

Communication Design®

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

HAKUTEN

2015年3月期 第2四半期 (2014年4月～2014年9月)

決算説明資料

2014年12月2日

株式会社 博展

(東証JASDAQグロース:2173)

- I. 当社の事業
- II. 2015年3月期 第2四半期ハイライト
- III. 中期経営計画の進捗

I. 当社の事業

II. 2015年3月期 第2四半期ハイライト

III. 中期経営計画の進捗

社名	株式会社 博展(英文社名:Hakuten CO., LTD.)
事業内容	コミュニケーションデザイン事業
本社所在地	本社/〒104-0045 東京都中央区築地1-13-14 NBF東銀座スクエア4F/5F/9F
営業拠点	西日本営業所/〒541-0048 大阪府大阪市中央区瓦町2-4-10 廣瀬又一ビル4F
設立	1970年
資本金	1億6,571万円(2014年3月末)
代表者	代表取締役会長兼社長/田口徳久
社員数	206名(2014年3月末)
認定資格	プライバシーマーク 認定番号:第10862113(02)号
有資格者	一級建築士 2名 一級建築施工管理技士 4名(2014年3月末)
関連会社	株式会社アイアクト(web企画・制作運用)

Communication Design®

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

人と人が出会い、お互いに理解し合う。

そこでは様々な想いや感性が取り交わされ、その場で共有した「体験」を通して人と人は繋がっていきます。

人と人が出会う“場”とそこで生み出される“体験”をより価値あるものにするために、
私たち博展は、“コミュニケーション”に関わる様々な「表現」「手段」「環境」を“デザイン”します。

