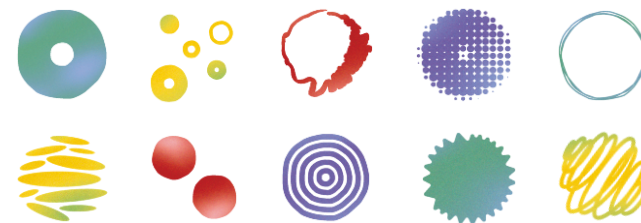


2026年12月期第2四半期 決算説明資料

株式会社 博展

東証グロース：2173

H A K U T E N



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®

挑戦を動かす体験を、ともにつくる。

Creating experiences for challenges, together.

体験には、人を動かし、企業を進化させ、社会を変える力があります。
博展が考える体験価値とは、感性によって心を動かし、論理によって行動を導き、成長へとつなぐ力です。

私たちは、その力を信じ、人や企業の挑戦を動かす体験をともにつくるパートナーとして、
これまで培ってきた感性に、データに基づく体験効果の最大化と
持続可能な体験設計の標準化を掛け合わせることで、体験の“再現性”を高め、価値をさらに向上させていきます。

そして、自らも変化に挑み、社員一人ひとりが“体験の力”を信じて動き出す文化を育みながら、
他者から共感される存在へと成長し、価値提供の領域を切り拓いていきます。



創業

1967年

設立

1970年



資本金

2億8,137万円

(2026年6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式会社
株式会社ニチナン
株式会社ヒラミヤ

顧客数

820社超

(2025年12月末時点)



従業員数 (連結)

586名

(2025年12月末時点)



売上高

233億円

(2025年12月期)



時価総額

108億円

最低投資金額 66,600円

証券コード：2173

(2026年6月末時点)

1970年 施工会社として会社設立

1994年 営業所新設

1998年 空間デザイン部新設

(百万円) 2008年 • 大阪証券取引所「ヘラクレス」(現東証グロース市場)に株式上場

2009年 • Communication Designコミュニケーションデザインを商標登録

2010年 • 主催イベント事業参入

2013年 • カンファレンス・セミナーサービス開始

• 商環境サービス開始

2014年 • 大阪に西日本事業所開設

• デジタルコンテンツ & マーケティングサービス開始

2015年 • イベントプロモーションサービス開始

2016年 • 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

2018年 • 名古屋に中部営業所開設

2019年 • 展示会ブースパッケージサービス「パケテン」開始



2020年 • 東京都江東区に共創スタジオ「HAKUTEN T-BASE」開設



• 自社配信スタジオ開設
オンライン配信サービス開始

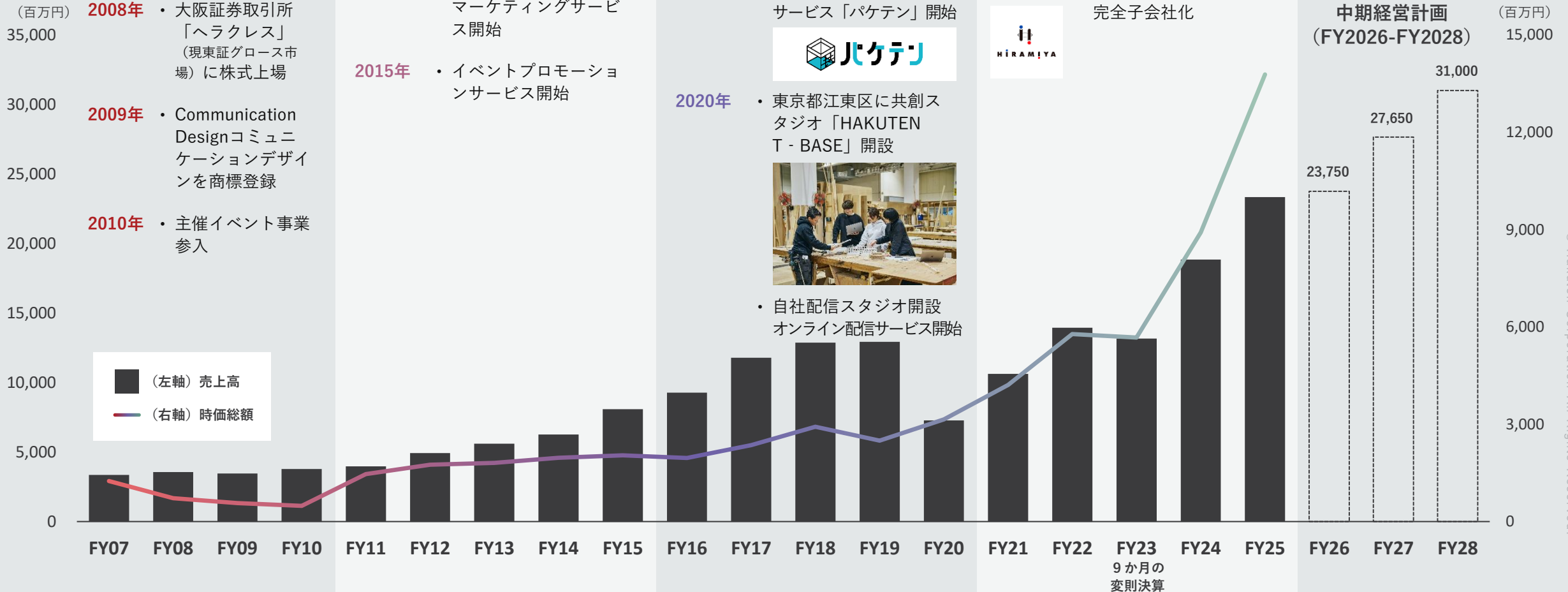
2021年 • 株式会社ニチナン完全子会社化

2023年 • Purposeの制定

2024年 • 株式会社ヒラミヤ完全子会社化

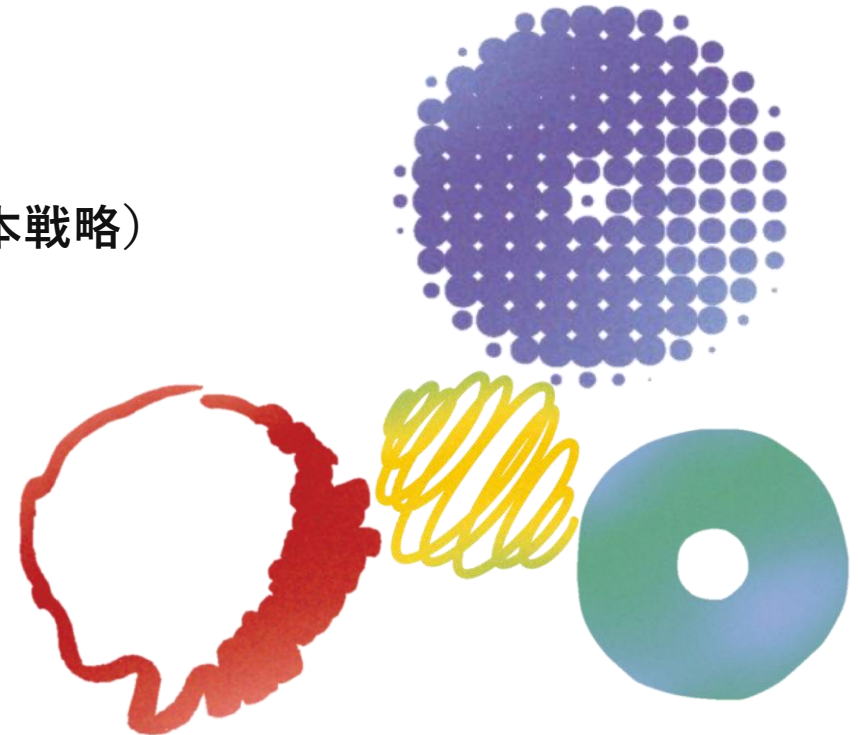


中期経営計画
(FY2026-FY2028) (百万円)



目次

- 01** — 2026年12月期 第2四半期業績ハイライト
- 02** — 2026年12月期 第2四半期業績
- 03** — 2026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.

