

H A K U T E N

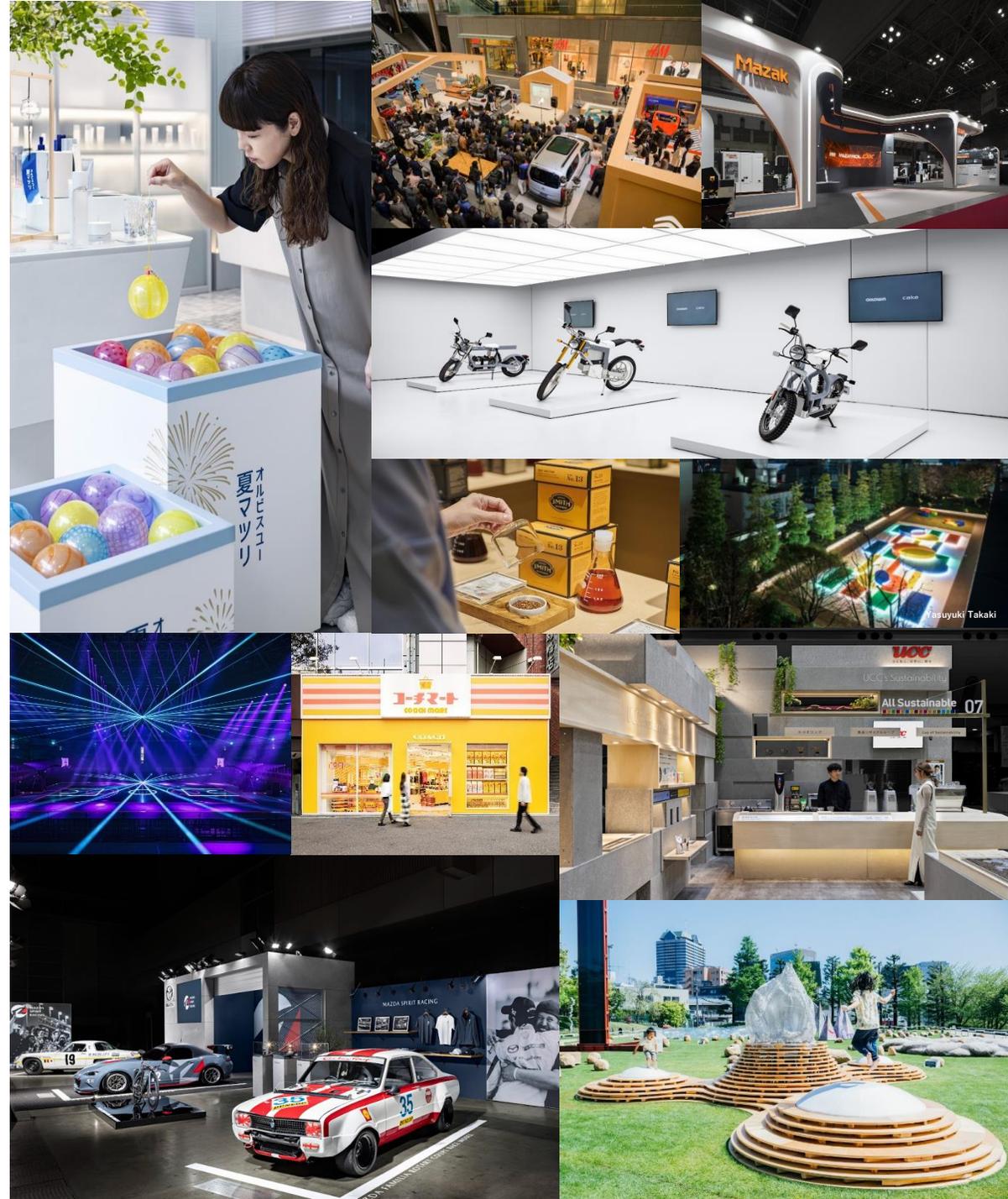
2023年12月期 (2023年4月～12月)

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. 株主還元
4. 事業トピックス
5. Appendix



2023年12月期

1. 決算のハイライト

1. 決算のハイライト

通期業績

決算期変更による9か月の変則決算にも関わらず、
過去最高益を記録
営業利益は初の10億円超を記録。

売上高13,136百万円(前年同期比+35.5%)、営業利益1,027百万円(前年同期比+109.8%)、
当期純利益678百万円(前年同期比+85.7%)で着地

1. 決算のハイライト

ポイント

第3四半期の大型案件の受注に因り、売上高が大幅に伸長

Japan Mobility Show などの大型展示会の案件を多数受注、納品
事業ユニット制による、顧客特性に合わせたサービスの提供を推進した効果が発現

案件マネジメントの強化により利益率を向上

顧客価値の高いサービスの提供を推進し、
仕入価格の適正化を進めることで利益率の向上を実現

2023年12月期

2. 業績、及び重要経営指標

2. 業績、及び重要経営指標

通期実績

同一期間比（3月～12月の9か月）で過去最高の売上高、営業利益、当期純利益を記録
第3四半期の大規模案件の着実な納品に因り、大幅な増収増益となる

(単位：百万円)	2023年3月期		2023年12月期	
	第3四半期 (10-12月)	第3四半期累計 (4-12月)	第3四半期 (10-12月)	通期(第3四半期)累計 (4-12月)
売上高 前年同期比	4,075	9,693	6,844 + 2,768 (+ 67.9%)	13,136 + 3,443 (+ 35.5%)
営業利益 前年同期比	270	489	947 + 677 (+ 250.6%)	1,027 + 537 (+ 109.8%)
当期純利益 前年同期比	214	365	665 + 451 (+ 210.5%)	678 + 313 (+ 85.7%)

注) 当期は2023年4月～12月の9か月の変則決算

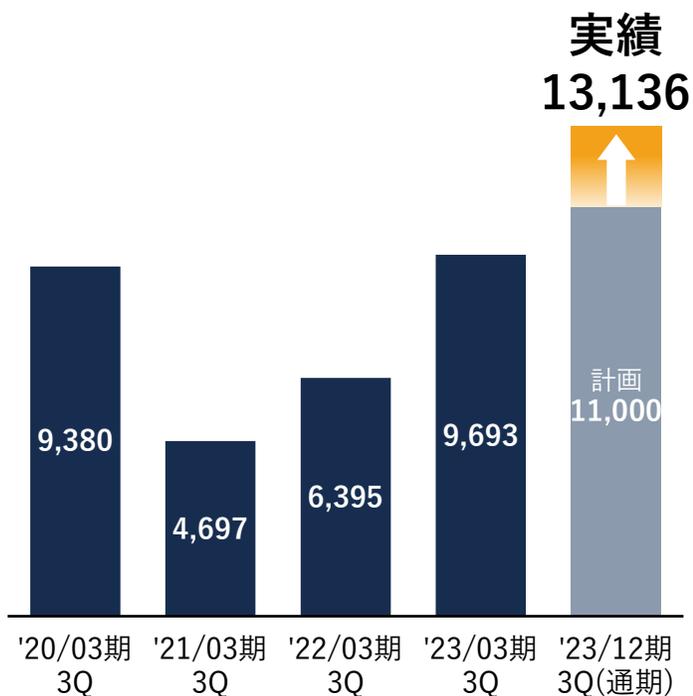
2. 業績、及び重要経営指標

通期実績（9か月累計実績推移）

第3四半期の大規模案件の着実な納品に因り、
本社移転及び人材育成投資等の成長投資に因るコスト増を吸収して当期計画を大幅に達成

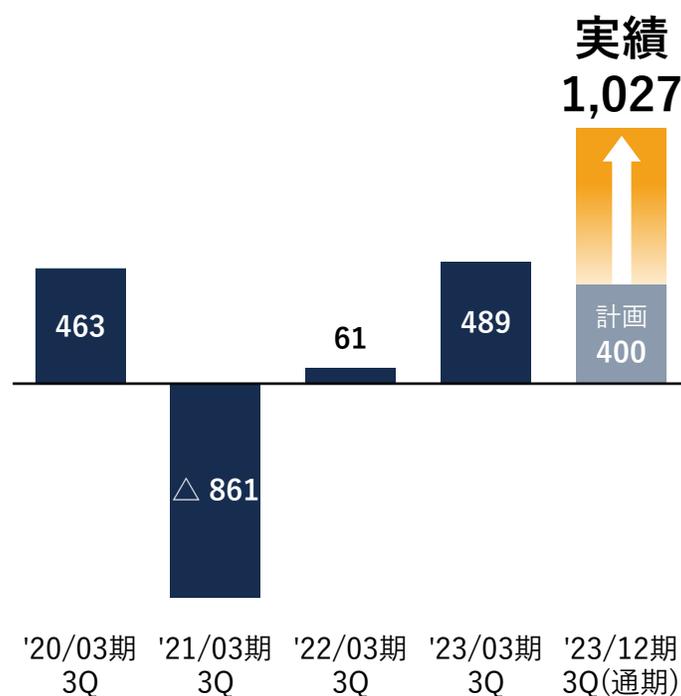
売上高

(単位：百万円)



