



当社の取り組みについて

2017年6月1日

1. 全社構造改革

- ・**データベース**整備内容の**スリム化**。

データベース・データ製品の整備件数・整備項目の適正化を図り原価を圧縮。

- ・**外注業務の内製化**による事業再編。

既存事業の効率化を行い、デジタルコンテンツ事業・出版事業の外注作業内製化による外注費を圧縮。

以上の実施により短期間で収益性改善を実現してまいります。

2. 新経営方針策定

- ・売上から**利益**へ。**事業本部制**導入。

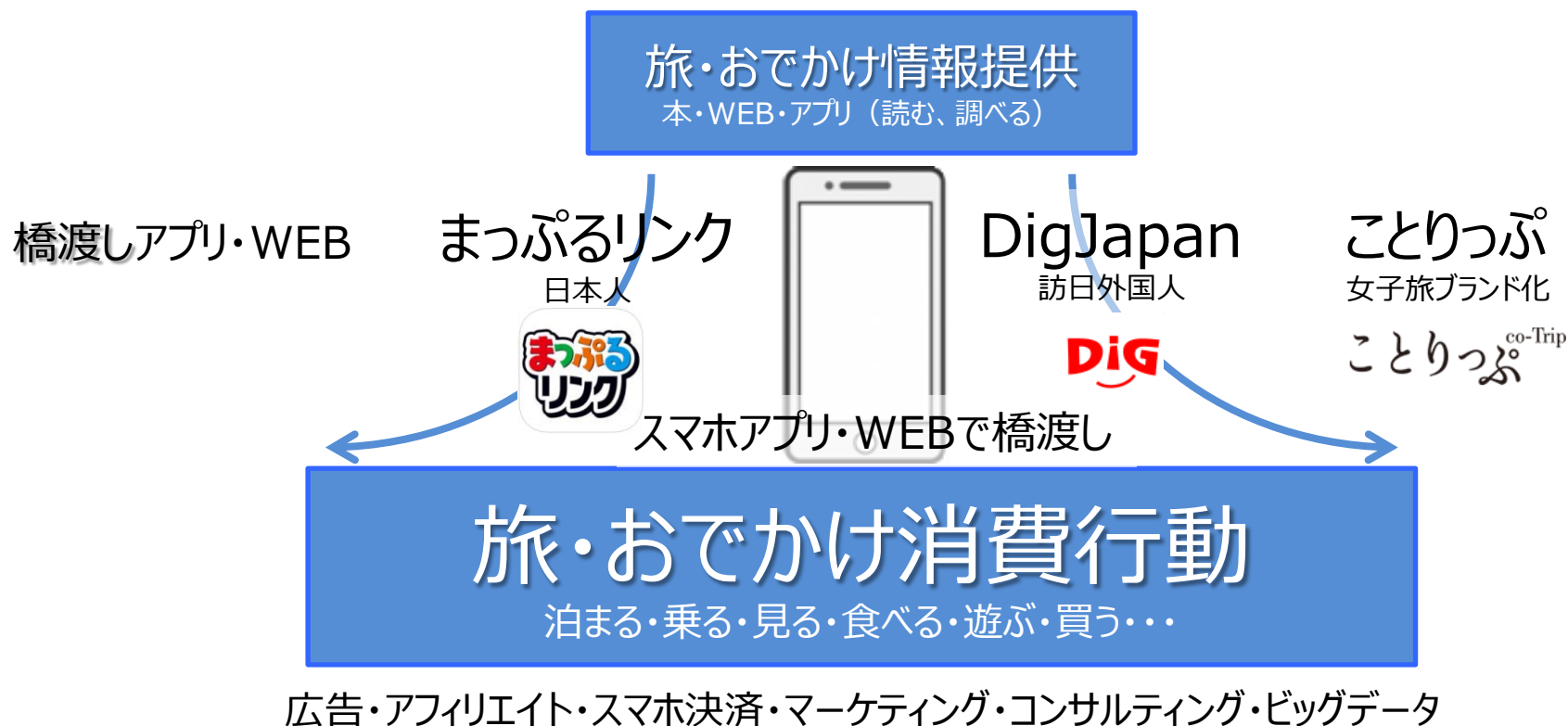
①「出版事業」「デジタルコンテンツ事業」「デジタルメディア事業」の三事業本部に集約。各事業本部が「利益」に集中。

②執行の責任・権限を明確化し、権限移譲によりスピード経営を実現します。

- ・**新規事業**の積極的推進。

既成概念に囚われることなく、積極的に新たな取り組みに挑戦してまいります。

「おでかけ情報提供」から「おでかけ消費行動」まで。
事業拡張を、順次実施してまいります。



本との「ダブル使い」を推奨する旅やお出かけ専用の電子書籍アプリ

「イラストマップ」「プラン作成」「旬のお出かけ情報」など、旅をより便利に楽しくする機能を充実させることで**累計900万ダウンロード※**を超え、さらに増加中です。

まっぷるマガジンを、
スマート!
そのままスマホに入れちゃいました!

ガイドブックに無料で付属する電子書籍アプリです。

イラストマップ プラン作成 旬のお出かけ情報

今後もさまざまな機能を充実させつつ、旅やお出かけのプラットフォームに育成することで、「お出かけ消費行動」ビジネスに結び付けるハブの役割を果たしてまいります。

※2017年5月時点の電子書籍コンテンツ累計ダウンロード数の実績値です。

2020年に向け、グローバルとローカルを結び付ける戦略ブランドとして育成中です。

メディア総合力

APP
Web
SNS
6 languages

×

メディアパートナー連携

日本酒
和食
美容
ゲストハウス



メディア総合力でリードしつつ、メディアパートナー連携を活用したネットワーキング力による独自の強みを構築しています。



2017年3月千葉県より訪日外国人向けのガイドブック・動画・Web・SNSの連動プロモーションを受注いたしました。

今後もメディアパワーをさらに増強し、No.1訪日インバウンドメディアを目指してまいります。

女子旅ブランドとして定着。ブランドコラボ実績多数。

トラベルグッズ

トラベルリュック、コスメポーチ、アイマスクなど



文房具

旅ノート、ふせん、レターセットなど



かさ



上記以外にも多数のコラボが実現しています。
今後は、女子旅の代表ブランドとしてECも手がけてまいりたいと考えています。

これからの昭文社にぜひご期待ください。

