



2026年2月期 第1四半期決算説明資料

2025年7月10日

株式会社 **乃村工藝社**

プライム市場 証券コード 9716

1. 2025年度 第1四半期 決算概要

2. 乃村工藝社グループの強み／
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

- 売上高は、大阪・関西万博に加えて、各重点市場の大型プロジェクトが堅調に推移し、前年同期に比べ増収となった。
- 収益性の改善施策が奏功し、売上総利益率が22.3%に改善。営業利益は、前年同期に比べ341.8%の大幅な増益となった。

(百万円)	2024年度		2025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	29,070	100.0%	40,815	100.0%	+11,744	+40.4%
売上総利益	5,099	17.5%	9,094	22.3%	+3,995	+78.4% (+4.8P)
営業利益	1,025	3.5%	4,530	11.1%	+3,505	+341.8% (+7.6P)
経常利益	1,123	3.9%	4,593	11.3%	+3,470	+309.0% (+7.4P)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	606	2.1%	3,024	7.4%	+2,417	+398.5% (+5.2P)

■ 売上高・売上総利益

1Q (百万円)	2024年度		2025年度		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
売上高	29,070	100.0%	40,815	100.0%	+11,744	+40.4%
売上総利益	5,099	17.5%	9,094	22.3%	+3,995	+78.4%

- 売上高は、大阪・関西万博関連の案件の完工および都市再開発や企業のPR施設、オフィスなどの大型案件も堅調に進捗したことから、前年同期に比べ40.4%の増収となった。
- 売上高の大幅な増加により人件費・経費などのコストを吸収したことに加え、収益性改善策の効果もあり、売上総利益は前年同期に比べ78.4%の増益となった。また総利益率も4.8ポイント改善し22.3%となった。

■ 販売管理費

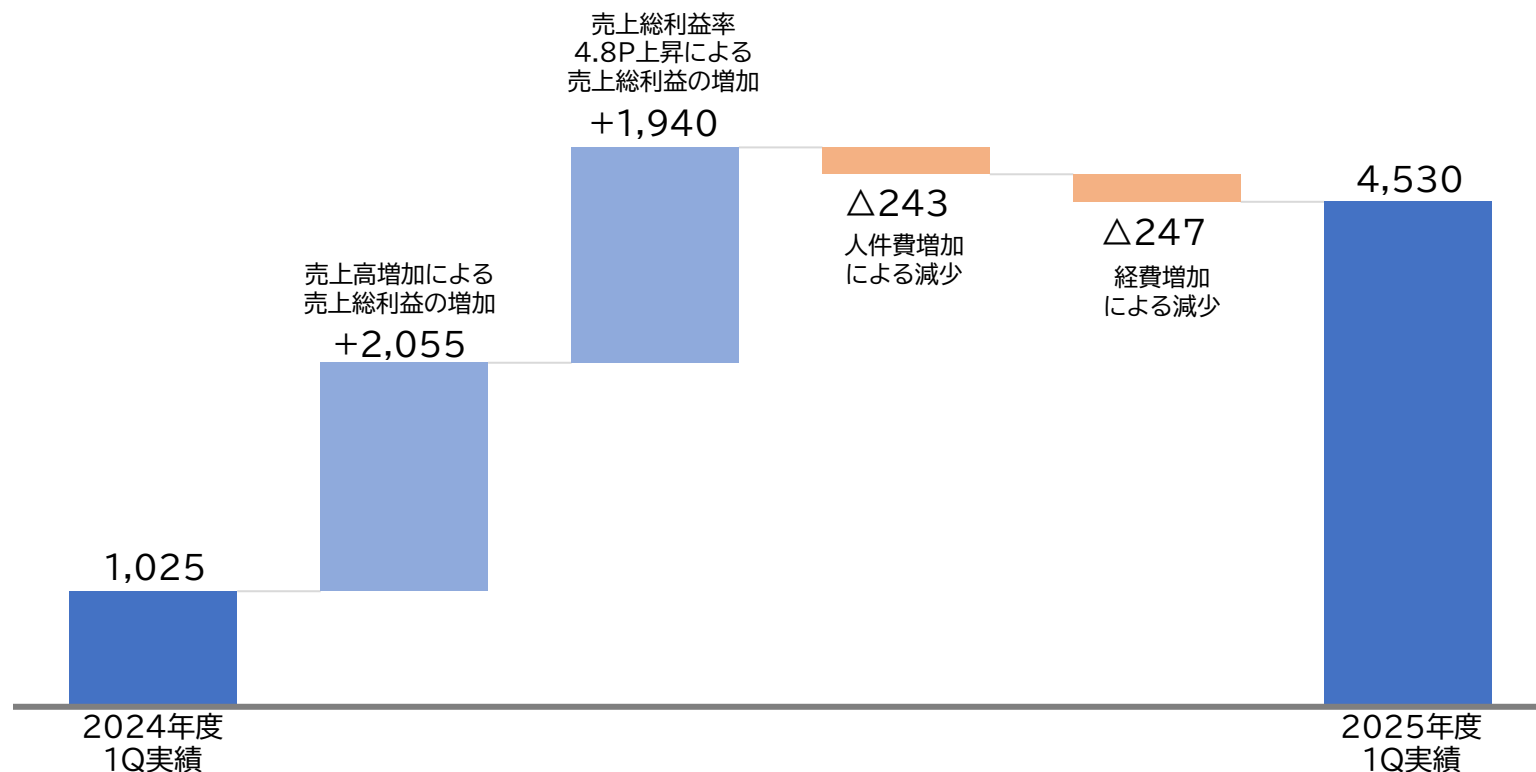
1Q (百万円)	2024年度		2025年度		前期同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
人件費	2,444	8.4%	2,687	6.6%	+243	+9.9%
経費	1,629	5.6%	1,876	4.6%	+247	+15.2%
販売管理費 計	4,073	14.0%	4,563	11.2%	+490	+12.0%

- 販売管理費は、人員増加および処遇改善などによる人件費の増加やIT関連費用、人材育成費用など経費が増加したことにより、前年同期に比べ12.0%の増加となった。

■ 営業利益増減要因(前年対比)

- 売上総利益の大幅な増加が販売管理費の増加を吸収し、営業利益は前年同期に比べ341.8%の増益となった。

1Q (百万円)	2024年度		2025年度		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
営業利益	1,025	3.5%	4,530	11.1%	+3,505	+341.8%



■ 経常利益・四半期純利益

1Q (百万円)	2024年度		2025年度		前年同期比	
	金額	対売上高 比率	金額	対売上高 比率	金額	増減率
営業外損益	97	0.3%	62	0.2%	△35	△36.0%
経常利益	1,123	3.9%	4,593	11.3%	+3,470	+309.0%
特別損益	—	—	—	—	—	—
税引前当期純利益	1,123	3.9%	4,593	11.3%	+3,470	+309.0%
法人税等	516	1.8%	1,568	3.9%	+1,052	+203.8%
四半期純利益	606	2.1%	3,024	7.4%	+2,417	+398.5%

- 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398.5%の大幅な増益となった。

■ 市場分野別の売上高

- 首都圏および関西圏の都市再開発関連の大型商業施設を手掛けた複合商業施設市場、大手メーカーのPR施設や展示会イベントなどを手掛けた広報・販売促進市場、企業の移転や働き方環境整備にともなうオフィスの新装・改装案件を手掛けたその他市場が、前年同期に比べ増収となった。
- 博覧会・イベント市場は、大阪・関西万博の大型プロジェクトが完工をむかえ、前年同期に比べ大幅な増収となった。

(百万円)	2024年度1Q		売上高 総利益率	2025年度1Q		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	9,001	+42.7%	↑ 16.0%	8,998	△0.0%	↑ 19.0%
百貨店・量販店市場	968	△16.6%	↑ 21.4%	1,058	+9.3%	↑ 24.8%
複合商業施設市場	3,142	△ 6.6%	↓ 16.5%	4,723	+50.3%	↑ 26.0%
広報・販売促進市場	2,317	△10.5%	↓ 18.8%	4,073	+75.8%	↑ 19.6%
博物館・美術館市場	2,111	+ 2.1%	↑ 20.8%	2,189	+3.7%	↓ 19.3%
余暇施設市場	5,388	+54.0%	↑ 15.5%	3,625	△32.7%	↑ 23.7%
博覧会・イベント市場	1,430	+ 5.9%	↓ 17.4%	8,744	+511.3%	↑ 26.5%
その他市場	4,711	+ 3.2%	↑ 20.7%	7,401	+57.1%	↓ 20.3%
合 計	29,070	+16.7%	↑ 17.5%	40,815	+40.4%	↑ 22.3%

■ 市場分野別の受注高・受注残高

- 受注高は、スポーツブランドや海外ブランド店舗などの新装・改装を受注した専門店市場、住宅設備関連のショールームや企業PR施設を受注した広報・販売促進市場、大阪・関西万博のパビリオン運営・保守・撤去等を受注した博覧会・イベント市場、オフィスの改装や移転業務などを受注したその他市場が増加し、前年同期に比べ30.6%増加の389億6百万円となった。
- 受注残高は、受注高の増加を背景に専門店市場や広報・販売促進市場が大幅に増加したが、大型プロジェクトが完工した複合商業施設市場や余暇施設市場、博覧会・イベント市場などが減少し、前年同期に比べ1.3%減少の668億99百万円となった。

(百万円)	2024年度1Q		2025年度1Q		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	8,373	7,982	10,329	15,647	+23.4%	+96.0%
百貨店・量販店市場	639	624	922	859	+44.3%	+37.6%
複合商業施設市場	3,562	15,429	2,688	9,348	△24.5%	△39.4%
広報・販売促進市場	2,081	2,483	4,142	6,239	+99.0%	+151.2%
博物館・美術館市場	4,019	7,741	3,438	5,675	△14.5%	△26.7%
余暇施設市場	3,178	16,893	3,602	15,335	+13.3%	△9.2%
博覧会・イベント市場	3,296	6,907	5,544	4,307	+68.2%	△37.6%
その他市場	4,635	9,685	8,239	9,486	+77.7%	△2.1%
合 計	29,787	67,749	38,906	66,899	+30.6%	△1.3%

