

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

船場

6540 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年3月31日 (火)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 事業概要	01
2. 業績動向	02
3. 成長戦略・トピック	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業内容	04
■ 事業概要	05
1. 業務領域と強み	05
2. ディスプレイ市場の動向	05
3. BIMの推進による生産性の向上	06
4. 専門店分野	06
5. 大型店・複合商業施設分野	07
6. オフィス・余暇施設等分野	07
7. 海外事業	08
8. ディスプレイ業界でのベンチマーク	09
■ 業績動向	10
1. 2025年12月期の業績概要	10
2. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
■ 成長戦略・トピック	13
■ 株主還元策	15

船場

2026年3月31日 (火)

6540 東証スタンダード市場

<https://www.semba1008.co.jp/ja/ir.html>

要約

2025年12月期はオフィス・余暇施設等分野が成長をけん引し、2016年上場以来、最高益を達成

船場<6540>は内装・ディスプレイ業界大手4社の一角である。商業施設の専門性が高く、専門店や大型店・ショッピングセンターなど幅広く展開する。近年ではオフィス、医療・介護施設、学校、空港などのインフラ施設などにも事業領域を拡大している。いずれも商業施設づくりで培った“賑わう場づくりのノウハウ”に特長があり、構想力・設計力(デザインワーク)・施工力を強みとして、調査・分析から運営まで空間創造を一気通貫で支援する。近年では“Good Ethical Company”を標榜し、人や地球環境・社会・地域に配慮した新しい付加価値を追求している。同社の創業は1947年に遡り、陳列ケースの製造及び販売事業を大阪で開始した。戦後の好景気の時期には店舗の内装工事業に進出し、その後のモータリゼーションの発展に伴い郊外ショッピングセンターやチェーン店、大型商業施設などに対象を拡大した。1984年には、日系企業の海外進出に合わせて香港に拠点(現在は閉鎖)を設け、アジア進出を開始した。現在では、台湾、中国(以下、上海)、シンガポール、ベトナム、マレーシアに拠点を持つ。イオン<8267>グループ(代表プロジェクト:越谷レイクタウン)や森ビル(株)(代表プロジェクト:麻布台ヒルズ)など大手デベロッパーとの取引実績が豊富である。従業員数は554名(2025年12月期末時点)、設計・デザイン系人材が約4割、監理・施工管理系人材が約3割で層が厚い。2016年に東京証券取引所(以下、東証)2部上場、2017年に東証1部へ昇格、2022年に東証スタンダード市場に移行した。2025年に入り、マーサージャパン(株)(オフィス強化)、コクヨ<7984>(オフィス強化)、米国Autodesk, Inc.(BIM※推進)と業界大手企業と戦略的な提携を行っている。

※ BIM : Building Information Modeling (ビルディング・インフォメーション・モデリング) の略。

1. 事業概要

同社事業は商環境創造事業のみの単一セグメントであるが、市場分野別に「専門店」「大型店・複合商業施設」「オフィス・余暇施設等」の3分野に分けて管理している。売上高構成比では、「専門店分野」が31.9%、「大型店・複合商業施設分野」が36.7%、「オフィス・余暇施設等分野」が31.4%(いずれも2025年12月期)である。特に「オフィス・余暇施設等分野」を注力分野としており、業績の成長性も高い。なお、海外事業の売上高構成比は12.0%(同)である。近年では、業務効率化や生産性向上を目的としてBIMを推進している。特に3Dビジュアライゼーションの活用が合意形成の迅速化に大きく貢献し、関係者の理解度深化や時間短縮及びそれに伴うクリエイティブ作業の時間増加につながっている。BIM基本技術の習得人材比率は設計職の7割を超える。

要約

2. 業績動向

2025年12月期の連結業績は、売上高が前期比13.4%増の32,831百万円、営業利益が同20.2%増の2,305百万円と前期比で2ケタの増収及び営業増益となり、2016年12月上場以来の最高益となった。売上高の増加要因としては、注力して取り組む「オフィス・余暇施設等分野」が同3,279百万円増、「専門店分野」が同1,603百万円増と増収をけん引した。具体的には、戦略的営業活動により受注拡大に取り組むオフィス関連施設、余暇施設及びラグジュアリーな空間の飲食店及び物販店の新装、昨年から継続して推進していたインフラ施設の案件などが増収に寄与した。海外では、台湾の長期にわたる大型開発案件の進捗などにより増収となった。売上総利益は、増収を主因に同5.8%の増加、一方で売上総利益率は同1.4ポイント低下した。これは、売上の増加に伴い事業部門社員の増員含め事業に関わる業務比率を増加させたこと、その人件費・工事経費を売上原価に計上したことが主な要因である。販管費は、逆に上記の事業部門の人件費・工事経費を売上原価に計上したことにより減少し、販管費率は同1.8ポイント低下した。結果として、営業利益は同20.2%増と大幅な増益となった。各利益の水準は同社上場来の最高益を更新した。

