# インプレスグループ
# 統合報告書
# 2024

Impress Group
Integrated Report 2024

# Human Knowledge Mediary

人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくる

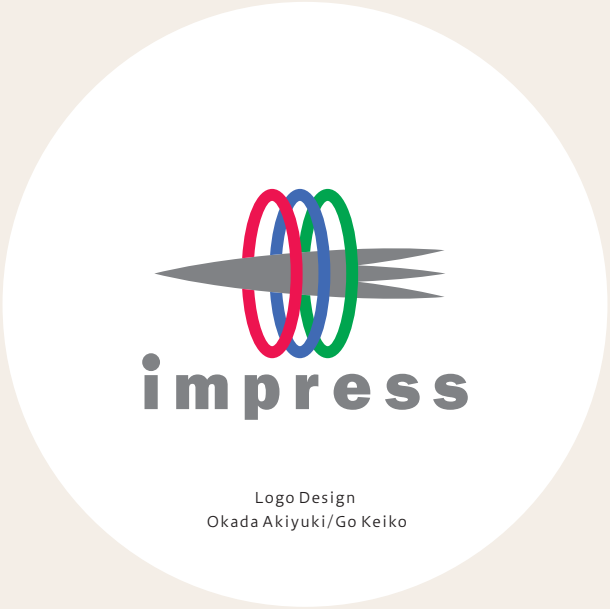
インプレスグループ

# 統合報告書 2024

当社グループは、良質で魅力ある専門コンテンツをベースに、デジタル技術を活用した次世代パブリッシングモデルを実現、それらの活動を通して、知恵と感動のある豊かな社会の実現に貢献していきたいと考えております。

IT、音楽、デザイン、山岳・自然、航空・鉄道、モバイルサービス等の専門分野ごとの個性的なメディアブランドによる雑誌・書籍等の出版を中心に、電子出版、Webメディア、SNS、イベント・セミナー等、「紙・デジタル・リアル」の多面的な展開により、読者やユーザーに対し「実体験に基づいた、臨場感ある魅力的なコンテンツ」を届け、共通体験の場を増やしていくことを目指します。

また、これまで培ってきたパブリッシングモデルやメディア技術、マーケティング手法をコンテンツパートナーに提供するプラットフォーム事業を展開することで、ユーザーとの「知恵と感動の共有の輪」を広げていきます。これらのビジョン実現のため、専門分野ごとの比較的小規模の事業会社と、財務・経営管理及びインキュベーション機能を集約した持株会社によるグループ経営によって、個々の事業会社の魅力とともに、相互連携によるグループ全体の企業価値を高めてまいります。




Logo Design
Okada Akiyuki/Go Keiko

## グループ名の由来について

「インプレス」というグループ名には、各種メディア（press）を通して、人々に感動（impress）をもたらしたいという、創業者である塚本慶一郎の願いが込められており、それは「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」という、私たちが掲げるグループ理念に通じています。

## ロゴについて

ロゴに描かれた赤・緑・青の3本の輪は、光の3原色であるRGB（Red、Green、Blue）を象徴し、それを貫く3本の矢は、文字・画像・音声という3種類の情報形態を表しています。デジタル情報技術の進展は豊かな社会をもたらすと信じ、既存のジャーナリズムにとらわれない新しいメディアの創造に挑戦する意志を、このマークに込めました。



# 「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」

**「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」**
**それがインプレスグループの企業理念です。**

**情報通信技術が進化するにつれ、従来のアナログでは不可能だったことが日々可能になってきています。どのような情報も、速く安く確実に手に入るようになりました。近い将来、単に情報だけでなく、知識や知恵がデジタルネットワーク上を駆けめぐるような時代になったとき、その恩恵は直接間接に全地球上のあらゆる人に及ぶでしょう。**

**そのようなデジタル革命の渦中で、インプレスグループは常にお客様の視点から発想し、技術やネットワークを利用した「面白いことを創造し」、世の中の人々、すなわちプロシューマー化していく生活者、増え続ける情報発信者、発展する関連産業の方々と「知恵と感動を共有する」ようになりたいと考えています。**

**私どもインプレスグループは、書籍・雑誌のような出版メディア事業とインターネット上のWebメディア、メールメディア等のデジタルメディア事業それぞれを通じ、常に時代が求める付加価値の高いコンテンツ＋サービスを提供してきました。また、これからもマーケットイン志向を強め、既存のジャーナリズムの枠にとらわれない新しいメディアの創造に挑戦し、企業価値を高めてまいります。**

株式会社インプレスホールディングス
ファウンダー／最高相談役

**塚本 慶一郎**

※2004年10月1日、持株会社制移行に際してのメッセージ

# 代表メッセージ

『インプレスグループ統合報告書2024』をご覧いただき誠にありがとうございます。

1992年に創業した当社グループは、2000年に東京証券取引所の市場第一部に上場し、2022年の市場区分再編時にスタンダード市場へ移行、それから早くも2年が経過しました。これまでたくさんのステークホルダーの皆さまにご支援いただき、厚く御礼申し上げます。

さて、転換期と言われて久しい出版業界ですが、電子書籍の本格的到来から約10年が経過し、その順調な成長率も一定の落ち着きを見せ、現在は「紙とデジタル」の共存共栄を図る時代に突入したとも言えます。

情報技術の発展は、我々に圧倒的な利便性をもたらすとともに数々の取捨選択を迫ってきました。AI音声技術が著しい進化を遂げ、テレビやラジオ放送においてはAIがニュースを読み上げる時代となり、エンターテインメントの世界でも、権利を適切に守りながら、声の可能性を高める取り組みが始まっています。出版＆コンテンツ業界においては、例えば横開きが当たり前だったコミック市場には縦スクロールが登場し、自動着彩や自動翻訳といった技術を駆使して海外のユーザーにもスピーディーにコンテンツが届くようになりました。書籍の音声コンテンツも一般ユーザーに受け入れられる時代です。どれもこれもほんの10数年前には考えられなかったことですが、次々と生まれる新たなデバイスやソフトウェア、それを駆使する我々がコンテンツの新しい在り方や伝え方をアップデートさせ、さらに新しい「出版の未来」を創っていく日々が本格的に到来したのだと感じます。

日々加速度的に変化するニーズに応えるべく、当社グループでは「10のコンテンツと10の仕組みで100の価値創造」という経営戦略を掲げ、コンテンツの価値を最大化しながら、読者／ユーザーのもとにあらゆる情報を「深く速く正確に」届け続けています。現在、個人での出版をサポートする仕組みや、出版社が持つ資産価値を有効化するためのオンデマンド系プラットフォームを開発しグループ外の他社にもご活用いただいていますが、自社で創造した「無在庫モデル」のノウハウや知見を、一個人はもちろん同業他社の皆様にまで幅広く共有することで出版業界全体の活性化も目指します。

2025年には創設33周年を迎える当社グループは、社会課題が複雑化・多層化する中で、持続的な成長およびコーポレート・ガバナンスの強化を通じて中長期的な企業価値の向上に努め、投資家・株主をはじめとする多様なステークホルダーの皆様の期待に応えて参ります。

新しい「出版の未来」と「人間性豊かで自由な文化・社会の循環」を目指して羽ばたくインプレスグループにこれからもどうぞご期待下さい。

株式会社 インプレスホールディングス
代表取締役社長兼CEO

**松本 大輔**


impress

# 「統合報告書 2024」のポイント

『インプレスグループ統合報告書2024』は、厳しい環境を迎えている出版業界において、メディアグループとしてのプレゼンスをより高めていくために取り組んでいる業務改善や事業改革、新しいビジネスへの挑戦による価値創造のプロセスを中心に、誌面を構成しています。
巻頭の「2024年3月期のトピックス」では、紙の出版やWebメディアが抱える課題に各事業会社がどのように立ち向かい、さらに多角的な価値の創造へと邁進しながら、事業活動を通じた社会貢献にも取り組んでいるかを、具体的な事例とともにご紹介しています。また、事業区分のページでは、多彩な専門分野を持つ各事業会社が様々なメディアを通じて、深く広くコンテンツを提供する仕組みをまとめています。

## 代表メッセージ

目まぐるしい技術革新や業界の趨勢等を踏まえて、当社グループがこれから目指すべき事業のあり方を、社長自らの言葉で具体例を示しながら言及しています。




## 2024年3月期のトピックス

新しい価値創造に取り組むグループ各社の事業活動の中から、特に意欲的な具体例をピックアップしてご紹介しています。



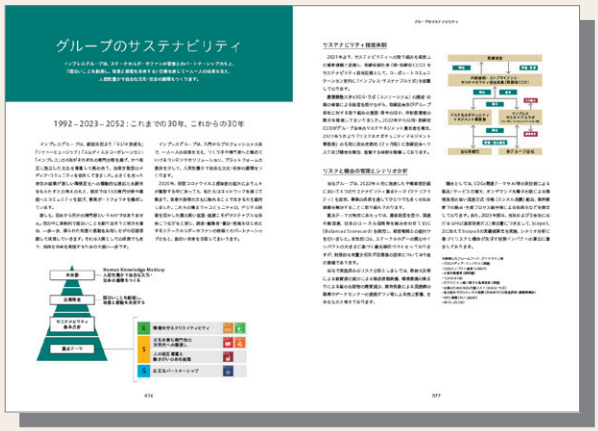

## グループの事業区分

多彩な個性を備えたグループ各社が手がけている事業を取り上げ、従来の出版の枠を超えたメディアグループとしての強みをご説明しています。




## グループのサステナビリティ

企業理念の下、いかに社会貢献すべきかという課題に対する当社の姿勢を、基本方針やESGハイライト等を通じてご説明しています。



## 編集方針

株式会社インプレスホールディングスをはじめとするインプレスグループ各社が、ユーザーやクリエイターの皆様とともに価値を創造するプロセス及び戦略に加えて、財務情報やサステナビリティへの取り組みを含めたグループ全体の事業活動について、ステークホルダーの皆様にご理解いただくため、統合報告書を発行いたしました。
本誌の他、インプレスホールディングスのWebサイト、有価証券報告書等の発行物や、様々な対話の機会を通じて説明責任を果たし、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを深めてまいります。

## 将来の見通しに関する注意事項

本報告書には、当社グループの将来の見通しに関する記述が含まれており、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、本報告書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。

## Webサイトのご案内




**インプレスホールディングス コーポレートサイト**
**www.impressholdings.com/**




**サステナビリティ情報**
**www.impressholdings.com/sustainability/**




**投資家情報**
**www.impressholdings.com/ir/**

# Contents


002 企業メッセージ
004 企業理念
006 代表メッセージ
008 「統合報告書 2024」のポイント

012 **2024年3月期のトピックス**

トピックス1
**紙の雑誌ブランドが展開するWebメディアによる価値創造**

018 トピックス2
**できるシリーズが30周年を迎えました**
株式会社インプレス

022 トピックス3
**アーティストのマネージメント事業をスタート**
株式会社リットーミュージック

023 トピックス4
**グループの版権を海外に積極的にPR**
株式会社IPGネットワーク

024 トピックス5
**専門部署が取り組むデジタル広告の価値向上**
株式会社インプレス

025 トピックス6
**PODによるサステナブルな出版の比率が着実に増加**

026 **サステナビリティ実現に向けた取り組み**

**具体的な取り組み**
出版　自然環境保全　教育　人権

030 リスク管理体制の整備について

031 **インプレスグループの歩みと現在地**

032 **年表**
038 中期経営計画
042 業績ハイライト

045 **インプレスグループの事業区分**

046 インプレスグループについて
048 グループ会社代表紹介

050 **コンテンツ事業**

メディア＆サービス事業
051 出版・電子出版
056 ネットメディア・サービス
059 ターゲットメディア
060 ソリューション事業

064 **プラットフォーム事業**

070 **管理部門**

財務戦略
073 ファシリティ戦略
074 DX戦略
075 M&A戦略

076 **グループのサステナビリティ**

078 サステナビリティ重点テーマと
ESGハイライト
081 グループ環境方針
082 グループ人権方針
084 パートナー行動規範
086 **人材戦略**

090 インプレスホールディングス役員紹介

092 **コーポレートガバナンス**

096 グループ行動指針
097 リスク＆オポチュニティマネジメント
098 内部統制基本方針
100 連結財務諸表
104 企業・株式情報
106 グループ各社企業情報

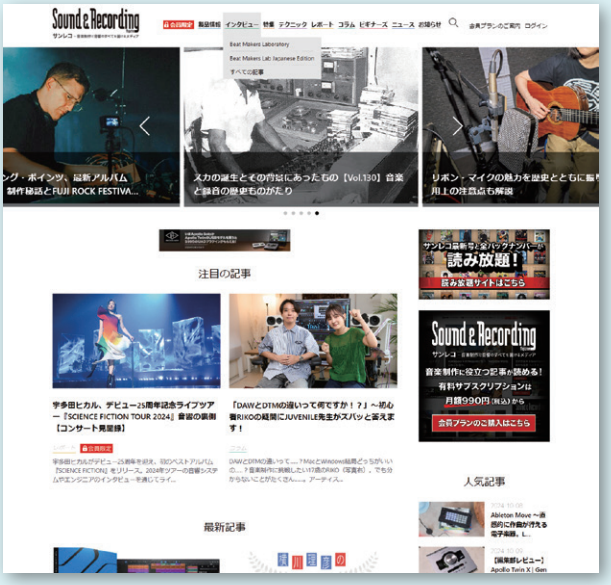
# 2024年3月期のトピックス



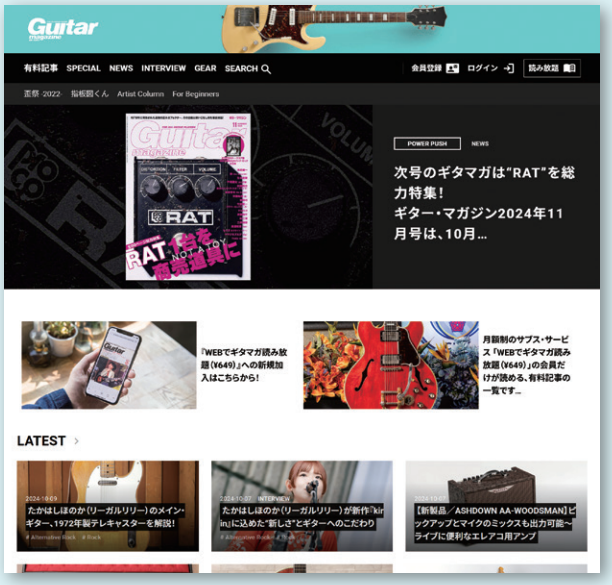
トピックス１

## 紙の雑誌ブランドが展開するWebメディアによる価値創造

1930年に創刊した『山と溪谷』をはじめ、
インプレスグループではこれまで様々な雑誌を発行してきました。
近年は、雑誌の編集部がWebメディアを立ち上げる事例が相次ぎ、
紙の雑誌に留まらない多角的な情報発信に取り組んでいます。




『サンレコ』




『ギター・マガジンWEB』

インプレスグループのなかでは、月間1億5,000万PVを誇る「Impress Watch シリーズ」が代表的なWebメディアとして知られていますが、定期刊行誌の編集部が立ち上げたWebメディアとしては、2006年に『MdN』（現在は休刊）が立ち上げた『MdN Design Interactive』が、長年デザインのノウハウやクリエイティブな現場の情報を発信しています。2020年になると、『サウンド＆レコーディング・マガジン』が『サンレコ』を、『ギター・マガジン』が『ギター・マガジンWEB』をそれぞれ立ち上げ、本誌のバックナンバーが読めるサブスクリプションなどを開始しています。

2024年3月期のトピックとしては、山と溪谷社が2010年に開設した登山情報サイト『YAMAKEI ONLINE』が2023年6月に大幅リニューアルを果たし、『山と溪谷オンライン』の名でWebメディアとして再スタートを切りました。さらに、2024年1月には、民間航空専門誌『AIRLINE』が姉妹紙『航空旅行』と合わせて、『AIRLINE web』を開設。一流の航空カメラマンが撮影した写真をはじめ、魅力的な空のエンターテインメントメディアとして、飛行機の魅力、エアラインの魅力を発信しています。

いずれのメディアも紙媒体と連携しつつ、Webならではの強みを活かして、情報発信に留まらない読者とのコミュニケーションを実現するべく、日々新たな取り組みに挑戦しています。次のページからは、Webのメディアの担当者から、各媒体がWebを通じてどのような価値の提供に取り組んでいるかをご説明していきます。







『AIRLINE web』




『山と溪谷オンライン』

## インプレスグループの主なWebメディア

**株式会社インプレス**

Impress Watch
PC Watch
デジカメ Watch
AKIBA PC Hotline!
AV Watch
GAME Watch
HOBBY Watch
ケータイ Watch
INTERNET Watch
窓の杜
家電 Watch
Car Watch
トラベル Watch
グルメ Watch
MANGA Watch
GANREF
できるネット
こどもとIT
ネタとぴ

**株式会社リットーミュージック**

デジマート
T-OD
さがスタ
サンレコ
ギター・マガジンWEB
ベース・マガジンWEB
ドラム・マガジンWEB
アコギマガジンWEB
ヴォーカル・マガジン・ウェブ
plug+

**株式会社エムディエヌコーポレーション**

MdN Design Interactive

**株式会社山と溪谷社**

山と溪谷オンライン
CLIMBING-net
図鑑.jp
HIKES IN JAPAN

**イカロス出版株式会社**

AIRLINE web
Jディフェンスニュース
Jレスキュー
通訳翻訳ジャーナル
旅鉄web

『サンレコ』×『ギター・マガジンWEB』

# Webをハブにして、これまで以上に読者とのコミュニケーションを強化

**2020年に『サンレコ』及び『ギター・マガジンWEB』が立ち上がってから、リットーミュージックのWebメディア展開を現場で推進してきた2人のプロデューサーから、現状と今後の展望をお伝えします。**



**松本伊織**［まつもと・いおり］
株式会社リットーミュージック
コミュニティ事業部　メディア統括部　部長
サウンド&レコーディング・マガジンWEB プロデューサー
2001年株式会社リットーミュージック入社。『サウンド&レコーディング・マガジン』編集長などを経て、2024年から現職。

**河原賢一郎**［かわはら・けんいちろう］
株式会社リットーミュージック
コミュニティ事業部　メディア統括部
ギター・マガジンWEB　プロデューサー
2007年株式会社リットーミュージック入社。『ギター・マガジン』編集長などを経て、2024年から現職。

## 会員IDの統合で利便性向上と多角的な価値の提供を

**松本**　2023年10月、2つのWebメディア（『サンレコ』『ギター・マガジンWEB』）に加えて、リットーミュージックが運営する楽器ECモール「楽器探そう！デジマート」の会員IDを統合したリットーIDがスタートしました。2024年には、『ベース・マガジンWEB』『ドラム・マガジンWEB』に加えて、オンラインTシャツモール『T-OD』の会員IDも統合されます。

**河原**　リットーIDが導入されて、『ギター・マガジンWEB』の無料会員数は約3倍に増加しました。デジマートのメルマガにギタマガWEBの記事を掲載したり、デジマートのTOPページにギタマガWEBの人気記事ランキングを表示させるなど、メディア間の連携に力を入れたことからデジマート会員の方の誘引もできたようです。

**松本**　2024年4月から紙の編集部とWebの部署が組織図上分かれて、Webメディア同士の連携を強めたことも功を奏しています。紙とWebで同じブランドを持ちながら違う価値の提供の仕方を考えていくことが重要です。

## Webオリジナルコンテンツで読者とコミュニケーション

**松本**　『サンレコ』は当初、紙で読める内容をPCやスマートフォンなど、様々な環境で読めるようにすることを目指していましたが、Web独自のニーズを考慮し、動画などの独自コンテンツを提供して、サブスクリプショ

ン会員を増やすための施策に取り組んでいます。

**河原**　『ギター・マガジンWEB』も、2023年に単月で100万PVを達成してクライアントの方の認知度も高まり、当初の目的だった広告需要の掘り起こしは軌道に乗ったので、独自コンテンツの制作に注力できるようになりました。2024年9月から、プロのミュージシャンが愛用の機材を紹介する有料会員向けの動画コンテンツ『THE AXIS' GEAR SPECIAL』がスタートしています。

**松本**　単なるコンテンツの提供に留まらない、会員システムをハブとした読者とのコミュニケーションの構築に取り組んでいます。プロのミュージシャンが質問に答えたり、曲を聴いて講評したりといったサービスなど、Webをハブにしてどんな価値を提供できるかを常に考えています。

**河原**　2024年6月に発売した『プロのペダル・ボード大図鑑』は、『ギター・マガジンWEB』上に掲載していた記事をまとめたムックですが、想像以上に売れました。『ギター・マガジンWEB』の読者はスマートフォンユーザーがほとんどなので、書籍で写真をしっかり見られるメリットがありますし、記事のクオリティも機材に興味のある読者のニーズに応えられるレベルで制作しているので、無料で読めるWebの記事を書籍化しても、別の角度から価値を提供できることを実感しました。

## リアルとも連動して、全方位で価値の提供に取り組む

**河原**　紙媒体で培ったクオリティで記事を提供できるのは、Webメディアを運営するうえで大きな強みですので、それをどう活かすのか、コストや人手も考えて効率的な運用を見極めていきます。

**松本**　Webの部署でありながら、『サンレコフェス』のようなリアルイベントも運営していますし、クライアントから新製品発表会のお話をいただけば、「RITTOR BASE」で場所を提供し、進行なども担当して、さらに紙とWebで記事化するといった、総合的なサービスを提案することもできます。『ベース・マガジンWEB』『ドラム・マガジンWEB』『T-OD』においても同様に、会員の皆様をはじめとしたステークホルダーにどんな価値を提供できるかを模索しています。

**リットーIDとは**

リットーミュージックが提供する各サービスを1つのIDで利用可能。お客様のミュージックライフをより豊かにするサービス共通会員IDです。お客様ごとの興味・関心情報をお知らせするほか、お得なクーポンやイベントなど会員向けサービスも企画していきます。

**［リットーIDの特徴］**
・1つのIDで簡単ログイン
・お薦め記事やアイテムをレコメンド
・リットー会員だけのサービス企画も




2024年6月にスタートした『サンレコTV』は、音楽関係者をゲストに招いたトークムービーを配信して、アーカイブはサブスクリプション会員限定で視聴できるようになっています。

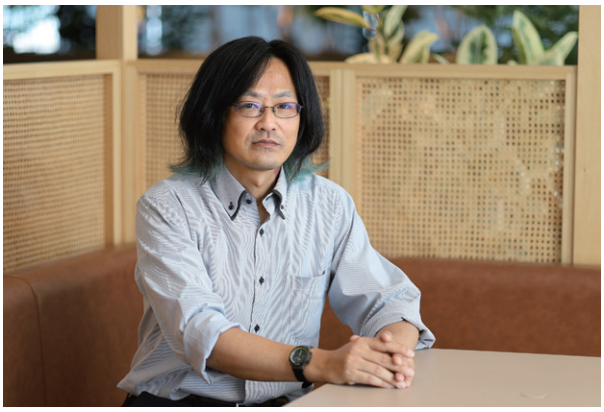



2024年9月21日（土）〜22日（日）に開催されたサンレコフェスでは、セミナーや機材の展示のほか、『サンレコ』会員限定企画等も実施されました。

『AIRLINE web』

# 老舗専門誌のブランド力を活かして Webからもコンテンツを発信

**2024年に新たに開設した『AIRLINE web』において、ローンチのプロジェクトを推進した『AIRLINE』本誌の副編集長からリニューアルの経緯や成果、今後の取り組み等についてご説明します。**



**多和田新也**［たわだ・しんや］

イカロス出版株式会社　航空統括部
エアライン編集部　副編集長

2012年株式会社Impress Watch（現・株式会社インプレス）入社。『トラベル Watch』編集部等を経て、2022年イカロス出版株式会社に出向し、現職。

## 看板雑誌のブランド力を活かして 多彩な情報発信を実現

月刊『AIRLINE』は、1980年創刊の老舗航空専門誌として業界におけるプレゼンスも確立している雑誌ですが、イカロス出版としてこれからWEBにも力を入れていかないと厳しい状況があり、看板雑誌である『AIRLINE』によるWEBメディアの立ち上げに踏み切りました。2022年から消防・レスキューの専門雑誌『Jレスキュー』がWEBマガジンを運営していたノウハウもあり、立ち上げはスムーズに進みました。姉妹紙である『航空旅行』のコンテンツを扱うことも決まり、2024年2月に『AIRLINE web』としてローンチしています。

『AIRLINE web』の特徴として、本誌では追いきれない速報性の高い記事を扱うだけでなく、航空に関する身近なトピックスや読者投稿型のコンテンツ「飛来機通信」との連携など、WEBならではの多彩な情報を提供しています。

なかでも、編集部員が発信する「「ある日のヒコ活」は、「スパム缶を買うために日帰りで沖縄へ行ったら、朝帰りになった話」といった親しみやすいエピソードを紹介して、予想以上反響をいただいています。

今後の課題としては、モバイルの読者比率が高いので、レイアウトや広告表示などをよりモバイル向けに最適化していきつつ、WEBの読者に合わせたコンテンツを模索していきます。現時点でも、雑誌との読者層の違いを感じているので、紙媒体のブランド力を活かしつつ、WEBメディアとしての独自性を確立できるように取り組んでいきます。




雑誌よりもライトな読者層に向けた親しみやすい記事と合わせて、専門メディアならではの良質なコンテンツを提供しています。

『山と溪谷オンライン』

# リニューアルでPV増！<br>山と溪谷オンラインの進化に注目

**2023年に山と溪谷社の登山情報サイト『YAMAKEI ONLINE』から名称変更、リニューアルした『山と溪谷オンライン』の編集長からリニューアルの経緯や成果、今後の取り組み等についてご説明します。**



**西村健**［にしむら・たけし］

株式会社山と溪谷社　デジタル事業本部
山と溪谷オンライン部

2011年株式会社山と溪谷社入社。『山と溪谷』副編集長等を経て、2023年から現職。

## ポータルサイトから<br>メディアサイトへの変革

『YAMAKEI ONLINE』は登山情報を提供するポータルサイトのような位置づけだったので、携わっているスタッフもどちらかというと営業系や技術系が中心でしたが、コンテンツ力を強化するためには『山と溪谷』本誌のブランドを活かしたWebメディアに生まれ変わる必要があると考えて、『山と溪谷オンライン』への名称変更とともに、本誌の編集長・副編集長経験者をはじめ、編集部門のスタッフが加わってリニューアルを進めました。

リニューアル後はお付き合いのあるクライントから「印象が大きく変わった」と評価していただきました。『山と溪谷オンライン』はタイアップ記事でお金をいただく収益モデルがメインになっているので、大きな成果です。特にCMSで生成する記事の見栄えが良くなったことで、受注増に繋がりました。

PVが増えている「記事」のカテゴリーで、読者ニーズに応えるコンテンツ作りができるようになったことに加えて、SEO対策の効果が現れてきているのだと思います。出版社ならではの書籍・雑誌のコンテンツをうまく利用したり、43万人を超える会員発の登山レポートをコンテンツ化する試みも進めています。

昨年はリニューアルの効果で広告増に繋がりました。今年に入ってからアウトドア業界の苦境もあって、やや苦戦していますが、「ヤマケイ週沢フェスティバル」のようなリアルイベントと連動した広告企画などでリカバリを図っています。タイアップ広告は引き続き重要な収益源ですが、PV増を活かしてネットワーク広告にも力を入れていきます。社内にあまりノウハウがなかったので、法人営業部のスタッフがインプレスに出向してデジタル広告のノウハウを吸収し、これまでユーザー離れを懸念してやっていなかった動画広告なども取り入れて、売り上げの一助になってきています。

## グループ内のノウハウを活用して<br>新たな収益モデルを模索

リニューアル時に予定していたヤマタイムのアップデートやアプリ化が課題です。登山計画を作成できる地図サービスなのですが、ヤマップなどの競合サービスにアプリ連携や写真投稿といった機能面で差をつけられています。予算と時間の面で見送ることになってしまいましたが、なるべく早く手を着けたいですね。

トピックス２

# できるシリーズが30周年を迎えました

株式会社インプレス

2024年3月インプレスグループの看板タイトルのひとつ「できる」シリーズは
30周年を迎えました。2023年にも『できるChatGPT』を発行する等、
最新のテクノロジーにも対応。10月には累計発行部数8,000万部を突破しています。

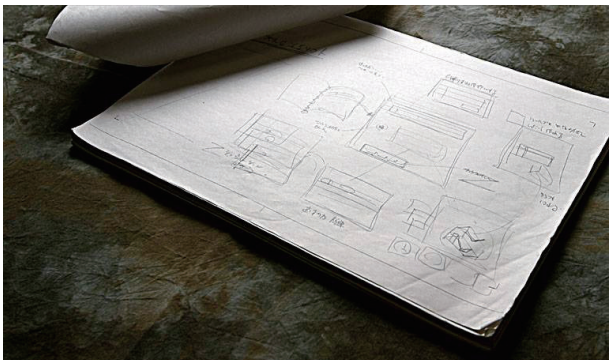



『できるシリーズ 30周年特設サイト』

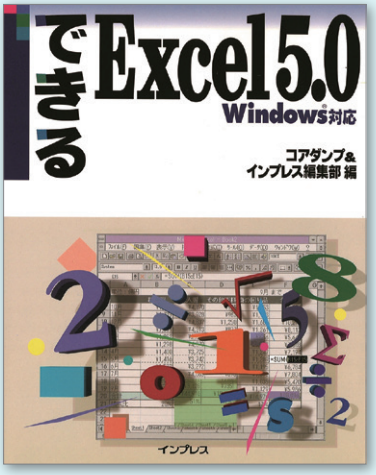
1994年3月に刊行した「できるExcel5.0: Windows対応」以来、「できる」シリーズは30年間毎年刊行され続けています。画面の写真をふんだんに使い、操作の流れを紙面に再現したパソコン入門書の元祖として、読者の皆さまより多くのご支持をいただいています。