■ 2025年度 通期業績見通し

- 2025年度の事業環境は、民間投資やインバウンドの需要継続により堅調に推移するものと予想しており、高付加価値商品を提供するとともに、業務効率化および収益性の改善策を継続することで、増収・増益を計画している。ただし、物価上昇による消費マインドの低下やアメリカの通商政策等の影響などを注視する必要がある。
- 利益分配については、DOE6%以上を目標とし、業績に応じた成果配分を安定的に行うことを基本方針としている。

(百万円)	2024年度			2025年度(予想)		
	通期	対売上高 比率	前期比	通期	対売上高 比率	前期比
売上高	150,256	100.0%	+12.0%	155,000	100.0%	+3.2%
営業利益	8,897	5.9%	+70.7%	9,500	6.1%	+6.8%
経常利益	9,059	6.0%	+68.6%	9,600	6.2%	+6.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,757	4.5%	+75.0%	7,000	4.5%	+3.6%
1株当たり配当金	32.00円	—	+5.00円	34.00円	—	+2.00円
1株当たり当期純利益	60.60円	—	+25.93円	62.75円	—	+2.15円

1. 2025年度 第1四半期 決算概要
2. 乃村工藝社グループの強み／
今後の展開について
3. 補足資料 ／ 会社概要

■ 乃村工藝社グループとは

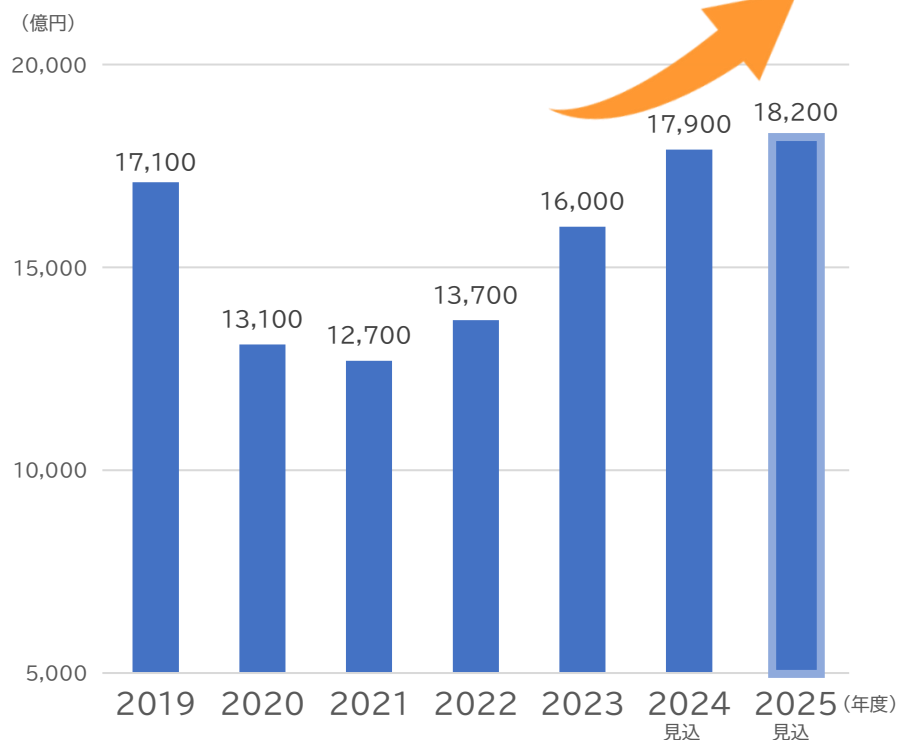
ディスプレイ業界のリーディングカンパニー

※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

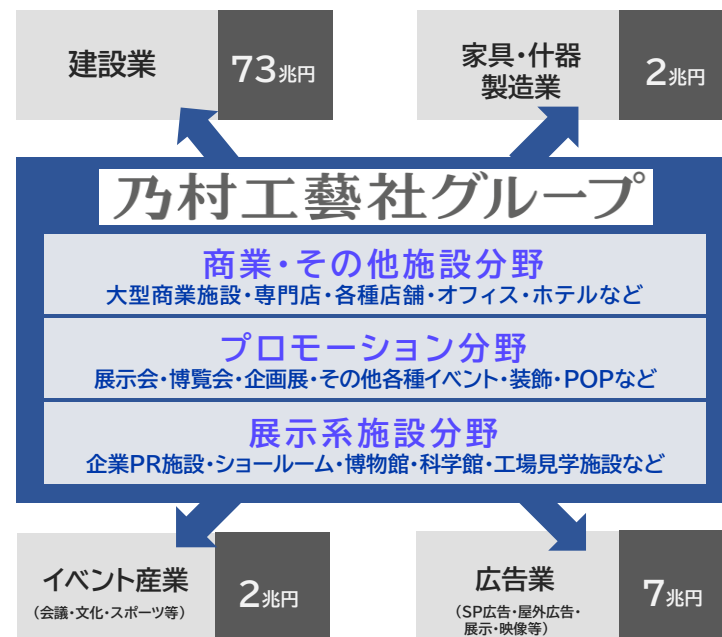


業界の成長と新領域への挑戦により 事業の更なる拡大を目指す

ディスプレイ業界の市場規模



新領域への挑戦



■ ディ스플레이業界の市場シェア

20年以上にわたり業界を牽引

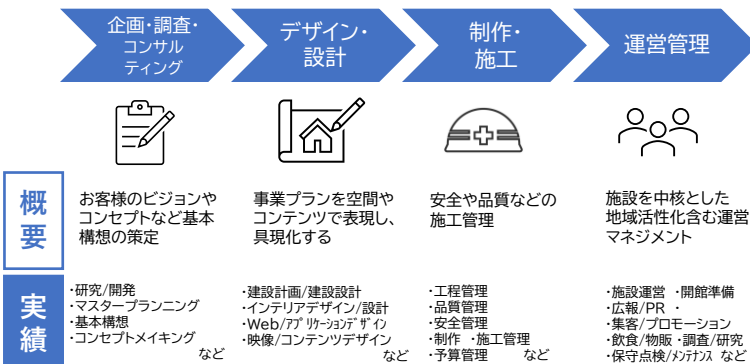
【ディスプレイ業界上位30社の売上合計に占める上位10社の占有率】

2003年度				2013年度				2023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	69,234	12.5%	1	乃村工藝社	98,410	15.9%	1	乃村工藝社	134,138	16.6%
2	丹青社	58,137	10.5%	2	丹青社	57,074	9.2%	2	丹青社	81,200	10.0%
3	高島屋ｽﾎﾟｰｽｸﾘｴｲﾂ	37,559	6.8%	3	スペース	42,235	6.8%	3	三井デザインテック	54,887	6.8%
4	スペース	27,450	5.0%	4	ジーク	29,693	4.8%	4	スペース	52,793	6.5%
5	船場	25,737	4.7%	5	Jフロント建装	29,643	4.8%	5	ラックランド	45,116	5.6%
6	エイムクリエイツ	23,662	4.3%	6	エイムクリエイツ	29,600	4.8%	6	シミズオクト	39,675	4.9%
7	ﾊﾟﾙｺｽﾎﾟｰｽｼｽﾃﾑｽﾞ	23,167	4.2%	7	三井デザインテック	28,142	4.6%	7	J.フロント建装	35,902	4.4%
8	ゼニヤ	22,626	4.1%	8	シミズオクト	25,127	4.1%	8	高島屋ｽﾎﾟｰｽｸﾘｴｲﾂ	30,912	3.8%
9	大丸装工	20,485	3.7%	9	高島屋ｽﾎﾟｰｽｸﾘｴｲﾂ	24,804	4.0%	9	船場	24,886	3.1%
10	日商インターライフ	20,171	3.6%	10	パウハウス丸栄	22,205	3.6%	10	ジーク	23,109	2.9%
上位30社の売上合計		552,677	100.0%	上位30社の売上合計		617,807	100.0%	上位30社の売上合計		808,134	100.0%

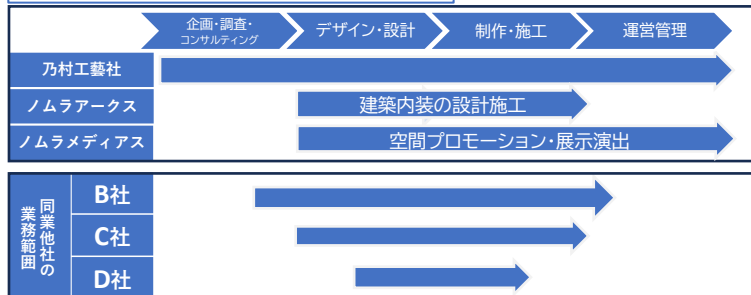
※ 上記は当社集計による数値です。

多種多様な空間づくりにおける全ての工程に対応

企画から運営まで全業務に対応 (業界トップの業務範囲の広さ)



乃村工芸社グループのシナジー効果を発揮



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)



