

明日が、笑顔になる空間を。

space

2019年12月期 決算説明会資料

株式会社スペース

証券コード：9622

この説明資料には、将来に関する見通し、計画に基づく予測が含まれています。
社会・経済・業界状況の変動等に関するリスクや不確定要素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。

1. 事業環境の概要
2. 中期経営計画（2020－2022）
3. 2019年度 決算の詳細
4. 2020年度 通期見通し

1. 事業環境の概要

👁️ 景気は緩やかな回復基調で推移しているが、海外情勢の不安定化により不透明な状況が続く

日経平均株価
2016年度 19,114円
2017年度 22,764円
2018年度 20,014円
2019年度 23,656円

国内総生産（名目GDP）
2016年度 536兆円
2017年度 547兆円
2018年度 548兆円

日本の人口
2016年度 1億2,693万人
2017年度 1億2,670万人
2018年度 1億2,644万人

インバウンド需要
2016年度 3兆7,476億円
2017年度 4兆4,162億円
2018年度 4兆5,189億円

平均完全失業率
2016年度 3.0%
2017年度 2.7%
2018年度 2.4%

（出典）Yahooファイナンス「日経平均株価」、内閣府「国民経済計算」、国土交通省「訪日外国人消費動向調査」、総務省「人口推計」・「労働力調査」

