

H A K U T E N

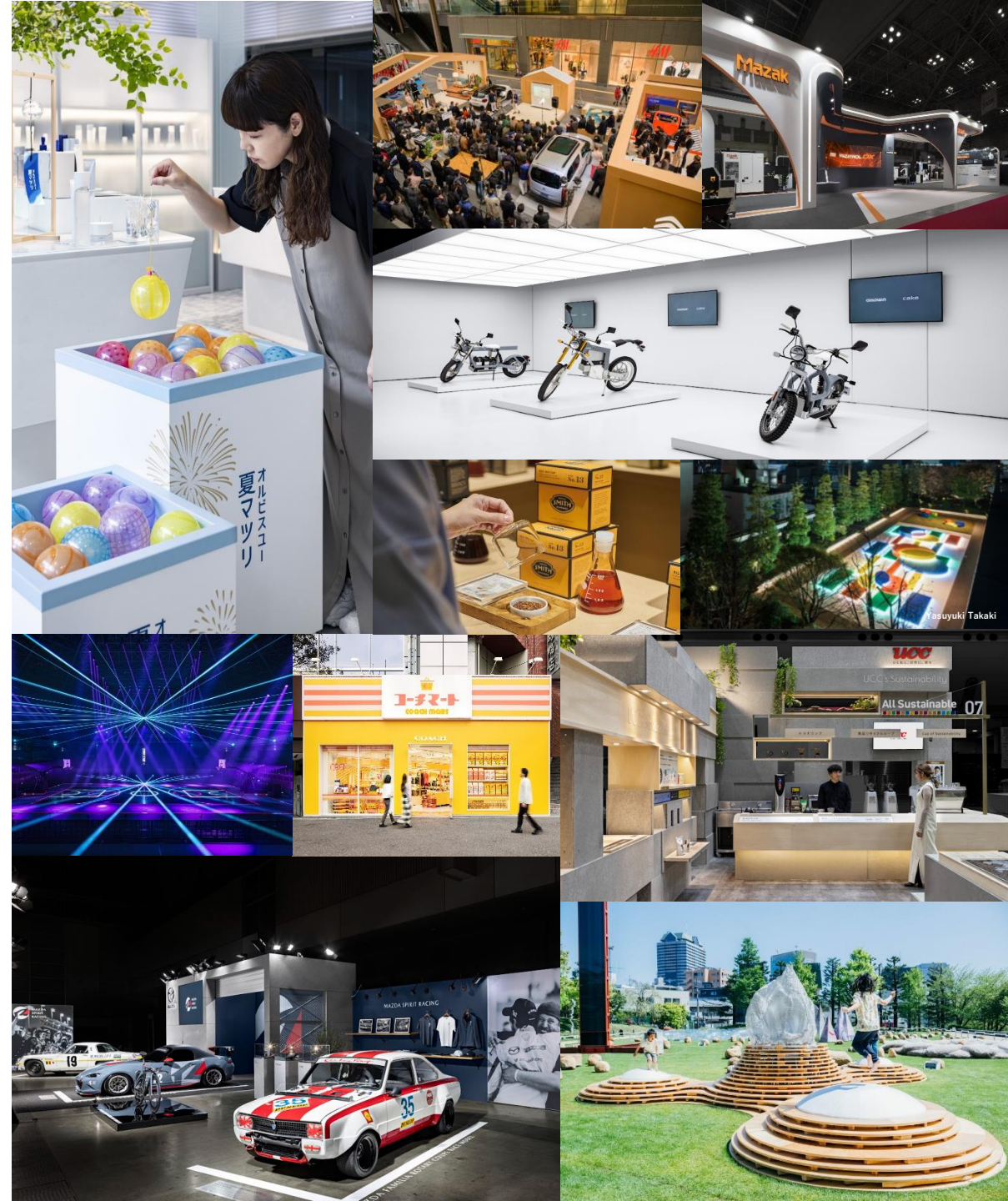
2023年12月期

第1四半期 決算説明資料

株式会社 博展（証券コード：2173）

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1四半期

1. 決算のハイライト

1. 決算のハイライト

第1四半期業績

第1四半期として過去最高の売上高を更新

人材への投資増等により、営業損失、純損失の計上となるも、
受注は非常に好調で、通期での計画達成に向けて堅調

- 連結売上高は、3,039百万円（前期比+5.4%）
- 人材への投資増、プロジェクトの工事損失引当計上により
営業損失20百万円、当期純損失41百万円で着地
- 3Qの受注が好調、1Q末の受注残は過去最高の5,281百万円

1. 決算のハイライト

ポイント

受注残高は52億円を超え過去最高、前期比29.9%増

ジャパンモビリティショーなどの展示会を中心に、3Qの大型受注が好調、
通期の業績計画達成に向け順調

※ジャパンモビリティショーは旧東京モーターショー

人材等への積極投資を継続

2023年12月期の新卒入社は36名、中途獲得も併せて積極的な人材採用は継続
中長期の成長を見据えて投資していく

2023年12月期 第1四半期

2. 業績、及び重要経営指標

2. 業績、及び重要経営指標

第1四半期実績 (サマリ)

売上高は第1四半期ベースで過去最高
人材への投資増と工事損失の引当計上により減益で着地

	2023年3月期1Q(4-6月) 前期	2023年12月期1Q(4-6月) 当期	増減率
(単位：百万円)			
売上高	2,883	3,039	5.4%
営業利益	73	△20	—
当期純利益	44	△41	—

