

| FY25 中期経営計画

事業計画及び成長可能性に関する事項の進捗状況

株式会社博展

証券コード2173

H A K U T E N





HAKUTEN

当中期経営計画はFY25（2025年12月期）までの固定方式となります。
 市場環境や成長戦略につきましては、最新の状況への更新、
 より分かりやすい表現及び構成へ改訂しております。
 FY26以降の計画は、今後策定出来次第発表してまいります。



Contents

01. 中期経営計画の進捗状況

02. 事業環境と競合優位性

03. 成長戦略と成果指標の進捗

04. 具体的な取り組みと進捗

05. サステナビリティへの取り組み

06. 資本政策と株主還元方針

07. APPENDIX (会社紹介等)

08. 前提条件について

01. HAKUTEN

中期経営計画の進捗状況



事業成長の推移

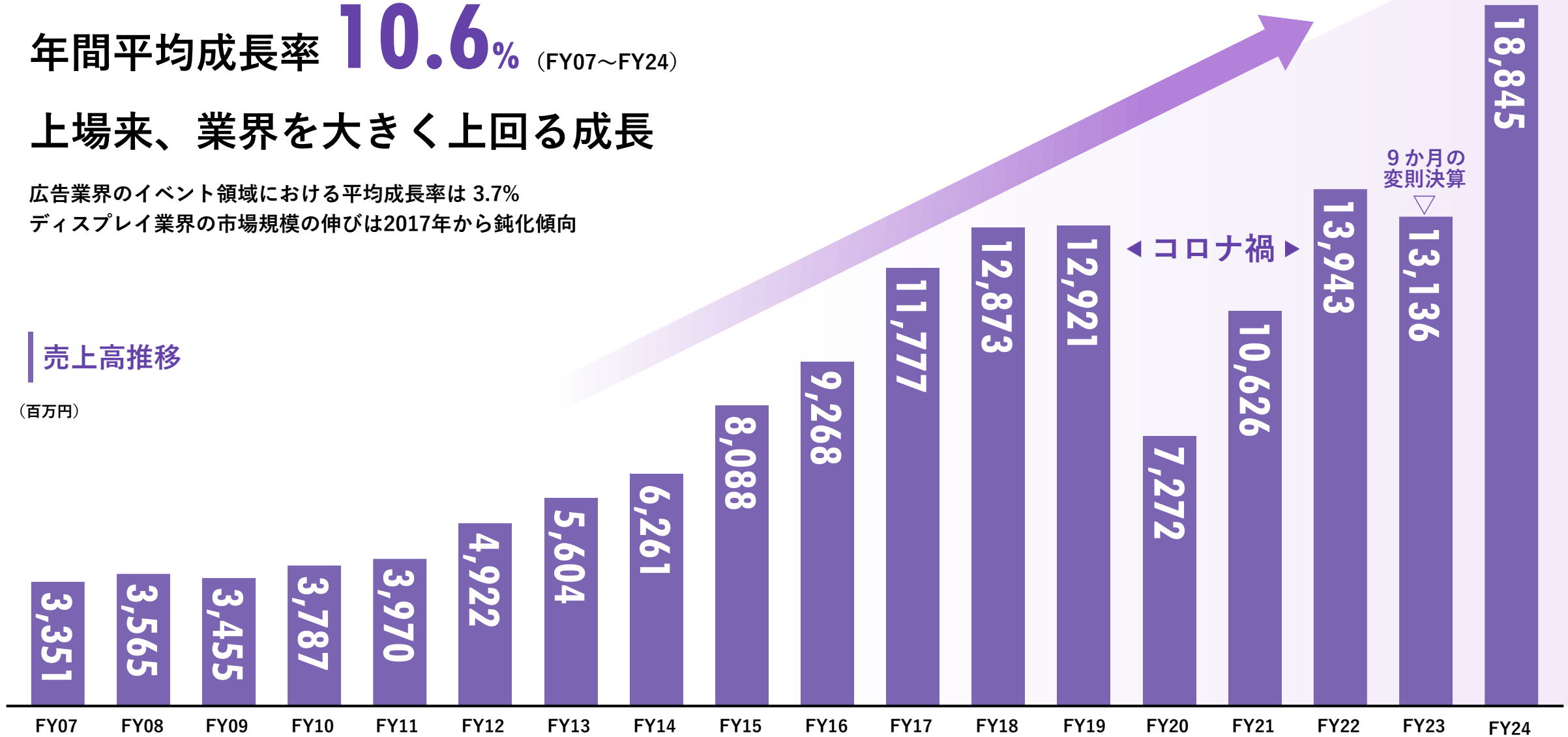
年間平均成長率 **10.6%** (FY07~FY24)

上場来、業界を大きく上回る成長

広告業界のイベント領域における平均成長率は 3.7%
ディスプレイ業界の市場規模の伸びは2017年から鈍化傾向

売上高推移

(百万円)



博展の現在

Hakuten Corporation



事業概要

リアル、デジタルを通じ、人と人が出会う「体験」を創造
お客様の事業やマーケティングの課題解決を支援



売上高(FY24実績)

188.4 億円

成長率(FY07~FY24実績)

10.6%

営業利益額(FY24実績)

13.9 億円

営業利益率(FY24実績)

7.4%

従業員数(2024年12月末)

545名

平均年齢

35.3才

ROE(FY24実績)

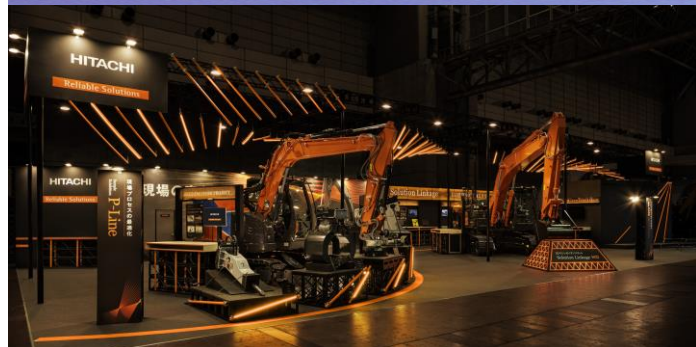
33.3%

時価総額(2024年12月22日終値)

89.1 億円

顧客領域

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



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

現中期経営計画は、 将来の成長のための マイルストーン

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®

多様な事業、多彩なプロジェクトを通じ、
社会のコミュニケーションを変え、より活力ある社会を創造する。

次期 中期計画 (FY26~)

価値提供のシーンを広げ、
事業の影響力を拡大

事業の規模と領域の拡大

現 中期計画 (~FY25)

