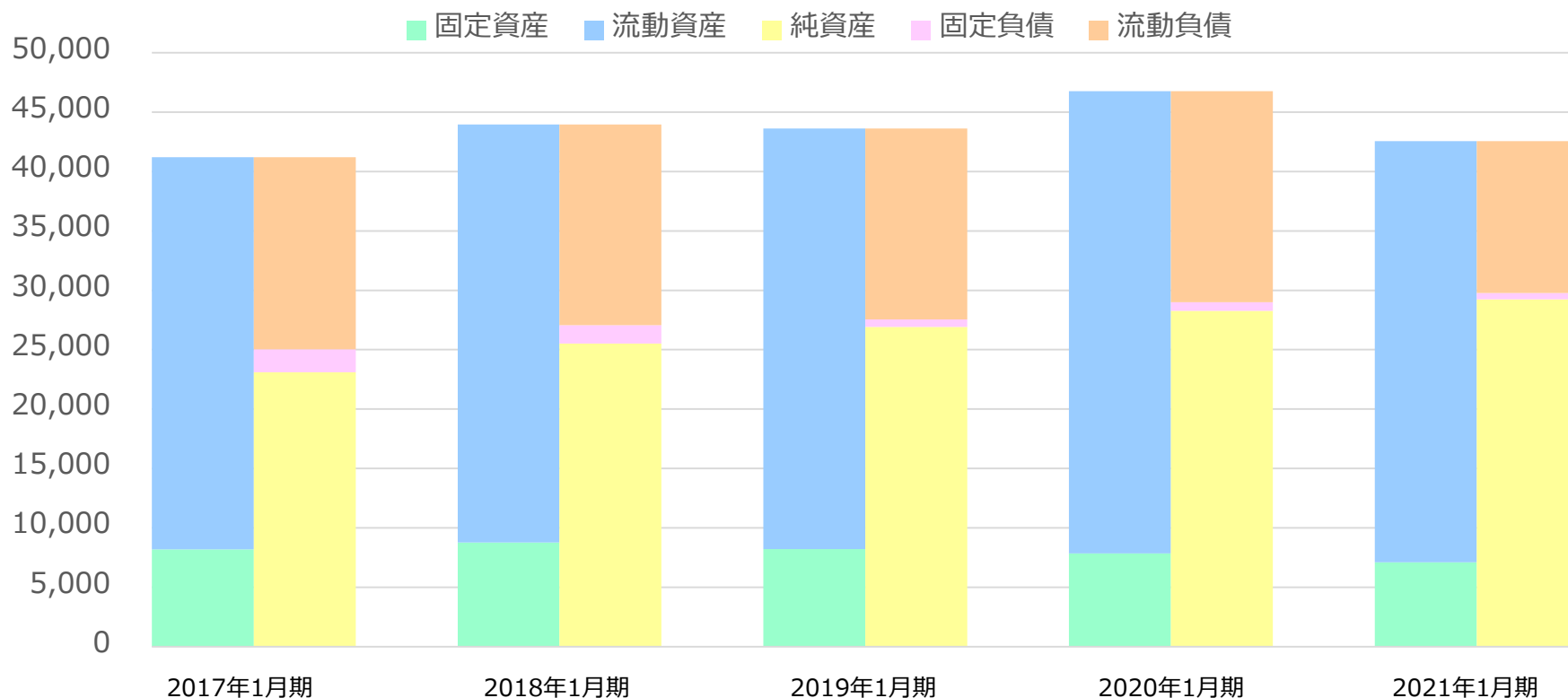
- 販売費及び一般管理費は、営業経費等が抑制されたことにより、前年同期を下回った。
- 従業員数の推移（連結） 2020年1月：1,273人 2021年1月：1,296人となり、23人増加。



	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
人件費 (百万円)	5,332	5,777	5,833	6,310	6,087
経費 (百万円)	3,074	2,999	3,305	3,418	2,996
販管費率 (%)	11.9	11.7	11.1	11.9	13.1

# B/S 主要項目の推移

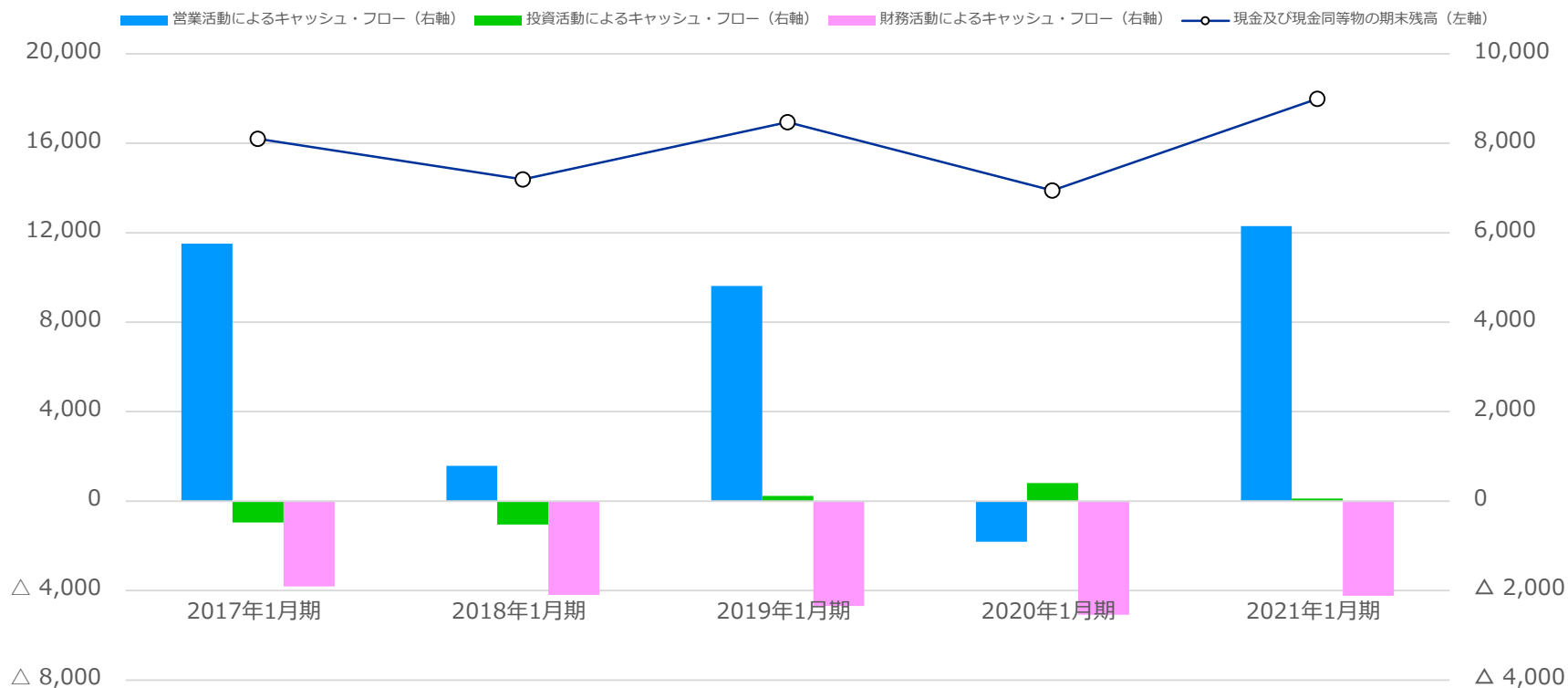
- 自己資本は、292億48百万円となり、前期比で9億72百万円の増加となった。
- 自己資本比率 68.7%（前期比+8.2ポイント）