注) 当期は2023年4月～12月の9か月の変則決算

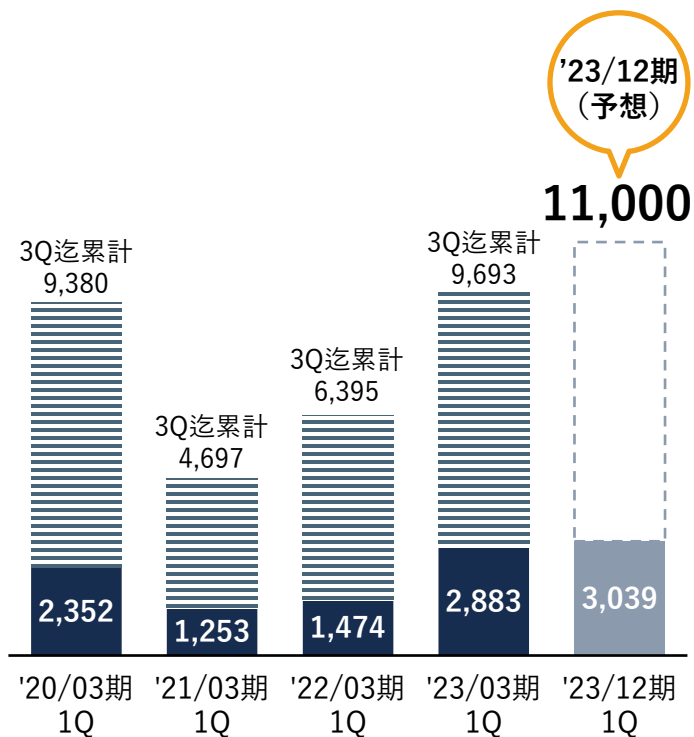
2. 業績、及び重要経営指標

第1四半期実績（経年比較）

当四半期は成長投資のコスト増により増収減益だが、通期計画で達成の見込み

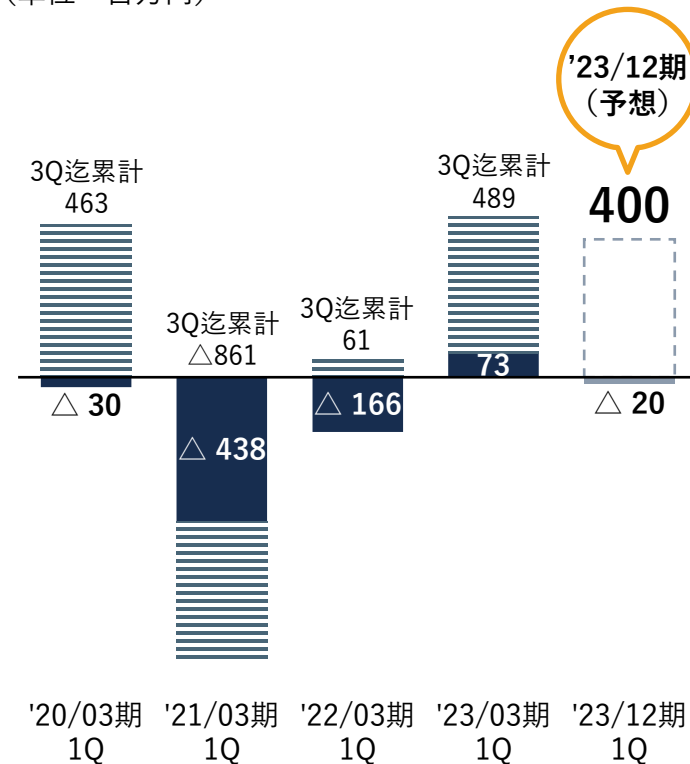
売上高

（単位：百万円）



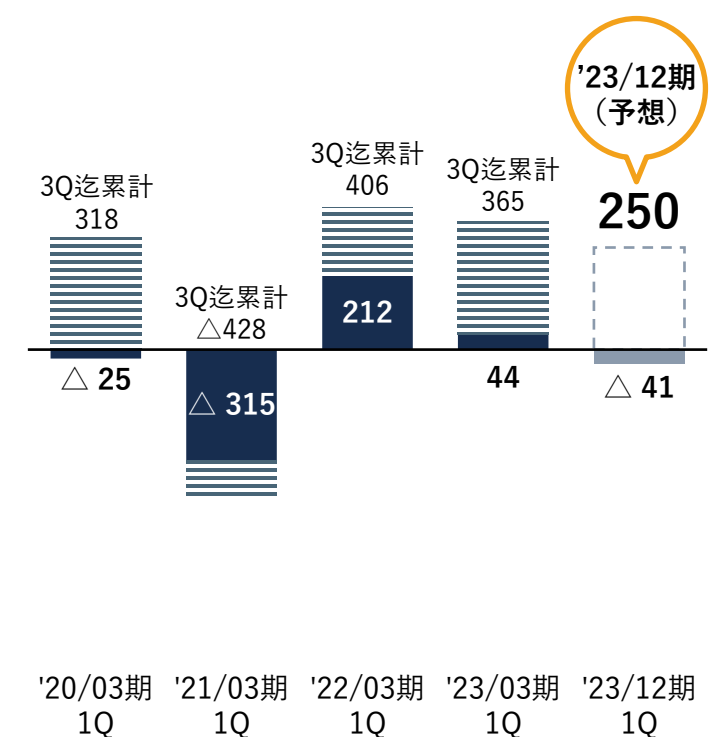
営業利益

（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

リアルイベント分野の売上高が大きく伸長

リアルイベント分野

2,478百万円 対前年同期比 **+17.0%**

展示会出展領域とイベントプロモーションが好調

デジタル分野

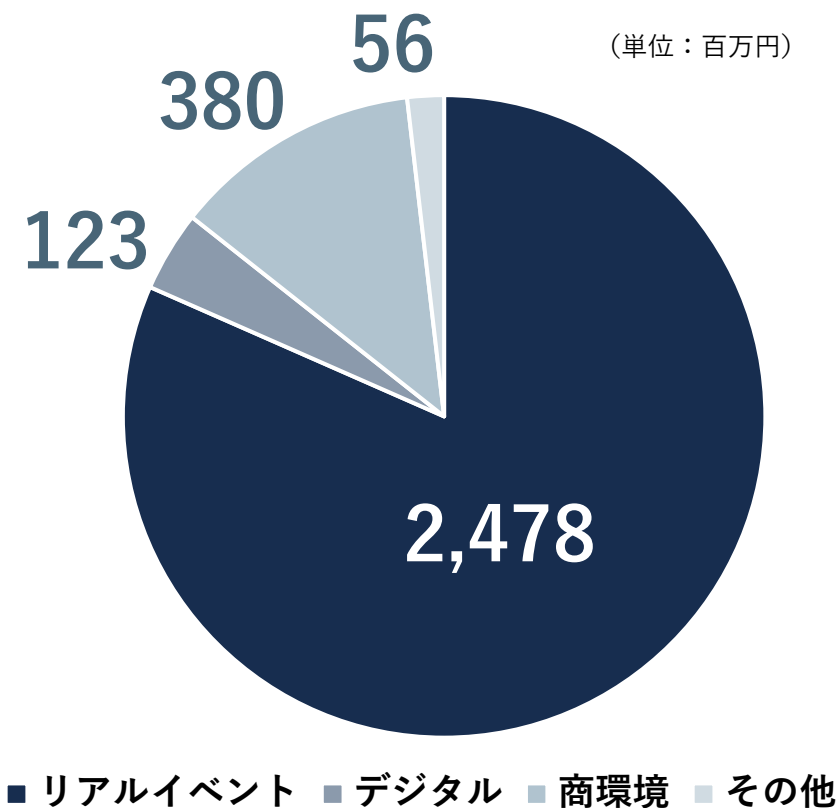
123百万円 対前年同期比 \triangle **47.3%**

デジタル分野単独では減少もハイブリッド化による需要は堅調

商環境分野

380百万円 対前年同期比 \triangle **20.8%**

リアルイベントへの注力のため今期は減少予想



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

中部・西日本事業、展示会事業の売上高は前年比増

