

2022年12月期 通期 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 決算の概要

02

2022年度 事業の概況

03

2023年度 業績予想

04

中期経営計画



Agenda

01 2022年度 決算の概要

02 2022年度 事業の概況

03 2023年度 業績予想

04 中期経営計画

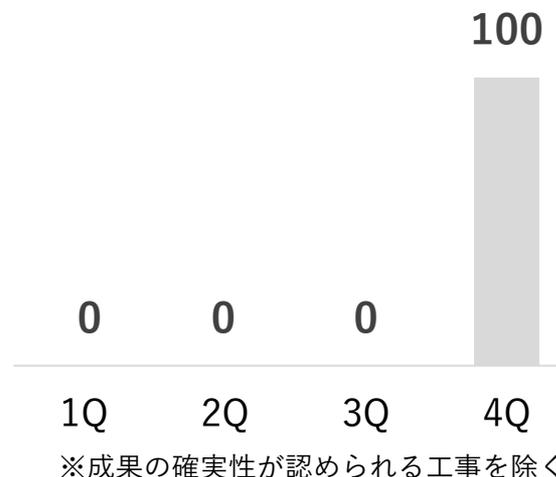


「収益認識に関する会計基準」等の適用

「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。）等を当連結会計年度の期首から適用

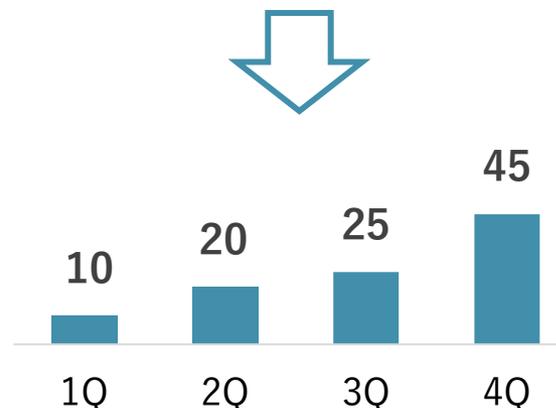
旧基準（2021年まで）

- ・ 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

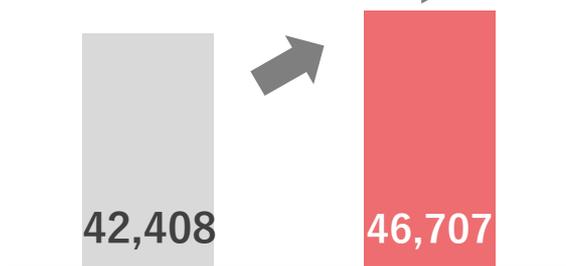


※ 収益認識会計基準等の経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っていないため、本資料の前期比は全て参考値として掲載しております。

売上高

46,707 百万円

前期比
+10.1%



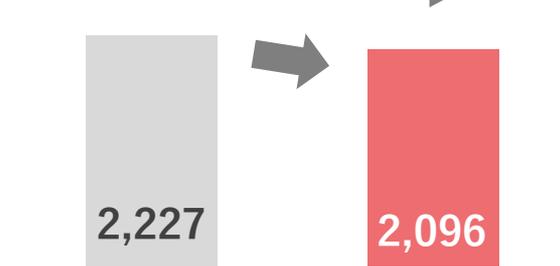
2021年度

2022年度

営業利益

2,096 百万円

前期比
△5.9%



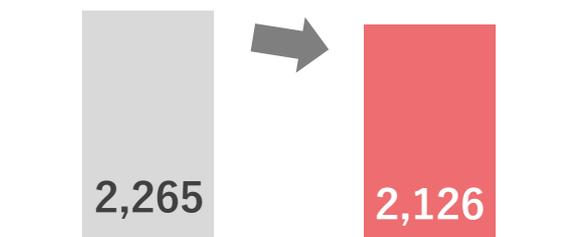
2021年度

2022年度

経常利益

2,126 百万円

前期比
△6.1%



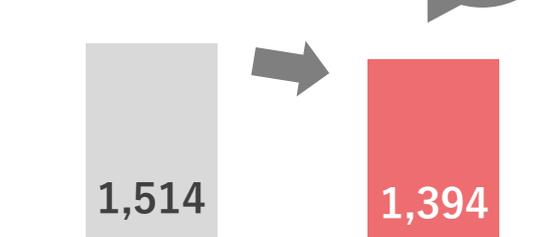
2021年度

2022年度

親会社株主に帰属する当期純利益

1,394 百万円

前期比
△7.9%



2021年度

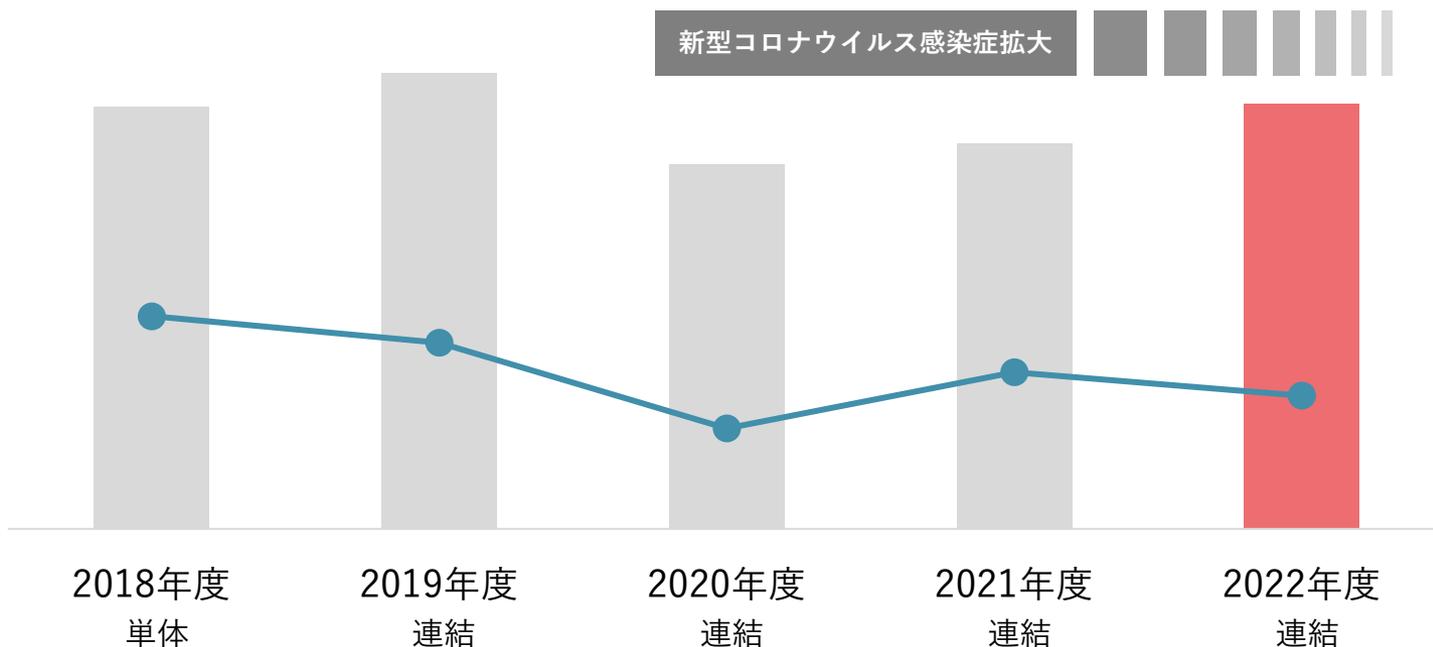
2022年度

※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しているため、前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
利益面では完全な回復には至らず、営業利益率は前期比で0.8ポイント減少

■ 売上高 — 営業利益率



売上高
(百万円)

46,458

50,151

40,028

42,408

46,707

営業利益率
(%)

