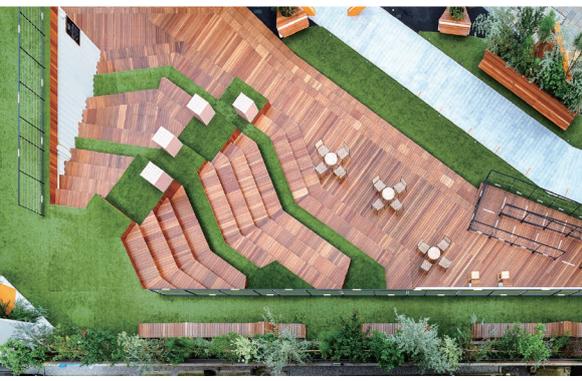


ココロ揺さぶる瞬間を創り、世の中を次へ動かす

第52期 中間報告書

HAKUTEN Report

2020年4月1日から2020年9月30日まで



博展 公式SNSをぜひフォローください ▶

@HakutenCorp



HAKUTEN CREATIVE





株主優待制度について

基準日	保有株式数	保有期間	株主優待内容
毎年3月末	100株以上 1,000株未満	6カ月未満	—
		6カ月以上	QUOカード (500円) 1枚
	1,000株以上	6カ月未満	—
		6カ月以上3年未満	QUOカード (500円) 1枚
		3年以上	QUOカード (2,000円) 1枚

※6ヶ月以上3年未満の継続保有の確認は、2020年9月30日の中間期株主名簿及び2021年3月31日の期末株主名簿に同一株主番号として記載されることといたします。

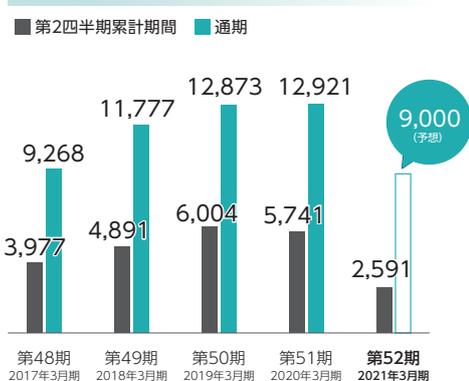
※3年以上の継続保有の確認は、2018年3月31日の株主名簿から2021年3月31日までの中間期・期末株主名簿に同一株主番号として記載されることといたします(次回以降も同様の方法で確認いたします)。

財務データ

(2020年9月30日現在)

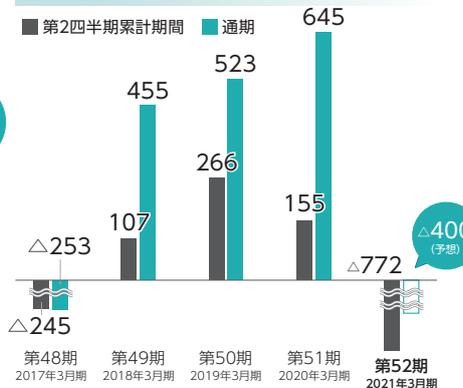
売上高

[単位:百万円]



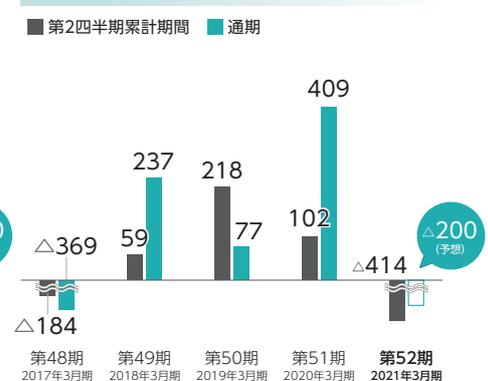
営業利益

[単位:百万円]



親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益

[単位:百万円]



株式情報・会社情報

(2020年9月30日現在)

会社概要

・商号 株式会社博展
(英文: Hakuten Corporation)

・本社所在地 〒104-0045
東京都中央区築地一丁目13番14号
NBF東銀座スクエア 9F

・設立年月日 1970年3月2日

・資本金 1億8,576万円

・従業員 連結 453名 単体 392名

・会計監査人 EY新日本有限責任監査法人

・証券コード 2173

株式の状況

・発行可能株式総数 20,000,000株

・発行済株式の総数 7,957,200株

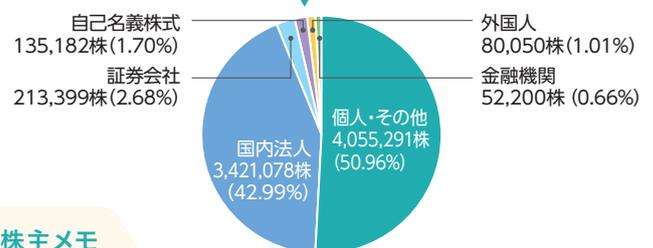
・株式の売買単位 100株

・株主数 5,484名

大株主(上位5名)