👁️ 小売業界は、消費者の節約志向が続くものの、チェーン店を展開する大手企業が業界を牽引

百貨店 売上高

2016 6兆5,976億円
2017 6兆5,528億円
2018 6兆4,434億円



小売業 売上高

2016 139兆8,770億円
2017 142兆5,140億円
2018 144兆9,650億円



EC市場 売上高

2016 13兆7,746億円
2017 15兆1,358億円
2018 16兆5,054億円



スーパーマーケット 売上高

2016 13兆 2億円
2017 13兆 496億円
2018 13兆1,609億円



SC 売上高

2016 31兆1,241億円
2017 32兆 335億円
2018 32兆6,595億円



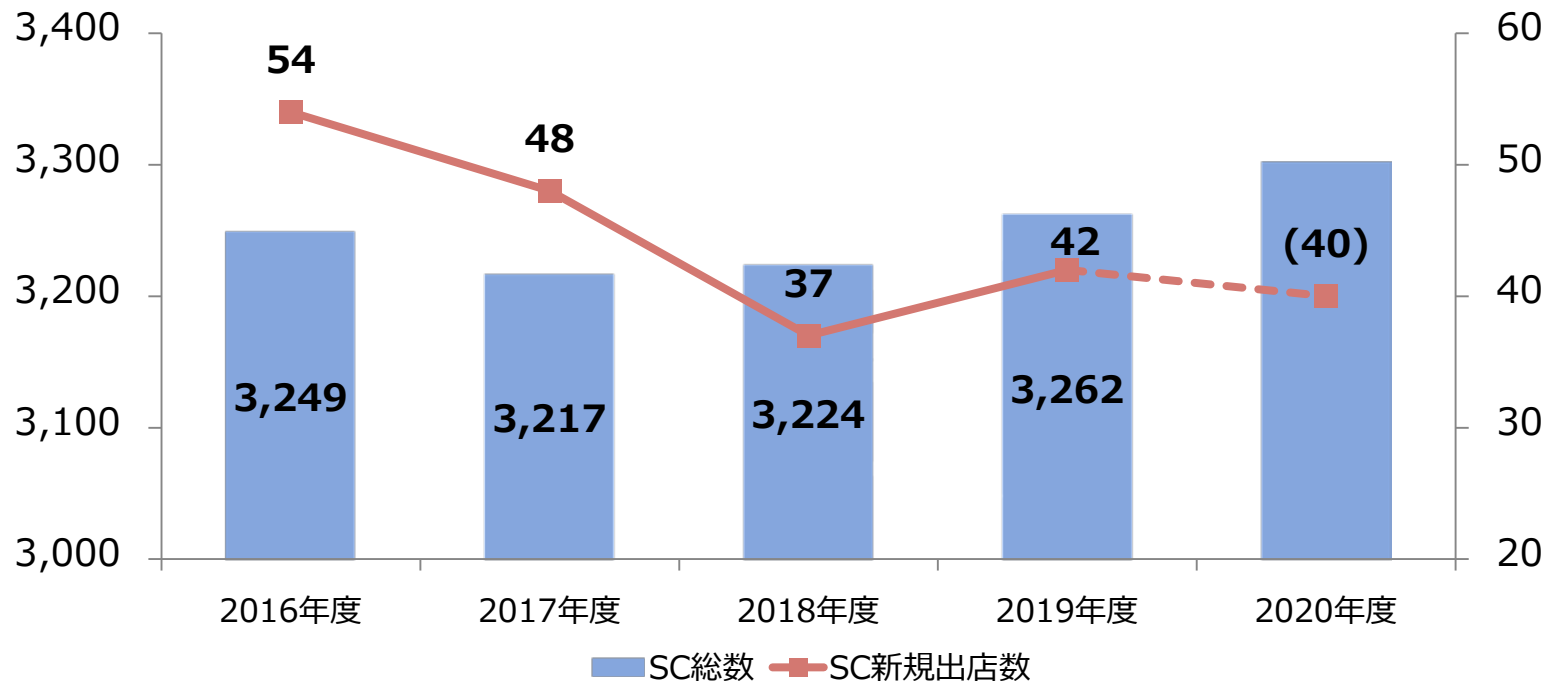
コンビニエンスストア 売上高

2016 11兆4,456億円
2017 11兆7,451億円
2018 11兆9,780億円



(出典) 経済産業省「商業動態統計」・「電子商取引に関する市場調査」、一般社団法人日本ショッピングセンター協会「SC年間販売統計調査」

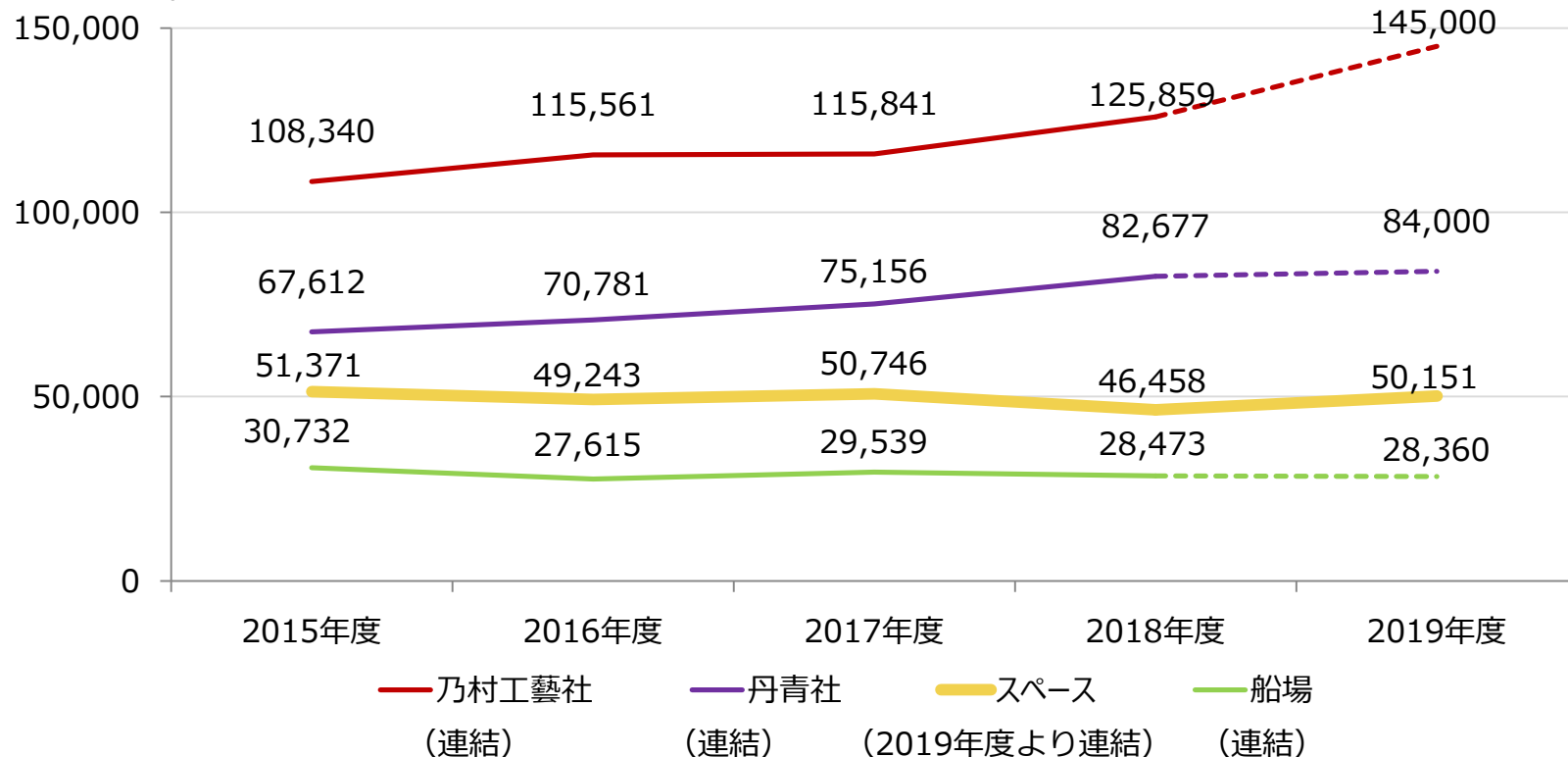
👉 都市部では開発が進むものの、SCの新規出店数は全体的に減少



(出典) 一般社団法人日本ショッピングセンター協会「オープンSC情報」

👉 同業他社の売上高は堅調に推移

(単位：百万円)



