

H A K U T E N

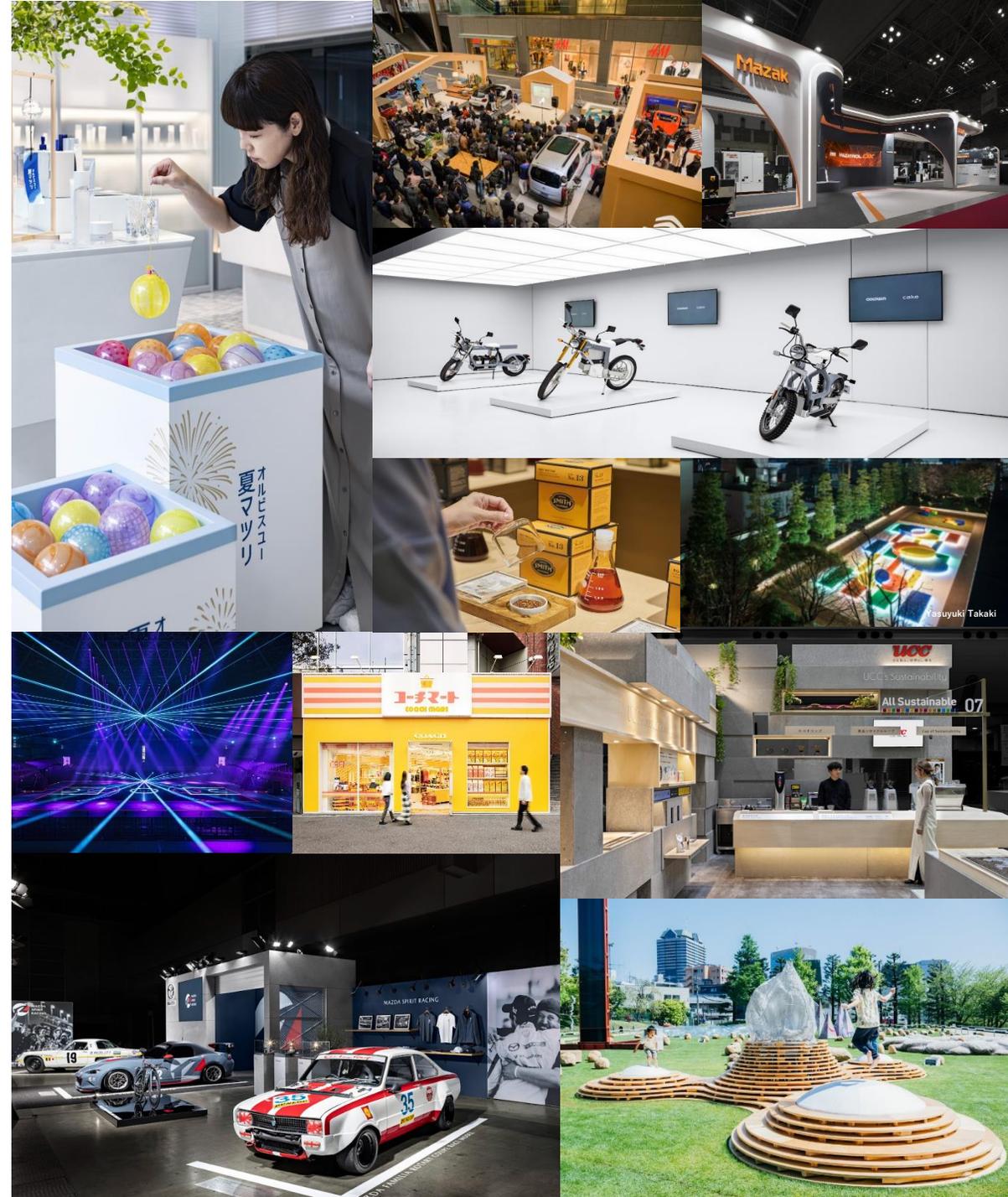
2023年12月期

第2四半期 決算説明資料

株式会社 博展（証券コード：2173）

目次

1. 決算のハイライト
2. 業績、及び重要経営指標
3. 事業トピックス
4. Appendix



2023年12月期 第2四半期

1. 決算のハイライト

1. 決算のハイライト

第2四半期業績（累計実績）

第2四半期累計で**過去最高の売上高**を達成

受注も引き続き好調、**当期計画達成に向けて堅調に推移**

売上高6,292百万円（前年同期比+12.0%）、営業利益79百万円（前年同期比△63.8%）、当期純利益13百万円（前年同期比△91.3%）で着地

第3四半期売上計上予定の受注が好調、当期計画達成に向け堅調に推移

1. 決算のハイライト

ポイント

第3四半期案件の受注が好調、受注残高は68億円超で過去最高

ジャパンモビリティショーなどの大型展示会案件を中心に、第3四半期の大型案件の受注が好調、通期の業績計画達成に向け堅調に推移

中期的な成長投資として、10月1日に本社移転※を完了

パーパス実現のため、中・長期の成長を見据えた積極的な投資を継続、ワンフロア・オフィスへの移転により社内外のコミュニケーションを活性化

(※) 本社移転にかかる費用 移転にかかる一時費用：75百万円
家賃等年間費用増加額：151百万円

2023年12月期 第2四半期

2. 業績、及び重要経営指標

2. 業績、及び重要経営指標

第2四半期実績

売上高は第1四半期につづき、第2四半期でも過去最高
第3四半期の大規模案件の進捗が好調なことから、通期では大幅な利益改善の見込み

(単位：百万円)	2023年3月期 第2四半期 (7-9月)	2023年3月期 第2四半期累計 (4-9月)	2023年12月期 第2四半期 (7-9月)	2023年12月期 第2四半期累計 (4-9月)
売上高 YoY (YoY)	2,734	5,618	3,253 + 518 (+ 18.9%)	6,292 + 674 (+ 12.0%)
営業利益 YoY (YoY)	145	219	99 △45 (△31.3%)	79 △139 (△63.8%)
当期純利益 YoY (YoY)	106	151	54 △51 (△48.4%)	13 △138 (△91.3%)

