

# 株式会社 富士山マガジンサービス

## 「当社の概要について」

2023年7月25日(火)



国内最大級の雑誌定期購読サイト「[/~\Fujisan.co.jp](http://www.fujisan.co.jp)」及び、株式会社電通グループと共同でデジタル雑誌取次大手の(株)magaportを運営する雑誌のDXカンパニー

<https://www.fujisan.co.jp/>

## マーケットプレイス型ビジネスモデル

- ・あらゆるジャンル、約10,000誌の雑誌を取扱うロングテールモデル
- ・原則として自社在庫を持たず、取扱高に応じて出版社から業務報酬を受領
- ・近年は雑誌販売に関わる物流、コールセンター等のアウトソーシング事業も拡大傾向

## ストック型 (Subscription型) ビジネスモデル

- ・定期購読契約継続率70%超
- ・高い継続率に基づくストック型 (Subscription型) のビジネスモデル
- ・趣味嗜好性が強い雑誌の購読ビッグデータを保有する稀有な存在

## ストック収益を背景とした継続的な利益を元にした雑誌業界のDX市場の担い手を目指す

- ・紙雑誌→WEBコンテンツへの転換における大きなビジネスチャンスが存在
- ・デジタル雑誌取次→記事配信事業、電子図書館市場等への展開を目指す

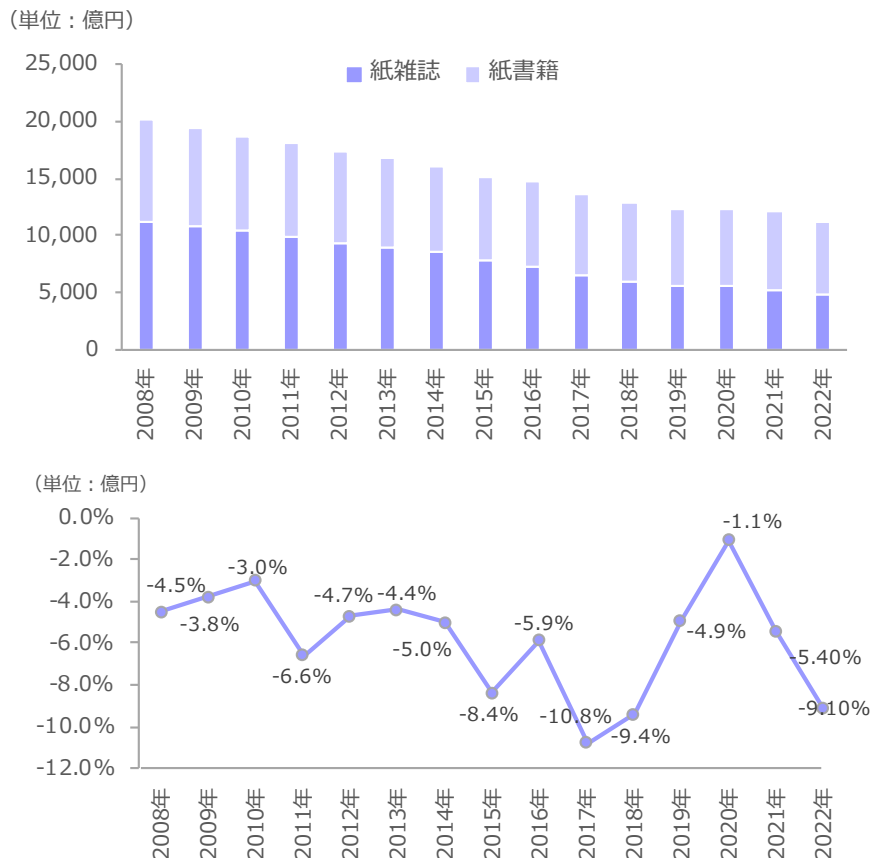
## 市場環境

---

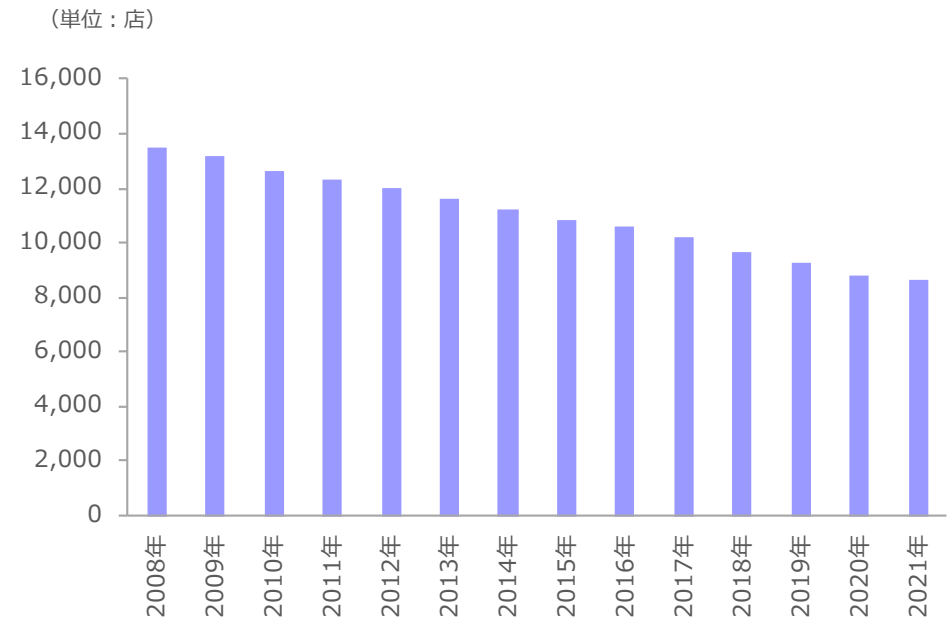
# 紙媒体書籍・雑誌市場規模と国内書店の推移

- 2015年市場規模：7,800億円→2016年：7,300億円→2017年：6,548億円→2018年：5,930億円  
年率10%前後で市場減少→2020年：5,576億円、2021年:5,276億円→2022年：4,795億円と減少率は鈍化傾向
- 国内書店数は1日1店閉店ペース、約8,642店まで減少

