



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2020年度選定



2022年 1月期 第2四半期決算説明資料

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

- ①2022年1月期第2四半期業績概況
- ②セグメント別業績概況

PART3

- ①2022年1月期 業績計画見通し
- ②中期経営計画（2022年1月期-2024年1月期）

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）

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度(計画)
乃村工藝社	125,859	143,689	107,736	105,000
丹青社	82,677	81,678	69,225	68,000
スペース	46,458	50,151	40,028	43,300

※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】	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】	1,429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

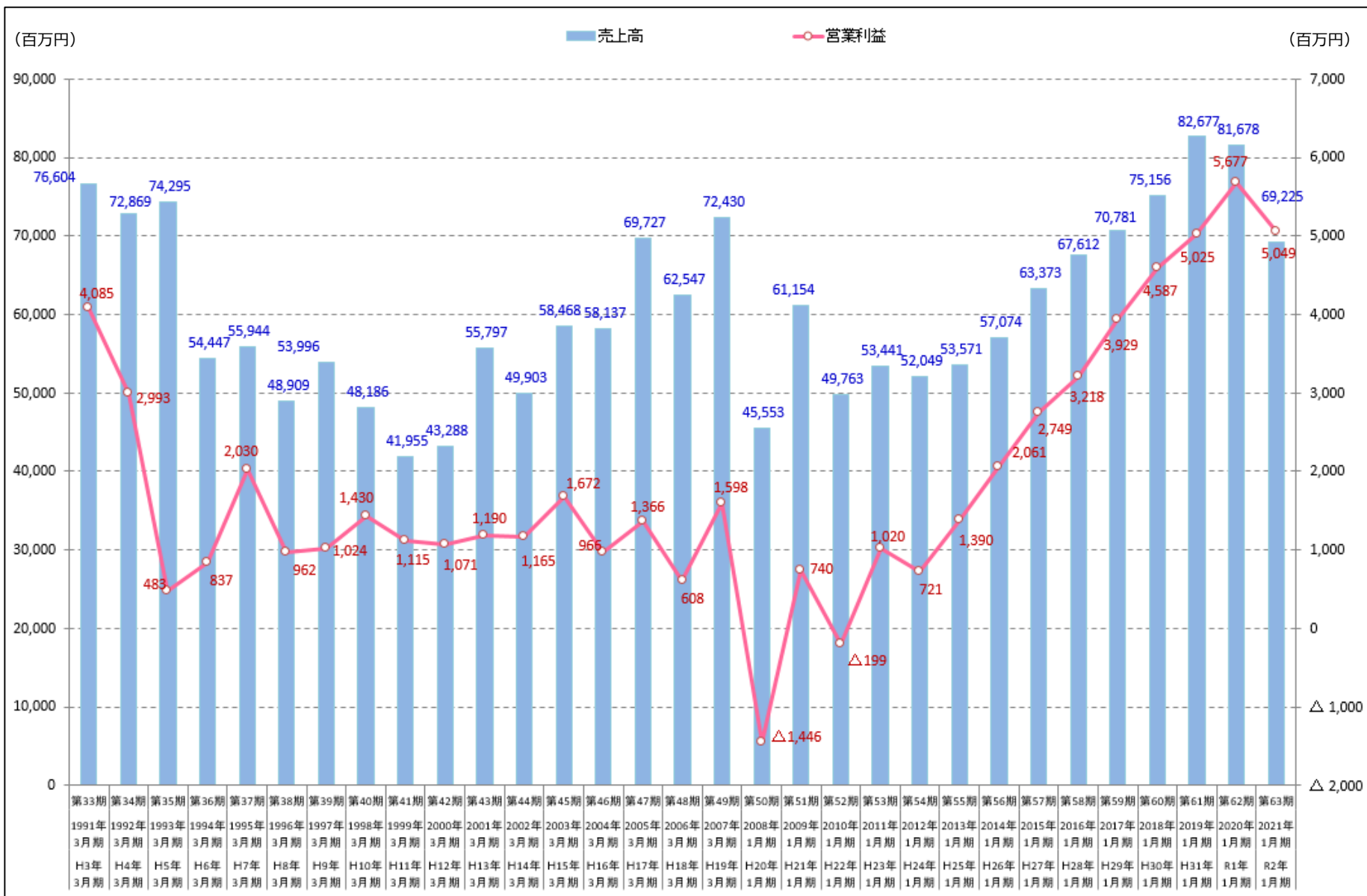
- ① 継続取引会社 約1,000社
- ② パートナー協力会社 249社

事業上の特長

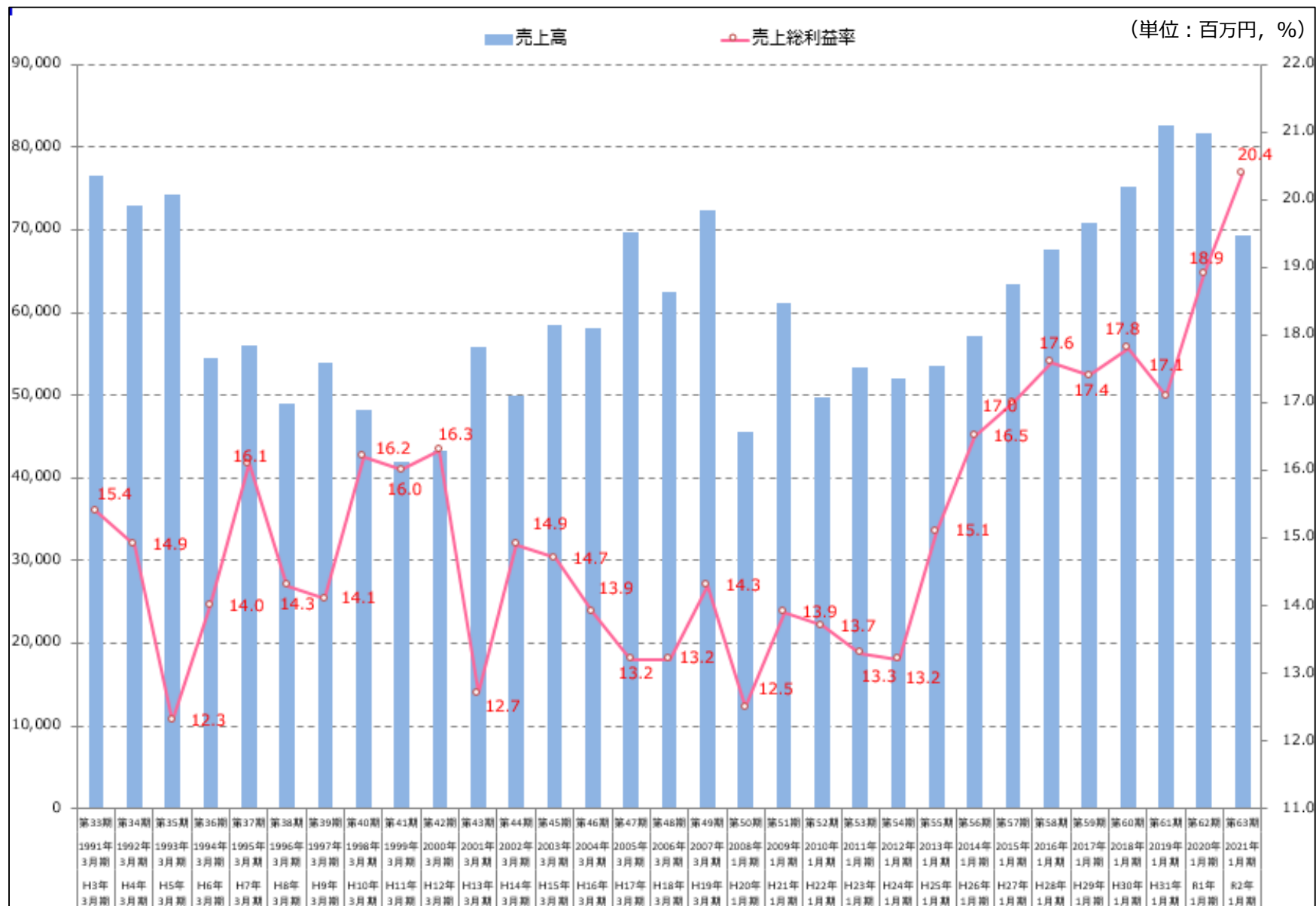
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)
- ③ 先端デジタル技術の専門チームを有している

