



H A K U T E N

2023年3月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社博展（証券コード：2173）

1. 決算の概要

2. 業績、及び重要経営指標

3. 事業トピックス

4. 今後の展望

5. APPENDIX

2023年3月期 2Q

1. 決算の概要

| 業績関連

売上高、営業利益ともに、コロナ禍以前の水準に回復

- 2Q累計の連結売上高は5,618百万円（前期比+46.5%）
営業利益は219百万円。
- リアルイベント分野の売上高は4,066百万円（前期比+96%）。
- イベント市場はコロナ禍の悪影響から完全に脱したと言える。

| 事業戦略関連

ユニット型組織の活動が好調

- 市場の特性に合わせて提案力を強化し、顧客満足度を向上。
顧客数、顧客単価ともに伸長。

顧客への提供価値をさらに向上させる施策を積極展開

- **Experiential Design Lab.** 活動開始。
未来のイベントの在り方を探求し提案力向上、受注促進を目指す。
- イベント事業におけるサステナビリティ推進に注力。
自社のソリューションを紹介する **T-CELL Tour** を開始。

| 人材開発関連

中期的な成長のための人的資本強化を継続展開

- 22年度の新卒入社20人の新人が7月より本配属。
経験者採用でも10人獲得、OJTを経て順次本格稼働。
- 社員のエンゲージメント向上を目的とした、
社員EXサーベイの運用を開始。
部門ごとのマネジメントや目標設計に活用していく。

| 経営基盤関連

顧客から選ばれる信頼性の高い企業活動基盤の構築を推進

- 外部機関によるITインフラに関するセキュリティ診断を実施。信頼性と利便性の更なる向上につなぐ。

経営統制における多様性、透明性の確保を推進

- 監査等委員会設置会社に移行、社外取締役が半数に。経営の監督機能を強化。
- 執行役員制度を導入、業務執行の責任と権限を明確にし、経営の機動性を高める。

2023年3月期 2Q

2.業績、及び重要経営指標

| 連結PL（2Q累計）

売上高は前年比 +46.5%、営業利益は2億を超える

単位 百万円	2023年 3月期	2022年 3月期	前年比
売上高	5,618	3,833	+46.5%
営業利益	219	△73	2.9億円増額 黒字化達成
当期純利益	151	291	-48.1%

| 連結PL (2Q累計)

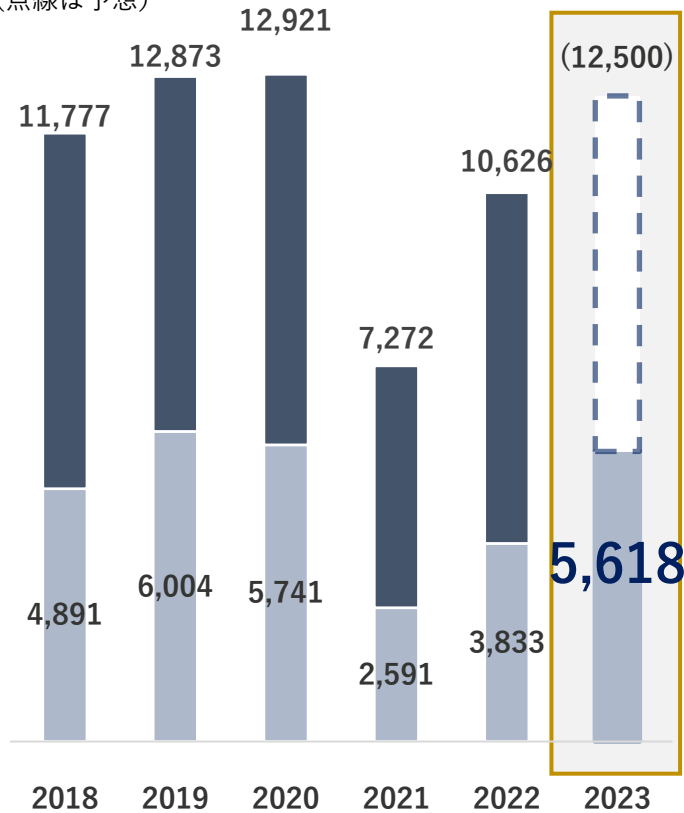
[単位：百万円 () 内は計画]

売上高、営業利益、当期純利益の全てにおいて、コロナ禍以前の水準を回復

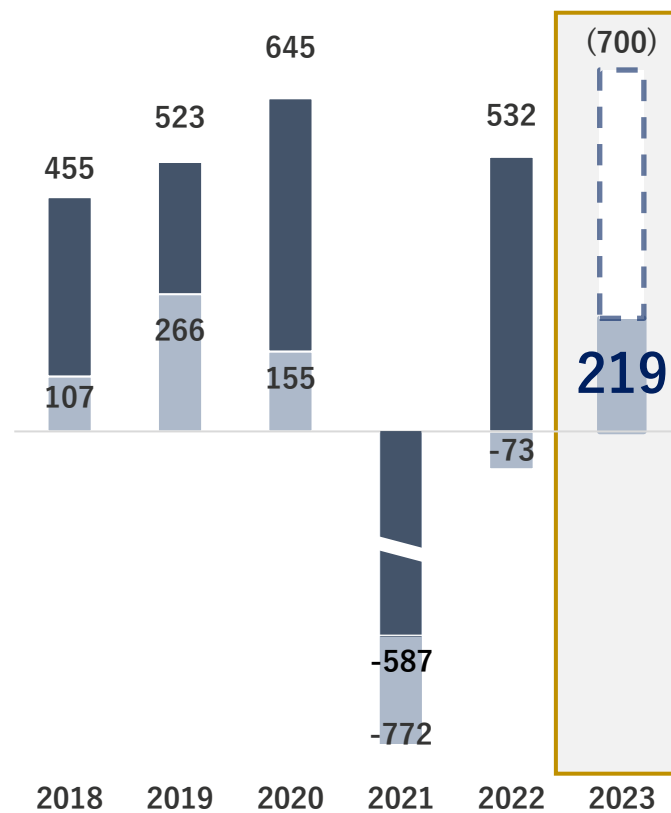
(22年3月期は子会社売却に伴う特別利益あり)

■ 通期
■ 2Q累計
(点線は予想)

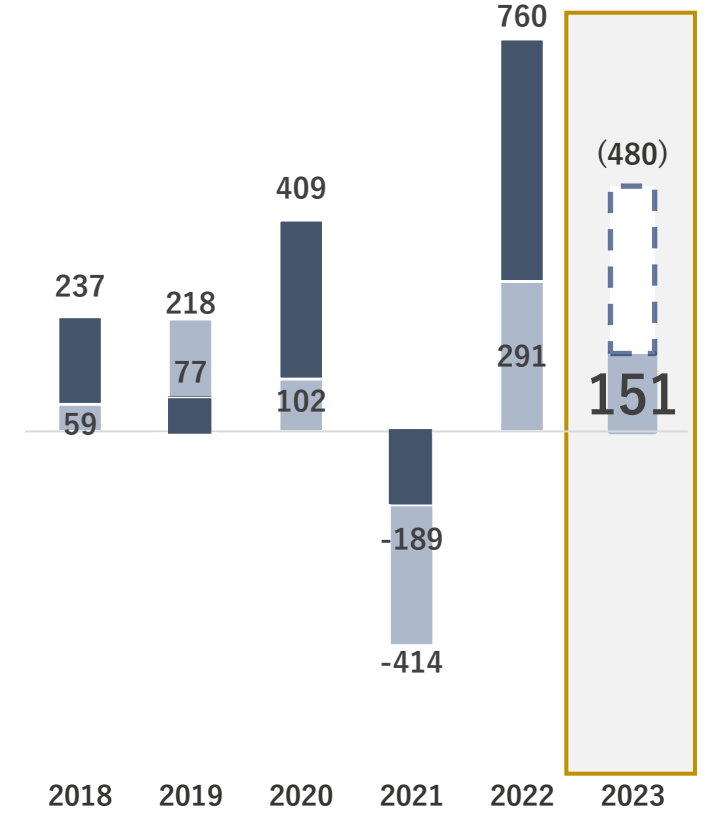
売上高



営業利益



当期純利益



| 商材別売上高（2Q累計）

[単位：百万円]