## 紙媒体書籍・雑誌の市場規模推移



## 国内書店数推移

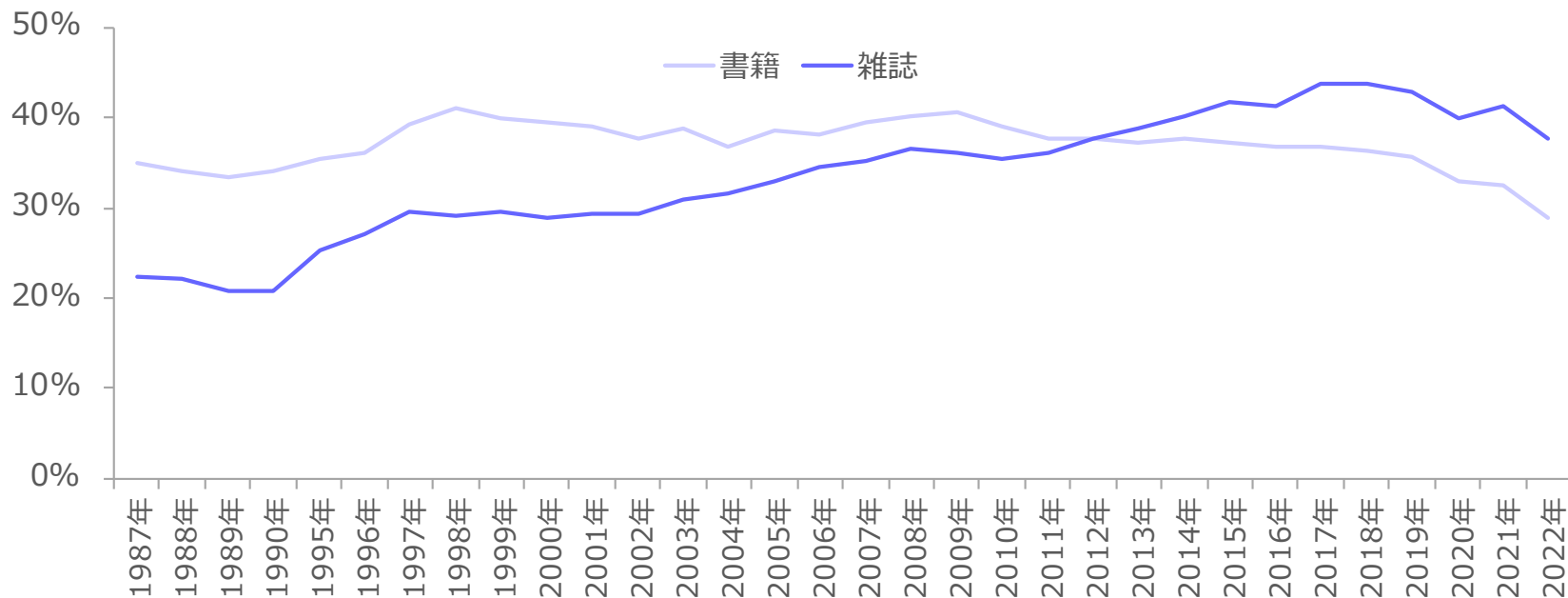


出所：日本出版販売株式会社 営業推進室 出版流通学院  
「出版物販売額の実態 2022」より弊社作成

## 書籍・雑誌の返品率推移

- 雑誌返品率は高止まりしているものの、配本数の削減等により、徐々に改善傾向
- 雑誌については、刷り部数の半分近くが返品になってしまう状況は大きく変わらず