※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)



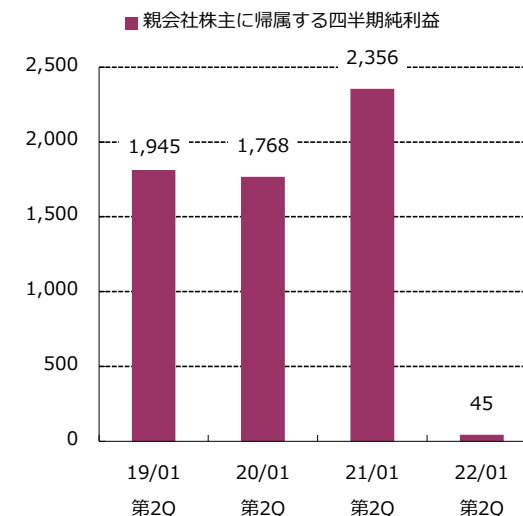
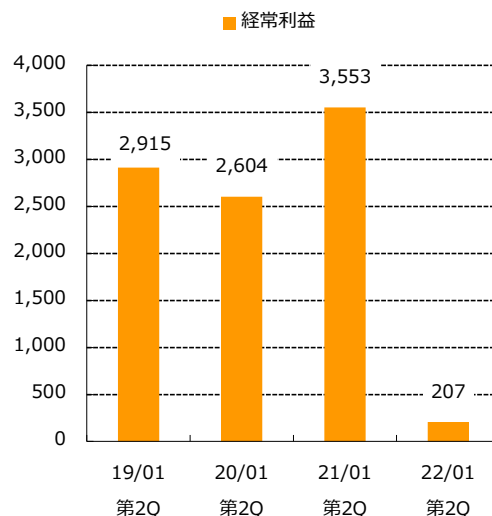
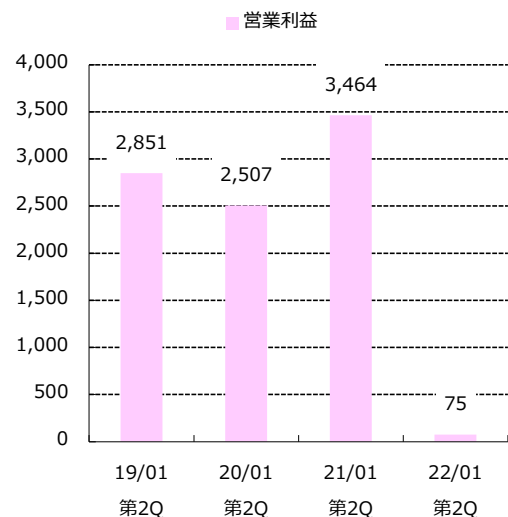
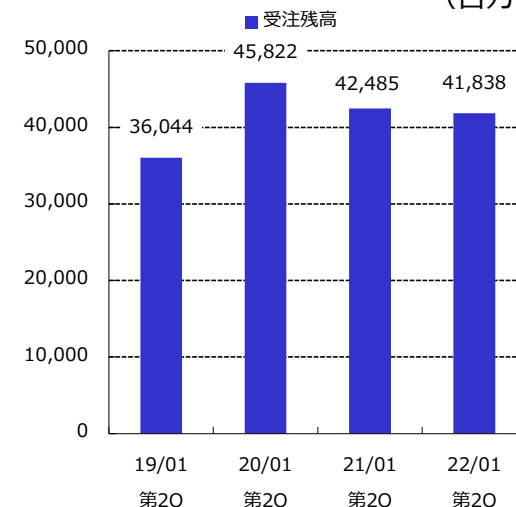
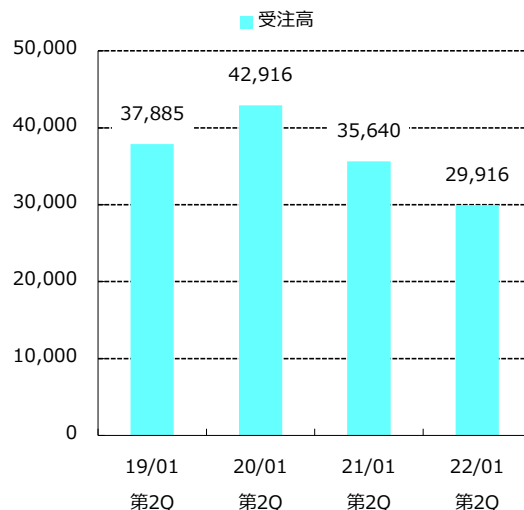
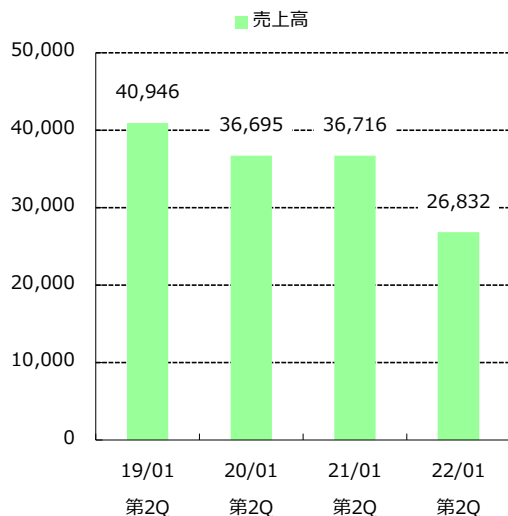
PART2

① 2022年1月期第2四半期 業績概況

2022年1月期 第2四半期 サマリー情報

- 引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済活動の制限の長期化により、個人消費、観光投資及び企業の販促投資等が停滞しているため、需要は大幅に減少し、受注高、売上高、受注残高ともに前年同期を下回った。
- 利益面についても、売上高が大幅に減少したこと等により、前年同期を下回った。

(百万円)



2022年1月期 第2四半期 P/L 概況

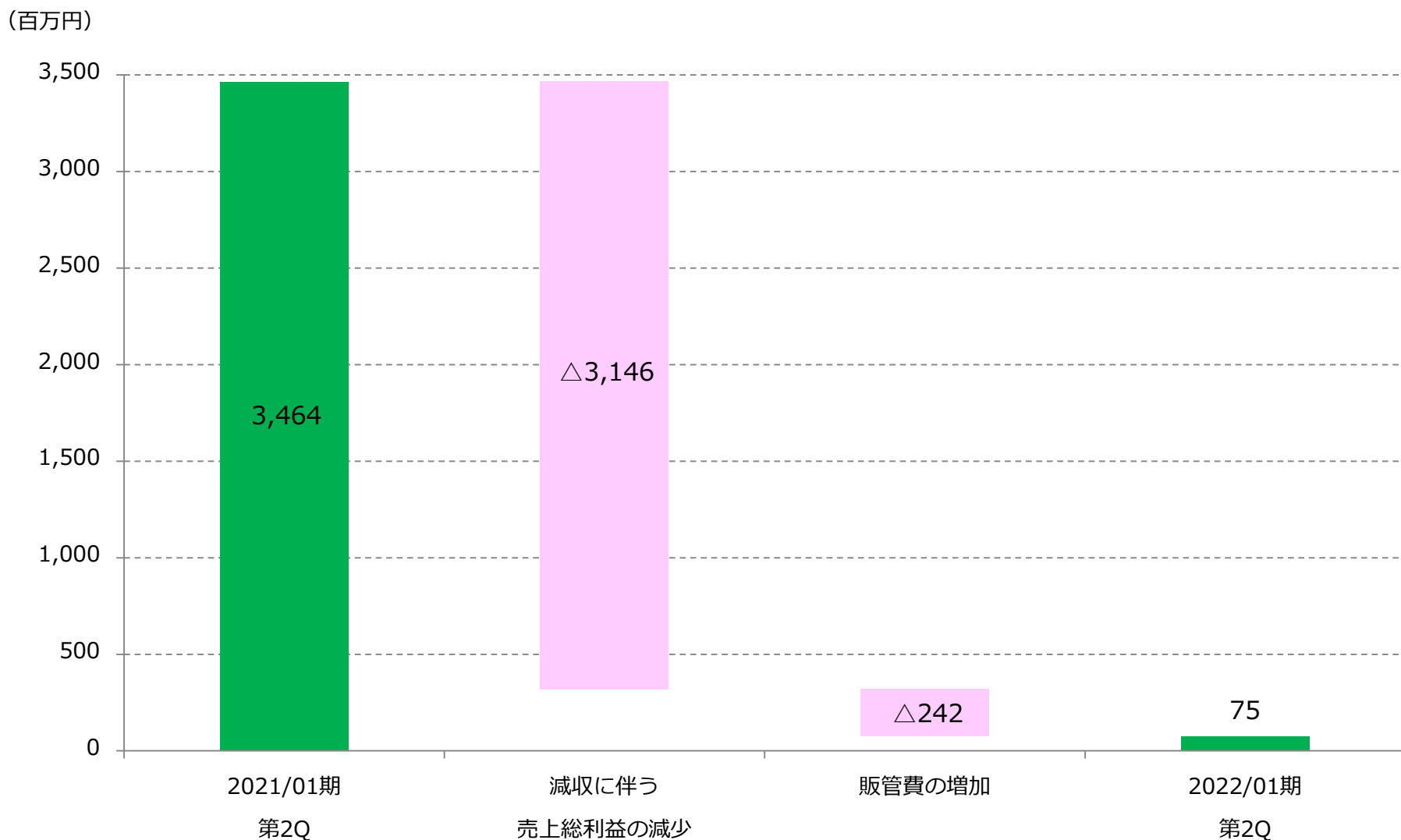
- 売上総利益は、市場環境の悪化による減収の影響を受け、前年同期比で31億46百万円の減少となった。
- 売上総利益率は、大幅な減収の影響による稼働率の低下と価格競争の激化に伴い収益性の低い案件が増加したこと等により、17.3%となった。
- 販管費については、従業員数の増加に伴う人件費の増加等により、前年同期比で2億42百万円の増加となった。

