



2023年度 第2四半期決算説明資料

2023年10月12日

株式会社 **乃村工藝社**

プライム市場 証券コード 9716

1. 2023年度 第2四半期 決算概要

2. 今後の展開について

3. 補足資料 / 会社概要

■ 業績ハイライト

- ▶ 経済活動の正常化にともない、商業施設分野および余暇施設市場等において需要回復の兆しが見られ売上高は、前年同期に比べ増収となった。
- ▶ 売上総利益率が低下したものの、売上高の増加により、営業利益は前年同期に比べ大幅な増益となった。

(百万円)	2022年度		2023年度			
	2Q実績	構成比	2Q実績	構成比	前年同期比	
売上高	47,484	100.0%	59,516	100.0%	+12,031	+25.3%
売上総利益	8,359	17.6%	10,012	16.8%	+1,652	+19.8% (Δ0.8P)
営業利益	1,040	2.2%	2,220	3.7%	+1,179	+113.3% (+1.5P)
経常利益	1,141	2.4%	2,332	3.9%	+1,191	+104.4% (+1.5P)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	830	1.7%	1,682	2.8%	+851	+102.6% (+1.1P)

■ 売上高・売上総利益

2Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	47,484	100.0%	59,516	100.0%	+12,031	+25.3%
売上総利益	8,359	17.6%	10,012	16.8%	+1,652	+19.8%

- ▶ 売上高は、都市再開発案件が進捗した複合商業施設市場、インバウンド回復を見据えたホテルやテーマパークを手掛けた余暇施設市場などが増加したことにより、前年同期に比べ25.3%の増収となった。
- ▶ 売上高増加により売上総利益は増加したが、前期から継続する資材価格の上昇や一部価格競争の影響などにより、売上総利益率は前年同期に比べ0.8ポイント低下の16.8%となった。

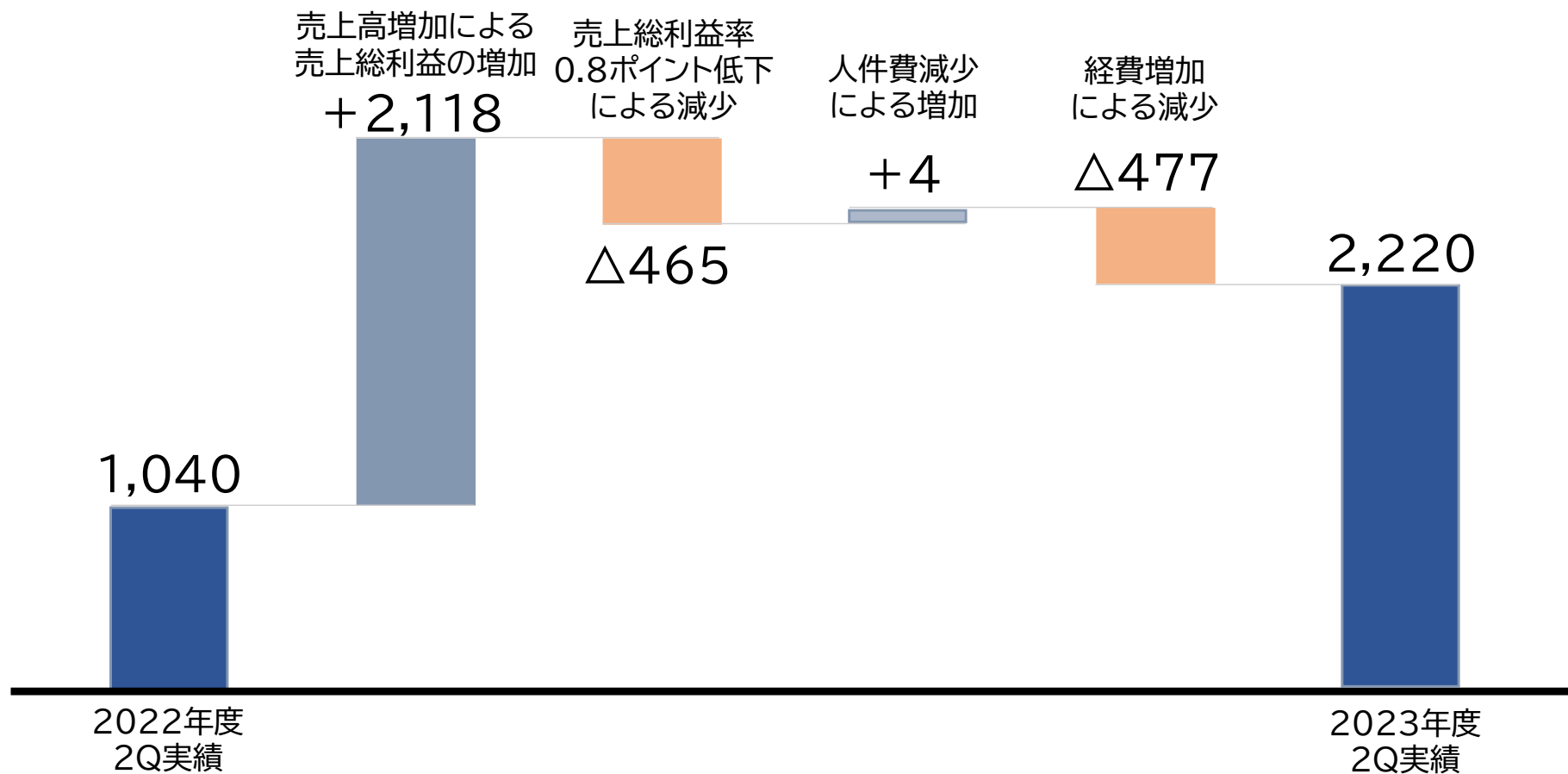
■ 販売管理費

2Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
人件費	4,738	10.0%	4,734	8.0%	△4	△0.1%
経費	2,580	5.4%	3,057	5.1%	+477	+18.5%
販売管理費 計	7,318	15.4%	7,792	13.1%	+473	+6.5%

- ▶販売管理費は、売上高増加にともなう営業活動費用の増加やシステム関連費用などの経費の増加により、前年同期に比べ6.5%増加した。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

2Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業利益	1,040	2.2%	2,220	3.7%	+1,179	+113.3%



■ 経常利益・四半期純利益

2Q (百万円)	2022年度		2023年度		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業外損益	100	0.2%	112	0.2%	+11	+11.5%
経常利益	1,141	2.4%	2,332	3.9%	+1,191	+104.4%
特別損益	2	0.0%	267	0.5%	+265	-
税引前 四半期純利益	1,143	2.4%	2,600	4.4%	+1,456	+127.3%
法人税等	313	0.7%	918	1.6%	+604	+192.7%
四半期純利益	830	1.7%	1,682	2.8%	+851	+102.6%

- 特別損益は、投資有価証券の売却等により、前年同期に比べ2億65百万円増加となった。
- 四半期純利益は、経常利益の増加にともない、前年同期に比べ102.6%の増益となった。

■ 市場分野別の売上高

- ▶ 商業施設分野では、都市再開発の大型案件や駅ビル等の大型商業施設の新装・改装案件が進捗した複合商業施設市場、海外ブランド、アパレル店舗の新装・改装需要が増加した専門店市場が増収となった。
- ▶ 企業PR施設やショールームの大型案件が進捗した広報・販売促進市場、インバウンド回復を見据えたホテルやテーマパークを手掛けた余暇施設市場が増収となった。

(百万円)	2022年度2Q		売上高 総利益率	2023年度2Q		売上高 総利益率
	金額	前年同期比		金額	前年同期比	
専門店市場	11,704	+5.2%	↓13.4%	13,232	+13.1%	↑ 16.2%
百貨店・量販店市場	2,293	+30.6%	↓20.2%	2,383	+3.9%	↓ 20.0%
複合商業施設市場	4,696	+63.5%	↓16.9%	8,643	+84.1%	↓ 16.1%
広報・販売促進市場	4,163	+19.8%	↓18.9%	5,039	+21.0%	↑ 21.0%
博物館・美術館市場	5,186	△23.0%	↑22.5%	5,003	△3.5%	↓ 19.5%
余暇施設市場	5,985	+85.1%	↑17.2%	10,964	+83.2%	↓ 13.0%
博覧会・イベント市場	1,547	△38.5%	↓18.1%	2,849	+84.1%	↑ 22.9%
その他市場	11,906	△0.9%	↓19.1%	11,399	△ 4.3%	↓ 16.5%
合計	47,484	+8.6%	↓17.6%	59,516	+25.3%	↓ 16.8%