シリーズが企画されたときの狙いは、“まったく新しいパソコン解説書の出版”でした。Windows 3.1が発売されてGUIの普及が本格化した時期でもあり、それまで主流だった文章での解説より、操作画面を主役にした解説のほうが理にかなっていたのです。手順を追って見開き単位で展開する編集手法も、議論と検討を重ねることによって練り上げられました。

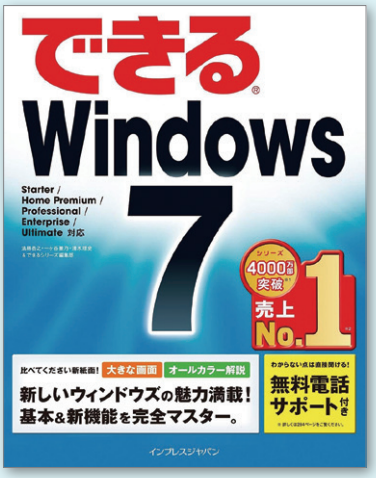
“もっとわかりやすいマニュアルを”というコンセプトのもと、当時の担当者だった山下憲治氏（故人）が、書店に並ぶほとんどの学習参考書を買いあさり、ひたすら研究してわかりやすさを追求したことで、「できる」シリーズならではの見せ方が確立されました。



制作時の手書きラフレイアウトは、30年を経た現在も、社内に残されています。




『できるExcel5.0: Windows対応』(1994年3月)




『できるWindows 7』(2009年10月)

## できるシリーズの歴史

**1994年** 「できる」シリーズ第1弾「できるExcel 5.0」発行

**1997年** 「できる」シリーズの紙面をオールカラー化

**2000年** 電話による無料の読者サポート「できるサポート」サービス開始

**2001年** Microsoft Officeなどの資格取得を目指す人のための「できる式問題集」シリーズ発行開始

**2002年** 大きな判型で見やすい解説の超初心者向け「できる入門」シリーズ発行開始

1,000ページに迫る大ボリュームにWordやExcelの知識を詰め込んだ「できる大事典」シリーズ発行開始

**2003年** 「できるポケット」シリーズ発行開始

**2004年** CD-ROM付き500円で基礎が学べる「できる500」シリーズ発行開始

**2007年** 書籍購入で無料の電子書籍版もダウンロードでき、紙でも電子でも読める「できるポケット+」シリーズ発行開始

「できるポケット+」シリーズのコンテンツを配信するWebサイト「できるネット+」開設

**2008年** 「できる初音ミク&鏡音リン・レン」発行

**2010年** 「できるパーフェクトブック」シリーズ発行開始

**2014年** 「コンパクトなのに全部入り」がコンセプトの実務に役立つハンディ事典「できるポケット全事典」シリーズ発行開始

「できるWindows 8.1」がCPU大賞(書籍部門)を受賞

**2015年** 「できるビジネス」シリーズ発行開始

**2016年** 「できる音楽教本」シリーズ発行開始

第1弾「できる ゼロからはじめるギター超入門」

**2017年** 「できるキッズ」シリーズ発行開始

第1弾「できるキッズ 子どもと学ぶScratchプログラミング入門」

**2018年** 書店様向け情報誌「月刊 できるもん通信」発行開始

**2019年** 「できるYouTuber式」シリーズ発行開始

第1弾「できるYouTuber式 Excel現場の教科書」

**2020年** 「できるテレワーク入門 在宅勤務の基本が身に付く本」発行

**2021年** 教職員をターゲットにした「できるMicrosoft Teams for Education すぐに始めるオンライン授業」発行

できるシリーズのカバー(表紙)をリニューアル。同時に「できるWindows 11」発行

**2023年** 「できるChatGPT」発行

より専門性のある知識を身に付けたい人に向けた「できるエキスパート」シリーズ発行開始

シリーズ部数8,000万部突破

**2024年** シリーズ誕生30年

# 販売戦略と地道な努力で できるシリーズを看板ブランドに

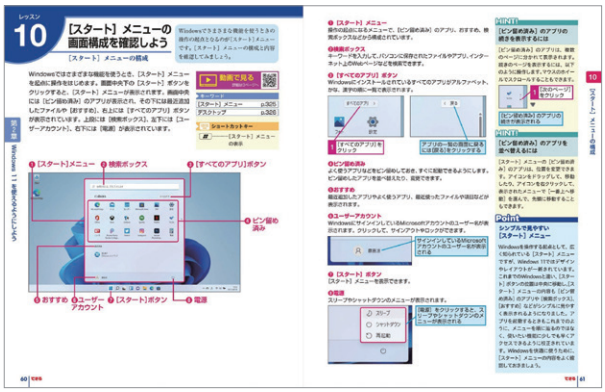
**編集者の情熱によって生まれたシリーズを、環境の変化に対応しながら刊行し続けられる背景には、内容はもちろん、販売に向けた創意工夫や多彩な企画など、スタッフの情熱が欠かせません。**

## 「できる」シリーズ編集上の本質

「できる」シリーズが、それまでなかった新しいパソコン解説書市場を作り出すことができた要因は、以下のような常識を覆す編集上の本質を踏まえていたことにあります。

**・読者に不必要な情報を捨てる。**
**・必要なことは、難しくても読者に教える。**
**・目的を達成するために複数の手順があった場合、読者に最良と判断したものをひとつだけ掲載する。**

上記3つの要素を実現したことで、「できる」シリーズは多くの読者に受け入れられました。新しい価値の創造は、既存の仕組みや常識からの脱却から生まれるのです。




発行開始当初は2色刷りでしたが、1997年3月に紙面をオールカラー化。操作画面を中心に、引き出し線の引き方までこだわった紙面づくりは現在も踏襲されています。

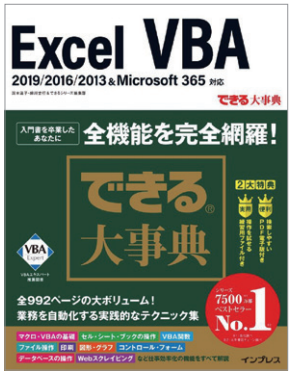
## パソコンの垣根を超えて 多彩なシリーズ展開

2004年には「できる」シリーズの人気タイトル48点をデジタル化し、パソコンの画面上で「できる」シリーズのコンテンツを利用できるようにするなど、書籍の電子化にもいち早く取り組みました。

その一方、パソコン以外のカテゴリーにもその裾野を広げ、『できるiPhone 困った！＆便利技パーフェクトブック』（2011年）『できるAmazon Kindle』（2012年）などガジェットをテーマにしたタイトルのほか、2016年にはグループのリットーミュージックから『できるゼロからはじめるギター超入門』など、楽器をテーマにしたタイトルも刊行。「できる逆引き」シリーズ、「できるキッズ」シリーズなど、多彩なサブシリーズも生まれました。




『できる初音ミク＆鏡音リン・レン VOCALOID2 & Windows Vista/XP対応』（2008年2月）




『できる大事典 Excel VBA 2019/2016/2013 & Microsoft 365対応』（2021年3月）

## Webにおける情報発信も積極的に展開

2007年6月に、書籍を購入すると電子書籍版もダウンロードできる「できるポケット＋」シリーズを発行開始して以来、「できる」シリーズはコンテンツのデジタル展開にも意欲的に取り組んでいます。

2014年からは「できるネット」において、iPhoneやAndroidといったスマートフォンをはじめ、Windowsや Officeアプリ、さらには Google検索や Gmail、Googleカレンダーといった定番のWebサービスの解説記事などを数多く掲載し、多くのページビューを集めています。




「できるネット」のYouTubeチャンネルでは、解説記事に使われた動画をまとめて閲覧できるほか、著者による書籍紹介動画なども公開しています。

## 書店の店頭での展開にも創意工夫を巡らせて対応

Web上で気軽に情報を入手できる時代にあっても、書店での売り場展開をおろそかにせず、店頭掲示用の販促物を提供し、全国各地の多くの書店の協力を得て大規模な売り場展開を実施するフェアも開催しています。

また、2018年8月には、書店向け情報誌『できるもん通信』を発行開始。シリーズ25周年を記念して、書店のコンピューター関連書籍売り場担当者に役立つ情報を届けるため、棚づくりのヒントになる最新のIT関連情報や素朴な疑問の解説などを掲載している。書店の担当者からも「変化の激しいIT業界のトレンドなどがわかり参考になる」「社員の人となりがわかって面白い」などと好評を博しています。




店頭掲示用の販促物制作にも力を入れています。



書店向け情報誌『できるもん通信』は、2018年から毎月無料で配布しています。



「できるシリーズ」のマスコットキャラクター「できるもん」

### 担当者から

「読者は時代を経て、より明確な目的をもった専門性の高いコンテンツを欲しています。これまで初心者の視点はそのままに、ステップアップできる銘柄を出してきましたし、これからもそうしていきます」

**藤井貴志**［ふじい・たかし］
株式会社インプレス　執行役員

「パソコンの操作手順を端折らない本づくり」を念頭に置きながら、変化する社会に応じた企画を厳選して刊行していきます」

**藤原泰之**［ふじわら・やすゆき］
株式会社インプレス
できるシリーズ編集長

トピックス 3

# アーティストの
# マネージメント事業をスタート

株式会社リットーミュージック

**2023年、YouTubeやバンドで活動するピアニスト“なのはな”と専属マネージメント契約を締結しました。
ライブ活動のプロデュースのほか、『PIANO STYLE』等の自社媒体への起用など、
相乗効果も目指しています。**

## 若手アーティストの音楽活動を
## 全面的にプロデュース

2023年に、フジテレビ系列のTV番組「芸能界特技王決定戦TEPPEN」ピアノ頂上決戦にて優勝を果たしたアーティスト“なのはな”は、大学在学中から第30回ピティナ・ピアノコンペティションA1級 全国大会をはじめとする数々のコンテストで入賞するなど、ピアノの技術を磨き、卒業後はYouTubeやバンド、映画出演等、様々な活動に励んでいます。リットーミュージックとの専属マネージメント契約締結後は、2024年1月、3月にソロコンサートを開催するほか、『PIANO STYLE プレミアム・セレクションVol.17』の付録CDに“なのはな”が生演奏した音源を収録する等、自社媒体でも積極的に起用しています。

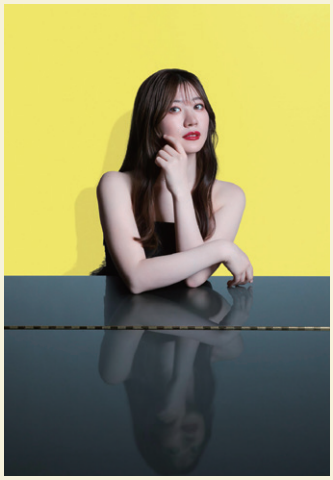


2024年3月27日に開催された2nd solo live「なのはな Night Show in BLUES ALLEY」で演奏する“なのはな”

PROFILE

### なのはな

4歳からクラシックピアノを始める。桐朋女子高等学校音楽科、桐朋学園大学に進学し、2021年春卒業。卒業後ポップスをはじめYouTube活動、バンド活動、サポート活動、MV出演や映画出演等、さまざまな活動に励んでいる。主な経歴としては、第30回ピティナ・ピアノコンペティションA1級 全国大会銅賞、第32回ピティナ・ピアノコンペティションB級 全国大会銅賞、第1回スタインウェイコンクール東京大会最優秀。第66回全日本学生音楽コンクール中学生の部で東京大会3位、全国大会3位。ドイツ、ポルトガル等世界で行われているセミナーに参加し選抜student concertに出演。フジテレビ系列2023年夏『芸能界特技王決定戦 TEPPEN』ピアノ頂上決戦にて優勝等。



トピックス 4

# グループの版権を海外に積極的にPR

株式会社IPGネットワーク

**2022年にグループ版権部が発足して以来、グループ内の海外版権窓口として、海外ブックフェアへの出展等、海外向け営業活動を強化。2024年3月期はグループ全体の海外版権売り上げが前期比140%を超える等の成果を見せています。**

## 海外版権の窓口を一本化して、ブックフェアにも積極的に出展

グループ版権部は、世界最大のブックフェアとして知られるフランクフルトブックフェア（毎年10月に開催）に2022年から参加し、グループ各社の出版物をPRしています。2023年は日本書籍出版協会が運営する「ジャパンブース」へ計42冊を出展しました。

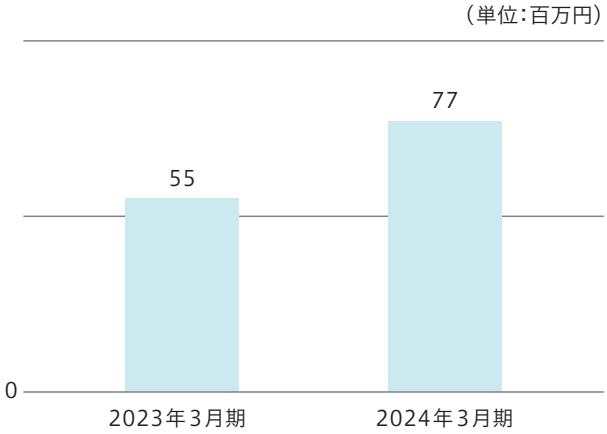
2023年11月には、4年ぶりに開催された東京版権説明会にもインプレスグループとして参加。東京版権説明会には、韓国、中国など海外から訪問する出版社も多く、デザイン・イラスト関連書籍、ミリタリー関連書籍等を中心に、商談が進みました。

そのほか、韓国の「ソウル・ブックフェア」、台湾の「台北ブックフェア」等、各地のブックフェアにも継続的に出展し、グループ全体の版権売上増に貢献しています。



フランクフルトブックフェア2023会場

### 海外版権売上高の推移




### 「東京店構え マテウシュ・ウルバノヴィチ作品集」



中国語版



フランス語版

トピックス5

# 専門部署が取り組む デジタル広告の価値向上

株式会社インプレス

**環境が短期間に激しく変化するWeb業界において、
Webメディアの主要な収益源であるデジタル広告についても多くの課題が発生するため、
専門部署が対応に取り組んでいます。**

## デジタルマーケティング室と メディア技術室を中心に広告の課題に対応

「Impress Watchシリーズ」をはじめ、多数のWebメディアを展開するインプレスでは、以前からメディア技術室とデジタルマーケティング室を中心に部署間で連携し、デジタル広告の様々な課題に取り組んでいます。

一例としてメディア技術室では、クライアントの広告ニーズに応えるために営業推進部と連携して、特定の媒体かつ特定のカテゴリの記事にのみ広告を掲出する仕組みを開発し、小ロットの広告商品を提供できるようにしています。そのほか、PC用サイトとスマートフォン用サイトで別の広告商品を出し分ける仕組み、タイアップや特集ページで競合広告を出さないようにする仕組みを開発、運用する等、Webメディアにおける広告価値の向上に取り組んでいます。

デジタルマーケティング室では、プログラマティック広告※の単価が長期間に渡り下落傾向にあると言われるデジタル広告の課題に対応するため、外部のサービスとも連携しながら、広告在庫の増加や広告単価の下落を防ぎ、PV当たりの売り上げを増やせるように取り組んでいます。

※インターネット上における広告枠を自動買い付けする仕組み




デジタル広告を収益源とする「Impress Watch」シリーズを中心に、様々な施策で広告の最適化を目指しています。

### 担当者から

「法人営業局内の営業推進部やデジタルマーケティング室と連携して、クライアント広告やプログラマティック広告等について、日々開発しては効果測定をするといったPDCAサイクルを作り上げています」

**後藤博之**［ごとう・ひろゆき］
株式会社インプレス
メディア技術室　室長

「2023年に広告のPV単価が大きく下がった時期があり、外部のサービスも含めて様々な対策を検討しました。その甲斐もあってパーソナライズされた広告がうまく表示されているので、さらに効果的に広告を出す取り組みを進めていきます」

**大薮芳明**［おおやぶ・よしあき］
株式会社インプレス　法人営業局
デジタルマーケティング室　室長

トピックス 6

# PODによるサステナブルな出版の比率が着実に増加

**インプレスグループが従来より推進している在庫を持たないサステナブルな出版形式である POD（プリントオンデマンド）出版の売上高や出版全体に占める割合が、着実に増加しています。**

## 紙媒体への依存度を下げて環境に配慮した出版を推進

2024年3月期の当社グループにおける出版全体に占めるPOD比率は1.3％と、2023年3月期に比べて、0.4％増加しています。特に2024年3月期のAmazon PODの出版実績は前期比200％超えを達成する等、好調に推移しています。

また、デジタルファースト型であるPODを含む電子出版の比率も12.8％と、前年に比べて0.3％の増加。従来の紙媒体への依存度を下げて、新しい出版の実現に向けて歩みを進めています。




近代科学社がPODによってサステナブルな出版を実現しているレーベル「近代科学社Digital」においても、『製造業DX』（2023年12月）等のヒット作が生まれています。

### インプレスグループのPOD実績と出版全体（紙・電子）との比較

| 売上種別 | | 2022/3 金額（千円） | 2022/3 比率 | 2023/3 金額（千円） | 2023/3 比率 | 前期比 | 2024/3 金額（千円） | 2024/3 比率 | 前期比 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 出版全体 | 紙 | 8,412,332 | 87.9% | 7,607,497 | 87.5% | 90.4% | 6,801,480 | 87.2% | 89.4% |
| | 電子（POD含む） | 1,161,406 | 12.1% | 1,084,199 | 12.5% | 93.4% | 993,913 | 12.8% | 91.7% |
| | 合計 | 9,573,737 | 100% | 8,691,696 | 100% | 90.8% | 7,795,394 | 100% | 89.7% |
| POD | AmazonPOD | 13,093 | 18.4% | 18,320 | 24.7% | 139.9% | 36,901 | 37.8% | 201.4% |
| | SmallPress | 57,945 | 81.6% | 55,835 | 75.3% | 96.4% | 60,692 | 62.2% | 108.7% |
| | インプレス | 44,987 | 63.3% | 41,943 | 56.6% | 93.2% | 43,032 | 44.1% | 102.6% |
| | 近代科学社 | 12,958 | 18.2% | 13,892 | 18.7% | 107.2% | 17,660 | 18.1% | 127.1% |
| | | 71,038 | 100% | 74,156 | 100% | 104.4% | 97,593 | 100% | 131.6% |

※PODの実績は出版全体の実績に含まれています

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 出版全体に占めるPOD比率 | | — | 0.7% | — | 0.9% | — | — | 1.3% | — |

※本表における出版全体の実績は在庫増減等の決算調整前の値であり、開示済みの財務諸表とは異なります

# サステナビリティ実現に向けた取り組み

2015年に国際連合で「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択された4年後、『SDGs（持続可能な開発目標）サミット』で“行動の10年”というアクションプランが発表された2019年から、当社グループでSDGs白書の発行がスタートしました。

当社グループはそれ以前から、事業活動やブランド力を通じた社会貢献活動に取り組んでおり、在庫破棄による紙の浪費問題を解決するプリントオンデマンドの技術を活用した出版をはじめ、環境にやさしい原材料への切り替えや自然環境保全活動への協力、コンテンツ資産の無償公開等の施策を長年継続しています。2022年には国連SDGメディア・コンパクトに加盟。1.5℃の約束等、世界中の報道機関がSDGs達成にコミットする活動に参加しています。

そのほか、事業を通じて、人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくることを目指すインプレスグループが、ESGの課題解決とサステナブルな世界の実現に向けて、どのように取り組んでいるのかをご紹介します。

全体

## 国連SDGメディア・コンパクトに加盟

インプレスホールディングスは2022年9月26日より、国際連合が「持続可能な開発目標（SDGs Sustainable Development Goals）」の実現に向けて世界の報道機関に参加を呼び掛ける「SDGメディア・コンパクト」に加盟し、世界中の報道機関がSDGs達成にコミットする活動に参加しています。

2023年から、国連広報センターと共同で推進する気候キャンペーン「1.5℃の約束－いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」にも賛同し、グループ各企業が独自の取り組みを進めています。




**国連SDGメディア・コンパクトとは**

2018年9月、「SDGメディア・コンパクト」は、世界中の報道機関とエンターテインメント企業に対し、その資源と創造的才能をSDGs達成のために活用するよう促すことを目的として2018年9月に設立されました。事実やヒューマンストーリー、解決策を発信することにより、同コンパクトはSDGsに関するアドボカシーと行動、説明責任の強力な原動力となっています。

出版

## オンデマンド印刷を推進して無在庫生産モデルによる出版を実現

大量生産、大量破棄をしないための生産プラットフォームを構築することで、無在庫生産モデルによる出版を実現しています。デジタルファースト（電子書籍＋プリント）で必要時に印刷するPOD（プリントオンデマンド）による返品のない生産は、スモールプレス（小ロット重版）も可能となり廃棄減につながっています。さらに、こうした次世代出版の取り組みを生かし、Tシャツのオンデマンド販売サービスも事業化しています。







オンデマンドにより無在庫でTシャツを販売する「pTa.shop（ピーティーエー・ショップ）」。グループ内外の出版社25社が参加。

出版

## SDGs・ESG関連書籍を刊行

2020年ごろから、グループ各社（※インプレス、エムディエヌコーポレーション、山と溪谷社、天夢人、クロスメディア・パブリッシング等）でSDGsあるいはESG関連の書籍を多数刊行。気候変動対策、ジェンダー、エシカル消費等幅広い内容で、翻訳から書下ろしまで多彩なラインナップを取り揃えています。







出版

## 業界団体とパートナーシップを組んで、SDGs白書（年鑑）を発行

SDGs達成に向けた日本の取り組みを多様なステークホルダーの寄稿と日本の独自指標によってまとめた年鑑を2019年から発行しています。発行にあたり、慶應義塾大学SFC研究所のxSDGコンソーシアムに参画。同研究所のxSDG・ラボ及びSDSN Japanの2団体と、インプレスグループ内に設置したインプレス・サステナブルラボとの共同企画・編集で発行しています。



自然環境保全

## 森林認証紙・植物油インクへの切り替えを推進

定期刊行物（月刊誌）や書籍、カレンダーの用紙やインクに関して、FSC認証紙や植物油、UVエコインク等、環境に配慮されたものを使うように切り替えを進めています。また、製造時に必要とされる水使用量を大幅に削減できる等、環境負荷が少なく、紙やプラスチックの代替として注目を集める新素材LIMEX（ライメックス）を使用した書籍の刊行にも、取り組み始めています。




自然環境保全

## 「日本山岳遺産基金」の運営による持続可能な自然環境保全活動

日本山岳遺産基金は、日本の山々がもつ豊かな自然・文化を次世代に継承していくために設立された基金です。山と溪谷社とインプレスホールディングスを正会員として、その会費と、当基金の主旨・活動に賛同する賛助会員からの会費をもとに各種活動を行っています。




自然環境保全

## オフィスビル管理会社と共同でグリーン電力導入

グループのオフィスが入居している神保町三井ビルディングの管理会社三井不動産ビルマネジメント株式会社と共同で、オフィスで使用する電力にグリーン電力を使用する契約を結んでいます。



自然環境保全

## 電子書籍比率の向上により、紙の消費量を削減

グループの出版売上高に占める電子書籍の比率は年々向上しており、2022年3月期の11.6%に対して、2023年3月期は12.5%、2024年3月期は12.8%と順調に増加。ビジネスポートフォリオの改善とともに、紙の使用量削減にも寄与しています。なかでもインプレスは、電子書店だけでなく自社の直販サイトでも販売する等、電子書籍の販売促進に取り組んでいます。



教育

## コンテンツ資産（アーカイブ）を無償公開

教育に資する活動として、インターネットを題材とした白書や雑誌、過去のIT関連メディアの記事内容を無償公開。20年以上にわたって蓄積された年鑑、月刊、日刊のコンテンツ資産を、一般財団法人や一般社団法人を含む4団体と共に提供しています。




教育

## 書き損じ・使い残しはがきチャリティ

年賀状関連書籍を発行するインプレスが行う、書き損じはがきや使い残したはがきを集め換金し募金する取り組みです。集められた書き損じ・使い残しはがきは、郵便局で新しい切手に交換後、業者に売却し、換金額全額を公益財団法人日本ユニセフ協会を通じてユニセフ募金として寄付し、世界の子どもたちのために役立てます（交換手数料は20万までインプレス負担）。2024年は、はがき22,050枚、切手5,029枚が集まり、1,211,200円を「ユニセフ募金」に全額寄付しています。



教育

## サステナビリティをテーマにした記事をWebで公開

SX（サステナビリティ・トランスフォーメーション）分野の「SDGs白書」とDX（デジタル・トランスフォーメーション）分野の「インターネット白書」の取材活動を融合して、デジタルでミライを明るくする情報発信に取り組んでいます。




人権

## 読書バリアフリーを推進

出版アクセシビリティ推進の一環として、インプレスグループ各社（参加7社：インプレス、リットーミュージック、エムディエヌコーポレーション、山と溪谷社、近代科学社、天夢人、ICE）の電子書籍を、視覚障害者のための電子図書館サービスに提供するほか、出版業界団体とともに読書バリアフリーの推進活動を行っています。



COLUMN

# リスク管理体制の整備について

**当社及び当社グループの事業上のリスクについて、**
**2024年3月期にシナリオ分析を実施し、投資者の判断に重要な影響を**
**及ぼす可能性があると考えられる主な事項をリストアップしています。**

## 事業等のリスクに対応できる体制を整備

当社グループは、事業活動に関わるあらゆるリスクを的確に把握し適切なコントロールを行うため、全社的な視点でリスクマネジメントを統括・推進する役員を配置の上リスク＆オポチュニティマネジメント事務局を設置、当社およびグループ会社に「リスク＆オポチュニティマネジメント担当者」を任命し、主体的・自主的に対応できる体制を整備しています。

なお、これらのリスク発生の可能性を認識した上で、発生の回避及び発生した場合の対応に努めています。詳細については有価証券報告書をご参照ください。

**有価証券報告書**

https://www.impressholdings.com/ir/library/securities/

※2024年に完了したリスクと機会のシナリオ分析の結果は、2025年に開示予定です。

| 代表的なリスク | | 主な対応策 |
|---|---|---|
| 業界慣行及び法規制 | ① 再販売価格維持制度 | 事業ポートフォリオの構造転換 |
| | ② 委託販売制度 | 出荷時に将来返品が見込まれる部分については、会計上、収益を認識せず返品資産および返金負債を計上 |
| 市場環境 | ① 出版業界の市場環境 | 事業ポートフォリオの構造転換 |
| | ② 広告市場の市場環境 | WEBメディアにおける広告へのシフト |
| | ③ 原材料市況の変化 | 複数の取引先からの調達による、安定的な供給量の確保とコストコントロール |
| 知的財産権 | | 社内での教育、研修の実施、チェック体制の整備 |
| 特定取引先への依存度 | | 新しい収益及び事業モデルの創出 |
| 通信ネットワーク、インターネットサービス等のシステムトラブル | | 各種トラブルへの技術的な対応措置、モニタリング体制、社内運用マニュアルの整備 |
| 個人情報保護 | | 外部からのハッキングに対する技術的な対応措置、モニタリング体制の整備 |
| | | 社員への教育・訓練、管理方法の検討・実施、関連規程の整備 |
| 投融資 | | 投資の効果及びリスク等を慎重に検討 |
| 資金調達 | | 取引金融機関の確保、資金調達手段の多様化 |

