



成長可能性に関する説明資料

株式会社アルファポリス

2014年10月30日

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

会社名 株式会社アルファポリス

設立 2000年8月

代表者 梶本 雄介

所在地 東京都渋谷区恵比寿四丁目6号1番 恵比寿MFビル7F

事業内容 インターネットのサイト運営、書籍の出版

役職員数 51名(内、役員7名、正社員34名、パート10名)

※役職員数は、2014年8月31日時点です。

経営理念

「新しい時代のエンターテインメントの追求へ」

インターネットを活用した次世代メディア(出版・映像・ネットサービス・音楽等)として確固たる地位の確立を目指す。

現在の事業内容

インターネット上の人気作を
自社Webサイトにて上手にすくい上げ

編集→書籍化(紙)する
次世代型出版事業。

2000年8月

株式会社アルファポリスを設立

主な実績

2002年1月

「Separation」(市川拓司 著)刊行

- ✓ 日本テレビ系列で連続テレビドラマ化 (2003年7月)
- ✓ 発行部数 12万部

2005年10月

「レイン」(吉野 匠 著)刊行

- ✓ シリーズ発行部数累計 110万部

2007年7月

「虹色ほたる」(川口雅幸 著)刊行

- ✓ 東映アニメーションにより映画化 (2012年5月)
- ✓ シリーズ発行部数累計 40万部

2007年11月

「THE QUIZ」(梶本孝思 著)刊行

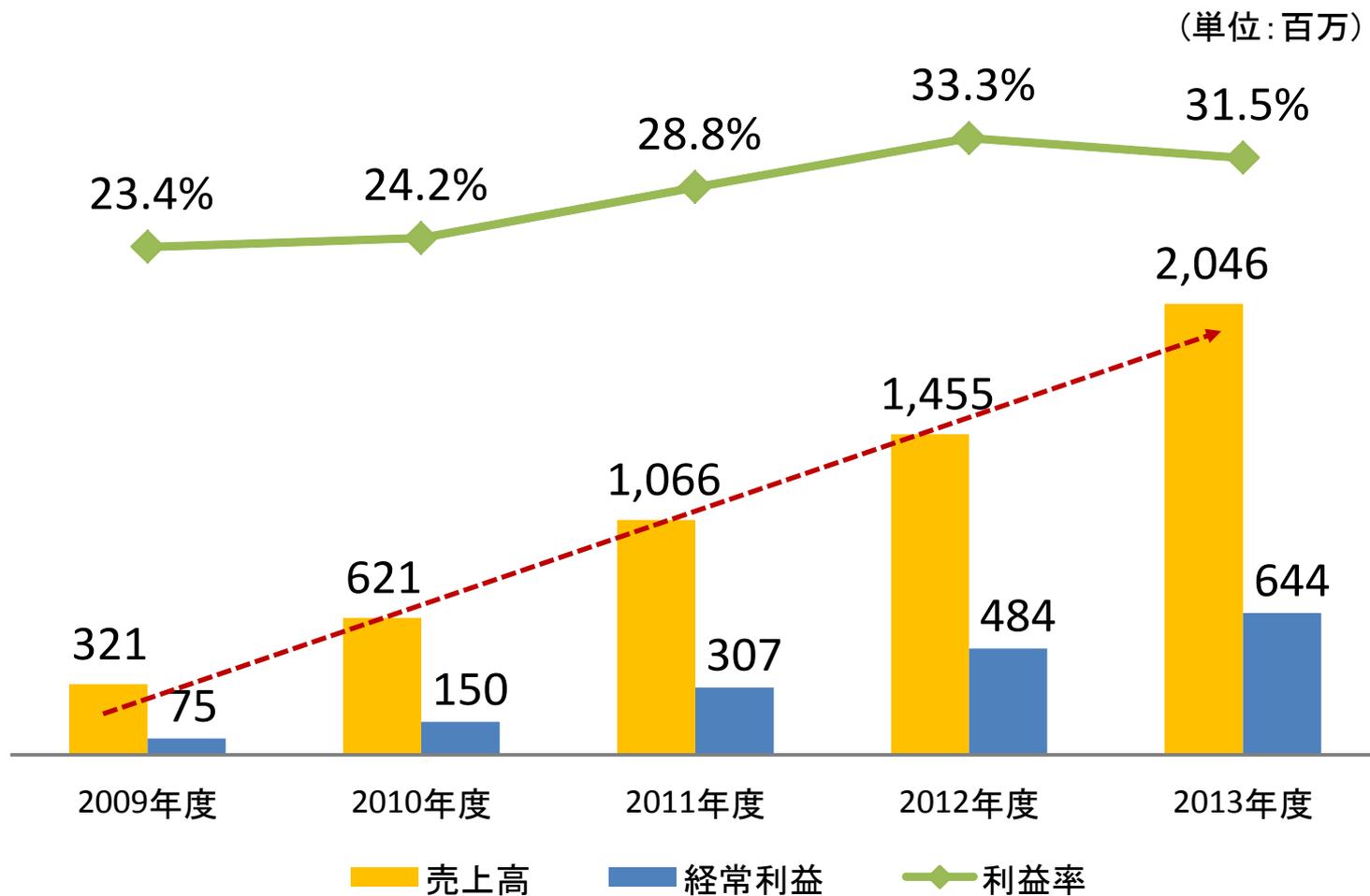
- ✓ 日本テレビにてテレビドラマ化 (2012年9月)
- ✓ シリーズ発行部数累計7万部

