



H A K U T E N

2023年3月期 第1四半期

決算説明資料

株式会社博展（証券コード：2173）

2022年8月17日

目次

- 1. 決算の概要**
- 2. 商材別説明**
- 3. 事業の状況**
- 4. 重要経営指標**
- 5. 事業Topics**
- 6. APPENDIX**

2023年3月期 1Q

1. 決算の概要

- **連結業績** 売上高は前期比95.5%増加の2,883百万円となり第1四半期としては過去最高
営業利益は、73百万円へと黒字転換（前期△166百万円）
コロナ禍の影響から回復し、1Qは好調な結果
- **外部環境** イベント市場、ディスプレイ市場はコロナ禍の影響から顕著な回復
インターネット広告市場規模は21.4%増[※]となり、デジタル分野の商材を後押し
- **内部環境** ユニット型組織による顧客密着営業の推進が好調
社員を対象に株式給付信託制度を導入し業績向上への意欲・士気向上
社内研修の拡充により若手社員のビジネスリテラシーを強化

※株式会社電通「2021年 日本の広告費」 | 媒体別広告費よりインターネット広告費（2020年、2021年比較）参照

| 連結

売上高
2,883 百万円

(前年同期 :1,417百万円)

営業利益
73 百万円

(前年同期 :△166百万円)

当期純利益
44 百万円

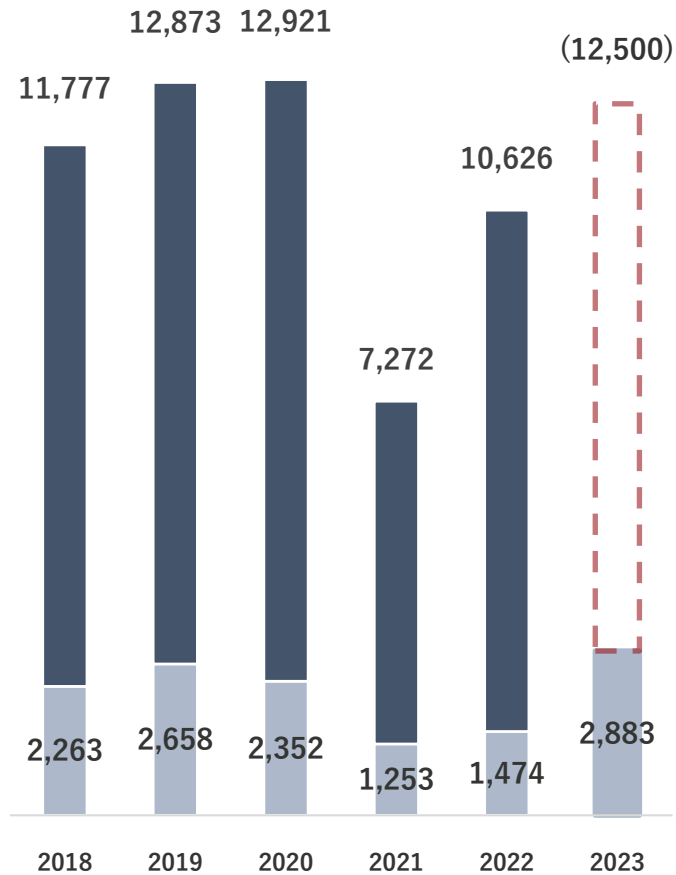
(前年同期 : 212百万円)

2023年3月期1Q 通期業績予想の進捗率

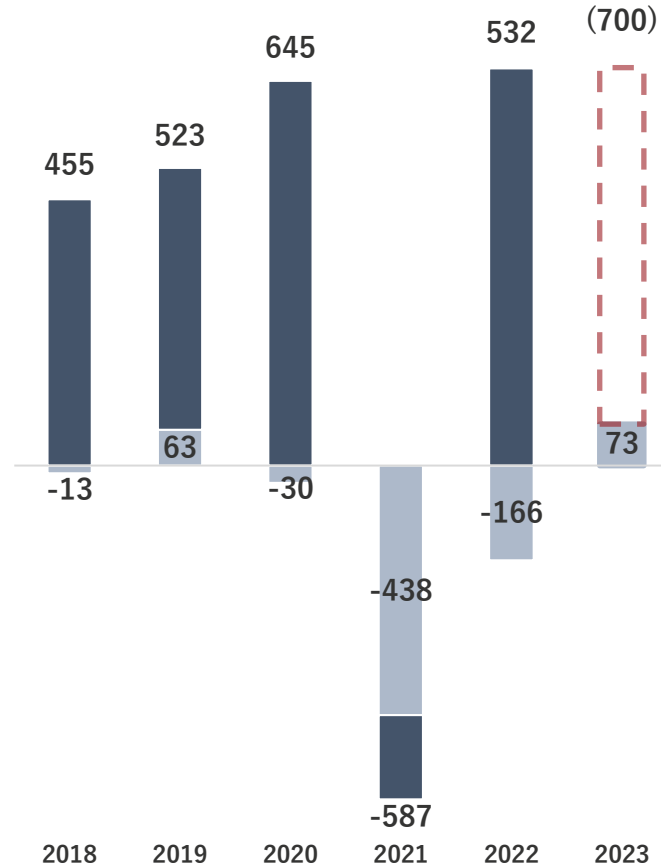
HAKUTEN

- 当期通期予想
- 2Q~4Q実績
- 1Q実績

売上高

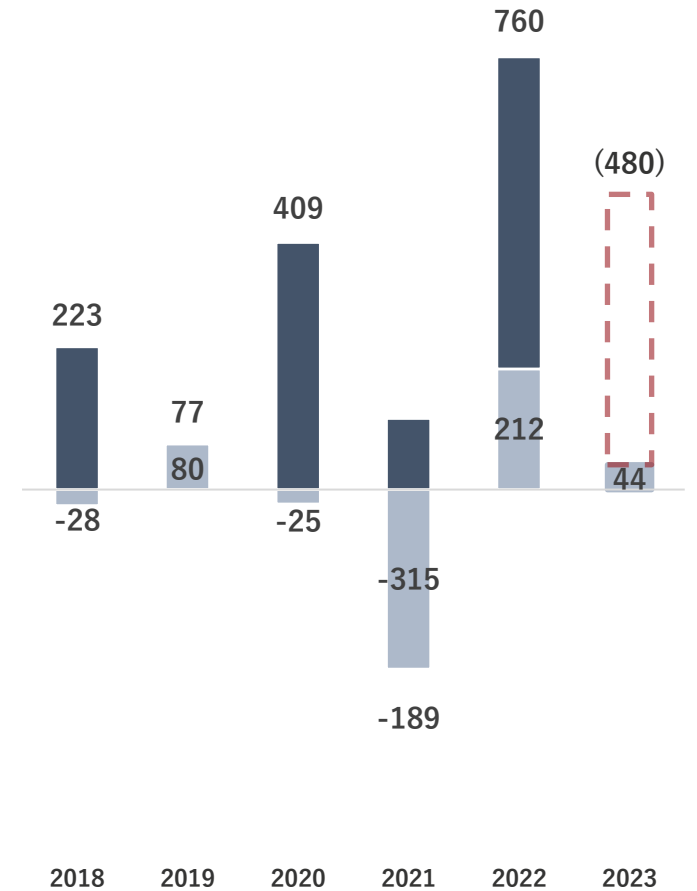


営業利益



[単位：百万円 () 内は計画]

当期純利益



リアルイベント分野

2,118百万円 前年同期比 **+123.6%**

コロナ禍からの顕著な回復により、
大型商談会や創立記念イベント等のプライベートショーを中心に大きく増加
また展示会やイベントプロモーション等の納品は前期に引き続き好調

