

HAKUTEN

2021年3月期 第2四半期

(2020年4月～2020年9月)

決算説明資料

株式会社 博展

(東証JASDAQグロース：2173)

2020年11月9日



業績の要旨

売上高

25億91百万円

前年同期比

△54.9%

営業利益

△7億72百万円

増減額（前年同期比）

△9億27百万円

親会社株主に帰属する
四半期純利益

△4億14百万円

増減額（前年同期比）

△5億16百万円

- ・ 展示会/イベントの開催自粛・延期が大きく影響したものの、リアルイベントも再開され始め、受注状況も徐々に改善の兆し
- ・ 純利益は、営業外収益と特別利益の計上により営業利益に対して改善

2021年3月期 注力課題

1. リアルとデジタルのハイブリッド型のコミュニケーションデザインの確立
2. 新規開拓のための組織体制・施策強化
3. 制作部門の内製領域の拡大（商環境、デジタル分野）

損益計算書（連結）の概要

[単位:百万円]

新型コロナウイルスによる 展示会・イベントの 開催自粛が大きく影響

【売上高】

- 第2四半期中よりイベント開催人数制限が段階的に緩和されたものの、開催自粛が大きく影響

【売上総利益】

- 売上高の減少が影響したものの、前期並みの売上総利益率を確保

【営業利益】

- 人件費の調整やコスト抑制に取り組んだものの、売上高の減少分を吸収できず

【四半期純利益】

- 雇用調整助成金と固定資産売却益分が増額

| | '20年3月期 2Q累計 | '21年3月期 2Q累計 | 増減率 (%) | 通期業績 予想 | 進捗率 (%) |
|----------------------|-----------------|------------------|------------|------------|------------|
| 売上高 | 5,741 | 2,591 | △54.9 | 9,000 | 28.8 |
| 売上総利益 | 1,594 | 702 | △55.9 | — | — |
| (売上総利益率) | (27.8%) | (27.1%) | — | — | — |
| 営業利益 | 155 (2.7%) | △772 (△29.8%) | — | △400 | — |
| 経常利益 | 154 (2.7%) | △662 (△25.5%) | — | △259 | — |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 102 (1.8%) | △414 (△16.0%) | — | △200 | — |

商材別売上高構成

[単位:百万円]

リアルイベント関連は大きく減収したものの、商環境・デジタルは増加

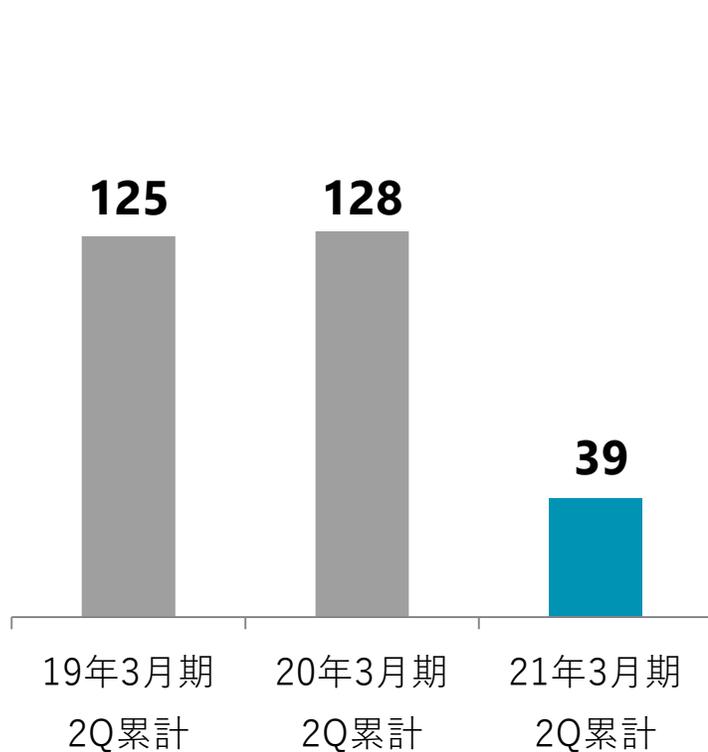
- 開催自粛の影響を受けた展示会出展、商談会・プライベートショー、イベントプロモーション、カンファレンス・セミナーが前期比で大きく減収
- 大手企業のブランディング空間等を受託した商環境と、リアルイベントの代替としてオンライン上でのプロモーション活動等の引き合いが増加したデジタル・コンテンツ&マーケティングは前期比で増収