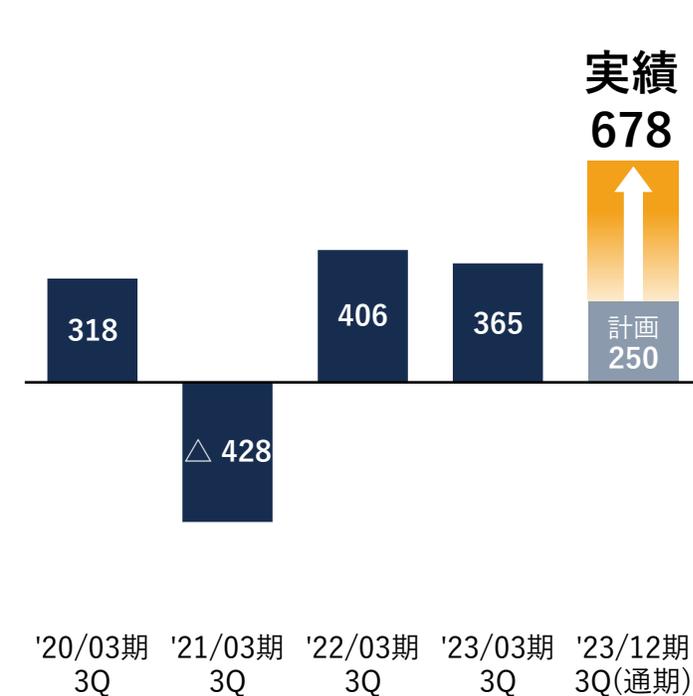
営業利益

(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

当期計画の達成状況とその要因

事業ユニット別の営業戦略により、当第3四半期の大型案件を受注・納品
人材等の将来投資継続によるコストを吸収して過去最高益を記録

2023年12月期計画の達成状況

(単位：百万円)

	通期計画 (4-12月)	通期実績 (4-12月)	計画達成率 (%)
売上高	11,000	13,136	119.4%
営業利益	400	1,027	256.8%
当期純利益	250	678	271.6%

要因分析

- ユニット戦略による顧客深耕を着実に進めることで、顧客毎の年間取引額を伸長
- タイムリーな案件マネジメントの徹底に因り、これまでになかった規模の案件を営業利益率を確保したうえで納品
- 物価高騰の中、予算管理の徹底に因り、人材投資および本社移転コストを適時・適切に管理

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

商材別売上高指標（累計実績）

デジタル分野単独では伸びが鈍化するも、
リアルイベント分野及び商環境分野が大きく伸長

リアルイベント分野

10,913百万円 前年同期比 **+47.2%**

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

デジタル分野

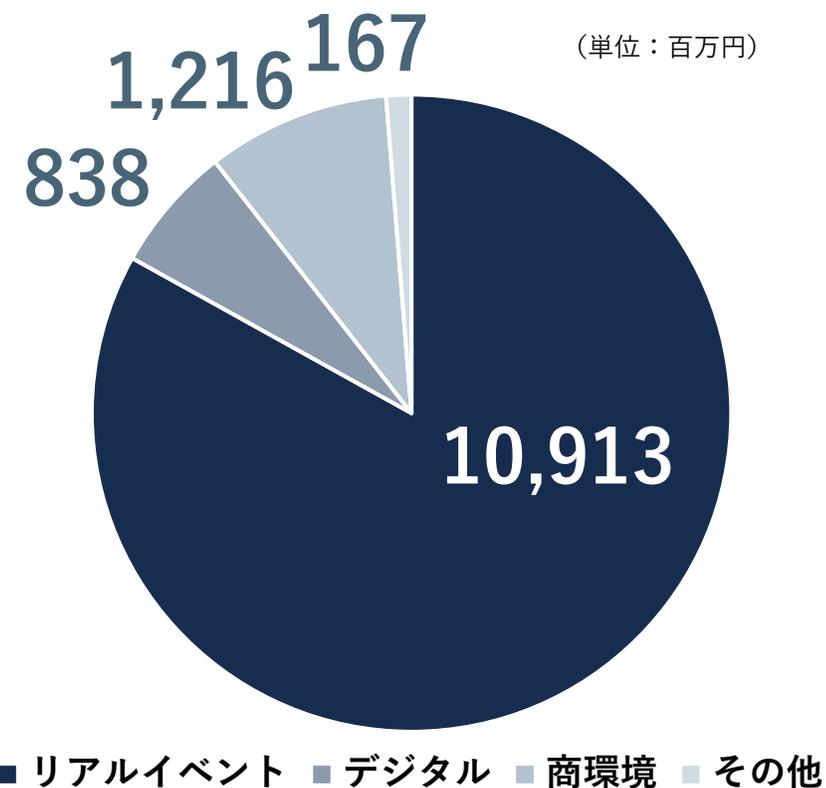
838百万円 前年同期比 **△27.0%**

リアルイベントとのハイブリッド化が進んだため、デジタル単独では減少

商環境分野

1,216百万円 前年同期比 **+22.3%**

前四半期に上昇トレンドに転換し、通期でも対前年同期比でプラスで着地



2. 業績、及び重要経営指標

事業ユニット別の売上高および外注比率の状況

事業ユニット別の営業戦略が奏功し、主要四事業において売上高が前年同期比大幅増
特に、BtoCマーケティング事業が売上高大幅増に寄与

	2023年3月期 3Q累計期間(4-12月)		2023年12月期 通期(4-12月)		前年同期比		事業ユニット別の概況
	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	4,429	57.1%	5,005	56.0%	+576	△1.1%	外注比率を抑制したうえで売上高増を達成し、売上高・利益共に堅調な結果で着地
BtoC マーケティング事業 ▶BtoC事業を運営する顧客市場	3,019	62.3%	5,144	60.6%	+2,125	△1.6%	売上高急伸により外注比率の抑制は限定的となるも、売上高・利益共に大きく伸長
中部・西日本事業 ▶中部・西日本の顧客市場	1,017	65.8%	1,569	56.2%	+552	△9.7%	外注比率を大きく抑制したうえで、当四半期累計期間において売上高が前年同期比でプラスに転換
展示会事業 ▶中小展示会商材市場	403	66.2%	674	66.8%	+271	+0.6%	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	825	—	744	—	△81	—	—

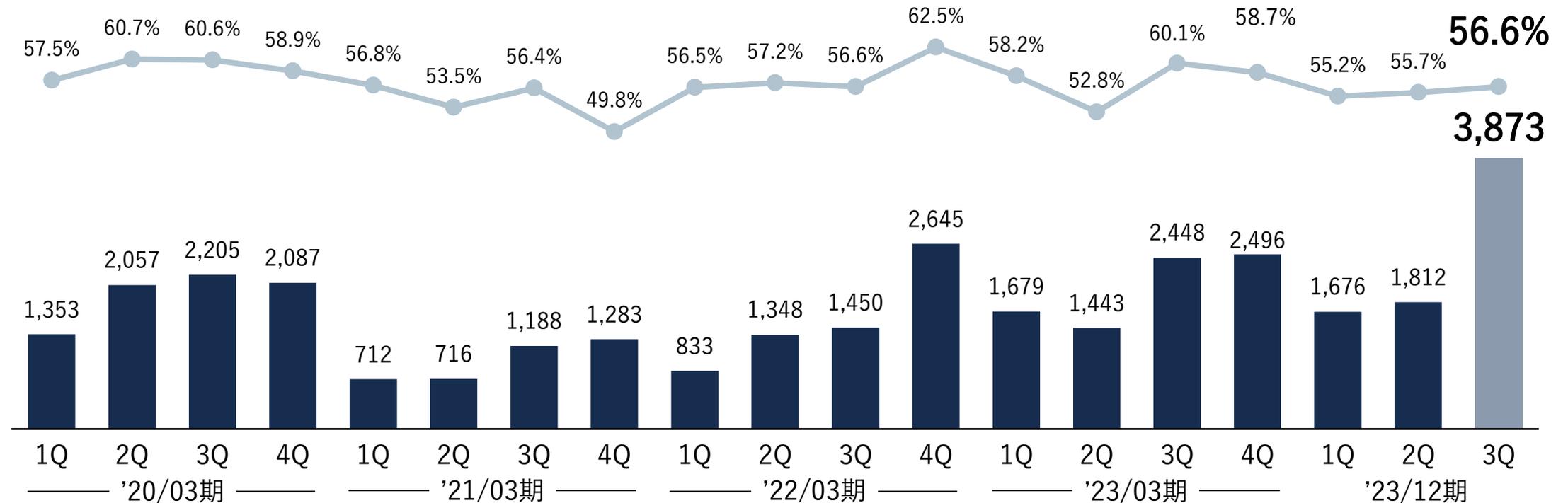
2. 業績、及び重要経営指標

外注比率

売上高の伸長に伴い外注費が増加する中、外注比率の適正化を図り利益を確保

(単位：百万円)

