

# 2021年12月期 第2四半期 決算説明会資料

---

2021年8月19日

スタート出版 株式会社

(証券コード:7849)



# 「総合生活文化企業」 スターツグループの中の立ち位置

## ビジョン

## 感動プロデュース企業へ

## アイデンティティ

総合生活文化企業 スターツグループのなかで、紙とデジタルを駆使する、ユニークな「出版社」として、時代に合わせたコンテンツの発信で、多くのエンドユーザーに喜んでいただく「文化企業」であり続けること。



# スタートアップ出版の事業領域

- 書籍コンテンツ事業、メディアソリューション事業（プレミアム予約事業・マーケットソリューション事業）を展開。

書籍コンテンツ事業

小説投稿サイトを起点とした、書籍・電子書籍・コミックビジネス

メディア  
ソリューション  
事業

プレミアム予約  
事業

厳選店舗だけを掲載「OZのプレミアム予約」ビジネス

マーケット  
ソリューション  
事業

ライフスタイル・エリアを対象に、メディアコンテンツを軸としたマーケットソリューションビジネス

# 各事業のメディアブランド

## ■書籍コンテンツ事業



noichigo

アベマ!

小説サイト  
Berry's Cafe

野いちごジュニア文庫



野いちご文庫



スターツ出版文庫



ケータイ小説文庫



ノイコミ



マカロン文庫



ベリーズ文庫



ベリーズファンタジー



ベリーズコミックス



コミックグラス



## ■メディアソリューション事業

□プレミアム予約事業

OZmall

□マーケットソリューション事業

レストラン予約



トラベル予約



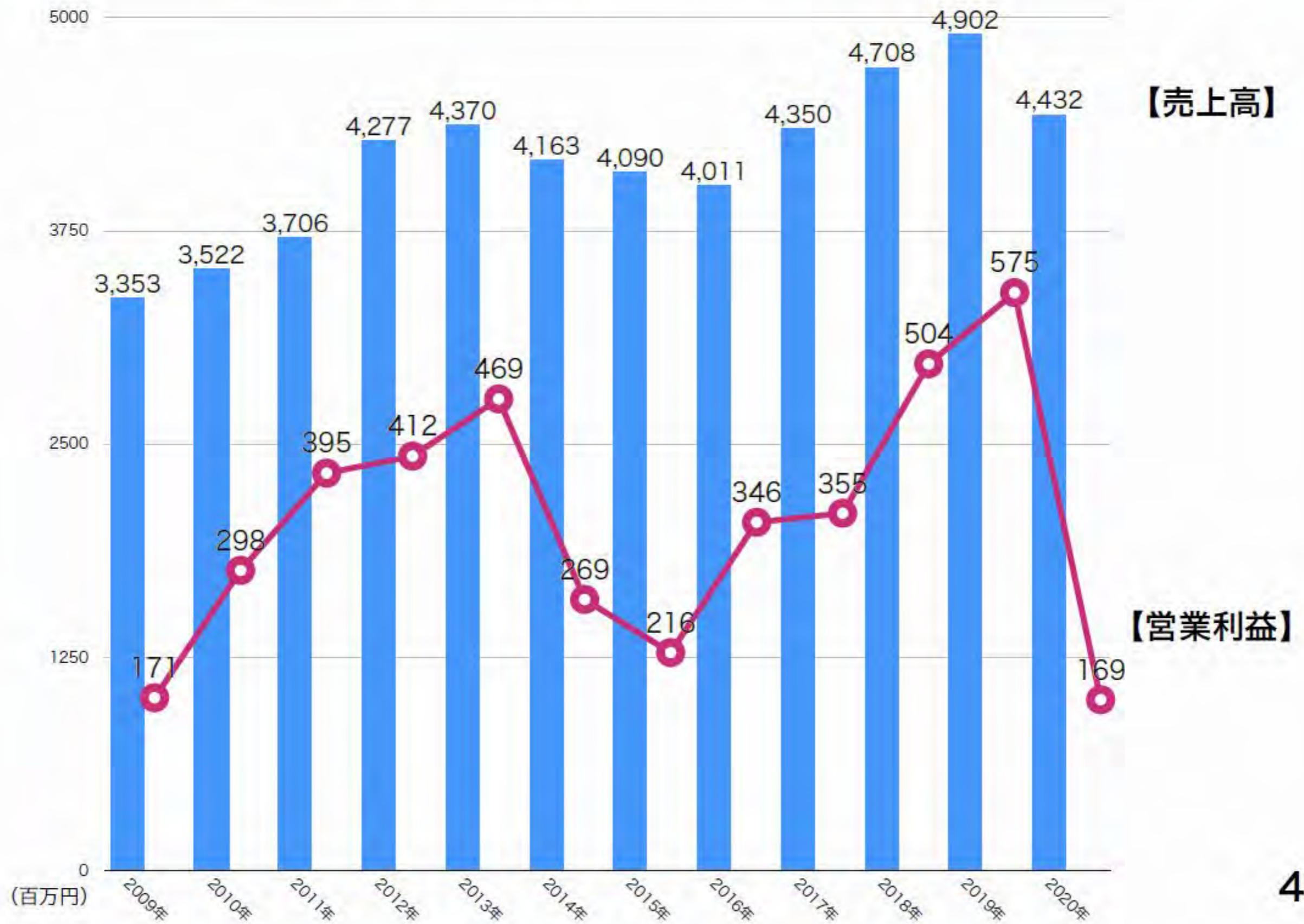
ビューティ予約



エンタメ予約



# 過去の業績推移



# 2021年 第2四半期決算

■売上高は、前年同期比142.3%の増収。営業利益は、前年同期比4.6億円  
の増加。コロナ禍前の2019年上期比でも、売上高114.6%、営業利益166.7%。

(単位 百万円)	2021年2Q 実績	2020年2Q 実績	前期比	2021年2Q 予算	予算比
売上高	2,626	1,845	142.3%	2,400	109.4%
売上総利益	1,187	586	202.6%		
営業利益	351	▲109	—	100	351.3%
経常利益	444	▲27	—	180	246.9%
純利益	270	▲66	—	110	246.1%

# セグメントごとの経営成績

■長引く緊急事態宣言の影響を受けて、おでかけ支援のメディアソリューション事業は低迷するも、書籍コンテンツ事業が大きく伸長しリカバー。

## 書籍コンテンツ事業

紙・電子書籍、コミックともに全レーベルが昨対増。新創刊した3レーベルも大きく寄与。

売上高	1,602百万円	(180%)	※前年同期比
営業利益	664百万円	(251%)	"

