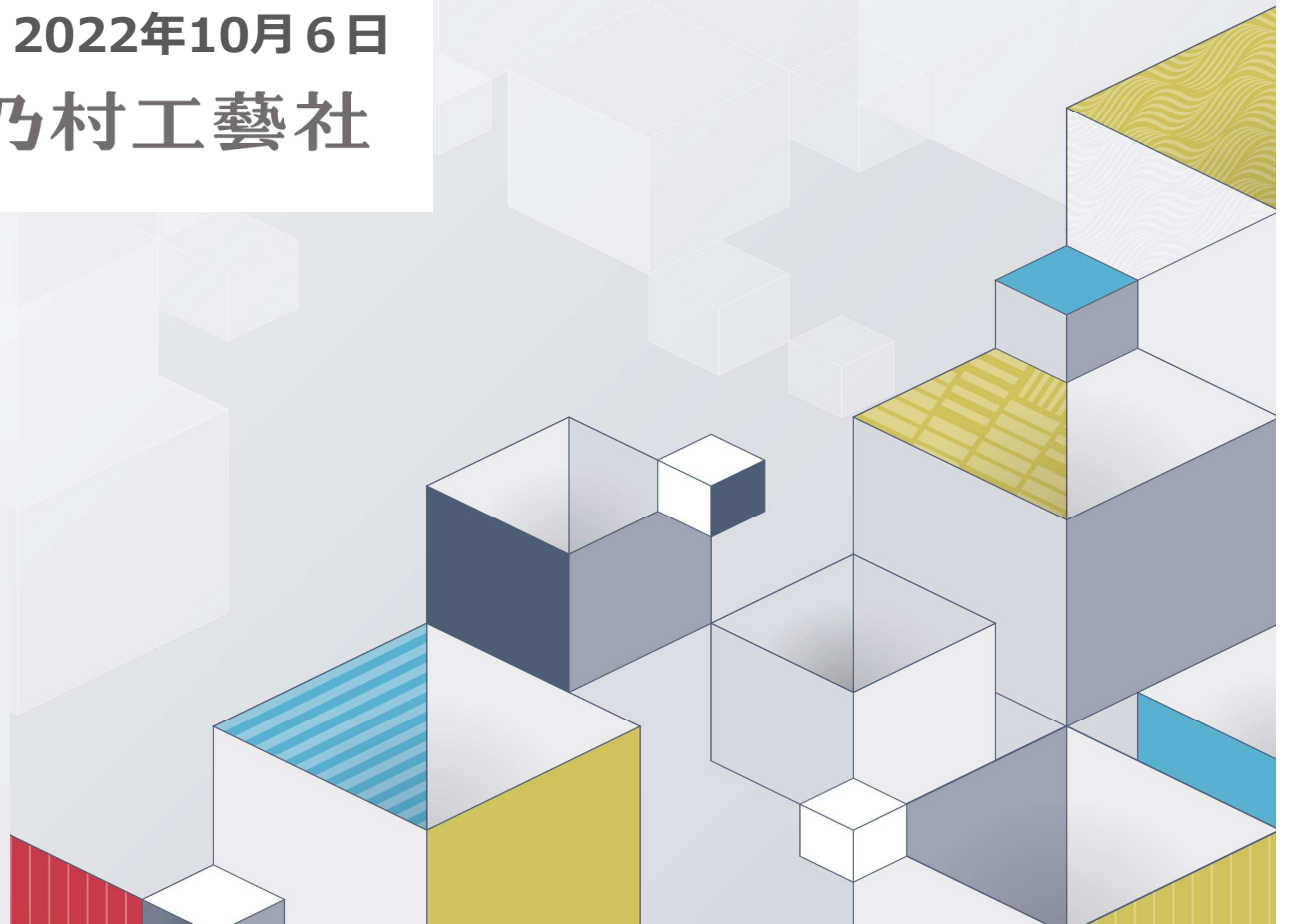


2022年度 第2四半期決算説明資料

2022年10月6日

株式会社 **乃村工藝社**



- 1. 2022年度 第2四半期決算概要**
- 2. 今後の展開について**
- 3. 2022年度 第2四半期決算補足資料**
- 4. 当社グループの概要**

1. 2022年度 第2四半期決算概要

2022年度第2四半期 連結業績ハイライト

- 売上高は、経済活動の制限緩和にともない、商業施設分野等において需要回復の兆しがみられ、前年同期に比べ増収となった。
- 営業利益は、採算性の高い大型案件が減少したものの、売上高の増加により前年同期に比べ増益となった。

(百万円)	2021年度		2022年度		
	2Q	対売上高 構成比	2Q	対売上高 構成比	前年同期比
売上高	43,729	100.0%	47,484	100.0%	+3,755 (+8.6%)
売上総利益	8,279	18.9%	8,359	17.6%	+80 (+1.0%)
営業利益	920	2.1%	1,040	2.2%	+120 (+13.1%)
経常利益	1,030	2.4%	1,141	2.4%	+111 (+10.8%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	723	1.7%	830	1.7%	+106 (+14.8%)

売上高・売上総利益

①売上高

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
売上高	43,729百万円	47,484百万円	+3,755百万円 (+8.6%)

- 百貨店、大型施設などを手掛けた商業施設分野および広報・販売促進市場、余暇施設市場の需要回復により売上高が増加、前年同期に比べ8.6%の増収となった。

②売上総利益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
売上総利益	8,279百万円	8,359百万円	+80百万円 (+1.0%)
<売上総利益率>	18.9%	17.6%	△1.3ポイント

- 売上総利益率は、各市場分野において採算性の高い大型案件が減少したことにより1.3ポイント低下し17.6%となった。

営業利益

① 販売管理費

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
人件費	4,820百万円	4,738百万円	△81百万円 (△1.7%)
経費	2,538百万円	2,580百万円	+41百万円 (+1.6%)
販売管理費	7,359百万円	7,318百万円	△40百万円 (△0.5%)
<販売管理費比率>	16.8%	15.4%	△1.4ポイント

- 販売管理費は、行動費およびグループ再編費用等により経費が増加したが、人員減による人件費の減少により、前年同期に比べ0.5%減少となった。売上高の増加により売上高販管費比率は、1.4ポイント低下し15.4%となった。

② 営業利益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
営業利益	920百万円	1,040百万円	+120百万円 (+13.1%)

- 営業利益は、売上総利益率が低下したものの、売上高の増加、販売管理費の減少にともない、前年同期に比べ13.1%の増益となった。

経常利益

① 営業外損益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
営業外収益	112百万円	100百万円	△11百万円
営業外費用	2百万円	—	△ 2百万円

- 営業外収益は、受取配当金等の減少、営業外費用は為替差損の減少により前年同期に比べ減少した。

② 経常利益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
経常利益	1,030百万円	1,141百万円	+111百万円 (+10.8%)

- 経常利益は、営業利益の増加にともない前年同期に比べ10.8%の増益となった。

四半期純利益

① 特別損益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
特別利益	184百万円	6百万円	△178百万円
特別損失	21百万円	3百万円	△17百万円

- 特別利益は、前年同期の投資有価証券の売却益が減少したことにより減少。
- 特別損失は、投資有価証券評価損が生じたものの、前年同期のコロナ影響を受けた飲食・物販事業の臨時休業による損失が減少したことにより減少。

② 法人税等・四半期純利益

	2021年度2Q	2022年度2Q	前年同期比
法人税等	476百万円	313百万円	△162百万円
親会社株主に帰属する 四半期純利益	723百万円	830百万円	+106百万円 (+14.8%)

- 四半期純利益は、経常利益の増加にともない前年同期に比べ14.8%の増益となった。

市場分野別の売上高

- 商業施設分野では、海外ブランドなどの店舗改装が増加した専門店市場、前年同期に比べ改装や催事等の需要が回復した百貨店・量販店市場、都市型商業施設の改装案件が回復している複合商業施設市場が増収となった。
- 前年同期に大型案件を完工した博物館・美術館市場、博覧会・イベント市場が減収となったが、メーカーのショールームやホテル、テーマパーク等を手掛けた、広報・販売促進市場、余暇施設市場が増収となった。

	2021年度2Q 売上高		売上 総利益率	2022年度2Q 売上高		売上 総利益率
	金額(百万円)	前年同期比		金額(百万円)	前年同期比	
専門店市場	11,125	△24.7%	↓15.0%	11,704	+5.2%	↓ 13.4%
百貨店・量販店市場	1,756	+9.9%	↑22.8%	2,293	+30.6%	↓ 20.2%
複合商業施設市場	2,872	△57.0%	↓17.4%	4,696	+63.5%	↓ 16.9%
広報・販売促進市場	3,476	△61.3%	↑20.1%	4,163	+19.8%	↓ 18.9%
博物館・美術館市場	6,735	+42.7%	↑21.3%	5,186	△ 23.0%	↑ 22.5%
余暇施設市場	3,233	△50.2%	↑13.6%	5,985	+85.1%	↑ 17.2%
博覧会・イベント市場	2,515	+173.9%	↓18.1%	1,547	△ 38.5%	↓ 18.1%
その他市場	12,014	+20.4%	↑22.2%	11,906	△ 0.9%	↓ 19.1%
合 計	43,729	△18.6%	↓18.9%	47,484	+8.6%	↓ 17.6%

※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、都市再開発案件の受注があった複合商業施設市場、企業PR施設、ショールームの大型案件の受注があった広報・販売促進市場が増加し、前年同期に比べ14.4%増加となった。
- 受注残高は、大型案件を受注した複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場が増加したが、前年同期に前期売上分の手持ち大型案件が含まれていた博物館・美術館市場、博覧会・イベント市場が大きく減少したことにより、前年同期に比べ16.0%減少となった。

