

2024年 1 月期 第2四半期決算説明資料

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2四半期業績概況
- ②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

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7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】	1,426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。

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

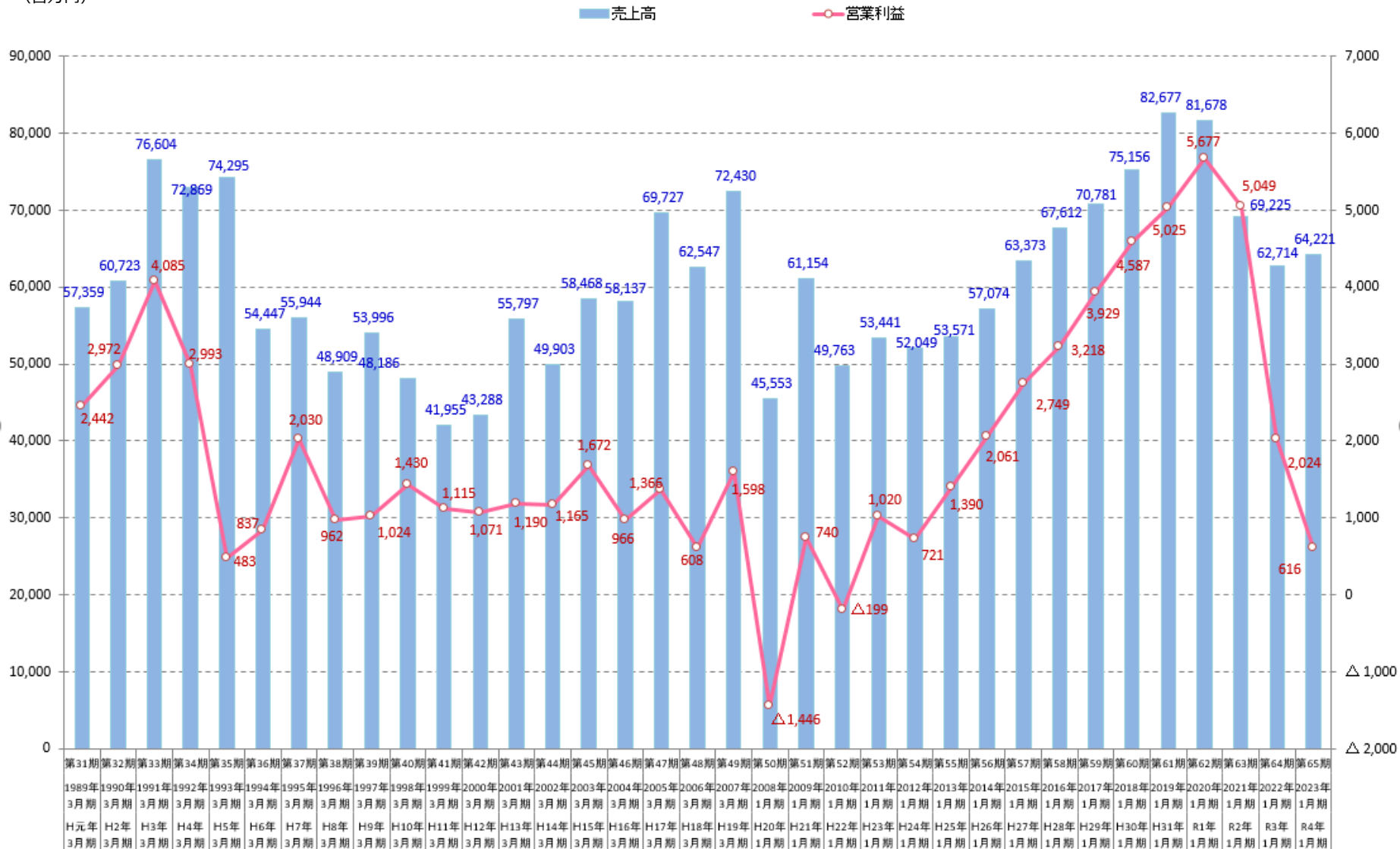
事業上の特長

- 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

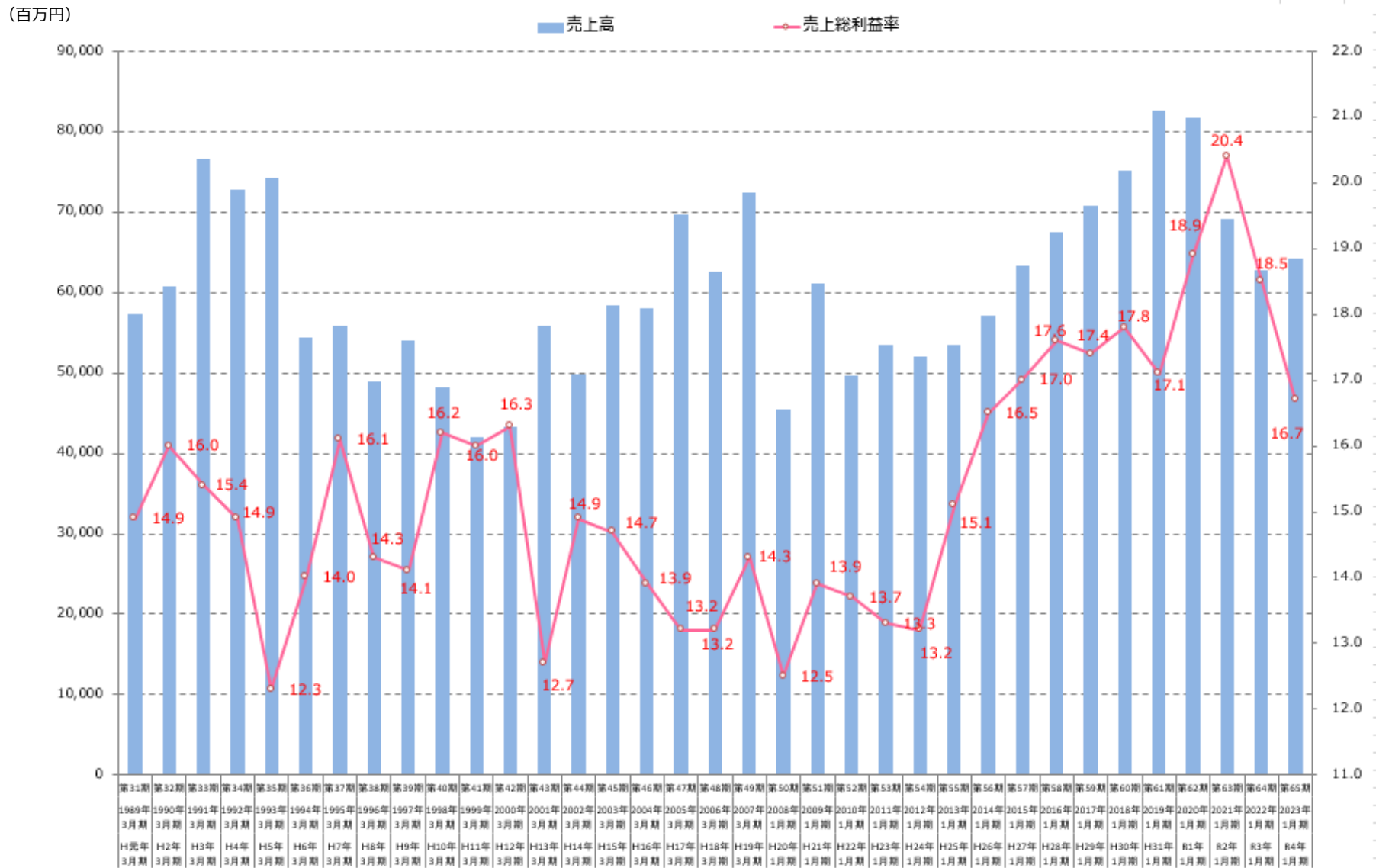
※2023年1月末現在

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)

