

IMPRESS GROUP INTEGRATED REPORT 2025

インプレスグループ 統合報告書 2025



**IMPRESS GROUP
INTEGRATED REPORT 2025**

**インプレスグループ
統合報告書 2025**



Rittor Music



あそぶ、まなぶ、いきる。
山と溪谷社



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。

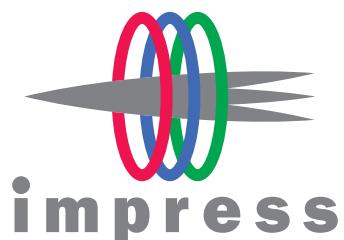
また、これまで培ってきたパブリッシングモデルやメディア技術、マーケティング手法をコンテンツパートナーに提供するプラットフォーム事業を展開することで、ユーザーとの「知恵と感動の共有の輪」を広げていきます。

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。



近代科学社





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。

team
lead
with
progress

「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、早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

塙本 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は1992年の創設当初から、「デジタルで面白いこと」を志向した専門メディアの集合体として、出版だけでなく、ネットニュースや直販のサイトをいち早く立ち上げ、読者・ユーザーの皆様との直接的なつながりを大事にしてまいりました。

インターネットの黎明期にIT分野の出版に始まり、PCやGUI、DTP等の技術の進化と共に人々がコンピュータを道具として自在に操り、ネットワーク越しでも共同作業ができるよう、グラフィカルでわかりやすい入門書や解説書の発行に力を注ぎました。

あれから30数年。技術は飛躍的に進歩し、AIに聞けば多くの答えが得られる世の中になりました。それでも、当社グループが強みとするITや音楽、デザイン、山岳・自然といった分野を極めた専門家との対話からは、ときに忘れがたい感動や人生を変えるような示唆が得られるものです。

私たちインプレスグループは、“Human Knowledge Mediary”——つまり知識の媒介者として入門者とプロフェッショナルを直接つなぎ、知恵と感動を共有しながら相互に成長し合えるコミュニティの構築を目指します。

このたびの株式併合により、経営の意思決定を加速させ、出版事業の抜本的な構造改革とデジタルシフトを通じた事業創出・発展に向けて専心努力してまいりますので、今後とも変わらぬご支援ご厚情を賜りますようお願い申し上げます。

株式会社 インプレスホールディングス
代表取締役

塚本 由紀



「統合報告書 2025」のポイント

『インプレスグループ統合報告書2025』は、厳しい環境を迎え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。巻頭では、株式の非公開化を受けて、今後のさらなる成長と迅速かつ柔軟な経営判断を可能とするための体制づくりや中長期での企

業価値向上に向けた取り組みについて、役員による鼎談形式でご紹介する他、進行中の経営計画の状況や新規事業についても取り上げています。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

創業以来、33年のステークホルダーの皆様との関係を大事にしながら、グループの価値を改めて振り返り、未来へと続く経営の道筋を代表自らの言葉でお届けします。



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。

複数のスクリーンショットが並んでおり、左側には「コンテンツ事業」と「メディア&サービス事業」の説明文があり、右側には「出版・電子出版」、「新規事業イノベーション」、「Power Automate」などのサービス紹介文と、各サービスのロゴが表示されています。

役員鼎談

株式の非公開化を受け、刷新した経営体制の下で推進している、中長期での企業価値向上に向けた取り組みについて、役員による鼎談形式でご紹介いたします。

複数のスクリーンショットが並んでおり、左側には「Feature 1」のヘッダーと、3人の役員（伊藤、佐々木、山本）の写真とコメント欄があります。右側には「中期経営計画の見直し」と「中期経営指標」の説明文と、各指標の詳細な目標値が示されています。

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。

複数のスクリーンショットが並んでおり、左側には「グループのサステナビリティ」の説明文と、1992年から2025年までの目標年次が示されています。右側には「再生可能エネルギー導入計画」と「中期目標」の説明文と、各目標の詳細な内容が示されています。

編集方針

当社グループ各社が、「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」企業理念のもと、ユーザーやクリエイターの皆様とともに経済的・社会的な価値を創出するプロセス及び戦

略や、サステナビリティへの取り組みを含む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きため、統合報告書を発行いたしました。

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、現時点での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/

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 2025」のポイント
-

012 **Feature1 役員鼎談**

株式非公開化後の 新中期経営計画と経営体制

- 019 インプレスホールディングス役員紹介
- 020 業績ハイライト

022 **Feature2 経営戦略**

組織再編で新設したSBUで 抜本的な構造改革に着手

024 **Feature3 新規事業**

モノづくりの祭典「Maker Faire」を インプレスが事業承継

026 **Feature4 新規事業**

電子書籍販売の新たなビジネスモデル

027 リスク管理体制の整備について

028 **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

032 年表

039 インプレスグループの事業区分

- 040 インプレスグループについて
- 042 グループ会社代表紹介

044 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

058 プラットフォーム事業

064 管理部門

- 財務戦略
- ファシリティ戦略
- DX戦略
- M&A戦略

068 グループのサステナビリティ

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

082 コーポレートガバナンス

- グループ行動指針
- リスク＆オポチュニティマネジメント
- 内部統制基本方針

- 連結財務諸表
- グループ各社企業情報

役員鼎談

株式非公開化後の 新中期経営計画と経営体制

2025年7月、株式会社インプレスホールディングス（以下、当社）は、

今後のさらなる成長と迅速かつ柔軟な経営判断を可能とするため、株式を非公開化し、経営体制を刷新しました。

中長期での企業価値向上に向けた取り組みについて役員による鼎談形式でご紹介いたします。



取締役
二宮 宏文

代表取締役
塙本 由紀

社外取締役
宮川 洋

代表取締役 塙本 由紀

2017年から取締役としてグループのコーポレートコミュニケーション、コンプライアンス及びファシリティ・ICT体制の維持・発展等を担当。

取締役 二宮 宏文

1999年の入社以来、経営戦略及び財務企画に関する専門的な業務経験を活かし、グループ全体の経営戦略の策定及び実行を担当。

社外取締役 宮川 洋

株式会社アスキー、株式会社インターネット総合研究所等を経て、2002年、株式会社イード代表取締役に就任。IT、自動車、教育、映画、ゲーム等各分野に特化した21ジャンル、82サイト、2雑誌のメディア・サービス（2025年7月現在）を運営。

グループを取り巻く 事業環境の変化

塙本 インプレスグループ（以下、当社グループ）は、上場以来25年に亘り、「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」を企業理念として、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やメディア・コミュニティを実現してきました。また、それらの事業活動を通じて人間性豊かで自由な文化・社会をつくることを目指しています。

非公開化後の組織再編は順次進めるとして、現状は持株会社である当社を中心に、グループ各社（P040参照）が独自の専門分野や企業文化を活かして、顧客ニーズにあったコンテンツを自律分散型に提供していくことで、グループ全体の企業価値の増大を図る分社経営方針を大事にしています。ホールディングスについては非公開化を機にミニマムな体制に絞り、事業会社を下支えするように転換しています。一方で、集約してスケールメリットを取りたい部

分も当然ありますので、バックオフィスやデジタルマーケティング等の機能はある程度当社に共通化・推進力を持たせ、生産性向上を図っています。

二宮 デジタル化は早くから進めて来たつもりですが、まだまだ収益の半分程度は出版が占めていることもあり、当社を取り巻く事業環境は大変厳しい状況が続いています。出版業界として紙の出版物の販売額は20年連続で減少している上に、コミックを除いた電子出版の割合は10数%程度から伸び悩んでいます。巣ごもり需要のあったコロナ禍では電子も伸び営業黒字でしたが、それが落ち着いた2023年以降は物価高騰も相まって、紙については毎期のように原材料や印刷費の上昇、物流経費の値上げ要請があり、同時に従業員の報酬水準の引上げ等のコストアップで収益性に翳りが出ました。

宮川 統計値からすると紙の出版がピークを迎えた1996年時点において、雑誌が約1.6兆円、書籍が約1.1兆円ありました。それが現在、電子出版を合わせても合計約1.6兆円まで落ち込んでいるわけですから、どの出版社も大変

な思いで事業を続けられています。ここ2～3年はさらに原価が上がって、より厳しい状況を迎えていました。

二宮 当社は2022年6月に中期経営計画を策定し、企業価値の向上に向けて収益及び事業のポートフォリオを見直しています。以前から出版事業の構造改革と中長期の成長基盤の開発促進に継続的に取り組んでまいりましたが、2024年度の連結業績は、売上高が14,387百万円（前期比0.5%減）、営業利益が237百万円の損失、当期純利益が105百万円の損失と、2期連続の損失計上となりました。

2023年に業績悪化の主要因となった出版事業については事業構造改革を進めた結果、刊行点数は減少した一方で増収に転じ、人員減等により固定費も減少したため収益性は改善しました。しかし、出版以外のネットメディア事業やソリューション事業の減収、プラットフォーム事業の減速が響き、損失幅は縮小したものの目標としていた営業利益の黒字転換には至らない状況となっています。

中期経営計画の見直しと 創業以来の理念

二宮 中期経営計画では、2020年から2023年にかけて成長基盤を構築し、2024年から成長転換期と位置付けていたのですが、前提として基幹事業である出版の収益力を維持しつつ、非出版事業への投資や事業開発の強化を行っ

て、中長期的な成長基盤を作るという内容でした。

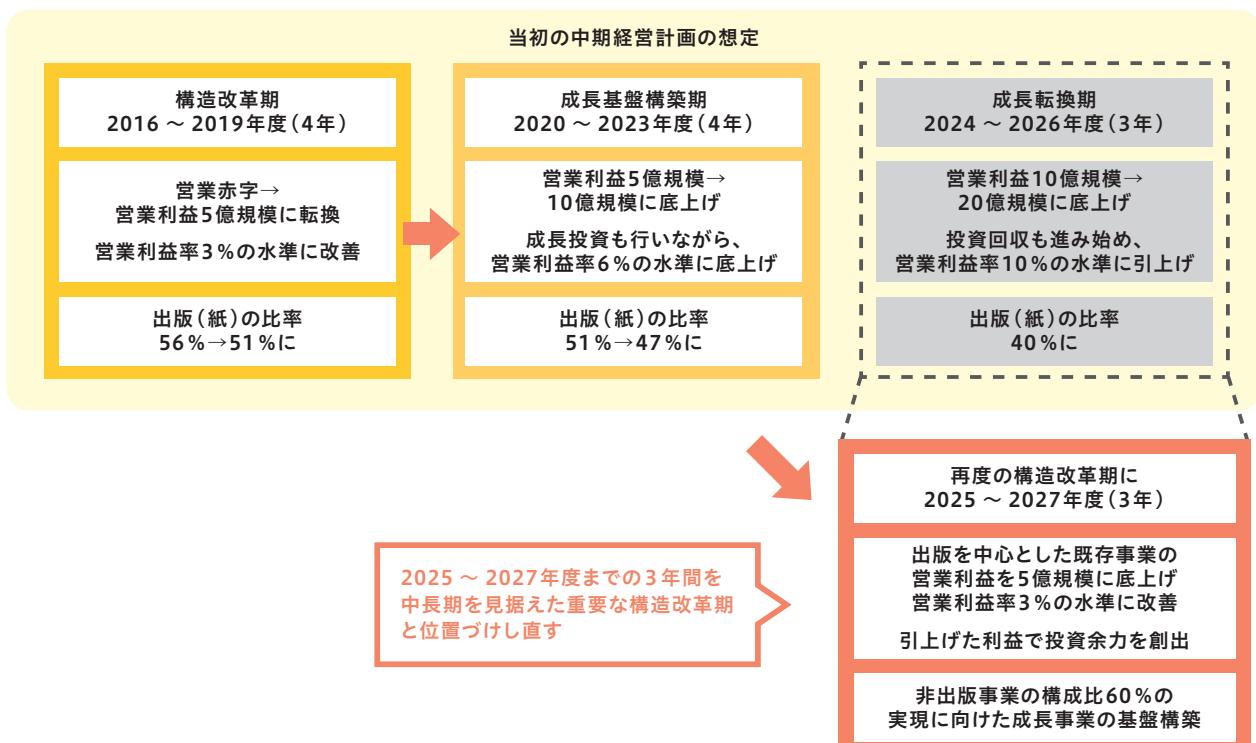
実際、2022年までは6期連続の黒字であり、過去2番目に高い営業利益も記録していたのですが、出版業界を取り巻く環境に先ほどお話ししたような想定を超える変化があり、グループとしても変化への対応が及ばず中期経営計画そのものの見直しを迫られました。よって、改めて2025年度からの3年間を未来への成長に向けた重要な構造改革期として位置付けし直しています。

塚本 今回の非公開化についても、上場維持コストの削減のみならず、事業構造改革により本腰を入れて取り組むための前向きな選択として決定したものです。

厳しい経営環境下であっても、人々がメディアに集い、出版物も含めた多様な形式で知識を得て、学びや成長・感動を共有したい欲求に変わりはないと考えています。専門家の知見をもとに編集されたコンテンツをベースとして、文字だけでなく音声や動画、多言語での展開を拡げていくことで、お客様のニーズと合致するようにしていきたいですね。当社の企業理念である「面白いことを創造し、知恵と感動を共有する」は、グローバルにも通じるインクルーシブな理念だと思っています。

当社創業者である塚本慶一郎は創業当初からマーケットインを掲げていましたが、当時は創業メンバーも30代で自分自身がいちユーザーでしたし、急速に成長したPC市場やインターネットのユーザーと自然と同じ目線になれたは

中期経営計画の見直し





ずです。今は、30年を超える会社の歴史の中で、人もシステムも少しずつお客様とズレて来てしまった部分があるのではないかと感じています。

2007年に創業者・塚本が語っていた、我々が何者かを表す「Knowledge Mediary」という言葉は、専門媒体に集結した専門家が初学者の知識習得を支え、相互に楽しみながら喜びを分かち合うための媒介者・仲介者を意味しています。このコンセプトには、お客様と直接つながっている前提がありますので、現在当社が進めるD to C(Direct to Customer)事業モデルへの転換とも合致しています。ちなみに最近は、AIのように単に知識を媒介するだけでなく人間性を重視したいと考えまして、「Human」を冠して「Human Knowledge Mediary」としています。

二宮 当社はITや音楽、山岳・自然、航空・鉄道等、各分野の専門家とそこから生まれるコミュニティとの関係を大切に作り上げ、維持しています。その関係資産を活かしながら経営環境を克服して中長期的な企業価値の向上を目指します。

指すためには、コミュニティ戦略として進めてきたD to C事業モデルの開発投資の成果追求はもちろんですが、改めてマーケットインを掲げて変わろうとしている出版業界の再編に伴う、サプライチェーン全体の変革が急務です。短期的な業績達成を求められる資本市場と離れて、投資余力及び外部パートナーとの協業が組みやすい状況をつくることが、厳しい経営環境下においても更なる企業価値の拡大を可能にする道筋だと考えています。

宮川 今回、非公開化にあたって、これまでやろうとしてなかなかできていなかった取り組みを大きく前進させる機会と捉えています。すでに進んでいる案件もありますが、ステークホルダーの皆様、何よりグループスタッフの皆さんに「非公開化でこんなことができるようになったんだ」と感じていただき、それが大きなモメンタムになって、新しい事業だけでなく、既存の事業にも波及していくような流れを作っていくましょう。