(百万円)

	21/01 第2Q		22/01 第2Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	36,716	100.0	26,832	100.0	△9,883	
売 上 原 価	28,934	78.8	22,196	82.7	△6,737	3.9
売上総利益	7,782	21.2	4,636	17.3	△3,146	△3.9
販 管 費	4,318	11.8	4,561	17.0	242	5.2
営業利益	3,464	9.4	75	0.3	△3,389	△9.1
営 業 外 収 益	99		157		58	
営 業 外 費 用	9		25		15	
経常利益	3,553	9.7	207	0.8	△3,346	△8.9
特 別 利 益	2		12		10	
特 別 損 失	64		—		△64	
法 人 税 ・ 事 業 税	835		90		△745	
法 人 税 等 調 整 額	299		84		△215	
親会社株主に帰属する四半期純利益	2,356	6.4	45	0.2	△2,310	△6.2

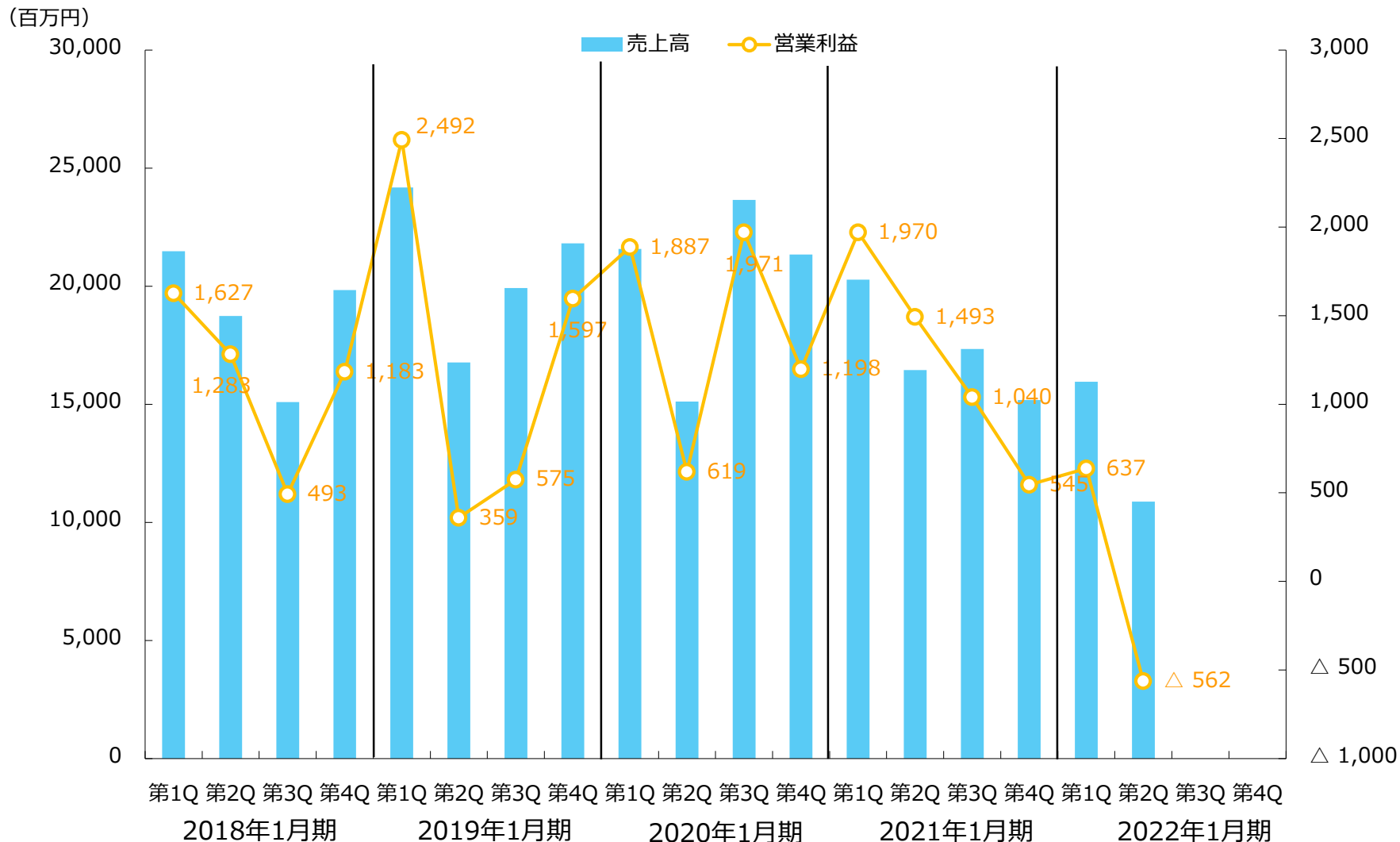
E P S (円)	49.53		0.95		△48.58	
R O E (%)	8.0		0.2		△7.8	

営業利益の減益要因 (対前年同期比)



