



JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2021年度選定



# 2022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】

- ①2022年1月期 業績概況
- ②2022年1月期 セグメント別業績概況

## 【PART 3】

- ①中期経営計画（22/1月期-24/1月期）の進捗状況
- ②2023年1月期の業績計画
- 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）

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
乃村工藝社	125,859	143,689	107,736	110,000
丹青社	82,677	81,678	69,225	62,714
スペース	46,458	50,151	40,028	42,408

※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】	1,410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 268名
- ② 制作職 494名  
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士245名)

## 空間づくりを支える協力会社群

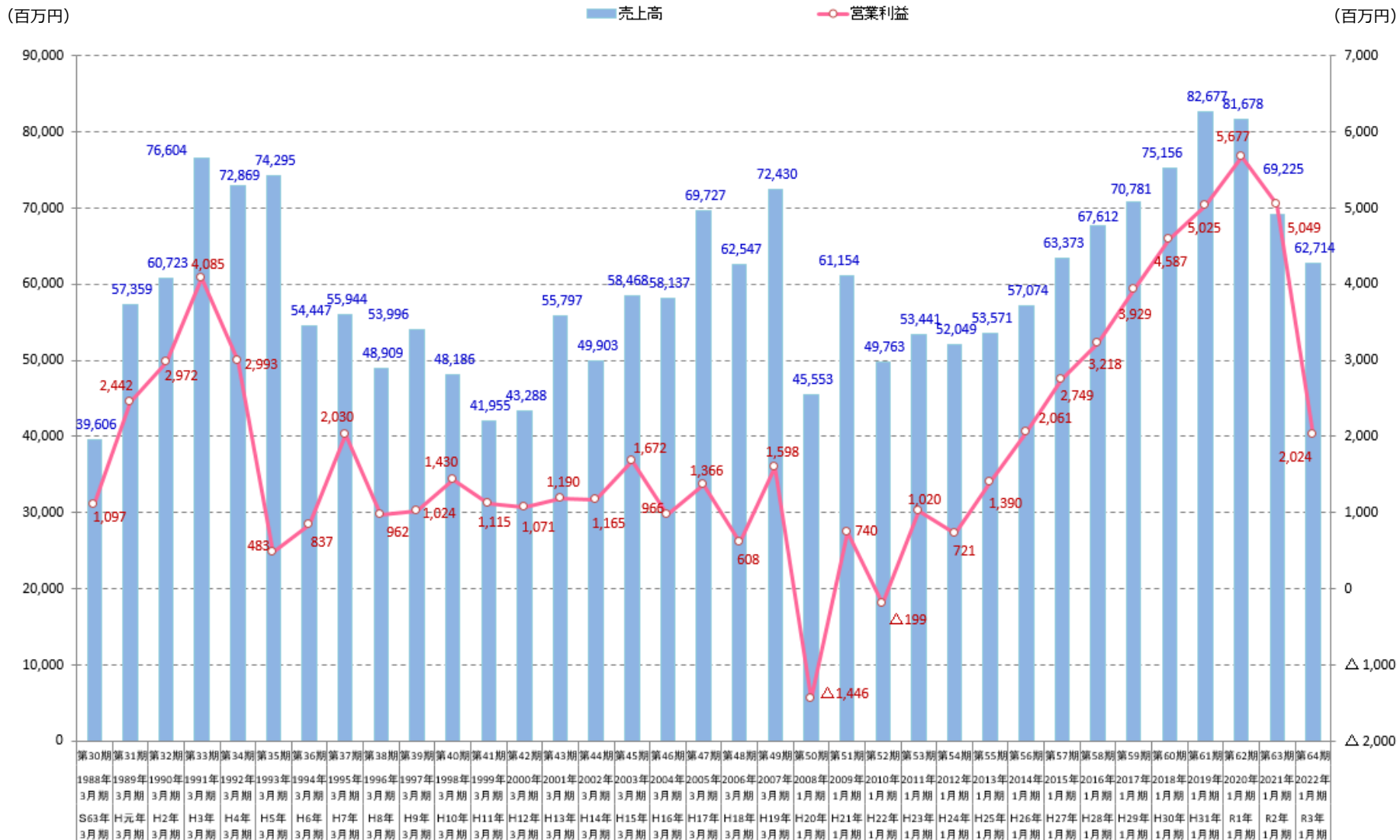
- ① 継続取引会社 約1,000社
- ② パートナー協力会社 245社

## 事業上の特長

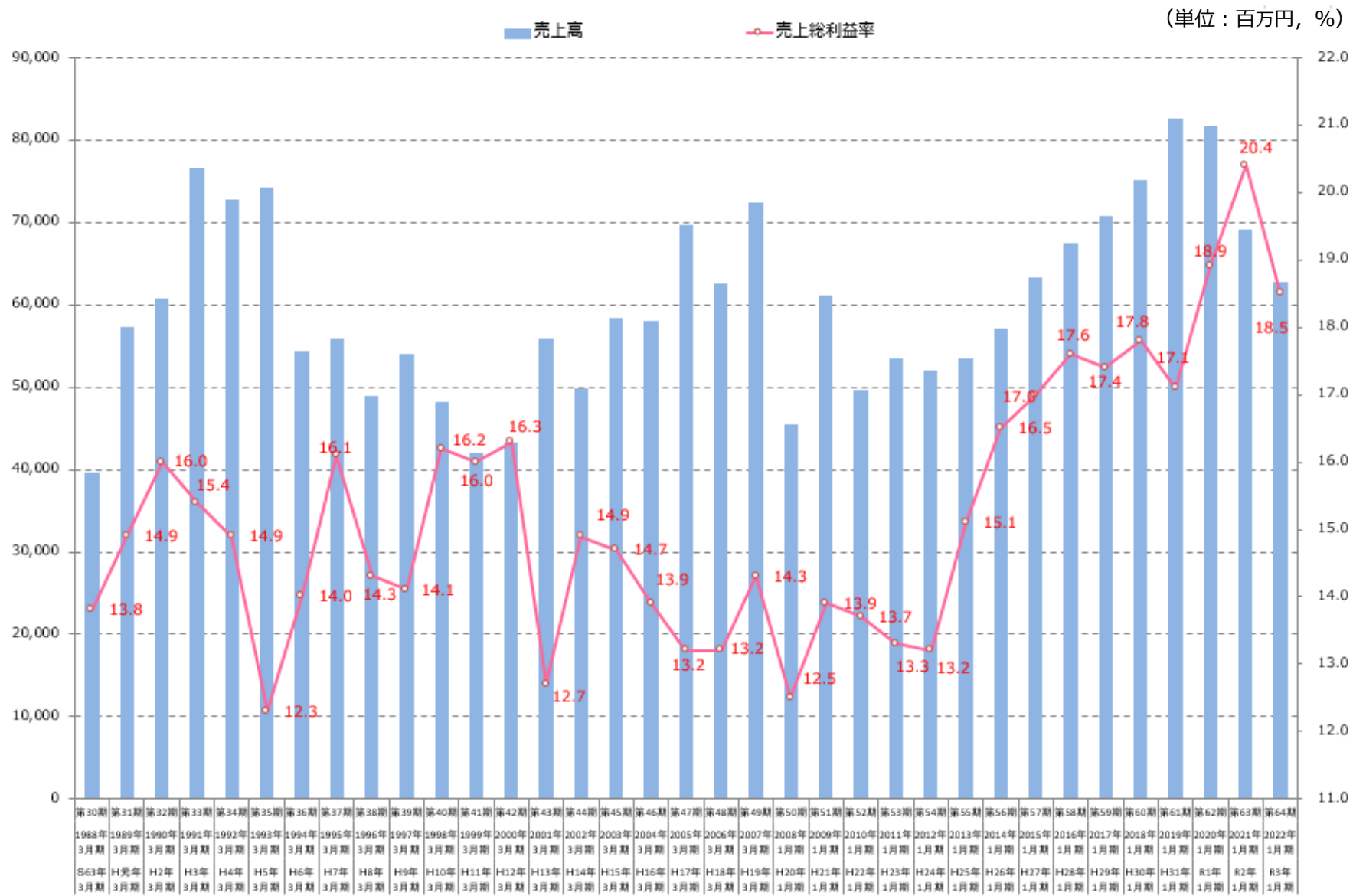
- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、業界No.1のシェア
- ② チェーンストア事業においては業界のパイオニアである  
(他社に先行して事業を立ち上げた競争優位性)
- ③ 先端デジタル技術の専門チームを有している

※2022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)

