



2011年2月期  
<平成22年度>  
第2四半期 決算補足資料

株式会社乃村工藝社

証券コード: 9716

<http://www.nomurakougei.co.jp>

2011年2月期 < 平成22年度 >

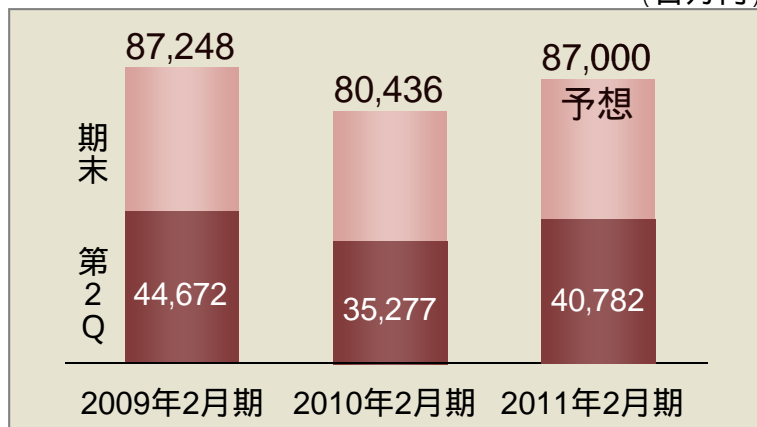
## 第2四半期業績報告

このプレゼンテーションには、将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。  
社会・経済・競合状況の変動等に関わるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と異なる可能性があります。

# 損益計算書について

(百万円)

## 【売上高】



売上高: 407.8億円(前年同期比 55.0億円増 +15.6%)

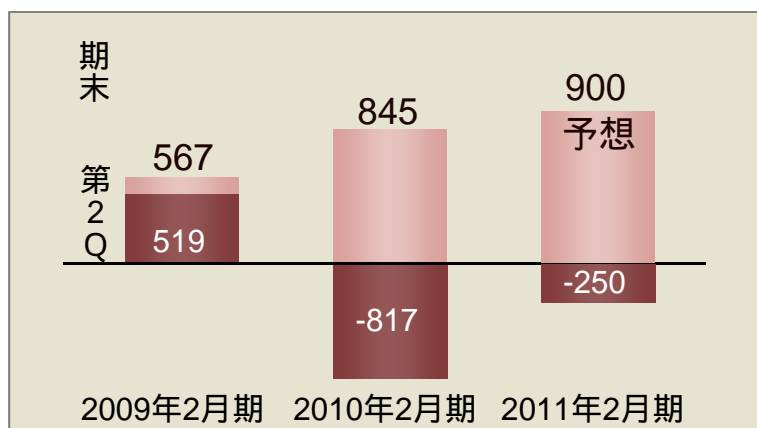
・総利益: 51.1億円(前年同期比 4.6億円増)

総利益率 12.6% ( 0.6ポイント)

・販売管理費: 53.6億円 (前年同期比 0.9億円減)

売上高販管比率 13.2% ( 2.3ポイント)

## 【営業利益】



営業利益: 2.5億円(前年同期比 5.6億円増)

営業利益率 0.6% (+1.7ポイント)

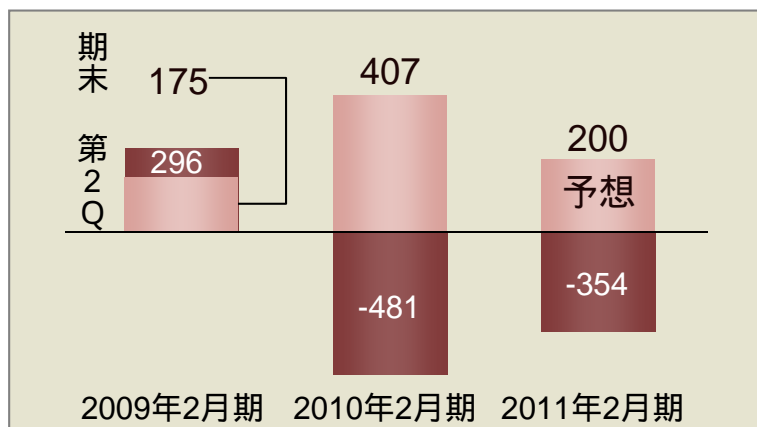
・営業外収益: 1.0億円(前年同期比 1.4億円減)