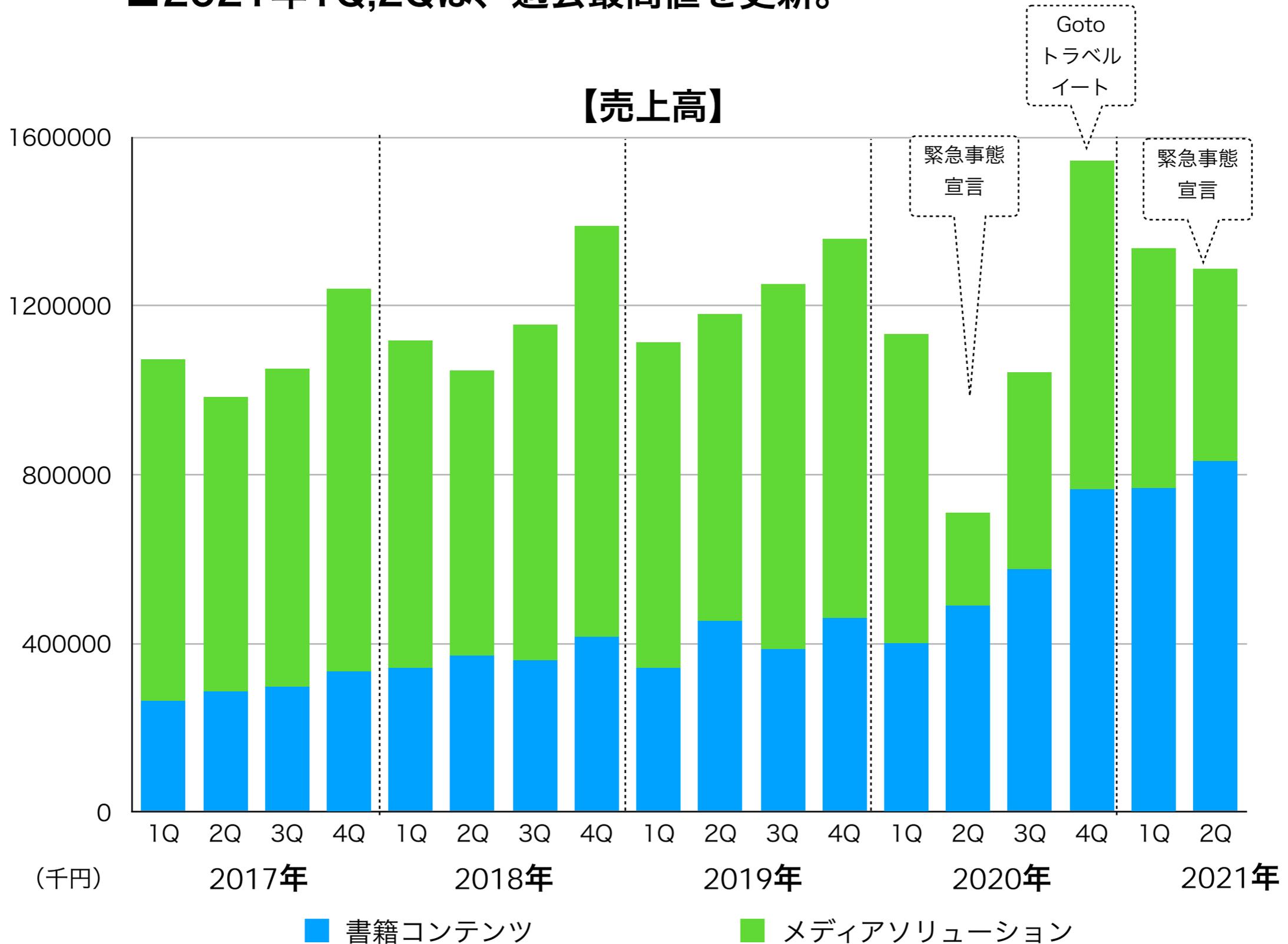
## メディア ソリューション 事業

OZのプレミアム予約（店舗送客サービス）、オズマガジン等おでかけ支援サービスは、やや持ち直すものの、コロナ禍影響で停滞。

売上高	1,024百万円	(107%)	"
営業利益	▲265百万円	( - %)	"

