

# 株式会社セレスポ 2016年3月期決算説明

2016年5月20日  
株式会社セレスポ  
代表取締役社長  
稲葉利彦

(証券コード：9625)

- 1 株式会社セレスポ 会社概要
- 2 2016年3月期報告および2017年3月期業績予想
- 3 将来に向けた計画

本資料で記述されている業績予想並びに将来予測は、現在入手可能な情報に基づき当社が判断した内容であり、潜在的リスク及び不確実性が含まれます。さまざまな変化によって実際の業績と記述内容が異なる結果となる可能性があることをご承知おきください。

※金額等数値は表示単位未満切り捨てで表示しております。

# 1. 株式会社セレスポ 会社概要

---

## 私たちの仕事は、特別な日を創ることです

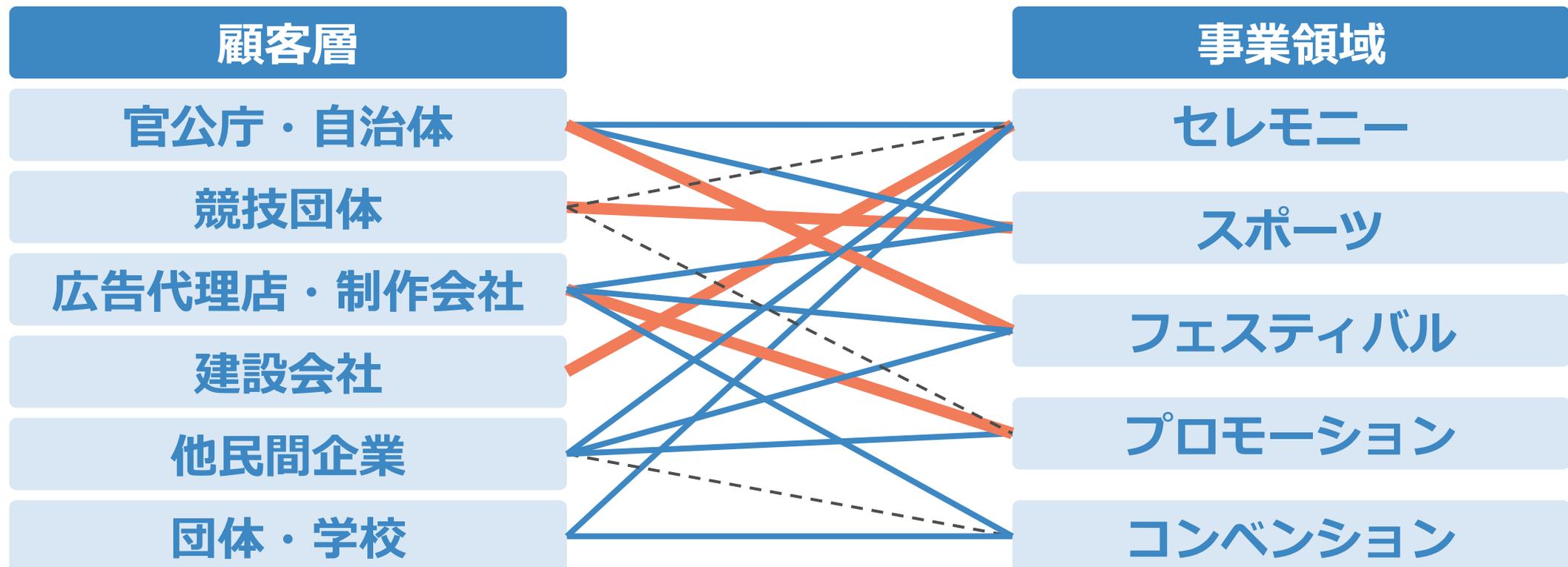
<b>商号</b>	株式会社セレスポ（英語名称：CERESPO CO., LTD.）		<b>証券コード</b>	9625	
<b>設立年月日</b>	1977年7月21日	<b>資本金</b>	13億7,067万円	<b>従業員数</b>	376名
<b>事業分野</b>	イベント、スポーツ大会、プロモーション、式典、レクリエーション				
<b>事業内容</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企画、制作、会場設営、運営および進行</li> <li>2. 上記に関わる物品・什器備品の企画、開発、製造、販売およびレンタル</li> <li>3. 土木ならびに建築の設計監理および施工</li> <li>4. 警備業</li> <li>5. 特定人材派遣業</li> <li>6. 上記に附帯する一切の業務</li> </ol>				