注) 当期は2023年4月～12月の9か月の変則決算

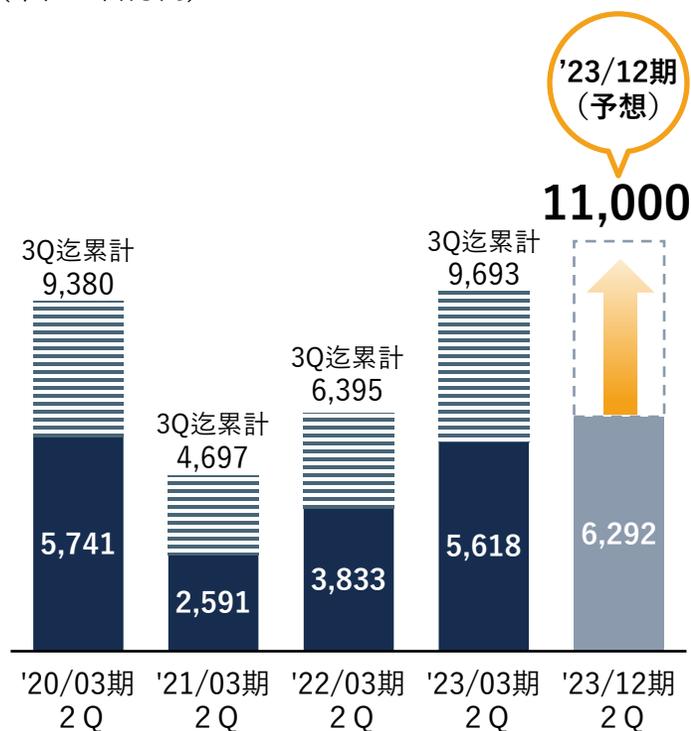
2. 業績、及び重要経営指標

第2四半期実績（累計実績）

成長投資のコスト増加により増収減益となるも、
第3四半期の大規模案件が順調に進捗していることから、通期計画達成に向けて堅調に推移

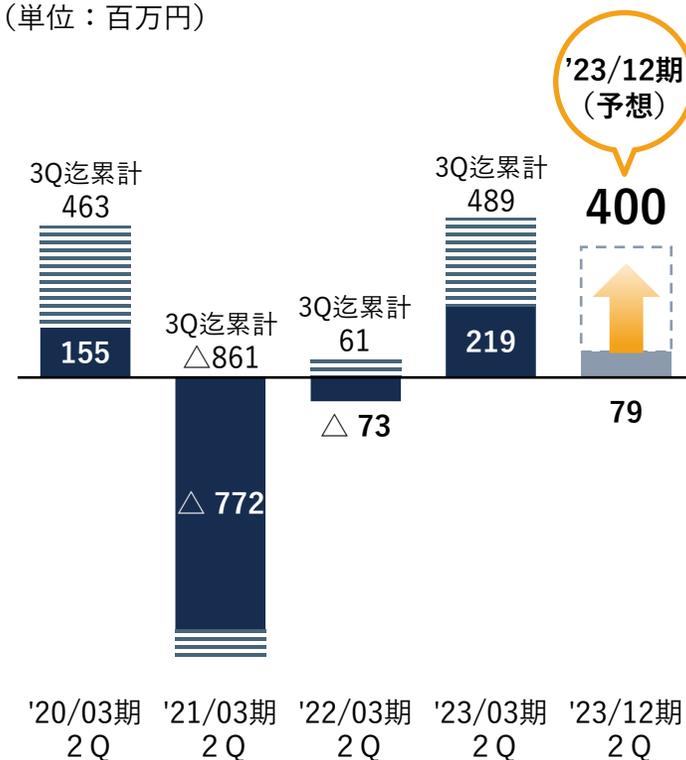
売上高

(単位：百万円)



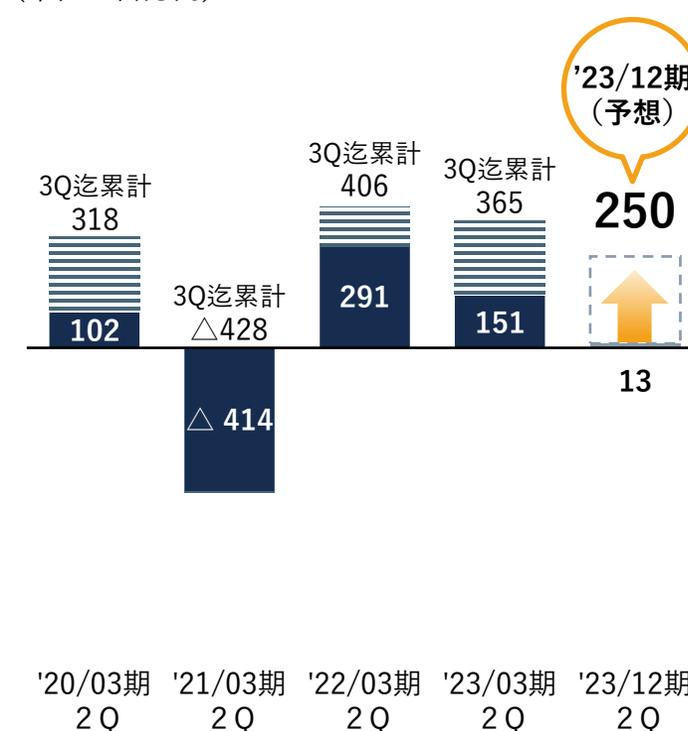
営業利益

(単位：百万円)



当期純利益

(単位：百万円)



2. 業績、及び重要経営指標

商材別売上高指標（累計実績）

引き続きリアルイベント分野が伸長、商環境分野は上昇トレンドに転換

リアルイベント分野

4,876百万円 対前年同期比 **+19.9%**

デジタルとのハイブリッド案件を含む展示会出展領域・イベントプロモーションが好調

デジタル分野

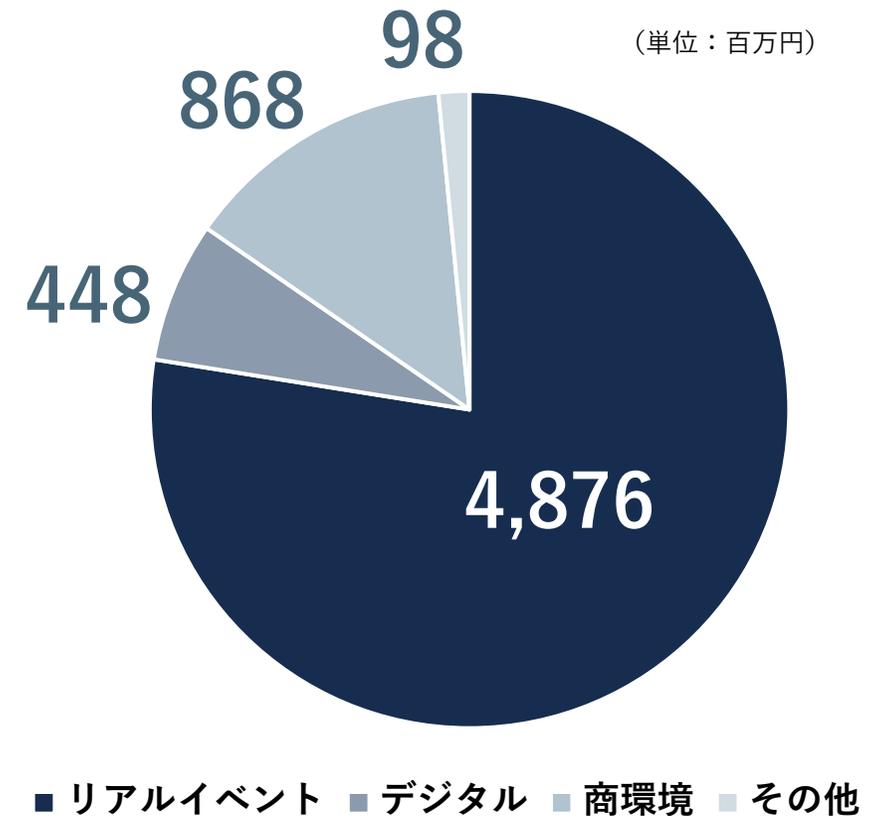
448百万円 対前年同期比 **△38.4%**

デジタル分野単独では減少

商環境分野

868百万円 対前年同期比 **+17.9%**

リアルイベントへの注力を要因とした減少予想も、当四半期に上昇トレンドに



2. 業績、及び重要経営指標

事業ユニット別の売上・利益の状況

BtoBマーケティング、BtoCマーケティングおよび展示会事業が好調
 中部・西日本事業は前年同期比で売上高はマイナスも、通期では前年同期を上回る見込み

	2023年3月期 2Q累計期間(4-9月)		2023年12月期 2Q累計期間(4-9月)		前年同期比		ユニット毎の 概況と見通し
	売上高	売上高 外注比率	売上高	売上高 外注比率	売上高	売上高 外注比率	
(単位：百万円)							
BtoB マーケティング事業 ▶BtoB事業を運営する顧客市場	2,721	56.0%	3,073	56.0%	+352	±0.0%	外注比率を抑制したうえで売上高増 売上高・利益共に堅調な見通し
BtoC マーケティング事業 ▶BtoC事業を運営する顧客市場	1,751	61.6%	1,882	58.6%	+131	△3.0%	外注比率を抑制したうえで売上高増 売上高・利益共に堅調な見通し
中部・西日本事業 ▶中部・西日本の顧客市場	649	58.4%	635	60.4%	△14	+2.0%	売上高が前年同期比ほぼ同額で着地 利益改善に向け外注比率適正化対応中
展示会事業 ▶中小展示会商材市場	228	65.1%	385	66.9%	+157	+1.8%	顧客数の増加により堅調に推移
その他 ▶子会社を含むその他領域	269	-	317	-	+48	-	-

