



2023年度 第3四半期決算説明資料

2024年1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

■ 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が堅調に推移しており、売上高は前年同期に比べ増収となった。
- ▶ 売上高の増加にともない売上総利益が増加、営業利益は前年同期に比べ大幅な増益となった。

(百万円)	2022年度		2023年度			
	3Q実績	構成比	3Q実績	構成比	前年同期比	
売上高	76,846	100.0%	95,099	100.0%	+18,253	+23.8%
売上総利益	12,935	16.8%	15,747	16.6%	+2,812	+21.7% (Δ0.2P)
営業利益	1,821	2.4%	3,512	3.7%	+1,690	+92.8% (+1.3P)
経常利益	1,932	2.5%	3,630	3.8%	+1,697	+87.9% (+1.3P)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,366	1.8%	2,511	2.6%	+1,144	+83.8% (+0.8P)

■ 売上高・売上総利益

3Q (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	76,846	100.0%	95,099	100.0%	+18,253	+23.8%
売上総利益	12,935	16.8%	15,747	16.6%	+2,812	+21.7%

- ▶ 売上高は、都市再開発・駅ビル案件が進捗した複合商業施設市場、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加したことにより、前年同期に比べ23.8%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、原価高騰の影響等により、前年同期に比べ0.2ポイント低下の16.6%となった。

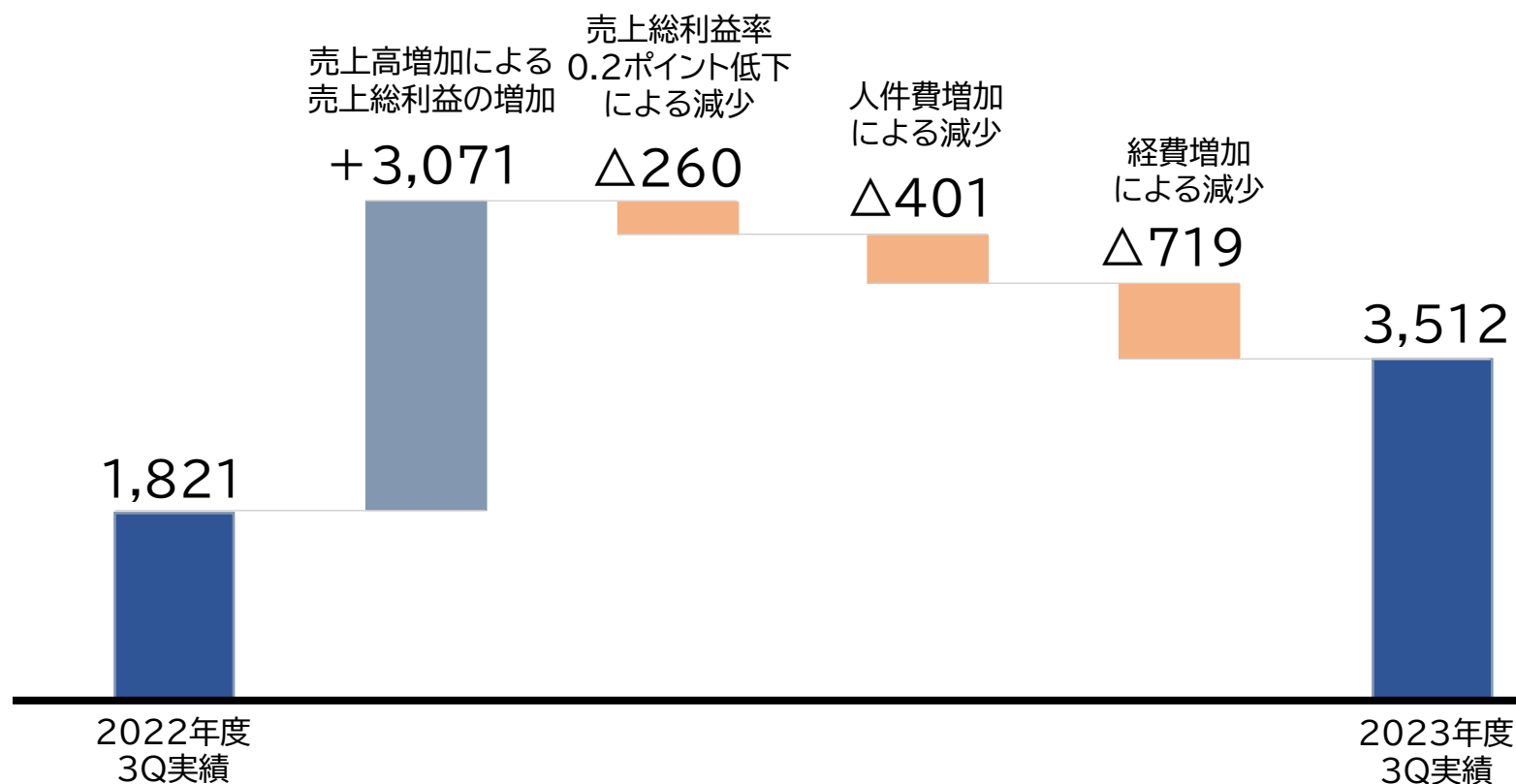
■ 販売管理費

3Q (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	7,115	9.3%	7,517	7.9%	+401	+5.6%
経費	3,998	5.2%	4,718	5.0%	+719	+18.0%
販売管理費 計	11,113	14.4%	12,235	12.9%	+1,121	+10.1%

- ▶ 人員の増加などにより人件費が増加、また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、採用費用など経費が増加したことにより、販売管理費は前年同期に比べ10.1%増加した。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

3Q (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	1,821	2.4%	3,512	3.7%	+1,690	+92.8%



■ 経常利益・四半期純利益

3Q (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	110	0.1%	118	0.1%	+7	+6.7%
経常利益	1,932	2.5%	3,630	3.8%	+1,697	+87.9%
特別損益	6	0.0%	270	0.3%	+264	-
税引前 四半期純利益	1,939	2.5%	3,901	4.1%	+1,962	+101.2%
法人税等	572	0.7%	1,389	1.5%	+817	+142.8%
四半期純利益	1,366	1.8%	2,511	2.6%	+1,144	+83.8%

- ▶ 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2億64百万円増加した。
- ▶ 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83.8%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、スポーツ用品店舗等の新装・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3Q		売上高 総利益率	2023年度3Q		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	19,115	+1.9%	↓13.9%	20,579	+7.7%	↑16.3%
百貨店・量販店市場	4,431	+28.6%	↓19.6%	4,386	△1.0%	↓19.4%
複合商業施設市場	6,988	+59.0%	↓15.7%	14,056	+101.2%	↑16.8%
広報・販売促進市場	6,927	+26.9%	↓19.8%	9,014	+30.1%	↑20.8%
博物館・美術館市場	7,817	△4.4%	↑22.1%	7,046	△9.9%	↓17.9%
余暇施設市場	11,362	+108.9%	↑16.4%	16,519	+45.4%	↓12.0%
博覧会・イベント市場	2,920	△75.0%	↓17.5%	4,657	+59.5%	↑21.8%
その他市場	17,283	△0.8%	↓16.4%	18,838	+9.0%	↓16.3%
合計	76,846	+2.8%	↓16.8%	95,099	+23.8%	↓16.6%

