

2024年1月期 第1四半期決算説明資料

株式会社 丹青社

(証券コード：9743)

<https://www.tanseisha.co.jp/>

目次

PART1

会社概要

PART2

- ①2024年1月期第1四半期 業績概況
- ②2024年1月期第1四半期 セグメント別業績概況

PART3

2024年1月期業績計画

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）

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度 (計画)
乃村工藝社	107,736	111,081	110,928	120,000
丹青社	69,225	62,714	64,221	76,000
スペース	40,028	42,408	46,707	48,000

※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

会社概要

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、「こころを動かす空間づくり」への取り組みを続けています。

		(2023年1月31日時点)
【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11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、コンビニエンス企業等
	文化施設事業	博物館、美術館、企業ミュージアム等の展示内装（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 269名
- ② 制作職 475名
(内、一級建築士60名、一級施工管理技士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

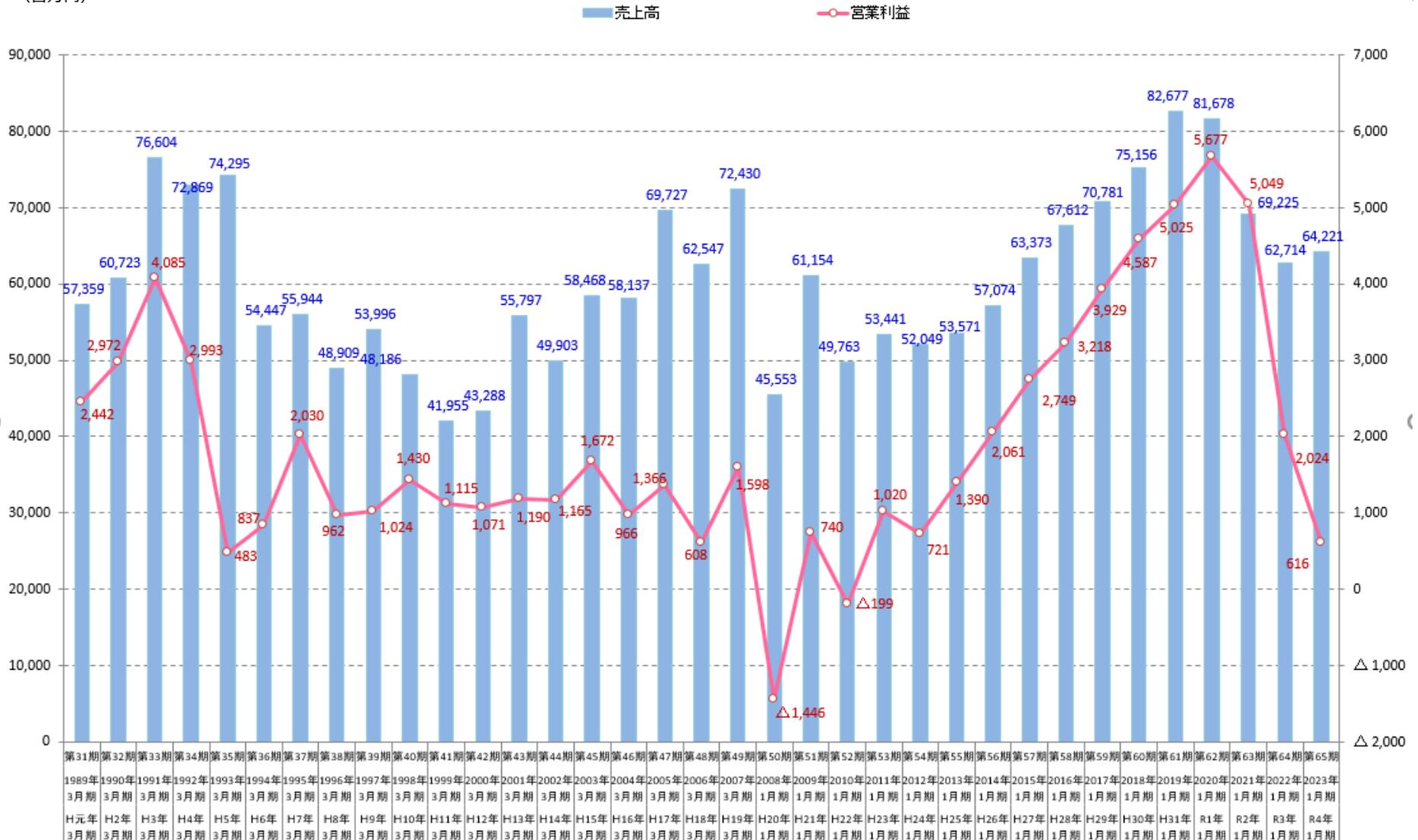
事業上の特長

- 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

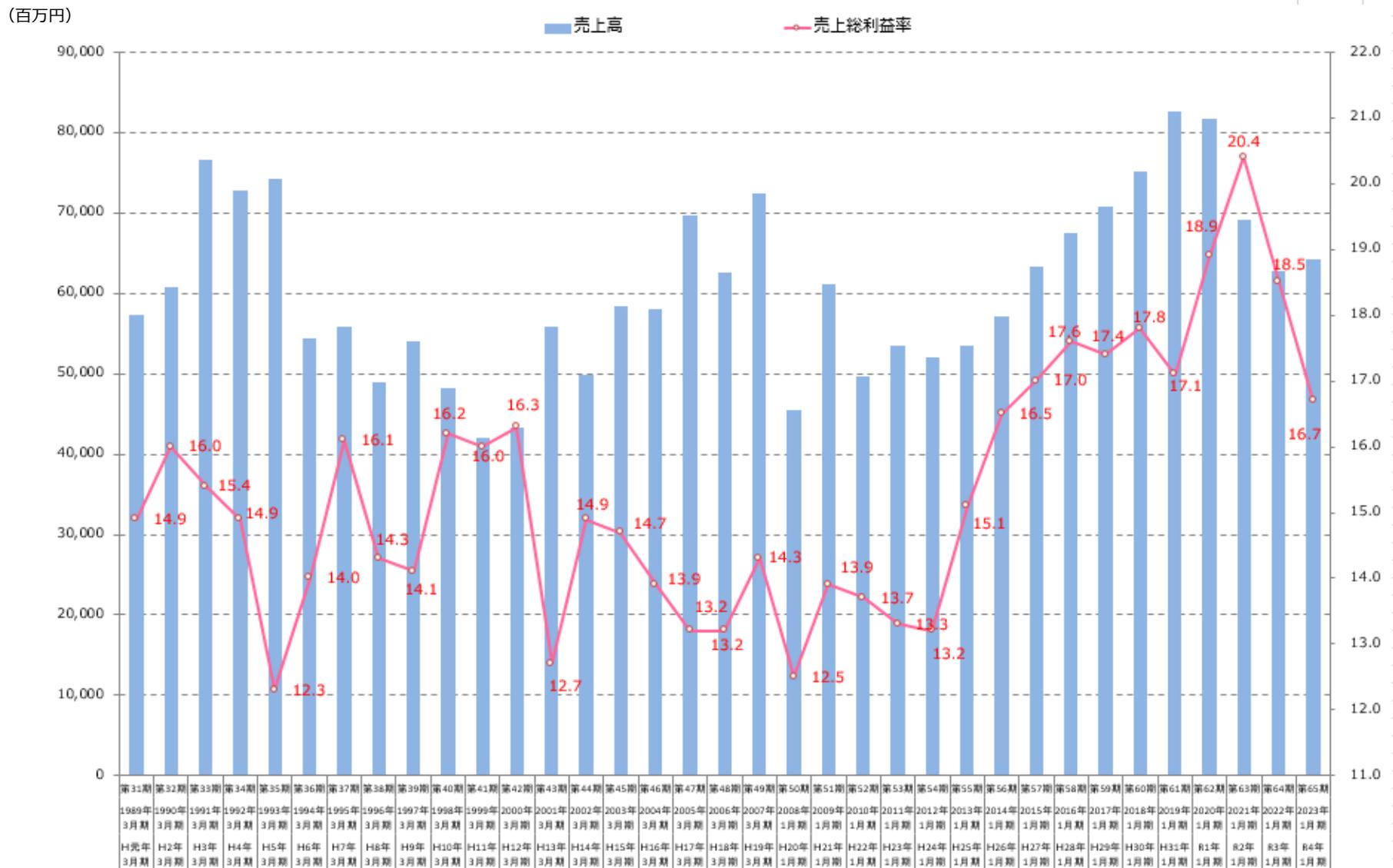
※2023年1月末現在

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)

