

2021年12月期 第3四半期 決算補足資料

株式会社スペース

東証一部：9622



Agenda

01

2021年度 第3四半期 決算の概要

02

2021年度 業績予想

03

中期経営計画

04

サステナブル



Agenda

01

2021年度 第3四半期 決算の概要

02

2021年度 業績予想

03

中期経営計画

04

サステナブル



2021年12月期第1四半期より、SPACE SHANGHAI CO., LTD.の重要性が増したため連結の範囲に含める

会社名：SPACE SHANGHAI CO., LTD.

仕碧空間建築装飾（上海）有限公司

総経理：陳 琦

所在地：上海市長寧区古北路678号同詮大廈1801室

設立：2010年4月

資本金：140百万円（スペース100%出資子会社）

事業内容：商業施設、専門店、オフィスの企画・設計・施工

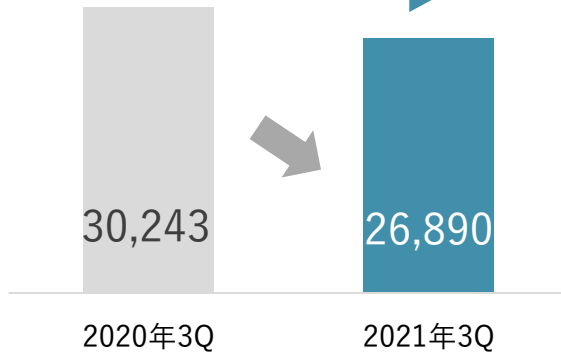
及び大型商業施設の内装管理業務

建築材料、家具等の輸出・輸入貿易



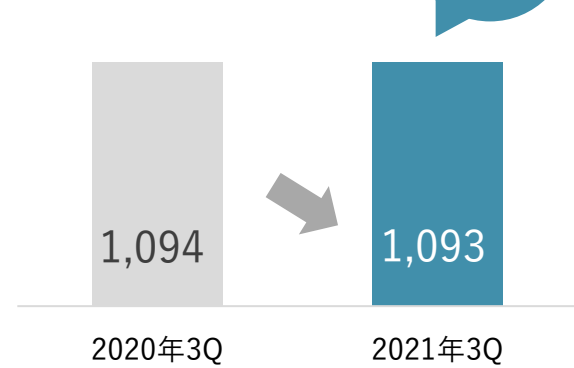
売上高

26,890百万円 前年同期比 88.9%



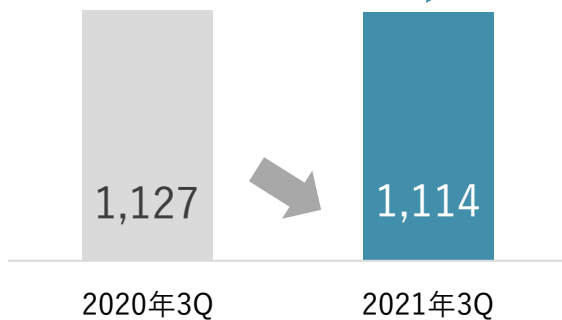
営業利益

1,093百万円 前年同期比 99.9%



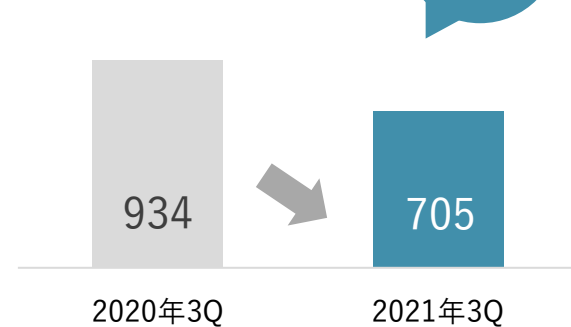
経常利益

1,114百万円 前年同期比 98.8%



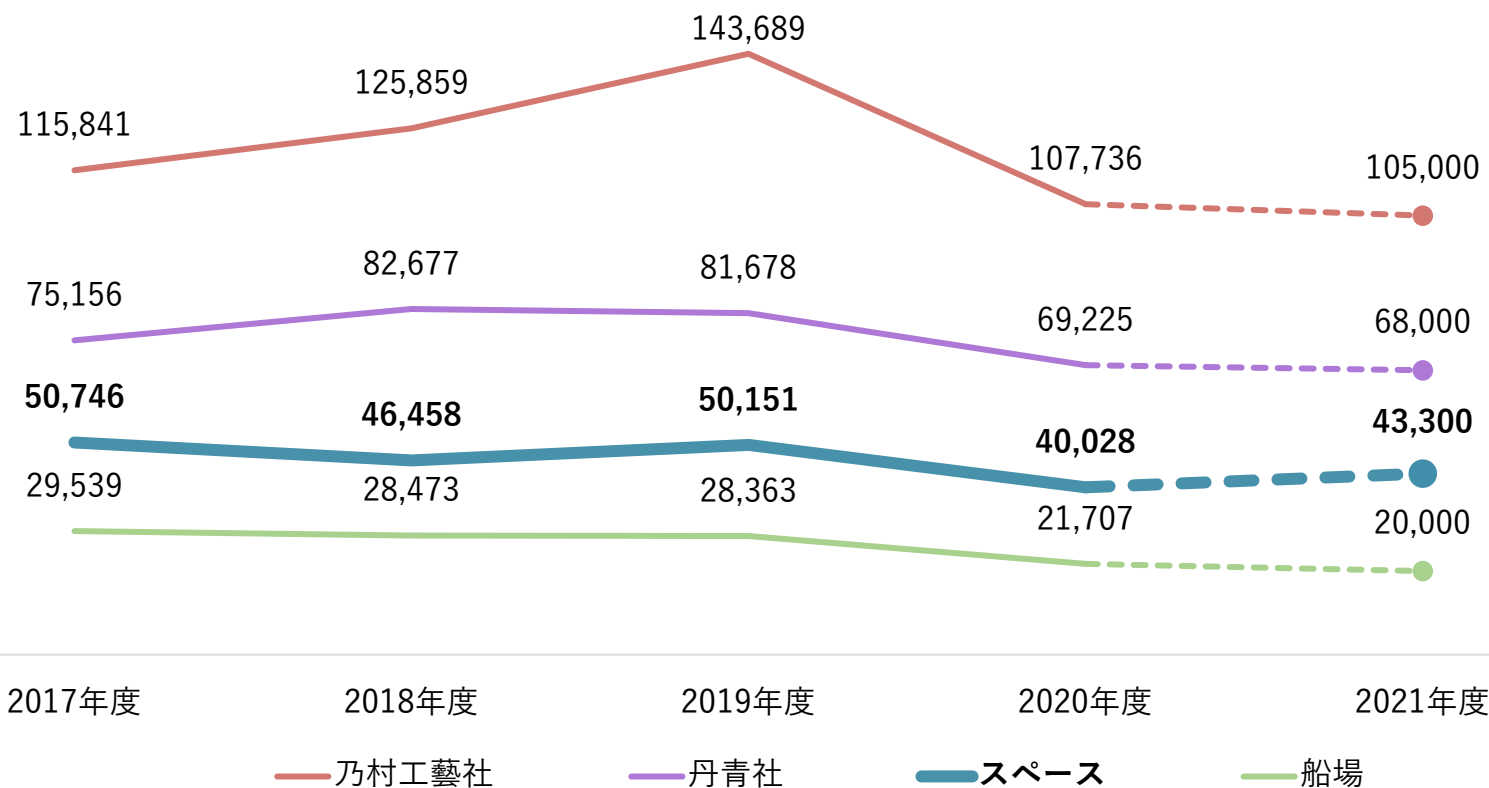
親会社株主に帰属する 四半期純利益

705百万円 前年同期比 75.5%



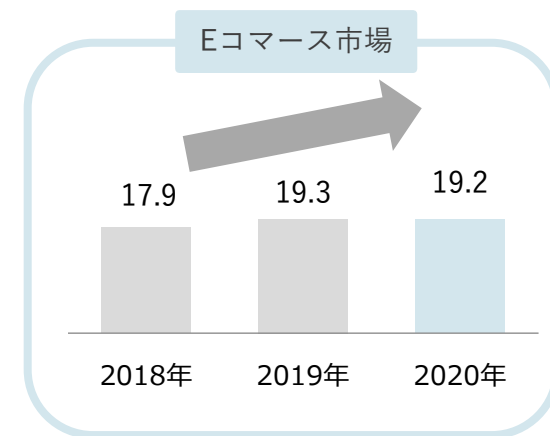
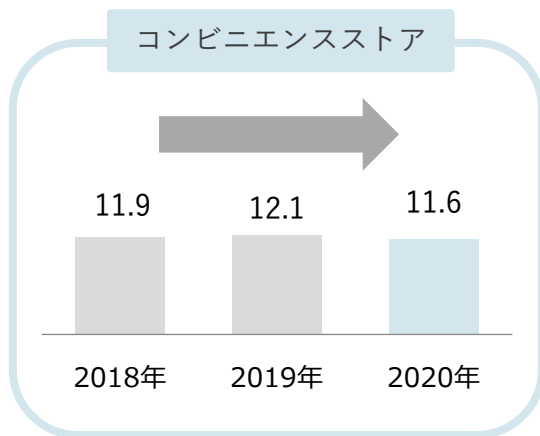
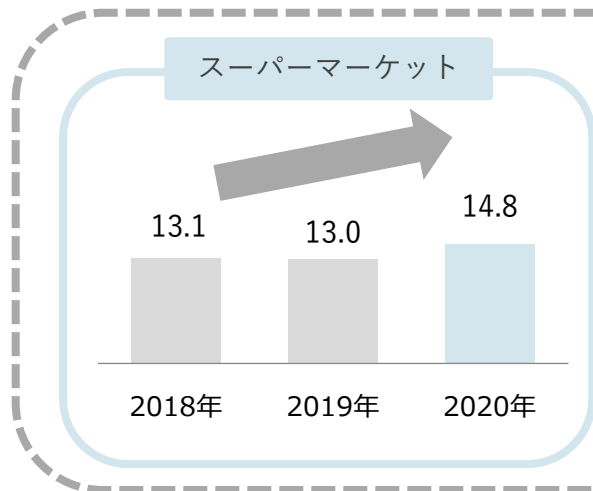
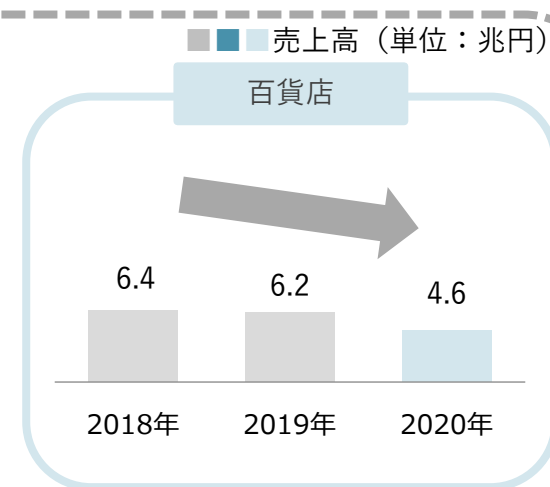
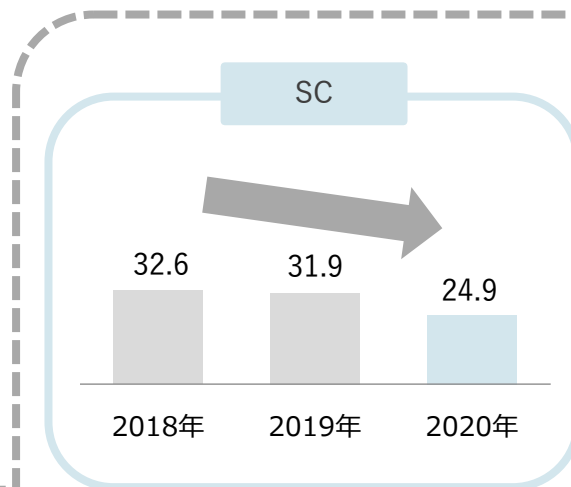
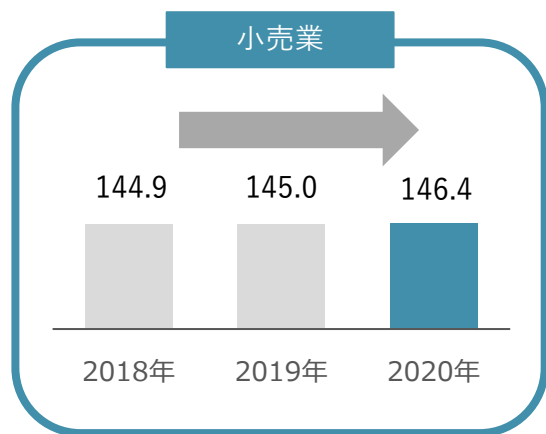
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業界全体として先行きは不透明となるが2021年度は本格的な回復には至らず、横ばいか微増と予測