	2021年度 2Q		2022年度 2Q		受注高 前年同期比	受注残高 前年同期比
	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	11,586	7,705	11,193	5,175	△3.4%	△32.8%
百貨店・量販店市場	3,944	3,279	3,561	2,092	△9.7%	△36.2%
複合商業施設市場	3,217	3,568	8,441	6,407	+162.4%	+79.6%
広報・販売促進市場	3,148	2,594	9,451	6,939	+200.2%	+167.5%
博物館・美術館市場	6,516	8,686	4,672	4,550	△28.3%	△47.6%
余暇施設市場	10,094	12,437	11,549	17,301	+14.4%	+39.1%
博覧会・イベント市場	3,401	13,077	2,160	952	△36.5%	△92.7%
その他市場	15,115	11,594	14,215	9,423	△6.0%	△18.7%
合 計	57,024	62,943	65,246	52,841	+14.4%	△16.0%

2022年度 連結業績予想

- 2022年度 通期業績予想については、ウクライナ情勢がもたらす経済・物価への影響により、受注採算の低下および資材価格の上昇にともなうコスト増加等による利益率低下を想定している。

(百万円)	2021年度			2022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	111,081	100.0%	+3.1%	110,000	100.0%	△1.0%
営業利益	5,431	4.9%	+11.2%	4,500	4.1%	△17.2%
経常利益	5,594	5.0%	+11.6%	4,550	4.1%	△18.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,984	3.6%	+29.7%	2,950	2.7%	△26.0%
1株当たり配当金	28.00円	—	+3.00円	25.00円	—	△3.00円

※普通配当25円、記念配当3円

2. 今後の展開について

市場環境・事業環境の想定

- 経済活動の正常化とともに、市場環境は回復の兆しがみえている。

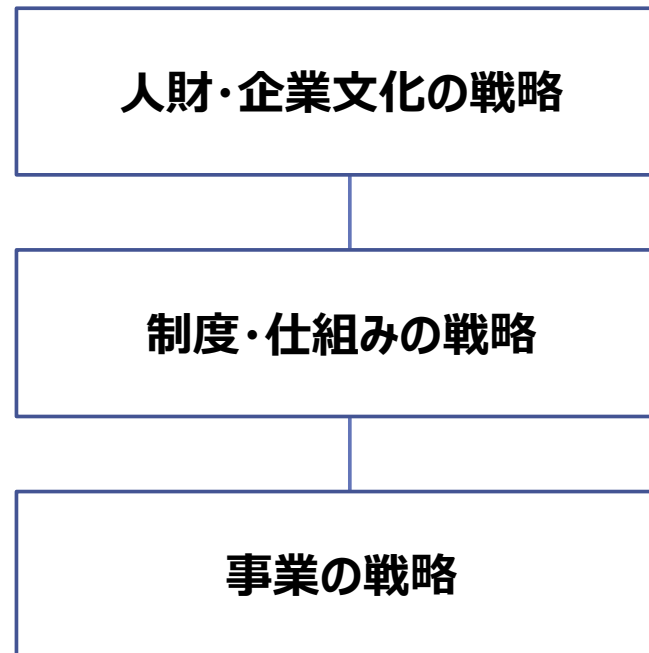
各分野で求められる空間の役割・機能・価値

商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ・リアル空間とオンライン空間を融合した店舗づくり ・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 ・実店舗は、安全安心に加え、リッチな体験を提供
企業PR施設、展示会	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル技術を活用した空間づくり、フィジカル空間ならではの提供価値 ・企業の業績改善にともなう投資回復 ・エンタメ、スポーツ分野の需要拡大
博物館、公共イベント ホテル、テーマパーク	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・都市再開発、大阪・関西万博、IR構想にともなう需要 ・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
オフィス施設	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイルに応じた多様なワークプレイス ・都市から郊外へのシフト、ワーケーション施設の増加 ・「ウェルビーイング」を重視したオフィス環境整備

2020-2022 中期経営計画

2020-2022 中期経営計画テーマ

「社会から選ばれるノムラへ」



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、タウンホールミーティングにおける改善、意識向上
- ・人事評価制度の改定、全社員面談の実施

■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
- ・“新生ノムラ”に向けた人財育成方針、プログラムの導入



タウンホールミーティング

経営層と社員が対話形式で意見を交換する場です。「働き方改革総合計画」を社員の意見を聞きながら、双方向性をもって進めたい意図から開催され、これからのノムラの働き方の検討に活かされます。

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、コーポレートガバナンス体制強化
- ・「監査等委員会設置会社」へ移行、取締役会の機能強化



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、【ソーシャルグッド】活動推進
- ・ソフト・コンテンツビジネスの強化、デジタル領域の強化の取り組み
→ 空想実装集団 CIC（コンテンツインテグレーションセンター）

➤ お客様との組織的関係の深化

- ・国内外のグローバル企業の深耕・新規顧客獲得
- ・東京2020大会で培った関係強化
- ・グループ構造改革の実施
→ 営業・制作機能を一体化、グループ会社事業再編

➤ 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



ソーシャルグッドサミット

乃村工藝社グループのソーシャルグッド戦略における取り組みを加速するため、活動方針や活動事例の紹介など、全社的な意思決定と情報共有を行いました。



CICフォーラム

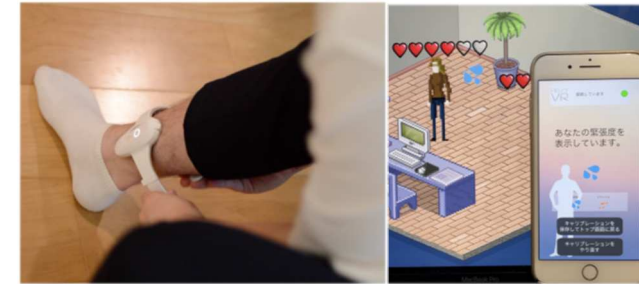
" 未来の感動体験 " をテーマに、様々な空想の実装化の活動成果の一部を紹介し、新たな体験価値とデザインの提案を通して少し先の未来を共創し、空想するイベントを開催しました。

ソフト・コンテンツビジネス、デジタル領域の強化

▶ H2L株式会社と乃村工藝社、デュアルワークの課題解決を目指す メタバーズオフィス開発に着手

キャラクター、ロボットや人の身体と、ユーザーの様々な身体の感覚を共有し、体験共有するBodySharing®技術を開発

⇒ メタバーズオフィスとリアルオフィスでのデュアルワーク
スペースの空間のあり方を企画・開発し提案



メタバーズオフィスへの共有イメージ

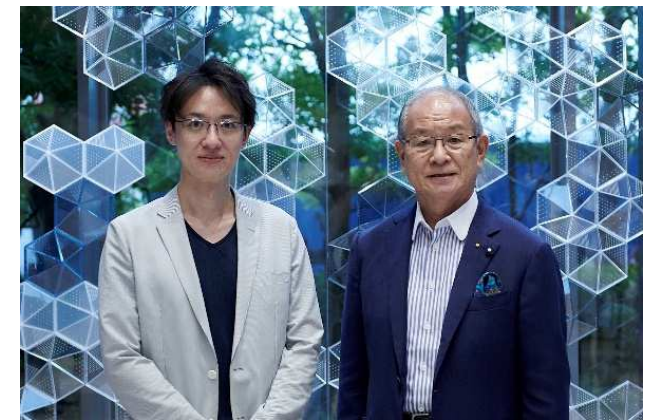
▶ アカデミア発技術により社会課題解決に取り組む、 「ピクシーダストテクノロジーズ株式会社」と資本業務提携契約を締結 (代表取締役CEO 落合 陽一、代表取締役COO 村上 泰一郎)

デジタルと物理世界を繋ぐインターフェース技術を
研究開発し、社会実装する大学発ベンチャー企業

⇒ PxDT社の生み出す新たなデジタル技術を空間へ導入

⇒ 「空間と体験」の知見とネットワークを活かし、
リアルの方や空間での社会課題の解決を目指す

⇒ デジタル技術とリアル社会、双方を融合させた
顧客体験価値の再構築を図る



左:Pixie Dust Technologies, Inc.
代表取締役COO 村上 泰一郎氏

3. 2022年度 第2四半期決算補足資料

【前期末比較】連結貸借対照表

		2021年度末		2022年度2Q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	64,913	82.2%	58,631	80.8%	△6,282	△9.7%	収益認識会計基準適用により、棚卸資産が減少、また配当金の支払いなどで現預金が減少したことにより62億82百万円減少。
	固定資産	14,053	17.8%	13,888	19.2%	△165	△1.2%	減価償却などにより1億65百万円減少。
	資産合計	78,967	100.0%	72,520	100.0%	△6,447	△8.2%	
負 債 純 資 産	流動負債	25,117	31.8%	19,815	27.3%	△5,301	△21.1%	買掛金や法人税等の支払いなどにより53億1百万円減少。
	固定負債	5,173	6.6%	5,195	7.2%	+21	+0.4%	退職給付に係る負債の増加などにより21百万円増加。
	負債合計	30,290	38.4%	25,010	34.5%	△5,280	△17.4%	
	純資産	48,677	61.6%	47,510	65.5%	△1,167	△2.4%	配当金の支払いなどにより11億67百万円減少。
	負債純資産合計	78,967	100.0%	72,520	100.0%	△6,447	△8.2%	

