

2027年2月期 第1四半期 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

中期経営計画2026-2028

3

補足資料／会社概要



業績ハイライト

- 売上高は、主に大阪・関西万博関連のプロジェクトが一巡したことにより、前年同期に比べ減収となった。
- 営業利益は、売上高の減少および販管費の増加を要因に、前年同期に比べ減益となった。

(百万円)	2025年度		2026年度			
	1Q実績	対売上高 比率	1Q実績	対売上高 比率	前年同期比	
売上高	40,815	100.0%	35,734	100.0%	△5,080	△12.4%
売上総利益	9,094	22.3%	7,151	20.0%	△1,943	△21.4%
営業利益	4,530	11.1%	2,492	7.0%	△2,038	△45.0%
経常利益	4,593	11.3%	2,571	7.2%	△2,022	△44.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,024	7.4%	1,425	4.0%	△1,598	△52.9%

売上高・売上総利益

(百万円)	2025年度		2026年度			
	1Q実績	対売上高 比率	1Q実績	対売上高 比率	前年同期比	
売上高	40,815	100.0%	35,734	100.0%	△5,080	△12.4%
売上総利益	9,094	22.3%	7,151	20.0%	△1,943	△21.4%

- 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、大型プロジェクトを多数手がけたものの、大阪・関西万博関連案件が一巡したことにより、前年同期に比べ12.4%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、収益性改善の取り組みを着実に進めたことにより、総利益率は20%の水準を維持した。

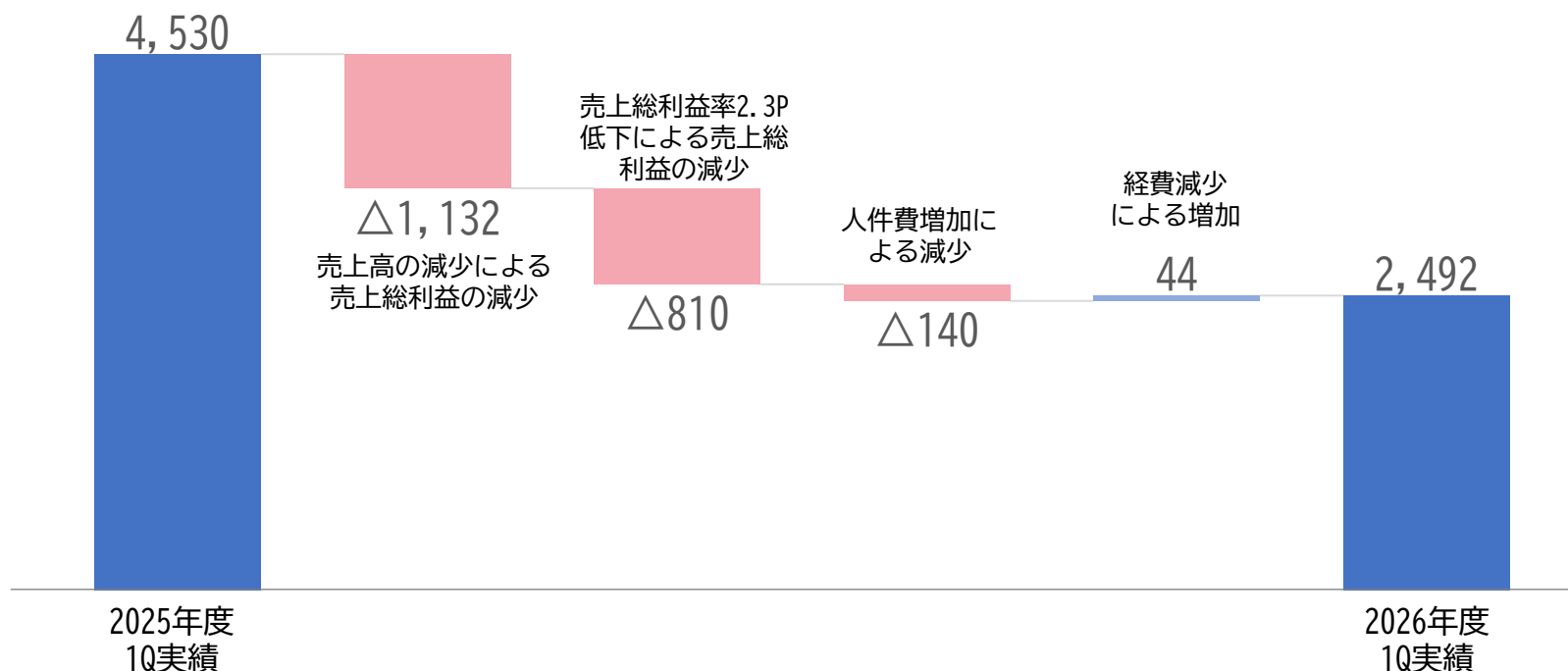
(百万円)	2025年度		2026年度		前年同期比	
	1Q実績	対売上高 比率	1Q実績	対売上高 比率		
人件費	2,687	6.6%	2,827	7.9%	+140	+5.2%
経費	1,876	4.6%	1,831	5.1%	△44	△2.4%
販売管理費 計	4,563	11.2%	4,659	13.0%	+95	+2.1%

- 人件費は、処遇改善などにより前年同期比5.2%の増加、経費は減価償却費の減少等により前年同期比2.4%の減少となった。
- 販売管理費は、売上高が減少したことにより、対売上比率が前年同期比1.8ポイントの増加となった。

営業利益増減要因（前年対比）

- 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、45.0%の減益となった。

(百万円)	2025年度		2026年度		
	1Q実績	対売上高 比率	1Q実績	対売上高 比率	前年同期比
営業利益	4,530	11.1%	2,492	7.0%	△2,038 △45.0%



経常利益・四半期純利益

(百万円)	2025年度		2026年度			
	1Q実績	対売上高 比率	1Q実績	対売上高 比率	前年同期比	
営業外損益	62	0.2%	79	0.2%	+16	+26.6%
経常利益	4,593	11.3%	2,571	7.2%	△2,022	△44.0%
特別損益	-	-	-	-	-	-
税引前四半期純利益	4,593	11.3%	2,571	7.2%	△2,022	△44.0%
法人税等	1,568	3.9%	1,145	3.2%	△423	△27.0%
四半期純利益	3,024	7.4%	1,425	4.0%	△1,598	△52.9%

- 四半期純利益は、経常利益の減少にともない、前年同期に比べ52.9%の減益となった。

市場分野別の売上高・総利益率

- インバウンド需要を背景としたホテルの新装・改装やテーマパークのイベント装飾など、大型プロジェクトを多数手がけた余暇施設市場が、前年同期に比べ増収となった。
- 一方、前年同期に大型プロジェクトの完工があった複合商業施設市場、広報・販売促進市場、博覧会・イベント市場で反動減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		
	1Q実績	前年同期比	売上総利益率	1Q実績	前年同期比	売上総利益率
専門店市場	8,998	△0.0%	↑19.0%	8,468	△5.9%	↓18.4%
百貨店・量販店	1,058	+9.3%	↑24.8%	1,476	+39.4%	↑26.1%
複合商業施設市場	4,723	+50.3%	↑26.0%	3,684	△22.0%	↓20.6%
広報・販売促進市場	4,073	+75.8%	↑19.6%	3,444	△15.4%	↑21.6%
博物館・美術館市場	2,189	+3.7%	↓19.3%	2,324	+6.2%	↑20.9%
余暇施設市場	3,625	△32.7%	↑23.7%	8,066	+122.5%	↓17.3%
博覧会・イベント市場	8,744	+511.3%	↑26.5%	652	△92.5%	↑30.6%
その他市場	7,401	+57.1%	↓20.3%	7,617	+2.9%	↑21.4%
合計	40,815	+40.4%	↑22.3%	35,734	△12.4%	↓20.0%

市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、大阪・関西万博後も引き続き受注環境が堅調に推移しており、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などが増加し、前年同期に比べ35.1%増加の525億65百万円（四半期における過去最高受注高）となった。
- 受注残高は、堅調な受注環境に伴い、大幅な増加となった。特に首都圏ホテルの大型改装プロジェクトを複数手掛けている余暇施設市場、大型オフィスおよび教育関連施設の改装などを手掛けるその他市場などが増加したことにより、前年同期に比べ30.1%増加の870億26百万円（四半期末の過去最高受注残高）となった。