世界中のコミュニケーションに新たな可能性とイノベーションを巻き起こし、
感性あふれる豊かな社会づくりに貢献すること。

それが私たち博展のミッションです。

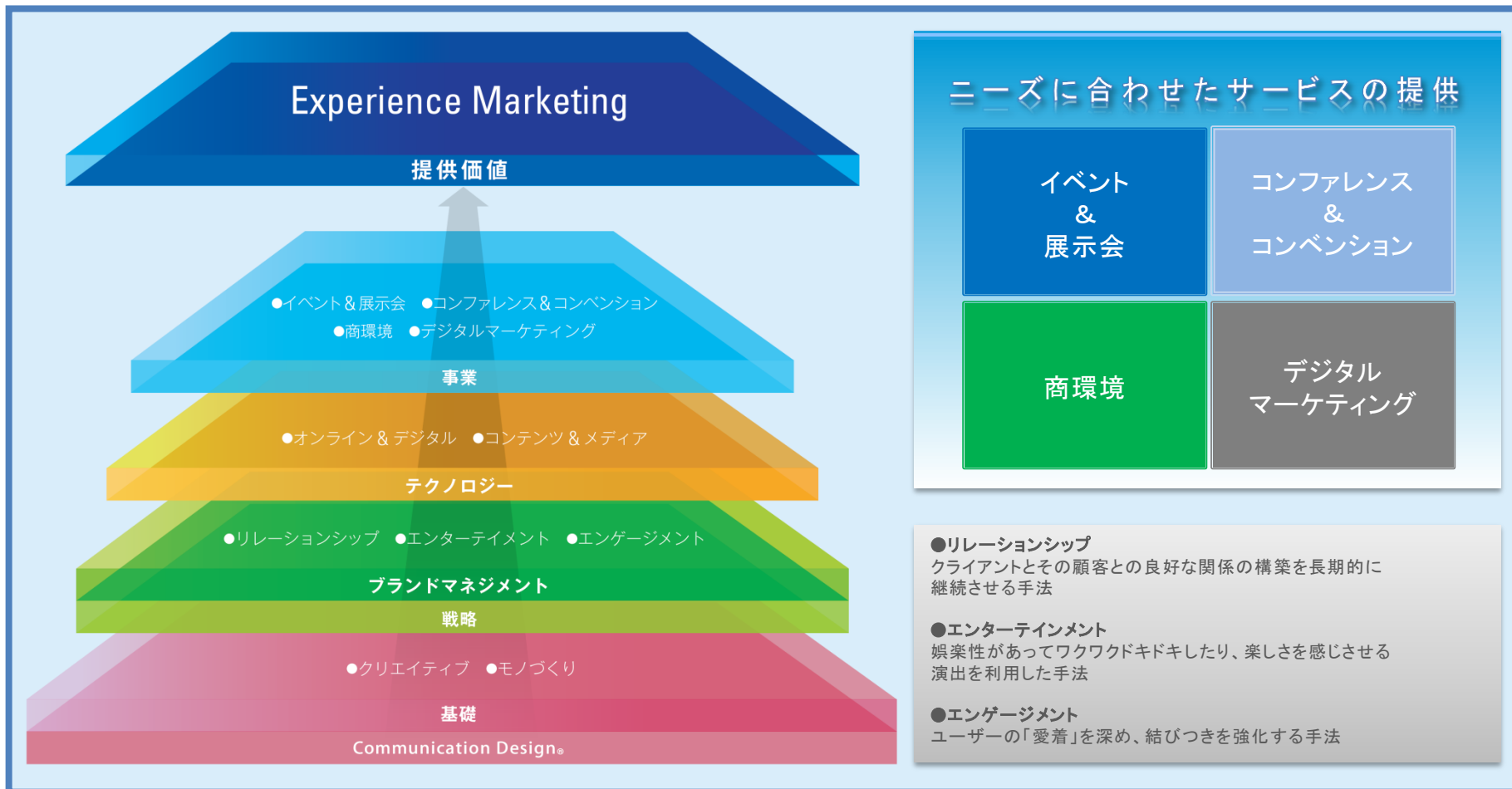


いまだかつてない“経験”や“体験”、想像・期待を超える“感動”を提供する

“Experience Marketing” — 新たな市場を創り出し、確立させていく

Experience Marketing とは

人と人が出会う“場”・“空間”と、そこで生み出される体験に焦点を当て、
感動価値・経験価値を最大化し、顧客企業のブランド価値・商品価値の向上をともに実現していくこと。



イベント&展示会

合同展示会・見本市へのブース出展サービス (展示会出展サービス)

会期前告知や来場者誘致、
出展ブースの企画、デザイン、
制作・施工、運営、来場者への
アフターフォローまで、
ワンストップでサービスを提供し、
出展効果を最大化します。



プライベート展示会・商談会開催サービス (イベント主催サービス)

企業が単独で開催する展示会・商談会
など、事前準備から当日運営・事後
フォローまで立案・実施します。
本部事務局や出展者・来場者管理、
全体開催計画等、トータルでサポート
します。
今後さらに成長が見込まれる事業です。



コンファレンス&コンベンション

企業のマーケティング活動としてのセミナー、コン
ファレンスやコンベンション開催に向けて、企画、会
場選定、集客プロモーション、
運営オペレーション、アフターフォローまで
サポートします。



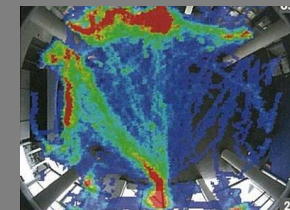
商環境

企業の顔としてユーザーに認知されるショー
ルームやショップを、物件選定から、デザイ
ン、制作までトータルでサポートします。
顧客のマーケティング目標達成につながる
「売れる空間」をプロデュースします。



デジタルマーケティング

ITツール、Webサイト、データベースをはじめとする
ITソリューションをイベントと連動させることで、来
場者データを可視化し、顧客のマーケティング活動
に新しい価値を提供します。