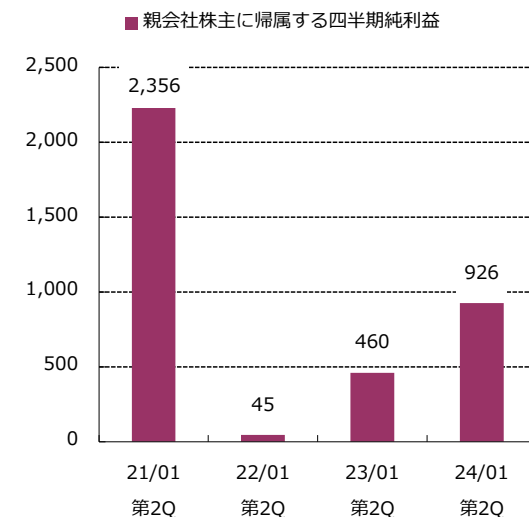
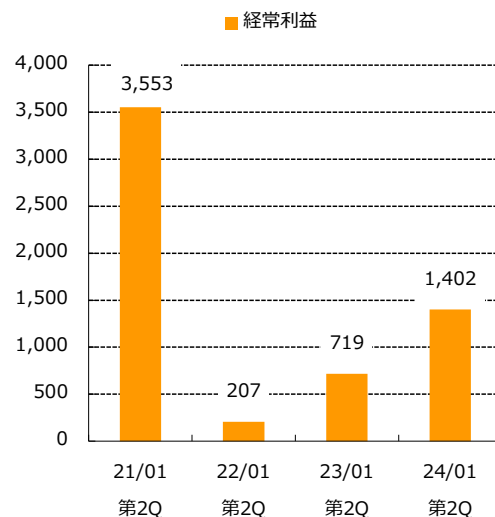
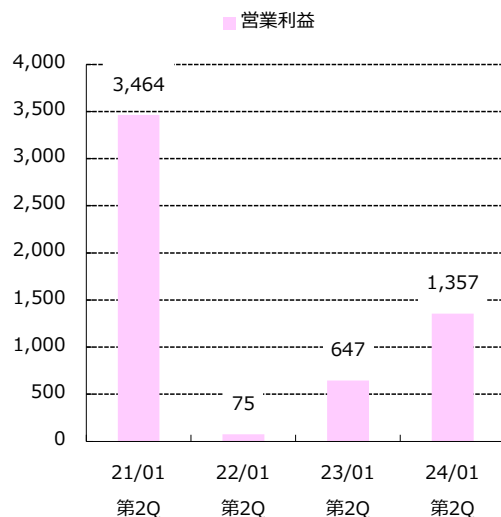
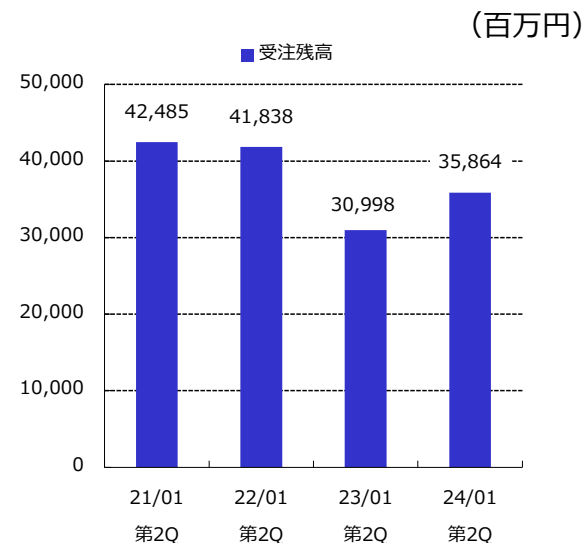
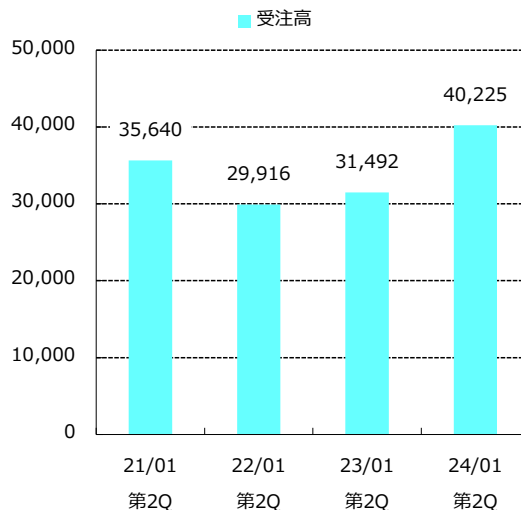
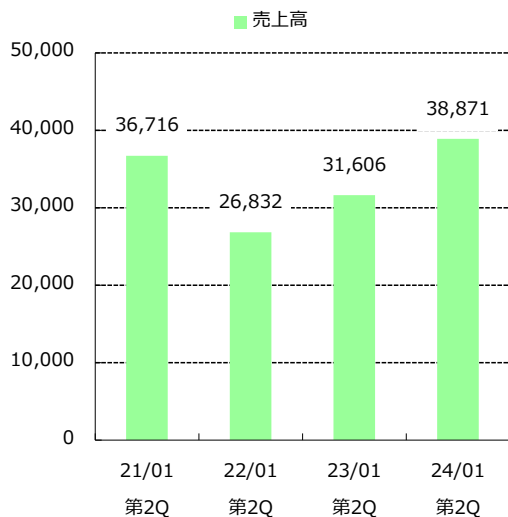


PART2

① 2024年1月期第2四半期 業績概況

2024年1月期 第2四半期 サマリー情報

- 経済活動の制限が緩和されたことに伴い、前年同期に比べて需要は回復し、売上高および各利益については前年同期を上回った。
- 受注高の増加に伴い、受注残高は前年同期を上回った。



2024年1月期 第2四半期 P/L概況

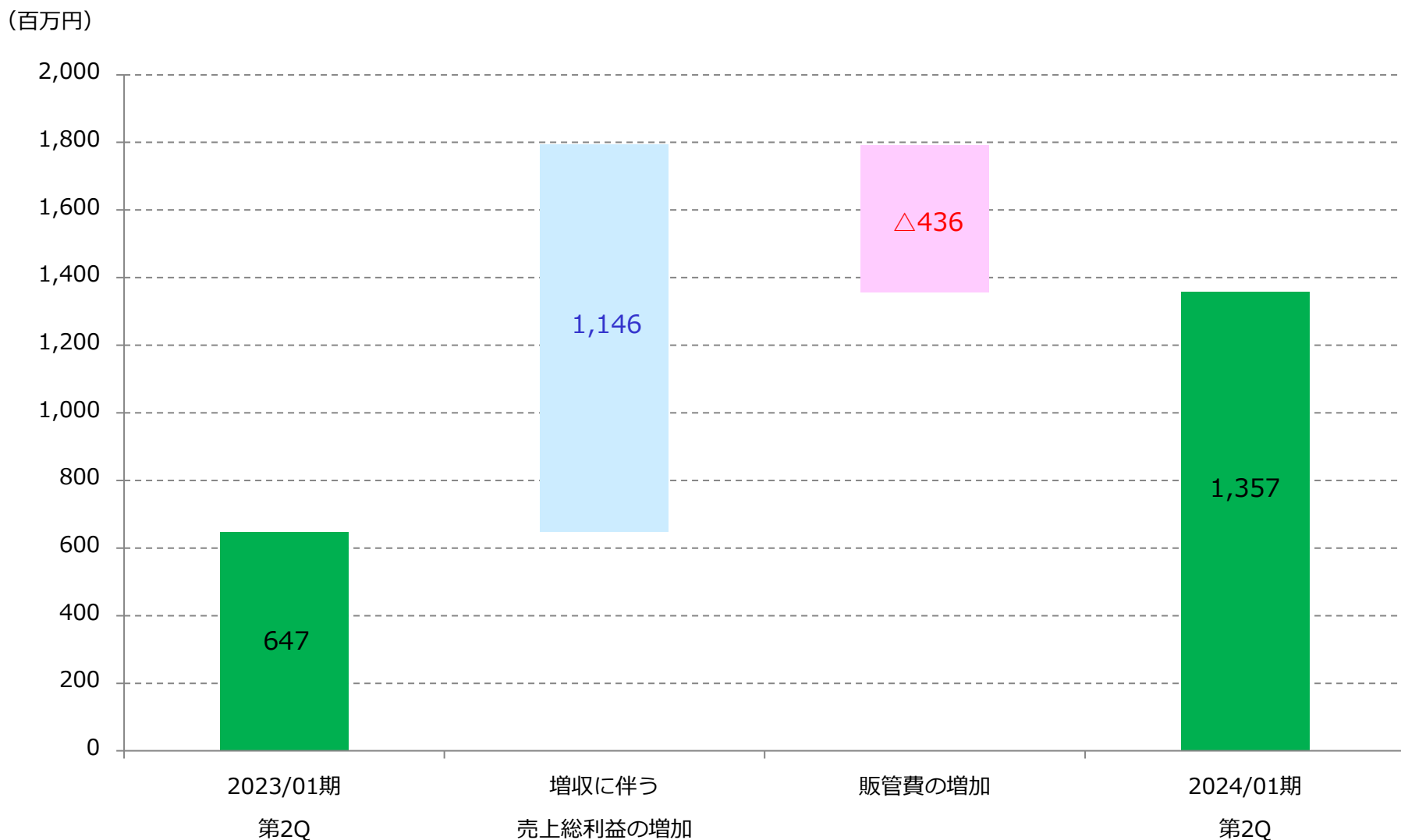
- 需要は回復傾向にあり、市場環境も徐々に好転しているものの、売上総利益率については、エネルギーや資材価格の高騰等による影響を受け、改善道半ばで前年同期を若干下回り、16.8%となった。
- 販管費については、ベースアップによる人件費の増加および増収に伴う営業経費の増加等により、前年同期比で約4億円の増加となった。