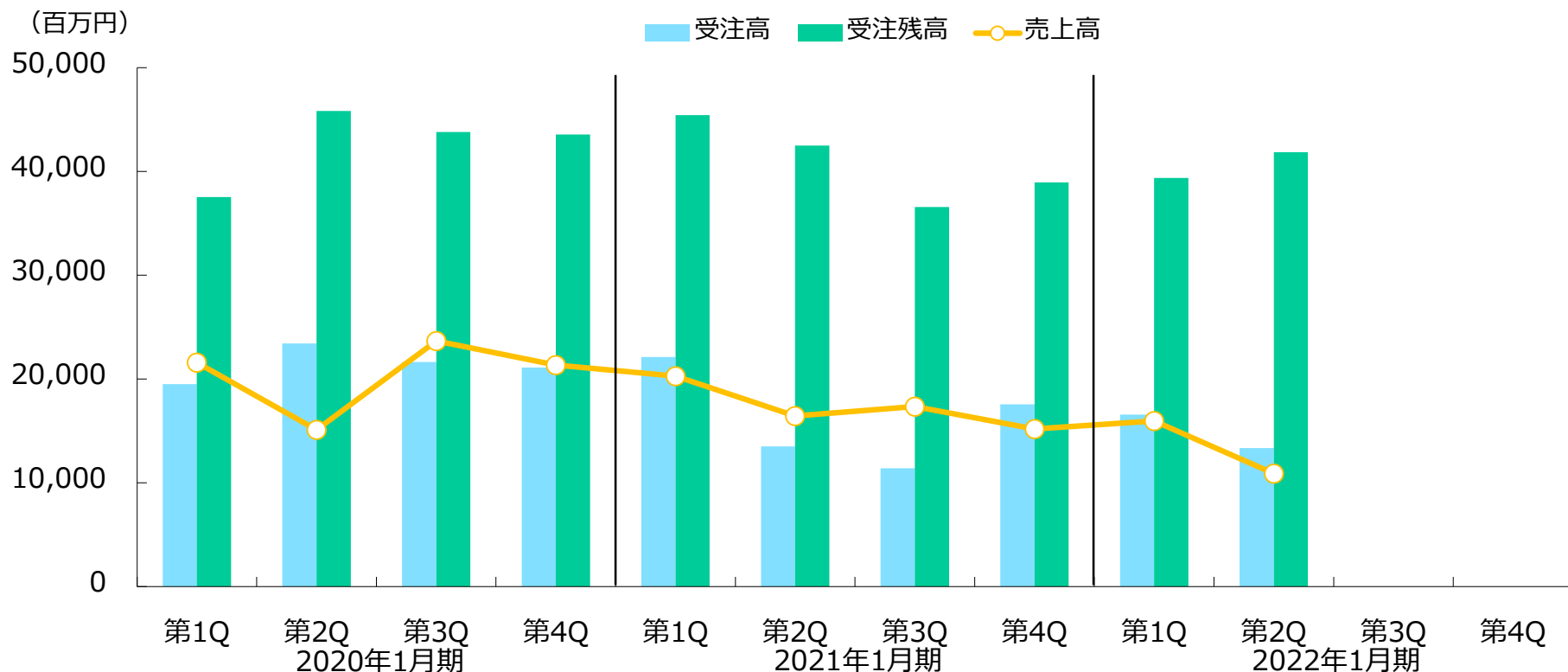
四半期ごとの変動要因について

- 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。
- 2018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

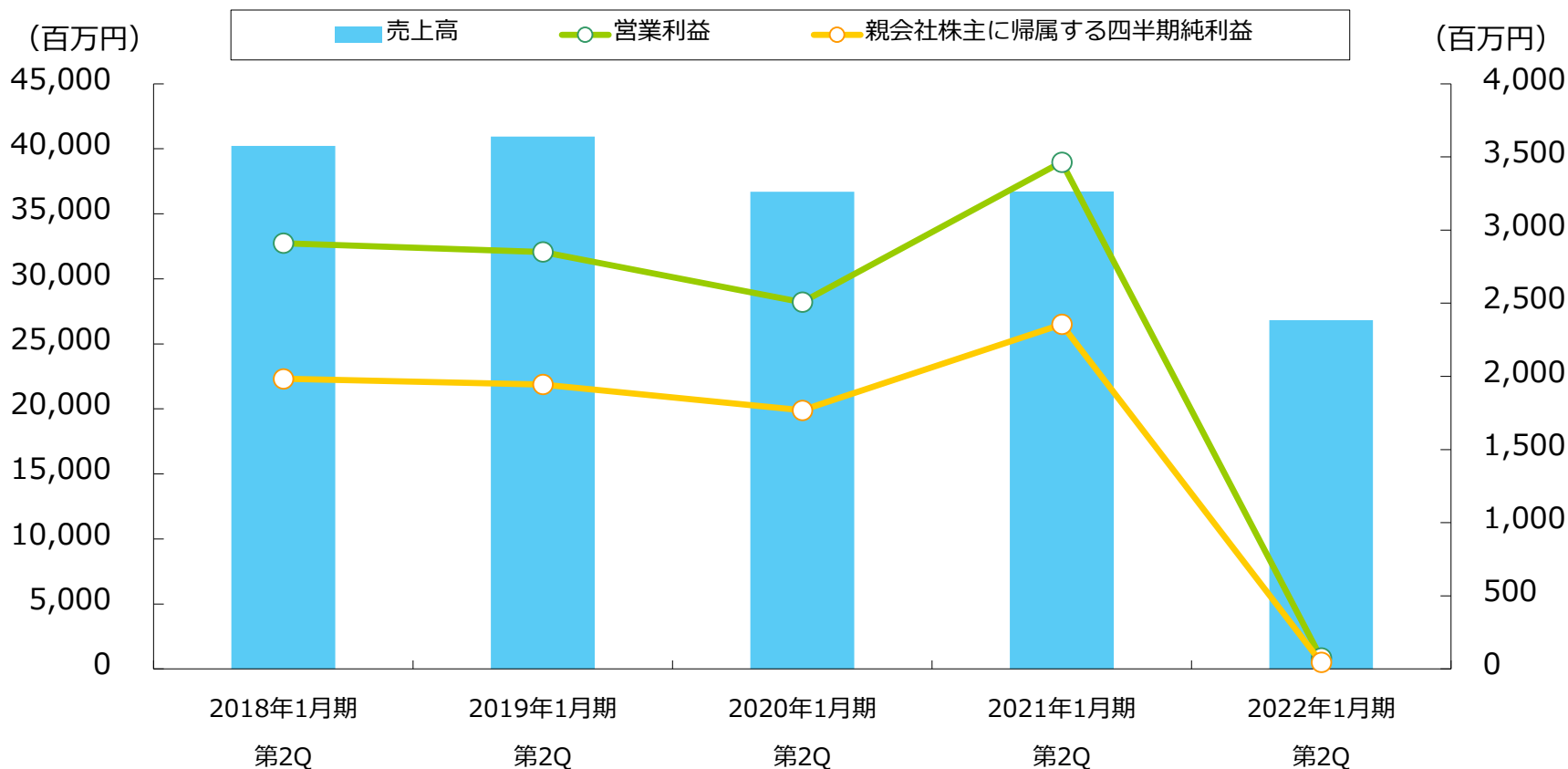
● 受注高及び受注残高は、引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済活動の制限の長期化により、需要が大幅に減少したため、前年同期を下回った。



	2020年1月期				2021年1月期				2022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)	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877		
受注高 (百万円)	19,494	23,421	21,627	21,095	22,125	13,514	11,408	17,565	16,560	13,355		
受注残高 (百万円)	37,516	45,822	43,800	43,561	45,414	42,485	36,558	38,950	39,360	41,838		

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

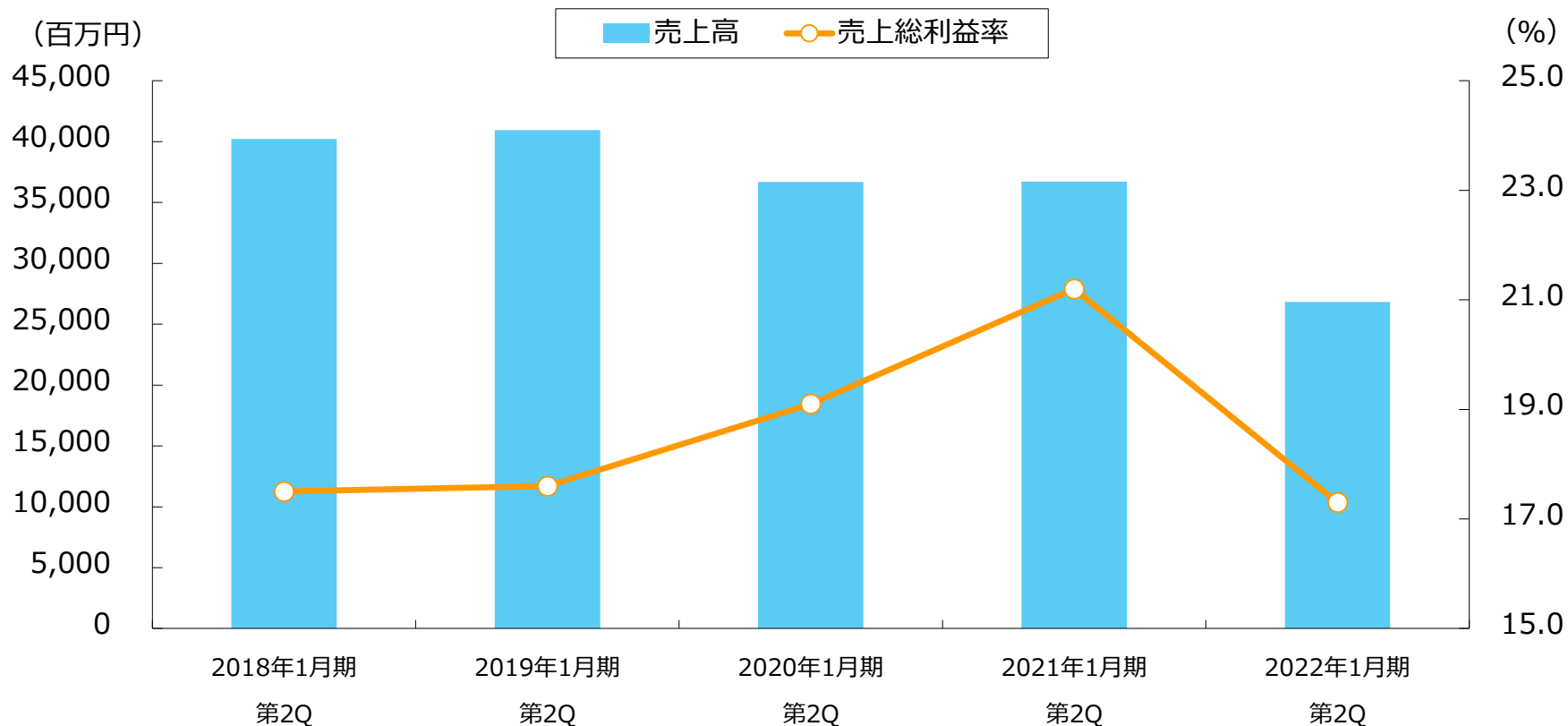
● 減収に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期を大幅に下回った。