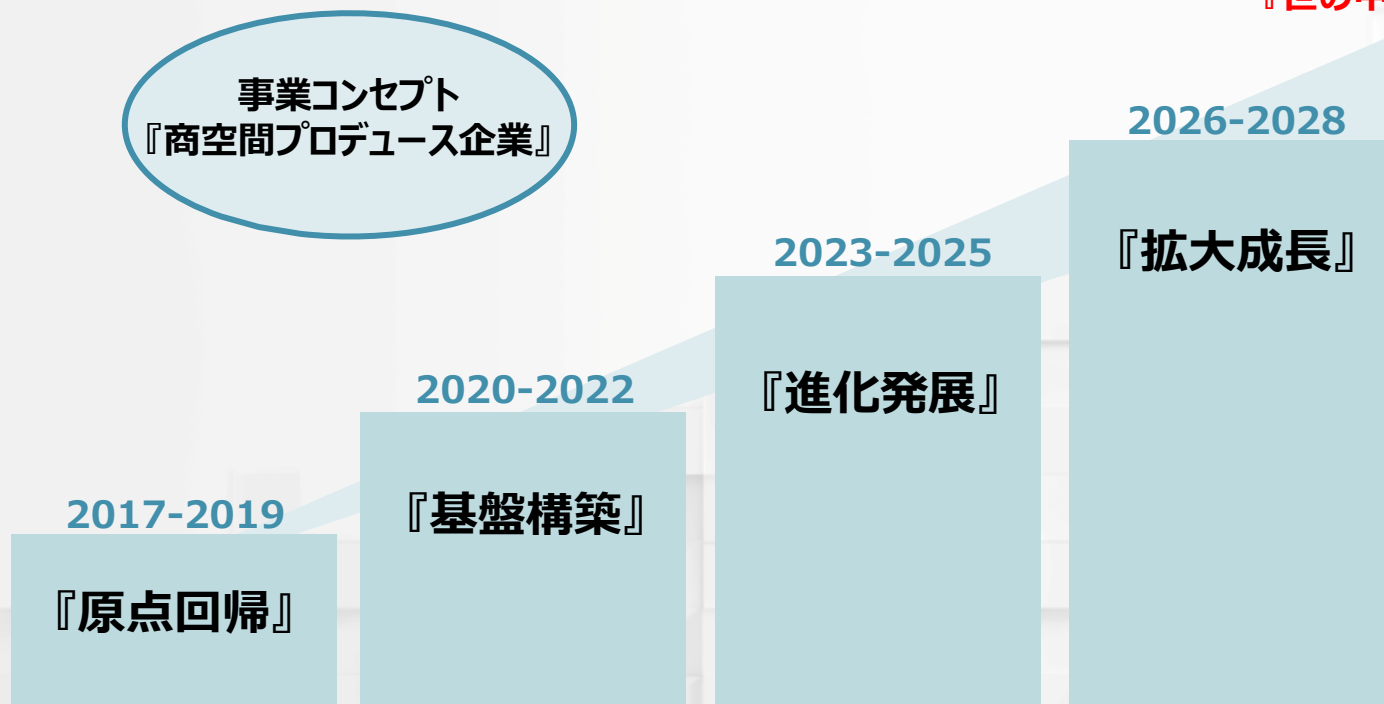
2. 中期経営計画（2020－2022）

中期経営計画のテーマ

SPACE

- ▶ 3か年×4ステップの計画とし、
各ステップのテーマを『原点回帰』・『基盤構築』・『進化発展』・『拡大成長』とする

VISION
『世の中を、希望にあふれた空間にする。』



2017年12月期～2019年12月期

前中期経営計画『原点回帰』

振り返り

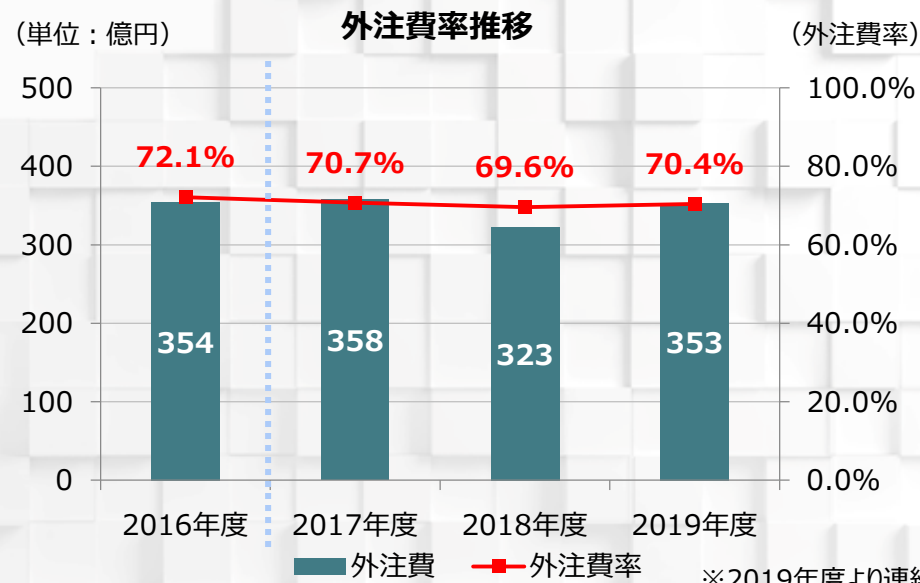
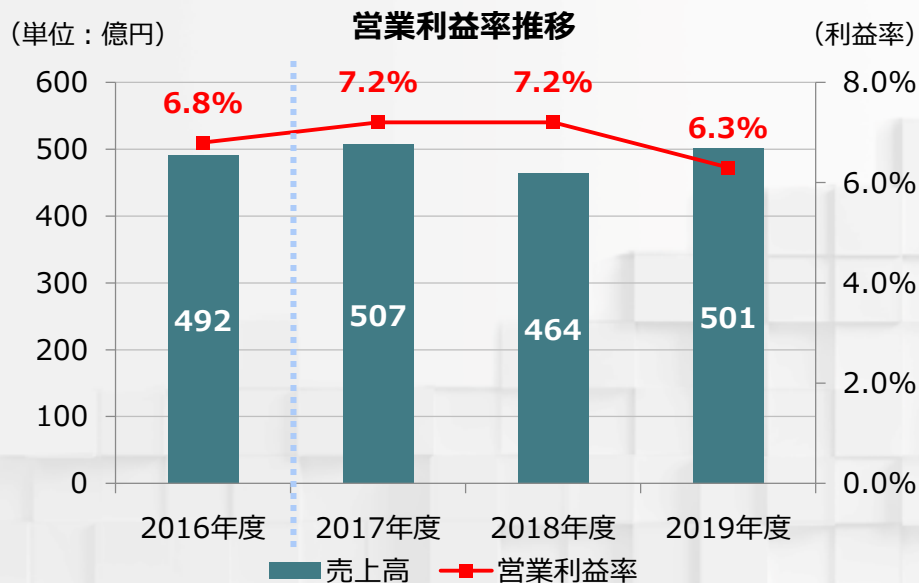
定量目標に対する実績

営業利益率

目標 2019年度12月期 8%

実績 2019年度12月期 6.3%

外注費率抑制による営業利益率の向上に取り組んだが、IT関連投資や雇用費・教育研修費等が増加したことで営業利益率が低下。
外注費率抑制については成果が見られた。



1. ビジネスの戦略

(1) 顧客基盤の構築

(2) 付加価値の提供

(3) 施工力の強化

2. 組織・制度の戦略

(1) 専門組織の確立

(2) 労働環境の整備

3. 価値観・人材・スキルの戦略

(1) 人材開発

(2) 企業ブランドの構築

2020年12月期～2022年12月期
新中期経営計画『基盤構築』

現状の問題をクリアする

+

未来に向けた
新しい基盤を構築する

⇒『進化発展』『拡大成長』で
飛躍するための
事業基盤を構築

スペースの働き方改革

**WORK“S”
INNOVATION**

SPACE (会社) / STAFF (社員)
STYLE (考え方)

⇒持続的成長を実現するための
経営基盤を強化

定量目標

営業利益率

ROE

2022年12月期 連結

7%

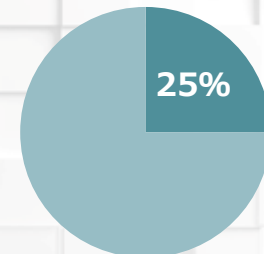
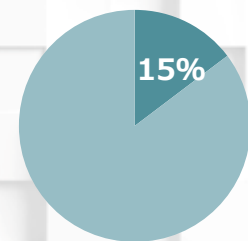
10%以上

定性目標 ①顧客提供価値の向上

KPI	オフィス・サービス空間の売上比率	2019年12月期	15%
		2022年12月期	25%
KPI	地域活性に関わる案件数	2019年12月期(※3Q時点)	年間5件
		2022年12月期	年間20件

②社員全員が働きがいのある会社

KPI	新卒社員3年後定着率	2019年度(2016年度入社)	61%
		2022年度(2019年度入社)	80%
	1人当たり年間残業時間	2022年12月期	2019年度比 30%減



