
2016年3月期 第2四半期(2015年4月～2015年9月)

決算説明資料

2015年12月1日
株式会社 博展

(東証JASDAQグロース：2173)

HAKUTEN

2016年3月期 第2四半期 決算概要

HAKUTEN

2016年3月期 第2四半期業績（連結）

[単位：百万円]

	当初予想	修正予想		実績	
	(A)	(B)	(B-A)	(C)	(C-A)
売上高	3,500	3,700	200	3,728	228
売上総利益	-	-	-	937	-
販売費及び 一般管理費	-	-	-	901	-
営業利益	16	33	17	35	19
経常利益	12	31	19	33	21
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2	13	11	15	13

2015年10月29日 修正予想を発表

全ての数字が当初予想を超える結果に

事業別売上高

[単位：百万円] ()内は売上構成比	2016年3月期 第2四半期	2016年3月期 通期予想	進捗率
展示会出展	1,623 (43.5%)	3,180 (42.4%)	51.1%
イベントプロモーション	551 (14.8%)	750 (10.0%)	73.5%
商談会・プライベートショー	456 (12.2%)	770 (10.3%)	59.2%
カンファレンス・セミナー	212 (5.7%)	450 (6.0%)	47.3%
商環境	415 (11.1%)	910 (12.1%)	45.6%
デジタル・コンテンツ & マーケティング	331 (8.9%)	1,040 (13.9%)	31.9%
その他	137 (3.8%)	400 (5.3%)	34.4%
合計	3,728 (100.0%)	7,500 (100.0%)	49.7%