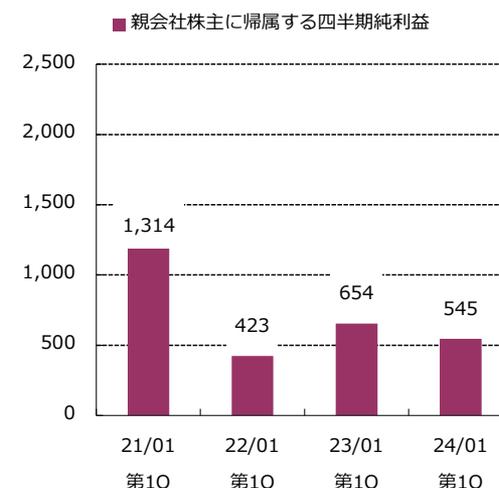
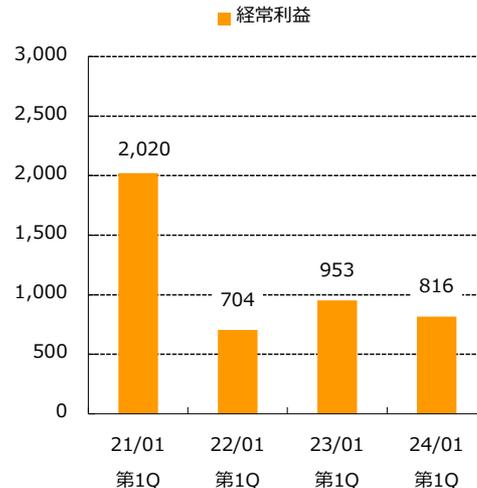
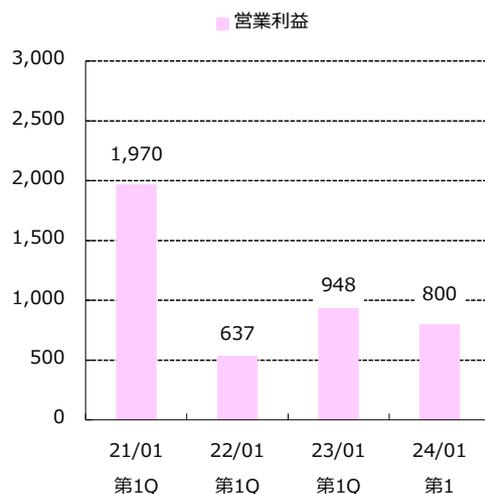
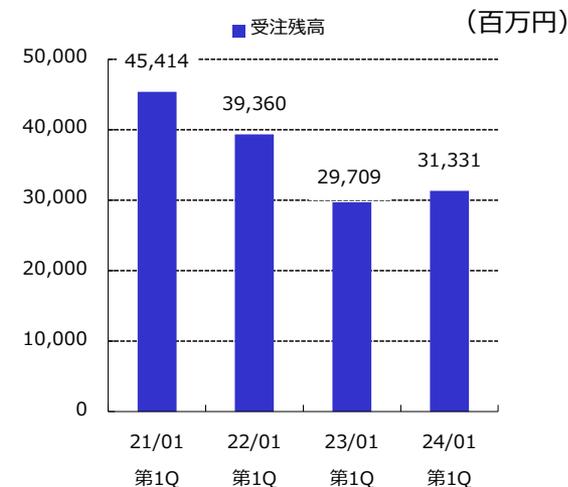
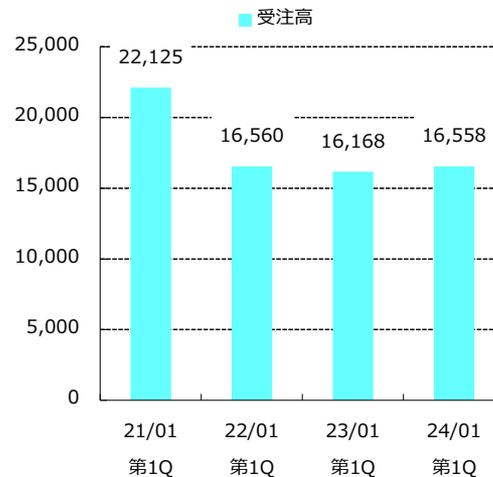


PART 2

① 2024年1月期第1四半期 業績概況

2024年1月期 第1四半期 サマリー情報

- 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、前年同期に比べ需要は回復し、増収となったものの、人件費の増加等により、減益となった。
- 受注高は、チェーンストア事業および文化施設事業で需要が回復したものの、商業その他施設事業の受注高が伸び悩み、前年同期比で微増に留まった。
- 受注残高は、収益認識に関する会計基準の適用に伴う影響により、22/01第1Qから23/1第1Qで大幅に減少している。



2024年1月期 第1四半期 P / L 概況

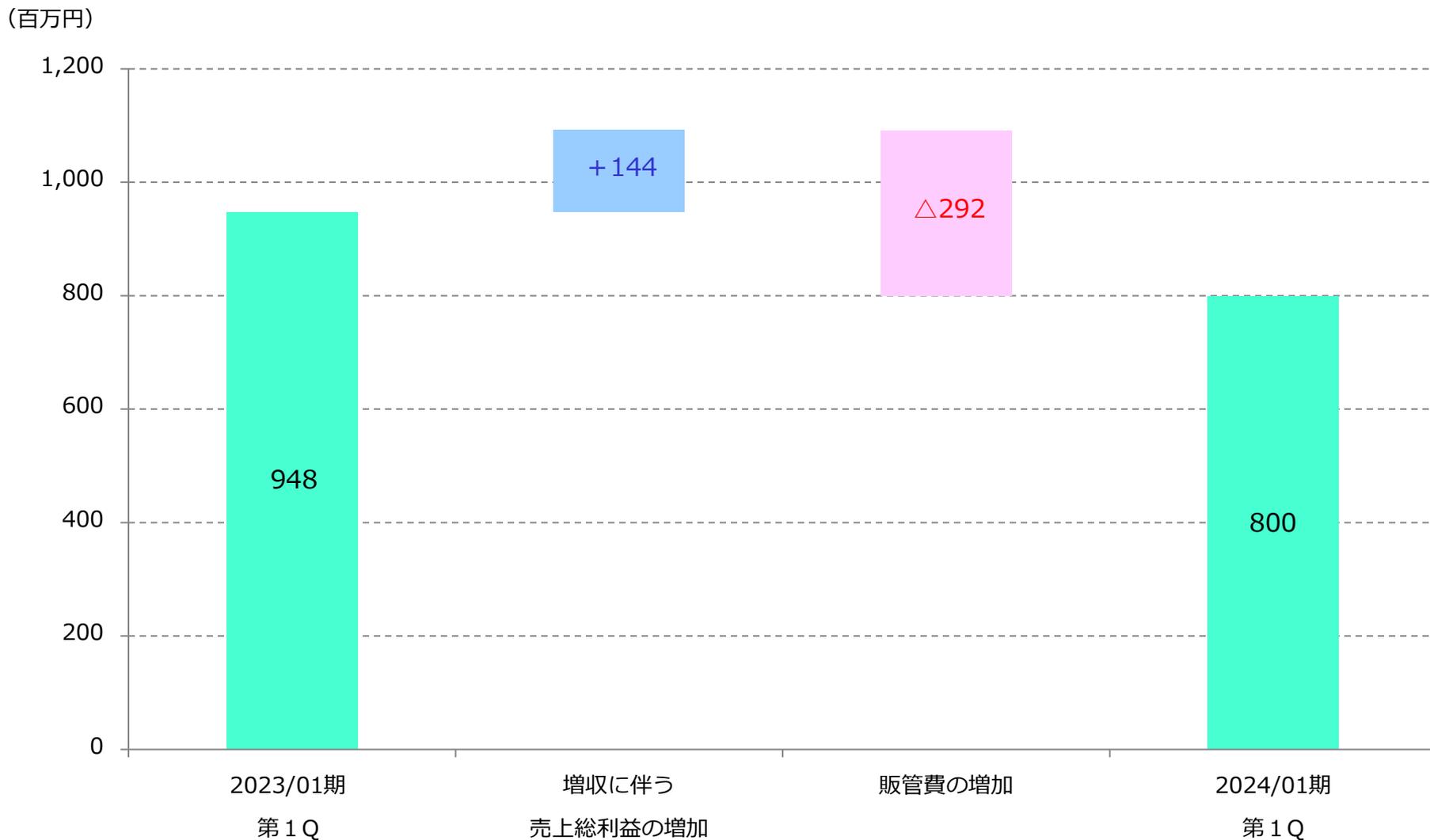
- 売上総利益は、増収に伴い前年同期を上回ったものの、売上総利益率は、厳しい受注環境が続くなか、収益性の低い案件が増加したこと並びにエネルギーや資材価格の高騰等による影響を受けたため、前年同期を下回り、17.0%となった。

