

(株)富士山マガジンサービス / Fujisan.co.jp

第15期 (2016年12月期)
第2四半期 決算説明会資料





第15期第2四半期業績

第2四半期累計業績ハイライト

通期計画に対し、売上高はビハインド、利益は堅調に推移。

	2Q累計	前年同期比	通期計画値	進捗率	2Q計画値	達成率
取扱高	3,993百万円	108.9%	—	—	—	—
売上高	1,274百万円	106.8%	2,829百万円	45.0%	1,362百万円	93.5%
営業利益	232百万円	113.6%	382百万円	60.9%	184百万円	126.1%
純利益	153百万円	117.9%	236百万円	65.1%	114百万円	134.8%

■ KPI

総登録ユーザー数：2,320,118名（前年同期比114.9%増）

2016年6月末：継続率72.1%（前年同月70.2%）

■ トピックス

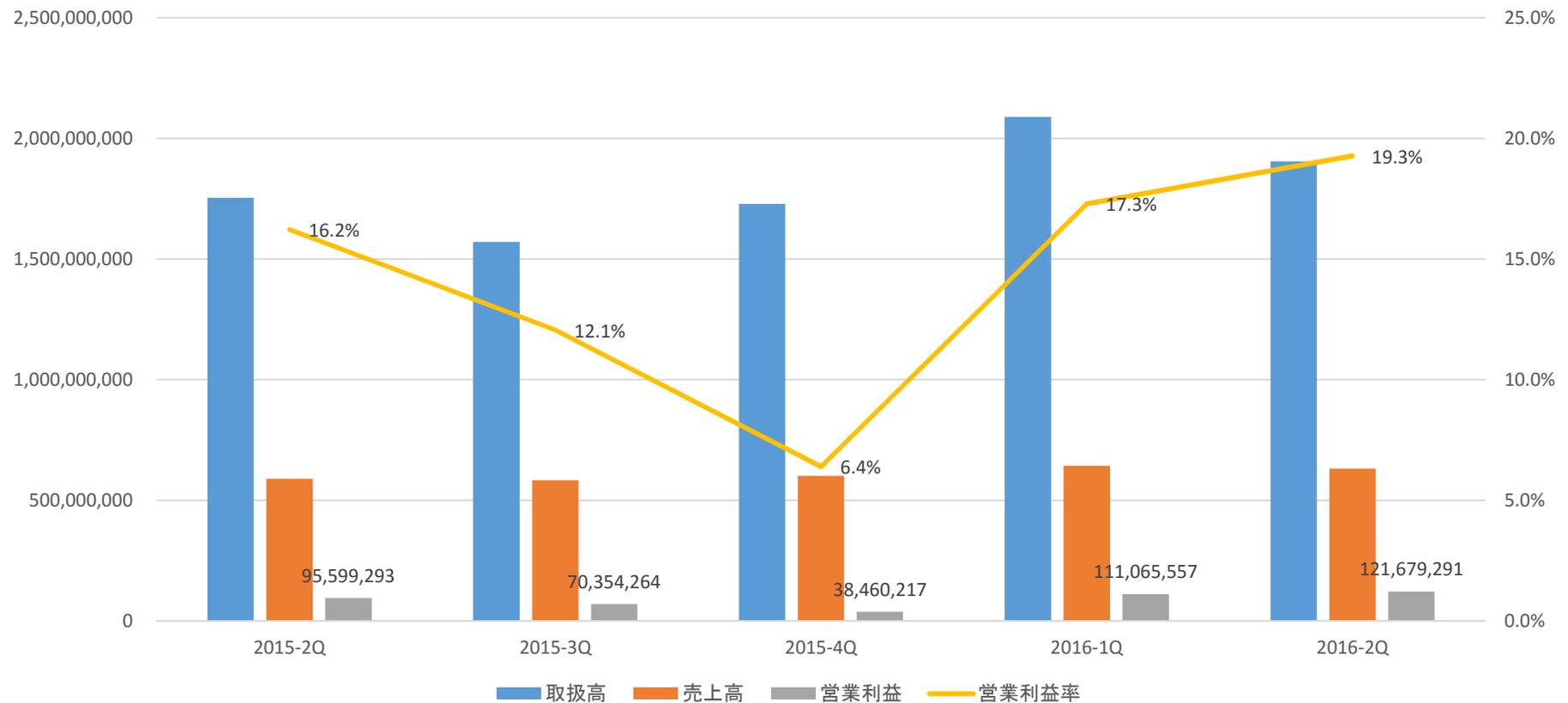
記事検索ツール「マガサーチ」の提供開始（第2の矢）

雑誌「OCEANS」公式オンラインストアの運営受託開始

（第3の矢：マガコマース）

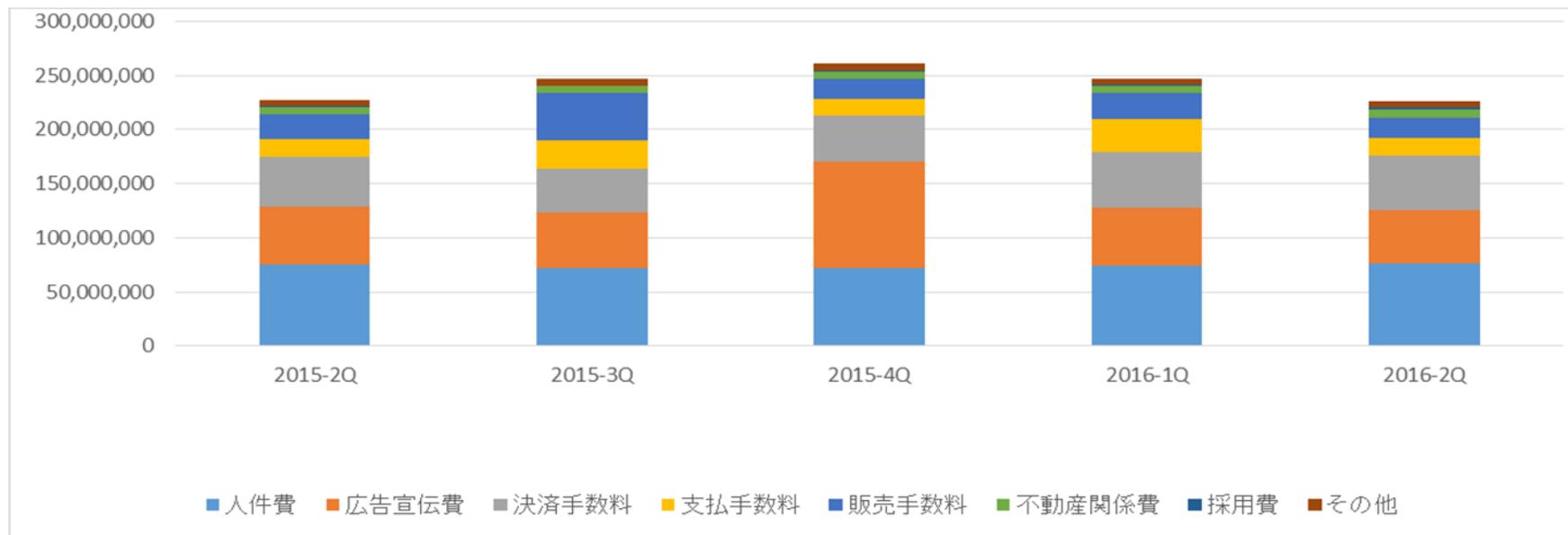
業績推移

- 売上高：デジタル取次先のサービス開始の遅れ等により、成長率鈍化
- 営業利益、営業利益率：順調に推移



主な販売管理費の推移

- 株主総会終了により、2Qでは株主総会準備に関連する支払手数料が減少
- 他電子書店向けのキャンペーン施策見直しにより販売手数料減少
- WEBサイトのSEO対策が奏功し、広告宣伝費が減少