リアルイベント分野の売上高は前期比+96.1%

リアルイベント分野

4,066 百万円 前期比 **+96.1%**

展示会出展と商談会の領域の売上高が大きく回復
イベントプロモーション領域は、引き続き好調

デジタル分野

727 百万円 前期比 **+3.7%**

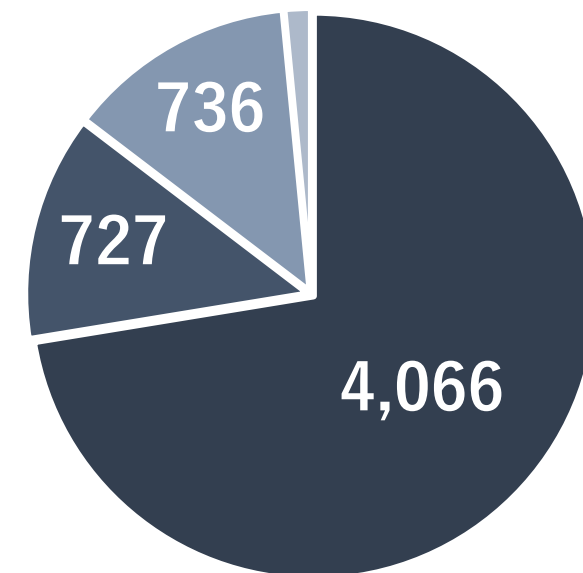
BtoB、BtoC を問わず、各種オンラインイベントが引き続き好調に推移

商環境分野

736 百万円 前期比 **△24.9%**

企業ショールーム、コンシューマー向け店舗等の案件を納品
下期の伸長を目指して活動中

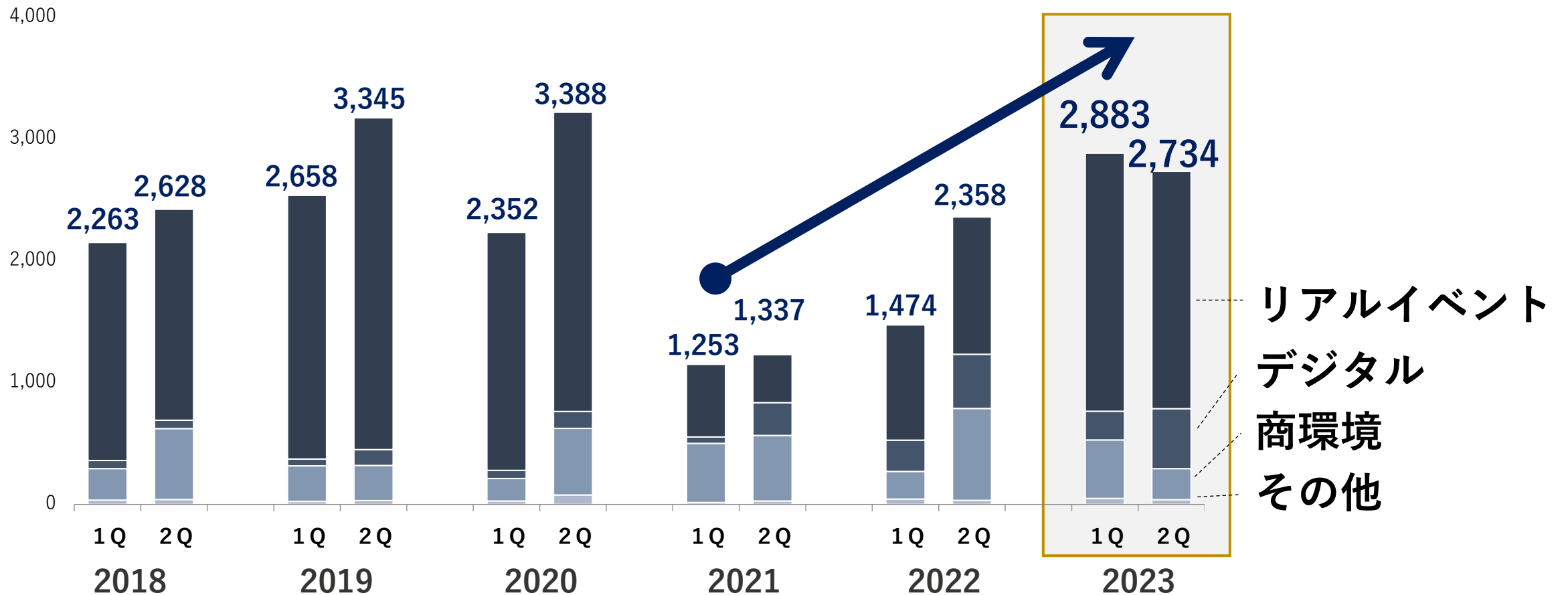
- リアルイベント
- デジタル
- 商環境
- その他



商材別売上（四半期別 売上高推移）

[単位：百万円]

リアルイベント分野の回復に加え、デジタル分野の売上高が好調



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

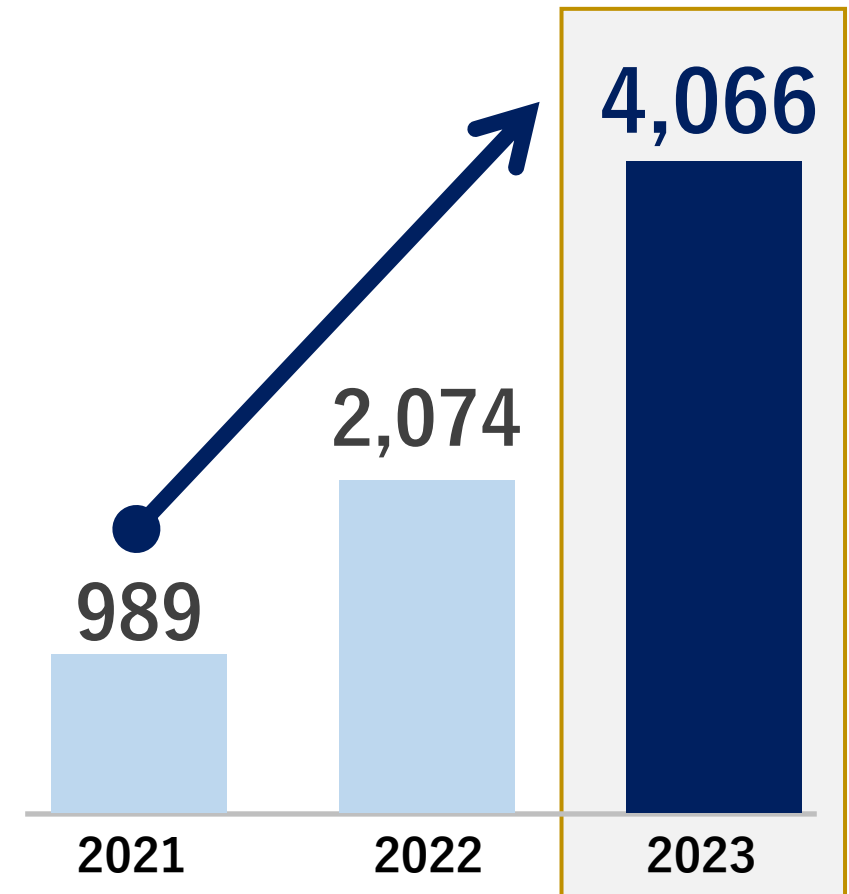
リアルイベント分野の主要商材である、
展示会出展、商談会が大きく回復

- ・ 展示会出展の市場回復に伴い案件受注が好調
- ・ 商談会等のプライベートイベントの需要も回復
- ・ BtoC企業のイベントプロモーションは、
前期から引き続き、堅調に案件を受注



[単位：百万円]

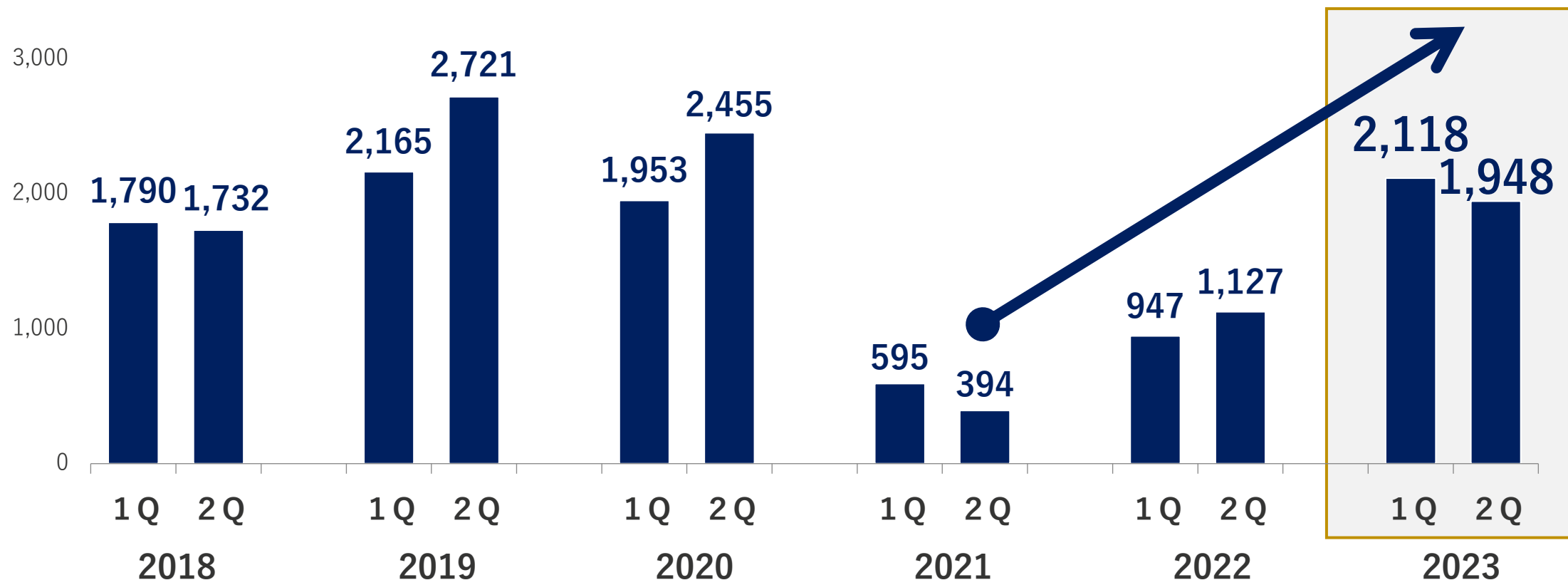
リアルイベント分野 2Q累計売上高



|リアルイベント分野 (四半期別 売上推移)