2026年12月期の連結業績は、売上高が前期比12.7%増の37,000百万円、営業利益が同1.9%増の2,350百万円と、売上高・利益の堅実な成長を予想する。2025年12月期末の受注残高は前期末比29.0%増の8,429百万円であり、例年では通期売上計画に対して20%前後となっているが、今期はそれを3ポイント上回る。特に、「オフィス・余暇施設等分野」での受注残高が5,500百万円と多いことが進行期の特徴である。営業利益は同1.9%増、経常利益は同0.0%増と増益率は鈍化する予想だが、中期的な成長に向けて積極的な先行投資や体制強化を織り込んだ計画と見ている。弊社では、ディスプレイ業界が活況であること、過去の実績などによりリピート顧客（ファン）が増えていること、過去3年は期初予想から上振れて着地しており、やや保守的な業績計画であることなどから、予想を超えることが期待できると考えている。

3. 成長戦略・トピック

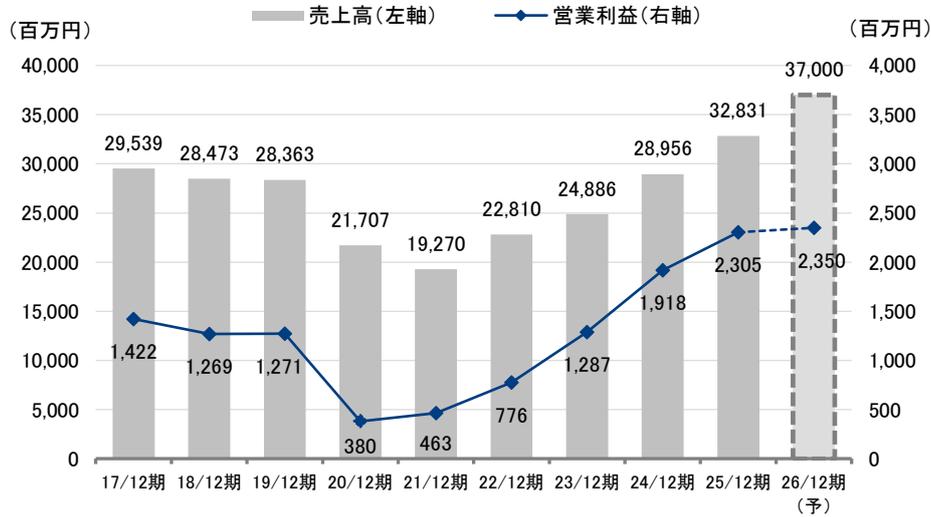
同社では、2025年12月期を初年度、2027年12月期を最終年度とする「中期経営計画2027」を推進中である。スローガンは、“Create More Fun and More Fans!”であり、顧客志向をさらに深め、より高付加価値の提供を宣言している。重点施策には、(1) 未来を創る人材の育成と獲得、(2) “Good Ethical Company”のファンベース構築、(3) サービス領域の拡大と提供価値の向上、(4) 持続的成長を支えるサプライチェーン、(5) グローバル市場の深耕、を掲げた。数値計画では、最終年度となる2027年12月期に、売上高で400億円、営業利益で25億円、親会社株主に帰属する当期純利益で17億円を目指す。事業領域では、短期的には「オフィス・余暇施設等分野」が、中期的には海外市場が成長ドライバーとなろう。進捗は順調であり、中期経営計画最終年度のさらにその先を見据えた先行投資が進行している。

Key Points

- ・ 商業施設づくりで培った“賑わう場づくりのノウハウ”が特長。調査・分析から運営まで空間創造を一気通貫で支援
- ・ 2025年12月期は「オフィス・余暇施設等分野」が成長をけん引し、上場来最高益を更新
- ・ 2026年12月期は売上高で2ケタ成長予想、体制強化を進めながら着実な増益を見込む
- ・ 「中期経営計画2027」の重点施策と、その先の中期的な成長に向けた先行投資が進行中

要約

売上高・営業利益の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

“Good Ethical Company”を標榜し、新しい付加価値を追求

1. 会社概要と沿革

同社は内装・ディスプレイ業界大手4社の一角である。商業施設の専門性が高く、専門店や大型店・ショッピングセンターなど幅広く展開する。近年ではオフィス、医療・介護施設、学校、空港などのインフラ施設などにも事業領域を拡大しており、いずれも商業施設づくりで培った“賑わう場づくりのノウハウ”に特長がある。近年では“Good Ethical Company”を標榜し、人や地球環境・社会・地域に配慮した新しい付加価値を追求している。

創業は1947年に遡り、陳列ケースの製造及び販売事業を大阪で開始した。戦後の好景気の時期には店舗の内装工事業に進出、その後のモータリゼーションの発展に伴い郊外ショッピングセンターやチェーン店、大型商業施設などに対象を拡大していった。1984年には、日系企業の海外進出に合わせて香港に拠点（現在は閉鎖）を設け、アジア進出を開始した。現在では、台湾、上海、シンガポール、ベトナム、マレーシアに拠点を持つ。イオングループ（代表プロジェクト：越谷レイクタウン）や森ビル（代表プロジェクト：麻布台ヒルズ）など大手デベロッパーとの取引実績がある。従業員数は554名（2025年12月期末時点）、設計・デザイン系人材が約4割、監理・施工管理系人材が約3割で層が厚い。2016年に東証2部上場、2017年に東証1部昇格、2022年に東証スタンダード市場に移行した。