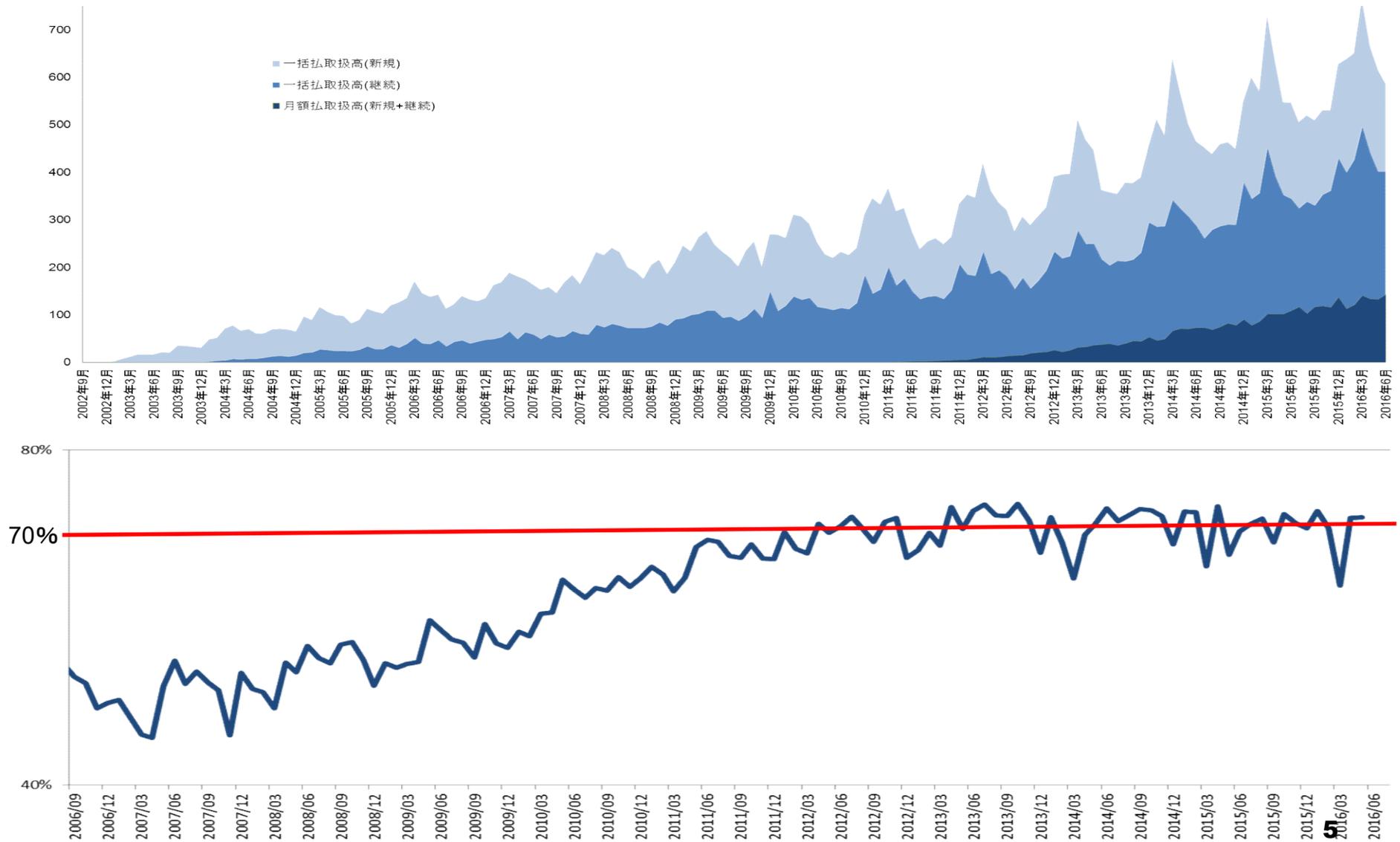


(単位百万円:百万円未満切り捨て)

	2015-2Q	2015-3Q	2015-4Q	2016-1Q	2016-2Q
人件費等	74	71	72	74	76
広告宣伝費	54	51	97	52	48
決済手数料	45	40	43	51	50
支払手数料	16	25	15	30	16
販売手数料	22	43	18	23	18
不動産関係費	6	6	6	6	6
採用費	1	—	—	1	2
その他	5	6	7	5	5