株主名	持株数	出資比率
株式会社T&Pホールディングス	2,980,000株	37.45%
博展従業員持株会	331,100株	4.16%
株式会社ティーケーピー	310,000株	3.90%
株式会社博展	135,182株	1.70%
田口 徳久	93,700株	1.18%

所有者別株式分布状況(株式数比率)



株主メモ

・事業年度 毎年4月1日～翌年3月31日

・剰余金の配当 年に2回(9/30、3/31)

・定時株主総会 毎年6月下旬

・上場市場 東京証券取引所 JASDAQ

・株主名簿管理人 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社

・公告掲載方法 電子公告により行います。ただし、事故その他やむを得ない事由により電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載します。

公告掲載の当社ホームページアドレス
<https://www.hakuten.co.jp/ir/>



見やすく読みまちがえにくい
ユニバーサルデザインフォントを
採用しています。

安全・安心に配慮しながら、“リアル”イベントも再開されはじめました

BERLINGOローンチ記念イベント

Groupe PSA Japan株式会社

2020年8月開催



▼ Youtube上でオンラインプレス発表を配信



New Normalに則したリアルイベント開催に手応え「今後、リアル開催を迷っているお客さんの背中を押していきたい。」

浅野 侑子
(株式会社博展 第2営業本部 営業2部)

CITROËN BERLINGOの日本での販売に合わせたプロモーションにおいて、お客様はコロナ禍でも、“実際に車を見てもらう”ことを大事に、リアルイベントを中心とした展開を考えられており、私たちはその希望をいかにNewNormalに則した形で実現ができるかを模索し、ららぽーと豊洲での開催をサポートしました。当日は、来場された方も久しぶりのイベントに大変

喜ばれ、お客様からも今までのイベントの中でもトップレベルの成果が得られたとの評価を頂きました。私自身もリアルイベントの体験価値を改めて実感でき、今後リアル開催を迷っているお客様がいたら、実施有無を悩むよりも「どのような方法であれば開催することができるのだろうか？」と一緒に考えていきたいと思っています。

Smile Festa 2020

ユーシーシーコーヒープロフェッショナル株式会社

2020年9月開催



飲食店向け業務用食品商社の商談会開催をサポート。博展のガイドラインに則り感染症対策を徹底しました。



菊川工場ソリューションセンター

スター精密株式会社

2020年9月竣工



静岡本社にPR拠点工場を新設するに伴い、商談スペースを備えたショールームのトータルプロデュースを手掛けました。



イベントの自粛で大きな影響がありながらも、
全社をあげてデジタル化などの新たな取り組みを推進。
第2四半期からはリアルイベントが復活の兆し。

株式会社博展
代表取締役社長
田口 徳久



株主の皆様へ

株主の皆様におかれましては、常日頃から当社事業へのご理解とご支援を賜り、厚く御礼を申し上げます。

上半期を振り返って

2021年3月期の上半期における当社グループを取り巻く事業環境は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、展示会・イベント開催の自粛や延期が相次いだこと、経済活動の鈍化により企業の広告宣伝費の使用減少などの影響を受け、厳しい状況に見舞われました。

当社グループの営業成績は、売上高は25億91百万円(前年同時期比△54.9%減)、営業損失は7億72百万円(前年同時期は営業利益1億55百万円)と大きな影響がありました。

その一方で、コロナ禍をきっかけに今後の新たな事業の芽となる取り組みを業界に先駆けて推進をいたしました。具体的には、リアルとデジタルを掛け合わせたイベントプロモーションサービスの提供、デジタル領域の営業・納品体制の強化などを実施し、自社ライブ配信スタジオも開設いたしました。

この結果、お客様からも、世の中の変化に合わせたコミュニケーションデザインの提供に対して評価をいただき、これまででない領域の仕事も多く依頼され始め、確かな手応えを感じております。

今後に向けた決意

当第2四半期中からは、感染防止に配慮しながら、徐々に従来型のイベントも開催され始め、リアルイベントの復活の兆しを感じられるようになりました。また、全社をあげて売上のV字回復を実現すべく、下半期からは新規営業部隊の拡張、マーケティング施策、及びクリエイティブ力の強化などを行ってまいります。

