



決算説明会資料

2021年12月期

2022年2月15日（火）開催

1

2021年12月期 通期決算

2

中期経営計画（2022-2024年）抜粋

3

2022年12月期 通期業績予想

4

会社概要

本資料においては下記略称を使用しております。

Pセグメント：プラットフォームセグメント Cセグメント：コンテンツセグメント 日本テレビ：日本テレビ放送網株式会社

1

2021年12月期 通期決算

2

中期経営計画（2022-2024年）抜粋

3

2022年12月期 通期業績予想

4

会社概要

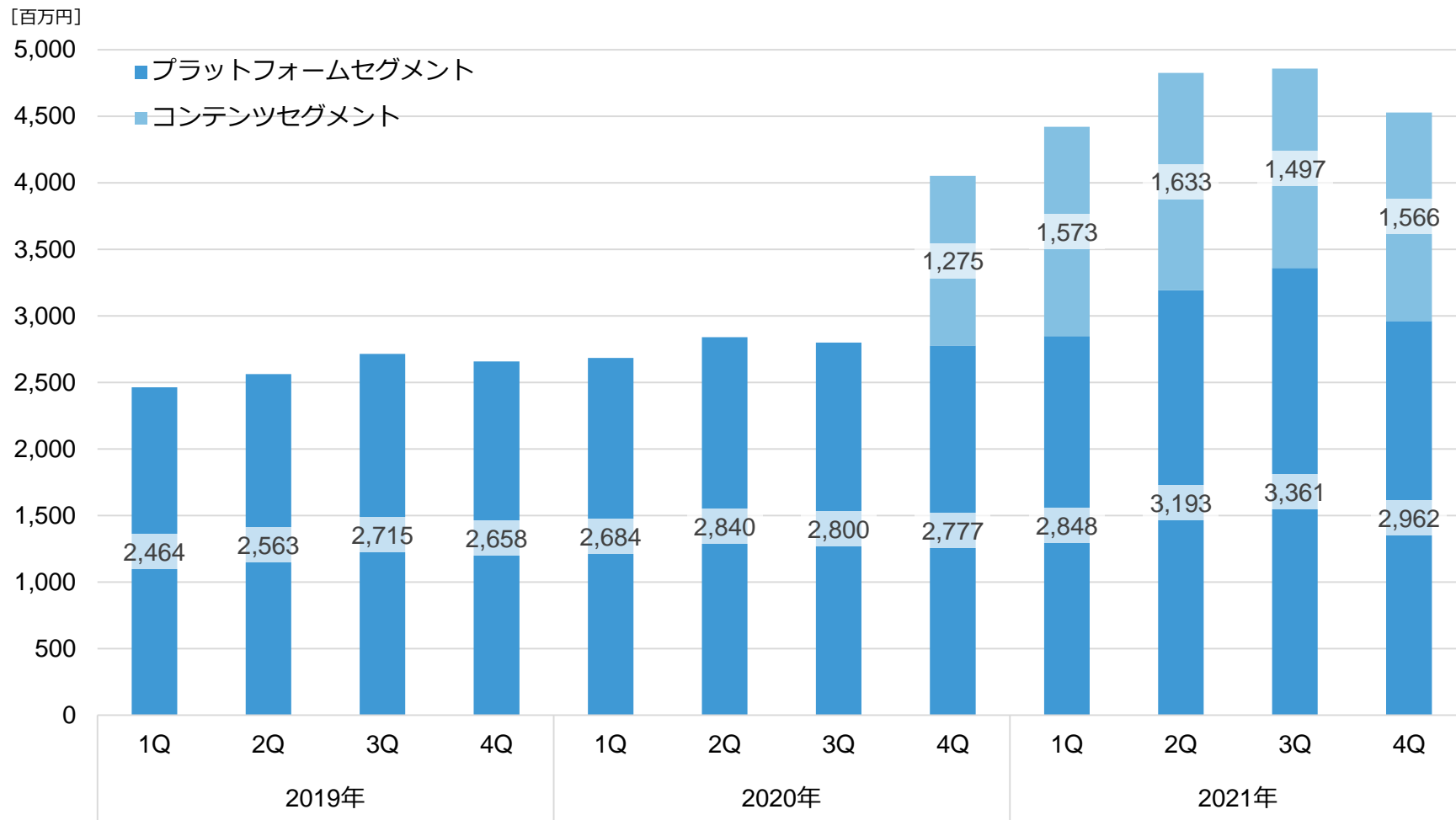
『まんが王国』の成長・Cセグメントの収益貢献により増収増益を実現

『まんが王国』は増収であったが、テレビCM等の費用を回収できず減益
Cセグメントはデジタル売上高の継続成長により大きく連結業績に寄与

PL (単位：百万円、%)	2020年12月期	2021年12月期	前期比		補足
	前期(連結)	当期(連結)	増減額	増減率	
売上	12,378	18,637	+6,259	50.6	まんが王国の継続成長 Cセグメントの増収
営業利益	1,104	1,345	+240	21.8	Cセグメントの利益貢献
のれん等償却前営業利益	1,522	2,141	+618	40.7	
経常利益	959	1,202	+243	25.4	
純利益	452	444	▲7	▲1.7	ゲーム・ノベルバの減損
1株当たり純利益(円)	76.51	74.81	▲1.70	▲2.2	

注：2020年12月期第4四半期より連結決算へ移行しております

売上高



注：2019年度より会計方針（収益認識基準）変更、2020年4Qより連結決算へ移行。端数処理の都合、合計値は不一致。

全社業績



コンテンツセグメント追加が大きく業績に寄与

売上高	: 18,637百万円 (50.6%増)
営業利益	: 1,345百万円 (21.8%増)
のれん等償却前営業利益	: 2,141百万円 (40.7%増)

プラットフォーム
セグメント



『まんが王国』が売上伸長した一方で利益は減少

売上高	: 12,365百万円 (11.4%増)
営業利益	: 154百万円 (82.8%減)
のれん償却前営業利益	: 446百万円 (62.4%減)

コンテンツ
セグメント



デジタルコンテンツの成長により売上高・利益に寄与

売上高	: 6,440百万円 (—)
営業利益	: 1,192百万円 (—)
のれん等償却前営業利益	: 1,696百万円 (—)

注：() 内は前年同期比。

注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。

注：のれん等償却前営業利益は、のれん償却費だけでなく2021年3Qで確定した著作権の償却費も考慮。

利益の増加と借入金の返済が進み自己資本比率改善

BS	2020年12月期末		2021年12月期末			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	補足
(単位：百万円、%)						
流動資産	7,853	39.2	8,175	42.0	+322	
固定資産	12,182	60.8	11,282	58.0	▲900	のれん・著作権の償却
資産合計	20,036	100.0	19,458	100.0	▲577	
負債合計	14,829	74.0	13,786	70.9	▲1,042	長期借入金の返済
純資産合計	5,206	26.0	5,671	29.1	+464	
負債・純資産合計	20,036	100.0	19,458	100.0	▲577	

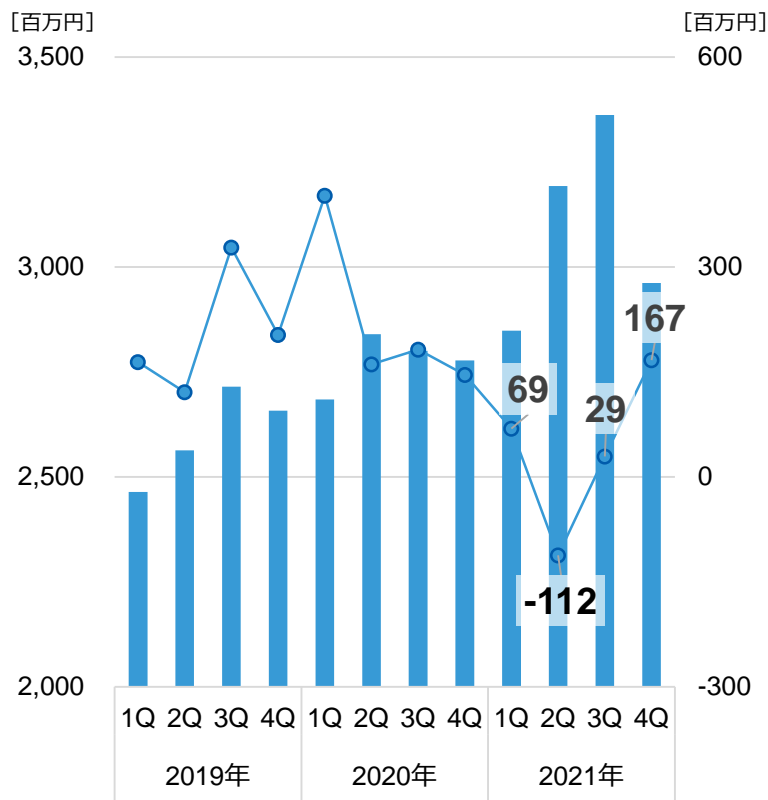
注：端数処理の都合、合計値が一致しておりません

営業CFの範囲内で長期借入金の返済が進んだことで
現金及び現金同等物の期末残高は増加

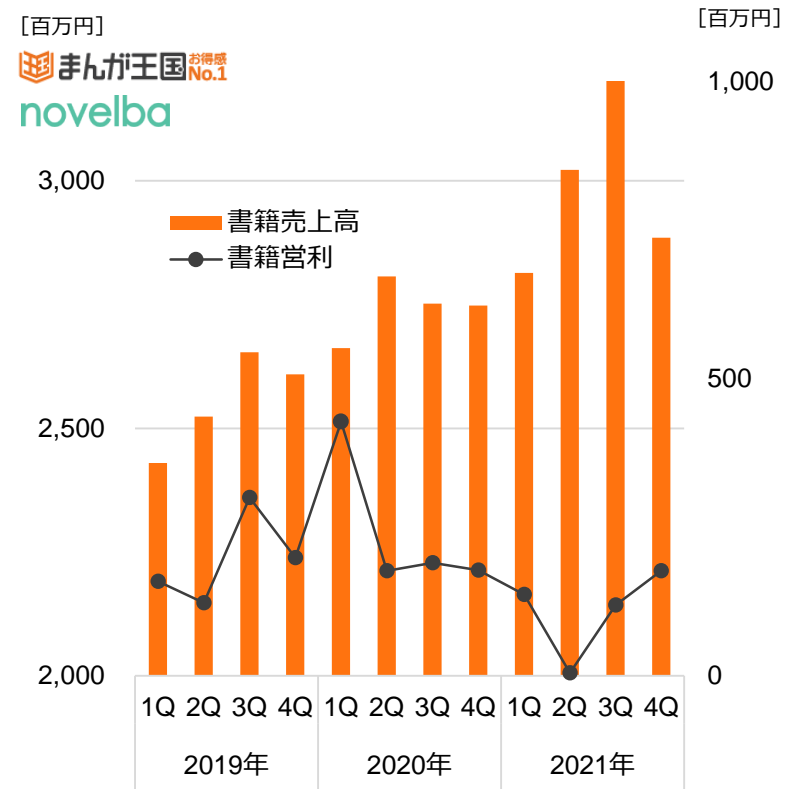
CF	2020年12月期末	2021年12月期末		
	金額	金額	増減額	補足
営業CF	901	1,574	+672	減価償却費、のれん償却費の加算
投資CF	▲3,938	▲330	+3,607	無形固定資産の取得
財務CF	4,302	▲929	▲5,231	長期借入金の返済
現金及び現金同等物の 期末残高	3,230	3,545	+314	

