

2025年12月期第3四半期 決算説明資料

株式会社 博展

東証グロース：2173



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®

創業
設立1967年
1970年

資本金

2億5,948万円
(2025年9月末時点)拠点
(全国)

5 拠点

東京本社／中部営業所／西日本事業所
／T-BASE（東京）／E-BASE（埼玉）グループ
会社

3 社

デジタルエクスペリエンス(株)
／(株)ニチナン／(株)ヒラミヤ

顧客数

740社超
(2024年12月末時点)

事業領域

B2Bマーケティング
B2Cマーケティング
行政・自治体施策
街づくり・施設開発従業員数
(連結)

545名

(2024年12月末時点)
注) 2025年4月1日時点の
従業員数(連結) 614名

2008

大阪証券取引所
「ヘラクレス」
(現東証グロース)
に株式上場

2013

商環境事業開始

デジタルマーケティング
サポート提供開始カンファレンス・セミ
ナーサービス提供開始

2015

イベントプロモー
ション事業開始サステナブル・ブランド
コミュニティ活動開始

2016

デジタルエクスペリ
エンス株式会社
(旧 株式会社スプラシア)
完全子会社化DIGITAL
EXPERIENCE **Dex**

2018

売上高100億円突破

2020

自社配信スタジオ開設
オンライン配信事業開始

2021

株式会社ニチナン
完全子会社化

2023

営業利益10億円突破

2024

株式会社ヒラミヤ
完全子会社化

(単位：百万円)

9か月の
変則決算

目次

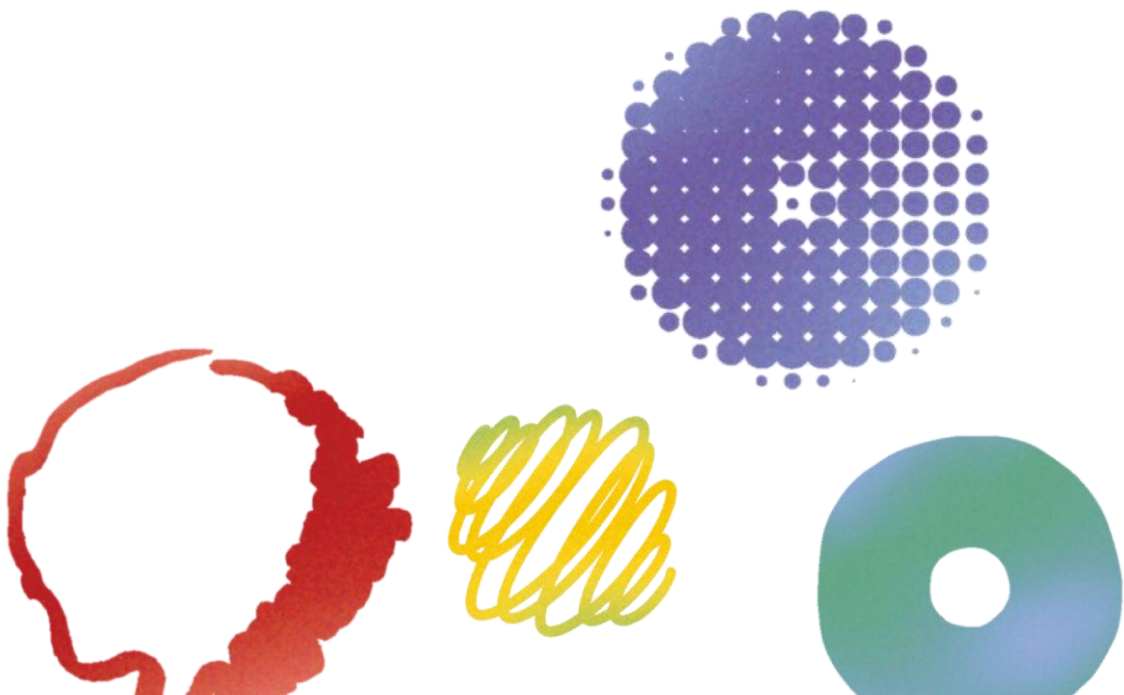
- 01** — 2025年12月期 第3四半期業績ハイライト
- 02** — 2025年12月期 第3四半期業績
- 03** — 2025年12月期 業績予想
- 04** — 博展の基本戦略（中期3か年計画基本戦略）



H A K U T E N

01.

2025年12月期 第3四半期
業績ハイライト



FY2025 3Q
連結業績

当第3四半期

売上高

4,636百万円

(前期比 +66.8%)

営業利益

404百万円

(前期比 ー)
※ 前期は営業損失

第3四半期累計

売上高

14,950百万円

(前期比 +16.4%)

営業利益

1,572百万円

(前期比 +81.4%)

FY2025 3Q
主要経営指標

売上総利益(累)

4,944百万円

(前期比 +27.7%)

受注高(累)

17,007百万円

(前期比 +18.4%)

受注残高

9,419百万円

(前期比 +28.2%)

指名受注売上高(累)

8,704百万円

(前期比 +8.4%)

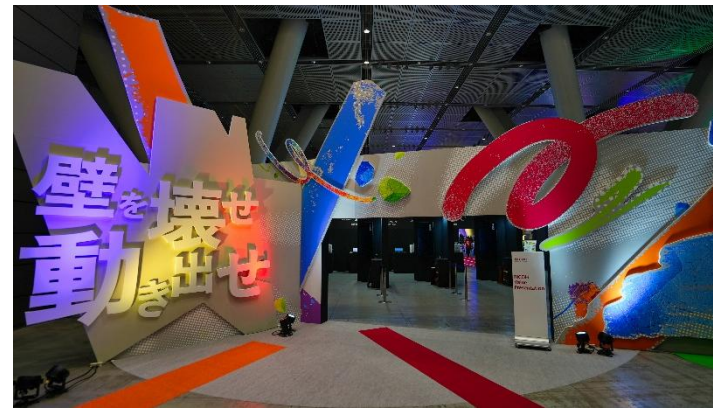
体験を統合的にデザインすることで博展独自の“体験”の創出を実現
多彩なプロジェクトで博展ならではのクリエイティブと制作力を発揮し業績につなげる



-SHISEIDO WEEK- 心の動きをわちあう Beauty Dialogue



OSP Group Sticker MATSURI〜日本の夏をシール・ラベルでおもてなし〜



RICOH Value Presentation 2025



KITTE MARUNOUCHI | KITTE座 提灯音頭



TOKYO GAME SHOW 2025



re:re:re (第18回LIFE×DESIGN内 企画展)