	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
自己資本 (百万円)	23,110	25,510	26,922	28,276	29,248
自己資本比率 (%)	56.1	58.0	61.7	60.5	68.7

# キャッシュ・フローの推移

- 税金等調整前当期純利益を51億23百万円計上し、支払手形・工事未払金等が29億43百万円、未成工事受入金が16億7百万円減少したものの、受取手形・完成工事未収入金等が69億91百万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、61億50百万円となった。



(単位：百万円)	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
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,755	790	4,811	△906	6,150
投資活動によるキャッシュ・フロー	△479	△526	118	405	59
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,905	△2,099	△2,346	△2,543	△2,118
現金及び現金同等物の期末残高	16,196	14,384	16,940	13,894	17,986



## 【PART 2】

### ②2021年1月期セグメント別業績概況

# 2021年1月期 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の影響による受注活動の停滞や、イベントの中止・延期等の影響を受け、売上高は前年同期を大幅に下回った。セグメント利益についても、営業経費等の抑制効果もありましたが減収の影響を吸収するには至らず、前年同期を下回った。
● チェーンストア事業	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悪化等により、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	売上高は前年同期を僅かに下回ったものの、セグメント利益については大型案件が増加したこと等により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	21/01	増減	20/01	21/01	増減
商業その他施設事業	49,880	40,016	△9,864	4,017	3,629	△388
チェーンストア事業	21,501	19,598	△1,902	1,234	939	△295
文化施設事業	9,855	9,250	△605	237	388	150
その他	441	360	△80	176	90	△85
調整額	—	—	—	11	2	△8
合計	81,678	69,225	△12,452	5,677	5,049	△628

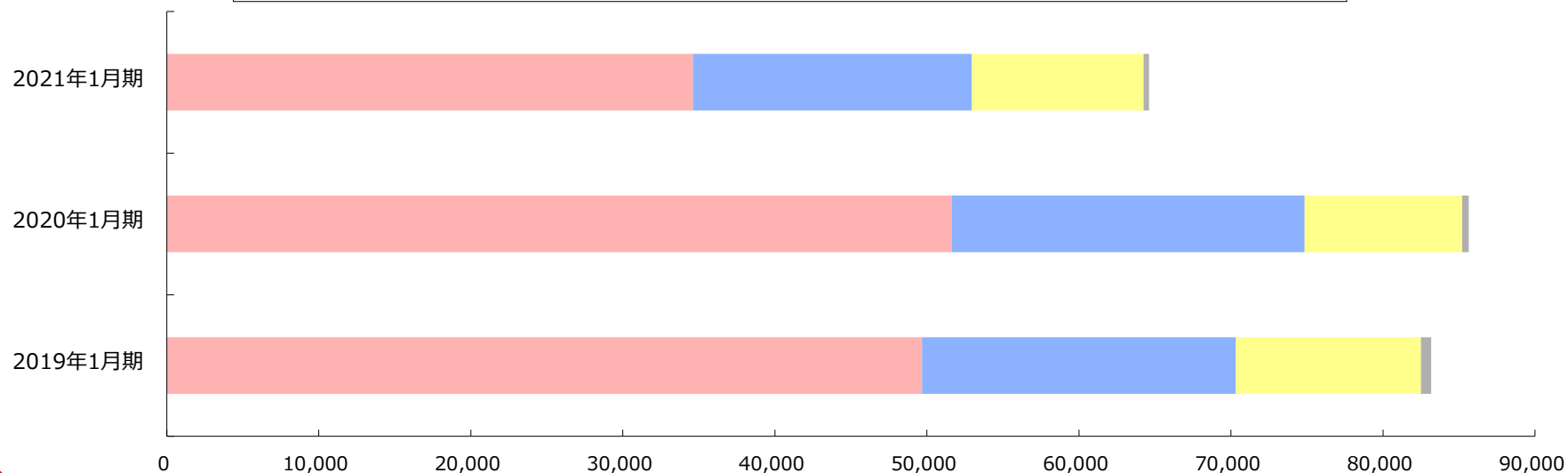
# セグメント別 受注高の状況

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による受注活動の停滞、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210億24百万円の減少となった。

(百万円)

	19/01	20/01	21/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	49,678	51,622	34,612	△17,009
チェーンストア事業	20,643	23,217	18,330	△4,886
文化施設事業	12,164	10,359	11,311	952
その他	687	441	360	△80
受注高合計	83,173	85,639	64,615	△21,024