(百万円)	2025年度1Q		2026年度1Q			
	受注高	受注残高	受注高	受注残高	受注高 前年同期比	受注残高 前年同期比
専門店市場	10,329	15,647	12,928	17,749	+25.2%	+13.4%
百貨店・量販店	922	859	710	222	△23.0%	△74.1%
複合商業施設市場	2,688	9,348	2,331	9,151	△13.3%	△2.1%
広報・販売促進市場	4,142	6,239	7,448	8,589	+79.8%	+37.7%
博物館・美術館市場	3,438	5,675	4,537	6,654	+32.0%	+17.3%
余暇施設市場	3,602	15,335	11,628	24,611	+222.8%	+60.5%
博覧会・イベント市場	5,544	4,307	4,034	4,128	△27.2%	△4.2%
その他市場	8,239	9,486	8,946	15,919	+8.6%	+67.8%
合計	38,906	66,899	52,565	87,026	+35.1%	+30.1%

2026年度 通期業績見通し

- 2026年度の見通しは、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し、増収増益を計画。ただし、中東情勢の影響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り、今期も増配を計画している。

(百万円)	2025年度			2026年度		
	実績	対売上高 比率	前期比	計画	対売上高 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 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 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

中期経営計画2026-2028

3

補足資料／会社概要



◆ 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

空間創造のあらゆるシーンを担う乃村工藝社グループ

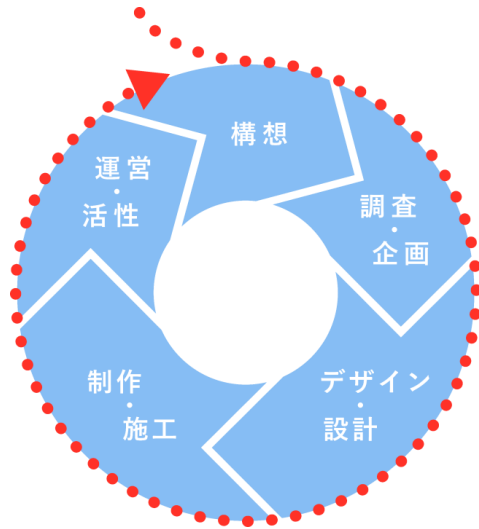
ーディスプレイ業の枠を超え、オンリーワンの企業集団へー

わたしたちは空間と共に歩み続けてきたプロフェッショナルとして
現状に満足することなく、高い価値を提供し続けてきました

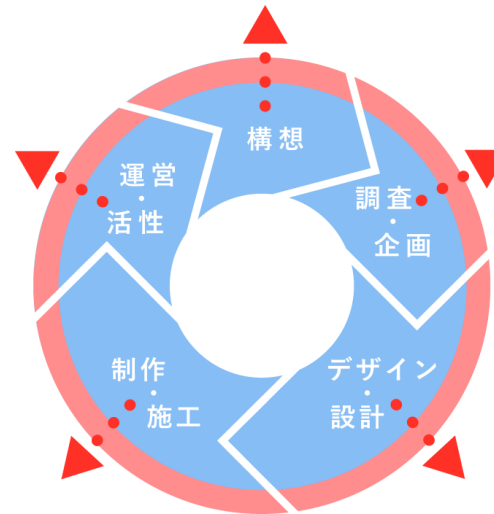
これからもヒューマンスケールで空間をひたむきに捉え続け、
より広い範囲へ、そして持続的に空間へ関与していくことを
乃村工藝社グループの成長ドライバーと位置づけ、
人々の生活や社会への貢献を続けていきます

この3年間で、空間を起点に生まれる多様な価値を
常に高い水準で社会に提供し続ける、オンリーワンの企業集団を目指します





空間創造のサイクルを回し、
次の創出へつなぐ

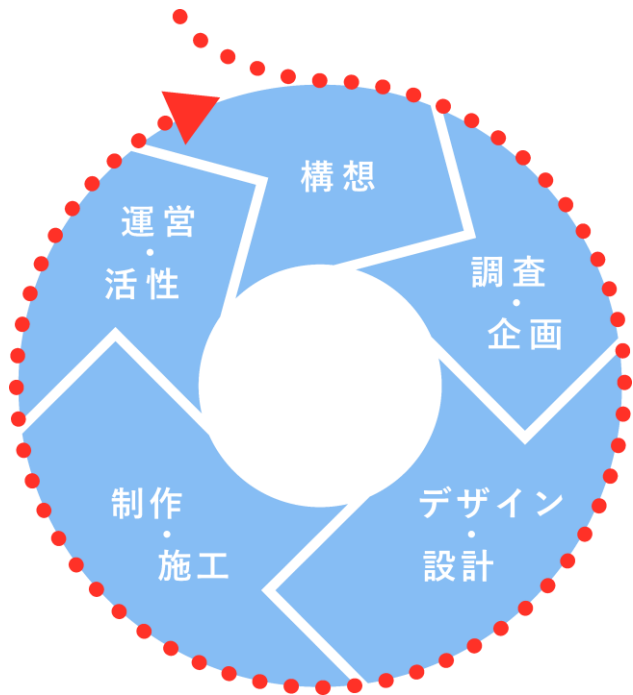


商品・サービスを進化させ、
時代に合わせた価値を提供する



空間をめぐる
多様なビジネスモデルを開発する

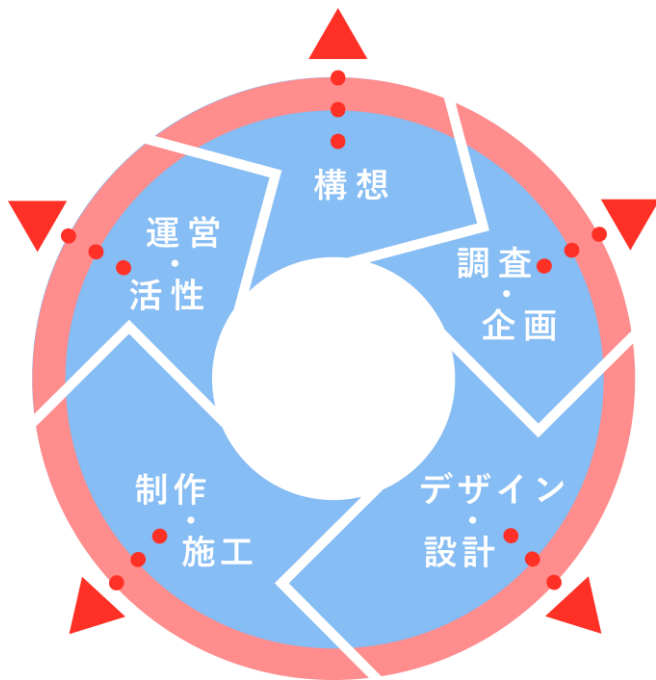
空間創造のサイクルを回し、次の創出へつなぐ



次の次まで考える

空間への関与を一過性のものにとどめることなく、空間のはじまりから、その後の使われ方、さらにその先まで関わり、循環するサイクルに関わり続ける

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

空間に求められる役割が変化する中で
乃村工藝社グループの商品・サービスを進化する

既存の商品・サービスを強くしながら、
新しい商品・サービスも増やしていく

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

プロジェクトを請けるだけではなく
空間づくりの知見を活かした事業主体側への参画、
事業のプロデュースなど
新しいビジネスモデルに挑戦する

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

グループの成長と連動した海外事業の展開

「グループ機能をグローバルにつなぎ、海外を成長の柱へ」を基本方針とし、国境を越えて最適に組み合わせる体制を築いていく連携の仕組みを再構築する

● 海外戦略 5つの目指す姿

優良なグローバル案件・顧客の開発

クリエイティブの国際的認知の獲得

サプライチェーン（生産・調達）の最適化

クロスボーダーPMの確立

知見（人財・情報）の循環

財務目標・経営指標・非財務目標

財務目標

	2025年度 実績		2028年度 目標
売上高	1,626億円	▶	1,900億円以上
営業利益	128億円		161億円以上
営業利益率	7.9%		8.5%以上

