



2025年2月期(2024年度) 第2四半期(中間期)決算説明資料

2024年10月10日

株式会社 **乃村工藝社**

プライム市場 証券コード 9716

1. 2024年度 第2四半期(中間期) 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

- 売上高は、専門店市場および広報・販売促進市場において多数のプロジェクトを手掛けたものの、下期に大型案件の進捗が集中している影響もあり前年同期に比べ減収となった。
- 営業利益は、売上高の減少および販売管理費の増加により前年同期に比べ減益となった。

(百万円)	2023年度2Q		2024年度2Q			
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	前年同期比	
売上高	59,516	100.0%	57,945	100.0%	△1,570	△2.6%
売上総利益	10,012	16.8%	9,732	16.8%	△280	△2.8% (±0 P)
営業利益	2,220	3.7%	1,442	2.5%	△777	△35.0% (△1.2P)
経常利益	2,332	3.9%	1,527	2.6%	△805	△34.5% (△1.3P)
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,682	2.8%	851	1.5%	△830	△49.4% (△1.3P)

■ 売上高・売上総利益

(百万円)	2023年度2Q		2024年度2Q		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
売上高	59,516	100.0%	57,945	100.0%	△1,570	△2.6%
売上総利益	10,012	16.8%	9,732	16.8%	△280	△2.8%

- 売上高は、海外ブランド・アパレル店舗の新装・改装や企業PR施設、ショールームを多数手掛けたものの、下期偏重型の業績推移の影響により前年同期に比べ2.6%の減収となった。
- 売上総利益率は、前年同期と同等の16.8%となったが、売上高の減少により減益となった。

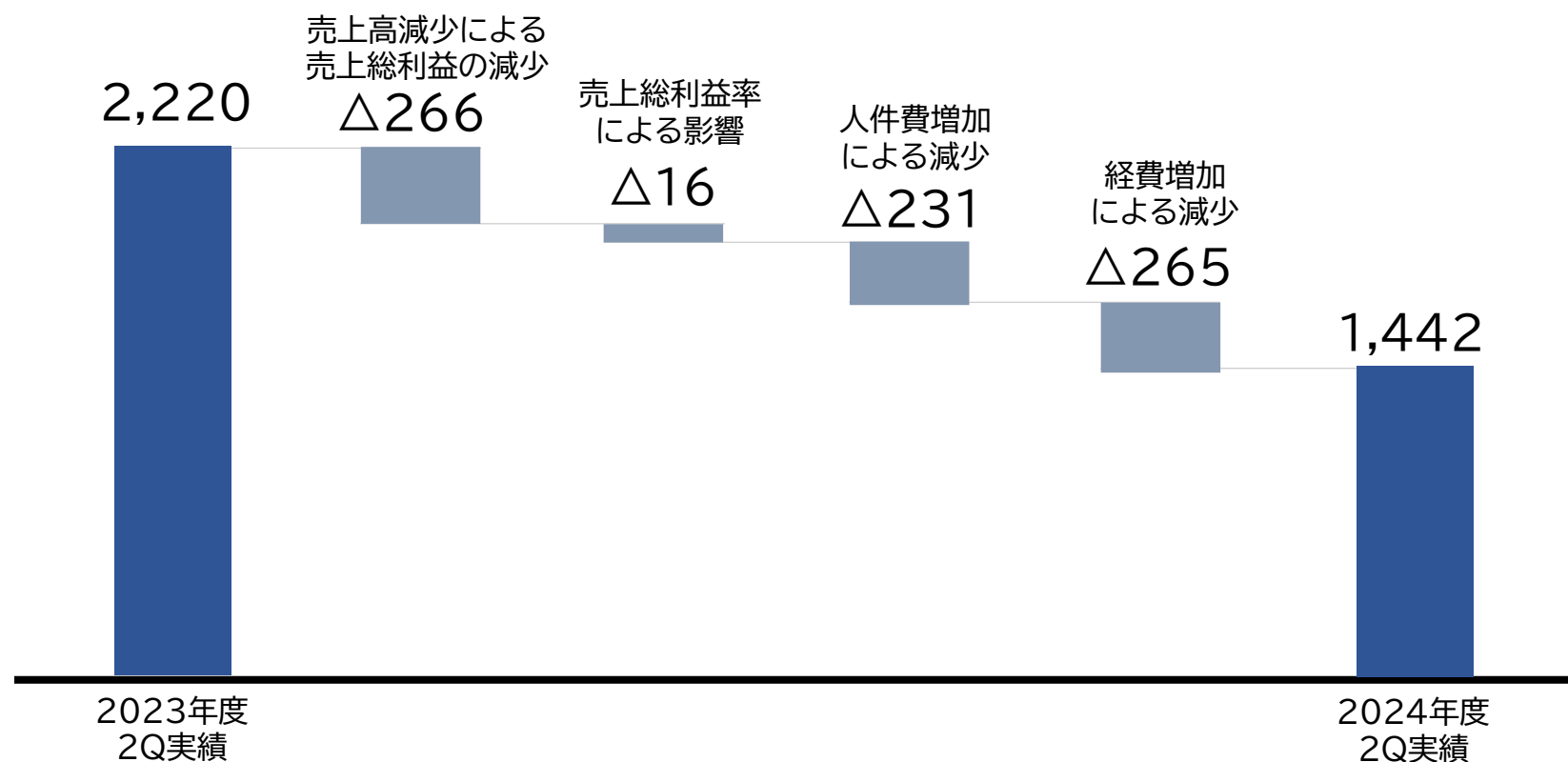
■ 販売管理費

(百万円)	2023年度2Q		2024年度2Q		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
人件費	4,734	8.0%	4,966	8.6%	+231	+4.9%
経費	3,057	5.1%	3,322	5.7%	+265	+8.7%
販売管理費 計	7,792	13.1%	8,289	14.3%	+497	+6.4%

- 販売管理費は、人員増加および処遇改善などによる人件費の増加、IT関連費用、成長投資にかかる人財育成費用などの増加により、前年同期に比べ6.4%増加となった。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

(百万円)	2023年度2Q		2024年度2Q		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
営業利益	2,220	3.7%	1,442	2.5%	△777	△35.0%



■ 経常利益・中間純利益

(百万円)	2023年度2Q		2024年度2Q		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
営業外損益	112	0.2%	84	0.1%	△28	△25.0%
経常利益	2,332	3.9%	1,527	2.6%	△805	△34.5%
特別損益	267	0.5%	△12	—	△280	—
税引前 中間純利益	2,600	4.4%	1,514	2.6%	△1,086	△41.8%
法人税等	918	1.6%	662	1.1%	△255	△27.9%
中間純利益	1,682	2.8%	851	1.5%	△830	△49.4%

- 中間純利益は、経常利益の減少にともない、前年同期に比べ830百万円減少し、851百万円となった。

■ 市場分野別の売上高

- 海外ブランド、アパレル店舗、自動車関連店舗の新装・改装需要が増加した専門店市場、企業PR施設、ショールームの大型案件を手掛けた広報・販売促進市場が増収となった。
- 前年同期に比べ、大型案件の進捗が減少した複合商業施設市場および博物館・美術館市場などが影響し、全体では減収となった。

(百万円)	2023年度2Q		売上 総利益率	2024年度2Q		売上 総利益率
	金額	前年同期比		金額	前年同期比	
専門店市場	13,232	+13.1%	↑ 16.2%	15,947	+20.5%	↑ 16.8%
百貨店・量販店市場	2,383	+3.9%	↓ 20.0%	2,003	△15.9%	↑ 20.4%
複合商業施設市場	8,643	+84.1%	↓ 16.1%	5,849	△32.3%	↓ 15.4%
広報・販売促進市場	5,039	+21.0%	↑ 21.0%	5,903	+17.2%	↓ 19.4%
博物館・美術館市場	5,003	△3.5%	↓ 19.5%	4,027	△19.5%	↓ 18.2%
余暇施設市場	10,964	+83.2%	↓ 13.0%	11,398	+ 4.0%	↑ 14.8%
博覧会・イベント市場	2,849	+84.1%	↑ 22.9%	3,287	+15.4%	↓ 15.2%
その他市場	11,399	△ 4.3%	↓ 16.5%	9,527	△16.4%	↑ 17.8%
合計	59,516	+25.3%	↓ 16.8%	57,945	△ 2.6%	→ 16.8%

市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、海外ブランドやモバイル関連店舗の新装・改装が増加した専門店市場、企業ショールームの需要が増加した広報・販売促進市場、2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）に関する案件を受注した博覧会・イベント市場が増加、前年同期に比べ15.2%増加の767億91百万円となった。
- 受注残高は、新装・改装需要が回復している専門店市場、大都市圏の都市再開発案件が進捗している複合商業施設市場、2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)に関する案件を含む博覧会・イベント市場、空港施設や企業福利厚生施設等を受注した、その他市場が増加したことにより、前年同期に比べ36.6%増加の858億77百万円となり過去最高を更新した。