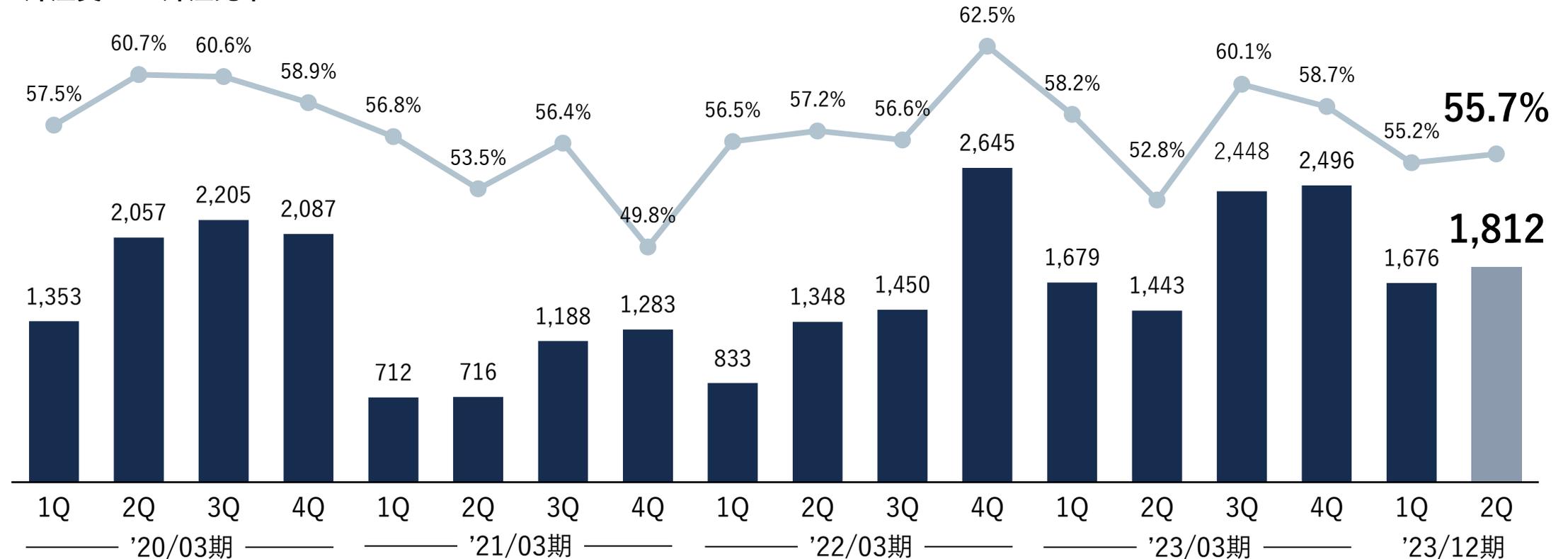
2. 業績、及び重要経営指標

外注比率

外注比率を抑制しつつ順調に売上高を積上げたことで利益確保につながる

(単位：百万円)