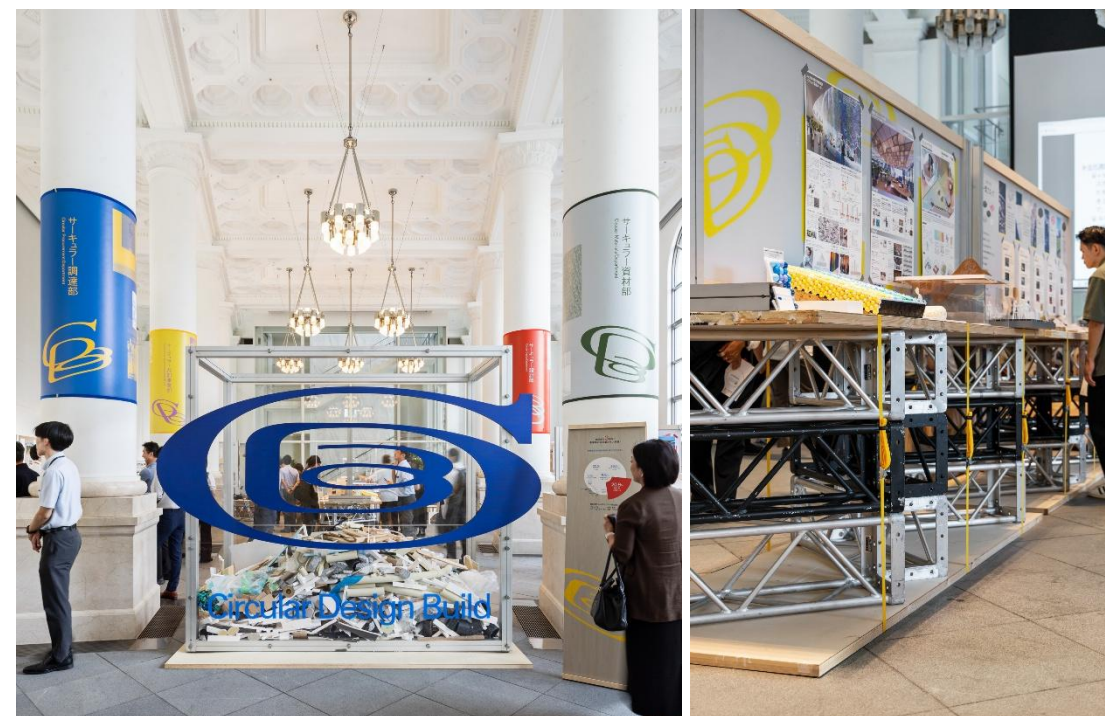
資源循環に配慮したデザイン設計「資源循環型イベント」の受注は好調を維持 10月には「ETHICAL DESIGN WEEK TOKYO 2025」を株式会社船場と共催

引き続き好調を維持

資源循環型イベント売上高

注) 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、基準を満たした環境配慮型の案件の総額

(単位：百万円)	FY2024 3Q累計	FY2025 3Q累計	増減 (増減率)	
売上高	4,329	8,184	+3,855	89.1%
案件数	117	364	+247	211.1%



竹中工務店 サーキュラー支店 展

写真提供：株式会社竹中工務店
撮影：株式会社ナカサアンドパートナーズ

堅調な業績推移を背景に売上高・営業利益・当期純利益を上方修正(*)
来期、増益要因を原資とした先行投資を実行し新中期経営計画達成を確実に

(*)「通期連結業績予想の修正（上方修正）および配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」 2025年11月14日発表

中期経営計画（3か年）

（単位：百万円）

	FY2023 計画 (実績)	FY2024 計画 (実績)	FY2025 計画 上方修正
売上高	11,000 (13,136)	17,000 (18,845)	22,500 20,900
営業利益	400 (1,027)	1,200 (1,393)	2,150 1,700
当期純利益	250 (678)	820 (999)	1,500 1,190

※ 9か月の
変則決算

上方修正の背景と新中期経営計画に向けた見通し

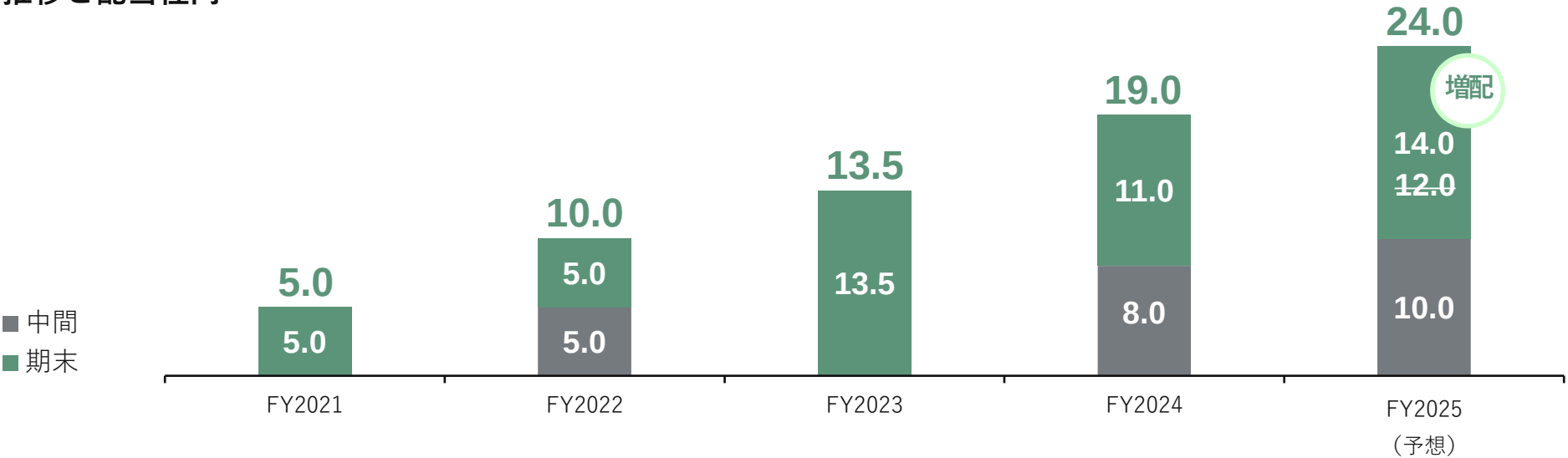
- ① 事業環境の変化を捉え、投資家の皆さまに現時点で最も妥当と考える業績見通しを公表する方針
A) イベント系大型案件が引き続き堅調に推移
B) 子会社における特殊要因による大型案件の受注が寄与
- ② 新中期経営計画初年度の来期、増益要因の一部を原資とした先行投資を行うことで新中期経営計画3か年の成長基盤をより強固なものとする方針

上方修正を踏まえ、期末14.0円（+2.0円）・年間24.0円を計画(*)
中期目標「年間配当性向30.0%」を掲げつつ安定配当と来期の投資戦略の両立を図る

(*)「通期連結業績予想の修正（上方修正）および配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」 2025年11月14日発表

配当金の推移と配当性向

(単位：円)



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%	25.0%
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。
※ 2025年8月7日公表値からさらに+2.0円の増配となります。

株主優待品を「JCBギフトカード」に変更し、併せて優待金額を増額(*)
株主の皆さまとの関係拡大と市場流動性の向上を図る

(*) 「株主優待制度の一部変更（拡充）に関するお知らせ」 2025年10月16日発表

変 更 前	株式保有数	株式保有期間	優待内容
	100株以上1,000株未満	基準日（毎年12月末）現在で継続して6ヶ月以上	JCB PREMO（500円分）1枚
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して6ヶ月以上～1年未満	JCB PREMO（500円分）1枚
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して1年以上3年未満保有	JCB PREMO（1,000円分）1枚
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して3年以上保有	JCB PREMO（2,000円分）1枚

