



2012年度（2013年2月期）
決算補足資料

1. 2012年度(2013年2月期)連結決算概要

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。

2012年度 連結業績ハイライト

- ➡ 売上高は、商業施設分野の新装・改装需要などにより前期に比べ大幅な増収となった
- ➡ 売上高の増加と固定費の抑制により、大幅な増益となった

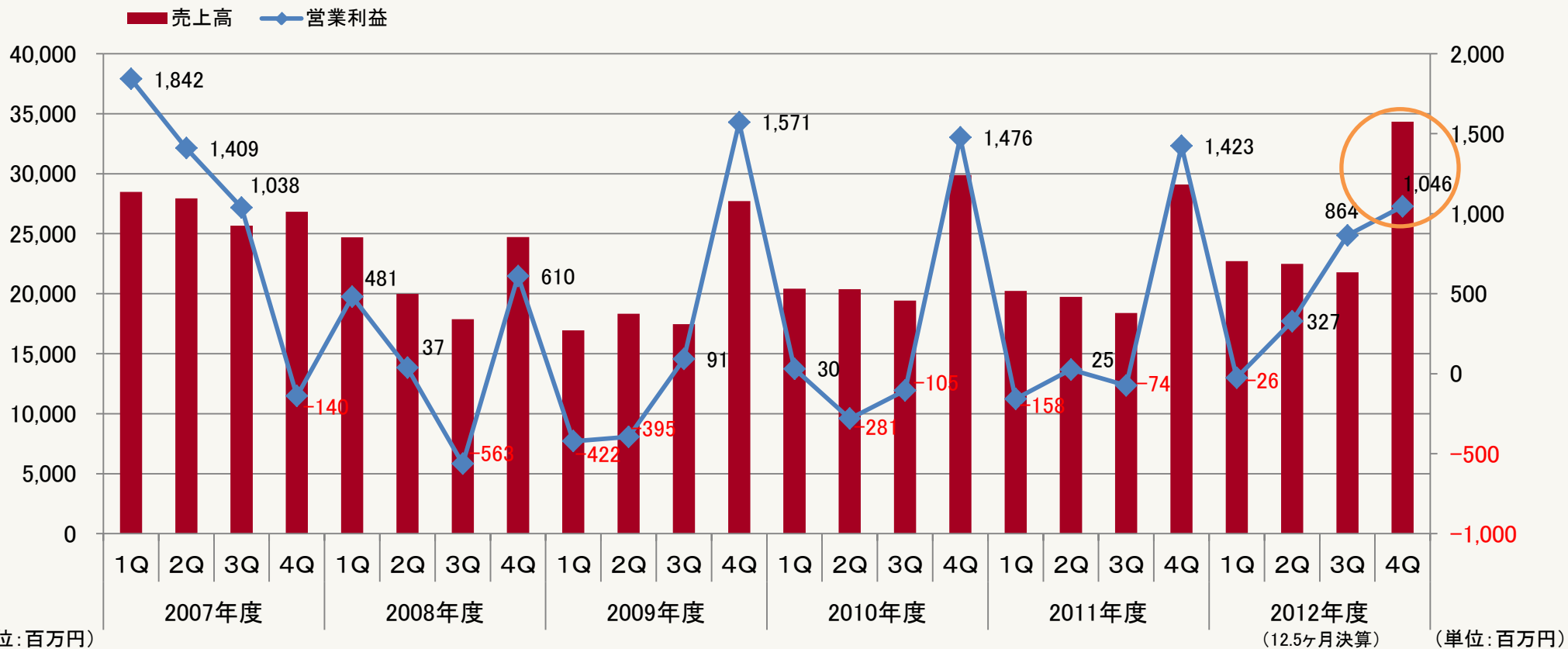
	2011年度	2012年度 (12.5ヶ月決算)	前期比 増減額(率)
売上高	87,464	101,316	13,852(15.8%)
営業利益	1,215	2,212	996(82.0%)
当期純利益	604	1,242	638(105.7%)

(単位:百万円)