(百万円)	2023年度2Q		2024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	14,341	7,887	22,731	15,393	+58.5%	+95.1%
百貨店・量販店市場	3,081	1,882	2,064	1,015	△33.0%	△46.1%
複合商業施設市場	7,783	7,999	6,308	15,468	△18.9%	+93.4%
広報・販売促進市場	5,882	6,131	9,564	6,380	+62.6%	+ 4.1%
博物館・美術館市場	11,944	10,247	6,727	8,533	△43.7%	△16.7%
余暇施設市場	7,992	17,043	7,711	15,417	△3.5%	△9.5%
博覧会・イベント市場	4,244	2,150	10,383	12,138	+144.7%	+464.5%
その他市場	11,391	9,510	11,299	11,531	△0.8%	+21.2%
合計	66,661	62,852	76,791	85,877	+15.2%	+36.6%

2024年度の業績見通し

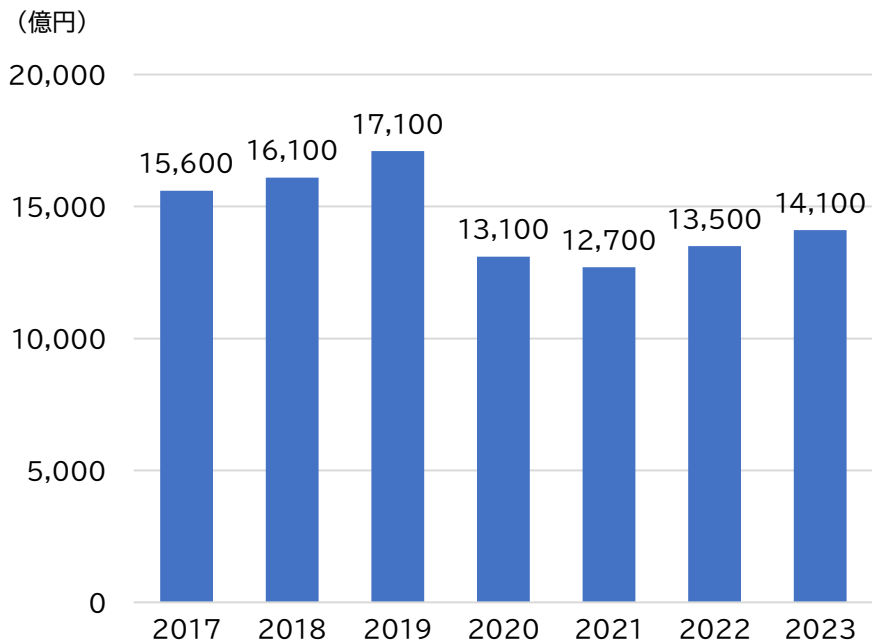
- 通期業績予想は、需要回復および下期に控える大型プロジェクトを着実に推進することで達成確度が高いと見込んでいる。
- 中期経営方針に掲げる持続的な成長のための投資を織り込んだ業績予想としている。

(百万円)	2023年度			2024年度(予想)		
	通期	対売上高 比率	前期比	通期	対売上高 比率	前期比
売上高	134,138	100.0%	+20.9%	137,000	100.0%	+2.1%
営業利益	5,213	3.9%	+67.4%	5,700	4.2%	+9.3%
経常利益	5,373	4.0%	+65.5%	5,750	4.2%	+7.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,862	2.9%	+73.2%	4,100	3.0%	+6.2%
1株当たり配当金	27.00円	—	+2.00円	27.00円	—	—
1株当たり当期純利益	34.67円	—	+14.65円	36.80円	—	+2.13円

1. 2024年度 第2四半期(中間期) 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

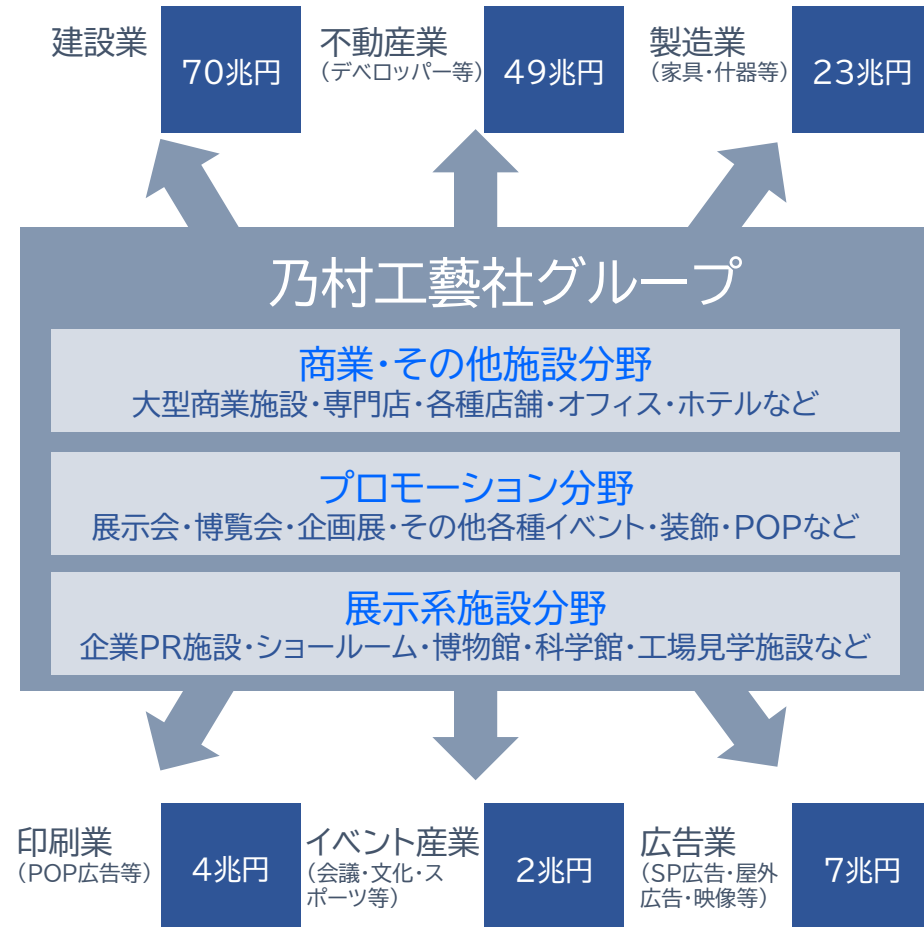
■ 業界構造と乃村工藝社グループの強み

ディスプレイ業界の市場規模



出典：(株)矢野経済研究所

乃村工藝社グループの市場領域と取り巻く業界



■ ディスプレイ業界の市場シェア

【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】

2013年度				2018年度				2023年度			
順位	社名	売上高	占有率	順位	社名	売上高	占有率	順位	社名	売上高	占有率
		(百万円)				(百万円)				(百万円)	
1	乃村工藝社	98,410	15.9%	1	乃村工藝社	125,859	15.7%	1	乃村工藝社	134,138	16.6%
2	丹青社	57,074	9.2%	2	丹青社	82,677	10.3%	2	丹青社	81,200	10.0%
3	スペース	42,235	6.8%	3	スペース	46,458	5.8%	3	三井デザインテック	54,887	6.8%
4	ジーク	29,693	4.8%	4	ラックランド	42,842	5.4%	4	スペース	52,793	6.5%
5	Jフロント建装	29,643	4.8%	5	シミズオクト	36,897	4.6%	5	ラックランド	45,116	5.6%
6	エイムクリエイツ	29,600	4.8%	6	三井デザインテック	33,408	4.2%	6	シミズオクト	39,675	4.9%
7	三井デザインテック	28,142	4.6%	7	高島屋ｽｰｽｸﾘエイツ	31,629	4.0%	7	J.フロント建装	35,902	4.4%
8	シミズオクト	25,127	4.1%	8	三越伊勢丹ﾌﾟﾗﾝﾃﾞｲﾅ	31,096	3.9%	8	高島屋ｽｰｽｸﾘエイツ	30,912	3.8%
9	高島屋ｽｰｽｸﾘエイツ	24,804	4.0%	9	ジーク	29,953	3.7%	9	船場	24,886	3.1%
10	バウハウス丸栄	22,205	3.6%	10	船場	28,473	3.6%	10	ジーク	23,109	2.9%
上位30社の売上合計		617,807	100.0%	上位30社の売上合計		800,612	100.0%	上位30社の売上合計		808,134	100.0%

※ 上記は当社集計による数値です。

■ 中長期の事業環境

変化する事業環境に対応した空間づくりを提供

~2025年

2023-2025 中期経営方針

~2028年

次期 中期経営方針

~2032年

空間創造・空間活性化

都市再開発

観光産業分野
ホテル・観光施設

インバウンド

大阪/梅田

埼玉/大宮

福岡/天神

神奈川/横浜

東京/新宿

東京/渋谷

東京/品川

北海道/札幌

東京・名古屋・大阪リニア
街づくりの提供

公民連携 地方創生

国家プロジェクト

大阪・関西万博

レガシー事業

IR構想(統合型リゾート)

