

# 2027年2月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社 **乃村工藝社**

プライム市場 証券コード 9716



1

決算概要

2

事業環境／中期経営計画の進捗

3

補足資料／会社概要



- 第2四半期の業績は、前年同期の大阪・関西万博関連案件や大型都市再開発などの反動により前年同期に比べ減収、総利益率は高水準を確保したものの、売上高減少の影響により前年同期に比べ減益となった。

| (百万円)               | 2025年度 |            | 2026年度 |            |        |        |
|---------------------|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
|                     | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 前年同期比  |        |
| 売上高                 | 80,534 | 100.0%     | 73,322 | 100.0%     | △7,212 | △9.0%  |
| 売上総利益               | 16,353 | 20.3%      | 14,766 | 20.1%      | △1,586 | △9.7%  |
| 営業利益                | 6,895  | 8.6%       | 5,261  | 7.2%       | △1,633 | △23.7% |
| 経常利益                | 7,027  | 8.7%       | 5,426  | 7.4%       | △1,601 | △22.8% |
| 親会社株主に帰属する<br>中間純利益 | 4,442  | 5.5%       | 3,412  | 4.7%       | △1,030 | △23.2% |

# 売上高・売上総利益

| (百万円) | 2025年度 |            | 2026年度 |            |        |       |
|-------|--------|------------|--------|------------|--------|-------|
|       | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 前年同期比  |       |
| 売上高   | 80,534 | 100.0%     | 73,322 | 100.0%     | △7,212 | △9.0% |
| 売上総利益 | 16,353 | 20.3%      | 14,766 | 20.1%      | △1,586 | △9.7% |

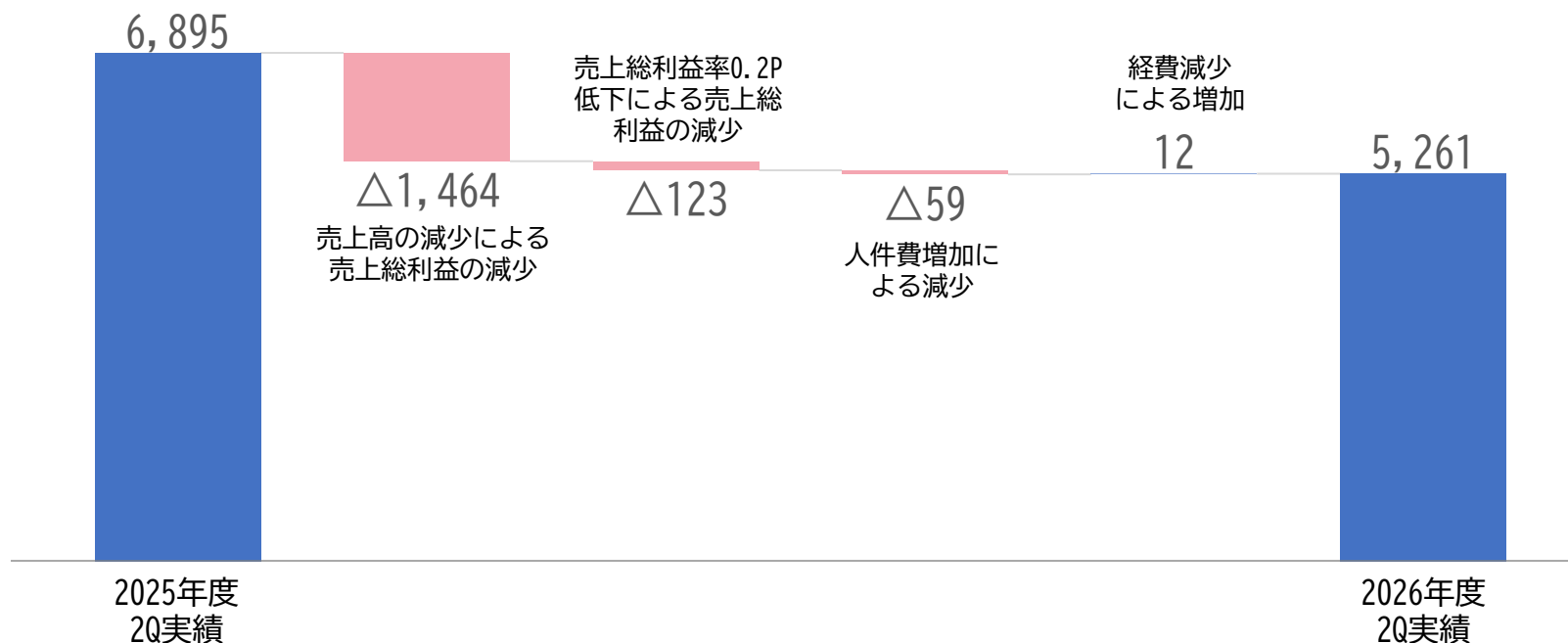
- 売上高は、インバウンド需要によるホテルの新装・改装など、大型案件を多数手がけたものの、大阪・関西万博関連案件および大型都市再開発案件の反動により、前年同期に比べ9.0%の減収となった。
- 売上総利益は、労務費の上昇や資材・エネルギー価格の高止まりが継続する中、収益性改善に向けた取り組みを着実に進めたことにより、売上総利益率は20.1%と高水準を維持した。

| (百万円)   | 2025年度 |            | 2026年度 |            |       |       |
|---------|--------|------------|--------|------------|-------|-------|
|         | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 前年同期比 |       |
| 人件費     | 5,787  | 7.2%       | 5,846  | 8.0%       | +59   | +1.0% |
| 経費      | 3,670  | 4.6%       | 3,657  | 5.0%       | △12   | △0.3% |
| 販売管理費 計 | 9,457  | 11.7%      | 9,504  | 12.9%      | +46   | +0.5% |

- 人件費は、従業員数の増加および処遇改善などにより前年同期比1.0%の増加、経費は減価償却費の減少等により前年同期比0.3%の減少となった。
- 売上高の減少により、売上高販管費比率は前年同期比1.2ポイントの増加となった。

# 営業利益増減要因（前年対比）

| (百万円) | 2025年度 |            | 2026年度 |            |               |
|-------|--------|------------|--------|------------|---------------|
|       | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 2Q実績   | 対売上高<br>比率 | 前年同期比         |
| 営業利益  | 6,895  | 8.6%       | 5,261  | 7.2%       | △1,633 △23.7% |



- 売上高の減少にともなう売上総利益の減少、および販売管理費の増加により、営業利益は前年同期に比べ、23.7%の減益となった。

# 経常利益・中間純利益

| (百万円)    | 2025年度       |             | 2026年度       |             |               |               |
|----------|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|---------------|
|          | 2Q実績         | 対売上高<br>比率  | 2Q実績         | 対売上高<br>比率  | 前年同期比         |               |
| 営業外損益    | 132          | 0.1%        | 164          | 0.2%        | +32           | +24.7%        |
| 経常利益     | <b>7,027</b> | <b>8.7%</b> | <b>5,426</b> | <b>7.4%</b> | <b>△1,601</b> | <b>△22.8%</b> |
| 特別損益     | △146         | △0.2%       | △1           | △0.0%       | +144          | —             |
| 税引前中間純利益 | <b>6,881</b> | <b>8.5%</b> | <b>5,425</b> | <b>7.4%</b> | <b>△1,456</b> | <b>△21.2%</b> |
| 法人税等     | 2,439        | 3.0%        | 2,013        | 2.7%        | △426          | △17.5%        |
| 中間純利益    | <b>4,442</b> | <b>5.5%</b> | <b>3,412</b> | <b>4.7%</b> | <b>△1,030</b> | <b>△23.2%</b> |

- 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23.2%の減益となった。

# 市場分野別の売上高・総利益率

- 企業のショールームや見学施設案件が好調に推移した広報・販売促進市場、ホテルの新装・改装やテーマパークのイベント装飾案件が寄与した余暇施設市場、オフィス案件が増加したその他市場が前年同期に比べ増収となった。
- 一方、前年同期に大型案件の完工があった複合商業施設市場、博覧会・イベント市場で反動の影響等により前年同期に比べ減収となった。

| (百万円)      | 2025年度 |         |         | 2026年度 |        |         |
|------------|--------|---------|---------|--------|--------|---------|
|            | 2Q実績   | 前年同期比   | 売上総利益率  | 2Q実績   | 前年同期比  | 売上総利益率  |
| 専門店市場      | 21,058 | +32.0%  | ↑ 18.5% | 20,156 | △4.3%  | ↑ 19.7% |
| 百貨店・量販店市場  | 1,818  | △9.2%   | ↑ 23.5% | 1,959  | +7.8%  | ↑ 26.5% |
| 複合商業施設市場   | 9,261  | +58.3%  | ↑ 25.1% | 6,769  | △26.9% | ↓ 20.3% |
| 広報・販売促進市場  | 7,518  | +27.4%  | ↑ 19.6% | 8,262  | +9.9%  | ↑ 21.7% |
| 博物館・美術館市場  | 4,306  | +6.9%   | ↓ 16.6% | 4,367  | +1.4%  | ↑ 18.7% |
| 余暇施設市場     | 11,493 | +0.8%   | ↑ 21.3% | 14,104 | +22.7% | ↓ 16.8% |
| 博覧会・イベント市場 | 10,838 | +229.7% | ↑ 22.3% | 1,645  | △84.8% | ↑ 25.2% |
| その他市場      | 14,240 | +49.5%  | ↑ 18.7% | 16,058 | +12.8% | ↑ 21.8% |
| 合計         | 80,534 | +39.0%  | ↑ 20.3% | 73,322 | △9.0%  | ↓ 20.1% |