■ 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

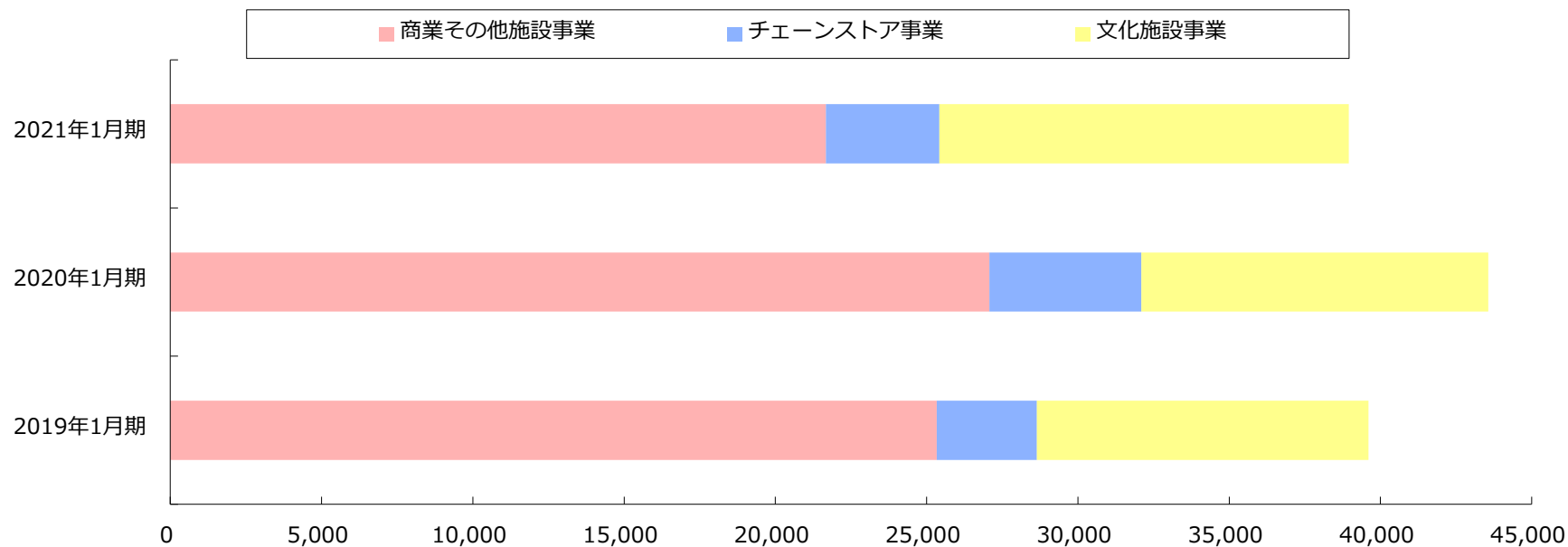


# セグメント別 受注残高の状況

● 受注残高は、主に商業その他施設事業における受注高の減少を受け、前年同期比で、46億10百万円の減少となった。

(百万円)

	19/01	20/01	21/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	25,337	27,079	21,674	△5,404
チェーンストア事業	3,302	5,018	3,750	△1,268
文化施設事業	10,960	11,464	13,525	2,061
その他	—	—	—	—
受注残高合計	39,600	43,561	38,950	△4,610



## 【 P A R T 3 】

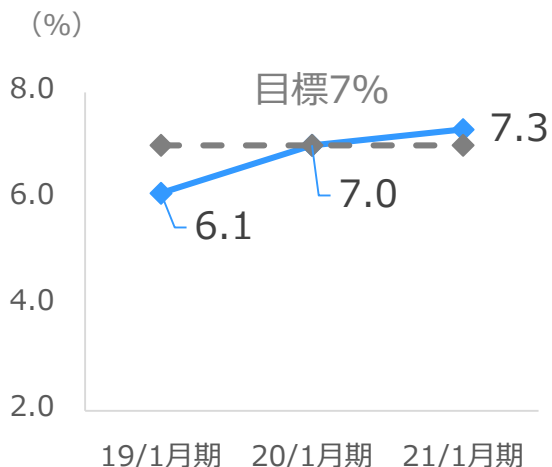
### ①中期経営計画（19/1月期－21/1月期）の振り返り

# 中期経営計画（19/1月期－21/1月期）の振り返り①

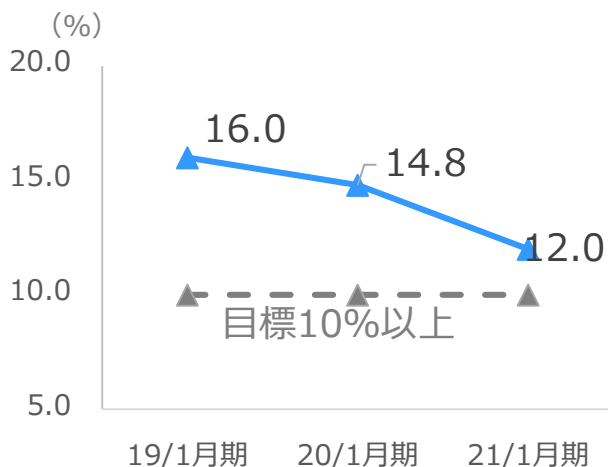
2021年1月期 全ての指標で目標を達成

連結営業利益率 7.3%、連結ROE 12.0%、連結配当性向 55.4%

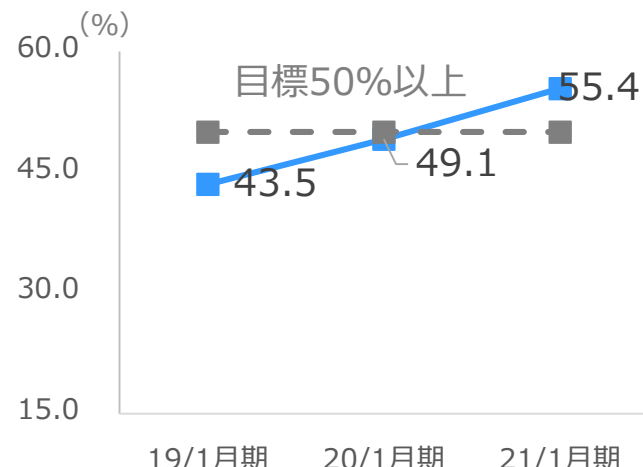
連結営業利益率



連結ROE



連結配当性向



目標指標	目標数値	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期
連結営業利益率	7%	6.1%	7.0%	7.3%
連結ROE	10%以上	16.0%	14.8%	12.0%
連結配当性向	50%以上	43.5%	49.1%	55.4%