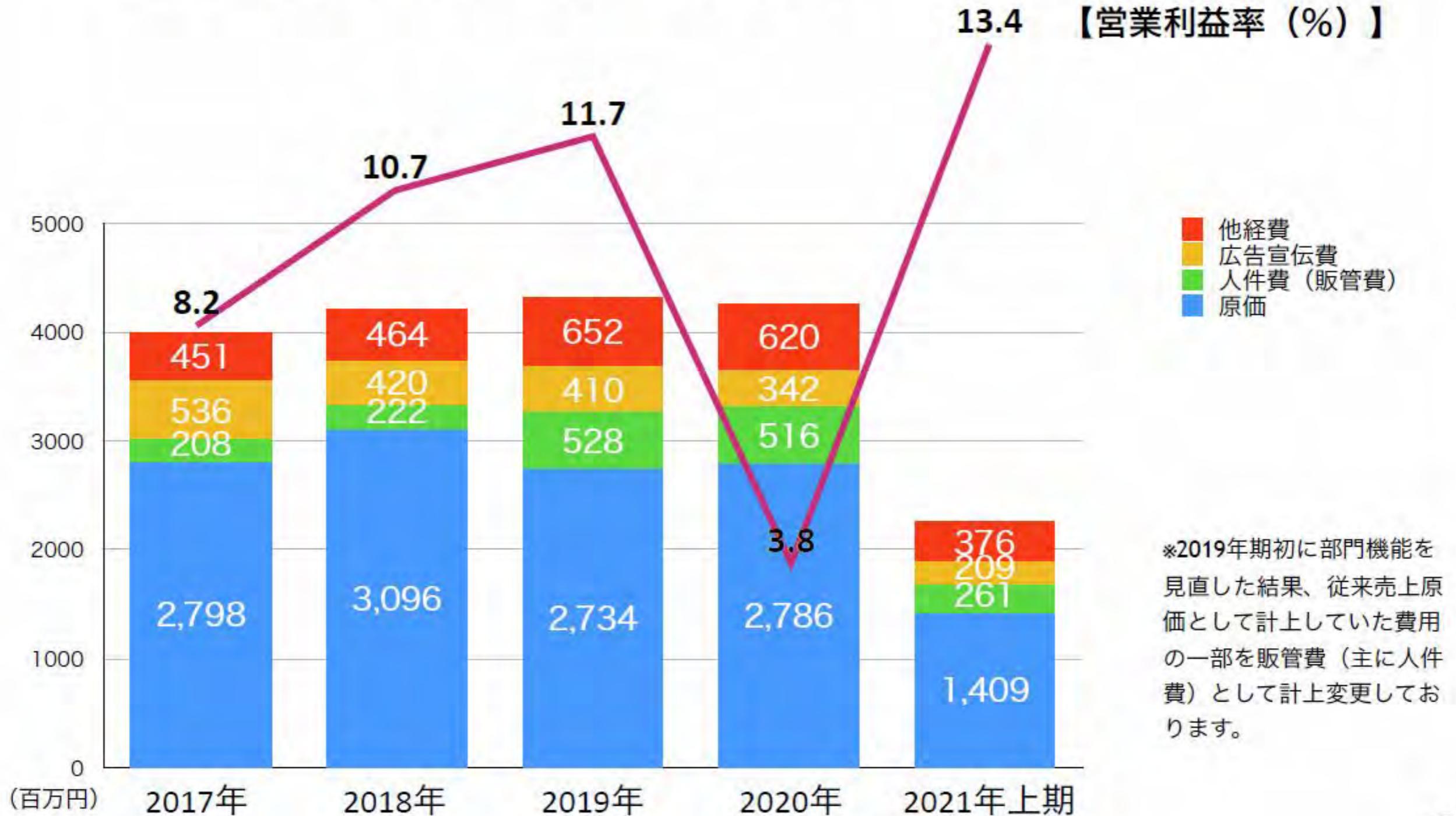
# 四半期／売上高推移

■2021年1Q,2Qは、過去最高値を更新。



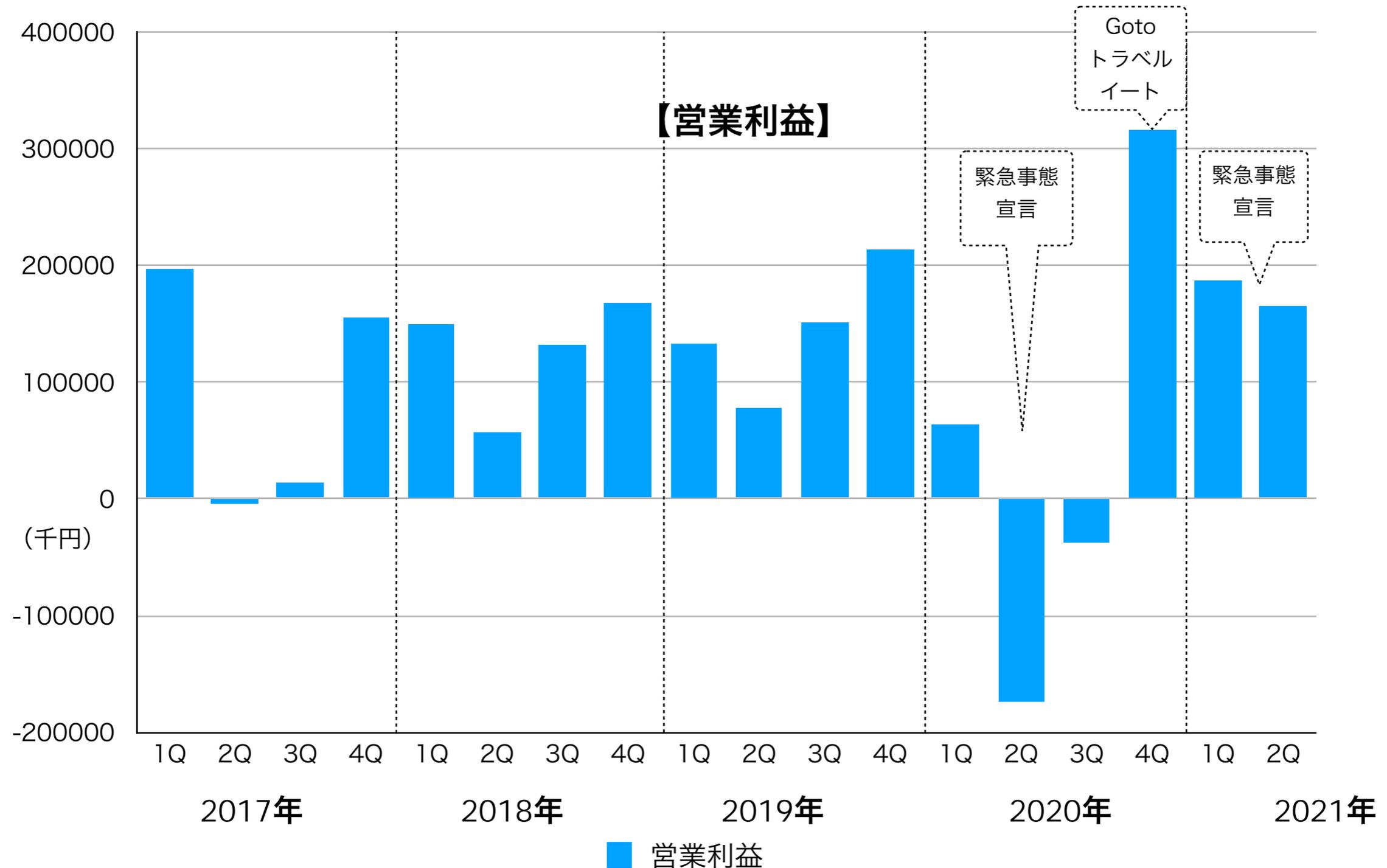
# 原価・販売管理費推移

■原価の上昇を抑え、広告宣伝費を抑制し、トータルコストをキープ。  
営業利益率は（前年を除き）緩やかに上昇。



# 四半期／営業損益推移

■2020年2Q,3Qは、コロナ禍影響を受け大きな損失がでたものの、4Qより復調し、2021年1Q,2Qは、着実に利益を積み上げている。



# 貸借対照表

■自己資本比率81.8%と極めて健全な財務状況。現預金の活かし方に十分な余地。

(単位 百万円)	2021年第2四半期	2020年12月期末	前期末比
<b>流動資産</b>	<b>5,070</b>	4,630	109.5%
現金及び預金	<b>2,036</b>	1,198	169.9%
<b>固定資産</b>	<b>1,084</b>	1,124	96.4%
<b>資産合計</b>	<b>6,154</b>	5,755	106.9%
<b>負債合計</b>	<b>1,119</b>	923	121.2%
利益剰余金	<b>3,509</b>	3,306	106.1%
<b>純資産</b>	<b>5,034</b>	4,832	104.1%

# 書籍コンテンツ事業の構造と今後の展開

---



# スタートアップ出版の書籍コンテンツビジネススキーム

## 1 自社小説投稿サイトを起点に、紙とデジタルの循環で読者を拡大

小説投稿サイト（野いちご・Berry'sCafe・ノベマ）に投稿されたコンテンツから、新人作家を発掘し、紙とデジタルで交互に読者を増やし、電子コミック化を経て紙のコミックまでコンテンツを広げる。

## 2 読者ターゲットを細分化し、マーケティングを徹底

読者を小学生・中学生・高校大学生・大人女性にセグメントし、リアルとデジタルでマーケティングした上で、はずさない商品を毎月継続投入。

## 3 チーム一体で取り組むオリジナルモデル

編集×マーケ×WEBディレクター×エンジニアがレーベルごとにワンチームになって取り組む。業界のプロ編集者や営業職からというよりも、新卒から育成し、チームで読者・作家・漫画家・書店・取次と向き合っていく組織。

# 投稿サイトを起点に、紙とデジタルの循環で読者を拡大

紙

## 2. 紙の書籍レーベル化

ケータイ小説文庫

野いちご文庫

スターツ出版文庫

ベリーズ♥文庫



デジタル

## 3. 電子書籍化



マカロン文庫

ベリーズ♥文庫

デジタル

## 4. 電子コミック化



comic Berry's

紙

## 5. 紙コミック化



Berry's COMICS

デジタル

## 1. 小説投稿サイト

noichigo

小説サイト  
Berry's Cafe

アベマ!



紙とデジタルの循環

# 読者ターゲットを細分化し、マーケティングを徹底

読者

小学生

中学生

高校生

大学生

大人女性

■各レーベル2~5点/月を、継続して発刊

紙



野いちごジュニア  
文庫



ケータイ小説  
文庫



野いちご文庫



スターツ出版  
文庫



ベリーズファンタジー



スターツ出版文庫



ベリーズ文庫



ベリーズファンタジーコミックス



ベリーズコミックス

デジタル



ベリーズファンタジー



noicomi



マカロン文庫

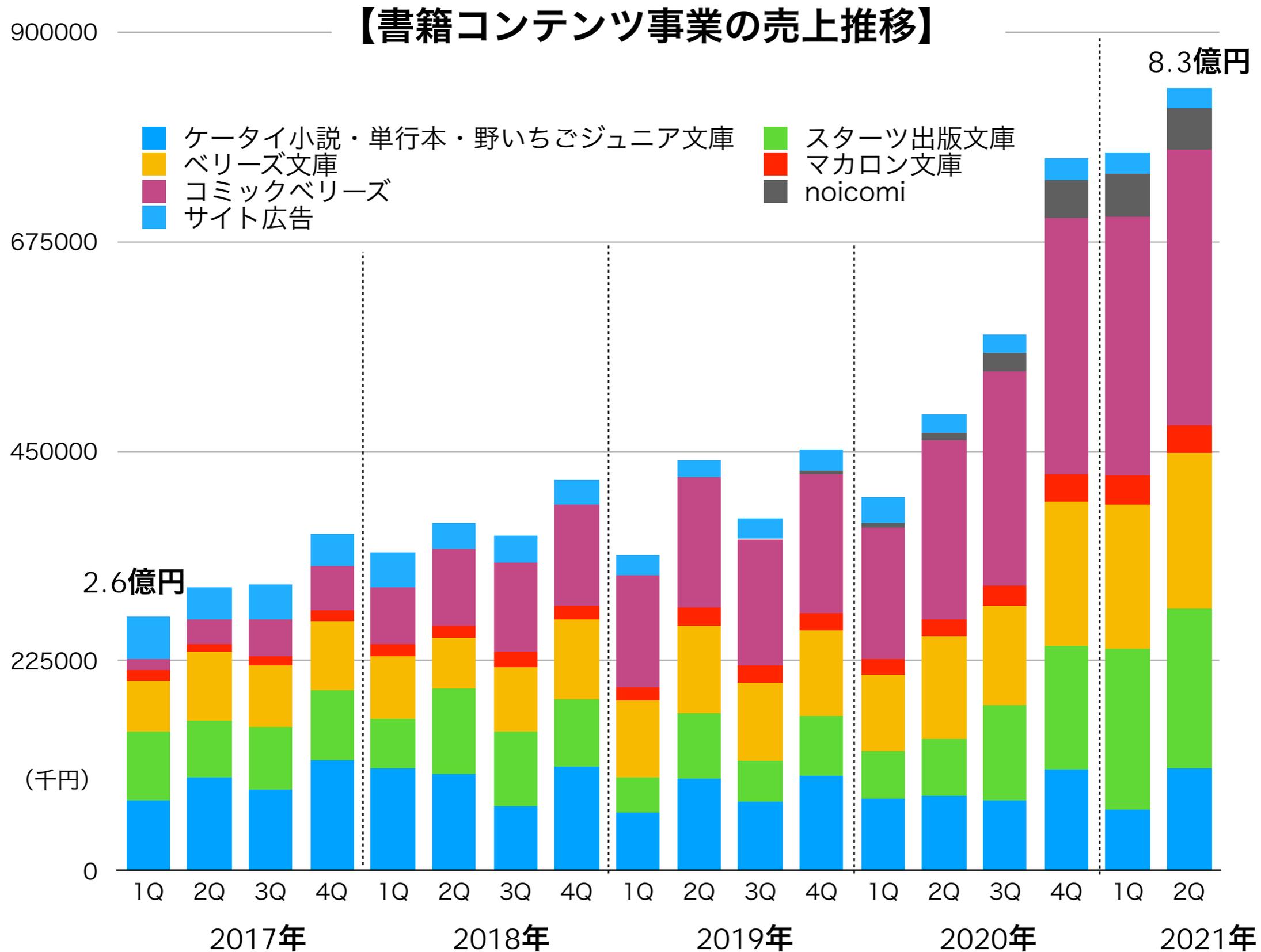


ベリーズコミックス



ベリーズ文庫

# 市場ニーズに即した商品の投入と、新レーベル創刊で成長



# コロナ禍中に人員シフト、3レーベルを新創刊

- 新創刊の3レーベルともに順調な立ち上がりとなり、売上増に大きく貢献。特に、「野いちごジュニア文庫」は、大手出版社の牙城だった小学生向け文庫市場で、書店の「棚」を獲得。