4Q主力事業（書籍）は外出自粛特需の落ち着いたきにより伸び悩むも、通期では高成長を実現。ゲームは期待した収益を満たせず。

Pセグ 売上高・営業利益



Pセグ主力事業（書籍）売上高・営業利益



注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。端数処理の都合、合計値は不一致。
注：管理会計数値を利用。

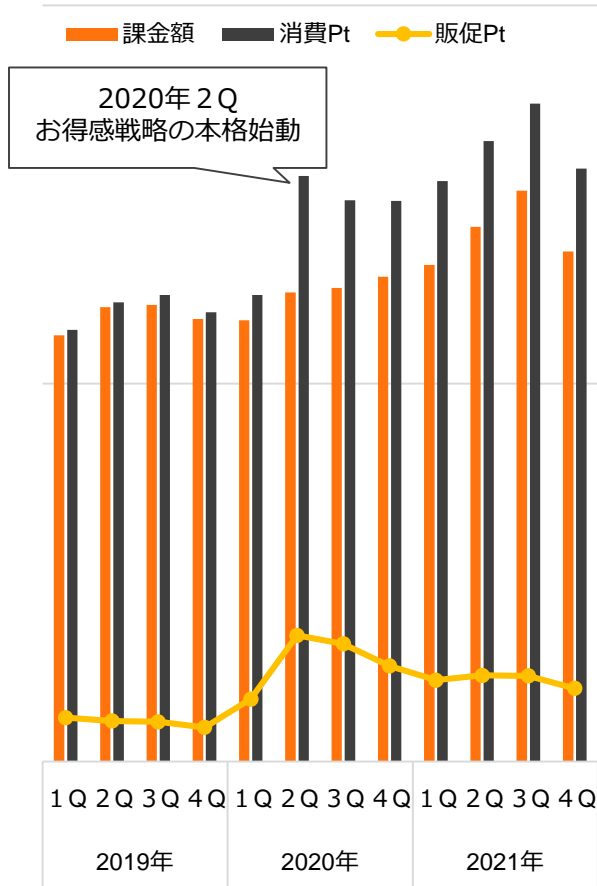
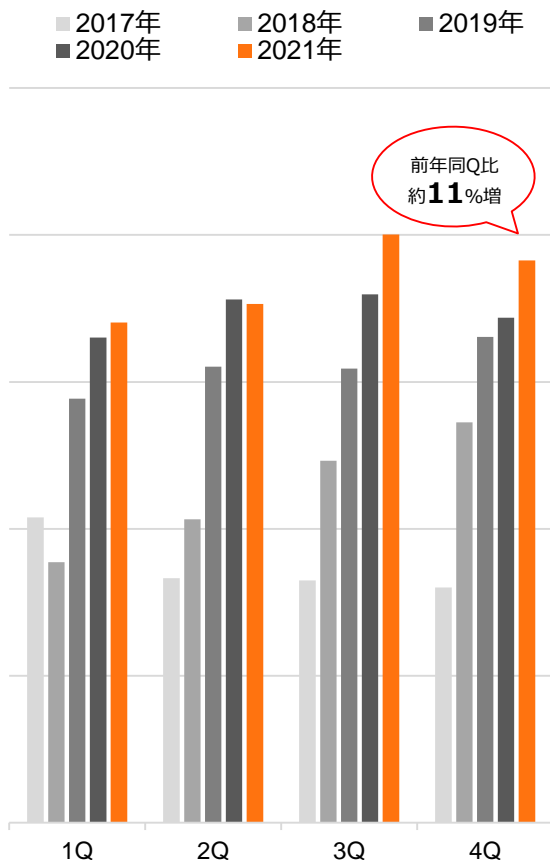


外出自粛特需が落ち着くも前期比成長を実現
お徳感戦略により優良顧客の蓄積進む

定着状況

消費及び販促ポイント
課金額の推移

単価 (ARPPU) の推移



まんが王国
お得感運営推進



ポイントプログラム最適化や
レコメンド機能の拡充によっ
て、ユーザー育成サイクルが
確立。
ARPPUの右肩成長を実現。

まんが王国
ブランディング強化

サイト内外で「お得感」ブ
ランディングを実行。
マス広告や多彩なブラン
ディング広告によってブラン
ド力向上を実現。

- ✓ ブランド認知**7.0Pt UP**
- ✓ ブランド利用意向**8.2Pt UP**
- ※電子コミックサービス利用者をターゲットにしたWEB調査



↑ 2021年放映のTVCMイメージ

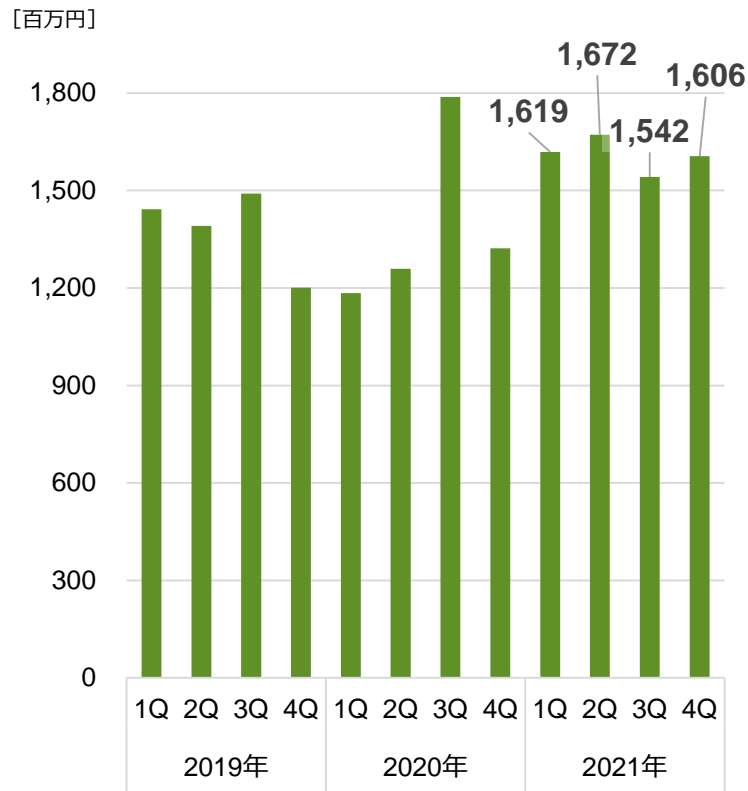
まんが王国
以外



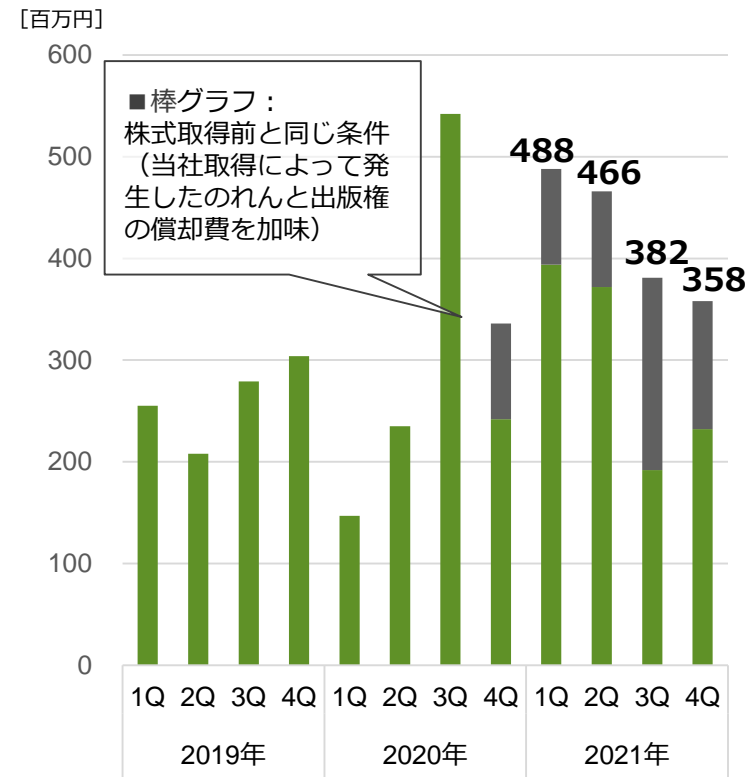
- ✓ ノベルバにてコンテストを複数開催
- ✓ ノベルバ作品のコミカライズを実行
- ✓ コミックeveryのサービス終了
- ✓ ゲームコンテンツにおける収益改善に向けた取組を実行
- ✓ 海外展開の遅延発生とスケジュール再編

