



2023年度 決算説明資料

2024年4月11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 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

- ▶ 商業施設分野および余暇施設市場等において大型プロジェクトを多数手掛けたことにより、前期に比べ大幅な増収となった。
- ▶ 売上高の増加にともない売上総利益が増加、営業利益は前期に比べ大幅な増益となった。

(百万円)	2022年度		2023年度			
	実績	構成比	実績	構成比	前期比	
売上高	110,928	100.0%	134,138	100.0%	+23,209	+20.9%
売上総利益	18,355	16.5%	22,283	16.6%	+3,928	+21.4% (+0.1P)
営業利益	3,113	2.8%	5,213	3.9%	+2,099	+67.4% (+1.1P)
経常利益	3,246	2.9%	5,373	4.0%	+2,126	+65.5% (+1.1P)
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,229	2.0%	3,862	2.9%	+1,632	+73.2% (+0.9P)

■ 売上高・売上総利益

(百万円)	2022年度		2023年度		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
売上高	110,928	100.0%	134,138	100.0%	+23,209	+20.9%
売上総利益	18,355	16.5%	22,283	16.6%	+3,928	+21.4%

- ▶ 売上高は、各市場で需要が増加しており、特に都市再開発・駅ビル案件が進捗した複合商業施設市場やインバウンド需要の伸長にともなう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等により、前期に比べ20.9%の増収となった。
- ▶ 売上高増加ともない売上総利益は、前期に比べ21.4%の増益となった。

■ 販売管理費

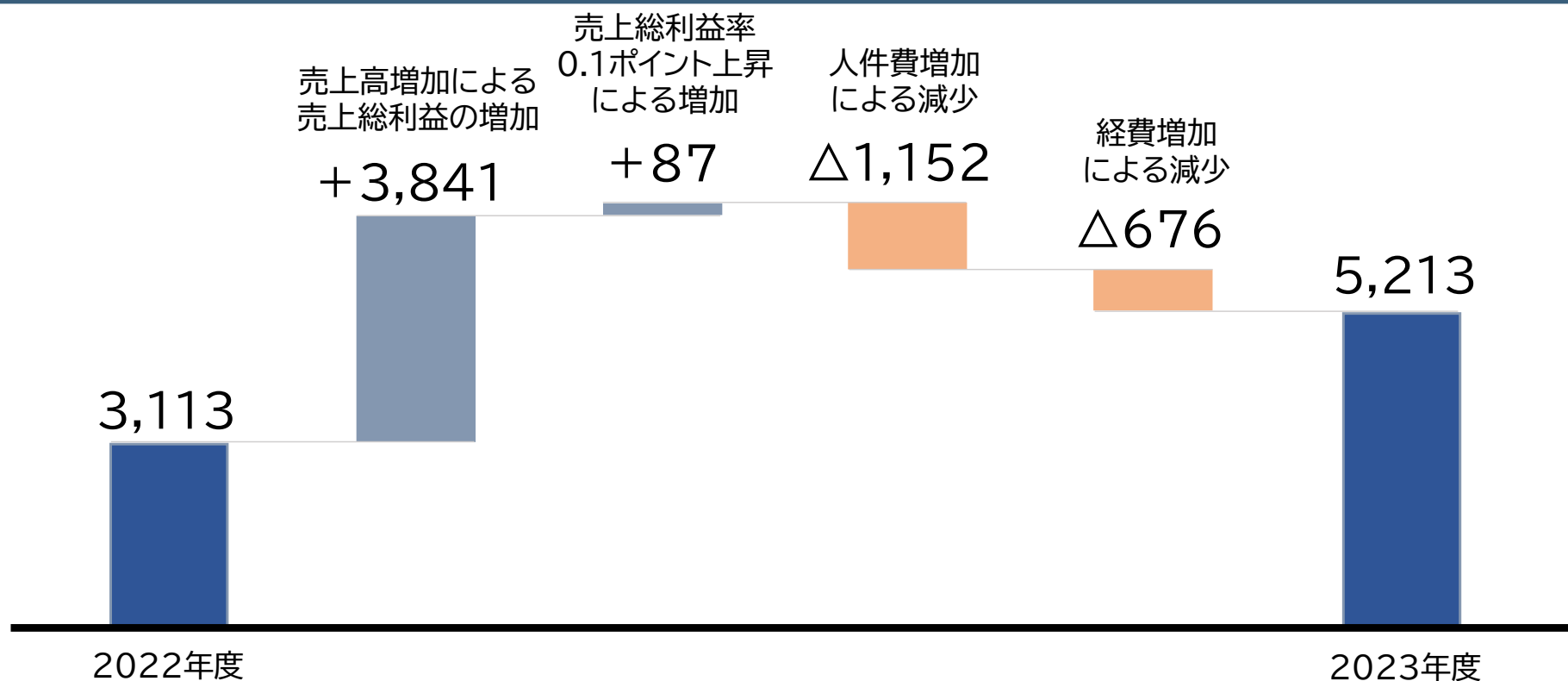
(百万円)	2022年度		2023年度		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
人件費	9,381	8.5%	10,533	7.9%	+1,152	+12.3%
経費	5,860	5.3%	6,536	4.9%	+676	+11.5%
販売管理費 計	15,241	13.7%	17,070	12.7%	+1,828	+12.0%

- 人員増加および処遇改善等により人件費が増加、また需要拡大にともなう営業活動費用の増加や成長投資に資するシステム関連費用、採用費用など経費が増加したことにより、販売管理費は前期に比べ12.0%増加した。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

▶ 売上総利益の増加が、販売管理費の増加をのみ込み、前期に比べ67.4%の増益となった。

(百万円)	2022年度		2023年度		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業利益	3,113	2.8%	5,213	3.9%	+2,099	+67.4%



■ 経常利益・四半期純利益

(百万円)	2022年度		2023年度		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
営業外損益	133	0.1%	160	0.1%	+27	+20.4%
経常利益	3,246	2.9%	5,373	4.0%	+2,126	+65.5%
特別損益	△ 6	△0.0%	47	0.0%	+53	-
税引前当期純利益	3,240	2.9%	5,421	4.0%	+2,180	+67.3%
法人税等	1,011	0.9%	1,558	1.1%	+547	+54.2%
当期純利益	2,229	2.0%	3,862	2.9%	+1,632	+73.2%

- 特別損益は、投資有価証券の売却益等により、前期に比べ53百万円増加した。
- 当期純利益は、経常利益の増加にともない、前期に比べ73.2%の増益となった。

■ 市場分野別の売上高

- ▶ 商業施設分野では、首都圏の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、飲食店舗等の新装・改装が増加した専門店市場が増収となった。
- ▶ 企業PR施設、ショールームの大型案件が進捗したことや大型の展示会が開催された広報・販売促進市場、インバウンド需要の回復にともなう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収となった。

(百万円)	2022年度		売上高 総利益率	2023年度		売上高 総利益率
	金額	前期比		金額	前期比	
専門店市場	26,034	△4.1%	↓14.5%	29,043	+11.6%	↑16.2%
百貨店・量販店市場	6,563	+2.1%	↓20.3%	6,120	△6.7%	↓19.3%
複合商業施設市場	11,279	+42.1%	↓16.1%	17,727	+57.2%	↑16.4%
広報・販売促進市場	9,791	+22.6%	↓20.5%	12,949	+32.2%	↑21.3%
博物館・美術館市場	9,420	△12.5%	↓20.8%	10,618	+12.7%	↓18.4%
余暇施設市場	16,706	+105.5%	↓14.8%	24,177	+44.7%	↓12.8%
博覧会・イベント市場	4,585	△72.1%	↓18.1%	6,625	+44.5%	↑21.1%
その他市場	26,546	+1.1%	↓15.6%	26,877	+1.2%	↑15.9%
合計	110,928	△0.1%	↓16.5%	134,138	+20.9%	↑16.6%

■ 市場分野別の受注高・受注残高

- ▶ 受注高は、前期に大型案件の受注があった広報・販売促進市場、その他市場等が減少したが、海外ブランドやアパレル店舗、スポーツ用品店舗、モバイル関連店舗などの大型案件を受注した専門店市場、首都圏の大型駅前再開発案件を受注した複合商業施設市場、科学館等の大型案件を複数受注した博物館・美術館市場、大阪・関西万博案件を受注した博覧会・イベント市場などが増加したため、前期に比べ10.4%の増加となった。
- ▶ 受注残高は、大型案件を受注した複合商業施設市場、博物館・美術館市場などが増加、大阪・関西万博案件を含む博覧会・イベント市場も増加し、前期に比べ20.3%の増加となった。

(百万円)	2022年度		2023年度		受注高 前期比	受注残高 前期比
	受注高	受注残高	受注高	受注残高		
専門店市場	27,319	6,779	30,874	8,610	+13.0%	+27.0%
百貨店・量販店市場	6,922	1,183	5,890	953	△14.9%	△19.4%
複合商業施設市場	17,477	8,860	23,876	15,009	+36.6%	+69.4%
広報・販売促進市場	13,427	5,288	10,380	2,719	△22.7%	△48.6%
博物館・美術館市場	7,663	3,307	13,145	5,833	+71.5%	+76.4%
余暇施設市場	24,985	20,014	23,266	19,104	△6.9%	△4.6%
博覧会・イベント市場	5,001	755	10,911	5,041	+118.2%	+567.5%
その他市場	28,996	9,518	27,118	9,760	△6.5%	+2.5%
合 計	131,793	55,707	145,463	67,032	+10.4%	+20.3%

