



インバウンド事業のご紹介

アナリスト説明会資料
2014年11月4日

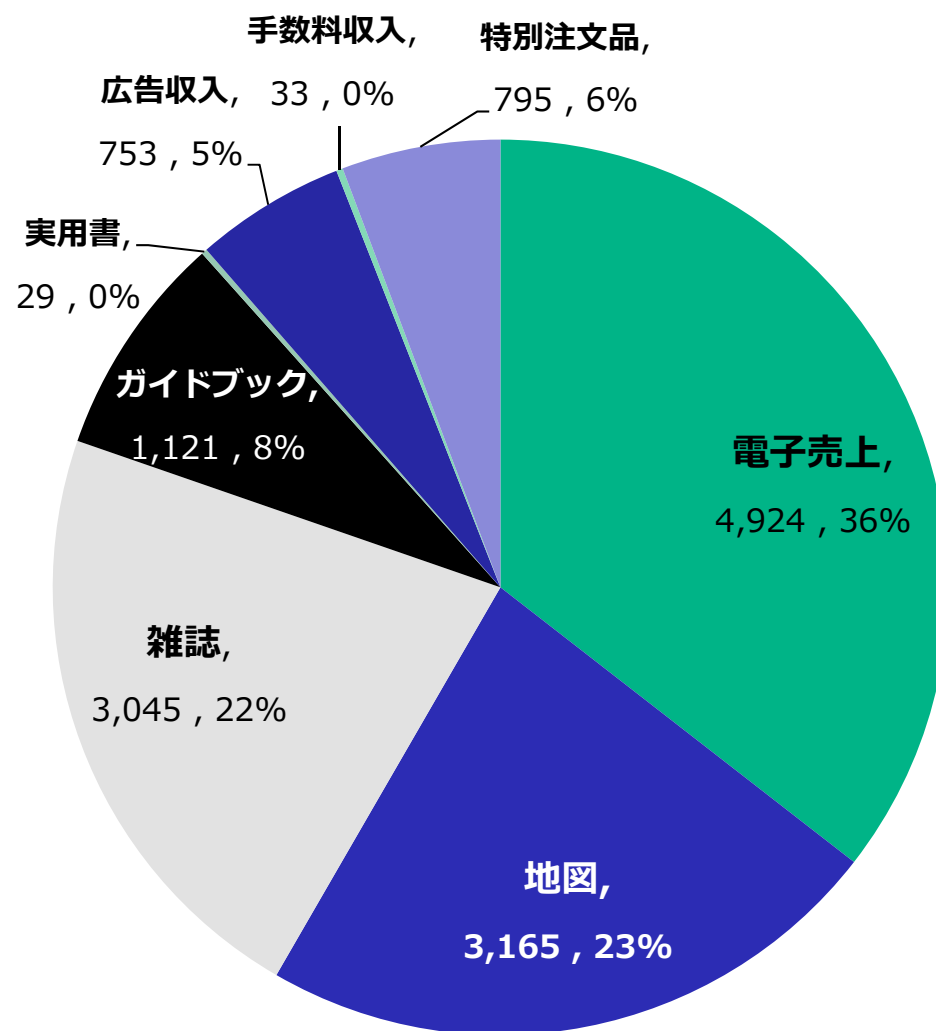
1. 昭文社の現状

2. インバウンド事業について

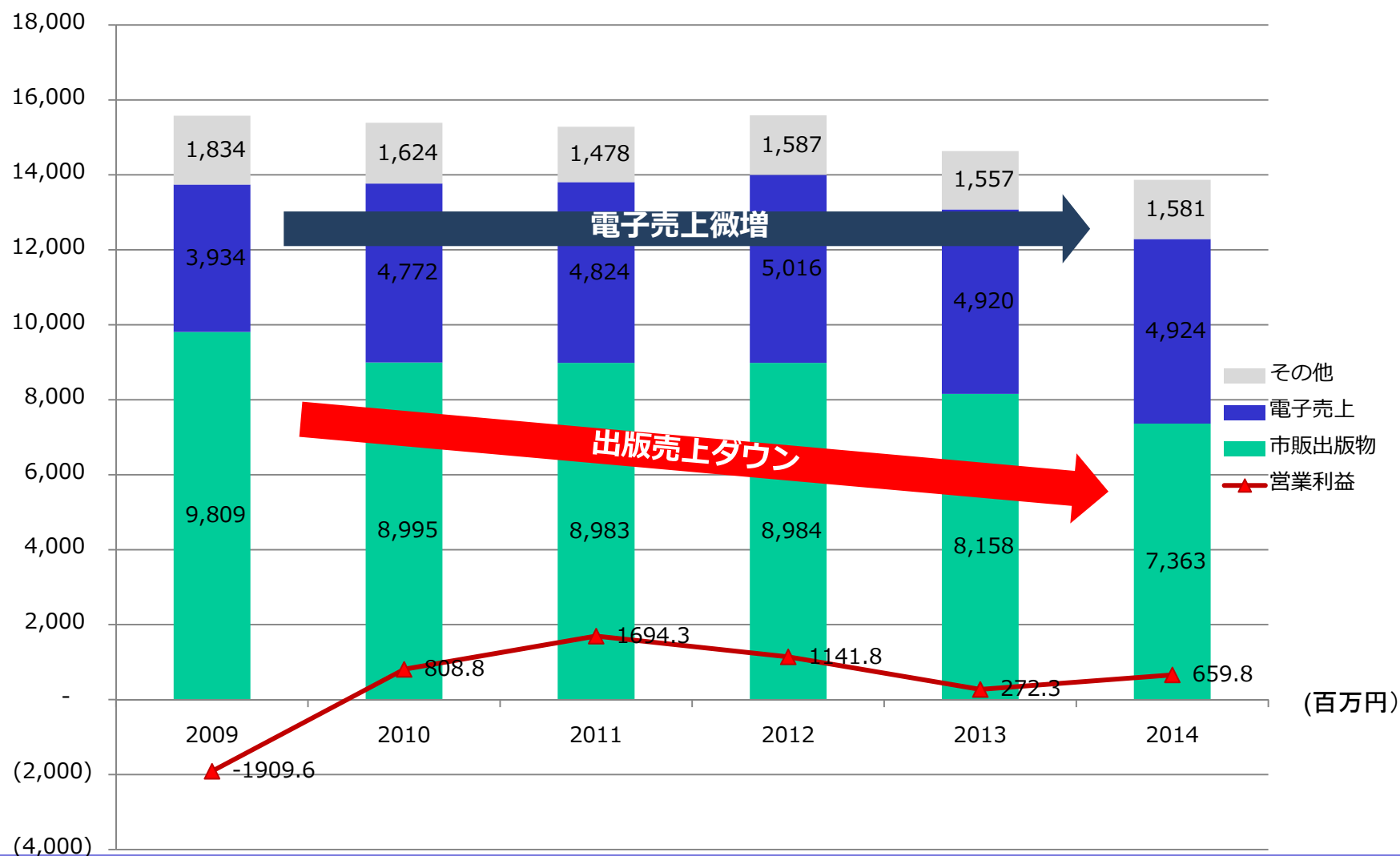
2014年度 事業別 売上構成

(百万円)

電子売上	4,924
地図	3,165
雑誌	3,045
ガイドブック	1,121
実用書	29
広告収入	753
手数料収入	33
特別注文品	795
合計	13,870

