

Exhibition

Event Promotion

Business
Matching Event

Experience Marketing

いまだかつてない「感動」や「驚き」の顧客体験をつくり、
企業マーケティングにフィードバックする博展のソリューションです。

Conference /
Seminar

Showroom /
Shop

Digital

2018年3月期 第2四半期

(2017年4月～2017年9月)

決算説明資料

2017年11月14日

株式会社 博展

(東証JASDAQグロース：2173)

損益計算書（連結）の概要

売上高は前期比23%増、営業利益は黒字に転換

単位：百万円

	2017年 3月期(実績)	2018年 3月期(実績)			2018年 3月期(予想)	
	2Q累計	2Q累計	増減額	増減率	2Q累計	達成率
売上高	3,977	4,891	914	+23.0%	4,200	+16.5%
売上総利益	936	1,355	418	+44.7%	—	—
(売上総利益率)	(23.6%)	(27.7%)	(+4.1%)	—	—	—
営業利益	△245	107	353	—	△230	—
(営業利益率)	(△6.2%)	(2.2%)	(+8.4%)	—	—	—
経常利益	△250	106	356	—	△233	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△184	59	243	—	△180	—

【売上高：前期比23.0%増】

- リアル領域を中心に受注件数の増加、案件単価の向上に尽力

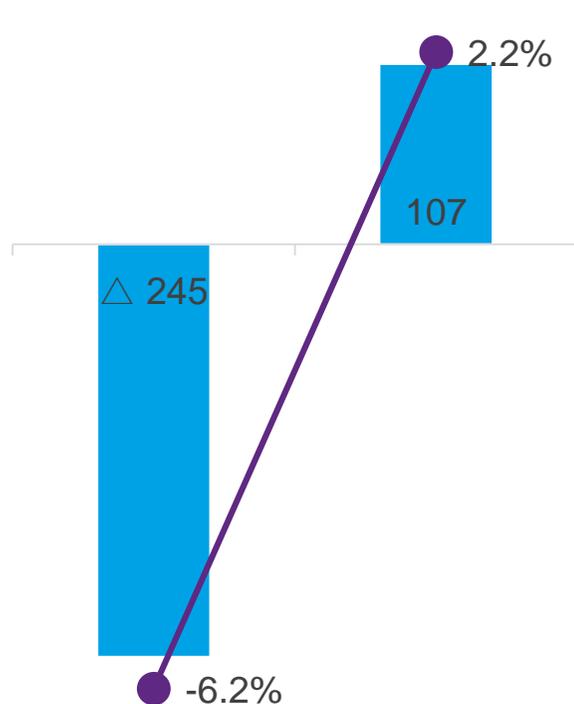
【売上総利益：前期比44.7%増】

- 売上高の増加
- 採算性を重視した業務オペレーションを実行し、プロジェクト毎の利益確保に注力

【営業利益：前期比353百万円増】

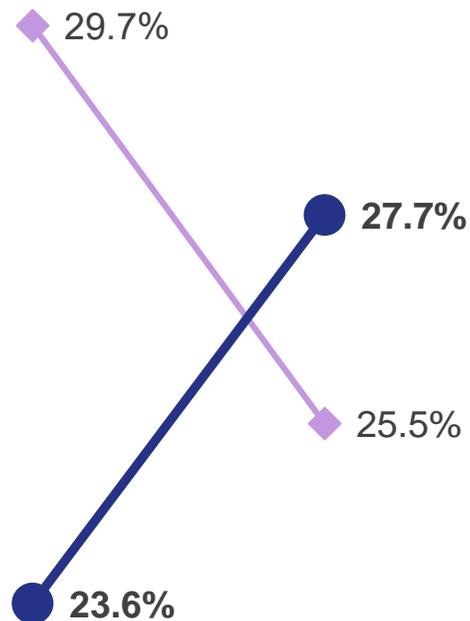
- 前期にあった子会社株式取得に関する一時的な費用が減少
- 売上高の増加に対し、販売費及び一般管理費を前年並みの水準に維持すべく、コスト管理を徹底