(注)2012年度は決算期変更の経過期間であるため12.5ヵ月決算となっております。

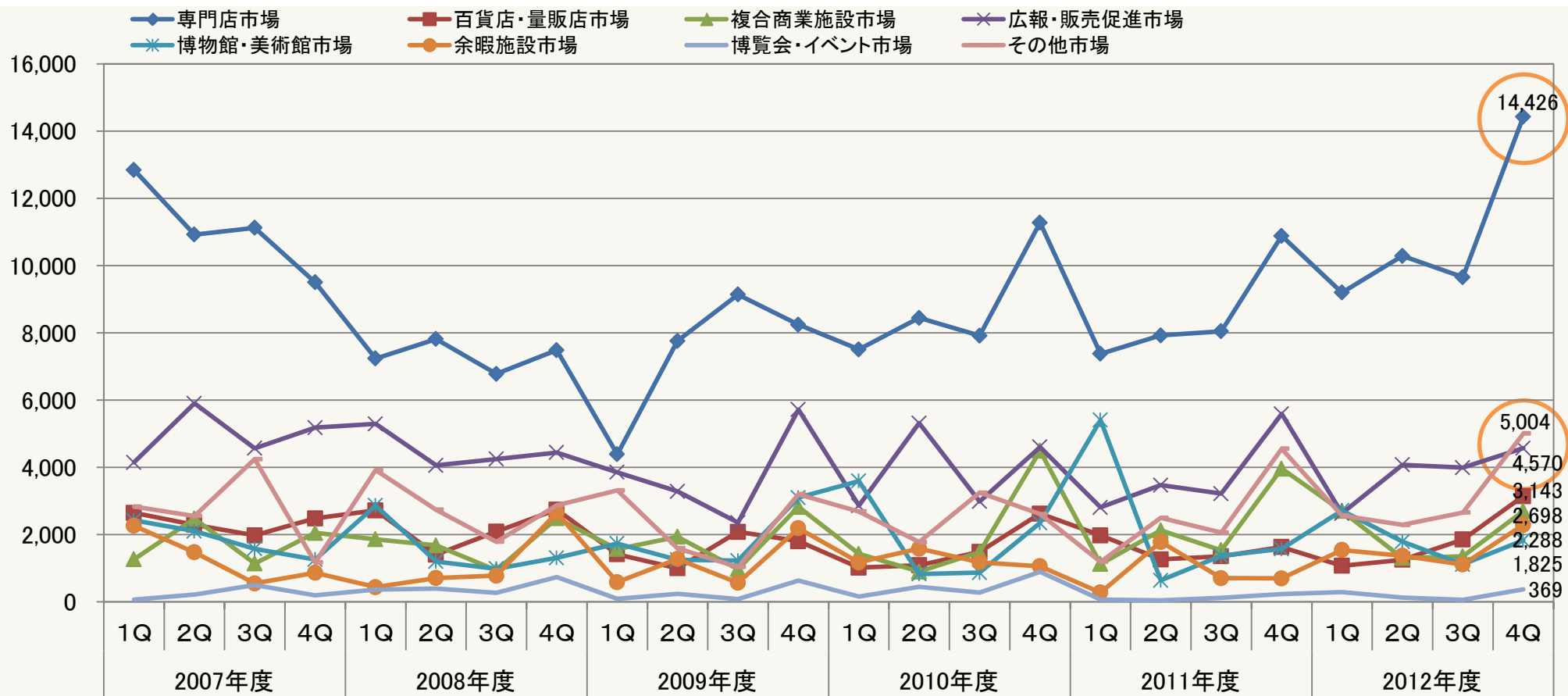
売上高・営業利益の四半期推移

- 第4四半期の売上高の増加は、決算期変更と商業施設分野などにおいて大型案件の完工が集中したため
- 第4四半期の営業利益は、決算期変更コストの計上などにより前期に比べ減少した



市場分野別売上高の四半期推移

- 第4四半期の専門店市場の売上高は、主要都市の大型商業施設に出店する店舗需要により高い水準となった
- 住宅関連企業の大型ショールーム、ワークスペース、ブライダル施設、クリニックなどの完工により
広報・販売促進市場、その他市場の売上高が伸長した



(単位: 百万円)

(注) 不動産事業と飲食・物販事業はその他市場に含み、掲載しています。

市場分野別の状況

- ◆ 都内の大型商業施設の新装、主要都市の百貨店の改装などにより、専門店市場、百貨店・量販店市場が増加した
- ◆ 博物館・美術館市場は、前期に大型案件の完工があり減少、余暇施設市場、その他市場はホテル、ワークスペース、ブライダル施設等の大型案件の需要があった