収益性の高いデジタルコンテンツが高成長を維持

コンテンツセグメント売上高



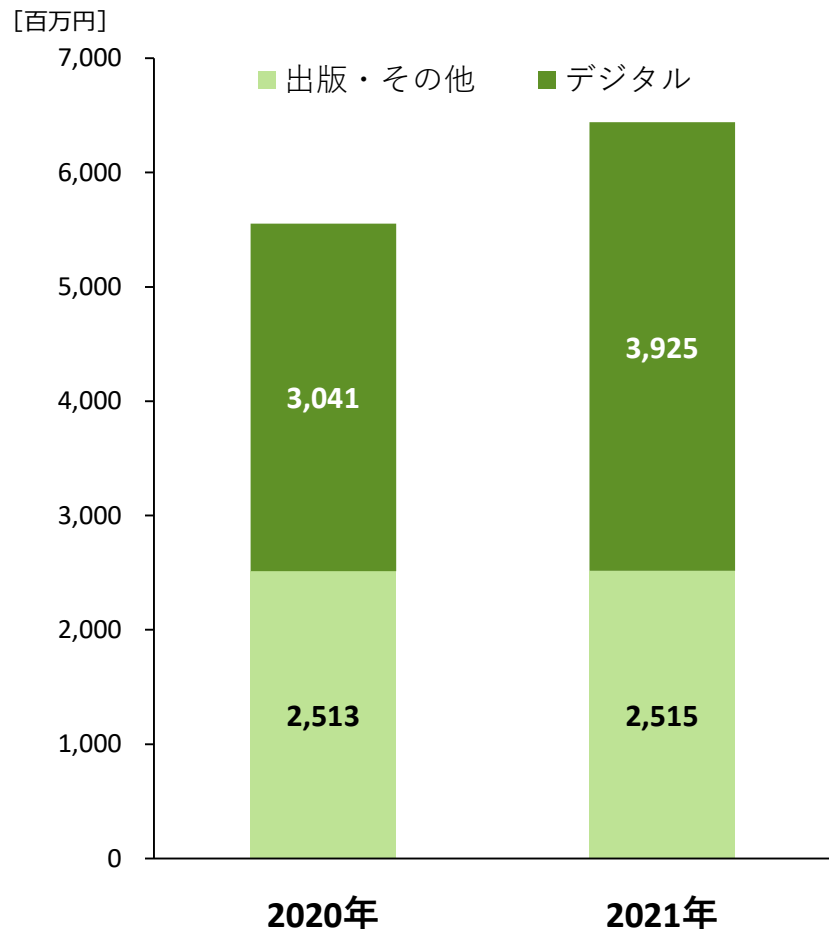
コンテンツセグメント営業利益



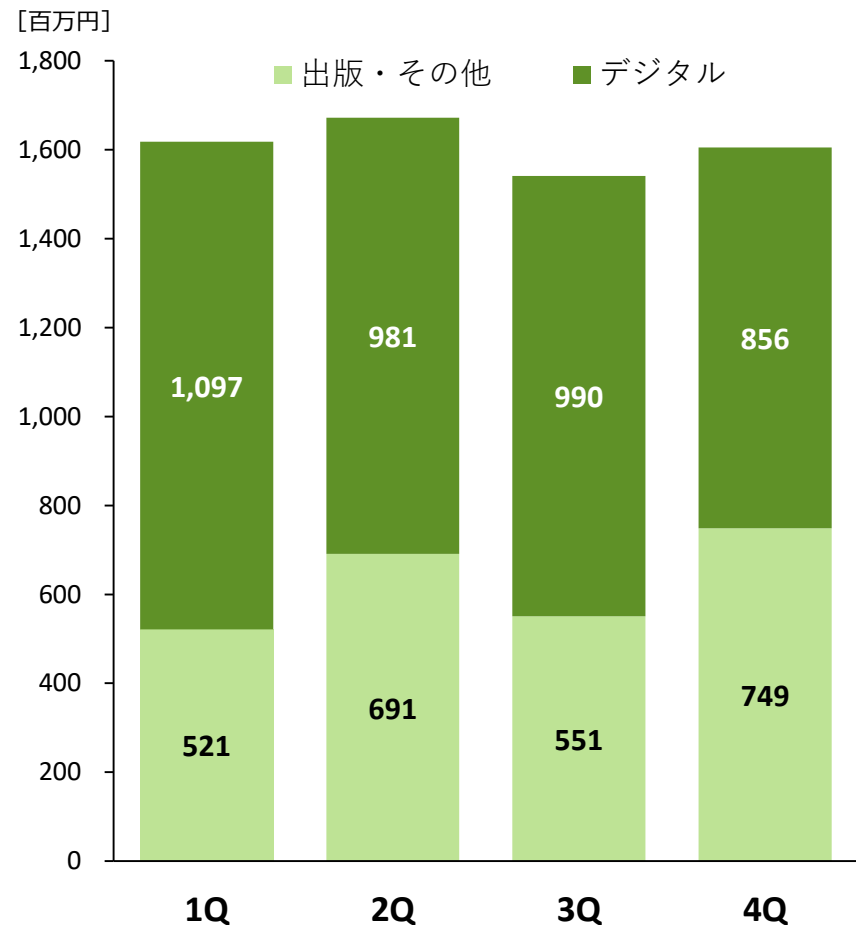
注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。端数処理の都合、合計値は不一致。
 注：20年3Q以前の数値は管理会計数値を利用。20年4Q以降の営業利益には当社買収時に発生したのれんと出版権の償却費が計上。
 注：識別可能資産および負債の特定が完了し、2021年3Qに調整額が追加計上。

デジタル売上高が前期比29%増とコンテンツセグメントの成長を牽引

売上高（前期比較）



売上高（2021年四半期推移）



漫画



情報誌



デジタルコンテンツ

■ 新ジャンルへの進出

- ・ ライトノベル
- ・ ライトBL
- ・ ライトTL

■ ボーンデジタル誌の創刊

■ 前期比29%成長

過去に実施した施策の効果検証により、より効果的な施策を提案。

■ マーケティング施策が奏功

「海王社の日」等のキャンペーンで大きな売上を達成。

■ 自動車雑誌、過去最高広告売上

コロナ禍においても広告収入堅持し、自動車雑誌で過去最高広告売上を達成

■ 返品率を改善

配本部数調整を実行

クロスメディア部門の立ち上げ ～メディアミックス作品の創出～

部長と社畜の恋はもどかしい



2022年1月よりテレビドラマ放映！
自社プラットフォーム「マンガよもんが」
オリジナル作品初の映像化

義母と娘のブルース



2018年にドラマ化後、
2022年1月に「新春スペシャル版」
として新作が放映！

1

2021年12月期 通期決算

2

中期経営計画（2022-2024年）抜粋

3

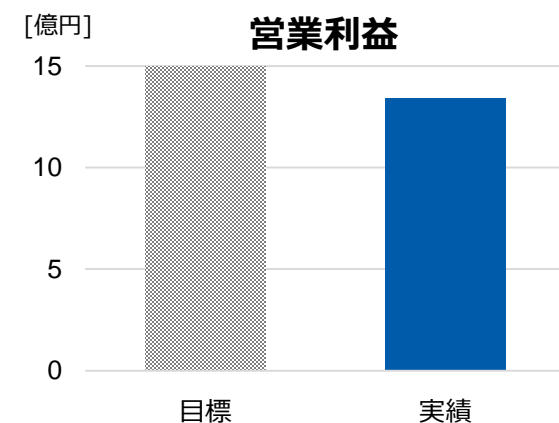
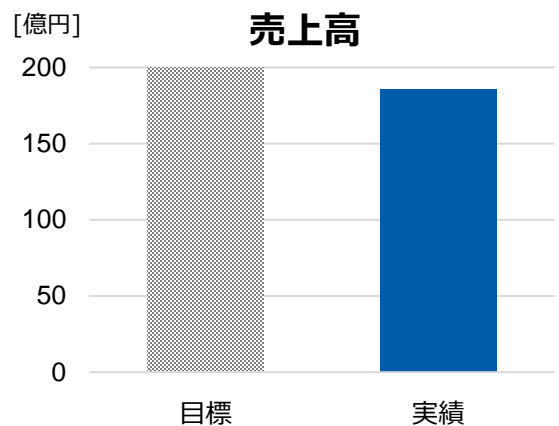
2022年12月期 通期業績予想

4

会社概要

前・中期経営方針（2019-2021年）

コミック配信会社から“コンテンツプロデュースカンパニー”へ



2021年度 (中期経営計画目標)	2021年度 (実績)	
売上高 200 億円以上	売上高 186 億円	7% 未達
営業利益 15 億円以上	営業利益 13.4 億円	10% 未達

要因

プラットフォームセグメントにおける計画未達。

基本方針

中計修正時 (20年11月)