(百万円)

	23/01 第1Q		24/01 第1Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	17,571	100.0	19,716	100.0	2,145	
売 上 原 価	14,362	81.7	16,363	83.0	2,001	1.3
売上総利益	3,208	18.3	3,352	17.0	144	△1.3
販 管 費	2,260	12.9	2,552	12.9	292	—
営業利益	948	5.4	800	4.1	△148	△1.3
営 業 外 収 益	33		34		0	
営 業 外 費 用	29		17		△11	
経常利益	952	5.4	816	4.1	△136	△1.3
特 別 利 益	30		13		△17	
特 別 損 失	30		—		△30	
法 人 税 ・ 事 業 税	613		434		△178	
法 人 税 等 調 整 額	△315		△150		165	
親会社株主に帰属する四半期純利益	654	3.7	545	2.8	△109	△0.9

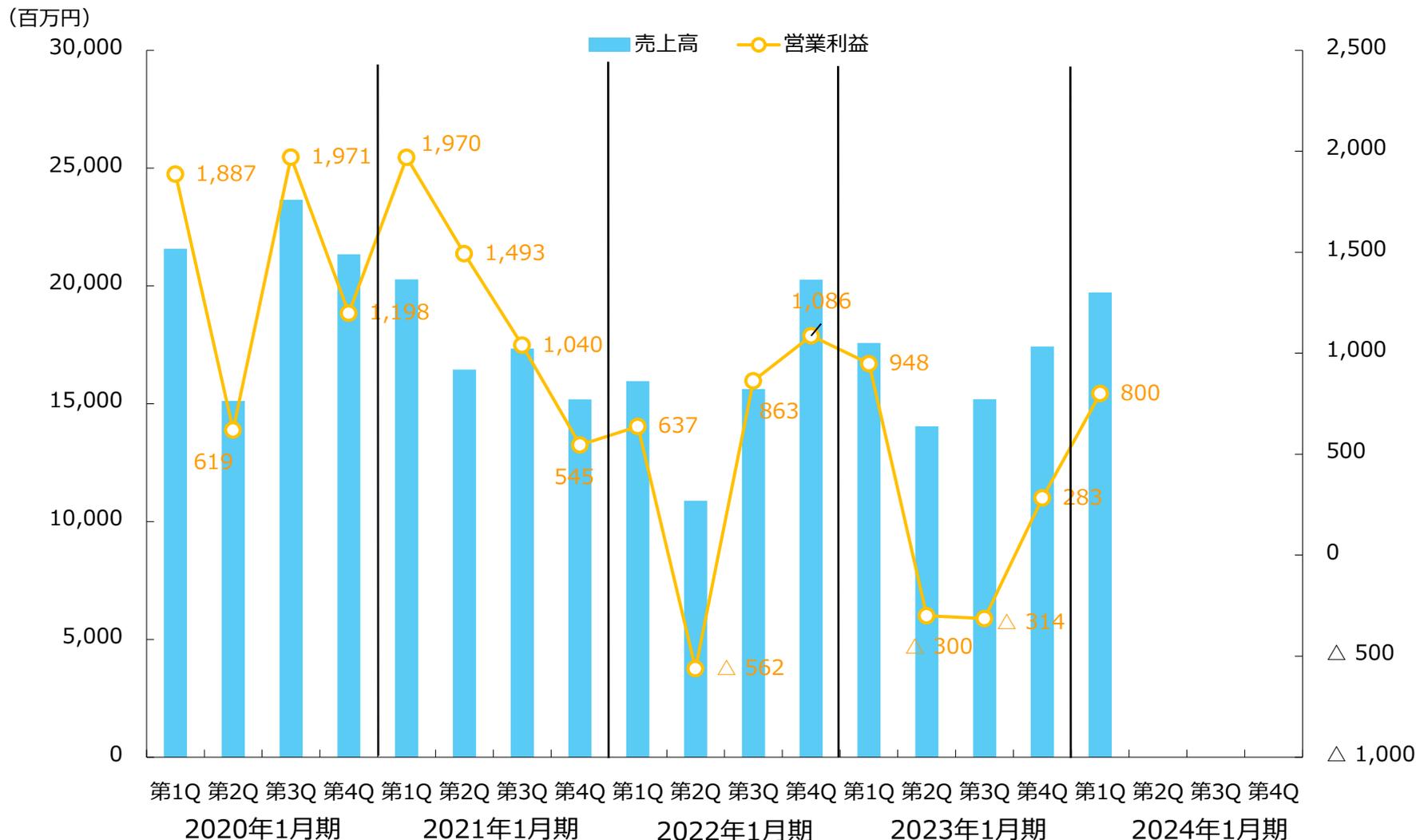
E P S (円)	13.81		11.45		△2.36	
R O E (%)	2.20		1.86		△0.34	