【前年同期比較】連結損益計算書

第2四半期	2021年度		2022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	前年同期比		
売上高	43,729	100.0%	47,484	100.0%	+3,755	+8.6%	商業施設分野や広報・販売促進市場、余暇施設市場の需要回復にともない37億55百万円の増収。
売上総利益	8,279	18.9%	8,359	17.6%	+80	+1.0%	各市場分野において採算性の高い大型案件が減少したことにより総利益率が1.3ポイント低下したものの、売上高の増加により総利益は増加。
販売管理費	7,359	16.8%	7,318	15.4%	△40	△0.5%	行動費およびグループ再編費用等により経費が増加したものの、人員減による人件費減少により40百万円減少。
営業利益	920	2.1%	1,040	2.2%	+120	+13.1%	売上高の増加にともなう売上総利益の増加および販売管理費が減少したことにより増益。
経常利益	1,030	2.4%	1,141	2.4%	+111	+10.8%	営業利益の増加により増益。
特別利益	184	0.4%	6	0.0%	△178	△96.5%	前年同期にあった投資有価証券売却益の影響により1億78百万円の減少。
特別損失	21	0.0%	3	0.0%	△17	△81.6%	前年同期にあったコロナウイルス影響による飲食・物販事業の臨時休業にともなう損失等が減少。
親会社株主に帰属する 四半純利益	723	1.7%	830	1.7%	+106	+14.8%	経常利益の増加により増益。

【前年同期比較】連結キャッシュ・フロー計算書

第2四半期	2021年度 (百万円)	2022年度 (百万円)	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,683	△104	売上債権の回収があったものの、仕入債務および法人税等の支払いなどにより1億4百万円の支出。
投資活動によるキャッシュ・フロー	238	△228	固定資産の取得などにより2億28百万円の支出。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,794	△3,126	配当金の支払いなどにより31億26百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	△4,148	△3,332	
現金及び現金同等物の期首残高	33,847	37,077	
現金及び現金同等物の四半期末残高	29,699	33,745	前年同期に比べ40億46百万円の増加。

【前年同期比較】市場分野別 売上高・売上総利益率

第2四半期	2021年度			2022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)	前年 同期比		金額 (百万円)	前年 同期比		
専門店市場	11,125	△24.7%	↓15.0%	11,704	+5.2%	↓13.4%	海外ブランド、スポーツブランドの店舗を手掛け増収。
百貨店・量販店市場	1,756	+9.9%	↑22.8%	2,293	+30.6%	↓20.2%	百貨店の改装および催事装飾業務を手掛け増収。
複合商業施設市場	2,872	△57.0%	↓17.4%	4,696	+63.5%	↓16.9%	大型施設の改装案件を手掛け増収。
広報・販売促進市場	3,476	△61.3%	↑20.1%	4,163	+19.8%	↓18.9%	企業PR施設およびショールーム等の新装・改装案件を手掛け増収。
博物館・美術館市場	6,735	+42.7%	↑21.3%	5,186	△23.0%	↑22.5%	歴史博物館や自然史博物館等を手掛けたものの、前年同期に博物館の大型案件を計上したことなどにより減収。
余暇施設市場	3,233	△50.2%	↑13.6%	5,985	+85.1%	↑17.2%	ホテル、テーマパークの大型案件を手掛け増収。
博覧会・イベント市場	2,515	+173.9%	↓18.1%	1,547	△38.5%	↓18.1%	前年同期に東京2020大会関連の案件等があった影響により減収。
その他市場	12,014	+20.4%	↑22.2%	11,906	△0.9%	↓19.1%	オフィス環境整備の案件を手掛けたものの、前年同期に大型案件を完工したこと等により減収。
合計	43,729	△18.6%	↓18.9%	47,484	+8.6%	↓17.6%	

※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

【前年同期比較】市場分野別 売上高・受注高・受注残高

(百万円)

第2四半期	2021年度	2022年度	前年同期比	
■ 専門店市場				
売上高	11,125	11,704	+578	+5.2%
受注高	11,586	11,193	△392	△3.4%
受注残高	7,705	5,175	△2,530	△32.8%
■ 百貨店・量販店市場				
売上高	1,756	2,293	+537	+30.6%
受注高	3,944	3,561	△382	△9.7%
受注残高	3,279	2,092	△1,186	△36.2%
■ 複合商業施設市場				
売上高	2,872	4,696	+1,823	+63.5%
受注高	3,217	8,441	+5,224	+162.4%
受注残高	3,568	6,407	+2,838	+79.6%
■ 広報・販売促進市場				
売上高	3,476	4,163	+687	+19.8%
受注高	3,148	9,451	+6,302	+200.2%
受注残高	2,594	6,939	+4,345	+167.5%

(百万円)

第2四半期	2021年度	2022年度	前年同期比	
■ 博物館・美術館市場				
売上高	6,735	5,186	△1,548	△23.0%
受注高	6,516	4,672	△1,843	△28.3%
受注残高	8,686	4,550	△4,136	△47.6%
■ 余暇施設市場				
売上高	3,233	5,985	+2,751	+85.1%
受注高	10,094	11,549	+1,455	+14.4%
受注残高	12,437	17,301	+4,863	+39.1%
■ 博覧会・イベント市場				
売上高	2,515	1,547	△967	△38.5%
受注高	3,401	2,160	△1,241	△36.5%
受注残高	13,077	952	△12,124	△92.7%
■ その他市場				
売上高	12,014	11,906	△107	△0.9%
受注高	15,115	14,215	△900	△6.0%
受注残高	11,594	9,423	△2,171	△18.7%

【四半期推移】業績サマリー

(百万円)

	2021年度				2022年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	20,785	22,943	31,040	36,311	22,287	25,196		
売上総利益	3,861	4,418	5,879	6,536	3,806	4,553		
売上総利益率	18.6%	19.3%	18.9%	18.0%	17.1%	18.1%		
販売管理費	3,767	3,591	3,652	4,252	3,742	3,576		
販売管理費比率	18.2%	15.7%	11.8%	11.7%	16.8%	14.2%		
営業利益	93	827	2,227	2,283	64	976		
営業利益率	0.4%	3.6%	7.2%	6.3%	0.3%	3.9%		
経常利益	165	864	2,258	2,305	143	998		
経常利益率	0.8%	3.8%	7.3%	6.3%	0.6%	4.0%		
親会社株主に帰属する 四半期純利益	14	708	1,680	1,581	137	692		
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	0.1%	3.1%	5.4%	4.4%	0.6%	2.7%		
受注高	28,936	28,088	23,807	21,861	32,794	32,451		
受注残高	57,607	62,943	55,916	41,683	45,531	52,841		

【四半期推移】 市場分野別 売上高

(百万円)

	2021年度				2022年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	6,199	4,926	7,634	8,388	5,702	6,002		
百貨店・量販店市場	758	997	1,690	2,978	1,338	955		
複合商業施設市場	1,837	1,035	1,522	3,541	2,135	2,560		
広報・販売促進市場	1,742	1,734	1,983	2,524	2,220	1,943		
博物館・美術館市場	4,050	2,684	1,439	2,590	2,585	2,600		
余暇施設市場	1,993	1,240	2,206	2,689	2,555	3,429		
博覧会・イベント市場	297	2,217	9,160	4,758	842	705		
その他市場	3,906	8,107	5,404	8,839	4,907	6,999		
合 計	20,785	22,943	31,040	36,311	22,287	25,196		

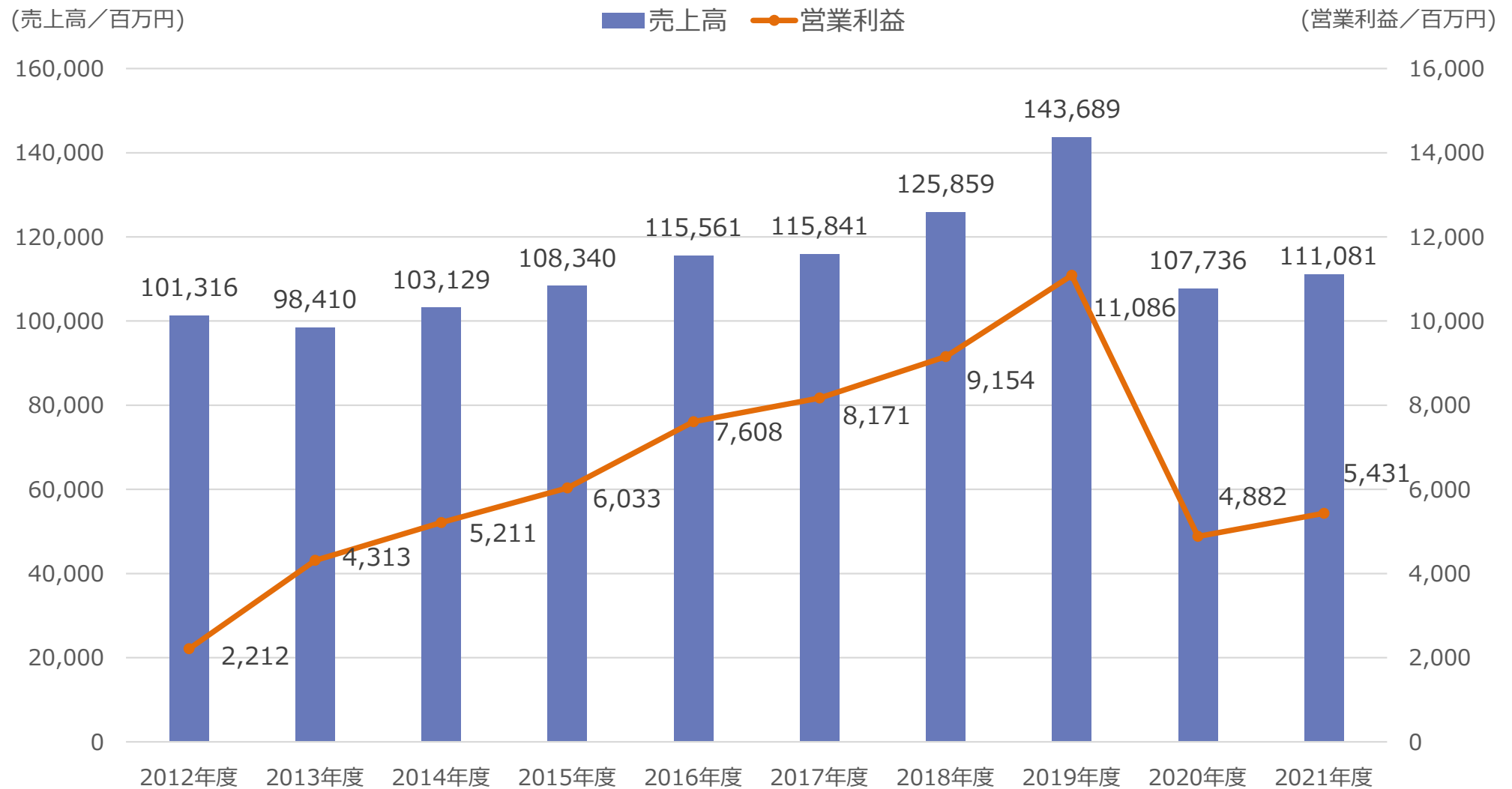
※「飲食・物販事業」は、グループ事業の再編に伴い単一セグメントに変更したため、「その他市場」に統合しました。