変 更 後	株式保有数	株式保有期間	優待内容
	100株以上1,000株未満	基準日（毎年12月末）現在で継続して6ヶ月以上	JCBギフトカード1枚（1,000円分）
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して6ヶ月以上～1年未満	JCBギフトカード1枚（1,000円分）
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して1年以上3年未満保有	JCBギフトカード2枚（2,000円分）
	1,000株以上	基準日（毎年12月末）現在で継続して3年以上保有	JCBギフトカード3枚（3,000円分）

1. 株主優待品の変更
- より幅広いシーンでご利用いただけるよう、優待品を「JCB PREMO」から「JCBギフトカード」へ変更。利便性と満足度の向上を図りました。
2. 優待金額の増額
- 株主の皆さまとの関係拡大および新規投資参加の促進を目的に制度を設計。長期保有区分は制度全体のバランスを踏まえ、増額幅を段階的に設定しました。

体験コンテンツを「HAKUTEN OPEN STUDIO」に変更 自社工場のイベントにご招待

体験コンテンツ

HAKUTEN OPEN STUDIO（2025年12月10日・13日）ご招待 抽選で40名様をご招待／当選者の方へご案内とチケットを発送済

1. HAKUTEN OPEN STUDIOとは

HAKUTEN OPEN STUDIO（HOS）は、当社の自社工場「T-BASE」（東京都江東区辰巳）を会場に開催する特別イベントです。クライアント企業様やパートナー企業様を対象に2023年より実施しており、当社の体験創出プロセスを、デザイン・制作の現場を通じてご覧いただけます。通常非公開の試作プロトタイプも一部展示し、当社のものづくりへの理解を深めていただく機会となっております。

2. 変更の背景

個人投資家向け勉強会などを通じて、工場見学をご希望されるお声を多数いただきました。こうしたご要望にお応えし、HOSの体験コンテンツの一部を株主の皆様向けに調整いたしました。今後も、当社の事業活動への理解促進に努めてまいります。

H A K U T E N

02.

2025年12月期 第3四半期
業績



3Q期間は黒字転換、累計でも増収増益で着地
大型案件および指名受注の伸長により想定を上回る水準で推移し再度上方修正へ

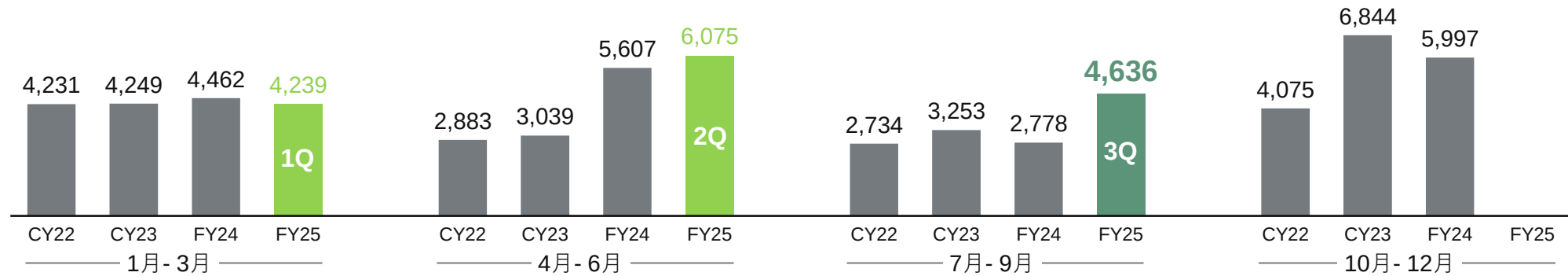
(単位：百万円)

	FY2024 3Q期間 (7-9月)	FY2025 3Q期間 (7-9月)	増減 (増減率)		FY2024 3Q累計 (1-9月)	FY2025 3Q累計 (1-9月)	増減 (増減率)	
売上高	2,778	4,636	+1,858	(+66.9%)	12,847	14,950	+2,103	(+16.4%)
売上総利益	884	1,535	+650	(+73.5%)	3,870	4,944	+1,073	(+27.7%)
(売上総利益率)	31.8%	33.1%	+1.3P	－	30.1%	33.1%	+2.9P	－
営業利益	△ 141	404	+545	－	866	1,572	+705	(+81.4%)
(営業利益率)	-	8.7%	－	－	6.7%	10.5%	+3.8P	－
当期純利益	△ 104	270	+374	－	575	1,063	+487	(+84.7%)
EPS (円)					37.2	68.2	+30.9	－
ROE (%)					18.3	28.4	+10.1P	－

3Q期間での売上高・売上総利益が過去最高を更新
大型案件および指名受注案件の採算管理が奏功し、売上総利益率も高水準を維持

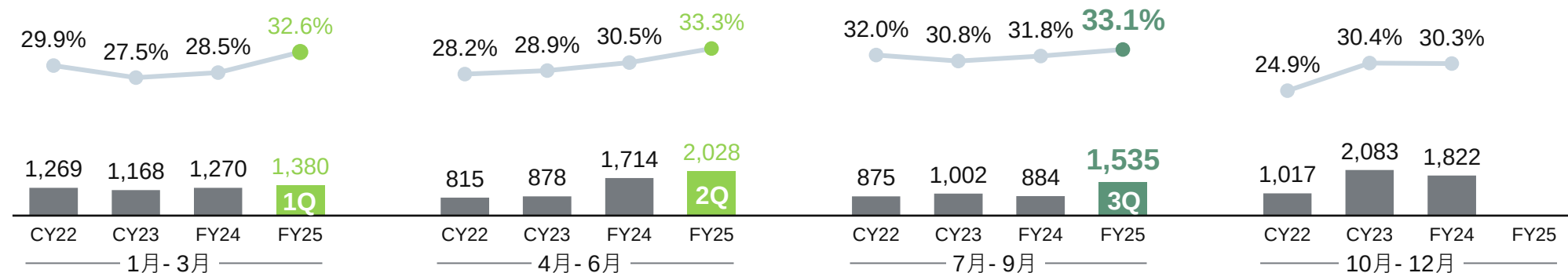
(単位：百万円)

■ 売上高の推移



(単位：百万円)