2010年4月

「ゲート」(柳内たくみ 著)刊行

- ✓ シリーズ発行部数累計 120万部

常に高い利益率を確保しつつ、堅調に売上高・利益を拡大。



直近の刊行実績

毎月、売れる書籍の刊行を継続。

4月

2014年4月2日調べ

順位	書籍	出版社
1	Burn.	KADOKAWA
2	ダイテス領攻防記(2)	アルファポリス
3	野武士のグルメ 漫画版	幻冬舎
4	約束の海	新潮社
5	豆の上で眠る	新潮社
6	無職転生(2)	KADOKAWA
7	それでも僕は夢を見る	文響社
8	桜ノ雨 僕らはここで逢おう	PHP研究所
9	軍師官兵衛(2)	NHK出版
10	強くてニューサーガ(3)	アルファポリス

5月

2014年5月8日調べ

順位	書籍	出版社
1	女のいない男たち	文藝春秋
2	村上海賊の娘(上・下)	新潮社
3	それでも僕は夢を見る	文響社
4	八男って、それはないでしょう！(1)	KADOKAWA
5	終物語(下)	講談社
6	スピリット・マイグレーション(2)	アルファポリス
7	盾の勇者の成り上がり(5)	KADOKAWA
8	魔拳のデイドリーマー	アルファポリス
9	ゲート外伝(3)	アルファポリス
10	ワールドトークRPG	アルファポリス

6月

2014年6月4日調べ

順位	書籍	出版社
1	虚ろな十字架	光文社
2	村上海賊の娘(上・下)	新潮社
3	それでも僕は夢を見る	文響社
4	月が導く異世界道中(4)	アルファポリス
5	とあるおっさんのVRMMO活動記(2)	アルファポリス
6	女のいない男たち	文藝春秋
7	岳飛伝(9)	集英社
8	THE NEW GATE(2)	アルファポリス
9	リセット(6)	アルファポリス
10	アラサーちゃん無修正(2)	扶桑社