イベントや展示会など
人と人が直接出会う
リアルなシーンにおける
専門性

×

約40年間で蓄積された
ノウハウ
&
年間1500件を超す
実績

×

それらを活用した
実行力



Communication Design®
for EXPERIENCE MARKETING

売れる 仕組み

リアルシーンの活用は、企業のマーケティングコミュニケーションでもっとも重要な活動。
売れるための課題解決を提供。

集まる 仕組み

Experienceマーケティングの効果は、人と人を出会わせることがポイント。
より多くの集客と効率の良いマッチングを提供。

伝わる 仕組み

直接コミュニケーションが出来る貴重なシーンにおいて、体験・体感をフル活用し、五感に訴えた伝達の仕組みを提供。

魅せる 仕組み

ビジネスシーンだが祭りの要素が残る非日常的な空間で人々の記憶に残すコトをデザインし、感動を提供。

測る 仕組み

投資対効果を測るだけでなく、投資に最適な出展・主催の選定を行う測る仕組みを提供。

I. 当社の事業

Ⅱ. 2015年3月期 第2四半期ハイライト

Ⅲ. 中期経営計画の進捗

■ 売上高 前年同四半期比6.3%増

新規事業であるコンファレンス&コンベンションサービス、商環境サービス、デジタルマーケティングサービスが順調に推移

■ 売上総利益 前年同四半期比1.2%増

中期ビジョン実現のため鋭意取り組んでいる屋外での大規模集客イベントやデジタルコンテンツを活用したイベント等の戦略的チャレンジ案件の増加などから、外注原価率の上昇等が影響

■ 営業利益・経常利益・四半期純利益はそれぞれ減少

中長期的な成長力確保のため当期より新たに導入した人事制度による人件費の増加分や新規事業拡充のための人材補強費など、先行投資的な費用を当四半期累計期間の増収分では回収には至らず

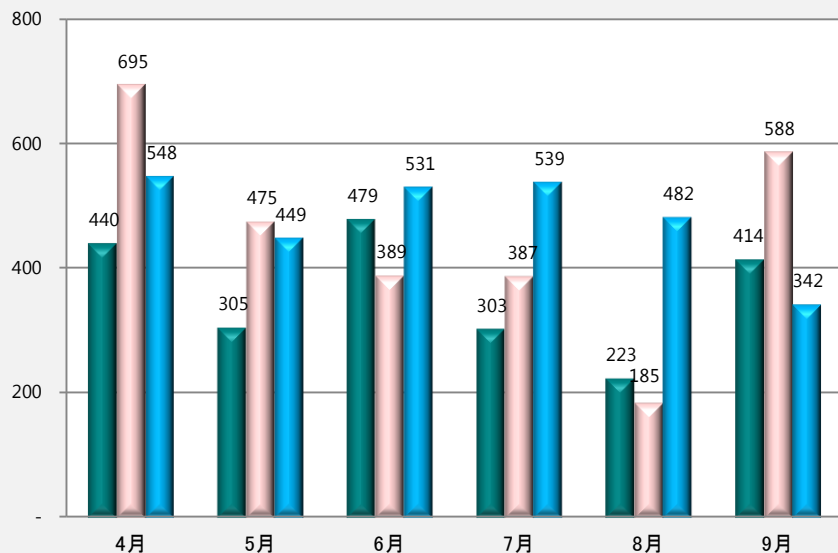
2015年3月期 第2四半期ハイライト

2015年3月期第2四半期累計期間

■2013年3月期 ■2014年3月期 ■2015年3月期

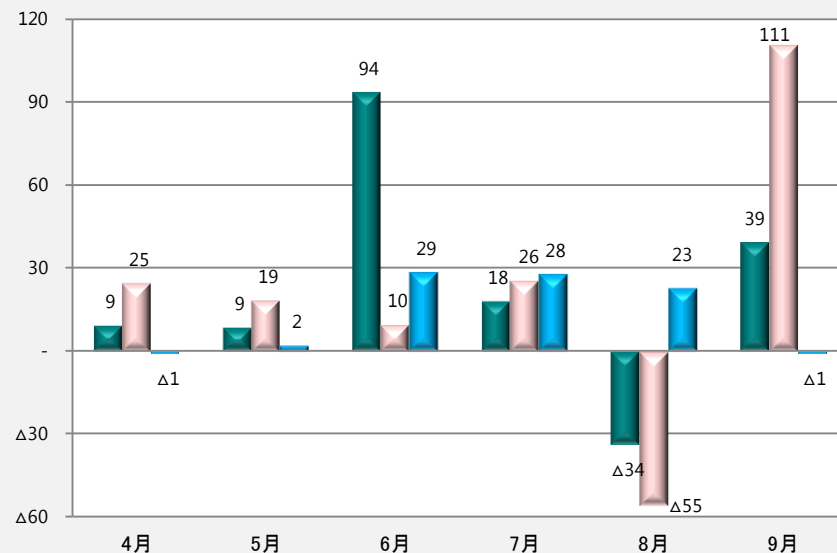
売上高

[単位:百万円]