デジタル分野

235 百万円 前年同期比 **△8.4%**

オンラインセミナーやオンライン商談会など、
各種オンラインイベントの開催が前期に引き続き好調に推移

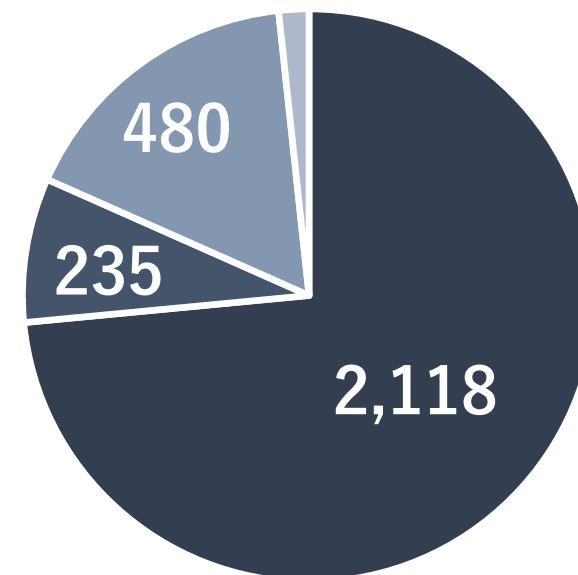
商環境分野

480 百万円 前年同期比 **+111.2%**

大型商業施設や公共施設、オフィスショールーム等の
空間デザイン・内装施工等の納品活動が好調となり、前期に比べ大幅な増加

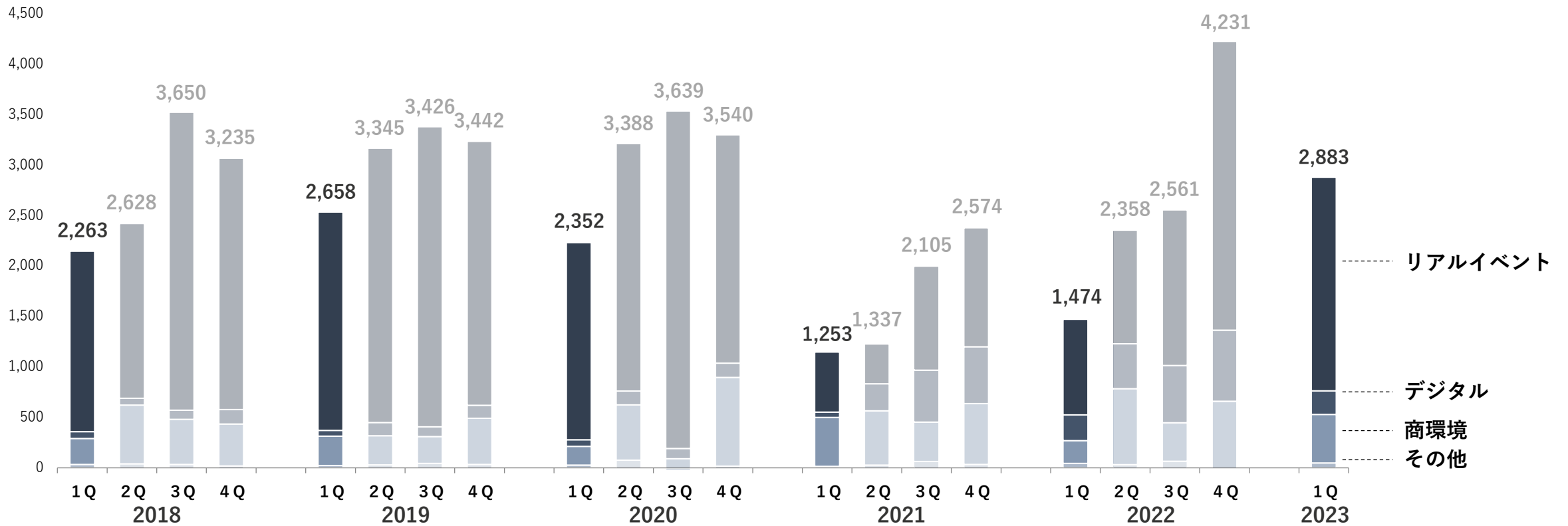
[単位：百万円]

- リアルイベント
- デジタル
- 商環境
- その他



リアルイベント分野を中心に回復基調 第1四半期売上高は過去最高額を更新

[単位：百万円]



2023年3月期 1Q

2.商材別説明

2023年3月期 1Q

リアルイベント分野

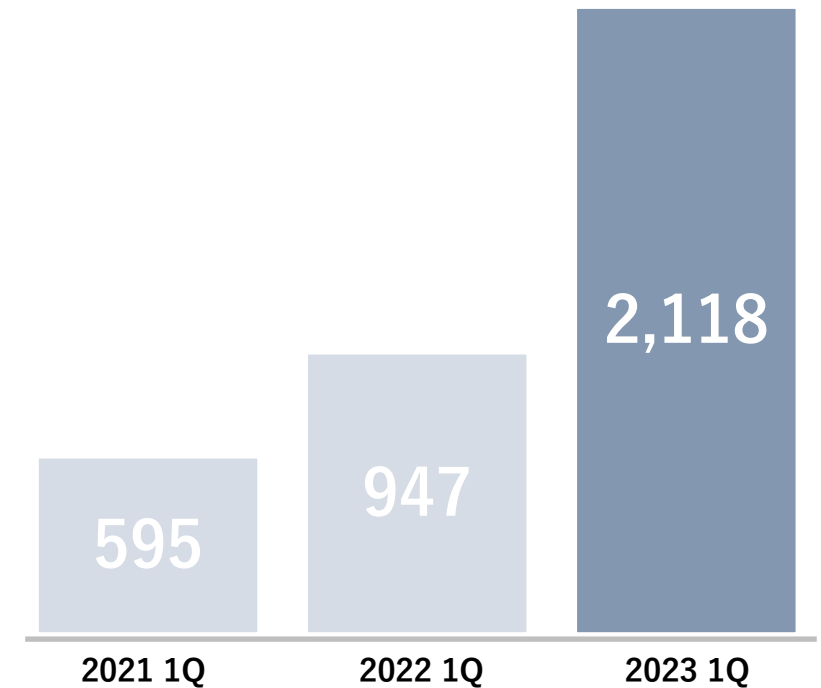
市場はコロナ禍からの顕著な回復 イベント数増加で、前期に比べ売上倍増

- 展示会事業では、開催数・出展企業共に増加、関東圏のみならず地方での展示会開催も活発化
- 期間限定のポップアップイベントやインスタレーション等の体験空間の納品数が増加
- 商談会や企業の創立記念イベント等を中心に大型案件の納品多数



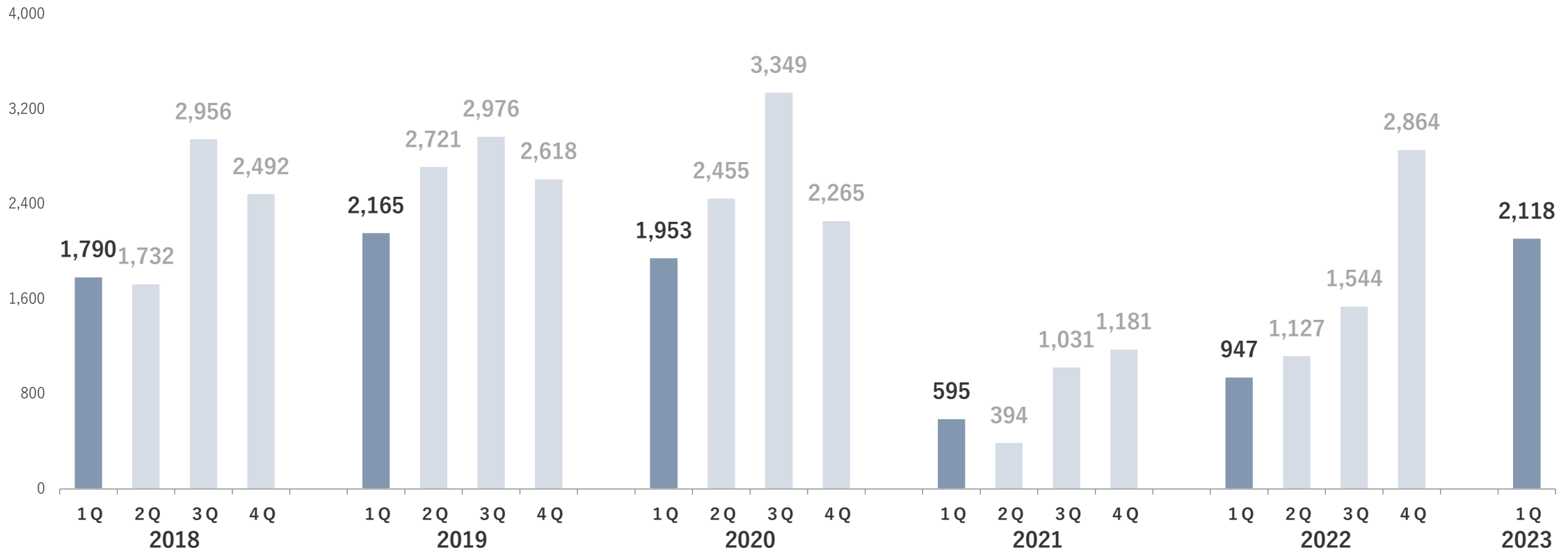
[単位：百万円]

