

# 2022年12月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社スペース

プライム市場：9622



# Agenda

01

2022年度 第3四半期 決算の概要

02

2022年度 第3四半期 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

事例紹介



# Agenda

01

2022年度 第3四半期 決算の概要

02

2022年度 第3四半期 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

事例紹介

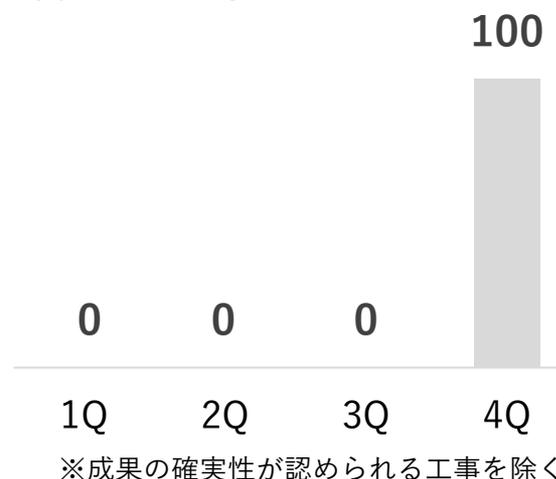


# 「収益認識に関する会計基準」等の適用

「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日。以下「収益認識会計基準」という。）等を第1四半期連結会計期間の期首から適用

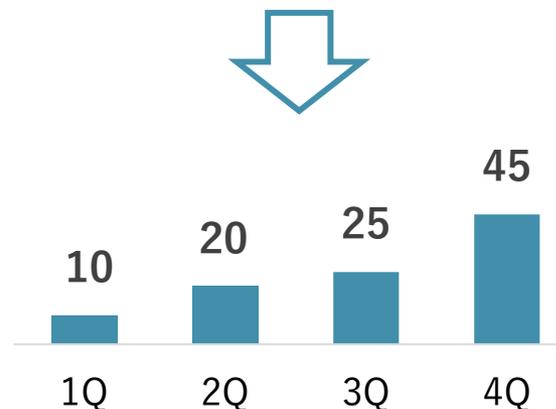
## 旧基準（2021年まで）

- ・ 工事や案件が完成した時点で収益を認識
- ・ 成果の確実性が認められる工事については工事進行基準を適用



## 収益認識会計基準（2022年より）

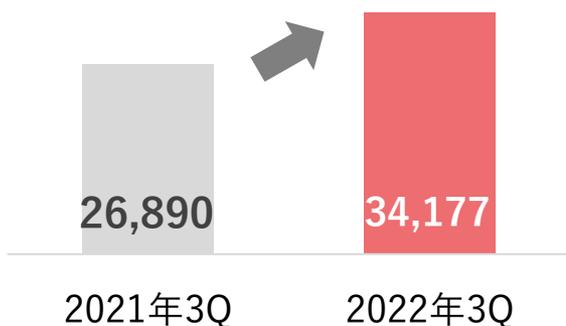
- ・ ごく短期の工事や案件を除き、受注時に売上原価総額を見積もり、原価発生が進捗度に応じて売上を計上する進行基準を適用
- ・ 進捗度の合理的な見積もりができない場合、発生原価を売上高に計上する原価回収基準を適用



※ 収益認識会計基準等の経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っていないため、本資料の前年同期比は全て参考値として掲載しております。

## 売上高

**34,177** 百万円 前年同期比 +27.1%



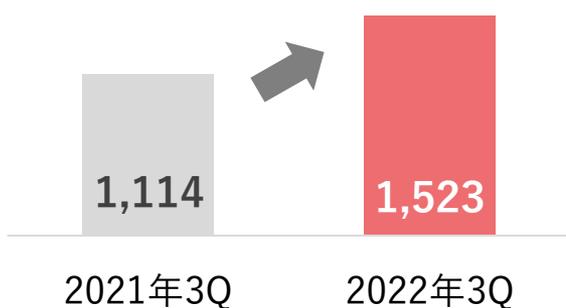
## 営業利益

**1,503** 百万円 前年同期比 +37.6%



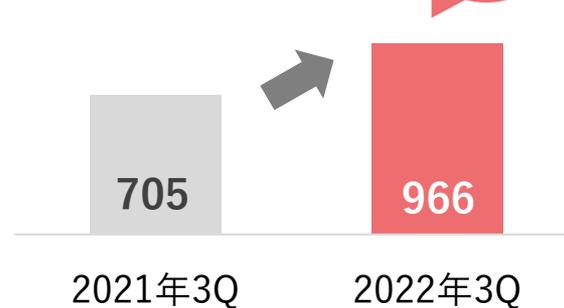
## 経常利益

**1,523** 百万円 前年同期比 +36.7%



## 親会社株主に帰属する四半期純利益

**966** 百万円 前年同期比 +36.9%

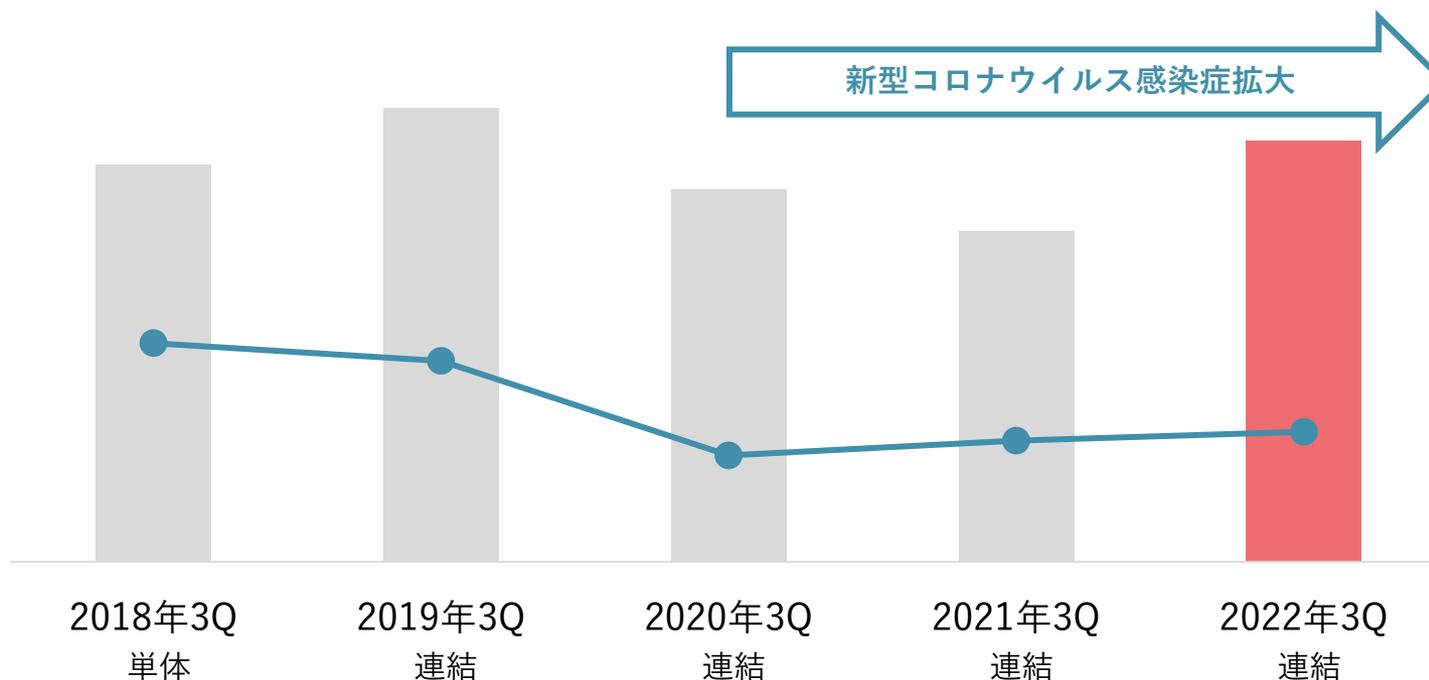


※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しているため、前年同期比は参考値として掲載しております。

# 売上高・営業利益率推移

商業施設への人出とともに売上高は増加し、コロナ禍からの緩やかな回復が期待される  
営業利益率も増加しているものの、コロナ禍前と比較すると完全な回復には至らず

■ 売上高    — 営業利益率



売上高  
(百万円)

32,270

36,890

30,243

26,890

34,177

営業利益率  
(%)