【四半期推移】 市場分野別 受注高・受注残高

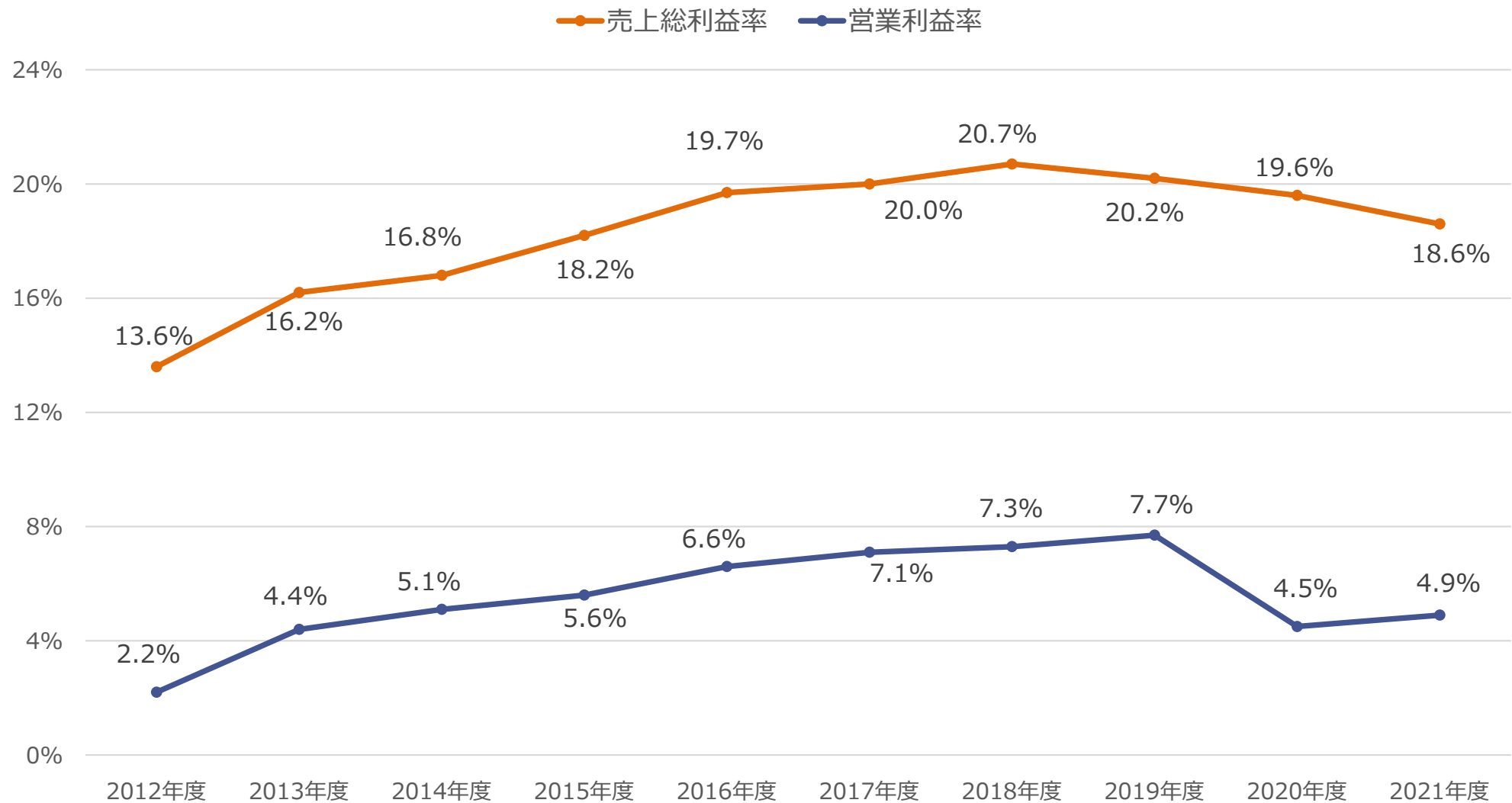
(百万円)

	2021年度				2022年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
■ 受注高								
専門店市場	5,560	6,025	8,136	6,979	5,256	5,937		
百貨店・量販店市場	1,213	2,730	1,036	1,292	1,261	2,299		
複合商業施設市場	876	2,340	2,819	2,382	2,727	5,714		
広報・販売促進市場	743	2,404	1,762	2,047	8,086	1,364		
博物館・美術館市場	4,374	2,141	1,059	537	3,175	1,496		
余暇施設市場	5,649	4,445	2,231	3,095	4,004	7,545		
博覧会・イベント市場	2,969	432	398	824	847	1,313		
その他市場	7,547	7,567	6,366	4,704	7,434	6,780		
合計	28,936	28,088	23,807	21,861	32,794	32,451		
■ 受注残高								
専門店市場	6,606	7,705	8,207	6,797	5,185	5,175		
百貨店・量販店市場	1,547	3,279	2,621	935	748	2,092		
複合商業施設市場	2,262	3,568	4,865	3,706	3,252	6,407		
広報・販売促進市場	1,924	2,594	2,373	1,897	7,519	6,939		
博物館・美術館市場	9,229	8,686	8,306	6,251	5,654	4,550		
余暇施設市場	9,232	12,437	12,462	12,868	13,184	17,301		
博覧会・イベント市場	14,862	13,077	4,315	381	344	952		
その他市場	11,943	11,594	12,763	8,844	9,642	9,423		
合計	57,607	62,943	55,916	41,683	45,531	52,841		