■ 外注費 ● 外注比率



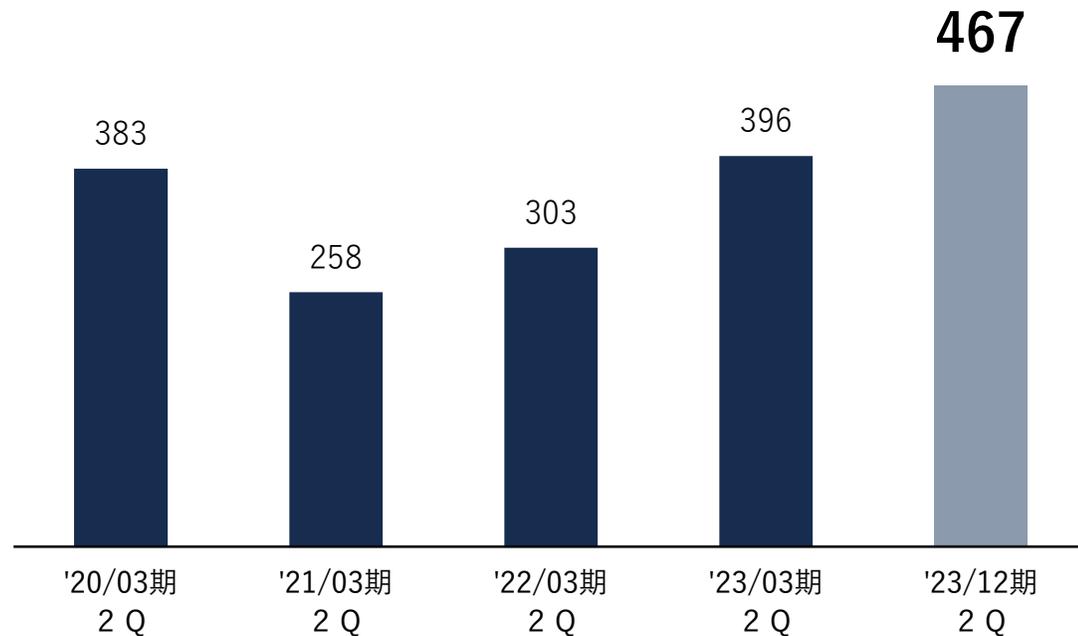
2. 業績、及び重要経営指標

顧客数・顧客単価 ※単体

顧客数伸長も、これに伴う新規案件数増加のため顧客単価は微減

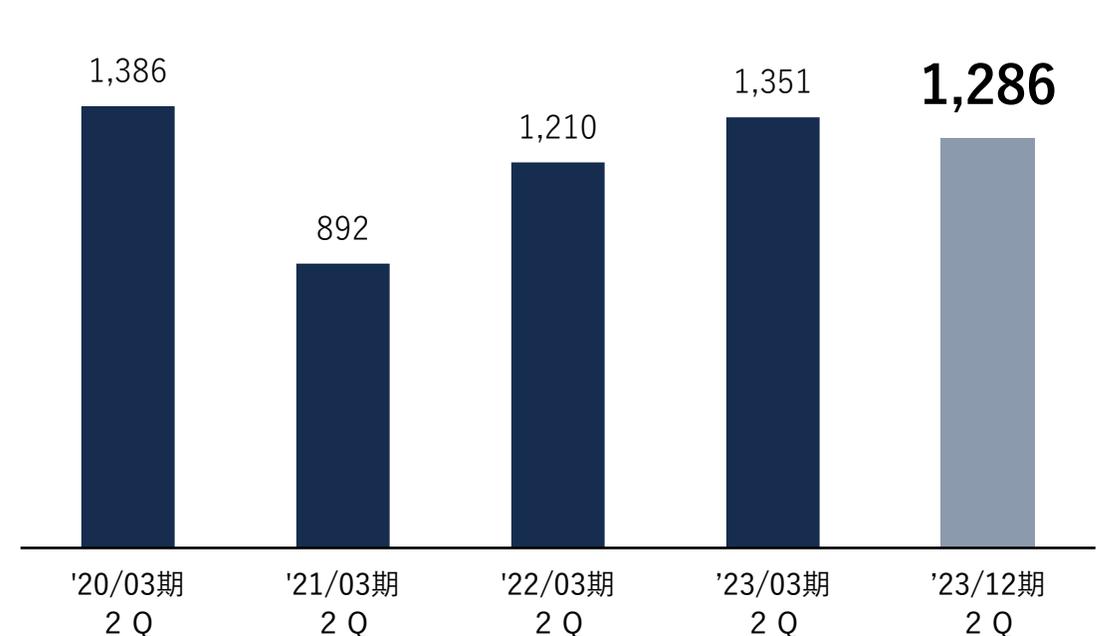
顧客数

(単位：社)



顧客単価

(単位：万円)



注) 顧客数、顧客単価共に、展示会事業における「パケテン」サービスの小規模顧客は除く。

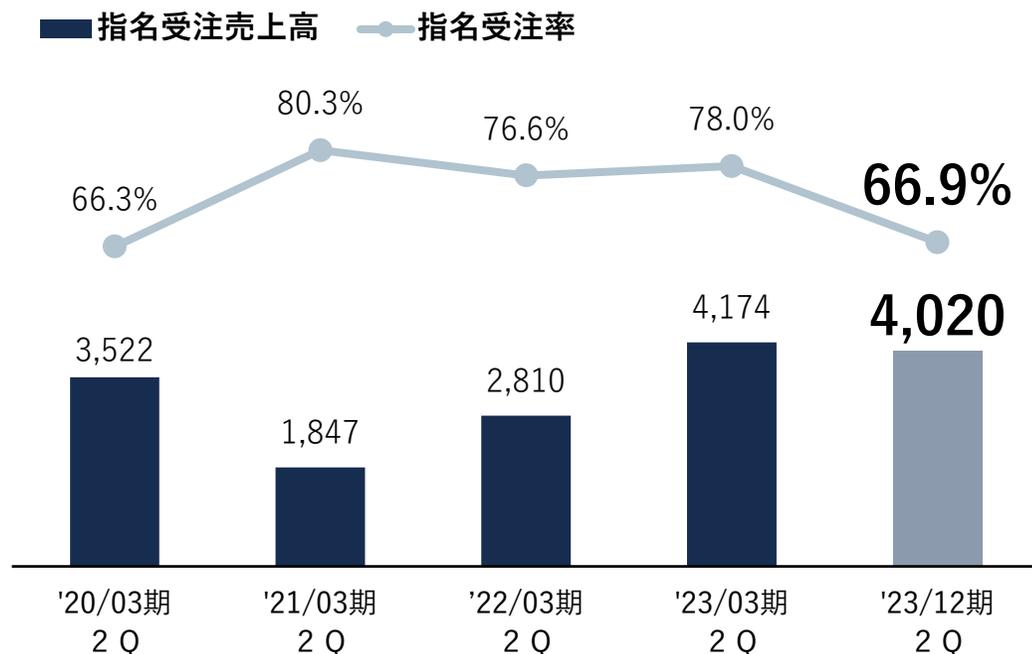
2. 業績、及び重要経営指標

指名受注売上高・リピート売上高 ※単体

指名受注売上高・リピート売上高ともに引き続き高い水準を維持するも、第2四半期累計では、新規案件が増加したことで指名受注率・リピート率ともに低下

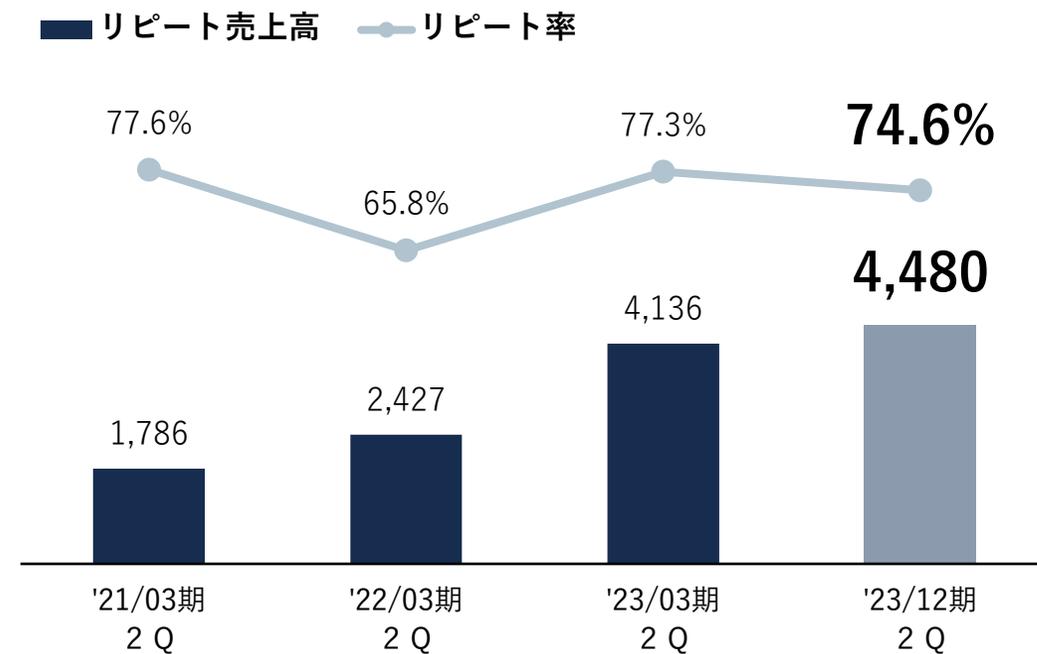
指名受注売上高／指名受注率

(単位：百万円)



リピート売上高／リピート率

(単位：百万円)