2020年6月創刊

ベリーズファンタジー



異世界ファンタジーの単行本レーベル『ベリーズファンタジー』誕生！異世界トリップや転生など、架空の世界を舞台にしたワクワクドキドキできる小説。

2020年8月創刊

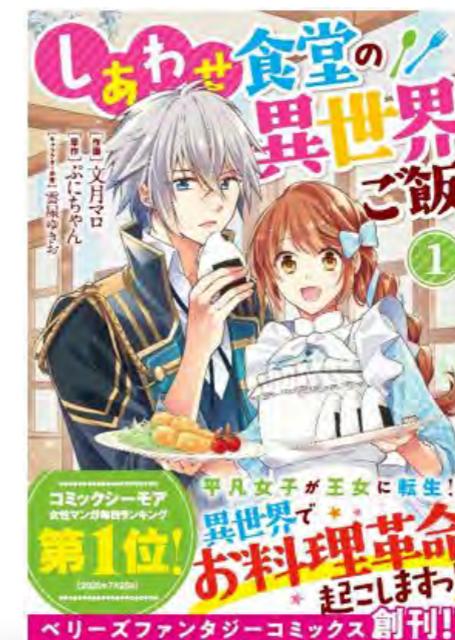
野いちごジュニア文庫



ドキドキ“胸キュン”したい女子小学生のための児童文庫レーベル『野いちごジュニア文庫』。

2020年12月創刊

ファンタジーコミックス



「ベリーズ文庫」で大人気のファンタジー作品をコミカライズした、ワクワクドキドキたっぷりの異世界&ラブファンタジー。

# 2021年1~2Q刊行の、主な文庫・コミックのヒット作

■各レーベル毎月2~5作、合計23~28作の新作を発売。返品率も30%と安定した売れで、上期、即重版のかかった作品が以下の通り。



## 野いちごジュニア文庫



2万部



2万部



1.7万部

## Berry's COMICS



3万部



2.7万部

## スターツ出版文庫



3.95万部



3.7万部



3.7万部

## ケータイ小説文庫



2万部

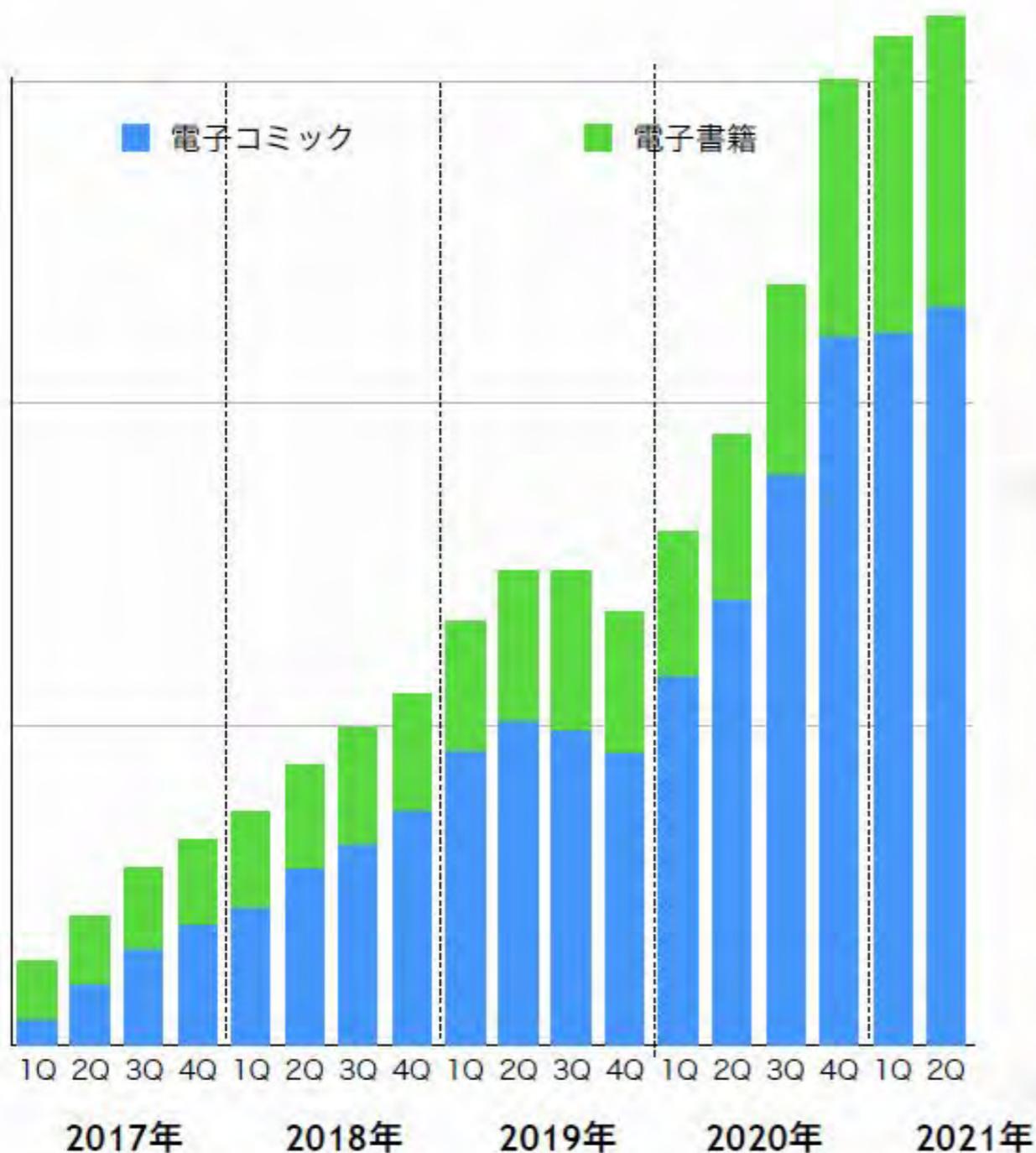


2.2万部

# 伸びる、女性向け電子書籍・電子コミック

■女性向け電子コミック、電子書籍も成長中。クオリティ高いコンテンツで読者を拡大中。

【電子書籍・電子コミックの売上推移】



【女性向け電子コミックレーベル】



【女性向け電子書籍レーベル】



# 初の男性向け電子コミックレーベルを創刊 (2021年5月)

■2021年8月電子コミック単行本販売、11月 紙コミック・男性向け文芸創刊予定

最強の仲間がここに!



「コミックグラスト」では、架空の世界を舞台に主人公が敵に立ち向かったり、スローライフを満喫したり、仲間とともに運命を切り開いてゆく、まだ見ぬ異世界ストーリーをお届けします。



勇者ハテアーになった忍者、忍ばずに生きます



才能なしと言われたおさんテイマーは、愛娘と共に無双する!