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

2,924 社

継続顧客の売上比率

88.3 %

年間プロジェクト数

13,674 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

629 名

プロダクトディレクター

535 名

デザインアワード受賞数

100

一級建築士

130 名

一級建築施工管理技士

297 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

9 都市

連結子会社

7 社

協力社

550 社以上

■ 1. 経験値

年間取引顧客数

2,924 社

継続顧客の売上比率

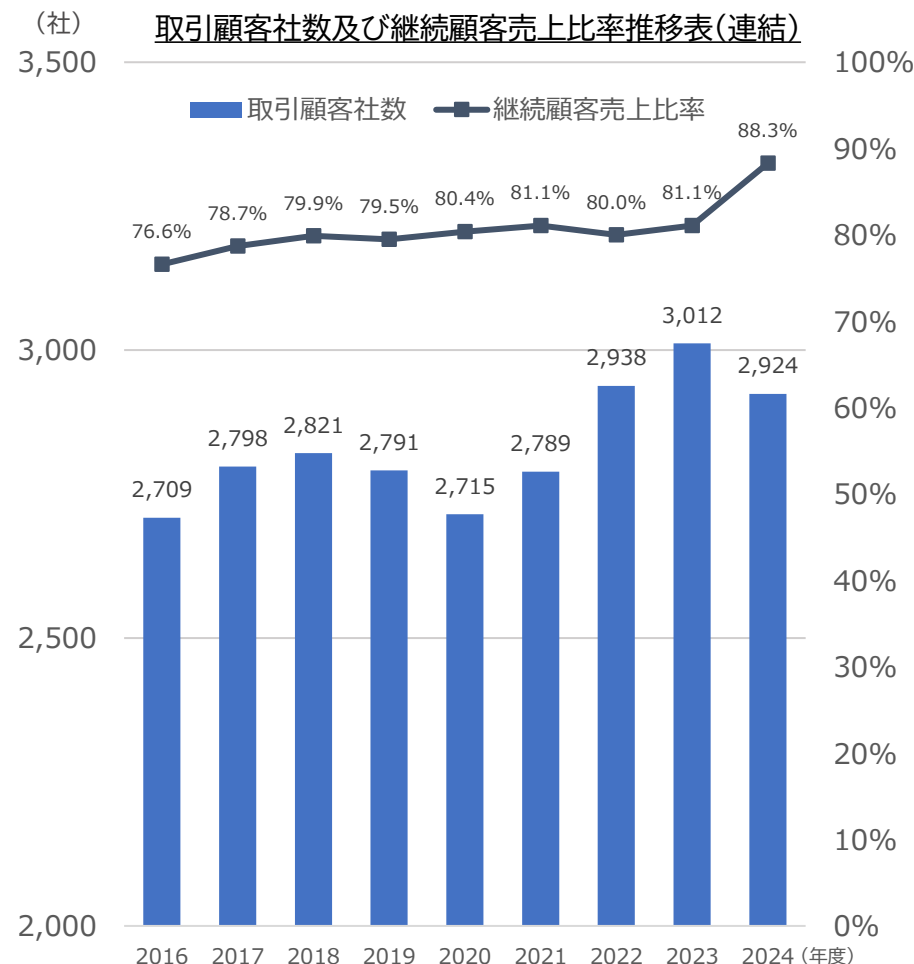
88.3 %

年間プロジェクト数

13,674 件

お客様と共に築きあげた信頼関係 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、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	大手自動車メーカー、大手家電メーカー、大手アミューズメント企業、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	外資系ラグジュアリーホテル、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	ブライダル企業、学校、空港等



■ 2. 個の力

プランナー・デザイナー

629 名

プロダクトディレクター

535 名

一級建築士

130 名

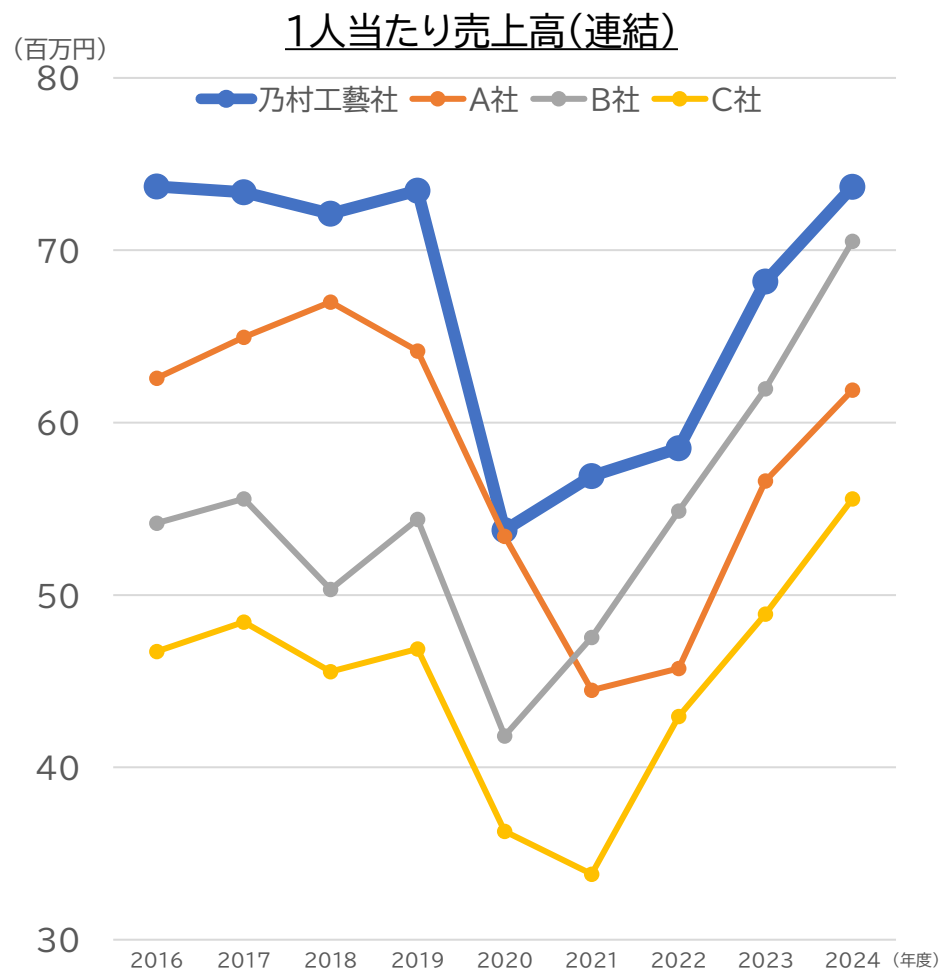
一級建築施工管理技士

297 名

デザインアワード受賞数

100

企画・デザインによる差別化、高品質を提供する制作力 1人当たり売上高は業界トップクラス



3. 総合力・組織力

国内拠点

11 都市

海外拠点

9 都市

連結子会社

7 社

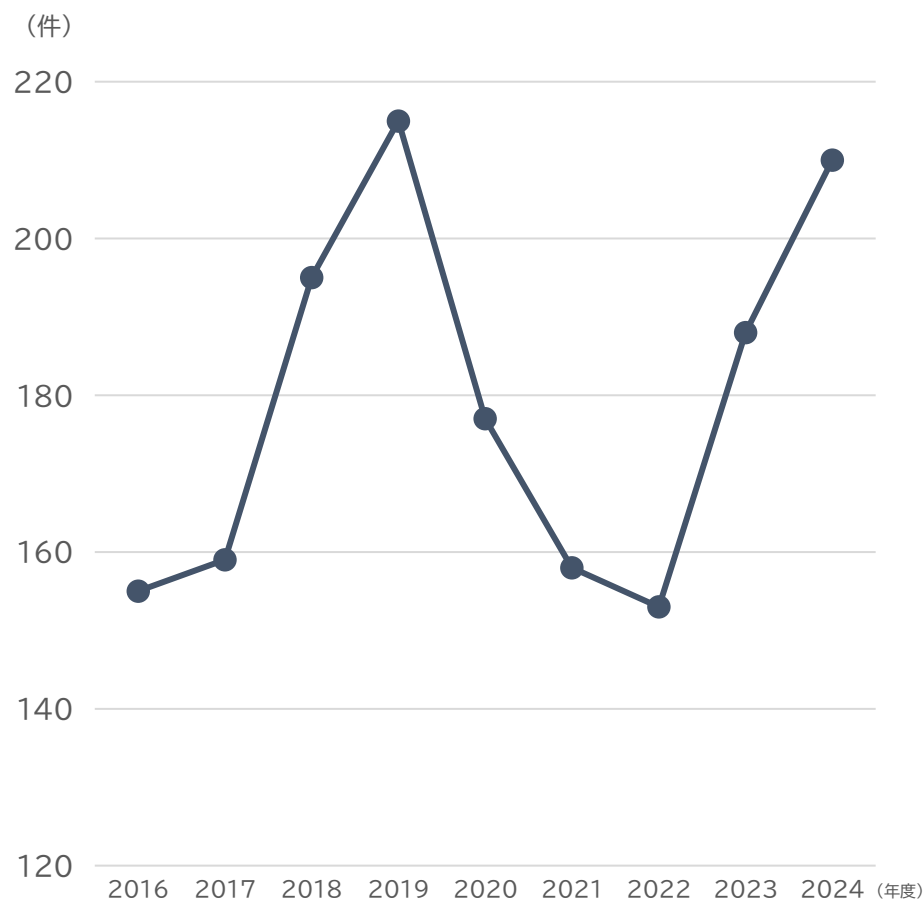
協力社

550 社以上

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コロナ前並に回復



1億円以上案件数推移(単体)



■ 中長期の事業環境

変化する事業環境に対応した空間づくりを提供 (空間創造・空間活性化)