7.2

6.3

3.4

5.3

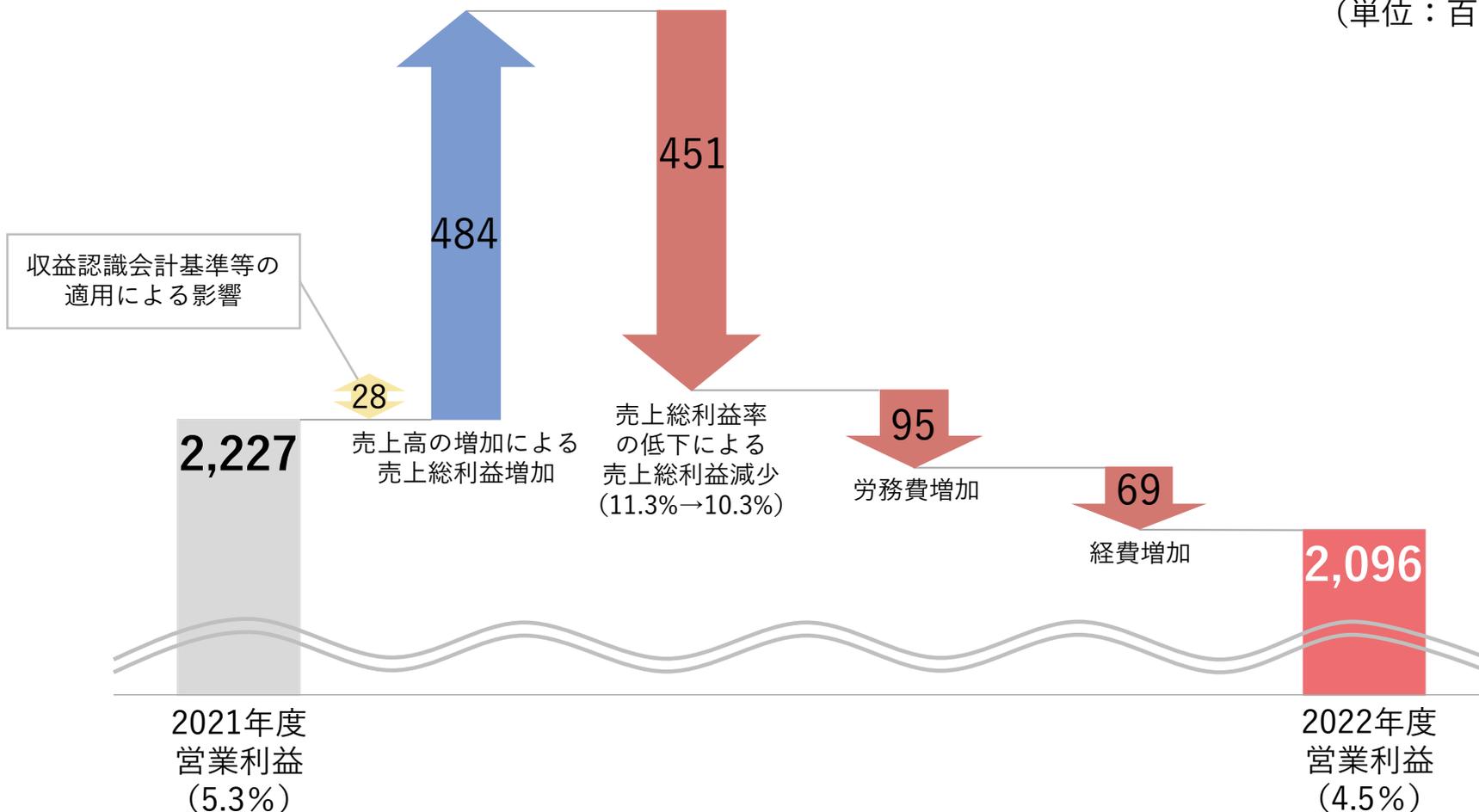
4.5

※ 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

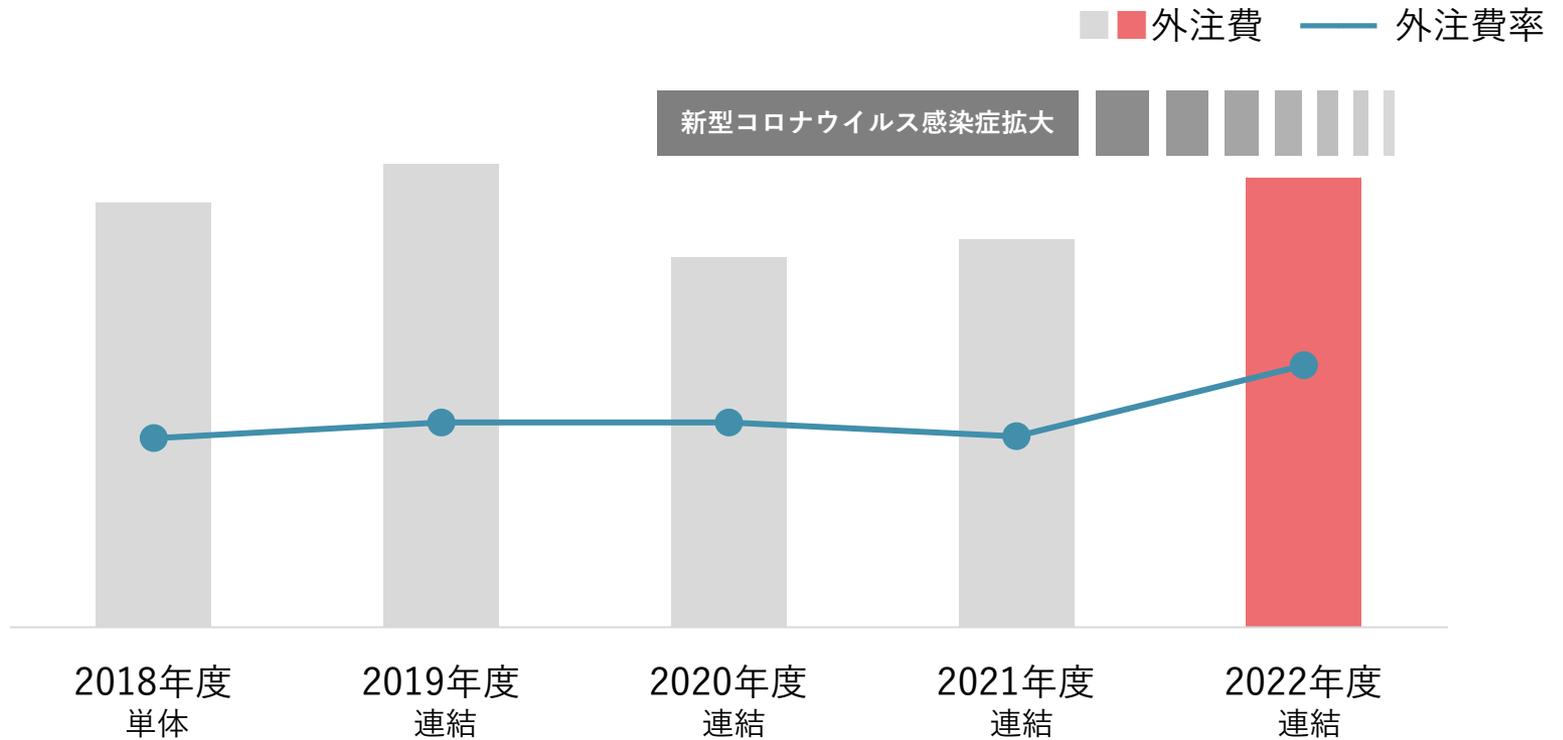
売上高増加により売上総利益は増加したものの、利益率低下により増加幅は限定的となり営業利益は131百万円の減少

(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3.6ポイント増加



外注費
(百万円)

32,343

35,308

28,174

29,573

34,229

外注費率
(%)

69.6

70.4

70.4

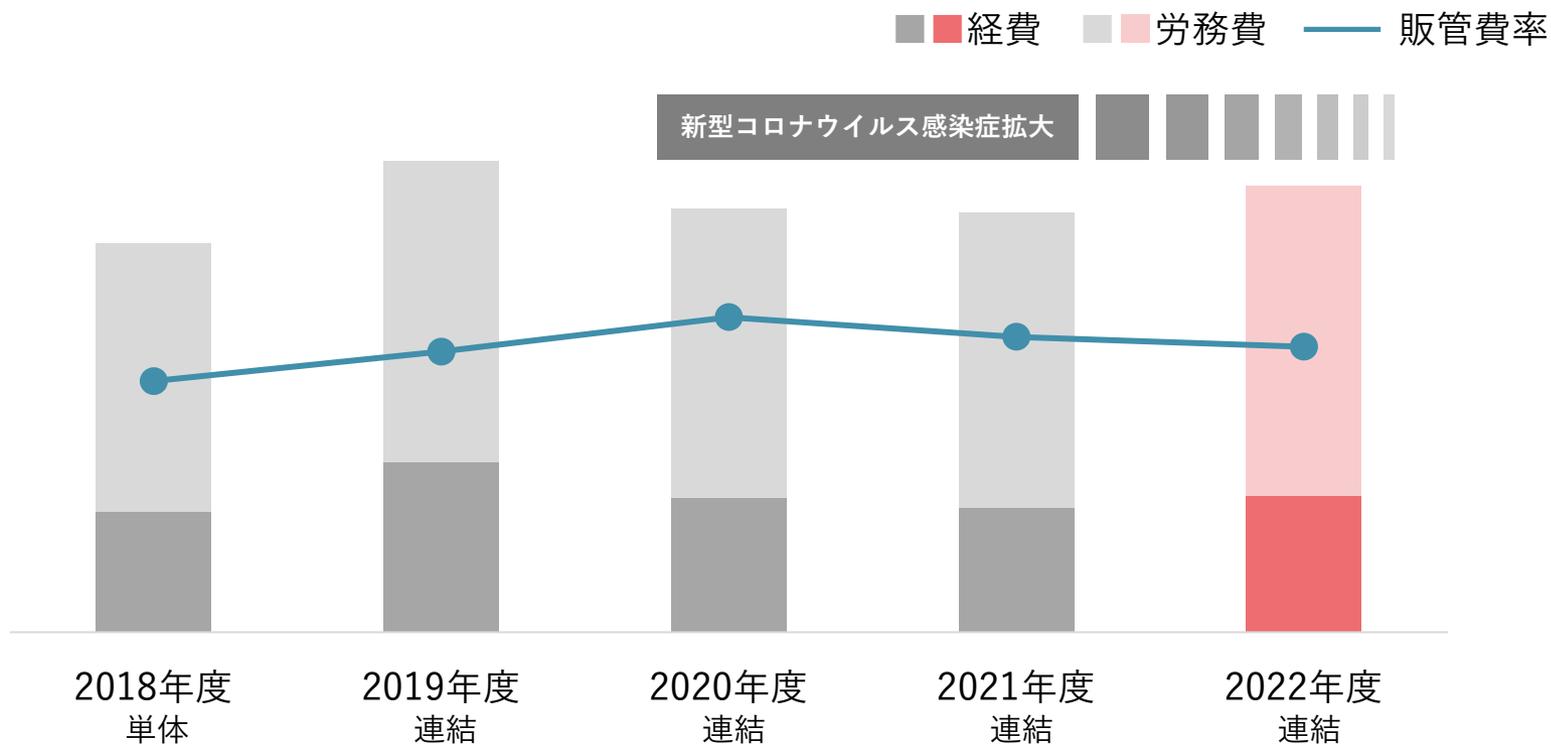
69.7

73.3

※ 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

売上高の増加や採用活動の活発化に伴い、労務費・経費ともに微増
販管費率は前期比で0.2ポイント減少



販管費
(百万円)

2,368

2,869

2,581

2,555

2,720

販管費率
(%)