■ 2024年度 通期業績見通し

- ▶ 2024年度業績予想は、需要回復および今後控える大型プロジェクトに着実に対応することで増収を計画。
- ▶ 利益面では、業務効率化および収益性の改善により、人的資本投資や処遇改善等を吸収し増益計画。
- ▶ 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 構成比	前期比	通期	対売上高 構成比	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. 2023年度 決算概要
2. 今後の展開について
3. 補足資料 / 会社概要

変化する事業環境に対応した空間づくりを提供

2023-2025 中期経営方針

~2032年

大阪・関西万博

IR構想(統合型リゾート)

観光産業分野

・ホテルや観光施設の需要

スタジアム・アリーナ改革

プロモーション分野

・ライブコンテンツの提供

東京-名古屋リニア

・街づくりの提供

都市再開発の活性化

東京/渋谷

神奈川/横浜

福岡/天神

埼玉/大宮

愛知/名古屋

東京/新宿

北海道/札幌

東京/品川

空間創造・空間活性化

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

中期経営方針
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
計画

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

01

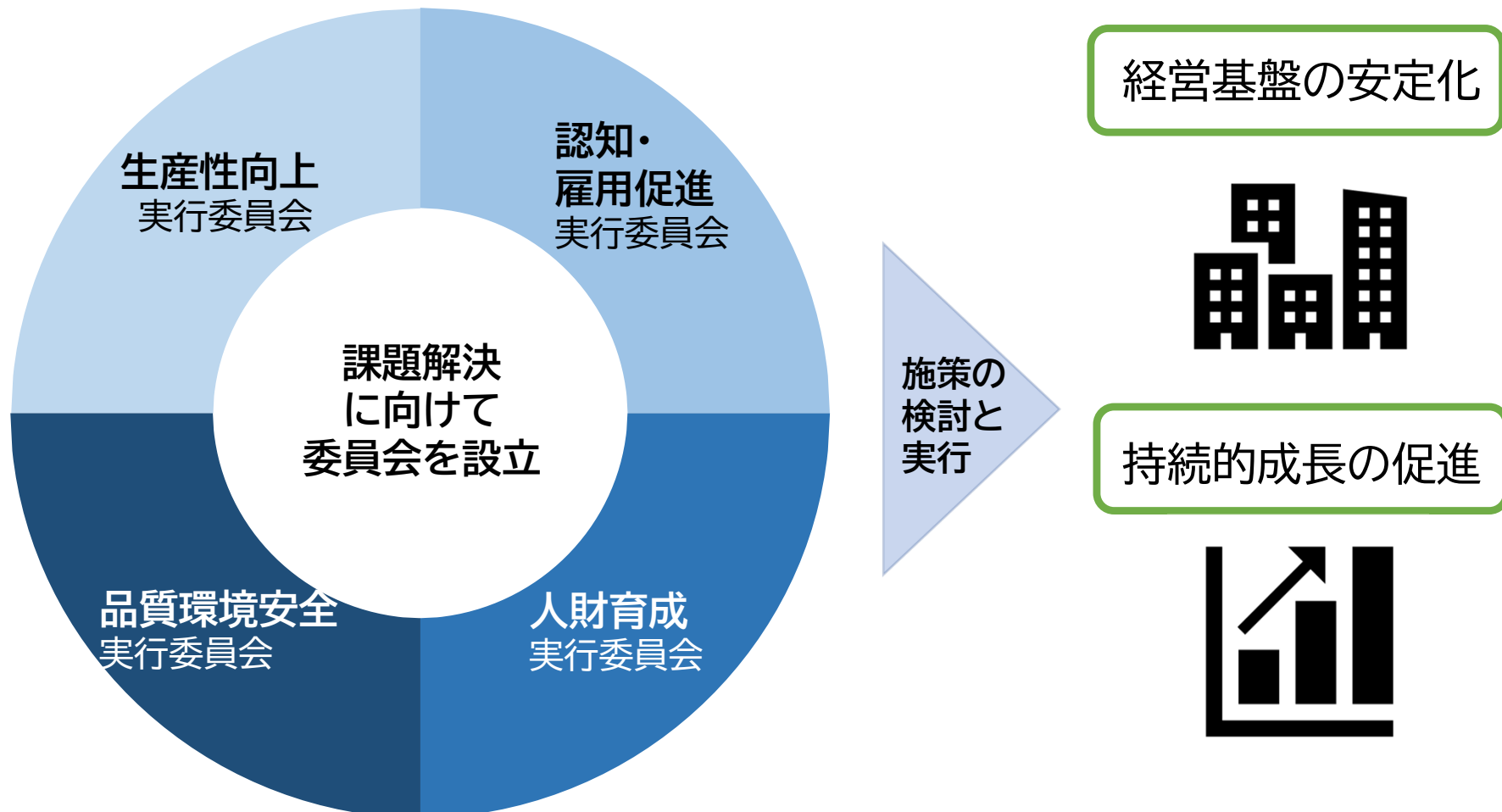
既存事業
の洗練

生産体制サプライチェーンの強化

協力会社との課題の共有と解決

- 協力会社との課題に対し、委員会を設立し解決を図る。

・協力会社との課題解決のプロセス

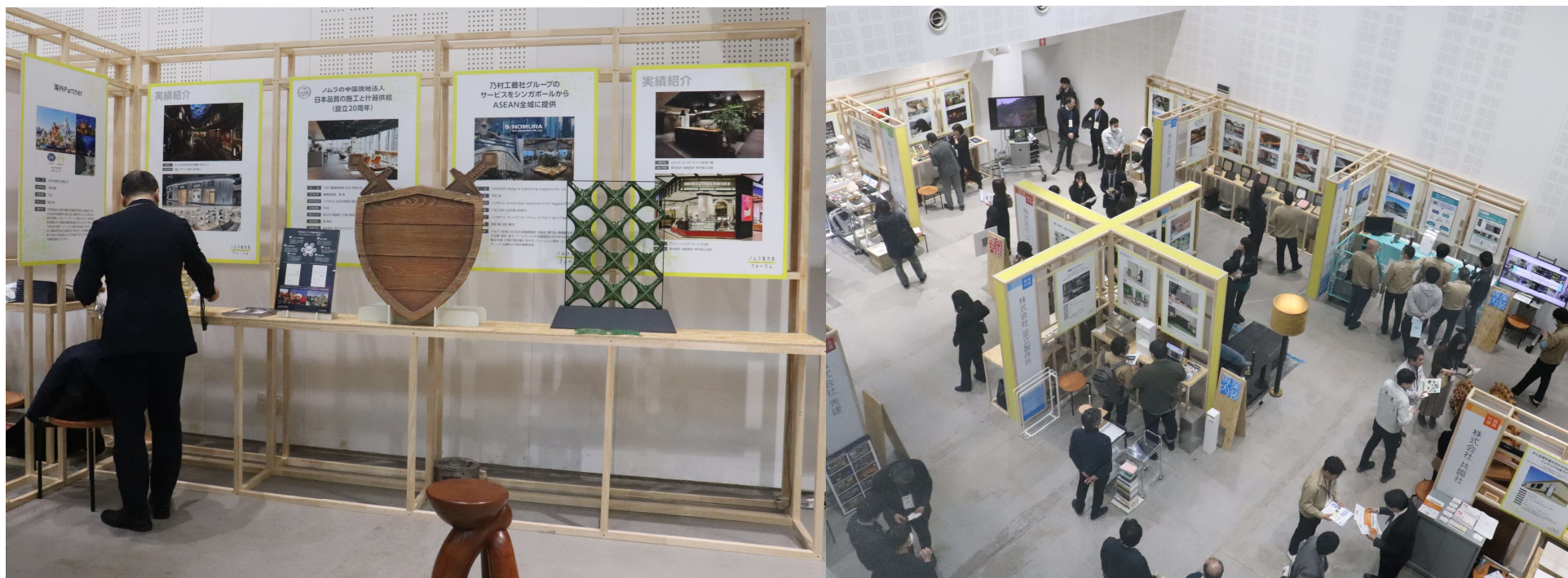


01

既存事業
の洗練

生産体制サプライチェーンの強化

ノムラ協力会フォーラム DISCOVERY PLUS+ 2024



2月19日、20日に当社グループと協力社との関係性強化を目的としたイベント「ノムラ協力会フォーラム“DISCOVERY PLUS+2024”」を開催しました。

本イベントは、あらゆる分野で活躍する協力社が持つ工法・技術・専門性の高いサービスなど様々な商材の実績展示を通して、発見や繋がりを作り、事業の拡大・成長・ビジネスチャンスの創出に寄与していくことを狙いとしています。