中長期の事業環境

インフラ更新・CRE／PRE再構築と統合施設化

都市再開発関連

複合商業施設、専門店、
交通ハブ施設等

CRE・コーポレート関連

※ CRE: 企業不動産

企業PR施設、オフィス等

PRE・公民連携・地方創生

※ PRE: 公的不動産

博物館・水族館、図書館、
教育施設等

観光立国化拡大・国内人流活性化

インバウンド・観光産業関連

ホテル、リゾート開発、
テーマパーク等

プロモーション・エンターテインメント関連

スポーツ施設、エンタメ施設、
ライブ、イベント等

国家プロジェクト／万博レガシー再開発

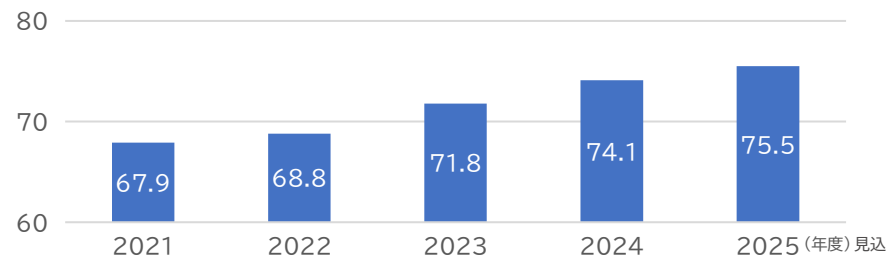
園芸博、IR統合型リゾート等

① 都市再開発

全国各地の都市再開発は引き続き堅調 複合商業施設需要が続く

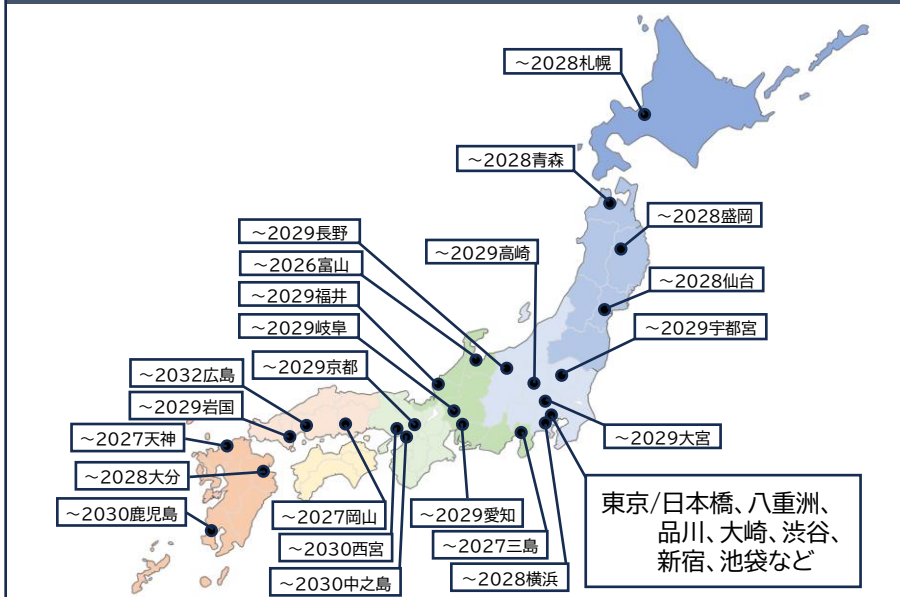
日本の建築投資金額の推移(兆円)

引用元: RICE 建設経済研究所 建設投資の見通し



2030年度までの主な都市再開発予定地

当社調べ



■ ② インバウンド・観光産業

2030年訪日外国人6,000万人の目標を背景に 観光・行楽需要は拡大

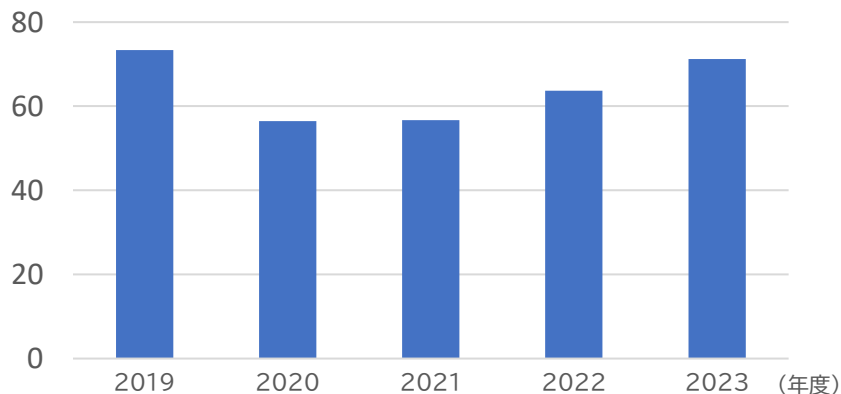
訪日外国人数の推移(百万人)

引用元: JNTO(日本政府観光局) 訪日外客統計



日本余暇市場の推移(兆円)

引用元: 公益財団法人 日本生産性本部 レジャー白書2023



リーガロイヤルホテル大阪 ヴィニエット コレクション



こち亀記念館

③ プロモーション・エンターテインメント分野

スタジアム・アリーナ改革を背景とした プロモーション・エンタメ分野の需要が高まる

スタジアム・アリーナの新設・建替の構想がある都道府県

引用元: スポーツ庁

全国でスタジアム34件、アリーナ45件の計画が進行中
(2025年1月時点)



エスコンフィールドHOKKAIDO「tower eleven baseball」



福岡PayPayドーム「センサリールーム」トライアルイベント

イベント産業規模推計(億円)

引用元: JACE 2023年イベント産業規模推計

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
イベント関連産業	9,591	3,800	5,584	6,758	9,142
イベント周辺産業	16,545	8,096	9,415	14,046	17,195
イベント産業 総計	26,136	11,896	14,999	20,804	26,337

長期的・持続的な企業価値向上のため サステナビリティを前提とした取り組みを一層加速

経営と事業の一体的な取り組み強化のため、サステナビリティ推進室を設置

サステナビリティを前提とした事業活動の例

①サステナブルデザイン

環境負荷の少ない素材の利活用推進により
さまざまな施設空間の環境配慮に貢献する活動



サステナブルマテリアル 라이브러리
環境配慮素材の活用を社内外に紹介し、利用を促進

②アクセス・フォー・オール

外出が難しかったすべての人々の行動範囲を
さまざまな施設空間に広げていく活動



東京ドーム3階バルコニー席
センサーフレンドリーバッグ
ご自身の特性により外出が困難な方や
その家族の空間体験をサポート

お客様・サプライチェーン上のサステナビリティ課題への寄与を通して
事業繁栄・サステナビリティ実現へ

■ 2023-2025 中期経営方針の取り組み

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

企業価値の向上のための取り組み = 事業価値向上 × 社会価値向上

01

事業価値
向上

既存事業を高度に
洗練させる

02

事業価値
向上

新たな事業領域に挑戦
し新しい事業を全社員
で興す

03

社会価値
向上

社会が必要とする
価値を提供する

クリエイティビティ醸成に向けた取り組み

04

働き方
改革

個の力を発揮する
働き方に挑戦する

05

業務改善

クリエイティビティ
に費やす時間的余
力を創出する

06

人財育成

想像力と実行力
を発揮する人財
を育成する

07

R&D

新たな提供価値
創造のための研究
開発を実行する

成長投資

7つのテーマに
対して成長投資を
実行

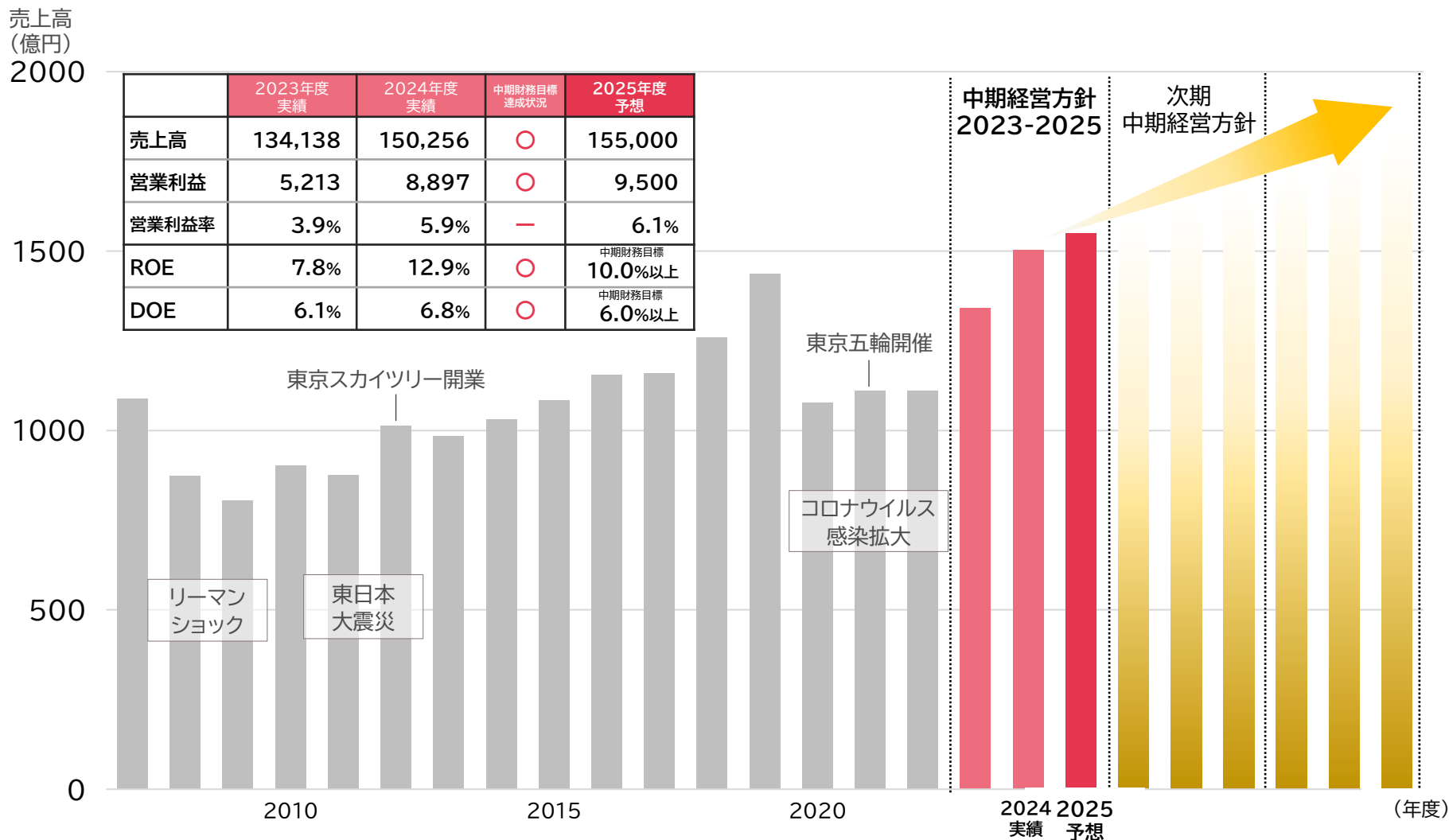
3年間で70億円以上

※2023-2025年度3年間の合計額

■ 成長の過程

■ 社会情勢が落ち込んでも、環境の変化に柔軟に対応して、業績を回復してきた。

■ 事業環境が回復しており、中長期の事業展開を着実に推進、成長していく。



1. 2025年度 第1四半期 決算概要
2. 乃村工藝社グループの強み／
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