リアルイベント分野 売上高



市況の好転に加え、ユニット型組織運営による顧客密着営業によるお客様のニーズに沿った提案・施策展開が進みリアルイベント受注が好調

[単位：百万円]



2023年3月期 1Q

デジタル分野

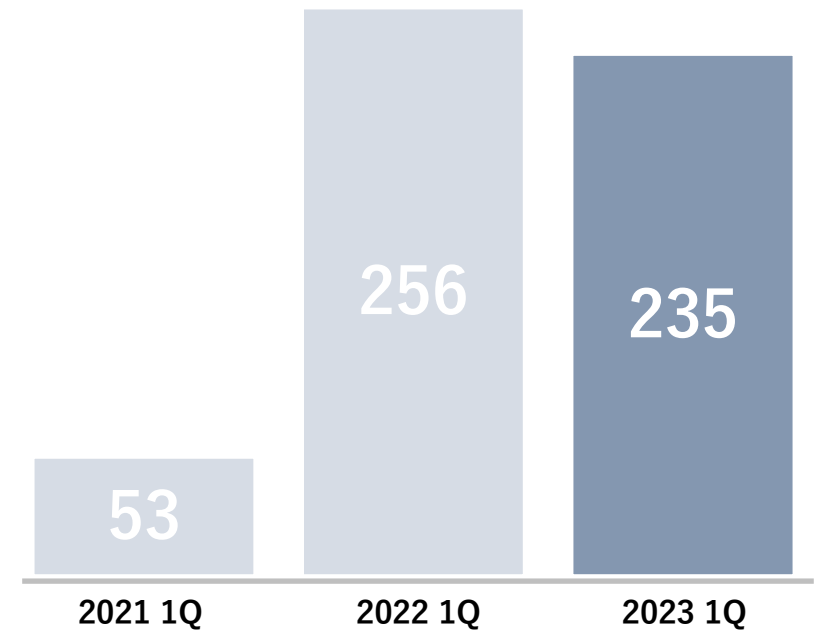
ウェビナー等オンライン配信事業を中心に デジタル分野の商材も堅調に推移

- 自社スタジオからの配信に加え、顧客のオフィスから配信を行う出張配信サービス等の活用により、幅広い環境でのバーチャルカンファレンスを開催
- WEBサイト開発や運用のサポート数が増加
- オンライン展示会やバーチャルイベントの引き合いも多い状況が続いている



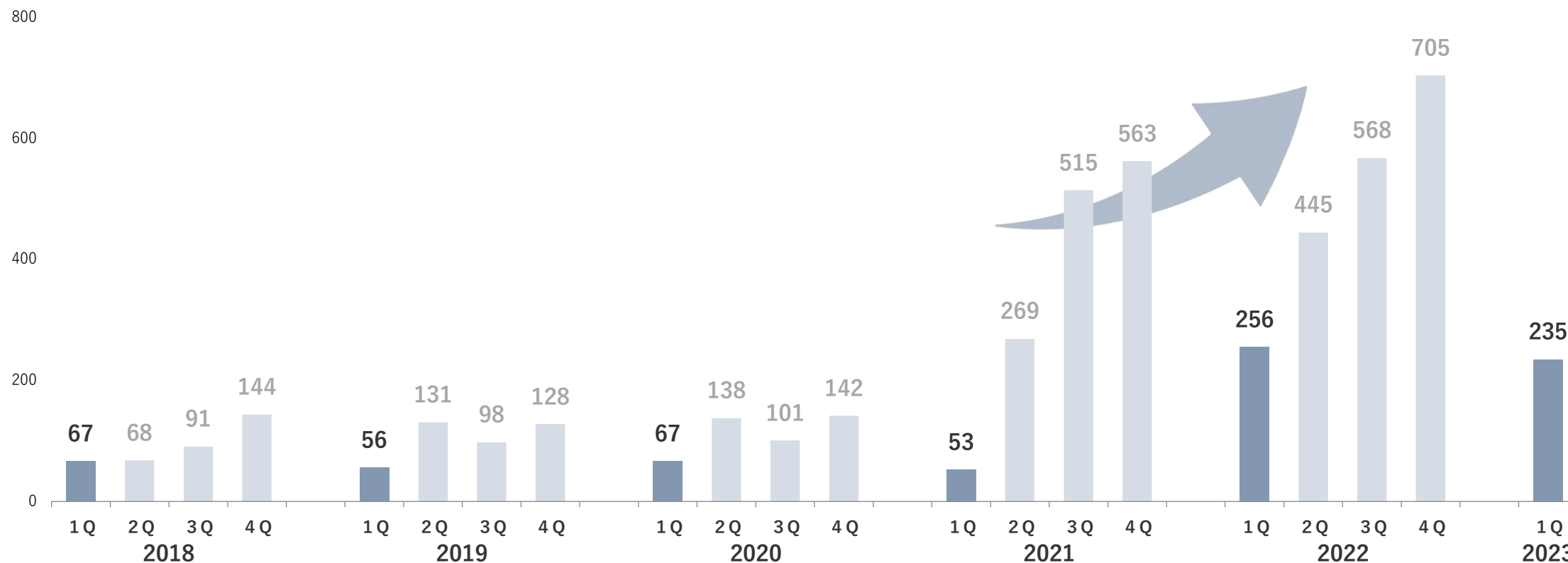
[単位：百万円]

デジタル分野 売上高



配信スタジオを開設した2020年6月以降、デジタル分野の売上高は好調に推移

[単位：百万円]



※FY2021以前のデジタル分野の売上高からは2021年4月に連結対象外となったアイアクトの売上高を控除しております。

2023年3月期 1Q

商環境分野

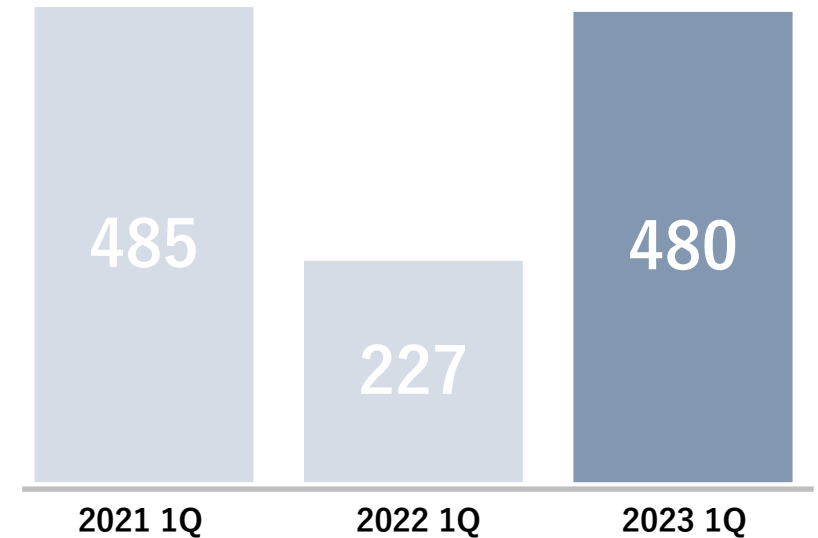
ハイブランドの常設空間やショールーム、
オフィス等の多様な案件を受注

- ハイブランドの期間限定の大規模プロジェクトの常設空間の納品など大型案件を受注
- 企業のオフィス移転プロジェクトや地方ショールーム等、多様な案件の受注が進んだ



