



2022年6月13日

各 位

**株式会社インプレスホールディングス**

代表者名： 代表取締役社長 松本 大輔

(コード番号 9479 東証スタンダード市場)

問い合わせ先：執行役員 経営戦略室長 二宮 宏文

(TEL : 03 - 6837 - 5000 代表)

**中期経営計画策定に関するお知らせ**

当社グループは、新たな成長基盤の構築・成長転換ステージに向けた中期経営計画 (FY2022～FY2026) を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 対象期間

2023年3月期から2027年3月期までの5ヵ年

2. ビジョン

面白いことを創造し、知恵と感動を共有することを企業理念とし、人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくることを社会的使命といたします。

3. 重点施策

- ①コンテンツ事業の競争力及び収益力の強化
- ②メディアミックス展開による新規事業モデルの開発
- ③プラットフォーム事業の拡大
- 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

4. 主な中期定量目標 (FY2026)

- ①売上高 : 200 億円
- ②経常利益 : 20 億円
- ③事業構成 : 出版 (紙) 以外の事業構成比を 60%に引き上げる
- ④ROE : 12%
- ⑤配当性向 : 30%

※詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

---

**【本件に関するお問合せ先】**

株式会社インプレスホールディングス 社長室 広報担当

TEL: 03-6837-5000 代表 / E-mail: [release@impressholdings.com](mailto:release@impressholdings.com)

URL : <https://www.impressholdings.com/>

# 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

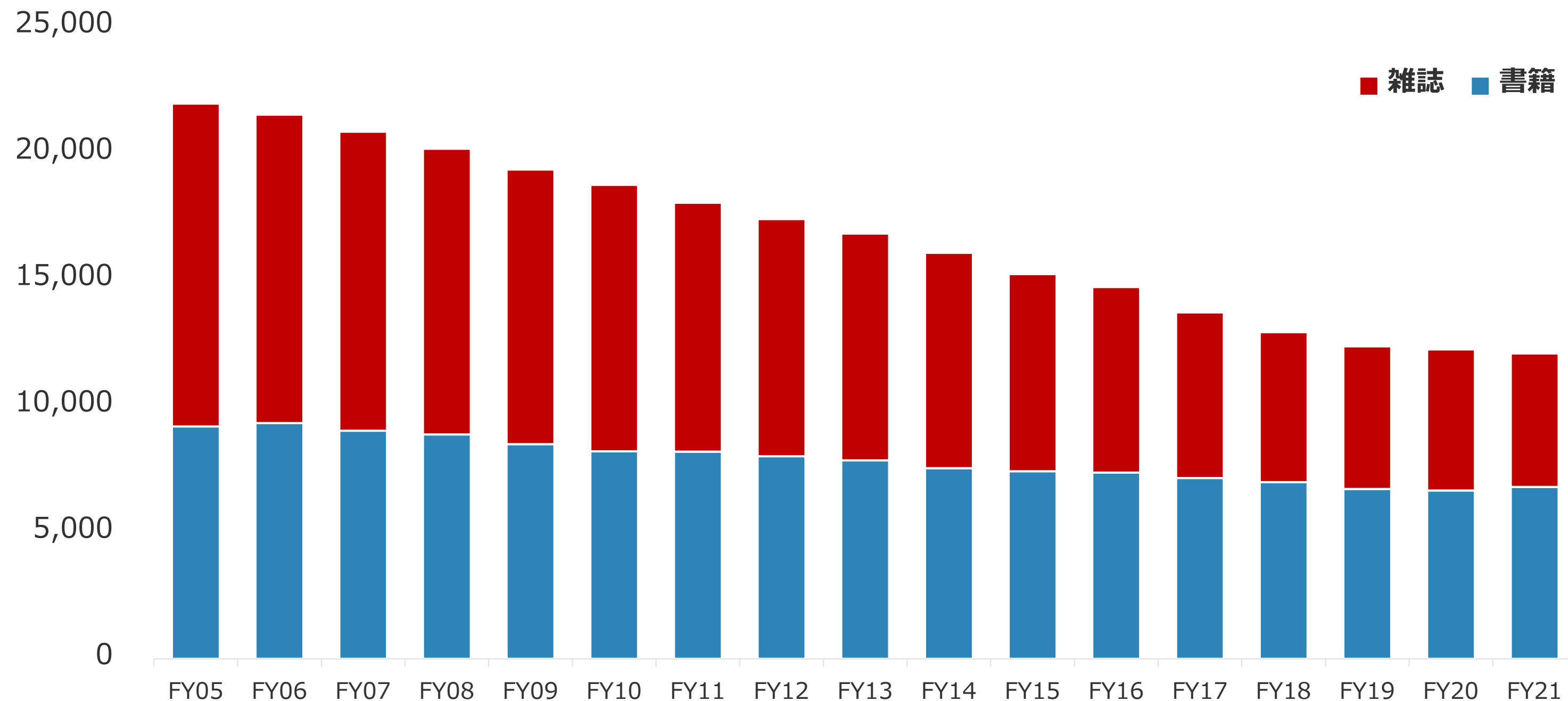
本資料に記載されている将来の業績見通し、戦略・計画に関する記述等は、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動するリスクや不確実性を含んでおります。当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、何ら表明及び保証するものではありません。

