

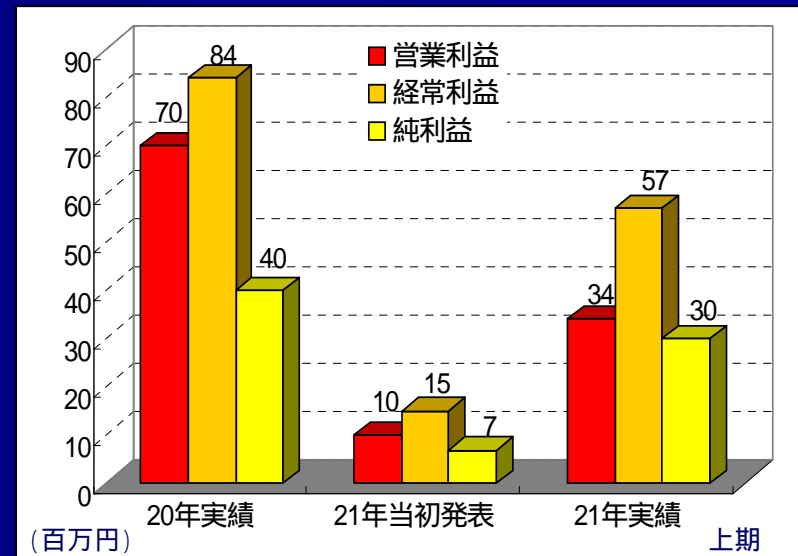
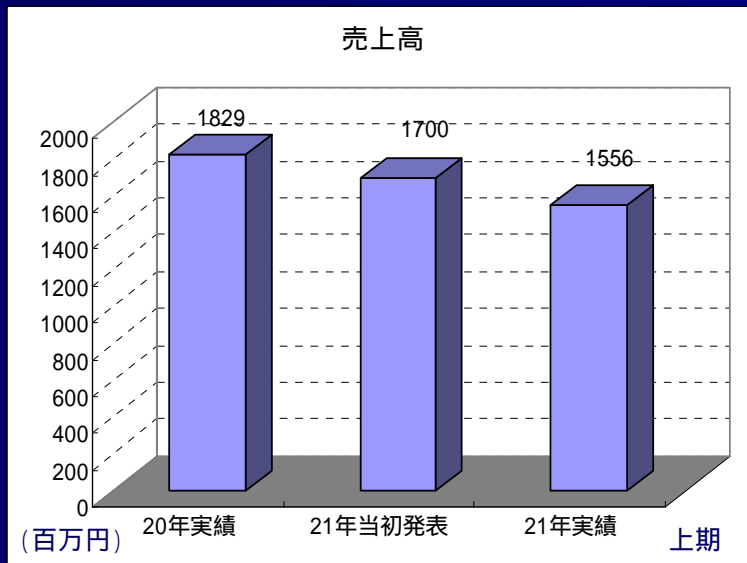
スターツ出版株式会社