# 市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、引き続き堅調な事業環境を背景に、大型のモバイル関連店舗や海外ブランド店舗を受注した専門店市場、企業PR施設の施工や運営を受注した広報・販売促進市場、ホテルの大型改装プロジェクトを多数受注した余暇施設市場を中心に増加し、前年同期に比べ21.1%増加の919億71百万円(第2四半期累計で過去最高受注高)となった。
- 受注残高は、受注高の増加にともない大幅な増加となった。特に、首都圏を中心としたホテルの大型改装案件を複数手掛ける余暇施設市場や、大型オフィスおよび教育関連施設の改装案件や大型モニュメントなどを手掛けるその他市場などが伸長したことから、前年同期に比べ38.3%増加の888億44百万円(過去最高受注残高を更新)となった。

| (百万円)      | 2025年度2Q |        | 2026年度2Q |        |              |               |
|------------|----------|--------|----------|--------|--------------|---------------|
|            | 受注高      | 受注残高   | 受注高      | 受注残高   | 受注高<br>前年同期比 | 受注残高<br>前年同期比 |
| 専門店市場      | 20,369   | 13,628 | 23,985   | 17,119 | +17.8%       | +25.6%        |
| 百貨店・量販店市場  | 2,042    | 1,219  | 1,379    | 408    | △32.5%       | △66.5%        |
| 複合商業施設市場   | 5,048    | 7,170  | 5,638    | 9,374  | +11.7%       | +30.7%        |
| 広報・販売促進市場  | 8,349    | 7,001  | 12,466   | 8,788  | +49.3%       | +25.5%        |
| 博物館・美術館市場  | 5,932    | 6,052  | 6,875    | 6,948  | +15.9%       | +14.8%        |
| 余暇施設市場     | 9,734    | 13,600 | 15,370   | 22,316 | +57.9%       | +64.1%        |
| 博覧会・イベント市場 | 6,413    | 3,083  | 6,637    | 5,738  | +3.5%        | +86.1%        |
| その他市場      | 18,055   | 12,463 | 19,617   | 18,149 | +8.7%        | +45.6%        |
| 合計         | 75,945   | 64,220 | 91,971   | 88,844 | +21.1%       | +38.3%        |

# 2026年度 通期業績見通し

- 2026年度の通期業績見通しおよび年間配当予想は、ともに期初の公表値を据え置く。
- 業績見通しは、インバウンド需要の継続や民間投資の動向を背景に、事業環境は堅調に推移するものと予測。ただし、中東情勢による調達環境の変化には、引き続き注視する必要がある。
- 利益配分については、DOE7%以上もしくは配当性向50%以上のいずれか高い配当額とする方針である。利益成長に応じた株主還元の拡充を基本方針とし、安定的かつ継続的な配当の実施に努める。

| (百万円)               | 2025年度  |            |         | 2026年度                 |            |        |
|---------------------|---------|------------|---------|------------------------|------------|--------|
|                     | 実績      | 対売上高<br>比率 | 前期比     | 計画                     | 対売上高<br>比率 | 前期比    |
| 売上高                 | 162,679 | 100.0%     | +8.3%   | 168,000                | 100.0%     | +3.3%  |
| 営業利益                | 12,818  | 7.9%       | +44.1%  | 13,400                 | 8.0%       | +4.5%  |
| 経常利益                | 13,014  | 8.0%       | +43.7%  | 13,600                 | 8.1%       | +4.5%  |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 9,134   | 5.6%       | +35.2%  | 9,250                  | 5.5%       | +1.3%  |
| 1株当たり配当金            | 42.00円  | —          | +10.00円 | 中間 22.00円<br>期末 22.00円 | —          | +2.00円 |
| 1株当たり当期純利益          | 81.87円  | —          | +21.26円 | 82.89円                 | —          | +1.02円 |

1

決算概要

2

事業環境／中期経営計画の進捗

3

補足資料／会社概要



社会の変化が新たな空間需要を生み出し、当社の成長機会を拡大

社会の需要

受注機会

## リノベーション

建設コスト上昇や人手不足を背景に、既存施設の価値向上を目的とした改修・更新需要が拡大

## 体験消費

リアル空間には、単なる販売機能ではなく、訪れる理由となる体験価値が求められる

## インバウンド

ホテル・観光関連施設などで、訪日客を惹きつける空間づくりの重要性が高まる

## 高付加価値

ラグジュアリー・富裕層向け領域では、ブランド体験を高める空間投資が高まる

## 企業の人財確保

採用・定着や企業ブランディングを目的に、オフィス改装・企業PR施設の機会が高まる

複合商業施設  
ホテル  
公共施設 など

体験型施設  
展示  
イベント空間 など

ホテル  
エンタメ施設  
観光施設 など

ラグジュアリー店舗  
フラッグシップ店舗  
VIP向け施設 など

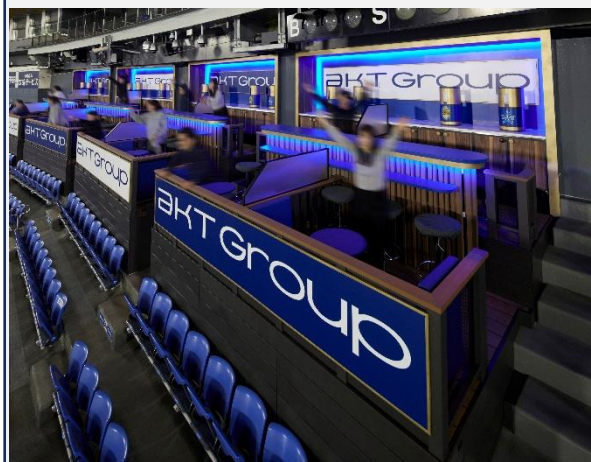
オフィス  
ショールーム  
企業PR施設 など

### 界 松本 リニューアル



ナカサンドパートナーズ Kanno Kai

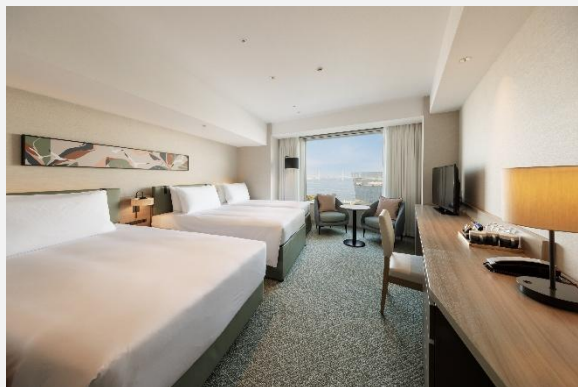
### 横浜スタジアム AKT エグゼクティブBOX



### リコー環境事業開発センター



## ヒルトン・ガーデン・イン横浜 みなとみらい



撮影:ナカサンドパートナーズ 河野政人

## THE LIVE Supported by 大和地所



## キリンビール横浜工場 リニューアル



複合商業施設  
ホテル  
公共施設 など

体験型施設  
展示  
イベント空間 など

ホテル  
エンタメ施設  
観光施設 など

ラグジュアリー店舗  
フラッグシップ店舗  
VIP向け施設 など

オフィス  
ショールーム  
企業PR施設 など

## ワンダリア横浜 Supported by Umios



撮影:ナカサンドパートナーズ 河野政人

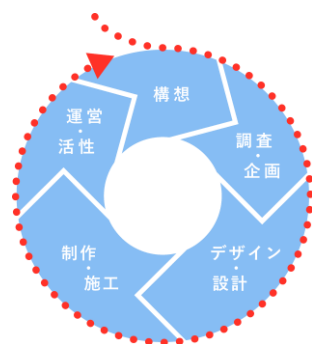
## 北海道庁旧本庁舎(赤れんが庁舎) リニューアル



## FUJIなごや科学館 FUJI鉄道ひろば



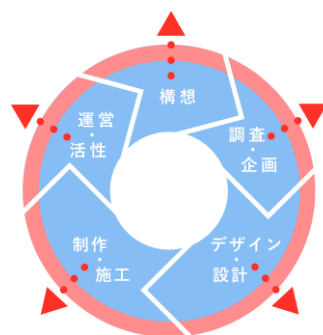
株式会社FUJIは、名古屋市科学館のネーミングライツパートナーです。



## 空間創造のサイクルを回し、次の創出へつなぐ

### 次の次まで考える

空間への関与を一過性に終わらせず、空間のはじまりから、その後の使われ方やその先の再構想まで関わり続けます。  
グループの強みを掛け合わせ、持続的な価値の提供を行います。



## 商品・サービスを進化させ、時代に合わせた価値を提供する

### 磨き続ける

乃村工藝社グループの商品・サービスを進化させていくとともに、領域を超えた専門力の組み合わせによりソリューション提供力の拡大を図ります。  
また、提供価値の高度化を実現する仕組みを構築します。

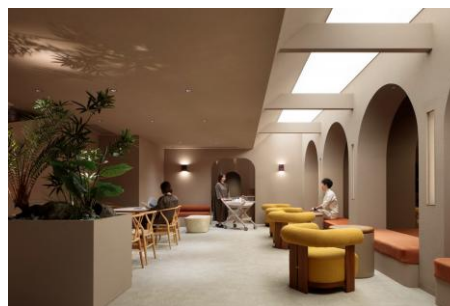
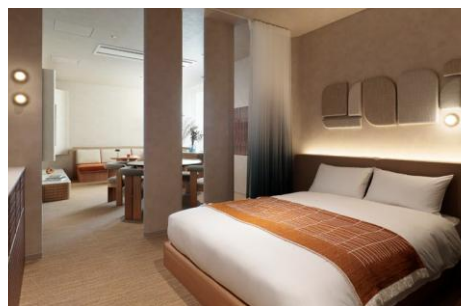


## 空間をめぐる多様なビジネスモデルを開発する

### やり方を増やす

今まで培ってきた空間創造の知見を軸に、投資や出資による請負以外の事業参画や、事業全体のプロジェクトマネジメント、コンサルティングサービスに参入するなど、新しいビジネスモデルに挑戦します。

都内初の保育のプロの専門的なケアと、五感を満たす上質なホテルの融合  
デザイン・設計と施工、サービスコンセプトを担当



## お店を拠点としたまちづくり構想

乃村工藝社グループ(乃村工藝社・ノムラアークス)が連携し、調査・企画、基本構想から、建築やランドスケープを含めた設計、施工などをワンストップで担当



最重要リソースである人財の強化と社会の変化に対する適切な対応により  
長期的なビジネスチャンスを生み出す経営基盤の強化を図る



多様な強みをもつ社員の育成・強化

安定的かつ柔軟性のある生産体制の確立

競争優位の源泉となる全員参加のサステナビリティ対応

経営・事業を長期視点で考え、社会変化を先取りする

## ◆ 2028年にありたい姿

# 空間創造のあらゆるシーンを担う乃村工藝社グループ

ーディスプレイ業の枠を超え、オンリーワンの企業集団へー

## ◆ グループ共通戦略

事業

- 空間創造のサイクルを回し、次の創出へつなぐ
- 商品・サービスを進化させ、時代に合わせた価値を提供する
- 空間をめぐる多様なビジネスモデルを開発する

基盤

- 多様な強みをもつ社員の育成・強化
- 安定的かつ柔軟性のある生産体制の確立
- 競争優位の源泉となる全員参加のサステナビリティ対応
- 経営・事業を長期視点で考え、社会変化を先取りする