※2016年3月31日現在

## 顧客層と事業領域が幅広く、トレンドに対して柔軟に対応

営業面： 様々な顧客ニーズの集約、顧客を起点とした多様なイベントの広がり

制作面： 事業領域に特化したノウハウの蓄積、イベントを起点とした新規顧客開拓

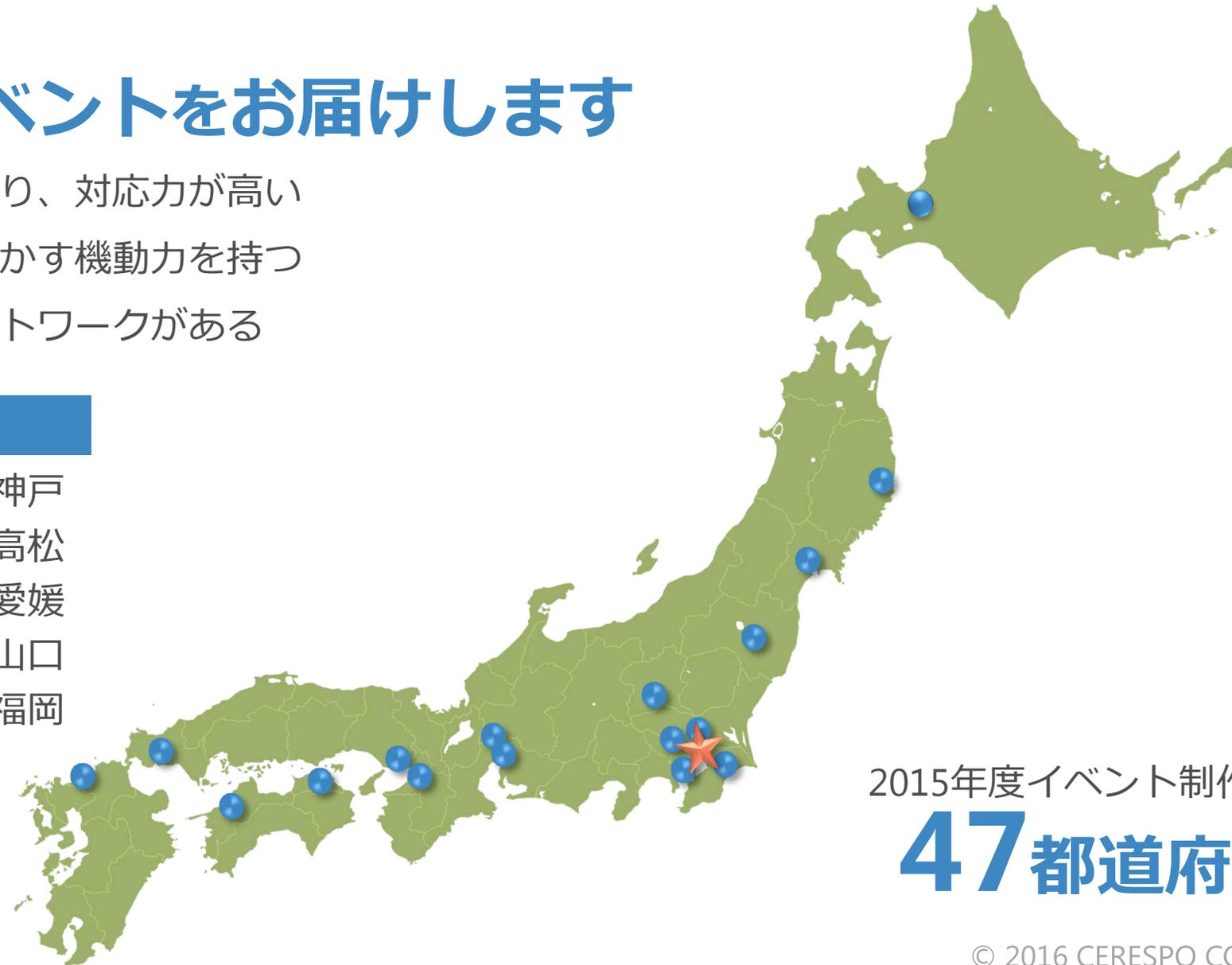


## 日本全国にイベントをお届けします

- 全国で幅広い経験があり、対応力が高い
- 社員や資材を自由に動かす機動力を持つ
- 各地に協力会社のネットワークがある

### 制作拠点所在地

- |        |       |      |
|--------|-------|------|
| • 札幌   | • 東京  | • 神戸 |
| • 岩手   | • 西東京 | • 高松 |
| • 仙台   | • 横浜  | • 愛媛 |
| • 福島   | • 厚木  | • 山口 |
| • 群馬   | • 名古屋 | • 福岡 |
| • さいたま | • 岐阜  |      |
| • 千葉   | • 大阪  |      |