営業利益の減益要因（対前期比）



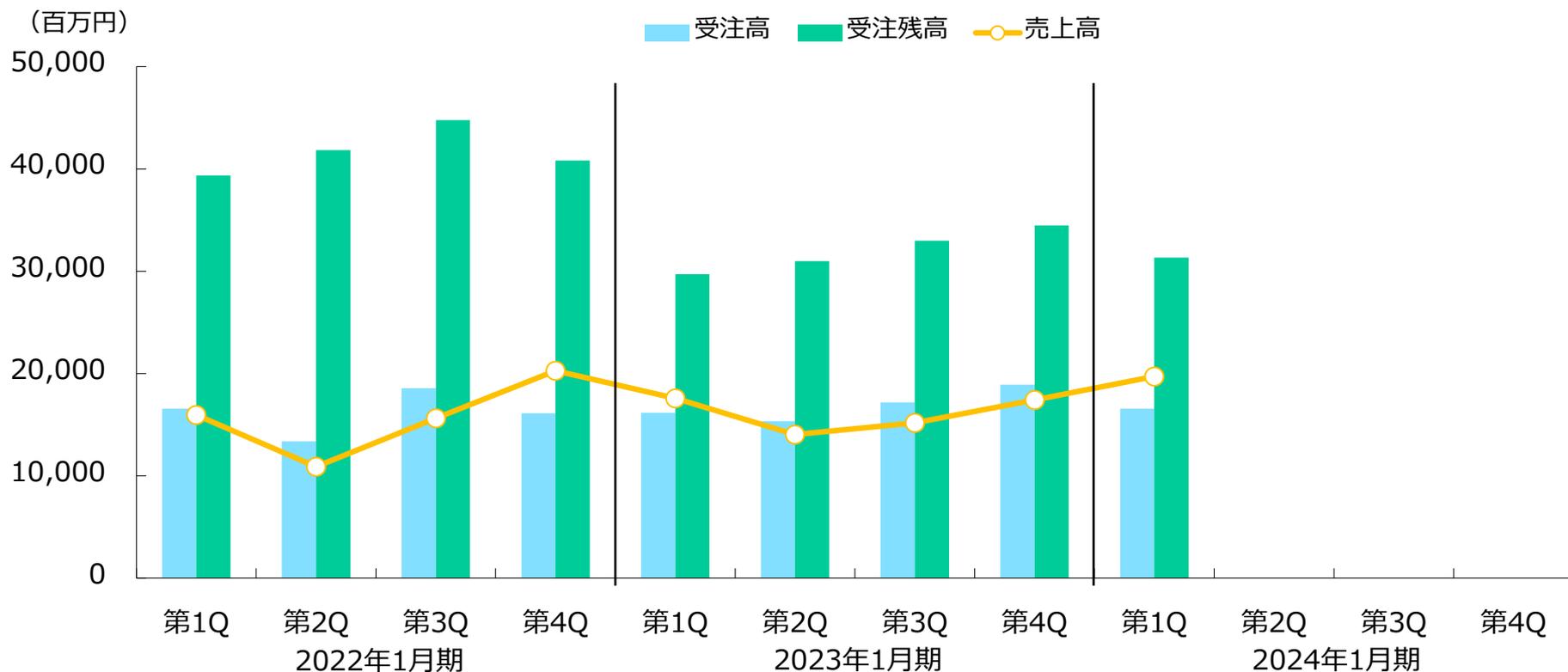
過年度の四半期ごとの変動要因

- 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。
- 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

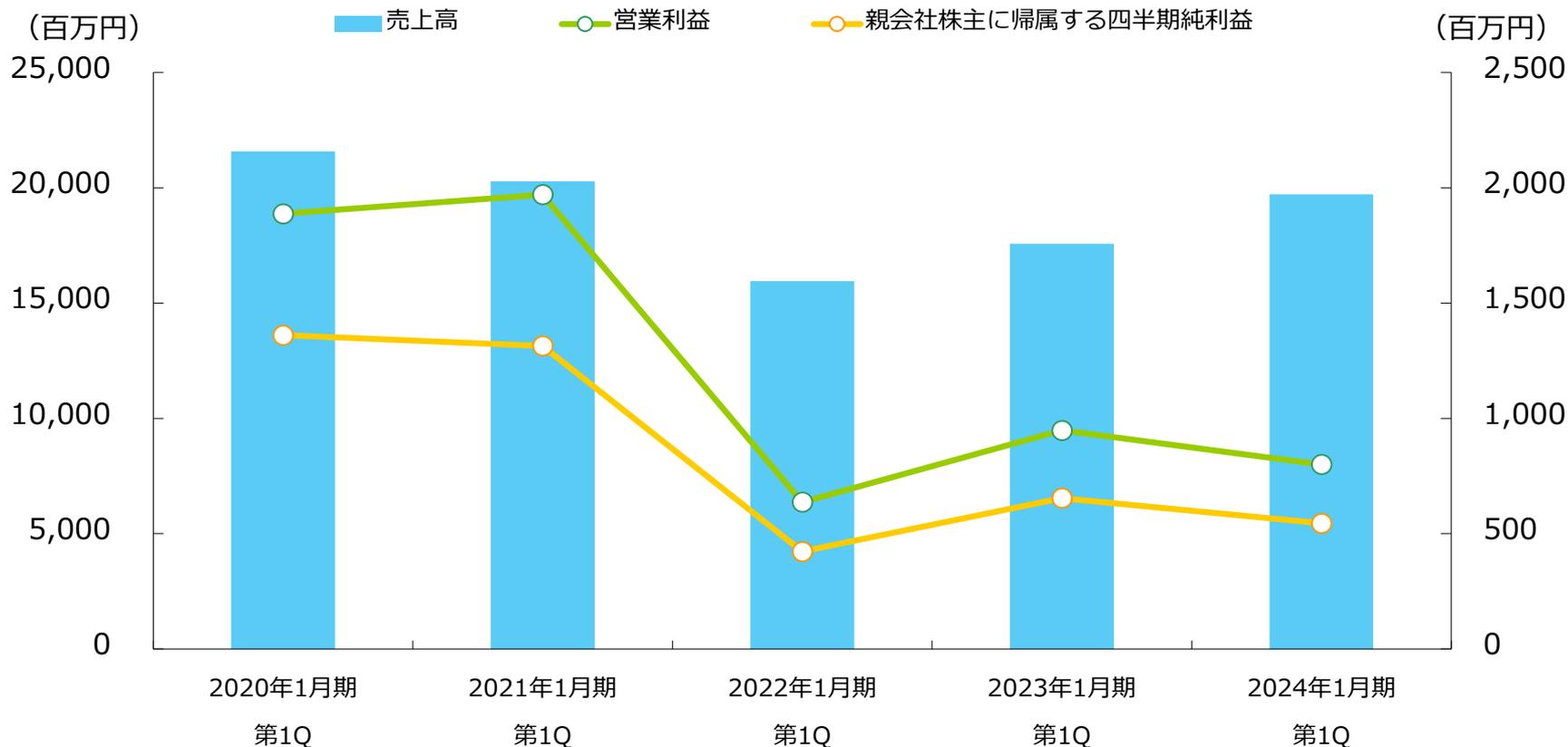
● 当第1四半期の受注残高は、受注高の増加に伴い前年同期を上回った。



	2022年1月期				2023年1月期				2024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)	15,954	10,877	15,621	20,260	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716			
受注高 (百万円)	16,560	13,355	18,568	16,105	16,168	15,324	17,185	18,922	16,558			
受注残高 (百万円)	39,360	41,838	44,785	40,825	29,709	30,998	32,992	34,490	31,331			