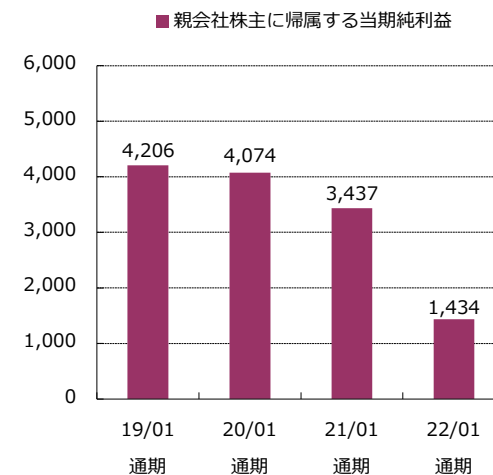
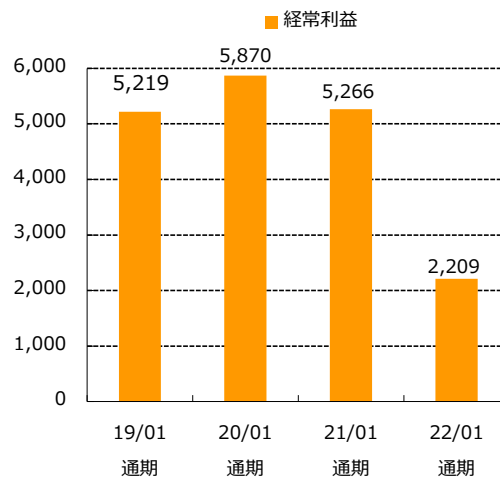
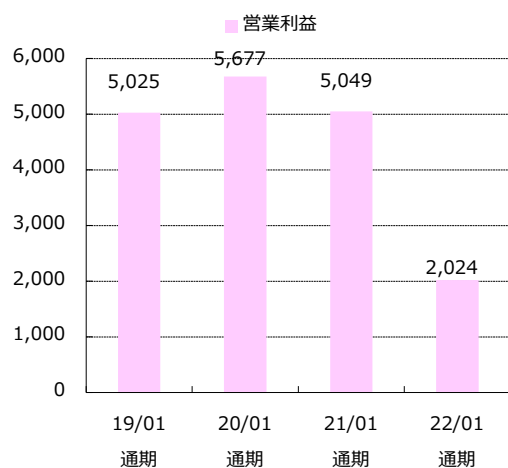
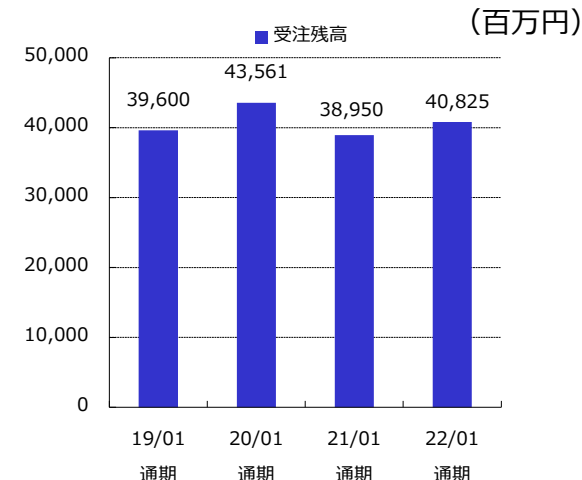
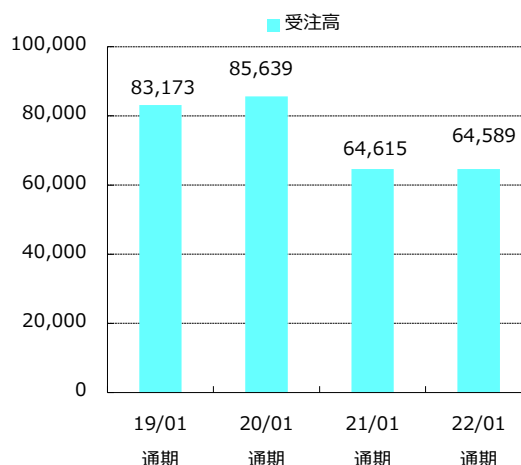
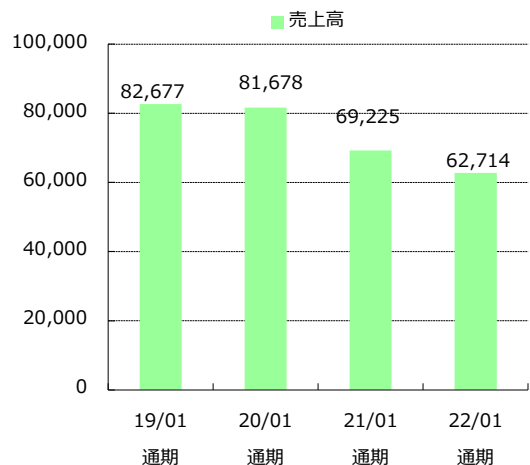


# 【PART 2】

## ①2022年1月期業績概況

# 2022年1月期 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減少し、前年同期比で、減収・減益となった。
- コロナ禍の長期化による影響により需要の回復は想定より弱く、受注高は前年同期比で微減となった。



# 2022年1月期 P/L 概況

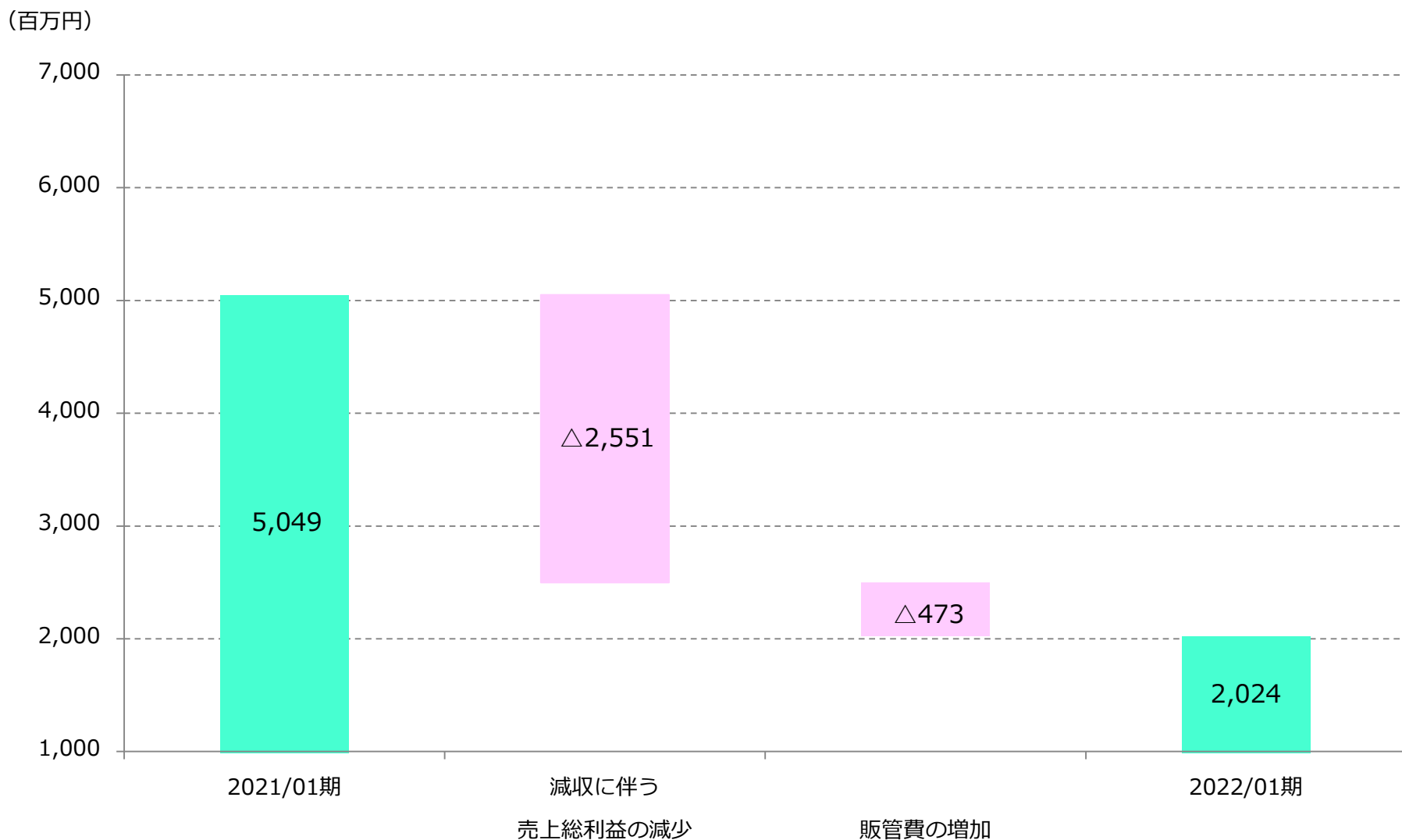
- 売上総利益は、市場環境の悪化による減収の影響を受け、前年同期比で25億51百万円の減少となった。
- 売上総利益率は、減収の影響を受け、前年同期で△1.9ポイントとなり、18.5%となった。

(百万円)

	21/01 通期		22/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	69,225	100.0	62,714	100.0	△6,511	
売 上 原 価	55,092	79.6	51,131	81.5	△3,960	1.9
売上総利益	14,133	20.4	11,582	18.5	△2,551	△1.9
販 管 費	9,084	13.1	9,557	15.2	473	2.1
営業利益	5,049	7.3	2,024	3.2	△3,024	△4.1
営 業 外 収 益	251		249		△1	
営 業 外 費 用	34		64		30	
経常利益	5,266	7.6	2,209	3.5	△3,056	△4.1
特 別 利 益	11		150		138	
特 別 損 失	154		74		△80	
法 人 税 ・ 事 業 税	1,375		824		△550	
法 人 税 等 調 整 額	310		25		△284	
親会社株主に帰属する当期純利益	3,437	5.0	1,434	2.3	△2,003	△2.7