(百万円)

	23/01 第2Q		24/01 第2Q		増 減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売 上 高	31,606	100.0	38,871	100.0	7,264	
売 上 原 価	26,230	83.0	32,348	83.2	6,117	0.2
売上総利益	5,375	17.0	6,522	16.8	1,146	△0.2
販 管 費	4,728	15.0	5,164	13.3	436	△1.7
営業利益	647	2.0	1,357	3.5	710	1.5
営 業 外 収 益	103		79		△24	
営 業 外 費 用	31		35		3	
経常利益	719	2.3	1,402	3.6	683	1.3
特 別 利 益	35		10		△24	
特 別 損 失	30		6		△23	
法 人 税 ・ 事 業 税	398		587		188	
法 人 税 等 調 整 額	△134		△108		26	
親会社株主に帰属する四半期純利益	460	1.5	926	2.4	466	0.9

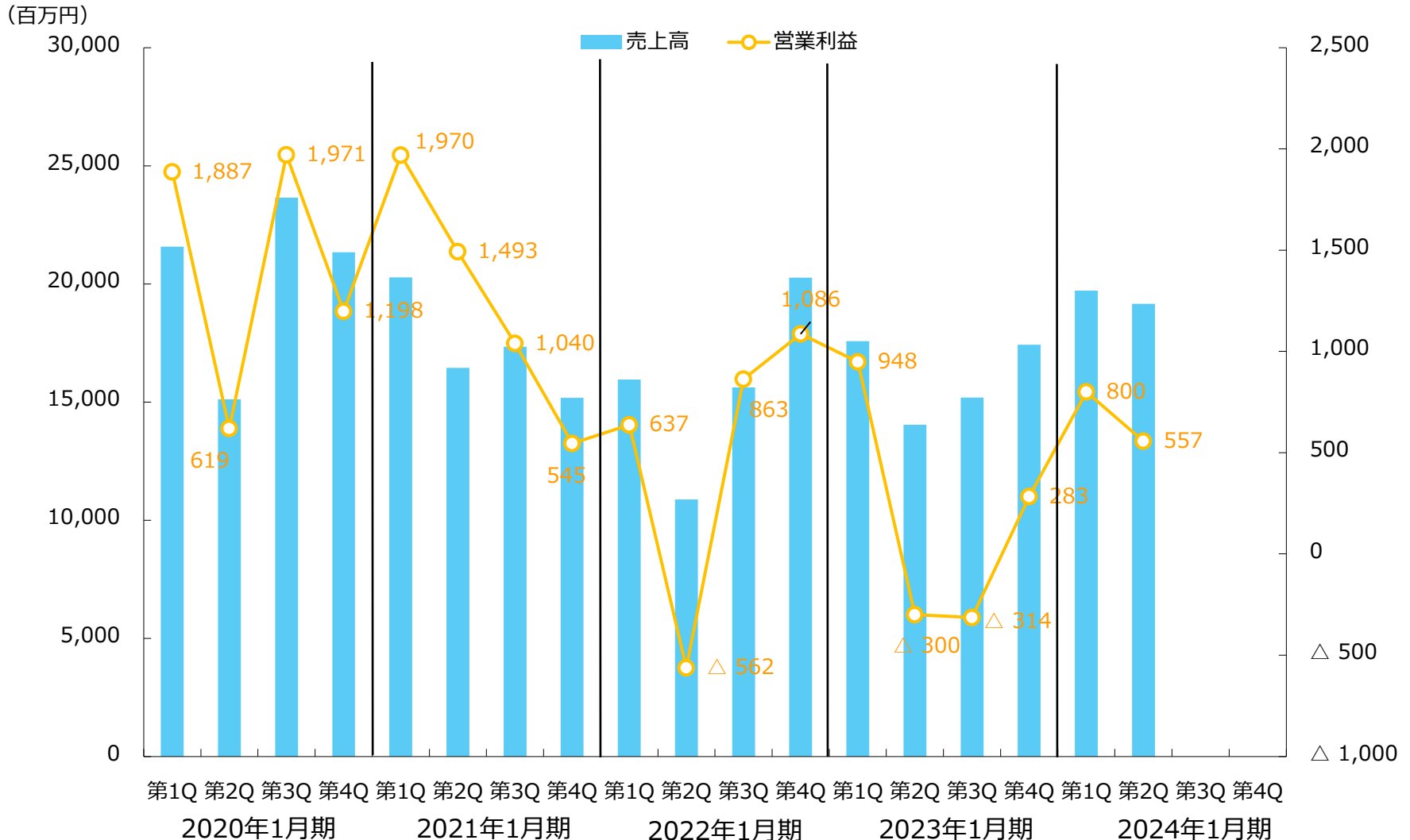
E P S (円)	9.70		19.45		9.75	
R O E (%)	1.5		3.1		1.6	

営業利益の増益要因 (対前年同期比)