■ 市場分野別の受注高・受注残高

- ▶ 受注高は、前年同期に大型案件の受注があった広報・販売促進市場、その他市場が減少したものの、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、科学館等の大型案件を複数受注した博物館・美術館市場、インバウンド需要の回復にともなうホテルや水族館の新装・改装を受注した余暇施設市場などが増加したため、前年同期に比べ8.5%の増加となった。
- ▶ 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、大型案件の受注があった博物館・美術館市場や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18.2%の増加となった。

(百万円)	2022年度3Q		2023年度3Q		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	20,190	7,217	23,146	9,346	+14.6%	+29.5%
百貨店・量販店市場	5,290	1,684	4,700	1,498	△11.1%	△11.0%
複合商業施設市場	11,892	7,565	12,538	7,342	+5.4%	△3.0%
広報・販売促進市場	11,860	6,585	8,270	4,544	△30.3%	△31.0%
博物館・美術館市場	6,700	3,947	12,965	9,225	+93.5%	+133.7%
余暇施設市場	15,755	16,128	18,198	21,693	+15.5%	+34.5%
博覧会・イベント市場	3,411	829	5,988	2,085	+75.6%	+151.4%
その他市場	21,659	11,491	19,144	9,824	△11.6%	△14.5%
合 計	96,760	55,450	104,954	65,561	+8.5%	+18.2%

2023年度 通期業績見通し

- 9月27日の開示に続き、2023年度 通期業績予想および配当予想を上方修正
- 第4四半期においても大型案件の進捗が見込まれており、業績達成に向けてプロジェクト管理を徹底

(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%	131,500	100.0%	+18.5%
営業利益	3,113	2.8%	△42.7%	4,600	3.5%	+47.7%
経常利益	3,246	2.9%	△42.0%	4,700	3.6%	+44.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,229	2.0%	△44.0%	3,300	2.5%	+48.0%
1株当たり配当金	25.00円	—	△3.00円	27.00円	—	+2.00円
1株当たり当期純利益	20.02円	—	△15.78円	29.62円	—	+9.60円

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

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

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

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

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

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

企業価値の向上

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

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

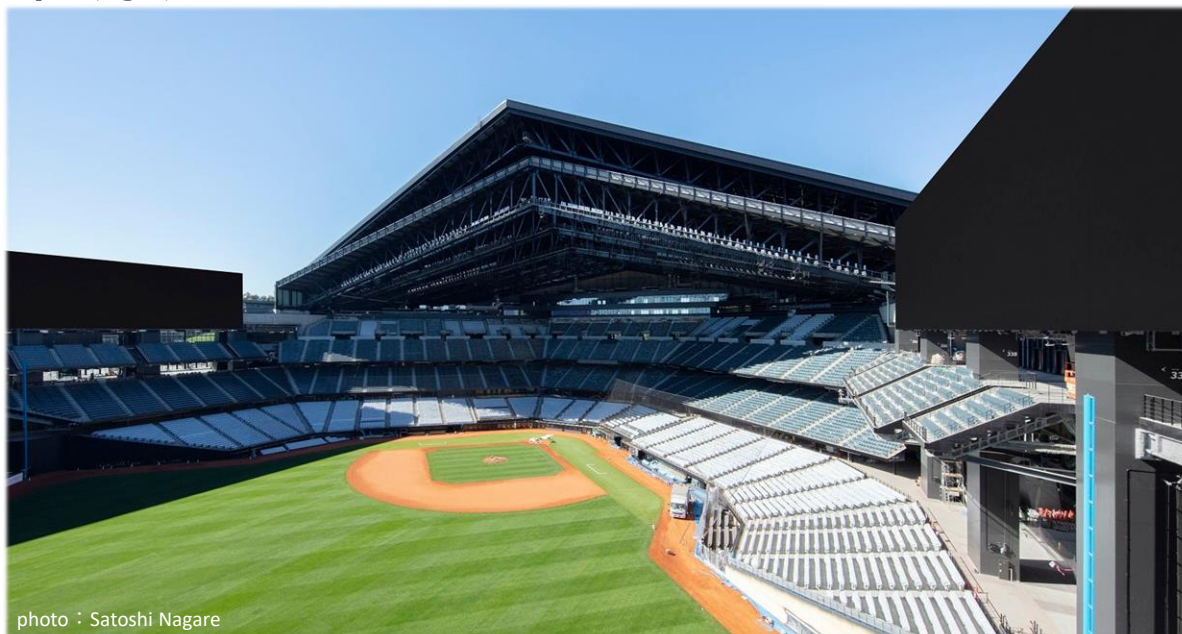


photo : Satoshi Nagare



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。

企業価値の向上

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

**(仮称)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年度の開業を目指します。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。

