



第22期

2023年12月期決算説明会資料について

株式会社 富士山マガジンサービス



## ■ 「総括」

- 休刊の増加に伴う、取扱高減少・配送請負事業の受注が減少→新たな請負事業の拡大のための投資を加速
- 第2の矢について、「巣ごもり需要」の剥離により、「読み放題」サービス向け取次が鈍化
- 第3の矢については、不採算事業の整理により、黒字化にめど

## ■ 「第1の矢事業（雑誌販売事業）について」

- ムック本系を中心に雑誌以外の取扱いを試験的に開始
- 配送請負、受注等のコールセンター事業を中心に受注体制拡大のための基盤への投資を拡大

## ■ 「第2の矢事業（デジタル取次事業/(株)magaport)について」

- 「読み放題」サービスの取次が減少。「巣ごもり需要」が剥離
- 記事化配信事業については、広告マーケットの低迷もあり、大きな進捗無し
- 電子図書館市場は株式会社図書館流通センターと提携し、共同で開拓中（2023年末で96自治体、409館に拡大）

## ■ 「第3の矢事業（購読者データ活用/その他新規事業）について」

- EC事業（株式会社アイデア）については、不採算事業の整理により、黒字化にめど
- 雑誌以外の新規事業については、M&Aのソーシングを強化するも、案件化の実績出せず

# 2023年12月期 実績

- 第1の矢（富士山マガジンサービス）は休刊誌増加の影響、人件費高騰により配送請負事業が打撃
- 第2の矢（株式会社magaport）は読み放題サービスの伸び率が鈍化、電子図書館事業の伸びで補えず
- 第3の矢（株式会社アイデア）については不採算領域から撤退を完了、止血に成功
- 2024年以降の成長のため、システム投資・人財への投資を積極的に実行



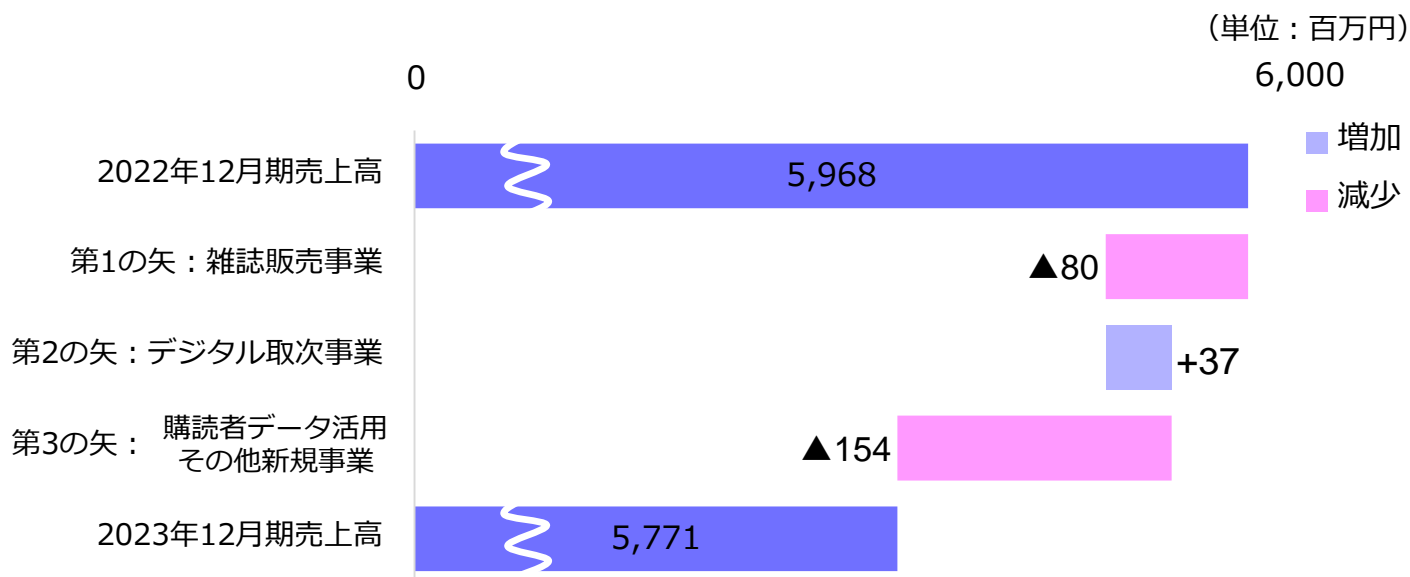
2023年12月期は上記の要因により予算に対し、売上高93.9%、営業損益83.3%の達成に留まった

(単位：百万円)	2023年12月期			2023年12月期	2022年12月期
	実績	予算 からの増減	達成率	予算	実績
売上高	5,771	▲375	93.9%	6,146	5,968
営業損益	357	▲72	83.3%	429	443
(利益率)	6.2%	—	—	7.0%	7.4%
経常利益	355	▲70	83.7%	425	442
親会社等に帰属する 四半期純利益	222	▲44	83.8%	266	288