[単位：百万円]

コロナ禍からの市場の回復に伴い、売上が伸長
展示会出展と商談会の需要回復が顕著



デジタル分野

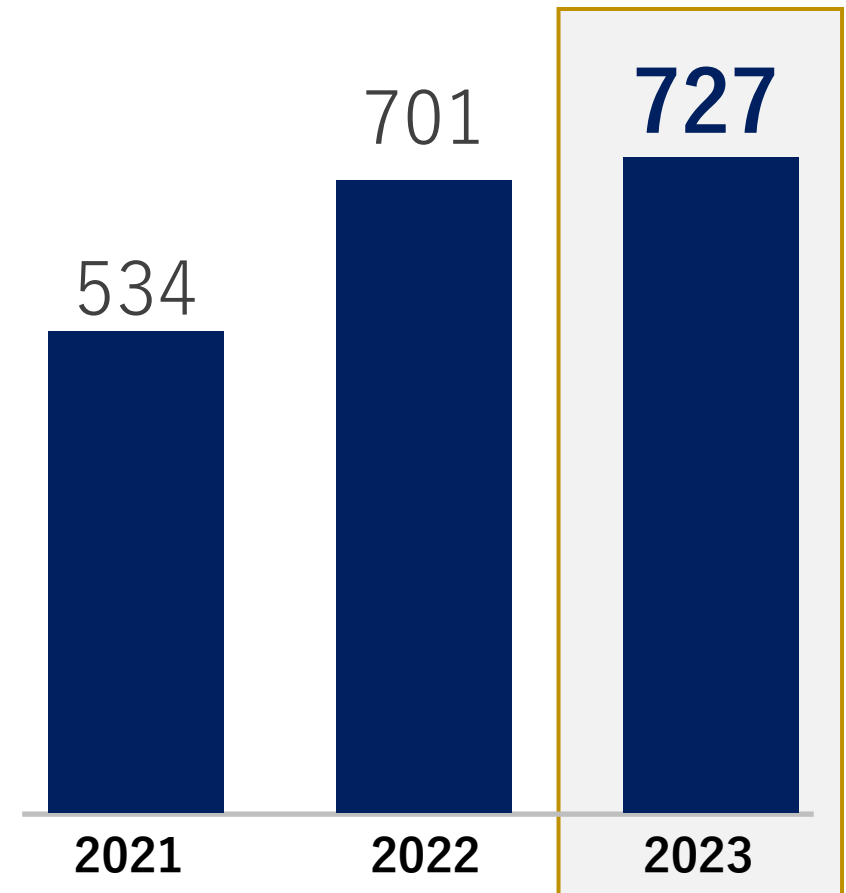
[単位：百万円]

BtoB、BtoC を問わず、
オンラインイベントの需要は引き続き堅調

- ・ 大型のオンラインイベントを複数納品
- ・ リアルイベントの市場は回復したが、
オンラインイベントの需要は変わらず堅調



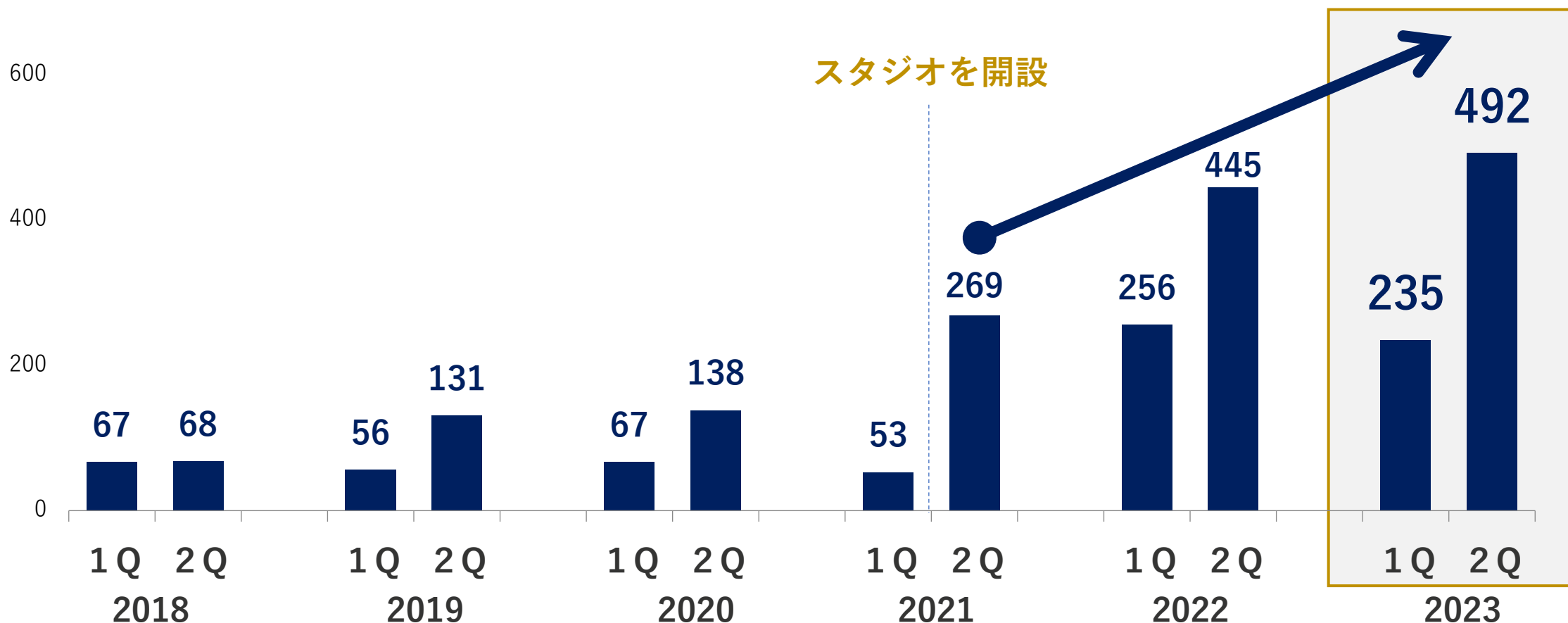
デジタル分野 2Q累計売上高



| デジタル分野 (四半期別 売上推移)

[単位：百万円]

コロナ禍以降、需要が高まったデジタル分野の売上高は堅調に推移



※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。

商環境分野

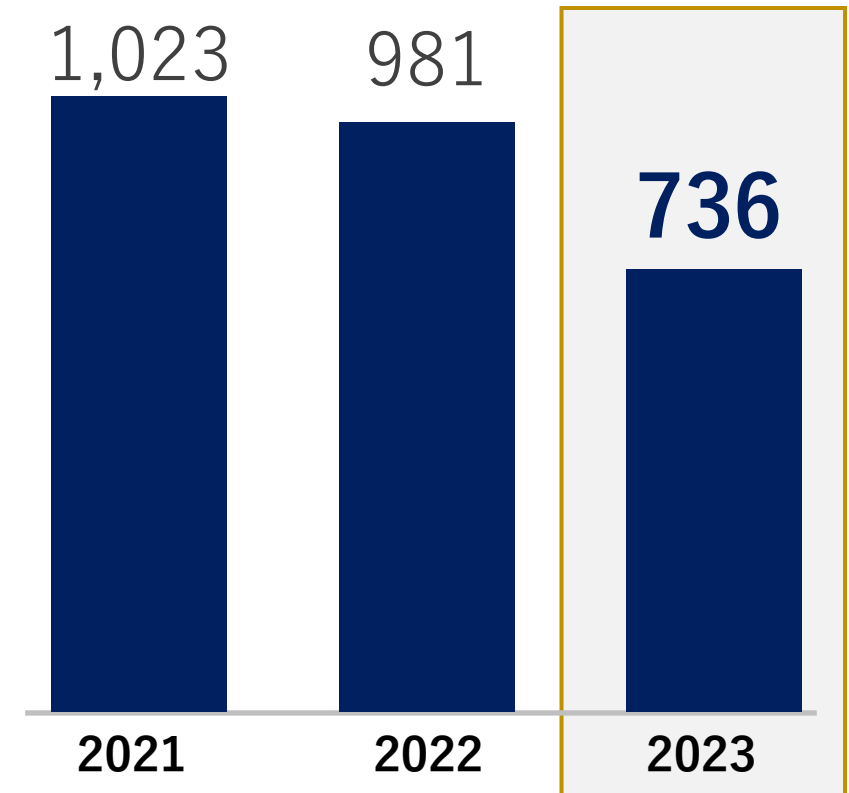
[単位：百万円]