7.4

6.8

3.6

4.1

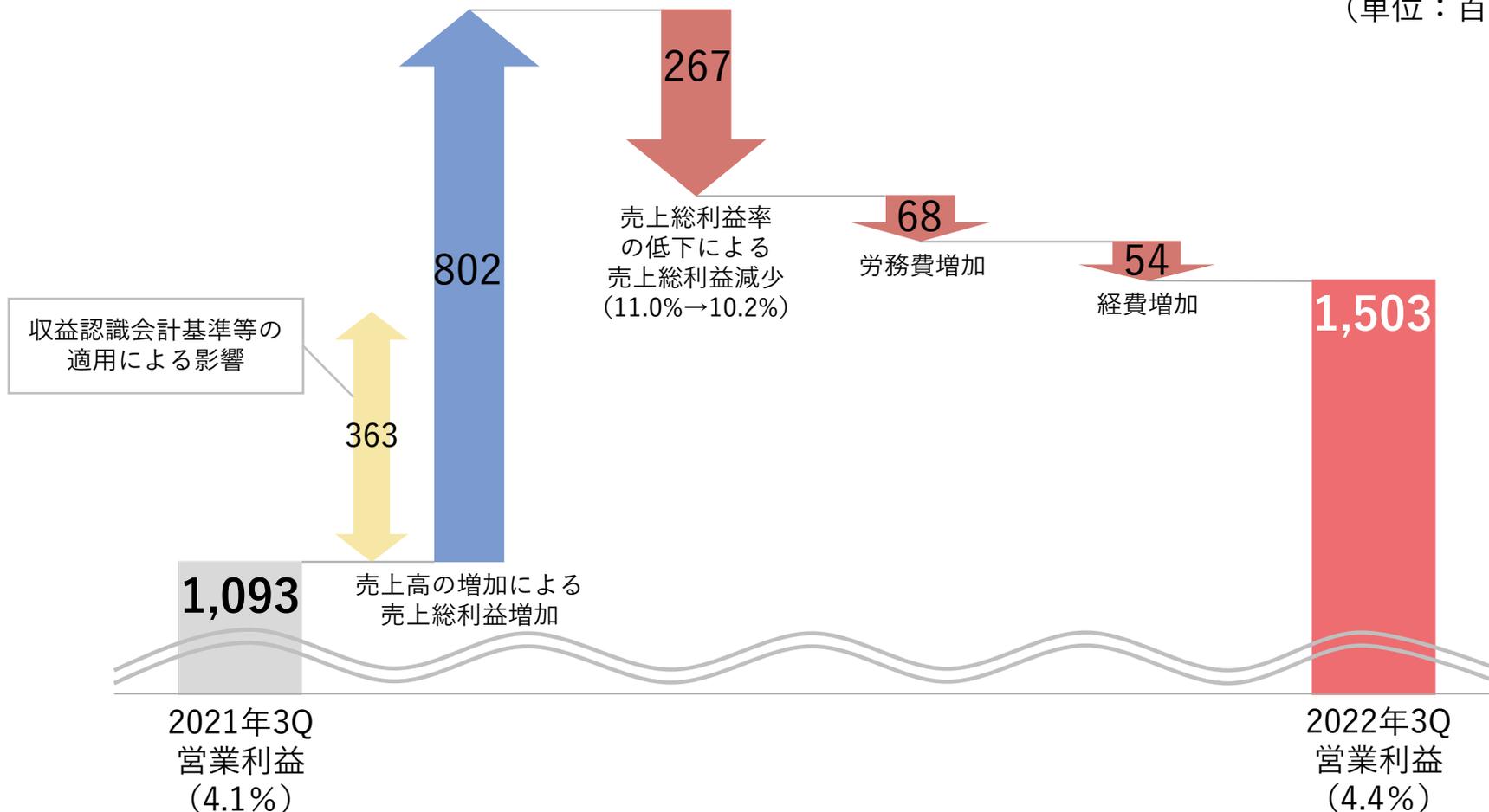
4.4

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。

# 営業利益増減分析

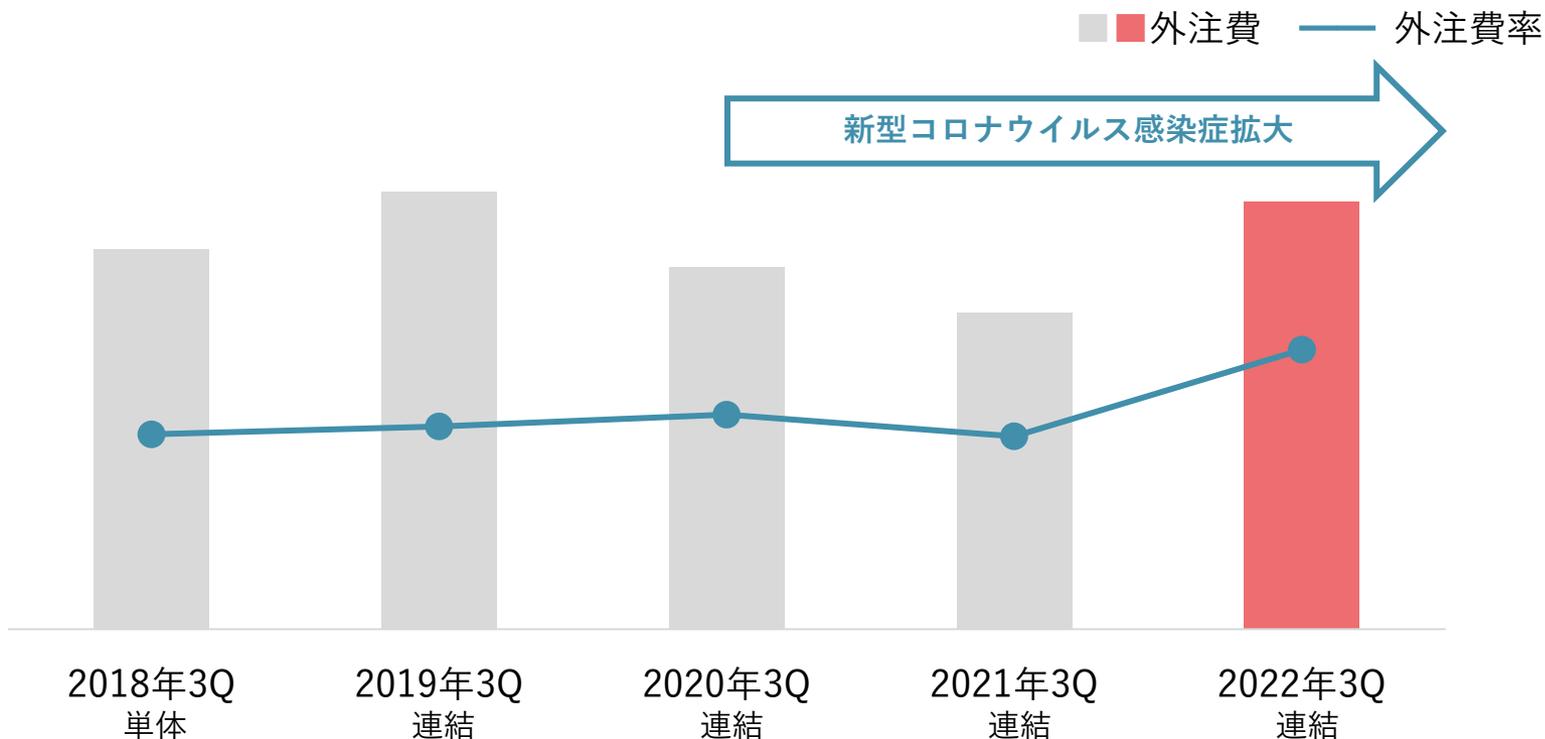
■ 労務費・経費が微増したものの、売上高の増加により営業利益は410百万円の増加

(単位：百万円)



※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。

建設資材価格の高騰や価格競争の激化により外注費率は前年同期比で4.4ポイント増加



外注費  
(百万円)

22,546

25,926

21,450

18,771

25,361

外注費率  
(%)

69.9

70.3

70.9

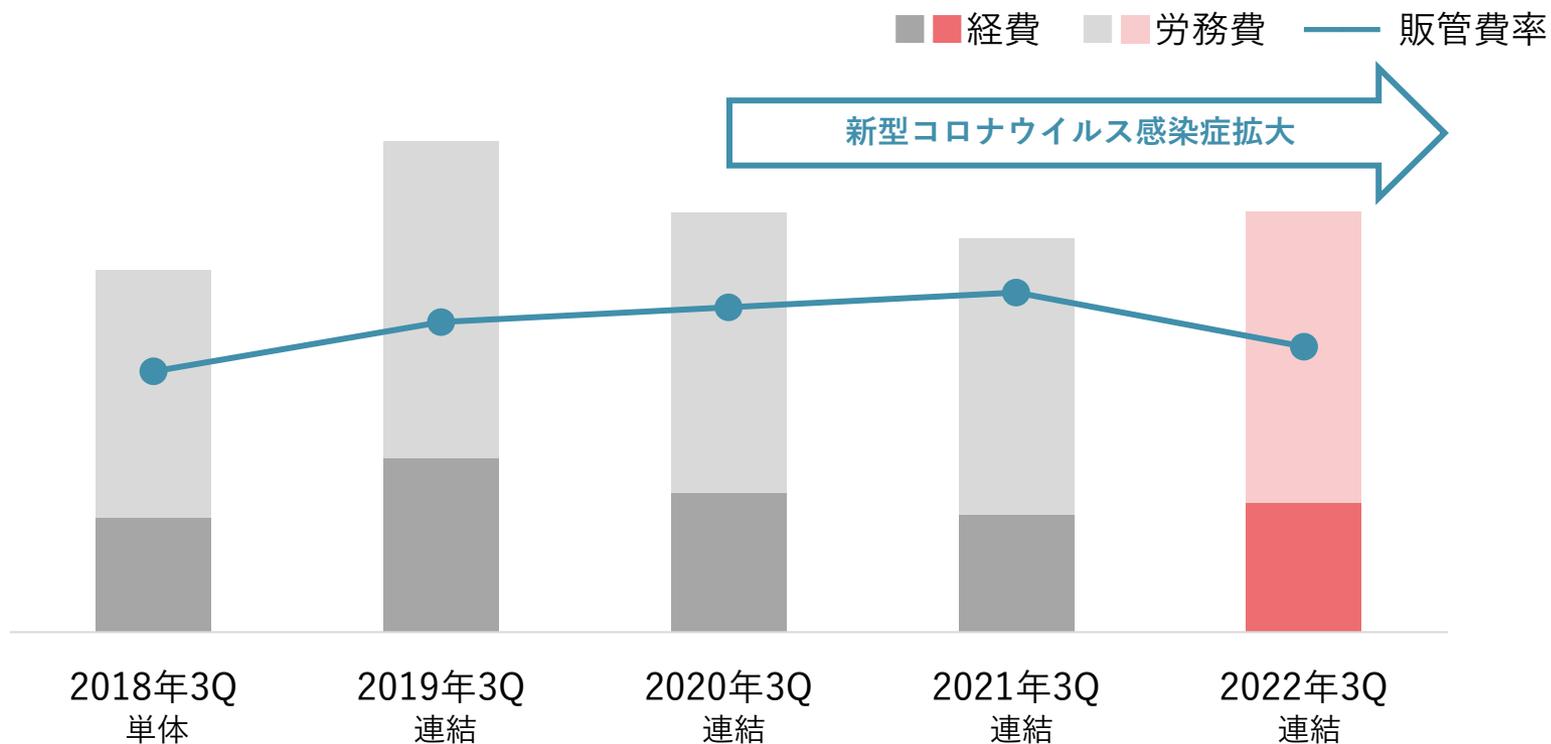
69.8

74.2

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。

# 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、販管費率は前年同期比で1.1ポイント減少



販管費  
(百万円)

1,718

2,329

1,988

1,867

1,991

販管費率  
(%)