企業価値の向上

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

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



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。

中期経営方針 2023-2025

<2025年度 財務目標>

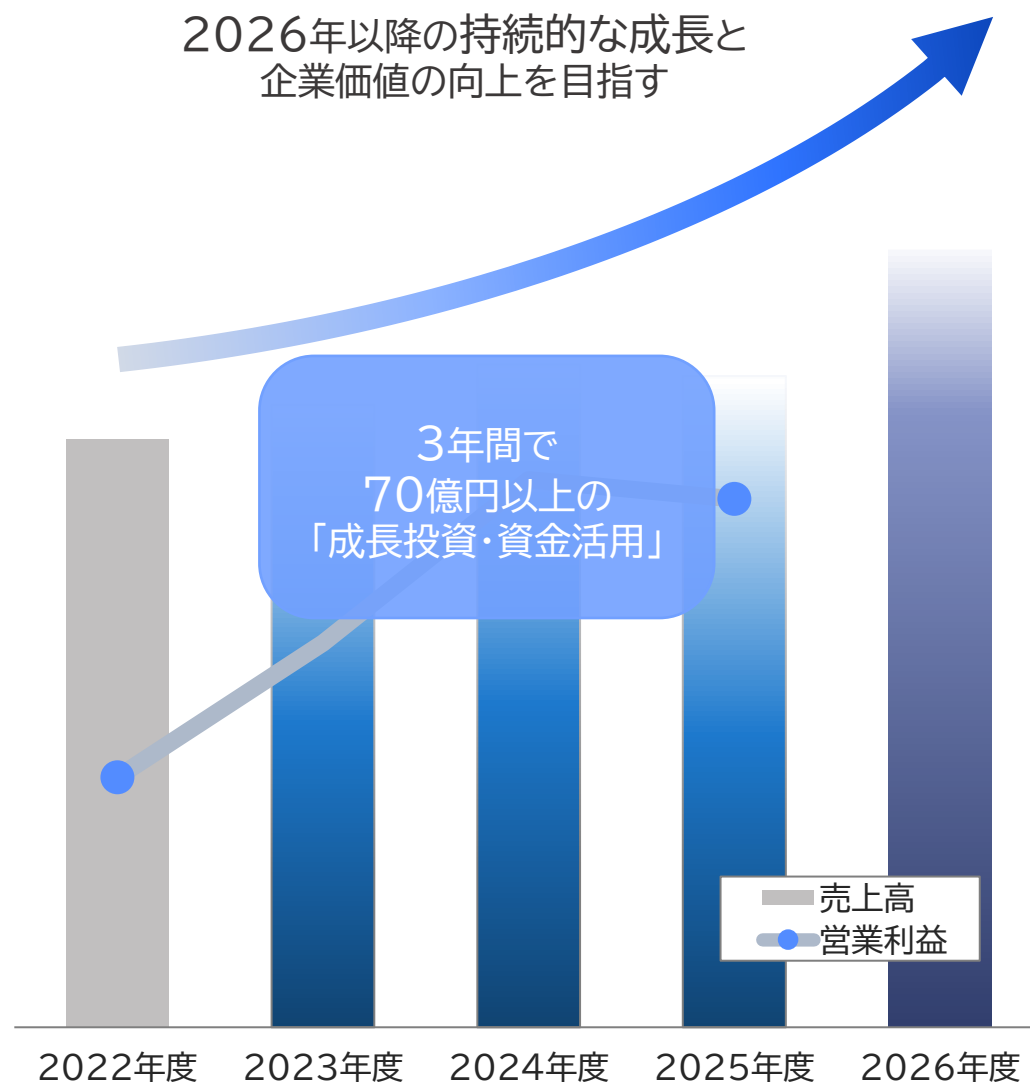
売上高 1,300億円以上

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	35,583	
売上総利益	3,806	4,533	4,576	5,419	4,039	5,973	5,735	
(売上総利益率)	17.1%	18.1%	15.6%	15.9%	16.2%	17.3%	16.1%	
販管費及び一般管理費	3,742	3,576	3,795	4,127	3,848	3,944	4,443	
(販売管理費率)	16.8%	14.2%	12.9%	12.1%	15.4%	11.4%	12.5%	
営業利益	64	976	781	1,291	191	2,029	1,291	
(営業利益率)	0.3%	3.9%	2.7%	3.8%	0.8%	5.9%	3.6%	
営業外収益	78	21	10	22	76	35	7	
営業外費用	-	-	-	-	3	△3	1	
経常利益	143	998	791	1,314	263	2,068	1,297	
(経常利益率)	0.6%	4.0%	2.7%	3.9%	1.1%	6.0%	3.6%	
特別利益	6	-	3	-	-	270	3	
特別損失	3	0	△0	12	-	2	0	
税引前四半期純利益	145	998	795	1,301	263	2,336	1,300	
四半期純利益	137	692	536	863	4	1,677	829	
(四半期純利益率)	0.6%	2.7%	1.8%	2.5%	0.0%	4.8%	2.3%	