■ 市場分野別の受注高・受注残高

- ▶ 受注高は、前年同期に大型企業PR施設を受注した広報・販売促進市場やその他市場のオフィス案件が減少したものの、海外ブランド・アパレル店舗に加え、飲食店舗やモバイル関連店舗の大型案件を受注した専門店市場、科学館等の大型案件を複数受注した博物館・美術館市場が増加したため、前年同期に比べ2.2%増加となった。
- ▶ 受注残高は、海外ブランド・アパレル店舗等の新装・改装需要が増加した専門店市場、大都市圏の都市再開発案件が増加した複合商業施設市場、大型案件の受注があった博物館・美術館市場が増加したことにより、前年同期に比べ18.9%増加となった。

(百万円)	2022年度2Q		2023年度2Q		受注高 前年同期比	受注残高 前年同期比
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	11,193	5,175	14,341	7,887	+28.1%	+52.4%
百貨店・量販店市場	3,561	2,092	3,081	1,882	△13.5%	△10.1%
複合商業施設市場	8,441	6,407	7,783	7,999	△7.8%	+24.9%
広報・販売促進市場	9,451	6,939	5,882	6,131	△37.8%	△11.7%
博物館・美術館市場	4,672	4,550	11,944	10,247	+155.7%	+125.2%
余暇施設市場	11,549	17,301	7,992	17,043	△30.8%	△1.5%
博覧会・イベント市場	2,160	952	4,244	2,150	+96.4%	+125.7%
その他市場	14,215	9,423	11,391	9,510	△19.9%	+0.9%
合 計	65,246	52,841	66,661	62,852	+2.2%	+18.9%

2023年度 通期業績見通し

- ▶ 市場環境は回復基調にあり、売上高・利益ともに前期に比べ増加する見込みではあるが、引き続き、資材価格の上昇や一部価格競争の影響が懸念されるため、採算性は保守的にみている。
- ▶ 2025年の大阪・関西万博以降の成長維持のための投資を織り込んだ業績予想としている。

(百万円)	2022年度			2023年度(予想)		
	通期	対売上高 構成比	前期比	通期	対売上高 構成比	前期比
売上高	110,928	100.0%	△0.1%	124,000	100.0%	+11.8%
営業利益	3,113	2.8%	△42.7%	4,300	3.5%	+38.1%
経常利益	3,246	2.9%	△42.0%	4,400	3.5%	+35.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,229	2.0%	△44.0%	3,100	2.5%	+39.0%
1株当たり配当金	25.00円	—	△3.00円	25.00円	—	—
1株当たり当期純利益	20.02円	—	△15.78円	27.83円	—	+7.81円

1. 2023年度 第2四半期 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

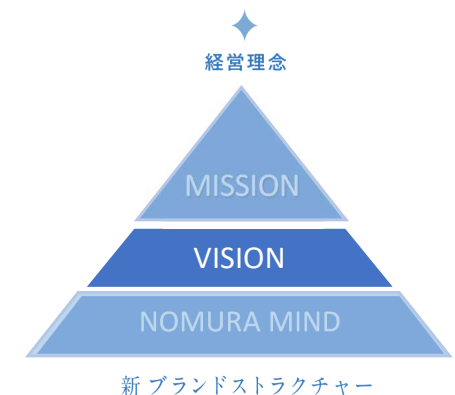
MISSION

空間創造によって
人々に「歓びと感動」を届ける



VISION

一人ひとりの「クリエイティビティ」を起点に
空間のあらゆる可能性を切り拓く



中期経営方針 2023-2025

一人ひとりの「クリエイティビティ」を起点に
空間のあらゆる可能性を切り拓く

企業価値の向上

01

既存事業
の洗練

02

新事業領域
に挑戦

03

社会価値
の提供

クリエイティビティの醸成

04

働き方
改革

05

業務改善

06

人財育成

07

研究開発

将来の持続的な成長と
長期的な企業価値の向上に向けた

成長投資

<2025年度 財務目標>

売上高 1,300億円以上

営業利益 78億円以上

営業利益率 6.0%以上

ROE 10.0%超

DOE 6.0%超

クリエイティビティの醸成

04

働き方 改革

- 柔軟・多様な働き方
- 適切な評価による安心して働ける環境づくり
- 社員と経営層の対話

05

業務改善

- クリエイティビティ注力のための業務工数削減
- ICT(情報通信技術)の活用
- 基幹システム改良

06

人財育成

- 専門性強化教育
- キャリアプラン適正化
- 人財のみえる化と
タレントマネジメント強化

07

研究開発

- 研究開発活動の支援
- 企業間コラボレーション
- 産学連携
- オープンイノベーション

成長投資

企業価値の向上

01

既存事業
の洗練

02

新事業領域
に挑戦

03

社会価値
の提供

クリエイティビティの醸成

04

働き方
改革

05

業務改善

06

人財育成

07

研究開発

01

既存事業
の洗練

顧客深耕 による提案機会・提案ポジション上昇

生産体制サプライチェーン の強化

エリア開発 による地域需要拡大

グループ会社 の専門性確立

海外 における営業・生産ネットワークの成長

既存事業の洗練

顧客深耕 による提案機会・提案ポジション上昇

HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE 北海道ボールパークFビレッジ



photo : Satoshi Nagare



tower eleven onsen & sauna



tower eleven museum

2023年3月、北海道日本ハムファイターズの新球場を含めたエリア、「HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE」が誕生しました。乃村工藝社は「誰も経験したことのない新しい観戦体験の創出」をテーマに総力を結集して、複数エリアの企画、デザイン・設計、制作、展示施工を担当しました。例として、世界初の“フィールドを一望できる球場内天然温泉とサウナ”には、半屋外の水着着用ゾーンに24席の“ととのえテラスシート”があり、サウナ室や浴槽からも試合を見ることができます。

02

新事業領域 に挑戦

協業・資本参画 を視野に入れた事業創造

新事業創造 に挑戦するための基盤構築

運営事業 の専門性向上・拡大

デジタル分野 における提案力強化

新事業領域に挑戦

運営事業 の専門性向上・拡大

静岡県PFI「静岡市海洋・地球総合 ミュージアム整備運営事業」



静岡市清水港のクルーズ客船が着く岸壁に隣接した用地に水族館機能と博物館機能を併せ持つ清水でしか実現できない「海洋・地球に関する総合ミュージアム」を新たに建設する計画で、2026年4月の供用開始を目指します。当社は、本事業において初めてPFI事業の代表企業として参画し、展示制作および運営業務を担います。

03

社会価値 の提供

マテリアリティ の着実な実行・高度化

マテリアリティ の見直しと活動高度化のプロセス構築

ソーシャルグッド活動 による事業拡大

効果的な **ブランドコミュニケーション** の実施

社会価値の提供

ソーシャルグッド活動 による事業拡大

ソーシャルグッドウィーク2022の開催



ソーシャルグッドに関する最新の情報を社内外の関係者と共有し、新たなアイデアを生み出す交流イベント「ソーシャルグッドウィーク」。第2回となる「ソーシャルグッドウィーク2022」では、専門家によるセミナーやソーシャルグッドR&Dの研究発表が行われ、参加者に学習と協力の機会を提供。一人ひとりが社会課題解決のヒントを得るきっかけの場となりました。

第3回目は、お客さまとの共創、そして未来のビジネス機会を生み出すため、サステナビリティとデジタル技術という2つの視点から、未来を洞察・発信し、イノベーションと社会的価値を創造するイベント「NOMURA FUTURE INSIGHTS 2023」に名前を変え、2023年11月に開催いたします。