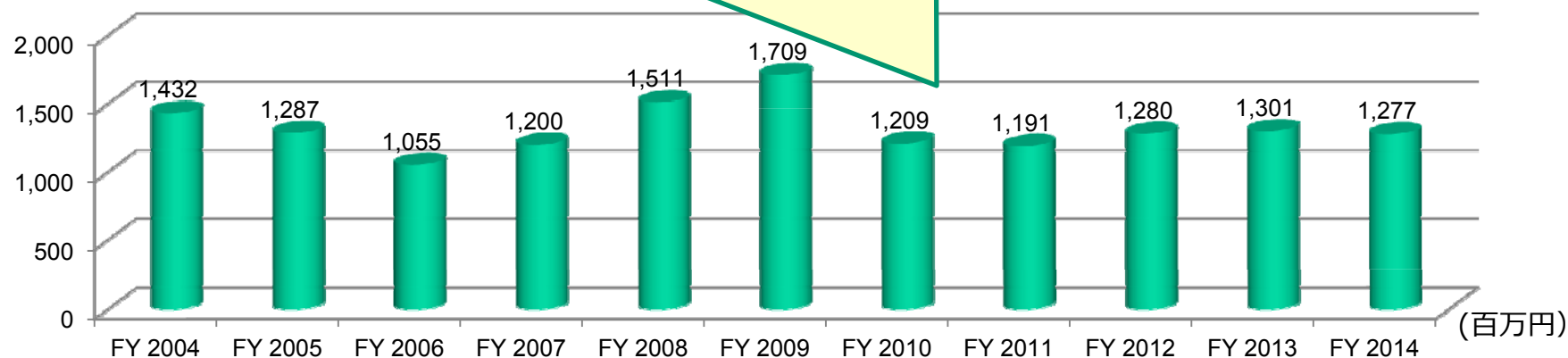


売上推移



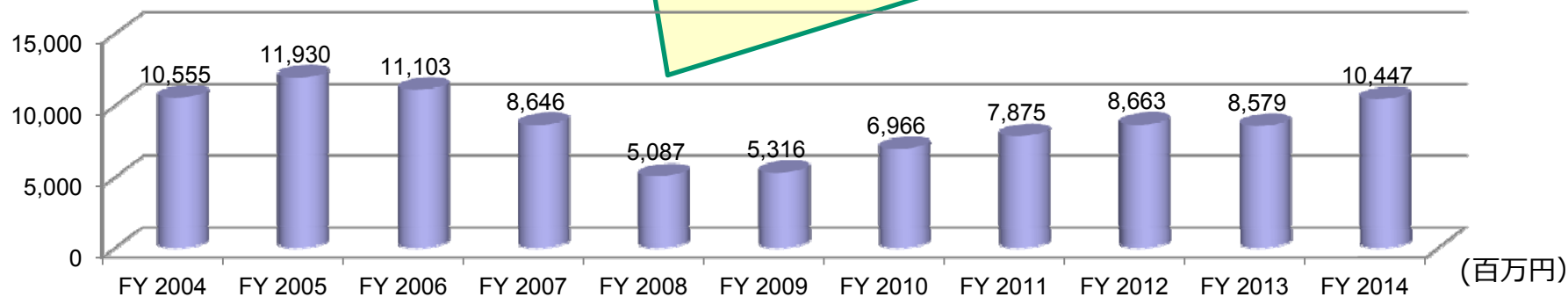
減価償却費(有形・無形)

2009/3期大幅営業損失計上に伴い、固定資産(有形、無形)を減損処理(41億)。これにより翌期(2010/3期)の減価償却負担が大幅に減少



キャッシュ

2008/3期及び2009/3期は、大幅な営業赤字のため、キャッシュ減少も、多額の減価償却負担あるため キャッシュは増加(増加額が縮小)