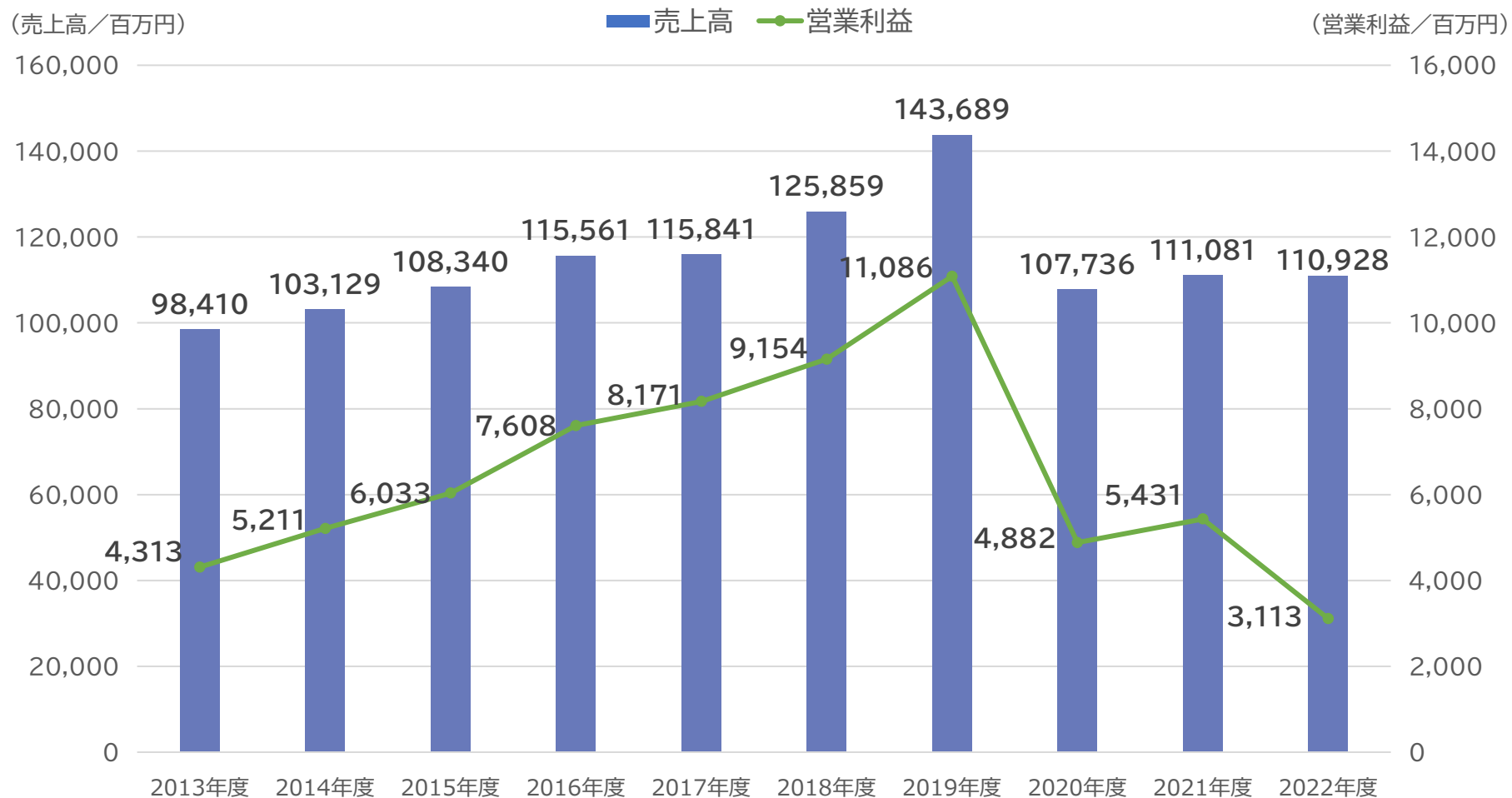
■ 連結貸借対照表

(百万円)	2022年度末		2023年度3Q			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%	71,135	83.4%	+9.9%	工事量の増加にともない、現預金や契約資産が増加したこと等により64億22百万円増加。
有形固定資産	7,506	9.5%	7,662	9.0%	+2.1%	
無形固定資産	2,202	2.8%	1,781	2.1%	△19.1%	
投資その他の資産	4,716	5.9%	4,755	5.5%	+0.8%	
資産合計	79,138	100.0%	85,335	100.0%	+7.8%	
流動負債	24,962	31.5%	31,411	36.8%	+25.8%	工事量の増加にともない、契約負債や仕入債務が増加したこと等により64億48百万円増加。
固定負債	5,157	6.6%	5,172	6.1%	+0.3%	
負債合計	30,120	38.1%	36,584	42.9%	+21.5%	
純資産合計	49,018	61.9%	48,751	57.1%	△0.5%	配当金の支払い等により2億66百万円減少。
負債・純資産合計	79,138	100.0%	85,335	100.0%	+7.8%	