海外

- グループの成長と連動した海外事業の展開



### 財務目標

売上高 **1,900** 億円以上

営業利益 **161** 億円以上

営業利益率 **8.5** %以上

### 非財務目標

重要なステークホルダーの質的満足度の向上

本質的なサステナビリティ経営の実現

長期的な社会の変化への対応

1

決算概要

2

事業環境／中期経営計画の進捗

3

補足資料／会社概要



# 四半期別 業績推移

| (百万円)      | 2025年度 |        |        |        | 2026年度 |        |    |    |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|
|            | 1Q     | 2Q     | 3Q     | 4Q     | 1Q     | 2Q     | 3Q | 4Q |
| 売上高        | 40,815 | 39,719 | 40,681 | 41,462 | 35,734 | 37,587 |    |    |
| 売上総利益      | 9,094  | 7,258  | 8,267  | 8,148  | 7,151  | 7,614  |    |    |
| (売上総利益率)   | 22.3%  | 18.3%  | 20.3%  | 19.7%  | 20.0%  | 20.3%  |    |    |
| 販売費及び一般管理費 | 4,563  | 4,893  | 5,208  | 5,284  | 4,659  | 4,845  |    |    |
| (販売管理費比率)  | 11.2%  | 12.3%  | 12.8%  | 12.7%  | 13.0%  | 12.9%  |    |    |
| 営業利益       | 4,530  | 2,364  | 3,058  | 2,864  | 2,492  | 2,769  |    |    |
| (営業利益率)    | 11.1%  | 6.0%   | 7.5%   | 6.9%   | 7.0%   | 7.4%   |    |    |
| 営業外収益      | 79     | 57     | 27     | 64     | 95     | 105    |    |    |
| 営業外費用      | 17     | △11    | 0      | 27     | 16     | 19     |    |    |
| 経常利益       | 4,593  | 2,434  | 3,085  | 2,901  | 2,571  | 2,855  |    |    |
| (経常利益率)    | 11.3%  | 6.1%   | 7.6%   | 7.0%   | 7.2%   | 7.6%   |    |    |
| 特別利益       | －      | 40     | 21     | 0      | －      | －      |    |    |
| 特別損失       | －      | 187    | 2      | 10     | －      | 1      |    |    |
| 税引前当期純利益   | 4,593  | 2,288  | 3,104  | 2,891  | 2,571  | 2,854  |    |    |
| 当期純利益      | 3,024  | 1,417  | 2,078  | 2,613  | 1,425  | 1,986  |    |    |
| (当期純利益率)   | 7.4%   | 3.6%   | 5.1%   | 6.3%   | 4.0%   | 5.3%   |    |    |

# 連結貸借対照表

- 手掛けている案件の減少にともない契約資産や売掛金が減少したこと等により、総資産は前期末比で3.8%減少し917億43百万円となった。
- 案件減少にともなう支払債務や未払法人税等が減少したこと等により、負債は前期末比で7.2%減少し309億12百万円となった。

| (百万円)    |          | 2025年度末 |        | 2026年度2Q |        |        |
|----------|----------|---------|--------|----------|--------|--------|
|          |          | 金額      | 構成比    | 金額       | 構成比    | 前期末比   |
|          | 流動資産     | 79,327  | 83.2%  | 75,644   | 82.5%  | △4.6%  |
|          | 有形固定資産   | 7,890   | 8.3%   | 7,821    | 8.5%   | △0.9%  |
|          | 無形固定資産   | 639     | 0.7%   | 862      | 0.9%   | +34.8% |
|          | 投資その他の資産 | 7,475   | 7.8%   | 7,415    | 8.1%   | △0.8%  |
| 資産合計     |          | 95,333  | 100.0% | 91,743   | 100.0% | △3.8%  |
|          | 流動負債     | 28,659  | 30.1%  | 26,473   | 28.9%  | △7.6%  |
|          | 固定負債     | 4,638   | 4.8%   | 4,439    | 4.8%   | △4.3%  |
| 負債合計     |          | 33,298  | 34.9%  | 30,912   | 33.7%  | △7.2%  |
| 純資産合計    |          | 62,035  | 65.1%  | 60,831   | 66.3%  | △1.9%  |
| 負債・純資産合計 |          | 95,333  | 100.0% | 91,743   | 100.0% | △3.8%  |

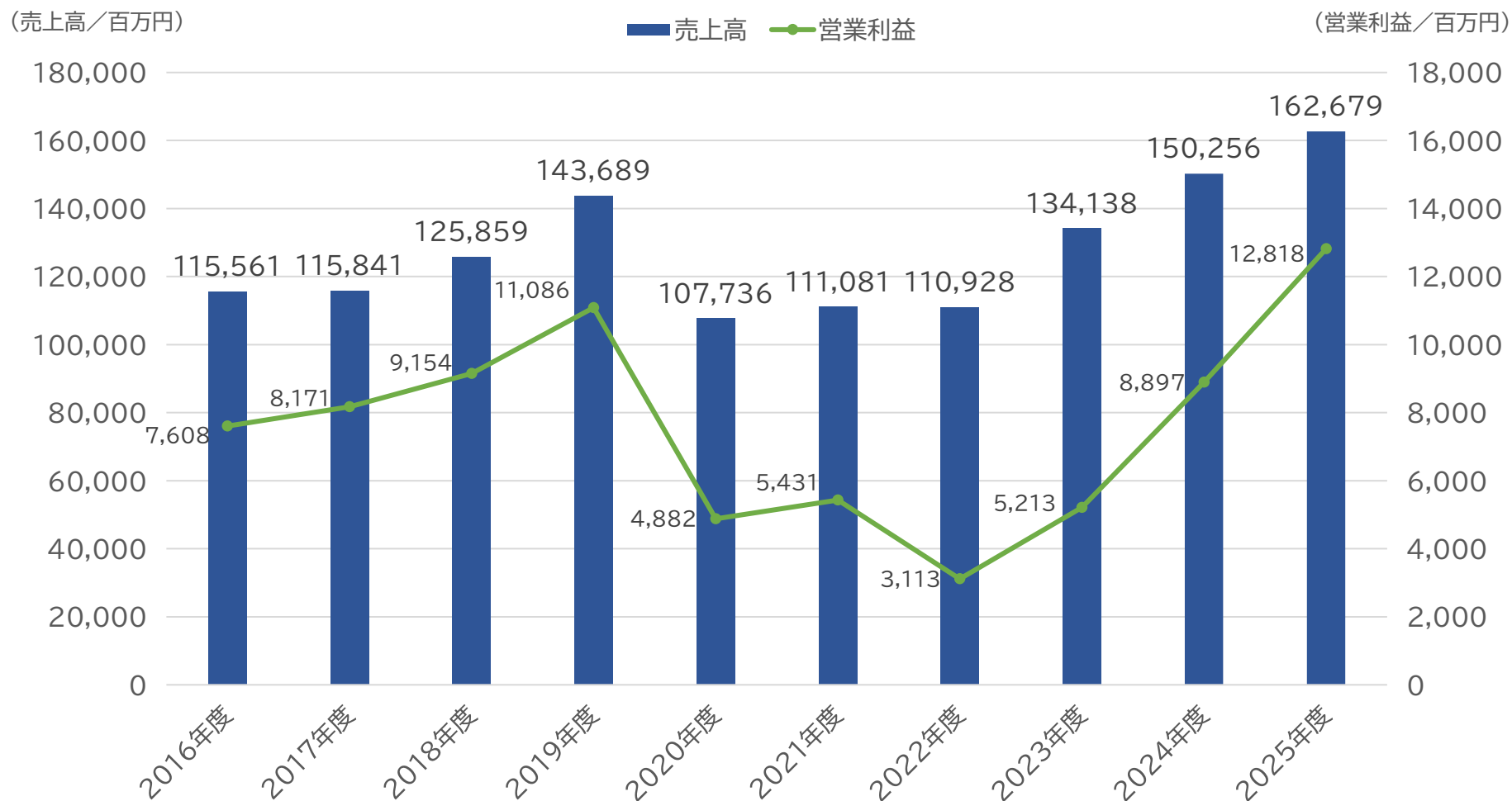
# 連結キャッシュ・フロー計算書

| (百万円)            | 2025年度 2Q | 2026年度 2Q |
|------------------|-----------|-----------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 3,450     | 9,791     |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △389      | △637      |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △3,600    | △4,722    |
| 現金及び現金同等物の増減額    | △598      | 4,471     |
| 現金及び現金同等物の期首残高   | 31,322    | 37,552    |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 30,723    | 42,023    |

