

2023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】

- ①2023年1月期 業績概況
- ②2023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
- ②2024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）

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
乃村工藝社	143,689	107,736	111,081	(計画)112,000
丹青社	81,678	69,225	62,714	64,221
スペース	50,151	40,028	42,408	46,707

※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】	東京証券取引所プライム市場（証券コード：9743）
【資本金】	40億26百万円
【従業員数】	1,404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。

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 269名
- ② 制作職 475名
(内、一級建築士60名、一級建築施工管理技士239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

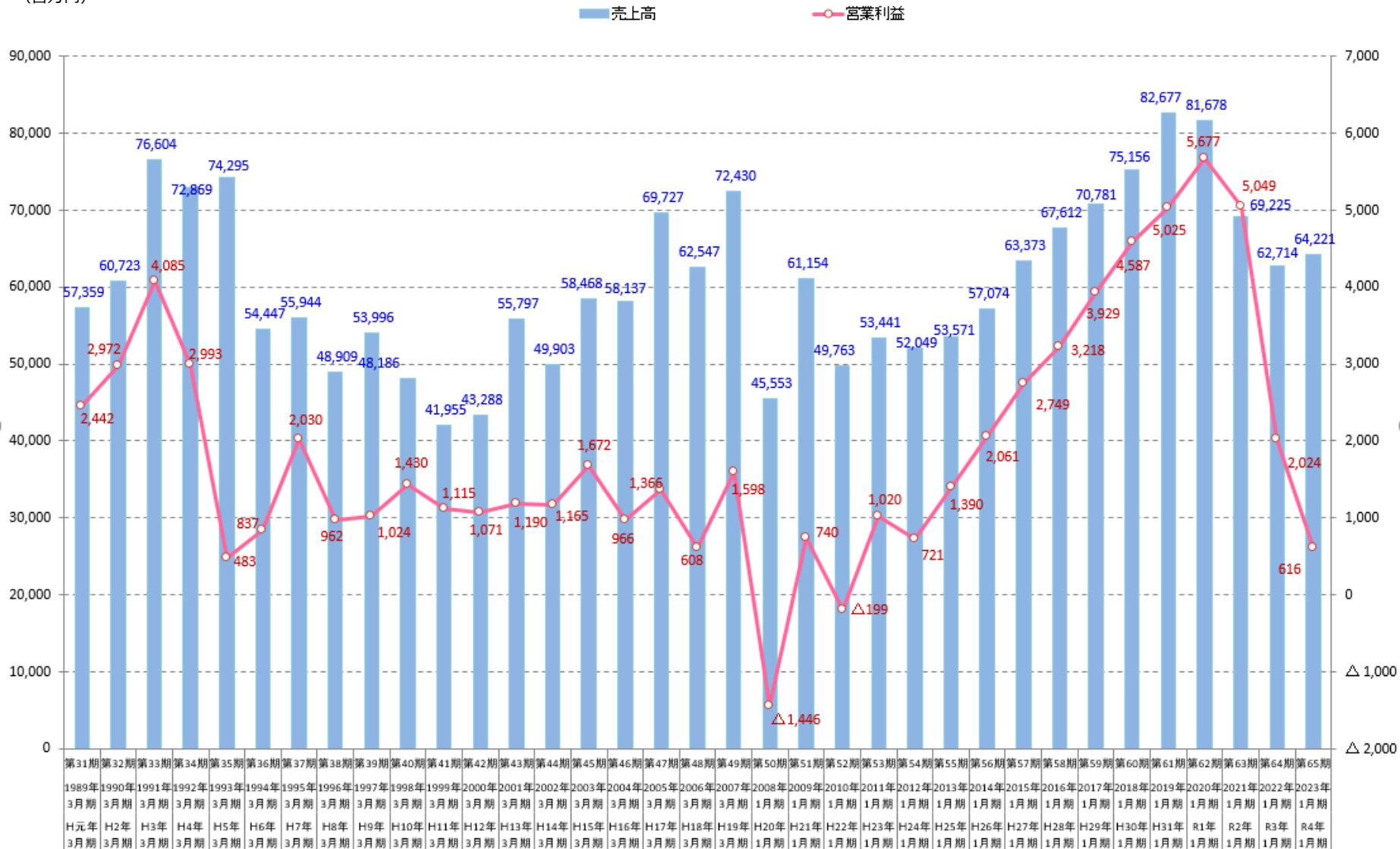
事業上の特長

- ① 文化施設事業においては専門のシンクタンクを備え、トップレベルのシェア
- 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

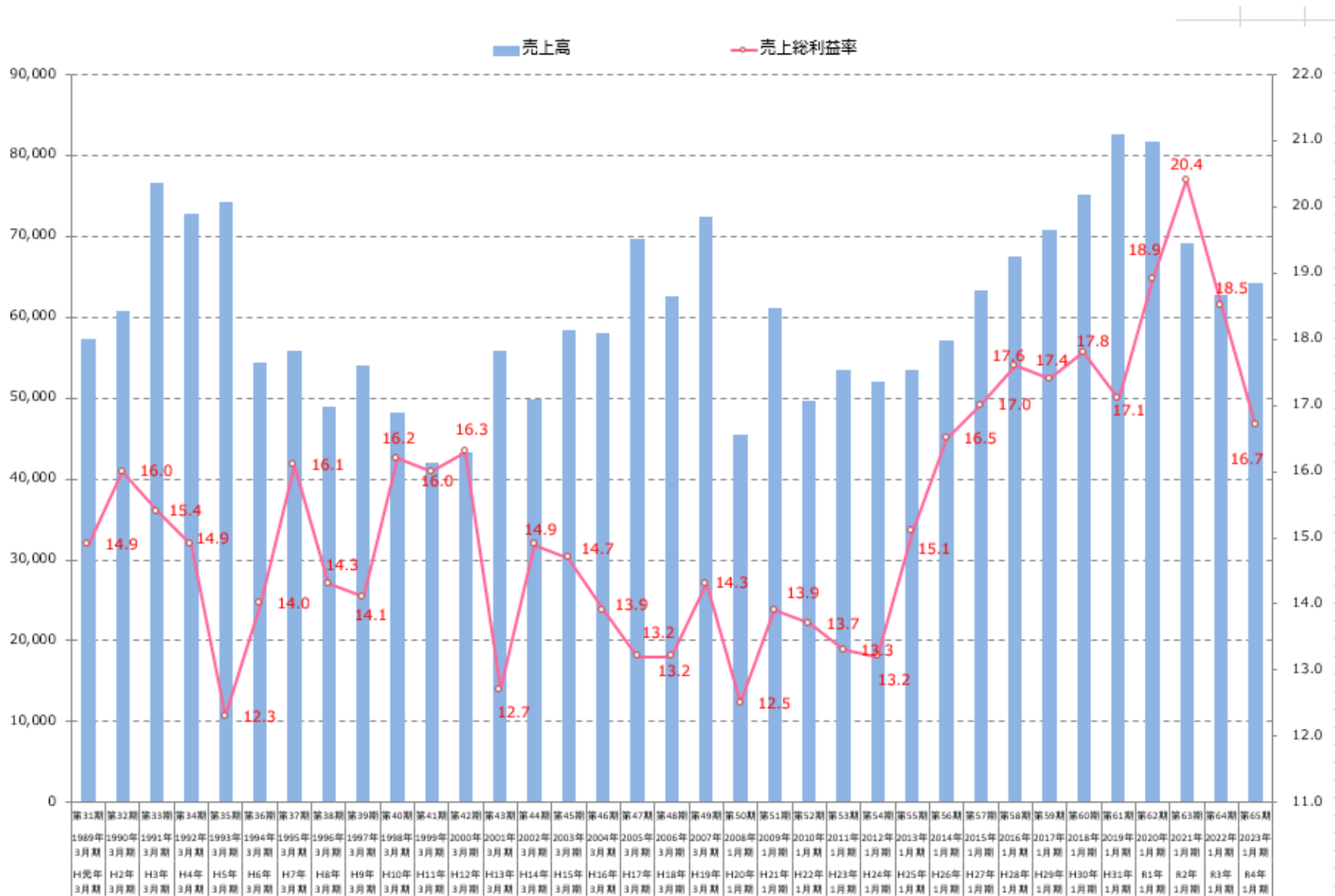
※2023年1月末現在

業績の推移① (連結売上高および営業利益の推移)

(百万円)



業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)



【 P A R T 2 】

① 2023年 1 月期業績概況

「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。）等の適用に伴う影響について

1. 第1四半期連結会計期間の期首より前に収益認識会計基準等を遡及適用した場合の累積的影響額を、第1四半期連結会計期間の期首の利益剰余金に加減し、当該期首残高から収益認識会計基準等を適用している。