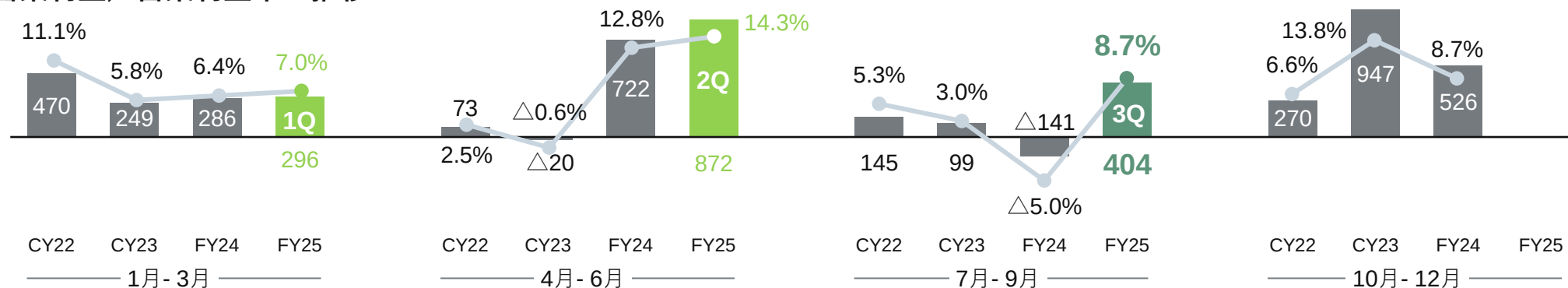
■ 売上総利益／売上総利益率の推移



売上高・売上総利益の好調な推移が収益を押し上げる
営業利益・当期純利益ともに前年同期比で増益を確保

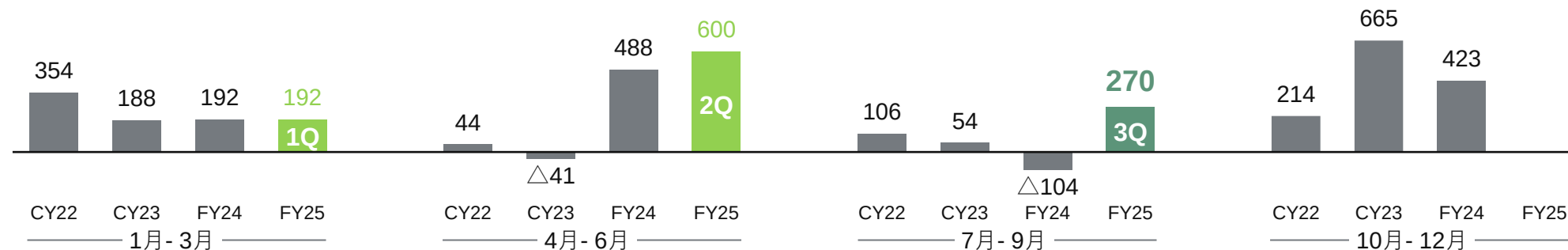
営業利益／営業利益率の推移

(単位：百万円)



当期純利益の推移

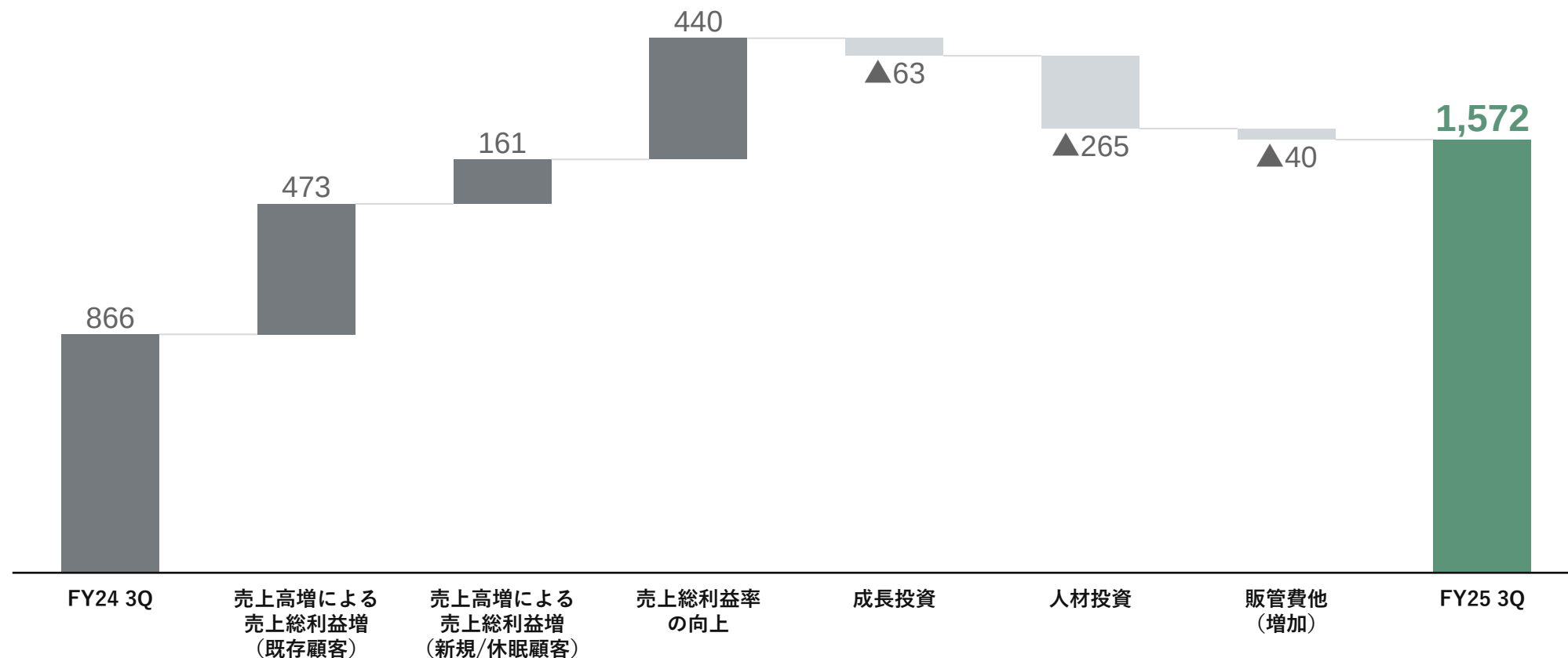
(単位：百万円)



人材投資を継続する一方で、成長投資は選択的に実施
売上高増により投資負担を吸収し、営業増益で着地

■ 営業利益の増減要因

（単位：百万円）



全ユニットにおいて3Q期間・3Q累計ともに好調な着地
子会社の収益貢献が進み、M&A戦略の有効性を実証

(単位：百万円)