船場
2026年3月31日 (火)
6540 東証スタンダード市場
https://www.semba1008.co.jp/ja/ir.html

会社概要

沿革

年月	概要
1947年 7月	創業者である栗山四郎氏が、ショーケース及び陳列器材販売を目的として「栗山陳列ケース店」を個人開業(大阪市東区)
1962年 2月	(株) 船場ウインド(現 同社)を東京都中央区日本橋小伝馬町に設立
1967年12月	大阪設計事務所(現 関西支店)開設
1968年 2月	船場ウインドを(株) 船場に商号変更し、本社を東京都中央区八重洲に移転
1968年 9月	店舗装備(株) 設立
1971年 3月	札幌営業所(現 北海道支店)開設
1974年 1月	仙台出張所(現 東北支店)開設
1974年 4月	福岡設計事務所(現 九州支店)開設
1974年 6月	店舗装備を船場装備工業(株)に商号変更
1980年 9月	名古屋出張所(現 中部支店)開設
1984年 8月	香港船場有限公司 設立(現在は閉鎖)
1985年 1月	船場装備工業を(株) 装備工業に商号変更
1987年11月	台湾船場室内裝修股份有限公司 設立(現 連結子会社)
1989年 7月	装備工業を(株) 装備に商号変更(現 連結子会社)
1990年 4月	SEMBA SINGAPORE PTE. LTD. 設立(現 連結子会社)
1991年11月	船場出雲コンビナート(現 (株) 装備 出雲工場)完成
2005年 4月	ノンスケール(株) 設立
2006年 9月	上海船場建築装飾有限公司 設立(現 連結子会社)
2013年 3月	SEMBA VIETNAM CO., LTD. 設立(現 連結子会社)
2013年 5月	ノンスケール 台北事務所設立
2016年12月	東京証券取引所(以下、東証)市場2部へ上場
2017年12月	東証1部銘柄に指定
2019年 4月	SEMBA MALAYSIA DESIGN & CONSTRUCTION SDN. BHD. 設立
2022年 4月	東証スタンダード市場へ移行

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

2. 事業内容

同社事業は商環境創造事業のみの単一セグメントであるが、市場分野別に「専門店」「大型店・複合商業施設」「オフィス・余暇施設等」の3分野に分けて管理をしている。売上高構成比では、「専門店分野」が31.9%、「大型店・複合商業施設分野」が36.7%、「オフィス・余暇施設等分野」が31.4%である。なお、海外事業の売上高構成比は12.0%である(いずれも2025年12月期)。

市場分野の概要

分野	概要	売上高構成比 (25/12期)
専門店	物販専門店・飲食店・サービス専門店等	31.9%
大型店・複合商業施設	百貨店・量販店・商業ビル・ショッピングセンター等	36.7%
オフィス・余暇施設等	オフィス・ショールーム、ホテル、インフラ施設、教育施設等	31.4%
全社合計		100.0%
(参考) 海外事業	アジアを中心とした海外での内装・ディスプレイ事業	12.0%

出所：有価証券報告書、決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

調査・分析から運営まで、空間創造を一気通貫で支援

1. 業務領域と強み

同社は商業施設を中心に、内装における業務プロセスを一気通貫で受託できる企業である。設計と監理、施工が基本となるが、それ以前のマーケティング調査・分析、企画・コンセプト策定、基本構想・マスタープランなども行う。また施工後には運営支援や修繕なども行う。同社は、商業施設づくりで培った“賑わう場づくりのノウハウ”に特長があり、構想力・設計力(デザインワーク)・施工力を強みとして、調査・分析から運営まで空間創造を一気通貫で支援する。また、営業面では、職種を超えて営業チームを形成することで、小回りの利いたスピーディーな営業活動を展開する点が強みである。



2. ディスプレイ市場の動向

ディスプレイ市場はイベント・展示会等分野と建築内装等分野で構成される。このうち同社は、建築内装等分野を主なフィールドとしている。成長ドライバーとしては、ホテルや海外ブランド店舗などのブランド価値や集客力を向上させるための新改装、「働きやすい環境づくり」に向けたオフィス改装の取り組み、直近では大阪・関西万博などのイベント開催などがあった。特に、オフィス分野では、人手不足に伴う積極採用や優秀な従業員のリテンションに起因する企業ブランディングの観点から、オフィスの移転や職場環境改善への投資が活発化するトレンドにある。