売上高・営業利益・親会社株主に帰属する四半期純利益の推移

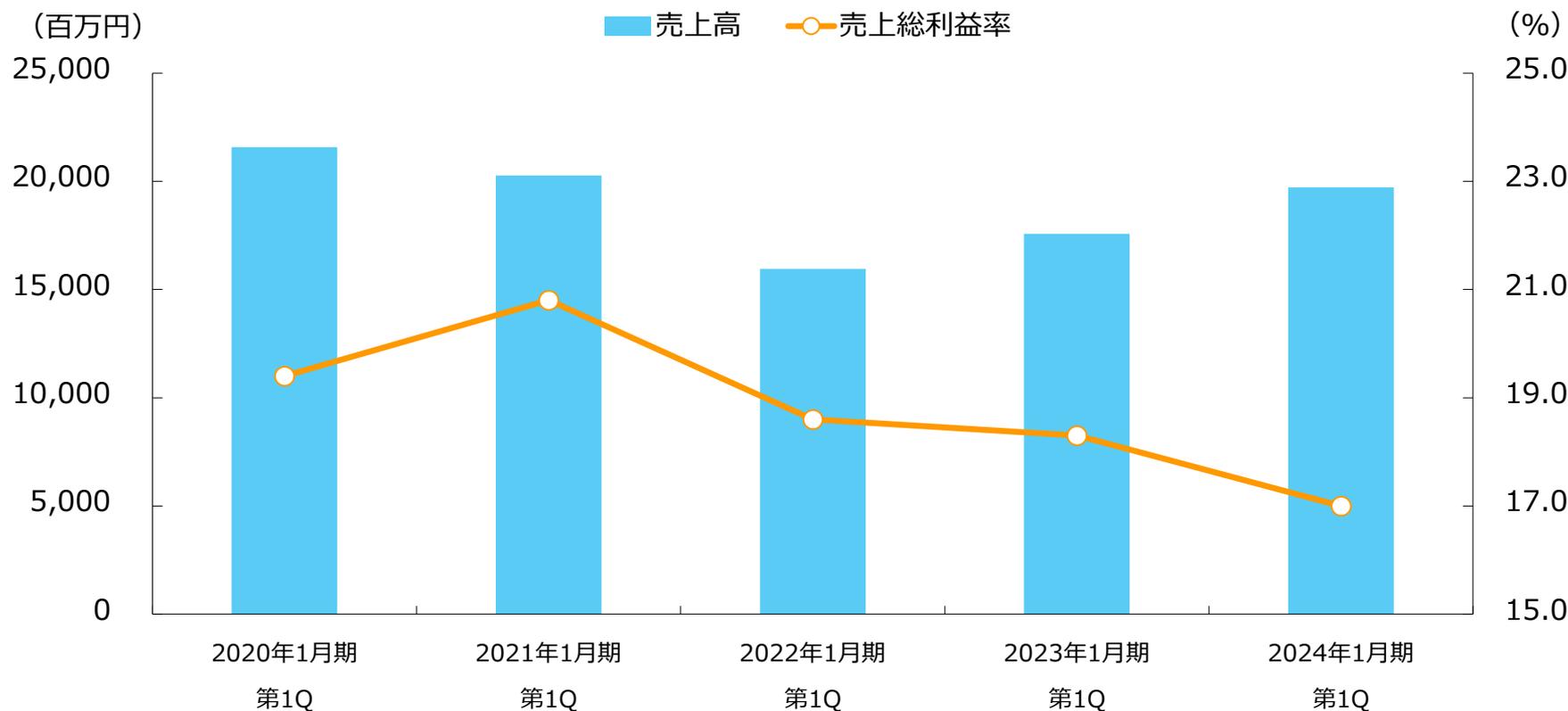
● 売上高は前年同期を上回ったものの、販管費の増加等により、営業利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期を下回った。



	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q	2024年1月期第1Q
売上高 (百万円)	21,578	20,272	15,954	17,571	19,716
営業利益 (百万円)	1,887	1,970	637	948	800
親会社株主に帰属する四半期純利益 (百万円)	1,361	1,314	423	654	545

売上高および売上総利益率の推移（各年度第1四半期）

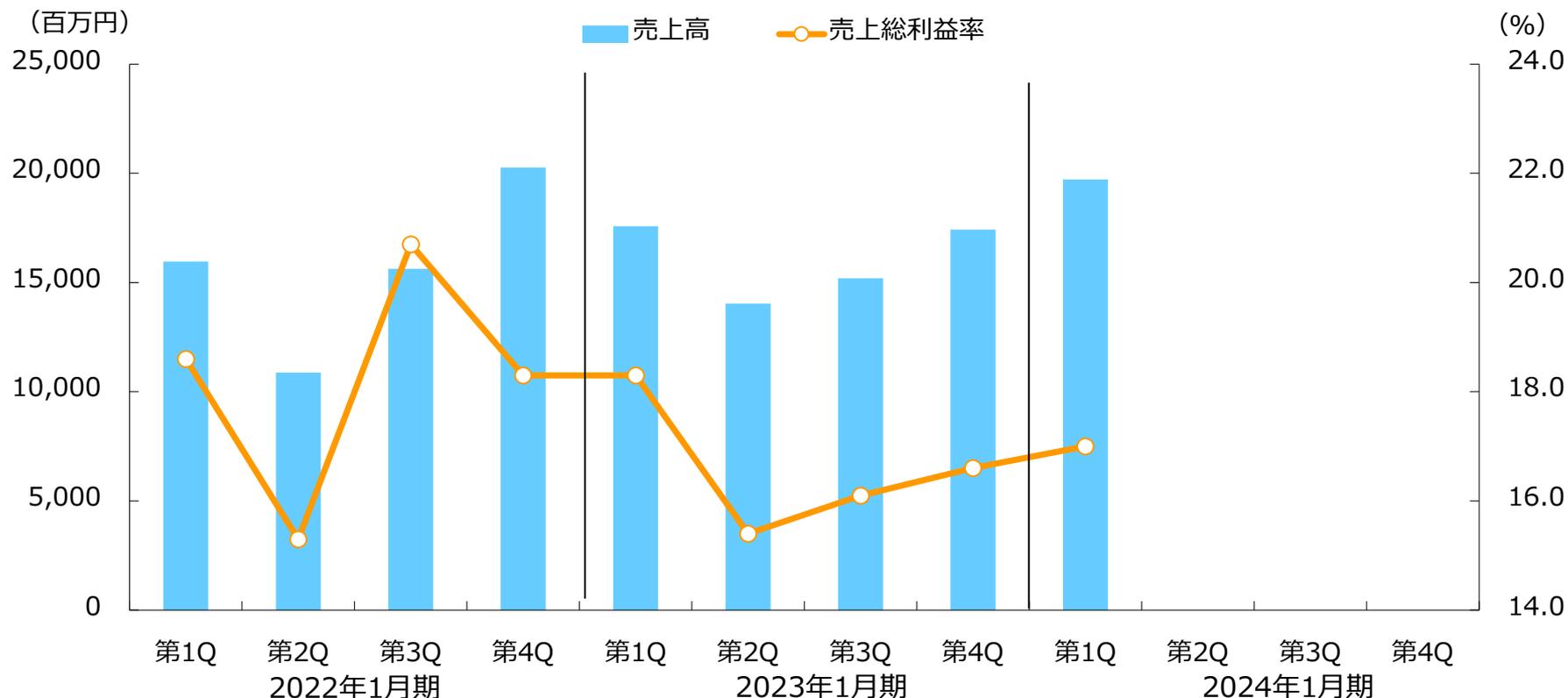
- 新型コロナウイルス感染症の影響による経済活動の制限が緩和されたことにより需要は回復し、売上高は、前年同期比で21億45百万円の増加となった。



	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q	2024年1月期第1Q
売上高 (百万円)	21,578	20,272	15,954	17,571	19,716
売上総利益率 (%)	19.4	20.8	18.6	18.3	17.0