# インプレスグループの歩みと現在地

年表

中期経営計画

業績ハイライト

# 年表

**1992 年の結成から多様な刊行物やWebコンテンツを世に送り出し続け、**
**出版の概念にとらわれない新たなメディアづくりにも挑んできた足跡を振り返ります。**

## 1992-2003

### 1992

現・ファウンダー／最高相談役の塚本慶一郎が（株）インプレスを設立。

専門出版社3社（（株）ラジオ技術社、（株）リットーミュージック、（株）エムディエヌコーポレーション）の株式を取得し、**インプレスグループを創設。**

書籍『MS-DOS 5 メモリ活用パワーブック』発刊。

### 1994

**パソコン入門書籍「できる」シリーズ第1弾発刊**

**雑誌『iNTERNET magazine』創刊。**

ムック『年賀状CD-ROM』の発行を開始し、PC向けデータ付出版物市場を開拓。

### 1995

『秋葉原マップ』（現『AKIBA PC Hotline!』）を開設。以後、『INTERNET Watch』、『PC Watch』等のネットメディアを順次開設。

**オンライン直販サイト「インプレスダイレクト」を開設。**

### 1996

『インターネット白書』刊行開始。

### 1997

国内最大級の楽器マーケットプレイス「楽器探そう！ デジマート」を開設。

### 2000

**事業持株会社として、（株）インプレスが東京証券取引所市場第一部に上場。**

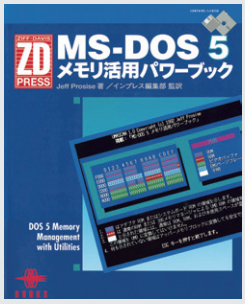
### 2002

インプレスグループが創設10周年。

## BOOKS




マッキントッシュの色と文字
1992年9月
エムディエヌコーポレーション




MS-DOS 5　メモリ活用パワーブック
1992年11月
インプレス




できるExcel5.0　Windows対応
1994年3月
インプレス




年賀状CD-ROM for Windows
1994年11月
インプレス




インターネット白書'96
1996年4月
インプレス




THE BEATLESアンソロジー　日本語版
2000年10月
リットーミュージック

# 1992–2003

## MAGAZINES




iNTERNET magazine
1994年9月創刊
インプレス




デジタルカメラマガジン
1997年7月創刊
インプレス




アコースティック・ギター・マガジン
1997年7月創刊
リットーミュージック




WinGraphic
1997年7月創刊
エムディエヌコーポレーション




LUIRE（ルイール）
1999年5月創刊
リットーミュージック

## WEBMEDIA




PC Watch
1996年7月創刊
インプレス




Impress Watch Headline
1998年12月開設
インプレス




できるネット
2000年4月開設
インプレス




インプレスTV
2000年11月開局
インプレス

## PLATFORMS




インプレスダイレクト
1995年8月開設
インプレス




デジマート
1997年1月開設
インプレスA&D※
※のちに、リットーミュージックに運営移管

# 2004-2013

## 2004

**(株) 近代科学社の株式取得により、学術・理工学分野に参入。**

(株) インプレスを、グループの持株会社である (株) インプレスホールディングスと事業会社 (株) インプレスに会社分割。

## 2005

『Watch』ブランドによるネットメディア事業会社として (株)Impress Watchを (株) インプレスから会社分割。

## 2006

**(株)Impress Comic Engineを (現 (株)ICE) を設立、モバイルサービス事業に参入。**

専門事業分野への集中特化を推進するため、(株) インプレスを (株) インプレスジャパン、(株) インプレスR&D、(株)airimpressに会社分割。

**英普麗斯 (北京) 科技有限公司を設立、中国における事業展開を開始。**

**(株) 山と溪谷社の株式取得により、山岳・自然分野に参入。**

## 2007

関本彰大が (株) インプレスホールディングスの代表取締役社長に就任。

## 2008

(株) インプレスR&Dを (株) インプレスビジネスメディアと (株) インプレスR&Dに会社分割。

## 2010

(株) 山と溪谷社が、山岳自然環境の保全と次世代の登山者育成を目的として活動する「日本山岳遺産基金」を設立。

## 2012

**電子出版とPODを活用した次世代型出版システム『NextPublishing』をスタート。**

インプレスグループが創設20周年。

## 2013

アジア市場向け事業の国内拠点として (株)IADを設立。

## BOOKS




地獄のメカニカル・
トレーニング・フレーズ
2004年7月
リットーミュージック




プロとして恥ずかしくない
デザインの大原則
2004年11月
エムディエヌコーポレーション




知ってる？人生に必要な数学50
2009年10月
近代科学社




徹底攻略ポケット
応用情報技術者試験　午前対策
2010年8月
インプレス




新編・風雪のビヴァーク（ヤマケイ文庫）
2010年11月
山と溪谷社




イラストでよくわかる
Androidアプリのつくり方
2011年11月
インプレス




夏野さん、これからのベンチャーに
何が必要ですか？
2012年2月
インプレス




［脱出ゲームブック］シリーズ
『人狼村からの脱出
狼を見つけないと、殺される
2012年5月
リットーミュージック

# 2004-2013

## MOOK&MAGAZINES




Web STRATEGY
2005年10月創刊
エムディエヌコーポレーション




ウクレレ・マガジン
2007年6月創刊
リットーミュージック




IT Leaders
2008年9月創刊
インプレスビジネスメディア







OnDeck（オンデッキ）
2010年12月創刊
インプレスR&D




週刊ヤマケイ
2012年9月創刊
山と溪谷社

## WEBMEDIA




レンタルサーバー完全ガイド2005年
5月開設
インプレス




MdN Interactive
2006年6月開設
エムディエヌコーポレーション




GANREF
2009年3月開設
インプレス




Yamakei Online
（現・山と溪谷オンライン）2010年4月開設
山と溪谷社

## PLATFORMS




NextPublishing
2012年3月スタート
インプレスR&D

# 2014-2023

## 2014

(株)インプレスジャパン、(株)Impress Watch、(株)インプレスビジネスメディア、(株)インプレスコミュニケーションズの4社が合併し、(株)インプレスへ商号変更。

グループの経営・販売・物流管理業務を担う会社として、(株)Impress Professional Worksを設立

東京・神田神保町にグループオフィスを移転。

## 2015

文芸・料理・漫画等の新レーベル『立東舎』をスタート。

## 2016

唐島夏生が(株)インプレスホールディングスの代表取締役社長に就任

無在庫でオンデマンドプリントのTシャツを販売する[T-OD(T-shirts On Demand)]を開設。

**(株)天夢人の株式取得により、旅・鉄道分野に参入。**

一般個人に向けた『著者向けPODサービス(現ネクパブ・オーサーズプレス)』を開始。

## 2017

(株)クリエイターズギルドの株式取得により、ソリューション事業を強化。

## 2019

多目的スペース「御茶ノ水RITTOR BASE」を開設

オンデマンド型の出版サービス「近代科学社Digital」発行開始。

## 2020

松本大輔が(株)インプレスホールディングスの代表取締役社長に就任。

**(株)iDMPを設立し、デジタルマーケティング関連事業を強化。**

## 2021

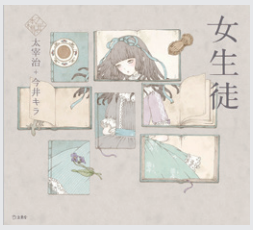
(株)インプレスホールディングスが一般社団法人日本経済団体連合会(経団連)に加盟。

**イカロス出版(株)の株式取得により、航空分野に参入。**

## BOOKS




山怪　山人が語る不思議な話
2015年6月
山と溪谷社




乙女の本棚　女生徒
2016年11月
立東舎




旅鉄BOOKS　時刻表探検
2017年7月
天夢人




AI事典第3版
2019年12月
近代科学社

## 2022

(株)メディアドゥとの合弁会社(株)PUBFUN(パブファン)を設立し、POD出版サービス事業を強化。

(株)インプレスホールディングスが、(株)東京証券取引所の新市場区分「スタンダード市場」に移行。

インプレスグループが創設30周年。

(株)Impress Professional Worksの商号を(株)IPGネットワークに変更し、グループの成長戦略を推進。

(株)シフカの株式取得により、ソリューション事業を強化。

## 2023

(株)クリエイターズギルドの商号を(株)インプレス・デジタル・バリューズに変更。

インプレスグループ各社の電子書籍を、視覚障害のある方向けの電子図書館サービス「アクセシブルライブラリー」に提供

(株)リットーミュージックのサービス共通会員ID「リットーID」がスタート

## 2024

「できる」シリーズが刊行開始から30周年

# 2014-2023




ICE新書
アンコンシャス・バイアス
2021年3月
ICE




いずみノベルズ
ネット通販から始まる、現代の魔術師
2021年5月
インプレスR&D




メタバースとWeb3
2022年3月
エムディエヌコーポレーション




THE PILOT(ザ・パイロット)2023
2022年12月
イカロス出版

## WEB MEDIA&SERVICES




T-OD
2016年7月開設
リットーミュージック



図鑑.jp
2017年1月開設
山と溪谷社




サンレコ(snrec.jp)
2020年4月開設
リットーミュージック

## PLATFORMS




著者向けPOD出版サービス(現・パブファンセルフ)
2016年10月スタート
インプレスR&D



pTa.shop
2022年6月開設
IPGネットワーク

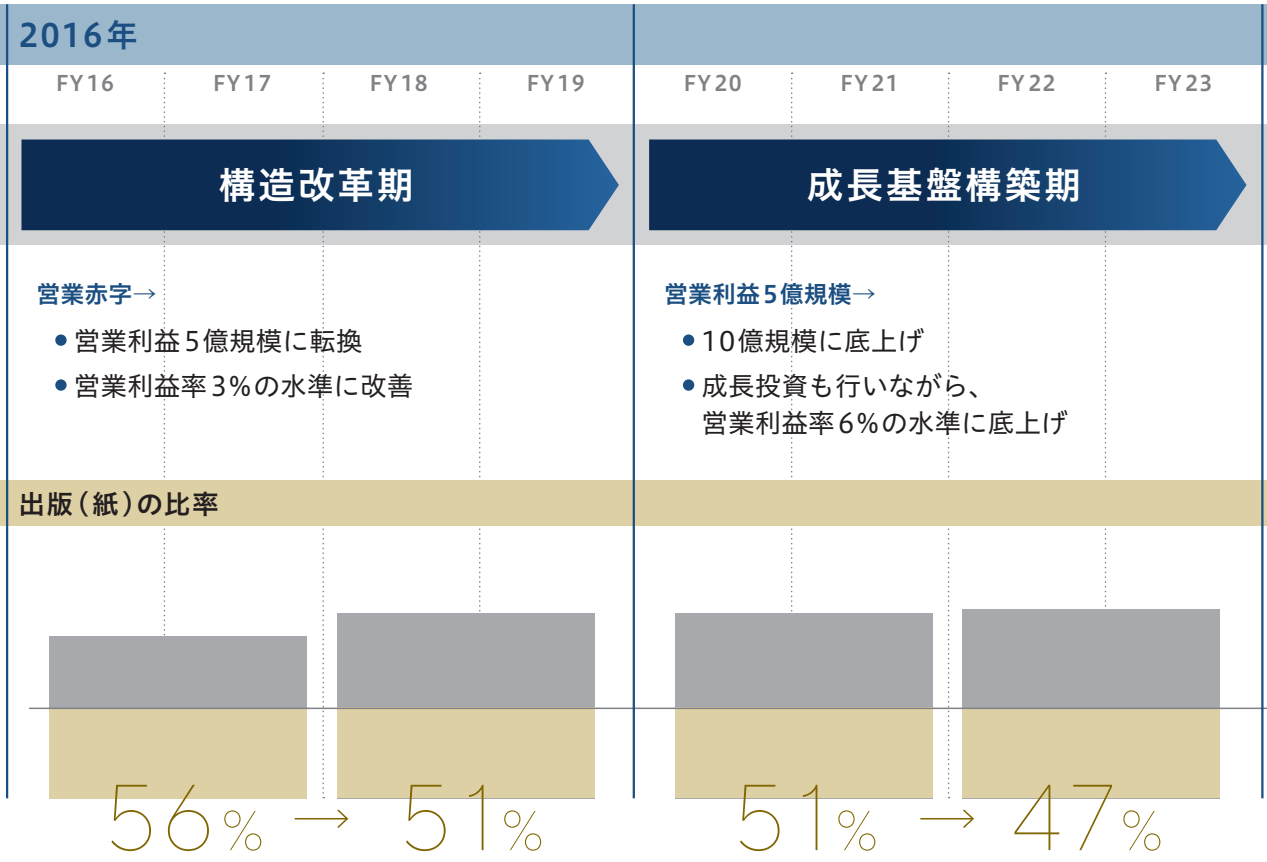



fabli
2023年2月開設
IPGネットワーク

# 中期経営計画

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（FY22～FY26）を策定しております。

## 中期経営計画の経営ビジョン




## 中期定量目標サマリ

**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**

※本資料は、2022年6月13日に策定した中期経営計画を元に作成しています。戦略・計画に関する記述等は、当時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。




## 事業成長の実現・株主還元の強化により企業価値を向上

| | FY21 | FY26 |
|---|---|---|
| 利益水準 | 経常利益 9.4億 | 経常利益 20億 |
| EPS（一株当たり利益） | 25円 | 40円 |
| ROE（株主資本利益率） | 9.9% | 12% |
| 配当性向 ※対連結当期純利益 | 20% | 30% |
| 時価総額 | 80億 | 200億超 |

| | FY20 実績 | FY21 実績 | FY26 目標値 | FY21比 |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 13,850 | 14,778 | 20,000 | +5,222 |
| 営業利益 | 822 | 848 | 1,900 | +1,052 |
| 経常利益 | 931 | 941 | 2,000 | +1,059 |
| 営業利益率 | 5.9% | 5.7% | 9.5% | +3.8P |
| 出版（紙）売上高<br>※同構成比 | 6,586<br>48% | 6,946<br>47% | 7,450<br>40% | +504<br>▲7P |

百万円

FY26までの中期（5年）のターゲットは、売上200億、経常利益20億規模

# 中期経営戦略（価値創造プロセス）

基幹事業である紙の出版事業の規模・収益力を維持しつつ、各専門分野における競争力の強みに、多様な事業モデルをかけ合わせることで、事業ポートフォリオの構造転換の実現と共に企業価値の向上に取り組みます。また、新たな専門分野の獲得や新規事業モデルの開発にあたっては、外部の知見やリソースは不可欠であり、財務・収益とのバランスをとりながら、M&Aや資本・業務提携の積極的な活用を検討していきます。

## 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

1

## 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

2

## 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

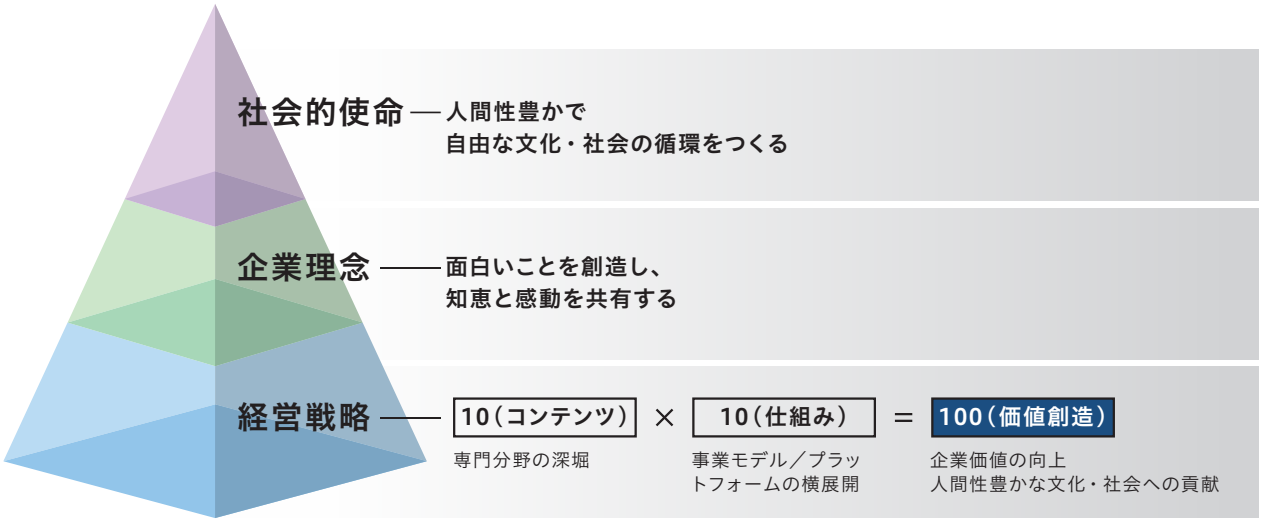
3

## 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

4

## 中長期の経営ビジョン



# 中期事業成長の重点テーマ

| | |
|---|---|
| 出版・電子出版事業 | ● 専門コンテンツの競争力強化と隣接分野への拡張<br>● ロングテールの書籍事業の安定拡大<br>● 雑誌事業の収益力及びブランド力の維持<br>● 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％）<br>● 電子コミックレーベル等によるデジタルファースト作品の開発<br>● デザイン、航空・鉄道分野の収益性の改善 |
| ネットメディア・サービス事業 | ● 主力のIT分野の成長力の維持<br>● 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<br>● 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<br>● 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<br>● 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 |
| ターゲットメディア事業 | ● 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<br>● 顧客データベース（現42万人）の拡充<br>● 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<br>● 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 |
| プラットフォーム事業 | ● 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％）<br>● 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<br>● 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％） |
| ソリューション事業 | ● メディアミックスを軸とした多面的・複合的な営業提案<br>● 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<br>● 山岳・自然分野における自治体向けサービス開発<br>● 航空・鉄道分野における事業開発の取組強化 |
| 外部成長 | ● 新たなメディアプラットフォーム（仕組み）の事業開発<br>● 競争力の高いブランド力を有する専門分野の拡充<br>● 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、<br>● 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<br>● 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 |

# 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。

**FY26**

| 出版（紙） | 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 | ソリューション他 | 外部成長 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 75億円規模を維持 | 18億円規模に拡大 | 24億円規模に拡大 | 18億円規模に拡大 | 33億円規模に拡大 | 15億円規模に拡大 | 17億円規模を新規創出 |

# 業績ハイライト

2024年3月期はデジタル広告の回復基調が持続し、4Qからターゲットメディアに下げ止まり感が出るなどプラスの側面はあったものの、出版を中心としたメディア事業の大幅な減収が響きました。メディア事業の業績悪化は収益性の高い既刊書籍・電子書籍・ターゲット広告の減収、事業構造改革での編集者減及び4Qの新刊刊行の抑制等による新刊書籍の減収、加えて在庫評価額の低下による売上原価、人件費及び事業開発投資の増加が主な要因となっています。当期純利益は、人員合理化による事業構造改革費や収益性の低下した事業用資産の減損損失等の特別損失と、繰延税金資産の回収可能性の見直しによる法人税等調整額を計上したことにより、大幅な減益となりました。

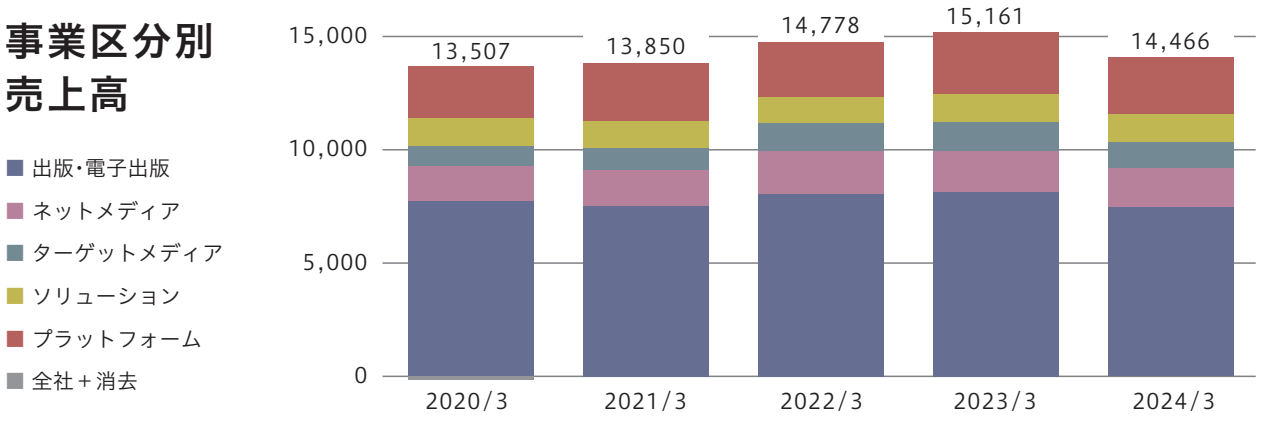
出版・電子出版は、既刊書籍は前期の商品力の弱さが影響し、返品は落ち着きつつあるものの、出荷の 減少が継続、電子書籍は全体的に弱含みに推移、新刊書籍は4Qの新刊刊行の抑制等により減収となっています。

ネットメディア・サービスは、ネットワーク広告の回復基調が持続していることに加え、アフィリエイト収入も好調を維持、売上高と増収幅を拡大しています。

ターゲットメディアは、新型コロナを契機とした市場成長が鈍化、下げ止まりつつあるもターゲット広 告やイベント収入の減収が響きました。

プラットフォーム事業は、電子コミックPFが前期第2Qに出版社向けサービスの一部が終了したことで調整局面に入り、減収となりましたが、主力サービスは、人気タイトルの牽引等で想定を上回る推移を維持しています。

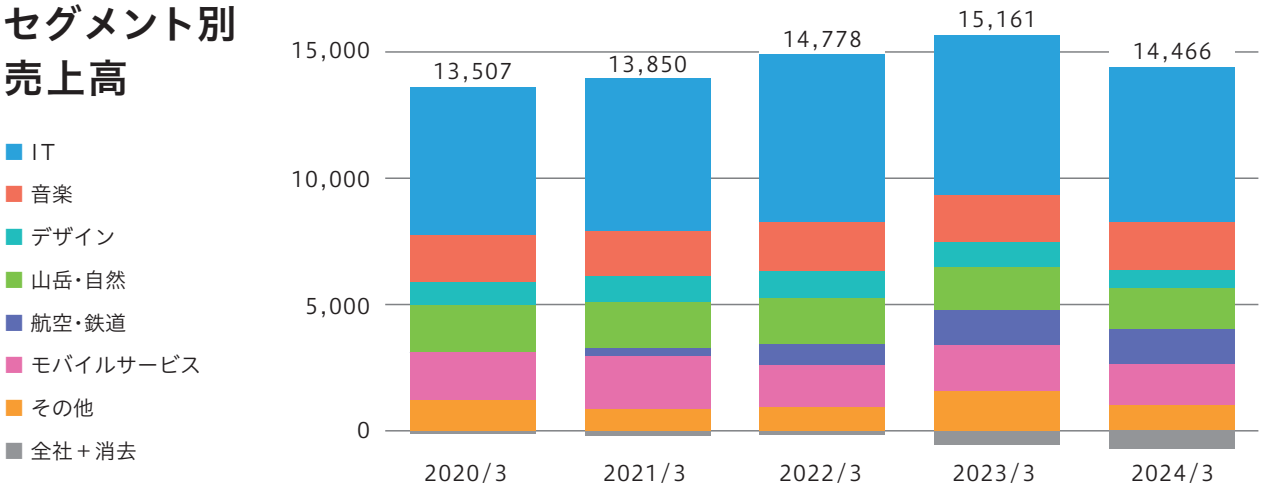
## 事業区分別売上高




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 出版・電子出版 | 7,708 | 7,509 | 8,032 | 8,134 | 7,571 |
| ネットメディア | 1,570 | 1,561 | 1,899 | 1,781 | 1,925 |
| ターゲットメディア | 852 | 989 | 1,210 | 1,285 | 1,135 |
| ソリューション | 1,260 | 1,172 | 1,176 | 1,259 | 1,265 |
| プラットフォーム | 2,253 | 2,617 | 2,460 | 2,700 | 2,569 |
| 全社＋消去 | -137 | - | - | - | - |

百万円

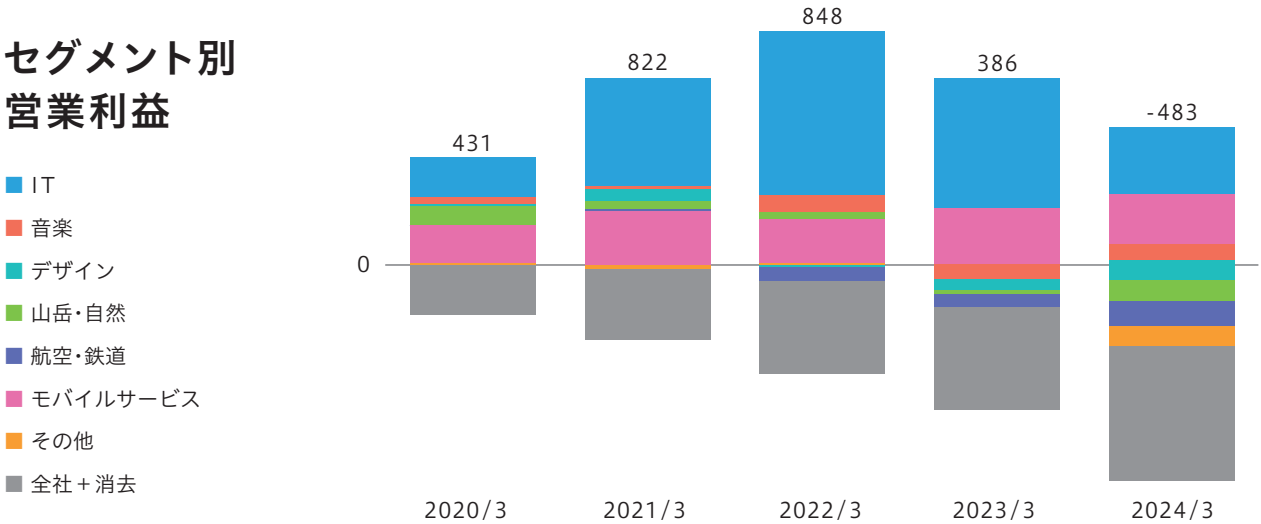
## セグメント別売上高




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| IT | 5,853 | 6,106 | 6,654 | 6,361 | 6,203 |
| 音楽 | 1,901 | 1,762 | 1,957 | 1,843 | 1,921 |
| デザイン | 904 | 1,054 | 1,057 | 1,013 | 747 |
| 山岳・自然 | 1,871 | 1,806 | 1,821 | 1,685 | 1,643 |
| 航空・鉄道 | - | 356 | 830 | 1,403 | 1,375 |
| モバイルサービス | 1,904 | 2,084 | 1,699 | 1,821 | 1,660 |
| その他 | 1,210 | 860 | 929 | 1,578 | 1,651 |
| 全社＋消去 | -138 | -182 | -172 | -545 | -737 |

百万円

## セグメント別営業利益




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| IT | 281 | 752 | 1,144 | 903 | 474 |
| 音楽 | 42 | 25 | 114 | -109 | -115 |
| デザイン | 20 | 81 | -14 | -75 | -146 |
| 山岳・自然 | 127 | 54 | 51 | -32 | -141 |
| 航空・鉄道 | - | 18 | -105 | -88 | -186 |
| モバイルサービス | 271 | 375 | 308 | 386 | 344 |
| その他 | 8 | -26 | 10 | -5 | -133 |
| 全社＋消去 | -319 | -458 | -659 | -591 | -579 |

百万円


RittorMusic
impress
MdN
ICE
PUBFUN
Creators Guild
impress

# インプレスグループの事業区分

**インプレスグループについて**

**グループ会社代表紹介**

**コンテンツ事業**

メディア＆サービス事業

出版・電子出版

ネットメディア＆サービス

ターゲットメディア

ソリューション事業

**プラットフォーム事業**

# インプレスグループについて

インプレスグループは、良質で魅力ある専門コンテンツをベースに、デジタル技術を活用した出版イノベーションに常にチャレンジしてきました。IT・音楽・デザイン・山岳自然・航空鉄道・モバイルサービス等の各専門分野に特化した事業会社と、それを支える持株会社インプレスホールディングス等で構成され、事業区分としては、各種メディア＆サービスおよび法人向けソリューション等を提供する「コンテンツ事業」と、コンテンツビジネスの企画開発や流通販売機能を提供する「プラットフォーム事業」の2つに大別されます。

## インプレスグループの事業区分

### コンテンツ事業

#### メディア＆サービス事業

- 出版・電子出版
- ネットメディア・サービス
- ターゲットメディア（イベント・セミナー含む）

#### ソリューション事業

- 企業・自治体等のSP・PRツール、Webサイト受託制作等

### プラットフォーム事業

- ECプラットフォームの開発・運営
- 電子コミックプラットフォームの開発・運営
- 出版流通プラットフォームの開発・運営
  ※出版（紙・電子・POD）

## インプレスグループの事業概念図



# インプレスグループを構成する企業

各セグメントにおける事業区分、事業内容、主要な会社は以下の通りです。

## 全社

・持株会社
・グループ経営・財務戦略の策定

主要な会社：株式会社インプレスホールディングス

## IT

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス｜ソリューション］
・プラットフォーム事業

主要な会社：株式会社インプレス

## 音楽

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス｜ソリューション］
・プラットフォーム事業

主要な会社：株式会社リットーミュージック

## デザイン

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス］

主要な会社：株式会社エムディエヌコーポレーション

## 山岳・自然

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス｜ソリューション］

主要な会社：株式会社山と溪谷社
有限会社原の小屋

## 航空・鉄道

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス｜ソリューション］

主要な会社：イカロス出版株式会社

## モバイルサービス

事業区分：
・コンテンツ事業［メディア&サービス｜ソリューション］
・プラットフォーム事業

主要な会社：株式会社ICE

## その他

主要な会社：
株式会社近代科学社
株式会社 PUBFUN
株式会社インプレス・デジタル・バリューズ
株式会社シフカ
株式会社 IPG ネットワーク

# グループ会社代表紹介

## ITセグメント



株式会社インプレス
代表取締役会長
**小川亨**［おがわ・とおる］
1964年生まれ・2023年から現職



株式会社インプレス
代表取締役社長
**高橋隆志**［たかはし・たかし］
1965年生まれ・2023年から現職

## 音楽セグメント



株式会社リットーミュージック
代表取締役社長
**松本大輔**［まつもと・だいすけ］
1973年生まれ・2018年から現職

## デザインセグメント



株式会社エムディエヌコーポレーション
代表取締役社長
**諸田泰明**［もろだ・ひろあき］
1972年生まれ・2024年から現職

## 山岳・自然セグメント



株式会社山と溪谷社
代表取締役会長
**川崎深雪**［かわさき・みゆき］
1966年生まれ・2021年から現職



株式会社山と溪谷社
代表取締役社長
**二宮宏文**［にのみや・ひろふみ］
1968年生まれ・2021年から現職

## 航空・鉄道セグメント



イカロス出版株式会社
代表取締役社長
**山手章弘**［やまて・あきひろ］
1964年生まれ・2021年から現職

## モバイルサービスセグメント



株式会社ICE
代表取締役社長
**浜崎克司**［はまさき・かつし］
1957年生まれ・2023年から現職

## その他セグメント



株式会社近代科学社
代表取締役社長
**大塚浩昭**［おおつか・ひろあき］
1960年生まれ・2021年から現職



株式会社PUBFUN
代表取締役社長
**福浦一広**［ふくうら・かずひろ］
1967年生まれ・2022年から現職



株式会社インプレス・
デジタル・バリューズ
代表取締役社長
**江藤太一**［えとう・たいち］
1970年生まれ・2022年から現職



株式会社シフカ
代表取締役社長
**長田智行**［ながた・ともゆき］
1954年生まれ・1984年から現職



株式会社IPGネットワーク
代表取締役社長
**伯田敦**［はくた・あつし］
1959年生まれ・2022年から現職

# コンテンツ事業

**インプレスグループが手掛けているコンテンツ事業は、**
**出版・電子出版、ネットメディア・サービス、ターゲットメディアにおいて**
**専門性の高いコンテンツを発信しています。**

## メディア＆サービス事業

### メディアミックス展開による新規事業モデルの開発を推進

専門メディアグループとして、IT、音楽、デザイン、山岳・自然、航空・鉄道、モバイルサービス等の各セグメントにおいて専門分野を生かしたコンテンツの発信を行っているのがコンテンツ事業です。