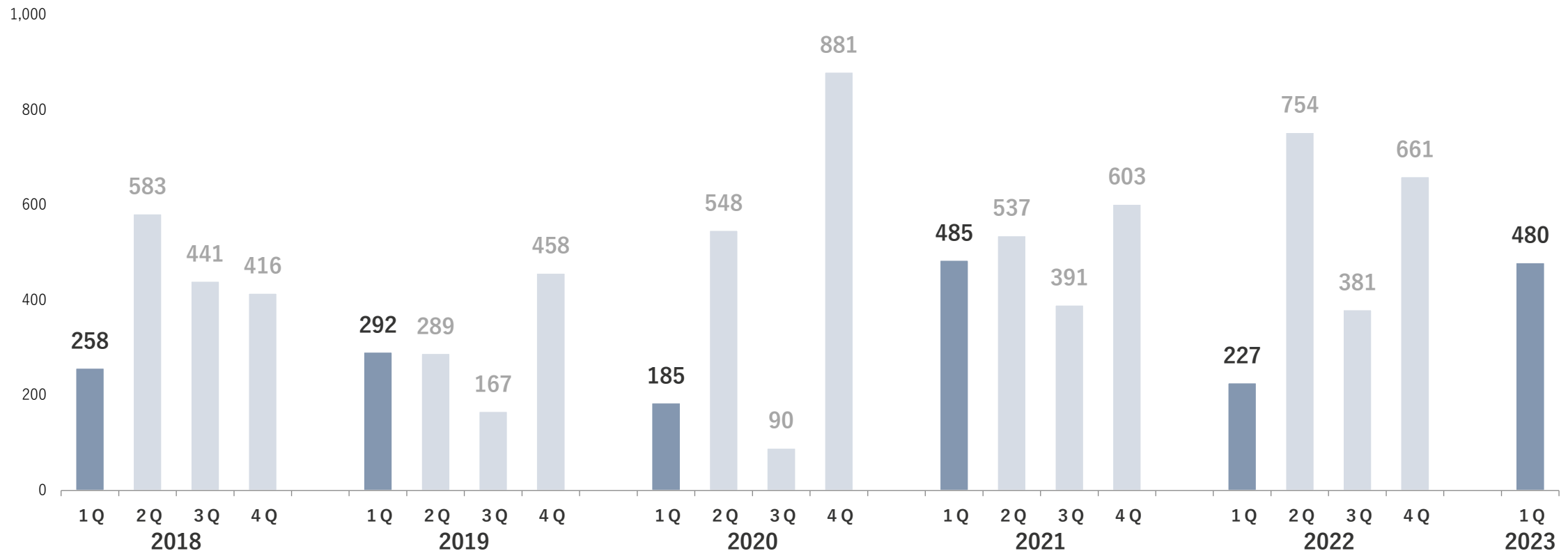
[単位：百万円]

商環境分野 売上高



顧客との関係性強化により、案件発生の機会をとらえることで売上高は堅調に推移
 案件規模が大きいため、四半期の売上変動が大きい、通年での売上増加を目指す

[単位：百万円]

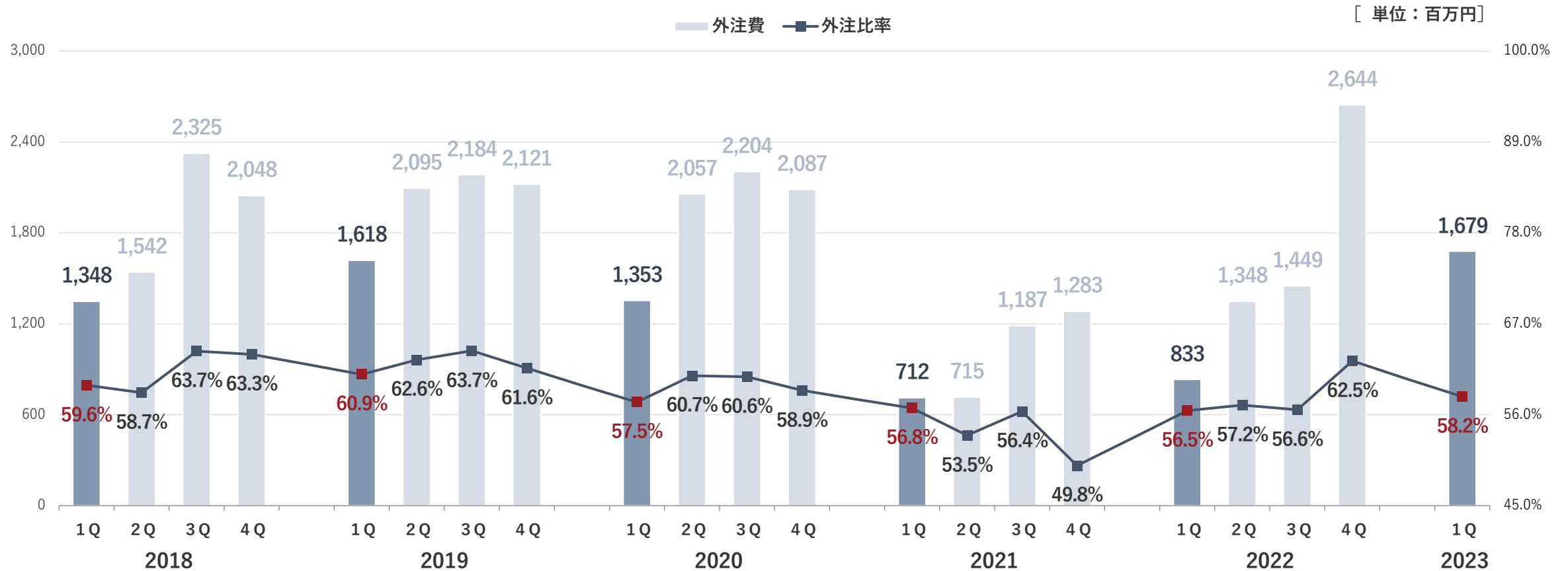


2023年3月期 1Q

3.事業の状況

外注費並びに外注比率 - 四半期推移

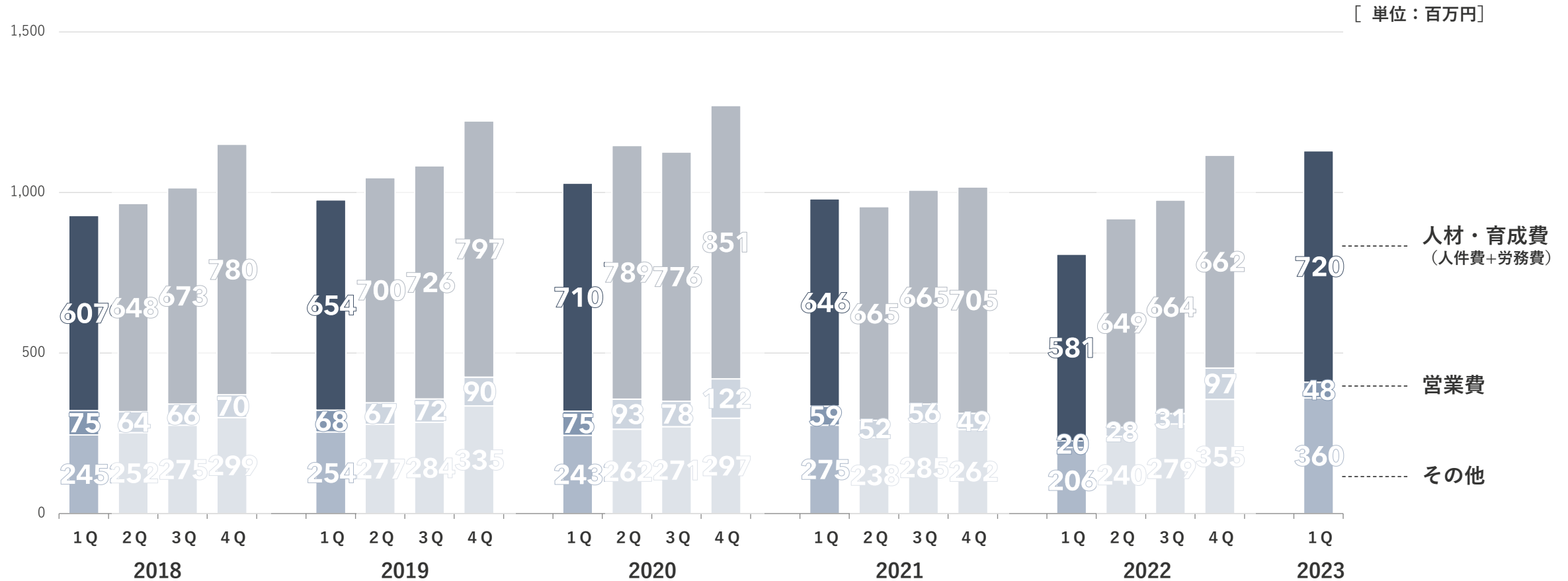
売上高回復に伴って外注費は増加しているが、仕入先との連携や内製化の推進により外注比率をコントロール