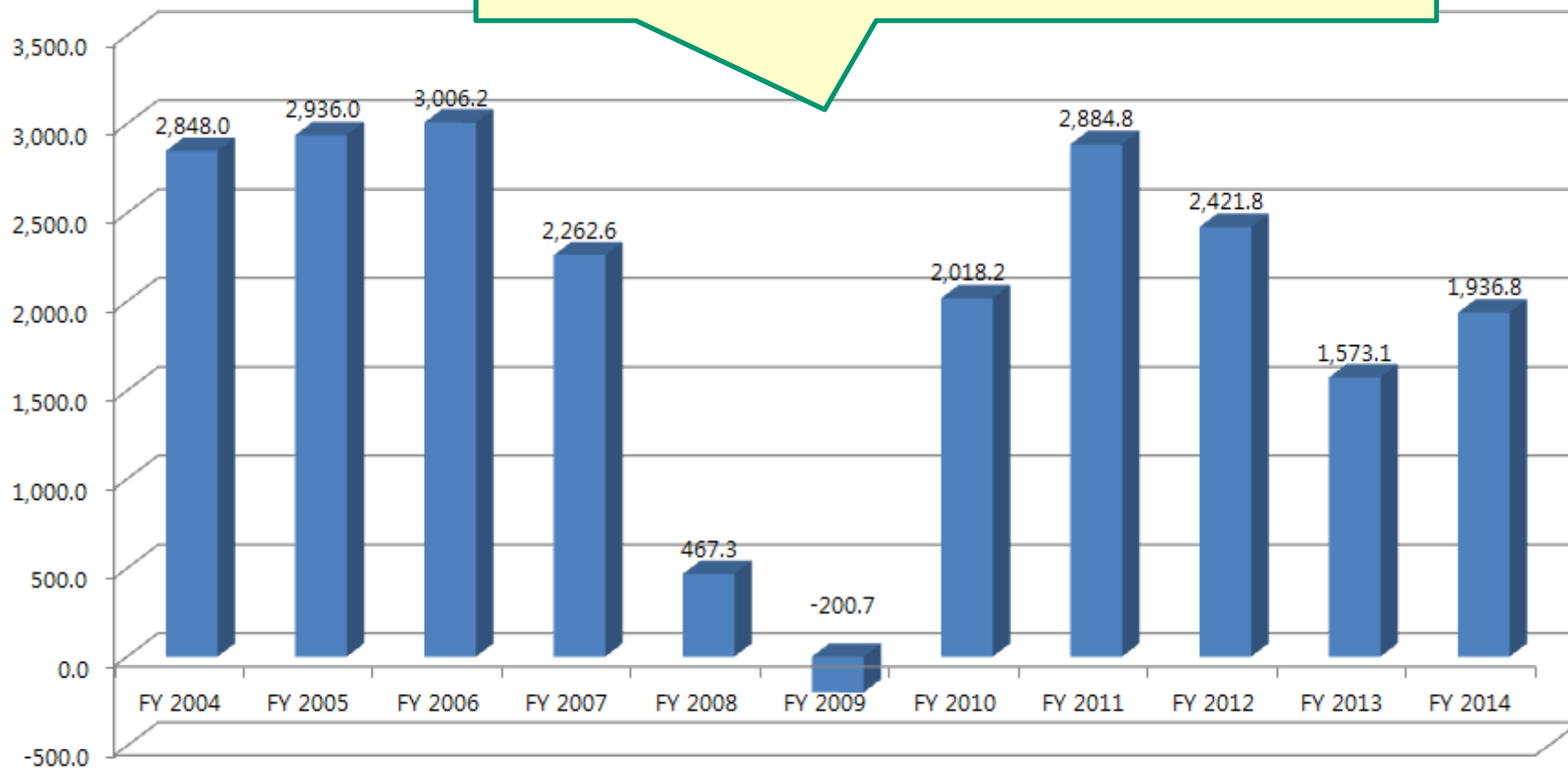


キャッシュフロー推移



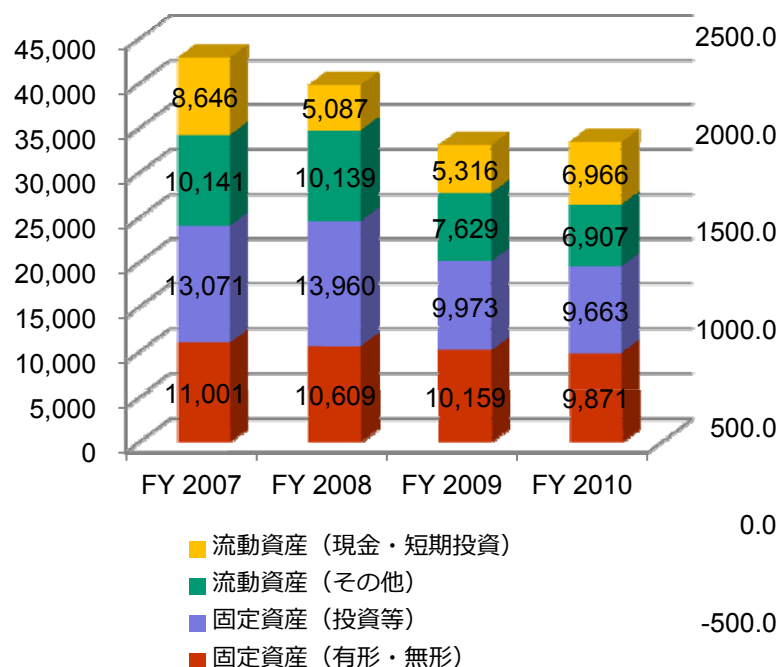
2008/3期、2009/3期共に大幅営業赤字により大きく減少。特に2009/3期は減価償却費を超える営業赤字のためマイナスになる