5.1

5.7

6.4

6.0

5.8

Agenda

01

2022年度 決算の概要

02

2022年度 事業の概況

03

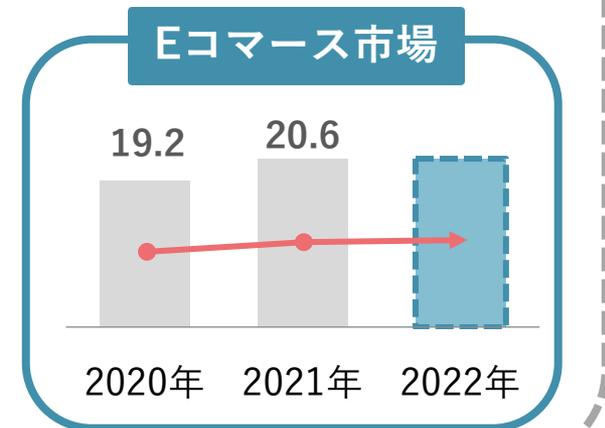
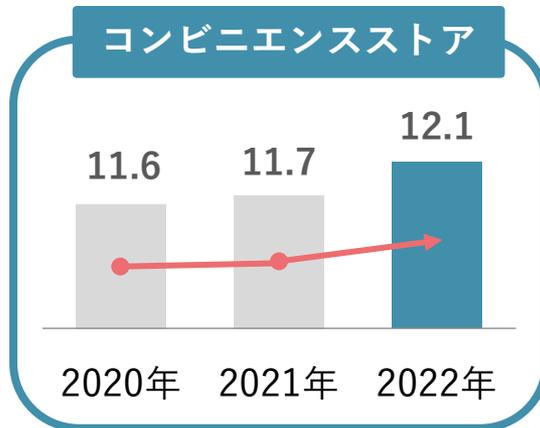
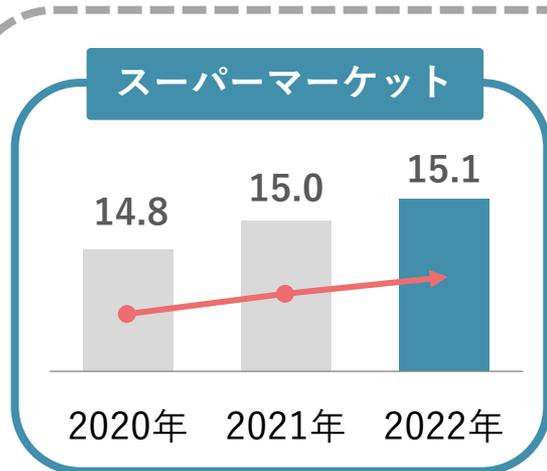
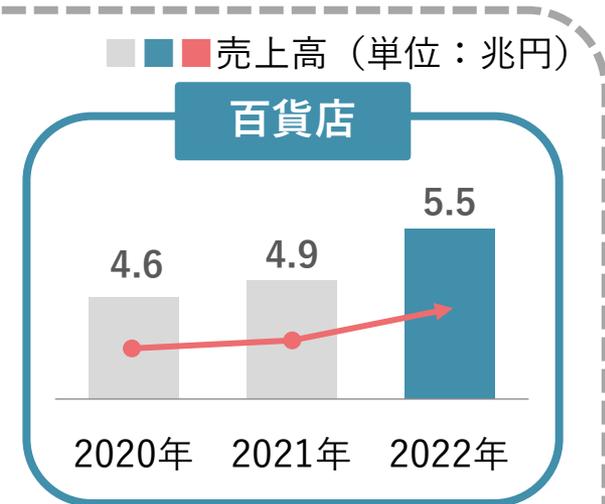
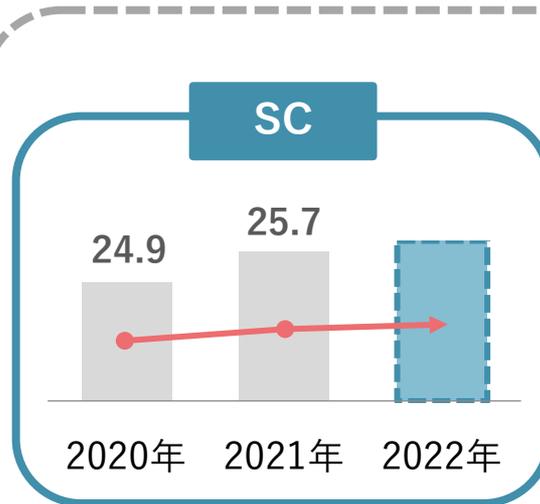
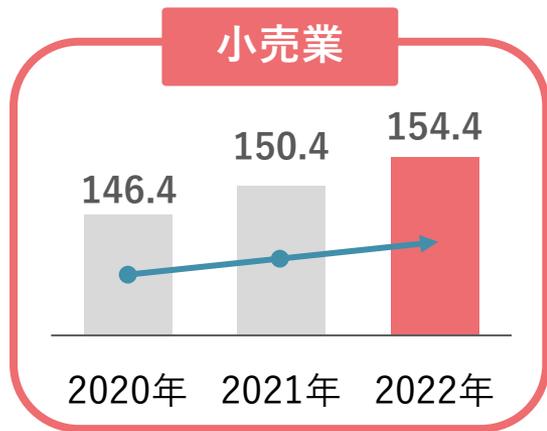
2023年度 業績予想