経営指標

資本効率	ROE 15.7%	▶	ROE 16.5%以上
株主還元	DOE 8.1%		DOE7%以上または 配当性向50%以上のいずれか高い配当額

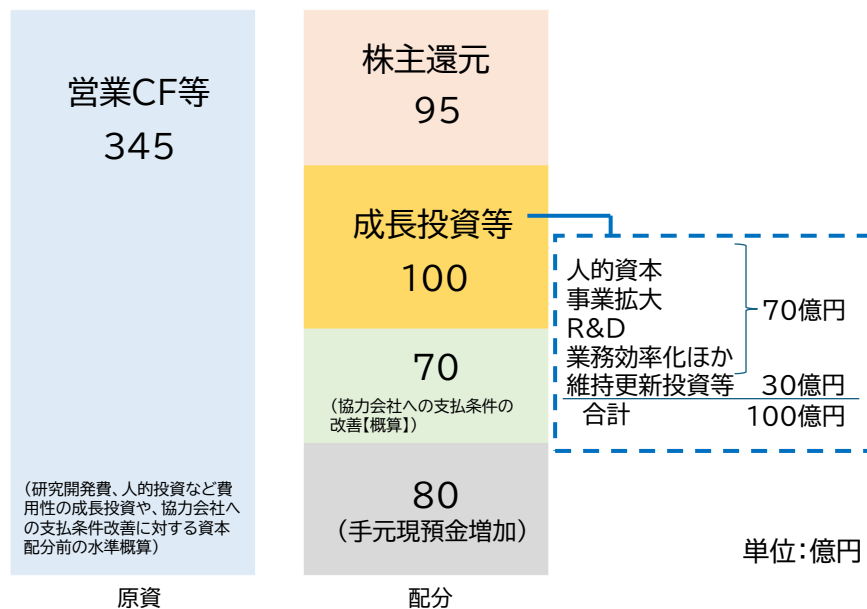
非財務目標

- 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

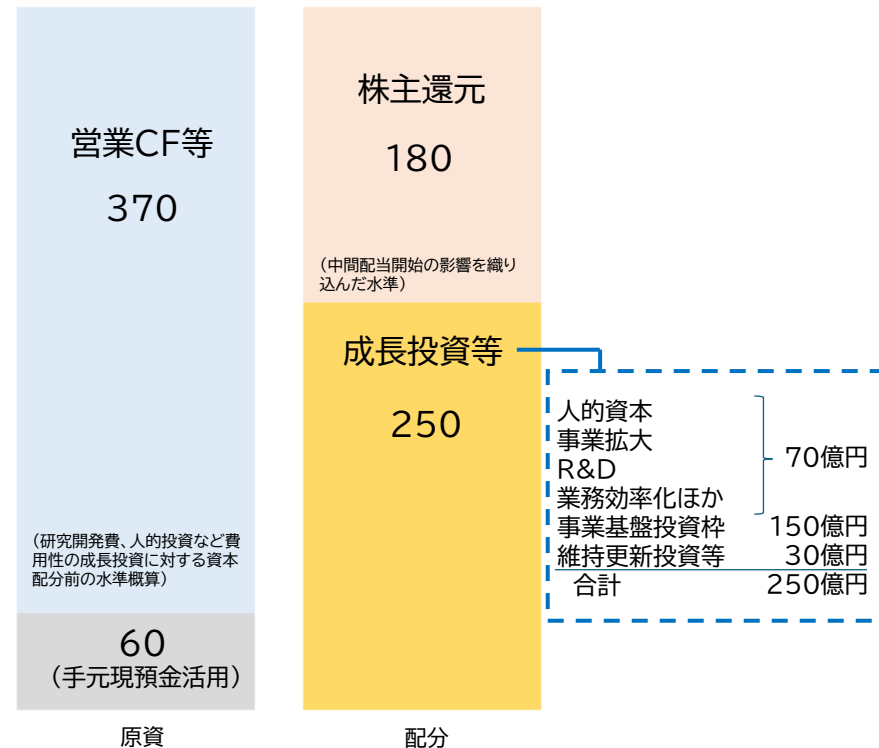
キャピタルアロケーション

- 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



1

決算概要

2

中期経営計画2026-2028

3

補足資料／会社概要



四半期別 業績推移

(百万円)	2025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			
売上総利益	9,094	7,258	8,267	8,148	7,151			
(売上総利益率)	22.3%	18.3%	20.3%	19.7%	20.0%			
販管費及び一般管理費	4,563	4,893	5,208	5,284	4,659			
(販売管理費比率)	11.2%	12.3%	12.8%	12.7%	13.0%			
営業利益	4,530	2,364	3,058	2,864	2,492			
(営業利益率)	11.1%	6.0%	7.5%	6.9%	7.0%			
営業外収益	79	57	27	64	95			
営業外費用	17	△11	0	27	16			
経常利益	4,593	2,434	3,085	2,901	2,571			
(経常利益率)	11.3%	6.1%	7.6%	7.0%	7.2%			
特別利益	—	40	21	0	—			
特別損失	—	187	2	10	—			
税引前当期純利益	4,593	2,288	3,104	2,891	2,571			
当期純利益	3,024	1,417	2,078	2,613	1,425			
(当期純利益率)	7.4%	3.6%	5.1%	6.3%	4.0%			

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12.0%減少し838億59百万円となった。
- 工事量の減少にともなう買掛金の減少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23.3%減少し255億45百万円となった。

(百万円)	2025年度末		2026年度1Q		
	金額	構成比	金額	構成比	前期末比
流動資産	79,327	83.2%	68,512	81.7%	△13.6%
有形固定資産	7,890	8.3%	7,905	9.4%	+0.2%
無形固定資産	639	0.7%	686	0.8%	+7.4%
投資その他の資産	7,475	7.8%	6,754	8.1%	△9.6%
資産合計	95,333	100.0%	83,859	100.0%	△12.0%
流動負債	28,659	30.1%	21,337	25.4%	△25.5%
固定負債	4,638	4.8%	4,208	5.1%	△9.3%
負債合計	33,298	34.9%	25,545	30.5%	△23.3%
純資産合計	62,035	65.1%	58,313	69.5%	△6.0%
負債・純資産合計	95,333	100.0%	83,859	100.0%	△12.0%

四半期別 市場分野別 売上高

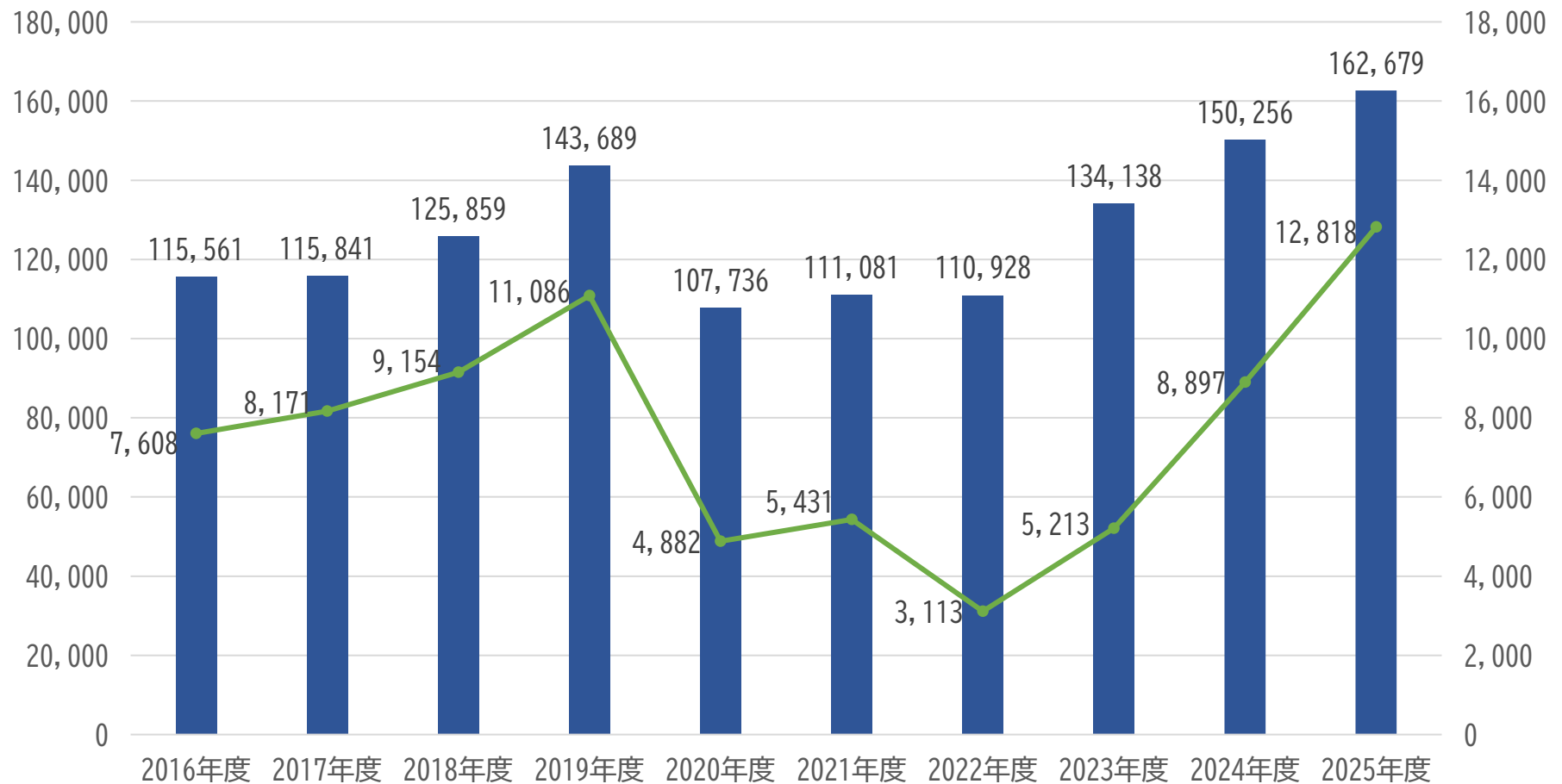
(百万円)	2025年度				2026年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	8,998	12,059	13,031	10,267	8,468			
百貨店・量販店市場	1,058	759	1,089	1,082	1,476			
複合商業施設市場	4,723	4,538	3,741	5,014	3,684			
広報・販売促進市場	4,073	3,445	5,846	3,845	3,444			
博物館・美術館市場	2,189	2,116	2,399	2,927	2,324			
余暇施設市場	3,625	7,867	4,409	8,680	8,066		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