# 中期経営計画（19/1月期－21/1月期）の振り返り②

	施策（強化ポイント）	評価	結果
<b>1</b>	<b>生産基盤の強化</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>「パートナー協力会社」制度は継続</li> <li>制作業務の効率化と生産性向上</li> </ul> <b>【目標】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>パートナー協力会社への発注比率60%以上</li> <li>大型案件に対応できる生産基盤の確立</li> <li>関西、中部、沖縄地域での協力会社体制の整備</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>パートナー協力会社への発注比率60%以上 ⇒ 達成（※ 2021年1月実績：発注比率61.2%）</li> <li>大型案件に対応できる生産基盤の確立 ⇒ 一定水準を整備</li> <li>地方における協力会社体制整備 ⇒ 一定水準を整備</li> <li>現場作業時間の削減</li> </ul>
<b>2</b>	<b>先端コンテンツ応用演出の強化</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>各案件で先端コンテンツ応用演出の導入を加速</li> </ul> <b>【目標】</b> 2021年受注高目標：168億円 <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>先端コンテンツ応用演出関連受注高（2021年1月期実績）：141億円</li> <li>人材育成については継続</li> </ul>
<b>3</b>	<b>デザイン力の強化</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織をデザインセンターとして統合・一体化</li> <li>若手デザイナーを積極登用しスキルを継承</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織を集約したことにより、商品価値が向上</li> <li>ノウハウや知見を深め、スキルは向上</li> </ul>
<b>4</b>	<b>安全・高品質の追求</b>		
	対制作職教育の専門部門を設置	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>各種(制作・電気・機械設備)セミナーの実施</li> <li>各種資格取得者の増加</li> </ul>
<b>5</b>	<b>働き方改革と生産性向上</b>		
	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	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>テレワーク制度の拡充</li> <li>長時間労働の徹底管理により残業時間削減</li> <li>女性社員向けキャリアアップセミナーの実施等</li> </ul>

## 【PART 3】

### ②新中期経営計画（22/1月期－24/1月期）



# 市場環境／事業環境の見通し

セグメント	分野	現状	中期経営計画期間 (2022年1月期～2024年1月期)
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)	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インバウンド需要の減少、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、企業の設備投資の抑制、出店計画の見直し等により、市場全体の需要は一時的に縮小傾向にある。	急速なデジタル化の拡大により、リアルとデジタル技術を融合した空間へのニーズは高まる。
	プロモーション分野 (イベント・展示会・販促施設)		デジタル技術を基軸に企業の展示会やショールーム等販促投資需要は回復する。
	サービス分野 (ホテル・ブライダル、交通チャネル、エンターテイメント、オフィス)		都市再開発、大阪・関西万博、IR（統合型リゾート）計画の周辺事業等による需要は続く。また、働き方改革等の影響により、オフィス環境の見直しによる需要が伸びる。
チェーンストア 事業	飲食店分野	店舗保守・ファシリティサポート市場は拡大傾向にある。	業態にばらつきはあるものの、一部では投資に増加傾向がみられる。
	アパレル分野		新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、EC化がさらに加速する。
	メンテナンス分野		
文化施設 事業	展示空間	官民ともに新型コロナウイルス感染症拡大により、計画の延期等の影響を受けている。	地域創生、地域活性化の実現に向けたニーズは今後高まる。
	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。

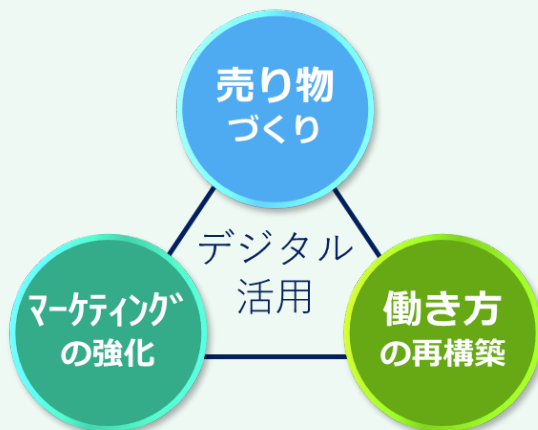
# 新中期経営計画の全体像

コロナ禍で傷んだ業績を「回復」させると同時に、デジタル活用を基軸にビジネスと働き方を「進化」させ、新しい時代にふさわしい、新しい丹青社グループへと自らを「変革」する

## 2024年1月期 目標（財務/非財務）

連結売上高	840億円	働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員が疲弊感なく、働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている</li> <li>総労働時間が削減されている</li> </ul>
連結営業利益率	7%	ダイバーシティ	組織の多様性が高まっており、かつ多様性を包摂する意識とコミュニケーションが定着している
連結ROE	12%	環境	環境負荷低減の取組みが継続的に改善・充実している
連結配当性向	50%以上	顧客・社会の課題解決	顧客・社会のニーズとその変化を的確に捉え、課題解決につながるソリューションを提供できる

## 戦略と施策



### 戦略1 売り物づくり

- ① デジタル活用による売り物づくり
- ② 地域創生ソリューションの開発

### 戦略2 マーケティングの強化

- ① デジタルマーケティングの実践・拡充

### 戦略3 働き方の再構築

- ① 業務プロセスの見直し
  - ② ダイバーシティ&インクルージョンの推進
  - ③ BIM(※)の導入・活用
- ※ Building Information Modeling

