

2025年12月期 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12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

820社超
(2025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)586名
(2025年12月末時点)

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 業績ハイライト

02 — 2025年12月期 業績

03 — 2026年12月期 業績予想

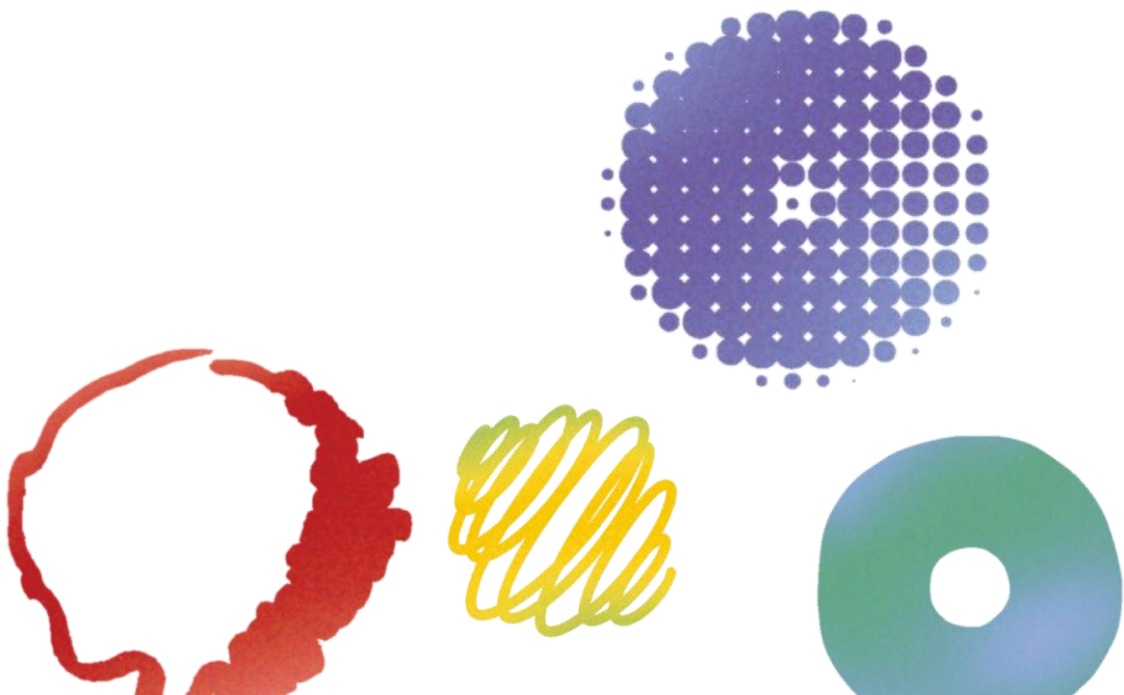
04 — 博展の基本戦略



H A K U T E N

01.

2025年12月期
業績ハイライト



FY2025
連結業績

当第4四半期

売上高

8,385百万円

(前期比 +39.8%)

営業利益

1,020百万円

(前期比 +93.7%)

通期

売上高

23,336百万円

(前期比 +23.8%)

営業利益

2,592百万円

(前期比 +86.0%)

FY2025
主要経営指標

売上総利益(累)

7,490百万円

(前期比 +31.6%)

受注高(累)

23,655百万円

(前期比 +16.1%)

受注残高

7,682百万円

(前期比 +4.3%)

指名受注売上高(累)

13,222百万円

(前期比 +18.1%)

FY2025
主要財務指標

EPS

122.6円

PBR

2.6倍

配当性向(特別配当を含む)

24.5%

時価総額

13,779百万円

自己資本比率

49.1%

フリーCF

2,651百万円

Japan Mobility Show 2025を中心に大規模案件において 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



Japan Mobility Show 2025



Japan Mobility Show 2025



JAPAN FURNITURE SHOW by IFFT 2025



SHUNHUA CHENZHOU 体験工場



暗闇婚礼 蠹一族お化け屋敷



HERBIS PLAZA ENT CHRISTMAS

資源循環に配慮した「資源循環型イベント」の受注が倍増、利益にも貢献
CEATECにて“サステナビリティと創造性に優れたブース”を受賞

イベントへのサステナブルの実装を推進

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 4Q累計 | FY2025 4Q累計 | 増減 (増減率) | |
|----------|----------------|----------------|-------------|---------|
| 売上高 | 6,382 | 12,894 | +6,512 | +102.0% |
| 案件数 | 179 | 475 | +296 | +165.4% |



シャープ株式会社 / CEATEC 2025

CEATEC 2025「エコ&デザインチャレンジ」にて優秀賞を受賞

軽量・コンパクトに収納できる新素材を採用し、デザイン性と環境性を両立

中期経営計画は全期間で計画を達成
FY2025は計画を大きく上回り、売上・利益ともに過去最高を更新

中期経営計画（3か年） ※2023年5月25日発表

（単位：百万円）

| | FY2023 計画 (実績) | FY2024 計画 (実績) | FY2025 計画 (実績) |
|-------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 売上高 | 11,000 (13,136) | 17,000 (18,845) | 19,000 (23,336) |
| 営業利益 | 400 (1,027) | 1,200 (1,393) | 1,400 (2,592) |
| 当期純利益 | 250 (678) | 820 (999) | 980 (1,913) |