04

中期経営計画



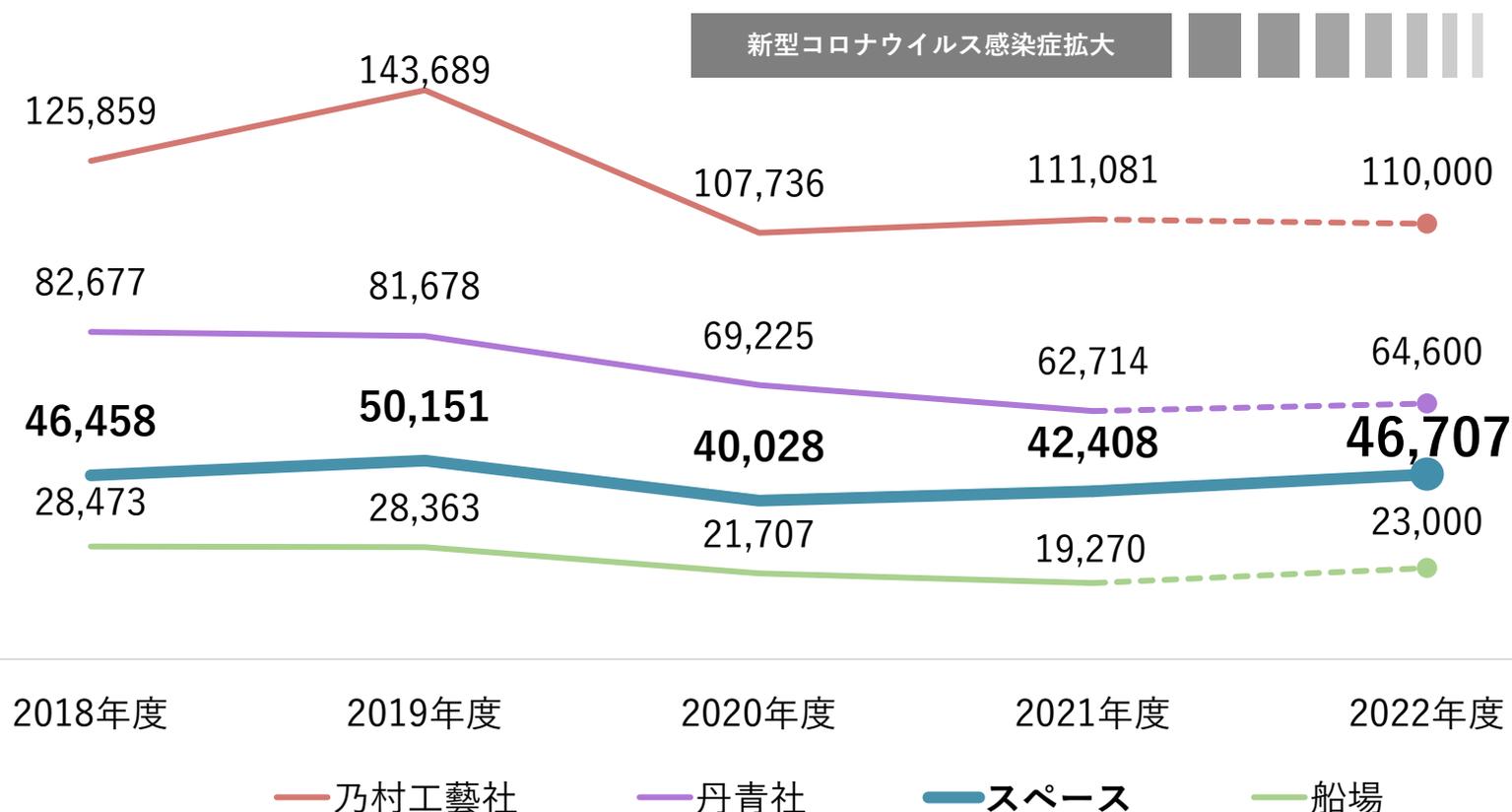
2020年以降、小売業界全体としては回復基調で推移



(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

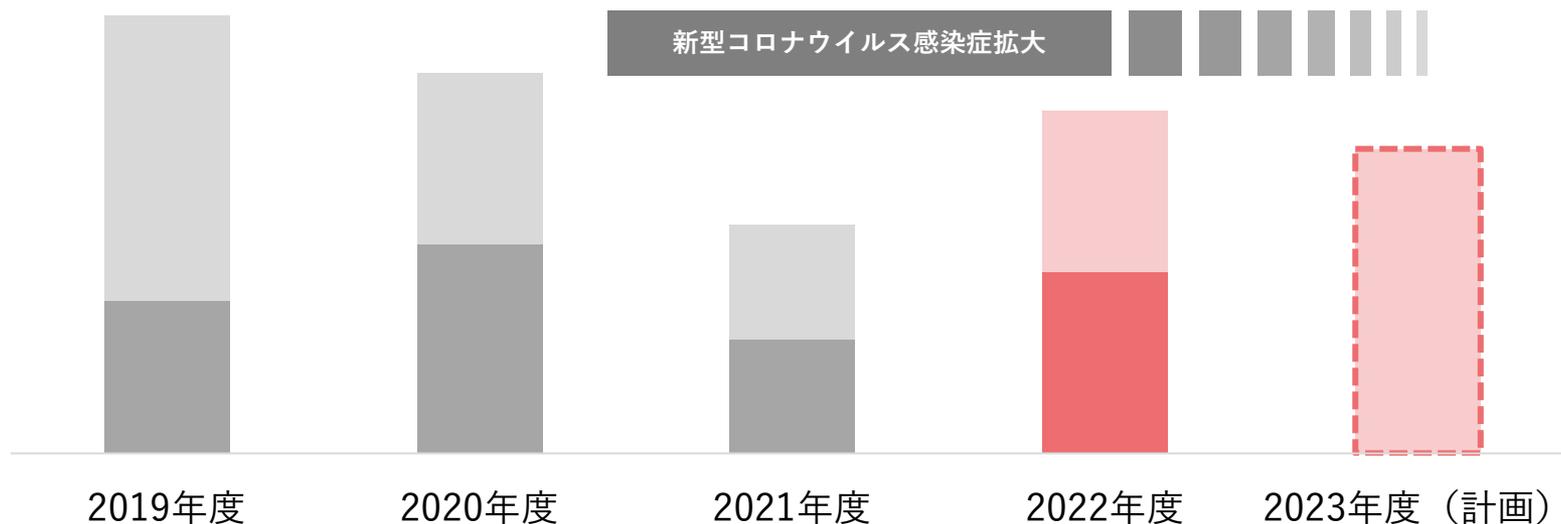
連結売上高（単位：百万円）



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

2023年以降に開業するSCは公園や体験型施設の併設で集うことを意識した施設が増加
アフターコロナを見据えた新たな段階への移行が進む

■ SC新規出店数（1~6月） ■ SC新規出店数（7~12月）



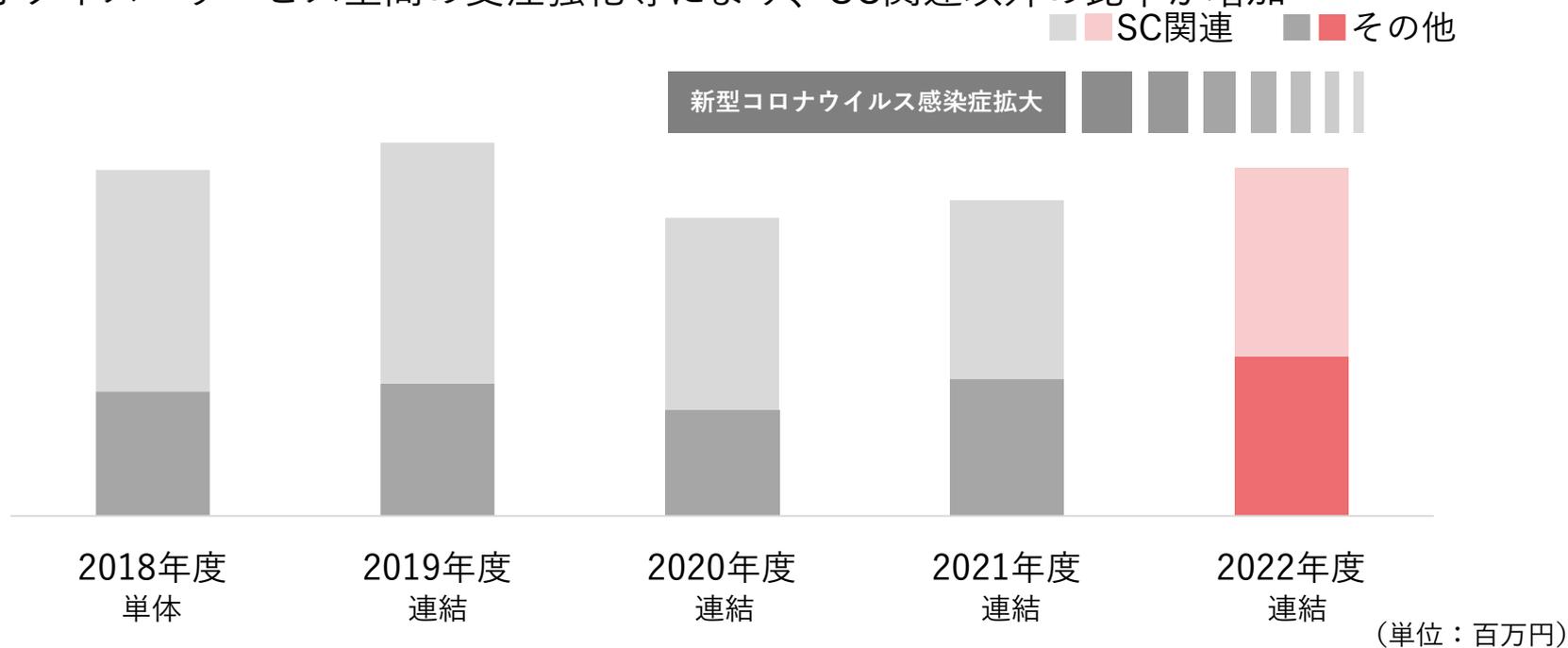
| | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 (計画) |
|----------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| 7~12月出店数 | 30 | 18 | 12 | 17 | — |
| 1~6月出店数 | 16 | 22 | 12 | 19 | — |
| 年間出店数 | 46 | 40 | 24 | 36 | (32) |

※ 2022年度の出店数は2023年2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
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



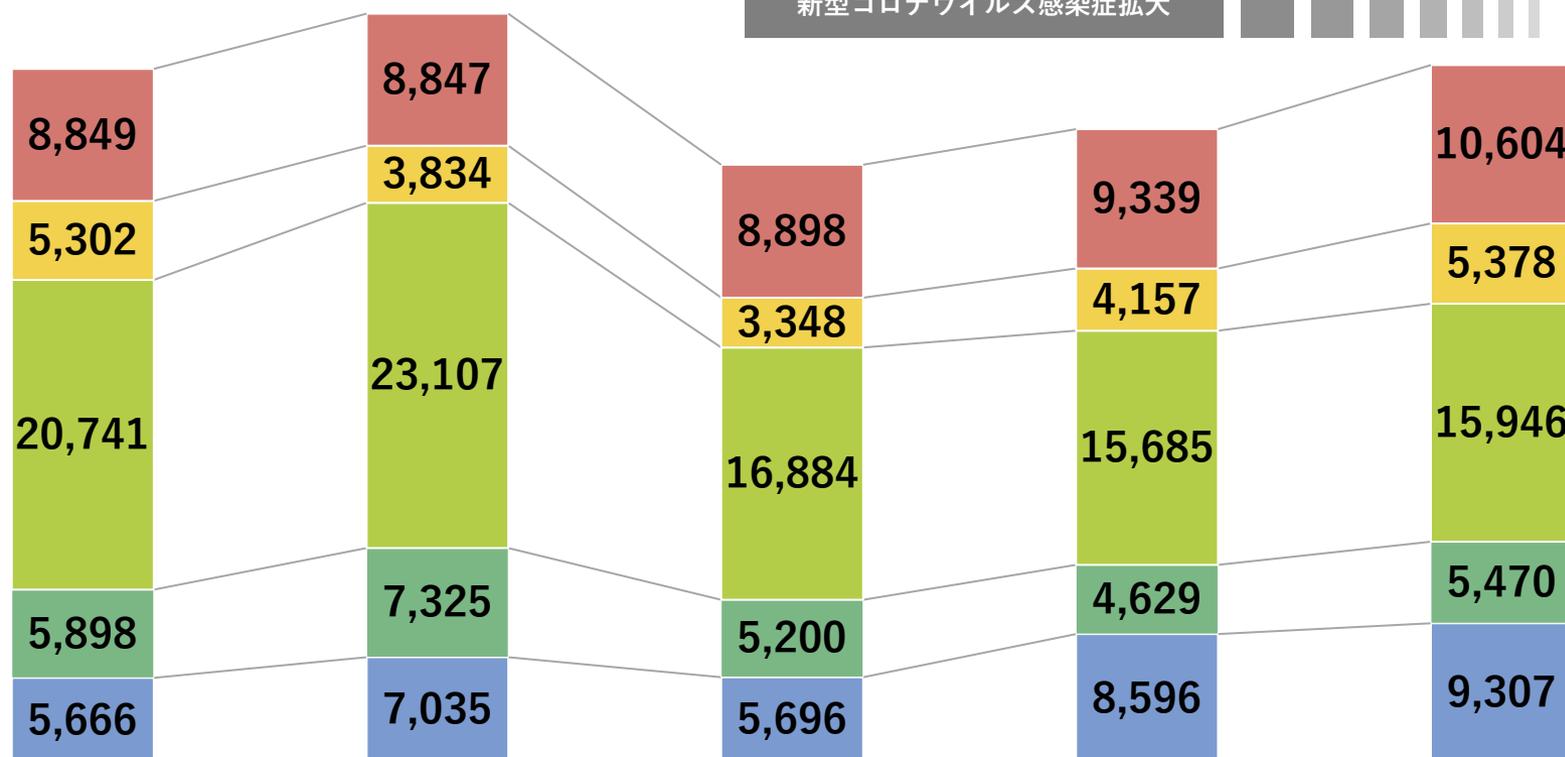
※ 2022年1Qより収益認識会計基準等を適用しておりますが、経過措置を適用し、過年度の遡及修正は行っておりません。14