EBITDA

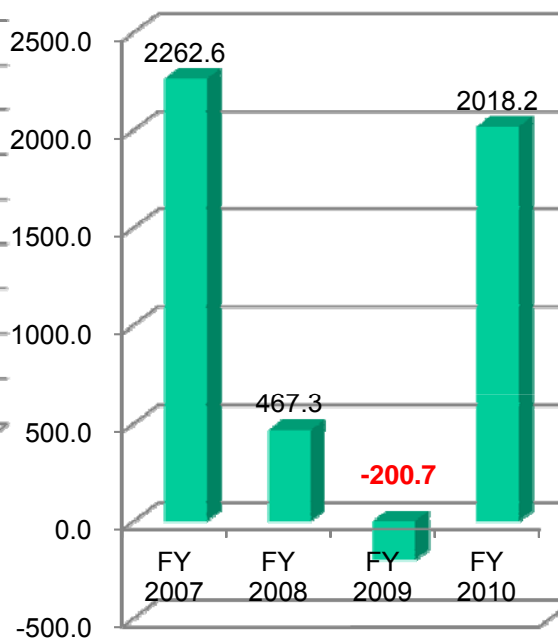


2009年に実施した大幅減損で、当社は思い切った投資をすることが可能となり、中期的な利益率を確保することが出来ました。今回、インバウンド事業を進めることとなり、過去に投資した資産について再度その価値を検討する必要があります。それによって結果的に利益率の改善と思い切った投資が可能になります。***詳細については後日発表します。**

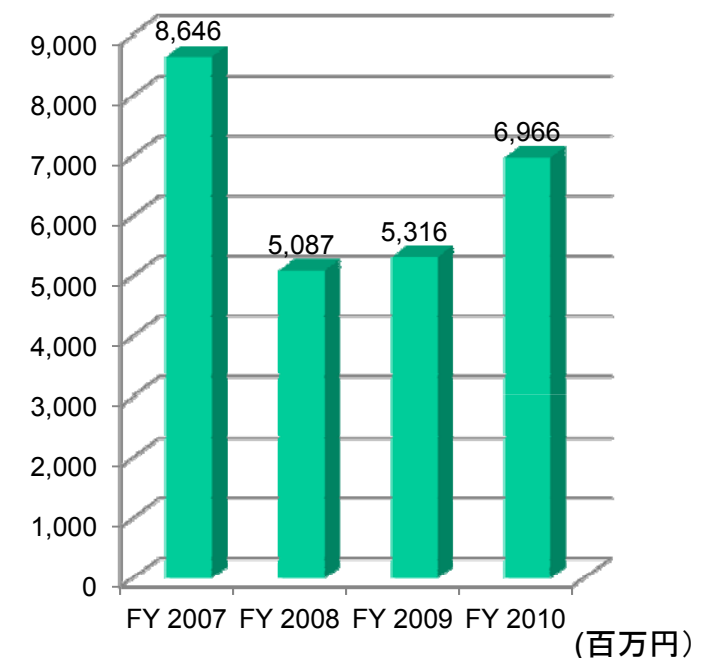
資産



EBITDA



キャッシュ



弱み

地図の売上減少

EC事業の成長鈍化

強み

潤沢なキャッシュ

既存のポジティブ
キャッシュフロー

膨大なデジタル
コンテンツ資産
(ほぼ投資済み)