# 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

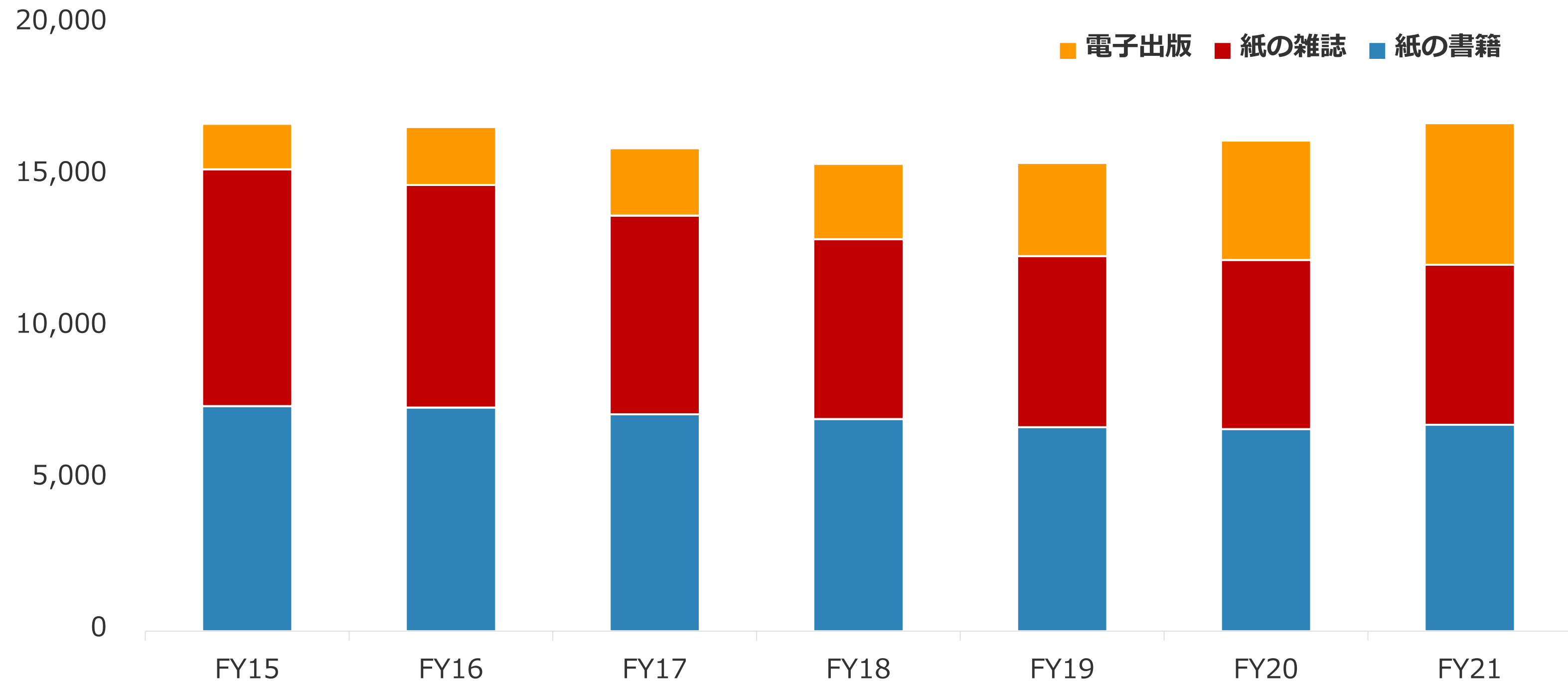


〔出典〕全国出版協会・出版科学研究所『出版指標年報2022版』

# 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**

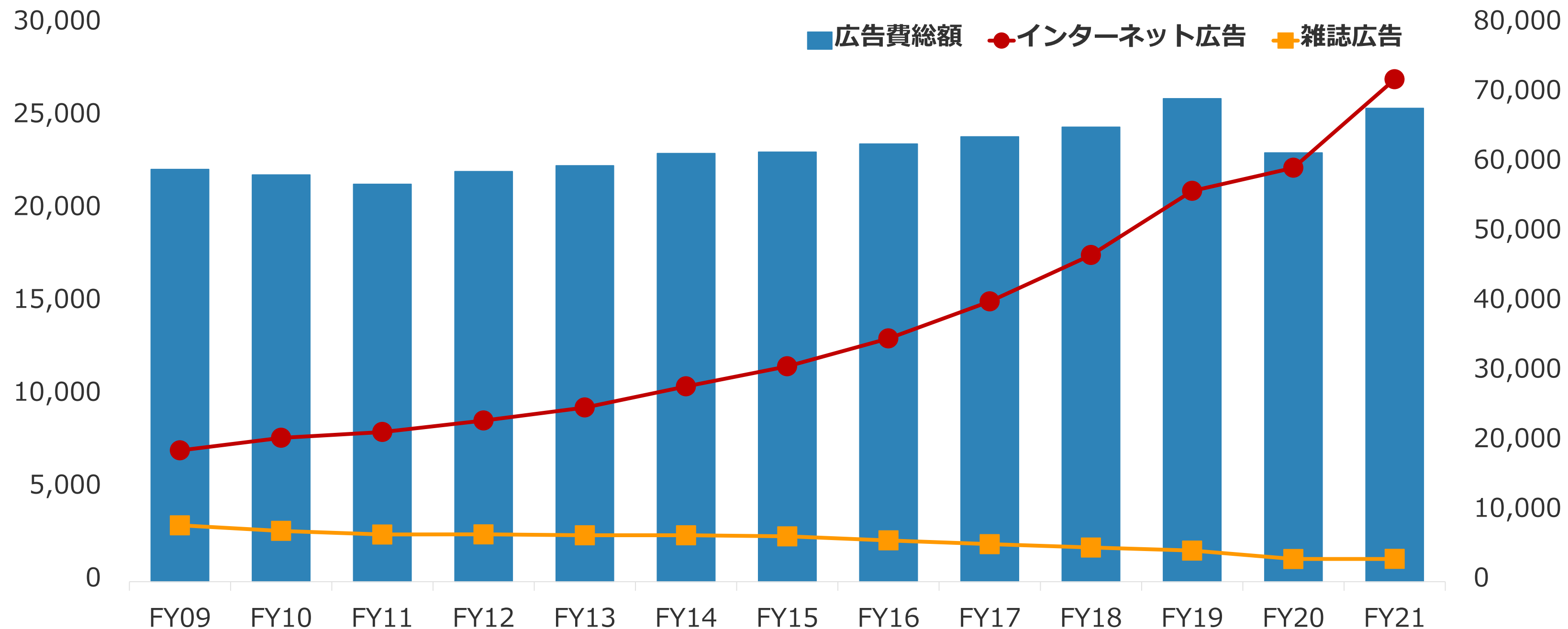


〔出典〕全国出版協会・出版科学研究所『出版指標年報2022版』

# 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』

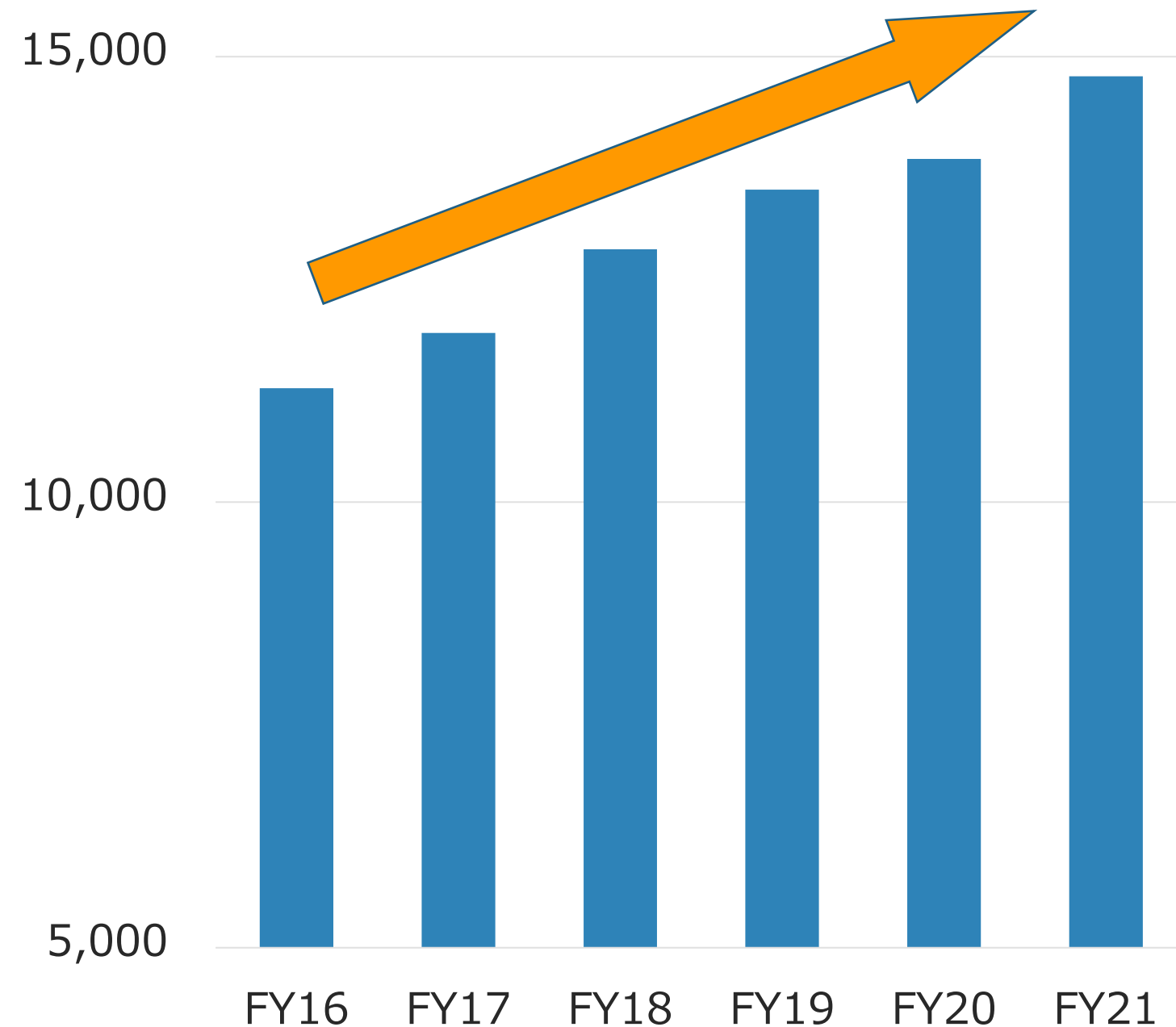


# 当社グループの過年度の業績の推移

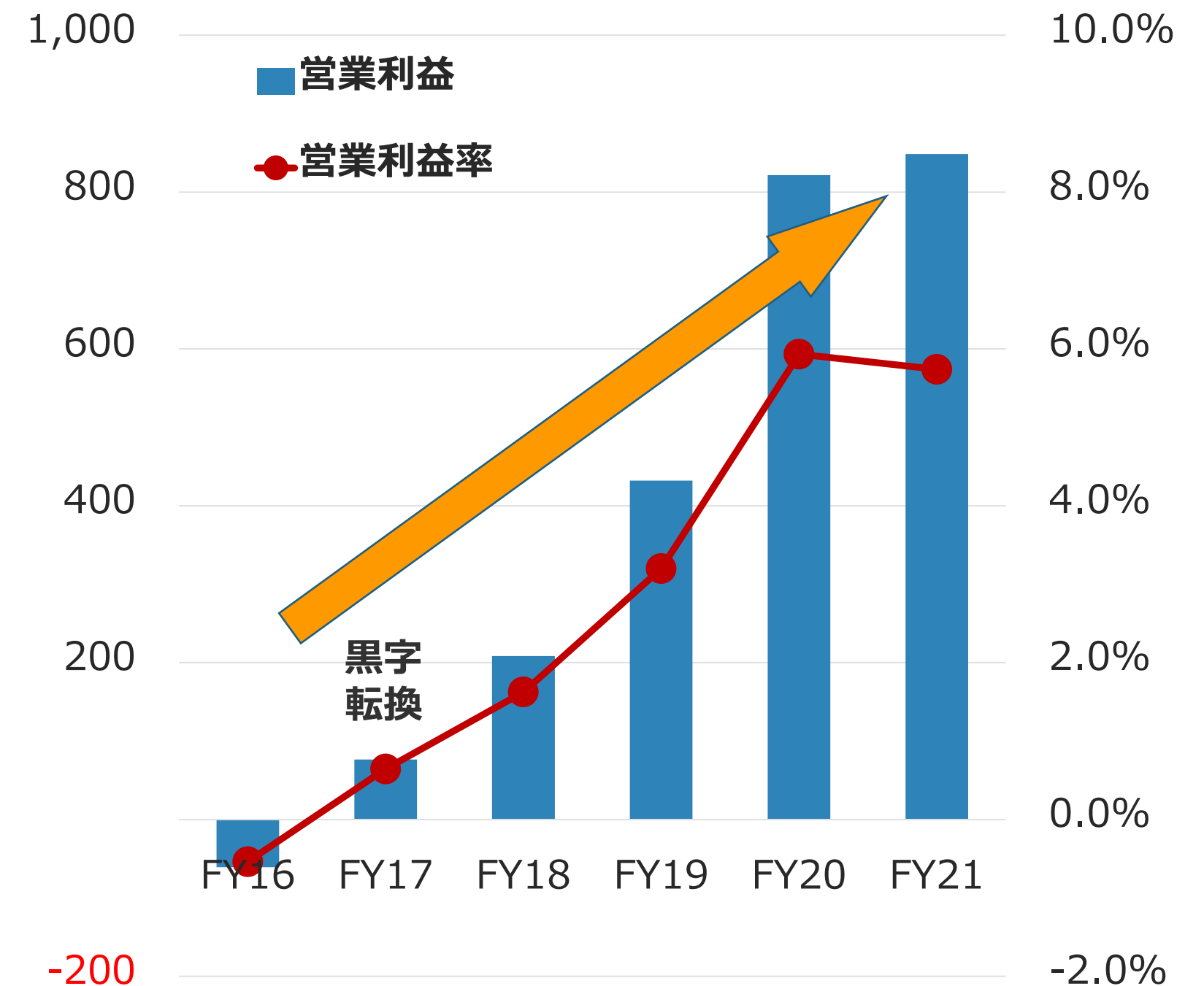
単位：百万円