営業利益

[単位:百万円]



売上高・営業利益 予想・実績

[単位:百万円]

	2015年3月期 上半期 予想	2015年3月期 上半期 実績	2015年3月期 通期 予想
売上高	3,000	2,891	6,500
営業利益	100	79	330

売上総利益率

	2014年3月期	2015年3月期
第1四半期	27.5%	28.4%
第2四半期	36.2%	31.1%

2015年3月期 第2四半期ハイライト

[単位: 百万円]

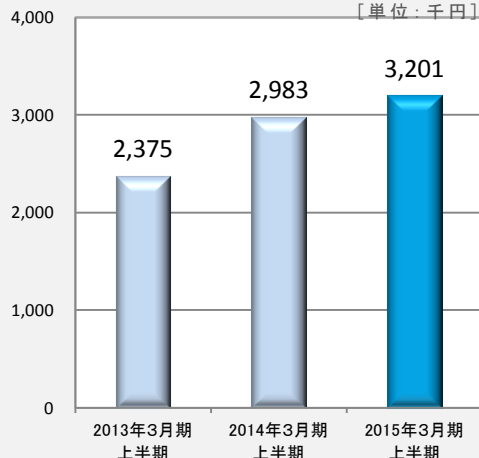
	2014年3月期 第2四半期累計期間		2015年3月期 第2四半期累計期間		増減率
売上高	2,718	100.0%	2,891	100.0%	6.3%
売上総利益	847	31.2%	857	29.7%	1.2%
販売費 及び一般管理費	713	26.2%	778	26.9%	9.1%
営業利益	134	4.9%	79	2.7%	△40.5%
経常利益	132	4.9%	78	2.7%	△41.0%
当期純利益	80	3.0%	42	1.5%	△47.7%

■ 新規事業であるコンファレンス&コンベンションサービス、商環境サービス、デジタルマーケティングサービスが順調に推移したことで売上高は6.3%増

■ 戦略的チャレンジ案件の増加や人材補強費などの先行投資の増加により営業利益は40.5%減、経常利益は41.0%減、四半期純利益は47.7%減

プロジェクト単価

[単位: 千円]



顧客単価

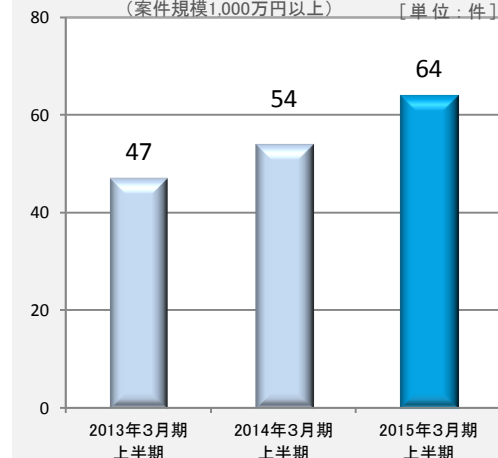
[単位: 千円]



