



H A K U T E N

2023年3月期 第3四半期

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. 代表取締役社長の異動について

## 5. APPENDIX

2023年3月期 3Q

# 1. 決算の概要

| 業績関連

**3Q累計の売上高、営業利益は過去最高を更新**

- 3Q累計の連結売上高は9,693百万円（前期比+51.6%）  
営業利益は489百万円（前期比+690.3%）。
- 通期計画達成に向け順調に推移。

## | 事業戦略関連

### サステナブルなイベントの導入を促進

- イベント事業におけるサステナビリティ推進に注力、お客様へのゼロエミッションイベント等の納品が進む。

### Experiential Design Lab の活動が進捗

- 著名アーティストとの共創プロジェクトなど、今期活動開始の Experiential Design Lab の実績が上がる。

## | 人材開発関連

### 2024年 新卒採用、規模を拡大して活動をスタート

- 3000名の参加を目標に採用説明会の実施規模を拡大。優秀な人材の獲得にさらに注力。

## | 経営基盤関連

### オフィス移転、決算期変更による経営基盤強化を実施

- 更なる成長を成し遂げるためにオフィス移転を決定。経営の効率化のため、決算期変更も実施。

| 代表取締役の異動

**4月1日より、原田淳が新社長に就任**

- 経営体制の一層の強化と企業価値の向上のため、  
取締役専務執行役員CSO原田淳の社長就任を決定。

2023年3月期 3Q

## 2.業績、及び重要経営指標



| 連結PL (3Q累計)

売上高、営業利益ともに過去最高を更新

単位   百万円	2023年 3月期	2022年 3月期	前年比
売上高	9,693	6,395	+51.6%
営業利益	489	61	+690.3%
当期純利益	365	406	-10.0%

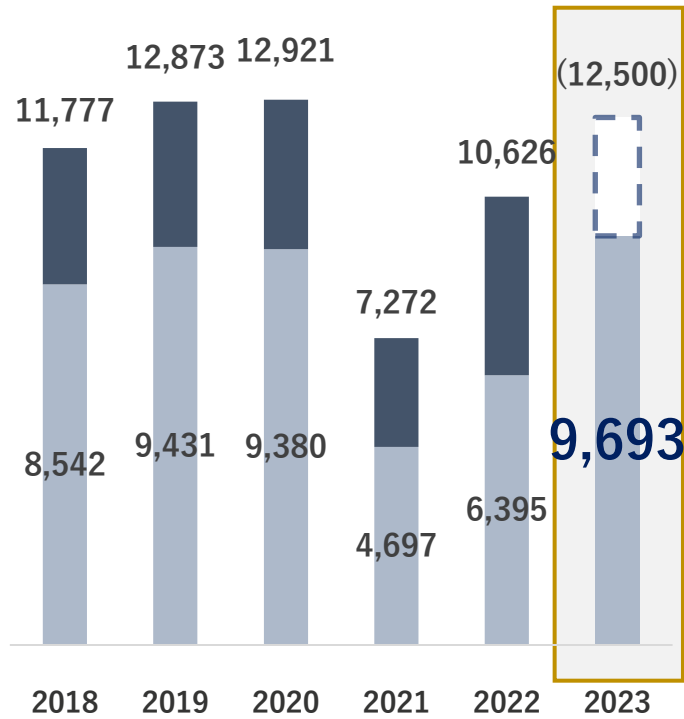
| 連結PL (3Q累計)

[ 単位：百万円 ( ) 内は計画]

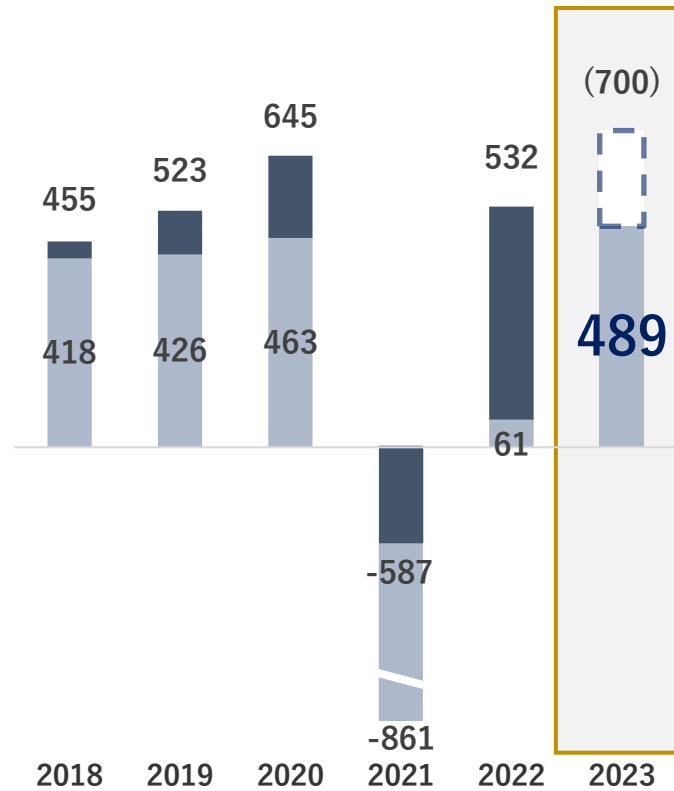
通期計画達成にむけ順調に推移

■ 通期  
■ 3Q累計  
(点線は予想)

売上高

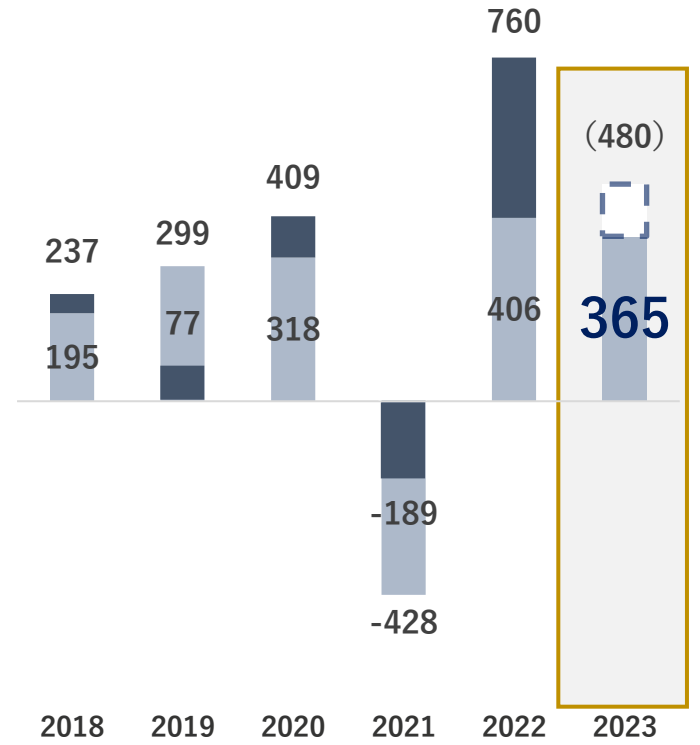


営業利益



当期純利益

(22年3月期は子会社売却に伴う特別利益あり)



| 商材別売上高（3Q累計）

[単位：百万円]