| | '20年3月期 | | '21年3月期 | | 増減額 | 増減率 (%) |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
| | 2Q 累計 | 構成比 (%) | 2Q 累計 | 構成比 (%) | | |
| 展示会出展 | 1,375 | 24.0 | 105 | 4.1 | △1,269 | △92.3 |
| イベントプロモーション | 1,525 | 26.6 | 716 | 27.6 | △809 | △53.0 |
| 商談会・プライベートショー | 1,138 | 19.8 | 139 | 5.4 | △998 | △87.7 |
| カンファレンス・セミナー | 369 | 6.4 | 27 | 1.1 | △341 | △92.6 |
| 商環境 | 734 | 12.8 | 1,023 | 39.5 | 289 | 39.4 |
| デジタル・コンテンツ & マーケティング | 494 | 8.6 | 534 | 20.6 | 39 | 8.0 |
| その他 | 103 | 1.8 | 44 | 1.7 | △59 | △56.9 |
| 合計 | 5,741 | 100.0 | 2,591 | 100.0 | △3,149 | △54.9 |

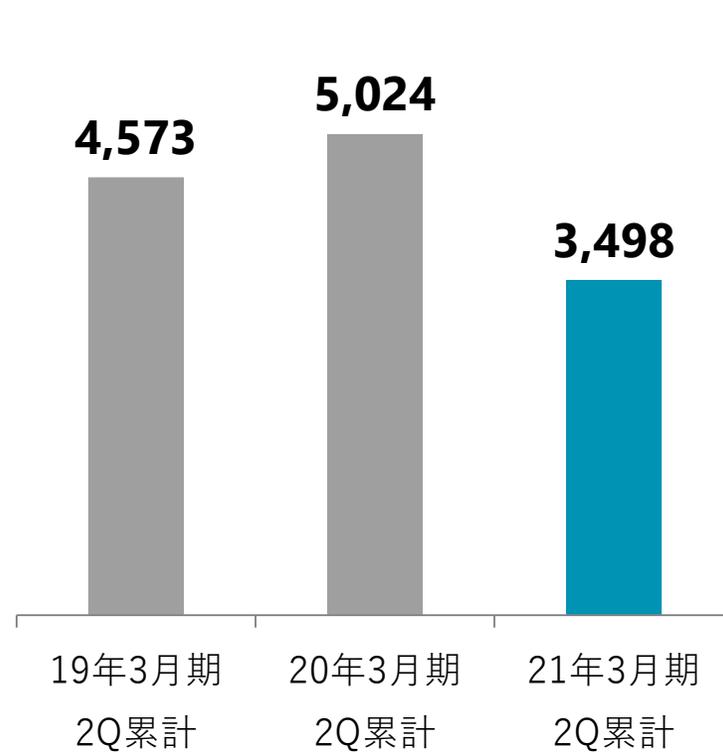
各種指標（単体）

イベントや展示会の開催自粛・縮小に伴い、プロジェクト単価・顧客単価が減少

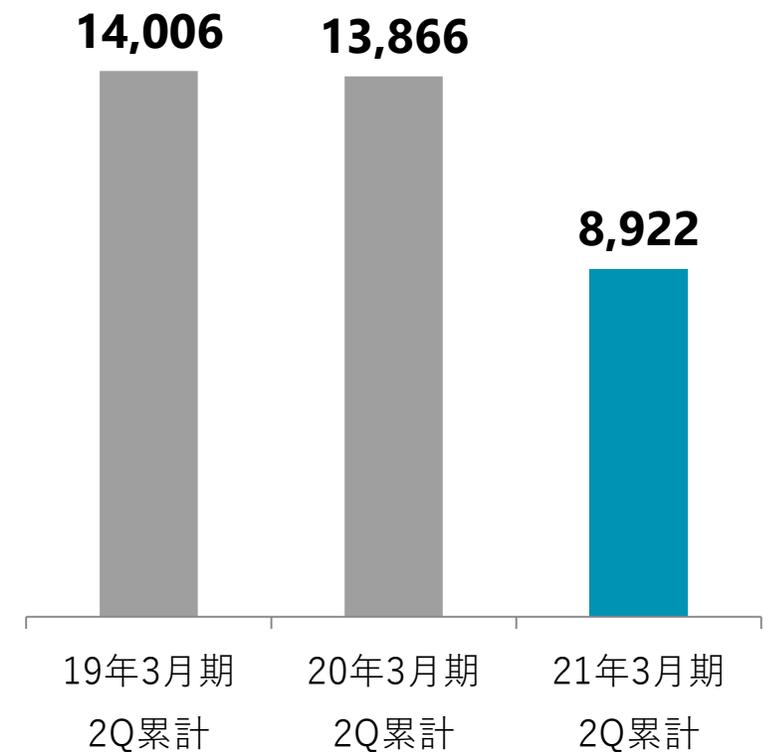
1000万以上の案件数(件)