プロモーション・イベント

スタジアム・アリーナ開発
テーマパーク エンタメ施設

体験型・ライブイベント

■ 今後の見通し

- 都市再開発やインバウンド関連需要が堅調であり、投資は継続する見込み
- リアルイベント回帰の動きが本格化、テーマパーク、スポーツ施設等への積極的投資
- 公民連携の加速、新たな事業スキームや運営等のノウハウが求められる

分野	今後の見通し
<p>商業・その他施設分野 大型商業施設・専門店・各種店舗・オフィス・ホテルなど</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 都市再開発が活況 □ 「モノを買うだけの場」から「トキを過ごす場」へのシフト □ 企業不動産(CRE)の再生・利活用の需要増 □ インバウンド需要を取り込む観光・レジャー・エンターテインメント施設への投資 □ 既存ホテルのリブランディングと外資系ラグジュアリーホテルの進出
<p>プロモーション分野 展示会・博覧会・企画展・その他各種イベント・装飾・POPなど</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 街頭プロモーションやインナーイベント、展示会などリアルイベントへの回帰 □ スポーツ・エンターテインメントなど体験価値型イベントの拡大 □ 環境配慮型イベントの増加 □ イベント関連施設の新設・改修計画の増加 □ スポーツ関連イベントの回復と今後の成長
<p>展示系施設分野 企業PR施設・ショールーム・博物館・科学館・工場見学施設など</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 公的不動産(PRE)への民間事業者の参入機会拡大 □ 文化施設の老朽化に伴う大規模な修繕 □ 公共事業での民間資金を活用したプロジェクトの拡大 □ 企業PR・ショールームの新装・改装が堅調に推移

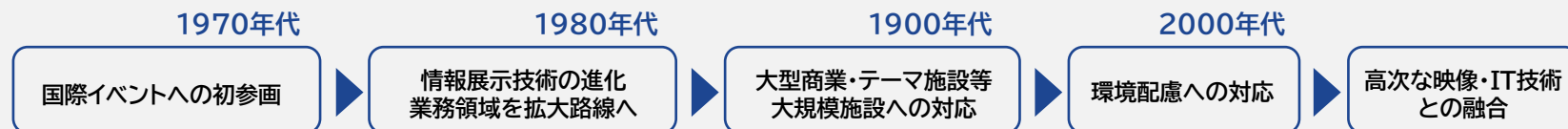
大阪・関西万博への取り組み

■ 積み上げてきた経験値と知見・ノウハウ(社会関係資本)を活かした取り組み

日本における万博の変遷



乃村工藝社のあゆみ



公民連携・運営事業

掛川市22世紀の丘公園たまり～な 屋内遊び場等整備事業

公民連携の新たな形態として、当社が遊具整備に投資を行い、利用料金から投資回収するスキームで受託しています。今後は、混合採算型もしくは独立採算型の運営にも積極的に参画するほか、企業のコミュニケーション施設の運営など、事業の範囲拡大を図っていきます。



小清水町防災拠点型複合庁舎「ワタシノ」

PHASE FREE AWARD 2024
シルバー(事業部門:ファミリリティ/教育・文化・公共施設)を受賞

日常時・災害時の居場所づくりによって、町のにぎわいと持続可能なまちづくりを目指すコミュニティ再生・防災拠点です。役場併設の複合機能施設としては日本初となるフェーズフリー認証を取得しています。当社は公民連携企業の1社として、にぎわいエリアの企画、空間・VI(ビジュアルアイデンティティ)デザイン、開業PRを担当しました。



(仮称)静岡市海洋・地球総合ミュージアム 整備運営事業

当社初となるコンソーシアム代表企業を務めます。本事業は、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「海洋・地球に関する総合ミュージアム」を建設する計画です。当社はプロジェクト全体のマネジメント・施設プロデュース・展示制作および15年間の運営業務を担います。



盛岡市図書館 リニューアル

盛岡市図書館の耐震改修を含むリニューアル工事のプロジェクト。約2年半の休館期間を経て、2024年4月にリニューアルオープンしました。「知がめぐり、人と、まちと、のびやかに育つ図書館」をコンセプトに、目の前に広がる「高松の池」の生態系のように、盛岡の知や人が自然に集まって、つながり、地域への循環していく図書館を目指しています。当社は施設の内部空間の企画・設計・政策・施工のほか、ロゴなどのVIも担当しました。



海外事業の展開

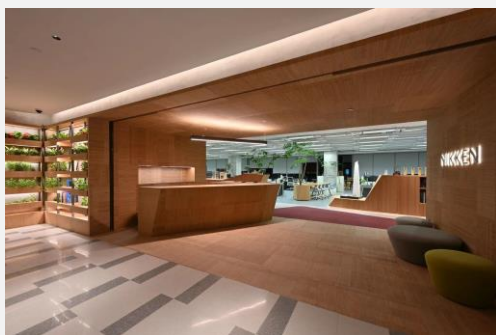
ルミネシンガポール リニューアル

2017年に海外初出店したルミネシンガポールが、ビジネス街の中心に位置する複合施設「ラッフルズシティ・ショッピングセンター」内に移転し、新たなグローバル旗艦店としてリニューアルオープン。当社はデザイン・実施設計・施工を担当いたしました。



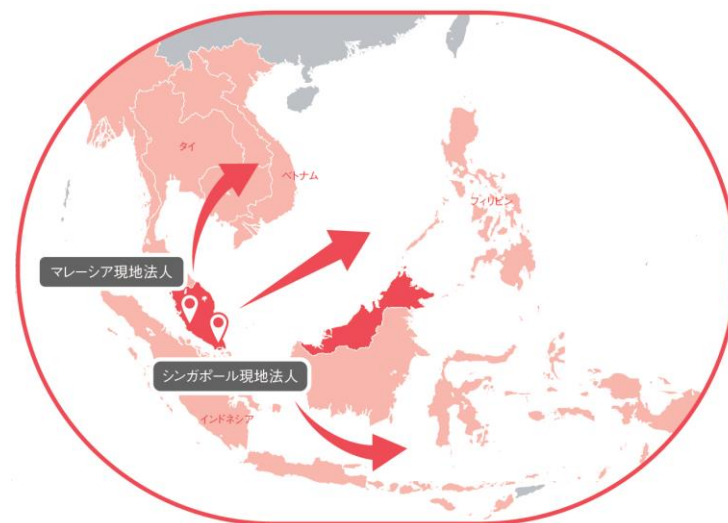
株式会社日建設計 オフィス (中国 上海市)

先端メディアと文化創造産業が集積する上海西岸メディアポートの再開発プロジェクトに携わった日建設計様が、同工エリア内に開設された新オフィスです。低炭素・環境保護をテーマに設計され、当社は制作・施工業務を担当しました。壁面の水耕栽培や森林を思わせる緑が驚きと安らぎを与えてくれます。建材として再生可能な竹材や木材をふんだんに使い、都会のビル群の中でも自然を感じられる快適なオフィス環境となりました。



急成長するASEAN市場への本格参入

ASEAN全体を1つの市場として捉えた事業展開



2024年4月にマレーシア現地法人を設立



サステナビリティに対する取り組み

CITY CIRCUIT TOKYO BAY

2023年12月、EV(電動)カートを中心に国内最大級の都市型サーキット「CITY CIRCUIT TOKYO BAY(シティサーキット東京ベイ)」がお台場にオープンしました。当社はEVカートというカーボンニュートラルな取り組みと、都市型かつ、屋内型の新しいエンターテインメントとなる可能性に共感し、(株)トムス様と共同企画という形で事業化支援を行いました。今後も共にモータースポーツの新しい未来創造と振興に取り組んでいます



SCRAPTURE 巡回展示

2024年8月21日(水)～9月2日(月)までタイ最大級複合施設内にある「SIAM Takashimaya」にて開催される、SIAM Takashimaya主催「Green Creative™ Innovations」に、「SCRAPTURE」を巡回展示しトークセッションにも登壇しました。



当社出展内容

普段は目にする事のない内装にまつわる廃棄物を身近に感じ、感情と記憶に訴えかける実用かつ持続的なメッセージアートとして制作されたプロダクト。従来のスクラップ&ビルドのメッセージ発信とは異なり、新たな内装材として次代にアップサイクルし、共創の輪を広げるメディアとして循環させていきます。オフィス、国際的な会議やアートイベントなどに巡回展示を行い、多くの方々とより良い未来を考えるきっかけとなることを目指しています。「Sky Design Awards 2023」金賞(Multimedia & Visual included Exhibition部門)、「第57回日本サインデザイン賞」金賞・手塚由比賞 ほか受賞。



人財育成—社内外含めた共創

NOMURA CREATIVITY AWARDS

当社では毎年、多様な挑戦をしたプロジェクトチームや個人に向けた社内アワードを行っています。受賞者が発揮した専門性やクリエイティビティを讃え、成功のカギをひもとくことで、顧客の社会課題解決への貢献意欲を高め、組織の強みを最大限に発揮できる環境づくりに取り組んでいます。