- ◆ 主力事業であるイベント・展示会・商談会が好調に推移
- ◆ デジタル・コンテンツマーケティングはやや弱い結果となった

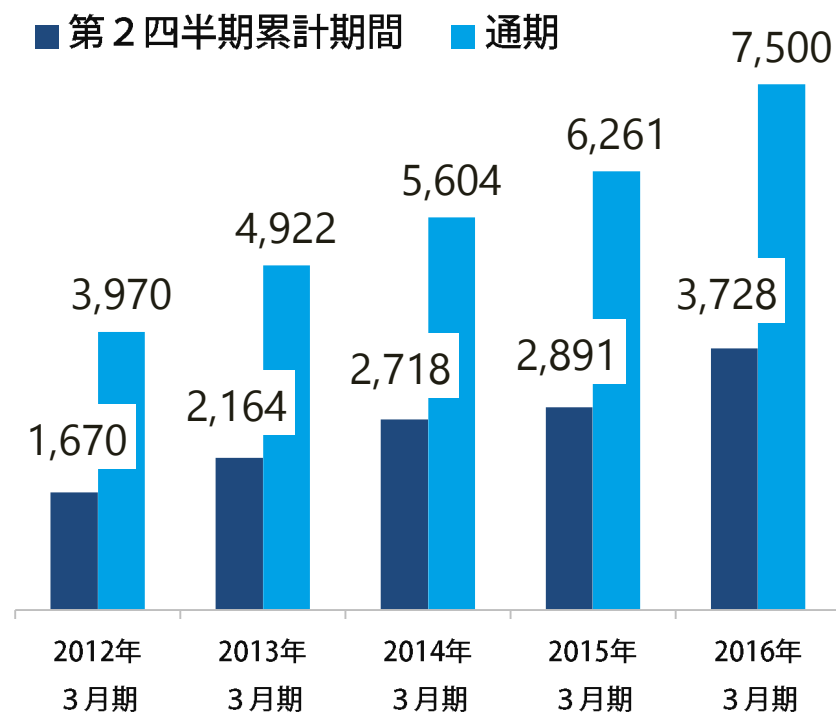
業績の推移

◆ 売上高・営業利益ともに好調に推移

◆ 売上高は年々増加の傾向

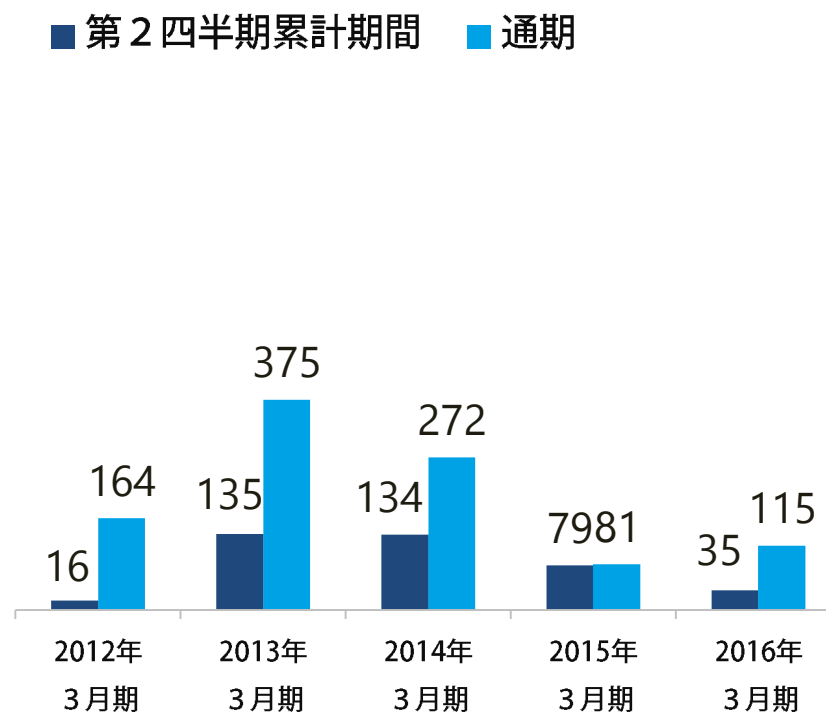
売上高

[単位：百万円]



営業利益

[単位：百万円]



※ ～2015年3月期 第3四半期は非連結、2015年3月期 第4四半期より連結

2016年3月期 第2四半期業績（単体）

◆ マーケティング・パートナーとしての引き合い増加、
プロジェクト案件単価・顧客単価の向上により、売上高は前年比119.8%

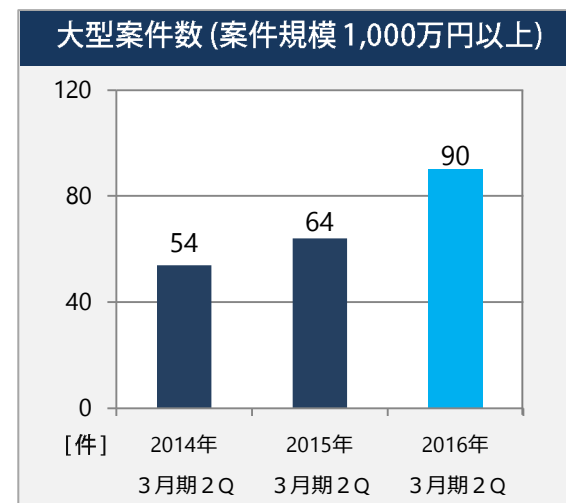
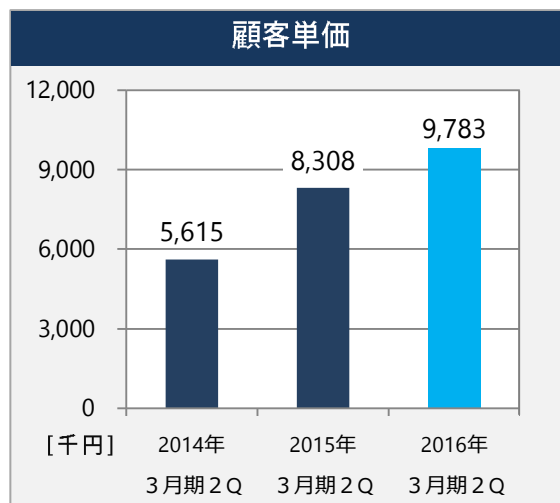
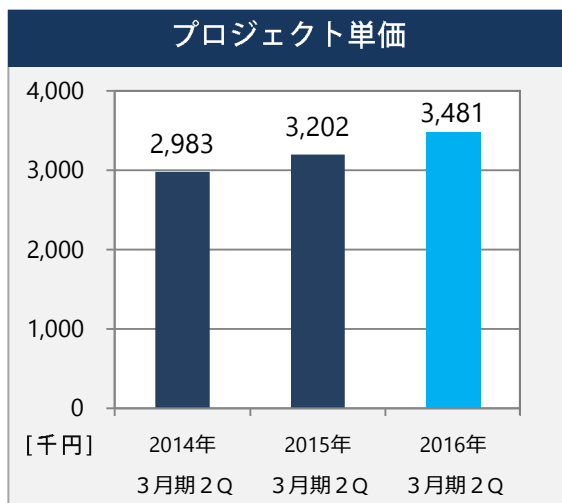
◆ 商材の変化に伴い売上総利益率が低下したが、
販売費及び一般管理費のコントロールにより、営業利益は前年比112.8%