インバウンド事業とは



日本経済新聞

訪日客1000万人に迫る1-9月国内消費を後押し
2014/10/23付 | 日本経済新聞 朝刊

…日本政府観光局が22日発表した2014年1-9月の訪日外国人客数は前年同期比26%増の973万人だった…

1.4兆円

訪日旅行者
国内消費総額

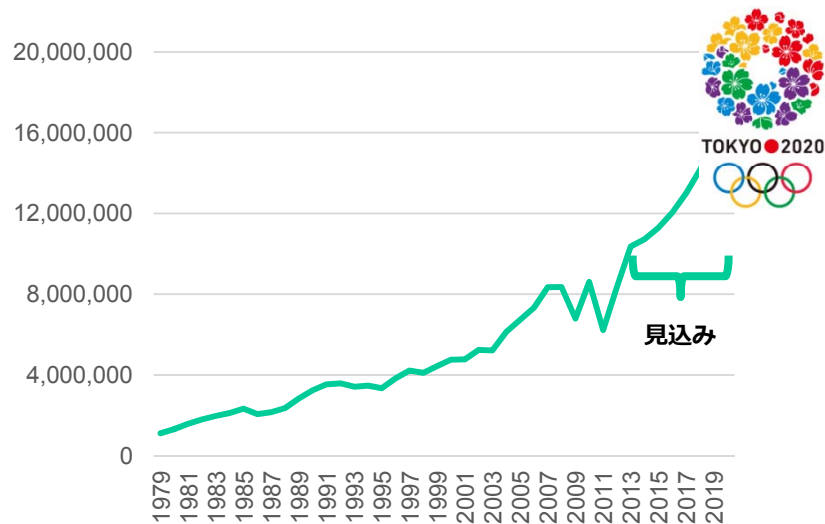
6000億円

中国・台湾・香港
旅行者の国内消費

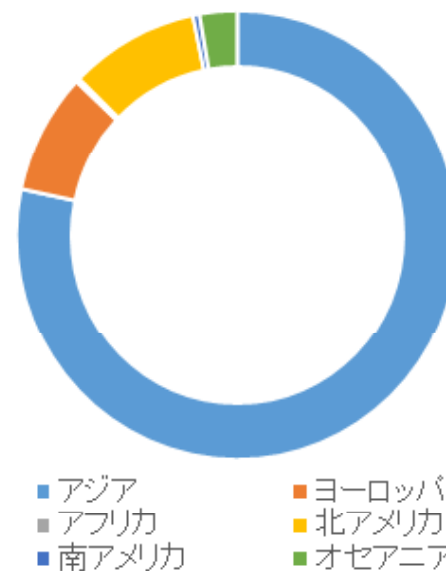
420万人

中国 台湾 香港
訪日旅行者数

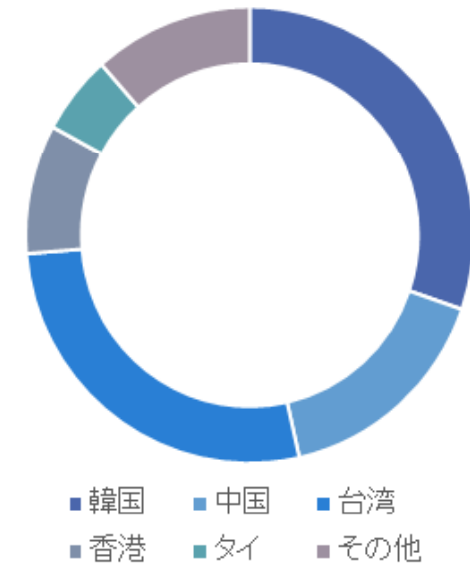
増える訪日旅行者



訪日旅行者の国籍









アジアからの訪日旅行者の国籍



*観光庁 H25年訪日旅行者調査データによる

昭文社は長い間「旅」を演出して来ました



		地図	観光情報	飲食	ホテル	ショッピング
	地図と旅行ガイドの出版社	✓	✓	✓	✓	✓
	住宅情報を基盤に築かれた地図の企業	✓				
	地図に力のある自動車・カーナビ企業	✓				
	ドラベルガイドを保有する日本最強の旅行代理店		✓	✓	✓	✓
	レストラン検索・予約の大手ネット基盤			✓		
	ホテルやレストランの検索・予約のネット基盤			✓	✓	