市場分野別売上高推移

各種専門店分野の割合が減少傾向にあるものの、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

新型コロナウイルス感染症拡大



2018年度 単体

2019年度 連結

2020年度 連結

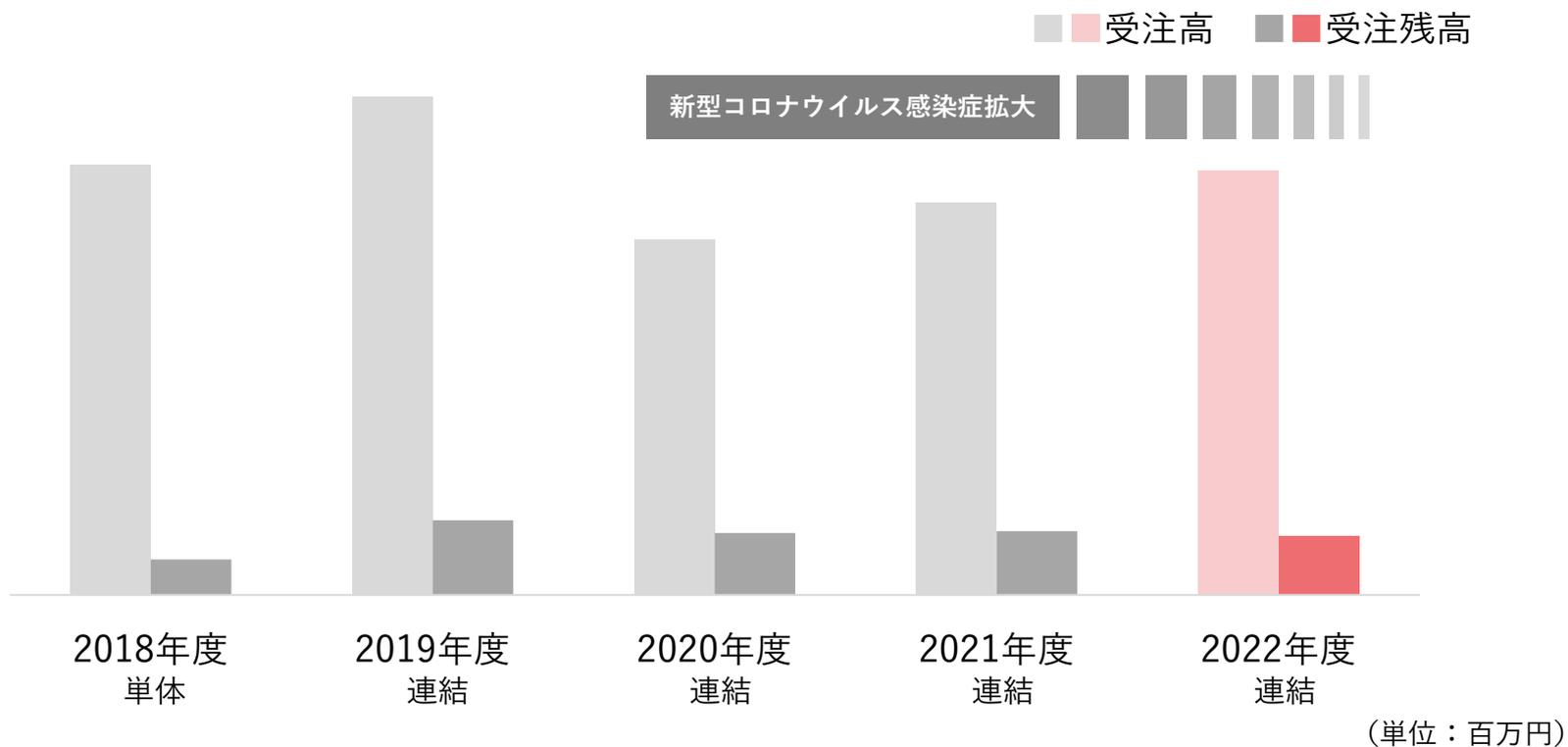
2021年度 連結

2022年度 連結

※ 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

受注高・受注残高推移

受注残高は工事完成基準で増加しているものの、収益認識会計基準等の適用により前期比で減少



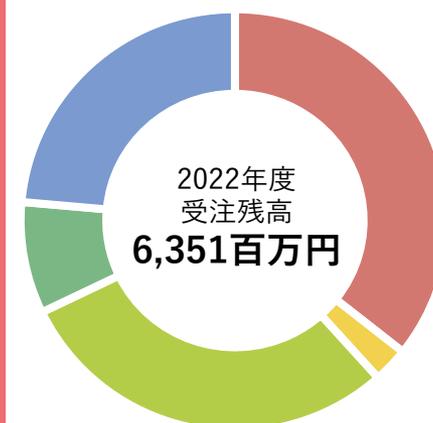
| | | | | | |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 受注高 | 46,786 | 54,258 | 38,636 | 42,635 | 46,109 |
| 受注残高 | 3,869 | 8,112 | 6,721 | 6,948 | 6,351 |

※ 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

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アパレル店舗を含む各種専門店分野や飲食店分野の割合が増加

| | 2021年度 | | 2022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 | 2,554 | 36.8 | 2,265 | 35.7 |
| ■ 食品スーパー ■ コンビニエンスストア | 268 | 3.9 | 171 | 2.7 |
| ■ 各種専門店 | 1,356 | 19.5 | 1,872 | 29.5 |
| ■ 飲食店 | 524 | 7.5 | 543 | 8.6 |
| ■ サービス等 | 2,245 | 32.3 | 1,498 | 23.5 |
| 合計 | 6,948 | 100.0 | 6,351 | 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。17

Agenda

01

2022年度 決算の概要

02

2022年度 事業の概況

03

2023年度 業績予想

04

中期経営計画



2023年度 業績予想

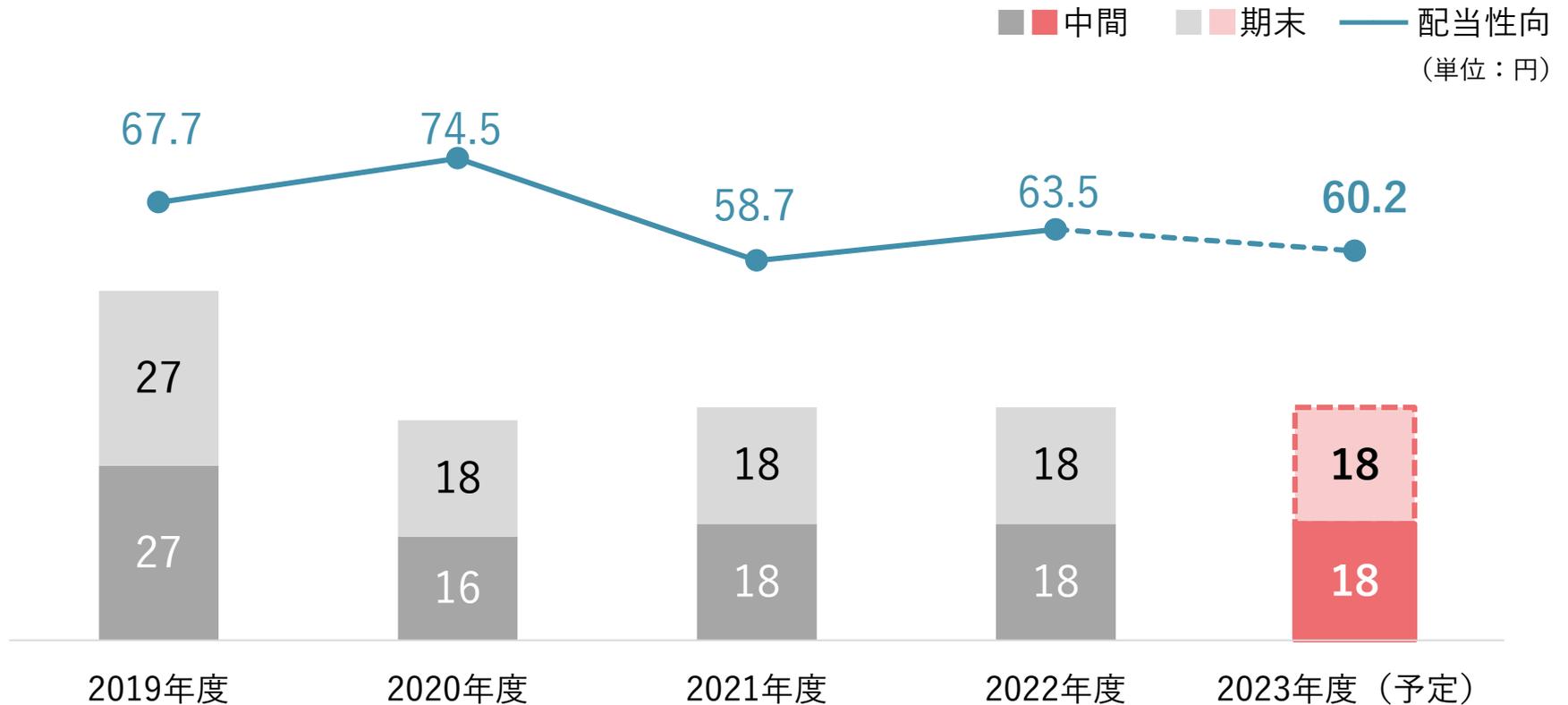
2023年度通期見通しを策定

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

| | 2022年度通期 実績 (百万円) | 2023年度通期 予想 (百万円) | 増減額 (百万円) | 増減率 (%) |
|---------------------|-------------------------|-------------------------|--------------|------------|
| 売上高 | 46,707 | 48,000 | 1,292 | 2.8 |
| 営業利益 | 2,096 | 2,220 | 123 | 5.9 |
| 経常利益 | 2,126 | 2,230 | 103 | 4.9 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,394 | 1,470 | 75 | 5.4 |
| 1株当たり当期純利益 (円) | 56.71 | 59.79 | 3.08 | 5.4 |
| 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実施



