

# 2020年度 決算説明資料

2021年4月8日

株式会社 乃村工藝社



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

**将来の見通しに関する注意事項**

記載されている業績予想などの将来に関する記述は、作成日現在において入手可能な情報にもとづき、当社が合理的と判断したものです。潜在的なリスクや不確実性が含まれているため、実際の成果や業績は記載の予想と異なる可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

# 1. 2020年度 決算概要

## 2020年度 連結業績ハイライト

- 新型コロナウイルス感染症拡大による、受注活動の停滞および工期の変更などにより商業施設や観光関連施設などで大型案件の完工が減少、展示会・イベント案件も減少し、前期比で減収・減益となった。
- 第4四半期(12月～2月)は大型案件の完工もあり、第3四半期時点に比べ、高い売上・利益を確保した。

(百万円)	2019年度		2020年度		
	通期	対売上高 構成比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	143,689	100.0%	<b>107,736</b>	<b>100.0%</b>	△35,952 (△25.0%)
売上総利益	28,981	20.2%	<b>21,072</b>	<b>19.6%</b>	△7,908 (△27.3%)
営業利益	11,086	7.7%	<b>4,882</b>	<b>4.5%</b>	△6,204 (△56.0%)
経常利益	11,242	7.8%	<b>5,010</b>	<b>4.7%</b>	△6,231 (△55.4%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,795	5.4%	<b>3,071</b>	<b>2.9%</b>	△4,723 (△60.6%)

# 売上高・売上総利益

## ①売上高

	2019年度	2020年度	前期比
売上高	143,689百万円	<b>107,736百万円</b>	△35,952百万円 (△25.0%)

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、専門店や複合商業施設、ホテル、テーマパークなどの改装需要が減少、また、展示会・イベントの中止や規模縮小に加え、前期に比べ大型案件の完工が減少したことから大幅な減収となった。

## ②売上総利益

	2019年度	2020年度	前期比
売上総利益	28,981百万円	<b>21,072百万円</b>	△7,908百万円 (△27.3%)
<売上総利益率>	20.2%	<b>19.6%</b>	△0.6ポイント

- 売上総利益率は、減収の影響ならびに採算性の高い大型案件の減少、また新型コロナウイルス感染症拡大の影響による飲食・物販事業の利益率低下により、前期に比べ0.6ポイント低下し19.6%となった。

# 営業利益

## ① 販売管理費

	2019年度	2020年度	前期比
人件費	11,092百万円	<b>10,084百万円</b>	△1,008百万円 (△9.1%)
経費	6,801百万円	<b>6,106百万円</b>	△695百万円 (△10.2%)
販売管理費	17,894百万円	<b>16,190百万円</b>	△1,704百万円 (△9.5%)
<販売管理費比率>	12.5%	<b>15.1%</b>	+2.6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などによる人件費減、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9.5%減少、販売管理費比率は大幅な減収の影響により、2.6ポイント上昇し15.1%となった。

## ② 営業利益

	2019年度	2020年度	前期比
営業利益	11,086百万円	<b>4,882百万円</b>	△6,204百万円 (△56.0%)

■ 営業利益は、販売管理費が減少した一方、売上総利益が7,908百万円減少したことにより、前期に比べ56.0%の減益となった。

# 経常利益

## ① 営業外損益

	2019年度	2020年度	前期比
営業外収益	166百万円	<b>144百万円</b>	△21百万円
営業外費用	11百万円	<b>16百万円</b>	+5百万円

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

## ② 経常利益

	2019年度	2020年度	前期比
経常利益	11,242百万円	<b>5,010百万円</b>	△6,231百万円 (△55.4%)

- 経常利益は、営業利益の減少にともない前期に比べ55.4%の減益となった。

# 当期純利益

## ① 特別損益

	2019年度	2020年度	前期比
特別利益	81百万円	<b>17百万円</b>	△63百万円
特別損失	34百万円	<b>340百万円</b>	+306百万円

- オフィス移転にともなう固定資産除却損、ならびに新型コロナウイルス感染症拡大の影響にともなう、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、特別損失に計上した。

## ② 法人税等・当期純利益

	2019年度	2020年度	前期比
法人税等	3,484百万円	<b>1,606百万円</b>	△1,878百万円
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,795百万円	<b>3,071百万円</b>	△4,723百万円 (△60.6%)

- 法人税等は、利益の減少にともない減少した。
- 当期純利益は、経常利益の減少、特別損失の計上にともない前期に比べ60.6%の減益となった。

## 市場分野別の売上高

- 新装・改装需要が減少した専門店市場、百貨店・量販店市場、ホテルやテーマパークの観光需要が縮小した余暇施設市場、展示会・イベントの中止・規模縮小があった広報・販売促進市場が減収となった。
- 前期に比べ、大型案件の完工が減少し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 売上高		売上 総利益率	2020年度 売上高		売上 総利益率
	金額(百万円)	前期比		金額(百万円)	前期比	
専門店市場	37,779	△10.3%	↑19.4%	<b>25,491</b>	△32.5%	↓17.8%
百貨店・量販店市場	6,330	+10.9%	↑25.3%	<b>3,521</b>	△44.4%	↓21.1%
複合商業施設市場	17,067	+27.5%	↓19.4%	<b>12,036</b>	△29.5%	↑19.7%
広報・販売促進市場	18,280	+1.4%	↓21.4%	<b>15,037</b>	△17.7%	↓19.9%
博物館・美術館市場	9,923	+13.2%	↑18.7%	<b>8,284</b>	△16.5%	↑19.3%
余暇施設市場	14,916	+19.0%	↓16.8%	<b>11,662</b>	△21.8%	↓14.5%
博覧会・イベント市場	2,766	+230.9%	↑26.6%	<b>2,455</b>	△11.2%	↓20.3%
その他市場	34,092	+53.2%	↓21.3%	<b>28,499</b>	△16.4%	↑23.2%
ディスプレイ事業 小計	141,155	+14.2%	↓20.2%	<b>106,988</b>	△24.2%	↓19.7%
飲食・物販事業	2,534	+14.2%	↑18.2%	<b>748</b>	△70.5%	↓5.9%
合 計	143,689	+14.2%	↓20.2%	<b>107,736</b>	△25.0%	↓19.6%

## 市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、コロナ感染症による受注活動の停滞、状況が不透明な中、各市場分野において投資が控えられ需要が縮小したことにより、減少となった。
- 受注残高は、博物館、ホテルなどの大型案件、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、受注高の減少により減少となった。

	2019年度		2020年度		受注高 前期比	受注残高 前期比
	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	40,148	10,309	<b>22,426</b>	<b>7,245</b>	△44.1%	△29.7%
百貨店・量販店市場	6,339	1,547	<b>3,065</b>	<b>1,091</b>	△51.6%	△29.5%
複合商業施設市場	15,238	6,885	<b>8,374</b>	<b>3,223</b>	△45.0%	△53.2%
広報・販売促進市場	23,956	10,810	<b>7,149</b>	<b>2,922</b>	△70.2%	△73.0%
博物館・美術館市場	11,425	8,060	<b>9,129</b>	<b>8,905</b>	△20.1%	+10.5%
余暇施設市場	15,557	10,626	<b>6,611</b>	<b>5,575</b>	△57.5%	△47.5%
博覧会・イベント市場	10,324	9,138	<b>5,507</b>	<b>12,190</b>	△46.7%	+33.4%
その他市場	28,270	13,580	<b>23,049</b>	<b>8,128</b>	△18.5%	△40.1%
合 計	151,260	70,960	<b>85,314</b>	<b>49,283</b>	△43.6%	△30.5%

(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

# 2021年度 連結業績予想

- 2021年度は、コロナ感染症の影響により厳しい市場環境が続く見通し。

[計画策定的前提条件] 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が予定通り開催、2021年度中にコロナ感染症収束の目途がつくことを前提として計画を策定。