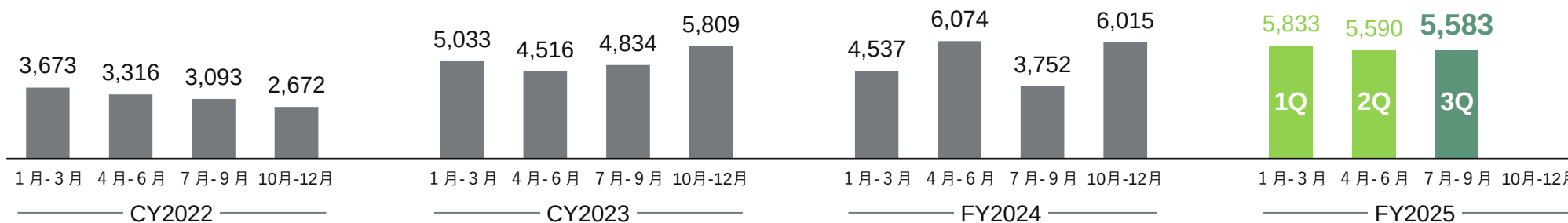
事業ユニット	期間比較						累計比較					
	売上高			売上総利益／売上総利益率			売上高			売上総利益／売上総利益率		
	FY2024 3Q期間	FY2025 3Q期間	増減	FY2024 3Q期間	FY2025 3Q期間	増減	FY2024 3Q累計	FY2025 3Q累計	増減	FY2024 3Q累計	FY2025 3Q累計	増減
仮設：イベントプロモーション												
首都圏・B2Bマーケティング事業 ▶ FY2024は商環境事業を含む	998	1,195	+ 197	328 32.9%	416 34.9%	+ 88 + 1.9P	5,264	5,004	▲ 259	1,592 30.3%	1,590 31.8%	▲ 2 + 1.5P
首都圏・B2Cマーケティング事業 ▶ FY2024は商環境事業を含む	1,067	1,809	+ 741	285 26.8%	575 31.8%	+ 289 + 5.1P	4,035	4,936	+ 901	1,104 27.4%	1,603 32.5%	+ 498 + 5.1P
中部／西日本事業	204	463	+ 258	62 30.5%	138 30.0%	+ 76 ▲ 0.5P	1,164	1,335	+ 170	313 26.9%	415 31.1%	+ 102 + 4.3P
全 国・中小展示会事業	189	603	+ 414	47 25.2%	178 29.6%	+ 130 + 4.3P	900	1,488	+ 587	239 26.6%	433 29.1%	+ 193 + 2.5P
常設：商業空間環境												
商環境事業 ▶ FY2025より新設	118	156	+ 37	44 37.8%	53 34.5%	+ 9 ▲ 3.3P	624	902	+ 277	181 29.0%	259 28.8%	+ 78 ▲ 0.2P
その他												
その他事業／子会社	200	409	+ 209	115 57.9%	172 42.1%	+ 56 ▲ 15.8P	857	1,283	+ 426	439 51.2%	641 50.0%	+ 202 ▲ 1.2P

※ FY2024の「商環境事業」の数値は、当該事業区分が未設置であったため、関連する実績を再分類・集計した参考値です。

受注高は堅調、受注残高は高水準を維持
短期業績への対応強化により受注残高回転期間は短縮

(単位：百万円)

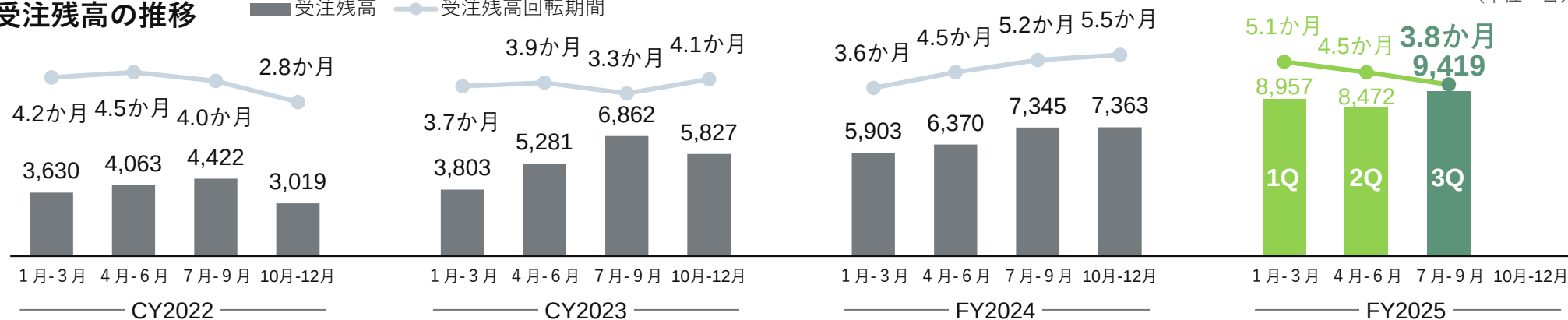
■ 受注高の推移



■ 受注残高の推移

■ 受注残高 ● 受注残高回転期間

(単位：百万円)

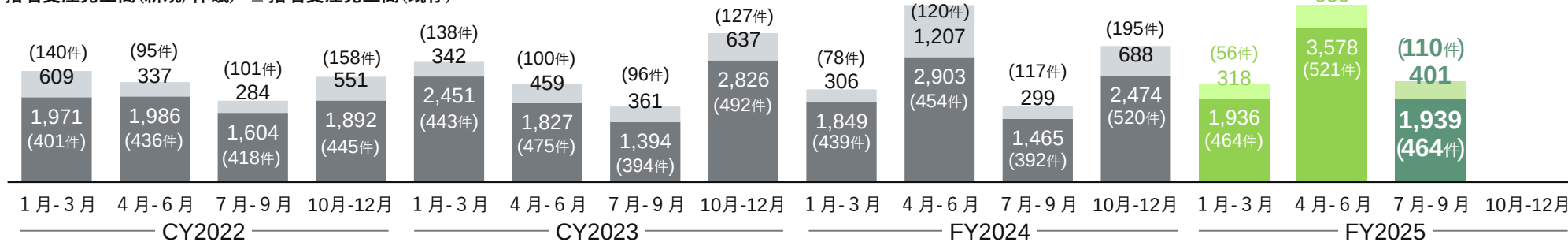


既存顧客からの指名受注が引き続き業績の下支えに
新規/休眠顧客との接点拡大が収益性向上のカギ

（単位：百万円）

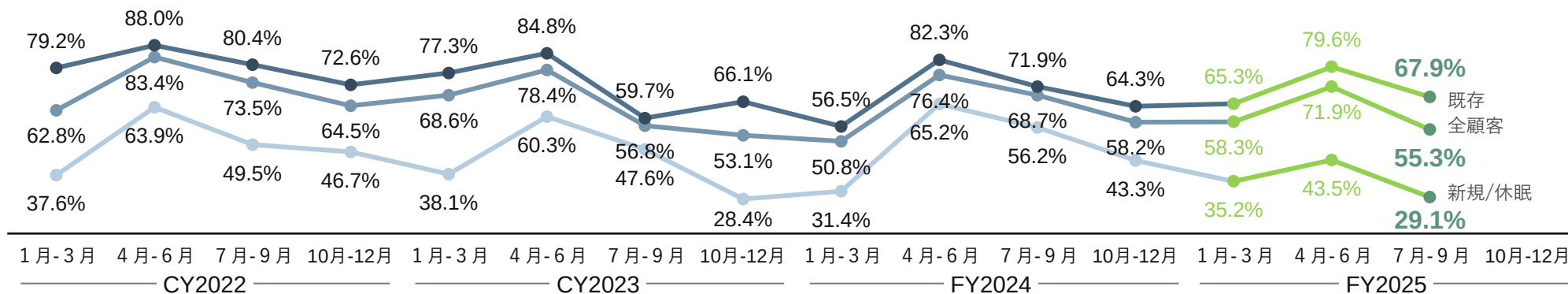
指名受注売上高

■ 指名受注売上高(新規/休眠) ■ 指名受注売上高(既存)