収益性重視の方針が奏功し、営業利益率8.4ポイント改善



2017.3 2Q累計 2018.3 2Q累計

■ 営業利益 ● 営業利益率



2017.3 2Q累計 2018.3 2Q累計

● 売上総利益率 ◆ 販管比率

【売上総利益率：4.1ポイント改善】

- 採算性を重視した業務オペレーションを実行し、プロジェクト毎の利益確保に注力

【販管費率：4.2ポイント改善】

- 売上高の増加に対し、販売費及び一般管理費を前年並みの水準に維持すべく、コスト管理を徹底

イベントプロモーション・商環境を中心に売上高増加

単位：百万円

	2017年3月期(実績)		2018年3月期(実績)			
	2Q累計	売上比	2Q累計	売上比	増減額	増減率
展示会出展	1,268	(31.9%)	1,405	(28.7%)	136	+10.7%
イベントプロモーション	411	(10.4%)	798	(16.3%)	386	+93.9%
商談会・プライベートショー	1,032	(26.0%)	925	(18.9%)	△106	△10.3%
カンファレンス・セミナー	361	(9.1%)	393	(8.0%)	31	+8.8%
商環境	397	(10.0%)	842	(17.2%)	445	+112.0%
デジタル・コンテンツ&マーケティング	371	(9.3%)	452	(9.3%)	81	+21.8%
その他	133	(3.3%)	73	(1.6%)	△60	△44.9%
合計	3,977	(100.0%)	4,891	(100.0%)	914	+23.0%

【展示会出展】

- 前期下期に行った営業活動量の増加を目的とした体制強化が奏功し受注件数が増加

【イベントプロモーション】

- ターゲット業界の明確化や、積極的な営業活動により高収益案件の受注が増加したことで案件単価が向上

【商談会・プライベートショー】

- 収益性の観点から受注案件を選別したことで売上高は減少したものの、利益率は大幅に改善

【商環境】

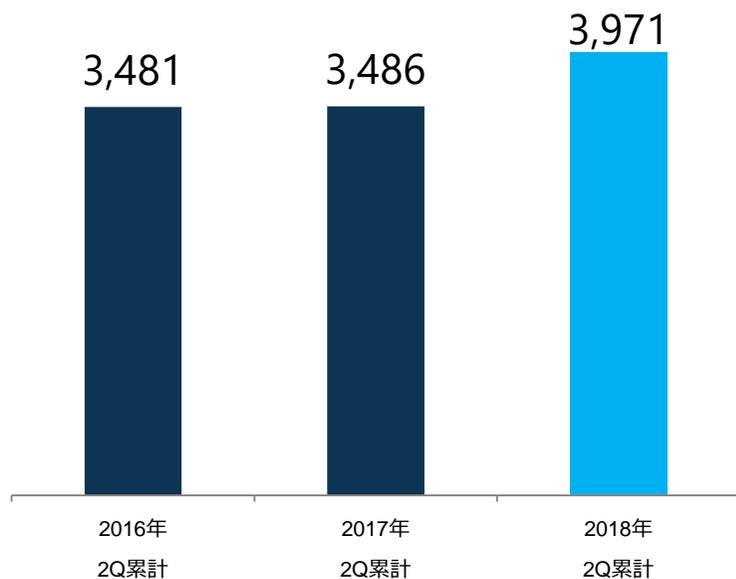
- 協業パートナーとの連携強化、既存顧客に対し商環境の提案活動を積極的に行い高単価案件を受注