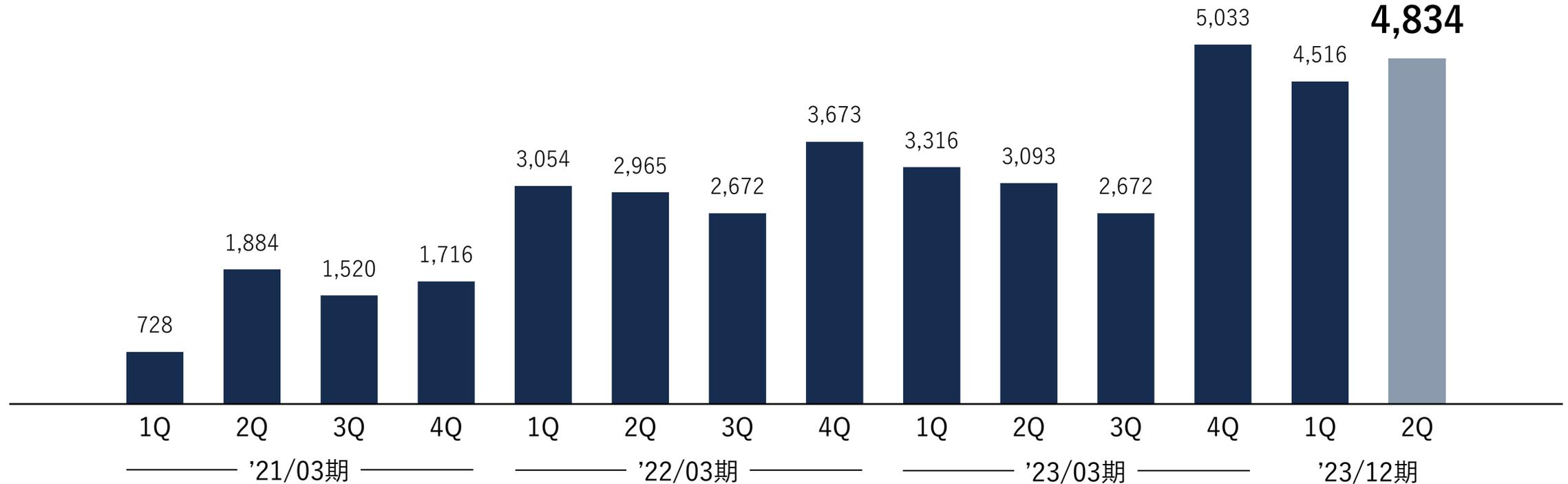


2. 業績、及び重要経営指標

受注高四半期別推移

売上高とともに、過去最高の第2四半期受注高で着地

(単位：百万円)



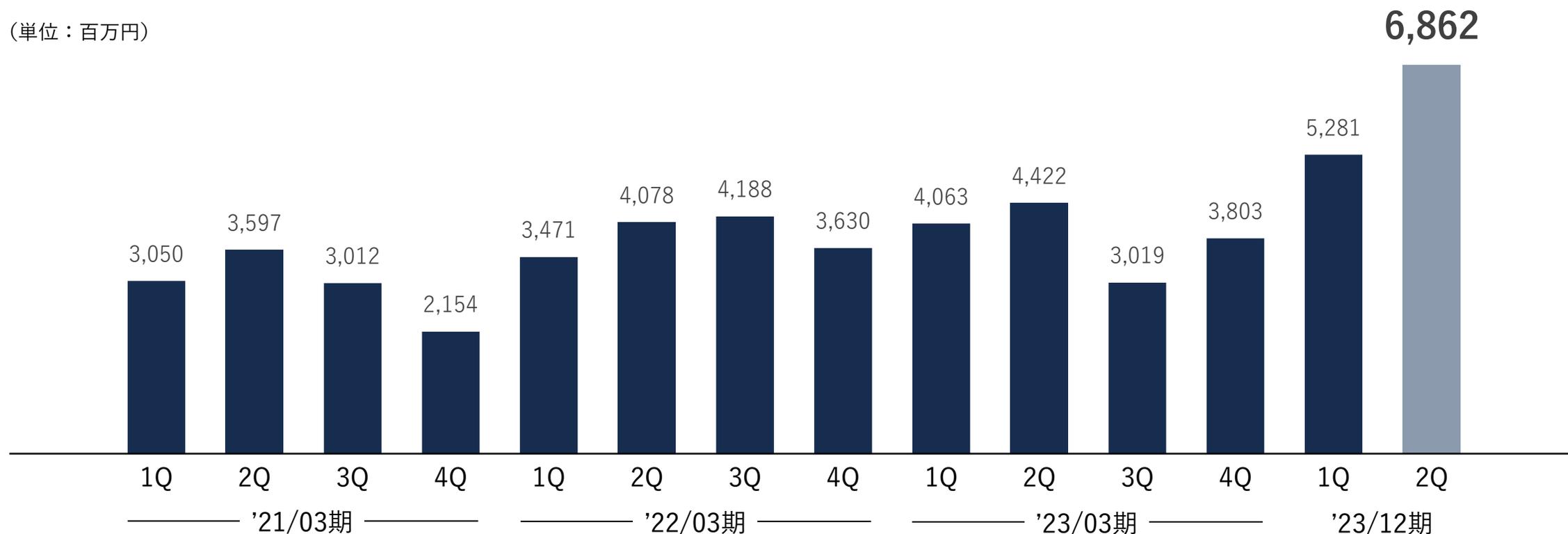
注) '21/03期には連結対象外となった株式会社アイアクトの受注高が含まれております。

2. 業績、及び重要経営指標

受注残高四半期別推移

第1四半期末に過去最高額で着地した受注残を順調に消化したうえで、主に第3四半期案件の受注残の更なる積み増しにより過去最高となる

(単位：百万円)