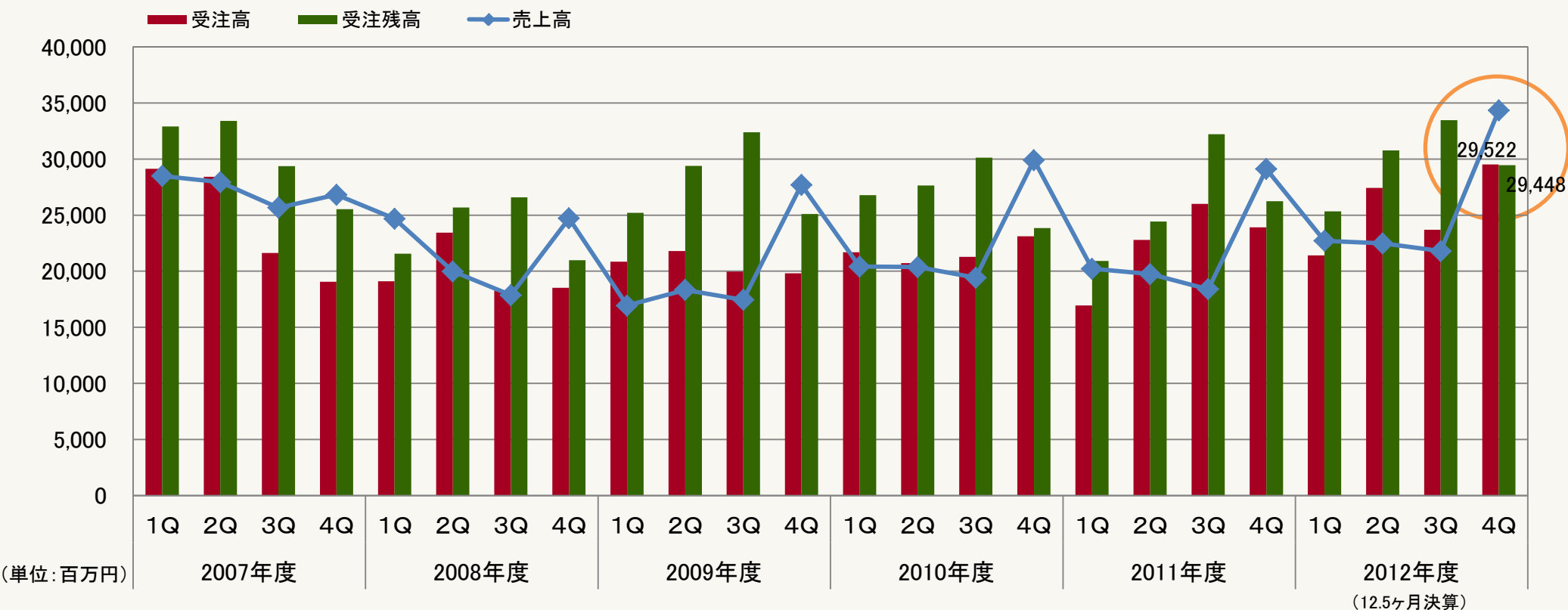
	2011年度		2012年度		売上構成率		ポイント
	売上高	前期比	売上高	前期比	前期	当期	
専門店市場	34,224	△2.6%	43,567	27.3%	39.1%	43.0%	大型商業施設などに出店するアパレル店舗や飲食店のほか、金融店舗などの新装・改装を手掛けた、総利益率は低下した
百貨店・量販店市場	6,221	0.2%	7,321	17.7%	7.1%	7.2%	東京、名古屋、大阪において大手百貨店の改装を手掛け、増収となった
複合商業施設市場	8,740	5.4%	8,054	△7.9%	10.0%	8.0%	駅周辺の商業施設、空港や高速道路のSA・PA(※)の環境演出を手掛けたが、前期に大型案件があったため減収となった
広報・販売促進市場	15,085	△4.3%	15,265	1.2%	17.2%	15.1%	住宅関連、ガス、食品、家電メーカーのショールーム、企業PR施設、展示会を多数手掛けた
博物館・美術館市場	8,981	17.7%	7,439	△17.2%	10.3%	7.3%	高志の国文学館、かわさき宙と緑の科学館などを手掛けたが、前期に名古屋で大型科学館の完工があり減収となった
余暇施設市場	3,459	△30.6%	6,307	82.3%	4.0%	6.2%	温浴施設、アミューズメントの大型案件のほか、ホテル、水族館、託児所など幅広い分野で需要が増加した
博覧会・イベント市場	459	△74.0%	846	84.4%	0.5%	0.8%	全国豊かな海づくり大会(沖縄)、姫路城の公開施設運営、農林水産省などの公共イベントを手掛け増収となった
その他市場	8,373	1.3%	10,055	20.1%	9.6%	9.9%	企業ワークスペース、ブライダル施設、美容クリニック、空港ラウンジなどの内装・展示、環境演出を手掛け増収、業務の効率化により総利益率が改善した
ディスプレイ事業 小計	85,545	△2.9%	98,858	15.6%	97.8%	97.5%	(※)SA:サービスエリア PA:パーキングエリア
不動産事業	465	△5.4%	474	1.9%	0.5%	0.5%	所有する商業・オフィスビルの賃料収入によるもの
飲食・物販事業	1,453	△6.4%	1,983	36.5%	1.7%	2.0%	博物館のミュージアムショップや駅ビルなどの飲食・物販店舗を運営、東京ソラマチ等に出店したため、増収となった
合計	87,464	△2.9%	101,316	15.8%	100.0%	100.0%	

(12.5ヶ月決算)

(単位:百万円)

受注高・受注残高の四半期推移

- 第4四半期の受注高は、専門店市場や複合商業施設市場、広報・販売促進市場、余暇施設市場の大型案件の受注によって、高い水準となった
- 受注残高は、第4四半期に大きな売上の計上があったにもかかわらず、来期の大型案件受注により294億円を確保した



市場分野別の受注高・受注残高

- ▶ 受注高は、大型商業施設への出店にともなうアパレル店舗の受注に加え、金融店舗を数多く受注した専門店市場が大きく増加し、温浴施設、アミューズメント施設、ホテルなど、大型案件の受注のあった余暇施設市場が伸長したことにより前期に比べ141億円増加した
- ▶ 受注残高は、アパレル・物販の大型店舗、主要駅周辺の商業施設、百貨店の改装需要により商業施設分野が増加、広報・販売促進市場における前期の震災影響からの受注回復、余暇施設市場の大型案件の受注により、期末において高い水準を確保している

	2011年度		2012年度		受注高 前期比 増減額(率)		受注残高 前期比 増減額(率)	
	受注高	受注残高	受注高	受注残高				
専門店市場	37,155	7,678	44,165	8,275	7,009	18.9%	597	7.8%
百貨店・量販店市場	6,133	739	7,559	978	1,425	23.3%	238	32.2%
複合商業施設市場	6,923	3,436	9,013	4,395	2,089	30.2%	959	27.9%
広報・販売促進市場	15,289	3,539	16,710	4,984	1,420	9.3%	1,445	40.8%
博物館・美術館市場	6,235	3,654	6,330	2,546	95	1.5%	△1,108	△30.3%
余暇施設市場	4,410	1,990	8,983	4,667	4,573	103.7%	2,676	134.4%
博覧会・イベント市場	686	374	822	350	136	19.8%	△23	△6.4%
その他市場	11,116	4,830	8,475	3,250	△2,640	△23.8%	△1,580	△32.7%
合 計	87,951	26,244	102,061	29,448	14,110	16.0%	3,203	12.2%

