

平成23年3月期 決算説明資料

平成23年6月6日
株式会社セレスポ

平成23年3月期 決算概要

平成23年3月期の総括

- 売上に関しましては、競争入札などによる請負単価の下落、国民体育大会競技の受注金額の減少に加え、東日本大震災によるイベントの自粛ムードが広がる厳しい経営環境の下、セールスプロモーション部門、コンベンション部門、セレモニー部門、レクリエーション部門が増収となったものの フェスティバル部門、スポーツ部門の減収により、対前期比▲292百万円の7,378百万円となりました。
- 利益に関しましては、販売費および一般管理費等の経費削減に努めたものの、減収の影響を補いきれず、経常利益は、対前期比▲247百万円の▲198百万円、当期純利益は、対前期比▲263百万円の▲262百万円となりました。

平成23年3月期 貸借対照表 (資産の部)

単位:百万円

| 科 目 | 今期 | 前期 | 前期比 | 備考 |
|----------|-------|-------|------|------------|
| 流動資産 | 1,644 | 1,726 | 95% | 手形・売掛金の減他 |
| 固定資産 | 4,783 | 4,825 | 99% | 敷金及び保証金の減他 |
| 有形固定資産 | 3,891 | 3,853 | 101% | |
| 無形固定資産 | 59 | 69 | 86% | |
| 投資その他の資産 | 832 | 903 | 92% | |
| 資産合計 | 6,428 | 6,551 | 98% | |

平成23年3月期 貸借対照表

(負債・資本の部)

単位:百万円

| 科目 | 今期 | 前期 | 前期比 | 備考 |
|-------------------|---------------|------------|------|----------|
| 流動負債 | 1,731 | 1,782 | 97% | |
| 固定負債 | 1,123 | 884 | 127% | 長期借入金の増他 |
| 負債合計 | 2,855 | 2,666 | 107% | |
| 資本金 | 1,370 | 1,370 | 100% | |
| 資本剰余金 | 2,155 | 2,155 | 100% | |
| 利益剰余金 (内当期純利益) | 115 (▲262) | 410 (1) | 28% | |
| 評価・換算差額等 | ▲6 | 10 | — | |
| 自己株式 | ▲62 | ▲61 | — | |
| 資本合計 | 3,573 | 3,885 | 92% | |