連結売上高（単位：百万円）



※ 当社は2019年度より連結決算を開始したため、2018年度以前は単体数値を掲載しております。

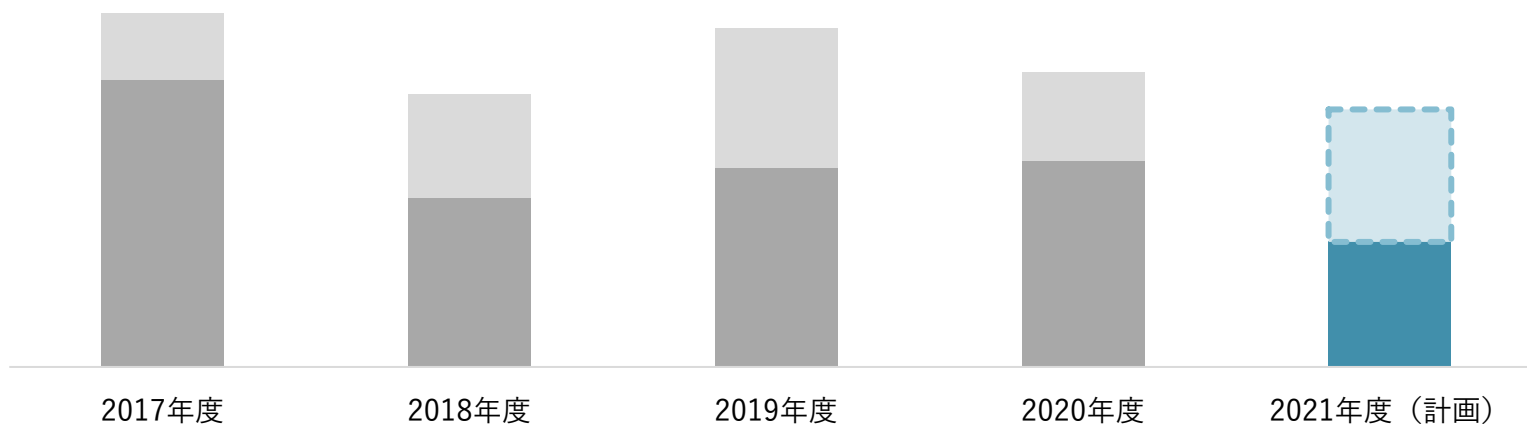
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、小売業界を取り巻く環境が一変



(出典) 経済産業省「商業動態統計」・「電子商取引に関する市場調査」
一般社団法人日本ショッピングセンター協会「SC年間販売統計調査」

SCの新規出店数は減少傾向
近年は中小規模タイプや複合型のSCが増加

■ SC新規出店数（1~9月） ■ SC新規出店数（10~12月）



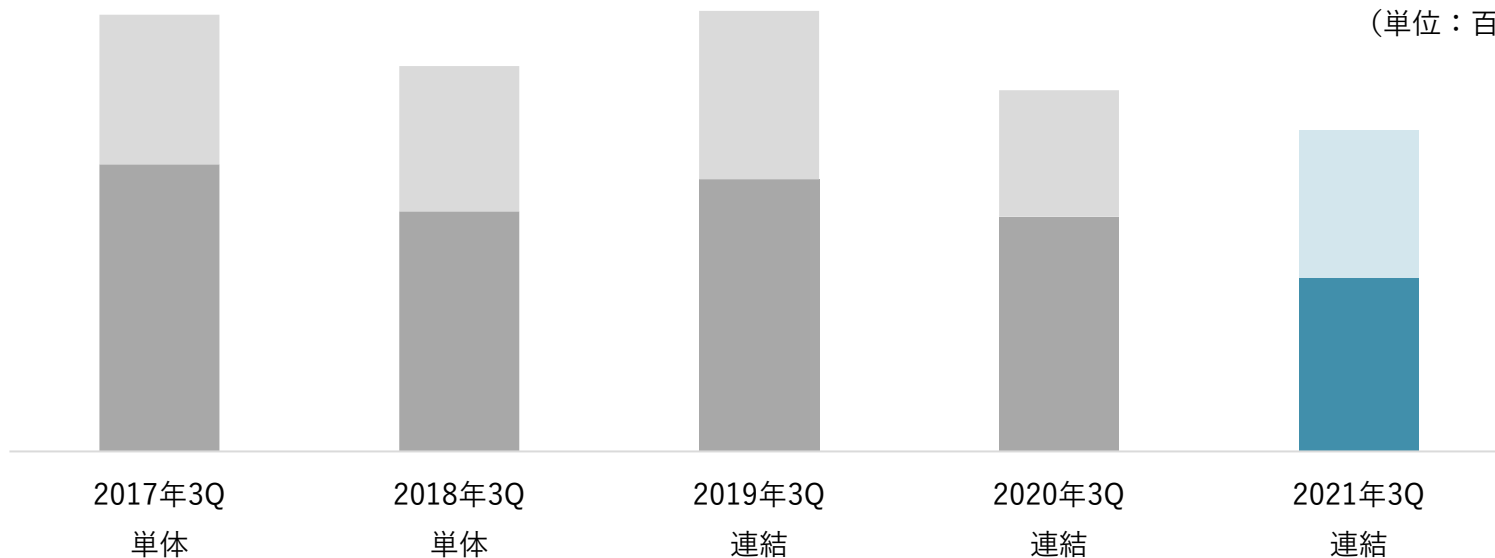
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度（計画）
10~12月出店数	9	14	19	12	(18)
1~9月出店数	39	23	27	28	17
年間出店数	48	37	46	40	(35)

（出典）一般社団法人日本ショッピングセンター協会「オープンSC情報」

売上高推移（SC関連・その他）

当社の売上高のうち、SC関連が5割以上を占める
SC関連以外では、オフィス・サービス空間の受注を強化

■ SC関連 ■ その他
(単位：百万円)

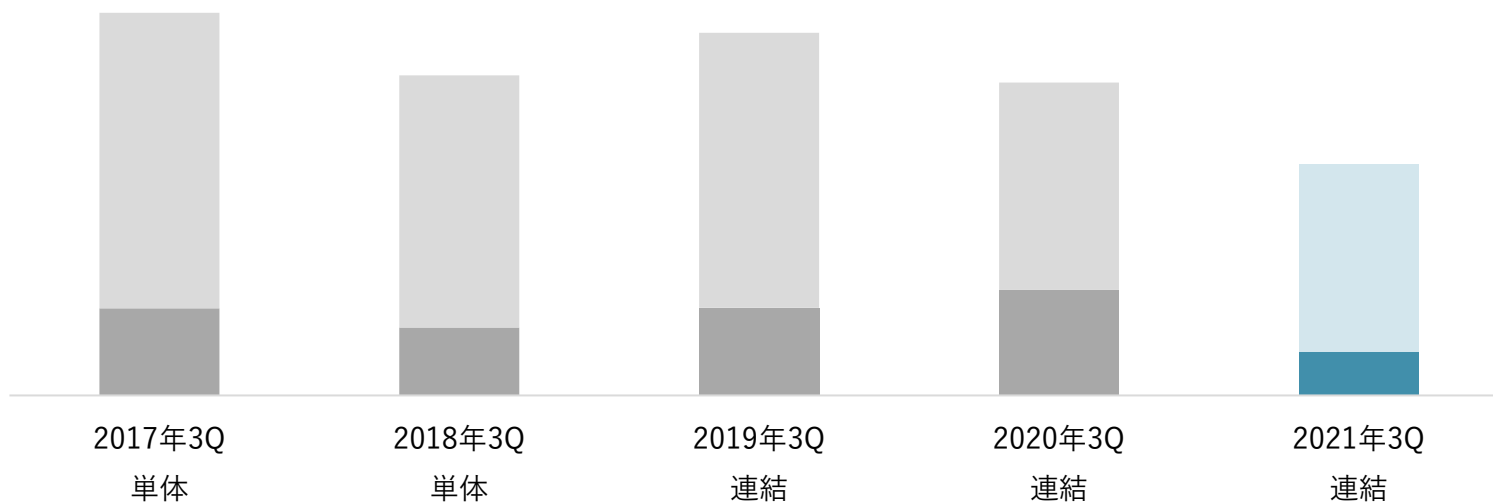


	2017年3Q 単体	2018年3Q 単体	2019年3Q 連結	2020年3Q 連結	2021年3Q 連結
その他	12,530	12,168	14,111	10,595	12,386
SC関連	24,036	20,101	22,779	19,648	14,504
合計売上高	36,567	32,270	36,890	30,243	26,890