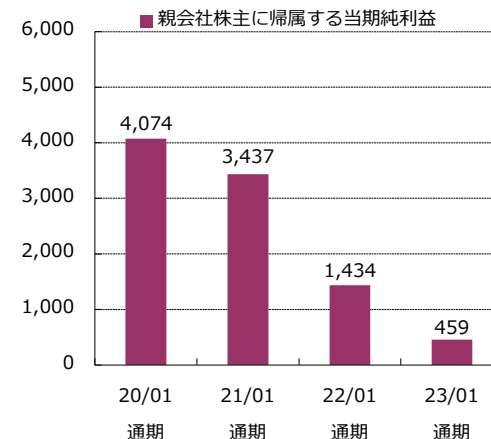
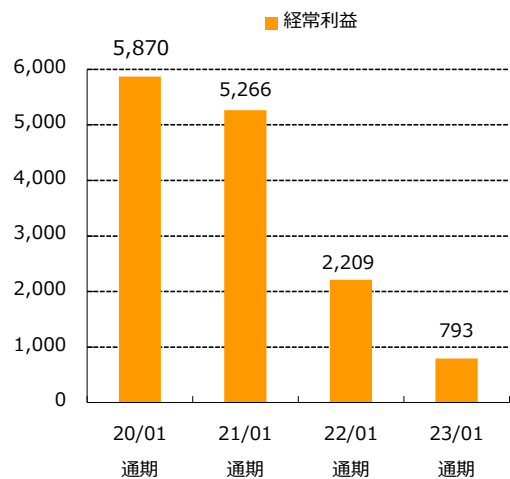
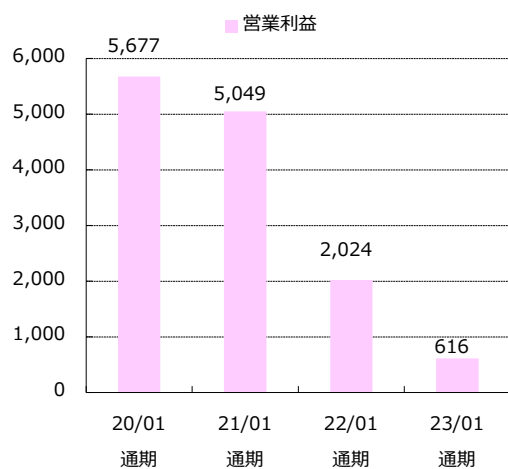
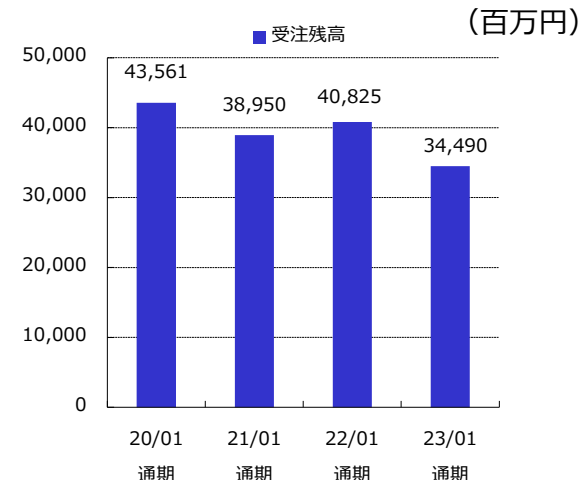
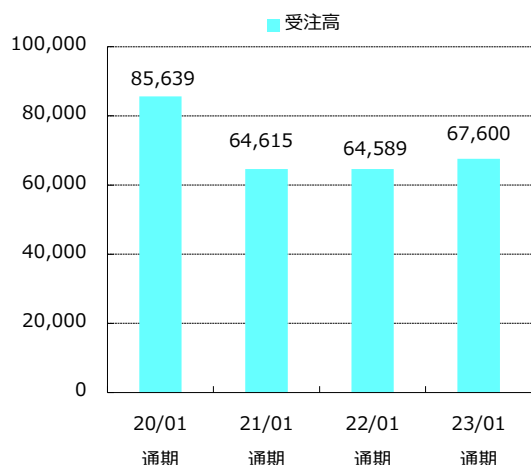
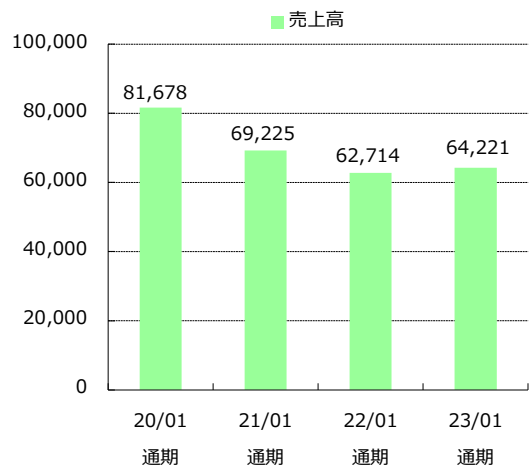
※参考：期首時点の影響額 受注残高 △97億円程度

2. 上記1の結果、当連結累計年度における収益認識会計基準等の影響額は、売上高は11億66百万円、売上原価は10億23百万円それぞれ増加し、営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益はそれぞれ1億42百万円増加している。

3. 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、資料の前年同期比は参考値として掲載している。

2023年1月期 サマリー情報

- 売上高および受注高は、新型コロナウイルス感染症の規制緩和により前年同期を上回ったものの、世界的なインフレ等の影響もあり、わずかな回復に留まった。
- 利益面については、価格競争の激化により収益性の低い案件が増加したことおよび販管費が増加したことにより、前年同期を大幅に下回った。



2023年1月期 P/L 概況

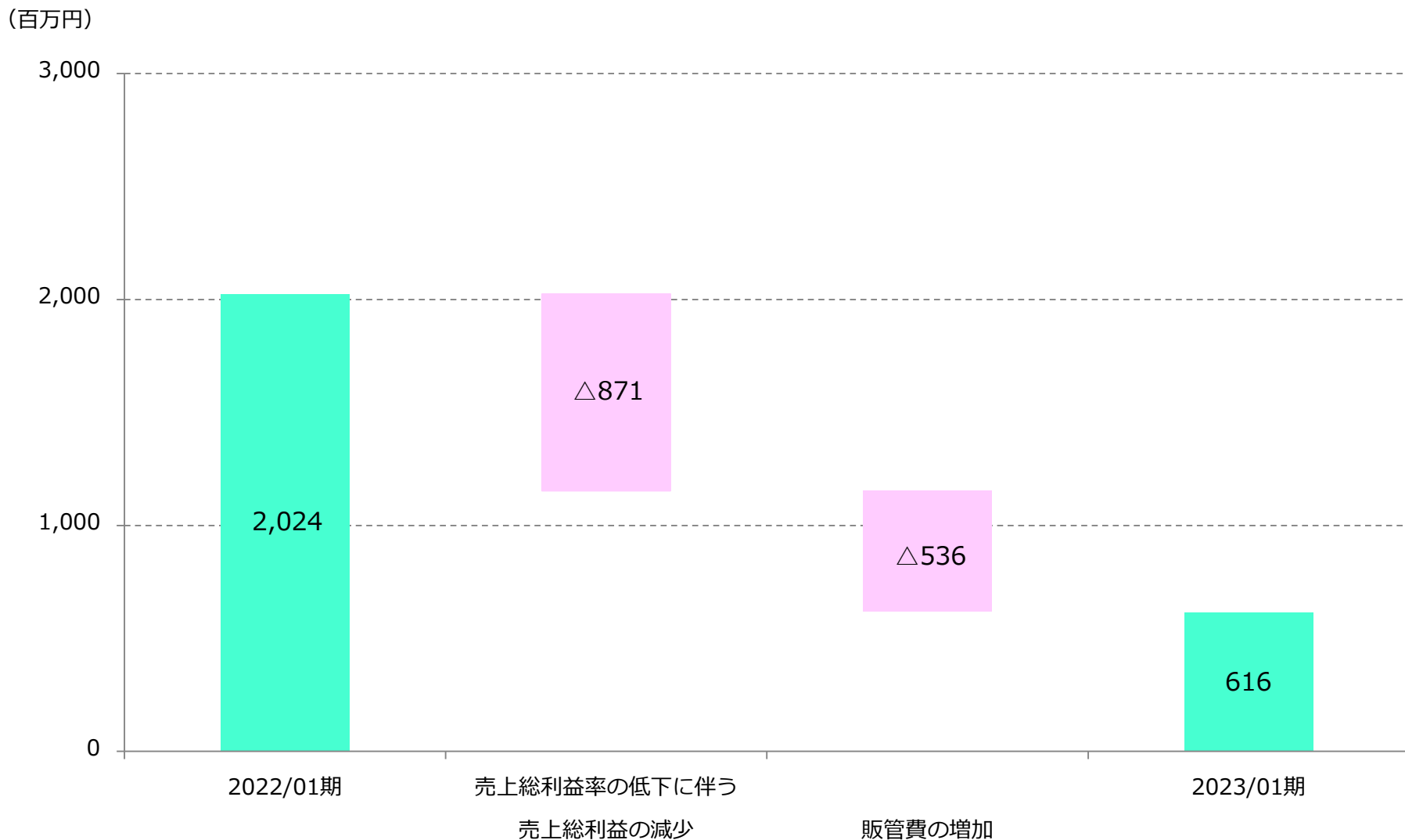
- 売上総利益は、価格競争の激化により収益性の低い案件が増加したことにより、前年同期比で8億71百万円の減少となった。
- 売上総利益率は、エネルギーや資材価格の高騰等による影響を受け、前年同期比で△1.8ポイントとなり、16.7%となった。

(百万円)

	22/01 通期		23/01 通期		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	62,714	100.0	64,221	100.0	1,507	
売 上 原 価	51,131	81.5	53,510	83.3	2,378	1.8
売上総利益	11,582	18.5	10,710	16.7	△871	△1.8
販 管 費	9,557	15.2	10,093	15.7	536	0.5
営業利益	2,024	3.2	616	1.0	△1,407	△2.3
営 業 外 収 益	249		220		△28	
営 業 外 費 用	64		43		△20	
経常利益	2,209	3.5	793	1.2	△1,415	△2.3
特 別 利 益	150		19		△130	
特 別 損 失	74		30		△44	
法 人 税 ・ 事 業 税	824		447		△377	
法 人 税 等 調 整 額	25		△124		△150	
親会社株主に帰属する当期純利益	1,434	2.3	459	0.7	△974	△1.6