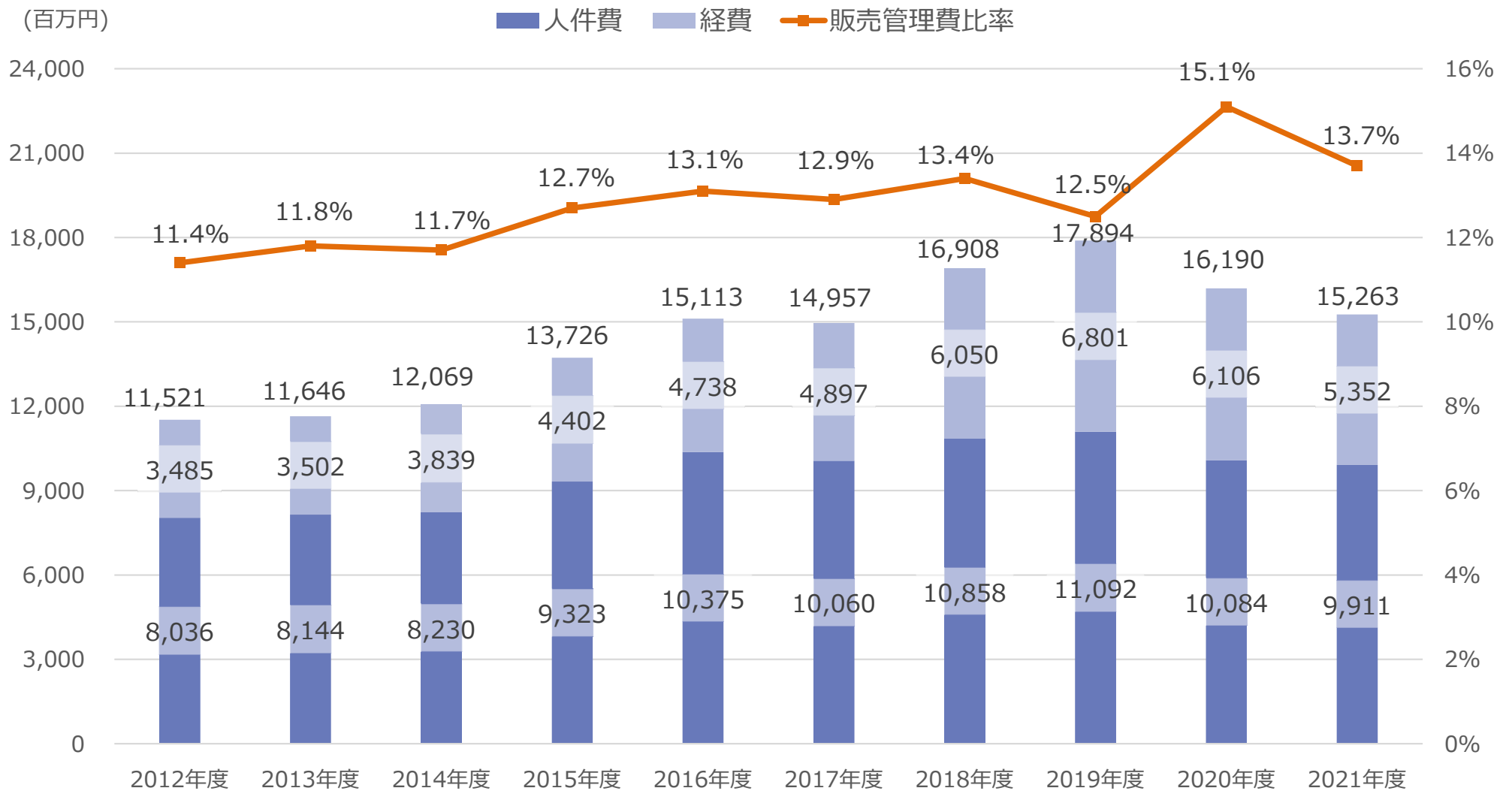
【通期推移】 売上高・営業利益



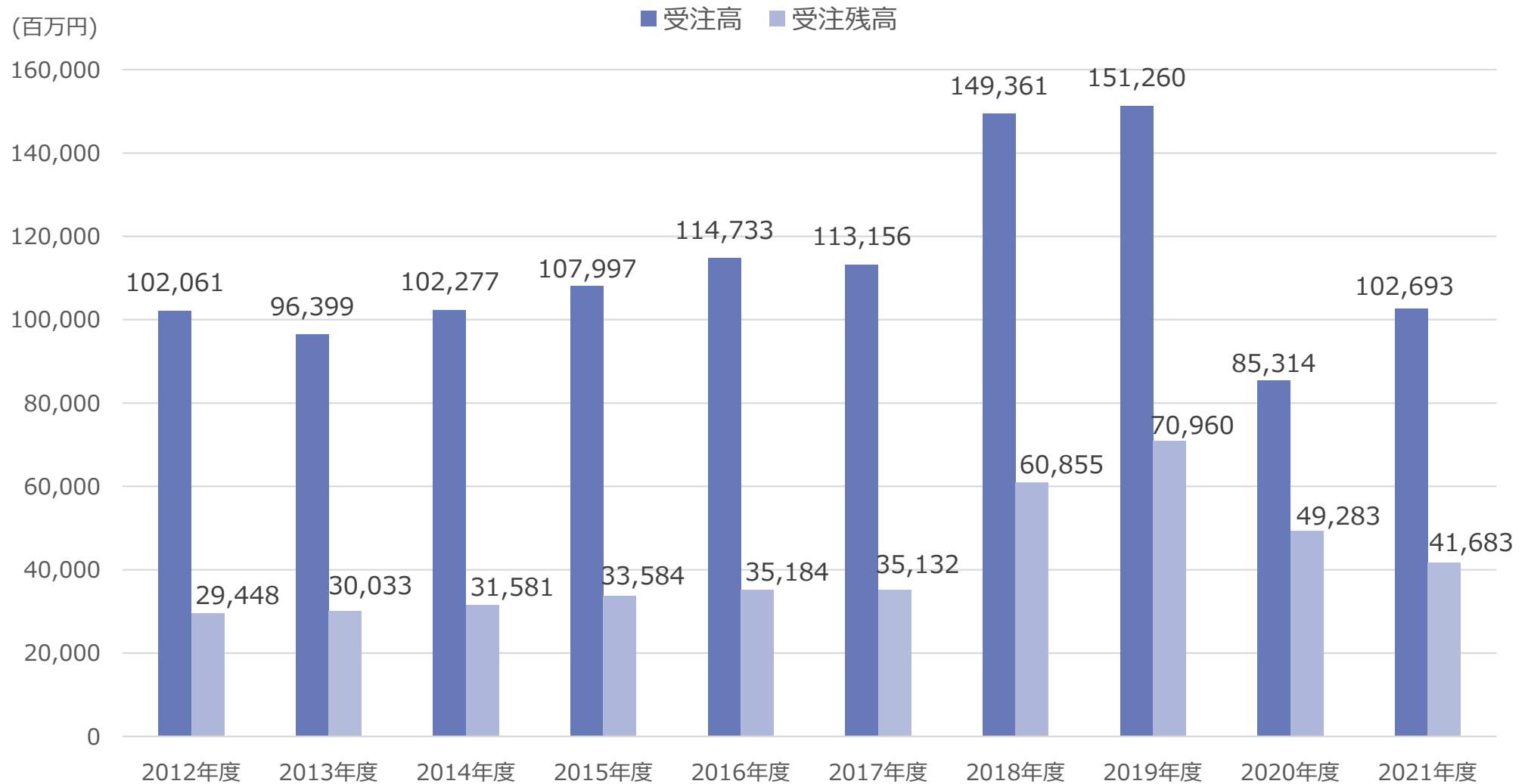
【通期推移】 売上総利益率・営業利益率



【通期推移】 販売管理費・販売管理費比率

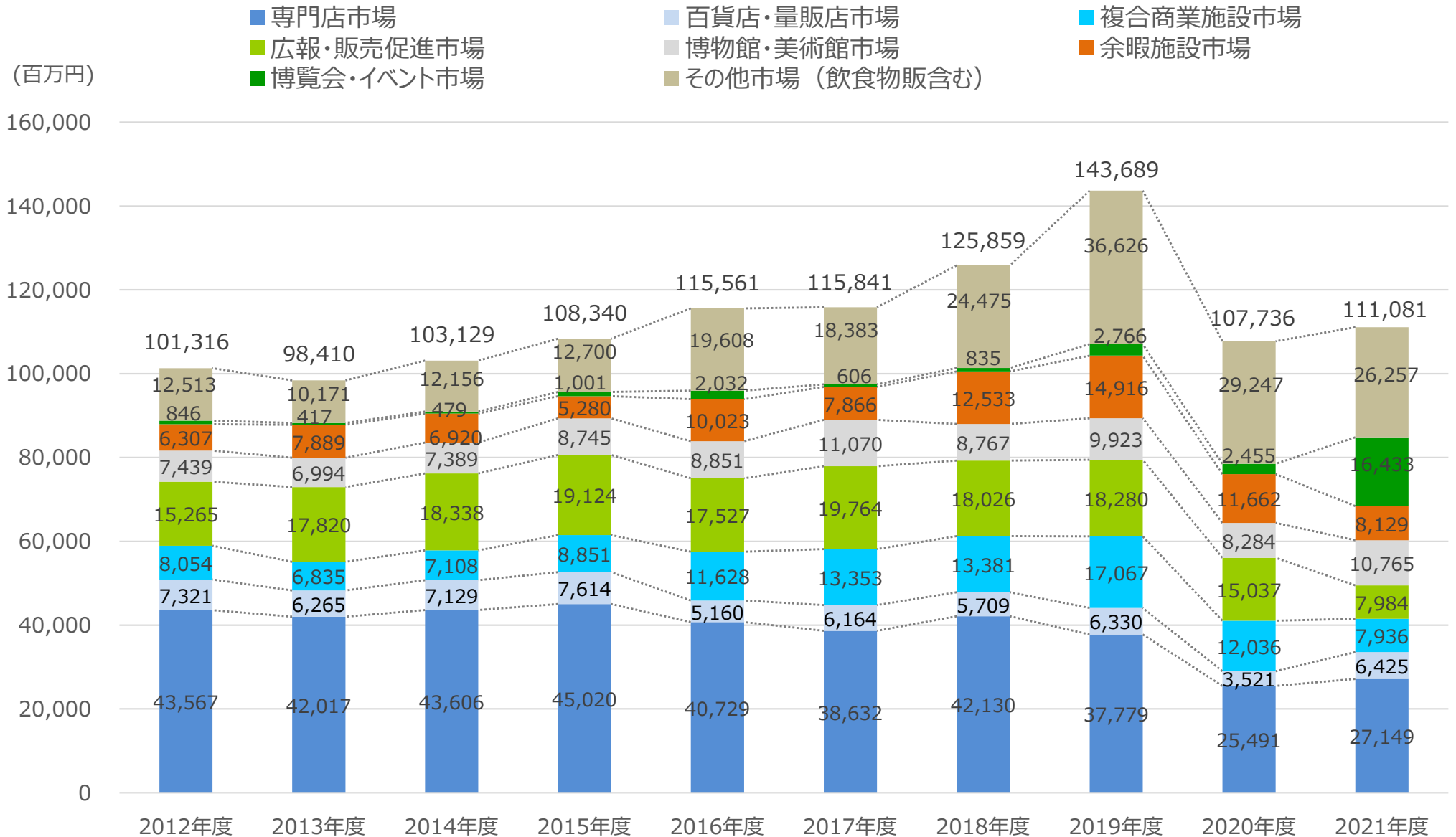


【通期推移】 受注高・受注残高



(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。

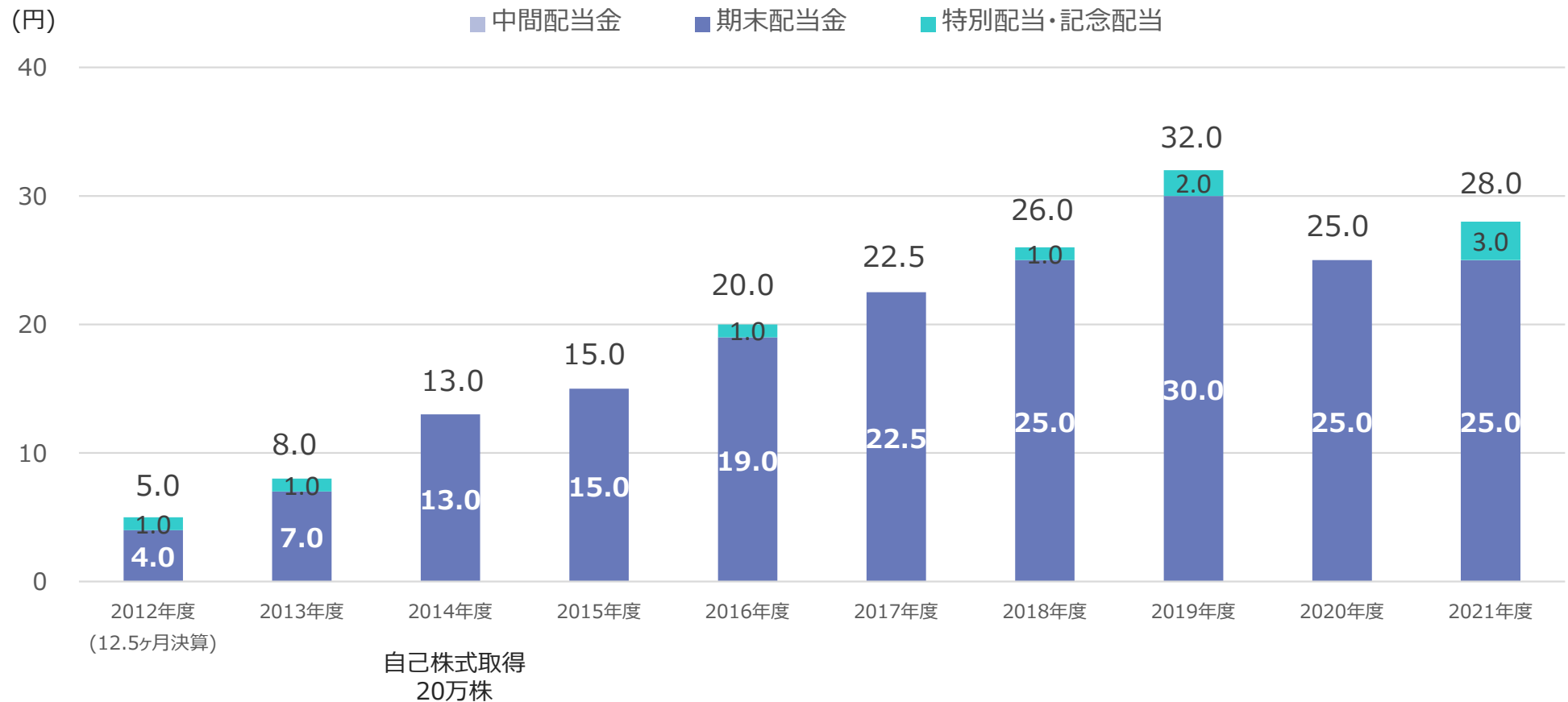
【通期推移】 市場分野別 売上高



(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

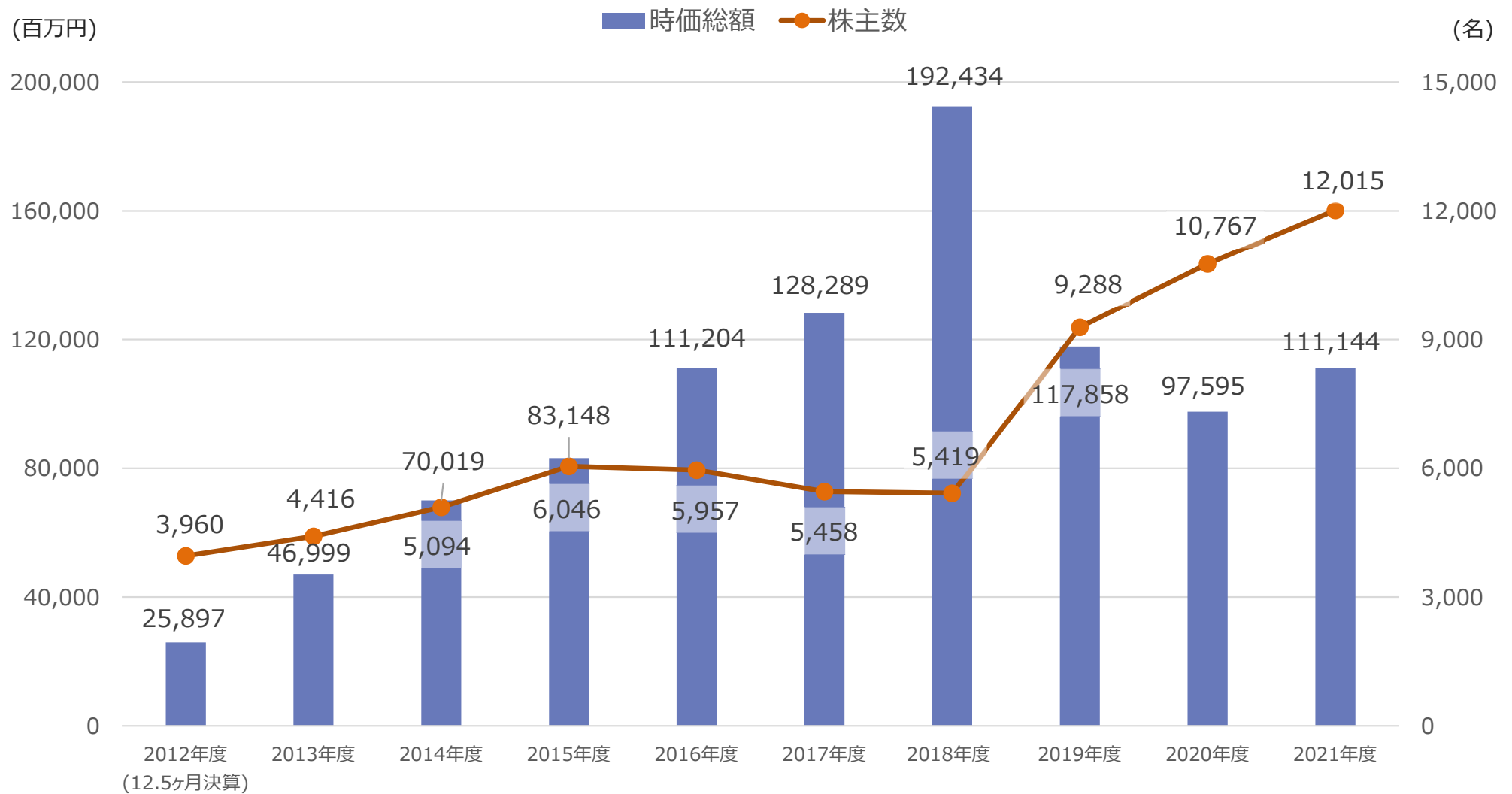