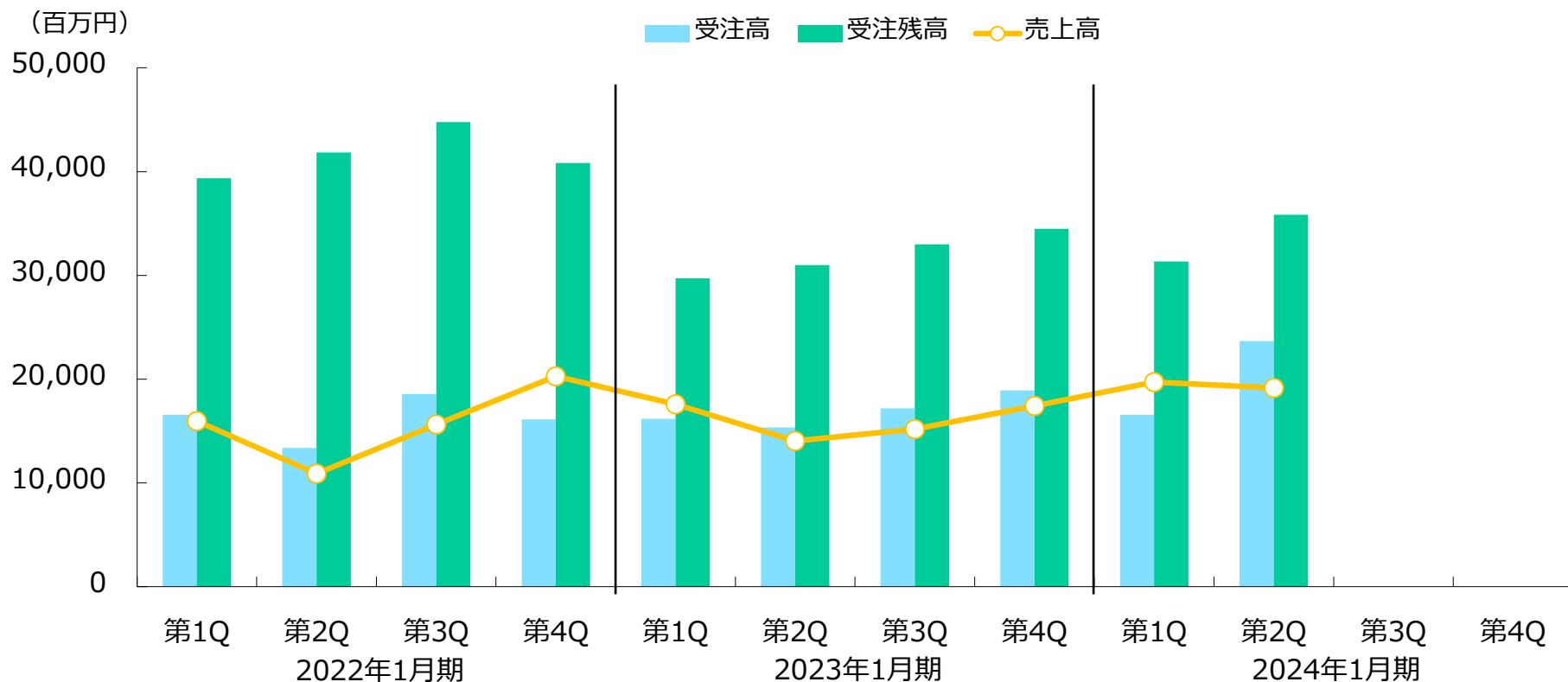
過年度の四半期ごとの変動要因

- 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

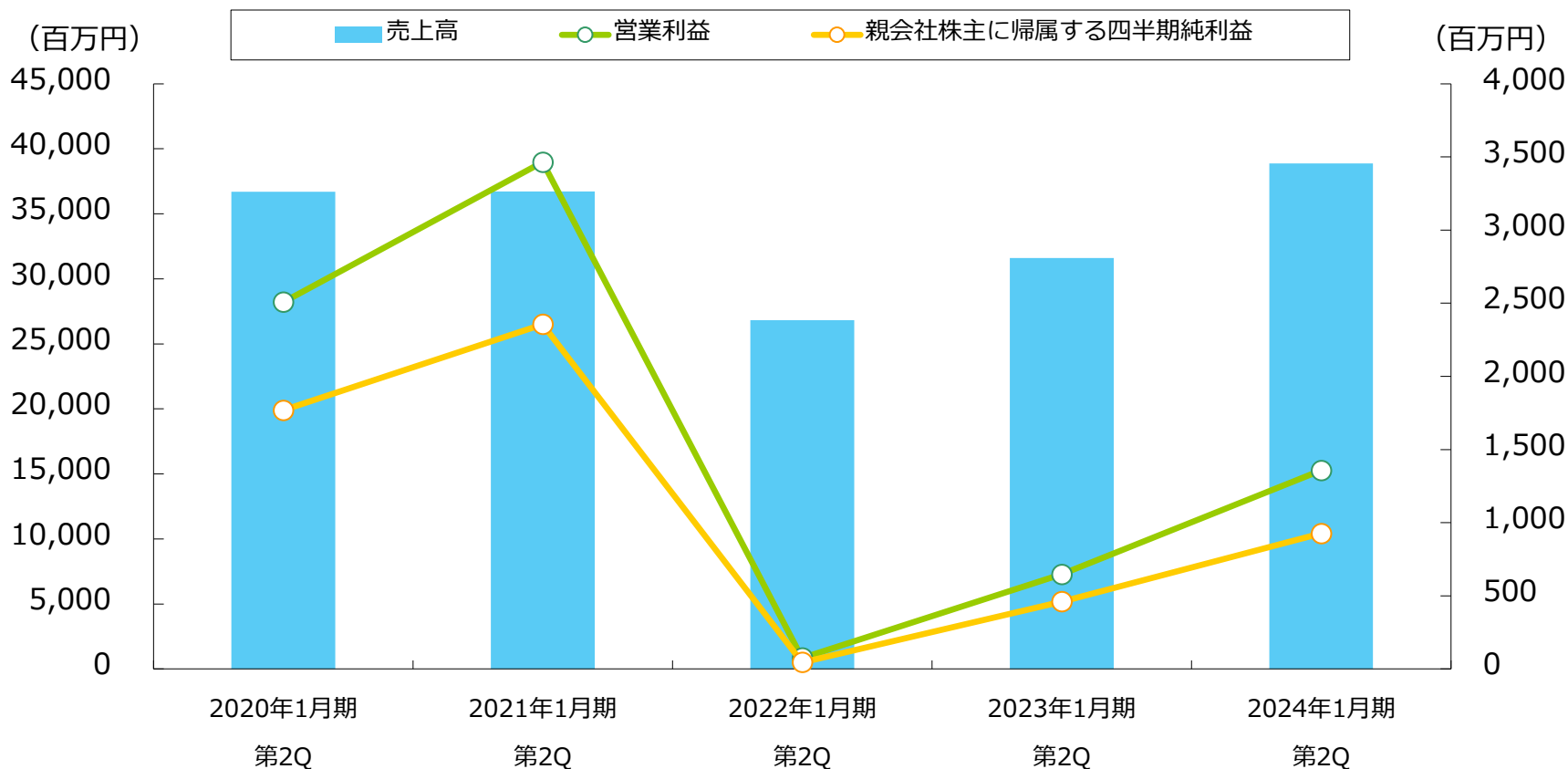
● 当第2四半期の受注残高は、受注高の増加に伴い前年同期を上回った。



	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	19,154		
受注高 (百万円)	16,560	13,355	18,568	16,105	16,168	15,324	17,185	18,922	16,558	23,667		
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	35,844		