中期経営方針 2023-2025

<2025年度 財務目標>

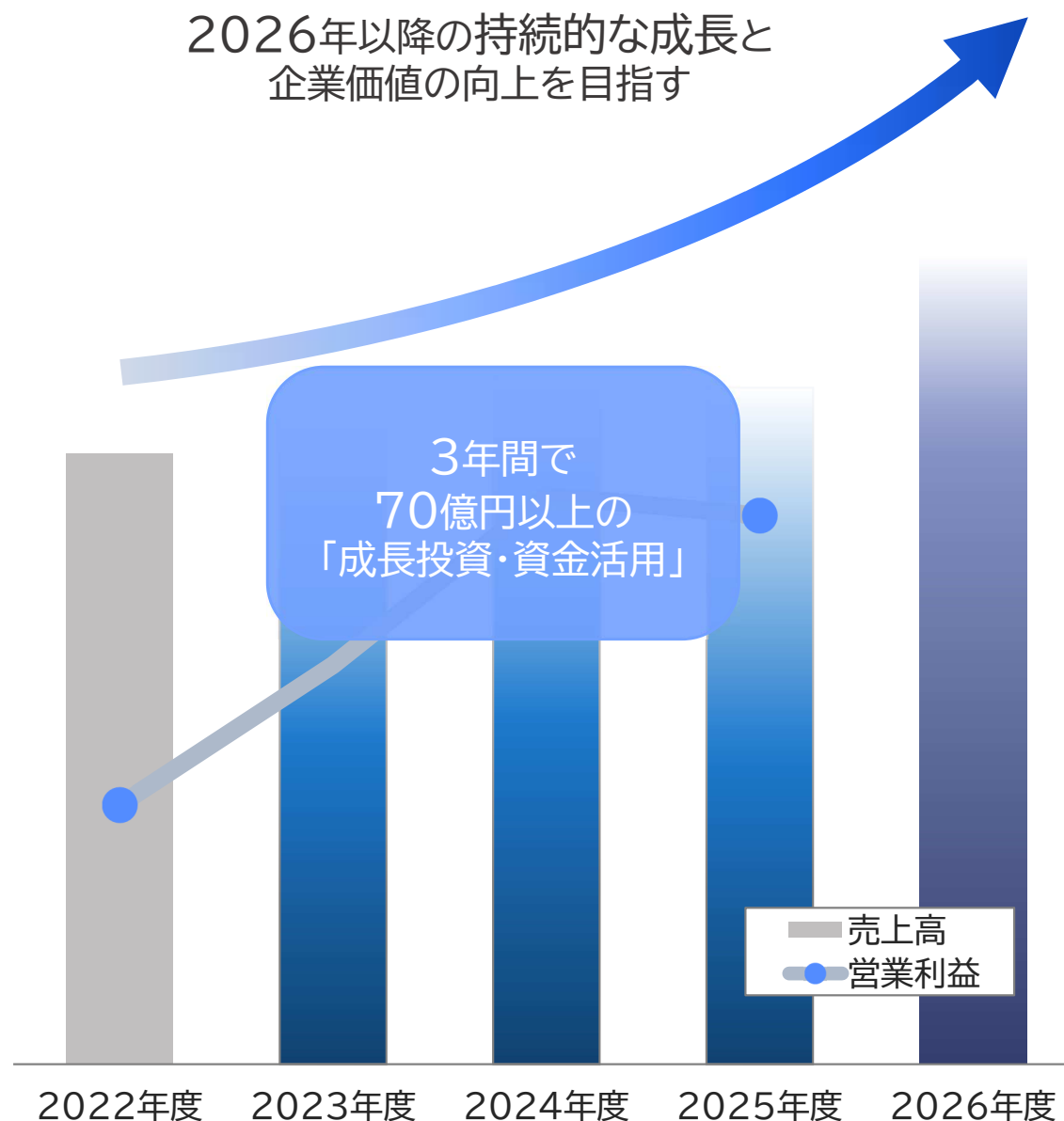
売上高 1,300億円以上

営業利益 78億円以上

営業利益率 6.0%以上

ROE 10.0%超

DOE 6.0%超



1. 2023年度 第2四半期 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

■ 四半期別 業績前年比較推移

(百万円)	2022年度				2023年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	22,287	25,196	29,361	34,082	24,909	34,606		
売上総利益	3,806	4,533	4,576	5,419	4,039	5,973		
(売上総利益比率)	17.1%	18.1%	15.6%	15.9%	16.2%	17.3%		
販管費及び一般管理費	3,742	3,576	3,795	4,127	3,848	3,944		
(販売管理費比率)	16.8%	14.2%	12.9%	12.1%	15.4%	11.4%		
営業利益	64	976	781	1,291	191	2,029		
(営業利益率)	0.3%	3.9%	2.7%	3.8%	0.8%	5.9%		
営業外収益	78	21	10	22	76	35		
営業外費用	–	–	–	–	3	△3		
経常利益	143	998	791	1,314	263	2,068		
(経常利益率)	0.6%	4.0%	2.7%	3.9%	1.1%	6.0%		
特別利益	6	–	3	–	–	270		
特別損失	3	0	△0	12	–	2		
税引前四半期純利益	145	998	795	1,301	263	2,336		
四半期純利益	137	692	536	863	4	1,677		
(四半期純利益率)	0.6%	2.7%	1.8%	2.5%	0.0%	4.8%		

■ 連結貸借対照表

(百万円)	2022年度末		2023年度2Q			ポイント
	金額	構成比	金額	構成比	前期末比	
流動資産	64,713	81.8%	66,049	82.2%	+2.1%	売上債権の回収等により13億35百万円増加。
有形固定資産	7,506	9.5%	7,698	9.6%	+2.6%	
無形固定資産	2,202	2.8%	1,936	2.4%	△12.1%	
投資その他の資産	4,716	5.9%	4,672	5.8%	△0.9%	
資産合計	79,138	100.0%	80,356	100.0%	+1.5%	
流動負債	24,962	31.5%	27,088	33.7%	+8.5%	工事量が増加したことともなう仕入債務の増加等により21億25百万円増加。
固定負債	5,157	6.6%	5,293	6.6%	+2.6%	
負債合計	30,120	38.1%	32,381	40.3%	+7.5%	
純資産合計	49,018	61.9%	47,974	59.7%	△2.1%	配当金の支払い等により10億43百万円減少。
負債・純資産合計	79,138	100.0%	80,356	100.0%	+1.5%	

■ 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	2022年度 2Q	2023年度 2Q	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	△104	5,616	税金等調整前四半期純利益の増加や 売上債権の回収があったことなどにより 56億16百万円の収入。
投資活動によるキャッシュ・フロー	△228	90	投資有価証券の売却などにより 90百万円の収入。
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,126	△2,820	配当金の支払いなどにより 28億20百万円の支出。
現金及び現金同等物の増減額	△3,332	2,940	
現金及び現金同等物の期首残高	37,077	29,527	
現金及び現金同等物の四半期残高	33,745	32,467	前年同期に比べ12億77百万円の減少。

