

# 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

2024年8月29日(木)13時開催

東証グロース：3138

## Agenda

- 会社・事業概要
- 事業環境
- 2024年12月期 第2四半期決算概要
- 2024年12月期 業績予想・株主還元

## 会社・事業概要

# 会社概要



代表取締役会長  
西野 伸一郎

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（2023年12月末現在）
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Catalyst・Data・Partners
役員構成	代表取締役会長CEO 西野 伸一郎 代表取締役社長COO 神谷 アントニオ（既存事業統括） 取締役CFO 佐藤 鉄平（M&A、EdTech事業統括） 取締役（社外） 高橋 誉則 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	82名(2023年12月末現在) 男性：39名、女性：43名

## 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](http://Fujisan.co.jp)」及び、  
デジタル雑誌取次大手の(株)magaport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

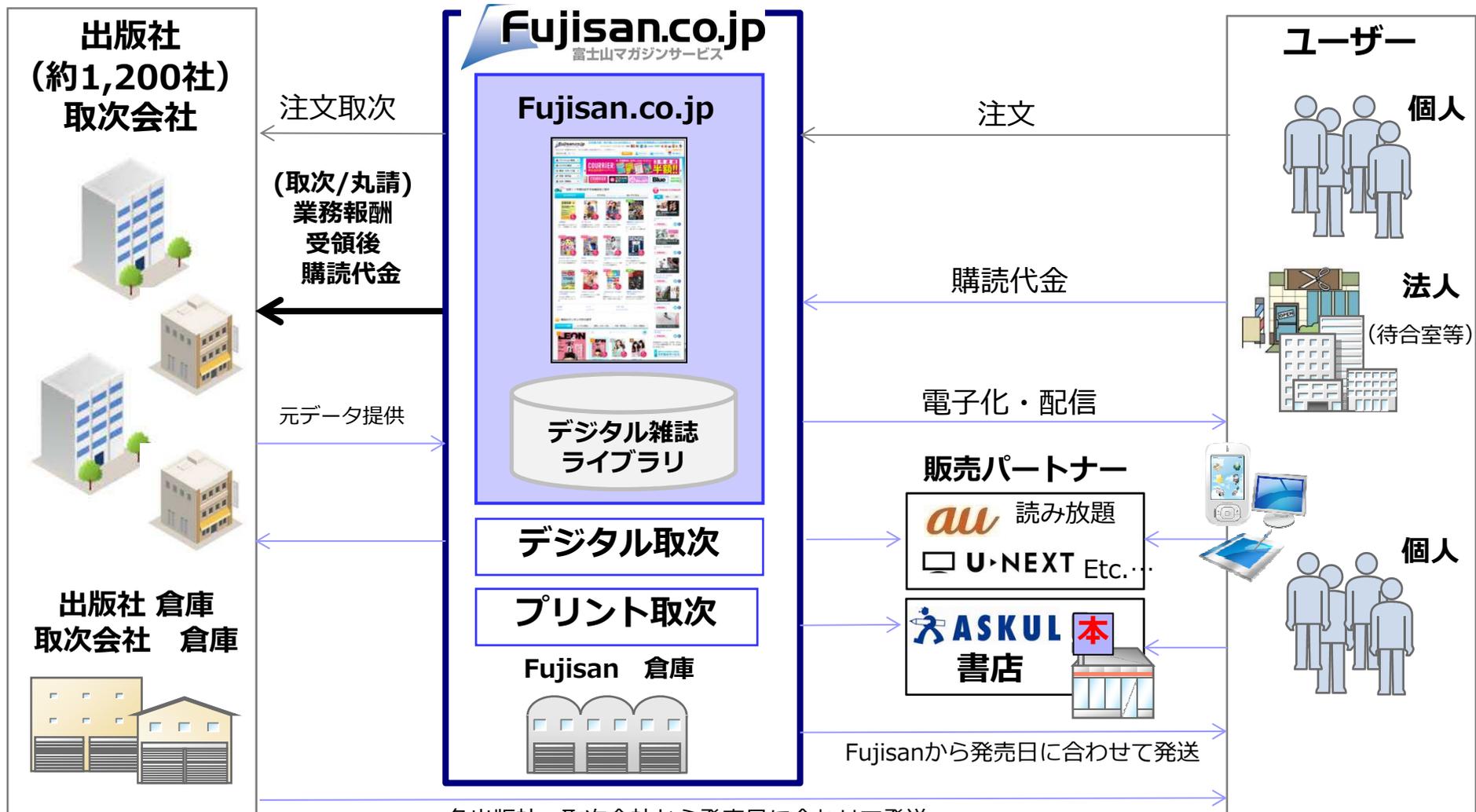
- ・国内雑誌販売は、書店数減少に伴う従来型の間接販売（取次書店経由）の減少により縮小傾向にあるも、市場規模は4,418億円（2023年）と未だ巨大な市場
- ・出版社が購読者に直接雑誌を販売する直接販売（定期購読メイン）型への転換を見込む