(百万円)	2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	29,070	28,875	36,288	56,022	40,815			
売上総利益	5,099	4,633	6,209	11,436	31,720			
(売上総利益率)	17.5%	16.0%	17.1%	20.4%	22.3%			
販管費及び一般管理費	4,073	4,215	4,566	5,623	4,563			
(販売管理費比率)	14.0%	14.6%	12.6%	10.0%	11.2%			
営業利益	1,025	417	1,642	5,812	4,530			
(営業利益率)	3.5%	1.4%	4.5%	10.4%	11.1%			
営業外収益	97	16	15	42	79			
営業外費用	—	29	△21	2	17			
経常利益	1,123	404	1,679	5,852	4,593			
(経常利益率)	3.9%	1.4%	4.6%	10.4%	11.3%			
特別利益	—	—	273	0	—			
特別損失	—	12	6	3	—			
税引前四半期純利益	1,123	391	1,947	5,848	4,593			
四半期純利益	606	245	1,383	4,522	3,024			
(四半期純利益率)	2.1%	0.8%	3.8%	8.1%	7.4%			

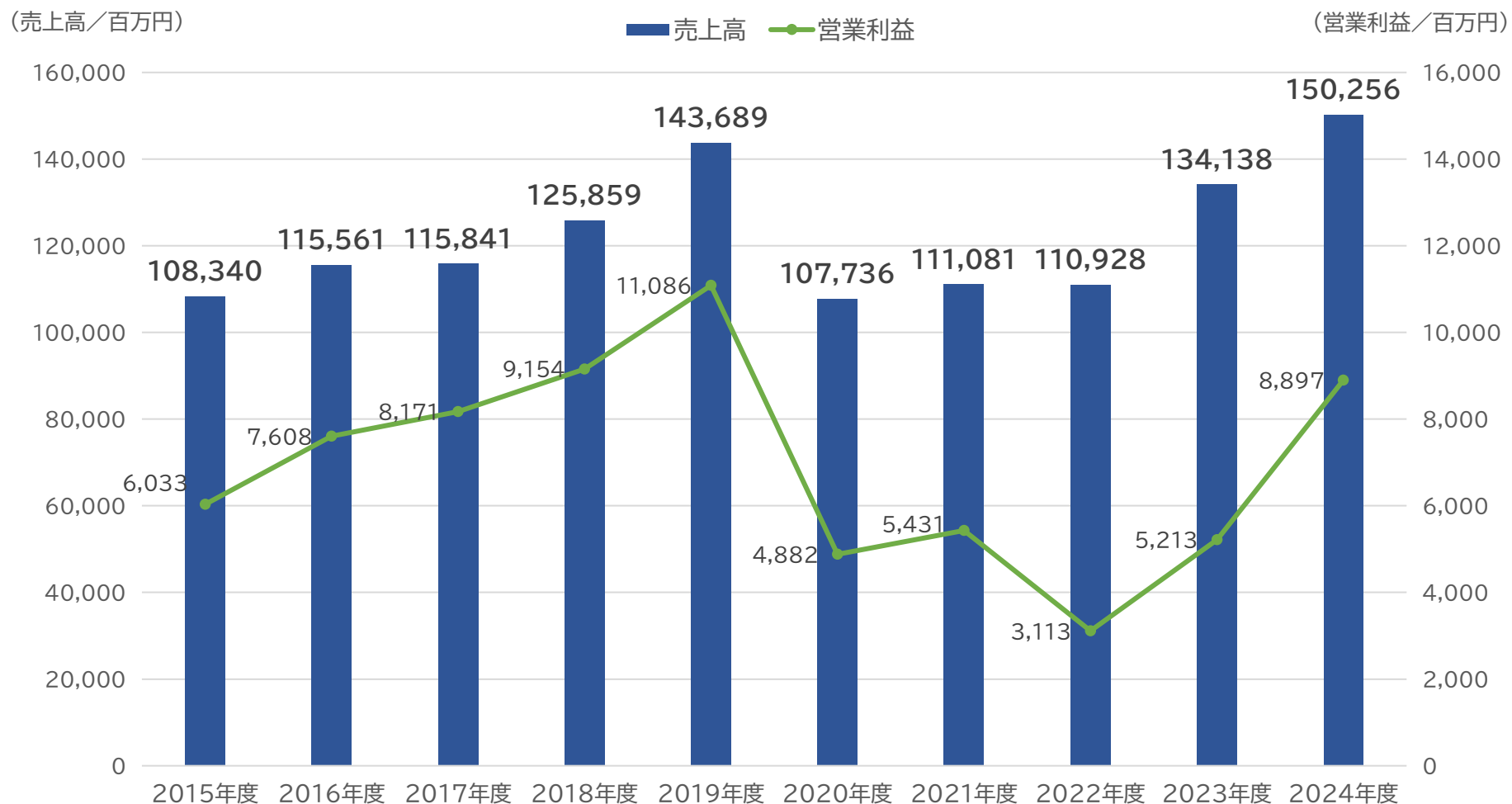
■ 連結貸借対照表

(百万円)		2024年度末		2025年度1Q		
		金額	構成比	金額	構成比	前期末比
	流動資産	88,356	86.2%	74,671	84.2%	△15.5%
	有形固定資産	7,585	7.4%	7,647	8.6%	+0.8%
	無形固定資産	1,057	1.0%	907	1.0%	△14.3%
	投資その他の資産	5,499	5.4%	5,422	6.2%	△1.4%
資産合計		102,500	100.0%	88,648	100.0%	△13.5%
	流動負債	43,228	42.2%	30,215	34.1%	△30.1%
	固定負債	4,990	4.8%	4,785	5.4%	△4.1%
負債合計		48,218	47.0%	35,000	39.5%	△27.4%
純資産合計		54,281	53.0%	53,648	60.5%	△1.2%
負債・純資産合計		102,500	100.0%	88,648	100.0%	△13.5%