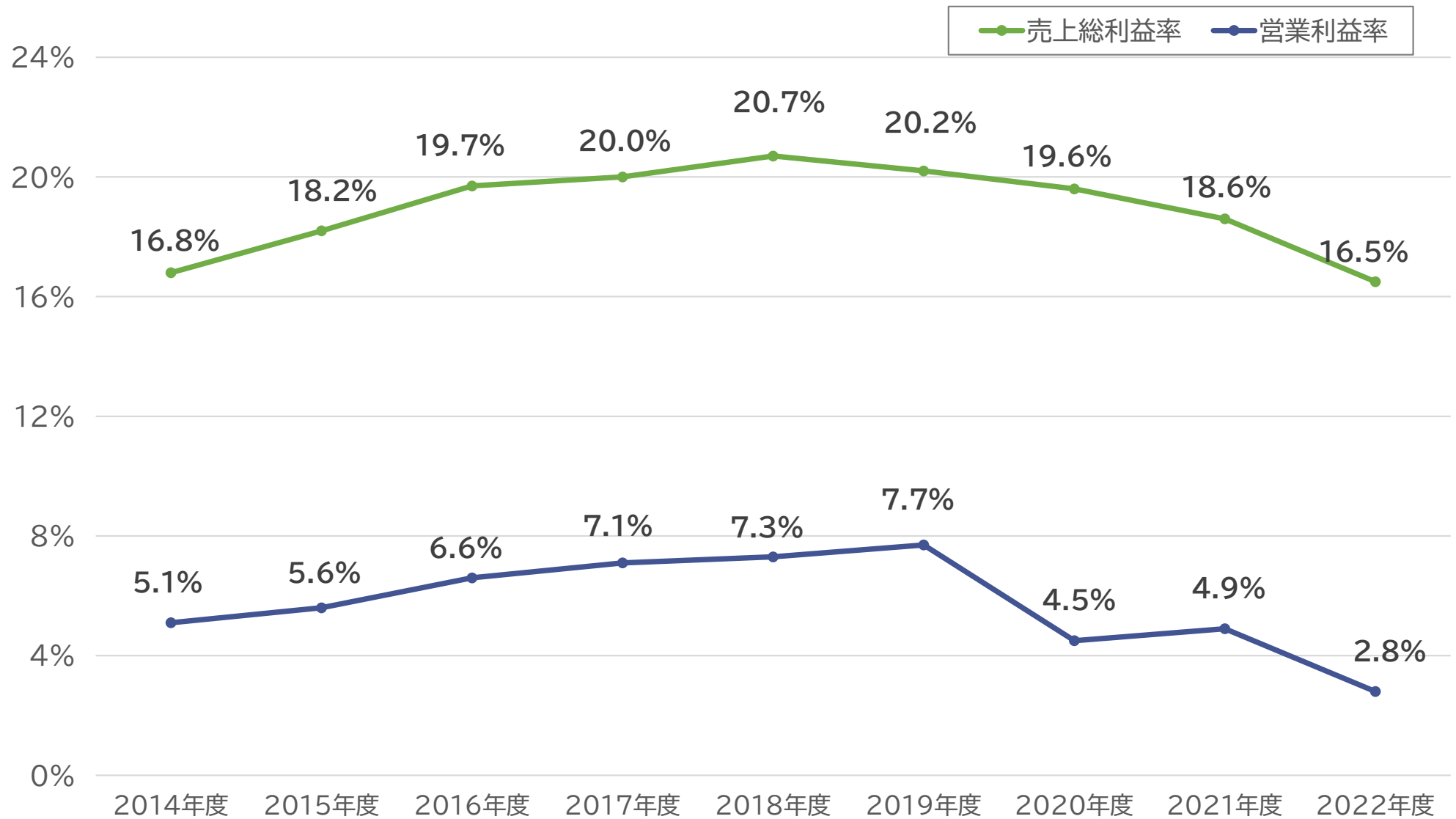
■ 四半期別 市場分野別 売上高

(百万円)	2022年度				2023年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	5,702	6,002	7,410	6,919	6,310	6,922		
百貨店・量販店市場	1,338	955	2,137	2,132	1,161	1,221		
複合商業施設市場	2,135	2,560	2,291	4,291	3,365	5,277		
広報・販売促進市場	2,220	1,943	2,763	2,864	2,588	2,451		
博物館・美術館市場	2,585	2,600	2,630	1,603	2,068	2,935		
余暇施設市場	2,555	3,429	5,377	5,343	3,499	7,464		
博覧会・イベント市場	842	705	1,373	1,664	1,350	1,498		
その他市場	4,907	6,999	5,376	9,263	4,564	6,835		
合 計	22,287	25,196	29,361	34,082	24,909	34,606		