5.3

6.3

6.6

6.9

5.8

# Agenda

01

2022年度 第3四半期 決算の概要

02

2022年度 第3四半期 事業の概況

03

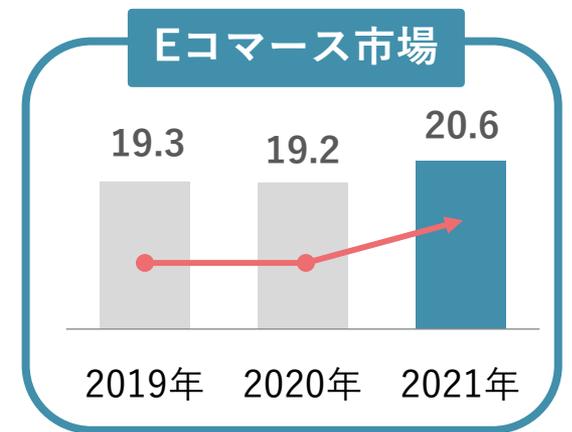
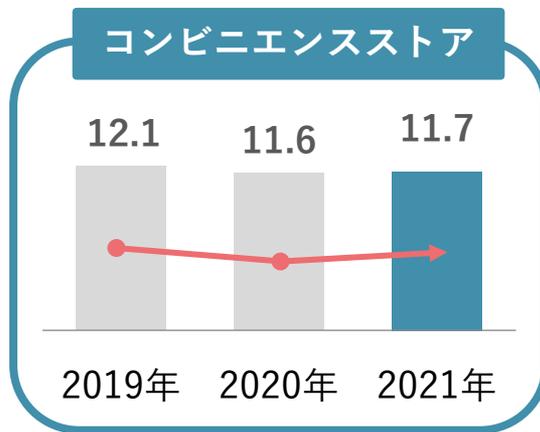
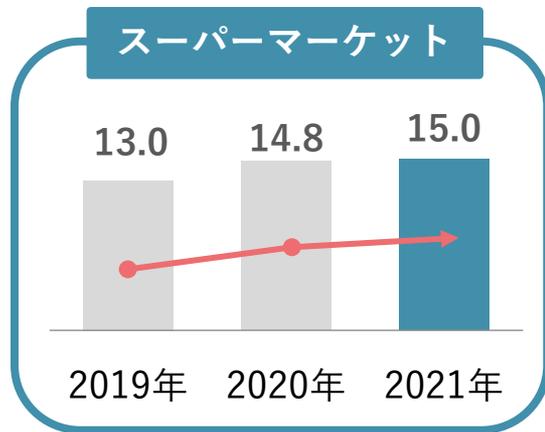
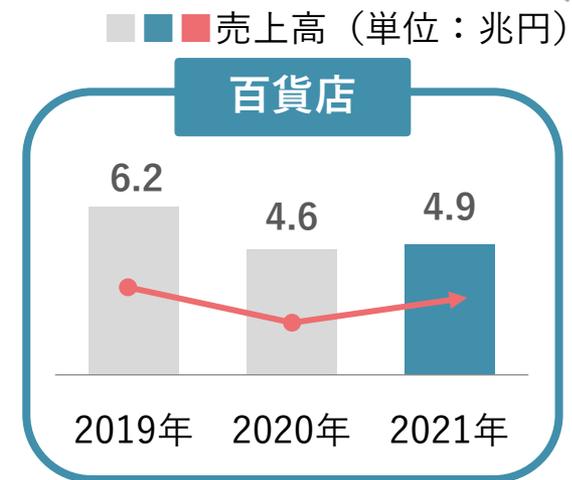
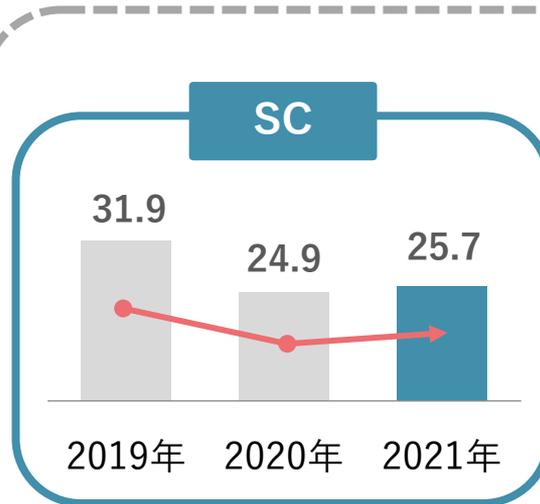
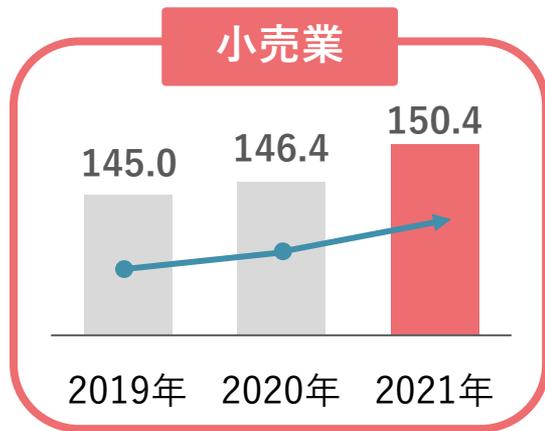
2022年度 業績予想

04

事例紹介

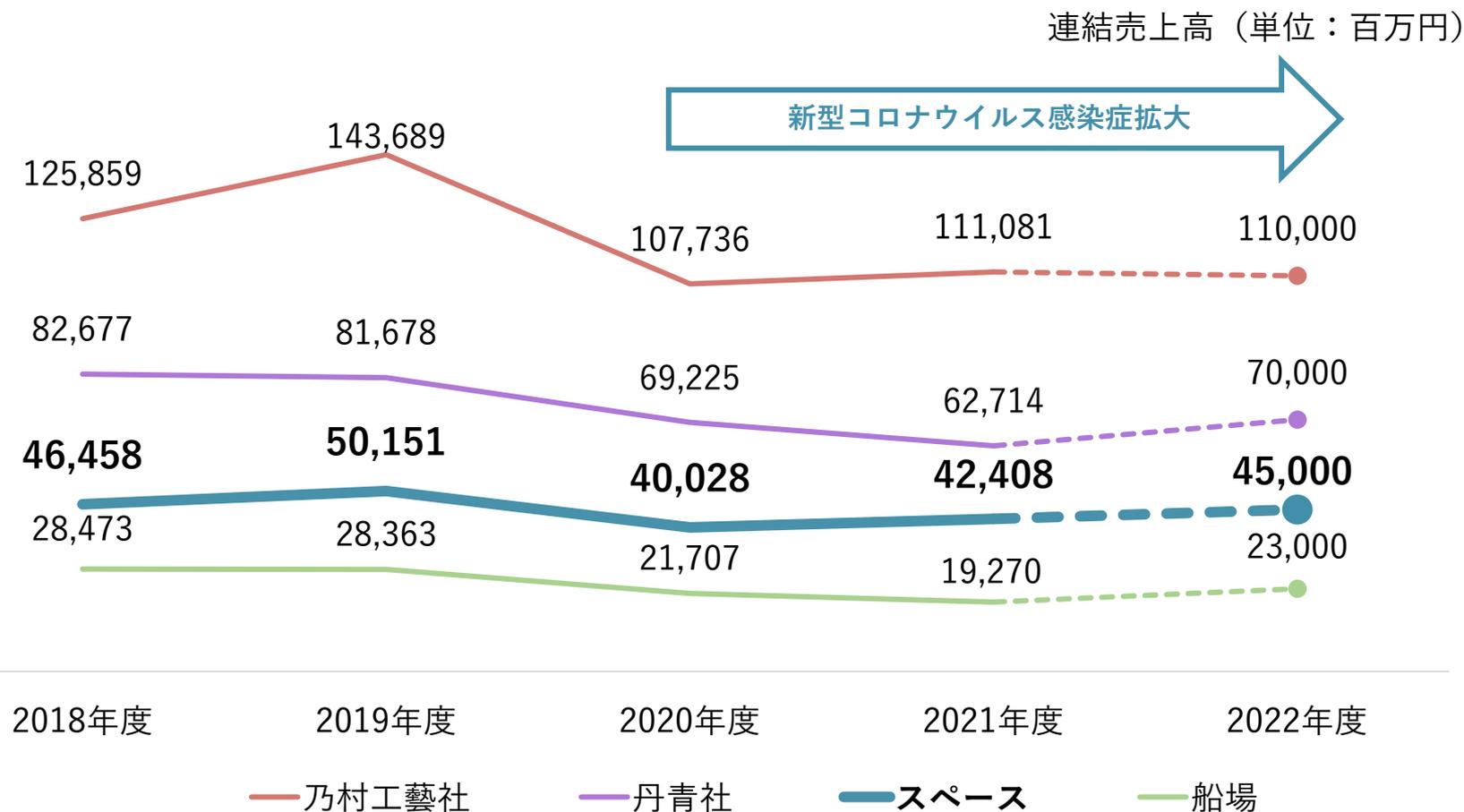


新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、小売業界を取り巻く環境が一変



(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」

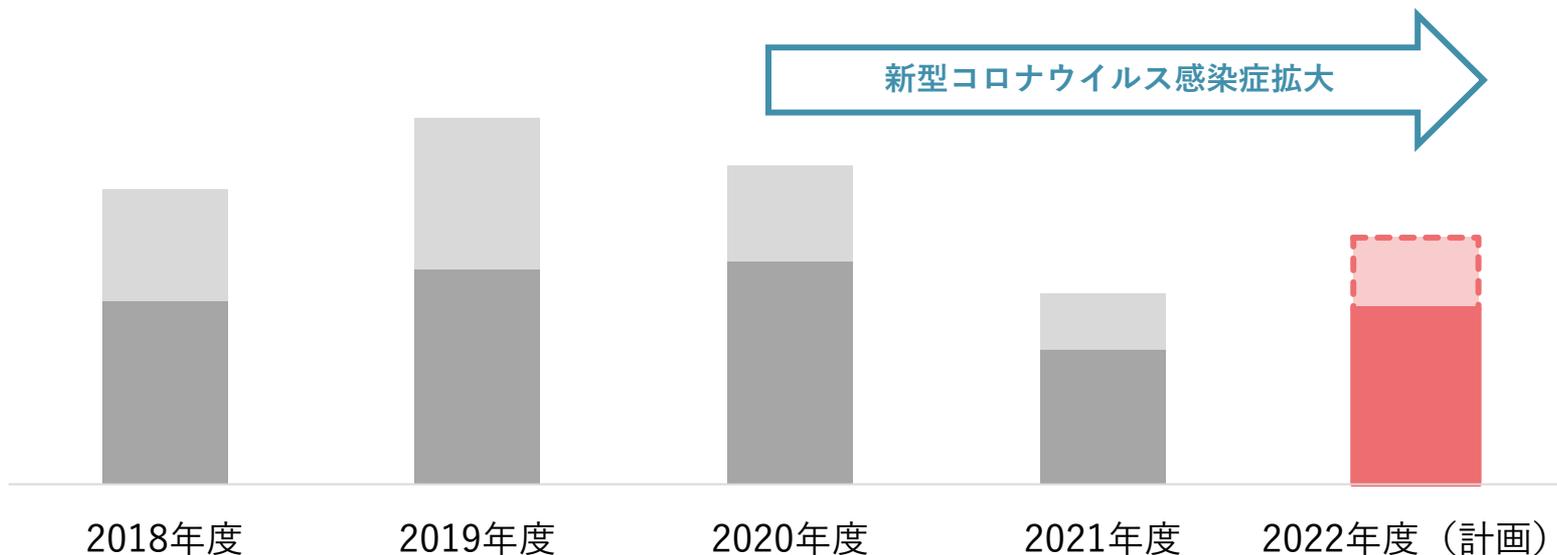
新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、業界全体として先行きは不透明となる  
2022年度は本格的な回復には至らず、横ばいか微増と予測



※ 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。

近年は地域の特色を生かした地方創生型SCが増加  
 全国13の事業拠点による地域対応力を発揮して取り組んでいく

■ SC新規出店数（1~9月） ■ SC新規出店数（10~12月）



	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度 (計画)
10~12月出店数	14	19	12	7	(9)
1~9月出店数	23	27	28	17	22
年間出店数	37	46	40	24	(31)