事業概要

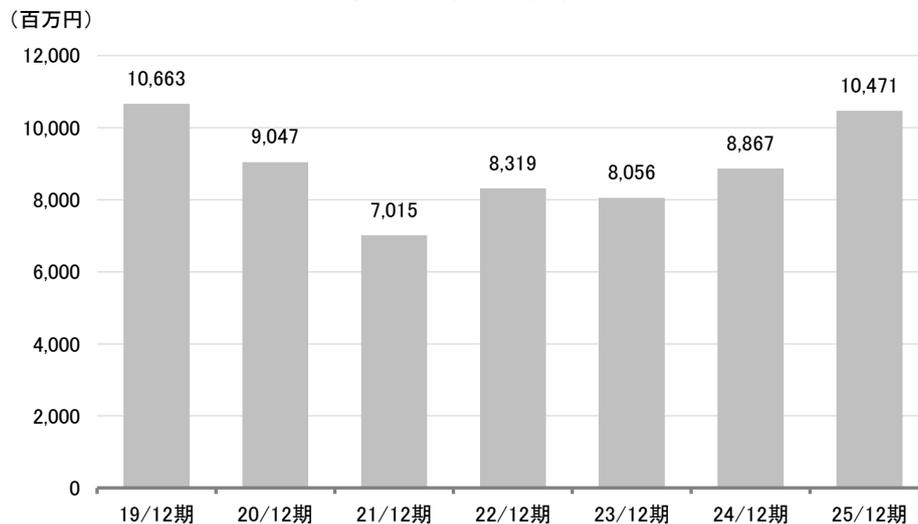
3. BIMの推進による生産性の向上

近年では、業務効率化や生産性向上を目的としてBIMを積極推進している。特に3Dビジュアライゼーションの活用が合意形成の迅速化に大きく寄与し、関係者の理解度深化や時間短縮及びそれに伴うクリエイティブ作業の時間増加につながっている。BIM基本技術の習得人材比率は2024年12月期に設計職の76%に達し、現在も7割を超えて推移する。2025年8月には、BIM分野グローバルリーダーであるAutodeskと、戦略的提携に関する覚書(MOU)を締結し、同社の共通データ環境(CDE)構築と教育コンテンツの展開を通じて、内装業界のDX推進とBIMの普及に貢献する取り組みを開始した。

4. 専門店分野

専門店分野は、物販専門店・飲食店・サービス専門店等を対象としており、主にチェーン店が顧客となるが案件規模は相対的に小さい。歴史のある分野であり、当初はアパレルなどの小売り店舗が中心であったが、現在ではサービス業・飲食業なども多くなっている。プロジェクト期間は3ヶ月程度である。業績はコロナ禍で低下したものの、その後、緩やかな回復傾向にある。上昇カーブはやや鈍いものの、同社が得意とする、よりラグジュアリーで快適な空間を志向する顧客企業の案件が増えている。直近の事例として、ニューヨーク発祥の名店「ウルフギャング・ステーキハウス高輪店」の内装デザイン・設計、制作・施工を担当した。

専門店分野 売上高推移



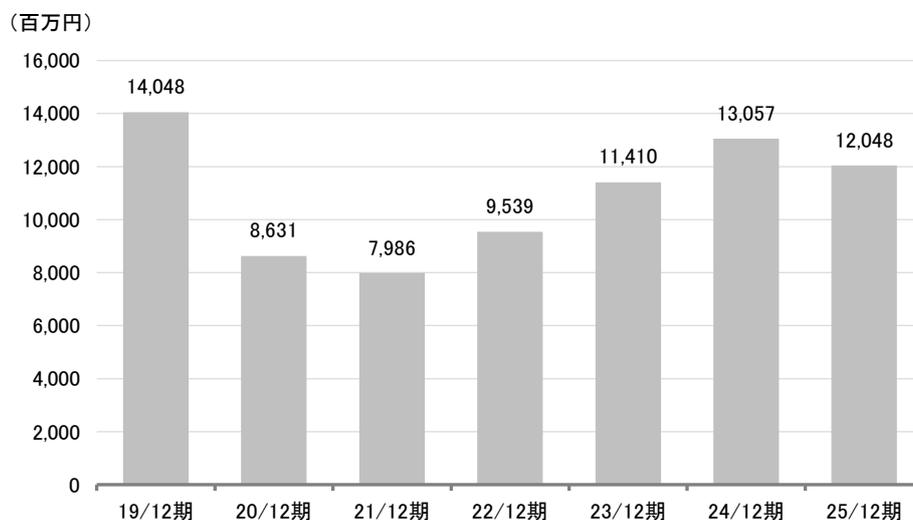
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

5. 大型店・複合商業施設分野

大型店・複合商業施設分野は、百貨店・量販店・商業ビル・ショッピングセンター等を対象としており、同社売上高構成比が最も高い分野である。コロナ禍で業績は落ち込んだものの、2022年12月期からV字回復しており、2025年12月期は業績が落ち着いたものの、一定のボリュームを維持している。この分野では、イオングループ、三井不動産<8801>などの大手デベロッパーとの取引が大きい。大型案件においてはプロジェクト期間が半年から1年となる。

