

Exhibition

Event Promotion

Business
Matching Event

Experience Marketing

いまだかつてない「感動」や「驚き」の顧客体験をつくり、
企業マーケティングにフィードバックする博展のソリューションです。

Conference /
Seminar

Showroom /
Shop

Digital

2019年3月期 第2四半期

(2018年4月～2018年9月)

決算説明資料

2018年11月16日
株式会社 博展


東証JASDAQグロース (2173)

1. 第2四半期は増収増益を実現、業績予想を超過

- ▶ 売上高はイベントプロモーション等が牽引し、前期比22.7%増
- ▶ 販管費率が3.8ポイント改善したこと等により、
営業利益は前期比148.2%増

2. 次年度に向けた営業組織体制の強化、 下半期に投資の実施により、通期予想は据え置き

- ▶ 事業環境の変化を見据えた、顧客軸組織への体制変更
- ▶ 上半期に未実施となった投資の一部を下半期に実施



2019年3月期 第2四半期 業績報告

損益計算書（連結）の概要

売上高は前期比22.7%増、営業利益は前期比148.2%増を達成

単位：百万円

	2018年 3月期(実績)	2019年 3月期(実績)			2019年 3月期(予想)	
	2Q累計	2Q累計	増減額	増減率 (%)	2Q累計	達成率 (%)
売上高	4,891	6,004	1,112	+22.7	5,100	117.7
売上総利益	1,355	1,569	214	+15.8	—	—
(売上総利益率)	(27.7%)	(26.1%)	(△1.6)	—	—	—
営業利益	107	266	159	+148.2	26	1025.9
(営業利益率)	(2.2%)	(4.4%)	(+2.2)	—	(0.5%)	—
経常利益	106	263	157	+147.9	19	1385.5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	59	218	159	+269.4	9	2429.7

【売上高：前期比22.7%増】

- 顧客深耕による課題解決型の営業活動に注力
- 顧客のニーズを実現するクリエイティブカと実行力を強みに積極的な新規営業を展開

【売上総利益：前期比15.8%増】

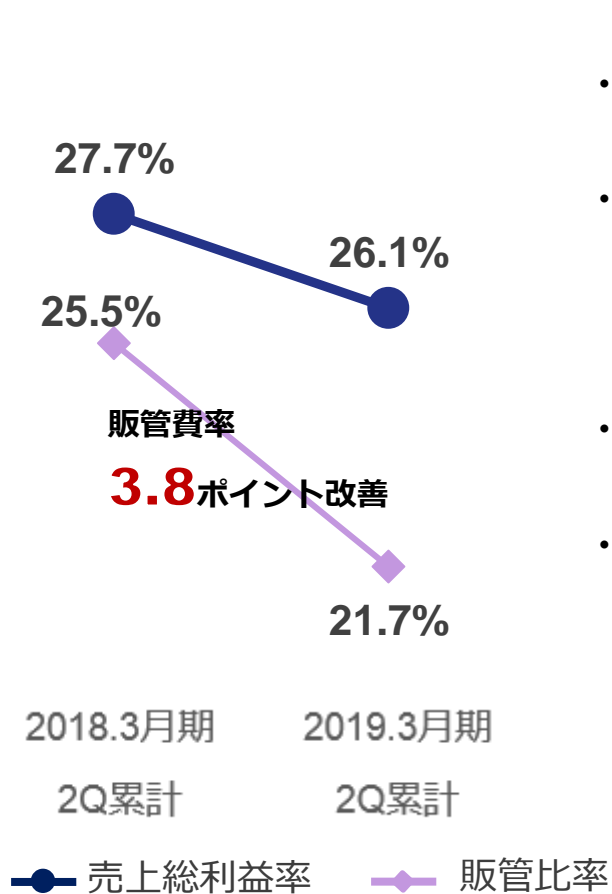
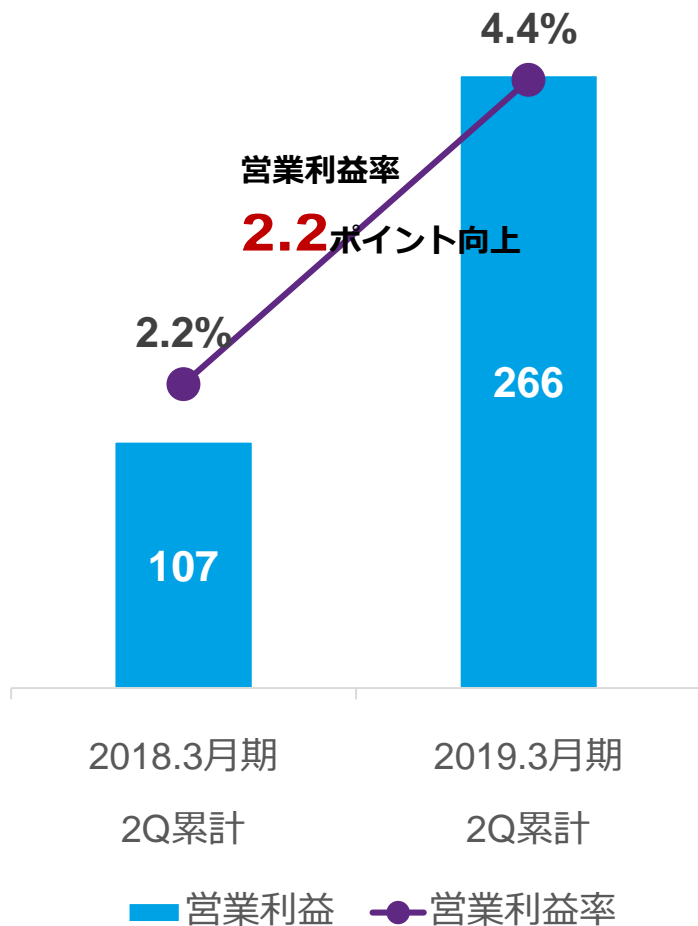
- 採算性を重視した業務オペレーションの実行
- 売上高増加に伴う外注費率の上昇により、売上総利益率が低下