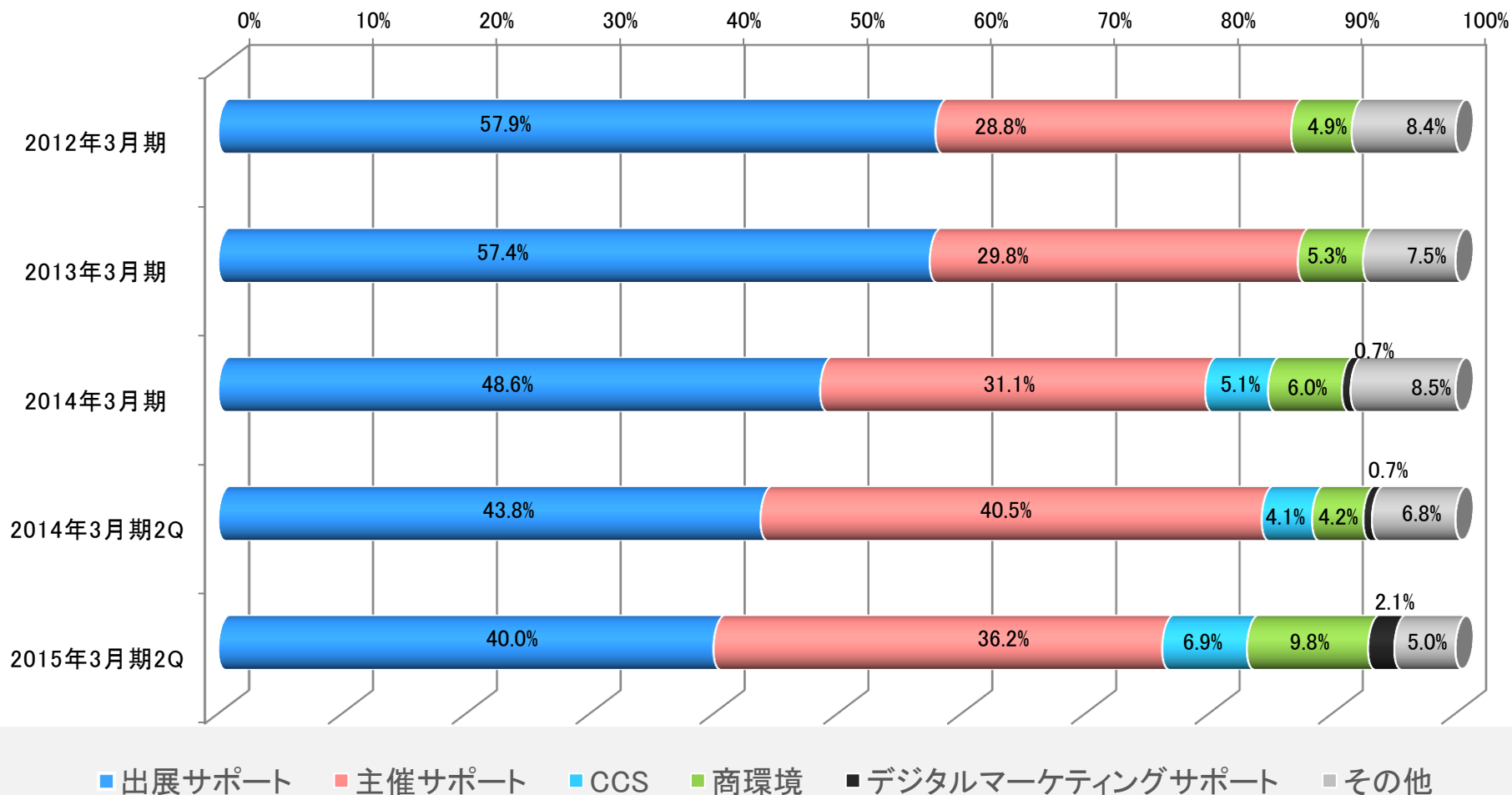
大型プロジェクト数

(案件規模1,000万円以上)

[単位: 件]