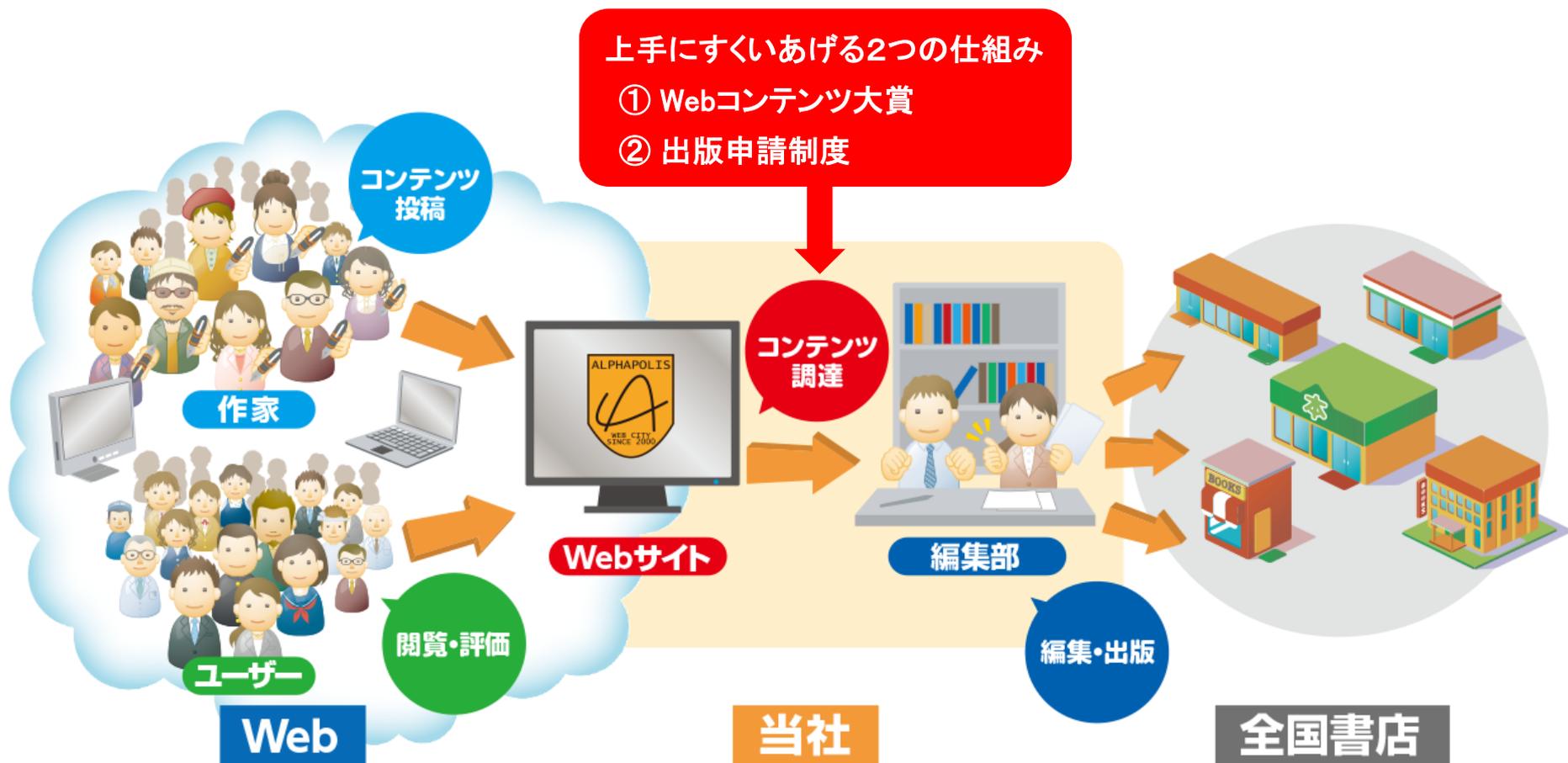
7月

2014年7月2日調べ

順位	書籍	出版社
1	虚ろな十字架	光文社
2	物語の中の人(3)	アルファポリス
3	村上海賊の娘(上・下)	新潮社
4	盾の勇者の成り上がり(6)	KADOKAWA
5	サラリーマン山崎シゲル	ポニーキャニオン
6	異世界転生騒動記(2)	アルファポリス
7	詰みかけ転生領主の改革(3)	KADOKAWA
8	Bグループの少年(4)	アルファポリス
9	異世界でカフェを開店しました。(3)	アルファポリス
10	やる気なし英雄譚(1)	KADOKAWA

ビジネスモデル(1/2)

ネット上の人気作を当社Webサイトに集め、ネット上の人気を参考に書籍化を実施。



Web人気作を上手にすくいあげる2つの仕組み

1. Webコンテンツ大賞

①毎月ジャンルごとに開催。授賞作を書籍化
恋愛小説、ファンタジー小説、ミステリー小説などジャンルに分けて毎月人気投票コンテストを開催。
当社編集部の選考による優秀作品には「大賞」、読者に最も人気のある作品を「読者賞」として選出し、授賞作として書籍化。

②読者参加型
作家及び読者の双方にとって魅力的なサービスとなるよう、投票した読者に対しても抽選で賞金を贈呈。インターネット上において、読者を巻き込むかたちで賞を盛上げ。