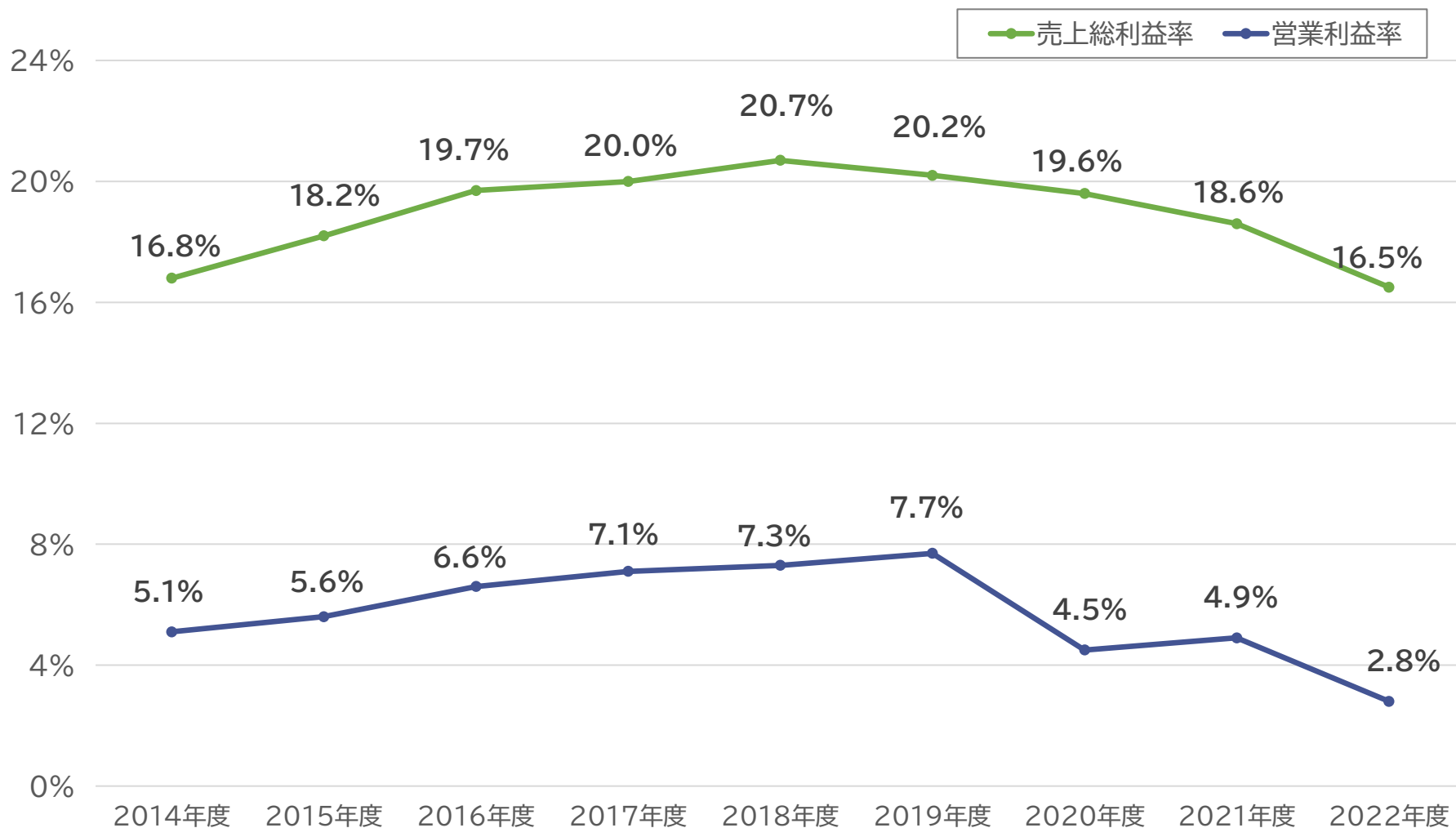
■ 四半期別 市場分野別 売上高

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

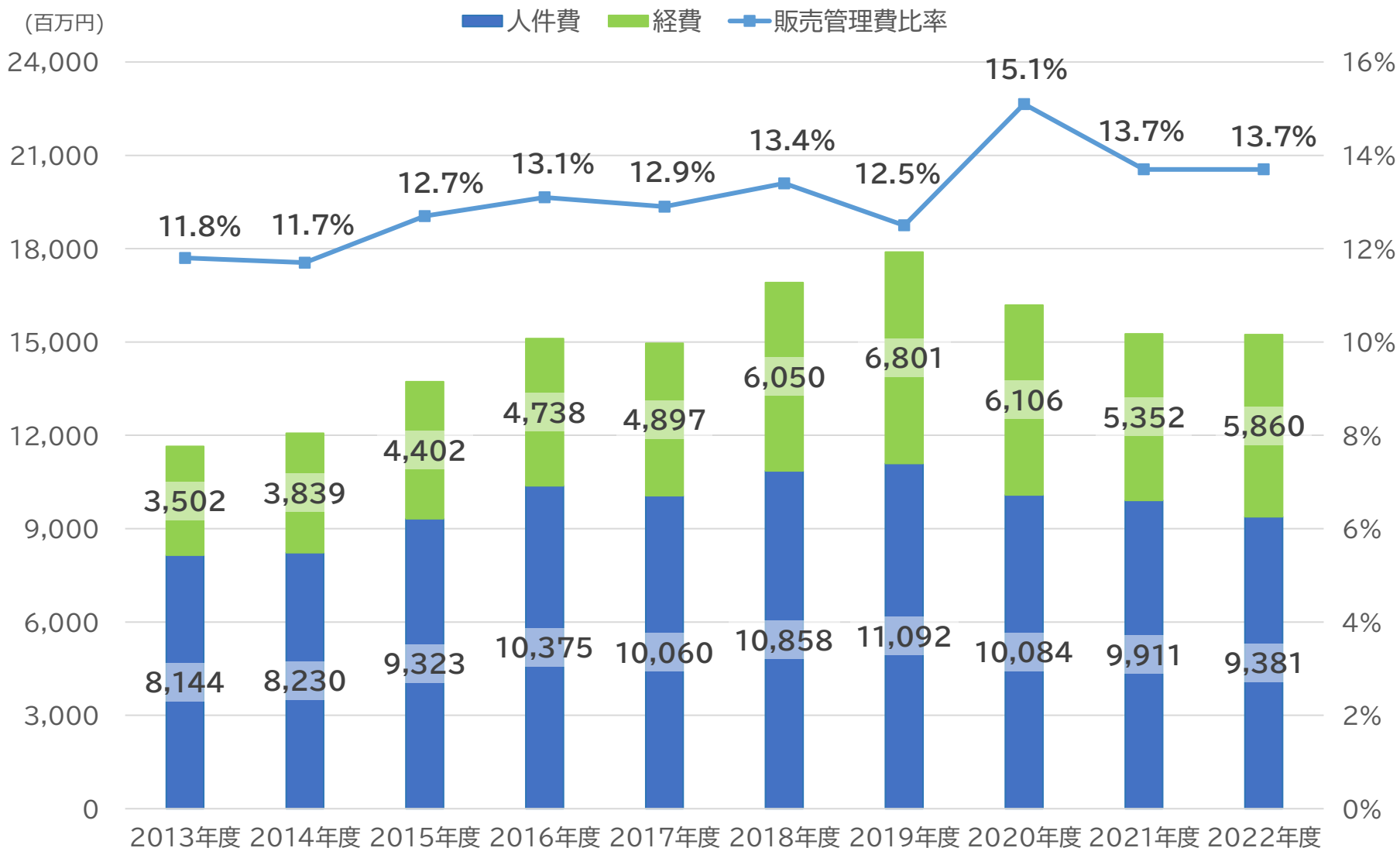
■【10カ年推移】通期業績



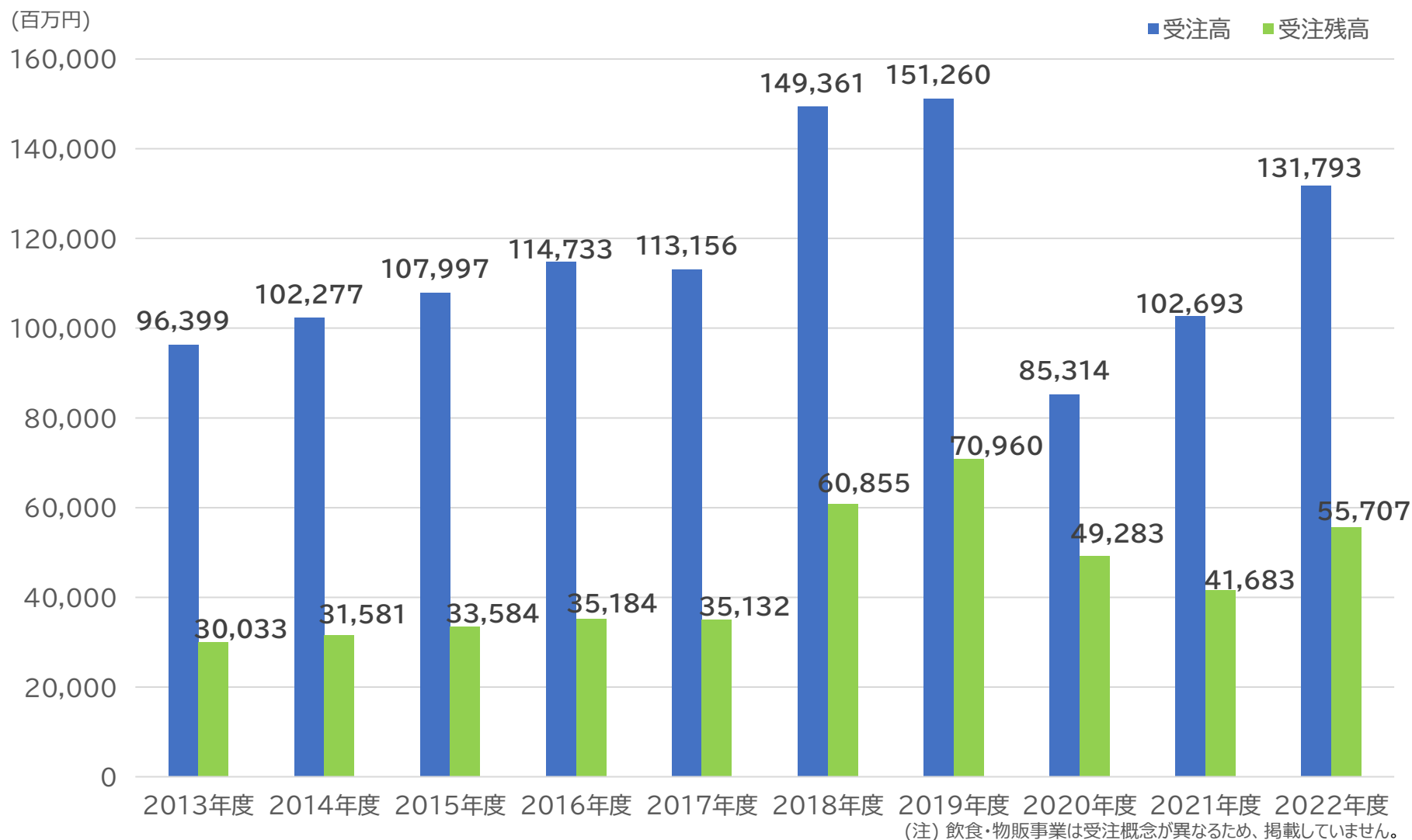
■【10カ年推移】 売上総利益率・営業利益率



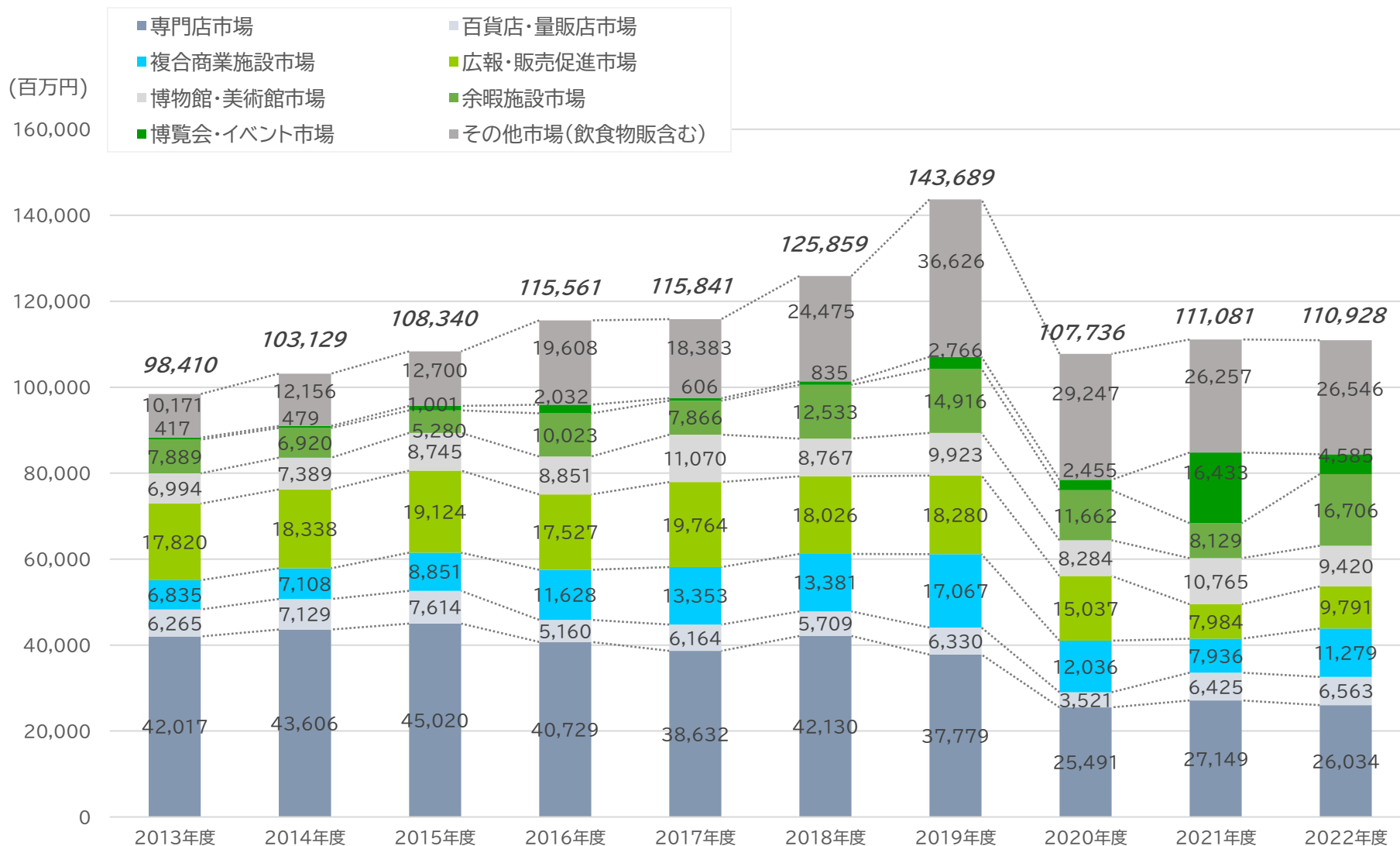
【10カ年推移】 販売管理費・販売管理費比率



■【10カ年推移】受注高・受注残高



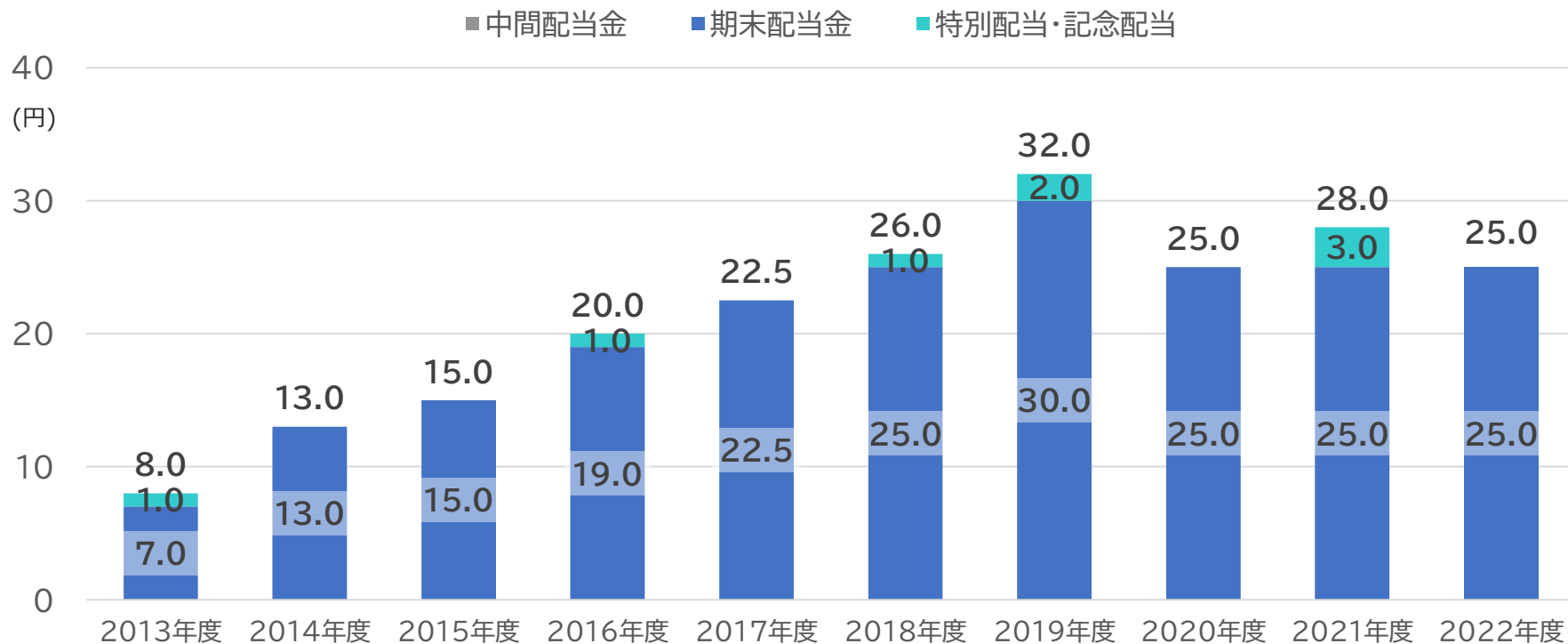
【10カ年推移】市場分野別 売上高



(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。

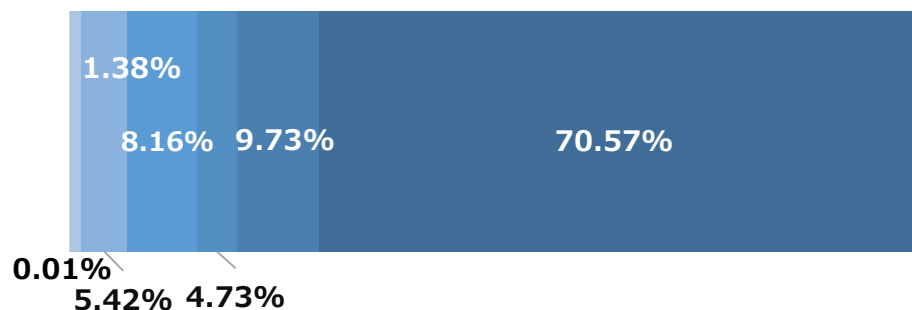


※各年度末における時価総額、株主数

【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