[単位：百万円]

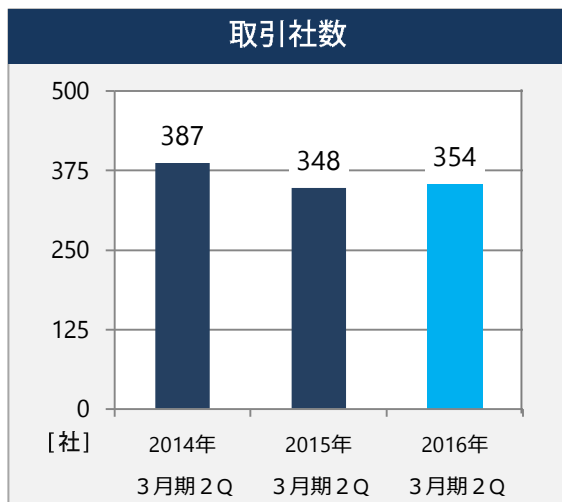
	2015年3月期 第2四半期		2016年3月期 第2四半期		増減率
売上高	2,891	100.0%	3,463	100.0%	119.8%
売上総利益	857	29.7%	850	24.5%	99.2%
販売費及び 一般管理費	778	26.9%	761	22.0%	97.8%
営業利益	79	2.8%	89	2.6%	112.8%
経常利益	78	2.7%	86	2.5%	110.3%
四半期純利益	42	1.5%	55	1.6%	131.0%

各種指標（単体）

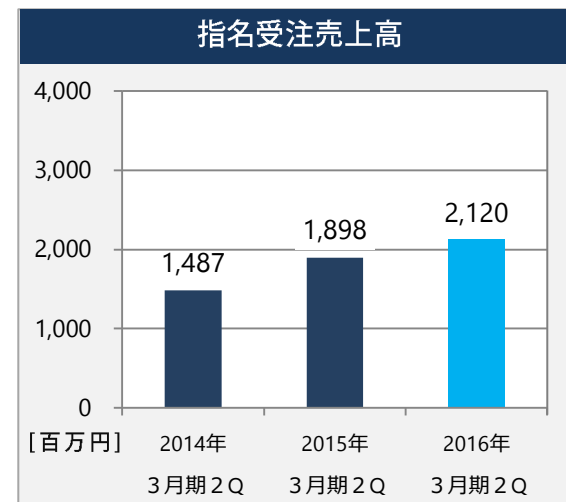
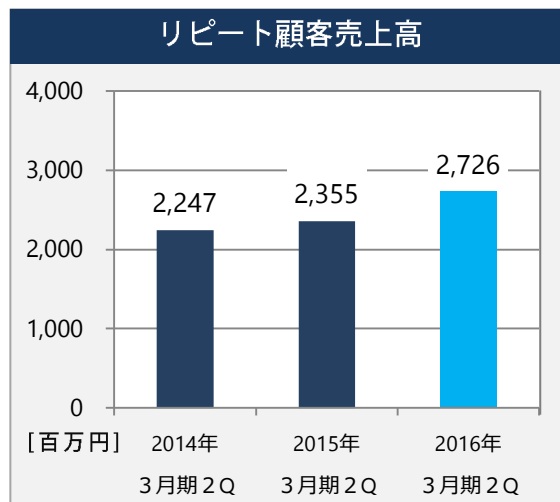
◆ プロジェクト単価・顧客単価・大型案件数は増加