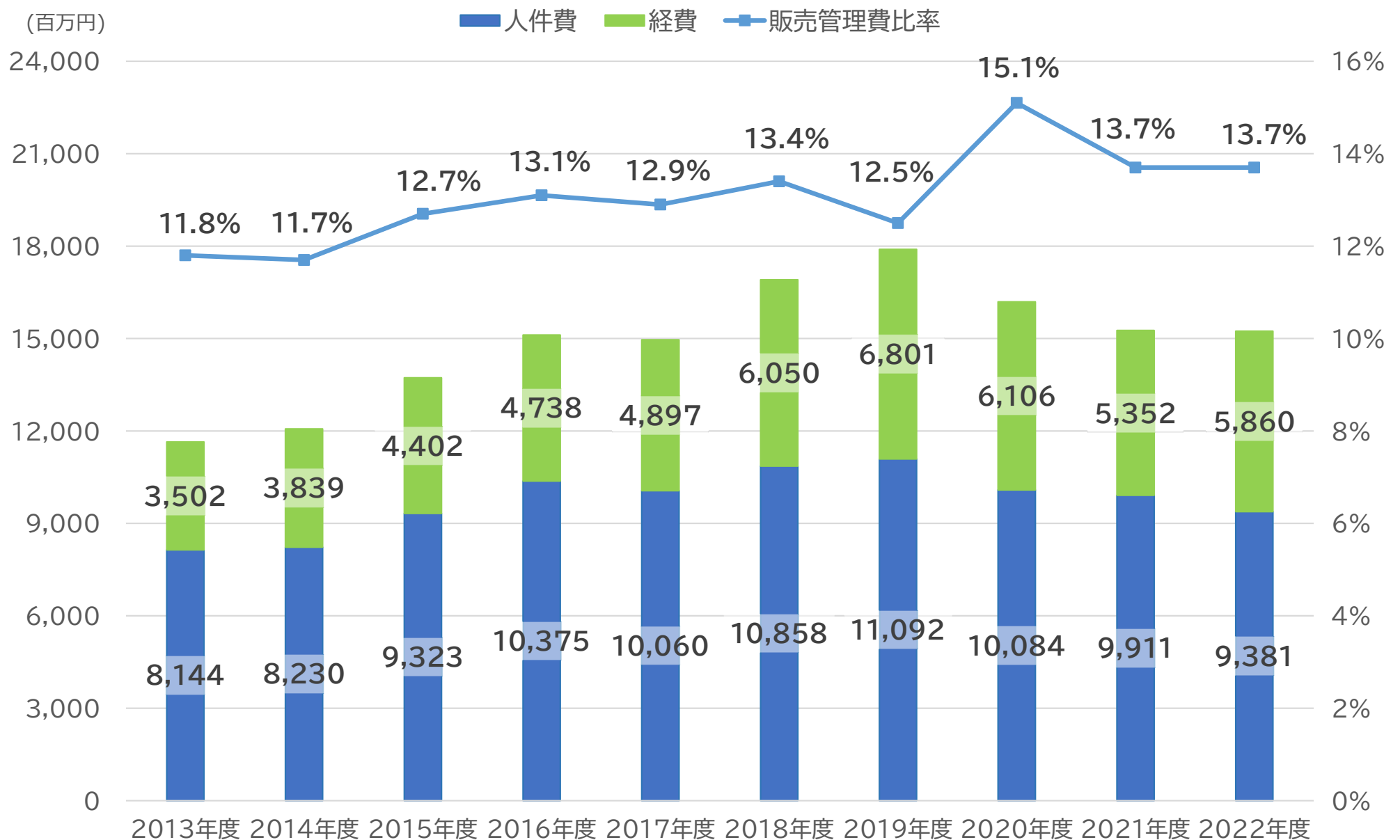
■【10カ年推移】 通期業績



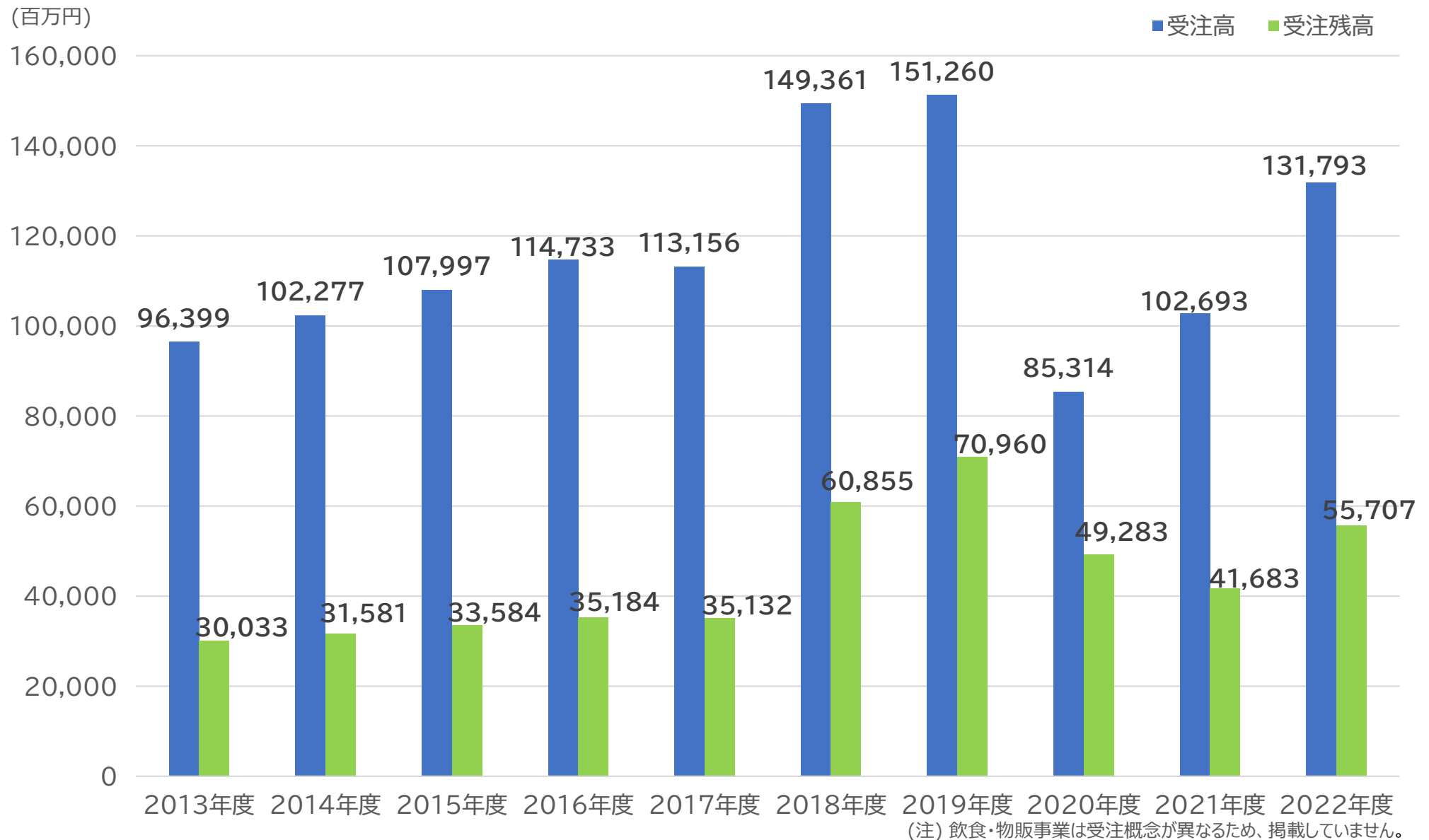
■【10カ年推移】 売上総利益率・営業利益率



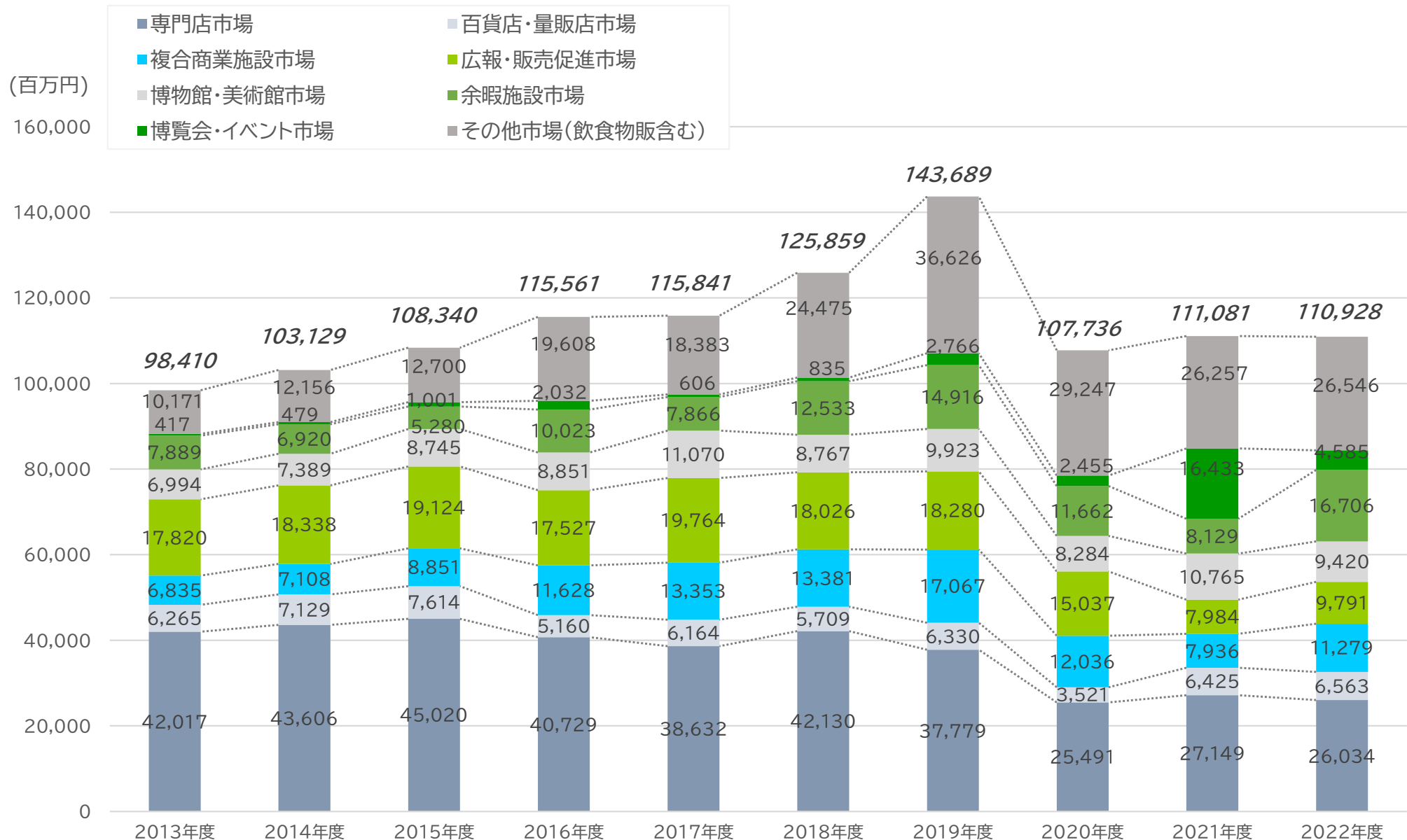
【10カ年推移】 販売管理費・販売管理費比率



■【10カ年推移】受注高・受注残高



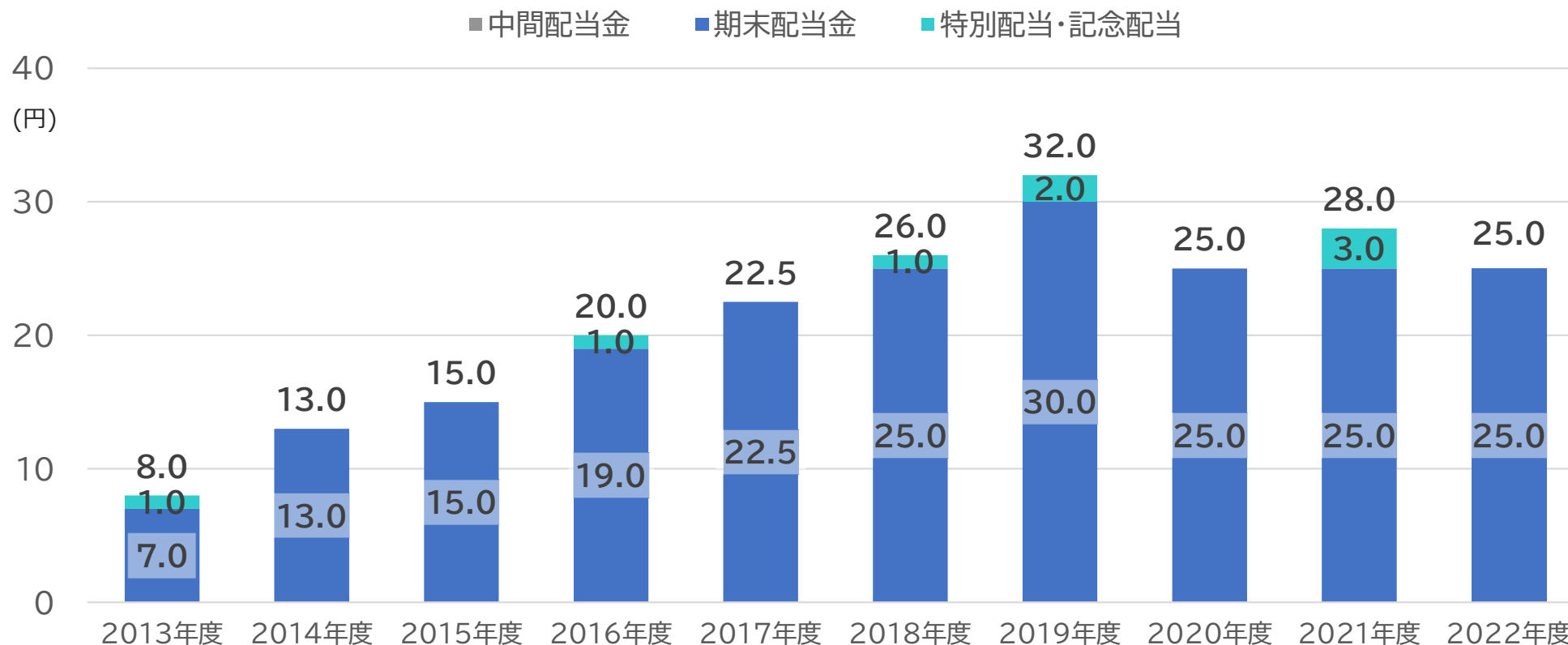
【10カ年推移】市場分野別 売上高



(注) 飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

【株式情報】 株主還元策と配当金の推移

※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2013年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。