売上高は昨年を下回るが、
店舗やショールーム等の案件を継続的に納品

- ・ ハイブランドの大規模プロジェクトを継続受注
- ・ BtoC 商材の店舗のデザイン・施工、
企業ショールーム等、多様な案件を納品
- ・ 今後の受注残高は堅調に推移



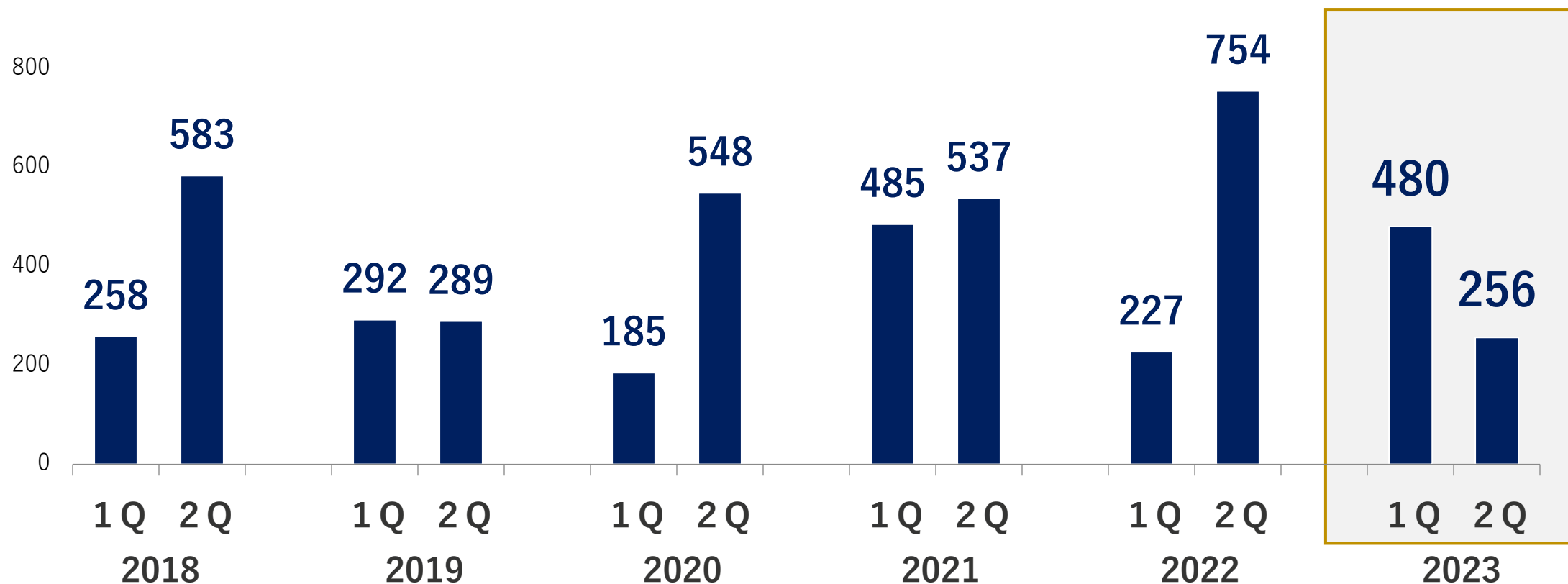
商環境分野 2Q累計売上



| 商環境分野 (四半期別 売上推移)

[単位：百万円]

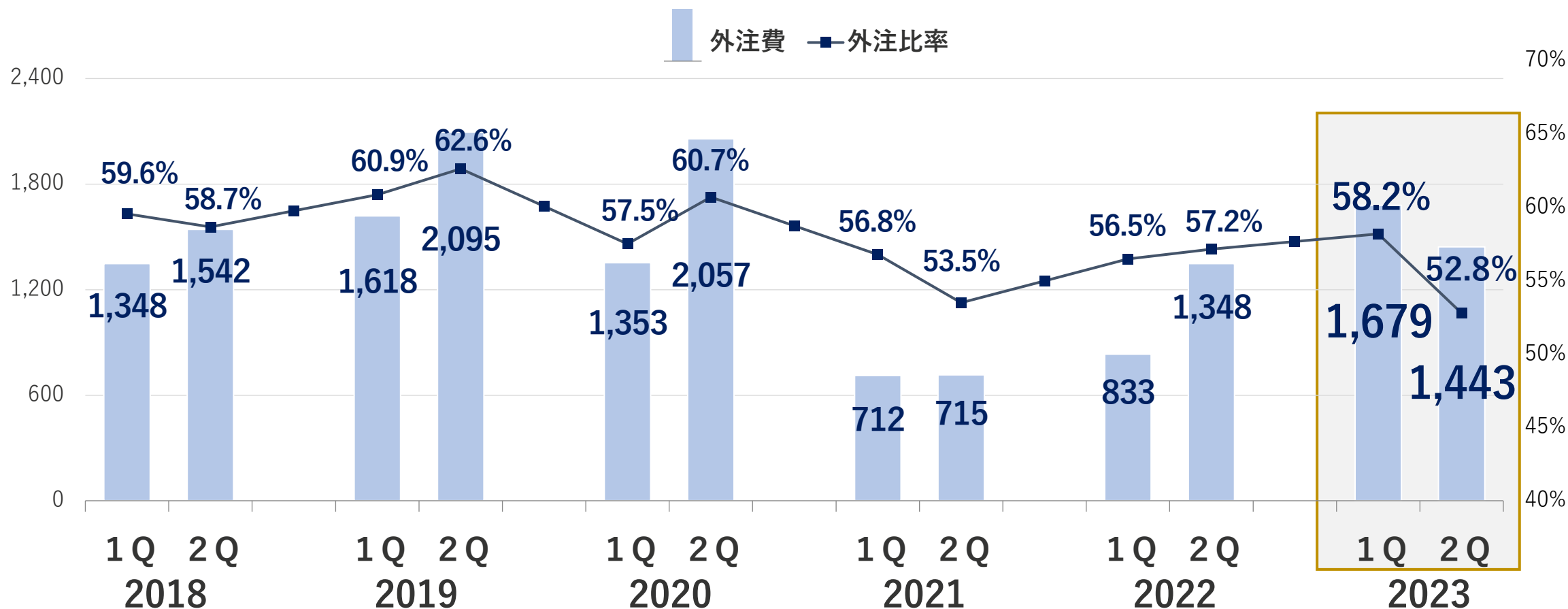
回復の著しいリアルイベント市場の営業活動に注力したため、売上高は例年並み
中期的には、売上向上を目指す



外注費並びに外注比率 (四半期別 推移)

[単位：百万円]

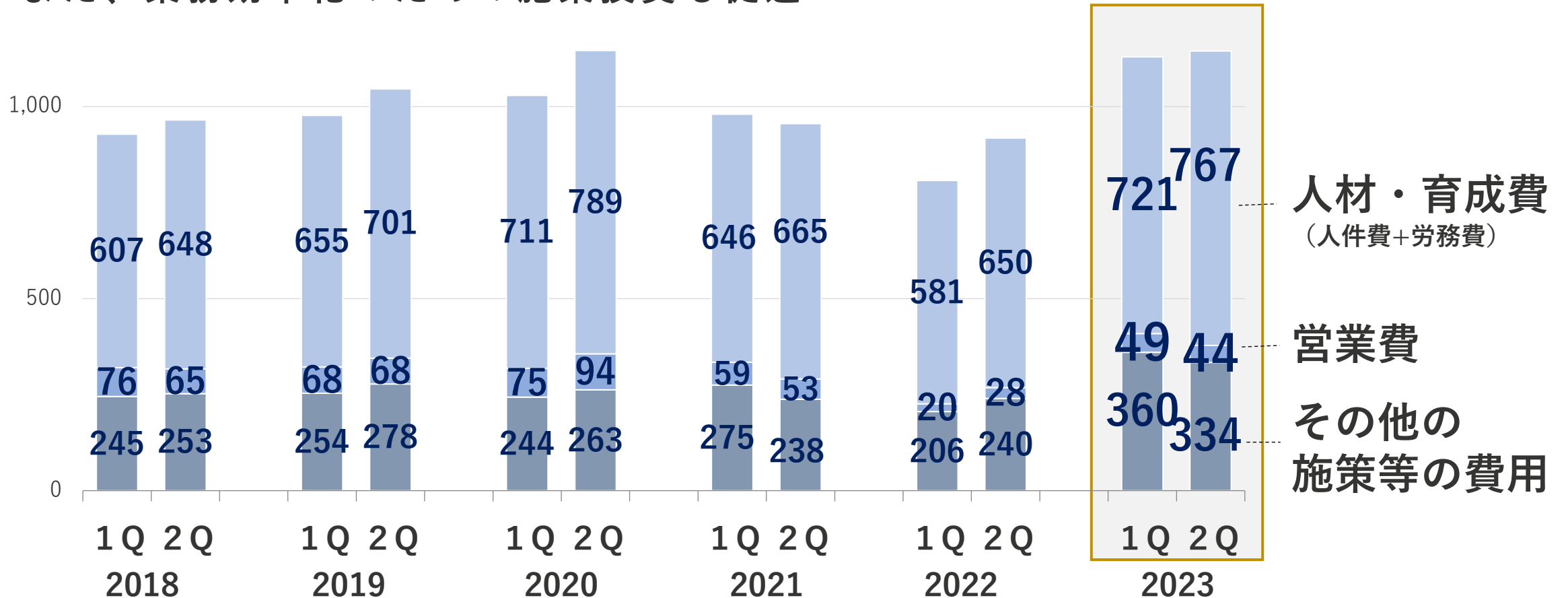
2Qは内製効率の向上やパートナーとの連携で、外注比率をコントロール



費用構成（四半期別 推移）

[単位：百万円]