各種指標（単体）

収益性重視の営業活動により、プロジェクト単価・顧客単価が向上

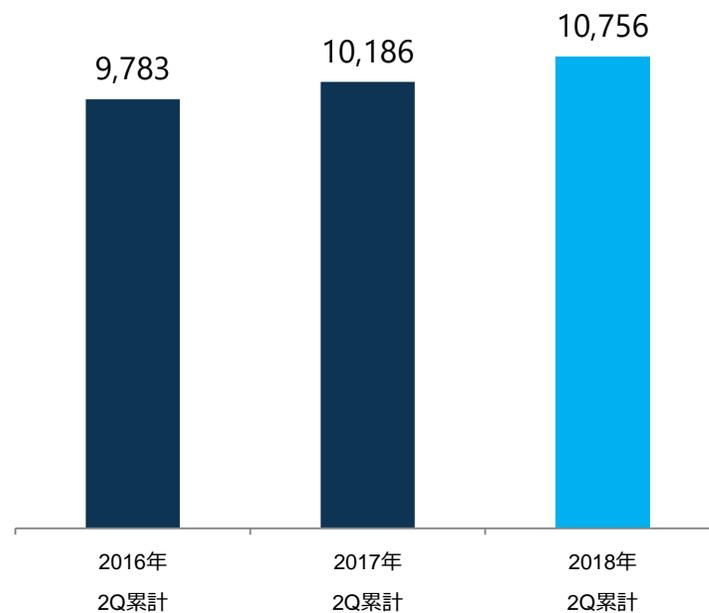
プロジェクト単価

[千円]



顧客単価

[千円]

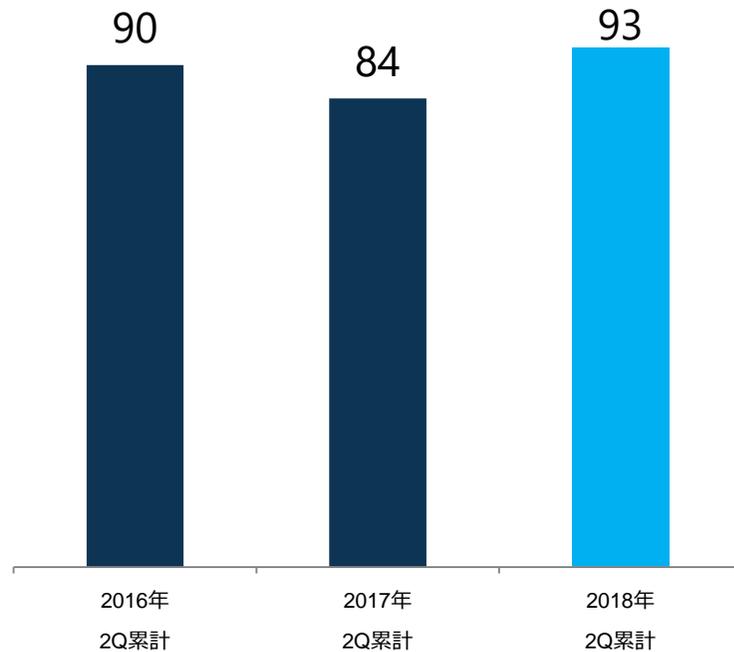


各種指標（単体）

大型案件数・取引社数ともに前年比で増加

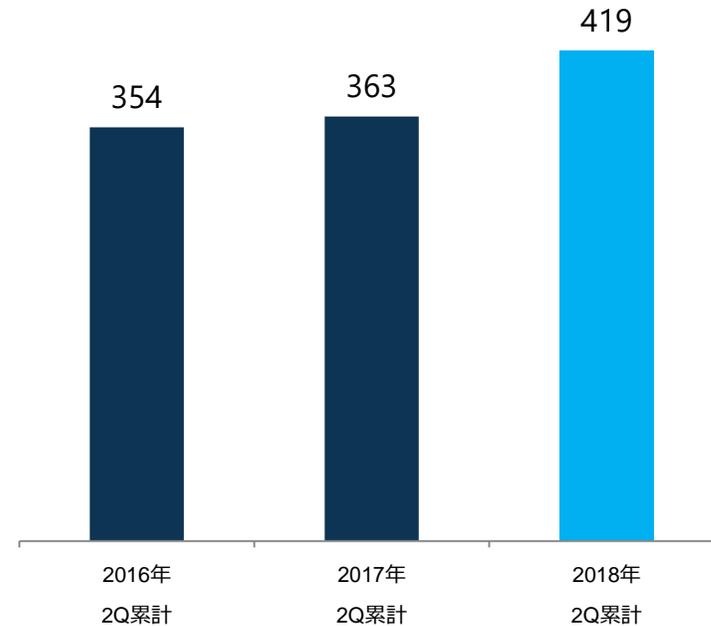
大型案件数(案件規模1,000万以上)

[件]



取引社数

[社]