- 販売環境の悪化により、休刊、刊行ペースの変更等が増加傾向は変わらず

書籍・雑誌の返品率推移

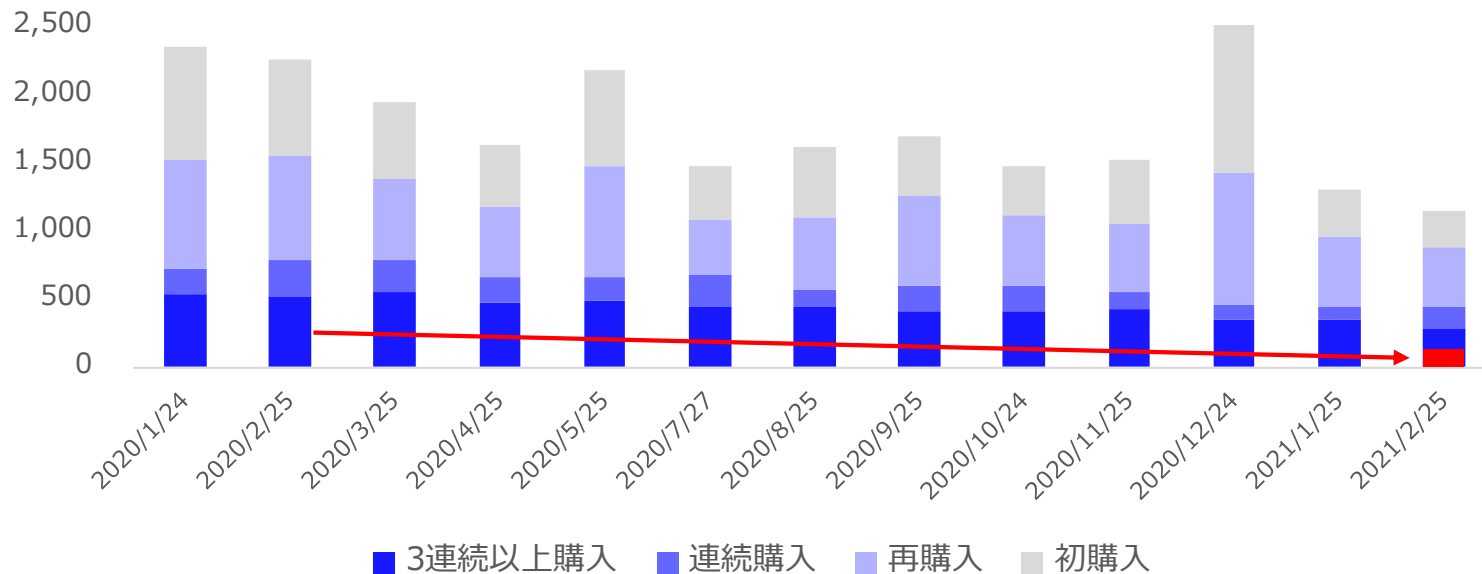


出所：出版月報（2023年1月号）より弊社作成

# ある雑誌の書店における購買読者の動向

- 3連続以上購入者は毎月20%の読者が離脱し、新たに20%が加わっている構造であり、年間での購読継続率は10%未満と推定される

【実績】書店における売上構成/号(13ヶ月)



