

2025年1月期  
第2四半期（中間期）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

- ①2025年1月期第2四半期（中間期）業績概況
- ②セグメント別業績概況

## PART3

2025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）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
乃村工藝社	111,081	110,928	134,138	(計画) 137,000
丹青社	62,714	64,221	81,200	(計画) 83,000
スペース	42,408	46,707	52,793	(計画) 55,400

※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。

		(2024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】	1,424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 276名
- ② 制作職 495名  
(内、一級建築士61名、一級施工管理技士236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 約250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

※2024年1月末現在

## パーパス／私たちの存在意義

空間から未来を描き、  
いとどり  
人と社会に丹青を。

## バリュー／私たちの価値観

人と向き合う 空間を通じてつながる仲間やステークホルダーの想いに誠実に向き合う。

丹精をこめる プロフェッショナルの矜持と業(わざ)で、一つ一つの仕事に真摯に取り組む。

いまの先に挑む しなやかな思考と創造力で自らを成長・変革させながら、挑戦し続ける。

個性をかけ合わせる きらめく創造性、尖った技術、それぞれの個性を認め合い、ここを一つにする。

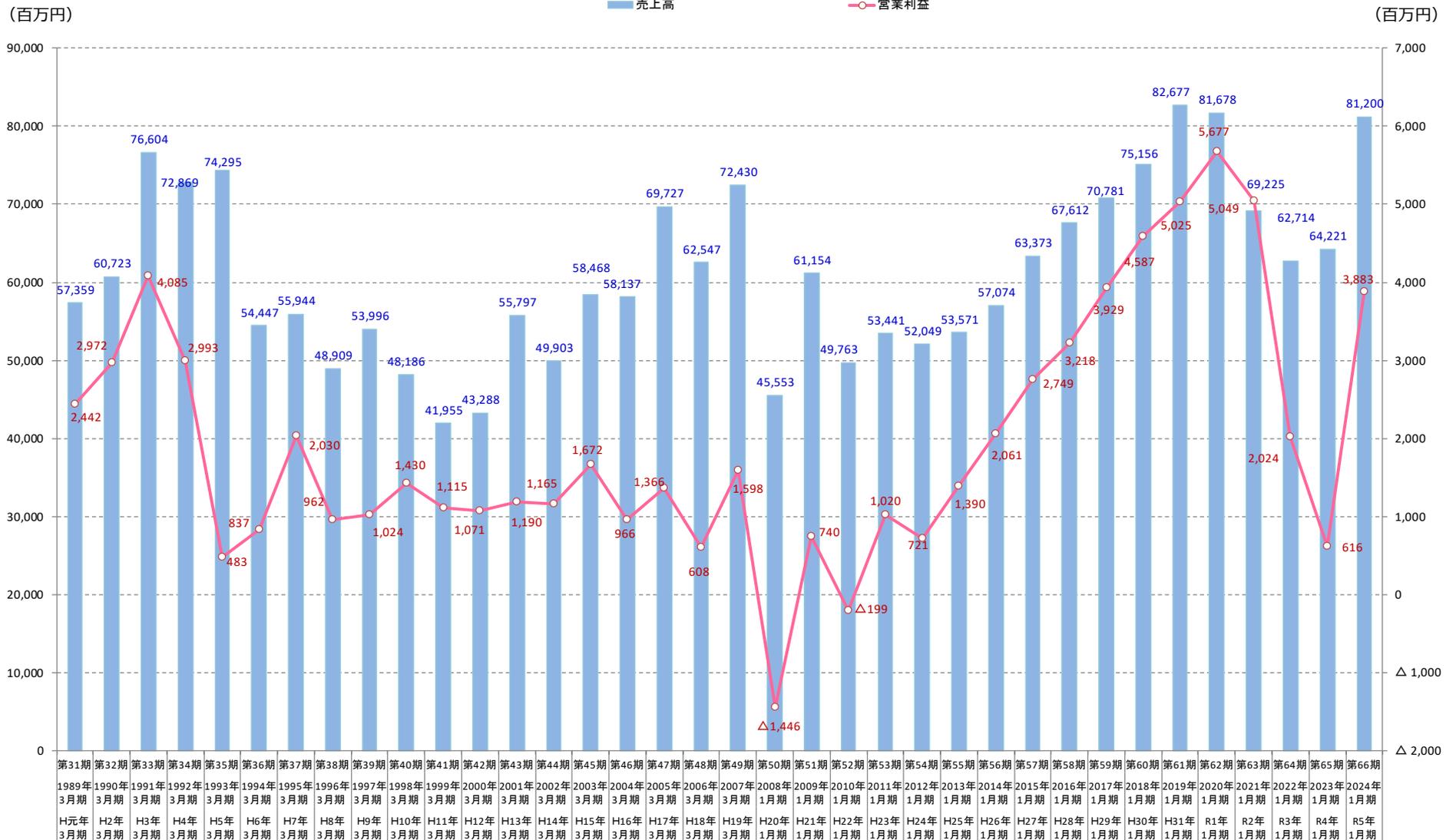
仕事を楽しむ 全ての仕事と変化を楽しむ。

## 私たちの未来ビジョン2046

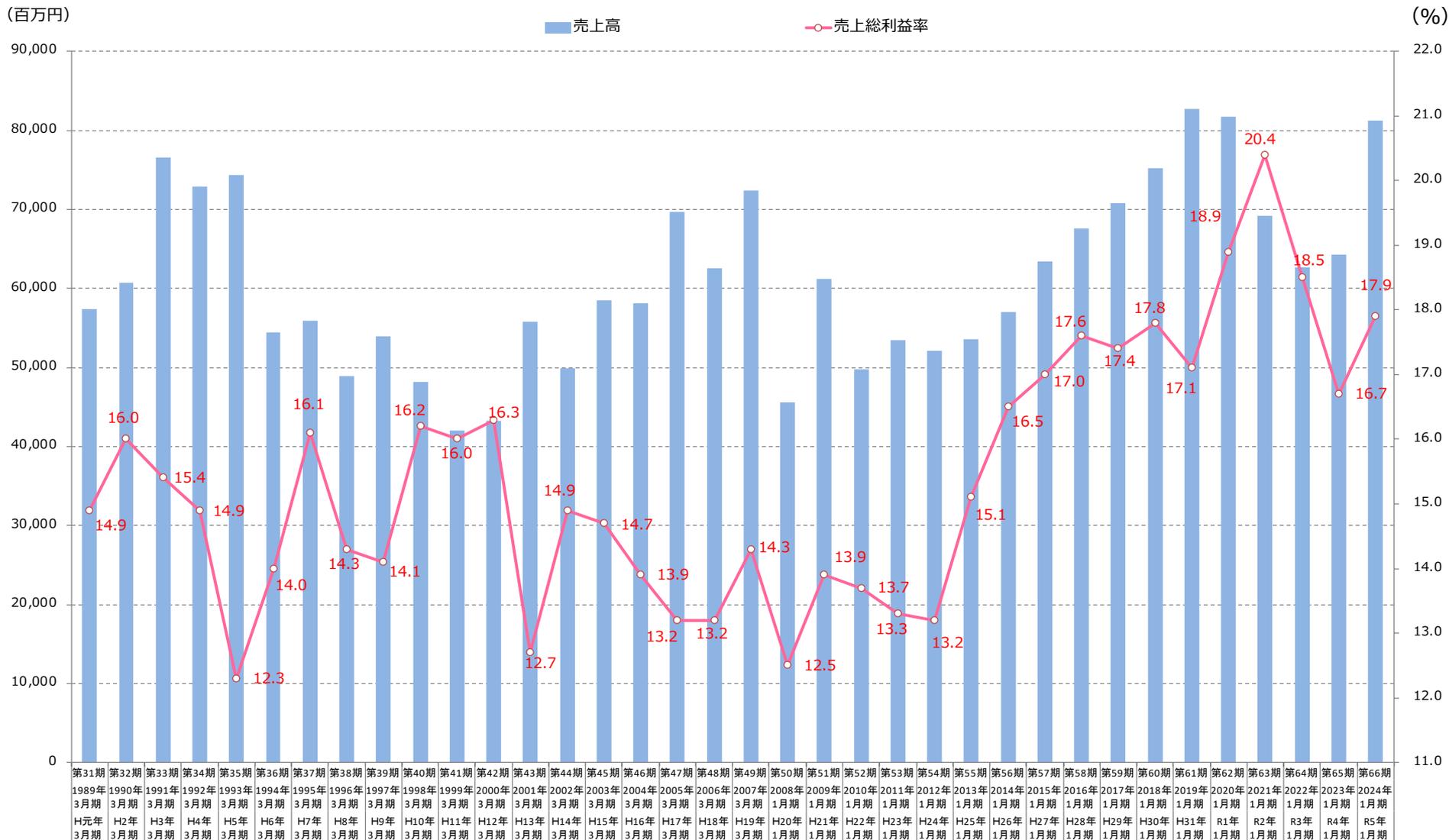
ここを動かす空間づくりのプロフェッショナル集団であり

空間と自分自身の可能性を切り拓くチャレンジ集団でもあり続ける

# 業績の推移① (連結売上高および営業利益の推移)



# 業績の推移② (連結売上高および売上総利益率の推移)

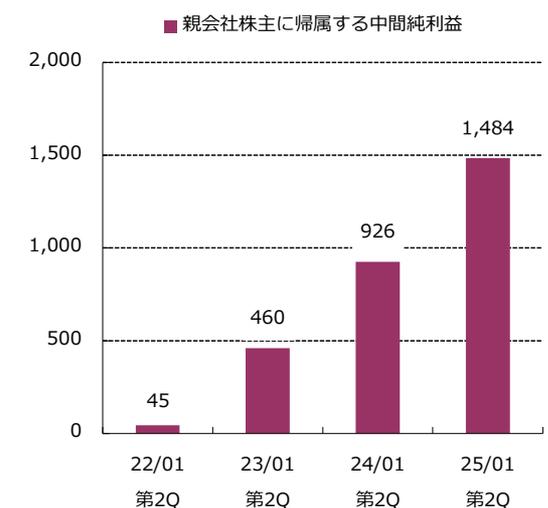
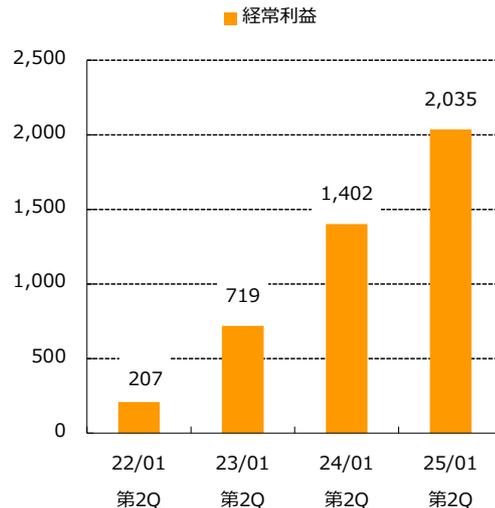
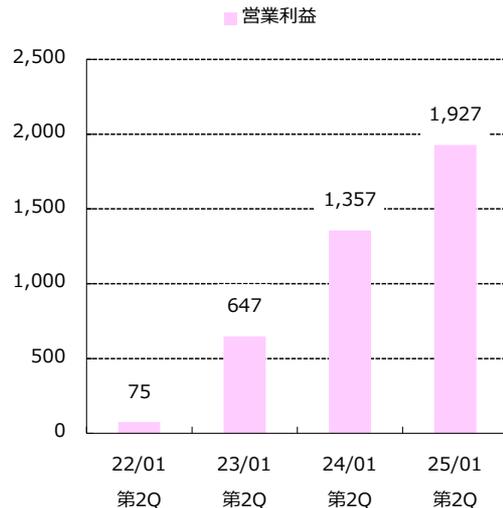
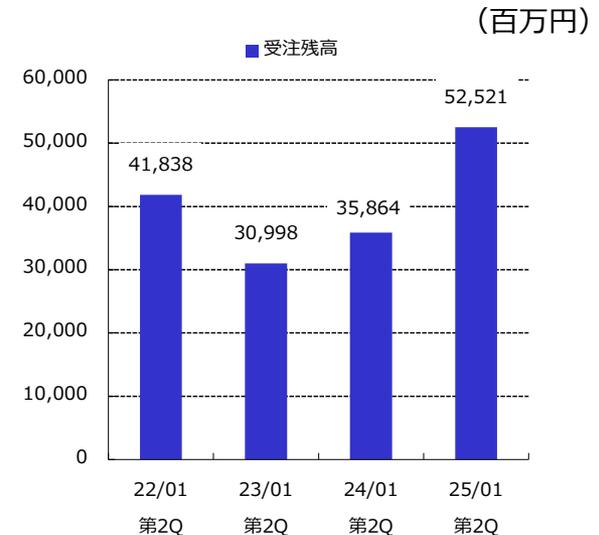
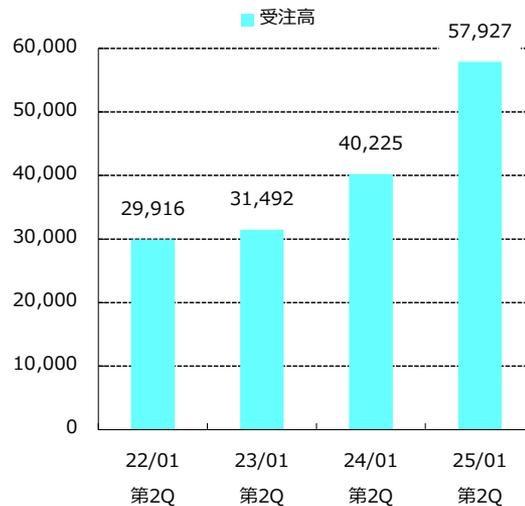
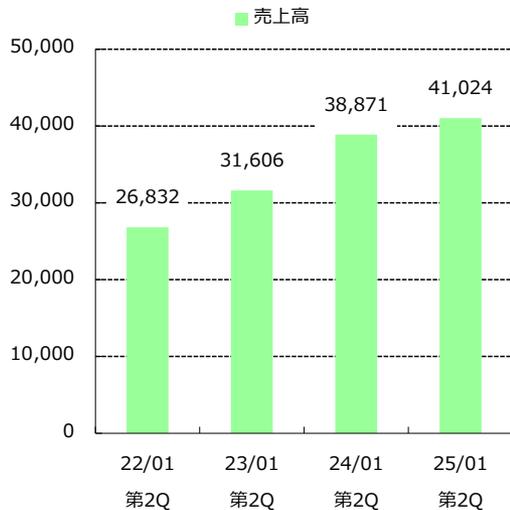


## PART2

# ①2025年1月期第2四半期（中間期） 業績概況

# 2025年1月期 第2四半期（中間期） サマリー情報

- 市場環境が回復したこと等により需要は回復し、売上高および各利益については前年同期を上回った。
- 商業その他施設事業および文化施設事業において受注高が増加し、受注残高は前年同期を上回った。
- 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に関する案件は、主に商業その他施設事業へ計上している。



- 市場環境は回復傾向にあり、収益性重視の受注活動を行ったこと等から、売上総利益率も改善し、18.1%となった。
- 販管費については、増収に伴う営業経費の増加等により、前年同期比で約3億円の増加となった。

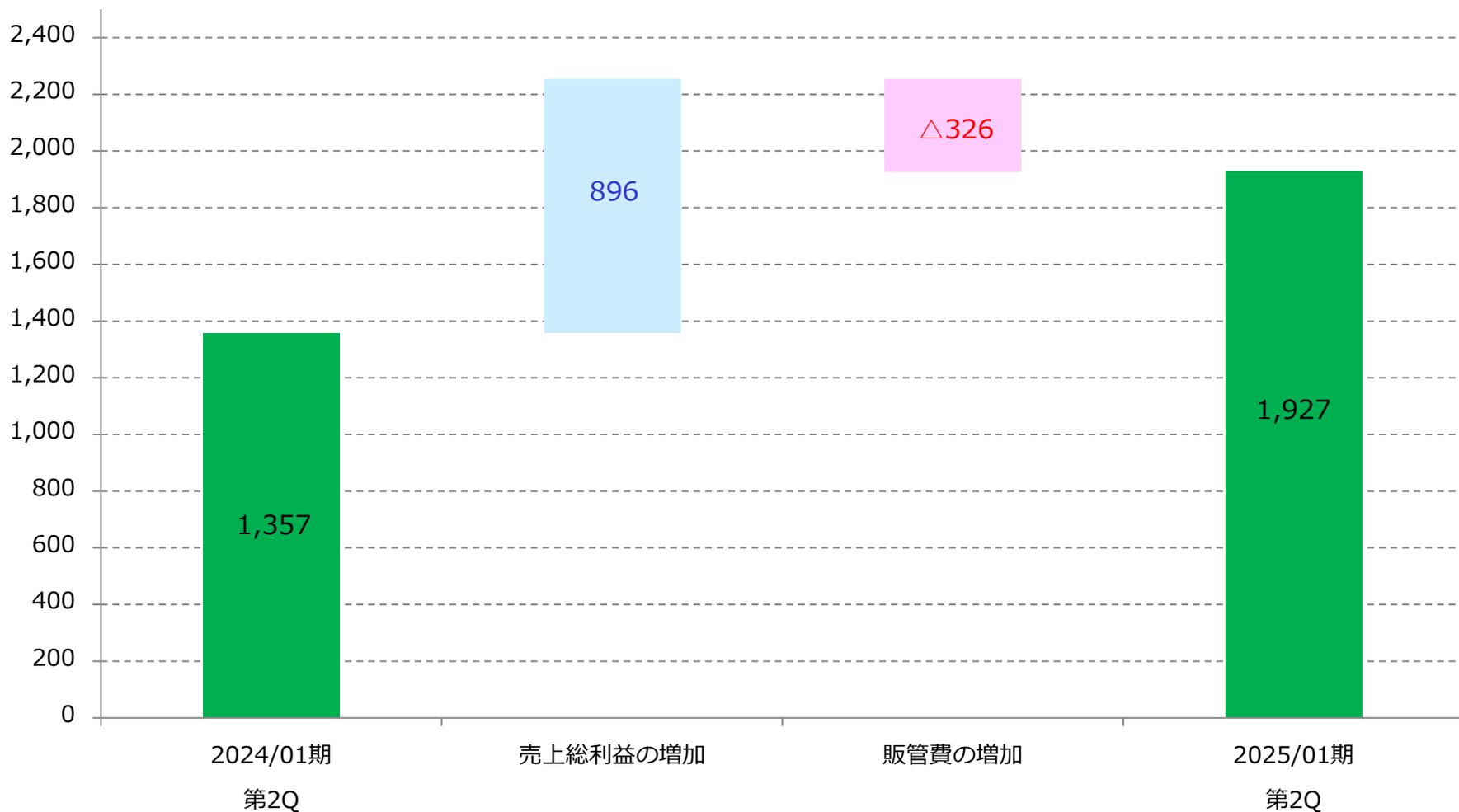
(百万円)