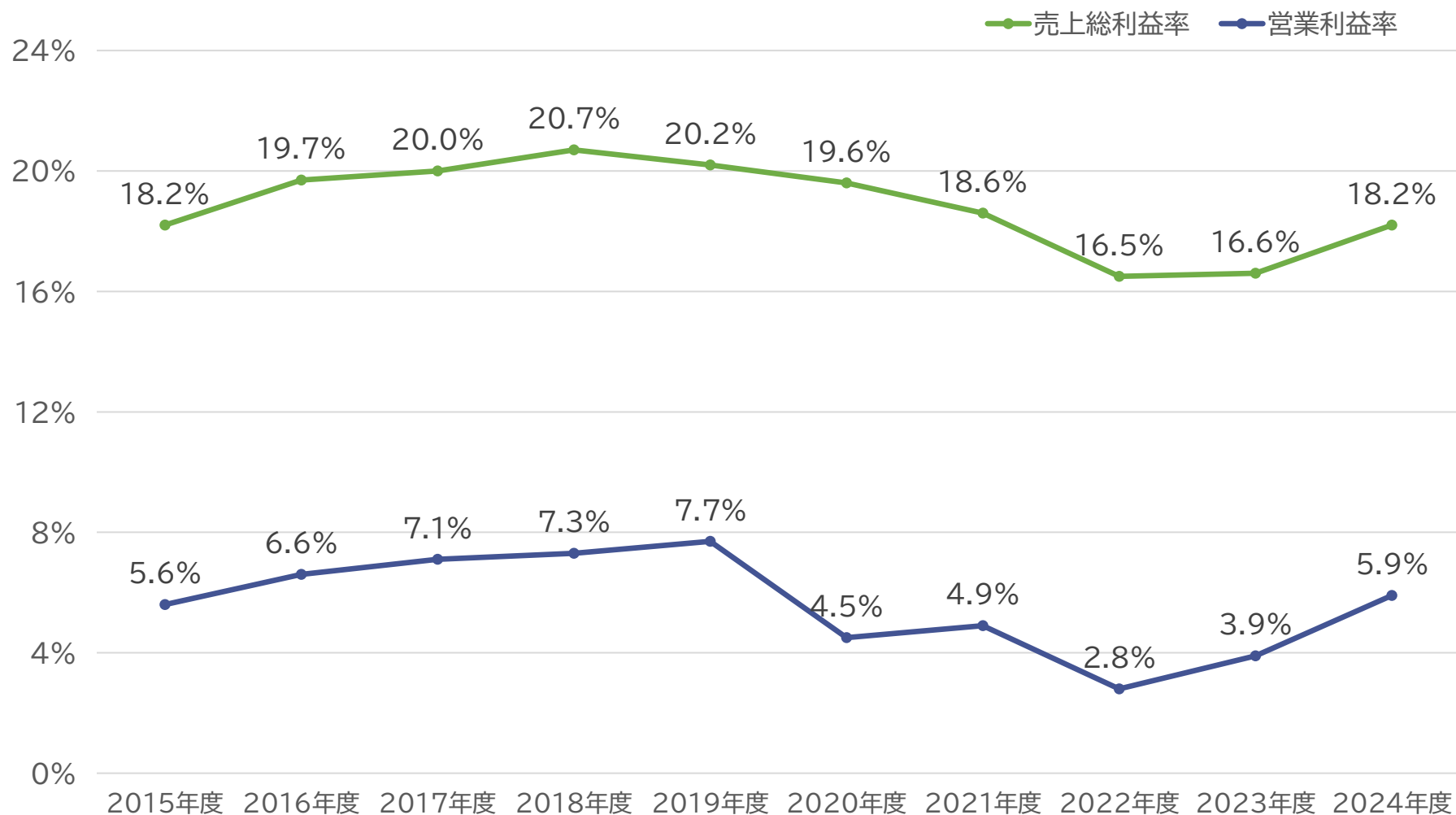
■ 四半期別 市場分野別 売上高

(百万円)	2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
専門店市場	9,001	6,946	11,068	7,872	8,998			
百貨店・量販店市場	968	1,034	928	1,591	1,058			
複合商業施設市場	3,142	2,707	3,584	10,995	4,723			
広報・販売促進市場	2,317	3,586	3,152	2,826	4,073			
博物館・美術館市場	2,111	1,916	2,030	3,956	2,189			
余暇施設市場	5,388	6,009	5,721	7,147	3,625			
博覧会・イベント市場	1,430	1,856	3,793	11,791	8,744			
その他市場	4,711	4,816	6,008	9,840	7,401			
合 計	29,070	28,875	36,288	56,022	40,815			