コンテンツ事業は、さらに、メディア＆サービス事業とソリューション事業に大別され、おもにコンシューマー向けのコンテンツ発信を担っているのが、メディア＆サービス事業です。

メディア＆サービス事業のうち、出版・電子出版では、各種専門書籍や雑誌、電子書籍の他、年賀状ムックやカレンダー等の季節商品を発行しています。

ネットメディア・サービスでは、各事業会社の専門分野に関連した情報を発信、各分野のファンが求める良質なコンテンツやサービスを提供しています。

ターゲットメディアでは、顧客データベースを活用し、ビジネスメディア、調査報告書ならびにオンライン開催を含むイベント・セミナー等により専門的な情報を発信、提供しています。

グループ全体で取り組むテーマとして掲げている「メディアミックス展開による新規事業モデルの開発」において、メディア＆サービス事業は重要な役割を担う事業となっています。

**メディア＆サービス事業の事業区分**



コンテンツ事業 | メディア＆サービス事業

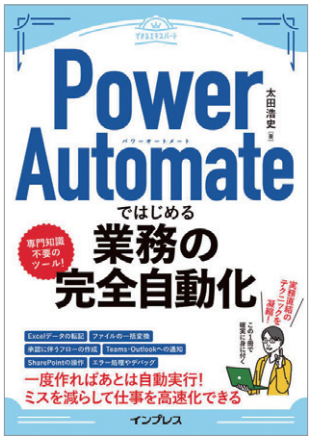
# 出版・電子出版

グループの事業区分のなかで、もっとも売上高が大きい分野です。
2024年3月期は、売上高75億円規模を維持しています。

## 株式会社インプレス

### IT分野の専門性を活かした書籍や雑誌を30年に渡り刊行

シリーズ累計8,000万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、話題のテーマを専門家が解説する『いちばんやさしい教本』シリーズ等のIT専門書籍の他、『かんたん合格ITパスポート過去問題集』といった資格試験対策本等を長年発行。IT分野以外でも、ビジネスや投資関連書籍、年賀状素材集や手帳等、幅広いジャンルでコンテンツを提供しています。2024年3月期に「できる」シリーズや年賀状素材集は刊行開始から30周年の節目を迎え、今なお多くの支持をいただいています。







### 表紙デザインリニューアルでイメージを一新

IT技術の入門書「スッキリわかる」シリーズと資格試験対策本の「徹底攻略」シリーズが、2023年に表紙デザインをリニューアル。黒を基調とした表紙デザインで「黒本」の愛称で親しまれてきた「徹底攻略」シリーズは、鮮やかなカラーリングを用いたデザインを採用して、これまでのイメージを一新しています。



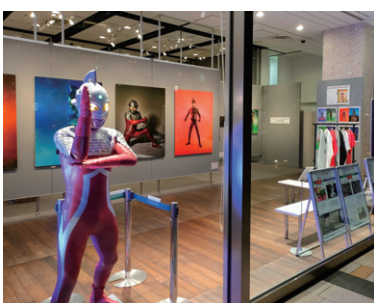

### 最新の技術を使って、出版を常にアップデート

2023年から『Web 3.0の教科書』や写真集『日常にゃ飯事』といった書籍のほか、30周年を迎えた年賀状素材集にもNFT特典を導入。創設以来、常に出版の新しいカタチを模索してきたインプレスグループの強みを活かして、最新技術を導入したコンテンツの提供に力を入れています。



### グループの強みを活用したソリューションを提供

中西学氏の写真展「55 years of ULTRASEVEN Inheritance」において、インプレスの『デジタルカメラマガジン』編集部が展示のプロデュースとサポート等を手がけ、IPGネットワークが運営するオンデマンドプリントTシャツモール「pTa.shop」では、コラボTシャツやパーカー等を販売しました。



©円谷プロ

## 株式会社リットーミュージック

### 楽器や演奏を愛するプレイヤーに寄り添ったコンテンツを展開

1978年に楽譜の出版社として創業して以来、『ギター・マガジン』『サウンド＆レコーディング・マガジン』等の楽器演奏や音楽制作を行うプレイヤー＆クリエイター向け専門雑誌、楽器教則本等の出版に加え、電子出版、映像・音源の配信等、音楽関連のメディア＆コンテンツ事業を展開しています。







### 音楽関連書籍や楽器教則本で専門分野の強みを発揮

楽器演奏の教則本、アーティスト関連本の他、専門性を生かして、音楽ビジネス関連の知識や情報を伝える書籍等も刊行しています。





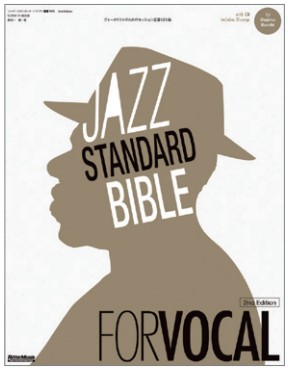





### 演奏を楽しむ人達に向けた楽譜集を多数発行

リットーミュージックは、1978年の創設以来、楽譜の出版社として知られています。なかでも、CD付き楽譜集の「しらべシリーズ」は累計発行部数100万部を突破しました。

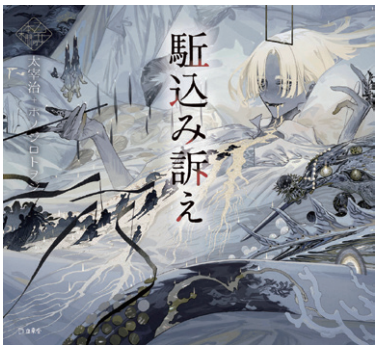



### 音楽出版の垣根を越えてエンタメ・趣味市場を向けの書籍を発行

社内のレーベル「立東舎」は、音楽出版の垣根を越えて、“おもしろレーベル”をテーマに、マンガ・文芸、エンタメ関連等、趣味市場をターゲットにユニークな書籍を発行しています。



## 株式会社エムディエヌコーポレーション

### 幅広いジャンルで デザインの面白さや魅力を発信

デザインや各種表現の可能性とノウハウを幅広く伝える出版社として、創業以来デザインの考え方・学び方、PhotoshopやIllustratorを始めとするツールの使い方、Webと共に進化するテクノロジーの情報等を提供しています。近年では、アニメーションや映像、ゲーム、芸能等、ビジュアル・カルチャー全般に渡るクリエイティブ情報にもテーマを広げ、デザインの面白さや魅力を様々な形でお届けしています。







### おいしく、デザインも美しい 「料理の本棚」シリーズ

レシピブック「料理の本棚」シリーズが好調です。毎日の食卓をもっとおいしく、ちょっとおしゃれに。デザイン書籍を多数手がける出版社として、ブックデザインや料理写真のクオリティにもこだわっています。







## 株式会社山と溪谷社

### 山岳、自然をテーマにした 雑誌・書籍を出版

「山岳や自然関連の有益な情報を広く配信し続ける」という理念のもとに、創業以来90年間、人々から愛される出版活動を続けてきました。月刊誌『山と溪谷』を中心とした山岳・自然科学・アウトドア・ライフスタイル・健康関連の出版を手掛けています。







### YouTubeチャンネル 「山と溪谷ch.」を好評運用中

YouTubeチャンネル「山と溪谷ch.」を2021年6月よりスタート。4シーズン目となる2024年8月にチャンネル登録者数10万人を突破しました。月刊誌『山と溪谷』や『山と溪谷オンライン』とも連携し、山の歩き方やストレッチなどの各種ハウツー、登山用具の選び方などの情報を、週1回更新で配信しています。



## イカロス出版株式会社

### 航空分野を中心に多彩な出版活動を展開

月刊誌『AIRLINE』を中心に航空、鉄道、ミリタリー、レスキュー分野で出版活動を展開しています。さらに旅行、通訳・翻訳、ライフスタイル等の分野でも多くの出版物を刊行しています。設立当初の出版領域であった空飛ぶ夢の追求とともに、陸海空に事業のエリアを拡げ、出版にとどまらず、総合情報企業としての道を歩んでいます。







#### 豊富なコンテンツ資産を活用し、ポスターや写真集を商品化

月刊の航空雑誌『Jウイング』にて過去に付録として反響を呼んだ「F-15」「T-4」等の実物大ポスターを復刻して、オンラインショップ「fabli」で販売。環境特性に優れたユポ紙製の他、お求めやすい価格のタペストリーもご用意しています。



### 旅と鉄道をテーマに、鉄道カルチャーを広めるための情報を発信

株式会社天夢人との合併に伴い、2024年から隔月刊雑誌『旅と鉄道』のほか、鉄道・旅・歴史・民俗・カルチャーをテーマとした雑誌や書籍を発行し、車両、駅、踏切や観光スポットから駅弁・駅食、各地の歴史探訪、旅行記等、人生を豊かにするための情報を発信しています。







#### 鉄道関連デザインをグッズ化して販売

オンデマンド印刷の技術により、1冊（1部）から生産できるオンラインショップ「fabli（ファブリ）」を通じて、鉄道をテーマにしたグッズを続々リリース。長年の出版事業で蓄積した豊富な資産を活かしたこだわりの逸品を提供しています。



## 株式会社ICE

### 電子コミックやライトノベル小説の作品数が増加中

女性向けの電子マンガレーベル「Comic curea」が作品数を増やしており、レーベル認知や配信書店の拡大に取り組んでいます。
電子小説ブランド「天海社」の女性向けライトノベル・レーベルも順調に推移し、ロゴも新たにして刊行点数増加中。また天海社の作品を原作にしたコミカライズ需要も多くあり、自社制作だけでなく他社にも作品を提供しています。その他、ボイスドラマ化などの2次利用にも対応中です。







### オリジナルウェブトゥーン作品が配信スタート

2023年7月27日より、新感覚・人狼アクション作品『ウルハント』が、オリジナルウェブトゥーンとして配信開始されました。本作は、『酒男子』等の話題作を生み出す天月みご氏が作画を担当。原作は『ヴァンパイアホームズ エクスロザリオ』等でタッグを組んだ経歴を持つ瀬名快伸氏が担当しています。




## 株式会社近代科学社

### 出版を通して、科学技術の発展に貢献

出版活動によって、科学技術の発展に貢献することを目的に、長年、技術者・教育機関向けに専門書を発行しています。数学・情報・工学を基軸とし、学術専門書や大学・高専け教科書等、理工学専門分野を広くカバーする出版事業を展開しています。
また、2019年にスタートした電子書籍とPODによる出版レーベル「近代科学社Digital」が、点数・売上ともに順調に成長しており、刊行点数は86点を突破しました（2024年8月末現在）。







### おしゃれな数学Tシャツ

グループのIPGネットワークが運営するオンデマンドプリントTシャツモール「pTa.shop」にて、近代科学社オリジナルのTシャツを販売しております。数学のエピソードをさりげなく取り入れた、可愛らしいデザインが好評です。



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サービス『Impress watchシリーズ』をはじめ、
『山と溪谷オンライン』等、各事業会社の専門的な情報をWebメディアによって発信しております。

## 株式会社インプレス

### 月間2億PVを集める専門ニュースサイト群

1996年に『INTERENT Watch』を創刊して以来、PC、ケータイ、カメラ、クルマ、家電、旅行等、様々な産業や趣味の専門媒体「Impress Watchシリーズ」を展開。2018年に創刊した『Impress Watch』は、ITやコンシューマエレクトロニクスの最新情報を伝えるというWatchシリーズの強みを活かしながら、よりわかりやすく、多くの人に気軽に楽しんでいただけるメディアを目指しています。また、Fintechやマネー等、他のWatchシリーズであまり扱わないトピックも、積極的に取り上げています。

Impress Watch

### コンシューマエレクトロニクス系以外のジャンルにも派生

2008年に創刊した『Car Watch』をはじめ、『トラベル Watch』『グルメ Watch』等、コンシューマエレクトロニクス以外のジャンルをIT技術と結び付けて扱うメディアが成功を収めています。




### できるシリーズのコンテンツをWebでも展開

パソコン解説書の元祖「できる」シリーズのWebサービスです。iPhoneやAndroidスマートフォン、Windows、Word、Excel、Power Pointをはじめ、PC・IT関連コンテンツを中心とした独自の記事を数多く掲載しています。




### 専門YouTubeチャンネルを開設して動画を配信

各ジャンルにて高い専門性を持つインプレスメディア群の中でも人気の「PCハードウェア」「デジタルカメラ」。それぞれの専門YouTubeチャンネルを始動しました。テーマそれぞれの媒体力を活かし、製品・サービスの魅力等を発信していきます。



## 株式会社リットーミュージック

### 雑誌のWeb展開、サブスク・サービス提供を推進

2023年秋に、楽器ECモール「デジマート」、音楽メディア『ギター・マガジンWEB』、『サンレコ』の3つのサイトの会員を統合した共通会員ID「リットーID」をスタートしました。対象サービスを一つのIDでログインできる利便性の他、リットーIDマイページにて共通登録内容の確認・修正もシームレスに行えます。また、お客様に最適なお薦め記事やアイテムの紹介、そして会員だけのお得な情報等もお知らせしていきます。




### ネット系アーティストに焦点 若者向け音楽制作情報サイト

Webサイト『plug+(ぷらぷら)』はボカロPやYouTuber等インターネットを舞台に活躍している音楽系アーティストに焦点を当てたサイトです。絵師（イラストレーター）等の関連カルチャーも取り上げ、10代～30代のネット世代に向けたコンテンツを日々お送りしています。




### リットーIDを活用した MA※施策をスタート

2024年1月に、データ分析やMA施策を実行するための基盤を構築しました。データをまとめて蓄積することにより、リットーIDと連携してユーザーが求めていることを分析し、ニーズに応える商品やサービスの情報をお届けできるように取り組んでいます。




※マーケティングオートメーション

### ミュージシャンのための 音楽スタジオ検索サイトを運営

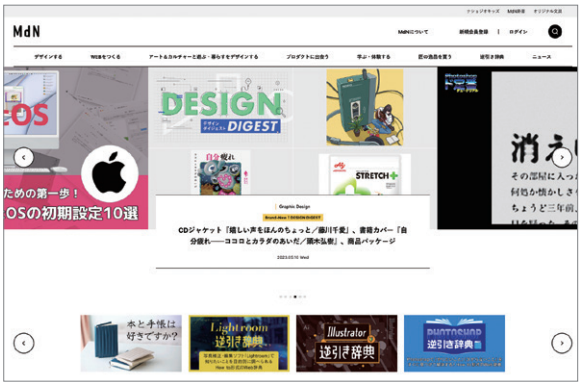
ミュージシャン、プレイヤーの皆様のために音楽スタジオ専門の検索サイト「さがスタ」を運営しています。全都道府県を網羅しており、日付・時間を指定して空き部屋検索やネット予約が可能です。



## 株式会社エムディエヌコーポレーション

### デザインの楽しさを伝える MdNのメディアサイト

『MdN Design Interactive』は、デザインの面白さやデザインする楽しさを伝えるメディアサイトです。「デザイン」をキーワードに、デザイナーやクリエイターの仕事に役立つ知識や国内外の最新ニュース等、デザインに関するあらゆる情報を配信しています。




## 株式会社山と溪谷社

### 『山と溪谷オンライン』がリニューアル

2010年にスタートした登山情報サイト『YAMAKEI ONLINE』は、2023年に『山と溪谷オンライン』にリニューアル。最新の山のニュースや現地情報、豊富な記事等が読めるWebメディアと、登山地図「ヤマタイム」や登山計画作成、登山記録の保存・共有といったサービスをブラッシュアップ。より洗練されたUI/UXでサイト内のメニューや情報がわかりやすく整理されました。スマートフォンでの使い勝手も大幅に向上させています。




## イカロス出版株式会社

### 老舗の航空専門誌『AIRLINE』によるWebメディアを創刊

民間航空専門誌『AIRLINE』がお届けするWebメディア『AIRLINE web』を、2024年2月に創刊しました。一流の航空カメラマンによるハイクオリティかつ臨場感あふれる写真飛行機の魅力、エアラインの魅力をお伝えしていきます。また、2024年5月には、防衛ニュース専門のWebメディア『Jディフェンスニュース』も創刊しました。




### 登山時に役立つ情報を提供するWebサービス

「登山地図＆計画マネージャ“ヤマタイム”」は、『山と溪谷オンライン』が提供する「登山地図・コースタイム計画」を軸とした登山マネージメントサービスです。山地図をはじめ、山岳、山小屋等の情報の閲覧、登山コース計画の作成、およびコースタイムの自動計算等、様々な機能をPCおよびスマートフォン等で利用できます。



コンテンツ事業 | メディア＆サービス事業

# ターゲットメディア

BtoBの領域において、専門性の高い分野の情報をWebメディアを通じて企業向けに発信しながら、関連するビジネスセミナーやイベントの開催等を実施しております。

## 株式会社インプレス

### ITビジネスの発展に貢献するために ビジネスマン向けの情報を発信

一般ユーザー向けの『Impress Watchシリーズ』に対して、法人向けの『Impress Business Media』は、社会におけるITビジネスの発展に貢献すべく、メディア事業やマーケティング支援サービスを展開しています。CIOやIT部門長といったITリーダー向けに、企業のIT導入や運用に関する課題解決につながる情報を扱う『IT Leaders』をはじめ、ビジネスの現場でITを活用するための情報を発信しながら、BtoBマーケティングにとって有益なリード情報の提供も実現しています。



### 企業のEC担当者や関連事業者向けにWebで情報発信

企業Webサイトを構築・運用・活用するノウハウを解説する『Web担当者Forum』、ネットショップの企画・運営・集客・販促等に携わる方向けの『ネットショップ担当者フォーラム』は、関連事業者や代理店向けのイベント等も実施しています。




### シンクタンク部門で 最新の調査報告書を発行

インプレスのシンクタンク部門「インプレス総合研究所」では、電子書籍ビジネスやドローン、EC、データセンター等の調査報告書の発行および受託調査の実施等を手掛けています。




### 製造業のDXをテーマにした イベントが盛況

2023年1月に開催した「Industrial Transformation Day」に続き、2024年3月に“製造業が目指すべきDXの今とこれから”をテーマにしたオンラインセミナー「Industrial Transformation Day 2024」を開催し、いずれも多くの方にご参加いただきました。2024年8月にも「インダストリアルデジタルツインサミット 2024」を開催するなど、製造業をテーマにした新たなビジネス開発に取り組んでいます。



# コンテンツ事業

## ソリューション事業

### 専門性を活かしてクライアントに良質なコンテンツを提供

コンテンツ事業におけるソリューション事業では、国内外における企業・自治体等と連携し、SP・PRツール、Webサイト制作を通したソリューションを提供しています。

この事業においては、高い専門性を誇るメディア企業ならではの企画力、コンテンツ制作力を活用して、クライアントの皆様のニーズに応えることが最大の目的となっています。

### 株式会社インプレス

#### IT関連出版社のブランドを活かしたコンテンツをクライアントに提供

インプレスは自社で発行する出版物以外に、クライアント企業様からのご要望や目的に応じたコンテンツ制作を受託しています。インプレスの数あるブランドやメディアの特性を存分に活かしたコンテンツを「編集のプロ」が特別仕様で作成するサービスです。

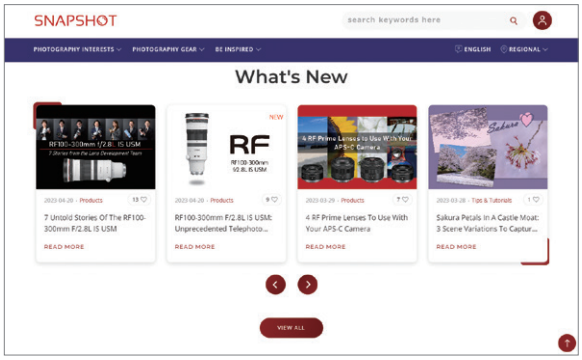






#### グループ内のコンテンツを海外に多言語展開

『デジタルカメラマガジン』等、グループ内のコンテンツを海外向けに多言語展開したコンテンツ制作の他、国内向けにもWeb開発等のソリューションを提供しています。



## 株式会社リットーミュージック

### 音楽アーティストや所属事務所からの幅広いオーダーに応える

アーティストの事務所とのつながりを活かし、ツアーパンフレットのデジタル版やオリジナルTシャツの制作、ライブ会場やファンクラブサイトで販売するオンデマンド写真集の販売、制作受託等を手掛け、オフィシャルグッズの製作や特設サイトの運営を請け負うケースもあります。




### 多目的スペース「御茶ノ水 RITTOR BASE」を運営

音楽事業の一環として、楽器の街御茶ノ水に「御茶ノ水RITTOR BASE」を開設。ライブやレコーディング等に使用できる多目的スペースには、楽器の音が理想的に響く環境と高品質な機材を用意。ストリーミング設備も整えているため、ライブ配信等にも対応可能です。



## 株式会社山と溪谷社

### アウトドアをテーマに自治体・行政と連携

登山やアウトドアをテーマに、企業や自治体と共に地域の活性化をめざすソリューション事業に取り組んでいます。一例として、企業や自治体と連携したスタンプラリーイベントを開催する山のスタンプラリーアプリ「ヤマスタ」を運営。登山やハイキングを楽しむ人たちに向けて、デジタル機能を活用した新しい楽しみ方とサービスを提供しています。







### 地域の魅力をアピールするイベントも開催

ヤマスタ以外にも、自治体と連携して各地の魅力をアピールするイベント等を企画、実施するといったソリューションを幅広く提供しています。



イベントで人気の「山の日」応援キャラクター「ヤーマン」。

# イカロス出版株式会社

## 航空業界志望者向けのセミナーを航空会社と共同で実施

長年航空業界を中心に出版活動を続けてきたことを強みに、航空会社と協力して航空業界志望者向けセミナー等を実施しています。各社から採用担当者や現役のCA・グランドスタッフが登壇し、求める人材像や採用試験について講演するのが特徴です。このほか、ミリタリー分野の専門性の高い知識を生かしたコンサル事業も手掛けています。



エアステージ就職セミナー

## グループ外の出版社の他鉄道会社や自治体から案件を受託

グループ外の出版社から分冊百科等をパートワークで受注する他、地方自治体等からのPR案件も手掛けています。また、2023年には、雑誌『旅と鉄道』が株式会社うぶごえと提携し、鉄道クラウドファンディングを立ち上げ、鉄道会社や沿線地域の活性化に貢献していきたいと考えています。




「環境に優しい鉄道」を訴求するために、俳優村井美樹さんほかタレントさんを起用した動画の制作を受託しました。

一般社団法人日本民営鉄道協会（総務広報部）

## 専門領域を生かした就職スクール事業

イカロス出版が1990年から手掛けているイカロス・アカデミー事業では、「航空大学校（パイロット）合格講座」や「管制官合格講座」等を開講しています。男女問わず航空会社や空港等”航空業界で働きたい人”のために最新の就職情報を提供する雑誌『エアステージ』を発行によるノウハウの蓄積が強みです。



## 株式会社ICE

### テクノロジーを活用して、新しい価値を創造

進化を続けるテクノロジーをフル活用して、新しい価値を創造するサービスを提供しています。クライアントの案件に応じて最適なチームを組み、デジタルサービスにおける企画・開発・運営・サポートまでをワンストップで提供。これまでに蓄積された豊富なノウハウを活かし、制作コストや実施計画等コンサルティングベースからスタートできるところに強みがあります。




## 株式会社インプレス・デジタル・バリューズ

### デジタルマーケティングにおけるトータルソリューションを提供

2023年に商号変更した社名は、デジタルテクノロジーを駆使した新たな価値の創造と、お客様や社会に対する有益な成果の創出、倫理的なビジネス行動を重視する企業であることを表現しています。グループ内外の経営資源を有効活用し、デジタルマーケティングにおけるトータルソリューションを提供する集団を目指しています。




## 株式会社シフカ

### 幅広い分野で、UI/UXデザインやグラフィック制作を受託

2022年にグループ入りしたシフカは、長年インプレスが発行する年賀状ムックシリーズにイラスト素材を提供している他、グループ外のクライアントから、車載コックピットの画面やWebサイト、スマートフォンアプリ等、幅広い分野で、UI/UXデザイン、グラフィック制作及びコンサルティング業務を受託しています。





車載コックピットの組み込みデザインやアプリの画面デザイン等を担当。

# プラットフォーム事業

**専門出版グループとしての実績やノウハウを生かして、**
**EC、電子コミック、出版流通におけるプラットフォーム等の**
**企画開発・流通販売機能を提供しています。**

## グループ内外で利用できるサービス基盤を開発

インプレスグループは、創設当初から手掛ける出版事業の他、グループ内外の出版社や個人事業主の方々に向けた、様々なプラットフォームの構築、運営を主要な事業と位置付けています。なかでも、楽器マーケットプレイス「デジマート」は、国内最大級の規模に成長。また、コンテンツホルダーとの協業による電子コミックプラットフォームの運営もグループの収益の柱となっています。

また、近年は伝統的な出版の仕組みにとらわれず、より多くの人に、より自由な形で出版の裾野を広げていただくための出版流通プラットフォームの構築にも力を入れております。個人が気軽に紙や電子の書籍が出版できる「パブファンセルフ」の他、2023年には、出版社のコンテンツ資産をTシャツやカレンダー等の形態で世に送り出す新たなプラットフォームが生まれました。

### プラットフォーム事業の事業区分




少年ジャンプ+
株式会社集英社

プラットフォーム事業

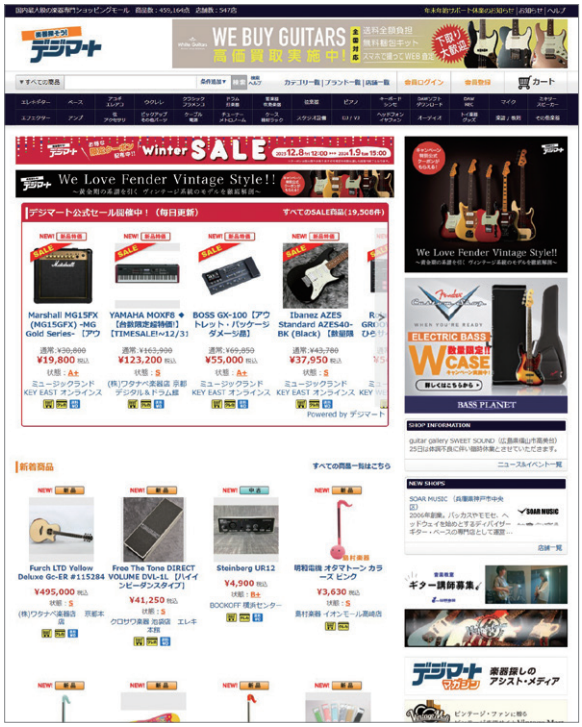
# ECプラットフォーム

グループ内の音楽セグメントを担うリットーミュージックでは、
楽器を販売するECプラットフォームを運営しています。

## 株式会社リットーミュージック

### オンラインでの楽器販売プラットフォームをWeb黎明期から運営

Web黎明期の1997年にいち早く楽器専門検索サイトとしてオープンしたデジマートは、技術や市場の変化に合わせて、スマートフォンや決済機能等に対応。店舗数556店、商品数506,145点（2024年10月現在）が集まる国内最大級の楽器専門ショッピングモールに発展しました。スマートフォンアプリにも対応し、家やパソコンの前にいなくても、気軽に楽器探しができるようになっています。




### 専門のWebマガジンでオンラインの楽器選びをサポート

試奏ができないというオンライン販売のデメリットを考慮して、デジマートは取り扱っている商品を紹介するWebメディア『デジマート・マガジン』を発行。長年音楽雑誌を発行している強みを生かして、他社との差別化を図っています。