出版事業の抜本的な サプライチェーン構造改革

塚本 当社グループの主力であるコンテンツ事業分野においては、デジタル化推進及び印刷効率化に向けた抜本的な構造改革を推進することが必要です。今までやろうとしてできなかったことのひとつであり、今回、当社が非上場会社となることで、中長期的な生産・営業機能の集約等組織的な再編を行いややすくなるというメリットに着目しました。具体的には、当社グループ内での原材料の共同調達やオフセットとデジタル印刷の用紙統一といったコスト削減施策、適正な初版部数や適正在庫を予測するためのシステム投資と、重版をデジタル印刷に移行してすればやくミ

D to C(Direct to Customer)事業モデルの推進

雑誌メディアをはじめとした専門媒体に共通の会員基盤を軸に、様々なメディアやサービス等、多様なタッチポイントに触れて楽しんでいただけるファンコミュニティを構築する事業戦略です。音楽・楽器をテーマにしたリットーミュージックからスタートして一定の成果を上げており、山と渓谷社にも横展開して、登山をテーマにしたコミュニティの構築に着手しています。



ニマムに回すことで過剰在庫を生じさせない等の、効率的な生産体制を実現していきます。(詳細はP022参照)。

二宮 出版事業における営業体制についても、グループ内外を問わず共同販促がしやすい中間組織(機能)への集約や、書店に向けてデータに基づいたソリューションを提供できるようなシステム投資・社内リソース最適化を目指していきます。

宮川 このような構造改革は、組織体制の見直しによる事業リスクや、システム投資といった先行投資による一時的な収益及びキャッシュ・フローのマイナス要因になることが想定されるものの、中長期的な観点では、生産性の向上やソリューション力強化に伴い、売上高及び収益の増加が見込めますね。

塚本 2年ほど前から業界を挙げて変わっているという推進力があり、現在も様々な取り組みが進められています。当社グループでも一例として、株式会社紀伊國屋書店とカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社と日本出版販売株式会社が設立した株式会社ブックセラーズ＆カンパニーによる流通改革の動きに早い時期から参加して売り方を変えたり、その実践の中で課題を見つけて取り組んできました。今後はRFID(ICタグ)等を含むその他の施策やプラットフォームについても、追いかけながら前向きに改革を進めていきたいと考えています。

組織再編によって 戦略の実行力を底上げする

二宮 紙の出版で安定的な収益を生み出すことを前提にした中期経営計画の見直しを迫られたという側面もありますが、出版は祖業でもあり、投資をするうえでのキャッ

シュ・フローの源泉でもある事業ですので、今回構造改革に着手するにあたって最優先のテーマに据えました。

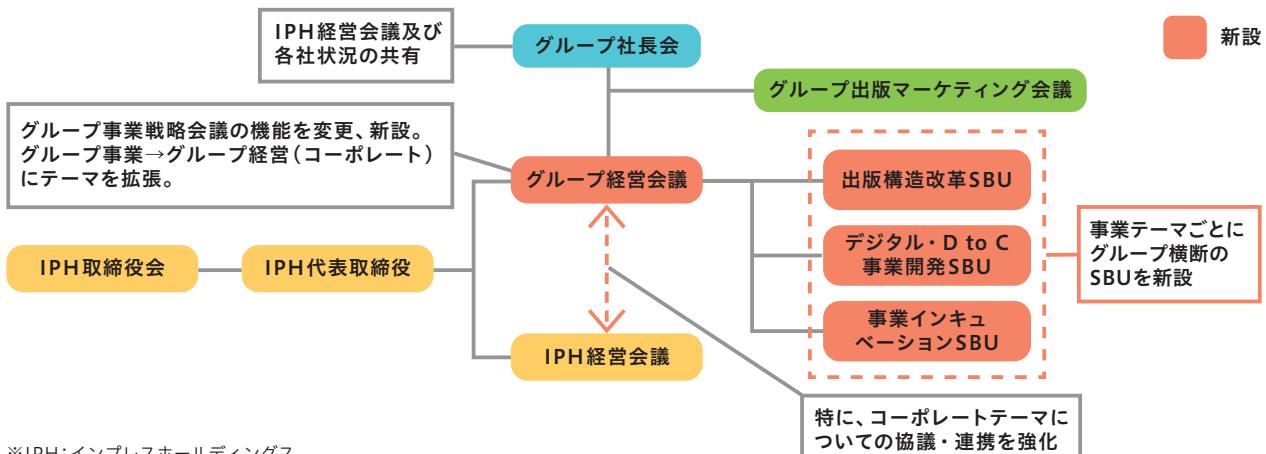
塚本 当社グループの売上全体の8割を占めるコンテンツ事業のなかでも、紙の出版がまだまだ半分近くを占めているので、改革のスピードを上げないと間に合わないという危機感があります。今回の非公開化に伴い、組織再編の一環としてグループ経営会議及び3つのSBU(事業戦略ユニット)を新設しています。グループ経営会議ではテーマをグループの全体的な経営課題に絞り、SBUでは各事業テーマにおいて経営上重要な戦略を実行するために、事業側のメンバーや責任者をグループ横断でより柔軟に配置できる体制を構築しています。「出版構造改革SBU」、「デジタル・D to C事業開発SBU」、「事業インキュベーションSBU」の3つで、それぞれ必要に応じて下位のBPRユニットやプロジェクトを擁する形を取っています。

宮川 SBUを通じて、各社の現場からの声を拾い上げることで、これまでよりも風通しの良いグループの雰囲気が醸成されて、新しい視点から改革や事業の創出を実現できるようになるといいですね。

二宮 現状、グループの中でも出版の枠組みでしか著者や作品をプロデュースできていない事業がまだまだ多い感じているので、そこは展開を拡げる余地が大きいところです。書籍を作りながら売るだけでなく、イベントや関連商品にどうつなげるか、ひとつのIPから複数の商品、サービスを展開する取り組みはすでに始まっています。ニッチな分野でスケールを出すのが難しいという課題はありますが、これからより積極的に取り組んでいくことで、チャンスを掴まないといけないですね。

宮川 従来のビジネスモデルだけで考えると向かい風ですが、新しいことに取り組んでいけば、チャンスはたくさん

グループ経営会議とSBU(事業戦略ユニット)を新設



※IPH:インプレスホールディングス



んあります。2025年1月にインプレスが「Maker Faire」というイベント事業を承継して、10月に来場者数1万人を超える大きなモノづくりの祭典を自社で運営しました。他のジャンルでも同じようなことができるはずなので、それを形にするだけでなく、しっかりと収益化することで、良い流れを作れるのではないかでしょうか。

塚本 「Maker Faire」には個人の方だけでなく、関連企業の方がスポンサーや出展者として多数参加されて、皆さん、ビジネスの視点だけでなく、作ることをとても楽しんでいらっしゃいます。来場者にはお子さんもたくさん集まるので、交流した企業に将来就職することもあるかもしれませんし、こうした場を作ることで人との会話が生まれ、新規事業の芽や社会貢献にもつながると考えています。

宮川 「Maker Faire」を手掛けているインプレスのビジネスメディア事業部には、クライアントに対してリード（見込み顧客）を提供するビジネスモデルがあると思いますが、「Maker Faire」の場合はプレミアムスポンサーのような形で、日本に進出したい海外企業を呼んできて、直接的なスポンサーフィーによって収益の柱を作るようなそういう可能性も広がっていると感じます。



2025年10月4日～5日に開催した「Maker Faire Tokyo 2025」のオフィシャルサイト ※イベントの詳細はP024

コミュニティ戦略の推進と 事業ポートフォリオの構造転換

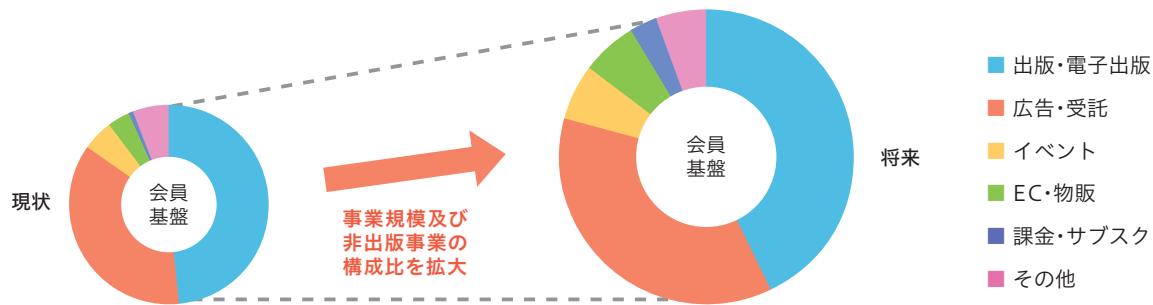
塚本 先ほどもコミュニティ戦略として話題にあがりましたが、当社グループでは、雑誌を中心とした趣味領域における新しいD to C事業モデルを推進しており、趣味を深掘りするロイヤリティの高いお客様に対して提供する価値の最大化を目指しています。従来のメディア事業モデルを基に、新たに会員基盤をベースとしたメディアミックス、D to C事業モデルを開発することで各タッチポイントにおける収益モデルを構築、事業の拡大・成長を図っています。収益面はこれからであるものの、同様の取り組みを様々な分野に段階的かつ長期目線で拡大することで、ニッチな領域であっても成長が見込めます。また、書籍を中心とした実用領域であるIT、デザイン、理工学分野においては、生成AIやGIGAスクール構想の本格導入に合わせた教育事業への着手により、2024年に30周年を迎えた累計発行部数8,000万部のパソコン入門書「できる」シリーズや月間1億PVを超える「Impress Watchシリーズ」のブランドを活かして、書籍の新しい読み方を実現・拡張する学習プラットフォームを構築していきます。

宮川 各社の専門領域で、B to C向け、B to B向けそれぞれの会員基盤を構築できる環境があると思いますので、それはとても魅力的なことだと思います。最近はBとCの区別も曖昧になってきていますので、個人でありながら趣味をマネタイズしているような人に向けたアプローチも考えたいですね。

グループ各社は各専門分野において、B to Cの領域で長年ブランド力のあるコンテンツやサービスを提供していますので、これからそのブランド力をB to Bの領域にも展開することで、明るい未来が見えてくるのではと考えています。例えば、イカロス出版でも新しいクライアントからの売り上げを伸ばしているという話も聞いていますし、すでにビジネスメディア事業を手掛けているインプレスでも、まだまだ開拓の余地はあると感じています。他にも、電力関連の『Smart Grid フォーラム』というWebメディアがありますが、電力はこれからさらに盛り上がりしていく分野です。現状、業界に強いブランド力のあるメディアがあまりない状態ですので、B to Cメディアのブランド力を活かして新しいビジネスを開拓していくべき、ニッチであるからこそその可能性が広がっていると思います。

二宮 ポートフォリオの転換と言っても、新しいサービスを作ったら一からマーケティングしないといけないという状態ではなかなかスケールしないので、既存の会員基盤を

事業規模の拡大とポートフォリオの転換イメージ



活用して、専門メディアならではの読者層にアプローチできる強みを活かさないといけないですね。そういうメニューをいくつも用意して、各社に数十万人ずついる既存の会員にサービスを利用してもらいながら、新しい会員も取り込んでいければ、ひとつ一つのスケールはそこまで大きくなくても、ビジネスとして成立するかもしれない。そういう基盤をグループ内に構築することで、外部の独占的なプラットフォームに依存せず、読者と直接繋がれる接点を持つことはとても重要だと思います。

デジタルコンテンツと会員基盤の双方を資産として最大限に活かす

塚本 事業規模の拡大とポートフォリオの転換には、会員基盤を育てていくことも大事ですが、もうひとつ、DAM（デジタルアセットマネジメント）が必須です。これまで、出版物等のコンテンツの最終稿（版下データ）は印刷所に残されているケース多かったのですが、これをグループ内でデジタルアセット（資産）として一元管理することで、コンテンツの再利用やメディアミックス展開を推進やすくなります。

二宮 山と渓谷社でもまだトライアル段階ですが、運営している『山と渓谷オンライン』の記事やYouTubeチャンネルの動画をAIのソースとして、読者からの質問に自動的に答えるサービスができるのか、内部で試しているところです。

塚本 各社のデジタルアセットが整備できれば、過去の膨大なデータを活用して、英訳したり、音声化したり、マルチユースに結び付けることができます。グループの歴史が30年以上あって、山と渓谷社に至っては100年近くコンテンツを世に送り出しているので、そのデータが活用しやすい資産になれば、新しい価値として生まれ変わります。「Impress Watchシリーズ」も過去の記事をすべて残していて、世の中にとっても貴重な財産となっていますので、

活用しない手はないわけです。

パートナー企業との提携関係構築による事業インキュベーションと成長

塚本 当社グループは1992年に、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、ラジオ技術社の4社による出版グループとしてスタートし、これまで様々なM&Aや出資によってグループを拡大し、外部との提携関係を構築してきましたが、今回の非公開化により、より柔軟なパートナーシップを活用した迅速かつ大胆な事業運営が可能となりました。

二宮 当社が非上場会社となることで、出版分野での最適なパートナー企業との提携を検討しやすくなり、より成長性を見込めるプラットフォーム事業や新たな事業に経営資源を投下することで、今後の持続的な成長を実現できると考えています。当社が強みとする領域に特化したECサイトの開設や、コミュニティサイトの運営、アプリ開発といったマーケティングソリューションを初学者や専門家、趣味人向けに提供し、コンテンツの音声化や多言語化を含めて新たな収益源の創出に向けて積極的に取り組んでい



くことにより、中長期的な観点での売上高及び収益力の向上が期待できます。

宮川 最近はIPOの基準がとても厳しくなったので、ベンチャー企業には出口が求められています。こうした状況を踏まえて、競合になりそうな会社はライバル関係になる手前で出資しておいて、相手が成長すればこちらにも利益が出るような関係づくりにも取り組んだほうがいいですね。

塚本 今回、宮川さんを社外取締役にお迎えしたのは、ベンチャー企業の経営者の方との関わりが深いことも理由のひとつでした。

二宮 主力のコンテンツ事業に加えて当社は、ECや電子コミック、ユーザーによるセルフ出版を含むPOD(プリント・オンデマンド)といったプラットフォーム事業を展開し、継続的に新たな取り組みを推進していますが、電子コミックとPODについては成長に鈍化が見られるため、シナジーを生む協業パートナーの獲得が必要と認識しています。非公開化による上場維持コスト削減等により、投資余力が見込めるところから、これらの推進を強化するとともに、他分野のECやプラットフォーム事業の開発への社内リソース振り向けや人材採用を含め、直販商材の拡大に向けて積極的な投資を検討していくことも考えています。

塚本 2025年6月に、丸善CHIホールディングス株式会社との合併で設立したテックリブ株式会社も、当初はグループ内で進めることを検討していたのですが、グループ外の版元にも参加してもらう方針に転換しました。技術書版元連合のような形で各社のノウハウを活かして、ITエンジニアのスキル習得を後押しする読み放題サービスを開拓してまいります。

二宮 今回の改革の重点テーマのひとつに、「外部との協業・提携関係によるグロースアップ」を掲げていますが、何か新しい技術等を取り入れるときに、全部一から自分で作ろうとすると、スピードが遅くて競争力を失ってしまうような状況はよくあります。そういう場合でも、他社と協業したり資本関係を結んだりして、補完しあいながら成長