NOMURA CREATIVITY AWARDSが目指すこと

ビジョンの実現に向けて



皆でクリエイティビティを称え合う文化の醸成

クリエイティビティの表出化



人財の社内認知向上
発揮された専門性の共有

協力社 表彰制度 (安全表彰制度、ノムラ優秀技術賞)

当社では、協力会社の皆さまに対して安全衛生活動の強化や技術力の向上、現場で働く方々の意欲向上を目的として、独自の表彰制度を導入しています。従来の安全衛生管理活動における功績が顕著な協力会社を表彰する「安全表彰制度」と高い品質を実現するための技術を保有している施工協力会社に対し感謝の意をお伝えする「ノムラ優秀技術賞」を設けております。さらなる技術力やチーム力の向上に取り組んでいます。

2023年受賞一例

- リアル空間に映画の世界観を超ハイクオリティで実現させる造形・エイジング技術
- 実物大に再現するための銅板叩き出し硫化イブシ仕上げ



未来洞察レポート Re:ZONING トークセッション

生活者の「美し」から洞察する未来予測コンセプト

Re:ZONING

2030年の空間はどのようなのか。現在の兆しからみえてくる「生活者の11の行動変化」を予測、全55ページに及び「未来洞察レポートRe:ZONING フェーズI」を発刊いたしました。

未来の空間を考える11のインサイト

- | | |
|--|---|
| 01 家族とコミュニティのRe:ZONING
血縁がなくても家族になれる?
ボーダーレス・ファミリー | 07 心と健康のRe:ZONING
運ぶ基準は「心の健康」に?
マインドフル・デザイン |
| 02 ONとOFFのRe:ZONING
仕事と趣味と遊びが融合する
活動が増加?
サード・プロジェクト | 08 福祉と技術のRe:ZONING
誰もが技術で幸せになれる?
インクルージョン・テック |
| 03 オフィスと職場のRe:ZONING
現場仕事が人気の職業になる?
パラレル・ワークスタイル | 09 人間とAIのRe:ZONING
AIは人間のパートナーになる?
AIメイト |
| 04 都市と地域のRe:ZONING
これからのトレンドは地域から?
ネオ・ローカルエコミー | 10 消費と価値のRe:ZONING
受け継ぐことがカッコイイ?
モットイナイ・バリュー |
| 05 子どもと学びのRe:ZONING
学校はカリキュラムから自由になる?
フレックス・エデュケーション | 11 人間と環境のRe:ZONING
気候変動の時代、
人間はどこで暮らす?
クライメイト・フィット |
| 06 世代とキャリアのRe:ZONING
定年退職後が本当の人生のはじまり?
ライフロング・アクティブ | |

2024年7月、乃村工藝社本社に未来洞察に関わる方々をお招きし、トークセッションを開催。レポートを題材に、これからの生活者やライフスタイルはどのように変わり、それを取り巻く環境にはどのような変化が予測されるのかについて、登壇者の皆さまと考察しました。



2023-2025 中期経営方針の取り組み

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

企業価値の向上のための取り組み = 事業価値向上 × 社会価値向上

01

事業価値
向上

既存事業を高度に洗練させる

02

事業価値
向上

新たな事業領域に挑戦し新しい事業を全社員で興す

03

社会価値
向上

社会が必要とする価値を提供する

クリエイティビティ醸成に向けた取り組み

04

働き方
改革

個の力を発揮する働き方に挑戦する

05

業務改善

クリエイティビティに費やす時間的余力を創出する

06

人財育成

想像力と実行力を発揮する人財を育成する

07

R&D

新たな提供価値創造のための研究開発を実行する

成長投資

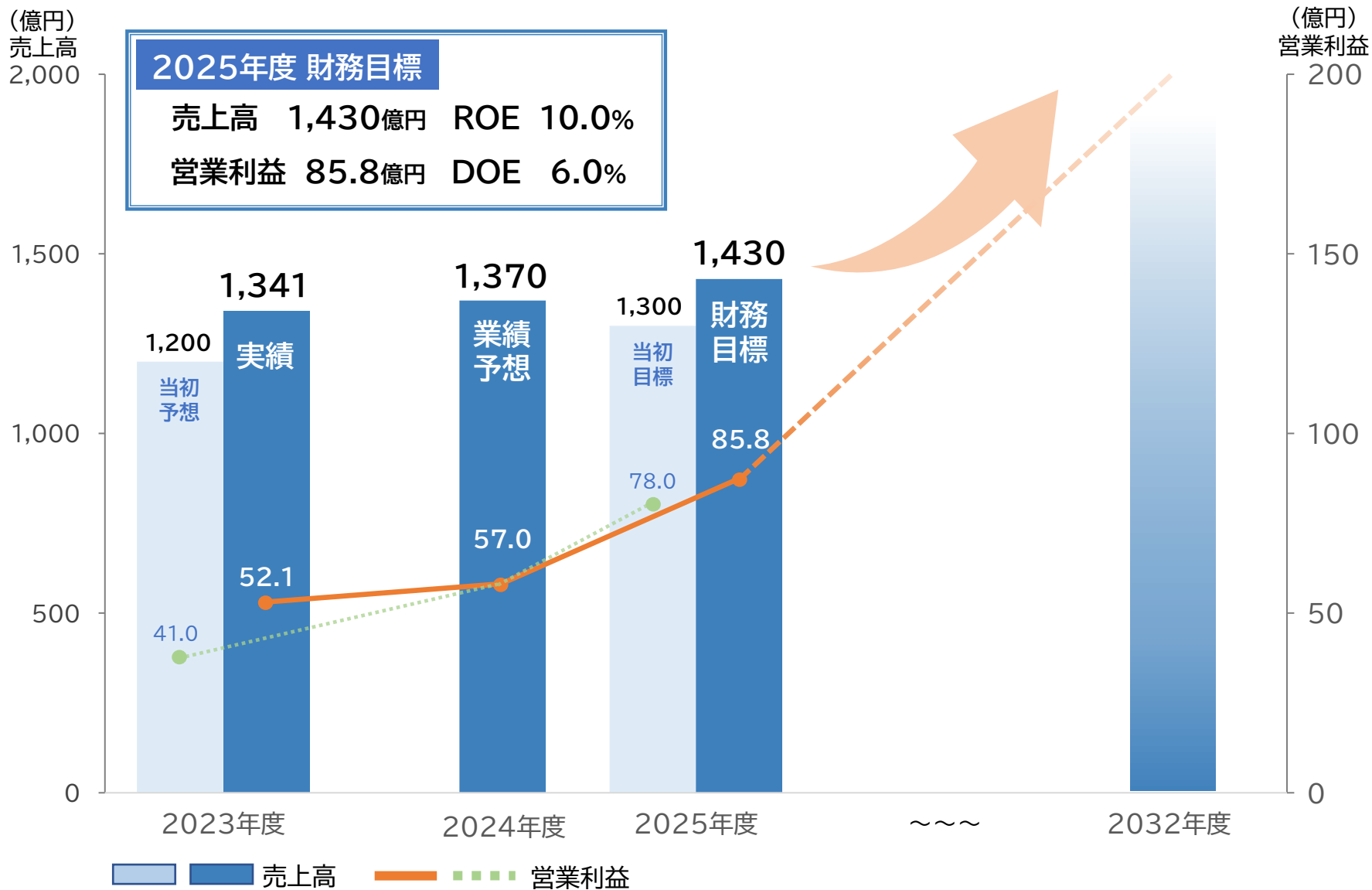
7つのテーマに対して成長投資を実行

3年間で70億円以上

※2023-2025年度3年間での合計額

■ 中期経営方針の財務目標

➤ 2025年度財務目標は、当初目標を上方修正。



1. 2024年度 第2四半期(中間期) 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)	2023年度				2024年度	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	24,909	34,606	35,583	39,039	29,070	28,875
売上総利益	4,039	5,973	5,735	6,535	5,099	4,633
(売上総利益率)	16.2%	17.3%	16.1%	16.7%	17.5%	16.0%
販管費及び一般管理費	3,848	3,944	4,443	4,834	4,073	4,215
(販売管理費比率)	15.4%	11.4%	12.5%	12.4%	14.0%	14.6%
営業利益	191	2,029	1,291	1,701	1,025	417
(営業利益率)	0.8%	5.9%	3.6%	4.4%	3.5%	1.4%
営業外収益	76	35	7	41	97	16
営業外費用	3	△3	1	△1	－	29
経常利益	263	2,068	1,297	1,743	1,123	404
(経常利益率)	1.1%	6.0%	3.6%	4.5%	3.9%	1.4%
特別利益	－	270	3	0	－	－
特別損失	－	2	0	223	－	12
税引前四半期純利益	263	2,336	1,300	1,519	1,123	391
四半期純利益	4	1,677	829	1,350	606	245
(四半期純利益率)	0.0%	4.8%	2.3%	3.5%	2.1%	0.8%