※売上原価のうち、外注費の割合が最も高いため、外注費の金額ならびに売上高に占める割合を説明しています。

費用構成 - 四半期推移

顧客への提供価値向上に向け人材への投資（人件費・労務費）を積極化、
営業効率の向上・改善に向けた施策への投資も充実



※外注費以外の売上原価並びに販売費及び一般管理費を費用構成として説明しています。

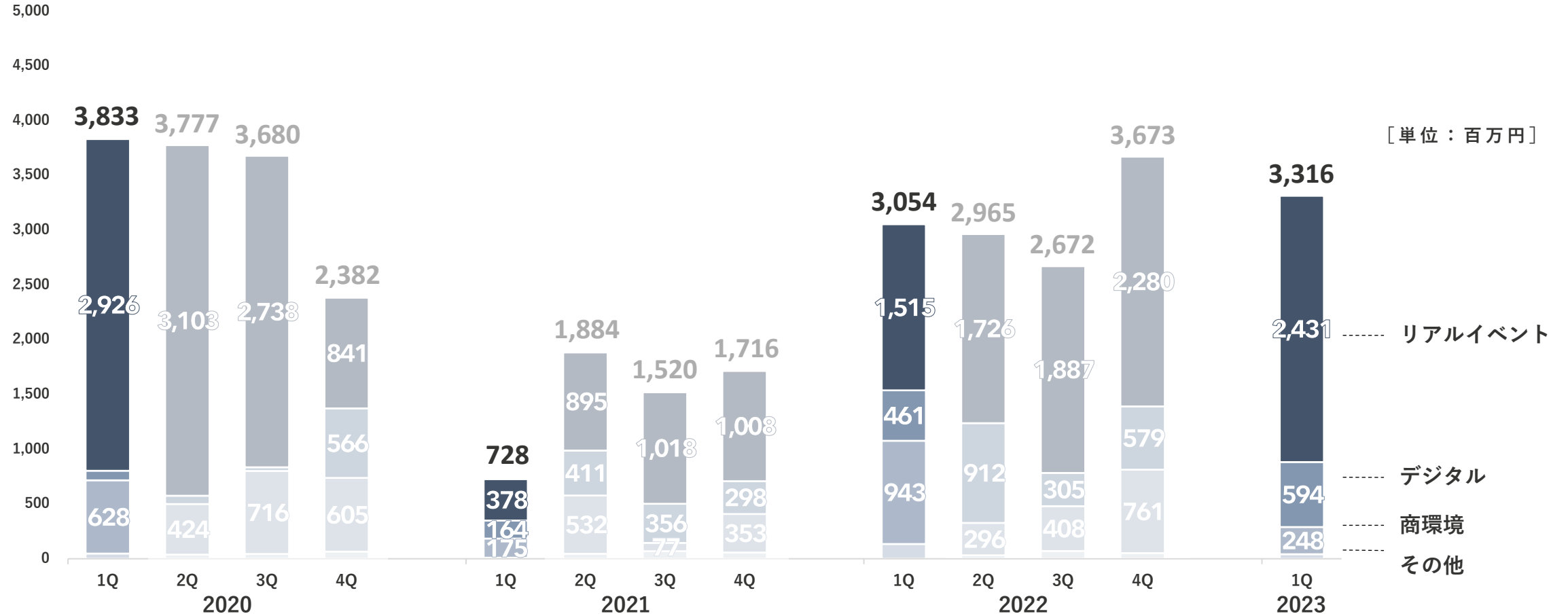
貸借対照表

HAKUTEN

[単位：百万円]

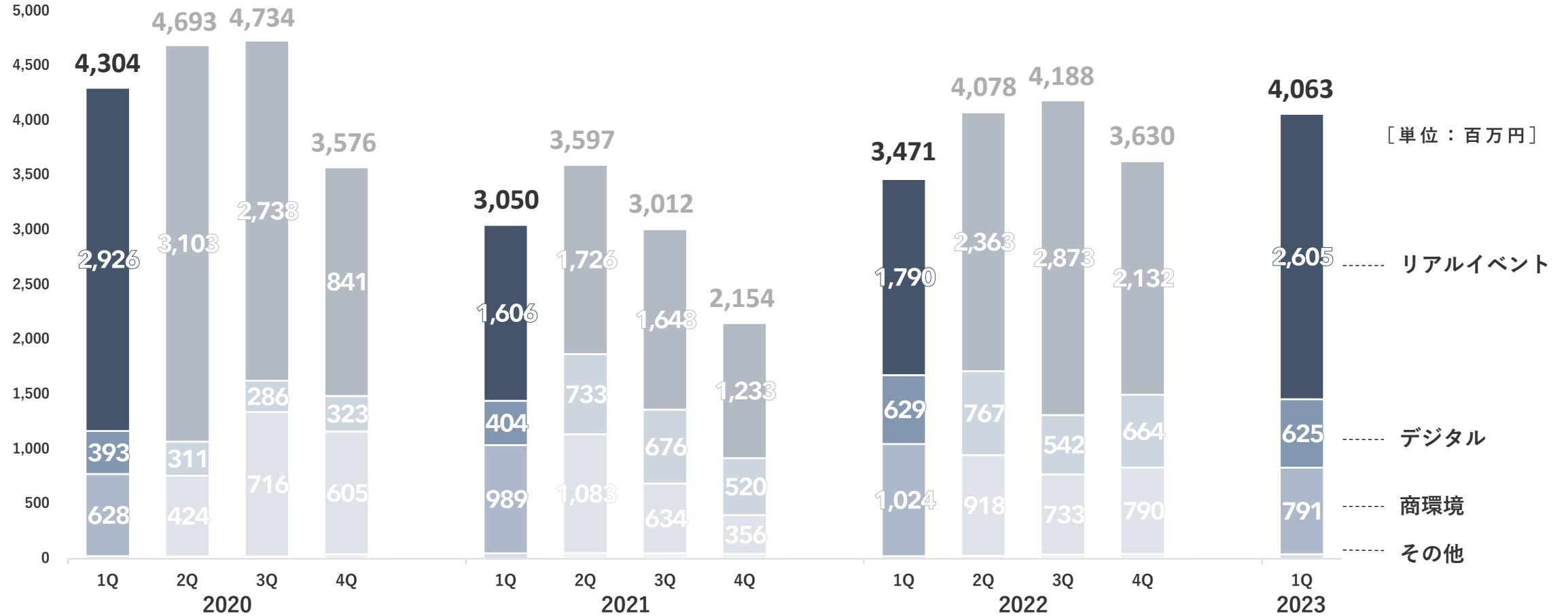
区分	科目	2022	2023 1Q	増減	増減の主な要因
資産	流動資産	4,105	3,440	△ 665	
	現金及び預金	1,578	1,356	△ 221	
	売掛金	2,203	1,593	△ 609	前期末月売上分の資金回収進捗に伴う減少
	その他	324	489	165	受注高増加に伴う棚卸資産増加
	固定資産	669	644	△ 24	
資産合計		4,775	4,085	△ 689	
負債	流動負債	2,744	2,354	△ 389	
	短期借入金	500	1,100	600	納税・賞与資金の借り入れ
	一年内返済予定の長期借入金	266	209	△ 57	
	その他	1,977	1,044	△ 932	前期業績回復に伴う納税・賞与の支出、買掛金の支払い
	固定負債	286	212	△ 73	
	長期借入金	272	194	△ 77	約定弁済分の振り替え
その他	14	17	3		
負債合計		3,030	2,567	△ 463	
純資産合計		1,744	1,517	△ 226	株式給付信託制度の導入に伴う自己株式取得
負債純資産合計		4,775	4,085	△ 689	