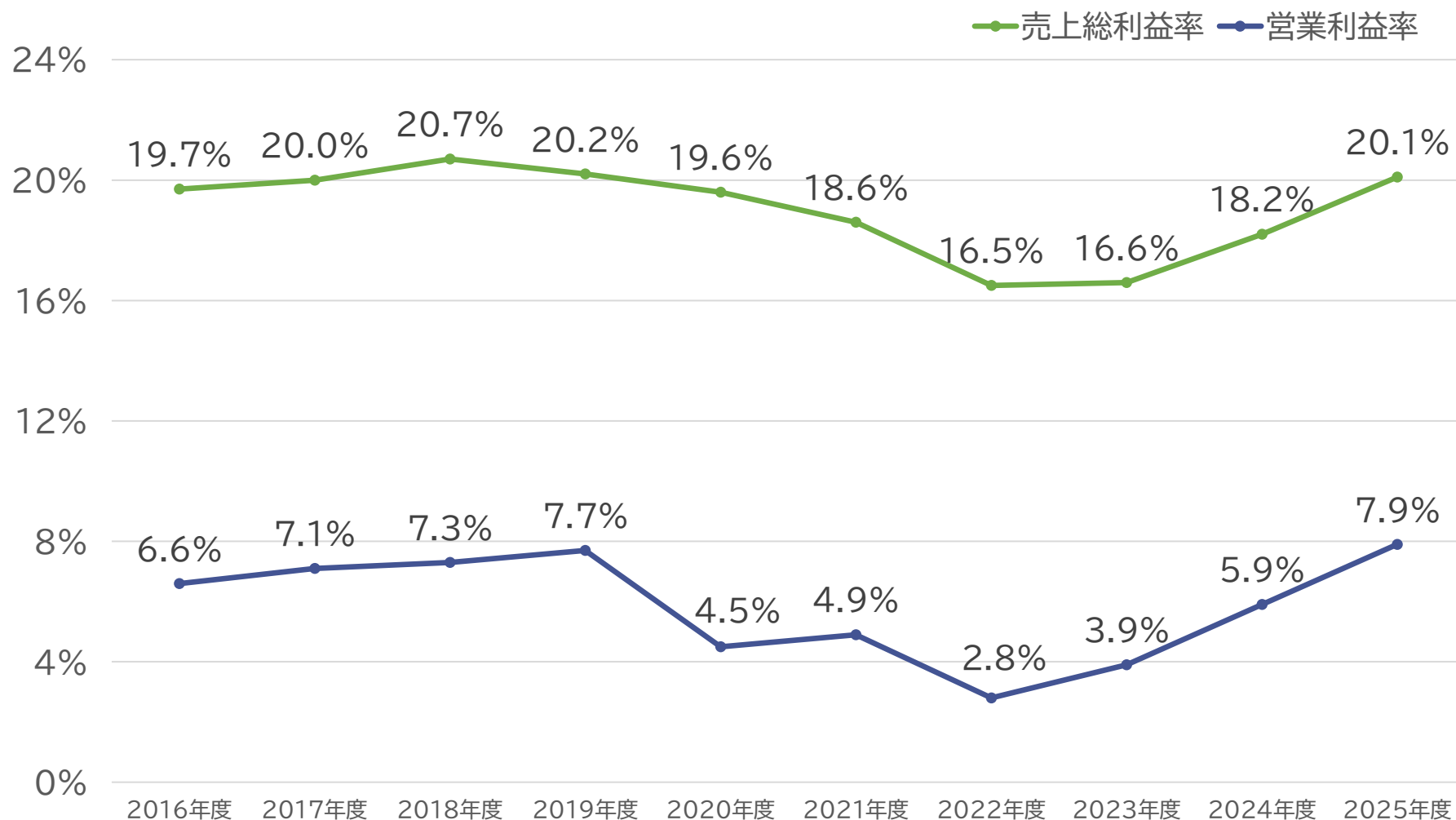
# 四半期別 市場分野別 売上高

| (百万円)      | 2025年度 |        |        |        | 2026年度 |        |    |    |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|
|            | 1Q     | 2Q     | 3Q     | 4Q     | 1Q     | 2Q     | 3Q | 4Q |
| 専門店市場      | 8,998  | 12,059 | 13,031 | 10,267 | 8,468  | 11,687 |    |    |
| 百貨店・量販店市場  | 1,058  | 759    | 1,089  | 1,082  | 1,476  | 483    |    |    |
| 複合商業施設市場   | 4,723  | 4,538  | 3,741  | 5,014  | 3,684  | 3,084  |    |    |
| 広報・販売促進市場  | 4,073  | 3,445  | 5,846  | 3,845  | 3,444  | 4,818  |    |    |
| 博物館・美術館市場  | 2,189  | 2,116  | 2,399  | 2,927  | 2,324  | 2,043  |    |    |
| 余暇施設市場     | 3,625  | 7,867  | 4,409  | 8,680  | 8,066  | 6,037  |    |    |
| 博覧会・イベント市場 | 8,744  | 2,093  | 2,844  | 1,133  | 652    | 992    |    |    |
| その他市場      | 7,401  | 6,838  | 7,318  | 8,511  | 7,617  | 8,440  |    |    |
| 合 計        | 40,815 | 39,719 | 40,681 | 41,462 | 35,734 | 37,587 |    |    |