売上高推移（新築SC・既設SC）

SCの新規出店数の減少に伴い新築SC売上が減少
都市再開発や地域活性化に伴う既存店のリニューアルに注力

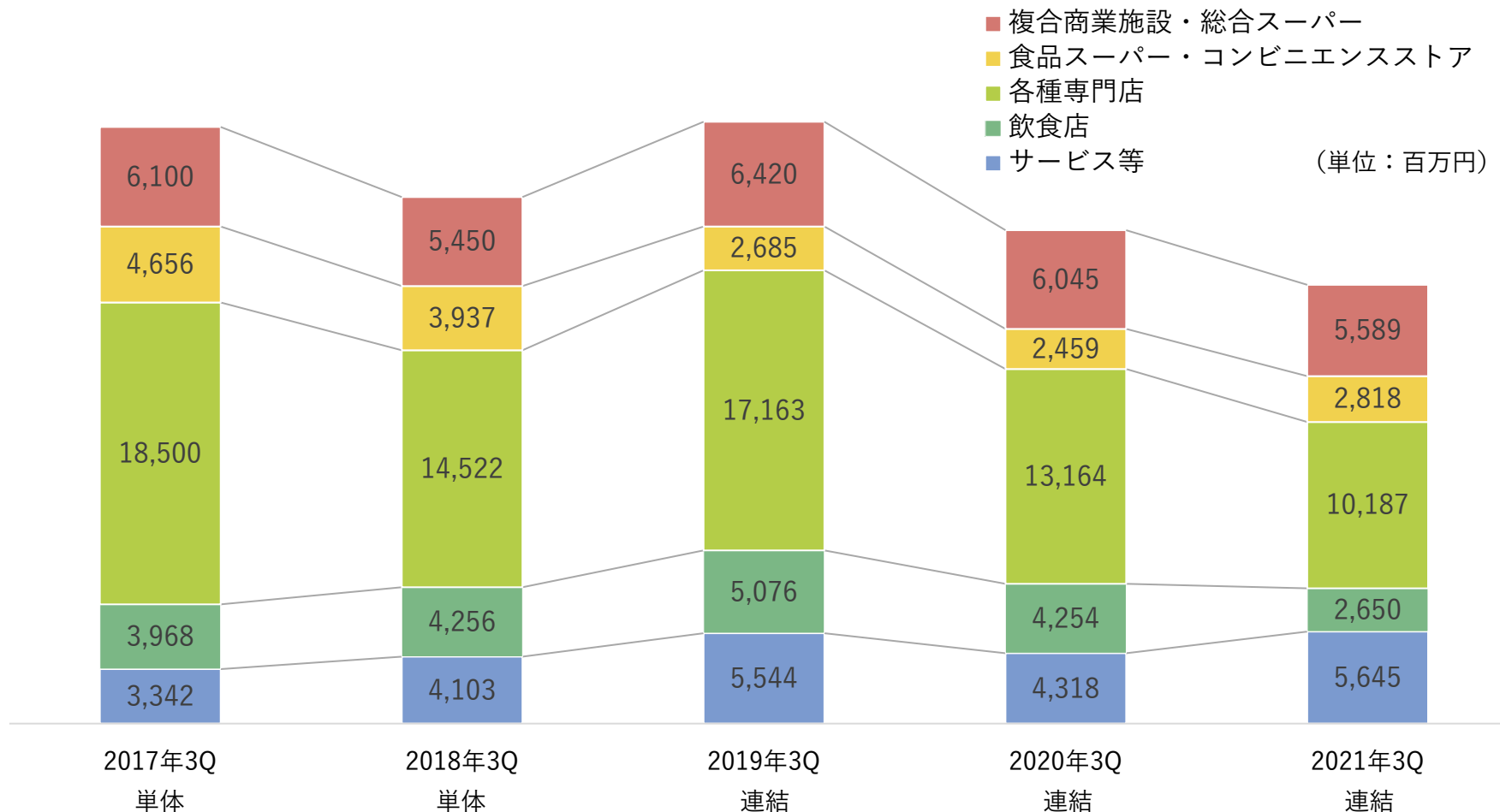
■ 新築SC ■ 既設SC
(単位：百万円)



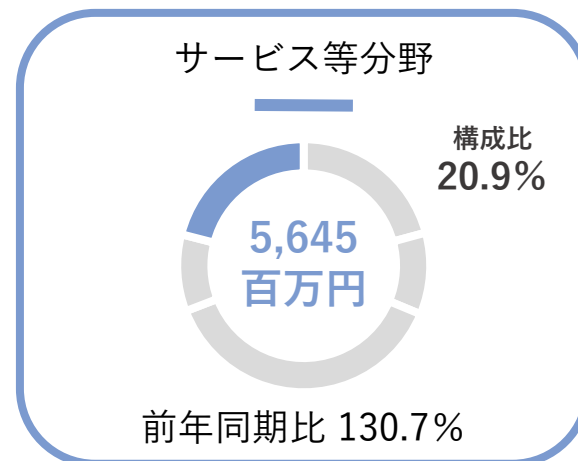
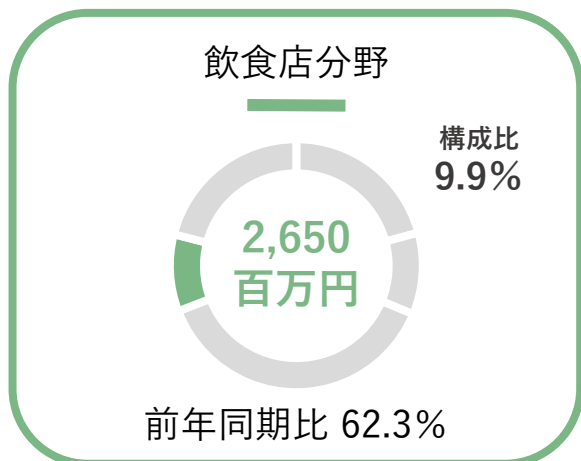
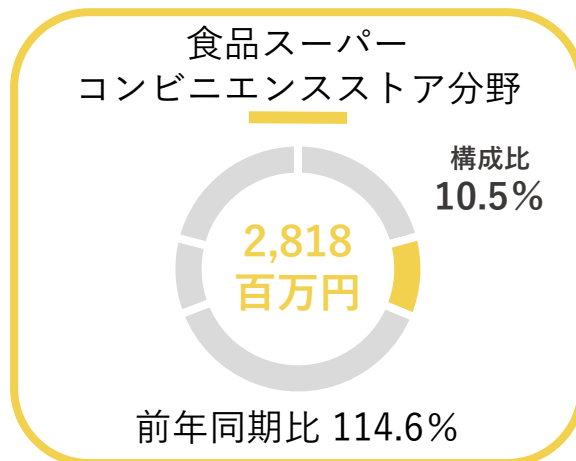
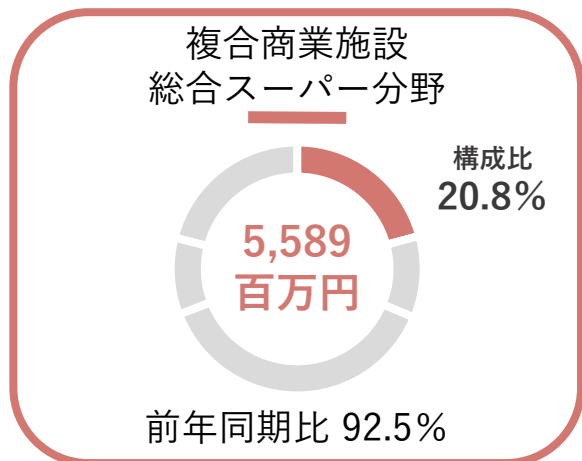
	2017年3Q 単体	2018年3Q 単体	2019年3Q 連結	2020年3Q 連結	2021年3Q 連結
既設SC	18,571	15,834	17,275	13,026	11,767
新築SC	5,465	4,266	5,504	6,621	2,736
合計	24,036	20,101	22,779	19,648	14,504

市場分野別売上高推移

新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた分野で売上高が減少
中期経営計画で注力しているサービス等分野は堅調に推移



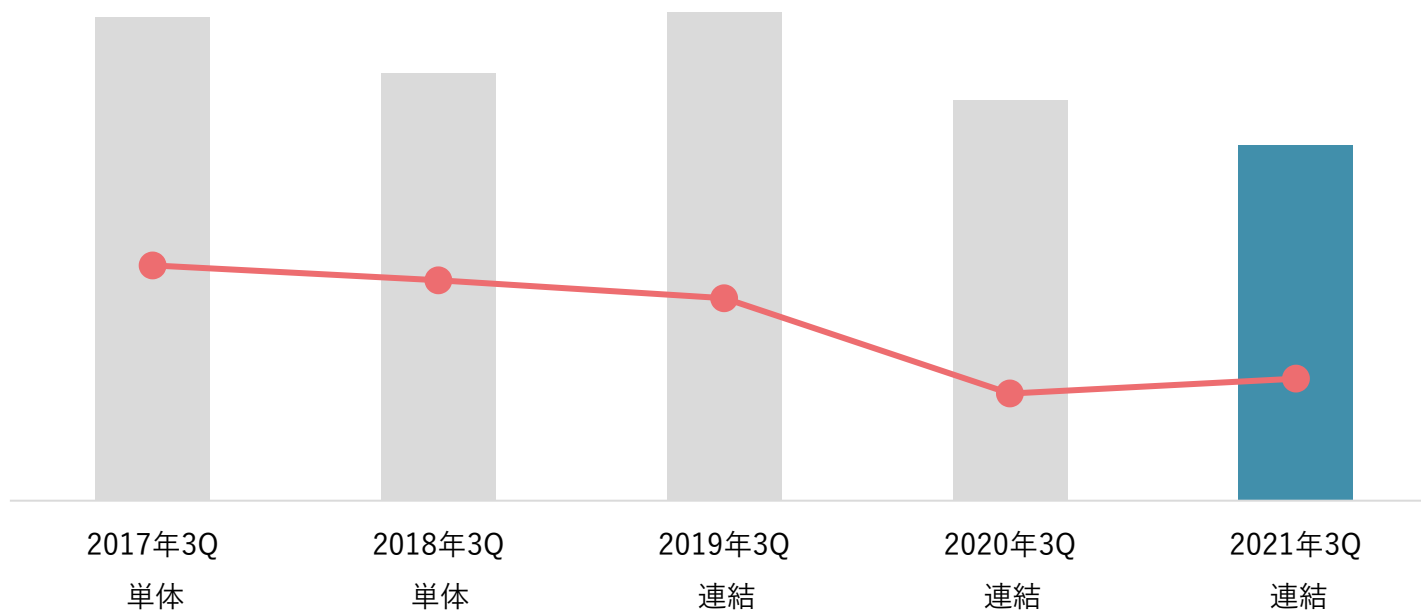
各種専門店分野、飲食店分野は投資抑制等により受注が減少したが、コロナ禍においても好調な分野では受注が拡大



売上高・営業利益率推移

新型コロナウイルス感染症の影響から厳しい受注環境下において売上高が減少
外注費率の抑制に努めたことから営業利益率はやや改善

■ 売上高 — 営業利益率



売上高
(百万円)
営業利益率
(%)