【10力年推移】通期業績

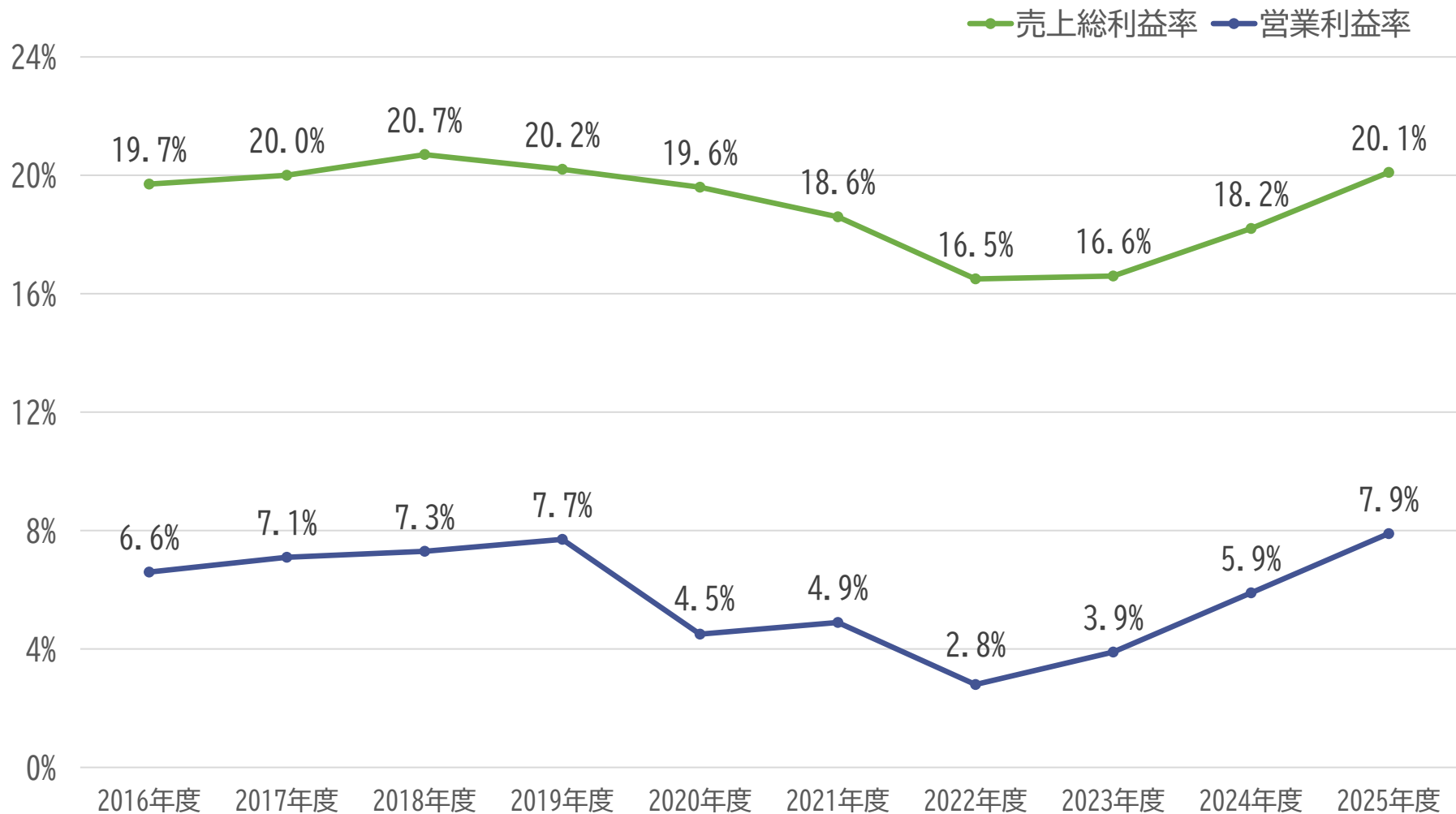
(売上高/百万円)

■ 売上高 ● 営業利益

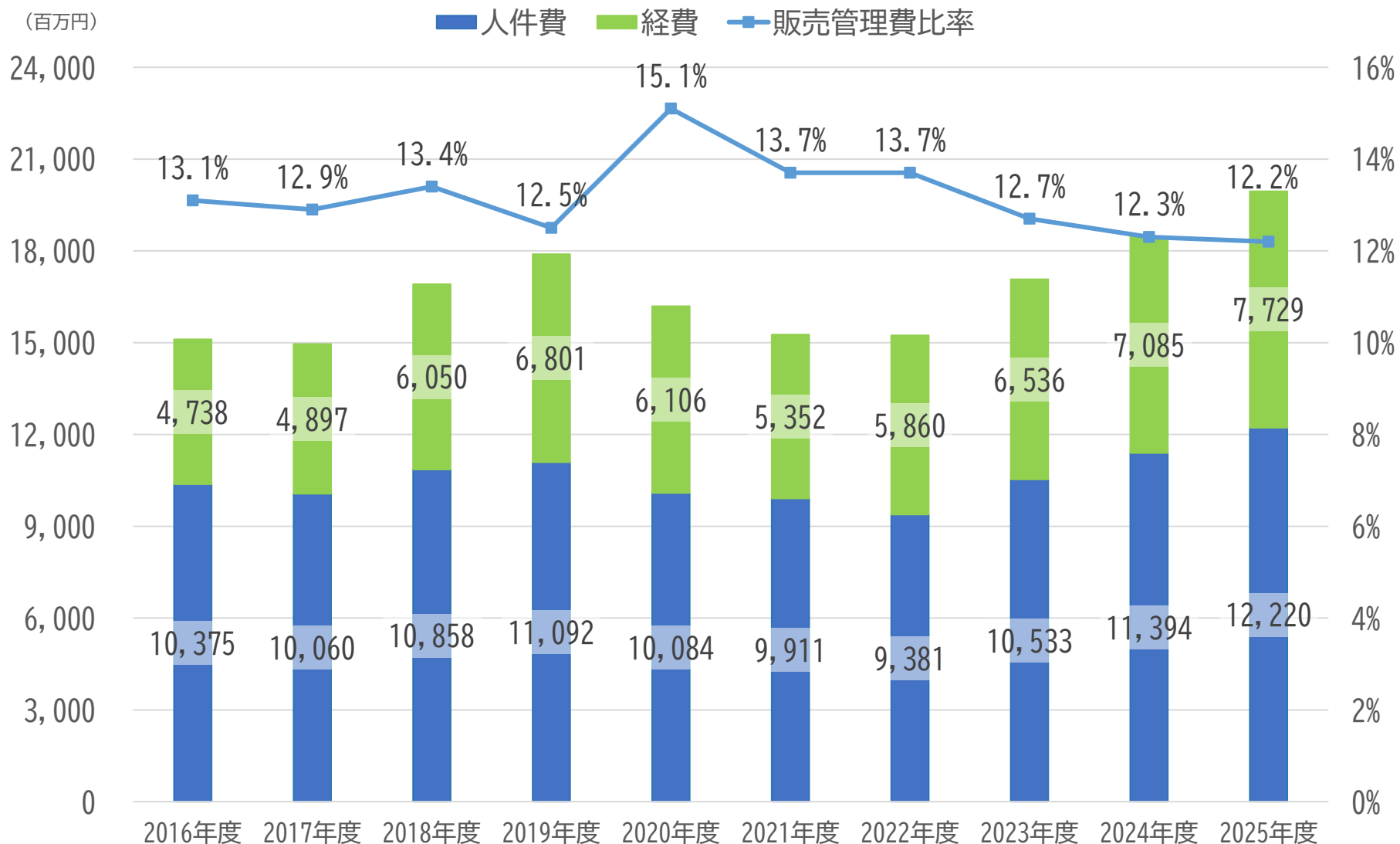
(営業利益/百万円)