【営業利益：前期比148.2%増】

- 販管費を一定水準に維持すべく、コスト管理を徹底
- 上半期投資の一部を下半期に実施

利益率重視の経営ヘシフト

販管費率3.8ポイントの改善により、営業利益率が2.2ポイント向上



【営業利益率：2.2ポイント向上】

- 売上高の増加に伴う外注費率の上昇により、売上総利益率1.6ポイント低下
- 一方で販管費率3.8ポイント改善により、営業利益率2.2ポイント改善

【販管費率：3.8ポイント改善】

- 販売費及び一般管理費を一定水準に維持すべくコスト管理を徹底
- 上半期に実施予定であった投資の一部を下半期に実施することとした

イベントプロモーションを中心に売上高増加

単位：百万円

	2018年3月期(実績)		2019年3月期(実績)			
	2Q累計	構成比 (%)	2Q累計	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)
展示会出展	1,405	28.7	1,603	26.7	198	+14.1
イベントプロモーション	798	16.3	1,720	28.7	922	+115.5
商談会・プライベートショー	925	18.9	1,271	21.2	345	+37.3
カンファレンス・セミナー	393	8.0	292	4.9	△100	△25.6
商環境	842	17.2	581	9.7	△260	△30.9
デジタル・コンテンツ & マーケティング	452	9.3	480	8.0	27	+6.0
その他	73	1.6	54	0.8	△19	△25.8
合計	4,891	100.0	6,004	100.0	1,112	+22.7

【展示会出展】

- ・ 既存顧客の案件単価の上昇
- ・ メーカーを中心に新規案件の受注により売上高が増加

【イベントプロモーション】

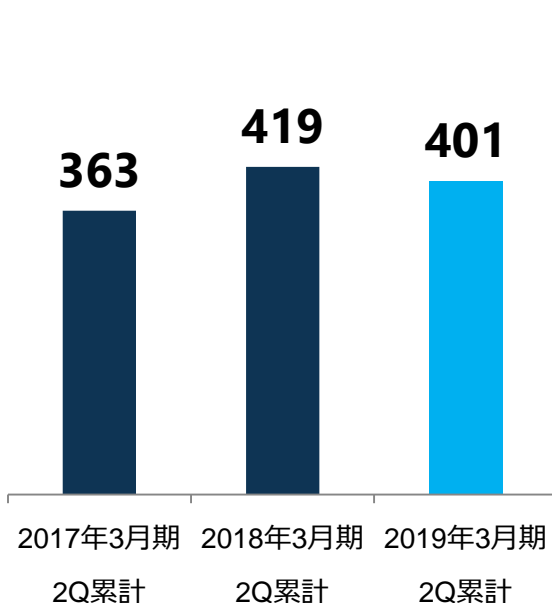
- ・ 大型案件や通年型のプロモーション案件などの新規受注等により、前期比で売上高が倍増