■ オフィス・サービス空間
■ その他

1. 事業基盤の戦略

(1) ソフトプロデュース力の強化

(2) ハードプロデュース力の強化

(3) 海外ビジネスの確立

(4) 新規事業の創出

2. 経営基盤の戦略

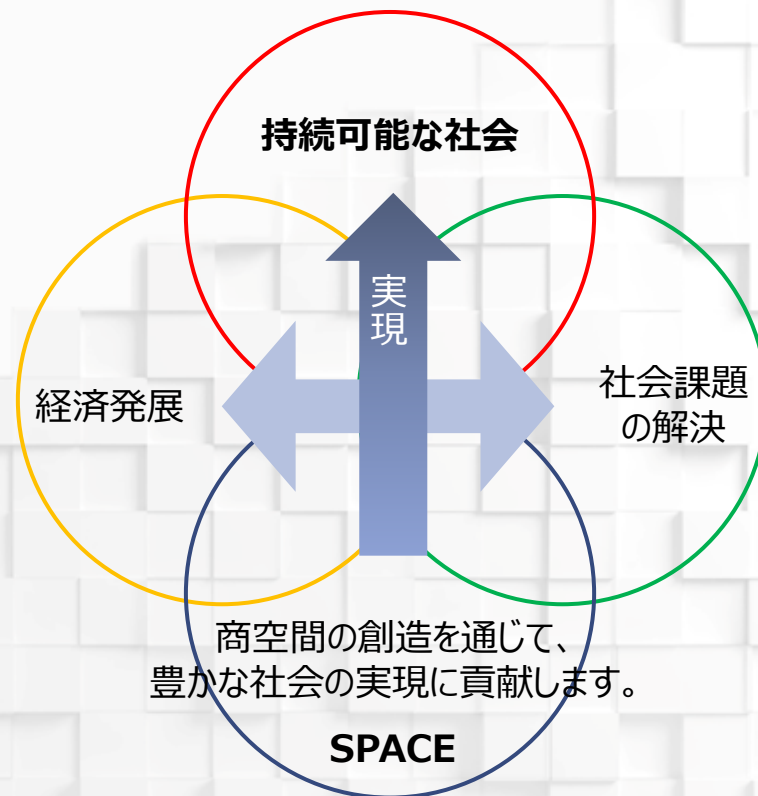
(1) 働きがいの醸成

(2) 人材の育成と活用

当社は、企業理念に「**商空間の創造を通じて、豊かな社会の実現に貢献します。**」を掲げています。

ここでの「豊かな社会」とは、経済発展と社会的課題の解決が両立し、持続可能な発展を可能としている社会です。

「**企業理念の実現 = 持続可能な社会の実現**」に向け、ESGやSDGsといった社会的な要請と、自社の成長の両方に向き合うサステナブル経営の実践を目指し、取り組みを進めてまいります。



3. 2019年度 決算の詳細

☞ 前年同期と比較すると増収となったものの、営業利益及び親会社株主に帰属する当期純利益は減益

	2018年度 (単体)		2019年度 (連結)		前事業年度比	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)
売上高	46,458	100.0	50,151	100.0	3,692	7.9
売上総利益	5,699	12.3	6,015	12.0	315	5.5
営業利益	3,330	7.2	3,145	6.3	▲185	▲5.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,107	4.5	1,928	3.8	▲178	▲8.5
1株あたり当期純利益(円)	87.21	—	79.82	—	▲7.39	▲8.5

※2019年度より連結決算を開始したため、2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

損益計算書

	2018年度 (単体)		2019年度 (連結)		前事業年度比		備考
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
売上高	46,458	100.0	50,151	100.0	3,692	7.9	飲食店やサービス関連の受注が多くあったため増収
売上原価	40,759	87.7	44,136	88.0	3,376	8.3	売上高増加のため増額
売上総利益	5,699	12.3	6,015	12.0	315	5.5	売上高の増加により増益
販管費	2,368	5.1	2,869	5.7	500	21.2	人件費、IT関連投資やオフィス改装に伴うコスト、子会社の販管費及びのれん償却費
営業利益	3,330	7.2	3,145	6.3	▲185	▲5.6	販管費が増加したことから減益
営業外損益	▲65	▲0.1	9	0.0	75	▲114.9	主な計上なし
経常利益	3,264	7.0	3,155	6.3	▲109	▲3.4	営業利益減少により減益
特別損益	▲84	▲0.2	▲207	▲0.4	▲122	144.8	のれんの減損により特別損失が増加
法人税等	1,072	2.3	1,000	2.0	▲72	▲6.7	法人税等は減少
非支配株主に帰属する 当期純利益	—	—	18	0.0	18	—	連結決算開始のため発生
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,107	4.5	1,928	3.8	▲178	▲8.5	経常利益減少により減益

※2019年度より連結決算を開始したため、2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

市場分野別売上高

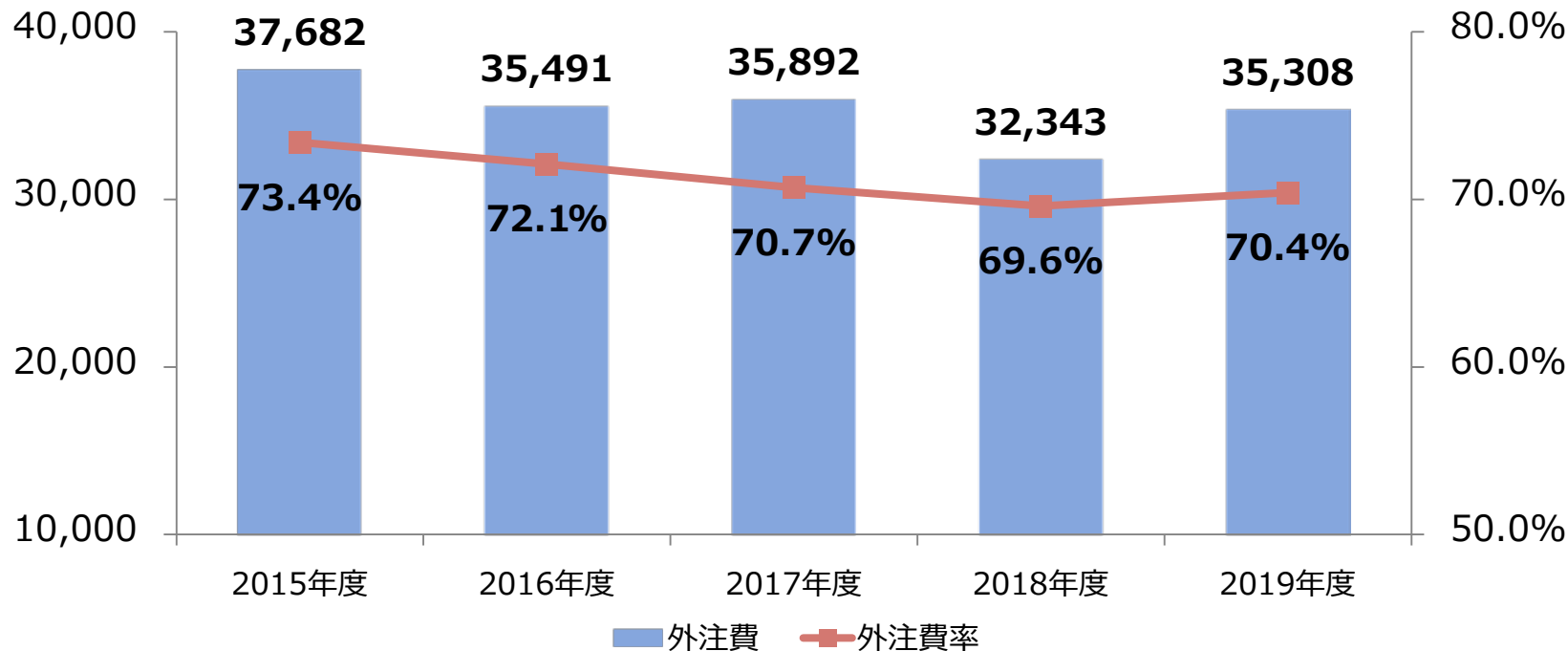
	2018年度 (単体)		2019年度 (連結)		前事業年度比		備考
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
複合商業施設 総合スーパー	8,849	19.0	8,847	17.6	▲2	▲0.0	前年と比較し新装案件が減少したため減収
食品スーパー コンビニエンスストア	5,302	11.4	3,834	7.6	▲1,468	▲27.7	コンビニエンスストアの受注が軟調に推移し、減収
各種専門店	20,741	44.6	23,107	46.1	2,366	11.4	家電量販店の大型案件やアパレル関連の受注が増加したことにより増収
飲食店	5,898	12.7	7,325	14.6	1,427	24.2	新装案件の増加や新規顧客の獲得により増収
サービス等	5,666	12.3	7,035	14.1	1,369	24.2	教育関連施設、オフィス関連、冠婚葬祭施設の取り組みにより増収
合計	46,458	100.0	50,151	100.0	3,692	7.9	—