◆ 取引社数は横ばい



◆ リピート顧客売上高・指名受注売上高は増加



2016年3月期連結業績予想

◆ 売上高75億円 営業利益1.15億円

[単位：百万円]	2015年3月期実績	2016年3月期予想
売上高	6,261	7,500
営業利益	81	115
経常利益	76	105
親会社株主に帰属する 当期純利益	50	52

◆ 受注残高 22.35億円 前年比170.8%

※前年同期（単体）13.08億円

中期経営計画

HAKUTEN

Be a PARTNER of EXPERIENCE MARKETING

Experienceマーケティングサービスの提供を通じて、
クライアントのマーケティング・パートナーへ。

顧客により信頼され、顧客との共栄共存を実現しながら、
コミュニケーションデザインビジネスでNo.1の企業を目指してまいります。

Experience Marketing

人と人が出会う‘場’・‘空間’で、「感動」や「驚き」といった顧客体験を創出し、
その体験価値を、企業マーケティングに生かすサービスを提供する



- 感動や経験を「ブランド育成」に繋げることでさらなる顧客ロイヤルティを向上させる
- 感動や経験を「拡散・再現」することで新たな顧客や市場を開拓していく
- 感動や経験を「データ活用」することでPDCAサイクルに基づく継続的なマーケティング活動を支援する