2. 出版申請制度

当社Webサイトに登録された自身のコンテンツが一定以上の人気を博していると、ワンクリックで出版申請ができ、編集部で出版検討のうえ書籍化。これにより、作家にとって人気が出れば、いつでも、すぐに出版化へのチャレンジが可能に。

当社Webサイト



従来型の出版とは異なる

当社ビジネスモデルの2つの強み

①トレンドを即反映し、安定的かつ多点数、商品化 ➡ 新規マーケットの創造

昨今、読者の求める小説のトレンドの移り変わりは非常に早い。その傾向はまずインターネットの作品に現れる。まさに今、旬であるトレンドの作品を素早くキャッチし、売れ筋書籍を安定的かつ多点数、商品化することが可能。



②大コケするリスクの回避

インターネット上での多数のユーザー評価を参考に、一定以上の読者ニーズを見極めた上で、書籍化すべきコンテンツの選定を実施。そのため、書籍刊行に要した費用を回収するだけの売上高が確保できないリスクの低減が可能。



ビジネスモデルの強み(2/2)

インターネット普及に伴い、書籍市場に先駆けてトレンドが現れる。

従来の出版モデル

作家数

出版社に持込み、応募を行う

限られた作家。

「読みたい本が無い」

「じゃあ、ネットで書こう」

「ネットで探して読もう」

読者閲覧
までの時間

読者閲覧までに、企画・編集・印刷・配本
があり、**一定期間を要する**。



審査基準

出版社の編集部員等の審査
を通過した作品のみが読者の目に。

当社の出版モデル

自由に投稿することができる

大勢のネット作家。

ネット投稿と同時に、**瞬時に**読者
は作品を閲覧可能。

全ての作品が公開。人気を決める
のは**多くのネット読者**の支持。

トレンド
誕生

インターネットからコンテンツを上手に調達することで
単発ではなく、ある傾向・ジャンルとして規模感をもって出版を展開できる。

既存書籍市場には無い、新規マーケットの創造。

これまでの新規市場の創造実績

大人向けライトノベル市場の創造

既存書籍市場

中高生や若者向けの安価な文庫が主流

インターネット

既存書籍市場には無い、20代後半から30代向けのファンタジー小説が溢れ、また人気に



既存書籍が合わない読者層

当社Webサイトにて上手にすくいあげる

20代後半から30代の男性向け単行本ライトノベル市場を創造

1,100円(税別)



シリーズ累計
110万部

1,700円(税別)



シリーズ累計
120万部

1,200円(税別)