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

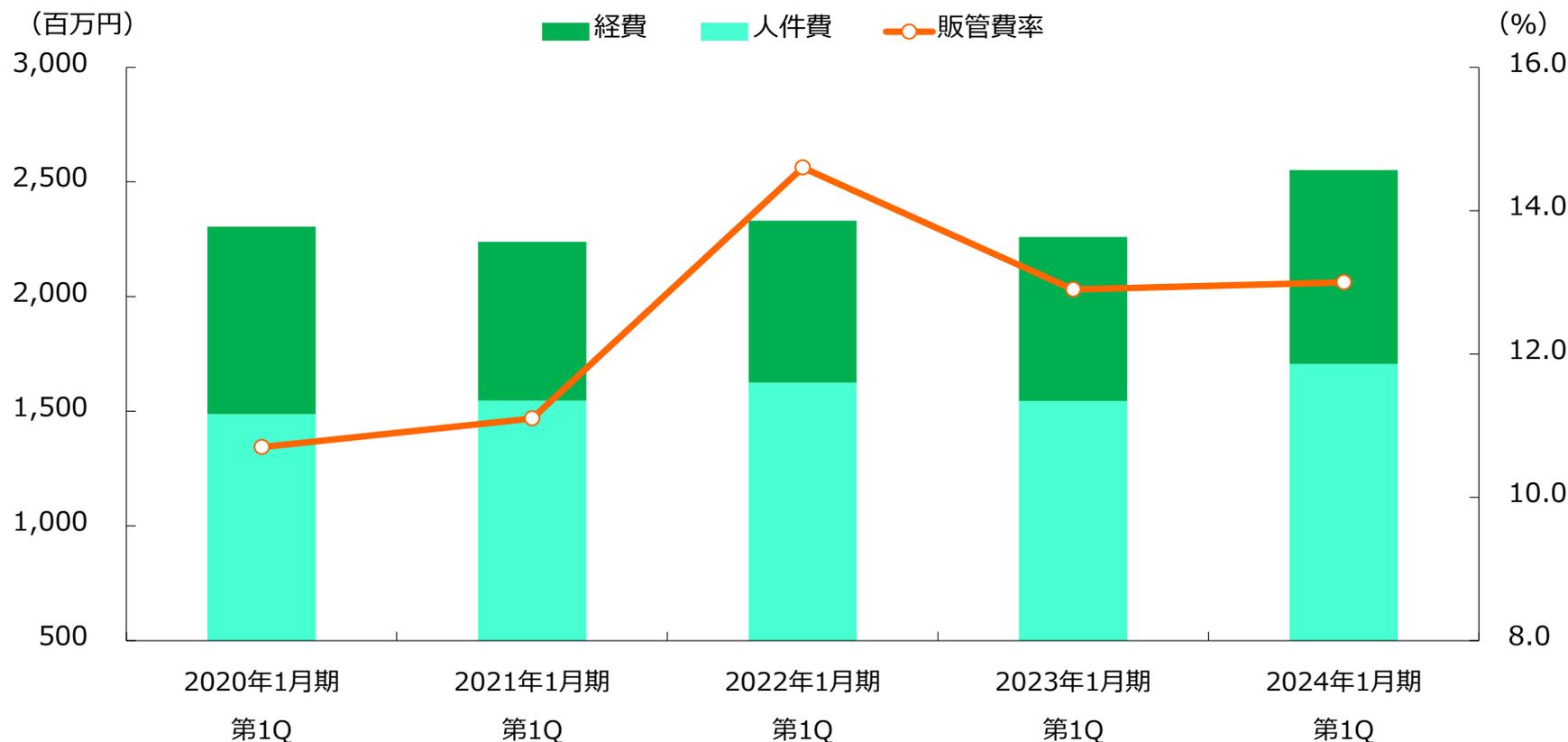
- 売上総利益率は、厳しい受注環境が続くなか、収益性の低い案件が増加したこと並びにエネルギーや資材価格の高騰等による影響を受けたため、前年同期比で△1.3ポイントの17.0%となった。



	2022年1月期				2023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)	15,954	10,877	15,621	20,260	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716			
売上総利益率 (%)	18.6	15.3	20.7	18.3	18.3	15.4	16.1	16.6	17.0			

販売費及び一般管理費の推移

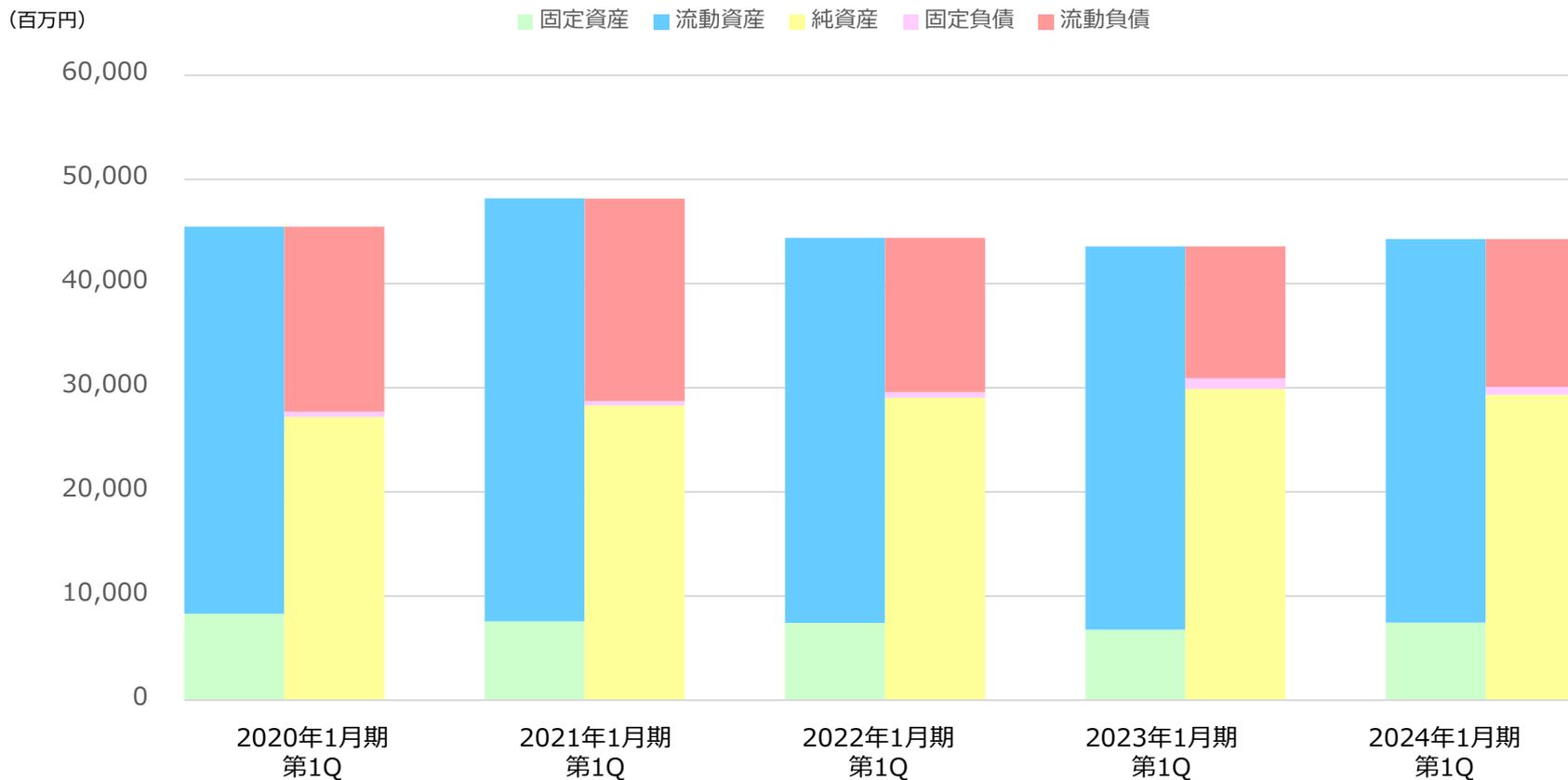
- 増収となったものの、賃上げによる人件費の増加等により、販管費率は12.9%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2022年4月：1,423人 2023年4月：1,433人となり、10人増加。



	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q	2024年1月期第1Q
人件費 (百万円)	1,487	1,546	1,625	1,545	1,706
経費 (百万円)	818	693	706	715	846
販管費率 (%)	10.7	11.1	14.6	12.9	12.9