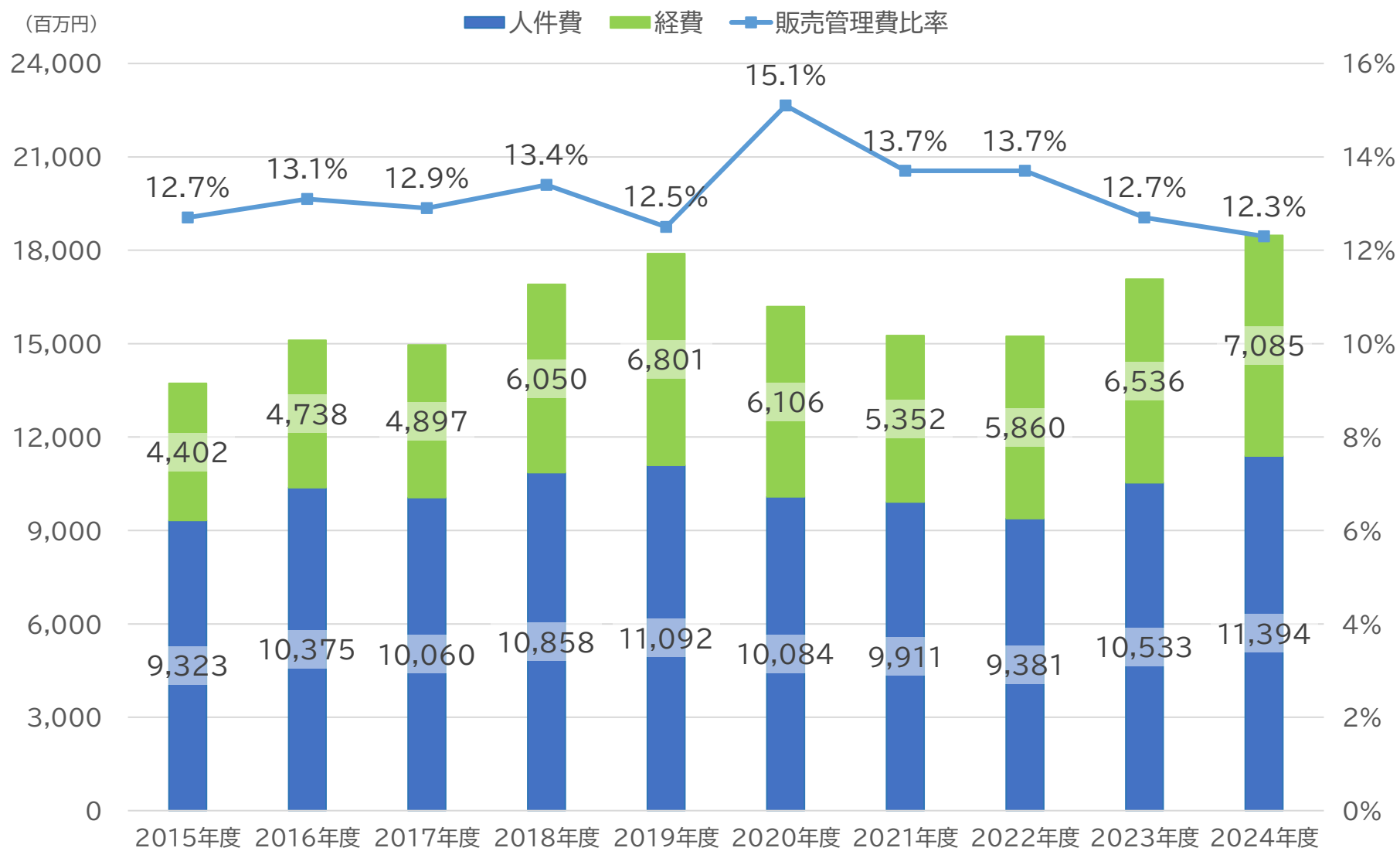
【10力年推移】通期業績



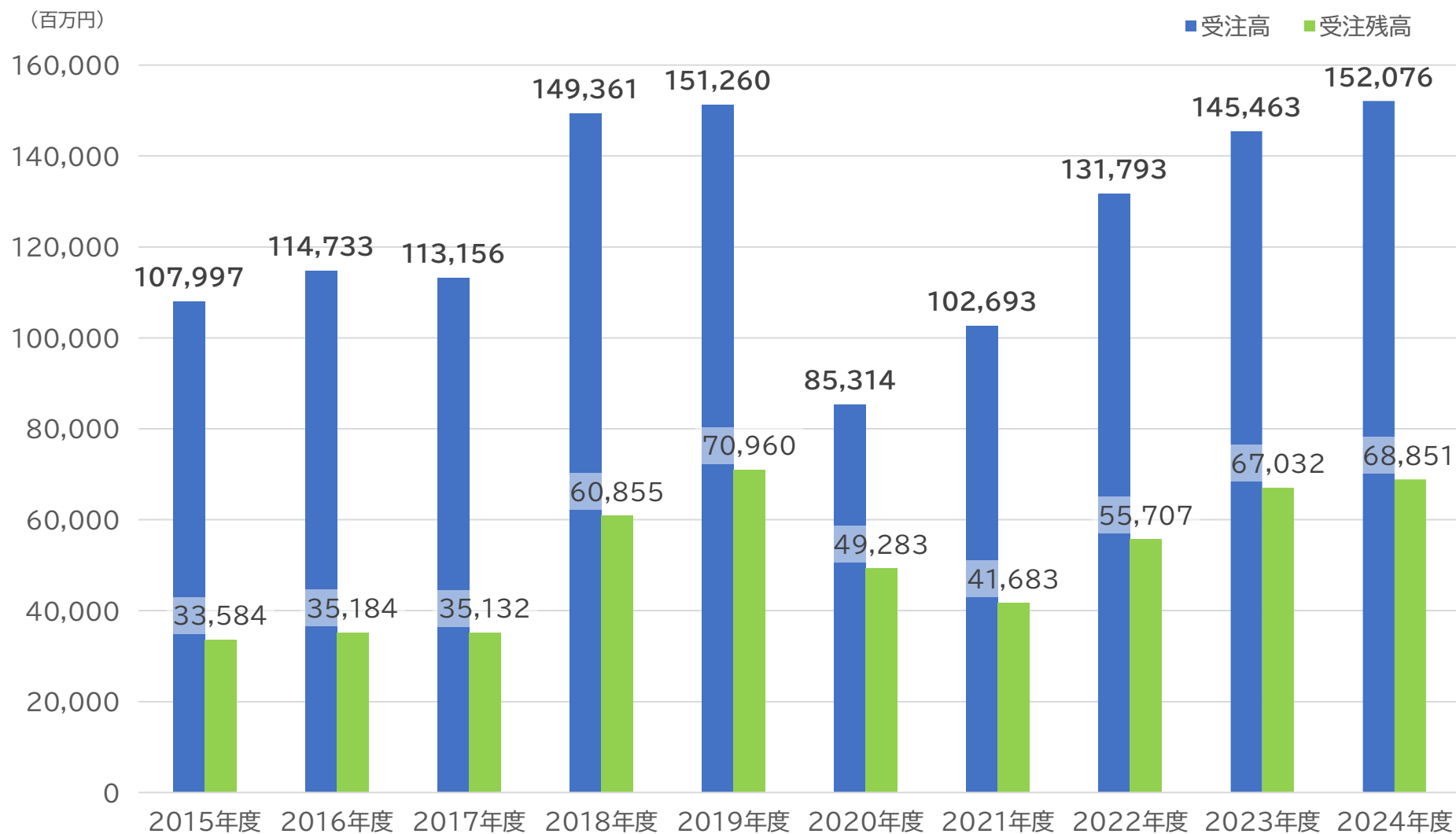
【10年推移】売上総利益率・営業利益率



【10年推移】販売管理費・販売管理費比率

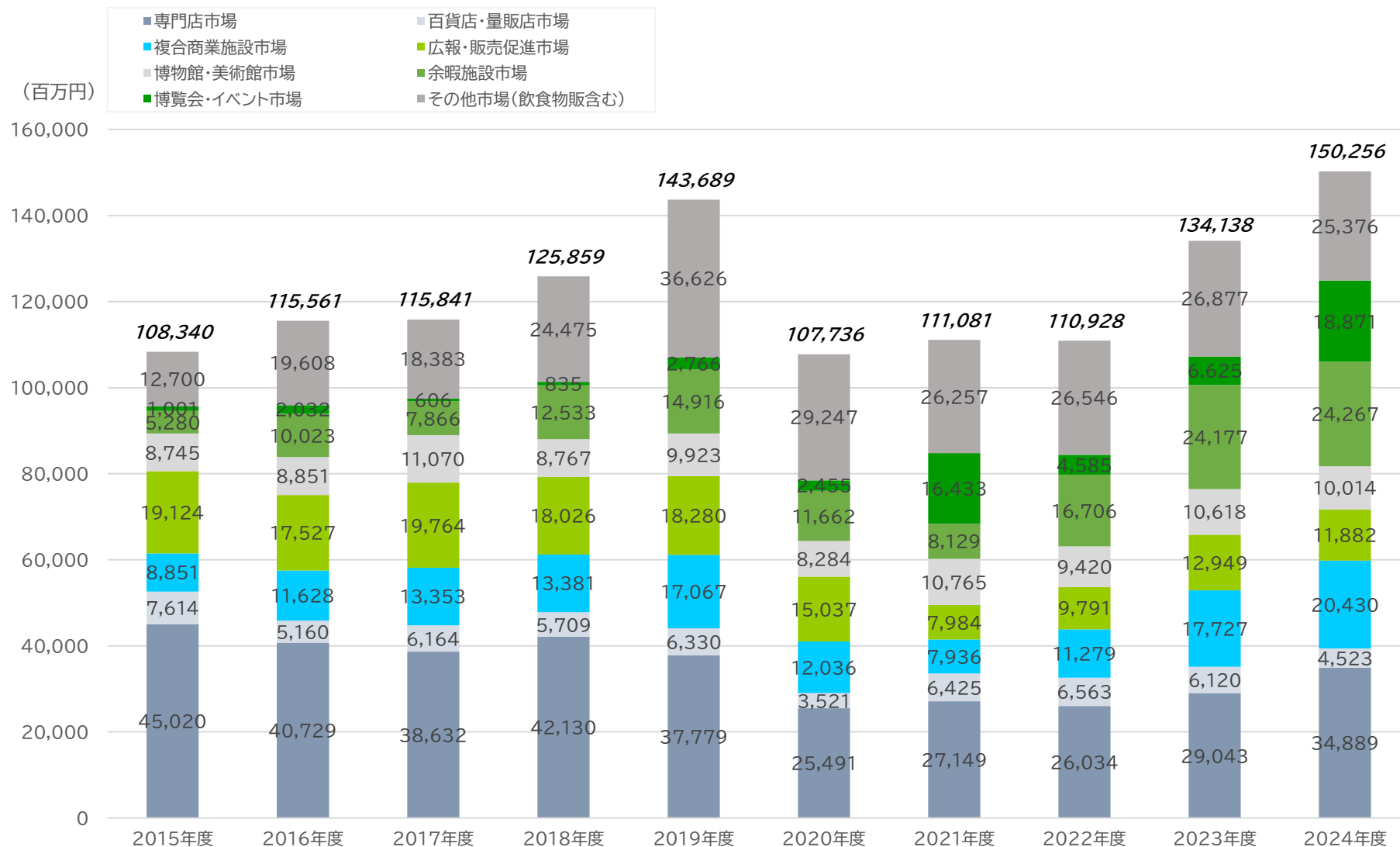


【10力年推移】受注高・受注残高



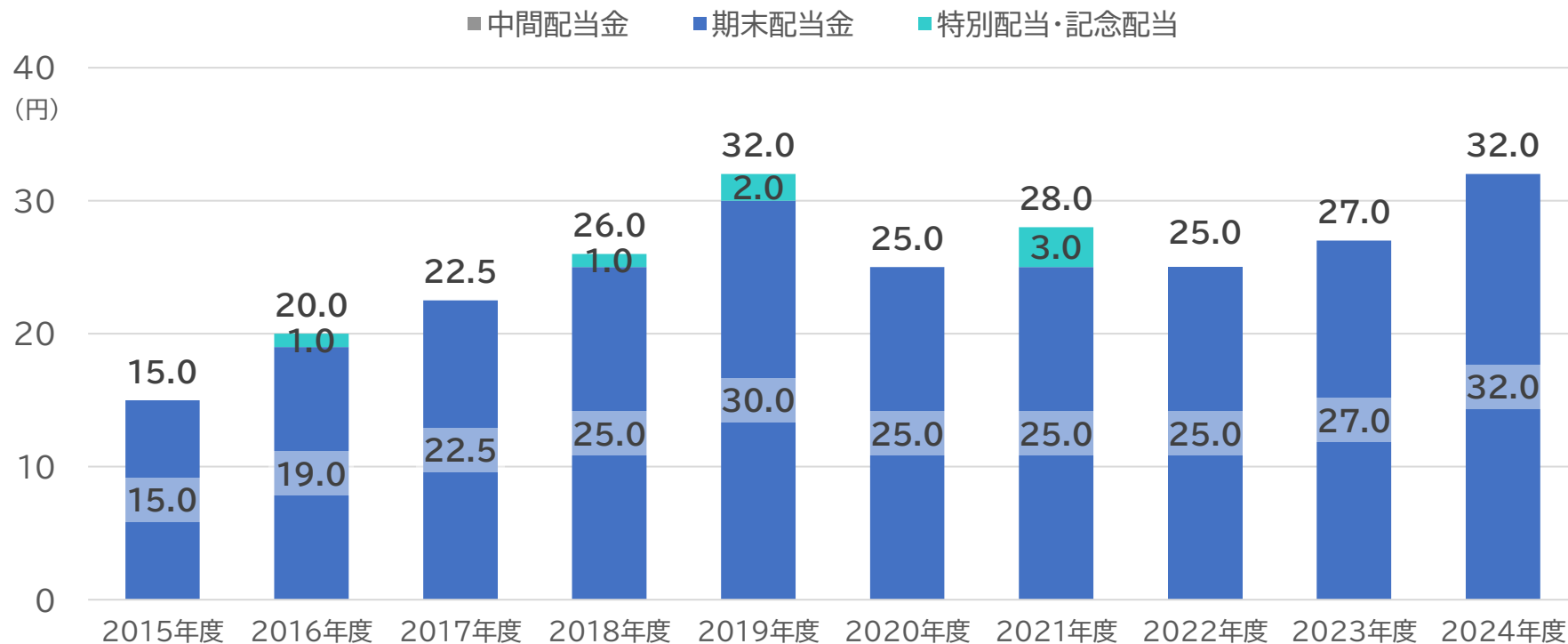
(注) 飲食・物販は受注概念が異なるため、含めていません。

【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

※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2015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	43.4%	44.0%	44.4%	42.9%	45.7%	90.6%	78.2%	124.9%	77.9%	52.8%
DOE	5.4%	6.7%	6.7%	7.0%	7.8%	5.8%	6.5%	5.7%	6.1%	6.8%
株価最高値	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	990.0円
株価最安値	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	738.0円

【株式情報】時価総額と株主数の推移

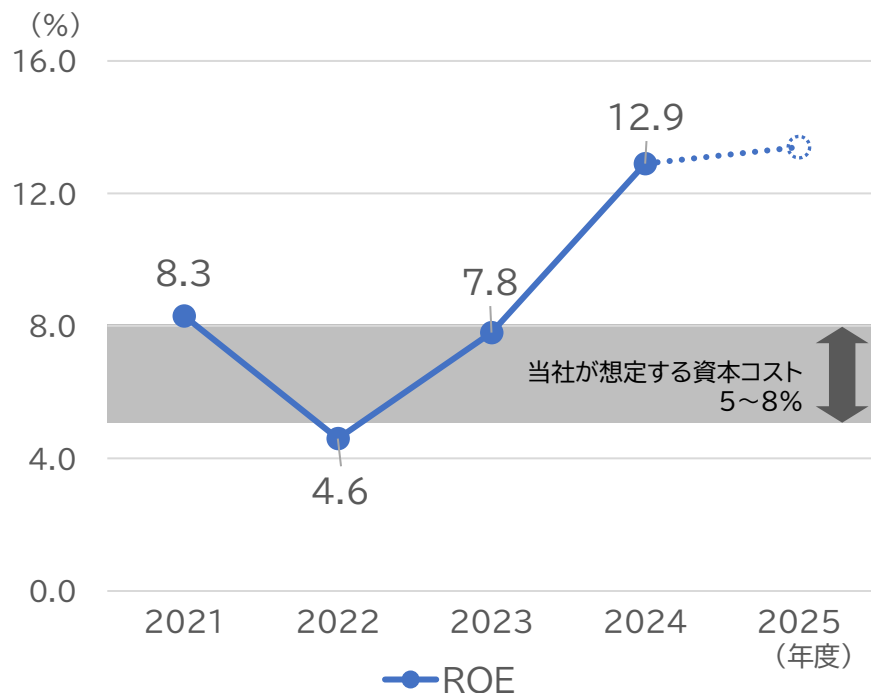
※2019年6月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施。