2日間で、協力社・当社グループ社員合わせて約1,300名の方々が参加しました。今秋にも、生産・技術支援を目的として開催を予定しております。

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 に挑戦するための基盤構築

小清水町防災拠点型複合庁舎「ワタシノ」



北海道小清水町に2023年5月にグランドオープンした「ワタシノ」は、公民連携で進めた小清水町防災拠点型複合庁舎で、連携企業の1つとして参画しました。役場に併設した複合機能施設としては日本初となる、フェーズフリー※の考え方を導入。地域にひらかれた場としてコミュニティスペース、カフェ、ランドリー、フィットネスジム&スタジオ、ボルダリングウォールが入っており、電気が止まっても稼働できる大型コインランドリーや温泉熱を活用した床暖房設備など防災拠点としても機能しております。

※フェーズフリー：日常時と非常時という2つのフェーズをフリーにする。身のまわりにあるモノやサービスを、日常時はもちろん、非常時にも役立てることができるという考え方。

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

マテリアリティ の着実な実行・高度化

サステナビリティ方針におけるKPIの特定と管理

	マテリアリティ	KPI
1.企業統治	<ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンスの推進、柔軟でスピーディーな経営の実現 	【リスク対策】リスク管理委員会の開催(年4回) 【役員の知見高度化】役員トレーニング年3回以上
2.人権尊重	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な人財の活用・育成による創造力の発揮 ・働きがいのあるライフワークバランスの推進 ・ハラスメントのない安心して働ける環境の実現 	【従業員の多様性】女性管理職比率 10%以上 障がい者雇用率 法定雇用率以上 【ライフワークバランス】育児休暇取得率 男性 30%/女性 100%
3.品質・環境・安全	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライチェーンマネジメントによる商品・サービスの信頼性向上 ・地球・自然・人間環境を豊かにするモノづくり・コづくり ・安全・安心な労働環境の実現 	【品質向上】技術力向上に向けた研修 受講者数 300名以上/年 【環境対策】CO2排出量削減率 (スコープ1+スコープ2) 4.2%減/年
4.社会貢献活動	<ul style="list-style-type: none"> ・地域資産の継承とコミュニティ形成による地域の活性化 ・誰にでも使いやすい空間づくりの実現 ・文化的活動の共創・支援による豊かな感性づくり ・スポーツやウェルネス事業の空間づくりによる健康社会の実現 ・豊かな人間環境を実現するクリエイティブ人財とエンジニアリング人財 ・クリエイティブ発想と技術革新による空間価値の向上 	—

【サステナビリティに向けた主な活動例】

- サステナブルマテリアル ……海洋プラスチックごみの建材化
 歓びと感動学 ……感情のデータ化、ものさし開発

03

社会価値
の提供

ソーシャルグッド活動 による事業拡大

「NOMURA FUTURE INSIGHTS 2023」の開催



NOMURA FUTURE INSIGHTS 2023



トークセッション



ソーシャルグッドマーケット



インクルージョン&アート

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」を2023年11月に開催しました。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し、社会動態の変化、テクノロジーの進化、そして個人の価値観やアイデンティティの変容など、未来の空間にはどのような兆しがあるのか、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。

03

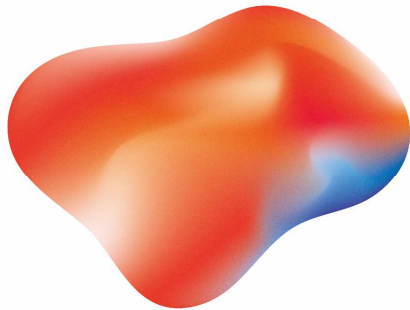
社会価値
の提供

効果的な ブランドコミュニケーション の実施

大阪・関西万博開幕1年前イベント「みらいのはじまり」

2025年日本国際博覧会〔大阪・関西万博〕
開幕1年前企画展

みらいの
はじまり



2024年
4月10日(水) - 4月22日(月)
カフェ営業時間 11:00 - 19:00 ※4月16日(火)定休日

乃村工藝社で保管している多くの万博資料の中からその一部を公開するほか、朝日放送テレビからは1970年当時の懐かしい万博会場での映像などを公開します。

- 主催：株式会社乃村工藝社
 - 後援：大阪府(予定)、大阪市(予定)、
公益社団法人2025年日本国際博覧会協会
朝日放送グループホールディングス株式会社
- ※会期中、貸切イベントが開催される予定があります。
お越しの際はホームページにてお確かめください。

ACCESS (アクセス)



Art Beat Cafe NAKANOSHIMA

〒553-0003 大阪府福島区福島1-1-20 中之島駅 徒歩3分
<https://art-beat-cafe.asahi.co.jp/>



2025年4月13日、大阪・舞洲で開幕を迎える『2025年日本国際博覧会(略称「大阪・関西万博」)』まで、残り1年あまりとなりました。当社は、1970年の大阪万博(日本万国博覧会)を皮切りに出展国や出展企業と一緒にパビリオンの空間づくり、展示づくりを模索し、社会の課題解決や未来の新しい価値の発信に貢献してきました。保管している万博資料を公開し、当社の知見や経験を伝えるイベントを主催することで、万博を体験した人はもちろんのこと、経験のない世代に対しても、関心や理解向上に寄与することに期待しております。

ノムラのサステナビリティ

プレカット方式による環境負荷軽減/業務効率化

廃棄材総重量 **26.5%** CO2排出量 **29.6%**

作業時間削減 **13.7%**



従来方式

プレカット方式

小清水町とクリエイティブ・パートナー連携協定を締結



SCRAPTURE

年間の排出量が3億7,382万tにのぼる産業廃棄物の中で、10種類の素材を識別



サステナブルデザインプロセスの導入・社内浸透に着手



✓ 私たちを取り巻く現状

✓ サステナビリティとは？

✓ サステナビリティと建設

クリエイティビティの醸成

04

働き方
改革

06

人財育成

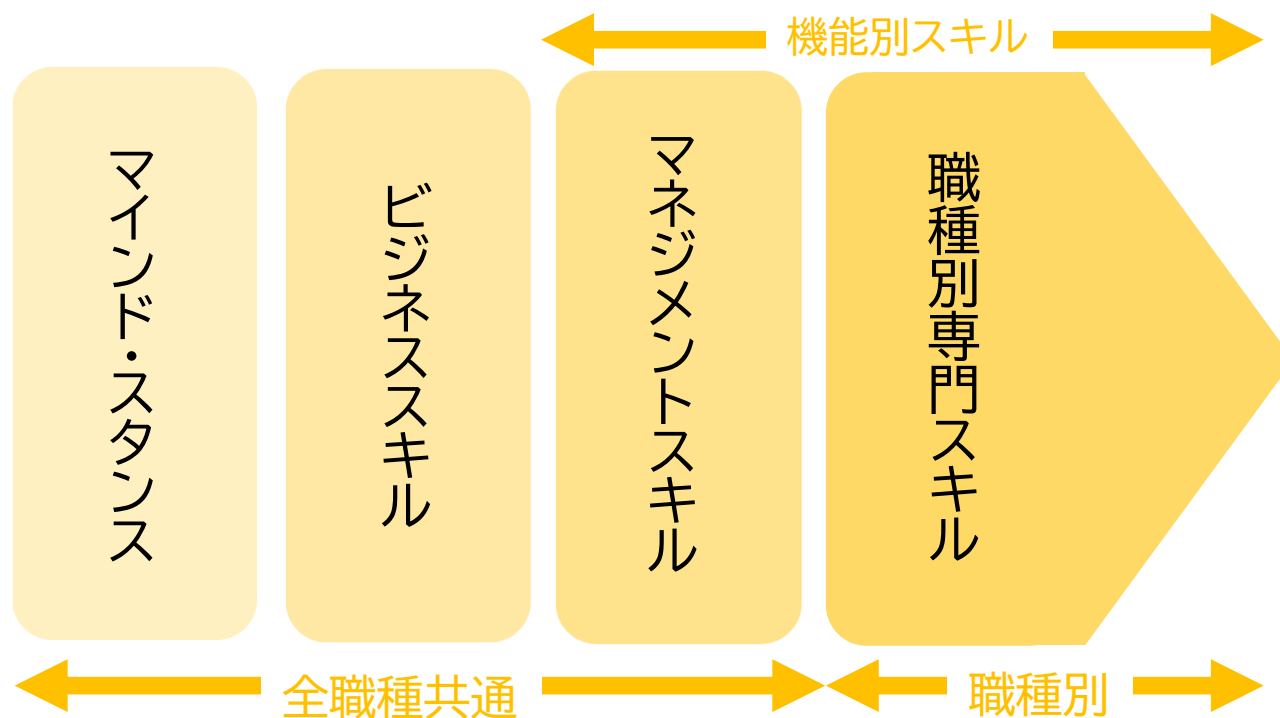
- ・ 人事制度の改定に向けたコンサルティング導入
- ・ グループ拠点環境の刷新
- ・ ラーニングマネジメントシステムの導入



ノムラ育成プログラムの特色

- 01 変化に対応するビジネススキルの強化
- 02 組織の持続的な成長を促すマネジメント力の強化
- 03 一人ひとりの学びたいをサポートする新しい教育プログラム