できる取り組みを、出版はもちろんですが、デジタルやD to Cの領域にも拡げていきます。

塚本 先ほどお話したDAMについても、内部で機能集約しようとしていますが、先行している企業はいくつかありますので、外部との協業もありだと考えています。これも以前からやろうとしていてなかなか進まなかった案件ですが、必要な技術を自前だけで開発するのではなく、外部のリソースを積極的に取り入れることで、圧倒的に課題を克服しやすくなりますね。

言語を越えて世界中の 専門家と初学者・趣味人をつなぐ

宮川 提携といえば、海外の出版社との提携による多言語展開も大きなテーマですね。先日も株式会社マイナビ出版がドイツに販売代理店を設けて、自前で自社の出版物を流通させる取り組みを始めたことがニュースになっていました。

二宮 当社グループでも、2023年からグループ版権部を設置して、グループ各社のコンテンツを積極的に海外の出版社に売り込む体制を構築しています。海外からの問い合わせ窓口を一本化し、海外で行われる各種ブックフェアにも積極的に参加しています。交渉から案件成立までが長期に亘り、かつ年度によって成約率にバラつきが生じるビジネスではあるものの、世界各国のエージェントや出版社との新規取引も増え、全体の案件数としては着実に実績を積み重ねることができます。

塚本 エムディエヌコーポレーションが発行している『東京店構え』等のイラスト集の著者、マテウシュ・ウルバノヴィチさんが国内外で注目を集めています。年明けの台北国際ブックフェア（台湾）等にも招待されて、グループ版権部のメンバーと一緒に現地入りされます。ただ、版権売買だけでは限界がありますので、（ここでもDAMは必要ですが）翻訳本の輸出も視野には入れています。海外に限らず、著者の方や各媒体の編集長がもっと表に出て発信することも、グループを盛り上げていくうえで、必要なことですね。

宮川 イラスト関連はもともと海外展開のハードルが低かったのですが、最近はAIの進化が速く、翻訳の敷居が下がっているので、文字中心の書籍にとっては大きなチャンスです。

塚本 自前での翻訳もハードルが下がっていますが、ウェアラブルグラス等で見た外国語をすぐに翻訳して自国語で表示する機能が開発されているという話も耳にします



ので、和書をそのまま輸出できる時代もすぐに来そうですね。日本の書籍は装丁が丁寧で見栄えや質感も上質なので、プロダクトとしての価値もありますし、中身が自動的に翻訳されるなら海外の方にもぜひ原書を手に取っていただきたいところです。

宮川 それは面白いですね。実際、和書をそのまま輸出するプロジェクトもあるようなので、海外からでもWebストアで電子書籍と言わず、紙の和書が気軽に買えるようになるんじゃないですか。

塚本 当社は創業時から「デジタルで面白いこと」を目指してきたのですが、グループ会社の中にはデジタルの活用に必ずしも積極的ではなかった会社もあって、グループとして意識を共有しきれていたかった部分があったと感じています。とはいえ、ここにきて一周回って、各社の意識も良い方向に変わり始めていますので、今後もさらにデジタル・リアル双方を活用した新しいメディア・サービスの未来創出に向けて、取り組み続けていきます。

インプレスホールディングス役員紹介

代表取締役
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CCO
2025年7月 当社代表取締役（現任）

社外取締役
宮川洋 [みやかわ・ひろし]



[略歴]

1988年4月 株式会社アスキー入社
1999年12月 株式会社インターネット総合研究所入社
2000年4月 株式会社イード取締役
2002年10月 同社代表取締役（現任）
2025年7月 当社取締役（現任）

取締役
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
2013年4月 当社執行役員
2024年6月 当社取締役CSO
2025年7月 当社取締役（現任）

監査役
齋藤純一 [さいとう・じゅんいち]



[略歴]

1978年4月 株式会社リットーミュージック入社
1992年7月 同社取締役副社長
2003年9月 株式会社ミュージックメディアリサーチ
代表取締役社長
2009年4月 株式会社山と溪谷社取締役副社長
2016年6月 当社社長室室長
2025年7月 当社監査役（現任）

業績ハイライト

2025年3月期は、出版事業の収益力の低下で営業損失を計上するに至った前連結会計年度の状況を受け、出版事業を中心とした事業構造改革による不採算製品の整理及び固定費の削減をベースに、商品付加価値の向上による収益性の回復に取り組みました。

前期に事業構造改革を実施した出版事業は、約40点の新刊点数の減少をカバーし増収へ転ずるも、デジタル広告の弱含みによるネットメディア事業の減収、加えて前期の大規模案件の反動等によるソリューション事業の減収により、連結売上高は2期連続の減収となりました。

事業構造改革の実施等で人件費を中心に固定費は大きく減少も、限界利益率は出版事業の収益性の改善をネットメディア事業等の低下で打ち消す形となり、小幅の改善となりました。また、減収に加えて、第4Qでオリジナルマンガ事業の撤退損等の一時的な費用を計上した影響で、営業利益は損失幅の改善に留まっています。

コンテンツ事業のうち、出版・電子出版は、下半期で上半期の改善の遅れをカバーし増収に転じました。新刊書籍は下半期で売れ行きが良化したものの、事業構造改革による刊

行点数の減少、前期の大型書籍の反動等で通期では減収となっています。一方、雑誌・ムックは堅調を維持、既刊書籍も第2Qからの返品減少傾向が定着し増収となりました。

ネットメディア・サービスは、第3Qで調整局面入りとなり、第4Qも回復せず減収。ITセグメントを中心に、底入れはしたもののGoogleコアアップデートの影響によるPVの減少を起因としたネットワーク広告の減収が響きました。ターゲットメディアは、イベント売上は前期並みも、上半期のターゲット広告の弱含みにより減収となっています。

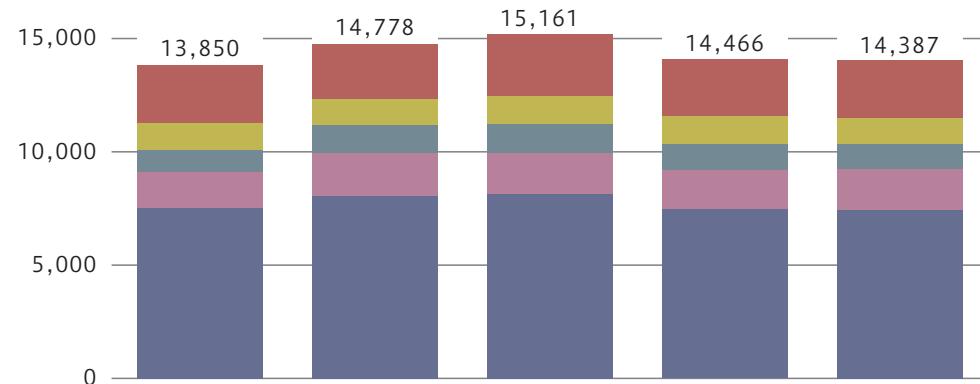
ソリューション事業は、前期に音楽セグメントで大型のアーティスト案件があったことによる反動等で減収。

プラットフォーム事業は、デジマートの堅調な推移により増収となっています。

セグメント別では、音楽に加え、前期に事業構造改革を実施したデザインも利益が黒字転換。ITは減益幅が大きく、モバイルは第4Qにオリジナルマンガの事業撤退損を計上したことで減益に転換しました。山岳・自然、航空・鉄道は、損失幅は大きく縮小したものの、損失を計上しています。

事業区分別 売上高

- 出版・電子出版
- ネットメディア
- ターゲットメディア
- ソリューション
- プラットフォーム
- 全社 + 消去

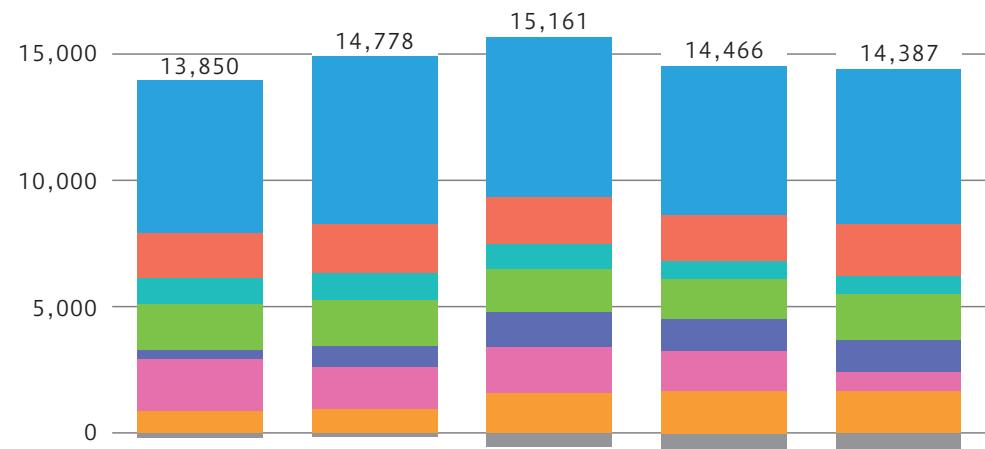


| | 2021/3 | 2022/3 | 2023/3 | 2024/3 | 2025/3 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ■ 出版・電子出版 | 7,509 | 8,032 | 8,134 | 7,571 | 7,611 |
| ■ ネットメディア | 1,561 | 1,899 | 1,781 | 1,925 | 1,879 |
| ■ ターゲットメディア | 989 | 1,210 | 1,285 | 1,135 | 1,116 |
| ■ ソリューション | 1,172 | 1,176 | 1,259 | 1,265 | 1,189 |
| ■ プラットフォーム | 2,617 | 2,460 | 2,700 | 2,569 | 2,589 |
| ■ 全社 + 消去 | - | - | - | - | - |

百万円

セグメント別 売上高

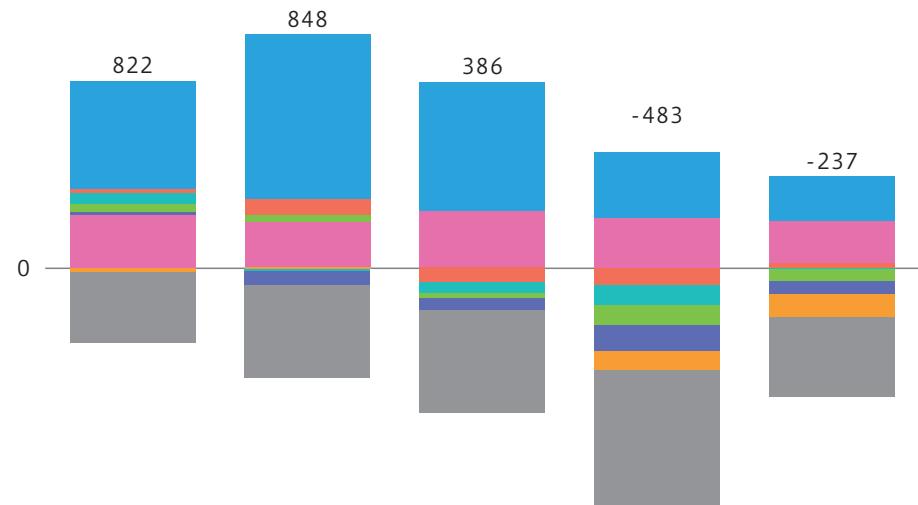
■ IT
■ 音楽
■ デザイン
■ 山岳・自然
■ 航空・鉄道
■ モバイルサービス
■ その他
■ 全社 + 消去



百万円

セグメント別 営業利益

■ IT
■ 音楽
■ デザイン
■ 山岳・自然
■ 航空・鉄道
■ モバイルサービス
■ その他
■ 全社 + 消去



百万円

経営戦略

組織再編で新設したSBUで 抜本的な構造改革に着手

2025年8月の組織再編により、
新中期経営計画で位置付けた3つの重点テーマごとに、
それぞれSBU(事業戦略ユニット)を新設しました。
ここでは、そのうち、出版構造改革SBUが進めている
取り組みをご紹介します。



最優先に位置付けられた 出版構造改革

当社グループはこのたびの中期経営計画見直しに際し、全体方針を「中長期の達成目標である企業価値向上に向けて、収益および事業ポートフォリオを抜本的に見直し、既存事業の構造改革と中長期の成長基盤の開発を促進する」と定めました。そのための具体的な重点テーマは「出版事業の抜本的な構造改革による収益力の回復」「事業ポートフォリオの大幅な構造転換」「外部との協業・提携関係によるグロースアップ」の3つですが、なかでも最優先事項に位置付けられているのが「出版事業の抜本的な構造改革」です。

これは、企画・製造から流通・販売、そして在庫管理まで、サプライチェーンにおけるすべての工程を対象とした業

務プロセスの見直しを意味しています。従来の出版を支えてきた仕組みの良さを残しつつも、現代のデジタル技術を用いることで、無駄な部分を排除し、業務効率化と収益性の改善を図ります。

「出版構造改革SBUが取り組むべきテーマは、生産、流通、物流、業務ワークフロー等、多岐にわたっていますが、すでに生産における用紙・判型の集約についてはグループ内外の情報収集を経て、具体的に現場に落とし込む段階に進んでいます。また、同じく生産における購買・印刷製造については、インプレスを中心に（元タイカロスの生産管理はインプレスで請け負っていた）、リットーミュージック、エムディエヌコーポレーションの3社を対象に、生産管理部門のスタッフを集約し、取引先への共同発注も視野に入れたコスト削減の取り組みをスタートさせたところです」
(高橋 隆志／株式会社インプレス代表取締役社長)

出版構造改革SBUのメンバー



高橋 隆志 責任者
株式会社インプレス
代表取締役社長



原浩史
株式会社インプレス
取締役



二宮宏文
株式会社インプレスホールディングス
取締役

デジタル印刷を活用した サプライチェーン改革

当社グループでは、これまで業界に先駆けて「デジタル印刷による小ロット印刷・短納期重版」に対する取り組みを進めており、グループの中でもインプレスは、すでに重版の半数以上でデジタル印刷による小ロット生産を取り入れています。

「小ロットで印刷することで返品や廃棄ロスだけでなく、在庫管理コストも削減できる他、従来の印刷方式ではコストが高くて重版に至らなかったようなケースでも重版が可能になるため、売り逃しによる機会ロス削減にもつながります。インプレスで実績を上げている仕組みを他社にも広げていくことで、グループ全体でさらにデジタル印刷のメリットを活かせるように、出版構造改革SBUを中心に取り組んでいます」（原 浩史／インプレス取締役）

具体的な成果として、インプレスは小ロット重版の活用により、既刊本の売上がグループの中でも好調を維持しています。既刊本の売上が伸びることで全体的な原価率を下げるにつながり、収益性に加えて、キャッシュ・フローをはじめとした財務状況にも好影響が及んでいます。「グループ全体を見渡して、紙の出版の状況を分析したところ、販売量に対する在庫量の割合が大きいことが、収益性悪化の一因となっていました。そこで、先行しているインプレスの事例を他社にも広げて、収益性を底上げしよう

としているところです。一部分を変えるだけではそれほど大きな影響はありませんが、サプライチェーン全体を変えることで効果が連動して、グループ全体の収益力回復が図れると見込んでいます」（二宮 宏文／インプレスホールディングス取締役）