事業環境の変化に臨機応変に適応しながら、我々のコミュニケーションデザインの中で、ココロ揺さぶる瞬間(とき)を創り、世の中を次へ動かし、必ずや業績を回復させてまいります。

株主の皆様におかれましては、今後ともなお一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2021年3月期の注力課題

1 リアルとデジタルのハイブリッド型のコミュニケーションデザインの確立

- 顧客を取り巻く環境変化に適応した統合型コミュニケーションデザインの提供によるサービス領域の拡大
- 自社ライブ配信スタジオの開設等、オンライン上でのイベントプロモーションサービスの開発

2 新規開拓のための組織体制・施策の強化

- 新たな市場開拓のために、新規営業部門の増員と自社メディアのコンテンツを拡充
- 領域を超えたクリエイティブ力の強化による受注活動の最大化

3 制作部門の内製領域の拡大(商環境分野、デジタル)

- 新制作スタジオ「HAKUTEN T-BASE」において、受注拡大傾向の商環境分野、デジタルの内製領域を拡大し、収益性を向上



Communication Design®
人と人の、笑顔が創り出す未来へ。

Interview

サービスの立ち上げを牽引したプロジェクトメンバー2名に話を聞きました。

株式会社スプラシア (グループ会社)
代表取締役社長
中島 優太

株式会社博展 プランニング局
デジタルマーケティング推進室
中條 卓

Q1 プロジェクトの立ち上げについて

中島: 3月に新型コロナの影響で展示会やイベントが続々と中止になる中、リアルでのマーケティング機会を失ったお客さんが困っていらっしゃいました。そのような中で、Experience Marketingを掲げる我々として何かできないかと考え、リアルでできなければ、オンライン上で発信ができる“場”をつくってしまえばよいという思いで動きだしました。

そこでまずは、オンラインイベントの配信を行う“場”であるスタジオを本社内に作り、配信のプラットフォームとして、元々スプラシアで開発していたイベント管理システムのEXPOLINEをオンライン用に改修をしました。そして、その配信のための提供体制を部署、グループ横断で立ち上げるに至りました。

— ある程度、予算と権限を委譲されたこともあり、かなりスピード感を持ってプロジェクトを進めることができましたね。

中條: 私は元々、デジタル関連の仕事に携わることが多かったのですが、3月下旬に正式にプロジェクトの承認が下りた際に、プロジェクト推進の有志メンバーの募集に手を上げて参加しました。その後、すぐに緊急事態宣言が発出されたのですが、確実に

< Withコロナ時代の企業の新たな施策に >

オンラインでも体験を届ける Online Experience Solutions を提供開始

イベントのプロが、単なる個別ツールの提供ではない、顧客の課題に合わせ最適なソリューションを提案

本社内にライブ配信スタジオ 東銀座 Communication Base を開設 (2020年6月)



博展を含めてイベント業界が変わらないといけないという危機感がありました。

Q2 サービスの特長は？

サービス概要

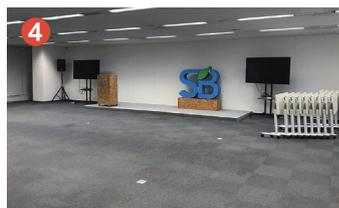
PLATFORM	動画配信サービス	コンテンツ企画制作
----------	----------	-----------

EXPOLINE
マルチセッション登録型プラットフォーム。配信イベントの基盤として利用可能。
様々な配信ツールの利用はもちろん、自社ツールを活用したアンケート、チャットなど、双方向コミュニケーションにも対応。
自社スタジオを起点とし、動画の収録からイベントを演出する動画制作まで対応。

中條: 世の中には、イベントだけ、ウェブだけ、スタジオだけを得意とする会社は多くあると思うのですが、それらをお客さんがまとめて依頼できる会社は少ないんです。我々は、単なるツール提供ではなく、顧客の課題に合わせて、配信スタジオなどのハードと配信体制などのソフトを組み合わせた統合的なソリューションを提供しています。そこが他社にはない顧客への提供価値だと思っています。

中島: それは、元々のリアルにおいての博展の強みと一緒ですね。

自社ライブ配信スタジオ『東銀座 Communication Base』を開設



- ① BASE#1 中規模のLIVE配信と収録拠点
- ② BASE#2 防音機能を求められる配信/収録拠点
- ③ BASE#3 小規模のLIVE配信/収録拠点
- ④ KARABAKO ラウンジ/大規模のLIVE配信拠点

稼働率



利用実績



顧客例

- ・某大手新聞社
- ・某大手外資系IT企業
- ・某大型ホビーイベント主催者

(※2020年10月末時点)