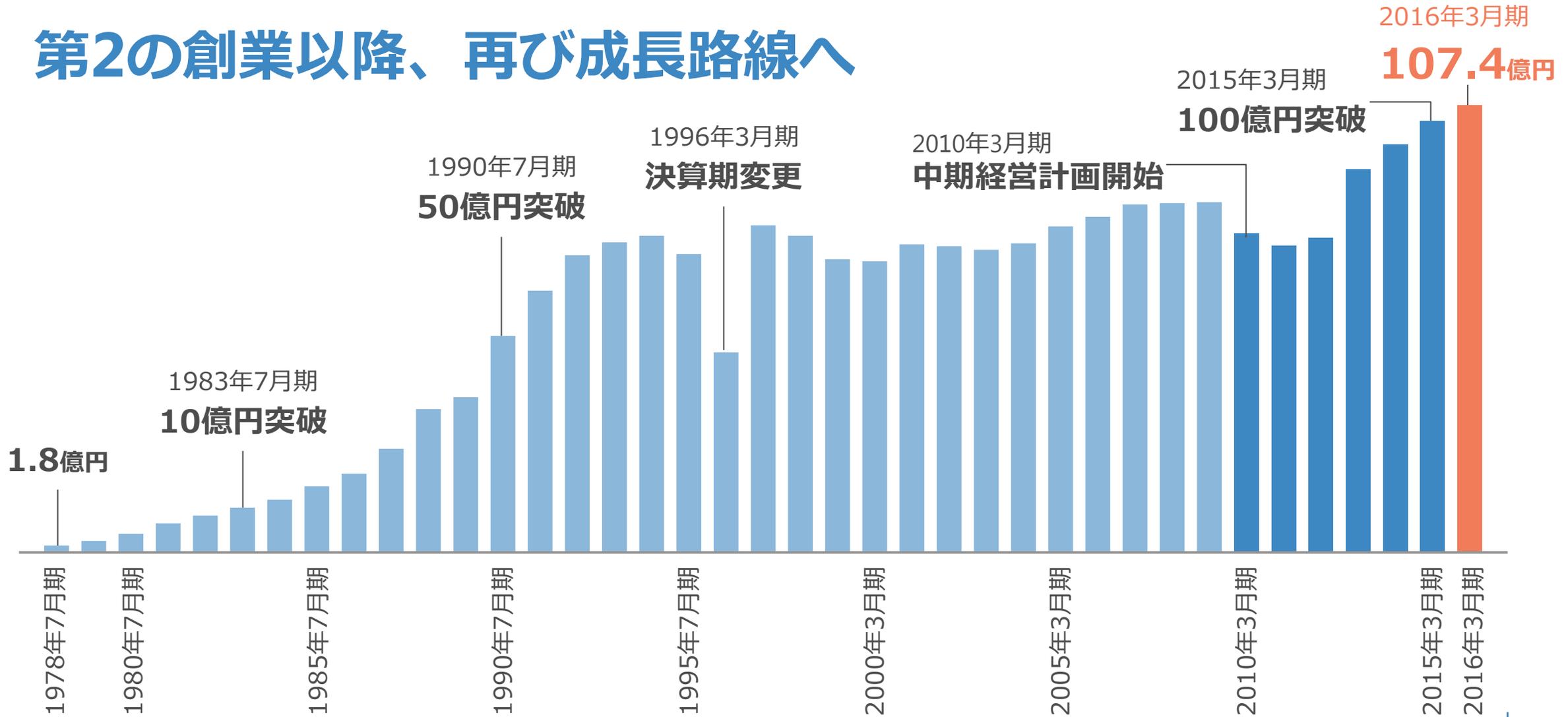
2015年度イベント制作地域

**47**都道府県



株式会社セレスポは、  
イベントを通じて自らを含む  
周囲の幸福を実現し、  
笑顔のある明るい社会づくりに  
貢献する

## 第2の創業以降、再び成長路線へ



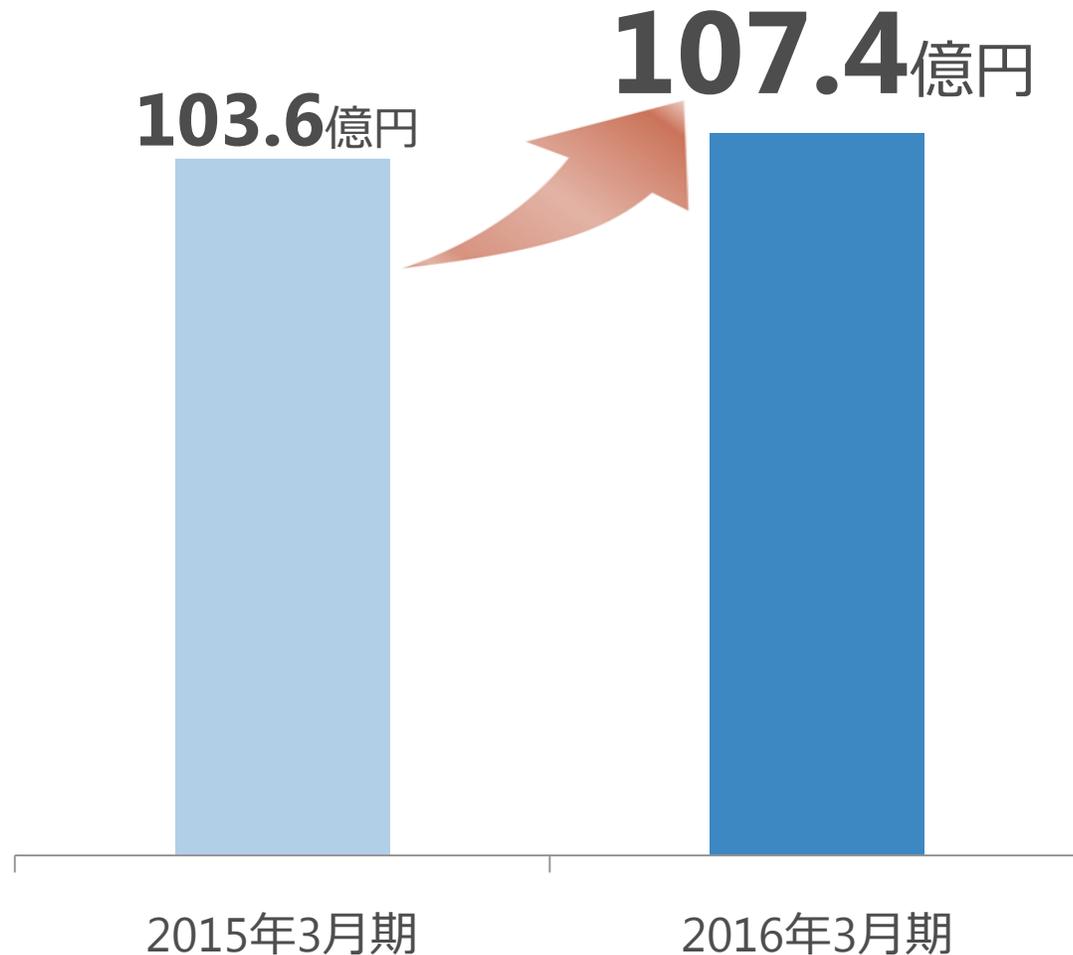
## 2. 2016年3月期報告および2017年3月期予測

---

	単位	12.3期	13.3期	14.3期	15.3期	16.3期
売上高	億円	75.5	91.9	98.0	103.6	<b>107.4</b>
営業利益	億円	0.4	2.3	3.4	3.8	<b>4.2</b>
営業利益率	%	0.6	2.6	3.6	3.7	<b>3.9</b>
経常利益	億円	1.3	2.5	3.5	3.9	<b>4.3</b>
純利益	億円	0.8	1.2	2.0	2.5	<b>2.7</b>
ROE	%	2.4	3.4	5.3	6.3	<b>6.5</b>
純利益 / 1株	円	15.6	22.8	36.8	46.3	<b>49.5</b>
配当 / 1株	円	6.0	6.0	9.0	11.0	<b>15.0</b>