【商談会・プライベートショー】

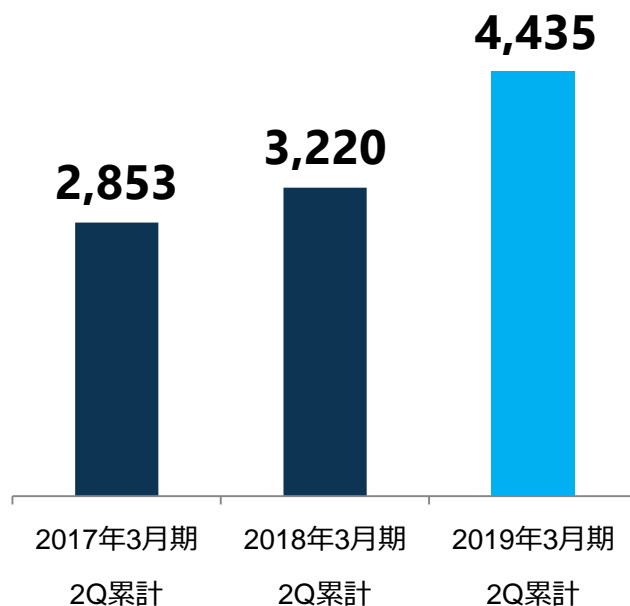
- ・ リピート案件を確実に受注
- ・ 大型のプライベートショーや合同展示会の基礎案件を獲得し、案件数及び案件単価が増加