■ 外注費 ● 外注比率



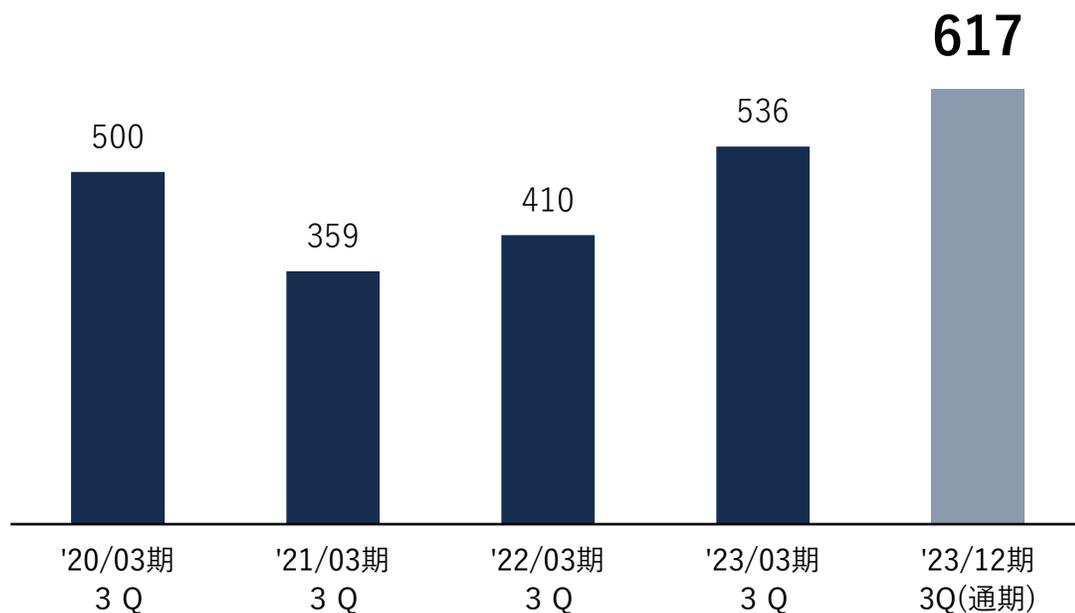
2. 業績、及び重要経営指標

顧客数・顧客単価 ※単体

新規顧客数増となる中においても、
案件の大型化、顧客毎の年間取引額の拡大を促進することで顧客単価を向上

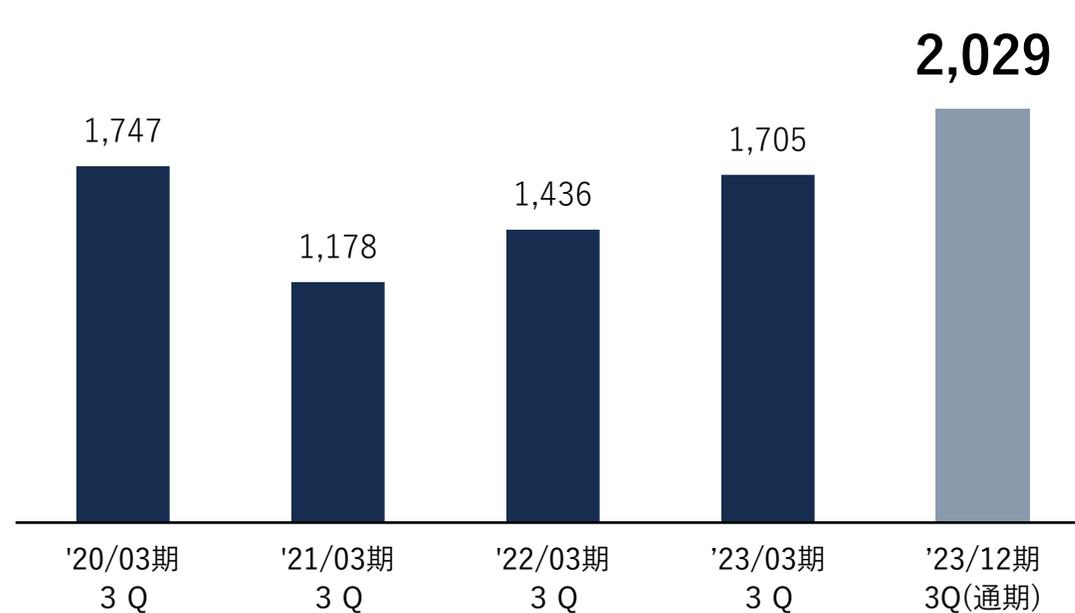
顧客数

(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。

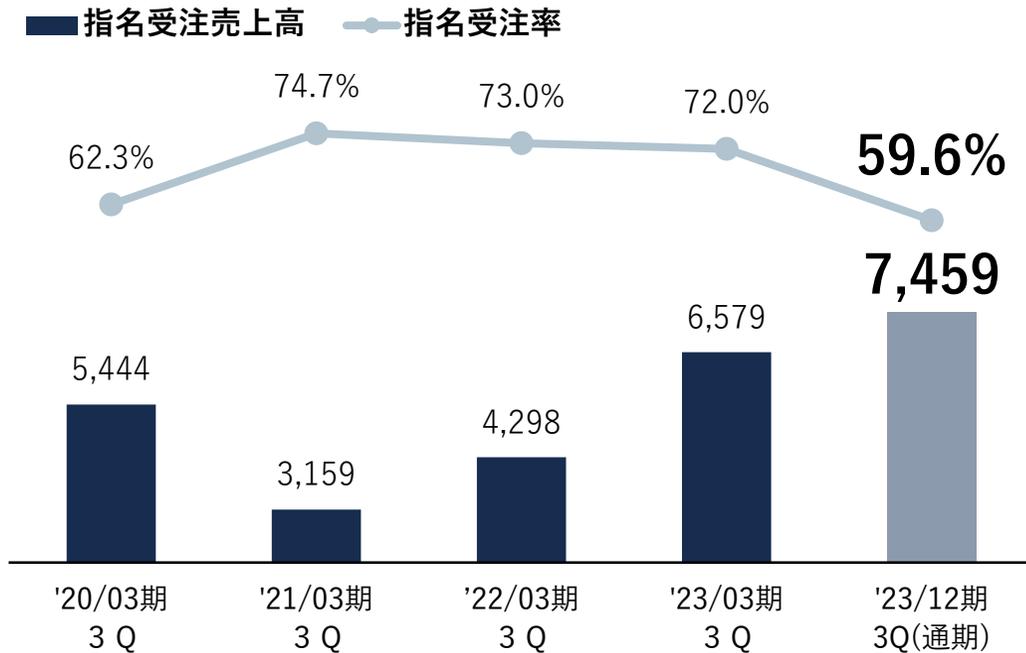
2. 業績、及び重要経営指標

指名受注売上高・リピート売上高 ※単体