	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q
売上高 (百万円)	40,219	40,946	36,695	36,716	26,832
営業利益 (百万円)	2,910	2,851	2,507	3,464	75
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (百万円)	1,984	1,945	1,768	2,356	45

売上高および売上総利益率の推移

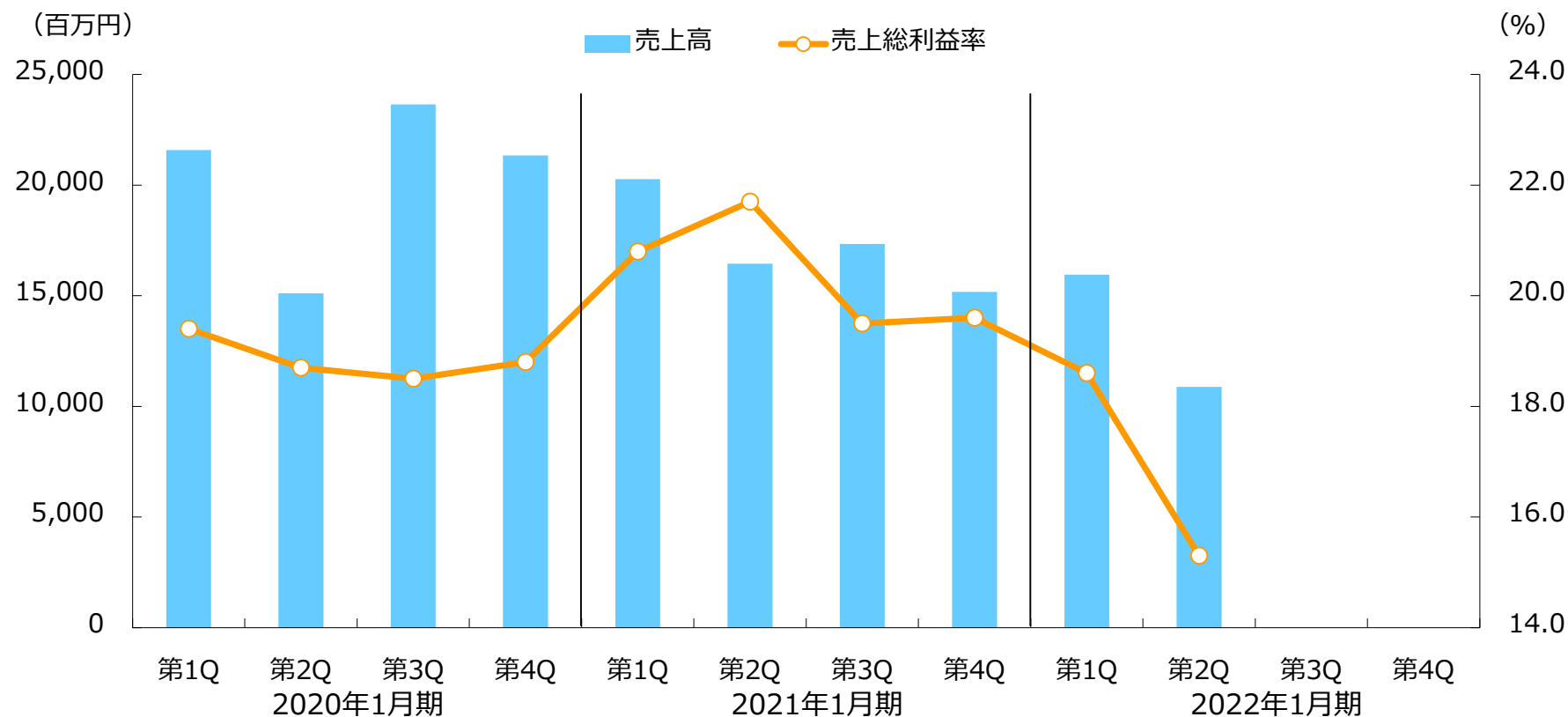
● 売上総利益率は、減収の影響による稼働率の低下と価格競争の激化に伴い収益性の低い案件が増加したこと等により、前年同期比で3.9ポイント減少し、17.3%となった。



	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q
売上高 (百万円)	40,219	40,946	36,695	36,716	26,832
売上総利益率 (%)	17.5	17.6	19.1	21.2	17.3

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

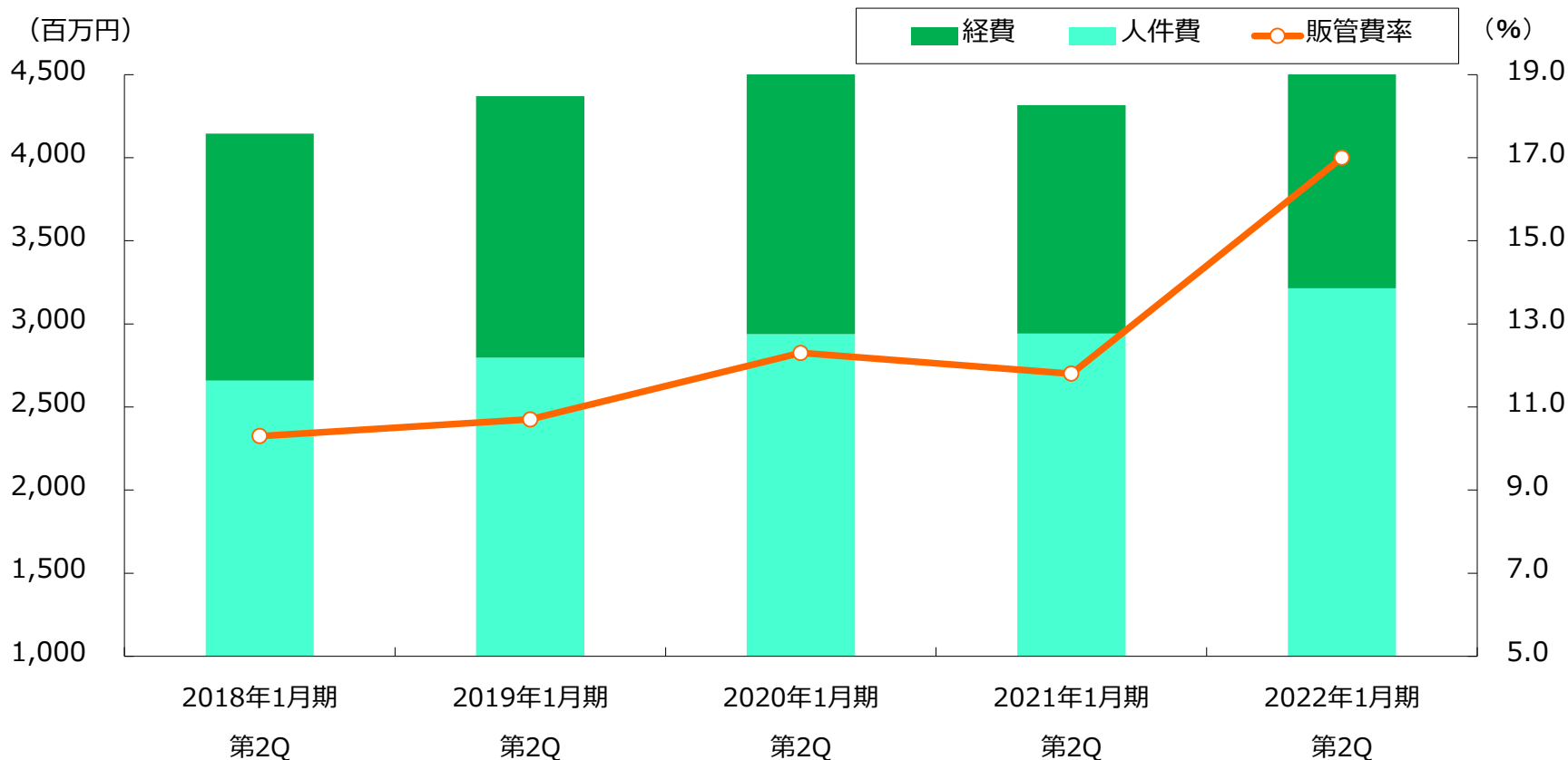
- 減収の影響による稼働率の低下と価格競争の激化に伴い収益性の低い案件が増加したこと等により、当第2四半期の売上総利益率は15.3%となり、前年同期比で△6.4ポイントとなった。



