

中期経営計画

FY2022～26（5カ年）

株式会社インプレスホールディングス

2022年6月13日

免責事項

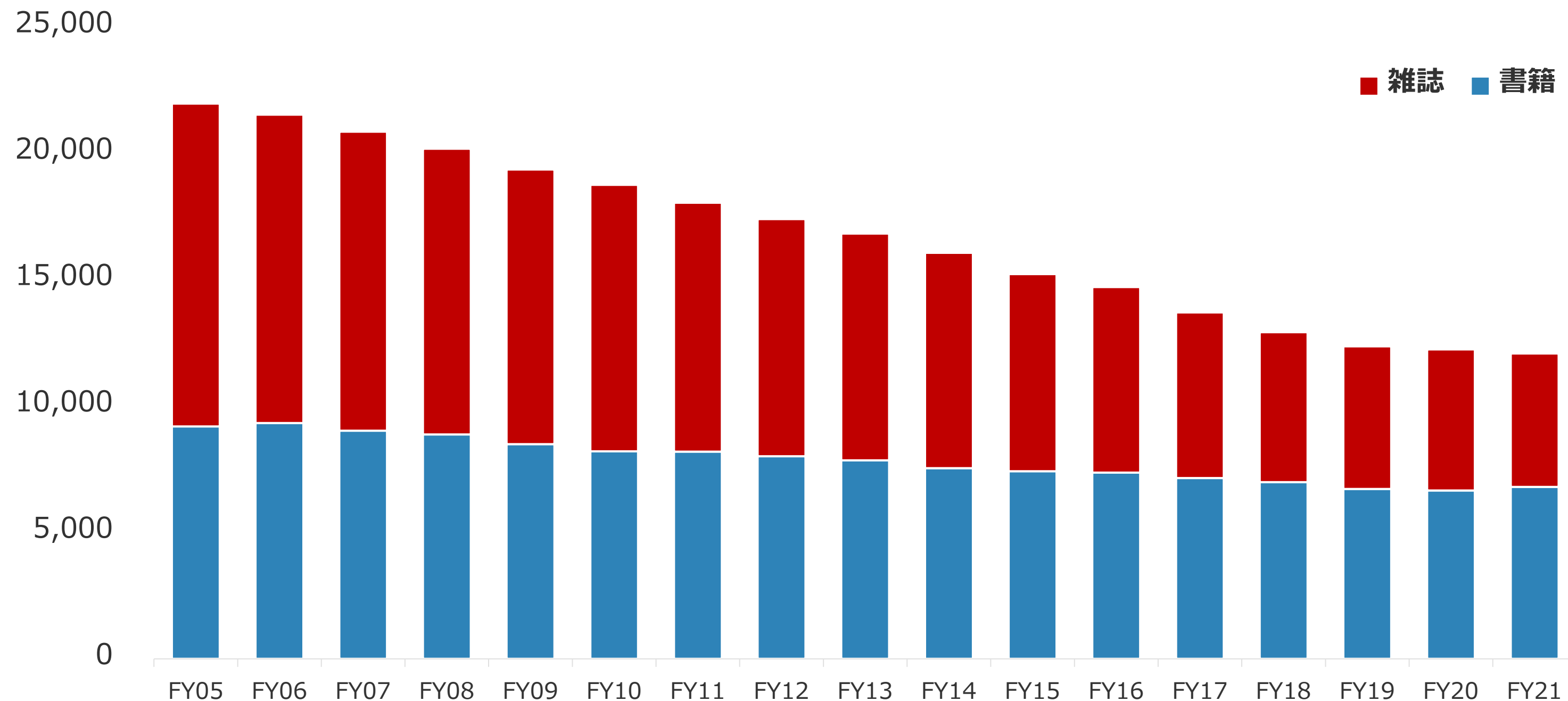
本資料に記載されている将来の業績見通し、戦略・計画に関する記述等は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動するリスクや不確実性を含んでおります。当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、何ら表明及び保証するものではありません。