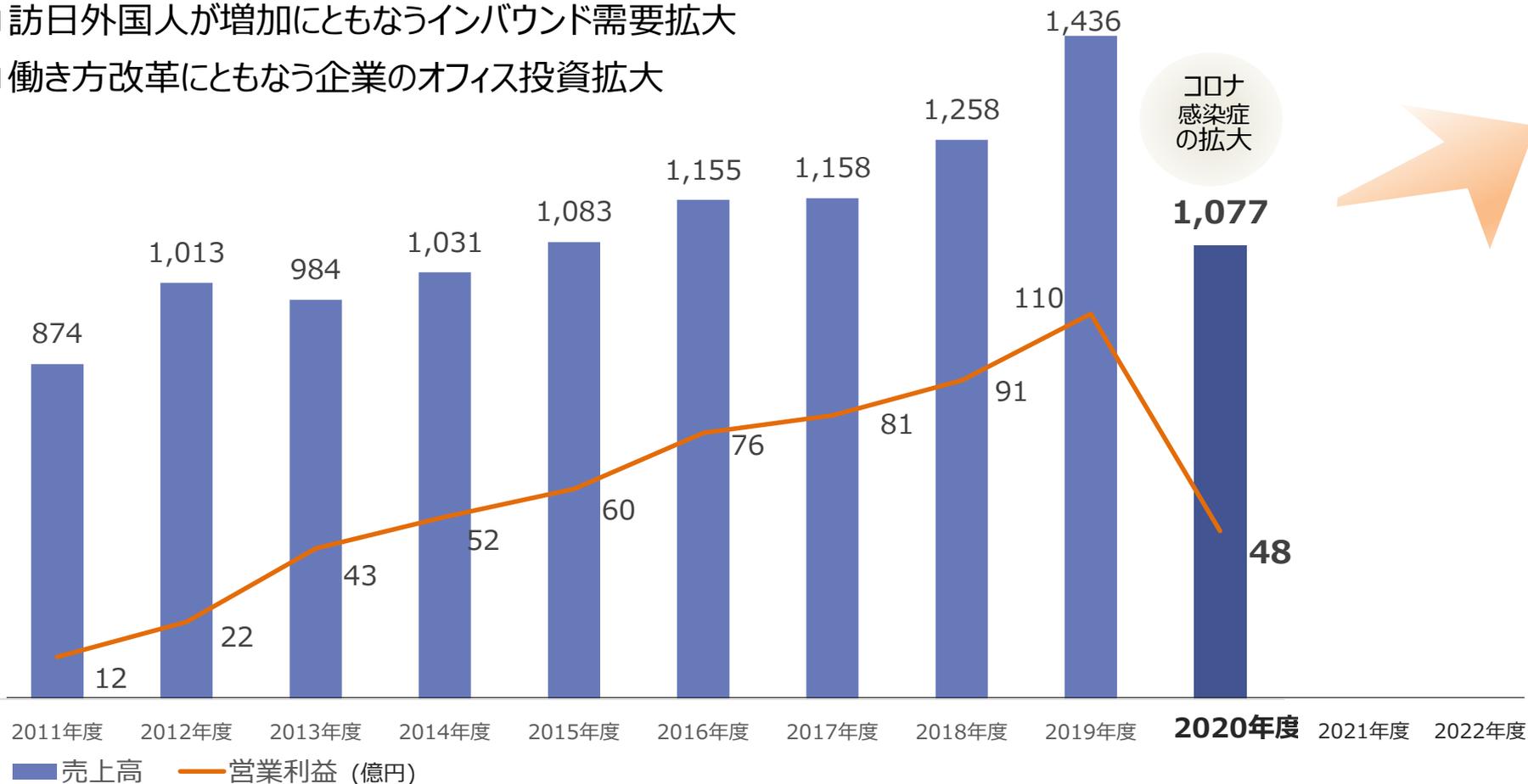
(百万円)	2020年度			2021年度(予想)		
	通期	対売上高 構成比	前期比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	107,736	100.0%	△25.0%	<b>115,000</b>	<b>100.0%</b>	<b>+6.7%</b>
営業利益	4,882	4.5%	△56.0%	<b>5,000</b>	<b>4.3%</b>	<b>+2.4%</b>
経常利益	5,010	4.7%	△55.4%	<b>5,100</b>	<b>4.4%</b>	<b>+1.8%</b>
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,071	2.9%	△60.6%	<b>3,300</b>	<b>2.9%</b>	<b>+7.5%</b>
1株当たり配当金	25.00円	—	△7.00円	<b>25.00円</b>	—	—

## 2. 今後の展開について

# 前期までの振り返り

## 2019年度までの伸長

- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた投資意欲の高まり
- 訪日外国人が増加にともなうインバウンド需要拡大
- 働き方改革にともなう企業のオフィス投資拡大



# 市場環境

- コロナ感染症拡大により、人々の暮らし、働き方、価値観が変化、空間のあり方も大きく変容

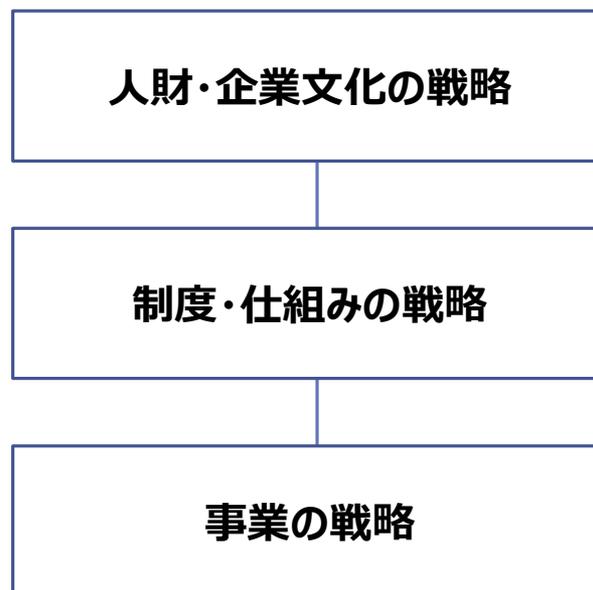
## コロナ感染症収束後に想定される市場環境

<b>商業施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リアル空間とオンライン空間を融合した店舗づくり</li> <li>・商業に加え、公共、医療、教育、エンタメなどを備えた複合施設</li> <li>・実店舗は、安全安心に加え、リッチな体験を提供</li> </ul>
<b>企業PR施設、展示会</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リアルとオンラインの棲み分け</li> <li>・デジタル技術を活用した空間づくり</li> <li>・企業の業績改善にともなう投資回復</li> </ul>
<b>博物館、公共イベント ホテル、テーマパーク</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド需要の回復にともなう投資、地方創生・活性化への取り組みの増加</li> <li>・2025年の大阪万博を見据えた投資</li> <li>・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</li> </ul>
<b>オフィス施設</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフスタイルに応じた多様なワークプレイス</li> <li>・都市から郊外へのシフト、ワーケーション施設の増加</li> <li>・空調設備やIT環境を融合した新しいオフィス環境</li> </ul>

# 2020-2022 中期経営計画

## 2020-2022 新中期経営計画テーマ

### 「社会から選ばれるノムラ」



# 2020－2022 中期経営計画

## 人財・企業文化の戦略

### ➤ 健康経営の実現、事業の効率性・生産性向上への取り組みを推進

#### ■ 働きやすさの改善・働きがいの向上

- ・「働き方改革総合計画」を策定、運用実施
- ・従業員意識調査における改善、意識向上

#### ■ ノムラDNA継承のための人財確保・育成

- ・長期的な人財確保、育成計画の策定、運用実施
- ・新たな長期ビジョンの策定

## 制度・仕組みの戦略

### ➤ 持続的成長と企業価値向上を支える経営基盤を構築

#### ■ グループ経営管理体制の確立

- ・内部統制、コンプライアンスの強化
- ・コーポレートガバナンス体制の強化

# 2020-2022 中期経営計画

## 事業の戦略

### ➤ ノムラにしかできない新たな価値提供への挑戦

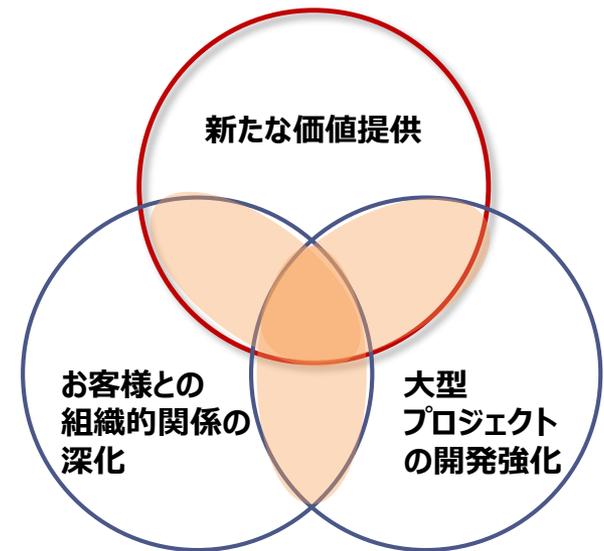
- ・事業参画などお客様との共創・協業の推進
- ・SDGsや地方創生の動きに対し、空間を切り口としたソリューションの提供、事業創造への取り組み
- ・ソフト・コンテンツビジネスの強化への取り組み

### ➤ お客様との組織的関係の深化

- ・空間づくりを通じた、お客様の経営課題解決への貢献
- ・国内外におけるグローバル企業の深耕・新規顧客獲得

### ➤ 大型プロジェクトの開発強化

- ・積極的な先行投資による、さらなる競争優位性の獲得
- ・全国支店、グループ会社との連携のさらなる強化
- ・都市再開発事業やインバウンドの回復による投資などの大型案件への取り組み