※2019年度より連結決算を開始したため、2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

外注費推移

👉 中期経営計画に従い、外注費率の削減に取り組む

(単位：百万円)

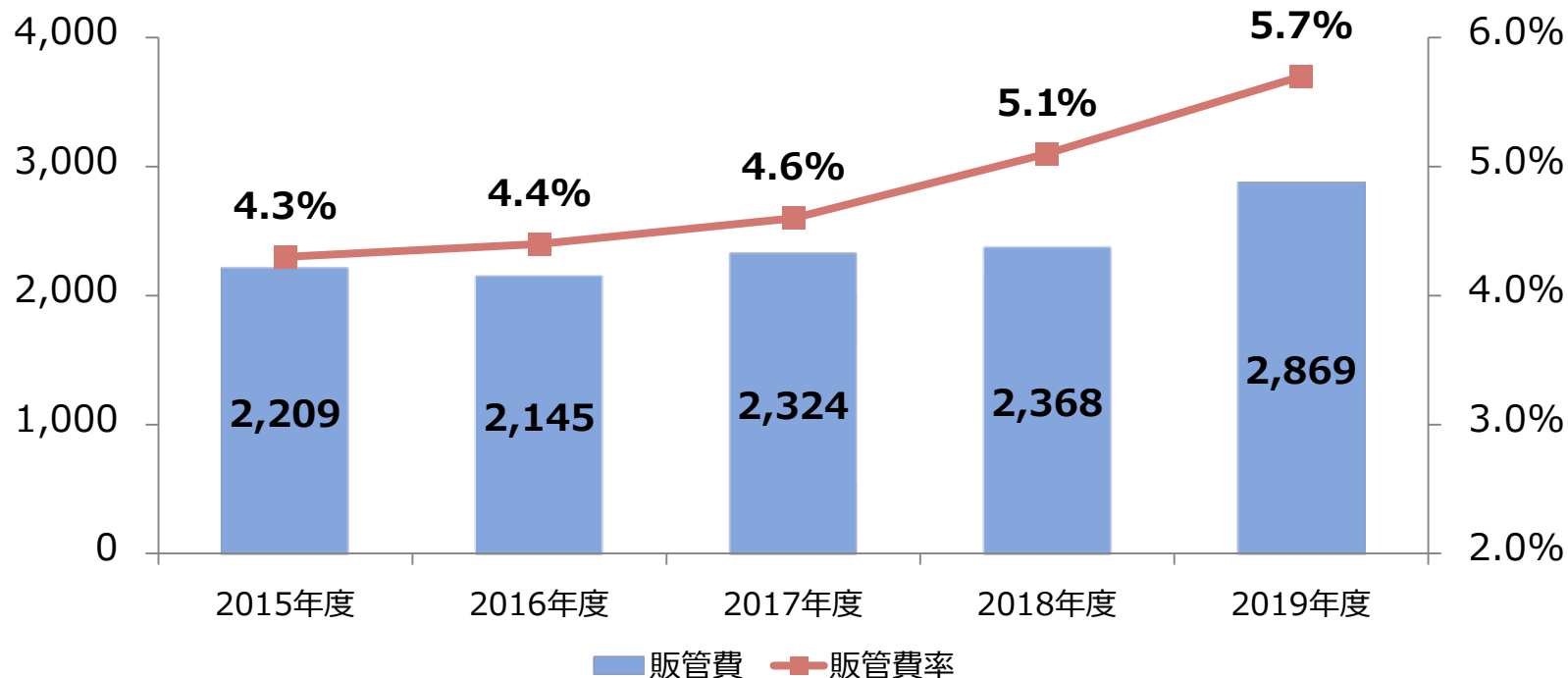


※2019年度より連結決算を開始したため、2015年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

販売費及び一般管理費推移

☞ 社内体制整備によるIT関連投資に伴うコストやオフィス改装に伴うコストが増加

(単位：百万円)



※2019年度より連結決算を開始したため、2015年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

貸借対照表

科 目		2018年度 (単体)		2019年度 (連結)		前事業年度比		備考
		金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	増減率 (%)	
資 産	流 動 資 産	21,004	63.1	22,039	65.1	1,035	4.9	完成工事未収入金や未成工事支出金の増加
	固 定 資 産	12,298	36.9	11,830	34.9	▲468	▲3.8	工具器具備品の除却により減少
	資 産 合 計	33,302	100.0	33,869	100.0	566	1.7	—
負 債 ・ 純 資 産	流 動 負 債	3,835	11.5	4,638	13.7	802	20.9	工事未払金や未成工事受入金の増加
	固 定 負 債	1,923	5.8	970	2.9	▲953	▲49.5	退職給付信託の導入により退職給付引に係る負債が減少
	負 債 合 計	5,759	17.3	5,608	16.6	▲150	▲2.6	—
	純 資 産 合 計	27,543	82.7	28,261	83.4	717	2.6	利益剰余金の増加
	負債・純資産合計	33,302	100.0	33,869	100.0	566	1.7	—