大型店・複合商業施設分野 売上高推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

6. オフィス・余暇施設等分野

「オフィス・余暇施設等分野」はオフィス・ショールーム、ホテル、インフラ施設、教育施設等を対象としており、商業施設市場が落ち込んだコロナ禍後に展開が加速している。オフィス・ショールームは、人手不足が深刻化するなか、職場環境改善のニーズが高く、継続したマーケットの成長が期待される。ウェルビーイング・ホスピタリティは、インバウンド需要の高まりによる空港等のインフラ施設やホテルの新改装等の堅調な需要が見込まれる。教育関連は学生の獲得に向けて施設の魅力向上や老朽化に伴う改装に機会がある。そのほか、ゴルフ場等の余暇施設の案件も手掛ける。直近の事例として、同社が手掛けたヤマハ発動機<7272>の共創スペース「YAMAHA MOTOR Regenerative Lab」が、「日本空間デザイン賞2025」において、ヤングタレント賞と、企業プロモーション空間部門の最高賞である金賞を受賞した。この空間の制作工程自体が、ヤマハ発動機と同社の“再生にむけた共創”を具現化していることや、本施設空間は単に廃材がアップサイクルされて展示されているという場を超え、ヤマハ発動機の企業姿勢やレガシーを随所に感じられる空間であることが高く評価された。

事業概要

ヤマハ発動機の共創スペース「YAMAHA MOTOR Regenerative Lab」



出所：同社プレスリリースより掲載

オフィス・余暇施設等分野の売上高推移

(単位：百万円)

	19/12期	20/12期	21/12期	22/12期	23/12期	24/12期	25/12期	前期比 増減額
オフィス・余暇施設等分野合計	3,651	4,028	4,268	4,952	5,420	7,031	10,311	3,279
オフィス・ショールーム	-	-	-	1,840	3,292	3,976	6,200	2,224
ウェルビーイング・ホスピタリティ	-	-	-	1,818	1,594	2,259	2,952	693
教育関連	-	-	-	639	365	350	442	92
パブリック他	-	-	-	653	167	445	717	272

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

7. 海外事業

海外事業は1980年代に香港に進出したのを皮切りに、アジアで実績を積み上げてきた。受注の増減は毎年あるものの、右肩上がりで業績が拡大した。2025年12月期の売上高は、前期比386百万円増の3,944百万円であり、全社売上高の12.0%となった。国別では、台湾が2,800百万円と最大で、シンガポール554百万円、上海463百万円、ベトナム308百万円と続く。これまでは、日系企業の進出に合わせた海外進出が基本であったが、今後は現地企業に対しての事業展開も拡大する見込みである。近年の事例としては、台北南港の新都心に開業した台北市初の「ららぽーと」で調査・MD企画・環境デザイン・施工まで一貫して担当した。

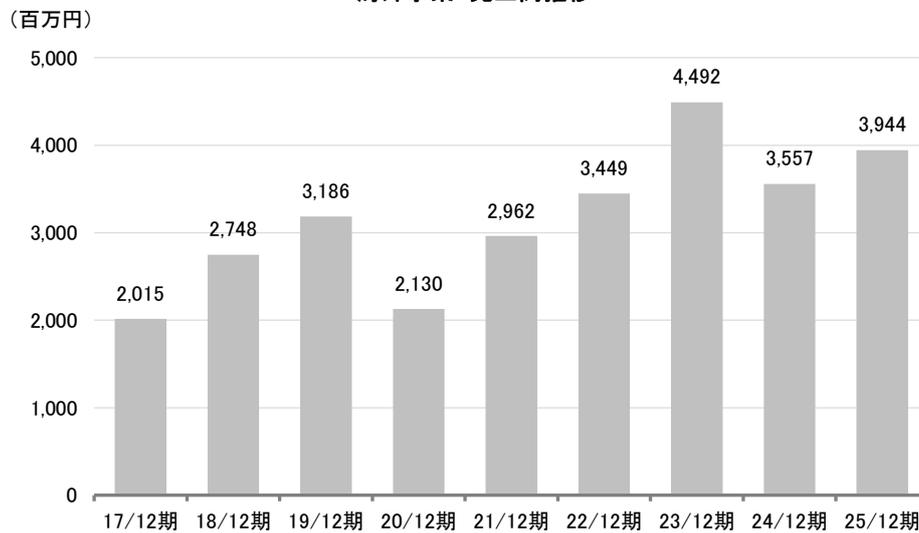
事業概要

三井ショッピングパーク ららぽーと台北南港



出所：決算説明資料より掲載

海外事業 売上高推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

8. ディスプレイ業界でのベンチマーク

同社の業績をディスプレイ業界で比較すると、相対的に規模の大きい業界3社と肩を並べる水準であることがわかる。収益性・効率性を表す指標であるROE（自己資本当期純利益率）では同業他社並みの10%超え、安全性の指標である自己資本比率でも無借金経営により業界他社に並ぶ水準である。成長性に関しては、僅差ではあるがトップランナーである。

ディスプレイ業界大手の業績比較

業界企業	収益性・効率性 (ROE)	安全性 (自己資本比率)	成長性 (直近年度/前期)
乃村工藝社<9716>	12.9%	53.0%	12.0%
丹青社<9743>	11.9%	61.6%	13.1%
スペース<9622>	11.2%	77.2%	11.4%
同社	10.7%	65.9%	13.4%

