

株式会社 富士山マガジンサービス

個人投資家向け説明会資料

東証スタンダード：3138
名証メイン

2026年8月27日(木)14時開催



Agenda

- 会社/事業概要等
- 事業環境
- 2026年12月期 第2四半期決算概要
- 2026年12月期 業績予想・株主還元

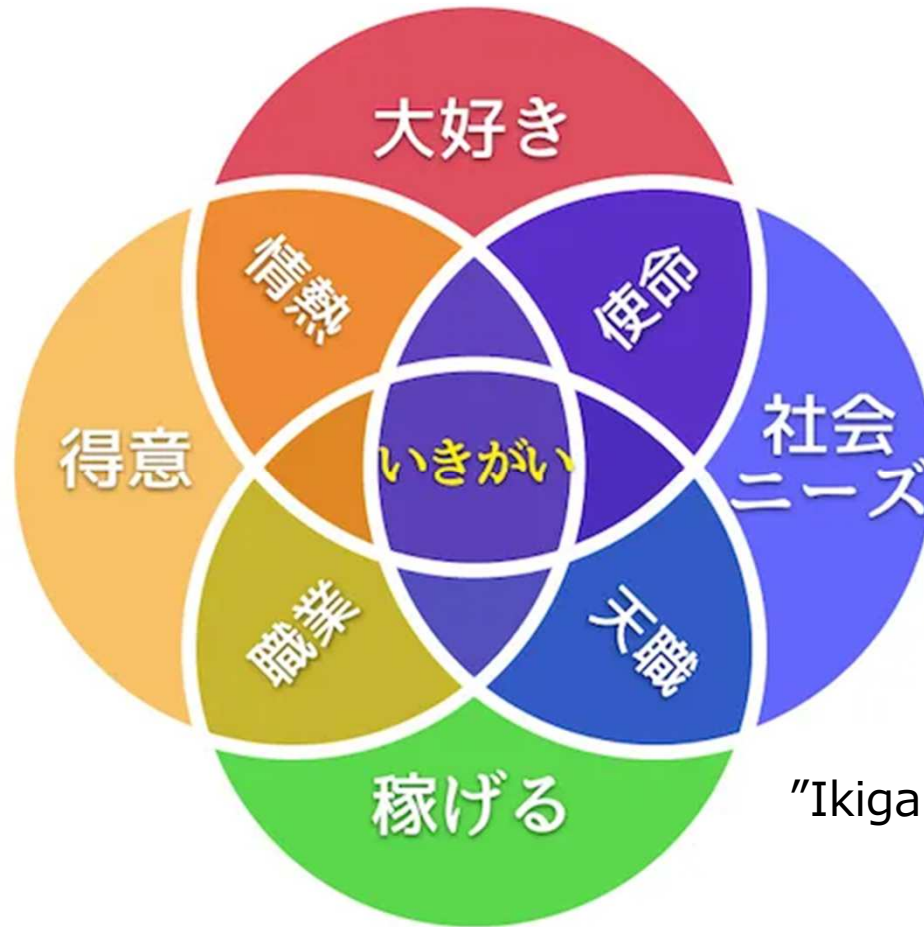
会社/事業概要等

会社名	株式会社富士山マガジンサービス Fujisan Magazine Service Co., Ltd.
設立	2002年7月12日
資本金	265,198千円（2025年12月末現在） 連結純資産 2,554百万円
主要株主	西野 伸一郎 株式会社図書館流通センター 神谷 アントニオ 株式会社ABEJA
役員構成	代表取締役会長兼社長CEO 西野 伸一郎（グループ戦略） 取締役COO兼社長室長 神谷 アントニオ（既存事業統括） 取締役CFO 佐藤 鉄平（Ed-Tech事業統括） 取締役（社外） 高橋 誉則 取締役（社外） 松浦 道生 常勤監査役（社外） 伊藤 三八 監査役（社外） 遠山 孝之 監査役（社外） 深町 周輔
従業員数	111名(連結：2025年12月末現在) 平均勤続年数9.1年



代表取締役会長
西野 伸一郎

興味が生きがいになる世の中に



"Ikigai"チャート



国内最大級の雑誌定期購読サイト「／＼Fujisan.co.jp」及び、デジタル雑誌取次大手の(株)magaport、学習塾事業の(株)Fujisan Academia Groupを運営

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
- ・原則的に自社在庫を持たず、取扱高に応じて出版社から業務報酬を受領

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

巨大なリプレイスマーケットの存在

- ・国内雑誌販売は、書店数減少に伴う従来型の間接販売（取次書店経由）の減少により縮小傾向にあるも、市場規模は3,708億円（2025年）と未だ巨大な市場
- ・出版社が購読者に直接雑誌を販売する直接販売（定期購読メイン）型への転換を見込む

ストック収益を背景とした継続的な利益を元にした新規事業への参入

- ・出版領域：デジタル雑誌取次→電子図書館市場、WEBメディア事業への展開を目指す
- ・新規事業として、EdTech事業（教育サブスクリプション事業/学習塾事業）への参入を果たす

第1の矢 マーケットプレイス事業の収益（当社売上全体の55.2%弱/前年同期は55.8%）

- ・ 自社WEBサイト「Fujisan.co.jp」上で販売している雑誌の定期購読パッケージの販売手数料
- ・ 定期購読事業に関連する配送請負、雑誌目次データ登録、出版社の自社雑誌メディア運営サポート等の請負収益
- ・ 2025年に時計専門誌・時計製造の株式会社シーズ・ファクトリーを買収

第2の矢 雑誌のWEB化、デジタル雑誌取次事業(当社売上全体の41.7%強/前年同期は41.2%)