将来の成長に向けた、現事業の追求

中期経営目標

「体験」の価値をチームで確立し、博展のファンをつくる

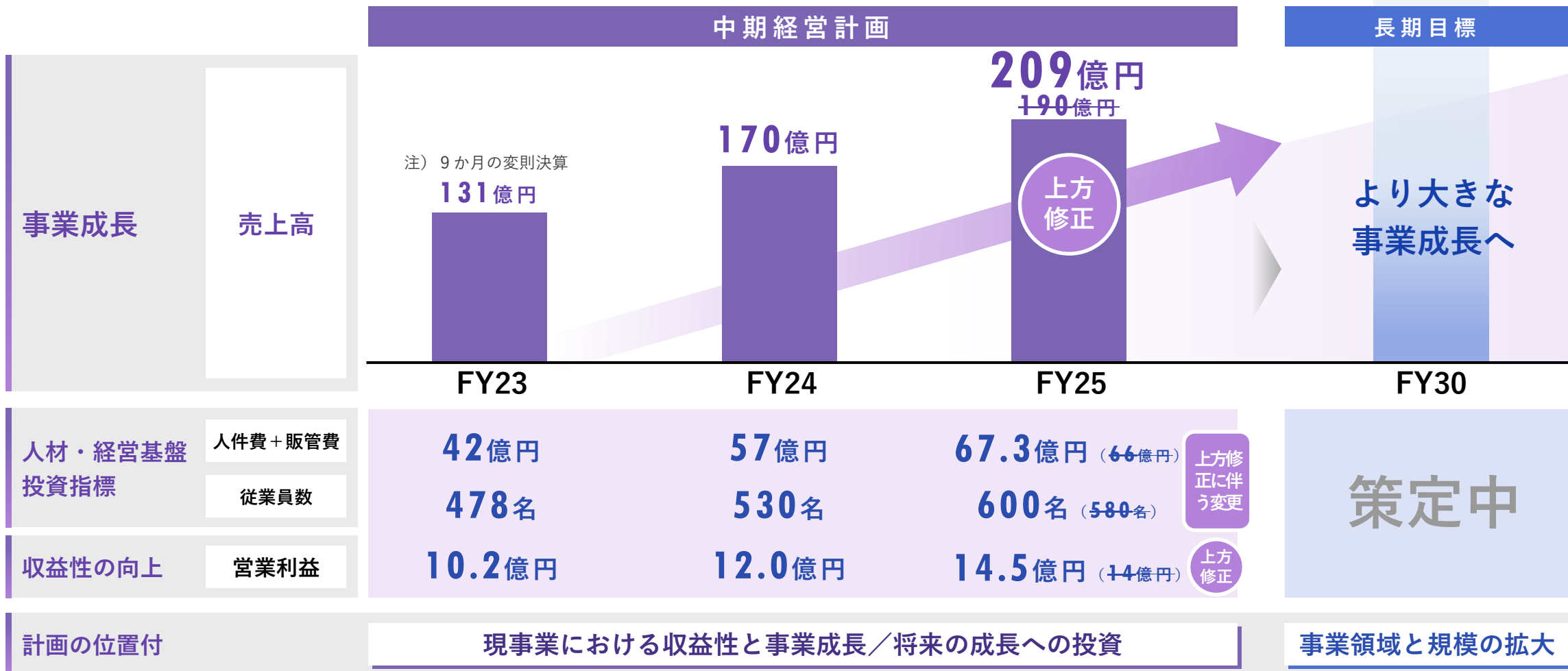
顧客価値の向上による
成長性と収益性の確立

将来成長に必要な
人材や経営基盤への投資

中期経営計画に関する指標

現事業の成長と収益性の向上を実現する

FY25の計画を「売上高190億円→209億円、営業利益14億円→14.5億円」に上方修正

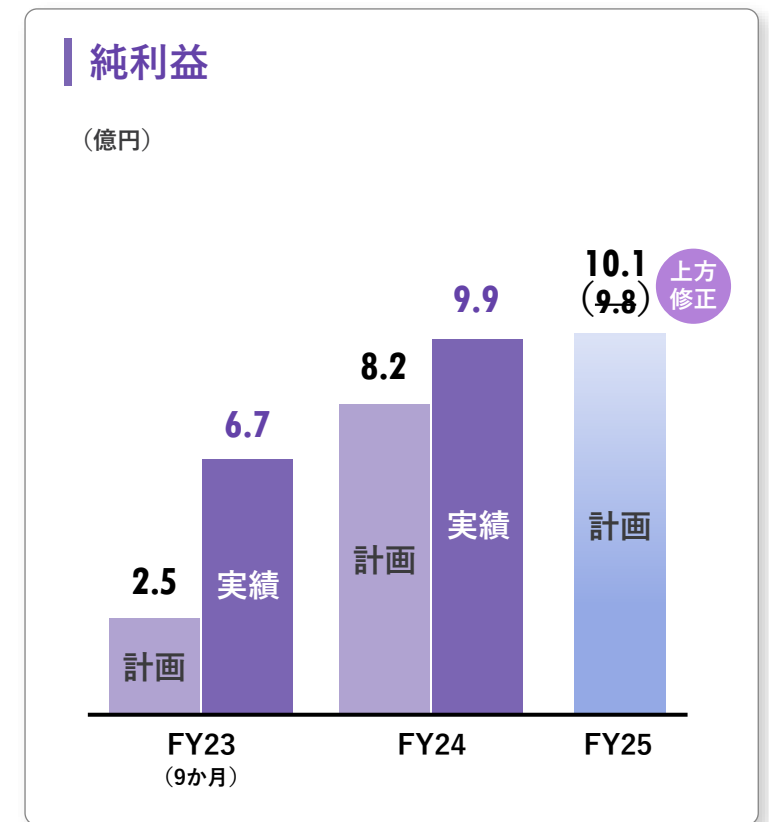
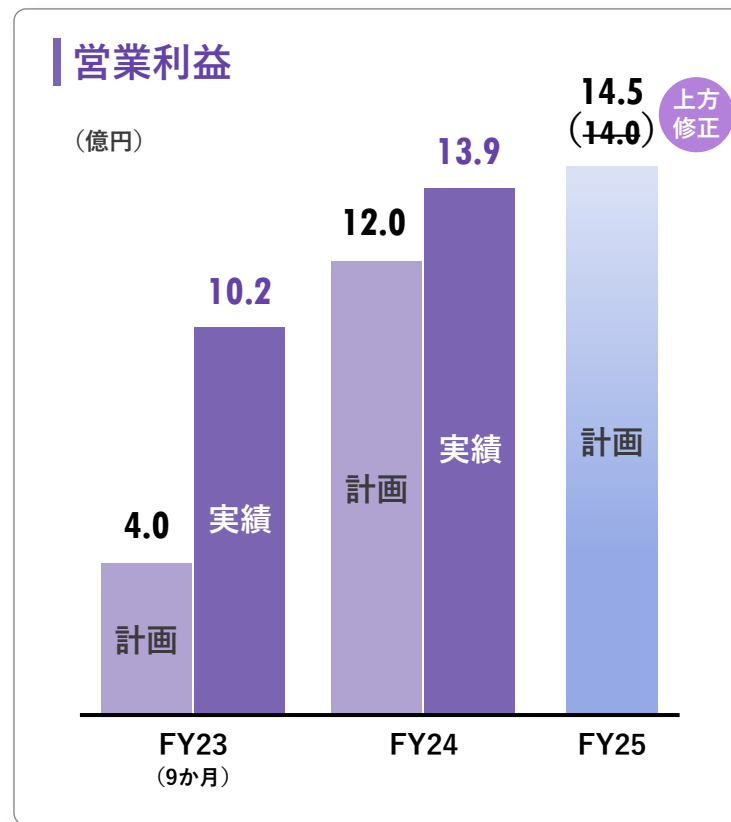
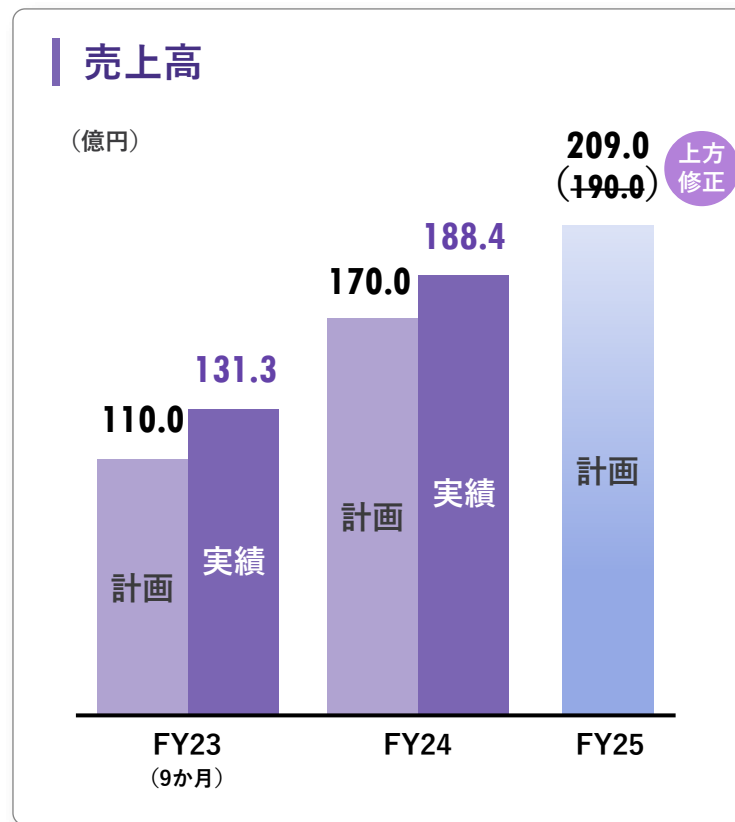


注) 2025年2月14日付「中期経営計画における業績目標の上方修正に関するお知らせ」に基づきFY25の計画値を修正しております

業績計画の進捗状況

FY23・FY24と中期経営計画を上回る着地

FY25は中期経営計画を上方修正し成長を促進



注) 2025年2月14日付「中期経営計画における業績目標の上方修正に関するお知らせ」に基づきFY25の計画値を修正しております

02. HAKUTEN

事業環境と競合優位性



事業概要

Experience Marketing

人の“体験”を統合的にデザインし、顧客のマーケティング課題の解決に貢献する

多様な「体験」を統合的にデザイン

Real

展示会出展

常設施設開発

商談会・
セミナー

街づくり・
地域活性

デジタル
コンテンツ

イベント
プロモーション

オンライン
イベント

デジタル
マーケティング

Digital

マーケティング活動にとって

効果的な「体験」

- ・感性的な影響
- ・有意義な対話
- ・より深い理解
- ・最適な出会い etc



認知・集客

出会い・理解

印象形成

二次効果
(拡散・商談)