出所：TBN(TSUTAYA BOOK NETWORK)データより弊社作成

- ※初購入 = 1号のみ購入
- ※再購入 = 以前、1号購入後、再度、同じ雑誌を購入した者
- ※連続購入 = 2号継続して同じ雑誌を購入した者
- ※3連続以上購入 = 3号以上連続して同じ雑誌を購入している者

## 競争力の源泉

---

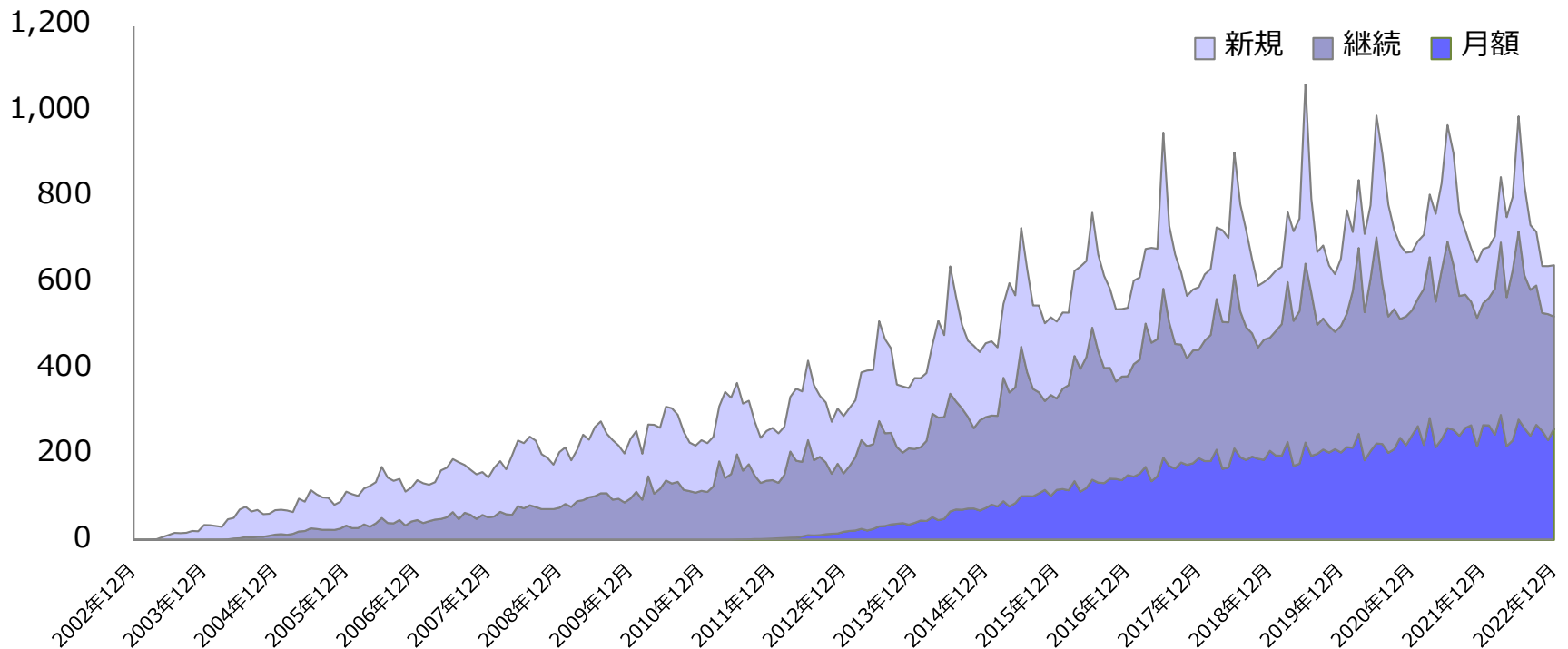
# 1. 継続課金型モデルであること

当社取扱高 = 新規(一括) + 継続(一括) + 月額ストック収益(サブスクリプション) がベース

- 定期購読のメリット訴求、自社オリジナルサービスにより、新規購読者は右肩上がりに増加
- 購読契約更新時に新規が継続にシフトし、ストック収益が底堅く増加
- 月額払いにより、さらにストック収益が増加