指名受注率

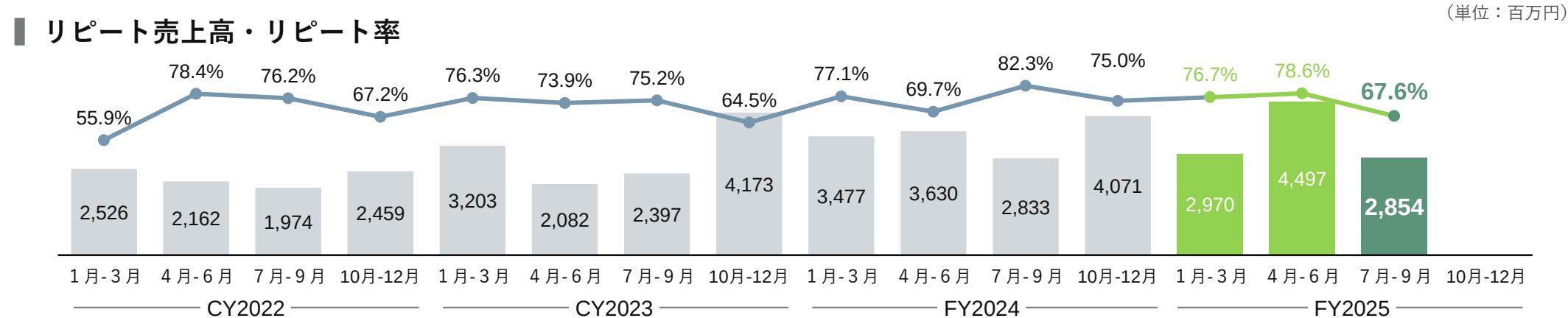
● 指名受注率(全顧客) ● 指名受注率(既存) ● 指名受注率(新規/休眠)



※ 新規（新規顧客）：新たにお取引が発生した顧客

※ 休眠（休眠顧客）：1年超お取引の無かった顧客

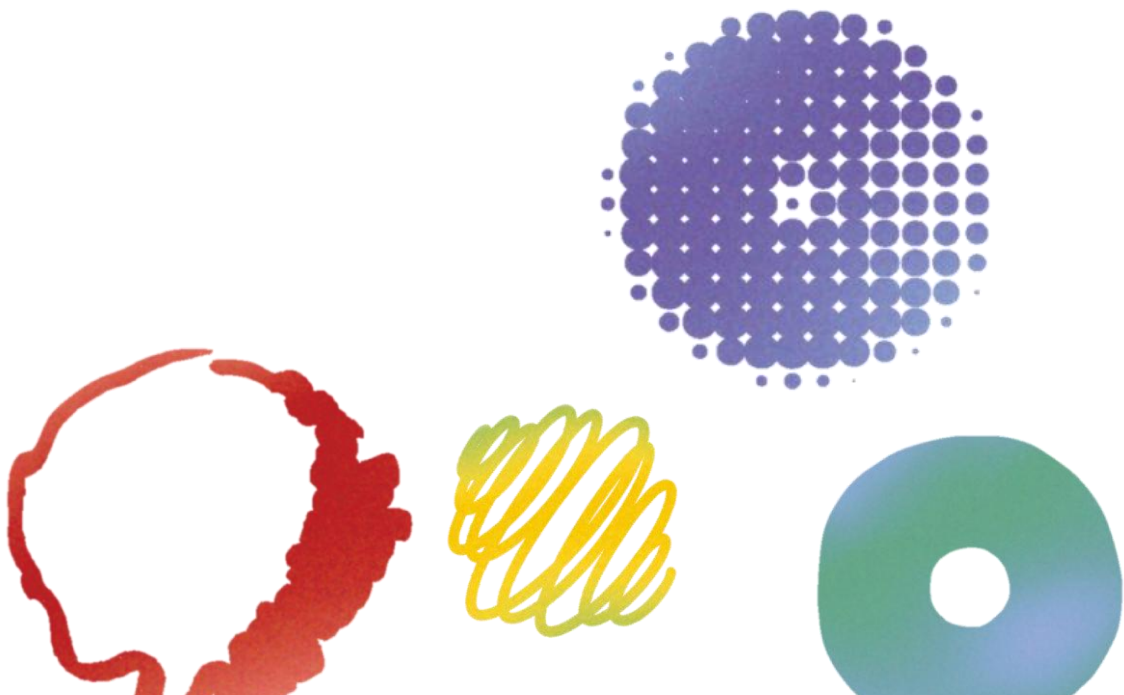
新規/休眠顧客との接点拡大が奏功し、リピート率は減少
対応強化により案件創出が進み、リピート売上高は大幅に増加



HAKUTEN

03.

2025年12月期
業績予想



3Qは大型案件の進行と採算管理の徹底により計画を上回り好調な着地
営業利益・当期純利益は想定を上回る水準で推移し上方修正（*）

（*）「通期連結業績予想の修正（上方修正）および配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」 2025年11月14日発表

進捗状況

当期の進捗状況

（単位：百万円）

	上方修正 FY2025 計画	FY2025 実績	進捗率
売上高	22,500 20,900	14,950	66.5% 71.5%
営業利益	2,150 1,700	1,572	73.1% 92.5%
当期純利益	1,500 1,190	1,063	70.9% 89.4%

中期経営計画（3か年）

（単位：百万円）

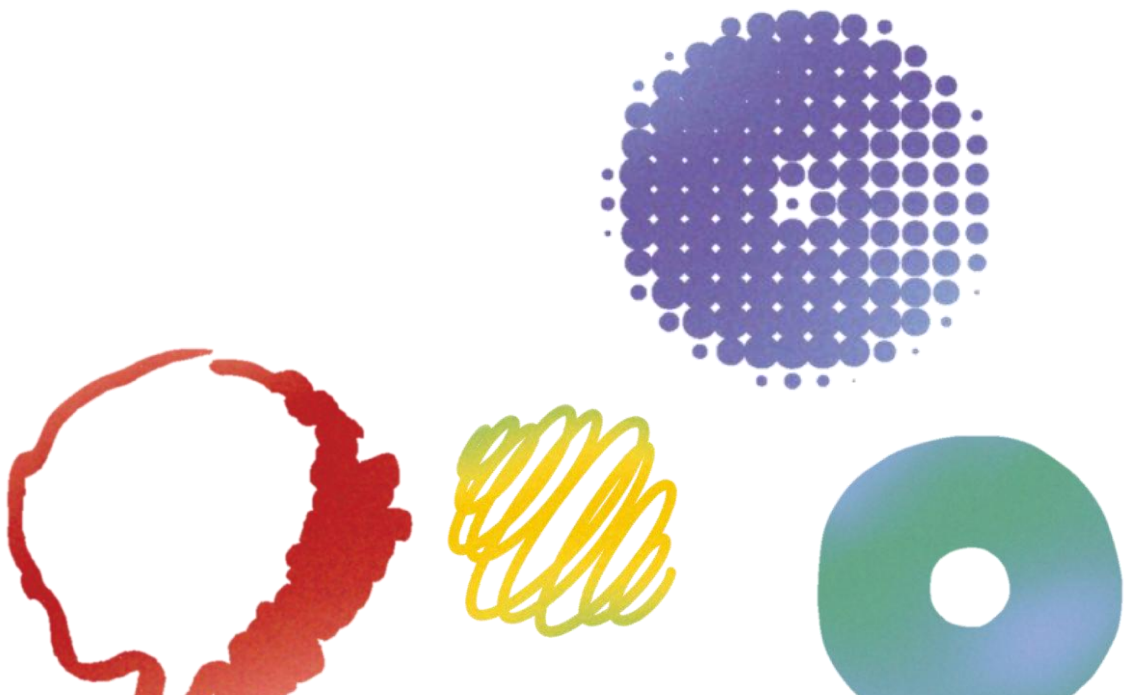
	FY2023 計画 （実績）	FY2024 計画 （実績）	上方修正 FY2025 計画
売上高	11,000 (13,136)	17,000 (18,845)	22,500 20,900
営業利益	400 (1,027)	1,200 (1,393)	2,150 1,700
当期純利益	250 (678)	820 (999)	1,500 1,190

※ 9か月の
変則決算

HAKUTEN

04.