Experience

顧客のマーケティング課題解決

Branding

ブランド エンゲージメント

認知拡大・話題づくり

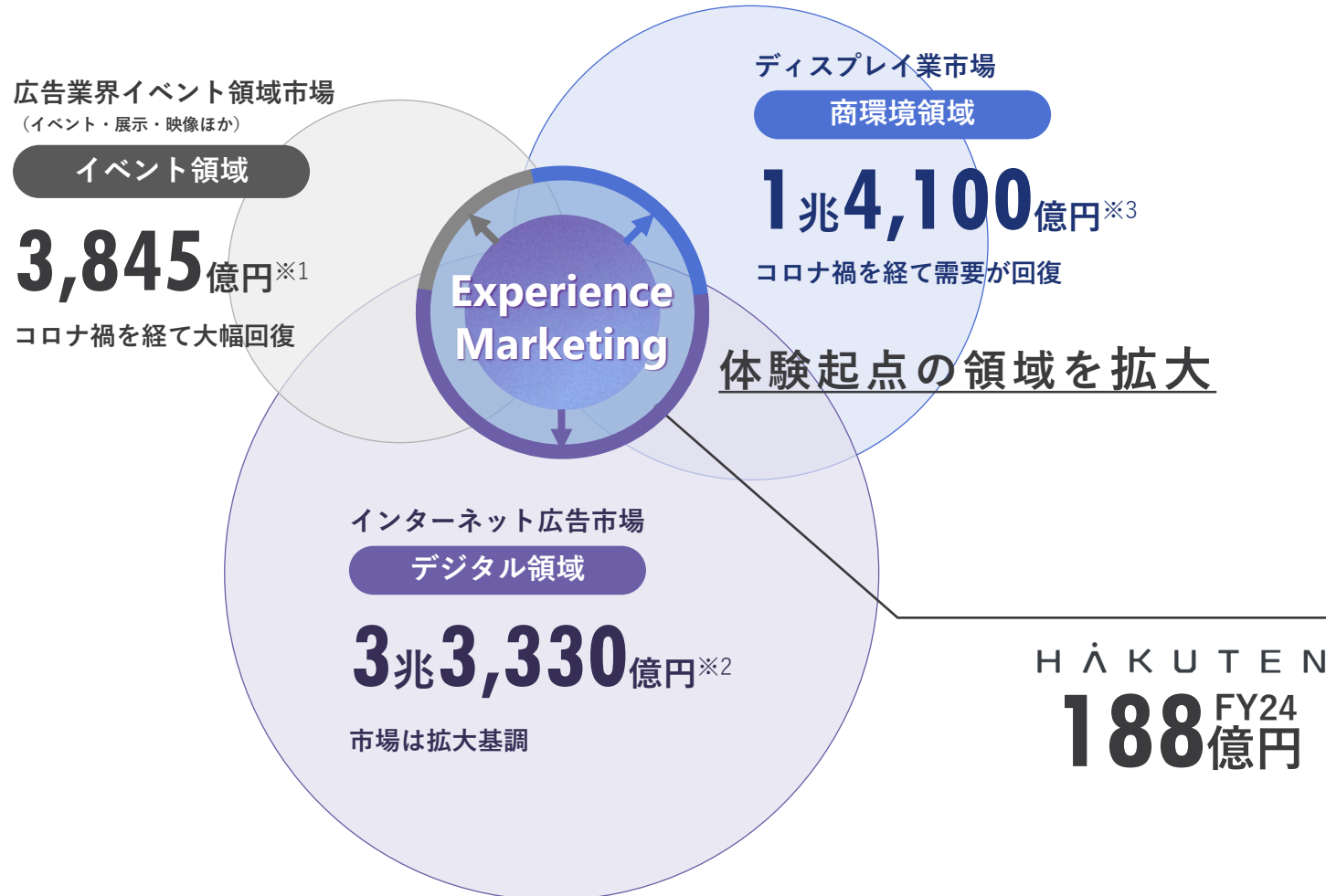
顧客関係深耕・理解促進

リード獲得・マッチング

Matching

市場概況と成長方針

Experience Marketing 関連3市場はコロナ禍の停滞を経て拡大傾向 高まる「体験」へのニーズをとらえ、各領域で事業成長を目指す



各領域の傾向・成長方針

イベント領域 大型顧客イベント需要開拓

マーケティングにおける「体験」ニーズが拡大
→ より大型のマーケティングイベントの開拓

商環境領域 プロモーション施設強化

プロモーション目的のショールーム等の需要増
→ 街づくり関連プロジェクトを強化

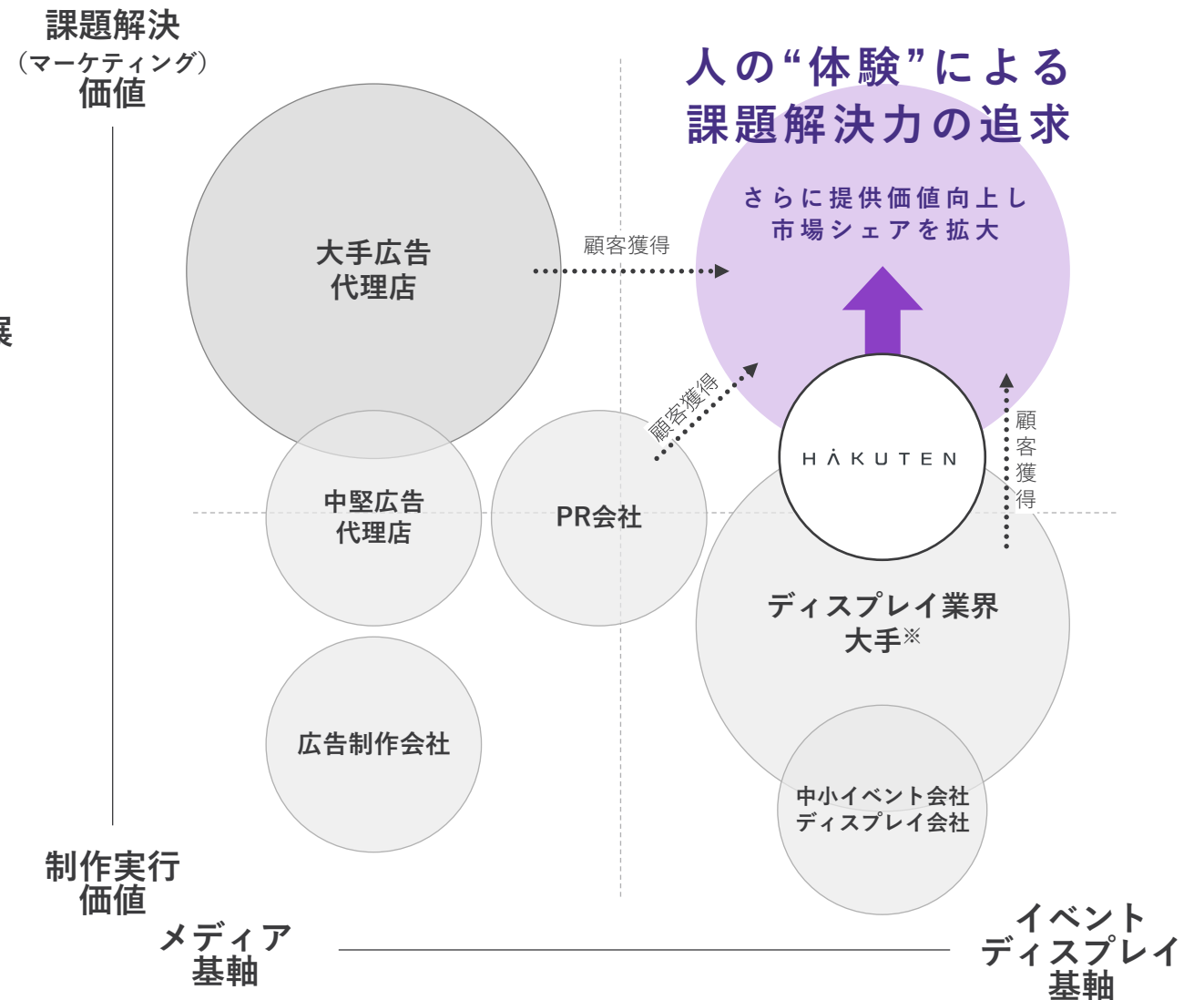
デジタル領域 イベント連携強化

デジタルとリアルが連携されたイベントの需要増
→ ハイブリッドイベントを推進し市場開拓

ポジショニングと狙い

人の“体験”を基軸に

マーケティングにおける高い課題解決力を有する博展
この提供価値を高めることで、
顧客からの支持を高めることでシェア拡大を目指す



※ 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

競合優位性 ①

模倣困難な **3** つの強みとその融合

クリエイティブ

「体験」を探究する100名超のクリエイター
企画・デザイン・デジタル等多彩なスキルを完備

価値ある体験を
創造する

3つの強み

制作・施工管理

HAKUTEN T-BASEを共創拠点とし、
顧客やパートナーと共に
高度な制作を実現

サステナビリティ

サステナブルなイベントの
実現のための専門体制とノウハウ

“イベント 企画・制作” に留まらない

「体験価値」の共創

- ・成果につながるクリエイティブやマーケティング戦略を顧客と創造
- ・クリエイティブやサステナビリティの観点を併せ持つ質の高い制作・施工
- ・環境負荷低減とマーケティングの両立及び地域や社会と連携

etc

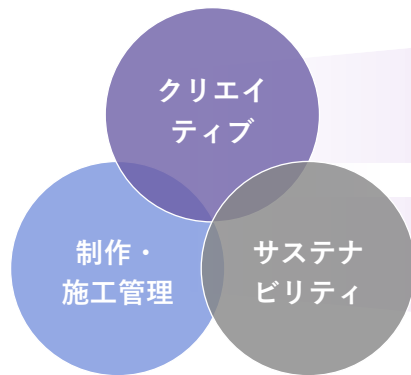
競合優位性 ②

4つのプロセスによるマーケティング成果の追求

「企画」「創造」「実現」「分析」をワンストップで提供することで
顧客の期待に応えるマーケティング成果につなぐ

ワンストップ体制

価値ある体験を創造する
3つの強み



HAKUTEN

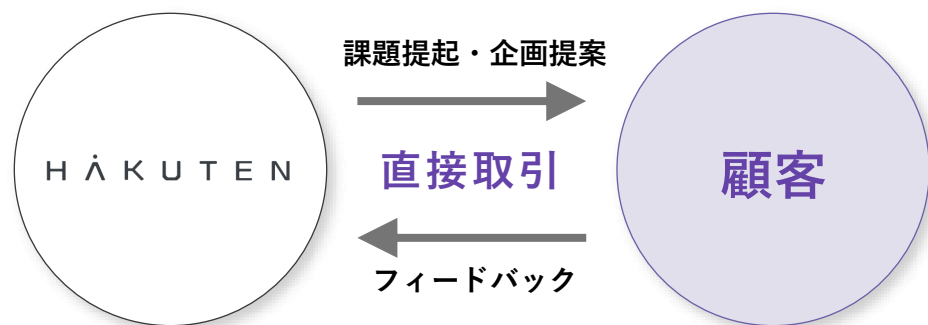
実施結果をフィードバック

競合優位性 ③

740社の顧客との直接取引 顧客からの信頼の証

顧客との直接のコミュニケーションにより課題を発見し
課題解決のための提案により質の高いサービスを実現する

また、多くの顧客との直接取引は、
価値ある体験を提供している証であり、
当社の事業成長機会の貴重な源泉



FY24における740社との取引（2714案件）のうち
92.1%が広告代理店等を介さない直接取引

年間取引社数
(FY24 実績)

直接取引案件数の割合
(FY24 実績)

740社 92.1%

※単体実績

03. HAKUTEN

成長戦略と成果指標の進捗



成長戦略と成果指標のフレーム

2025年 12月期 中期経営目標

“体験”の価値をチームで確立し、博展のファンをつくる

経営目標

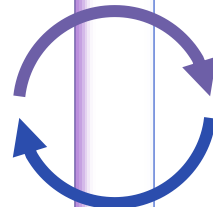
成長戦略

成果指標

対 社会・市場

社会から支持・共感される
価値の高いExperience Marketingの確立

事業ユニット戦略 ・ 市場・顧客ごとの体験価値の追求

体験価値の追求
・ 体験の価値を証明する取り組み
・ サステナブルなイベントの提供事業効率の向上
・ マーケティング戦略・BPR戦略成長機会・
やりがい高い価値
発揮

対 人・組織

社員がイキイキと働き
人と組織の双方が成長できる環境

人材開発戦略

価値を発揮できる人材を育てる組織

採用

育成

意欲

経営基盤戦略

成長し続ける企業経営の基盤構築

経営管理・財務

環境・ガバナンス

市場を上回る成長性

- 各事業ユニットの成長
- 顧客数／顧客単価 の向上

高い付加価値による収益性

- 売上総利益率の向上
- リピート売上高の向上

人材の獲得とその生産性

- 従業員数増（人材の獲得）
- 一人当たり売上総利益向上

経営の安定性と将来投資の充実

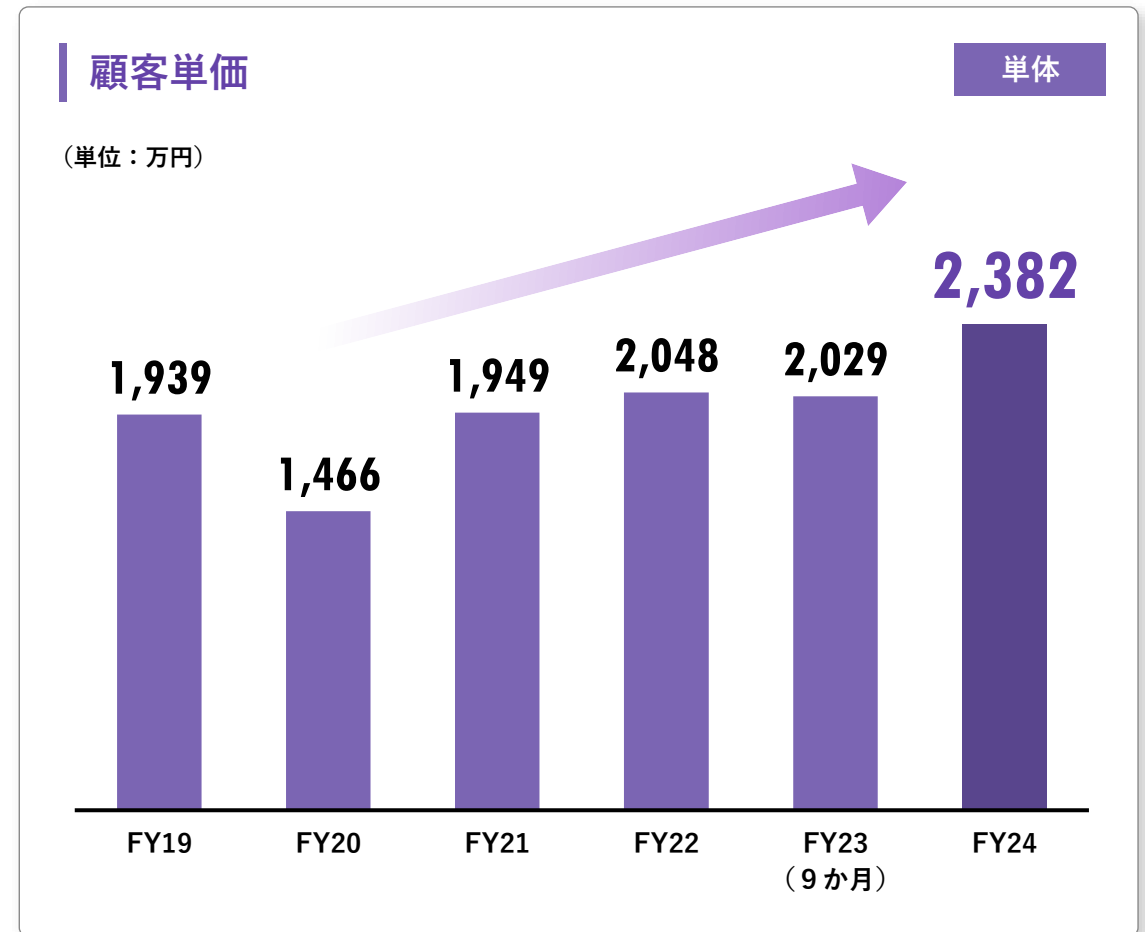
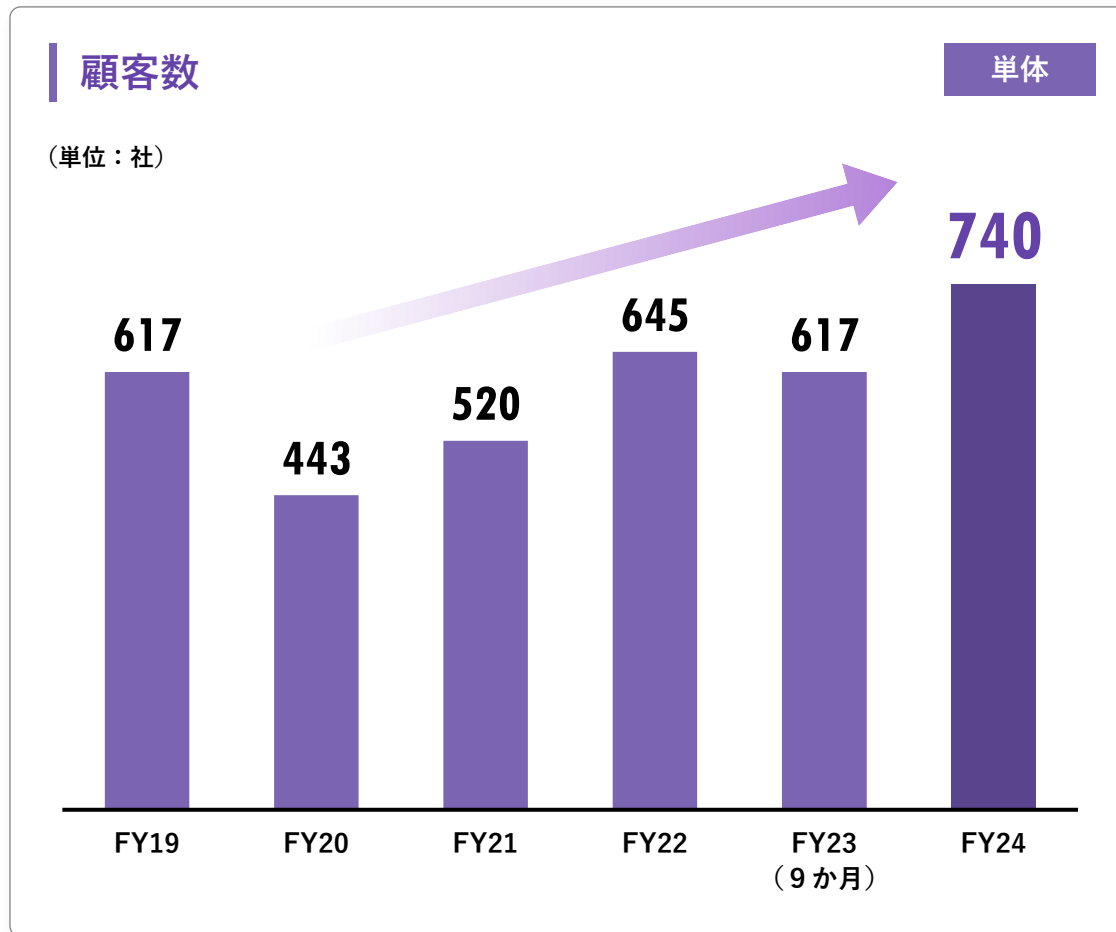
- 自己資本の増強
- 時価総額の向上