・営業外費用: 0.1億円(前年同期比 4百万円減)

経常利益: 1.5億円(前年同期比 4.2億円増)

経常利益率 0.4% (+1.2ポイント)

## 【当期純利益】



・特別利益: 0.1億円(前年同期比 6百万円増)

・特別損失: 0.8億円(前年同期比 0.8億円増)

当期純利益: 3.5億円(前年同期比 1.2億円増)

当期純利益率 0.9% (+0.5ポイント)

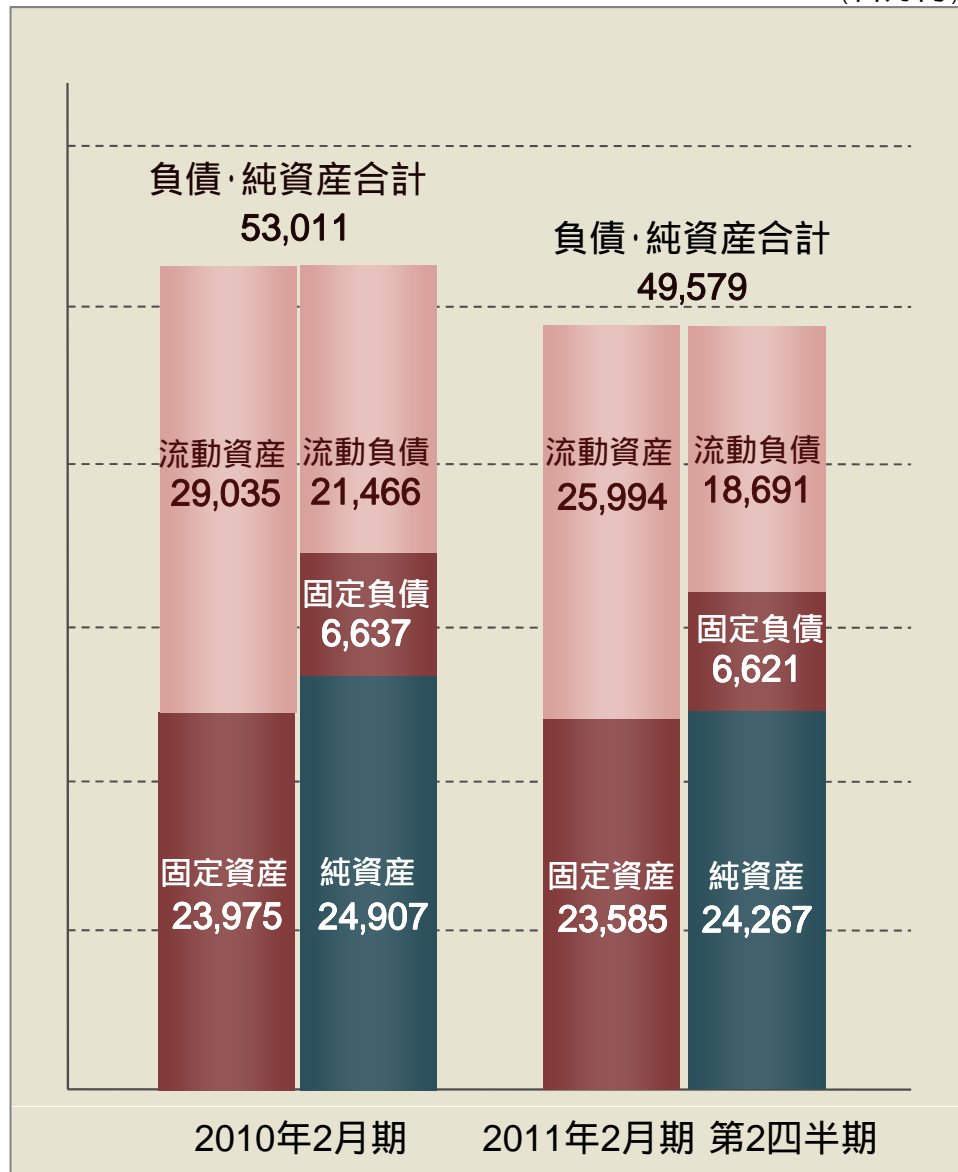
# 業績予想の修正について

- ① 売上面では専門店市場を中心に堅調であったが、利益面において修正となった

(百万円)	2Q 期初計画	差異	
売上高	39,000	1,500	→ 上期の積上げ10億円 納期変更分 5億円
営業利益	0	260	→ 一部の大型案件において計画を上回る 原価が発生 この特殊要因を除くと営業利益は 計画通りに推移していた
経常利益	60	220	→
第2四半期 純利益	0	360	→ 一部子会社における繰延税金資産の取崩し 黒字子会社の税金費用

