

# 2021年12月期 通期 決算説明会資料

---

株式会社スペース

東証一部：9622



# Agenda

01

2021年度 決算の概要

02

2021年度 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

中期経営計画



# Agenda

01 2021年度 決算の概要

02 2021年度 事業の概況

03 2022年度 業績予想

04 中期経営計画



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

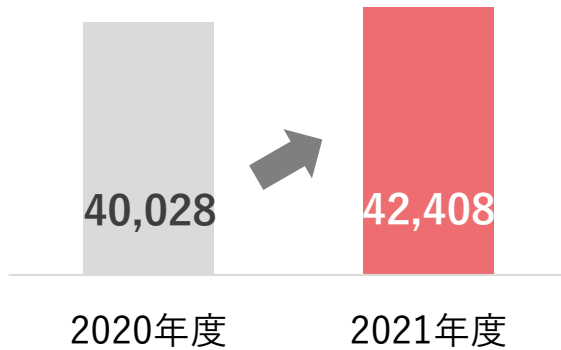
及び大型商業施設の内装管理業務

建築材料、家具等の輸出・輸入貿易



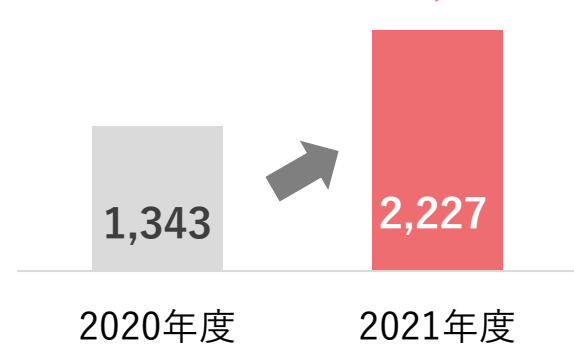
## 売上高

**42,408**百万円 前期比 +5.9%



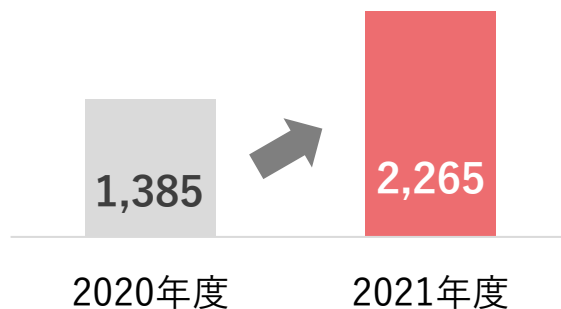
## 営業利益

**2,227**百万円 前期比 +65.8%



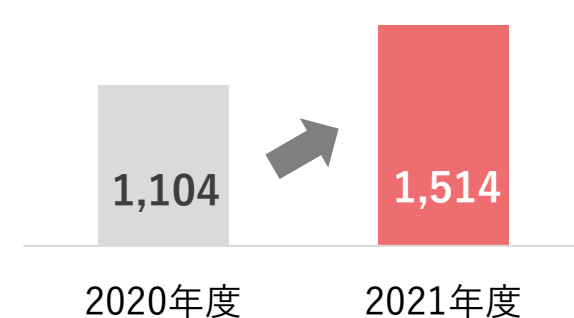
## 経常利益

**2,265**百万円 前期比 +63.4%



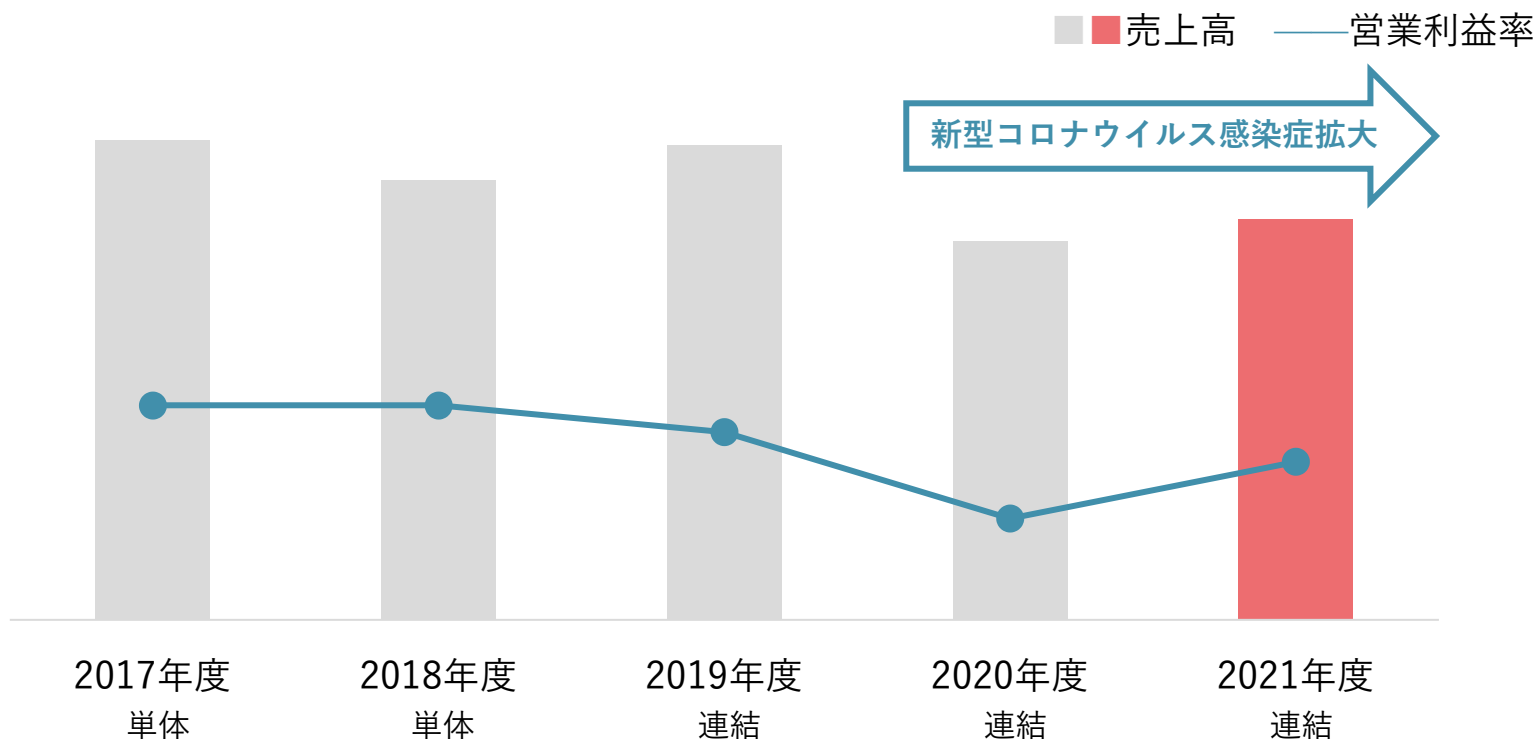
## 親会社株主に帰属する 当期純利益

**1,514**百万円 前期比 +37.1%



# 売上高・営業利益率推移

厳しい環境下ではあったものの売上高は増加  
コスト削減や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  
(百万円)

50,746

46,458

50,151

40,028

42,408

営業利益率  
(%)