成果指標の進捗 | 顧客数／顧客単価の向上

市場を上回る成長性

顧客数、顧客単価ともに向上

社会から支持・共感される価値の高いExperience Marketingの確立へ



成果指標の進捗 | 売上総利益率の向上／リピート売上高の向上

高い付加価値による収益性

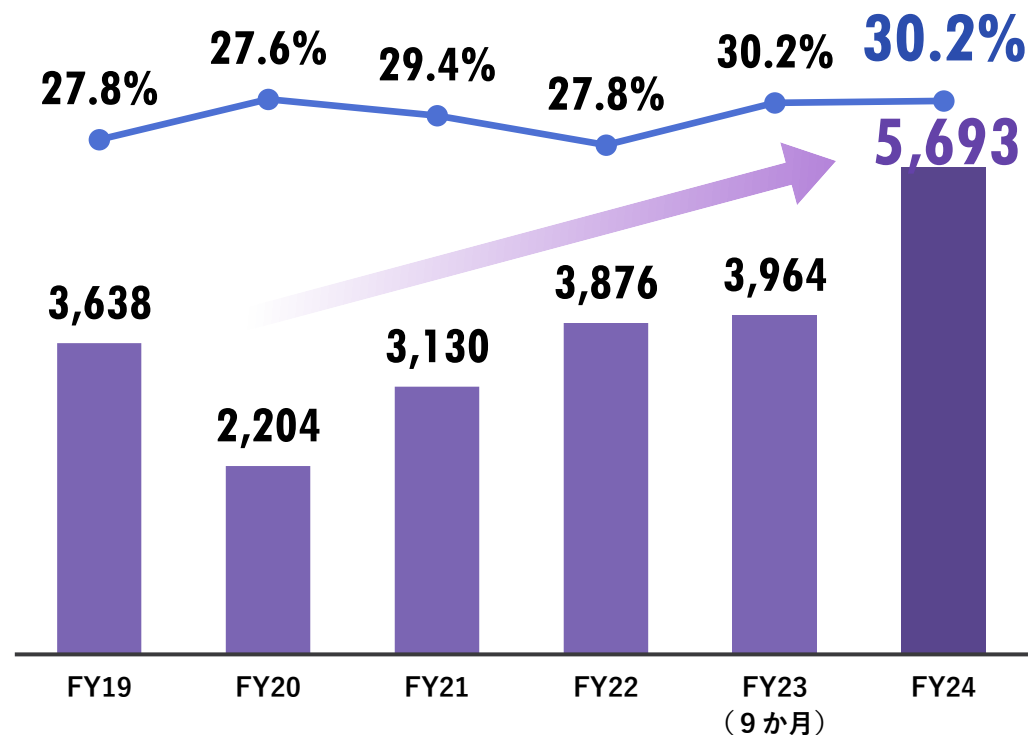
売上総利益率30%台を維持

新規売上高を伸長させながらもリピート売上高を確実に伸ばす

売上総利益率

(単位：百万円)

■ 売上高 ● 売上総利益率

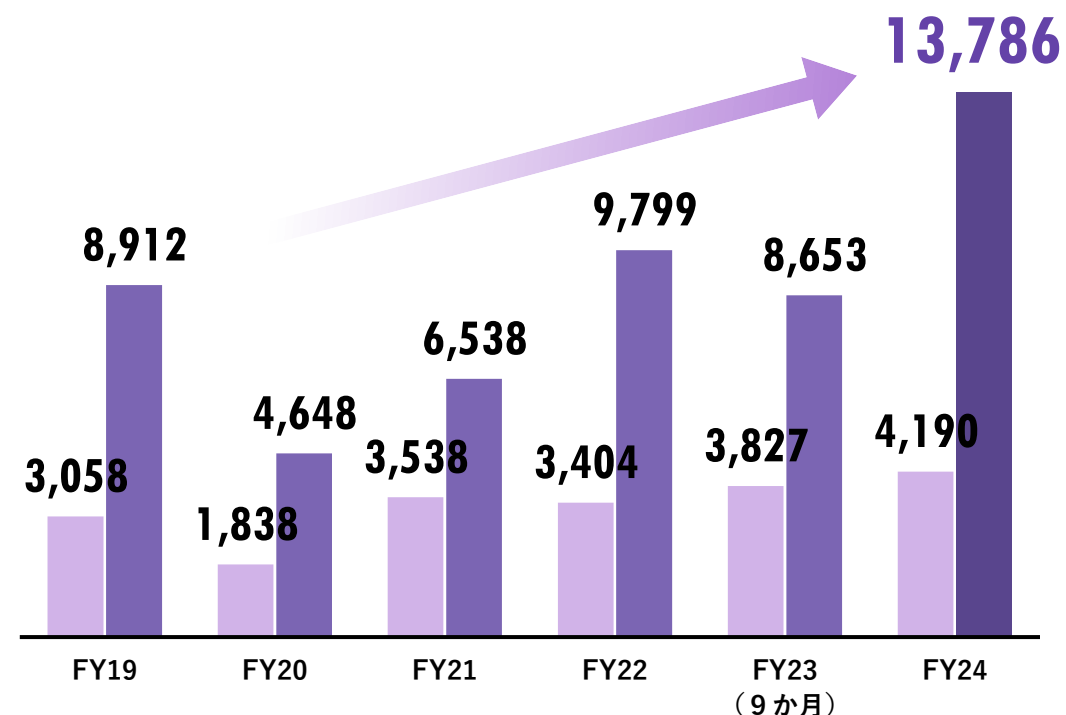


リピート取引売上高

単体

(単位：百万円)