業績動向等の推移

業界動向：紙の出版市場の動向

単位：億円

雑誌を中心に17年連続の減少傾向

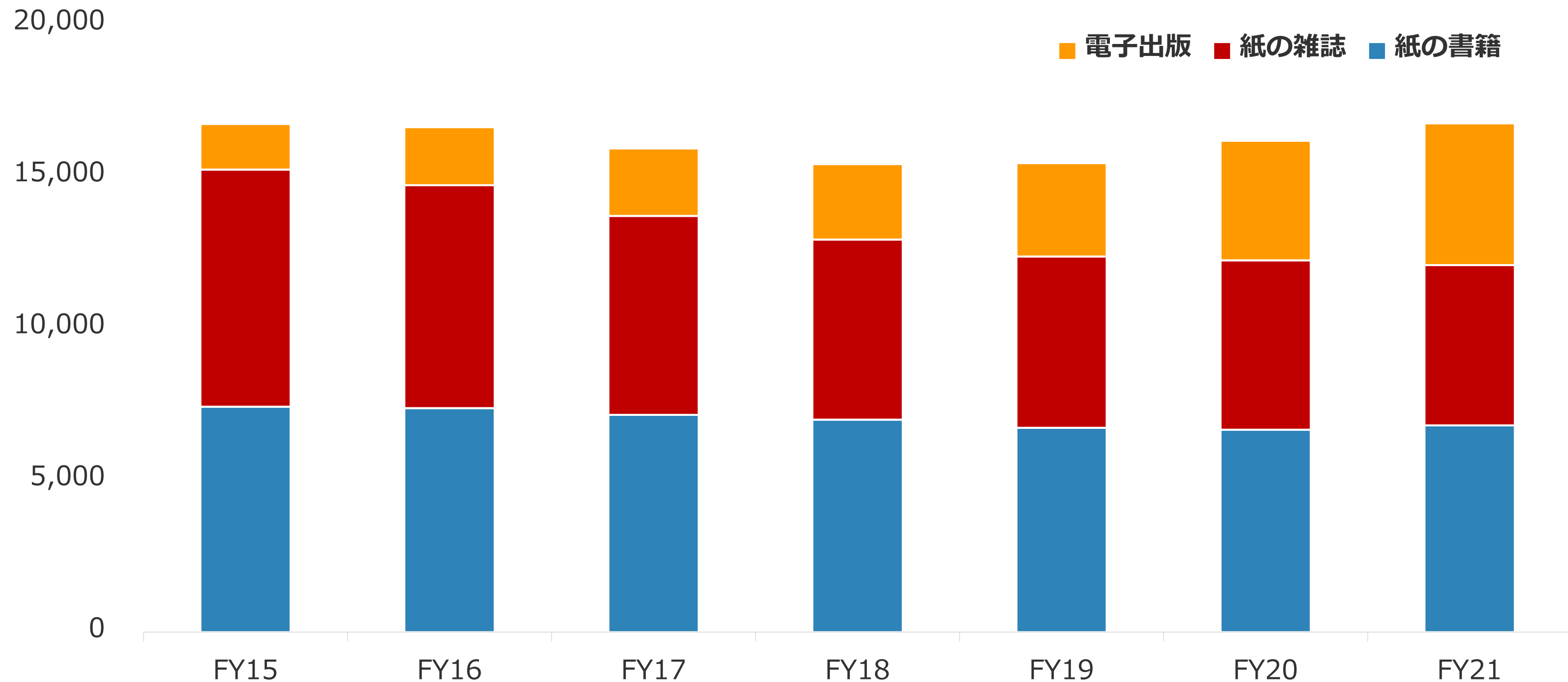


〔出典〕全国出版協会・出版科学研究所『出版指標年報2022版』

業界動向：出版市場（紙と電子）の動向

単位：億円

電子出版の市場規模4,662億円に拡大、紙と電子と合算した市場規模は3期連続で成長

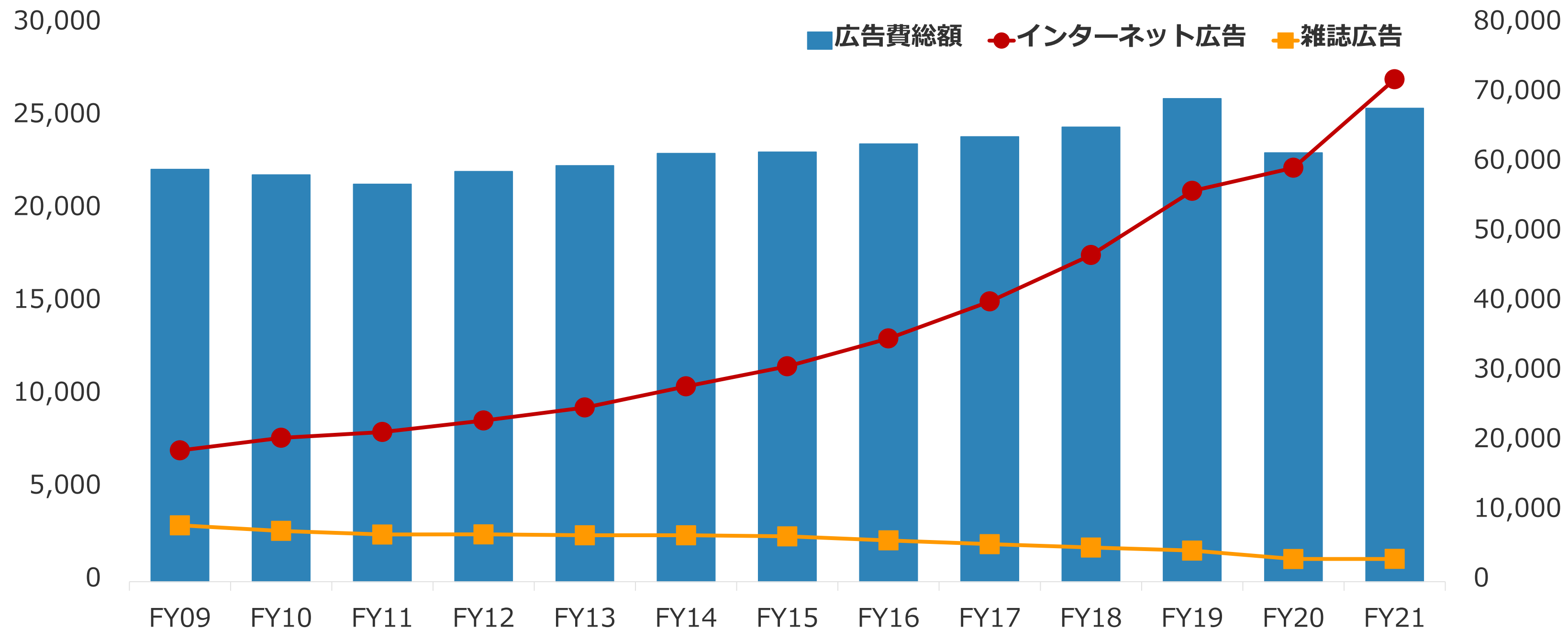


〔出典〕全国出版協会・出版科学研究所『出版指標年報2022版』

業界動向：広告市場

単位：億円

雑誌広告は遞減傾向が継続する中、インターネット広告はテレビを抜く市場規模に成長



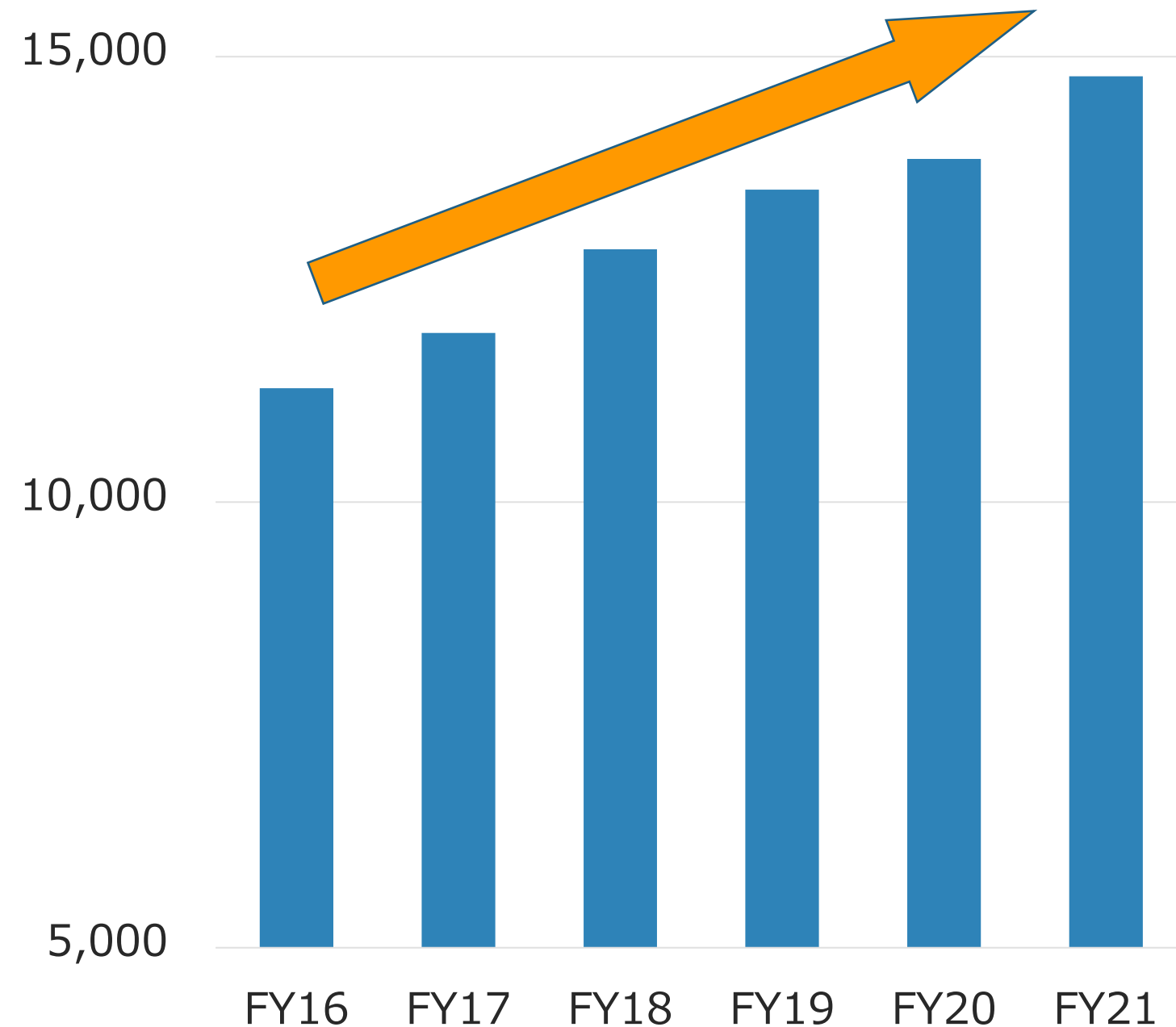
〔出典〕株式会社 電通『日本の広告費』

当社グループの過年度の業績の推移

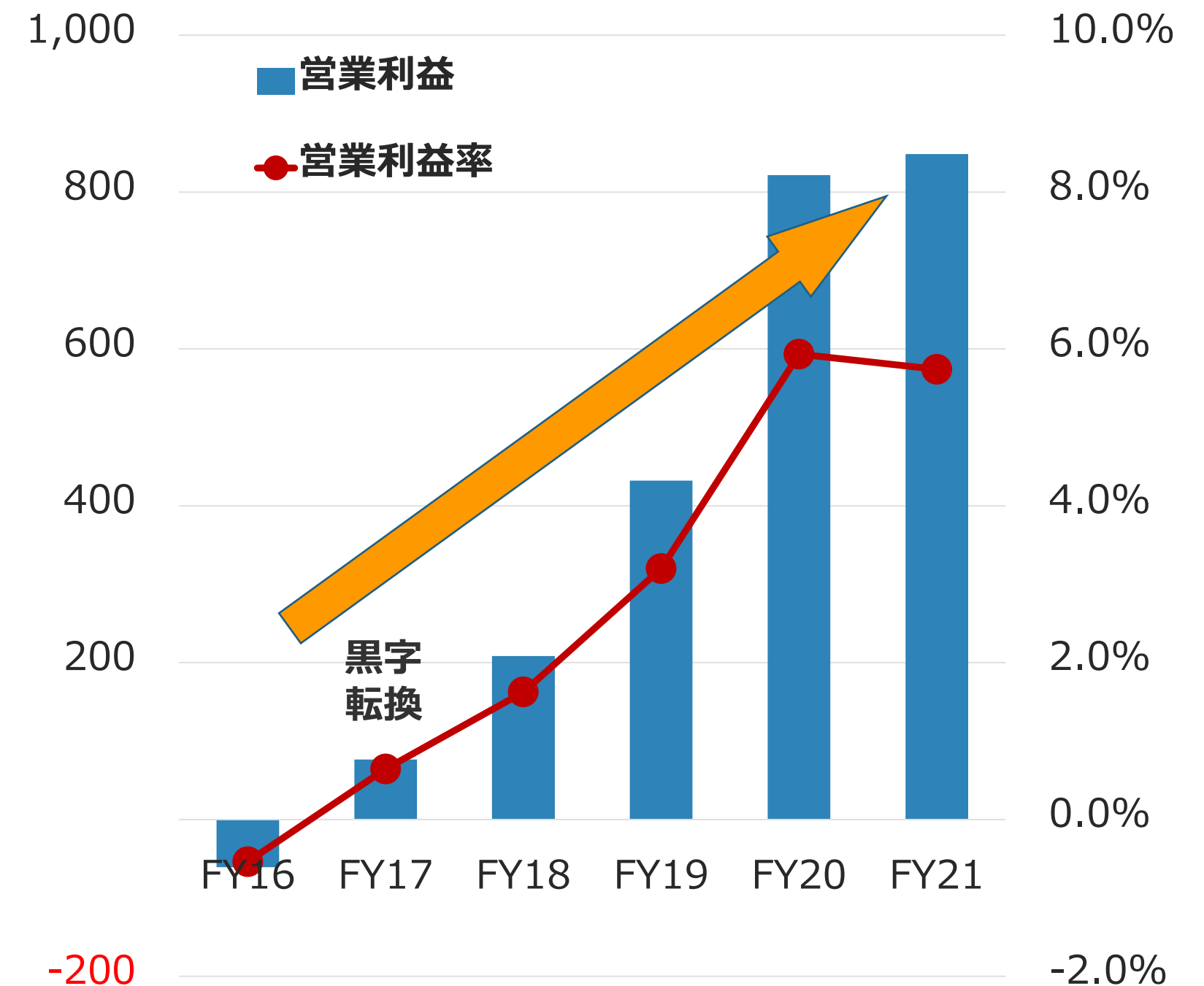
単位：百万円

増収・増益基調を維持、売上150億規模、営業利益8億超の規模まで拡大

■売上高

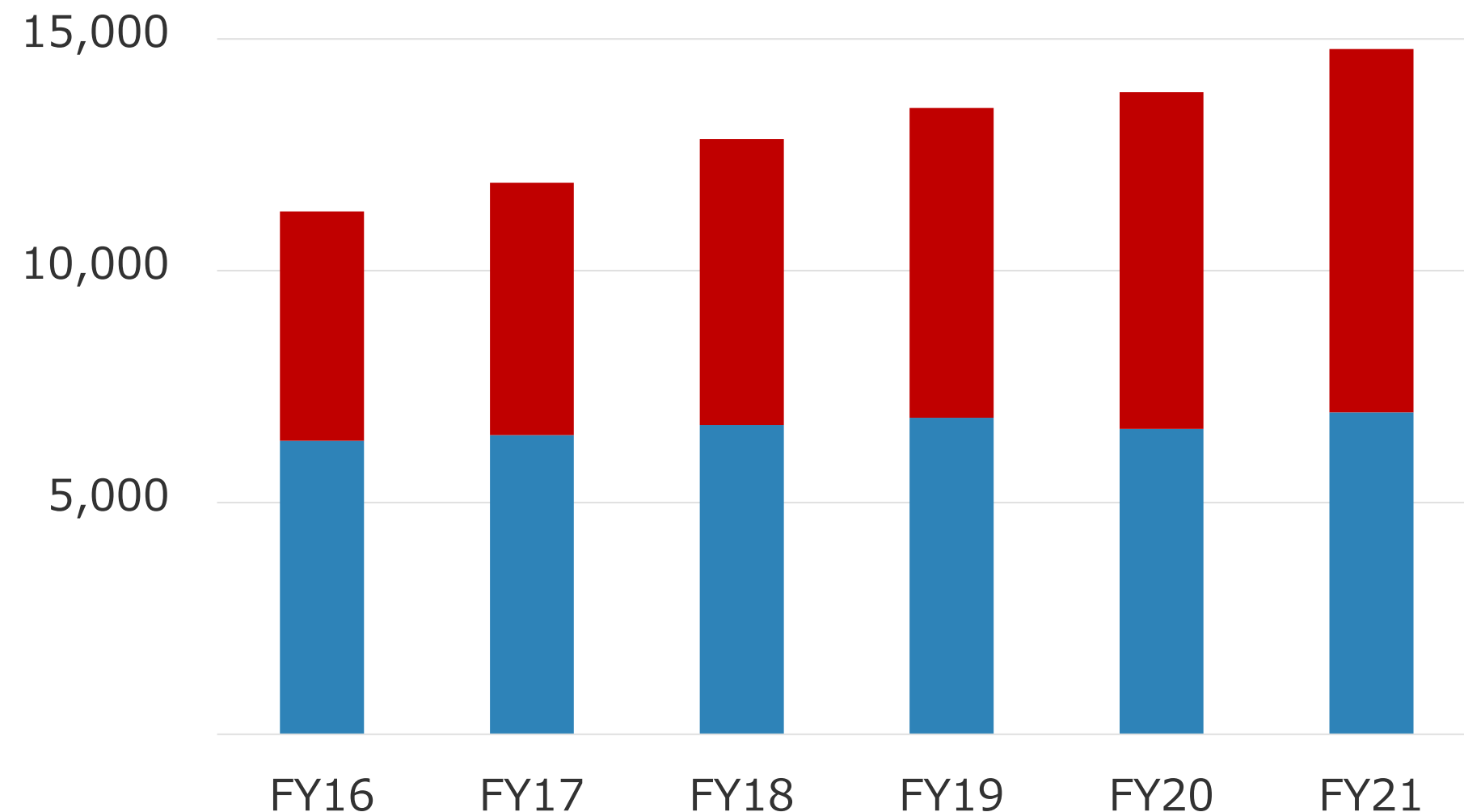


■営業利益



売上規模の推移