※各年度末における時価総額、株主数

■ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について

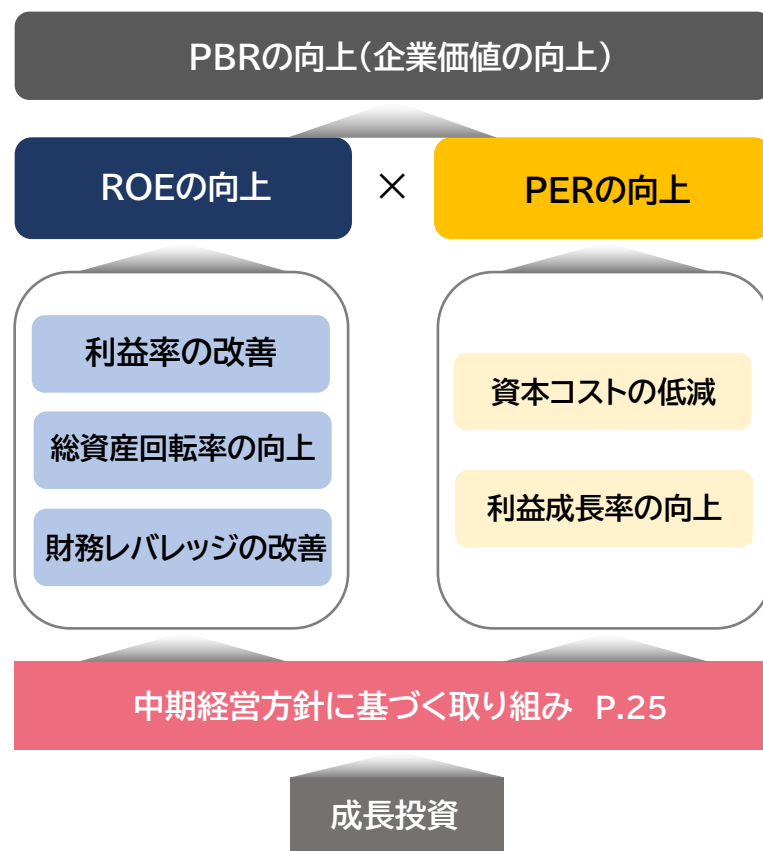
ROE・資本コスト



現状認識

- 株価は各種市場平均等と比較すると、コロナ禍以降思うように回復していない。
- 当社が想定する株主資本コストは、5~8%程度。
- 2024年度以降、収益性の改善に向けた取り組みによって利益率が回復し、ROEは株主資本コストを上回る水準まで向上。
- 今後も収益性の改善に向けた取り組みを継続し、ROEを高い水準で維持できるよう努めていく。

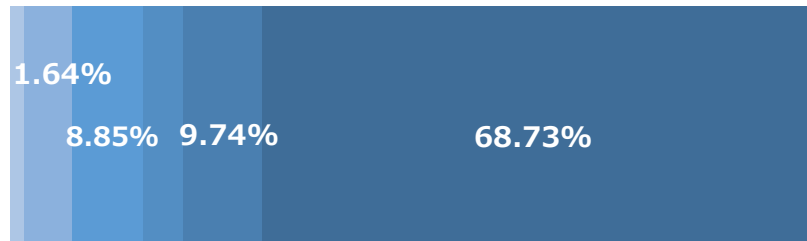
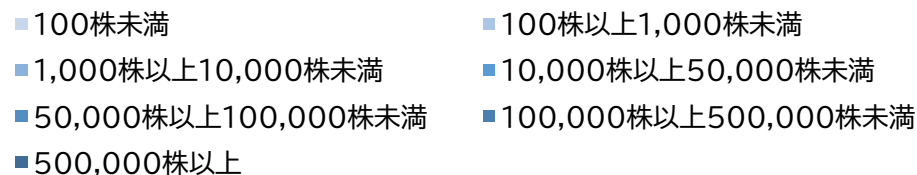
PBR向上に向けた主な取り組み



- PBRのさらなる向上のためには、ROEの向上(=収益性の改善)とPERの向上(=成長期待性の向上)の両面での取り組みが不可欠。
- 中期経営方針に基づき抽出された各種施策を着実に成果へと結実させることが重要であり、現在実施中の取り組みをより一層強化。

【株式情報】株主構成(2025年2月末日現在)

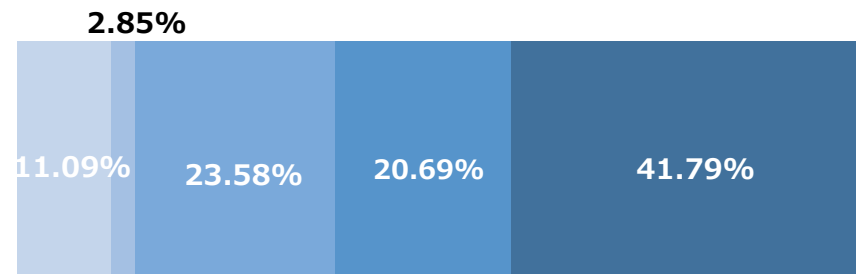
■ 所有株数別株式の分布状況



0.01%
6.00% 5.02%

100株未満	2,889名	17,248株
100株以上1,000株未満	7,949名	1,967,539株
1,000株以上10,000株未満	2,609名	7,197,421株
10,000株以上50,000株未満	496名	10,607,140株
50,000株以上100,000株未満	88名	6,024,464株
100,000株以上500,000株未満	61名	11,680,668株
500,000株以上	31名	82,402,108株
	14,123名	119,896,588株

■ 所有者別株式の分布状況



外国人	210名	13,296,734株
証券会社	27名	3,411,943株
金融機関	32名	28,270,880株
その他法人	171名	24,811,050株
個人・その他	13,683名	50,105,981株
	14,123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 1,502億56百万円(2024年度)

従 業 員 数 (2025年2月末日現在)

乃村グループ全従業員2,740名(契約社員含む)
連結2,039名(正社員) 単体1,498名(正社員)

国内拠点・海外拠点 (2025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 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

B | NOMURA
乃村工藝建築装飾(北京)有限公司

B | 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

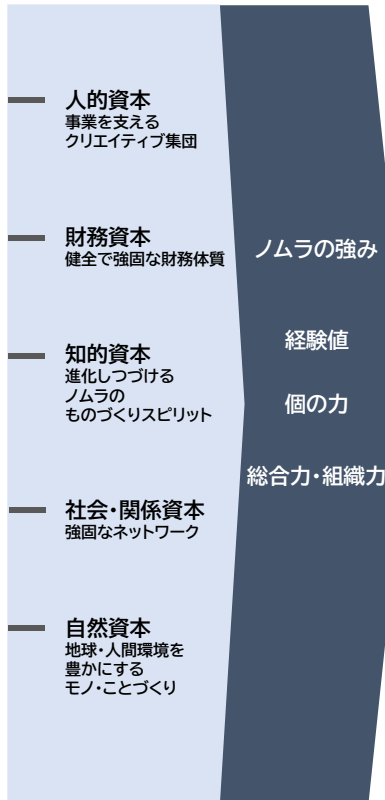
乃村工藝社の歴史は、1892年の創業後、創業者である乃村泰資が大正時代に国技館で菊人形の大規模な段仕掛けを手掛けたことにさかのぼります。ディスプレイの先駆けとして、当時の人々に喜びと感動を与えた大胆な発想と挑戦力は、多彩なジャンルにステージを拡げて今日に至ります。当社の発展の根底には、チャレンジスピリットと品質へのこだわり、顧客満足を追求するマインドが脈々と流れています。



■ 乃村工藝社グループの価値創造モデル

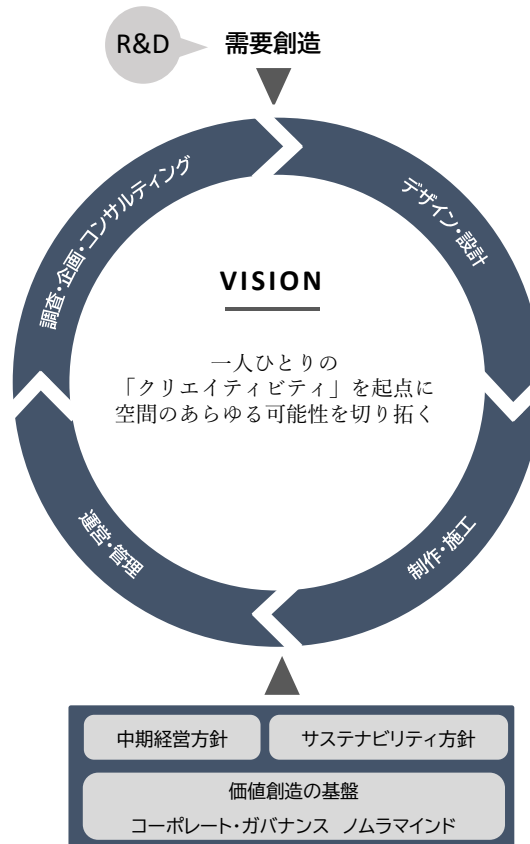
価値提供を支える資源

INPUT



ノムラの事業活動

BUSINESS ACTIVITIES



提供価値

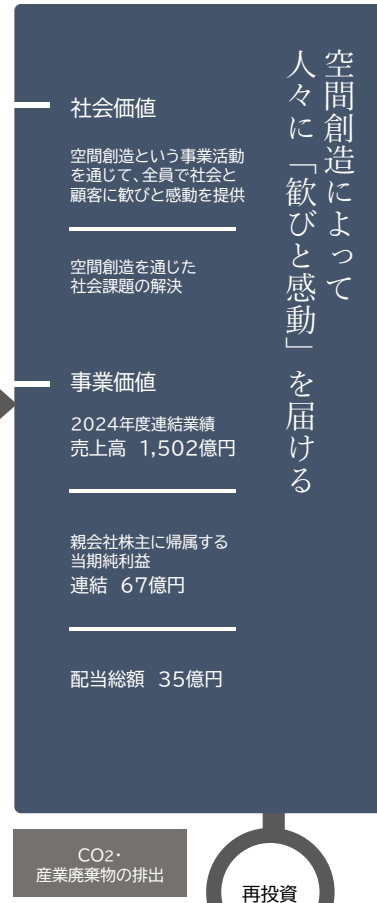
OUTPUT

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



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。