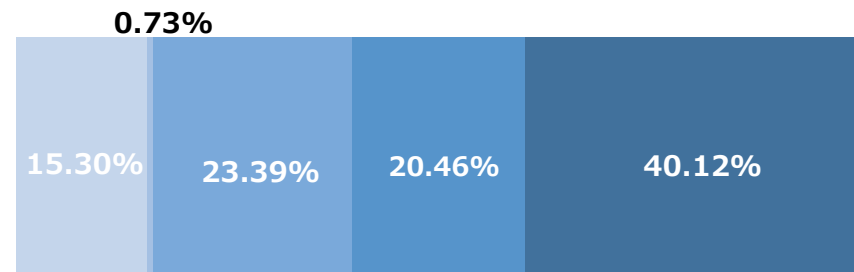
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



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



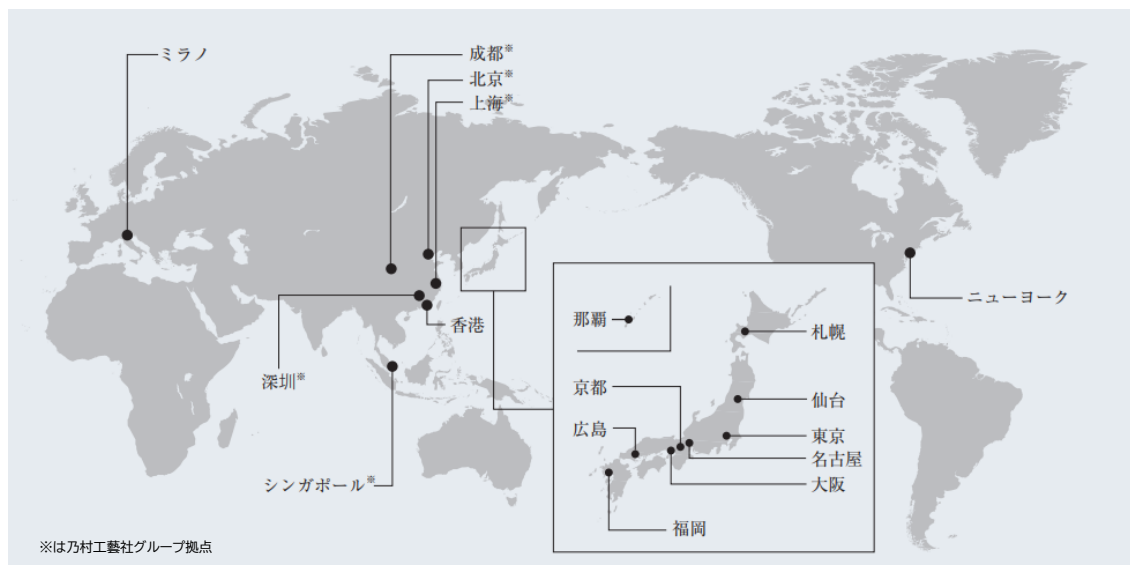
ノムラのおくりだすものは、人間環境の質的向上をはかる生活文化そのものである。ノムラはこの仕事を通じて、環境創造産業のリーダーとなる。

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12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



創業者 乃村泰資

● 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



両国国技館菊人形「十二段返し」
1924年(大正13年)頃

● 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



高島屋大阪店の店頭装飾
1947年(昭和22年)