# 新中期経営計画の全体像

ESG	ありたい姿	KPI	2024年1月期 目標
S	<ul style="list-style-type: none"> <li>●従業員が疲弊感なく、働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている</li> <li>●組織の多様性が高まっており、かつ多様性を包摂する意識とコミュニケーションが定着している</li> <li>●顧客・社会のニーズとその変化を的確に捉え、課題解決につながるソリューションを提供できる</li> </ul>	従業員意識調査結果	前回以上の評価
		総労働時間の削減	社内総労働時間基準 超過者 0名
		管理職の新規登用における女性比率	50%以上
		管理職のダイバーシティ研修受講率	100%
		顧客評価調査結果	毎年、前年以上 の評価
		地域創生ソリューションの開発	30億円の 事業創出
E	●環境負荷低減の取組みが継続的に改善・充実している	EMS認証の維持	活動目標の達成
G	<ul style="list-style-type: none"> <li>●経営・財務基盤の充実</li> <li>●株主還元の充実</li> </ul>	連結売上高	840億円
		連結営業利益率	7.0%
		ROE	12%
		配当性向	50%以上

売り物づくり	施策1：デジタル活用による売り物づくり	目標
	<ul style="list-style-type: none"> <li>① リアル×デジタルによる顧客体験づくり                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・リアル空間とオンラインをシームレスにつなぐ</li> <li>総合的な「ここを動かす」顧客体験をデザインし、提供する</li> <li>・フィジカルな体験のデザインを得意とする当社の強みを生かす</li> </ul> </li> <li>② 空間×データの取り組み                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・空間に関するデータを活用し、新たな価値を生み出す</li> </ul> </li> <li>③ 外部企業と協創・協業</li> <li>④ デジタル技術やデータ分析に精通した人材育成</li> </ul>	デジタル活用関連 売上高 2022年1月期 計画 130億円 2024年1月期 計画 280億円
マーケティングの強化	施策：デジタルマーケティングの実践・拡充	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>①オンライン上での顧客とのコミュニケーションを強化</li> <li>②データの蓄積・整備と分析により、マーケティング活動の精度向上</li> </ul>	
働き方の再構築	施策1：業務プロセスの見直し	
	各業務プロセスを見直し、デジタルツールも活用して合理化・省略化を図る	
	施策2：ダイバーシティ&インクルージョンの推進	
多様な人材の活躍を推進するための環境整備		
施策3：BIMの導入・活用		
設計・制作業務を効率化し、生産性を高める		

# 新中期経営計画（22/1月期－24/1月期）

## 【計画の策定にあたっての前提条件】

東京オリンピック・パラリンピックが予定どおり開催され、新型コロナウイルス感染症については、2022年1月期中に収束の目途がつくことを前提としております。

- 2024年1月期目標：売上高840億円、営業利益 58億円
- 営業利益については、最終年度に過去最高水準までの回復を目指す。

(百万円)

	2022年1月期 (計画)		2023年1月期 (計画)		2024年1月期 (中期経営計画最終年度)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
受注高	71,500		80,000		85,000	
売上高	68,000	100.0	79,000	100.0	84,000	100.0
売上総利益	11,900	17.5	14,600	18.5	16,400	19.5
営業利益	2,000	2.9	4,200	5.3	5,800	6.9
経常利益	2,150	3.2	4,350	5.5	5,920	7.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,410	2.1	2,910	3.7	3,990	4.8
E P S (円)	29.58		61.04		83.70	
R O E (%)	4.8		9.8		12.7	

※ 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。

※ 2023年1月期より収益認識に関する会計基準が適用されます。なお、本中期経営計画には、収益認識に関する会計基準の適用による業績への影響は織り込んでおりません。

# セグメント別 新中期経営計画 (22/1月期－24/1月期)

- 商業その他施設事業において、新型コロナウイルス感染症収束後の需要を確実に取り込み、回復を目指す。

(百万円)

		2022年1月期 (計画)	2023年1月期 (計画)	2024年1月期 (中期経営計画最終年度)
受	商業その他施設事業	41,000	48,800	51,800
	チェーンストア事業	20,400	21,900	23,100
	文化施設事業	9,700	8,800	9,500
	その他	400	500	600
	注高計	71,500	80,000	85,000
売	商業その他施設事業	36,900	46,700	50,200
	チェーンストア事業	20,400	21,700	22,900
	文化施設事業	10,300	10,100	10,300
	その他	400	500	600
	上高計	68,000	79,000	84,000
営	商業その他施設事業	350	2,400	3,700
	チェーンストア事業	1,100	1,370	1,600
	文化施設事業	500	350	400
	その他	50	80	100
	調整額	—	—	—
営業利益計	2,000	4,200	5,800	

# 2022年1月期 業績計画

## 【第2四半期(累計)連結業績予想】

売上高は、主に商業その他施設事業において、新型コロナウイルス感染症拡大によって受注活動の停滞が長期化したこと等による受注高の減少を受け、前年同期を下回る見込み。

利益面についても、売上高の減少及び収益性の低い案件が増加したこと等より、前年同期を大幅に下回る見込み。

## 【通期連結業績予想】

受注高は、新型コロナウイルス感染症が収束することを前提に需要は回復し、前年同期を上回る見込み。

(百万円)

	2021年1月期				2022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	35,640		64,615		34,500		71,500	
売上高	36,716	100.0	69,225	100.0	30,700	100.0	68,000	100.0
売上総利益	7,782	21.2	14,133	20.4	5,000	16.3	11,900	17.5
営業利益	3,464	9.4	5,049	7.3	40	0.1	2,000	2.9
経常利益	3,553	9.7	5,266	7.6	90	0.3	2,150	3.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,356	6.4	3,437	5.0	30	0.1	1,410	2.1
E P S (円)	49.53		72.19		0.63		29.58	
R O E (%)	8.0		12.0		0.11		4.8	