※ 9か月の
変則決算

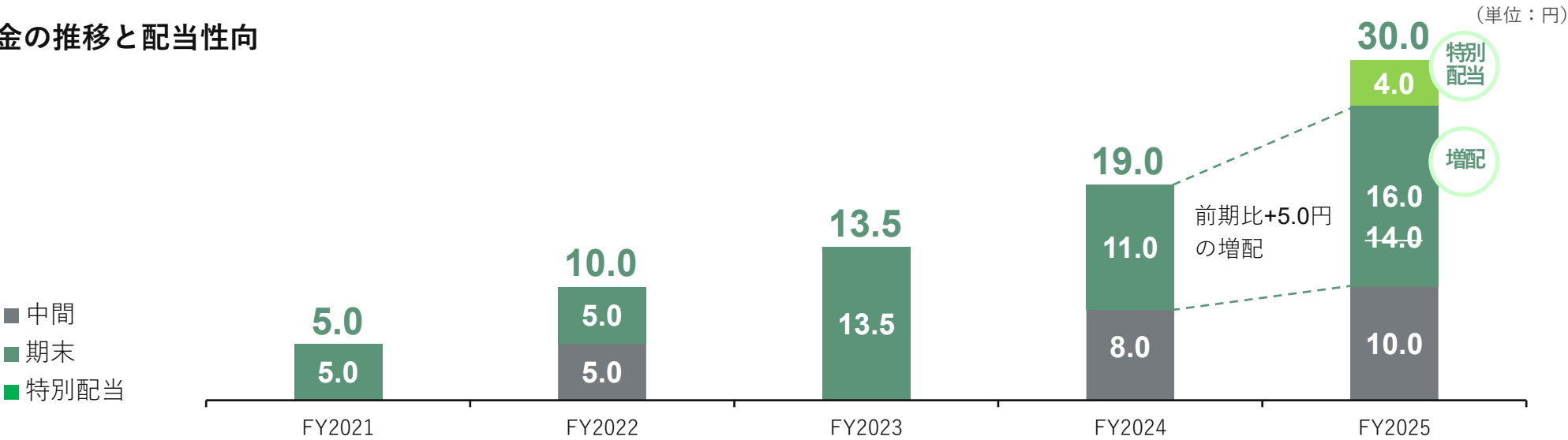
FY2025における過去最高益達成要因

- ① 体験価値が評価され、指名受注が堅調に推移
当社グループが磨いてきた“体験価値”が評価され、指名受注売上高が堅調に推移。価格競争に依らない受注の積み上げが収益性の向上に寄与しました。
- ② 受注・進行段階における案件採算管理の徹底
受注から進行・納品段階に至るまで継続的に採算管理を実施することで、収益改善余地を適時に把握。売上拡大と同時に利益を改善し、計画の大幅達成につながりました。
- ③ 堅調な子会社業績が当期のグループ業績に寄与
子会社における堅調な業績推移が連結業績に大きく寄与。当期固有の特需要因も含め、連結ベースの利益水準を大きく押し上げ、過去最高益の達成を後押ししました。

期末16.0円（直近の配当予想から+2.0円）に特別配当4.0円を加え、年間30.0円を計画(*)
「年間配当性向30.0%」を目標に安定配当と将来の投資戦略の両立を図る

(*)「剰余金の配当（期末配当）に関するお知らせ」2026年2月16日発表

■ 配当金の推移と配当性向



| | | | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|--------------|
| 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%） |
| 配当総額（百万円） | 78 | 157 | 214 | 302 | 415（479） |

※（ ）は特別配当を含む

※ 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11月14日公表値から+2.0円の増配となります（特別配当を含まず）。
※ 当期は、関西・大阪万博および世界陸上といった当期固有の要因により業績が大きく伸長したことを踏まえ、特別配当により株主還元します。

2025年10月に優待金額を増額^(*)、体験コンテンツを初開催
株主還元を通じて株主の皆さまとの関係拡大を図る

^(*)「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

| 株主優待 | 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 | 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 | JCBギフトカード3枚（3,000円分） |

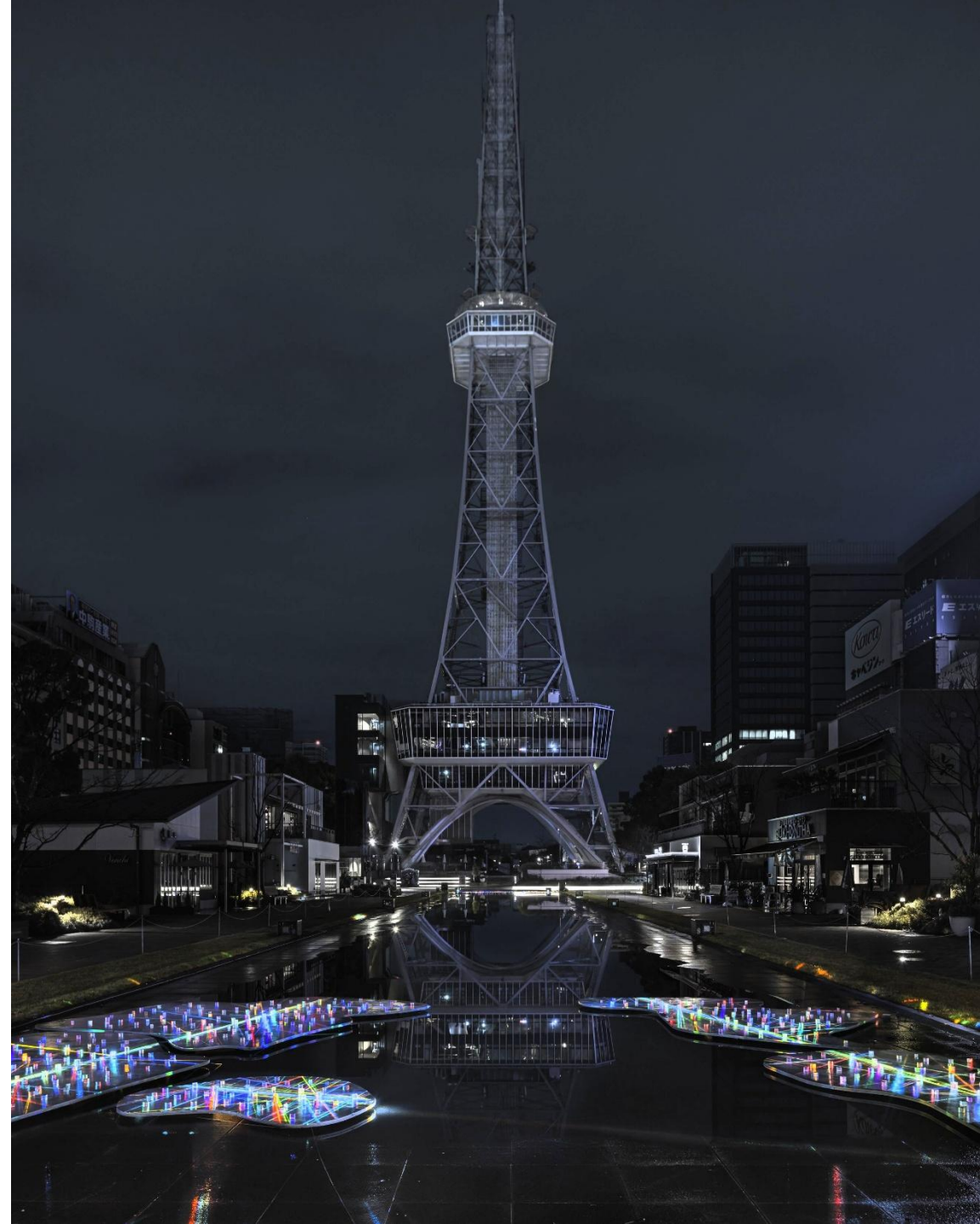
体験コンテンツ HAKUTEN OPEN STUDIO ツアー実施（2025年12月10日・13日に開催）

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、当社のもので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. 「体験コンテンツ」の今後の予定
- 個人投資家向け勉強会などを通じて、当社工場の見学をご希望される声を多数いただきました。こうしたご要望にお応えし、HOSツアーを開催いたしました。今後も、皆様のご要望を反映しながら、当社の魅力を感じていただける「体験コンテンツ」をご用意いたします。

H A K U T E N

02.