# 貸借対照表について

(百万円)



流動資産: 259.9億円  
(前期末比 30.4億円減 10.5%)

・現金・預金: 32.4億円  
(前期末比 25.1億円増 +345.9%)

・たな卸資産: 71.7億円  
(前期末比 10.7億円増 +17.5%)

固定資産: 235.8億円  
(前期末比 3.9億円減 1.6%)

・有形固定資産: 185.2億円  
(前期末比 2.6億円減 1.4%)

・投資その他の資産: 44.0億円  
(前期末比 0.7億円減 1.8%)

流動負債: 186.9億円  
(前期末比 27.7億円減 12.9%)

・支払手形及び買掛金: 125.7億円  
(前期末比 22.7億円減 15.3%)

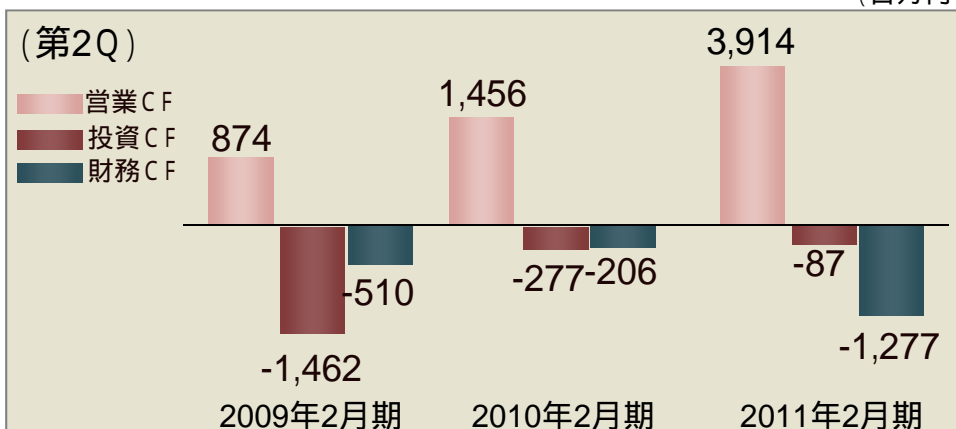
固定負債: 66.2億円  
(前期末比 0.1億円減 0.2%)

純資産: 242.6億円  
(前期末比 6.4億円減 2.6%)

# キャッシュ・フロー計算書について

(百万円)