	2020年1月期				2021年1月期				2022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)	21,578	15,116	23,649	21,334	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877		
売上総利益率 (%)	19.4	18.7	18.5	18.8	20.8	21.7	19.5	19.6	18.6	15.3		

販売費及び一般管理費の推移

- 販管費率は、減収及び従業員数の増加による人件費の増加等により、前年同期比で+5.2ポイントとなった。
- 従業員数の推移（連結） 2020年7月：1,405人 2021年7月：1,429人となり、24人増加。

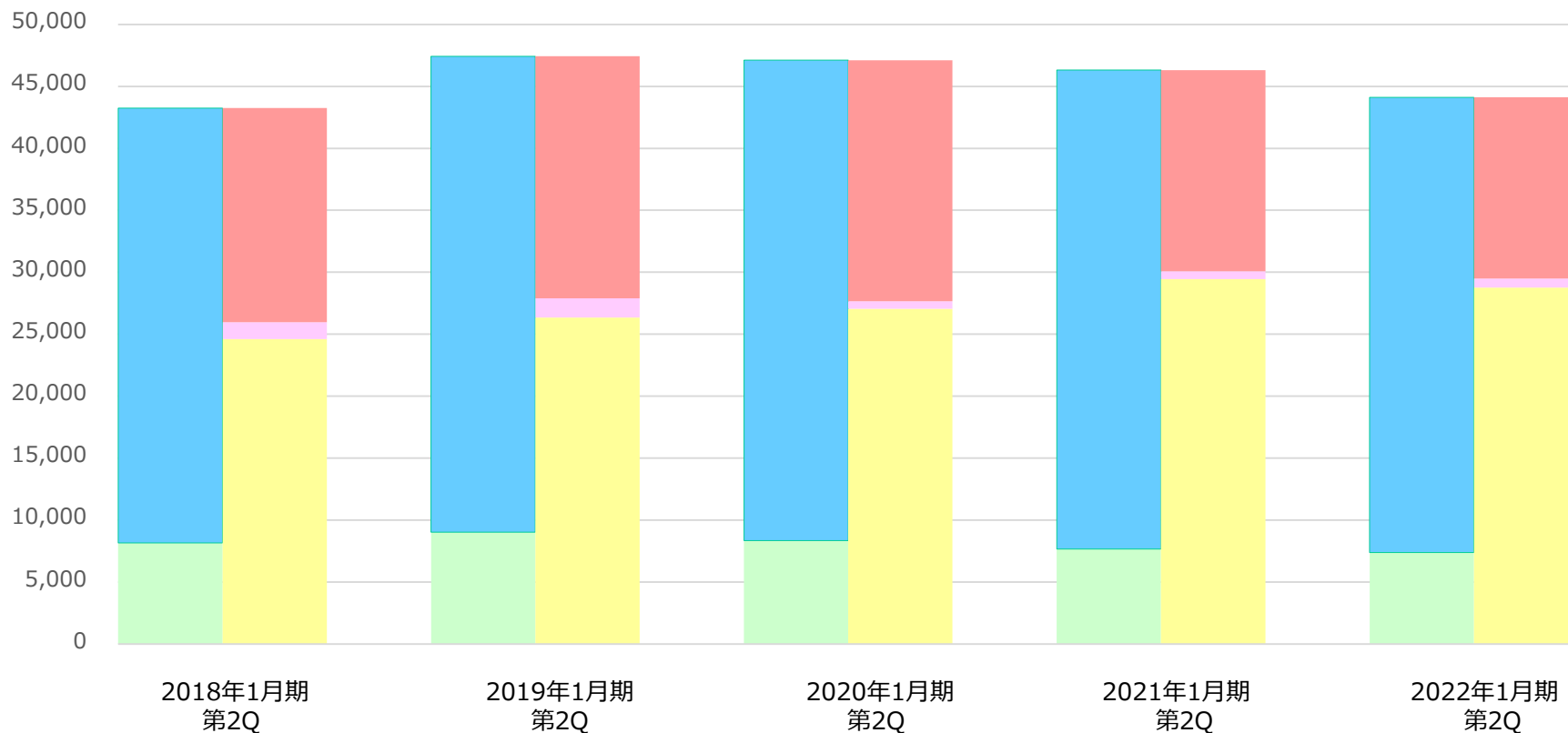


	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q
人件費 (百万円)	2,658	2,796	2,939	2,941	3,214
経費 (百万円)	1,487	1,574	1,574	1,376	1,347
販管費率 (%)	10.3	10.7	12.3	11.8	17.0