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

**7,412** 百万円 前期比 **+104.8%**

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

**1,148** 百万円 前期比 **△9.6%**

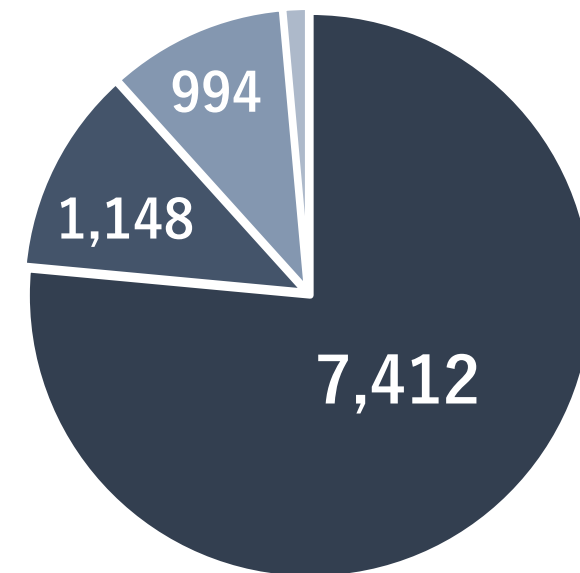
BtoB、BtoC を問わず、各種オンラインイベントが引き続き好調に推移

商環境分野

**994** 百万円 前期比 **△27.0%**

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

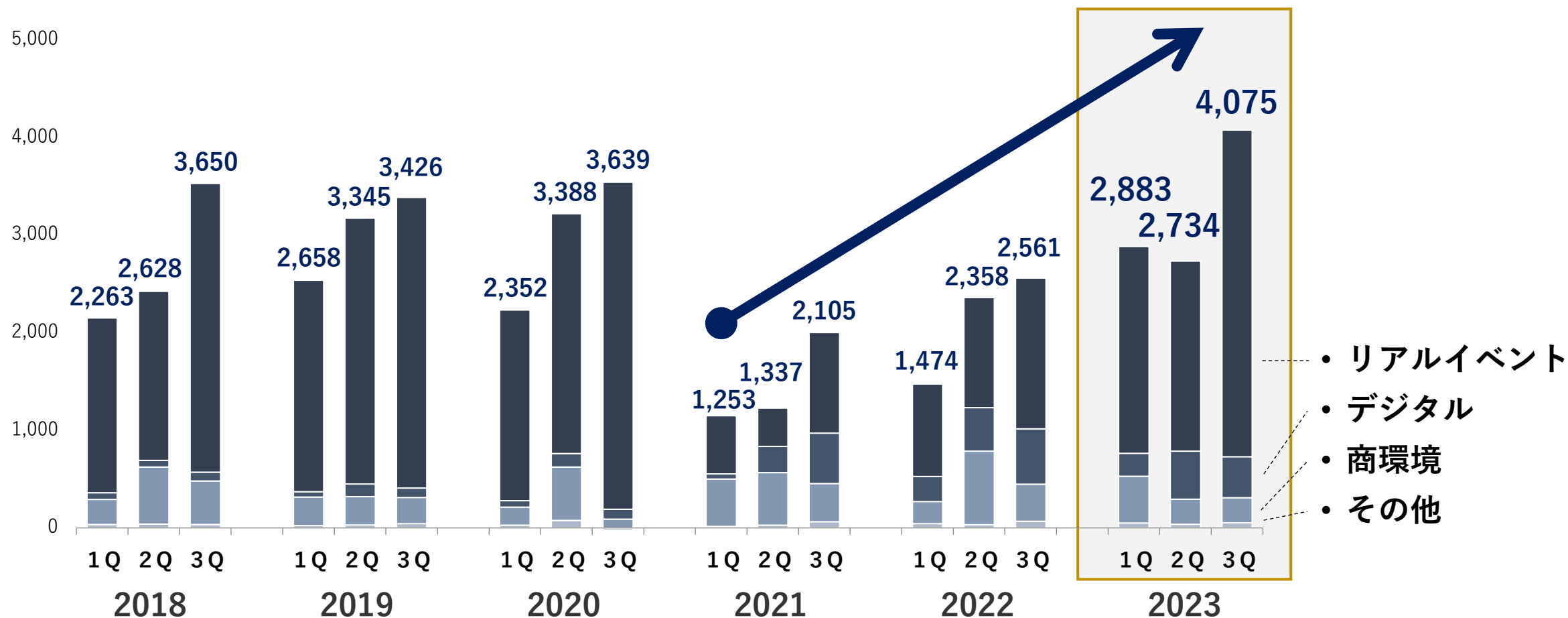
- リアルイベント
- デジタル
- 商環境
- その他



## 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四半期売上高は過去最高



## リアルイベント分野

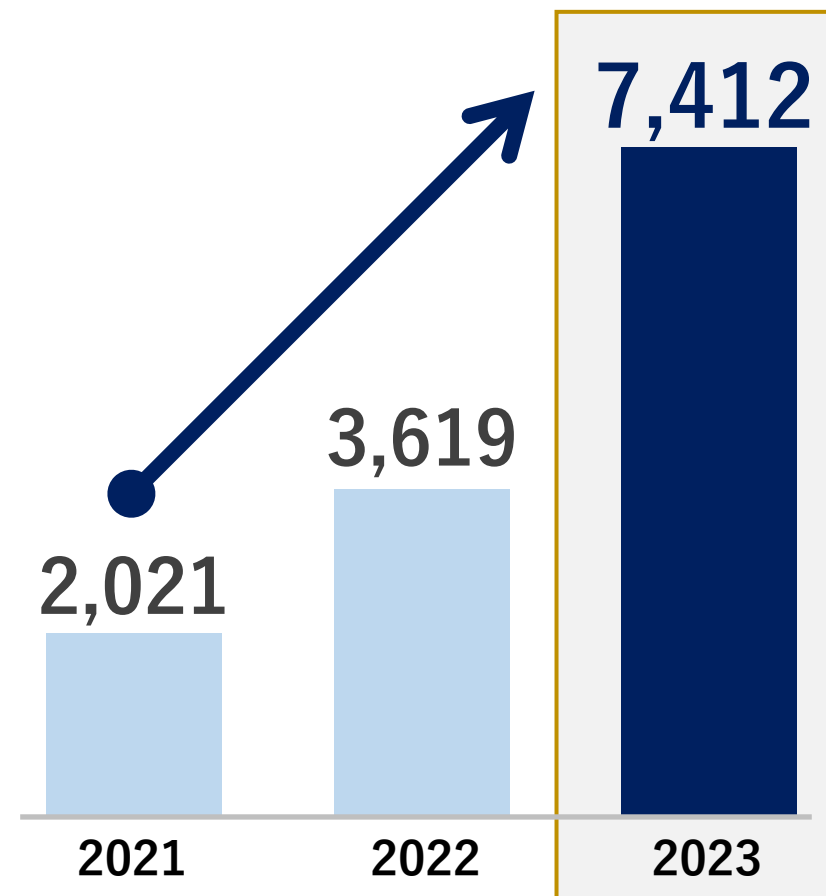
[単位：百万円]