E P S ( 円 )	72.19	30.13	△42.06
R O E ( % )	12.0	4.9	△7.1

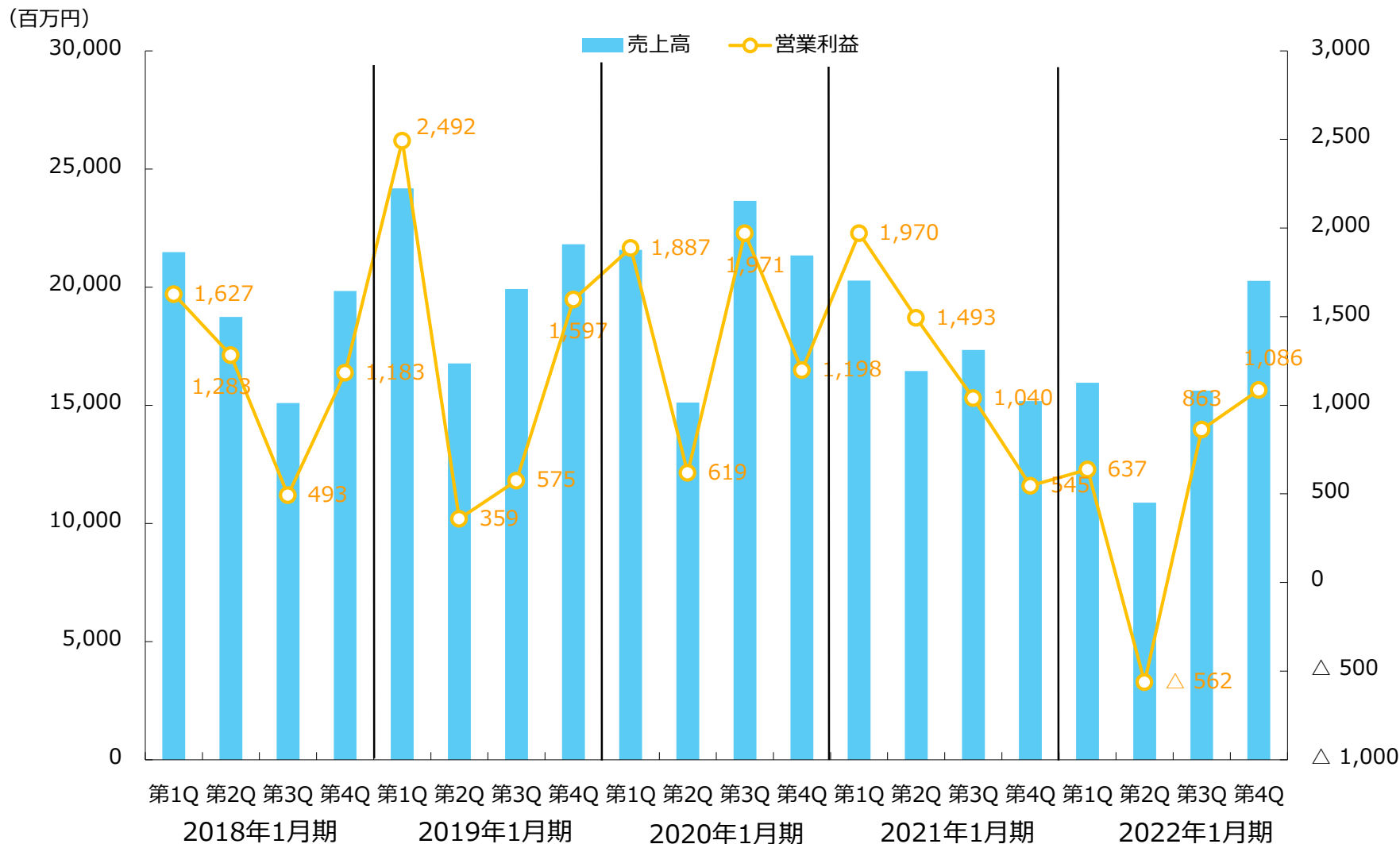
# 営業利益の減益要因 (対前期比)





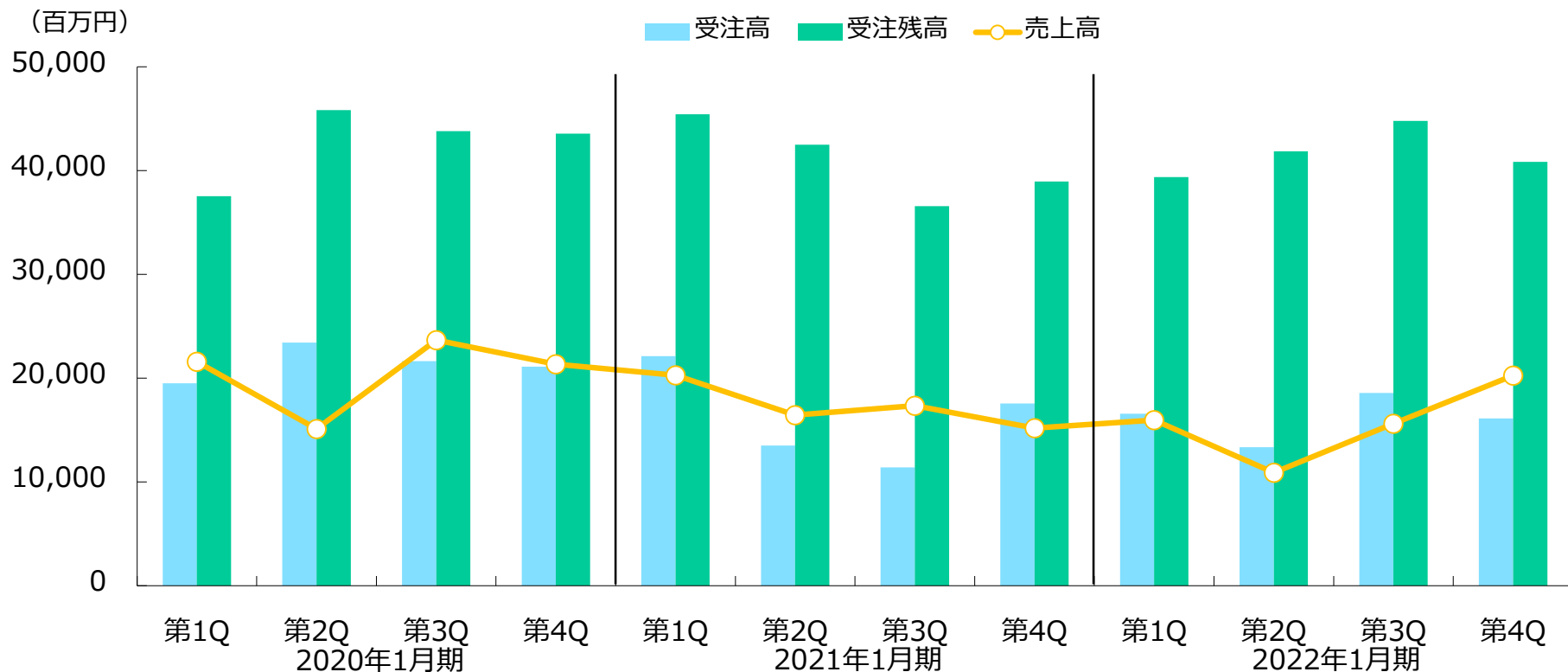
# 四半期ごとの変動要因について

- 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。
- 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

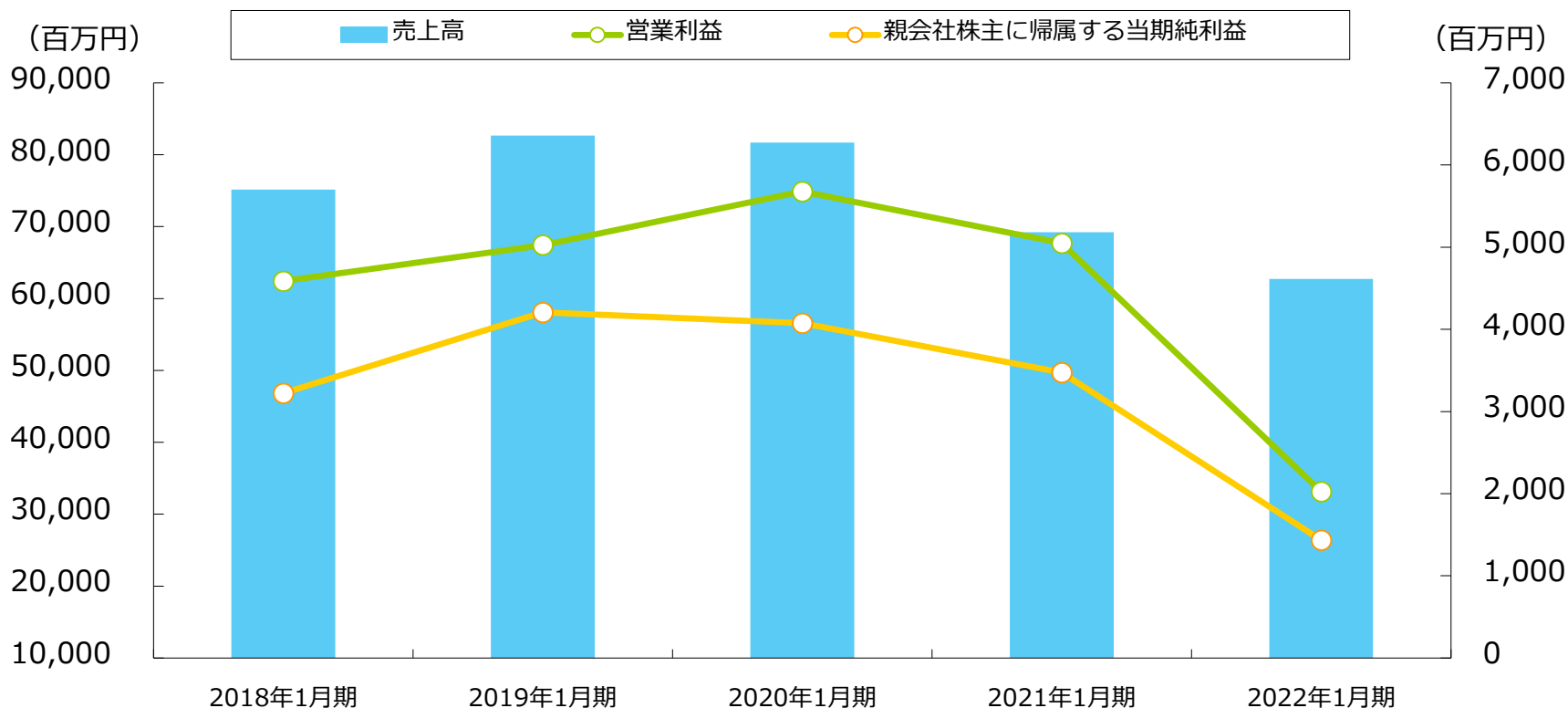
● 当第4四半期の受注残高は、コロナ禍の長期化により需要の回復が遅れ、前年同期並みとなった。



	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	15,621	20,260
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	18,568	16,105
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	44,785	40,825