**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

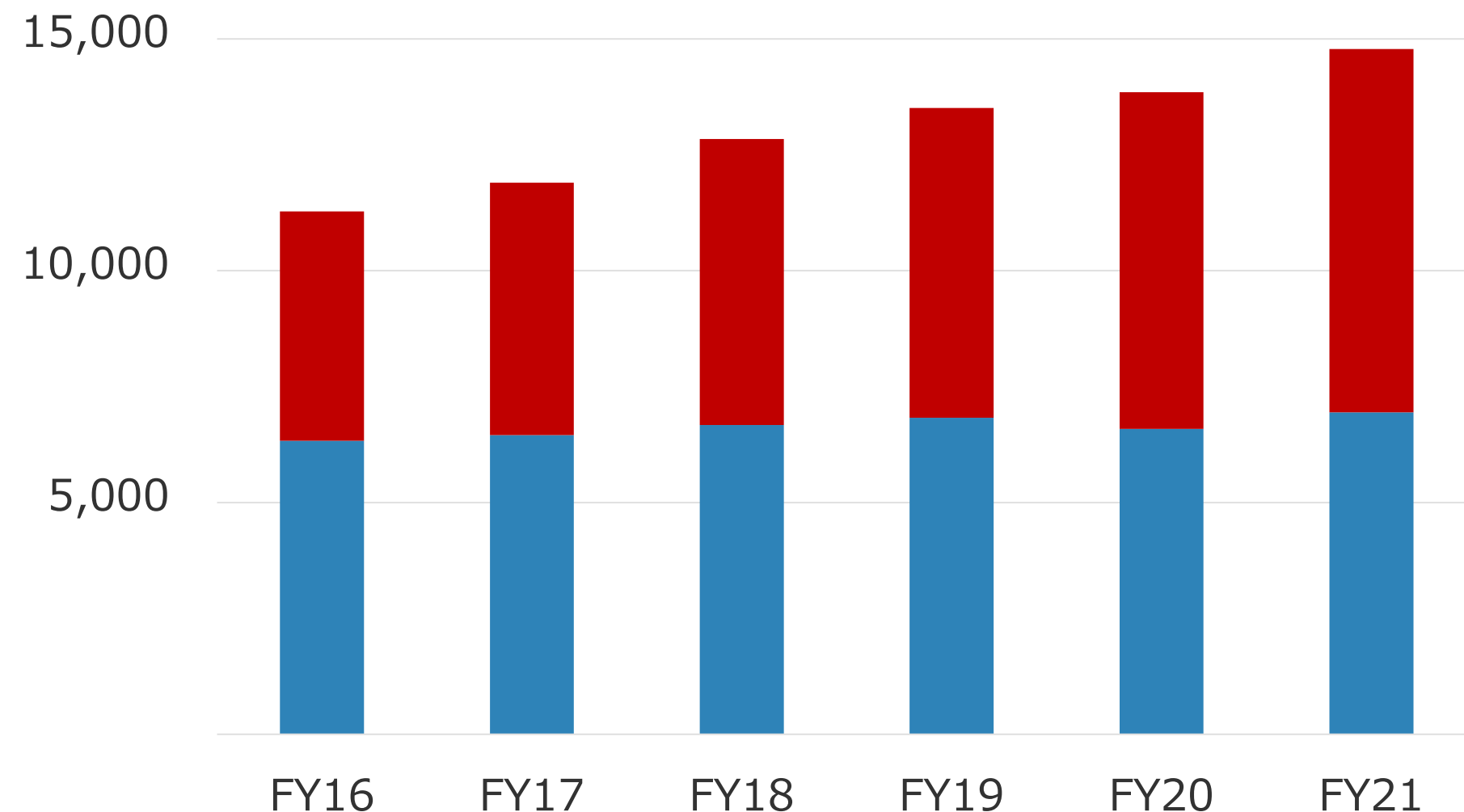


## ■営業利益



# 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

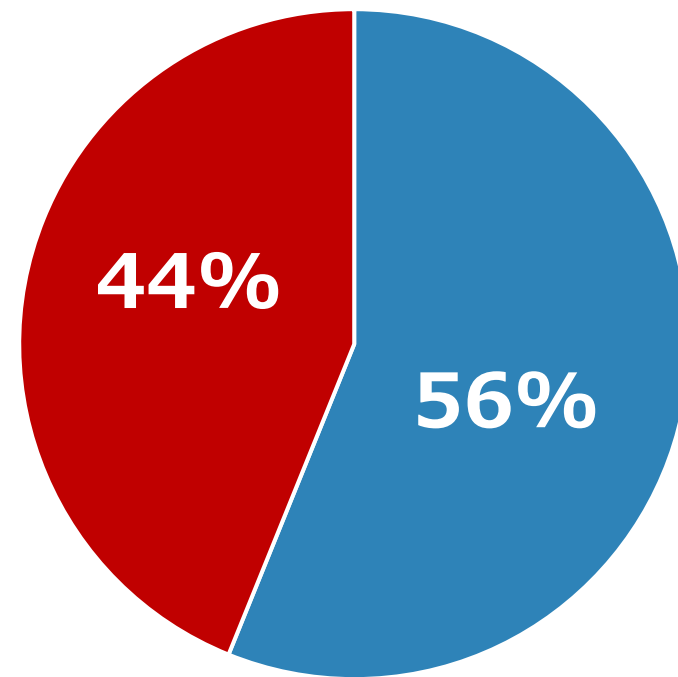


出版（紙）以外の事業（電子出版、ネットメディア・サービス、ターゲットメディア、ソリューション、プラットフォーム事業）

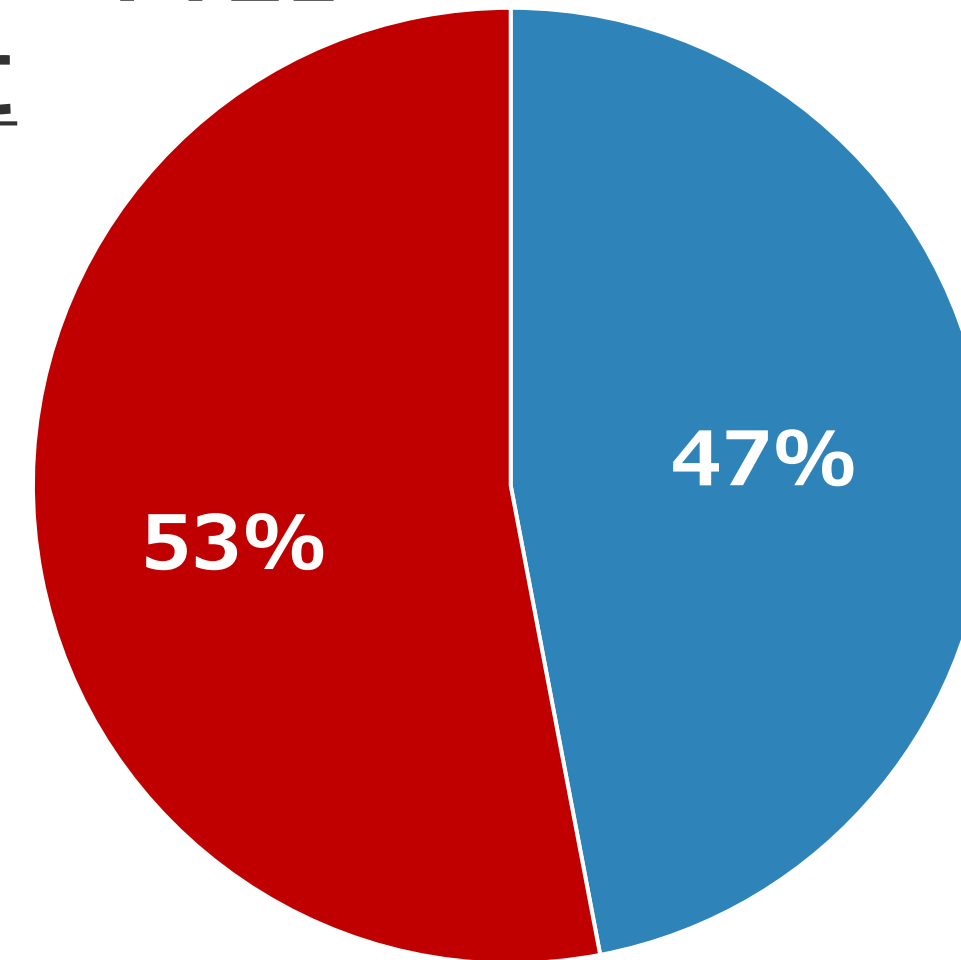
# 事業ポートフォリオの構造転換の推進

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

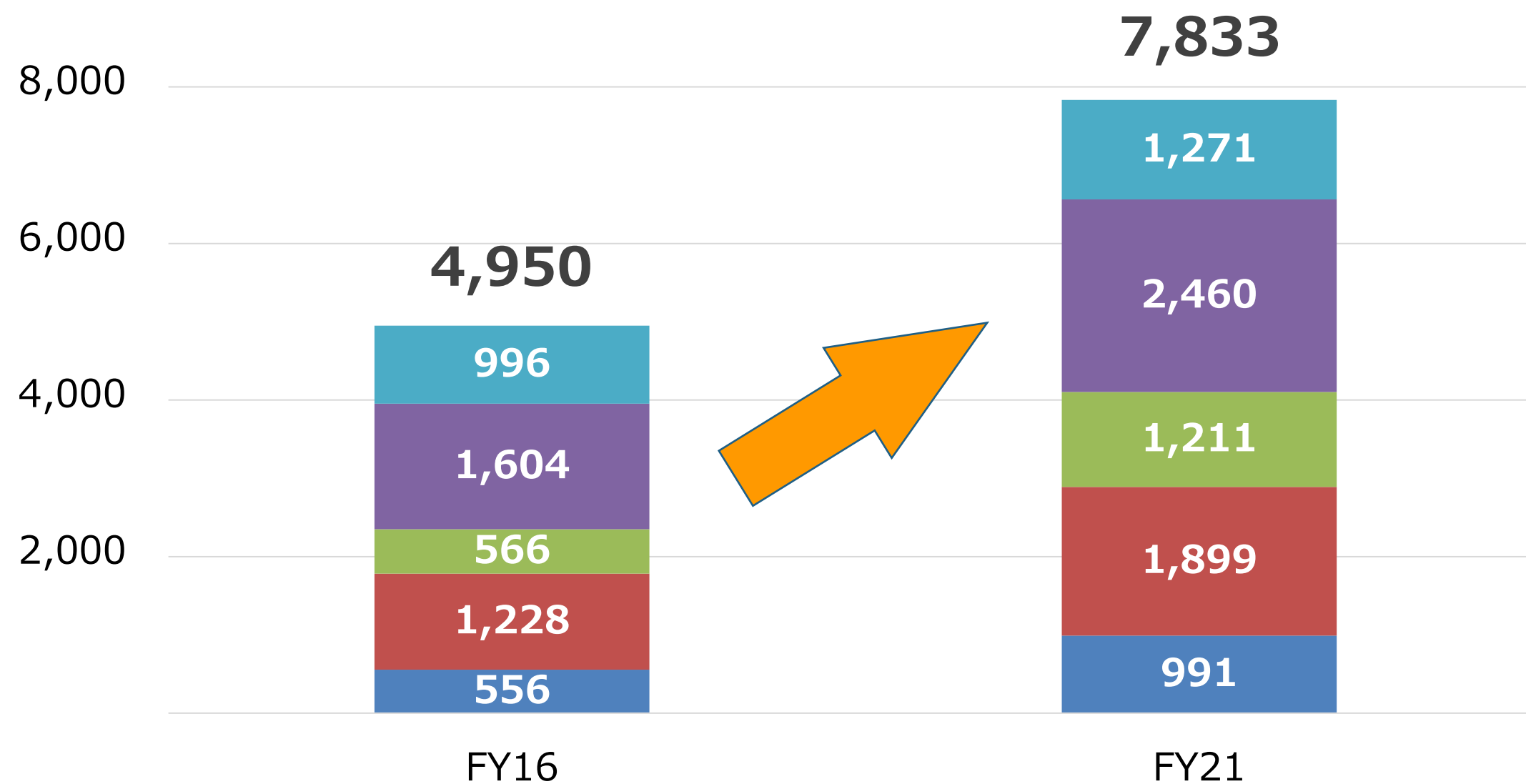
M&Aにより、

「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