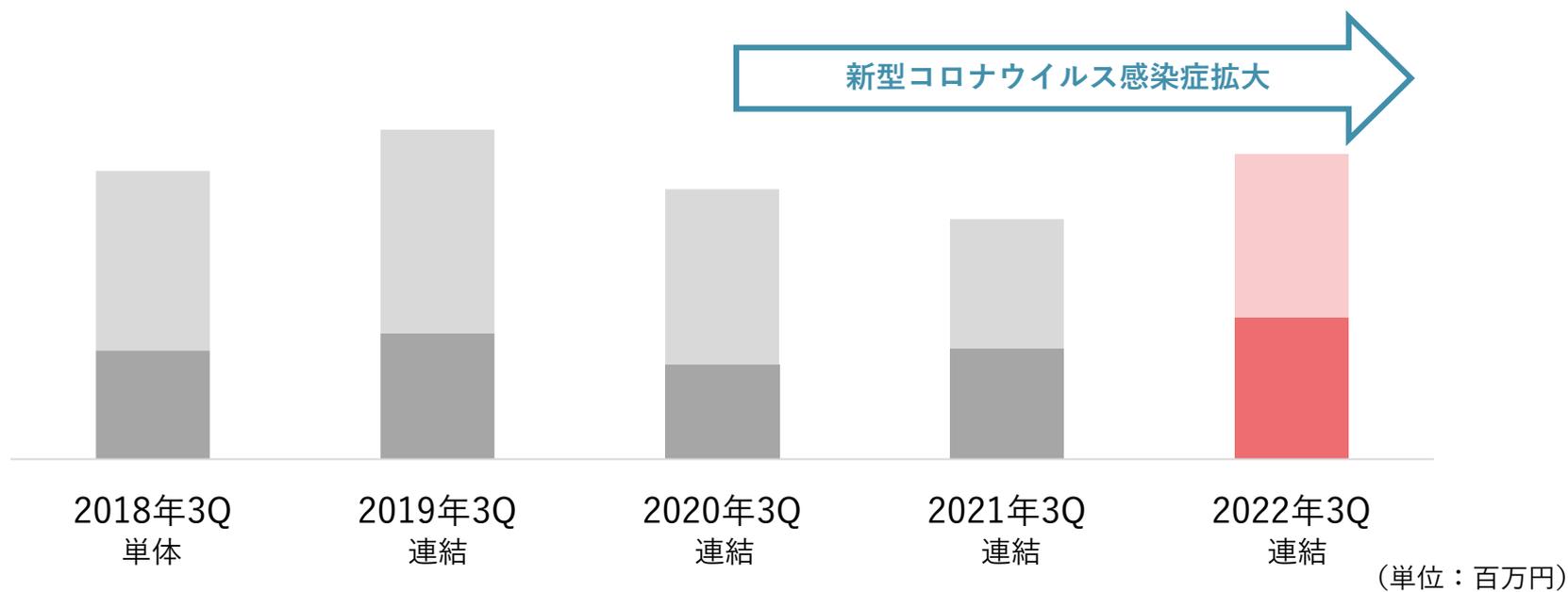
※ 2022年度1月~9月の出店数は2022年11月9日時点の数字となります。

(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  
近年はオフィス・サービス空間の受注強化等により、SC関連以外の比率が増加

■ SC関連 ■ その他

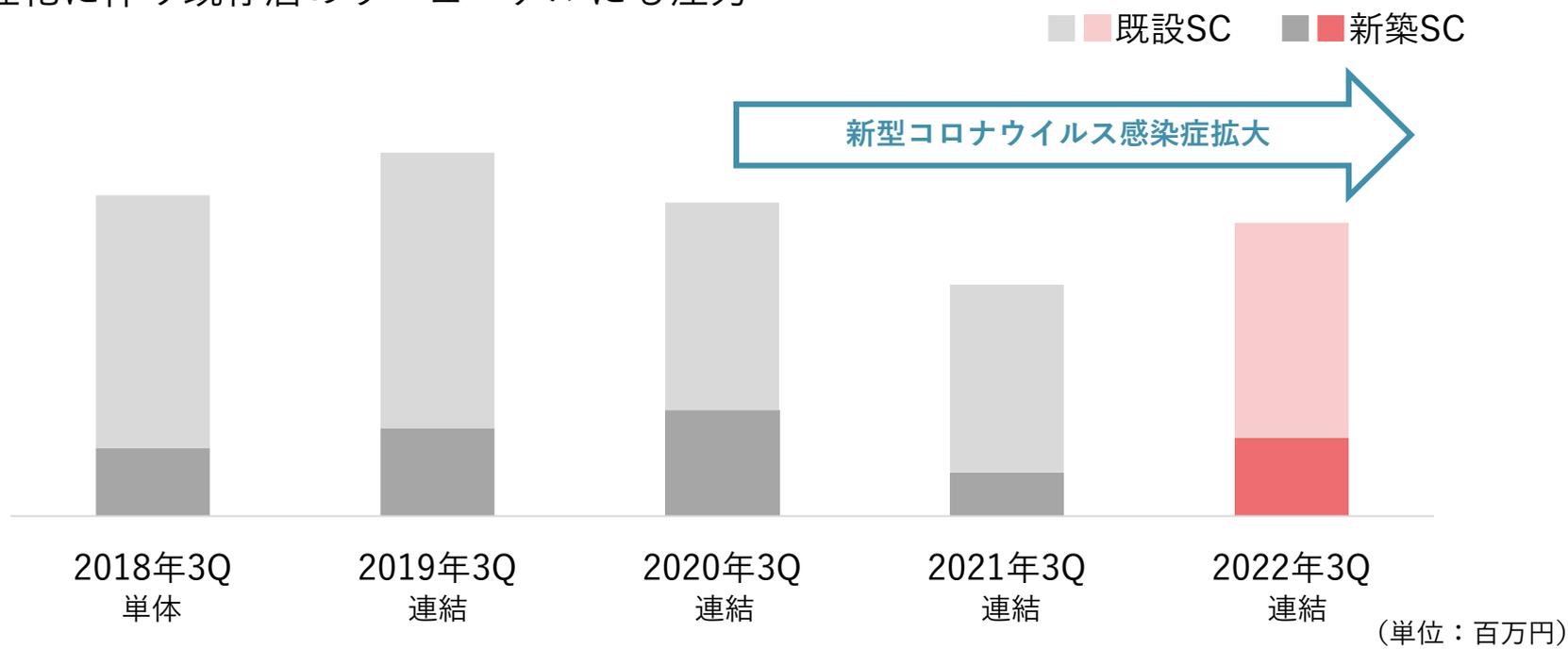


SC関連	20,101	22,779	19,648	14,504	18,355
その他	12,168	14,111	10,595	12,386	15,821
合計	32,270	36,890	30,243	26,890	34,177

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。14

# 売上高推移（新築SC・既設SC）

SCの新規出店数は減少傾向にあるものの、新築SC売上高の割合は増加  
地域活性化に伴う既存店のリニューアルにも注力



既設SC

15,834

17,275

13,026

11,767

13,472

新築SC

4,266

5,504

6,621

2,736

4,882

合計

20,101

22,779

19,648

14,504

18,355

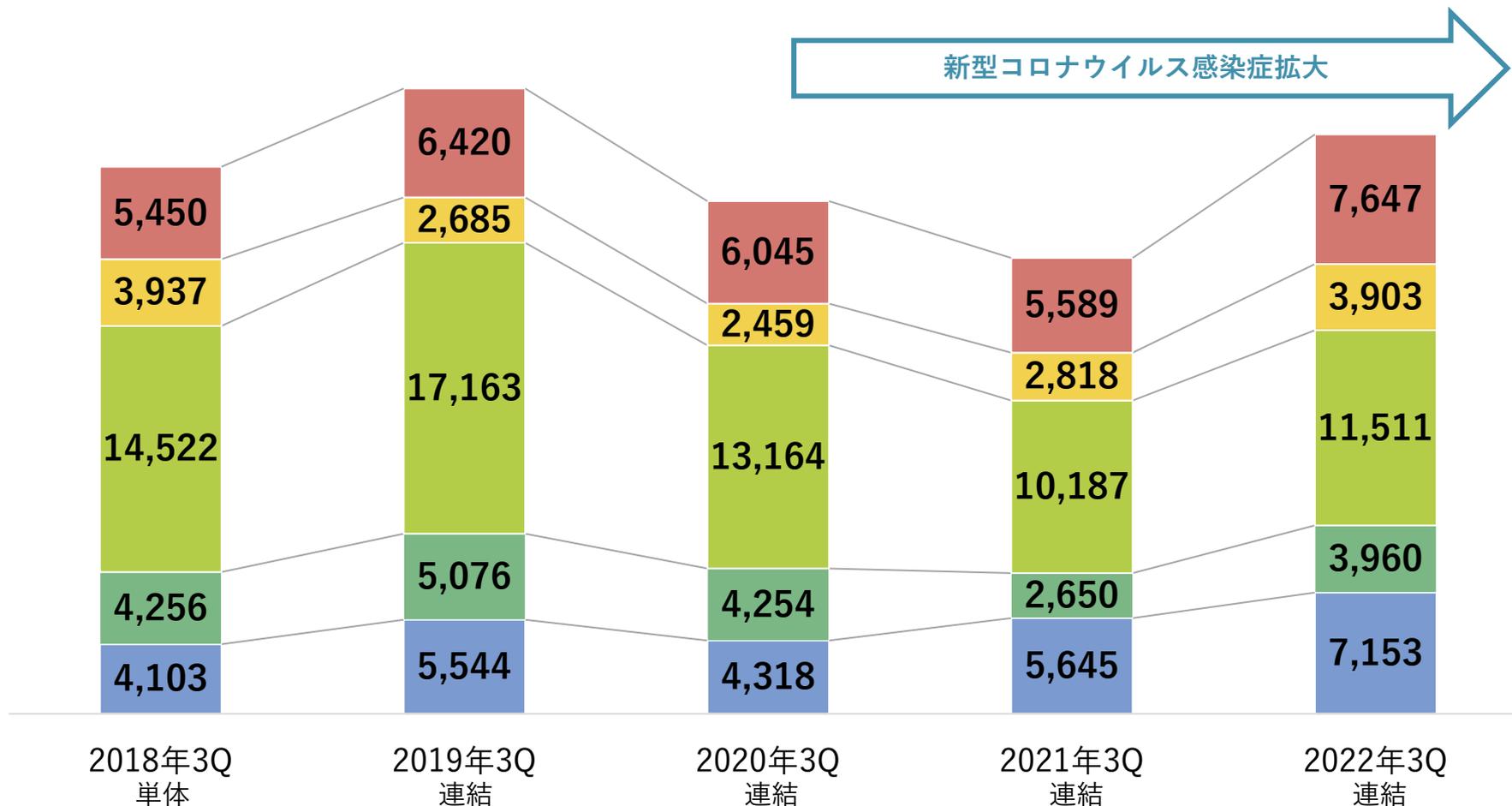
※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。15

# 市場分野別売上高推移

## ■ 中期経営計画で注力しているサービス等分野が堅調に推移

(単位：百万円)