【株式情報】株主還元策と配当金の推移

※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	1,600.0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

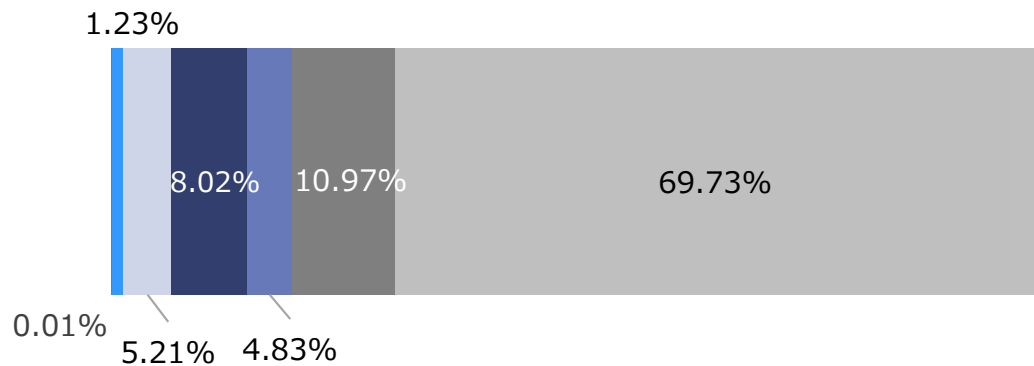


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】株主構成 (2022年8月31日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

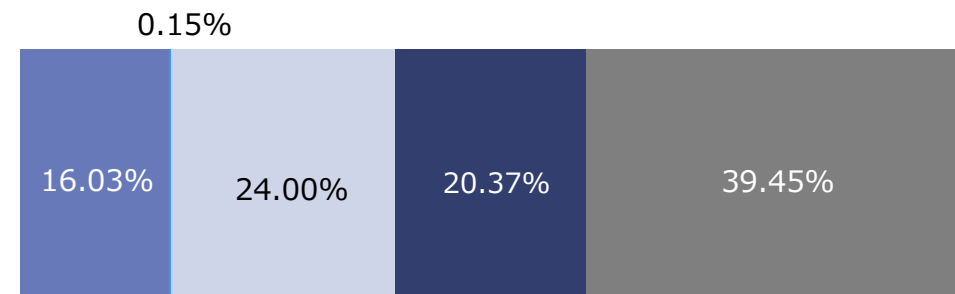
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