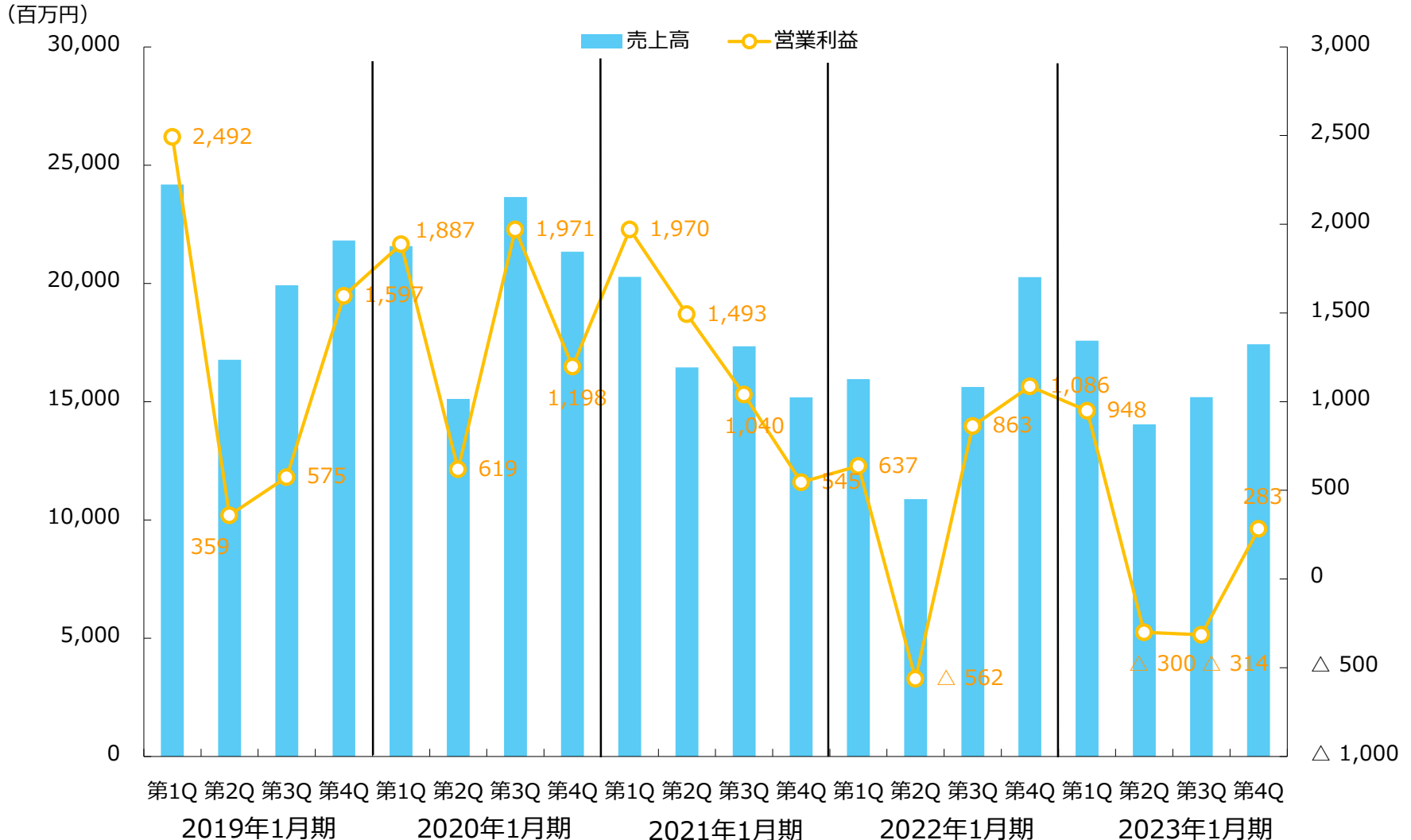
E P S (円)	30.13		9.68		△20.45	
R O E (%)	4.9		1.6		△3.3	

営業利益の減益要因（対前期比）



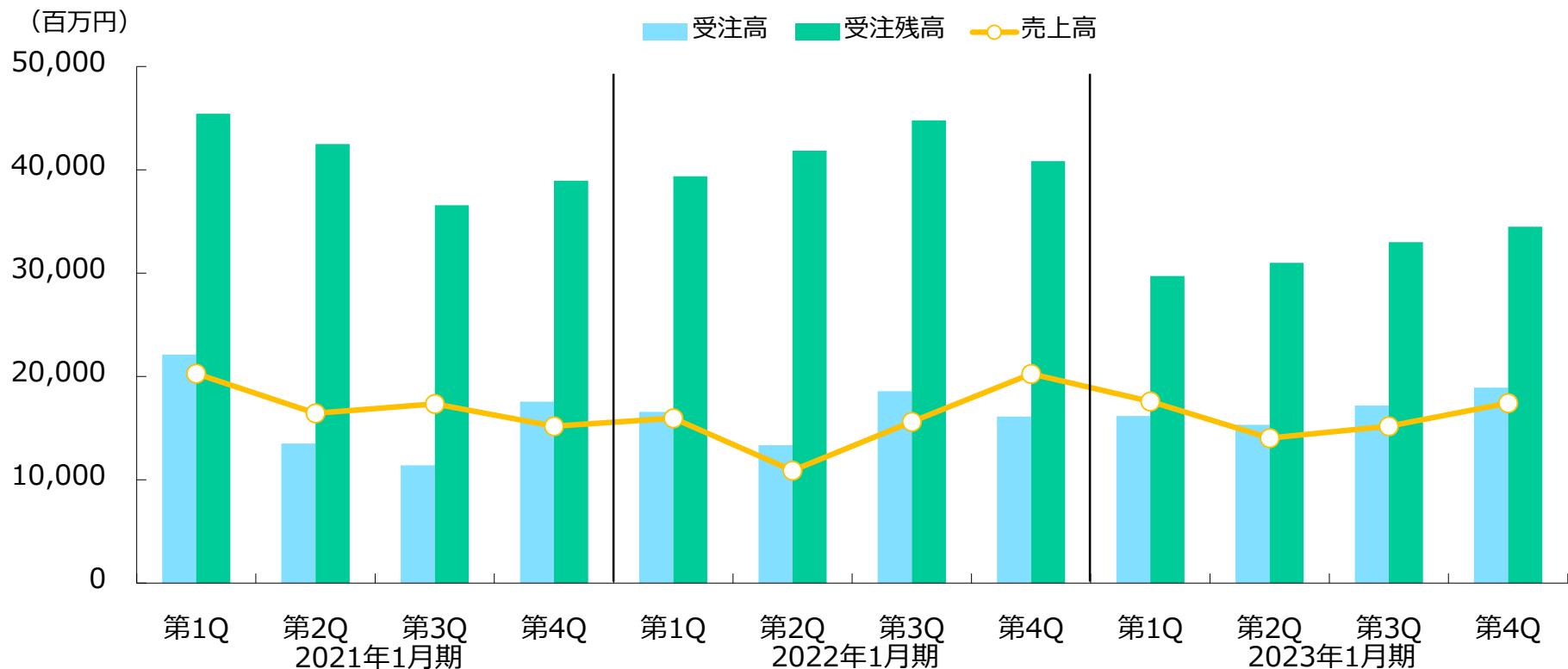
過年度の四半期ごとの変動要因

- 受注産業であり2022年1月期までは工事完成基準を適用していたため、各四半期ごとに利益が積み上がる構造ではない。
- 第2四半期は完工する案件が少ないため売上高が減少する傾向にある。
- 2019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

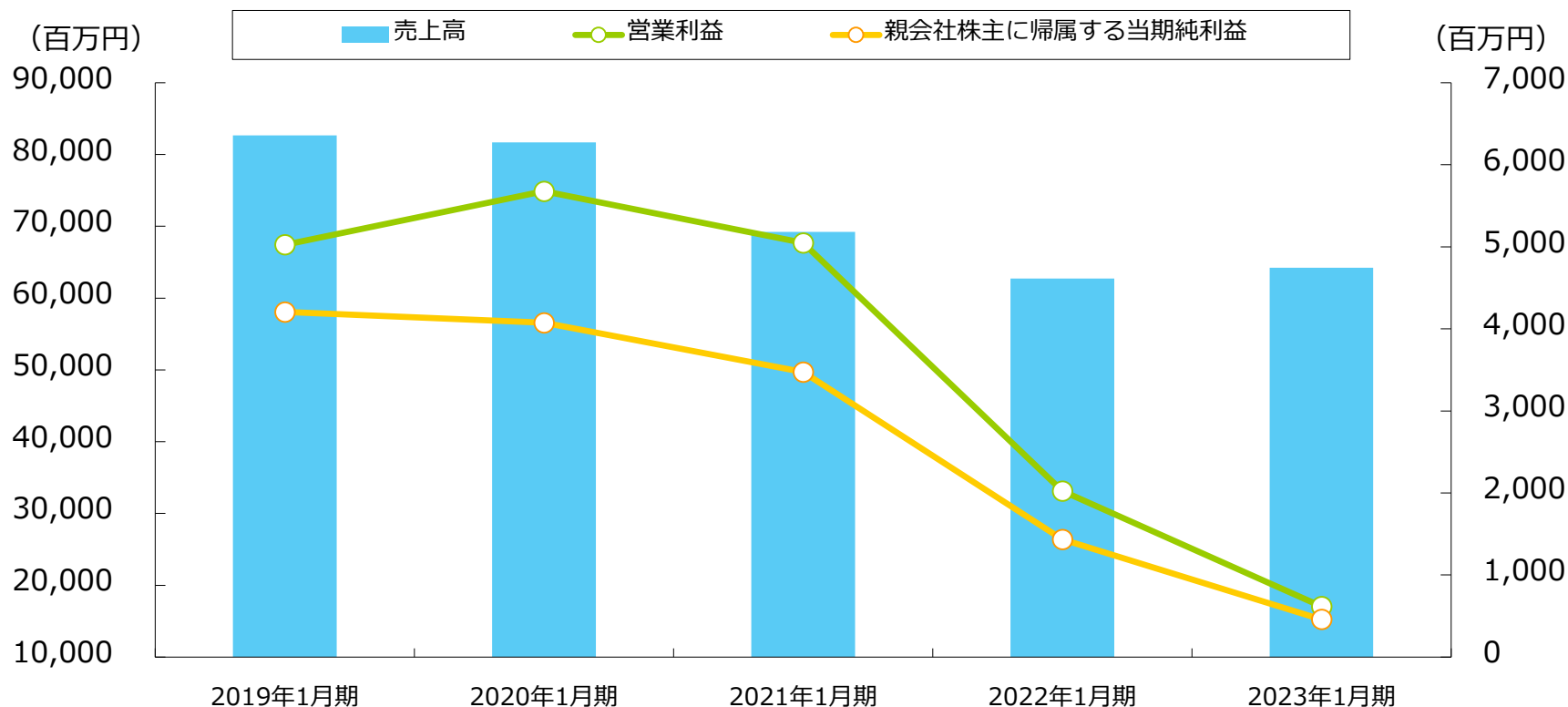
● 受注高は、新型コロナウイルス感染症の規制緩和により回復傾向にある。



	2021年1月期				2022年1月期				2023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)	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877	15,621	20,260	17,571	14,035	15,190	17,424
受注高 (百万円)	22,125	13,514	11,408	17,565	16,560	13,355	18,568	16,105	16,168	15,324	17,185	18,922
受注残高 (百万円)	45,414	42,485	36,558	38,950	39,360	41,838	44,785	40,825	29,709	30,998	32,992	34,490