# 書籍コンテンツ事業の今後の展開

---

■男性向けマーケットを拡大してレーベルを広げ「総合出版社」をめざす。

## 1. 男性向けマーケットへの参入と新規読者の開拓。

□コミック・文芸ともに2022年以降、発刊ラインアップ数を増加し、男性異世界市場でのポジション確立及び売上増加をはかる。

## 2. コミック事業の拡充

□伸び率の高い、電子コミック市場に合わせて、コミック編集部人員増を図り、クオリティの高いコンテンツラインナップを増加させる。

## 3. 新規ジャンルへの参入

□投稿サイトを起点としたビジネスモデルで、紙及び電子市場の動向をマーケティングしながら、新規ジャンルへの参入を検討する。

メディアソリューション事業

# プレミアム予約事業の構造と取り組み

---



# プレミアム予約事業のビジネススキーム

## 1 成功報酬（送客課金）型の厳選店舗ストックモデル

掲載するのは利用者にお薦めしたい厳選した施設・店舗のみ。送客実績に対する手数料を掲載施設より頂戴するビジネスモデルで、利用者にとってはいつ使ってもハズレが無く、施設・店舗の解約リスクも低く、掲載施設・店舗数の増加と共に利用者が増加。

## 2 OZmallブランドでのマルチサービス展開

1つのブランドで、レストラン・トラベル・ビューティ予約など複数のサービスを展開。利用者の気分やTPOに合わせて、カテゴリーを横断して利用できるポイントサービスで、アップセル、クロスセル提案も実施。

## 3 オリジナル×女性ユーザー目線でのサービス運営

1996年のサイト開設から四半世紀。女性利用者の「○○があったらいいな」「○○したいな」に応えるOZオリジナル企画を具現化し、女友達に紹介するような親切な情報の伝え方にこだわる、丁寧なサイト運営を長年継続。

# OZのプレミアム予約とは？

## ■厳選された施設・店舗への、女性向けオンライン予約サービス

**OZmall**

(会員数 360万人, 月間総PV数 3700万PV, ユニークブラウザ 690万, アプリD/L数 85万D/L)

※2021年6月現在



1996年にオズマガジンWEB版として誕生（本年25周年）  
読者を「かけがえのない女友達」と考えたサイト構成で、  
「心ときめく”おでかけ体験”を一緒に」をコンセプトに、会  
社帰りのひとり時間から週末の女子旅、大切な人と過ごす特  
別な記念日まで、あらゆるおでかけ情報と厳選された店舗へ  
の、女性向けオンライン予約サービス。