#### デジマート運営の現場から

デジマートは楽器をお届けしたい加盟店様と、より良い楽器を手にしたい注文者様をつなぐ機能を担っているため、取引規模が拡大する中、双方から激励の言葉や機能追加の要望等、様々な「お問い合わせ」がシステムサポートに寄せられます。対応できることも、すぐには対応が難しいこともお声として運用に活かしていきます。

余川寛樹
デジマート事業部システム・サポート部部長

プラットフォーム事業

# 電子コミックプラットフォーム

スマートフォン等の急激な普及に伴い、紙媒体にとって代わる勢いで成長を続ける
デジタルコミックの分野において、ICEがその発展に貢献しています。

## 株式会社ICE

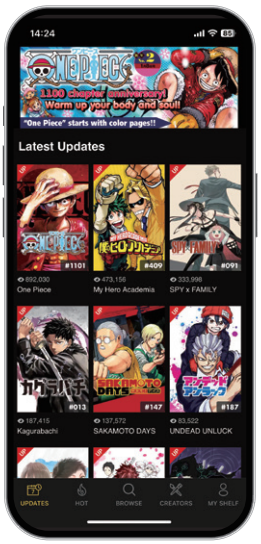
### グループ外出版社の電子コミック プラットフォームを運営

電子コミックプラットフォーム事業においてICEは、Webサイトやアプリの企画、開発、運用、そしてコミックの電子書籍化等のサービスを提供しています。グループ外の出版社と協力し合い、そこで得られた売上をシェアするパートナーシップ方式を採用。2024年3月期は、株式会社集英社の「少年ジャンプ+」他、コンテンツホルダーとの協業による電子コミックのプラットフォーム事業が、引き続き好調を維持しております。人気連載作品のメディア化予定も続々と決まっており、安定した売上高維持を目指します。また、集英社の海外向けサービス「MANGA Plus by SHUEISHA」においても、新機能の実装、翻訳言語の増加等のサービス拡充を手掛ける予定です。






マガポケ
株式会社講談社




MANGA Plus by SHUEISHA
株式会社集英社




少年ジャンプ+
株式会社集英社

プラットフォーム事業

# 出版流通プラットフォーム

インプレスグループは自社のコンテンツを出版するだけでなく、グループ外の出版社や
個人が気軽に出版できるようにするためのプラットフォームを用意しています。

## 株式会社インプレス

### グループ外の出版社と協業して パートナー出版事業を展開

インプレスが手がけるパートナー出版事業は、グループ内外の発行会社の発売元として、出版取次、チェーン店本部等への営業・販売促進活動及び販売管理・ロジスティックス機能を担っています。

[ 主なパートナー出版社と出版物]

クロスメディア・パブリッシング（ビジネス関連）

HANA（語学関連）

マイルスタッフ（絵本・図鑑・実用書等）

ペンコム（社会・実用）













## 株式会社PUBFUN

### PODサービス事業の 販売ルートを拡大

日本最大規模のプリント・オンデマンド（POD）サービス会社です。法人向けにはPOD取次サービス［パブファン］、オンデマンド印刷サービス、個人向けには紙の本や電子書籍を出版社を通さずに自由に出版できるプラットフォーム「パブファンセルフ（ネクパブ・オーサーズプレスより改称）」を運営しています。商業出版では難しくなっている専門性の高い企画や、自由度の高い出版を実現する著者や書籍が数多く生まれています。なお、2023年12月から、個人出版の紙書籍の販売ルートを拡大し、無料会員（一般会員）の方にも「楽天ブックス」での販売サービスを提供しています。




### より多くの人が手軽に出版できるための 新機能を開発

個人で出版する際のハードルをさらに引き下げるため、写真やイラストなどのデータがあればスマートフォンでも簡単に写真集や絵本などを紙や電子書籍で出版できる新機能を実装しました。また、出版された本の販売経路も拡大し、未成年の方も保護者の同意があれば出版できるようになりました。



## 株式会社IPGネットワーク

### 出版社のコンテンツ資産を活かすプラットフォーム開発

様々な分野の専門メディア社で構成されるインプレスグループにおいて共通の事業基盤の構築、運用を手掛けるIPGネットワークでは、「業務支援」や「コンテンツサービスプラットフォーム開発」を行っており、2022年から2023年にかけて、グループ内外の出版社のコンテンツ資産を活用したオンラインショップを立ち上げています。

なかでも、グループが中期経営戦略に掲げる「10のコンテンツと10の仕組みで100の価値創造」の一端を担うのが、「pTa.shop(ピーティーエーショップ)」と「fabli(ファブリ)」です。「pTa.shop」は書籍の表紙やロゴ等、多彩なデザインをTシャツをはじめとするアパレル商品にデザインし、オンデマンドで販売できるサービス。「fabli」はポスターや写真集等をニーズに応じてオンデマンドプリントで提供するサービス。いずれも、出版社等が保有するコンテンツを有効活用するための仕組みです。



「pTa.shop」は、出版社ならではのロゴをあしらったデザインの他、遊び心にあふれたデザインのTシャツ等、バラエティに富んだアイテムを取り扱っています。



「fabli」は原寸大コックピットポスター等、通常は取り扱いが難しいアイテムを提供できるところが強みです。

### リアルイベントの会場でも無在庫で商品を展開

オンデマンドプリントによる商品の提供は、在庫リスクや返品リスクがないため、これまで活用しきれなかったコンテンツを気軽に商品展開することができ、グループ外の出版社も巻き込んで、「新しい出版のカタチ」として提案しています。

イベント等の会場でも、実際の商品の代わりにオーダーカードを販売することで、無在庫で商品の販促を可能にしています。






来場者は会場でカードを購入後に「pTa.shop」のサイト上で商品と引き換える仕組みです。

## pTa.shop[ピーティーエーショップ]

### 出版社による
### オンデマンドプリントTシャツモール

“pTa”は、Publishers’T-Shirts Arcadeの頭文字で、出版社が各屋号で参加するオンデマンドプリントTシャツモールを意味しています。注文が入ってから1枚1枚プリントし、お客様に直接発送しますので、基本的に「売り切れ」という概念がありません。また、お客様には好きなボディカラーやサイズを自由に選んでいただけます。同時に、在庫リスクもなければ、返品リスクもありません。そして、売れ残った商品が廃棄されることもありません。オンデマンドプリントだからこそ実現した3つのレス（在庫レス、返品レス、廃棄レス）でサステナブルなショップ運営を目指しています。



Tシャツだけでなく、キャップやトートバッグ等、様々なアパレル商品を扱っています。

### 様々な出版社、作家、漫画家等との
### コラボレーションアイテムを販売

1枚から印刷するオンデマンド方式が、独創的、個性的なデザインを実現します。コンテンツの宝庫である出版社で、面白いものを世に送り出すエキスパートである“編集者”たちが選りすぐったコンテンツをTシャツやパーカー等のアパレル商品化。現在、グループ内外から25社（2024年9月現在）が参加し、有名作家や漫画家の作品をはじめ、多くの方が熱狂するコンテンツから、知っている人ならニヤリとするようなコンテンツまで、幅広く揃えています。



漫画のコマをデザインに取り入れたTシャツ等、コラボアイテムを多数取り扱っています。

## fabli[ファブリ]

### オンデマンド技術で逸品を提供する
### オンラインショップ

写真集、ポスター、カレンダー等の逸品を1冊（部）から生産するオンデマンドプリントの技術を生かしたオンラインショップです。出版社が持つ豊富なコンテンツ資産を活用し、大量のデータベースから好みの写真を選び、自分だけの写真集をつくることができる「選べる写真集」等、こだわりの商品展開を実現。オンデマンド印刷の強みを生かし、高級なユポ紙を使った水に強いポスターやアクリルパネル等の商品も扱っています。




電車のドアイラストを原寸に近いサイズで布にプリントし、ドア窓のステッカーまで再現した「電車のドアのれん」は人気商品のひとつ。

# 管理部門

**中期計画による当社グループの財務戦略、配当政策、株主還元方針、**
**及び経営成績等の概況について以下で紹介します。**

## 財務戦略

当社グループは、事業運営上必要な流動性と資金の源泉を安定的に確保することを財務戦略上の基本方針としております。運転資金は基本的に自己資金より充当し、一定以上の設備投資資金については、事業計画に基づく資金需要、金利動向等の調達環境を勘案の上、金融機関からの長期借入により適宜調達を行っております。また、キャッシュ・フローの創出力を向上させるとともに、財務の健全性維持・向上に努め、経営基盤の強化と企業価値の向上に取り組んでまいります。持続的成長を支えるため財務の健全性を保持した上で、成長投資・株主還元に最適なバランスで配分し、事業戦略と財務戦略を鑑み、持続的な成長を目指してまいります。

### 配当政策

当社は、株主の皆様への利益還元を重要な経営上の施策の一つとして認識し、財務体質の強化や成長投資、内部留保を総合的に勘案し、配当や自己株式取得を含む総還元性向を重視した株主還元を実施していく方針です。

配当につきましては、連結当期純利益に対する配当性向30%を基準として、キャッシュ・ポジションの状況や投資計画、業績動向等を総合的に勘案し配当金額を決定してまいります。また、自己株式取得につきましても利益還元策の一環として実施を検討してまいります。

### 株主・投資家との対話

当社は株主様と積極的に対話を行い、当社の事業戦略や経営方針を説明するとともに、対話を通じて得た知見を経営に活かすことで、中長期的な企業価値を向上させたいと考えております。

ＩＲにつきましては、コーポレートコミュニケーション室が担当し、経営戦略室・財務経理統括室と共同で株主様・投資家の皆様ならびに機関投資家およびアナリスト等との対話に対応しております。

経営層へのご面談のお申し込みに対しましては、面談の目的および内容の重要性、ご面談希望者様の属性等を考慮し対応いたします。また、当社は、個別面談を重視しているため、決算説明会等につきましては、株主様・投資家の皆様ならびに機関投資家およびアナリスト等のご要望等に応じて、今後検討いたします。

なお、インサイダー情報の厳格な管理を行う目的から、当社規定に準じ、決算発表前等の一定期間において面談や電話交信をはじめすべての対話のお申し込みはお受けしておりません。また、ご面談の際にいただきましたご意見や質疑応答につきましては、担当取締役への報告はもとより、取締役会へフィードバックする等、経営の改善に役立ててまいります。

## 2024年３月期の経営成績の概況

当連結会計年度につきましては、デジタル広告の回復基調が持続、第４四半期連結会計期間からはターゲットメディア事業に下げ止まり感が見え始めたものの、出版を中心としたメディア事業の減収による影響が大きく、全体としても大幅な減収となりました。事業区分別では、ネットメディアの広告収入等はアフィリエイトの好調等により増収となりましたが、出版・電子出版で、電子書籍の減収及び既刊書籍の出荷減・返品増による減収に加え、事業構造改革の実施や販売効率の悪い期末の新刊刊行の抑制等により新刊書籍も減収となりました。

また、新型コロナウイルス感染症を契機とした市場成長に陰りが見え始めたターゲットメディアは、第３四半期連結累計期間においてターゲット広告及びイベント収入が弱含みな展開となったことが響き、コンテンツ事業の売上高は前年同期（12,460百万円）に比べ4.5％減少し、11,897百万円となりました。

プラットフォーム事業につきましては、コンテンツホルダーとの協業による電子コミックプラットフォーム事業において、主力サービスの取扱は堅調な推移を維持しているものの、一部サービスが終了となった影響等で、売上高が前期（2,700百万円）に比べ4.9％減少し、2,569百万円となりました。

これらの結果、売上高は前期（15,161百万円）に比べ4.6％（694百万円）減少し、14,466百万円となりました。営業利益は、減収とコンテンツ事業等の収益性の悪化に加えて、報酬水準の引き上げと中長期成長投資の増加等により販売管理費が増加したことにより、前期（386百万円）に比べ870百万円減少し、483百万円の営業損失となりました。経常利益は、前期（494百万円）に比べ860百万円減少し、366百万円の損失となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、収益性の悪化に伴う事業構造改革の実施及び事業用資産の減損等による特別損失431百万円、繰延税金資産の回収可能性の見直しによる法人税等調整額114百万円の計上等により、前期（375百万円）に比べ1,412百万円減少し1,036百万円の損失となりました。

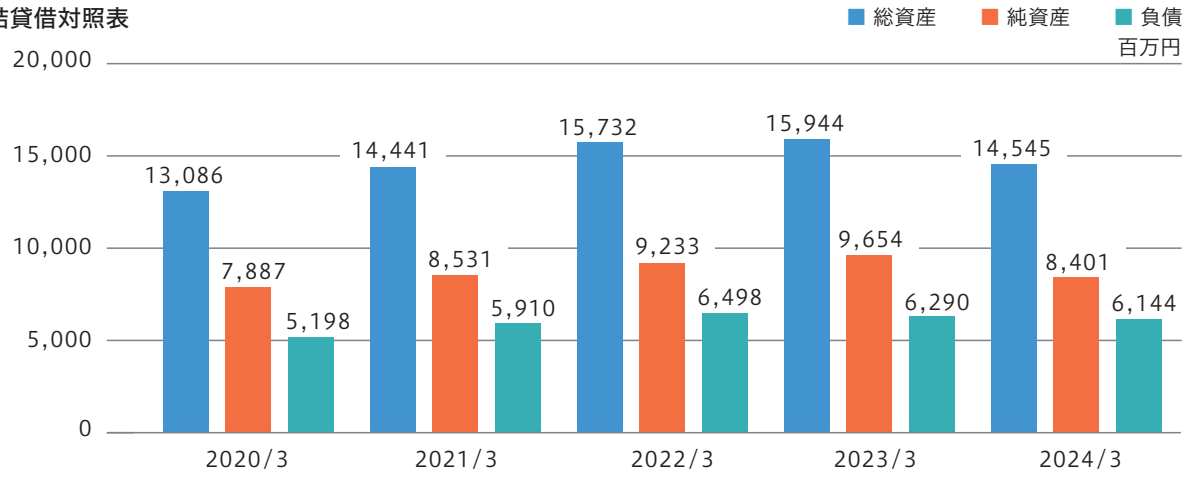
## 2024年３月期の財政状況の概況

当連結会計年度末の資産につきましては、期末日が休日で売掛金の回収が翌期にずれ込んだことによる受取手形、売掛金及び契約資産の増加があったものの、減損損失の計上による固定資産の減少や回収可能性の見直しによる繰延税金資産の減少のほか、配当金の支払いに加えて親会社株主に帰属する当期純損失となったこと等で現金及び預金が減少したことにより、前連結会計年度末に比べ1,398百万円減少し14,545百万円となりました。

負債につきましては、刊行点数の減少等による仕入債務及び返金負債の減少に加えて、借入金の弁済等により、146百万円減少し6,144百万円となりました。

純資産につきましては、配当金の支払いによる減少に加えて、親会社株主に帰属する当期純損失の計上等により、1,252百万円減少し8,401百万円となりました。自己資本は8,288百万円となり、自己資本比率は57.0％と前連結会計年度末（59.6％）と比べ2.6ポイントの減少となりました。

**連結貸借対照表**



## 2024年3月期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末におけるキャッシュ・フローの状況につきましては、法人税等の還付額（511百万円／前期比129百万円の増加）等の増加要因があったものの、税金等調整前当期純損失797百万円（前期514百万円の利益）を計上し、期末日が休日による売上債権の増加（401百万円／前期比389百万円の増加）や仕入債務の減少（231百万円／前期比104百万円の減少）等の減少要因の方が大きく、営業活動によるキャッシュ・フローは513百万円の資金の支出となっております。
※前期比454百万円の支出増加

投資活動によるキャッシュ・フローは、敷金の返金による収入（25百万円）があったものの、投資有価証券の取得（100百万円）及び有形・無形固定資産の取得（190百万円）による支出等により、265百万円の支出となっております。
※前期比195百万円の支出増加

財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払168百万円（前期比48百万円の減少）や長期借入金の返済115百万円（前期比９百万円の減少）等により290百万円の支出となっております。
※前期86百万円の支出増加

以上により、当連結会計年度末の資金残高は、前連結会計年度末と比べ1,069百万円減少し、4,914百万円となりました。

### キャッシュ・フロー関連指標の推移

| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 自己資本比率 | 60.3% | 59.0% | 58.7% | 59.6% | 57.0% |
| 時価ベースの自己資本比率 | 32.5% | 57.2% | 46.8% | 44.6% | 40.0% |
| キャッシュ・フロー対有利子負債比率 | 0.6年 | 0.6年 | 10.5年 | — | — |
| インタレスト・カバレッジ・レシオ | 252.5倍 | 328.0倍 | 6.2倍 | — | — |

※営業キャッシュ・フローは連結キャッシュ・フロー計算書の営業活動によるキャッシュ・フローを使用しております。
有利子負債は連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っている全ての負債を対象にしております。また、
利払いについては、連結キャッシュ・フロー計算書の利息の支払額を使用しております。
※算出の結果、数値がマイナスとなる場合は「－」で表記しております。



**中村健一**
［なかむら・けんいち］

株式会社
インプレスホールディングス
グループ財務経理担当
執行役員

# ファシリティ戦略

グループ全体のリモートワーク化が進み、オフィススペースの有効活用と、より生産的で快適なオフィス環境にするべく「ABW(Activity Based Working) ※」の考え方を基に、DX・多様性の確保等を加速させる先進的なオフィス環境の構築を行いました。

また、経営課題でもあるエネルギーコスト上昇の抑制と脱炭素社会の実現に向けた貢献度を高めるために、照明のLED化やグリーン電力の利用にも積極的に取り組んでいます。

※その時々の活動に応じて働くスタイルを選択するしくみ



**山口隆正**
［やまぐち・たかまさ］

株式会社
インプレスホールディングス
グループファシリティ担当
執行役員

## Impress Park café

各社がくつろぎ、働くこともできて、共同作業を通じたコミュニケーションを誘発するスペースです。コロナ禍が落ち着き出社率も30％前後で安定するなか、グループスタッフの交流を促進する目的でグループ情報交換会を3ヶ月に1回程度開催しています。



## Open working area

目的に合わせて働く場所を「選べる」だけではなく、自由に家具を動かして「作る」ことのできる能動的執務空間です。ハイチェアのパレットテーブルは、校正中、校了後の書類保管が可能。通りがかった人が気軽に相談に乗ってくれるといった効果もあります。



## Base camp

グループ各社のアイデンティティを表現する場です。本棚で囲まれたセミクローズドなミーティングコーナー内外にモニターやベンチが設置され、周囲に多様なコミュニケーションが展開されます。



## Work lounge & Seminar room

間伐材で作られた六角形の可動式テーブルをつなげて、チーム作業からソロワークまで可能なWork loungeには、テレカンブースも備えています。社内外のイベントに活用できるSeminar roomは、執務スペースとしても活用。



# DX戦略

インプレスグループの事業基本戦略のうち、「メディアミックス展開による新規事業モデルの開発」「DX推進による事業モデルの進化と業務改革」がDX戦略のテーマとなっています。

前者は、事業テーマとして、DtoC事業の創出、ネットメディア・サービス事業の拡大を掲げています。後者は、業務テーマとして、働き方の変容や制度改定への対処としてのデジタル化推進、また各事業セグメントでの環境変化に対処するための基幹システムの更改を進めています。いずれも、ICT基盤および業務プロセスの再構築・再整備に加えて、デジタル系人材・体制の強化・育成が課題です。今期よりグループのデジタル事業を下支えするべく新たな支援体制として、IPHデジタルマーケティング統括室にデジタル事業支援窓口を新設しました。

2023年7月に発足したインプレス・デジタル・バリューズ（クリエイターズギルドから商号変更）が中心となり、グループ各社のデジタル事業の取り組みへの人的支援を図っています。現在は、リットーミュージック、イカロス出版、山と溪谷社の各サービス構築支援や、インプレスのデータ分析支援等を行っています。

また、2021年からグループとして取り組んでいるコミュニティ戦略においても、デジタルを駆使して、人力だけでは実現できないこと（ビッグデータ解析やOne to Oneコミュニケーション）等の仕組みを構築すべく、取り組んでいます。

コミュニティ戦略は、当社の専門性の高いコンテンツを購読する読者つまりユーザーが顕在的、潜在的に関心をもっている「もの・こと」を把握し、ユーザーが求めているものを的確に提供できるようサービスを拡充していく、というのが大まかな趣旨です。

現在はリットーミュージックの事業において、プロジェクトが進んでいますが、そこで作り上げた仕組みを継続的に改善しつつ、各事業会社に展開・共有することで、グループにおけるデジタル事業の成長エンジンとなることを目指しています。



有田 健二
［ありた・けんじ］
株式会社
インプレスホールディングス
グループICT戦略・
情報システム担当執行役員

## コミュニティ戦略の具現化イメージ



# M&A戦略

当社グループは、各専門（コンテンツ）分野において個性的なメディアブランドを有する出版社で構成されるメディアグループであり、各事業会社が生み出す良質で魅力的な専門コンテンツとそれを支持くださるステークホルダーの皆さまの存在が、事業競争力の源泉となっています。

また、各事業会社の個性を尊重しながら、グループのスケールメリットを追求することを目的に持株会社を中心とした分社経営体制を敷いており、持株会社には財務・経営管理及び事業インキュベーションの機能を整備しています。

専門分野の拡大については、グループ創設以来積極的に取り組んでおり、各分野で確固たるブランドを有し、かつ当社グループのコンテンツ事業のリソースやノウハウとのシナジーにより、成長が見込めると判断した場合には、M&Aによるグループ化をすすめてきました。2000年の株式上場以降では、M&Aによるグループ化により、山岳・自然（山と溪谷社）、航空・鉄道（イカロス出版・天夢人）といった新しい専門分野（事業セグメント）を広げています。

また、M&Aの形態については、完全子会社化するケースと、事業パートナーとの資本・業務提携により連結子会社化及び持分法適用関連会社とするケースに大きく分けられ、案件ごとに事業成長に必要なリソースや推進体制等を考慮したうえで、出資割合等について決定、持株会社のコーポレート機能の提供とグループ内のシナジーの創出により、事業インキュベーションに取り組んでいます。

また、資本・業務提携については、当社グループのリソースでは展開力が限定される領域について、事業パートナーとの協業で事業を展開しています。

電子出版市場において9割のシェアを有するデジタルコミックの領域においては、日販グループホールディングス株式会社との協業による株式会社ファンギルドにおいて展開、POD（プリント・オン・デマンド）出版サービスにおいては、当社グループの個人向けサービスと株式会社メディアドゥの法人向けのサービスを、合弁会社のPUBFUNで推進する取り組みを開始。投資リソースを集中しながら、事業開発を進めています。



二宮宏文
［にのみや・ひろふみ］
株式会社
インプレスホールディングス
取締役CSO

## 上場以降の主なM&Aの状況

| | コンテンツ事業 | | プラットフォーム事業 |
|---|---|---|---|
| | メディア事業 | ソリューション事業 | |
| 完全子会社化 | 山と溪谷社<br>イカロス出版<br>近代科学社 | クリエイターズギルド<br>シフカ | |
| 資本・業務提携<br>※連結子会社 | | | PUBFUN<br>（提携先：メディアドゥ） |
| 資本・業務提携<br>※持分法適用関連会社 | ファンギルド（提携先：日販GHD）<br>編集工学研究所<br>（提携先：丸善雄松堂） | | |

# グループのサステナビリティ

**インプレスグループは、ステークホルダーやファンの皆様とのパートナーシップのもと、**
**「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」仕事を通じて一人一人の成長を支え、**
**人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくります。**

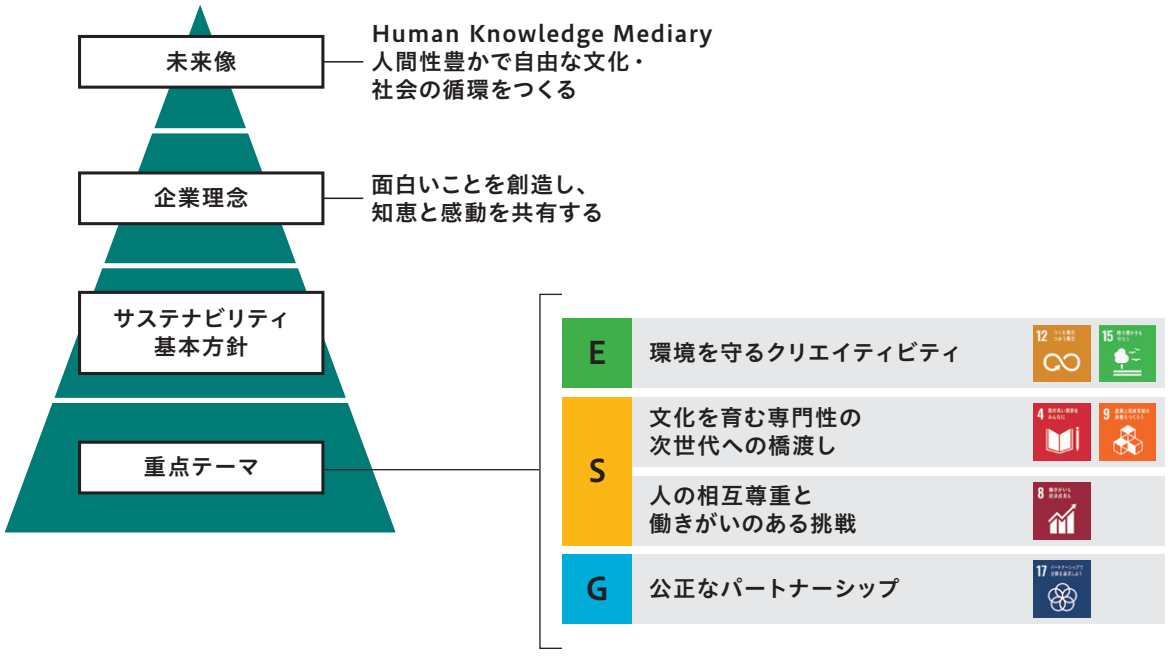
## 1992 – 2023 – 2052：これまでの30年、これからの30年

インプレスグループは、創設当初より「ラジオ技術社」「リットーミュージック」「エムディエヌコーポレーション」「インプレス」の4社がそれぞれの専門分野を掲げ、かつ相互に独立した文化を尊重して高め合う、自律分散型のメディア・コミュニティを志向してきました。小さくも光った存在の結集が激しい環境変化への機動的な適応と永続性をもらたすとの考えのもと、現在では13の専門分野や機能へとコミュニティを拡げ、事業ポートフォリオを構成しています。

誰しも、初めから何かの専門家というわけではありません。世の中に革新的で面白いことを創り出そうと努力を重ね、一歩一歩、得られた知恵と感動を共有しながら切磋琢磨して成長していきます。それは人間としての成長でもあり、自由な社会を実現するための力強い一歩です。

インプレスグループは、入門からプロフェッショナルまで、一人一人の成長を支え、つくり手や専門家へと極めていけるコンテンツやソリューション、プラットフォームの提供を介して、人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくります。

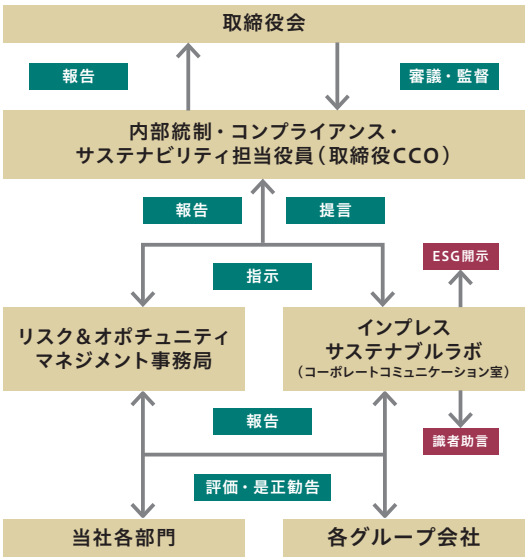
2020年、新型コロナウイルス感染症の拡大により人々が離散する中にあっても、私たちはネットワークを通じて集まり、音楽や旅等の文化に触れることで生きる力を維持しました。これらの集まり＝コミュニティの、デジタル技術を活かした質の高い拡張・進展こそがサステナブルな社会につながると信じ、読者・編集者・書店・地域をはじめとするステークホルダーやファンの皆様とのパートナーシップのもと、面白い未来を目指してまいります。



## サステナビリティ推進体制

2021年より、サステナビリティへの取り組みを経営上の重要課題と認識し、取締役副社長（現・取締役CCO）をサステナビリティ担当役員として、コーポレートコミュニケーション室内に「インプレス・サステナブルラボ」を設置しております。

慶應義塾大学xSDG・ラボ（コンソーシアム）の識者・企業の皆様による助言を受けながら、取締役会及びグループ各社に対する取り組みの提言・答申のほか、非財務情報の開示を推進してまいりました。2022年からは同・取締役CCOがグループ全体のリスクマネジメント責任者を兼任、2023年5月より「リスク＆オポチュニティマネジメント事務局」の名称に改め定期的（3ヶ月毎）に取締役会へリスク及び機会を報告、監督する体制を整備しております。




## リスクと機会の管理とシナリオ分析

当社グループは、2022年6月に発表した中期経営計画において4つのサステナビリティ重点テーマ（マテリアリティ）を設定、事業の成長を通してひとつでも多くの社会課題を解決することに取り組んでおります。