シリーズ累計
25万部

売上高



和製ハーレクイン市場の創造

既存書籍市場 海外ロマンスや、10代向け恋愛小説が主流

インターネット 「真に読者が求める恋愛小説＝日本人主人公のロマンス小説」が大人気

30代から40代の女性向け和製ハーレクイン小説市場を創造



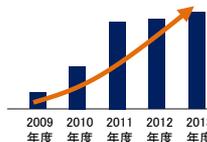
シリーズ累計
18万部



シリーズ累計
7万部

エタニティブックス

売上高



ゲーム世代のファンタジー小説市場の創造

既存書籍市場 児童書から派生した作風のファンタジー小説

インターネット ゲームで描かれるファンタジー世界を舞台とした小説が溢れかえり、人気に

20代から30代の女性向け新感覚ファンタジー小説市場の創造



シリーズ累計
19万部



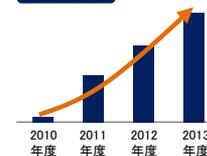
シリーズ累計
11万部



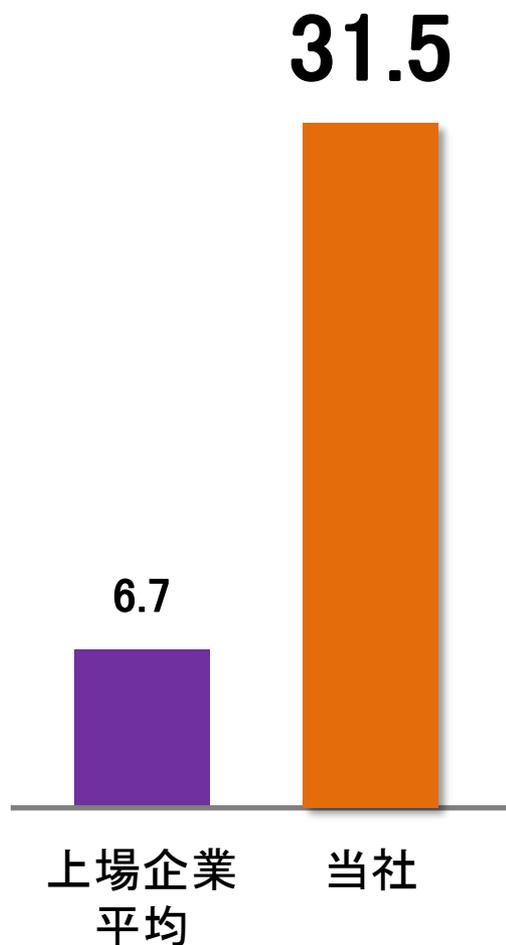
シリーズ累計
11万部

レジーナブックス

売上高



利益率(経常利益)は上場企業平均を圧倒的に上回る。



当社利益率推移 (過去5年)

2009年度	23.4%
2010年度	24.2%
2011年度	28.8%
2012年度	33.3%
2013年度	31.5%

成功確度の高い意思決定

インターネット上で読者ニーズを見極めた上で、書籍化の判断を行っているため、**書籍刊行に要した費用を回収できないリスクの低減**が可能。



書籍化判断

合理的な事業運営体制

一から出版事業を起こしている為、業界慣習にとらわれず、徹底的に合理化した事業運営体制を確立。

(例) 実売印税の導入

既存出版社の多くは作家への印税額は発行部数(印刷した数)を基礎として計算するが、当社の場合は「**販売部数(売れた数)**」を基礎として計算。

➡ **売上に結びつかない支出の回避**

※ 2013年の書籍返品率37.5%(出版科学研究所より)

定価販売の保証

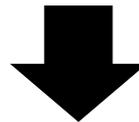
法律(再販売価格維持制度)により、定価販売が保証されており、販売先(特に大手)の力関係による**販売価格の低下を回避**。



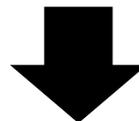
インターネットからの調達がビジネスモデルの強みだが…

ネットの人気作品をそのまま出版すれば、簡単にヒットするわけではない。

- 仕入れまでは次世代型だが、それ以降は地道な編集(ものづくり)作業が大事。
- ・これまで無料だったものをお金をいただき販売する「商品化」のための愚直な労力。
 - ・マーケットを見据えた売り出し方の徹底的な追求。



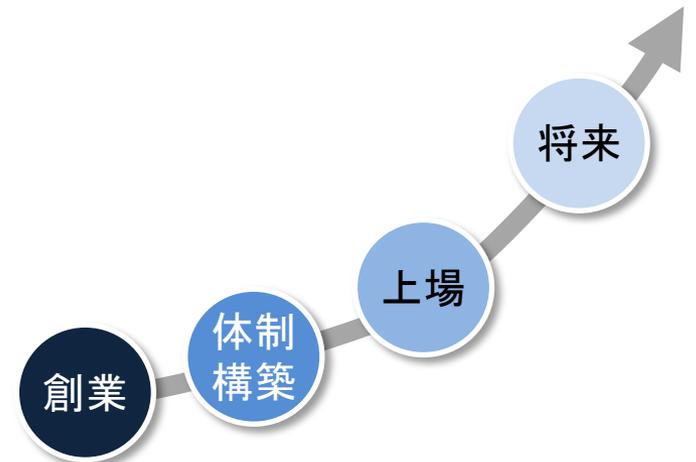
とくにネット作品はもともと商品化を考えられ、書かれていたわけではない。より膨大な手間と知恵が商品化にあたっては必要。