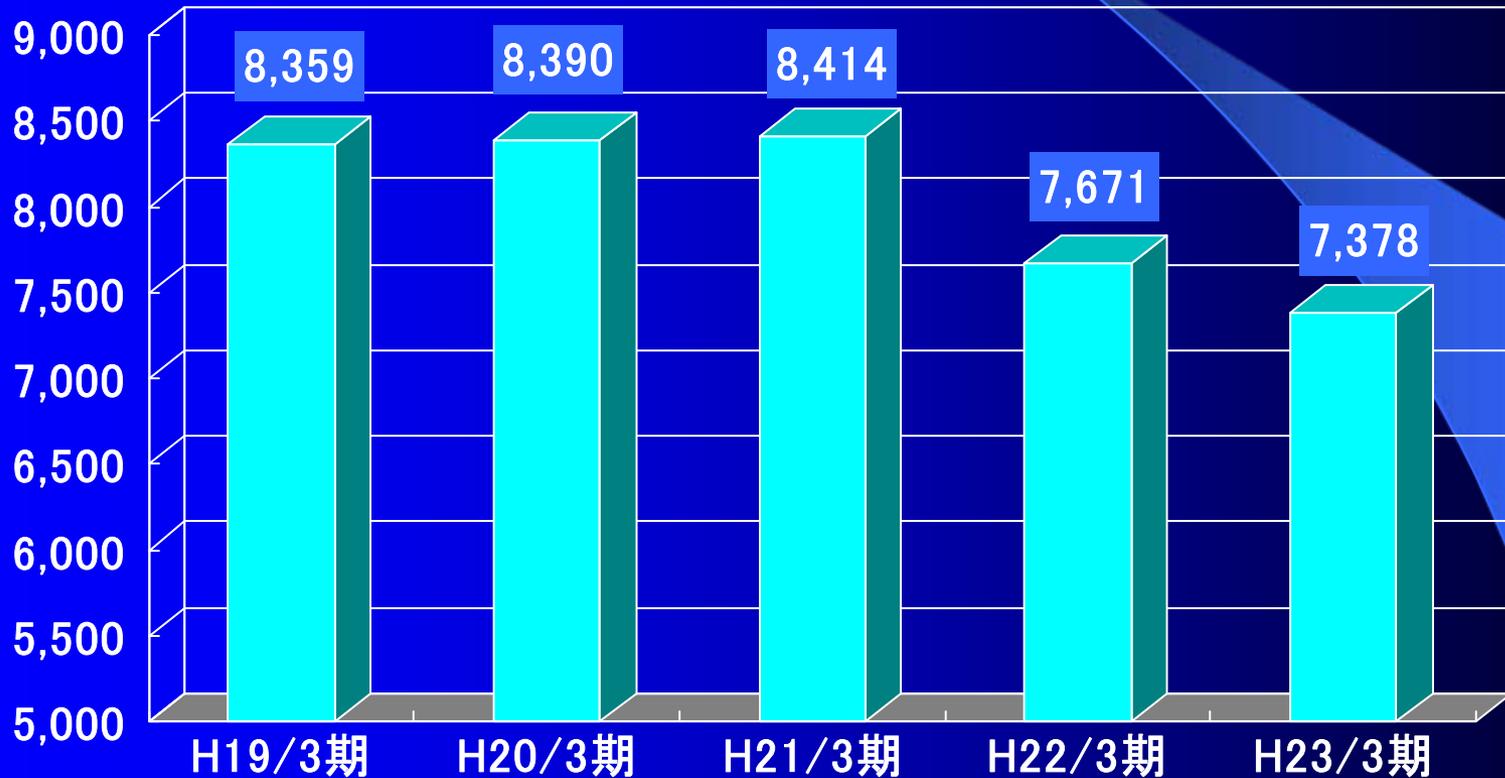
平成23年3月期 損益計算書

単位：百万円

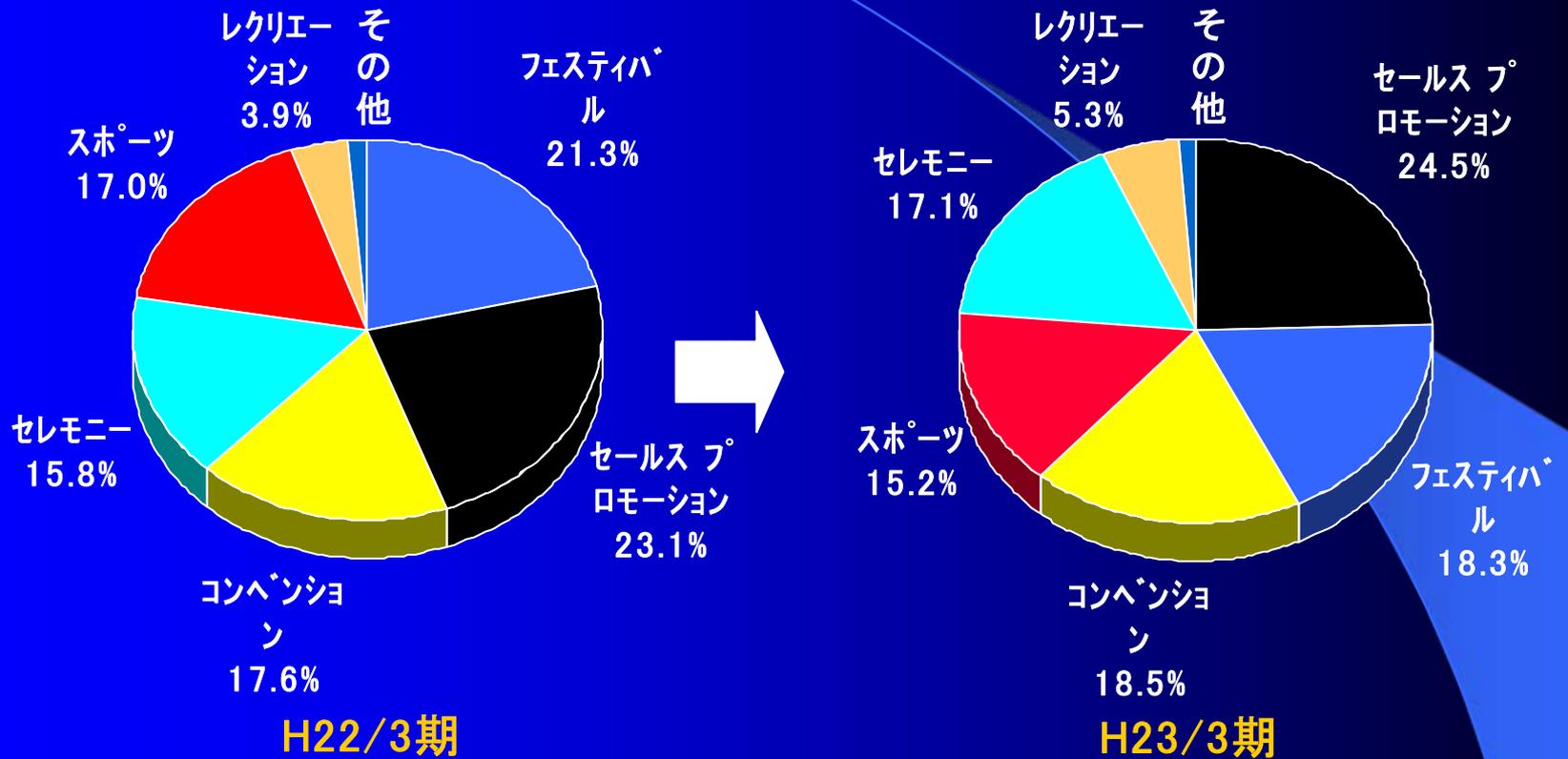
| | 今期 | 前期 | 前期比 | 備考 |
|---------------|---------|-------|-----|----|
| 売上高 | 7,378 | 7,671 | 96% | |
| 営業利益 | ▲235 | 41 | — | |
| 経常利益 | ▲198 | 49 | — | |
| 税引前 当期純利益 | ▲244 | 41 | — | |
| 当期純利益 | ▲262 | 1 | — | |
| 1株当り 当期純利益 | ▲47円77銭 | 0円30銭 | | |