【キャッシュ・フロー】



営業活動によるキャッシュフロー

39.1億円

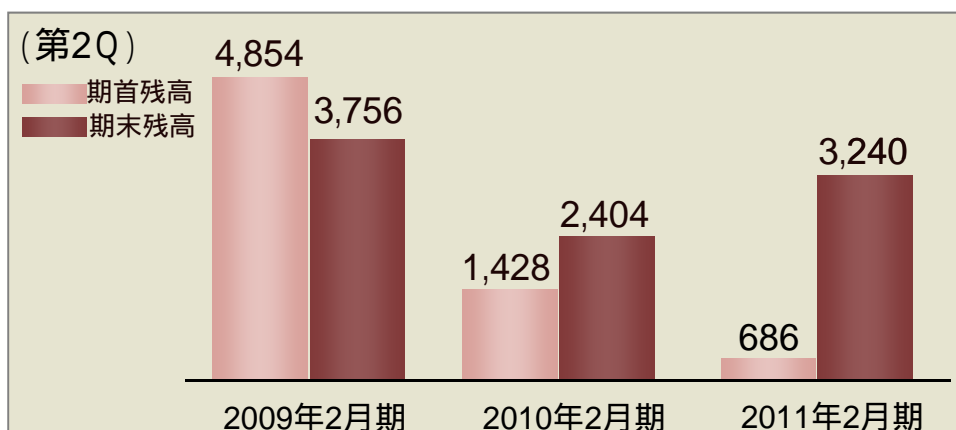
投資活動によるキャッシュフロー

0.8億円

財務活動によるキャッシュフロー

12.7億円

【現金同等物の残高】



現金及び現金同等物の増加・減少額

25.5億円

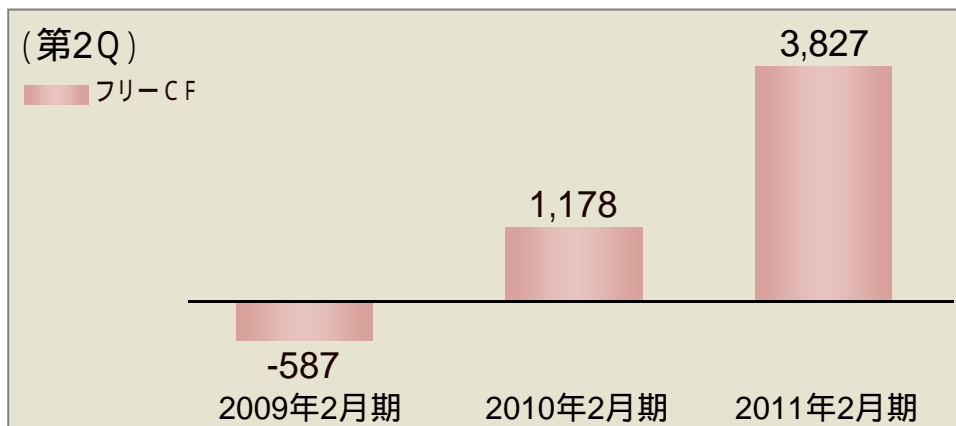
現金及び現金同等物の期首残高

6.8億円

現金及び現金同等物の期末残高

32.4億円

【フリーCF】



フリーキャッシュ・フロー

38.2億円

# 市場別の受注状況

- ✔ 専門店市場では、アパレル店舗のほか金融、サービス店舗の受注が増加した
- ✔ 博物館・美術館市場の受注高は前期に大型受注などがあったため減少している
- ✔ その他市場では、大型の企業オフィス、CI変更業務を受注したほか、ブライダル施設が堅調に推移している

< 第2Q > (百万円)	2010 / 2		2011 / 2	
	受注高	受注残高	受注高	受注残高
専門店市場	14,957	6,721	17,948	7,994
百貨店・量販店市場	2,743	1,968	3,071	1,884
複合商業施設市場	3,271	2,811	3,702	3,177
広報・販売促進市場	8,815	4,827	8,172	3,732
博物館・美術館市場	8,002	8,860	3,076	6,338
余暇施設市場	1,291	1,419	1,464	977
博覧会・イベント市場	175	582	703	797
その他市場	3,399	2,196	4,265	2,746
合 計	42,656	29,388	42,405	27,648

不動産事業、飲食・物販事業は受注概念が異なるため、記載しておりません。

# 受注状況について

- ✔ 受注残高の減少は、前期の第2四半期までに受注した博物館の売上が、当期計上されたためである  
下期の完工分は、商業施設分野などの民間企業案件が多く、当期受注、売上の比率が高くなる傾向である

(百万円)	2009年2月期 第2Q	2010年2月期 第2Q	2011年2月期 第2Q
受注高	42,546	42,656	42,405
売上高	44,672	35,277	40,782
受注残高	25,677	29,388	27,648
(内 当期売上分)	(20,944)	(20,201)	(21,083)
(内 翌期以降売上分)	(4,733)	(9,187)	(6,565)
下期売上高	42,576	45,159	46,218 (計画)
8月時点における 当期 受注確定率	49.2%	44.7%	45.6%
年間売上高	87,248	80,436	87,000 (計画)

受注高、受注残高には不動産事業、飲食・物販事業は含んでおりません。



## 2011年2月期(H22年度)の業績計画

2011年2月期 連結業績計画		
	2010年2月期 実績	2011年2月期 計画
売上高	80,436百万円	87,000百万円
営業利益	845百万円	900百万円
経常利益	1,282百万円	1,000百万円
当期純利益	407百万円	200百万円
一株当たり利益	7.2円	3.5円
ROE	1.6%	0.8%
年間配当	8.0円	8.0円

2011年2月期の業績計画は2010年9月24日現在の情報にもとづいております。

# 今後の市場環境と 当社の事業戦略

このプレゼンテーションには、将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。  
社会・経済・競合状況の変動等に関わるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と異なる可能性があります。