### ストック収益を背景とした継続的な利益を元にした雑誌業界のDX市場への参入

- ・紙雑誌→WEBコンテンツへの転換における大きなビジネスチャンスが存在
- ・デジタル雑誌取次→記事配信事業、電子図書館市場等への展開を目指す

# ビジネスモデル 第1の矢：雑誌の定期購読

- 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



# ビジネスモデル 第2の矢:雑誌のWEB化 第3の矢:個人情報データベースの活用

## 【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



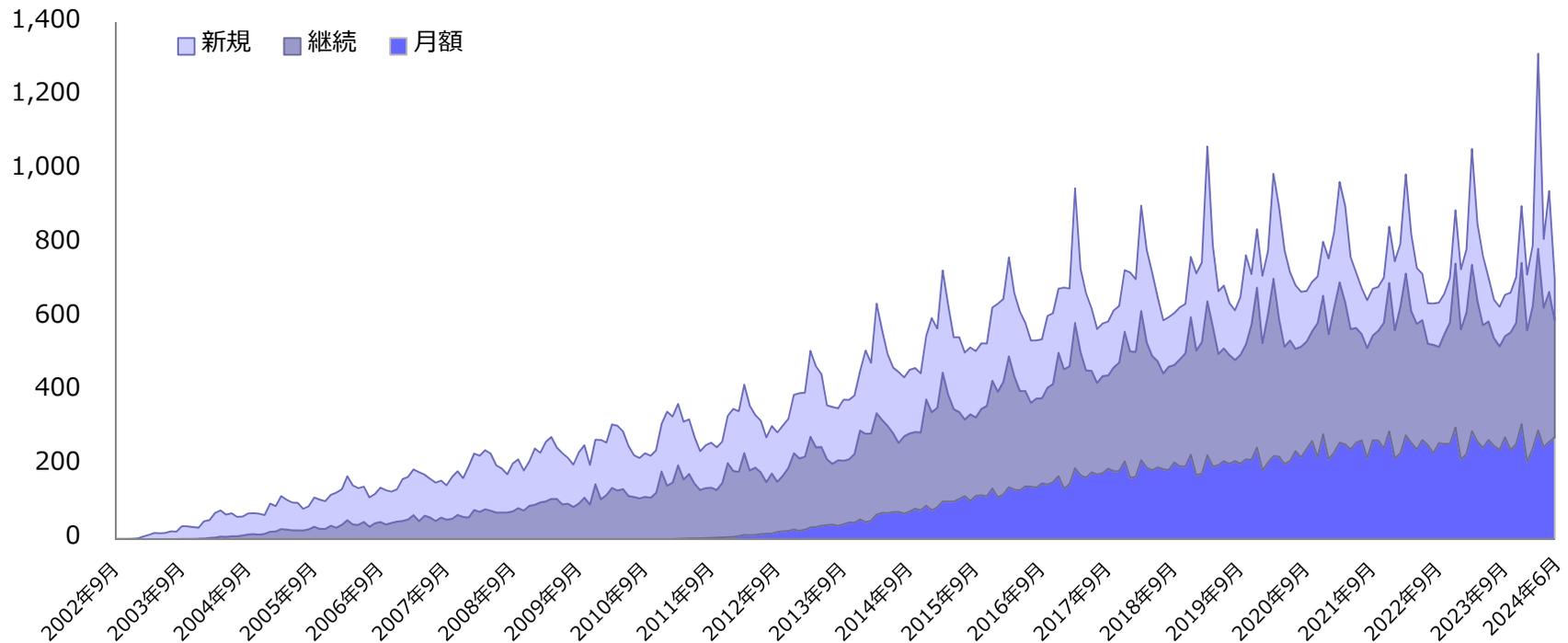
# 第1の矢：雑誌の定期購読 当社取扱高推移

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

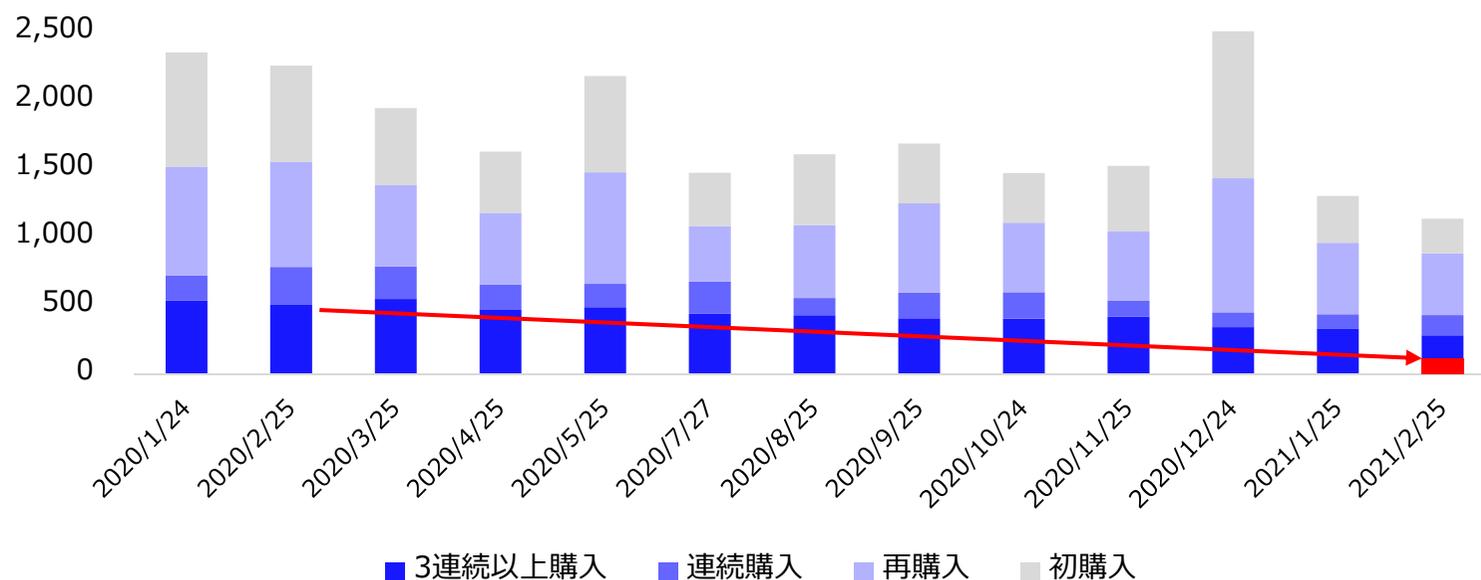
(単位：百万円)



## ある雑誌の書店における購買読者の動向

- 3連続以上購入者は毎月20%の読者が離脱し、新たに20%が加わっている構造であり、年間での購読継続率は10%未満と推定される

【実績】書店における売上構成/号(22ヶ月)

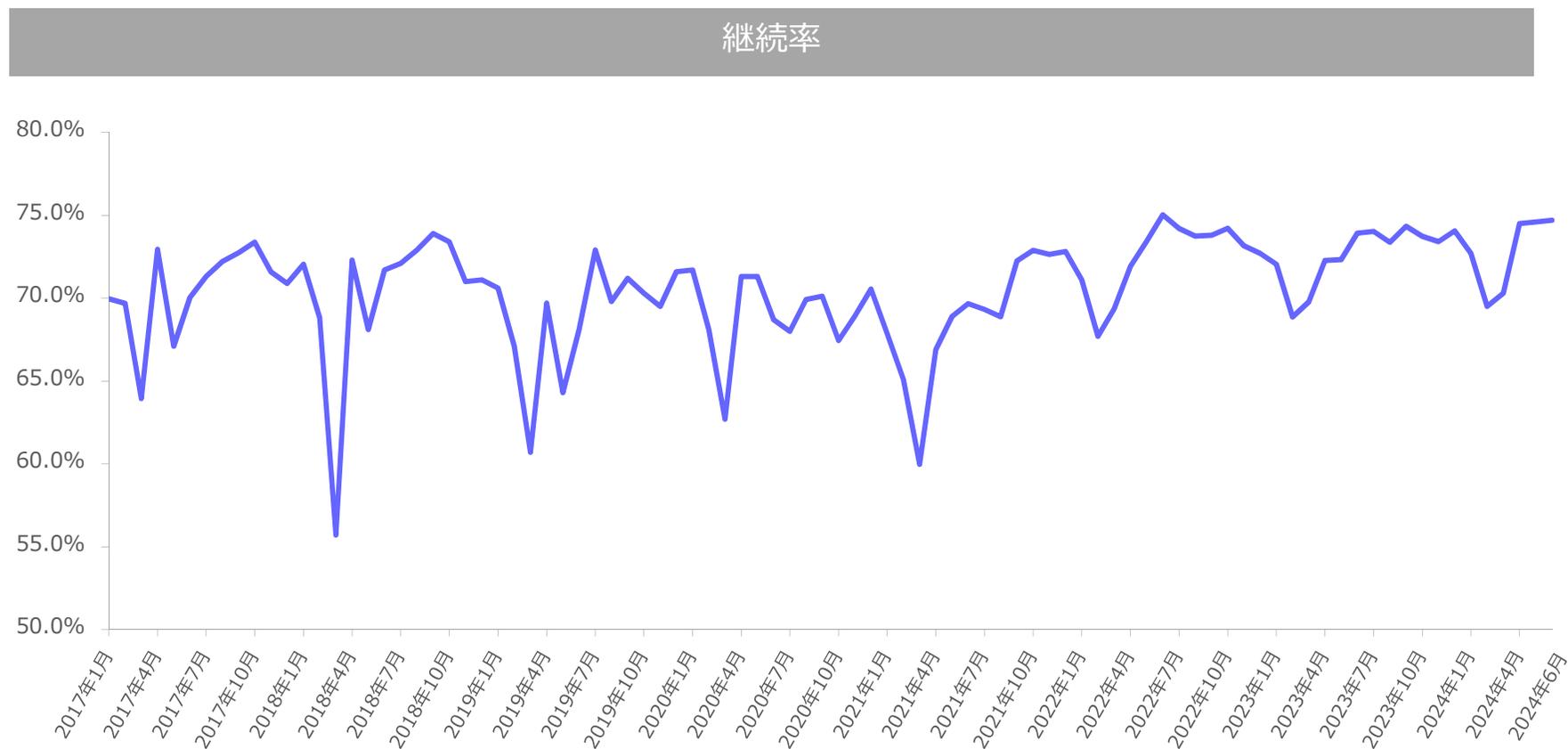


- ※初購入 = 1号のみ購入
- ※再購入 = 以前、1号購入後、再度、同じ雑誌を購入した者
- ※連続購入 = 2号継続して同じ雑誌を購入した者
- ※3連続以上購入 = 3号以上連続して同じ雑誌を購入している者

出所：TBN(TSUTAYA BOOK NETWORK)データより弊社作成

# 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

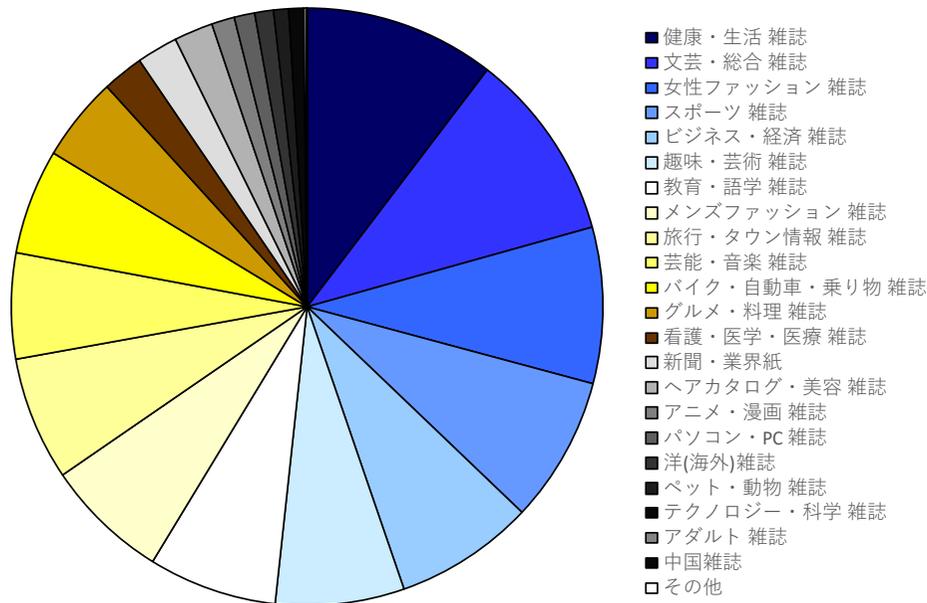


※ 法人購読者の購読雑誌見直しの影響で3月に継続率が一時的に低下する  
(法人、特に官公庁は旧年度の契約を解除し、新年度で新規に契約をしない傾向があるため)