売上の推移

単位:百万円



売上構成比の比較



- セールスプロモーションの増・・・ (23.1%→24.5%)
- フェスティバルの減…………… (21.3%→18.3%)
- コンベンションの増…………… (17.6%→18.5%)
- スポーツの減…………… (17.0%→15.2%)

部門別前期比分析

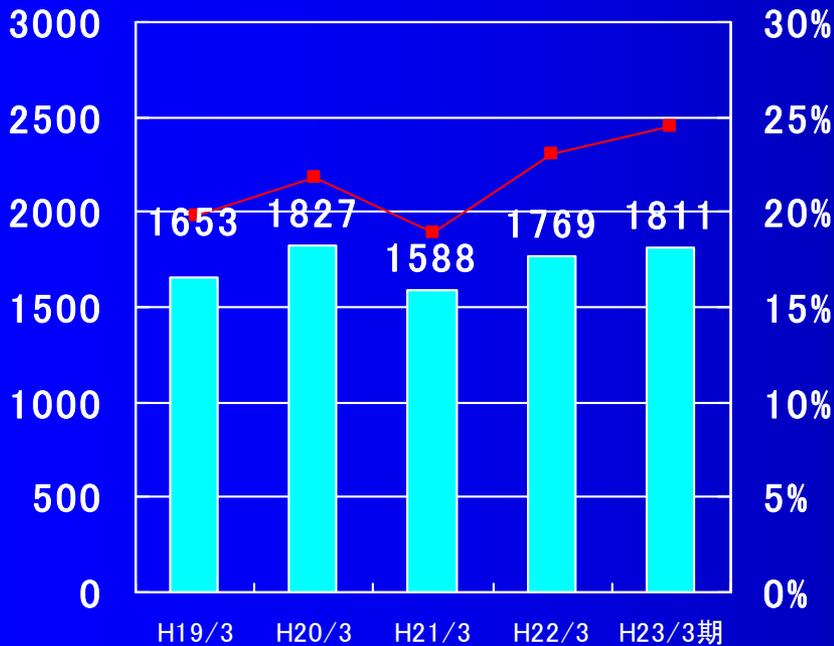
- セールス・プロモーション部門
展示会・PR等の増加による増収
対前年比: +2.3%
- スポーツ部門
国民体育大会等の減少による減収
対前年比: ▲14.1%
- フェスティバル部門
地域振興イベント、文化イベント等の減少による減収
対前年比: ▲17.1%
- セレモニー部門
地鎮祭等の増加による増収
対前年比: +4.3%
- コンベンション部門
記念式典等の増加による増収
対前年比: +1.0%

主要部門の売上高推移(1)