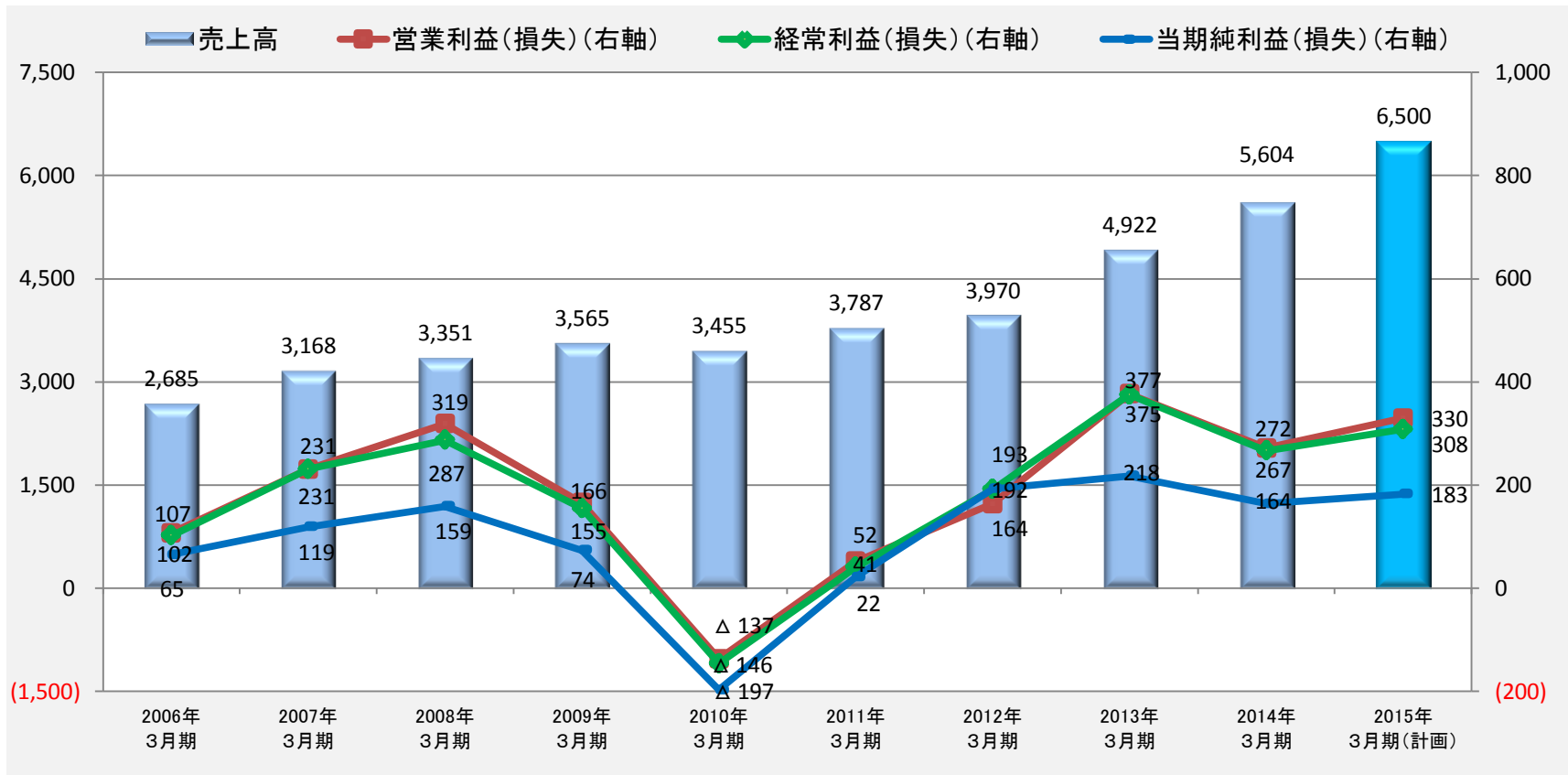


商材別 売上構成比



業績の推移

[単位: 百万円]



[単位: 百万円]

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2015年3月期 計画	6,500	330	308	183