2025年12月期
業績



JMSや10月-12月開催のイベント需要の取り込みに加え子会社業績も堅調に推移

4Q期間で過去最高の売上高・利益で着地

注) JMS：Japan Mobility Show 2025

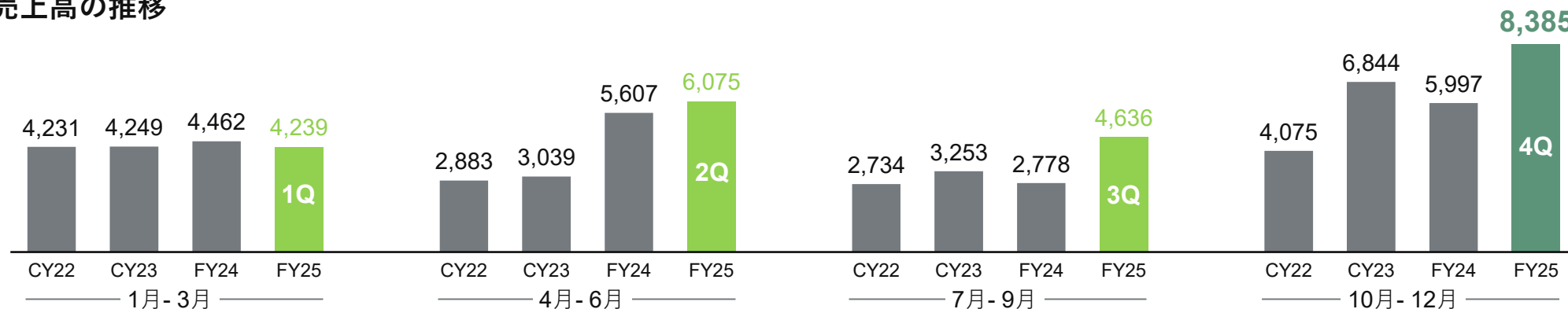
(単位：百万円)

| | FY2024 4Q期間 (10-12月) | FY2025 4Q期間 (10-12月) | 増減 (増減率) | FY2024 累計 (1-12月) | FY2025 累計 (1-12月) | 増減 (増減率) |
|----------|----------------------------|----------------------------|-----------------|-------------------------|-------------------------|-----------------|
| 売上高 | 5,997 | 8,385 | +2,387 (+39.8%) | 18,845 | 23,336 | +4,490 (+23.8%) |
| 売上総利益 | 1,822 | 2,546 | +723 (+39.7%) | 5,693 | 7,490 | +1,797 (+31.6%) |
| (売上総利益率) | 30.3% | 30.3% | ▲0.0P — | 30.2% | 32.1% | +1.9P — |
| 営業利益 | 526 | 1,020 | +493 (+93.7%) | 1,393 | 2,592 | +1,199 (+86.0%) |
| (営業利益率) | 8.7% | 12.2% | +3.3P — | 7.4% | 11.1% | +3.7P — |
| 当期純利益 | 423 | 850 | +427 (+100.9%) | 999 | 1,913 | +914 (+91.6%) |
| EPS (円) | | | | 64.5 | 122.6 | +58.1 — |
| ROE (%) | | | | 33.3 | 45.8 | +12.5P — |

4Q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

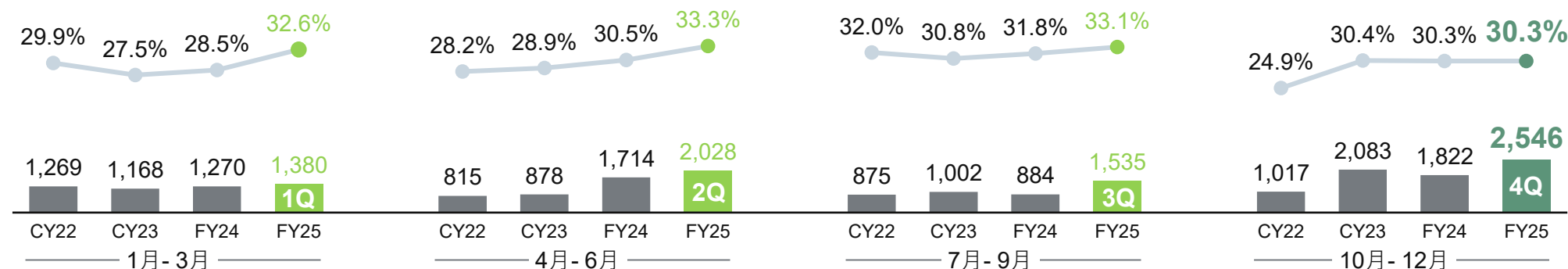
売上高の推移

(単位：百万円)



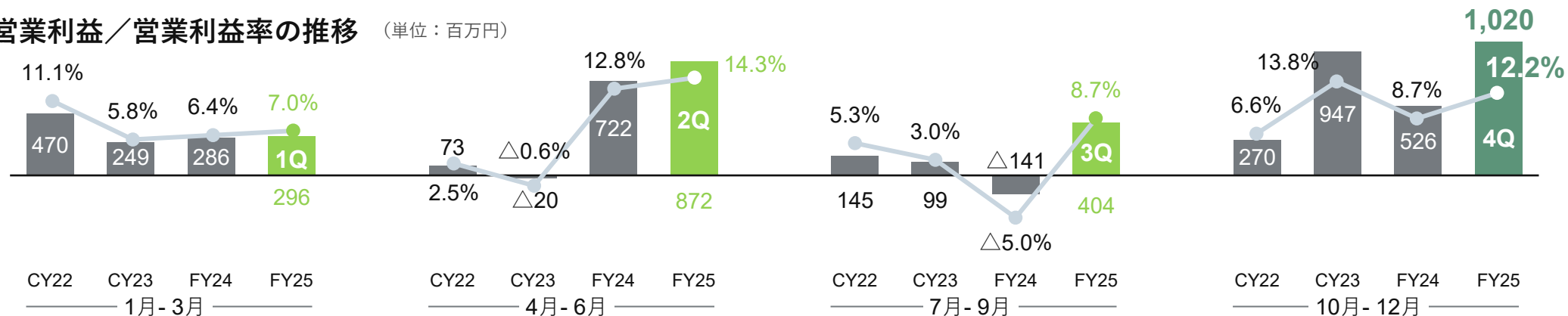
売上総利益／売上総利益率の推移

(単位：百万円)



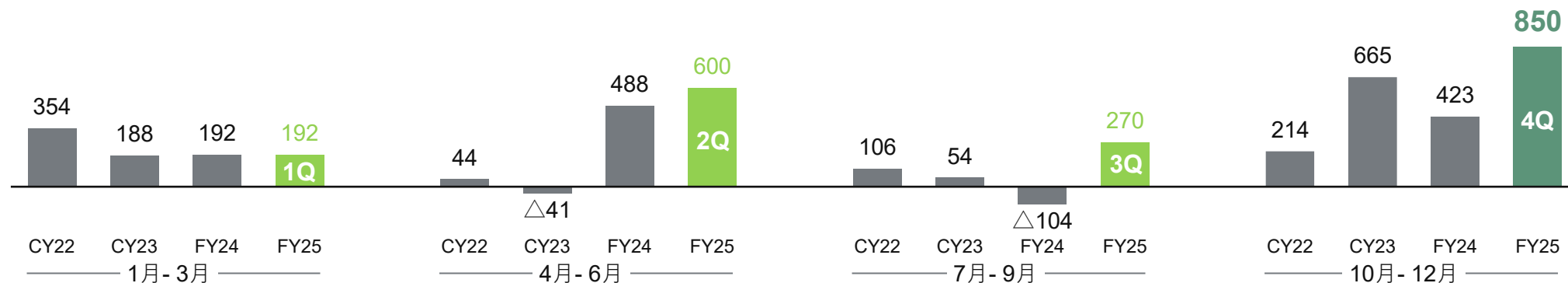
4Q期間での売上総利益が過去最高となったことに加え、販管費の適正運用が寄与したことで
営業利益・当期純利益ともに過去最高で着地