売上高
百万円

セールス・プロモーション

構成比

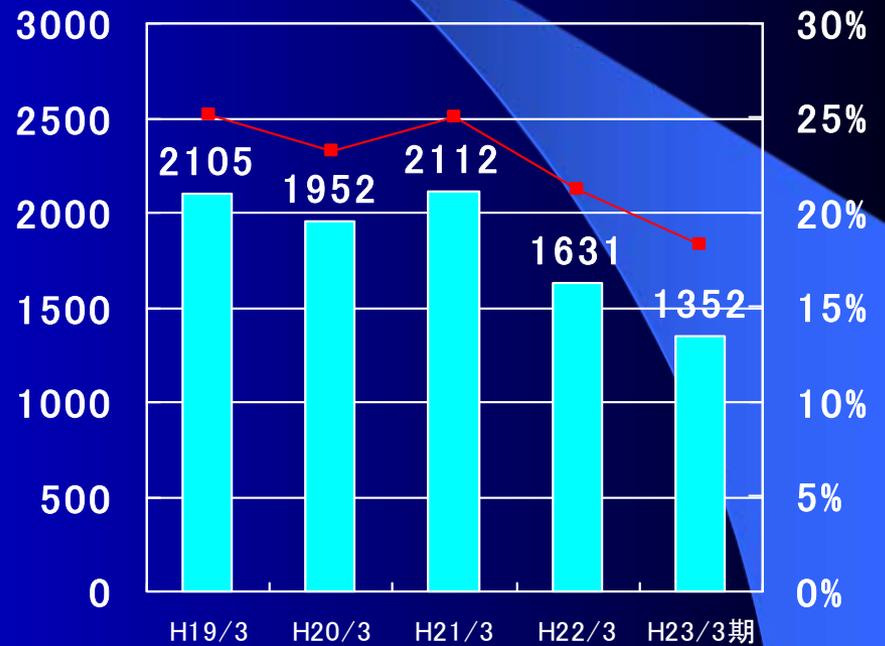


■ 売上高 ■ 構成比

売上高
百万円

フェスティバル

構成比



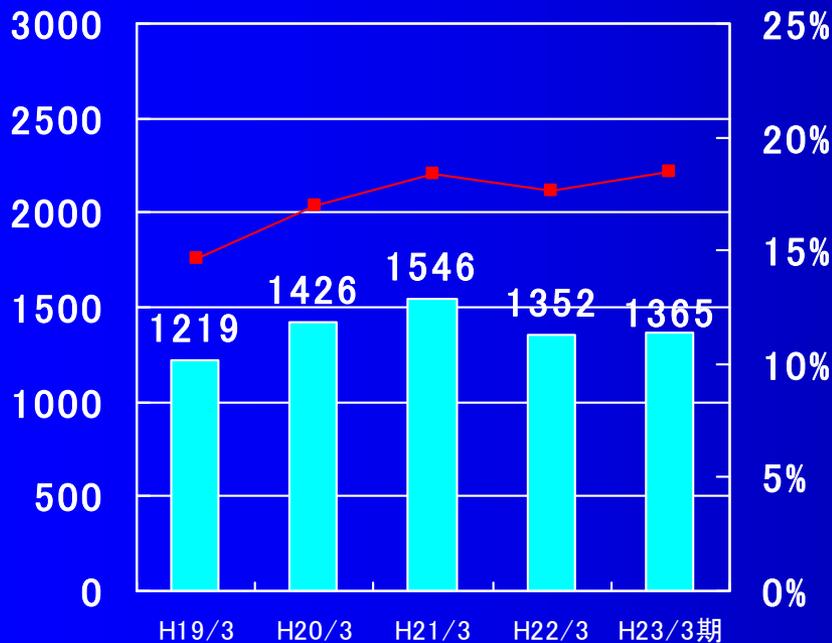
■ 売上高 ■ 構成比

主要部門の売上高推移(2)