単位：百万円



出版（紙）の事業規模を維持しながら、

電子出版、
ネットメディア・サービス、
ターゲットメディア、
プラットフォーム事業等の

出版（紙）以外の各事業を拡大



出版（紙）事業

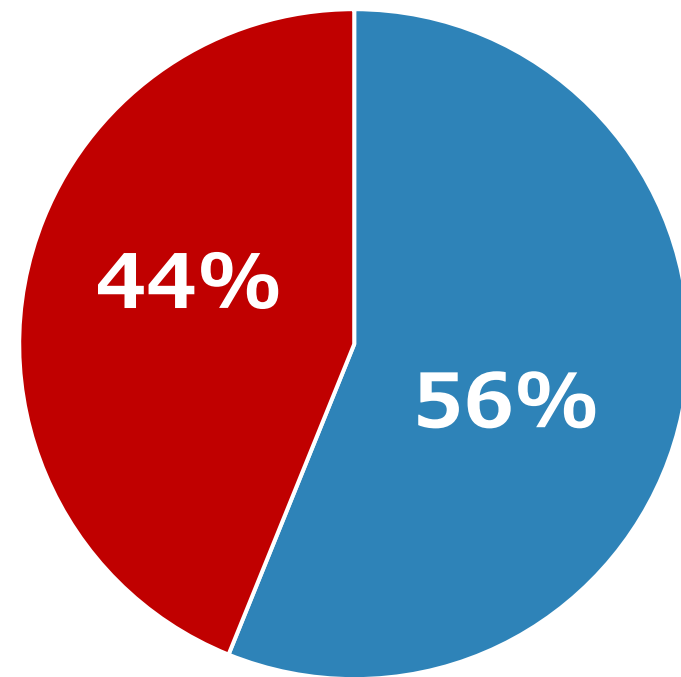


出版（紙）以外の事業（電子出版、ネットメディア・サービス、ターゲットメディア、ソリューション、プラットフォーム事業）

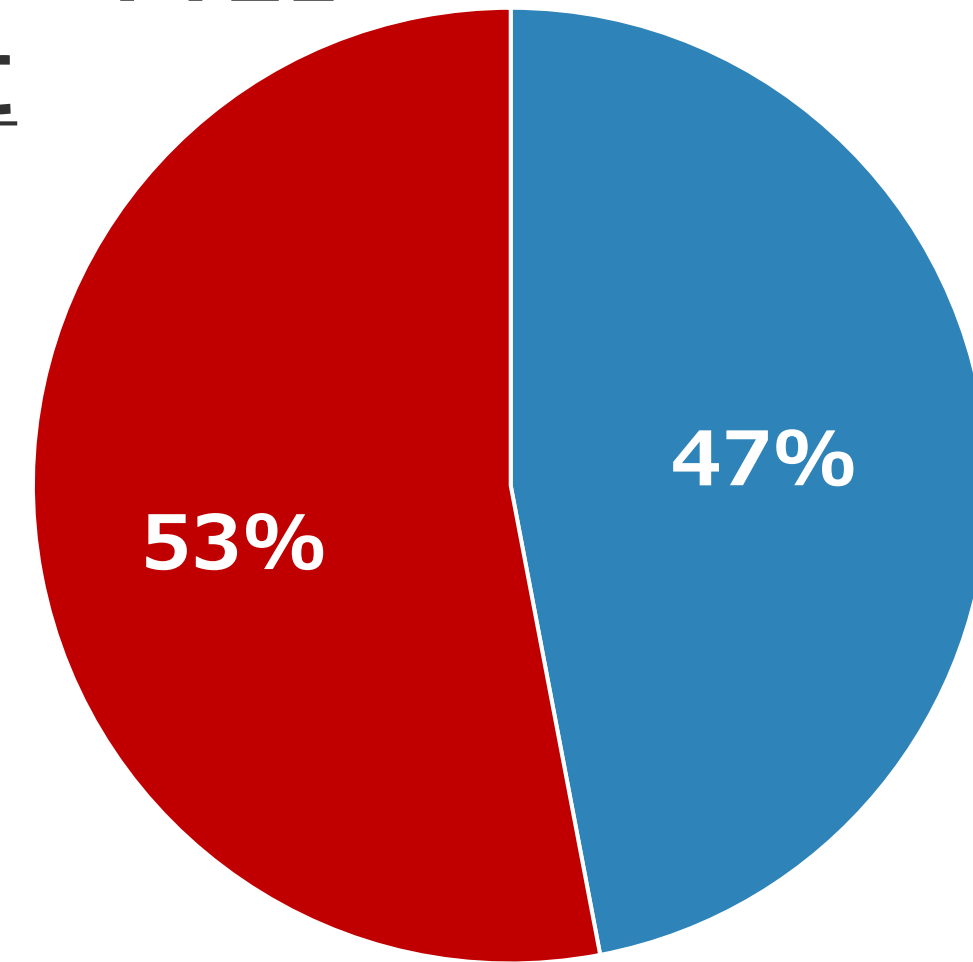
事業ポートフォリオの構造転換の推進

着実な事業構造の転換と共に、業容は拡大・成長基調に

■ FY16



■ FY21



出版（紙）事業



出版（紙）以外の事業（電子出版、ネットメディア・サービス、ターゲットメディア、ソリューション、プラットフォーム事業）

コンテンツ領域（セグメント）の拡大・強化



FY16～FY21において

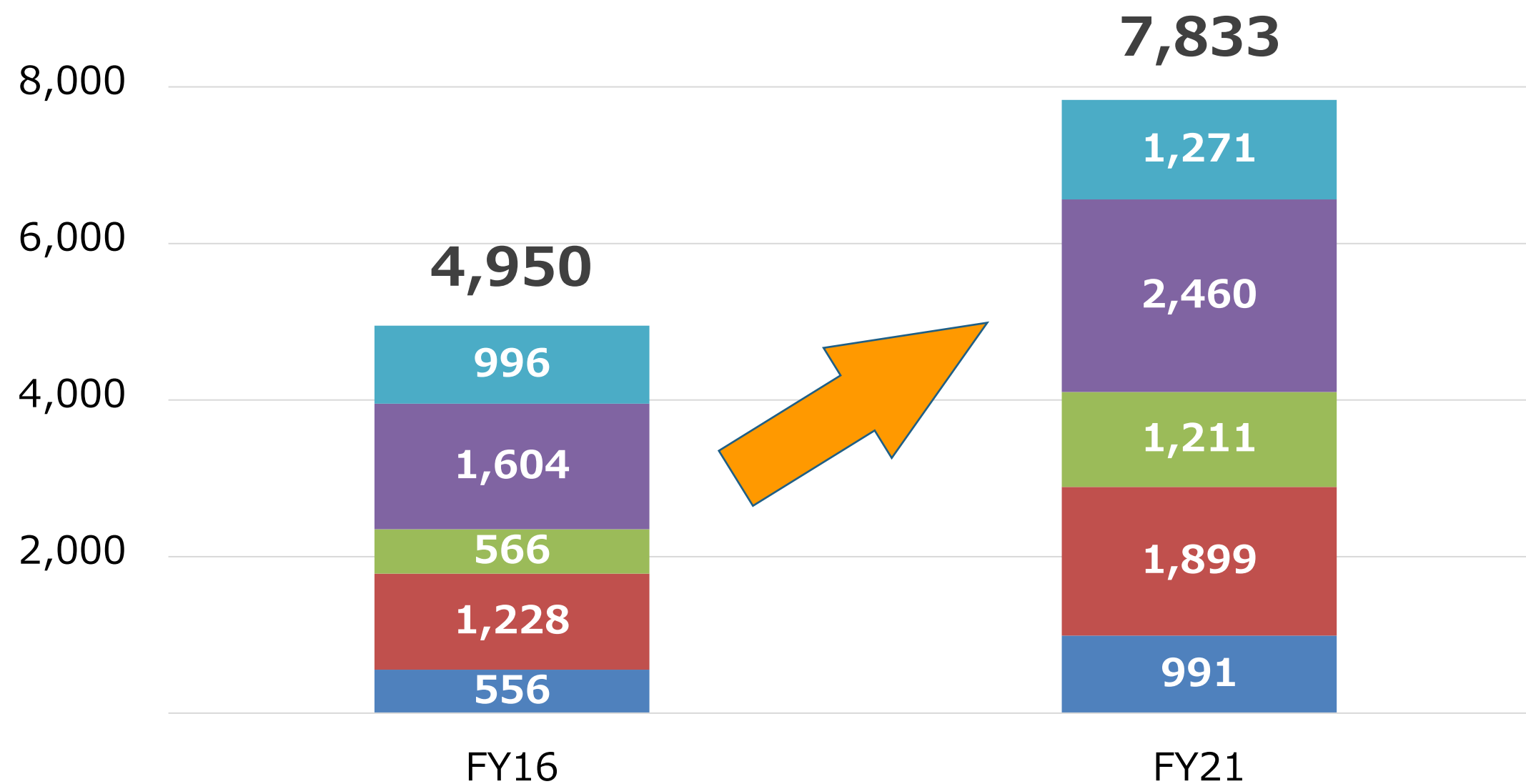
M&Aにより、

「航空・鉄道」の

専門領域を新たに追加

出版（紙）以外の事業の拡大・強化

各事業区分で事業規模を拡大、全体では5カ年で29億円弱の売上が増加



- 電子出版
10億規模に拡大（+4.4億）