新規顧客案件が増加したことで、相対的に指名受注率・リピート率低下となるも、指名受注売上高・リピート売上高ともに伸長し、利益に寄与

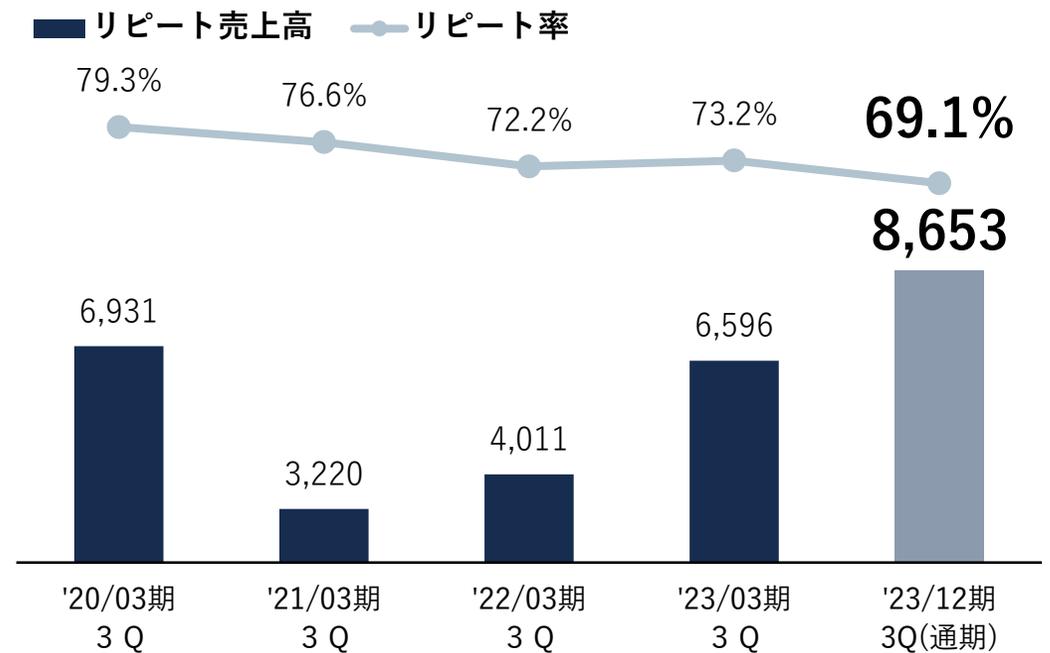
指名受注売上高／指名受注率

(単位：百万円)



リピート売上高／リピート率

(単位：百万円)



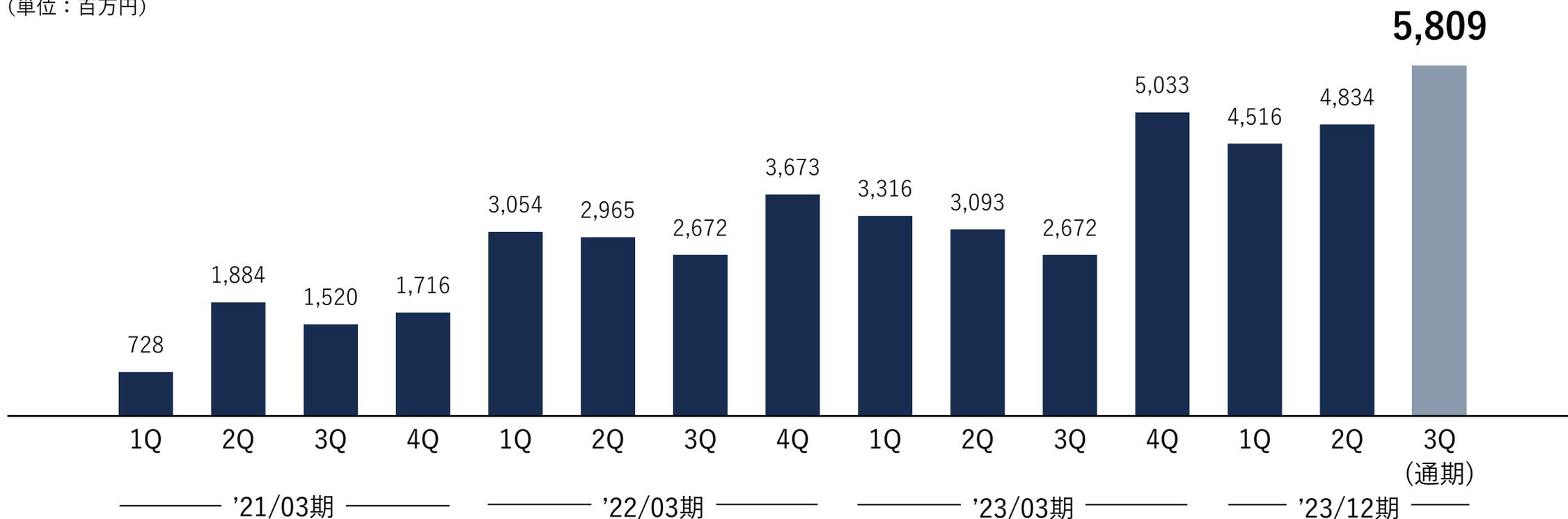
2. 業績、及び重要経営指標

四半期別受注高推移

過去最高の受注高を記録

各四半期において、45億円以上の受注高を記録

(単位：百万円)



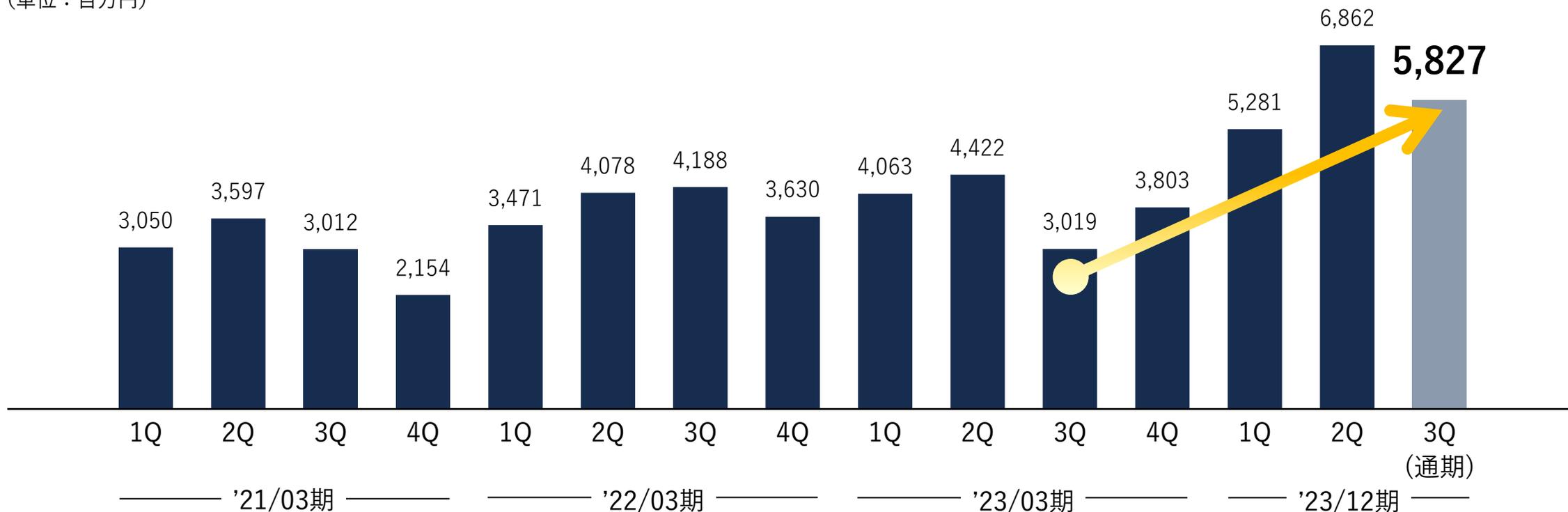
注) '21/03期には連結対象外となった株式会社アイアクトの受注高が含まれております。