B/S 主要項目の推移

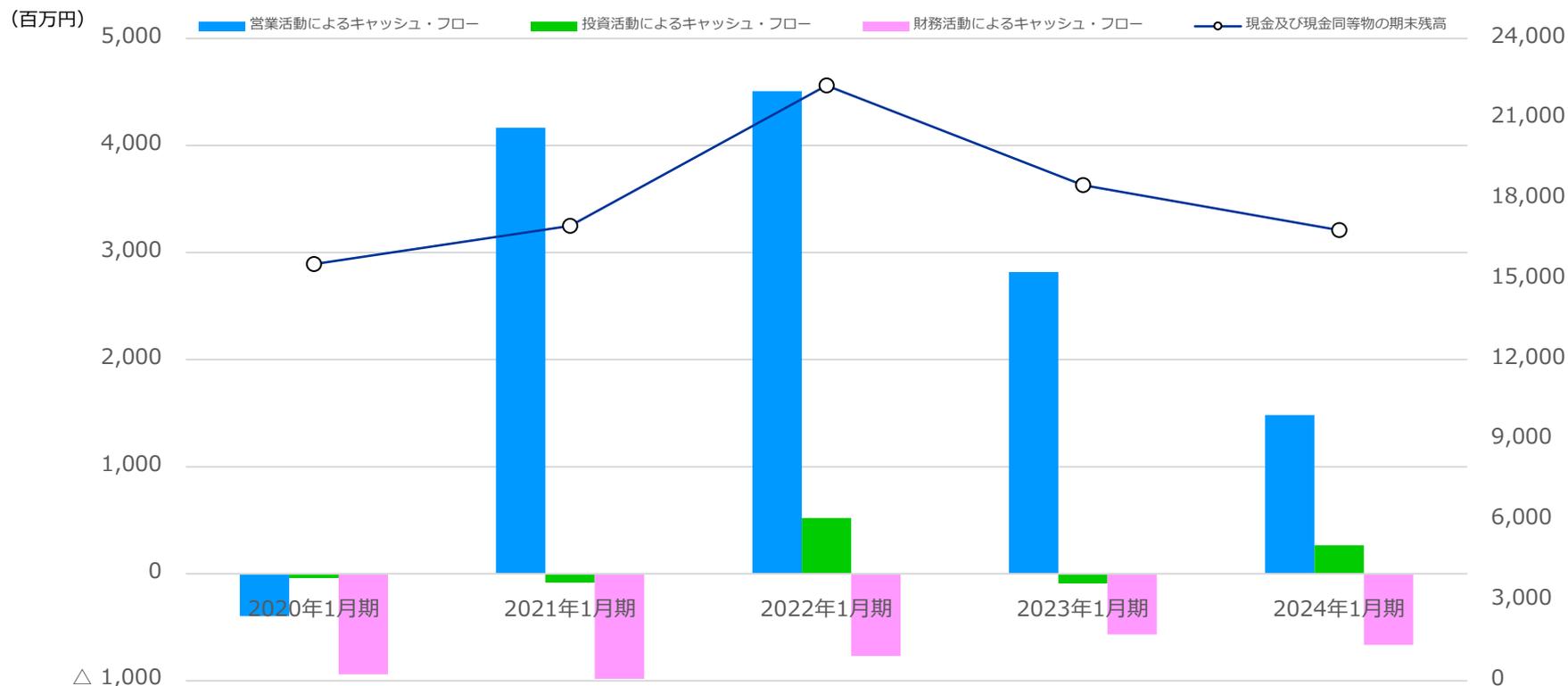
- 自己資本は293億16百万円となり、前年同期比で5億61百万円の減少となった。
- 自己資本比率 66.2%（前年同期比△2.4ポイント）



	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q	2024年1月期第1Q
自己資本 (百万円)	27,206	28,303	29,040	29,878	29,316
自己資本比率 (%)	59.8	58.7	65.4	68.6	66.2

キャッシュ・フローの推移

- 受取手形・完成工事未収入金等が11億67百万円増加したものの、税金等調整前当期純利益を8億30百万円計上し、支払手形・工事未払金等が12億88百万円、未成工事受入金が6億50百万円、それぞれ増加したため、営業活動によるキャッシュ・フローは、14億82百万円となった。



(単位：百万円)	2020年1月期第1Q	2021年1月期第1Q	2022年1月期第1Q	2023年1月期第1Q	2024年1月期第1Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	△394	4,166	4,508	2,819	1,482
投資活動によるキャッシュ・フロー	△40	△82	520	△90	268
財務活動によるキャッシュ・フロー	△938	△980	△766	△566	△664
現金及び現金同等物の期末残高	15,568	16,998	22,244	18,518	16,843

PART 2

②2024年1月期第1四半期 セグメント別業績概況

2024年1月期 第1四半期 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、前年同期に比べ需要は回復し、主にショッピングセンター・専門店ビル等の大型店や、ホテル、駅ビル、空港関連施設等の新改装案件が増加し、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	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、前年同期に比べ需要は回復し、売上高は前年同期を上回ったが、セグメント利益は厳しい受注環境が継続していることもあり、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。
● 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事務サービス等についても前年同期に比べ需要は回復し、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)

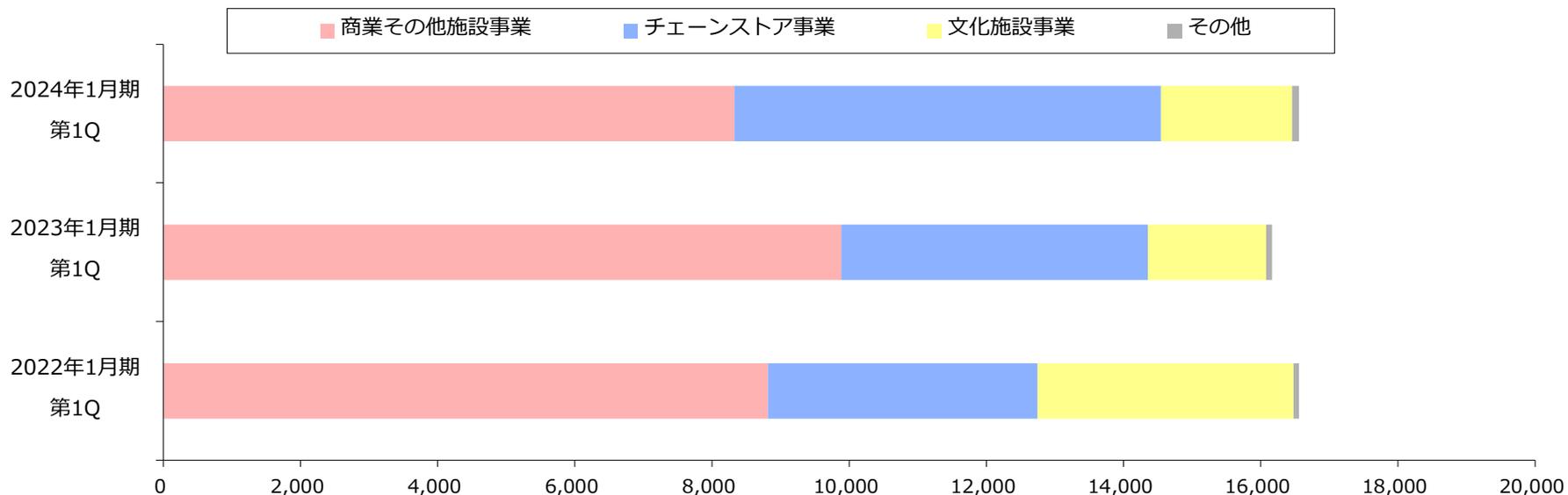
	売上高			セグメント利益		
	23/01 第1Q	24/01 第1Q	増減	23/01 第1Q	24/01 第1Q	増減
商業その他施設事業	8,630	11,327	2,696	177	454	277
チェーンストア事業	5,034	5,632	597	350	295	△55
文化施設事業	3,816	2,659	△1,156	389	12	△377
その他	89	97	8	31	35	4
調整額	—	—	—	△1	1	—
合計	17,571	19,716	2,145	948	800	△148