出所：各社決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2025年12月期は「オフィス・余暇施設等分野」が成長をけん引、上場来最高益を更新

1. 2025年12月期の業績概要

2025年12月期の連結業績は、売上高が前期比13.4%増の32,831百万円、営業利益が同20.2%増の2,305百万円、経常利益が同17.1%増の2,349百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同1.1%増の1,515百万円と、前期比で2ケタ増収及び営業増益、経常増益となった。

同社を取り巻く事業環境では、引き続き人件費やエネルギー価格・原材料費の高騰などによる採算面での厳しさが増すなど不安定要素も残るが、企業の好業績やインバウンド需要などにより、商業領域のみならずオフィスやインフラ施設、余暇施設など空間づくりにおける設備投資が活況である。

売上高の増加要因としては、注力して取り組む「オフィス・余暇施設等分野」が前期比3,279百万円増、「専門店分野」が同1,603百万円増と増収をけん引した。具体的には、戦略的営業活動により受注拡大に取り組むオフィス関連施設、余暇施設及びラグジュアリーな空間の飲食店及び物販店の新装、昨年から継続して推進していたインフラ施設の案件などが増収に寄与した。海外では、台湾の長期にわたる大型開発案件の進捗などにより、売上高で同386百万円増の3,944百万円となった。売上総利益は、増収を主因に同5.8%の増加、一方で売上総利益率は同1.4ポイント低下の18.5%となった。これは、売上の増加に伴い事業部門社員の増員含め事業に関わる業務比率を増加させたこと、その人件費・工事経費を売上原価に計上したことが主な要因である。販管費は、逆に上記の事業部門の人件費・工事経費を売上原価に計上したことにより減少し、販管費率は同1.8ポイント低下の11.5%となった。結果として、営業利益は同20.2%増と大幅な増益となった。各利益の水準は同社上場来の最高益を更新した。

2025年12月期連結業績

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	28,956	100.0%	32,831	100.0%	13.4%
売上原価	23,201	80.1%	26,742	81.5%	15.3%
売上総利益	5,755	19.9%	6,088	18.5%	5.8%
販管費	3,837	13.3%	3,783	11.5%	-1.4%
営業利益	1,918	6.6%	2,305	7.0%	20.2%
経常利益	2,006	6.9%	2,349	7.2%	17.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,499	5.2%	1,515	4.6%	1.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率65.9%と安全性高く無借金経営。将来のM&Aへ余力十分

2. 財務状況と経営指標

2025年12月期末の総資産は前期末比1,181百万円減の22,138百万円となった。そのうち流動資産は1,132百万円減であり、売上債権が1,531百万円増加した一方で、現金及び預金の2,749百万円減少したことが主な要因である。固定資産は49百万円減であり、大きな変動はなかった。

負債合計は前期末比2,147百万円減の7,548百万円となった。そのうち流動負債は2,359百万円減であり、仕入債務（支払手形及び買掛金、電子記録債務）の1,611百万円減少、未払法人税等の減少、未払消費税等の減少などが主な要因である。固定負債は211百万円増であり、繰延税金負債の増加が主な要因である。有利子負債は全く無借金経営である。純資産合計は同965百万円増の14,589百万円となった。配当（744百万円）を行った一方で、親会社株主に帰属する当期純利益1,515百万円を計上したことが主な要因である。

経営指標は、流動比率が279.0%（前期末は221.5%）、自己資本比率が65.9%（同58.4%）となっており、高い安全性がさらに向上した。収益性・効率性に関しても、ROEで10.7%（前期は11.6%）と10%超を維持した。安全かつ収益性の高い事業モデルが財務に反映されている。将来的にM&Aなどによる成長戦略を描くなか、十分な投資余力があると言える。

連結貸借対照表、経営指標

	(単位：百万円)		
	24/12期末	25/12期末	増減額
流動資産	20,972	19,840	-1,132
現金及び預金	12,489	9,740	-2,749
売上債権	7,229	8,760	1,531
固定資産	2,347	2,298	-49
総資産	23,320	22,138	-1,181
流動負債	9,469	7,110	-2,359
仕入債務	6,762	5,150	-1,611
固定負債	226	438	211
負債合計	9,696	7,548	-2,147
純資産合計	13,624	14,589	965
負債純資産合計	23,320	22,138	-1,181
<安全性>			
流動比率(流動資産÷流動負債)	221.5%	279.0%	-
自己資本比率(自己資本÷総資産)	58.4%	65.9%	-
<収益性・効率性>			
ROE(親会社株主に帰属する当期純利益÷自己資本)	11.6%	10.7%	-
ROA(経常利益÷総資産)	9.4%	10.3%	-
ROS(営業利益÷売上高)	6.6%	7.0%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年12月期は売上高で2ケタ成長予想

2026年12月期の連結業績は、売上高が前期比12.7%増の37,000百万円、営業利益が同1.9%増の2,350百万円、経常利益が同0.0%増の2,350百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同5.6%増の1,600百万円と、売上高及び各利益の堅実な成長を予想する。