BtoB領域、BtoC領域は、前年比減だが3Qの受注が進んでおり、通期では増額の見込み

	2023年3月期1Q (4-6月) 前期		2023年12月期1Q (4-6月) 当期		前年同期比		ユニット毎の概況・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	1,627	59.8%	1,497	55.0%	△130	△4.8%	売上高減となるも外注比率を抑制 2Q・3Qの受注残が積み上がっており、 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	788	63.2%	763	59.3%	△25	△3.9%	売上高減となるも外注比率を抑制 2Q・3Qの受注残が積み上がっており、 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	239	56.6%	332	60.7%	+93	+4.1%	売上高は堅調に推移も外注比率が悪化 利益改善のため外注比率の抑制に向けて 対応中
展示会事業 中小展示会商材市場	114	65.1%	211	66.5%	+97	+1.4%	顧客数を伸ばし、堅調に推移
その他 子会社を含むその他領域	115	-	236	-	+121	-	-

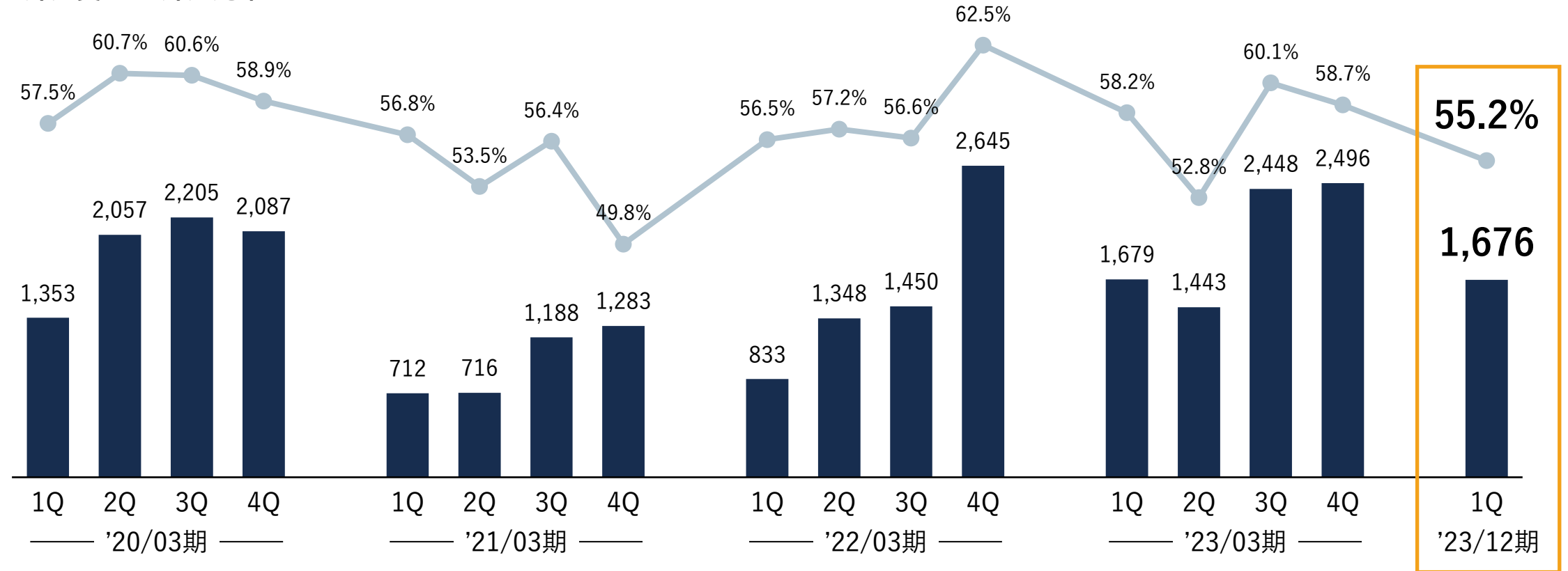
2. 業績、及び重要経営指標

外注比率

売上高は向上したが、外注比率は抑制

(単位：百万円)