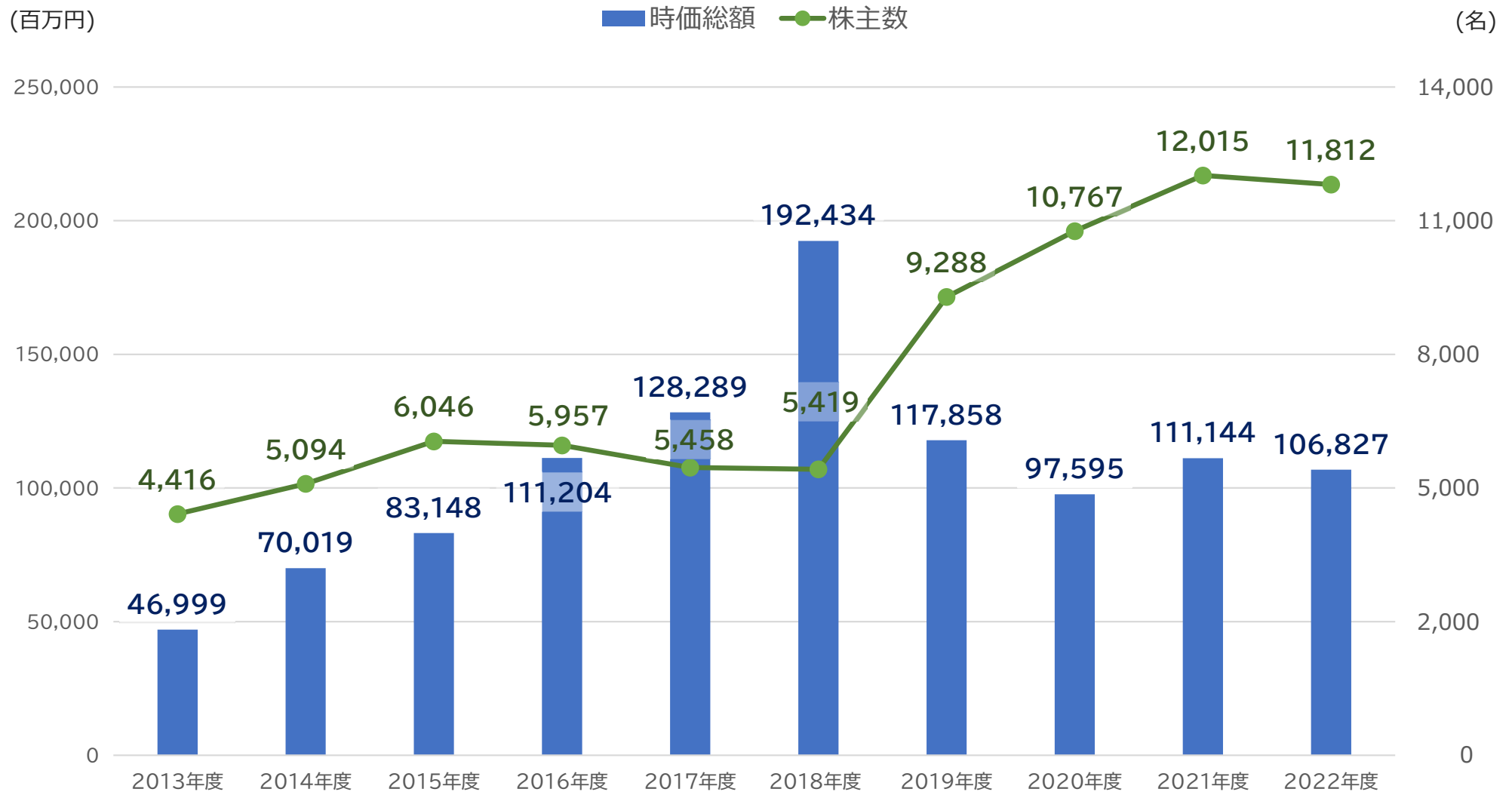


自己株式取得
20万株

配当性向	48.4%	45.3%	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%	90.6%	78.2%	124.9%
株価最高値	526.0円	608.0円	966.0円	995.0円	1,324.0円	1,667.5円	1,670.0円	1,031.0円	1,148.0円	1,102.0円
株価最安値	213.0円	332.5円	551.0円	663.5円	901.5円	1,017.5円	961.0円	642.0円	787.0円	831.0円

【株式情報】 時価総額と株主数の推移

※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。

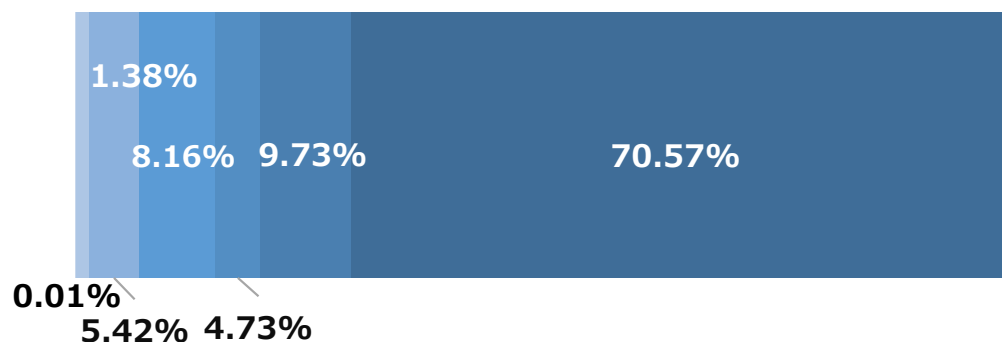


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】 株主構成(2023年8月31日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

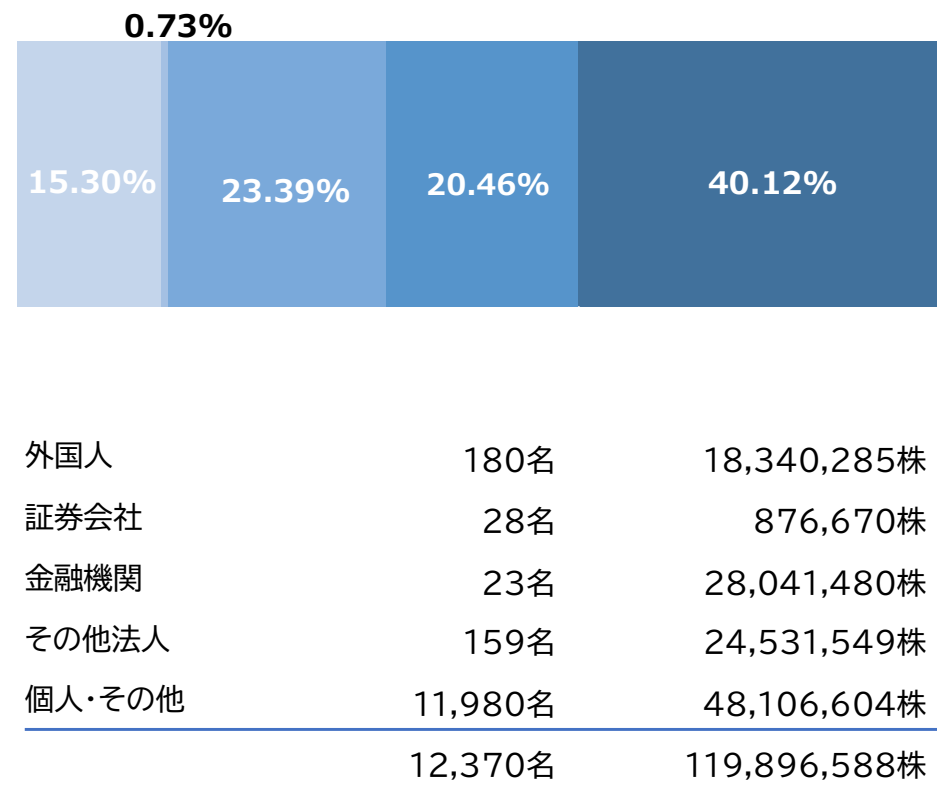
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



