



HAKUTEN

HAKUTEN

COMMUNICATION DESIGN

株式会社 博展  
(2173)

2011年3月期通期 決算説明資料  
(2010年4月～2011年3月)

2011年6月



I. 当社の事業について

II. 2011年3月期 決算報告

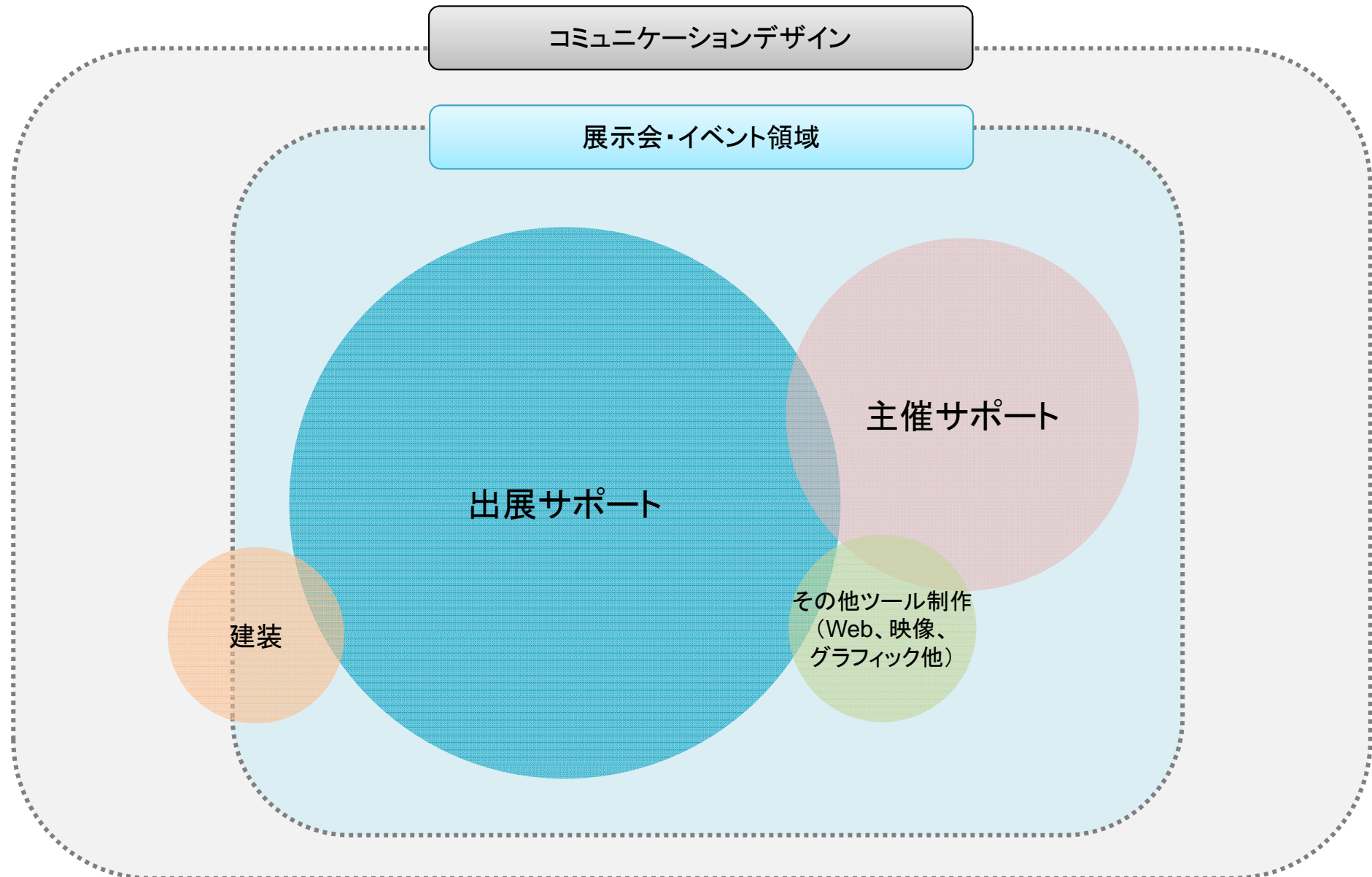
III. 2012年3月期 業績見通し

IV. 中期経営計画



# I. 当社の事業について

## 事業内容: コミュニケーションデザイン事業



# 出展サポート



新日本製鉄株式会社様



東リ株式会社様



株式会社寺岡精工様



株式会社本田技術研究所様



シーメンス・ジャパン株式会社様



NTTグループ医療ビジネス連絡会様

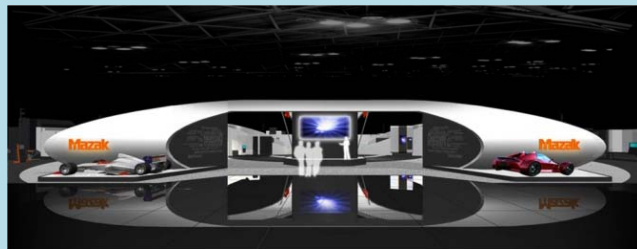
# 出展サポート例：株式会社ヤマザキマザック様

出展サポート領域

出展ブース企画・運営

展示装飾

コンテンツ・  
ツール制作



ブースデザイン



制作・施工



ステージ演出



グラフィック制作

# 主催サポート



リコージャパン株式会社様 プライベートショー



株式会社ジジシージャパン様 2010 CGC合同商談会



高瀬物産株式会社様 総合展示会



積水ハウス株式会社様 住まいの参観日



株式会社サイファ様 東京ウエディングコレクション



株式会社創通様 キャラホビ2010

## 建装



auSHOP新松戸店 内装工事