(単位：人)	2022年12月期	2023年12月期	増加率
総登録ユーザー数	3,938,685	4,128,129	104.8%
課金ユーザー数	600,866	576,723	96.0%

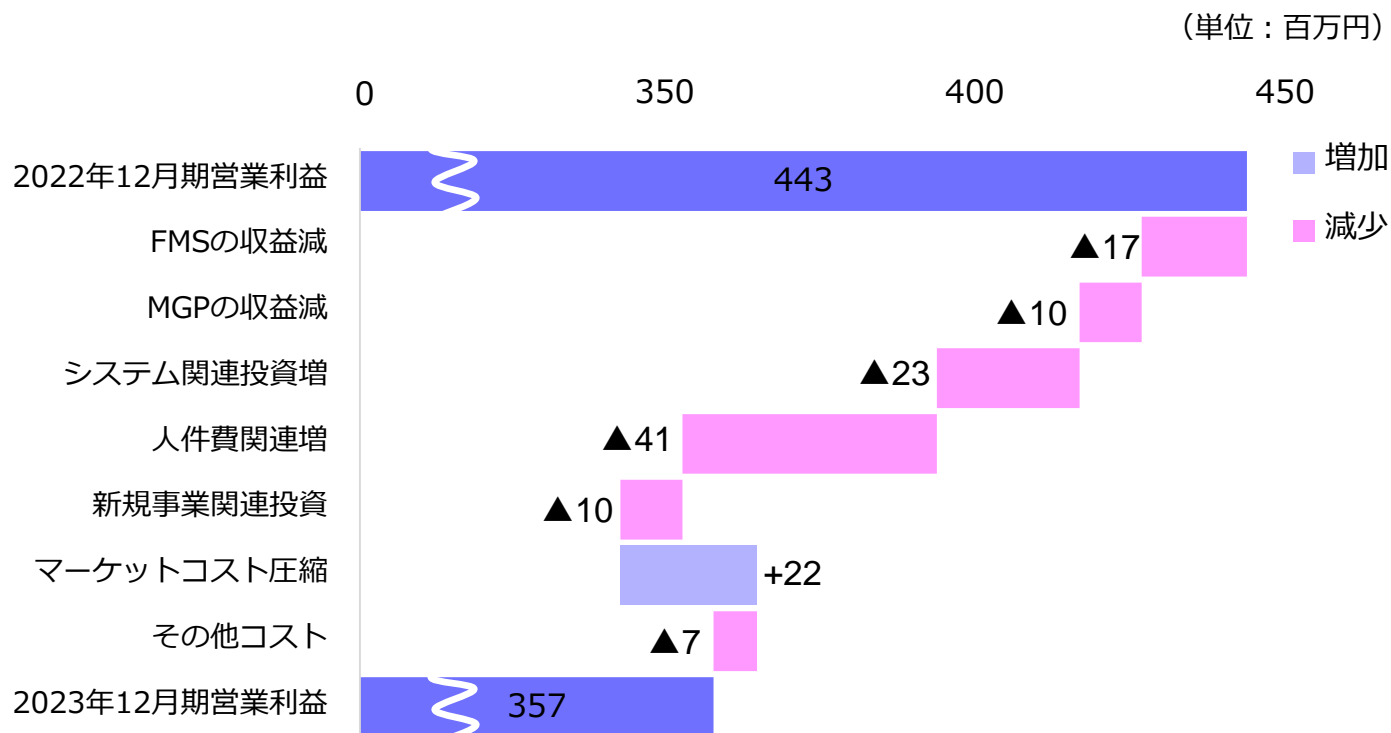
# 2023年12月期 売上高の増減要因分析

- 第1の矢（雑誌販売事業）：連結全体の売上の60%弱を占める当社の基幹事業  
近年では、配送等の出版社からの請負事業の比率が増加傾向であったが、今年度は休刊の影響により、配送請負事業が減少
- 第2の矢（デジタル取次事業）：読み放題サービスへの取次を中心に連結全体の売上の35%超まで堅調に伸長
- 第3の矢（購読者データ活用/新規事業）：ECを中心に連結全体の売上の5%程度  
→今期は、不採算事業の撤退を行ったため売上が大幅減少



# 2023年12月期 営業利益の増減要因分析

- 第1の矢（雑誌販売事業）：2024年以降を見据えて、主に請負事業強化のために積極投資
- 第2の矢（デジタル取次事業）：読み放題サービスの成長鈍化、利益率が高い書店の取扱減少が影響
- 第3の矢（購読者データ活用/新規事業）：不採算事業から思い切って撤退、2024年の黒字化にめど