	24/01 第2Q		25/01 第2Q		増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
売上高	38,871	100.0	41,024	100.0	2,153	5.5
売上原価	32,348	83.2	33,605	81.9	1,257	3.9
売上総利益	6,522	16.8	7,418	18.1	896	13.7
販管費	5,164	13.3	5,491	13.4	326	6.3
営業利益	1,357	3.5	1,927	4.7	569	41.9
営業外収益	79		125		46	
営業外費用	35		17		△17	
経常利益	1,402	3.6	2,035	5.0	633	45.2
特別利益	10		293		282	
特別損失	6		85		78	
法人税・事業税	587		662		75	
法人税等調整額	△108		96		204	
親会社株主に帰属する中間純利益	926	2.4	1,484	3.6	557	60.2

E P S (円)	19.45		31.41		11.96	
R O E (%)	3.1		4.7		1.6	

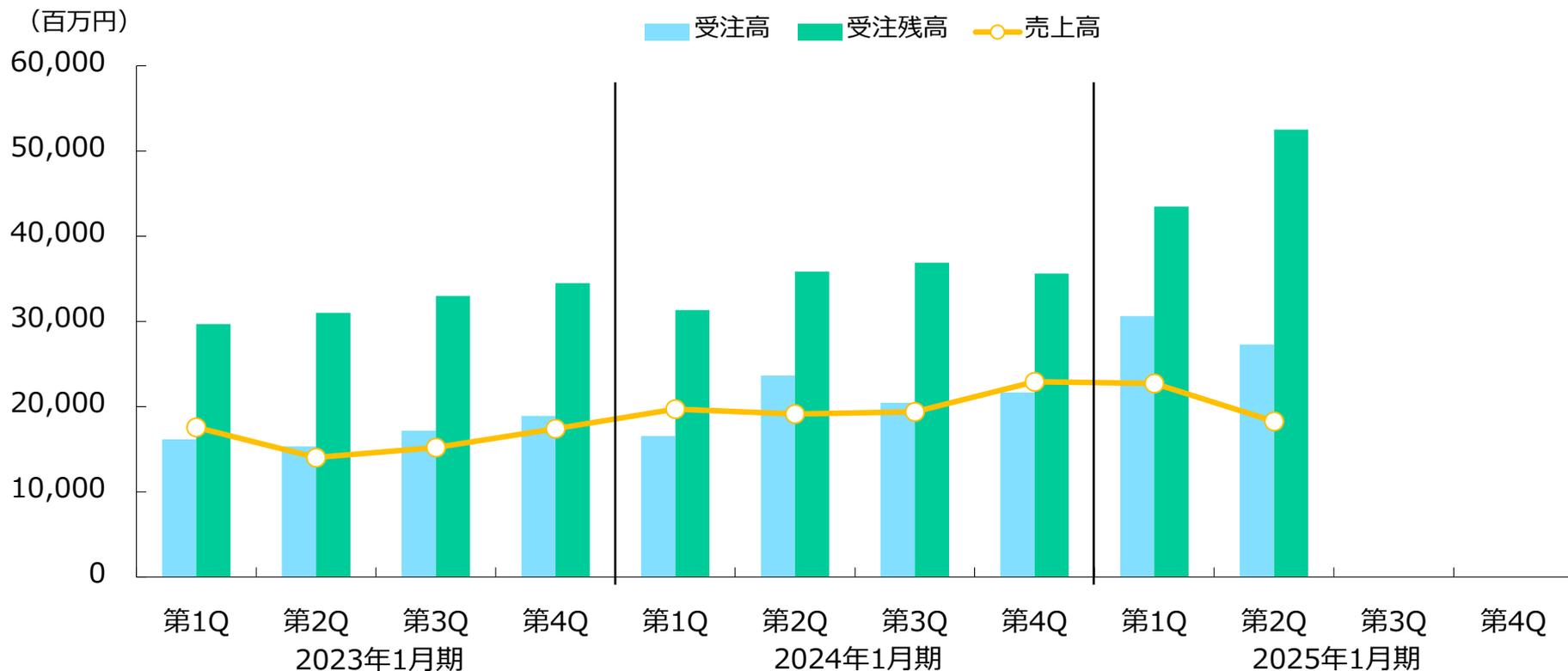
# 営業利益の増益要因 (対前年同期比)

(百万円)



# 各四半期の受注高・売上高・受注残高の推移

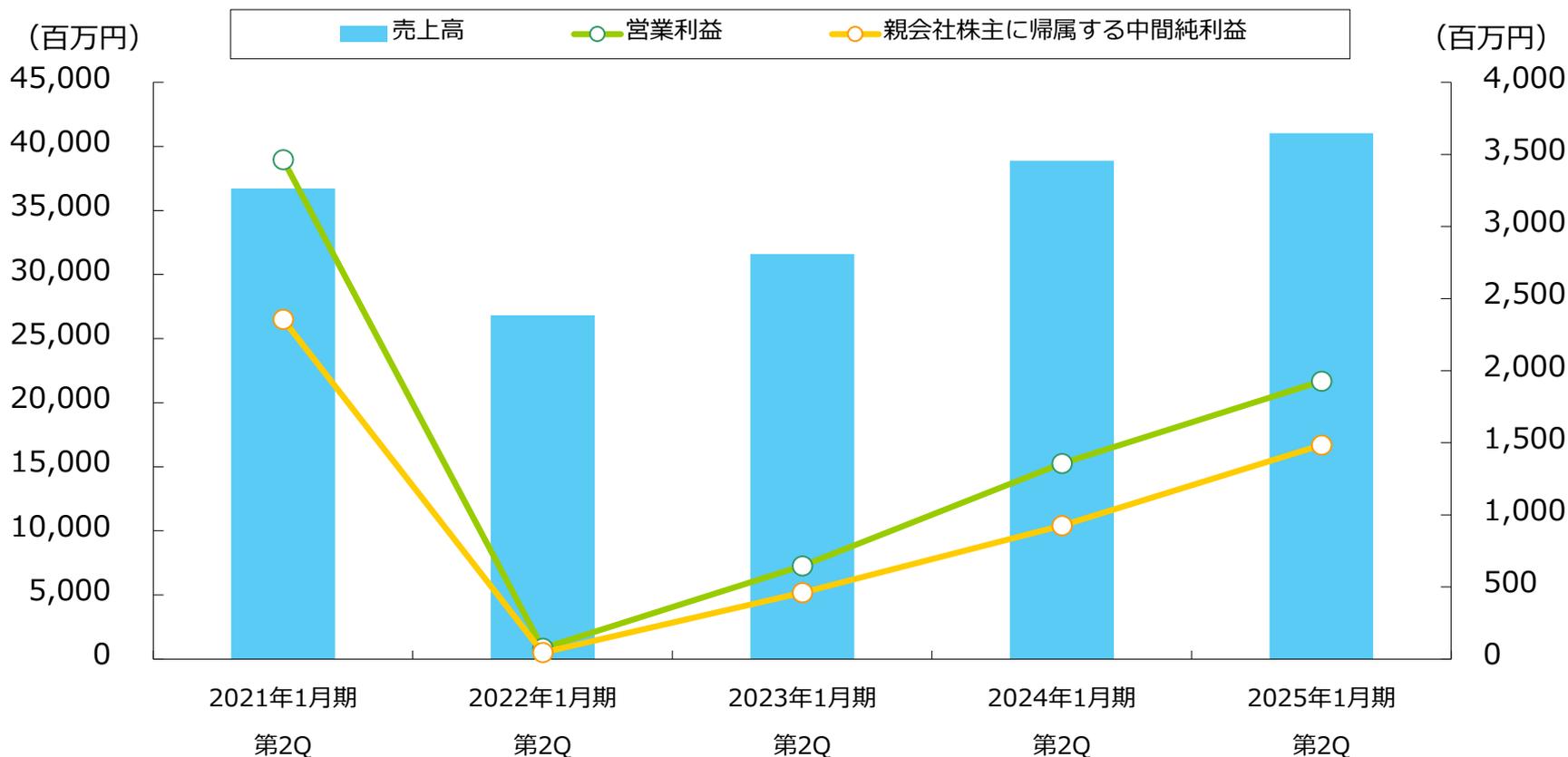
- 第2四半期は工事が完成する割合が他の四半期と比較して少なく、売上高は減少する傾向にある。
- 市場環境が回復したこと等により需要は回復し、受注高および受注残高は増加した。