博展の基本戦略
(中期3か年計画基本戦略)



人が大事。

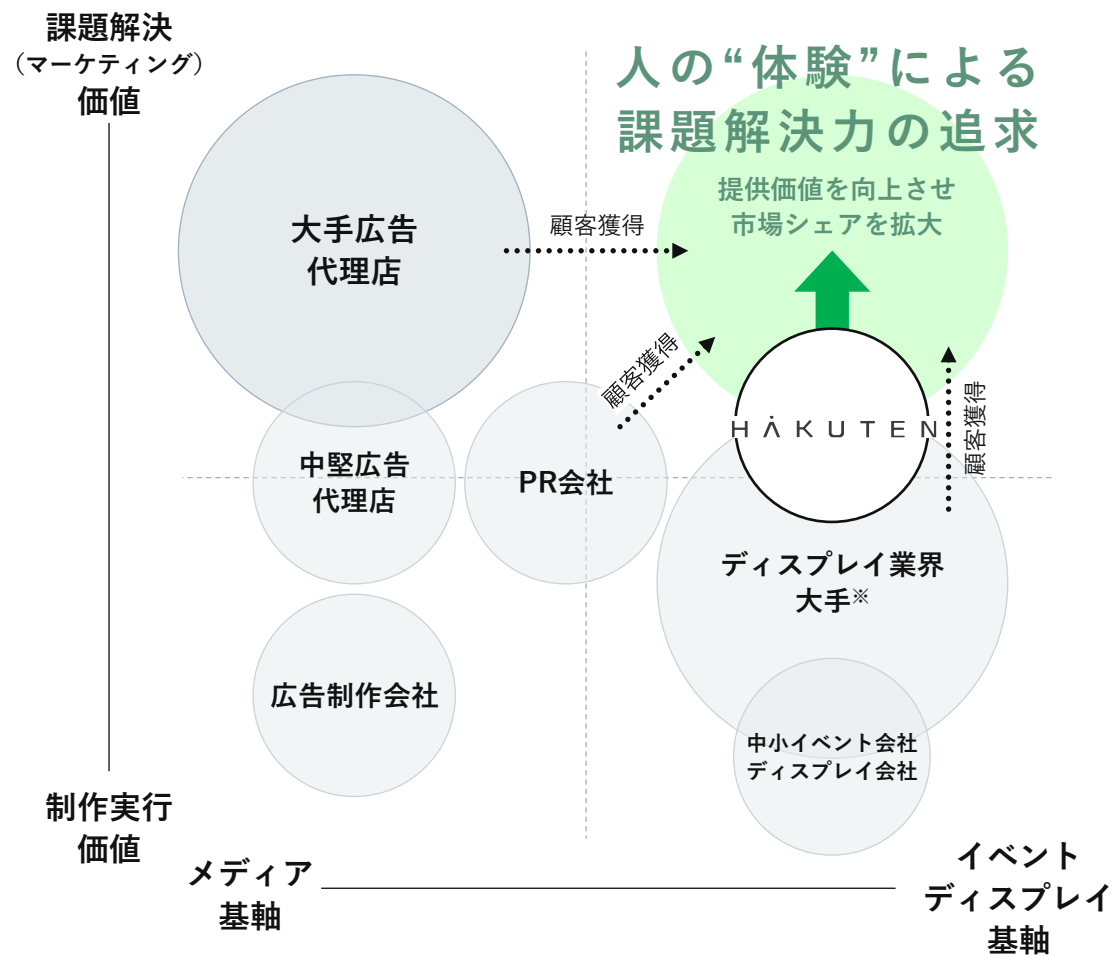
一人ひとりの成長を、会社の成長につなぐ。



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

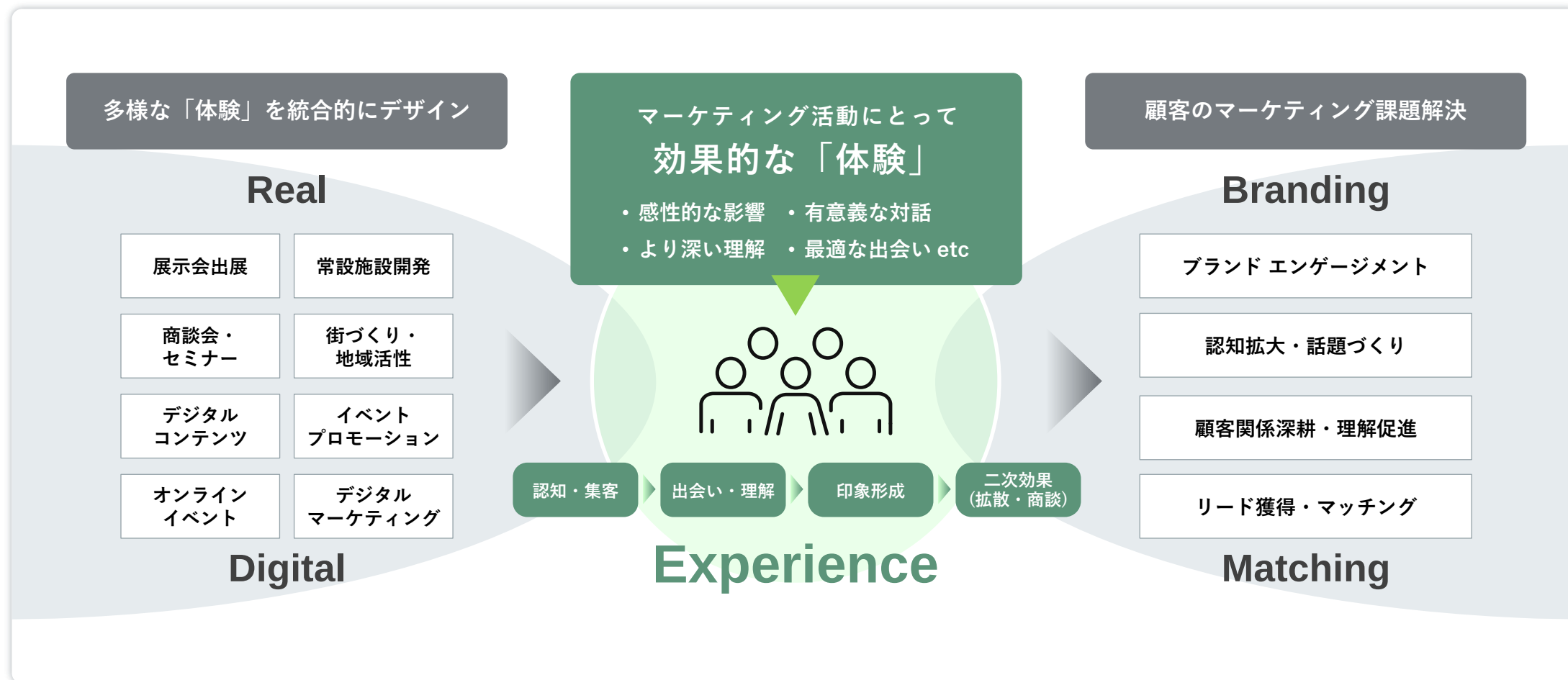
この提供価値を高めることで顧客からの支持を獲得しシェア拡大を図る



※ 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手掛ける会社群を指します。

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

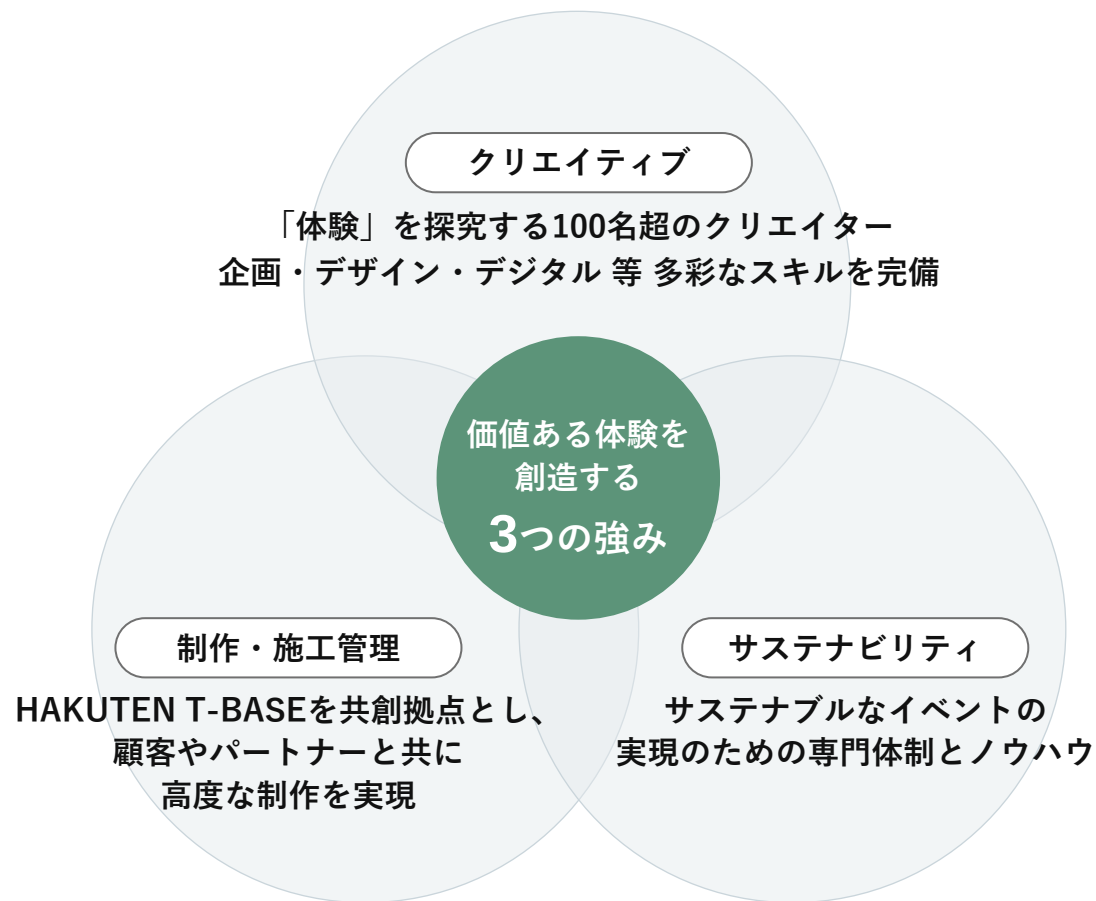


模倣困難な3つの強みとその融合

イベントの企画や制作に留まらない 「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持ち合わせた、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
地域や社会と連携

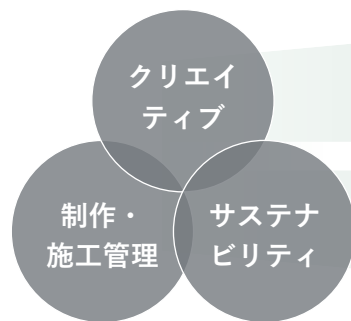
etc



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し、
顧客の期待に応えるマーケティングの成果につなぐ

価値ある体験を創造する
3つの強み



HAKUTEN

ワンストップ体制

企画

成果を
最大化する
企画や
戦略の立案

創造

感性と機能を
両立する
デザイン

実現

高い品質で
実行する
自社機能

分析

データの
獲得、分析
企画へ活用

価値の高い体験による
マーケティング
成果の向上

ブランド
エンゲージメント

顧客関係深耕・
理解促進

認知拡大・
話題づくり

リード獲得・