株式会社ライテック様 店舗内装

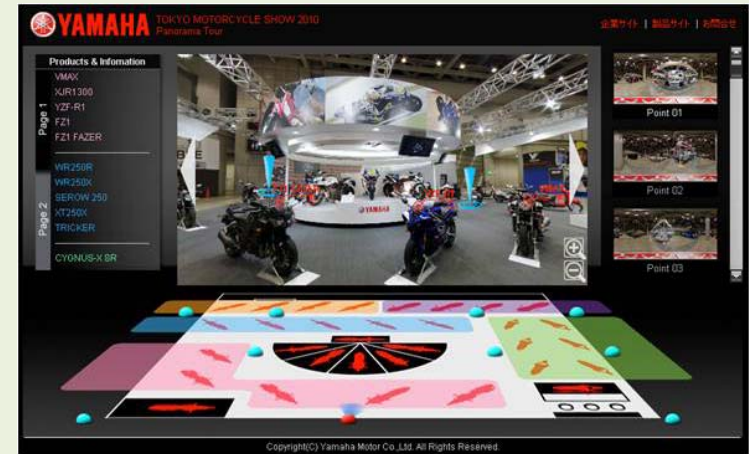


ベッコフオートメーション株式会社様  
オフィス新設工事



株式会社アルカタワーズ様  
錦糸町アルカタワーズ イルミネーション

## その他ツール制作



ヤマハ発動機株式会社様 展示会アーカイブ



パシフィック横浜 施設案内

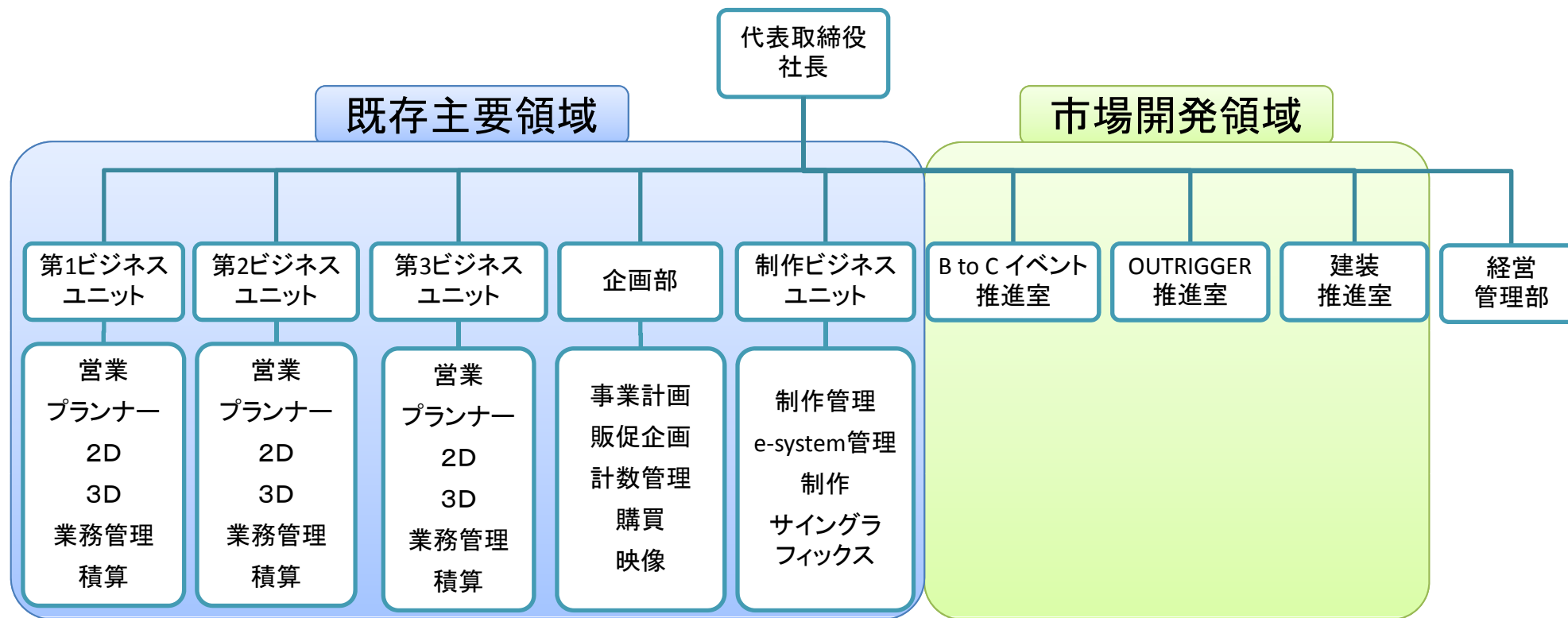




## Ⅱ. 2011年3月期 決算報告

# 収益体質構築に向けた取り組み

職種別組織体制から、市場・領域別組織体制へ



## 営業利益管理

ユニット単位での営業利益管理ができ、全員が営業利益を意識できる組織体制

## 専門性の追求

重点領域・重点商材の設定による知識・ノウハウの蓄積

## 新規事業の推進

BtoC販促イベント、Webツール、ショールーム・ショップなどの建装事業

## 損益計算書サマリー

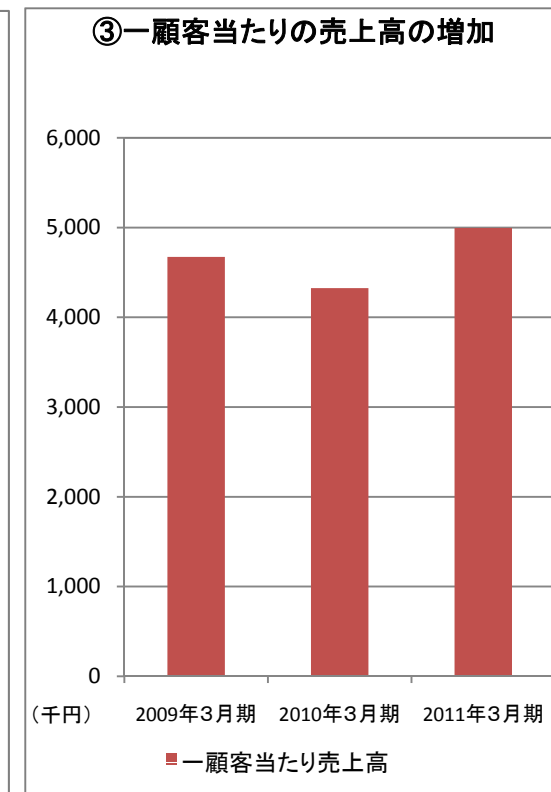
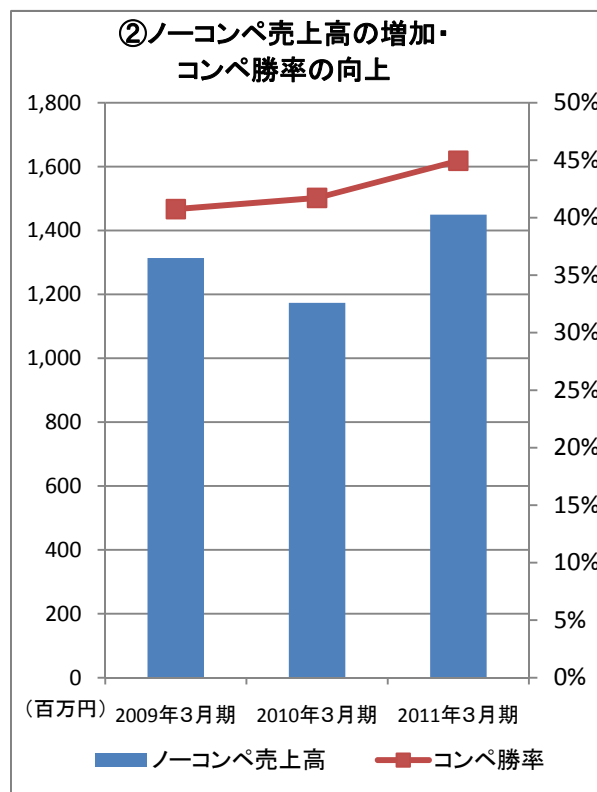
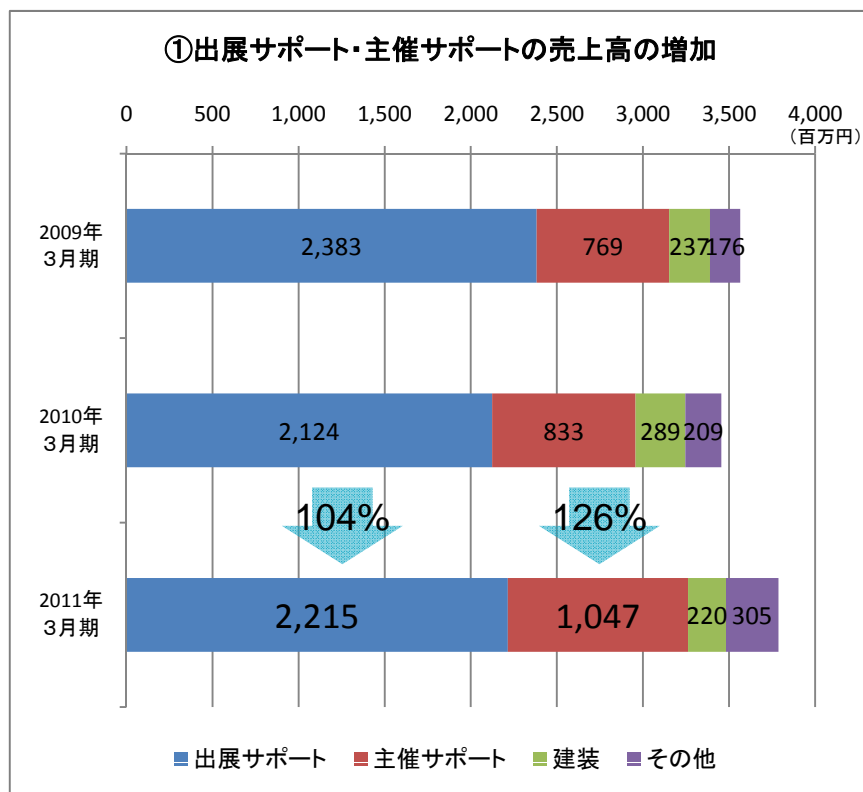
- ・展示会・イベントの出展サポート・主催サポートにリソースを集中して販売活動を行ったこと等により、売上高が前年を上回った
- ・コスト削減の結果、販売費及び一般管理費が減少した
- ・営業利益、経常利益及び当期純利益ともに黒字となった