売上高
百万円

コンベンション

構成比

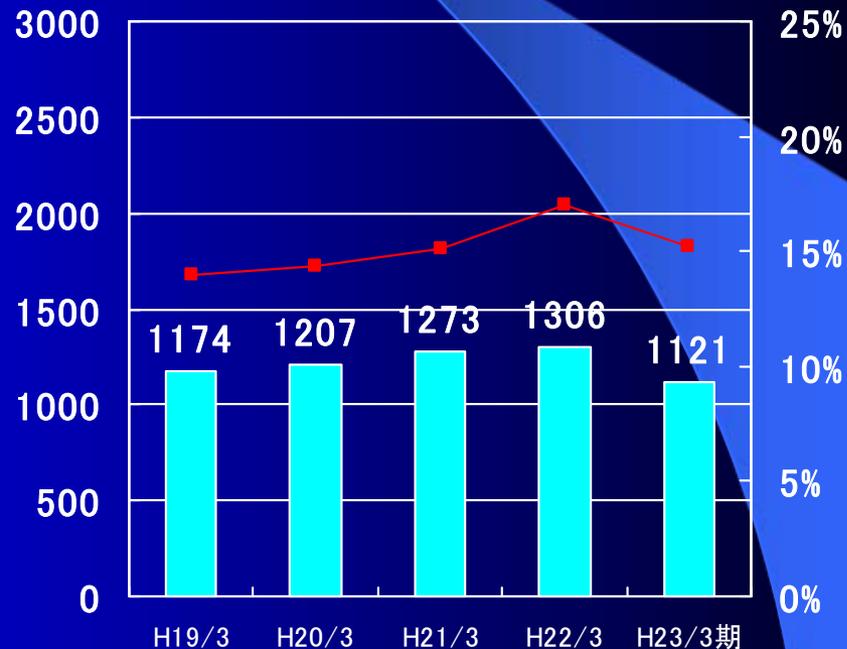


■ 売上高 ■ 構成比

売上高
百万円

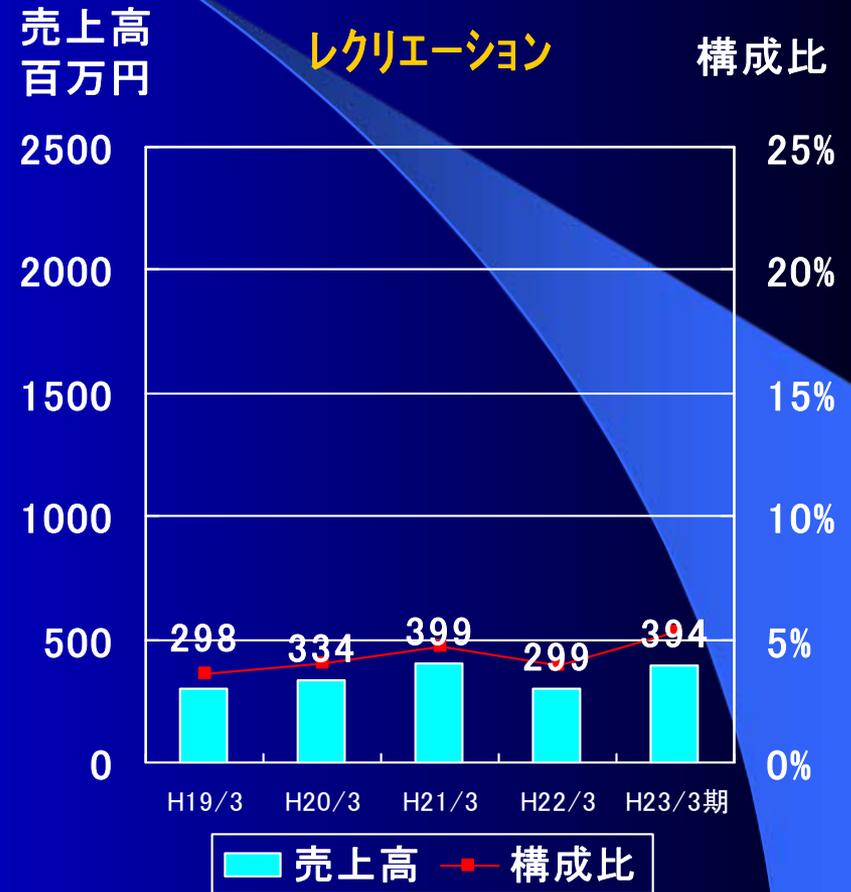
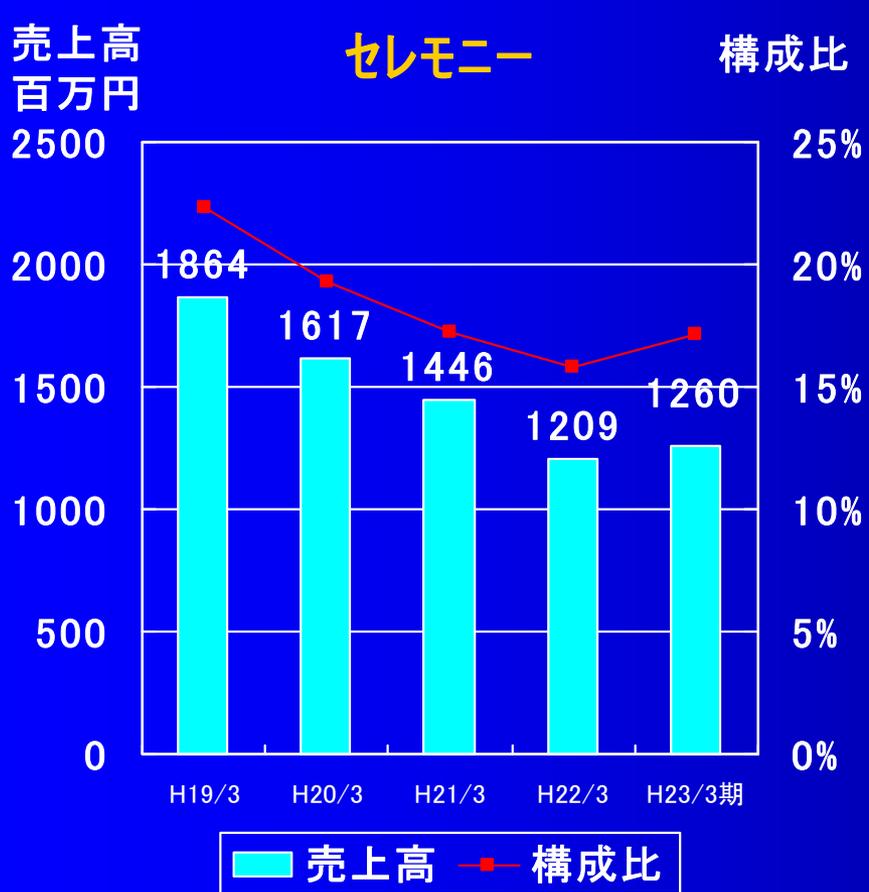
スポーツ