■ 連結貸借対照表

(百万円)		2023年度末		2024年度2Q		
		金額	構成比	金額	構成比	前期末比
	流動資産	72,026	83.1%	62,767	81.4%	△12.9%
	有形固定資産	7,541	8.7%	7,472	9.7%	△0.9%
	無形固定資産	1,639	1.9%	1,354	1.8%	△17.4%
	投資その他の資産	5,489	6.3%	5,497	7.1%	+0.1%
	資産合計	86,697	100.0%	77,091	100.0%	△11.1%
	流動負債	31,324	36.1%	23,620	30.6%	△24.6%
	固定負債	5,066	5.9%	4,977	6.5%	△1.8%
	負債合計	36,391	42.0%	28,598	37.1%	△21.4%
	純資産合計	50,306	58.0%	48,493	62.9%	△3.6%
	負債・純資産合計	86,697	100.0%	77,091	100.0%	△11.1%

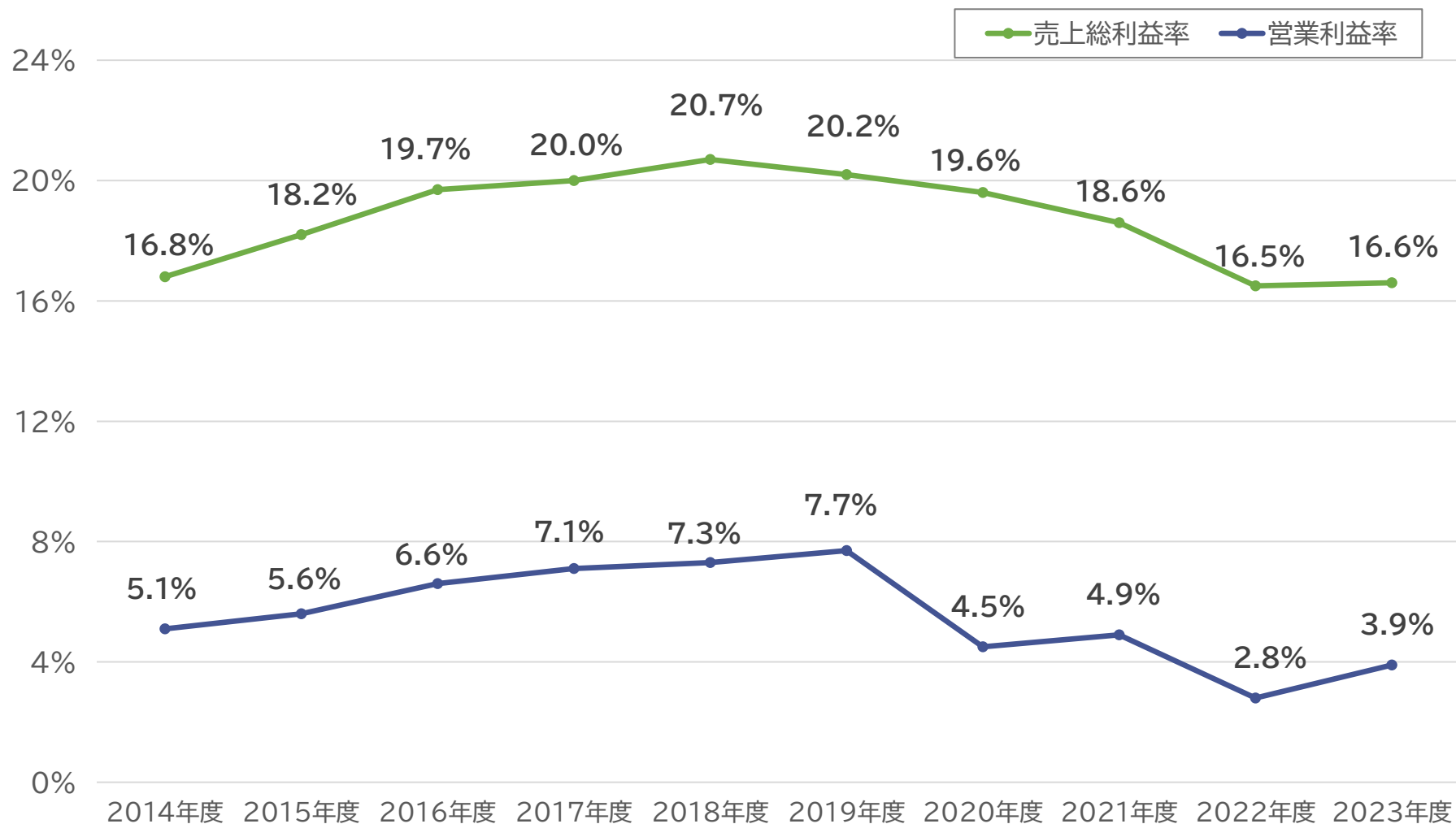
■ 四半期別 市場分野別 売上高

(百万円)	2023年度				2024年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	6,310	6,922	7,346	8,464	9,001	6,946		
百貨店・量販店市場	1,161	1,221	2,002	1,734	968	1,034		
複合商業施設市場	3,365	5,277	5,412	3,671	3,142	2,707		
広報・販売促進市場	2,588	2,451	3,975	3,934	2,317	3,586		
博物館・美術館市場	2,068	2,935	2,042	3,571	2,111	1,916		
余暇施設市場	3,499	7,464	5,555	7,657	5,388	6,009		
博覧会・イベント市場	1,350	1,498	1,808	1,967	1,430	1,856		
その他市場	4,564	6,835	7,438	8,038	4,711	4,816		
合 計	24,909	34,606	35,583	39,039	29,070	28,875		