	2023年1月期				2024年1月期				2025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)	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716	19,154	19,402	22,927	22,733	18,291		
受注高 (百万円)	16,168	15,324	17,185	18,922	16,558	23,667	20,447	21,656	30,615	27,311		
受注残高 (百万円)	29,709	30,998	32,992	34,490	31,331	35,844	36,889	35,618	43,500	52,521		

# 売上高・営業利益・親会社株主に帰属する中間純利益の推移

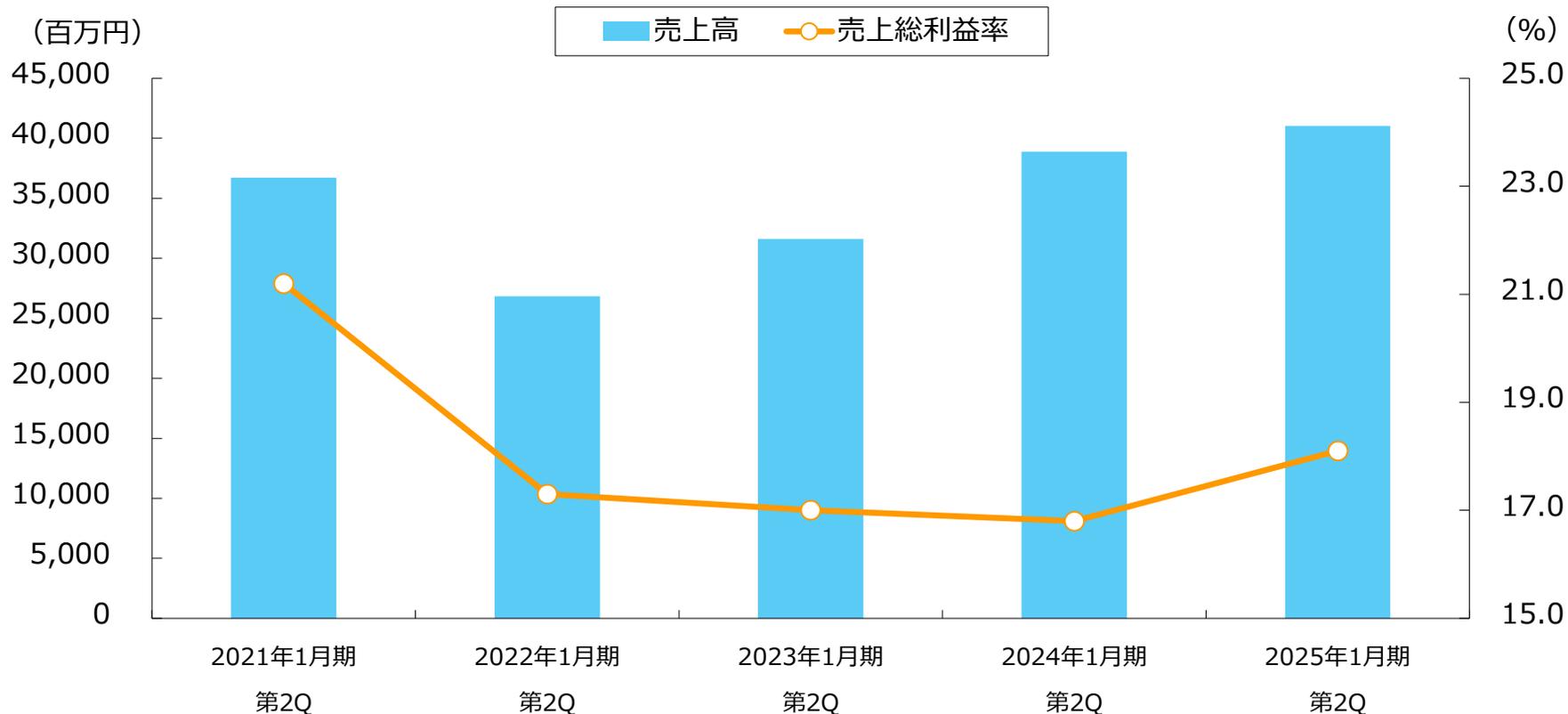
●増収および売上総利益率の改善に伴い、営業利益、親会社株主に帰属する中間純利益は前年同期を上回った。



	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	2025年1月期第2Q
売上高 (百万円)	36,716	26,832	31,606	38,871	41,024
営業利益 (百万円)	3,464	75	647	1,357	1,927
親会社株主に帰属する 中間純利益 (百万円)	2,356	45	460	926	1,484

# 売上高および売上総利益率の推移

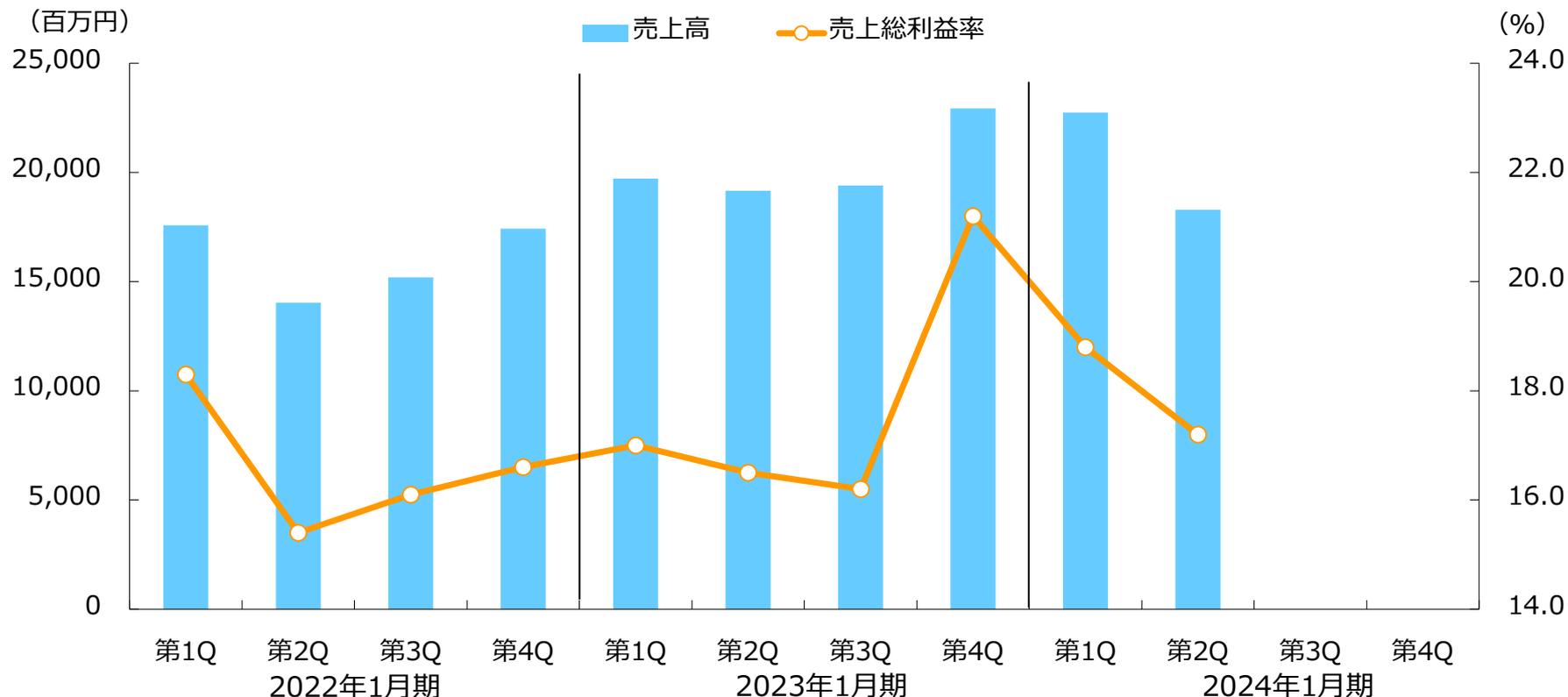
●売上高は堅調に推移し、利益面に関しても収益性重視の受注活動を行ったことなどにより、売上総利益率は改善し18.0%となった。