顧客密着型の営業活動により、リピート顧客・指名受注売上高が増加

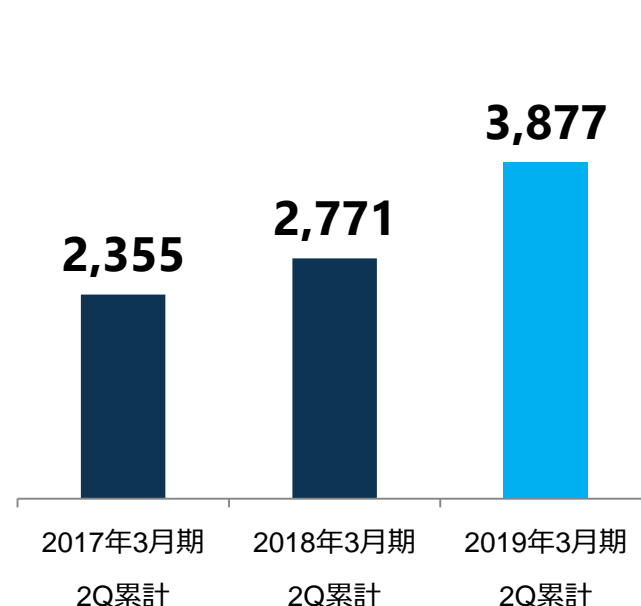
取引社数（社）



リピート顧客売上高（百万円）



指名受注売上高（百万円）

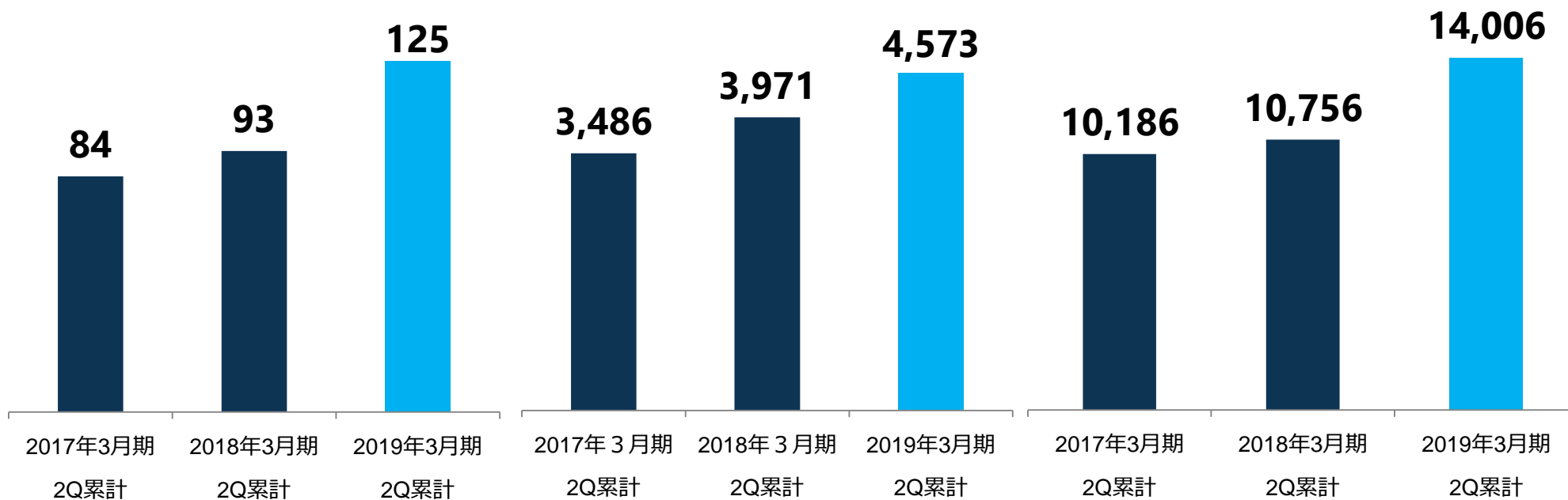


大型案件の増加に伴い、プロジェクト単価・顧客単価が増加

大型(1,000万以上) 案件数(件)

プロジェクト単価（千円）

顧客単価（千円）



貸借対照表（連結）の概要 資産の部・負債の部



単位：百万円

	2018年3月期 前期末	2019年3月期 2Q末	増減額
資産合計	5,258	5,201	△57
流動資産	3,913	3,924	+11
固定資産	1,345	1,276	△68
負債合計	4,190	4,016	△174
流動負債	3,244	3,431	+186
固定負債	946	585	△361
純資産合計	1,067	1,185	+117

【資産】

- 売上債権 △90百万円
- 現金及び預金 + 35百万円

【負債】

- 有利子負債 + 2億65百万円
- うち 短期借入 + 8億18百万円
- うち 長期借入 △5億52百万円
- 賞与引当金 △68百万円

【純資産】

- 利益剰余金 + 1億16百万円

キャッシュフロー計算書（連結）の概要



単位：百万円

	2018年3月期 2Q累計	2019年3月期 2Q累計	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	399	△40	△439
投資活動による キャッシュ・フロー	△132	△111	+20
財務活動による キャッシュ・フロー	△329	250	+579
現金及び現金同等物の 期首残高	1,398	1,140	△257
現金及び現金同等物の 増減額（△は減少）	△62	35	+97
現金及び現金同等物の 期末残高	1,336	1,175	△160

【営業活動によるキャッシュ・フロー】


- 法人税等の支払額 △2億2百万円
- 仕入債務の増減額 △1億51百万円
- 税金等調整前四半期純利益 +3億10百万円

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- 無形固定資産の取得 △74百万円
- 有形固定資産の取得 △36百万円

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- 短期借入金の返済 △19億32百万円
- 長期借入金の返済 △5億47百万円
- 短期借入れによる収入 +27億50百万円



2019年3月期 通期業績予想と2020年東京五輪の影響について

通期業績予想については、期初予想を据え置き

- 事業環境の変化を見据えた、顧客軸組織への体制変更
- 上半期末実施分の投資の一部を下半期に実施


単位：百万円

	2018年 3月期	2019年 3月期		
	実績	予想	増減額	増減率 (%)
売上高	11,777	12,500	722	6.1
営業利益	455	500	44	9.8
経常利益	452	487	34	7.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	237	320	82	34.7