中期的な成長に向け、人的資本強化への投資に引き続き注力
また、業務効率化のための施策投資も促進



※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。

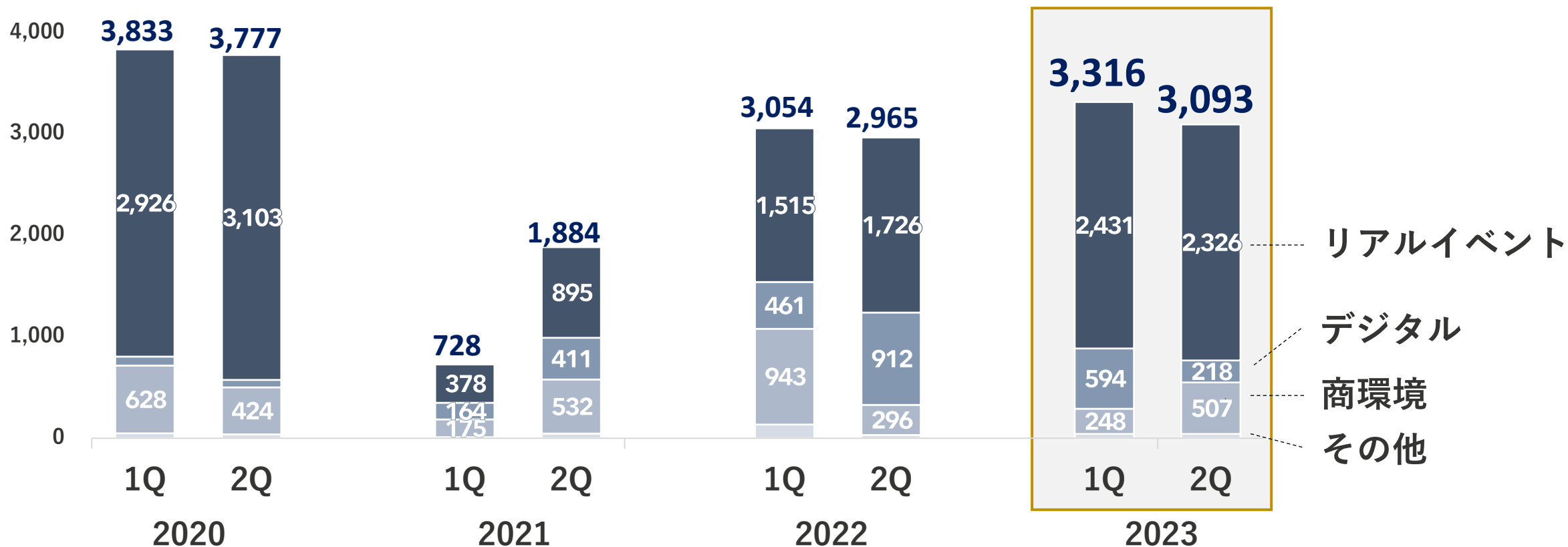
| 貸借対照表

区分	科目	2022/3月	2022/6月	2022/9月	増減 (22年度末比)
	流動資産	4,105	3,440	3,374	-731
	固定資産	669	644	643	-26
資産合計		4,775	4,085	4,017	-757
	流動負債	2,744	2,354	2,143	-600
	固定負債	286	212	210	-76
負債合計		3,030	2,567	2,353	-676
純資産合計		1,744	1,517	1,663	-80
負債純資産合計		4,775	4,085	4,017	-757

受注高 (四半期別 推移)

[単位：百万円]

リアルイベント分野、商環境分野が伸長、前期比4.3%増の3,093百万円

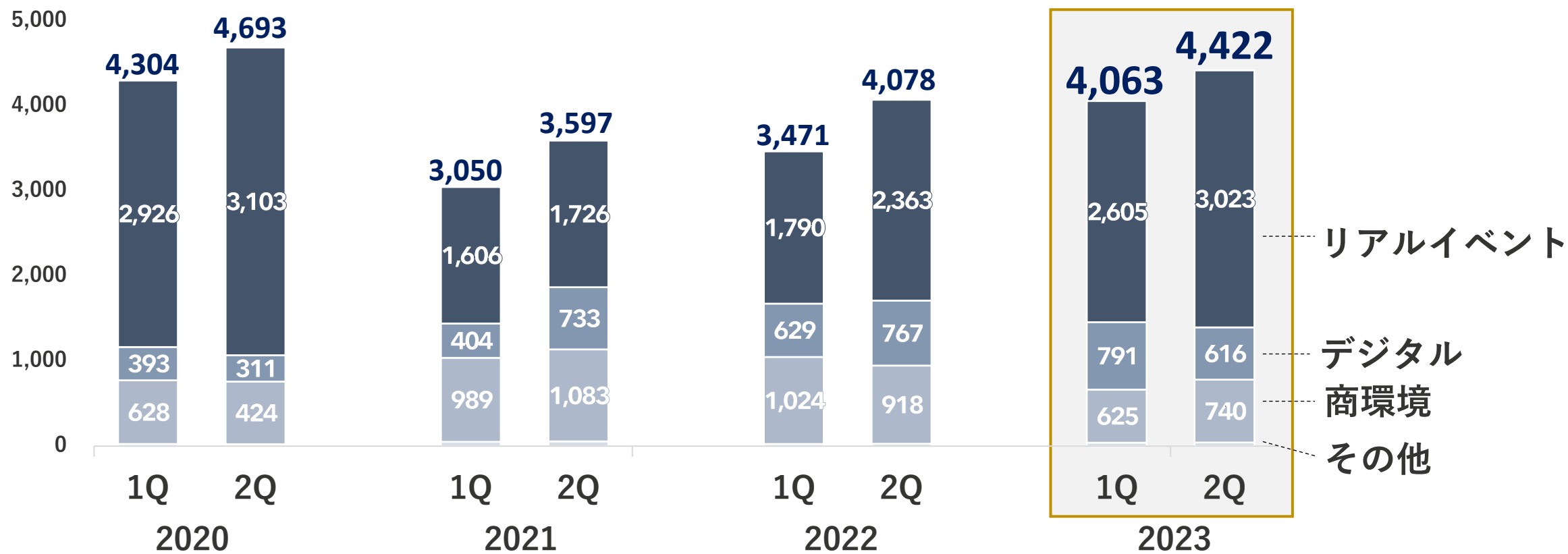


※FY2021及びFY2020には連結対象外となった株式会社アイクトの受注残高が含まれております。

| 受注残高 (四半期別 推移)

[単位：百万円]