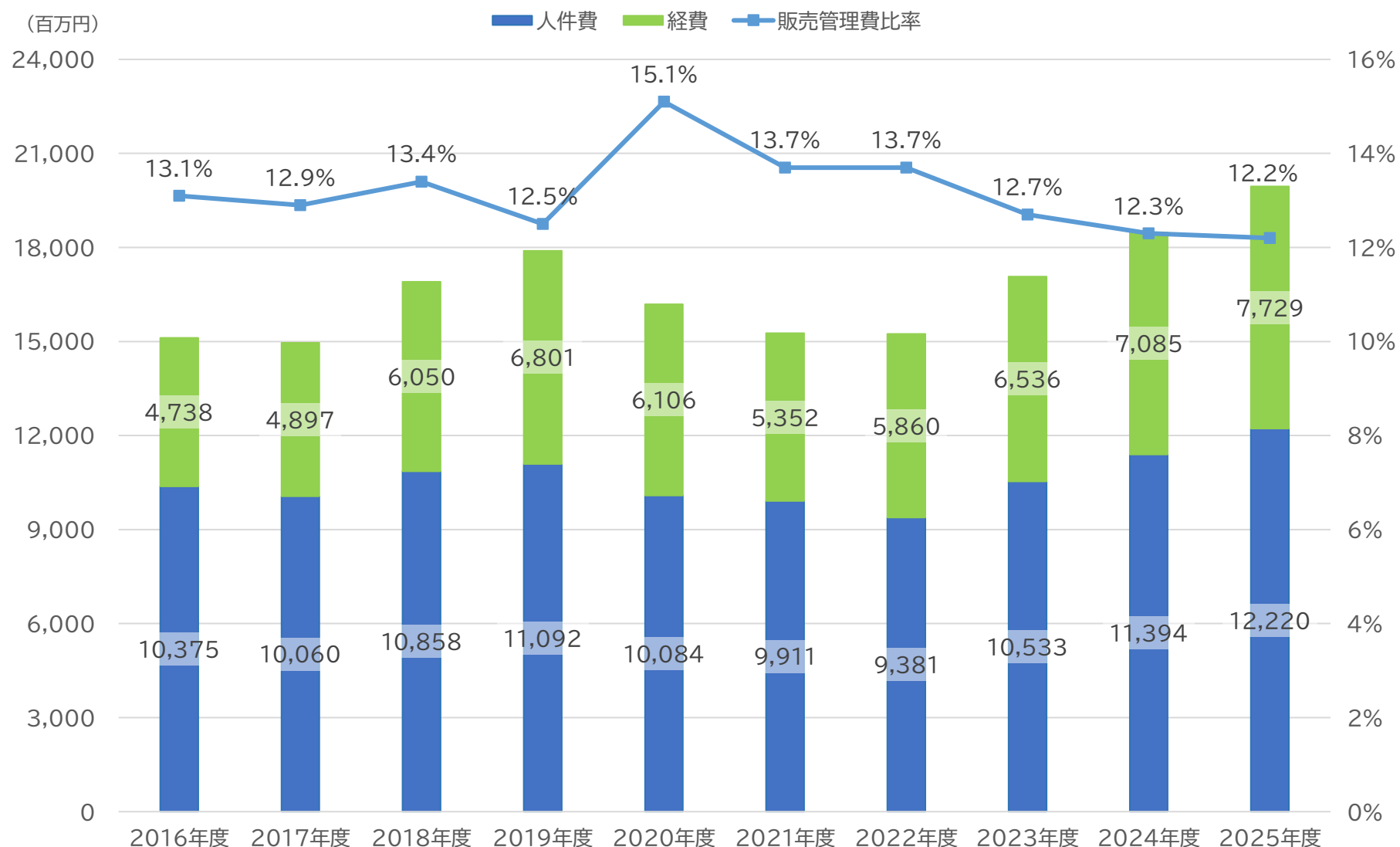
# 【10力年推移】通期業績



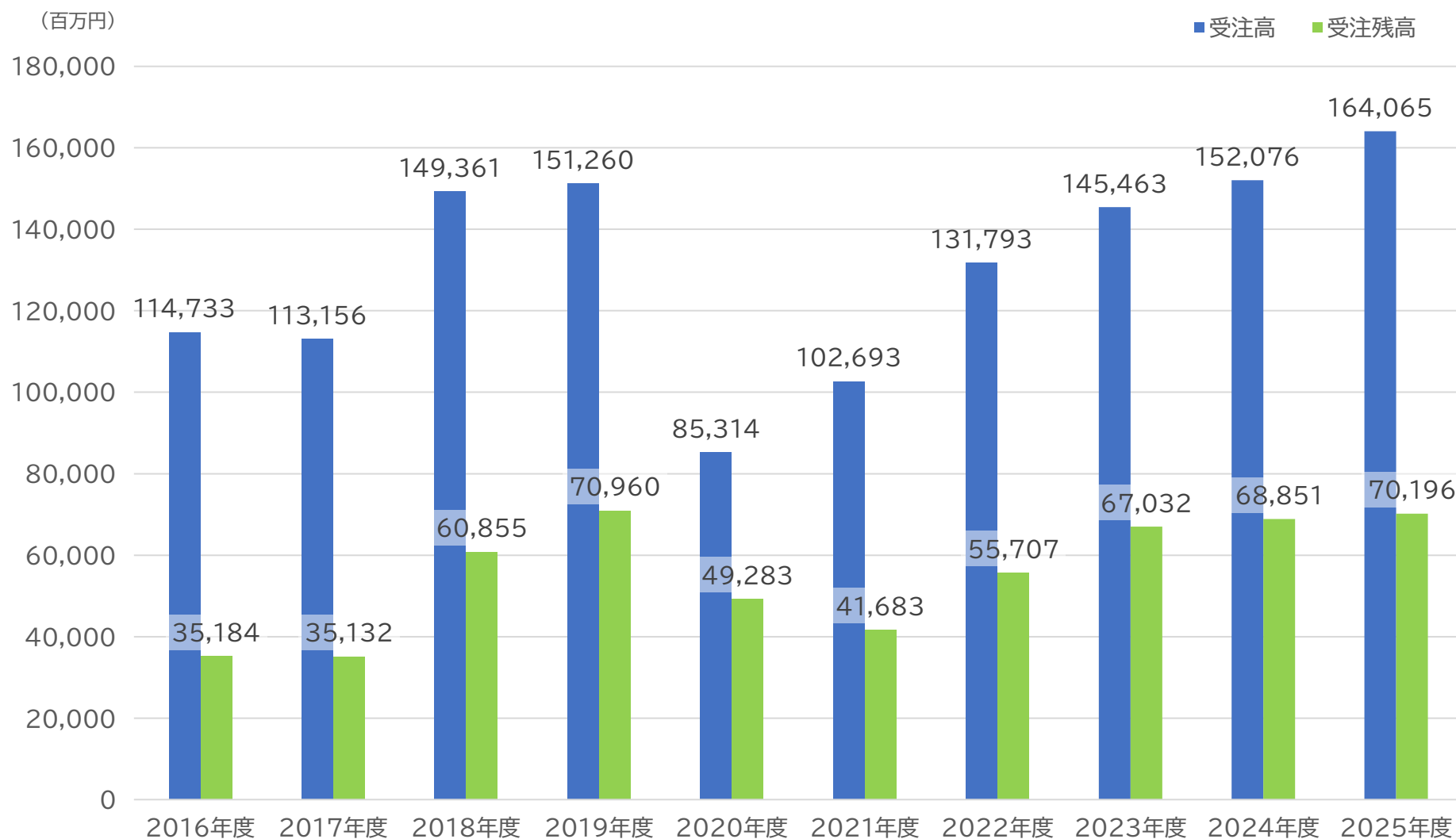
# 【10カ年推移】売上総利益率・営業利益率



# 【10年推移】販売管理費・販売管理費比率

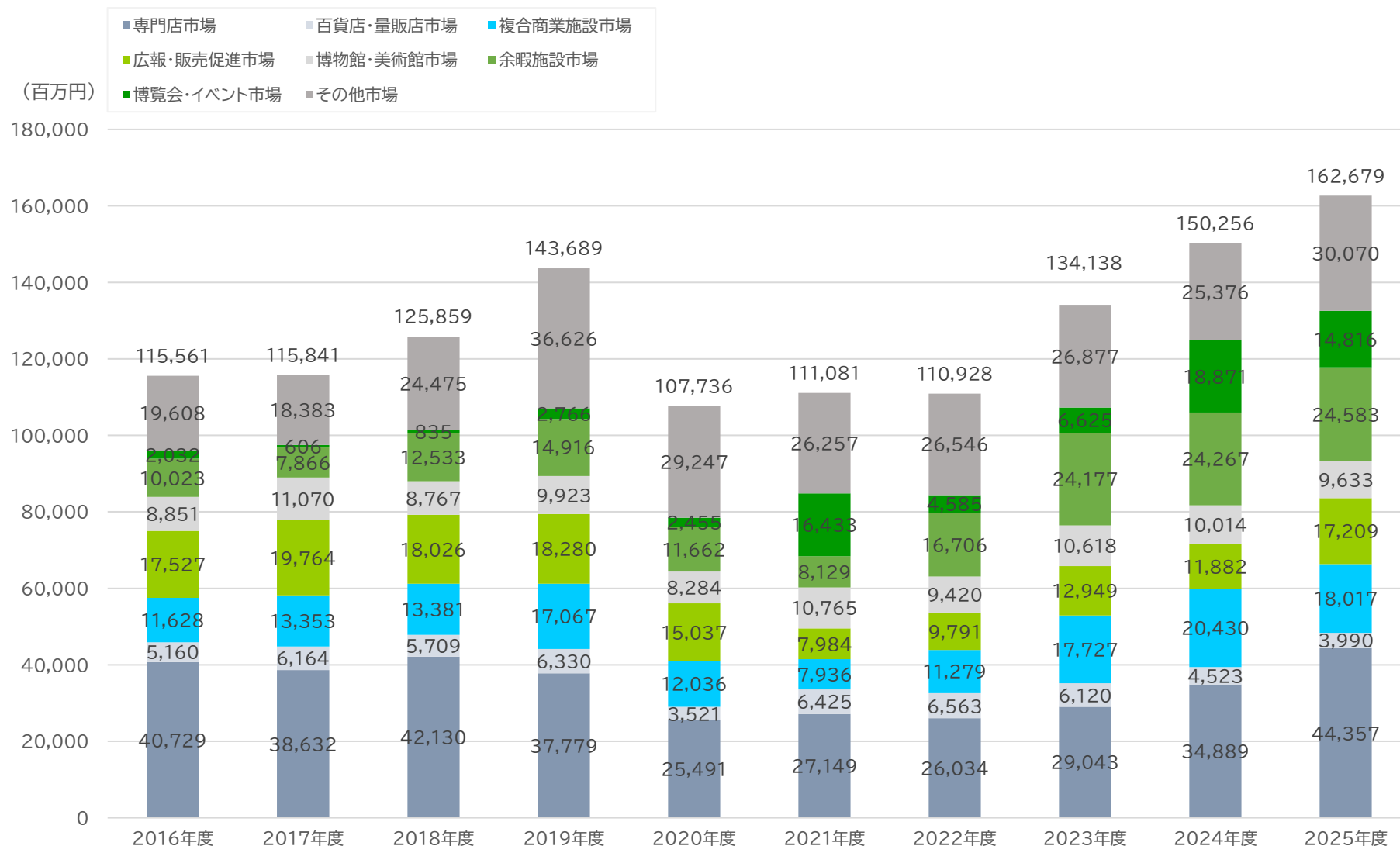


# 【10力年推移】受注高・受注残高

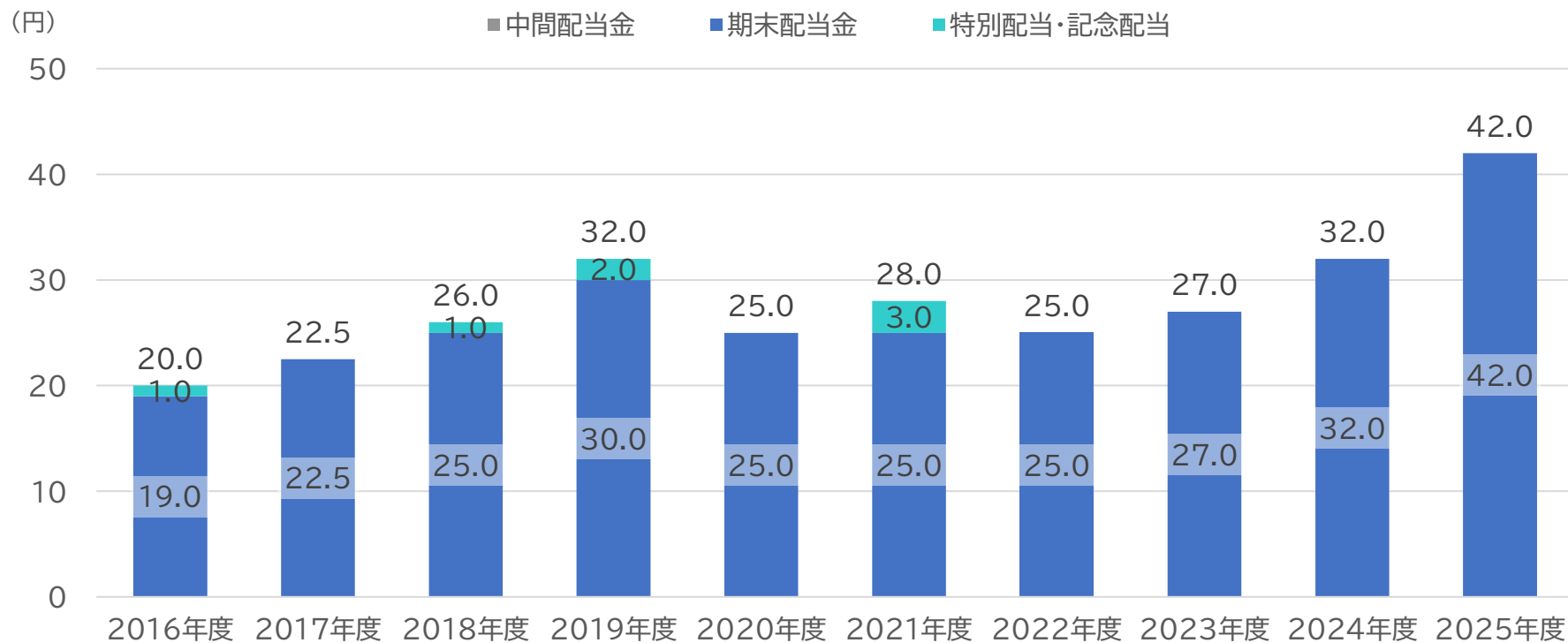


(注) 飲食・物販は受注概念が異なるため、含めていません。

# 【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

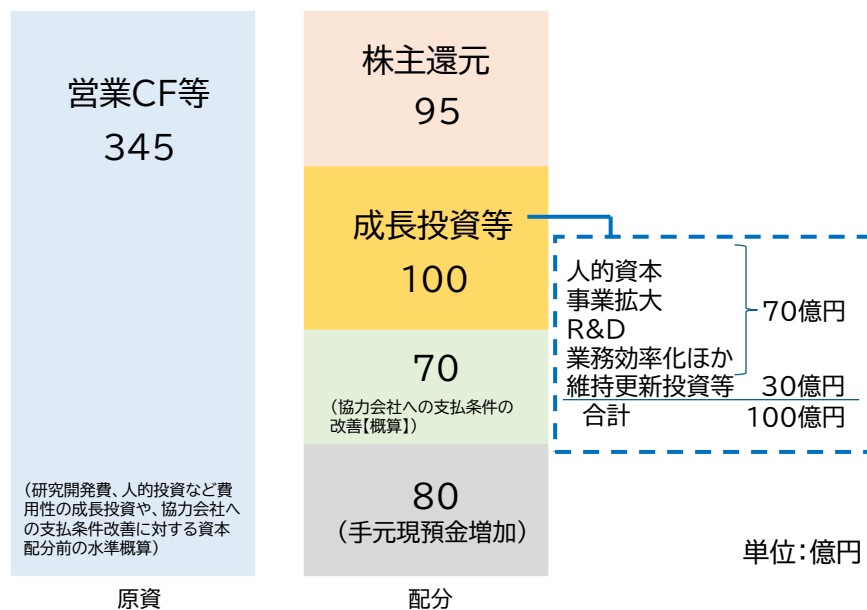


|       |        |          |          |          |          |          |          |          |        |          |
|-------|--------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------|----------|
| 配当性向  | 44.0%  | 44.4%    | 42.9%    | 45.7%    | 90.6%    | 78.2%    | 124.9%   | 77.9%    | 52.8%  | 51.3%    |
| DOE   | 6.7%   | 6.7%     | 7.0%     | 7.8%     | 5.8%     | 6.5%     | 5.7%     | 6.1%     | 6.8%   | 8.1%     |
| 株価最高値 | 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 | 990.0円 | 1,466.0円 |
| 株価最安値 | 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   | 738.0円 | 704.0円   |