7.2

7.2

6.3

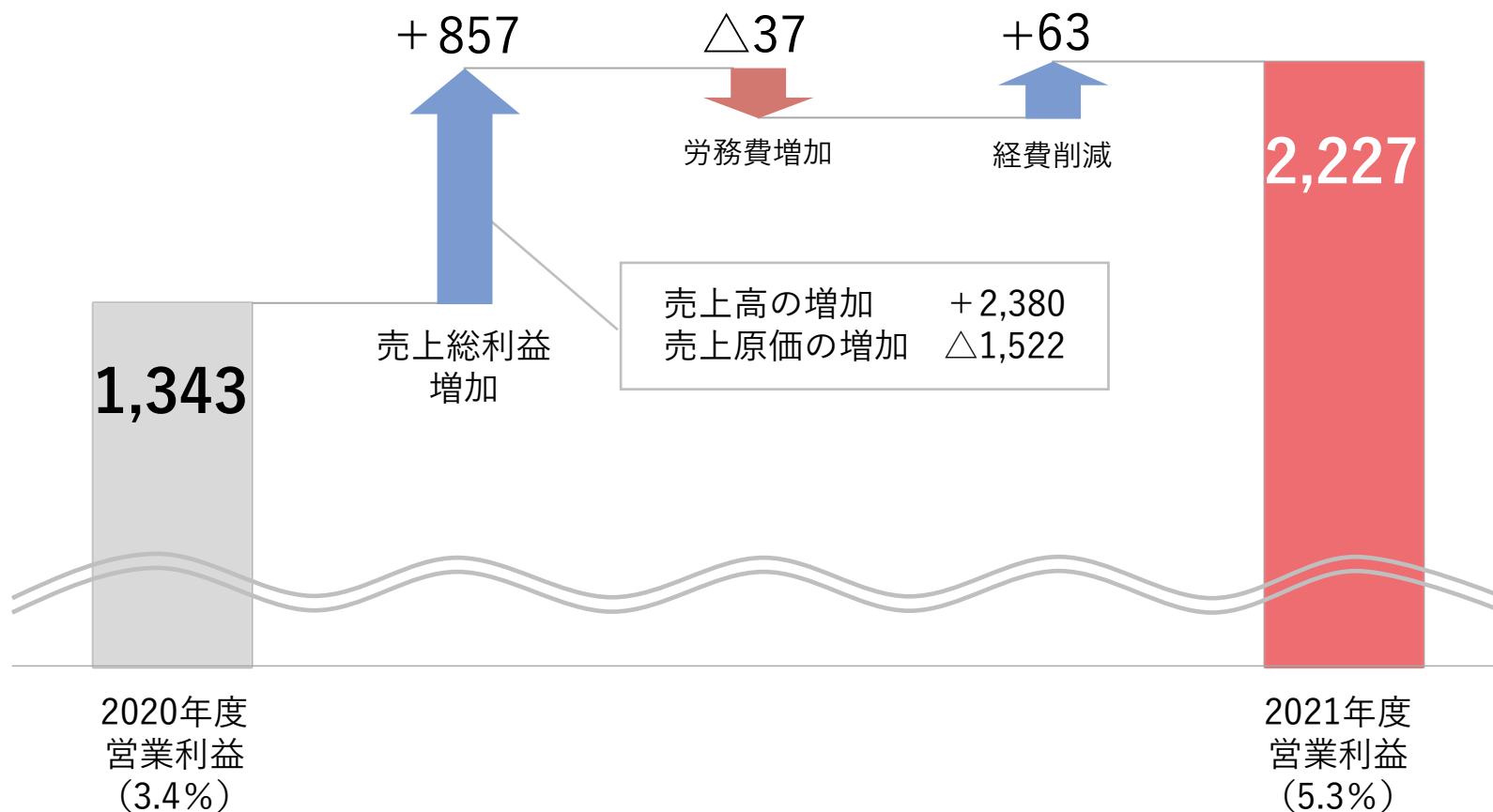
3.4

5.3

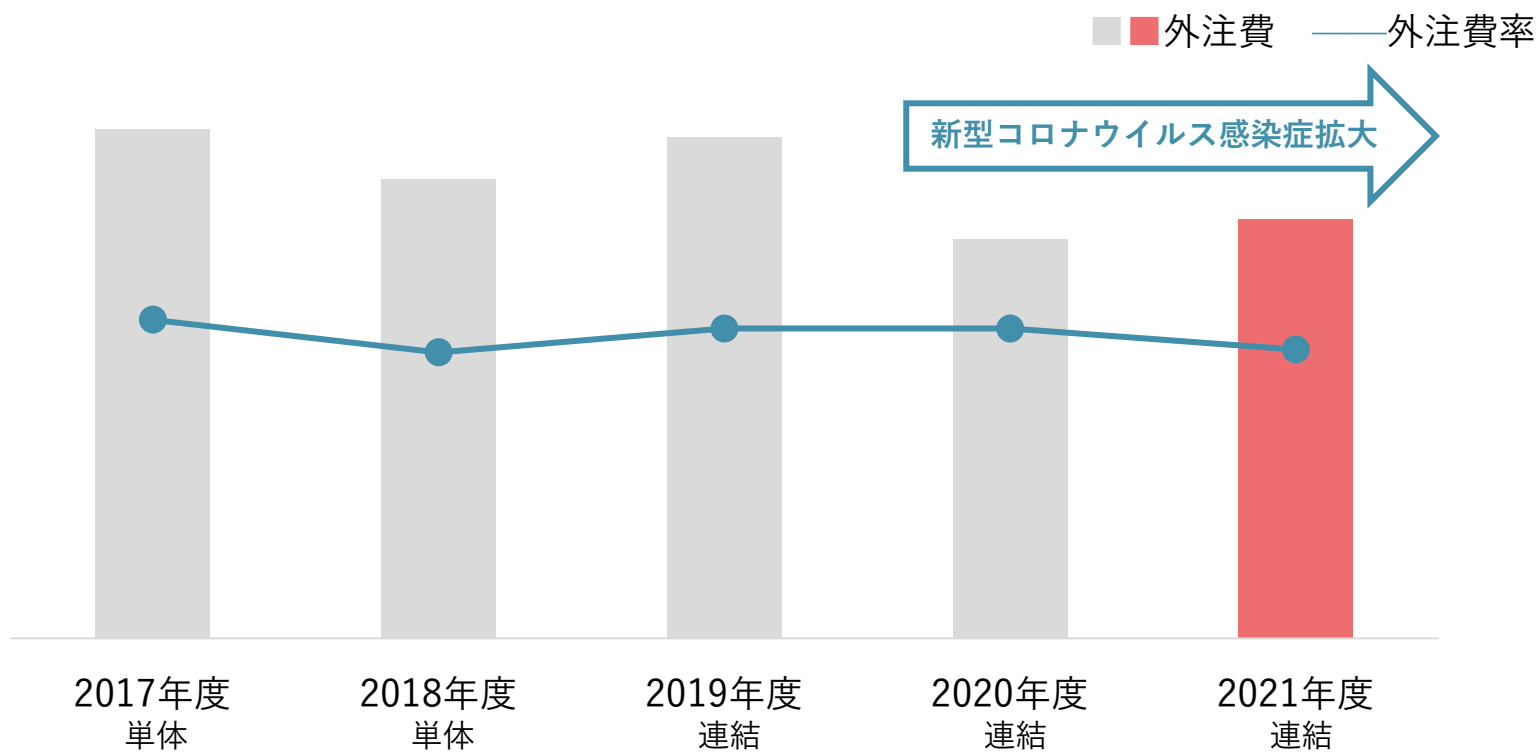
# 営業利益増減分析

■ 売上高の増加に加え、コスト削減により営業利益は前期比で増収

(単位：百万円)



■ 外注費の削減に取り組み、外注費率は前期比で0.7ポイント減少



外注費  
(百万円)

35,892

32,343

35,308

28,174

29,573

外注費率  
(%)

70.7

69.6

70.4

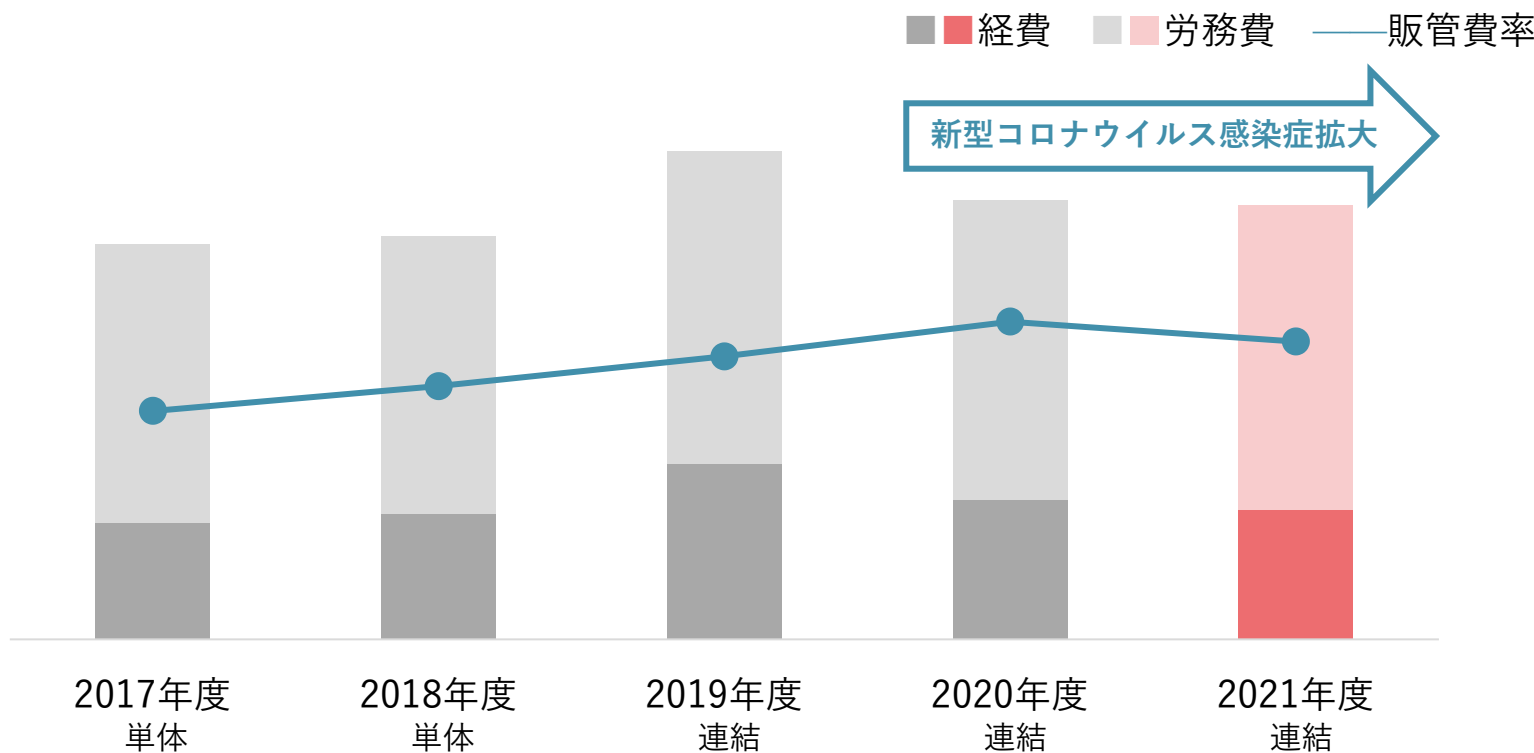
70.4

69.7



# 販売費及び一般管理費推移

■ 売上高の増加に加えてコストの削減に努めたことから、販管費率は前期比で0.4ポイント減少



販管費  
(百万円)

2,324

2,368

2,869

2,581

2,555

販管費率  
(%)

4.6

5.1

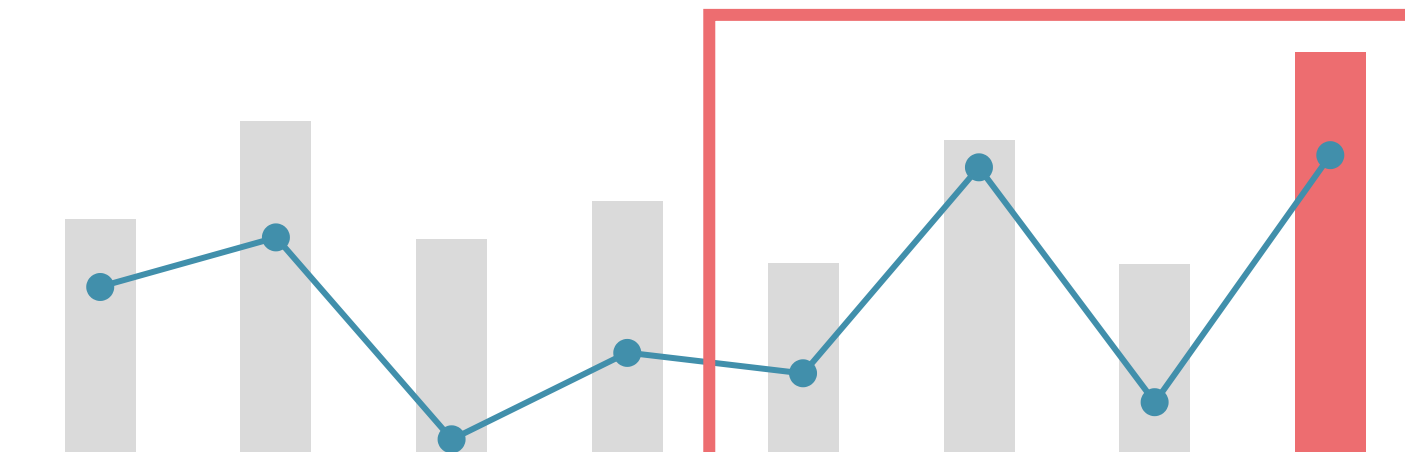
5.7

6.4

6.0

# 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	15,517
営業利益	376	686	31	249	144	852	95	1,134
経常利益	378	701	47	257	151	859	102	1,150
親会社株主に帰属する 当期純利益	251	488	193	170	80	569	56	808
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	32.76
営業利益率 (%)	4.1	5.3	0.4	2.5	2.0	7.0	1.3	7.3

# 損益計算書

	2020年度		2021年度		前期比	
	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 (%)
売上高	40,028	100.0	42,408	100.0	2,380	5.9
売上原価	36,102	90.2	37,625	88.7	1,522	4.2
売上総利益	3,925	9.8	4,783	11.3	857	21.9
販管費	2,581	6.4	2,555	6.0	△26	△1.0
営業利益	1,343	3.4	2,227	5.3	884	65.8
営業外損益	42	0.1	37	0.1	△4	△11.5
経常利益	1,385	3.5	2,265	5.3	879	63.4
特別損益	221	0.6	6	0.0	△215	△97.3
法人税等	510	1.3	755	1.8	245	48.0
非支配株主に帰属する 当期純損益	△6	△0.0	1	0.0	8	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,104	2.8	1,514	3.6	409	37.1