	2009年3月期	百分率	2010年3月期	百分率	2011年3月期	百分率	増減率
売上高	3,565	100.0%	3,455	100.0%	3,787	100.0%	9.6%
売上総利益	1,322	37.1%	1,145	33.1%	1,229	32.5%	7.3%
販売費及び一般管理費	1,156	32.4%	1,283	37.1%	1,177	31.1%	△8.3%
営業利益(△損失)	166	4.7%	△137	△4.0%	52	1.4%	-
経常利益(△損失)	155	4.4%	△146	△4.2%	41	1.1%	-
当期純利益(△損失)	74	2.1%	△197	△5.7%	22	0.6%	-
EPS(一株当たり当期純利益(△損失))(円)	4,504	-	△11,752	-	1,365	-	-

(百万円)

# 決算のポイント①売上高の増加

1. リソースを集中した2領域(出展サポート・主催サポート)の売上高の増加
2. ノーコンペ売上高の増加・コンペ勝率の向上
3. 一顧客当たりの売上高の増加

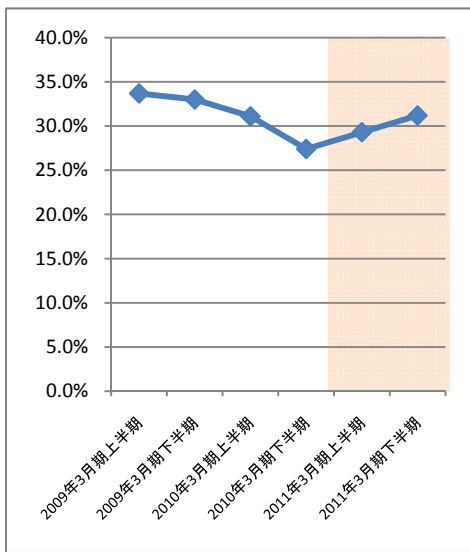


※2011年3月11日の東日本大震災の影響により、約1億2,000万円分の3月受注案件が中止・延期となり、キャンセル料を除いた約6,800万円分の売上高が減少した

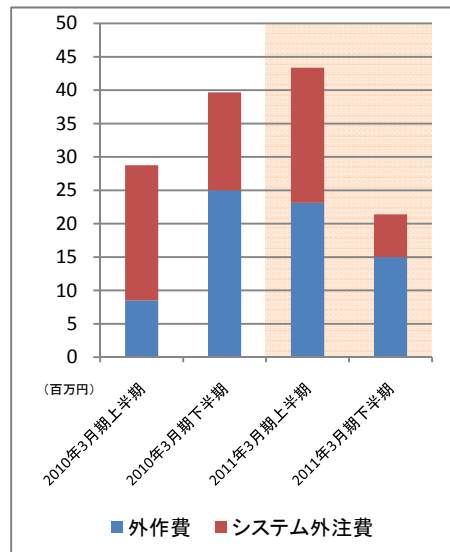
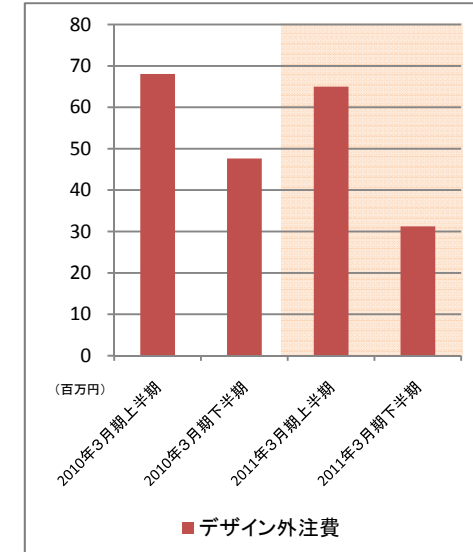
# 決算のポイント②黒字への転換

## 2010年10月ビジネスユニット制の導入

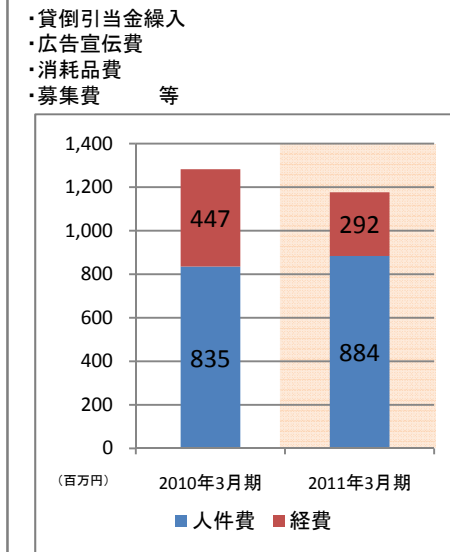
### 営業みなし粗利率の改善



### 内部稼働率を向上させ、デザイン外注費、制作外注費を削減

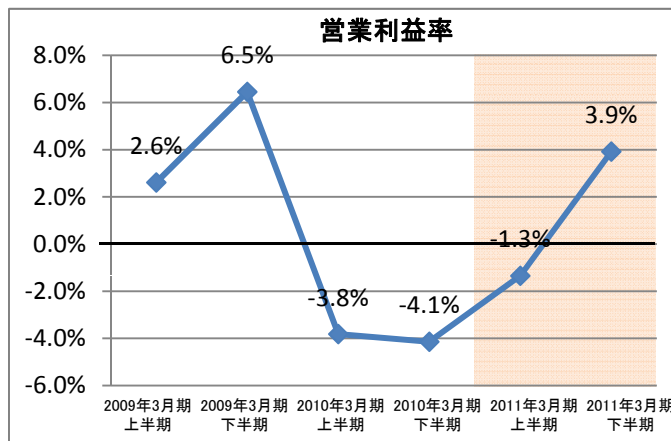
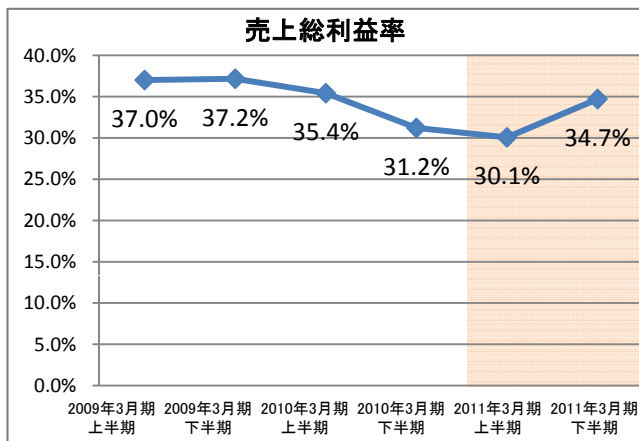