■ 外注費 ● 外注比率



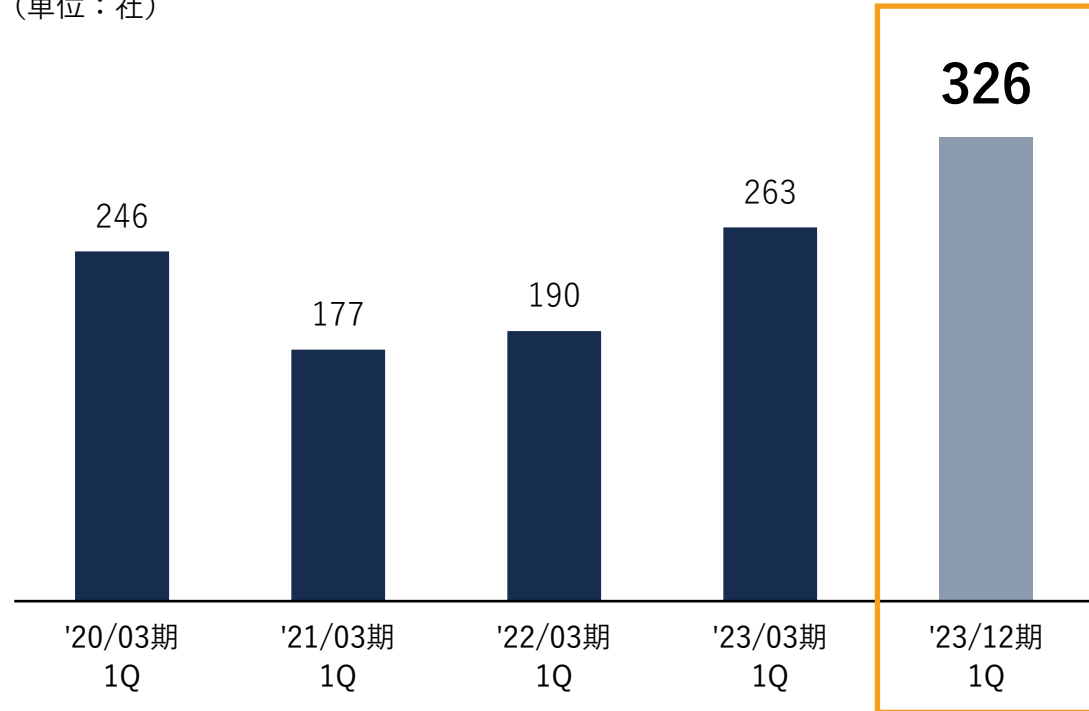
2. 業績、及び重要経営指標

顧客数・顧客単価 ※単体

顧客数は伸長も、展示会事業の小型案件増加により顧客単価は減少

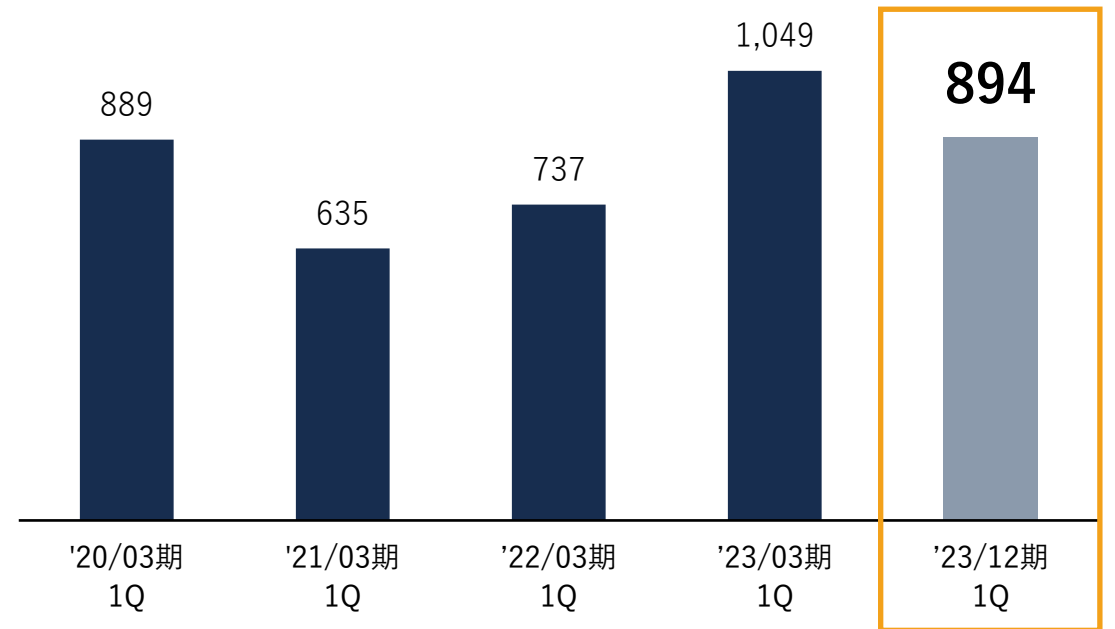
顧客数

(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

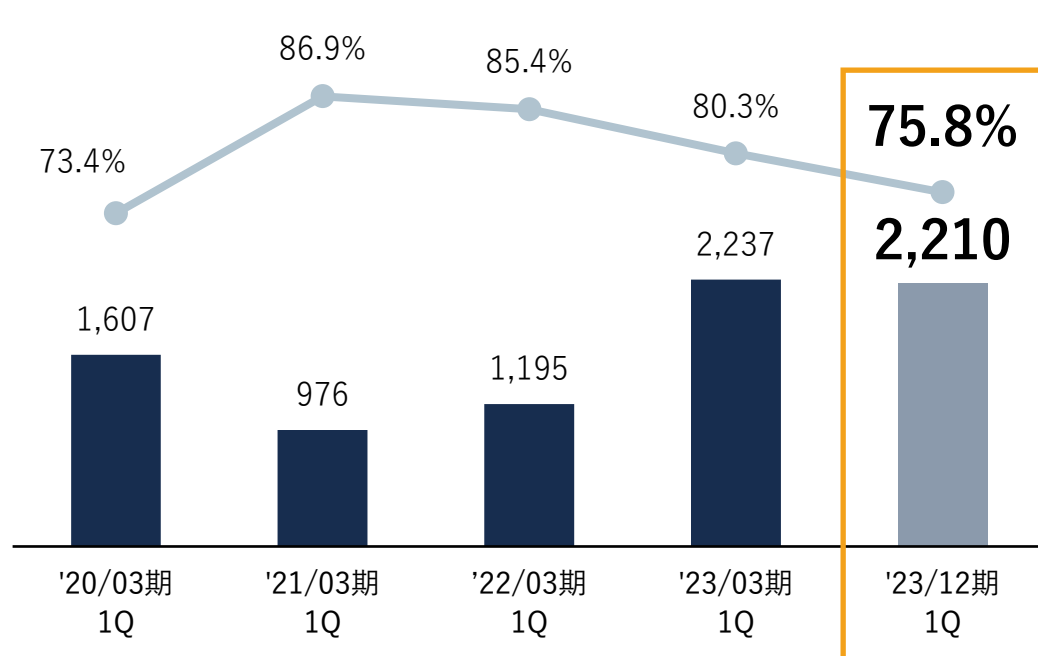
指名受注売上高・リピート売上高 ※単体

コロナ禍の特殊な状況を除き、引き続き指名受注率・リピート率共に高い水準を維持

指名受注売上高／指名受注率

(単位：百万円)

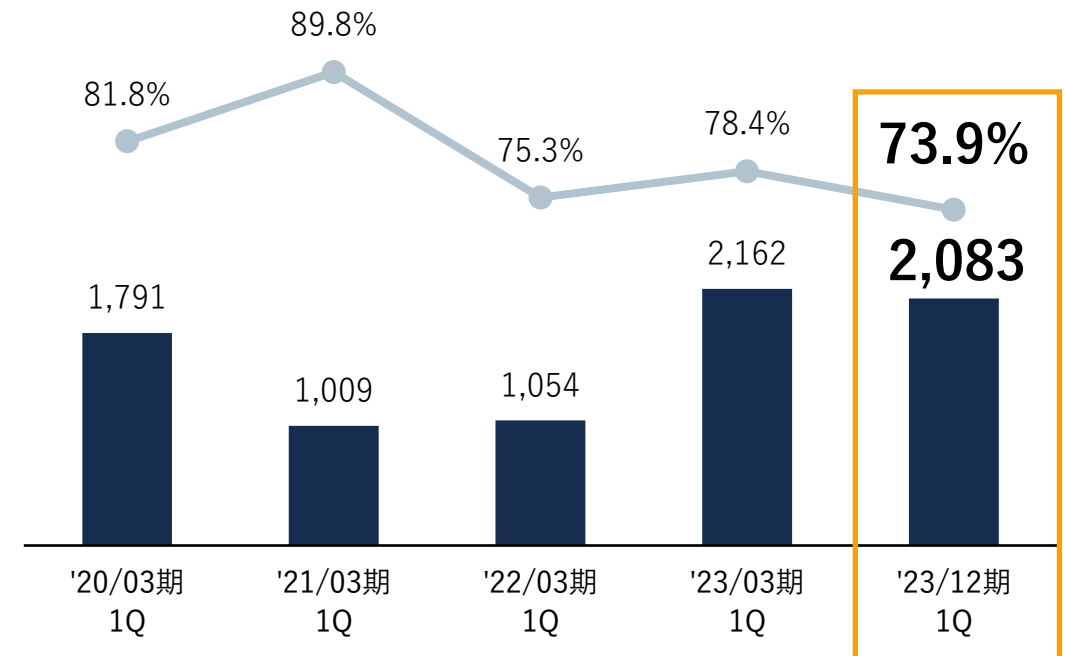
■ 指名受注売上高 ● 指名受注率



リピート売上高／リピート率

(単位：百万円)