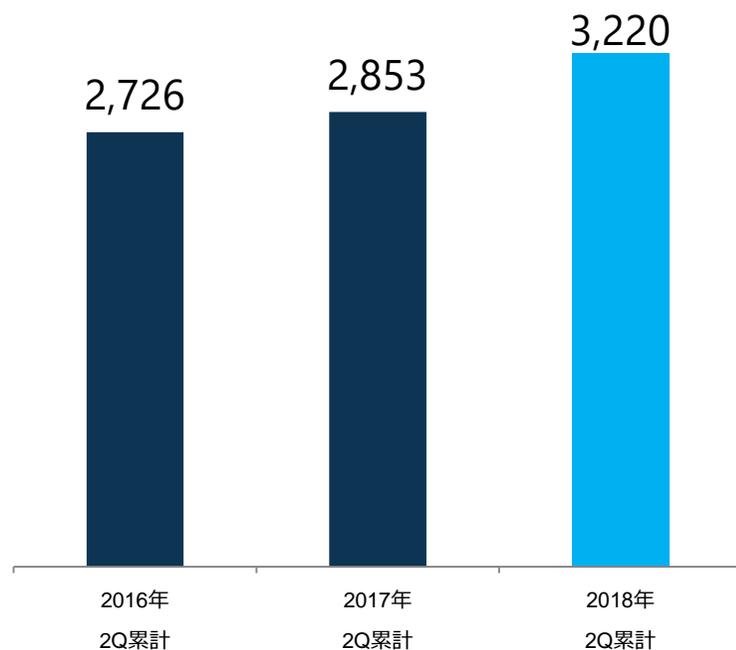


各種指標（単体）

顧客密着型の営業活動によりリピート・指名受注増加

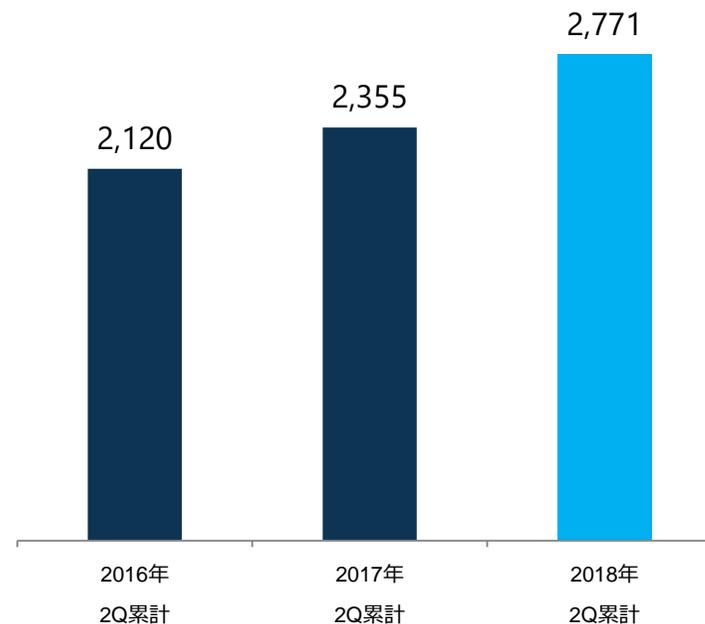
リピート顧客売上高

[百万円]



指名受注売上高

[百万円]



貸借対照表（連結）の概要 資産の部・負債の部

単位：百万円

	2017年3月期 (前期末)	2017年9月期 (当期2Q末)	増減額
資産合計	5,257	4,887	△370
流動資産	3,921	3,550	△371
固定資産	1,335	1,337	+1
負債合計	4,358	3,988	△370
流動負債	2,975	2,999	+23
固定負債	1,383	989	△393
純資産合計	898	898	△0

【流動資産】

- 売掛金の回収が進んだことにより受取手形及び売掛金が前期末比△4億76百万円

【固定資産】

- 新規投資等により無形固定資産が前期末比+12百万円

【流動負債】

- 買掛金が前期末比△3億20百万円
- 短期的運転資金確保のための新規借入により、短期借入金が前期末比+2億10百万円
- 課税所得の増加により未払法人税等が前期末比+75百万円