# 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

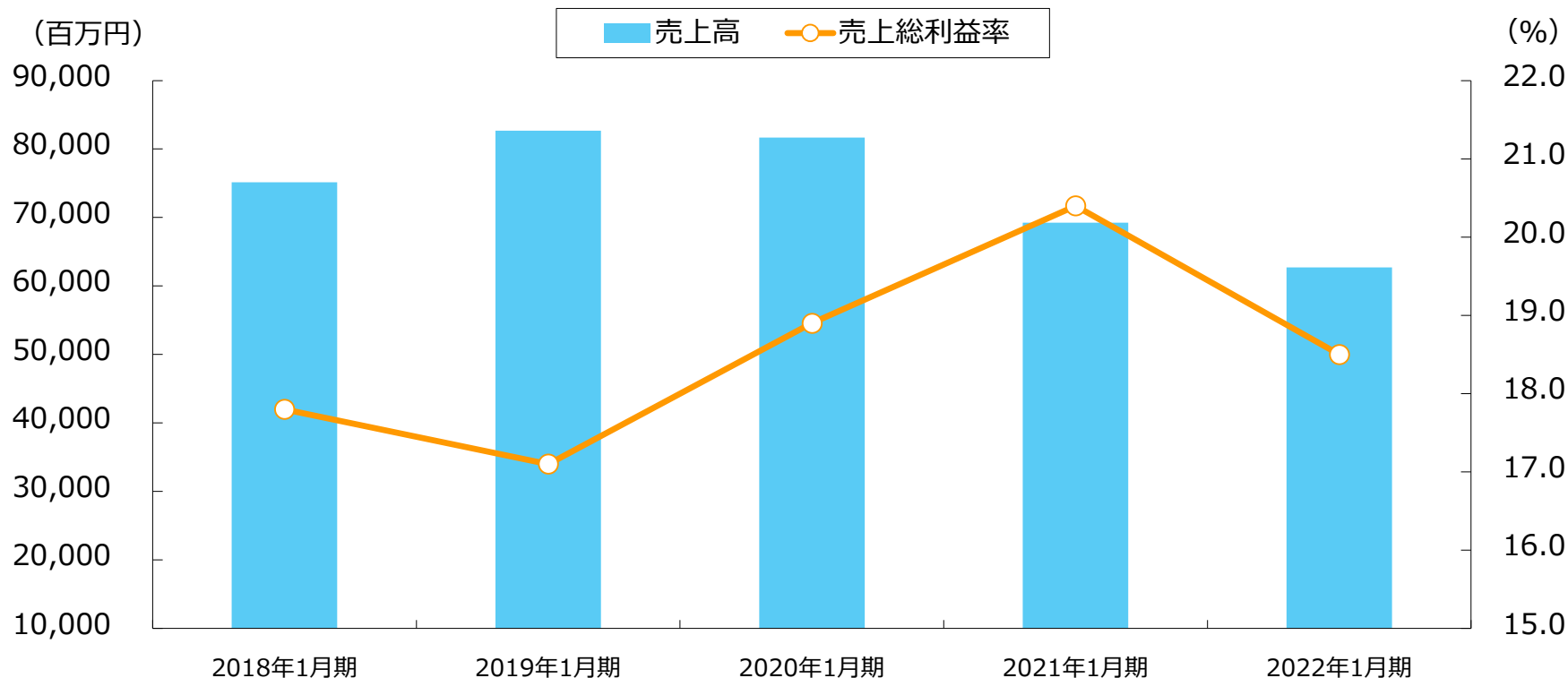
● 減収に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期を大きく下回った。



	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
売上高 (百万円)	75,156	82,677	81,678	69,225	62,714
営業利益 (百万円)	4,587	5,025	5,677	5,049	2,024
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	3,221	4,206	4,074	3,437	1,434

# 売上高および売上総利益率の推移

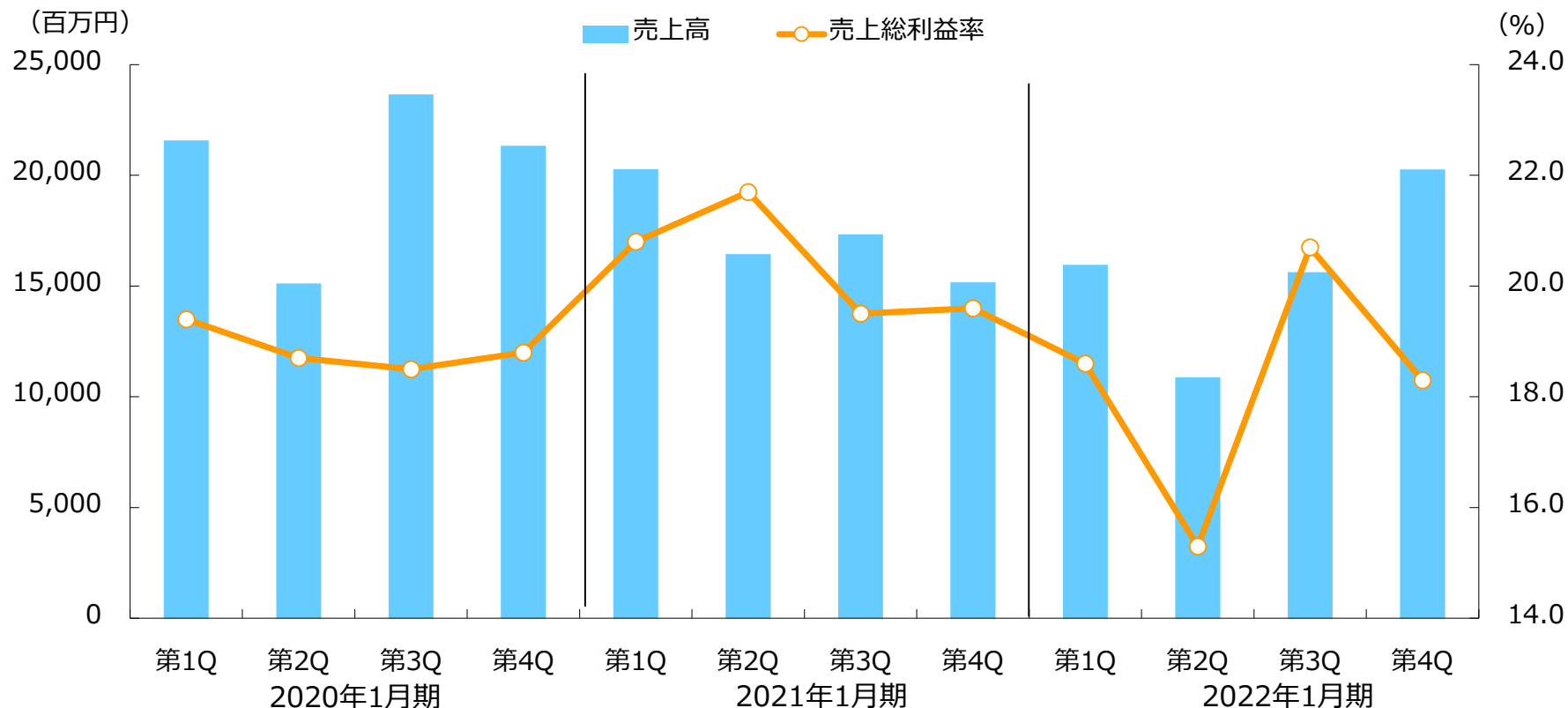
● 売上総利益率は、減収の影響を受け、前年同期で△1.9ポイントとなり、18.5%となった。



	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
売上高 (百万円)	75,156	82,677	81,678	69,225	62,714
売上総利益率 (%)	17.8	17.1	18.9	20.4	18.5

# 売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

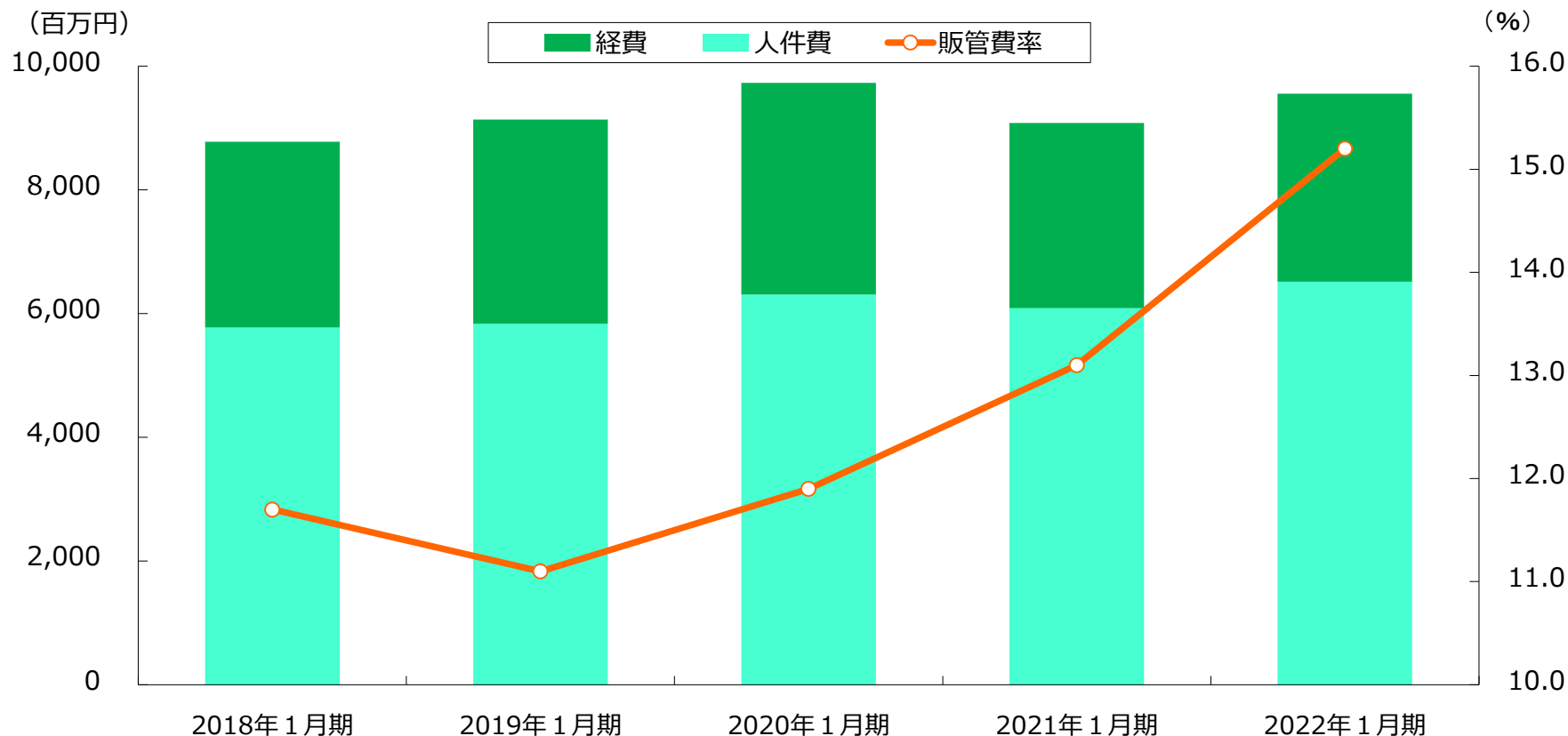
- 当第4四半期の売上高は、主に商業その他事業において、大型案件を計上したこと等により、前年同期を上回った。
- 主に文化施設事業において、収益性が前年同期に及ばず、売上総利益率は前年同期を下回った。