東京ビッグサイトは、IBC/MPC（メディアセンター）として使用
展示会や新卒採用向け合同説明会など企業の活動に影響

東京ビッグサイト 最終的な利用制約状況

2019年4月~2020年11月まで
平均利用可能面積は約60%

 = 利用可能箇所

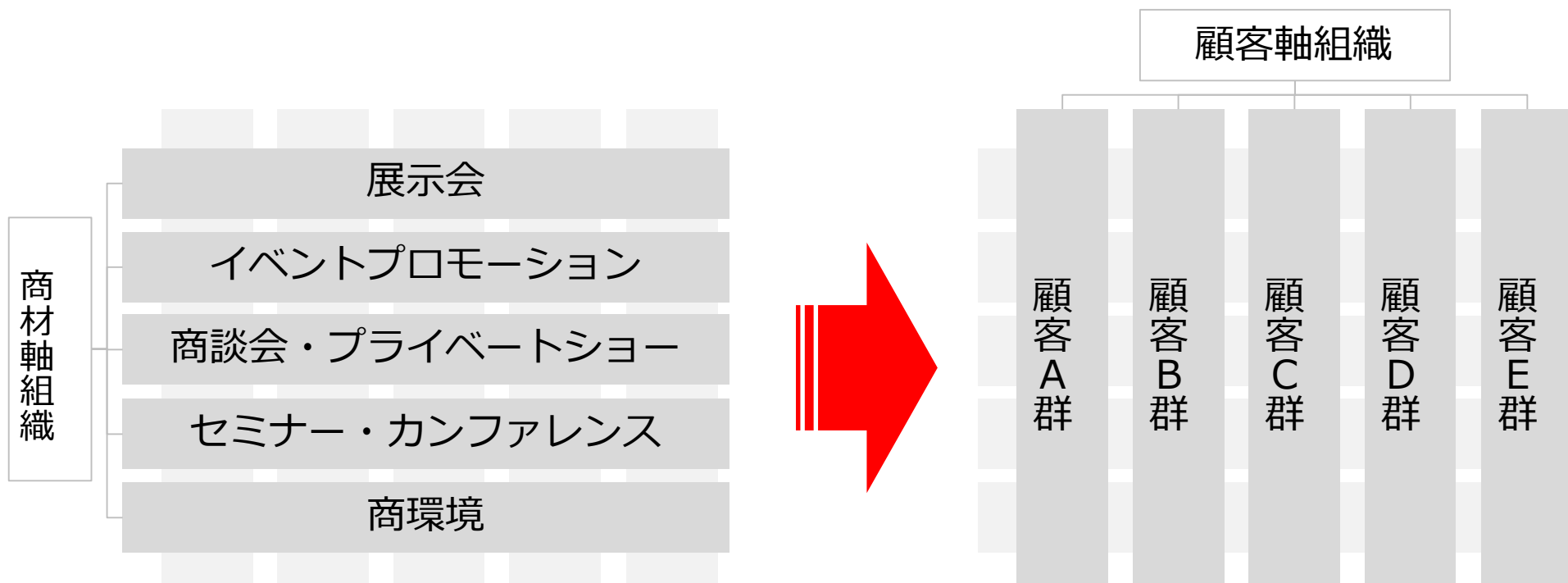
		2020年3月期				2021年3月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
東京ビッグサイト	東展示棟	利用不可	利用不可	利用不可	利用不可	利用不可	利用不可	利用不可	利用可能
	西展示棟	利用可能	利用可能	利用可能	利用可能	利用不可	利用可能	利用可能	利用可能
	南展示棟	利用不可	利用可能	利用可能	利用可能	利用不可	利用可能	利用可能	利用可能
青海展示棟		利用可能	利用可能	利用可能	利用可能	利用不可	利用可能	利用可能	利用可能
展示面積 (m)		52,520	72,520			23,240	0	72,520	116,540

※大会期間（7月24日～9月6日）及びその前後一定期間（7月15日～9月9日）は利用が制限される。 23,240

事業環境の変化と高まるクライアントニーズに対応すべく、 半年前倒して営業組織の体制変更を実施

東京2020オリンピック・パラリンピックの開催に伴い

- 展示会出展の減少、イベントプロモーションの増加を想定
- 商材軸組織で培った多商材ノウハウを顧客へ提供





TOPICS

アジア太平洋地域 高成長企業ランキング
FT1000 High-Growth Companies Asia-Pacific にランクイン

英国経済紙フィナンシャル・タイムズ社が発表する
第1回アジア太平洋地域の高成長企業のランキングにランクイン



調査対象： 11地域の先進市場にある数百万の企業

(オーストラリア、香港、インド、インドネシア、日本、マレーシア、ニュージーランド、フィリピン、シンガポール、韓国、台湾)

博展の強みであるクリエイティブ力の高さが評価され、
国内のAWARDのみならず、世界的なAWARDも多数受賞！



BEST PRACTICES IN TRADE SHOWS AND EVENTS
EXHIBITOR



**GOOD DESIGN
AWARD 2018**

GDA
JAPAN



DSA(DDA)
JAPAN



NIPPON DISPLAY FEDERATION
一般社団法人日本ディスプレイ団体連合会

NDF
JAPAN



SDA
JAPAN

Communication Design®

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

H A K U T E N

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、潜在的リスク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・複製することとはご遠慮ください。