# 貸借対照表

	2020年度		2021年度		前期末比	
	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	23,381	67.5	1,347	6.1
固定資産	11,737	34.8	11,233	32.5	△503	△4.3
資産合計	33,771	100.0	34,615	100.0	843	2.5
流動負債	4,099	12.1	4,742	13.7	642	15.7
固定負債	1,231	3.6	575	1.7	△656	△53.3
負債合計	5,330	15.8	5,317	15.4	△13	△0.3
純資産合計	28,440	84.2	29,297	84.6	857	3.0
負債・純資産合計	33,771	100.0	34,615	100.0	843	2.5

# キャッシュ・フロー計算書

	2020年度 金額 (百万円)	2021年度 金額 (百万円)	前期比 増減額 (百万円)
営業活動による キャッシュ・フロー	3,824	2,282	△1,542
投資活動による キャッシュ・フロー	311	△89	△401
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,044	△830	214
現金及び現金同等物 の増減額	3,079	1,385	△1,694
現金及び現金同等物 の期首残高	10,256	13,335	3,079
現金及び現金同等物 の期末残高	13,335	14,790	1,454

# Agenda

01

2021年度 決算の概要

02

2021年度 事業の概況

03

2022年度 業績予想

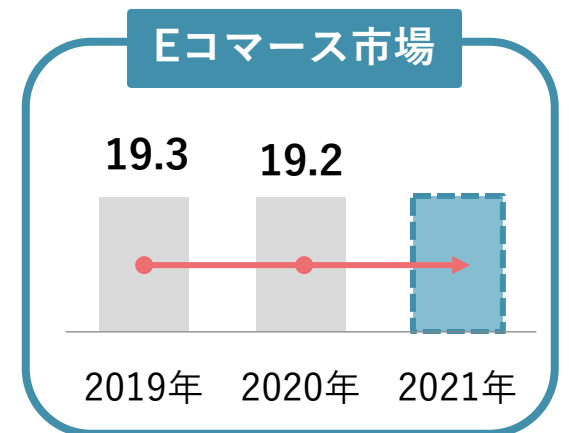
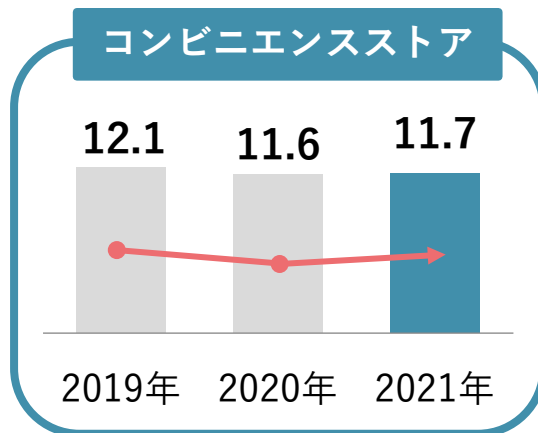
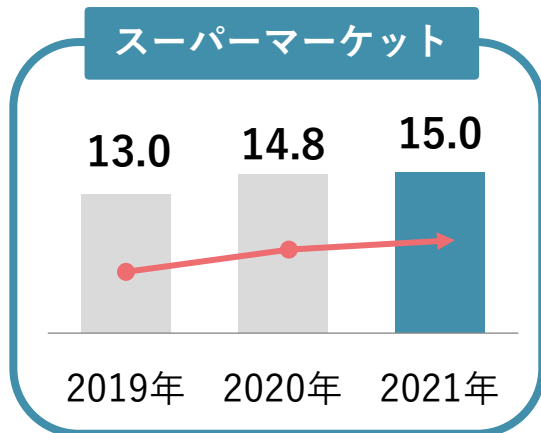
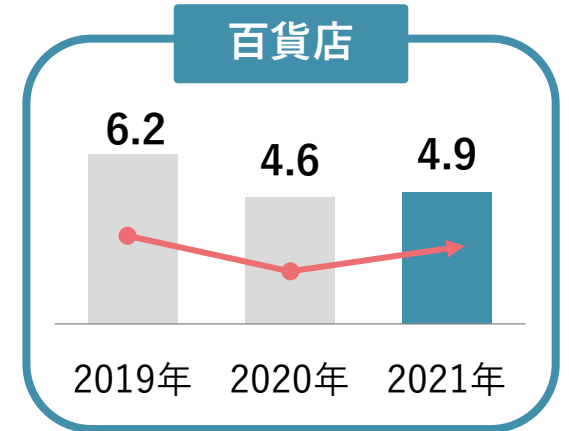
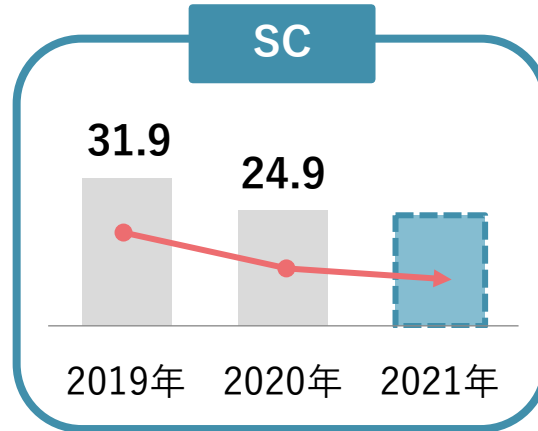
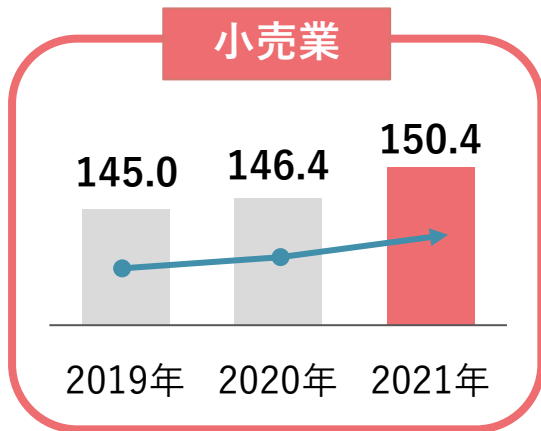
04

中期経営計画



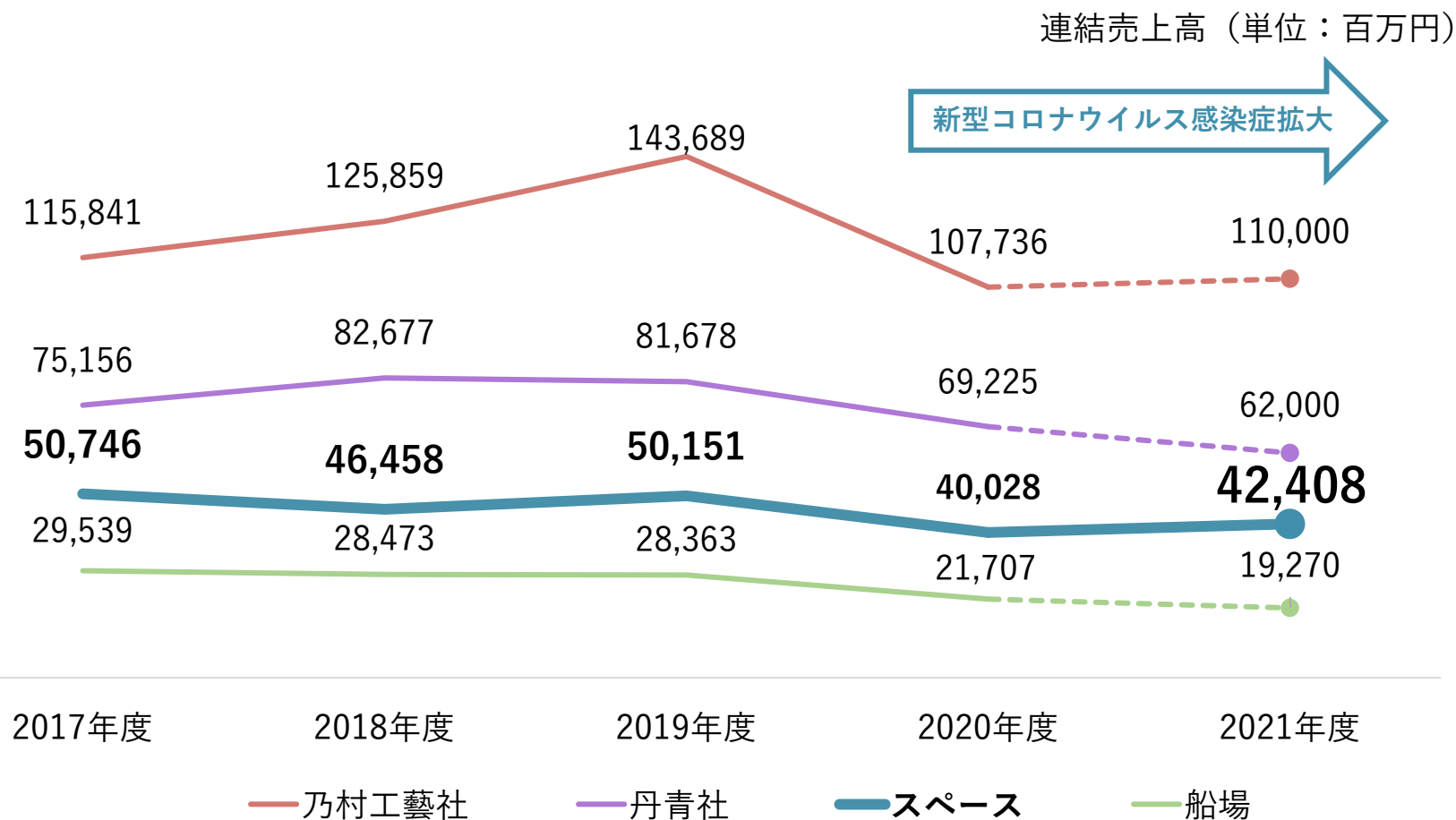
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、小売業界を取り巻く環境が一変