- 5期連続の増収増益の実現
- 営業利益率の向上
- ROEの向上



## 要因

- 営業力・認知度の向上
- 顧客起点の発想、現場力の発揮

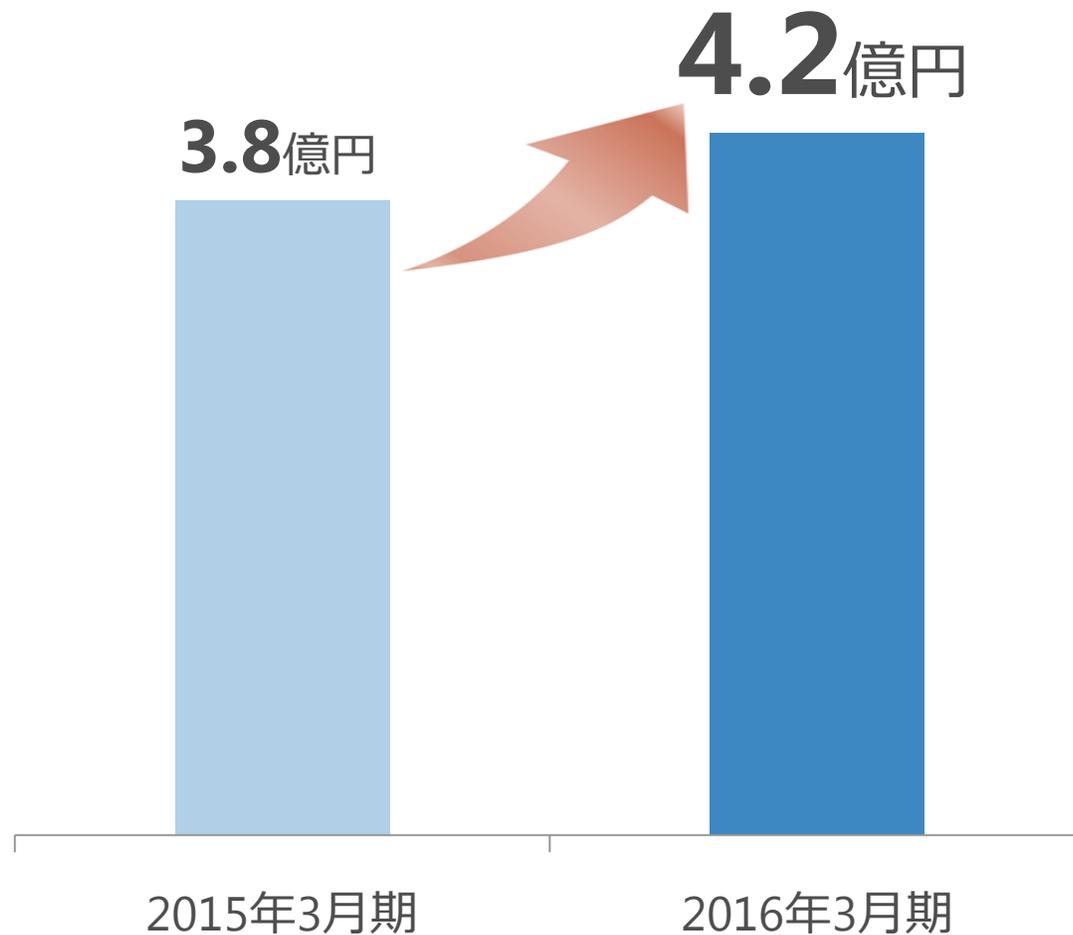
## 成果

- 特命受注額の向上

**70.9**億円 ⇒ **76.9**億円

- 企画コンペ勝率の向上

**50.0**% ⇒ **61.2**%

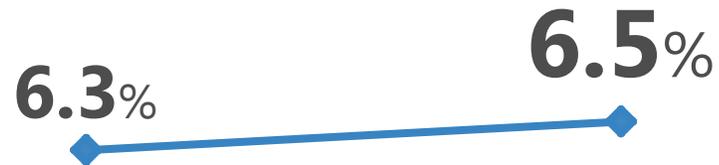


## 要因

- 「利益創造」の浸透
- 付加価値提案の推進
- 不採算案件の見直し

## 成果

- 案件利益率の向上  
**29.0% ⇒ 31.1%**
- 営業利益率の向上  
**3.7% ⇒ 3.9%**



## 要因

- 利益率の向上

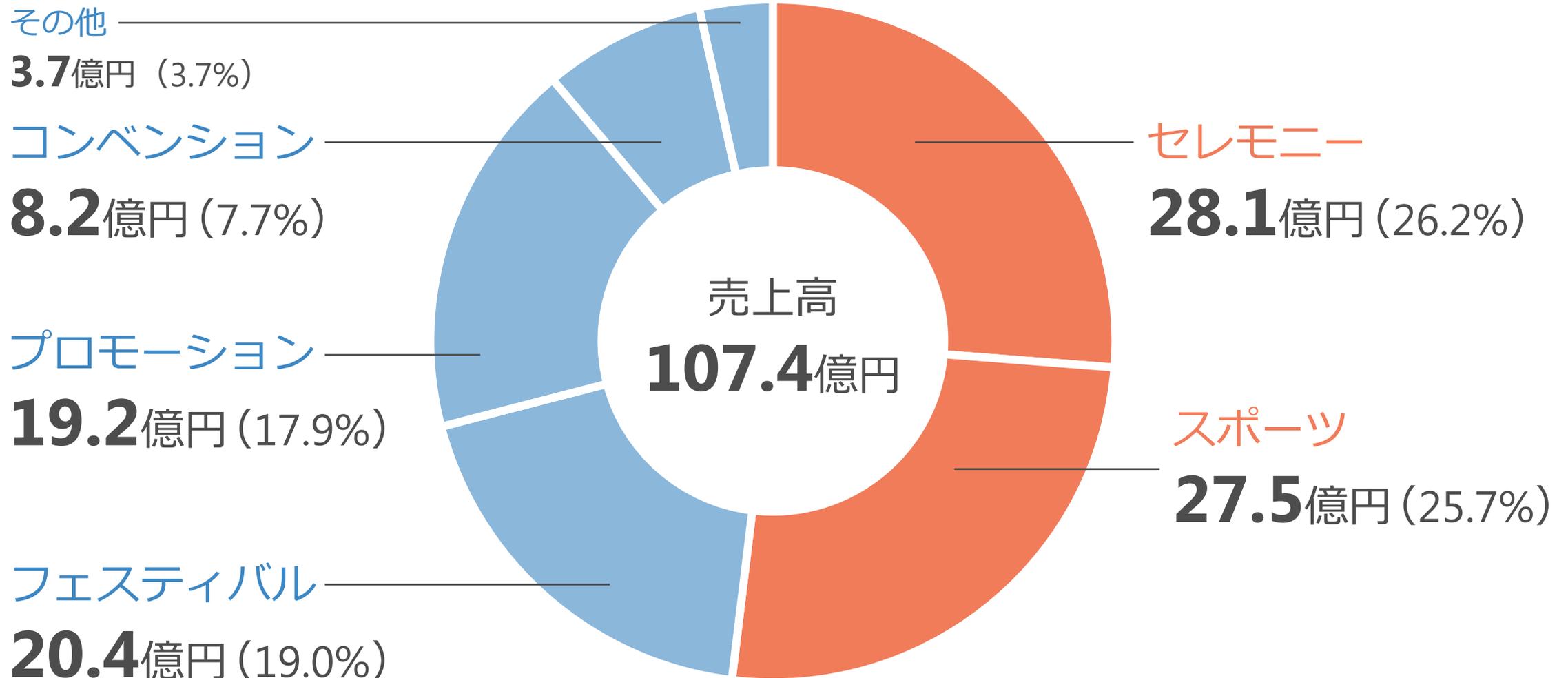
## 成果

- 社員1人当たり営業利益の向上