プロジェクト単価（千円）



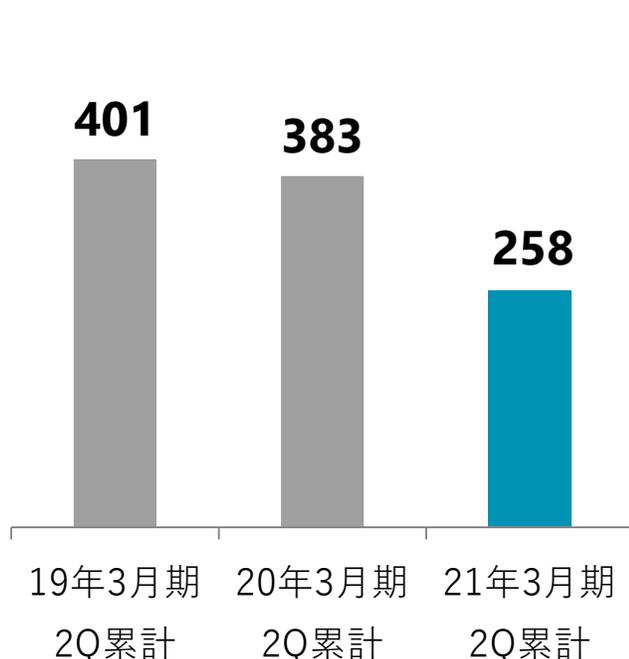
顧客単価（千円）



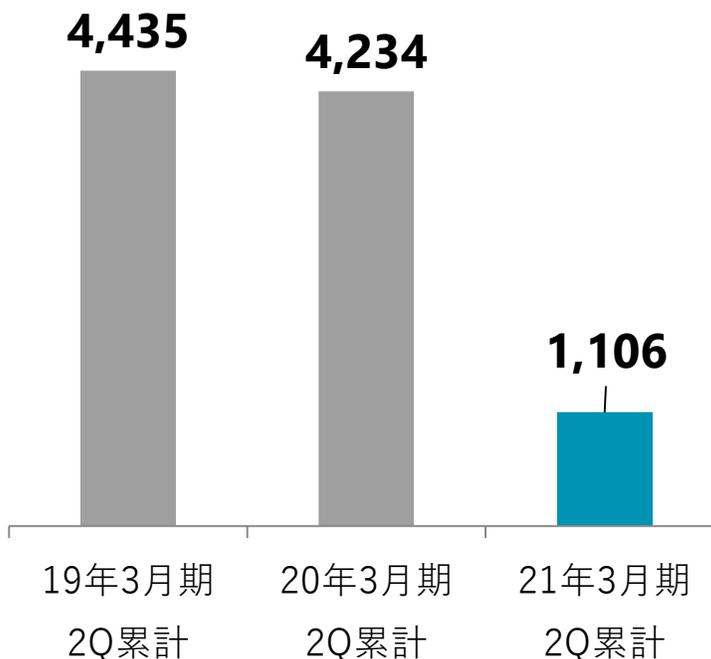
各種指標（単体）

例年実施想定の展示会等の中止に伴い、取引社数・リピート顧客売上高等が減少

取引社数（社）

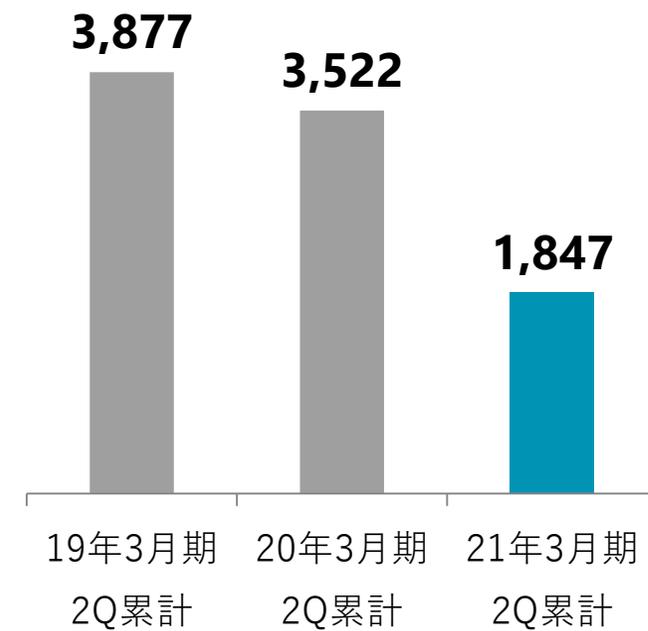


リピート顧客売上高（百万円）



売上高（単体）に占める割合
79.0% 79.7% 48.1%

指名受注売上高（百万円）



売上高（単体）に占める割合
69.0% 66.3% 80.3%

貸借対照表（連結）の概要

財務安定化を図るための借入により、十分な手元資金を確保

| [単位:百万円] | '20年3月期 期末 | '21年3月期 2Q末 | 増減額 | 備考 | | | | | | |
|---------------|---------------|----------------|----------------|---|---------|------|--------|----|------|------|
| 資産合計 | 4,372 | 4,261 | △111 | 現預金残高合計 17億77百万円 ※十分な手元資金を確保 | | | | | | |
| 流動資産 | 3,516 | 3,314 | △201 | | | | | | | |
| 固定資産 | 856 | 946 | +90 | | | | | | | |
| 負債合計 | 3,117 | 3,492 | +374 | 借入金残高合計 26億3百万円 ※1Qに運転資金として20億円を借入れ | | | | | | |
| 流動負債 | 3,055 | 3,064 | +8 | | | | | | | |
| 固定負債 | 62 | 428 | +365 | | | | | | | |
| 純資産合計 | 1,254 | 769 | △485 | <div style="border: 1px dashed gray; padding: 5px;"> <p><既実行額以外の調達枠></p> <table border="0"> <tr> <td>当座貸越限度額</td> <td>24億円</td> </tr> <tr> <td>借入実行残高</td> <td>0円</td> </tr> <tr> <td>未実行額</td> <td>24億円</td> </tr> </table> </div> | 当座貸越限度額 | 24億円 | 借入実行残高 | 0円 | 未実行額 | 24億円 |