(12.5ヶ月決算)

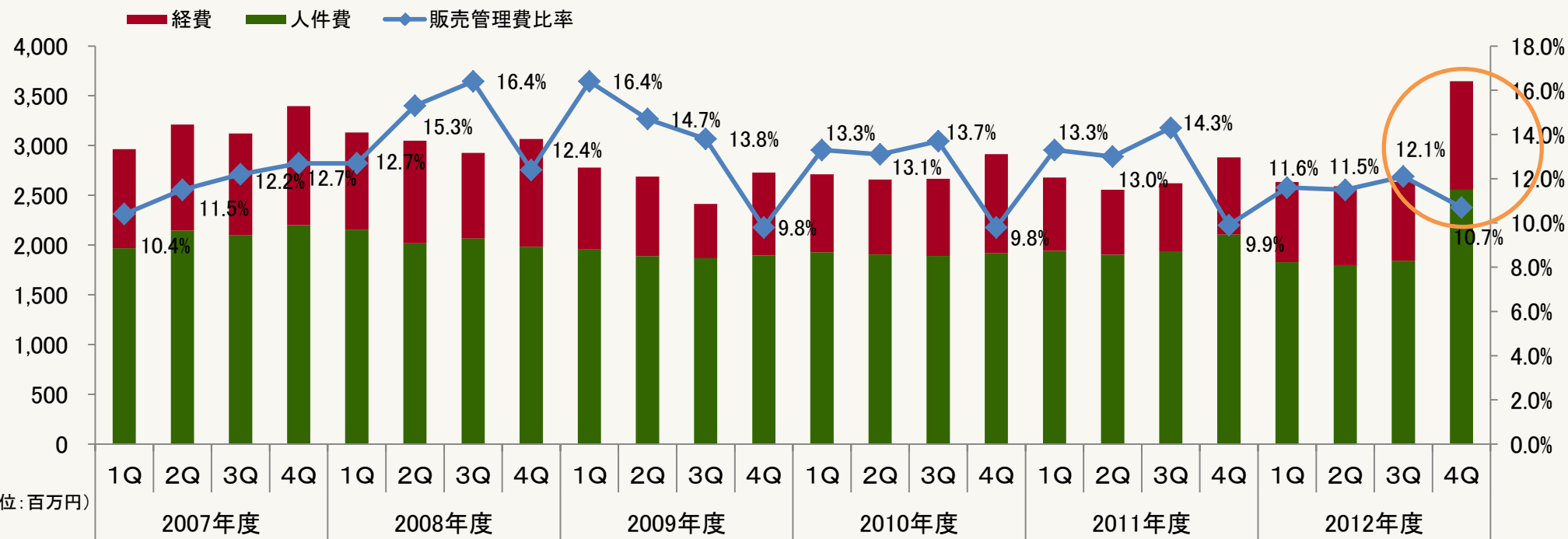
(単位:百万円)

(注)不動産事業と飲食・物販事業は受注概念が異なるため、記載していません。

販売管理費の四半期推移

第4四半期の販売管理費は、決算期変更コストと賞与引当金などにより前期に比べ増加した

売上高の大幅な増加により販売管理費比率は、10.7%となった



(単位: 百万円)

(12.5ヶ月決算)

経費	996	1,066	1,021	1,197	974	1,032	861	1,082	822	801	545	832	783	753	776	993	736	654	684	776	805	795	793	1,091
人件費	1,968	2,145	2,100	2,200	2,156	2,017	2,066	1,984	1,956	1,888	1,869	1,896	1,927	1,906	1,891	1,921	1,943	1,903	1,937	2,105	1,829	1,797	1,842	2,566
販管費計	2,964	3,211	3,122	3,397	3,131	3,049	2,927	3,067	2,778	2,689	2,415	2,728	2,710	2,659	2,667	2,914	2,680	2,557	2,621	2,881	2,635	2,593	2,635	3,657

(単位: 百万円)

連結損益計算書

	2011年度	2012年度	前期比 増減額(率)		ポイント
売上高	87,464	101,316	13,852	15.8%	大型商業施設への出店意欲の旺盛な専門店市場において前期に比べ93億円増加したことに加え、余暇施設市場、その他市場の需要増加により大幅な増収となった
売上総利益(率)	11,957(13.7%)	13,733(13.6%)	1,776	14.9%	売上の増加により総利益が増加したものの、価格競争の厳しかった上期案件の影響等により総利益率は横ばい
販売管理費(率)	10,741(12.3%)	11,521(11.4%)	780	7.3%	決算期変更コスト、120周年記念にともなう費用等の計上があったものの、固定費の抑制により前期に比べ7億80百万円の増加にとどめることができた
営業利益(率)	1,215(1.4%)	2,212(2.2%)	996	82.0%	売上の増加による固定費効果、堅調なグループ子会社の業績により、前期に比べ大幅な増益となった
経常利益(率)	1,325(1.5%)	2,383(2.4%)	1,057	79.8%	
特別利益	308	1	△307	△99.5%	前期は保険金受取などによるもの
特別損失	614	205	△409	△66.6%	グループ子会社の保有不動産売却にともなう土地整備費の計上等 前期は震災関連費用、役員退職慰労金、過年度給与手当などがあった
当期純利益(率)	604(0.7%)	1,242(1.2%)	638	105.7%	

(12.5ヶ月決算)

(単位:百万円)