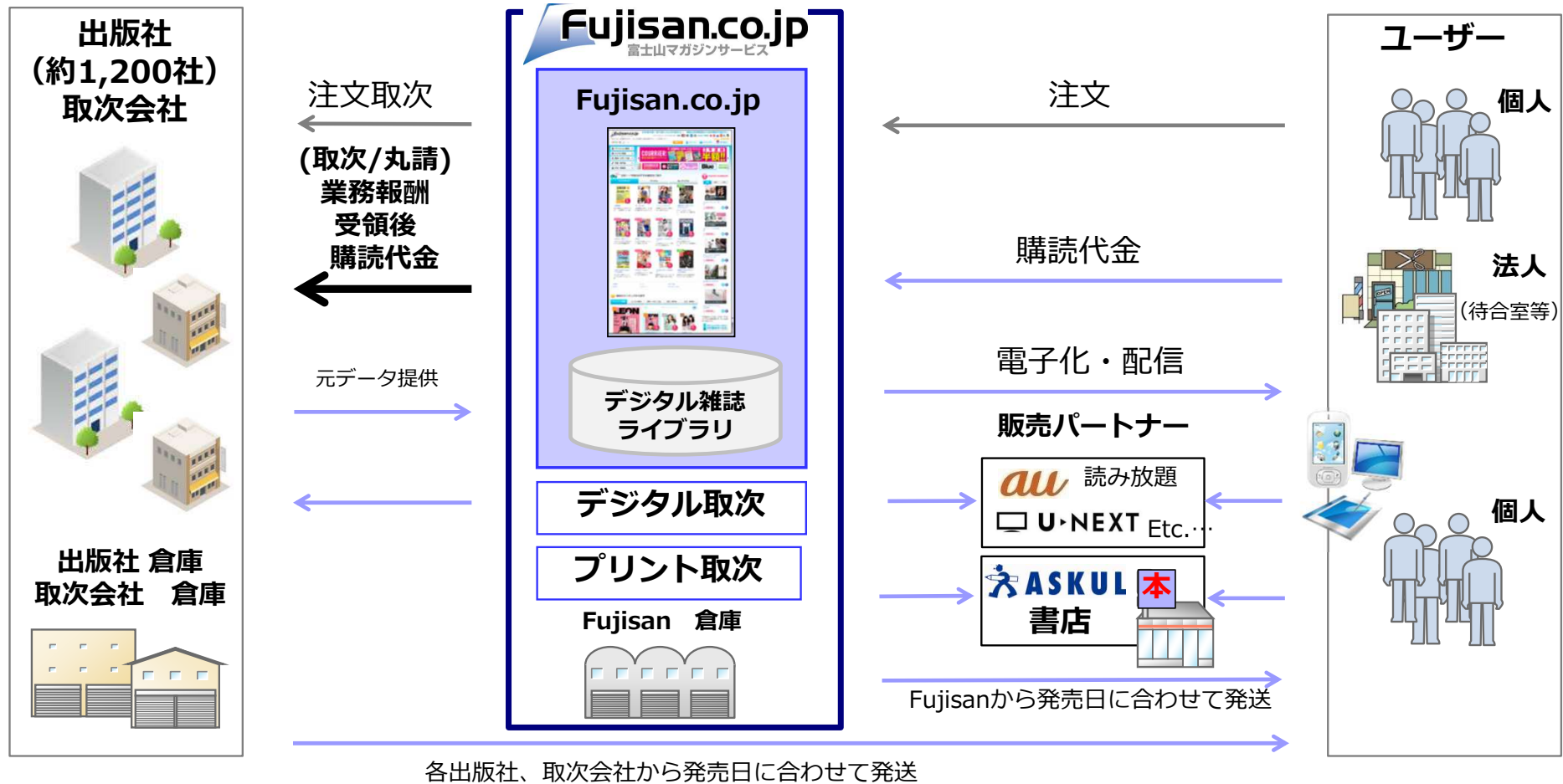
- ・ (株) 電通グループとのJVである株式会社magaportを通じた事業
- ・ 読み放題を中心に堅調に推移
- ・ 雑誌記事のWEB化、記事配信サービスの試験提供中
- ・ 株式会社図書館流通センターと共同で電子図書館向けサービスを提供、市場開拓中

第3の矢 蓄積した資産を活用した新規事業（当社売上全体の3.1%程度/前年同期は3.0%）

- ・ Eコマース事業（株式会社イデアを通じた事業）は店舗運営⇒システム提供に業態を変更
- ・ **新規領域としてEdTech事業（教育サブスクリプション事業）＝塾事業への参入を果たす**

- 2015年当時と比較して、第2の矢（WEB領域）の売上に占める割合が大幅に増加
- 2015年上場時は93%程度を「第1の矢（定期購読支援事業）」の収益に依存
⇒**2026年12月期 第2四半期連結売上高に占める「第1の矢」事業の割合は約55.2%まで減少**
- 「第1の矢」も配送を中心とする請負業務の比率が増加傾向（全体の約16%が請負事業）
- 「雑誌・出版業界」への事業依存度を減らすため、新たにEdTech事業領域に進出
⇒**雑誌のFujisanから、Ikigai支援の富士山への転換を進める**