| 当座貸越限度額 | 24億円 | | | | | | | | | |
| 借入実行残高 | 0円 | | | | | | | | | |
| 未実行額 | 24億円 | | | | | | | | | |
| 自己資本比率 | 28.3% | 17.6% | -10.8pt | | | | | | | |

キャッシュフロー計算書（連結）の概要

単位：百万円

| | '20年3月期 2Q累計 | '21年3月期 2Q累計 | 増減額 |
|-------------------------|-----------------|-----------------|--------|
| 営業 C F | △127 | △354 | △226 |
| 投資 C F | △57 | 74 | +132 |
| 財務 C F | 154 | 1,219 | +1,065 |
| 現金及び現金同等物の 期首残高 | 627 | 837 | +209 |
| 現金及び現金同等物の 増減額（△は減少） | △31 | 939 | +971 |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | 596 | 1,777 | +1,180 |

【営業CF】

△3億54百万円

| | |
|--------------|----------|
| 売上債権の回収 | 12億40百万円 |
| 税金等調整前四半期純損失 | △5億86百万円 |
| 仕入債務の支払 | △3億 9百万円 |
| 賞与引当金の削減 | △2億68百万円 |
| 仕掛品の増加 | △1億17百万円 |
| 法人税等の支払 | △1億13百万円 |
| 前受金の減少 | △1億10百万円 |

【投資CF】

74百万円

| | |
|-----------------|---------|
| 旧制作スタジオの売却に伴う収入 | 1億37百万円 |
| 新制作スタジオの移転に伴う設備 | 54百万円 |