- ネットメディア
19億規模に拡大（+6.7億）
- ターゲットメディア
12億規模に拡大（+6.5億）
- プラットフォーム
25億規模に拡大（+8.5億）
- ソリューション他
13億規模に拡大（+2.8億）

■ 電子出版 ■ ネットメディア ■ ターゲットメディア ■ プラットフォーム ■ ソリューション他

中期経営計画 FY2022～26（5力年）

中期経営計画のフェーズ

▼ FY22 : 当期

構造改革期
FY16～FY19（4年）

営業赤字→
営業利益5億規模に転換

営業利益率3%の水準に改善

出版（紙）の比率
56%→51%に転換

成長基盤構築期
FY20～FY23（4年）

営業利益5億規模→
10億規模に底上げ

成長投資も行いながら、
営業利益率6%の水準に底上げ

出版（紙）の比率
51%→47%に

成長転換期
FY24～FY26（3年）

営業利益10億規模→
20億規模に拡大

投資回収による成長、
営業利益率10%の水準に引上げ

出版（紙）の比率
40%に

中期経営戦略

①コンテンツ事業の競争力及び収益力の強化

→専門分野No1+隣接ジャンルへの拡張

②メディアミックス展開による新規事業モデルの開発

→各専門分野のファンに向けた多面的なメディア・サービスのプロデュース