	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	15,621	20,260
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	20.7	18.3

# 販売費及び一般管理費の推移

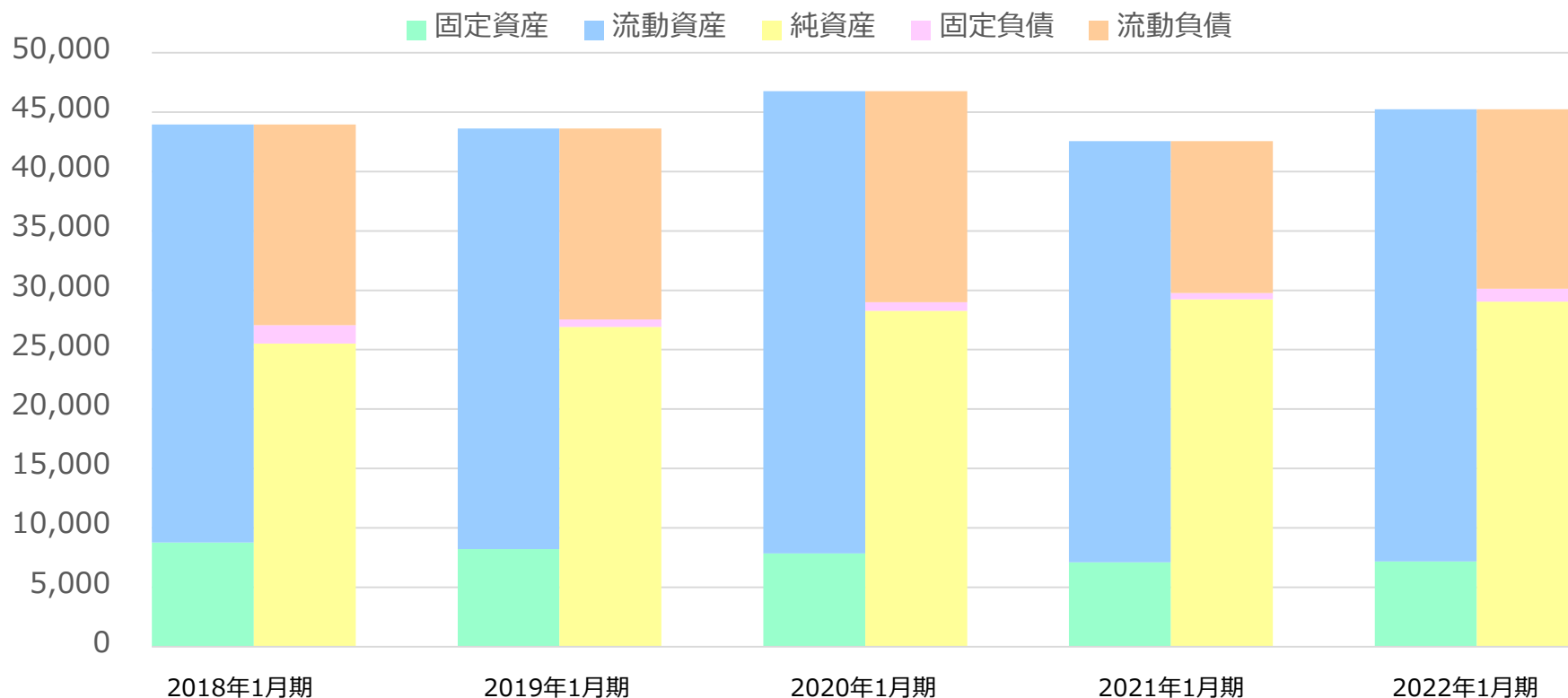
- 販管費率は、減収及びデジタル活用強化に向けた要員シフトによる人件費の増加等により、15.2%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2021年1月：1,389人 2022年1月：1,410人となり、21人増加。



	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
人件費 (百万円)	5,777	5,833	6,310	6,087	6,515
経費 (百万円)	2,999	3,305	3,418	2,996	3,041
販管費率 (%)	11.7	11.1	11.9	13.1	15.2

# B/S 主要項目の推移

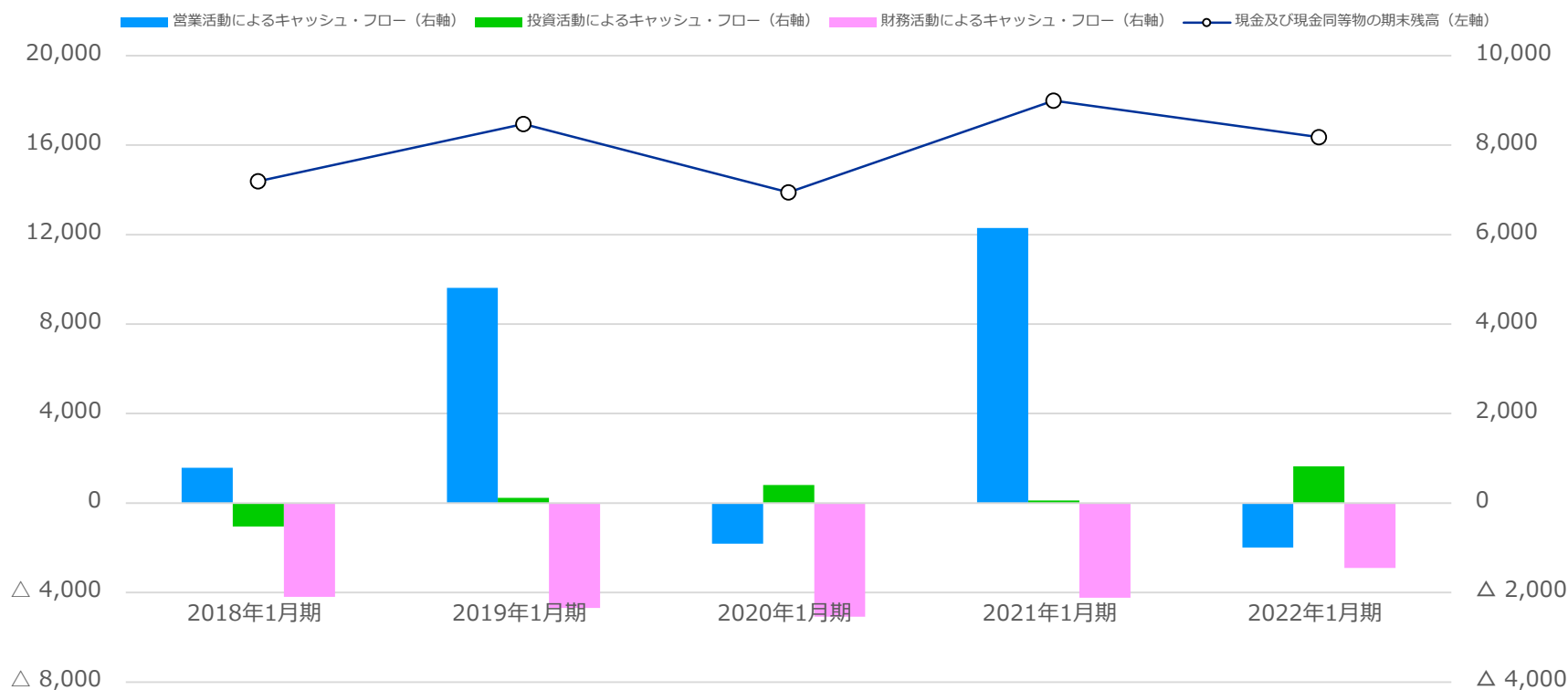
- 自己資本は、290億59百万円となり、前期比で1億89百万円の減少となった。
- 自己資本比率 64.2%（前期比△4.5ポイント）



	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
自己資本 (百万円)	25,510	26,922	28,276	29,248	29,059
自己資本比率 (%)	58.0	61.7	60.5	68.7	64.2

# 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、税金等調整前当期純利益を22億85百万円計上したものの、受取手形・完成工事未収入金等が34億40百万円増加したこと等により、△9億94百万円となった。



(単位：百万円)	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
営業活動によるキャッシュ・フロー	790	4,811	△906	6,150	△994
投資活動によるキャッシュ・フロー	△526	118	405	59	823
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,099	△2,346	△2,543	△2,118	△1,449
現金及び現金同等物の期末残高	14,384	16,940	13,894	17,986	16,356



## 【PART 2】

### ②2022年1月期セグメント別業績概況

# 2022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、空港関連施設及び企業の販促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	売上高は前年同期並みとなったものの、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変化により、価格競争が激化したこと等を受け、セグメント利益については、前年同期を下回った。
● 文化施設事業	売上高は、前年同期を上回ったものの、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	22/01	増減
商業その他施設事業	40,016	32,547	△7,468
チェーンストア事業	19,598	19,726	127
文化施設事業	9,250	10,089	839
その他	360	350	△10
調整額	—	—	—
合計	69,225	62,714	△6,511