B/S 主要項目の推移

- 自己資本は287億63百万円となり、前年同期比で6億71百万円の減少となった。
- 自己資本比率 65.2%（前年同期比+1.6ポイント）

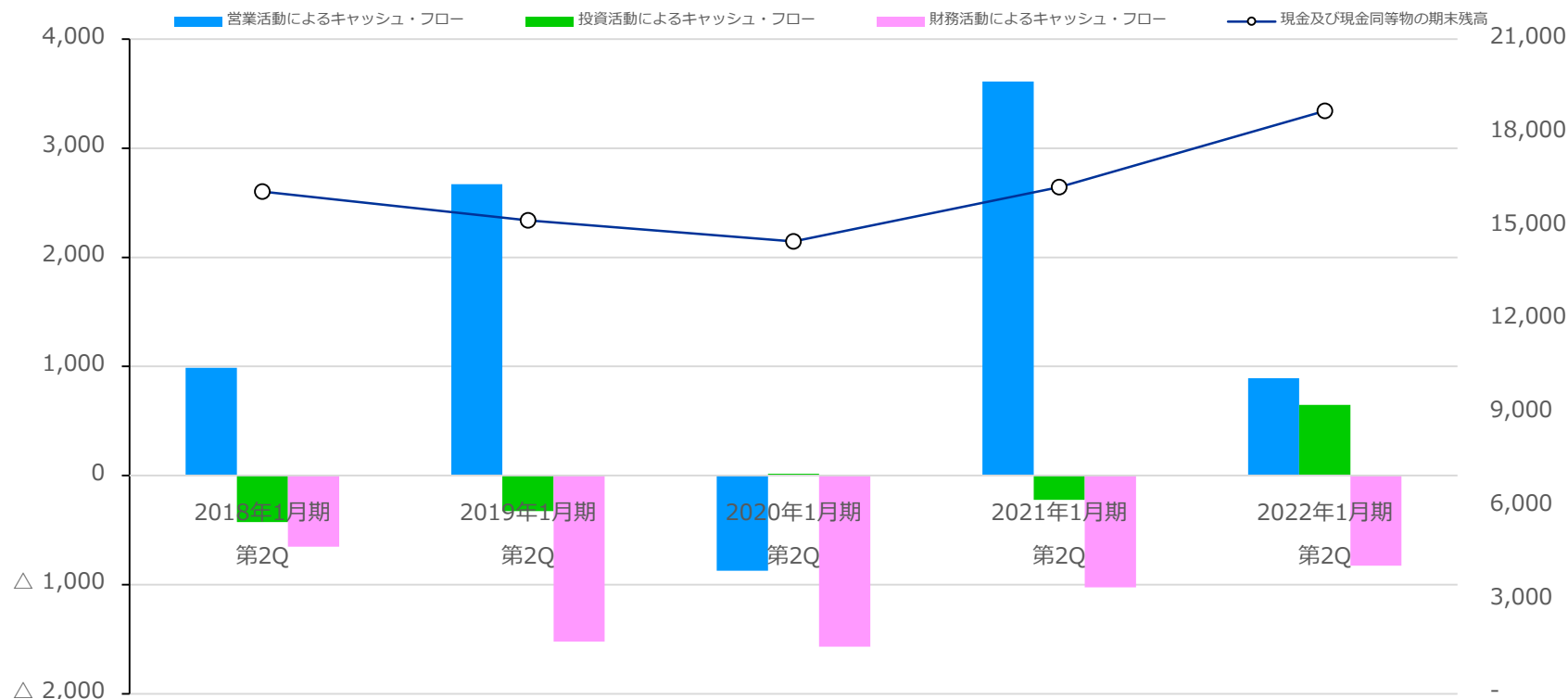
■ 固定資産 ■ 流動資産 ■ 純資産 ■ 固定負債 ■ 流動負債



	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q
自己資本 (百万円)	24,615	26,343	27,051	29,435	28,763
自己資本比率 (%)	56.9	56.2	57.4	63.6	65.2

キャッシュ・フローの推移

- 営業活動によるキャッシュ・フローは、未成工事支出金が27億97百万円増加したものの、受取手形・完成工事未収入金が12億81百万円減少し、未成工事受入金が増加したこと等により、8億93百万円となった。



(単位：百万円)	2018年1月期第2Q	2019年1月期第2Q	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	988	2,670	△871	3,612	893
投資活動によるキャッシュ・フロー	△427	△326	16	△223	647
財務活動によるキャッシュ・フロー	△652	△1,522	△1,568	△1,025	△825
現金及び現金同等物の期末残高	16,109	15,190	14,514	16,256	18,696

PART2

②2022年1月期第2四半期 セグメント別業績概況

2022年1月期 第2四半期 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の影響に伴う経済活動の制限の長期化により需要が減少し、主に商業施設、エンターテインメント施設及び空港関連施設等の新改装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。
● 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が長期化していること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、前年同期並みとなったものの、セグメント利益については、収益性の高い案件が減少したこと等により、前年同期を下回った。
● 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事務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)

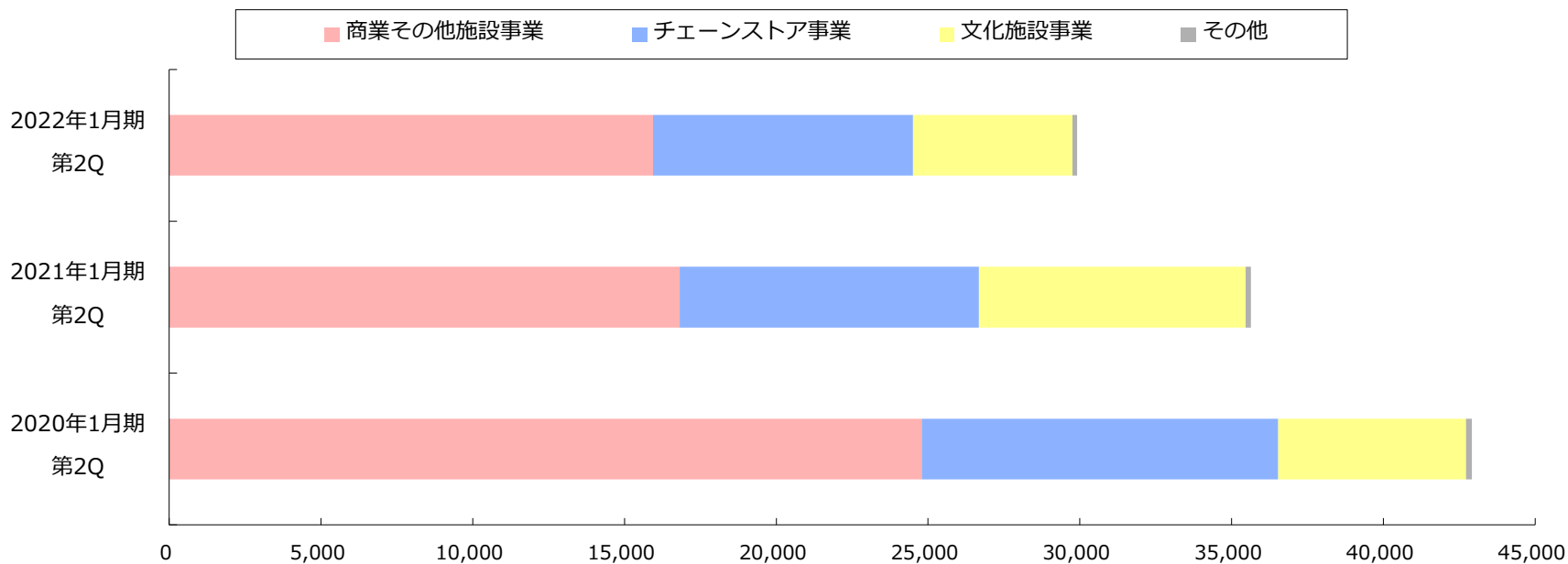
	売上高			セグメント利益		
	21/01 第2Q	22/01 第2Q	増減	21/01 第2Q	22/01 第2Q	増減
商業その他施設事業	20,745	11,908	△8,836	2,278	△489	△2,768
チェーンストア事業	10,716	9,304	△1,412	674	241	△433
文化施設事業	5,079	5,460	381	460	304	△156
その他	175	159	△16	73	36	△36
調整額	—	—	—	△22	△17	5
合計	36,716	26,832	△9,883	3,464	75	△3,389

セグメント別 受注高の状況

- 引き続き新型コロナウイルス感染症の影響により、事業環境は依然として厳しい状況が続いており、需要の回復が弱いため、全体では前年同期比で57億24百万円の減少となった。
- 文化施設事業については、前期で大型の案件を計上したこと等により、前年同期比で35億34百万円の減少となった。

(百万円)

	20/01 第2Q	21/01 第2Q	22/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	24,790	16,814	15,942	△872
チェーンストア事業	11,746	9,865	8,564	△1,300
文化施設事業	6,184	8,784	5,249	△3,534
その他	195	175	159	△16
受注高合計	42,916	35,640	29,916	△5,724