※2019年度より連結決算を開始したため、2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

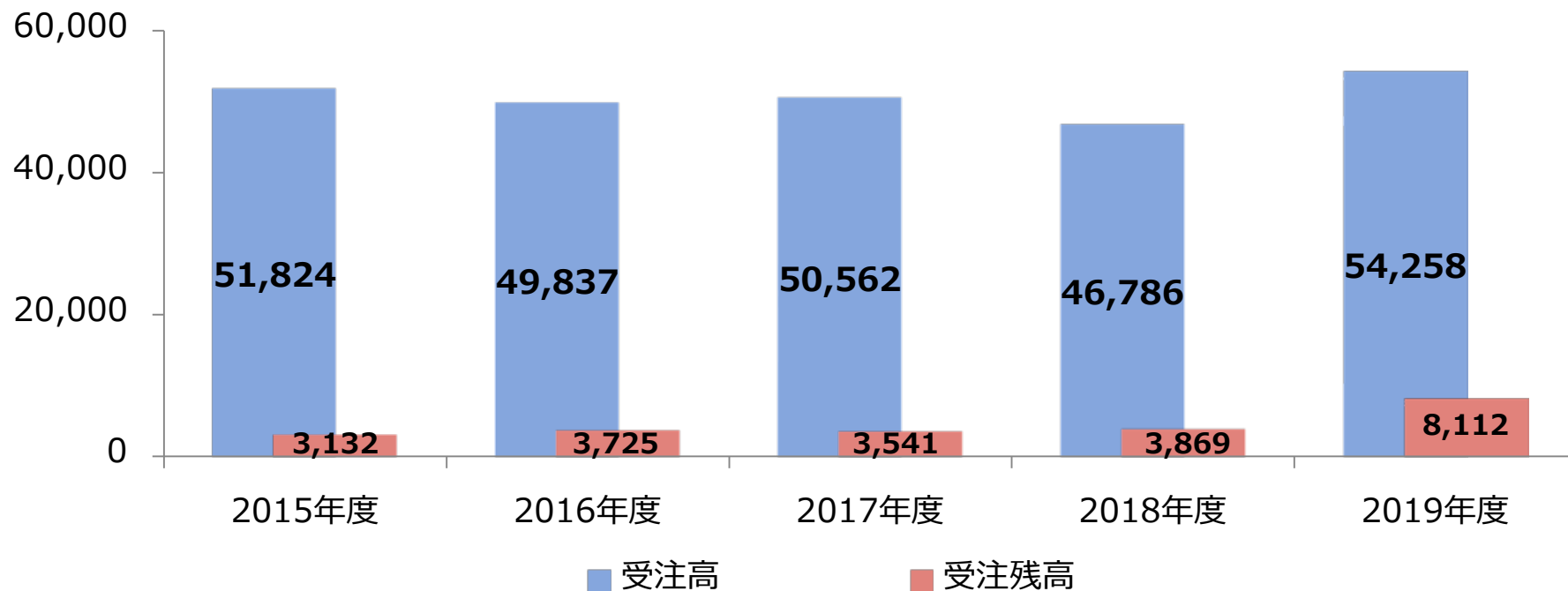
	2018年度 (単体)	2019年度 (連結)	増減額	備考
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,226	836	▲1,390	仕入債務の増加や未成工事受入金の増加による収入
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,381	▲788	593	有形固定資産及び無形固定資産の取得による支出
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,566	▲1,359	206	配当金の支払による支出
現金及び現金同等物の増減額	▲721	▲1,313	▲591	—
現金及び現金同等物の期首残高	12,058	11,569	▲488	—
現金及び現金同等物の期末残高	11,336	10,256	▲1,080	前年同期末より10億8千万円減少

※2019年度より連結決算を開始したため、2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

受注高・受注残高推移

👉 前年同期に比べ受注高及び受注残高は増加

(単位：百万円)



※2019年度より連結決算を開始したため、2015年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

4. 2020年度 通期見通し

👉 商業店舗の出店に慎重な動きが見られるが、引き続き収益性の確保に努める

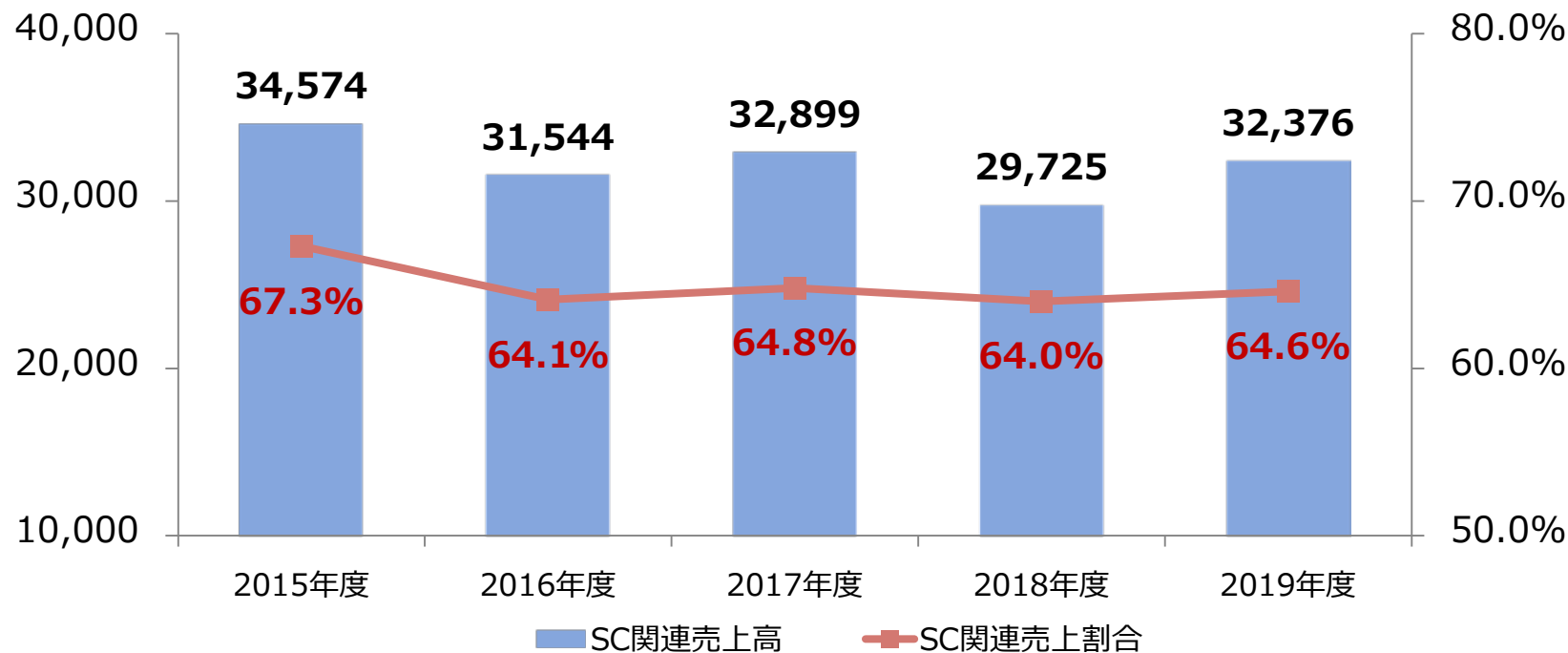
(単位：百万円)

	2019年度 実績	2020年度2Q 累計予想	2020年度 通期予想	増減率 (%)
売上高	50,151	24,300	49,000	▲2.3
営業利益	3,145	1,500	3,100	▲1.4
経常利益	3,155	1,500	3,100	▲1.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,928	1,000	2,100	8.9
1株当たり当期純利益 (円)	79.82	41.38	86.91	—
年間配当 (円)	27.00 (中間) 27.00 (期末)	27.00	27.00	—

当社SC関連 売上高推移

👉 SC関連の売上高割合は横ばいで推移

(単位：百万円)