### 2Qに続き展示会出展、商談会が大きく回復

- ・ 展示会出展の案件受注が好調
- ・ 商談会等のプライベートイベントも需要が回復
- ・ BtoC企業のイベントプロモーションも更に活性化



### リアルイベント分野 3Q累計売上高



## デジタル分野

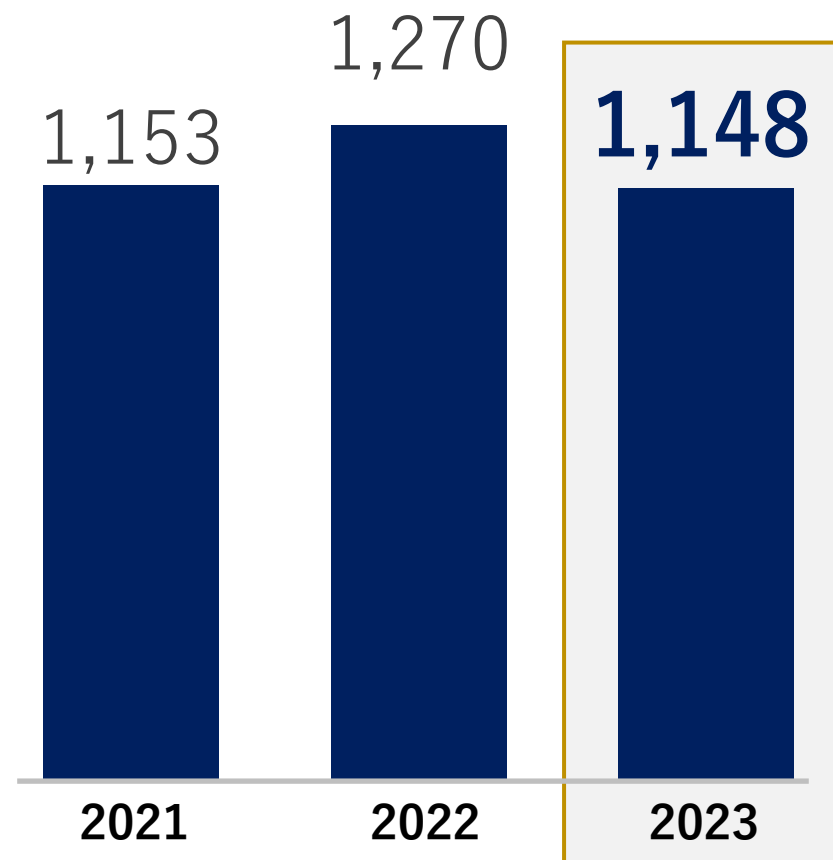
[単位：百万円]

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
- ・ デジタル分野の単体の納品売上高は横ばいだが、リアルイベントに含まれる形で需要は高まっている



デジタル分野 3Q累計売上高



## 商環境分野

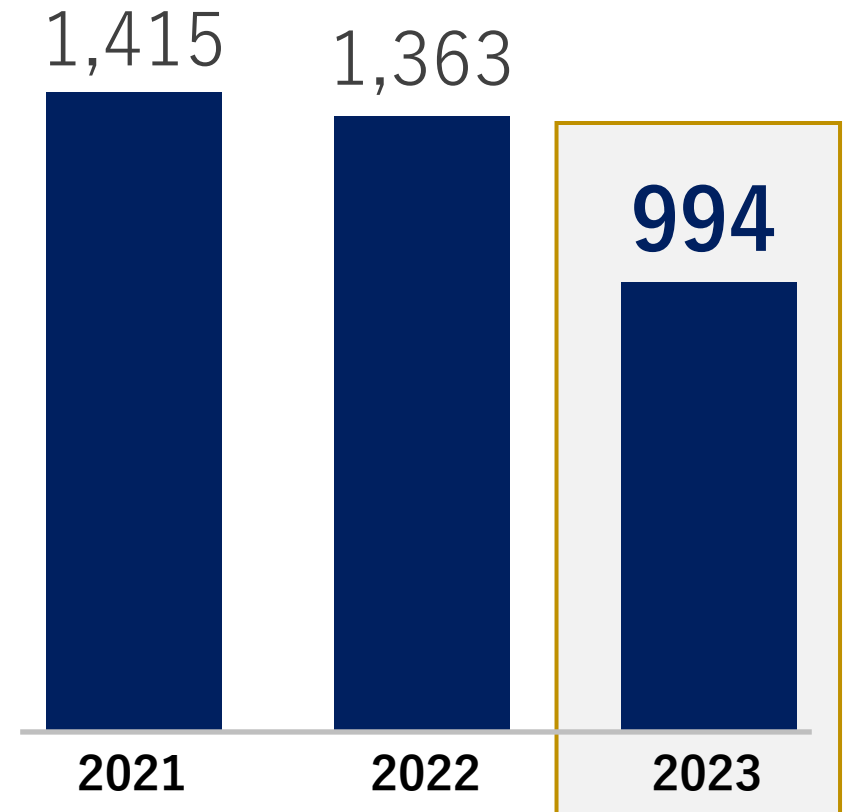
[単位：百万円]

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

- ・ 2Qに引き続き、ハイブランド大規模案件を納品
- ・ 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
- ・ リアルイベントへの営業注力により、  
当期の商環境分野の売上高は横ばい



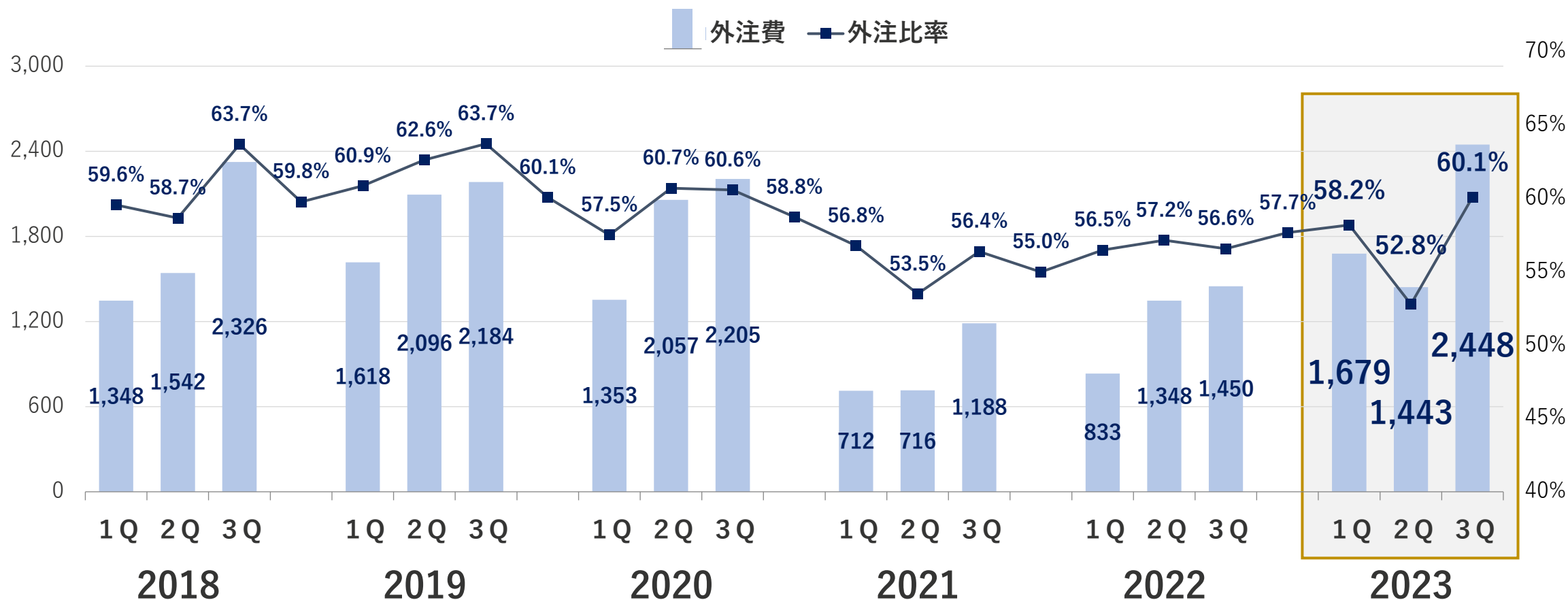
商環境分野 3Q累計売上



# 外注費並びに外注比率（四半期別 推移）

[単位：百万円]