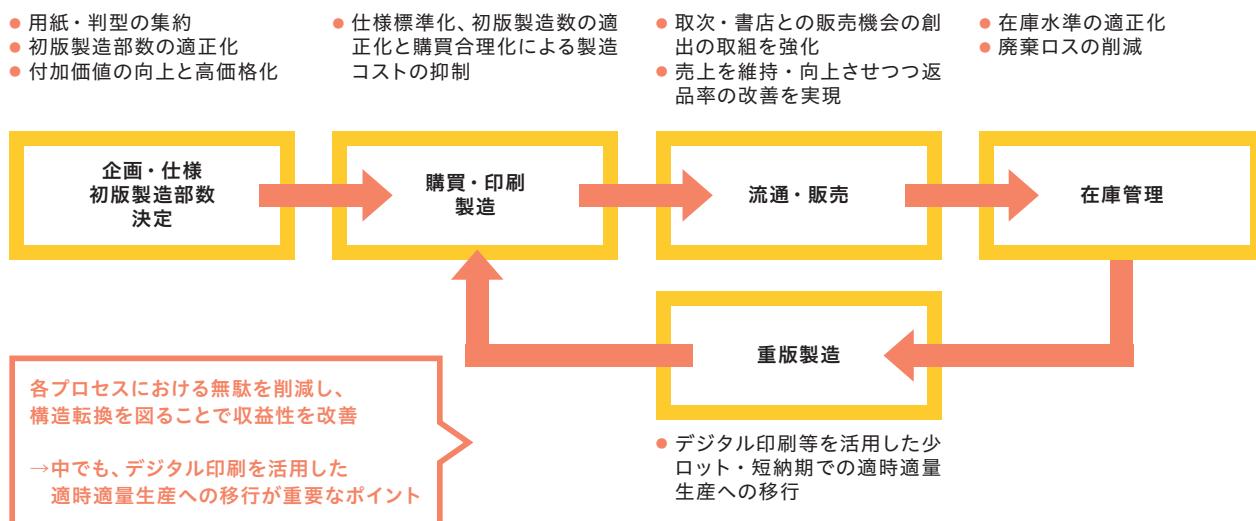
また、流通の面では、出版営業にスポットを当て、2025年7月より、エムディエヌコーポレーションの出版営業部門をインプレスに集約し、営業力強化にも取り組んでいます。

「エムディエヌコーポレーションは元々、インプレスと同じ取次口座を使用する等、互いに親和性が高い会社ですが、それでも実際に動いてみると、企業文化の違いに驚きます。コロナ禍の時期に書店から足が遠ざかってしまったところもあり、これから改めて営業力の強化に努めています」（原）

SBUの新設により、グループ全体を見据えた経営戦略に對して、すでに実績を上げているインプレスの役員がコミットすることで、現場での具体的な施策をスムーズに進められるようになりました。

今後、出版構造改革SBUだけでなく、デジタル・D to C事業開発SBU、事業インキュベーションSBUにおいても同様の取り組みを進めて、重点テーマに掲げた課題解決を図り、専門メディアグループとしての強みをさらに発揮していきます。

出版サプライチェーンの転換イメージ



新規事業

モノづくりの祭典「Maker Faire」をインプレスが事業承継

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレスは、2025年1月、米国Make Community LLC.との間でライセンス契約を締結し、イベント「Maker Faire」を開催する事業を株式会社オライリー・ジャパンから承継しました。2025年は浜松と東京で同イベントを開催。2026年も1月に刈谷での開催が決定しています。



モノづくりイベントと技術・教育メディアの融合

Maker Faire(メイカーフェア)は、誰でも使えるようになった新しいテクノロジー(カードサイズの教育用コンピューター、ロボティクス技術、3Dプリンター、AI等)を中心に、様々な材料・素材をユニークな発想で使いこなし、皆があっと驚くようなユニークなモノや、大量生産では作れない、本当に欲しいモノを作り上げるモノづくりの祭典です。2006年に米国サンフランシスコで始まったこのイベントは、規模を世界中に拡大し、200か所以上で開催されています。

Maker Faireは開催地によって異なる特色を持つイベントとして知られており、「Maker Faire Tokyo」は「作ることで楽しむ、学ぶ、つながる」がテーマとなっています。今回も会場では子供向けのワークショップや、大人も楽しめるような展示、企業による最新技術の紹介等、様々なコンテンツが用意されました。

モノづくりを通して、子供から大人まで、様々な人が創造性を刺激し合い、学び、交流する場を提供すること目的としたイベントにインプレスの多くの技術系メディアや教育系メディアと融合することで新たなシナジーが生まれることを期待して今回の事業承継を行いました。

モノづくりを楽しむメイカーによる多種多様な展示

Maker Faire Tokyo 2025には280組の出展者(メイカー)が参加。会場となった東京ビックサイト西4ホールには、2日間でのべ約1万4千名が来場し、ユニークな展示やワークショップを楽しんでいました。今回の出展者は、

学生の申込みが大幅に増えて、全280組中55組と約2割を占めたこともあり、学生が対象の「Young Maker」ゾーンには、メディアアートのような作品、空気圧で動作するコンピューター等、多種多様な展示が並びました。

また、日本のMaker Faireの特徴として、企業で働くエンジニアが趣味でモノづくりを楽しんでいるケースが多く、そうしたメイカーが集う「企業内の部活動」ブースにも人だかりができていました。「Maker Faireの参加者と話をしているときに、有名企業の名刺を出されることも少なくありません。社内にファブースペースを設置する企業や、企業内サークル活動の一環としてMaker Faireに参加される企業も増えています。Young Makerゾーンに出展していた学生が、就職してから社会人として出展する等、メイカーコミュニティの新陳代謝にも貢献できていると思います。また、今回のMaker Faire Tokyoでは、新しく「インプレスグループゾーン」をインプレス社内、グループ各社の協力のもと、設置しました。書籍に関連した体験企画や、ドローン操縦体験、そしてドライフラワー／多肉植物を使ったワークショップ等、多様な企画を来場の方に楽しんでいただくことができたと思います。今後もインプレス、インプレスグループならではの企画を実施したいと考えています。」(田村 英男／株式会社インプレス/Maker Faire事務局)



2日目の最後には、ステージで「Young Maker Challenge 2025」の表彰式が行われ、学生メーカーたちによる個性と創意工夫に溢れる出展にスポットライトが当てられました。



出展者によるブースを離れて、会場内を歩き回る作品も多数見られ、行く先々で人だかりができる等、会場にいるだけで楽しめるイベントとなっています。



開場直後から、フロア中が多くの来場者で賑わい、出展者との交流が盛んにおこなわれていました。「Maker Faire」のマスコット「マイキー」を模した展示も、会場に花を添えています。



展示だけでなく、子供から大人まで楽しめる様々なワークショップが行われていました。写真は、毎回人気を集める分解ワークショップ。分解したパーツのお持ち帰りもできます。



2日間に亘り、ステージでは様々な講演を実施。マイクラフト歴15年のタツナミシュウイチさんによる講演には、たくさんの子供たちが集まり、マイクラフトの魅力や作品の話を聞き入っていました。

開催概要

Maker Faire Tokyo 2025

- **日時** 2025年10月4日(土)
12:00 ~ 18:00
2025年10月5日(日)
10:00 ~ 17:00
- **会場** 東京ビッグサイト
西4ホール
- **主催** 株式会社インプレス

新規事業

電子書籍販売の新たなビジネスモデル

株式会社リットーミュージックは
2025年から「ブックカード」という
新しい取り組みをスタートさせました。



「三方よし」のビジネスモデルで アナログ×デジタルの読書体験を提供

「ブックカード」は電子書籍を物理的なカードとして、リアル店舗で販売する新しい試みです。2025年からグループの音楽セグメントを担うリットーミュージックが発行している楽器版の「できる」シリーズ13タイトルがすでに販売を開始しており、新たな商品タイトルの投入も検討しています。

お客様は楽器店で販売されているブックカードを購入し、裏面に記載されたコードとパスワードを入力すると、電子書籍が閲覧できる仕組みです。専用のアプリ等は必要なく、Webブラウザで閲覧可能なため、パソコンやタブレット、スマートフォン等、自由にデバイスを選択して、電子書籍をご利用いただけます。

表紙をそのままカード化していることで、コンテンツをカードとしてコレクションできることも特徴です。紙の書籍のように売り場に陳列されていながら、実際に利用する際はデジタルコンテンツとして閲覧可能という、アナログ×デジタルのハイブリッドな読書体験を提供しています。

出版社にとっては紙代、印刷代等の製造コストを最小限にすることで資材高騰対策に、流通を担う卸売会社や取次会社にとっては輸送コスト等の削減に、販売店にとっては

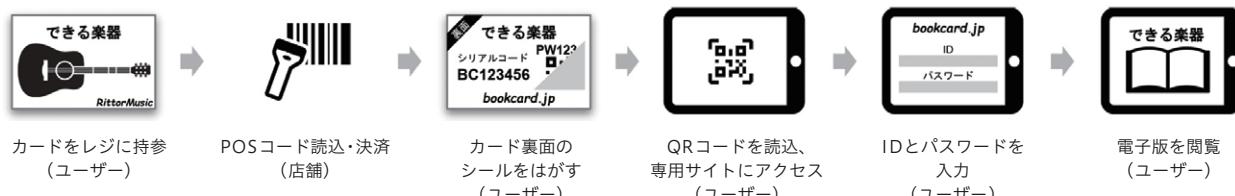
売り場の省スペース化を図りながら小ロット多品種の品揃えが可能となるため、いわゆる「三方よし」の新しいビジネスモデルとして取り組んでいます。

今後は、商品ラインナップを拡充していく他、キャンペーン等の販売促進の施策を導入して商品に付加価値を付けることや、将来的に書店や楽器店だけでなく、家電量販店や映画館、ライブハウス、音楽スタジオ等に販売ーションを拡大するといった展開も見据えており、多くのコンテンツホルダーが利用できる商流へ昇華できるよう、サービス整備を進めています。



H133.4mm
W101.6mm

サービスの流れ



COLUMN

リスク管理体制の整備について

当社グループにおける事業戦略のレジリエンスを評価するため、
気候関連におけるリスクおよび機会について、
シナリオ分析を実施しています。

シナリオの概要

IEAやIPC等の国際的な機関が公表している報告書やパリ協定をはじめとする国際動向を踏まえ、低炭素社会へ移行する1.5°Cシナリオおよび温暖化が進行する4°Cシナリオを選択しました。IEAやIPC等の国際的な機関が公表している報告書やパリ当社グループにおける事業戦略のレジリエンスを評価するため、気候関連におけるリスクおよび機会について、シナリオ分析を実施しています。詳細については、有価証券報告書をご参照ください。

[1.5°Cシナリオ]

2050年カーボンニュートラルを達成するため、炭素税や排出量取引に関連する様々な法規制が強化される一方、低炭素製品や生分解性素材等の需要拡大が想定されます。なお、世界の平均気温が産業革命期以前と比較して、今世紀末ごろに約1.5°Cの上昇に抑えられることから、物理的な影響は大きくないことが想定されます。

- ・IEA(国際エネルギー機関) WEO NZEシナリオ、SDSシナリオ
 - ・IPCC(気候変動に関する政府間パネル) RCP1.9

有価証券報告書

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



[4°Cシナリオ]

化石燃料への依存による経済が進展し、世界の平均気温が産業革命期以前と比較して今世紀末ごろに約4°C上昇するに伴い、洪水等の気温上昇に起因する異常気象等、自然災害の発生が激増し、物理的な被害が拡大することが想定されます。

- ・IEA WEO STEPSシナリオ
 - ・IEA「The Future of Cooling」
 - ・IPCC RCP8.5
 - ・WRI Aqueduct Floods、国土交通省ハザードマップ等

リスク管理

当社グループでは代表取締役の任命するリスク & オポチュニティマネジメント責任者が、リスク & オポチュニティマネジメント規程に従い事務局を組織しております。直近の事業環境やリスク実例に照らし、年1回、全社的に見直されるリスクカタログに沿ってリスク及び機会を管理しています。

また、2023年4月に「サステナビリティ基本方針」「グループ環境方針」「グループ人権方針」「パートナー行動規範」「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、人権DD(アンケート)を進める中で、サプライチェーン全体のリスクについても把握ができるよう努めております。

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°C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。

その他、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に推進する気候キャンペーン「1.5°C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。

The screenshot shows the homepage of Impress Watch, a news website. At the top, there's a navigation bar with links for 'デジタル' (Digital), 'ビジネス' (Business), 'ライフ' (Life), 'エンタメ' (Entertainment), 'マネー' (Finance), and '社会' (Society). Below the navigation is a banner with the text 'いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。' (Let's move now, to stop global warming.) and a large graphic of a globe with the text 'SDG MEDIA COMPACT'. The main content area features a large article titled '1.5°Cの約束' (1.5°C Commitment) with a sub-headline '株式会社インプレス、およびインプレスグループ各企業は、国連広報センターと共に推進する気候キャンペーン「1.5°Cの約束－いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」に参加しています。' (Impress Co., Ltd. and its group companies are participating in the climate campaign '1.5°C Commitment - Let's move now, to stop global warming.' organized by the UN Information Centre). To the right of the main article, there's a sidebar with '最新記事' (Latest Articles) and several thumbnail images of other news pieces.

国連SDGメディア・コンパクトとは

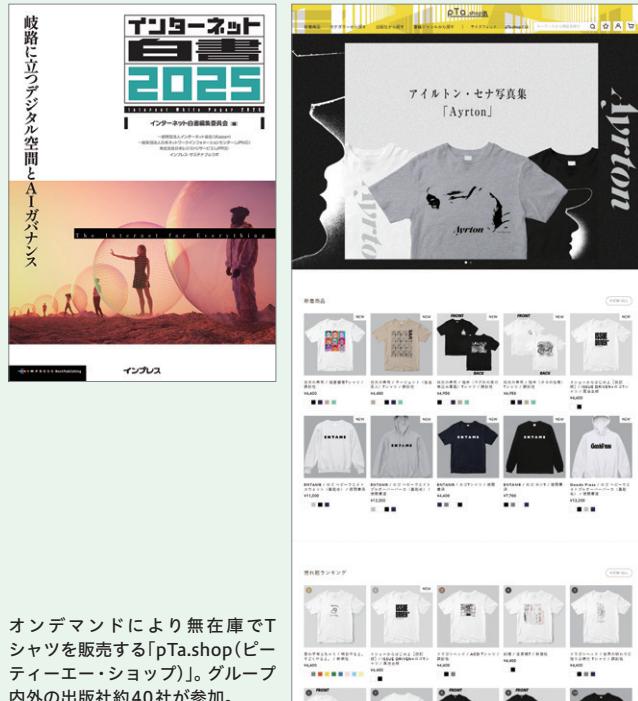
2018年9月、「SDGメディア・コンパクト」は、世界中の報道機関とエンターテインメント企業に対し、その資源と創造的才能をSDGs達成のために活用するよう促すことを目的として2018年9月に設立されました。事実やヒューマンストーリー、解決策を発信することにより、同コンパクトはSDGsに関するアドボカシーと行動、説明責任の強力な原動力となっています。



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、スマートプレス（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。

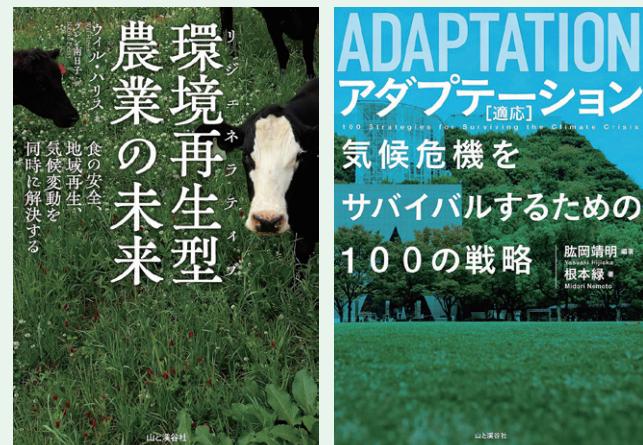


オンデマンドにより無在庫でTシャツを販売する「pTa.shop(ピーターエー・ショップ)」。グループ内外の出版社約40社が参加。

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、山と渓谷社、イカロス出版、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。山と渓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に、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、2025年3月期は13.9%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