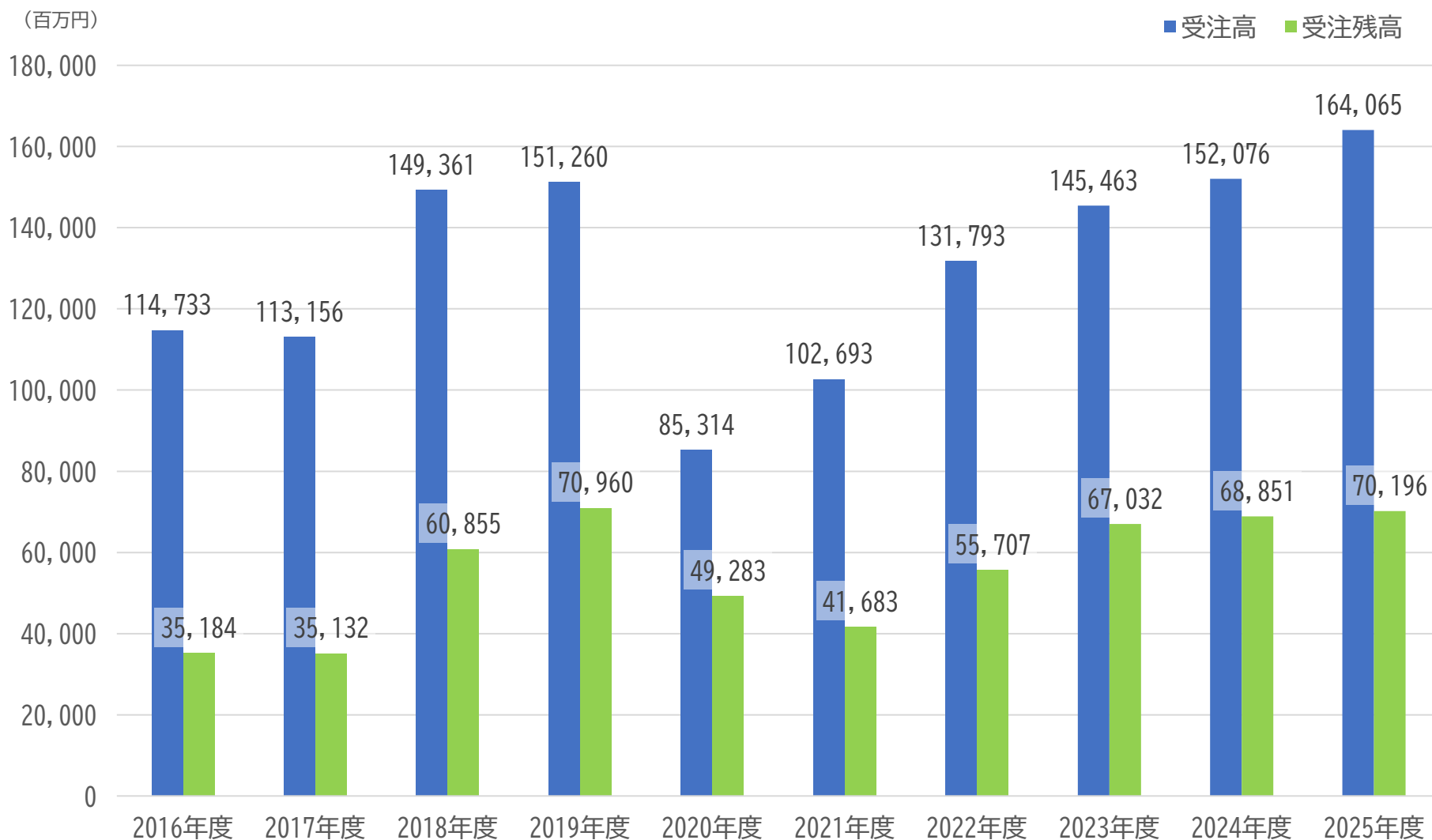
【10カ年推移】売上総利益率・営業利益率



【10力年推移】 販売管理費・販売管理費比率

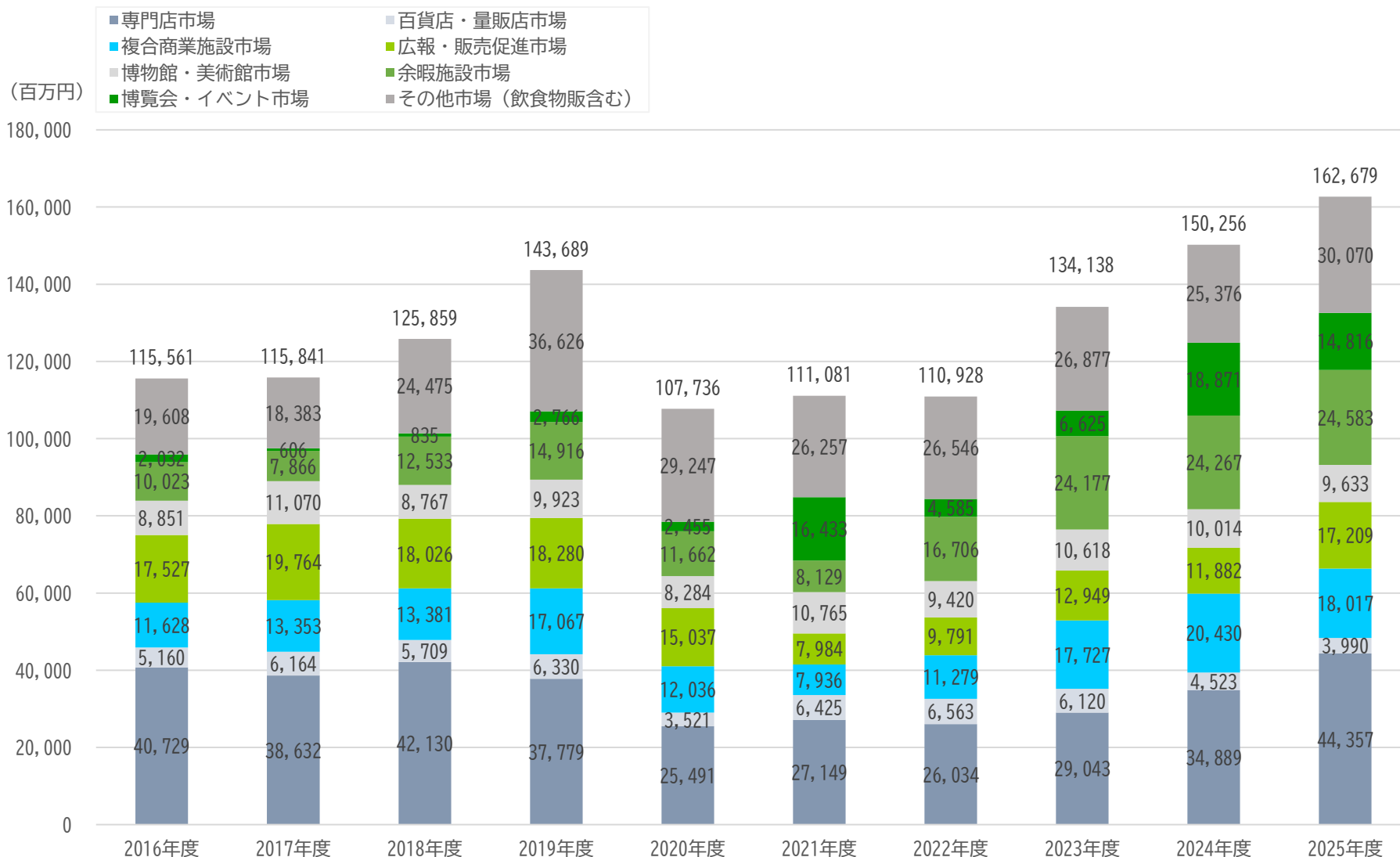


【10力年推移】 受注高・受注残高

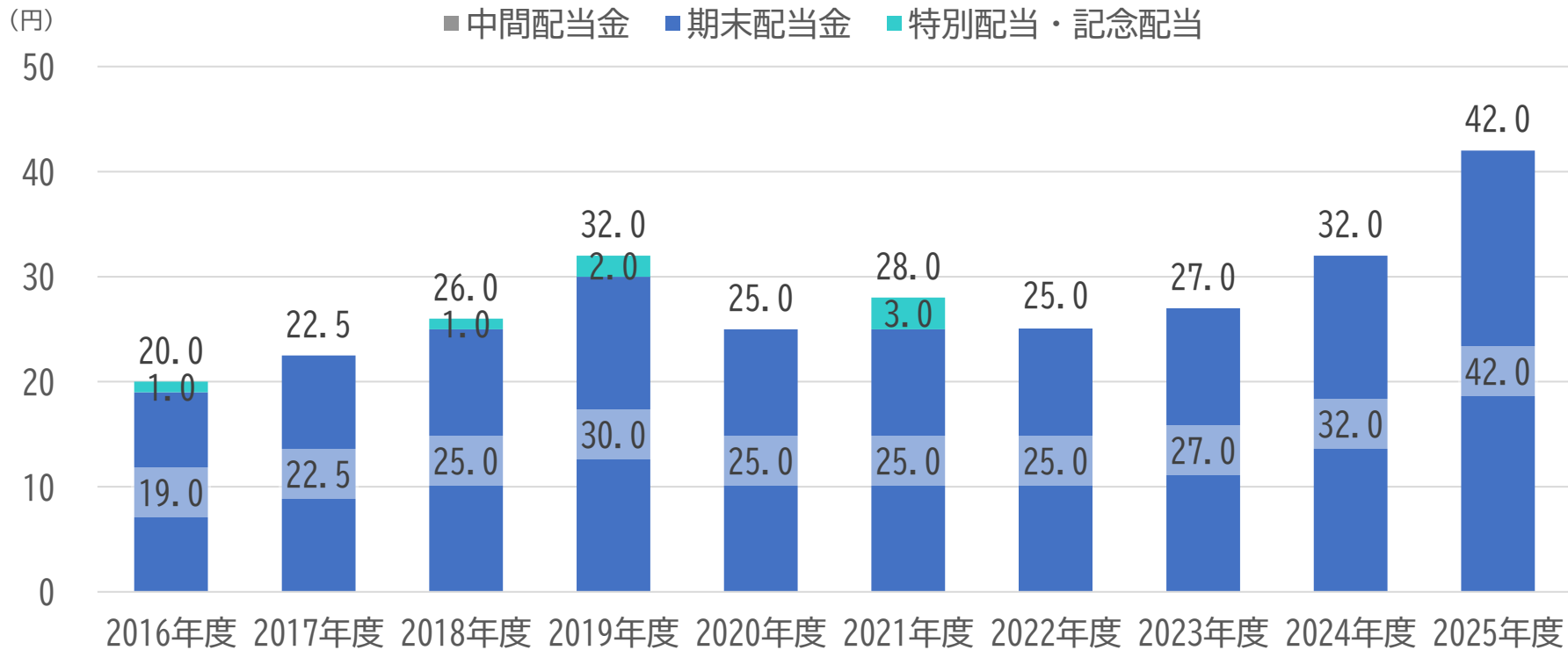


(注) 飲食・物販は受注概念が異なるため、含めていません。

【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

【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。

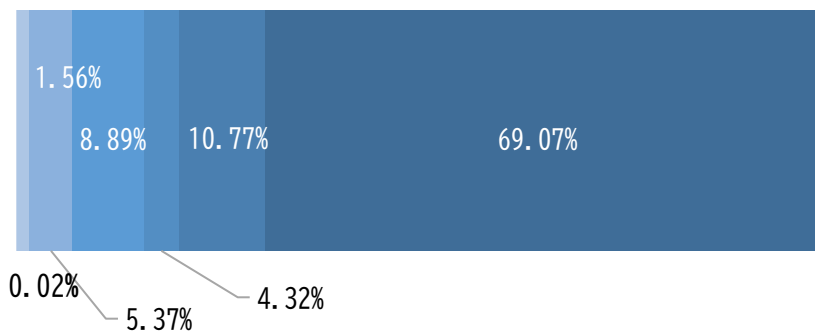
※2 各年度末における時価総額、株主数



【株式情報】 株主構成(2026年2月末日現在)

■ 所有株数別株式の分布状況

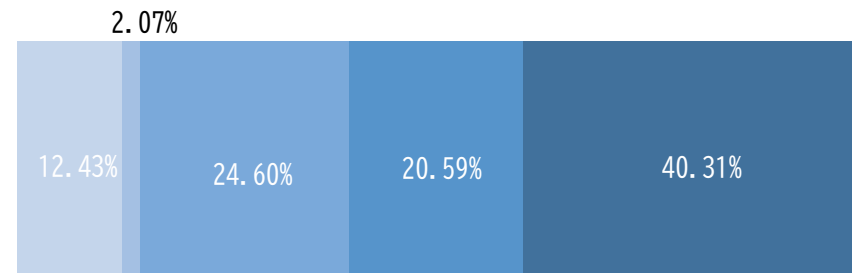
- 100株未満
- 1,000株以上10,000株未満
- 50,000株以上100,000株未満
- 500,000株以上
- 100株以上1,000株未満
- 10,000株以上50,000株未満
- 100,000株以上500,000株未満



100株未満	3,364名	22,815株
100株以上1,000株未満	8,271名	1,865,448株
1,000株以上10,000株未満	2,316名	6,442,294株
10,000株以上50,000株未満	498名	10,658,298株
50,000株以上100,000株未満	75名	5,177,477株