36,567

32,270

36,890

30,243

26,890

7.9

7.4

6.8

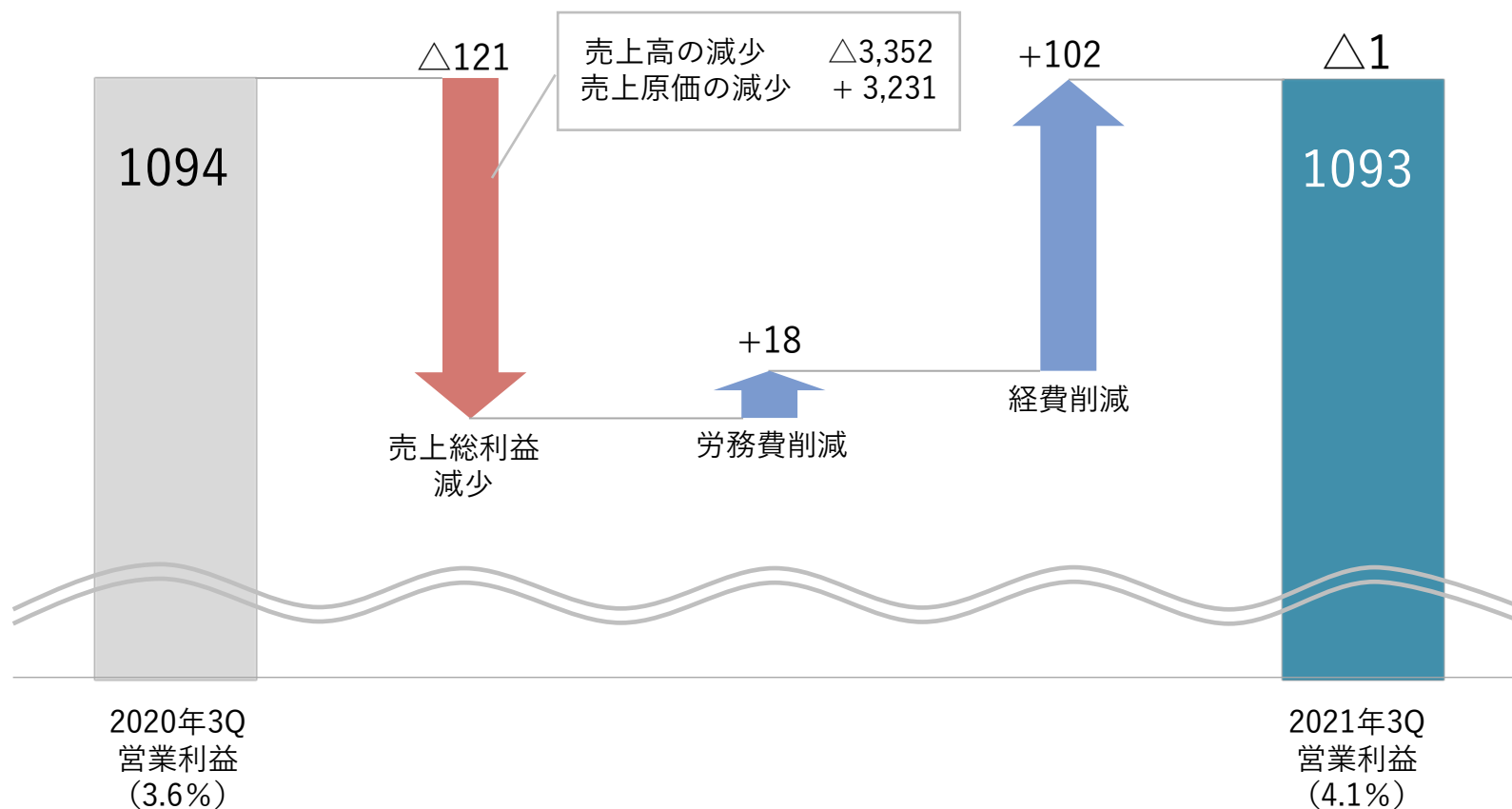
3.6

4.1

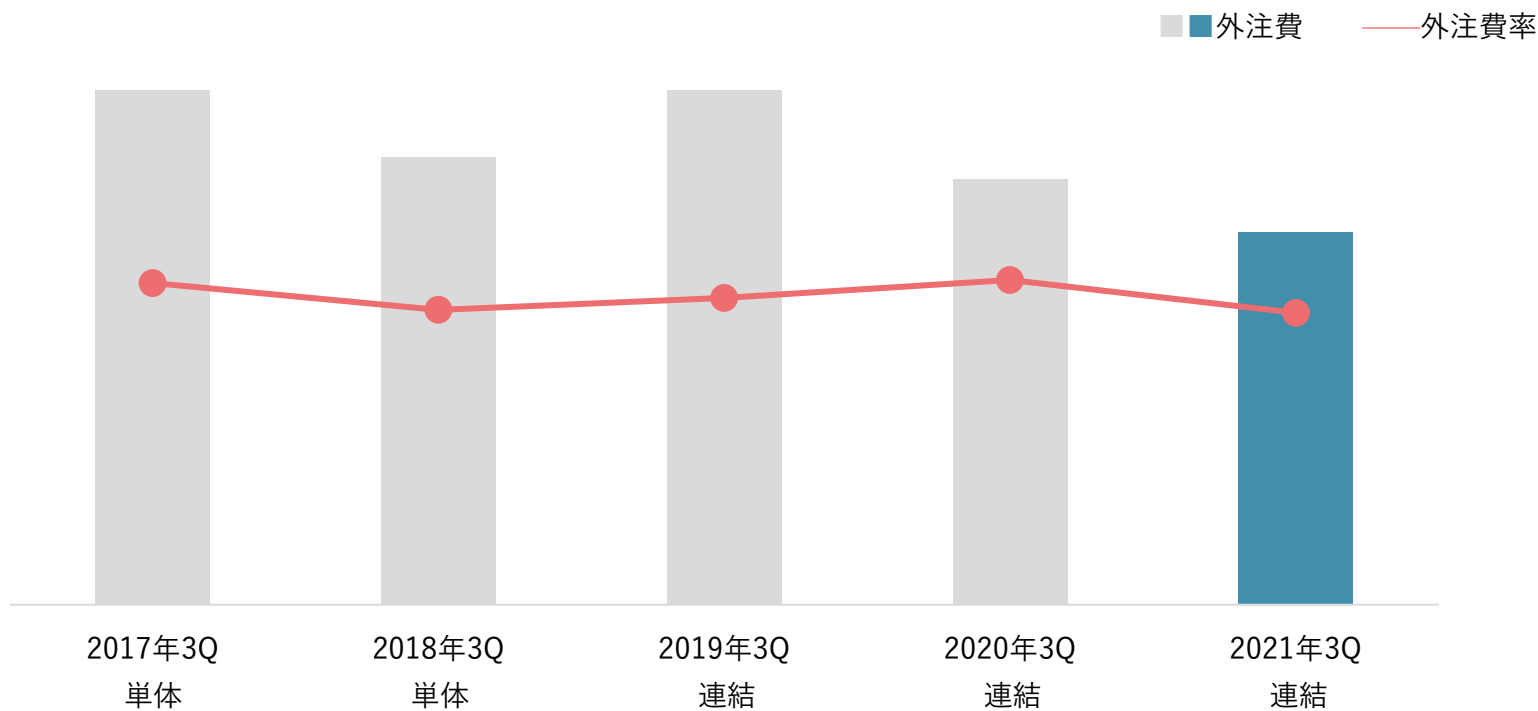
営業利益増減分析

■ 売上が減少したものの、コスト削減で補い営業利益は前年同期並みの水準を維持

(単位：百万円)



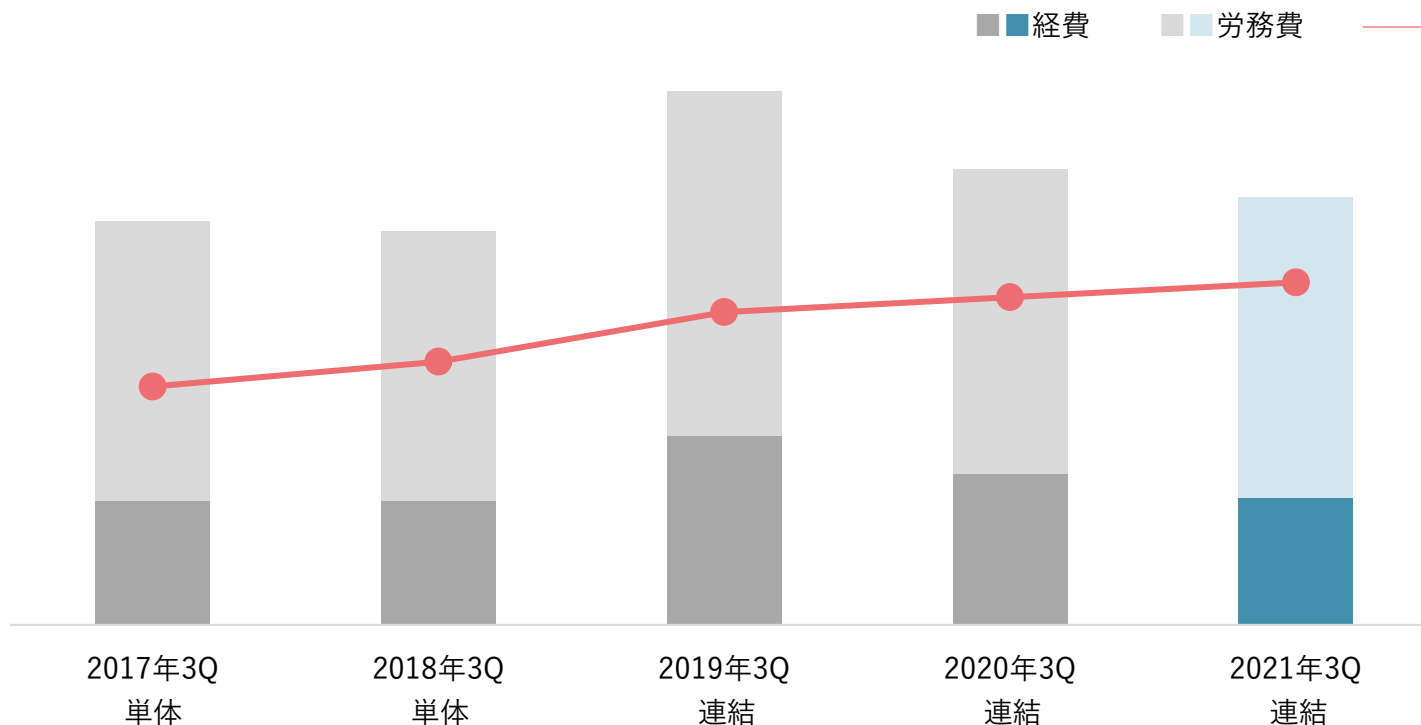
■ 外注費の削減に取り組み、外注費率は前年同期比で1.1ポイント減少



外注費 (百万円)	25,906	22,546	25,926	21,450	18,771
外注費率 (%)	70.8	69.9	70.3	70.9	69.8

販売費及び一般管理費推移

■ コストの削減に努めたものの、売上高の減少に伴い販管費率は前年同期比で0.3ポイント増加



販管費
(百万円)
販管費率
(%)