- 雑誌販売支援に伴い出版社から「業務報酬」を受領
- マーケットプレイス型、原則自社在庫を持たないビジネスモデル



【第2の矢：雑誌のWEB化】

Digital 雑誌／記事、制作／販売／取次サービス



【第3の矢：Fujisan会員データベース・蓄積資産の活用】

マガコマース (Magazine Commerce)、イベント、ファンクラブ 等



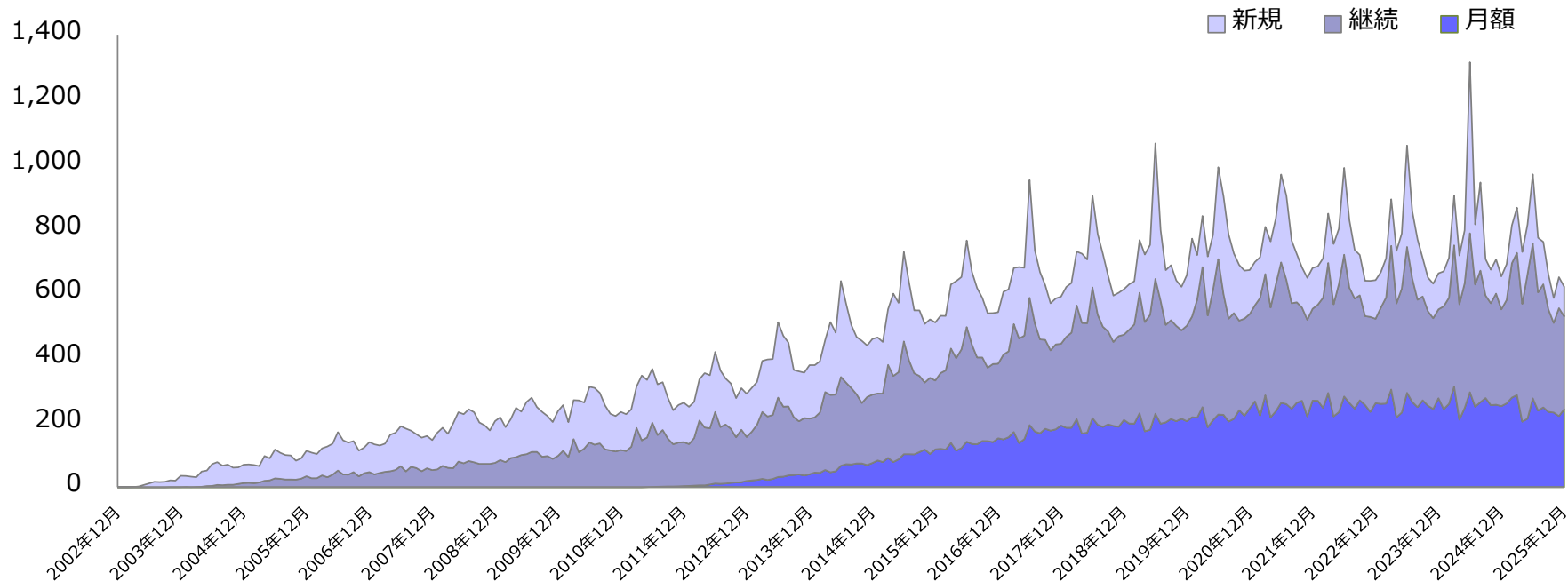
第1の矢：雑誌の定期購読 当社取扱高推移

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

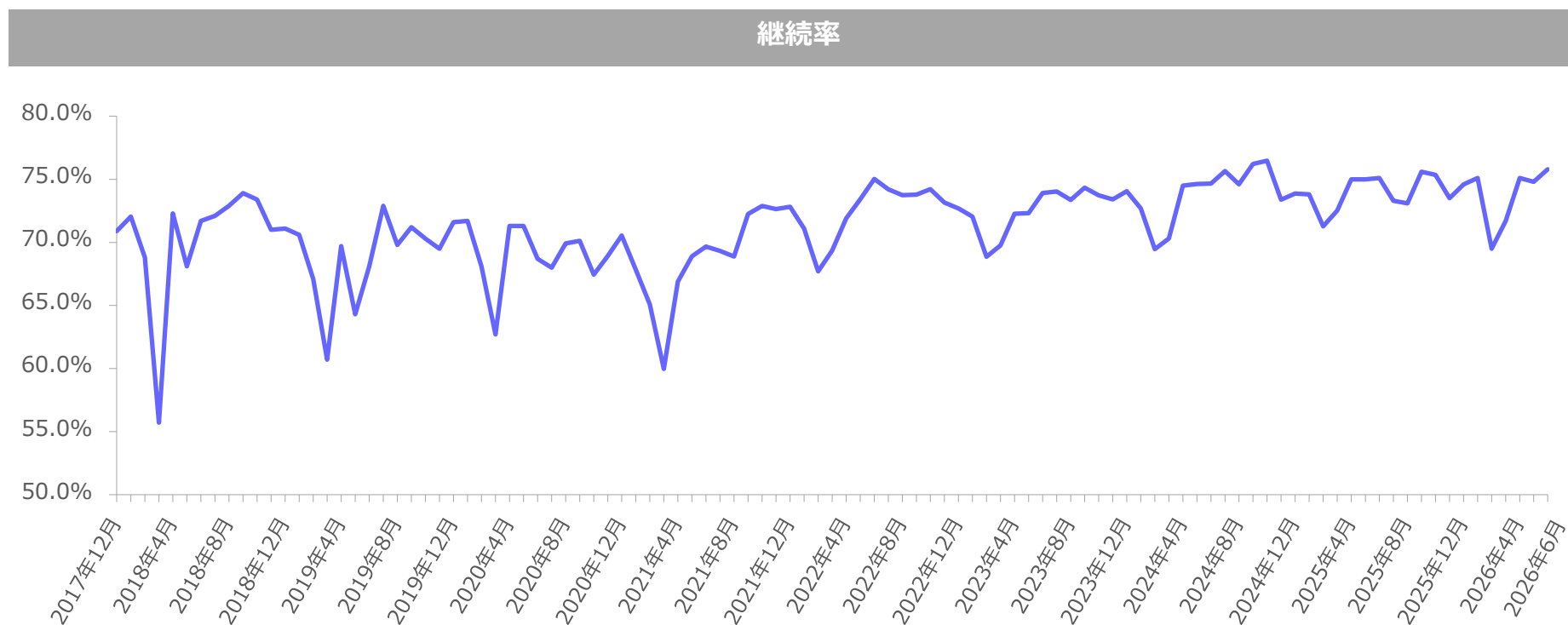
Fujisan.co.jp発注額

(単位：百万円)



第1の矢：雑誌の定期購読 当社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

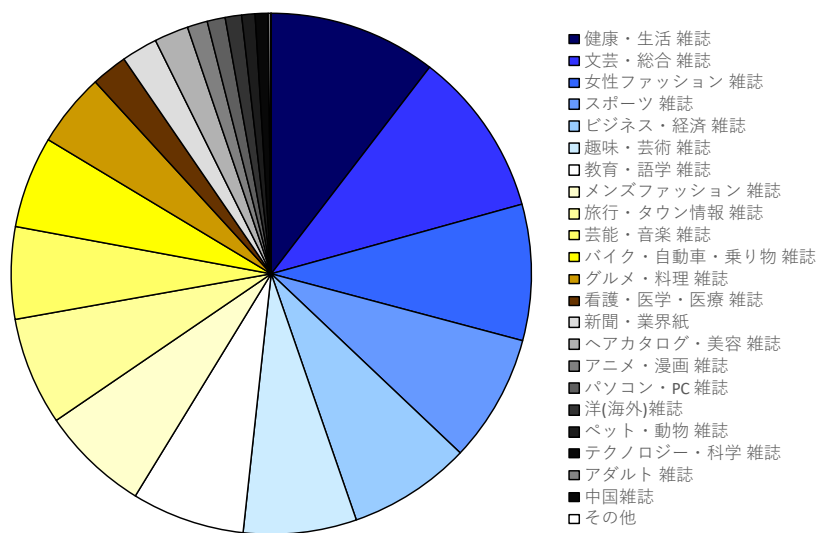


※ 法人購読者の購読雑誌見直しの影響で3月に継続率が一時的に低下する
(法人、特に官公庁は旧年度の契約を解除し、新年度で新規に契約をしない傾向があるため)