2026年12月期 第2四半期
業績ハイライト



FY2026 2Q
連結業績

当第2四半期

売上高

6,301百万円
(前期比 +3.7%)

営業利益

830百万円
(前期比 △4.8%)

第2四半期累計

売上高

11,113百万円
(前期比 +7.7%)

営業利益

968百万円
(前期比 △17.1%)FY2026 2Q
主要経営指標

売上総利益

3,507百万円
(前期比 +2.9%)

受注高

12,518百万円
(前期比 +9.6%)

受注残高

9,087百万円
(前期比 +7.3%)

指名受注売上高

6,243百万円
(前期比 △1.9%)

既存顧客との継続取引を起点に支援領域を着実に拡大
展示会にとどまらない多面的な支援を通じ統合マーケティングパートナーとしての関係を深化



国際 建設・測量展 (CSPI2026) コマツブース



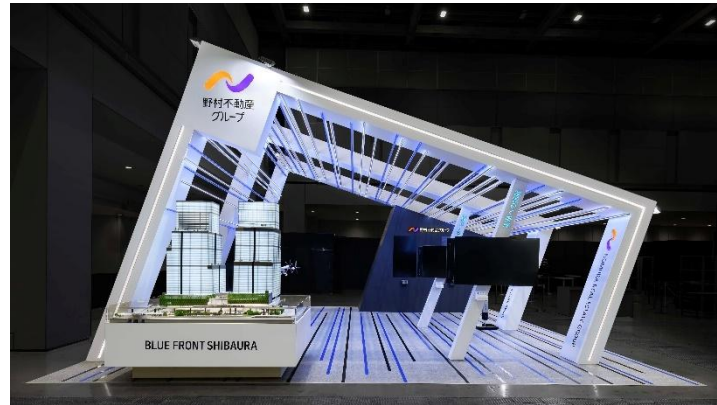
Milan Design Week 2026 -LEXUS



Mercedes-Benz STUDIO TOKYO



RICOH Value Presentation 2026



SusHi Tech Tokyo 2026 野村不動産グループブース



SPAWORLD キッズスペース「ゆったまり」

資源循環型イベント売上高は前年同期比で微減も案件数は増加
既存顧客からの継続的な引き合いを背景に実装拡大に向けた取り組みを継続

イベントへのサステナビリティ実装を推進

資源循環型イベント売上高・案件数

注) 当社が独自に作成した48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

金額単位：百万円 件数単位：件		1Q	2Q (累計)	3Q (累計)	4Q (累計)
FY2026 (当期)	売上高	1,841	5,874	—	—
	案件数	83	272	—	—
FY2025 (前期)	売上高	2,038	5,724	—	—
	案件数	85	257	—	—
増減額	(売上高)	△ 197	+ 150	—	—
増減率	(売上高)	△ 9.7%	+ 2.6%	—	—



クライアント：ヤマハ発動機株式会社

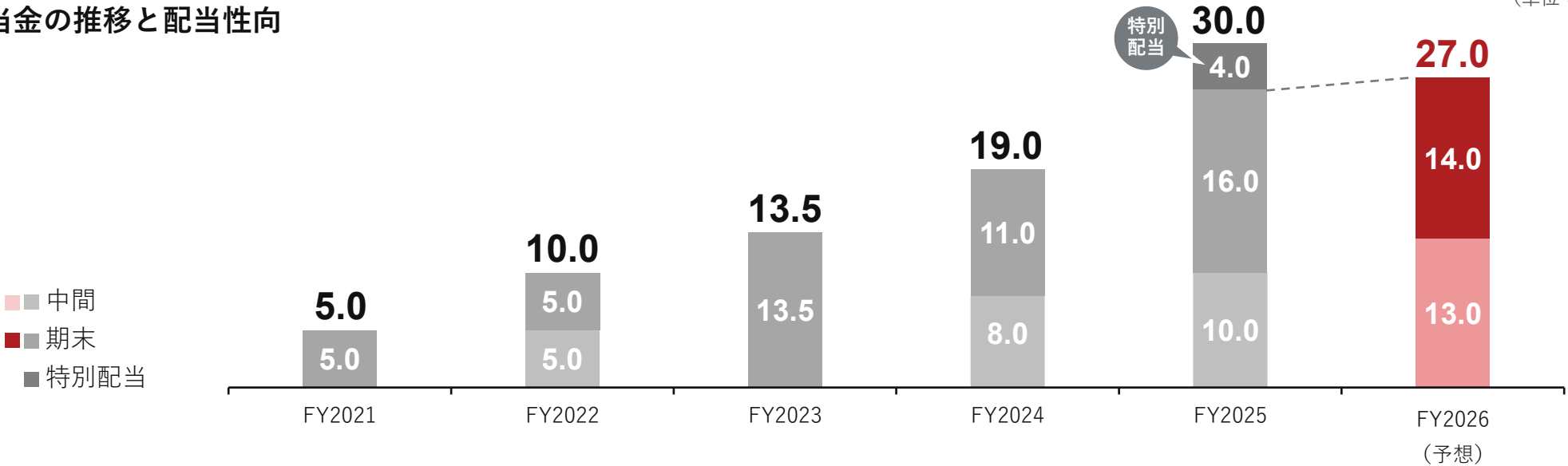
プロジェクト：[KIDS POOL COUCH / MATERIAL STOCK FURNITURE](#)

プールの製造工程で生まれたFRPの廃材を活用し、家具として再編集した

中間配当は1株当たり13.0円、年間27.0円の配当計画を堅持
年間配当性向30.0%を目標に安定的配当を継続

■ 配当金の推移と配当性向

(単位：円)



ROE	56.0%	29.6%	29.3%	33.3%	45.8%	—
EPS（円）	48.6	36.0	44.1	64.5	122.6	—
配当性向	10.3%	27.7%	30.6%	29.4%	21.2%（24.5%）	25.8%
配当総額（百万円）	78	157	214	302	415（479）	—

（ ）は特別配当を含む数値

※ FY2023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。
※ FY2025は、関西・大阪万博および世界陸上といったFY2025固有の要因により業績が大きく伸長したことを踏まえ、特別配当を実施。

株主優待の体験コンテンツとして自社工場開催の「HAKUTEN OPEN STUDIO」にご招待 体験創出プロセスやものづくりへの理解を深める機会を提供

株主優待

保有株式数	継続保有期間		
	6か月以上～1年未満	1年以上～3年未満	3年以上
100株以上 1,000株未満	JCBギフトカード1枚（1,000円分）	JCBギフトカード1枚（1,000円分）	JCBギフトカード1枚（1,000円分）
1,000株以上	JCBギフトカード1枚（1,000円分）	JCBギフトカード2枚（2,000円分） +「体験コンテンツ」ご招待（抽選）	JCBギフトカード3枚（3,000円分） +「体験コンテンツ」ご招待（抽選）

体験コンテンツ

HAKUTEN OPEN STUDIO（2026年12月）ご招待

抽選で20名様をご招待／詳細は、対象者へのお知らせの発送・IRサイトにてお知らせいたします

HAKUTEN OPEN STUDIO（HOS）とは

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2022年より実施し、2025年に初めて一般にも開放し、併せて、株主優待の体験コンテンツとして対象の株主の皆さまをご招待しました。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き、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。

※ HAKUTEN noteにてFY2025 体験コンテンツの様子をご紹介します。 https://note.com/hakuten_corp/n/n3f07455d4abd

H A K U T E N

02.