構成比



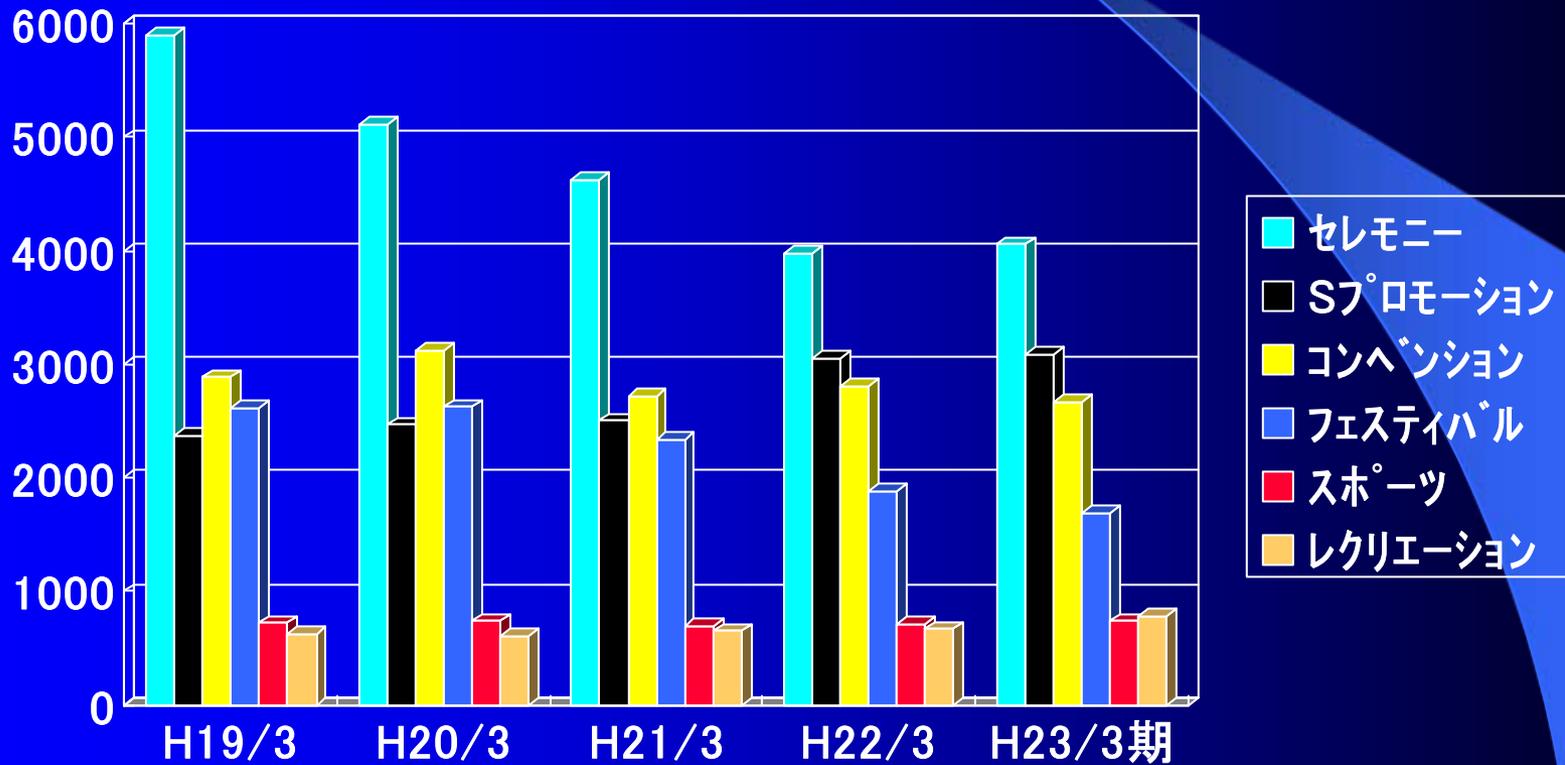
■ 売上高 ■ 構成比

主要部門の売上高推移(3)