2. 業績、及び重要経営指標

四半期別受注残高推移

第1四半期及び第2四半期の受注残を順調に消化
12月末の受注残としては過去最高を記録

(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。

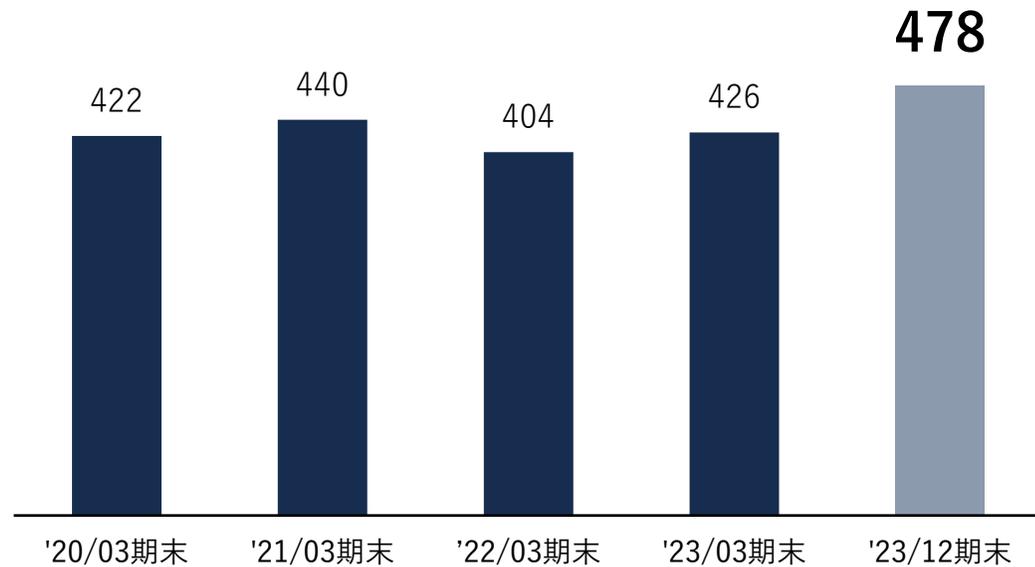
2. 業績、及び重要経営指標

人材戦略

中期の成長に向け人的資本強化に注力したうえで、
1人当たり売上総利益額の上昇トレンドを引き続き維持

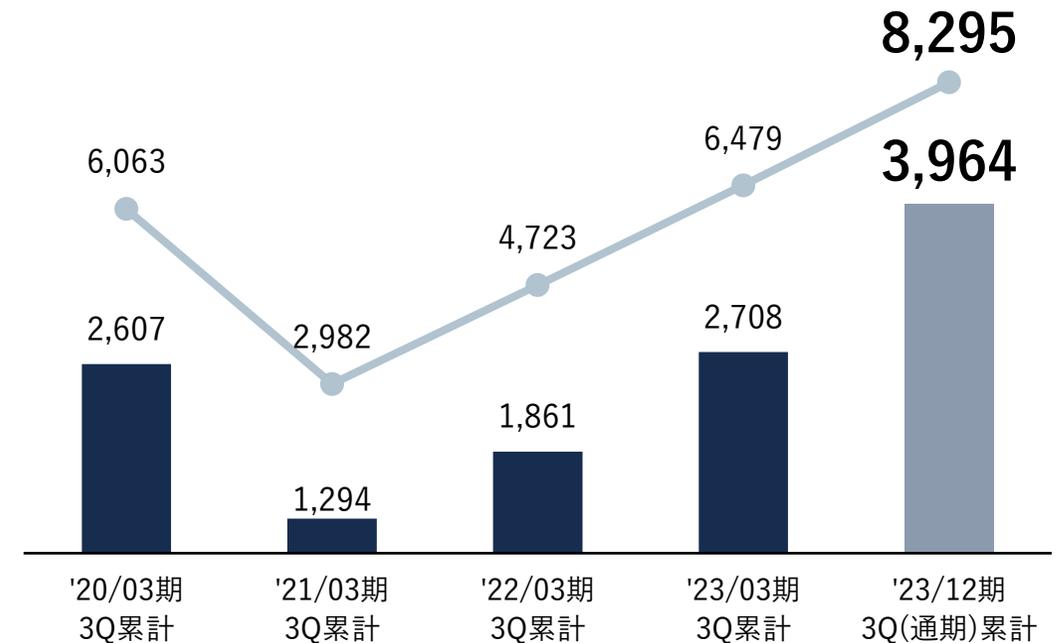
従業員数の推移

(単位：人)



従業員1人当たり売上総利益額の推移

■ 売上総利益(百万円) ● 1人当たり売上総利益(千円)



2. 業績、及び重要経営指標

経営基盤 (B/S)

第3四半期の大規模案件の寄与により、通期で純資産増となる

(単位：百万円)

区分	科目	前期末 (2023年3月末)	当期末 (2023年12月末)	前期末比
	流動資産	4,019	6,372	2,353
	固定資産	921	1,294	372
資産合計		4,941	7,667	2,725
	流動負債	2,778	3,276	497
	固定負債	171	1,748	1,577
負債合計		2,949	5,024	2,075
純資産合計		1,991	2,642	650
負債純資産合計		4,941	7,667	2,725

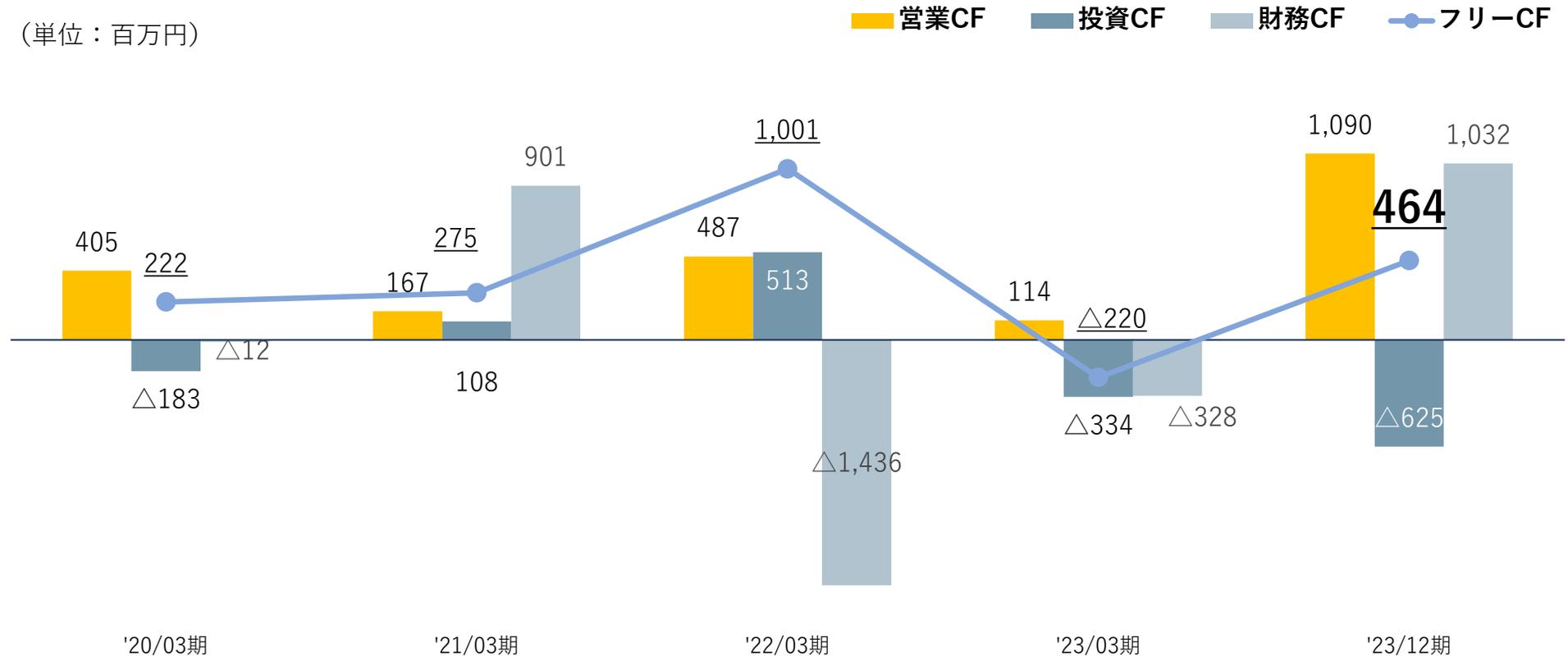
- 総資産は7,667百万円となり、前期末比2,725百万円の増加
現預金の増加・仕掛品の増加・本社移転に伴う敷金及び建物附属設備の増加が主な要因
- 負債は5,024百万円となり、前期末比2,075百万円の増加
長期借入金の増加が主な要因
- 純資産は2,642百万円となり、前期末比650百万円の増加
通期での純資産増を達成

2. 業績、及び重要経営指標

キャッシュ・フローの状況

フリー・キャッシュフロー

(単位：百万円)