4つのカテゴリーによる教育プログラム構成

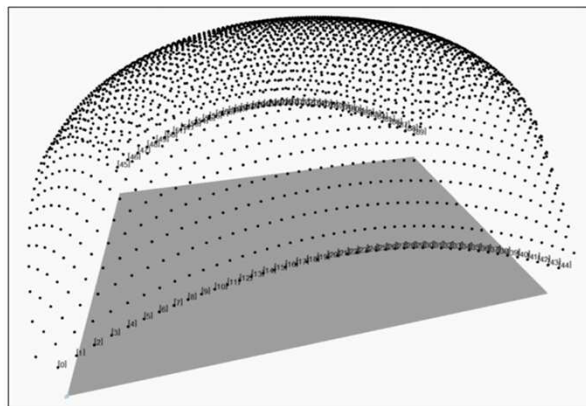


クリエイティビティの醸成

05

業務改善

- ・ BIMの拡大、従業員および協力社への教育投資
- ・ 高度なデザインプロセスへの実装



No.	X	Y	Z
0	0	0	1865.5
1	0	544.2	2452.2
2	0	1028.2	2934.3
3	0	1464.8	3319.2
4	0	1865.3	3625.2
5	0	2237.3	3869.2
6	0	2586.7	4065

2407	14726.4	7556.8	3678.2
2408	14726.4	7957.3	3356
2409	14726.4	8393.9	2956.4
2410	14726.4	8877.9	2462.9

複雑な幾何学デザインの照明計画をモデル化することで
施工図に変換することが容易に
2410個の照明の位置を座標で取得可能



複雑な空間モデルの具現化

TIAD, AUTOGRAPH COLLECTION

クリエイティビティの醸成

➤ 初年度の進捗率は 30%とほぼ予定通り。

07

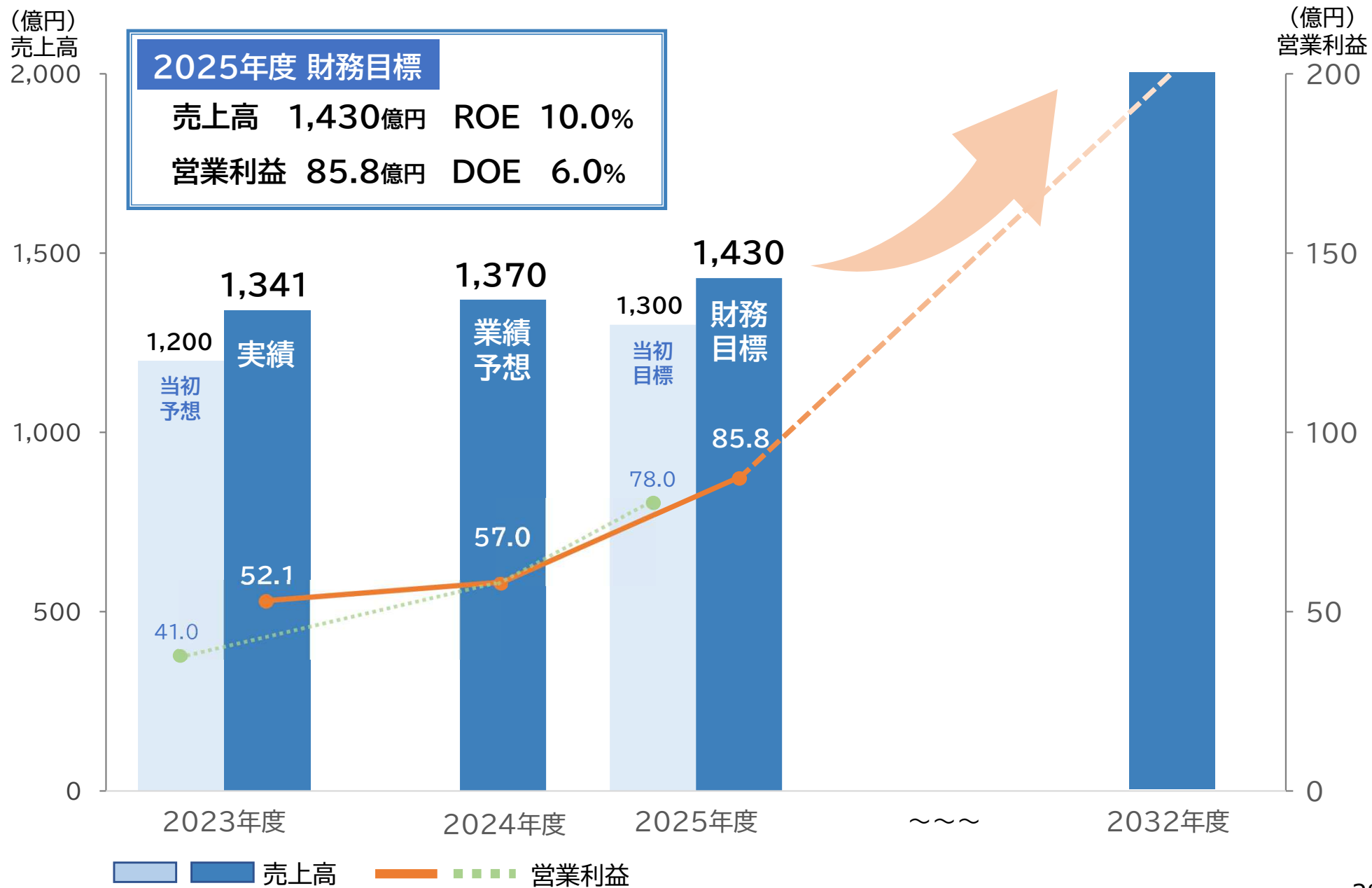
研究開発

- ・パートナー企業・機関との共同研究・開発
- ・ビジネスモデル構築に向けた出資・協賛



中期経営方針2023-2025

➤ 2025年度財務目標は、当初目標を上方修正。



1. 2023年度 第3四半期 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 業績推移表

(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	35,583	39,039
売上総利益	3,806	4,533	4,576	5,419	4,039	5,973	5,735	6,535
(売上総利益率)	17.1%	18.1%	15.6%	15.9%	16.2%	17.3%	16.1%	16.7%
販管費及び一般管理費	3,742	3,576	3,795	4,127	3,848	3,944	4,443	4,834
(販売管理費率)	16.8%	14.2%	12.9%	12.1%	15.4%	11.4%	12.5%	12.4%
営業利益	64	976	781	1,291	191	2,029	1,291	1,701
(営業利益率)	0.3%	3.9%	2.7%	3.8%	0.8%	5.9%	3.6%	4.4%
営業外収益	78	21	10	22	76	35	7	41
営業外費用	–	–	–	–	3	△3	1	△1
経常利益	143	998	791	1,314	263	2,068	1,297	1,743
(経常利益率)	0.6%	4.0%	2.7%	3.9%	1.1%	6.0%	3.6%	4.5%
特別利益	6	–	3	–	–	270	3	0
特別損失	3	0	△0	12	–	2	0	223
税引前当期純利益	145	998	795	1,301	263	2,336	1,300	1,519
当期純利益	137	692	536	863	4	1,677	829	1,350
(当期純利益率)	0.6%	2.7%	1.8%	2.5%	0.0%	4.8%	2.3%	3.5%

■ 連結貸借対照表

(百万円)	2022年度末		2023年度		
	金額	構成比	金額	構成比	前期末比
流動資産	64,713	81.8%	72,026	83.1%	+11.3%
有形固定資産	7,506	9.5%	7,541	8.7%	+0.5%
無形固定資産	2,202	2.8%	1,639	1.9%	△25.6%
投資その他の資産	4,716	5.9%	5,489	6.3%	+16.4%
資産合計	79,138	100.0%	86,697	100.0%	+9.6%
流動負債	24,962	31.5%	31,324	36.1%	+25.5%
固定負債	5,157	6.6%	5,066	5.9%	△1.8%
負債合計	30,120	38.1%	36,391	42.0%	+20.8%
純資産合計	49,018	61.9%	50,306	58.0%	+2.6%
負債・純資産合計	79,138	100.0%	86,697	100.0%	+9.6%

■ 連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	2022年度	2023年度
営業活動によるキャッシュ・フロー	△3,507	6,124
投資活動によるキャッシュ・フロー	△821	△241
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,175	△2,863
現金及び現金同等物の増減額	△7,550	3,086
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期末残高	29,527	32,613