2026年12月期 第2四半期
業績



関西・大阪万博関連案件の反動減を吸収し2Q期間・累計ともに増収
2Q期間は売上総利益率が改善も累計営業利益は会計処理の変更や人材投資増の影響を受け減益

(単位：百万円)

	FY2025 2Q期間 (4-6月)	FY2026 2Q期間 (4-6月)	増減 (増減率)	FY2025 2Q累計 (1-6月)	FY2026 2Q累計 (1-6月)	増減 (増減率)
売上高	6,075	6,301	+226 (+3.7%)	10,314	11,113	+798 (+7.7%)
売上総利益	2,028	2,124	+96 (+4.8%)	3,408	3,507	+99 (+2.9%)
(売上総利益率)	33.3%	33.7%	+0.3P —	33.0%	31.6%	△1.5P —
営業利益	872	830	△42 (△4.8%)	1,168	968	△199 (△17.1%)
(営業利益率)	14.3%	13.2%	△1.2P —	11.3%	8.7%	△2.6P —
親会社株主に帰属 する四半期純利益	600	556	△43 (△7.3%)	793	658	△134 (△17.0%)
EPS (円)				50.9	41.9	△8.9 —
ROE (%)				21.5	12.7	△8.8P —

FY2026より賞与引当金に係る会計処理をグループ内で統一
従来4Qに計上していた費用を各四半期に按分計上、下表は前期までの会計処理による参考値

（単位：百万円）

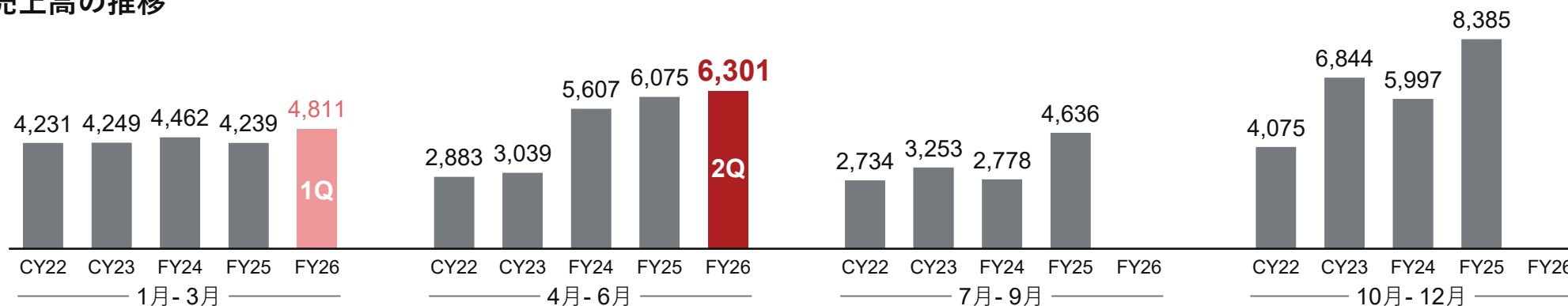
	FY2025 2Q期間 (4-6月)	FY2026 2Q期間 (4-6月)	増減 (増減率)	FY2025 2Q累計 (1-6月)	FY2026 2Q累計 (1-6月)	増減 (増減率)
売上高	6,075	6,301	+226 (+3.7%)	10,314	11,113	+798 (+7.7%)
売上総利益	2,028	2,157	+128 (+6.4%)	3,408	3,572	+164 (+4.8%)
(売上総利益率)	33.3%	34.2%	+0.8P —	33.0%	32.1%	△0.9P —
営業利益	872	913	+40 (+4.7%)	1,168	1,134	△33 (△2.9%)
(営業利益率)	14.3%	14.5%	+0.1P —	11.3%	10.2%	△1.1P —

注）売上総利益に与える影響額（2Q期間）：32百万円／（2Q累計）：64百万円、販管費に与える影響額（2Q期間）：50百万円／（2Q累計）：101百万円
本会計処理の変更は年間の費用総額に影響するものではなく、各四半期への計上時期の変更に伴い、第4四半期の費用負担は従来より減少

関西・大阪万博関連案件の反動を吸収し2Q売上高は増収
売上総利益率も前年同期比0.3ポイント改善

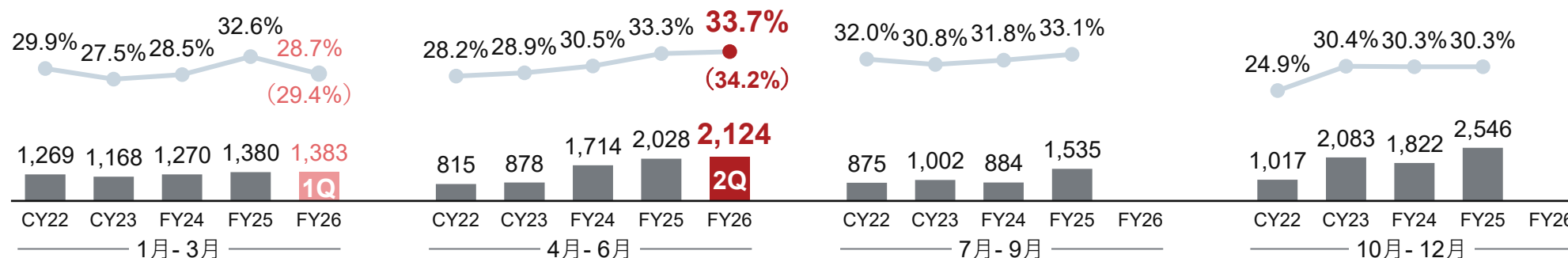
■ 売上高の推移

(単位：百万円)



■ 売上総利益／売上総利益率の推移

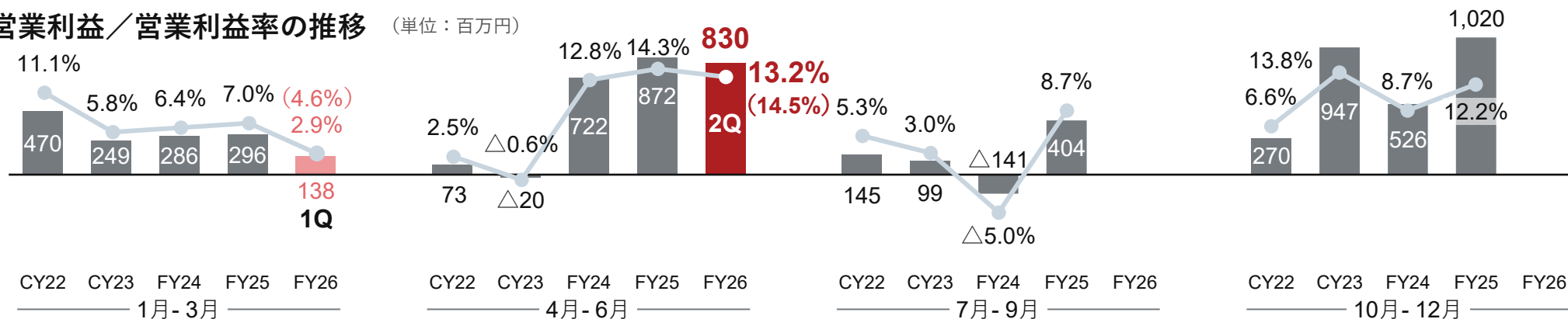
(単位：百万円)