2. 業績、及び重要経営指標

中期業績計画

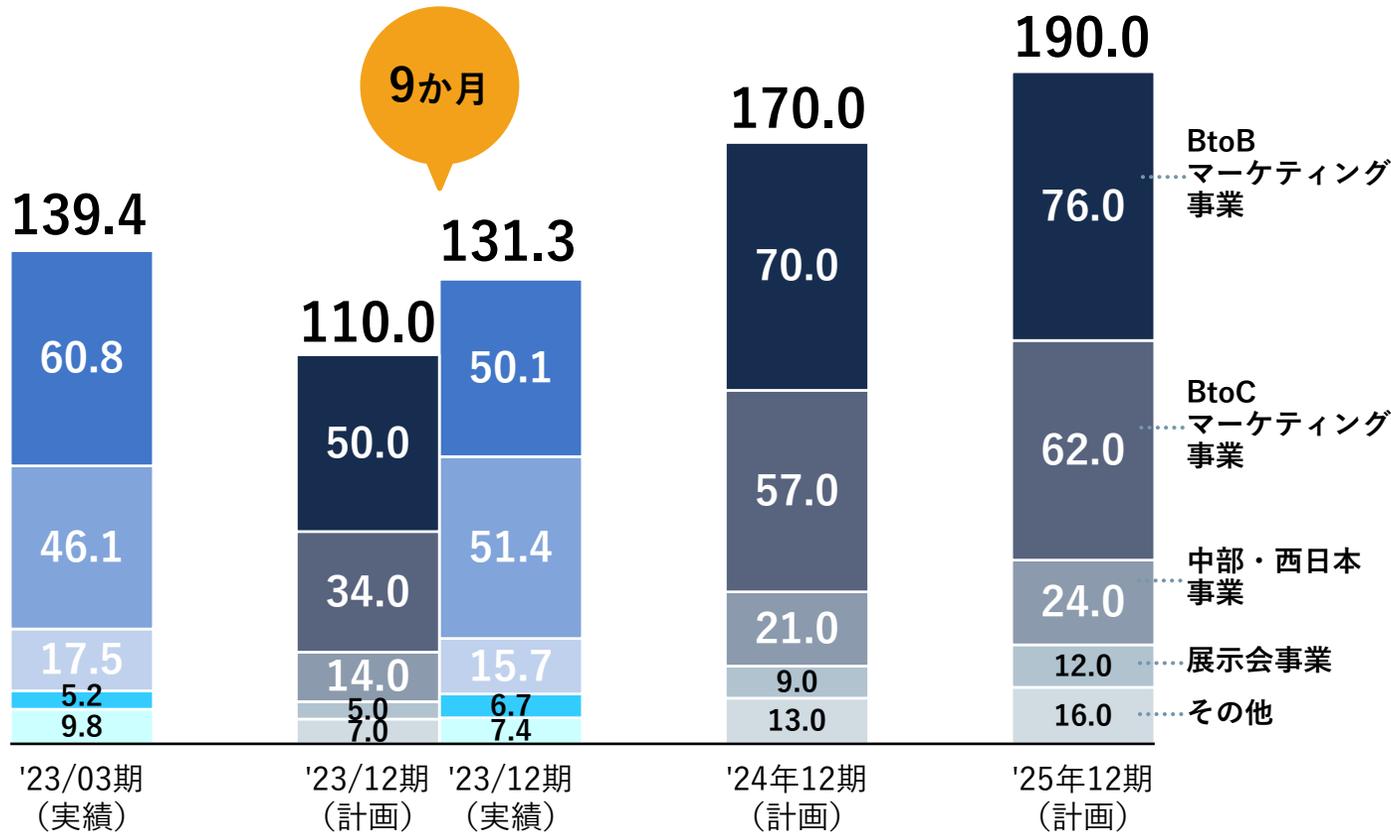
(単位：百万円)		2023年12月期 (9か月決算)	2024年12月期 (計画)	2025年12月期 (計画)
売上高	計画	11,000	17,000	19,000
	実績	13,136		
営業利益	計画	400	1,200	1,400
	実績	1,027		
親会社株主に帰属 する当期純利益	計画	250	820	980
	実績	678		

2. 業績、及び重要経営指標

事業ユニット別の計画と実績

事業ユニット別の成長イメージ

(単位：億円)



事業ユニットの成長

各事業ユニットにおける成長を左図のとおりに想定
当社には、各事業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るものと自己評価しております

計画の前提条件

イベント関連市場において現在のトレンドが継続し、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ております

2023年12月期

3. 株主還元

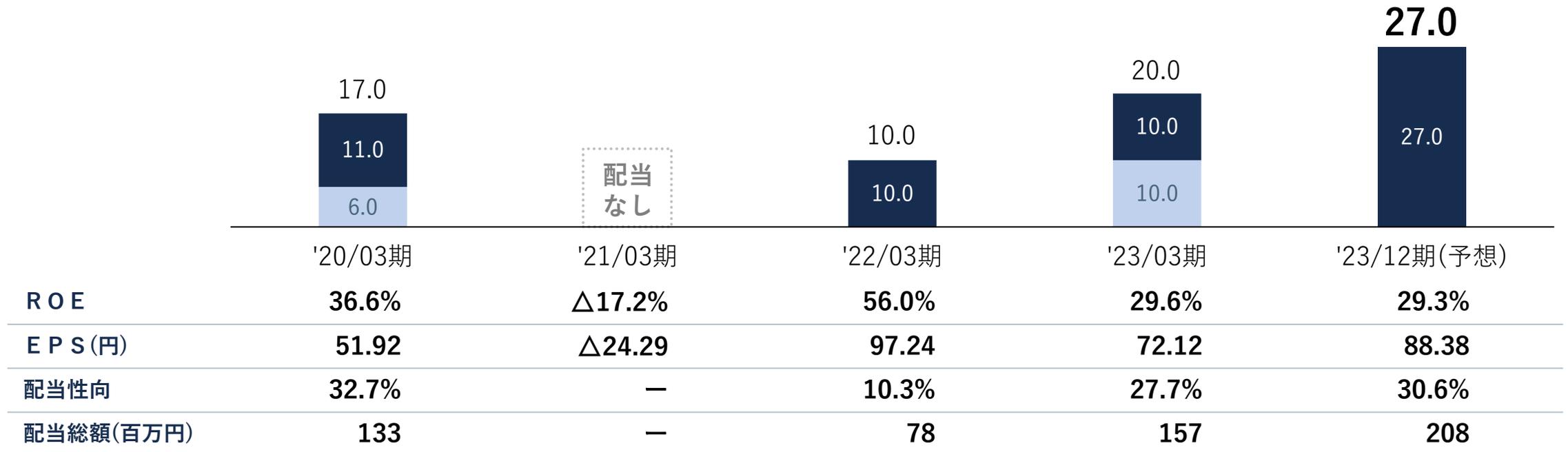
3. 株主還元

株主還元（配当）

成長投資の源泉となる内部留保を意識しながら、中間配当及び期末配当を年2回、年間の配当性向が30.0%を目標に、安定的に行うことを基本とする

配当金の推移と配当性向

(単位：円) ■ 中間 ■ 期末



3. 株主還元

株主還元（株主優待）

これまでの株主優待を基本としながら、
より株主還元に資する内容へと継続的な検討を実施

株主優待の内容

基準日	権利取得要件		内容
	保有株式数	保有期間	
毎年12月末	100株以上 1000株未満	6か月未満	
		6か月以上	QUOカード（500円）1枚
	1000株以上	6か月未満	
		6か月以上 3年未満	QUOカード（500円）1枚
		3年以上	QUOカード（2,000円）1枚