100株未満	3,122名	15,167株
100株以上1,000株未満	6,254名	1,651,299株
1,000株以上10,000株未満	2,355名	6,501,280株
10,000株以上50,000株未満	464名	9,784,123株
50,000株以上100,000株未満	81名	5,674,265株
100,000株以上500,000株未満	61名	11,663,785株
500,000株以上	33名	84,606,669株
	12,370名	119,896,588株

■ 所有者別株式の分布状況

- 外国人
- 証券会社
- 金融機関
- その他法人
- 個人・その他



外国人	180名	18,340,285株
証券会社	28名	876,670株
金融機関	23名	28,041,480株
その他法人	159名	24,531,549株
個人・その他	11,980名	48,106,604株
	12,370名	119,896,588株

(注) 上記の分布状況はいずれも自己株式数を含んでいます。

■ 経営理念

Management Philosophy 経営理念

われわれは、人間尊重に立脚し、新しい価値の創造によって
豊かな人間環境づくりに貢献する

人間尊重



ノムラは、生活者である人間の多様な価値観に対応し、快い生活環境を創造する。また、ノムラは社員の人間性を基盤にして、働きがいのある自己実現の場をつくりあげる。

新しい価値の創造



ノムラは、人と人、人との、人と情報が交流する新たな機能と可能性を追求し、最適な集客貢献と空間創造を実現する。

目指す企業像



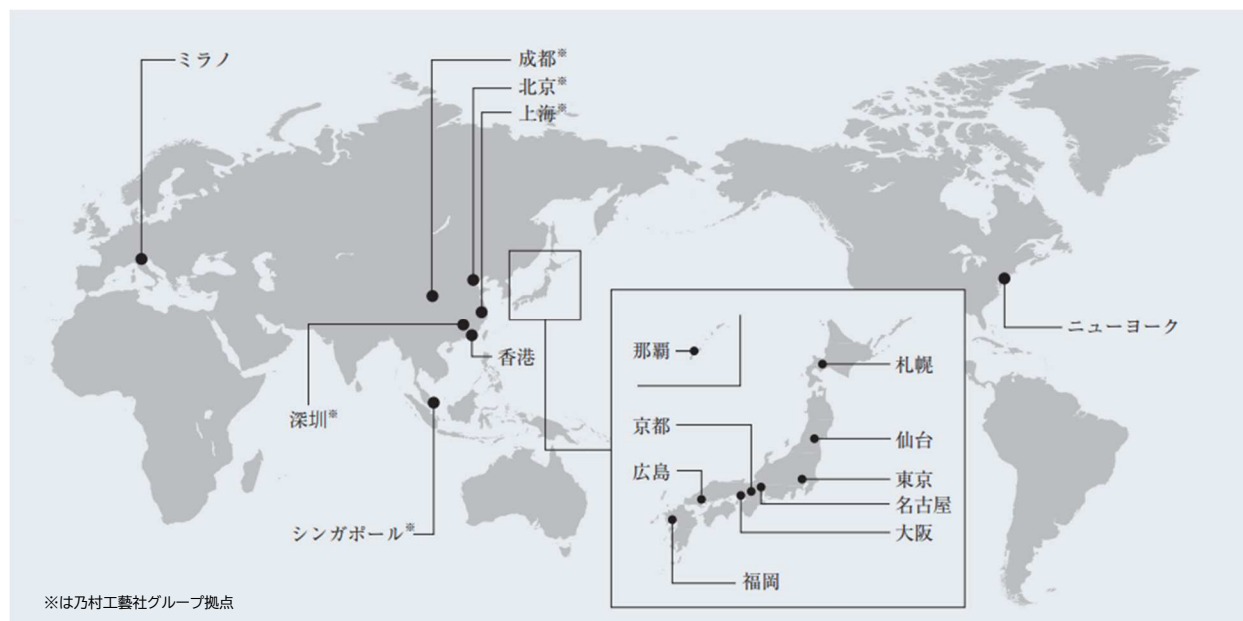
ノムラのおくりだすものは、人間環境の質的向上をはかる生活文化そのものである。ノムラはこの仕事を通じて、環境創造産業のリーダーとなる。

■ 会社概要

創 業 1892年(明治25年) 3月
 設 立 1942年(昭和17年) 12月
 上 場 市 場 プライム市場(9716)
 資 本 金 64億97百万円
 売 上 高 1,109億28百万円(2022年度)
 従 業 員 数 (2023年8月末日現在)

乃村グループ全従業員2,479名(契約社員含む)
 連結1,969名(正社員) 単体1,386名(正社員)

国内拠点・海外拠点



事業内容

ディスプレイ業

(※ 総務省 日本標準産業分類で定める事業)

集客環境づくりの調査・コンサルティング、企画・デザイン、設計、
 制作施工ならびに各種施設・イベントの活性化、運営管理

連結子会社 6社

(2023年9月1日現在)

株式会社ノムラアークス

NOMURA
ARCHS

株式会社ノムラメディアス

NOMURA
medias

株式会社シーズ・スリー

C's・3

株式会社六耀社



乃村工藝建築装飾(北京)
有限公司

B | NOMURA

NOMURA Design & Engineering
Singapore Pte. Ltd.

B | NOMURA
D&E SINGAPORE PTE. LTD.

■ 乃村工藝社の歴史

昔も今も、人々の喜びと感動を一心に追求する

乃村工藝社の歴史は、1892年の創業後、創業者である乃村泰資が大正時代に国技館で菊人形の大規模な段仕掛けを手掛けたことにさかのぼります。ディスプレイの先駆けとして、当時の人々に喜びと感動を与えた大胆な発想と挑戦力は、多彩なジャンルにステージを拡げて今日に至ります。当社の発展の根底には、チャレンジスピリットと品質へのこだわり、顧客満足を追求するマインドが脈々と流れています。

1892
1970
2013

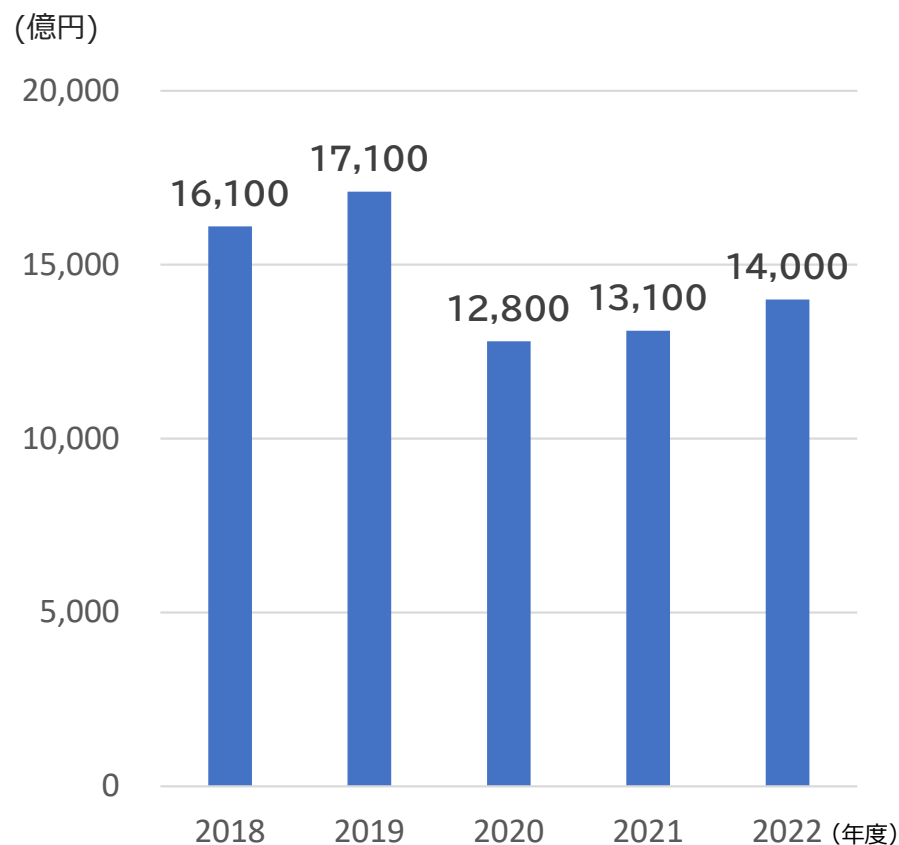
● 1892年	● 1892年～1945年	● 1946年～1969年	● 1970年～1989年	● 1990年～2012年	● 2013年～2022年	● 2023年～		
<p>乃村泰資が高松で創業、芝居小屋の大道具方として活躍</p>	<p>大衆娯楽から博覧会・展示装飾への展開</p> <p>イベント(菊人形・国技館や靖国神社の催し・博覧会)・百貨店</p>	<p>経営近代化の始動とディスプレイ業の確立</p> <p>百貨店・博覧会・美術展・遊園地</p>	<p>事業拡大と経営基盤の強化</p> <p>万国博覧会・商業施設・博物館・企業PR館・ショールーム</p>	<p>市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ</p> <p>ブランドストア・チェーンストア・集客装置・指定管理者と運営事業・まちづくり</p>	<p>Prosperity Partner</p> <p>お客さまの事業繁栄を実現するパートナーとして</p> <p>複合商業施設・ホテル・テーマパーク・オフィス・地域創生・デジタル分野</p>	<p>一人ひとりの「クリエイティビティ」を起点に空間のあらゆる可能性を切り拓く</p>		
 <p>創業者 乃村泰資</p>	 <p>両国国技館菊人形「十二段返し」 1924年(大正13年)頃</p>	 <p>高島屋大飯店の店頭装飾 1947年(昭和22年)</p>	 <p>日本万国博覧会 1970年(昭和45年) 写真提供:大阪府</p>	 <p>日テレ大時計(宮崎駿デザイン) 2006年(平成18年)</p>	 <p>東京ソラマチ® 2012年(平成24年) ©TOKYO-SKYTREETOWN</p>	 <p>乃村工藝社創業130周年記念 プロジェクションマッピング 2022年(令和4年)</p>  <p>「[しあわせな空間をつくろう] -乃村工藝社の一所懸命な人たち-」発刊 2023年(令和5年)</p>		
 <p>全国産業博覧会(高松博) 「史伝名勝 讃岐館」 1928年(昭和3年)</p>	 <p>第1回全日本自動車ショウ 1954年(昭和29年) 写真提供:一般社団法人 日本自動車工業会</p>	 <p>みさき公園「のりものフェア」 1960年(昭和35年)</p>	 <p>池袋PARCO 1969年(昭和44年)</p>	 <p>つくば国際科学技術博覧会 政府館/歴史館 1985年(昭和60年) (公財)つくば科学万博記念財団</p>	 <p>資生堂バーラー銀座8丁目ショップ 1997年(平成9年)</p>	 <p>マンダリンオリエンタル東京 メインダイニング 2005年(平成17年)</p>	 <p>山梨県立富士山世界遺産センター 2016年(平成28年)</p>	 <p>乃村工藝社グループ 拠点集約プロジェクト 2021年(令和3年)</p>