	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	2025年1月期第2Q
売上高 (百万円)	36,716	26,832	31,606	38,871	41,024
売上総利益率 (%)	21.2	17.3	17.0	16.8	18.1

# 売上高および売上総利益率の推移（各四半期）

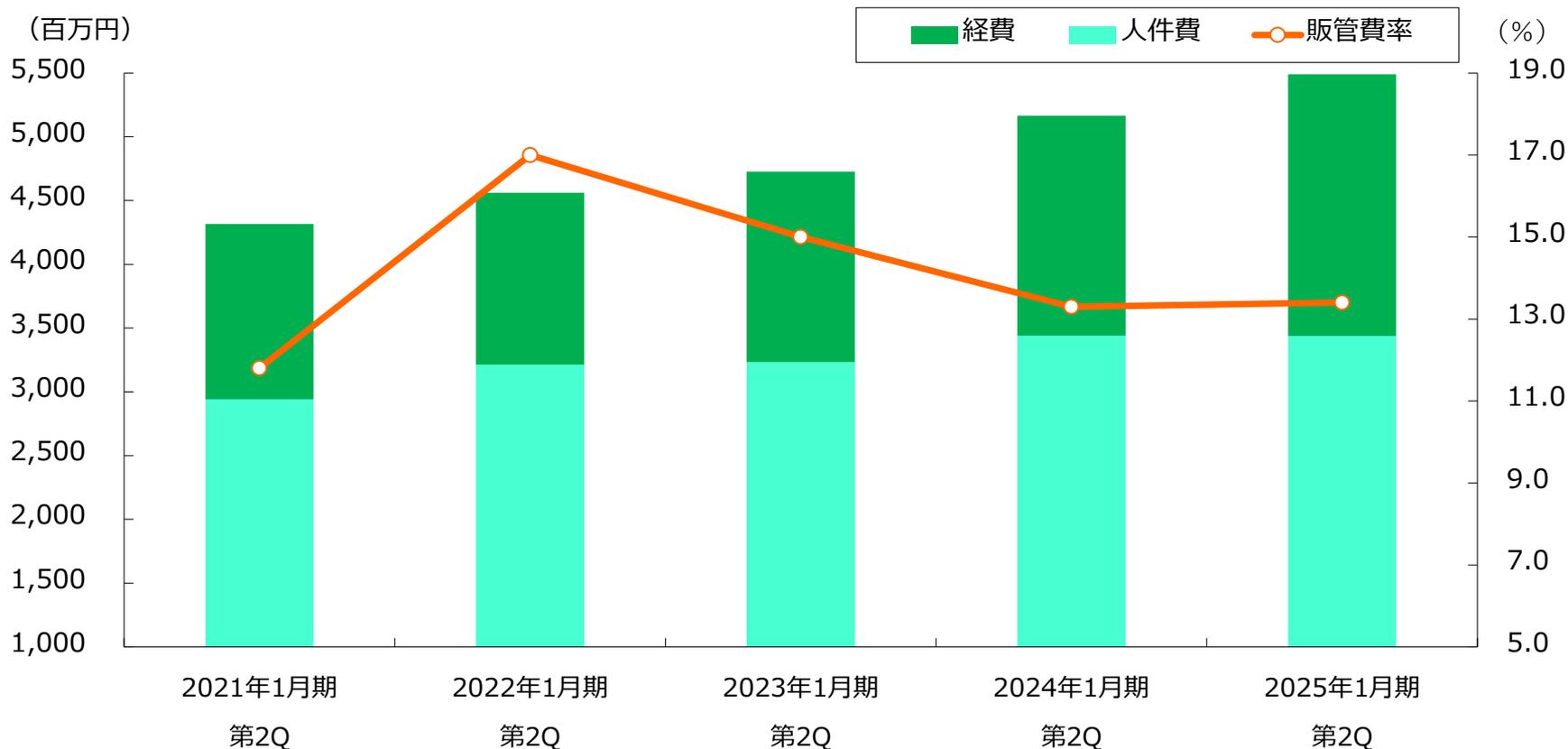
- 第2四半期は工事が完成する割合が他の四半期と比較して少なく、売上高、売上総利益率ともに低くなる傾向にあるため、売上総利益率は17.2%となった。



	2023年1月期				2024年1月期				2025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)	17,571	14,035	15,190	17,424	19,716	19,154	19,402	22,927	22,733	18,291		
売上総利益率 (%)	18.3	15.4	16.1	16.6	17.0	16.5	16.2	21.2	18.8	17.2		

# 販売費及び一般管理費の推移

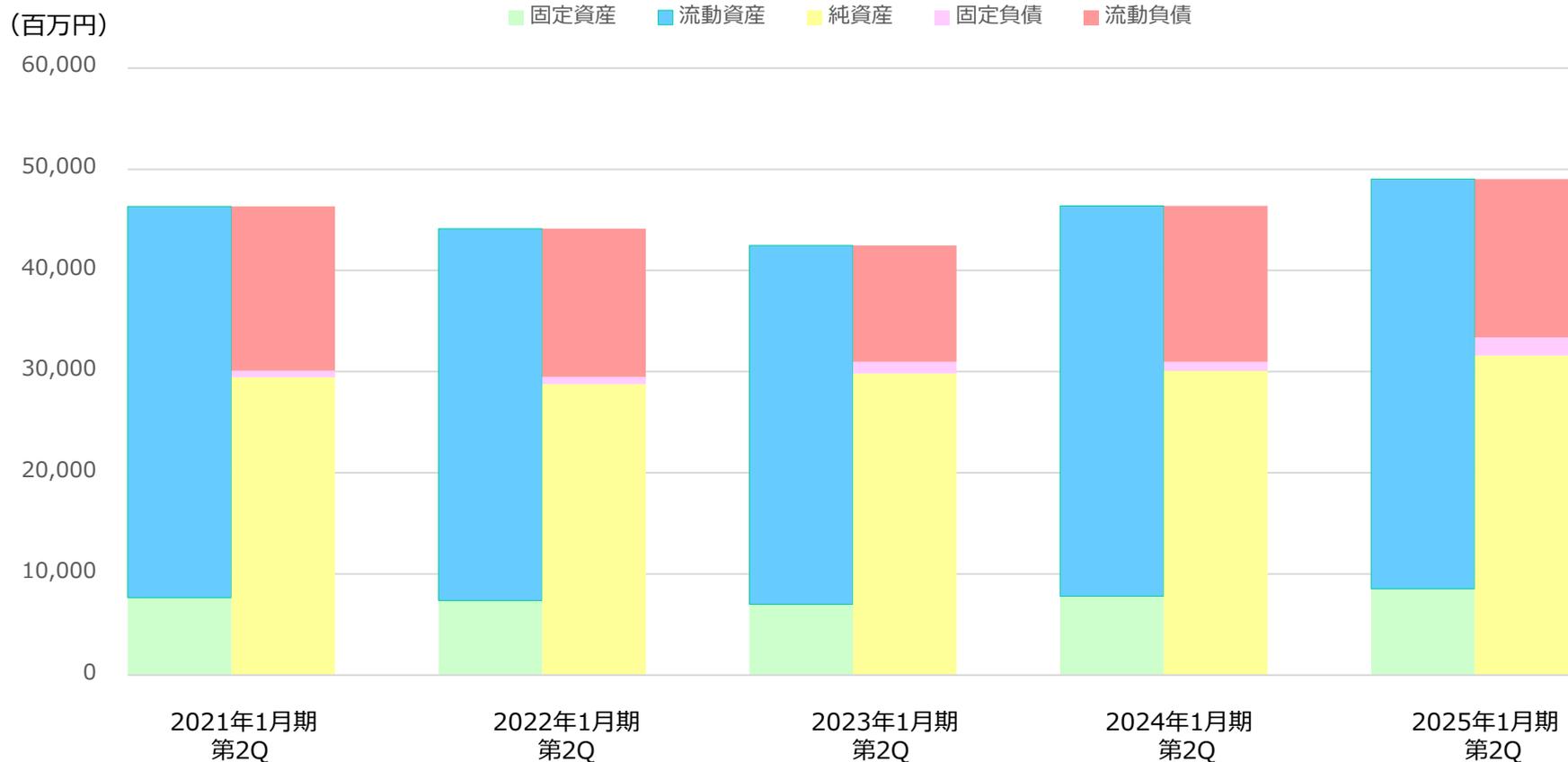
- 販管費率は、売上高の増加等により前年同期比で△0.1ポイントとなり、13.4%となった。
- 従業員数の推移（連結） 2023年7月：1,426人 2024年7月：1,484人（58人増加）