2023年12月期

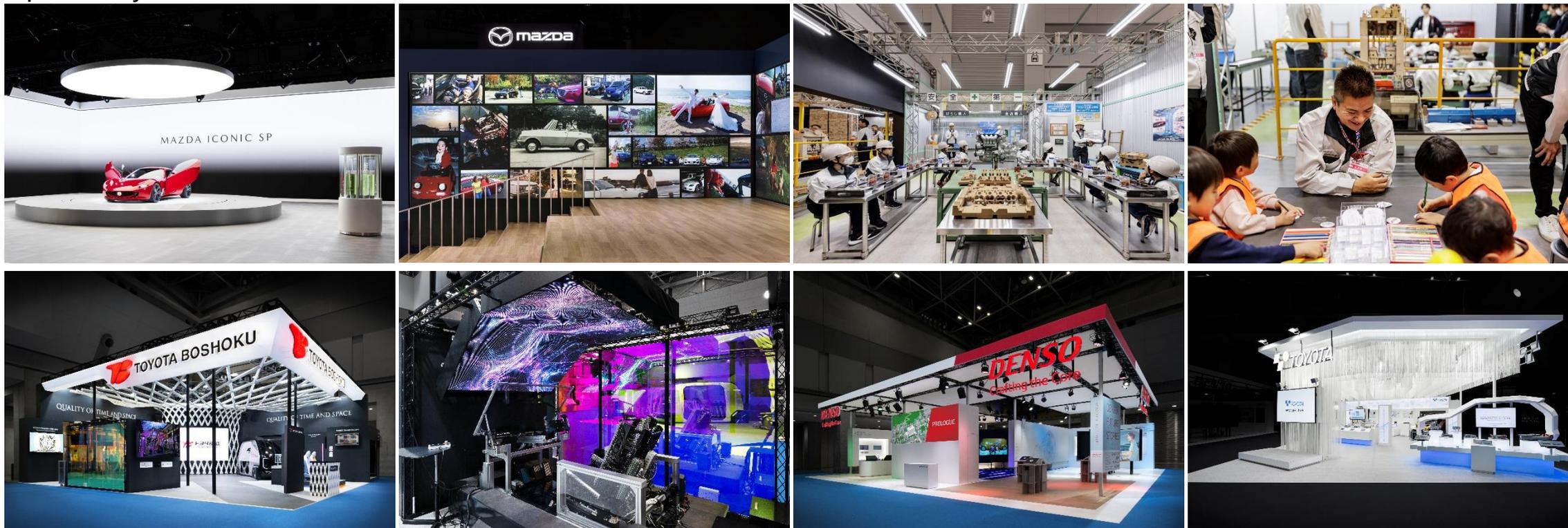
4. 事業トピックス

4. 事業トピックス

事業戦略関連（事業ユニット戦略）

Japan Mobility Show等 第3四半期の大型展示会案件を多数受注
事業ユニット戦略による顧客市場ごとに特化した活動の成果

Japan Mobility Show の実績例



4. 事業トピックス

事業戦略関連（サステナビリティ推進）

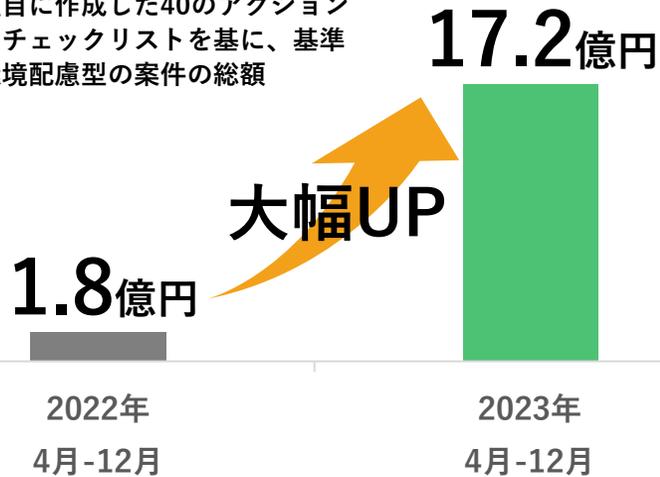
環境配慮型イベントの受注が大幅進捗

CO₂ 排出量削減対策や資源循環に配慮したデザイン設計を実装

環境配慮型イベント納品が大幅増

環境配慮型イベントの納品額

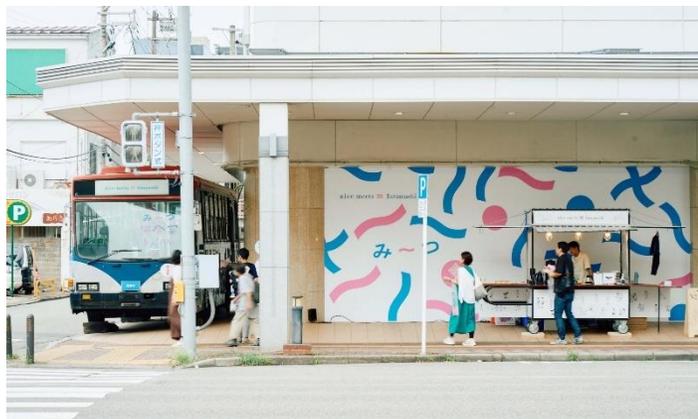
注) 博展が独自に作成した40のアクションで構成されるチェックリストを基に、基準を満たした環境配慮型の案件の総額



4. 事業トピックス

事業戦略関連（体験価値の追求）

イベントの未来をつくりだすクリエイティブチーム「Experiential Design Lab.」による “地域社会”と連携する体験価値の追求プロジェクトの納品



新潟三越跡地で地元コミュニティを育む 『み〜つ』プロジェクト (東京建物株式会社)

- 2020年に閉店した新潟三越（新潟市古町地区）跡地を活用した地域活性プロジェクト
- 地元の人々が明るい未来を想像できる場所にしたいという思いからスタート
- “街”における効果的な体験を探求

プロジェクトストーリーはこちら
https://www.hakuten.co.jp/story/tokyotatemono_niigata

4. 事業トピックス

経営基盤・人材戦略関連

優先度の高い5つのマテリアリティ（重要課題）を特定
今後、各項目で目標・KPIを設定し取り組みを促進

機会の重要課題



リスクの重要課題



- 策定プロセス
- サステナビリティ委員会の運営
- ステークホルダーと自社にとって
重要度が高い社会課題から優先課題
を絞り込みマテリアリティを設定

4. 事業トピックス

【告知】事業戦略関連（サステナビリティの推進）

サステナビリティのリーダーが集うアジア最大級のコミュニティイベント
「第8回 サステナブル・ブランド国際会議」を開催

**SB'24
TOKYO
-Marunouchi**



第8回
サステナブル・ブランド国際会議
2024 東京・丸の内

2024/
2/21 (水) **22** (木)

会場

東京国際フォーラム・
明治安田ヴィレージ 丸の内



予定参加者数 5500名
スポンサー 約70社
講演者数 200名以上

サイト <https://sb-tokyo.com/2024/>



2023年12月期

5. 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 478名（2023年12月期末時点）

資本金

2億2,254万円（2023年12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」
（現東証グロース）
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100億円突破