### 人件費以外の経費を大幅に削減



※外注費...木工造作の制作を外部に委託するのにかかった費用  
 ※システム外注費...システム部材を外部からレンタルするのにかかった費用

### 売上総利益率・営業利益率が年度後半に回復



営業利益  
 経常利益  
 当期純利益  
 とともに期初予想を上回った

## 2011年3月期取り組みの結果

2011年3月期下半期に、売上総利益率、営業利益率が回復し、収益体質構築の取り組みは一定の成果を得たものと考えられる

	2010年3月期 上半期	2010年3月期 下半期	2011年3月期 上半期	2011年3月期 下半期
売上高	1,597	1,858	1,831	1,955
売上原価	1,031	1,278	1,281	1,276
売上総利益	565	579	550	678
売上総利益率	35.4%	31.2%	30.1%	34.7%
人件費	425	410	426	457
経費	201	246	148	144
販管費計	626	656	575	601
営業利益	△60	△77	△24	76
営業利益率	-3.8%	-4.1%	-1.3%	3.9%

(百万円)

## キャッシュフローサマリー

・税引前当期純利益23百万円や減価償却費49百万円、売上債権の減少額1億99百万円等が仕入債務の減少額1億40百万円を上回ったこと、及び法人税等の支払額が大幅に減少したこと等により、営業キャッシュフローがプラスに

・現金及び現金同等物が前事業年度末に比べ2億11百万円増加

	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	増減額
営業活動によるC/F	113	△266	248	514
投資活動によるC/F	△51	△93	△6	86
財務活動によるC/F	△150	178	△29	△208
現金及び現金同等物の 期末残高	657	476	688	211

(百万円)

## 貸借対照表サマリー

- ・3月の月間売上高が、2010年3月期は非常に高く、2011年3月期は東日本大震災の影響等により減少したこと等により、売掛金、買掛金が共に減少
- ・当期純利益の計上等により純資産が増加したこと、総資産が減少したことにより、自己資本比率が2010年3月期の31.8%から35.1%に上昇

	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	増減
流動資産	1,372	1,370	1,346	△24
（現金及び預金）	657	476	688	211
（受取手形及び売掛金）	585	790	590	△199
固定資産	343	395	324	△71
<b>資産合計</b>	<b>1,716</b>	<b>1,766</b>	<b>1,671</b>	<b>△95</b>
流動負債	702	740	611	△128
（買掛金）	139	282	141	△140
（借入金）	344	314	274	△40
固定負債	218	464	472	8
（長期借入金）	209	457	469	11
負債合計	920	1,204	1,083	△120
純資産合計	795	562	587	24
<b>負債純資産合計</b>	<b>1,716</b>	<b>1,766</b>	<b>1,671</b>	<b>△95</b>

(百万円)





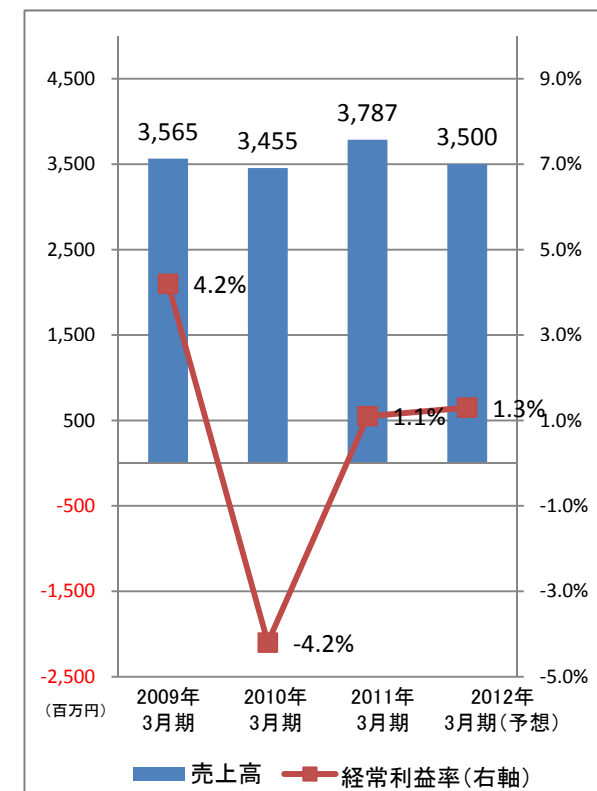
## Ⅲ. 2012年3月期 業績見通し

## 2012年3月期 業績予想

- ・上半期は、震災の影響に伴う展示会・イベントの中止・延期等により、売上高の減少を予想
- ・下半期は、市場環境が戻りつつあることを鑑み、2011年3月期と同程度の売上高を予想
- ・引き続き行う収益性の向上への取り組みと、雇用調整助成金の申請等により、通期での純利益の計上を予想

	2011年3月期 実績		2012年3月期 予想				
	第2四半期	通期	第2四半期	通期	百分率 (通期)	増減額 (通期)	増減率 (通期)
売上高	1,831	3,787	1,500	3,500	100.0%	△287	△7.6%
営業利益(△損失)	△24	52	△55	24	0.7%	△28	△53.9%
経常利益(△損失)	△29	41	△29	44	1.3%	2	5.0%
当期純利益(△損失)	△34	22	△30	43	1.2%	20	87.3%

(百万円)



## 東日本大震災の影響

### 直後の影響

#### 2011年3月11日～2011年4月30日 展示会開催状況

開催予定 展示会	実施	延期	中止・見合せ
60	28	14	18

(株式会社ピーオーピー『見本市展示会通信』4月15日号)

※2011年5月1日以降に予定されていた展示会についても延期・中止あり(統計データなし)

当社でも、2011年4月以降案件について、  
約3.9億の受注案件と約1.8億のコンペ中案件が延期や中止になる等、  
一時的に市場が収縮

### 2011年4月以降の動向

#### 関東三大展示場 使用状況

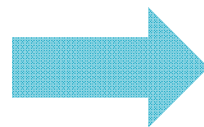
東京ビッグサイト	3/22～4/24 被災者受け入れ 4/6 震災後初の展示会開催
パシフィコ横浜	震災後も通常営業 4/22 震災後初の展示会開催
幕張メッセ	震災後も駐車場の一部を除き通常営業 駐車場も現在は約9割まで復旧

- ・主催者の判断により多くの展示会が中止・延期になったものの、  
展示場は早期に通常営業再開
- ・来場者数が昨年より増加する展示会も多く、市場環境は徐々に回復すると予想  
5/11～5/13 Japan IT Week 来場者数1.4%増  
5/19～5/22 朝日住まいづくりフェア等 来場者数26%増  
5/25～5/27 ワイヤレスジャパン2011 来場者数7.2%増