結果

1

電子書籍市場で
確固たる
プレゼンスを確立

まんが王国に注力

ブランド構築&規模拡大

- ・ サービス認知度向上
- ・ 継続成長の実現

お得感No.1戦略浸透に時間を要す

- ・ ロイヤルカスタマーの蓄積進む
- ・ 21年は売上高前年比11%増
- ・ 販促最適化に時間を要し計画未達

2

ゲーム等その他
エンターテインメント
領域への参入

まんが王国とのシナジーを重視

収益確度厳選&投資縮小

- ・ ラノベは原作創出エンジンとして育成継続
- ・ ゲームにこだわらずアニメ・映像等

その他領域への参入苦戦

- ・ ゲーム：収益化叶わず
- ・ ノベルバ：コミック原作利用に活路

3

当社プロデュース
による
ヒット作品の創出

コンテンツの育成

ヒット作品の創出

- ・ ストア&メディア&データ解析力の強化
- ・ グループシナジーによるクリエイター、ユーザー向け付加価値を強化

M&Aにより
コンテンツ創出能力拡大

- ・ オリジナルコンテンツの売上拡大
- ・ シナジー創出は道半ば

4

海外含めた
新たな事業領域
への参入

新たな分野の展開

次の柱の育成

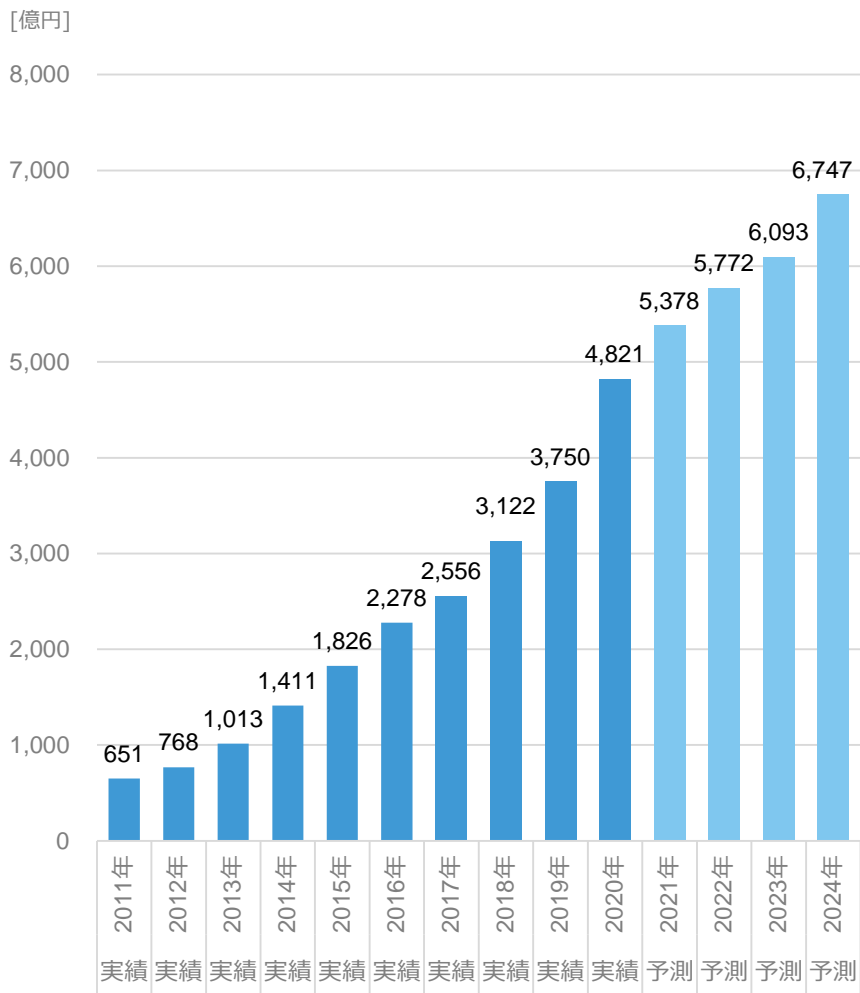
- ・ 海外展開を具体的に検討
- ・ コンテンツセグメントの継続成長

コンテンツセグメントを取得

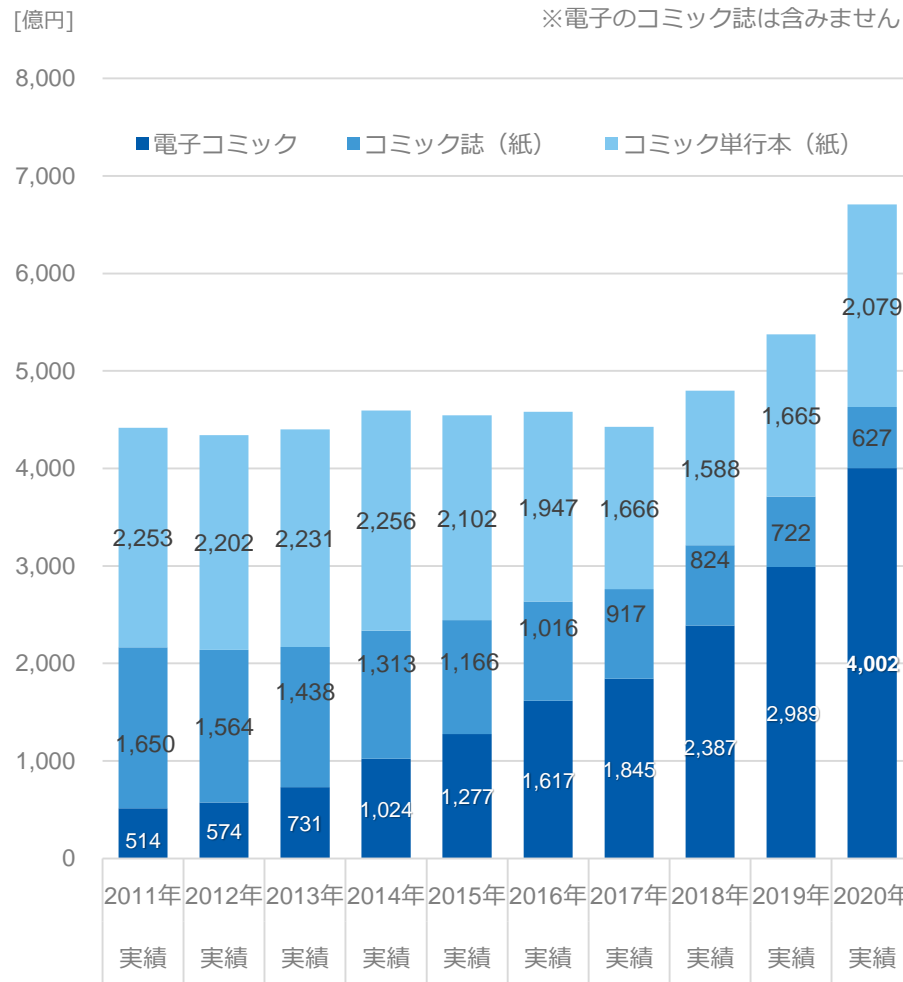
- ・ コンテンツセグメントの確立
- ・ 日本テレビとの資本業務提携
- ・ 海外展開の遅れ

注：日本テレビは日本テレビ放送網株式会社の略称、以下同じ

電子書籍の市場規模



コミック市場の推移



出典：「電子書籍ビジネス調査報告書2021」インプレス総合研究所／「出版年報」出版科学研究所

外部環境による影響予測(2022-2024年度)

プラットフォーム セグメント



サービスの強み・差別化がより一層重要に



➤ **電子書籍市場全般：**
新規ユーザー開拓は一巡し、なだらかな成長へ。



➤ **新型コロナウイルス：**
巣籠り需要とその反動を繰り返しながら、中長期では影響は軽減すると想定。



➤ **海賊版サイト：**
不透明。今後も注意深く情報収集を継続。

コンテンツ セグメント



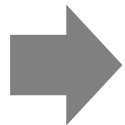
作品力・メディアミックス展開がより一層重要に



➤ **エンターテインメントコンテンツ市場全般：**
漫画とともに動画サービス等も伸長、競争激化。漫画のメディアミックス展開は引き続き活況を見込む。



➤ **新型コロナウイルス：**
中長期では影響は軽減すると想定。



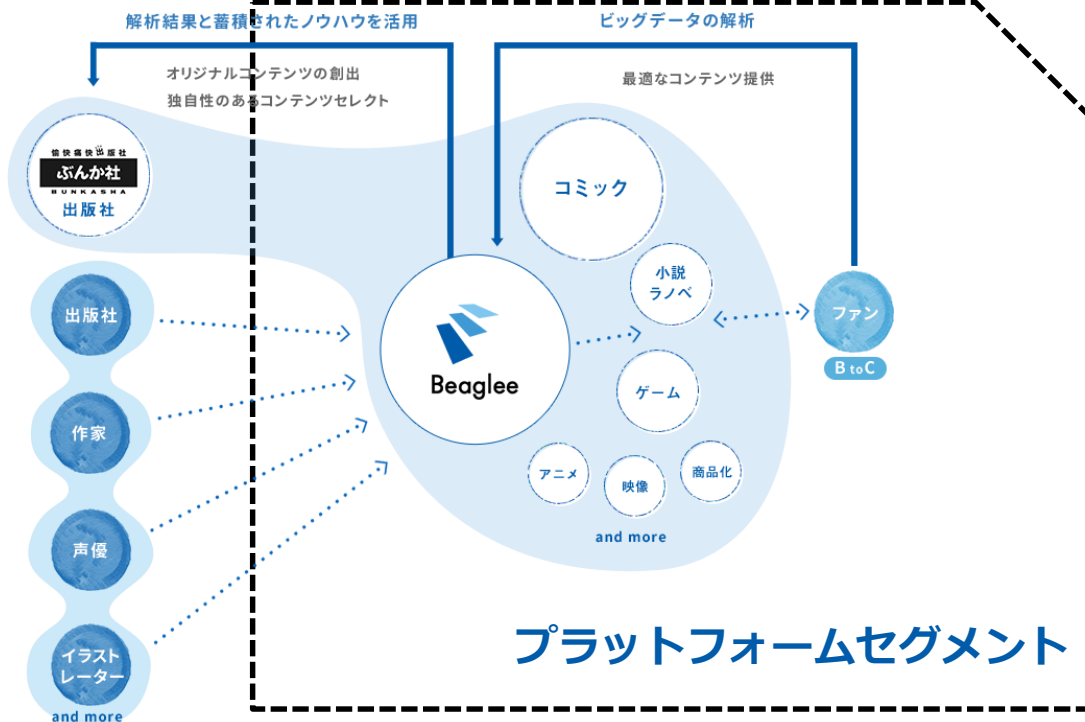
➤ **海賊版サイト：**
影響を受けにくいジャンル特性は変わらず。

コンテンツプロデュース型拡大戦略

ユーザー＆コンテンツ資産の蓄積にノウハウを持ち、メディアミックスによる相乗効果も含めて両輪の成長を目指す

当社グループの場合

『まんが王国』『ぶんか社グループ』を両輪に日本テレビとの資本業務提携でメディアミックスを加速。海外展開、漫画以外のコンテンツ展開も視野。



大量広告+ シェア拡大戦略

課金ユーザー獲得・維持に大量の広告宣伝費を投下することで成長を目指す電子書店群

経済圏型拡大戦略

既存ユーザーの経済圏を活用し成長を目指す電子書店群



2022-2024年

コンテンツプロデュースカンパニーとしての成長

1

グループ成長を支える
基盤としての
『まんが王国』安定成長

2

コンテンツ創出力の
強化とメディアミック
スの実現

3

海外展開

1 グループ成長を支える基盤としての『まんが王国』 安定成長



ロイヤルカスタマー獲得・定着・育成

読めば読むほどお得
お徳感戦略

ここだから読める
作品の創出・提案

テクノロジー・データ分析による運用業務の高度化

広告運用・サイト運用、機械学習導入、データをハブに部門間連携

2 コンテンツ創出力の強化とメディアミックスの実現

漫画作品創出力+プロデュース力強化による メディアミックスの積極推進



➤ ぶんか社グループによる作品創出力の増強

主カジャンルの成長と新ジャンルの開拓を推進

編集人員の育成強化

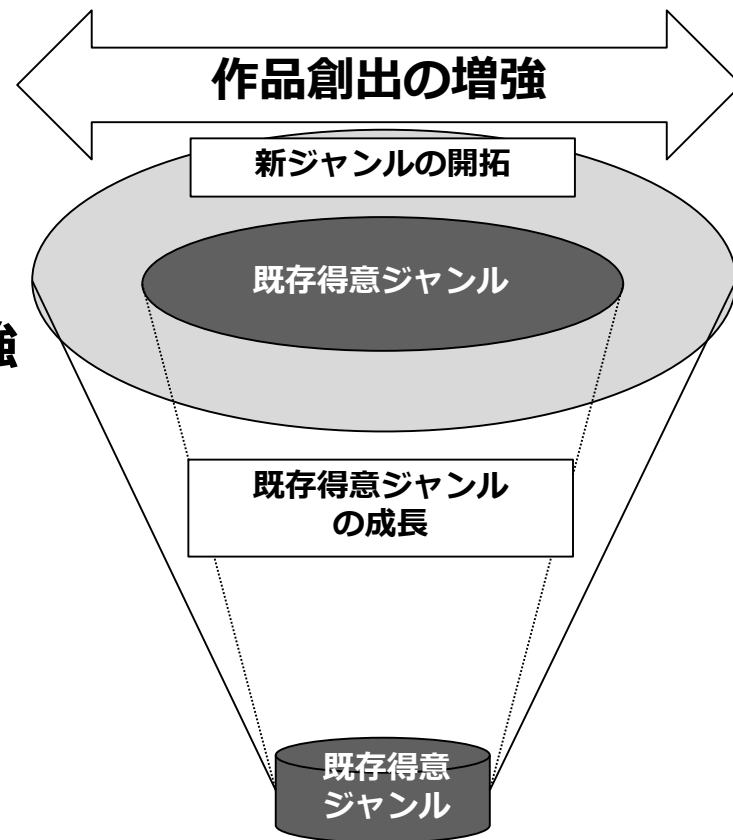
➤ データ分析を用いた作品創出

作品創出においてもデータドリブン運営を転用

➤ アライアンスによるプロデュース力強化

日本テレビとの協業加速

他のIPホルダーとの協業拡大



3 海外展開

海外向け電子コミックサイトをオープン

22年度中に英語版(北米向け)の
テストローンチ

24年度には広告出稿を拡大
成長ドライバーに育成



自社開発体制増強

第三の収益の柱を想定して育成、自社リソースを整備

自社翻訳体制整備

出版社翻訳作品に留まらず自社で翻訳できる体制を整備することで高収益なビジネスモデルを構築

まんが王国運営ノウハウの転用

サイト運営・広告運用など国内事業の経験値をベースに海外市場向けに最適化



日テレ

世界でヒットするコンテンツの共創



0テレ

Action :