■ リピート売上高 ● リピート率

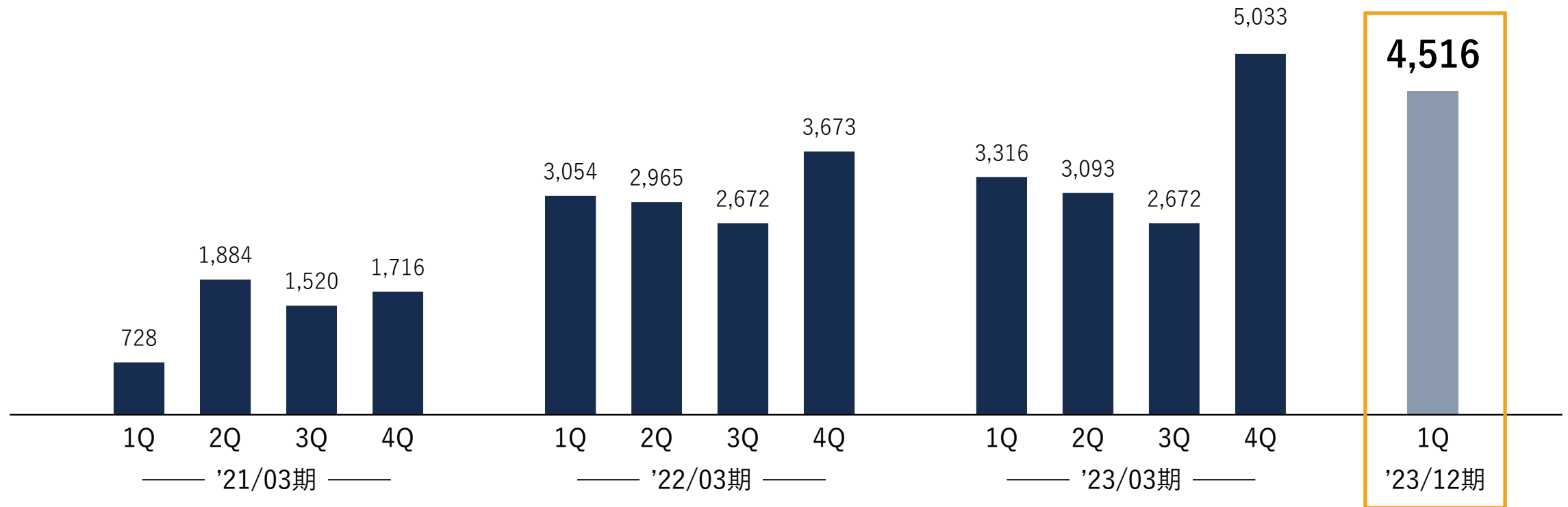


2. 業績、及び重要経営指標

受注高四半期別推移

売上高と共に、1Qとして過去最高額で着地

(単位：百万円)



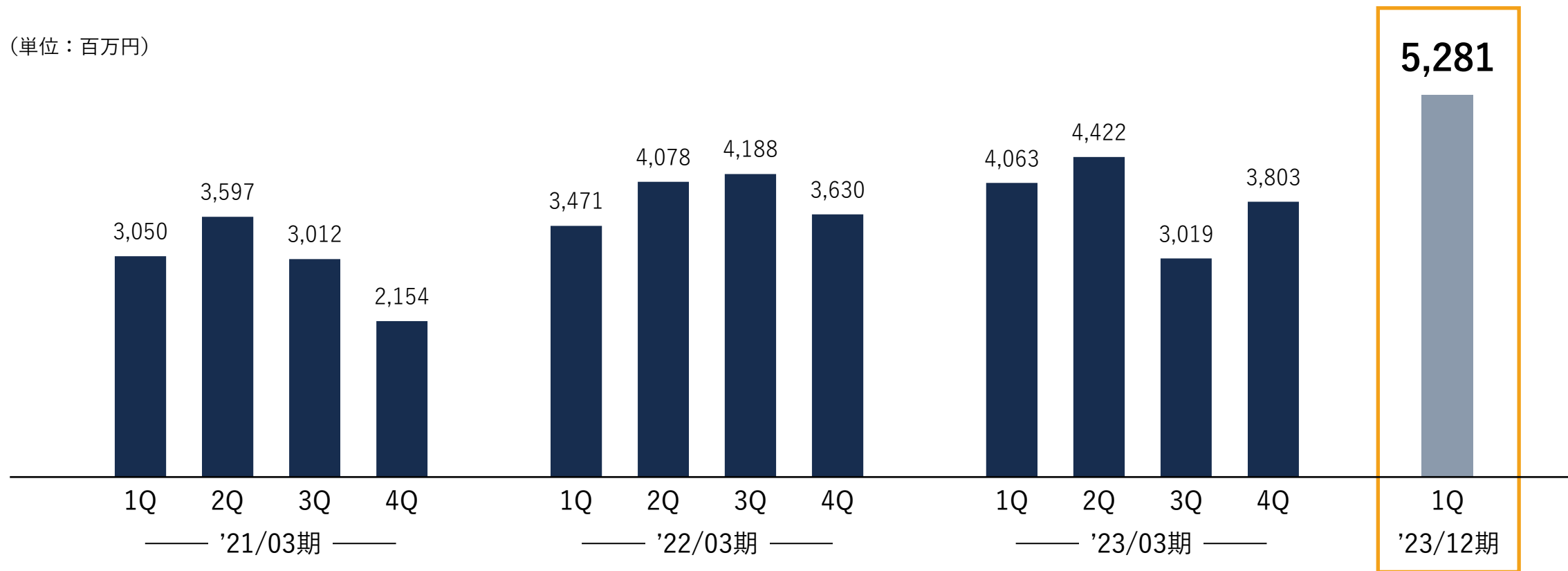
注) '21/03期には連結対象外となった株式会社アイアクトの受注高が含まれております。