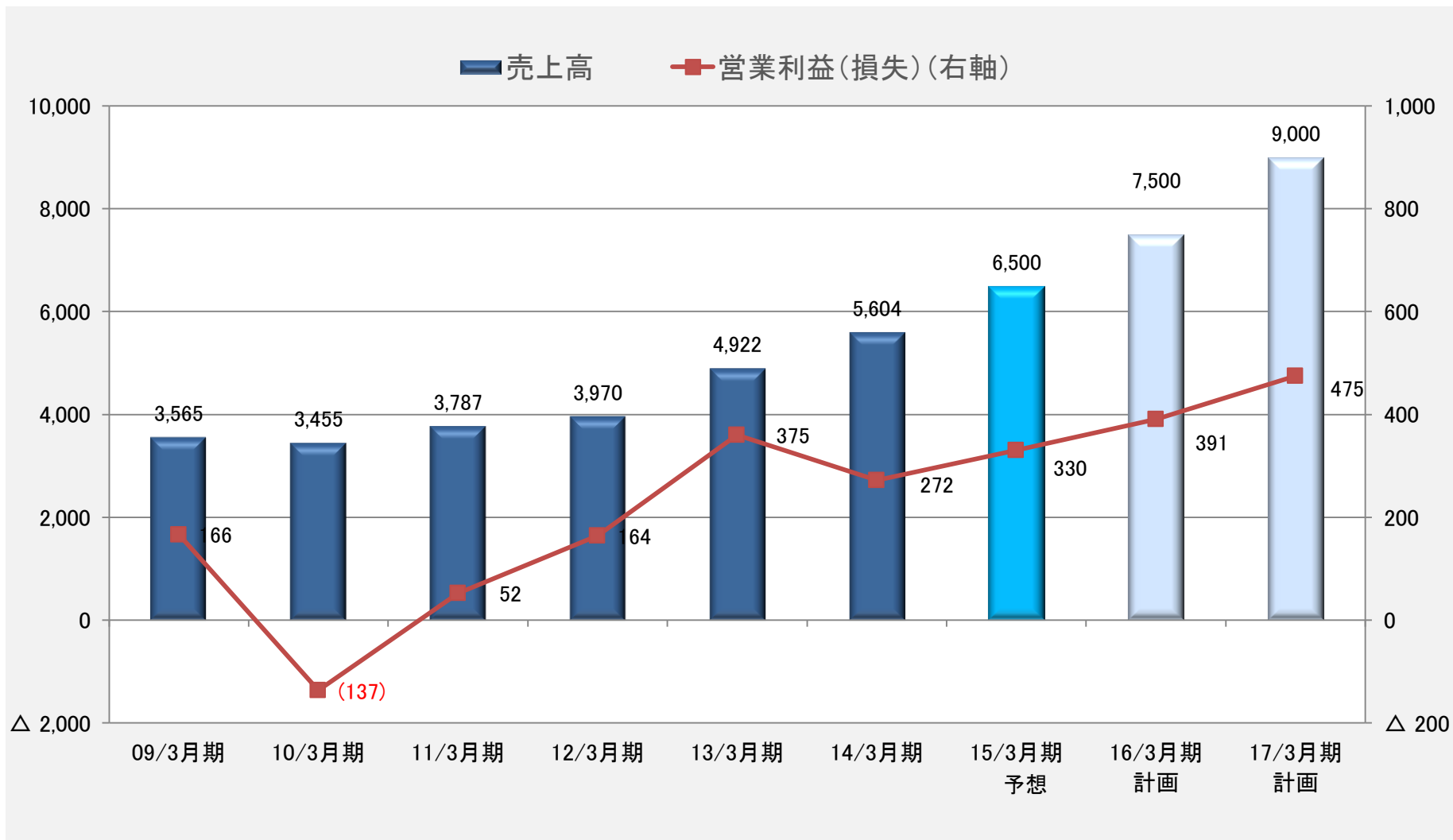
I. 当社の事業

II. 2015年3月期 第2四半期ハイライト

Ⅲ. 中期経営計画の進捗

Ⅲ. 中期経営計画の進捗

2015年3月期～2017年3月期 中期経営計画



Be a PARTNER of EXPERIENCE MARKETING

クライアントのマーケティング活動に
直接貢献できる能力を獲得し、
感動価値・経験価値を提供する
マーケティングパートナーになる。

①「感動価値・経験価値を提供するマーケティング」とは

人と人が出会う“場”・“空間”で行われる様々な体験を通じて、生まれる感動や経験の価値を提供することで、クライアントのニーズに応えるマーケティングのこと。
「場の提供」の上位概念「経験価値提供」といえる。