売上高（単位：兆円）



(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」

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



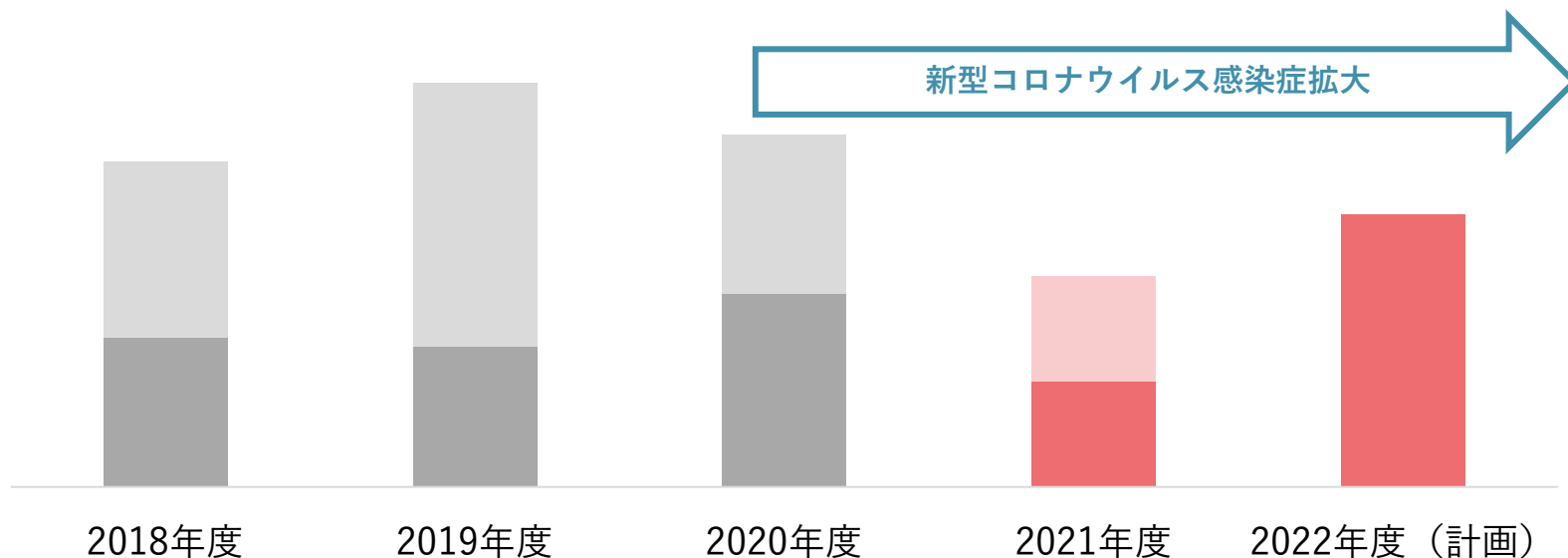
※ 当社は2019年度より連結決算を開始したため、2018年度以前は単体数値を掲載しております。



SCの新規出店数は減少傾向

近年は地域密着をテーマとしたNSC（近隣型SC）の新設計画が増加

■ SC新規出店数（1~6月） ■ SC新規出店数（7~12月）



7~12月出店数

20

30

18

12

-

1~6月出店数

17

16

22

12

-

年間出店数

37

46

40

24

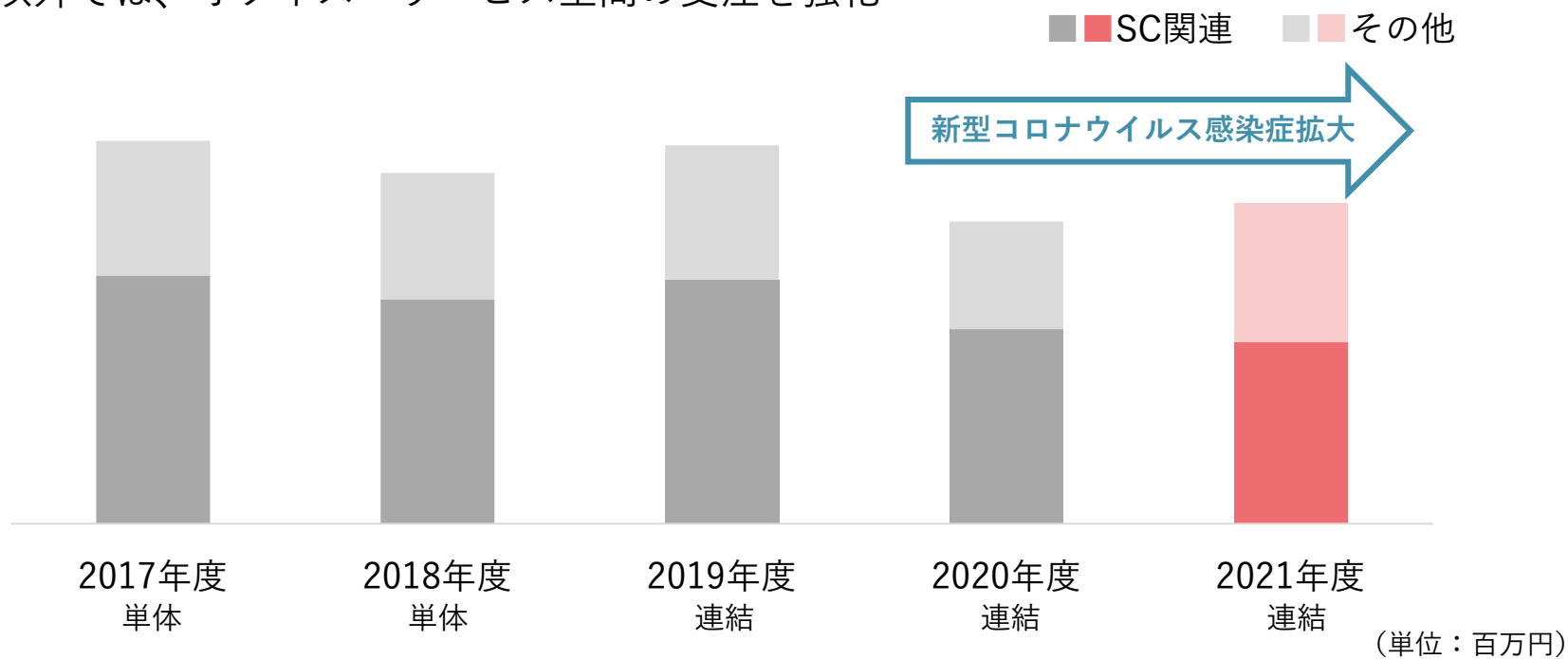
(31)

※ 2021年度の出店数は2021年12月10日時点の数字となります。

(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）

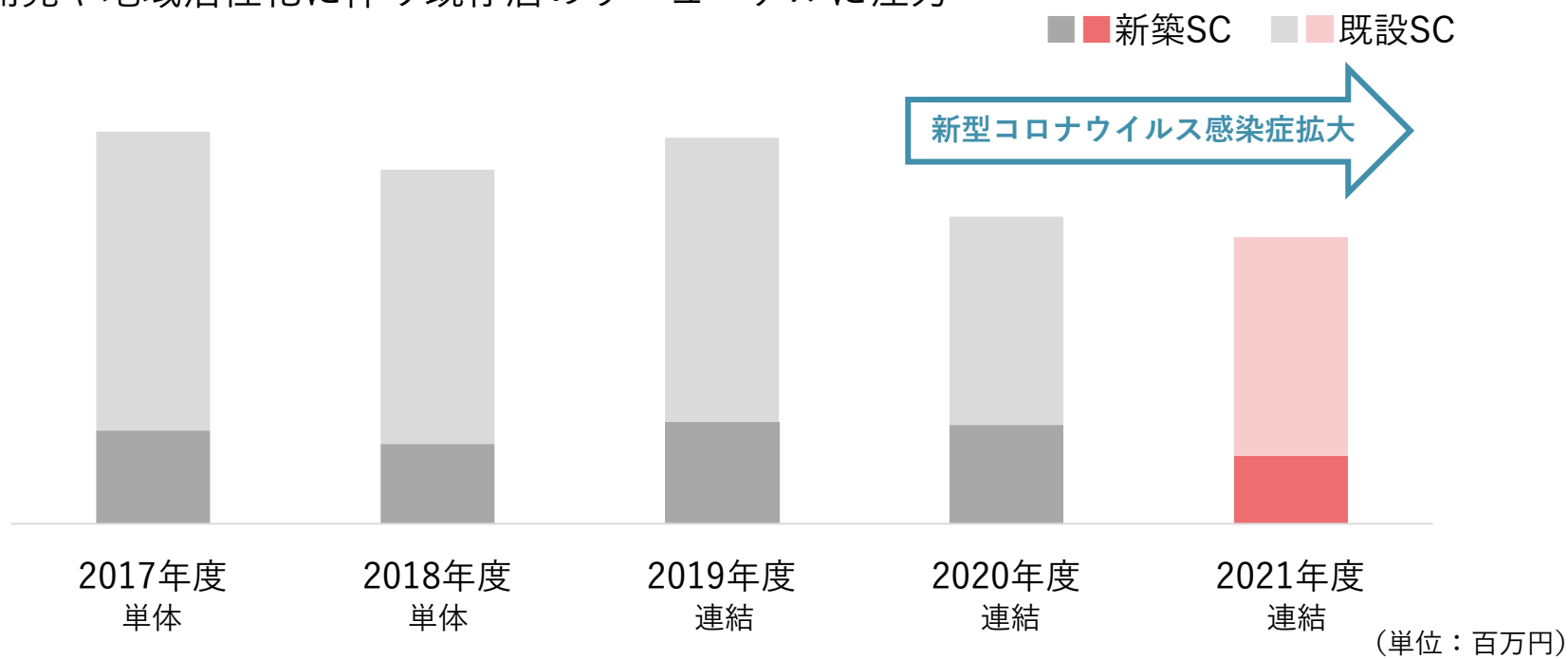
当社の売上高のうち、SC関連が5割以上を占める  
SC関連以外では、オフィス・サービス空間の受注を強化



その他	17,847	16,732	17,774	14,246	18,356
SC関連	32,899	29,725	32,376	25,781	24,051
合計売上高	50,746	46,458	50,151	40,028	42,408