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

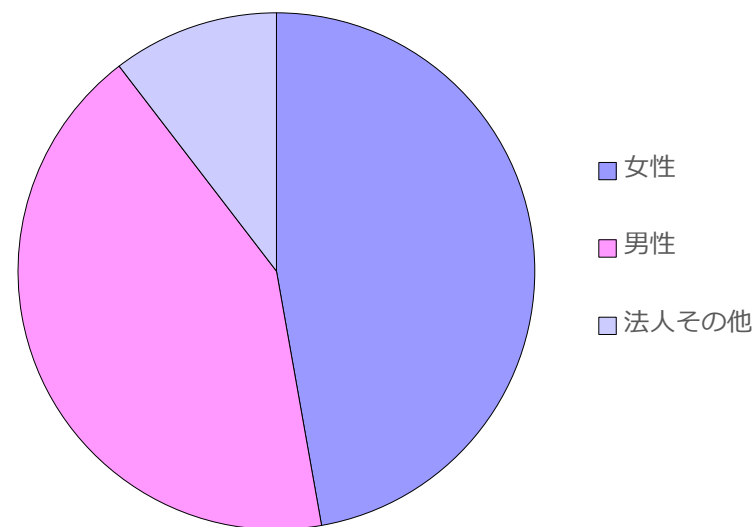
- 取扱高：11,146百万円（2025年12月期） → EdTech事業、電子雑誌取次事業の拡大
- 総登録ユーザー数：443万人（2025年12月末） → 440万人を突破
- カード決済の本人確認・購入意思確認の厳格化 → アクティブユーザーの減少は今後の経営課題

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

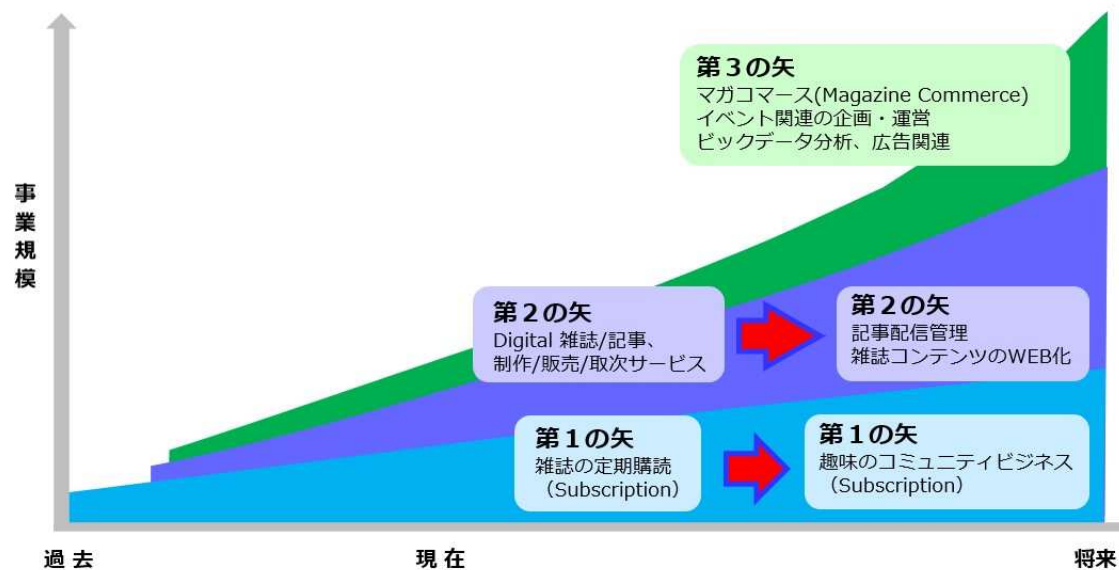


※2025年12月末現在 他社経由を除く

長期Vision～「Publishingビジネスの未来を創出する」

- 当社の企業価値は、「雑誌販売事業 < 会員の属性データ」と膨大な雑誌に関連するビッグデータ
- 第1の矢（雑誌販売支援事業＝紙雑誌の書店事業）は、当社の事業領域の一角
- 雑誌ビジネス360（＝出版ビジネスを取り囲むあらゆる要素を支援）の一方で、各出版社の会員の個人属性データを収集／分析／活用&出版社のDXを支援、促進
- 第3の矢の拡大のため、2023年からM&Aによる新規事業立ち上げプロジェクトをCFOの管掌でスタート
⇒2024年度に株式会社しょうわ出版を中核にFujisan Academia Groupを立ち上げ（拠点数3、生徒数304 2025年12月末）

<紙雑誌の販売主体から、購読者管理、コンテンツ管理ビジネスへシフト>



“Ikigai”チャート

2026年12月期 第2四半期決算概要

■ **「第1の矢事業（雑誌販売事業）について」**

- 商品ラインナップの拡張としてコミック販売を試験的に開始
- 配送を中心にコスト削減を推進
- 2025年の第三者からの攻撃による情報漏洩、サイトの一時停止を受け、セキュリティ体制を強化
- 雑誌のWEBメディア・会員制サービスへの移行、EC事業の成功事例とすべく、時計製造・時計雑誌出版社の株式会社シーズファクトリーを買収し、PMI実行中

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

- 「読み放題」サービスの取次の成長鈍化
- 記事化配信事業については、AIの活用、AIを使った商業サービスの検討のため、株式会社ABEJAと事業の検討を開始
- 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、引き続き、共同で開拓中

■ **「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」**

- EdTech事業については、2025年3月に英語教育、医専予備校として実績があるミリカグループ（株式会社クリエイト研究会）のM&Aを実施し、2025年12月には共通試験対策等の豊富な学習コンテンツを持つベリタスアカデミー（株式会社ユナイテッド・インテリジェンス）と提携
- グループの経営効率化、ブランディング化のために子会社を統合し、株式会社Fujisan Academia Groupに商号も変更

2026年12月期 第2四半期実績

- 第1の矢（富士山マガジンサービス）は、2025年12月期 第1四半期にカード決済の更新厳格化の影響により購読終了となった継続顧客を2026年12月期 第1四半期で取り戻すことができません。
また、2025年に買収した株式会社シーズ・ファクトリーの広告収入減少・のれん償却の影響もあり、減収
- 第2の矢（株式会社magaport）は読み放題サービスの伸び率は減少するも堅調推移
- 第3の矢（新規事業）については、EdTech事業が医学部既卒クラスの生徒獲得が予算に届かず、予算に若干未達