■ リピート取引売上高 ■ 新規取引売上高



成果指標の進捗 | 従業員数の向上／一人当たり売上総利益額の向上

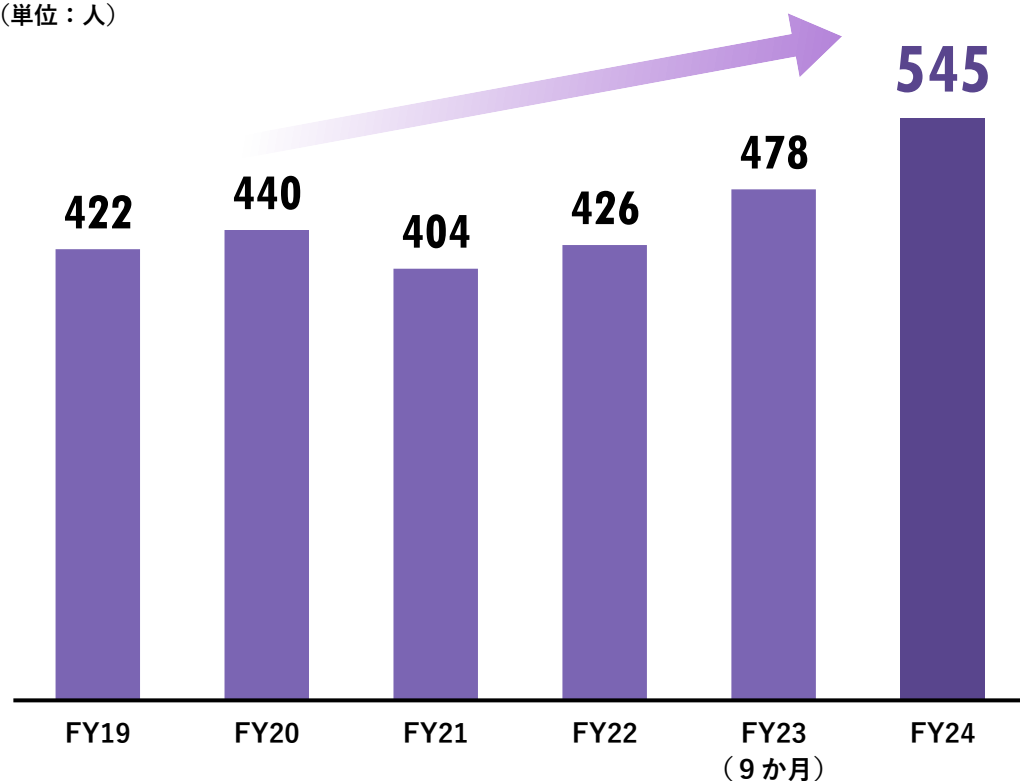
人材の獲得とその生産性

中期の成長に向け着実に人材採用を継続

従業員数増も1人当たり売上総利益額は上昇トレンドを維持

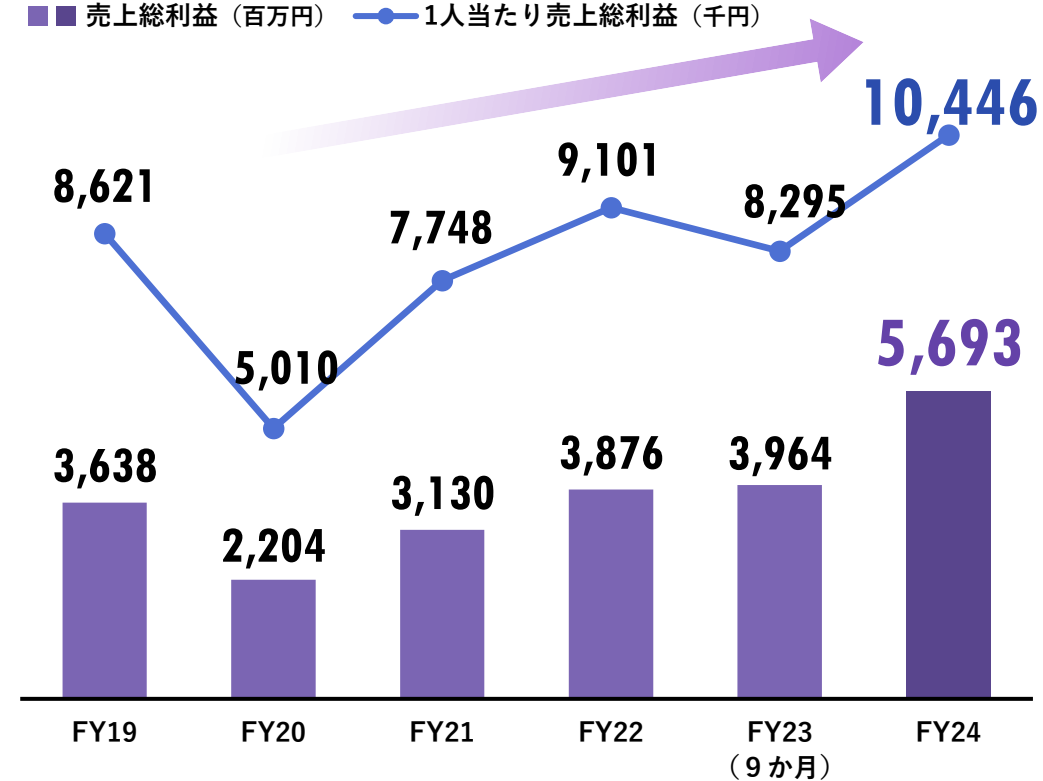
従業員数の推移

(単位：人)



従業員1人当たり売上総利益額の推移

■ 売上総利益 (百万円) ● 1人当たり売上総利益 (千円)



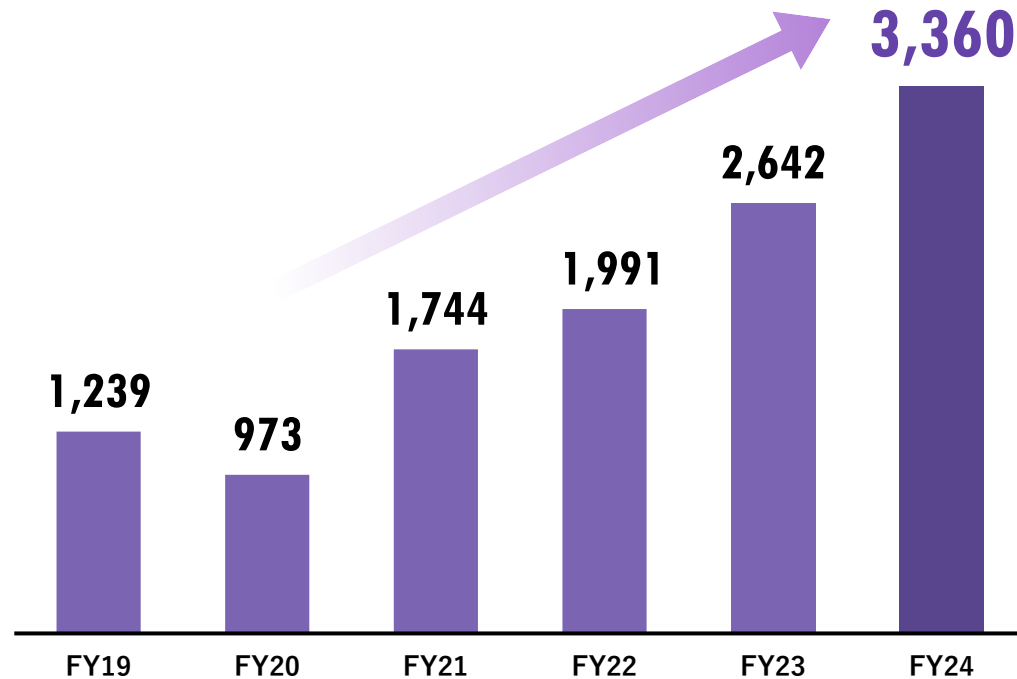
成果指標の進捗 | 自己資本の増強／時価総額の向上

経営の安定性と将来投資の充実

事業成長と収益性向上に伴い、自己資本額、時価総額は順調に向上
FY24期中、時価総額100億円にタッチする場面も

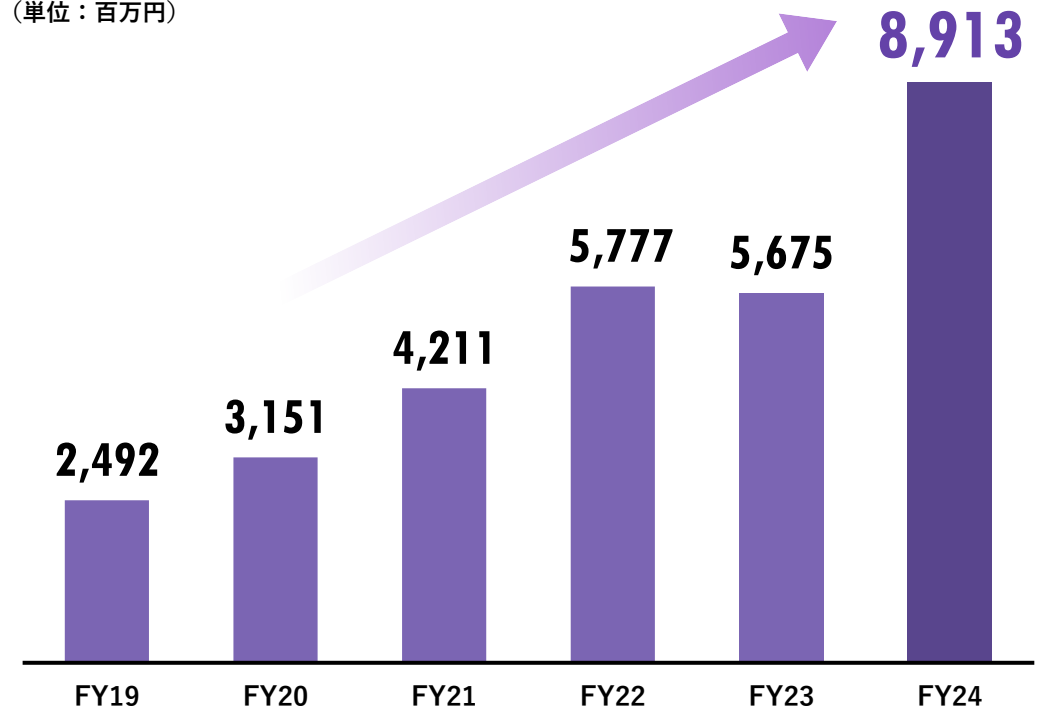
自己資本額

(単位：百万円)



時価総額

(単位：百万円)