100株未満	3,464名	15,586株
100株以上1,000株未満	5,564名	1,479,300株
1,000株以上10,000株未満	2,174名	6,241,985株
10,000株以上50,000株未満	454名	9,613,921株
50,000株以上100,000株未満	84名	5,790,963株
100,000株以上500,000株未満	64名	13,150,852株
500,000株以上	29名	83,603,981株
	11,833名	119,896,588株

■ 所有者別株式の分布状況

- 外国人
- 証券会社
- 金融機関
- その他法人
- 個人・その他



外国人	214名	19,224,077株
証券会社	21名	179,557株
金融機関	24名	28,773,380株
その他法人	155名	24,420,399株
個人・その他	11,419名	47,299,175株
	11,833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

経営理念

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

創設 1892年(明治25年) 3月
業立 1942年(昭和17年) 12月
上場市場 プライム市場(9716)
資本金 64億97百万円
売上高 1,110億81百万円(2021年度)
従業員数 (2022年8月末日現在)

乃村グループ全従業員2,460名(契約社員含む)
 連結1,941名(正社員) 単体1,295名(正社員)

連結子会社 グループ会社 6 社 (2022年3月1日現在)

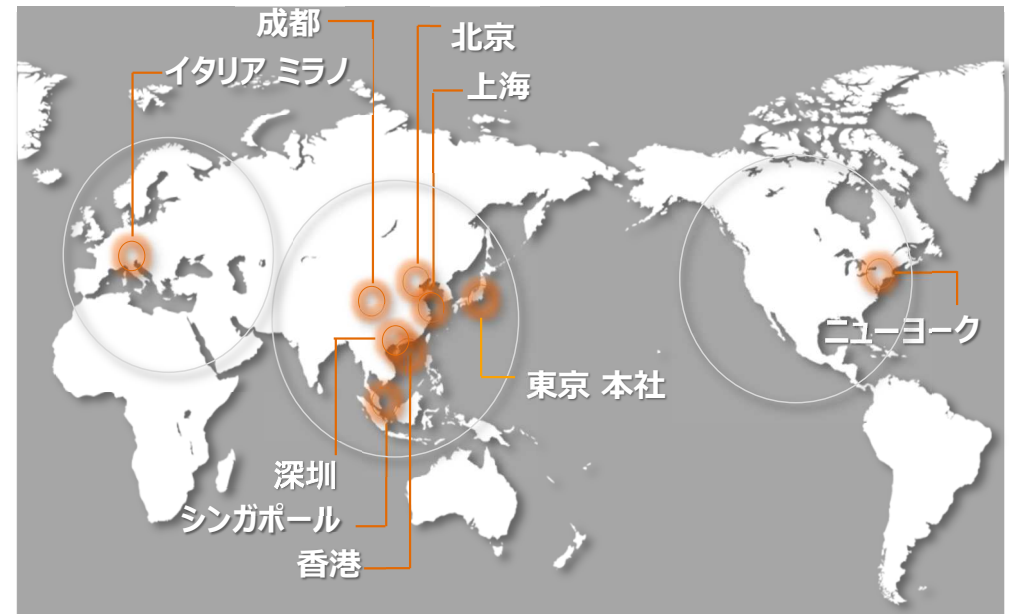
事業内容

ディスプレイ業 (※ 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

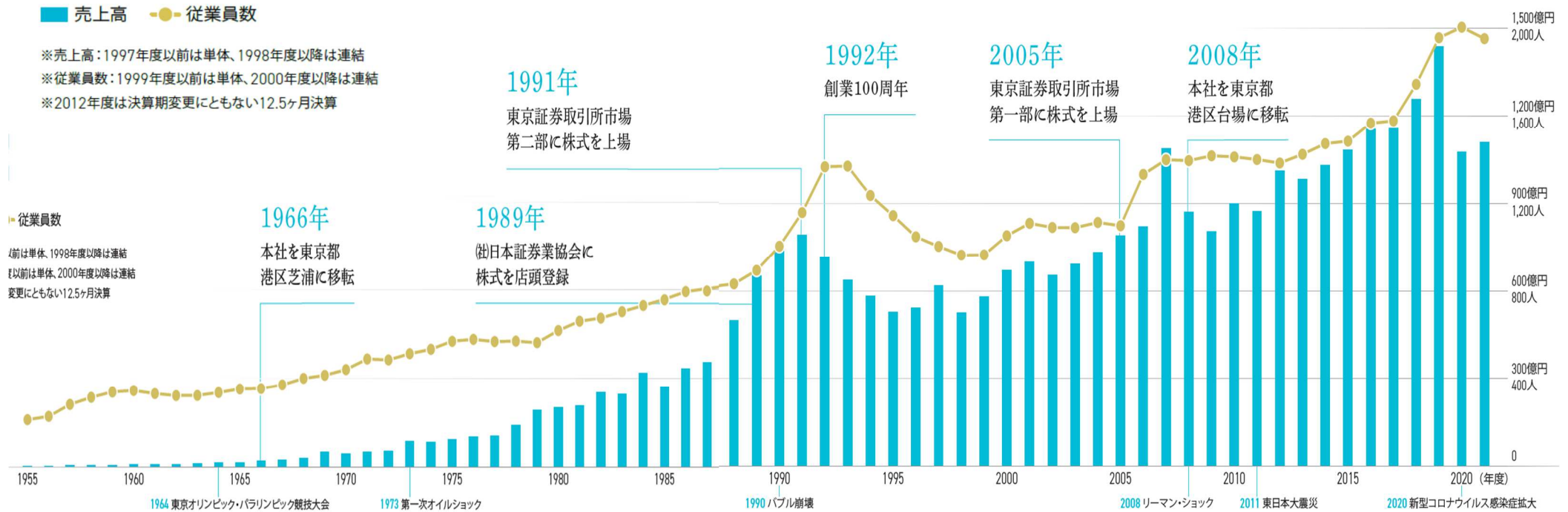
国内拠点



海外拠点



乃村工藝社の歴史

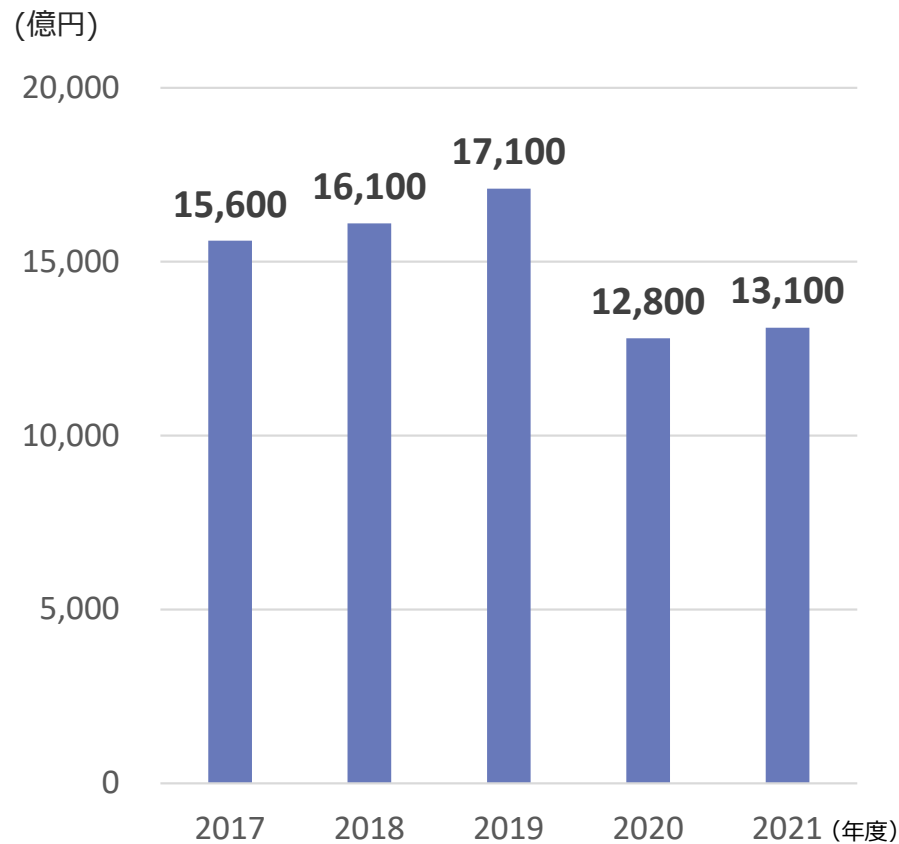


<p>1892年</p> <p>乃村泰資が高松で創業、芝居小屋の大道具方として活躍</p>  <p>創業者 乃村泰資</p>	<p>1892年～1945年</p> <p>大衆娯楽から博覧会・展示装飾への展開</p> <p>イベント(菊人形・国技館や靖国神社の催し・博覧会)・百貨店</p>  <p>両国国技館菊人形「十二段返し」1924年頃</p>	<p>1945年～1969年</p> <p>経営近代化の始動とディスプレイ業の確立</p> <p>百貨店・博覧会・美術展・遊園地</p>  <p>高島屋大阪店の店頭装飾 1947年</p>	<p>1970年～1989年</p> <p>事業拡大と経営基盤の強化</p> <p>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</p>  <p>万国万国博覧会 1970年</p>	<p>1990年～2012年</p> <p>市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ</p> <p>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</p>  <p>日テレ大時計(宮崎駿デザイン) 2006年</p>  <p>東京ソラマチ® 2012年</p>	<p>2013年～現在</p> <p>Prosperity Partner</p> <p>お客様の事業繁栄を実現するパートナーとして</p> <p>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</p>  <p>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</p>
--	---	--	--	---	---