取扱高推移と継続率

➤ 引き続き、「積み上げ型」ビジネスモデルは堅調に推移



四半期業績の推移（損益計算書）

（単位：百万円）

	2016-2Q	2015-2Q	前年同期比	2016-2Q 累計	2015-2Q 累計	前年同期比
売上高	631	589	107.2%	1,274	1,192	106.8%
売上総利益	348	322	107.9%	705	674	104.6%
売上総利益率	55.1%	54.8%	+0.4pt	55.4%	56.6%	-1.2pt
営業利益	121	95	127.3%	232	204	113.6%
営業利益率	19.3%	16.2%	+3.1pt	18.3%	17.2%	+1.1pt
経常利益	121	95	127.2%	234	205	114.2%
四半期純利益	79	58	136.0%	153	130	117.9%
			従業員数	53	50	106.0%
			臨時雇用者数	12	9	133.3%

四半期業績の推移（貸借対照表）

（単位：百万円）

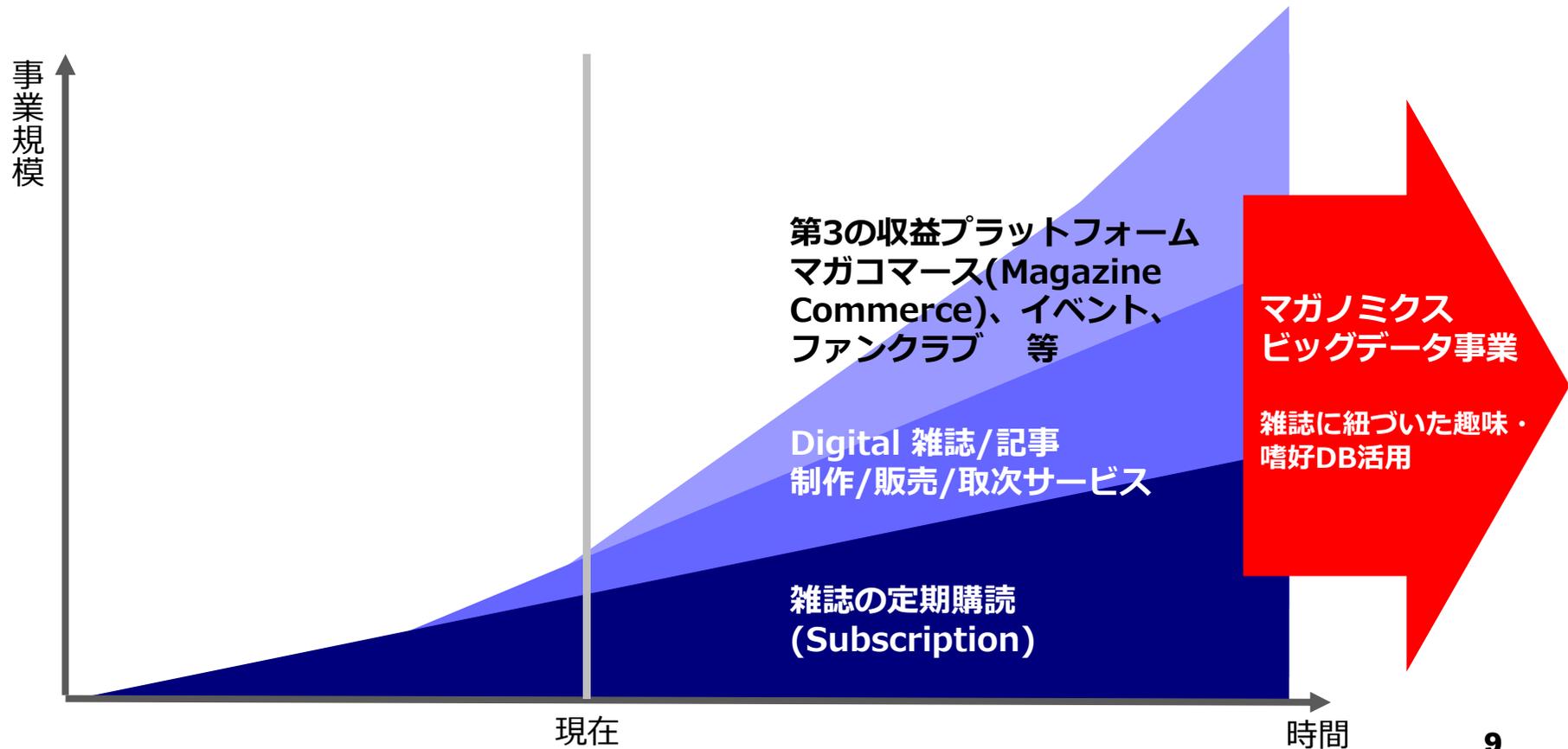
	2016-2Q	2016-1Q	前四半期比	2015年12月末	前期末比
流動資産	2,908	2,911	99.9%	2,632	110.5%
（うち現預金）	1,549	1,407	110.1%	1,266	122.4%
固定資産	329	330	99.5%	328	100.2%
総資産	3,237	3,241	99.9%	2,961	109.3%
流動負債	2,354	2,440	96.5%	2,234	105.4%
（うち借入金）	-	-	-	-	-
固定負債	-	-	-	-	-
純資産	882	801	110.2%	726	121.5%