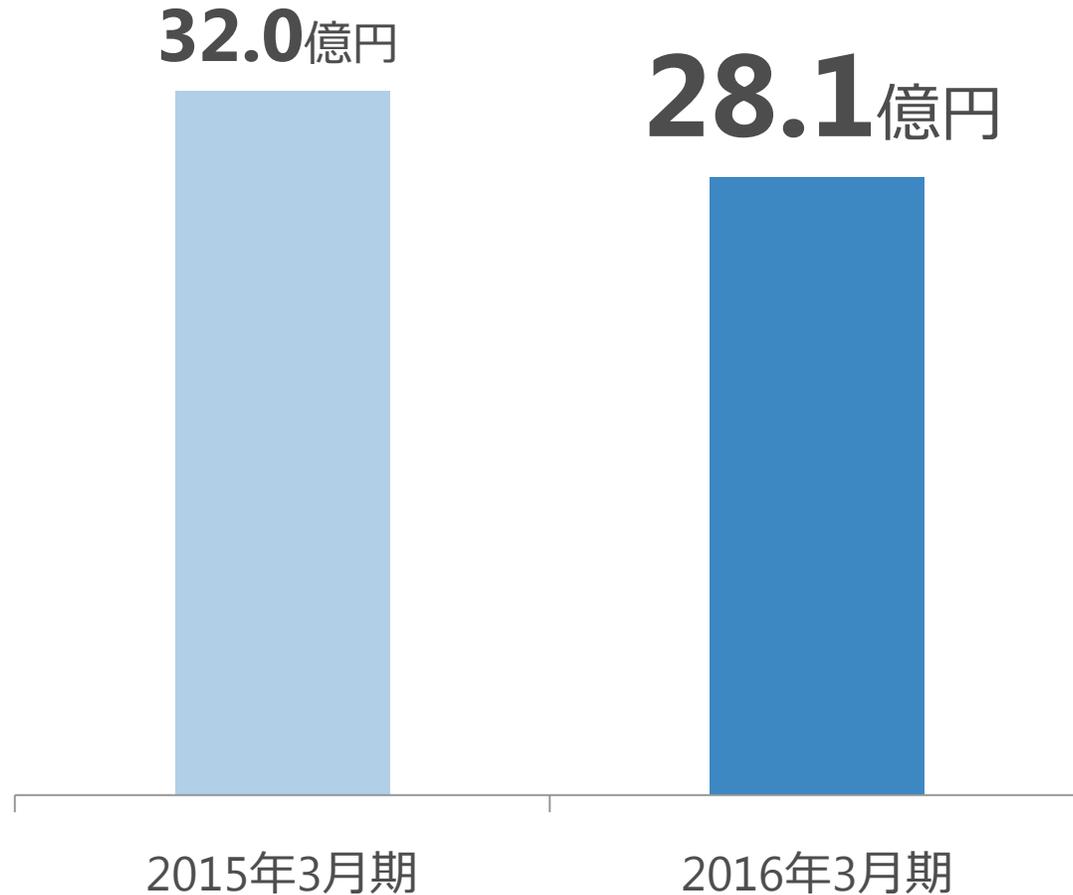
**104.3**万円 ⇒ **112.3**万円

2015年3月期

2016年3月期



※2016年3月期に売上部門の変更を実施



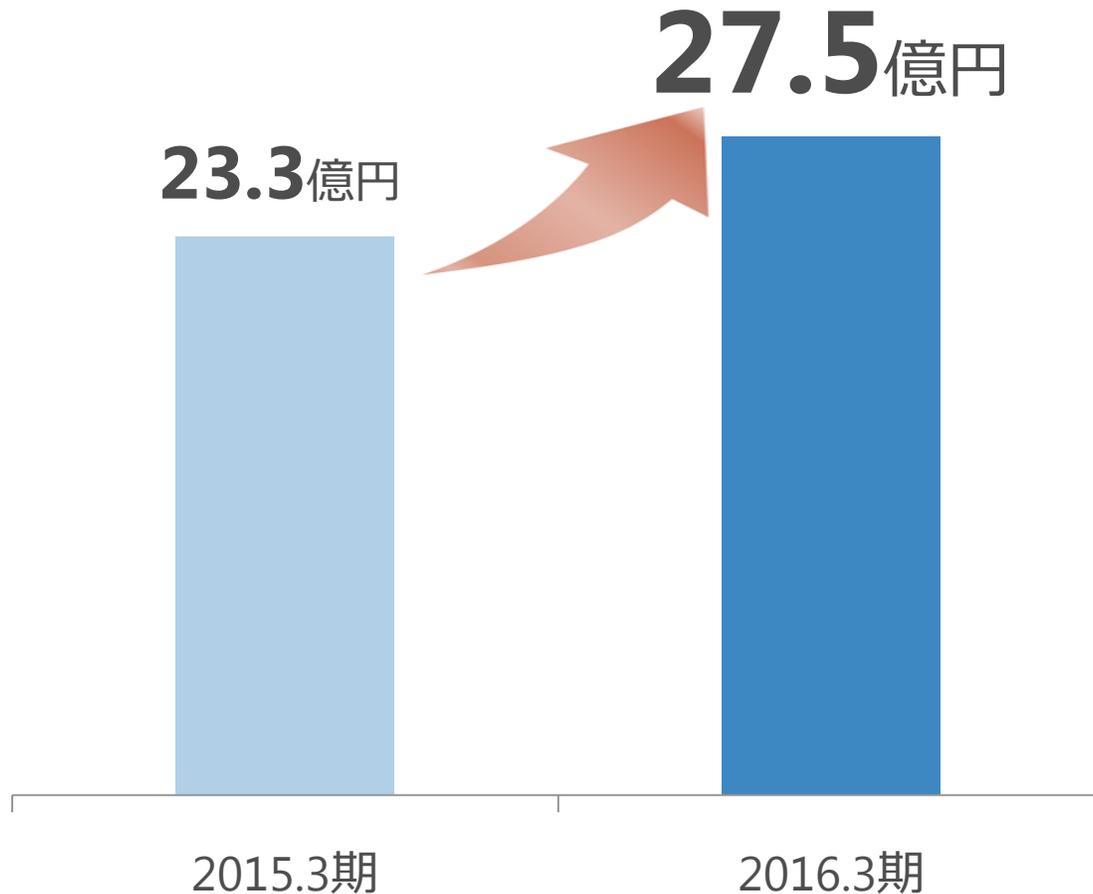
## 主なイベント

建設式典、記念式典、行幸啓行事

## トピックス

### 信頼感に基づき、建設式典は安定

- 神社本庁主催の慰霊祭を継続受注
- 東京都神社庁との合同神事研修実施



## 主なイベント

スポーツ競技会、参加型スポーツイベント  
国体、インターハイ、運動会

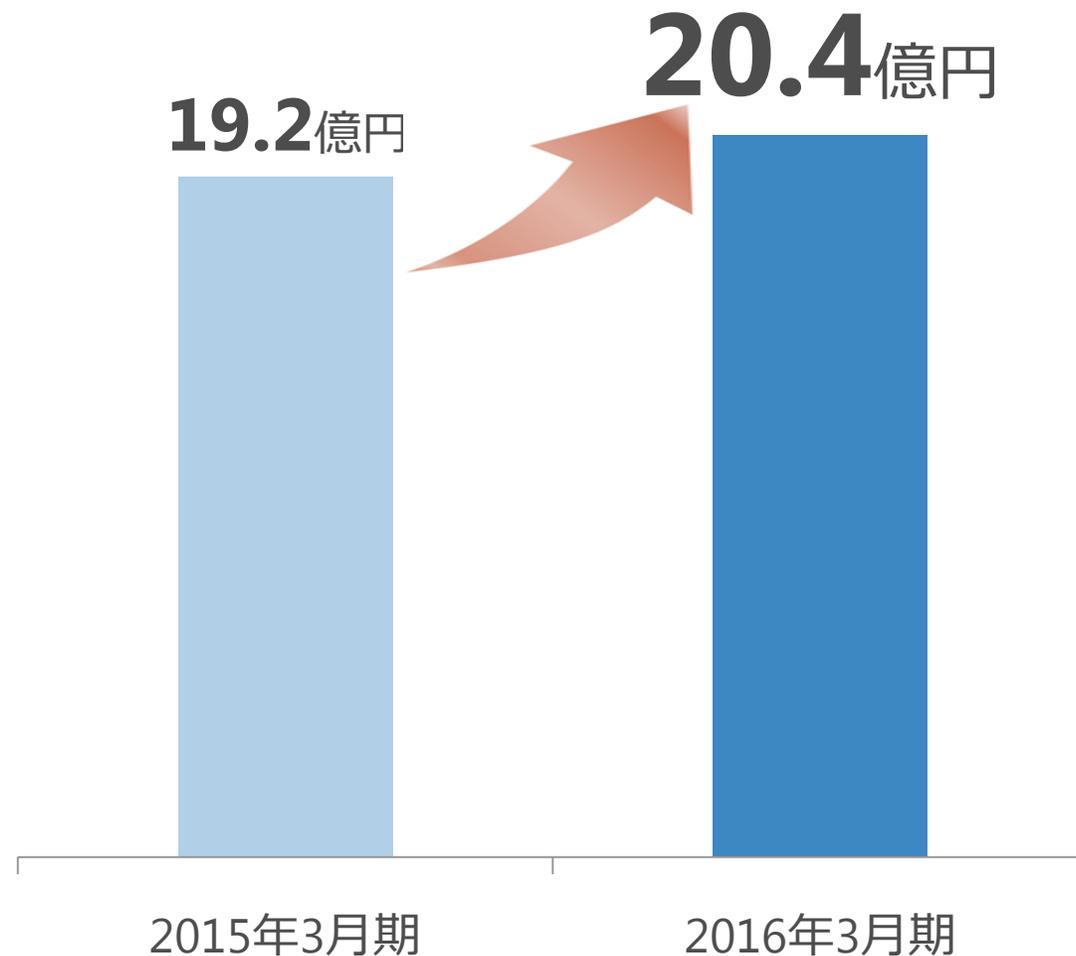
## トピックス

### 実績に基づく取引の拡大

- 競技大会の継続受注、新規取引の拡大
- 国体関連業務の受注規模拡大

### スポーツに対する社会の機運醸成

- 参加型スポーツ案件の増加  
(市民参加型スポーツイベント、運動会)