	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	2025年1月期第2Q
人件費 (百万円)	2,941	3,214	3,234	3,441	3,437
経費 (百万円)	1,376	1,347	1,494	1,723	2,054
販管費率 (%)	11.8	17.0	15.0	13.3	13.4

# B/S 主要項目の推移

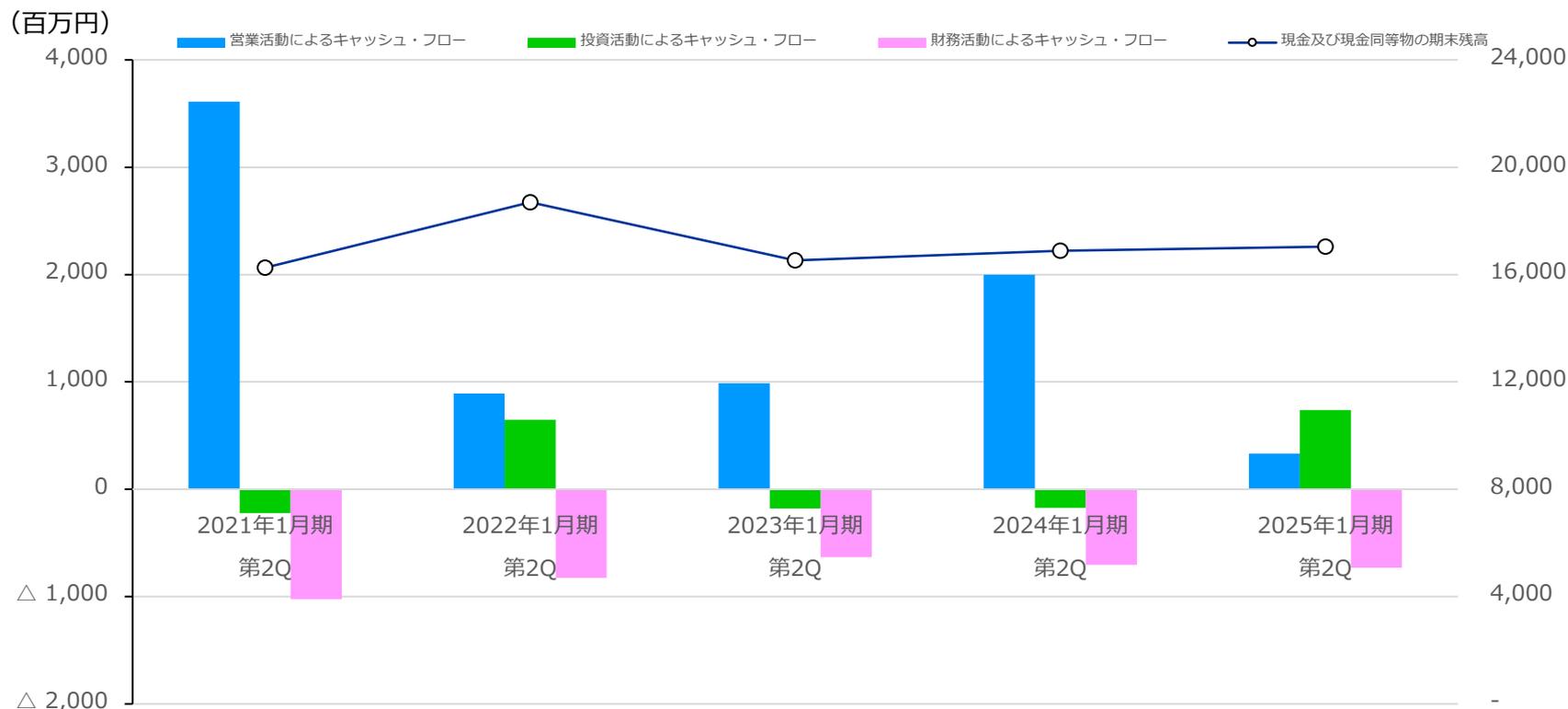
- 自己資本は316億2百万円となり、前年同期比で15億3百万円の増加となった。
- 自己資本比率 64.5%（前年同期比△0.4ポイント）



	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	2025年1月期第2Q
自己資本 (百万円)	29,435	28,763	29,822	30,098	31,602
自己資本比率 (%)	63.6	65.2	70.2	64.9	64.5

# 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27億69百万円減少したものの、未成工事支出金等が10億87百万円増加したことや、支払手形・工事未払金等が6億81百万円減少したこと等により、営業活動によるキャッシュ・フローは、3億32百万円となった。



(単位：百万円)	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	2025年1月期第2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,612	893	989	2,000	332
投資活動によるキャッシュ・フロー	△223	647	△179	△173	738
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,025	△825	△634	△704	△730
現金及び現金同等物の期末残高	16,256	18,696	16,524	16,883	17,036

## PART2

### ②2025年1月期第2四半期（中間期） セグメント別業績概況

# 2025年1月期 第2四半期（中間期） セグメント別業績概況

● 商業その他施設事業	主にホテル、オフィス、博覧会、ショールーム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	主に飲食店分野やその他専門店分野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。
● 文化施設事業	売上高は前年同期並みで推移したが、収益性の低い案件が減少傾向にあることからセグメント利益は前年同期を上回った。
● その他	ディスプレイ業以外の事務サービス等については、売上高、セグメント利益ともに前年同期をわずかに下回った。

(百万円)

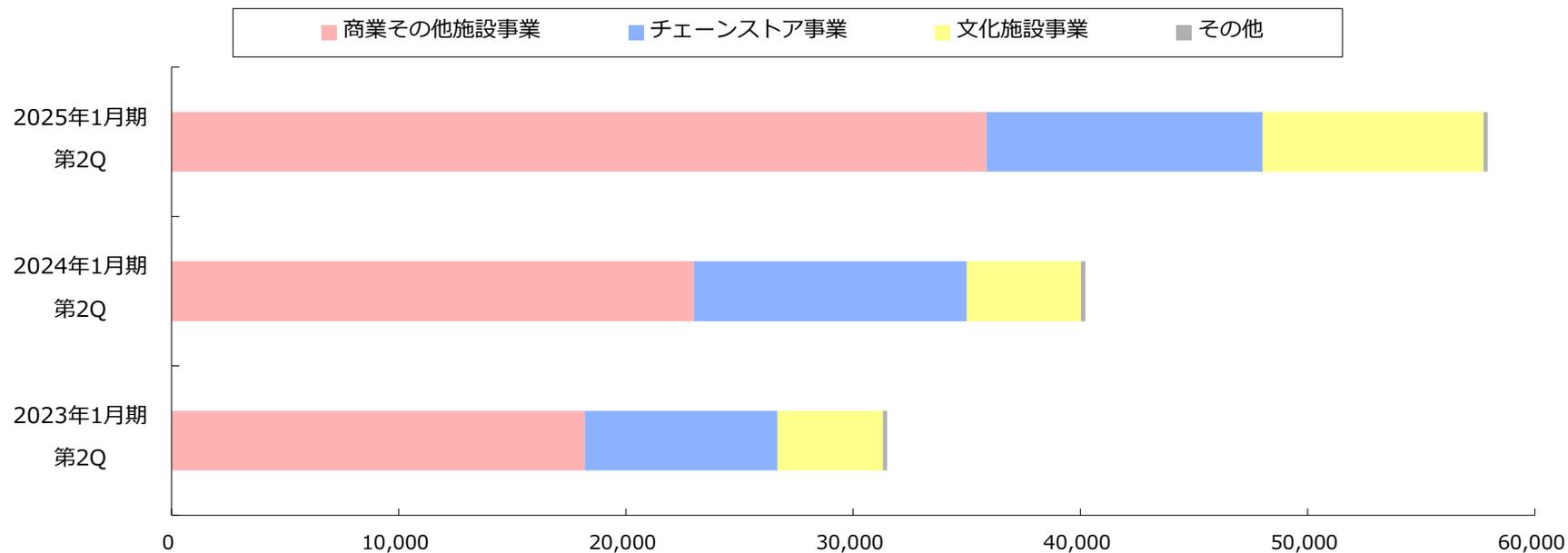
	売上高			セグメント利益		
	24/01 第2Q	25/01 第2Q	増減	24/01 第2Q	25/01 第2Q	増減
商業その他施設事業	22,734	23,239	504	941	976	34
チェーンストア事業	10,992	12,448	1,456	467	871	403
文化施設事業	4,950	5,149	199	△114	30	144
その他	193	186	△6	58	46	△12
調整額	—	—	—	4	2	△1
合計	38,871	41,024	2,153	1,357	1,927	569

# セグメント別 受注高の状況

- 受注高は博覧会関連や大型の博物館関連の案件を受注したこと等により、主に商業その他施設事業および文化施設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177億1百万円の増加となった。
- 2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に関する案件は、主に商業その他施設事業へ計上している。