# サマリー

- ✔ 当社は顧客のビジネスサイクルにおいて提供商品を強化し、顧客と市場を開拓し、深耕をはかることによりディスプレイ業界のリーディングカンパニーとして、確固たる地位を築くことを目指している

## ■ ディスプレイ業界について

- ・ディスプレイ業界の市場規模は、1兆5,000億円前後と推定され(日本ディスプレイ団体連合会)、企業の設備投資や宣伝広告活動に影響を受ける
- ・顧客企業の業績は回復しているものの依然として、価格競争が続いている
- ・協力会社は中小の企業が多く、財務体質が弱いため各社からの大幅なコスト削減が難しい状況

## ■ 乃村工藝社について

- ・ディスプレイ業界におけるシェアは業界トップ
- ・ディスプレイ業界において当社のデザイン力は高い評価を得ている
- ・流通小売、メーカーを中心に各業界のトップ企業が主要顧客になっている  
継続顧客が売上に占める割合は75.3%(前期実績)

## ■ 乃村工藝社の事業戦略について

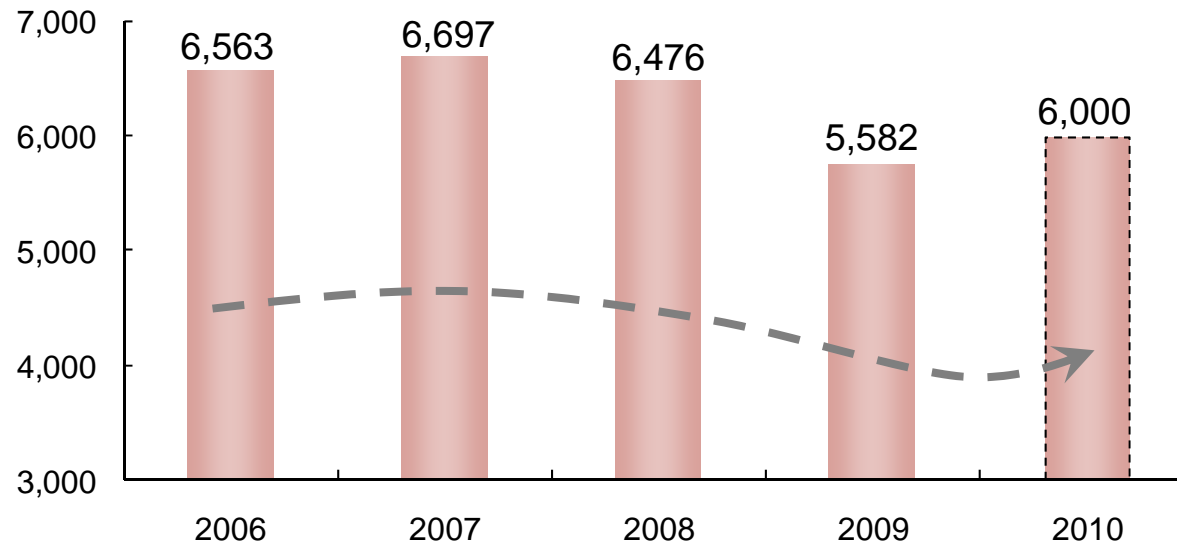
- ・2011年2月期を最終年度とする中期経営計画を推進中
- ・安定した収益源となる顧客の維持・拡大に努める
- ・新規顧客の開拓と同時に強い顧客、市場へのシフトにより焦点を絞る
- ・強化すべき部分を明確にして、成長分野を追求  
< チェーン展開型店舗市場 / オペレーション事業強化 / 海外展開 >

# 市場環境

- ✔ 広告宣伝費は回復の兆しがみられるものの民間設備投資においては、未だ抑制傾向がみられる  
そのような環境のなか今年度は、企業収益が立ち直りをみせており、リーマンショックによる急速な  
景気減速を背景に2008年度から落ち込んでいたディスプレイ業界への需要も回復の兆しをみせている  
しかし、価格に対する下げ圧力が依然として強く、利益面では厳しい状況が継続している

ディスプレイ業界トップ30企業の売上高合計の推移

(単位：億円)