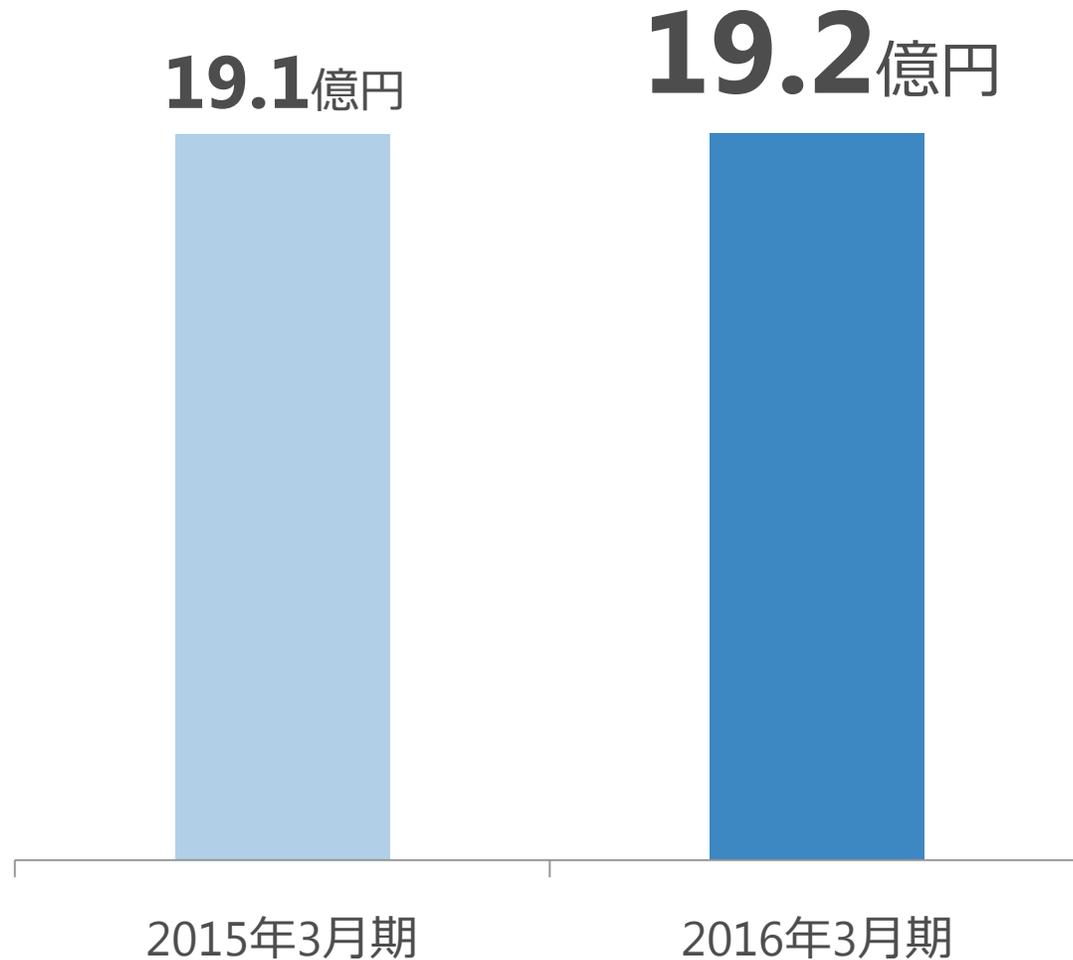


## 主なイベント

市民祭、花火大会、夏祭り、文化イベント、  
大学祭、イルミネーション

## トピックス

- 地域振興イベントの継続受注
- インナーイベントの規模拡大、  
開催増加

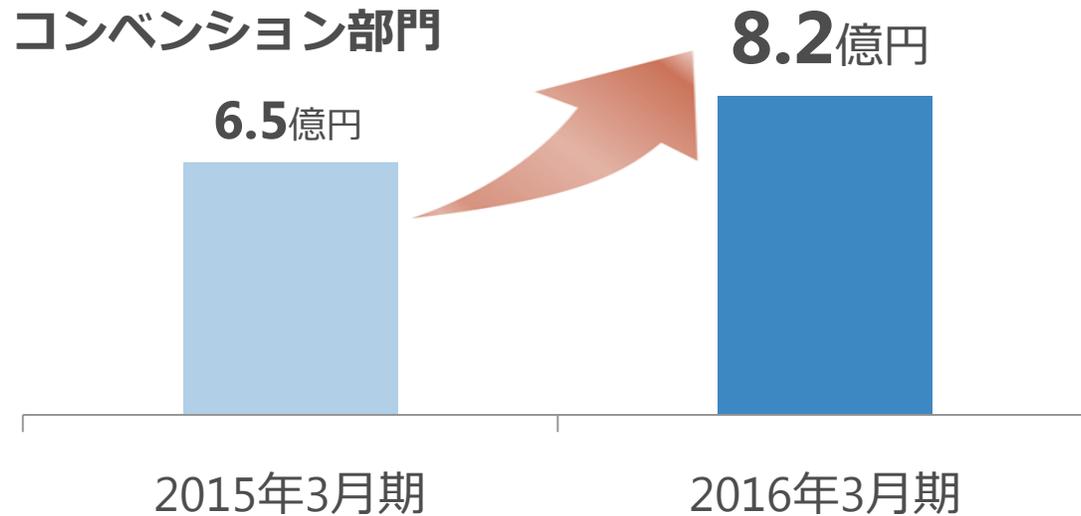


## 主なイベント

新商品発表会、展示会、即売会、  
PRイベント、ツール制作

## トピックス

- 元請会社との良好な関係の継続
- 全国開催イベントの継続受注

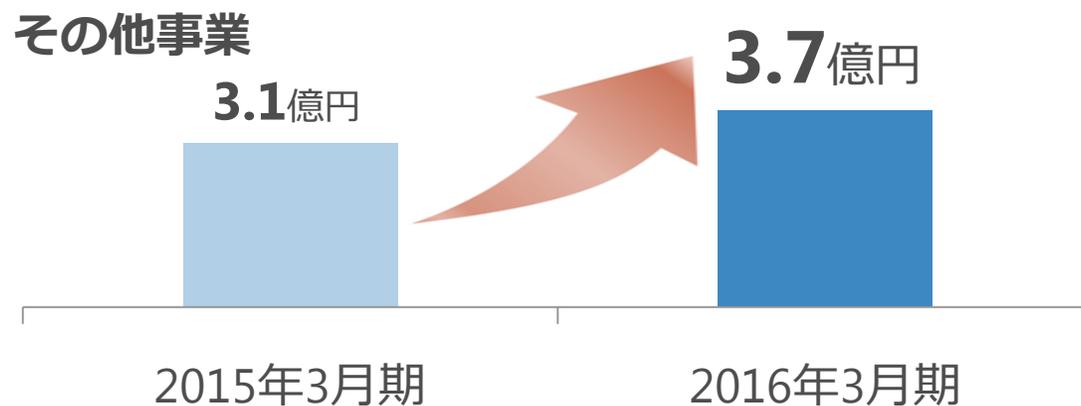


## 主なイベント

会議、学会、シンポジウム、株主総会

## トピックス

- 学会・集会の受注が増加