売上規模の急拡大や物価高騰に伴い、外注費比率が上昇

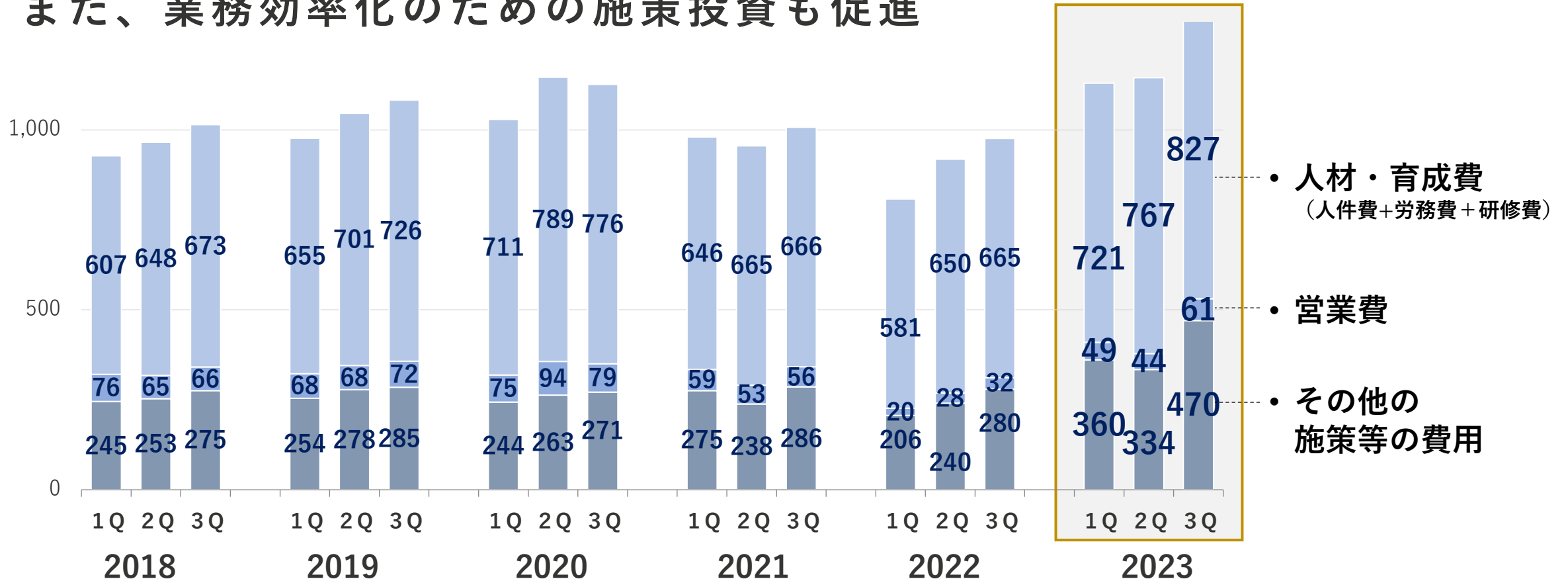




費用構成（四半期別 推移）

[単位：百万円]

中期の成長に向けて人的資本強化に引き続き注力  
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。

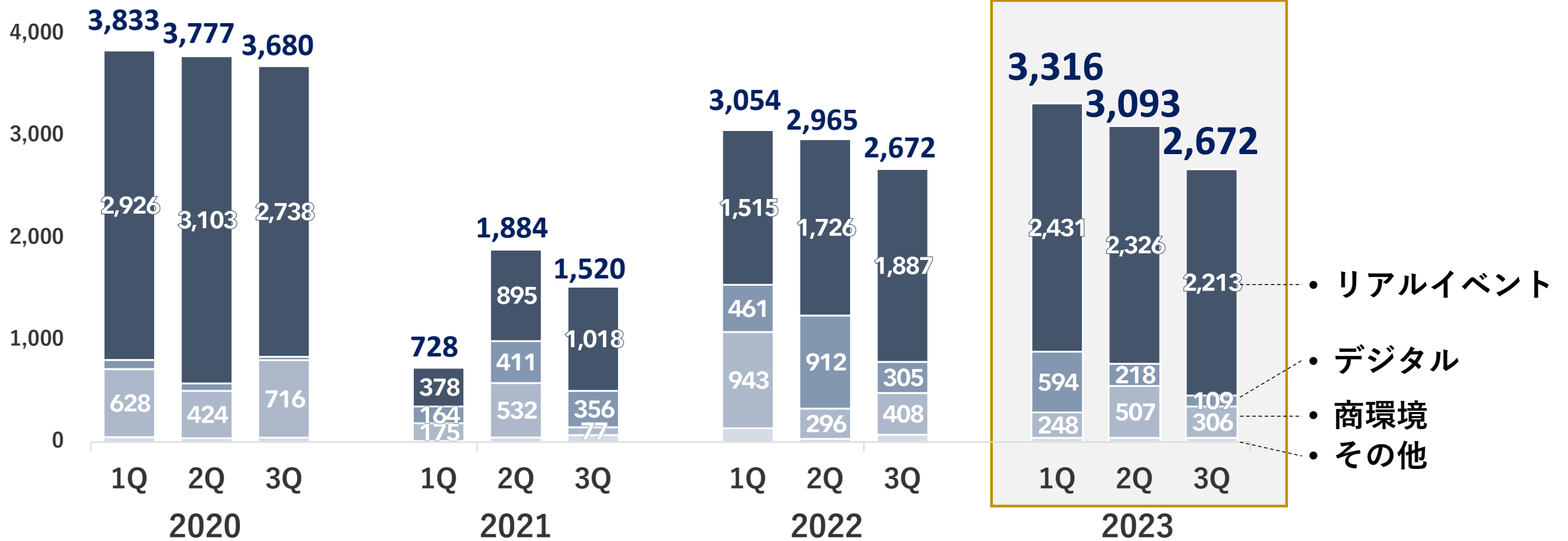
## | 貸借対照表

区分	科目	2022/3月	2022/6月	2022/9月	2022/12月	増減 (22年度末比)
	流動資産	4,105	3,440	3,374	4,672	567
	固定資産	669	644	643	697	28
	資産合計	4,775	4,085	4,017	5,369	594
	流動負債	2,744	2,354	2,143	3,388	644
	固定負債	286	212	210	180	-106
	負債合計	3,030	2,567	2,353	3,568	538
	純資産合計	1,744	1,517	1,663	1,800	56
	負債純資産合計	4,775	4,085	4,017	5,369	594

受注高（四半期別 推移）

[単位：百万円]