注) FY26より、賞与引当金は四半期ごとに計上する会計処理に変更しグループで統一。()は前期までの会計処理による参考値。

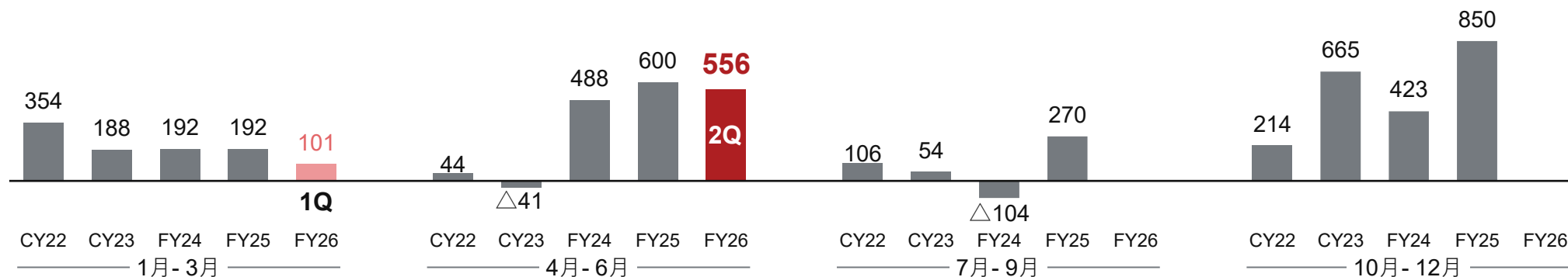
2Qは売上総利益率が改善も会計処理の変更や人材投資増が利益押し下げ要因に
営業利益・親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比で減少

■ 営業利益／営業利益率の推移 (単位：百万円)



■ 親会社株主に帰属する四半期純利益の推移

(単位：百万円)

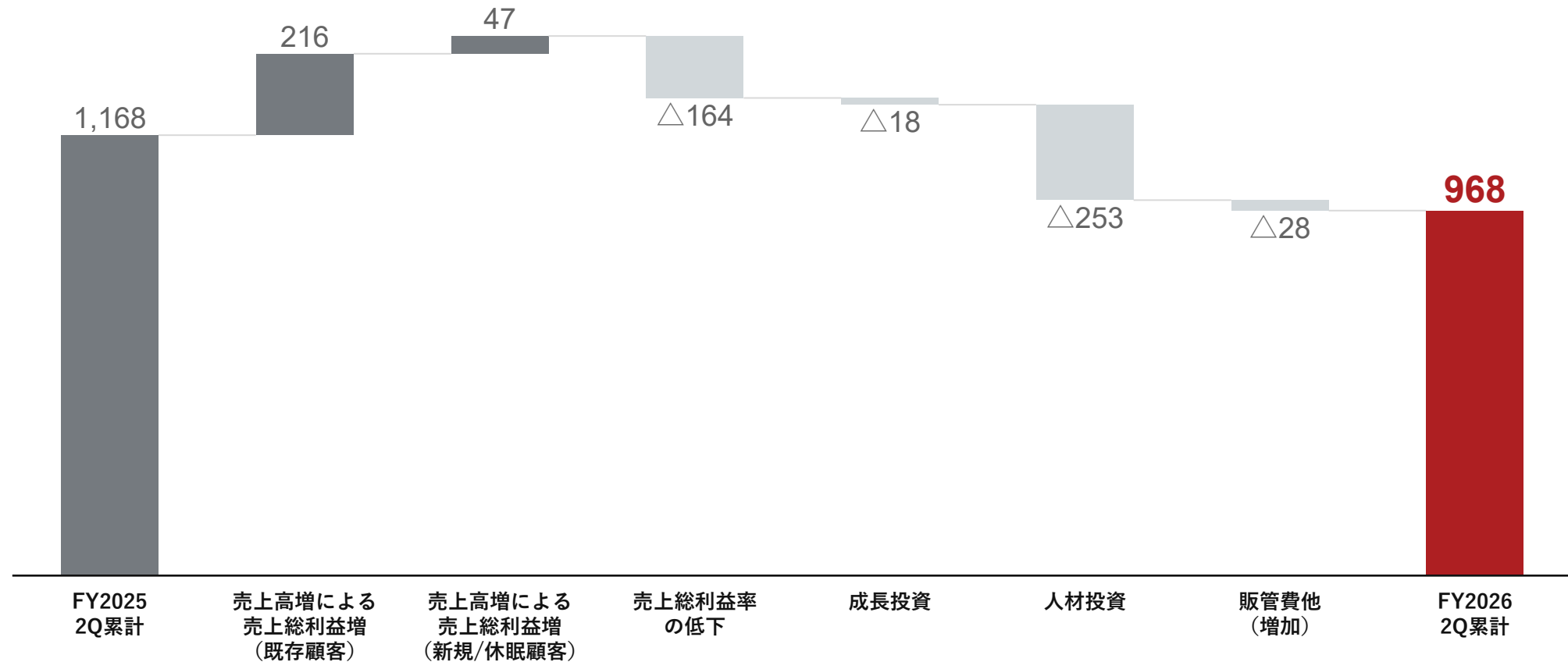


注) FY26より、賞与引当金は四半期ごとに計上する会計処理に変更しグループで統一。()は前期までの会計処理による参考値。

売上高増による売上総利益増が営業利益を押し上げる一方
売上総利益率低下や人材投資増等により営業利益は前年同期比で減少

■ 営業利益の増減要因

（単位：百万円）



B2Cを中心に売上高は伸長も、B2Bは前期大型案件の反動減により減収
B2C・中部／西日本では売上総利益率が低下し収益性改善が課題

(単位：百万円)