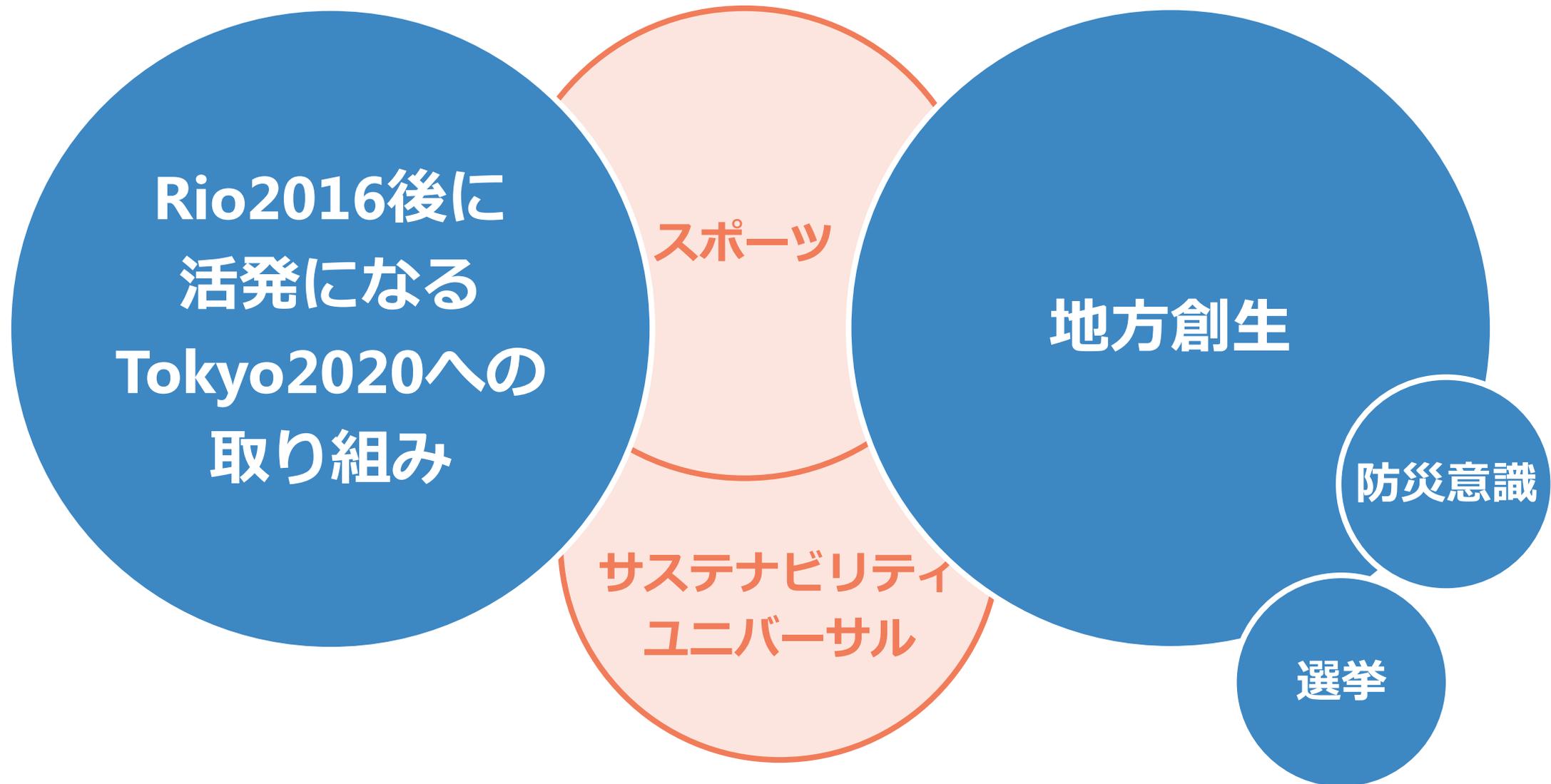


## 主なイベント

指定管理者事業、防災訓練、選挙

## トピックス

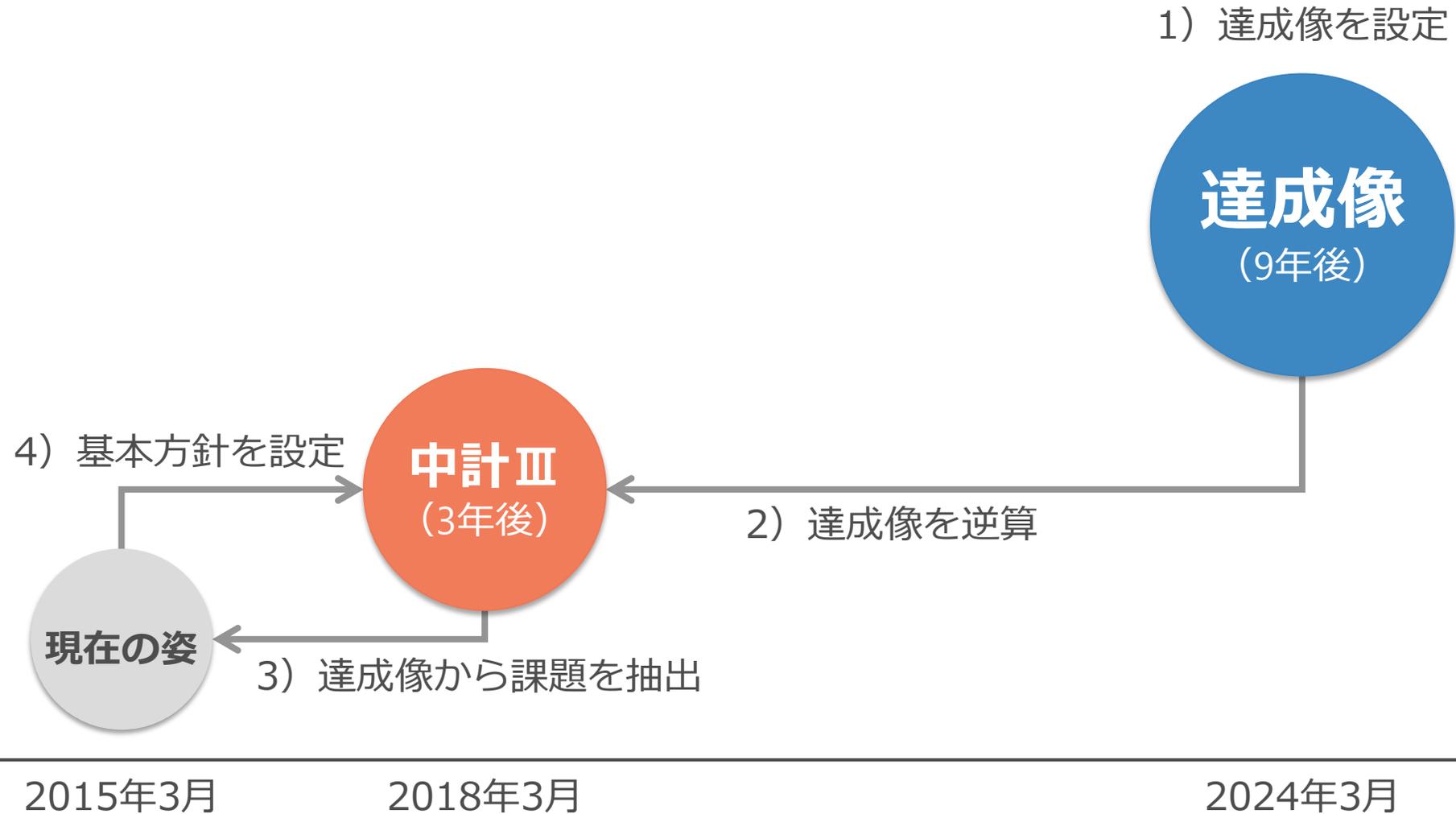
- 指定管理者事業へ着手
- 防災訓練、選挙の安定した受注



	単位	16.3期	17.3期	増減率
売上高	億円	107.4	<b>110.0</b>	+2.4%
営業利益	億円	4.2	<b>5.0</b>	+19.0%
経常利益	億円	4.3	<b>5.0</b>	+16.2%
当期純利益	億円	2.7	<b>3.3</b>	+22.2%
当期純利益 / 1株	円	49.5	<b>60.2</b>	+21.6%
配当 / 1株	円	15.0	<b>15.0</b>	±0.0%