同社を取り巻く事業環境は、引き続き商業領域だけでなくオフィスや余暇施設などの幅広い空間における投資の堅調推移が見込まれる。特に、人手不足に伴う積極採用や優秀な従業員のリテンションを目的に、企業がブランディングの強化を図る動きが活発化しており、オフィスの移転や職場環境改善への積極的な投資が期待される。

売上高は堅調な需要を背景に前期比12.7%増を見込む。進行期も2年目を迎えた中期経営計画に沿って、重点施策に取り組む。顧客やパートナーとの関係強化により受注拡大を目指す「“Good Ethical Company”のファンベース構築」、これまでうまく価値化できていなかった業務を明確にサービス化して付加価値提供を行う「サービス領域の拡大と提供価値の向上」、成長性の高いアジア市場における「グローバル市場の深耕」などが増収のポイントとなるだろう。分野別では、好調に推移する「オフィス・余暇施設等分野」の業績貢献が期待できる。2025年12月期末の全社受注残高は前期末比29.0%増の8,429百万円であり、例年では通期売上計画に対して20%前後となっているが、今期はそれを3ポイント上回る。特に「オフィス・余暇施設等分野」での受注残高が5,500百万円と多いことが進行期の特徴である。

営業利益は前期比1.9%増、経常利益は同0.0%増と増益率は鈍化する予想だが、中期的な成長に向けて積極的な先行投資や体制強化を織り込んだ計画と見ている。弊社では、ディスプレイ業界が活況であること、過去の実績などによりリピート顧客（ファン）が増えていること、過去3年は期初予想から上振れて着地しており、やや保守的な業績計画であることなどから、予想を超えることが期待できると考えている。

2026年12月期連結業績予想

(単位：百万円)

	25/12期		26/12期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	32,831	100.0%	37,000	100.0%	12.7%
営業利益	2,305	7.0%	2,350	6.4%	1.9%
経常利益	2,349	7.2%	2,350	6.4%	0.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,515	4.6%	1,600	4.3%	5.6%

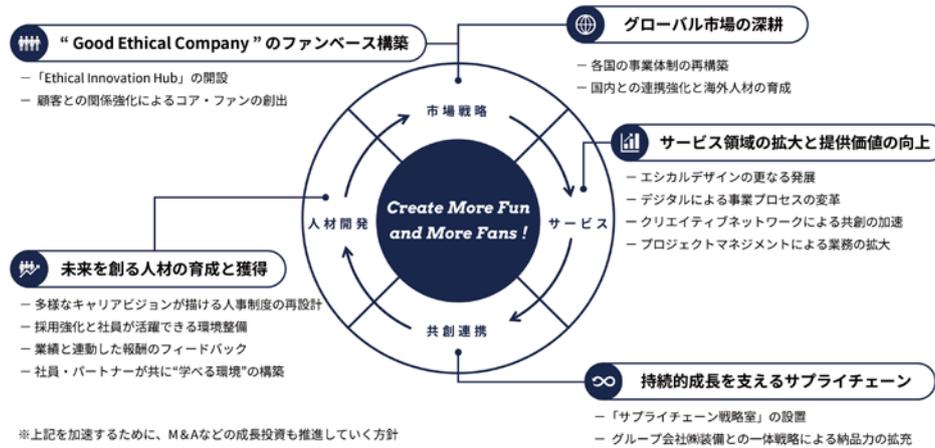
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 成長戦略・トピック

「中期経営計画2027」の重点施策と、その先の中期的な成長に向けた先行投資が進行中

同社では、2025年12月期を初年度、2027年12月期を最終年度とする「中期経営計画2027」を推進中である。スローガンは、“Create More Fun and More Fans!”であり、顧客志向をさらに深め、より高付加価値の提供を宣言している。重点施策には、(1) 未来を創る人材の育成と獲得、(2) “Good Ethical Company”のファンベース構築、(3) サービス領域の拡大と提供価値の向上、(4) 持続的成長を支えるサプライチェーン、(5) グローバル市場の深耕、を掲げた。数値計画では、最終年度となる2027年12月期に、売上高で400億円、営業利益で25億円、親会社株主に帰属する当期純利益で17億円を目指す。事業領域では、短期的には「オフィス・余暇施設等分野」が中期的には海外市場が成長ドライバーとなろう。進捗は順調であり、中期経営計画最終年度のさらにその先を見据えた先行投資が進行している。

「中期経営計画2027」における施策相関図



出所：決算説明資料より掲載

(1) 未来を創る人材の育成と獲得

ディスプレイ業界においても人材採用の難易度が上がっている昨今ではあるが、同社では2025年12月期に約80名の採用を行っており、将来の成長に向けた体制強化は着々と進んでいる。採用活動における同社の工夫としては、役員面接を早期に行うスタイル（外資系企業などで行われている方法）を採用し、優秀な人材の囲い込みや意思決定のスピードアップにつながっているという。また、報酬に関しても新たな人事制度を導入した。新人事制度では、迅速な事業運営を実施すべく、業績連動や可視化を強化した。