● 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



日本万国博覧会
1970年(昭和45年)
写真提供:大阪府

● 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



日テレ大時計(宮崎駿デザイン)
2006年(平成18年)

● 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



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15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)つくば科学庁博覧会記念財団



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
メインディング
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)

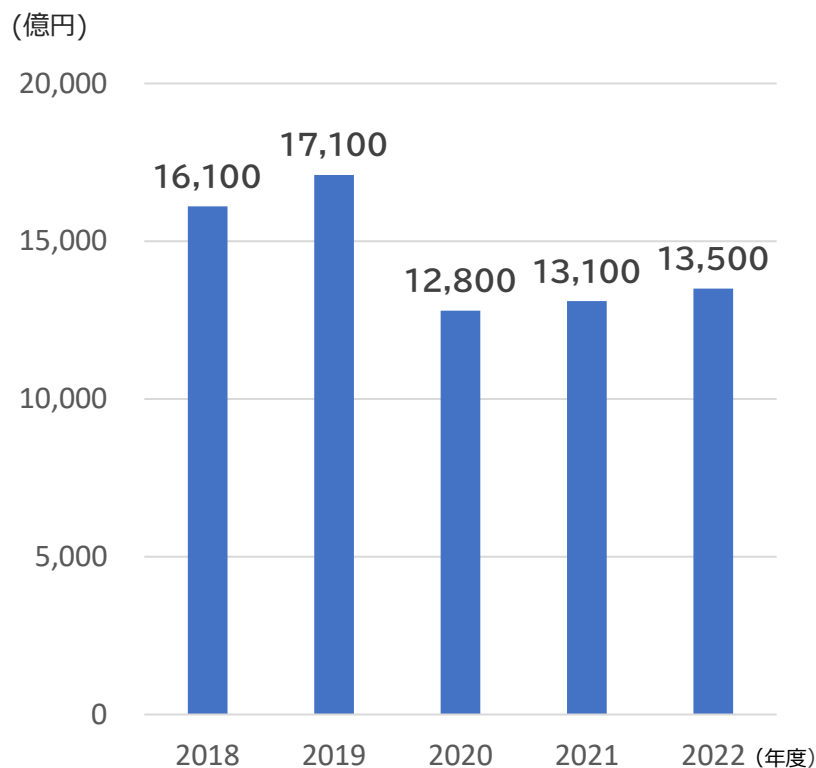


乃村工藝社グループ
拠点集約プロジェクト
2021年(令和3年)