# 2022年1月期 セグメント別 業績計画

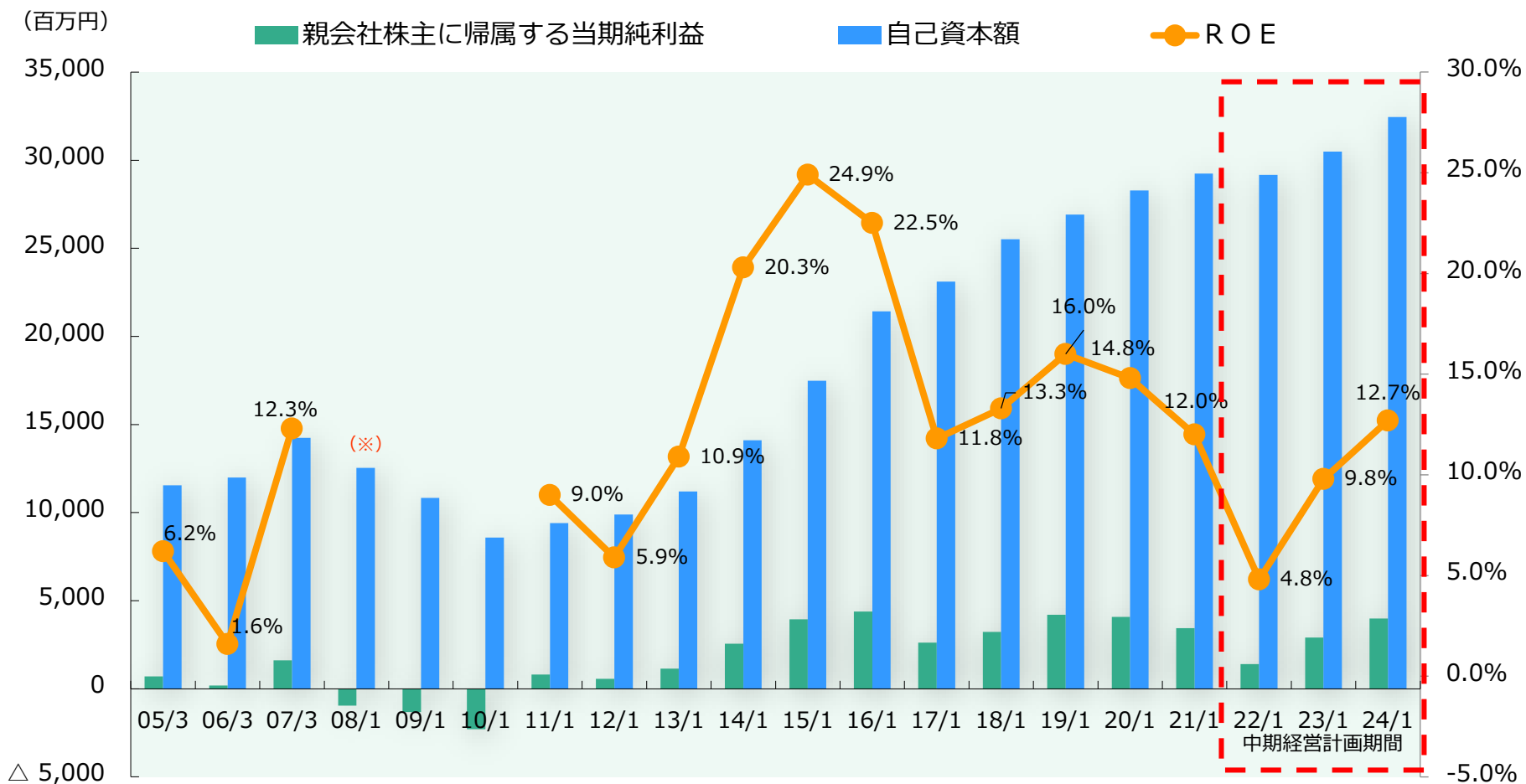
(百万円)

		2021年1月期		2022年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受注高計	商業その他施設事業	16,814	34,612	18,500	41,000
	チェーンストア事業	9,865	18,330	9,900	20,400
	文化施設事業	8,784	11,311	5,900	9,700
	その他	175	360	200	400
受注高計		35,640	64,615	34,500	71,500
売上高計	商業その他施設事業	20,745	40,016	15,100	36,900
	チェーンストア事業	10,716	19,598	9,900	20,400
	文化施設事業	5,079	9,250	5,500	10,300
	その他	175	360	200	400
売上高計		36,716	69,225	30,700	68,000
調整額	商業その他施設事業	2,278	3,629	△840	350
	チェーンストア事業	674	939	480	1,100
	文化施設事業	460	388	380	500
	その他	73	90	20	50
調整額		△22	2	—	—
営業利益計		3,464	5,049	40	2,000



# 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、連結R O E 12%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、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

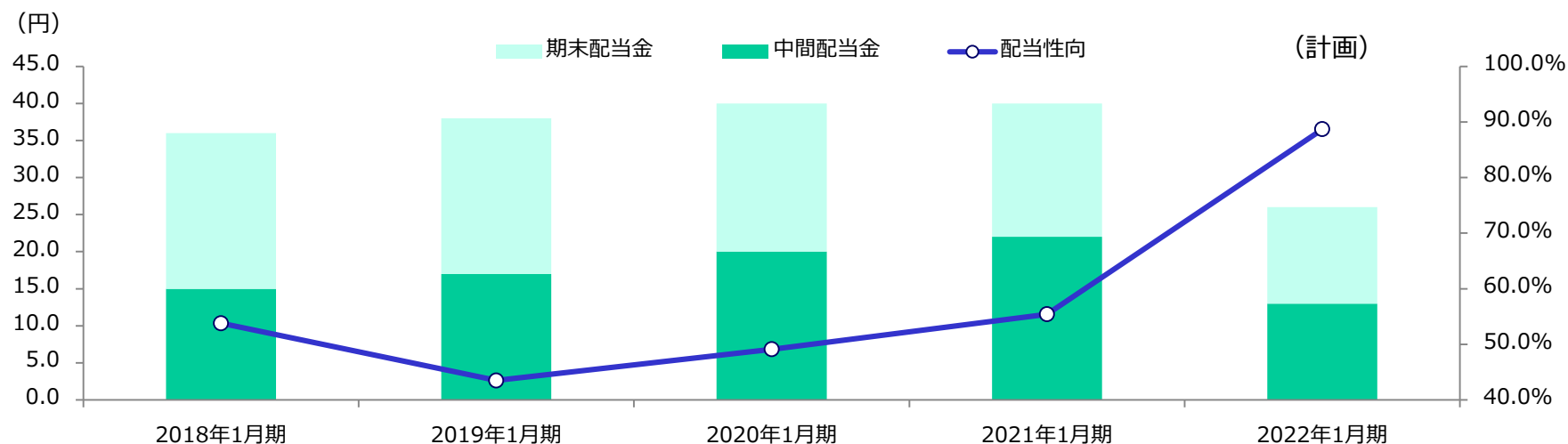
(注) 2016.1期については、旧本社の土地の売却等により特別利益を計上し、親会社株主に帰属する当期純利益及びR O Eが  
高く計上されております