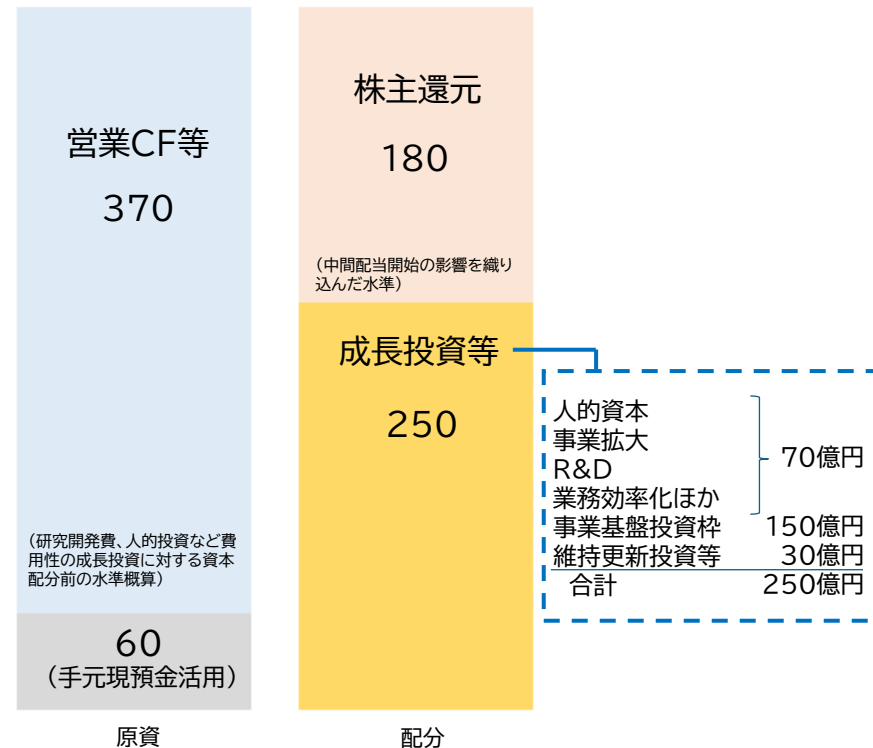
# 【キャピタルアロケーション】

- 短期的、そして中長期の視点から、成長投資を優先的に行う
- 手元現預金は月商の2か月分程度を確保し、引続き株主還元を積極的に行う

## 中期経営方針2023-2025



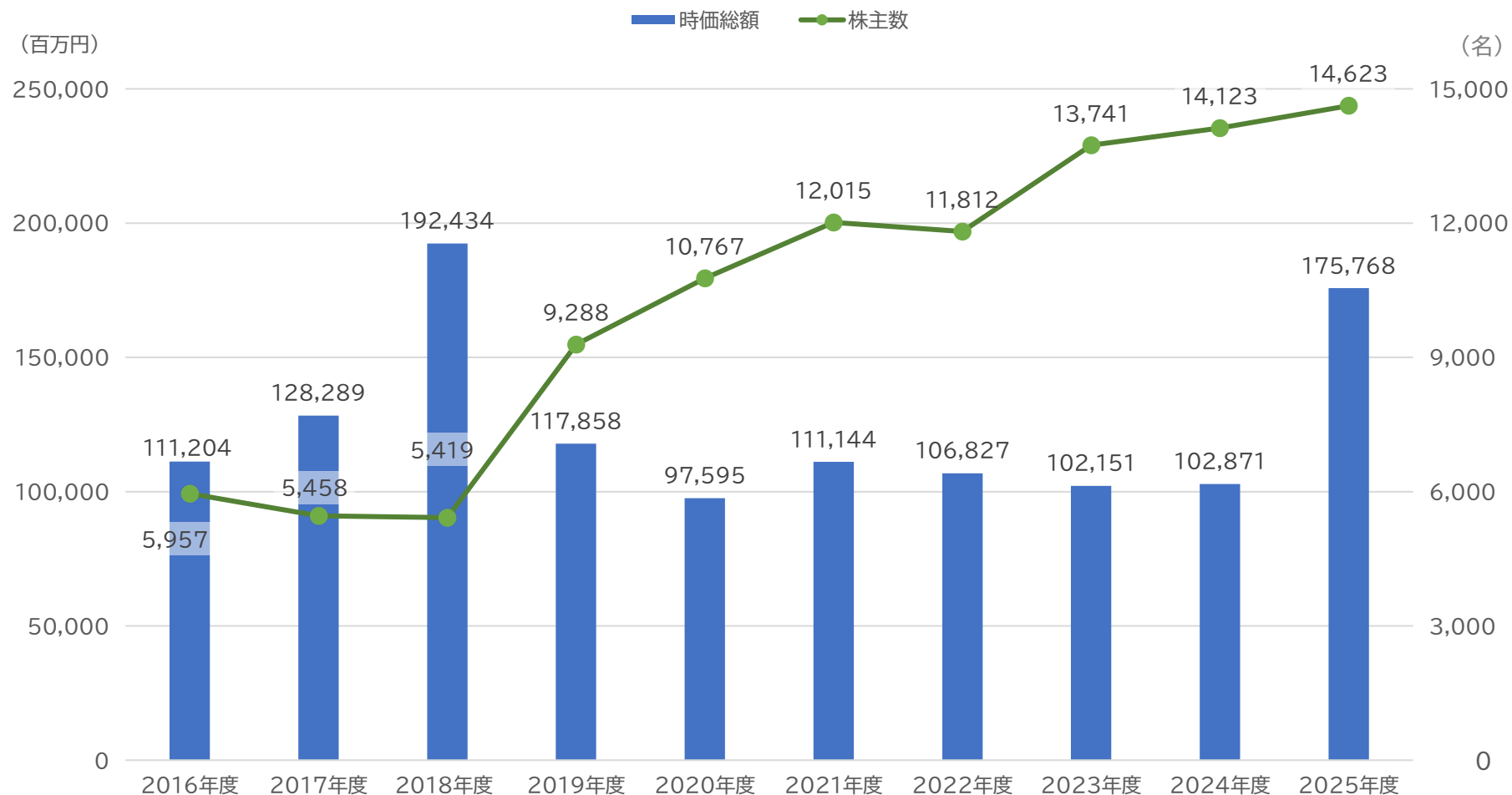
## 中期経営計画2026-2028



# 【株式情報】時価総額と株主数の推移

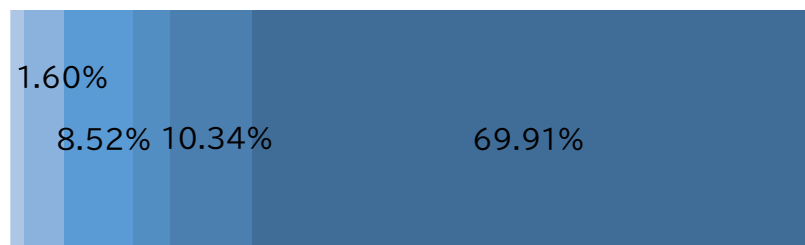
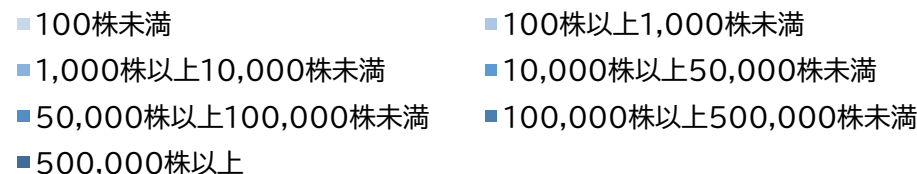
※1 2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。

※2 各年度末における時価総額、株主数



# 【株式情報】株主構成(2026年8月末日現在)

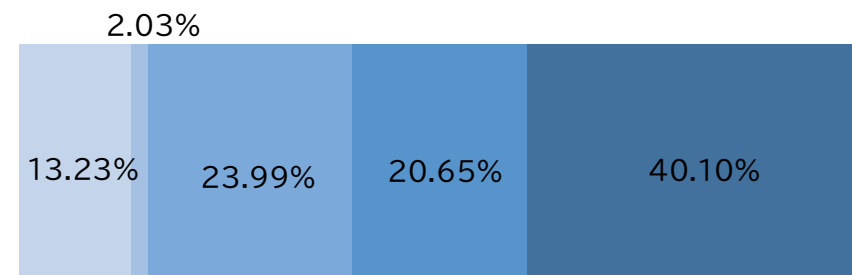
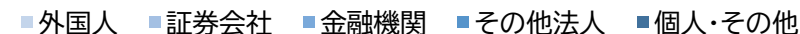
## ■ 所有株数別株式の分布状況



0.02% 5.08% 4.53%

|                      |         |              |
|----------------------|---------|--------------|
| 100株未満               | 3,615名  | 26,090株      |
| 100株以上1,000株未満       | 8,659名  | 1,919,549株   |
| 1,000株以上10,000株未満    | 2,228名  | 6,091,423株   |
| 10,000株以上50,000株未満   | 472名    | 10,212,821株  |
| 50,000株以上100,000株未満  | 81名     | 5,432,759株   |
| 100,000株以上500,000株未満 | 66名     | 12,397,731株  |
| 500,000株以上           | 32名     | 83,816,215株  |
|                      | 15,153名 | 119,896,588株 |

## ■ 所有者別株式の分布状況



|        |         |              |
|--------|---------|--------------|
| 外国人    | 229名    | 15,859,936株  |
| 証券会社   | 29名     | 2,438,672株   |
| 金融機関   | 26名     | 28,758,080株  |
| その他法人  | 173名    | 24,784,336株  |
| 個人・その他 | 14,696名 | 48,075,564株  |
|        | 15,153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 1,626億79百万円(2025年度)

従 業 員 数 (2026年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,742名(契約社員含む)  
連結2,154名(正社員) 単体1,587名(正社員)

国内拠点・海外拠点 (2026年8月31日現在)