100,000株以上500,000株未満	67名	12,913,125株
500,000株以上	32名	82,817,131株
合計	14,623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	237名	14,908,956株
証券会社	26名	2,478,604株
金融機関	26名	29,492,880株
その他法人	170名	24,681,605株
個人・その他	14,164名	48,334,543株
合計	14,623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。

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5月31日現在)



事業内容 ディ스플레이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
株式会社ノムラアークス

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

NOMURA
乃村工藝建築装飾(北京)有限公司

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

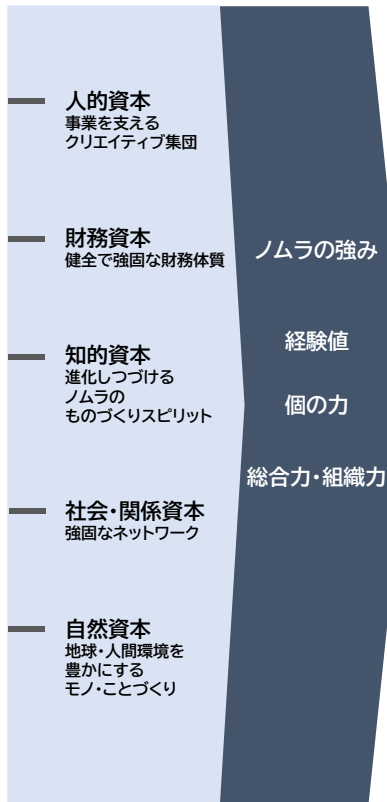
乃村工藝社の歴史は、1892年の創業後、創業者である乃村泰資が大正時代に国技館で菊人形の大規模な段仕掛けを手掛けたことにさかのぼります。ディスプレイの先駆けとして、当時の人々に喜びと感動を与えた大胆な発想と挑戦力は、多彩なジャンルにステージを拡げて今日に至ります。当社の発展の根底には、チャレンジスピリットと品質へのこだわり、顧客満足を追求するマインドが脈々と流れています。