①クリエイターの発掘・育成・支援

各種共同企画の推進

②原作の相互利用

当社グループ作品の映像化と日本テレビIPの漫画化

③メディアミックス展開へのチャレンジ

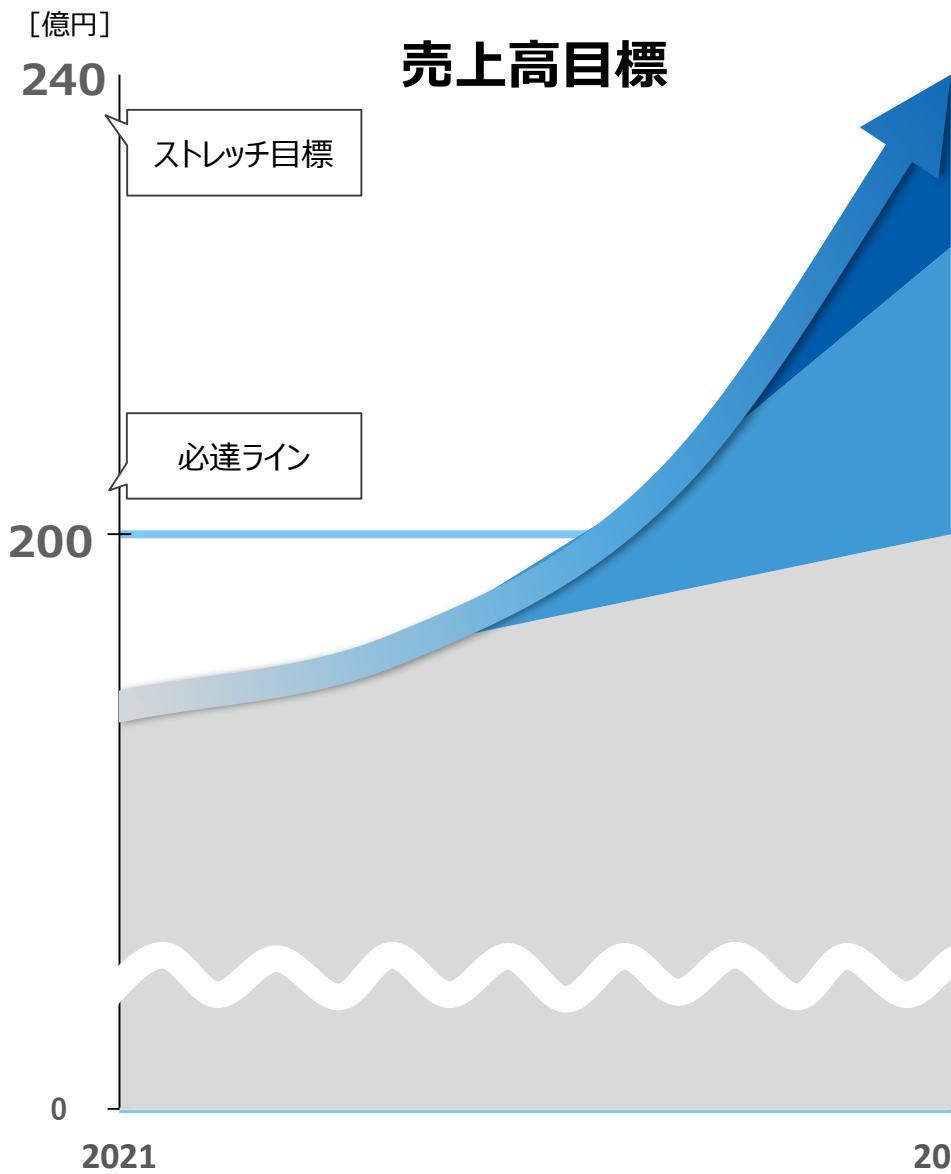
共創作品に留まらず当社グループ新旧作品などから
イベントほかメディアミックス展開による
集客・ライセンス収益

④プラットフォームの強化

テレビから「まんが王国」への誘導



各取組によるまんが王国・ノベルバ・グループ作品のブランディング効果



15億円 **海外展開によるアップサイド**

25億円 **ヒット作品やシナジー効果（日テレ・グループ間）による既存重点領域（まんが王国やCセグデジタル売上高）アップサイド**

最終年度の数値目標 [百万円]

	必達ライン	ストレッチ目標
売上高	20,000	24,000
営業利益	2,150	2,400
純利益	1,200	1,350

1

2021年12月期 通期決算

2

中期経営計画（2022-2024年）抜粋

3

2022年12月期 通期業績予想

4

会社概要

▼2022年の事業戦略

プラットフォーム セグメント

電子書籍に注力

- まんが王国：安定成長と収益性向上
- ノベルバ：原作創出に集中
- 海外：自社サイトのテストローンチ

コンテンツセグメント

コンテンツ創出力の増強

- ユーザーニーズに沿ったコンテンツ創出
- メディアミックス向け強化

シナジー創出

グループ内連携

- ノベルバ原作
コミカライズ加速
- データ活用深化

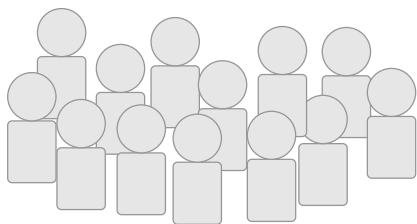
日本テレビ連携

- 協業体制の立ち上げ
- 具体的案件スタート

▼プラットフォームセグメント (Pセグメント)

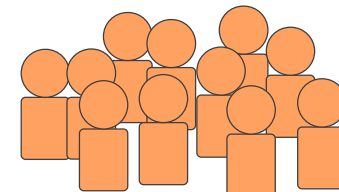
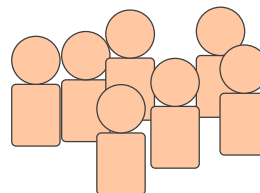
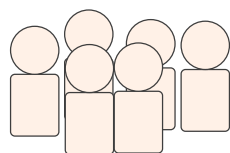
データドリブン運営による ロイヤルカスタマーの拡大

潜在ロイヤルカスタマー
の獲得



 **まんが王国** お得感
No.1

ロイヤルカスタマー 定着・育成



① “ここだから読める” 作品創出へのデータ活用

ヒット傾向分析⇒獲得と定着

② 広告運用の高度化

獲得ユーザー評価による
最適化サイクルの確立・運用
クリエイティブの品質向上

③ “ここだから出会える” 作品提案へのデータ活用

当サービス独自のレコメンド機能の深化・拡大

④ お得感戦略の深化

ユーザーの状態・嗜好性を踏まえた運用高度化

▼プラットフォームセグメント (Pセグメント)

ノベルバ  Novelba
Novels

原作利用の源泉として注力

①改めて投稿数/UUの拡大を目指す

- ✓ コンテスト拡大
- ✓ サービス改修

②コミカライズ加速

- ✓ BKコミックス(ぶんか社)との連携
- ✓ まんが王国コミックス(自社・出版社協業)との連携



海外市場開拓

将来の成長ドライバーを視野に体制構築

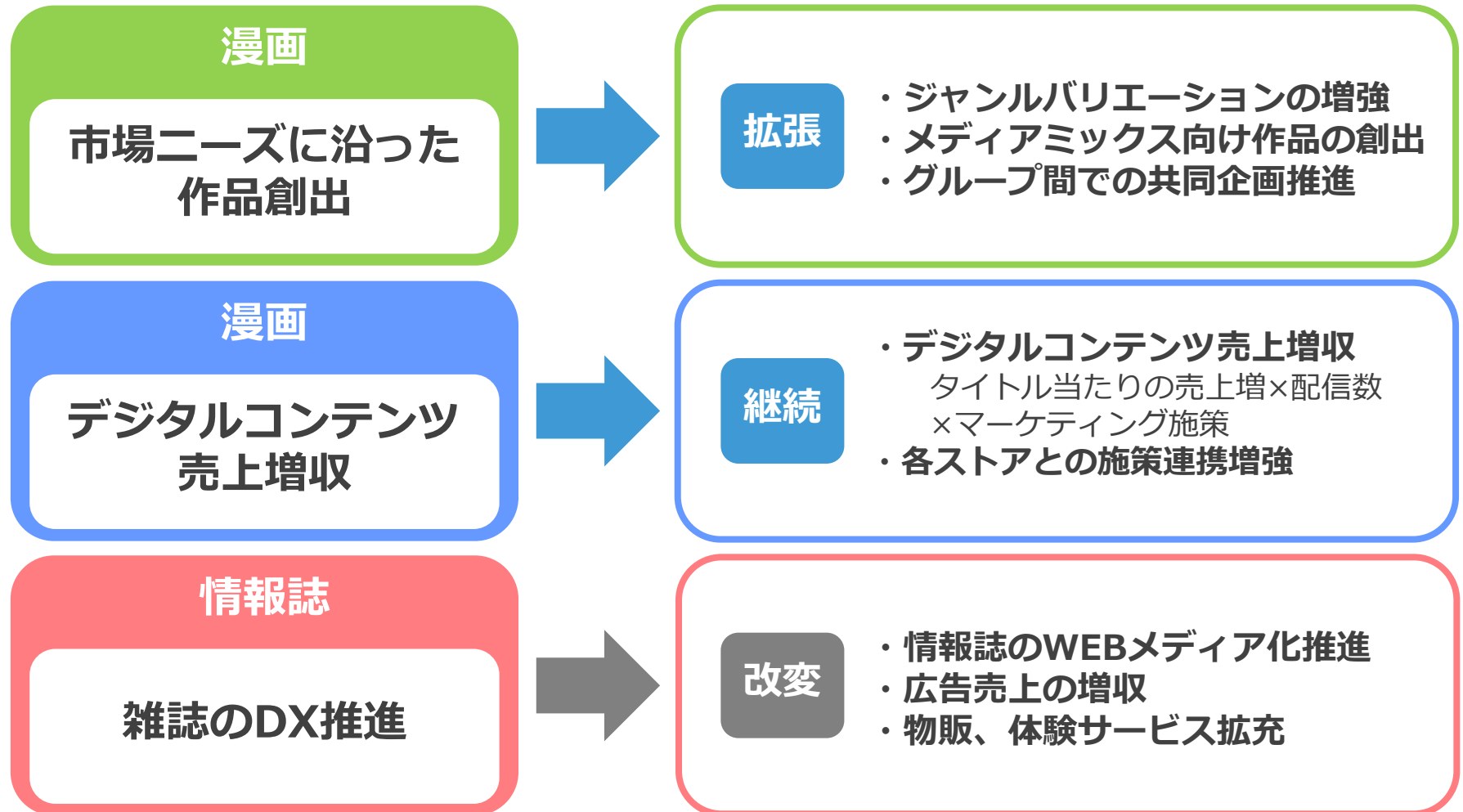
- ✓ 自社開発・運用体制の構築
- ✓ 自社翻訳体制の整備



ゲーム

- ✓ 既存タイトル(無職転生)の採算重視運用

▼コンテンツセグメント (Cセグメント)