### 2012年3月期方針

#### 2012年3月期 上半期

**「守り、耐え抜く」**  
ワークシェアリングの実施  
雇用調整助成金の申請



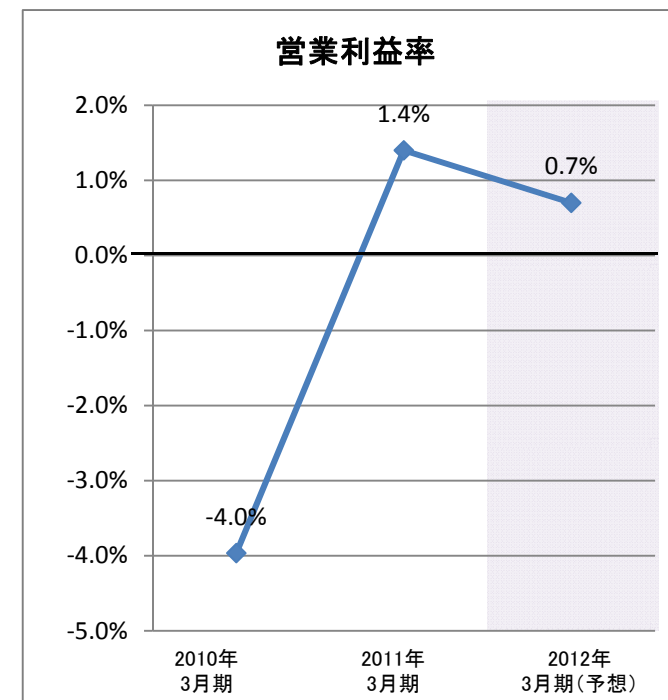
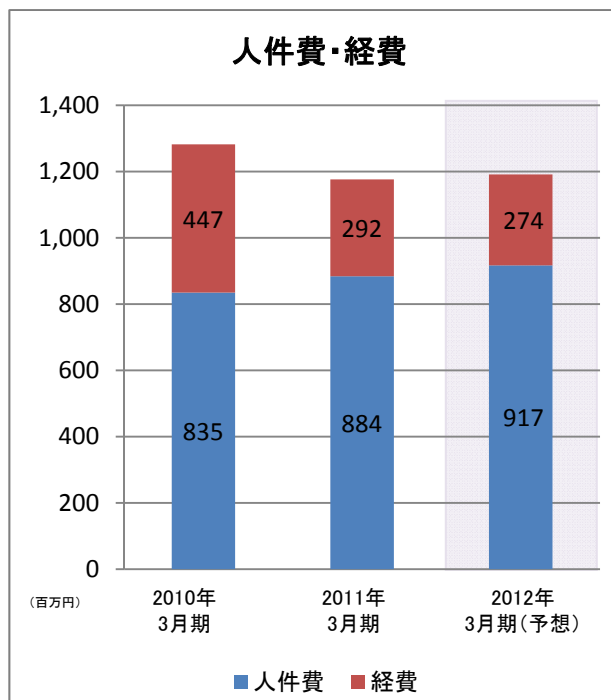
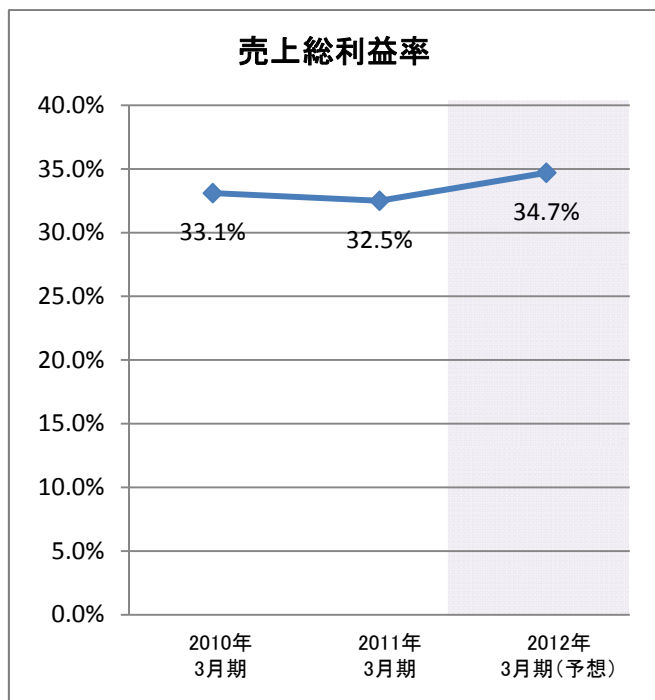
#### 2012年3月期 下半期

競争力を高め臨む**「攻め」**

展示会・イベント領域への

さらなる**【集中】** と **【深耕】**

## 収益体質構築に係る主要数値の予想



## 2012年3月期 業績予想(詳細)

	2010年3月期 上半期	2010年3月期 下半期	2011年3月期 上半期	2011年3月期 下半期	2012年3月期 上半期	2012年3月期 下半期
売上高	1,597	1,858	1,831	1,955	1,500	2,000
売上原価	1,031	1,278	1,281	1,276	997	1,287
売上総利益	565	579	550	678	502	712
売上総利益率	35.4%	31.2%	30.1%	34.7%	33.5%	35.6%
人件費	425	410	426	457	433	483
経費	201	246	148	144	124	150
販管費計	626	656	575	601	557	633
営業利益	△60	△77	△24	76	△55	79
営業利益率	-3.8%	-4.1%	-1.3%	3.9%	-3.7%	4.0%

(百万円)