## ④ DX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

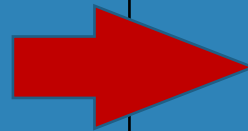
→営業利益率を、現状の5%台から、10%の水準に引き上げる

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

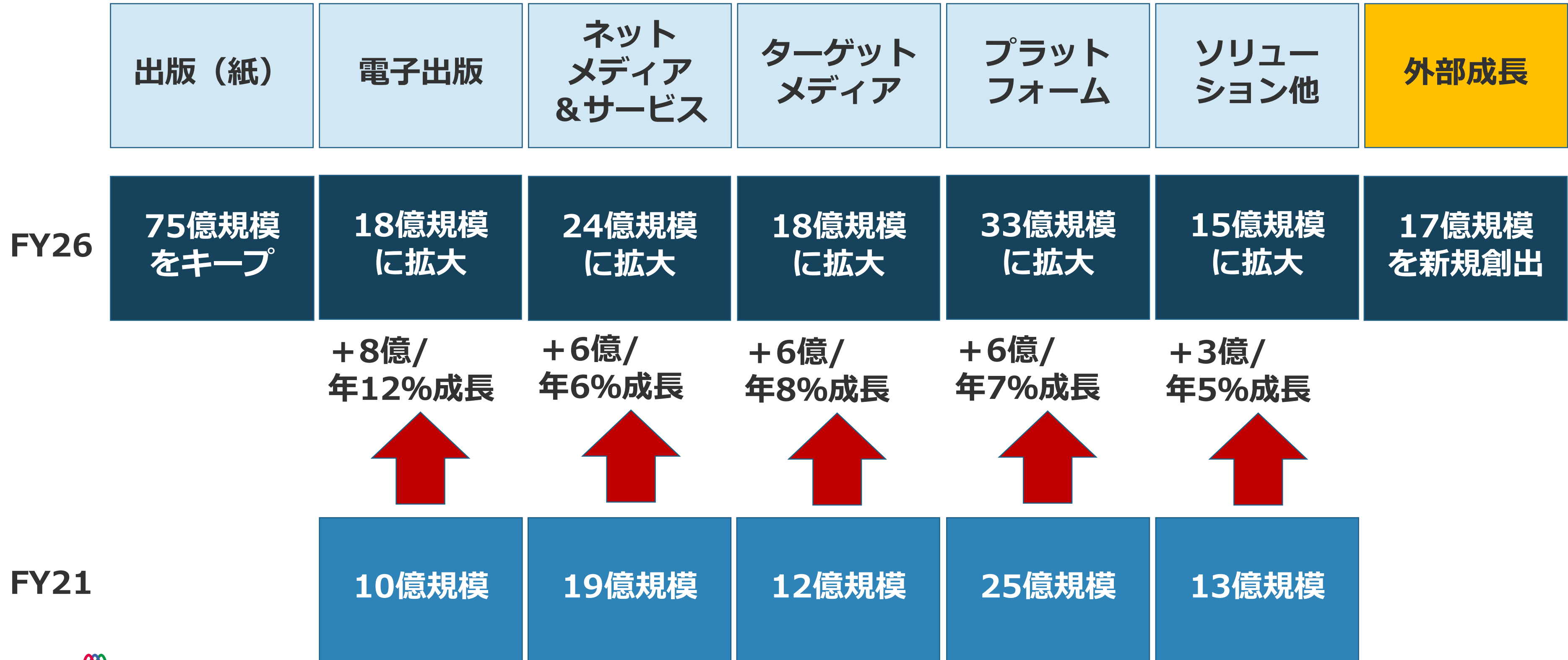
(単位：百万円)

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	<b>20,000</b>	<b>+5,222</b>
営業利益	822	848	<b>1,900</b>	<b>+1,052</b>
経常利益	931	941	<b>2,000</b>	<b>+1,059</b>
営業利益率	5.9%	5.7%	<b>9.5%</b>	<b>+3.8P</b>