■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

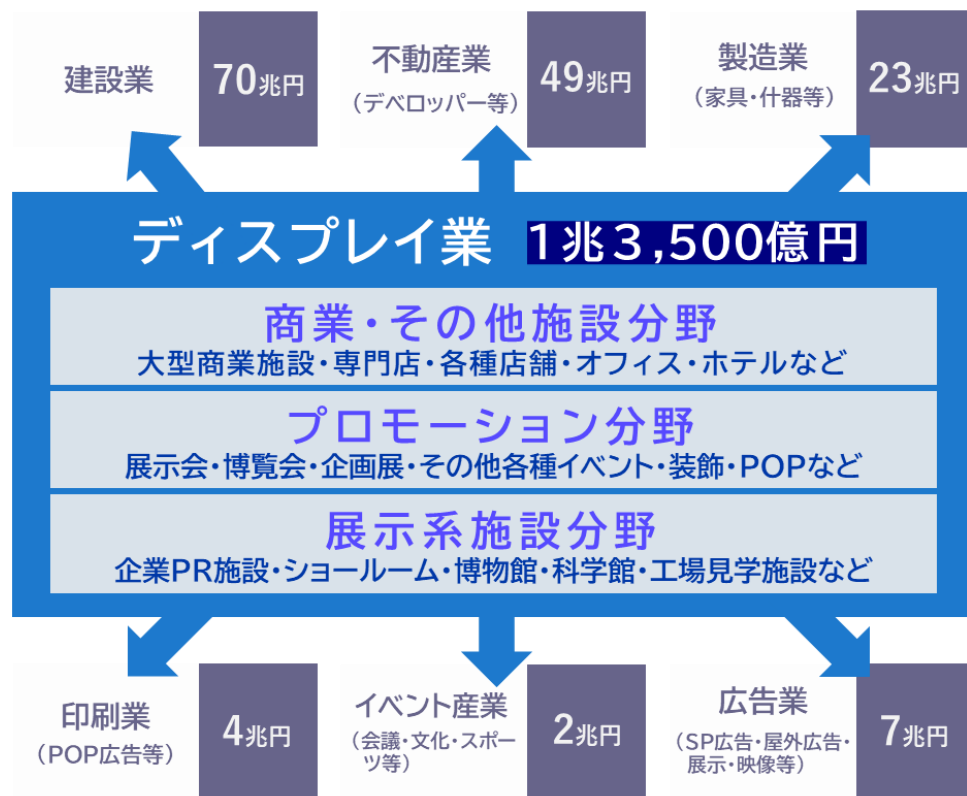
新型コロナウイルス感染症の影響により、
2022年度は約1兆3,500億円と推定



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

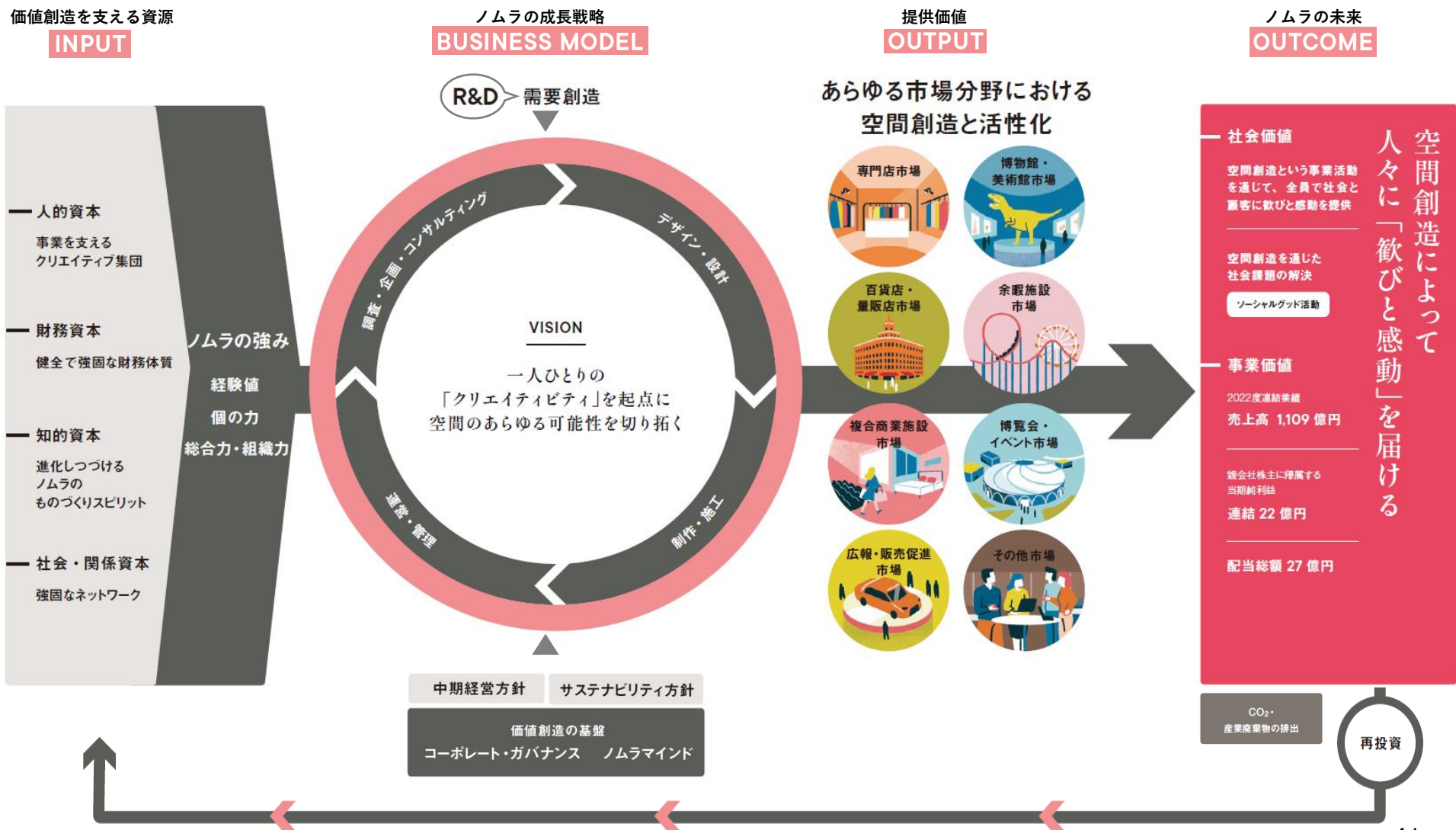
売上を拡大し、業界トップシェアを堅持

【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	高島屋ｽﾟｰｽｸﾘエイツ	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	三越伊勢丹ﾌﾟﾗﾝﾍﾞﾙ・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	高島屋ｽﾟｰｽｸﾘエイツ	24,531	3.5%
9	TANA-X	21,938	3.5%	9	高島屋ｽﾟｰｽｸﾘエイツ	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



空間創造によって
人々に「喜びと感動」を届ける

■ 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

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12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。