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

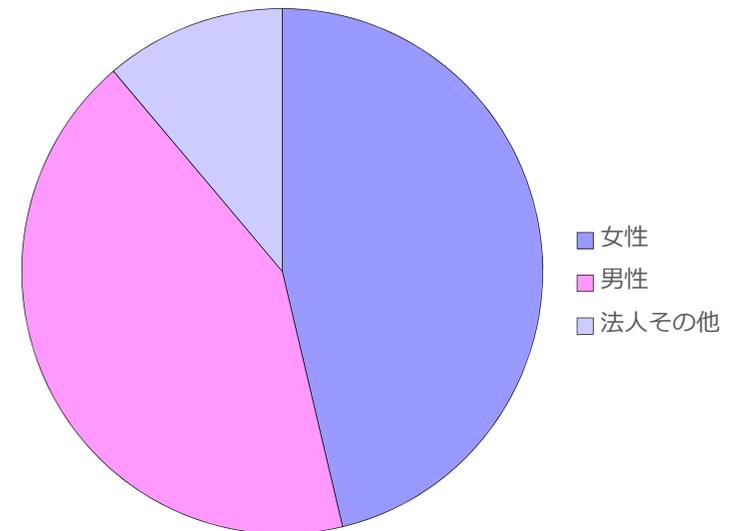
- 取扱高：11,877百万円（2023年12月期） → 取扱高120億円が目前に
- 総登録ユーザー数：412万人（2023年12月末） → 400万人を突破
- 休刊の増加 → アクティブユーザーの減少は今後の経営課題

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

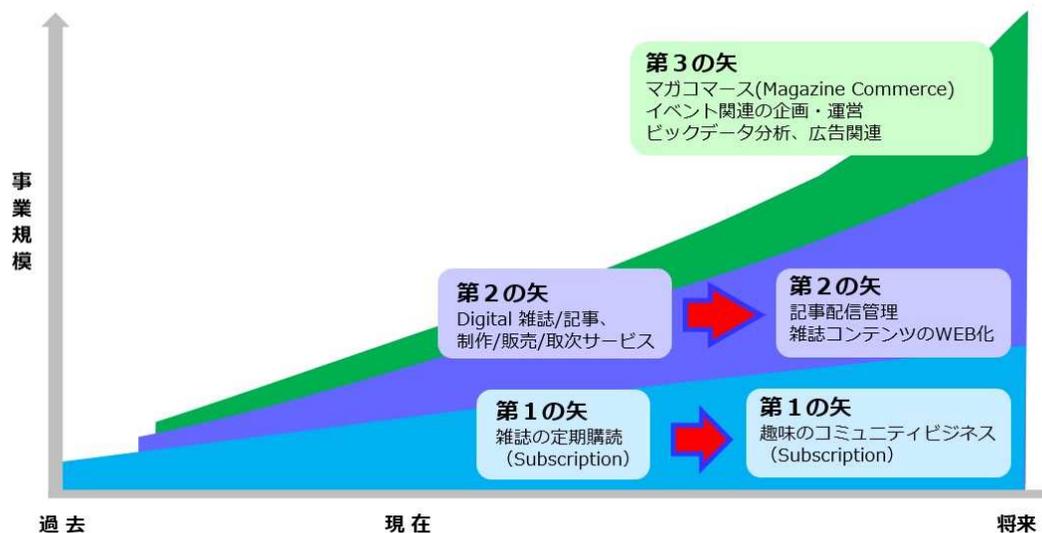


※2021年12月末現在 他社経由を除く

# 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をCFOの管掌でスタート
- 2024年はEdu-Tech領域を中心にソーシング活動を推進**

＜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

## 事業環境

---

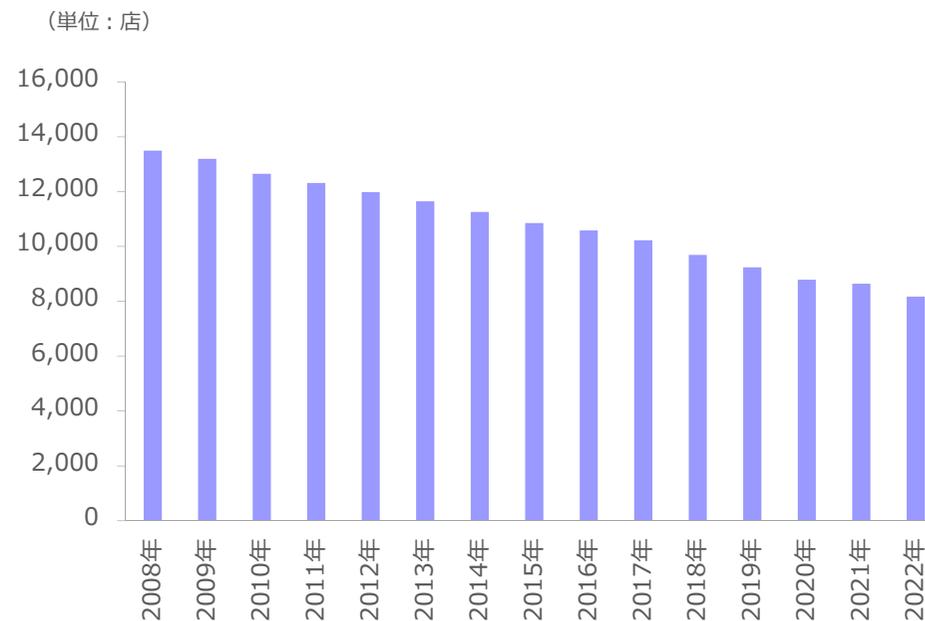
# 紙媒体書籍・雑誌市場規模と国内書店の推移

- 2015年市場規模：7,800億円→2016年：7,300億円→2017年：6,548億円→2018年：5,930億円  
年率10%前後で市場減少 2020年：5,576億円→ 2021年:5,276億円→2022年：4,795億円  
→2023年：4,418億円と減少率は鈍化傾向
- 国内書店数は1日1店閉店ペース、約8,169店まで減少

紙媒体書籍・雑誌の市場規模推移



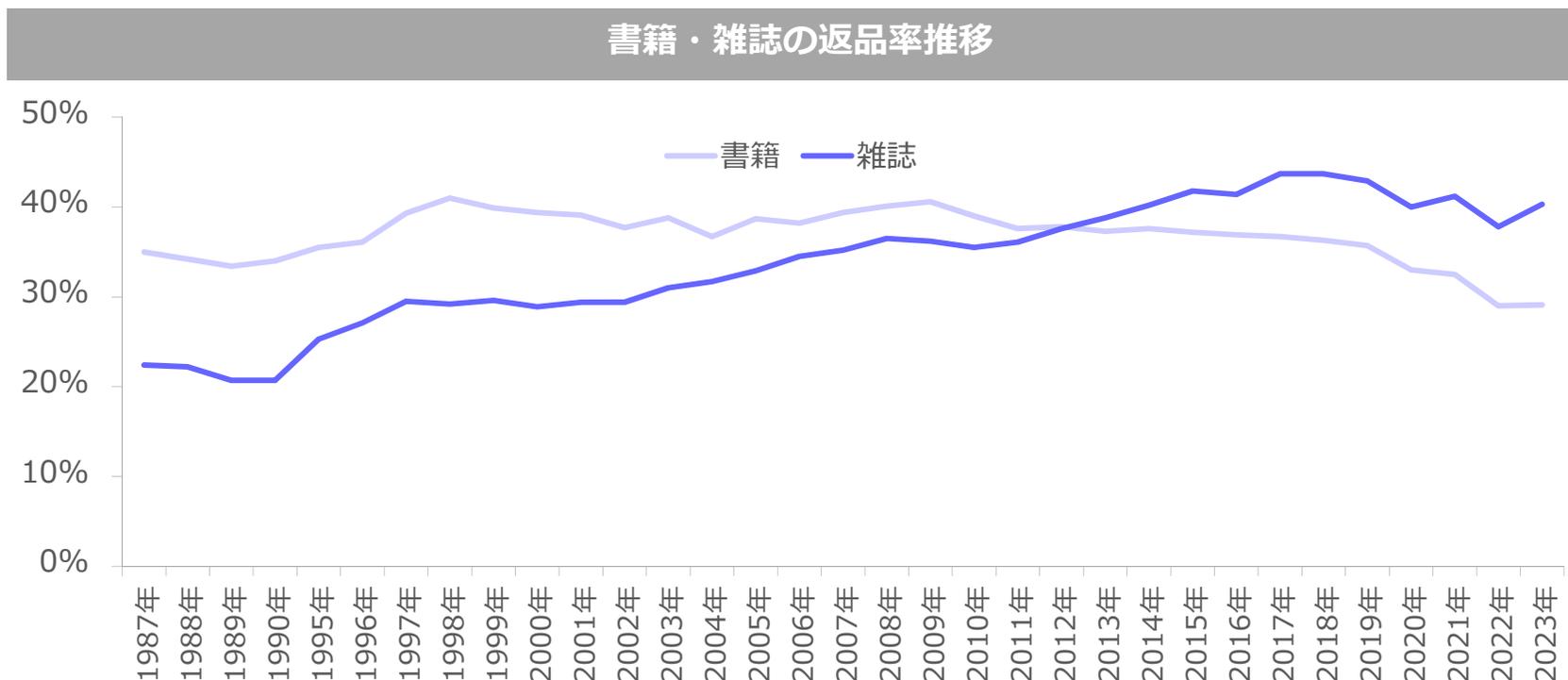
国内書店数推移



出所：日販 ストアソリューション課  
「出版物販売額の実態 2023」より弊社作成

## 書籍・雑誌の返品率推移

- 雑誌返品率は高止まりしているものの、配本数の削減等により、徐々に改善傾向
- 雑誌については、刷り部数の半分近くが返品となってしまう状況は大きく変わらず
- 販売環境の悪化により、休刊、刊行ペースの変更等が増加傾向は変わらず