【固定負債】

- 約定返済が新規借入を上回ったことにより、長期借入金が前期末比△3億70百万円

【純資産】

- 親会社株主に帰属する四半期純利益59百万円
- 剰余金の配当53百万円

キャッシュフロー計算書（連結）の概要

単位：百万円

	2017年3月期 2Q累計	2018年3月期 2Q累計	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	△44	399	+443
投資活動による キャッシュ・フロー	△556	△132	+424
財務活動による キャッシュ・フロー	804	△329	△1,133
現金及び現金同等物の 期首残高	1,461	1,398	△62
現金及び現金同等物の 増減額(△減少)	203	△62	△265
現金及び現金同等物の 期末残高	1,664	1,336	△328

- 【営業活動によるキャッシュ・フロー】
- ・税金等調整前四半期純利益 + 1 億 6 百万円
 - ・売上債権の減少 △ 4 億 7 6 百万円
 - ・前受金の増加 + 9 3 百万円
 - ・たな卸資産の増加 + 2 億 7 百万円
 - ・仕入債務の減少 △ 3 億 2 0 百万円

- 【投資活動によるキャッシュ・フロー】
- ・有形固定資産の取得 + 3 2 百万円
 - ・無形固定資産の取得 + 1 億 1 百万円

- 【財務活動によるキャッシュ・フロー】
- ・短期借入金の返済 △ 3 億 9 0 百万円
 - ・長期借入金の返済 △ 5 億 6 5 百万円
 - ・短期借入金の実施 + 6 百万円
 - ・長期借入金の実施 + 1 億 7 百万円

売上高5%増、各区分利益100%増の見通し

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
前回発表予想	10,100	150	140	90
今回発表予想	10,600	300	280	180
増減額	500	150	140	90
増減率	+5.0%	+100.0%	+100.0%	+100.0%
参考：前期実績	9,268	△253	△262	△369

【売上高の見通し】

- 第2四半期までの経営成績は前回業績予想を上回り好調に推移
- 一方、下半期も受注活動は順調だが、繁忙期である第4四半期の受注状況は現時点で若干不透明
- 特にロボティクス分野においてはテストマーケティングに想定以上の期間がかかる見通し

【営業利益以下、各区分利益の見通し】

- 引き続きプロジェクト毎の利益確保とコスト管理の徹底に取り組む
- 一方、顧客ニーズにマッチした商品開発等、先行投資を積極的に行っていく

受賞実績

「iF Design Award2017」受賞



“デザイン界におけるオスカー賞”を自称し、世界的に最も権威のあるデザイン賞の一つ。

今回、博展担当の展示会ブース2作品がコミュニケーションデザイン部門にて受賞。



日本製紙株式会社様/2014東京国際包装展|TOKYO PACK 2014



ヤマザキマザック株式会社様/JIMTOF2014 日本国際工作機械見本市

受賞実績

「日本空間デザイン賞」(DSA) 『銀賞』受賞

世界最大規模の空間環境系のデザイン賞、DSA「日本空間デザイン賞2017」にて、弊社が担当させて頂きました案件が受賞しました。

応募総数755作品の中から、今年の優れた作品として「銀賞」3作品、「BEST50 賞」2作品受賞しました。さらに入選13作品と、合わせて18作品が選出されました。



ビー・エム・ダブリュー株式会社/BUSINESS ATHLETE CLUB.



デンソー株式会社/教育ITソリューションEXPO

【Gastech Japan2017】東京ガスグループ 合同出展



【国際医用画像総合展】フィリップス様/日立様/シーメンス様



【国際医用画像総合展】フィリップス様



【国際医用画像総合展】日立様



【国際医用画像総合展】SIEMENS様

【東京おもちゃショー】タカラトミー様



お子様から大人まで楽しめるおもちゃの魅力を最大化。ブランドが持つそれぞれの世界観を作り込むことでよりワクワクしてもらう空間作りに成功しました。新商品の発表など、28コーナーに及ぶ巨大エリアで開催4日間の中で述べ42,000人の方に来場頂きました。