### 3. 将来に向けた計画

---



9年後に  
目指す姿

## イベント・ソリューション・パートナーの実現

多くの案件に大本から関わり、イベントプロデュース界の第一人者となる

### 業容

- 様々な分野の主要なイベントをプロデュース
- 顧客起点が浸透し、ダントツの現場力を発揮
- ソリューションとして、イベントや事業を興す

### 企業

- 専門性の高い子会社群を設立・取得し、総合イベント企業となる
- ホールディング会社を運営し、グループ戦略の効果を最大化

### 人材

- 総合イベント企業としての戦略を遂行可能な人材の採用・育成が進む
- 人材活用における多様性が実現し、効果をあげている

中期経営計画Ⅲ  
基本方針

- さらなる「イベント・ソリューション・パートナー」へ
- 揺るぎなき継続企業へ
- 顧客起点を実践する現場力の高い企業へ

## 中期経営計画Ⅲ基本方針：基盤整備

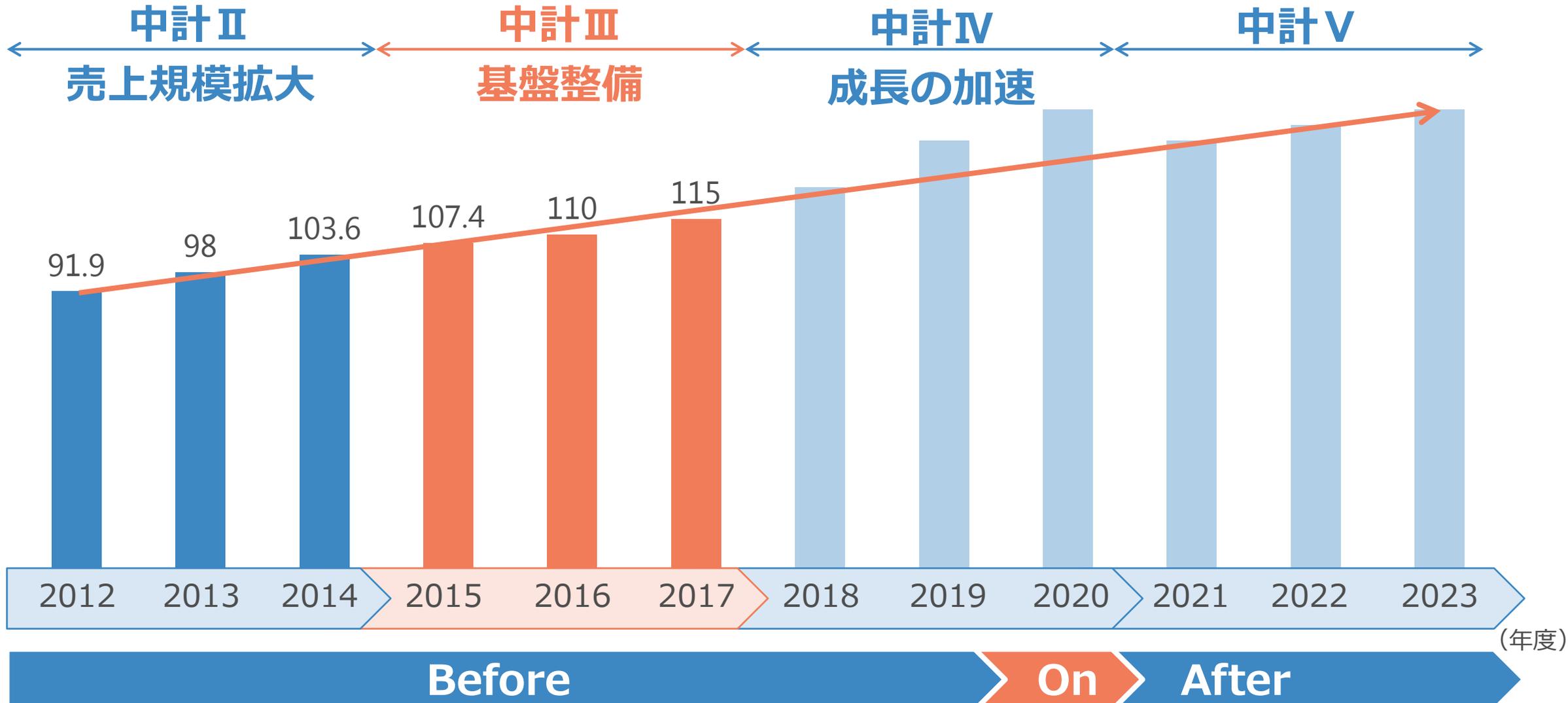
- さらなる「イベント・ソリューション・パートナー」へ
- 揺るぎなき継続企業へ
- 顧客起点を実践する現場力の高い企業へ

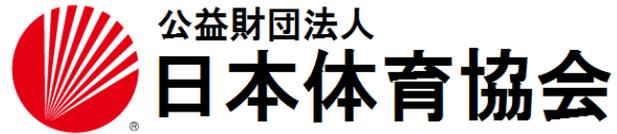


	単位	中計Ⅱ	16.3期	中計Ⅲ 当初目標	中計Ⅲ 修正目標
売上高	億円	103.6	107.4	106.0	<b>115.0</b>
営業利益	億円	3.8	4.2	5.0	<b>5.7</b>
営業利益率	%	3.7	3.9	4.7	<b>5.0</b>

## 修正理由

- 2016年3月期において、中期経営計画Ⅲの目標売上高を達成
- 基盤整備に係る計画が順調に推移
- 各種取組みを加速させ、さらなる飛躍につなげていく





(公財) 日本体育協会



(公財) 日本陸上競技連盟



(一社) パラ陸上競技連盟



(公社) 日本トライアスロン連合



日本ハンドボールリーグ機構



日本女子ソフトボールリーグ機構



(公社) 日本ボート協会



横浜FC



(公財) 横浜市体育協会

## 本質的な強み

- 顧客起点
- 現場力

## 時代に適した強み

- サステナビリティ
- ユニバーサル

- **指定管理者事業**
- **地域パートナーとの協力関係**  
中央プラン、地域営業
- **戦略顧客とのコラボレーション推進**  
文具会社、百貨店、会議会社

## 地元企業との連携強化により 地域の活動テーマに取り組む

### RWC2019

- 全国12地域で開催
- 多様な関連イベント

### Tokyo2020

- ホストシティ
- 事前合宿
- 文化プログラム

### 地方創生

- ツーリズム
- まちづくり
- 6次産業

### セレスポ

- 全国各地の情報収集
- 制作面での機動力
- 現場ディレクション

### 地元企業

- 地元ニーズの集約
- コミュニティの構築
- 実現力・交渉力

## 多様化する社会

生活      価値観      メディア      ニーズ      娯楽

リアルな体験・コミュニケーションが求められている

## 想いの具現化

活性化      絆      交流      自己実現      共感      発信源

イベントが日本の活力源として機能する