出版(紙)売上高	6,586	6,946	<b>7,450</b>	<b>+504</b>
※同構成比	48%	47%	<b>40%</b>	<b>▲7P</b>

# 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

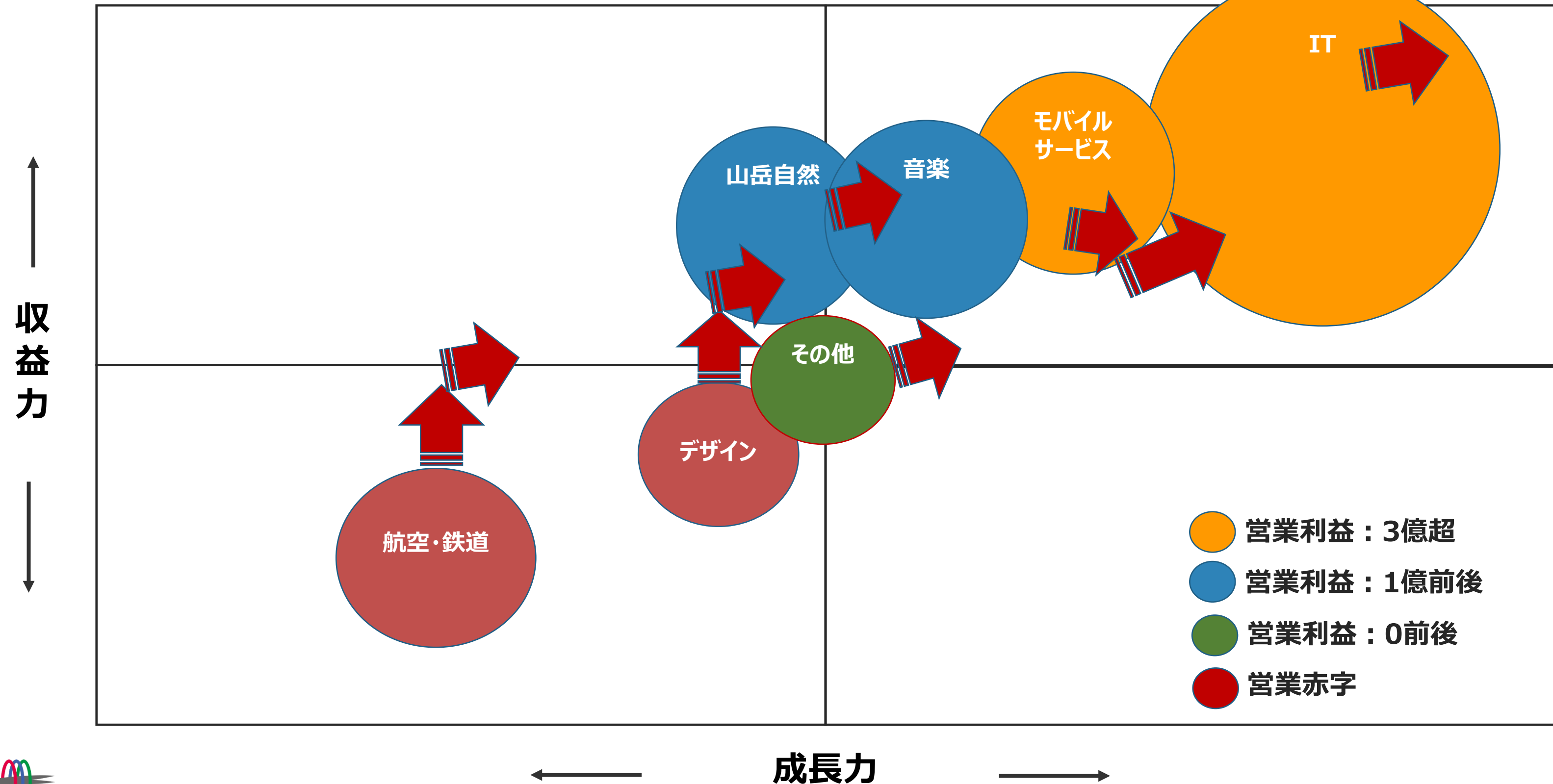
出版・電子出版事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 専門コンテンツの競争力強化と隣接分野への拡張</li><li>● ロングテールの書籍事業の安定拡大</li><li>● 雑誌事業の収益力及びブランド力の維持</li><li>● 紙の底本をベースとした電子出版事業の安定拡大（年率10%）</li><li>● 電子コミックレーベル（CoMax）等によるデジタルファースト作品の開発</li><li>● デザイン、航空・鉄道分野の収益性の改善</li></ul>
ネットメディア・サービス事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 主力のIT分野の成長力の維持</li><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li><li>● 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</li></ul>
ターゲットメディア事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 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</li><li>● 顧客データベース（現42万人）の拡充</li><li>● 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</li><li>● 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</li></ul>