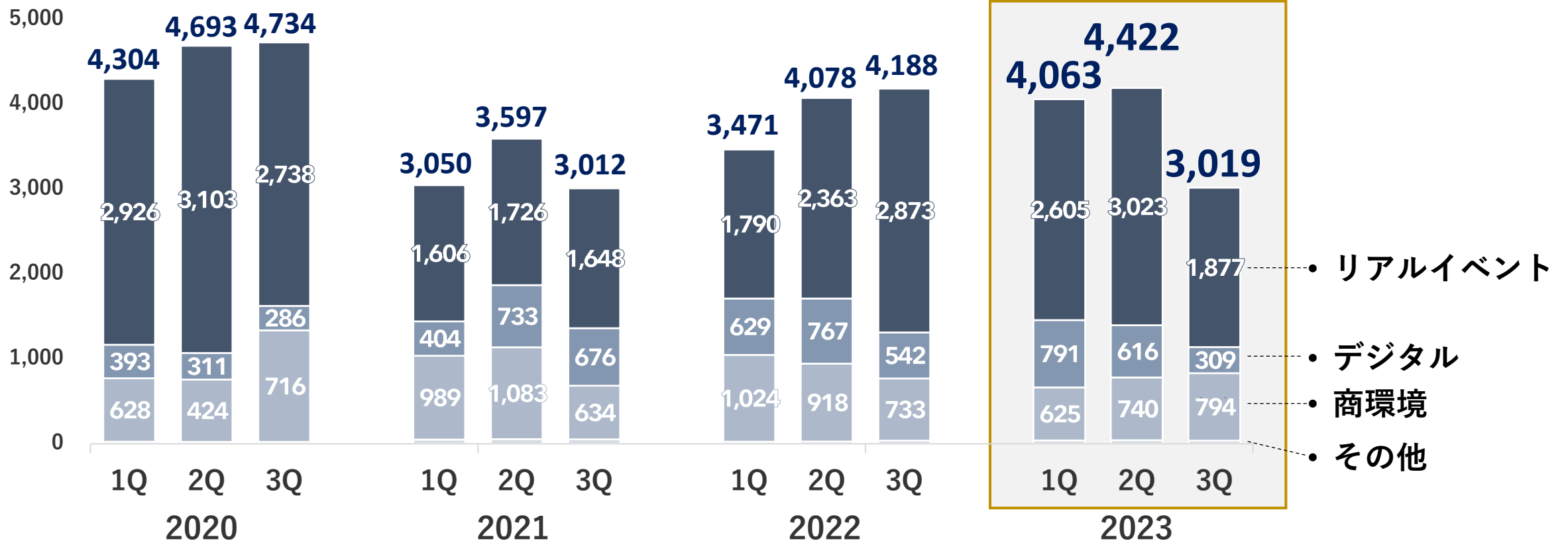
3Qは納品活動に注力したため受注高は減少、4Qで回復を見込む



受注残高（四半期別 推移）

[単位：百万円]