0テレ

- データ活用の深化
- ノベルバ原作コミカライズ加速



- クリエーターの発掘・育成・支援
各種共同企画の推進
- 原作の相互利用
当社グループ作品の映像化と日本テレビIPの漫画化
- メディアミックス展開へのチャレンジ
共創作品に留まらず当社グループ新旧作品などからイベントほかメディアミックス展開による集客・ライセンス収益
- プラットフォームの強化
テレビから「まんが王国」への誘導

電子書籍サービスの安定成長とコンテンツセグメントの成長続伸

プラットフォームセグメントは安定成長と安定収益を目指す
 コンテンツセグメントは紙出版の収益率改善とデジタルの拡充を目指す

PL (単位：百万円,%)	前期実績	2022年12月期 予想				
	通期	上期	下期	通期	増減額	増減率
売上	18,637	9,224	9,566	18,791	+153	0.8
営業利益	1,345	719	816	1,536	+191	14.2
のれん償却前 営業利益	2,141	1,108	1,206	2,315	+173	8.1
経常利益	1,202	655	761	1,416	+214	17.8
純利益	444	312	383	695	+250	56.3
1株当たり純利益 (円)	74.81	52.50	64.47	116.97	+42.16	56.4

全社業績



増収増益で利益重視の計画

売上高	:	18,791 百万円 (0.8% 増)
営業利益	:	1,536 百万円 (14.2% 増)
のれん等償却前営業利益	:	2,315 百万円 (8.1% 増)

プラットフォーム セグメント



『まんが王国』安定成長と安定収益の実現

売上高	:	12,508 百万円 (1.2% 増)
営業利益	:	529 百万円 (243.2% 増)
のれん償却前営業利益	:	804 百万円 (80.1% 増)

コンテンツ セグメント



紙出版の収支コントロールとデジタルコンテンツの続伸

売上高	:	6,462 百万円 (0.3% 増)
営業利益	:	1,006 百万円 (15.6% 減)
のれん等償却前営業利益	:	1,511 百万円 (11.0% 減)

注：() 内は前年同期比。

注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。

注：のれん等償却前営業利益は、のれん償却費だけでなく2021年3Qで確定した著作権の償却費も考慮。

注意事項

- ▶本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。
- ▶これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- ▶それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- ▶本資料内には、事業環境の説明を行う上で参考になると考える情報を掲載しておりますが、会計監査人の監査を経ていない財務情報も含まれており、その内容の正確性を完全に保証するものではありません。
- ▶今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- ▶本資料に記載された会社名、サービス名及び製品名等は該当する各社の商標又は登録商標です。

1

2021年12月期 通期決算

2

中期経営計画（2022-2024年）抜粋

3

2022年12月期 通期業績予想

4

会社概要



会社名： 株式会社ビーグリー(Beaglee Inc.)
所在地： 東京都港区北青山二丁目13番5号
青山サンクレストビル4階
創立： 2004年10月25日
資本金： 18億8,337万円(2021年12月末時点)
市場： 東証第一部(証券コード：3981)
従業員： 91名(単体/2020年12月末)
経営陣：

代表取締役	吉田	仁平
取締役	櫻井	祐一
取締役	秋田	堅司
社外取締役	佐藤	俊介
取締役(監査等委員)	田中	新
社外取締役(監査等委員)	吉田	広明
社外取締役(監査等委員)	大橋	敏彦

代表取締役社長

よしだ じんぺい
吉田 仁平



【経歴】

1971年12月30日 生まれ
1994年 早稲田大学理工学部工業経営学科卒業
1994年 日商岩井株式会社(現 双日株式会社) 入社
2004年 株式会社モーラネット取締役、
2006年 株式会社モーラネット代表取締役
2007年 株式会社ビービーエムエフ(現 当社) 入社
同年執行役員に就任
2012年 menue株式会社(現 当社) 取締役
2013年 menue株式会社(現 当社) 代表取締役
2014年 株式会社MNH(現 当社) 代表取締役(現任)

経営理念



固定観念にとらわれる事なく、
新しい発見と進歩を求め続ける

クリエイターとファンを繋ぎ、
新たな価値を創造する

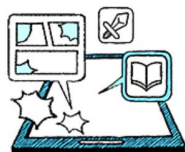
グローバルで通用する
コンテンツプロデュースカンパニーへ



「進化論」のチャールズ・ダーウィンが
世界航海に使用した船の名『**Beagle**』号に由来

「創る」「選ぶ」「届ける」をワンストップで提供する コンテンツプロデュース

プラットフォームセグメント



ビーグリーの売上高9割以上を占める



お徳感No.1のコミック配信サービス

novelba



FUNDIY STORE

コンテンツセグメント



愉快痛快出版社

ぶんか社

BUNKASHA

海王社

新アポロ出版



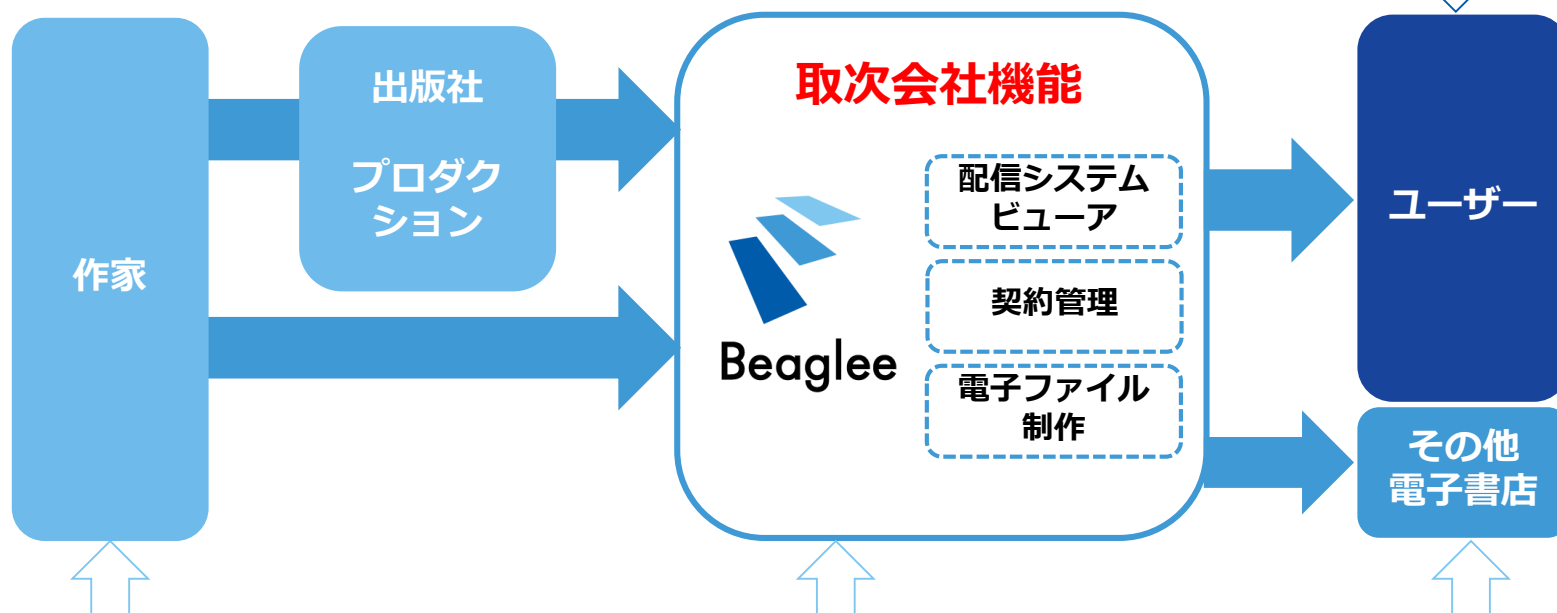
楽楽出版

出版社5社による総合出版社グループ

マーケティング戦略の柔軟性と収益性向上を両立！

集客面

メディア状況を自ら観察することで、効率的なユーザー獲得に寄与



コンテンツ面

出版社、プロダクション、作家等との**許諾契約多数**
配信システム、ビューア機能、契約管理、電子ファイル制作を**自社で開発**
他社へのコンテンツの**取次ビジネス**も展開