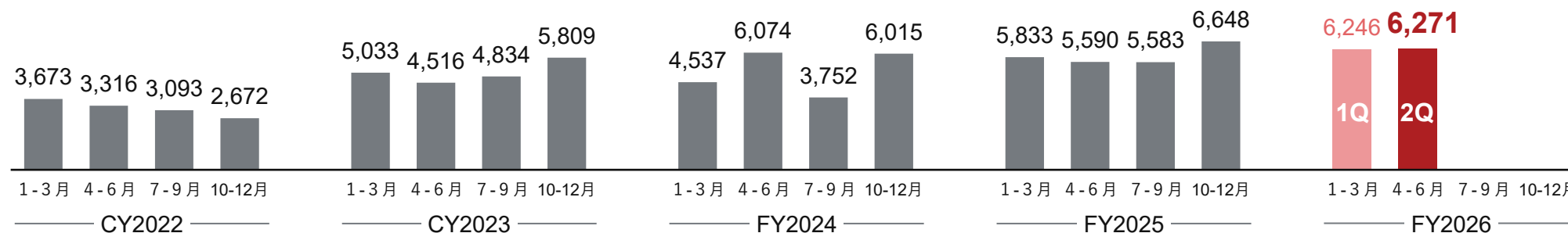
事業ユニット	期間比較						累計比較					
	売上高			売上総利益／売上総利益率			売上高			売上総利益／売上総利益率		
	FY25 2Q期間	FY26 2Q期間	増減	FY25 2Q期間	FY26 2Q期間	増減	FY25 2Q累計	FY26 2Q累計	増減	FY25 2Q累計	FY26 2Q累計	増減
仮設：イベントプロモーション												
首都圏・B2Bマーケティング事業	2,436	1,964	△471	737 30.2%	699 * 35.6%	△37 +5.3P	3,809	3,201	△607	1,173 30.8%	1,086 * 33.9%	△87 +3.1P
首都圏・B2Cマーケティング事業	1,838	2,208	+369	620 33.7%	646 * 29.2%	+26 △4.4P	3,127	3,929	+801	1,027 32.8%	1,065 * 27.1%	+37 △5.7P
中部／西日本事業	430	582	+152	141 32.9%	151 * 25.9%	+9 △6.9P	871	1,208	+337	276 31.7%	284 * 23.5%	+7 △8.2P
全 国・中小展示会事業	570	623	+52	164 28.8%	189 * 30.4%	+25 +1.5P	885	1,046	+161	255 28.8%	302 * 28.9%	+47 +0.1P
常設：商業空間環境												
商環境事業	311	378	+66	106 34.1%	112 * 29.7%	+6 △4.3P	746	783	+37	205 27.5%	228 * 29.1%	+22 +1.5P
その他												
その他事業／子会社 ※ 賞与引当金に係る会計処理の影響なし	486	544	+57	257 52.9%	324 59.6%	+66 +6.6P	874	943	+69	469 53.7%	540 57.3%	+71 +3.6P

(*) FY26より、賞与引当金は四半期ごとに計上する会計処理に変更しグループで統一。売上総利益率に与える影響（2Q期間）：△0.5ポイント / （2Q累計）：△0.6ポイント

受注高・受注残高はともに前年同期を上回り1Qに続き堅調に推移
通期計画達成には下期売上高につながるさらなる受注積み上げが必要

(単位：百万円)

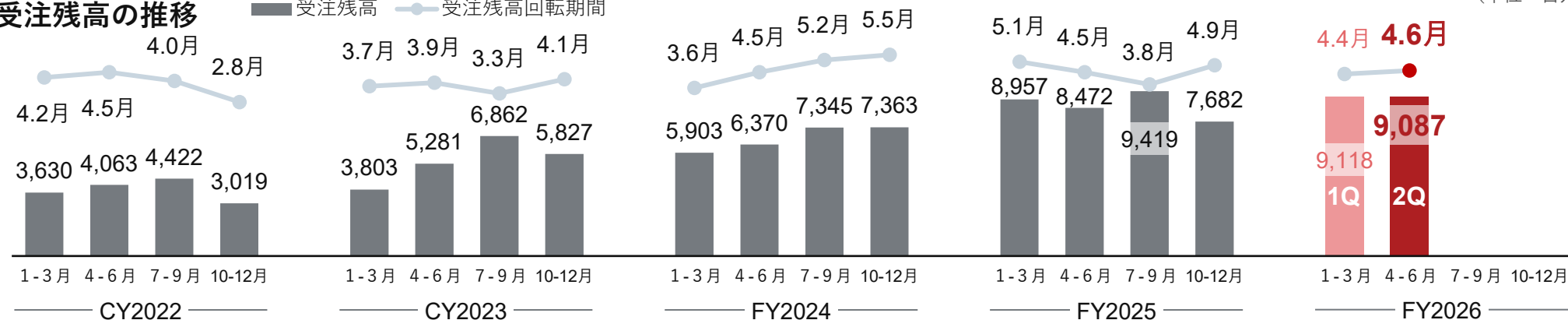
■ 受注高の推移



■ 受注残高の推移

■ 受注残高 ● 受注残高回転期間

(単位：百万円)

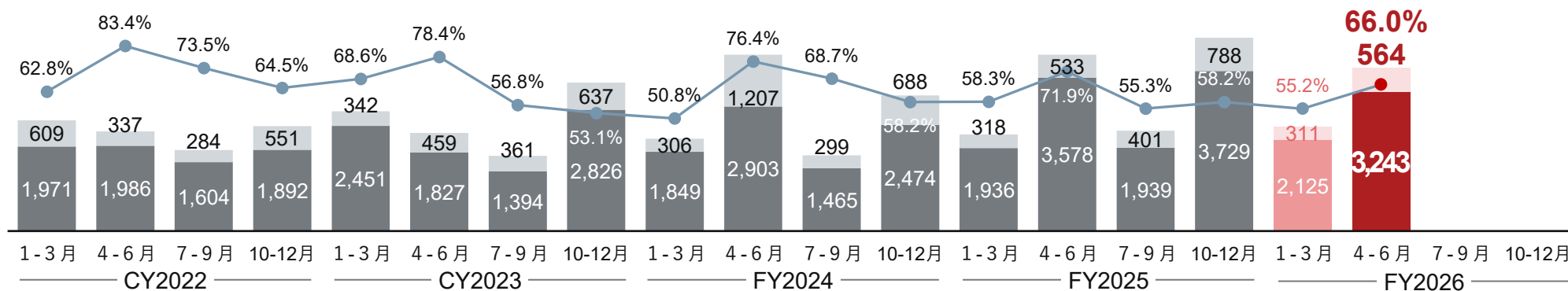


指名受注売上高は前年同期をやや下回るも一定水準を維持
案件数ベースの指名受注率は基準とする80%を上回り高水準で推移

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(全顧客)

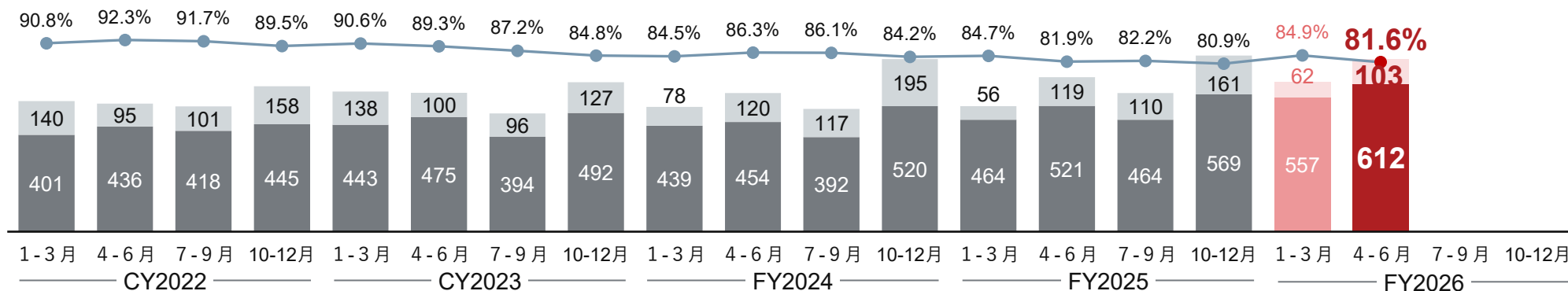
(単位：百万円)