# 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



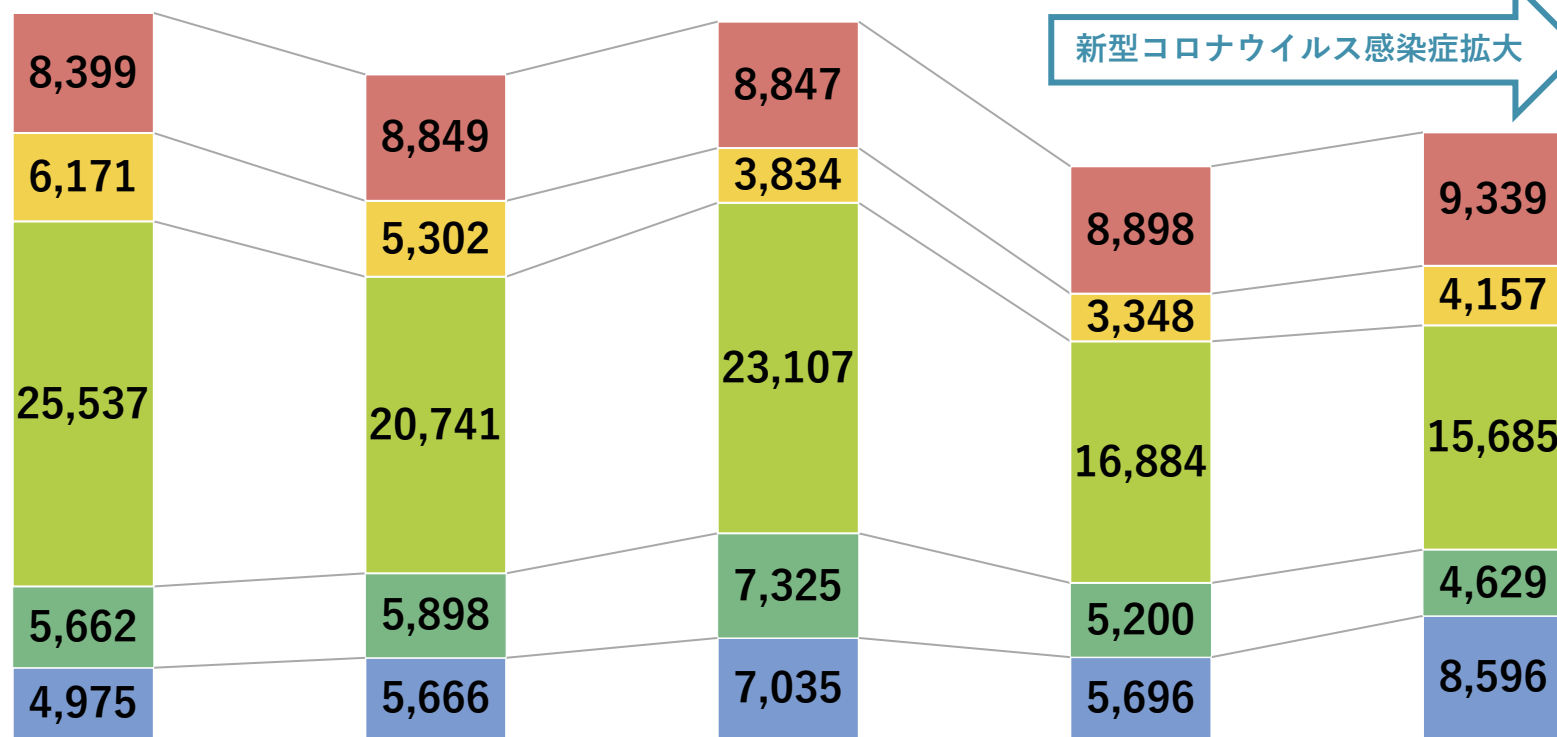
	2017年度 単体	2018年度 単体	2019年度 連結	2020年度 連結	2021年度 連結
既設SC	25,072	23,021	23,820	17,492	18,426
新築SC	7,826	6,703	8,556	8,288	5,624
合計	32,899	29,725	32,376	25,781	24,051

# 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

- 複合商業施設・総合スーパー
  - 食品スーパー・コンビニエンスストア
  - 各種専門店
  - 飲食店
  - サービス等
- (単位：百万円)

新型コロナウイルス感染症拡大



2017年度  
単体

2018年度  
単体

2019年度  
連結

2020年度  
連結

2021年度  
連結

## 複合商業施設 総合スーパー分野



前期比 +5.0%

## 食品スーパー コンビニエンスストア分野



前期比 +24.1%

## 各種専門店分野



前期比 △7.1%

## 飲食店分野



前期比 △11.0%

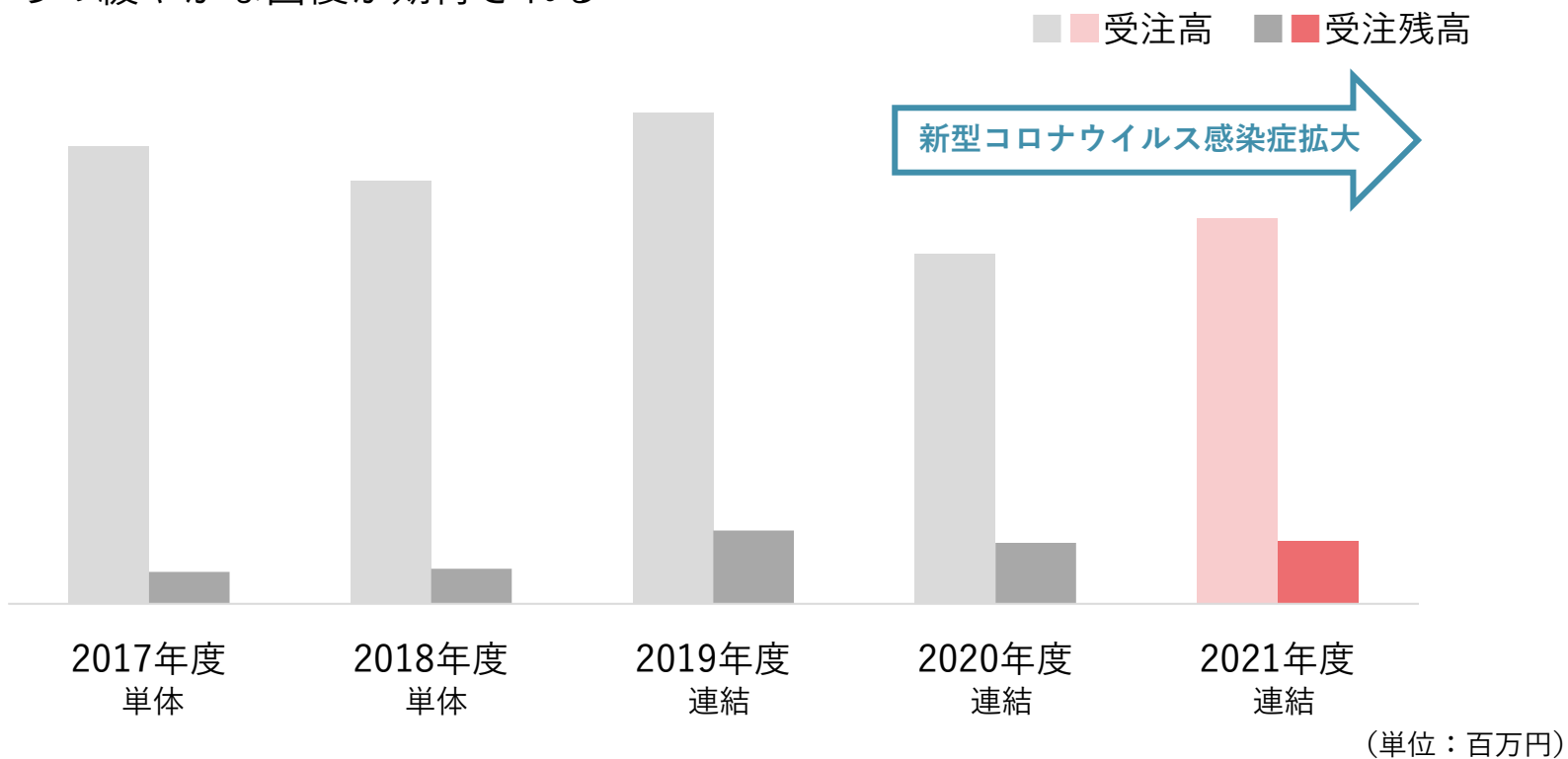
## サービス等分野



前期比 +50.9%

# 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

50,562

46,786

54,258

38,636

42,635

受注残高

3,541

3,869

8,112

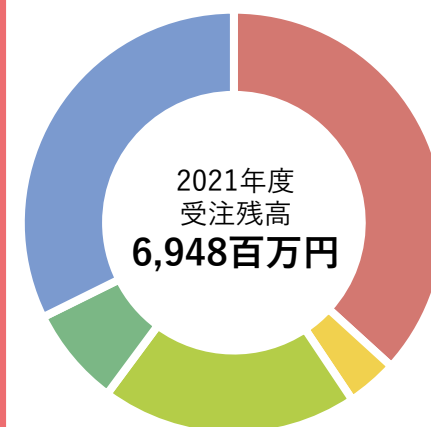
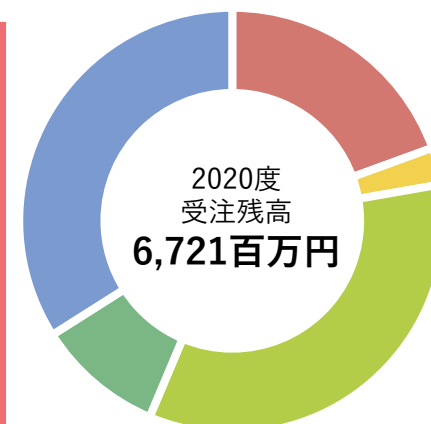
6,721

6,948

# 市場分野別受注残高

各種専門店分野では投資抑制の影響が見受けられるものの、複合商業施設・総合スーパー分野で大型案件を複数受注

	2020年度		2021年度	
	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	1,306	19.4	2,554	36.8
■ 食品スーパー ■ コンビニエンスストア	189	2.8	268	3.9
■ 各種専門店	2,291	34.1	1,356	19.5
■ 飲食店	649	9.7	524	7.5
■ サービス等	2,284	34.0	2,245	32.3
合計	6,721	100.0	6,948	100.0