成長戦略の進捗

成長戦略「マガノミクス 3本の矢」

- 1本目の矢：定期購読による市場のリプレースメント
- 2本目の矢：Digital雑誌/記事の販売・取次強化、クラウド型制作システム
定期購読者の囲込み
- 3本目の矢：販売、広告に次ぐ新たな出版社第3の収益プラットフォームの提供
 - マガコマース（物販）、イベント開催、会員/ファンクラブサービス



2016年12月期（第15期）戦略

定期購読比率を伸ばす方法の確立（第一の矢）

- ・スペシャルパートナーの定期購読比率を高めるための仕組み化、横展開を加速する。

定期購読運用業務の委託の獲得（第一の矢）

- ・出版社の定期購読事業への負担を下げることで定期購読事業への注力を促す。
- ・当社の会員基盤を強化する。

電子雑誌市場への布石（第二の矢）

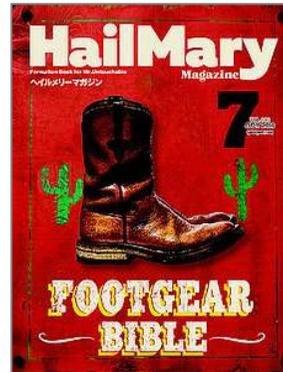
- ・取次誌数の増加、取次先の拡大により「取次事業者」としての立ち位置を確保する。

新しいマネタイズ機会の提供のための検証(第三の矢)

- ・顧客データベースを活用したマーケティングで広告収入を増やす機会を検証。
- ・雑誌販売だけでなく、定期購読者向けの物販やイベント等のチケット販売プラットフォームの試験運用を目指す。

1本目の矢：「Fujisan Value Chain Support」

2016年12月期第2四半期で新たに獲得した雑誌



7誌獲得

定期購読者数：約3,500件

1本目の矢 定期購読者獲得の取り組み

月額払いを活用した
段階割引キャンペーン

定期購読特典 (プレゼント)
を活用したキャンペーン

◆ LaLaBegin

6号連続50%OFF
年間購読50%OFF



▲誌面告知

◆ Scawaii !