指名受注件数

指名受注件数(新規/休眠) 指名受注件数(既存) 指名受注率(全顧客)

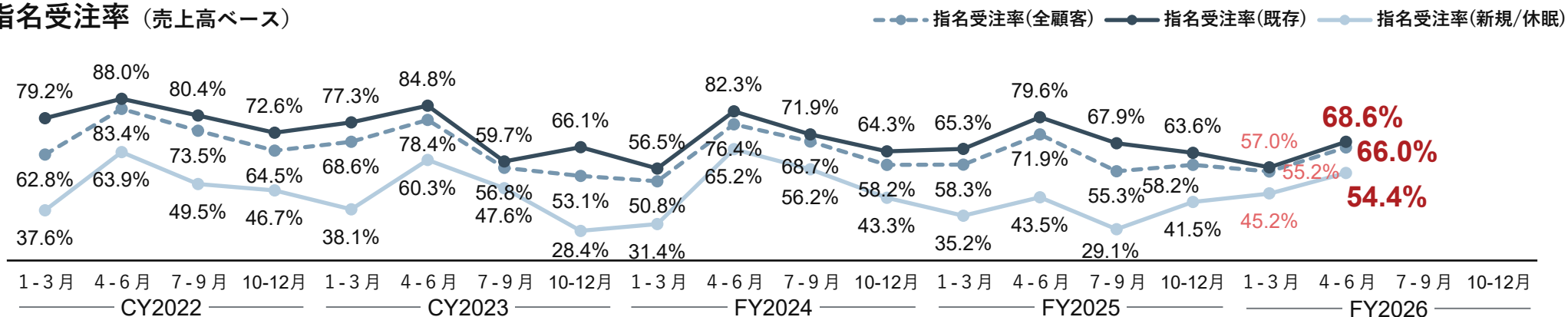
(単位：件)



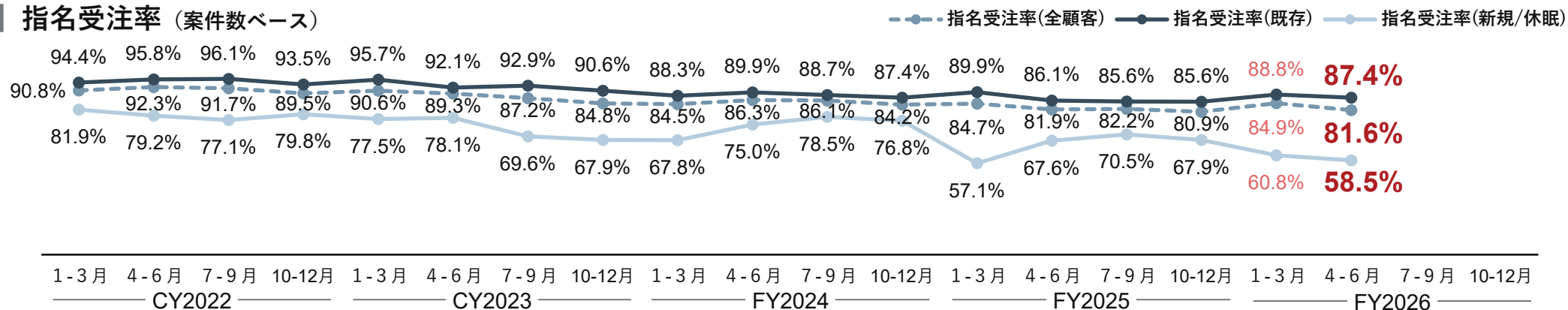
※ 新規（新規顧客）：新たにお取引が発生した顧客
※ 休眠（休眠顧客）：1年超お取引の無かった顧客

既存顧客の売上高ベース指名受注率は1Q比で大幅に改善
 既存顧客との継続的な関係を背景に案件数ベースの指名受注率は高水準で推移

指名受注率（売上高ベース）



指名受注率（案件数ベース）

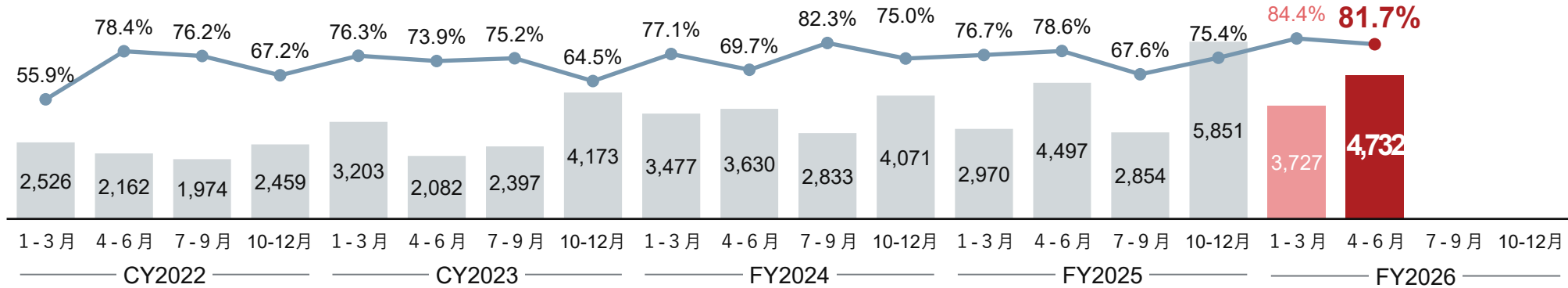


※ 新規（新規顧客）：新たにお取引が発生した顧客
 ※ 休眠（休眠顧客）：1年超お取引の無かった顧客

既存顧客との継続取引は堅調に推移 新規顧客相当の既存顧客への転換状況を可視化し安定収益基盤の拡大を推進

リポート売上高・リポート率

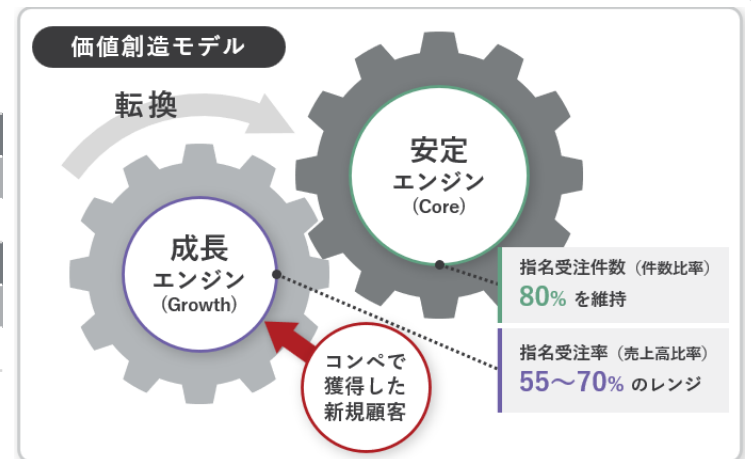
（単位：百万円）



新規顧客相当の既存顧客転換率^(*)（顧客数ベース）

FY2024 新規顧客相当 転換率	FY25 (1年後転換率)	FY2026 (2年後転換率)			
	通期：1-12月	1Q期間：1-3月	2Q累計：1-6月	3Q累計：1-9月	通期：1-12月
	41.3%	44.0%	46.7%	—	—
FY2025 新規顧客相当 転換率	FY2026 (1年後転換率)				
	1Q期間：1-3月	2Q累計：1-6月	3Q累計：1-9月	通期：1-12月	
	15.9%	29.1%	—	—	—

(*)過去2年間取引のなかった新規顧客相当が、その後1年または2年以内にどの程度既存顧客へ転換したかを示す指標。
早期転換状況（1年後転換率）に加え、当社案件サイクルを踏まえ、2年目までの累積転換状況（2年後転換率）を示す。



H A K U T E N

03.