(百万円)

	23/01 第2Q	24/01 第2Q	25/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	18,189	23,000	35,865	12,865
チェーンストア事業	8,481	11,987	12,161	173
文化施設事業	4,646	5,044	9,713	4,669
その他	175	193	186	△6
受注高合計	31,492	40,225	57,927	17,701



# 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文化施設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166億76百万円の増加となった。

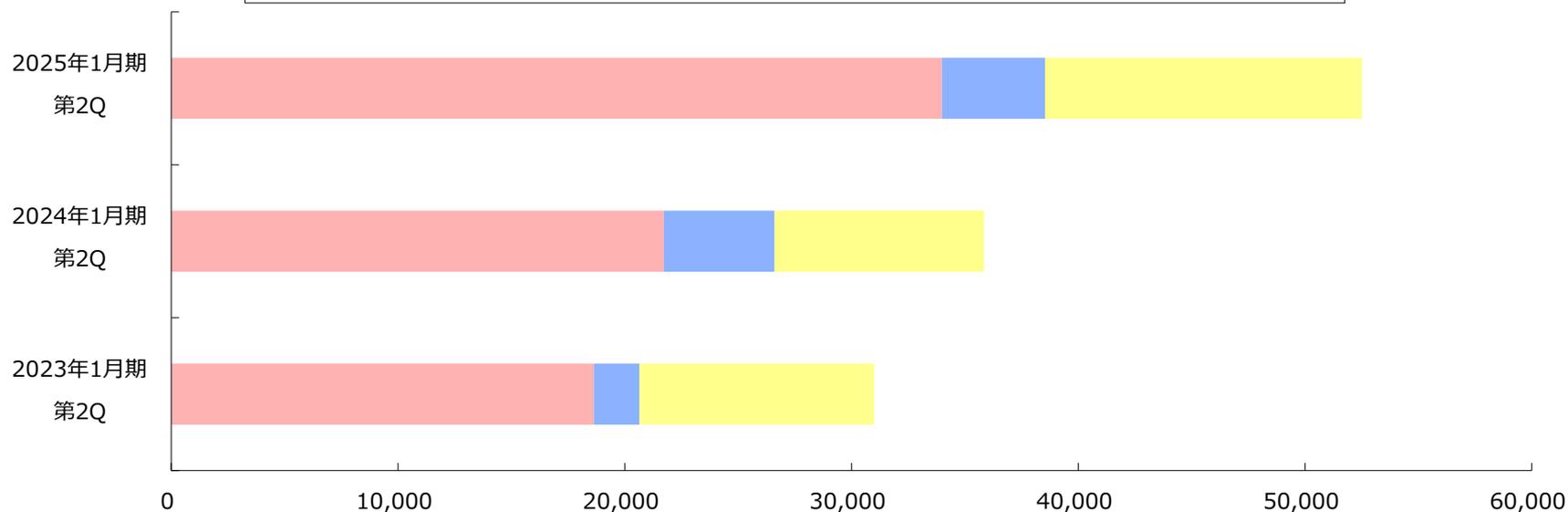
(百万円)

	23/01 第2Q	24/01 第2Q	25/01 第2Q	前年同期比増減
商業その他施設事業	18,641	21,723	33,988	12,265
チェーンストア事業	2,003	4,882	4,557	△324
文化施設事業	10,353	9,239	13,974	4,734
その他	—	—	—	—
受注残高合計	30,998	35,844	52,521	16,676

■ 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

## 2025年1月期 業績計画

# 2025年1月期 業績計画

受注高および売上高は需要を確実に取り込むことにより、前年同期を上回る見込み。利益面についても、増収および収益性の改善により、人件費の増加を吸収し、前年同期を上回る見込み。

(百万円)

	2024年1月期				2025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	40,225		82,329		57,927		86,650	
売上高	38,871	100.0	81,200	100.0	41,024	100.0	83,000	100.0
売上総利益	6,522	16.8	14,522	17.9	7,418	18.1	14,900	18.0
営業利益	1,357	3.5	3,883	4.8	1,927	4.7	4,000	4.8
経常利益	1,402	3.6	3,995	4.9	2,035	5.0	4,100	4.9
親会社株主に帰属する当期純利益	926	2.4	2,771	3.4	1,484	3.6	2,800	3.4
E P S (円)	19.45		58.06		31.41		58.52	
R O E (%)	3.1		9.1		4.7		8.7	

※ 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。

# 2025年1月期 セグメント別 業績計画

(百万円)

		2024年1月期		2025年1月期	
		第2Q実績	通期実績	第2Q実績	通期計画
受	商業その他施設事業	23,000	46,728	35,865	51,200
	チェーンストア事業	11,987	24,240	12,161	24,350
	文化施設事業	5,044	10,937	9,713	10,600
	その他	193	422	186	500
受注高計		40,225	82,329	57,927	86,650
売	商業その他施設事業	22,734	46,823	23,239	48,200
	チェーンストア事業	10,992	23,282	12,448	23,800
	文化施設事業	4,950	10,672	5,149	10,500
	その他	193	422	186	500
売上高計		38,871	81,200	41,024	83,000
営	商業その他施設事業	941	2,341	976	2,400
	チェーンストア事業	467	1,125	871	1,200
	文化施設事業	△114	293	30	300
	その他	58	114	46	100
調整額		4	7	2	—
営業利益計		1,357	3,883	1,927	4,000

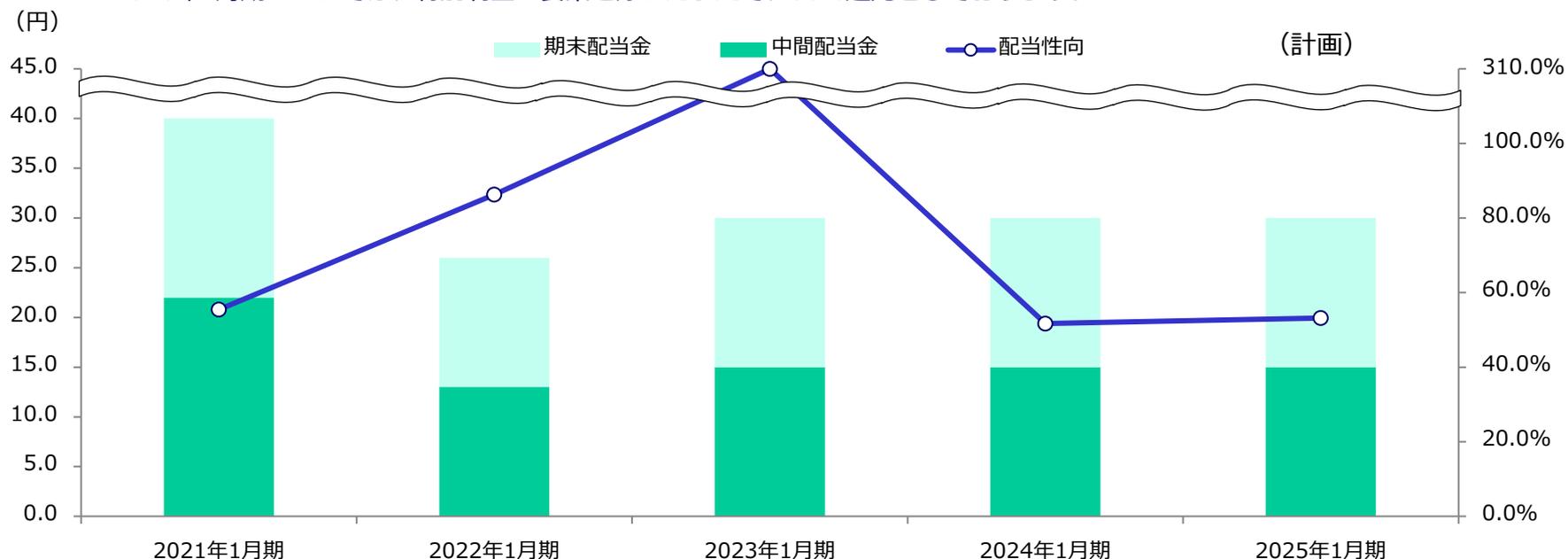
※ 上記予想は現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成したものであり、潜在的な不確実性が含まれております。実際の業績は、今後の様々な要因により予想値とは異なる可能性があります。

# 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。



	2021年1月期	2022年1月期	2023年1月期	2024年1月期	2025年1月期 (計画)
中間配当金 (円)	22.00	13.00	15.00	15.00	15.00
期末配当金 (円)	18.00	13.00	15.00	15.00	15.00
合計 (円)	40.00	26.00	30.00	30.00	30.00
連結配当性向 (%)	55.4	86.3	309.9	51.7	53.2
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

緩やかな景気回復が続き、空間づくりの需要は堅調に推移すると考えられる。インバウンドの急回復、拡大も追い風。ただし、下振れリスクとして、物価高の長期化による消費者マインドの悪化、深刻な人手不足による供給制約、海外経済の減速、国際情勢の緊迫化（ウクライナ、中東、米中対立等）などが懸念される。