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

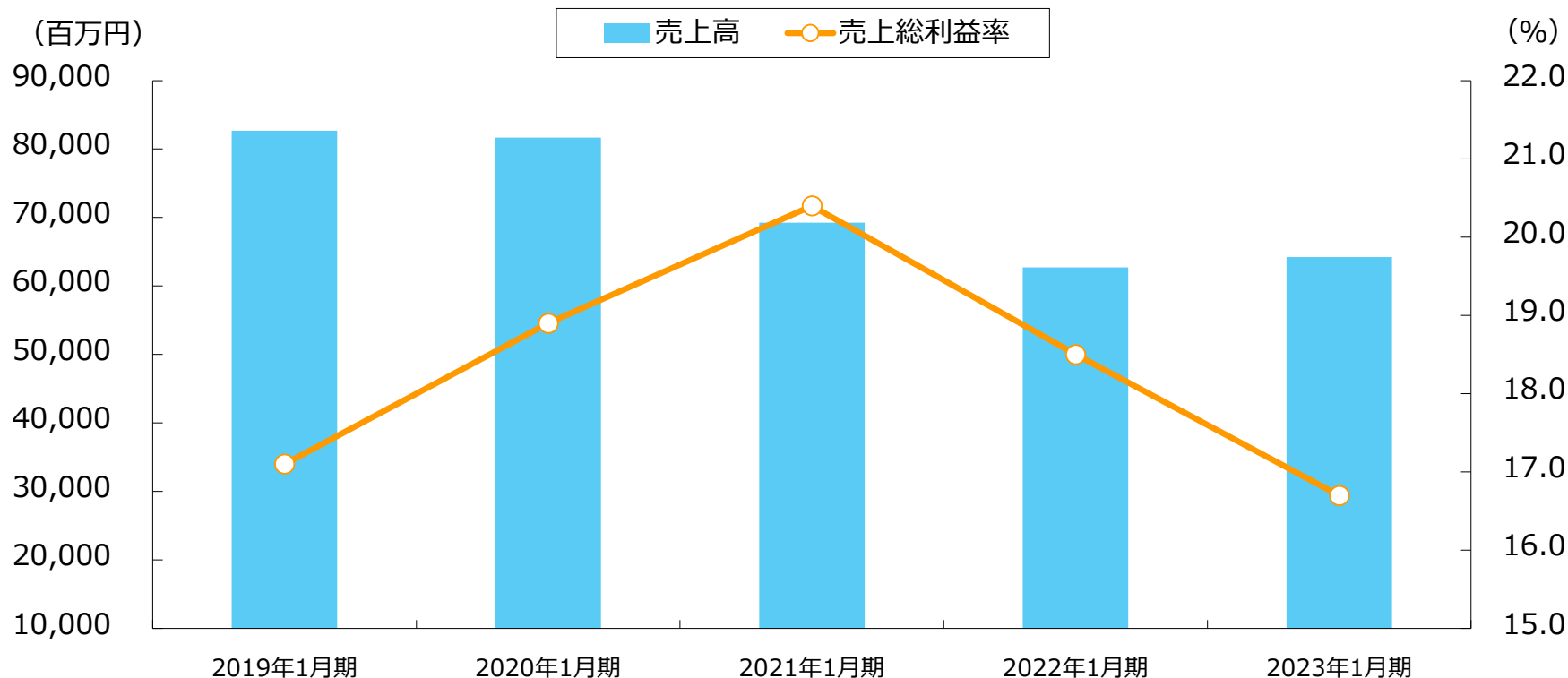
- 売上総利益の減少および販管費の増加に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、前年同期を大幅に下回った。



	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
売上高 (百万円)	82,677	81,678	69,225	62,714	64,221
営業利益 (百万円)	5,025	5,677	5,049	2,024	616
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	4,206	4,074	3,437	1,434	459

売上高および売上総利益率の推移

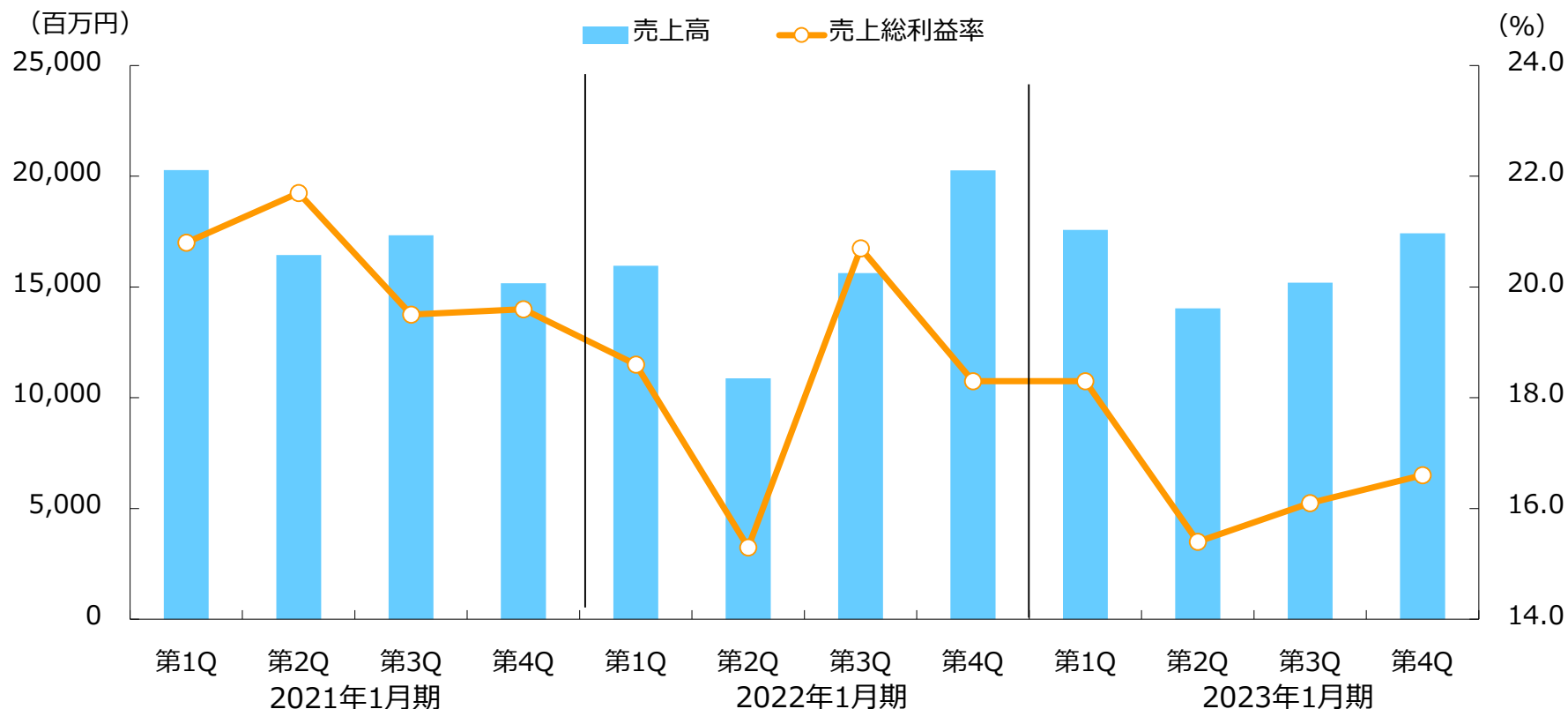
●売上総利益率は、エネルギーや資材価格の高騰等による影響を受け、前年同期で△1.8ポイントとなった。



	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
売上高 (百万円)	82,677	81,678	69,225	62,714	64,221
売上総利益率 (%)	17.1	18.9	20.4	18.5	16.7

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

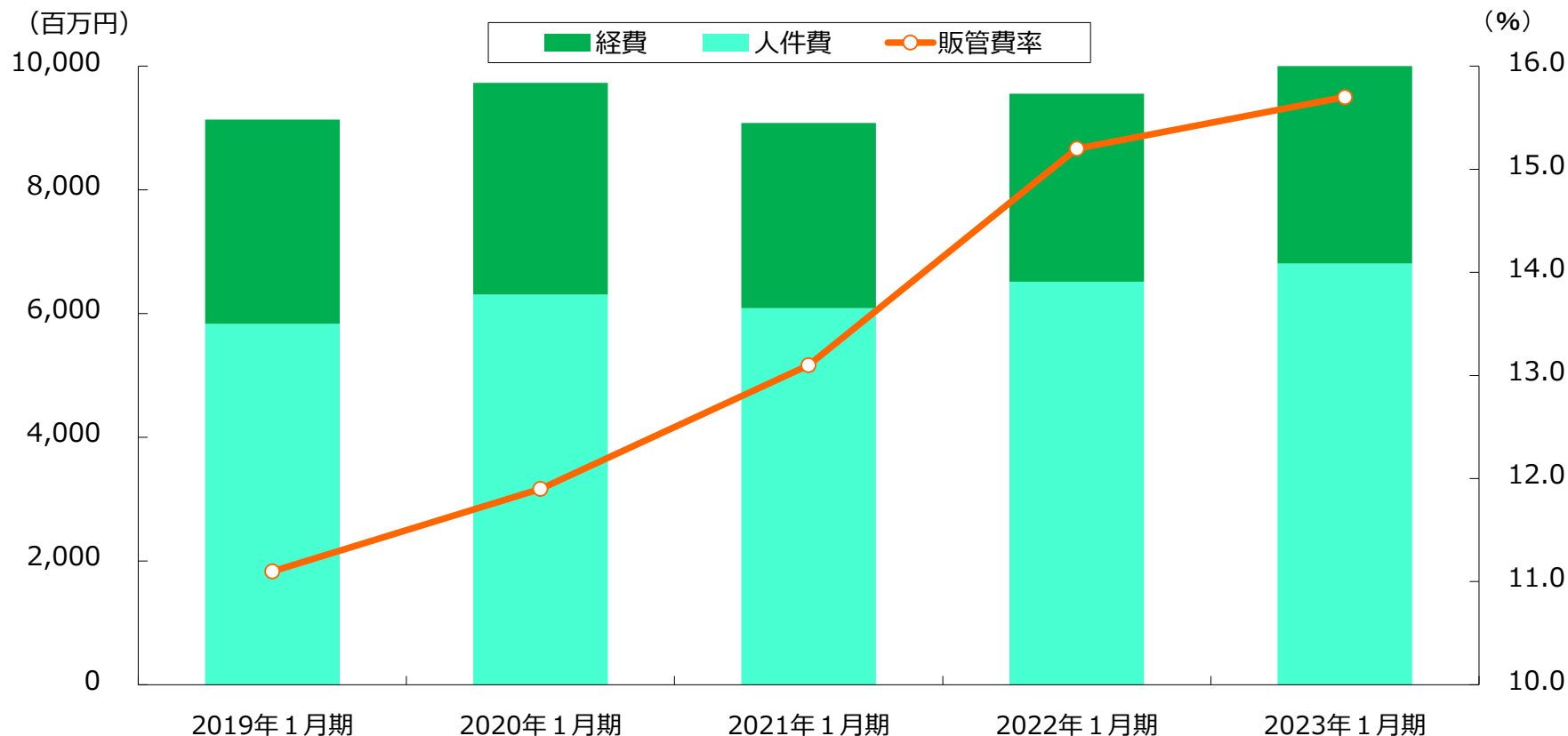
● 売上総利益率は、第2四半期以降、価格競争の激化ならびにエネルギーや資材価格の高騰等による影響を受け、厳しい状況にあるが、第4四半期は16.6%となり、回復傾向にある。