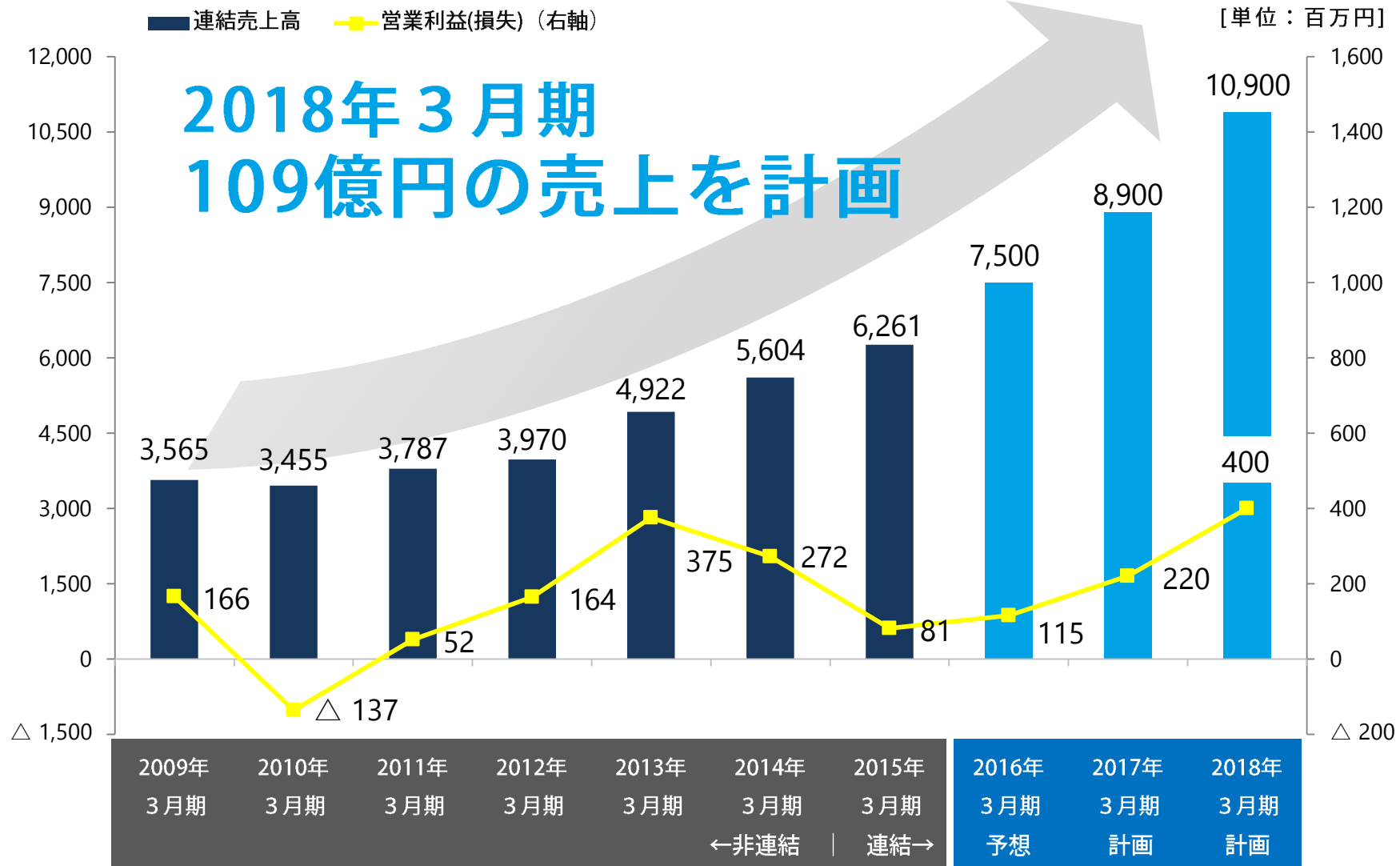
事業概要

「Experience Marketing」を実現するコンタクトポイントとして、
6つのシーンにおけるサービスを提供しています。

これらの6つのシーンにおいて、創造された「体験」をシームレスに掛け合わせ、
お客様のマーケティング活動に価値を提供しています。

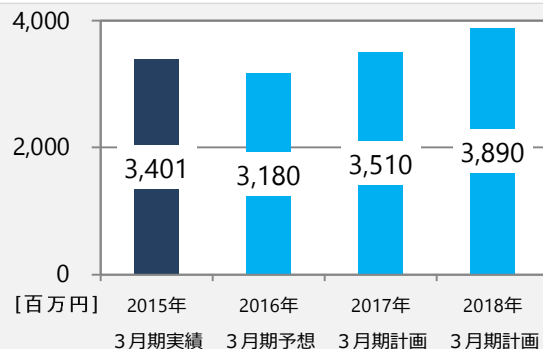


2016年3月期～2018年3月期 中期経営計画

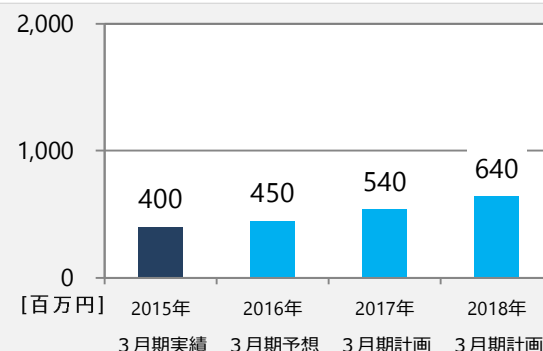


2016年3月期～2018年3月期 事業別計画

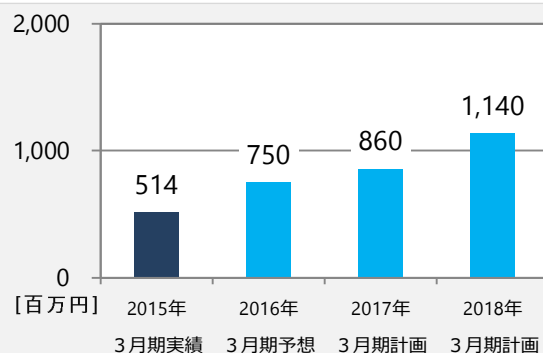
展示会 出展



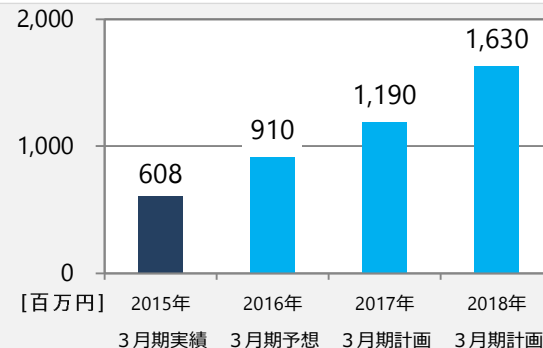
カンファレンス ・セミナー



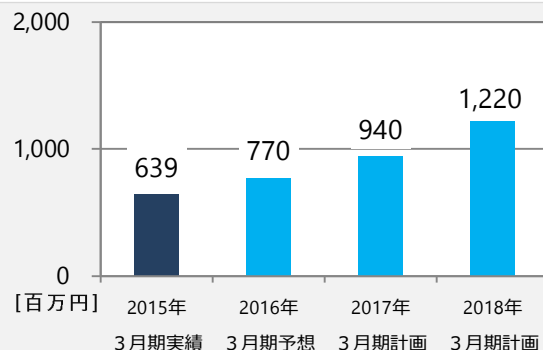
イベント プロモーション



商環境



商談会 ・ プライベート ショー



デジタル・ コンテンツ& マーケティング



グループ会社紹介 — 株式会社アイアクト



Web戦略を多角的に支援

- Web戦略コンサルティング
- Webサイト構築
- Webサービス開発
- CMS導入支援/構築
- SNS構築・運用
- メディア開発/コンテンツ企画制作
- 運用支援・保守
- デジタルマーケティング

※CMS (コンテンツ・マネジメント・システム)

- ◆ 2015年4月20日 株式会社博展と同じ築地オフィスへの移転が完了
- ◆ デジタル・コンテンツ&マーケティングにおいて協業
- ◆ 事業基盤の強化を進めるとともに、さらなるシナジーの強化を図る

グループ会社紹介 — タケロボ株式会社



ロボットの開発、製品化を行う

- 2011年設立
- サービスロボット「サッチャン」