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 決算の概要

02

2022年度 事業の概況

03

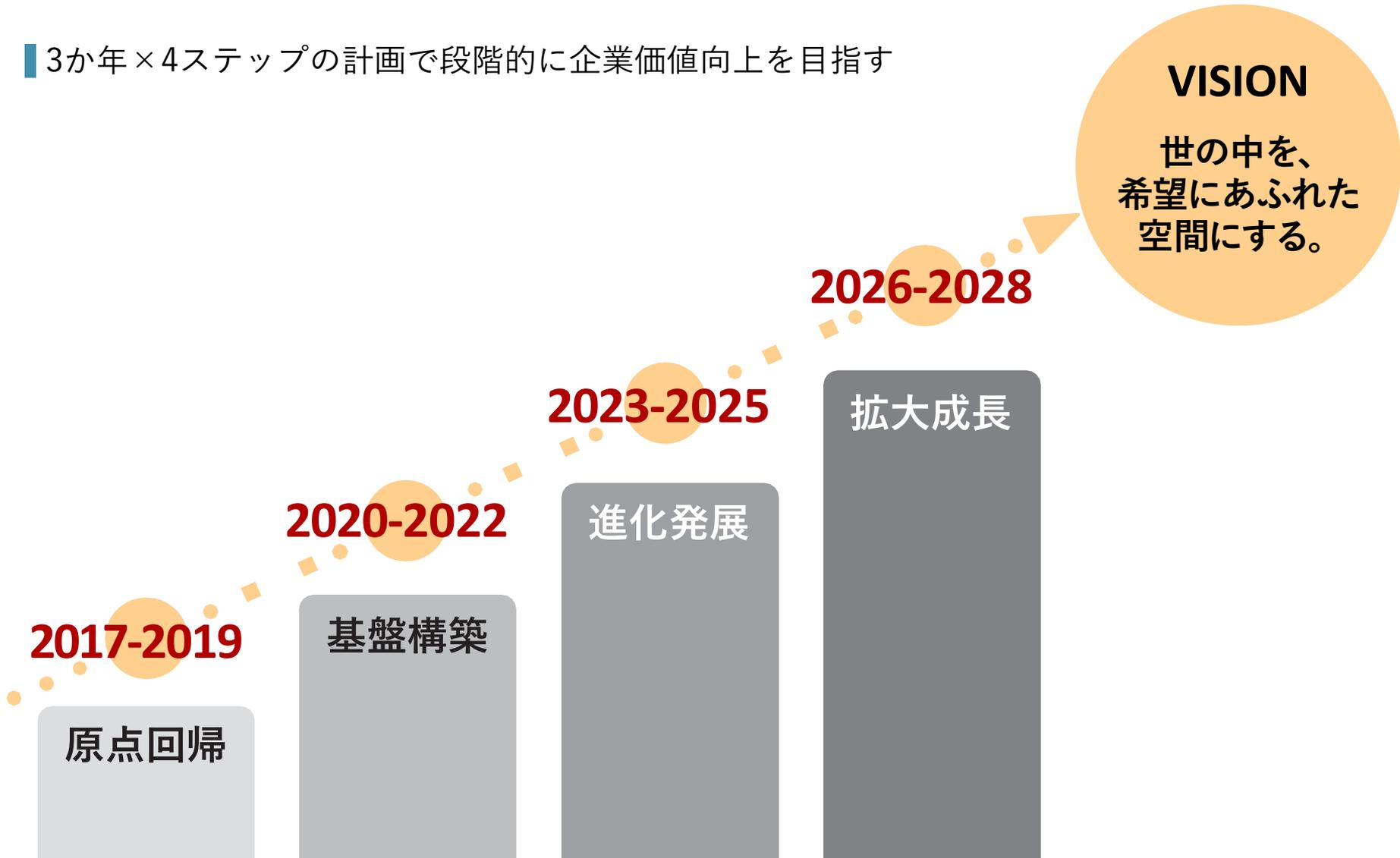
2023年度 業績予想

04

中期経営計画



3か年×4ステップの計画で段階的に企業価値向上を目指す



営業利益率 7%

連結

7% → 4.5%

ROE 10%以上

連結

10% → 4.7%

顧客提供価値の向上

単体

オフィス・サービス空間の売上比率

25% → 20.8%

地域活性に関わる案件数

20件 → 12件

社員全員が働きがいのある会社の実現

単体

新卒社員3年後定着率

80% → 77.6%

1人当たり年間残業時間3割削減

全社員達成 → 37.8%が達成

オフィス・サービス空間への取り組み事例

SPACE

i-PRO 福岡事業所

所在地：福岡県福岡市
クライアント：i-PRO株式会社様
当社業務範囲：企画・設計・施工



i-PRO株式会社様が新たに大規模なセンターオフィスを構えるにあたり、企画・設計・施工を担当しました。

「i-PRO PARK」というコンセプトのもと、敷地の特徴であった大きな庭を活かし、公園のように地域に開かれたオフィスを実現。オフィスの理想のあり方や課題などを社員から丁寧に聞き取りし、提案を行うことで、多様な働き方に柔軟に対応できるワークプレイスが完成しました。オフィス内には執務空間だけでなく、製品開発には欠かせないラボを併設。また、社内でより多くの交流が生まれるよう、各フロアにはリフレッシュエリアを設けました。建物の外に設けた交流スペースでは地域の方々ともコミュニケーションを図りながら、地域に根差し地域とともに発展し続ける企業を支えるオフィスを目指しました。

地域活性への取り組み事例

ひいのの (比井崎地区まちづくりプロジェクト)

所在地：和歌山県日高郡
クライアント：社会医療法人 黎明会 様
当社業務範囲：設計・施工

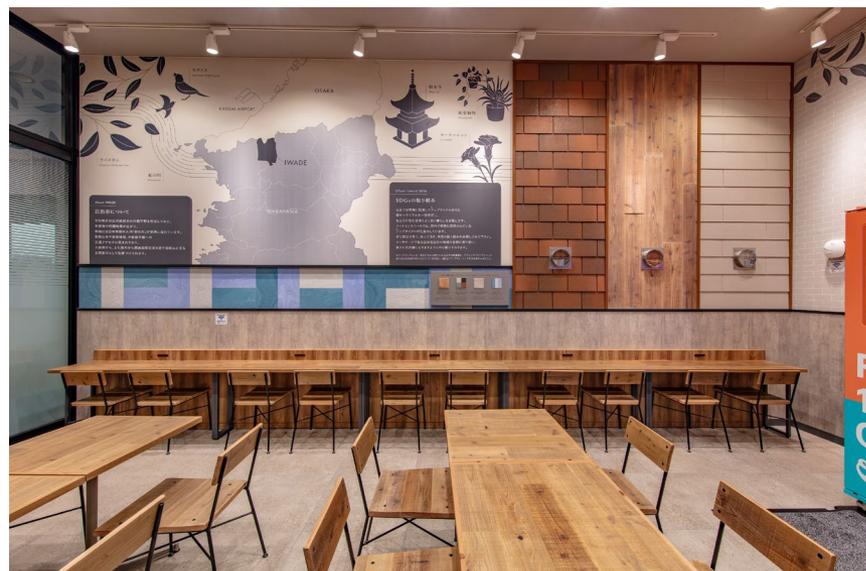


廃校になった日高町（和歌山県）の比井小学校校舎を活用し、地域の方の憩いの場となるカフェに再生させたプロジェクト。日高町による施設の有効活用の公募に黎明会様が名乗りをあげられ、当社が総合プロデュースとしてお手伝いしました。「環境・地域をつなぐ・つどい」をコンセプトに、学習机をテーブルの天板に再利用するなど学校の一部を受け継ぎ、懐かしい気持ちで居心地よく集える空間に。併設した物販コーナーは、地域の方にとっては日常的に食料品・日用品を購入できる施設であるとともに、観光客に向けて特産品をPRする機能も担っています。近隣にコンビニ等もなく高齢化の進む地域において、住民の利便性向上や地元雇用の創出、ひいては健康寿命の延伸につながる空間づくりを通し、地域活性を目指しました。

サステナブルな取り組み事例

メッサオークワ 岩出店

所在地：和歌山県岩出市
クライアント：株式会社オークワ様
当社業務範囲：企画・設計・施工



株式会社オークワ様の高級業態スーパー「メッサオークワ」の環境に配慮した新店舗。多くの利用者に長く親しまれてきたメッサオークワの高級感を踏襲しつつも、持続可能な社会と暮らしの実現を掲げる同社がその取り組みをアピールできる店舗を提案しました。石炭灰や端材を原材料としてつくられた外壁材や、瓦を再利用した壁材等のアップサイクル材を建材材料として使用し、環境に寄り添った空間づくりを実現。加えて、アップサイクル材の原料や説明文をイートインコーナーにディスプレイ展示し、利用者に同社の姿勢や取り組みを伝えるとともに、少しでも環境へ興味関心を持っていただくことを狙いとしています。長く愛され続けてきたメッサオークワというイメージを継承しながらも、時代に即した持続可能性に貢献する新しい店舗が生まれました。

事業基盤

- 事業環境はコロナ禍に大きく影響を受けたが、チェーンストアなど当社の強みとする顧客基盤を活かし、柔軟な営業活動によって影響を最小限にとどめた
- 提案型の営業スタイルを築き、多様化したニーズやコロナ禍で新たに明らかになった課題に対応
- オフィス・サービス分野の取り組みを強化し、商業施設以外の事業領域での実績を増やした
- 地域活性案件に戦略的に取り組み、全国に事業所をおく優位性を発揮できる新たな分野を確立
- デジタル技術を駆使した最先端エンターテインメントを企画・開発する株式会社プレイスホルダ（現：株式会社リトプラ）と業務提携し、VRやARといった最新のデジタル技術を活用した空間づくりに関する知見を獲得

経営基盤

- 働き方改革「WORK“S” INNOVATION」の推進と社員の活躍支援を目的として、各種社内制度を整備〈テレワーク制度/フレックスタイム制度/フリーエージェント制度/キャリアリターン制度/事業提案制度/服装自由化/つながらない権利への取り組み等〉
- サステナビリティ基本方針と重要課題を策定
- コーポレート・ガバナンスの取り組みを強化し、東証の市場再編にあたってはプライム市場へ移行〈指名・報酬委員会の設置/取締役会実効性評価の実施/政策保有に関する方針の策定/企業年金の適切な運用を目的とした資産運用委員会の設置〉

2023-2025 「進化発展」

目標



営業利益率 5%



売上高成長率 5%



全社員活躍の実現



顧客提供価値の向上

方針

- 自ら考え、行動し、成果にこだわる
- オールスペースが持つ可能性を追求する
- 一人ひとりが経営者意識を持って行動する

戦略

事業発展の戦略

ソフト
プロデュースカ
の進化

ハード
プロデュースカ
の進化

地域活性への
参画

グループ
シナジーの発揮

経営進化の戦略

働きがい改革

機能別組織の進化

新中期経営計画 - 目標



営業利益率 5%



売上高成長率 5%

※工事完成基準による



全社員活躍の実現

単体

KPI

多様な人材確保

知的創造支援

健康活躍促進

新規採用者数

社員の教育投資額

1人当たり
所定外労働時間

300名

(2023-2025累計)