2. 業績、及び重要経営指標

受注残高四半期別推移

第1四半期ベースで過去最高額で着地
通期での計画達成に向けて堅調な受注残高

(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。

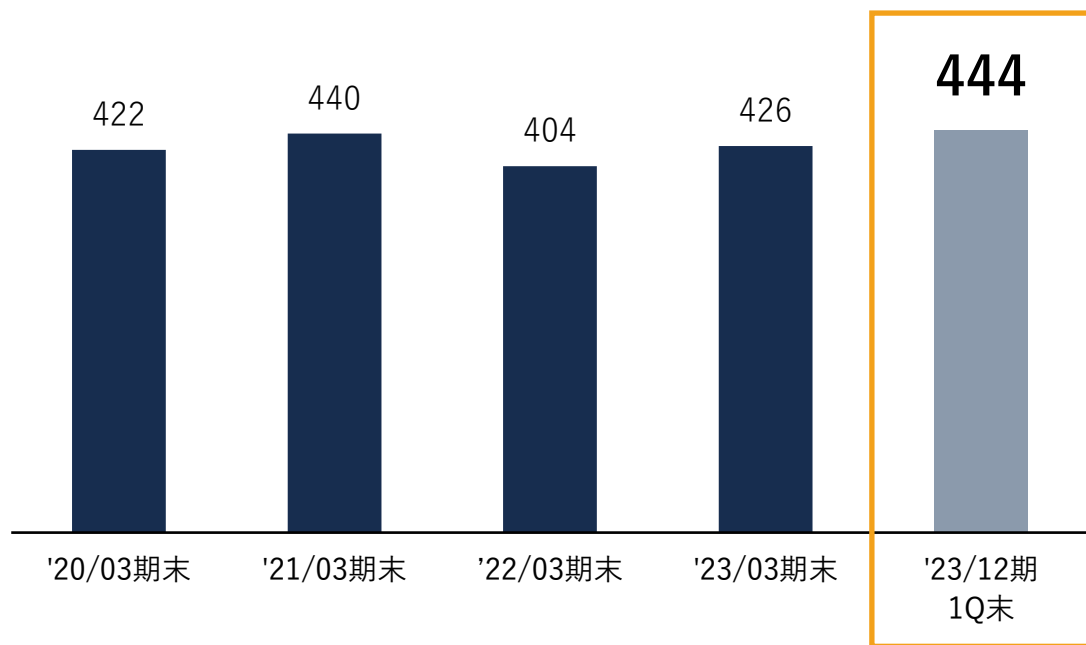
2. 業績、及び重要経営指標

人材戦略

中期の成長に向けて人的資本強化に注力

従業員数の推移

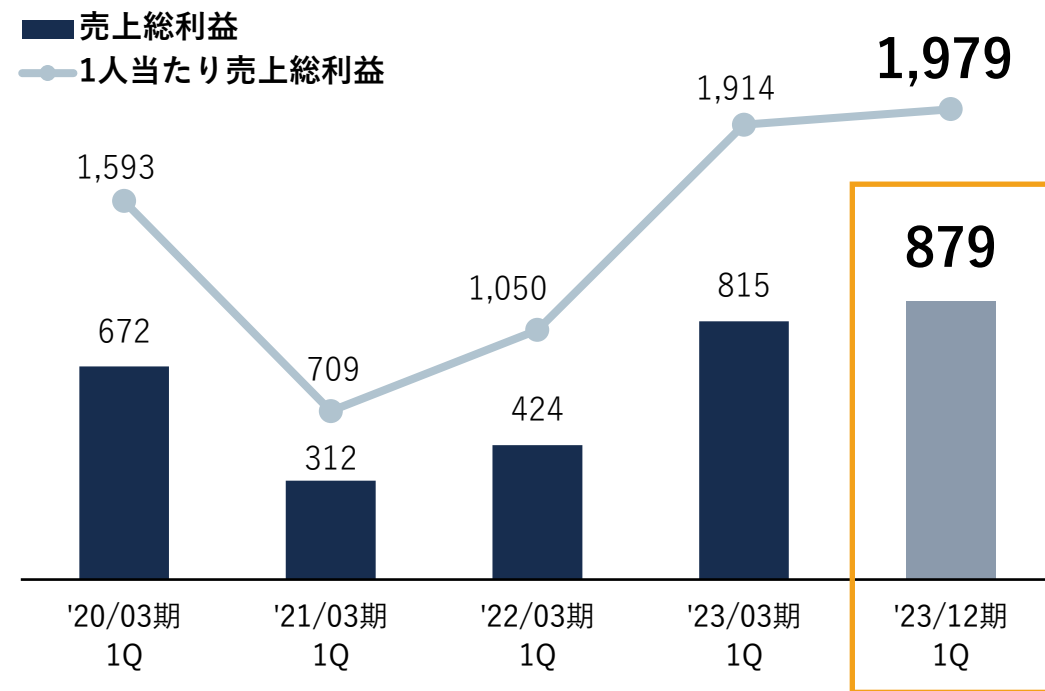
(単位：人)



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)

当期純損失の計上により純資産が減少するも、通期では純資産の増額を見込む

区分	科目	前期末 (2023年3月末)	当四半期末 (2023年6月末)	前期末比
資産合計	流動資産	4,019	3,350	△ 669
	固定資産	921	1,099	178
	資産合計	4,941	4,449	△ 491
負債合計	流動負債	2,778	2,423	△ 355
	固定負債	171	152	△ 19
	負債合計	2,949	2,575	△ 373
純資産合計		1,991	1,874	△ 117
負債純資産合計		4,941	4,449	△ 491

- 総資産は 4,449百万円 となり、2023年3月末比 491百万円減少
売掛債権の減少が主な要因
- 負債は 2,575百万円となり
2023年3月末比373百万円減少
短期借入金が300百万円増加するも
買掛金が497百万円減少
賞与引当金が147百万円減少
したことが主な要因
- 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

売上高、売上総利益は好調だが、人材等への投資増で増収減益で着地
受注残高は過去最高となっており、通期の計画達成に向けて順調な状況

2023年12月期 計画の進捗状況

(単位：百万円)

	通期計画	1Q実績	計画達成率 (%)
売上高	11,000	3,039	27.6%
営業利益	400	△20	-
当期純利益	250	△41	-

要因分析

- 過去最高の売上高に加え、外注費の抑制による利益確保に向けた対応を推進中
- 人材等への投資を増加し、工事損失の引当てを行ったことを主な要因として、営業損失、純損失を計上
- 1Q末の受注残高が過去最高となり、通期計画達成に向け順調な状況