# 中期事業成長の重点テーマ②

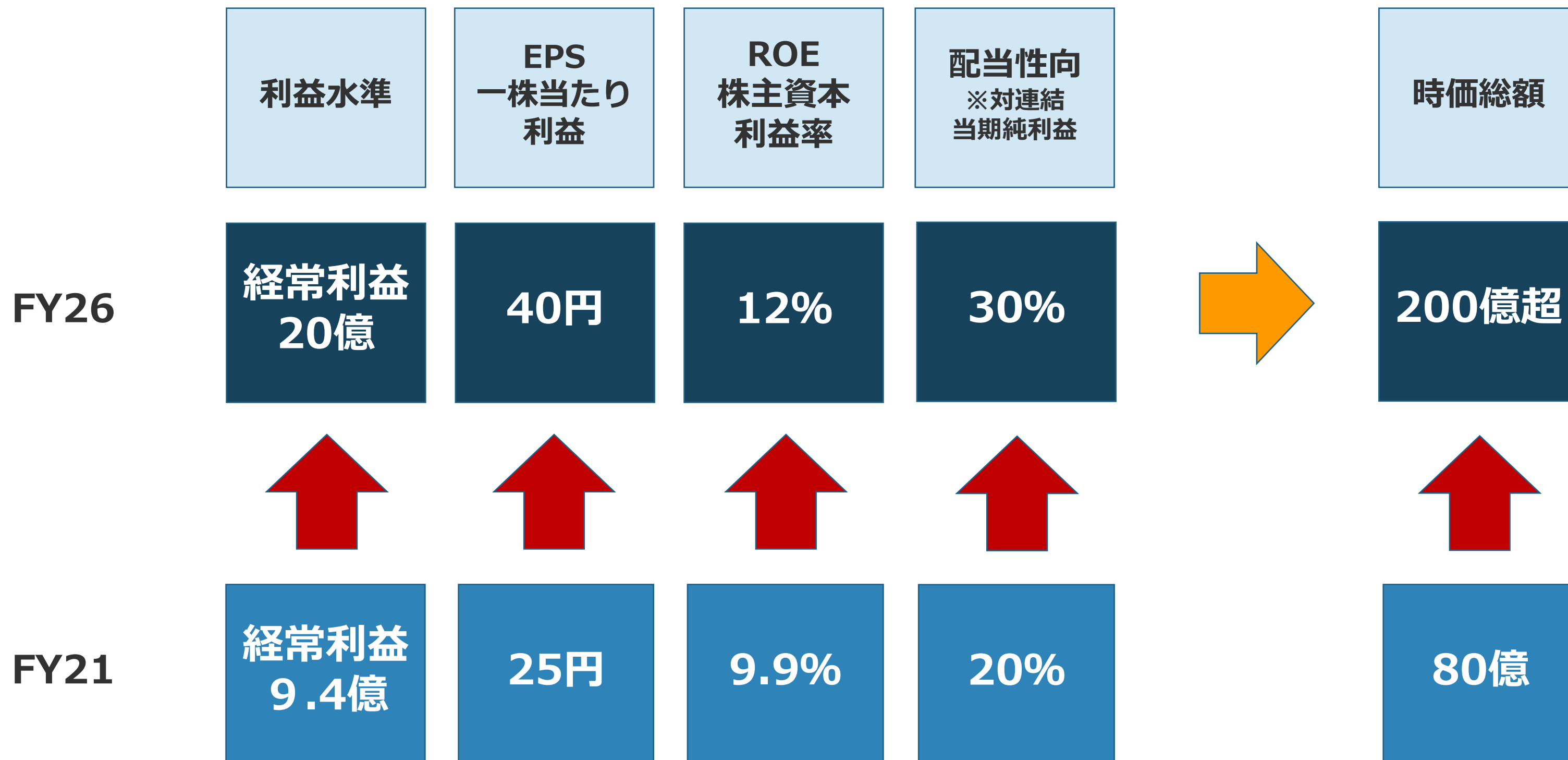
<p>プラットフォーム事業</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● デジマート：商材、サービス領域の拡大による成長力維持（年率10～15%）</li><li>● 電子コミックPF： 既存サービスの成長は一巡、新規取引先の開拓、海外向け配信等のメニュー開発で、再成長のフェーズへ転換</li><li>● POD出版PF：メディアドゥとの協業等による事業規模の拡大（年率20%）</li><li>● 新たなメディアプラットフォーム（仕組み）の事業開発</li></ul>
<p>ソリューション事業</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● メディアミックスを軸とした多面的・複合的な営業提案</li><li>● 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</li><li>● 山岳・自然分野における自治体向けサービス開発</li><li>● 航空・鉄道分野における事業開発の取組強化</li></ul>
<p>外部成長</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 競争力の高いブランド力を有する専門分野の拡充</li><li>● 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</li><li>● 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</li></ul>