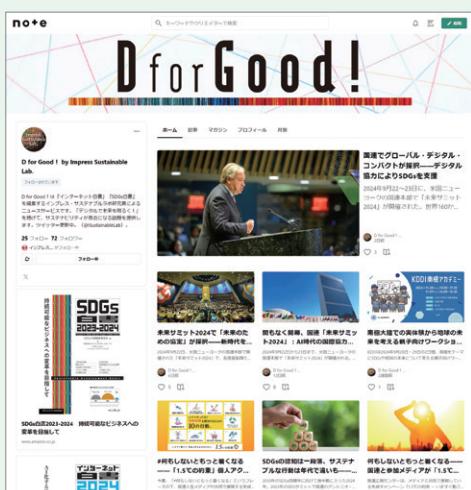
年賀状関連書籍を発行するインプレスが行う、書き損じはがきや使い残したはがきを集め換金し募金する取り組みです。集められた書き損じ・使い残しはがきは、郵便局で新しい切手に交換後、業者に売却し、換金額全額を公益財団法人日本ユニセフ協会を通じてユニセフ募金として寄付し、世界の子どもたちのために役立てます（交換手数料は20万までインプレス負担）。2025年は、はがき8,355枚、切手2,646枚が集まり、528,080円を「ユニセフ募金」に全額寄付しています。



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、イカロス出版、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他、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。



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

塙本慶一郎が(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。

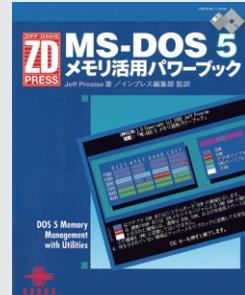
2002

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Excel 5.0 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

WEB MEDIA



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)インプレスピジネスマedia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



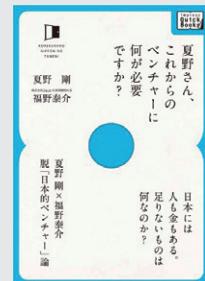
徹底攻略ポケット
応用情報技術者試験 午前対策
2010年8月
インプレス



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



Ukulele Magazine 01
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
創刊号 2012/09/20
週刊ヤマケイ
2012年9月創刊
山と溪谷社

WEB MEDIA



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



Next Publishing
2012年3月スタート
インプレスR&D

2014-2025

2014

(株)インプレスジャパン、(株)Impress Watch、(株)インプレスピジネスマディア、(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。

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。

2025

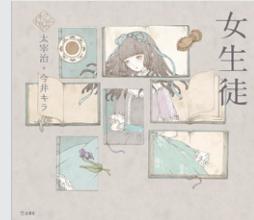
(株)インプレスが、丸善CHIホールディングス(株)との合弁会社として、技術書籍読み放題サービスの企画運営を目的としたテックリブ(株)を設立。

(株)インプレスホールディングスが株式併合により、非公開化。

BOOKS



山怪 山人が語る不思議な話
2015年6月
山と溪谷社

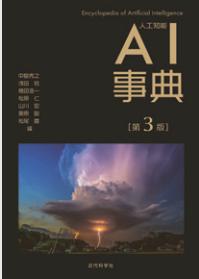


乙女の本棚 女生徒
2016年11月
立東舎



旅鉄BOOKS 時刻表探検
2017年7月
天夢人

2014-2025

| | | | |
|---|---|--|---|
|  <p>AI事典第3版 2019年12月 近代科学社</p> |  <p>ICE新書 アンコンシャス・バイアス 2021年3月 ICE</p> |  <p>いづみノベルズ 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</p> |  <p>THE PILOT (ザ・パイロット) 2023 2022年12月 イカロス出版</p> |
|---|---|--|---|

WEB MEDIA & SERVICES

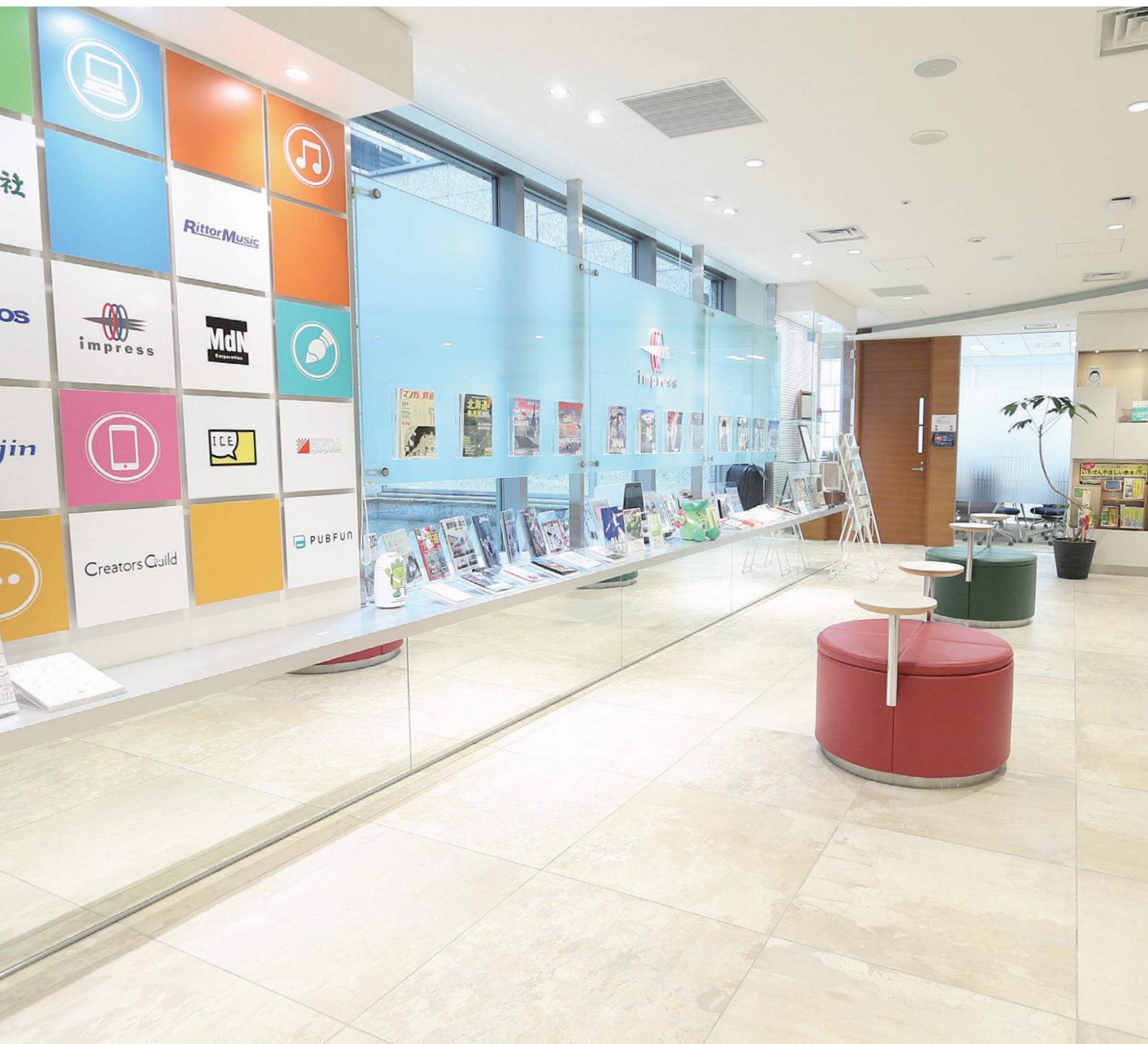


PLATFORMS



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





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。

インプレス構成する企業



VISION
Human Knowl
人間性豊かで自由な文化・社会の循環をつくる



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)



航空・鉄道

イカロス出版株式会社



コンテンツ事業

メディア&サービス事業
ソリューション事業

edge Mediary



その他

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



モバイル
サービス

株式会社ICE



コンテンツ事業

メディア&サービス事業
ソリューション事業

プラットフォーム事業



株式会社インプレスホールディングス

- ・持株会社
- ・グループ経営・財務戦略の策定

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

小川 亨 [おがわ・とおる]
1964年生まれ・2025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



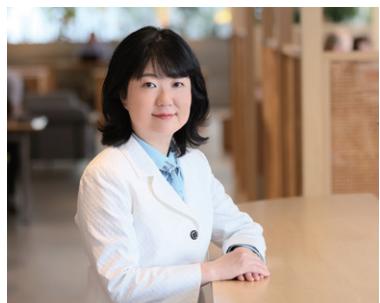
株式会社PUBFUN
代表取締役社長
福浦一広 [ふくうら・かずひろ]
1967年生まれ・2022年から現職



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
塙本由紀 [つかもと・ゆき]
1980年生まれ・2025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

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



コンテンツ事業

メディア&サービス事業

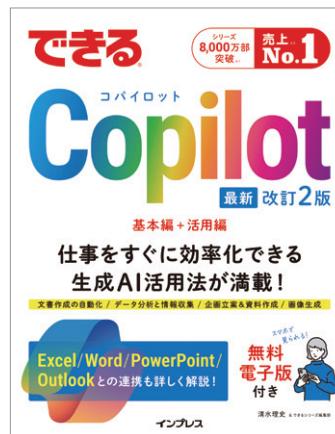
出版・電子出版

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。
2025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年に亘り刊行

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るます。



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『日常にや飯事』といった書籍の他、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ラインプリント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、専門性を活かして、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

楽器の演奏を楽しむ人達には欠かせない楽譜集を数多く出版しています。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。



株式会社山と渓谷社

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95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『山と渓谷』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 「山と渓谷ch.」を好評運用中

YouTubeチャンネル「山と渓谷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13万人を突破しました。月刊誌『山と渓谷』や『山と渓谷オンライン』とも連携し、山の歩き方やストレッチ等の各種ハウツー、登山用具の選び方等の情報を、週1回更新で配信しています。



イカロス出版株式会社

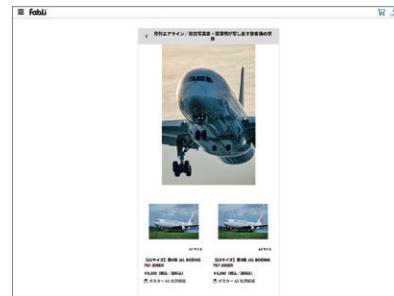
航空分野を中心に 多彩な出版活動を展開

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

雑誌の感動を大きく残せるよう、月刊誌『AIRLINE』の紙面を飾った民間航空機の写真から厳選した写真を大判ポスター化してグループのオンラインショップ「fabli」で販売しています。



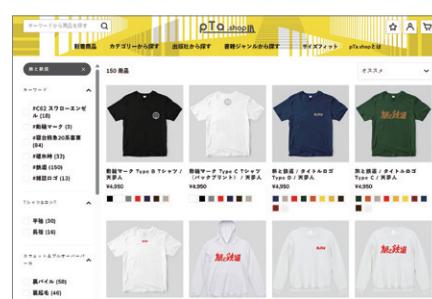
旅と鉄道をテーマに、 鉄道カルチャーを広めるための 情報を発信

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』の他、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

グループのオンラインショップ「fabli」「pTa.shop」にて、鉄道をテーマにした様々なグッズ、Tシャツ等を販売しております。長年の出版事業による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

自社ブランド作品の コミカライズ需要が増加

自社の電子書籍ブランド「天海社」では、ライトノベルのオリジナル作品を毎月定期的にリリースしており、それを原作にしたコミカライズの需要も増えています。



NTTソルマーレ（株）の「コミックシーモア」で配信されている『うちの夫、やばくないですか？』等、グループ外の電子書籍ストアで配信される作品の制作も手掛けています。

©大口みなと/愛栖来鈴/シーモアコミックス



天海社
tenkaisha

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118点を突破しました（2025年9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。



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1億以上の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」を開設。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シリーズでもあ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。

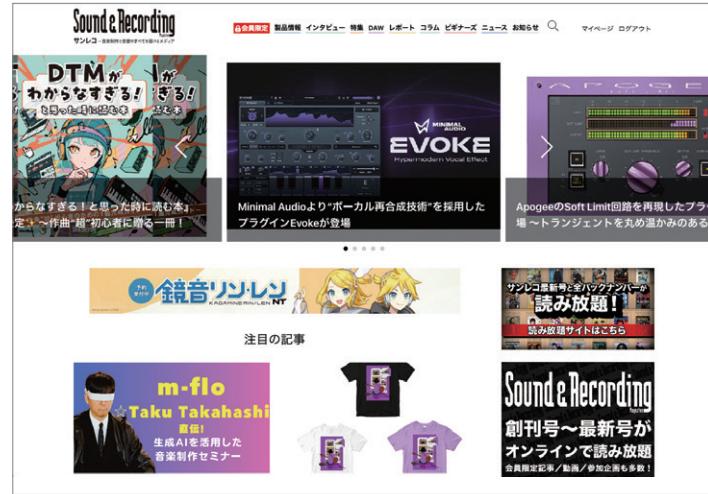
専門YouTubeチャンネルを開設して動画を配信

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

国内最大級の楽器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』『ベース・マガジンWEB』『ドラム・マガジンWEB』、音楽アイテムECサイト「T-OD」の6つの会員を統合した共通会員ID「リットーID」を展開中。対象サービスを一つのIDでログインできる利便性の他、お客様に最適なお薦め記事、アイテムの紹介、さらにセールやクーポン等会員だけのお得な情報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+（ぶらぶら）』はボカロPやYouTuber等インターネットを舞台に活動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を取り上げ、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*施策を推進

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届けできるように取り組んでいます。



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。

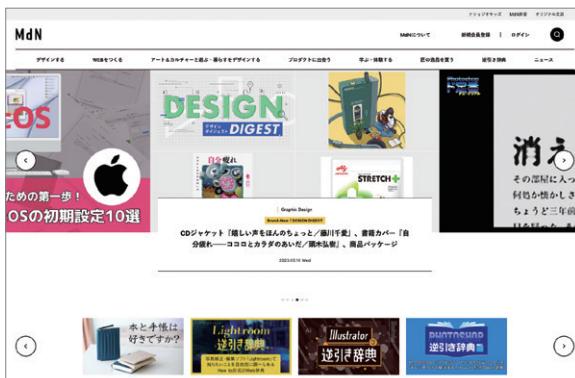


*マーケティングオートメーション

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。



イカロス出版株式会社

老舗の航空専門誌『AIRLINE』によるWebメディアを運営

民間航空専門誌『AIRLINE』がお届けするWebメディア『AIRLINE web』を、2024年に創刊しました。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、同じく2024年創刊の防衛ニュース専門Webメディア『Jディフェンスニュース』は関係業界からご好評を得ております。



株式会社山と溪谷社

紙の雑誌と連動した 専門Webメディアを運営

山好きのための登山情報サイト『山と溪谷オンライン』では、雑誌『山と溪谷』と連動したコンテンツの他、連載タイトルの書籍化等、紙とデジタルが連動して、情報発信に取り組んでいます。最新の山のニュースや現地情報に加えて、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も提供。また、コーポレートサイトには創業95周年に合わせた、コーポレートメッセージのページも新設しています。



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。



ターゲットメディア

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

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』では、ECビジネスの最適パートナーが見つかるマッチングサービス「ネット担当悩み相談室」を公開。EC実施企業の課題解決と最適な支援パートナー探しをサポートしています。

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。

The screenshot shows the homepage of the Impress Comprehensive Research Institute. It features a large banner at the top with the text 'IMPRESS COMPREHENSIVE RESEARCH INSTITUTE' and 'IMPRESS GROUP'. Below the banner, there are several sections: 'Press Release' with a link to 'Press Release List'; 'Newspaper' with a link to 'Newspaper List'; 'Event' with a link to 'Event List'; 'Press Conference' with a link to 'Press Conference List'; 'Photo' with a link to 'Photo List'; and 'Video' with a link to 'Video List'. The main content area includes news articles, a drone section, and a service section. A sidebar on the right lists services like 'Press Release', 'Newspaper', 'Event', 'Press Conference', 'Photo', 'Video', 'Search', and 'Logout'. At the bottom, there are links to 'About Us', 'Privacy Policy', and 'Terms of Use'.