Q 3 顧客の声について

中條: 8月に久しぶりにリアルで開催されたAUTOMOBILE COUNCILという展示会で、マツダ様のブースからYouTube LIVE配信を行ったのですが、初めての試みながら、ユーザーもお客様の社内評価も非常に高かったですね。

ユーザーからは、来場できなくてもイベントを体験できるとともに、CMとは違うリアルイベントならではの温かさが伝わったというコメントがありました。リアルとデジタルを組み合わせたコミュニケーションの好事例ですね。



中島: スプラシアでも、ある企業のオンラインカンファレンスを本社内のライブ配信スタジオ（東銀座 Communication BASE）を使って開催のサポートをさせていただきました。

例年では、7月にパートナーを集めてホテルで開催されていたのですが、コロナ禍の状況を鑑みてオンライン開催に踏み切られました。我々はその中で、プラットフォーム開発からコンテンツ制作、当日の運営までサポートしました。

オンラインでの開催は、参加される人を限定せずに多くの方にご視聴いただき、とても大きな成果を生み出すことができたという評価をいただくことができました。

中條: 東銀座 Communication BASEについては、おかげさまで多くの引き合いを頂き、現在稼働率は9割を超えています。開設からまだ4カ月ですが、多くのオンラインイベントのサポート実績を積み重ねることができました。

Q 4 自社配信のオンラインセミナー Think EXperience (TEX) について

中條: 元々は緊急事態宣言下で在宅勤務の中、ONLINE EXPERIENCE SOLUTIONSをリリースする際、営業にメールではサービス内容が伝わらないと考え、社内向けに最初のライブ配信を行ったことが始まりでした。その後、社外向けにも博展のマーケティング活動の一環として配信を行っていくことになりました。

中島: これまでの博展の主な新規営業活動は、リアル場で顧客と接触することが起点となっており、コロナ禍でそのきっかけが失われている状況がありました。その代わりに、この自社配信のオンラインセミナーで新規顧客との接点を創出できると考えました。

そして、それが自社のナレッジにもなり、お客様へのソリューションとして進化する好循環を生み出していけると感じました。

中條: 5月下旬頃、社外向けに初回の配信を行いました。想像以上に反応がよかったですね。移動が制限された中、営業活動の新たな起点になる手応えもありました。これまで計14回（10月末時点）配信しているのですが、確かにその多くの経験がONLINE EXPERIENCE SOLUTIONSをサービスとして進化させることにも繋がっています。



Think EXperience
www.think-experience.com



Q 5 今後の展望について

中條: 6月から会員制を取り入れたTEXの会員数が2,000名を突破しました（10月末時点）。今後、会員向けのサービスの拡充を図っていきたいと考えています。

中島: 博展では、10月から大きく組織体制も変え、営業・クリエイティブ・制作部門にそれぞれデジタル専門のチームを設立し、よりデジタル化を強化していきます。更にグループ丸となって、この危機を乗り越えて行きたいと思っています。

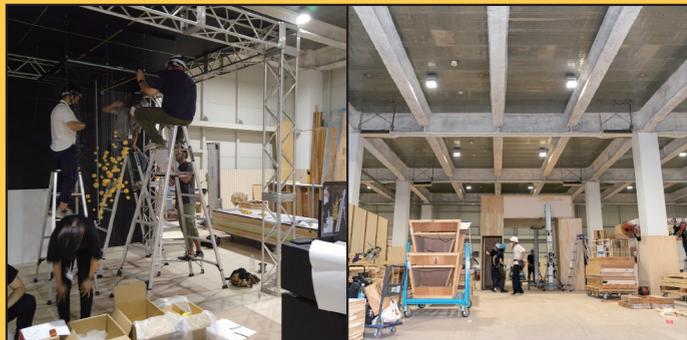
HAKUTEN NEWS

B E À U T
I F U L
BEAUTIFUL DISTANCE
D I S
T A N C E



BEAUTIFUL DISTANCE

美しさのある安全で、安心を創り出す。



HAKUTEN T-BASE

7月1日に新制作スタジオを開設

安全という機能的価値を前提としながらも、人の心に豊かさを生む美しいソーシャルディスタンスを開発したい。そのような想いから、商業施設やオフィス、イベント会場等に向け、新たなデザインとプロダクトを開発しています。

制作部門の更なる生産性向上と効率化を図るべく、埼玉県八潮市の制作3スタジオを移転・統合し、東京都江東区辰巳に新制作スタジオを開業しました。“製造拠点から共創拠点へ”をコンセプトに、デザイナーやエンジニアがより実験的なクリエイティブに挑戦し、新たな価値を生み出す場としても活用されています。