# 株主還元に関する方針

## 【連結配当性向】

還元目標は配当性向50%以上

※ 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。



	2018年1月期	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期	2022年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	15.00	17.00	20.00	22.00	13.00
期末配当金 (円)	21.00	21.00	22.00	18.00	13.00
合計 (円)	36.00	38.00	42.00	40.00	26.00
連結配当性向 (%)	53.8	43.5	49.1	55.4	87.9
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

# 【PART 3】

## ③今後の見通し

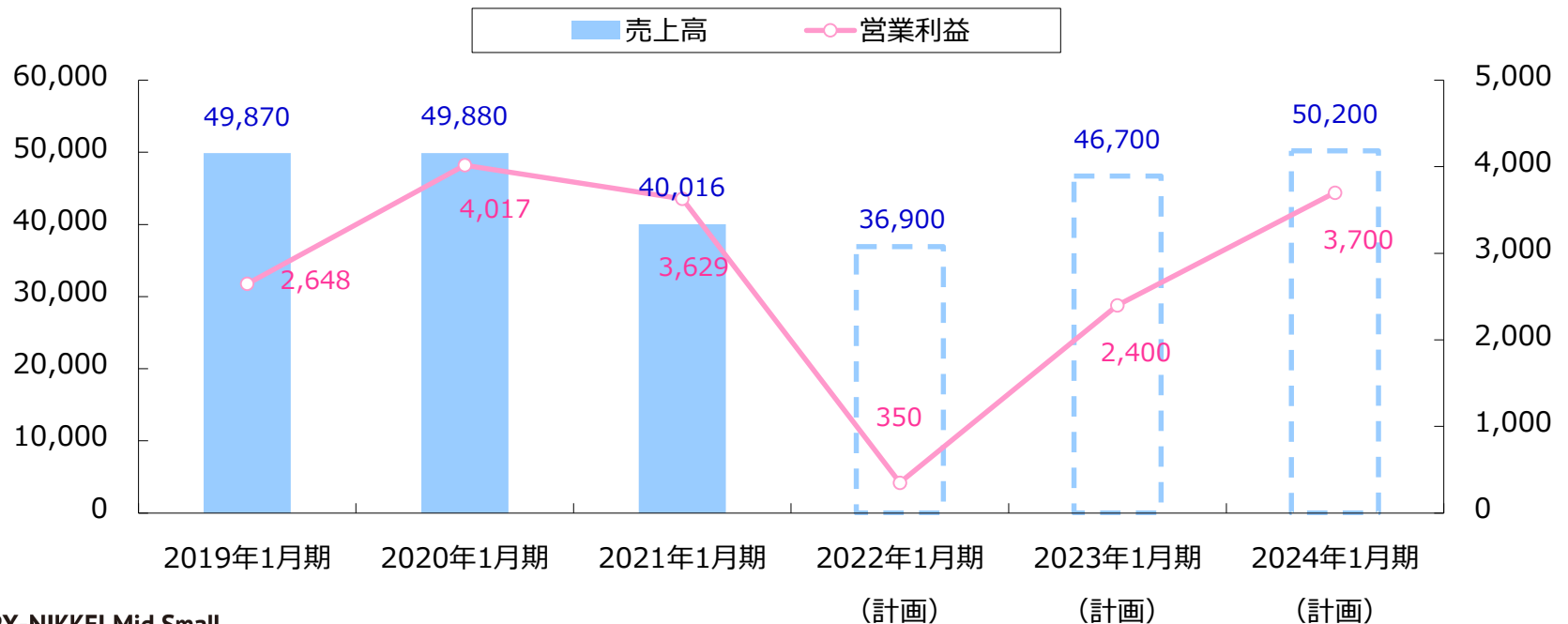
# セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

## 【外部環境】

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響によるイベント等の中止・延期・自粛、設備投資の抑制
- ・首都圏を中心とした各都市の再開発案件の需要増
- ・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
- ・ビジネス空間とアミューズメント空間の受注およびシェアの拡大
- ・積極的なデジタル技術の活用による他社との差別化および高付加価値化