重点テーマの特定にあたっては、識者助言を受け、国連や経団連、日本のローカル指標等を組み合わせてBSC（Balanced Scorecard）を使用し、経営戦略との紐付けを行いました。定性的には、ステークホルダーの関心やインパクトの大きさに基づく優先順位づけとなっておりますが、財務的な定量分析及び目標値の設定については今後の課題であります。

当社で実施済みのリスク分析としましては、森林火災等による紙資源の減少による製造原価高騰、環境意識の高まりによる紙の出版物の需要減少、異常気象による流通網の麻痺やデータセンターの通信ダウン等による売上影響、を主なものと考えております。

機会としては、SDGs関連テーマやAI等の新技術による製品/サービスの増大、オンデマンド＆電子出版による環境負荷の低い流通方式・市場（エシカル消費）創出、業界横断での拠点・生産プロセス統合等による効率化などを想定しております。また、2023年度は、当社および子会社におけるGHG(温室効果ガス）排出量につきまして、Scope1、2に加えてScope3の実績値算定を実施、シナリオ分析に基づくリスクと機会が及ぼす財務インパクトの算出に着手しております。

※参照したフレームワーク、ガイドライン等
・SDGメディア・コンパクト（国連）
・SDGインパクト基準（UNDP）
・企業行動憲章（経団連）
・TCFD（FSB）
・ビジネスと人権に関する指導原則（国連）
・企業のためのSDG行動リスト（xSDG・ラボ）
・地方創生SDGsローカル指標（自治体SDGs推進評価・調査委員会）
・LWC指標（SCI-Japan）
・IRIS+（GIIN）

# サステナビリティ重点テーマと ESGハイライト

## E 環境

### 環境を守るクリエイティビティ

出版に根ざしたコンテンツが事業活動のベースであることを念頭に、紙資源や間伐材の循環利用はもちろん、紙の出版物の返品率低減に努め、環境負荷の低い森林認証紙・植物油インク等の商品適用を推進します。また、書籍の電子化やプリントオンデマンド（POD）による無在庫生産モデルを拡大して紙を削減し、山岳・森林保全活動を通じてものつくりの責任を果たします。

| | | 2022年3月期 | 2023年3月期 | 2024年3月期 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 環境 | 気候変動 | | | | |
| | GHG Scope 1 | — | 22 | 23 | t-CO 2 |
| | GHG Scope 2 | 64 | 64 | 67 | t-CO 2 |
| | 電力使用量 | 140,911 | 140,045 | 145,805 | kw/h |
| | GHG Scope 3 | — | 24,038 | 23,775 | t-CO 2 |
| | （内訳） | | | | |
| | カテゴリ1　購入財 | — | 21,420 | 21,584 | t-CO 2 |
| | カテゴリ2　資本財 | — | 1,273 | 929 | t-CO 2 |
| | カテゴリ3　エネルギー活動 | — | 13 | 13 | t-CO 2 |
| | カテゴリ4　輸送配送（上流） | — | 58 | 53 | t-CO 2 |
| | カテゴリ5　事業活動廃棄物 | — | 1 | 1 | t-CO 2 |
| | カテゴリ6　出張 | — | 105 | 126 | t-CO 2 |
| | カテゴリ7　通勤 | — | 75 | 88 | t-CO 2 |
| | カテゴリ9　輸送配送（下流） | — | 971 | 875 | t-CO 2 |
| | カテゴリ12　販売製品廃棄 | — | 122 | 106 | t-CO 2 |
| | サステナビリティ貢献製品 | | | | |
| | オンデマンド印刷（出版売上高比率） | 0.7 | 0.8 | 1.3 | % |
| | 電子書籍（出版売上高比率） | 11.6 | 12.5 | 12.8 | % |
| | 森林認証紙等使用製品数 | 4 | 27 | 15 | 点 |
| | SDGsをテーマにした製品/サービス | 5 | 8 | 10 | 点 |

※カテゴリ8・10・11・13・14・15は該当がありません。

## S 社会

### 文化を育む専門性の次世代への橋渡し

子ども向けや資格試験向け、プロの技を伝える書籍や講座を拡充し、専門家から直接・間接に指導を受けられるサービスを通して専門性の向上や継承に努めます。記事アーカイブの維持や無料公開を促進し、人々の知恵や歴史を次の世代に残していく源泉とします。

### 人の相互尊重と働きがいある挑戦

誰ひとり取り残さない社会を目指して、出版アクセシビリティ（読書バリアフリー）へ取り組むと同時に、読者や著者の権利を尊重します。グループ内外問わず働き方の選択肢や勉強会、企画支援制度を増やし、一人一人の力を引き出すことに挑み続けます。

| | | 2022年3月期 | 2023年3月期 | 2024年3月期 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 社会 | 雇用/採用 | | | | |
| | 従業員数 | 674 | 689 | 675 | 人 |
| | 新卒採用数 | 6 | 7 | 7 | 人 |
| | 中途採用数 | 48 | 50 | 34 | 人 |
| | 平均勤続年数 | 12 | 12 | 12 | 年 |
| | 多様性 | | | | |
| | 女性役員比率 | 6.3 | 6.3 | 6.3 | % |
| | 女性管理職比率 | 20.3 | 20.1 | 21.9 | % |
| | 女性社員比率 | 40.8 | 40.8 | 40.6 | % |
| | 男性育児休暇取得率 | 0 | 25 | 12.5 | % |
| | 有給休暇取得率 | 43.6 | 44.8 | 46.8 | % |
| | 出社率 | 21 | 27.9 | 28.9 | % |
| | 公平＆包摂 | | | | |
| | 外国人雇用者数 | 6 | 6 | 6 | 人 |
| | 障害者雇用者数 | 3 | 3 | 5 | 人 |
| | 男女間賃金格差 | 78.7 | 78.4 | 82.2 | % |

## G 企業統治

### 公正なパートナーシップ

独立性を保持しつつ、できる限り対等な関係性を構築、業界をはじめとして企業・個人共に横のつながりを大切にします。倫理観ある事業活動を常に意識し、透明性のある開示と協創を実現するための窓口を広く提供します。

| | | 2022年3月期 | 2023年3月期 | 2024年3月期 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 企業統治 | 役員構成 | | | | |
| | 取締役人数 | 6 | 6 | 6 | 人 |
| | 監査役人数 | 3 | 3 | 3 | 人 |
| | 独立取締役比率 | 33.3 | 33.3 | 33.3 | % |
| | 独立監査役比率 | 66.6 | 66.6 | 66.6 | % |
| | 報酬 | | | | |
| | 取締役報酬総額 | 136 | 128 | 121 | 百万円 |
| | 監査役報酬総額 | 23 | 23 | 23 | 百万円 |
| | 指名委員会開催回数 | 5 | 2 | 5 | 回 |
| | 報酬委員会開催回数 | 3 | 4 | 2 | 回 |

### サプライチェーン排出量（Scope 3）の算定を実施

温室効果ガス排出量については、Scope 1・2に加えて、2024年3月にはFY22におけるScope 3を専門家指導のもと算定いたしました。カテゴリ1の購入財が9割を占め、その約半分程度が紙の出版における用紙・印刷費となっています。事業への影響と排出量削減のバランスを見定めつつ、引き続きTCFD提言に基づくシナリオ分析においてリスクと機会が及ぼす財務インパクトの算出を進めてまいります。なお、本年はCDP（Carbon Disclosure Project）への回答も済ませております。



**塚本由紀**［つかもと・ゆき］
株式会社インプレスホールディングス
取締役CCO

# グループ環境方針

インプレスグループは創設当初よりメディア企業として、デジタル社会とそれを実現する技術がもたらす、人と地球のより良い未来に向けた情報発信と、業務プロセスの積極的な電子化によるSX（サステナビリティ・トランスフォーメーション）を続けてまいりました。気候危機が叫ばれる現在、自らが発信する情報の資源効率を向上させ持続可能な形で提供すること、また、情報自体が循環型社会の形成に役立ち、環境保全の取り組みを促進するものであることを常に志し、ここにインプレスグループの環境方針を策定します。

本方針は経営トップによるリーダーシップのもと、株式会社インプレスホールディングス（以下「当社」といいます。）取締役会の承認を経て策定しています。

## 1.環境を守るクリエイティビティ

**● 生物多様性と自然環境に配慮した材料採取**

出版に欠かせない紙・木材等の原材料はもとより、狩猟等のテーマを含む山岳・自然分野の取材においても、違法に採取・栽培された資源を使用せず、森林減少・劣化の抑制や生態系の保全・啓発活動に努めます。また、環境負荷のより低い新素材の積極的な採用とそれによる商品価値向上も目指してまいります。

**● 気候変動の緩和**

オフィスやデータセンター等での$CO_2$排出係数のより低いエネルギーの使用に努め、拠点集約やデジタル化による生産性向上を通じた消費電力低減を継続的に図ります。気温上昇による森林火災等の災害発生がグループの出版事業における紙の原材料調達に与える影響を認識し、温室効果ガスの削減に寄与いたします。

**● 循環経済の促進と資源効率**

可能な限り資源をリデュース・リユース・リサイクルし、再生可能資源への代替を徹底します。特に、出版における返品率抑制、梱包材の削減、古紙回収をはじめ、電子化（ペーパーレス）推進やオンデマンド印刷による無在庫生産モデルの適用により、資源・製品の価値の最大化、資源消費の最小化、廃棄物の発生抑止に努めます。

**● 環境法令の遵守と汚染防止**

各種環境法令に基づき、大気・水質・土壌等の汚染を防止し、化学物質を適切に選定（製品に含有するインク等を植物由来に置き換えるほか）・管理します。また、廃棄物を適切に処理し、環境や人間の健康への悪影響の回避に取り組みます。

## 2. 適用範囲・教育

インプレスグループの環境方針は、グループ各社のすべての役員および従業員に適用されます。グループ各社の事業活動に欠かすことのできないパートナーをはじめとする取引関係者に対しても、この環境方針を共有・周知し、環境保全の取り組みを強化してまいります。

## 3. 継続的な取り組みおよび対話

インプレスグループは、多様なステークホルダーとのコミュニケーションの一環として、この環境方針に基づく取り組みの状況について適切な情報開示に努め、皆様との対話を経て継続的な改善を重ねます。

# グループ人権方針

インプレスグループは、1992 年のグループ創設以来、良質で魅力ある専門コンテンツを創出する人々と共にグループ内外にコミュニティを形成し、デジタル技術を活用したメディア・イノベーションに挑戦し続けています。人々と共に「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」仕事を通じて、人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくりたい。それが、私たちの目指す未来像です。私たちは、お互いに尊重しあえるパートナーシップのもと、私たちの事業に関わるすべての方々と共に、目指すべき未来に向かいたいと考えております。ひとりひとりの成長を支え、一歩一歩、そのような未来に進むためには、すべての人の人権が尊重されることが不可欠です。

そこで、経営トップによるリーダーシップのもと、株式会社インプレスホールディングス（以下「当社」といいます）取締役会の承認を経て、ここにインプレスグループの人権方針を策定します。

## 1. 人権の尊重

インプレスグループは、グループ各社の事業活動が直接または間接的に人々の人権に対して影響を及ぼす可能性があることを認識し、すべての人の人権が尊重されるように業務プロセスの改善を続けてまいります。

国連「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際規範に準拠したうえで、国際人権章典や国際労働機関（ILO）の諸条約に規定される人権を含む国際的に認められた人権への負の影響に対処し、人権を尊重する責任を果たすことに努めると共に、デジタル技術を活用したメディア・イノベーションにより、人々の人権の享受を積極的に支援します。

## 2. 適用範囲

インプレスグループの人権方針は、グループ各社のすべての役員および従業員に適用されます。グループ各社のみならず、事業活動に欠かすことのできないパートナーをはじめとする取引関係者に対しても、この人権方針を共有・周知し、その理解および遵守を要請してまいります。

## 3. ステークホルダーとの対話

インプレスグループは、この人権方針に基づき事業活動を行うにあたり、独立した外部の専門家から助言を受け、多様なステークホルダーとの対話や協議を重ねながら人権尊重の取り組みの向上を目指します。

## 4. 人権デューデリジェンスの実施

インプレスグループは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、グループ各社の事業活動および取引関係者が及ぼす人権への実際あるいは潜在的な負の影響を特定、評価、予防・軽減、追跡調査を行い、人権デューデリジェンスのプロセスの実施に努めます。

2023年3月28日 制定

## 5. 救済と苦情処理メカニズムの整備

グループ各社の事業活動および取引関係者において人権への負の影響が実際に発生したことが判明した場合、私たちはその是正・救済に取り組みます。また、グループ各社の事業活動および取引関係者に関わる人権への負の影響を適時に把握し、その軽減・解消に向けて適切に対応するため、実効的な苦情処理メカニズムの整備にも取り組みます。

## 6. 情報開示

インプレスグループは、ステークホルダーとのコミュニケーションの一環として、この人権方針に基づく人権尊重に係る取り組みの状況について、適切な情報開示に努めます。

## 7. 教育・研修

インプレスグループは、この人権方針がグループ各社内に浸透し効果的に実行されるように、その役員および従業員などの関係者に対し、適切な教育・研修を行います。

## 8. 推進体制

インプレスグループは、この人権方針の推進に関する責任者として当社サステナビリティ担当取締役を指定し、この人権方針を自社および取引関係者全体に効果的に定着させ、実行する体制を確保します。

## 9. 人権に関する重点テーマ

インプレスグループは、この人権方針の推進にあたって、人権尊重における重点テーマとして次のことに取り組んでいます。

**多様性の尊重、包摂性の促進と差別の禁止**

グループ各社の役員および従業員をはじめ、グループ各社が関わりを有する全ての人々の多様性を尊重しその包摂性の促進を目指します。人種・民族・宗教・国籍・出身・性別・性自認および性的指向・年齢・障がいの有無・疾病などによる差別を許容しません。また、データ収集・分析やアルゴリズムから生じる差別の防止にも努めます。

**ハラスメントの防止**

パワーハラスメント、セクシュアルハラスメント、マタニティハラスメントなど、その態様を問わず、あらゆるハラスメント行為をグループ各社内から一掃します。

**健全な労働環境の実現と安全および健康の維持**

労働関係法令の遵守のみにとどまらず、長時間労働を可能な限り回避します。また、安全・衛生に関する法令を遵守し、心身共に健全に働けるよう選択肢のある労働環境および職場を提供することで、従業員の安全と健康の維持に努めます。グループ各社のパートナーをはじめとする取引関係者に対しても、対話を通じて、健全な労働環境の実現と安全および健康の維持を促進してまいります。

**プライバシーの保護**

デジタル社会においてプライバシーの保護がより一層重要な人権課題となっていることをふまえ、事業全体を通じて、取材対象者やコンテンツに関わる人々の情報を含め、個人情報の適切な取り扱い、プライバシーの保護に努めます。

**著作者の権利の尊重**

作品やコンテンツの創作者が有する、自身の創作から生ずる精神的および物質的な利益を享受する権利が尊重されるよう常に配慮し、さまざまなメディアを通じた適切な情報発信に努め、知恵と感動を共有してまいります。

# パートナー行動規範

インプレスグループは、「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」仕事を通じて、人間性豊かで自由な文化・社会の循環の形成を目指しています。メディア企業として持続可能な社会の実現に向けて、インプレスグループは、サステナビリティ基本方針や人権・環境方針を策定した上で、これを達成するための取り組みを行っています。しかしながら、目標達成には、インプレスグループの事業活動に欠かすことのできないすべてのパートナーの皆様と一丸となって取り組むことが不可欠です。そこで、インプレスグループは、パートナーの皆様に対して期待し要請する事項をここに明確にし、共に目指すべき未来に進んでいくために、本パートナー行動規範を策定しました。

## 1. パートナーの皆様に対する期待・要請事項

インプレスグループは、パートナーの皆様に対し、インプレスグループのサステナビリティ基本方針、人権・環境方針および本パートナー行動規範で定める事項を十分に理解し、実行することを期待します。

## 2. 情報提供の要請について

インプレスグループは、本パートナー行動規範をふまえたパートナーの皆様との間の取り組みについて、適時適切な情報開示を行う予定です。パートナーの皆様に対しても、本パートナー行動規範に関する取り組み状況確認のため、グループ各社を通じて情報提供をお願いする場合がありますので、ご協力をお願いいたします。

## 3. 是正要請について

パートナーの皆様が、本パートナー行動規範に違反し、または違反するおそれが生じた結果として、パートナーの皆様において人権および環境に対する負の影響が生じた場合、グループ各社は、事実関係や経緯を確認させていただいた上で、パートナーの皆様にこれを是正するように要請します。万一、当該是正要請に対しパートナーの皆様が取るべき措置を取らなかったり、負の影響に対して改善がみられなかった場合は、やむを得ず当該パートナー様との関係を再考しなければならないことがありますことを、何卒ご理解ください。

2023年3月28日 制定

**（1）法令遵守及び国際規範の尊重**

インプレスグループの商品やサービスの製造・提供・流通等において、適用されるあらゆる法令を遵守すると共に、人権尊重、環境配慮、腐敗防止、公正な事業慣行等に関連する国際規範を尊重すること。

**（2）人権の尊重**

インプレスグループの商品やサービスの製造・提供・流通等において、事業活動に関わるすべての人々の人権への負の影響を引き起こさず、またこれを助長しないこと。万一人権への負の影響を引き起こした、または助長したことが判明した場合は、速やかに是正すること。

特に、以下の項目については重点的に遵守することを要請します。

① 強制労働の禁止
いかなる形態の強制労働もさせてはならず、人身取引に関与しないこと。

② 児童労働の禁止
いかなる形態の児童労働にも関与しないこと。

③ 差別の禁止、多様性の尊重および包摂の促進
労働者を含む全ての人々に対し、いかなる差別もせず、その多様性を尊重し包摂の促進に取り組むこと。

④ 安全で健康的な労働条件の確保
安全衛生に関する法令等に基づき、メンタルヘルスケアを含め、調達物品・サービス等の製造・提供・流通等に従事する労働者にとって身体的・精神的に安全で健全な労働環境・条件を整えること。

⑤ ハラスメントの防止
パワーハラスメント、セクシュアルハラスメント、マタニティハラスメント等、その態様を問わず、あらゆるハラスメント行為の根絶に取り組むこと。

⑥ 結社の自由、団体交渉権の承認
労働者に対して、組合結成の自由及び団体交渉の権利といった労働者の基本権を尊重すること。

⑦ プライバシー保護と情報の適切な管理
取材対象者やコンテンツに関わる人々の情報を含む個人情報を適切に取り扱い、プライバシーを保護すること。

⑧ 著作者の権利の尊重
作品やコンテンツの創作者が有する、自身の創作から生ずる精神的および物質的な利益を享受する権利が尊重されるよう常に配慮すること。

**（3）環境への配慮**

インプレスグループの商品やサービスの製造・提供・流通等において、各種環境法令等に基づき、事業活動を通じて環境への配慮に努め、万一法令等に違反して環境汚染や環境負荷が生じた場合にはこれを是正すること。
特に、以下の事項については重点的に遵守することを要請します。

① 生物多様性と自然環境の保全に配慮した材料採取
紙・木材等の原材料を使用する場合には、違法に採取・栽培された資源を使用せず、また森林減少・劣化の抑制や生物多様性の保全に配慮して採取・栽培された原材料を使用するように努めること。

② 気候変動の緩和
CO2 排出係数のより低いエネルギーの使用に努めること。また、排出される温室効果ガスの削減に寄与する原材料や、燃料をLCA（ライフサイクルアセスメント）の観点から選択して利用するよう努めること。

③ 循環経済の促進と資源効率
可能な限り資源をリデュース・リユース・リサイクルし、再生可能資源への代替を徹底し、資源・製品の価値の最大化、資源消費の最小化、廃棄物の発生抑止に努めること。

④ 汚染防止
各種環境法令に基づき、大気・ 水質・土壌等の汚染を防止し、化学物質（製品に含有するものを含む）を適切に管理し、また、廃棄物を適切に処理し、環境や人間の健康への悪影響の回避に取り組むこと。

**（4）下請先・サプライヤー等の管理**

インプレスグループに対する製品・サービス等の製造・提供・流通等に関連して、パートナーの皆様が、その下請先やサプライヤー等からさらに調達やサービス提供を受ける場合には、当該下請先・サプライヤー等も本行動規範を遵守するように適切な措置を講じること。

# 人材戦略

当社グループでは「人材育成および環境整備方針」を取締役会のコミットメントのもと制定し、より一層の人材育成と環境の整備に努め、社員の成長やチャレンジと社員個々の幸福を実現することで、企業としての成長を目指してまいります。

## 人材育成および環境整備方針

当社グループの企業理念である「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」を実現し続けるために、「社員に求めるもの」として「変化を楽しみ、革新性を追求する」「価値観の違いを尊重し、共に響き合う」「人を巻き込み、自律的なコミュニティの成長を促す」「高度な専門知識に裏打ちされた信頼感を醸成する」「当事者意識を持ち、想いを込めて社会へ貢献する」の５項目を人事戦略の中心に掲げております。

### 人材の獲得と育成

当社グループは、様々なキャリアや知識に裏打ちされた高い専門性を持った人材や、まだ経験値は少なくともポテンシャルの高い人材を獲得してまいります。そして、それぞれが高い主体性と協創性をもって価値あるものを生み出す、あるいはそれをサポートできるような、幅広い強みをもつ、バラエティ豊かな人材の育成に取り組んでおります。そういった人材育成のために、研修制度として、新入社員研修（グループおよび各社別）や管理職研修のような階層別研修だけでなく、女性活躍を推進する目的から「女性リーダー研修」や「男性管理職向けの女性リーダー活躍支援研修」等も導入し、多様性尊重の観点での外部研修を実施しております。

グループ内においても、高い専門性をもった社員が中心となって行う「グループ勉強会」や各社の社内勉強会で幅広い知識を積み上げていくとともに、グループ各社で新たな業務にチャレンジできる「グループ内公募制度」や新規の事業や企画に対するグループ支援制度を継続しており、人材が横断的にモチベーション高く業務を遂行できる環境の実現を目指しております。

加えて、グループ各社でその実施方法は異なるものの、パフォーマンス評価とフィードバック面談を定期的に実施し、社員個々の強みや課題だけでなく将来の成長に向けての目標を明確にすることで、人材育成の重要な役割を担っております。

### 多様性の尊重

当社グループは、将来的に、社員・管理職層・役員のすべての男女比が50:50 になることを目指すとともに、外国籍社員や障がいのある社員が活躍できる職場を実現します。また、人種・民族・宗教・国籍・出身・性別・性自認および性的指向・年齢・障がいの有無・疾病等による差別やあらゆるハラスメントを排除します。



2024年度新卒社員入社式。

## 目指す人材像

### 1 INNOVATION
**変化を楽しみ、革新性を追求する**

当社の経営理念である「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」の「面白いことを創造する」という点に着目し、その思いを常にもち「面白いこと」を実際に創り出せるポテンシャルがある人、そして時代の変化を楽しみながら前向きに「新しいこと」へチャレンジすることができる人

### 2 DIVERSITY & INCLUSION
**価値観の違いを尊重し、共に響き合う**

文化や価値観等の様々な「違い」を受け容れ、お互いを理解し尊重し合えることを大切にし、その中で自分自身の意見をしっかりと伝えることができ、周囲の理解を得ることができる人、また周囲の気持ちに配慮し相手の求めていることをどのように実現できるか考えて行動に起こせる人

### 3 COMMUNICATION
**人を巻き込み、自律的なコミュニティの成長を促す**

常に社会人として基本的なマナーや人に対する配慮を心掛け、自己への信頼感を高め、周囲へのコミュニケーションを怠らないことを意識し、高いチームワークを実現するために何をすればよいか主体的に考えて行動にうつせる人

### 4 SPECIALTY
**高度な専門知識に裏打ちされた信頼感を醸成する**

自分の業務や会社の事業、業界について、専門性を高めるために自ら目標設定をし、その目標に到達するための努力を自発的に行うことができ、その専門性をしっかりと発揮してチームの創造性や生産性向上に寄与できる人

### 5 OWNERSHIP
**当事者意識を持ち、想いを込めて社会へ貢献する**

会社のビジョン・ミッションをしっかりと理解して、自分の業務や会社の事業に対して積極的に課題発見・解決していく意識をもっていることに加え、業務を遂行するためのストーリーを描いて最後までやりきる強い意志をもちつつも、独りよがりにならず柔軟に対応することができる人

## 新しい働き方の促進

当社グループは、優秀な人材の獲得や離職防止、生産性の向上、社員個々のワークライフバランスの実現等を目指し、コアタイムのないスーパーフレックスタイム制の導入や在宅勤務の積極活用を実現しております。

また当社グループは、働く場所や時間を自由に選ぶ働き方をコンセプトに、すべてのオフィスをフリーアドレスとしている利点を活かし、多様な専門性を持った当社グループのスタッフが「バリアフリーなコミュニケーション」によって、多様なアイデアの実現を可能にする環境を実現しております。

同様に、遠隔地勤務制度を導入し、職種や仕事内容によってはオフィスへの出社を必要としないため、様々な理由で首都圏近郊等での居住が難しい人材の勤務の継続、または新たな採用が可能となっております。

上記のような環境を実現していることもあり、当社グループでは一度離職した社員が復職したいと希望するケースが少なくなく、これを制度化し今後も復職する社員が増えていく環境を目指します。

これらの実現は、時代の変化に応じて柔軟に変化しつつある当社グループの社員の働く環境を向上させていくことに直結していると考えており、今後も更なる環境整備を続けて参ります。

## 人材育成および環境整備方針

当社グループでは、多様性の尊重および環境の整備に関する指標として次の指標を用いております。当該指標に関する目標及び実績は、次のとおりであります。

| | 2024年3月末時点の状況 | 目標（2030年） |
|---|---|---|
| 女性管理職比率 | 管理職全体の21.9% | 30% |
| 外国籍従業員数 | 6名 | 10名 |
| 出社率 | 28.9% | 40～50%を維持 |
| 再入社従業員数 | 全従業員の5% | 全従業員の9% |

## 『働き方』をサポートする仕組み

当社グループでは、2020年の新型コロナウイルス感染拡大を契機に、リモートワークを経て、「withコロナ」における社会の変化を元に戻すことなく前に進めるため、「withテクノロジー」をテーマに、「新しい働き方」を推進しています。



**［遠隔地勤務制度］**

会社から 100km 以上離れた地域に居住し、毎日や週 1 回というような出社の義務もなく、国内外どこに居ても仕事をすることが可能な制度です。



**［ワーク・バランススタッフ制度］**

育児、介護、スキルアップのための勉強等の様々な事情に基づき、短時間勤務、週3日や4日勤務等を実現でき、時間外・休日勤務の拒否も可能になる等、個人の事情に合わせた柔軟な働き方を選べる制度です。複数のグループ会社において「働き方」改革の一環として2015年4月に導入しています。



**［リモートワーク制度］**

自宅やコワーキングスペース等を使って「どこででも」仕事ができる仕組みです。出社日数等の定めもなく、業務の内容や自分の事情等も踏まえて働く場所を選ぶことができます。この仕組みの導入にあたって「リモートワークに関する手当」や「コワーキングスペースの費用補助」も行っています。



**［グループ内ワークシェア制度］**

グループの幅広い人材が自分の担当する業務以外を経験することで、スキルや知識のレベルアップを図ることに加え、外部からの新たな採用に頼ることなく、柔軟性の高い働き手の増員が実現できる仕組みです。ワークシェア案件に対しては別途報酬を支給しています。

# 人事統括室における人材戦略の取り組み

**株式会社インプレスホールディングスでは、2022年から**
**従来の人事戦略室とグループ人事部を人事統括室に統合・改編し、**
**より機動的な人事の実現を心掛けています。**

## 多数のグループ会社における人事をより円滑に

インプレスホールディングスの人事部門は、2022年に当時の人事戦略室と旧株式会社Impress Professional Worksのグループ人事部を統合し、人事統括室に改編されました。グループ全体の人材戦略立案とグループ各社の人事部門とのやりとりが一本化されたことで、人事制度の反映や各社の人事面の課題集約等がスムーズになっています。

グループ各社には、それぞれを担当する管理部門があり、グループ入りする前からの独自の文化が残っている会社もありますが、グループにおける人事評価ポリシーを「目指す人材像」として明記することで、数字に現れない評価基準が意識しやすくなるようにしています。

グループの人材戦略として、適材適所を実現するための人材の流動化を目指しており、その一環として、グループ内公募制度を活用し、異なるグループ会社への異動によって新たなステージで活躍する従業員が数多くおります。

今後の課題としては、子育て世代の従業員や家族の介護を必要とする従業員等をサポートできる仕組みを検討しており、従業員の福利厚生を目的とするだけでなく、日本社会が抱えている課題への取り組みにもなるような人事制度を導入していきたいと考えています。



**佐々木一幸**
株式会社
インプレスホールディングス
グループ人事・人材開発担当
執行役員

## 遠隔地勤務制度利用者の声

最初にインプレスに入社したのは1995年で、雑誌やムックの制作を担当していましたが、転職やグループ会社への再入社を経て、現在はビジネスメディア事業部でタイアップ案件のWebコンテンツ、ムックや冊子の編集・制作に携わっています。

2020年のコロナ禍でリモートワークが始まってから出社する機会がほとんどなくなり、実家のある浜松市への移住を検討し始めました。上司や人事部に相談したところ、私の業務内容や勤務状況が考慮されて、遠隔地勤務制度を利用できることになりました。