→ダイレクトチャネル（DtoC）における高付加価値の会員サービスの創出

③プラットフォーム事業の拡大

→新規事業モデルの育成・既存事業モデルの規模拡大

④DX推進による事業モデルの進化とビジネスプラットフォームの構築

→メディアミックスの事業展開の促進と事業基盤の開発

→外部リソースの取込みによる成長促進

→経営環境・事業の進化に対応したビジネスプラットフォームの構築

→働き方改革の活用/運用促進による生産性の向上

中期定量目標サマリ①

①中期（5年）の売上高のターゲットを200億に設定

②出版（紙）事業は一定の規模を維持した上で、ポートフォリオの転換を促進

→メディアミックス展開の強化等で、出版（紙）の売上構成比を40%に引き下げる

③営業利益のターゲットを20億規模に設定

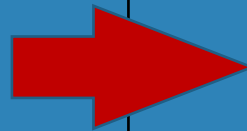
→営業利益率を、現状の5%台から、10%の水準に引き上げる

④強化/育成重点事業は、電子出版・ネットM/サービス・ターゲットM及びプラットフォーム事業とし、M&A等の施策（外部成長）も含めて目標を達成

中期定量目標サマリ②

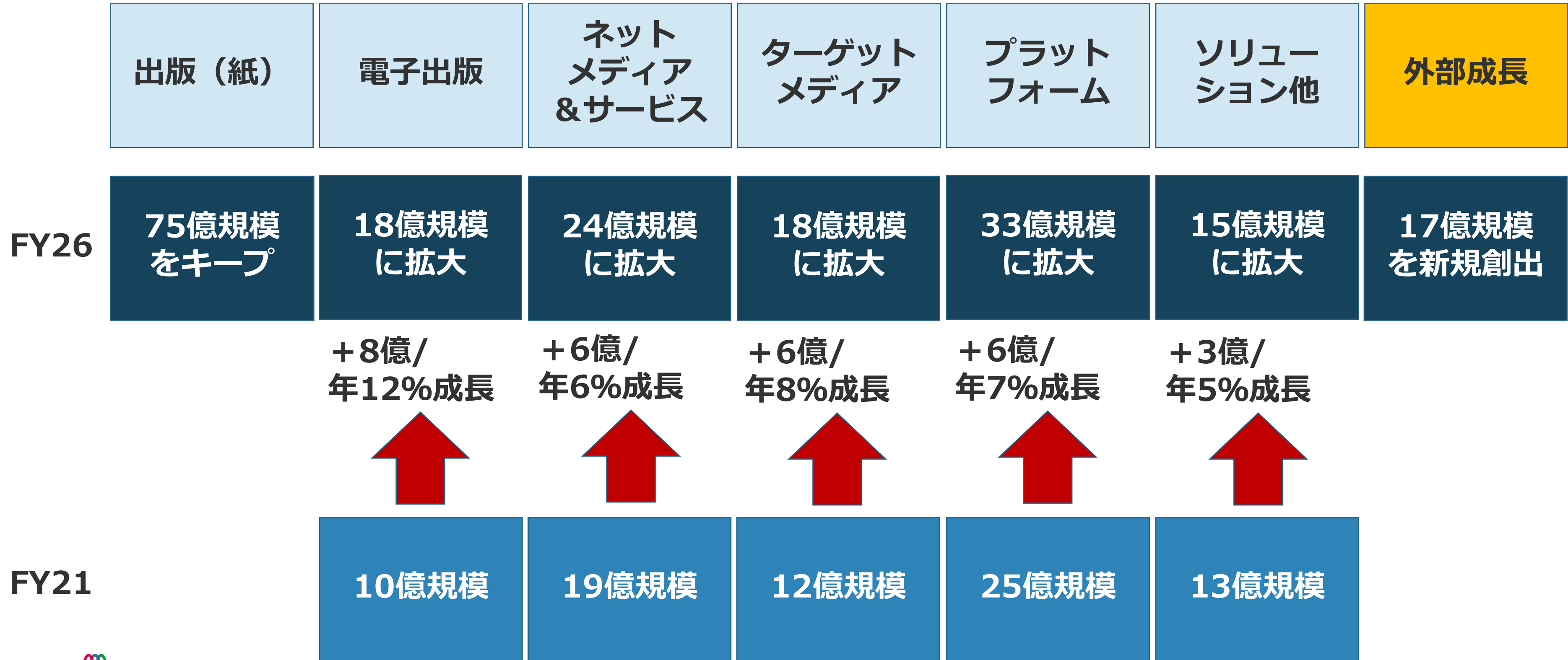
(単位：百万円)