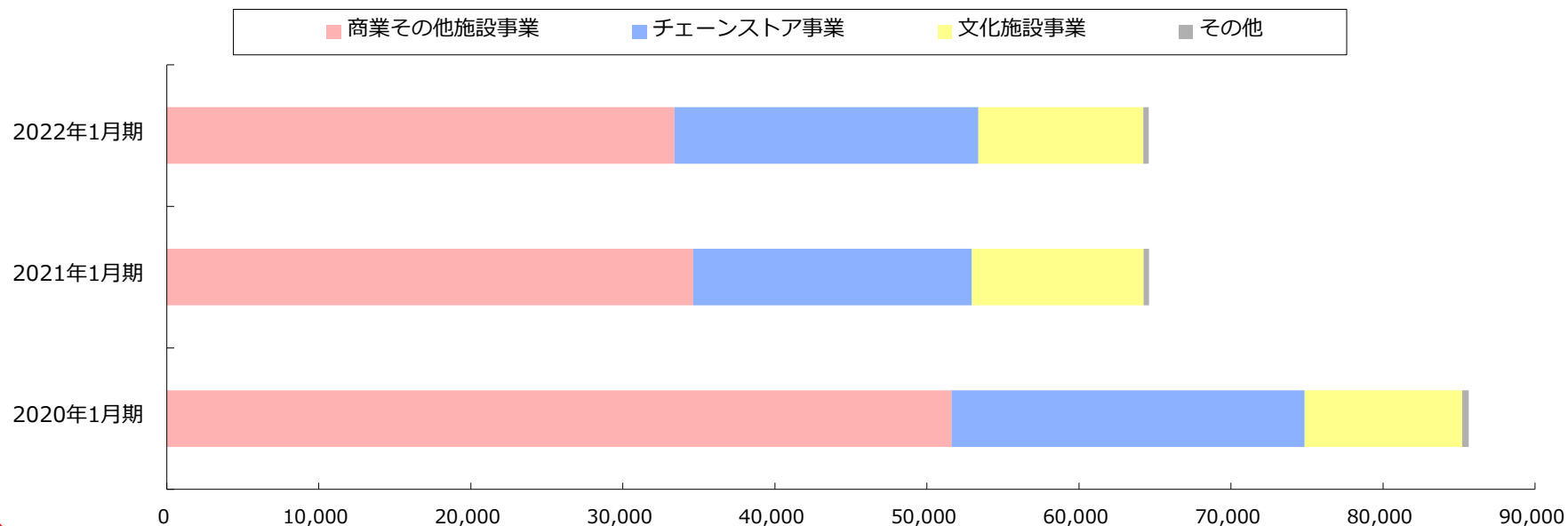
	21/01	22/01	増減
商業その他施設事業	3,629	982	△2,646
チェーンストア事業	939	582	△356
文化施設事業	388	384	△3
その他	90	71	△18
調整額	2	3	1
合計	5,049	2,024	△3,024

# 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拡大の影響により需要の回復は想定より弱く、依然として事業環境は厳しい状況が続いており、前年同期比で25百万円の減少となった。

(百万円)

	20/01	21/01	22/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	51,622	34,612	33,398	△1,214
チェーンストア事業	23,217	18,330	19,982	1,651
文化施設事業	10,359	11,311	10,858	△453
その他	441	360	350	△10
受注高合計	85,639	64,615	64,589	△25

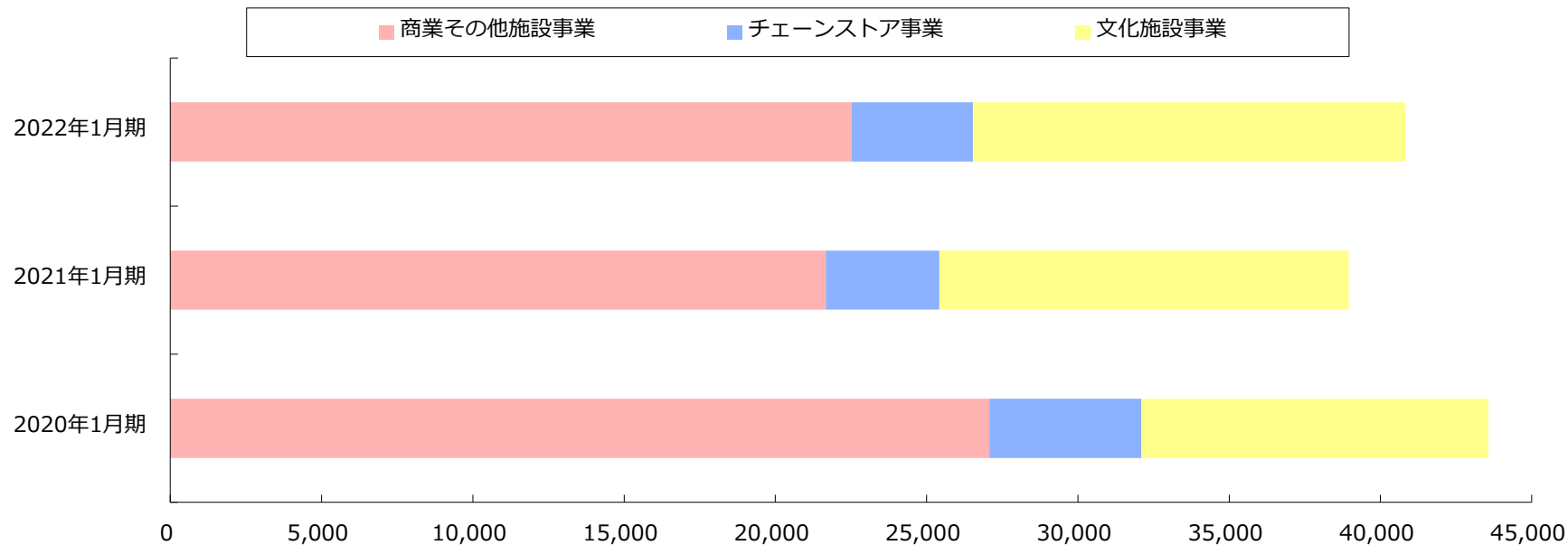


# セグメント別 受注残高の状況

● 受注残高は、翌四半期以降に繰り越す大型案件を計上したこと等により、前年同期比で18億75百万円の増加となった。

(百万円)

	20/01	21/01	22/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	27,079	21,674	22,525	850
チェーンストア事業	5,018	3,750	4,005	255
文化施設事業	11,464	13,525	14,294	769
その他	—	—	—	—
受注残高合計	43,561	38,950	40,825	1,875



## 【 P A R T 3 】

### ① 中期経営計画（22/1月期-24/1月期）の進捗状況

## 中期経営計画（22/1月期－24/1月期）見直しの背景

### 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

### 現在の事業環境認識

1. コロナ禍による経済活動の制限の長期化により、個人消費、観光投資および企業の販促投資等の停滞が続いている
2. 全セグメントにおいて価格競争が激しくなっている
3. 変異株の出現による感染拡大により、景気回復のテンポは鈍化している
4. 当社の業績は事業特性上、景気動向に遅行する傾向にある

**計画当初に策定した計画の前提条件に変化が生じたため、  
現状の事業環境を踏まえ、現中期経営計画の計画数値を見直す**

# 中期経営計画（22/1月期－24/1月期）

## 【計画の見直しにあたっての前提条件】

- 新型コロナウイルス感染症については2023年1月期中に収束し、経済活動ならびに当社の市場環境が回復していること。
- 2023年1月期より収益認識に関する会計基準（工事進行基準）が適用される。

（百万円）

	2022年1月期 （実績）		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	64,589		73,000		82,500	
売上高	62,714	100.0	70,000	100.0	80,000	100.0
売上総利益	11,582	18.5	12,800	18.3	15,100	18.9
営業利益	2,024	3.2	2,500	3.6	4,400	5.5
経常利益	2,209	3.5	2,690	3.8	4,540	5.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,434	2.3	1,800	2.6	3,050	3.8
E P S（円）	30.13		37.98		64.35	
R O E（%）	4.9		6.0		9.8	

※ 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。

# セグメント別 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 (実績)	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	33,398	43,000	49,500
	チェーンストア事業	19,982	21,500	22,500
	文化施設事業	10,858	8,100	10,100
	その他	350	400	400
	注高計	64,589	73,000	82,500
売	商業その他施設事業	32,547	38,900	47,000
	チェーンストア事業	19,726	21,500	22,500
	文化施設事業	10,089	9,200	10,100
	その他	350	400	400
	上高計	62,714	70,000	80,000
営	商業その他施設事業	982	1,240	2,910
	チェーンストア事業	582	1,100	1,150
	文化施設事業	384	100	250
	その他	71	60	90
	調整額	3	—	—
営業利益計	2,024	2,500	4,400	



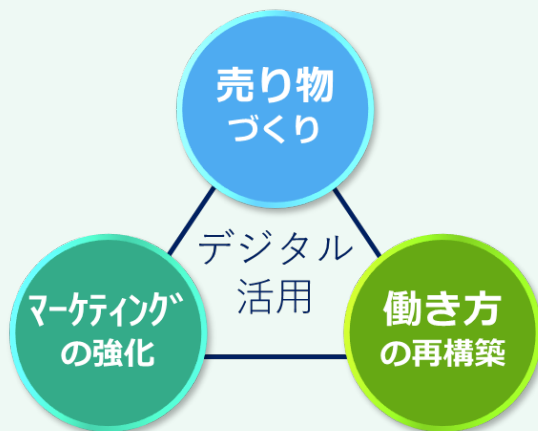
# 中期経営計画の全体像

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	800億円	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	5.5%	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	10%	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	2022年1月期 進捗状況	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	— 2022年度 実施予定	前回以上の評価
		総労働時間の削減	○ 削減施策推進	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	○ 登用施策推進	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	○ 初回調査実施	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	627億円	800億円
		連結営業利益率	3.2%	5.5%
		ROE	4.9%	10%
		配当性向	86.3%	50%以上

	<b>施策：デジタル活用による売り物づくり</b>	<b>目標</b>				
<b>売り物づくり</b>	<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                              業務提携先(順不同・敬称略)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社NTTドコモ</li> <li>・伊藤忠テクノソリューションズ株式会社</li> <li>・株式会社プリズム</li> <li>・株式会社HARTi</li> <li>・ピクシーダストテクノロジーズ株式会社 等</li> </ul> </li> <li>④ デジタル技術やデータ分析に精通した人材育成                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・DXへの理解を深める全社向け研修の実施</li> <li>・営業社員向け「DX人材育成プログラム」の実施</li> </ul> </li> </ul>	<p style="text-align: right;">デジタル活用関連 売上高</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%; border-bottom: 1px solid black;">2022年1月期 実績</td> <td style="text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">118億円</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">2024年1月期 計画</td> <td style="text-align: right; border-bottom: 1px solid black;">280億円</td> </tr> </table>	2022年1月期 実績	118億円	2024年1月期 計画	280億円
2022年1月期 実績	118億円					
2024年1月期 計画	280億円					
<b>マーケティングの強化</b>	<b>施策：デジタルマーケティングの実践・拡充</b> <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