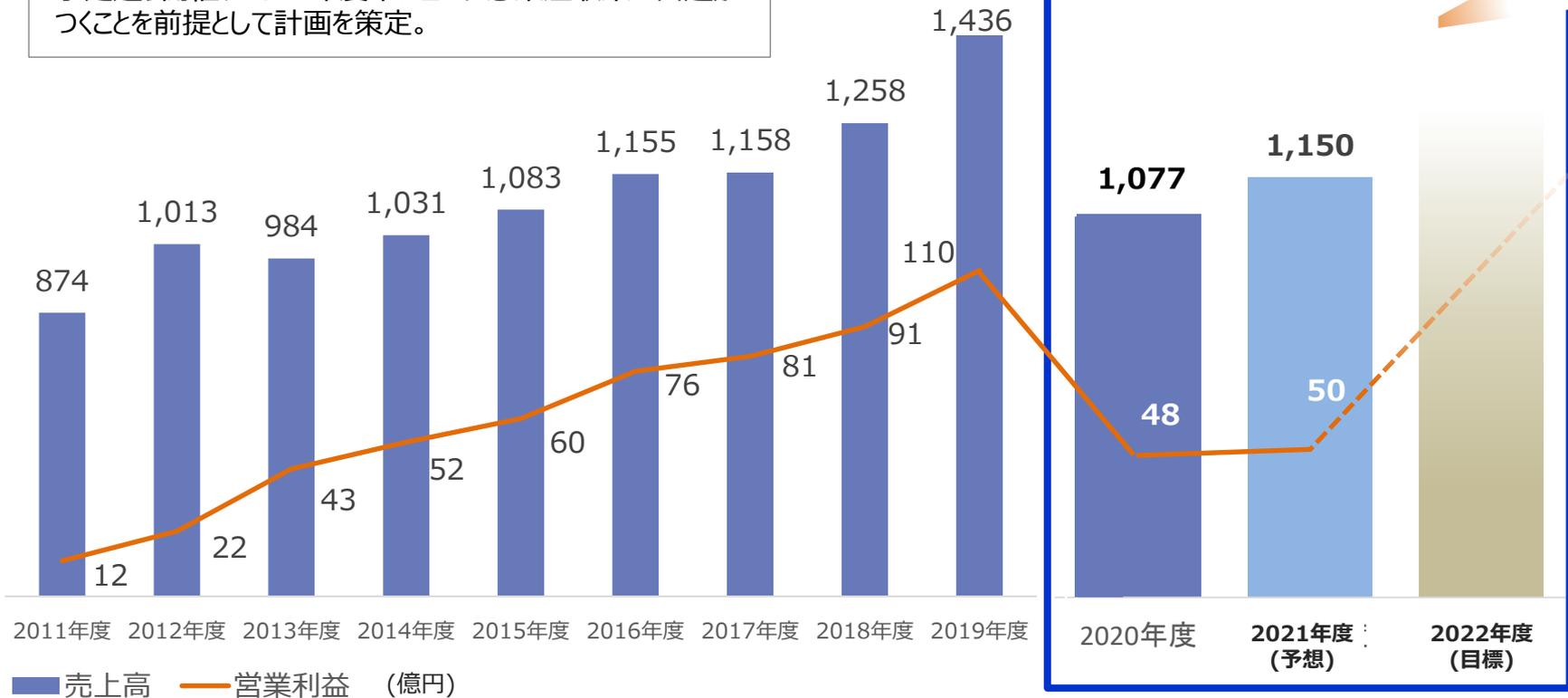
## 3部門を新設

- ・ビジネスプロデュース本部 : 全社に集まる情報を集約し、グループ全体を俯瞰した営業戦略を策定・運用
- ・グループ・グローバル事業本部 : 国内外グループ会社の連携強化、海外事業の拡大を推進
- ・コンテンツ・インテグレーション・センター : コンテンツ事業の拡大、デジタルテクノロジー領域の強化を推進

# 2020-2022 中期経営計画

- 2022年度の業績計画の数値目標は、精査中
- 2020年度を底として回復基調へ

[前提条件] 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が予定通り開催、2021年度中にコロナ感染症収束の目途がつくことを前提として計画を策定。



## 3. 2020年度 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%	66,397	81.0%	△8,303	△11.1%	売掛金が減少したことなどにより83億3百万円減少。
	固定資産	15,993	17.6%	15,611	19.0%	△381	△2.4%	システム投資にともなう無形固定資産が増加した一方、繰延税金資産の減少などにより3億81百万円減少。
	資産合計	90,694	100.0%	82,009	100.0%	△8,685	△9.6%	
負 債 純 資 産	流動負債	37,453	41.3%	29,207	35.6%	△8,245	△22.0%	支払手形及び買掛金、未払金、未払法人税等の減少などにより82億45百万円減少。
	固定負債	5,449	6.0%	5,272	6.4%	△176	△3.2%	退職給付に係る負債の減少などにより1億76百万円減少。
	負債合計	42,902	47.3%	34,480	42.0%	△8,422	△19.6%	
	純資産	47,792	52.7%	47,529	58.0%	△262	△0.5%	配当金の支払いなどにより2億62百万円減少。
	負債純資産合計	90,694	100.0%	82,009	100.0%	△8,685	△9.6%	

## 【前期比較】連結損益計算書

通期	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	前期比		
売上高	143,689	100.0%	<b>107,736</b>	<b>100.0%</b>	△35,952	△25.0%	専門店市場、複合商業施設市場、その他市場などの売上高が大きく減少し減収。
売上総利益	28,981	20.2%	<b>21,072</b>	<b>19.6%</b>	△7,908	△27.3%	売上高の減少、ならびに売上総利益率が0.6ポイント低下したことにより減益。
販売管理費	17,894	12.5%	<b>16,190</b>	<b>15.1%</b>	△1,704	△9.5%	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	11,086	7.7%	<b>4,882</b>	<b>4.5%</b>	△6,204	△56.0%	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	11,242	7.8%	<b>5,010</b>	<b>4.7%</b>	△6,231	△55.4%	営業利益の減少により減益。
特別利益	81	0.1%	<b>17</b>	<b>0.0%</b>	△63	△77.9%	
特別損失	34	0.0%	<b>340</b>	<b>0.3%</b>	+306	+890.7%	オフィス移転にともなう固定資産除却損、ならびに、コロナ感染症拡大の影響にともなう、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計上。
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,795	5.4%	<b>3,071</b>	<b>2.9%</b>	△4,723	△60.6%	経常利益の減少により減益。

## 【前期比較】連結キャッシュ・フロー計算書

通期	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	6,310	5,671	税金等調整前当期純利益の計上、売上債権の回収などにより56億71百万円の収入。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,000	△1,531	システム・IT投資などにより15億31百万円の支出。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,944	△3,602	配当金の支払いなどにより36億2百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	1,346	559	
現金及び現金同等物の期末残高	33,288	33,847	前期末に比べ5億59百万円の増加。

## 【前期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

通期	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)	前期比		金額 (百万円)	前期比		
専門店市場	37,779	△10.3%	↑19.4%	25,491	△32.5%	↓17.8%	アパレル店舗、化粧品ブランド店舗などを手掛けたが、店舗出店、改装需要が減少したことなどにより減収。
百貨店・量販店市場	6,330	+10.9%	↑25.3%	3,521	△44.4%	↓21.1%	百貨店の各種催事案件、改装需要が減少したことなどにより減収。
複合商業施設市場	17,067	+27.5%	↓19.4%	12,036	△29.5%	↑19.7%	首都圏の都市再開発や駅ビルの環境演出などを手掛けたが、大型案件が少なく減収。
広報・販売促進市場	18,280	+1.4%	↓21.4%	15,037	△17.7%	↓19.9%	自動車メーカーのPR施設の大型案件などを手掛けたが、展示会・イベントの中止、規模縮小により減収。
博物館・美術館市場	9,923	+13.2%	↑18.7%	8,284	△16.5%	↑19.3%	自然、歴史博物館などを手掛けたが、大型案件が少なく減収。
余暇施設市場	14,916	+19.0%	↓16.8%	11,662	△21.8%	↓14.5%	ホテルの新装・改装、テーマパークの装飾・環境演出などの大型案件が減少し減収。
博覧会・イベント市場	2,766	+230.9%	↑26.6%	2,455	△11.2%	↓20.3%	イルミネーション案件などを手掛けたが、前期は大型イベントの計上があったことにより減収。
その他市場	34,092	+53.2%	↓21.3%	28,499	△16.4%	↑23.2%	オフィス案件などを手掛けたが、前期は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	141,155	+14.2%	↓20.2%	106,988	△24.2%	↓19.7%	
飲食・物販事業	2,534	+14.2%	↑18.2%	748	△70.5%	↓5.9%	新型コロナウイルス感染症拡大の影響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	143,689	+14.2%	↓20.2%	107,736	△25.0%	↓19.6%	

## 【前期比較】市場分野別 売上高・受注高・受注残高

## ■ 合計

(百万円)

通期	2019年度	2020年度	前期比	
売上高	143,689	<b>107,736</b>	△35,952	△25.0%
受注高	151,260	<b>85,314</b>	△65,946	△43.6%
受注残高	70,960	<b>49,283</b>	△21,676	△30.5%

通期	2019年度	2020年度	前期比	
■ 専門店市場				
売上高	37,779	<b>25,491</b>	△12,288	△32.5%
受注高	40,148	<b>22,426</b>	△17,721	△44.1%
受注残高	10,309	<b>7,245</b>	△3,064	△29.7%
■ 百貨店・量販店市場				
売上高	6,330	<b>3,521</b>	△2,808	△44.4%
受注高	6,339	<b>3,065</b>	△3,274	△51.6%
受注残高	1,547	<b>1,091</b>	△456	△29.5%
■ 複合商業施設市場				
売上高	17,067	<b>12,036</b>	△5,030	△29.5%
受注高	15,238	<b>8,374</b>	△6,863	△45.0%
受注残高	6,885	<b>3,223</b>	△3,662	△53.2%
■ 広報・販売促進市場				
売上高	18,280	<b>15,037</b>	△3,242	△17.7%
受注高	23,956	<b>7,149</b>	△16,807	△70.2%
受注残高	10,810	<b>2,922</b>	△7,888	△73.0%