3号連続50%OFF
4号目以降15%OFF



▲誌面告知

◆ Daytona

定期購読者に
2か月ごとに
プレゼント



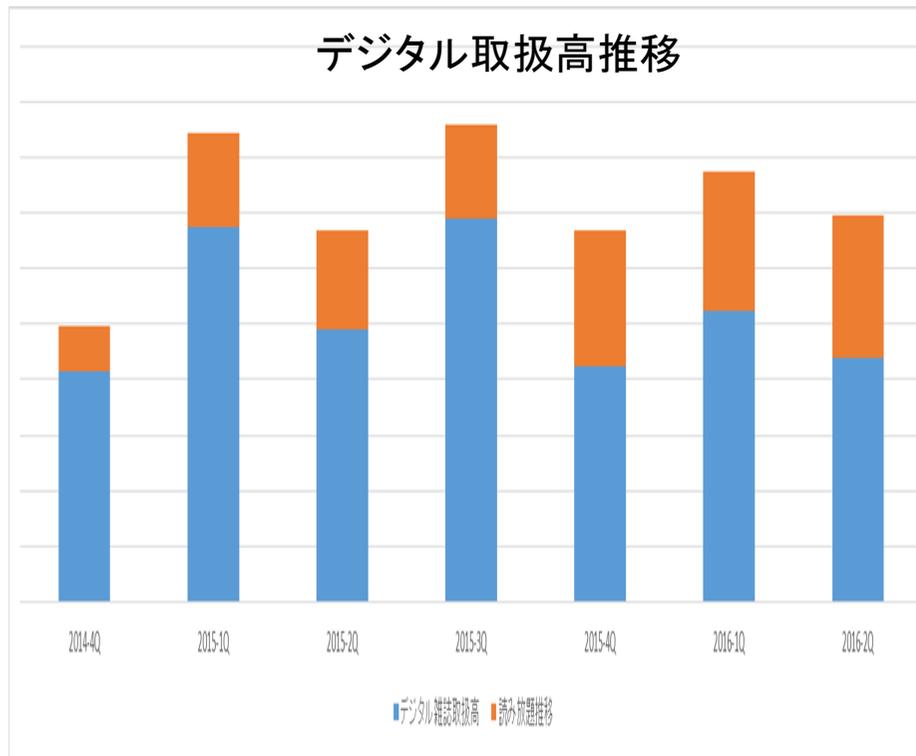
◆ 月刊 MOE

「ヒグチユウコ」
特製トートバック



「2本目の矢」 (デジタル分野の展開強化) の進捗

- 引き続き、他書店、読み放題サービスへの取次営業を強化
- 「読み放題」サービスの活況はデジタル取次事業者である当社にとっても追い風
- デジタルの強みである検索性を生かすため、「マガサーチ」サービスを開始