	2021年1月期				2022年1月期				2023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)	20,272	16,443	17,335	15,174	15,954	10,877	15,621	20,260	17,571	14,035	15,190	17,424
売上総利益率 (%)	20.8	21.7	19.5	19.6	18.6	15.3	20.7	18.3	18.3	15.4	16.1	16.6

販売費及び一般管理費の推移

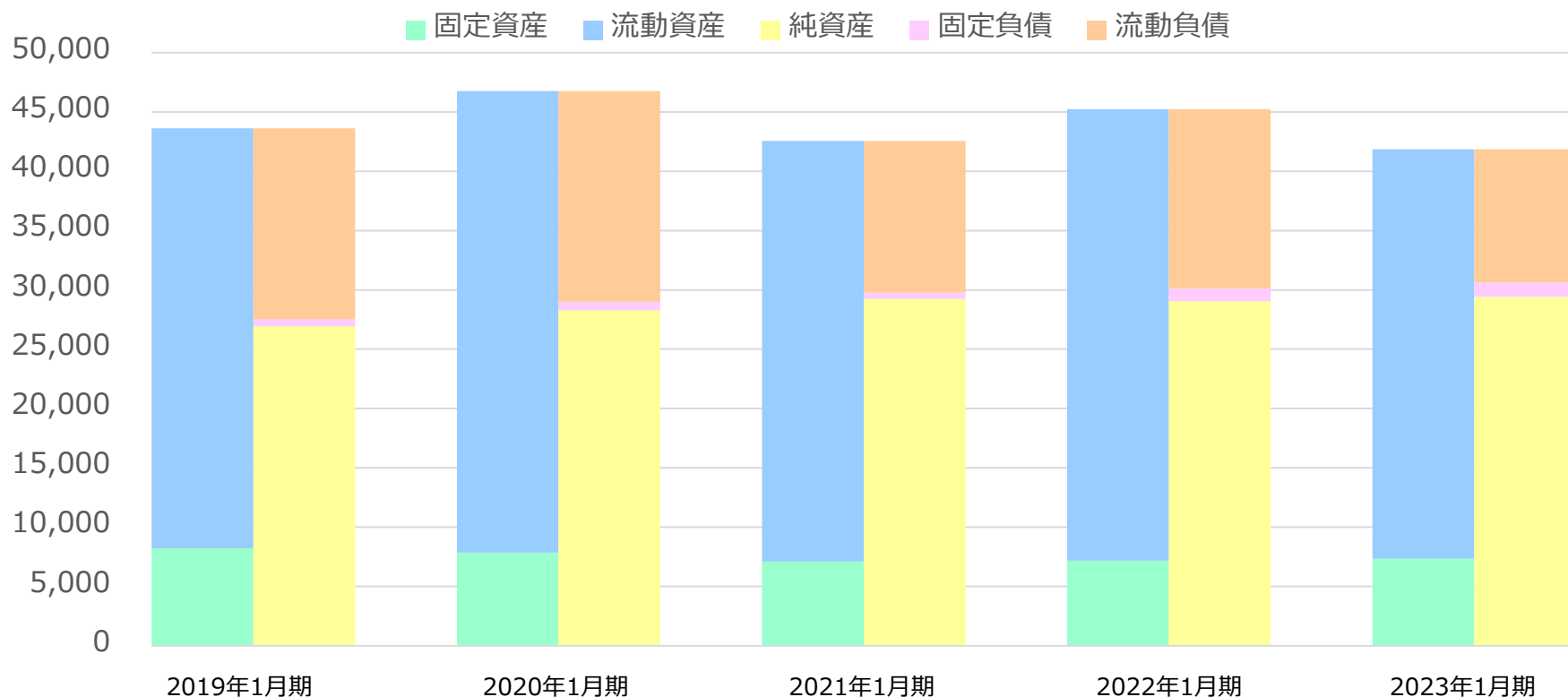
- 販管費率は、営業経費の増加や賃上げの実施等により、15.7%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2022年1月：1,410人 2023年1月：1,404人となり、6人減少。



	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
人件費 (百万円)	5,833	6,310	6,087	6,515	6,809
経費 (百万円)	3,305	3,418	2,996	3,041	3,284
販管費率 (%)	11.1	11.9	13.1	15.2	15.7

B/S 主要項目の推移

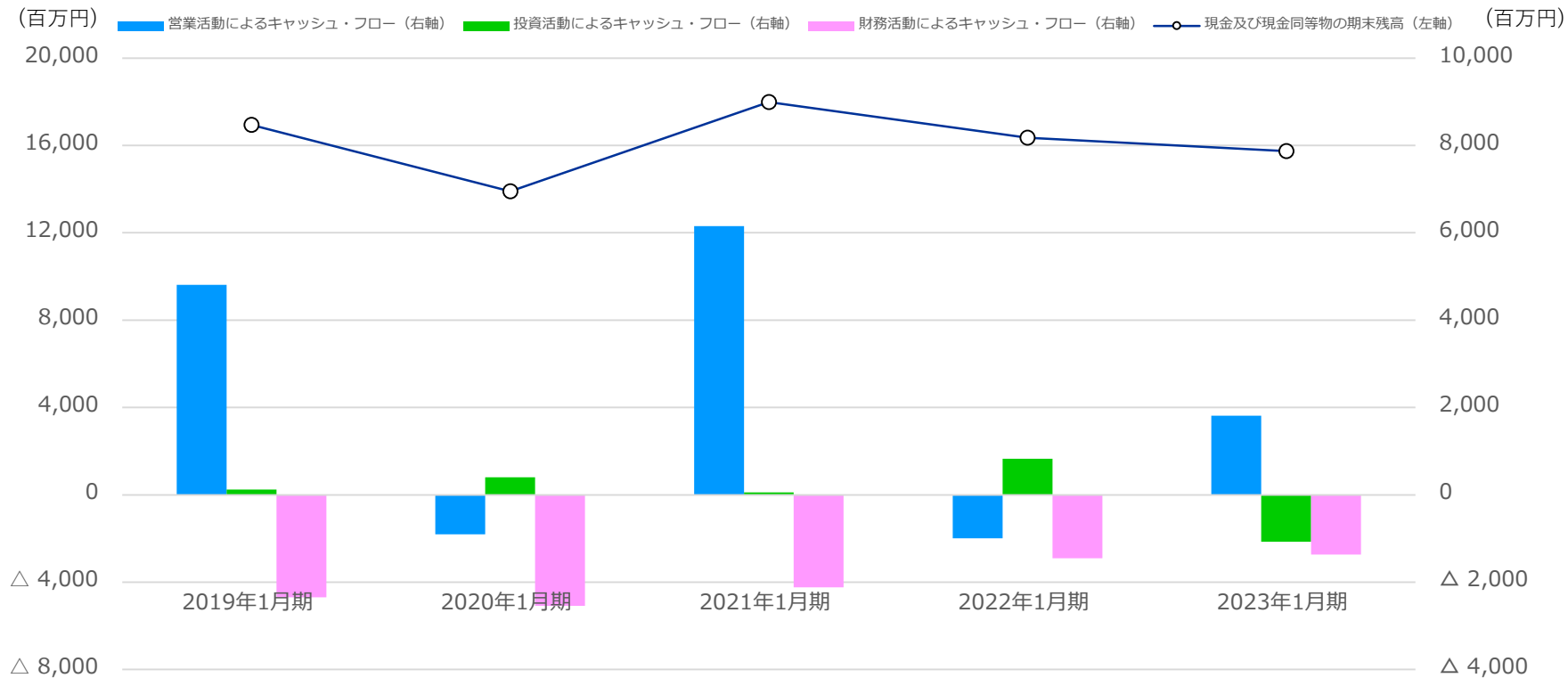
- 自己資本は、294億14百万円となり、前期比で3億54百万円の増加となった。
- 自己資本比率 70.3%（前期比+6.1ポイント）



	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
自己資本 (百万円)	26,922	28,276	29,248	29,059	29,414
自己資本比率 (%)	61.7	60.5	68.7	64.2	70.3

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、支払手形・工事未払金等が9億58百万円減少し、法人税等の支払額を11億11百万円計上したものの、受取手形・完成工事未収入金等が32億69百万円減少したこと等により、18億10百万円となった。



(単位：百万円)	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
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,811	△906	6,150	△994	1,810
投資活動によるキャッシュ・フロー	118	405	59	823	△1,075
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,346	△2,543	△2,118	△1,449	△1,364
現金及び現金同等物の期末残高	16,940	13,894	17,986	16,356	15,739

【PART 2】

②2023年1月期セグメント別業績概況

2023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の影響による経済活動の制限が緩和されたことにより、需要は回復し、主にショッピングセンター・専門店ビル・アウトレットモール等の大型店やアミューズメント施設、ホテル等の新改装案件が増加したこと等から、売上高は前年同期を上回ったが、価格競争が激化した影響を受け収益性の低い案件が増加したため、セグメント利益は前年同期を下回った。
● チェーンストア事業	エネルギー、原材料価格の高騰等の影響に伴う設備投資の抑制や出店計画の中止等による需要の減少および価格競争が激化した影響を受け、売上高、セグメント利益ともに、前年同期を下回った。
● 文化施設事業	収益性の高い案件が減少したこと等から、売上高、セグメント利益ともに前年同期を下回った。
● その他	新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が緩和されたことにより、ディスプレイ業以外のインターネット情報サービス等の需要は回復し、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。

(百万円)