1,761

1,718

2,329

1,988

1,867

4.8

5.3

6.3

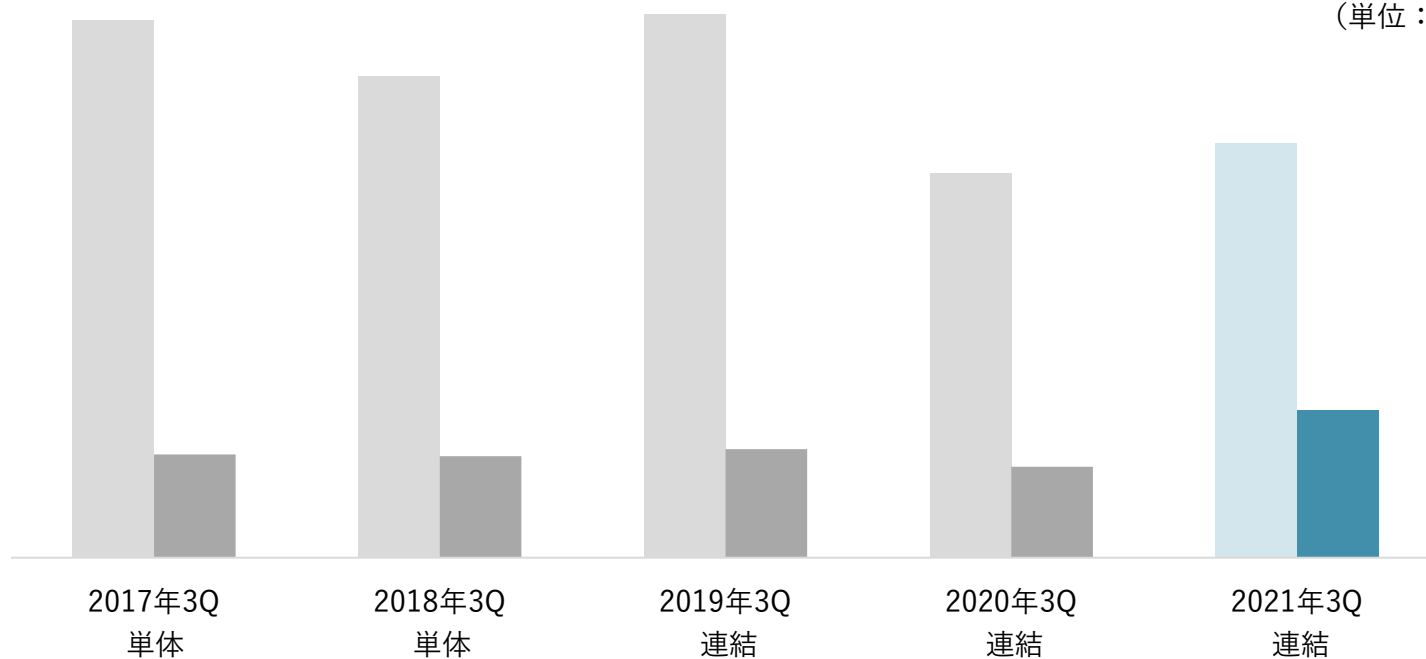
6.6

6.9

受注高・受注残高推移

受注高・受注残高ともに前年と比較して増加
コロナ禍からの緩やかな回復が期待される

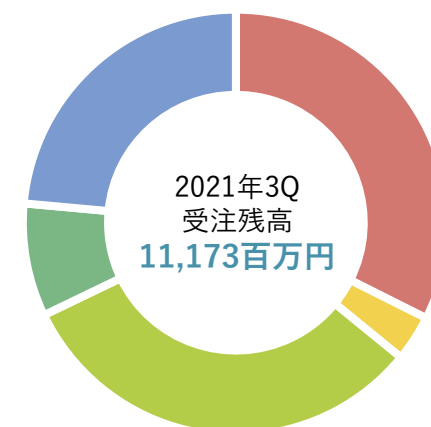
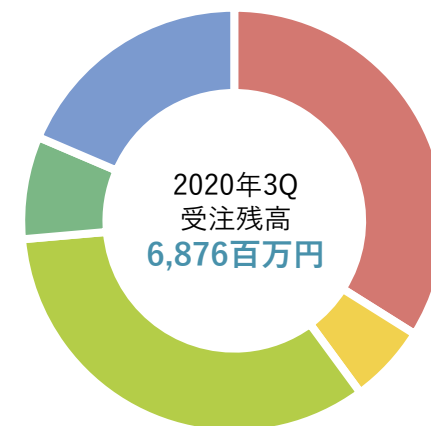
■ 受注高 ■ 受注残高
(単位：百万円)



受注高	40,644	36,399	41,080	29,007	31,342
受注残高	7,802	7,670	8,194	6,876	11,173

受注残高の内訳で見てもサービス等分野が堅調

	2020年3Q		2021年3Q	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
■ 複合商業施設 総合スーパー	2,332	33.9	3,620	32.4
■ 食品スーパー コンビニエンスストア	413	6.0	391	3.5
■ 各種専門店	2,316	33.7	3,570	32.0
■ 飲食店	537	7.8	960	8.6
■ サービス等	1,277	18.6	2,631	23.5
合計	6,876	100.0	11,173	100.0



	プラス影響	マイナス影響
事業	<ul style="list-style-type: none">・マーケット分析による多方面への営業力強化（地域活性・行政など）・異業種企業との協業・外注費の交渉による入札案件の獲得・現場のIT化に伴う現場監理の可能性拡大	<ul style="list-style-type: none">・顧客の投資抑制・同業他社との競争激化・渡航制限による海外取り組みの中止または先送り
社内	<ul style="list-style-type: none">・在宅勤務制度の導入・リモートによる時間の有効活用・オンライン会議の活用による出張経費の削減・オンライン研修の実施による研修スタイルの拡充	<ul style="list-style-type: none">・感染予防対策における費用の増加・対面機会の減少によるコミュニケーション不足・採用活動の抑制による組織の停滞

感染症対策への課題感の高まりに対応し、感染リスクに配慮した空間づくりを提案

飛沫感染予防 (パーテーション、スクリーンなど)



ディスタンスを保ちにくい場所でも
飛沫の飛散を防止する、
環境イメージとなじむパーテーション

新丸の内ビルディング 商業従業員休憩室

ソーシャルディスタンス (壁面グラフィック、フロアシートなど)



デザインに落とし込まれた壁面
グラフィックが自然とディスタンス
を生む

新丸の内ビルディング 商業従業員喫煙専用室

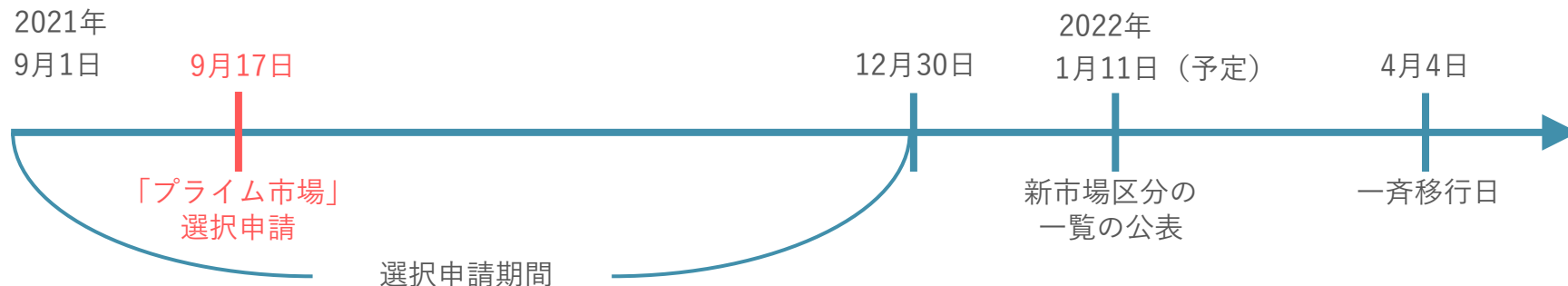
「新型コロナウイルス感染予防対策営業ツール」を作成し、ウィズコロナ時代における安全安心な空間づくりに向け、顧客のニーズに合わせた多様な提案を行っています。

「プライム市場」への移行を選択

2021年9月17日、新市場区分への移行において「プライム市場」を選択することを決議し、東証へ申請

「プライム市場」 上場維持基準		適合状況
流通株式数	20,000単位以上	○
流通株式時価総額	100億円以上	○
売買代金	日次平均0.2億円以上	○
流動株式比率	35%以上	○

スケジュール

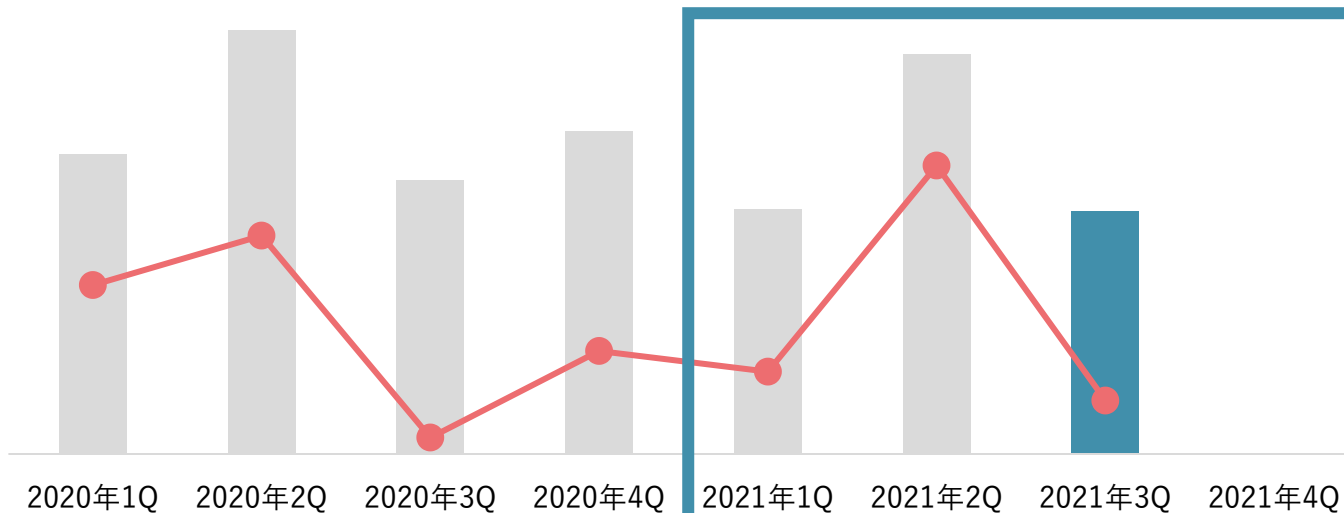


【参考】 損益計算書

	2020年3Q		2021年3Q		前年同期比	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	前年同期比 (%)
売上高	30,243	100.0	26,890	100.0	△3,352	88.9
売上原価	27,161	89.8	23,929	89.0	△3,231	88.1
売上総利益	3,082	10.2	2,960	11.0	△121	96.1
販管費	1,988	6.6	1,867	6.9	△120	93.9
営業利益	1,094	3.6	1,093	4.1	△1	99.9
営業外損益	33	0.1	21	0.1	△12	62.6
経常利益	1,127	3.7	1,114	4.1	△13	98.8
特別損益	222	0.7	6	0.0	△215	2.8
法人税等	423	1.4	415	1.5	△8	98.0
非支配株主に帰属する 四半期純損失	△8	△0.0	△0	△0.0	7	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	934	3.1	705	2.6	△228	75.5

【参考】 四半期推移（業績ハイライト）

■ 売上高 — 営業利益率



(単位：百万円)

	2020年1Q	2020年2Q	2020年3Q	2020年4Q	2021年1Q	2021年2Q	2021年3Q	2021年4Q
売上高	9,094	12,834	8,315	9,784	7,413	12,115	7,362	
営業利益	376	686	31	249	144	852	95	
経常利益	378	701	47	257	151	859	102	
親会社株主に帰属する 当期純利益	251	488	193	170	80	569	56	
1株当たり当期純利益 (円)	10.41	20.23	8.00	7.01	3.24	23.04	2.28	
営業利益率 (%)	4.1	5.3	0.4	2.5	2.0	7.0	1.3	

【参考】貸借対照表

	2020年度		2021年3Q		前年末比	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)
流動資産	22,034	65.2	23,973	68.0	1,939	8.8
固定資産	11,737	34.8	11,300	32.0	△436	△3.7
資産合計	33,771	100.0	35,273	100.0	1,502	4.4
流動負債	4,099	12.1	6,332	18.0	2,233	54.5
固定負債	1,231	3.6	549	1.6	△682	△55.4
負債合計	5,330	15.8	6,881	19.5	1,550	29.1
純資産合計	28,440	84.2	28,392	80.5	△48	△0.2
負債・純資産合計	33,771	100.0	35,273	100.0	1,502	4.4