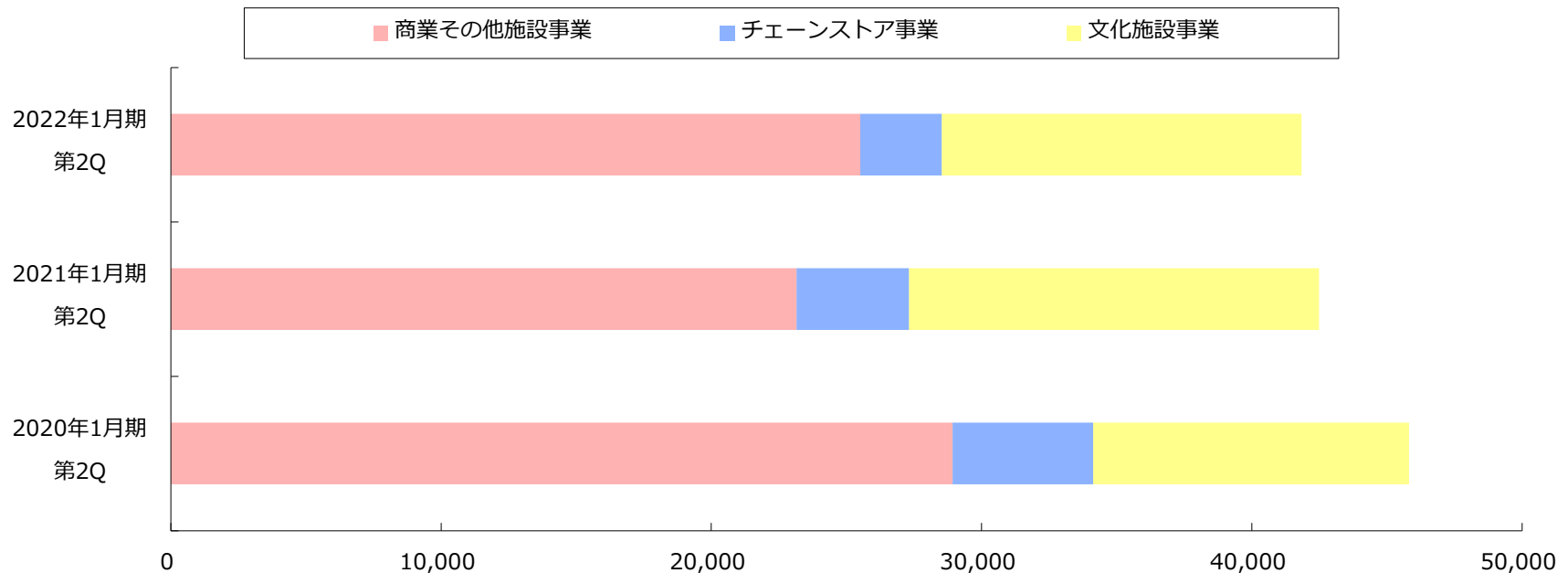


セグメント別 受注残高の状況

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響による短期需要の減少及び文化施設事業の受注の減少等による受注高の減少を受け、全体では、前年同期比で6億47百万円の減少となった。
- 商業その他施設事業については、短期需要が減少しているものの、長期・大型の手持ち案件が残っているため、前年同期比で23億65百万円の増加となった。

(百万円)

	20/01 第2Q	21/01 第2Q	22/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	28,922	23,148	25,513	2,365
チェーンストア事業	5,208	4,167	3,010	△1,157
文化施設事業	11,691	15,169	13,314	△1,854
その他	—	—	—	—
受注残高合計	45,822	42,485	41,838	△647



PART 3

①2022年1月期 業績計画見通し

新型コロナウイルス感染症拡大の影響による事業環境認識

計画策定時における2022年1月期の事業環境認識

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想定

現在の2022年1月期の事業環境認識

1. 新型コロナウイルス感染症の収束時期の見通しが立っていない
2. 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済活動の制限の長期化により、
個人消費、観光投資及び企業の販促投資等が停滞している
3. 全セグメントにおいて価格競争が激しくなっている

**計画策定時の想定から半年以上、市場環境に回復の兆しが見えず、
計画の進捗に遅れは生じている**

2022年1月期 業績計画

- 2022年1月期の通期業績予想については、新型コロナウイルス感染症の収束時期の見通しが立っておらず、2022年1月期上半期の実績は、受注高、売上高の進捗において計画を下回ったが、利益面については、概ね堅調に推移しているため、前回の予想から据え置いている。

(百万円)

	2021年1月期				2022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	35,640		64,615		29,916		71,500	
売上高	36,716	100.0	69,225	100.0	26,832	100.0	68,000	100.0
売上総利益	7,782	21.2	14,133	20.4	4,636	17.3	11,900	17.5
営業利益	3,464	9.4	5,049	7.3	75	0.3	2,000	2.9
経常利益	3,553	9.7	5,266	7.6	207	0.8	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	45	0.2	1,410	2.1
E P S (円)	49.53		72.19		0.95		29.58	
R O E (%)	8.0		12.0		0.2		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実績	通期計画
受	商業その他施設事業	16,814	34,612	15,942	41,000
	チェーンストア事業	9,865	18,330	8,564	20,400
	文化施設事業	8,784	11,311	5,249	9,700
	その他	175	360	159	400
受注高計		35,640	64,615	29,916	71,500
売	商業その他施設事業	20,745	40,016	11,908	36,900
	チェーンストア事業	10,716	19,598	9,304	20,400
	文化施設事業	5,079	9,250	5,460	10,300
	その他	175	360	159	400
売上高計		36,716	69,225	26,832	68,000
営	商業その他施設事業	2,278	3,629	△489	350
	チェーンストア事業	674	939	241	1,100
	文化施設事業	460	388	304	500
	その他	73	90	36	50
調整額		△22	2	△17	—
営業利益計		3,464	5,049	75	2,000

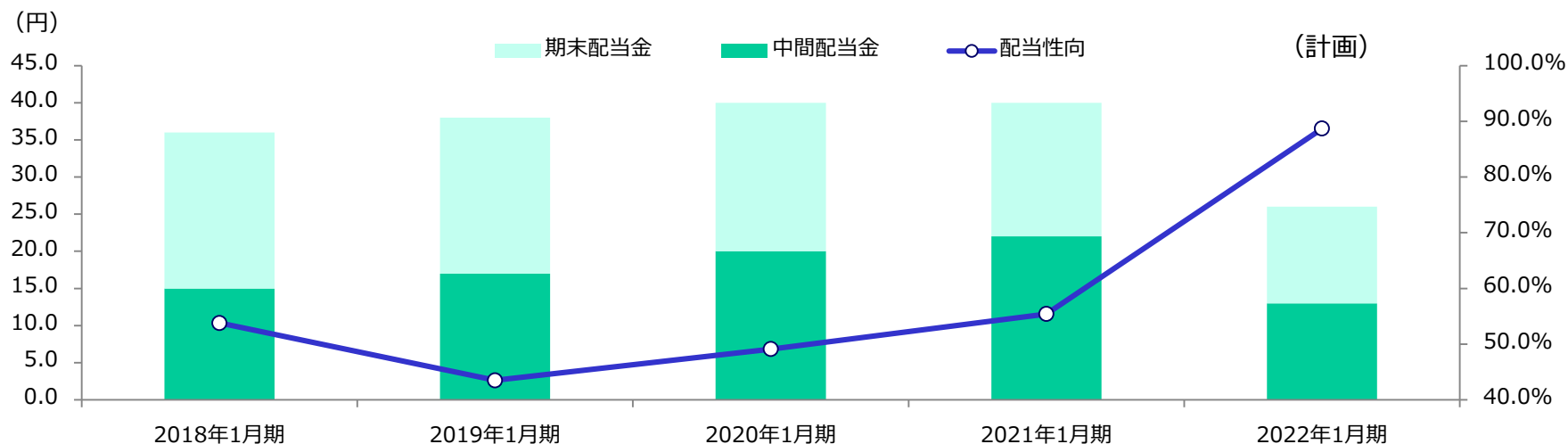
株主還元に関する方針

【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。

※ 2022年1月期については、配当性向100%以内で最大限の還元を実施する予定です。



	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	22.0	13.0
期末配当金 (円)	21.00	21.00	22.00	18.0	13.0
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

②中期経営計画

(2022年1月期-2024年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、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。

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"> 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 総労働時間が削減されている
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

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"> ●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 ●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 ●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 	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"> ●経営・財務基盤の充実 ●株主還元の充実 	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"> ① リアル×デジタルによる顧客体験づくり <ul style="list-style-type: none"> ・リアル空間とオンラインをシームレスにつなぐ 総合的な「ここを動かす」顧客体験をデザインし、提供する ・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 ② 空間×データの取り組み <ul style="list-style-type: none"> ・空間に関するデータを活用し、新たな価値を生み出す ③ 外部企業と協創・協業 ④ デジタル技術やデータ分析に精通した人材育成 	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"> 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 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 	
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		

中期経営計画（2022年1月期-2024年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 中期経営計画（2022年1月期-2024年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	—	—	—
業 利 益 計	2,000	4,200	5,800	

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)