中期（5年）のターゲットは、売上200億、経常利益20億規模

	FY20	FY21 	FY26	
	実績	実績	目標値	FY21比
売上高	13,850	14,778	20,000	+5,222
営業利益	822	848	1,900	+1,052
経常利益	931	941	2,000	+1,059
営業利益率	5.9%	5.7%	9.5%	+3.8P
出版(紙)売上高	6,586	6,946	7,450	+504
※同構成比	48%	47%	40%	▲7P

中期の事業区分別ポートフォリオ

出版(紙)の事業規模を維持しながら、デジタル・プラットフォーム等の事業を拡大



中期事業成長の重点テーマ①

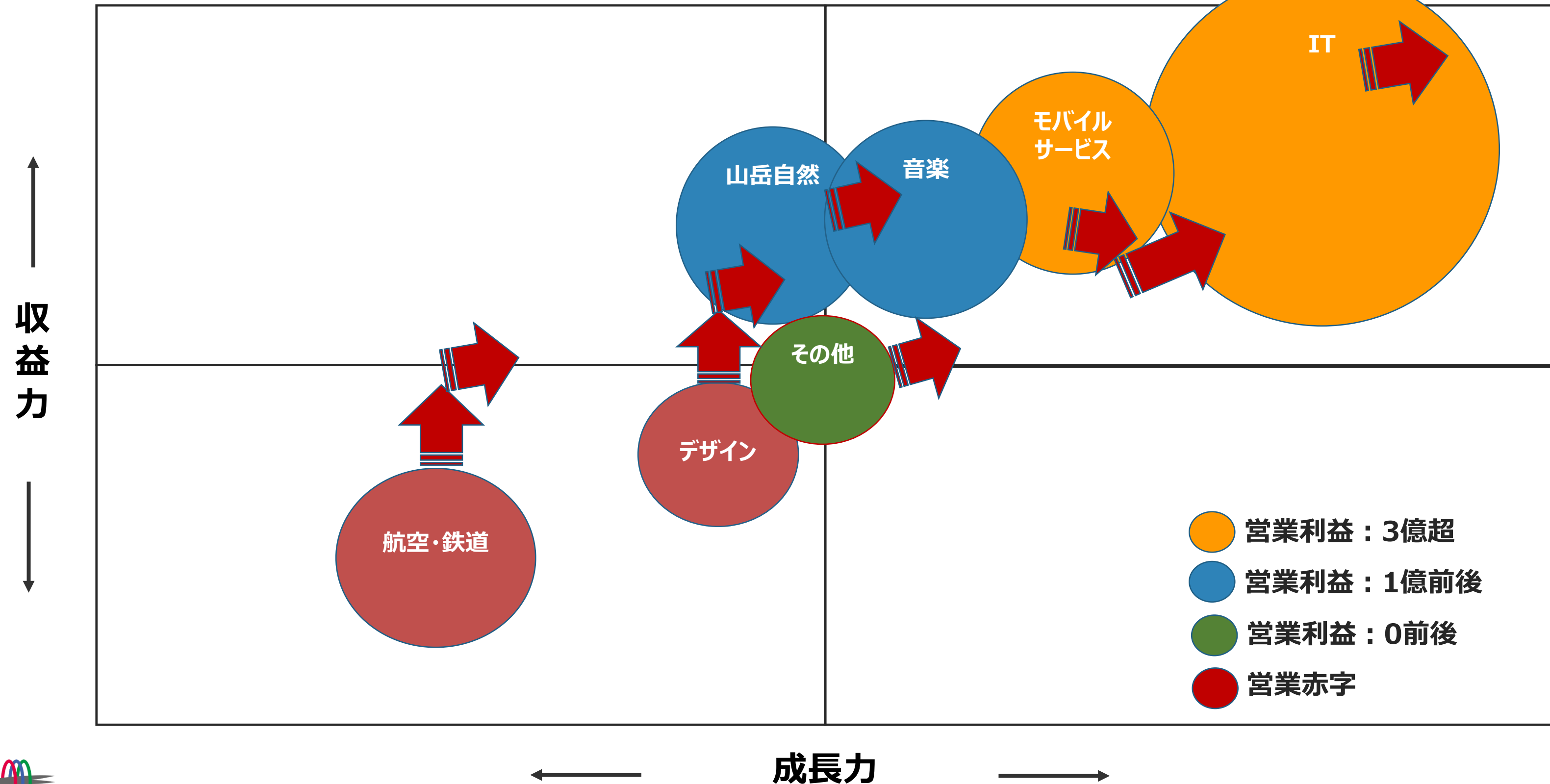
出版・電子出版事業	<ul style="list-style-type: none">● 専門コンテンツの競争力強化と隣接分野への拡張● ロングテールの書籍事業の安定拡大● 雑誌事業の収益力及びブランド力の維持● 紙の底本をベースとした電子出版事業の安定拡大（年率10%）● 電子コミックレーベル（CoMax）等によるデジタルファースト作品の開発● デザイン、航空・鉄道分野の収益性の改善
ネットメディア・サービス事業	<ul style="list-style-type: none">● 主力のIT分野の成長力の維持● 音楽/山岳自然を中心に、各分野でのメディア・サービスの取組みを強化● 雑誌ブランドとのメディアミックス展開による新規サービス開発● ダイレクトチャネル（DtoC）における高付加価値な会員サービスの開発● 運用型広告、アフィリエイト、マッチングサービス等の収益モデル開発
ターゲットメディア事業	<ul style="list-style-type: none">● IoT/DXの潮流を捉えたリードジェネレーション・ビジネスの拡大● 顧客データベース（現42万人）の拡充● 対象産業分野の拡大と専門媒体力の強化、BtoBサービスの開発● イベント・セミナー事業の拡大とリアル/オンラインのハイブリッド化への対応