2026年12月期
業績予想



売上高は中期経営計画の計画水準で推移
利益進捗を踏まえ通期計画達成に向け収益性改善を推進

■ 進捗状況

当期の進捗状況

(単位：百万円)

	FY2026 計画	FY2026 実績	進捗率
売上高	23,750	11,113	46.8%
営業利益	2,248	968	43.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,638	658	40.2%

中期経営計画（3か年）

(単位：百万円)

	FY2026 計画	FY2027 計画	FY2028 計画
売上高	23,750	27,650	31,000
営業利益	2,248	2,635	3,000
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,638	1,855	2,080

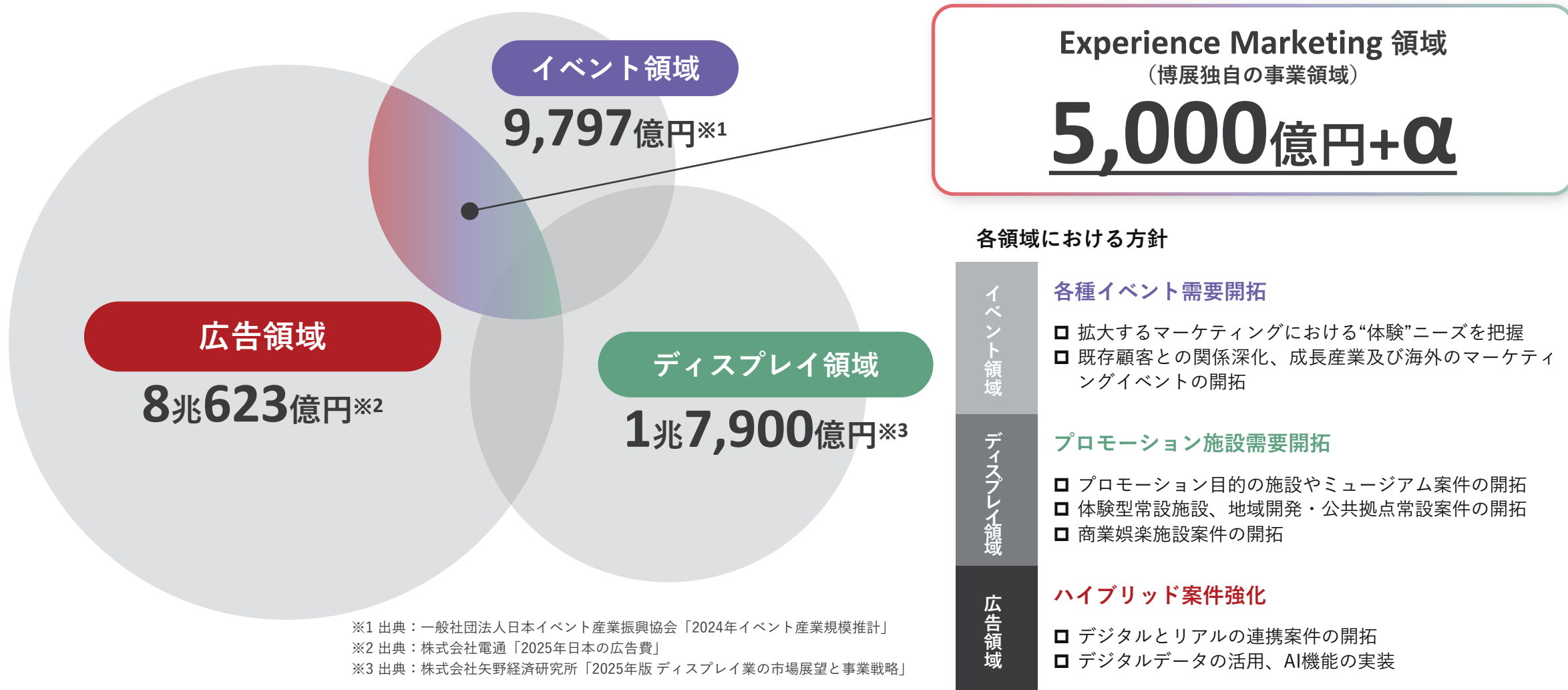
H A K U T E N

04.

博展の基本戦略 (中期3か年計画基本戦略)

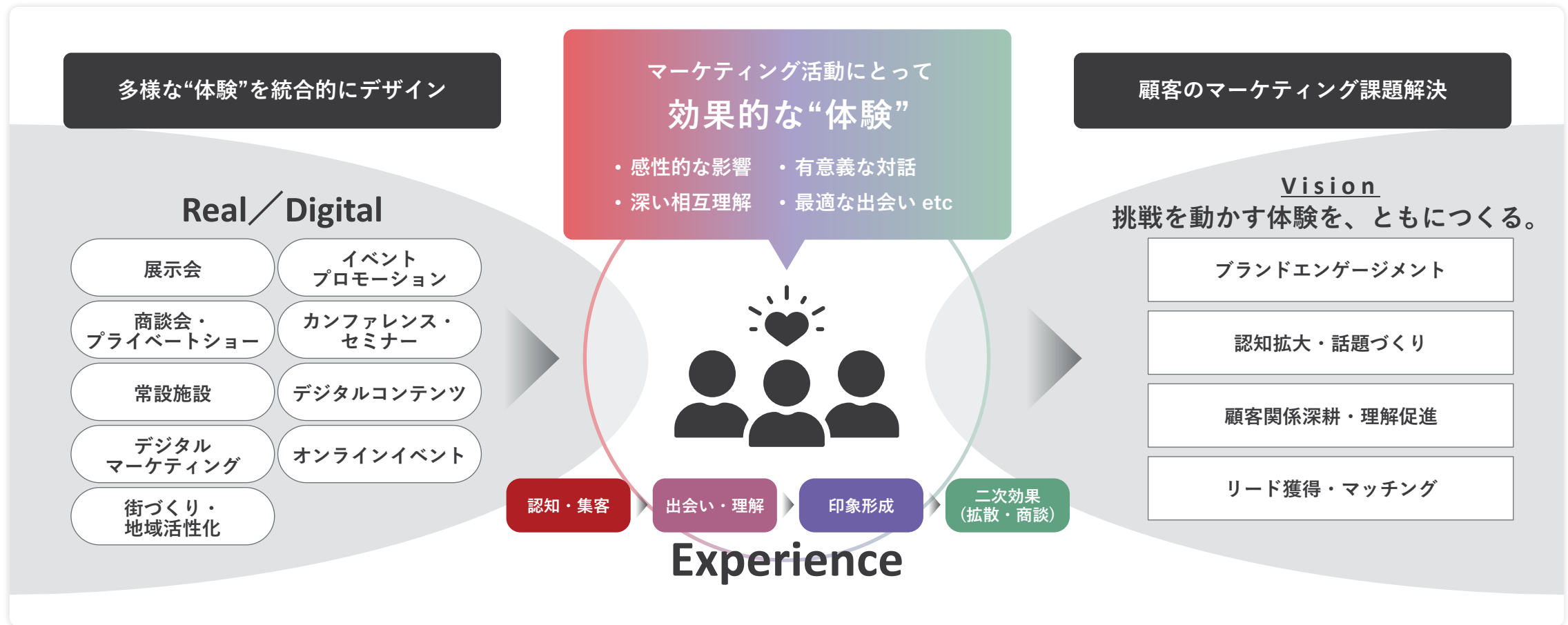


イベント・ディスプレイ・広告の3領域にまたがる独自の事業ドメインをExperience Marketing 領域と定義し、人と社会がココロを通わせる“体験”をデザインする事業を展開