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

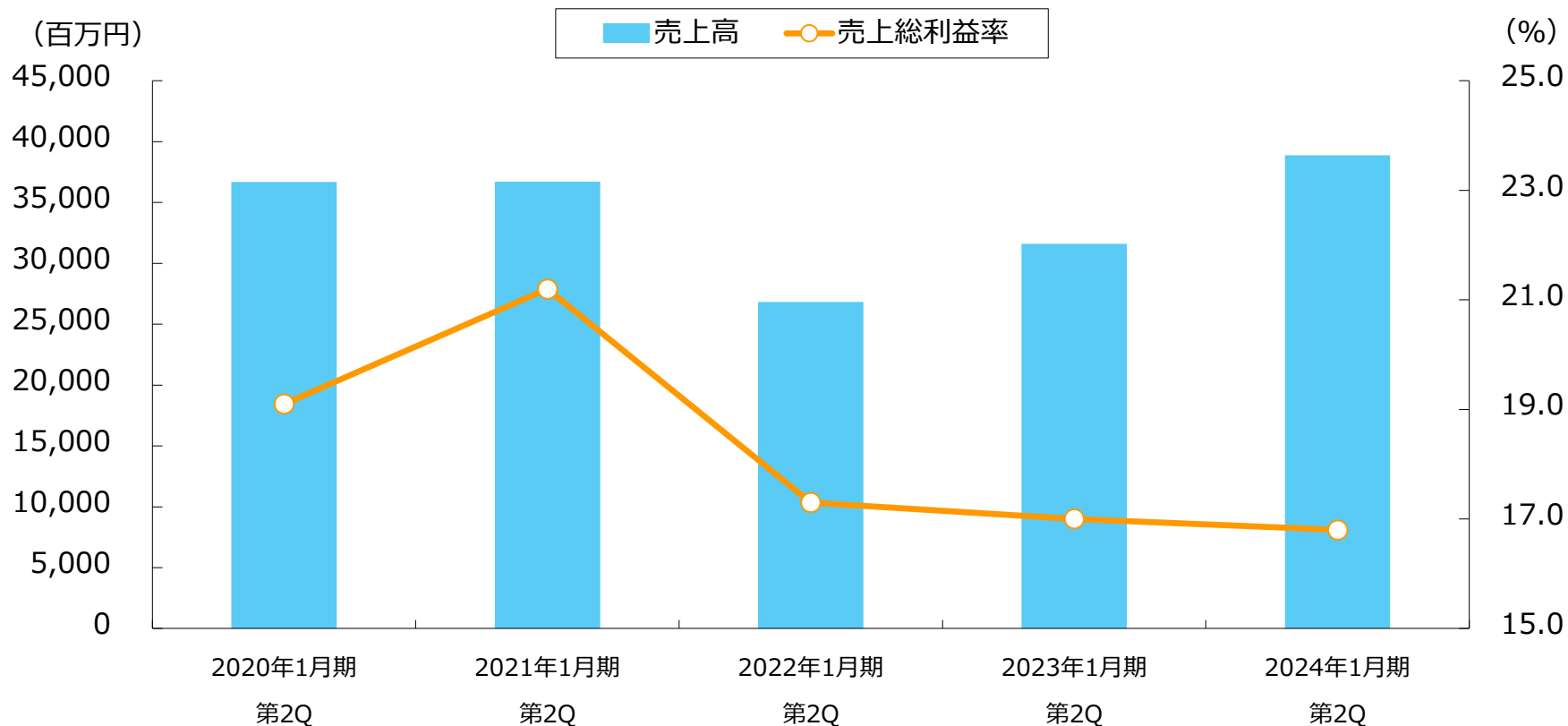
● 増収に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期を上回った。



	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q	2023年1月期第2Q	2024年1月期第2Q
売上高 (百万円)	36,695	36,716	26,832	31,606	38,871
営業利益 (百万円)	2,507	3,464	75	647	1,357
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (百万円)	1,768	2,356	45	460	926

売上高および売上総利益率の推移

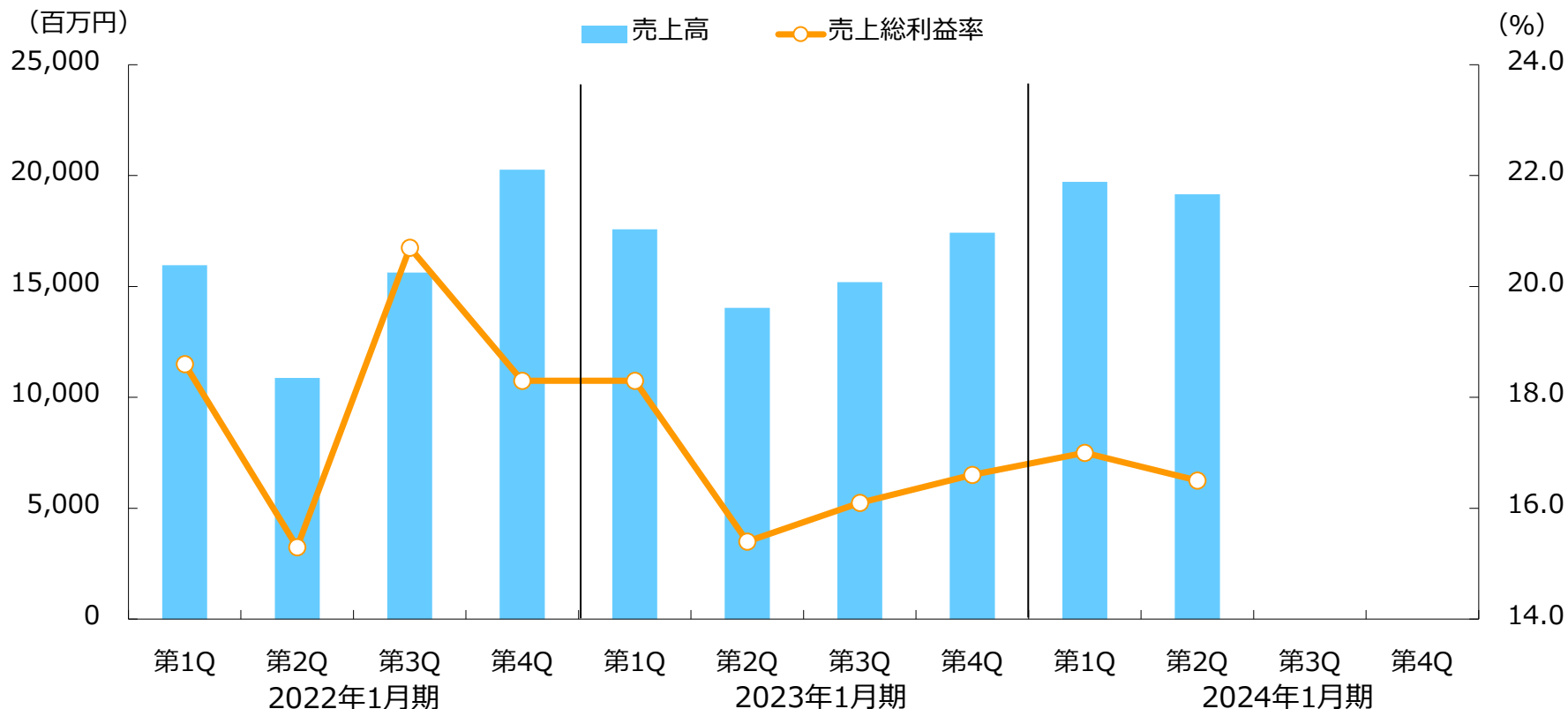
- 経済活動の制限が緩和されたことに伴い、受注環境は緩やかに回復し、回復した需要を着実に取り込んだ結果、売上高は前年同期比で72億64百万円の増加となった。



	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q	2023年1月期第2Q	2024年1月期第2Q
売上高 (百万円)	36,695	36,716	26,832	31,606	38,871
売上総利益率 (%)	19.1	21.2	17.3	17.0	16.8