3Qは納品活動に注力したため受注残高は減少、4Qで回復を見込む

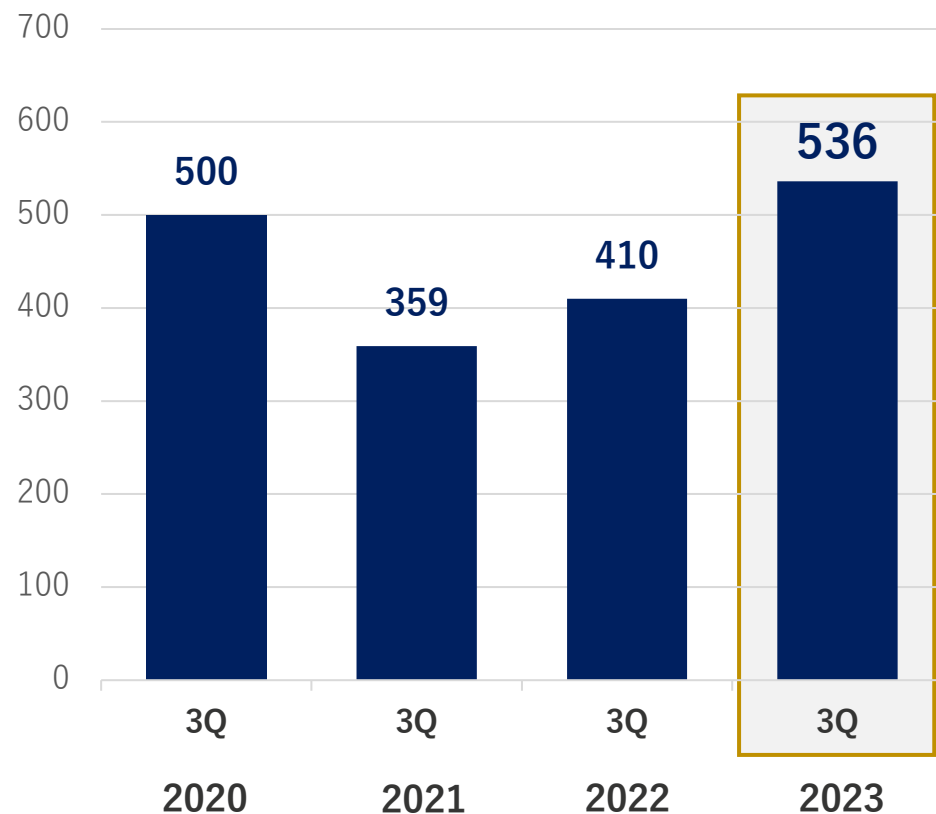


※FY2021及びFY2020には連結対象外となった株式会社アイアクトの受注残高が含まれております。

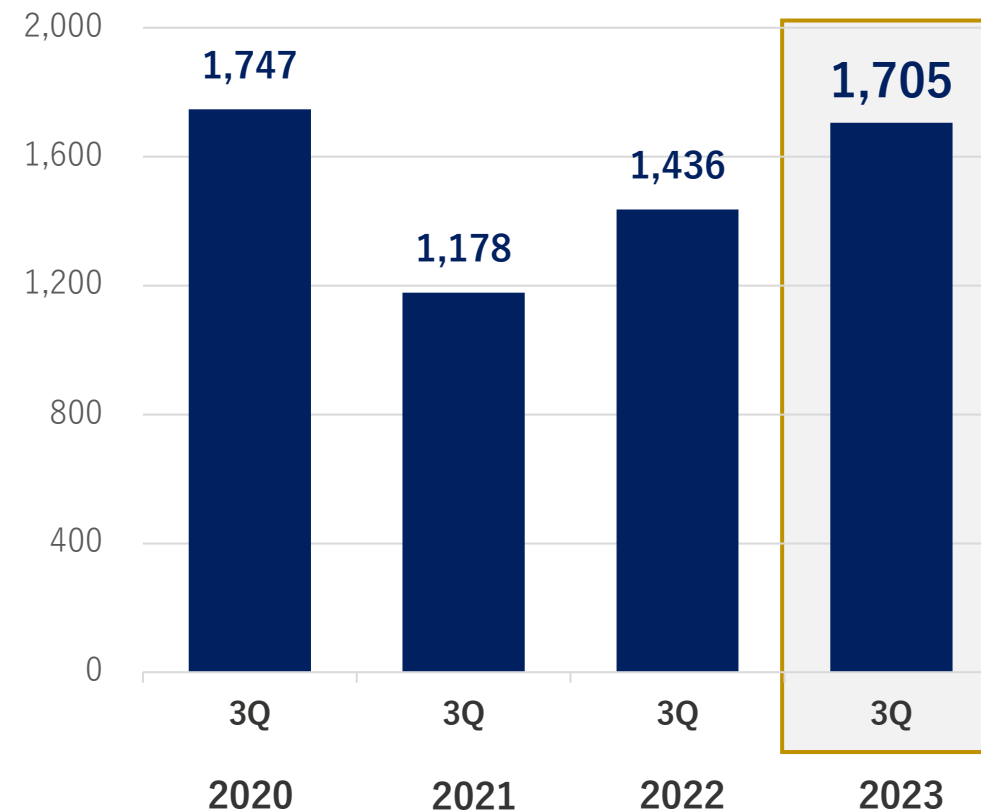
顧客数・顧客単価（3Q累計推移）※単体

顧客数・単価共にコロナ禍前の水準に回復し、好調

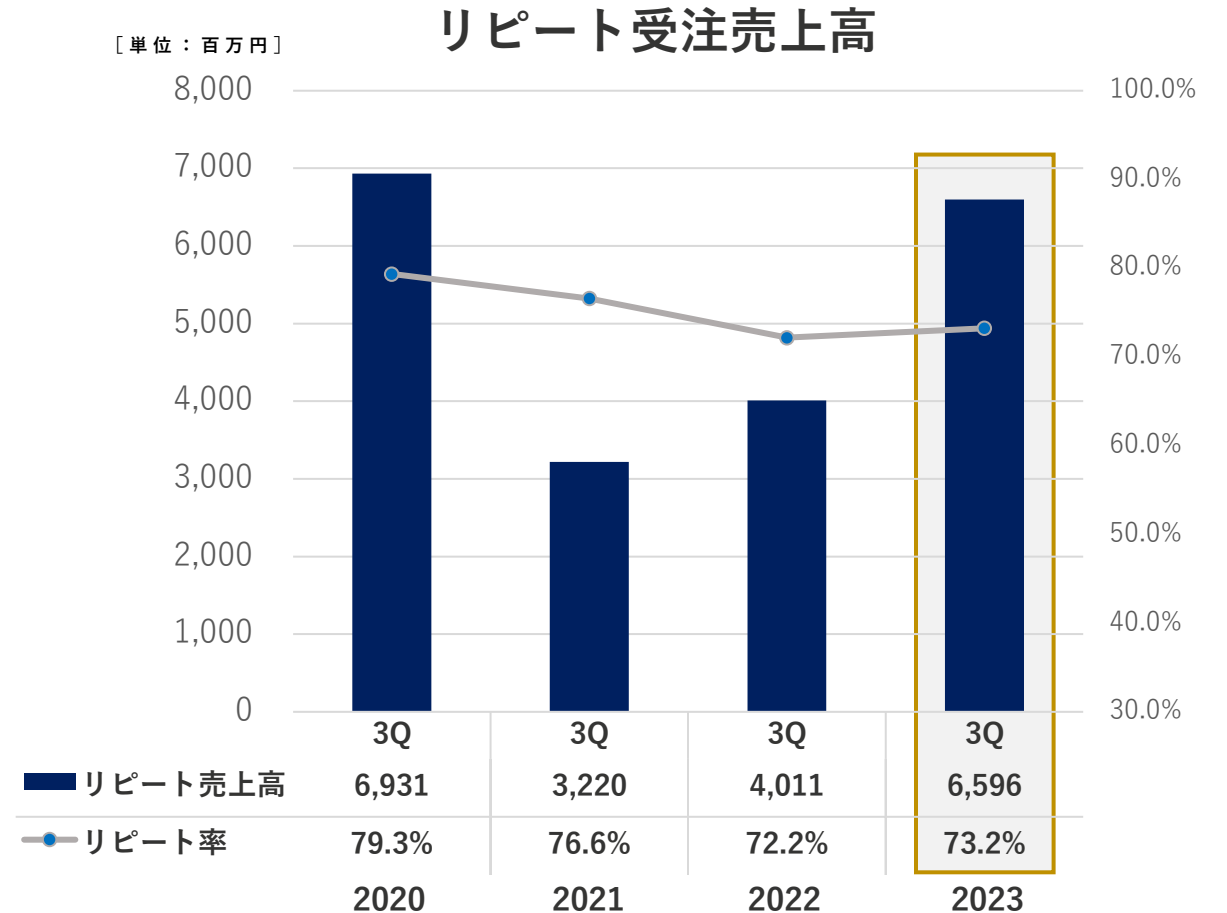
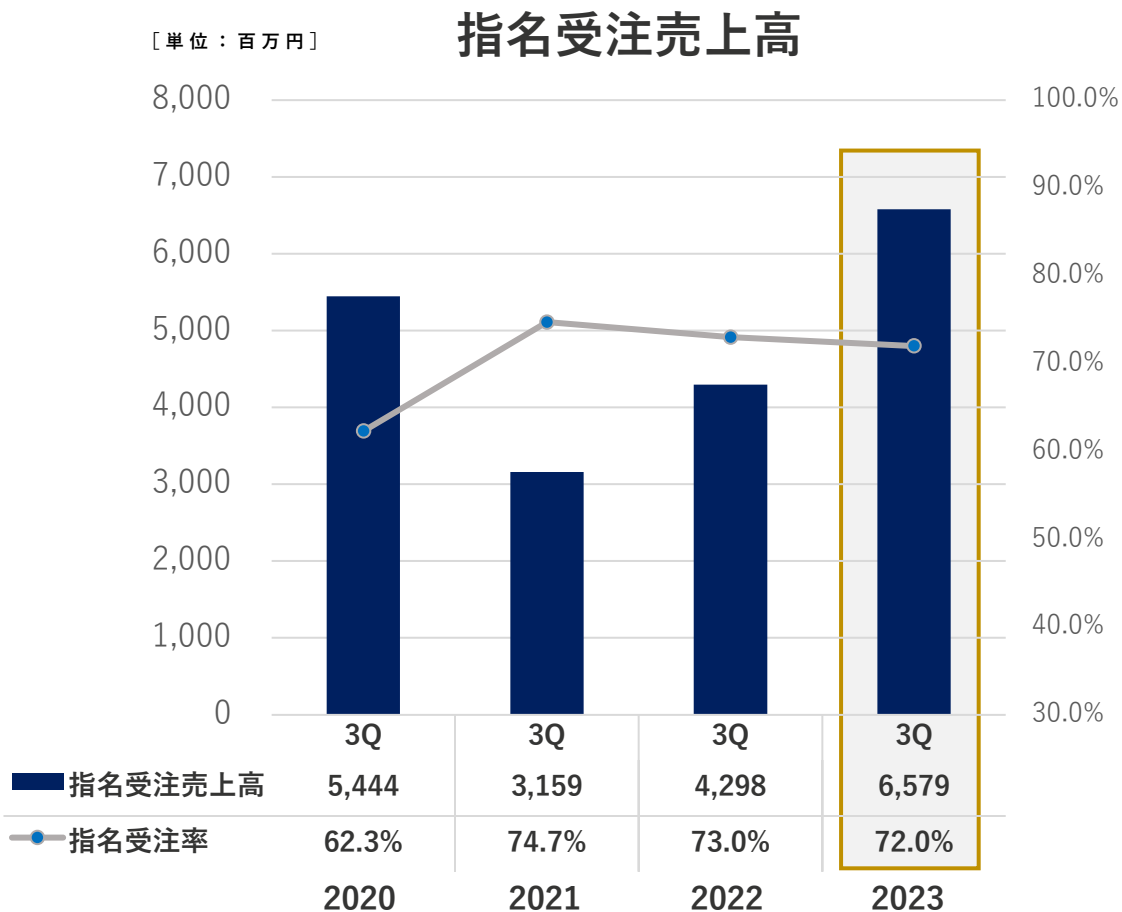
顧客数 累計 [単位：社]



顧客単価 累計 [単位：万円]