04. HAKUTEN

具体的な取り組みと進捗



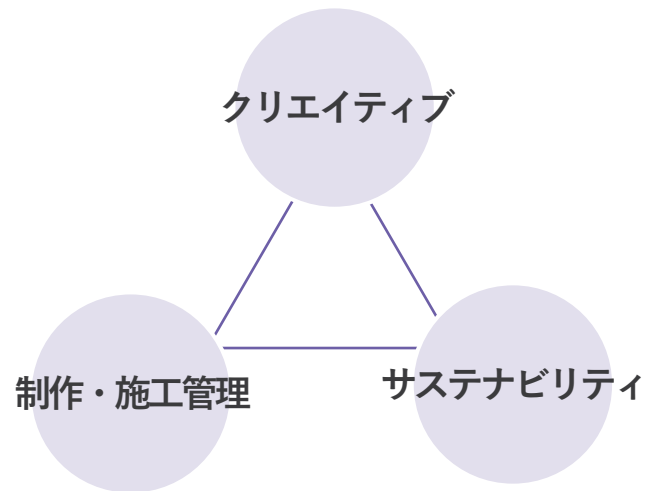
事業ユニット戦略

市場・顧客ごとの体験価値の追求

顧客市場カテゴリーごとに、3つの強みが一体となり、
提供価値を磨きながら営業活動を行う事業ユニット戦略を推進

事業ユニット

営業・プロデュース



市場カテゴリー

首都圏
BtoBマーケティング領域

首都圏を拠点とする顧客で、製造業、ITサービス等のBtoBの事業を行う顧客のマーケティング支援

首都圏
BtoCマーケティング領域

首都圏を拠点とする顧客で、消費者向けの商品を扱うBtoCの事業を行う顧客のマーケティング支援

中部・西日本市場

中部・西日本を拠点とする顧客向け領域

中小規模 展示会市場

中小規模での展示会出展に特化した支援領域

その他

- ・ サステナブルイベントの主催
- ・ オンラインイベント
- ・ その他 グループ会社事業



関連指標／実績

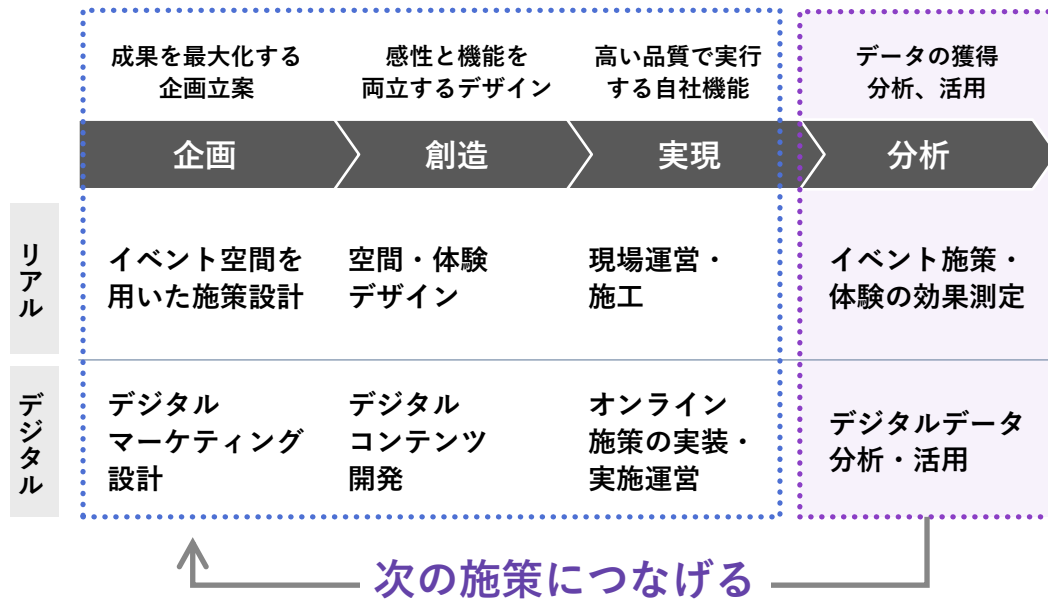
- 各事業ユニットの成長 顧客数／顧客単価 リピート売上高

体験価値の追求

体験の価値を証明する取り組み ①

企画・創造・実現・分析の「4つのプロセス」のうち「分析」を強化
 体験効果の測定や分析ノウハウの開発を進め、顧客への提供価値をより向上

分析力の強化



進捗状況 | 先駆的な分析の実施や社内取り組みが進む

事例

自動車ブランドの
プロモーションイベント

イベントの話題化やブランドへの
エンゲージメント向上への貢献度を
SNSやアンケートから分析

事例

地域活性や商業施設への
集客イベント

位置情報を用いた来場者情報を獲得し、
マーケティング分析し、集客施策に
反映

取り組み

社内アワードの実施

社内のアワードで「分析」の
ノウハウが高いプロジェクトを表彰し、
ナレッジ共有



関連指標 / 実績

売上総利益率 リピート売上高 先駆的な分析実施事例

体験価値の追求

体験の価値を証明する取り組み②

社会課題を体験デザインで解決するクリエイティブチーム「Experiential Design Lab」 地域の価値を再編集する体験や教育現場における主体性を育む体験を探求

Experiential Design Lab. (EXD-LAB)

Experiential Design Lab



EXD-LABメンバーによるセミナーの様子

社会課題を体験デザインで解決する

新しい体験デザイン領域の確立

共創によるプロジェクト推進

独自メソッドによるユニークな価値発揮

進捗状況 | EXD-LAB のターゲット領域の実績が進捗

【Field 1】
体験デザイン
×
地域



熊本市の“スナック”を起点とした街の活性化施策

「旅とスナック」プロジェクト
(博展×HIS)

リリースはこちら

https://www.hakuten.co.jp/news/post_9990

【Field 2】
体験デザイン
×
教育

教育現場との共創プロジェクト
主体性を育む体験デザインツール「Kumoo」
(かえつ有明中・高等学校)

関連指標／実績

 売上総利益率 リピート売上高 EXD-LAB による 先駆的な分析実施・事例

体験価値の追求

サステナブルなイベントへの取り組み

業界に先駆けて環境配慮型イベントの実装を促進し実装事例が進捗
ISO20121（ESMS）を取得し、更なる実装の促進を図る

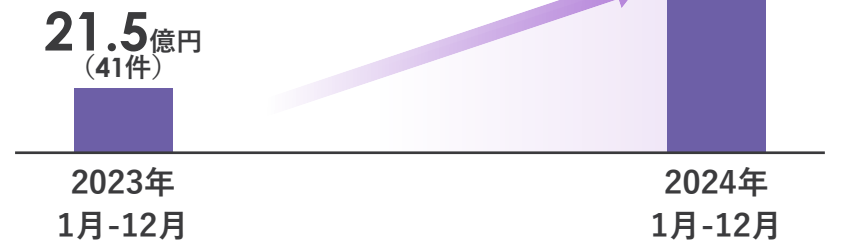
環境配慮型イベント開発と実装の実績

環境配慮型イベントの実装を促進

大幅UP

環境配慮型イベントの納品額

<環境配慮型イベントの定義>
当社が独自に作成した40のアクションで構成される
チェックリストを基に、基準を満たした案件のこと



進捗状況 | ISO20121（ESMS）取得



株式会社博展
執行役員
福田雄之

ISO 20121（ESMS）とは イベント運営における環境的影響の管理に加え、
経済的、社会的影響についても管理することで、イベント産業の持続可能性を
サポートするためのマネジメントシステム規格。 注）適用部署：サステナビリティ推進部



関連指標／実績

売上総利益率 リポート売上高 環境配慮型イベントの実績

事業効率の向上

マーケティング戦略・BPR戦略

付加価値の高いサービスを効率的に顧客に届けるためのスキームを構築

| マーケティング戦略

顧客開発を行うマーケティング機能
各ユニットとの連携をより強化し、
領域ごとのノウハウを磨く

顧客DBによる関係性管理
(CRM)

インサイドセールス

プロモーションツール開発

コンテンツマーケティング
WEB上のセミナーや資料提供

| BPR (Business Process Re-Engineering) 戦略

ビジネスフローを見直し、
業務効率の改善を行う全社プロジェクト
FY24から工数マネジメントに注力中

効率的な
基幹システムへの刷新

工数マネジメントツールの
導入

利益マネジメント強化
(原価管理)

購買管理強化



関連指標／実績 ▶

売上総利益率

一人当たり売上総利益額

人材開発戦略

価値を発揮する人を育てる組織へ

採用・育成・意欲の3テーマで戦略を推進、人材獲得が大きく進捗し、各種施策も充実化

推進中の戦略

採用

- ・積極的な新卒採用と育成
- ・キャリア採用の強化

育成

- ・人事グレードごとの価値発揮要件に沿った研修制度体系化への注力
- ・Purposeを活用した育成マネジメントの導入

意欲

- ・職種ごとのグレード要件の見える化と育成
- ・戦略的な人材育成のための人材開発会議の運用

進捗状況

FY24

新卒入社 **45名** (FY23実績 **36名**)キャリア入社 **30名** (FY23実績 **28名**)

過去最高水準の人材獲得数のみならず、研修制度の体系化およびPurposeと連動した人材育成・人事評価施策が進む



関連指標／実績

 社員数 一人当たり売上総利益額 人材の成長に伴う年収増

経営基盤戦略

成長し続ける企業経営の基盤をつくる

好調な業績により財務基盤安定化が進む他、将来に向けた各種施策も順調に進捗

推進中の戦略

経営管理
財務

- 予算、業績管理システムの導入とその運用による業績改善
- M&Aの実施体制強化、推進
- 財務基盤強化

ガバナンス
労務環境

- 各種情報の開示強化、IR戦略の強化
- 情報セキュリティ、ITインフラの強化
- オフィス等、労務環境への積極投資

進捗状況

FY24

自己資本 **33.6**億円時価総額 **89.1**億円

(2024年3月には時価総額100億円を超える)

IRサイトのリニューアル及び決算説明会の充実に因る開示強化、M&Aの実施、情報セキュリティの強化が進む



関連指標／実績

 自己資本額
 時価総額

05. HAKUTEN

サステナビリティへの取り組み



イベントでサステナブルな未来を創る

私たちは、環境配慮型イベントの実現を通して持続可能な「体験」を創り出すことで、サステナブルな社会の創造に貢献することができると信じています

私たちの持つクリエイティビティによって、豊かな体験価値の創造と環境負荷低減の両立を目指します

Purposeに基づくサステナビリティ基本方針（FY23 1Q 策定）

基本方針の詳細はこちら

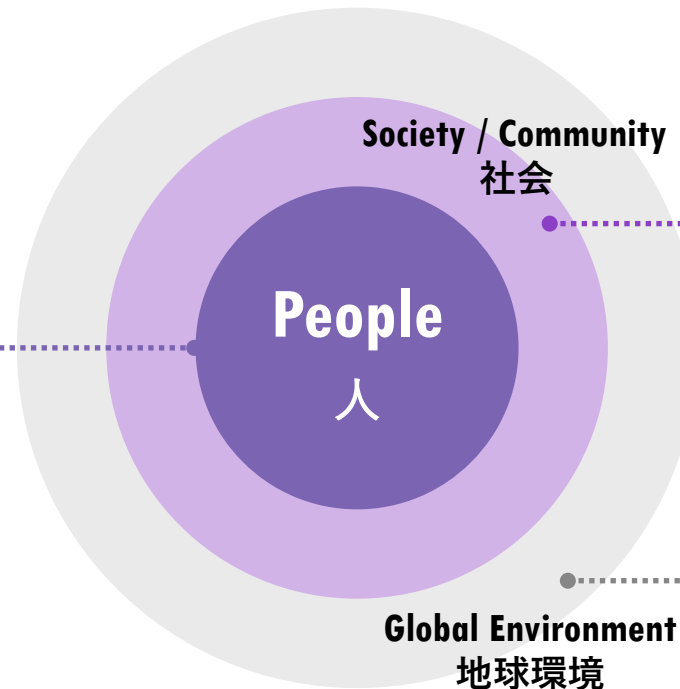
<https://www.hakuten.co.jp/sustainability/policy>

We communicate with...

ココロを通わせる対象

人とココロを通わす

- ・人権保護の支持・尊重
- ・DE&Iの推進
- ・労働環境の改善
- ・安全・品質の向上
- ・サステナビリティ調達



社会とココロを通わす

- ・公正な取引慣行・腐敗防止
- ・パートナーシップの推進・コミュニティ参画
- ・適時で適正な情報開示

地球環境とココロを通わす

- ・環境保全／資源循環
- ・省資源／省エネルギー

サステナビリティ方針を基に、

5つのマテリアリティ（重要課題）を特定、取り組みを推進

プロセスの詳細はこちら

https://www.hakuten.co.jp/entry_8383

機会の 重要課題	価値を発揮する人材の 獲得・育成	ビジネスを創造するリーダー人材と 高度専門職人材の獲得・育成に取り組みます。
	サステナブル・ イベントの実現	サステナブル・イベントの実現により、 人と社会の意識・行動変容を促し、持続可能な社会づくりに貢献します。
	ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョンの推進	多様な価値観・社会的立場をもつ社員がそれぞれを尊重し、 協働して働く環境の向上・改善に取り組みます。
リスクの 重要課題	品質・安全・ 情報セキュリティ強化	提供する商品・サービスの品質の向上、安全管理の徹底に取り組みます。 働く人びとの安全と健康の確保、災害や事故の防止に取り組みます。 情報システムを取り巻く多くの脅威に対し、情報資産の機密性・完全性・可用性を 確保・維持するためにセキュリティレベルの向上に取り組みます。
	ガバナンス・ コンプライアンス強化	コンプライアンスに関する懸念事項について問題提起し、 対応策の実効性強化に取り組みます。 コンプライアンス研修を行い、その意識向上のための施策に取り組みます。