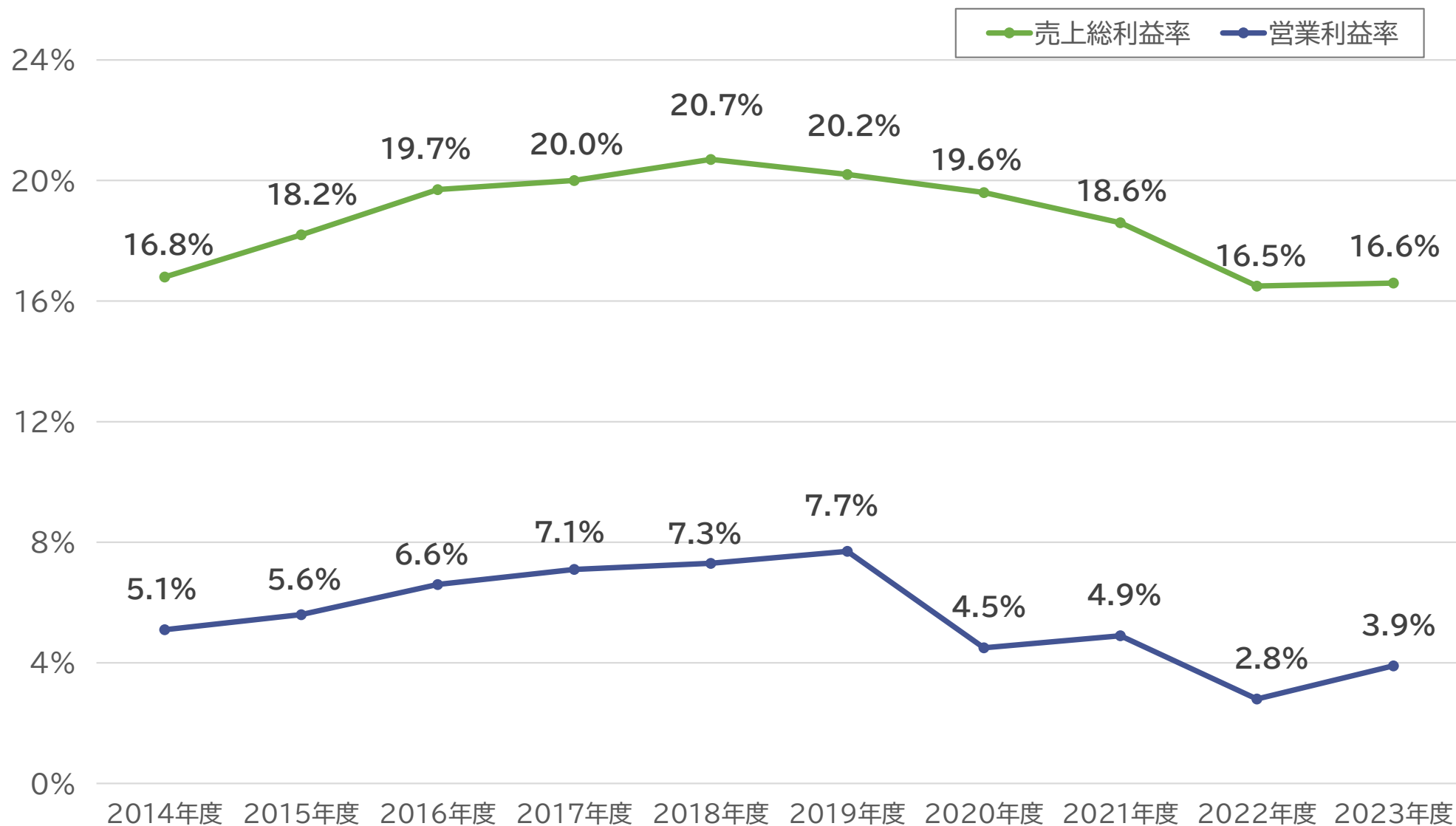
■ 四半期別 市場分野別 売上高推移表

(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	7,346	8,464
百貨店・量販店市場	1,338	955	2,137	2,132	1,161	1,221	2,002	1,734
複合商業施設市場	2,135	2,560	2,291	4,291	3,365	5,277	5,412	3,671
広報・販売促進市場	2,220	1,943	2,763	2,864	2,588	2,451	3,975	3,934
博物館・美術館市場	2,585	2,600	2,630	1,603	2,068	2,935	2,042	3,571
余暇施設市場	2,555	3,429	5,377	5,343	3,499	7,464	5,555	7,657
博覧会・イベント市場	842	705	1,373	1,664	1,350	1,498	1,808	1,967
その他市場	4,907	6,999	5,376	9,263	4,564	6,835	7,438	8,038
合 計	22,287	25,196	29,361	34,082	24,909	34,606	35,583	39,039