Agenda

01

2021年度 第3四半期 決算の概要

02

2021年度 業績予想

03

中期経営計画

04

サステナブル

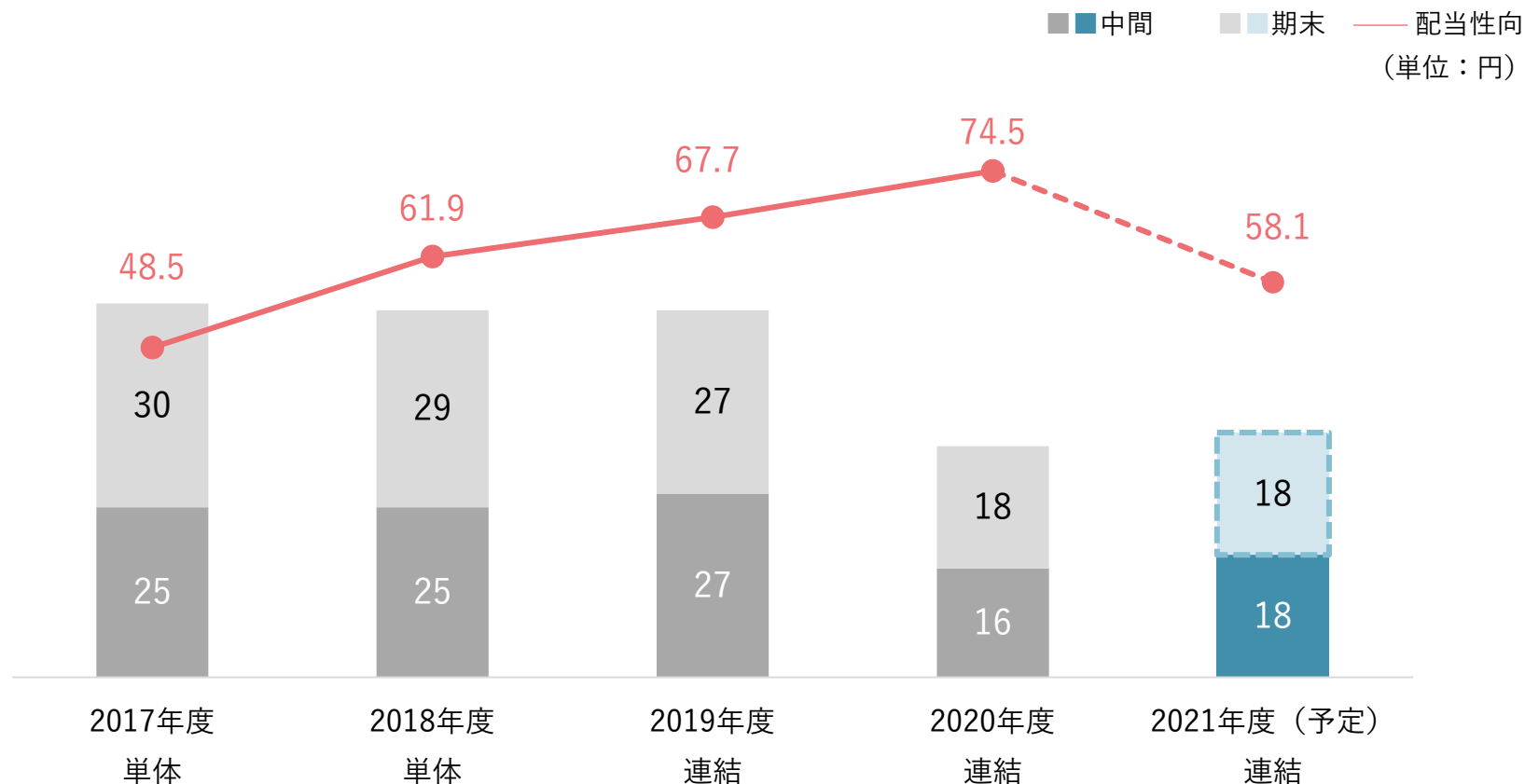


2021年度 通期見通し

大型プロジェクト案件に対し体制を整えて取り組む
既存顧客へ向き合うとともに、中長期的な視点で新たな取り組みにチャレンジする

	2020年度通期 実績 (百万円)	2021年度通期 予想 (百万円)	増減額 (百万円)	前年比 (%)
売上高	40,028	43,300	3,271	108.2
営業利益	1,343	2,300	956	171.2
経常利益	1,385	2,200	814	158.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,104	1,500	395	135.8
1株当たり当期純利益 (円)	45.62	61.96	16.34	135.8
年間配当 (円)	34.00	36.00	2.00	105.9