その結果、昭文社は日本の旅に関わる**情報**を集約しており、百万点以上のPOIデータを保有。且つ**認知度**があります。

中国IT企業のメディアになりうるインバウンドビジネス



中国IT基盤は多くのユーザー数を誇っているが、日本におけるマネタイゼーションが実はできていません。



X



長い歴史を持つ昭文社のコンテンツと中国IT企業のユーザーを融合することにより新しいビジネスが生まれます。

注: 上記に示す提携企業(アリババ、テンセントなど)は提携企業のイメージで現時点で正式な提携企業はありません

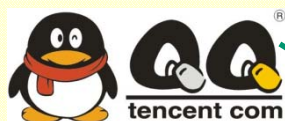
インバウンド事業 仕組み



提携候補



MAU : 約2.79億人



MAU : 約4.38億人



MAU : 約1億人



会員数 : 約2千万人



会員数 : 約63万人



MAU : 約1.3億人



マレーシア大手キャリア



タイ大手キャリア

自社ブランド



※MAU=月間ユーザー数

観光ゲートウェイ

広告業

支払手数料

E-コマース

アジアにおいて既に大きな会員数を獲得した事業者と当社の持つコンテンツ及びネットワークを組み合わせ、JVあるいは事業提携を組んでいきます。一定のトラフィックを獲得したのち、日本サイドでのリアルビジネスを構築していきます。

注：上記に示す提携企業（アリババ、テンセントなど）は提携企業のイメージで現時点で正式な提携企業でないものもあります

提携会社の横顔 (MOU締結済企業)



DianPing



上海

未上場企業
創立: 2003
市場価値: 未開示
P/E: 未開示
会員数: 1.5億人の累積会員
2,500億の毎月page view

- ローカル・ライフスタイルを支援する情報共有サイト。ユーザー投稿による評価・ランキングの基盤
- 2,300の都市の情報を網羅的に保有
- クーポン式団体購入やオンラインレストラン予約、テイクアウトサービス、ネットクーポン業など様々なオンライン・オフラインサービスを中国の大型会員基盤に提供
- 同社は騰訊控股有限会社(テンセント)の投資を受け戦略的な提携関係にあります