中期事業成長の重点テーマ②

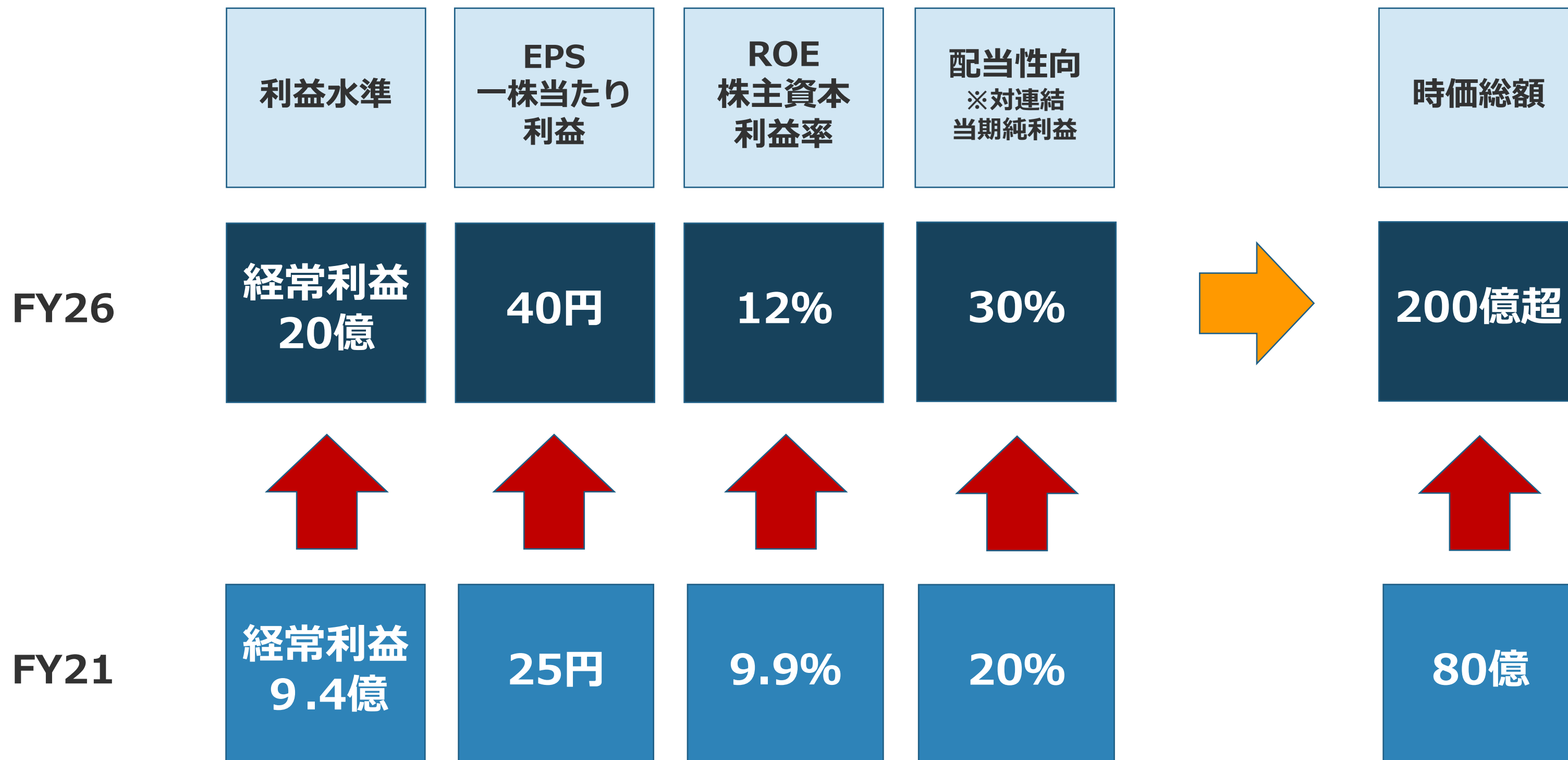
<p>プラットフォーム事業</p>	<ul style="list-style-type: none">● デジマート：商材、サービス領域の拡大による成長力維持（年率10～15%）● 電子コミックPF： 既存サービスの成長は一巡、新規取引先の開拓、海外向け配信等のメニュー開発で、再成長のフェーズへ転換● POD出版PF：メディアドゥとの協業等による事業規模の拡大（年率20%）● 新たなメディアプラットフォーム（仕組み）の事業開発
<p>ソリューション事業</p>	<ul style="list-style-type: none">● メディアミックスを軸とした多面的・複合的な営業提案● 音楽分野におけるアーティスト事務所向けの提案メニューの開発● 山岳・自然分野における自治体向けサービス開発● 航空・鉄道分野における事業開発の取組強化
<p>外部成長</p>	<ul style="list-style-type: none">● 競争力の高いブランド力を有する専門分野の拡充● ネットメディア・サービスを中心としたメディアミックス展開、 新規プラットフォーム事業の開発促進を目的とした資本・業務提携の検討● コンテンツ×仕組み（事業モデル/メディアプラットフォーム）による新たな価値創造

中期のセグメント別ポートフォリオ

■セグメント別の中期成長イメージ



事業成長の実現・株主還元の強化により企業価値を向上



中長期の経営ビジョン

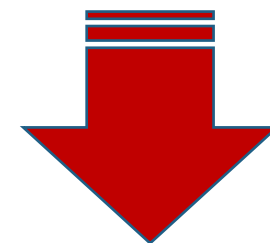
〈経営戦略〉

10（コンテンツ） × 10（仕組み） = 100（価値創造）

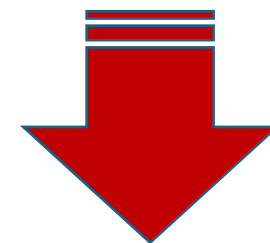
専門分野の深堀

事業モデル/
プラットフォーム
の横展開

企業価値の向上
人間性豊かな文化・社会
への貢献





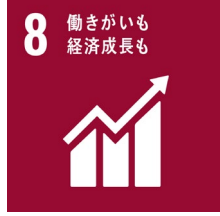



〈企業理念〉 面白いことを創造し、知恵と感動を共有する



〈社会的使命〉 人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくる

当社グループのサステナビリティ重点テーマ

	SDGs目標	重点テーマ	主な取り組み
E 環境	 	環境を守る クリエイティビティ	<ul style="list-style-type: none"> ・森林認証紙・植物油インクの商品適用 ・見本誌や書類の電子化による紙資源削減 ・PODによる無在庫生産モデルの拡大 ・日本山岳遺産基金による環境保全&安全啓発活動 ・ビル管理会社と共同でグリーン電力導入へ
S 社会	 	文化を育む専門性の 次世代への橋渡し	<ul style="list-style-type: none"> ・GIGAスクールや資格試験向け書籍・講座の拡充 ・専門分野のプロから直接指導を受けられる各種サービス ・読書バリアフリーの推進、記事アーカイブ無料公開
		人の相互尊重と 働きがいある挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーフレックス制による柔軟な働き方 ・グループ内公募による人材の流動・活性化 ・研修や自主勉強会、企画支援制度を通じたスキルアップ
G 企業統治		公正な パートナーシップ	<ul style="list-style-type: none"> ・独立性を保持したグループ経営と横のシナジー強化 ・スタンダード市場の選択とIR、M&A推進による共創 ・取次・流通倉庫とのパートナーシップによるSCM ・xSDGコンソーシアムへの参画と『SDGS白書』発行 ・特別ホットラインの種別設置、倫理観ある事業活動