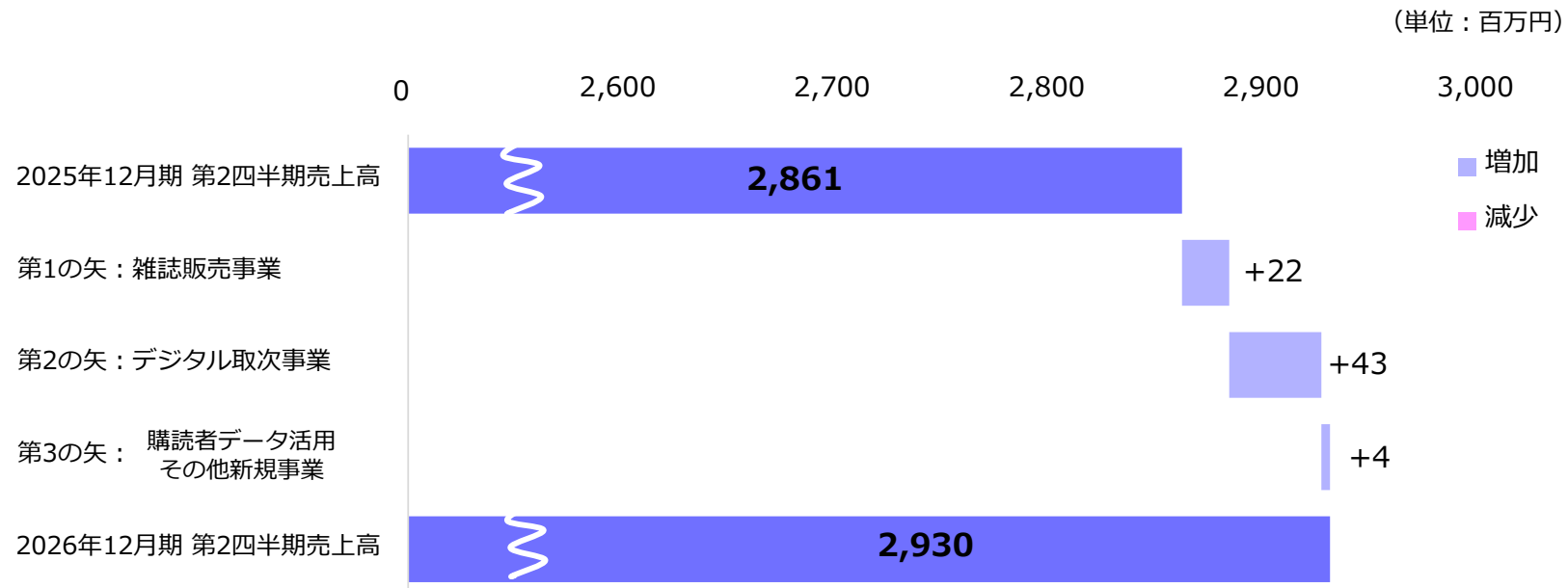
(単位：百万円)	2026年12月期 第2四半期			2026年12月期 通期		2025年12月期 第2四半期
	期初予想	実績	期初予想比	修正予想	進捗率	実績
売上高	3,135	2,930	93.4%	6,187	47.4%	2,861
営業損益	76	30	39.5%	81	37.0%	49
(利益率)	2.4%	1.0%	—	1.3%	—	1.7%
経常利益	73	28	38.4%	89	31.5%	51
親会社等に帰属する当期純利益	41	▲12	—	12	—	20

※2026年7月31日連結通期業績予想の修正を発表

(単位：人)	2025年12月期 第2四半期	2026年12月期 第2四半期	増加率
総登録ユーザー数	4,382,872	4,504,720	102.8%
課金ユーザー数	528,681	481,257	91.0%

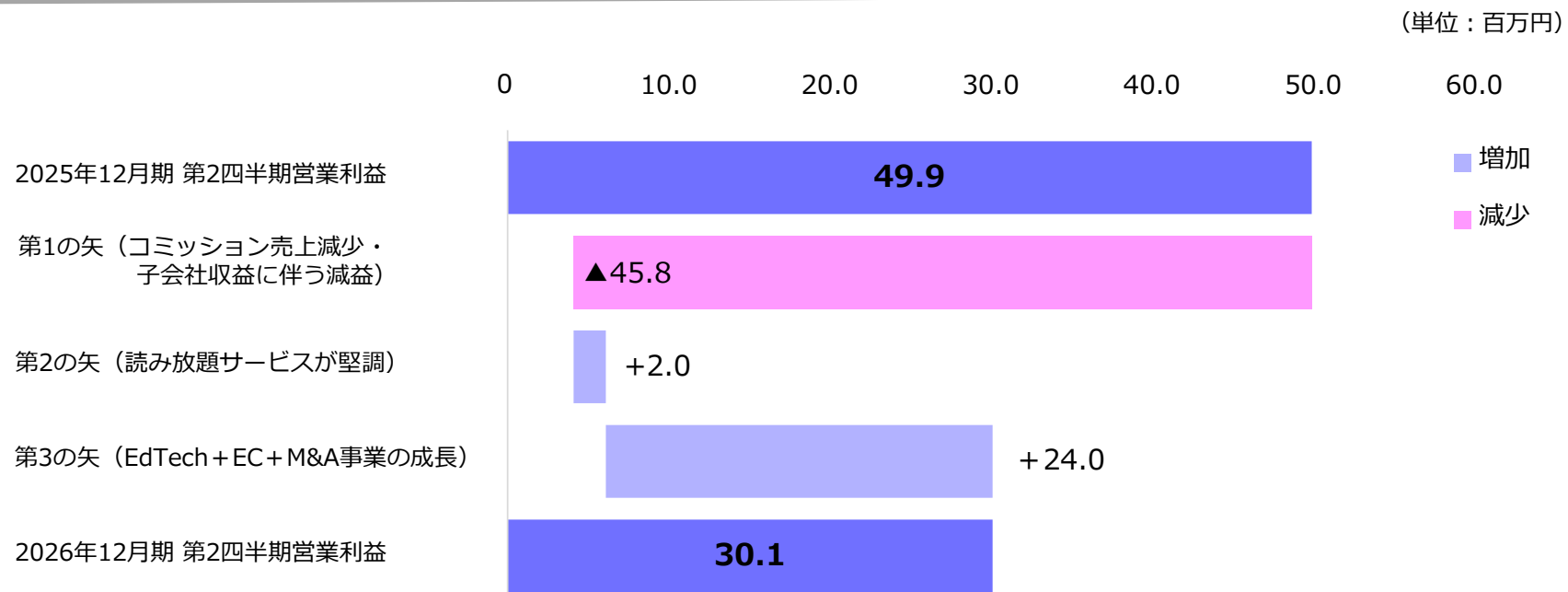
2026年12月期 第2四半期売上高の増減要因分析

- 第1の矢（雑誌販売事業）：連結全体の売上の55.2%程度を占める当社の基幹事業
買収した株式会社シーズ・ファクトリーの影響により、売上進捗
- 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約41.7%まで引き続き、堅調に伸長
- 第3の矢（購読者データ活用/新規事業）：Edtechを中心に連結全体の売上の3.1%程度