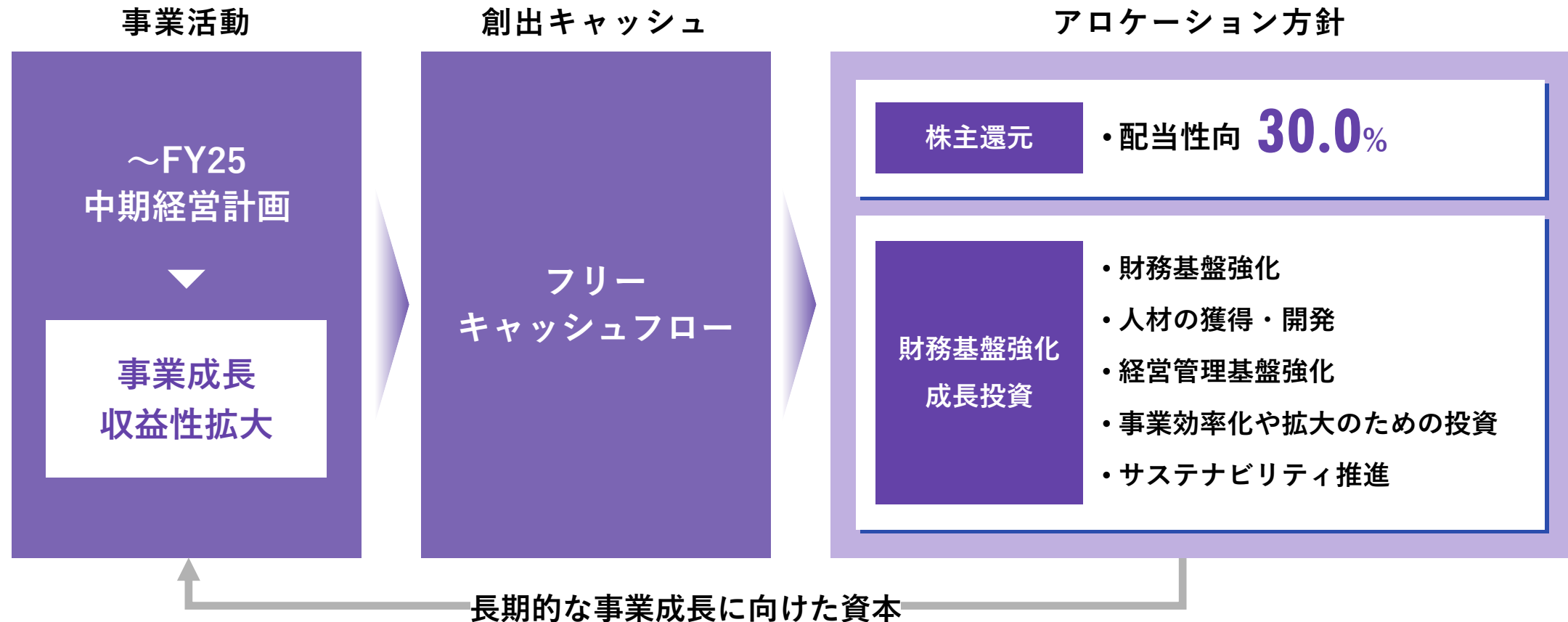
06. HAKUTEN

資本政策と株主還元方針



資本政策

将来の事業成長に向けた投資と株主還元をバランスさせる方針
配当は、配当性向30.0%（年間）を目処に安定的に実施

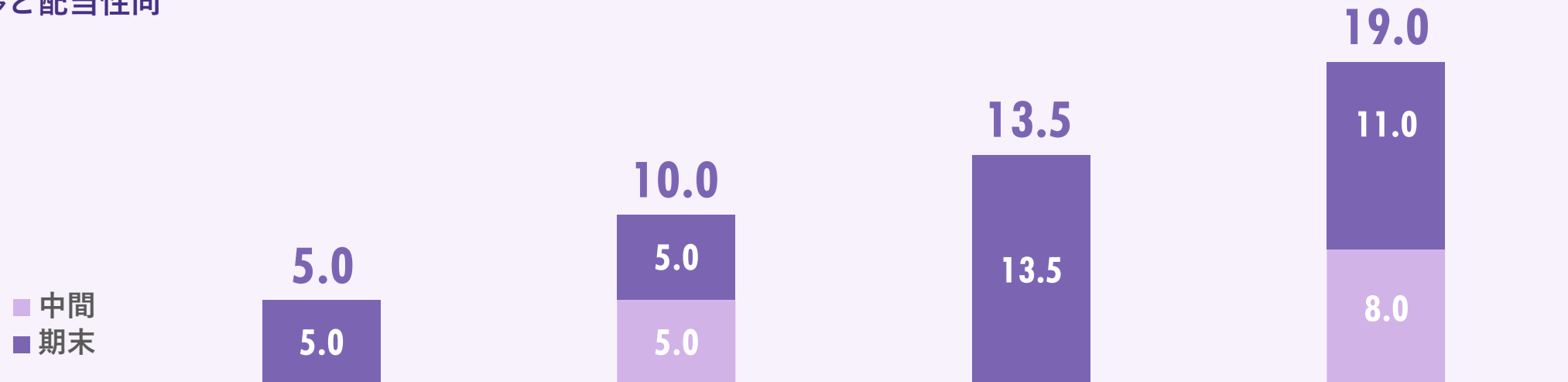


株主還元（配当）

FY25は、中間配当10.0円・期末配当10.0円の合計20.0円の予想

配当金の推移と配当性向

（単位：円）



	FY21	FY22	FY23	FY24
ROE	56.0%	29.6%	29.3%	33.3%
EPS（円）	48.6	36.0	44.1	64.5
配当性向	10.3%	27.7%	30.6%	29.4%
配当総額（百万円）	78	157	214	302

※ 2023年12月期は、決算期変更により2023年4月1日から2023年12月31日の9か月間です。

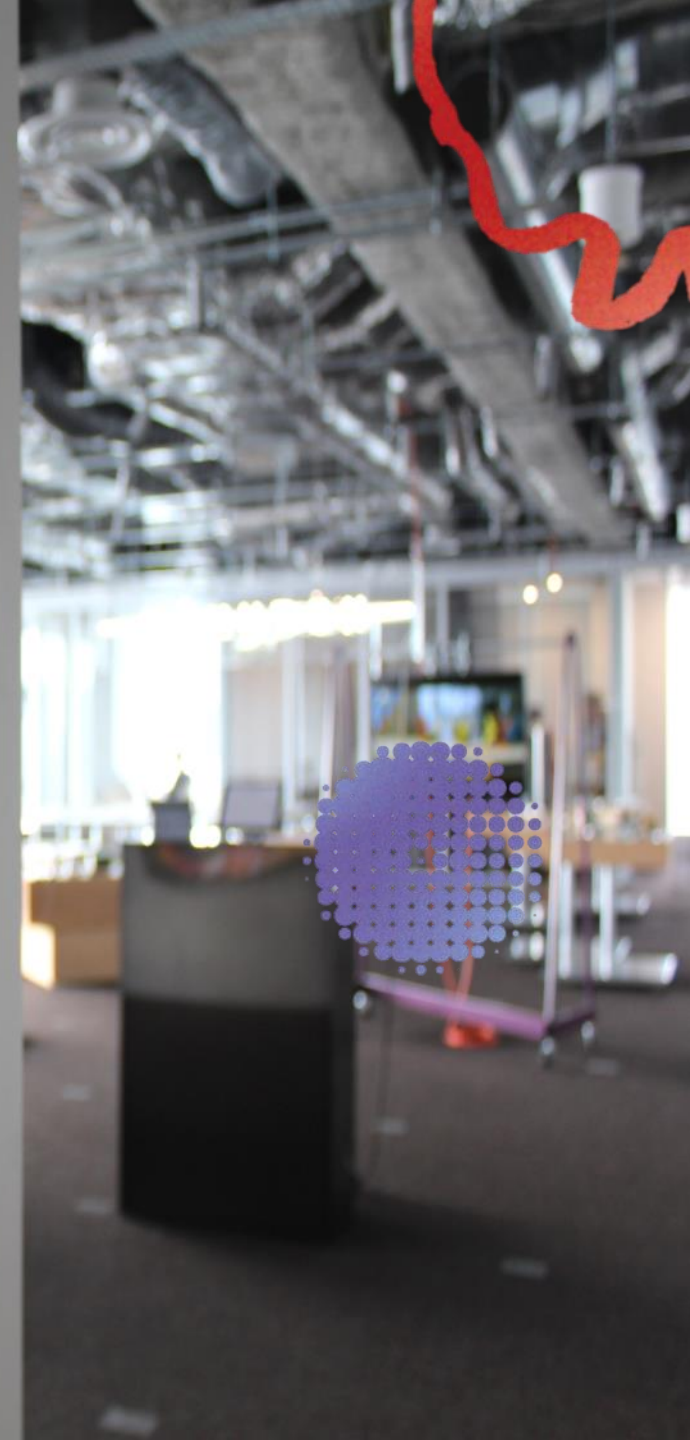
※ 2024年4月1日付で、1株につき2株の株式分割を行っており、2023年12月期以前については、分割後の数値を考慮しています。

07. HÅKUTEN

APPENDIX (会社紹介)