■ 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

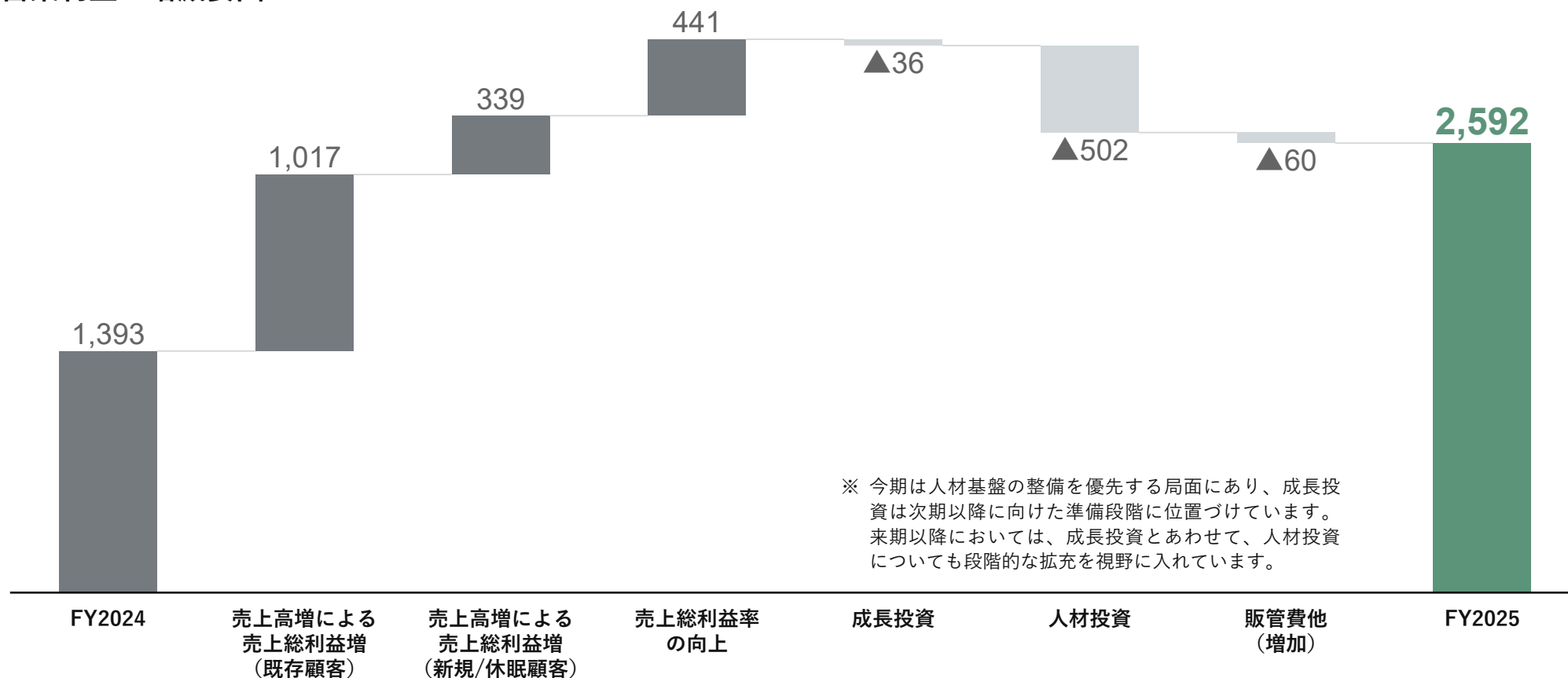
(単位：百万円)



人材投資は継続するも成長投資は限定的な実施にとどまる
売上高の伸長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）



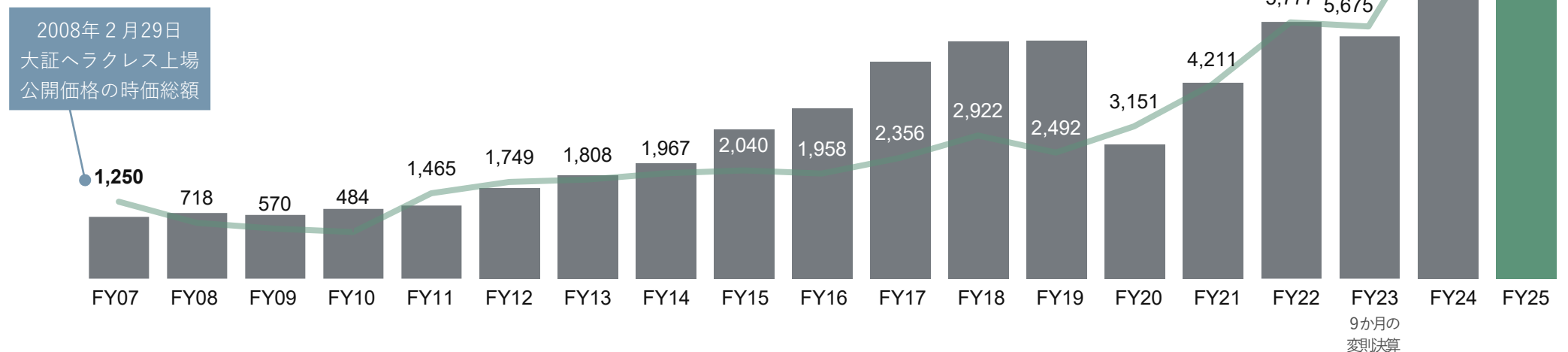
時価総額は、コロナ禍前の低迷期を抜け堅調に推移
前期末比+4,866百万円となり時価総額130億円を超える

売上高・期末時価総額

(単位：百万円)

折線グラフ：時価総額

棒グラフ：売上高



全事業ユニットにおいて増収増益を達成
子会社の収益がグループ業績に寄与、M&A戦略の成果が顕在化

(単位：百万円)