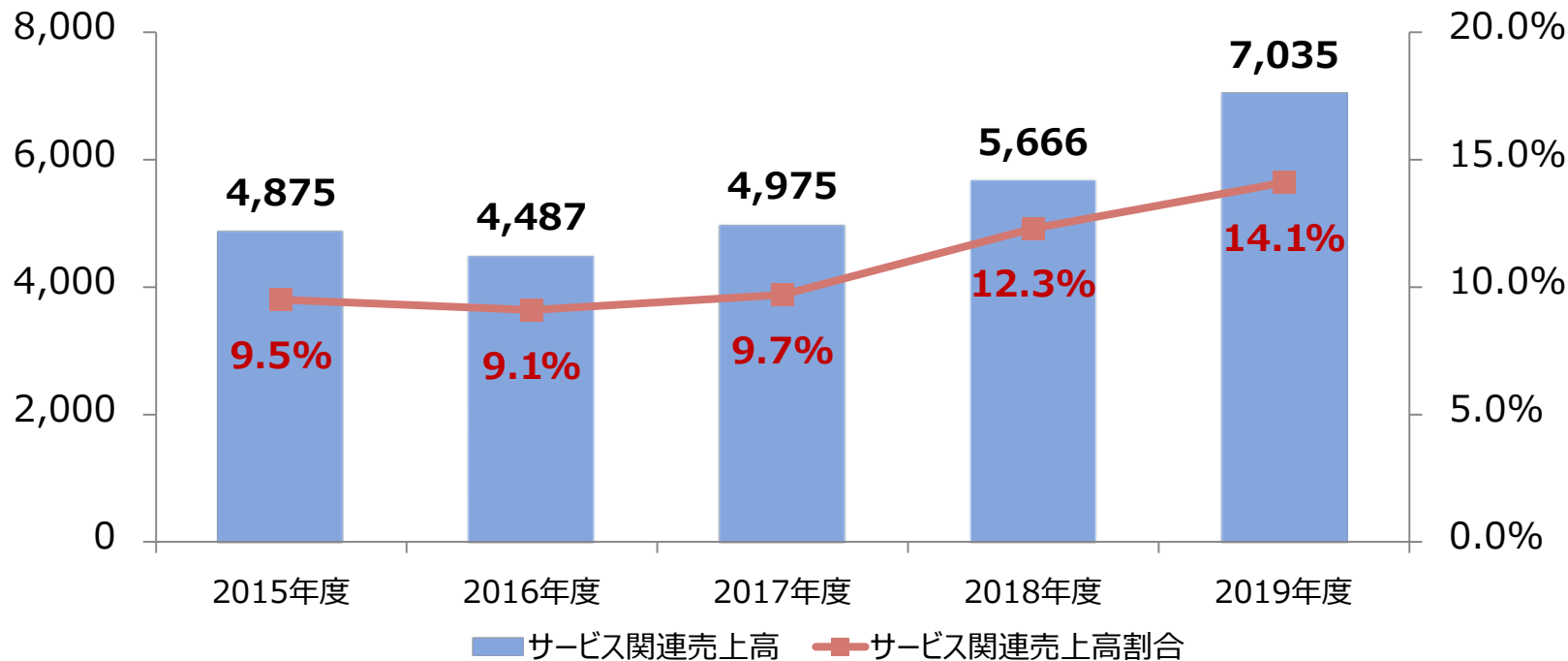


※2019年度より連結決算を開始したため、2015年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

サービス関連 売上高推移

👉 サービス関連の売上高は上昇傾向

(単位：百万円)



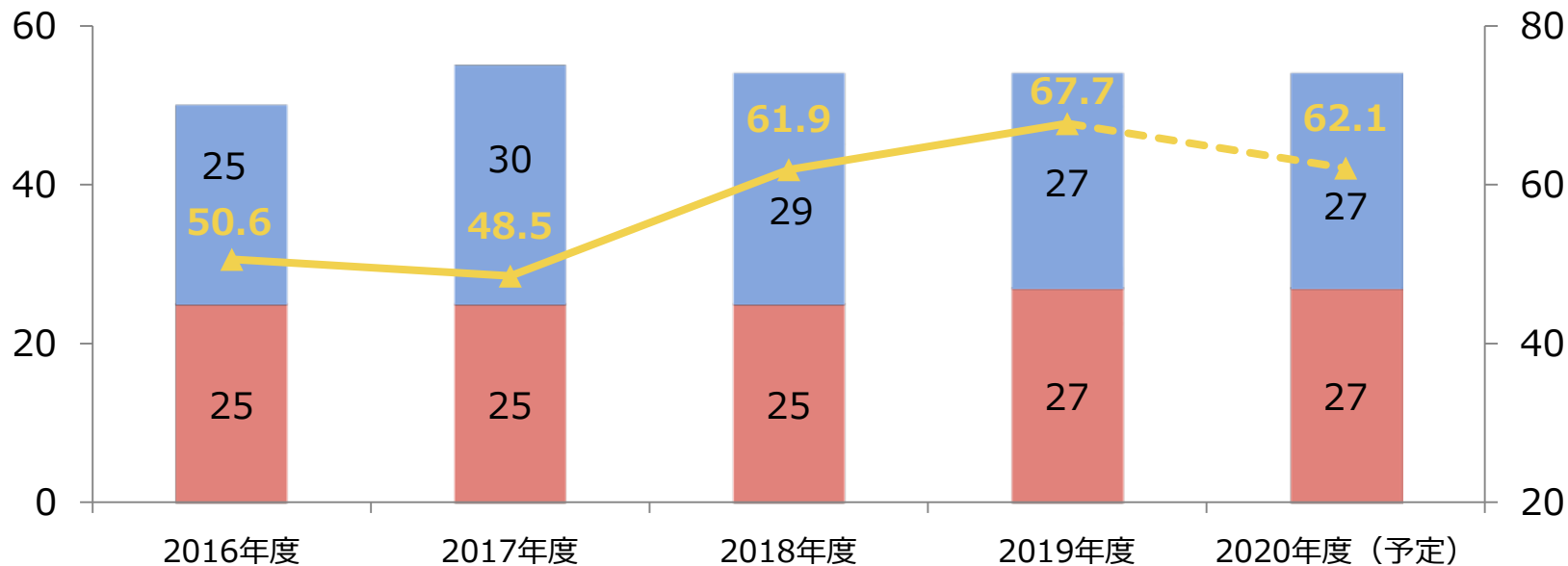
※2019年度より連結決算を開始したため、2015年度から2018年度は単体数値を参考として掲載しております。

株主還元方針

☞ 収益力の向上と財務体質の強化を図り、業績に連動した配当を維持する

(単位：円)

(単位：%)



※ 2017年度は特別配当5円を含みます。
※ 2018年度は記念配当4円を含みます。

■ 中間 ■ 期末 ▲ 配当性向

中期経営目標（再掲）

定量目標

営業利益率

ROE

2022年12月期 連結

7%

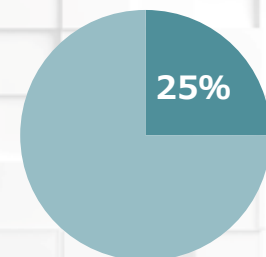
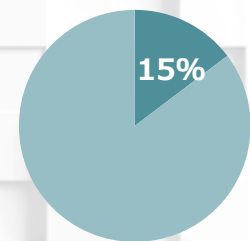
10%以上