# 2024年12月期業績予想

---

## 2024年12月期 業績予想

- 2024年12月期予算は2023年12月期と同程度の着地を見込む
- 雑誌販売事業からの脱却のためのWEBコミュニティサービス等システム開発の先行投資を織り込んだ結果であり、EBITDAベースでは増収を目指す
- 2025年12月期以降の「雑誌出版事業」→「趣味嗜好のデパート」化への道筋をつけることを目指す  
成熟市場である「雑誌」市場/雑誌関連事業の依存を下げるための施策の加速を目指す

(単位：百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期 予想
取扱高	11,852	11,876	11,877	12,000
売上高	5,930	5,968	5,771	5,771
営業利益	525	443	357	357
営業利益率	8.9%	7.4%	6.2%	6.2%

### <主な新規事業領域への追加投資予定>

- WEBビジネス等の先行投資 ▲29百万円
- 人材への投資・採用 ▲10百万円

## 第1の矢：定期購読（紙）市場の囲い込み（Cash Cow：効率化）

- ✓ 定期購読者の囲い込みが雑誌市場の生命線であるという認識は引き続き共有
- ✓ 若者を中心としたスマホシフトの流れに逆らうことは困難  
→経営資源を新規の雑誌購読者確保ではなく、既存の雑誌購読者の囲い込みに集中



- ✓ 利益率の改善（新規購読者獲得→効率性最優先に方針を転換）
- ✓ 物流、WEBサイト構築等の出版社の支援業務の拡大
- ✓ 雑誌編集部の独立支援  
（会社の休刊方針に対して独立を希望する場合や民事再生時の事業部単位の独立を支援）



- ✓ 定期購読による雑誌のコア購読者層を囲い込み→継続率向上、休刊による離脱を防ぐためのWEB化支援等
- ✓ 物流効率化の推進→2024年1月31日付で軽作業請負事業を展開する株式会社ちよこっとワークを持分法適用会社化（当日出荷オペレーションにおける人材不足の解決を狙う）
- ✓ 固定ファンのいる雑誌の発行存続、WEB化等による媒体の存続を引き続き支援



# 「第1の矢：雑誌の定期購読」 将来像と2024年の取組予定

定期購読による雑誌のコア購読者層を囲い込み→継続率向上、休刊による離脱を防ぐためのWEB化支援等

物流効率化の推進→2024年1月31日付で軽作業請負事業を展開する株式会社ちよこっとワークを  
持分法適用会社化（当日出荷オペレーションにおける人材不足の解決を狙う）

固定ファンがいる雑誌の発行存続、WEB化等による媒体の存続を引き続き支援

配送請負・コールセンター等受諾

雑誌以外の出版物・出版物に関連する物販

雑誌販売「Fujisan.co.jp」

雑誌出版社の総合アウトソーシング事業化により、  
出版社の販売・配送関連の全ての業務を請け負える体制を目指す

## 第2の矢：デジタル分野における雑誌コンテンツ収益化（将来収益源）

- ✓ デジタル雑誌「読み放題」サービスを行う大手書店向けの電子雑誌取次事業を主軸に展開
- ✓ (株)電通との協業を深化し、雑誌のWEB化、スマートフォンで読める媒体化を目指す



- ✓ デジタル雑誌の取次事業において業界No1の規模を目指し、電子取次会社としての地位を固める
- ✓ デジタル雑誌（PDF）のマイクロコンテンツ（WEB記事）化、マイクロコンテンツの収益化
- ✓ 株式会社図書館流通センターと共同で、引き続き、電子図書館構想を推進



- ✓ デジタル雑誌（PDF）の取次No1を目指す
- ✓ 電子雑誌コンテンツの活用・記事配信モデルの事業化を目指す
- ✓ 電子図書館→法人向け「読み放題」サービス、記事閲覧サービスへの展開を目指す

## 「第2の矢：雑誌のWEB化」 将来像と2024年取組予定

デジタル雑誌（PDF）の取次No 1を目指す

電子雑誌コンテンツの活用・記事配信モデルの事業化を目指す

電子図書館→法人向け「読み放題」サービス、記事閲覧サービスへの展開を目指す

雑誌のWEB化支援・記事コンテンツ配信

取次

デジタル雑誌の制作受託

**デジタル雑誌取次の新しいビジネスモデルの開発を目指す**

## 第3の矢 : Subscription Platform提供 (中長期における当社の事業展望)

- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響から積極的に展開せず、既存事業の基盤づくりに専念
- ✓ 当面は「マガコマース」、株式会社アイデアによる雑誌ブランドECを主軸に展開



- ✓ EC事業については不採算店舗の運営から撤退し、赤字体質から脱却
- ✓ 購入者情報の活用事業については、M&A・投資により趣味・嗜好DBを生かした事業展開を加速
- ✓ 投資先については、出版・雑誌領域から離れた領域で趣味・嗜好に関連したサービスを想定