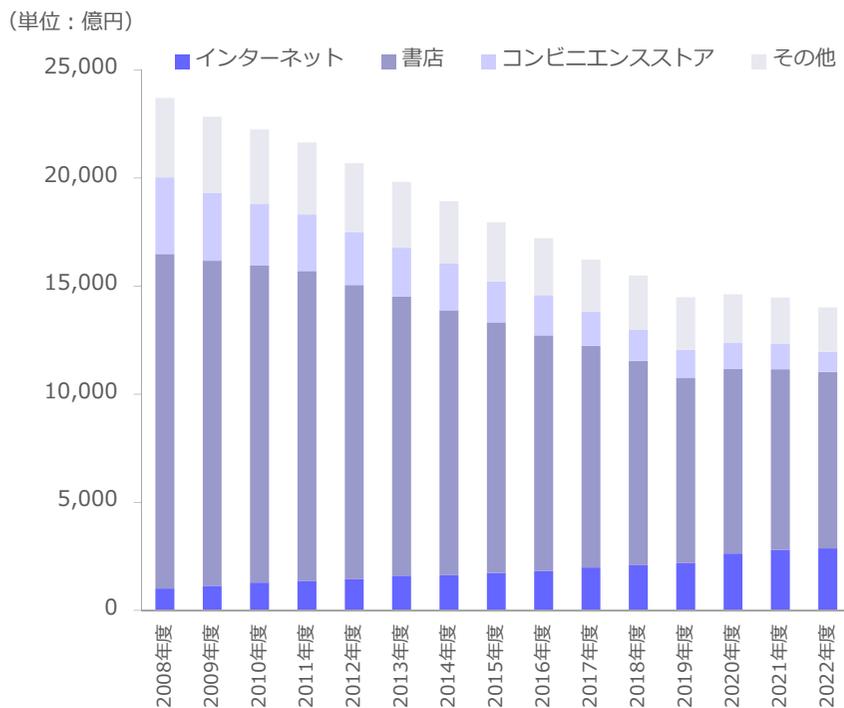


出所：全国出版協会・出版科学研究所「出版指標(2024年冬号)」より弊社作成

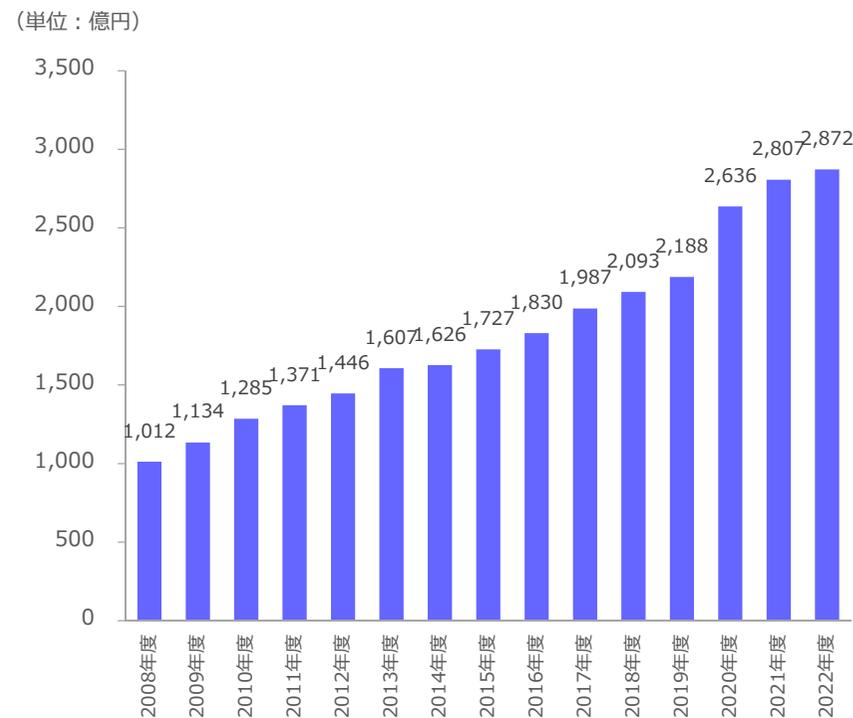
# インターネット経由の国内出版物販売額推移

- インターネット経由の国内出版物販売額は引き続き増加基調
- 書店・コンビニチャネルは引き続き減少基調

販売ルート別出版物販売額



インターネット経由販売額



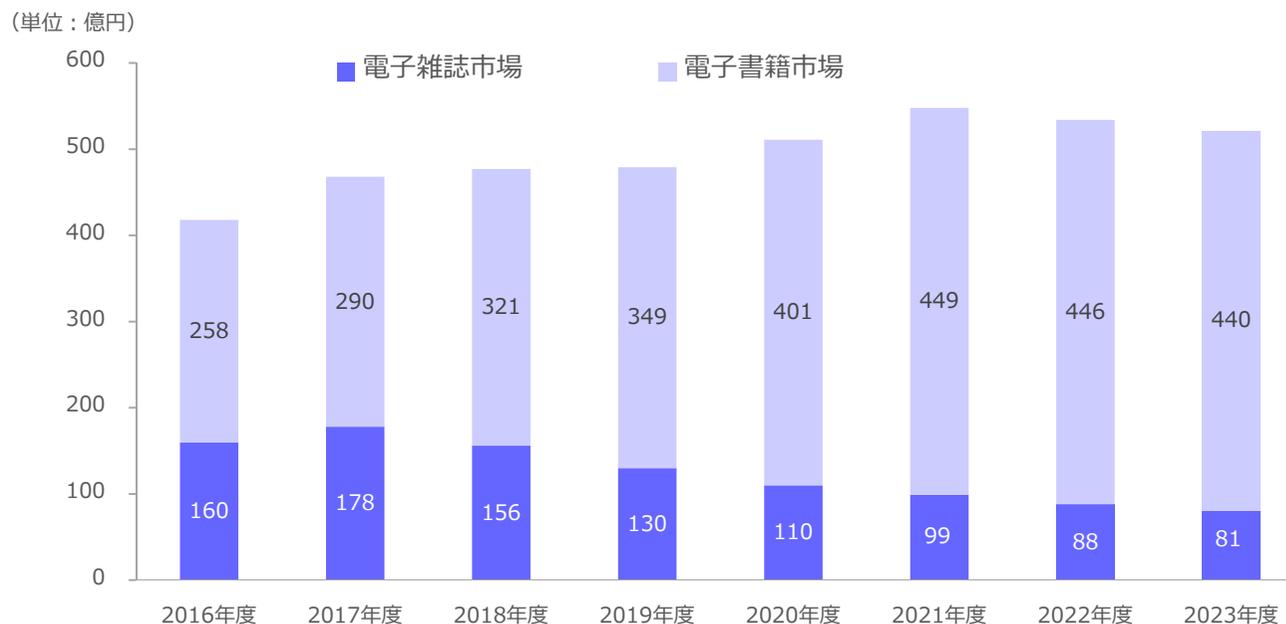
出所：日販 ストアソリューション課  
「出版物販売額の実態 2023」より弊社作成

## 国内電子雑誌販売額の市場規模推移

- 国内での電子雑誌販売額は2023年度に81億円と前年より約8%減少
- PDF雑誌についてはスマートフォンとPDFの相性の問題もあり、「読み放題」分野以外の成長は厳しいと想定
- 書籍・漫画と異なり、電子市場での成長がほぼ無い＝紙雑誌の落ち込み分は雑誌ではなく、別の形態のコンテンツに取られているものと想定