浜松市には東京圏から移住した場合に補助金（移住・就業支援金）が支給される制度があり、浜松市で就職しなくても「移住元の業務を引き続きテレワークで実施」する場合にも適用されるため、人事部に書類等を用意してもらって受給することができました。

浜松から東京までは新幹線で1時間半ほどなので、必要があれば新幹線で出社し、移住前と変わらず業務をこなしています。高齢の母も私が近くに帰ってきたことを大変喜んでおり、制度を利用して良かったなと思っています。

**内山美枝子**
株式会社インプレス
ビジネスメディア事業部
ビジネスコミュニケーション統括部
ビジネスメディア企画編集部

# インプレスホールディングス役員紹介

取締役会長

## 唐島夏生［からしま・なつお］



［略歴］

2013年6月　当社取締役
2016年6月　当社代表取締役社長
2019年6月　株式会社エフエム東京取締役相談役
2020年6月　当社取締役会長（現任）
2024年10月　株式会社エフエム東京
　　代表取締役社長執行役員（現任）

代表取締役社長兼CEO

## 松本大輔［まつもと・だいすけ］



［略歴］

1996年4月　株式会社リットーミュージック入社
2016年6月　同社取締役
2017年4月　同社取締役副社長
2018年4月　同社代表取締役社長（現任）
2019年6月　当社執行役員
2020年6月　当社代表取締役社長
2024年6月　当社代表取締役社長兼CEO（現任）

取締役CCO

## 塚本由紀［つかもと・ゆき］



［略歴］

2004年4月　ソシオメディア株式会社入社
2011年1月　有限会社T&Co.取締役（現任）
2017年6月　当社取締役
2020年6月　当社取締役副社長
2024年6月　当社取締役社長CCO（現任）

取締役CSO

## 二宮宏文［にのみや・ひろふみ］



［略歴］

1999年6月　当社入社
2008年5月　当社財務企画部部長
2011年4月　当社経営戦略室室長（現任）
2013年4月　当社執行役員
2024年6月　当社取締役CSO（現任）

常勤監査役

## 佐々木敬［ささき・たかし］



［略歴］

2006年11月　当社入社内部監査室室長
2013年6月　当社常勤監査役（現任）

社外取締役

## 白石徹［しらいし・とおる］



［略歴］

1982年4月　大和証券株式会社入社
1999年12月　当社取締役
2015年7月　Sコンサルティング有限会社代表取締役（現任）
2016年6月　当社社外取締役（現任）
2018年11月　株式会社セレコーポレーション社外監査役（現任）
2022年7月　株式会社オービーシステム社外取締役（現任）

［Message］

出版をとりまく環境は厳しい状況が続いており、当社では昨年から事業構造改革を進めておりますが、抜本的な変革を含めた更なる経営努力により、中長期的な企業価値向上を目指し、株主をはじめとする多くのステークホルダーのご期待に応えられるよう、取締役会メンバーとして活動していきたいと思います。

社外取締役

## 藤倉尚［ふじくら・なおし］



［略歴］

1992年4月　ポリドール株式会社
（現・ユニバーサルミュージック合同会社）入社
2008年4月　同社執行役員
2012年1月　同社副社長兼執行役員
2014年1月　同社社長兼最高経営責任者（現任）
2020年6月　当社社外取締役（現任）

［Message］

膨大なコンテンツがデジタルで流通する現在、インプレスグループの専門的知見に裏打ちされた信頼性の高いコンテンツやサービスは大きな強みになると考えています。経営理念にある「面白いことを創造する」力を研ぎ澄まし、ユーザーとの繋がりを深め、世界からも注目される企業に進化できるよう助言をしてまいります。

社外監査役

## 松本伸也［まつもと・しんや］



［略歴］

1996年7月　丸の内総合法律事務所パートナー（現任）
2001年6月　当社社外監査役（現任）
2007年6月　澁澤倉庫株式会社社外取締役（現任）
2011年6月　丸の内総合法律事務所代表弁護士（現任）
2013年6月　大平洋金属株式会社社外取締役（現任）

［Message］

コンプライアンスは、企業経営の根幹のひとつとなっています。そこで、当社では傘下に10社を超える子会社を擁しているところ、グループ監査役及び内部監査室との定期会合、並びに社外取締役、会計監査人及び内部監査室との意見交換会を通じ、緊密な連携と情報交換により、監査の実効性を高めることに努めております。

社外監査役

## 九里和男［くのり・かずお］



［略歴］

2016年8月　九里和男税理士事務所開所
2017年6月　当社補欠監査役
2020年6月　当社社外監査役（現任）

［Message］

会計及び税務の専門家の立場から、これまでの知見や経験等をもとに業務に関するコーポレートガバナンス並びにコンプライアンスのチェック等、社外監査役としての職務を果たしてまいります。また、役員の一員として当事者意識を持って会社の発展や目的に向け、一歩一歩進んでいきたいと思います。

# コーポレート・ガバナンス

**当社グループにおけるコーポレート・ガバナンス体制の状況を記載し、**
**東京証券取引所に提出しているコーポレート・ガバナンスに関する報告書より抜粋して、**
**当社のコーポレート・ガバナンスの状況をご報告します。**

## 基本的な考え方

当社グループは、社会における持続的な企業価値の向上に向けて、経営スピードを高めるために、環境変化に合わせた機動的な組織づくりが可能な分社経営体制をとっております。持株会社である当社は、グループ経営のモニタリング体制の充実を図り、コーポレートガバナンス・コードの各原則を踏まえた必要な体制整備および諸施策の実施により、当社企業理念である「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」を担う自律的で多様な文化を形成促進していくことをコーポレート・ガバナンスの基本方針としております。

株主・投資家の皆様をはじめお客様、取引先、従業員、地域社会等、全てのステークホルダーに対する経営の透明性・公平性を重要な課題とし、建設的な個別対話とそれに基づく共創を重視しております。

当社は経営の監督と業務の執行を分離した持株会社体制のもと、監査役会設置会社形態をとっており、加えて、より公正かつ透明性の高い役員の選考および報酬制度を実現すべく、独立社外役員を主要な構成員とした任意の諮問機関として指名委員会および報酬委員会を設置しております。

## 現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要

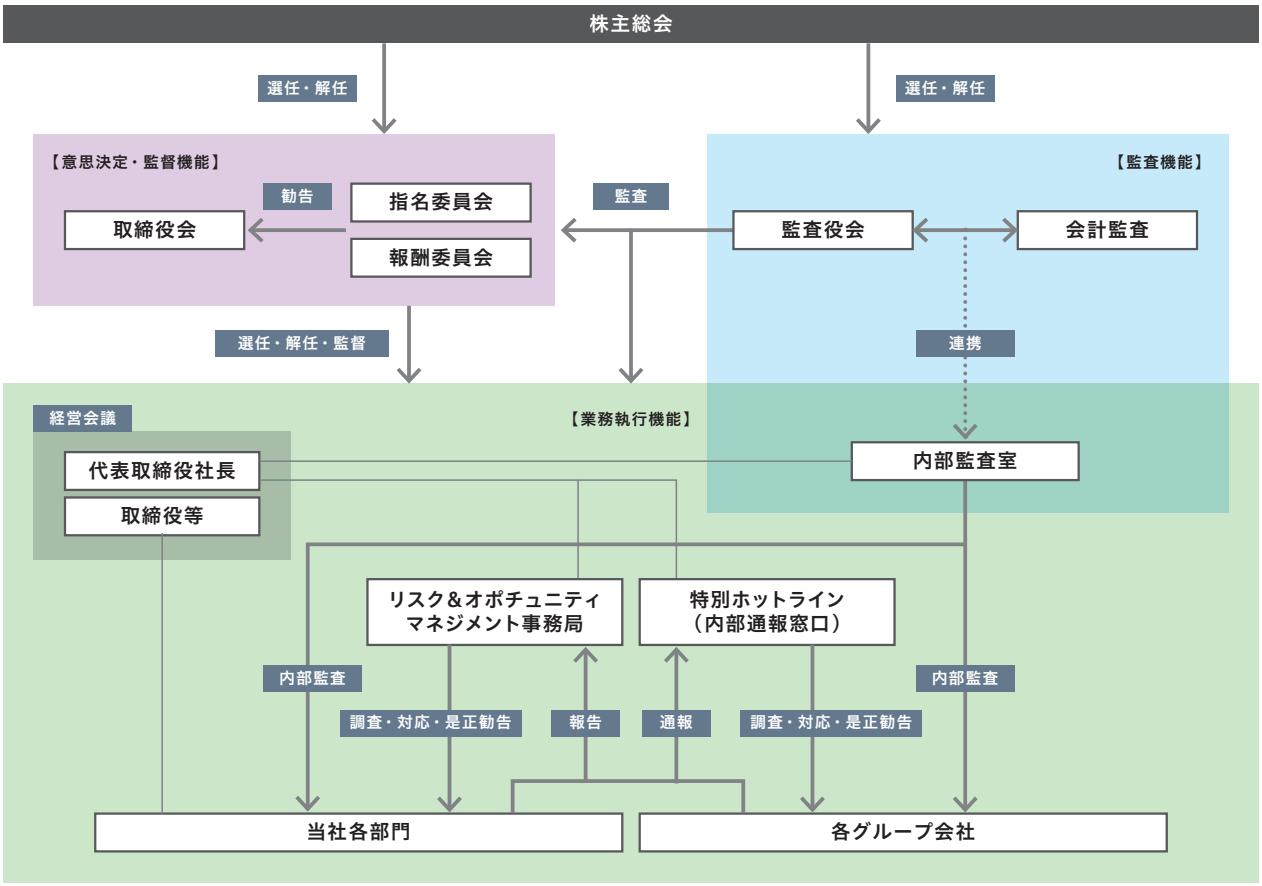
当社グループ会社の業務執行に関する監督体制としましては、当社代表取締役に任命された取締役等が当該グループ会社の経営および財務状況を当社代表取締役に定期的に報告するとともに、グループ会社の重要な経営情報につきましては、当社執行役員および各部門長により、当社代表取締役に報告が行われる体制となっております。

当社取締役につきましては、経営監視機能の強化を目的に独立役員の適合性を有する社外取締役を選任するとともに、経営責任を明確にする目的で任期を１年としております。また、経営と業務の執行責任を分離する目的で当社は執行役員制度を導入しており、業務に関する責任と権限を明確化し、業務統制の向上を図っております。監査役につきましては、監査機能の強化を目的に独立役員の適合性を有し、税理士/弁護士の資格を持つ専門家を含め、社外監査役を２名選任しております。取締役会は毎月１回以上開催、監査役会は３ヶ月に１度以上開催されるとともに、監査役は取締役会に参加し、取締役の職務執行について実効のある監視機関として機能しております。

なお、当社は、取締役および監査役の責任について、取締役（業務執行取締役等を除く。）および監査役がその職務の遂行にあたって期待される役割を十分発揮できるよう、取締役会の決議により、会社法第423条第１項に定める賠償責任を法令の限度において免除できる旨を定款で定めており、当該契約を社外取締役および監査役と締結しております。

注釈）
詳細はコーポレートサイトに掲載しているコーポレート・ガバナンスに関する報告書をご参照ください
https://www.impressholdings.com/pdf/sustainability/governance/pdf.php

## コーポレート・ガバナンス体制図




## 経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況

### 組織形態：監査役設置会社

**【取締役関係】**

| | |
|---|---|
| 定款上の取締役の員数 | 7 名 |
| 定款上の取締役の任期 | 1 年 |
| 取締役会の議長 | 社長 |
| 取締役の人数 | 6 名 |
| 社外取締役の選任状況 | 選任している |
| 社外取締役の人数 | 2 名 |
| 社外取締役のうち<br>独立役員に指定されている人数 | 2 名 |

### 組織形態：監査役設置会社

**【監査役関係】**

| | |
|---|---|
| 監査役会の設置の有無 | 設置している |
| 定款上の監査役の員数 | 6 名 |
| 監査役の人数 | 3 名 |
| 社外監査役の選任状況 | 選任している |
| 社外監査役の人数 | 2 名 |
| 社外監査役のうち<br>独立役員に指定されている人数 | 2 名 |

**【代表取締役社長等を退任した者の状況】**

| | |
|---|---|
| 元代表取締役社長等である<br>相談役・顧問等の合計人数 | 1 名 |

## 取締役および監査役の選解任および候補者の指名にあたっての方針および手続

当社の取締役候補者の選考・指名にあたっては、業務執行取締役については、グループの成長に対するビジョンと強いリーダーシップを有し、グループ全社を統括するマネージメント力と専門性を兼ね備え、人格・知見ともに優れ、部門や子会社を統率した実績のある経験豊富な人物であること、また、社外取締役については、様々な経営経験・ビジネス知識等を活かし、当社経営全般に対する監督・助言をいただける人物であることを選考・指名の方針とし、指名委員会の勧告に基づき、取締役会が候補者を指名することとしております。

また、監査役候補者の選考・指名にあたっては、広範かつ豊富な知見と経験を有している人物であることを重視し、さらに社外監査役については監査機能を発揮するに必要な専門知識を有している人物であることを選考・指名の方針とし、指名委員会の勧告に基づき、監査役会の同意のもと取締役会が候補者を指名することとしております。

当社の取締役の解任については、予め取締役会が定めた解任基準に該当するような事態に至ったと考えられる場合、独立社外役員が過半数を占める指名委員会にて審議を行い、その結果を取締役会に勧告します。取締役会においてその内容を検証の上、解任基準に該当する場合、当該取締役については、辞任を勧告し、これに従わない場合は次の定時株主総会における取締役候補者として指名しないこととします。また、代表取締役、社長・副社長等の役付取締役については、取締役会の決定により、その役職を解く場合もあります。

### スキルマトリックス

| スキル | | 企業経営 | 法務・コンプライアンス・内部統制 | 財務会計 | DX・IT | 事業開発・マーケティング | 国際性 | 人事・人材開発 | 業界経験 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 取締役 | 唐島夏生 | ◎ | ○ | | | ○ | | ◎ | ◎ |
| | 松本大輔 | ◎ | | | ○ | ◎ | ○ | | ◎ |
| | 塚本由紀 | ○ | ◎ | | ○ | | | | ○ |
| | 二宮宏文 | ○ | | ◎ | ○ | ○ | | | ○ |
| | 白石徹 | ◎ | ◎ | ◎ | | | | | |
| | 藤倉尚 | ◎ | | | ○ | ○ | ◎ | | |
| 監査役 | 佐々木敬 | | ◎ | | ○ | | ○ | ◎ | |
| | 松本伸也 | | ◎ | | | | | ○ | |
| | 九里和男 | | ○ | ◎ | | | ○ | ◎ | |

| マインド | | Innovation | Diversity & Inclusion | Communication | Specialty | Ownership |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 取締役 | 唐島夏生 | ◎ | | | | ◎ |
| | 松本大輔 | ◎ | | ◎ | | |
| | 塚本由紀 | | ◎ | | | ◎ |
| | 二宮宏文 | ◎ | | | ◎ | |
| | 白石徹 | ◎ | | | | |
| | 藤倉尚 | ◎ | ◎ | | | |
| 監査役 | 佐々木敬 | | | ◎ | | ◎ |
| | 松本伸也 | | | ◎ | ◎ | |
| | 九里和男 | | | | ◎ | ◎ |

※「マインド」の各項目は、当社が定める「目指す人材像」(P087)の中で、各役員が特に重視しているものを記載しております。

## 役員の報酬等の額またはその算定方法の決定に関する方針および決定方法

当社の役員報酬は、継続的な企業価値の向上という経営目標に合わせて、その構成を決定しております。業務執行取締役の報酬は、a.基本報酬、b.短期業績に対するインセンティブとしての業績賞与、c.中長期的なインセンティブとしての株式報酬から構成することとし、毎期の持続的な業績向上に加え、中長期的な成長を動機づける設計となっております。

それぞれの職務や職責における役割や業績に関する責任の度合いに応じ、上位役位になるほど報酬の業績連動性が高まるようにしております。当社の役員報酬は、基本報酬に業績賞与の支給上限金額を加算した「想定年収」を定めたうえで、各報酬要素の概要は以下の通りとしております。

### a.基本報酬

取締役としての職務や職責に応じ、月額固定報酬として支給します。役位に応じて想定年収における基本報酬の割合を定めており、想定年収に対して、代表取締役および取締役会長は80%、取締役副社長は85%、その他の業務執行取締役は90%が基本報酬となるよう定めております。

### b.短期インセンティブとしての業績賞与

業績賞与はその支給上限金額について、基本報酬と同様に役位ごとに想定年収における割合を定めており、代表取締役および取締役会長は20%、取締役副社長は15%、その他の業務執行取締役は10%としております。

また、業績賞与の算定にあたっては、「収益力の強化」や「利益水準の向上」の実現に向けて「連結当期純利益の2.5%」を支給原資として、0から100%（=業績賞与支給上限額）の範囲で決定します。

なお、各取締役の基本報酬と業績賞与支給上限額である想定年収について、その報酬総額は1996年6月21日開催の第4期定時株主総会で承認された役員報酬額（年額500百万円以内）の範囲内とし、取締役会で定めた役割や担当業務毎の報酬基準に従い、より客観的で透明性の高い報酬制度となるよう報酬委員会の勧告に基づき、取締役会において決議することとしております。

### c.中長期的なインセンティブとしての株式報酬

企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを付与すると共に、株主の皆様と一層の価値共有を進めることを目的として、譲渡制限付株式報酬制度を設けております。譲渡制限付株式報酬制度は、2018年6月22日開催の第26期定時株主総会において、業務執行取締役に対する譲渡制限付株式付与のために金銭報酬債権として支給する報酬総額を年額100百万円以内（現行の役員報酬額である「年額500百万円以内」の内枠）、発行または処分される当社の普通株式の総数を年300千株以内、とそれぞれ決議しております。また、譲渡制限付株式の付与対象となる各業務執行取締役への具体的な配分については、報酬委員会の勧告に基づき、取締役会において決議することとしております。

### 役員報酬の構成（想定年収に対する割合）

| | 代表取締役 | 取締役会長 | 取締役副社長 | 業務執行取締役 |
|---|---|---|---|---|
| 基本報酬 | 80% | 80% | 85% | 90% |
| 業績賞与 | 20% | 20% | 15% | 10% |

# グループ行動指針

私たちインプレスグループは、メディアグループとして存続していくためにお客さまならびに広く社会からご信頼いただくことが大切であると考えています。そこで、これまで事業を運営するうえで重視してきたことがらを整理し、私たちの基本的な考え方や行動のあり方を示すガイドラインとして「グループ行動指針」を定めました。インプレスグループに所属する全員が、この行動指針に沿って行動することにより、皆さまからより確かなご信頼をいただけるよう努めてまいります。



井上 里奈
［いのうえ・りな］
株式会社
インプレスホールディングス
グループ法務・コンプライアンス・コーポレート
コミュニケーション担当
執行役員

## 社会との関係

企業は社会的責任を有する公器であり、適正利益の創出と持続的な成長を達成することが第一の責務であることを自覚したうえで、法令を誠実に遵守※し、環境に配慮し、社会的良識をもって行動し、当社グループの活動が豊かで永続的な社会の実現の一翼を担うことを希求する。

## 顧客との関係

未知なる知恵と感動を探求し続け、顧客のニーズを先取りした、わかりやすい、良質なコンテンツ＆サービスを創り出していくと共に、それらを伝達するために顧客との多様な接点を開発・整備し、コンテンツ＆サービスの安定的な供給を維持する。

## 取引先との関係

取引先との有機的なネットワークを積極的に構築し、長期的かつ発展的な関係を維持するために、関連法令を遵守し、不当・不正な取引条件を排除し、常に公平・公正な取引を行う。

## 従業員との関係

企業の成長は従業員ひとりひとりの成長と共にあることを自覚し、基本的人権を尊重し、自主性と創造性を醸成する企業文化を育み、働きがいのある良好な職場環境の整備に努める。

## 株主・投資家との関係

長期的かつ安定的な関係を保つために、企業経営の透明性を高め、公正妥当な会計処理を行うと共に、制度上定められた情報開示に加えて、インターネット・印刷物等を複合的に活用し、財務情報や企業の活動状況を積極的かつわかりやすく開示する。

## 企業情報に対する考え

情報を扱うメディア業にとって情報管理は生命線であることを深く自覚し、個人情報を含む機密情報の管理には厳重なる配慮を行い、管理に必要とされる情報システムの開発を怠らず、適正な管理運用を行う。

## 知的財産に対する考え

知識社会の先鞭を担うメディアグループとして知的財産を尊重し、知的財産の積極的な活用に努めると共に、新しい活用方法の開発に不断の努力を行う。

**※反社会的行為の根絶**
行動指針における「法令遵守」の一環として、暴力団対策法その他関係法令の趣旨に則り、暴力団・総会屋等、社会に脅威を与える反社会的勢力からの不当な要求に応じたり、反社会的勢力との取引を行わない。

# リスク＆オポチュニティマネジメント

インプレスグループでは、グループ各社事業活動を取り巻く各種のリスクを認識し、適切なコントロールを行うために、リスク＆オポチュニティマネジメント規程に基づくリスク管理体制が整えられています。

## リスクカタログ（一部抜粋）

### ＜ネガティブリスク＞

#### A）外部環境

1）天災/事故等
　1 異常気象等の天災/事故等による損害の発生
2）犯罪
　4 情報システムへの攻撃
3）法規等
　5 業界慣行及び規制の動向
4）競合
　6 競合他社の脅威
5）顧客
　8 主要得意先の経営状態の悪化及び重大な経営方針の変更
6）取引先
　9 主要仕入先、外注先、業務委託先の経営状態の悪化及び重大な経営方針の変更
7）株主/株式市場
　10 主要株主又は筆頭株主の異動

#### B）業務活動

1）製品/技術/サービス
　1 製品/サービスの納入、品質に関る事故
2）調達
　8 原材料/エネルギーの高騰、調達不能又は遅延
3）販売
　10 ブランド力/顧客満足度の低下
4）取引先
　13 取引実態の確認できない取引の発生（不正取引）
5）投資
　14 投資先企業の経営状態の悪化
6）情報
　19 機密情報の紛失、流出、漏洩等
7）情報システム
　21 情報システムのダウン
　25 クラウドサービス利用に係る損害・損失の発生
8）財務/経理
　26 銀行取引の停止
9）資産保全
　28 企業資産に発生した損害（取締役会で決議又は報告された棚卸資産廃棄を除く）
10）法務/コンプライアンス
　30 監督官庁による調査及び行政指導

#### C）内部環境

1）ガバナンス
　1 経営者の不正
2）人事/労務
　7 従業員による労働法令違反の申し立て

### ＜ポジティブリスク＞

#### A）外部環境

1）社会情勢等
　1 社会情勢等による（特需を含む）製品/サービスの需要増加
3）法規等
　2 規制緩和
4）競合
　3 競合他社の撤退
　4 技術力/競争力の向上
6）取引先
　5 提携・統合等による業務プロセスの効率化、コスト圧縮

#### B）業務活動

1）製品/技術/サービス
　1 環境配慮・技術革新等による製品/サービスの高付加価値化
　2 グローバルを含む新市場への参入
2）調達
　3 資源又はエネルギー効率の向上
3）投資
　4 基金やファンドの立ち上げ
6）情報
　5 ブランド力/顧客満足度、レピュテーションの向上
10）法務／コンプライアンス
　6 特許の取得

#### C）内部環境

1）ガバナンス
　1 開示の充実による企業価値向上
2）人事/労務
　2 多様性、公正＆包摂の向上

# 内部統制基本方針

当社は、会社法及び会社法施行規則に基づき、以下のとおり、当社及び子会社（以下「当社グループ」という）の業務の適正を確保するための体制（以下「内部統制」という）を整備する。

## 1. 取締役・使用人の職務執行が法令・定款に適合することを確保するための体制

・当社代表取締役は、法令遵守および社会倫理の遵守を企業活動の前提とすることにつき、その精神を繰り返し当社グループの役職員に伝えることにより徹底するものとする。
・当社代表取締役は、コンプライアンス戦略を策定する当社取締役または執行役員を任命し、当社グループの「コンプライアンス規程」に従い当社グループのコンプライアンス体制の維持・向上を推進するものとする。
・当社グループは、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力との取引ならびにその不当な要求に対しては一切応じないものとする。

## 2. 取締役の職務執行に係る情報の保存および管理に関する事項

当社代表取締役は、取締役の職務執行に係る情報の保存および管理につき統括する情報管理責任者を任命し、その者をして、「情報管理規程」に従い、当社グループの職務執行に係る情報を文書または電磁的媒体に記録し、保存させる体制を構築する。

## 3. 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

・当社代表取締役は、リスクマネジメントを所管する当社取締役または執行役員を任命し、当社グループの「リスク＆オポチュニティマネジメント規程」に従い当社グループのポジティブリスク及びネガティブリスクのマネジメントに関する体制の整備および問題点の把握に努める。その実施にあたっては、ポジティブリスク及びネガティブリスクのマネジメントを所管する当社取締役または執行役員が任命する担当者で構成されるリスク＆オポチュニティマネジメント事務局が、リスクマネジメント上の重要な問題を審議し、その結果を取締役会及び監査役会に報告する。
・グループ各社においては、各社社長が各社のリスク＆オポチュニティマネジメント責任者を任命し、ポジティブリスク及びネガティブリスクのマネジメント体制の整備および問題点の把握に努める。また、各社社長は、各社のリスク＆オポチュニティマネジメント担当者を選任し、同担当者をして、リスク＆オポチュニティマネジメント事務局と共同で、各社固有のリスクの分析と、その対策の具体化にあたらせる。
・当社グループの役職員がリスクマネジメント上の問題を発見した場合は、すみやかに各社リスク＆オポチュニティマネジメント責任者を通じてリスク＆オポチュニティマネジメント事務局へ報告する。

## 4. 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

社内規程の定めに基づく、職務権限および意思決定ルールにより、適正かつ効率的に職務の執行が行われる体制をとるものとする。

### 5. 当社および子会社からなる企業集団における業務の適正を確保するための体制

・当社グループにおける内部統制の充実を目指し、当社代表取締役は、当社グループの内部統制の維持・改善を統括する責任者及び責任者を補助する担当者を当社取締役または執行役員の中から任命するとともに、その者をして当社グループ間での内部統制に関する協議、情報の共有化、指示・要請の伝達等が効率的に行われるシステムを含む体制を促進させるものとする。
・内部監査室は、関係部門と連携し、当社グループに対する内部監査を行うものとする。
・当社の「関係会社管理規程」に従い、当社代表取締役に任命された取締役等は、当社代表取締役に自社または担当する会社の経営および財務状況を定期的に報告するものとする。

### 6. 監査役会がその補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する体制

・監査役の職務を補助する組織を当社の内部監査室とする。
・補助者の人事異動については、監査役会の意見を尊重するものとし、当該補助者は、監査役の指示に基づき監査役会の職務を補助するものとする。

### 7. 監査役の職務の執行により生ずる費用に関する事項

・監査役の監査に係る諸費用については、当該監査の実行を担保すべく予算を確保し、監査役が職務の執行により費用の前払、もしくは支出した費用の精算等を請求した場合、社内規定に基づき支払うものとする。

### 8. 取締役・使用人が監査役会に報告するための体制その他の監査役会への報告に関する体制

・取締役及び使用人等は、取締役会、経営会議、その他の重要な会議への監査役の出席を通じて職務の執行状況を報告し、内部監査室は、監査結果を監査役に報告する。このほか、監査役からの求めに応じ、業務及び財産の状況を報告する。
・当社グループの役職員は、法令・定款等のコンプライアンス上の重要な事項、会社に著しい影響を及ぼす恐れのあるリスクマネジメント上の重要な事項に関する事実を発見した場合には、常勤監査役に直接報告することができるものとする。当社グループは、当該報告者に対し、人事制度上その他の不利益な取扱いをせず、また、他の役職員による当該報告者に対する嫌がらせまたは不利益な取扱いを禁ずる。

### 9. その他監査役会の監査が実効的に行われることを確保するための体制

常勤監査役による代表取締役、取締役、執行役員および重要な各使用人からの個別ヒアリングの機会を設けるとともに、監査役会、会計監査人、非業務執行取締役および内部監査室との間で定期的に監査に関する意見交換会を実施する。

# 連結財務諸表等

## 連結貸借対照表

| | 前連結会計年度<br>（2023年３月31日） | 当連結会計年度<br>（2024年３月31日） |
|---|---|---|
| 資産の部 | | |
| **流動資産** | | |
| 現金及び預金 | 5,983,589 | 4,914,484 |
| 受取手形、売掛金及び契約資産 | 4,428,274 | 4,830,195 |
| 有価証券 | － | 100,000 |
| 商品及び製品 | 1,307,848 | 1,247,077 |
| 仕掛品 | 214,582 | 226,928 |
| 返品資産 | 278,114 | 268,628 |
| その他 | 1,179,336 | 677,085 |
| 貸倒引当金 | △621 | △622 |
| 流動資産合計 | 13,391,123 | 12,263,777 |
| **固定資産** | | |
| 有形固定資産 | | |
| 建物及び構築物 | 376,549 | 372,913 |
| 減価償却累計額 | △206,056 | △224,548 |
| 建物及び構築物（純額） | 170,492 | 148,365 |
| 工具、器具及び備品 | 1,308,121 | 1,044,389 |
| 減価償却累計額 | △1,103,614 | △856,417 |
| 工具、器具及び備品（純額） | 204,507 | 187,971 |
| 機械装置及び運搬具 | 492 | 492 |
| 減価償却累計額 | △492 | △492 |
| 機械装置及び運搬具（純額） | 0 | 0 |
| 土地 | 67,970 | 67,970 |
| 建設仮勘定 | 3,047 | ― |
| 有形固定資産合計 | 446,017 | 404,307 |
| 無形固定資産 | | |
| ソフトウエア | 269,841 | 203,188 |
| のれん | 127,804 | 42,101 |
| その他 | 14,969 | 14,945 |
| 無形固定資産合計 | 412,615 | 260,235 |
| 資投資その他の資産 | | |
| 投資有価証券 | 749,759 | 821,570 |
| 繰延税金資産 | 472,448 | 359,747 |
| その他 | 472,452 | 435,925 |
| 投資その他の資産合計 | 1,694,661 | 1,617,242 |
| 固定資産合計 | 2,553,293 | 2,281,785 |
| | | |
| 資産合計 | 15,944,417 | 14,545,562 |