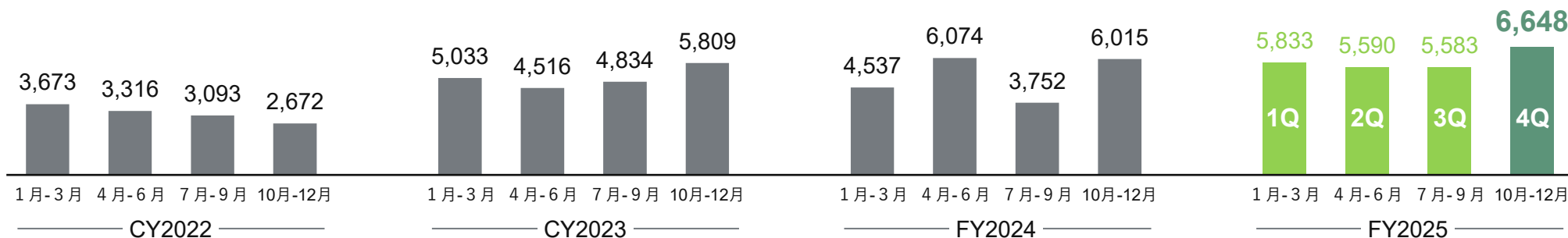
| 事業ユニット | 期間比較 | | | | | | 累計比較 | | | | | |
|---------------------------------------|----------------|----------------|--------|----------------|----------------|---------------|--------------|--------------|--------|----------------|----------------|---------------|
| | 売上高 | | | 売上総利益／売上総利益率 | | | 売上高 | | | 売上総利益／売上総利益率 | | |
| | FY2024 4Q期間 | FY2025 4Q期間 | 増減 | FY2024 4Q期間 | FY2025 4Q期間 | 増減 | FY2024 累計 | FY2025 累計 | 増減 | FY2024 累計 | FY2025 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 | 1,980 | 2,735 | +754 | 603 30.5% | 851 31.1% | +248 +0.7P | 7,245 | 7,739 | +494 | 2,196 30.3% | 2,441 31.6% | +245 +1.2P |
| 首都圏・B2Cマーケティング事業 ▶ FY2024は商環境事業を含む | 1,848 | 3,158 | +1,310 | 477 25.9% | 858 27.2% | +380 +1.3P | 5,884 | 8,095 | +2,211 | 1,582 26.9% | 2,461 30.4% | +878 +3.5P |
| 中部／西日本事業 | 911 | 973 | +61 | 272 29.9% | 288 29.7% | +16 ▲0.2P | 2,076 | 2,308 | +232 | 585 28.2% | 704 30.5% | +119 +2.3P |
| 全 国・中小展示会事業 | 524 | 636 | +111 | 142 27.1% | 158 24.9% | +16 ▲2.2P | 1,425 | 2,124 | +698 | 381 26.8% | 592 27.9% | +210 +1.1P |
| 常設：商業空間環境 | | | | | | | | | | | | |
| 商環境事業 ▶ FY2025より新設 | 138 | 256 | +117 | 45 32.8% | 54 21.3% | +8 ▲11.6P | 763 | 1,158 | +395 | 226 29.7% | 314 27.1% | +87 ▲2.6P |
| その他 | | | | | | | | | | | | |
| その他事業／子会社 | 592 | 625 | +32 | 281 47.4% | 334 53.5% | +53 +6.1P | 1,450 | 1,909 | +458 | 720 49.7% | 976 51.1% | +256 +1.5P |

※ 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。

年間を通じて安定した受注推移を達成
 期末受注残高は過去最高となり、次期初動を支える水準を確保

■ 受注高の推移

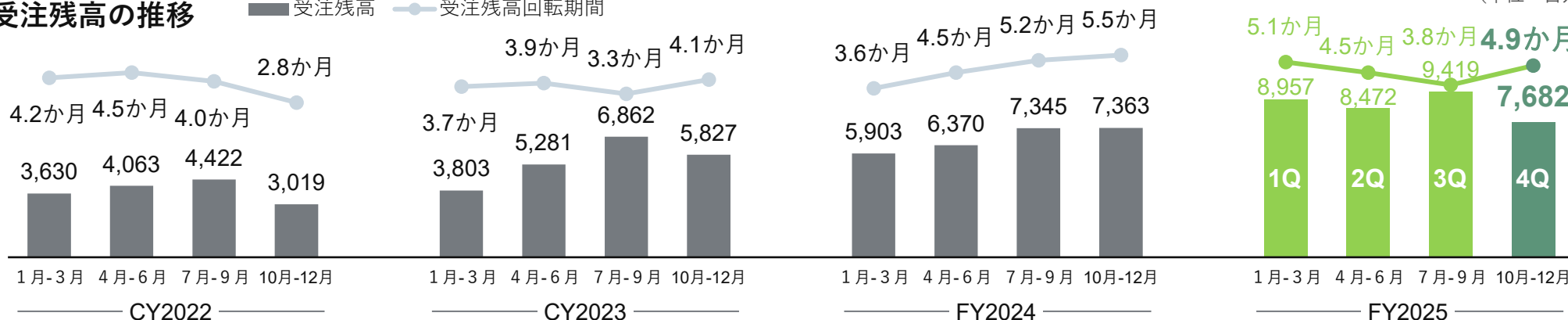
(単位：百万円)



■ 受注残高の推移

■ 受注残高 ● 受注残高回転期間

(単位：百万円)