**⇒雑誌のWEBメディア化によるスマホ読者の取り込みが急務**

### 国内電子雑誌販売額の市場規模推移



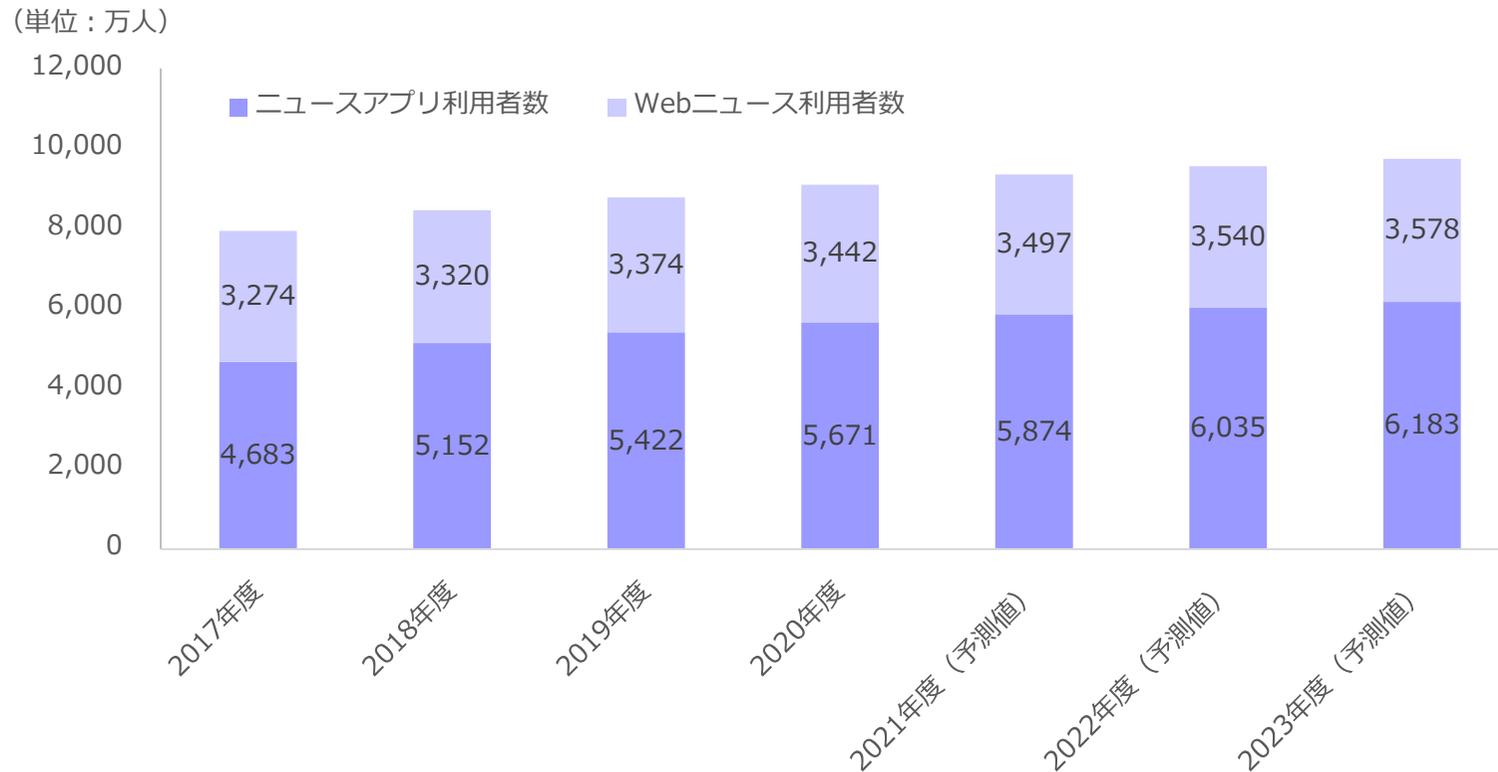
出所：全国出版協会・出版科学研究所「出版指標(2024年冬号)」より弊社作成

※コミック誌を除く

## WEB雑誌メディア市場の可能性（「第2の矢」で狙っていく市場）

- 紙雑誌市場は減少傾向であるが、WEBニュース利用者数は増加傾向
- 潜在的なWEB雑誌メディア市場は拡大の可能性が高い

### モバイルニュースアプリ/モバイルWebニュース利用者数

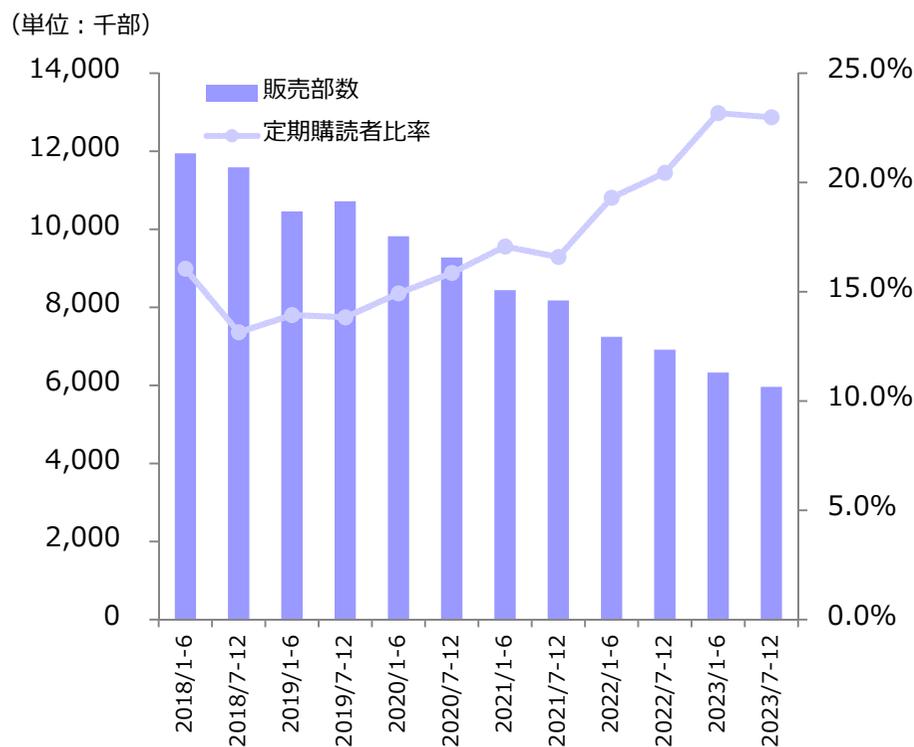


出所：(株)ICT総研「2021年 モバイルニュースアプリ市場動向調査」より弊社作成

## 日本の定期購読市場（サブスクリプション/当社の「第1の矢」の競争力の源泉）

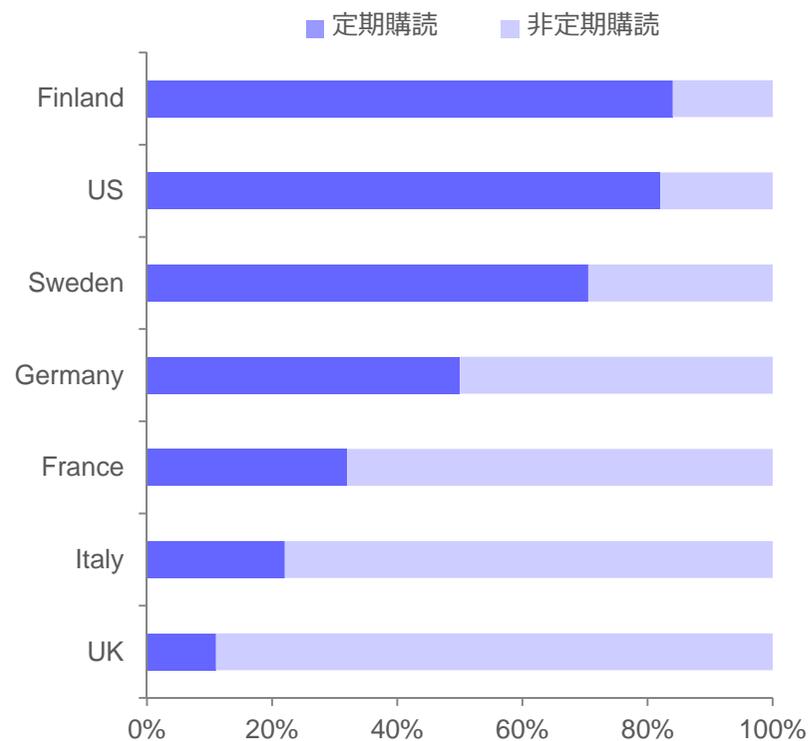
- 定期購読者比率は平均すると総販売部数の19%程度と引き続き堅調推移
- 定期購読者の雑誌販売全体に占める影響度は高まりつつある状況

### 日本の定期購読者比率



出所：一般社団法人日本ABC協会資料より弊社作成

### 主要各国の定期購読比率



Consumer magazine sales volumes: % accounted for subscriptions

Source: FIPP/Zenith World Magazine Trends 2002/3

## 2024年12月期 第2四半期決算概要

---

## 2024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）は法人需要の回復により2022年並みに業容は回復
- 第2の矢（株式会社magaport）は読み放題サービスの伸び率が鈍化するも堅調推移
- 第3の矢については、雑誌周辺領域でなく、独自領域へ展開（EdTech領域への進出）
- 2024年以降の成長のため、システム投資・人財への投資は積極的に実行（縮小均衡は目指さない）



2024年12月期中間期は予算上振れ。但し、2024年12月期はM&Aコスト等を鑑み、期初予想を据え置く

(単位：百万円)	2024年12月期 第2四半期			2024年12月期		2023年12月期 第2四半期
	期初予想	実績	期初予想比	予想	進捗率	実績
売上高	2,798	2,776	99.2%	5,771	48.1%	2,914
営業損益	155	202	130.0%	357	56.5%	164
(利益率)	5.6%	7.3%	—	6.2%	—	5.6%
経常利益	153	199	130.1%	355	55.9%	163
親会社等に帰属する 当期純利益	98	127	129.8%	222	57.0%	99.9

(単位：人)	2023年12月期 第2四半期	2024年12月期 第2四半期	増加率
総登録ユーザー数	3,855,954	4,245,743	110.1%
課金ユーザー数	613,623	589,296	96.0%