■ 収益力の向上と財務体質の強化を図り、業績に連動した配当を維持する



※ 2017年度は特別配当5円を含みます。

※ 2018年度は記念配当4円を含みます。

Agenda

01

2021年度 第3四半期 決算の概要

02

2021年度 業績予想

03

中期経営計画

04

サステナブル



■ 中期経営計画「基盤構築」期の最終年度である2022年度までに達成すべき4つの目標



中期経営目標

2022年12月期

1

営業利益率
7%

2

ROE
10%
以上

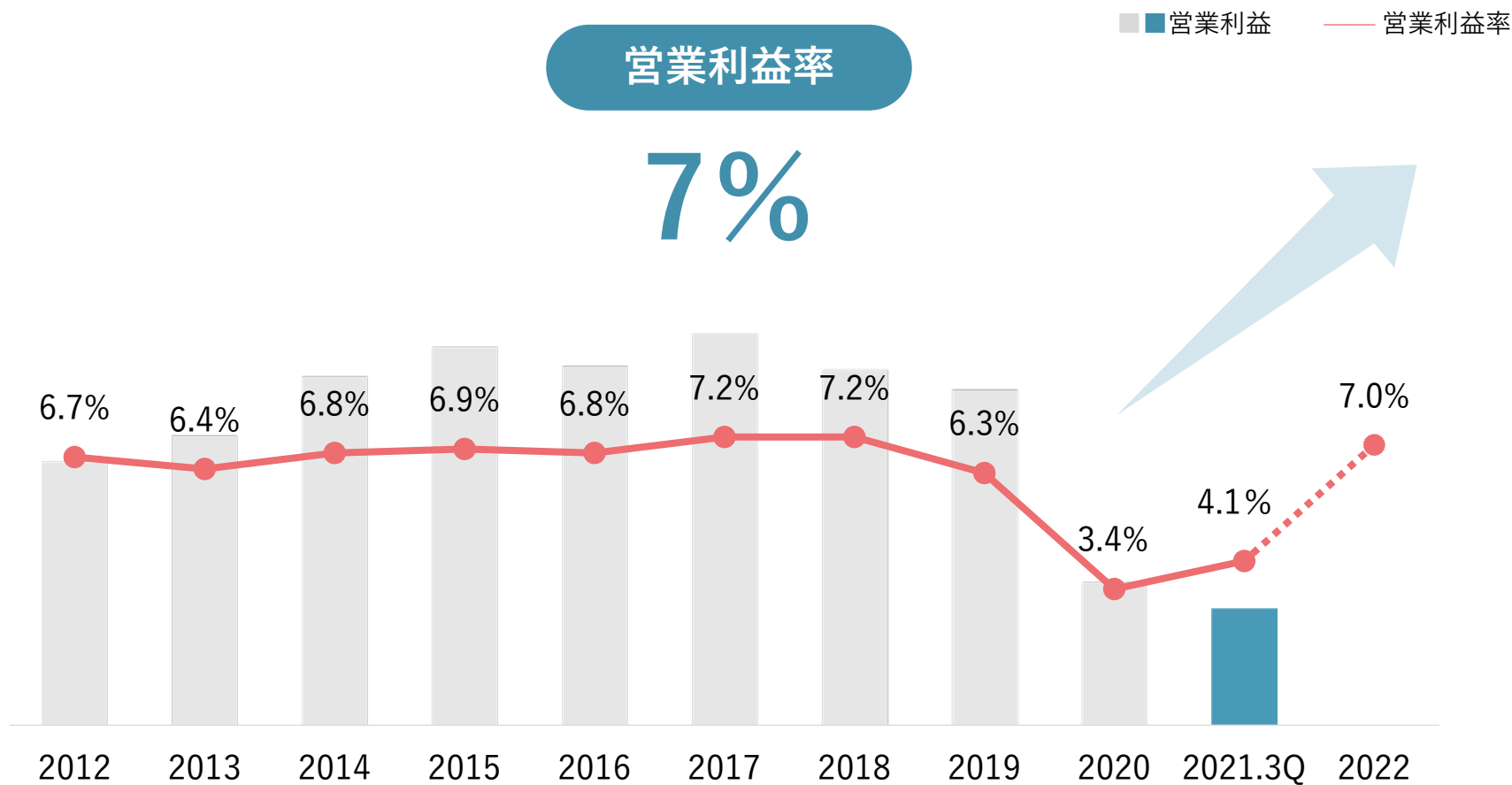
3

顧客
提供価値
の向上

4

社員全員が
働きがいの
ある会社

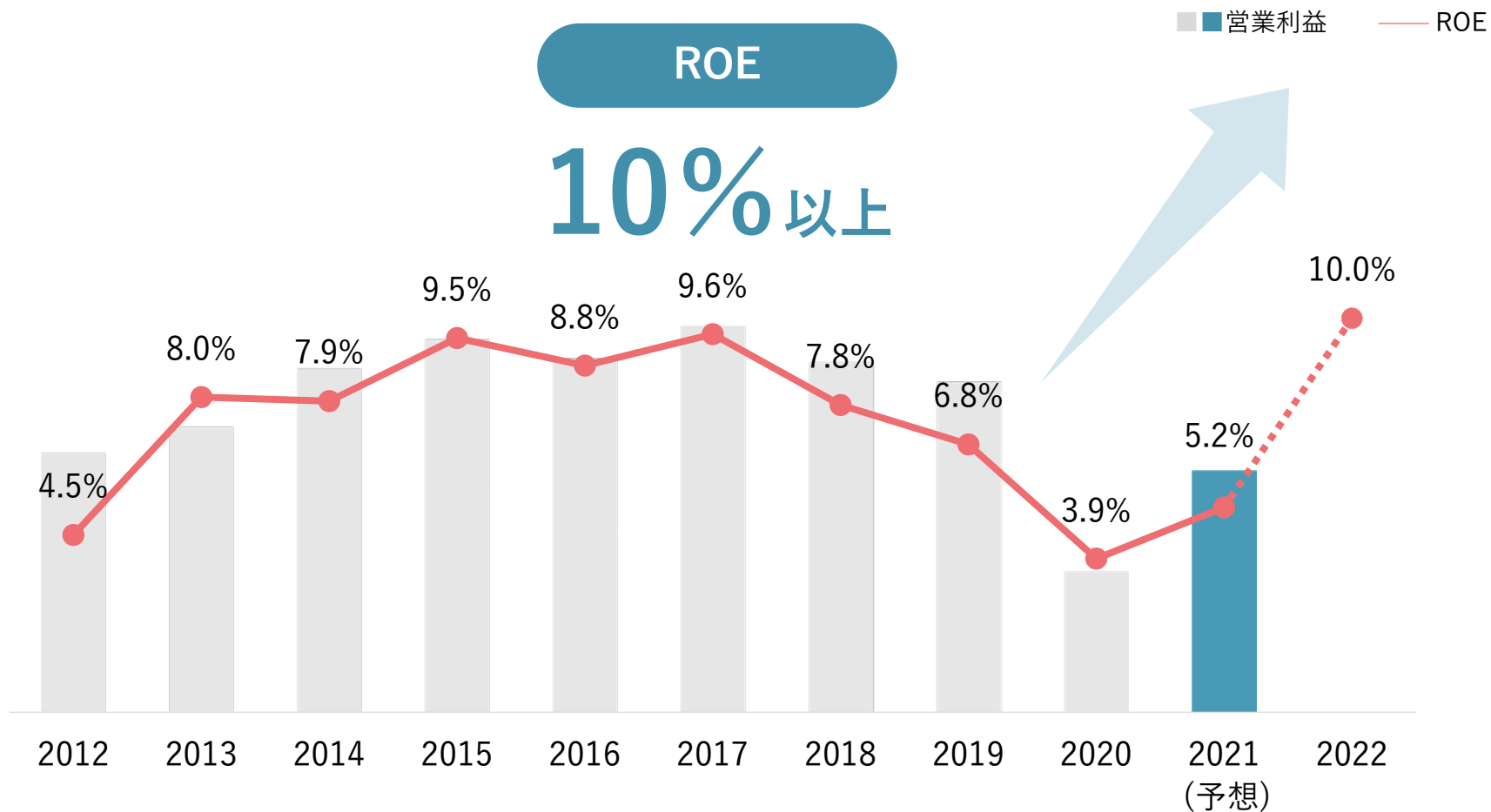
■新しい生活様式に即した付加価値を提案し、収益性向上を目指す



※2019年度より連結決算を開始

ROE10%以上

自己資本に大きな変動はなく、利益の減少による影響が大きい
収益性の回復に努め、ROE10%以上を目指す

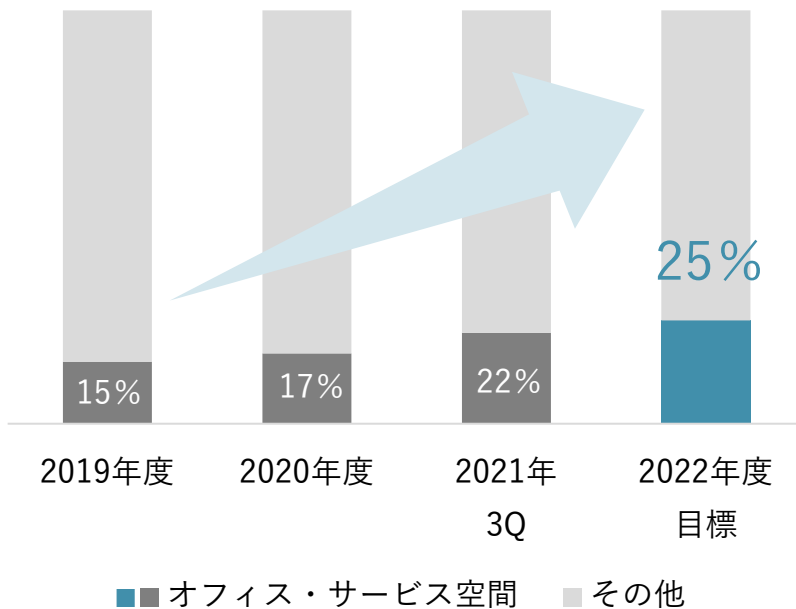


※2019年度より連結決算を開始

KPIは堅調に推移しており、今後も当社の強みとして確立していく

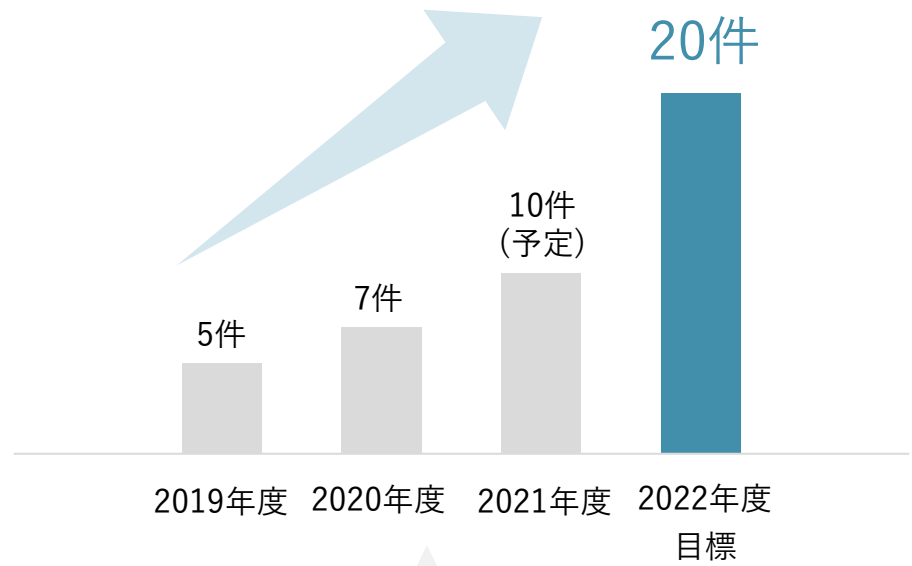
オフィス・サービス空間の売上比率

25%



地域活性に関わる案件数

20件



現在推進中の案件数は41件（未確定物件、2021年度完了予定の10件、2023年度以降完了予定の物件を含む）です。

オフィス・サービス空間への取り組み事例

space

コイズミ照明
ライティングラボ名古屋

所在地：愛知県名古屋市
クライアント：コイズミ照明株式会社 様
当社業務範囲：設計・施工



コイズミ照明様のショールーム・オフィスの設備の老朽化や、感染症の流行における顧客ニーズの変化に伴い、移転場所でのオフィスのデザイン・設計・施工を担当いたしました。

移転先のオフィスは高層階に位置しており、照明を取り扱う会社として空間の光をどのようにコントロールするかが課題でした。そこで多方面からの採光を遮るように壁で覆い隠すのではなく、壁面やグリーンディスプレイの隙間から差し込む外光や影を調整することによって、日常における様々なシーンを体感できるような空間としてまとめています。また、内装材や家具など空間全体をグレイッシュな色味で統一し、光を引き立て魅せることを意識したオフィス空間としました。

なら工芸館

所在地：奈良県奈良市
クライアント：奈良市 様
当社業務範囲：企画・整備、運営コンサルティング



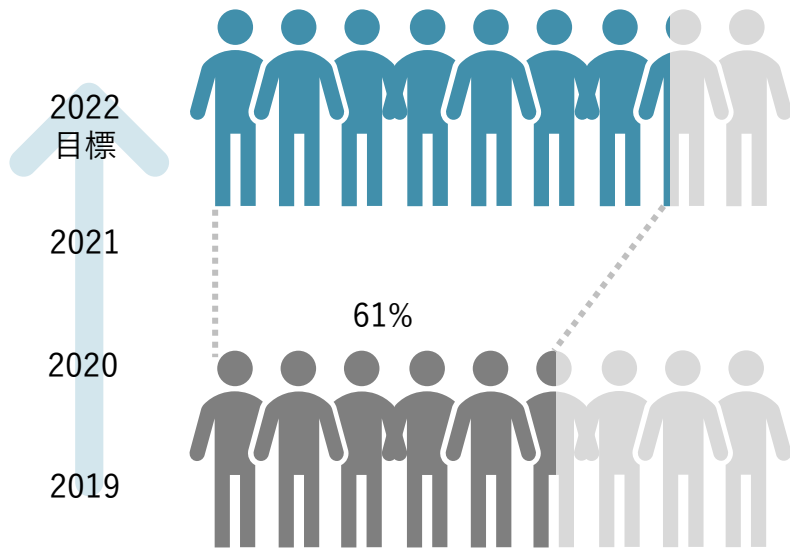
奈良工芸の一層の振興発展を図るなら工芸館の改装に伴い、施設のリニューアル企画と整備及び運営コンサルティングを担当いたしました。

以前よりなら工芸館は、奈良に伝承されている工芸品の展示・販売等を行う施設として運営されてきましたが、奈良工芸には、後継者の減少や産業としての事業性の低下などの課題がありました。そこで今回のリニューアルは「奈良工芸の振興」「地域ブランドの確立」（本施設の存在による地域ブランディング）「次世代への継承」を目的とし、工芸品の展示方法に加え、奈良工芸の歴史や背景、工芸作家の仕事への想いを丁寧に発信することの提案、多くの来館者や伝統工芸の将来の担い手に興味を持ってもらえる仕組み・空間づくりを行いました。

働き方改革「WORK“S” INNOVATION」に取り組み、働きがいのある会社を目指す

新卒社員3年後定着率

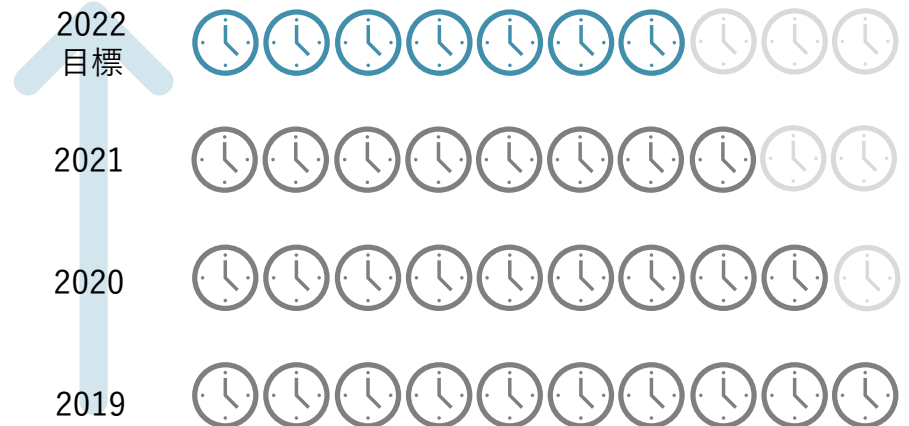
80%



2020年度(2017年度入社)定着率は73.5%、2021年度(2018年度入社)定着率は85.2%でした。

1人当たり年間残業時間

2019年度比 30%減



「1人あたり年間残業時間」の2020年度実績につきましては2020年度目標“10%減”に対し、73%の社員が達成しました。

■ 持続的成長を実現する経営基盤強化のための優先課題として推進

場所にとらわれない自律的な働き方

- ・ 在宅勤務制度の導入
- ・ サテライトオフィスのトライアル実施
- ・ 固定電話の削減
- ・ ペーパーレス・脱ハンコの推進

働きがいの醸成・心身の健康づくり

- ・ 服装の自由化
- ・ “つながらない権利”を守る取り組み
- ・ 社長と社員との対話会の実施
- ・ 若手社員の活躍支援
- ・ 定期健診の充実化

Agenda

01

2021年度 第3四半期 決算の概要

02

2021年度 業績予想

03

中期経営計画

04

サステナブル



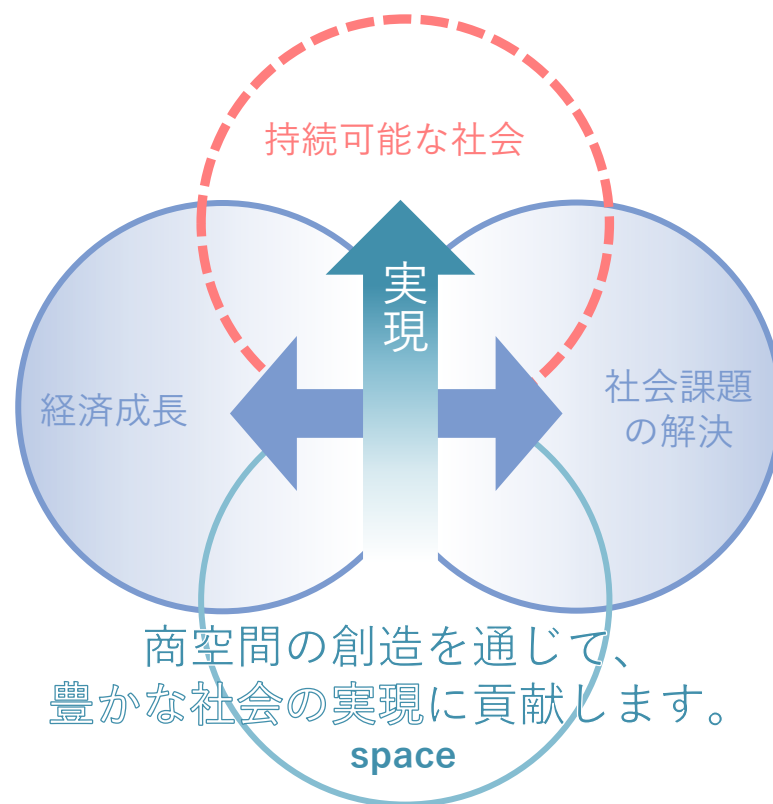
2021年2月にサステナビリティ基本方針を策定
方針に基づき取り組みを進めていく