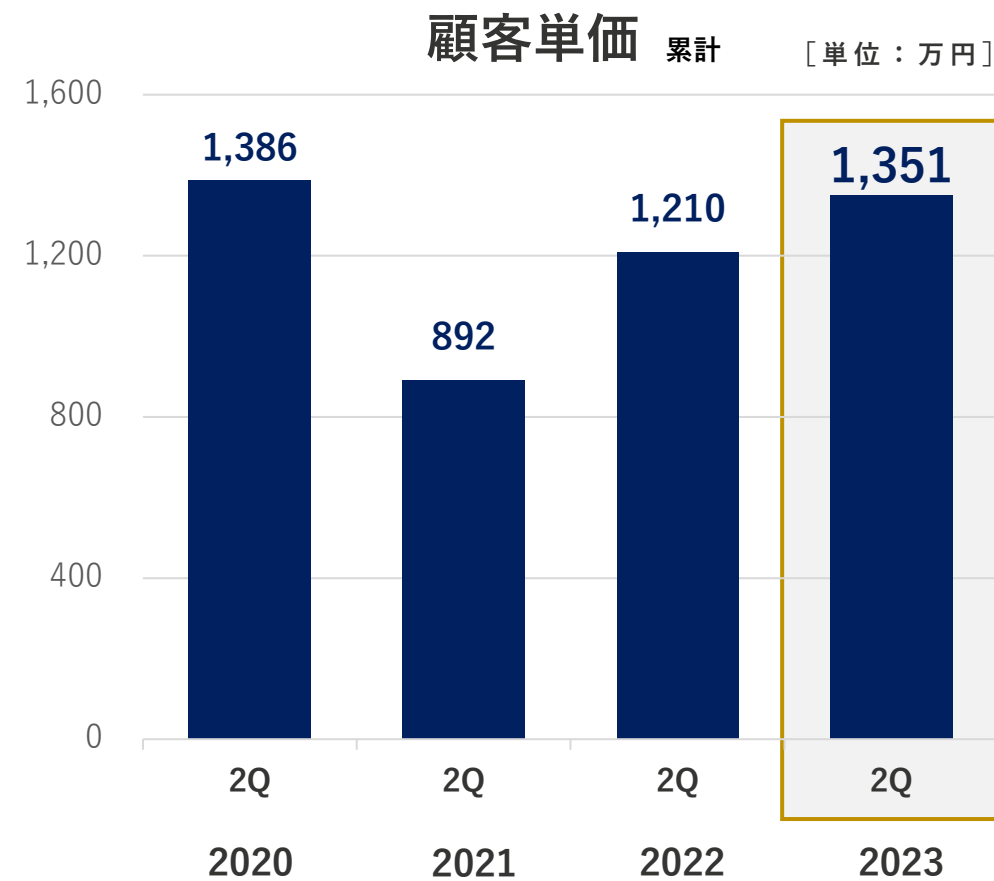
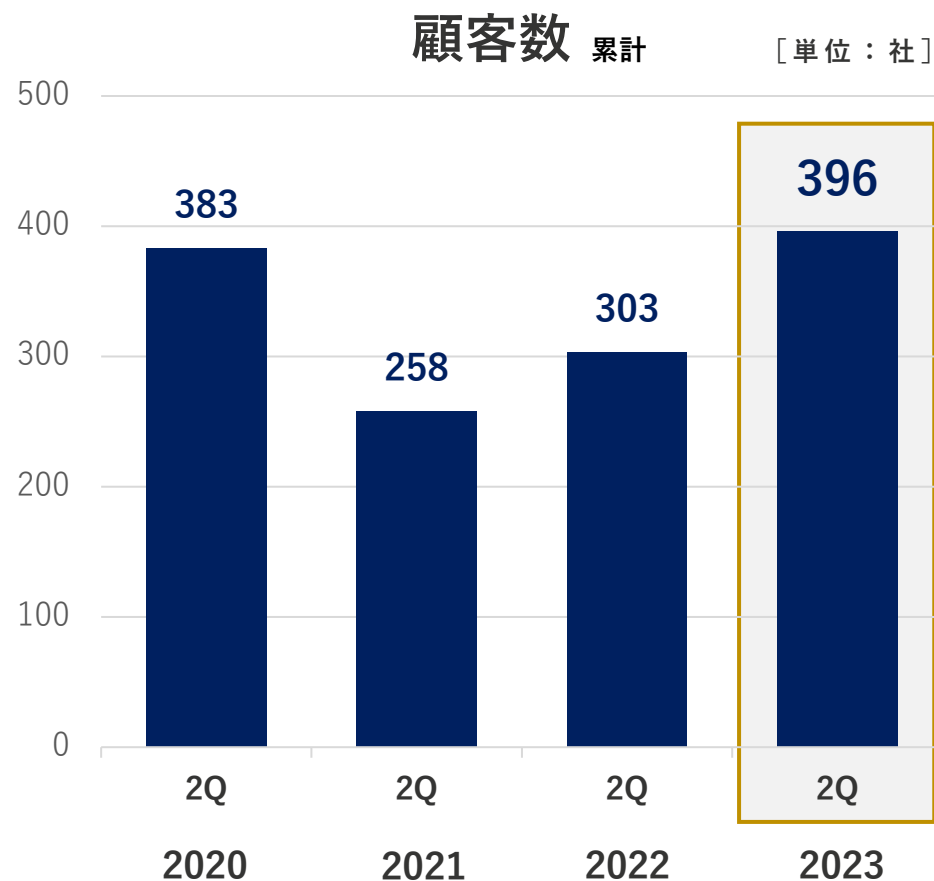
リアルイベント分野が大きく回復し、前期比8.4%増の4,422百万円



※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。

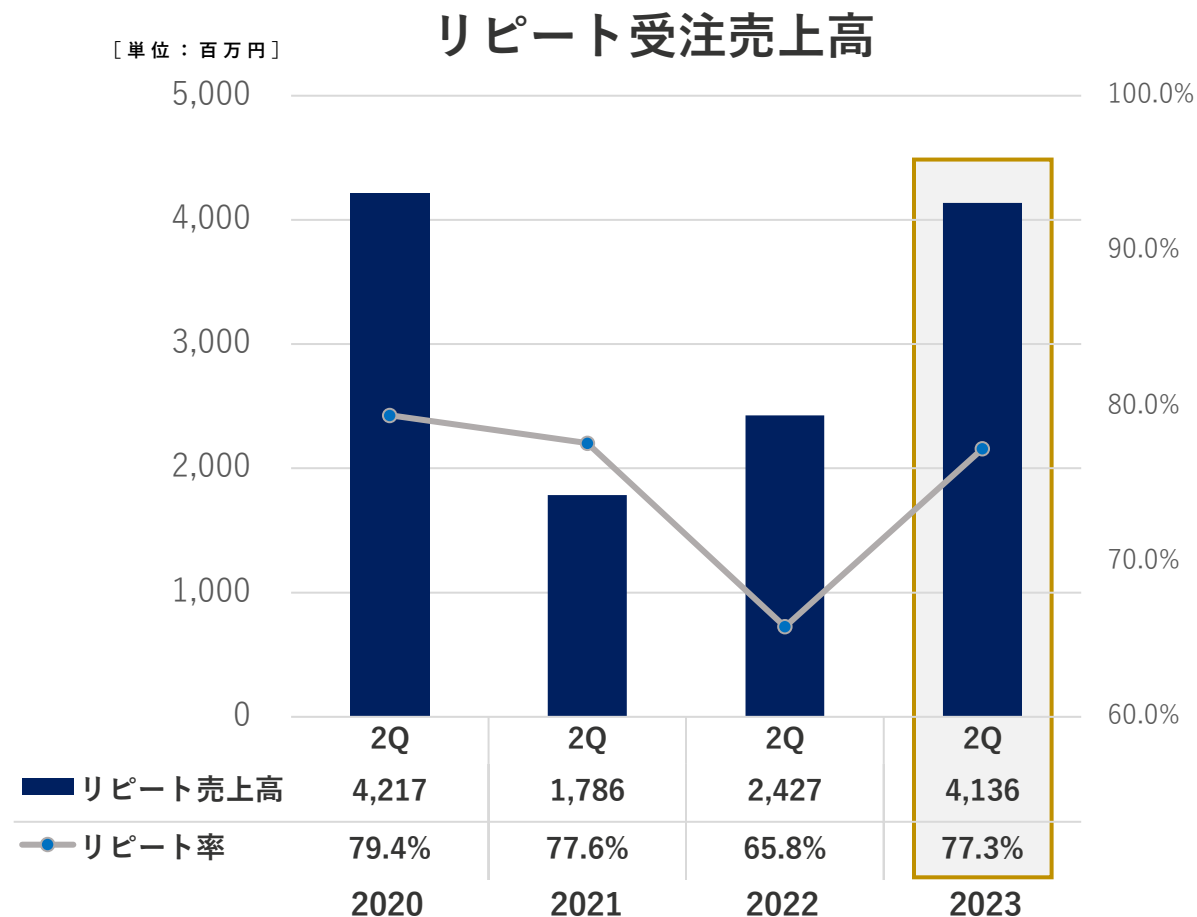
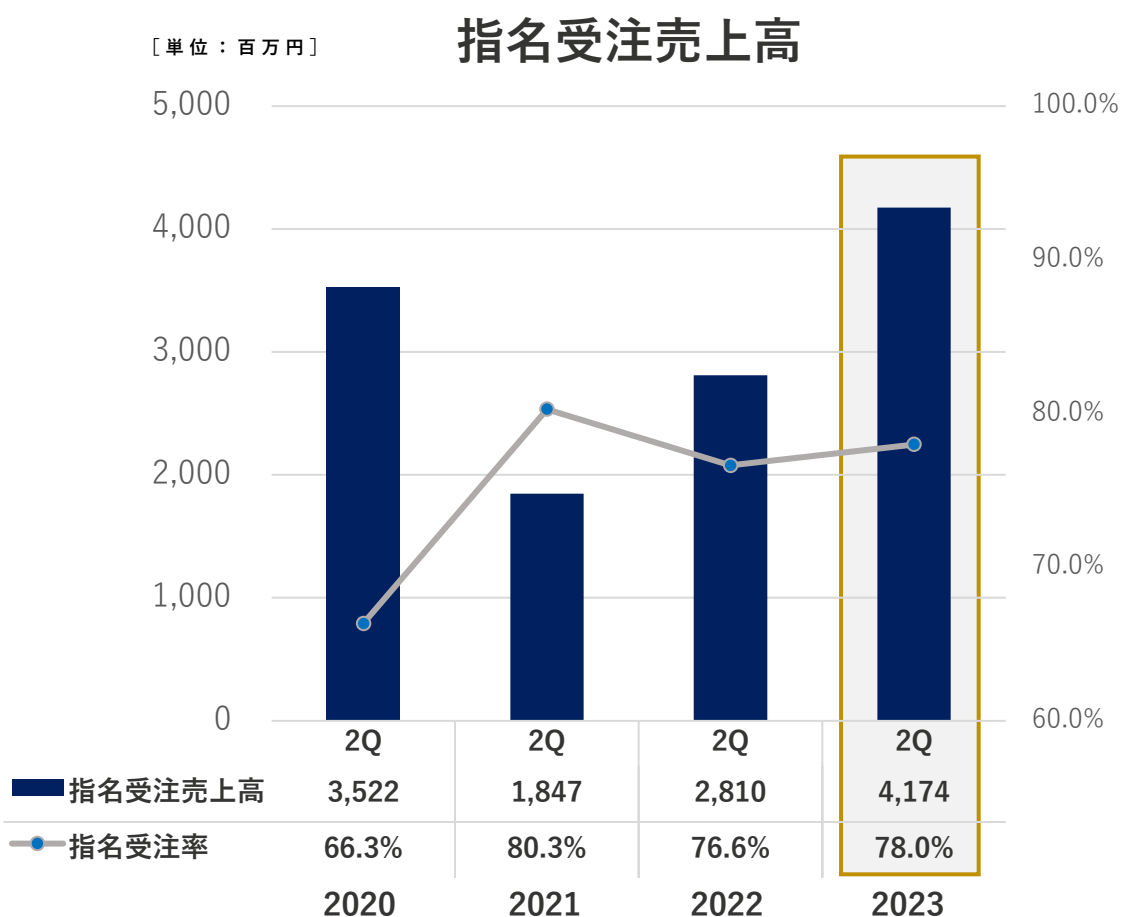
| 顧客数・顧客単価（2Q累計推移）※単体