2026年12月期 第2四半期営業利益の増減要因分析

- 第1の矢（雑誌販売事業）：2025年12月期のカード課金厳格化に伴う利益率が高いコミッション売上の減少、2025年に買収した株式会社シーズ・ファクトリーの広告収入減少、時計販売の延期、買収のれんの影響により大幅減益
- 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）：EdTech事業+EC事業+M&A（CsFactory）事業（堅実に成長）

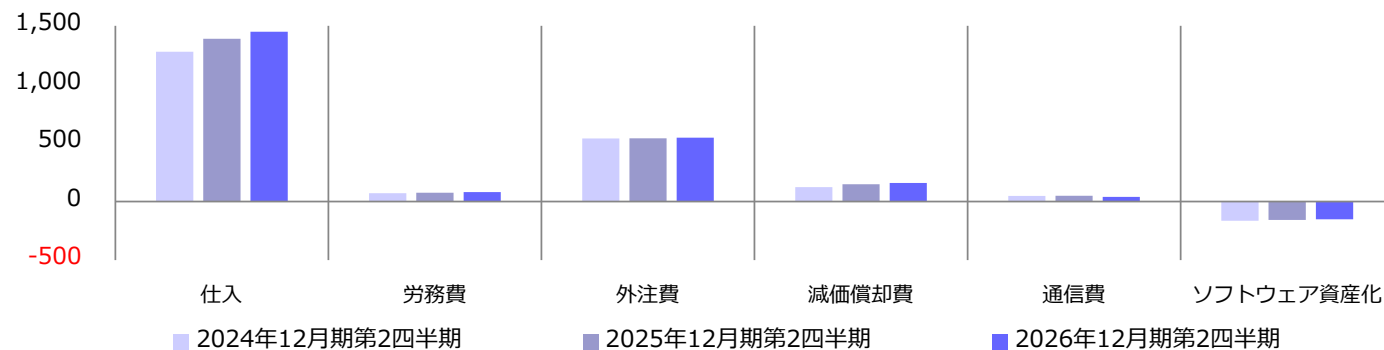


2026年12月期 第2四半期の主な原価推移（連結）

- 2026年12月期 第2四半期の売上原価は2,125百万円（去年同期は2,064百万円）
- 仕入については、売上に連動する部分の増加であり、特に問題はない
- 2024年までのソフトウェア開発に伴う減価償却負担が重い→2026年度は開発を絞っており、2027年も同様の方針

（単位：百万円）	2024年12月期 第2四半期	2025年12月期 第2四半期	2026年12月期 第2四半期
仕入	1,279	1,390	1,450
労務費	72	75	81
外注費（開発・配送費等）	539	540	545
減価償却費	123	148	159
通信費	48	50	40
ソフトウェア資産化	▲163	▲156	▲151
粗利率	31.2%	27.8%	27.5%

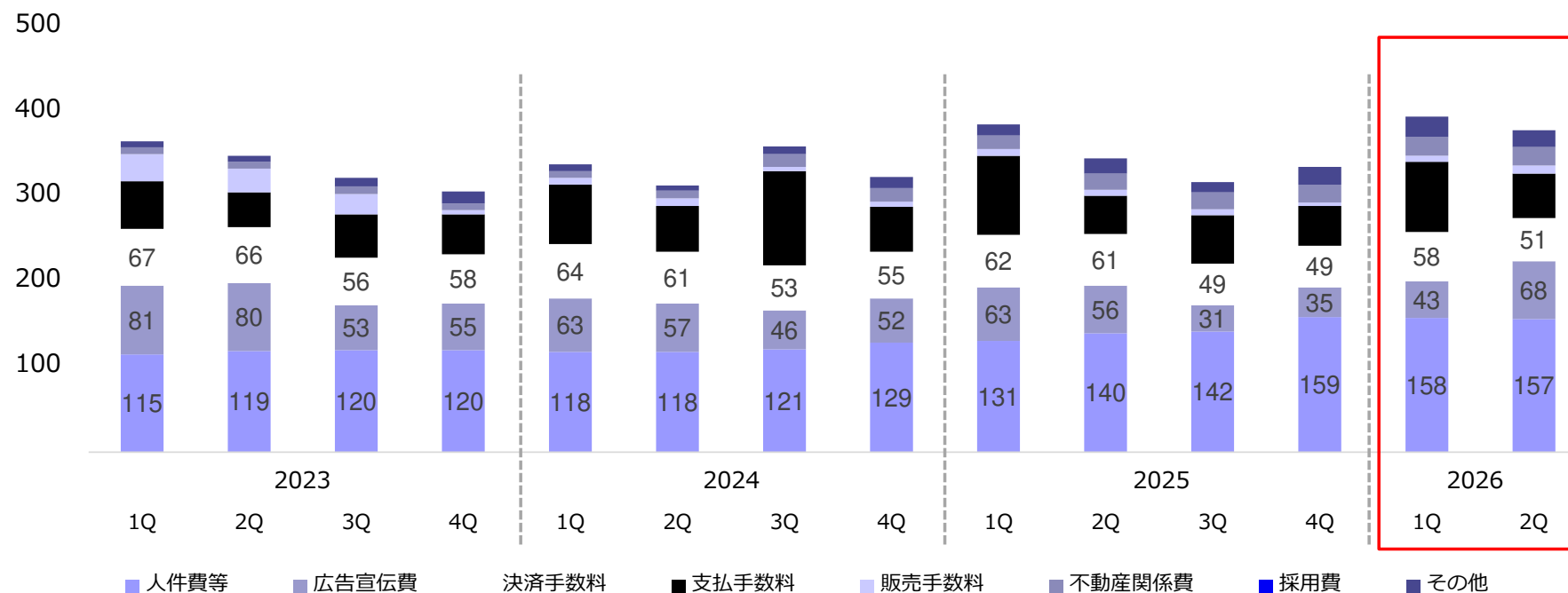
（単位：百万円）



2026年12月期 第2四半期の主な販管費推移（連結）

- 2026年12月期 第2四半期の販売管理費は774百万円と増加（去年同期は746百万円）
- 売上に連動する変動費については、広告宣伝費、販売手数料は減少するも、株主優待費用が大幅に増加
- 固定費については、人件費については増加。不動産関係費はほぼかわらず