通期	2019年度	2020年度	前期比	
■ 博物館・美術館市場				
売上高	9,923	<b>8,284</b>	△1,638	△16.5%
受注高	11,425	<b>9,129</b>	△2,296	△20.1%
受注残高	8,060	<b>8,905</b>	+845	+10.5%
■ 余暇施設市場				
売上高	14,916	<b>11,662</b>	△3,254	△21.8%
受注高	15,557	<b>6,611</b>	△8,945	△57.5%
受注残高	10,626	<b>5,575</b>	△5,050	△47.5%
■ 博覧会・イベント市場				
売上高	2,766	<b>2,455</b>	△310	△11.2%
受注高	10,324	<b>5,507</b>	△4,817	△46.7%
受注残高	9,138	<b>12,190</b>	+3,052	+33.4%
■ その他市場				
売上高	34,092	<b>28,499</b>	△5,593	△16.4%
受注高	28,270	<b>23,049</b>	△5,220	△18.5%
受注残高	13,580	<b>8,128</b>	△5,452	△40.1%

## 【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	18,442	<b>35,573</b>
売上総利益	6,539	8,372	6,219	7,850	5,442	4,917	3,195	<b>7,518</b>
売上総利益率	20.8%	21.3%	18.8%	19.7%	20.9%	17.7%	17.3%	<b>21.1%</b>
販売管理費	3,950	4,368	4,879	4,696	4,049	3,895	4,081	<b>4,164</b>
販売管理費比率	12.6%	11.1%	14.7%	11.8%	15.5%	14.1%	22.1%	<b>11.7%</b>
営業利益（損失）	2,588	4,003	1,340	3,153	1,392	1,021	△885	<b>3,353</b>
営業利益率	8.2%	10.2%	4.0%	7.9%	5.4%	3.7%	－	<b>9.4%</b>
経常利益（損失）	2,657	4,036	1,363	3,185	1,439	1,047	△848	<b>3,372</b>
経常利益率	8.4%	10.3%	4.1%	8.0%	5.5%	3.8%	－	<b>9.5%</b>
親会社株主に帰属する 四半期純利益（損失）	1,709	2,807	1,002	2,274	766	640	△668	<b>2,332</b>
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%	－	<b>6.6%</b>
受注高	42,981	35,752	42,538	29,988	21,887	21,541	23,207	<b>18,677</b>
受注残高	72,982	70,165	80,169	70,960	66,947	60,961	65,986	<b>49,283</b>

## 【四半期推移】 市場分野別 売上高

(百万円)

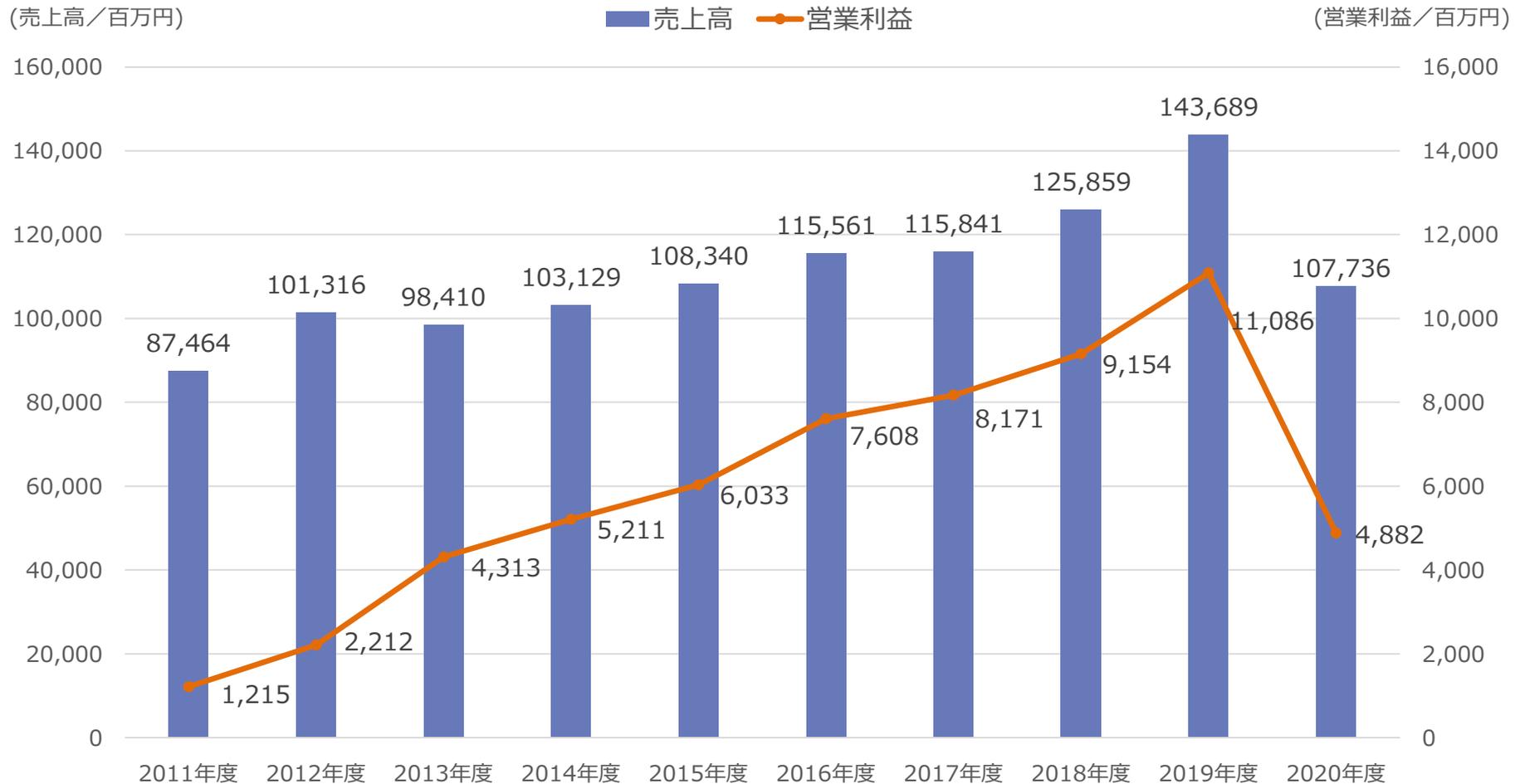
	2019年度				2020年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	7,029	7,552	11,791	11,405	7,676	7,107	4,909	<b>5,798</b>
百貨店・量販店市場	1,429	1,436	1,576	1,888	911	687	905	<b>1,017</b>
複合商業施設市場	3,361	4,427	3,761	5,516	3,263	3,409	2,082	<b>3,281</b>
広報・販売促進市場	5,037	3,611	4,258	5,373	2,671	6,303	1,746	<b>4,315</b>
博物館・美術館市場	2,457	4,088	1,316	2,061	3,322	1,396	906	<b>2,659</b>
余暇施設市場	5,065	2,997	1,621	5,231	4,234	2,257	2,273	<b>2,895</b>
博覧会・イベント市場	325	1,917	166	357	147	770	379	<b>1,157</b>
その他市場	6,147	12,537	8,042	7,364	3,673	5,594	4,975	<b>14,255</b>
ディスプレイ事業 小計	30,853	38,569	32,534	39,197	25,900	27,527	18,179	<b>35,380</b>
飲食・物販事業	636	665	629	603	96	195	262	<b>192</b>
合 計	31,489	39,235	33,164	39,801	25,997	27,722	18,442	<b>35,573</b>