ドローンセミナーの規模を 拡大してイベントに

これまで有料セミナーとして開催していた「ドローンビジネスの最前線」の規模を拡大しイベント「ドローンジャーナルカンファレンス」へリニューアルしました。建築現場における測量や工事の進捗管理、構造物の点検等、様々な場面での導入されるドローンの活用事例や最新の技術動向、さらに今後の展望について詳しく紹介。建築業界全体の発展に寄与する場を提供しています。

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サイト制作を通じ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

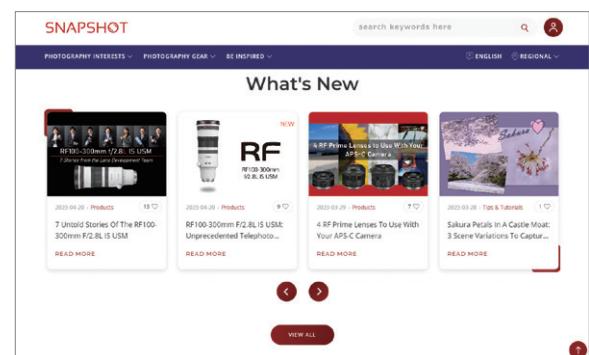
IT関連出版社のブランドを活かした コンテンツをクライアントに提供

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

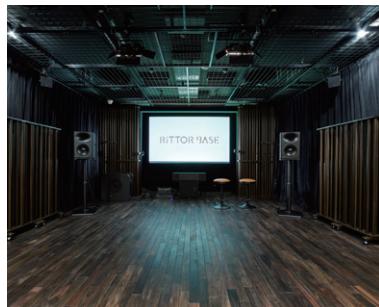
音楽アーティストや所属事務所からの幅広いオーダーに応える

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、俳優村井美樹さん他、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。

IKAROS ACADEMY

イカロス・アカデミー

HOME スクールについて 合格実績 交換アクセス 資料請求 各種お問い合わせ

キャビンアテンダント・グランドスタッフ・パイロット・管制官を目指すなら、イカロス・アカデミーへ

1990年開校以来、数々の監修と包装、おかげさまで多数の合格実績を1枚だけ出してあります！

エアステージ合格講座

航空大学校（パイロット）合格講座

羽田空港合宿講座

航空無線講習会

通信講座・航空業界就職 e ラーニング

いつでも動画で学べる
今すぐ会員になって視聴！

スクールについて

イカロス・アカデミーはイカロス出版を母体に発展した総合的就職準備スクールです。

合格実績

1位だけの実績！特に一次選考への合格率も70%以上を誇ります。

交通アクセス

東京にある押上駅イカロス・アカデミーへのアクセスはこちから。

公式スクールです。イカロス出版のエアステージ・エアラインも参考に！

AIR STAGE

月刊エアステージ

月刊エアステージ 4月号型

AIRLINE

国際・国内の航空会社の就職情報

就職実績

就職実績

月刊エアライン

月刊エアライン 4月号型

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



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546店、商品数597,539点（2025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。

The screenshot shows the homepage of Dejimart. At the top, there's a search bar and navigation links for categories like '楽器' (Instruments), '楽器レビュー' (Instrument reviews), and '楽器ニュース' (Instrument news). A prominent banner at the top left says 'WE LOVE FENDER VINTAGE STYLE!' with an image of several Fender guitars. Below the banner, there's a news article titled '[We Love Fender Vintage Style!!] 対象商品の購入に使える公式クーポン配布中!!' with a QR code. The main content area features a grid of instrument products, including guitars and keyboards, with their names and prices. At the bottom, there's a section for 'PRODUCTS' and a 'NEWS' section with various articles and images.

This screenshot shows a different section of the Dejimart website during a 'Winter SALE'. It features a large banner with the text 'Winter SALE' and a date range from 12/8 to 12/10. Below the banner, there are several product cards for different instruments, each with a 'SALE' badge. The products include a Marshall MG15FX guitar amp, a Yamaha NOX8 keyboard, a BOSS GX-100 effects pedal, and an Ibanez AZES electric guitar. Each card includes the product name, price, and a small image. To the right, there's a sidebar with more instrument-related content and a 'SHOP INFORMATION' section.

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
コミュニケーション事業部デジマート統括部部長



株式会社ICE

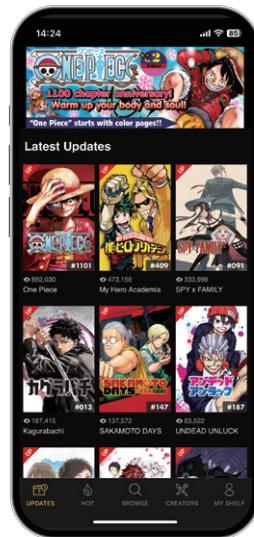
グループ外出版社の電子コミック プラットフォームを運営

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。2025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。

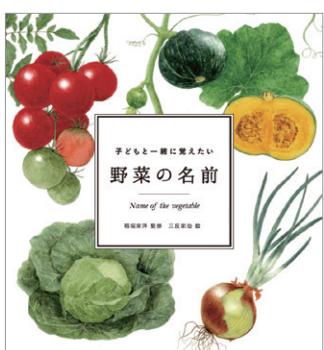
[主なパートナー出版社と出版物]

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サービス事業を 法人・個人向けに展開

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」、個人向けには紙の本や電子書籍を出版社を通さず自由に出版できるプラットフォーム「パブファンセルフ」等を運営しています。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。販路拡大に向けた取り組みを継続しており、2025年3月からは法人向けサービスにおいて、DMM.comでの販売を開始いたしました。



出版の可能性を広げ、 多様なクリエイションを支援

法人向けサービスでは、少部数でリスクなく出版できるPODの特性を活かした、特定地域に特化した時刻表や航空時刻表といったユニークなタイトルが刊行されました。また、個人向けサービスで出版されたコミックがタイの出版社から翻訳出版される等、才能が国境を越えて広がる新たな可能性も生まれています。

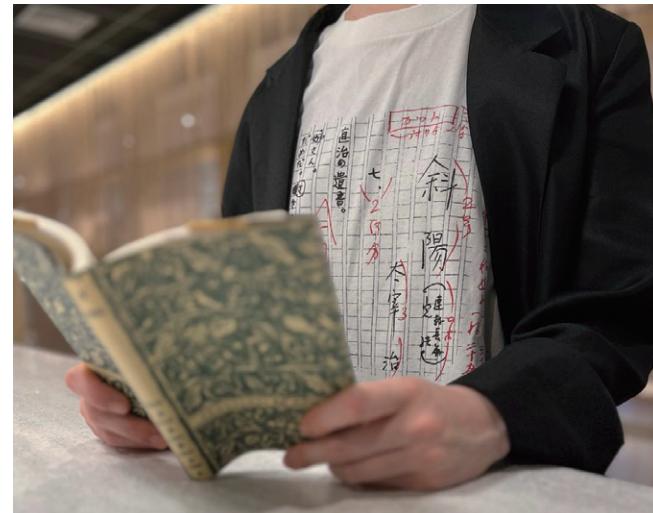


株式会社IPGネットワーク

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、「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で、40社以上の出版社が参加しています。「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。



*Snow White +
with the Red Hair*

『赤髪の白雪姫』
Tシャツオーダーカード

ご注文受付期間
2024年9月7日(土)～
2024年12月9日(月)

このカードは、お手持ちにてpTa.shop(https://ptashop.jp)の商品オーダー用カードとなります。
ご注文は、pTa.shopにてお手続きください。お手持ちのカードをスキャナーやQRコードを読み取る、カード情報を入力するなどしてご注文ください。お手持ちのカードをご持続ください。
尚ほお手数ですが、ご注文の際は複数枚ご用意いただけます。ご了承ください。

ご注文方法
・QRコードを読み取る場合、またはQRコードを読み取らない場合、カード情報を入力します。
・ページごとにカードへの操作が記載されています。お手持ちのカードにQRコードを読み取る場合、カードにてお読み取り用端末、下部QRコードをご読みください。(今月)とおいたご注文用QRコードを読み取ってください。
・カード情報を入力する場合は、カード情報を読み取ってください。

ご注文は、こちらから
<https://ptashop.jp/collections/snowwhite>

カードコード

QRコード

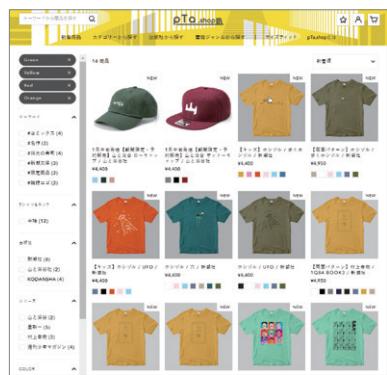
4 589596 059549

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シャツやパーク等のアパレル商品化。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、アクリルパネル等の商品も扱っています。



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

当社グループはこれまで、上場企業として「株主の皆様への安定的な還元」と「財務健全性の維持・成長投資の両立」による持続的な成長を目指してまいりました。2025年7月28日の株式非公開化により、株価や利益還元、短期的な業績に左右されない経営体制へと移行することで、より長期的・持続的な企業価値の創出に資する財務戦略を推進できる環境となり、今後は、長期的な視点での資金運用と投資戦略を重視し、安定した経営基盤の確立と持続的な成長の実現を目指してまいります。



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
執行役員CFO

1. 財務健全性の維持と資金調達の多様化

- キャッシュ・フローの健全性を最優先に、堅実かつ効率的な資金管理を徹底。
- 金融機関との関係強化を図り、長期借入やコミットメントラインを組み合わせた柔軟かつ安定的な資金調達体制を構築。

2. 成長投資の重点化と集中

- 株主還元と成長投資のバランスを見直し、中長期的な成長領域への投資を強化。
- デジタル領域、プラットフォームビジネス、新規事業開発への資源配分を強化し、収益基盤の多角化を図る。
- DX推進、人材育成への投資を通じ、持続可能な事業成長を実現。

3. 内部留保の戦略的活用

- 内部留保を成長原資として最大限に活用。
- 人材投資、デジタル基盤整備、事業ポートフォリオの再編へ積極的に活用し、収益力を向上。
- 必要に応じて、M&Aや戦略的提携を通じ、事業領域の拡張とシナジー創出を推進。

4. ガバナンスとステークホルダー対応の進化

- 株主や市場対応中心の経営から、顧客・取引先・従業員・金融機関といった主要ステークホルダーとの関係強化を重視。
- 財務情報の透明性を維持しつつ、迅速かつ柔軟な意思決定を可能とする経営体制を構築。
- 財務方針や財務戦略については、取締役会・経営会議を通じた統制を強化し、持続的な企業価値向上に直結する施策を実行。

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
執行役員CFMO

Impress Park café

各社のスタッフがくつろぎ、働くスペースで、共同作業を通じたコミュニケーションを誘発します。コロナ禍が落ち着き30%程度でやや増加傾向にある出社率を引き続き注視しながら、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。



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。所属するスタッフが集まって作業する目印となるだけでなく、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。



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。



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、ポートレート撮影等にも対応できるスタジオセットも備えています。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できます。



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、デジタル事業の拡大を掲げています。後者は業務テーマとして、ワークスタイルの変容や制度改定への対処としての社内業務のデジタル化、市場環境変化に対処するための基幹システムのリプレースを進めています。

いずれも、IT基盤および関連プロセスの再構築・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。その一環として、新たな推進体制であるデジタル事業推進室を新設しました。加えてグループ横断で課題解決を図るための会議体、デジタル・DtoC戦略的ビジネスユニット(SBU)も新設されました。

事業テーマ個別においては、2021年からリットーミュージックを皮切りにコミュニティ戦略を継続して取り組んでいます。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。

こ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。

業務テーマ個別においては、内外の事業環境の変化に即した基幹システムの再構築を中長期計画として取り組み始めています。

中期経営計画が掲げる出版事業の構造改革の一環として、出版事業の基幹業務再整備が進められており、最適化した業務を効率化するためのシステムリプレースを検討しています。まずは出版事業を先行し、その他事業セグメントについても順次展開していきます。

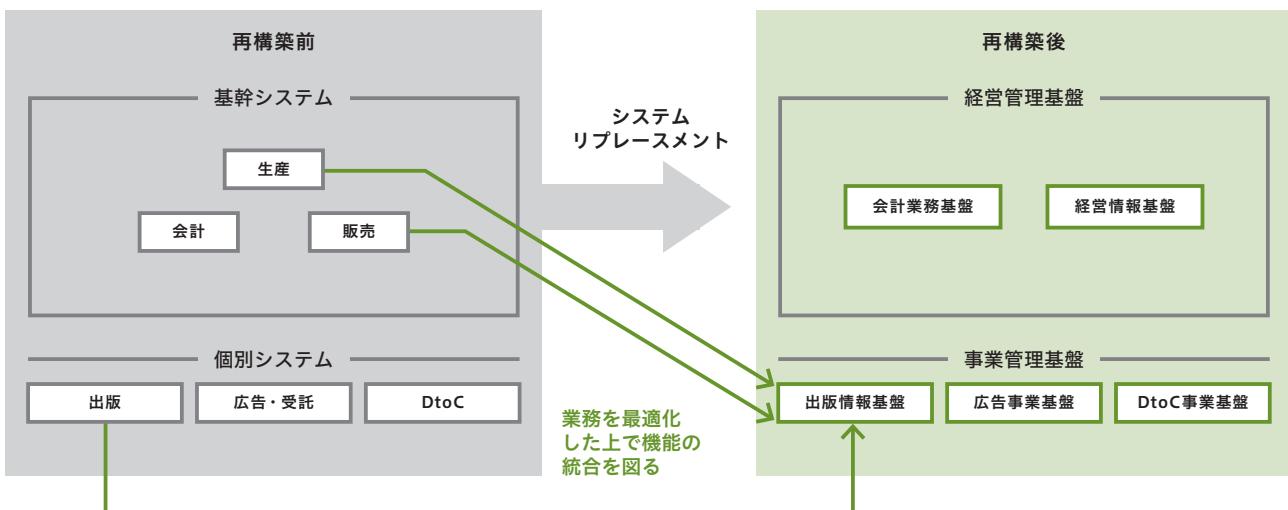
会計システムについては、各事業の基幹システム連携を前提に、会計業務に最適化した形でのリプレースを、機能ごとに順次実施していく予定です。