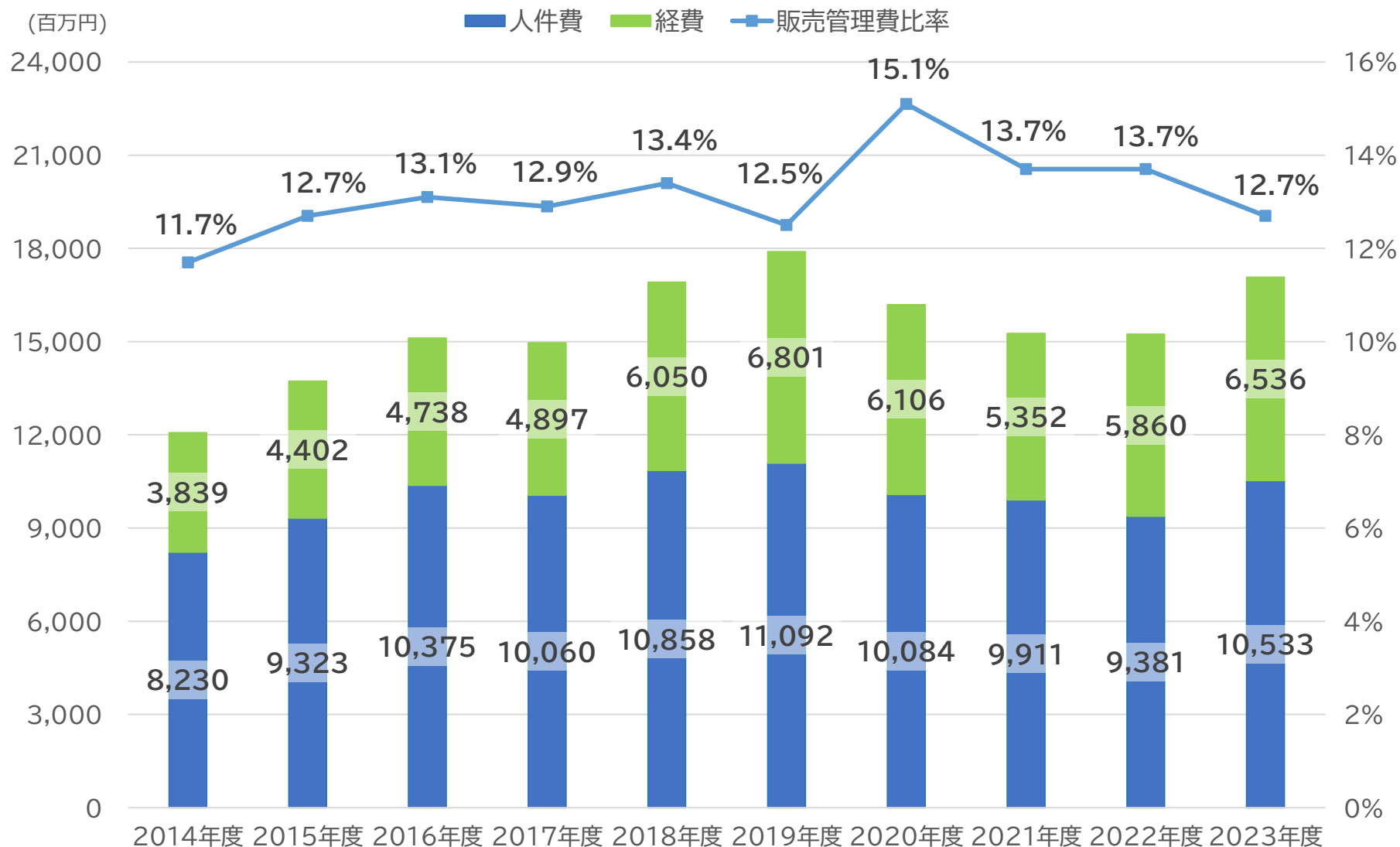
【10カ年推移】通期業績



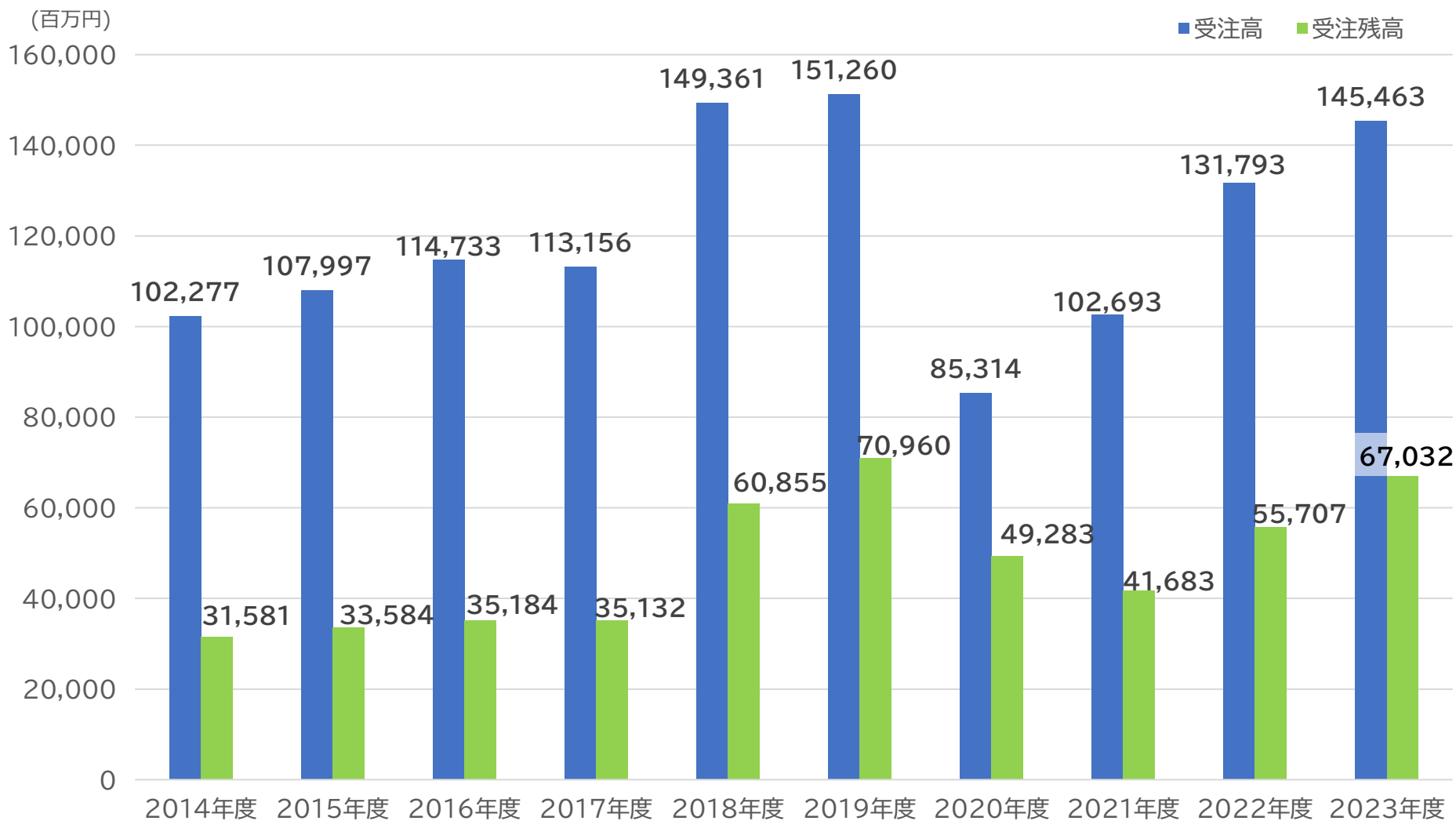
【10カ年推移】売上総利益率・営業利益率



【10年推移】販売管理費・販売管理費比率

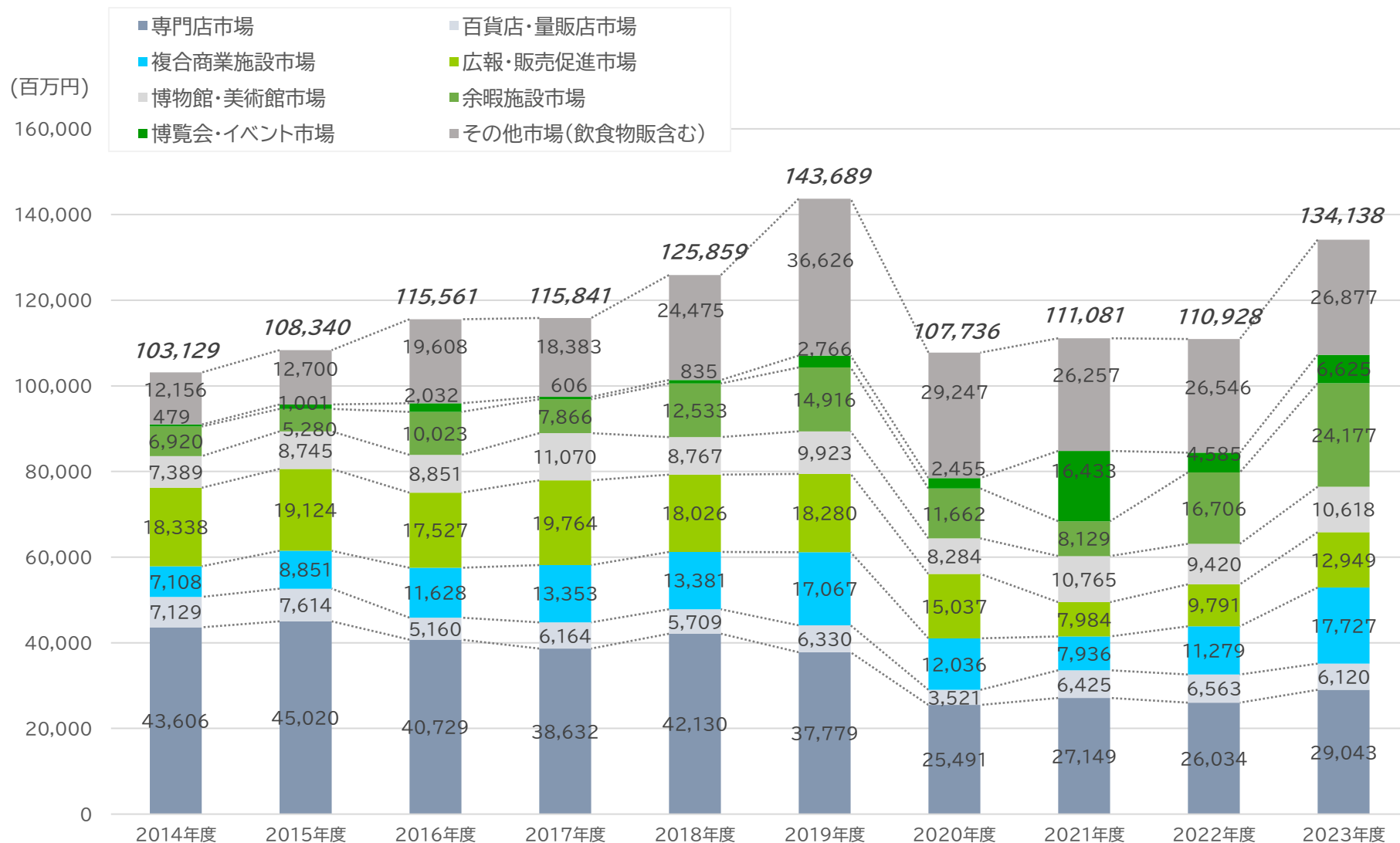


【10カ年推移】受注高・受注残高



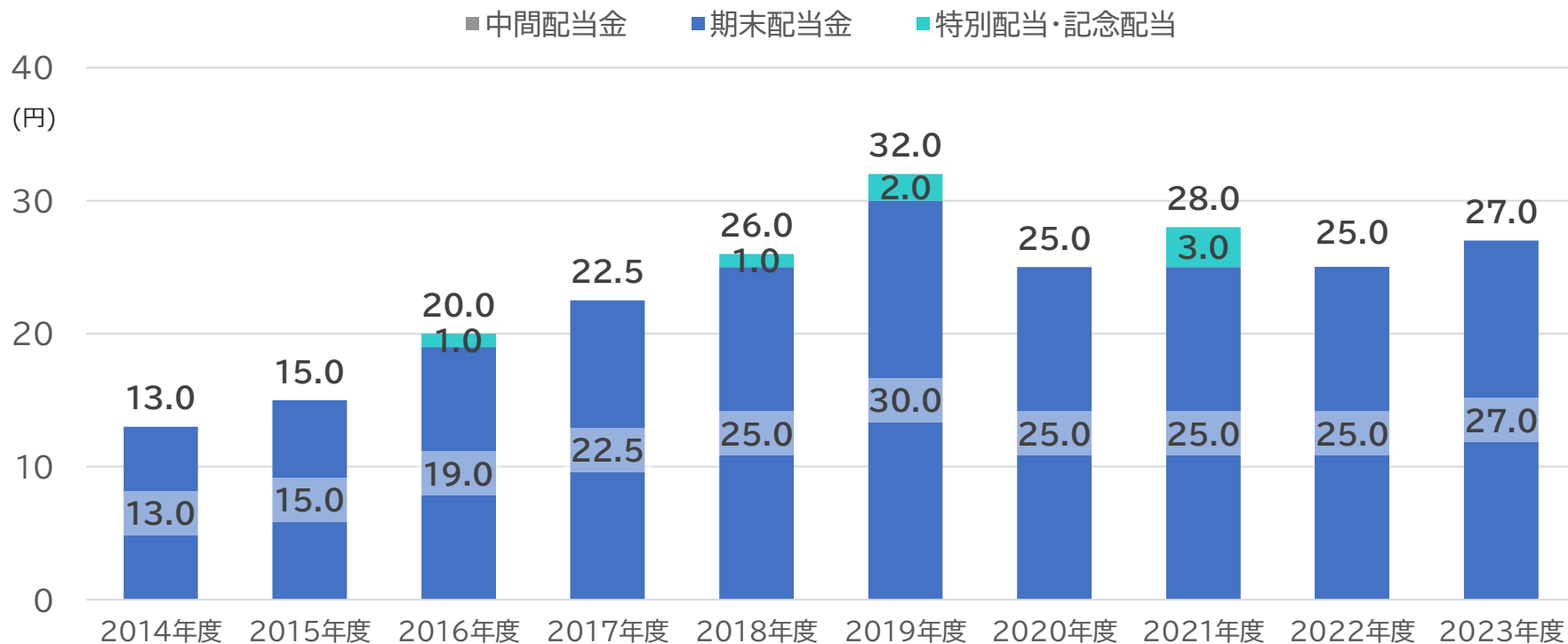
(注) 飲食・物販事業は受注概念が異なるため、掲載していません。

【10カ年推移】市場分野別 売上高



【株式情報】株主還元策と配当金の推移

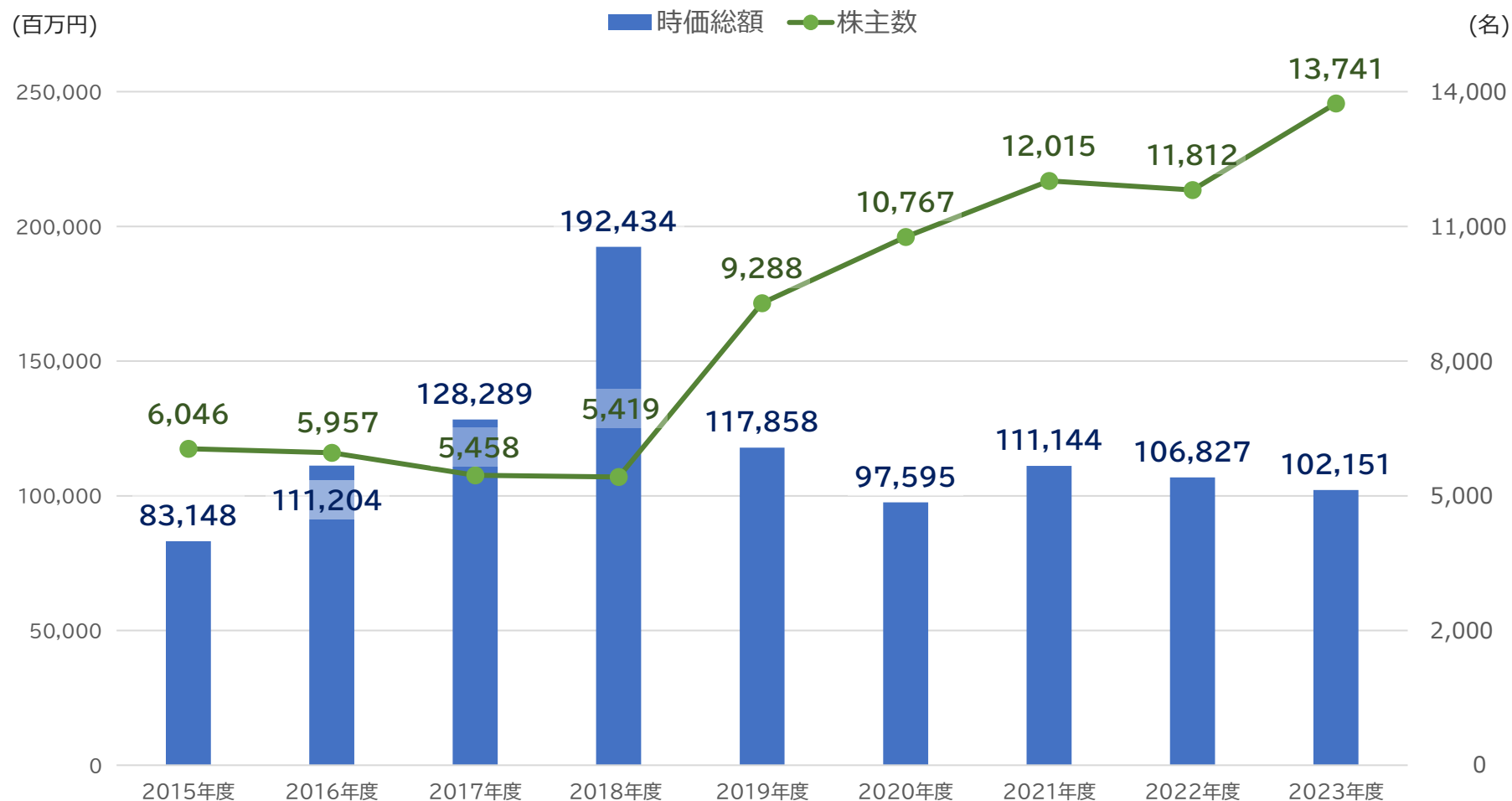
※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2014年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。



配当性向	45.3%	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%	90.6%	78.2%	124.9%	77.9%
株価最高値	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	1,010.0円
株価最安値	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	819.0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。