お得感No.1を獲得



お客様に寄り添い独創的な提案で、
未永く使っていただけるサービスを提供

会員数 **600万人超**

単行本換算で累計 **16億冊**ダウンロード

出版社・作家等のライセンサーとの

契約合計 **1,800件**以上

常時 **3,000タイトル**以上の無料タイトル

まんが王国へ
アクセス



まんが王国公式キャラクター
ホコリアム

注1：「電子コミックサービスに関するアンケート」

調査期間：2020年10月30日～2020年11月4日

調査対象：まんが王国または主要電子コミックサービスのうちいずれかをメイン且つ
有料で利用している20歳～69歳の男女

サンプル数：1,236サンプル

調査方法：インターネットリサーチ

調査委託先：株式会社MARCS

注2：各データについては2022年2月時点

注3：累計ダウンロード数は無料タイトル及びコマ形式のタイトルを冊数換算したものを含みます。

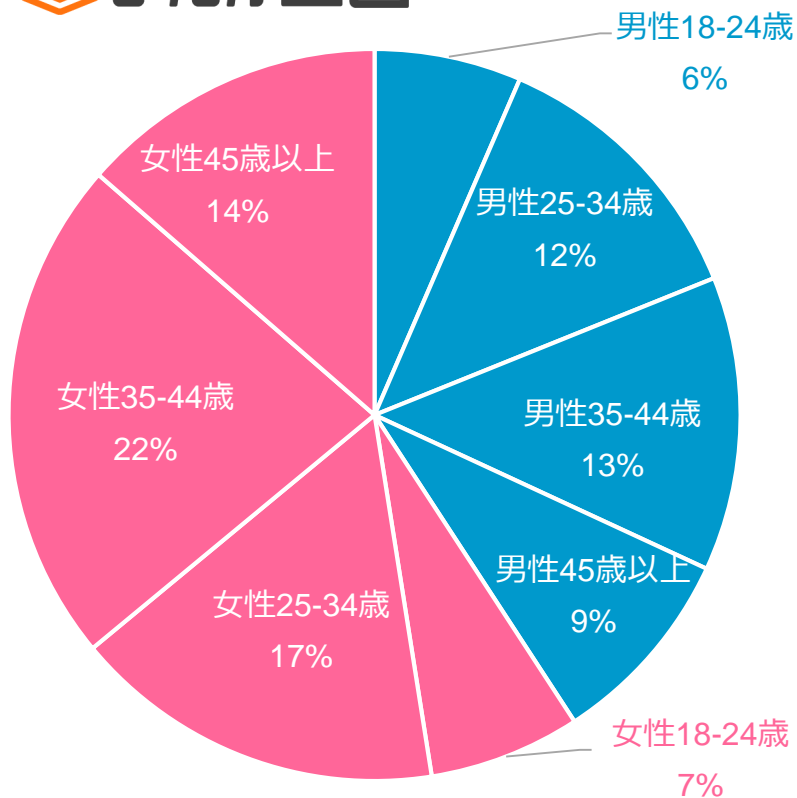


20-40代の女性から支持。有名タイトルだけではなく、知る人ぞ知る良作やオリジナルコンテンツに**出逢い**、**ファンになる**方が多い。

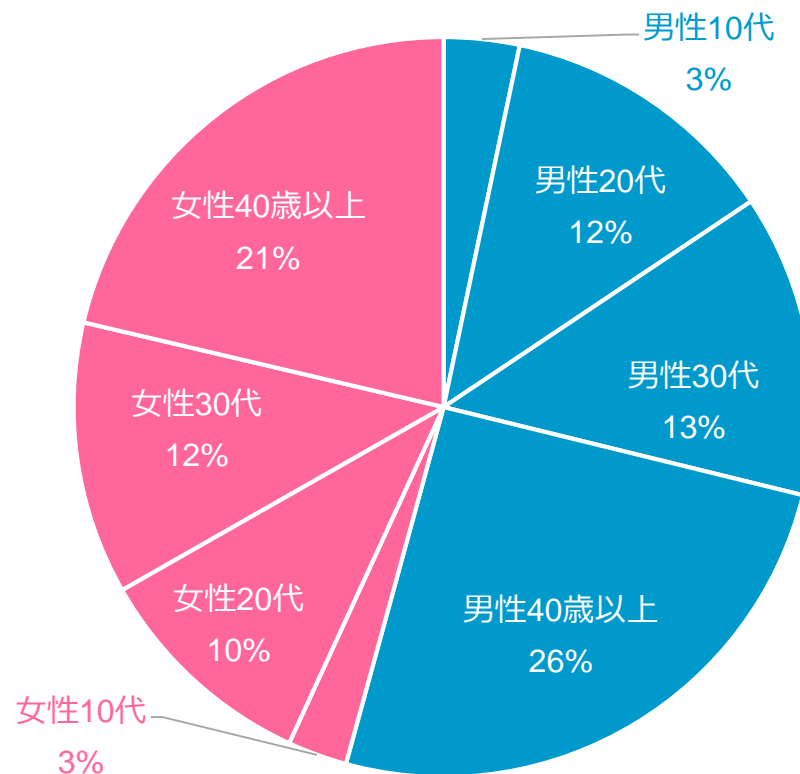
当社のプロモーション・特集等から火が付き、メディア化される作品も多数。

※2021年12月末時点

まんが王国 会員



一般的な有料電子書籍の利用者



出典：「電子書籍ビジネス調査報告書2021」インプレス総合研究所

サービス内容・特長

1. 知る人ぞ知る良作に出逢える電子書店

独自性

データを用いた“ここだから読める”作品創り。先行配信タイトルやオリジナル作品多数。

提案力

“ここだから出会える”作品提案。AIを活用したレコメンド作品を随所に表示。

レビュー

50文字以上の長文レビューが多数。コンテンツ選びをサポート。

2. 豊富なキャンペーンと使いやすさ

無料試し読み

通常サンプルより多くのページを無料で読める『じっくり試し読み』が常時3,000タイトル以上

使いやすさ

自社エンジニアによる豊富でスピーディな新機能開発とUI/UXによるユーザビリティ。

ビューア

画質や効果が選べる高機能の自社開発ビューア。アプリにはダウンロード機能も。

3. お得感No.1 (注) を獲得した料金体系

高い還元率

ポイント購入と消費の両方であわせて毎日最大50%還元されるポイントプログラム。

月額制

月額にはボーナスポイントなど5つのお得なメリットがあり、毎月1,000円以上使う場合にオススメ。

お得な企画

キャンペーンやクーポン、来店ポイントなどお得で楽しいイベントや機能が盛りだくさん。

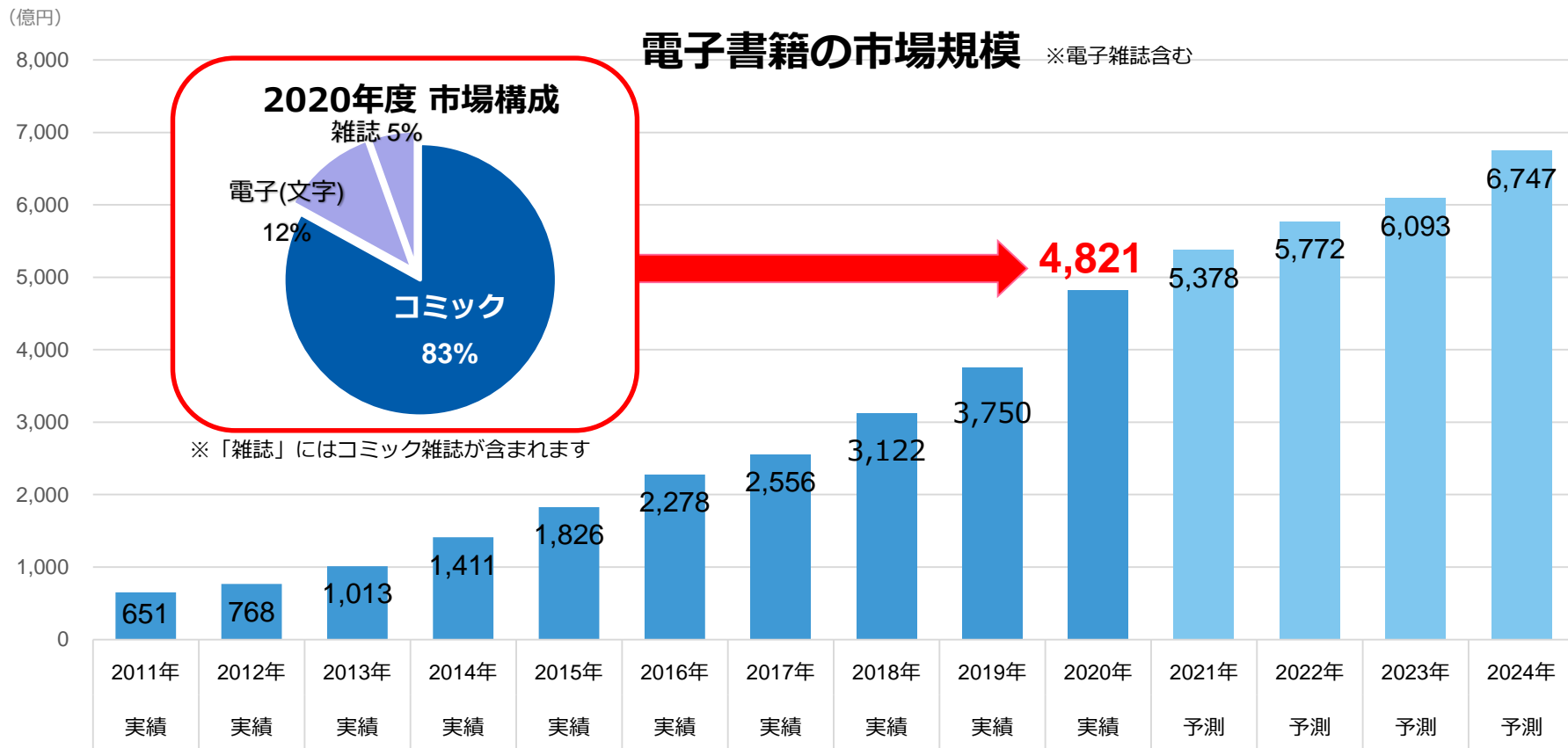
注：「電子コミックサービスに関するアンケート」

調査期間：2020年10月30日～2020年11月4日 調査対象：まんが王国または主要電子コミックサービスのうちいずれかをメイン且つ有料で利用している20歳～69歳の男女