会社説明会資料

2009年6月期(第2四半期)業績報告、及び今後の戦略に関して

2009年8月18日

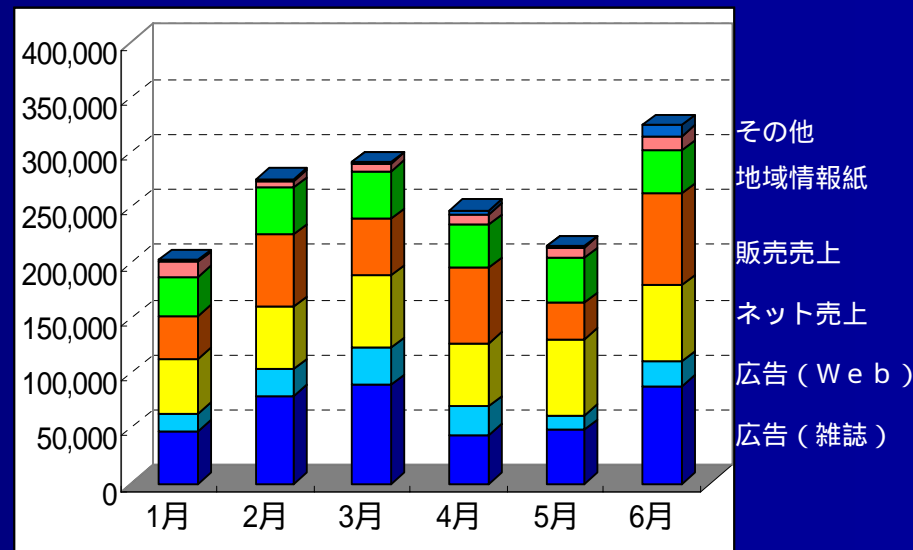
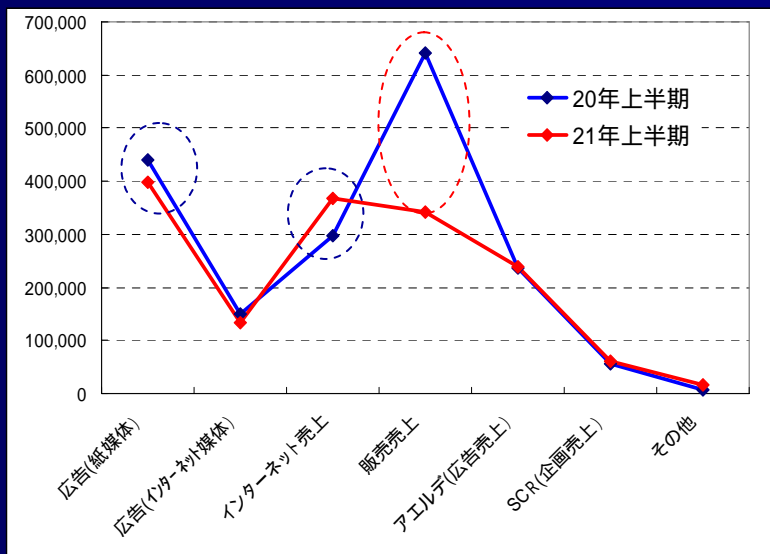
減収減益なるも、利益は上方修正



景気後退、および出版業界の構造的不況の影響で、減収減益

ただし、当初想定より雑誌販売および広告が堅調に推移し、経費削減も功を奏して、利益は上方修正

書籍販売減少が主要因 ネット好調、広告は予想以上に堅調

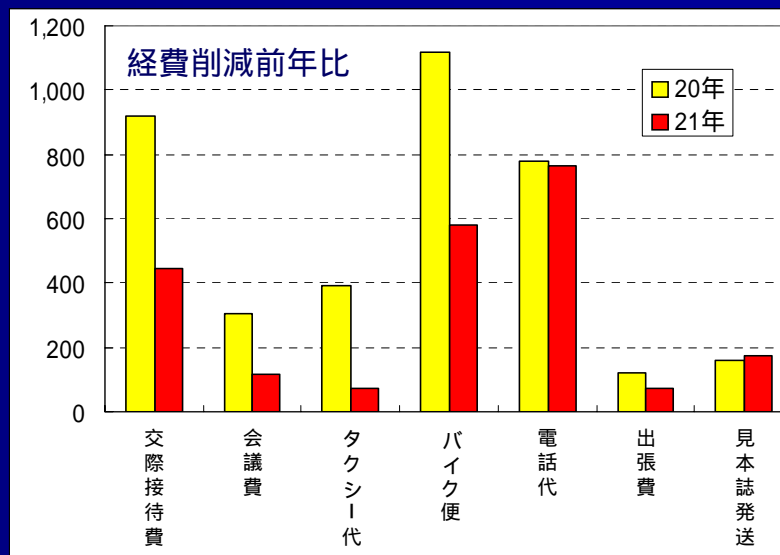
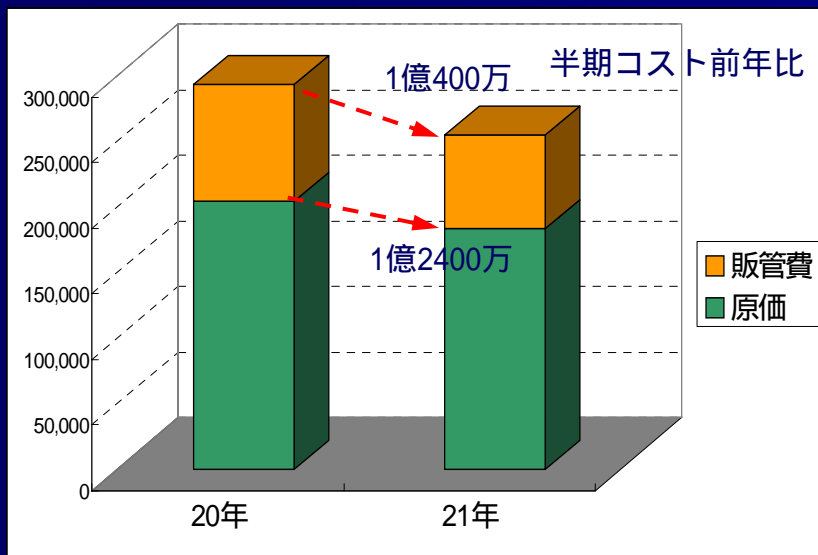