定性目標 ①顧客提供価値の向上

KPI	オフィス・サービス空間の売上比率	2019年12月期	15%
		2022年12月期	25%
KPI	地域活性に関わる案件数	2019年12月期(※3Q時点)	年間5件
		2022年12月期	年間20件

②社員全員が働きがいのある会社

KPI	新卒社員3年後定着率	2019年度(2016年度入社)	61%
		2022年度(2019年度入社)	80%
KPI	1人当たり年間残業時間	2022年12月期	2019年度比 30%減



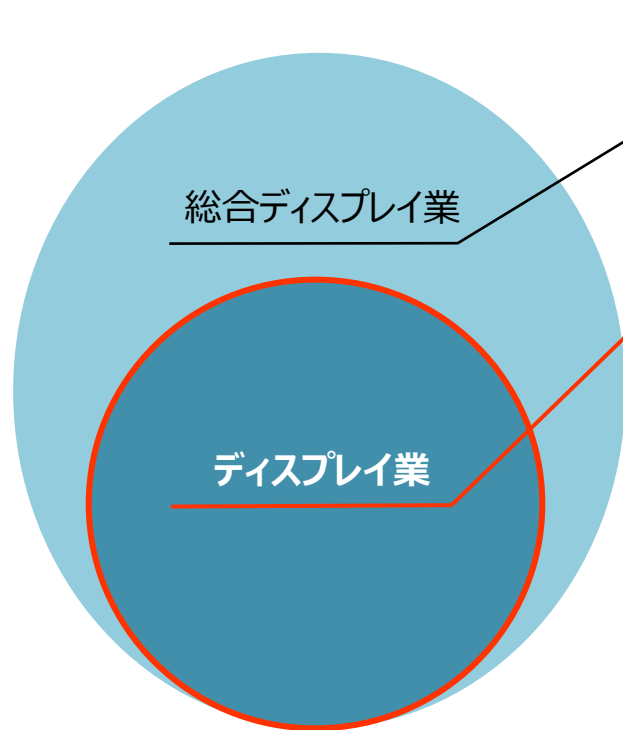
■ オフィス・サービス空間
■ その他

(参考資料)

【参考】 会社概要

商号	株式会社スペース SPACE CO., LTD.
創立	1948年（昭和23年）7月
上場	東京証券取引所市場第一部（証券コード:9622）
資本金	33億9553万円
従業員数	連結：925名 単体：907名（2019年12月末時点）
子会社	3社（うち、連結子会社2社）
営業拠点	国内13拠点 海外2拠点
事業内容	ディスプレイ業
決算期	12月31日

スペースは1948年にガラスの卸商としてカトウガラス(株)をスタート。
その後ガラスの陳列ケースからお店の内装など、店舗全体を手掛けるディスプレイ業へと転換。



商業施設、文化施設、公共施設、博覧会、展示制作などの企画・設計・制作、施工監理を行う

主に商業施設や専門店など商空間の企画、設計、制作、施工監理を行う

複合商業施設・総合スーパー



食品スーパー・コンビニエンスストア



各種専門店



飲食店・サービス等

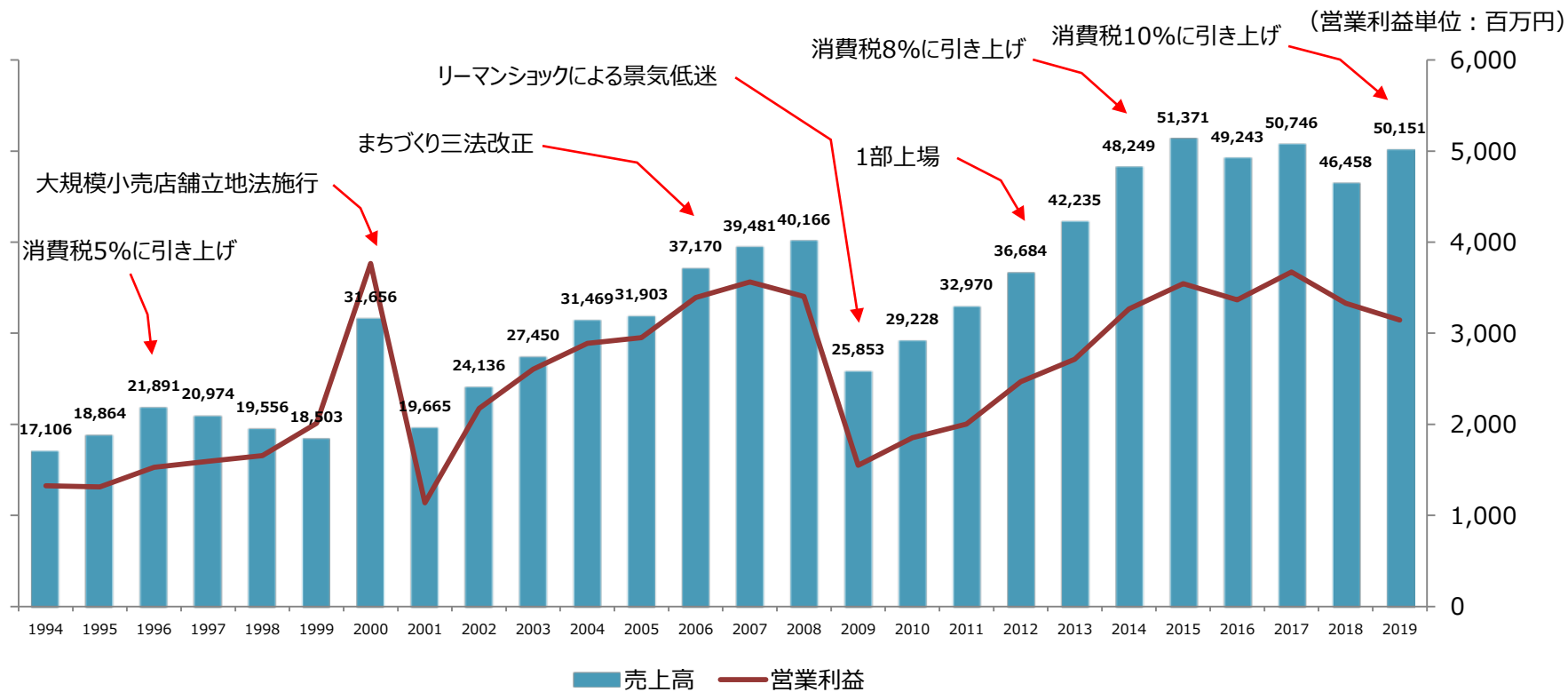




累計クライアント数
1,300社
発注件数
3,000件
年間受注物件数
16,000件

売上高及び営業利益推移

👉 リーマンショック以降は順調に右肩上がり推移していたが、近年は社内体制整備に注力



明日が、笑顔になる空間を。

SPACE

IRに関するお問い合わせ
経営企画本部 財務部
(ir_info@space-tokyo.co.jp)