【財務CF】

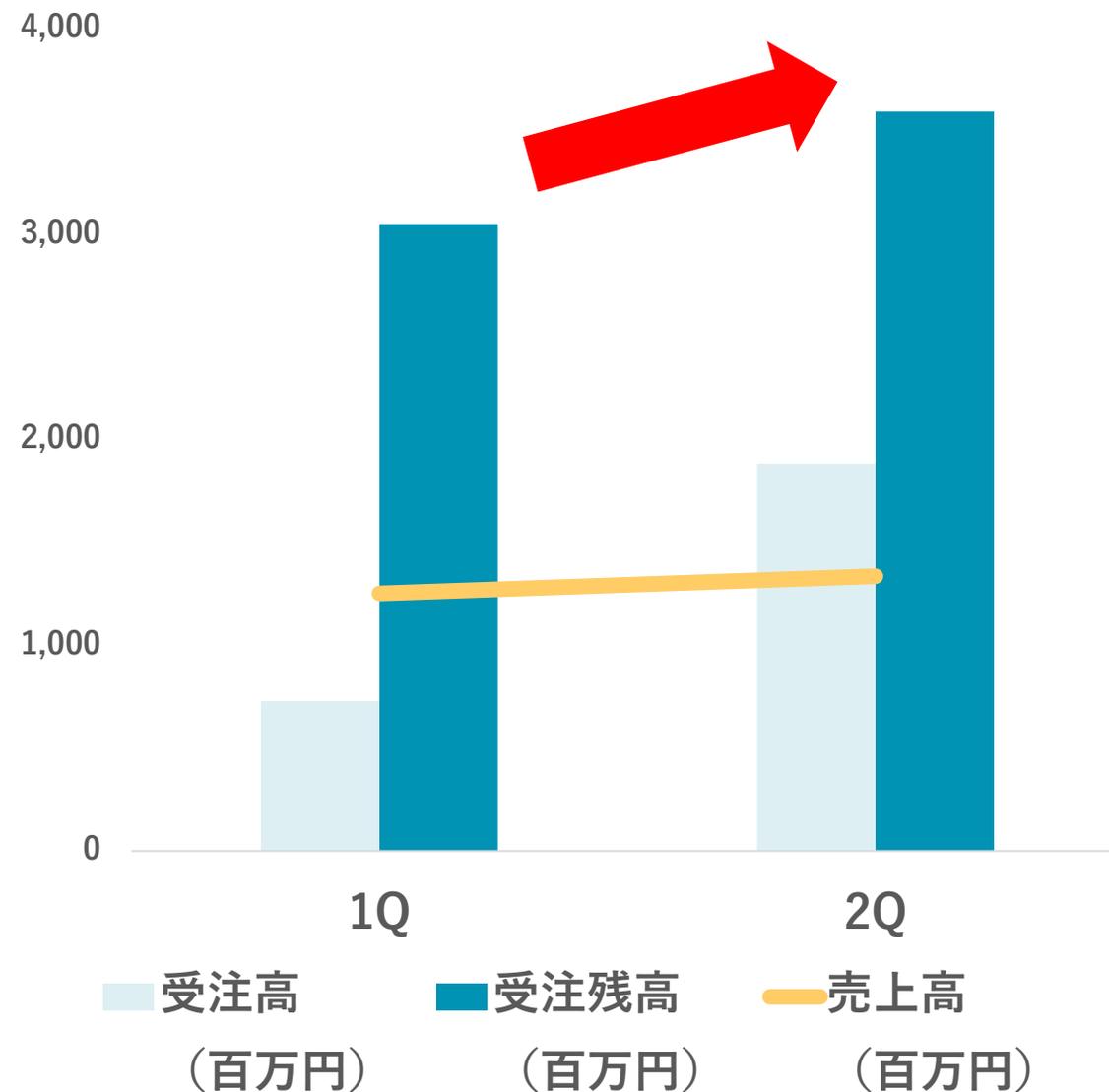
12億19百万円

| | |
|------------|----------|
| 財務安定化の借入 | 23億00百万円 |
| 運転資金の借入の返済 | △8億00百万円 |
| 配当金の支払 | △85百万円 |