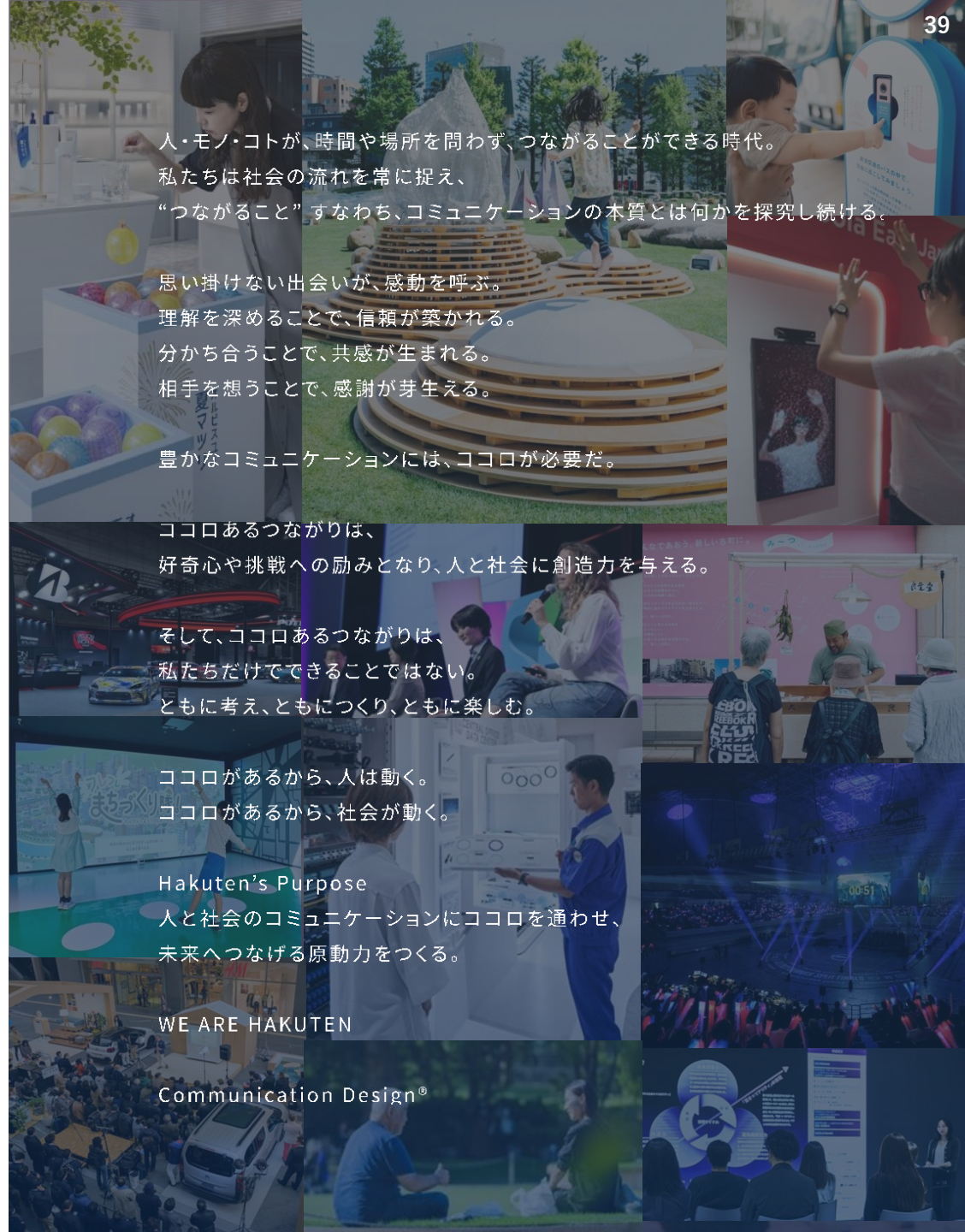


HÅKUTEN
GROUP



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®

Our Value

挑戦を続ける。

本気の失敗は次につながる。挑戦に大小はない。日々の改善も挑戦である。

真摯であろう。

信頼関係は対等に向き合うことから築かれる。決して一方的で受け身になることではない。

強みを磨く。

先を見据えて誰にも負けないトンガリを探究する。時には、弱みの克服が近道になる。

チームでつくる。

個の力を結集してより高みを目指し影響し合う。その関係が常に新しい組織知をつくる。

楽しもう。

そうでなければ、価値がない。



人が大事。

一人一人の成長を、会社の成長につなぐ。



HAKUTEN CREATIVE

クリエイティブ

リアル・デジタルを越え、体験の価値を探求

100名を超える体制で、質の高い体験をデザインします。
元来の強みである高度な空間デザインとプランニングに加え、
多様な専門性を携えたデジタルチームを有します。

イベントの未来をつくり出すチーム Experiential Design Labでは、
世の中を驚かせる体験を探究しています。

Design デザイン

顧客・市場の特性に合わせた
高い専門性とクオリティ

Planning プランニング

リアル・デジタルを統合し、
顧客の課題を解決する戦略と企画

Digital デジタル

創造性に富むコンテンツと
実現力高いオンラインソリューション

Experiential Design Lab

「イベントの未来」をテーマに
サステナビリティや街の特性を研究

AWARDS (近年の受賞実績)



2024年

• RED Dot Design Award	Grand Prix、Red Dot
• 日本空間デザイン賞	KUKAN OF THE YEAR / 日本経済新聞社賞 / 金賞、Shortlist、サステナブル空間 / Longlist
• FRAME AWARD	Window Display of the Year
• NY ADC賞	Bronze
• ディスプレイ産業賞	ディスプレイ産業優秀賞、入選
• EXHIBITOR Magazine's Annual Exhibit Design Awards	Gold Award、Silver Award
• JAPAN WOOD DESIGN AWARD	入賞

2023年

• FRAME AWARDS	Window Display of the Year、EXHIBITION WINNER OF THE MONTH
• Red Dot Design Award	Red Dot
• 日本空間デザイン賞	審査員特別賞、サステナブル空間賞
• NDFディスプレイ産業賞	ディスプレイ産業奨励賞
• dezeen Awards	long list
• Design For Asia	Merit Award
• Architecture Master Prize (AMP)	honorable mention

Production & Product Management

制作・プロダクトマネジメント

「想いをカタチに」

高い技術力を持つ国内最大規模の制作・プロダクトマネジメントチームは、ものづくりを超えた価値を追求しています。

空間造作・グラフィック印刷等の機能を保有し、クリエイティブやプロデューサー（営業）と連携することで、迅速に実現性の検証を行えるなど、新しいアイデアを探索することができます。

・プロダクトマネジメント スタッフ 47名

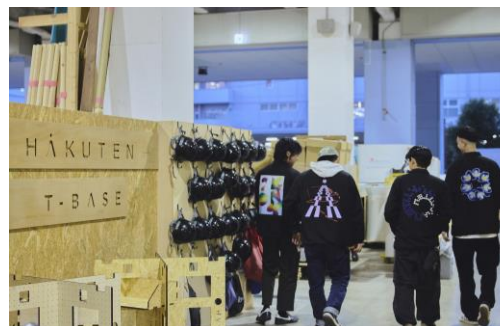
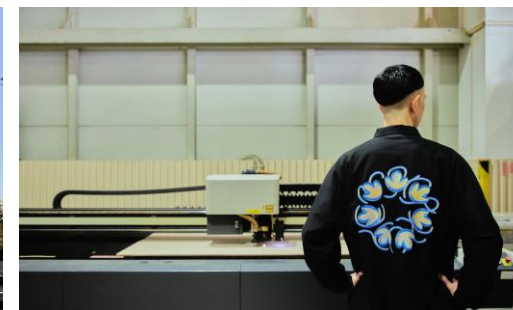
・制作 スタッフ 52名

※2024年12月末

共創拠点 HAKUTEN T-BASE（東京）

クリエイティブやサステナビリティのエキスパートと連携し、お客様と共に、新しい体験の在り方を追求する拠点です。

環境配慮型の素材開発や実験的な構造の検証など、新しい価値の創造にチャレンジしています。



Sustainability

サステナビリティの 推進体制

当社は「サステナビリティ推進部」を有し、事業の軸である“イベント”のサステナビリティを推進しています。

また、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョンなどの組織環境におけるサステナビリティも積極的に取り組んでいます。

サステナビリティ 経営推進

サステナビリティ委員会を運営し、経営課題としてのマテリアリティとその目標値を策定し推進。

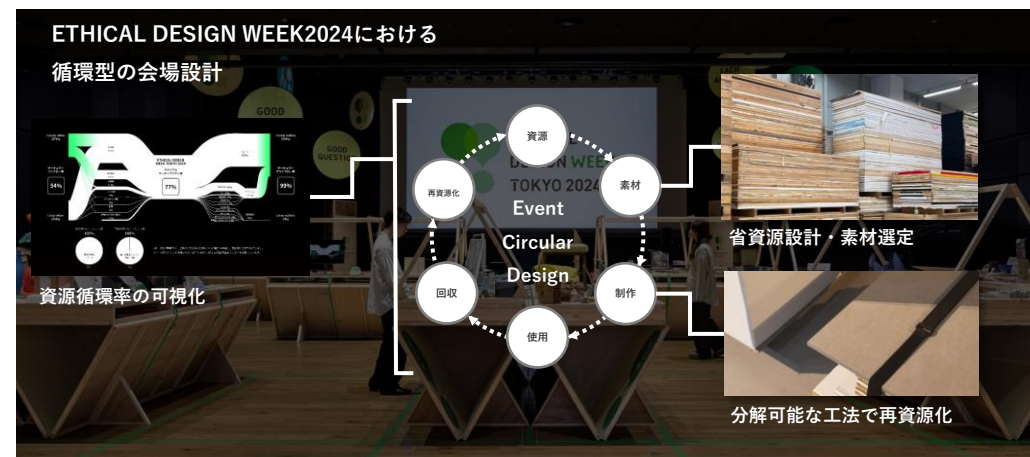
サーキュラー デザインルーム

プロデューサー×クリエイター×プロダクトマネジメント・制作の各職種を集めたエキスパート集団。資源循環型デザインを追求。

SB国際会議の主催

サステナビリティをテーマにした、アジア最大級のコミュニティイベントを主催。

サーキュラーデザインへの取り組み



T-Cell | T-BASE 内 素材等 環境配慮イベントに関するコミュニティスペース



グループ構成

株式会社ニチナン



株式会社ニチナン

イベントや各施設等の施工および什器製作に特化した事業を展開、関西圏を中心に数多くの納品実績を持つ



デジタルエクスペリエンス株式会社

DIGITAL
EXPERIENCE **Dex**™

イベント領域におけるITプロダクトの提供



Smart Webinar
Powered by EXPOLINE



株式会社博展

H A K U T E N

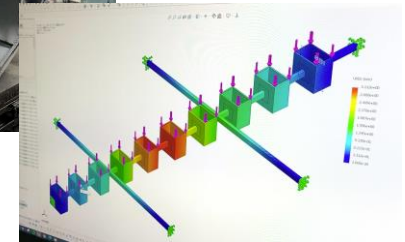
博展グループ全体で、社会から支持・共感されるExperience Marketingの確立を目指す

株式会社ヒラミヤ



HIRAMIYA

高度な金属加工技術力に裏付けられた3D CADによる仕様設計・簡易分析を用いた商環境、装飾等の企画・制作



08. HAKUTEN

前提条件について



認識するリスクと 対応策

当社グループが認識する主なリスク及びその対応策は次のとおりです。なお、本資料では当社グループの事業展開その他に関し、特筆すべき重要な事項を抜粋しております。その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

景気動向に関するリスク

当社グループの事業は、景気動向に影響を受ける場合があります。経済情勢の悪化や不測の事態の発生により、市場の急激な縮小や競争環境の激化が生じ、販促関連投資が減少した場合、当社のグループの業績に影響を及ぼす可能性があります。

《対応策》

当社グループでは、外部環境の変化による市場動向をいち早く察知し、柔軟に対応してまいります。事業領域の拡大による収入の多様化や、広告費予算が縮小された場合でもエクスペリエンス・マーケティング領域における顧客ニーズに沿った提案を通じてこのリスクに対応してまいります。

顕在化の可能性：中 時期：中長期 影響度：大

人材の確保及び育成に関するリスク

当社グループの持続的な成長には、「Communication Design」を体現しうる人材の継続的な確保及び育成が重要な要素であると認識しておりますが、当社の想定よりも人材の確保が計画どおり進まなかった場合や退職等により既存の優秀な人材が社外に流出した場合には当社グループの経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

《対応策》

当社グループでは、ダイバーシティ採用の継続的な実施と社員のライフワークバランスの向上に努めつつ、次世代の主要人材の育成を行いこのリスクに対応してまいります。

顕在化の可能性：中 時期：中長期 影響度：大

品質・安全管理に関するリスク

当社グループが企画・運営を行うイベント等において重大な事故の発生や品質の低下等による顧客からの信頼喪失による案件受注の減少や保険契約による補償額を超過した損害賠償請求の発生等の不測の事態が生じた場合は、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。

《対応策》

当社グループでは、設計・施工・管理の品質向上及び安全性確保を図るために品質・安全管理部門を設置し運営マニュアルを定め周知徹底を行っています。なお、万一の場合に備え損害賠償保険契約を締結しこのリスクに対応してまいります。

顕在化の可能性：中 時期：中長期 影響度：大

災害・感染症等に関するリスク

当社グループの事業は、地震等の天災や他所で発生した災害、特定感染症の拡大等の影響により展示会・イベントの開催が困難であると判断され延期や中止が相次いだ場合、売上機会の喪失が発生し当社グループの経営成績に影響を与える可能性があります。

《対応策》

当社グループでは、主催者、出展社、来場者など関係者の安全確保に十分配慮したリアルイベント開催の提案やサポートを実施してまいります。また、オンラインイベントやWebセミナーの提案など自社内スタジオを活用した事業などへ社内リソースをシフトしこのリスクに対応してまいります。

顕在化の可能性：中 時期：不明 影響度：大

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、決算期の12月末への変更に伴い、毎事業年度末後、3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。