ユニット型組織による営業活動により、顧客数・単価共にコロナ禍前の水準に回復



指名受注売上高・リピート受注売上高（2Q累計推移）※単体

指名受注売上高・リピート売上高が増加、顧客からの信頼を獲得できている



2023年3月期 2Q

3. 事業トピックス

| クリエイティブアワードの受賞

資生堂クリエイティブ×博展「銀座生態図」
世界的 空間デザイン賞「FRAME AWARDS」、
年間最優秀賞のWINDOW DISPLAY OF THE YEARを受賞



| 事業戦略関連

顧客への提供価値を、さらに高めるための活動を開始

| Experiential Design Lab. の活動開始

Experiential Design Lab



イベントの未来をつくりだすことを目的とした、クリエイティブチーム「Experiential Design Lab.」。デジタルツイン、メタバースの活用や地域特性を生かした体験を探求し、実現していく。

| T-CELL Tour の実施開始

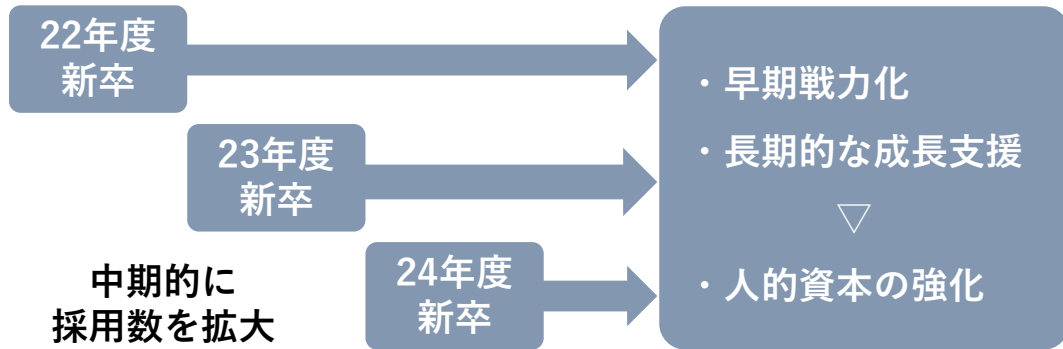


博展のサステナビリティに関するソリューションを展示した「T-CELL（江東区辰巳）」にお客様をお招きし、セミナーやセッションを行うT-CELL Tourの実施を開始。既に約100社のお客様が来場。

人材開発関連

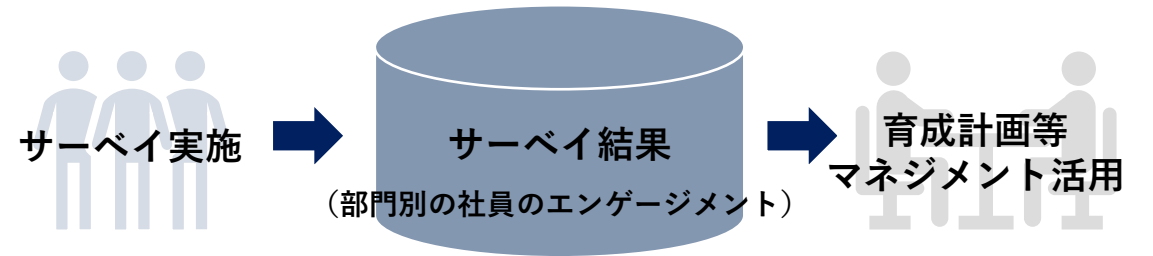
中期的な成長に向けて、人的資本への投資をさらに強化

22年度の新卒入社20名の本配属



22年度の新卒入社の新卒社員20名が本配属された。OJTを経て本格稼働。早期戦力化をすると同時に、長期的な成長支援で、人的資本の基盤の強化を目指します。継続的に人材獲得を拡大していきます。

社員EXサーベいの運用開始



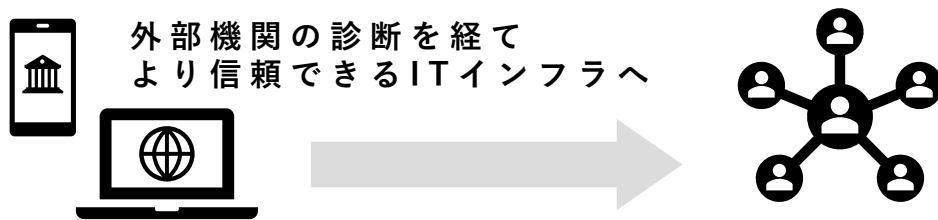
社員のエンゲージメントを測る社員EXサーベいを導入。その結果データを活用し、部門ごとの目標設計や組織活性化などのマネジメント施策につなげる運用を開始。

| 経営基盤関連

中期的な成長のための経営基盤構築の施策を推進

| ITインフラの更なる信頼性向上

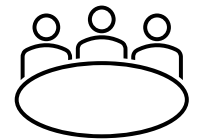
ITセキュリティに関する
外部機関の診断を実施



深刻化・複雑化を増すIT環境におけるセキュリティ対策をさらに促進し、お客様から常に信頼いただける環境を築きます。

| 経営体制の多様性、透明性の確保

- 監査等委員会設置会社への移行
- 社外取締役が半数を占める体制へ
- 執行役員体制の導入
- 女性取締役の任用



経営の意思決定および監督機能と業務執行機能を分離し、より透明性のある経営体制を確保する。

2023年3月期 2Q

4. 今後の展望

4. 今後の展望

| サステナブル・ブランド国際会議の実施

アジア最大規模 サステナビリティに関するコミュニティ・イベント
「サステナブル・ブランド国際会議2023 東京・丸の内」



2023年2月14日 (火) - 15日 (水)

・ 主要会場 ・
東京国際フォーラム・丸ビルホール・JPタワー ホール&カンファレンス

公式サイト：<https://www.sustainablebrands.jp/event/sb2023/>

4. 今後の展望



| サステナビリティへの取り組みの推進

| ゼロエミッション型イベント実現への活動

＜中期サステナビリティ目標＞

2030年までに、すべての人が笑顔になる
ゼロ・エミッション型イベントを実現する

ゼロ・エミッション型イベントとは？

温室効果ガスの 実質的な排出ゼロ		廃棄物の 実質的な排出ゼロ	
---------------------	---	------------------	---

| 今後の主な取り組み

- ・ 電子マニフェスト化の開始による廃棄物量の見える化
- ・ 温室効果ガス排出量のScope3までの算定
- ・ 顧客への「イベントのサステナビリティ・サービス」の提供スタート
※「サステナブル・ブランド国際会議2023 東京・丸の内」で実装

| T-CELLの拡張

サステナビリティに関する
博展のソリューションや実績を展示する
T-CELLを拡張いたします
(22年10月実施)

| T-CELLの主な内容

- ・ サステナブルなマテリアル（展示設営の素材）展示
- ・ イベントにおけるサステナビリティ施策の実施実績紹介
- ・ お客様をお招きしたセミナーや共創セッションの取り組み