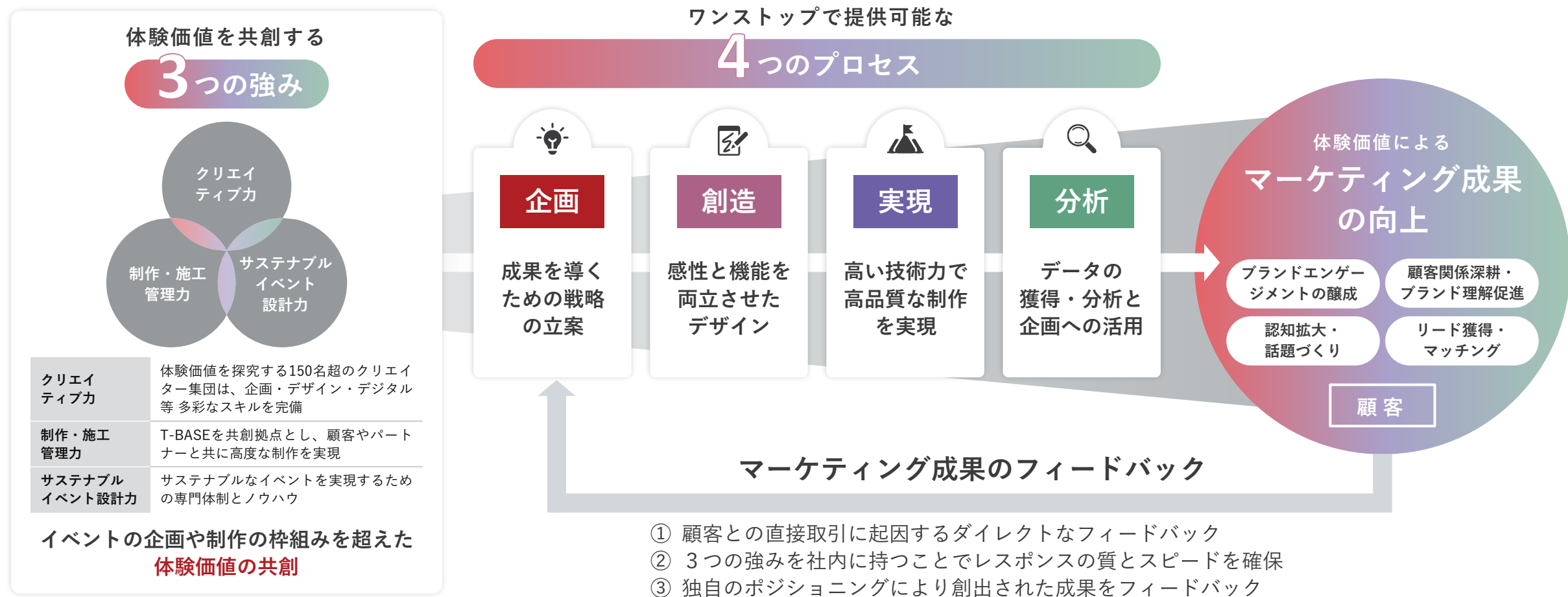


Experience Marketing

“体験”を統合的にデザインし、顧客のマーケティング成果の向上に貢献



3つの強みと4つのプロセスによるマーケティング成果の向上
企画から分析までをワンストップで提供することで、体験価値によるマーケティング成果の向上を図る

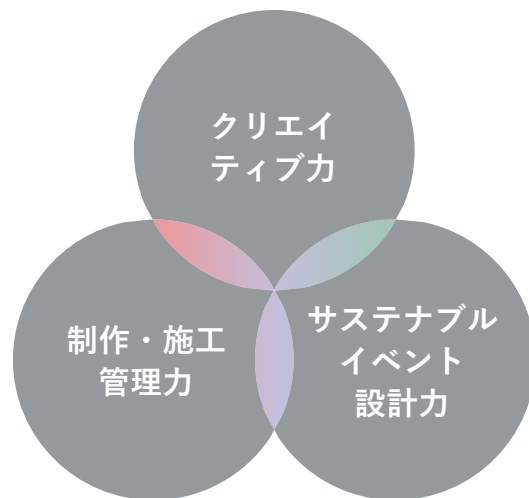


事業カテゴリーごとに3つの強みを一体化させ、各ユニットの専門性によって提供価値を磨くことで、顧客の様々な課題に実効性の高いソリューションで応え、市場シェア拡大を目指す戦略

事業ユニット

体験価値を共創する

3つの強み



事業カテゴリーごとに3つの強みを有する事業ユニットを設計。顧客及び顧客が属するマーケットの特徴を的確に捉えた提案を実現。

事業カテゴリー

	首都圏・B2Bマーケティング事業	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マーケティング事業	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／西日本事業	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・中小展示会事業	全国の中小規模展示会出展に特化した仮設空間事業
	商環境事業	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

提供価値の強化・経営基盤の刷新・非連続成長の追求を軸に、11の施策を推進。データ活用と仕組化を通じてビジネスモデルを進化させ、投資と株主還元のバランスを維持しながら企業価値の向上を実現する。

戦略アジェンダⅠ

提供価値の強化

再現性ある収益モデルの確立

データ活用と標準化に基づいた高収益・再現型モデルへの転換を図ることで、クリエイティビティを利益に変える構造を構築。

01 データによる体験価値の高度化

02 サステナビリティの標準実装

03 生産体制の強化

04 購買プロセスの最適化

重要成果指標

営業利益の向上

コンペ
勝率向上

工期・工数
短縮

調達コスト
削減

営業利益の
拡大

戦略アジェンダⅡ

経営基盤の刷新

持続的な価値創造の土台構築

「理に情を添える」組織運営により、データ経営とプロフェッショナルな個の成長を同期させ、持続的な価値創造の土台を構築。

05 経営管理体制の再構築

06 「個」を支える人事基盤の刷新

07 組織基盤の構築

08 ブランディングの強化

重要成果指標

一人当たり付加価値の向上

迅速な
意思決定

中核層の
定着

ブランド
価値向上

一人当たり
付加価値
の向上

戦略アジェンダⅢ

非連続成長の追求

新たな収益エンジンの獲得

既存の枠組みを超え、新しい成長を追求。IP領域への進出や共創、海外展開、M&A・提携により、市場領域を拡張。

09 toC領域の新たな価値創出

10 海外展開に向けた具体的検討

11 M&A・資本提携・業務提携

重要成果指標

売上高CAGRの維持・加速

価値創造
モデル

新たな需要
捕捉

M&A・
資本提携等

売上高CAGR
の維持・加速

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/>