注) '21/03期には連結対象外となった株式会社アイアクトの受注残高が含まれております。

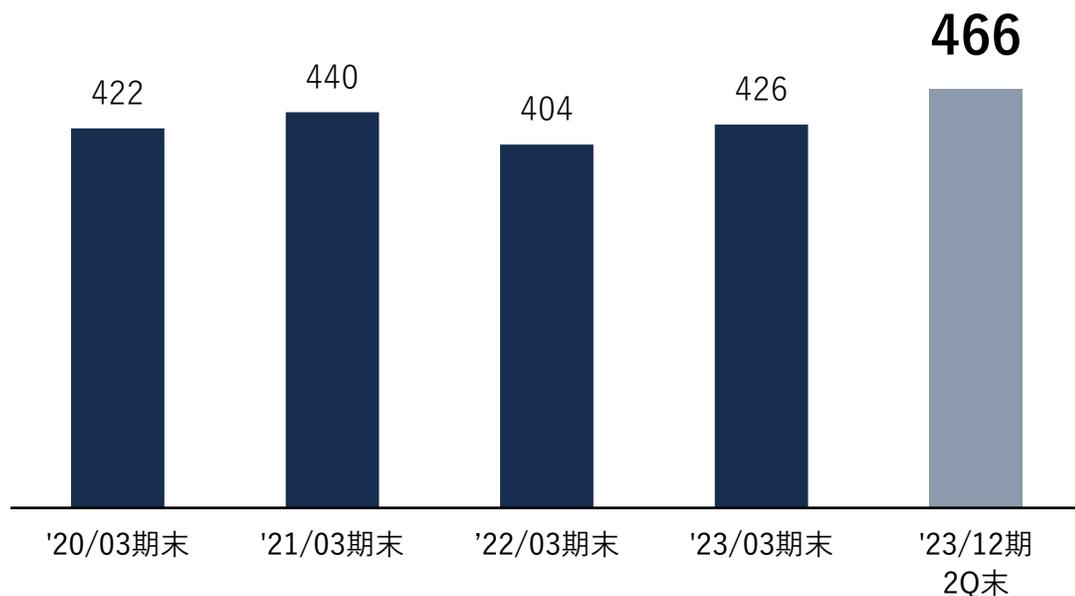
2. 業績、及び重要経営指標

人材戦略

中期の成長に向け人的資本強化に注力、前年同期からの高い1人当たり売上総利益額を維持

従業員数の推移

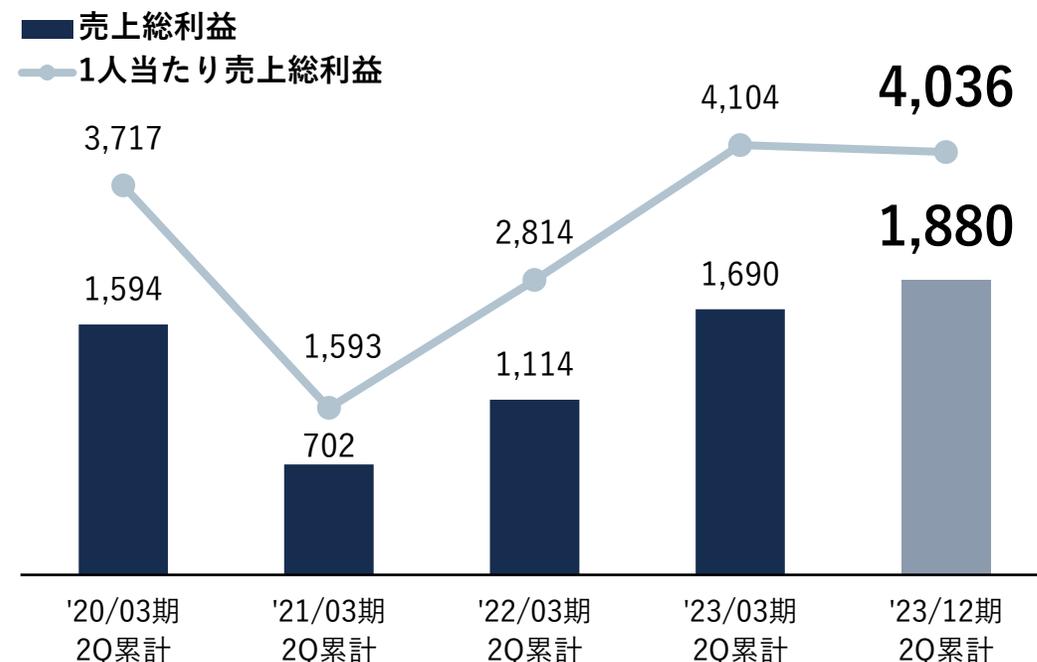
(単位：人)



従業員1人当たり売上総利益額の推移

(単位：百万円)

(単位：千円)



2. 業績、及び重要経営指標

経営基盤 (B/S)

純資産減少となるも、第3四半期の大規模案件の寄与により通期では純資産増加を見込む

区分	科目	前期末 (2023年3月末)	当四半期末 (2023年9月末)	前期末比
	流動資産	4,019	4,645	625
	固定資産	921	1,200	278
資産合計		4,941	5,845	904
	流動負債	2,778	3,726	948
	固定負債	171	143	△ 27
負債合計		2,949	3,869	920
純資産合計		1,991	1,975	△ 16
負債純資産合計		4,941	5,845	904

- 総資産は5,845百万円となり、前期末比904百万円の増加
第3四半期案件にかかる仕掛品の増加、本社移転に伴う敷金の増加が主な要因
- 負債は3,869百万円となり、前期末比920百万円の増加
短期借入金の増加が主な要因
- 純資産は1,975百万円となり、前期末比16百万円の減少
通期では純資産増を見込む

2. 業績、及び重要経営指標

当期計画の進捗と要因のまとめ

第2四半期累計で過去最高の売上高を達成し、投資コストを吸収したうえで黒字化
好調な第3四半期案件の受注により過去最高の受注残高を維持、通期の計画達成が視野に

2023年12月期 計画の進捗状況

(単位：百万円)

	通期計画 (4-12月)	2Q累計実績 (4-9月)	計画達成率 (%)
売上高	11,000	6,292	57.2%
営業利益	400	79	19.9%
当期純利益	250	13	5.3%

要因分析

- 月次ベースでの案件管理の徹底に因り過去最高の売上高を達成したことで、人材投資およびオフィス移転等の成長に向けた投資コストを吸収したうえで黒字となる
- 第3四半期案件の受注管理の徹底により、過去最高の受注残高を維持、営業利益・当期純利益ともに通期計画達成に向けて堅調に推移

注) 当期は2023年4月～12月の9か月の変則決算

2023年12月期 第2四半期

3. 事業トピックス

3. 事業トピックス

事業戦略関連

大型リアルイベントのプロジェクトを納品
コロナ禍を経て、**リアルな体験へのニーズがより活性化**



ポップアップ・エキシビション「FREUDE by BMW – THE GARDEN」

ビー・エム・ダブリュー株式会社



あなたの未来の暮らしと時間展

野村不動産株式会社

3. 事業トピックス

事業戦略関連

イベントにおけるサステナビリティの実装が進む
資源循環に配慮したデザイン設計などのサービスを提供



第23回JAPANドラッグストアショー
日本製紙クレシア株式会社



第9回ワールドデンタルショー2023
株式会社モリタ

3. 事業トピックス

事業戦略関連

地元の高校生・企業と協同で、有明の街を表現した“新しい神輿”を制作 事業特性を活かした地域共創の一環として実施



かえつ有明中・高等学校×有明ガーデン×博展

- アリアケ ミコシ・フェスティバル（有明ガーデン主催）において、高校生が“有明の街を表現した”『大神輿』づくりに全面協力
- 有明は比較的新しい埋立地であり、他の地域と比べて文化的な歴史がまだまだ浅いため、“神輿”というアプローチで新たな文化をつくる試みを企画

3. 事業トピックス

人材戦略関連

次世代人材育成「サステナビリティ・アンバサダー」制度 今期で3期目を迎え、累計約30名が活動

- サステナビリティに関する知識・ナレッジの習得を目標に、各部門からZ世代のメンバーを中心に選抜（2年間の活動）
- 月1回の定例会で外部講師による講座を受けるほか、分科会活動にも参加
- 各部門のサステナビリティ活動をけん引するべく、業務の一環として精力的に活動



今期の分科会テーマ

サステナブル・
マテリアル

DE&I推進

社内のゼロ
エミッション推進

3. 事業トピックス

ここから

経営基盤・人材戦略関連

10月1日に本社オフィスを東京スクエアガーデン（東京都中央区）に移転
オフィスをワンフロアに集約し、**社内外コミュニケーションをさらに活性化**

新オフィスコンセプト
“ゆるやかに、つながるオフィス”



2023年12月期 第2四半期

4. Appendix

Our Purpose

**人と社会の
コミュニケーションにココロを通わせ、
未来へつなげる原動力をつくる。**

Communication Design®

人・モノ・コトが、時間や場所を問わず、つながることができる時代。
私たちは社会の流れを常に捉え、
“つながること” すなわち、コミュニケーションの本質とは何かを探究し続ける。