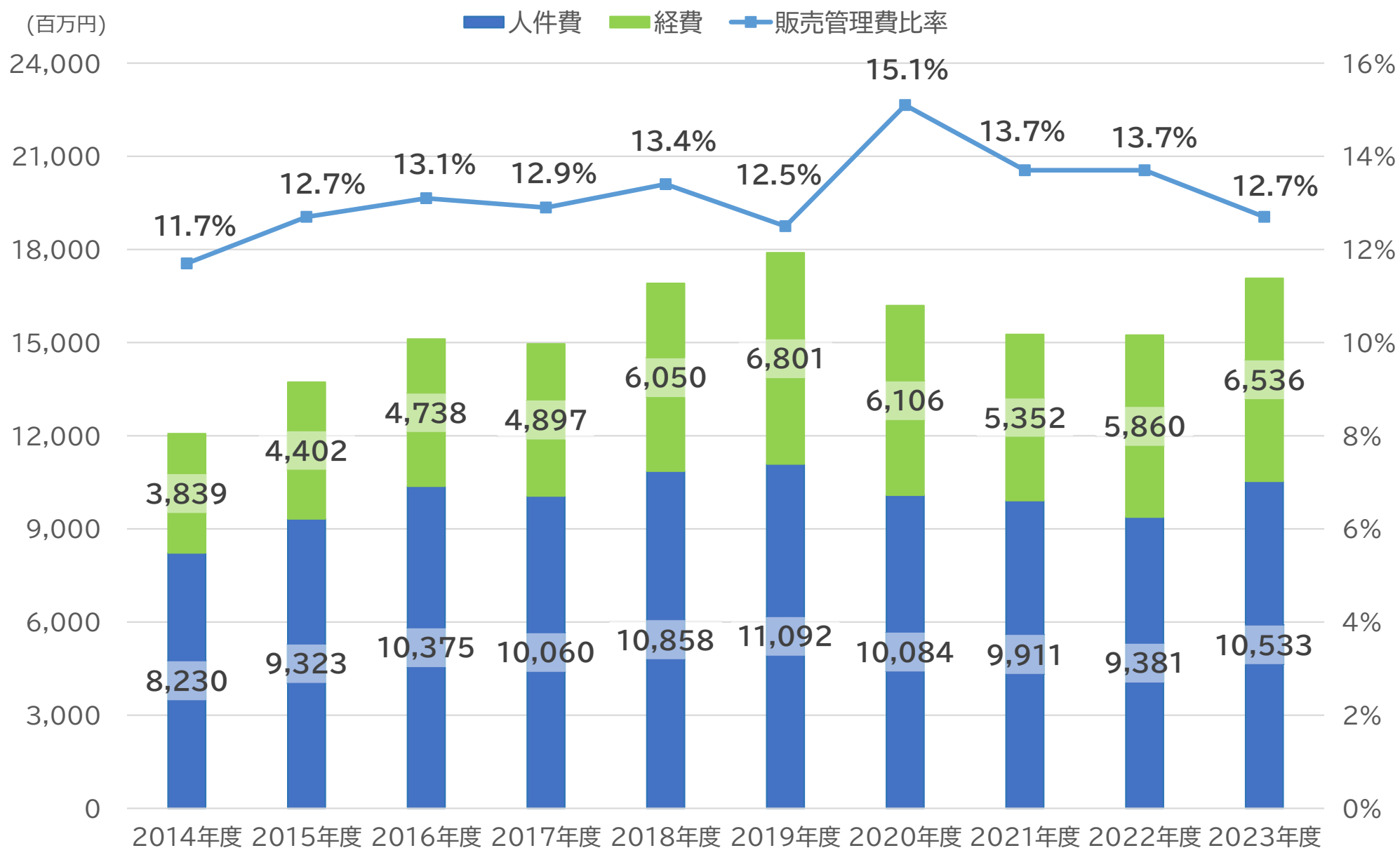
【10力年推移】通期業績



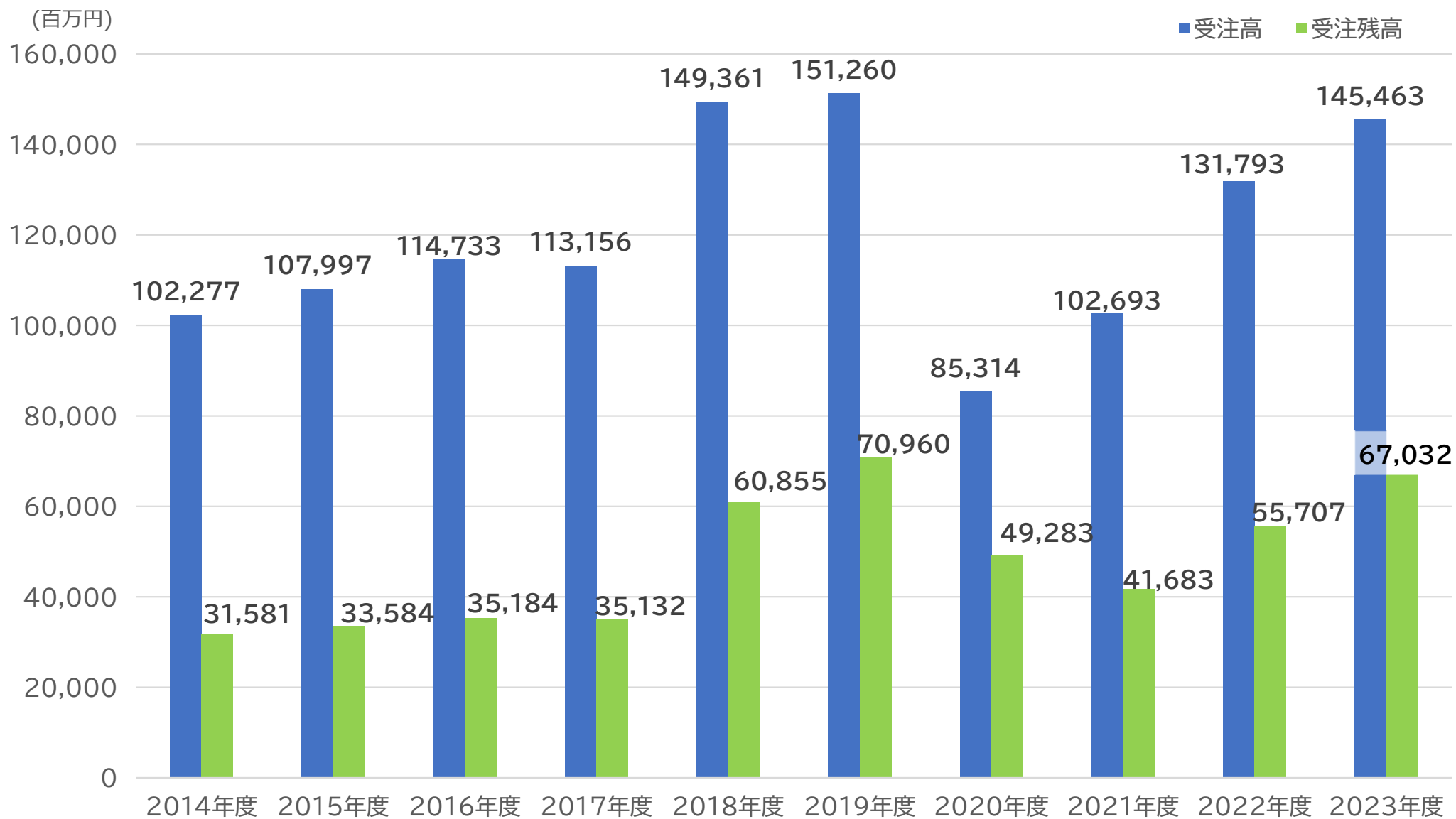
【10年推移】売上総利益率・営業利益率



【10力年推移】 販売管理費・販売管理費比率

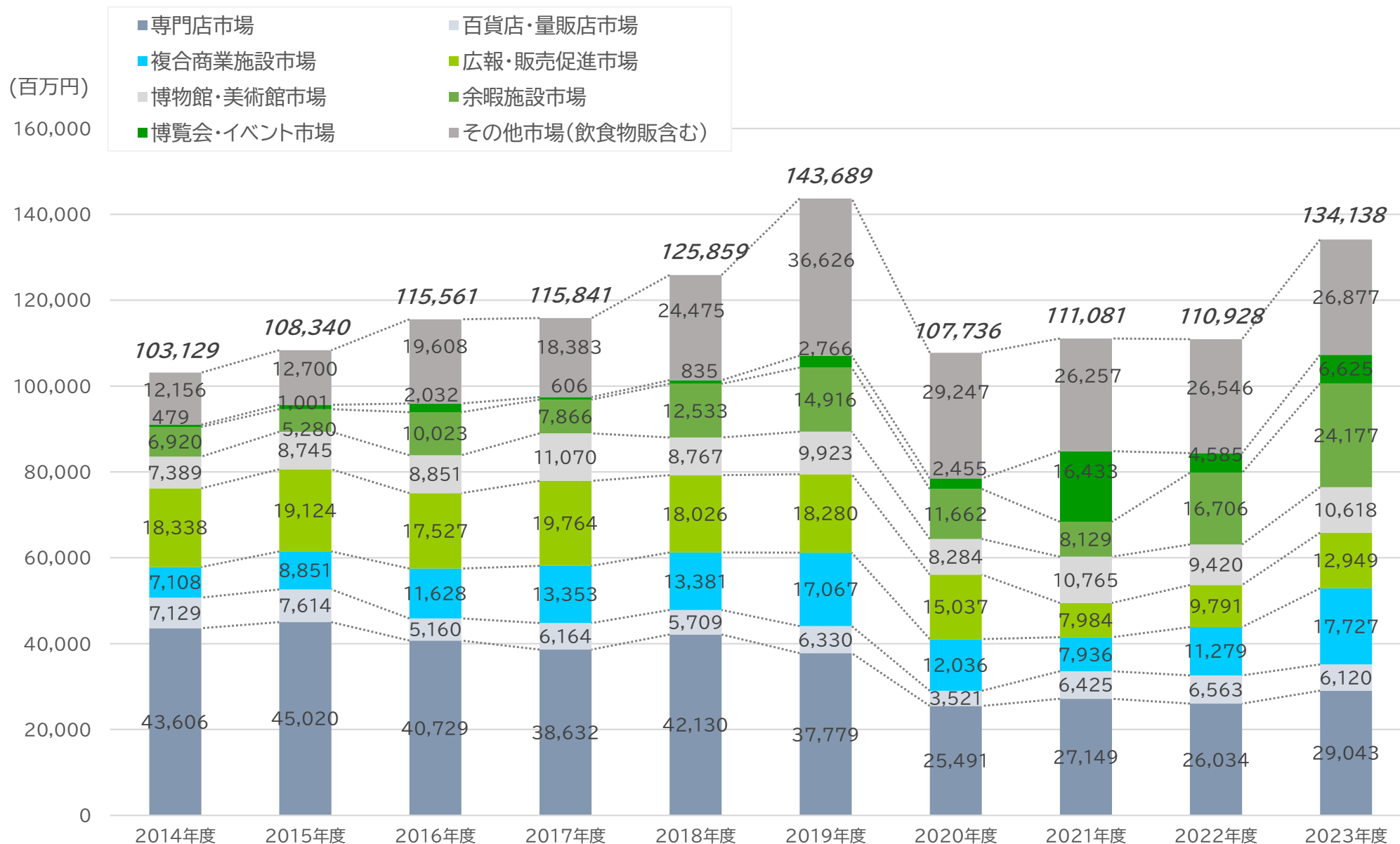


【10力年推移】 受注高・受注残高



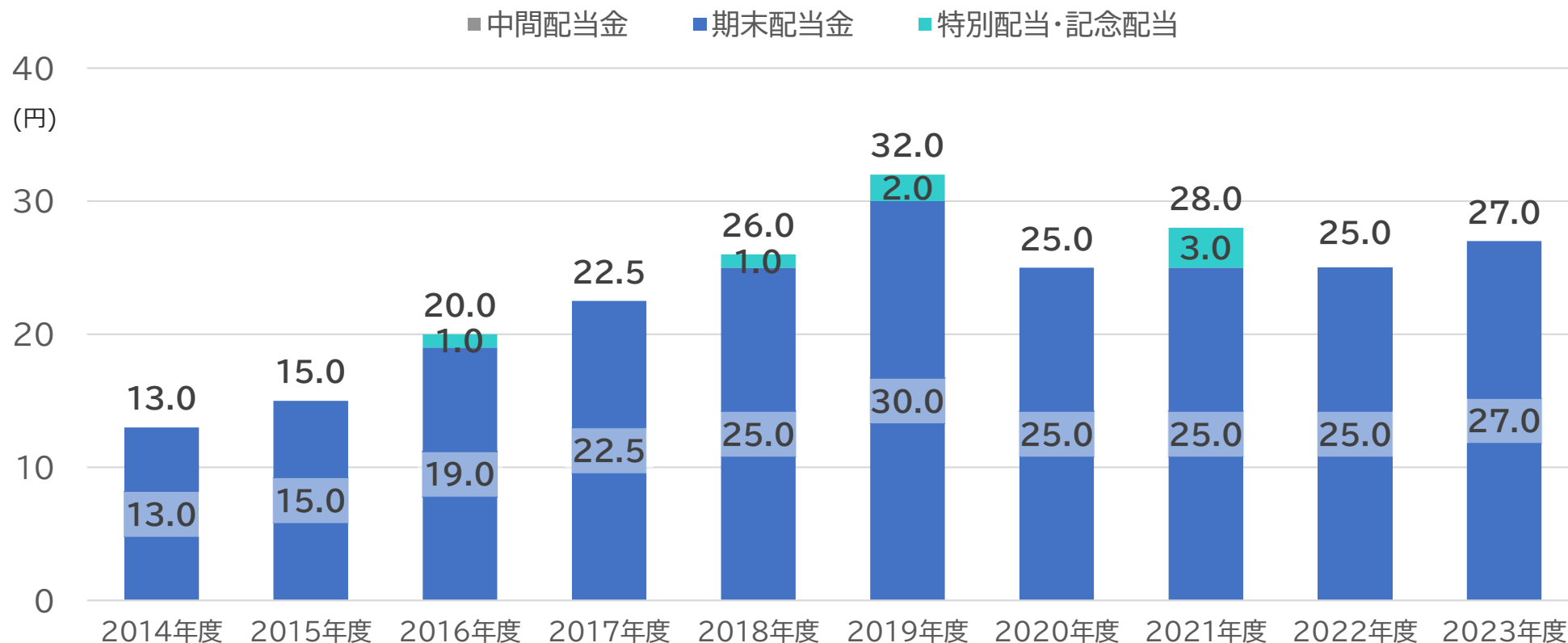
(注) 飲食・物販事業は受注概念が異なるため、掲載していません。

【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

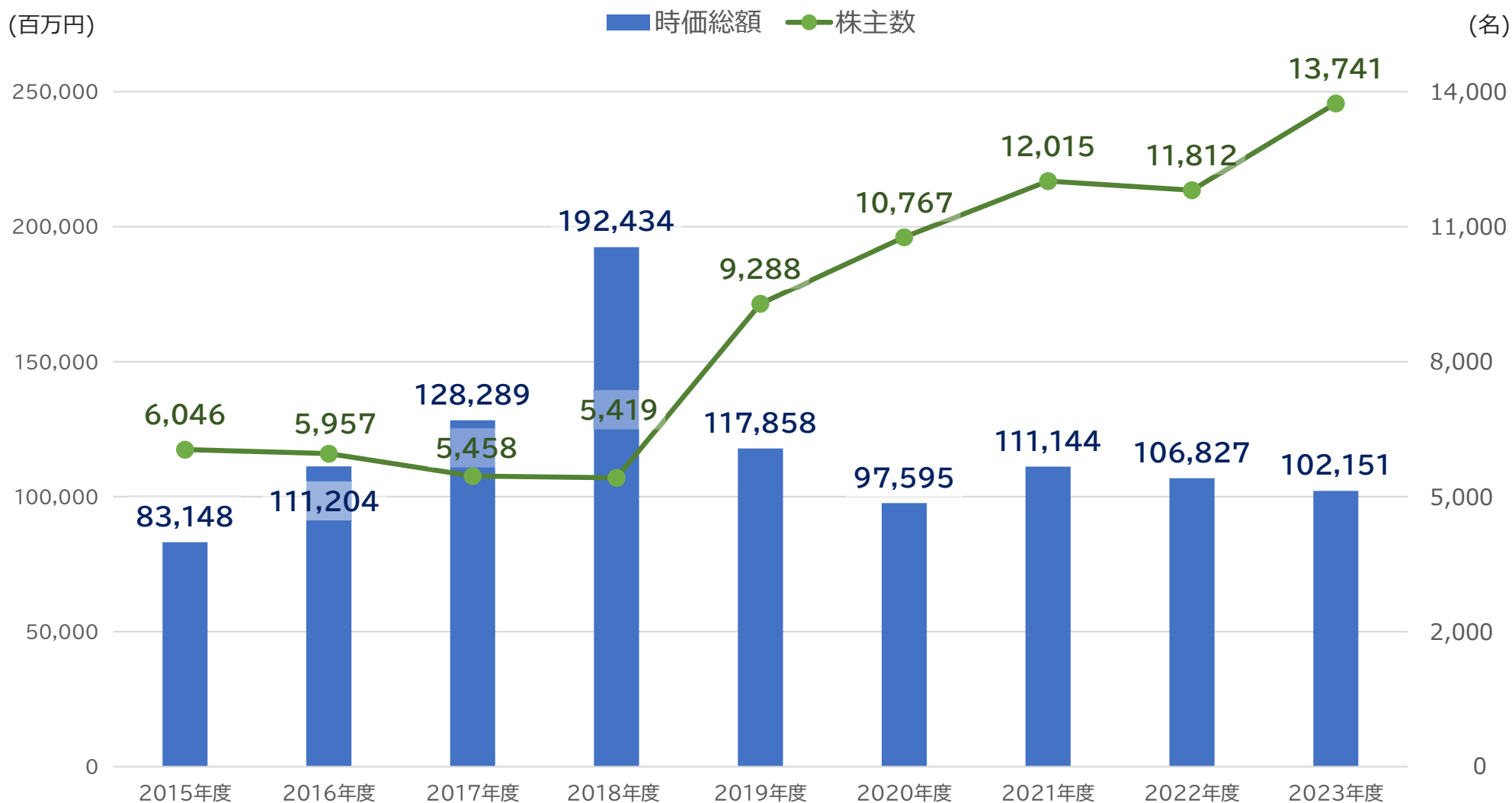
※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。下記は2014年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して配当金、株価を算定。



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。

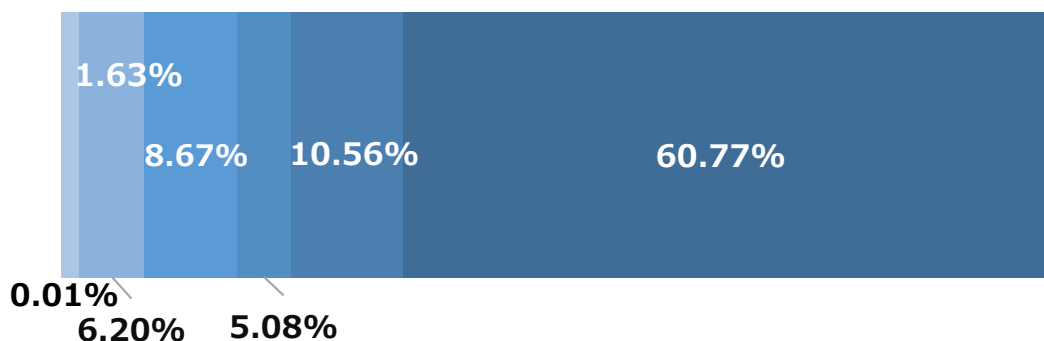


※各年度末における時価総額、株主数

【株式情報】 株主構成(2024年2月末日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

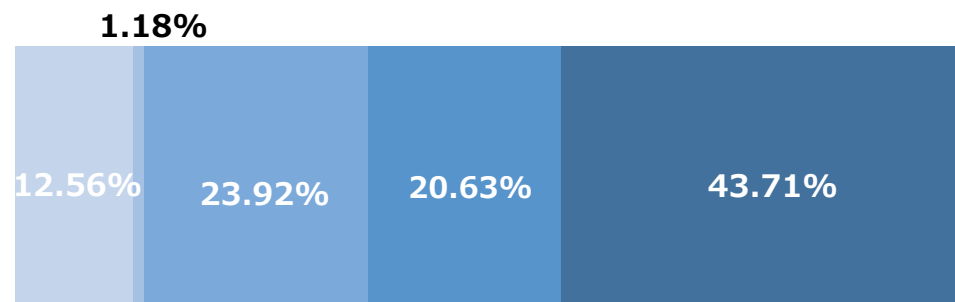
- 100株未満