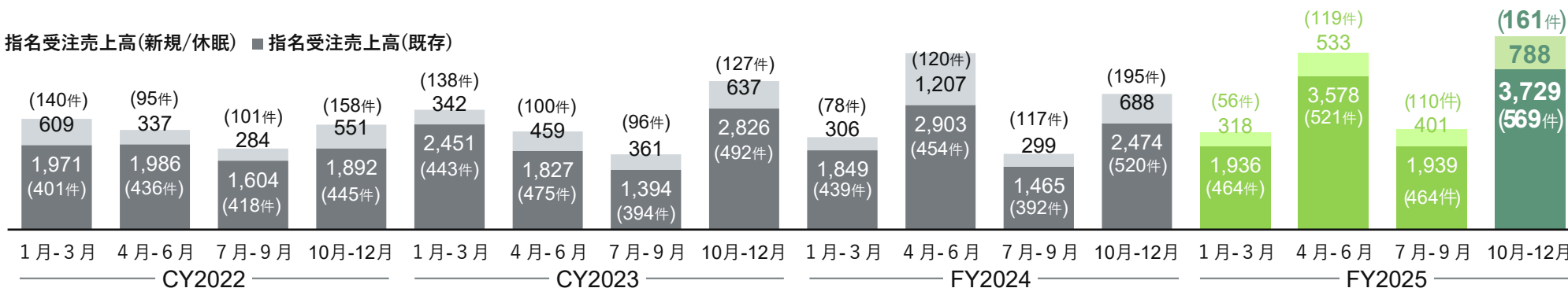


新規/休眠顧客を中心に指名受注率が回復し収益性が改善
 新規/休眠顧客・既存顧客双方への取り組みを並行して推進

（単位：百万円）

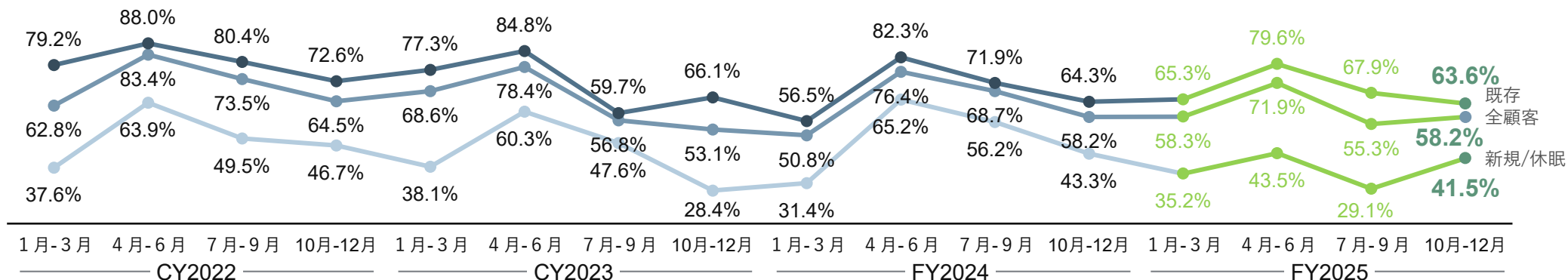
指名受注売上高

■ 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

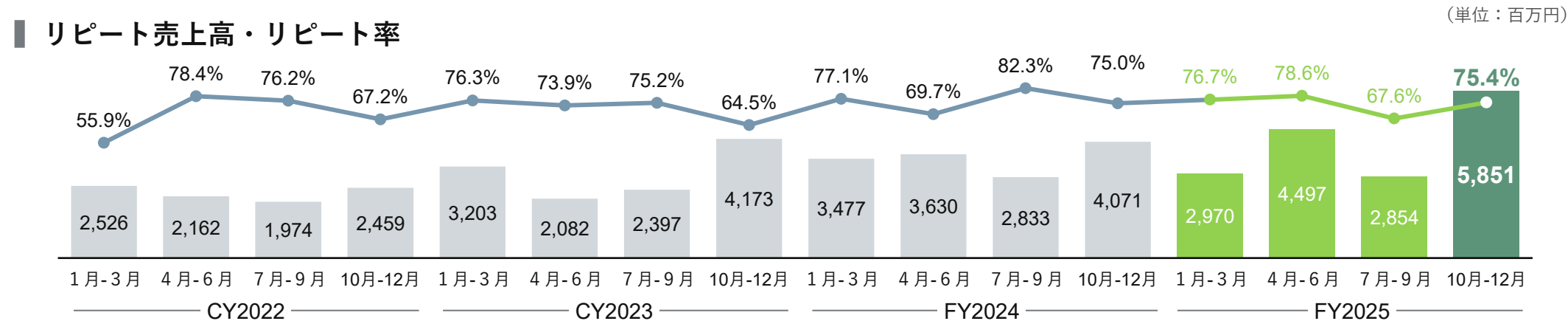
● 指名受注率(全顧客) ● 指名受注率(既存) ● 指名受注率(新規/休眠)



※ 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

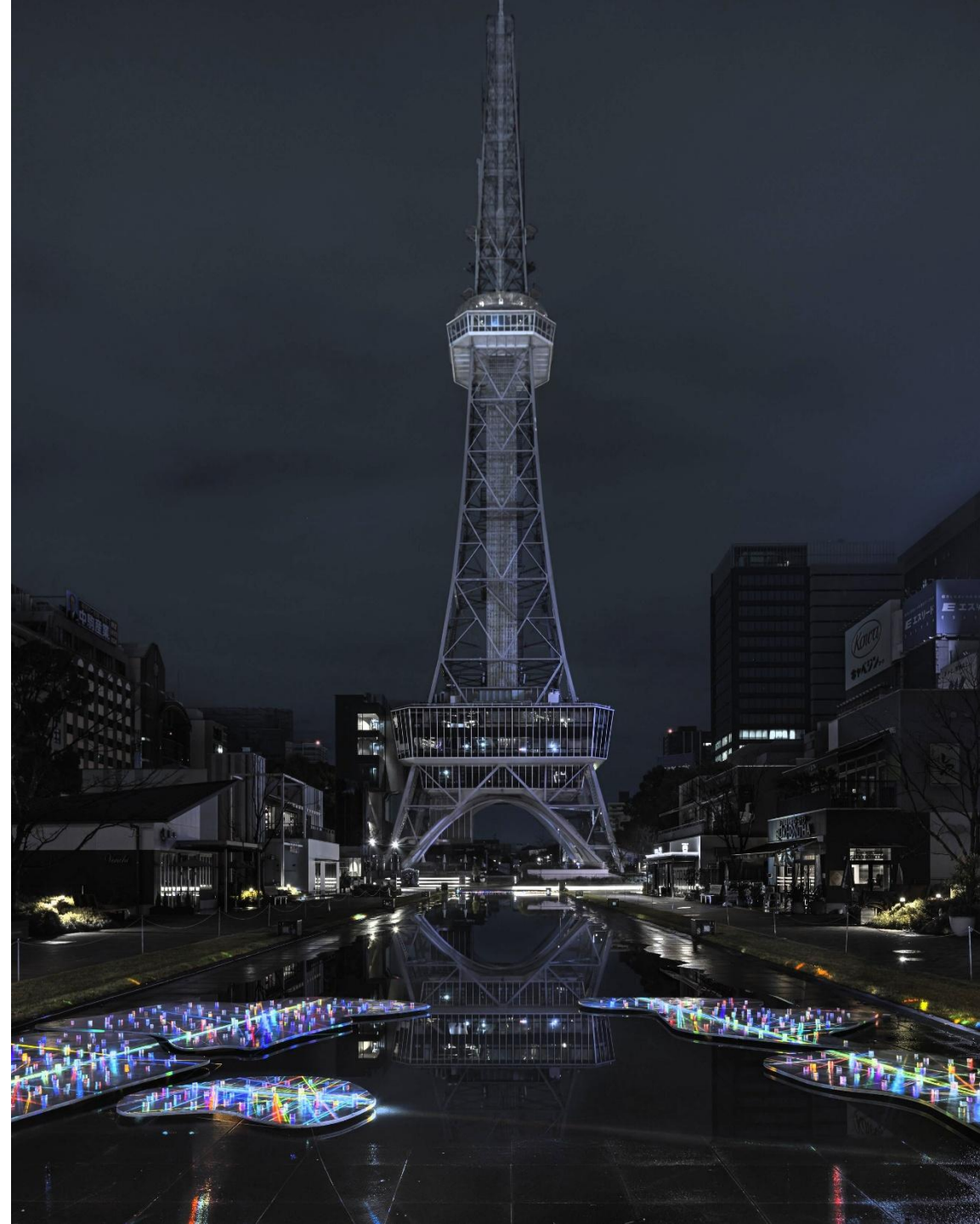
既存顧客との関係深化が収益拡大局面でも機能
リピート売上高の増加とリピート率の回復が継続



H A K U T E N

03.