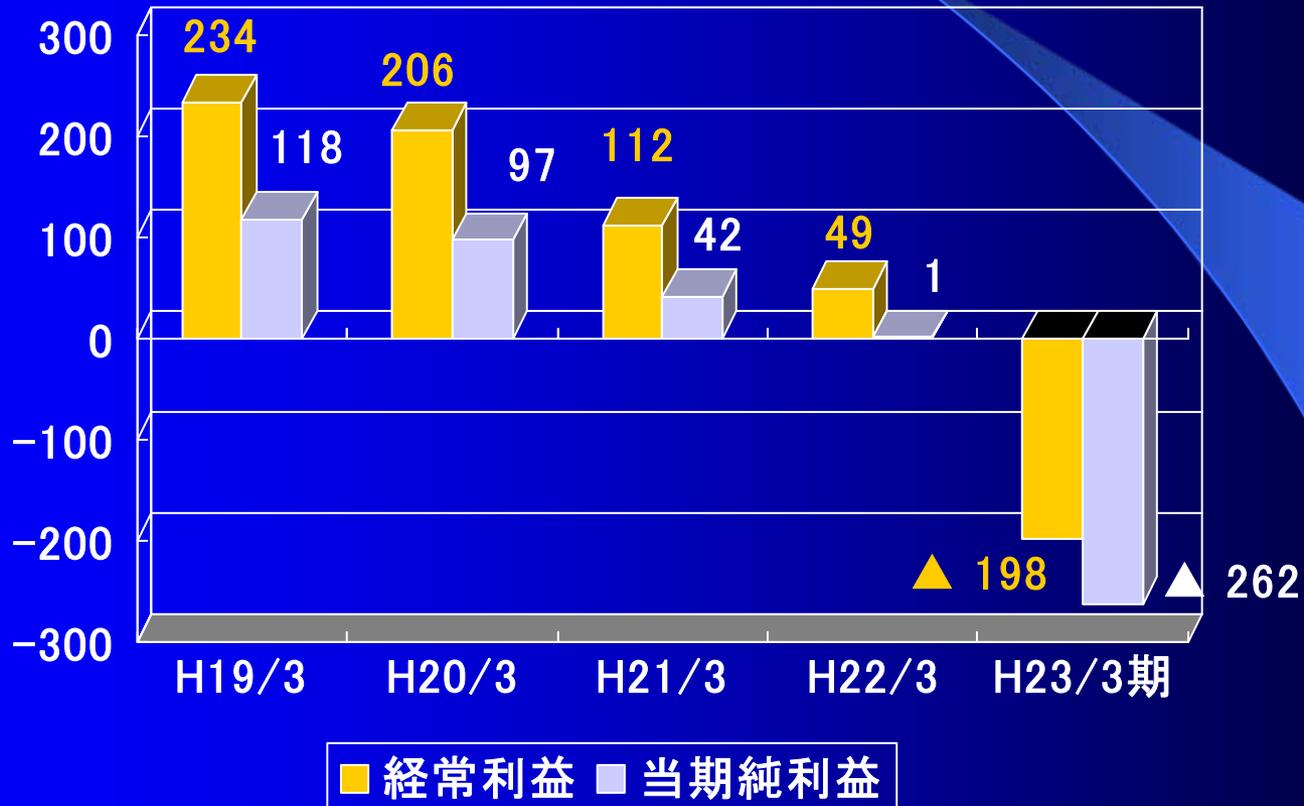
催事件数の推移

催事件数



利益の推移

単位：百万円



平成24年3月期 業績予想

平成24年3月期 業績予想

単位：百万円

| | 来期(予) | 当期 | 当期比 | 備考 |
|-------|-------|-------|-----|----|
| 売上高 | 未定 | 7,378 | — | |
| 営業利益 | 未定 | ▲235 | — | |
| 経常利益 | 未定 | ▲198 | — | |
| 当期純利益 | 未定 | ▲262 | — | |

平成23年3月11日に発生した東日本大震災の影響により、現時点では合理的な算定が困難であることから未定とさせていただきます。

今後、予測が可能となりました時点で速やかに公表いたします。

参 考

当社の経営方針

当社は、平成20年4月より新体制となったのを機に会社経営の基本に新しい考え方を導入しました。

それは…

当社を取り巻く、株主・顧客・取引先・社員などのステークホルダーとWIN-WINの関係を築くことを、すべての活動の起点にしようというものです。

従来の「集い創りの裏方に徹する事をもって、人間社会の円滑なる発展に貢献する」という経営理念も大切にしていきながら、この新しい考え方を基に、時代に即した対応を行っていくことで、株主・顧客にご満足いただけるような会社となるべく努力して参ります。

中長期的な経営戦略

①当社の優位性の確保とその維持

- 全国展開拠点による地域密着型営業＋大型案件に対する機動的事業活動
- ユニバーサルデザイン化されたイベント会場の提案（ユニバーサルライフ研究所）
- 震災に備えた地方自治体との緊急避難所設置協定（クイック24）
- 全国持回り大型イベント（国体・インターハイ等）の蓄積されたノウハウ

中長期的な経営戦略

②新規分野への積極的な参入

- 建築式典・官公庁イベントに続く柱として、企業の販売促進イベントやスポーツ関連、今までにない新分野への参入を試験的なものも含めて積極的に行なう
- スポーツ関連での各種スポンサーシップ獲得による企業認知度向上を図り、業務拡大を図る
⇒ 日本陸上連盟様、Vリーグ機構様、日本ハンドボール協会様等との取り組みやトライアスロン競技への本年度からの参入など
- ポータルサイト「運動会ドットコム」「ゴルフドットコム」開設による新たな顧客開発

③総合的受注体制の確立

- 今までの営業力、会場設営能力の更なる向上に加え企画・制作・運営能力の育成・強化
- イベント会場設営の一部を外注設営に移行させながら、営業・制作活動へ軸足を移し、顧客起点に立ったサービスの充実によるシェア拡大

対処すべき課題

- イベント業界のトレンドに関わらず、官民各種のレベルにおけるニーズに的確に対応していくことで、当社の業績を伸ばすことは十分に可能
- 安定的な業績の確保を行いつつ、次の発展のチャンスを模索



- 外注管理と利益管理の合理化により、収益性を改善
- 外部協力会社の拡大・関係強化を図り社内固定費軽減により総合力向上を推進
- 社員生産性向上 + パート・アルバイト・派遣社員比率向上
- 新しいビジネス展開に積極的に挑戦し、リスクをコントロールしながら可能性を試す
- より効率的な資金運用・調達

FAQ1:当社の事業領域は？

—イベント制作の3要素—

イベント制作

SOFT

企画立案

開催目的の
実現

実施運営

会場設営

HARD

イベントの開催目的を
実現させる機能として、
次の3要素が不可欠

- ・企画立案
- ・会場設営
- ・実施運営



当社はイベントの
会場設営業からスタートし、
企画・運営まで
事業領域を拡大
(総合受注体制)