- 100株以上1,000株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満
- 500,000株以上



100株未満	2,730名	14,253株
100株以上1,000株未満	7,606名	1,956,539株
1,000株以上10,000株未満	2,730名	7,430,714株
10,000株以上50,000株未満	497名	10,394,859株
50,000株以上100,000株未満	87名	6,093,355株
100,000株以上500,000株未満	62名	12,664,699株
500,000株以上	29名	81,342,169株
	13,741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	193名	15,060,134株
証券会社	31名	1,415,434株
金融機関	24名	28,673,380株
その他法人	174名	24,738,549株
個人・その他	13,319名	50,009,091株
	13,741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 (2024年4月1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 6社

(2024年3月1日現在)

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

B | NOMURA

株式会社ノムラメディアス

NOMURA
medias

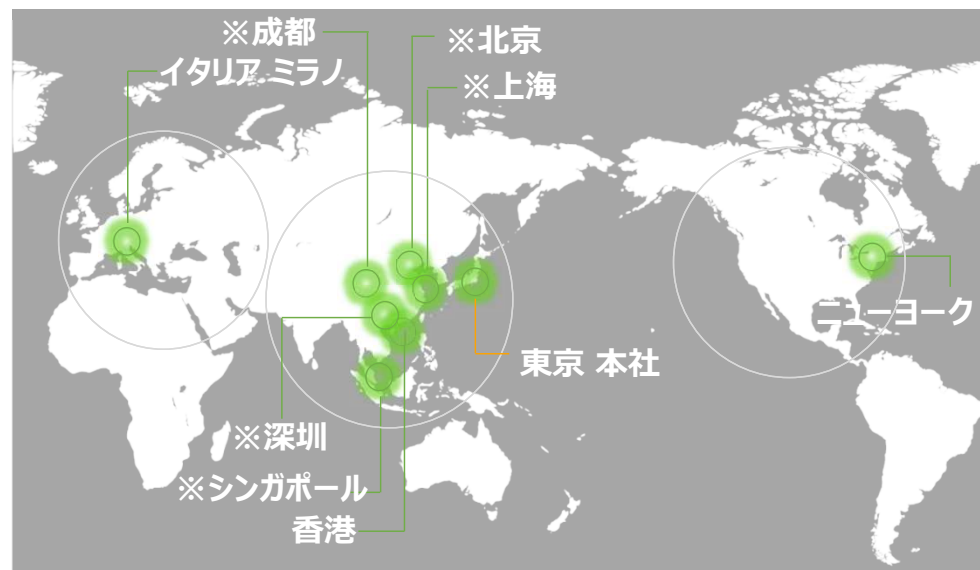
NOMURA Design & Engineering
Singapore Pte. Ltd.