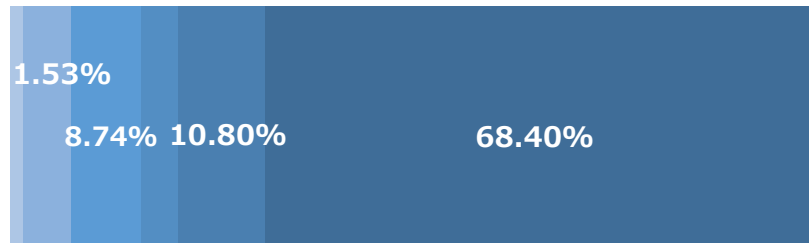


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】株主構成(2024年8月末日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

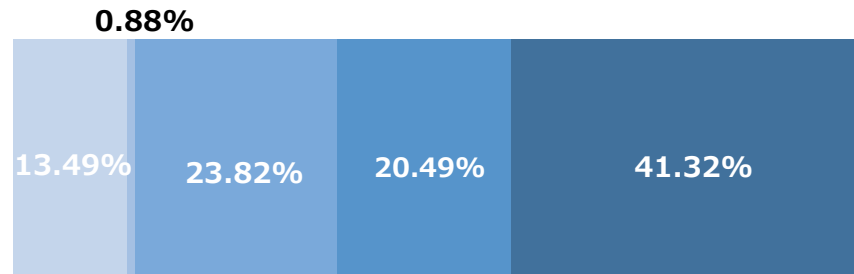
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



100株未満	2,646名	15,329株
100株以上1,000株未満	7,235名	1,835,146株
1,000株以上10,000株未満	2,608名	7,167,415株
10,000株以上50,000株未満	493名	10,472,992株
50,000株以上100,000株未満	78名	5,471,350株
100,000株以上500,000株未満	69名	12,945,990株
500,000株以上	30名	81,988,366株
合計	13,159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	206名	16,175,748株
証券会社	29名	1,058,665株
金融機関	28名	28,559,880株
その他法人	162名	24,562,750株
個人・その他	12,734名	49,539,545株
合計	13,159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。