# 指名受注売上高・リピート受注売上高（3Q累計 推移）※単体 指名受注率、リピート売上率はともに高い水準を維持



2023年3月期 3Q

# 3. 事業トピックス

## | 事業戦略関連

# サステナブルなイベントの導入を促進

展示会や大型商談会での導入が進む。

### | ゼロエミッションイベントの納品



- ・ CO2排出量算定
- ・ サステナブル素材
- ・ カーボンオフセット

大手の企業の展示会のブースやイベントで、ゼロエミッションを実現する納品実績が増えています。リサイクル素材の使用に加え、カーボンオフセットも活用し、高まるニーズにお応えしています。

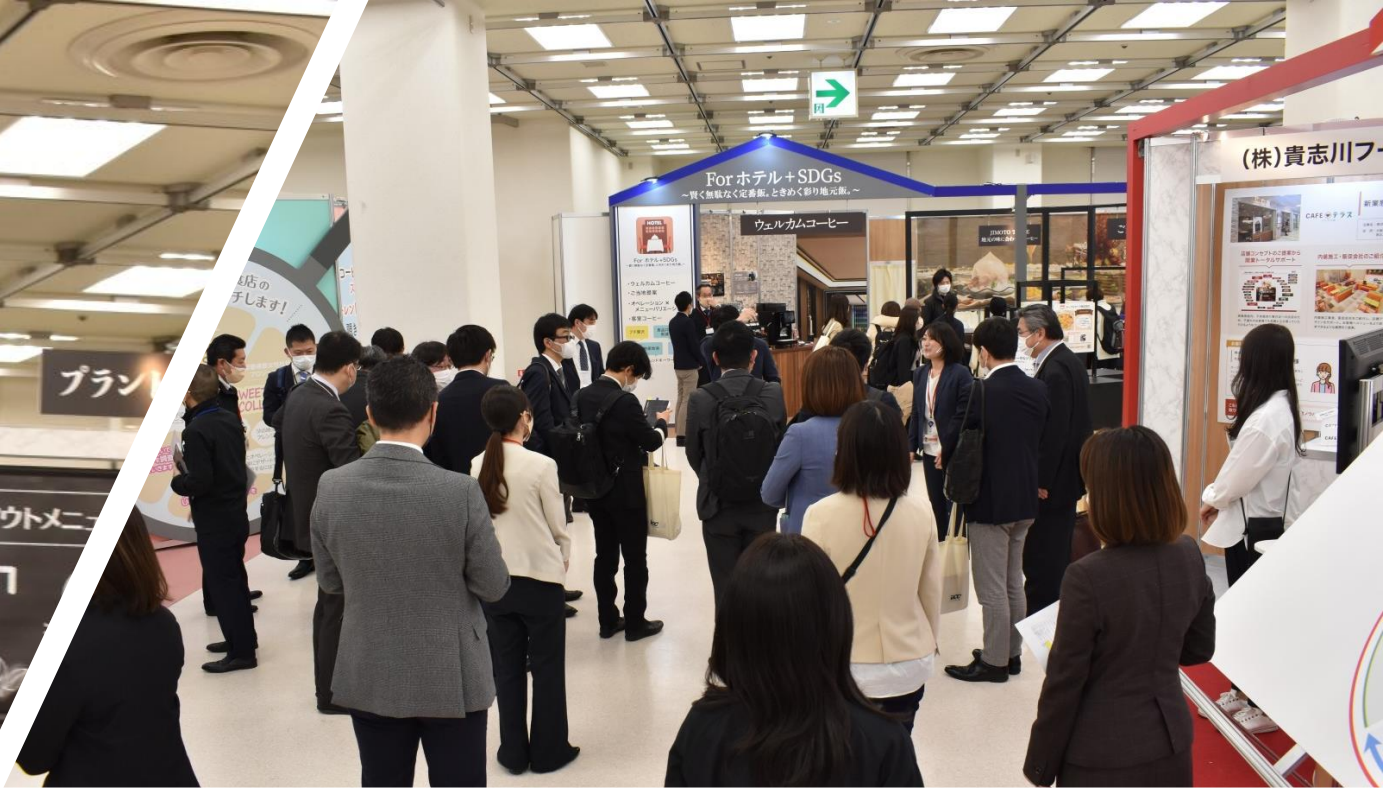
### | UCCグループ様との大規模な取り組み



- ・ ゼロウェイスト推進
- ・ フードロス削減
- ・ 環境配慮型の装飾

UCCグループの全国展開する展示商談会にて、「ゼロウェイスト」「カーボンニュートラル」を軸に、サステナブルなイベントの実施いたします。





| 事業戦略関連

# Experiential Design Lab の活動の成果

著名なアーティスト、クリエイターとのコラボレーションが進む。



## Experiential Design Lab

日本を代表する写真家であり、様々な分野で活躍する蜷川実花氏、慶応大学 医学部教授の宮田裕章氏ともに、映像インスタレーション作品などサステイナブルかつアートなコンテンツを提供するプロジェクトに参画（写真左の案件）。



2Qに発表した虎ノ門ヒルズエリアにおける「クリエイティブエコシステム」の共同プロジェクトの活動も進捗中。今後も世の中が注目する大型案件への参画を促進していきます。



|人材開発関連

# 2024年 新卒採用、規模を拡大して活動をスタート

3000名の参加を目標に採用説明会を拡大、優秀な人材を獲得



- ・ 東京、大阪、名古屋、福岡でリアル開催
- ・ オンライン開催の日程も設定
- ・ 合計で3000名の参加予定
- ・ 2024年4月入社で約40名を想定
- ・ 執行役員や先輩社員との交流会を実施



## | 経営基盤関連

# オフィス移転、決算期変更等による経営基盤の強化

## 55期中に京橋へオフィス移転



移転先の  
東京スクエアガーデン

「つながっていくオフィス」をテーマに、1フロアの利点を活かし、社員同士、お客様、パートナー企業とのコラボレーションを促進する成長拠点を目指します。

施設自体の環境配慮機能や居ぬきを活用することで、サステナビリティの推進も行っていきます。

## 1月-12月の事業年度へ変更

### 12月末 決算へ

事業特性上繁忙となる3月末での通期決算から12月末へ決算期を変更することで、業務の効率化を図ってまいります。

また、売上規模の多い四半期を始めに迎えることで、早期に通期の見通しを立てること目指し、効果的な事業運営の実現します。

写真は東京スクエアガーデン公式サイトより[https://office.tatemono.com/tokyo\\_sg/index.html](https://office.tatemono.com/tokyo_sg/index.html)