（単位：百万円）



バランスシート推移

- 見かけ上の現預金残高は積みあがっているが、その大半は購読者からの預り金と出版社への支払いに充当すべきものであり、当社の実質的な現預金残は1,500百万円程度
- 2025年4Qの借入金減少は短期借入金の借り換えのタイミングによるもの

(単位：千円)	2026 2Q	2026 1Q	2025 4Q	2025 3Q	2025 2Q	2025 1Q	2024 4Q	2024 3Q
流動資産	4,999,136	5,071,411	4,862,841	4,606,739	4,925,365	5,188,888	5,112,032	4,756,151
(うち現預金)	3,308,541	3,205,386	2,978,951	2,857,223	3,304,266	3,214,461	3,200,978	3,183,366
売掛金	381,967	404,048	391,160	383,263	328,491	343,512	329,379	313,725
商品	96,588	77,471	87,740	85,402	36,653	37,543	39,578	39,795
前払費用			23,087	26,660	30,236	30,047	32,909	47,659
未収金	1,153,741	1,289,434	1,343,736	1,184,159	1,202,821	1,532,607	1,469,365	1,161,131
その他	60,795	97,866	41,248	72,941	25,714	34,298	43,250	13,832
貸倒引当金	-2,496	-2,794	-3,081	-2,909	-2,816	-3,580	-3,427	-3,357
固定資産	846,476	852,362	856,226	902,512	823,278	773,417	590,921	747,899
(無形固定資産)	617,397	626,179	629,742	643,986	602,245	593,094	523,185	561,471
総資産	5,845,613	5,923,774	5,719,068	5,509,251	5,748,644	5,962,305	5,878,498	5,504,051
流動負債	3,391,525	3,472,163	3,164,323	3,009,352	3,260,434	3,492,479	3,368,798	3,055,319
短期借入金	550,000	550,000	450,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
買掛金	90,568	75,212	94,417	80,018	65,578	66,214	79,138	69,586
未払金	1,345,705	1,484,362	1,459,355	1,244,376	1,393,239	1,560,967	1,603,982	1,294,486
未払法人税等	67,690	46,763	72,214	29,676	60,971	47,483	69,596	39,098
預り金/契約負債	1,287,012	1,260,837	1,032,287	1,034,289	1,151,270	1,233,935	1,022,424	1,065,674
その他	50,550	54,989	56,050	70,993	39,376	33,880	43,658	36,475
固定負債	0	0	0	0	0	0	0	0
純資産	2,454,087	2,451,610	2,554,744	2,479,200	2,488,209	2,469,826	2,509,700	2,448,732

2026年12月期業績予想・株主還元

第1の矢 マーケットプレイス事業の収益の維持

- ・ 自社WEBサイト「Fujisan.co.jp」上で取扱う雑誌以外の商流の拡大（ムック本、漫画等）
- ・ 定期購読事業で培った配送請負事業の拡大強化
- ・ 2025年に買収した株式会社シーズ・ファクトリーによる雑誌のメディア化等の出版社のWEB化の成功モデルの構築

第2の矢 雑誌のWEB化、デジタル雑誌取次事業から、AIを活用した新事業への転換

- ・ （株）電通グループとのJVである株式会社magaportを通じた事業
- ・ 「読み放題」サービスの取次事業から、企業のCMS運用事業への展開、雑誌記事データを用いたAI関連事業、記事のトレーサビリティサービスへの進出

第3の矢 蓄積した資産を活用した新規事業・投資事業

- ・ EdTech事業の拡大強化→他社との提携・持分譲渡も見据えた事業の掛け算的な拡大・投資資金の回収を目指す
- ・ 佐藤取締役CFOがグループ経営を離れ、本件事業のExitに専念することで、事業の早期拡大・早期の投資回収を狙う

配当・株主優待と新規事業投資・内部留保の方針

- ・ 新たなビジネスモデル・事業成長を市場に対し数字で示せる状況となるまで、当面は現在の配当・株主優待と新規事業投資・内部留保のバランスをとった利益還元を行っていく方針を堅持

2026年12月期 業績予想 ※2026年7月31日連結業績予想の修正を発表

- 2026年12月期 期初予算は2023年12月期と同程度の着地を見込んでいたが、2026年12月期 第2四半期の業績を見据え、業績予想を修整
- 2026年12月期下期については、2027年以降を見据え、投資を継続しつつ、コストについては引き続き、効率化による削減を目指していく
- 「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、引き続き、目指す
→「趣味嗜好」の富士山、「サブスクリプション」の富士山への脱却により、**「書店」イメージからの転換を目指す**

(単位：百万円)	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期	2026年12月期 修正予想
取扱高	11,877	11,389	11,146	12,000
売上高	5,771	5,618	5,814	6,187
営業利益	357	308	162	81
営業利益率	6.2%	5.5%	2.8%	1.3%