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

**NOMURA**  
**ARCHS**  
株式会社ノムラークス

**NOMURA**  
**medias**  
株式会社ノムラメディアス

**C's・3**  
株式会社シーズ・スリー

  
株式会社六耀社

**B | NOMURA**  
乃村工芸建築装飾(北京)有限公司

**B | NOMURA**  
**D&E SINGAPORE PTE. LTD.**  
NOMURA Design & Engineering  
Singapore Pte. Ltd.

**NOMURA D&E**  
**MALAYSIA SDN. BHD.**  
NOMURA Design & Engineering  
Malaysia SDN. BHD.



# 乃村工藝社の歴史

## 昔も今も、人々の歓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、当時の人々に歓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。



# 乃村工藝社グループの価値創造モデル

当社グループは、134年で培った「経験値」、「個の力」、「総合力・組織力」を強みに、構想から企画、デザイン・設計、制作・施工、運営・活性まで一貫して関わるビジネスモデルにより、多種多様な市場分野の空間創造のあらゆるシーンで年間約13,000件のプロジェクトを推進しています。

これらの活動は、お客さまの事業価値向上、協力会社との共存共栄、地域活性化、環境負荷低減を生み出します。空間を「つくって終わり」とせず環境変化に対応し続けることで体験価値・ブランド価値を高め、蓄積した経営資源の再投資により、社会価値と企業価値を両立する持続的な価値創造の循環モデルを構築しています。

価値創造を支える資源

## INPUT

### 人的資本

クリエイティビティを発揮する集団  
乃村工藝社グループ  
全従業員数2,742人  
※2025年度末時点  
※契約社員含む

### 社会・関係資本

強固なネットワーク  
主要および中核協力会社550社  
お取引顧客数2,880社

### 知的資本

進化し続ける乃村のものづくりノウハウ  
年間受託プロジェクト数  
12,977件  
※2025年度末時点  
※業態の異なる一部グループ会社を除く

### 財務資本

健全で強固な財務体質  
純資産620億円  
※2025年度末時点

ノムラの事業活動

## BUSINESS ACTIVITIES

環境変化・社会課題



アウトプット

## OUTPUT

多種多様な市場分野における空間創造のあらゆるシーンを担う



アウトカム

## OUTCOME

### 社会価値

お客さま  
(エンドユーザー/クライアント)  
体験価値・満足度向上、  
ブランド価値・事業価値の向上

### 協力会社

既存の取引関係や  
企業規模等を超えた連携により、  
持続可能な共存共栄を実現

### 環境・地域社会

都市・地域活性化と  
環境負荷低減を両立し、  
持続可能な社会の実現に貢献

### 事業価値

#### 財務目標 (2028年度)

売上高 1,900億円以上  
営業利益 161億円以上  
営業利益率 8.5%以上  
資本効率 ROE16.5%以上

#### 株主還元

DOE7%以上または  
配当性向50%以上の  
いずれか高い配当額

再投資

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

空間創造によって  
人々に「飲びと感動」を届ける

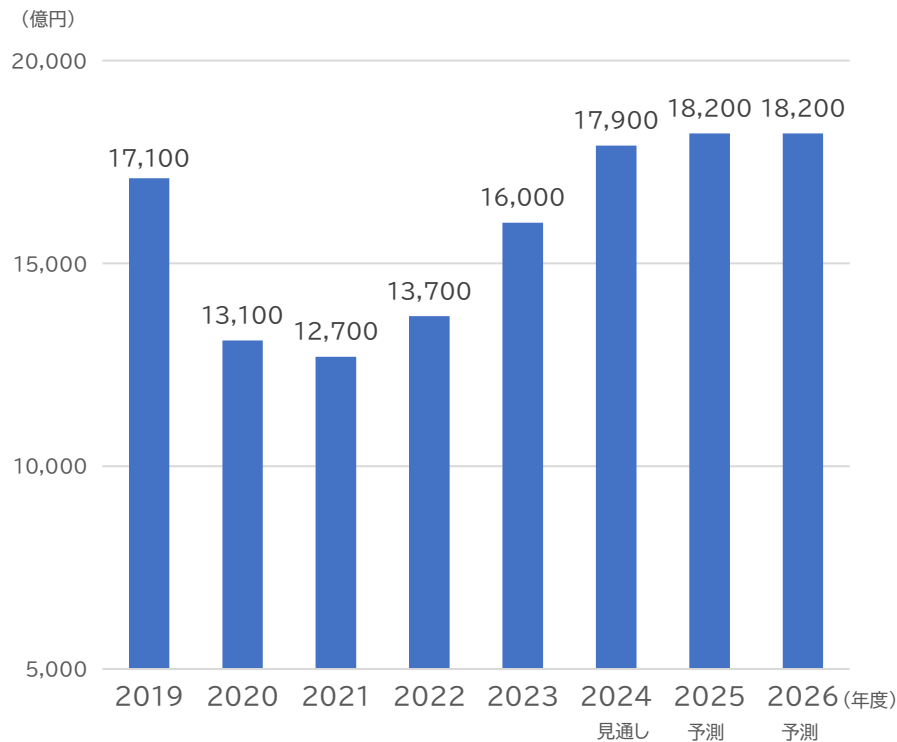
## ディスプレイ業界のリーディングカンパニー

※ディスプレイ業界とは  
商業施設やイベント、テーマパーク、ミュージアム、オフィスなどの内装・展示に関する  
デザインや施工を行う業界

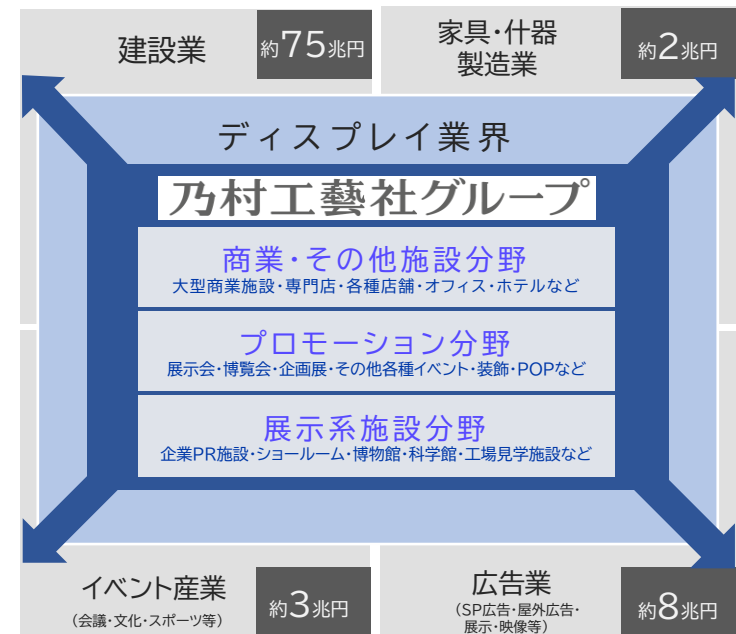


## 業界の成長と新領域への挑戦により 事業の更なる拡大を目指す

### ディスプレイ業界の市場規模



### 新領域への挑戦



# ディスプレイ業界の市場シェア

## 20年以上にわたり業界を牽引

【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】

| 2005年度     |              |         |        | 2015年度     |                |         |        | 2025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        | 79,178  | 13.1%  | 1          | 乃村工藝社          | 108,340 | 14.5%  | 1          | 乃村工藝社        | 162,679   | 15.9%  |
| 2          | 丹青社          | 62,547  | 10.3%  | 2          | 丹青社            | 67,612  | 9.0%   | 2          | 丹青社          | 107,222   | 10.5%  |
| 3          | エイムクリエイツ     | 37,415  | 6.2%   | 3          | スペース           | 51,371  | 6.9%   | 3          | スペース         | 71,511    | 7.0%   |
| 4          | スペース         | 31,903  | 5.3%   | 4          | J.フロント建装       | 38,714  | 5.2%   | 4          | 三井デザインテック    | 65,739    | 6.4%   |
| 5          | 大丸装工         | 28,572  | 4.7%   | 5          | 三越伊勢丹プロパティデザイン | 34,138  | 4.6%   | 5          | ラックランド       | 56,574    | 5.5%   |
| 6          | 船場           | 27,608  | 4.6%   | 6          | ジーク            | 33,446  | 4.5%   | 6          | シミズオクト       | 46,602    | 4.6%   |
| 7          | ゼニヤ          | 26,376  | 4.4%   | 7          | シミズオクト         | 31,022  | 4.1%   | 7          | J.フロント建装     | 40,403    | 3.9%   |
| 8          | 高島屋スペースクリエイツ | 25,396  | 4.2%   | 8          | 三井デザインテック      | 30,985  | 4.1%   | 8          | 高島屋スペースクリエイツ | 37,649    | 3.7%   |
| 9          | パルコスペースシステムズ | 21,985  | 3.6%   | 9          | 船場             | 30,732  | 4.1%   | 9          | 船場           | 32,831    | 3.2%   |
| 10         | 吉忠マネキン       | 21,782  | 3.6%   | 10         | 高島屋スペースクリエイツ   | 30,250  | 4.0%   | 10         | パルコスペースシステムズ | 31,479    | 3.1%   |
| 上位30社の売上合計 |              | 606,030 | 100.0% | 上位30社の売上合計 |                | 748,282 | 100.0% | 上位30社の売上合計 |              | 1,023,262 | 100.0% |

※ 上記は当社集計による数値です。

## 多種多様な空間づくりにおける全ての工程に対応

あらゆるシーンに対応  
(業界トップの業務範囲の広さ)



あらゆる市場分野における空間づくり  
(業界トップの市場領域の広さ)