(2) “Good Ethical Company”のファンベース構築

Ethicalな価値を好む顧客が増加するなか、同社はアジアNo.1のEthical空間創造企業となるべく、「Ethical Innovation Hub」の開設など、同社が強みとするエシカルな企画能力・業務プロセス・素材活用・実装手法などを追求している。2025年10月には、空間づくりを起点に多様な業界の企業とともにエシカルな取り組みを発信するイベント「ETHICAL DESIGN WEEK TOKYO 2025」を他社と共催した。「ETHICAL DESIGN WEEK」は同社が2021年から毎年開催しているイベントで、2025年の参画企業は79社、ビジネス来場者は1,200名であった。

(3) サービス領域の拡大と提供価値の向上

最近のチャレンジングな案件としては、福岡空港の案件がある。同社は、空港の大規模エリア（アクセスホール、免税店エリア、フードホール、北側コンコース、有料ラウンジ、航空会社ラウンジ）の内装デザインから設計、制作・施工を担当し、「中洲の街並み・屋台・祭りの山車」という福岡を象徴する要素をデザインに取り入れることで、文化の存続と発展に貢献することに挑戦した。また、世界最大級の組織・人事コンサルティングファームであるマーサージャパンとの連携（2025年5月）や、BIM分野グローバルリーダーであるAutodeskとCDEの構築と業務プロセス改革を目的とした戦略的提携（同年8月）なども、中長期的なサービス領域の拡大と提供価値の向上に資する取り組みと言えるだろう。

(4) 持続的成長を支えるサプライチェーン

同社では「サプライチェーン戦略室」を設置し、グループ会社（株）装備との一体戦略による納品力の拡充を図っている。強みのある関西・九州でのネットワークに加え、関東での強化も進めている。

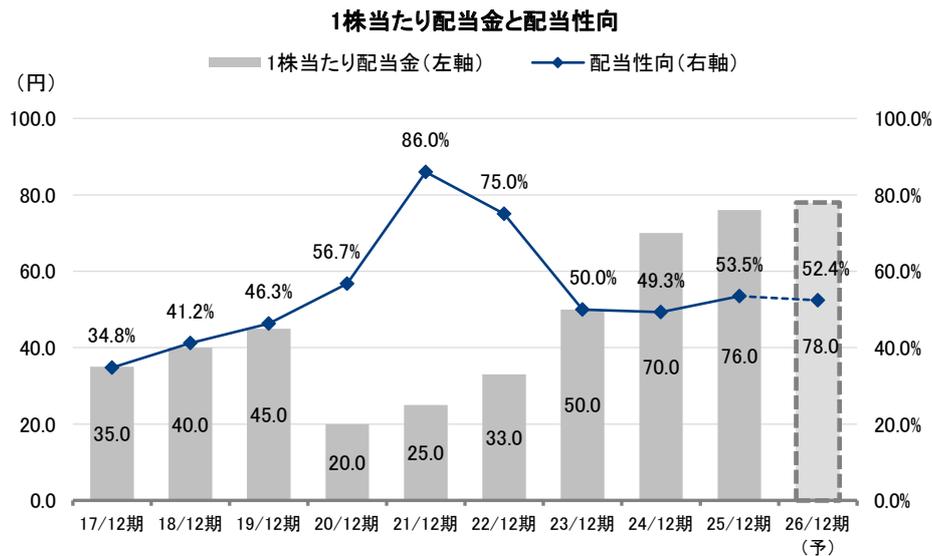
(5) グローバル市場の深耕

同社は現在アジア5拠点に進出しているが、海外各社における中期経営計画を策定し、事業体制の再構築を図っている。海外担当人材を2名任命し、人材の強化も行った。当面はシェアの高い台湾が柱となるが、案件単価の高いシンガポールなども潜在力がある。また、将来的には、ニューヨーク、ロサンゼルス、ロンドン、パリなどの大都市への事業展開も検討する。2025年7月、同社とコクヨは、国内並びにグローバル成長戦略の空間創造事業パートナーとして業務提携を締結しており、高度化・多様化するオフィス空間のニーズに迅速かつ柔軟に対応するための連携が期待できる。

■ 株主還元策

2025年12月期の年配当金は前期比6.0円増配の76.0円。 利益成長に伴い増配を継続

同社は、株主に対する利益還元を最重要経営目標の1つとして位置付けており、財務体質や将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら、毎期の業績に応じた配当を行うことを基本方針としている。また、中期経営計画2027の期間中の配当性向は50%以上を目安に実施する方針である。過去10年間は配当を継続しており、コロナ禍で配当水準が低下した時期(2020年12月期～2022年12月期)はあったものの、2023年12月期にはコロナ禍以前を上回る年配当金50.0円、配当性向50.0%に回復した。2025年12月期は利益成長を実現し、期初予想を上回る年配当金76.0円(前期比6.0円増配)、配当性向53.5%を実施する。2026年12月期は、好調な業績予想を背景に、年配当金78.0円(同2.0円増配)、配当性向52.4%を予想する。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp