

Communication design[®]
for Face to Face Marketing

H Ä K U T E N

株式会社博展
(2173)

2012年3月期通期 決算説明資料
(2011年4月～2012年3月)

2012年6月

- I. 当社の事業について
- II. 2012年3月期 決算報告
- III. 2013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



はく てん
博 展

博覧会 **展**示会

展示会、販促イベント等、
人と人が直接出会う Face to Faceの
マーケティングをサポートしています

事業領域

コミュニケーションデザイン市場

企業マーケティング市場



博展の事業領域
代表例: 展示会、販促イベント



合同展示会

例: エコプロダクツ

主催者

日本経済新聞社(社)産業環境管理協会

出展者

NTTグループ
新日本製鐵グループ
ライオン
etc...

計752社(2011年)

来場者

業界関係者、一般ユーザー等
約18万人(2011年)

他には...
・東京モーターショー
・東京ゲームショウ
・国際医用画像総合展 etc...

販促イベント

例: 新製品発表会

主催者

メーカー等

来場者

既存顧客・見込顧客

他には...
・商談会
・製品体験イベント etc...

その他イベント

例: 採用イベント

主催者

就職情報会社

出展者

募集企業

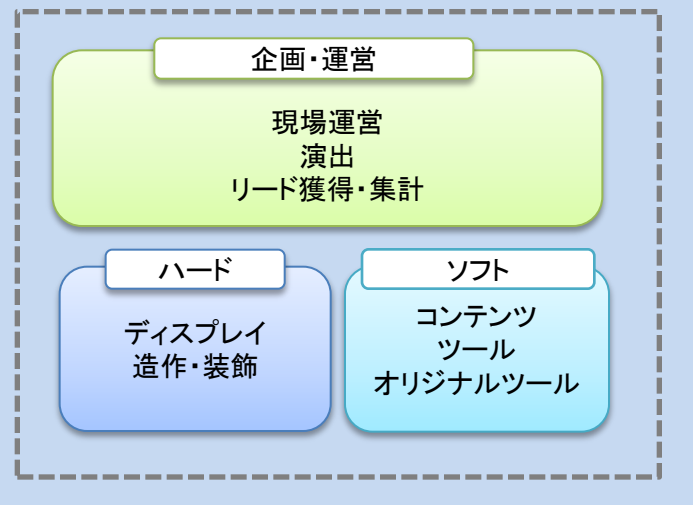
来場者

学生

他には...
・会議イベント
・地域振興イベント etc...

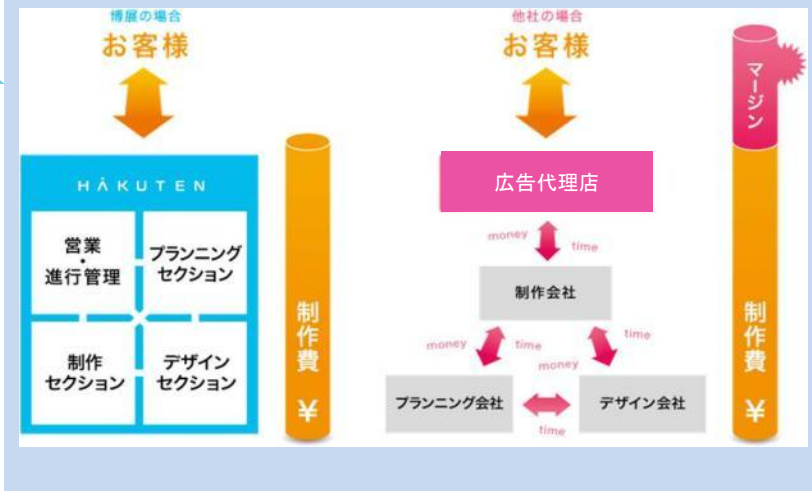


出展・主催サポートのワンストップサービス



専門特化による
競争力

価格優位性



出展サポート事例



NTTグループ様



ヤマハ株式会社様



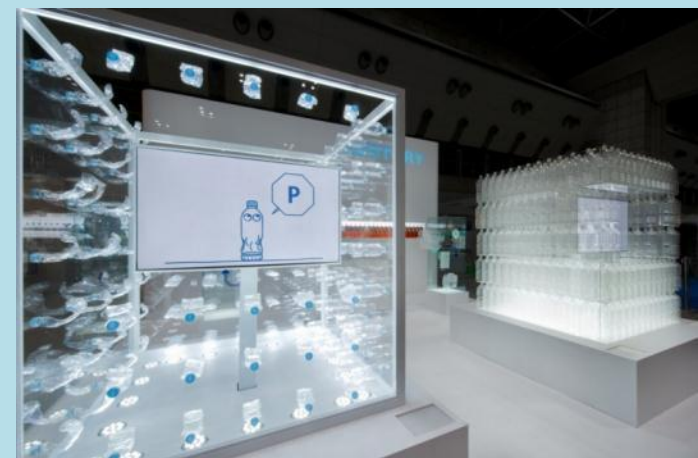
シーメンス・ジャパン株式会社様



GEヘルスケア・ジャパン株式会社様



新日本製鉄株式会社様

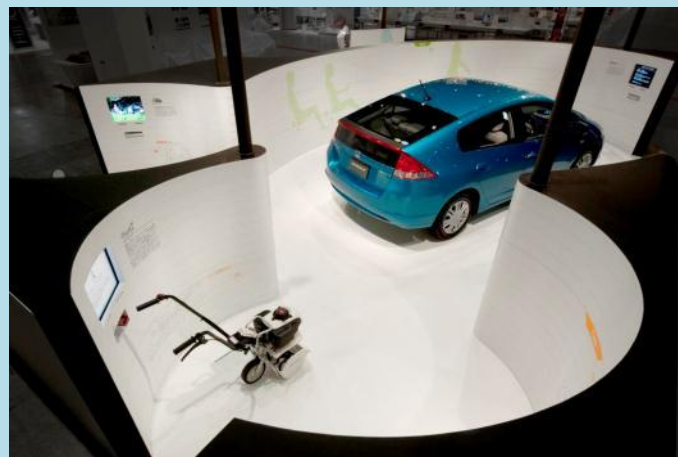


サントリーホールディングス株式会社様

出展サポート事例
デザイン賞受賞ブース



2011 ディスプレイ産業奨励賞
ヤマザキマザック株式会社様



2010 ディスプレイ産業奨励賞・ディスプレイデザイン奨励賞2010
株式会社本田技術研究所様



2010 ディスプレイ産業優秀賞
新日本製鐵株式会社様



ディスプレイデザイン賞2011 入選
株式会社GMPインターナショナル様



ディスプレイデザイン賞2011 入選
ライオン株式会社様



ディスプレイデザイン賞2011 入選
株式会社ラムダシステムズ様

主催サポート事例



製品体験イベント



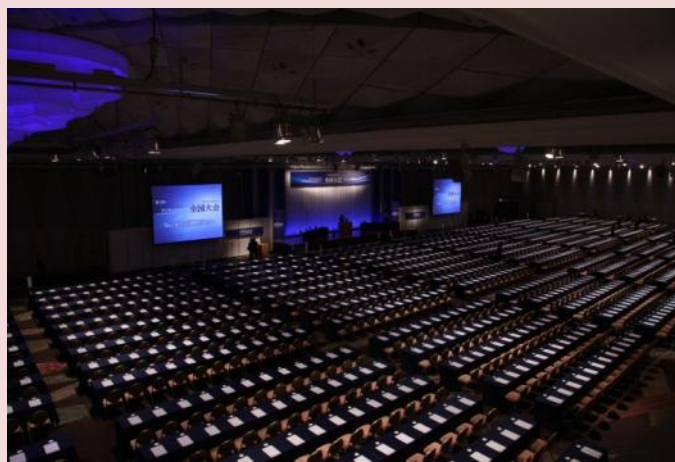
キャラクター・ゲーム関連イベント(合同展示会事務局)



ウエディング関連イベント(合同展示会事務局)



採用イベント



販売代理店大会



新製品発表会

Ⅱ. 2012年3月期 決算報告

損益計算書サマリー

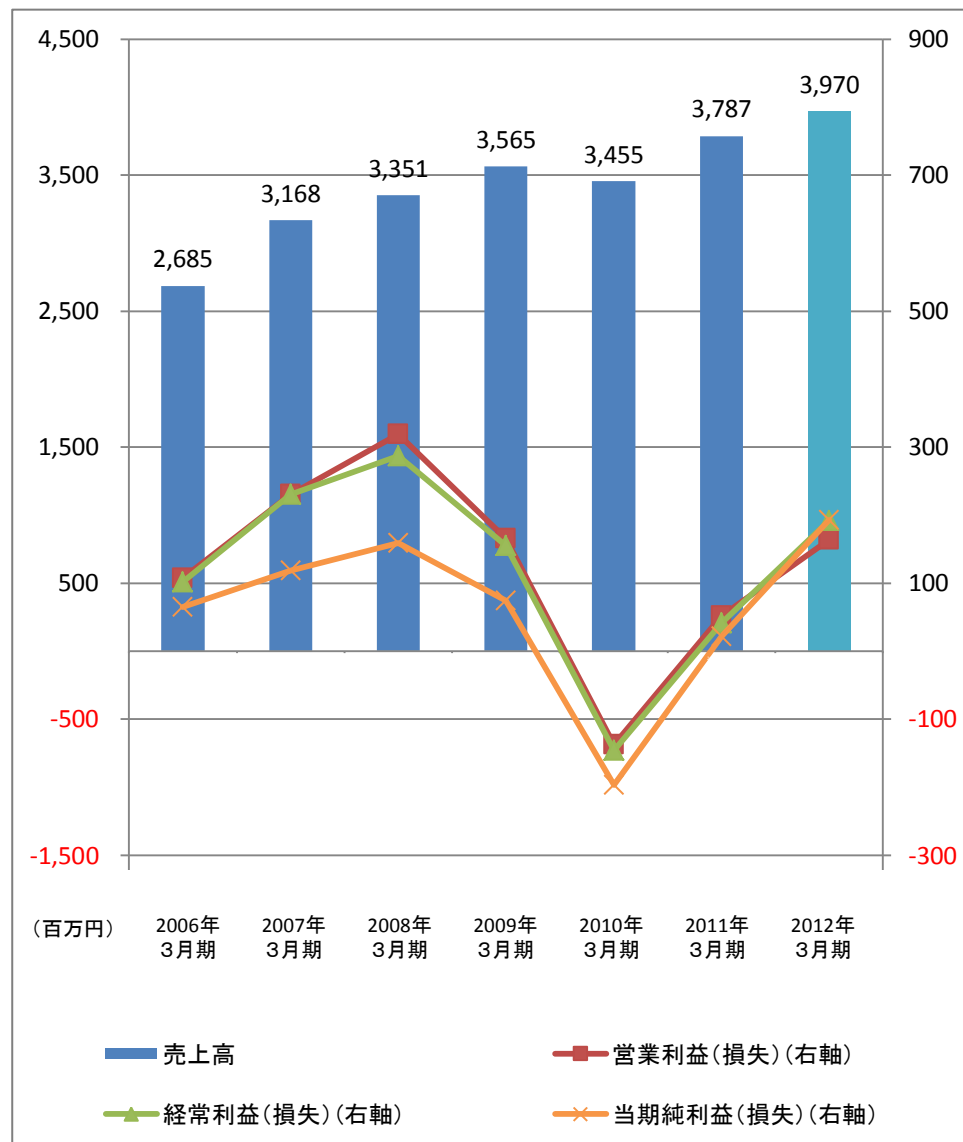
	2011年3月期		2012年3月期		増減率
	金額	比率	金額	比率	
売上高	3,787	100.0%	3,970	100.0%	4.8%
売上総利益	1,229	32.5%	1,342	33.8%	9.2%
販売費及び一般管理費	1,177	31.1%	1,178	29.7%	0.1%
営業利益	52	1.4%	164	4.1%	215.2%
経常利益	41	1.1%	192	4.9%	360.2%
当期純利益	22	0.6%	193	4.9%	741.9%

(百万円)

■ 2012年3月期の特殊要因

- ・営業外収益に助成金収入28百万円
- ・法人税等調整額に△50百万円(益)

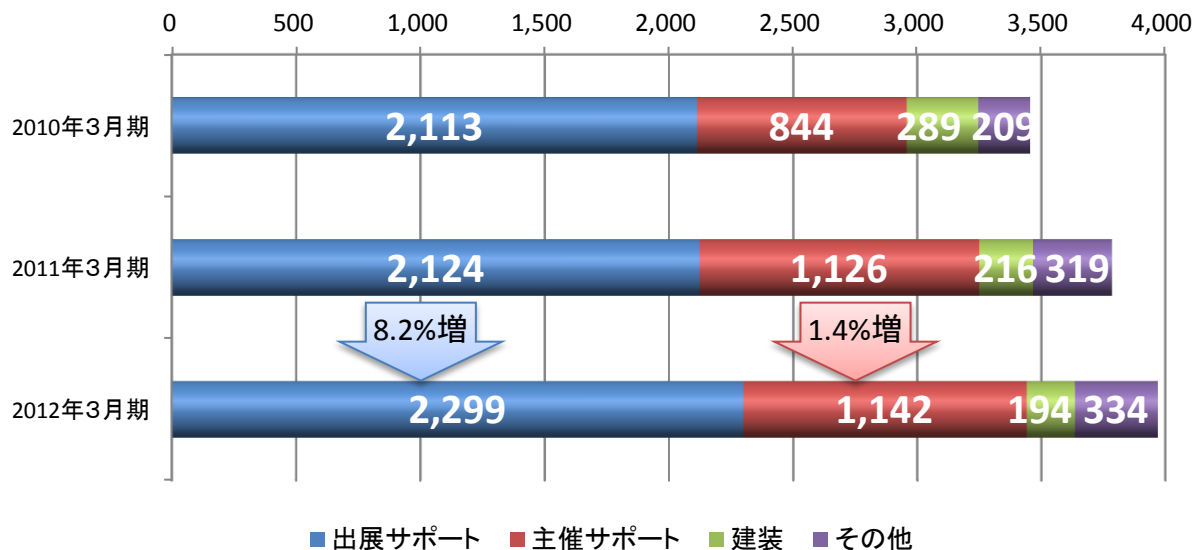
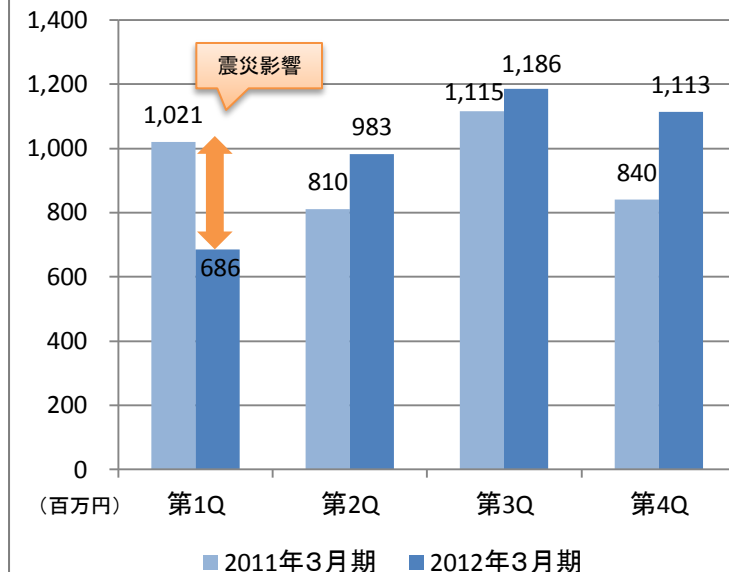
上記合わせて、約79百万円の増益要因となった



売上高の増加要因

領域別売上高(3期比較)

(百万円)


四半期売上高(2期比較)


展示会・イベントの中止・延期といった、東日本大震災の影響により、第1四半期は大きく売上高が減少するも、第2四半期以降はほぼすべての月において前年同月の売上高を上回る結果に

■ 主な要因
【出展サポート領域】

- ・納品品質向上の取り組みと継続営業の強化により、指名発注を頂ける顧客が増加
- ・ビジネスユニットごとに重点ターゲット領域を設定し、顧客理解を深め、ノウハウを蓄積し、提案品質を向上することにより、コンペ勝率が上昇

【主催サポート領域】

- ・営業力強化の取り組みにより、提案件数が増加
- ・販促プライベートショー主催案件の受注が増加

キャッシュフローサマリー

	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	増減額
営業活動によるC/F	△266	248	197	△51
投資活動によるC/F	△93	△6	12	19
財務活動によるC/F	178	△29	△109	△79
現金及び現金同等物の期末残高	476	688	789	100

(百万円)

■営業キャッシュフローが前期比較で減少した理由

2011年3月期は震災の影響により、3月の売上高、売掛金等が大幅に減少し、金額にして58百万円の営業C/Fプラス特殊要因があったため

■財務キャッシュフローが減少した理由

主に営業C/Fにより獲得した資金を長期借入金の約定返済に充てたため

貸借対照表サマリー

	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期	増減額
流動資産	1,370	1,346	1,718	371
（現金及び預金）	476	688	789	100
（受取手形及び売掛金）	790	590	803	213
固定資産	395	324	266	△58
資産合計	1,766	1,671	1,984	313
流動負債	740	611	840	229
（買掛金）	282	141	298	156
（借入金）	314	274	276	1
固定負債	464	472	358	△113
（長期借入金）	457	469	358	△111
負債合計	1,204	1,083	1,199	115
純資産合計	562	587	785	197
負債純資産合計	1,766	1,671	1,984	313

■主な流動資産の増加要因
現金及び預金、受取手形及び売掛金、繰延税金資産等が増加したため

■主な固定資産の減少要因
備品、投資有価証券が減少したため

■主な流動負債の増加要因
買掛金、未払法人税等が増加したため

■主な固定負債の減少要因
長期借入金の約定返済が進んだため

配当の状況

2010年3月期の大幅な純損失の計上、及び将来の事業展開に向けての内部留保確保のため、2期連続で無配としていたが、2012年3月期は1株あたり2,000円へと復配

	2010年 3月期実績	2011年 3月期実績	2012年 3月期
1株当たり配当金(円)	0	0	2,000
配当金総額(千円)	0	0	34,080

株式分割の実施について

- ・2012年3月31日を基準日に、1株につき200株の割合をもって分割、また100株を1単位とする単元株制度を採用
- ・これにより、投資単位は実質的に2分の1に
- ・効力発生日は2012年4月1日であるため、2012年3月期の配当には影響なし

Ⅲ. 2013年3月期 業績見通し

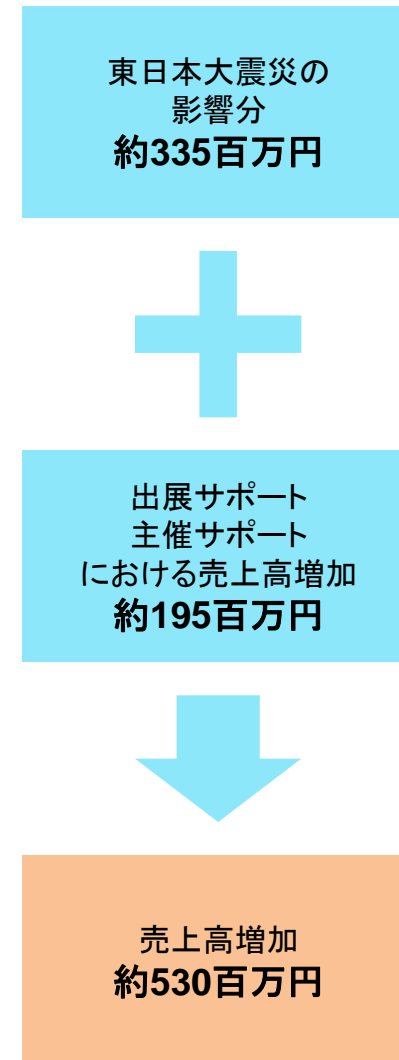
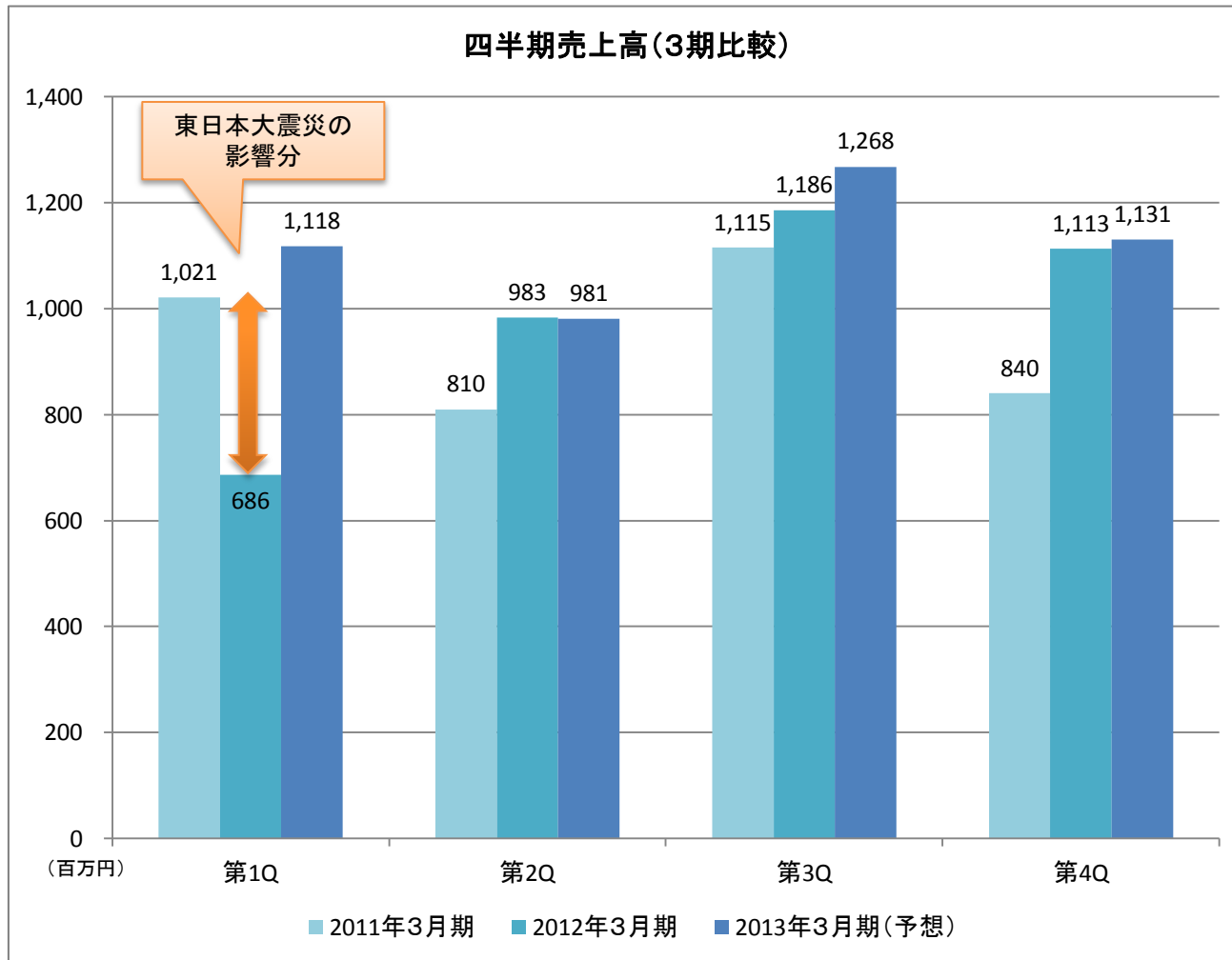
2013年3月期 業績予想

	2012年3月期		2013年3月期予想				主な要因
	第2四半期	通期	第2四半期	増減率(%)	通期	増減率(%)	
売上高	1,670	3,970	2,100	25.7	4,500	13.3	後述
営業利益	16	164	68	307.9	200	21.8	売上総利益額の増加
経常利益	47	192	63	31.6	185	△4.0	2012年3月期は 雇用調整助成金を申請したため
当期純利益	44	193	34	△24.1	100	△48.3	2012年3月期は 過年度の繰延税金資産を 計上したため
1株当たり配当(円)	-	2,000	-	-	10 (※)	0.0 (※)	
配当性向(%)	-	17.5	-	-	34.1	-	株式分割の影響を勘案すると、 2012年3月期と同等

(百万円)

※当社は2012年4月1日付で普通株式1株につき200株の割合で株式分割を行っております。そのため、2013年3月期(予想)における期末配当金については、当該株式分割の影響を考慮して記載しております。

売上高の見通し





IV. 中期経営計画

中期経営計画(2011年8月8日提出分の進捗)

展示会・販促イベント等 Face to Face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

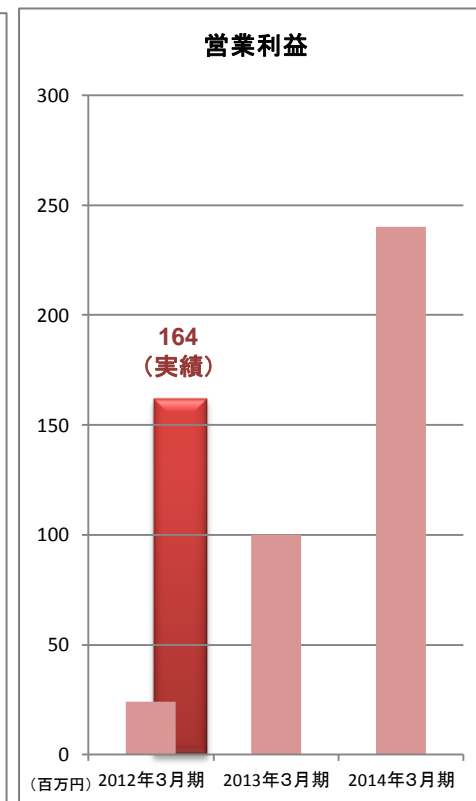
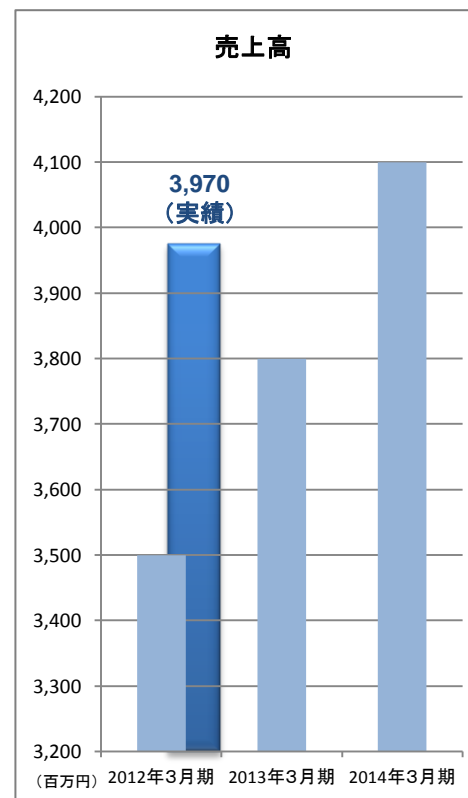
2011年8月8日提出の中期経営計画



1年先取りした
ペースで達成

	2012年3月期 (予想)	2013年3月期 (目標)	2014年3月期 (目標)	2012年3月期 (実績)
売上高	3,500	3,800	4,100	3,970
営業利益	24	100	240	164
経常利益	44	90	230	192
当期純利益	43	89	138	193

(百万円)



主な要因

- ・震災影響による市場の縮小が想定よりも早く回復したこと
- ・営業戦略が奏功し、指名発注を頂ける顧客の増加、継続発注を頂ける顧客の増加、コンペ勝率の上昇につながったこと
- ・顧客層の変化及びマーケティングサポートの拡充により、案件単価が上昇したこと

中期経営計画(2012年5月28日提出)

基本方針

Face to Faceマーケティング領域への集中による競争力の強化

主な企業マーケティング市場

マス広告市場

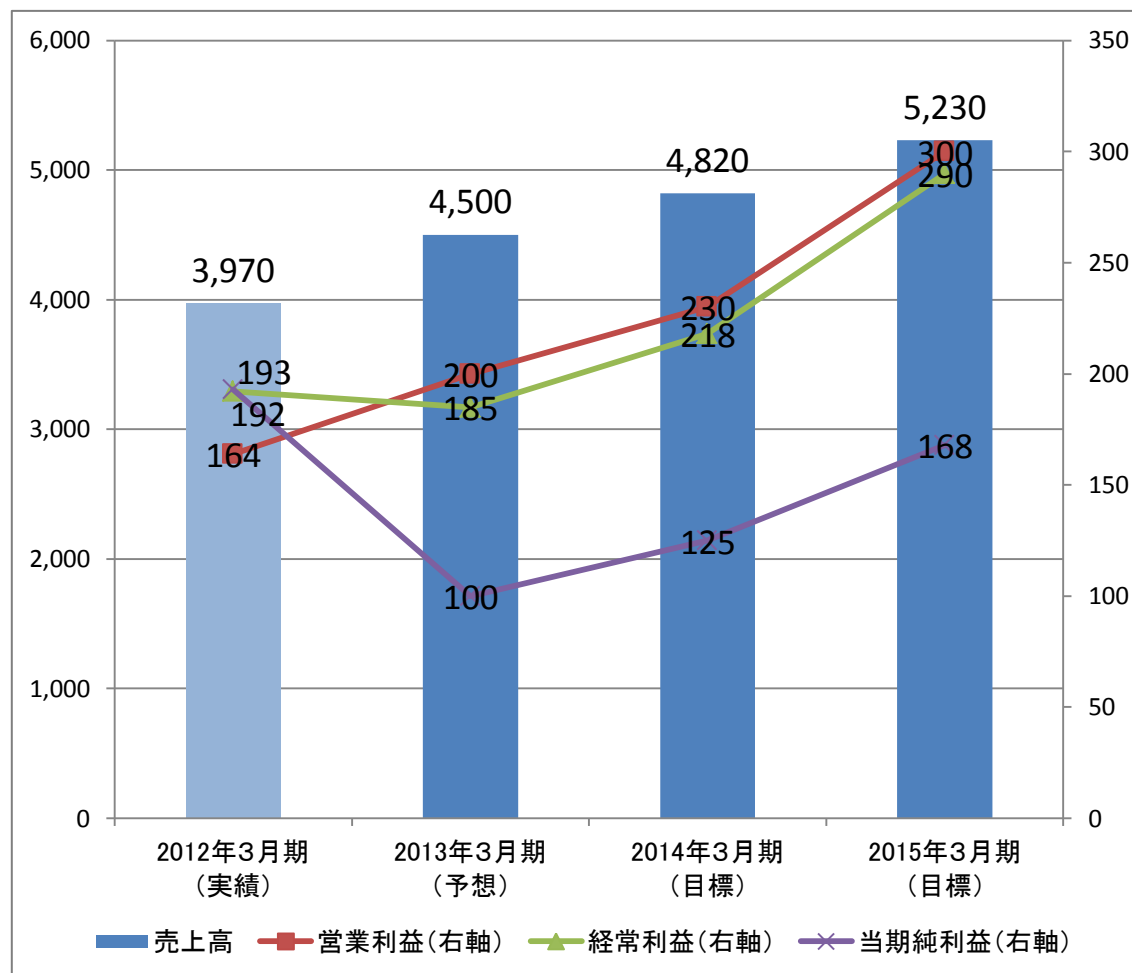
Face to Face
マーケティング
市場

インターネット
広告市場

①出展サポート領域におけるサービスの拡充

②主催サポート領域における新分野への進出

③Face to Faceマーケティング領域内でのサービスラインナップの拡充



①出展サポート領域におけるサービスの拡充

ディスプレイサービス

- ・ブースデザイン
- ・ブース制作

運営・コンテンツサービス

- ・ブース運営
- ・ステージ演出

出展効果促進サービス

- ・事前広報
- ・集客
- ・効果測定
- ・アフターフォロー

現在の強み

- ・顧客ニーズの変化
- ・求められるサービス範囲の変化

会期前:ターゲット顧客の集客
 会期中:メッセージの効果的な伝達と購買意欲の促進
 会期後:アフターフォロー

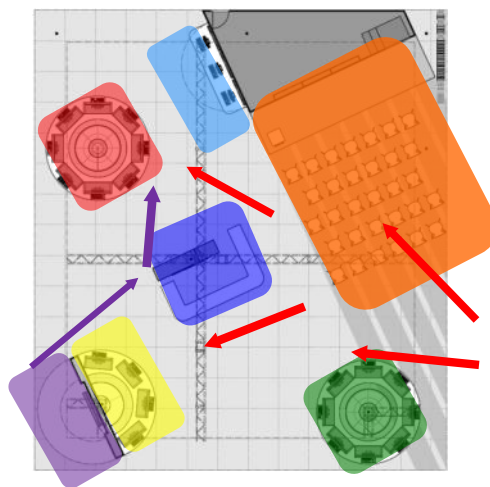
すべてのフェーズにおいて
 効果的なソリューションを提供し
 顧客の出展効果を最大化できる博展へ

①出展サポート領域におけるサービスの拡充

導線計画・レイアウト設計



会場内ブース位置に合わせた
ブースレイアウト設計



現在の強み

ディスプレイサービス

運営・コンテンツ
サービス

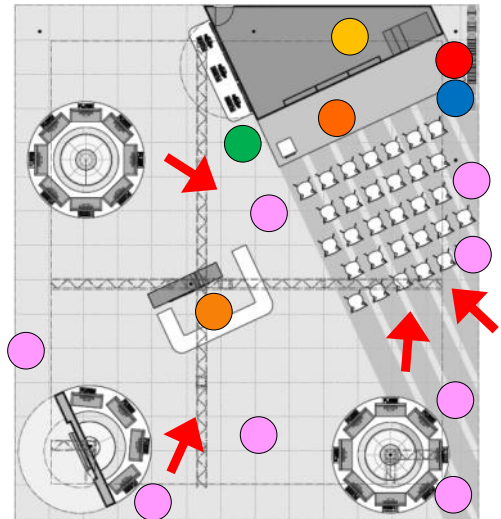
出展効果
促進サービス

ブースデザイン・施工

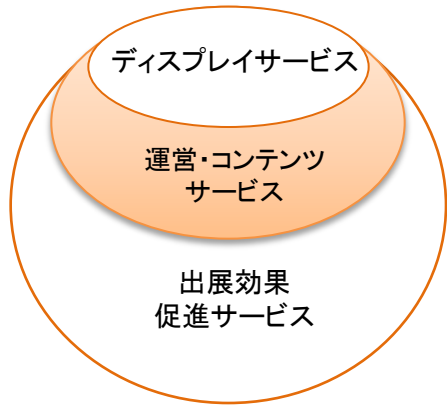
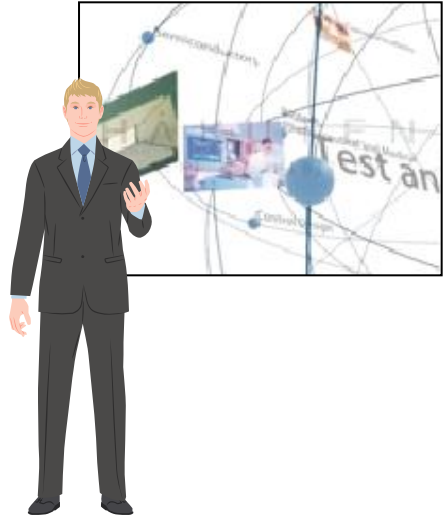


①出展サポート領域におけるサービスの拡充

運営計画・統括



プレゼンテーション企画・演出



ノベルティ制作



キャスティング



①出展サポート領域におけるサービスの拡充

出展戦略立案



ブースデザイン



配布用ツール制作



プレゼンテーション企画



効果測定



ディスプレイサービス

運営・コンテンツサービス

出展効果促進サービス

事前準備

イベント会期

事後フォロー

来場促進

- ・イベント専用サイト制作
- ・メール配信 etc...



ブース制作・設営



運営



コミュニケーション促進
・iPad使用ツール等



アフターフォローメール



オリジナルイベントアーカイブ
Panora Walk



EXPO-LINE、Panora Walk

②主催サポート領域における新分野への進出

FACE TO FACE MARKETING

出展サポート領域
市場規模 約1,000億円

主催サポート領域
市場規模 約1兆750億円

合同展示会
出展サポート

合同展示会
事務局

新製品発表会

合同商談会

採用イベント

主要領域

着手中領域

計画領域

製品体験
イベント

販売代理店
大会

周年記念
イベント

販促セミナー

会議
イベント

プレス発表会

地域振興
イベント

街頭
キャンペーン

スポーツ
イベント

②主催サポート領域における新分野への進出

FACE TO FACE MARKETING

出展サポート領域
市場規模 約1,000億円

主催サポート領域
市場規模 約1兆750億円

主要領域

合同展示会
出展サポート

合同展示会
事務局

新製品発表会

合同商談会

採用イベント

着手中領域

製品体験
イベント

販売代理店
大会

周年記念
イベント

計画領域

販促セミナー

会議
イベント

プレス発表会

地域振興
イベント

街頭
キャンペーン

スポーツ
イベント

②主催サポート領域における新分野への進出

FACE TO FACE MARKETING

出展サポート領域
市場規模 約1,000億円

主催サポート領域
市場規模 約1兆750億円

主要領域

合同展示会
出展サポート

合同展示会
事務局

新製品発表会

合同商談会

採用イベント

着手中領域

製品体験
イベント

販売代理店
大会

周年記念
イベント

計画領域

販促セミナー

会議
イベント

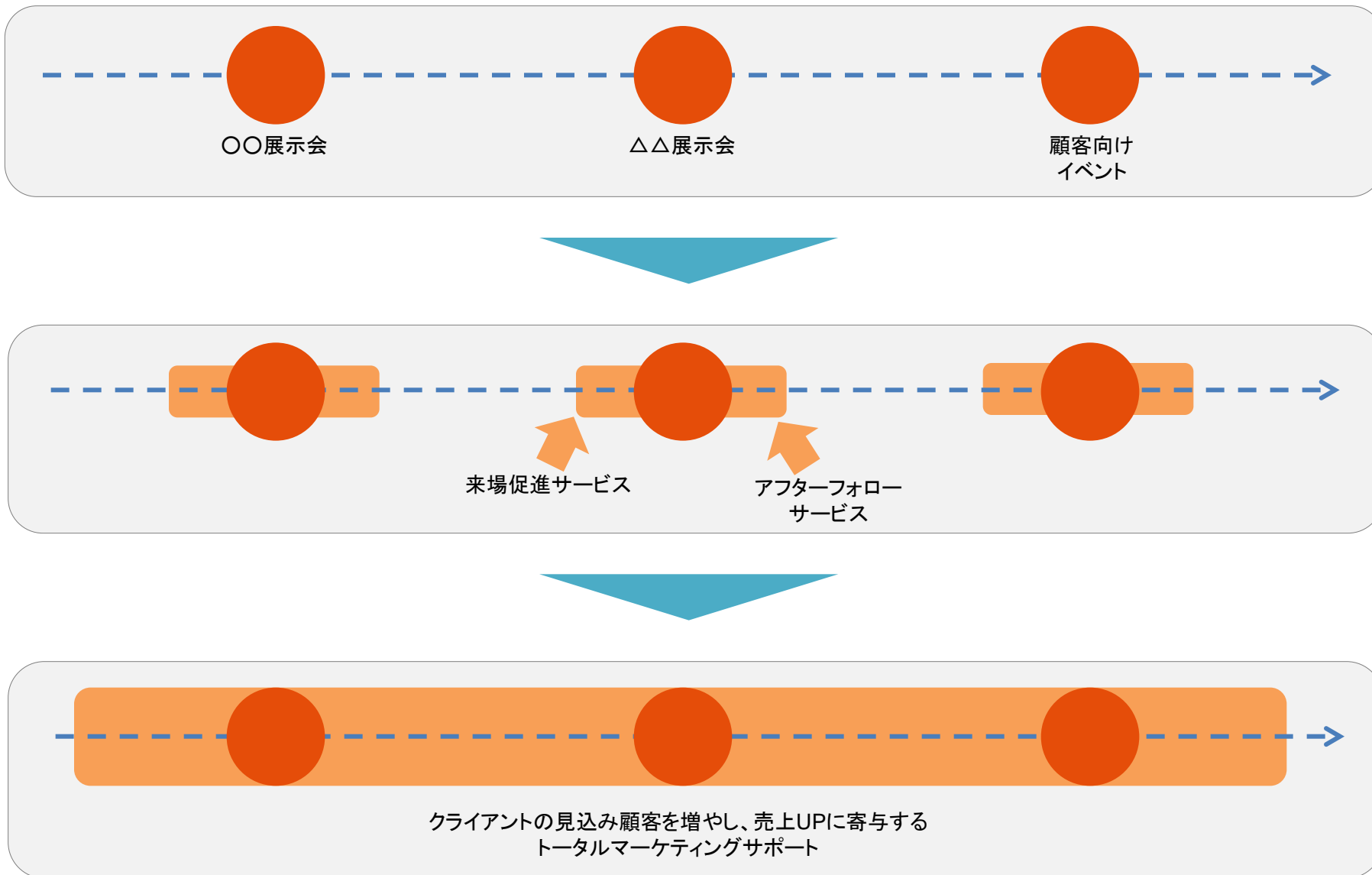
プレス発表会

地域振興
イベント

街頭
キャンペーン

スポーツ
イベント

③Face to Faceマーケティング領域内でのサービスラインナップの拡充



中期経営計画

①出展サポート領域におけるサービスの拡充

②主催サポート領域における新分野への進出

③Face to Faceマーケティング領域内でのサービスラインナップの拡充



人材投資

- ・若手社員の潜在能力を伸ばすマネジメントスキルの向上
- ・着手中領域・計画領域のノウハウを持った人材の採用による、市場の取りこみ

M&A

- ・着手中領域・計画領域の専門スキルを得て、主催サポート内での領域拡大

システム投資

- ・サービスシステム、基盤システムの投資効果を顕在化

コミュニケーションデザイン

マス広告

Face to Face
マーケティング

インターネット広告

Face to Faceマーケティングなら

博展

と広く認知される企業へ

会社概要

会社名: 株式会社博展
 証券コード: 2173
 上場日: 2008年2月29日
 上場市場: 大阪証券取引所-JASDAQ
 本社所在地: 東京都中央区築地1-13-14 NBF東銀座スクエア9F
 電話番号: 03-6278-0010
 事業内容: コミュニケーションデザイン事業
 代表者: 代表取締役会長／田口徳久
 代表取締役社長／田中正則
 設立年月日: 1970年3月2日
 資本金: 158,203千円
 従業員数: 203名 平均年齢 30.3歳
 決算月: 3月
 発行済株式総数: 17,040株
 監査法人: 新日本有限責任監査法人
 URL: <http://www.hakuten.co.jp>

(2012年4月1日現在)

沿革

1970年 展示会、ディスプレイの施工を目的とし、資本金500千円にて「株式会社博展」設立
 1992年 埼玉県八潮市に第1スタジオ移転
 1994年 東京都千代田区神田に営業所を新設
 1998年 大卒一期生入社
 2001年 東京都中央区銀座に営業所を移転
 2005年 東京都中央区築地に営業所を移転
 2006年 e-スタジオ新設、4スタジオ体制に
 2008年 大証ヘラクレス(現大証JASDAQ)に上場
 2009年 「コミュニケーションデザイン」「Communication Design」を商標登録
 2010年 「エコプロダクツ 新日本製鉄グループブース」にて「2010 ディスプレイ産業優秀賞」(展示会分野の最高賞)を受賞(計21作品が入選)
 2011年 「日本国際工作機械見本市 ヤマザキマザック株式会社ブース」にて「2011 ディスプレイ産業奨励賞」を受賞(計17作品が入選)

博展は、「コミュニケーションデザイン事業」を
 行う会社としては初めて、2008年2月に上場しました

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確認ください。

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 URL <http://www.hakuten.co.jp>