Fujisan.co.jp発注額

(単位：百万円)

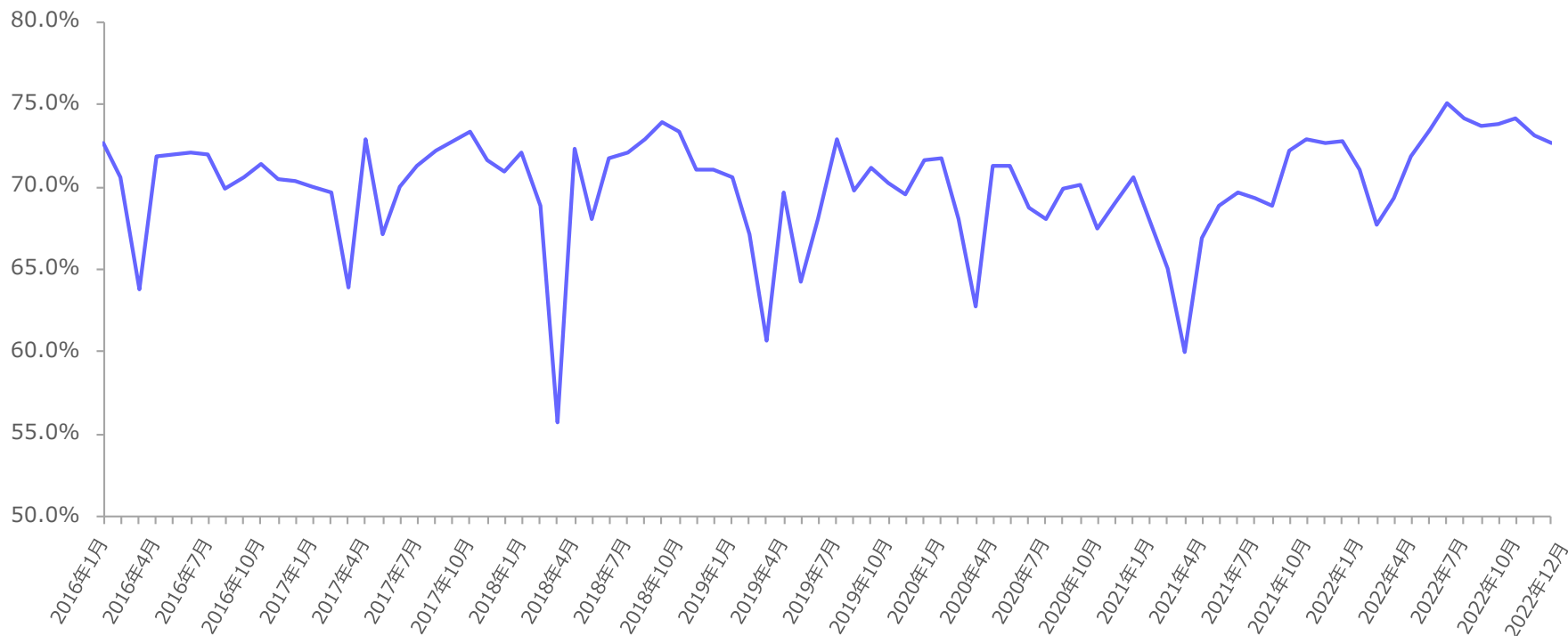




## 2. 高いサブスクリプション継続率

■市場減少と反比例して、当社取扱の定期購読雑誌(一括払い)平均継続率は70%ラインを維持

### 継続率



※ 法人購読者の購読雑誌見直しの影響で3月に継続率が一時的に低下する

(法人、特に官公庁は旧年度の契約を解除し、新年度で新規に契約をしない傾向があるため)