## IV. 中期経営計画

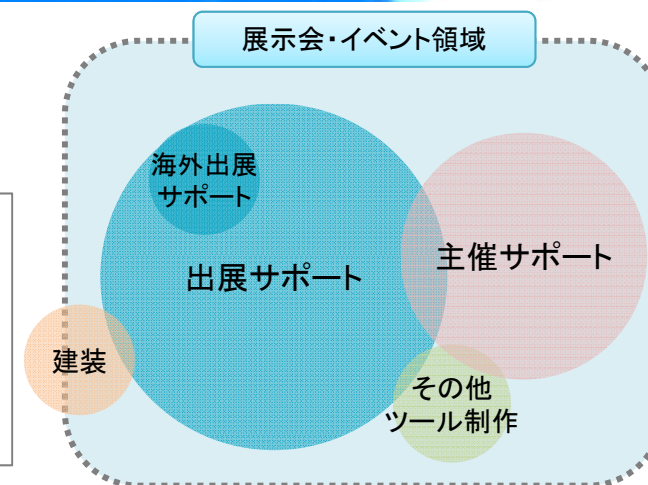
## 2012年3月期～2014年3月期 中期経営計画

定量的目標

2014年3月期に売上高経常利益率7%

定性的目標

展示会・販促イベント等  
フェーストウフェースのマーケティングシーンで  
圧倒的に効果のあるコミュニケーションデザインを  
提供できる博展



さらに展示会・イベント領域に集中し、競争優位性を高める

①顧客理解力の向上・ノウハウの蓄積による競争力の向上

②新商品の開発・拡大

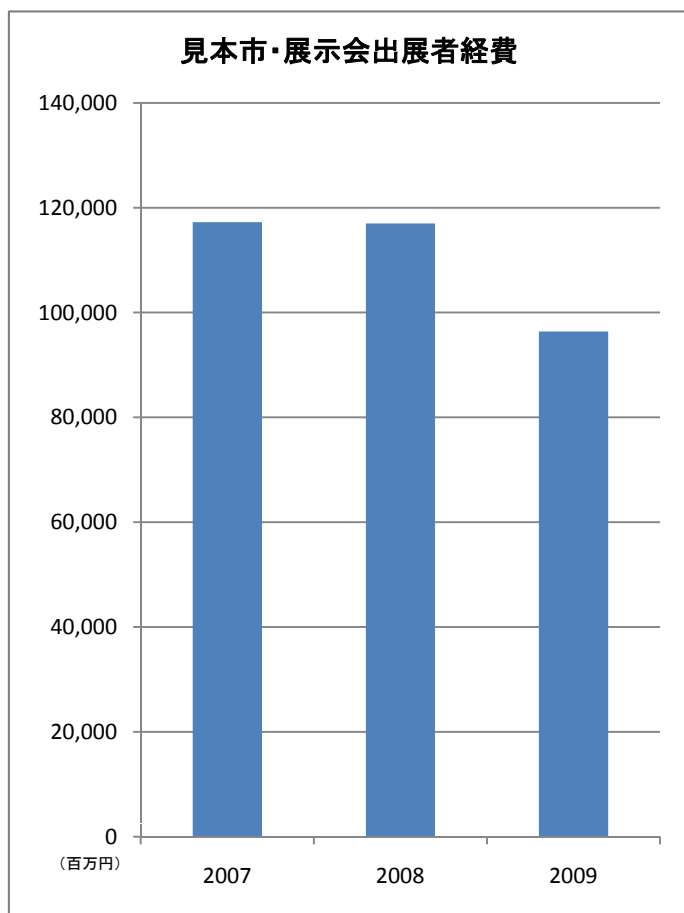
③主催サポート領域の伸長と、海外出展サポート領域への拡大

## ①顧客理解力の向上・ノウハウの蓄積による競争力の向上

出展サポート領域の市場環境

### 市場規模964億円

(見本市・展示会出展者経費)



(社団法人日本イベント産業振興協会  
『平成21年国内イベント市場規模推計結果報告書』)

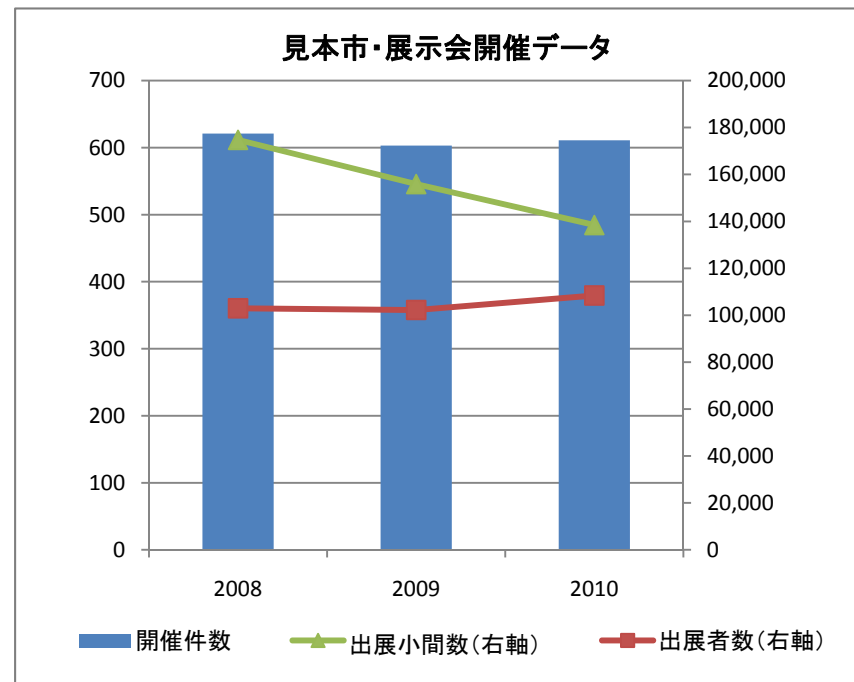
### 見本市展示会開催状況

- ・開催件数は横ばい
- ・出展小間数は減少傾向
- ・出展者数は増加傾向

→予算の減少により各社の出展規模は縮小したものの、出展意欲は底堅い

例

- ・CEATEC JAPAN 2011 会期を1日延長
- ・東京モーターショー2011 出展者約36%増、展示面積約60%増

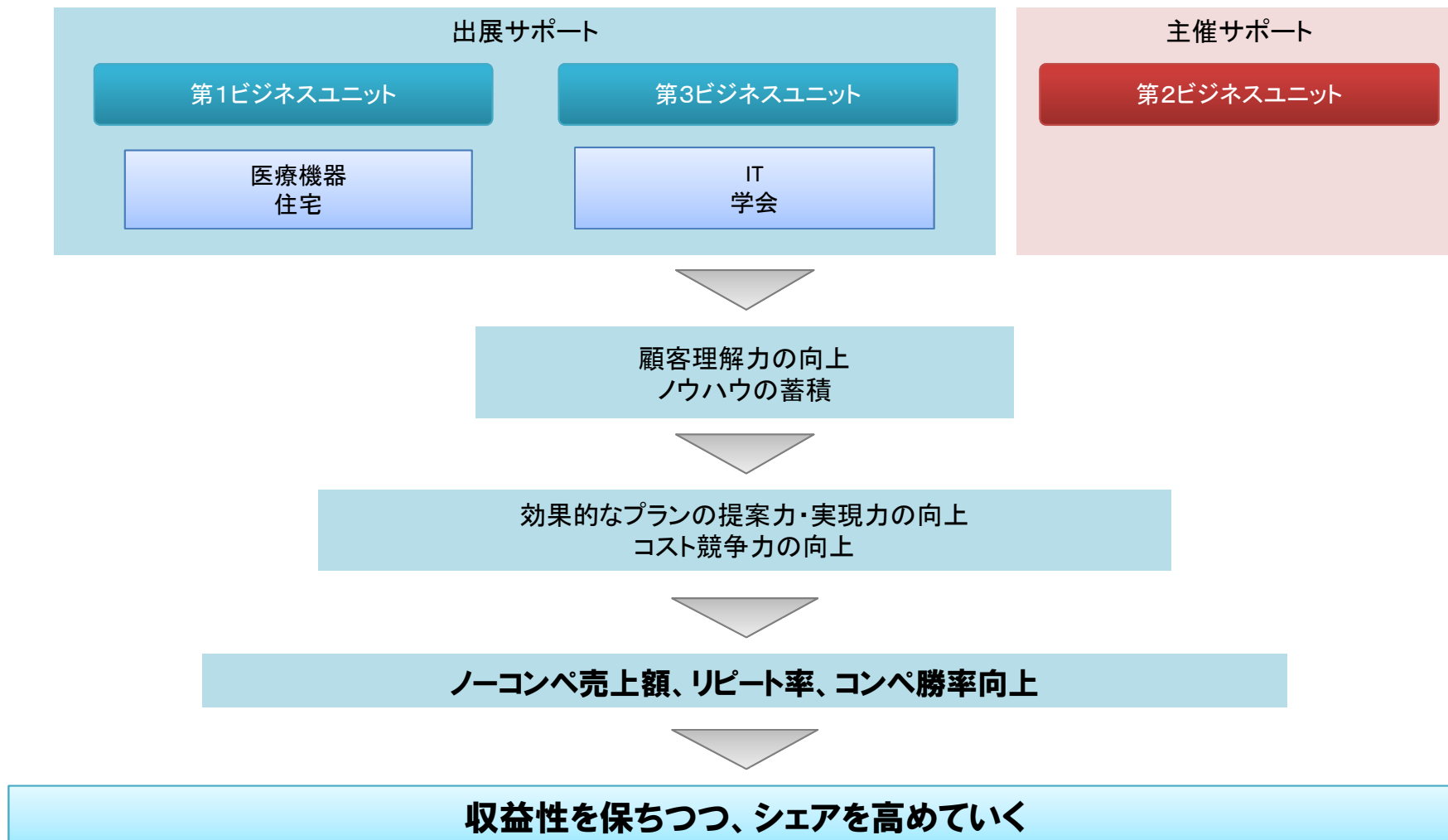


(株式会社ピーオーピー『見本市展示会通信』)