1946
1990
2023

■ディスプレイ業界を取り巻く市場環境

■ディスプレイ業界の市場規模

新型コロナウイルス感染症の影響により、
2022年度は約1兆4,000億円と推定



出典：(株)矢野経済研究所

■ディスプレイ業界の市場領域とそれを取り巻く業界

建設業、不動産業や広告業、イベント産業などの業界と密接に関係



■ディスプレイ業界の市場シェア

売上を拡大し、業界トップシェアを堅持

【ディスプレイ業界上位30社の売上合計に占める上位10社の占有率】

2012年度				2017年度				2022年度			
順位	社名	売上高 (百万円)	占有率	順位	社名	売上高 (百万円)	占有率	順位	社名	売上高 (百万円)	占有率
1	乃村工藝社	101,316	16.3%	1	乃村工藝社	115,841	15.1%	1	乃村工藝社	110,928	16.0%
2	丹青社	53,571	8.6%	2	丹青社	75,156	9.8%	2	丹青社	64,221	9.3%
3	スペース	36,684	5.9%	3	スペース	50,746	6.6%	3	三井デザインテック	48,158	6.9%
4	Jフロント建装	32,483	5.2%	4	三井デザインテック	33,408	4.4%	4	スペース	46,707	6.7%
5	ジーク	25,398	4.1%	5	シミズオクト	33,294	4.3%	5	ラックランド	41,106	5.9%
6	高島屋 ^ス -スクリーン	23,646	3.8%	6	J.フロント建装	31,141	4.1%	6	シミズオクト	35,502	5.1%
7	エイムクリエイツ	23,324	3.7%	7	三越伊勢丹 ^{プロ} パティ・デザイン	31,096	4.1%	7	J.フロント建装	28,142	4.1%
8	シミズオクト	22,379	3.6%	8	船場	29,539	3.9%	8	高島屋 ^ス -スクリーン	24,531	3.5%
9	TANA-X	21,938	3.5%	9	高島屋 ^ス -スクリーン	29,319	3.8%	9	船場	22,810	3.3%
10	三井デザインテック	21,828	3.5%	10	ジーク	28,643	3.7%	10	ジーク	21,169	3.0%
上位30社の売上合計		623,187	100.0%	上位30社の売上合計		765,479	100.0%	上位30社の売上合計		694,228	100.0%

※ 上記は当社集計による数値です。

■ 乃村工藝社グループ 事業活動の全体サイクル

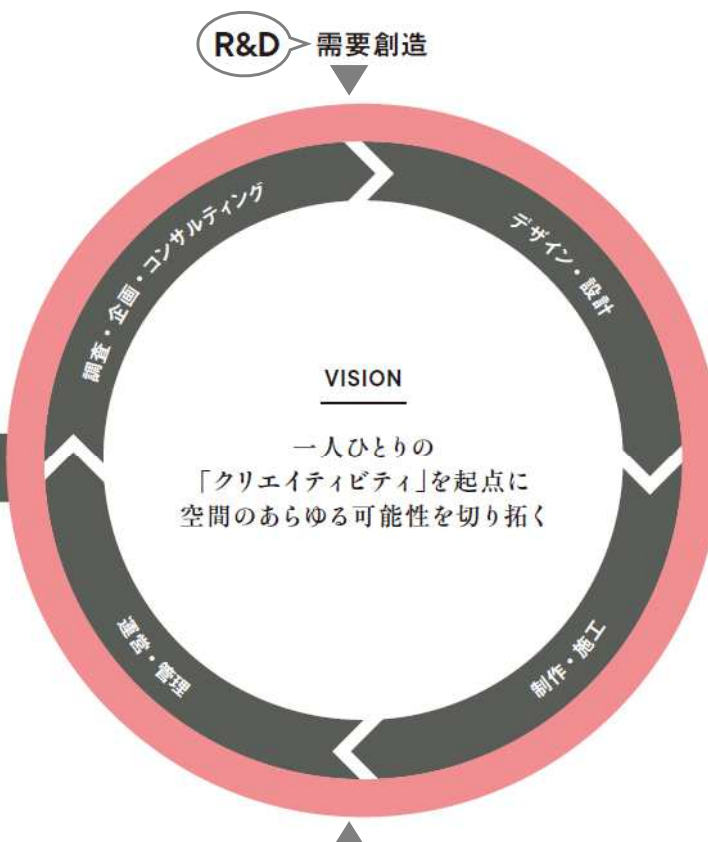
価値創造を支える資源

INPUT



ノムラの成長戦略

BUSINESS MODEL



提供価値

OUTPUT

あらゆる市場分野における空間創造と活性化



ノムラの未来

OUTCOME



中期経営方針 サステナビリティ方針

価値創造の基盤
コーポレート・ガバナンス ノムラマインド

CO₂・産業廃棄物の排出



■ 乃村工藝社グループの強み

業界No.1を創り出す3つの強み

① 経験値

年間のプロジェクト件数
15,213件

年間の顧客数
2,938社

継続顧客の比率
80.0%

各業界の主要
企業がお客様

② 個の力

企画・デザインによる差別化

・プランナー&デザイナー **601名**

・一級建築士 **126名**

・デザインアワード受賞数 **59**

高品質を実現する制作体制

・プロダクトディレクター **508名**

・一級建築施工管理技士 **305名**

③ 総合力・組織力

国内外で、大型案件を企画から運営まで手掛けられる体制

・国内拠点 **9都市**

・海外拠点 **8都市**

・連結子会社 **6社** (2023年9月1日現在)

・協力会社体制 **500社以上**

調査・企画
コンサルティング

デザイン・設計

制作・施工

運営・管理

株式会社 乃村工藝社

(証券コード:9716)

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

IR・株式に関するお問い合わせ
IR・ガバナンス推進部
(ir@nomura-g.jp)

将来の見通しに関する注意事項

記載されている業績予想などの将来に関する記述は、作成日現在において入手可能な情報にもとづき、当社が合理的と判断したものです。潜在的なリスクや不確実性が含まれているため、実際の成果や業績は記載の予想と異なる可能性がありますので、あらかじめご了承ください。