- ✓ ECについては、自社運営型→請負型・マーケットプレイス提供型ビジネスに回帰
- ✓ 購入者情報の活用事業については、自社リソースでの立ち上げだけでなく、既存の事業体への投資、M&Aを活用することで早期に新たな事業の柱化を目指す (CFOの担当領域として推進責任を明確化)
- ✓ M&Aの領域については、学習・資格系の事業分野 (Edu-Tech) を中心にソーシング活動を強化方針

ECについては、自社運営型→請負型・マーケットプレイス提供型ビジネスに回帰

購入者情報の活用事業については、自社リソースでの立ち上げだけでなく、既存の事業体への投資、M&Aを活用することで早期に新たな事業の柱化を目指す（CFOの担当領域として推進責任を明確化）

M&Aの領域については、**学習・資格系の事業分野（Edu-Tech）**を中心にソーシング活動を強化方針

## M&Aによる新サービス

趣味 / 嗜好を大きく反映した顧客DBを持ち、  
既存のDBと統合できる事業

例：ファンクラブ、音声 / 映像コンテンツ、メディア、  
サブスクリプションコマース、体験型コマース、  
教育 / カルチャースクール

EC

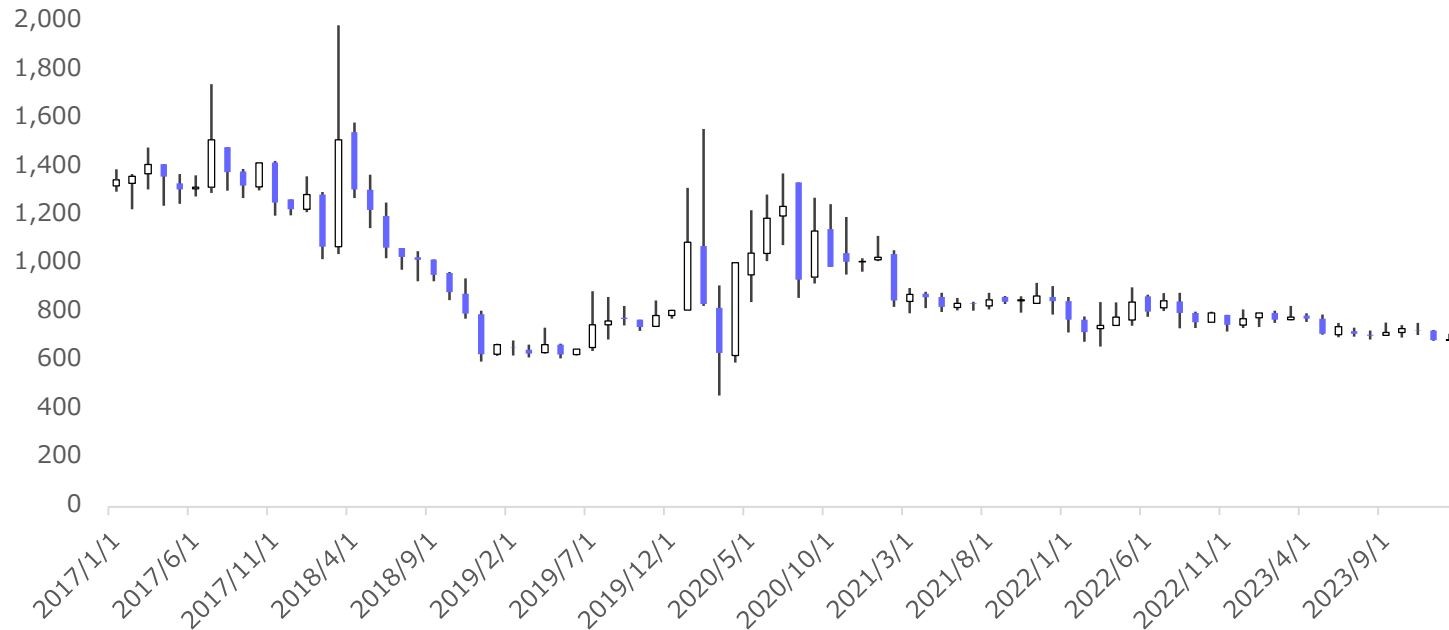
M&Aの推進により、雑誌・出版市場以外の領域で事業の柱を作る

# 株価推移

- 現在の株価、PERは当社グループはEC・雑誌のDX支援の会社でなく、「紙雑誌」の本屋としての評価と思料
- 当社グループの実態は雑誌販売をベースにした雑誌購読情報、雑誌データを用いた雑誌出版社のDX支援会社。この実態をどのように市場に認知してもらうかがIR上の課題と思料

## 株価推移

(単位：円)



出所：「SPEEDA」のデータより弊社作成

# 免責事項

---

- 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。