①顧客理解力の向上・ノウハウの蓄積による競争力の向上

各ビジネスユニットに重点ターゲット領域を設定





## ②新商品の開発・拡大

### Webツールの販売

リアルとバーチャルをつなぐWebツールの売上拡大

(展示会出展ブースのアーカイブ、バーチャルショールーム、営業ツール等として利用を拡大)

### 各領域のニーズをとらえた新商品・仕組みの開発

#### 例: 出展支援システムの開発

- ・展示会の各出展者の情報を一元管理できるシステムを、主催サポートサービスの付帯サービスとして開発
- ・2011年3月期は2展示会、2012年3月期には5展示会(2011年6月13日現在/会期前含む)にて運用
- ・事務局とシステムとを一貫して行っている会社は他にはほとんどなく、提案に付加価値を与えることができる

→後発である主催サポート領域において、競争力を高めシェアを伸ばす一助とする

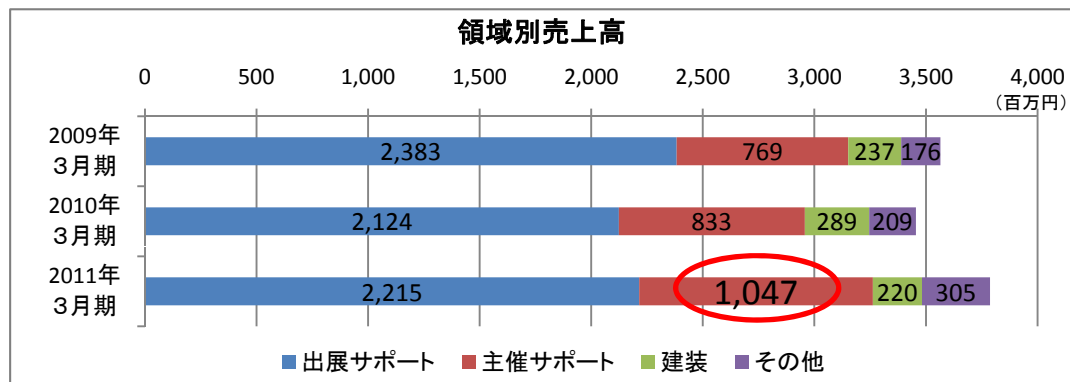
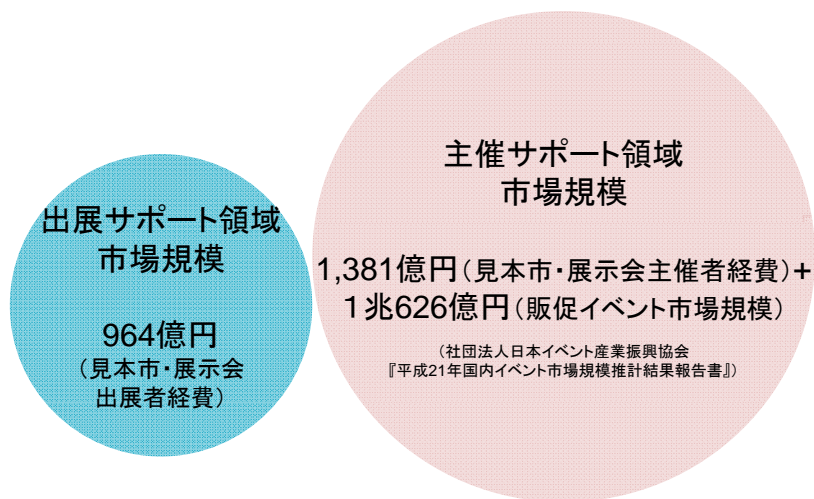
フェーストウフェースマーケティング領域への深耕により、  
提案の付加価値を高める商品・仕組みを開発し、競争優位を確立

### ③主催サポート領域の伸長と、海外出展サポート領域への拡大

#### 主催サポート領域の伸長

市場規模の大きい主催サポート領域の伸長をさらに促進するため、この領域を専門的に扱うビジネスユニットを設立

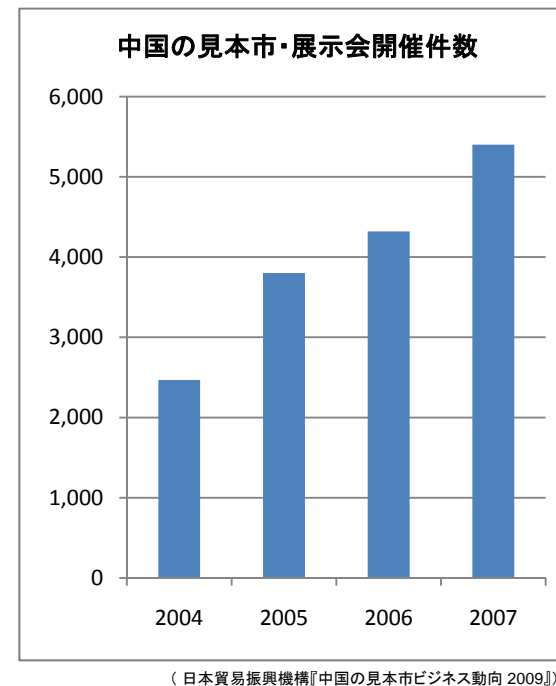
主催サポート領域の販売活動を強化するとともにノウハウを蓄積し、売上を拡大していく