セグメント別 受注高の状況

- 受注高は商業その他施設事業において、受注計上が想定より遅れている案件があったものの、チェーンストア事業の需要が回復したこと等から、全体では前年同期比で3億89百万円の増加となった

(百万円)

	22/01 第1Q	23/01 第1Q	24/01 第1Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	8,815	9,883	8,324	△1,558
チェーンストア事業	3,933	4,470	6,221	1,751
文化施設事業	3,732	1,725	1,914	188
その他	79	89	97	8
受注高合計	16,560	16,168	16,558	389

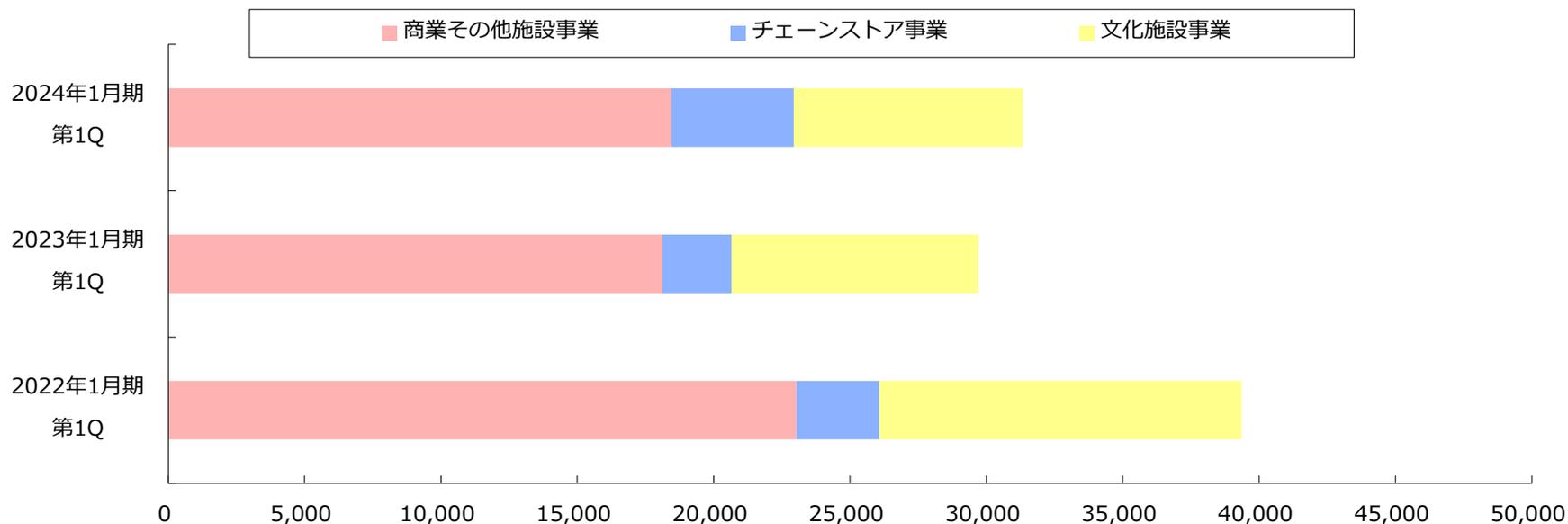


セグメント別 受注残高の状況

- 受注残高は、チェーンストア事業の受注高が増加したこと等から、前年同期比で16億22百万円の増加となった。
- 収益認識に関する会計基準の適用に伴う影響により、22/01第1Qから23/1第1Qで大幅に減少している。

(百万円)

	22/01 第1Q	23/01 第1Q	24/01 第1Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	23,027	18,124	18,454	330
チェーンストア事業	3,043	2,523	4,477	1,957
文化施設事業	13,289	9,061	8,400	△661
その他	—	—	—	—
受注残高合計	39,360	29,709	31,331	1,622



PART 3

2024年1月期 業績計画

2024年1月期 業績計画

- 2024年1月期：売上高760億円、営業利益30億円
- 経済活動の正常化後には受注環境は改善し、受注高は前年同期を上回る見込み。

(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	31,606	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	

※ 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、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。

2024年1月期 セグメント別 業績計画

● 商業その他施設事業の本格的な利益回復は下半期以降を見込んでいる

(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
受注高計	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
売上高計	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
営業利益計	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

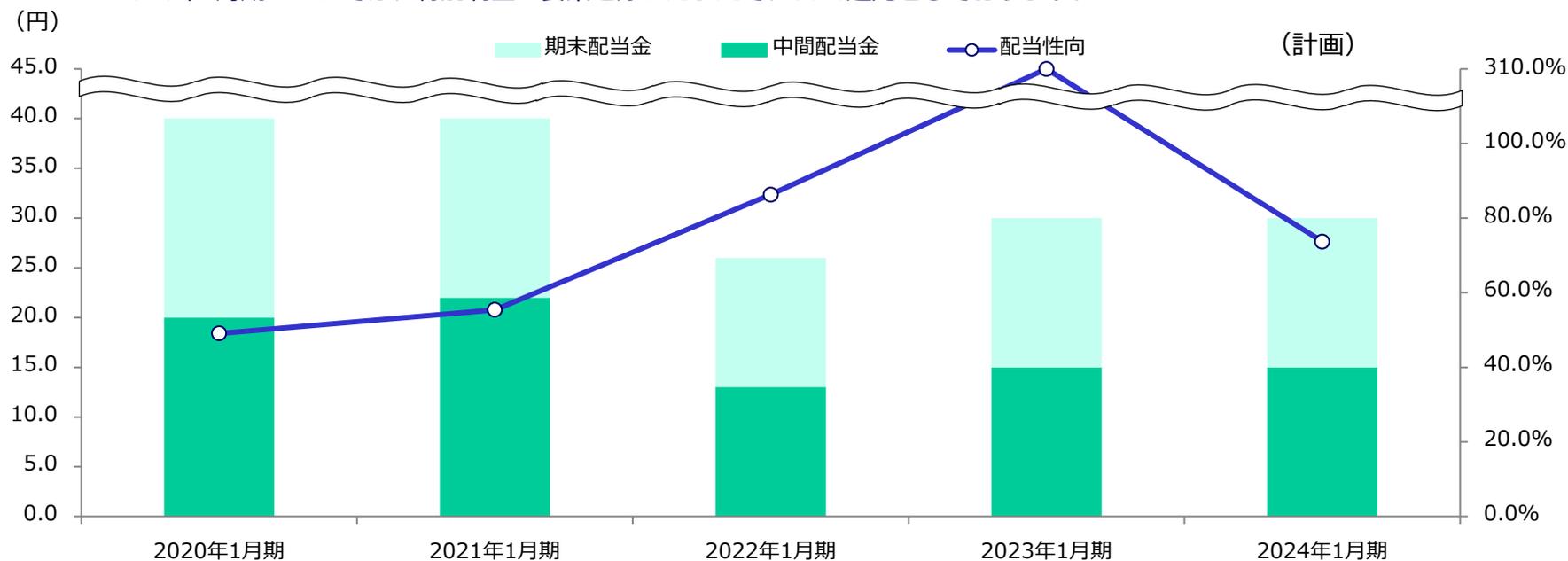
※ 上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

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

※ 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

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。	

中期経営計画（2022年1月期～2024年1月期）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 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（2022年1月期～2024年1月期）の全体像

ESG	ありたい姿	KPI	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	前回以上の評価
		総労働時間の削減	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	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	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 	連結売上高	760億円
		連結営業利益率	3.9%
		ROE	7.0%
		配当性向	50%以上

戦略と施策

売り物づくり	施策1：デジタル活用による売り物づくり	目標
	<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 ④ デジタル技術やデータ分析に精通した人材育成 	デジタル活用関連 売上高 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 	
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		

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
コーポレートガバナンス室 I R担当
(ir @ tanseisha.co.jp)