2026年12月期
業績予想



中期経営計画の最終年となるFY2025は売上・利益ともに過去最高を更新
新中期経営計画(*)初年度のFY2026は投資を進めながら持続可能な成長基盤構築を目指す

(*) 2026年3月上旬公表予定

進捗状況

当期の進捗状況 ※2025年11月14日発表の数字

(単位：百万円)

| | FY2025 計画 | FY2025 実績 | 達成率 |
|----------------|--------------|--------------|--------|
| 売上高 | 22,500 | 23,336 | 103.7% |
| 営業利益 | 2,150 | 2,592 | 120.6% |
| 親会社帰属 当期純利益 | 1,500 | 1,913 | 127.6% |

FY2026（来期）経営計画

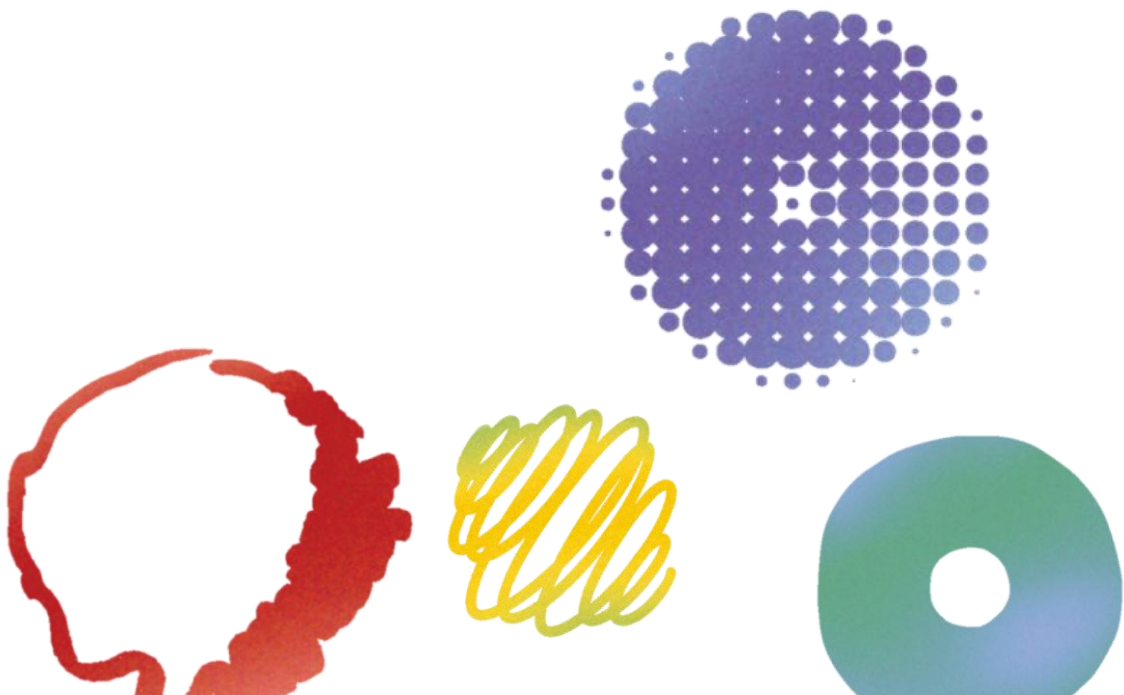
(単位：百万円)

| | FY2025 実績 | FY2026 計画 | 増減 |
|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 売上高 | 23,336 | 23,750 | +413 |
| 営業利益 (営業利益率) | 2,592 (11.1%) | 2,248 (9.5%) | ▲344 (▲1.6P) |
| 親会社帰属 当期純利益 | 1,913 | 1,638 | ▲275 |

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)