売上高

セグメント利益

	22/01	23/01	増減
商業その他施設事業	32,547	36,144	3,596
チェーンストア事業	19,726	18,269	△1,456
文化施設事業	10,089	9,409	△679
その他	350	397	46
調整額	—	—	—
合計	62,714	64,221	1,507

	22/01	23/01	増減
商業その他施設事業	982	123	△859
チェーンストア事業	582	336	△245
文化施設事業	384	70	△313
その他	71	83	11
調整額	3	3	0
合計	2,024	616	△1,407

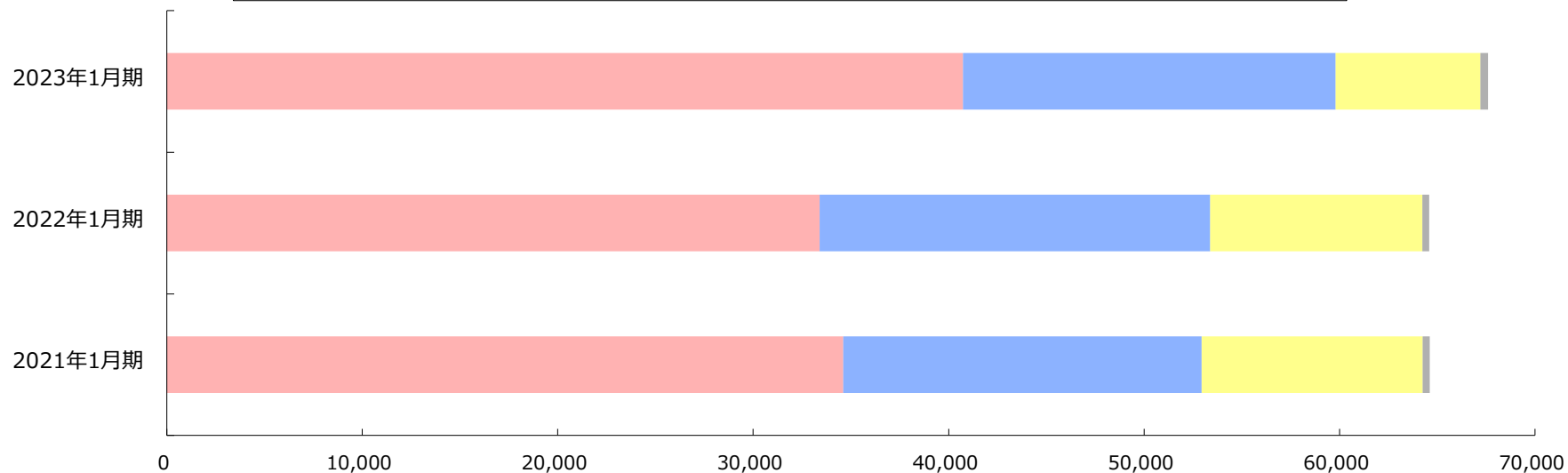
セグメント別 受注高の状況

●受注高は、主に文化施設事業において、大型案件が減少したこと等により前年同期を下回ったものの、受注環境が緩やかに回復したこと等により、商業その他施設事業は前年同期を上回り、全体では前年同期比で30億10百万円の増加となった。

(百万円)

	21/01	22/01	23/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	34,612	33,398	40,730	7,332
チェーンストア事業	18,330	19,982	19,069	△912
文化施設事業	11,311	10,858	7,402	△3,456
その他	360	350	397	46
受注高合計	64,615	64,589	67,600	3,010

■ 商業その他施設事業 ■ チェーンストア事業 ■ 文化施設事業 ■ その他

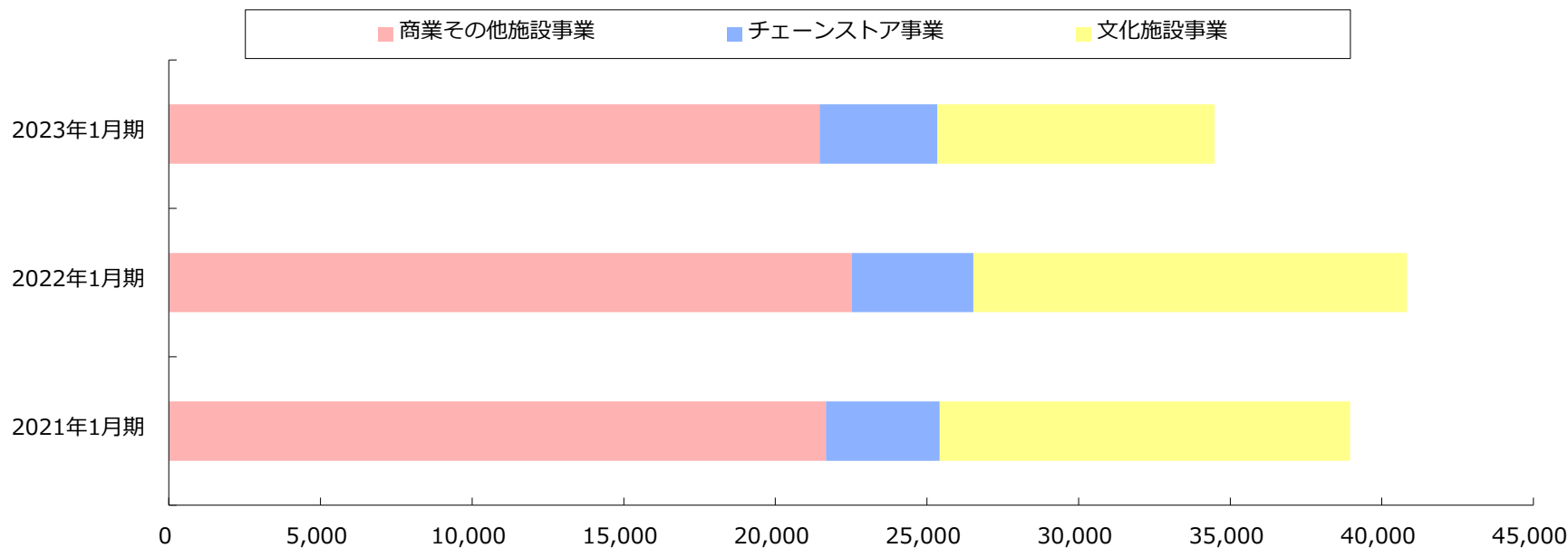


セグメント別 受注残高の状況

●受注残高は、主に文化施設事業の受注高の減少および収益認識に関する会計基準の適用に伴う影響（約△108億円）により、全体では前年同期比で63億35百万円の減少となった。

(百万円)

	21/01	22/01	23/01	前年同期比増減
商業その他施設事業	21,674	22,525	21,457	△1,067
チェーンストア事業	3,750	4,005	3,887	△118
文化施設事業	13,525	14,294	9,145	△5,149
その他	—	—	—	—
受注残高合計	38,950	40,825	34,490	△6,335



【 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）の推移

計画策定～修正までの経緯

- 策定時は、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。
- 変異株の感染拡大も含め、コロナ禍による経済活動の制限・停滞が長期化したことを受け、2022年3月11日に中期経営計画2年目および3年目（23/1期～24/1期）の計画を修正。

現在の事業環境認識

1. 新型コロナウイルス感染症の規制緩和により、経済活動の正常化が見込まれ、当社事業環境についても、需要は回復傾向にある。
2. ウクライナ情勢の長期化等に起因するインフレ等もあり、見通しには不透明さもある。
3. 競合他社との競争は激化している。
4. 建設業における時間外労働の上限規制の適用を見据え、増員を予定。（人件費増加の見込み）

**事業環境は改善しているが、想定より時間を要しているため、
2024年1月期（中期経営計画最終年度）の計画を再修正。**

中期経営計画（22/1月期－24/1月期）

(百万円)

	2022年1月期 (実績)		2023年1月期 (実績)		2024年1月期 (中計最終年度) (修正後)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
受注高	64,589		67,600		78,000	
売上高	62,714	100.0	64,221	100.0	76,000	100.0
売上総利益	11,582	18.5	10,710	16.3	13,600	17.9
営業利益	2,024	3.2	616	1.0	3,000	3.9
経常利益	2,209	3.5	793	1.2	3,160	4.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,434	2.3	459	0.7	2,090	2.8
E P S (円)	30.13		9.68		44.01	
R O E (%)	4.9		1.6		7.0	

※ 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 (実績)	2024年1月期 (中計最終年度) (修正後)
受	商業その他施設事業	33,398	40,730	45,500
	チェーンストア事業	19,982	19,069	21,800
	文化施設事業	10,858	7,402	10,300
	その他	350	397	400
	注高計	64,589	67,600	78,000
売	商業その他施設事業	32,547	36,144	43,600
	チェーンストア事業	19,726	18,269	21,800
	文化施設事業	10,089	9,409	10,200
	その他	350	397	400
	売上高計	62,714	64,221	76,000
営	商業その他施設事業	982	123	1,610
	チェーンストア事業	582	336	860
	文化施設事業	384	70	480
	その他	71	83	50
	調整額	3	3	—
営業利益計	2,024	616	3,000	

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 修正計画（財務/非財務）

連結売上高	760億円	働き方	<ul style="list-style-type: none"> 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 総労働時間が削減されている
連結営業利益率	3.9%	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	7.0%	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	2023年1月期 進捗状況	2024年1月期 目標
S	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●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 ●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 	従業員意識調査結果	× 総合評価低下	前回以上の評価
		総労働時間の削減	△ 削減施策推進中	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	△ 登用施策推進中	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	△ 前年並	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"> ●経営・財務基盤の充実 ●株主還元の充実 		2023年1月期 実績	2024年1月期 計画
		連結売上高	642億円	760億円
		連結営業利益率	1.0%	3.9%
		ROE	1.6%	7.0%
		配当性向	309.9%	50%以上