## 【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

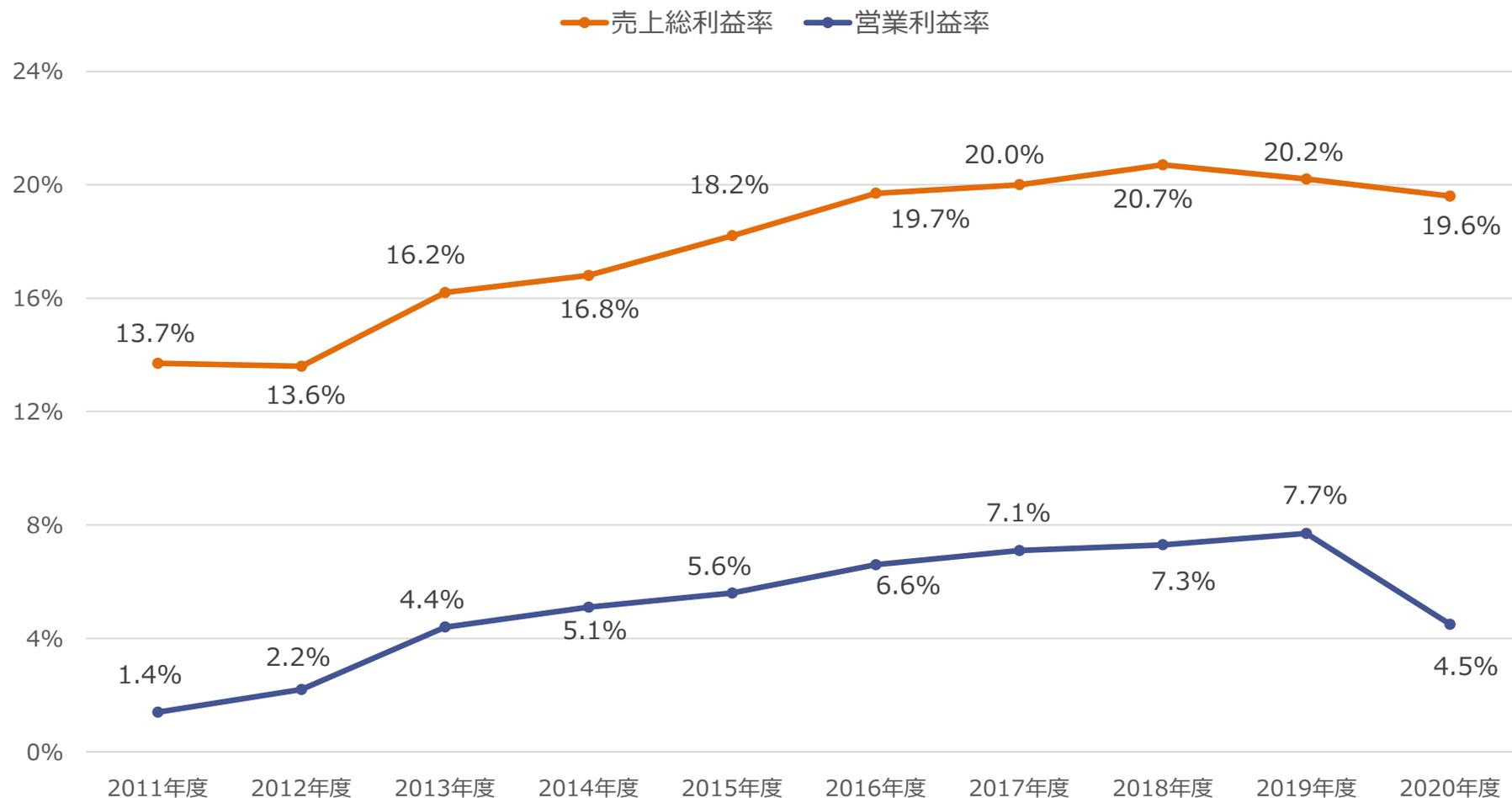
(百万円)

	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	6,359	<b>6,908</b>
百貨店・量販店市場	1,508	1,609	1,105	2,116	324	563	737	<b>1,441</b>
複合商業施設市場	3,261	3,989	3,558	4,429	2,347	1,719	2,650	<b>1,656</b>
広報・販売促進市場	4,689	4,099	8,987	6,180	1,845	2,325	1,921	<b>1,057</b>
博物館・美術館市場	5,171	1,893	2,285	2,075	3,629	2,230	1,411	<b>1,857</b>
余暇施設市場	2,311	6,731	5,342	1,170	1,013	2,371	2,503	<b>722</b>
博覧会・イベント市場	8,425	555	253	1,089	1,750	983	2,122	<b>651</b>
その他市場	8,449	7,006	9,294	3,519	6,574	6,589	5,502	<b>4,381</b>
合計	42,981	35,752	42,538	29,988	21,887	21,541	23,207	<b>18,677</b>
■ 受注残高								
専門店市場	10,125	12,388	12,308	10,309	7,035	4,684	6,134	<b>7,245</b>
百貨店・量販店市場	1,617	1,791	1,320	1,547	960	836	668	<b>1,091</b>
複合商業施設市場	8,563	8,175	7,972	6,885	5,969	4,280	4,848	<b>3,223</b>
広報・販売促進市場	4,786	5,274	10,003	10,810	9,984	6,006	6,180	<b>2,922</b>
博物館・美術館市場	9,272	7,077	8,046	8,060	8,368	9,202	9,707	<b>8,905</b>
余暇施設市場	7,231	10,966	14,687	10,626	7,405	7,519	7,749	<b>5,575</b>
博覧会・イベント市場	9,680	8,318	8,405	9,138	10,741	10,953	12,696	<b>12,190</b>
その他市場	21,704	16,173	17,425	13,580	16,482	17,477	18,002	<b>8,128</b>
合計	72,982	70,165	80,169	70,960	66,947	60,961	65,986	<b>49,283</b>