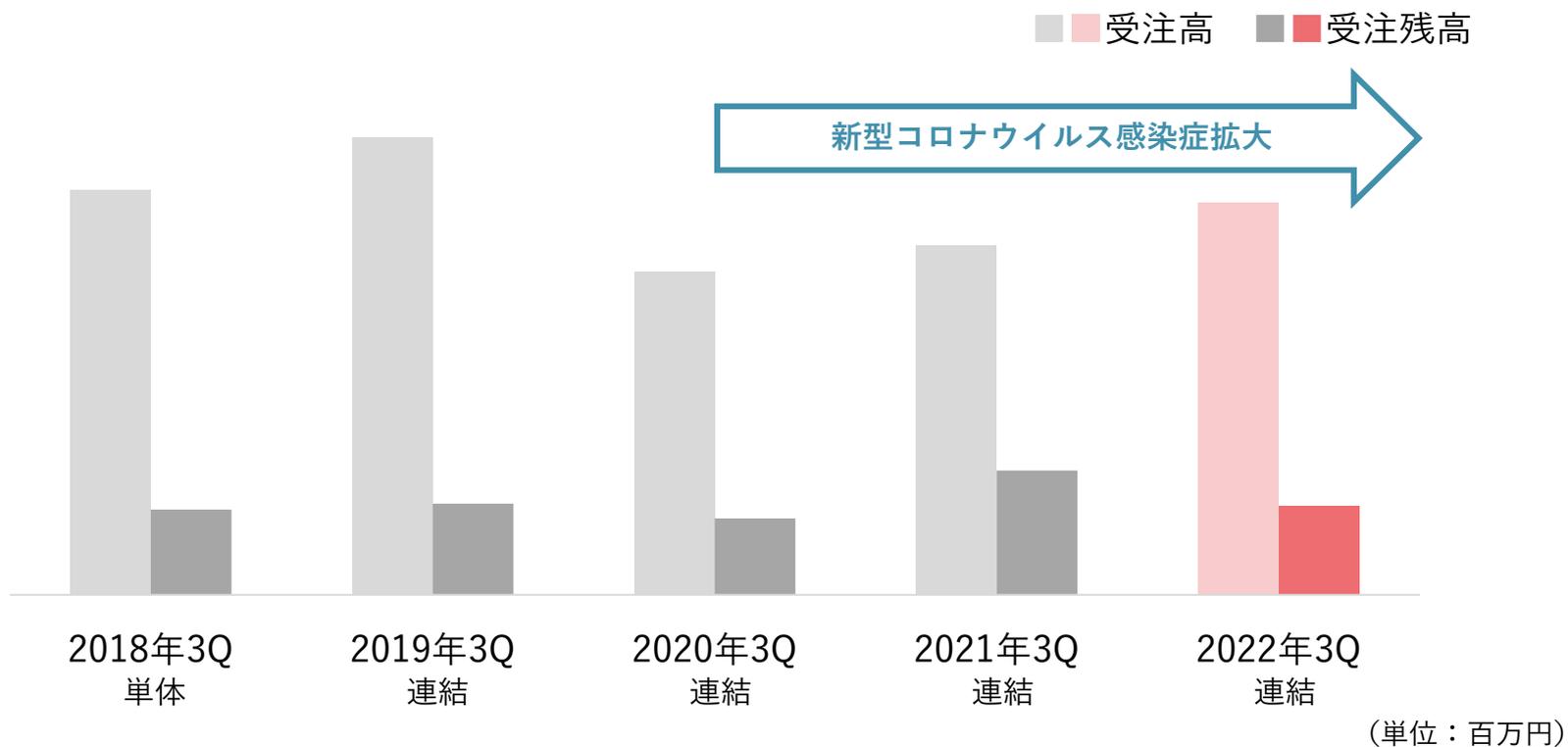
■ 複合商業施設・総合スーパー ■ 食品スーパー・コンビニエンスストア ■ 各種専門店 ■ 飲食店 ■ サービス等



※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。16

# 受注高・受注残高推移

■ 収益認識会計基準等の適用により受注残高は前年同期比で減少



受注高	36,399	41,080	29,007	31,342	35,230
-----	--------	--------	--------	--------	--------

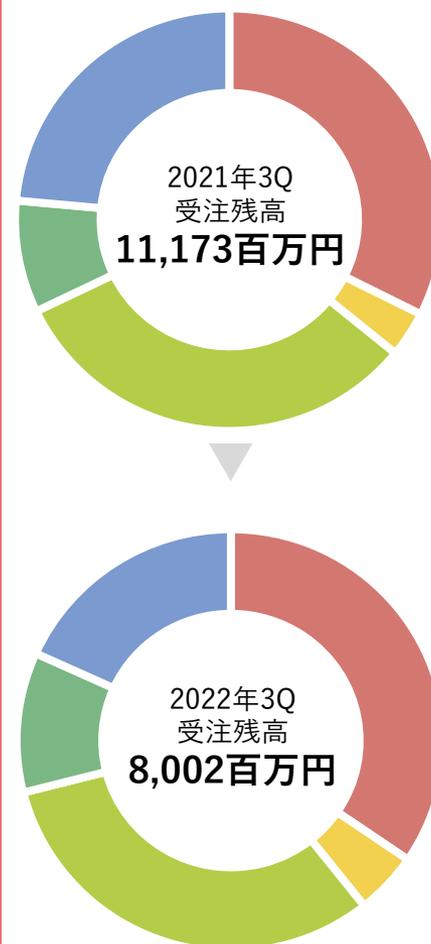
受注残高	7,670	8,194	6,876	11,173	8,002
------	-------	-------	-------	--------	-------

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。17

# 市場分野別受注残高

新型コロナウイルス感染症拡大により先行きが不透明だった飲食店分野の割合が増加

	2021年3Q		2022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	3,620	32.4	2,763	34.5
■ 食品スーパー ■ コンビニエンスストア	391	3.5	382	4.8
■ 各種専門店	3,570	32.0	2,538	31.7
■ 飲食店	960	8.6	859	10.7
■ サービス等	2,631	23.5	1,458	18.3
合計	11,173	100.0	8,002	100.0



※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。18

# Agenda

01

2022年度 第3四半期 決算の概要

02

2022年度 第3四半期 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

事例紹介



# 2022年度 通期見通し

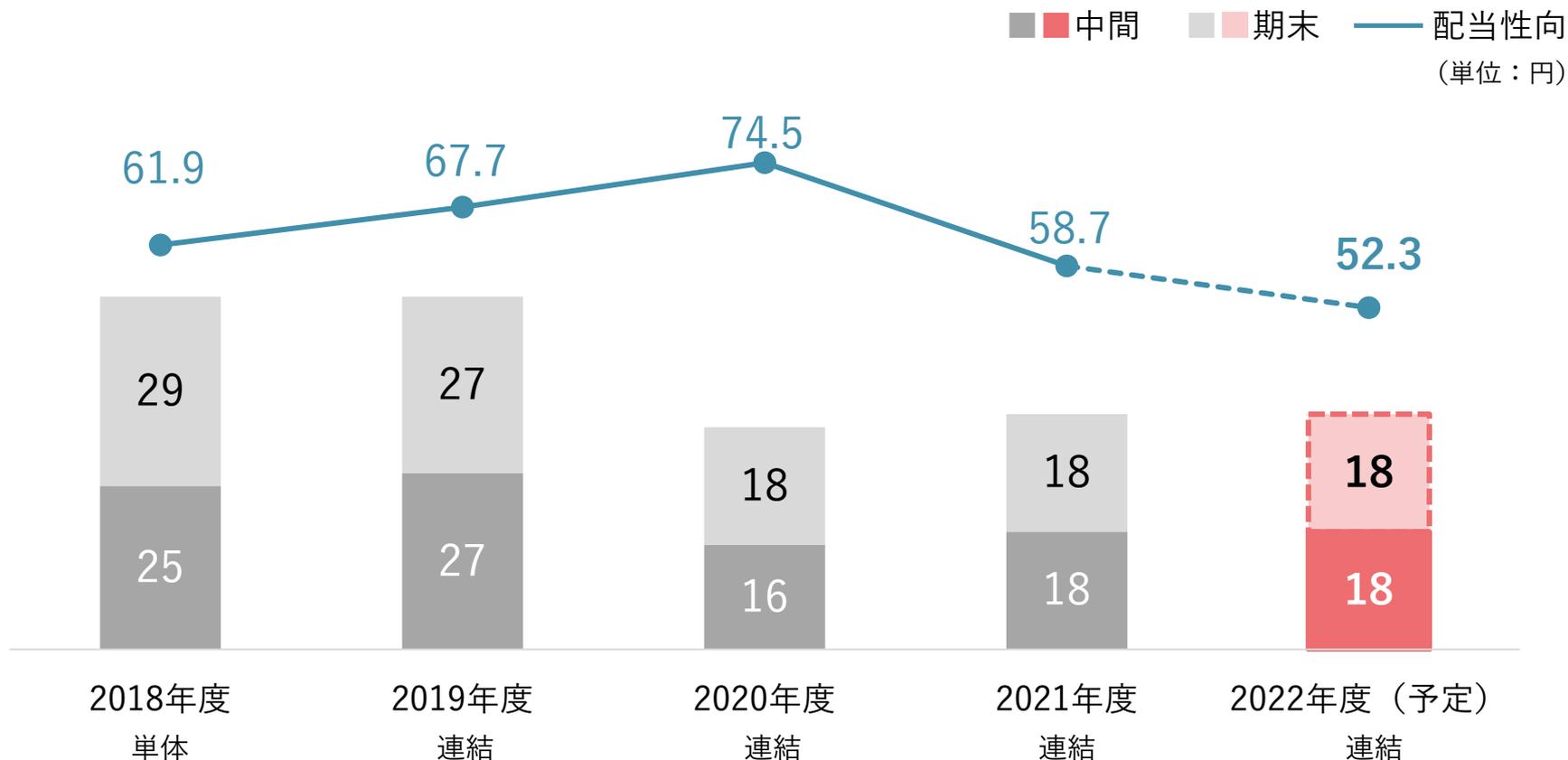
2022年度通期の業績は前年を上回る見通し

原材料価格の高騰等に伴う下振れリスクに注視し、コスト意識を持って利益確保に努める

	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		

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しており、上記の予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっております。

■ 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、自己株式の取得を実施

## 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
取得した株式の総数	139,900株
株式の取得価額の総額	129,306,800円
取得期間	1回目：2022年2月9日～2022年3月24日 2回目：2022年5月11日～2022年6月23日
取得方法	信託方式による市場買付

# Agenda

01

2022年度 第3四半期 決算の概要

02

2022年度 第3四半期 事業の概況

03

2022年度 業績予想

04

事例紹介



# 事例紹介

## 宇都宮テラス

所在地：栃木県宇都宮市  
クライアント：住友商事株式会社 様  
当社業務範囲：内装監理・一部内装工事

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



地域の活性化や地域情報の発信を担う拠点としてオープンした「宇都宮テラス」の内装監理・一部内装工事を担当しました。コロナ禍でのスムーズな出店サポート、施設コンセプトに即したテナントの誘致等で本施設および周辺地域の価値向上・にぎわいの創出に貢献しました。