また、前述のシステムのデータを集約する情報基盤の整備もあわせて行うことで、タイムリーに情報を把握し、迅速な経営判断を行える環境も充実させていきます。



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
執行役員CDO

基幹システム再構築のイメージ



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）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。

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を取り組んでいます。

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では、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ウ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

技術書籍読み放題サービスの企画運営を目的とした新会社を合併で設立

IT（情報技術）書籍を出版する株式会社インプレスは2025年6月6日、丸善CHIホールディングスとの合併で、電子書籍のサブスクリプション（定額課金）サービスを手掛ける新会社テックリブ株式会社を設立しました。

「できる」シリーズ、「徹底攻略」等幅広いPC・IT関連書籍を発行するインプレスと、全国に約100店舗を展開する株式会社丸善ジュンク堂書店を傘下に持ち、書籍の販売や図書館運営を手掛ける丸善CHIが、両社のノウハウを生かし、ITエンジニアのスキル習得を後押しする読み放題サービスを推進します。

新会社が企画運営を行う技術書籍読み放題サービスは「テックリブ」の名称で2025年内のサービスインを予定しています。読み放題として提供される電子書籍は、インプレスの取扱い書籍だけではなく、理工系出版社十数社の書籍を同時に提供することで、幅広いジャンルをカバーし、ITエンジニアの個別のニーズに対応します。



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。

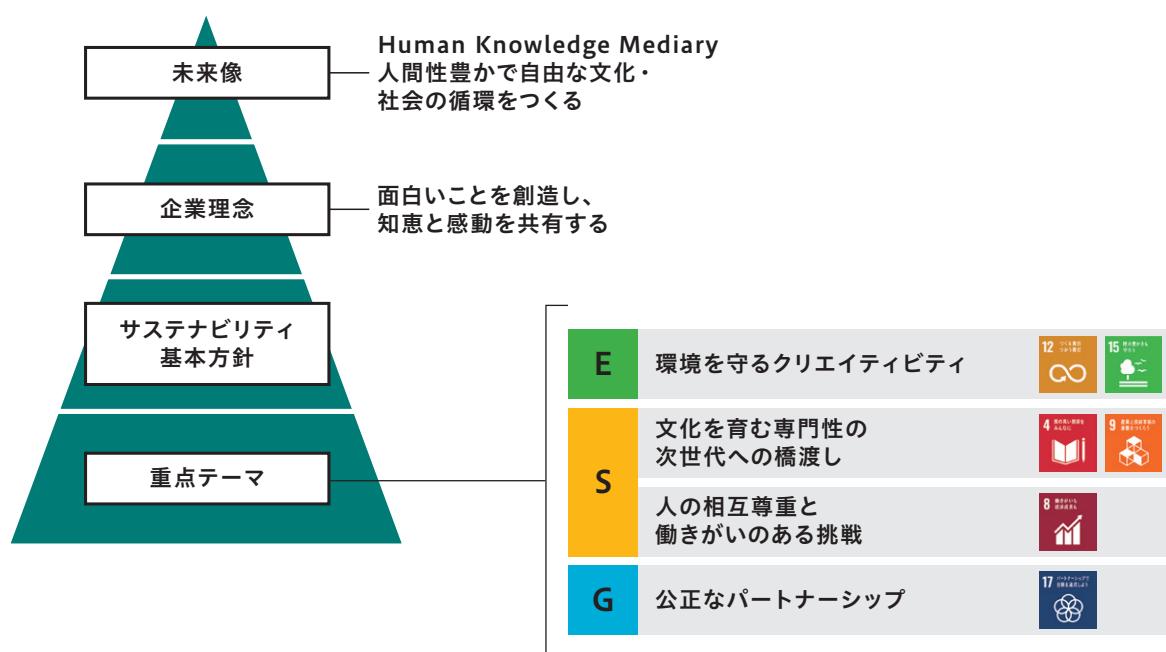
1992–2023–2052：これまでの30年、これからの30年

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12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步です。

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。

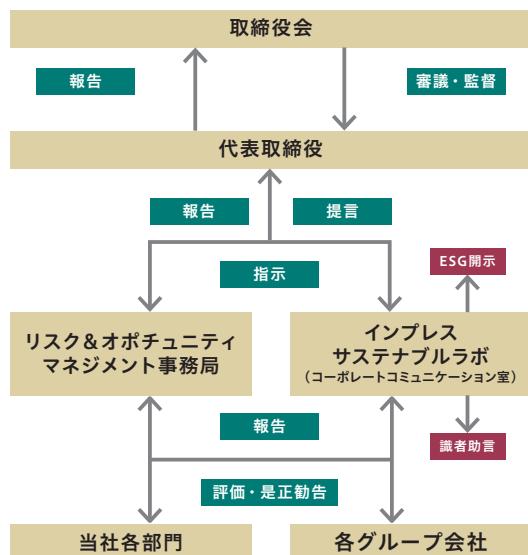
2020年、新型コロナウイルス感染症の拡大により人々が離散する中にあっても、私たちはネットワークを通じて集まり、音楽や旅等の文化に触れることで生きる力を維持しました。これらの集まり＝コミュニティの、デジタル技術を活かした質の高い拡張・進展こそがサステナブルな社会につながると信じ、読者・編集者・書店・地域をはじめとするステークホルダーやファンの皆様とのパートナーシップのもと、面白い未来を目指してまいります。



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、代表取締役のリーダーシップのもと、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・答申の他、非財務情報の開示を推進してまいりました。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。



指標と目標

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。また、気候変動への対応を重要課題の一つとしており、気候関連リスクおよび機会を測定・管理するために、Scope 1・2・3を指標※として定め、温室効果ガス排出量の状況をモニタリングしています。我が国における2050年カーボンニュートラル達成を目指すため、脱炭素経営を推進し、低炭素社会の実現に貢献してまいります。

なお、2022年9月に国連のSDGメディア・コンパクト

に加盟、国際的にも先端的な取り組みであるメディア横断の1.5°Cの約束」キャンペーンに2025年も継続参加し、メディアとしての責任を果たしてまいります。

※指標（実績）につきましては、Webサイトの「ESGデータ」をご参照ください。

<https://www.impressholdings.com/ir/library/finance/>

※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づ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 | 2025年3月期 | |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|-------------------|
| 環境 | | | | | |
| GHG Scope 1 | — | 22 | 23 | 23 | t-CO ₂ |
| GHG Scope 2 | 64 | 64 | 67 | 60 | t-CO ₂ |
| 電力使用量 | 140,911 | 140,045 | 145,805 | 139,833 | kw/h |
| GHG Scope 3 | — | 24,038 | 23,775 | 20,000 | t-CO ₂ |
| (内訳) | | | | | |
| カテゴリ1 購入財 | — | 21,420 | 21,584 | 18,709 | t-CO ₂ |
| カテゴリ2 資本財 | — | 1,273 | 929 | 152 | t-CO ₂ |
| カテゴリ3 エネルギー活動 | — | 13 | 13 | 13 | t-CO ₂ |
| カテゴリ4 輸送配達（上流） | — | 58 | 53 | 48 | t-CO ₂ |
| カテゴリ5 事業活動廃棄物 | — | 1 | 1 | 1 | t-CO ₂ |
| カテゴリ6 出張 | — | 105 | 126 | 90 | t-CO ₂ |
| カテゴリ7 通勤 | — | 75 | 88 | 86 | t-CO ₂ |
| カテゴリ9 輸送配達（下流） | — | 971 | 875 | 798 | t-CO ₂ |
| カテゴリ12 販売製品廃棄 | — | 122 | 106 | 104 | 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 | 1.6 | % |
| 電子書籍（出版売上高比率） | 11.6 | 12.5 | 12.8 | 13.9 | % |
| 森林認証紙等使用製品数 | 4 | 27 | 15 | 34 | 点 |
| SDGsをテーマにした製品/サービス | 5 | 8 | 10 | 5 | 点 |

※森林認証紙等使用製品数には、植物油インクやストーンペーパー等環境貢献度の高い素材の使用を含みます。

※オンデマンド出版には、PODプラットフォーム(PUBFUN)は含みません。

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 | 2025年3月期 |
|----|-----------|----------|----------|----------|
| 社会 | 雇用/採用 | | | |
| | 従業員数 | 674 | 689 | 675 |
| | 新卒採用数 | 6 | 7 | 7 |
| | 中途採用数 | 48 | 50 | 34 |
| | 平均勤続年数 | 12 | 12 | 12 |
| | 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&包摶 | | | |
| | 外国人雇用者数 | 6 | 6 | 6 |
| | 障害者雇用者数 | 3 | 3 | 5 |
| | 男女間賃金格差 | 78.7 | 78.4 | 82.2 |
| | | | | 82.3 |

※従業員数は正社員、契約社員の人数、女性管理職比率は課長以上の人数が対象です。

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 | 2025年3月期 | |
|-------------|----------|----------|----------|----------|-----|
| 役員構成 | | | | | |
| 取締役人数 | 6 | 6 | 6 | 6 | 人 |
| 監査役人数 | 3 | 3 | 3 | 3 | 人 |
| 独立取締役比率 | 33.3 | 33.3 | 33.3 | 33.3 | % |
| 独立監査役比率 | 66.6 | 66.6 | 66.6 | 66.6 | % |
| 報酬 | | | | | |
| 取締役報酬総額 | 136 | 128 | 121 | 118 | 百万円 |
| 監査役報酬総額 | 23 | 23 | 23 | 23 | 百万円 |
| 指名委員会開催回数 | 5 | 2 | 5 | 1 | 回 |
| 報酬委員会開催回数 | 3 | 4 | 2 | 3 | 回 |

輸送配送にかかる排出量を最小限に

2023年3月期からScope 3の算定をしておりますが、当社グループではカテゴリ1の購入剤が9割を占め、その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。出版物の多寡によってカテゴリ4・9の輸送配送にかかるCO₂排出量も左右されるため、返品・再出荷等にかかる輸送が最小限となるよう、倉庫を経由しない現地古紙化（リサイクル）等も進めています。昨年

は初めてCDP(Carbon Disclosure Project)へ回答し、中小企業向けSME版の最高スコアであるB評価を得ましたが、引き続き電子化やオンデマンド印刷の活用等、気候変動対策を強化してまいります。

塙本由紀 [つかもと・ゆき]

株式会社インプレスホールディングス
代表取締役

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を目指してまいります。

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. 繼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、皆様との対話を経て継続的な改善を重ねます。

● 気候変動の緩和

オフィスやデータセンター等でのCO₂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。

● 環境法令の遵守と污染防治

各種環境法令に基づき、大気・水質・土壤等の汚染を防止し、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。

2023年3月28日 制定

2025年9月1日 改定

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、一步一步、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、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. 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におけ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。

5. 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。

6. 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代表取締役を指定し、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。

7. 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の根絶に取り組み続けます。また、ハラスメント行為者に対し、適切な処分を行い、再発防止策等必要な措置を講じ、通報・相談したこと、事実確認への協力等を理由として、不利益な取り扱いをせず、役員および従業員による当該通報・相談者および協力者に対する嫌がらせまたは不利益な取り扱いを禁じます。

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、心身共に健全に働く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つた場合は、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ぬことがありますことを、何卒ご理解ください。

(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。萬一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摶の促進

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摶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・土壤等の汚染を防止し、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。そういう人材育成のために、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。

キャリア採用者の管理職登用

当社グループは、専門性の高い職務経験を持つ経験者採用の割合が高いこともあり、管理職に占めるキャリア採用者の割合は93.3%（2025年3月末）と、高比率となっています。今後もキャリア採用者と新卒採用者の区別なく、役員や管理職への登用はグループ全体として実力と実績重視で行っていく方針であり、採用においても、あらゆる職種についてキャリア人材の採用を積極的に展開してまいります。

目指す人材像

INNOVATION

1 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

DIVERSITY & INCLUSION

2 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

COMMUNICATION

3 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

SPECIALTY

4 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

OWNERSHIP

5 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ます、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。

| | 2025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 21.8% | 30% |
| 外国籍従業員数 | 6名 | 10名 |
| 出社率 | 30.2% | 40~50%を維持 |
| 再入社従業員数 | 全従業員の5.4% | 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、どこで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。

従業員個々の幸福を実現することで グループ全体の成長につなげる

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。

また、適材適所を実現するため、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のサポートも行っています。

今後の取り組みとしては、「社会全体における（あるいは従業員個々の）多様化した価値観」を尊重し、そこに応える施策を展

開することを検討しています。働き方や会社とのかかわり方等を自らの価値観に基づいて選択できる「Selectable Work Life」を実現する仕組みを提供することで、自身の成長や社会貢献の実現等を通じて個々の充実感を実感してもらい、結果として所属会社やグループへのエンゲージメントが高まる環境を目指します。

CHO(Chief Human resources & Happiness Officer)として、従業員個々の幸福実現をサポートし、グループ全体の成長につながるように取り組んでいきます。



佐々木一幸

株式会社
インプレスホールディングス
執行役員CHO

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

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たコーポレート・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います。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、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。

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、監査役設置会社形態をとっています。

現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要

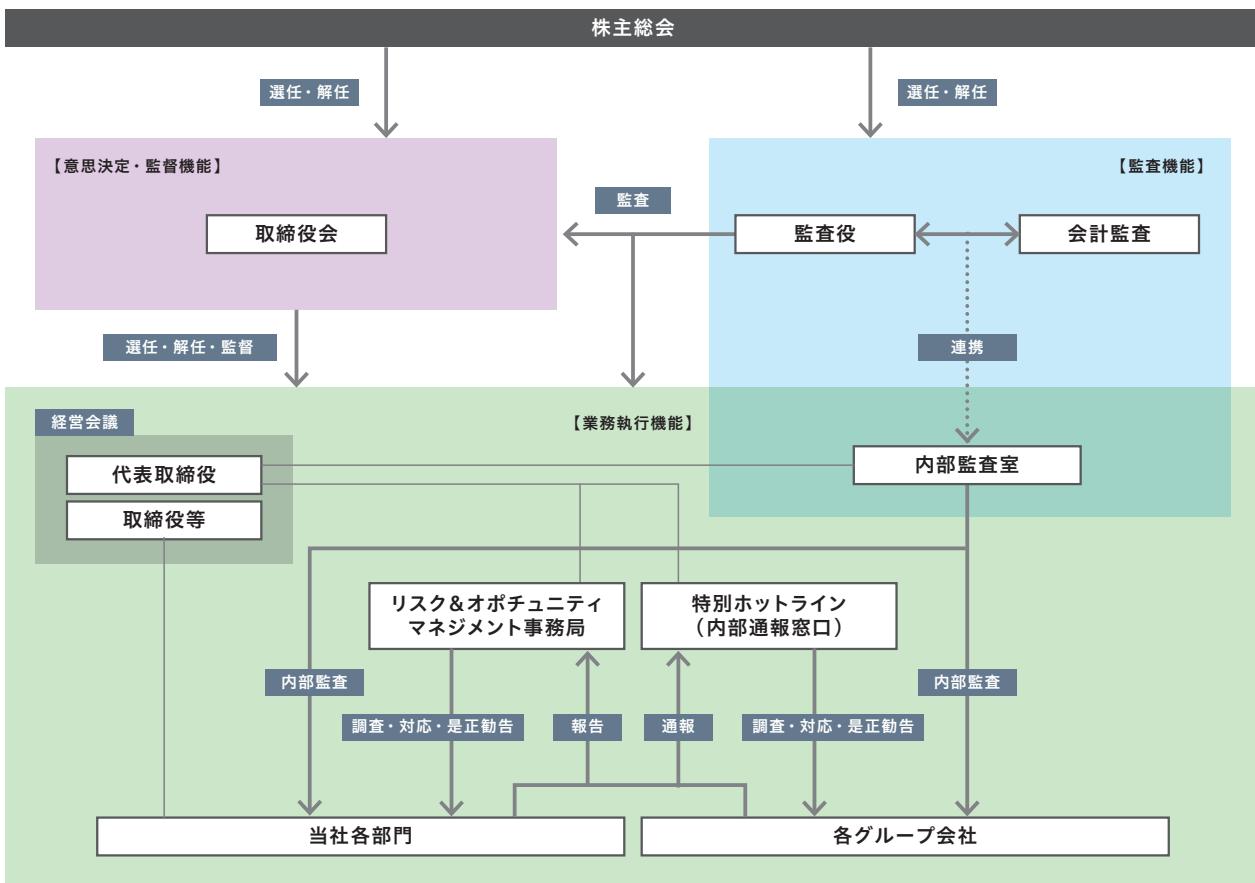
当社グループ会社の業務執行に関する監督体制としては、当社代表取締役に任命された取締役等が当該グループ会社の経営および財務状況を当社代表取締役に定期的に報告するとともに、グループ会社の重要な経営情報につきましては、当社執行役員および各部門長により、当社代表取締役に報告が行われる体制となっております。