## セグメント別の見通しと取り組み(チェーンストア事業)

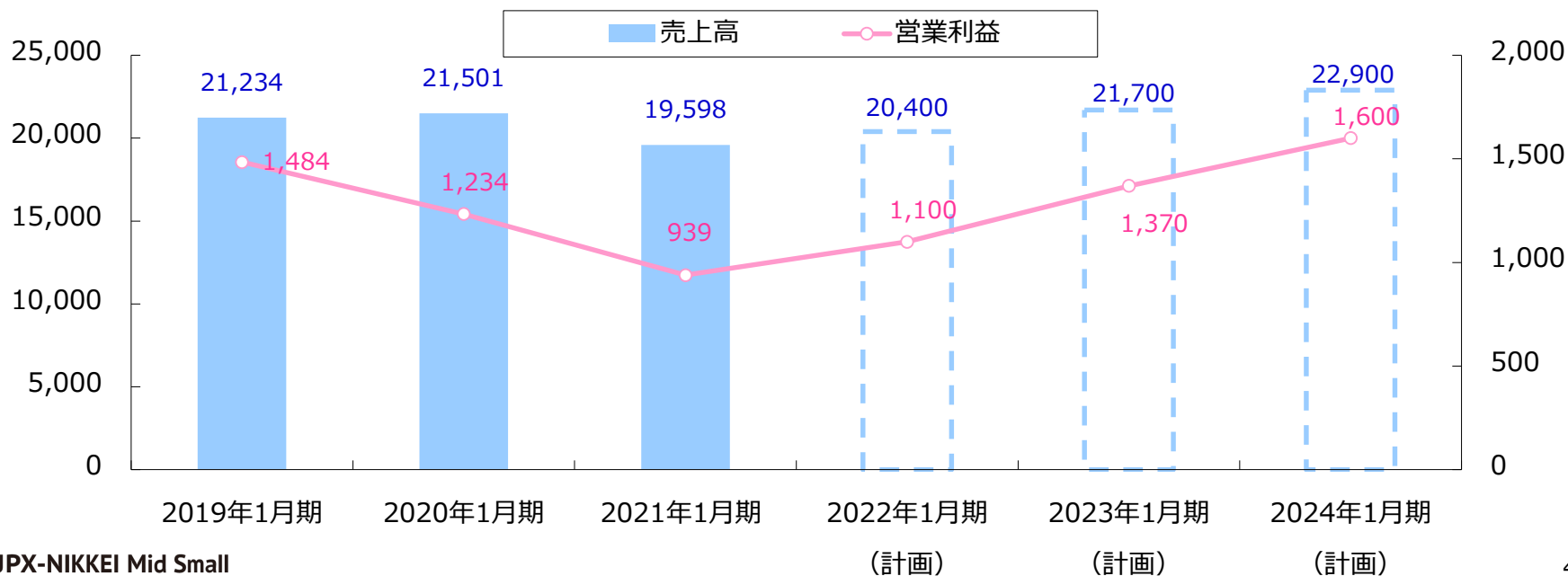
## 【外部環境】

- アパレル分野 : 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、EC化\*1はさらに加速  
一部好調企業を除き、新規出店や改装等の設備投資は抑制傾向が強い
- 飲食店分野 : 業態により設備投資欲はばらつきがあるものの、一部では投資増加傾向にある
- その他 : その他(スーパー、ホームセンター等)は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により  
最寄品の消費が伸び、慎重に見極めながらの設備投資が見られる
- 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

\*1 electronic commerce (エレクトロニックコマース=電子商取引) の略。

## 【方針】

- ・ 既存顧客のシェア拡大と新規顧客の開発
- ・ 西日本エリアのシェア拡大に向けた既存顧客との関係強化と生産性向上
- ・ 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



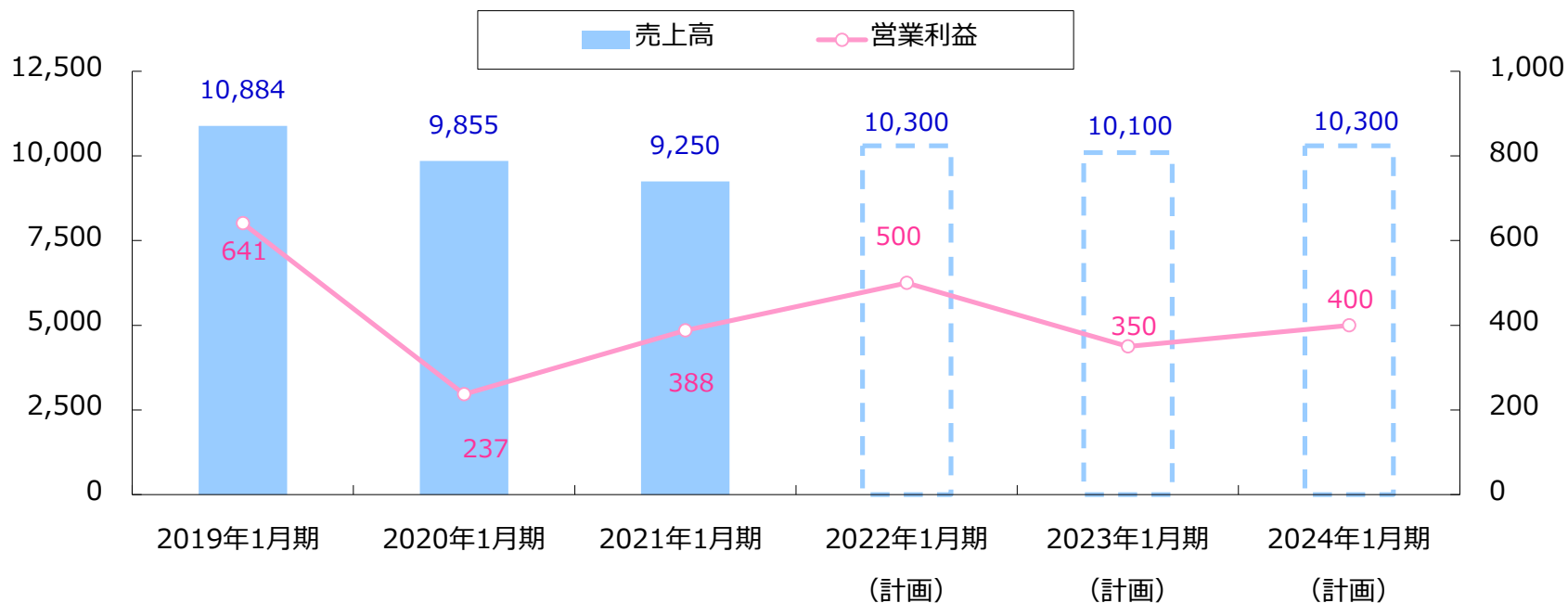
# セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

## 【外部環境】

当社がターゲットとする公共施設(官民連携事業等)は横ばいから微増が見込まれる

## 【方針】

- ・ 地域創生、官民連携事業に関連した案件を中心に受注拡大を図る
- ・ 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



# 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](mailto:ir@tanseisha.co.jp) )