### 【レストラン予約】



利用者数（年間）  
約218万人

掲載店舗数  
約3100店

### 【トラベル予約】



利用者数（年間）  
約18万人

掲載施設数  
約700店

### 【ビューティ予約】



利用者数（年間）  
約34万人

掲載店舗数  
約1500店

### 【エンタメ予約】

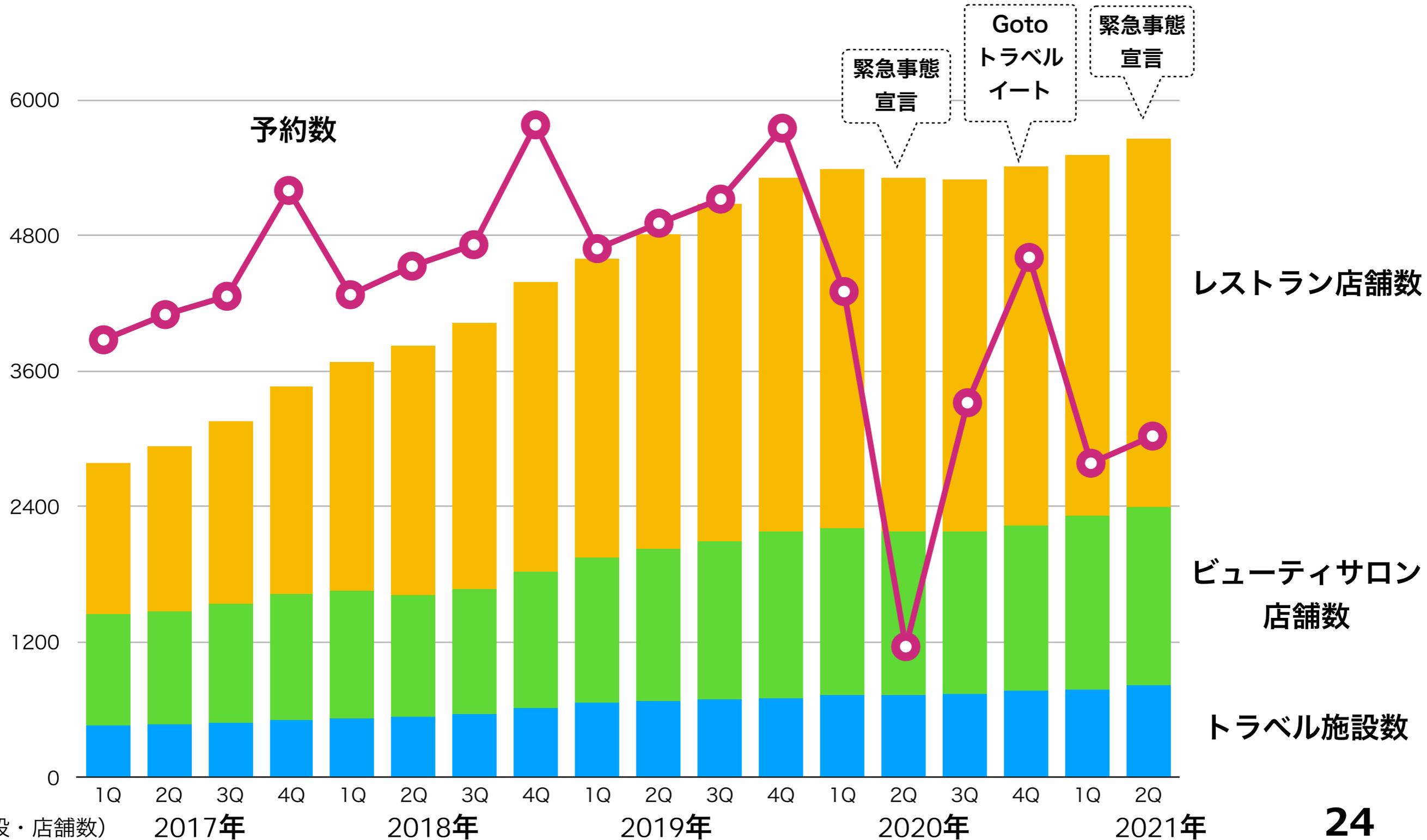


オズオリジナルの  
エンタメ・イベント  
予約

※2019年実績

# 予約数と掲載施設・店舗数の推移

■予約数は、コロナ禍が大きく影響したが、掲載施設・店舗数は復調傾向。

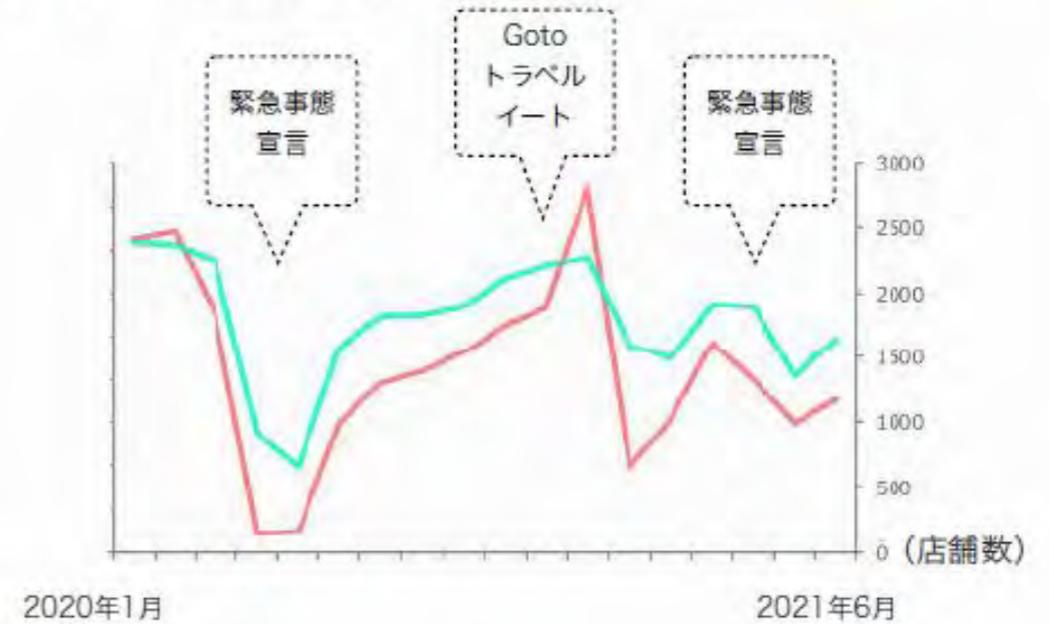


# コロナ禍の、予約発生店舗数と売上推移

■コロナ禍による、外出自粛の影響は、世の中のトレンド通り。 ■ …予約発生店舗数 ■ …手数料売上

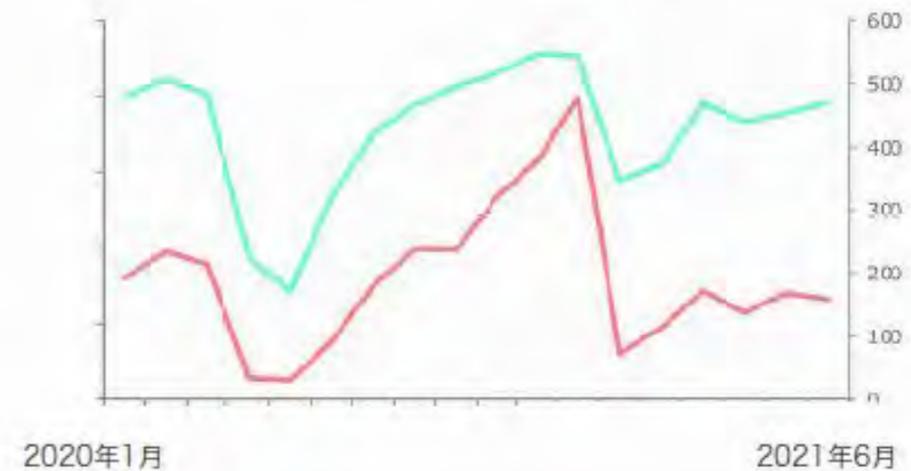
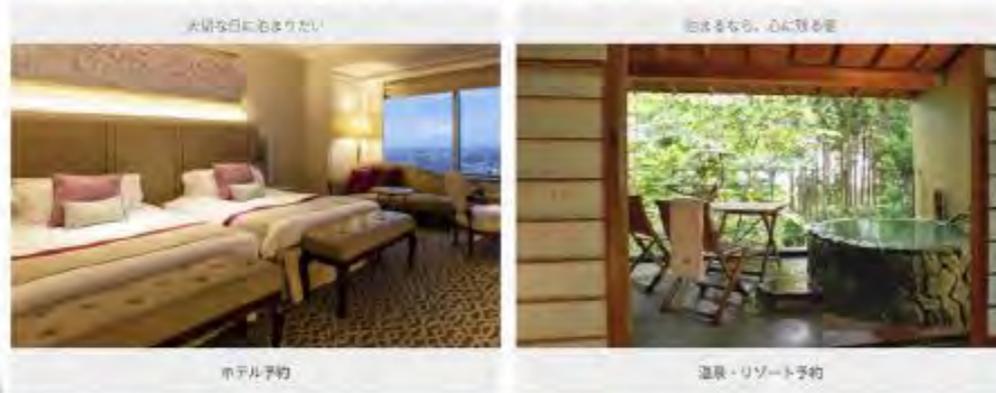
## 【レストラン予約】

■宣言発令で大きく落ち込み、Gotoで浮上。



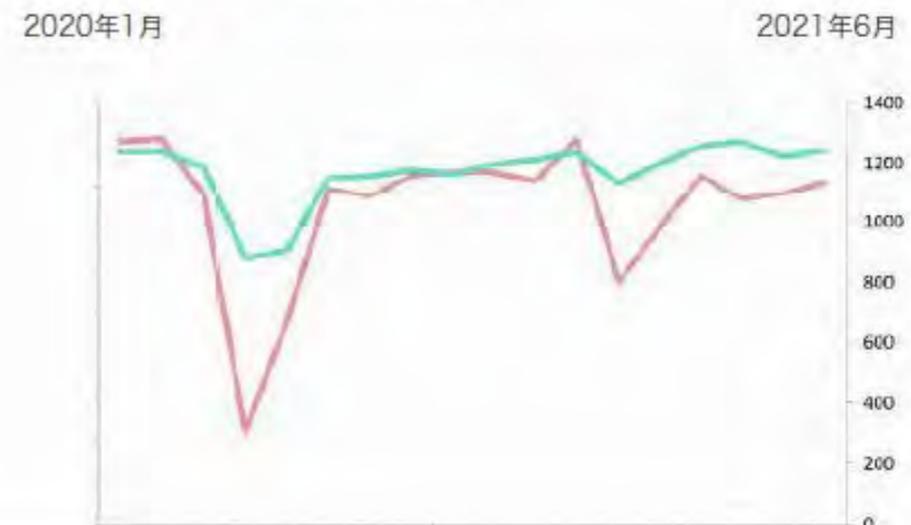
## 【トラベル予約】

■宣言発令で大きく落ち込み、Gotoで浮上。



## 【ビューティ予約】

■2回目以降は、レストラン・トラベルほど影響を受けず。



# 女性利用者に嬉しい、OZオリジナル企画

## ■OZ限定ディズニープリンセスデザインの、エコバッグ付きヘアサロンプラン



ディズニープリンセス  
(C)Disney (C)Disney/Pixar

OZmall



## ■予約できるのはオズモールだけ! 映画『トムとジェリー』のアフタヌーンティー



トムとジェリー  
(c)2020 Warner Bros. All Rights Reserved.

OZmall



## ■OZ限定 「おひとり様貸切Day」 (アフタヌーンティー&焼肉プラン)

アフタヌーンティー&焼肉をOZが貸し切り! 「おひとりさま貸切DAY」企画がスタート



OZ限定「おひとりさま貸切DAY」とは?

予約できるのは「おひとりさま」だけ	予約できるのはオズモールだけ	人気ホテル&レストランを厳選
「安心」「笑顔」にレストランを利用できる「おひとりさま」は、まさに予約が激増するワード。お楽しみやすい1名様専用プランをご用意しました。	全館1名様での利用という特別企画は、オズモールからのみ予約可能。もっと気軽にレストランを利用してもらう方法を考え、実現した企画です。	オズモールで人気のあるレストランだけが候補。都内の格別ホテル、最新の施設のホテル、毎週人気な予約の焼肉の3店舗で特別プランをお楽しみください。

オーバートンシニア倶楽部 (無休日・日比谷)