マスコットロボット「ロボコット」の開発・製品化
- 多くのイベントや店舗などで好評・各種メディアにも取り上げられる



◆ 2015年11月6日 子会社化

- ◆ 各種イベントや商環境における集客やプロモーションの効果を高めるツールとしてロボット技術の利用
- ◆ タケロボの研究開発力と博展の営業力、マーケティング企画・制作力などを融合し、IoT時代を見据えた新たなビジネスモデルの構築へ

タケロボ株式会社 今後の展開

◆ クラウド構築

ロボット用コンテンツやアプリをクラウドからロボットに提供し、ロボットの利便性や魅力を向上させる。

◆ コンテンツ・アプリ強化

コンテンツやアプリを幅広く揃えることで、多様なニーズに応える。

◆ バリエーション拡充

ロボットのサイズ、形状、キャラクターなどのバリエーションを増やすことで、導入シチュエーションやニーズに合ったロボットの提供を可能とする。

◆ ターゲット拡大

ロボットの様々な強化によって、ターゲットの拡大を図る。
法人関連での拡大を図るとともに、個人(家庭)への参入も狙う。



新サービス紹介 — スポーツコンテンツサービス

◆ アスリート & チーム プロモーション

2015年9月16日 石川資章選手とマネジメント契約締結
～石川選手の本格的なレース参戦をサポート～

2015年10月27日 安田衣里選手とマネジメント契約締結
～安田衣里選手のビーチバレープレイヤーとしての活動をサポート～

- アスリート活動のマネジメント
- パーソナルスポンサーの獲得



既存事業との接続性を維持しながら、
顧客に新たなメディアやコンテンツを提供

Communication Design

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

HAKUTEN

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・複製することとはご遠慮ください。