連結貸借対照表

		2011年度	2012年度	前期末比 増減額(率)		ポイント
資 産	流動資産	31,398	35,224	3,825	12.2%	売上債権の順調な回収により受取手形及び売掛金が減少したことにと もない、現金及び預金が大幅に増加した結果、38億25百万円の増 加となった
	固定資産	22,946	23,115	169	0.7%	減価償却の実施があったものの、投資有価証券の取得、基幹サー バーリプレイス、グループ子会社の出店にともなう店舗什器等の取 得により増加した
	資産合計	54,344	58,340	3,995	7.4%	
負 債 純 資 産	流動負債	23,601	26,468	2,867	12.1%	手元資金が充実したことによる短期借入の返済をおこなったが、期 末月の仕入の増加にともない支払手形及び買掛金が増加、また受 注残高の増加による前受金の増加などにより28億67百万円の増加 となった
	固定負債	5,860	5,827	△32	△0.6%	リース物件の増加、役員退職慰労金制度廃止にともなう功労金計上 による増加などがあったものの、退職給付引当金の減少により減少 した
	負債合計	29,461	32,296	2,834	9.6%	
	純資産	24,883	26,044	1,160	4.7%	純資産は、配当金の支払いがあるものの、当期純利益の増加により 利益剰余金が増加した
	負債純資産合計	54,344	58,340	3,995	7.4%	負債純資産合計(総資産)の増加は、決算期変更にとともなう0.5ヶ月 の日数増加(12.5ヶ月決算)が主な要因

(12.5ヶ月決算)

(単位:百万円)

連結キャッシュ・フロー計算書

	2011年度	2012年度	ポイント
営業活動によるキャッシュ・フロー	△735	11,774	売上債権の回収が順調に進むとともに、受注残高の増加にともなう前受金の増加などにより117億74百万円の収入となった
投資活動によるキャッシュ・フロー	△716	625	固定資産や投資有価証券の取得があったが、子会社保有の不動産の譲渡契約にともなう手付収入、信託受益権の償還収入などにより6億25百万円の収入となった
財務活動によるキャッシュ・フロー	870	△1,811	手元資金の充実により短期借入金の返済をしたほか、配当金の支払いなどもあり18億11百万円の支出となった
現金及び現金同等物の増加額	△584	10,628	
現金及び現金同等物の期末残高	411	11,040	現金及び現金同等物は、106億28百万円と大幅に増加し、期末残高が110億40百万円となった

(12.5ヶ月決算)

(単位:百万円)

2013年度 連結業績予想

- ◆ 2013年度の売上高は、通常の12ヶ月決算になることもあり、若干の減収と予想している
- ◆ 営業利益は、決算期変更コストがなくなるとともに、総利益率の向上により35億円を計画

	2012年度 (12.5ヶ月決算)	2013年度(予想)
売上高	101,316	100,000
営業利益	2,212	3,500
経常利益	2,383	3,600
当期純利益	1,242	2,000
一株当り当期純利益	22.25円	35.82円
一株当り配当金	10.0円 (記念配当2円を含む)	12.0円
配当性向	44.9%	33.5%

(単位:百万円)