減収要因は、書籍販売。昨年上期まで牽引したケータイ小説ブームの沈静化。

一方、雑誌広告は、オズマガジンが月刊化で5号少ないにもかかわらず、前年並みを維持。(大手広告代理店の雑誌広告取扱いは、昨年比 35%)

ネットビジネスは、前年比124%。

コスト(原価・販管費)圧縮



全社的取組みで、原価 1億2400万、販管費 1億400万のコスト削減実現。

原価は、オズの月刊化 + 品質を落とさず、編集・制作・印刷・撮影コストを削減。

販管費は、交際接待・タクシー代、バイク便等を大幅削減、人員のリストラはせずに適材配置で、来期の新卒も6名内定。

来期以降を睨んだ、成長戦略

1.紙とW e bの両輪事業の加速

2.システム開発人員の採用・強化

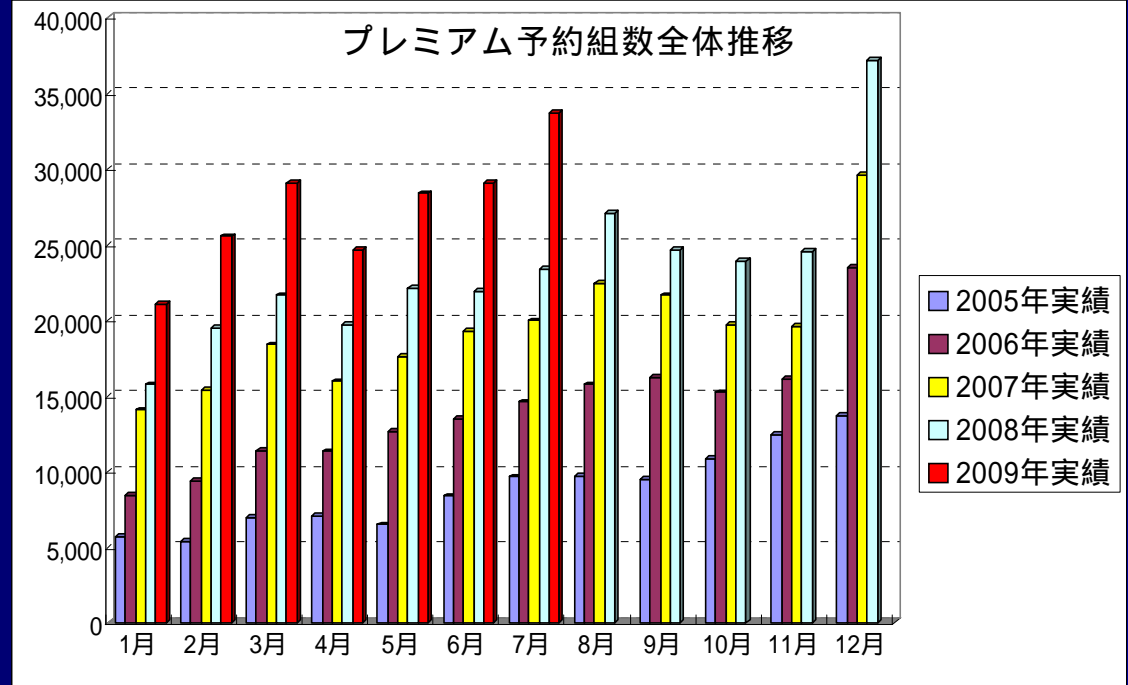
3.社員のレベル&モチベーションアップ

拡大続く、オズモールプレミアム予約

前年比 130%で伸びる、オズモールプレミアム予約



初登場のネイルサロン、好調



レストランリニューアル・ネイルサロン追加で、不況にもかかわらず、順調に拡大。首都圏OLに不況なし。

下期は、ウェディング成約手数料モデルの着手とホテルリニューアル。販促強化(スタンプラリー・街頭OL配布)。

メトロミニッツのWebサイトビジネス始動



15万部フリーペーパー

東京OLの恋とキレイに効く

トップページからリンクとメルマガ



< オズモール >

コンテンツ共有



店舗詳細ページ

システム共有



予約ページ

大切な人と特別な時をシェアする



< 予約ミニッツ >

本誌連動特集