## 十六銀行 桜山支店

所在地：愛知県名古屋市  
クライアント：株式会社十六銀行 様  
当社業務範囲：設計・施工

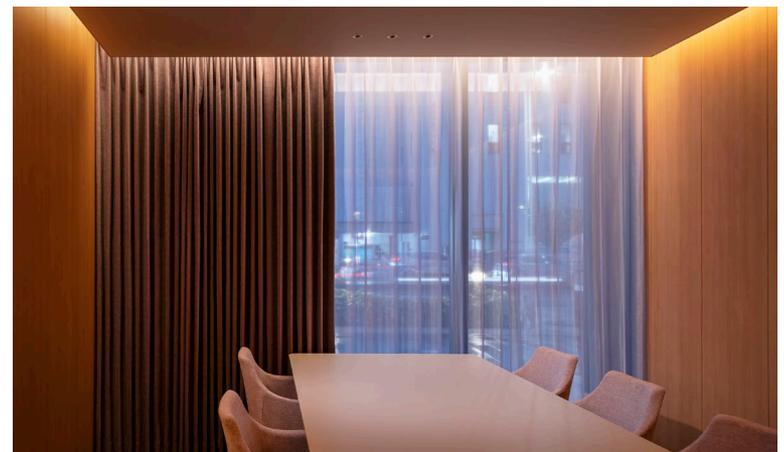
複合商業施設・  
総合スーパー

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



十六銀行桜山支店の建て替えにおける未来型店舗一号店の設計・施工を担当しました。従来の銀行から接客方法や働き方を改めた店舗のコンパクト化を試み、また、地域にゆかりのある素材や色を随所に使用することで、従来の銀行の格式高い内装イメージとは異なる、地域に即した親しみやすく温かな雰囲気としています。

# 事例紹介

GINZA グローバルスタイル・  
コンフォート 大宮門街店

所在地：埼玉県さいたま市  
クライアント：グローバルスタイル株式会社 様  
当社業務範囲：施工

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



オーダースーツ専門店「GINZA グローバルスタイル・コンフォート」埼玉県一号店の施工を担当しました。リモートワークが定着化する昨今、スーツの購買意欲が高まる魅力的な店作りが求められていました。全国的に出店が続く中でも、高い品質・施工管理で重厚感がありつつもファミリー層に受け入れられる空間、ブランド性の保持に貢献しました。

# 事例紹介

紀伊國屋書店  
アリオ亀有店

所在地：東京都葛飾区  
クライアント：株式会社紀伊國屋書店 様  
当社業務範囲：設計・施工

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



紀伊國屋書店の新規出店に際して設計・施工を担当しました。お客様のいつ来ても新しいものを発見したいというニーズを踏まえ、日常生活の中でワクワクできる「異国のマルシェ」をテーマに空間を提案。マルシェを想起させるレンガと木目によるデザイン、児童書ゾーンのサインやカラフルな陳列什器等、幅広いお客様にワクワク感を届ける空間を目指しました。



參考資料

## 複合商業施設 総合スーパー分野



前年同期比 +36.8%

## 食品スーパー コンビニエンスストア分野



前年同期比 +38.5%

## 各種専門店分野



前年同期比 +13.0%

## 飲食店分野



前年同期比 +49.4%

## サービス等分野



前年同期比 +26.7%

# 損益計算書

	2021年3Q		2022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)	増減率 (%)
売上高	26,890	100.0	34,177	100.0	7,286	27.1
売上原価	23,929	89.0	30,681	89.8	6,751	28.2
売上総利益	2,960	11.0	3,495	10.2	534	18.1
販管費	1,867	6.9	1,991	5.8	123	6.6
営業利益	1,093	4.1	1,503	4.4	410	37.6
営業外損益	21	0.1	19	0.1	△1	△8.0
経常利益	1,114	4.1	1,523	4.5	409	36.7
特別損益	6	0.0	—	—	△6	—
法人税等	415	1.5	546	1.6	130	31.5
非支配株主に帰属する 四半期純損益	△0	△0.0	10	0.0	11	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	705	2.6	966	2.8	260	36.9

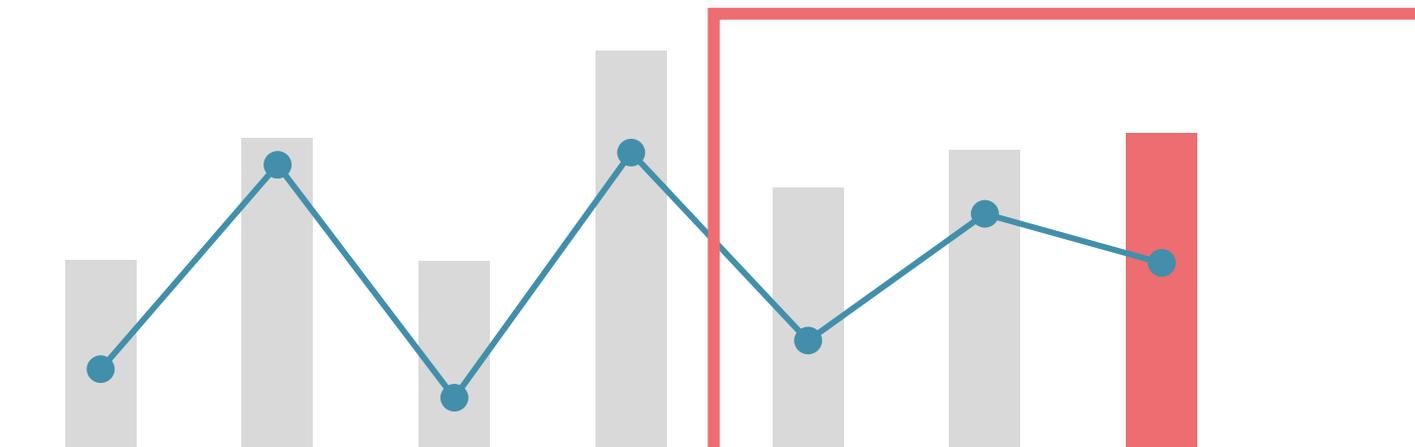
※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。30

# 貸借対照表

	2021年度		2022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	23,381	67.5	24,535	69.1	1,154	4.9
固定資産	11,233	32.5	10,992	30.9	△240	△2.1
資産合計	34,615	100.0	35,528	100.0	913	2.6
流動負債	4,742	13.7	5,625	15.8	883	18.6
固定負債	575	1.7	560	1.6	△15	△2.6
負債合計	5,317	15.4	6,186	17.4	868	16.3
純資産合計	29,297	84.6	29,342	82.6	44	0.2
負債・純資産合計	34,615	100.0	35,528	100.0	913	2.6

# 四半期業績推移

■ 売上高 — 営業利益率



(単位：百万円)

2021年1Q 2021年2Q 2021年3Q 2021年4Q 2022年1Q 2022年2Q 2022年3Q 2022年4Q

売上高	7,413	12,115	7,362	15,517	10,217	11,655	12,304
営業利益	144	852	95	1,134	271	672	560
経常利益	151	859	102	1,150	273	685	563
親会社株主に帰属する 当期純利益	80	569	56	808	162	447	355
1株当たり当期純利益 (円)	3.24	23.04	2.28	32.76	6.60	18.19	14.50
営業利益率 (%)	2.0	7.0	1.3	7.3	2.7	5.8	4.6