# Agenda

01

2021年度 決算の概要

02

2021年度 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

中期経営計画





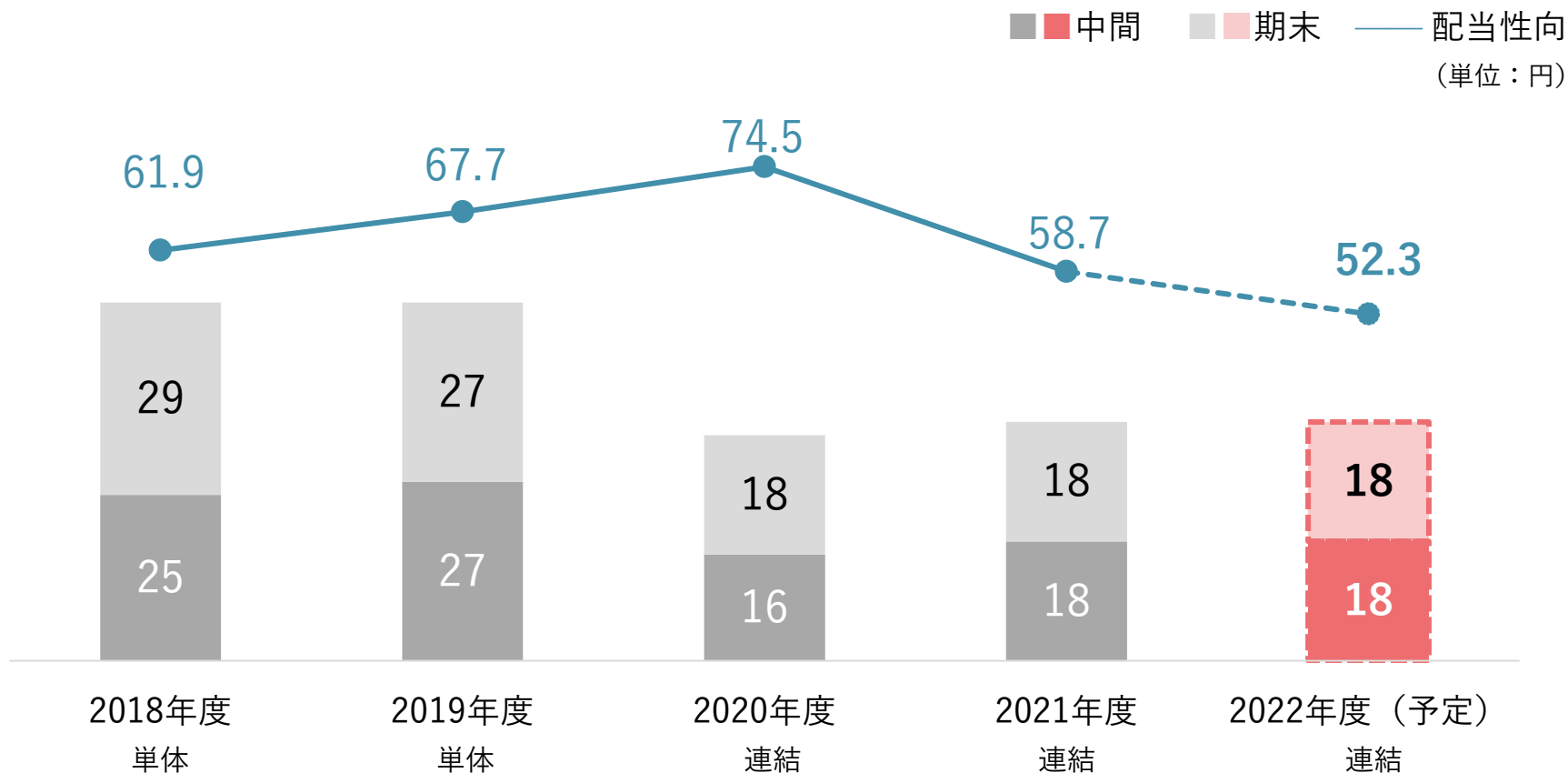
# 2022年度 業績予想

## 2022年度通期見通しを策定

	2021年度通期 実績 (百万円)	2022年度通期 予想 (百万円)	増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	42,408	45,000	2,591	6.1
営業利益	2,227	2,500	272	12.2
経常利益	2,265	2,500	234	10.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,514	1,700	185	12.2
1株当たり当期純利益 (円)	61.32	68.83	7.51	12.2
配当金 (円)	中間 18.00	中間 18.00	—	—
	期末 18.00	期末 18.00		

# 株主還元方針

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



※ 2018年度は記念配当4円を含みます。

■ 中期経営計画の機能別戦略である財務戦略に基づき、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を遂行するため、自己株式の取得を取締役会で決議

## 取得に係る事項の内容

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	66,700株（上限とする） ※発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合0.3%
株式の取得価額の総額	100,000,000円（上限とする）
取得期間	2022年2月9日～2022年3月24日
取得方法	信託方式による市場買付