# デジタルマーケティング力の強化で、ファンを拡大

■ユーザーリーチを増やし、デジタルマーケティングで会員ロイヤルティを上げる。

【SEO・SNS】 .....→ 【UI・UX】 .....→ 【F1・F2化】 .....→ 【CRM】

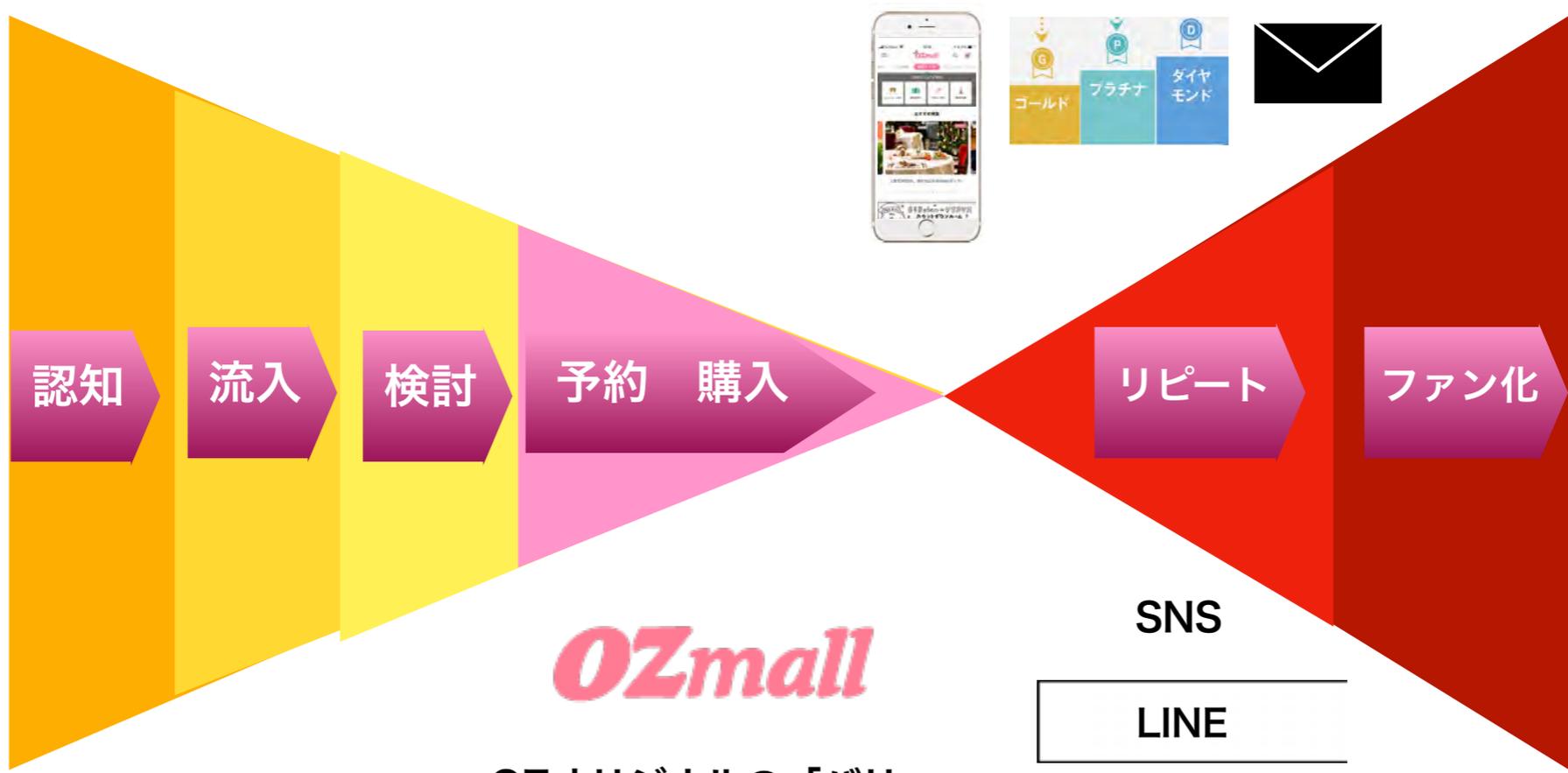
Google

Instagram

YouTube

LINE

Twitter



アプリ ポイント制 メルマガ



認知

流入

検討

予約

購入

リピート

ファン化

**OZmall**

OZオリジナルの「バリュープロポジション」で差別化

SNS

LINE

Instagram

# プレミアム予約事業の今後の展開

- デジタルマーケティング力を上げながら、オリジナルの「バリュープロポジション」を磨く。（バリュープロポジション... 顧客に求められているが、競合他社では提供できない、自社だけが提供できる価値。）

## 1.OZらしいユーザー満足度の追求

- OZユーザーに、継続して利用していただけるサービスであり続けるため、ユーザーの声に応える新たなチャレンジを行いながら、「体験価値」を向上。

## 2.利用ユーザー数（=ファン）の拡大

- デジタルマーケティングを駆使し、新たなユーザーと出会い、友達のようなコミュニケーションを通じて、ファンを拡大。

## 3.厳選施設・厳選店舗の拡大

- ユーザーの利用シーン気分に合わせて、お薦めしたい厳選施設・厳選店舗を、現状の5,600施設→10,000施設に拡大。

メディアソリューション事業

# マーケットソリューション事業の構造と取り組み

---



# マーケットソリューション事業のビジネススキーム

## 1 世界観のあるメディアとストーリーのあるコンテンツを駆使

雑誌・WEB・SNSを利用し、世界観のあるメディアとストーリーあるコンテンツで、新しい価値やきっかけを、より多くの読者・ユーザーに届ける。

(オズマガジン:6.3万部、オズマガジンTRIP:4.9万部、メトロミニッツ:10万部、オズモール:360万人会員、東京女子部:530万フォロワー)

## 2 エリアマーケット・ライフスタイル領域で、メディア広告・販促・PR

エリアソリューションは、東京と全国地方エリアを連携して、都心商業施設・地方自治体の販促・PRを実施。

ライフスタイルソリューションは、ビューティ・飲食・お酒情報と連携し、コスメ・ヘルスケア・酒類メーカーの広告・販促・PR・マーケティングを推進。

## 3 メディアの“編集力”を活かしたオウンドメディア制作

企業のマーケティング支援として、自社編集部の編集力を活かした、案内冊子・WEBサイトコンテンツ制作・動画制作を実施。

# ブランドを生かした、マーケットソリューションビジネス

■長く継続することで、信頼と安心のブランド価値を醸成。



創刊：1987年6月  
発行日：毎月12日発売（月刊）  
発行部数：63,572部

34年 継続



創刊：2007年  
発売：年4回（季刊）  
発行部数：49,248部

14年 継続



創刊：2002年11月  
発行日：毎月20日発行  
発行部数：10万部

19年 継続



創刊：1983年2月  
発行日：毎月20日発行  
発行エリア：江戸川区全域、浦安市全域  
発行部数：江戸川版4万部、浦安版4万部

38年 継続

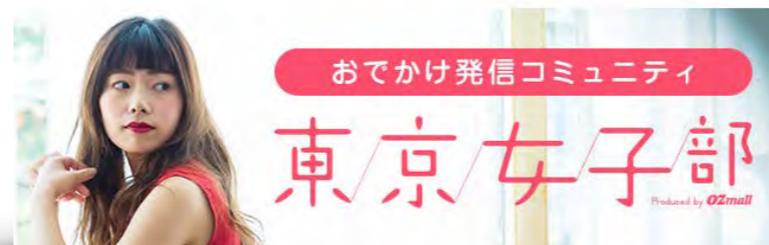
OZmall



サービス開始：1996年  
・会員数：360万人  
・月間総PV：全体で3700万PV

25年 継続

Instagram



Instagramを通じた、オズモールプロデュースのおでかけ情報発信コミュニティ

3年

YouTube



新作コスメをYouTube動画で紹介。SEO対応のビューティセレクトサイトも。

1年

# マーケットソリューション体制とミッション

## エリアマーケット グループ

(東京・商業施設・電鉄  
×地方自治体)

## 企画プロデュース室

(大手不動産・電鉄関連)

## ライフスタイル グループ

(ビューティ&ヘルスケア・  
酒・食・マネー)

## SNS・制作進行グループ

(SNS・東京女子部)

1. メディア・ブランド強化
2. 東京エリアマーケティング
3. SDGs・サステナブルチャレンジ

1. メディアを基盤に、強みを活かす  
(SEO)
2. ビューティ領域の開拓
3. 「体験×拡散×二次活用」の仕掛け  
(SNS)