(注)実際の業績は上記の業績予想と異なる可能性がありますので、ご承知おきください。

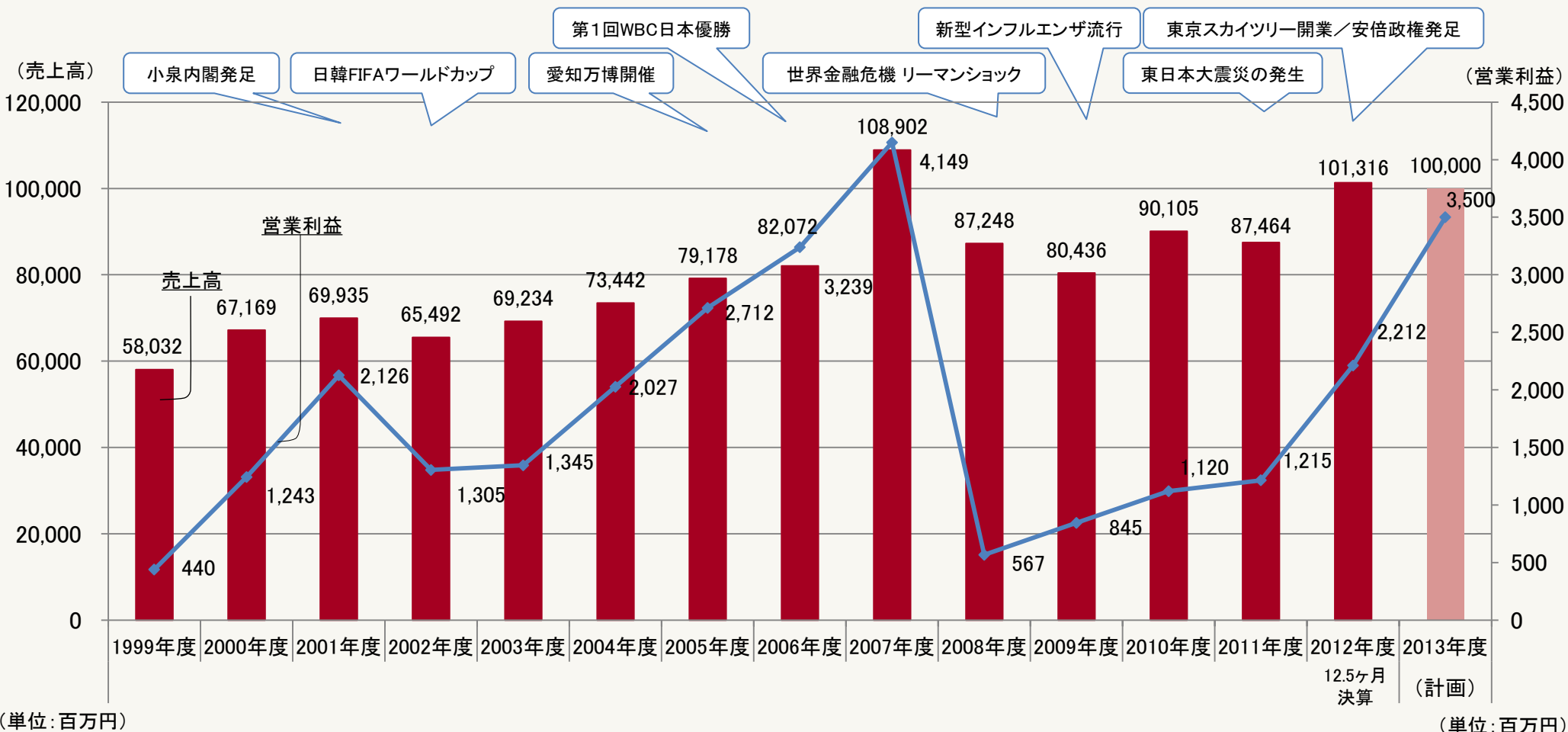
2. 今後の見通しについて

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。

通期業績の推移

- 2012年度は、決算期変更コストがあったものの4期連続の増益を達成
- 市場環境は好転してきている、2013年度は収益性を重視した受注活動を実践する



(注) 実際の業績は上記の業績予想と異なる可能性がありますので、ご承知おください。

ディスプレイ業界の市場シェア

➡ 上位30社における当社のシェアは順調に伸びている

【上位10社の市場シェア 2002年度～2011年度】

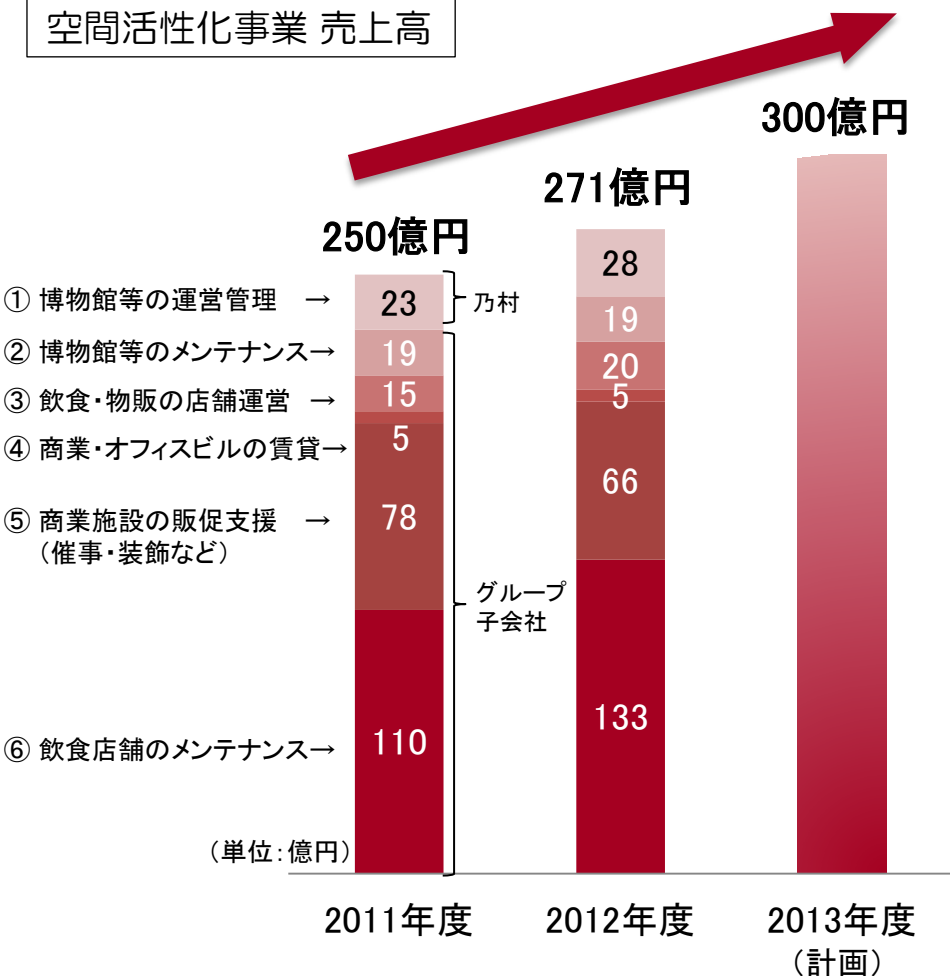
2002年度				2005年度				2011年度			
順位	社名	売上高 (百万円)	占有率 (%)	順位	社名	売上高 (百万円)	占有率 (%)	順位	社名	売上高 (百万円)	占有率 (%)
1	乃村工藝社	65,493	11.5%	1	乃村工藝社	79,178	13.1%	1	乃村工藝社	87,464	15.0%
2	丹青社	58,468	10.2%	2	丹青社	62,547	10.3%	2	丹青社	52,049	8.9%
3	高島屋スペースクリエイツ	36,987	6.5%	3	エイムクリエイツ	37,415	6.2%	3	スペース	32,970	5.6%
4	エイムクリエイツ	32,924	5.8%	4	スペース	31,903	5.3%	4	Jフロント建装	29,261	5.0%
5	大丸装工	31,128	5.4%	5	大丸装工	28,572	4.7%	5	ゼニヤ(現・ジーク)	26,086	4.5%
6	パルコスペース	26,228	4.6%	6	船場	27,608	4.6%	6	船場	22,700	3.9%
7	船場	25,121	4.4%	7	ジーク	26,376	4.4%	7	三井デザインテック	21,184	3.6%
8	スペース	24,136	4.2%	8	高島屋スペースクリエイツ	25,396	4.2%	8	エイムクリエイツ	20,834	3.6%
9	ジーク	21,542	3.8%	9	パルコスペース	21,985	3.6%	9	パウハウス丸栄	19,822	3.4%
10	吉忠マネキン	19,190	3.4%	10	吉忠マネキン	21,782	3.6%	10	高島屋スペースクリエイツ	19,075	3.3%
上位30社の売上合計		571,166	100.0%	上位30社の売上合計		606,030	100.0%	上位30社の売上合計		584,988	100%