# Agenda

01

2021年度 決算の概要

02

2021年度 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

中期経営計画



# 「プライム市場」への移行を選択

新市場区分への移行において「プライム市場」を選択  
2022年1月11日に東証より選択結果が公表

東証第一部

2,185社

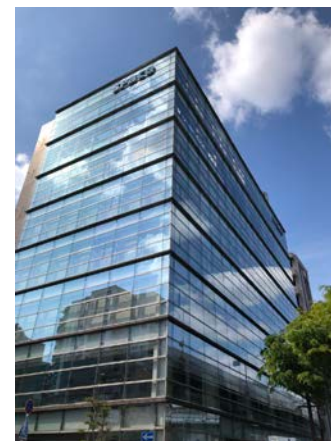
プライム市場

1,841社

スタンダード市場

344社

space



CGコード改訂を  
踏まえた一段と高い  
ガバナンスへの  
取り組みを強化

## プライム市場選択に向けたガバナンスへの取り組みを強化

### 株主の権利・平等性の確保

- ・ 政策保有株式に係る政策保有に関する方針策定
- ・ 議決権行使の方針策定
- ・ 機関投資家の議決権行使環境の向上を図るため議決権行使PFを導入

### 株主以外のステークホルダーとの適切な協働

- ・ サステナビリティ基本方針の策定
- ・ 企業年金アセットオーナーとしての機能発揮のため資産運用委員会を設置

### 取締役会の責務

- ・ 指名・報酬委員会の設置
- ・ 取締役会の実効性評価の実施

■ 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

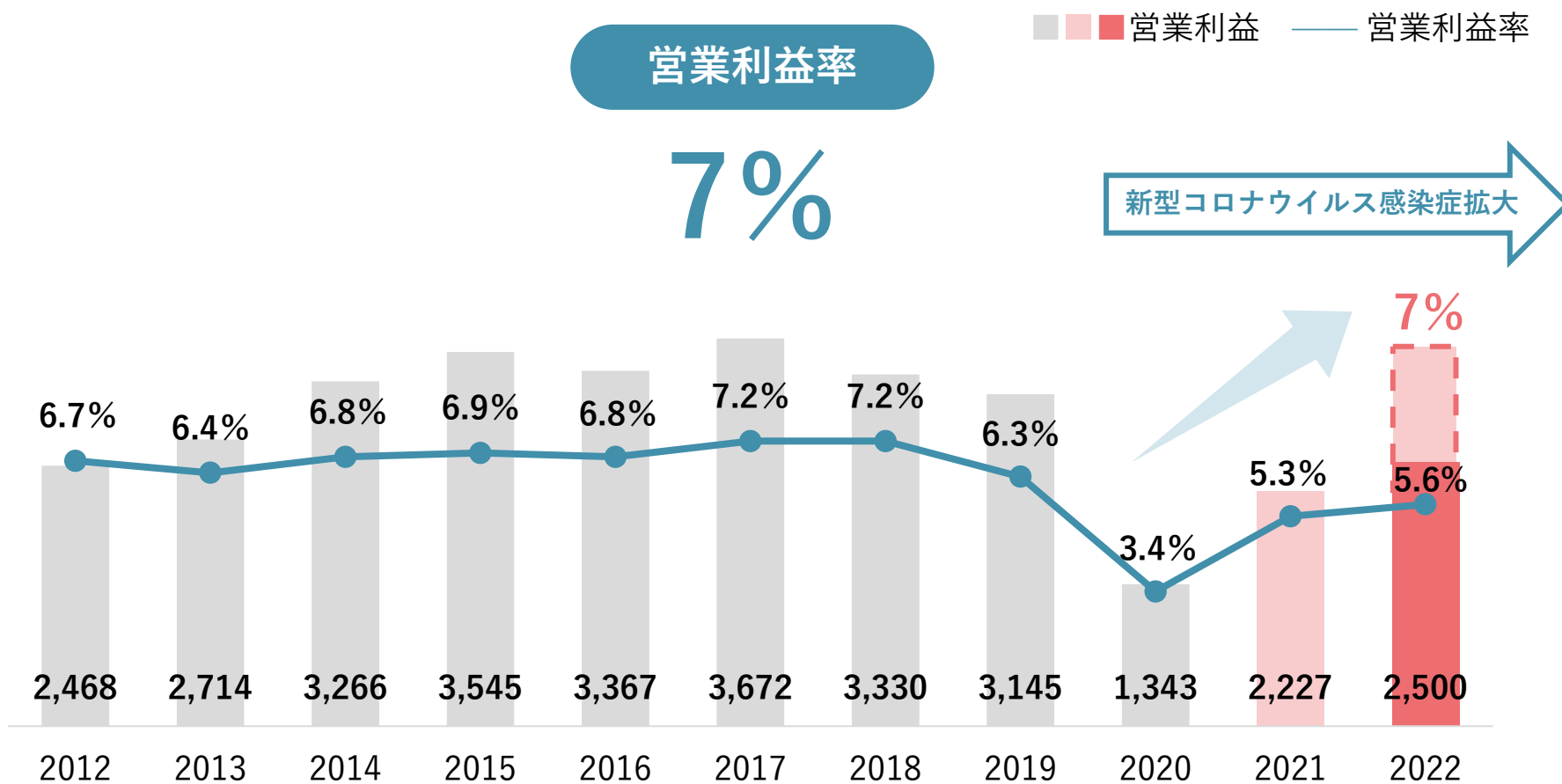
3

社員全員が  
働きがいの  
ある会社

4

顧客  
提供価値  
の向上

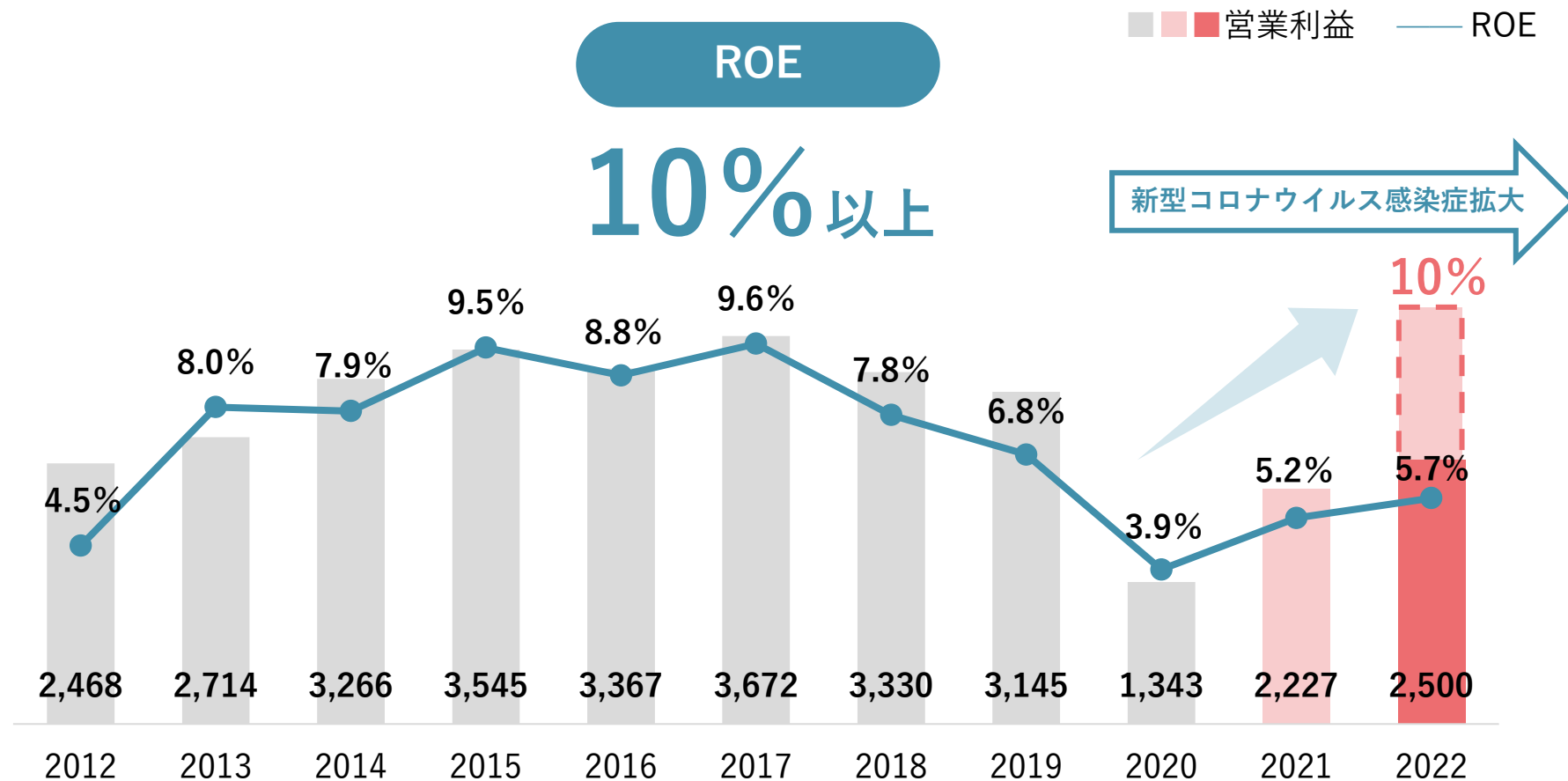
新しい生活様式に即した付加価値を提案し、収益性向上を目指す



※2019年度より連結決算を開始



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

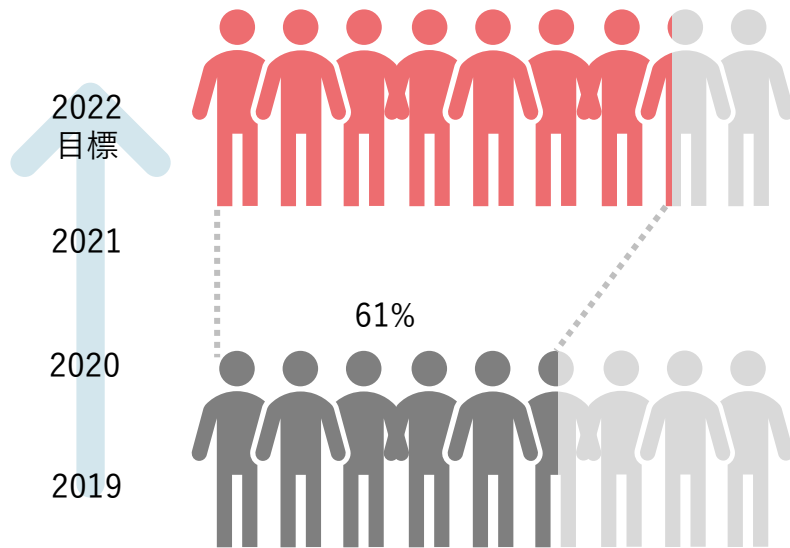


※2019年度より連結決算を開始

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

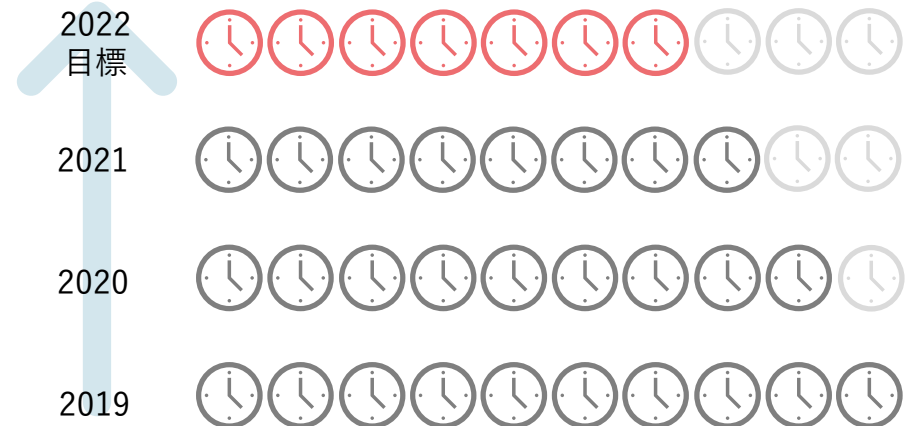
80%



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



2021年度目標“20%減”に対し56%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

## ▼ 2021年度実施 ▼

### 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
- ・コピー・FAXの複合機の削減
- ・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

## ▼ 2022年度実施 ▼

### チャレンジする社員への支援

- ・フリーエージェント制度の導入
- ・キャリアリターン制度の導入
- ・事業提案制度の導入

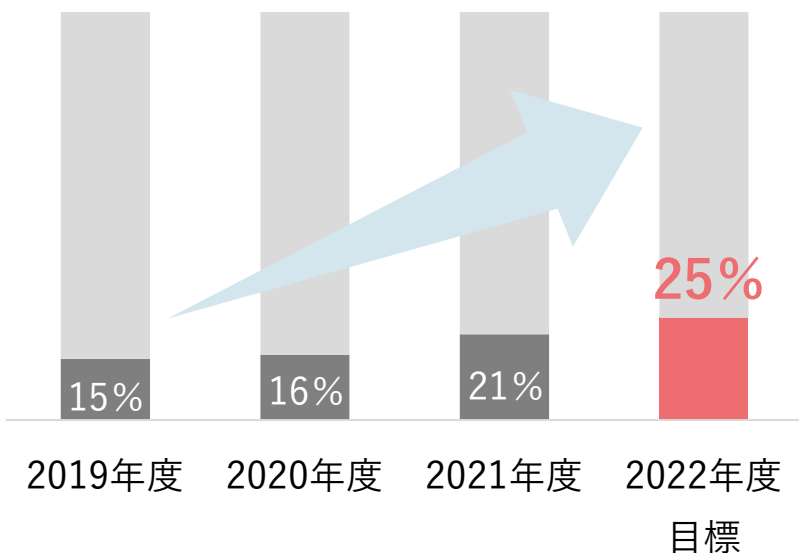
### 働きがいのある環境

- ・テレワーク制度の導入
- ・フレックスタイム制度の導入
- ・個人端末の利用
- ・オンラインコミュニケーションの実施

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

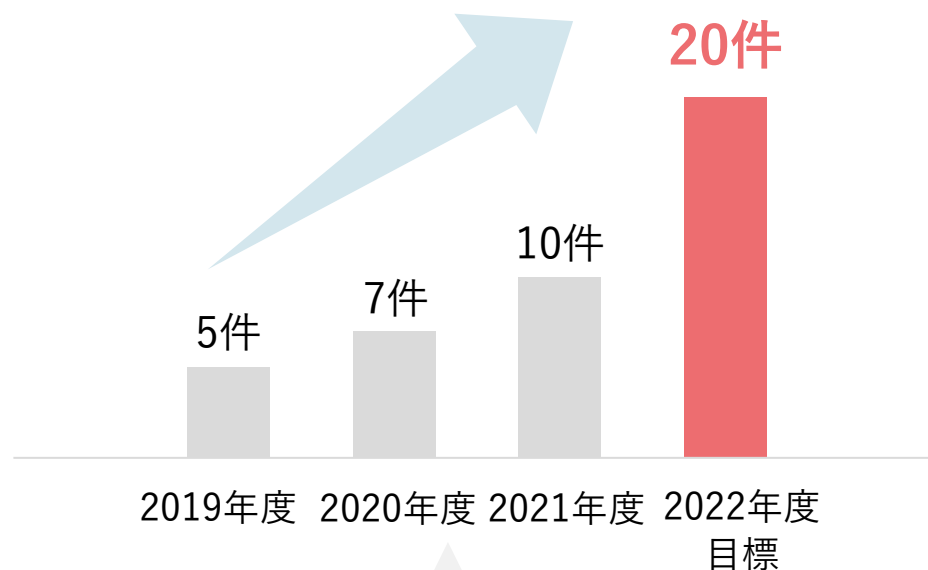
25%



■ オフィス・サービス空間 ■ その他

## 地域活性に関わる案件数

20件



現在推進中の案件数は**30件**です。(未確定物件、2022年度以降完了予定の物件を含む)

# オフィス・サービス空間への取り組み事例

space

久米窪□+  
(くめくぼたスクエアプラス)

所在地：愛媛県松山市  
クライアント：公益財団法人えひめ産業振興財団 様  
当社業務範囲：企画・設計・施工



公益財団法人えひめ産業振興財団様の創業者支援に向けたコワーキングスペース新設のプロポーザル案件です。創業を目指す人やサポーターが集い、スタートアップのオフィスとして機能する空間をトータルブランディング。愛媛においてグローバルに活躍できる場を提供することを目指しました。

充実した“はたらく”エリアを確保しながら、セミナーを行う“まなぶ”エリアに加え、利用者同士の交流ができる“まじわる”エリアを設けました。すでにある企業のビジネスサポートも行っており多くの事業者が集まるため、企業同士のマッチングの場ともなります。地元企業と新たな起業家を支え、繋がることで地域の活性化を図りました。

施設自体が顧客の創業者支援活動における営業ツールの一つにもなっています。

## 漁連の魚屋 加古川店

所在地：兵庫県加古川市  
クライアント：兵庫県漁業協同組合連合会 様  
当社業務範囲：設計・施工・VMD・プロモーション



兵庫県漁業協同組合連合会（以下、JF兵庫漁連）様と当社は、「漁縁パートナー」として連携しました。

JF兵庫漁連様が持つ漁業における知見・財産と、当社が持つ商空間プロデュースのノウハウを組み合わせ、魚食文化を後世に向けて広く継承していくことと、漁港を中心とした地域の活性化を目指します。

新規出店する「漁連の魚屋」加古川店においては、「魚が大好きになる場所」をテーマとして内装設計・施工・プロモーションイベントを実施し、トータルブランディングを行いました。

「漁連の魚屋」加古川店のオープンに先駆けたプロモーションイベントを実施。第一弾として、兵庫県で話題のコッペパンサンド専門キッチンカー「母とむすめ」とJF兵庫漁連様がコラボレーションしたメニューを開発。

第二弾として、「漁連の魚屋」加古川店公式Instagramで、兵庫県沿岸で獲れる種類の魚たちの人気投票を実施しました。





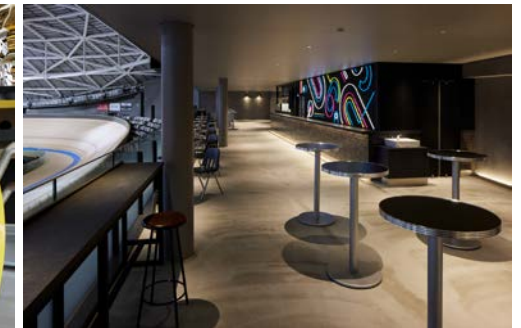
## TIPSTAR DOME CHIBA

所在地：千葉県千葉市  
クライアント：株式会社PIST6 様、株式会社JPF 様、株式会社ミクシィ 様  
当社業務範囲：企画・デザイン・設計・施工



存続が決定した旧千葉競輪場の建て替えプロジェクト。その文化を継承しながら、世界初のベッティングできる国際規格木製250m競技場へと生まれ変わりました。世界の有力選手が多数トーナメントに参戦し、ここから新しいKEIRIN文化を発信します。競輪といえば公営競技の印象が強いですが、千葉公園ドームではまちと文化に対するコミュニティ軸へブランディング変更し、スポーツ性・エンターテインメント性・個のアスリート性へフォーカスしました。