セグメント	分野	環境認識	今後の見通し
商業その他施設 事業	商業分野 (専門店、複合商業施設等)	出店・設備投資が増加している。	直近数年間は再開発計画が多数あり、需要拡大が見込まれる。
	プロモーション分野 (広報・販促施設、展示会・イベント等)	需要は回復しつつある。	2025年の大阪・関西万博に関連した需要が見込まれる。長期的にはコミュニケーションメディアのオンライン移行が進む。
	サービス分野 (エンターテインメント、ホテル、医療、オフィス等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● エンターテインメント施設はテーマパークなどの大型投資が続く。</li> <li>● ホテルは、投資が戻りつつある。</li> <li>● オフィス移転や改修の案件が継続的に見込まれる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● テーマパークの投資は継続。スポーツ施設の新設・改修計画もあり需要は拡大。</li> <li>● ホテルはインバウンド拡大に伴い需要が増加。特にラグジュアリーセグメントの伸びしろが大きい。</li> <li>● 働き方改革やウェルビーイング対応に伴うオフィスへの投資が継続。</li> </ul>
チェーンストア 事業	飲食店	出店・設備投資が増加している。メンテナンス需要も拡大している。	店舗投資は堅調に推移する見通し。
	物販店・その他 専門店等		スポーツなどの分野で成長が見込まれる。
文化施設 事業	博物館・美術館等	博物館等の新装・改装需要が継続している。	リニューアルを中心に今後も一定の需要は継続する見込み。整備手法としてPPP/PFIは今後一層拡大していく見通し。

# 新中期経営計画の全体像

パーパス／私たちの存在意義

空間から未来を描き、人と社会に<sup>いろいろ</sup>丹青を。

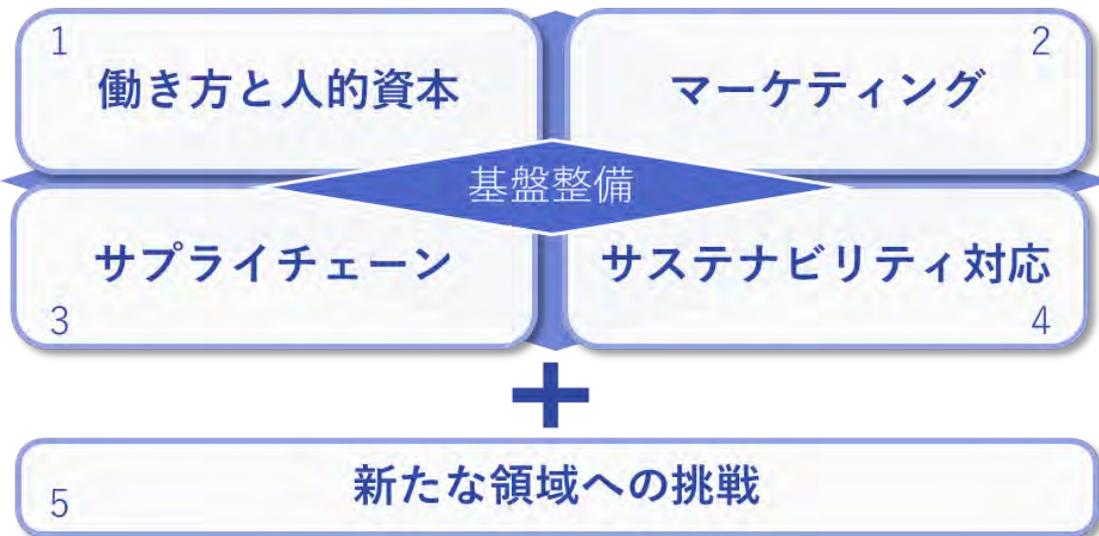
私たちの未来ビジョン2046

こころを動かす空間づくりのプロフェッショナル集団であり  
空間と自分自身の可能性を切り拓くチャレンジ集団でもあり続ける

## 2024-2026年度 中期経営計画

- 方針
- ① 成長軌道に乗せるための基盤整備を行う
  - ② 新たな領域に挑戦する

戦略



財務／非財務 目標

### 2027年1月期 財務目標

連結売上高	860 億円
連結営業利益率	5.2 %
連結ROE	8.8%
配当性向	50%以上

### 2027年1月期 非財務目標

働く幸せ	生産体制の整備
サステナビリティ	気候変動対応

# 新中期経営計画の目標（非財務含めた全体目標）

財務/ 非財務	ありたい姿	K P I	2027年1月期 目標
財務	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営・財務基盤の充実</li> <li>● 株主還元の充実</li> </ul>	連結売上高	860億円
		連結営業利益率	5.2%
		連結ROE	8.8%
		配当性向	50%以上
非財務	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社員が働きがい、仕事の楽しさを実感し、いきいきと働いている</li> <li>● 長時間労働が是正され、労働時間の適正化が実現できている</li> <li>● 中期経営計画の成長計画、さらにその先の成長を支える生産力を確保する</li> <li>● サステナビリティ全般について取組みが充実し、社会の要求を満たしている</li> <li>● 温室効果ガス排出量の算定方法を確立させ、具体的な削減の取組みを始めている</li> </ul>	エンゲージメントスコア (従業員意識調査の総合評価)	前年以上の評価
		労働時間の社内基準に適合する従業員数	前年より増加
		協力会社新規開発の達成度	100%
		EcoVadisの評価	シルバーランクを取得
		女性管理職比率	15%以上
		Scope1・2の温室効果ガス排出量	2021年度比で40%削減

## 戦略1 働き方と人的資本の 基盤整備

長時間労働是正に向けた具体的・実効的な取り組み実施する。BIMなどのデジタル技術も活用し、業務プロセスを見直すことで効率を高める。

人への投資を強化するとともに、人材のポテンシャルを最大化し、成果に結びつけるための環境整備を行う。（ダイバーシティ&インクルージョンの取り組み、エンゲージメント強化施策など）

## 戦略2 マーケティングの 基盤整備

顧客・マーケットに寄り添い、そのニーズを的確に把握し課題解決を実践する。事業部を再編し、よりマーケットに精通した対応を目指す。

デジタルマーケティングも含めたマーケティングの体制・仕組みを整備・確立するとともに、高付加価値・高品質なサービスを生み出すプロセスや行動について分析し、成果の「再現性」を高め、競争力と収益性の向上を図る。

## 戦略3 サプライチェーンの 基盤整備

中期経営計画に示す成長計画、さらにその先の成長を見据え、これを支える生産力を確保するため、協力会社体制の整備を図る。分野別・業務内容ごとにサプライチェーンの状況を整理し、不足する部分を計画的に補強していく。

また、協力会社との関係強化を図り、働き方改革、BIM活用、サステナビリティなどの共通課題に対して連携して取り組む体制をつくる。

## 戦略4 サステナビリティ対応 の基盤整備

サステナビリティに関連する「売り物」（ソリューション）を戦略的につくり、提案していくことで、急速に高まる顧客のニーズに応える。

社会の要求の高度化に合わせ、サステナビリティ対応を充実させる。気候変動対応については、温室効果ガスの排出量の算定範囲・方法を確認させる。省エネの徹底、再エネの活用を中心に、温室効果ガスの排出量削減を図る。

## 戦略5 領域の拡張への挑戦

空間づくり事業の資源を活用し、次の「柱」になる新規事業を開発・育成する体制を構築する。海外の取り組みの現状を再点検し、成長に向けた戦略と体制の整備を行う。

投資の選択肢	備考
①事業開発・商品開発への投資	新規事業開発やデジタル施策に関わる商品開発など
②人的資本への投資	従業員教育・処遇改善など
③資本業務提携等に関する投資	①に資する企業との資本業務提携など
④システム投資	B I M活用の基盤整備、データ整備、基幹システムのリプレイスなど
⑤サプライチェーン基盤整備に係る投資	協力会社との取引条件改善など

# 新中期経営計画（25/1月期－27/1月期）

- 2027年1月期目標：売上高860億円、営業利益 45億円
- 営業利益については、売上総利益率の改善により人件費増加分を吸収し、継続的な増益を目指す。

(百万円)

	2025年1月期 (計画)		2026年1月期 (計画)		2027年1月期 (中期経営計画最終年度)	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
受注高	86,650		86,000		87,000	
売上高	83,000	100.0	85,000	100.0	86,000	100.0
売上総利益	14,900	18.0	15,700	18.5	16,100	18.7
営業利益	4,000	4.8	4,200	4.9	4,500	5.2
経常利益	4,100	4.9	4,300	5.1	4,600	5.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,800	3.4	2,900	3.4	3,100	3.6
E P S (円)	58.52		60.61		64.79	
R O E (%)	8.7		8.6		8.8	

※ 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 )