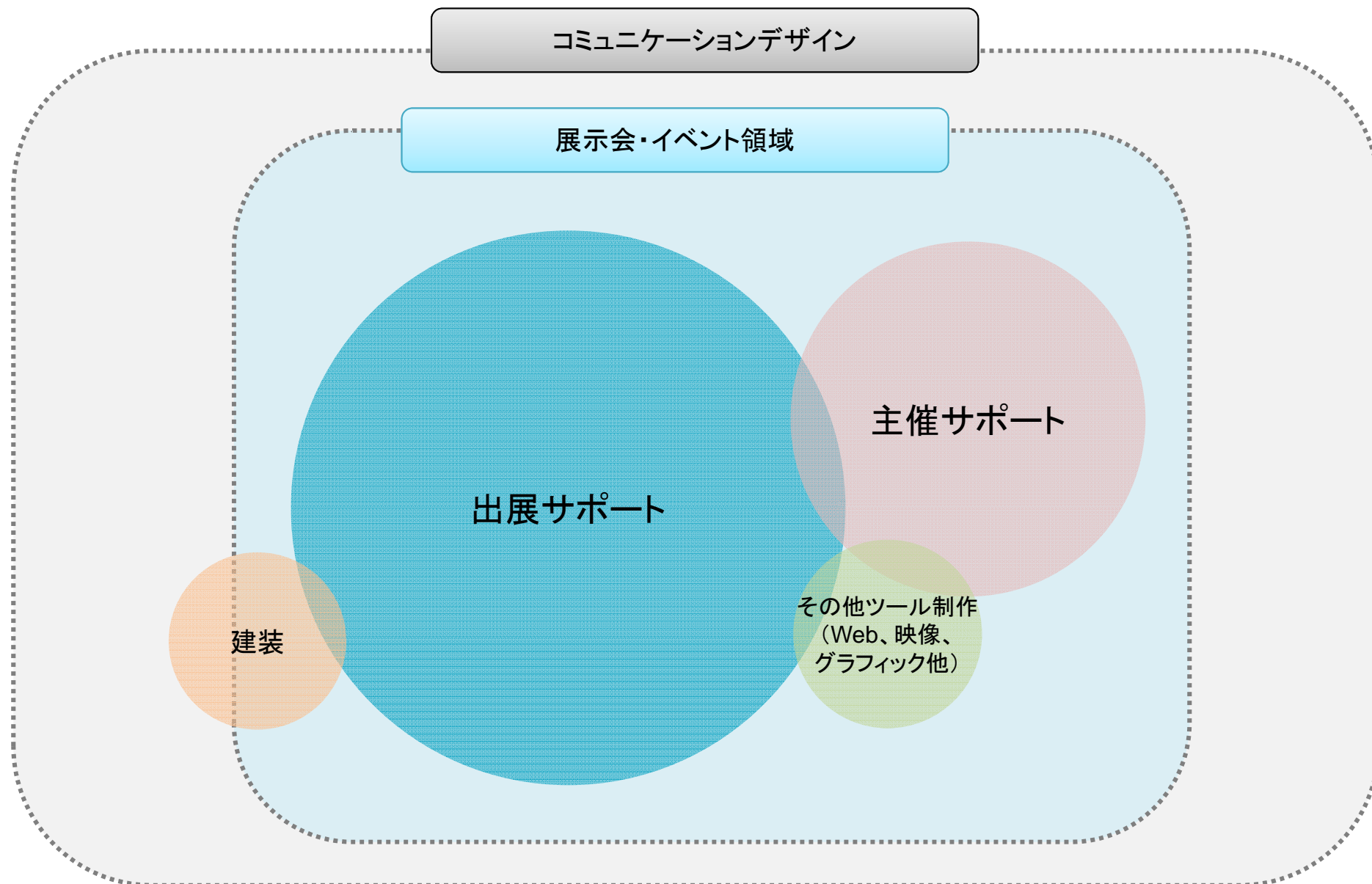
#### 海外出展サポート領域への拡大

中国の経済成長と見本市・展示会の増加を背景に、中国の見本市・展示会に出展する日本企業が増加している。

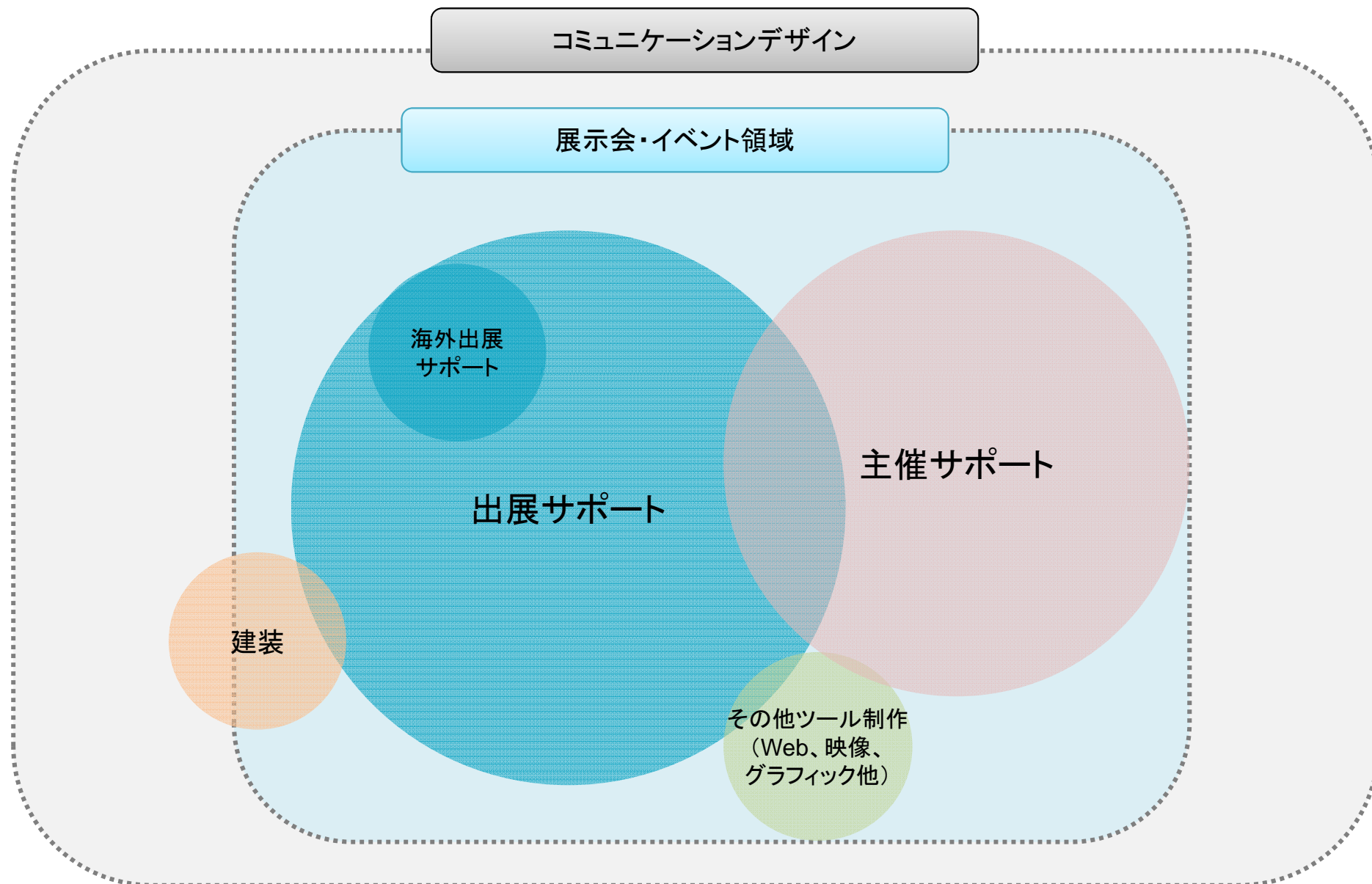
中国を中心とした海外出展サポート(企画・デザイン・制作ディレクション)を拡大し、日本国内の景気後退といった局面にも収益を確保し得る体制を築く



③成長分野である主催サポート領域の伸長と、海外出展サポート領域への拡大



③成長分野である主催サポート領域の伸長と、海外出展サポート領域への拡大



ご静聴ありがとうございました。

今後ともご支援のほどよろしくお願い致します。

**将来の見通しに関する注意事項**

当資料は株式会社博展が作成したものであり内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複写及び無断転載はご遠慮ください。

当資料は当社が当社の現在発行している、または将来発行する株式や債券等の保有を推奨することを目的に作成したものではありません。

また、当資料は、当社が信頼できると判断した情報を参考に作成していますが当社がその正確性を保証するものではなく、事業計画数値に関しても今後変更される可能性があることをご了解ください。

IRに関するお問い合わせ先：株式会社博展

経営管理部 TEL 03-6278-0070 FAX 03-6278-0092 e-mail [ir@hakuten.co.jp](mailto:ir@hakuten.co.jp) URL <http://www.hakuten.co.jp>