当社は商業としての機能を含めたスポーツエンターテインメント空間の設計・施工以外に、顧客視点での建築ディレクション・計画推進と、パブリックアートに対するコーディネート・計画マネジメントも行いました。







明日が、笑顔になる空間を。

# SPACE





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：892名 単体：860名（2021年12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



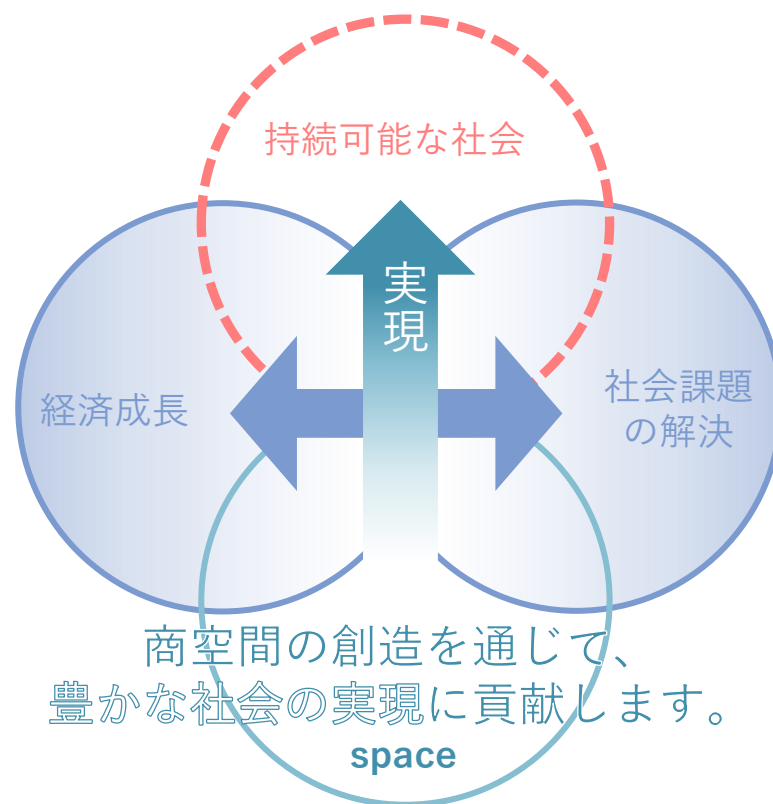
2021年2月にサステナビリティ基本方針を策定  
方針に基づき取り組みを進めていく

## 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、社員が能力を発揮し活躍できる労働環境を実現します。



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)



新丸の内ビルディング 商業従業員休憩室

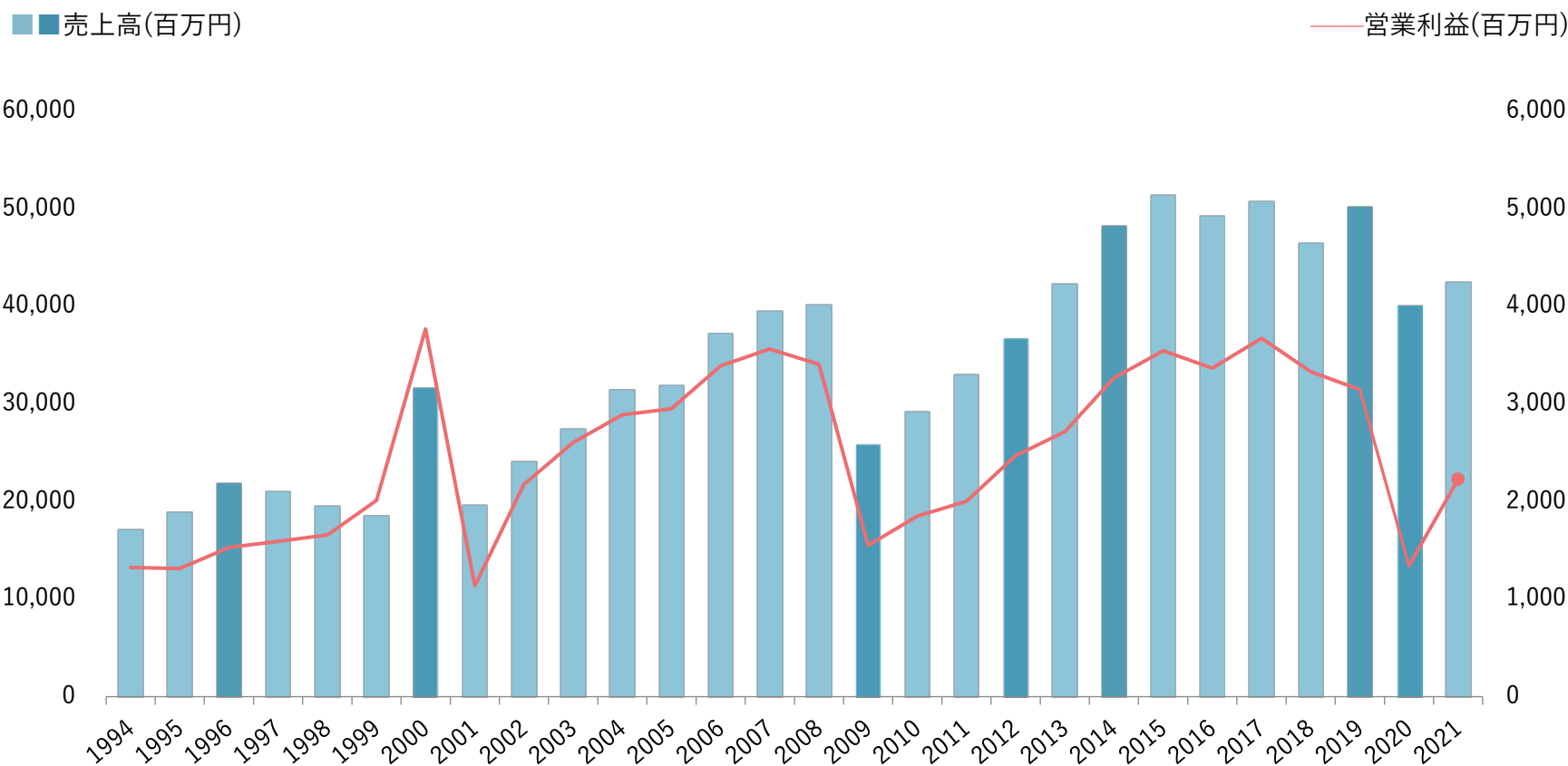
## ソーシャルディスタンス (壁面グラフィック、フロアシートなど)



新丸の内ビルディング 商業従業員喫煙専用室

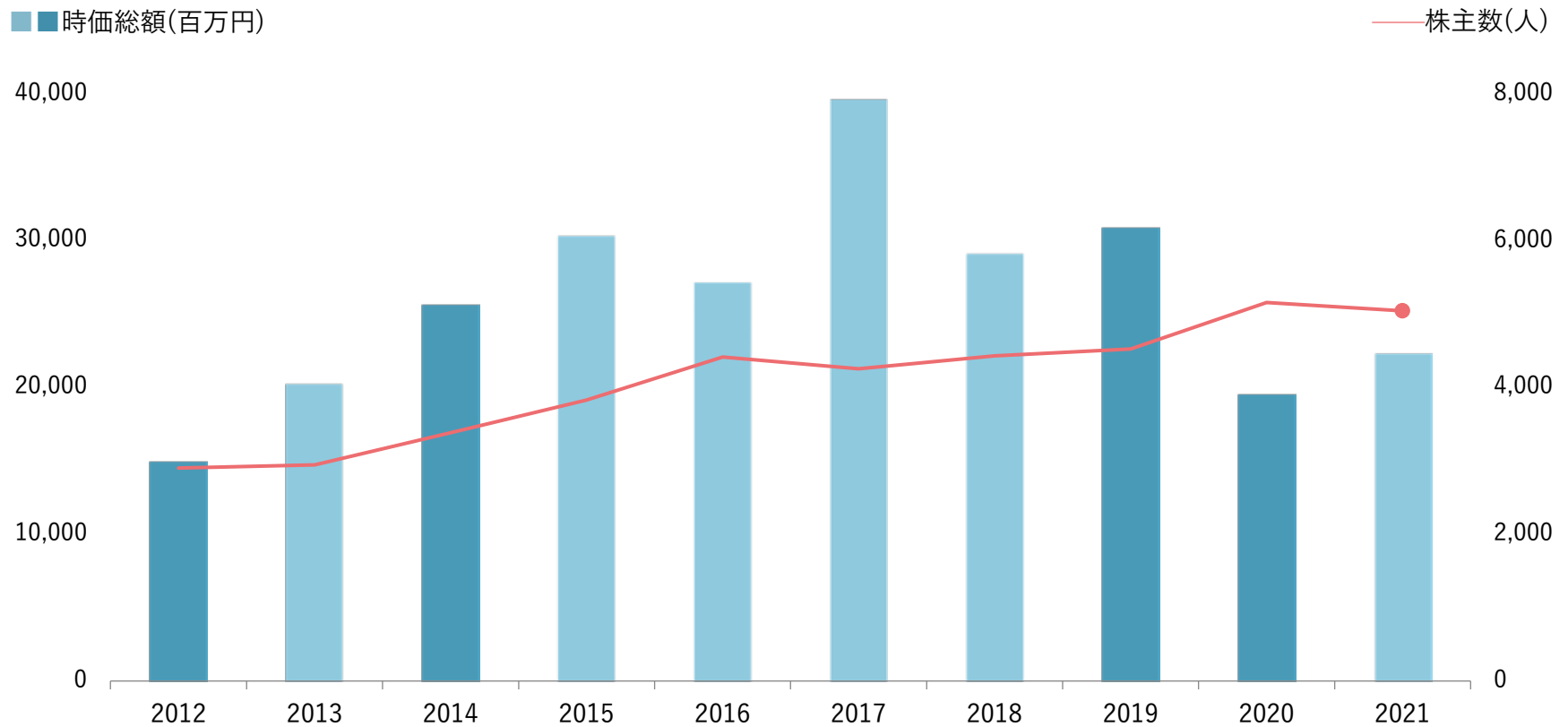
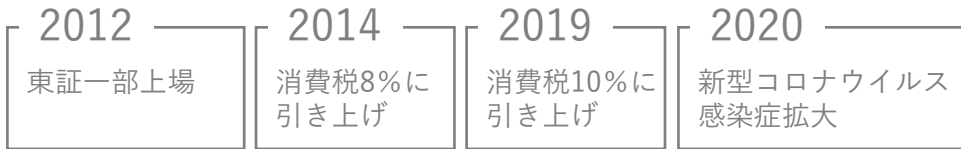
「新型コロナウイルス感染予防対策営業ツール」を作成し、ウィズコロナ時代における安全安心な空間づくりに向け、顧客のニーズに合わせた多様な提案を行っています。

# 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



※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

経営管理本部 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。