売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

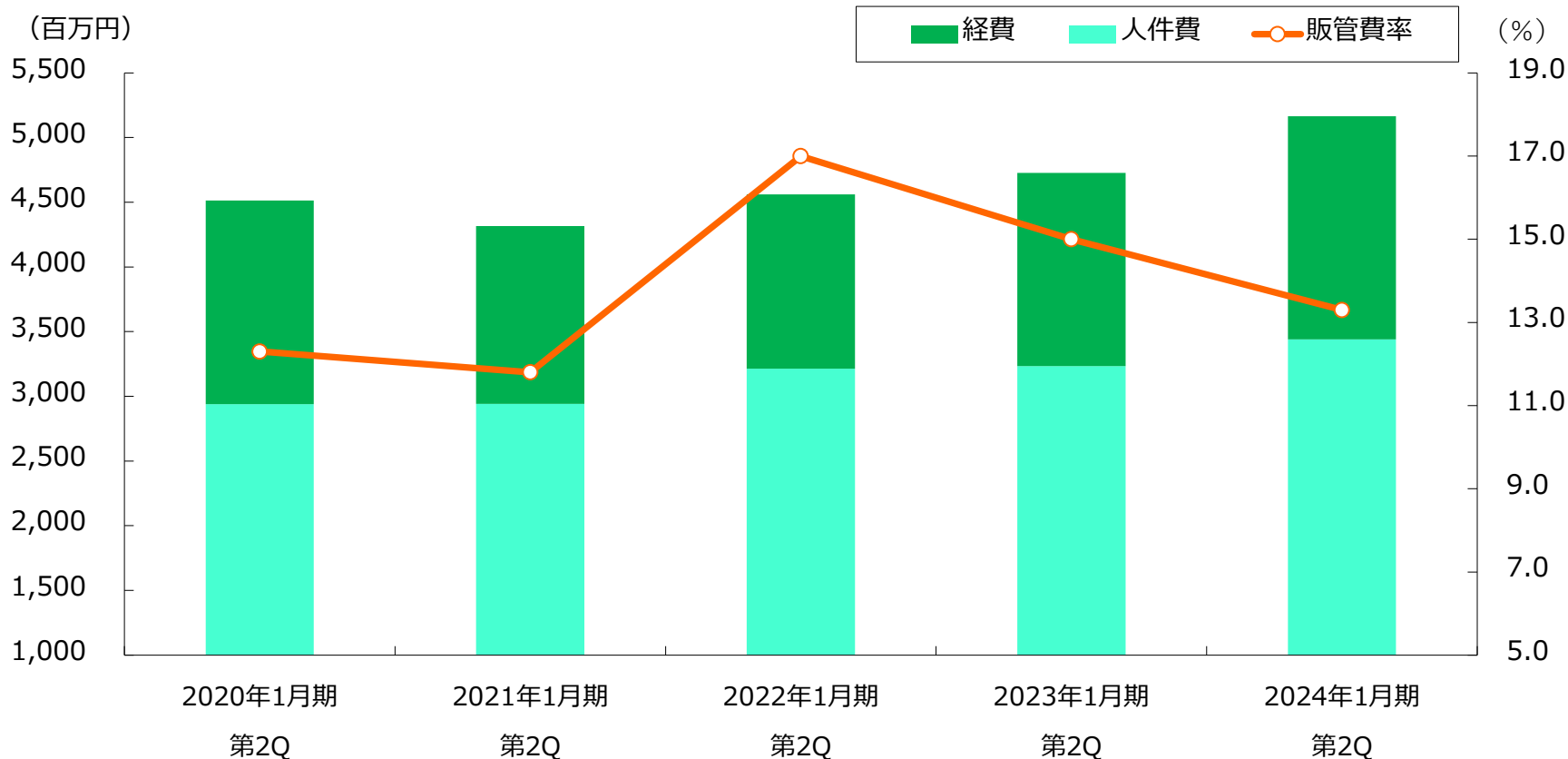
● 経済活動の制限が緩和されたことにより、需要が回復したこと等から、売上総利益率は、前年同四半期を1.1ポイント上回った。



	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	19,154		
売上総利益率 (%)	18.6	15.3	20.7	18.3	18.3	15.4	16.1	16.6	17.0	16.5		

販売費及び一般管理費の推移

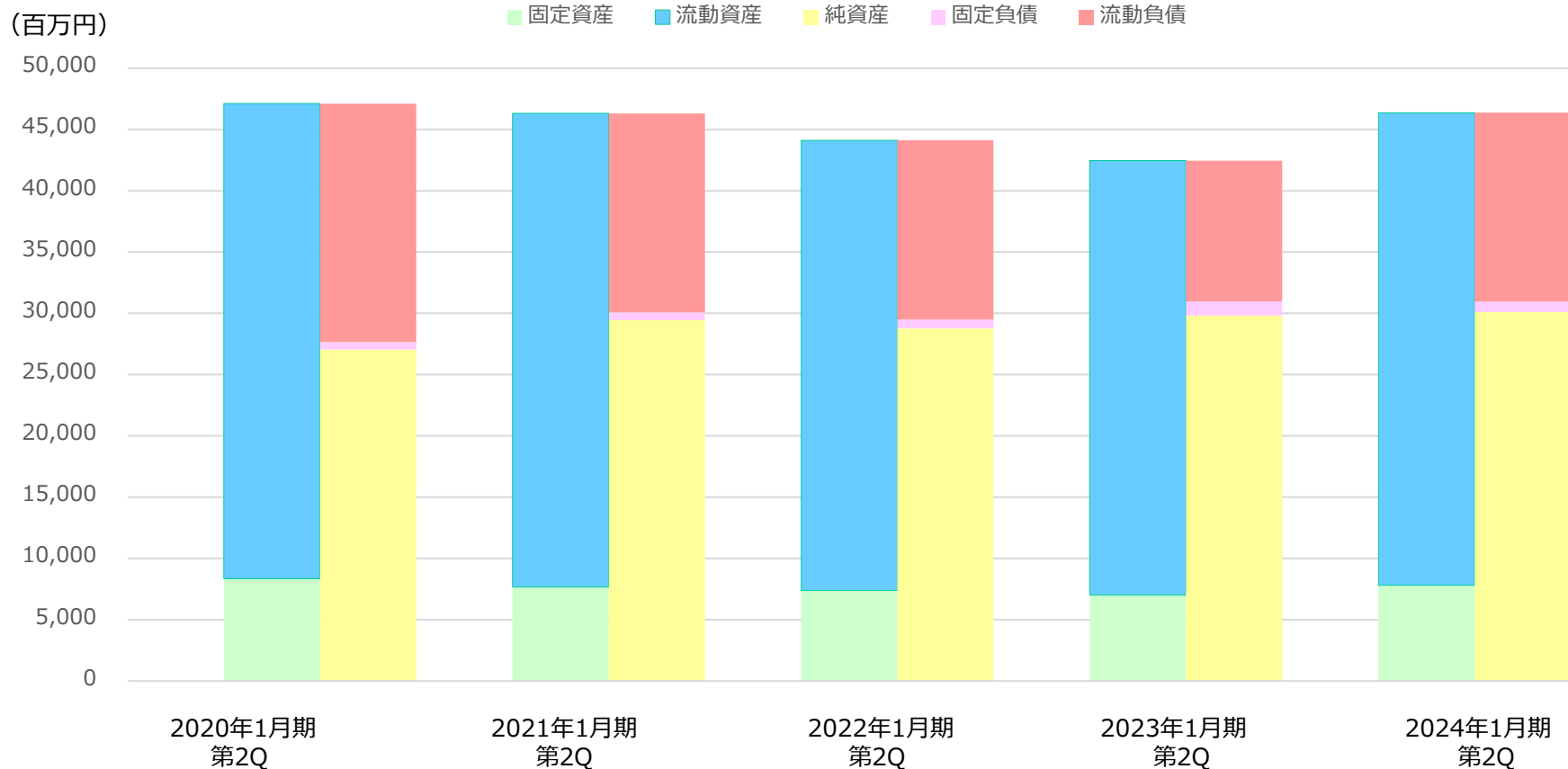
- 販管費率は、売上高の増加等により前年同期比で△1.7ポイントとなり、13.3%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2022年7月：1,421人 2023年7月：1,426人となり、5人増加。



	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q	2023年1月期第2Q	2024年1月期第2Q
人件費 (百万円)	2,939	2,941	3,214	3,234	3,441
経費 (百万円)	1,574	1,376	1,347	1,494	1,723
販管費率 (%)	12.3	11.8	17.0	15.0	13.3