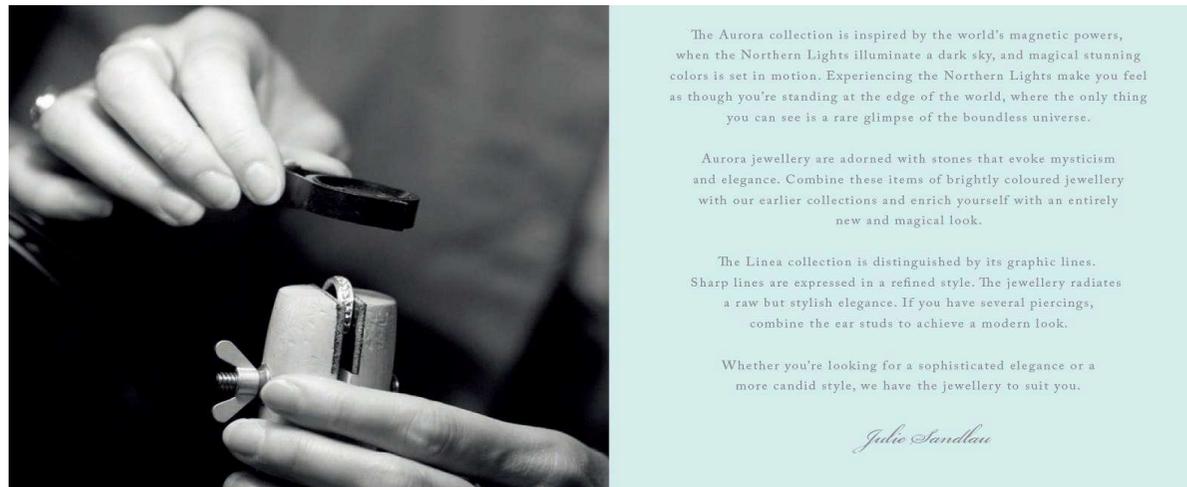


3本目の矢：第3の収益のプラットフォーム提供

- 雑誌×ECの新機軸のShop運営委託を開始
- 2Qでは、新規2店舗の受託



<http://store.oceans.tokyo.jp/>



<http://www.juliesandlau.co.jp/>

将来ポジション

趣味・嗜好DBを活用した、ビッグデータプラットフォームに

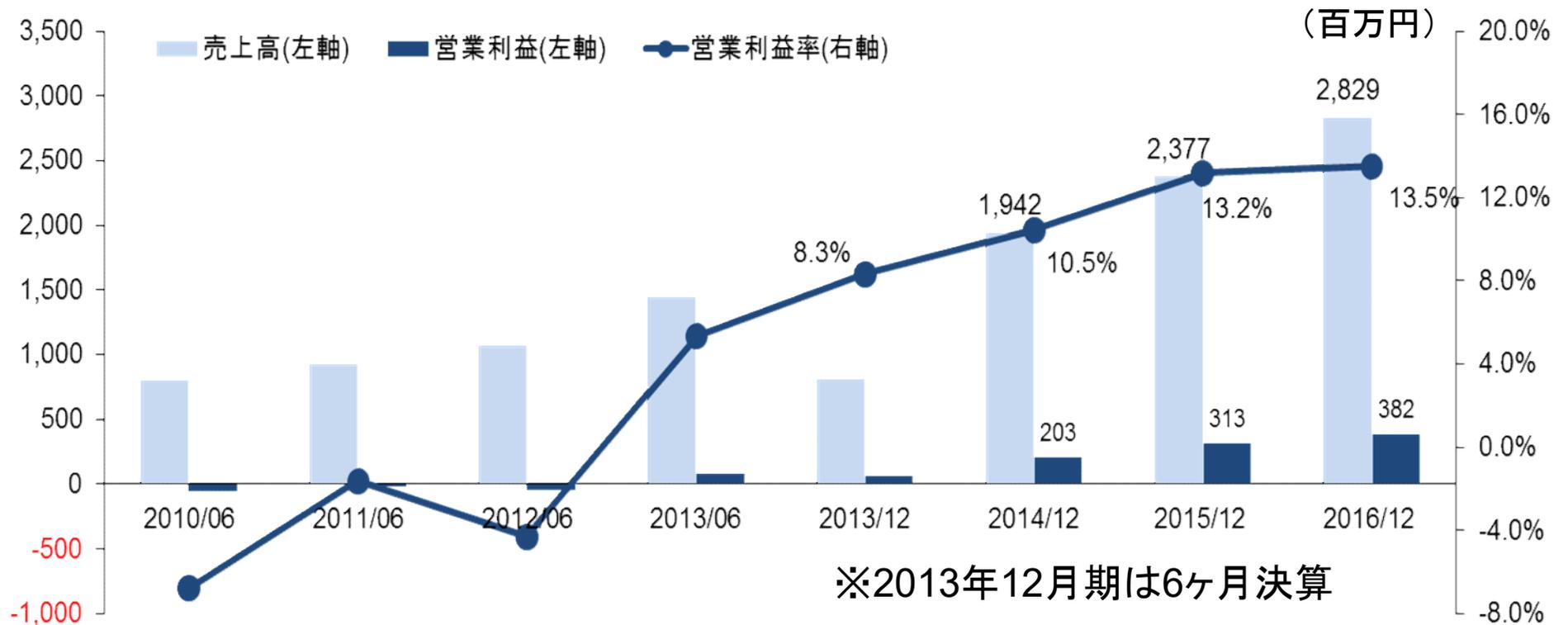
- 富士の裾野のように広がる様々なライフスタイルをカバーするプラットフォームのポジション確立

各ジャンルの出版社の会員獲得・LTV向上プラットフォームとなることで、幅広いジャンルを包括した、ニッチで濃いユーザにリーチ出来るビッグデータプラットフォームに進化



業績推移と第15期事業計画

- 第15期(2016年12月期)については、前期に引き続き、雑誌購読者の定期購読化を推進
- 定期購読者推進のため、初期の費用負担が少ない「月額」払いサービスへのシフトを加速



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。