スタート4ヶ月

予約数 3500組
手数料 700万

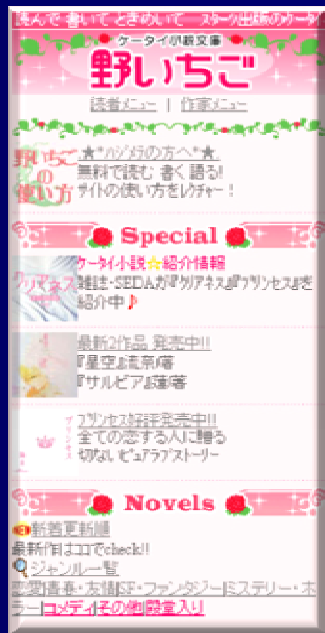
年末500万 / 月
来年末2000万 / 月

野いちごオンデマンド出版ビジネス始動

投稿作品数 13万作品

書籍化 年間 48本

99.9%の書籍化されないコンテンツをオンデマンド自費出版へ



野いちご上で、ボタンを押し...
パソコン上で、かんたん編集
1週間で、手元に本が届く
1冊1260円から



アクセスの多い、有力作品は、編集部が再編集
野いちごサイト上で販売
インディーズ作家のデビュー

スタート1週間
「本にする」
ボタン押下人数
531名
年内1.5万部
手数料300万

社員の結束力 & モチベーションアップ

1. 経営陣の結束力



毎週月曜日の「早朝ミーティング」で経営課題の確認。

2. リーダー層の結束力



毎月早朝の「全体リーダー会」で、情報交換とトップダウン。

3. 社員の結束力とモチベーションアップ



毎月第一月曜日の「全体朝礼」で、月間表彰と情報共有、トップダウン。



「プランニングコンテスト」で、全員から事業提案。予選・本選プレゼン大会を全員で実施。それらを事業化。



「モアジャム」で、社員イベント旅行。全員で親睦を深める。



月間表彰



プラコン



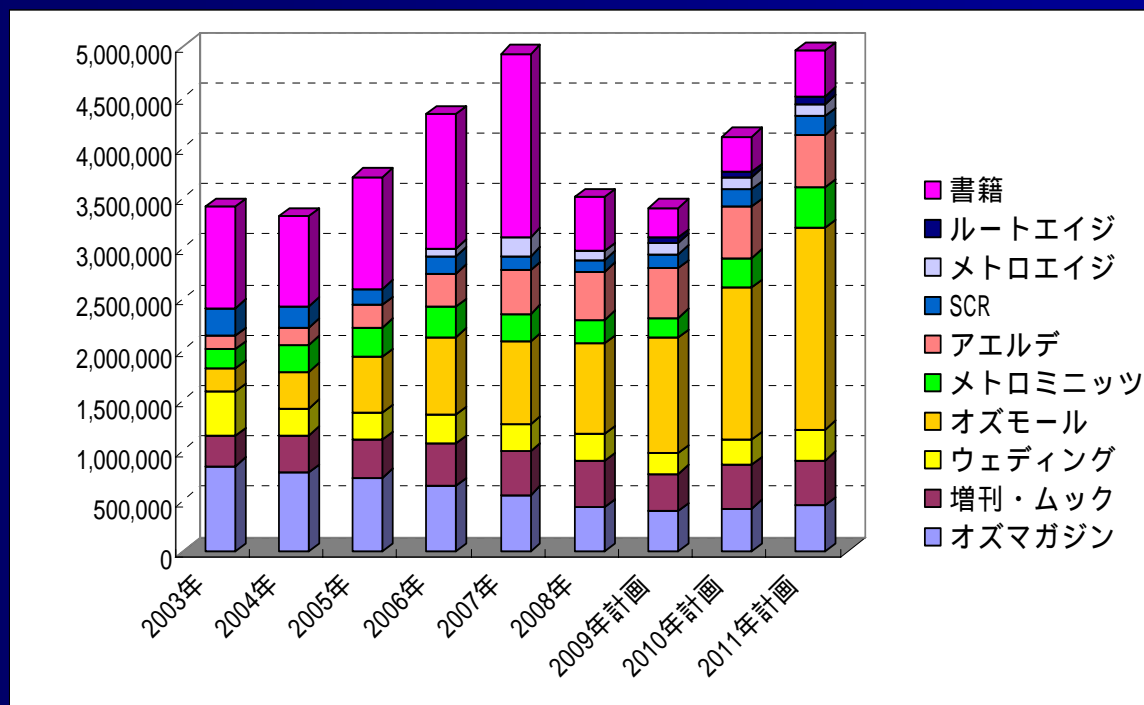
モアジャムでラフティング



バーベキュー

3カ年計画

3カ年後の2011年に、売上50億・営業利益7億へ



紙を持つIT企業、Webを持つ出版社 ~ 感動メディア企業へ ~