思い掛けない出会いが、感動を呼ぶ。
理解を深めることで、信頼が築かれる。
分かち合うことで、共感が生まれる。
相手を想うことで、感謝が芽生える。

豊かなコミュニケーションには、ココロが必要だ。

ココロあるつながりは、
好奇心や挑戦への励みとなり、人と社会に創造力を与える。

そして、ココロあるつながりは、
私たちだけでできることではない。
ともに考え、ともに作り、ともに楽しむ。

ココロがあるから、人は動く。
ココロがあるから、社会が動く。

Hakuten's Purpose

人と社会のコミュニケーションにココロを通わせ、
未来へつなげる原動力をつくる。

WE ARE HAKUTEN

Communication Design®

会社概要・沿革

社名
株式会社博展
Hakuten Corporation

グループ会社
株式会社スプラシア
株式会社ニチナン

創業 / 設立
1967年 / 1970年

事業拠点
東京本社 /
西日本事業所 / 中部営業所
制作スタジオ（東京・大阪）

従業員数
連結 426名（2023年3月期末時点）

資本金
2億548万円（2023年3月期末時点）

Our History

2013

商環境事業を開始



デジタルマーケティング
サポートの提供を開始



カンファレンス・セミナー
のサービス提供を開始

2008

大阪証券取引所
「ヘラクレス」
(現：JASDAQグロース)
に株式を上場

2010

主催イベント事業
へ本格参入



2015

イベントプロモーション
事業を開始



サステナブルブランド
コミュニティ活動を開始



2017

株式会社スプラシアを
完全子会社化



2018

売上高が100億円を突破

2020

自社配信スタジオを開設し
オンライン配信事業を開始

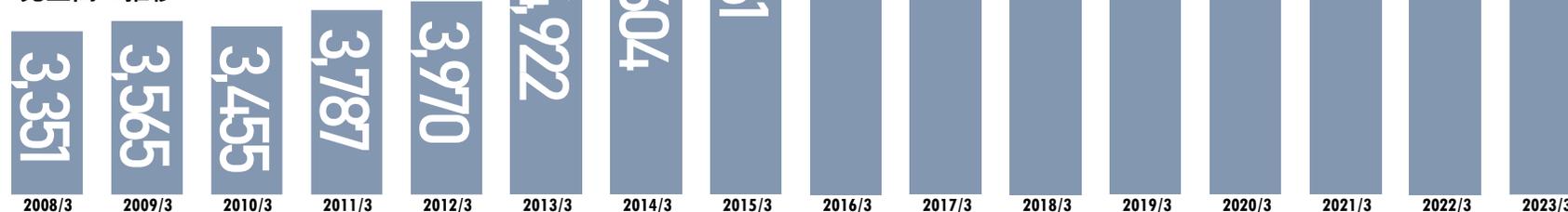


2021

株式会社ニチナンを
完全子会社化

株式会社ニチナン

・売上高の推移



“体験の創造”で企業・社会の課題解決を支援

Communication Design[®]

“人の体験”を統合的にデザイン

イベント EVENT

Exhibition 展示会出展支援

Promotion Event プロモーションイベント

Business Matching 商談会

Seminar セミナー

デジタル DIGITAL

On-line Event オンラインイベント

Digital Marketing デジタルマーケティング

Digital Contents デジタルコンテンツ

施設・環境開発 FACILITY

Showroom ショールーム

Shop/Store 店舗

Facility Development 施設開発

事業領域

B to B マーケティング



B to C マーケティング



行政・自治体事業 / 街づくり関連



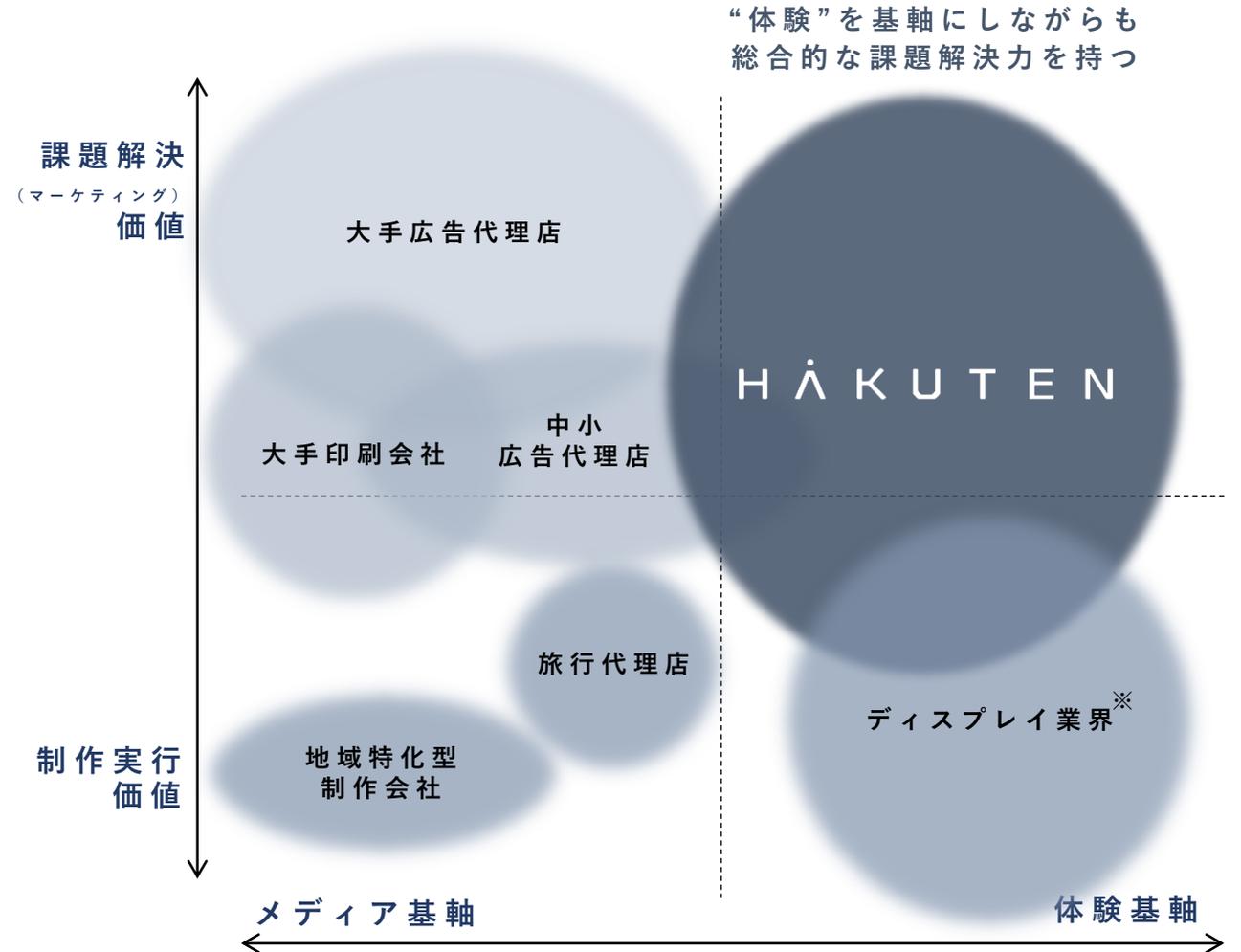
各領域とも、デジタルコンテンツやオンライン施策を交えながら統合的にサービスを提供しています

事業特徴 (ポジショニング)