1892	1946	1970	1990	2013	2023	
<p>●1892年</p> <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>●1892年～1945年</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>●1946年～1969年</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>●1970年～1989年</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>●1990年～2012年</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>●2013年～2022年</p> <p>Prosperity Partner</p> <p>お客様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>●2023年～</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>高島屋大阪店の店頭装飾 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:大東府</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 プロジェクトマッピング 2022年(令和4年)</p> <p>「[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)</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>資生堂パーラー銀座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>

乃村工藝社グループの価値創造モデル

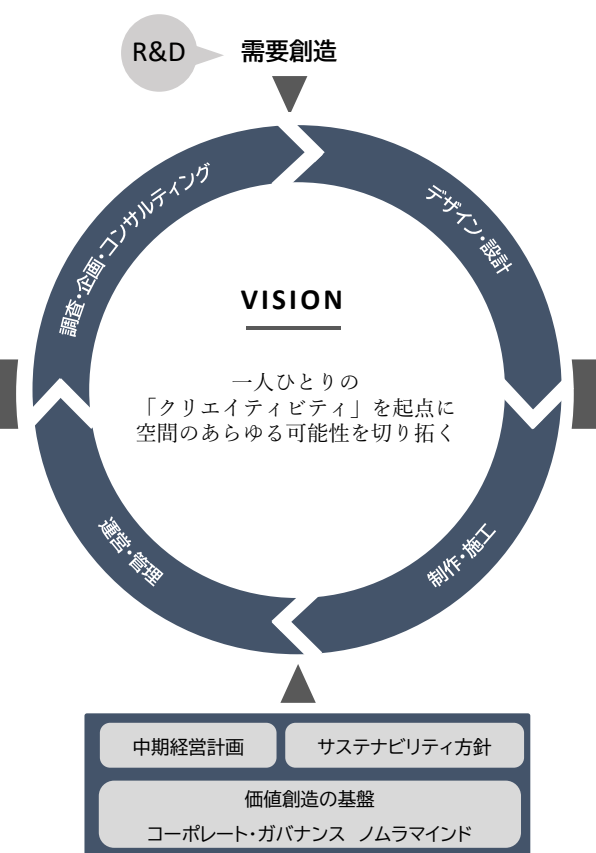
価値提供を支える資源

INPUT



ノムラの事業活動

BUSINESS ACTIVITIES



提供価値

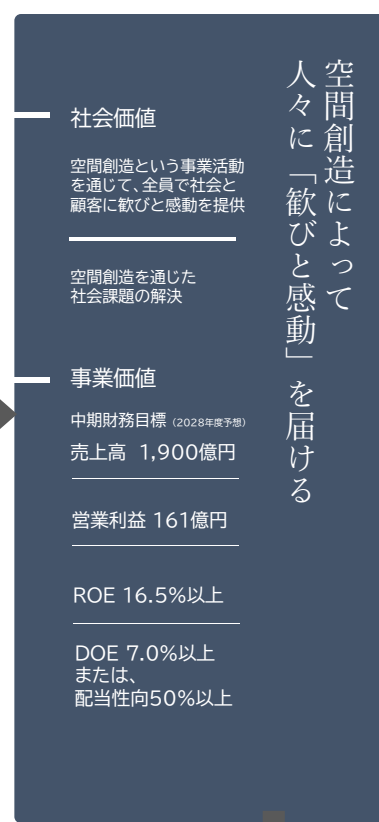
OUTPUT

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



ディスプレイ業界のリーディングカンパニー

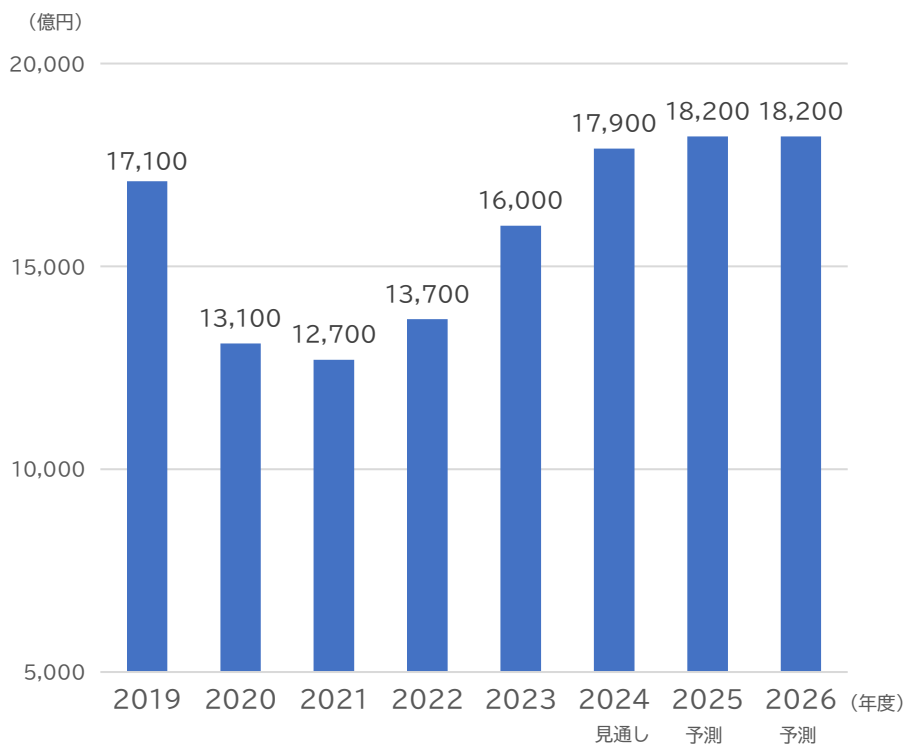
※ディスプレイ業界とは
商業施設やイベント、テーマパーク、ミュージアム、オフィスなどの内装・展示に関する
デザインや施工を行う業界