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。 32

■ 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

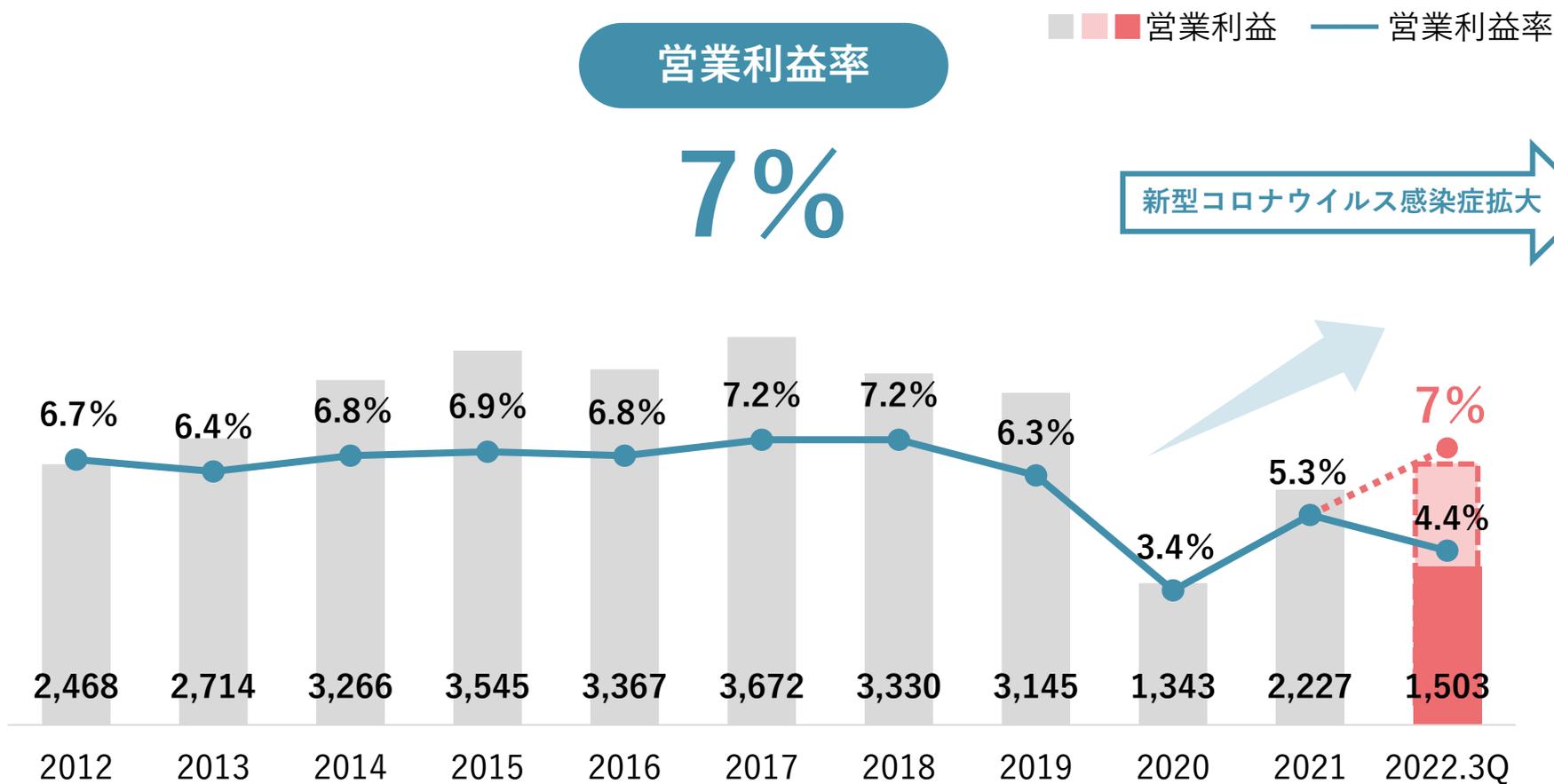
3

社員全員が  
働きがいの  
ある会社

4

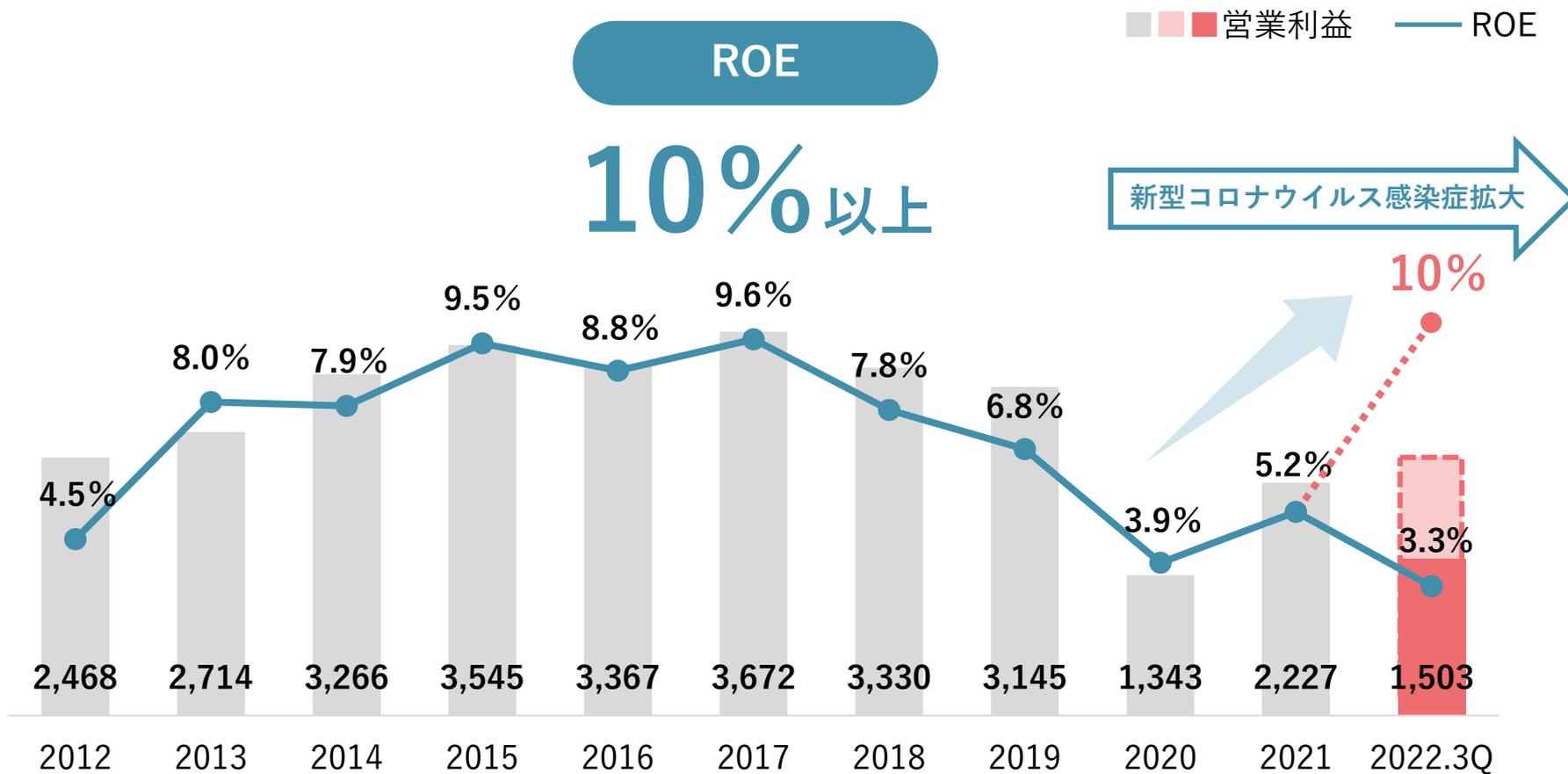
顧客  
提供価値  
の向上

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

収益性の回復に努め、ROE10%以上を目指す

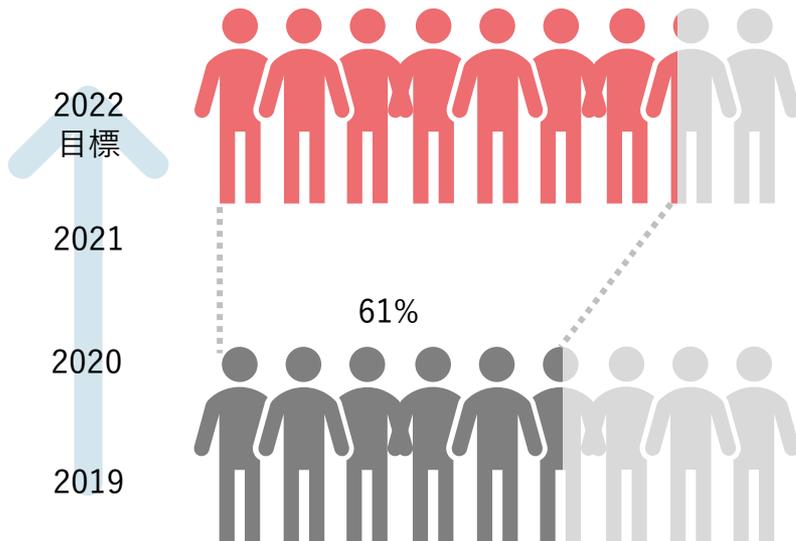


※2019年度より連結決算を開始

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

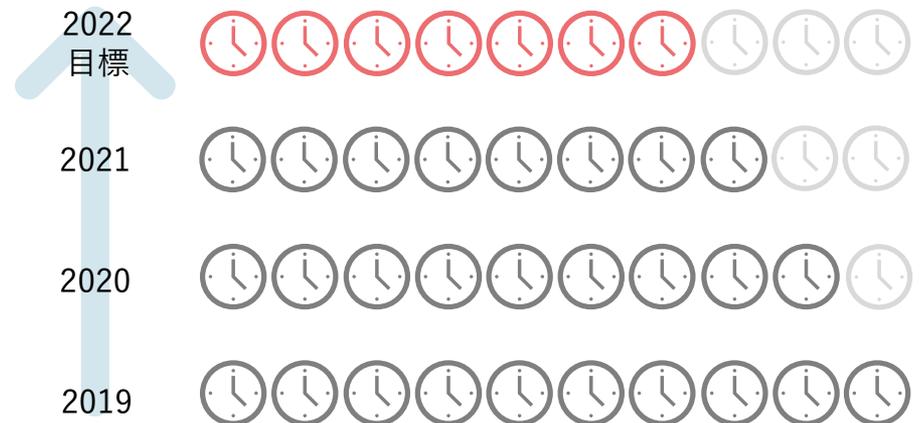
80%



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%  
2022年度（2019年度入社）定着率は77.6%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

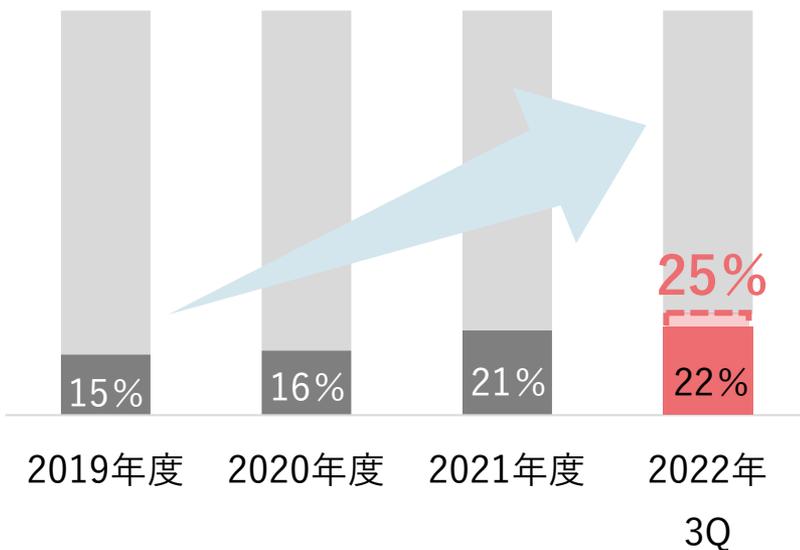
### 働きがいのある環境

- ・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

今後も当社の強みとして確立していくために、受注拡大を目指す

## オフィス・サービス空間の売上比率

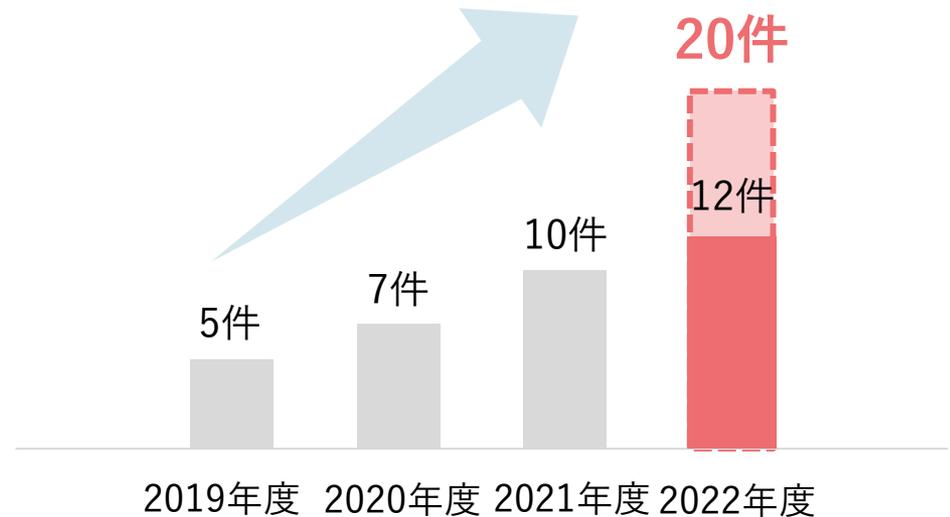
# 25%



■ 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**53件**です。(未確定物件、2022年度完了予定の12件、2023年度以降完了予定の物件を含む)