リアルイベント分野、デジタル分野が伸び、前期比8.6%増の33億16百万円



※FY2021及びFY2020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。

リアルイベント分野が大きく回復し、前期比48.2%増の40億63百万円



※FY2021及びFY2020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。

2023年3月期 1Q

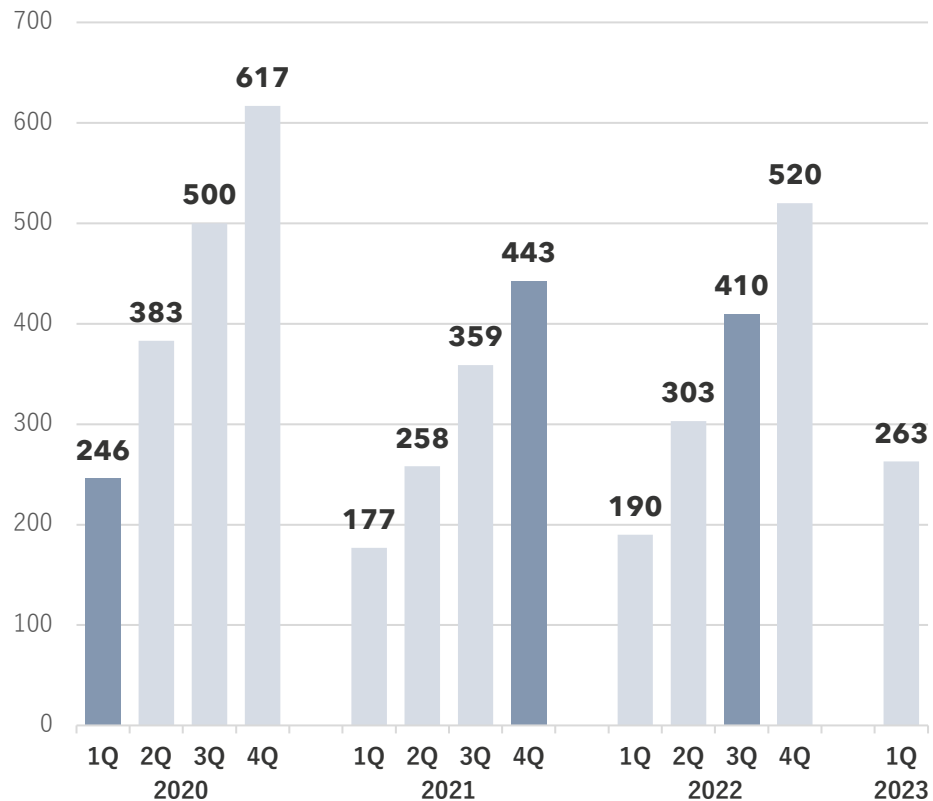
4.重要経営指標

顧客数・単価共にコロナ禍前の水準に回復

中期成長を見据え多様な商材提供を進め、顧客数・顧客単価の増加を目指す

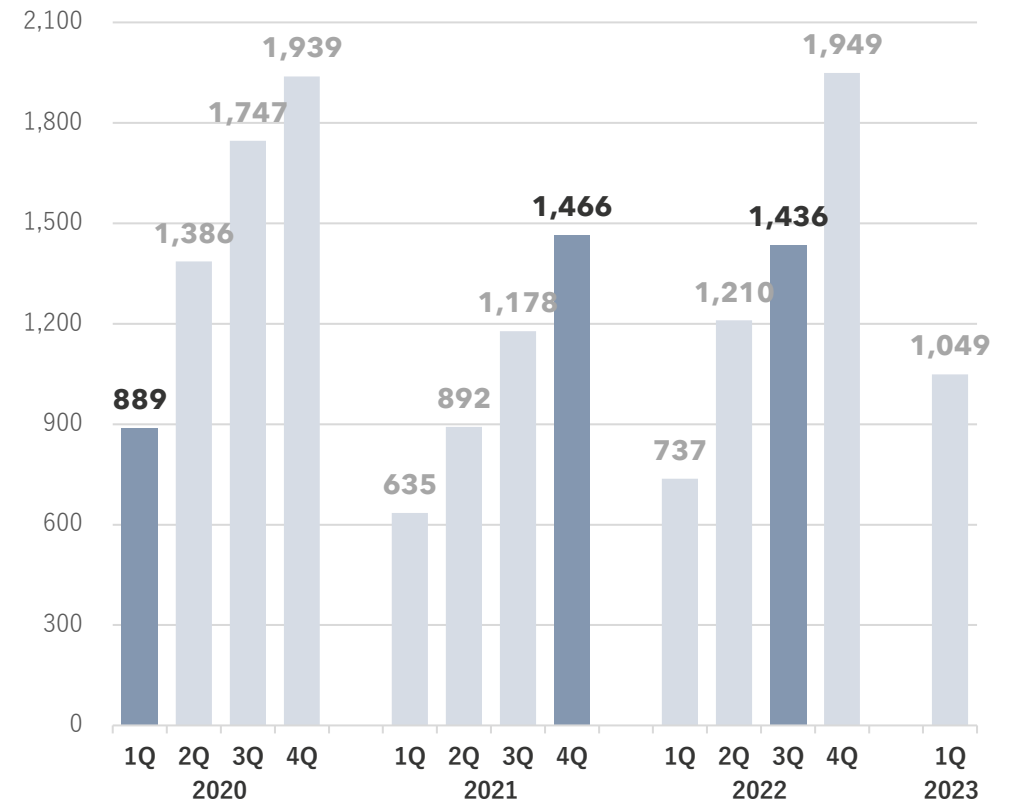
[単位：社]

顧客数



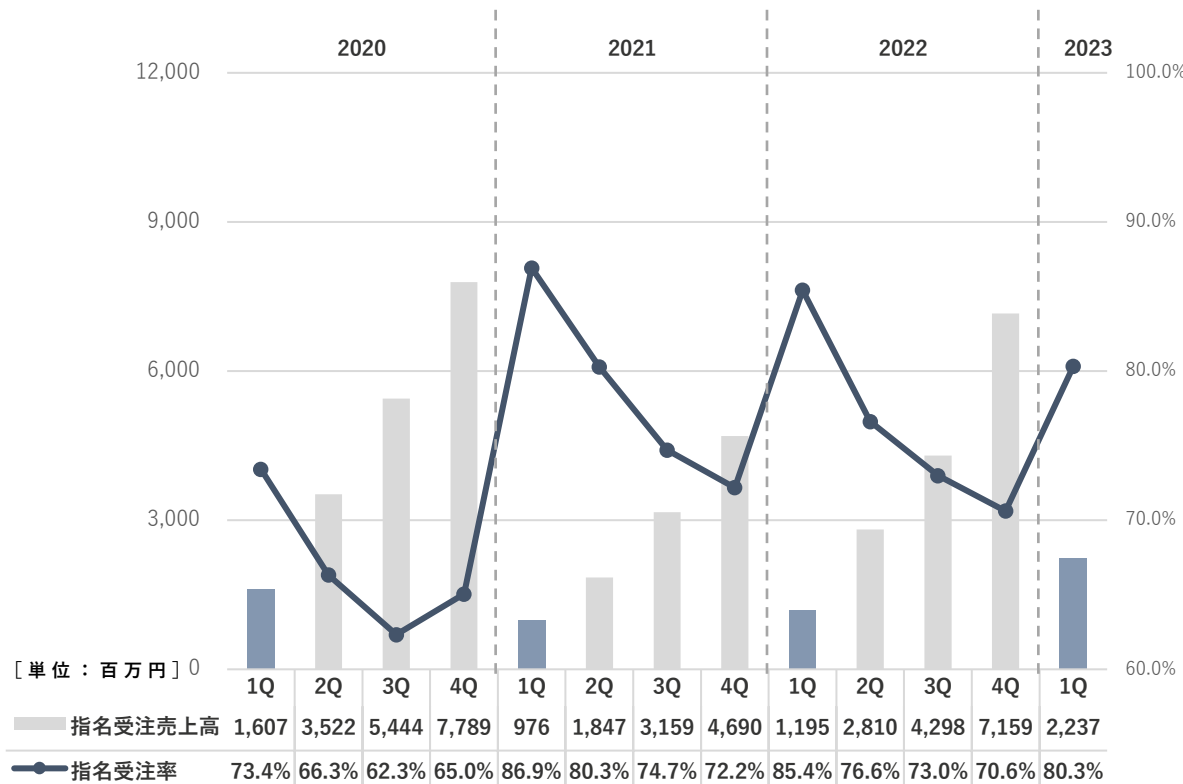
[単位：万円]