Travo

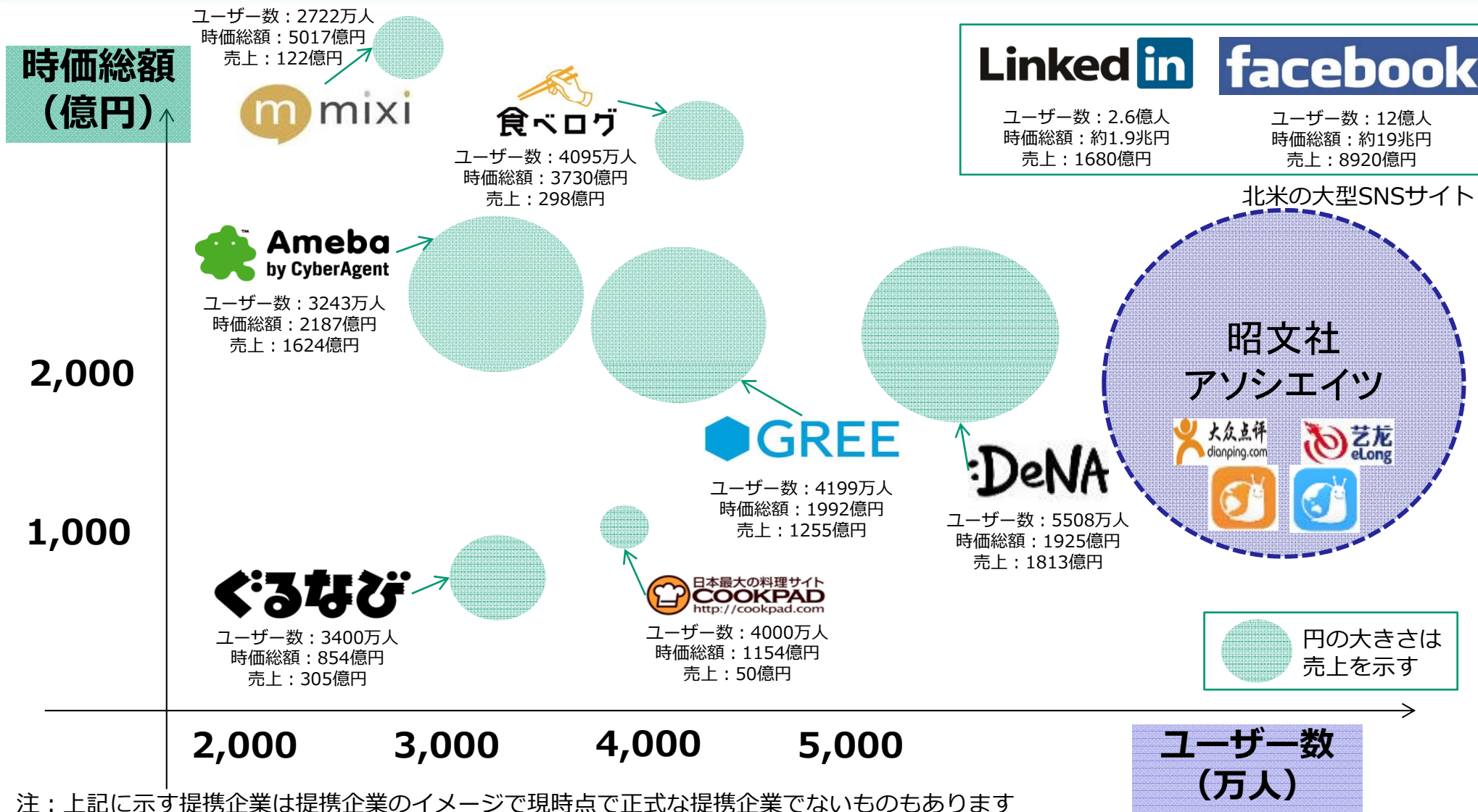


上海

未上場企業
創立: 2011
市場価値: 未開示
P/E: 未開示
会員数: 2000万人の累積会員
月間アクティブユーザー: 約1500万

- Travoは中国名「在路上」と名乗り、ユーザーに「旅先でより現地の人と同じような体験をする」ことを促す、スマホアプリの特化した旅行IT基盤です。
- 同社の基幹アプリ「オン・ザ・ロード」は2011年に中国・上海で発足。写真、観光スポット、体験談などを含む多数の情報をタイムライン上で共有が可能
- 同社は最近、ユーザーの旅先のアクティビティ、現地でしか購入できない商品情報などを観光パッケージツールで提供する新アプリケーション「タオ・オン・ザ・ロード」を発足。
- 同社は阿里巴巴集団(アリババ)の投資を受けています

時価総額と会員数 相関図



注：上記に示す提携企業は提携企業のイメージで現時点で正式な提携企業でないものもあります

昭文社は**出版業**から
データを提供する会社へと進化を遂げました。

そして、**インバウンドビジネス**は昭文社を、

「**データを提供する会社**」から
「**データでビジネスをする会社**」に育てます。

Whiz Partners 提携理由



ウィズ・パートナーズは、アジアに強いコネクションを持ち、数々の海外企業を中国市場に導いてきたプロフェッショナルチームです。

TRANSPAC



Simon Wong
創業パートナー

TRANSPAC



Jason Wong
創業パートナー

TRANSPAC



Louis Choy
創業パートナー

TRANSPAC



Frank Liu
アドバイザー

Gwangdong Hi-Tech



Dr. Xie Ming Quan
アドバイザー

Global Pharm Holdings



Yin Yunlu
アドバイザー

Transpac Capital Ltd. が実施してきた数々の日中間の案件



Jack Maを社長としてリクルートし初期の投資を実施。ソフトバンクの保有するアリババ株は、実はTranspacが譲渡した株



旺旺集团
WANT WANT GROUP

経営が傾いた宜蘭食品工業を岩塚製菓が助け、その後旺旺食品として生まれ変わり中国市場で最大食品大手と成長。今や岩塚の収益に大きく貢献



経営危機に陥った頂益にサンヨー食品は投資を決定。その後中国市場へ展開し康師傅として成長。今や配当はサンヨーの売上を大幅に上回る現状



Transpac中国ビジネスの知見により中国初のオートバイ用鉛蓄電池製造・販売会社を天津に設立。その後も広東や順徳で業務や自動車産業に展開