## 2024年12月期 第2四半期までのトピックス

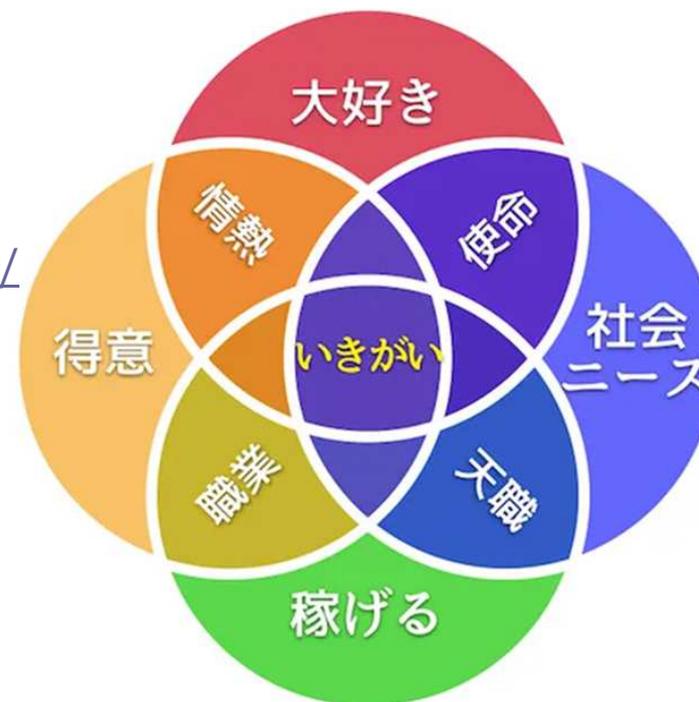
### ■ 第1四半期の主な活動状況（「第1の矢」の強化に注力）

- “推し”が表紙に掲載される雑誌の発売情報や予約開始をメールで受け取れる「“推しマガ”レター」の提供を開始  
→2024年7月4日新サービス「ファン購読」をリリース



<https://www.fujisan.co.jp/campaign/fansbsc/>

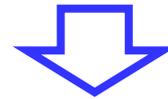
- 株式会社ちよこっとワークへ出資  
(物流コスト圧縮のため)



“Ikigai”チャート

### ■ 第2四半期の主な活動状況（「第3の矢」EdTechのサービス基盤の確立に注力）

- 2024年7月2日付 沖縄のオンライン塾の買収
- 2024年7月26日付 神奈川の医学部予備校の事業譲受



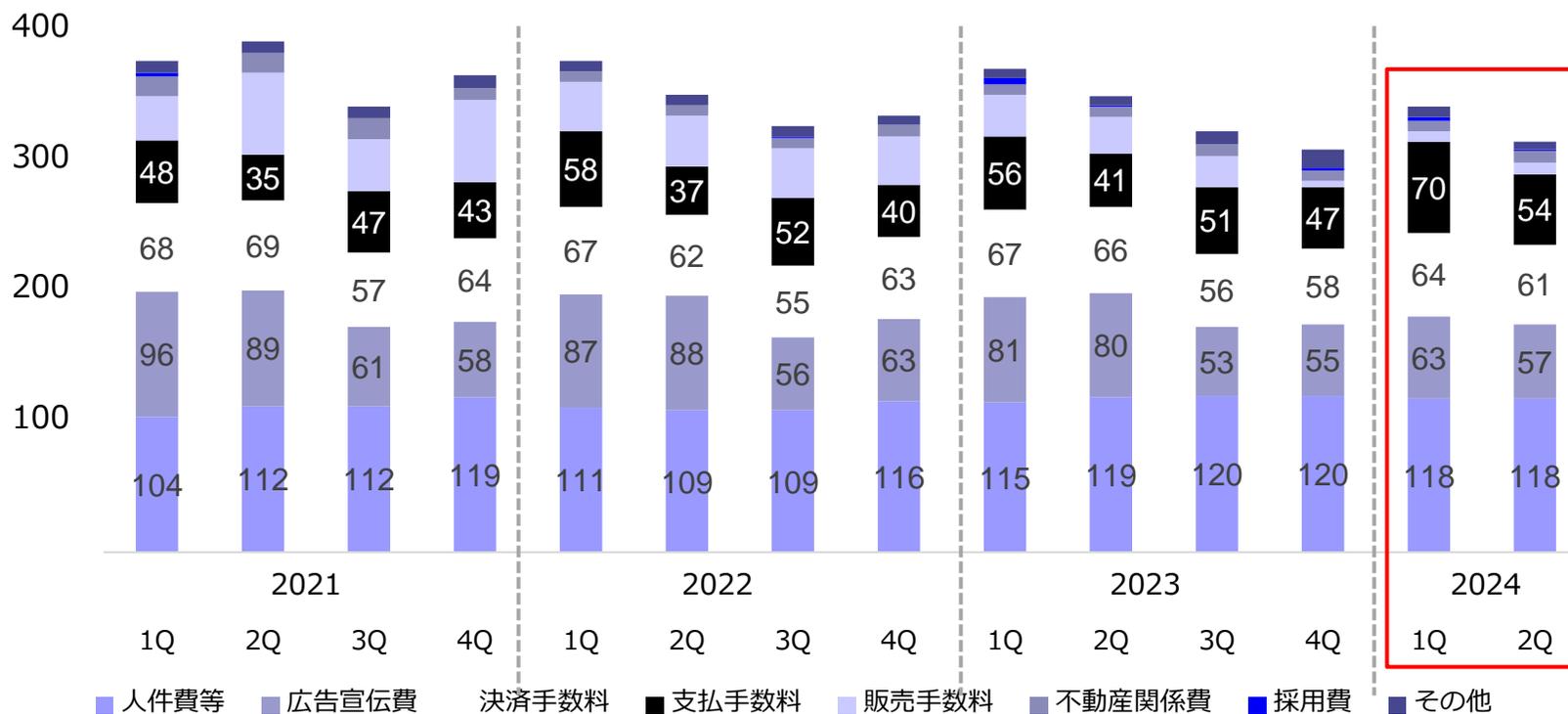
雑誌の富士山から、ikigai支援、人生の進路支援の富士山へ



## 2024年12月期 第2四半期 主な販管費推移（連結）

- 2024年12月期 第2四半期の販売管理費は664百万円と減少（去年同期は729百万円）
- 売上に連動する変動費については、広告宣伝費が減少
- 一方、固定費については人件費中心に、CS等のアウトソーシングサービス受注拡大のため増加傾向

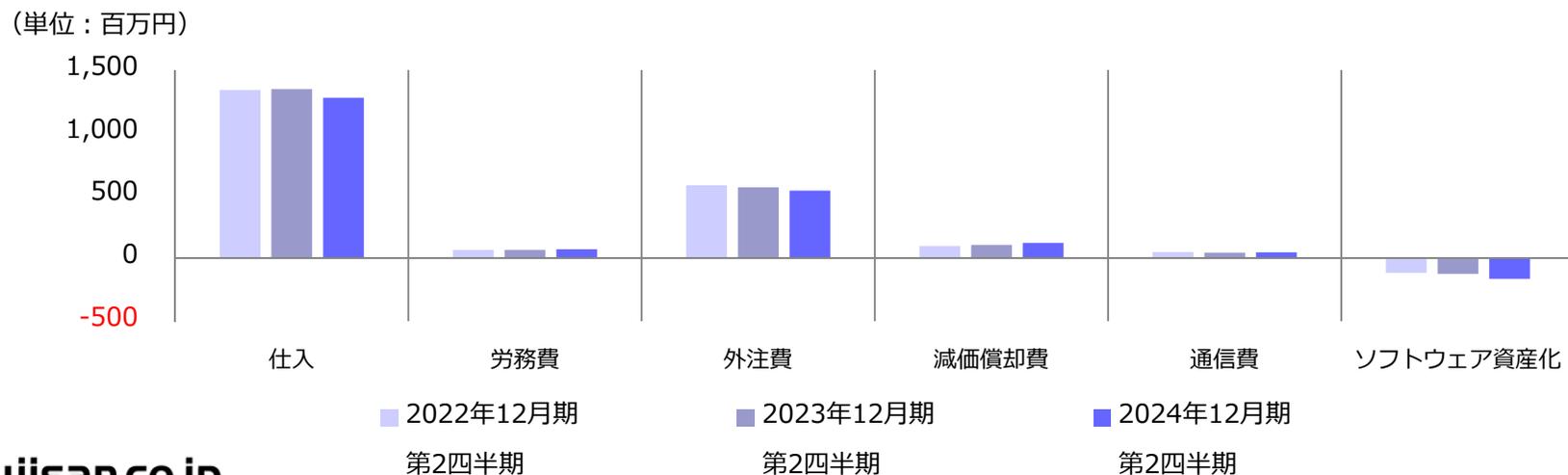
(単位：百万円)



## 2024年12月期 第2四半期 主な原価推移（連結）

- 2024年12月期中間期の売上原価は1,910百万円（去年同期は2,020百万円）
- 原価の減少は、主に「巣ごもり需要」の消滅によるデジタル読み放題の取次減少に伴い減少
- システム開発の加速のため、外注への開発委託を積極化→ソフトウェア資産の増加

(単位：百万円)	2022年12月期 第2四半期	2023年12月期 第2四半期	2024年12月期 第2四半期
仕入	1,341	1,348	1,279
労務費	68	68	72
外注費（開発・配送費等）	583	565	539
減価償却費	98	107	123
通信費	50	45	48
ソフトウェア資産化	▲115	▲124	▲163
粗利率	31.9%	31.0%	38.6%