## 市場別の状況

- ① 専門店市場はアパレルを中心に積極的に取り組んだが、入札対応などにより利益率が低下
- ② 広報・販売促進市場は家電、住設メーカーのショールームなどを多数手掛けた
- ③ 博物館・美術館市場は大型の科学館をはじめ、歴史館などがリニューアルをむかえた

< 第2Q >	2010 / 2		2011 / 2		前年同期 増減額
	(百万円)	売上高 構成比	売上高 構成比	売上高 構成比	
専門店市場	12,148	35.6%	15,948	39.6%	3,800
百貨店・量販店市場	2,413	6.4%	2,104	5.7%	-308
複合商業施設市場	3,504	11.2%	2,325	8.0%	-1,179
広報・販売促進市場	7,135	20.0%	8,173	19.9%	1,037
博物館・美術館市場	2,983	7.8%	4,417	10.0%	1,433
余暇施設市場	1,856	4.7%	2,754	4.4%	897
博覧会・イベント市場	331	1.0%	595	1.7%	264
その他市場	3,867	10.5%	3,525	8.5%	-342
ディスプレイ事業 小計	34,241	97.2%	39,846	97.7%	5,604
不動産事業	267	0.7%	243	0.5%	-23
飲食・物販事業	767	2.1%	692	1.7%	-75
合 計	35,277	100.0%	40,782	100.0%	5,505

# プラス要因

✔️ 価格競争は引き続き厳しいものの以下の通り、いくつかのプラス要因が挙げられる

## ■ 既存顧客

各メーカーを中心に優良企業との継続取引があるなか、顧客企業の業績が回復してきており、プロジェクトの数は増加している  
延期されてきたプロジェクトが実施されてきている

## ■ 新規顧客

外資系のブランド、ファストファッション、SPA、スポーツなどの専門店顧客の開拓  
ブライダル施設や新たなサービス店舗の開拓

## ■ 新たな市場分野

高速道路の公団民営化、高速道路の無料化、割引に伴い、高速道路SAの  
利便性向上が求められるなか、集客施設の総合的な企画、提案のできる当  
社の受注が増加している  
今期案件例：「御在所SA」、「寄居PA」、「岡崎SA」、「基山PA」

## ■ 大型プロジェクト

今後、受注できれば売上規模10億円以上と予想される大型プロジェクトの  
実施が予定されている

## 市場別の計画

(百万円)	2010 / 2		2011 / 2	
	実績	構成比	計画	構成比
専門店市場	29,529	36.7%	31,000	35.6%
百貨店・量販店市場	6,297	7.8%	8,000	9.3%
複合商業施設市場	7,300	9.1%	9,000	10.3%
広報・販売促進市場	15,209	18.9%	17,000	19.5%
博物館・美術館市場	7,305	9.1%	6,500	7.5%
余暇施設市場	4,610	5.7%	4,000	4.6%
博覧会・イベント市場	1,045	1.3%	1,500	1.7%
その他市場	9,137	11.4%	10,000	11.5%
合 計	80,436	100%	87,000	100%

不動産事業、飲食・物販事業はその他市場に含めて計画しております。

# 中期経営計画(2008-2010)について

- ① 当社グループは以下の事業戦略を掲げ、売上および利益の向上を目指すとともに成長機会を追求していく

## 既存ビルド分野 の利益率の向上

- ・当社の主要事業であるビルド分野(設計・施工)において、取引のある大手優良顧客の深耕と拡大につとめ、安定的な売上・利益を確保する
- ・受注判断の基準を見直し、管理体制を強化
- ・固定費削減策を継続して実施

## チェーン展開型 店舗市場の拡大

- ・当社の得意分野であるデザイン性と高品質を重視する高級店舗に加え、商業施設分野のボリュームゾーンであり、展開力・価格競争力を必要とする“チェーン展開型店舗市場“におけるシェアアップをはかる
- ・当社の主力市場である専門店市場分野の売上を拡大させる

## オペレーション サポート事業の強化

- ・顧客のビジネスサイクルにおいて、施設・イベントのビルド分野(設計・施工)の商品提供だけでなく、オペレーション(運営)分野の商品拡大をおこなう

## 海外市場への 展開

- ・日本の大手メーカーのアジア進出により需要が増加、現地法人からのショールーム、展示会の受注を拡大する
- ・専門店などの商業施設分野にも拡大させる



# 中期ローリング計画について

🟢 現在、2011年度にスタートさせる次期 中期経営計画を策定中