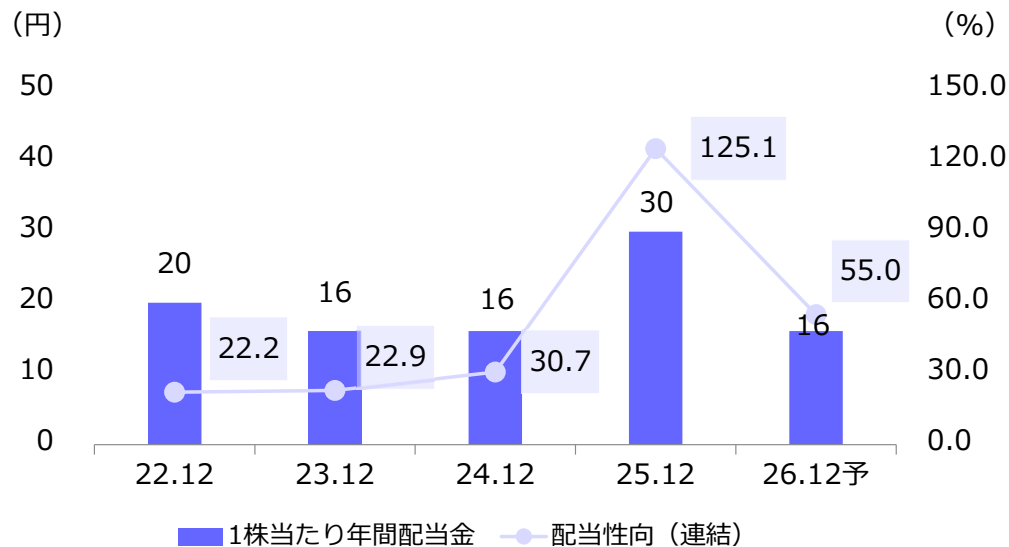
(単位：百万円・%)	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益	1 株当たり 当期純利益
前回発表予想 (A)	6,276	174	172	96	29円07銭
今回修正予想 (B)	6,187	81	89	12	3円63銭
増減額 (B - A)	△89	△93	△83	△84	—
増減率 (%)	△1.4	△53.4	△48.3	△87.5	—

<2026年目標>

- ・ 第1の矢…雑誌販売支援サービスの効率化、雑誌以外の商材の拡大、出版社のWEB化の支援
- ・ 第2の矢…雑誌のWEBメディア化、メディア事業への進出、AI事業への進出
- ・ 第3の矢…既存塾事業の基盤構築、中学受験向け補習市場への進出、地方学生向け医学部オンライン個別指導の提供によるFC化等による拡大

2026年2月25日 東京証券取引所スタンダード市場上場（市場変更）承認

- 財務基盤が安定して推移している中、企業成長と株主への利益還元の調和の観点から、当面は配当可能利益の範囲内において、**配当性向30%**または**1株当たり16円**のいずれか高い方を配当として分配することで、株主の配当還元見通しへの期待に応えた利益還元を継続的に行います



- 株主優待：デジタルギフトの開始

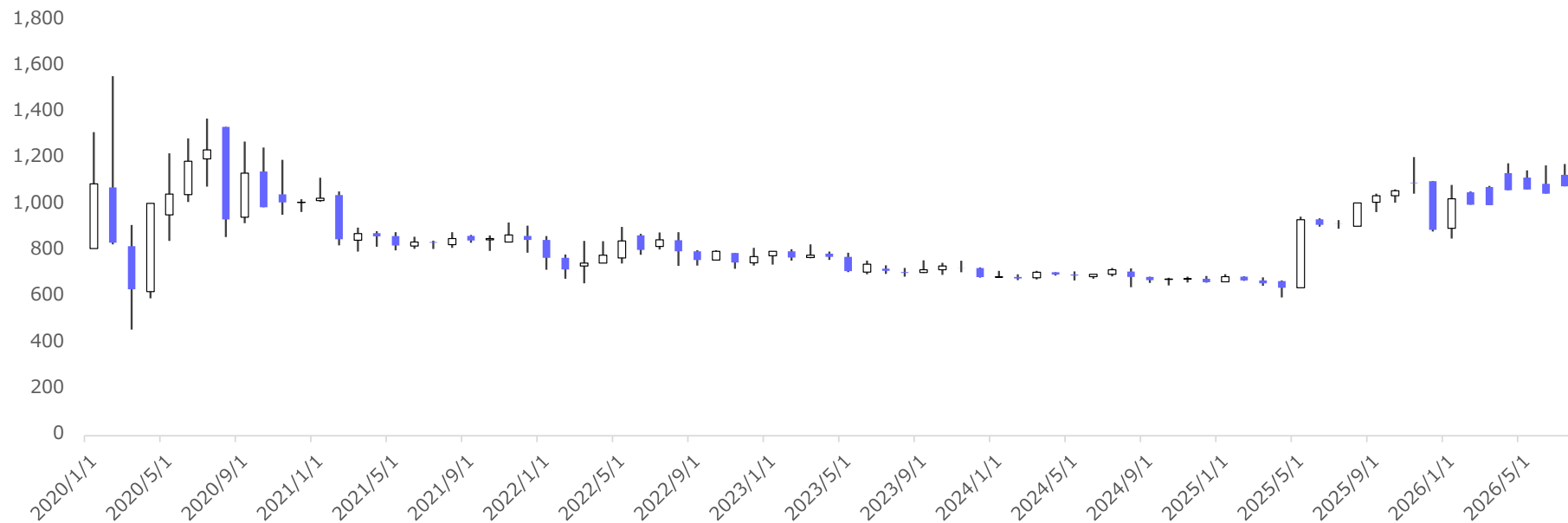
継続保有期間	保有株式数	優待内容
6ヶ月以上	500株以上	デジタルギフト35,000円相当分
6ヶ月未満	500株以上	デジタルギフト25,000円相当分



- 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史料
- 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上の課題と史料

株価推移

(単位：円)



出所：「SPEEDA」のデータより弊社作成

参加無料 | 会場・オンライン同時開催

2027年度 医系学部 入試攻略ガイダンス

2026. **9.6** 日 10:00-15:30

詳細はこちら



無料
参加無料・要予約

未来の医療人を目指すあなたへ！

大阪府 医学部 ガイダンス

MYRICA
ミリカ医専

主催：Fujisanグループ・ミリカ医専

開催日時	第一部	第二部	第三部
9月13日(日)	午前 10:00～11:00	11:10～12:00	12:10～13:00
	【医学部】総合案内	【医学部】各大学別案内と入塾案内	【医学部以外【歯・獣・薬・看護】】医系大学総合案内
	【医学部受験ガイド】 【医系総合受験ガイド】 と資料プレゼント！		

📍 場所 阪急京都線・茨木市駅下車 徒歩2分 | 📞 お申込み 072-645-5277 | 🌐 <https://myrica.co.jp/>

📌 今回のテーマ 金沢医大・愛知医大・近大医学部の
英語で満点を目指す方法！

🌟 夢を叶える
第一歩を
ここから！

名証IR EXPO 2026

－ 吹上ホール －

12.4 **金**・5 **土**

AIには任せない！

～未来を照らす、企業との出会い～

- 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。