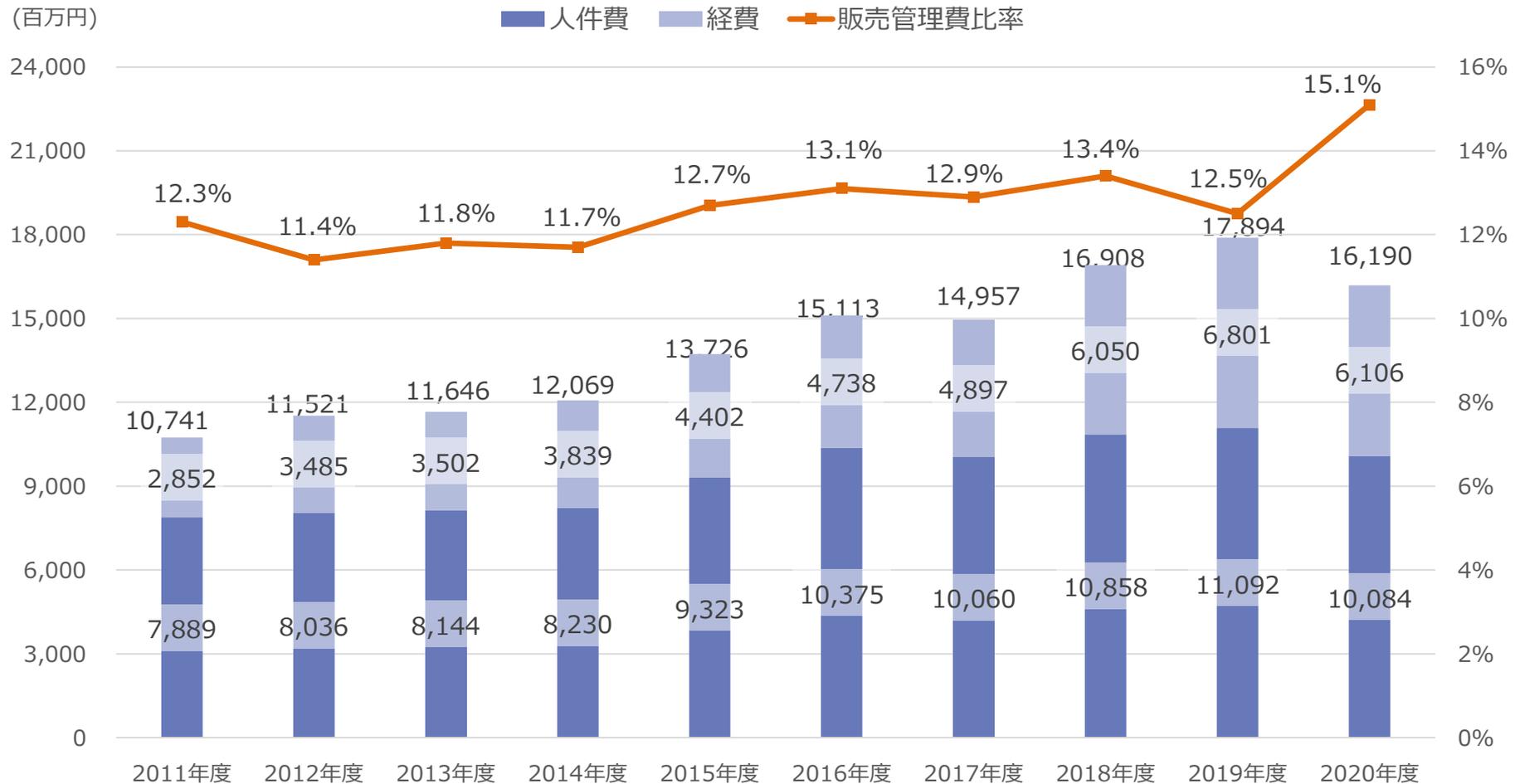
# 【通期推移】 売上高・営業利益



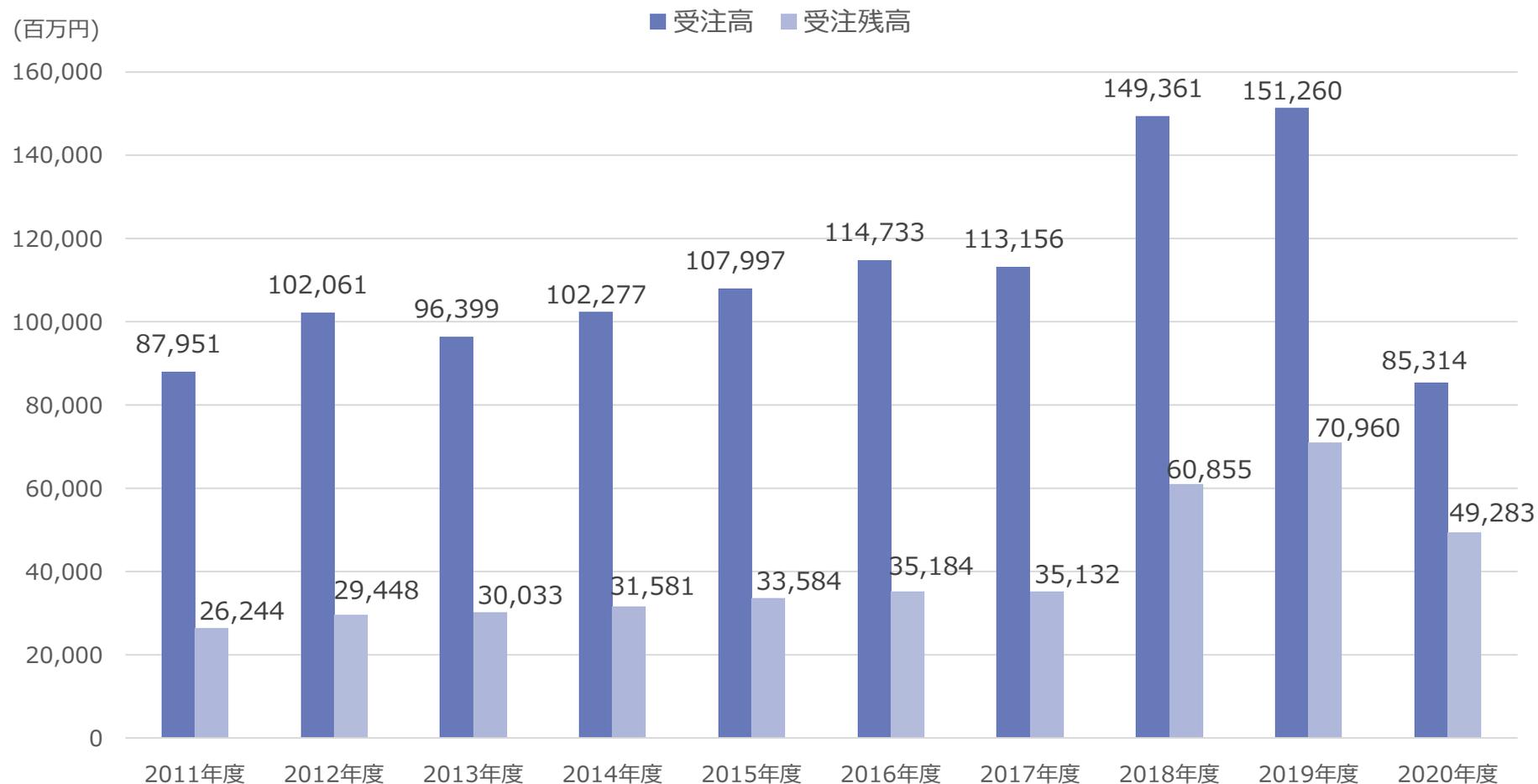
## 【通期推移】 売上総利益率・営業利益率



# 【通期推移】 販売管理費・販売管理費比率

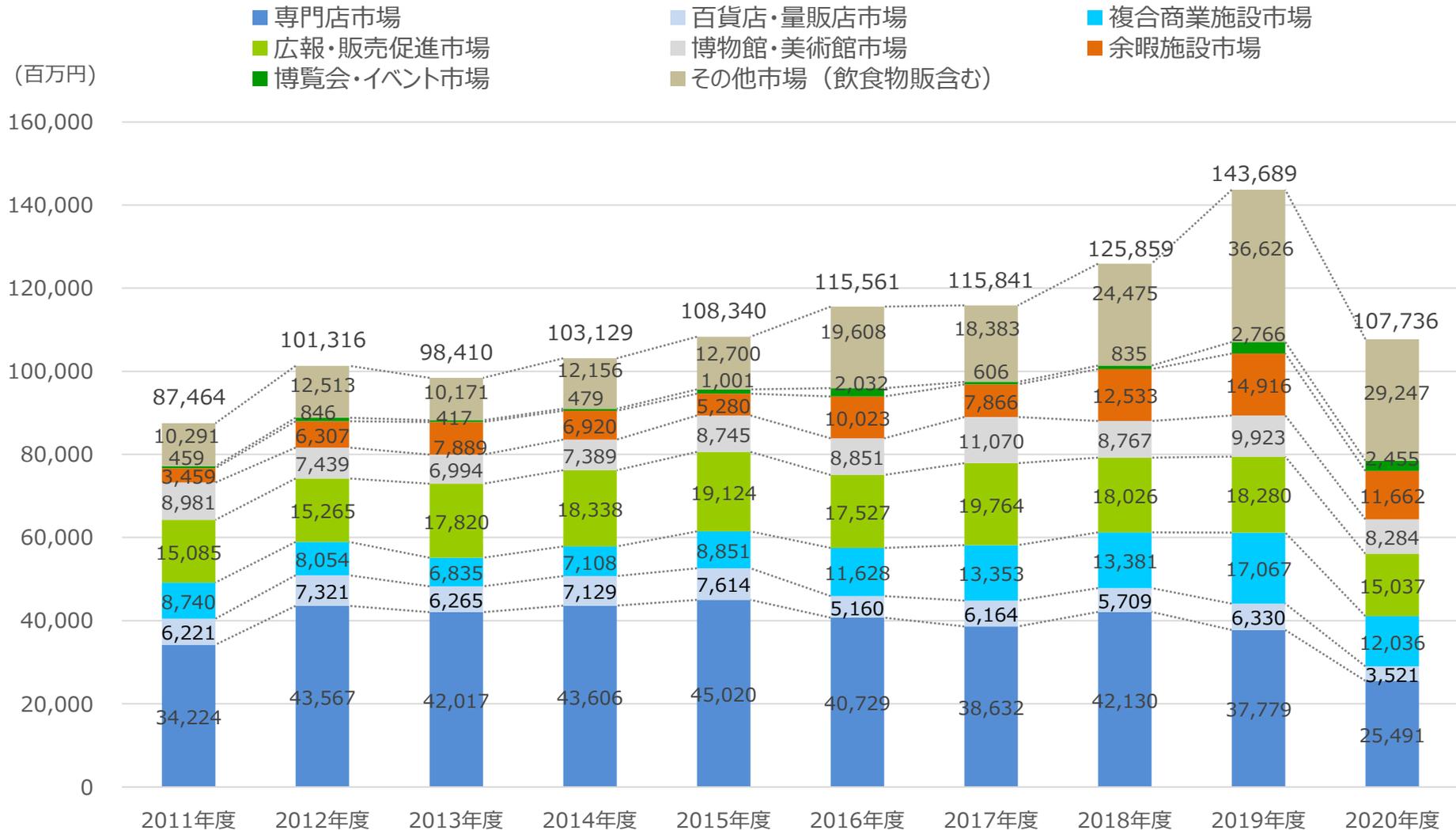


# 【通期推移】 受注高・受注残高



(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。

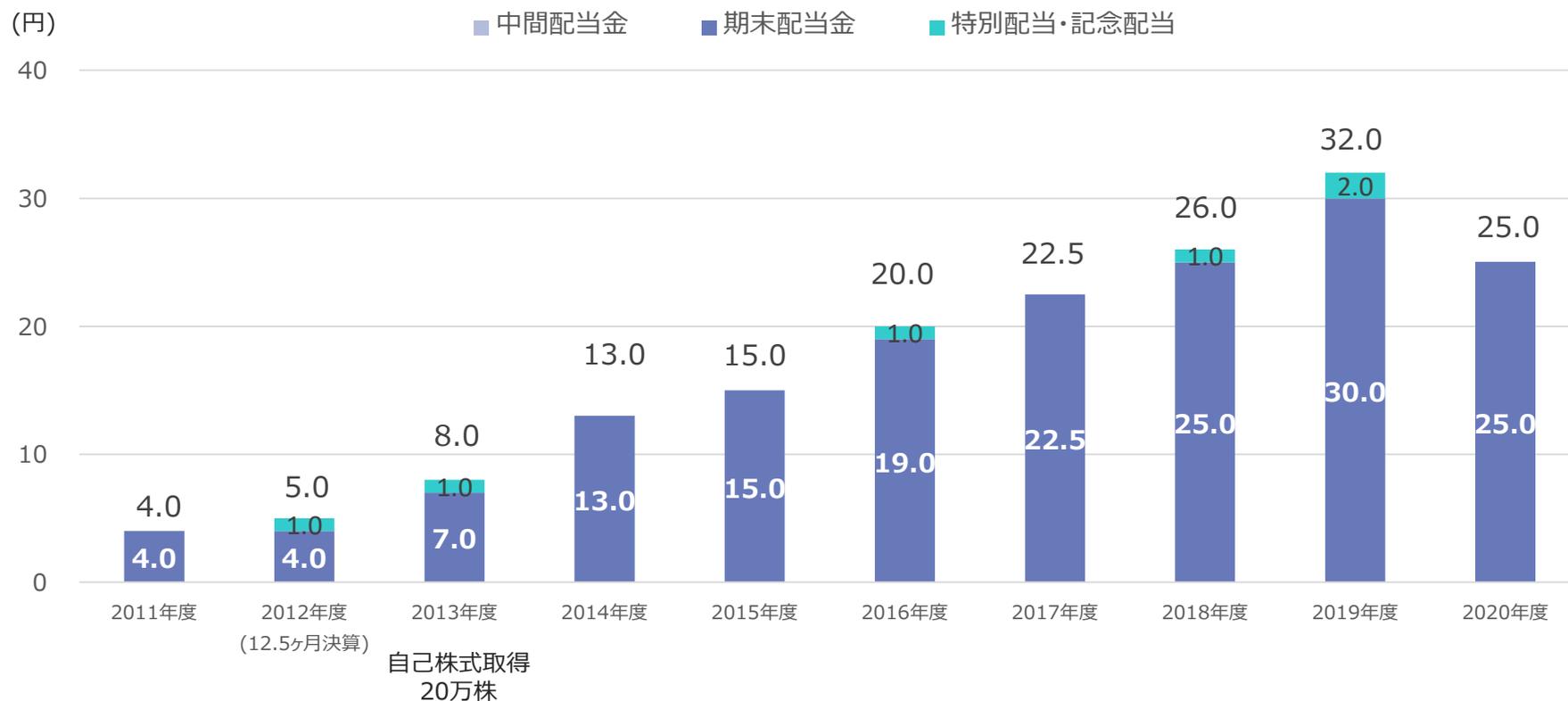
# 【通期推移】 市場分野別 売上高



(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

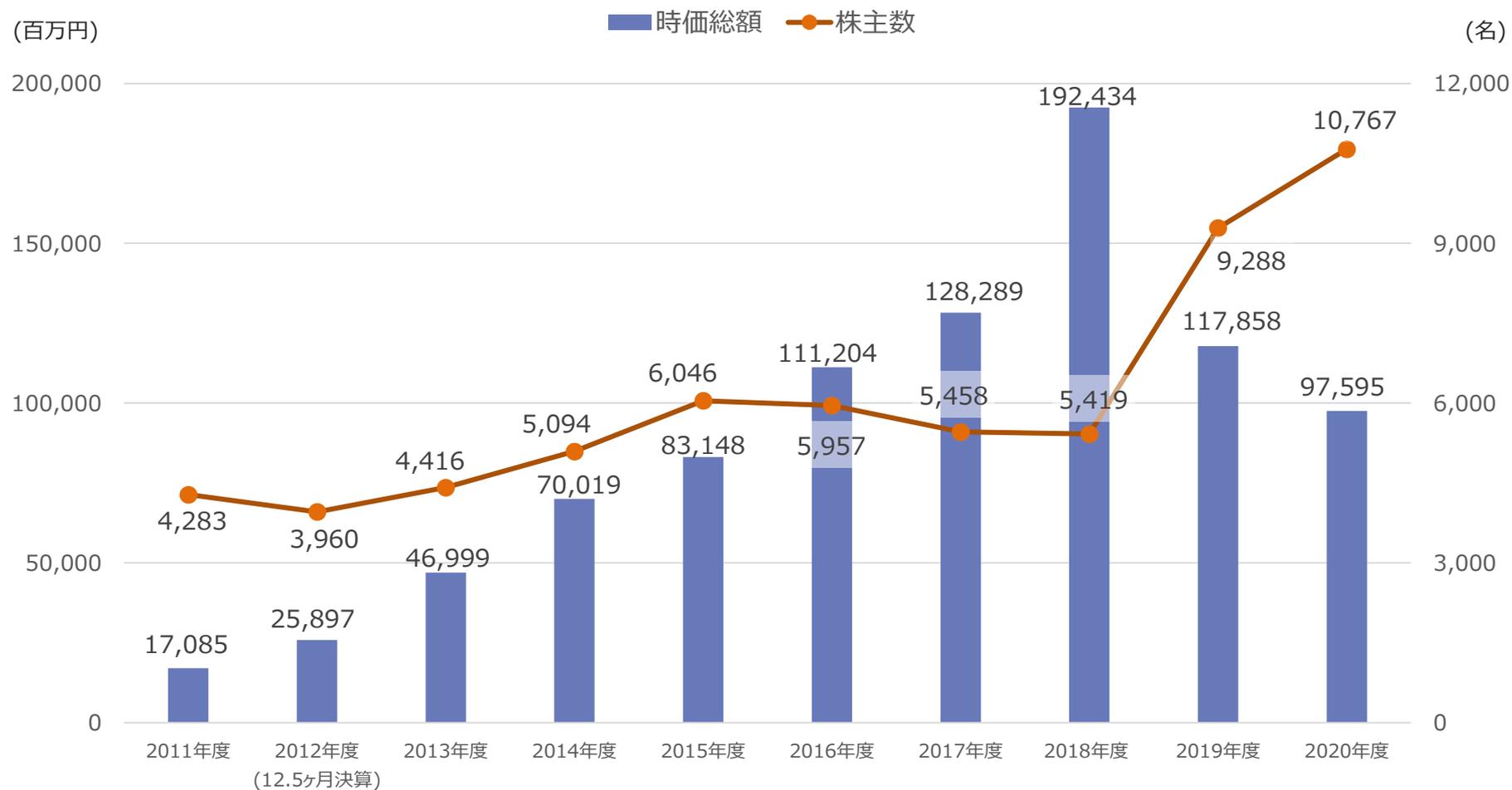
# 【株式情報】株主還元策と配当金の推移

※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	73.9%	44.9%	48.4%	45.3%	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%	90.6%
株価最高値	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	1,031.0円
株価最安値	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	642.0円

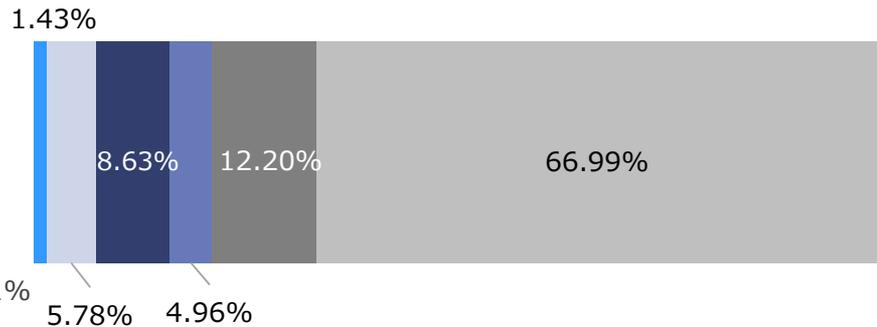
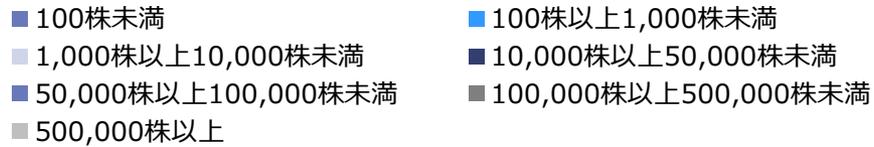