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。取締役会は毎月1回以上開催、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。

コーポレート・ガバナンス体制図



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から構成することとしております。

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、代表取締役は80%、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、基本報酬における割合を定めており、代表取締役は20%、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。

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から整理し、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
執行役員 CCO

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。

企業情報に対する考え方

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方

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

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なわない。

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

B) 業務活動

- 1) 製品／技術／サービス
 - 1 製品／サービスの納入、品質に関する事故
- 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 것을 확보하는ため의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。

8. 取締役・使用人が監査役に報告するための体制その他の監査役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、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。

6. 監査役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の職務を補助するものとする。

9. その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

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。

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。

連結財務諸表等

連結貸借対照表

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当連結会計年度 (2025年3月31日) |
|-----------------------|-------------------------|-------------------------|
| 資産の部 | | |
| 流動資産 | | |
| 現金及び預金 | 4,914,484 | 4,600,217 |
| 受取手形、売掛金及び契約資産 | 4,830,195 | 4,233,514 |
| 有価証券 | 100,000 | 300,000 |
| 商品及び製品 | 1,247,077 | 1,232,116 |
| 仕掛品 | 226,928 | 172,731 |
| 返品資産 | 268,628 | 261,951 |
| その他 | 677,085 | 662,052 |
| 貸倒引当金 | △622 | △448 |
| 流動資産合計 | 12,263,777 | 11,462,134 |
| 固定資産 | | |
| 有形固定資産 | | |
| 建物及び構築物 | 372,913 | 310,276 |
| 減価償却累計額 | △224,548 | △178,504 |
| 建物及び構築物（純額） | 148,365 | 131,771 |
| 工具、器具及び備品 | 1,044,389 | 1,051,004 |
| 減価償却累計額 | △856,417 | △876,577 |
| 工具、器具及び備品（純額） | 187,971 | 174,426 |
| 機械装置及び運搬具 | 492 | - |
| 減価償却累計額 | △492 | - |
| 機械装置及び運搬具（純額） | 0 | - |
| 土地 | 67,970 | 67,970 |
| 有形固定資産合計 | 404,307 | 374,168 |
| 無形固定資産 | | |
| ソフトウエア | 203,188 | 187,046 |
| のれん | 42,101 | 28,039 |
| その他 | 14,945 | 14,840 |
| 無形固定資産合計 | 260,235 | 229,926 |
| 投資その他の資産 | | |
| 投資有価証券 | 821,570 | 829,322 |
| 繰延税金資産 | 359,747 | 323,766 |
| その他 | 435,925 | 402,545 |
| 投資その他の資産合計 | 1,617,242 | 1,555,635 |
| 固定資産合計 | 2,281,785 | 2,159,730 |
| 資産合計 | 14,545,562 | 13,621,865 |

(単位:千円)

連結財務諸表等

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当連結会計年度 (2025年3月31日) |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|
| 負債の部 | | |
| 流動資産 | | |
| 支払手形及び買掛金 | 1,462,490 | 1,547,074 |
| 短期借入金 | 350,000 | 355,000 |
| 1年内返済予定の長期借入金 | 121,875 | 50,000 |
| 未払金 | 1,147,718 | 1,244,451 |
| 未払法人税等 | 65,973 | 109,480 |
| 賞与引当金 | 153,135 | 162,609 |
| 返金負債 | 493,263 | 520,729 |
| その他 | 427,218 | 331,532 |
| 流動負債合計 | 4,221,674 | 4,320,876 |
| 固定負債 | | |
| 長期借入金 | 50,000 | - |
| 退職給付に係る負債 | 1,639,966 | 1,443,099 |
| 長期未払金 | 48,229 | 51,434 |
| その他 | 184,213 | 19,292 |
| 固定負債合計 | 1,922,409 | 1,513,826 |
| 負債合計 | 6,144,084 | 5,834,703 |
| 純資産の部 | | |
| 株主資本 | | |
| 資本金 | 5,341,021 | 5,341,021 |
| 資本剰余金 | 1,684,366 | 1,674,873 |
| 利益剰余金 | 1,943,653 | 1,703,119 |
| 自己株式 | △629,632 | △1,214,614 |
| 株主資本合計 | 8,339,408 | 7,504,399 |
| その他の包括利益累計額 | | |
| その他有価証券評価差額金 | 2,586 | △48 |
| 退職給付に係る調整累計額 | △53,861 | 187,657 |
| その他の包括利益累計額合計 | △51,274 | 187,608 |
| 非支配株主持分 | 113,344 | 95,153 |
| 純資産合計 | 8,401,478 | 7,787,161 |
| 負債純資産合計 | 14,545,562 | 13,621,865 |

(単位:千円)

連結損益計算書

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当連結会計年度 (2025年3月31日) |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|
| 売上高 | 14,466,566 | 14,387,055 |
| 売上原価 | 9,458,785 | 9,285,840 |
| 売上総利益 | 5,007,781 | 5,101,214 |
| 販売費及び一般管理費 | 5,491,717 | 5,339,057 |
| 営業利益又は営業損失(△) | △483,936 | △237,843 |
| 営業外収益 | | |
| 受取利息 | 131 | 968 |
| 受取配当金 | 1,425 | 1,404 |
| 持分法による投資利益 | 100,386 | 91,025 |
| 保険解約返戻金 | – | 14,563 |
| その他 | 22,317 | 13,240 |
| 営業外収益合計 | 124,261 | 121,202 |
| 営業外費用 | | |
| 支払利息 | 4,724 | 4,954 |
| その他 | 2,009 | 1,341 |
| 営業外費用合計 | 6,733 | 6,296 |
| 経常損失(△) | △366,408 | △122,936 |
| 特別利益 | | |
| 投資有価証券売却 | – | 10,675 |
| 関係会社株式売却益 | – | 153,108 |
| 特別利益合計 | – | 163,784 |
| 特別損失 | | |
| 固定資産除却損 | 7,030 | 8,710 |
| 投資有価証券評価損 | – | 43,204 |
| 減損損失 | 288,587 | – |
| 事業構造改革費 | 135,814 | – |
| 特別損失合計 | 431,432 | 51,914 |
| 税金等調整前当期純損失(△) | △797,841 | △11,067 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 159,645 | 99,375 |
| 法人税等調整額 | 114,218 | 12,933 |
| 法人税等合計 | 273,864 | 112,309 |
| 当期純損失(△) | △1,071,705 | △123,376 |
| 非支配株主に帰属する当期純損失(△) | △34,966 | △18,190 |
| 親会社株主に帰属する当期純損失(△) | △1,036,739 | △105,186 |

(単位:千円)

連結包括利益計算書

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当連結会計年度 (2025年3月31日) |
|-----------------|-------------------------|-------------------------|
| 当期純損失(△) | △1,071,705 | △123,376 |
| その他の包括利益 | | |
| その他有価証券評価差額金 | 2,799 | △2,635 |
| 退職給付に係る調整額 | △17,199 | 241,519 |
| その他の包括利益合計 | △14,399 | 238,883 |
| 包括利益 | △1,086,105 | 115,506 |
| (内訳) | | |
| 親会社株主に係る包括利益 | △1,051,139 | 133,697 |
| 非支配株主に係る包括利益 | △34,966 | △18,190 |

(単位:千円)

連結キャッシュ・フロー計算書

| | 前連結会計年度 (2024年3月31日) | 当連結会計年度 (2025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損失(△) | △797,841 | △11,067 |
| 減価償却費 | 171,978 | 137,057 |
| 減損損失 | 288,587 | - |
| のれん償却額 | 31,951 | 14,061 |
| 固定資産除却損 | 7,030 | 8,710 |
| 退職給付に係る負債の増減額(△は減少) | 75,626 | △196,867 |
| 退職給付に係る調整累計額の増減額(△は減少) | △19,185 | 266,051 |
| 賞与引当金の増減額(△は減少) | 10,135 | 9,474 |
| 返金負債の増減額(△は減少) | △54,052 | 27,466 |
| 貸倒引当金の増減額(△は減少) | 1 | △174 |
| 受取利息及び受取配当金 | △1,556 | △2,372 |
| 支払利息 | 4,724 | 4,954 |
| 持分法による投資損益(△は益) | △100,386 | △91,025 |
| 投資有価証券売却損益(△は益) | - | △10,675 |
| 投資有価証券評価損益(△は益) | - | 43,204 |
| 売上債権の増減額(△は増加) | △401,921 | 596,681 |
| 棚卸資産の増減額(△は増加) | 48,424 | 69,158 |
| 返品資産の増減額(△は増加) | 9,486 | 6,677 |
| 仕入債務の増減額(△は減少) | △231,773 | 138,101 |
| 関係会社株式売却損益(△は益) | - | △153,108 |
| その他 | 191,006 | △36,869 |
| 小計 | △767,765 | 819,439 |
| 利息及び配当金の受取額 | 33,478 | 33,591 |
| 利息の支払額 | △4,875 | △5,438 |
| 法人税等の支払額 | △285,855 | △59,323 |
| 法人税等の還付額 | 511,669 | 109,584 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △513,348 | 897,853 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 有価証券の取得による支出 | - | △400,000 |
| 有価証券の償還による収入 | - | 200,000 |
| 有形固定資産の取得による支出 | △55,917 | △26,086 |
| 無形固定資産の取得による支出 | △134,429 | △57,073 |
| 投資有価証券の売却による収入 | 1 | 17,405 |
| 投資有価証券の取得による支出 | △100,598 | △599 |
| 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出 | - | △10,741 |
| 敷金及び保証金の解約による収入 | 25,354 | 150 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △265,589 | △276,944 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 短期借入金の純増減額(△は減少) | - | 5,000 |
| 長期借入金の返済による支出 | △115,625 | △121,875 |
| 自己株式の取得による支出 | △751 | △678,255 |
| 配当金の支払額 | △168,755 | △135,511 |
| その他 | △5,035 | △4,533 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △290,167 | △935,176 |
| 現金及び現金同等物の増減額(△は減少) | △1,069,105 | △314,266 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 5,983,589 | 4,914,484 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 4,914,484 | 4,600,217 |

(単位:千円)

グループ各社企業情報

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。

ITセグメント

テックリブ株式会社

Tech Lib, Inc.



- 設立 2025年6月6日
- 資本金 7,500万円
- 代表取締役社長 高橋隆志
- 事業内容

技術書籍読み放題サービスの企画運営事業

「できる」シリーズ等幅広いPC・IT関連書籍を発行する株式会社インプレスと、全国に約100店舗を展開する株式会社丸善ジュンク堂書店を傘下に持つ丸善CHIホールディングス株式会社が合併で設立した会社です。両社のノウハウを生かし、理工系出版社十数社の書籍を対象とした技術書読み放題サービス「テックリブ」の企画運営を手掛けています。

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 小川 亨

- 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届けています。



山岳・自然セグメント

株式会社山と渓谷社

Yama-Kei Publishers Co., Ltd.

URL www.yamakei.co.jp

あそぶ、まなぶ、いきる。



- 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『山と渓谷』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、『山と渓谷オンライン』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『山と渓谷ch.』も好評展開中です。



航空・鉄道セグメント

イカラス出版株式会社

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『AIRLINE』をはじめ、航空・ミリタリー・鉄道・レスキュー・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

● 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、マンガ制作を受託する他、自社の電子書籍ブランド「天海社」では、ライトノベルのオリジナル作品を毎月リリースしており、コミカライズ等への二次利用も増えています。



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

● 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経年による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

● 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)事業部門との合併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



● 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、CX設計支援及び、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、CX/UX/UI/コミュニケーション設計さらには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、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ECマースサイトの構築・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 塚本 由紀

● 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（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運営や海外への版権ビジネス拡大等を推進することで、グループの成長戦略を支えます。

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 | 1億円 |
| ● 代表取締役 | 塙本 由紀 |
| ● 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。

● 事業拠点

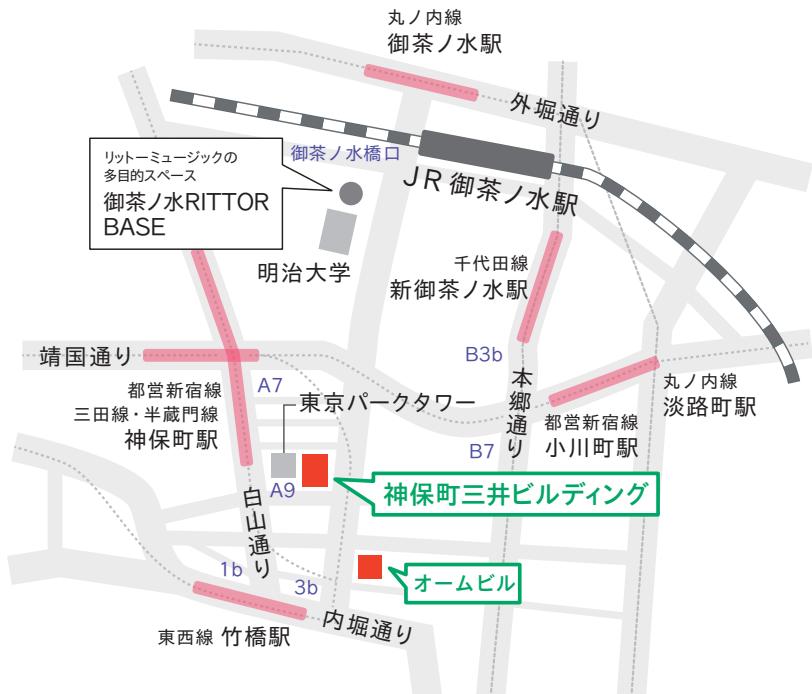
神保町エリア

〒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
テックリブ 株式会社
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

インプレスグループ統合報告書2025

◇ 報告対象期間：2024年4月1日より2025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：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
2025年10月

表紙イラスト:yasuo-range

【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
E-mail: release@impressholdings.com
URL:<https://www.impressholdings.com/>