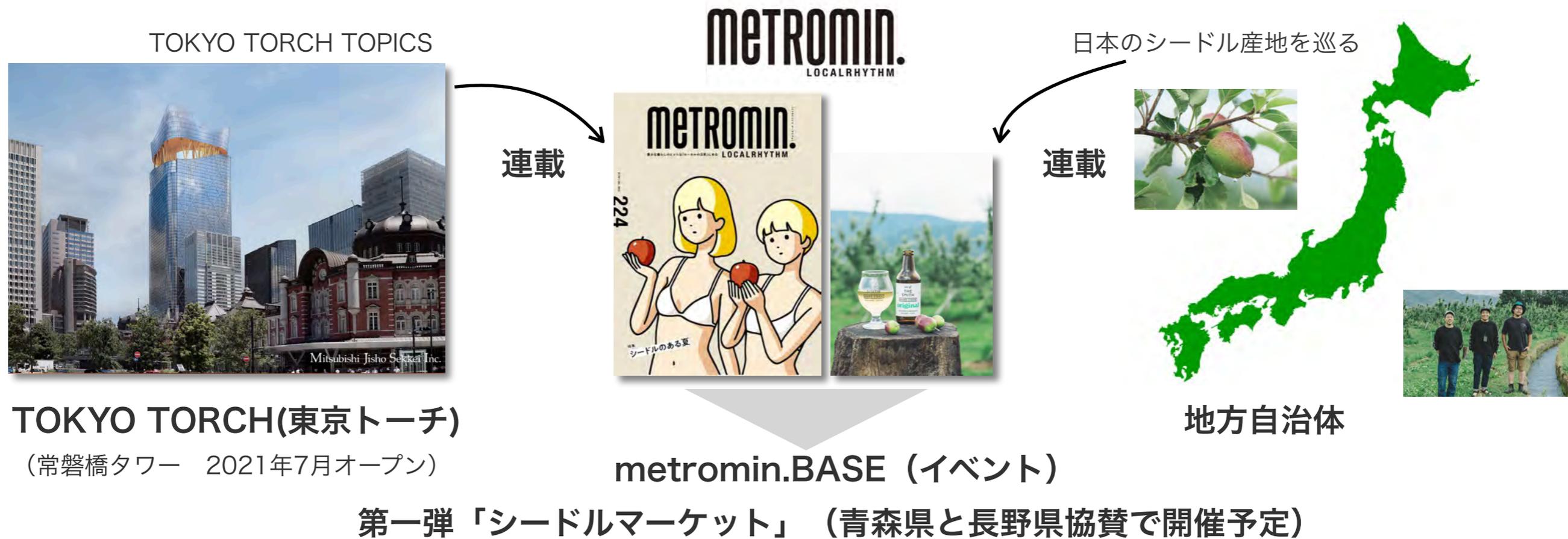
# 再開発の加速する、東京エリアマーケティング

■2029年にかけて、再開発が加速し大きく変貌する東京の街を、東京エリア密着で長年展開する、OZ・metromin.ブランドで、開業PRや街の賑いづくりを支援。



# 大型商業施設とのコラボレーションで、東京と地方エリアを繋ぐ

■メトロミニッツを媒体として、東京の大型商業施設と地方をメディアとリアルで繋ぎ、metromin.BASE(イベント)で、新たな街の賑わいを演出。



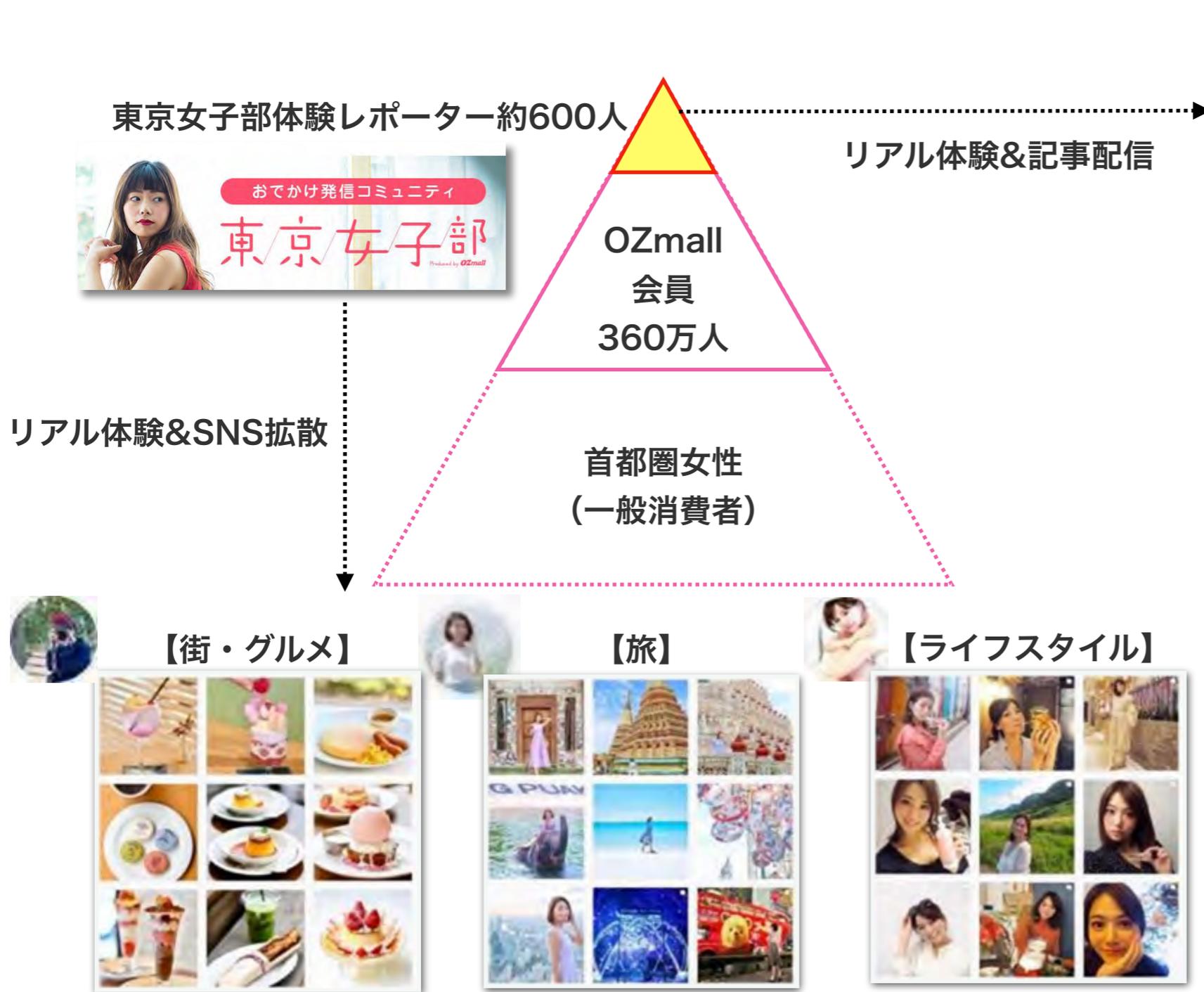
TOKYO TORCH(東京トーチ)  
(常磐橋タワー 2021年7月オープン)



TOKYO TORCH Park (広場)

# 「東京女子部」 OZユーザー代表によるインフルエンサー組織

## ■情報感度の高いインフルエンサーが、SNS (Instagram) でおでかけ情報発信



□ 地方自治体プロモーション



□ 都心商業施設プロモーション



□ ヘアサロン予約プロモーション

- 体験レポーターの総フォロワー、約530万フォロワー。
- #東京女子部、#tokyo\_joshibuの投稿数、約77,000投稿。

# SDGs・サステナブルチャレンジ

■オズモールでは、楽しみながら始められる「#サステナブルチャレンジ」をスタート

Instagram



OZ magazine



- 著名人のサステナブルチャレンジ
- すぐできるサステナブルチャレンジ
- サステナブルチャレンジ動画



YouTube



# ビューティ領域へのチャレンジ

■ビューティ・コスメ系キーワードで検索上位を獲得し、新たなマーケットを開拓

Google

ビューティ・コスメ系キーワード

LP  
(ランディングページ)

化粧水  
クレンジング  
ファンデーション  
美容液  
日焼け止め  
乳液  
ナイトブラ  
メンズシャンプー  
頭皮ニキビ

上位表示  
新規流入



OZmall



Instagram



amazon

Rakuten

メーカー通販  
サイト

購買

YouTube

オズモール美容コーナーの充実と共に、Instagram・YouTubeでOZmall BEAUTYCHANNELを開設。

拡散



37

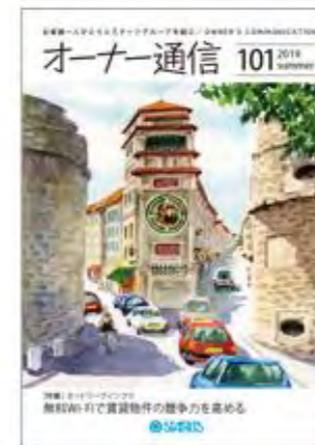
# グループとのシナジーを高める、アエルデとSCR

■創業から続く、地域密着紙「アエルデ」と、販促ツール等の制作部署SCRで、スタートグループの営業をサポート。グループの取引先の制作物受託も推進。



38年続く、地域密着情報紙「アエルデ」

SCR : スターツ・クリエイティブ・ルーム



スタートCAM(営業担当) とオーナー様紹介記事

スタートグループ各社の営業販促ツール制作

# マーケットソリューション事業の今後の展開

---

■メディアブランドをベースに、デジタルマーケティング力で、ソリューションの幅を広げる。

## 1. エリアマーケット事業の深耕

□東京再開発エリア、及び全国地方自治体の地域密着コンテンツで賑わいを創出し、東京と地方エリアを繋いで、ヒト・モノの交流推進を図る。

## 2. ビューティ領域の成長

□デジタルマーケティングを中心としたソリューションサービスの確立で、ビューティ業界の販売促進に貢献する。

## 3. サステナブル社会に向けた啓蒙と貢献

□サステナブルなコンテンツと活動を通じて、読者・ユーザーと、サステナブル商品やサービスを繋ぐ。

# まとめ

---

- 「感動プロデュース企業へ」のビジョンのもと、メッセージやストーリーの詰まったコンテンツとサービスで、感動の輪を広げていきます。

## ◎書籍コンテンツ事業

- 男性向けマーケットを拡大してレーベルを広げ「総合出版社」をめざす。

## ◎メディアソリューション事業

### □プレミアム予約事業

- デジタルマーケティング力を上げながら、オリジナルの「バリュープロポジション」を磨く。

### □マーケットソリューション事業

- メディアブランドをベースに、デジタルマーケティング力で、ソリューションの幅を広げる。

スタートツ出版 株式会社

感動プロデュース企業へ。

---

「人が、心が、すべて。」

「総合生活文化企業」