(参考資料) 当社グループの概要

当社グループの「セグメント」と「事業」

事業セグメント区分





専門書籍・雑誌



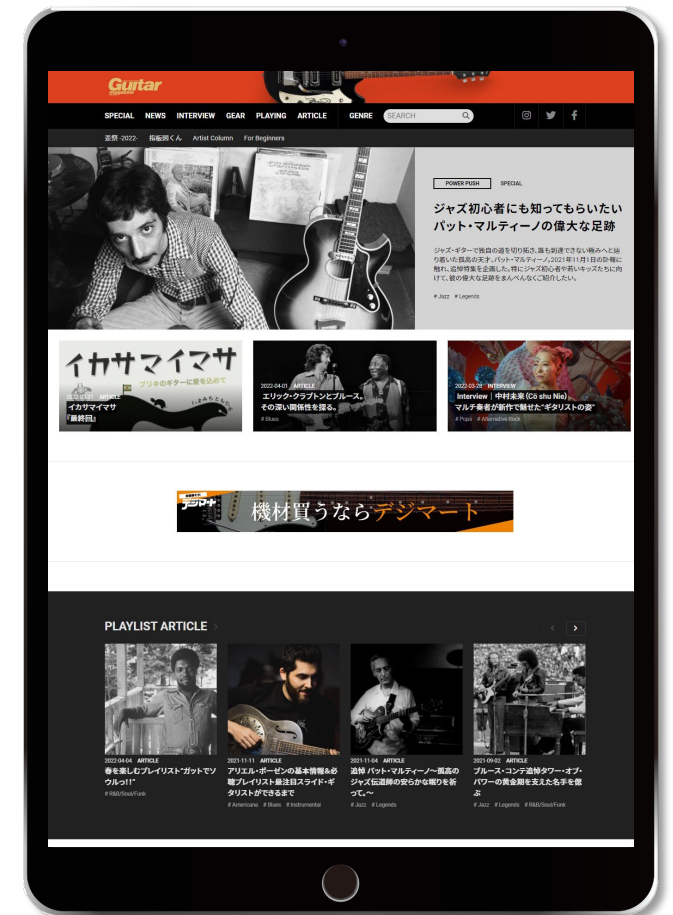
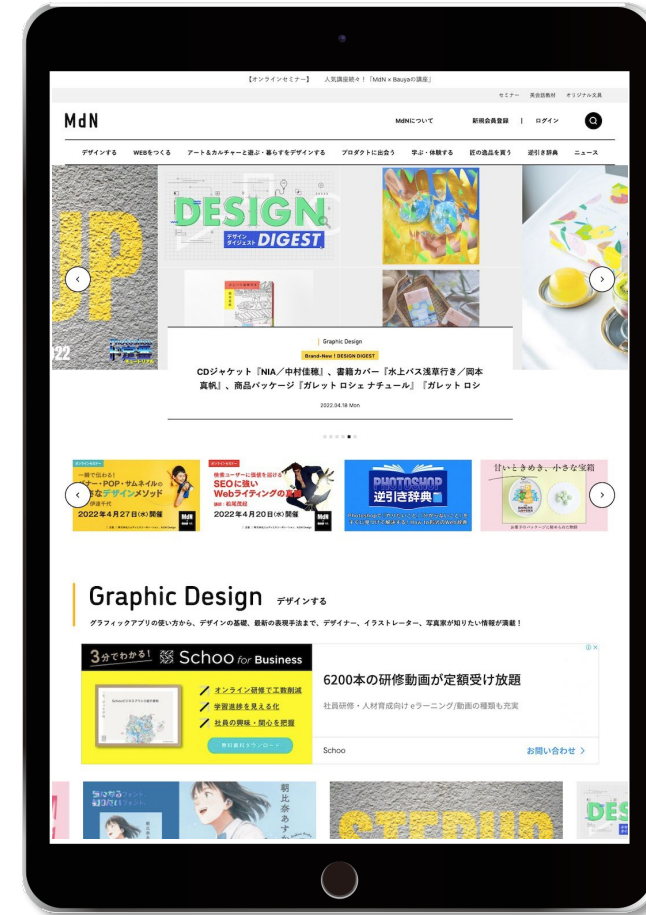
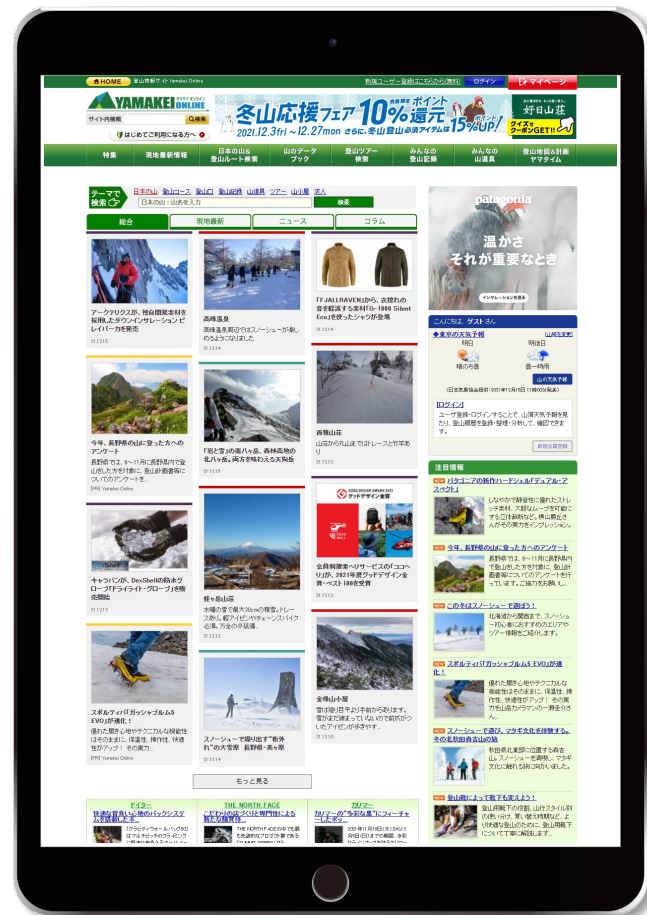
電子書籍



年賀状ムック
カレンダー

コンテンツ事業 [メディア&サービス事業]

ネットメディア・サービス



デジタル総合
ニュース

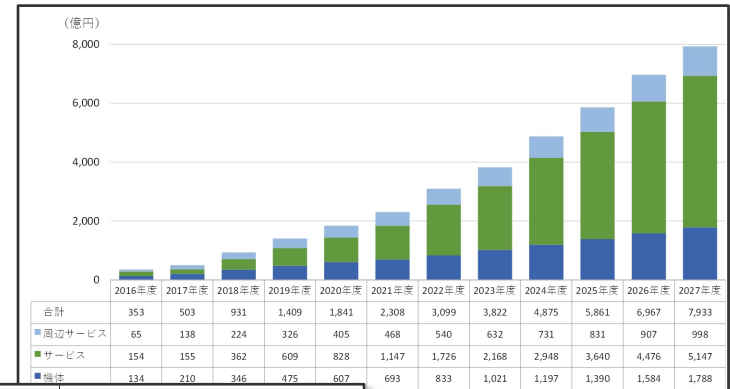
登山

デザイン

音楽



IT Leaders



インプレス総合研究所
【新産業調査レポートシリーズ】

サービスの3つで構成される。ポート型、潜水艦型の完成品機体の国内での販売金額。軍用。ただし、ソリューションの一部のみドローンが活用体が自社保有のドローンを活用する場合は、外部企業に委託。期メンテナンス費用、人材育成や任意保険等の市場規模。

出所：インプレス総合研究所作成



ビジネスメディア

調査報告書

イベント・セミナー

コンテンツ事業 [ソリューション事業]



※天夢人が事務局の運営を受託

企業・自治体等のSP・PRツール、Webサイト受託制作

プラットフォーム事業



EC
プラットフォーム



電子コミック
プラットフォーム



出版流通
プラットフォーム

※21年8月に子会社化したイカロス出版の概要

■特徴

月刊誌『エアライン』をはじめとする航空関連を軸に 40 年の歴史を持ち、陸海空、旅行、防災の各分野で専門性の高いコンテンツを提供している出版社

■株式取得の理由

- コアなファンを有する競争力の高い専門コンテンツ分野の拡大
- イカロス出版の企画編集力に当社グループ内のリソースを効果的に活用したメディアミックス展開により、ファンコミュニティの構築、電子出版、Web サービスや法人向け事業等の開発で事業価値の向上を図る。

※21年8月に子会社化したイカロス出版の概要

■主な出版物

航空



ミリタリー



鉄道



防災その他



※22年4月に設立のPUBFUNの概要



■概要・設立の目的

- 当社子会社の株式会社インプレスR&Dが手がけ、個人向けシェアを持つ「ネクパブ・オーサーズプレス」と、株式会社メディアドゥが手がけ、法人向けシェアを持つ「PUBRID」の両PODサービス事業を統合し、2022年4月に設立した合併会社。（当社出資割合：51%）
- 合併によりPOD出版において圧倒的なトップシェアを獲得。両者の強みを生かし、新しい著者の開拓や出版ニーズへの柔軟な対応などを通じて、POD市場の拡大を推進していく。

■サービスの特徴



個人・団体向けの出版支援サービス。所定の形式の原稿ファイルを用意することで、どなたでも基本無料で紙書籍や電子書籍を出版、Amazon.co.jpで販売できることが特徴。



出版社・法人向けのPODサービス。書店PODとオンデマンド印刷の組み合わせにより、絶版や在庫僅少本の復刻やPODオリジナル作品の出版など新しい出版のカたちを実現する。