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
 連結売上高 1,341億38百万円(2023年度)
 従 業 員 数 (2024年2月末日現在)
 乃村グループ全従業員2,483名(契約社員含む)
 連結1,967名(正社員) 単体1,397名(正社員)

国内拠点・海外拠点

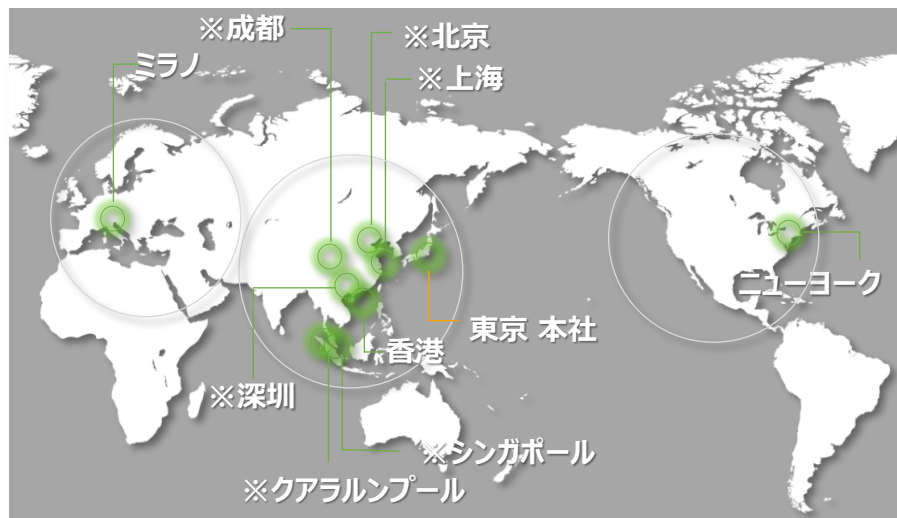


事業内容 **ディスプレイ業**
 (※ 総務省 日本標準産業分類で定める事業)

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 7社

株式会社ノムラアークス NOMURA ARCHS 乃村工藝建築装飾(北京)有限公司	株式会社ノムラメディアス NOMURA medias NOMURA Design & Engineering Singapore Pte. Ltd.	株式会社シーズ・スリー C's-3 株式会社六耀社
B NOMURA NOMURA Design & Engineering Malaysia Pte. Ltd.	B NOMURA D&E SINGAPORE PTE. LTD. NOMURA D&E MALAYSIA SDN. BHD.	



※は乃村工藝社グループ拠点

■ 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広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年 ● 1892年～1945年 ● 1946年～1969年 ● 1970年～1989年 ● 1990年～2012年 ● 2013年～2022年 ● 2023年～

● 1892年
乃村泰資が高松で創業、芝居小屋の大道具方として活躍

● 1892年～1945年
大衆娯楽から博覧会・展示装飾への展開

イベント(菊人形・国技館や靖国神社の催し・博覧会)・百貨店

● 1946年～1969年
経営近代化の始動とディスプレイ業の確立

百貨店・博覧会・美術展・遊園地

● 1970年～1989年
事業拡大と経営基盤の強化

万国博覧会・商業施設・博物館・企業PR館・ショールーム

● 1990年～2012年
市場環境の変動を超えて「選ばれるノムラ」へ

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

● 2013年～2022年
Prosperity Partner
お客さまの事業繁栄を実現するパートナーとして

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

● 2023年～
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



創業者 乃村泰資



両国国技館菊人形「十二段返し」
1924年(大正13年)頃



高島屋大阪店の店頭装飾
1947年(昭和22年)



日本万国博覧会
1970年(昭和45年)
写真提供:大阪府



日テレ大時計(宮崎駿デザイン)
2006年(平成18年)



東京ソラマチ®
2012年(平成24年)
©TOKYO-SKYTREETOWN



乃村工藝社 創業130周年記念
プロジェクトマッピング
2022年(令和4年)



「[しあわせな空間をつくらう]乃村工藝社の一所懸命な人々たち」発刊
2023年(令和5年)



全国産業博覧会(高松博)
「史伝名勝 讃岐館」
1928年(昭和3年)



第1回全日本自動車ショー
1954年(昭和29年)
写真提供:一般社団法人
日本自動車工業会



みさき公園「のりものフェア」
1960年(昭和35年)



池袋PARCO
1969年(昭和44年)



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



資生堂バーレー銀座8丁目ショップ
1997年(平成9年)



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)



山梨県立富士山世界遺産センター
2016年(平成28年)

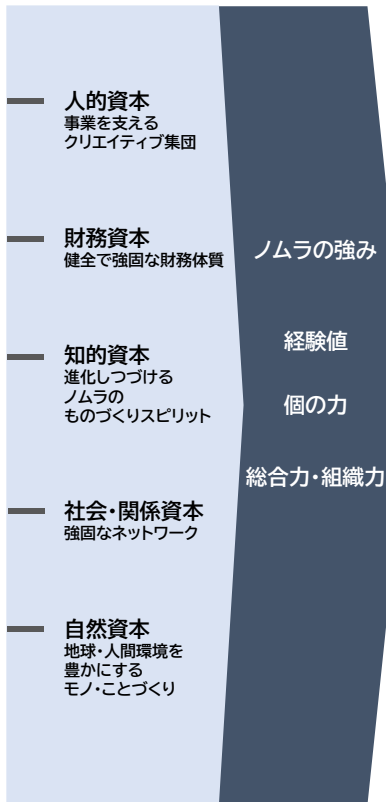


乃村工藝社グループ
拠点集約プロジェクト
2021年(令和3年)

■ 乃村工藝社グループの価値創造モデル

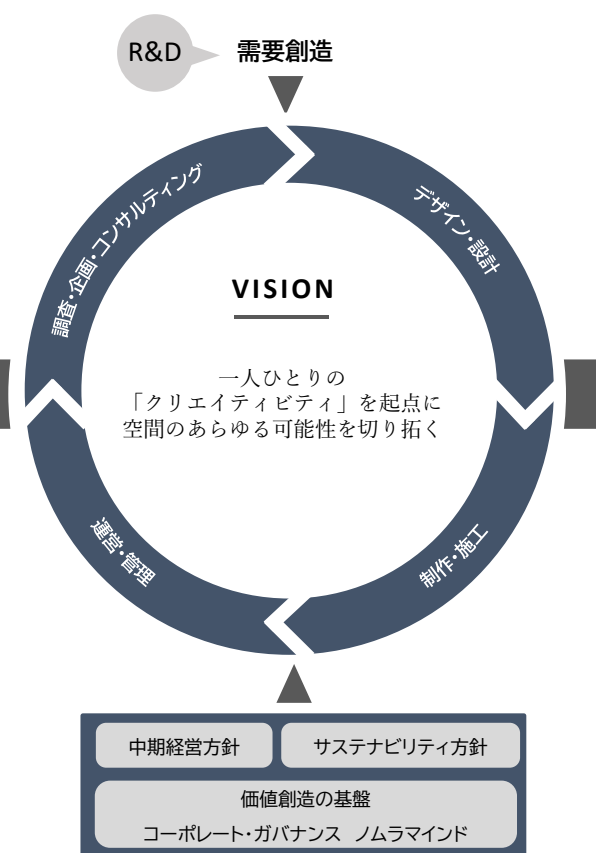
価値提供を支える資源

INPUT



ノムラの事業活動

BUSINESS ACTIVITIES



提供価値

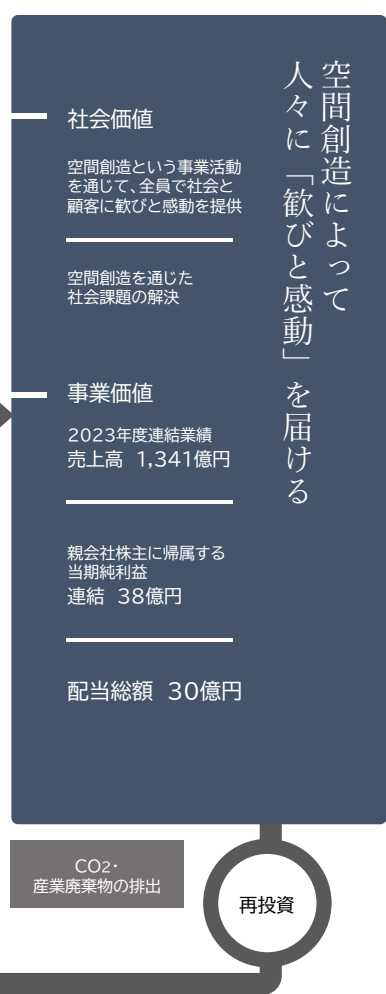
OUTPUT

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



■ 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
12,855件

年間の顧客数
3,012社

継続顧客の比率
81.1%

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 **618名**

・一級建築士 **127名**

・デザインアワード受賞数 **92**

高品質を実現する制作体制

・プロダクトディレクター **514名**

・一級建築施工管理技士 **296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 **10都市**

・海外拠点 **9都市**

・連結子会社 **7社**

・協力会社体制 **550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
経営管理部
(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。