人が大事。

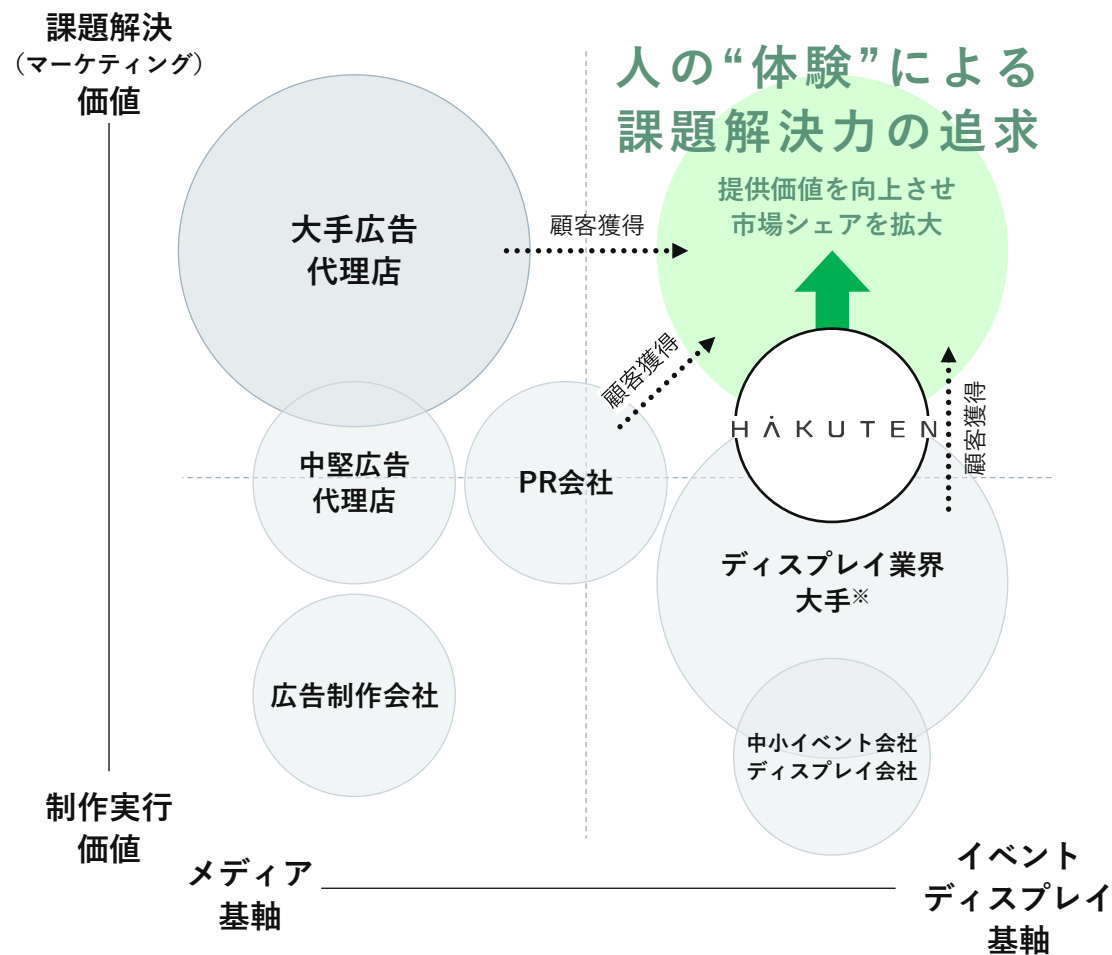
一人ひとりの成長を、会社の成長につなぐ。



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

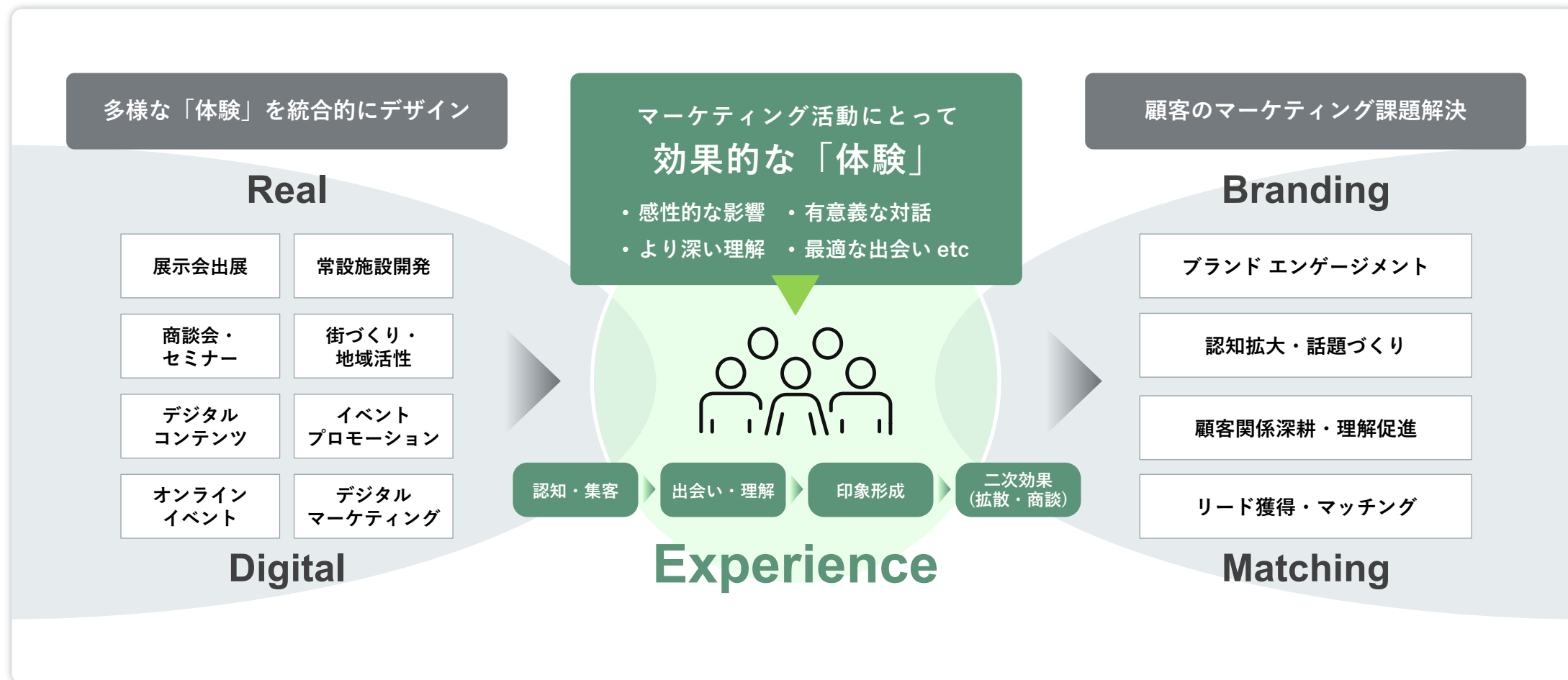
この提供価値を高めることで顧客からの
支持を獲得しシェア拡大を図る



※ 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

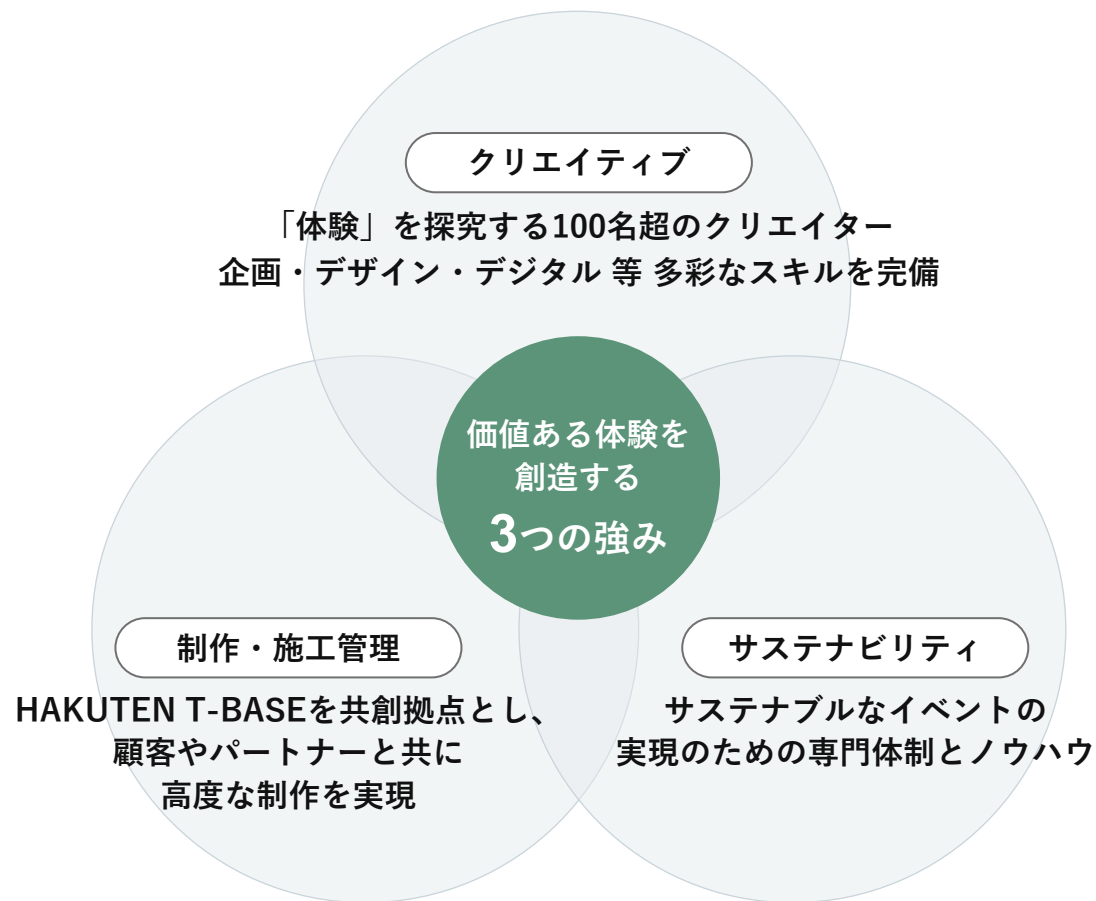


模倣困難な3つの強みとその融合

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

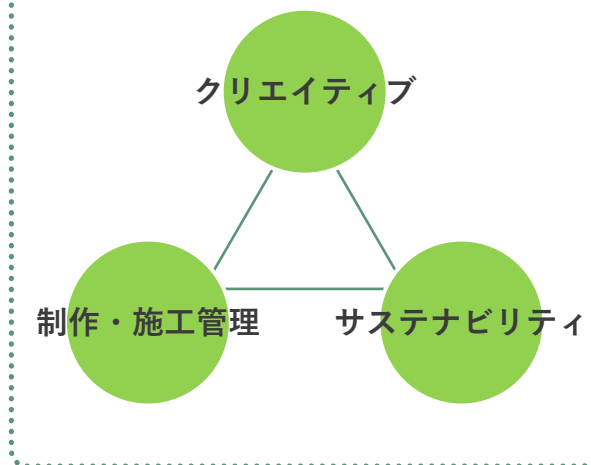
実施結果をフィードバック

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/>