B | NOMURA
D&E SINGAPORE PTE. LTD.

株式会社シーズ・スリー

C's-3

株式会社六耀社



※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

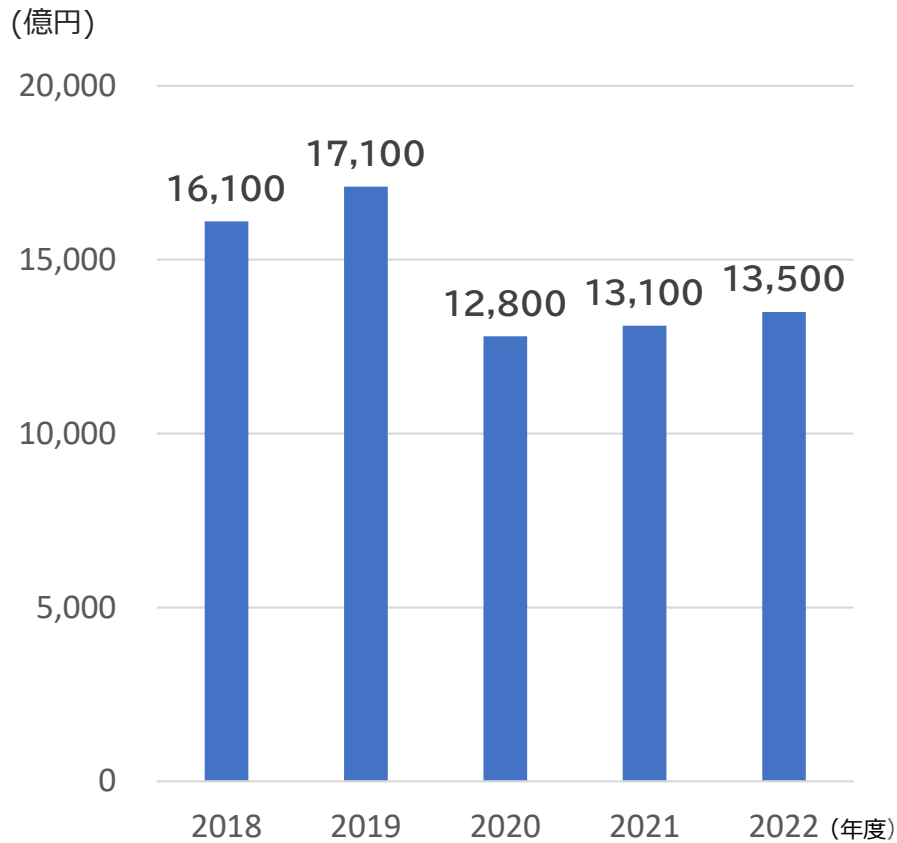
● 1892年	● 1892年～1945年	● 1946年～1969年	● 1970年～1989年	● 1990年～2012年	● 2013年～2022年	● 2023年～		
<p>乃村泰資が高松で創業、芝居小屋の大道具方として活躍</p>	<p>大衆娯楽から博覧会・展示装飾への展開</p> <p>イベント(菊人形・国技館や靖国神社の催し・博覧会)・百貨店</p>	<p>経営近代化の始動とディスプレイ業の確立</p> <p>百貨店・博覧会・美術展・遊園地</p>	<p>事業拡大と経営基盤の強化</p> <p>万国博覧会・商業施設・博物館・企業PR館・ショールーム</p>	<p>市場環境の変動を超えて「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</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

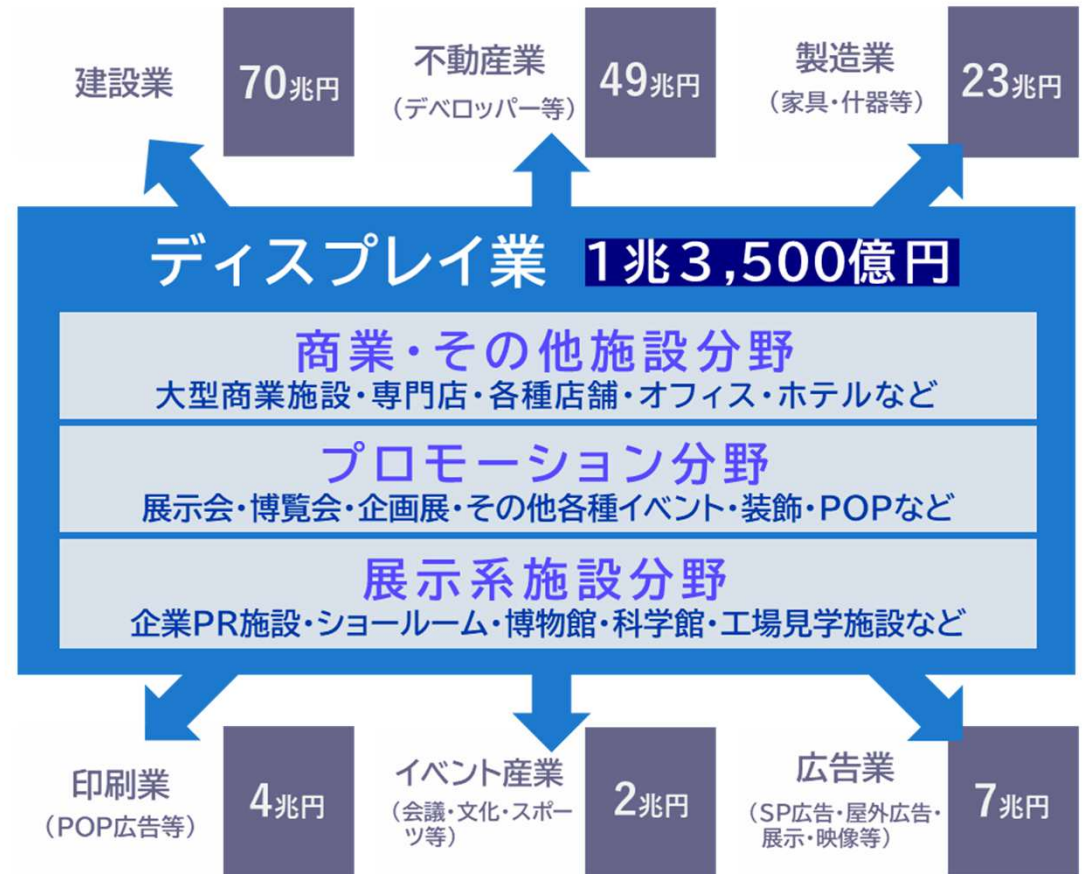
新型コロナウイルス感染症の影響により、
2022年度は約1兆3,500億円と推定



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 [®] パーティデザイン	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 [®] -スクリーン	24,531	3.5%
9	TANA-X	21,938	3.5%	9	高島屋 [®] -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

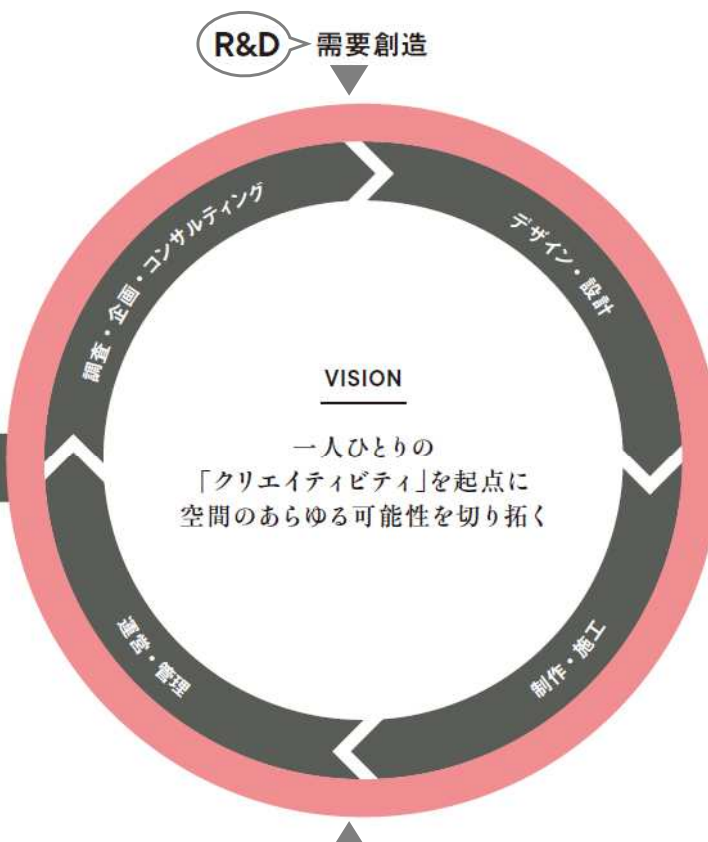
価値創造を支える資源

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



■ 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 **8都市**

・連結子会社 **6社** (2024年3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
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。