※上記は当社集計による数値です。

2011－2013 中期経営計画 <2012年度の振り返り>

空間創造 & 活性化事業の強化 「創りそして活かす」 ～お客様とともに最適な価値を提供できるノムラへ～

空間活性化事業 売上高



博物館の運営管理を新たに3件スタート：業界NO1の実績
(乃村工芸社 担当)

2011年度：全11館で売上高 23億円

2012年度：全14館で売上高 28億円 (+5億円)

グループ会社における空間活性化事業の拡大

2011年度：売上高 227億円

2012年度：売上高 243億円 (+16億円)

→ 飲食・物販店舗を新たに6店舗 運営開始

→ 飲食店舗メンテナンスの新規顧客開拓

ノムラグループの空間活性化事業は順調に拡大

2011年度：売上高 250億円

2012年度：売上高 271億円 前期比 8.4%増

2013年度：売上高 300億円 前期比10.7%増 (計画)

→ 下期に高速道路SAの商業施設に飲食物販店舗を出店、
運営管理を開始

空間創造 & 活性化事業の強化 「創りそして活かす」 ～お客様とともに最適な価値を提供できるノムラへ～

空間創造事業 ～生産性の向上～

協力会社の育成をおこない、ノムラ独自の**サプライチェーンを構築**

- ◆ 年間の発注計画をコミットメント
 - 2012年度の発注計画を開示して、繁忙期の（人員）計画を確定
 - 商業・内装系は、効率的な発注ができる30社を選抜、10社とコミットメント
 - 展示系は、専門性を重要視して選抜
- ◆ 10億円の集中発注のできる協力会社の育成
 - 2012年度は、商業・内装系で2社とコミットメント