B/S 主要項目の推移

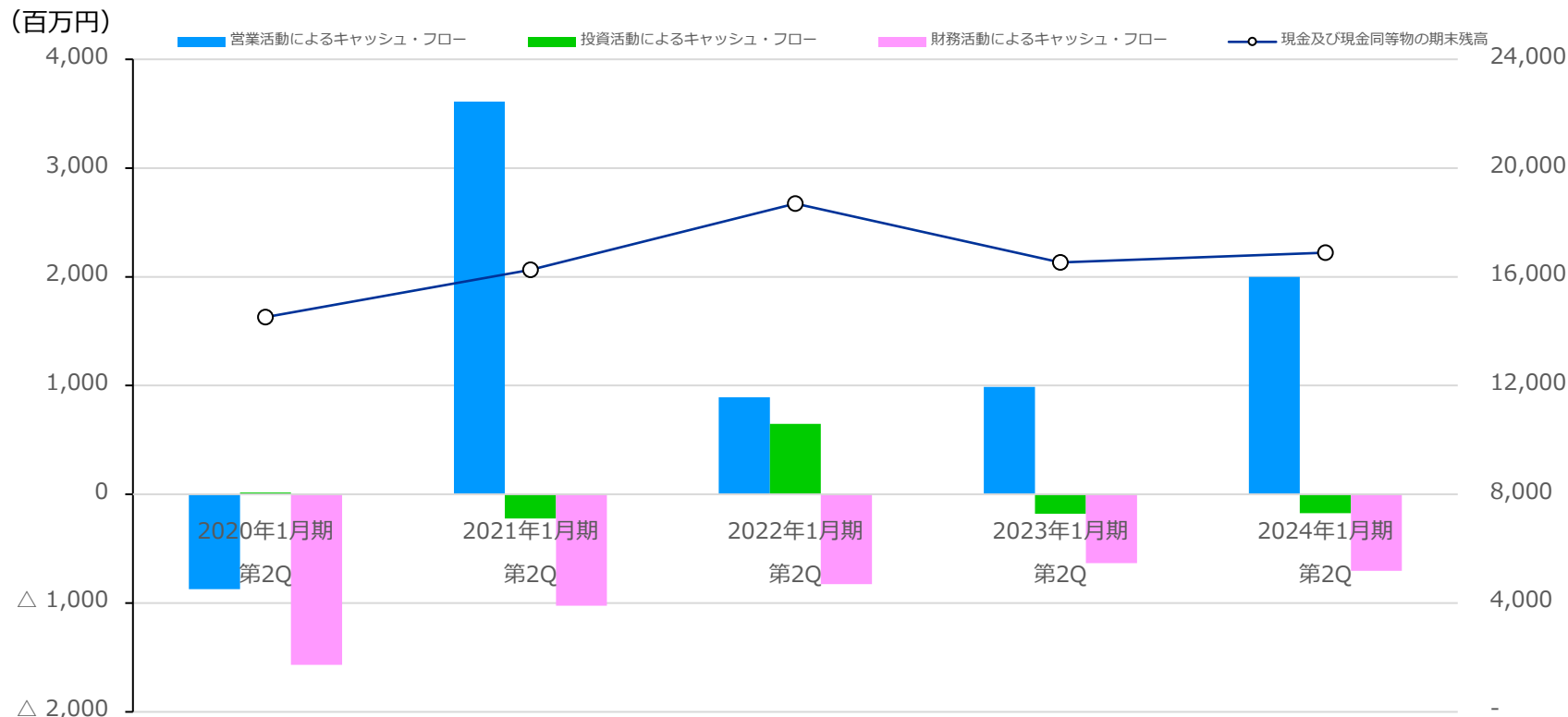
- 自己資本は300億98百万円となり、前年同期比で2億76百万円の増加となった。
- 自己資本比率 64.9%（前年同期比△5.3ポイント）



	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q	2023年1月期第2Q	2024年1月期第2Q
自己資本 (百万円)	27,051	29,435	28,763	29,822	30,098
自己資本比率 (%)	57.4	63.6	65.2	70.2	64.9

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22億55百万円増加したものの、税金等調整前当期純利益を14億6百万円計上したことや、支払手形・工事未払金等が24億73百万円増加したこと等により、営業活動によるキャッシュ・フローは、20億円となった。



(単位：百万円)	2020年1月期第2Q	2021年1月期第2Q	2022年1月期第2Q	2023年1月期第2Q	2024年1月期第2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	△871	3,612	893	989	2,000
投資活動によるキャッシュ・フロー	16	△223	647	△179	△173
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,568	△1,025	△825	△634	△704
現金及び現金同等物の期末残高	14,514	16,256	18,696	16,524	16,883

PART2

②2024年1月期第2四半期 セグメント別業績概況

2024年1月期 第2四半期 セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	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、アミューズメント施設、ホテル、駅ビル・空港関連施設等の新改装案件が増加したこと等から、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● チェーンストア事業	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、主に飲食店分野及びその他専門店分野の新改装案件が増加したこと等により、売上高、セグメント利益ともに前年同期を上回った。
● 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	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)

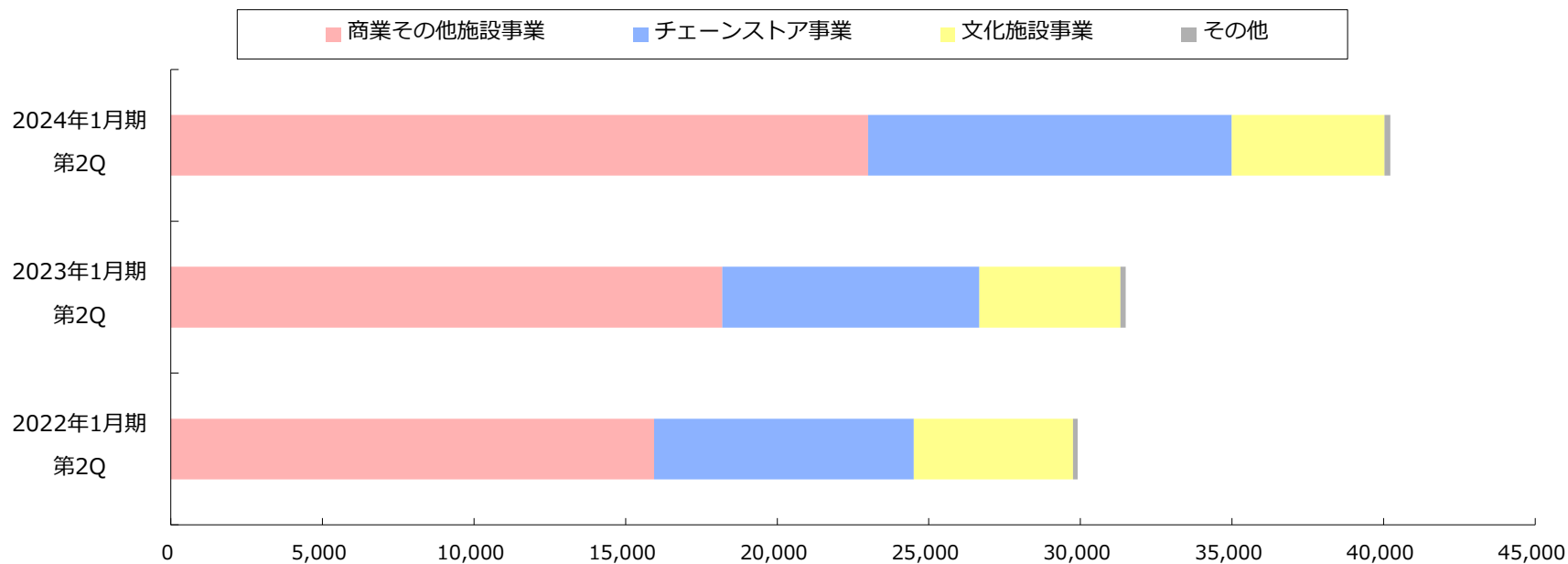
	売上高			セグメント利益		
	23/01 第2Q	24/01 第2Q	増減	23/01 第2Q	24/01 第2Q	増減
商業その他施設事業	16,420	22,734	6,314	△23	941	965
チェーンストア事業	9,565	10,092	1,427	403	467	64
文化施設事業	5,445	4,950	△494	227	△114	△341
その他	175	193	17	40	58	18
調整額	—	—	—	0	4	3
合計	31,606	38,871	7,264	647	1,357	710

セグメント別 受注高の状況

- 受注高は、経済活動の制限が緩和されたことに伴い、前年同期に比べて、受注環境は緩やかに回復し、回復した需要を着実に取り込んだ結果、全体では前年同期比で87億32百万円の増加となった。

(百万円)