## 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1,480百万円程度
- 借入金増加は新型コロナウイルス感染症拡大への備えとして借入を実施

(単位：千円)	2024 2Q	2024 1Q	2023 4Q	2023 3Q	2023 2Q	2023 1Q	2022 4Q	2022 3Q	2022 2Q	2022 1Q
流動資産	4,893,346	5,106,373	4,964,044	4,620,796	4,941,369	5,078,868	4,878,502	4,487,646	4,767,698	4,994,964
（うち現預金）	3,283,242	3,177,687	3,113,180	2,992,713	3,280,863	3,120,372	3,025,659	2,839,537	3,067,610	3,021,660
売掛金	294,866	316,301	301,290	305,335	321,098	318,783	332,691	310,966	309,511	352,312
商品	36,337	35,047	35,861	31,264	30,972	32,280	31,782	32,765	35,580	37,343
前払費用	39,239	39,379	33,689	32,494	22,622	22,340	17,591	20,430	14,244	17,990
未収金	1,236,841	1,528,573	1,467,594	1,251,062	1,279,692	1,582,233	1,466,420	1,269,690	1,256,515	1,567,740
その他	6,176	13,453	16,252	47,034	35,369	33,550	12,374	43,920	93,590	9,351
貸倒引当金	-3,355	-4,067	-3,822	-6,613	-6,627	-8,351	-8,015	-9,233	-9,353	-11,437
固定資産	924,030	902,279	859,723	825,294	808,268	801,039	773,909	758,879	754,559	745,495
（無形固定資産）	467,034	445,327	422,074	398,446	379,730	371,200	361,553	347,911	401,249	328,651
総資産	5,817,377	6,008,652	5,823,768	5,446,091	5,749,637	5,879,908	5,652,411	5,246,525	5,522,258	5,740,459
流動負債	3,364,802	3,606,859	3,474,888	3,179,818	3,533,821	3,738,224	3,496,849	3,174,981	3,474,140	3,737,799
短期借入金	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000	550,000
買掛金	71,689	69,503	85,157	72,734	81,312	90,962	88,987	69,051	90,641	95,082
未払金	1,439,200	1,630,400	1,628,772	1,394,752	1,608,543	1,701,908	1,645,276	1,411,383	1,549,443	1,718,296
未払法人税等	132,557	74,552	64,014	13,936	59,708	53,656	64,205	15,857	74,522	41,223
預り金/契約負債	1,138,571	1,250,352	1,109,923	1,105,564	1,191,111	1,317,131	1,097,021	1,080,597	1,162,360	1,273,720
その他	32,785	32,052	37,022	42,830	43,145	24,563	51,358	48,093	47,172	59,475
固定負債	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
純資産	2,452,574	2,401,793	2,348,879	2,266,273	2,215,816	2,141,683	2,155,562	1,990,216	2,048,118	2,002,660

## 2024年12月期業績予想

---

## 2024年12月期 業績予想

- 2024年12月期予算は2023年12月期と同程度の着地を見込む
- 雑誌販売事業からの脱却のためのWEBコミュニティサービス等システム開発の先行投資を織り込んだ結果であり、EBITDAベースでは増収を目指す
- 2025年12月期以降の「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目指す  
成熟市場である「雑誌」市場/雑誌関連事業の依存を下げるための施策の加速を目指す

(単位：百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期 予想
取扱高	11,852	11,876	11,877	12,000
売上高	5,930	5,968	5,771	5,771
営業利益	525	443	357	357
営業利益率	8.9%	7.4%	6.2%	6.2%

### <主な新規事業領域への追加投資予定>

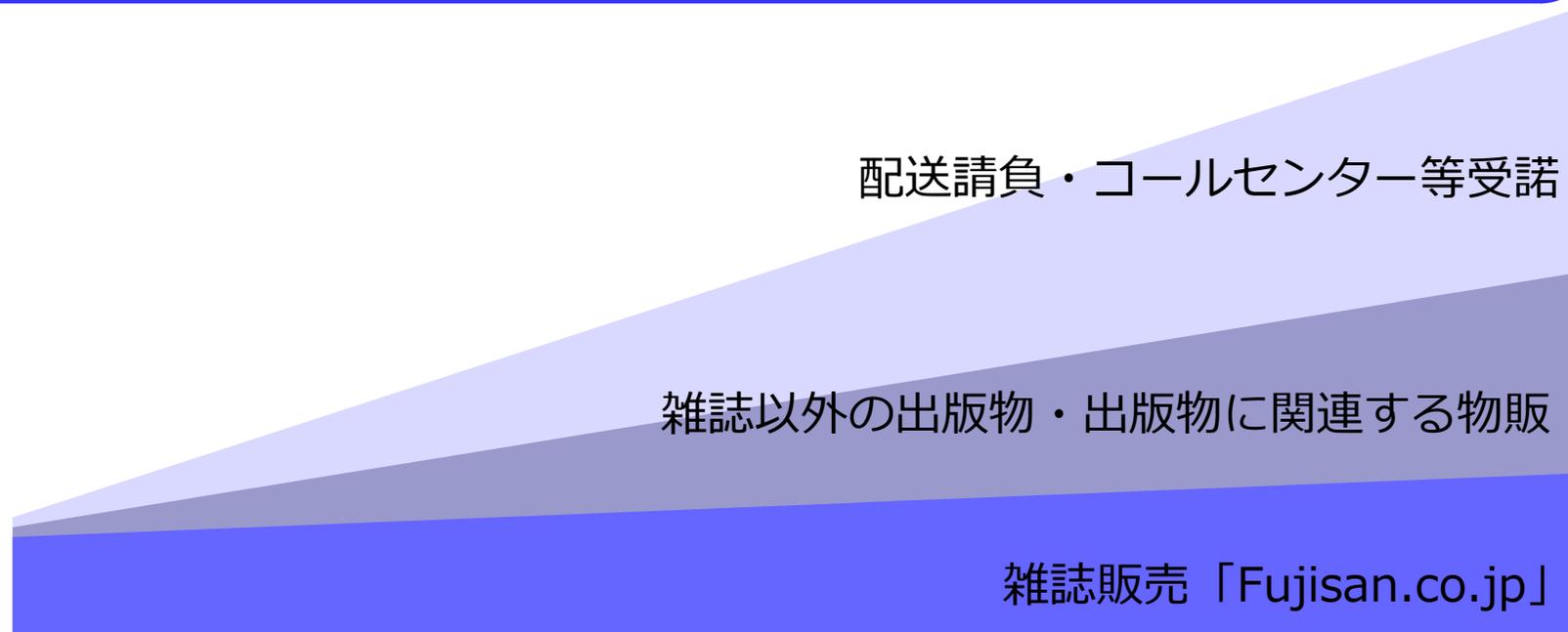
- WEBビジネス等の先行投資 ▲29百万円
- 人材への投資・採用 ▲10百万円

## 「第1の矢：雑誌の定期購読」 将来像と2024年の取組予定

定期購読による雑誌のコア購読者層を囲い込み→継続率向上、休刊による離脱を防ぐためのWEB化支援等

物流効率化の推進→2024年1月31日付で軽作業請負事業を展開する株式会社ちよこっとワークを  
持分法適用会社化（当日出荷オペレーションにおける人材不足の解決を狙う）

固定ファンのいる雑誌の発行存続、WEB化等による媒体の存続を引き続き支援



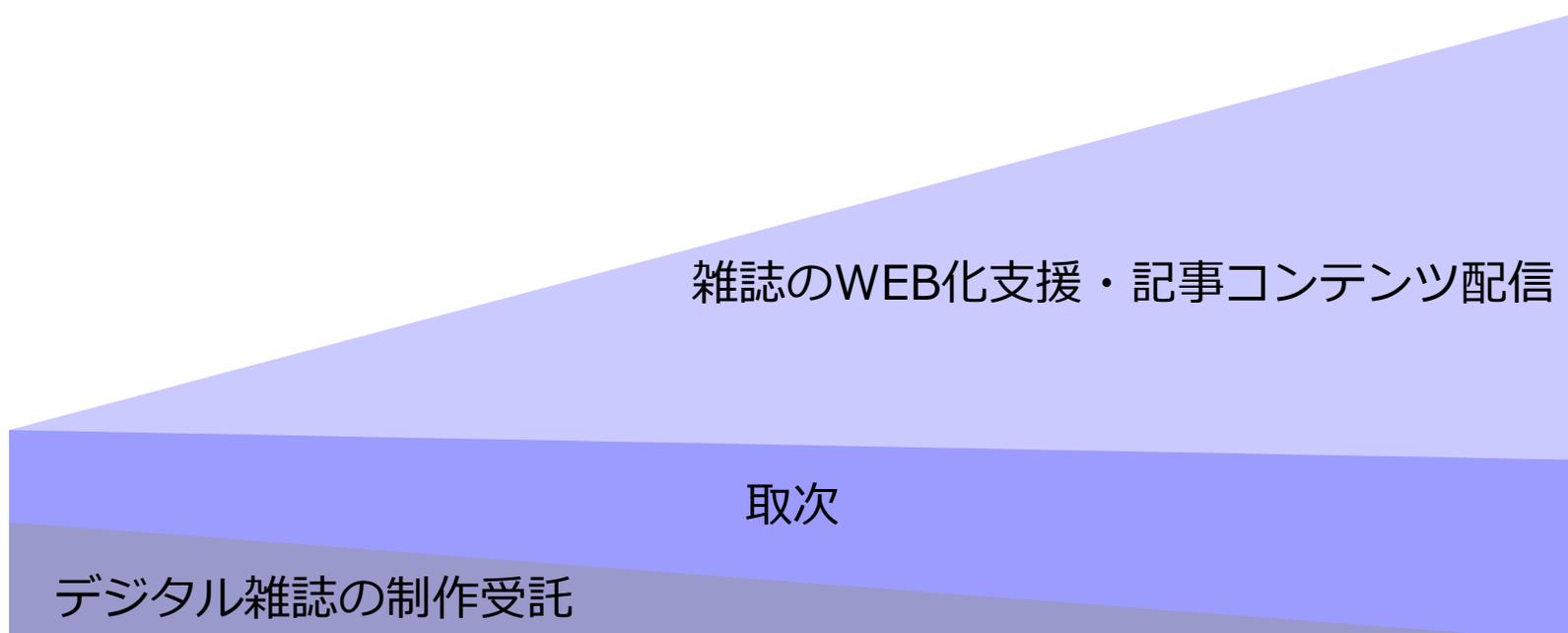
雑誌出版社の総合アウトソーシング事業化により、  
出版社の販売・配送関連の全ての業務を請け負える体制を目指す