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

新型コロナウイルス感染症の影響により、
2021年度は約1兆3,100億円と推定



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】

2010年度				2015年度				2021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	90,105	15.4%	1	乃村工藝社	108,340	14.5%	1	乃村工藝社	111,081	17.3%
2	丹青社	53,441	9.2%	2	丹青社	67,612	9.0%	2	丹青社	62,714	9.8%
3	J.フロント建装	34,995	6.0%	3	スペース	51,371	6.9%	3	三井デザインテック	47,254	7.4%
4	スペース	29,228	5.0%	4	J.フロント建装	38,714	5.2%	4	スペース	42,408	6.6%
5	エイムクリエイツ	23,834	4.1%	5	三越伊勢丹パティ・デザイン	34,138	4.6%	5	ラックランド	35,887	5.6%
6	ジーク	23,786	4.1%	6	ジーク	33,446	4.5%	6	セレスポ	27,012	4.2%
7	三井デザインテック	21,304	3.6%	7	シミズオクト	31,022	4.1%	7	J.フロント建装	23,275	3.6%
8	高島屋スペースクリエイツ	21,292	3.6%	8	三井デザインテック	30,985	4.1%	8	ウチダエスコ	21,105	3.3%
9	パルコスペースシステムズ	18,830	3.2%	9	船場	30,732	4.1%	9	船場	19,271	3.0%
10	船場	18,600	3.2%	10	高島屋スペースクリエイツ	30,250	4.0%	10	パルコスペースシステムズ	18,142	2.8%
上位30社の売上合計		583,907	100.0%	上位30社の売上合計		748,282	100.0%	上位30社の売上合計		640,807	100.0%

※ 上記は当社集計による数値です。

乃村工藝社の事業

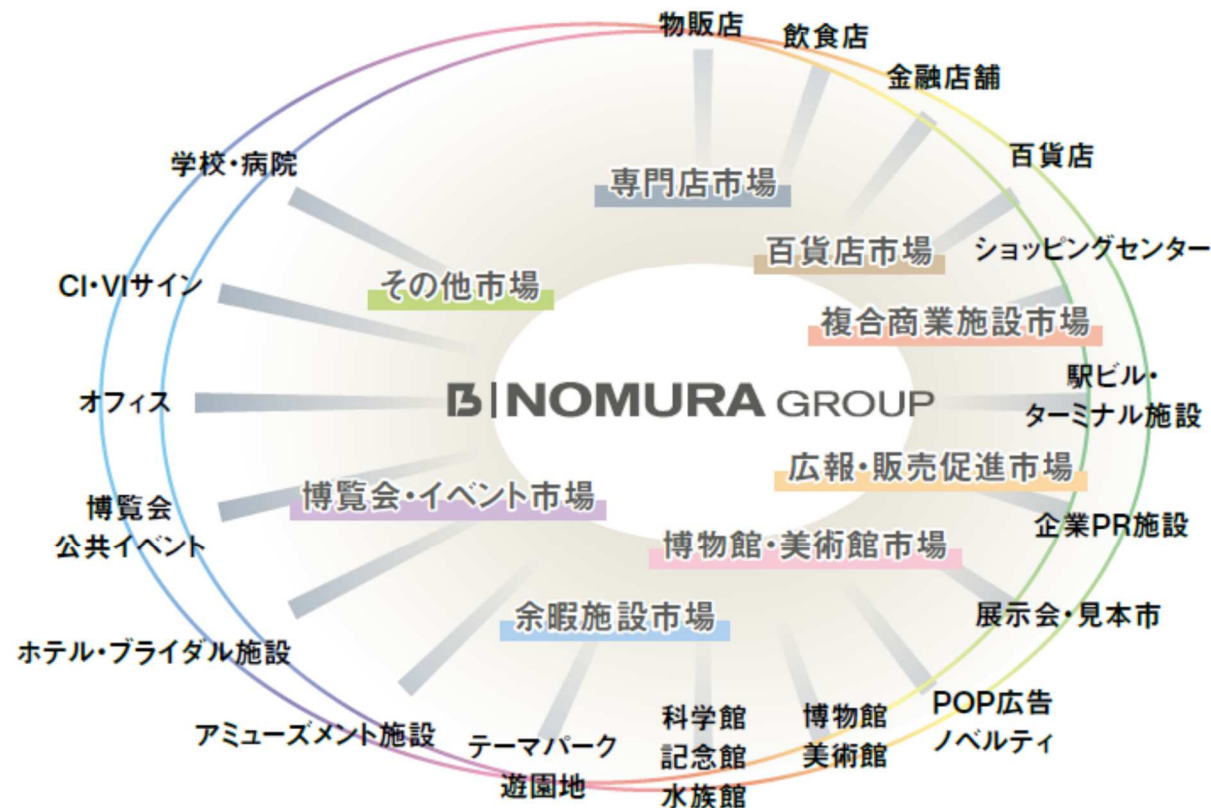
創業以来、約130年にわたり「人が集まる空間づくり」をプロデュースしてきた、
集客創造におけるプロデューサー集団

1

調査・企画
・コンサルティング

2

デザイン
・設計



3

制作・施工

4

運営管理

商業施設から、ホテルやオフィスなどの各種施設に加え、博物館・美術館、ショールームなどの展示、
博覧会・イベントといったプロモーション分野まで幅広く展開

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 **6社**(2022年3月1日現在)
- ・協力会社体制 **500社以上**

② クリエイティブ力

企画・デザインによる差別化

- ・プランナー&デザイナー **614名**
- ・一級建築士 **129名**
- ・デザインアワード受賞数 **64**

③ プロダクト力

高品質を実現する制作体制

- ・プロダクトディレクター **560名**
- ・一級建築施工管理技士 **318名**

お客様からの高い信頼、安定した顧客群

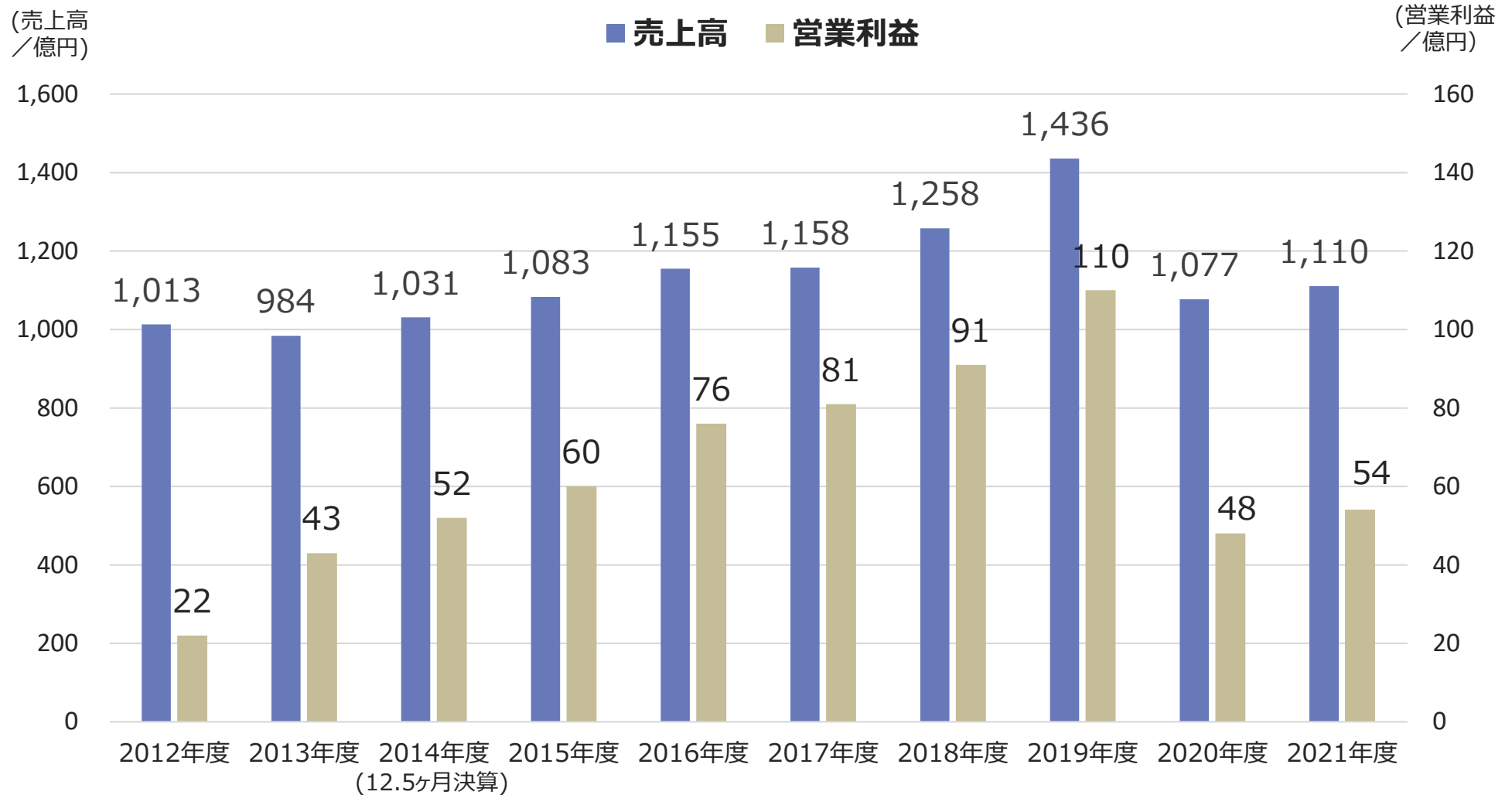
年間のプロジェクト件数
11,987件

年間の顧客数
2,789社

継続顧客の比率
81.1%

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
IR・ガバナンス推進部
(ir@nomura-g.jp)