②マーケティングパートナーとは

従来の「エージェント(代理店)」とは異なる。
文字通り、クライアントのパートナーとして寄り添い、クライアントの理念、ニーズ、プロフィットを共有し、共にWIN×2となる存在。
想いを共有し、戦略を企画し、施策を提案し、自ら実行(納品)するマーケティング会社。

中期経営計画達成のための3つの取り組み

1. 顧客との永続的な共存共栄を実現する
マーケティング・パートナーへの進化

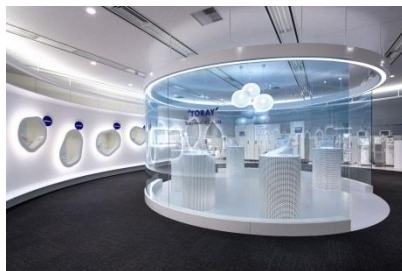
2. 次世代の基幹事業への進化

3. グローバル対応が可能なパートナーへの進化

1. 顧客との永続的な共存共栄を実現するマーケティング

・パートナーへの進化

人と人が出会う“場”・“空間”とそこで生み出される体験に焦点を当て、感動価値・経験価値を最大化し、クライアントのブランド価値・商品価値向上をともに実現していくことで、顧客の信頼に的確に応えられるマーケティング・パートナーとして永続的に選ばれる企業となるべく戦略を実施してまいります。



デジタルマーケティング

ショールーム

セミナー・コンファレンス

イベント

展示会



2. 次世代の基幹事業への進化

前事業年度より本格的に進出した、コンファレンス&コンベンションサービス事業、商環境サービス事業、デジタルマーケティングサービス事業の各新規事業を、それぞれの次世代の基幹事業へと進化させてまいります。

コンファレンス &
コンベンション
サービス事業

企業のマーケティング活動としてのセミナー、コンファレンスやコンベンションの開催をサポート



商環境サービス事業

企業のショールームやショップを、顧客のマーケティング目標達成につながる「売れる空間」としてトータルプロデュース。



デジタルマーケティング
サービス事業

ITソリューションをイベントと連動させることで、来場者データを可視化し、顧客のマーケティング活動に新しい価値を提供。



3. グローバル対応が可能なパートナーへの進化

近年、クライアントのニーズが高まってきているグローバルでのマーケティングサポートサービスを提供できるインフラ構築、サービスコンテンツ創出に挑戦してまいります。

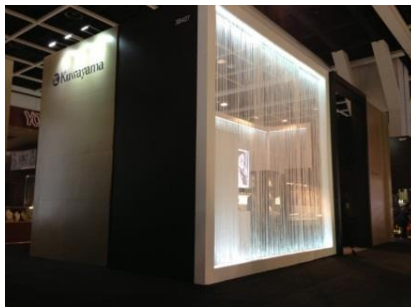
特に、日本企業による海外でのイベント展示会への出展サポートや、海外企業による日本国内でのイベント展示会への出展サービスについて、より満足いただける高品質なサービス提供ができる体制を整えてまいります。



USA



Hong Kong



Germany



将来の見通しに関する注意事項

本資料に記載された、株式会社博展の計画、見通し、方針、戦略、意見などのうち、歴史的事実ではないものは、将来に関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報から得られた内容に基づいて作成しております。実際の業績に影響を与え得る要素には、事業領域を取り巻く経済情勢、市況、為替の動向など、潜在的风险や不確実性があるものを含んでおります。そのため、実際の業績は、これらの重要な要素の変動により、見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

本資料に掲載されたコンテンツの正確性については、万全を期しておりますが、その内容に関してはいかなる保証もするものではなく、万一、これにより貴方に損害が生じても一切責任を負いかねます。また、本資料の著作権は、株式会社博展に帰属しており、無断転載・複製することをご遠慮ください。

Communication Design®

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

HAKUTEN