“体験の創造”を基軸に、 高い成果を創るエキスパート

“体験の創造”に強みを持ちながらも、
単なる制作に留まらず、総合的に顧客の
課題解決を導きます。

お客様の課題解決を上流の戦略面から
サポートすると共に、クオリティの高い
制作実行まで提供することで、
成果の最大化を実現できます。

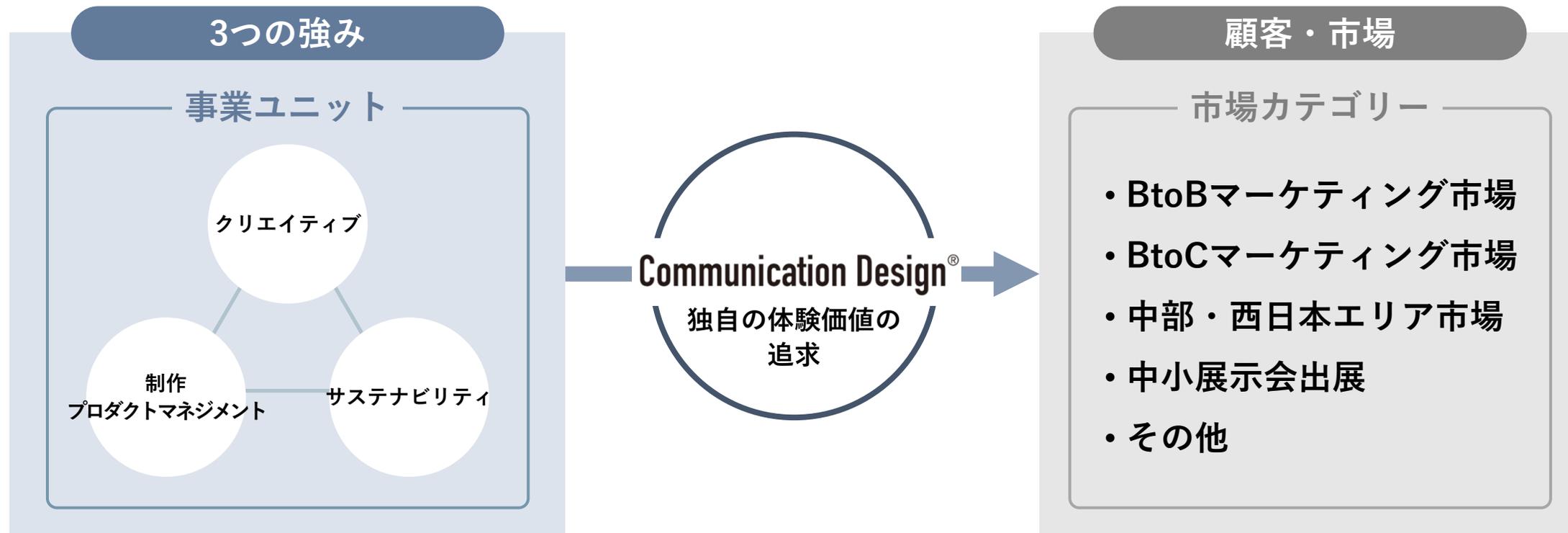


※ディスプレイ業界とは建物の内装や展示を中心としたデザインを行う会社群、業界のことを指します。

事業特徴（事業ユニット戦略）

事業ユニット戦略と体験価値を追求する3つの強み

クリエイティブ、制作・プロダクトマネジメント、サステナビリティ は、博展が提供する体験の価値を高める3つの強みであり、顧客の市場カテゴリー別の事業ユニットとして、三位一体でサービスを提供しています。



中期業績計画

2025年12月期に、売上高190億円、営業利益14億円を目指す

(単位：百万円)

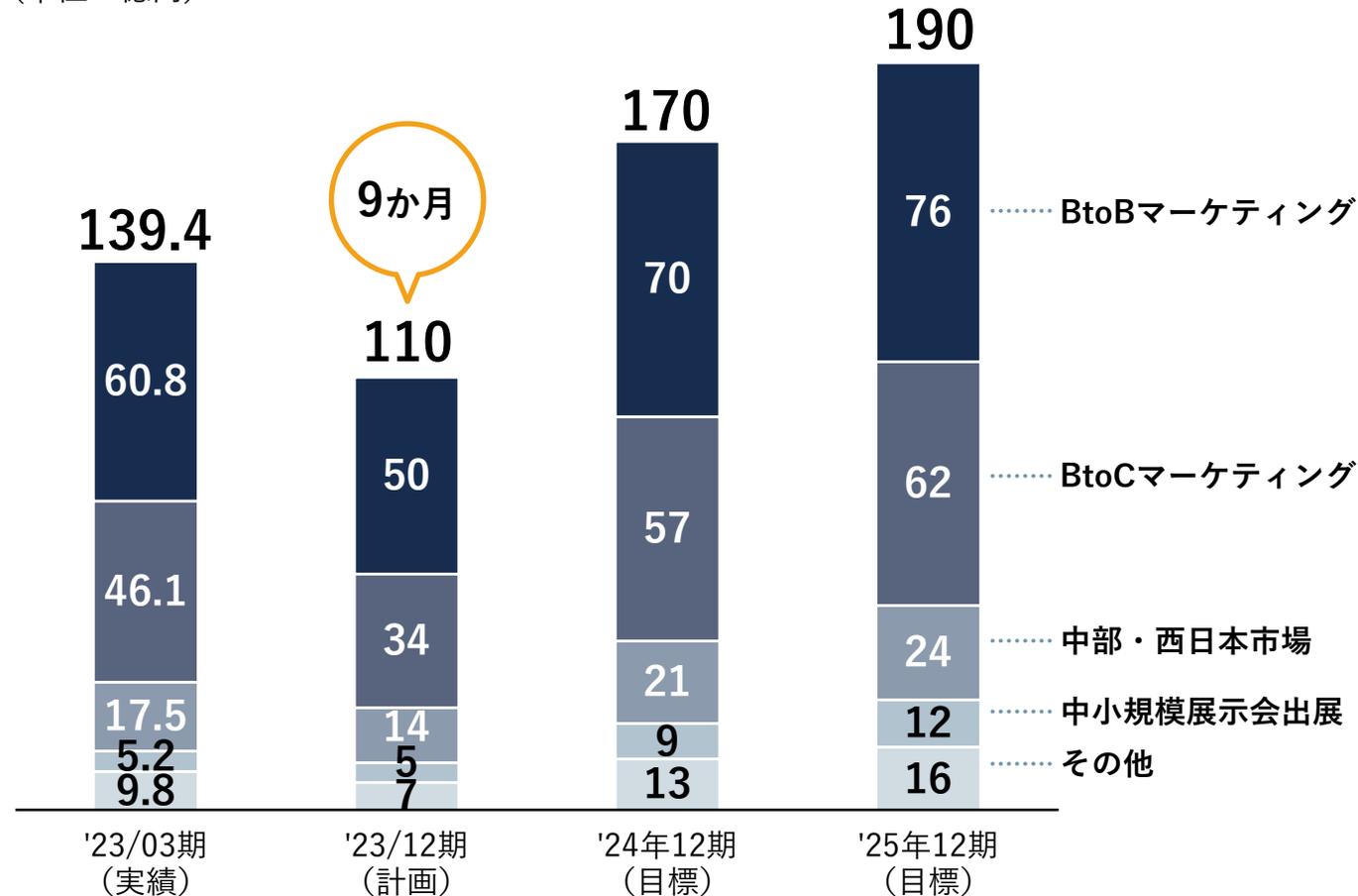
	2023年3月期	2023年12月期 (予想・9か月)	2024年12月期 (目標)	2025年12月期 (目標)
売上高	13,943	11,000	17,000	19,000
営業利益	739	400	1,200	1,400
親会社株主に 帰属する当期純利益	553	250	820	980

事業ユニット別の成長戦略と計画

各事業ユニットのターゲット市場における事業成長により、中期計画の達成を目指す

事業ユニット別 成長イメージ

(単位：億円)



各事業ユニットの成長計画

各事業ユニットによる市場カテゴリー別の成長を左図のように想定しており、各領域の市場において実現しうる十分なポテンシャルがあります。

2025年12月期 (目標) の前提条件

イベント関連市場が現在の想定のとおり良好な環境で、人材等の経営資源の獲得が計画のとおり進捗することを前提とした計画です。

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の実績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等については検証に限界があるため、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお本資料につきましては、毎事業年度末後、6月末までに最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。