【下水道展'17東京】東京下水道サービス様



【TGS】東京都下水道サービス様



【AUTOMOBILE COUNCIL】マツダ様



実績紹介 世界各地で、展示会出展をサポート

【ドイツ】 HANNOVER MESSE2017

世界最大の産業専門展示会にて、日本企業としてのプレゼンスを強化。国内の出店に加え、2年連続サポート。ブランドイメージを踏襲し、海外展示会の傾向に合わせた造作やデザインを重視しシンプルにまとめあげることで、来場者の理解を促しました。



【HANNOVER MESSE2017】 コニカミノルタ様



【日中グリーンEXPO2017】住友化学様・新日鉄住金

【中国】日中グリーンEXPO2017

環境技術の展示会において日本のエコに対する意識の高さ、技術の高さをPR
密な情報共有とリスク管理により、現地で困らない事前準備で目的を達成する。
安心安全の体制で全面サポートを行った。



【 jewelry show & Gem fair 】 桑山様



【香港】 jewelry show & Gem fair

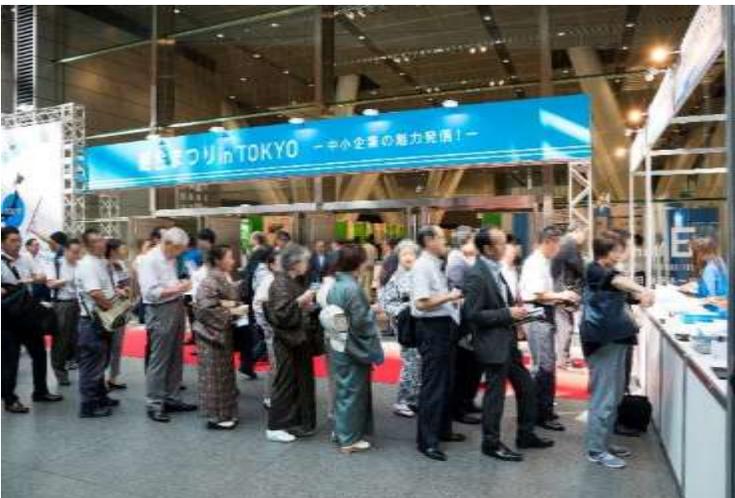
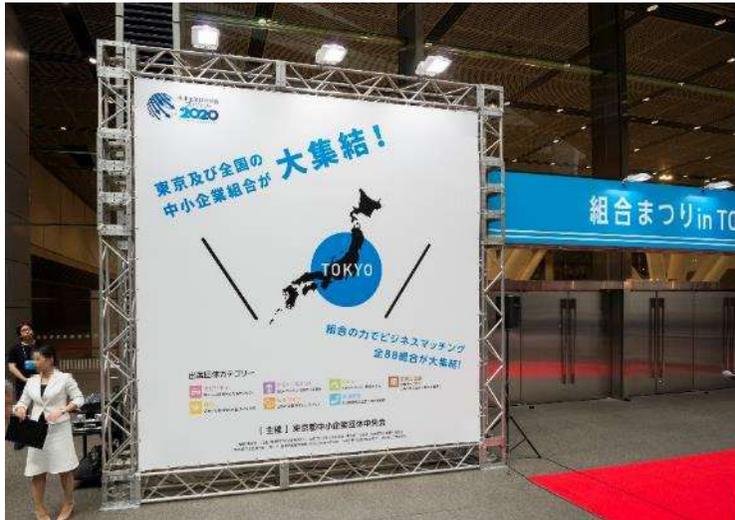
世界最大のジュエリー展「香港ジュエリー & ジェムフェア」
事前のリクス管理と現場での判断で高品質を実現。世界トップレベルの品質
を提供する企業イメージに合わせ高級感あるサロンを彷彿させるデザインと
しました。



【 jewelryshow & Gem fair 】 桑山様



【組合まつり in Tokyo】東京都中小企業団体中央会様



【Conference/Seminar】 オートデスク様



【AUTODESK UNIVERSITY JAPAN】 オートデスク様



【本社ショールーム改修計画】 富士機械製造様



【本社ショールーム改修計画】 富士機械製造様

これからの富士機械を感じてもらうことを目的としたショールーム
工場のミニチュアを使い技術力の高さを訴求。
特に、新規事業であるロボット事業部製品は、『過去、現在、未来』
を展示した「ROBOTMUSEUM」において伝わりやすい演出で来場者
説明を可能にしました。