マッチング

顧客

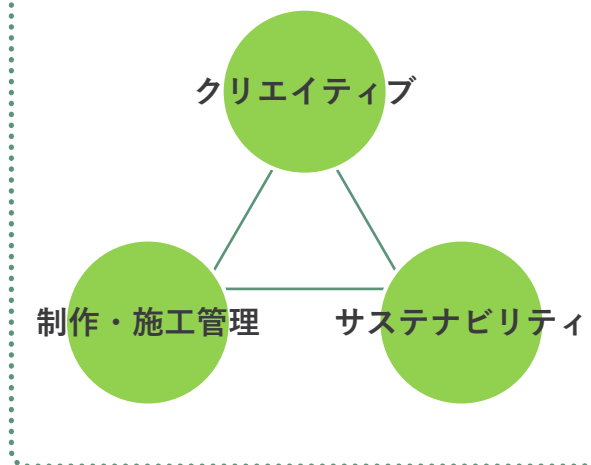
実施結果をフィードバック

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

目的 市場・顧客ごとの体験価値の追求

事業ユニット

営業・プロデュース



事業カテゴリー

首都圏・B2Bマーケティング

首都圏を拠点とする、B2B事業を行う顧客のマーケティング支援及び仮設空間でのイベントプロモーション事業

首都圏・B2Cマーケティング

首都圏を拠点とする、B2C事業を行う顧客のマーケティング支援及び仮設空間でのイベントプロモーション事業

中部／西日本

中部・西日本を拠点とする顧客のマーケティング支援及び仮設空間でのイベントプロモーション事業

全国・中小展示会

全国の中小規模展示会出展に特化した仮設空間事業

商環境

ショールームやミュージアム、オフィスなど、常設空間のプロデュース事業

その他・子会社

上記以外の事業及びグループ会社事業

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の申し込みを勧誘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、当社の判断および仮定なら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、競合状況および業界に関する情報およ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、実際の業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、合理性およ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。

当社のIR情報は、当社HPでご覧いただけます

<https://ir.hakuten.co.jp/>