サステナビリティ基本方針

スペースは、企業理念に「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」を掲げています。

ここでの「豊かな社会」とは、経済成長と社会課題の解決が両立し、持続可能な発展を可能としている社会です。

私たちは、「空間の可能性を追求する」というMISSIONを通じて社会に価値をもたらすことにより、自社と社会双方の持続可能な発展を目指し、以下を重要課題として取り組んでまいります。



ステークホルダーと自社の2軸で社会課題の重要度を評価し、7つの重要課題を特定

地域コミュニティへの貢献

地域のステークホルダーと協調関係を構築し、地域社会の活性化や発展、価値向上に貢献します。

環境負荷の低減

エネルギー、資源といった環境課題にバリューチェーン全体を通して取り組み、環境負荷の少ない事業を推進します。

多様性の尊重

性別・人種・国籍・宗教などに関わらず、多様な個人が尊重される社会の実現に貢献します。

持続的成長に向けたガバナンスの強化

法令や規範を遵守し、透明性を持った誠実な事業活動を行います。

安全・安心な空間づくり

安全かつ豊かで便利な生活に寄与する、強固でしなやかな空間づくりに取り組みます。

持続可能な調達の推進

公平・公正な取引を徹底するとともに、人権や労働衛生、環境に配慮した調達を推進します。

人材開発と働きがいのある職場づくり

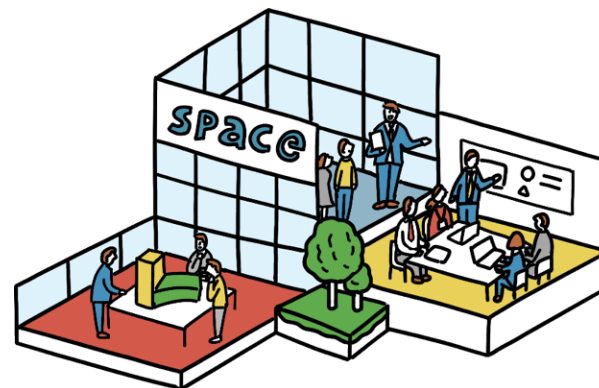
人材が価値を生み出す源泉であると捉え、社員が能力を發揮し活躍できる労働環境を実現します。



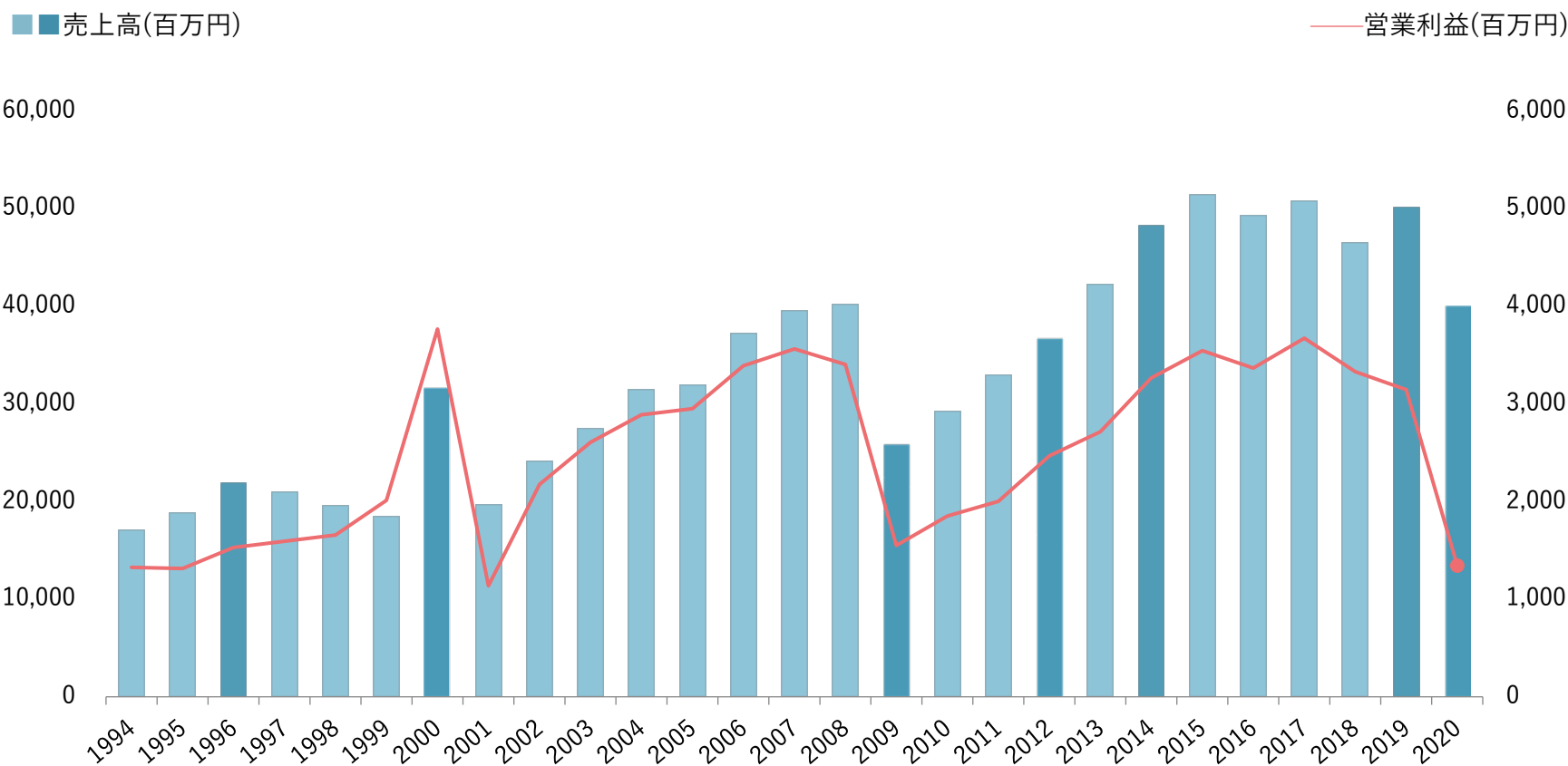


參考資料

商号	株式会社スペース SPACE CO., LTD.
創立	1948年（昭和23年）7月
上場	東京証券取引所市場第一部（証券コード:9622）
資本金	33億9553万円
従業員数	連結：959名 単体：931名（2021年6月末時点）
子会社	3社
営業拠点	国内14拠点 海外2拠点
事業内容	ディスプレイ業
決算期	12月31日



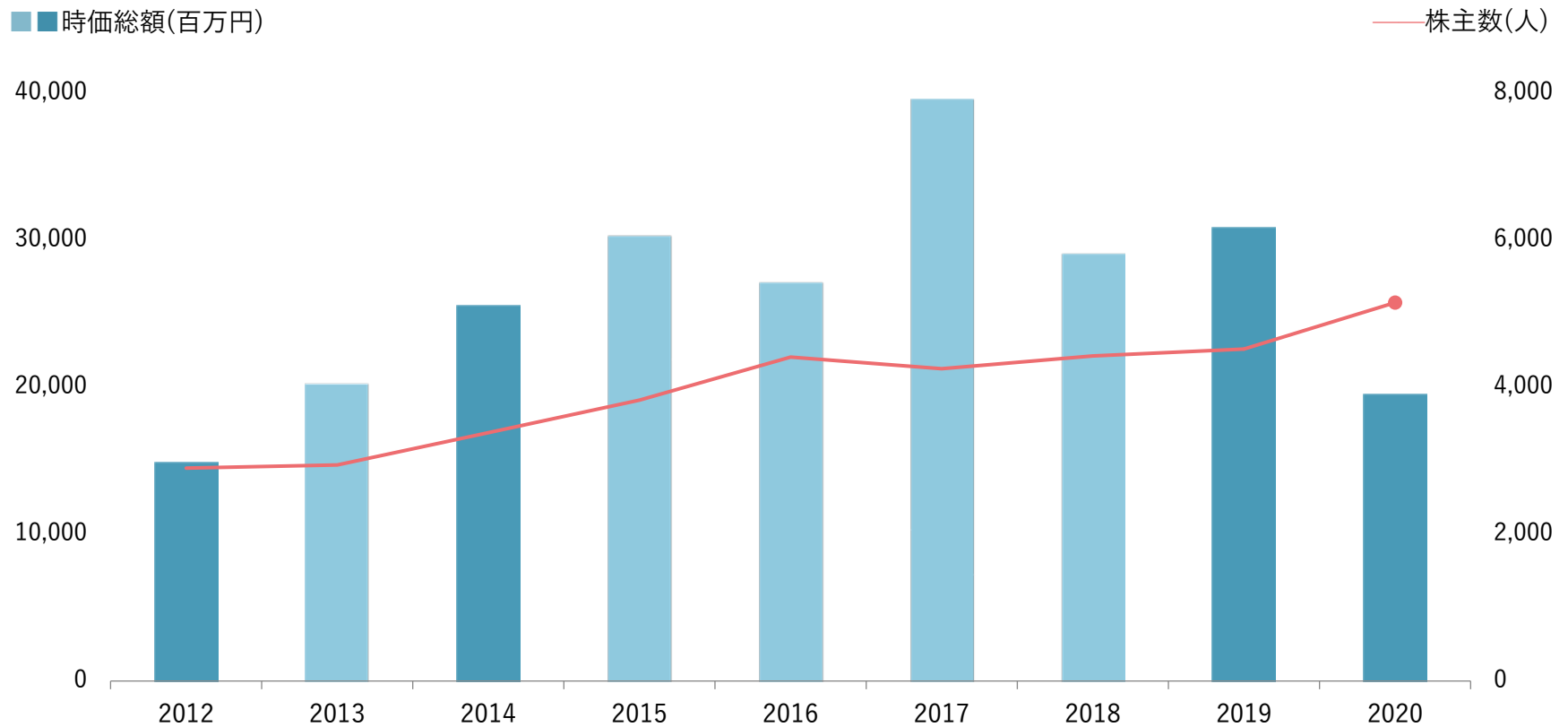
売上高及び営業利益推移



※ 当社は2019年度より連結決算を開始したため、2018年度以前は単体数値を掲載しております。

時価総額及び株主数推移

2012 東証一部上場	2014 消費税8%に 引き上げ	2019 消費税10%に 引き上げ	2020 新型コロナウイルス 感染症拡大
----------------	------------------------	-------------------------	----------------------------



※各年度末における時価総額、株主数
※自己株式を除く

明日が、笑顔になる空間を。

SPACE



IRに関するお問い合わせ

企画管理本部 財務部
ir_info@space-tokyo.co.jp

本資料には、現時点で入手可能な情報に基づいた将来に関する見通し、計画に基づく予測が含まれています。社会・経済・業界状況の変動等に関するリスクや不確定要素により実際の業績が記載の予測と異なる可能性がありますことをご了承ください。