2023年3月期 2Q

5. 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

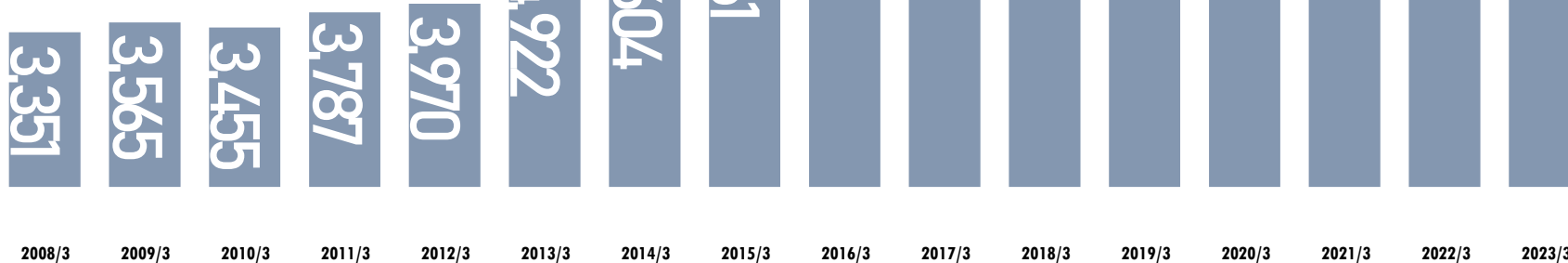


2021

株式会社ニチナンを
完全子会社化



・売上高の推移



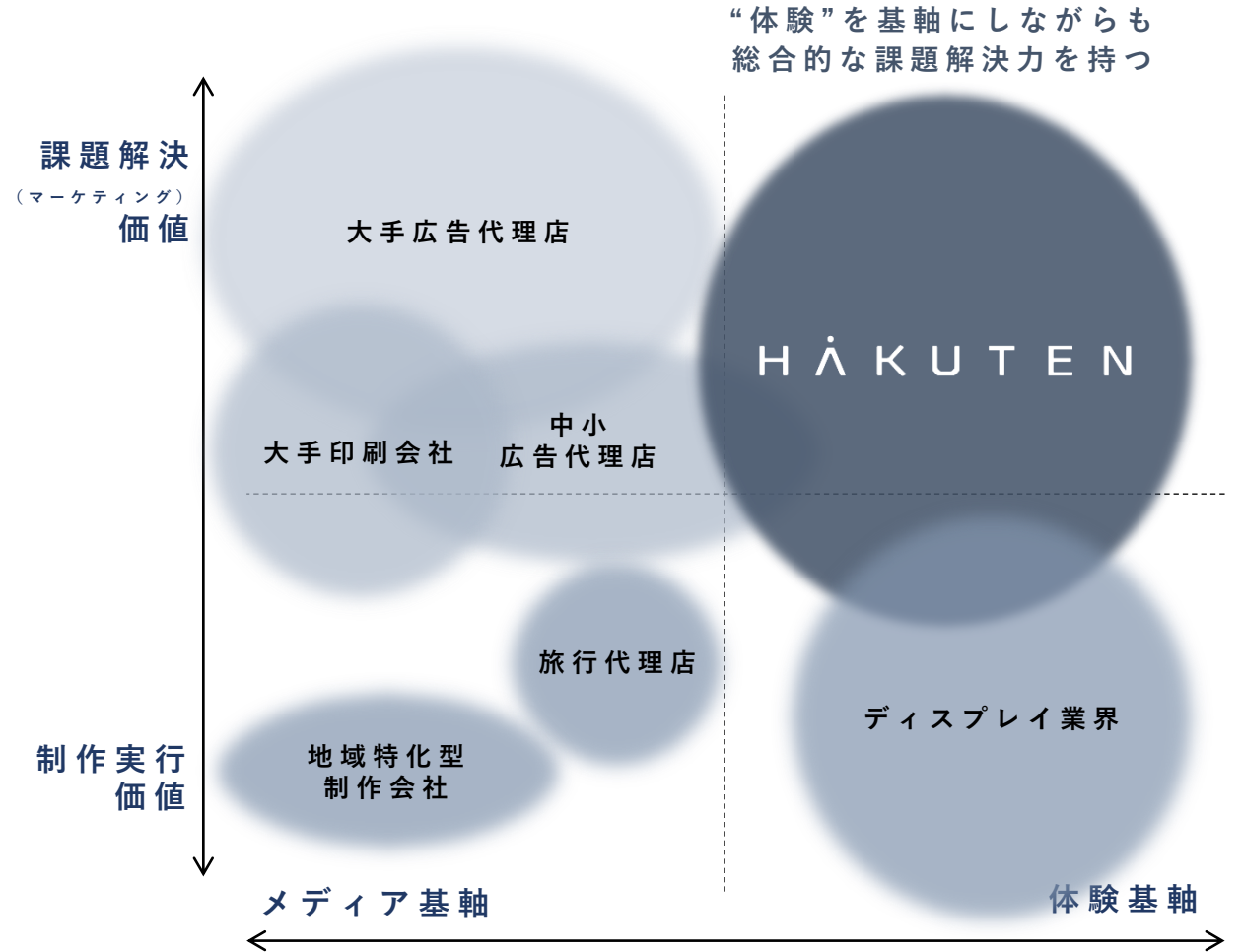
事業環境 BUSINESS ENVIRONMENT

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。



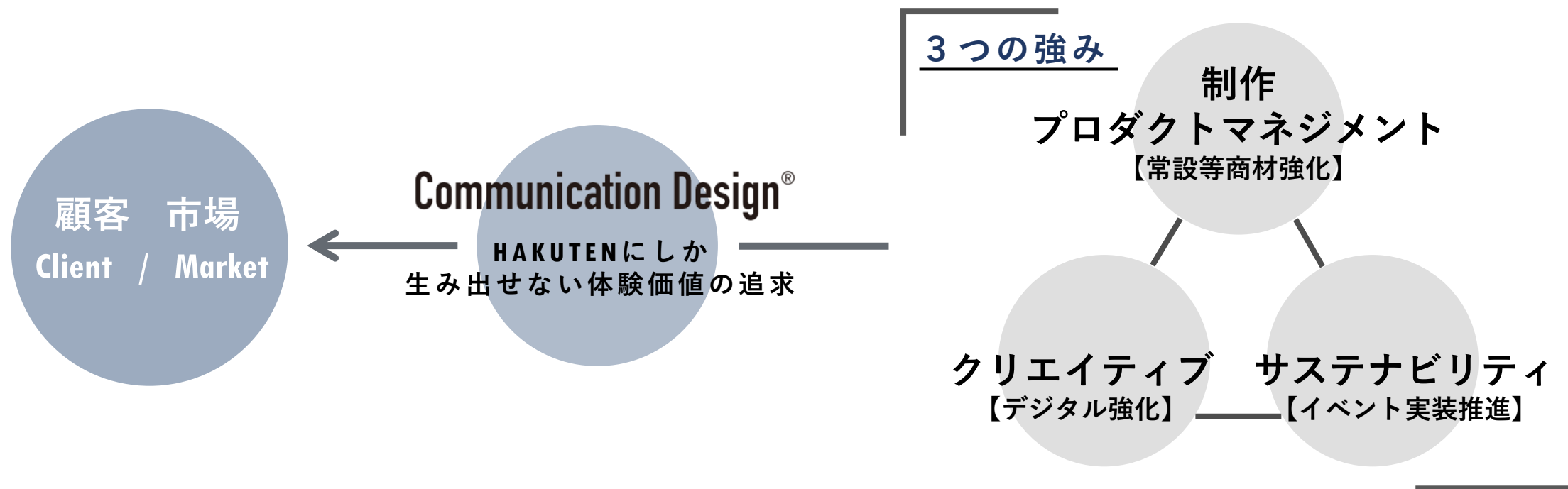
※ディスプレイ業界とは建物の内装や展示を中心としたデザインを行う会社群、業界のことを指します。

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

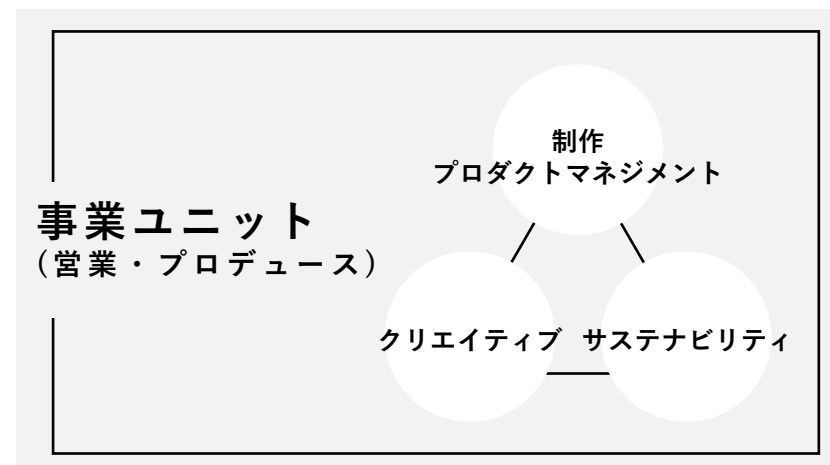
事業ユニット戦略 | 市場・顧客にあわせた体験価値の追求

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。