## 2022年1月期 BIM活用・普及状況

- BIMの導入率の増加 58.3% (人数ベース)
- BIMを活用した案件の増加
- 社内およびパートナー協力会社等への導入・スキルアップセミナーの実施

### ◆ BIM (Building Information Modelling) とは

3次元の形状情報に加え、建物の属性情報(面積、材料・部品の仕様・性能、仕上げ等)を併せ持つ建設情報モデルを構築するシステム。  
[国土交通省 BIM推進会議資料より]

### 活用実績

Audi City 紀尾井町



3Dパース



実店舗の様子

ドミノ・ピザ プロジェクト



3Dパース



実店舗の様子

【 P A R T 3 】  
②2023年1月期の業績計画

# 2023年1月期 業績計画

- 2023年1月期：売上高700億円、営業利益25億円
- 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)

	2022年1月期				2023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	29,916		64,589		33,600		73,000	
売上高	26,832	100.0	62,714	100.0	32,100	100.0	70,000	100.0
売上総利益	4,636	17.3	11,582	18.5	6,000	18.7	12,800	18.3
営業利益	75	0.3	2,024	3.2	880	2.7	2,500	3.6
経常利益	207	0.8	2,209	3.5	950	3.0	2,690	3.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	45	0.2	1,434	2.3	640	2.0	1,800	2.6
E P S (円)		0.95		30.13		13.50		37.98
R O E (%)		0.2		4.9		2.1		6.0

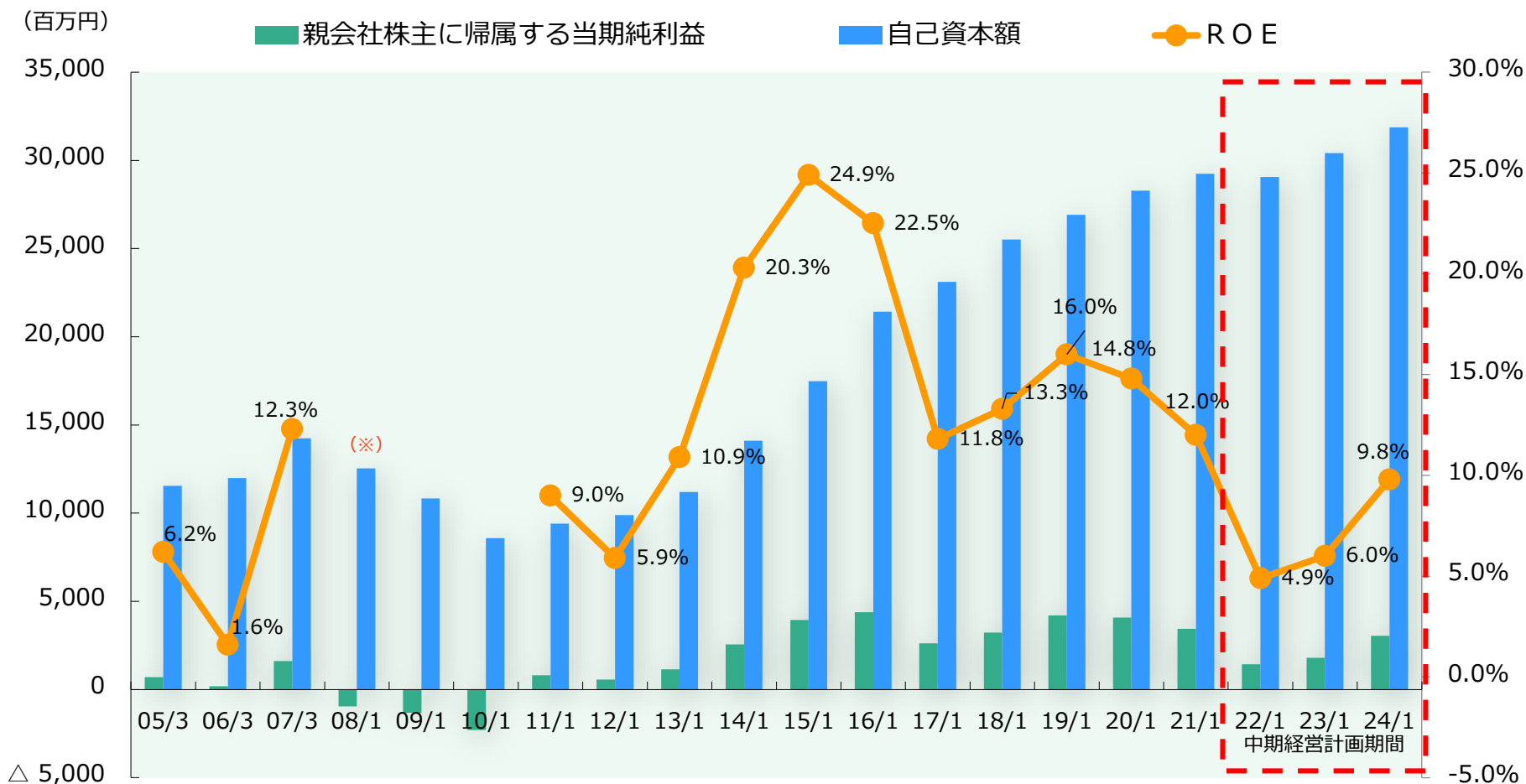
# 2023年1月期 セグメント別 業績計画

(百万円)

		2022年1月期		2023年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q計画	通期計画
受	商業その他施設事業	15,942	33,398	18,600	43,000
	チェーンストア事業	8,564	19,982	10,600	21,500
	文化施設事業	5,249	10,858	4,200	8,100
	その他	159	350	200	400
受注高計		29,916	64,589	33,600	73,000
売	商業その他施設事業	11,908	32,547	16,500	38,900
	チェーンストア事業	9,304	19,726	10,600	21,500
	文化施設事業	5,460	10,089	4,800	9,200
	その他	159	350	200	400
売上高計		26,832	62,714	32,100	70,000
営	商業その他施設事業	△489	982	260	1,240
	チェーンストア事業	241	582	540	1,100
	文化施設事業	304	384	60	100
	その他	36	71	20	60
	調整額	△17	3	—	—
営業利益計		75	2,024	880	2,500

# 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 10%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が強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が強く計上されております

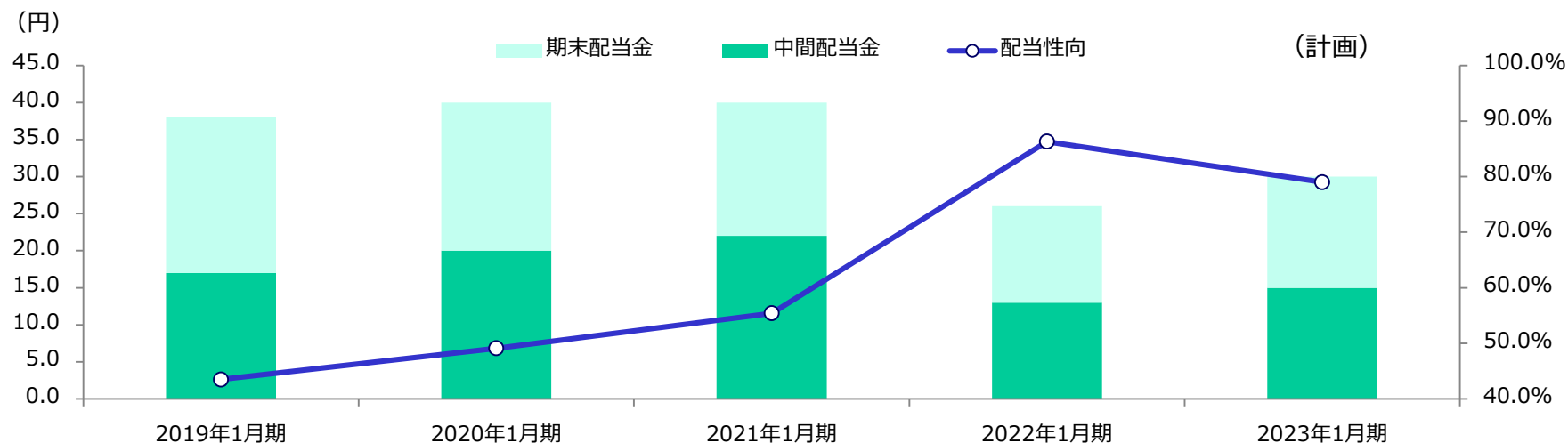


# 株主還元に関する方針

## 【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。



	2019年1月期	2020年1月期	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	17.00	20.00	22.0	13.0	15.0
期末配当金 (円)	21.00	22.00	18.0	13.0	15.0
合計 (円)	38.00	42.00	40.00	26.00	30.0
連結配当性向 (%)	43.5	49.1	55.4	86.3	79.0
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

# 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)	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続する中、引き続きインバウンド需要の回復は見込みにくい状況である。</p> <p>また、イベント・展示会等については、感染防止策を講じて開催されているが、規模の縮小や集客抑制によるコスト増等により、収益回復には道半ばの状況である。</p> <p>企業の設備投資の抑制、出店計画の見直し等による市場全体の需要の回復は見えにくい状況だが、急速に進んでいる働き方改革を強く意識した多種多様なオフィス計画や、コロナ禍収束後を見据えたエンターティメント施設などへの投資計画が動き始め、需要拡大への期待感が高まっている。</p>	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。
	アピエーション分野 (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、エンターティメント、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	一部の業態は除き、需要環境は概ね戻りつつある。新装案件の需要は減少傾向にあるが、改装案件については、増加傾向にある。	業態にばらつきはあるものの、店舗投資はさらに増加傾向にある。
	アパレル分野	引き続き、新規出店や改装等の設備投資は抑制傾向が強い。	新店投資は抑制傾向にあるが、既存店見直しなどの政策投資の需要は高まる。
	メンテナンス分野	店舗保守・ファシリティサポート市場は拡大傾向にある。	
文化施設 事業	展示空間	地域創生、地域活性化の実現に向けたニーズは今後も高まる。	
	運営プロデュース	当社の取扱いはまだ少数だが、官民連携事業領域における取組みは増加傾向。 PFI等の官民連携事業の需要は引き続き拡大が見込まれる。	