	22/01 第2Q	23/01 第2Q	24/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	15,942	18,189	23,000	4,810
チェーンストア事業	8,564	8,481	11,987	3,506
文化施設事業	5,249	4,646	5,044	398
その他	159	175	193	17
受注高合計	29,916	31,492	40,225	8,732



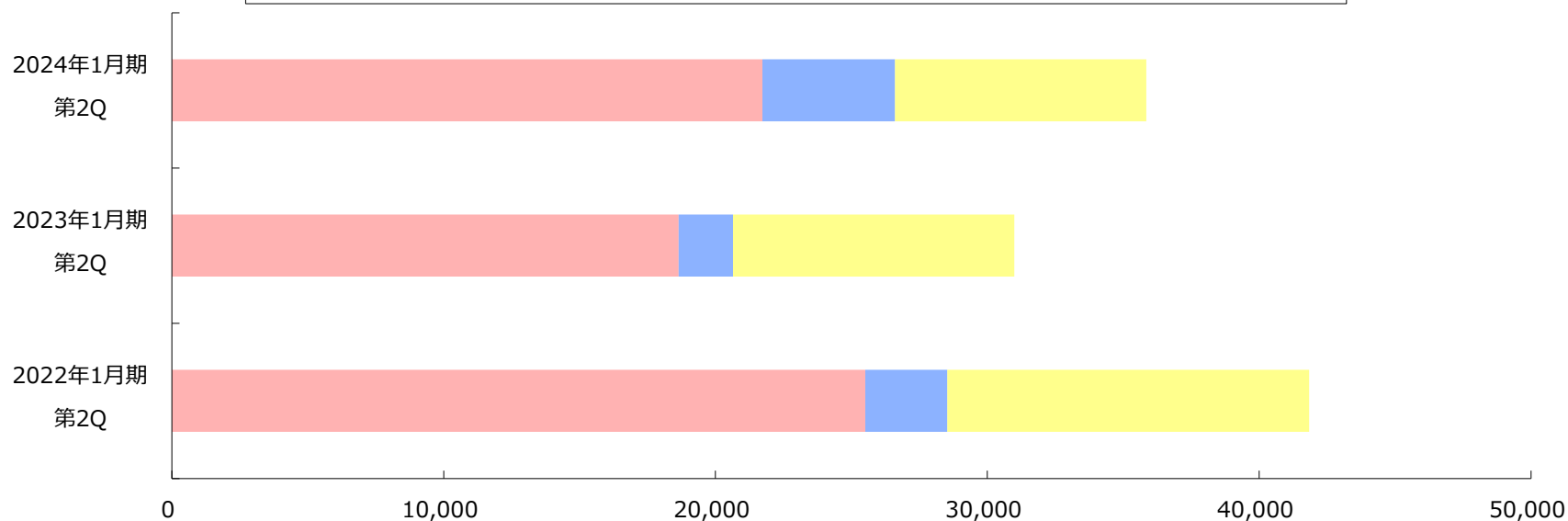
セグメント別 受注残高の状況

- 受注残高は、商業その他施設事業およびチェーンストア事業の受注高が増加したことから、全体では、前年同期比で48億46百万円の増加となった。
- 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2Qから23/1第2Qで大幅に減少している。

(百万円)

	22/01 第2Q	23/01 第2Q	24/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	25,513	18,641	21,723	3,082
チェーンストア事業	3,010	2,003	4,882	2,878
文化施設事業	13,314	10,353	9,239	△1,113
その他	—	—	—	—
受注残高合計	41,838	30,998	35,844	4,846

■ 商業その他施設事業
 ■ チェーンストア事業
 ■ 文化施設事業



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実績		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		40,225		78,000	
売上高	31,606	100.0	64,221	100.0	38,871	100.0	76,000	100.0
売上総利益	5,375	17.0	10,710	16.7	6,552	16.8	13,600	17.9
営業利益	647	2.0	616	1.0	1,357	3.5	3,000	3.9
経常利益	719	2.3	793	1.2	1,402	3.6	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	926	2.4	2,090	2.8
E P S (円)	9.70		9.68		19.45		43.91	
R O E (%)	1.5		1.6		3.1		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

● 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実績	通期計画
商業その他施設事業	18,189	40,730	23,000	45,500
チェーンストア事業	8,481	19,069	11,987	21,800
文化施設事業	4,646	7,402	5,044	10,300
その他	175	397	193	400
受注高計	31,492	67,600	40,225	78,000
商業その他施設事業	16,420	36,144	22,734	43,600
チェーンストア事業	9,565	18,269	10,992	21,800
文化施設事業	5,445	9,409	4,950	10,200
その他	175	397	193	400
売上高計	31,606	64,221	38,871	76,000
商業その他施設事業	△23	123	941	1,610
チェーンストア事業	403	336	467	860
文化施設事業	227	70	△114	480
その他	40	83	58	50
調整額	—	3	4	—
営業利益計	647	616	1,357	3,000

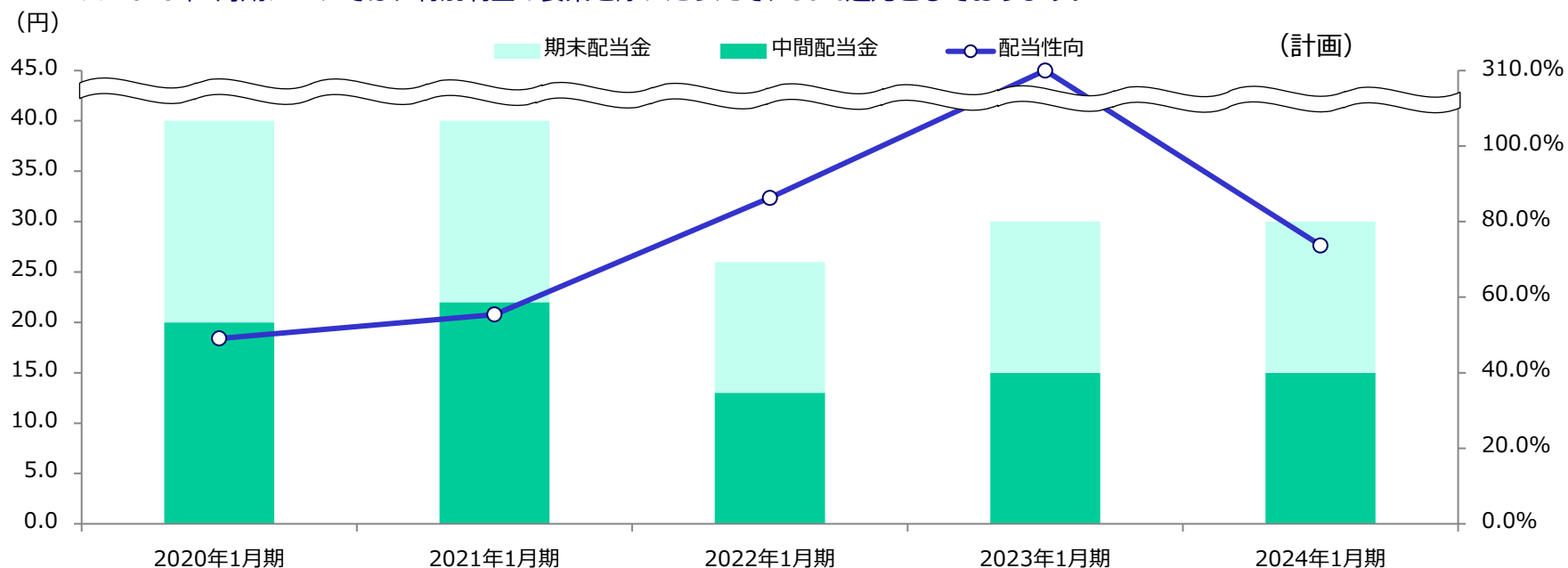
※ 上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

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。
	プロモーション分野 (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・ブライダル、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があるが、需要拡大への期待感が高まっている。	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	当社の取扱いは未だ少数だが、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。	

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

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「こころを動かす」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)