## 「第2の矢：雑誌のWEB化」 将来像と2024年の取組予定

デジタル雑誌（PDF）の取次No1を目指す

電子雑誌コンテンツの活用・記事配信モデルの事業化を目指す

電子図書館→法人向け「読み放題」サービス、記事閲覧サービスへの展開を目指す



**デジタル雑誌取次の新しいビジネスモデルの開発を目指す**

## 「第3の矢：データベースの活用」取組状況

M&Aの領域については、**学習・資格系の事業分野（Edu-Tech）**を中心にソーシング活動を強化方針



2024年7月2日  Create Education Online  
沖縄のオンライン塾Create Education Online株式会社を連結子会社化

2024年7月26日  翔進予備校  Academia  
神奈川県SHOSHINの医学部・難関進学塾「翔進予備校」グループの事業譲受



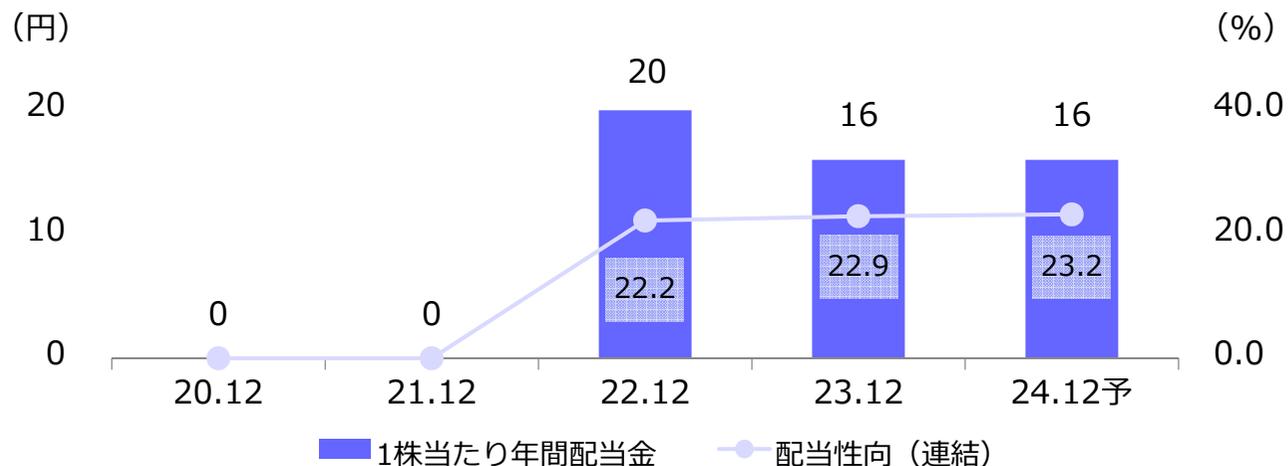
共通項目は「面倒見の良さ」  
今後はオンラインの仕組みとリアル塾の授業を融合させ、大手塾が手を伸ばせていない中堅層・地方をメインに事業展開を推進



“Ikigai”チャート

## 株主還元・株主優待制度

- 事業成長のための「投資原資」と応援して頂いている株主の皆様への還元の調和の観点から、**配当性向20%を目途に**配当を行っていく



### ■ 株主優待：雑誌の定期購読パッケージ商品に使える優待割引クーポン券など

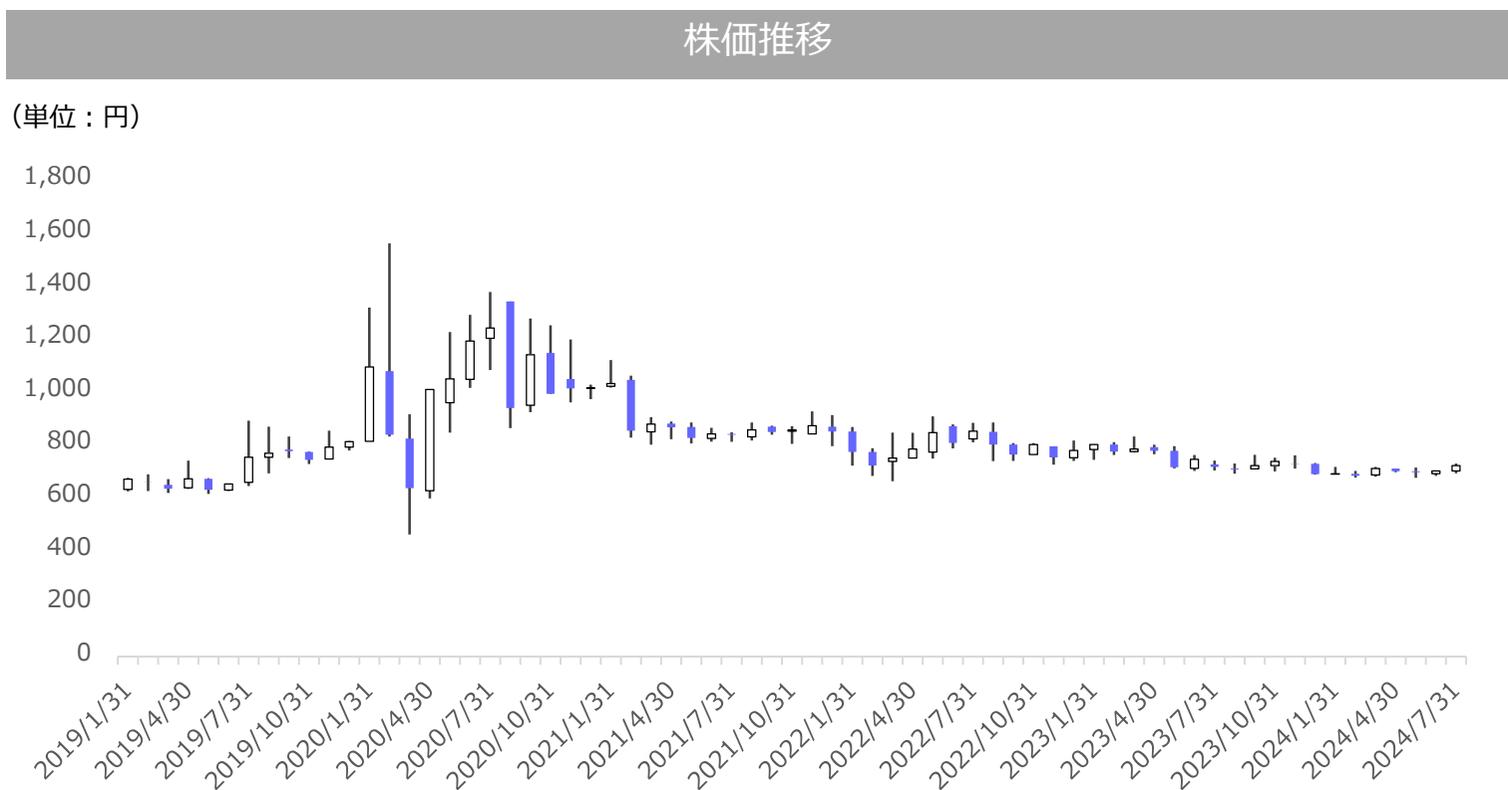
- (1) 雑誌の定期購読パッケージ商品に使える優待割引クーポン券（1枚2,000円相当）
- (2) 雑誌の定期購読商品に使える優待割引券（10%割引）

100株 : (1) 2,000円相当 + (2) 1枚

- ※ (1) 優待割引クーポン券は、定価10,000円以上の商品に使えます。
- ※ (1) 優待割引クーポン券と (2) 優待割引券は、併用できませんのでご注意ください。

# 株価推移

- 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思料
- 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上の課題と思料



出所：「SPEEDA」のデータより弊社作成

## 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。