100百万円

※2022年度比約2倍

360時間/年



顧客提供価値の向上

単体

KPI

地域コミュニティへの貢献

環境負荷低減

地域活性案件
取り組み件数

サステナブル素材
活用案件率

100件

30%

重要経営指標

ROA (総資産営業利益率) **7%**

配当性向 **50% 以上**

事業発展の戦略

ソフトプロデュース力の進化

| | | |
|---|-----------------|-----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・クリエイター人材の育成 ・外部ネットワークの拡大 ・マーケティング組織の確立 | 一級建築士 資格取得者数 | 15名 (2023-2025累計) |
|---|-----------------|-----------------------------|

ハードプロデュース力の進化

| | | |
|--|--------------------------|-----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・現場から選ばれるコンテンツの開発導入 ・組織化・適正配置による施工技術者の育成 ・パートナー企業の拡充 | 1級建築施工 管理技士 資格取得者数 | 15名 (2023-2025累計) |
| | 新規主要 パートナー 企業数 | 2022年度比 100社増 |

地域活性への参画

| | | |
|--|------------------------|------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・公民連携事業への取り組み強化 ・大阪・関西万博および周辺事業への参画 ・地方事務所の営業力強化 | 公民連携事業 案件取り組み 件数 | 20件 |
|--|------------------------|------------|

グループシナジーの発揮

| | | |
|--|------------------------|-----------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・PM事業への人的投資による商業コンサルティングの強化 ・デジタル技術の実装 ・海外新拠点の開拓 | MSCとの PM事業連携 案件数 | 10件 |
| | SC経営士 資格取得者数 | 10名 (2023-2025累計) |

経営進化の戦略

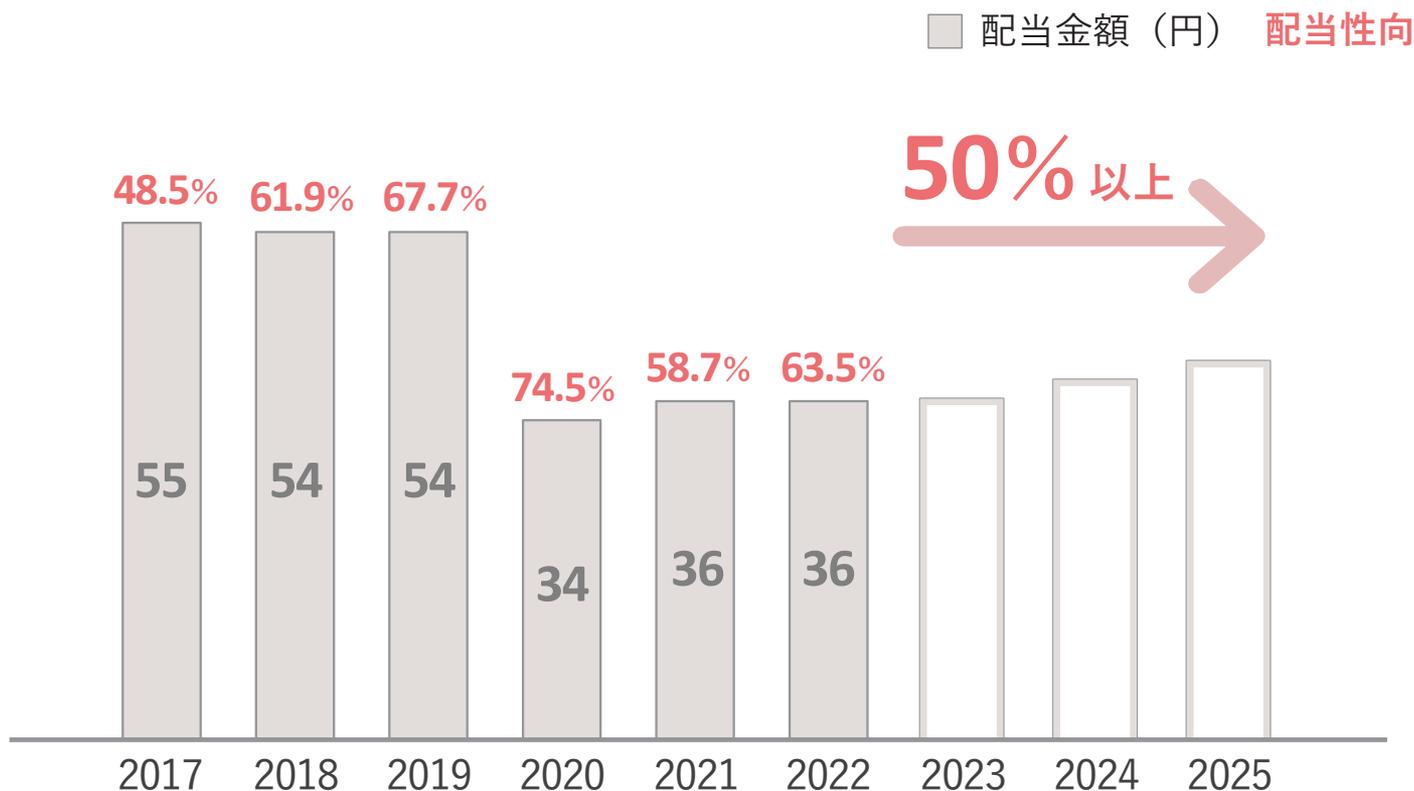
働きがい改革

| | | |
|--|----------------------------|------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ・社員の心とカラダの健康支援 ・特性に応じたキャリア開発支援 ・多様な人材の活躍支援 ・働きがい高める環境整備 | 有給休暇取得率 | 80% |
| | 資格取得者数 ※当社資格手当の 対象資格 | 100人 (2023-2025累計) |
| | 女性管理職・専門職比率 | 20% |

機能別組織の進化

| |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・企業情報の発信強化 ・投資家との対話強化 ・DX推進による業務改革 |
|--|

財務健全性、成長と還元のバランスを総合的に勘案しつつ、積極的な利益還元をおこなう
本中期経営計画期間においては、連結配当性向50%以上を目標水準とする



「商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。」という企業理念に基づき、自社と社会双方の持続可能な発展を目指す

目指す方向性

当中期経営計画期間におけるKPI

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

- ・地域活性案件取り組み件数
- ・公民連携事業案件取り組み件数

- ・1級建築施工管理技士資格取得者数

- ・サステナブル素材活用案件率

- ・パートナーエンゲージメント：90%（2025年度）
※取引姿勢・法令順守等に関するアンケートによる

- ・女性管理職・専門職比率

- ・教育投資額 ・資格取得者数
- ・1人当たり所定外労働時間
- ・有給休暇取得率

- ・BCPの策定（2025年度までに）
- ・ESGに関する年次レポート発行（毎年度）



參考資料

複合商業施設 総合スーパー分野



前期比 +13.5%

食品スーパー コンビニエンスストア分野



前期比 +29.4%

各種専門店分野



前期比 +1.7%

飲食店分野



前期比 +18.2%

サービス等分野



前期比 +8.3%

損益計算書

| | 2021年度 | | 2022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 | 42,408 | 100.0 | 46,707 | 100.0 | 4,298 | 10.1 |
| 売上原価 | 37,625 | 88.7 | 41,890 | 89.7 | 4,265 | 11.3 |
| 売上総利益 | 4,783 | 11.3 | 4,816 | 10.3 | 33 | 0.7 |
| 販管費 | 2,555 | 6.0 | 2,720 | 5.8 | 165 | 6.5 |
| 営業利益 | 2,227 | 5.3 | 2,096 | 4.5 | △131 | △5.9 |
| 営業外損益 | 37 | 0.1 | 30 | 0.1 | △7 | △18.8 |
| 経常利益 | 2,265 | 5.3 | 2,126 | 4.6 | △138 | △6.1 |
| 特別損益 | 6 | 0.0 | 0 | 0.0 | △6 | △100.0 |
| 法人税等 | 755 | 1.8 | 717 | 1.5 | △38 | △5.1 |
| 非支配株主に帰属する 当期純損益 | 1 | 0.0 | 15 | 0.0 | 13 | — |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,514 | 3.6 | 1,394 | 3.0 | △120 | △7.9 |

※ 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。37

貸借対照表

| | 2021年度 | | 2022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 | 23,381 | 67.5 | 24,524 | 69.3 | 1,143 | 4.9 |
| 固定資産 | 11,233 | 32.5 | 10,879 | 30.7 | △354 | △3.2 |
| 資産合計 | 34,615 | 100.0 | 35,404 | 100.0 | 788 | 2.3 |
| 流動負債 | 4,742 | 13.7 | 5,105 | 14.4 | 363 | 7.7 |
| 固定負債 | 575 | 1.7 | 701 | 2.0 | 126 | 21.9 |
| 負債合計 | 5,317 | 15.4 | 5,807 | 16.4 | 489 | 9.2 |
| 純資産合計 | 29,297 | 84.6 | 29,596 | 83.6 | 299 | 1.0 |
| 負債・純資産合計 | 34,615 | 100.0 | 35,404 | 100.0 | 788 | 2.3 |