編集力(ものづくり力)は重要な成功の鍵。



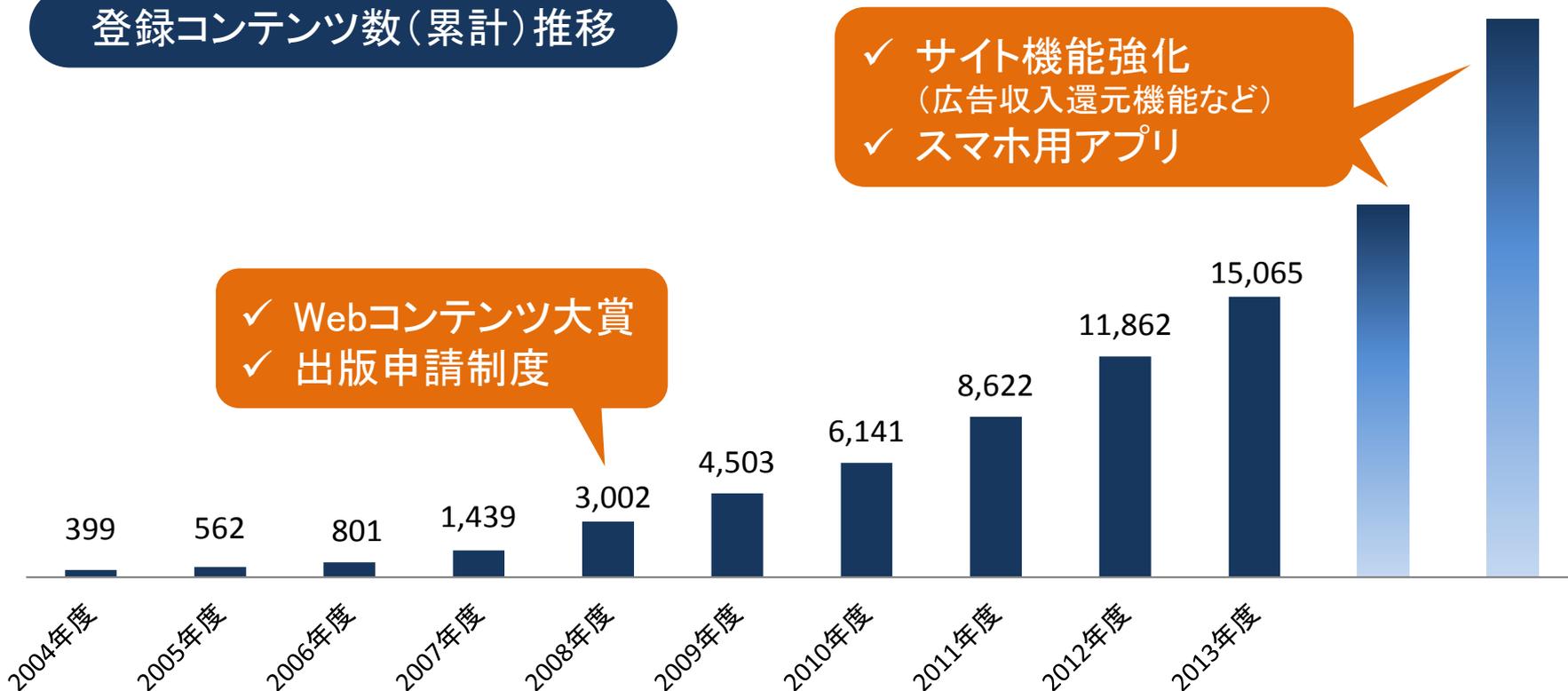
今後の当社の戦略・取組み



ネットメディアパワーの拡大

➡ 移り変わりの激しいネット環境において、次世代型出版社としての地位を確立するため、常にユーザーニーズに対するスピード感を持ったサービスを実施し、更なるコンテンツ・ユーザー確保を加速させる。

登録コンテンツ数(累計)推移



短期戦略：漫画事業の拡大

特に市場として非常に魅力的かつ電子書籍との親和性も高い漫画事業の強化に注力。

漫画刊行までのプロセス



現在、人気書籍のWeb連載漫画を25作有しており(連載準備作品除く)、確度の高い今後の成長を見込む。

経営理念

「新しい時代のエンターテインメントの追求へ」

インターネットを活用した次世代メディア(出版・映像・ネットサービス・音楽等)として確固たる地位の確立を目指す。

中長期的には、インターネットを軸としながら、出版事業により蓄積したコンテンツを活かした多角的展開を目指します。

映像市場

4.4兆円



キャラクタービジネス市場

2.3兆円



ゲーム市場

1.4兆円



書籍市場 8,000億円

漫画市場

3,700億円



ライトノベル市場

300億円



電子書籍市場

1,000億円



将来

(~10年)

中期的

(~3年)

現在



本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。