	施策：デジタル活用による売り物づくり	実績・計画						
売り物づくり	<ul style="list-style-type: none"> ① リアル×デジタルによる顧客体験づくり <ul style="list-style-type: none"> ・リアル空間とオンラインをシームレスにつなぐ 総合的な「ここを動かす」顧客体験をデザインし、提供する ・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 ② 空間×データの取り組み <ul style="list-style-type: none"> ・空間に関するデータを活用し、新たな価値を生み出す 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"> ・株式会社NTTドコモ ・伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 ・株式会社プリズム ・株式会社HARTi ・ピクシーダストテクノロジーズ株式会社 等 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"> ・DXへの理解を深める全社向け研修の実施 ・営業社員向け「DX人材育成プログラム」の実施 	<p style="text-align: right;">デジタル活用関連 売上</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: right;">2022年1月期 実績</td> <td style="text-align: right;">118億円</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">2023年1月期 実績</td> <td style="text-align: right;">123億円</td> </tr> <tr> <td style="text-align: right;">2024年1月期 計画</td> <td style="text-align: right;">190億円</td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化が急速に進むと思われたが、想定していたほどの進展はなく、2024年1月期の計画を修正。 ・引き続き成長を目指す。 	2022年1月期 実績	118億円	2023年1月期 実績	123億円	2024年1月期 計画	190億円
2022年1月期 実績	118億円							
2023年1月期 実績	123億円							
2024年1月期 計画	190億円							
マーケティングの強化	施策：デジタルマーケティングの実践・拡充 <ul style="list-style-type: none"> 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 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 							

戦略と施策

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

2023年1月期 BIM活用・普及状況

- AUTODESK社と新たにアライアンス契約を締結し、先行事例研究、部門での勉強会、分科会でのソフト活用検討を通してリテラシーを高め、今後の活用を見据えた体制を構築。
- BIMの基礎スキル定着として、eラーニングを実施し、受講対象者の受講率100%達成。
- BIMを活用した案件の増加

◆ 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 】
②2024年1月期の業績計画

2024年1月期 業績計画

● 本格的な利益の回復は2024年1月期下半期以降となる見込み。

(百万円)

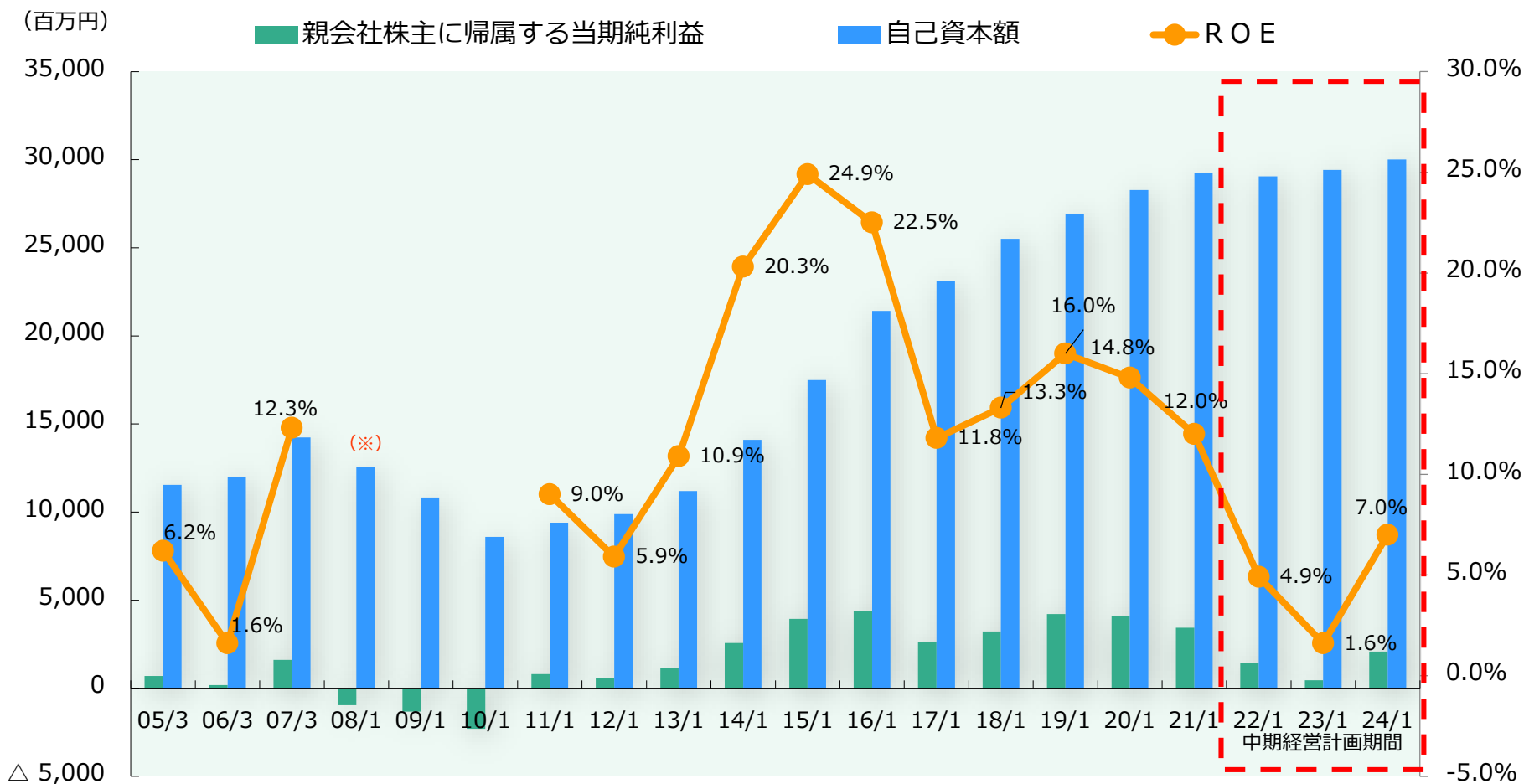
	2023年1月期				2024年1月期			
	第2Q実績		通期実績		第2Q計画		通期計画	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)
受注高	31,492		67,600		36,000		78,000	
売上高	32,606	100.0	64,221	100.0	37,000	100.0	76,000	100.0
売上総利益	5,375	17.0	10,710	16.7	6,400	17.3	13,600	17.9
営業利益	647	2.0	616	1.0	1,000	2.7	3,000	3.9
経常利益	719	2.3	793	1.2	1,060	2.9	3,160	4.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	460	1.5	459	0.7	660	1.8	2,090	2.8
E P S (円)	9.70		9.68		13.87		43.91	
R O E (%)	1.5		1.6		2.2		7.0	

2024年1月期 セグメント別 業績計画

(百万円)

		2023年1月期		2024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	18,189	40,730	20,700	45,500
	チェーンストア事業	8,481	19,069	11,200	21,800
	文化施設事業	4,646	7,402	3,900	10,300
	その他	175	397	200	400
受注高計		31,492	67,600	36,000	78,000
売	商業その他施設事業	16,420	36,144	20,400	43,600
	チェーンストア事業	9,565	18,269	11,300	21,800
	文化施設事業	5,445	9,409	5,100	10,200
	その他	175	397	200	400
売上高計		31,606	64,221	37,000	76,000
調	商業その他施設事業	△23	123	300	1,610
	チェーンストア事業	403	336	460	860
	文化施設事業	227	70	220	480
	その他	40	83	20	50
調整額		—	3	—	—
営業利益計		647	616	1,000	3,000

自己資本額およびR O Eの推移



(※) 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が高く計上されております

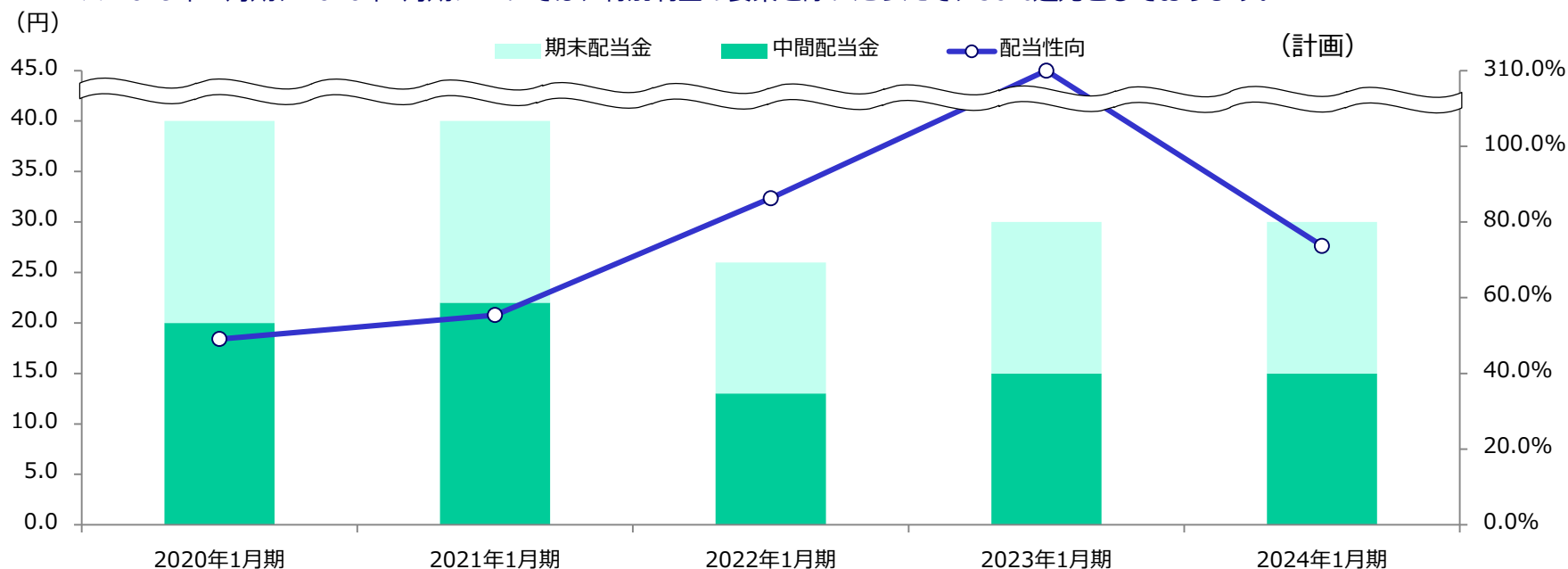
(注) 2016.1期については、旧本社の土地の売却等により特別利益を計上し、親会社株主に帰属する当期純利益及びR O Eが高く計上されております

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。



	2020年1月期	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	20.00	22.00	13.00	15.00	15.00
期末配当金 (円)	22.00	18.00	13.00	15.00	15.00
合計 (円)	42.00	40.00	26.00	30.00	30.00
連結配当性向 (%)	49.1	55.4	86.3	309.9	68.3
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	今後の見通し
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)	エネルギー、原材料価格の高騰の影響に伴う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イン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。	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。
	アパレル分野 (イベント・展示会・販促施設)		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・プライダグ、交通チャネル、エンターテインメント、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、インバウンド需要の回復や働き方改革等の影響に伴う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	エネルギー、原材料価格の高騰による物価高騰の影響に伴う設備投資の抑制や出店計画の中止等、需要は一時的に縮小傾向。	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。
	その他専門店分野	アパレル分野は引き続き、新規出店や改装等の設備投資は抑制傾向が強い。	アパレル分野の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。また、スポーツ・サービス分野の設備投資の需要は増加傾向にある。
	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。	