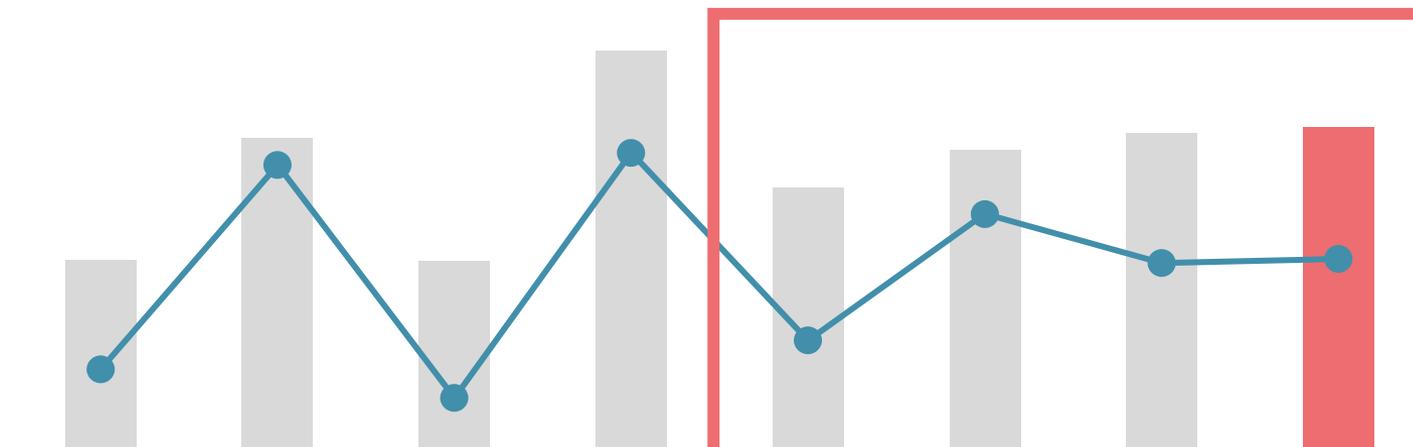
キャッシュ・フロー計算書

| | 2021年度 金額 (百万円) | 2022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 | 2,282 | △35 | △2,317 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | △89 | △76 | 13 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | △830 | △1,014 | △184 |
| 現金及び現金同等物 の増減額 | 1,385 | △1,109 | △2,495 |
| 現金及び現金同等物 の期首残高 | 13,335 | 14,790 | 1,454 |
| 現金及び現金同等物 の期末残高 | 14,790 | 13,681 | △1,109 |

四半期業績推移

SPACE

■ 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

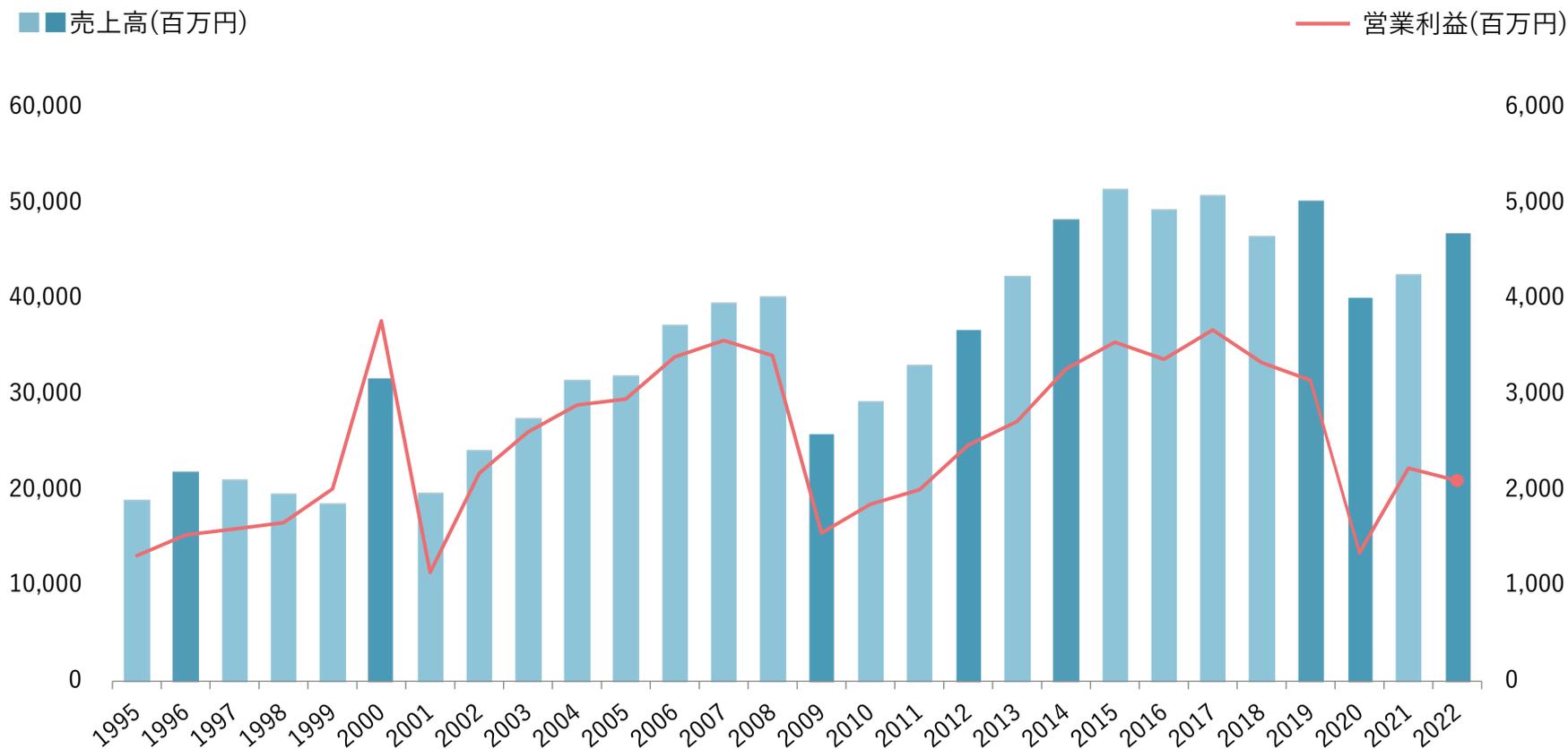
| | | | | | | | | |
|---------------------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 7,413 | 12,115 | 7,362 | 15,517 | 10,217 | 11,655 | 12,304 | 12,529 |
| 営業利益 | 144 | 852 | 95 | 1,134 | 271 | 672 | 560 | 592 |
| 経常利益 | 151 | 859 | 102 | 1,150 | 273 | 685 | 563 | 603 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 80 | 569 | 56 | 808 | 162 | 447 | 355 | 428 |
| 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 | 17.45 |
| 営業利益率 (%) | 2.0 | 7.0 | 1.3 | 7.3 | 2.7 | 5.8 | 4.6 | 4.7 |

※ 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。40

| | |
|------|------------------------------|
| 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：851名 単体：820名（2022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 |

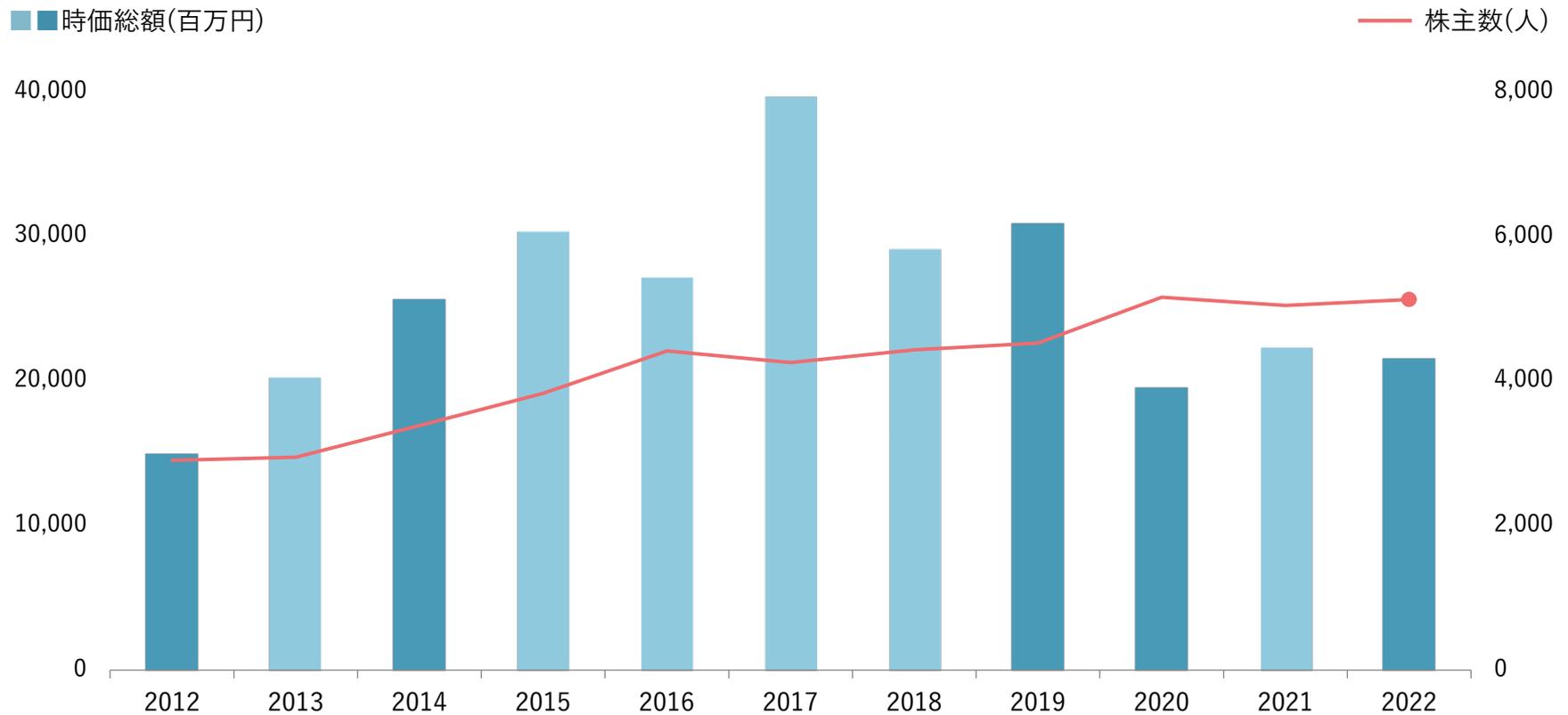


売上高及び営業利益推移



※ 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。