2023年12月期 第1四半期

3. 事業トピックス

3. 事業トピックス

事業戦略関連

ジャパンモビリティショー、国際ロボット展等の大型展示会に加え、**大手ブランドのプライベートイベントも好調、第3Qの大型受注が進む**

- ジャパンモビリティショーで、自動車メーカー、及び大手部品メーカー等複数社受注
- 国際ロボット展では、会場内で最大規模の産業機械メーカーを受注
- その他 秋のイベントシーズンにおけるハイブランドの BtoC イベントが好調



3. 事業トピックス

人材戦略関連

中長期の成長を見据え、今期も**人的資本への積極投資を継続**
人事本部を創設し、新卒採用活動の推進、一人当たり給与アップ等を実施

- 2024年4月入社の新卒採用活動に注力
40名を目標に実施中



過去の会社説明会の様子

- 人事本部を設立し、
制度改定等、人材戦略の推進にさらに注力

人材戦略強化の方向性

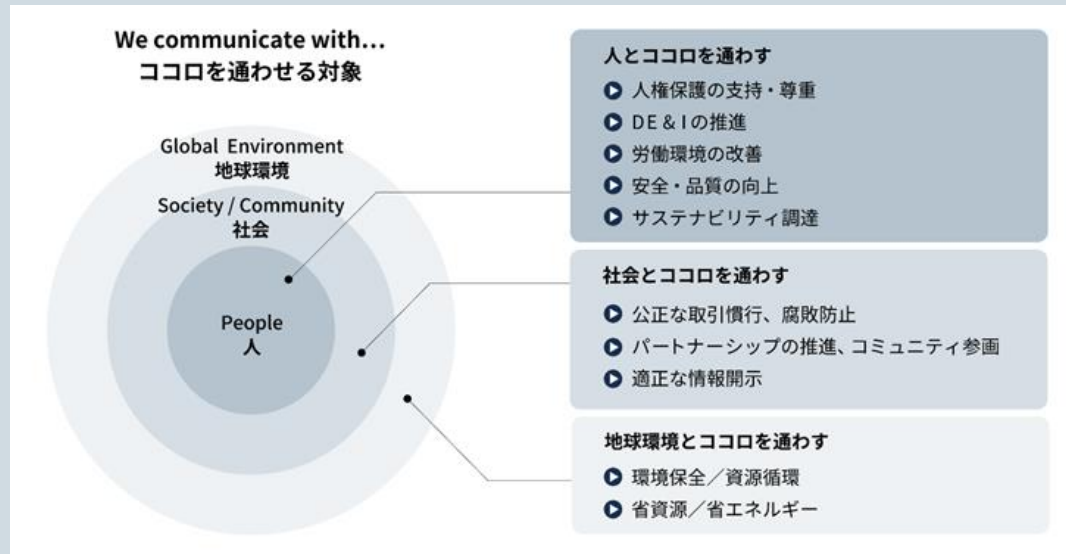
- プロフェッショナル人材育成
- 組織マネジメント力の向上
- 中長期の成長を支援する制度
- 非財務情報の見える化
- オペレーション基盤の強化