（単位：千円）

| | 前連結会計年度<br>（2023年３月31日） | 当連結会計年度<br>（2024年３月31日） |
|---|---|---|
| 負債の部 | | |
| **流動資産** | | |
| 支払手形及び買掛金 | 1,632,631 | 1,462,490 |
| 短期借入金 | 350,000 | 350,000 |
| １年内返済予定の長期借入金 | 103,125 | 121,875 |
| 未払金 | 1,228,961 | 1,147,718 |
| 未払法人税等 | 82,800 | 65,973 |
| 賞与引当金 | 143,000 | 153,135 |
| 返金負債 | 547,316 | 493,263 |
| その他 | 336,061 | 427,218 |
| 流動負債合計 | 4,423,895 | 4,221,674 |
| **固定負債** | | |
| 長期借入金 | 184,375 | 50,000 |
| 退職給付に係る負債 | 1,564,340 | 1,639,966 |
| 長期未払金 | 62,536 | 48,229 |
| その他 | 55,148 | 184,213 |
| 固定負債合計 | 1,866,400 | 1,922,409 |
| 負債合計 | 6,290,296 | 6,144,084 |
| | | |
| 純資産の部 | | |
| **株主資本** | | |
| 資本金 | 5,341,021 | 5,341,021 |
| 資本剰余金 | 1,683,480 | 1,684,366 |
| 利益剰余金 | 3,149,549 | 1,943,653 |
| 自己株式 | △631,364 | △629,632 |
| 株主資本合計 | 9,542,686 | 8,339,408 |
| **その他の包括利益累計額** | | |
| その他有価証券評価差額金 | △212 | 2,586 |
| 退職給付に係る調整累計額 | △36,662 | △53,861 |
| その他の包括利益累計額合計 | △36,875 | △51,274 |
| 非支配株主持分 | 148,310 | 113,344 |
| 純資産合計 | 9,654,121 | 8,401,478 |
| | | |
| 負債純資産合計 | 15,944,417 | 14,545,562 |

（単位：千円）

## 連結損益計算書

| | 前連結会計年度<br>（2023年３月31日） | 当連結会計年度<br>（2024年３月31日） |
|---|---|---|
| 売上高 | 15,161,147 | 14,466,566 |
| 売上原価 | 9,588,898 | 9,458,785 |
| 売上総利益 | 5,572,248 | 5,007,781 |
| 販売費及び一般管理費 | 5,186,128 | 5,491,717 |
| 営業利益又は営業損失（△） | 386,119 | △483,936 |
| **営業外収益** | | |
| 受取利息 | 16 | 131 |
| 受取配当金 | 1,205 | 1,425 |
| 持分法による投資利益 | 91,428 | 100,386 |
| その他 | 21,821 | 22,317 |
| 営業外収益合計 | 114,472 | 124,261 |
| **営業外費用** | | |
| 支払利息 | 4,462 | 4,724 |
| 子会社清算損 | 1,718 | 2,009 |
| その他 | 1,573 | 1,718 |
| 営業外費用合計 | 6,181 | 6,733 |
| 経常利益又は経常損失（△） | 494,410 | △366,408 |
| **特別利益** | | |
| 段階取得に係る差益 | 21,415 | ― |
| 負ののれん発生益 | 7,665 | ― |
| 特別利益合計 | 29,081 | ― |
| **特別損失** | | |
| 固定資産除却損 | 8,718 | 7,030 |
| 減損損失 | ― | 288,587 |
| 事業構造改革費 | ― | 135,814 |
| 特別損失合計 | 8,718 | 431,432 |
| 税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失（△） | 514,772 | △797,841 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 206,866 | 159,645 |
| 法人税等調整額 | △69,754 | 114,218 |
| 法人税等合計 | 137,112 | 273,864 |
| 当期純利益又は当期純損失（△） | 377,660 | △1,071,705 |
| 非支配株主に帰属する当期純利益又は非支配株主に帰属する当期純損失（△） | 1,805 | △34,966 |
| 親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失（△） | 375,854 | △1,036,739 |

（単位:千円）

## 連結包括利益計算書

| | 前連結会計年度<br>（2023年３月31日） | 当連結会計年度<br>（2024年３月31日） |
|---|---|---|
| 当期純利益又は当期純損失（△） | 377,660 | △1,071,705 |
| **その他の包括利益** | | |
| その他有価証券評価差額金 | 1,844 | 2,799 |
| 退職給付に係る調整額 | 23,820 | △17,199 |
| その他の包括利益合計 | 25,664 | △14,399 |
| 包括利益 | 403,324 | △1,086,105 |
| （内訳） | | |
| 親会社株主に係る包括利益 | 401,519 | △1,051,139 |
| 非支配株主に係る包括利益 | 1,805 | △34,966 |

（単位:千円）

## 連結キャッシュ・フロー計算書

| | 前連結会計年度<br>（2023年３月31日） | 当連結会計年度<br>（2024年３月31日） |
|---|---|---|
| **営業活動によるキャッシュ・フロー** | | |
| 税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失（△） | 514,772 | △797,841 |
| 減価償却費514,772 | 145,623 | 171,978 |
| 減損損失 | ― | 288,587 |
| のれん償却額 | 31,951 | 31,951 |
| 固定資産除却損 | 8,718 | 7,030 |
| 退職給付に係る負債の増減額（△は減少） | 100,160 | 75,626 |
| 退職給付に係る調整累計額の増減額（△は減少） | 25,884 | △19,185 |
| 賞与引当金の増減額（△は減少） | △99,412 | 10,135 |
| 返金負債の増減額（△は減少） | 28,492 | △54,052 |
| 貸倒引当金の増減額（△は減少） | △138 | 1 |
| 負ののれん発生益 | △7,665 | ― |
| 段階取得に係る差損益（△は益） | △21,415 | ― |
| 受取利息及び受取配当金 | △1,221 | △1,556 |
| 支払利息 | 4,462 | 4,724 |
| 持分法による投資損益（△は益） | △91,428 | △100,386 |
| 売上債権の増減額（△は増加） | △12,673 | △401,921 |
| 棚卸資産の増減額（△は増加） | 9,675 | 48,424 |
| 返品資産の増減額（△は増加） | △32,722 | 9,486 |
| 仕入債務の増減額（△は減少） | △127,443 | △231,773 |
| その他 | △162,736 | 191,006 |
| 小計 | 312,882 | △767,765 |
| 利息及び配当金の受取額 | 25,777 | 33,478 |
| 利息の支払額 | △4,462 | △4,875 |
| 法人税等の支払額 | △774,774 | △285,855 |
| 法人税等の還付額 | 381,740 | 511,669 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △58,836 | △513,348 |
| **投資活動によるキャッシュ・フロー** | | |
| 有形固定資産の取得による支出 | △14,212 | △55,917 |
| 無形固定資産の取得による支出 | △124,226 | △134,429 |
| 投資有価証券の売却による収入 | 3,250 | 1 |
| 投資有価証券の取得による支出 | △598 | △100,598 |
| 敷金及び保証金の解約による収入 | 38,004 | 25,354 |
| 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入 | 27,408 | ― |
| その他 | 40 | ― |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △70,335 | △265,589 |
| **財務活動によるキャッシュ・フロー** | | |
| 長期借入れによる収入 | 150,000 | ― |
| 長期借入金の返済による支出 | △125,000 | △115,625 |
| 自己株式の取得による支出 | △678 | △751 |
| 配当金の支払額 | △216,911 | △168,755 |
| 連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出 | △6,533 | ― |
| その他 | △4,944 | △5,035 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △204,068 | △290,167 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | △333,240 | △1,069,105 |
| 現金及び現金同等物の増減額（△は減少） | 6,316,829 | 5,983,589 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 5,983,589 | 4,914,484 |

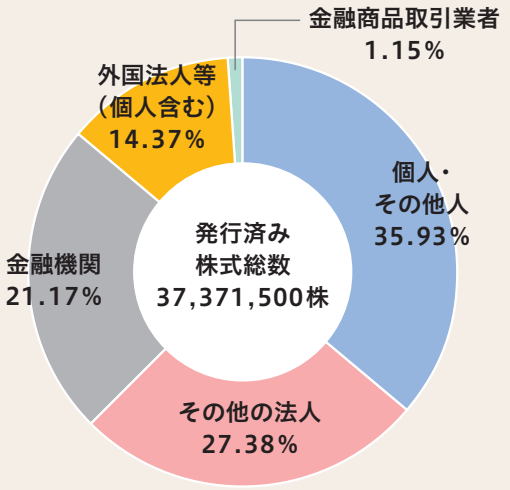
（単位：千円）

# 企業・株式情報

## 会社概要（2024年3月時点）

| | |
|---|---|
| 社名 | 株式会社インプレスホールディングス |
| 創業／設立 | 1992年4月1日 |
| 資本金 | 53億4,102万円 |
| 所在地 | 〒101-0051<br>東京都千代田区神田神保町1-105<br>神保町三井ビルディング |
| 従業員数 | 連結:675名　単体:43名 |
| 連結子会社数 | 13社（持分法適用関連会社数13社）<br>※2024年4月時点 |
| 事業年度 | 4月1日から翌年3月末日まで |
| 定時株主総会 | 6月 |
| 単元株数 | 100株 |
| 株主名簿管理人 | 三菱UFJ信託銀行 |
| 発行済株式総数 | 37,371,500株 |
| 株主数 | 13,687名 |
| 証券コード | 9479(東証スタンダード市場) |

## 株式分布状況




## 大株主の状況

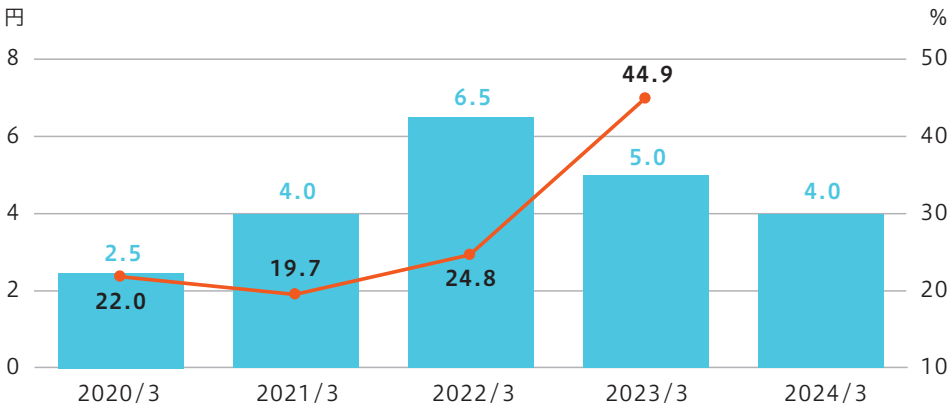
| 名称 | 持株数（株） | 持株比率（%） |
|---|---|---|
| 有限会社T&Co. | 9,350,000 | 27.63 |
| 塚本 慶一郎 | 7,413,200 | 21.91 |
| BNYM AS AGT/CLTS NON TREATY JASDEC<br>（常任代理人:株式会社三菱UFJ銀行） | 4,809,200 | 14.21 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口） | 975,800 | 2.88 |
| ニフティ株式会社 | 605,500 | 1.79 |
| 唐島夏生 | 333,768 | 0.99 |
| インプレスグループ従業員持株会 | 331,520 | 0.98 |
| 株式会社日本カストディ銀行（信託口） | 245,900 | 0.73 |
| 土田米一 | 205,232 | 0.61 |
| ML INTL EQUITY DERIVATIVES<br>（常任代理人:BofA証券株式会社） | 152,042 | 0.45 |

1．上記塚本慶一郎氏の所有株式数には、2018年5月28日付けで締結した管理信託契約に伴い株式会社SMBC信託銀行が保有している株式数（2024年3月31日現在6,613,200株）を含めて表記しております。
2．上記㈱日本カストディ銀行の所有株式数は信託業務に係る株式数であります。
3．上記日本マスタートラスト信託銀行㈱の所有株式数は信託業務に係る株式数であります。
4．上記の他、自己株式3,534,612株を保有しております。
5．2023年7月4日付で公衆の縦覧に供されている大量保有報告書に係る変更報告書において、MIRI Capital Management LLC が2023年6月27日現在で以下の株式を所有している旨が記載されているものの、当社として当連結会計年度末現在における実質所有株式数の確認ができませんので、上記大株主の状況には含めておりません。

| 名称 | 持株数（株） | 持株比率（%） |
|---|---|---|
| MIRI Capital Management LLC | 4,683,200 | 12.53% |

## 配当データ

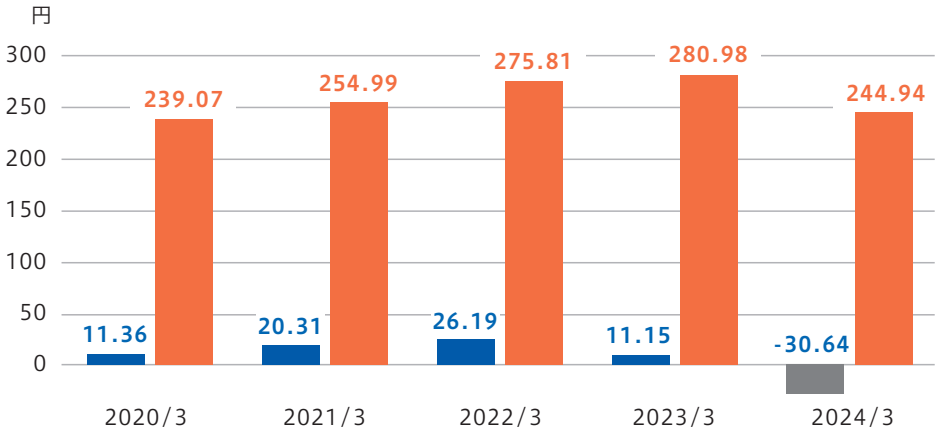
■ 1株当たり配当金
■ 配当性向




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1株当たり配当金(円) | 2.5 | 4.0 | 6.5 | 5.0 | 4.0 |
| 配当性向(%) | 22.0 | 19.7 | 24.8 | 44.9 | — |

## 1株当たりデータ

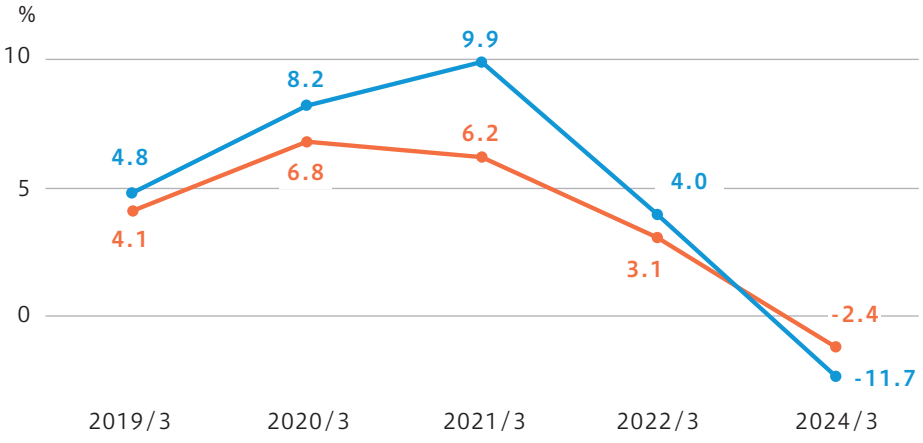
■ 1株当たり当期純利益(EPS)
■ 1株当たり純資産(BPS)




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1株当たり当期純利益(EPS)(円) | 11.36 | 20.31 | 26.19 | 11.15 | -30.64 |
| 1株当たり純資産(BPS)(円) | 239.07 | 254.99 | 275.81 | 280.98 | 244.94 |

## ROE/ROA

■ 自己資本当期純利益率(ROE)
■ 総資産経常利益率(ROA)




| | 2020/3 | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 |
|---|---|---|---|---|---|
| 自己資本当期純利益率(ROE)(%) | 4.8 | 8.2 | 9.9 | 4.0 | -11.7 |
| 総資産経常利益率(ROA)(%) | 4.1 | 6.8 | 6.2 | 3.1 | -2.4 |

# グループ各社企業情報

## 株式会社インプレスホールディングス
Impress Holdings, Inc.
URL www.impressholdings.com

- 設立 1992年4月1日
- 資本金 53億4,102万円
- 事業内容

グループ経営・財務戦略の策定

グループ経営・財務戦略の策定を行うとともに事業・資本提携を推進しています。また独自の企業文化を育んだ事業会社と、スケールメリットを享受したグループ機能の創発により、それぞれの企業価値とグループ価値を高めています。

- 役員

| | | | |
|---|---|---|---|
| 取締役会長 | 唐島 夏生 | ファウンダー／最高相談役 | 塚本 慶一郎 |
| 代表取締役社長兼CEO | 松本 大輔 | | |
| 取締役CCO | 塚本 由紀 | 執行役員（グループICT戦略・情報システム担当） | 有田 健二 |
| 取締役CSO | 二宮 宏文 | 執行役員（グループ人事・人材開発担当） | 佐々木 一幸 |
| 社外取締役 | 白石 徹 | 執行役員（グループ法務・コーポレートコミュニケーション担当） | 井上 里奈 |
| 社外取締役 | 藤倉 尚 | 執行役員（グループファシリティ担当） | 山口 隆正 |
| 常勤監査役 | 佐々木 敬 | 執行役員（グループ財務経理担当） | 中村 健一 |
| 社外監査役 | 松本 伸也 | 執行役員 | 高橋 隆志 |
| 社外監査役 | 九里 和男 | 執行役員 | 山手 章弘 |
| | | 執行役員 | 浜崎 克司 |

### ITセグメント

## 株式会社インプレス
Impress Corporation
URL www.impress.co.jp

- 設立 2004年10月1日
- 資本金 9,000万円
- 代表取締役会長 小川 亨
- 代表取締役社長 高橋 隆志
- 事業内容

IT・PC関連の出版・電子出版事業、ネットメディア・サービス事業、ビジネスメディア事業、ソリューション事業

『デジタルカメラマガジン』等の定期雑誌、シリーズ累計8,000万部突破のパソコン解説書『できる』シリーズ、IT関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス『Impress Watch』等のネットメディア、『IT Leaders』、『ネットショップ担当者フォーラム』等の企業向けメディア等を総合的に展開、運営しています。創業時より専門メディアとして扱ってきたIT・PCジャンルをベースに、出版・電子出版、ネットメディアでの強みを最大限に活かし、"専門"のさらなる拡大と、多面的・複合的な発信にチャレンジし続けています。

## 音楽セグメント

### 株式会社リットーミュージック
Rittor Music, Inc.
URL www.rittor-music.co.jp

- 設立 1978年4月10日
- 資本金 1億円
- 代表取締役社長 松本 大輔
- 事業内容

音楽・楽器関連の出版・電子出版事業、ネットメディア・サービス事業、ソリューション事業、楽器販売プラットフォーム事業

『ギター・マガジン』『サウンド＆レコーディング・マガジン』等の楽器演奏や音楽制作を行うプレイヤー＆クリエイター向け専門雑誌及びWebメディア、楽器教則本等の出版に加え、電子出版、映像・音源の配信等、音楽関連のメディア＆コンテンツ事業を展開しています。また多目的スペース「御茶ノ水RITTOR BASE」の運営の他、国内最大級の楽器マーケットプレイス『デジマート』の運営を手掛けています。

## デザインセグメント

### 株式会社エムディエヌコーポレーション
MdN Corporation
URL books.mdn.co.jp

- 設立 1992年1月22日
- 資本金 5,000万円
- 代表取締役社長 諸田 泰明
- 事業内容

デザイン・グラフィック関連の出版・電子出版事業、デザイン制作の受注

書籍やネットメディア等を通じ、デザイン知識やノウハウの取得に役立つ情報を発信しています。近年ではPC系デザイン書に加え、アニメや映像等のクリエイティブ関連の情報も扱う他、趣味・生活実用書も多く手がけ、各種イベント等を主催する等、デザインを軸にテーマを広げながら様々な情報をお届けしています。

## 山岳・自然セグメント

### 株式会社山と溪谷社
Yama-Kei Publishers Co., Ltd.
URL www.yamakei.co.jp

- 設立 1940年4月30日（創業1930年4月1日）
- 資本金 9,750万円
- 代表取締役会長 川崎 深雪
- 代表取締役社長 二宮 宏文
- 事業内容

山岳・自然関連の出版・電子出版事業、ネットメディア・サービス事業、ソリューション事業

月刊『山と溪谷』を軸に、山岳・自然分野で様々なメディアを展開しています。キャンプ、フィギュアスケート等、テーマに合わせたムックや、『山と溪谷オンライン』のWebメディア・サービス等を通じて、多様化する山岳・アウトドアスポーツファンのニーズに応えます。GPS情報で登頂記念デジタルスタンプを収集できるアプリ『ヤマスタ』や、YouTubeでの動画配信サービス『山と溪谷ch.』も好評展開中です。

## 山岳・自然セグメント

### 有限会社原の小屋
Haranokoya Co., Ltd.
URL www.oze-haranokoya.com/

- 設立 1967年3月27日
- 資本金 1,050万円
- 取締役 川崎 深雪
- 事業内容

山小屋の運営

切妻屋根が特徴の原の小屋は、昭和33年、檜枝岐村の職人の手で建てられました。現在の小屋も建築当時のまま、60年以上にわたり営業を続けております。山小屋ではめずらしくお風呂があるのも尾瀬ならでは。東京より車で約3時間の好アクセスでありながら、自然豊かな尾瀬国立公園の中心部に位置し、ハイキングから登山まで目的にあわせてお楽しみいただけます。

## 航空・鉄道セグメント

### イカロス出版株式会社
Ikaros Publications, Ltd.
URL www.ikaros.jp

- 設立 1980年7月24日
- 資本金 1,600万円
- 代表取締役社長 山手 章弘
- 事業内容

航空、鉄道、ミリタリー、レスキュー関連の出版・電子出版事業、スクール事業、ソリューション事業

月刊『エアライン』をはじめ、航空、ミリタリー、鉄道、レスキュー、海外旅行等幅広い分野で専門性の高い雑誌、ムック、書籍を展開しています。航空関連にとどまらず陸海空の各領域で専門性を活かしたコンテンツの発信、法人向けソリューションの提供を拡げています。

## モバイルサービスセグメント

### 株式会社ICE
ICE Inc.
URL www.ice-inc.co.jp

- 設立 2006年2月20日
- 資本金 1億円
- 取締役会長 松本 大輔
- 代表取締役社長 浜崎 克司
- 事業内容

出版社等パートナー企業のデジタルプラットフォーム開発・運営、デジタルファースト出版等のメディア事業

パートナー企業が持つコンテンツ資産をフル活用し、様々な課金手段を組み合わせたオンラインビジネスの構築を行い、企画からITシステム、運営までワンストップで提供。特に電子コミックの分野においては、Webサイトやアプリの企画、開発、運用、コミックの電子書籍化等のサービスを手掛けています。また、「CoMax」「Comic curea」等のオリジナル電子コミックレーベルのほか、自社の電子書籍ブランド「天海社」のライトノベルを原作にしたコミカライズ作品も創出しています。

## その他セグメント

### 株式会社近代科学社
Kindai Kagaku Sha Co., Ltd.
URL www.kindaikagaku.co.jp

近代科学社

- 設立　2004年5月7日（創立1959年8月21日）
- 資本金　2,000万円
- 代表取締役社長　大塚 浩昭
- 事業内容

学術・理工学関連の出版事業

数学・数理科学・情報科学・情報工学を基軸とする学術専門書や、理工学系の大学向け教科書等、理工学専門分野を広くカバーする出版事業を展開しています。主要学会・協会や著名研究機関と連携し、世界標準となる学問レベルを追求。編集制作工程のシステム化、電子書籍へ対応をすすめ、専門書では避けられなかった絶版をなくしサステナブルな出版を目指しています。

## その他セグメント

### 株式会社PUBFUN
PUBFUN, Inc.
URL pubfun.jp

PUBFUN

- 設立　2022年4月1日
- 資本金　1,000万円
- 代表取締役社長　福浦 一広
- 事業内容

PODサービス事業

株式会社メディアドゥのPOD（プリント・オンデマンド）事業部門との合弁で設立した日本国内最大規模のPODサービス会社です。法人向けにはPOD取次サービス、オンデマンド印刷 サービス等の［パブファン］、個人向けにはAmazon PODを活用した出版支援サービス［パブファンセルフ］を提供しています。

## その他セグメント

### 株式会社インプレス・デジタル・バリューズ
Impress Digital Values, Inc.
URL impress-digital-values.co.jp

Impress DIGITAL VALUES

- 設立　2000年4月27日
- 資本金　8,070万円
- 代表取締役社長　江藤 太一
- 事業内容

クライアント企業に向けたDX推進支援、デジタルマーケティング推進に関するコンサルティング、データ利活用支援及び、Web構築・構築・運営受託事業

クライアント企業におけるデータドリブン型のマーケティング活動推進に関する戦略策定～施策の企画立案のサポート、さらにはWebサービスやオウンドメディアの構築、コンテンツの企画・制作からシステム構築・運営まで一貫したトータルソリューションを提供します。また、データの利活用の支援も提供。大手書店の販売サイト、芸能プロダクションのファンサイト、農業支援Eコマースサイト、求人サイトの構築・運営等も手掛けています。

## その他セグメント

### 株式会社シフカ
Sifca Corporation
URL www.sifca.com

- 設立 1984年6月20日
- 資本金 1,000万円
- 代表取締役社長 長田 智行
- 事業内容

UI/UX デザイン及びコンサルティング、デザイン/イラスト制作等

車載コックピット等の製品組み込み系操作画面や情報表示画面、Web(サイト、アプリ)、デジタルサイネージやショールーム向けの展示用画面等、幅広い分野で、UI/UXデザイン及びコンサルティング業務を提供します。ロゴやアイコン、ピクトグラム等のデザインの他、イラストレーションやアニメーションの制作も手掛けています。

## その他セグメント

### 株式会社IPGネットワーク
IPG Network, Inc.
URL www.ipg-network.co.jp

- 設立 2014年7月1日
- 資本金 3,000万円
- 代表取締役社長 伯田 敦
- 事業内容

グループ共通事業基盤の構築、運用

インプレスグループ横断の共通事業基盤(出版・電子出版を中心とするコンテンツ事業における物流、マーケティング等)の運営・管理を担うとともに、デジ タル技術を活用したグループ共通のサービス・プラットフォームの新規開発・ 運営を推進することで、グループの成長戦略を支えます。また、インプレスグループ各社の豊富なコンテンツの海外翻訳出版を推進するため、海外出版社に対してグループ出版物の情報を提供し、版権取得オファー、版権売り込みの受付窓口も設置して、版権ビジネスの拡大を目指しています。

## 事業拠点

**神保町エリア**

**〒101-0051**
**東京都千代田区神田神保町1-105**
**神保町三井ビルディング（総合受付23階）**

株式会社 インプレスホールディングス
株式会社 インプレス
株式会社 リットーミュージック
株式会社 エムディエヌコーポレーション
株式会社 山と溪谷社
イカロス出版 株式会社
株式会社 ICE
株式会社 近代科学社
株式会社 PUBFUN
株式会社 インプレス・デジタル・バリューズ
株式会社 シフカ
株式会社 IPGネットワーク
Impress Business Development 合同会社




**神田錦町エリア**

**〒101-0054**
**東京都千代田区神田錦町3-1**
**オームビル**

**関西エリア**

〒531-0072
大阪府大阪市北区豊崎3-6-8-504
株式会社 インプレス 西日本支社

**尾瀬エリア**

〒967-0521
福島県南会津郡檜枝岐村字居平715
有限会社 原の小屋

インプレスグループ統合報告書2024

◇ 報告対象期間：2023年4月1日より2024年3月31日まで。
※ 一部のコンテンツについては、本対象期間外の報告も含みます。
◇ 報告対象範囲：インプレスグループの全社・全部門
◇ 発行：2024年10月（次回発行予定：2025年10月）
※ 本報告書は、インプレスグループの企業活動に関する情報の提供を目的としており、記載された意見および予測は、作成時点でのインプレスホールディングスの判断に基づいたもので、これらの情報の完全性を保証するものではありません。

株式会社インプレスホールディングス
2024年10月

【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 コーポレートコミュニケーション室
Tel: 03-6837-5000（代） / E-mail: release@impressholdings.com
URL：https://www.impressholdings.com/