顧客単価

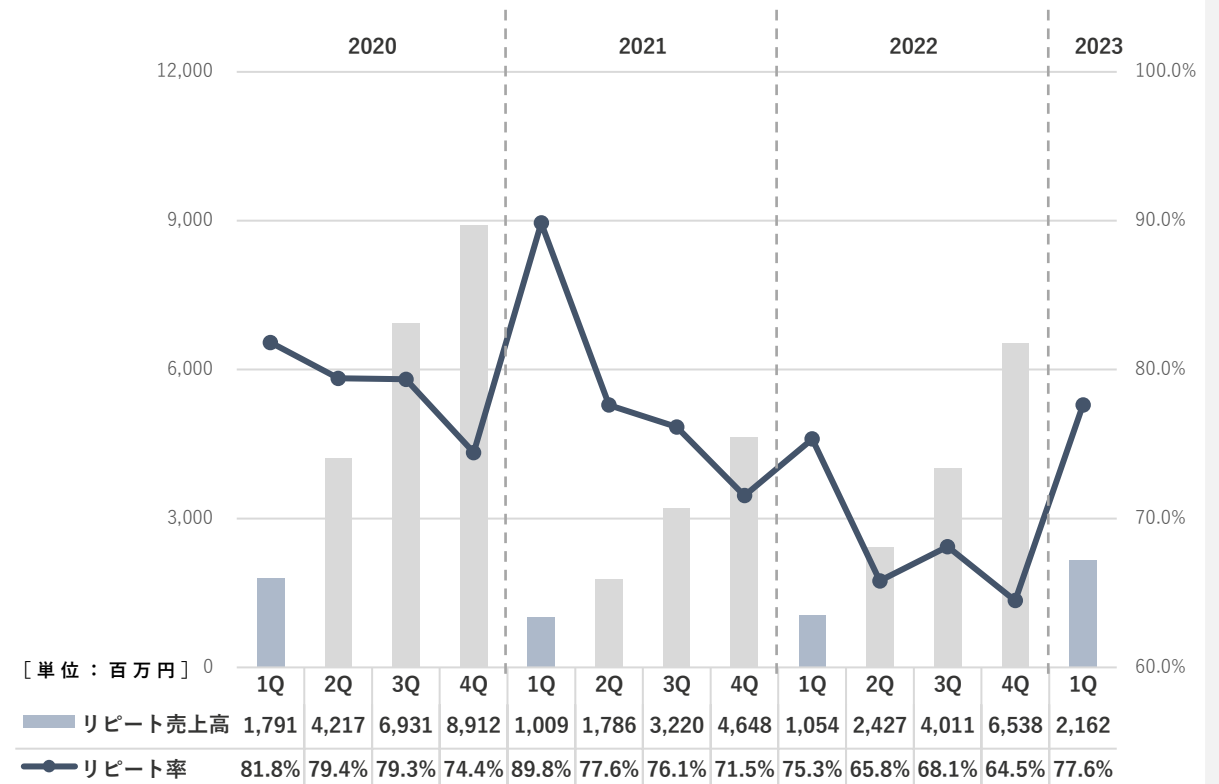


リアル×デジタル等の新しい付加価値の提供により顧客の信頼を獲得し、指名受注売上高・リピート売上高が増加、比率も回復傾向

指名受注売上高



リピート売上高



2023年3月期 1Q

5.事業トピック

「第101回 NY ADC賞」にて、横須賀市「THE AXIS OF PEACE」が部門最高賞であるTHE BEST OF DISCIPLINEを受賞！



当社のオウンドメディア「THINK EXPERIENCE (TEX)」サイトをリニューアル
これからの“体験”を考えるwebマガジンとしてサイトデザインを一新、よりご利用いただきやすい仕様に

THINK
EXPERIENCE.

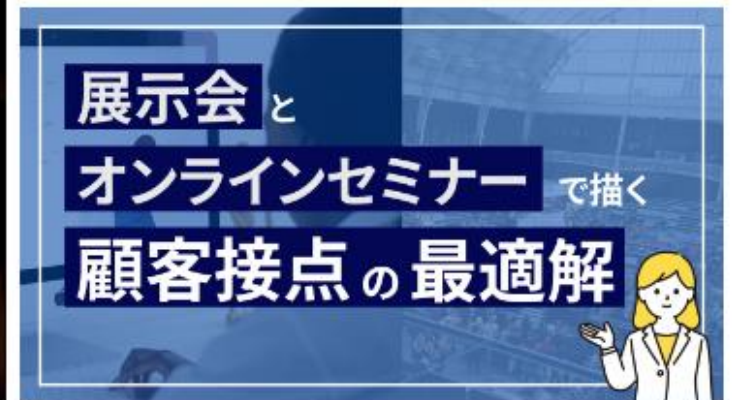
about

blog

seminar

tips

メルマガ登録



<https://www.hakuten.co.jp/tex>

6.APPENDIX

会社概要・沿革

COMPANY PROFILE

・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
単体 368名 / 連結 404名

・資本金
1億9,033万円

※ 2022年3月時点

Our History

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

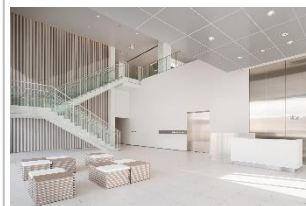
2010

主催イベント事業
へ本格参入



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

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



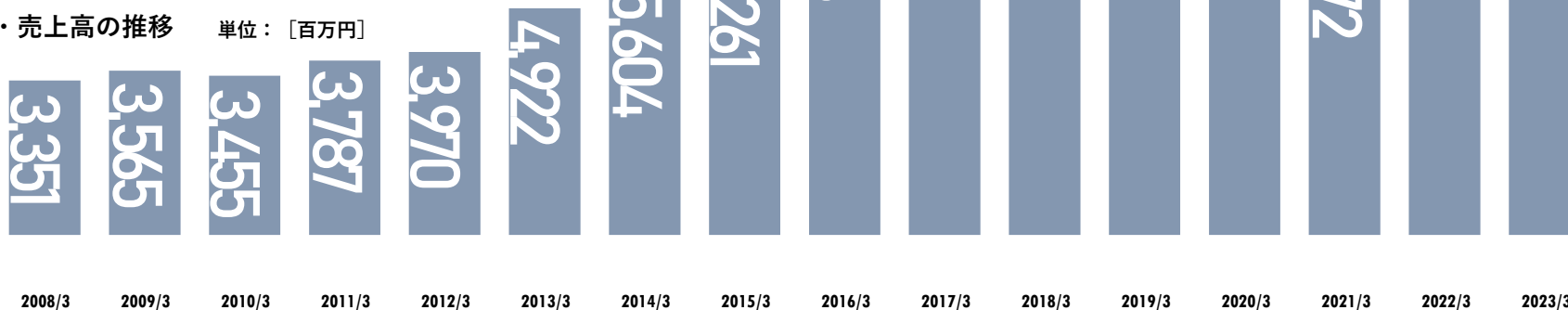
2021

株式会社ニチナンを
完全子会社化



・売上高の推移

単位：[百万円]