2020

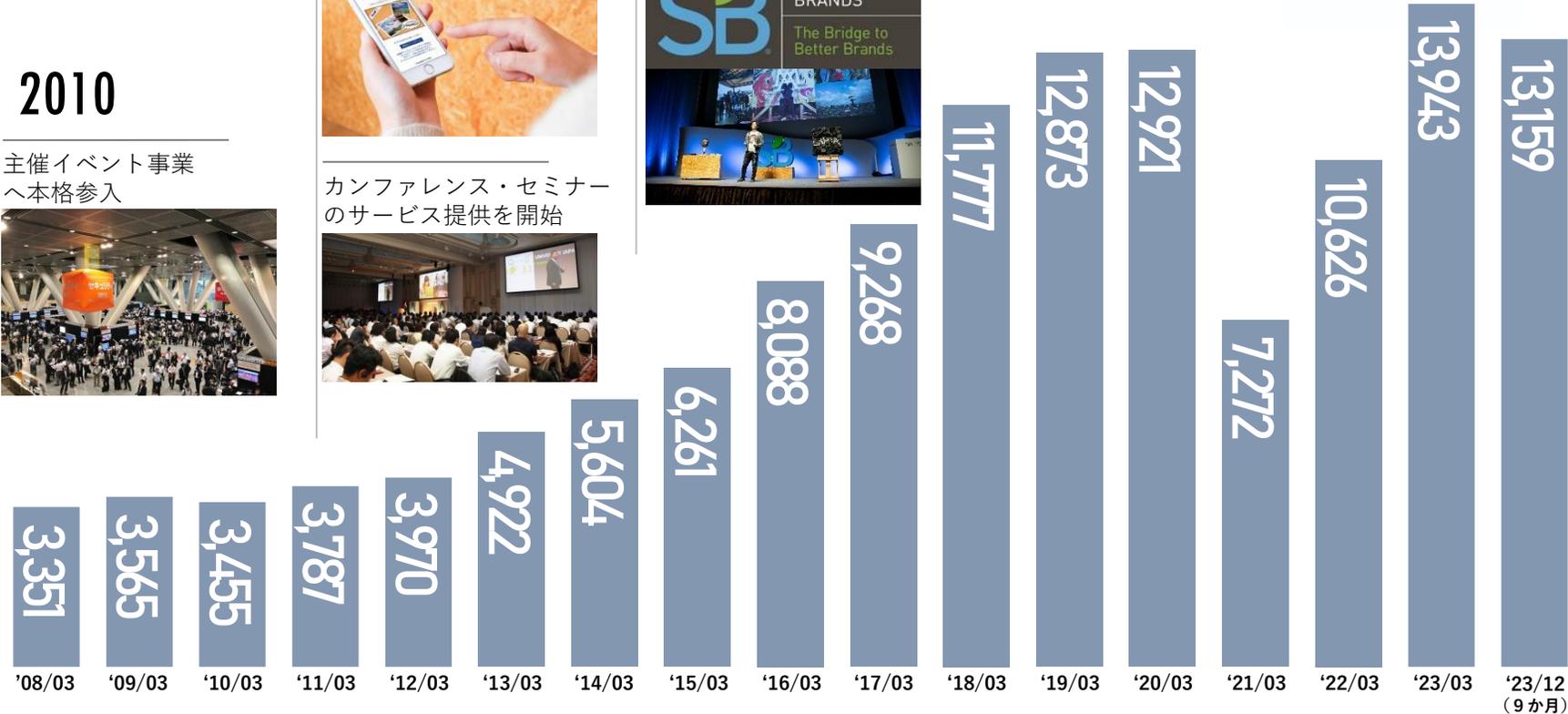
自社配信スタジオを開設し
オンライン配信事業を開始



2021

株式会社ニチナンを
完全子会社化

株式会社ニチナン



“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

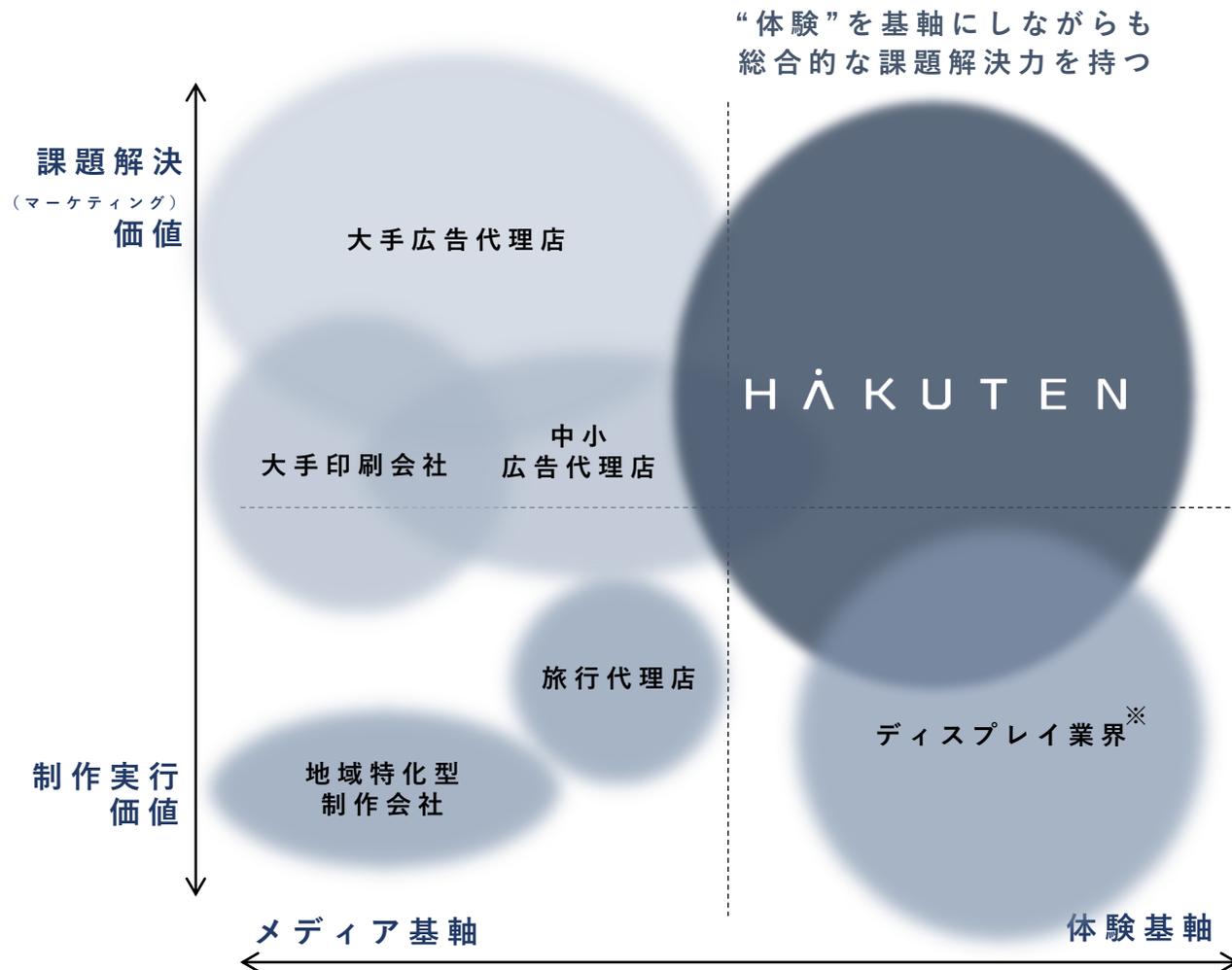
事業の特徴

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。

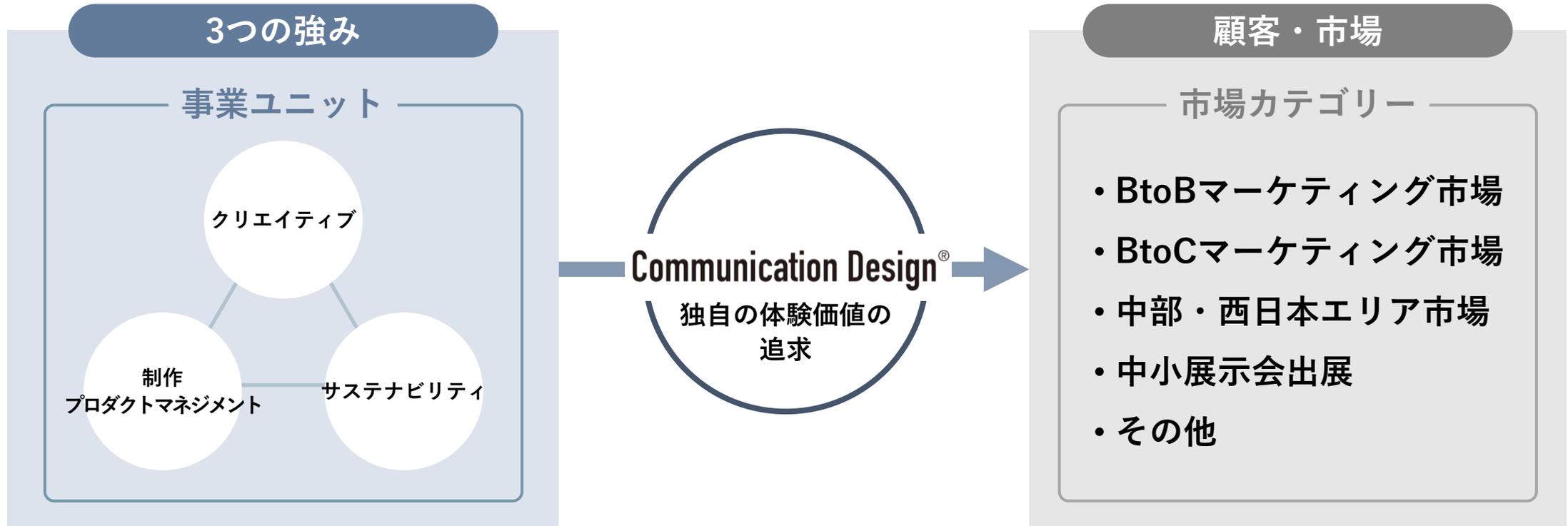


※ディスプレイ業界とは建物の内装や展示を中心としたデザインを行う会社群、業界のことを指します。

事業の特徴

事業ユニット戦略

“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、三位一体となってサービスを提供しています



本資料の取り扱いについて

本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

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。将来に関する記述が含まれていますが、実際の業績は様々なりスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。

当社は、現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づき、本資料を作成しておりますが、本資料の正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。