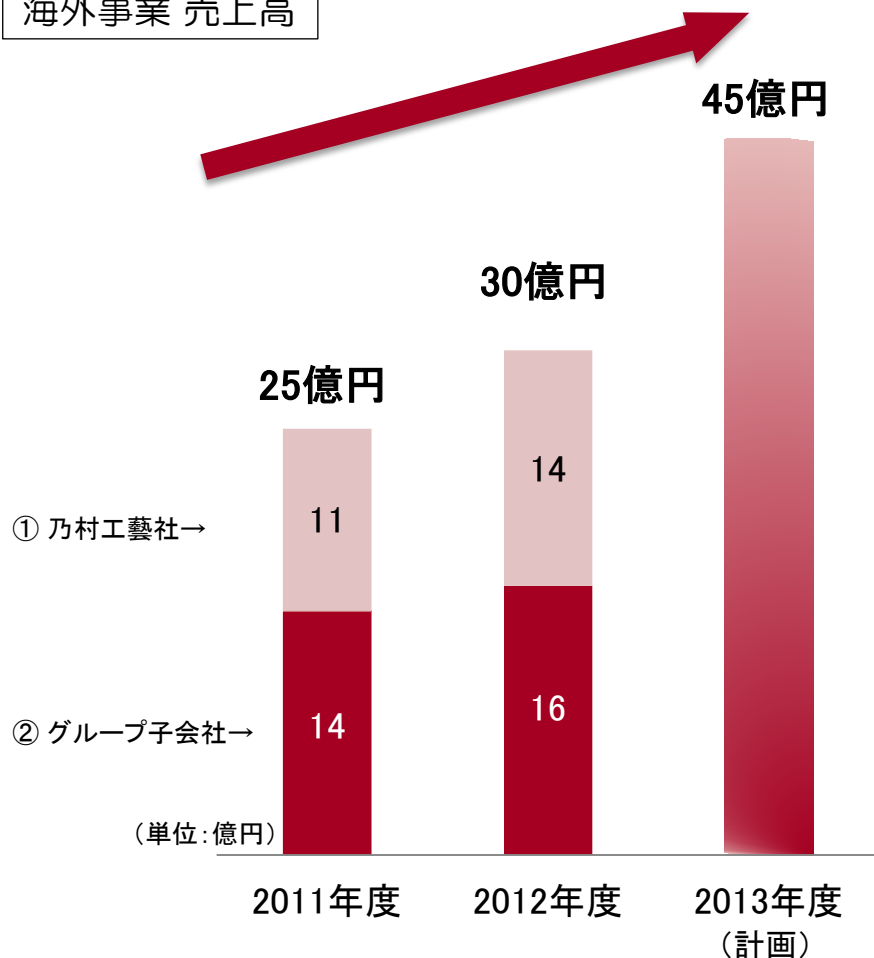
今後の取り組み

- サプライチェーン化
 - 利益率の貢献度合いの分析
- 利益喪失案件の撲滅
 - 件数は減少したものの、金額レベルで減少していない

2011—2013 中期経営計画 <最終年度の取り組み>

国際企業化の加速 「世界を目指す」 ～世界中のお客様から常に選ばれるノムラへ～

海外事業 売上高



海外事業の売上高・案件数が増加

2011年度：売上高 25億円 (案件数 345件)

2012年度：売上高 30億円 (案件数 387件)

2013年度：売上高 45億円 前期比50.0%増 (計画)

→次期 中期経営計画：売上高 70億円超を目指す

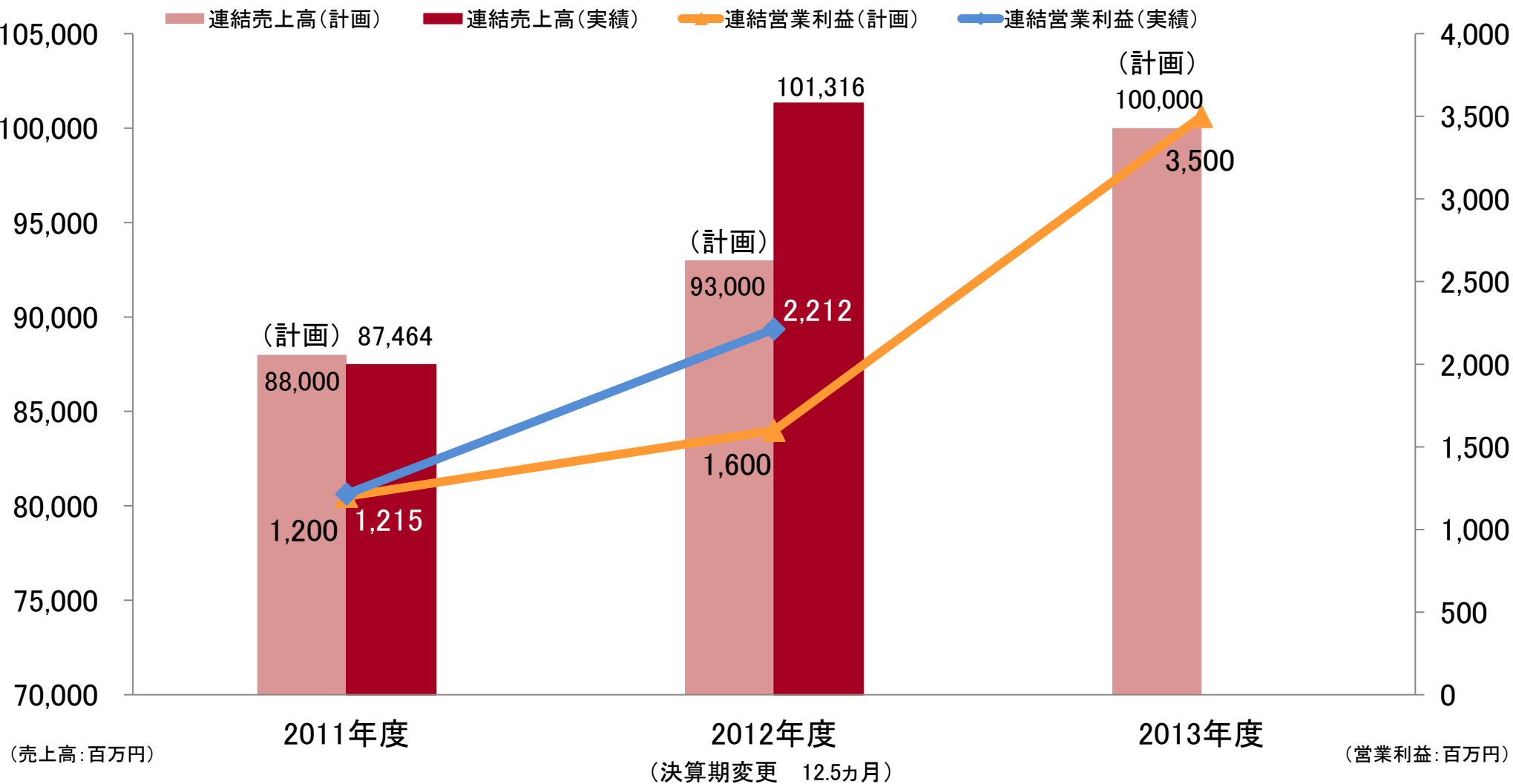
香港支店の再稼働、グループ会社 ノードの北京事務所設立、中国制作体制の再整備

中国における大手デベロッパーと関係を構築 →超大型商業施設の環境デザインを受注

世界トップブランドの中国店舗展開

中期経営計画3カ年の業績推移

2013年度は12ヶ月決算で売上高1,000億円を計画、営業利益・5期連続の増益を目指す



(注) 実際の業績は上記の業績予想と異なる可能性がありますので、ご承知おきください。