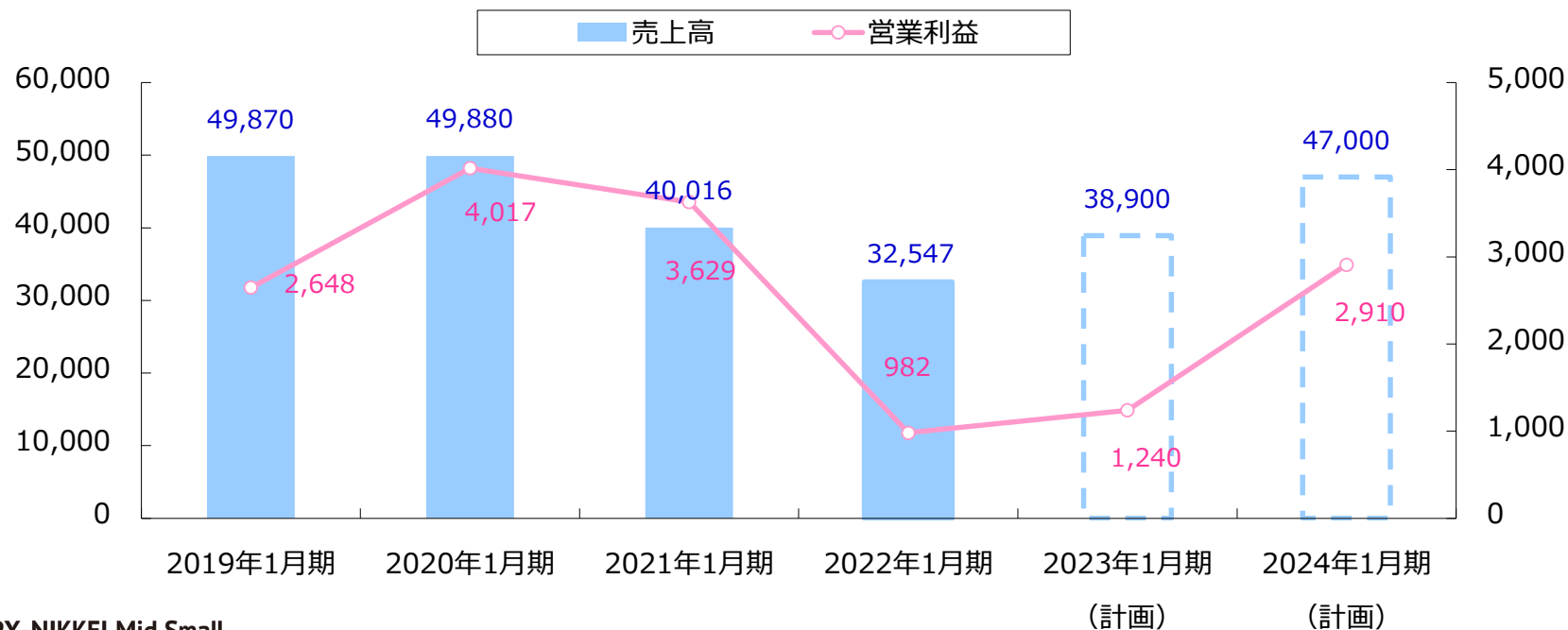
## セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

## 【外部環境】

- ・コロナ禍の影響継続の中で、withコロナを見据えた多種多様で新たな空間創造への期待感の高まり
- ・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



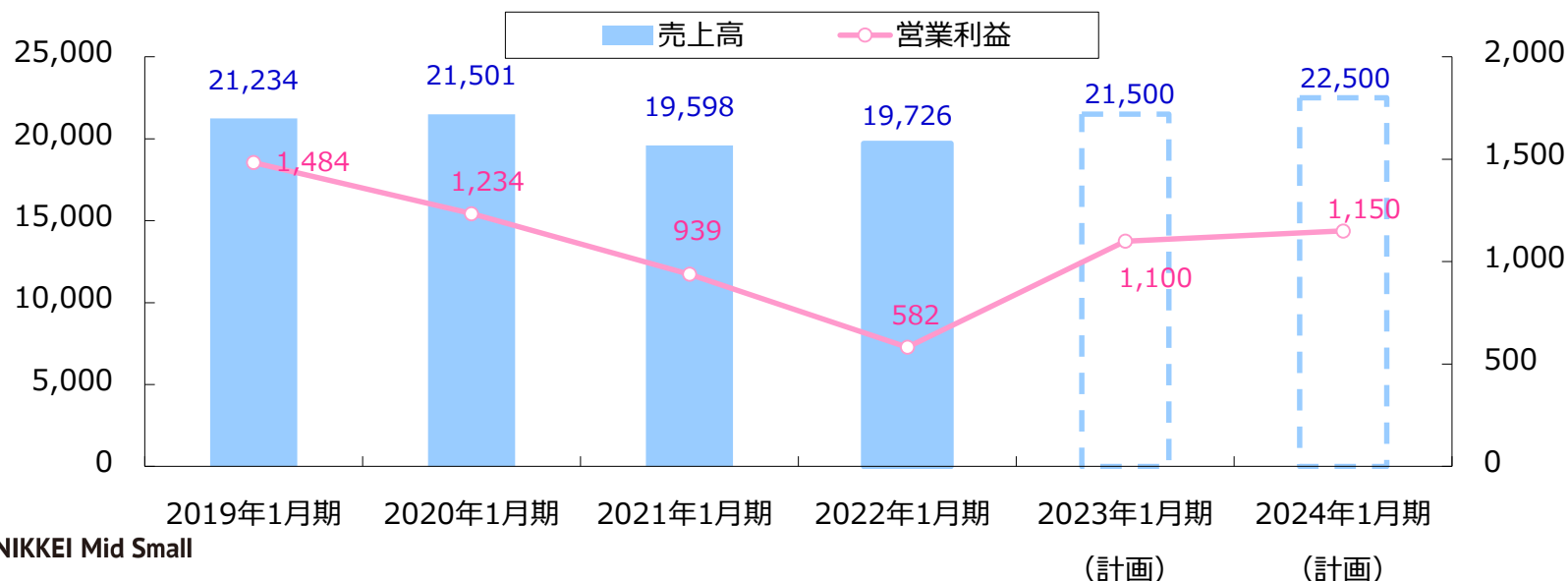
# セグメント別の見通しと取り組み(チェーンストア事業)

## 【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 : 食品スーパー、生活雑貨、スポーツ、アウトドアなどの大型店は投資増加傾向にある
- メンテナンス分野 : 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により飲食店分野の休業・時短営業に伴う一部店舗保守等の減少は見られたが、デジタル分野での保守点検等、ファシリティサポート需要は拡大傾向にある

## 【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



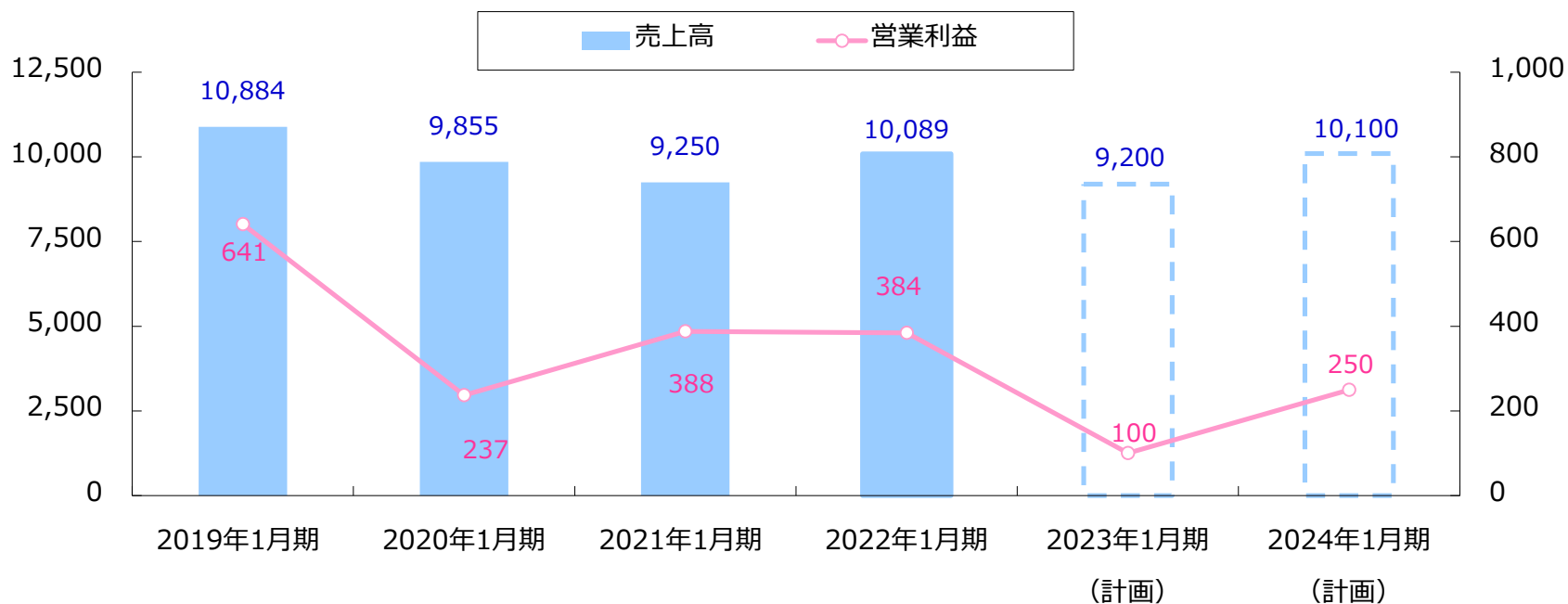
# セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

## 【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





JPX-NIKKEI Mid Small

2016-2020年度選定



# 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) )