# 【株式情報】 時価総額と株主数の推移



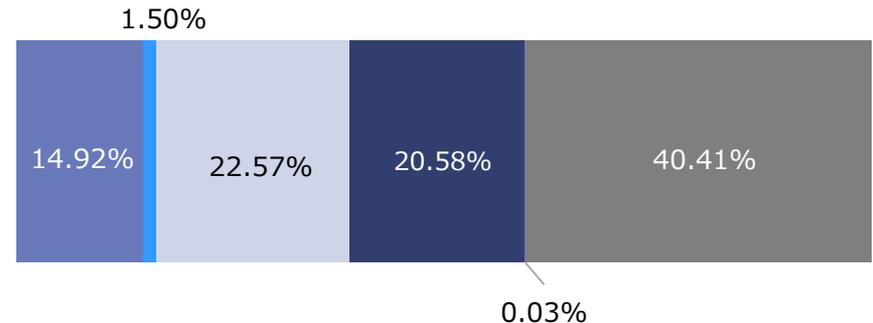
※各年度末における時価総額、株主数

# 【株式情報】株主構成 (2021年2月28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	1,215名	10,272株
100株以上1,000株未満	6,384名	1,712,850株
1,000株以上10,000株未満	2,488名	6,928,007株
10,000株以上50,000株未満	487名	10,346,546株
50,000株以上100,000株未満	85名	5,948,545株
100,000株以上500,000株未満	72名	14,626,409株
500,000株以上	36名	80,323,959株
	10,767名	119,896,588株

外国人	225名	17,885,988株
証券会社	30名	1,796,019株
金融機関	30名	27,056,380株
その他法人	185名	24,668,804株
政府及び地方公共団体	1名	40,000株
個人・その他	10,296名	48,449,397株
	10,767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

**創業** 1892年(明治25年) 3月  
**設立** 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** 1,077億36百万円(2020年度)  
**従業員数** (2021年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,594名(契約社員含む)  
 連結2,004名(正社員) 単体1,360名(正社員)