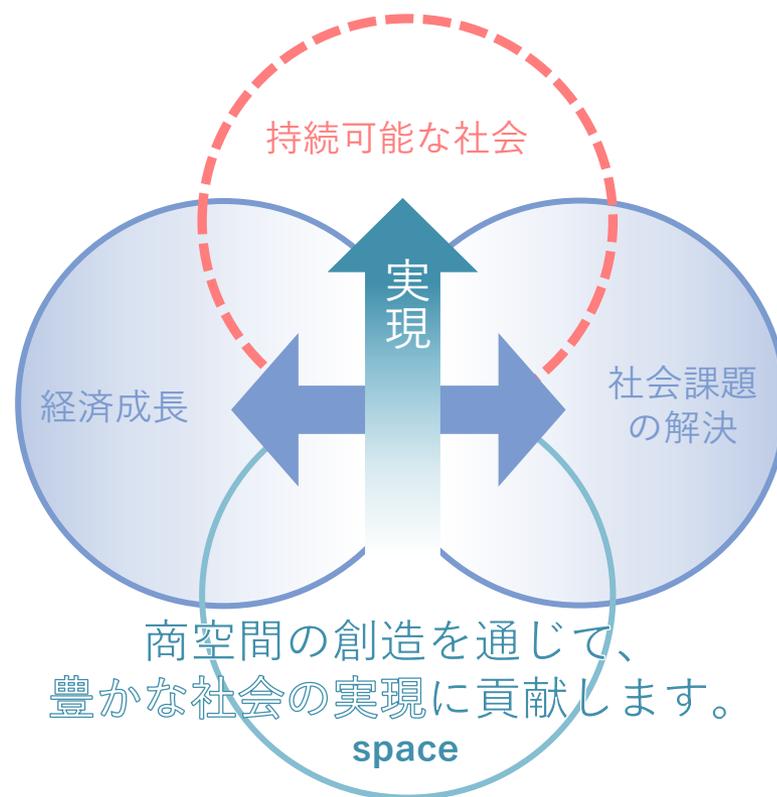
2021年2月にサステナビリティ基本方針を策定  
方針に基づき取り組みを進めていく

## 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

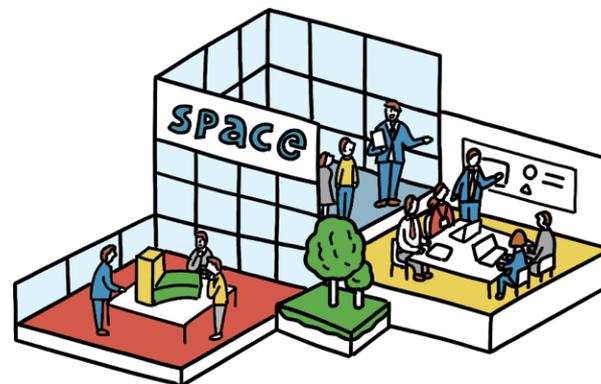
公平・公正な取引を徹底するとともに、人権や労働衛生、環境に配慮した調達を推進します。

## 人材開発と働きがいのある職場づくり

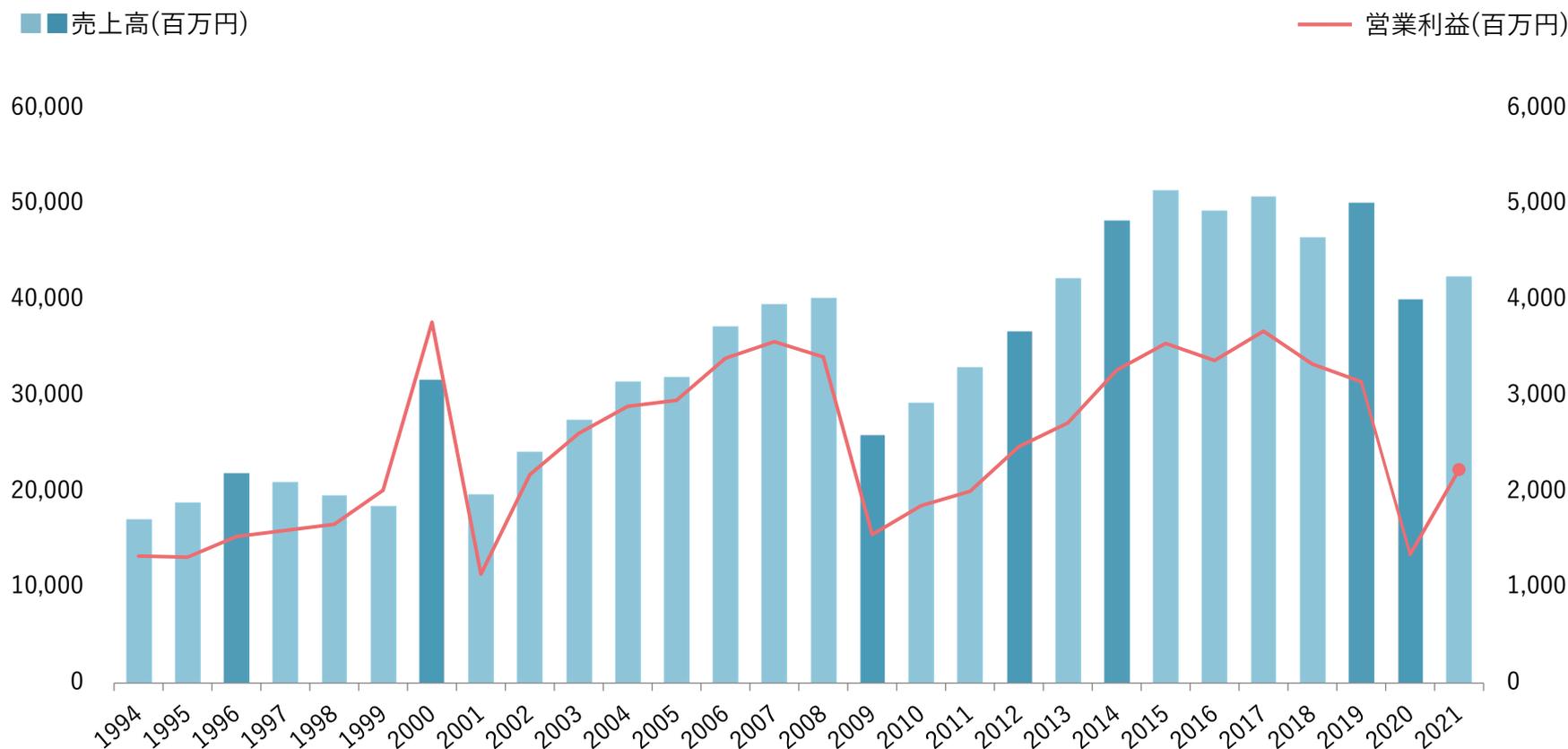
人材が価値を生み出す源泉であると捉え、社員が能力を發揮し活躍できる労働環境を実現します。



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	東京証券取引所プライム市場（証券コード:9622）
資本金	33億9553万円
従業員数	連結：880名 単体：848名（2022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

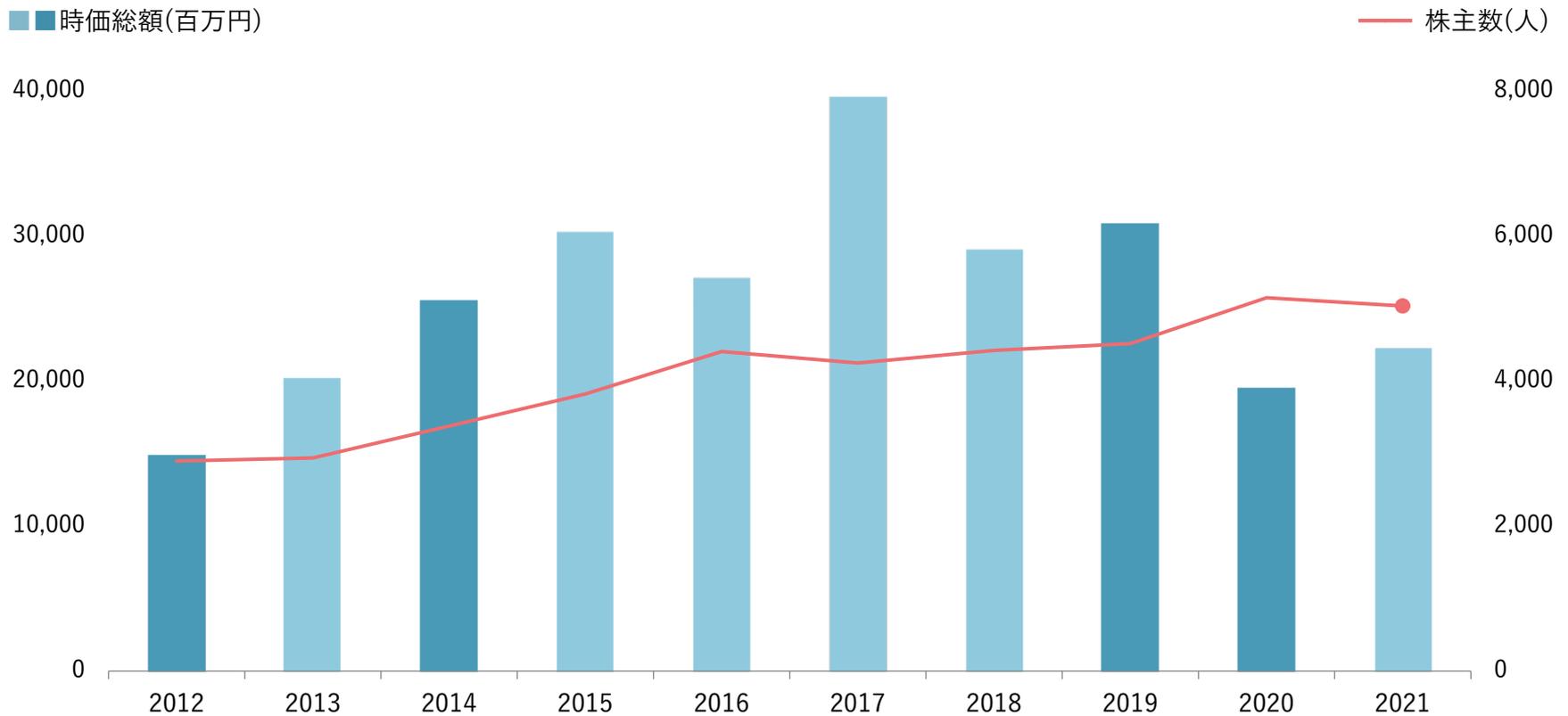
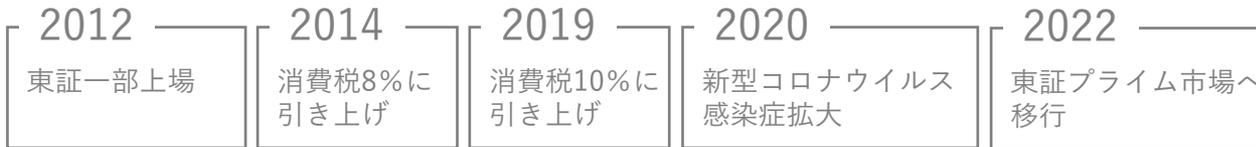


# 売上高及び営業利益推移



※ 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



※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](mailto: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。