専門店



百貨店・量販店



複合商業施設



博物館・美術館



広報・販売促進



余暇施設



博覧会・イベント



その他



# 数字でみる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



お客様と共に築きあげられた信頼関係

年間お取引顧客数

2,880 社

継続顧客の売上比率

93.8 %

年間プロジェクト数

12,977 件

### 2 個の力



企画・デザインによる差別化、高品質を実現する制作力

プランナー・デザイナー

620 名

制作管理

610 名

デザインアワード受賞数

111

一級建築士

135 名

一級建築施工管理技士

309 名

### 3 総合力・組織力



大型プロジェクトに対応できる生産体制

国内拠点

11 都市

海外拠点

8 都市

連結子会社

7 社

協力社

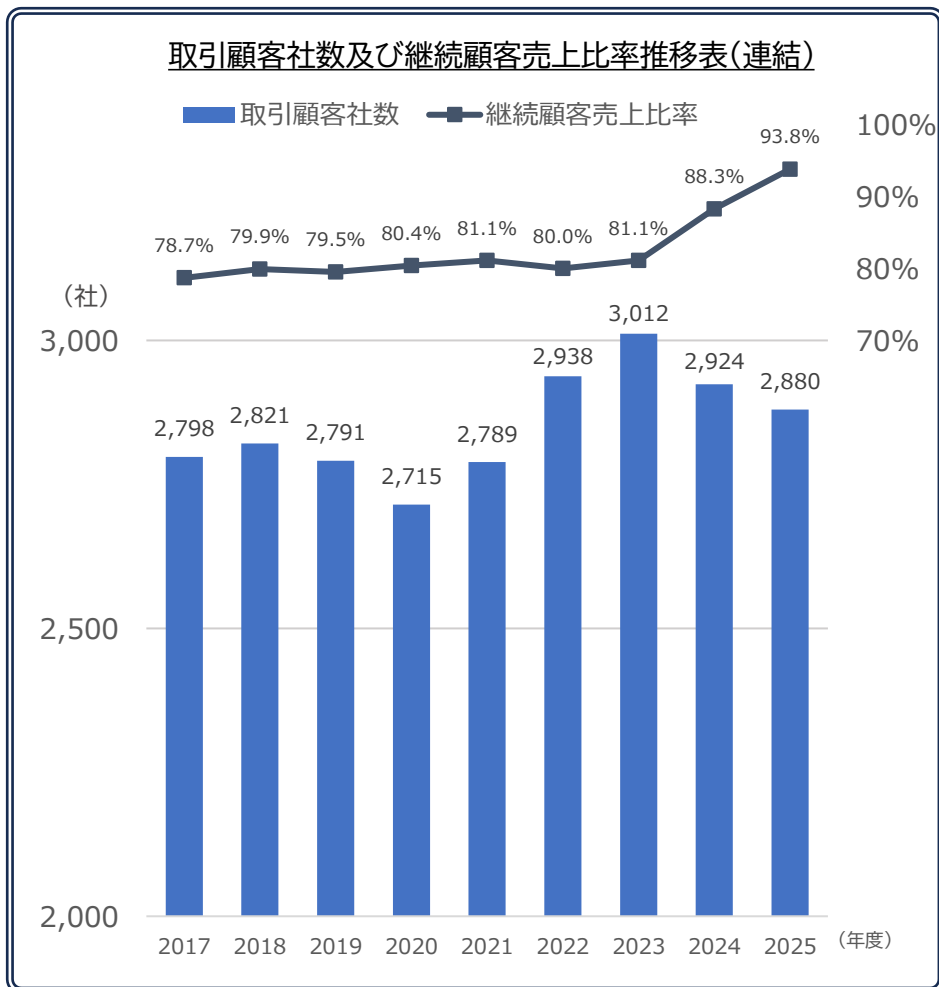
550 社以上

# 1. 経験値

お客様と共に築きあげられた信頼関係

多岐にわたる業界の主要企業とのパートナーシップ

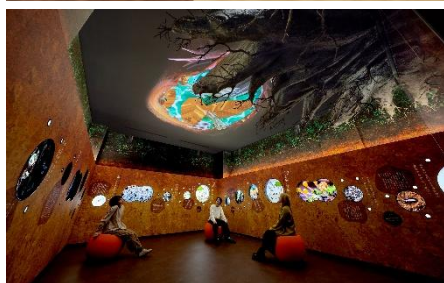
| 市場区分     | 主要取引先                                           |
|----------|-------------------------------------------------|
| 専門店      | 大手アパレルブランド、大手モバイルブランド、海外ブランド、スポーツブランド等          |
| 百貨店・量販店  | 大手百貨店チェーン、大手量販店等                                |
| 複合商業施設   | 電鉄会社、ゼネコン、デベロッパー等                               |
| 広報・販売促進  | 総合広告代理店、大手ゲーム・エンターテインメント企業、大手自動車メーカー、大手ハウスメーカー等 |
| 博物館・美術館  | 中央省庁、各地方自治体等                                    |
| 余暇施設     | 大手ホテル・リゾート運営会社、大手アミューズメント企業、電鉄会社、ゼネコン、デベロッパー等   |
| 博覧会・イベント | 中央省庁、各地方自治体等                                    |
| その他      | 空港、学校、業界大手企業等                                   |



## 2. 個の力

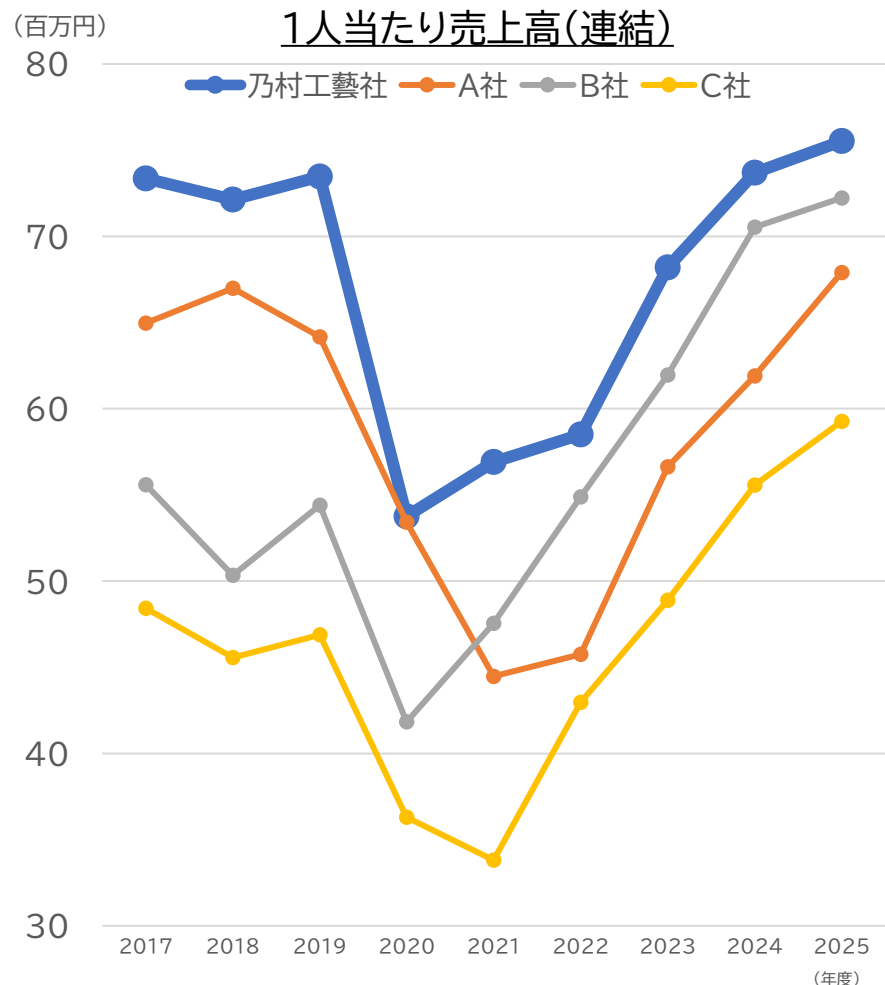
企画・デザインによる差別化、高品質を実現する制作力

1人当たり売上高は業界トップクラス



千葉市動物公園 動物科学館  
－生命の森 熱帯雨林 Wonder of Rainforest －

「日本空間デザイン賞 2025」LongList / ヤングタレント賞  
「第59回日本サインデザイン賞」銅賞



### 3. 総合力・組織力

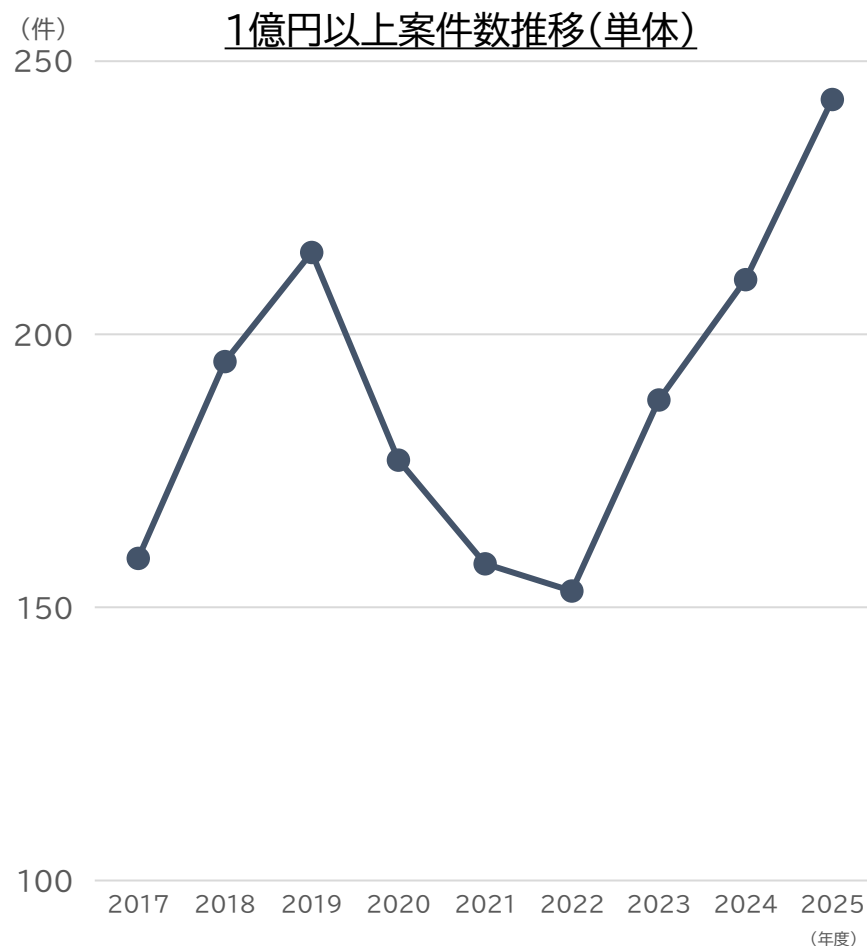
大型プロジェクトに対応できる生産体制

1億円以上の案件数は過去最高を更新



リーガロイヤルホテル大阪 ヴィニエツト コレクション

撮影:ナカサアンドパートナーズ



# 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  
経営管理室  
(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。