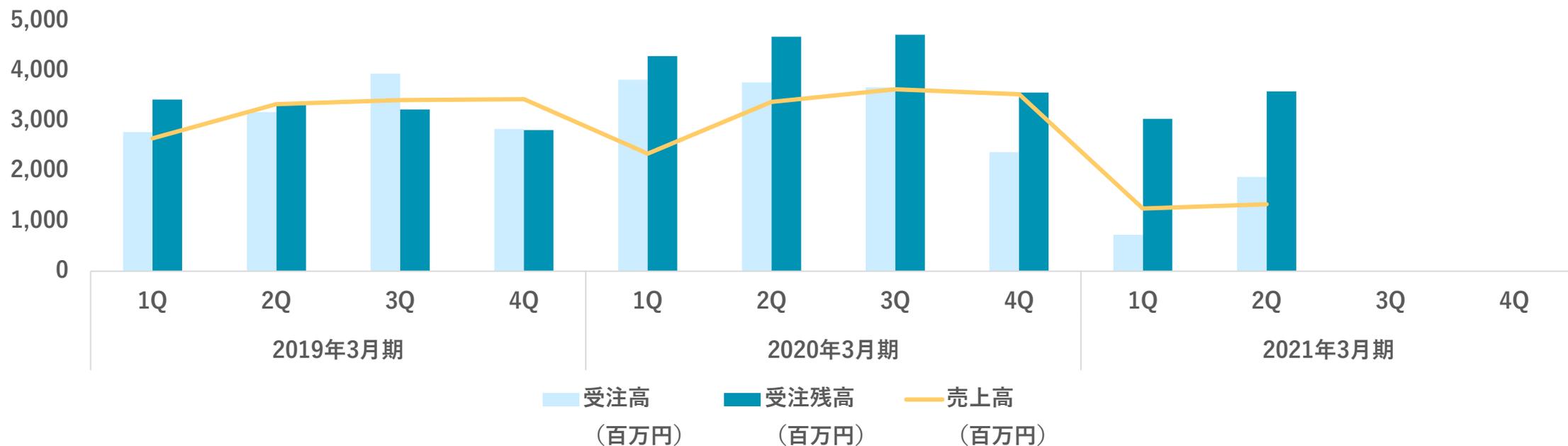
売上高・受注高・受注残高の推移

イベントが再開され始め、
受注状況が改善の兆し

| | 2021年3月期（百万円） | |
|------|---------------|-------|
| | 1Q | 2Q |
| 売上高 | 1,253 | 1,337 |
| 受注高 | 728 | 1,884 |
| 受注残高 | 3,050 | 3,597 |



各四半期の売上高・受注高・受注残高の推移



| | 2019年3月期 | | | | 2020年3月期 | | | | 2021年3月期 | | | |
|---------------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|----|----|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 売上高 (百万円) | 2,658 | 3,345 | 3,426 | 3,442 | 2,352 | 3,388 | 3,639 | 3,540 | 1,253 | 1,337 | | |
| 受注高 (百万円) | 2,782 | 3,183 | 3,951 | 2,847 | 3,833 | 3,777 | 3,680 | 2,382 | 728 | 1,884 | | |
| 受注残高 (百万円) | 3,434 | 3,372 | 3,235 | 2,824 | 4,304 | 4,693 | 4,734 | 3,576 | 3,050 | 3,597 | | |

2021年3月期 通期業績予想

前回発表に対して売上高は下方修正するも、経常利益・当期純利益は損失幅を縮小

| | 2Q累計（実績） | 通期（予想） | 進捗率 |
|----------------------------|----------------------|----------------------------|-------|
| 売上高 | 2,591 百万円 | <u>9,000</u> 百万円 | 28.8% |
| 営業利益 （%） | △772 百万円 （△29.8%） | △400 百万円 （△4.4%） | — |
| 経常利益 （%） | △662 百万円 （△25.5%） | <u>△259</u> 百万円 （△2.9%） | — |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 （%） | △414 百万円 （△16.0%） | <u>△200</u> 百万円 （△2.2%） | — |
| 配当予想 | 0.00 円 銭 | 未定 円 銭 | — |

中期経営計画

2022年3月期、2023年3月期 業績目標は、景気動向の改善状況が不透明なため未定

| | 2021年3月期 (予想) | 2022年3月期 (目標) | 2023年3月期 (目標) |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| 売上高 | 百万円 9,000 | 未定 | 未定 |
| 営業利益又は 営業損失 (△) | 百万円 △400 | 未定 | 未定 |