ディスプレイ業界の構造

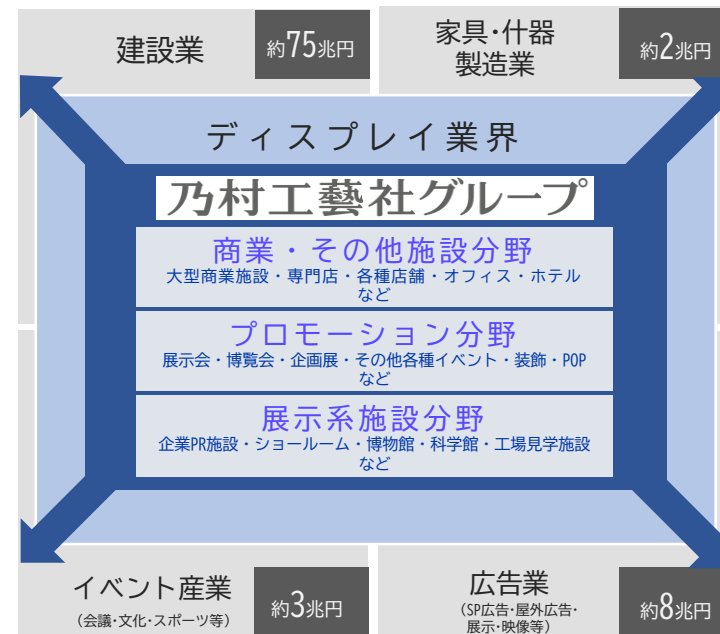
業界の成長と新領域への挑戦により
事業の更なる拡大を目指す

ディスプレイ業界の市場規模



出典：(株) 矢野経済研究所 2025年度版 ディスプレイの市場展望と事業戦略

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】

2004年度				2014年度				2024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	73,442	12.0%	1	乃村工藝社	103,129	15.5%	1	乃村工藝社	150,256	16.1%
2	丹青社	69,727	11.4%	2	丹青社	63,373	9.5%	2	丹青社	91,858	9.8%
3	エイムクリエイツ	38,945	6.3%	3	スペース	48,249	7.2%	3	スペース	64,182	6.9%
4	高島屋 ^ス -スクレイツ	33,693	5.5%	4	ジーク	29,618	4.4%	4	三井デザインテック	57,878	6.2%
5	スペース	31,469	5.1%	5	シミズオクト	29,521	4.4%	5	J. フロント建装	50,645	5.4%
6	大丸装工	28,283	4.6%	6	Jフロント建装	28,651	4.3%	6	ラックランド	47,659	5.1%
7	船場	28,173	4.6%	7	高島屋 ^ス -スクレイツ	28,500	4.3%	7	シミズオクト	45,301	4.8%
8	ゼニヤ	25,804	4.2%	8	三井デザインテック	28,253	4.2%	8	高島屋 ^ス -スクレイツ	33,460	3.6%
9	パルコス ^ス -システムズ	25,729	4.2%	9	三越伊勢丹 ^{プロ} パティデザイン	25,813	3.9%	9	船場	28,956	3.1%
10	吉忠マネキン	22,366	3.6%	10	エイムクリエイツ	25,410	3.8%	10	ジーク	28,068	3.0%
上位30社の売上合計		613,965	100.0%	上位30社の売上合計		666,705	100.0%	上位30社の売上合計		934,187	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



複合商業施設



余暇施設



博物館・美術館



広報・販売促進



博覧会・イベント



百貨店・量販店



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

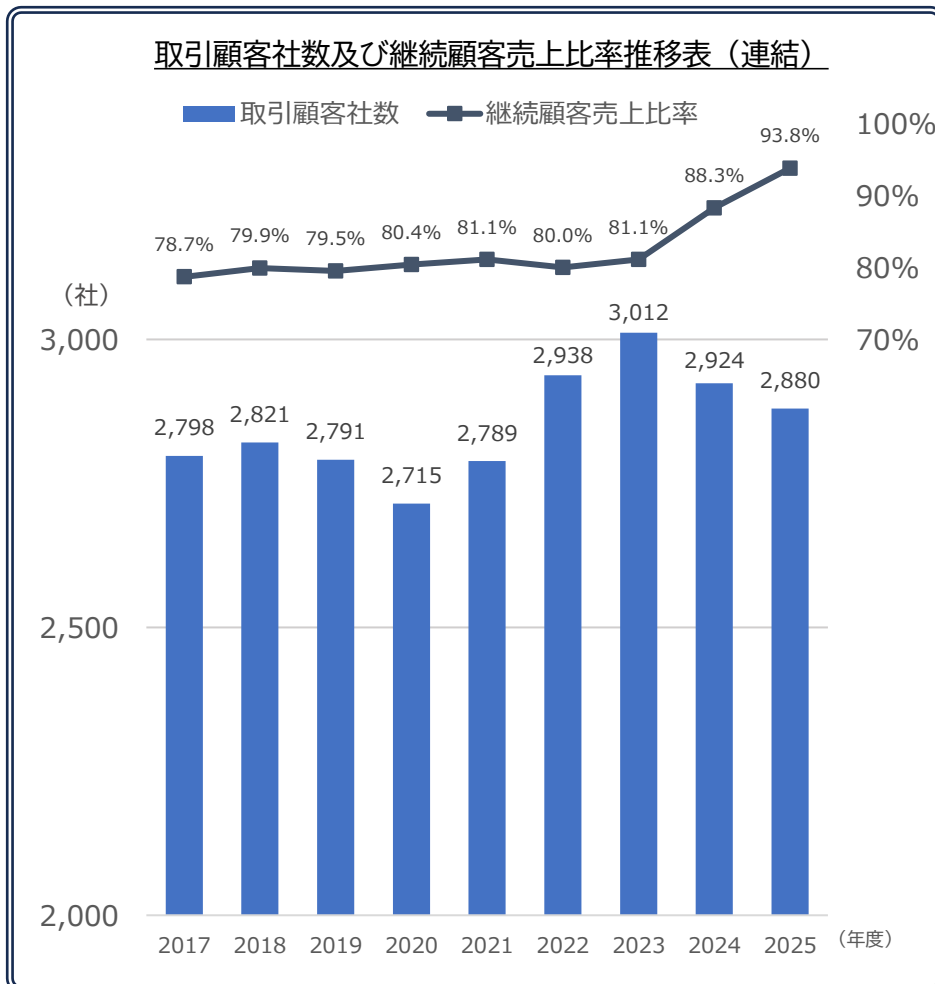
550 社以上

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

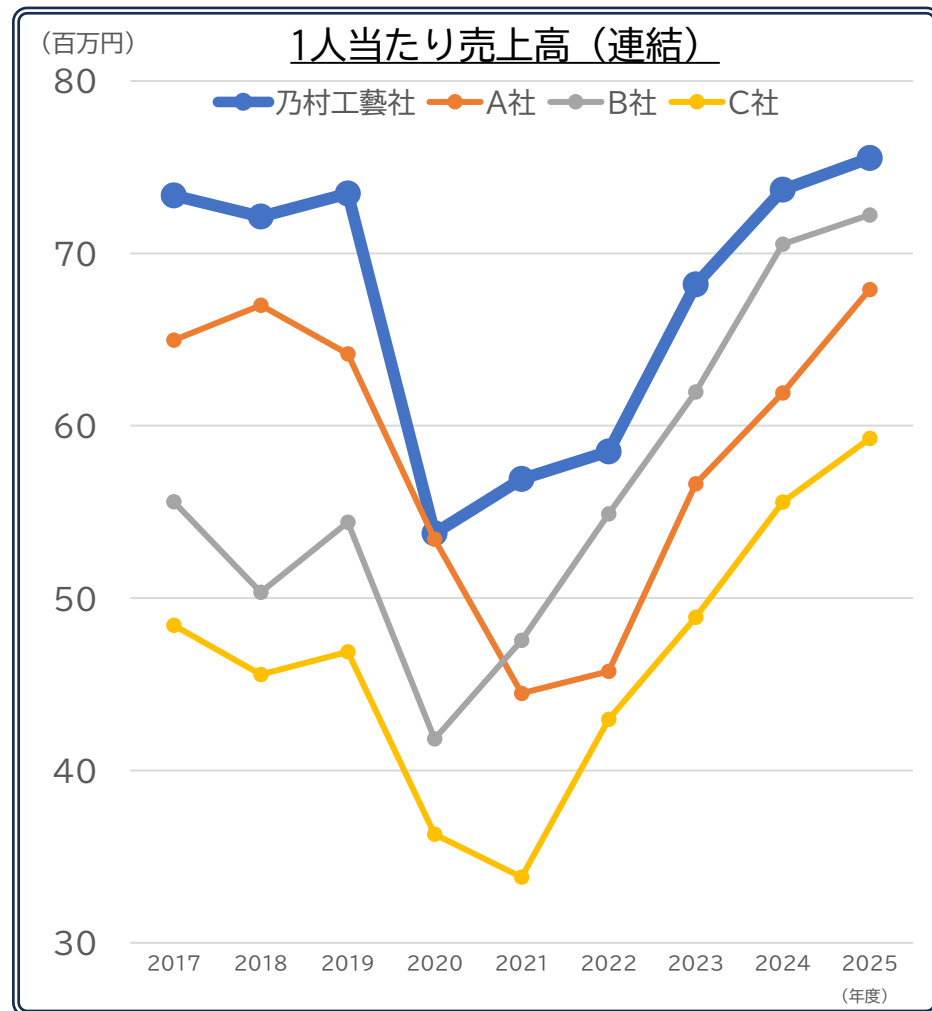
企画・デザインによる差別化、高品質を実現する制作力

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-

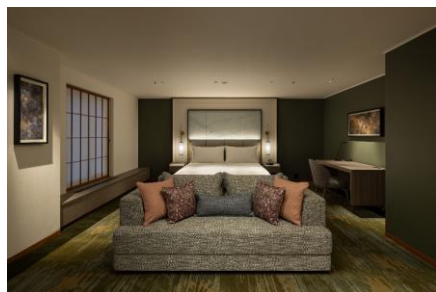
「日本空間デザイン賞 2025」LongList / ヤングタレント賞
 「第59回日本サインデザイン賞」銅賞



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。