FAQ2: 部門の概要は？

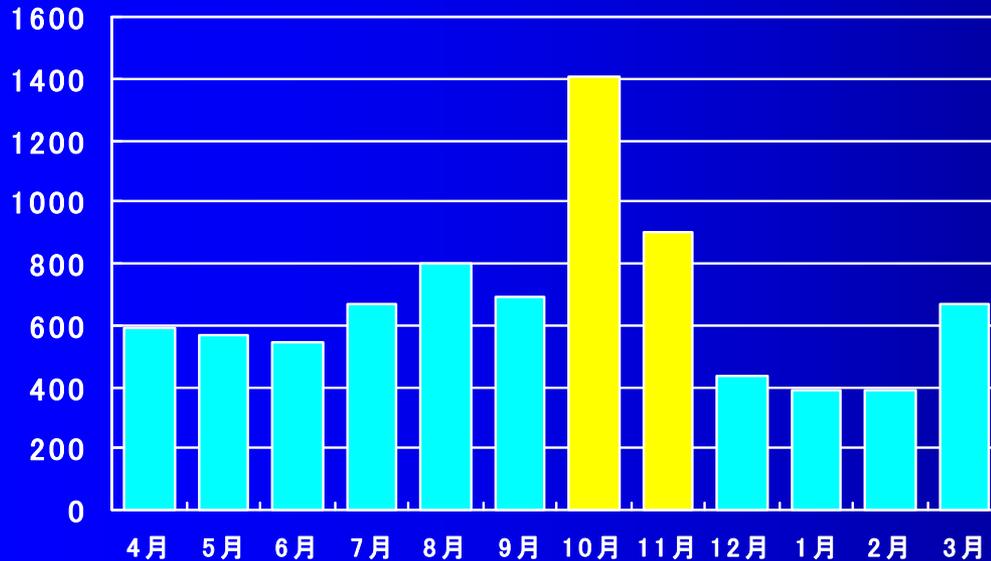
当社の部門(ドメイン)は以下の7つに区分されています。

| ドメイン | 内 容 | 主要商品 |
|-----------------|--------------------|--------------------|
| セールス プロモーション | 企業が行う販売促進を目的とした催事等 | 展示会・キャンペーン |
| フェスティバル | 主に官公庁が行う地域振興催事等 | 市民祭・産業祭 |
| コンベンション | 団体・企業が行う集会催事等 | 記念式典・会議 |
| スポーツ イベント | スポーツに関連した催事等 | ゴルフ・国体・インターハイ・Vリーグ |
| セレモニー (建設式典) | 建築・土木に伴う式典等 | 地鎮祭・竣工式 |
| レクリエーション | 企業が行う福利厚生を目的とした催事等 | 運動会・納涼祭 |
| その他 | 上記以外 | |

FAQ3: 季節要因は？

百万円

過去5年平均月別売上高



各月売上高比率



約29%

屋外イベント、スポーツ大会が数多く開催される
10月・11月が、当社にとっての繁忙期

FAQ4: やさしい社会のために (1)

● ユニバーサルライフ研究所

イベント会場のバリアフリー化を目指し、

1999年 業界初のバリアフリーライフ研究所設立

2010年 バリアフリーからユニバーサル構想への拡大に伴い「ユニバーサルライフ研究所」に改称

● クイック24

震災に備えた緊急避難所設置(要請から24時間以内)に関する地方自治体との協定

協定先: 45市区町村(平成23年3月時点)

FAQ4: やさしい社会のために (2)

- イベント会場で使用する各種資機材にエコ対応を実施
 - ◆ 環境に配慮したゴミ袋の使用
古紙・粉殻を混入することにより燃焼時のCO2発生が大幅に削減できる
ポリ袋を使用
 - ◆ エコ素材のテーブルクロスの使用
上記ポリ袋と同じ素材のテーブルクロスを使用
 - ◆ リサイクル可能なパイプ椅子の使用
廃棄時は簡単に分解し、スチール・アルミとPP樹脂に分別／リサイクルが可能
 - ◆ カーペットのリサイクル
再処理時、RPF(固形燃料)にリサイクルすることによりCO2削減
 - ◆ 廃棄資材のリサイクル
当社流通センターでは、壊れた資材の素材成分を分析し、プラスチック素材を中心にRPE(固形燃料)にリサイクル

FAQ4: やさしい社会のために (3)

2011年3月11日に発生した東日本大震災に対しましては、震災発生後より当社として貢献可能な分野を中心に支援活動を行っております。

- **東日本大震災に係わる弊社活動**
 - ◆ テント資材の大量輸送
 - ◆ 義援金の募集
 - ◆ 炊き出し会場の設営
 - ◆ スポーツ団体による被災地慰問活動応援
 - ◆ 災害復旧ボランティア施設設置
 - ◆ 復興イベントの企画提案

本資料に関するお問合せ

株式会社セレスポ

総務部

TEL:03(5974)1111

E-mail:ir@cerespo.co.jp