3. 事業トピックス

経営基盤 戦略関連

サステナビリティ方針の策定

- パーパスを基にサステナビリティ方針を決定
今後は具体的な活動計画を策定、実行に移す



当社サステナブル方針の説明図

IRの強化をスタート

- 中期経営計画に関する対談動画など、
IRコンテンツの制作、発信に注力
今後、メディア活用なども進めていく



ログミーファイナンスにて、対談動画の書き起こし記事を公開
<https://finance.logmi.jp/378320>

2023年12月期 第1四半期

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

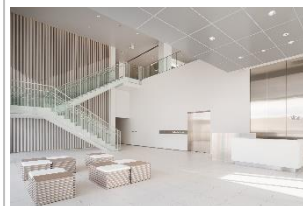
資本金

2億548万円

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

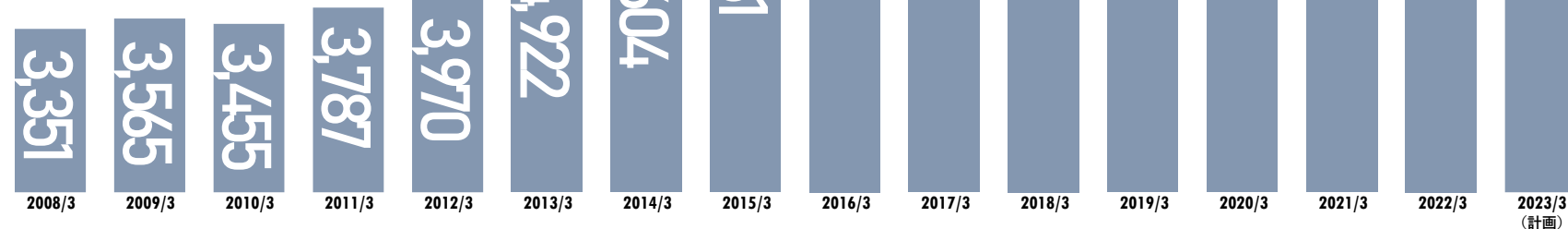


2021

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



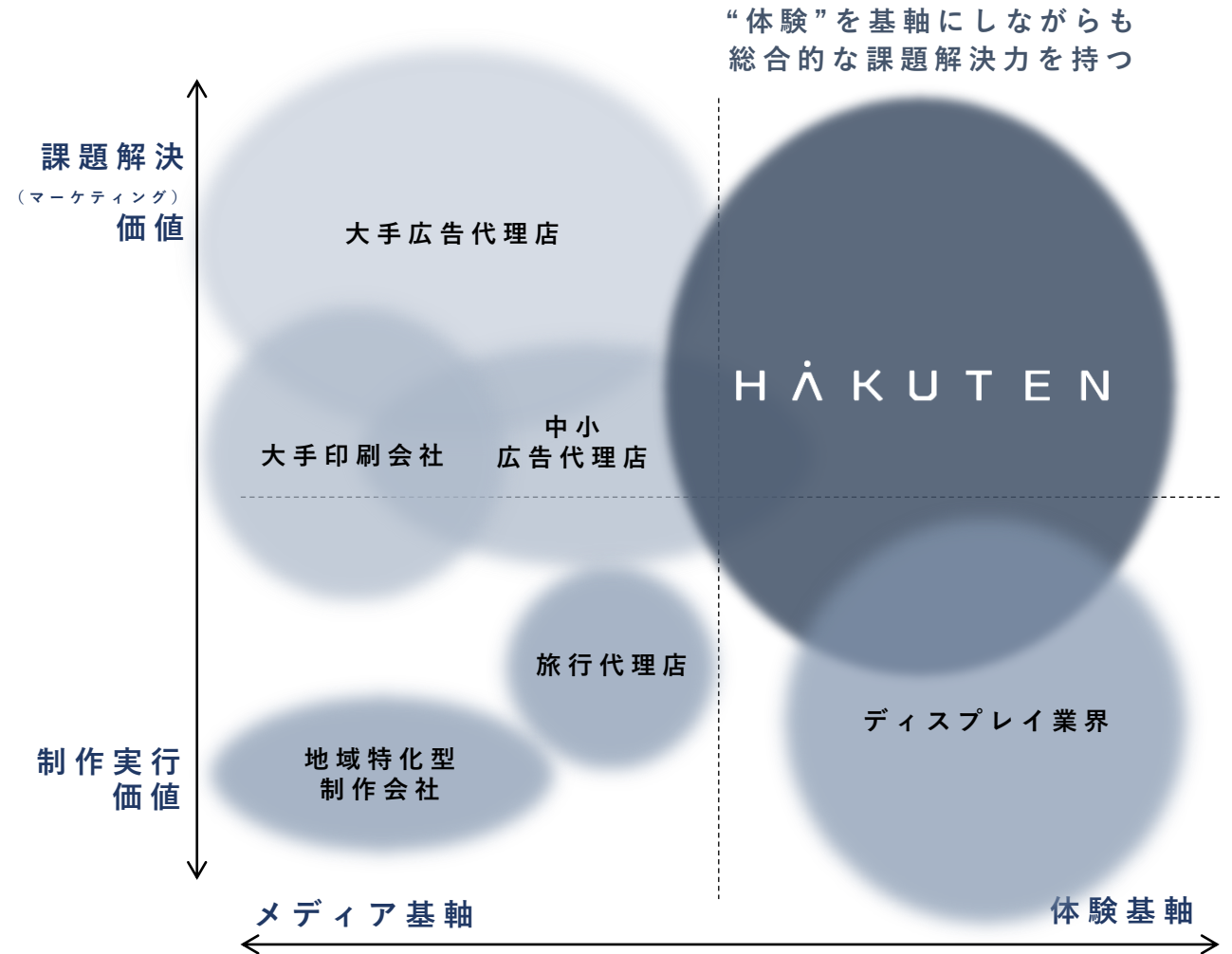
各領域とも、デジタルコンテンツやオンライン施策を交えながら統合的にサービスを提供しています

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

25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)

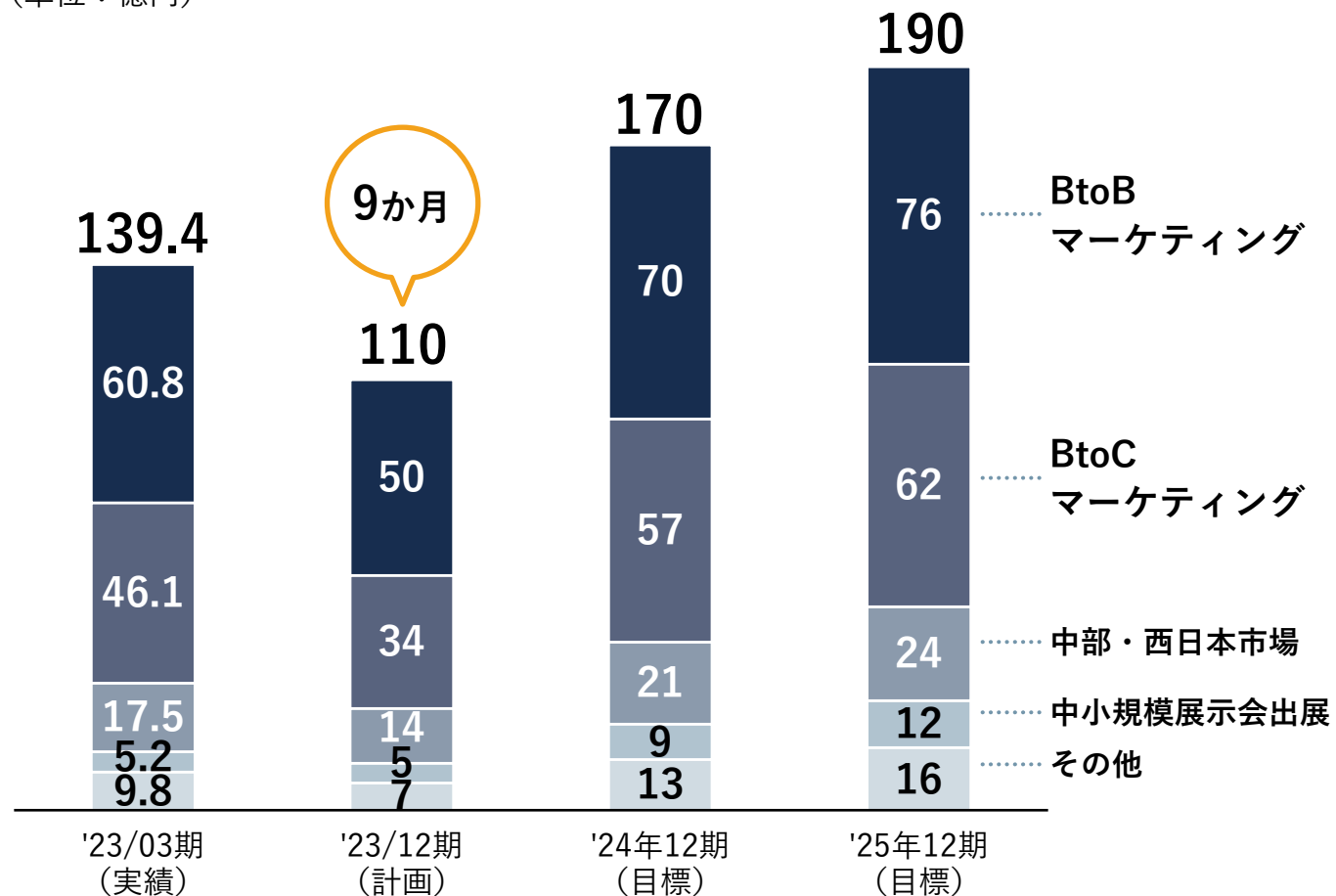
	2023年3月期	2023年12月期 (予想・9か月)	2024年12月期 (目標)	2025年12月期 (目標)
売上高	13,943	11,000	17,000	19,000
営業利益	739	400	1,200	1,400
親会社株主に 帰属する当期純利益	553	250	820	980

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は左の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。