### 3. 事業トピックス

## 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」



2月14日-15日 開催いたしました

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

2023年3月期 3Q

# 4.代表取締役社長の異動について



## |代表取締役社長の異動

# 4月1日より、原田淳（45）が新社長に

経営体制の一層の強化と企業価値の向上を目指します。



- ・次世代の成長をリードするミッション
- ・54期スタートの執行役員体制の盤石化
- ・自由闊達な風土や社員の魅力を高め、発信

**Communication Design<sup>®</sup>**

人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

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

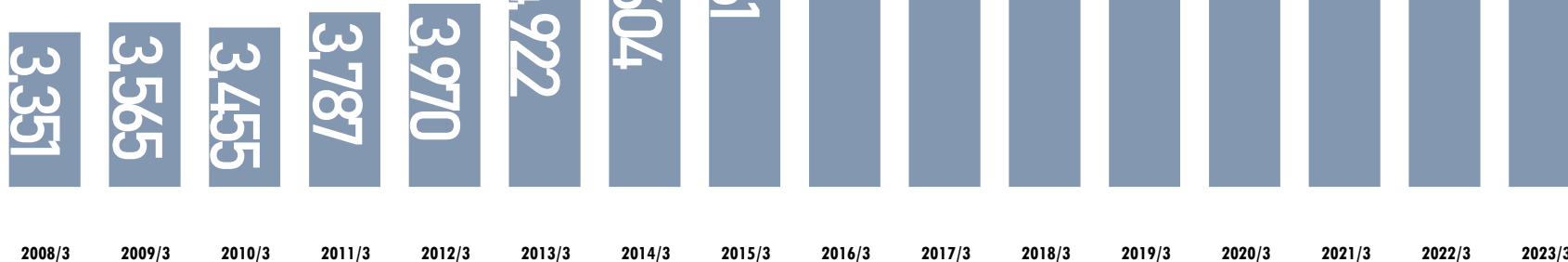


### 2021

株式会社ニチナンを  
完全子会社化



### ・売上高の推移



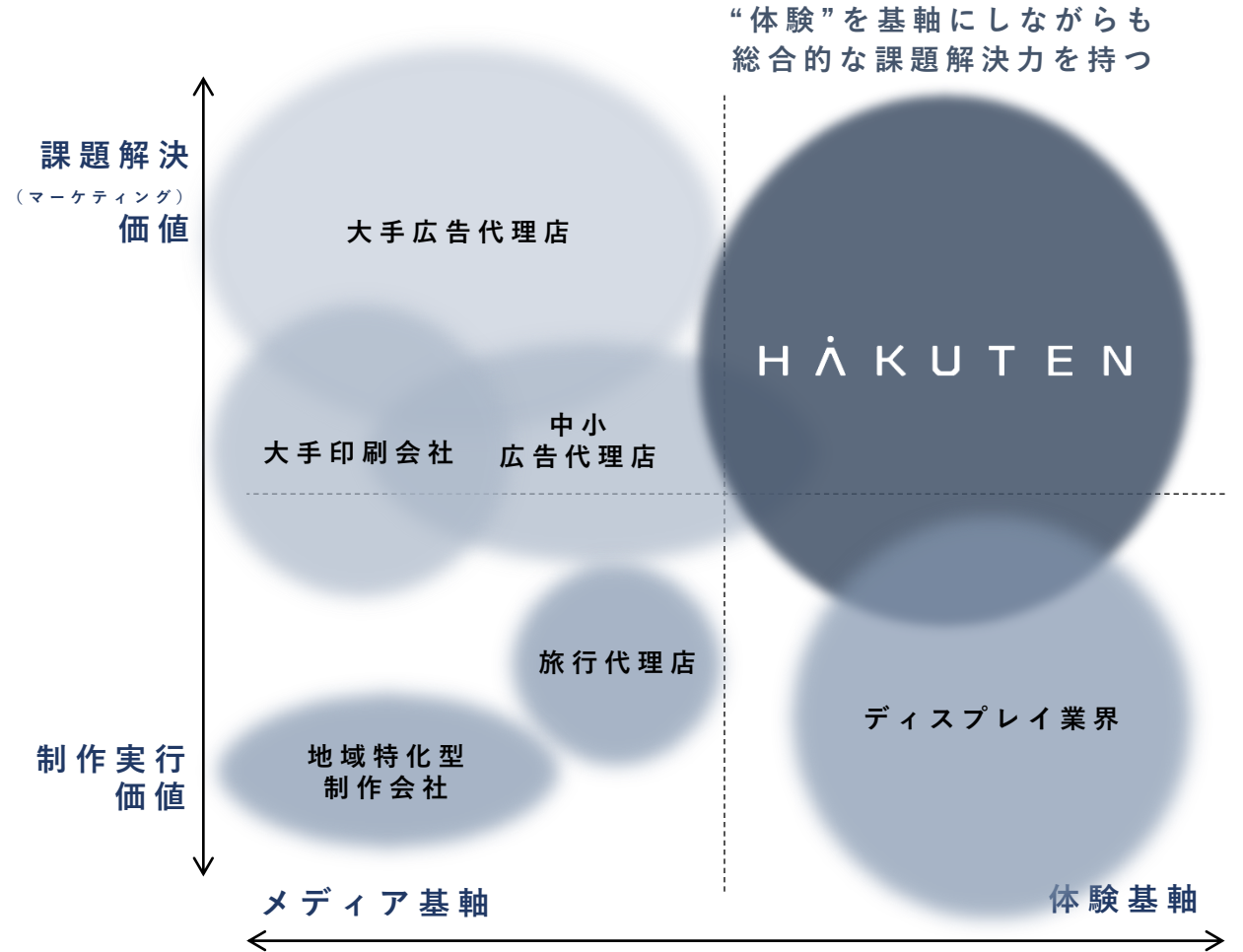
# 事業環境 BUSINESS ENVIRONMENT

## 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。



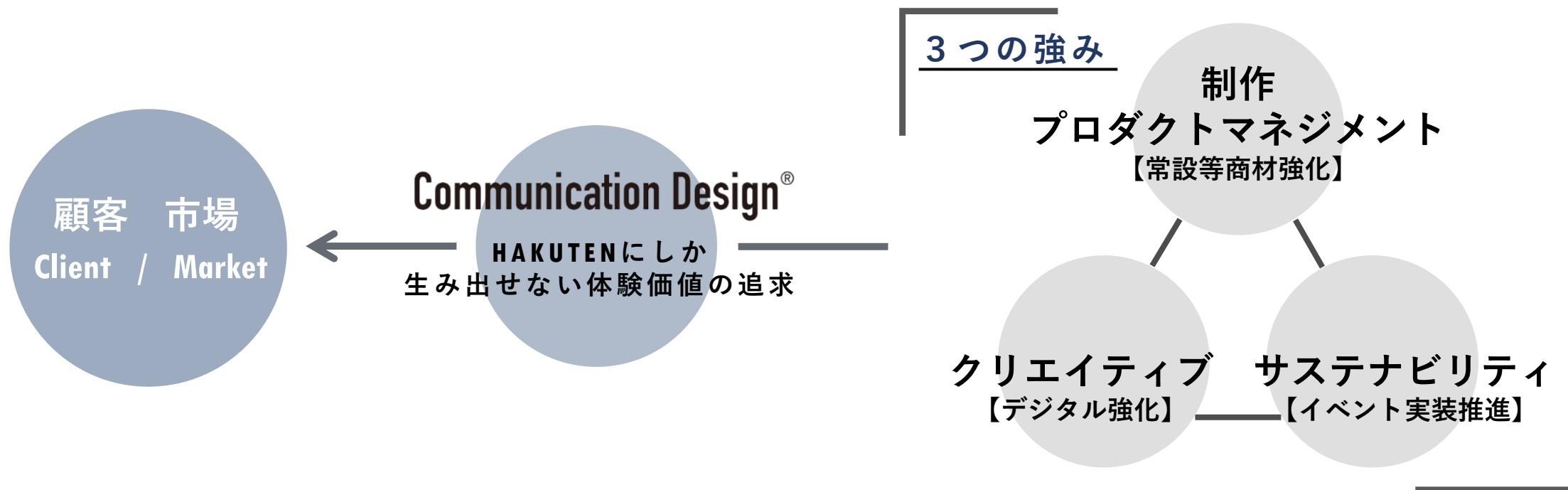
※ディスプレイ業界とは建物の内装や展示を中心としたデザインを行う会社群、業界のことを指します。

# 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。