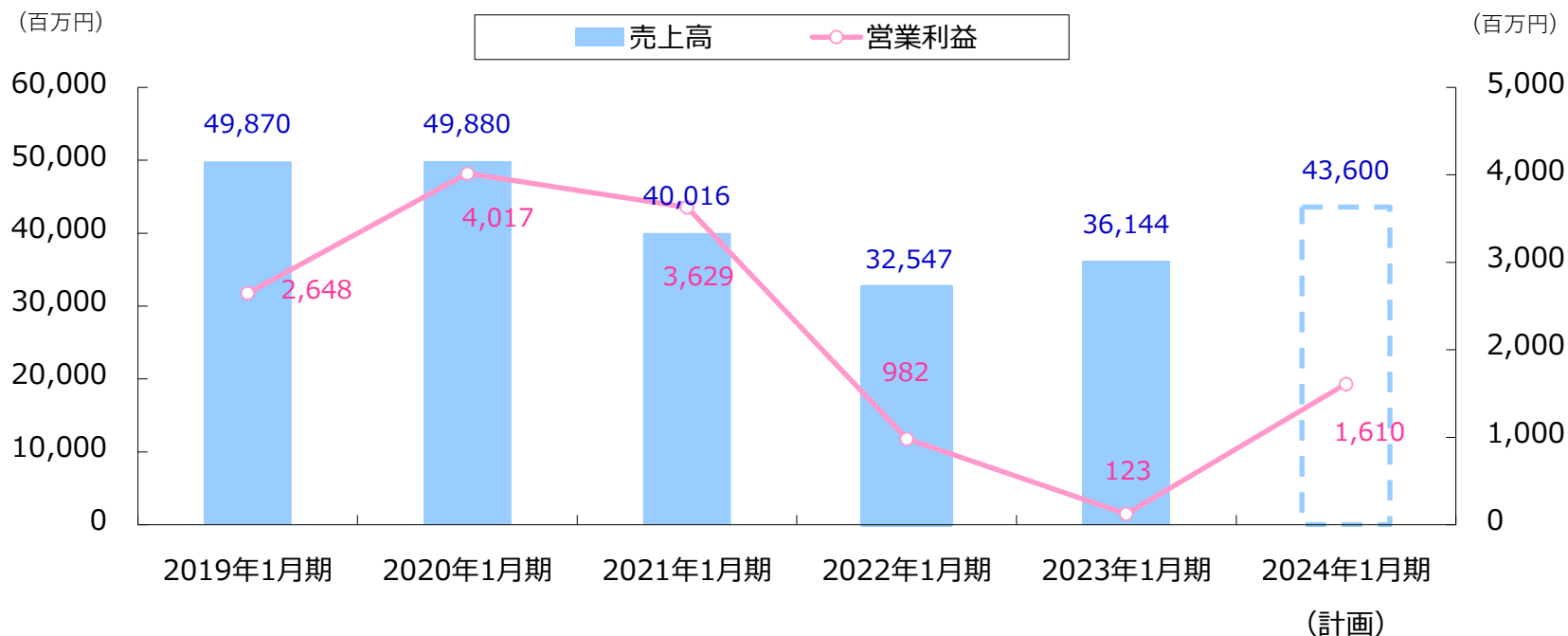
セグメント別の見通しと取り組み(商業その他施設事業)

【外部環境】

- ・新型コロナウイルス収束後、あらゆる分野で需要が拡大
- ・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】

- ・オフィス分野において、顧客開発を加速させ、事業規模の拡大を図る
- ・エンターテイメント分野は成長市場として捉え、様々な挑戦で拡大路線に乗せる
- ・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



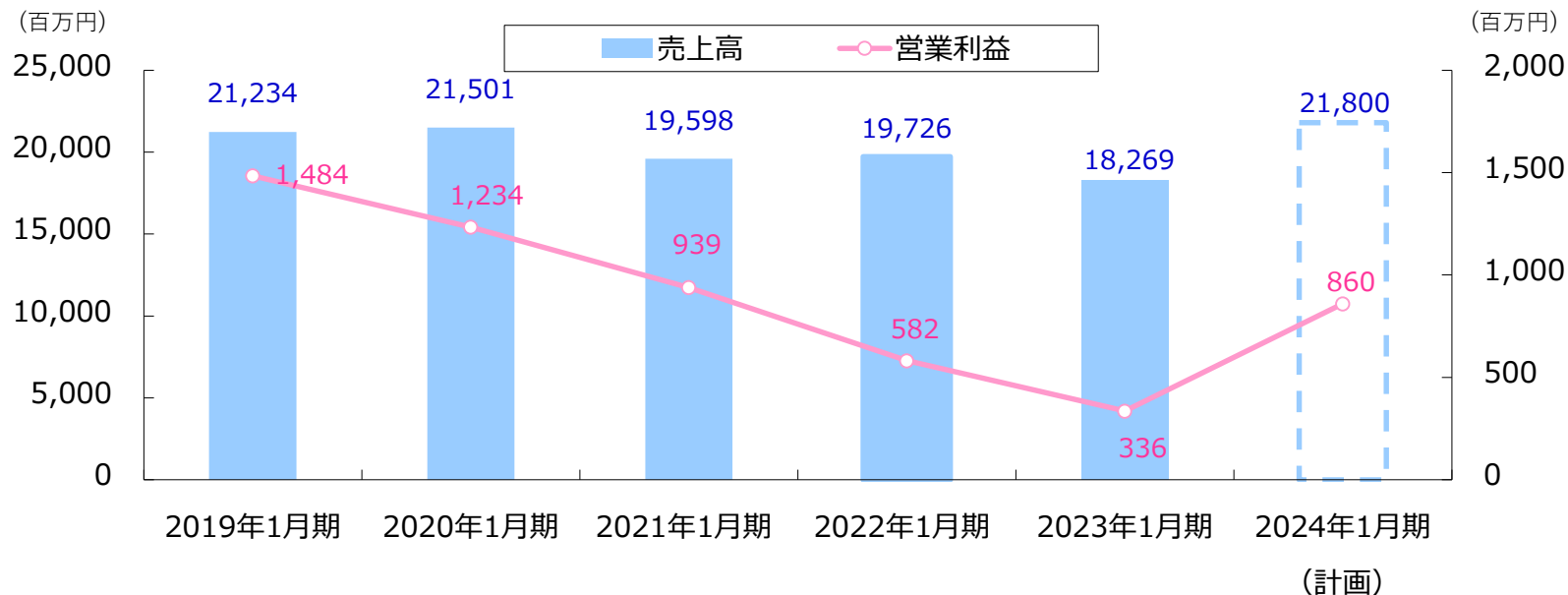
セグメント別の見通しと取り組み(チェーンストア事業)

【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収束後、需要は拡大

【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
- ・ メンテナンス分野の拡大を図るとともに、新改装案件の需要にもつなげていく



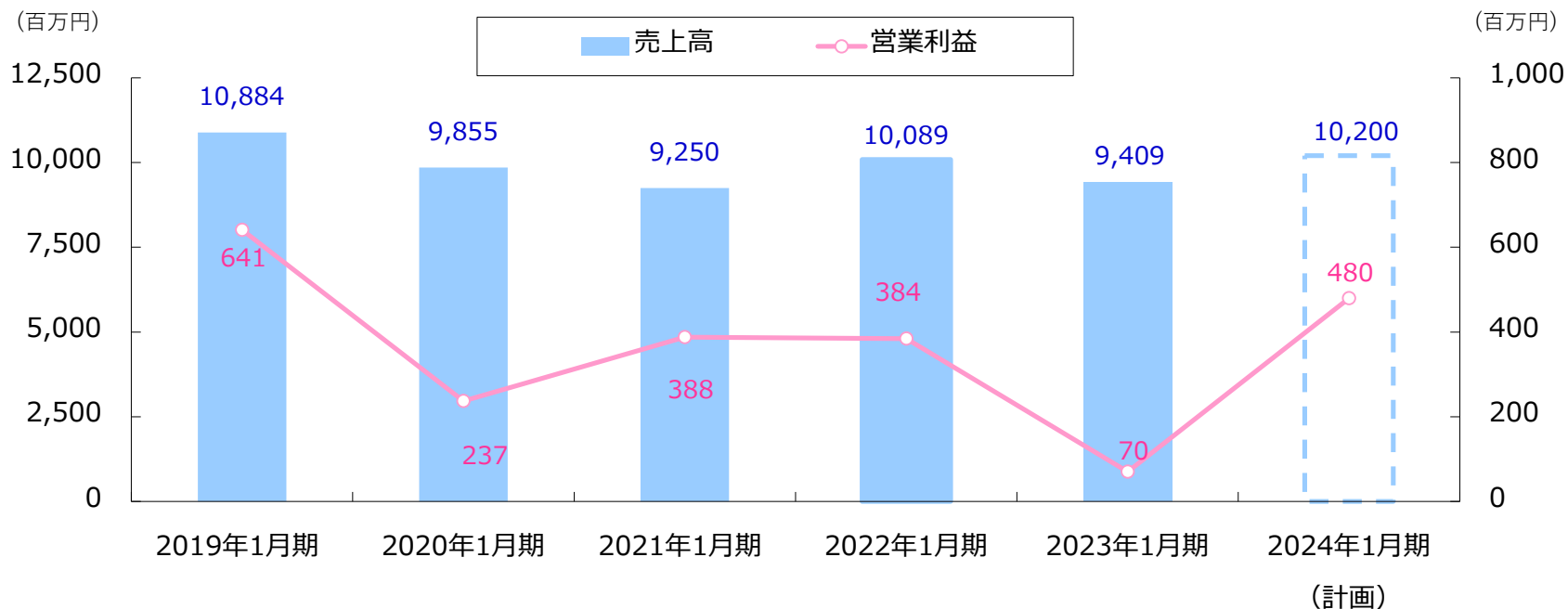
セグメント別の見通しと取り組み(文化施設事業)

【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





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先：ir@tanseisha.co.jp