【TOWEL THINK LAB :GINZA SIX】一広様



【TOWEL THINK LAB】一広様

話題の『GINZA SIX』で触れて感じるこだわりショップを演出
コンシェルジュの案内のもと、タオルの魅力を実感できるコンセ
プチュアルな空間を実現。



グループ各社

iact アイアクトの主な実績



文部科学省 様



文化庁 様

グループ各社

博展グループのAI(人工知能)関連事業



株式会社アイアクト



◆コグモ・アテンド

「IBM Watson」の技術を応用した
チャットボット

人の話す言葉（自然言語）を理解して
応答が可能。また、複雑な分岐条件のある
質問に対応可能



◆コグモ・サーチ

「IBM Watson」の技術を応用した
検索サービス、サイト内検索、ファイル
検索のシステム



タケロボ株式会社



◆IBM Watsonと連携した「見る」「聞く」「話す」
「タッチする」ことができるコミュニケーションスタ
ンド。イオンフィナンシャルサービス、セブン保険
ショップ等で実証実験開始

グループ各社



博展グループだから提供出来るスタートアップ期支援パッケージ One to Ten LAB

ITシステム開発



オフショア開発

実績のあるチームを選択可能
開発基盤を利用した安定品質

+

販売促進支援



ノウハウ提供

展示会で成果を上げる為の
運営手法をレクチャー

+



展示会でのテスト
マーケティング

スケールを持った規模での
共同出展、オリジナルブース

◆ITオフショア開発とイベントマーケティングを組み合わせた新サービス「**One to Ten LAB**」の提供を開始。
スタートアップ企業の事業プランの実現に向け、避けては通れない「サービス開発」と「販売/マーケティング」をパッケージで提供



◆オフショア開発に特化したクラウドソーシング型のマッチングサービスプラットフォーム「**ラボショア**」をリリース
ITエンジニアの人材不足を解消すべく、ソフトウェアやアプリケーションの設計・開発から保守・運用までを担う



「サステナブル・ブランド国際会議2018東京」のご紹介

博展は、“サステナブル・ブランド” グローバルコミュニティの日本地区での活動を推進しています。



サステナブル・ブランド国際会議 2017 東京

2017年3月8-9日に
東京ミッドタウンホールにて開催。




参加者 1,320名


国内外から
90人の講師を
招聘




85 以上の
国内外のブランドが集結



サステナブル・ブランドとは、サステナビリティ/CSR活動を
その企業のブランド価値へ接続することを目的とした、
企業やNPO/NGO教育機関等のグローバルコミュニティです。
11ヵ国12都市で、合計1万人以上が参加しています。

www.sustainablebrands.jp

国内外のESGニュースを毎日配信。
米国サイトとの連携で、日本企業の
情報をグローバルに向けて発信中。



来春に、SB国際会議2018東京 開催決定

会 期

2018年3月1日 (木) - 2日 (金) *2日間

会 場

ヒルトン 東京 お台場

来場数

1,500名予定

REDEFINING
THE GOOD Life

“グッド・ライフ”の再定義

- ✓ “グッド・ライフ”とは、地球規模の課題解決への取組み
- ✓ その背景には、グローバル企業に対する社会からの要請がある
- ✓ 企業は“グッド・ライフ”は大きなビジネスチャンス」と認識
- ✓ B2B企業、B2C企業の垣根なく、バリューチェーンが焦点となる



Communication Design®

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

H A K U T E N

将来の見通しに関する注意事項

本資料に記載された株式会社博展の計画・見通し・方針・戦略・意見などのうち、歴史的事実ではないものは将来に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた内容に基づいて作成しております。実際の業績に影響を与え得る要素には、事業領域を取り巻く経済情勢、市況、為替の動向など、潜在的リスクや不確実性があるものを含んでおります。そのため、実際の業績はこれらの重要な要素の変動により、見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

本資料に掲載されたコンテンツの正確性については、万全を期しておりますが、その内容に関してはいかなる保証もするものではなく、万一、これにより貴方に損害が生じて一切責任を負いかねます。また、本資料の著作権は、株式会社博展に帰属しており、無断転載・複製することとはご遠慮ください。