**連結子会社** グループ会社10社  
**事業内容**

ディ스플레이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



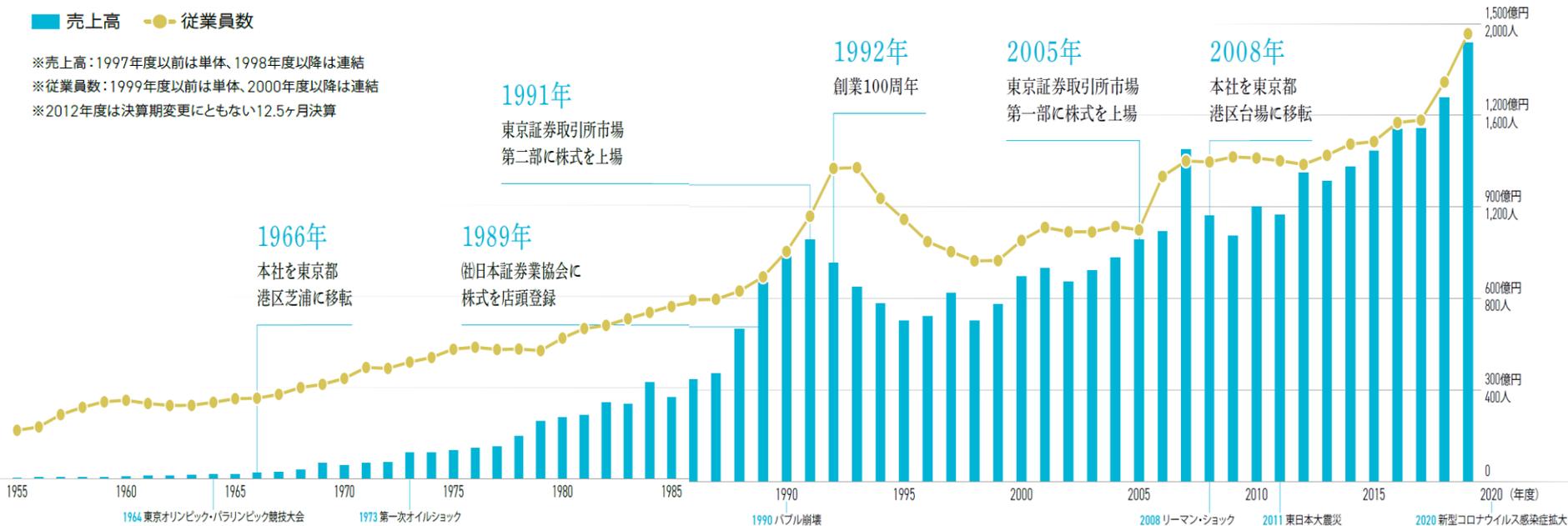
## 海外拠点



# 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



高島屋大飯店の店頭装飾  
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（宮崎駿デザイン）  
2006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

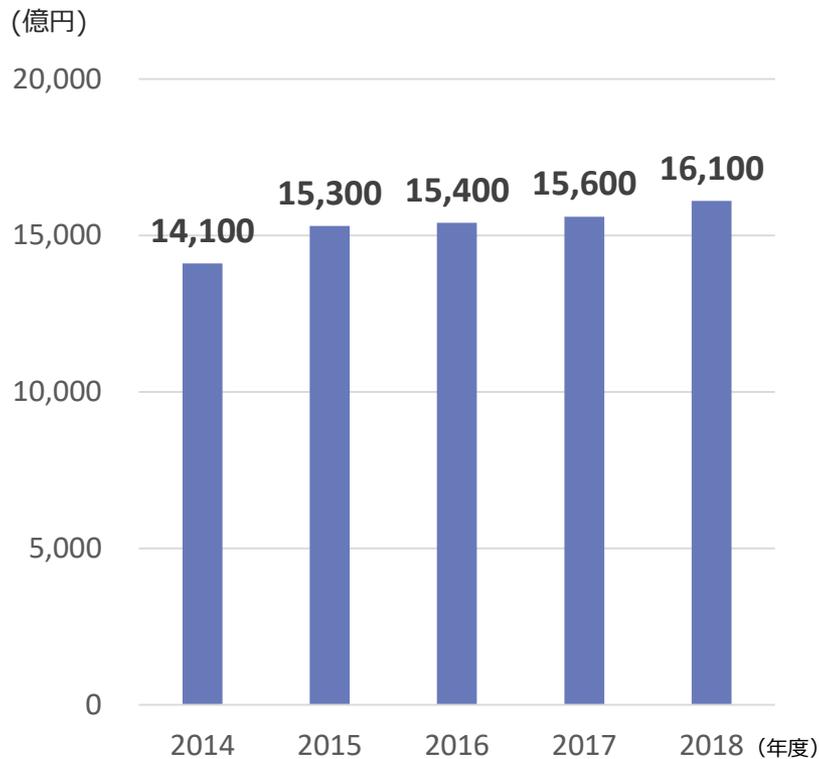


日本オリンピックミュージアム  
（電通・乃村工藝社・電通ライブ コンソーシアム） 2019年

# 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	三越伊勢丹アパティ・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	高島屋アパ・スクレイツ	36,365	4.2%
9	パウハウス丸栄	19,822	3.4%	9	船場	30,732	4.1%	9	ジーク	28,585	3.3%
10	高島屋アパ・スクレイツ	19,075	3.3%	10	高島屋アパ・スクレイツ	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 **9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 クリエイティブカ

企画・デザインによる差別化

- ・プランナー&デザイナー **620名**
- ・一級建築士 **122名**
- ・デザインアワード受賞数 **50**

### ③ プロダクトカ

高品質を実現する制作体制

- ・プロダクトディレクター **570名**
- ・一級建築施工管理技士 **307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

**11,826件**

年間の顧客数

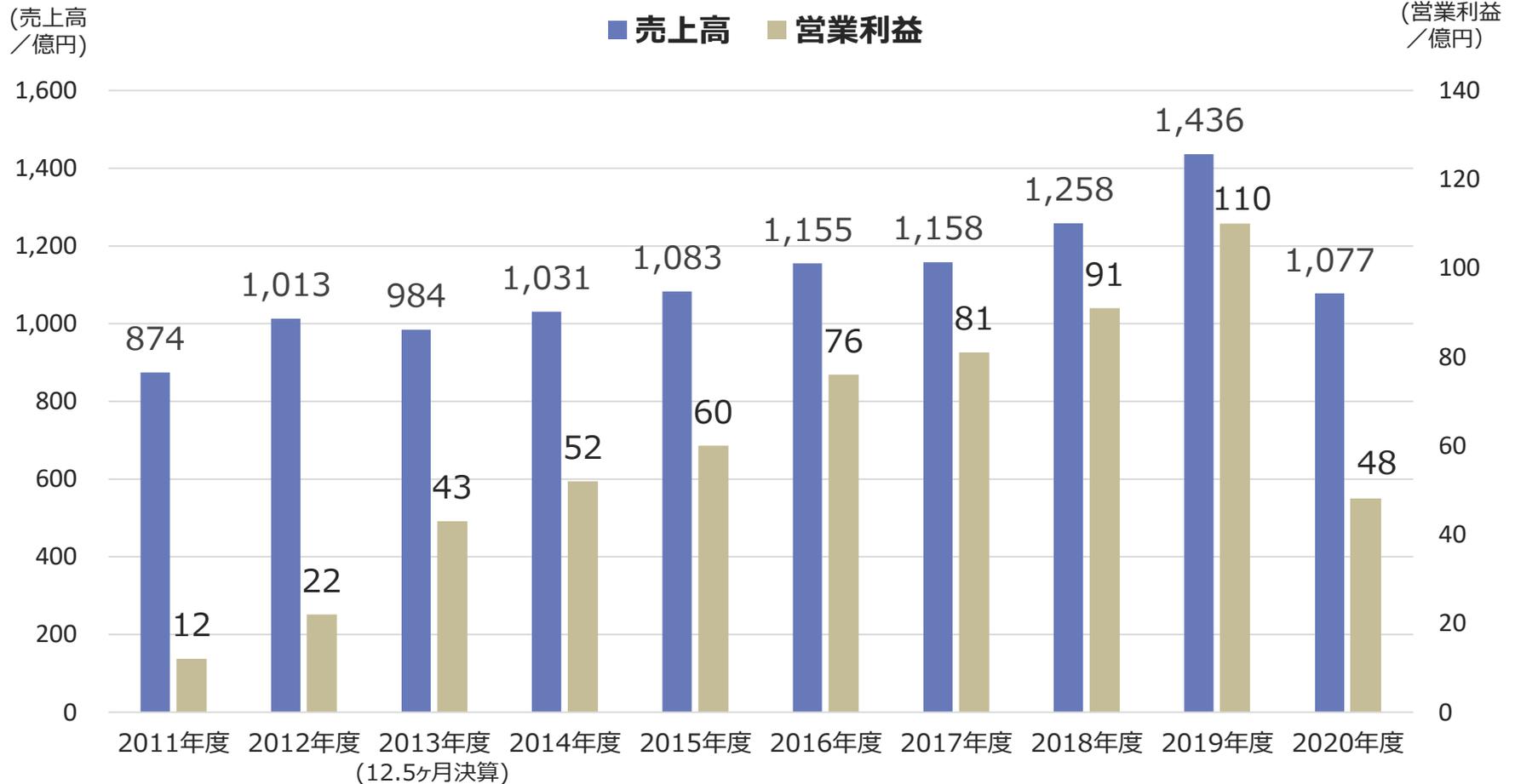
**2,715社**

継続顧客の比率

**80.4%**

各業界の主要  
企業がお客様

# 通期業績の推移



■ 2011年3月  
東日本大震災

■ 2013年9月  
東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会決定

■ 2020年  
新型コロナウイルス  
感染症拡大

■ 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](mailto:ir@nomura-g.jp))