中期経営計画

1. リアルとデジタルのハイブリッド型のコミュニケーションデザインの確立

- 顧客を取り巻く環境変化に適応した統合型コミュニケーションデザインの提供によるサービス領域の拡大
- 自社ライブ配信スタジオの開設等、オンライン上でのイベントプロモーションサービスの開発

2. 新規開拓のための組織体制・施策の強化

- 新たな市場開拓のために新規営業部門の増員と自社メディアコンテンツを拡充
- 領域を超えたクリエイティブ力の強化による受注活動の最大化

3. 制作部門の内製領域の拡大（デジタル、商環境分野）

- 新制作スタジオ「HAKUTEN T-BASE」において、受注拡大傾向の商環境、デジタル分野の内製領域を拡大し、収益性を向上



< 中期経営計画 >

1) リアルとデジタルのハイブリッド型 コミュニケーションデザインの確立

- ✓ デジタル領域における営業・納品体制を強化
- ✓ 自社ライブ配信スタジオの運用



▲ 社内向け配信の様子

< 中期経営計画 >

1) リアルとデジタルのハイブリッド型コミュニケーションデザインの確立

✓ イベントDXを加速する新サービスの提供を開始

イベント

HAKUTEN × unerry

イベントの効果可視化と高度な来場者分析で
リアル・デジタルが融合する新たな顧客体験の実現へ

来場者数推計



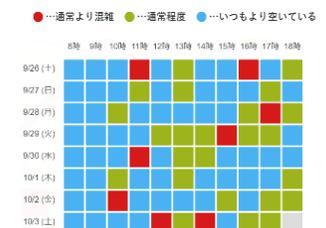
来場者の属性/
リアル行動分析



ターゲティング
広告配信



カスタマイズ
混雑マップ



< 中期経営計画 >

1) リアルとデジタルのハイブリッド型コミュニケーションデザイン的确立

- ✓ リアル×デジタルのハイブリッドプロモーションサービスの提供
- ✓ リアルイベント開催ガイドラインの策定と実施運営の推進

Hybrid Communication Design

Real Event

▼当社独自の
感染防止ガイドライン



Digital Media



- (その他展開例)
- ・各種SNS
 - ・オンライン
会議ツール
など

< 中期経営計画 >

2) 新規開拓のための組織体制・施策の強化

組織体制の強化

< 新規営業増員 >

- ✓ 新規案件の創出・獲得
- ✓ 市場開拓

< クリエイティブ力強化 >

- ✓ 領域を超えたクリエイティブ力の強化
- ✓ 受注活動の最大化

マーケティング施策の強化

< 自社メディアの強化 >

Think EXperience

- ✓ コンテンツの開発・拡充
- ✓ 新たな顧客・案件の獲得

マーケティング施策の強化

www.think-experience.com



Think EXperience

“体験価値”にフォーカスしたオンラインメディア

コンテンツの拡充・開発を行い、新たな顧客・案件の獲得を目指す

Main theme

#1 Marketing

#2 Creative

#3 Event Marketing

#4 Sustainable



< 中期経営計画 >

3) 制作部門の**内製領域の拡大**（商環境分野、デジタル分野）

✓ 2020年7月に東京都江東区に制作スタジオ「HAKUTEN T-BASE」をOPEN



2021年3月期第2四半期 プロジェクト紹介 -商環境事業の伸張-

「スター精密菊川工場」ソリューションセンター







「見て・触れて・知る」ことが出来る体験型店舗 日本橋 西川





AIR

AIR
より高度なクッション性を求め、寝返りもスムーズで横向き寝にも対応します。

AIR
より高度なクッション性を求め、寝返りもスムーズで横向き寝にも対応します。

AIR
より高度なクッション性を求め、寝返りもスムーズで横向き寝にも対応します。

SLEEP
Smile
AIR

AIR www.airsleep.jp

NSD body

2021年3月期第2四半期 プロジェクト紹介 -リアルイベント復活の兆し-

Groupe PSA Japan 株式会社 / BERLINGOローンチ記念イベント





2021年3月期第2四半期 プロジェクト紹介 -リアルイベント復活の兆し-

UCCコーヒープロフェッショナル / UCC Smile Festa 2020





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。