# 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

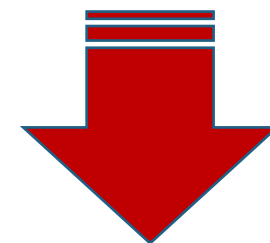
## 〈経営戦略〉

**10（コンテンツ） × 10（仕組み） = 100（価値創造）**

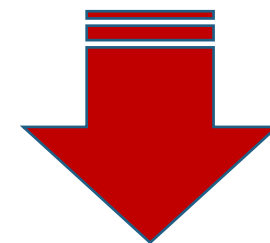
専門分野の深堀

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







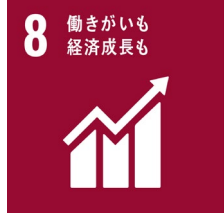

〈企業理念〉 面白いことを創造し、知恵と感動を共有する



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

# (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」







専門書籍・雑誌



電子書籍

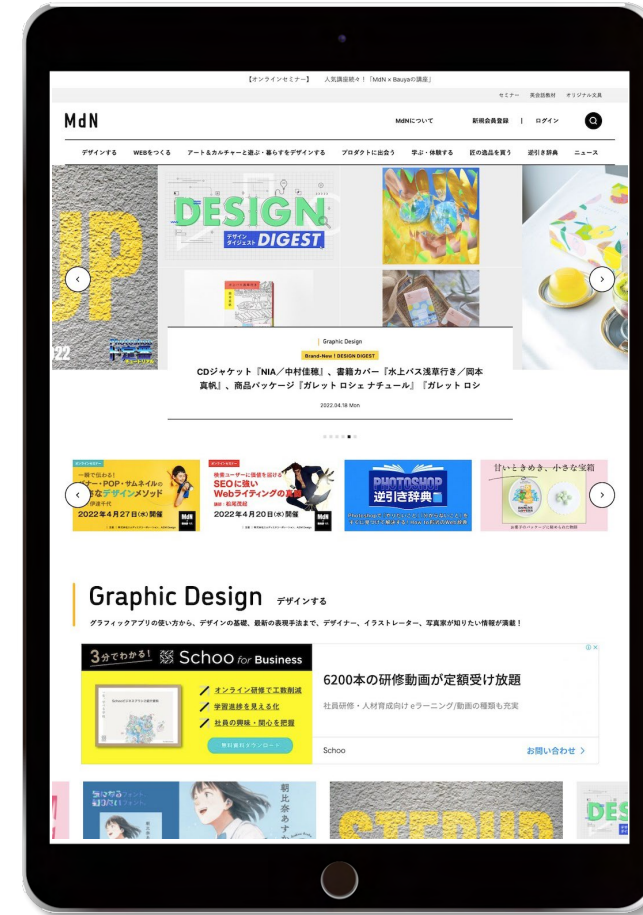
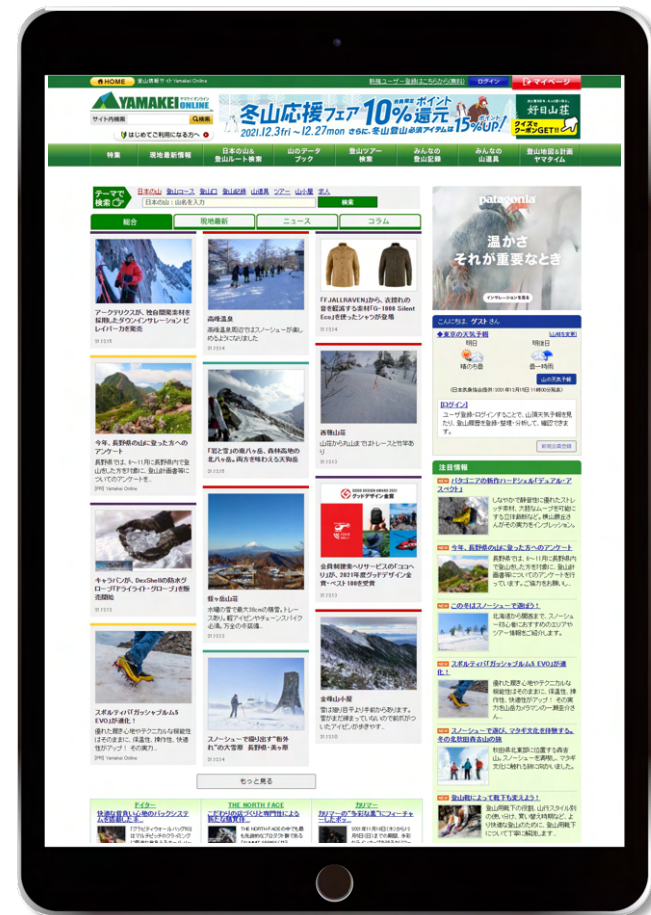


年賀状ムック  
カレンダー



# 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

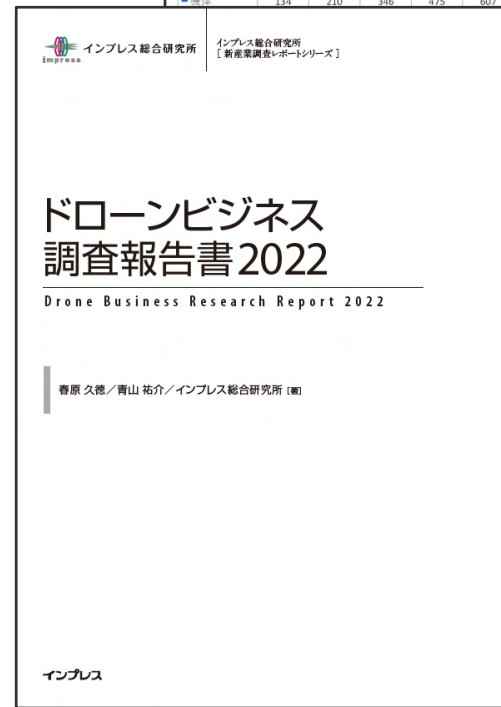
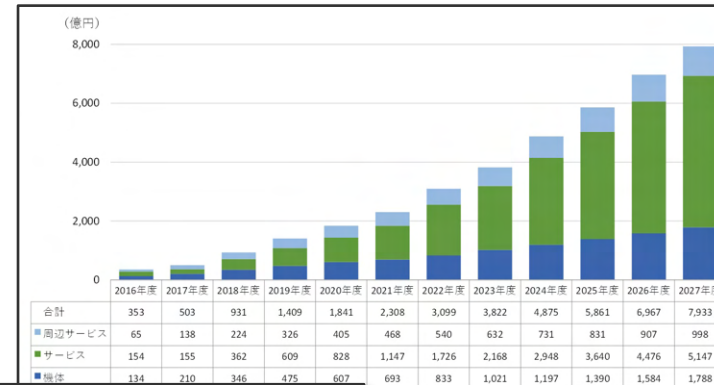
デザイン

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】

ドローンビジネスの3つで構成される。ポート型、潜水型)の完成品機体の国内での販売金額。軍用機は含まれない。

上層。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所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タチを実現する。