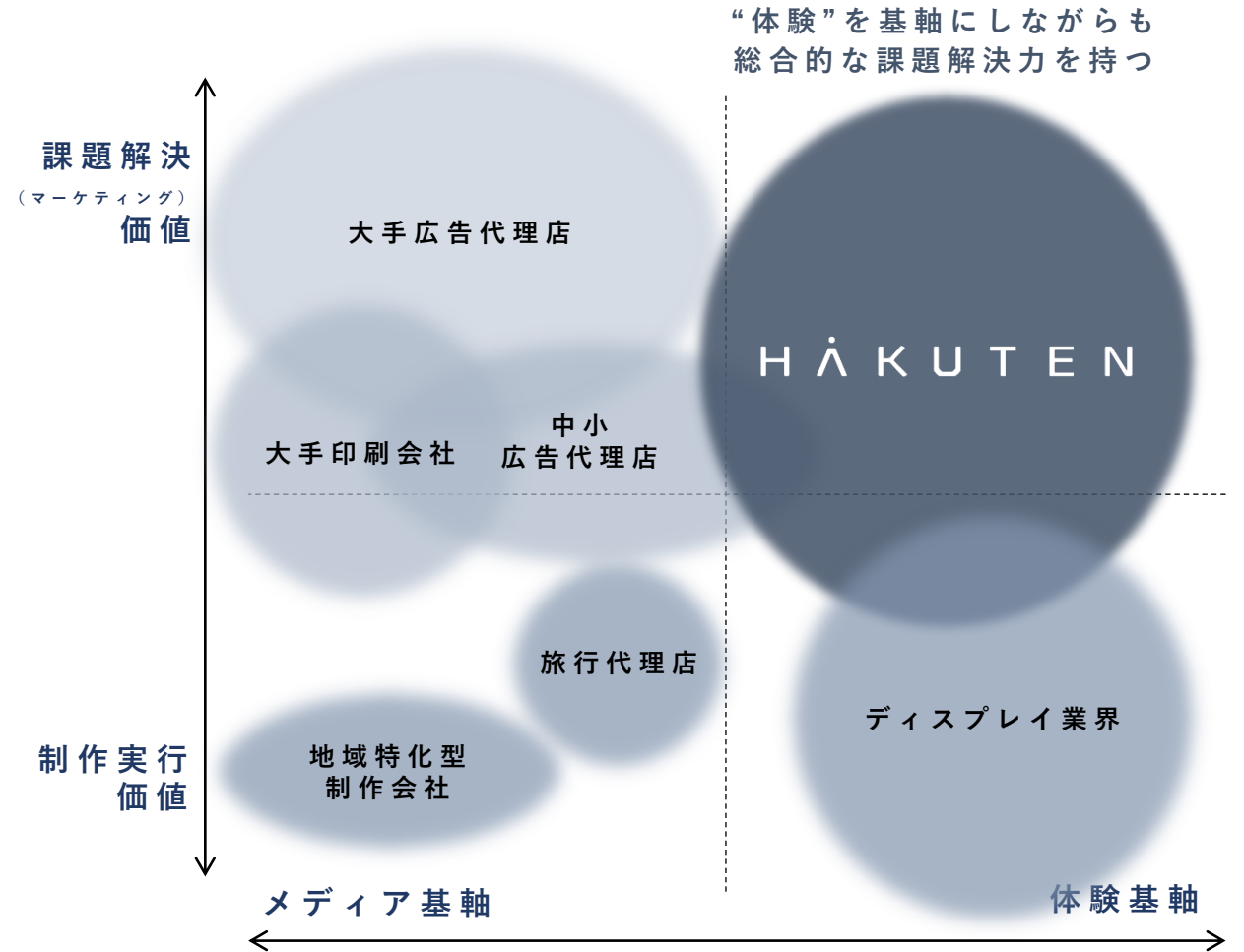
事業環境 BUSINESS ENVIRONMENT

競合分析と自社のポジション

“体験の創造”を基軸に、
高い成果を生み出すエキスパート

益々注目度の高まる“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へ導きます。

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。



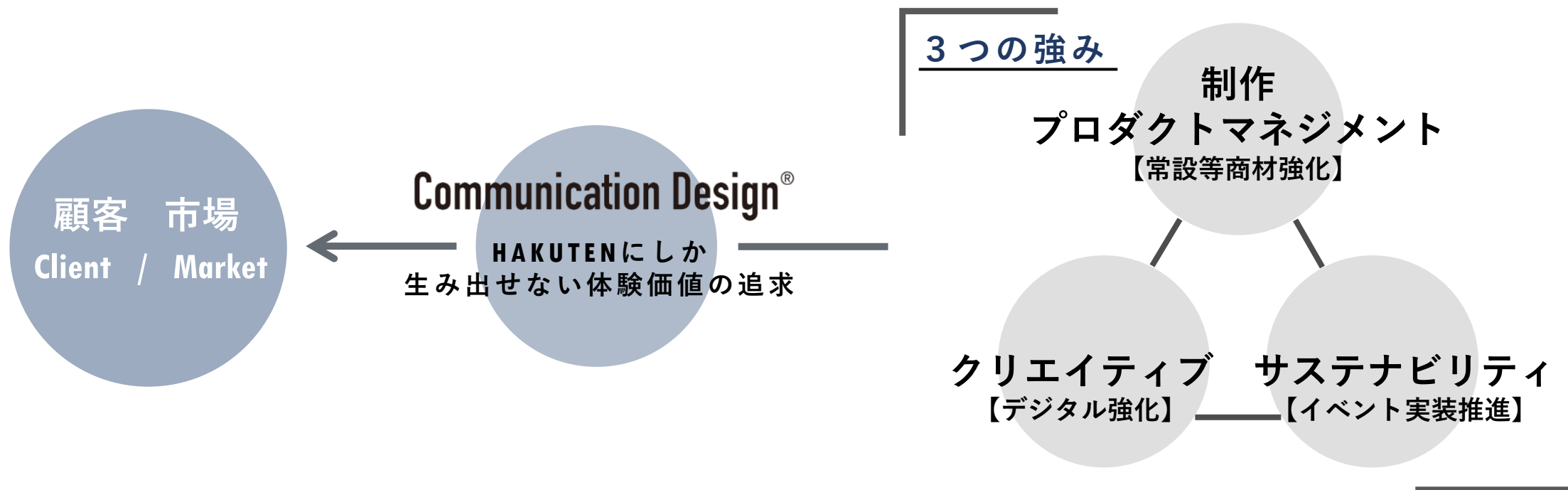
※ディスプレイ業界とは建物の内装や展示を中心としたデザインを行う会社群、業界のことを指します。

競争優位性 COMPETITIVE ADVANTAGES

The Three Features

体験価値を追求する3つの強み

「クリエイティブ」「制作・PM」「サステナビリティ」の3つの強みとなる組織基盤を有し、博展にしか生み出せない、「価値のある体験」をお客様に提供します。



中期計画と成長戦略 MID TERM PLAN&GROWTH STRATEGY

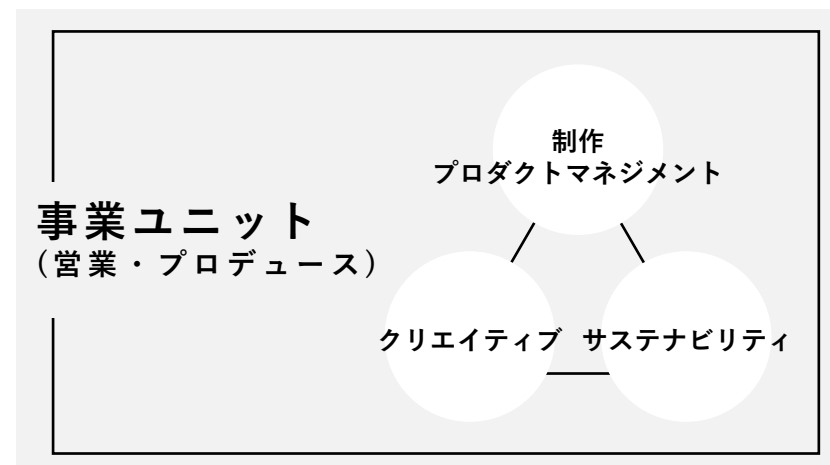
事業ユニット戦略 | 市場・顧客にあわせた体験価値の追求

市場・顧客の特徴ごとに、営業、クリエイティブ、制作・プロダクトマネジメントの3つの機能が一体となり、ワンストップ体制でサービスを提供する事業ユニット戦略を推進します。その特徴により市場をカテゴライズし、ユニット単位で顧客ニーズにあった最適な価値提供を追求します。

※ 当社では、2022年4月1日より「施設・環境開発」市場をターゲットとしたユニットを「BtoBマーケティング」「BtoCマーケティング」のユニットへそれぞれ統合、再編しております。

市場カテゴリー

- BtoBマーケティング市場
- BtoCマーケティング市場
- 中部・西日本エリア市場
- 中小展示会出展
- サステナブルイベント



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。

Communication Design[®]

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

H A K U T E N