※ 定期購読雑誌(一括払い)平均継続率 = 一括払い定期購読契約の継続数 / 継続母数 (昨年度の一括払い定期購読契約総数)

### 3. ロングテール型の商品構成・バランスの取れた顧客属性

多種多様な趣味・嗜好のユーザーが利用するロングテール型

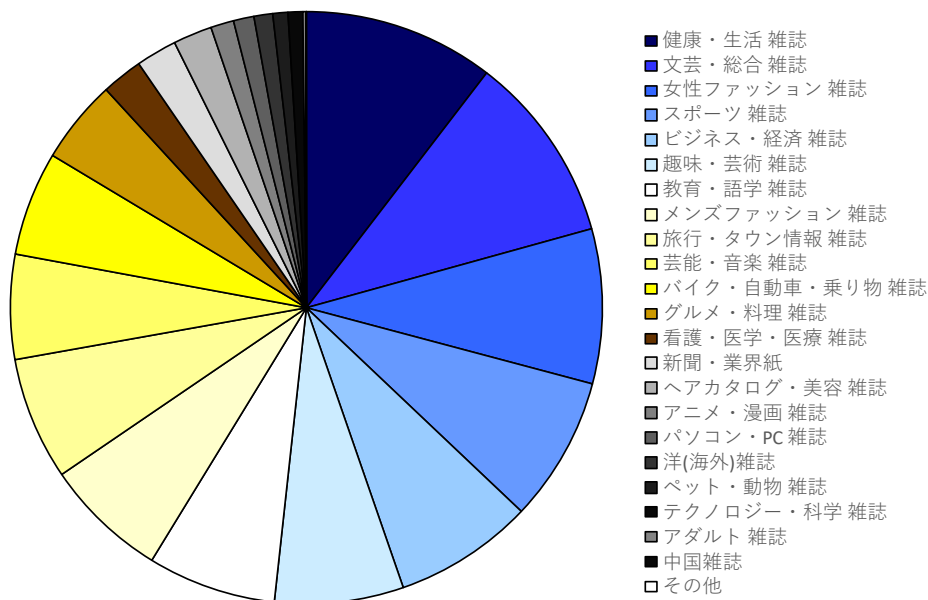
- 取扱高：11,876百万円（2022年12月期）
- 総登録ユーザー数：393万人（2022年12月末）
- 休刊の増加

→取扱高115億円を突破

→400万人突破目前

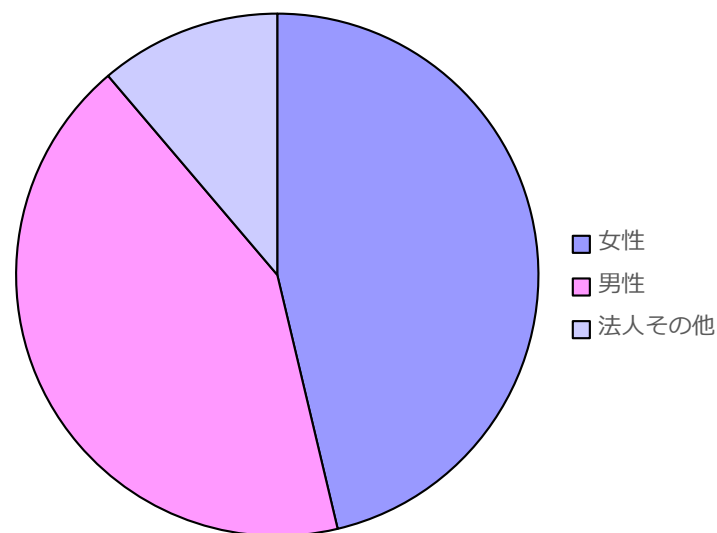
→アクティブユーザーの減少は今後の経営課題

雑誌ジャンル別構成比（取扱高ベース）



※2020年6月末現在 他社経由を除く

登録ユーザー構成比



※2021年12月末現在 他社経由を除く

# 免責事項及び開示タイミング

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本資料のアップデートは、今後、年次決算短信の発表時期を目途として開示を行う予定です。