サンプル数：1,236 調査方法：インターネットリサーチ 調査委託先：株式会社MARCS

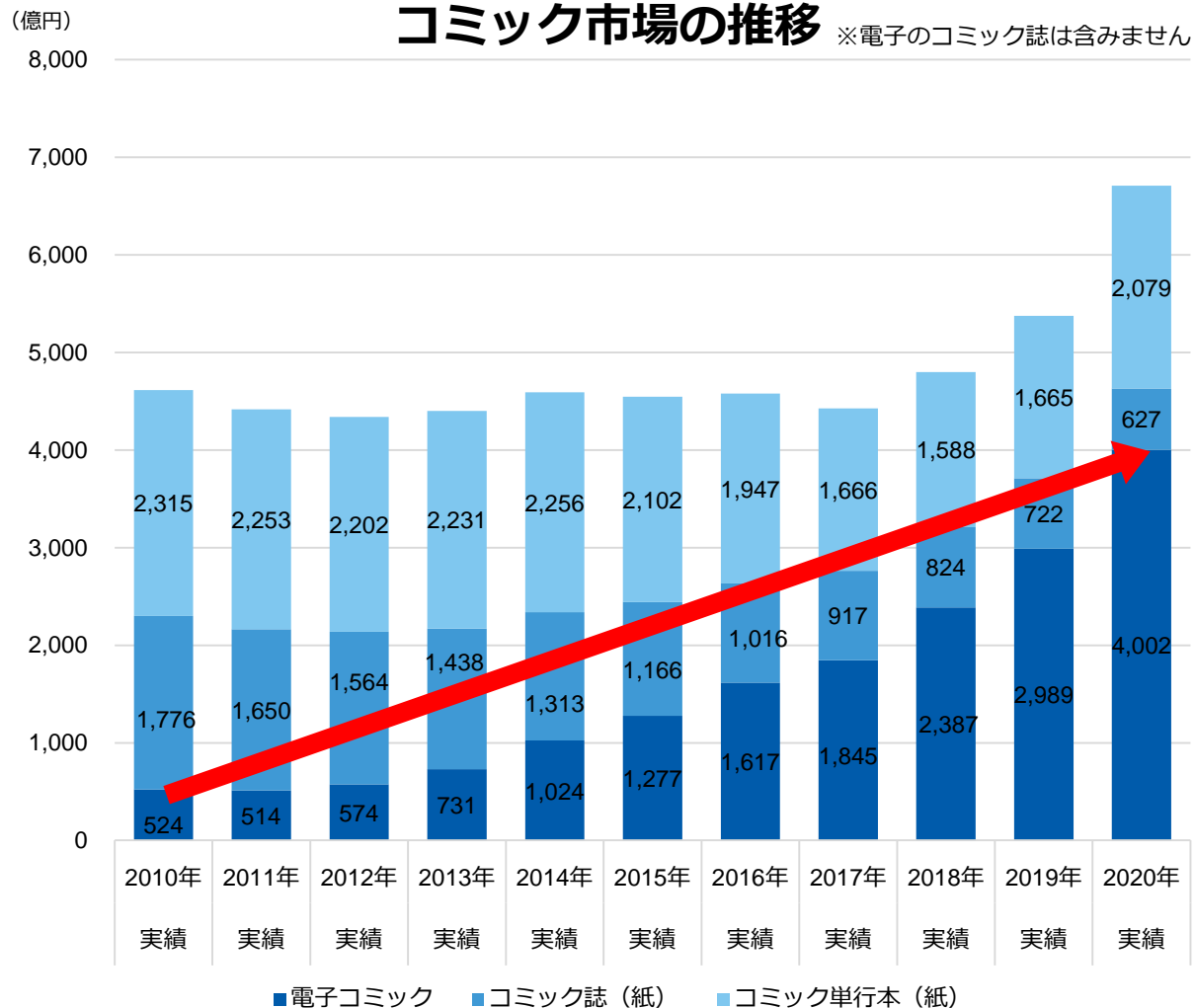
電子書籍市場は、引き続きコミック市場が牽引しております。
2020年度は COVID-19 の影響を強く受け、利用者増・定着に繋がり、今後も電子書籍市場は拡大が続くことが予想されております。

電子コミックは今後も電子書籍の主力コンテンツとして市場拡大に寄与すると想定されます。

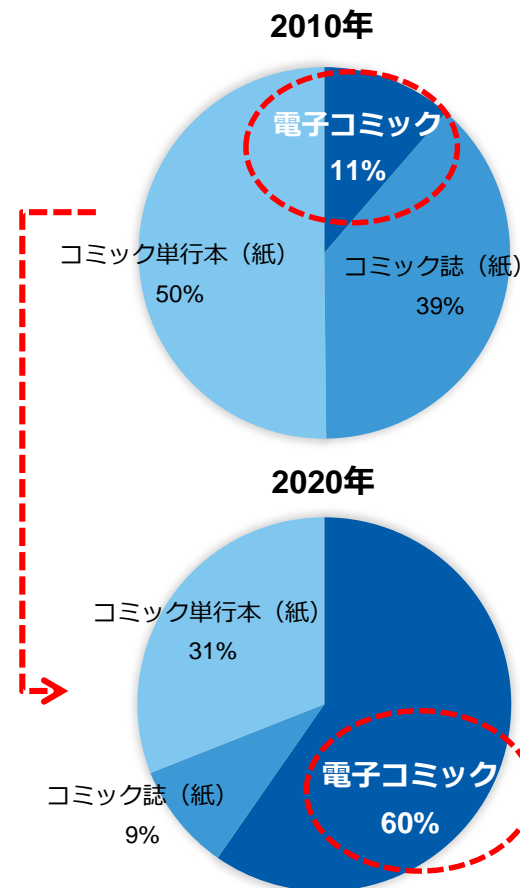


出典：「電子書籍ビジネス調査報告書2021」インプレス総合研究所

紙媒体のコミックおよび電子コミックの売上が拡大し、コミック市場は拡大を続けており、コミック市場における電子コミックの割合についても増加傾向にあります。



コミック市場構成の変遷



出典：「電子書籍ビジネス調査報告書2021」インプレス総合研究所／「出版年報」出版科学研究所



novelba

<https://novelba.com/>

小説投稿サービス。スマートフォンアプリとウェブサイトですべてサービス提供。投稿作品数は19,000件以上。
2020年11月にオリジナルレーベル「ノベルバノベルズ」を創刊。ノベルバ投稿小説を原作としたコミカライズ作品を『まんが王国』やぶんか社にて制作するなど、IP創出にも取り組みます。



IPプロデュース ゲームやグッズ化、コラボイベントなどのIPプロデュース。



FUNDIY STORE

ぶんか社グループ

株式会社ぶんか社

愉快痛快出版社

ぶんか社

BUNKASHA

- 創業：1948年
- 従業員数：133名(2021年3月末)
- 事業概要：女性向け漫画を紙媒体・電子媒体で出版する総合出版事業
- 特徴：女性向けの漫画制作に強み。デジタル化を推進し、当社サービス『まんが王国』等のブラウザ電子書籍サービスはもちろん、「LINEマンガ」や「ピッコマ」等のマンガアプリにもコンテンツを提供

株式会社海王社

海王社

ぶんか社から編集業務を受託

新アポロ出版株式会社

新アポロ出版

車雑誌等の編集業務受託及び
広告事業の受託

株式会社文友舎

BUNYUSHA
文友舎

女性向けファッション雑誌及び
車関連雑誌の出版（編集）事業

株式会社楽楽出版

楽楽出版

雑誌・書籍の
総合出版事業

事業内容

マンガ

- 女性向けの漫画を得意とし、デジタルとの親和性が高い
- 連載ものの長編で、読者が思わず次の話も購入してしまうような引きの強いヒット作品も創出し、デジタル売上に寄与
- 人気作品のテレビドラマ化実績あり



左：『義母と娘のブルース』©桜沢鈴/ぶんか社
2018年7月よりTBS系列にて放送

右：『部長と社畜の恋はもどかしい!』©志茂/ぶんか社
2022年1月よりテレビ東京系にて放送

情報誌

- エッジの効いたコンテンツを武器に特定の読者層や広告クライアント（女性向けファッション誌・車雑誌）を有する

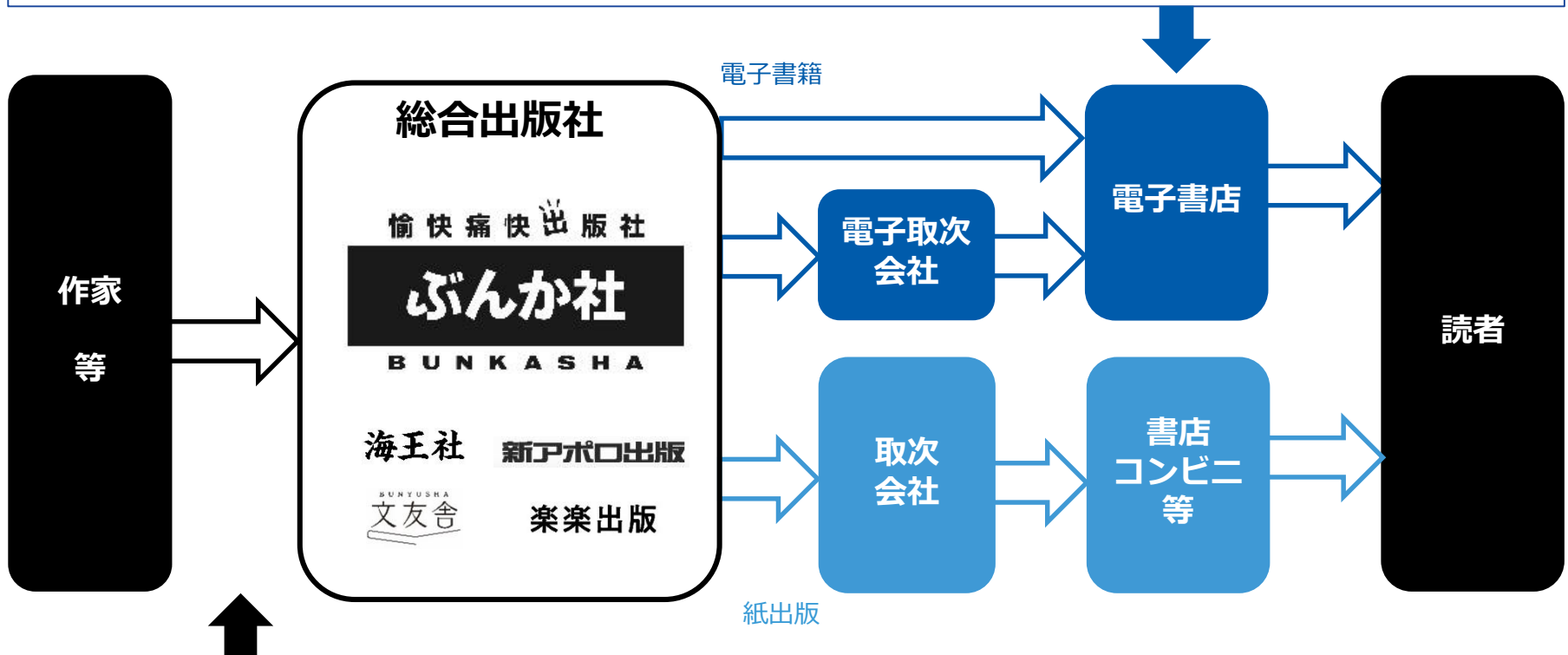
沿革

年/月	沿革
1948年3月	東京都千代田区丸の内で日本文華社として創業
1992年4月	株式会社ぶんか社に社名変更
2019年7月	自社マンガサイト「マンガよもんが」の運営を開始
2020年10月	当社による子会社化

デジタルシフトの推進が成長を牽引

電子化が好進捗

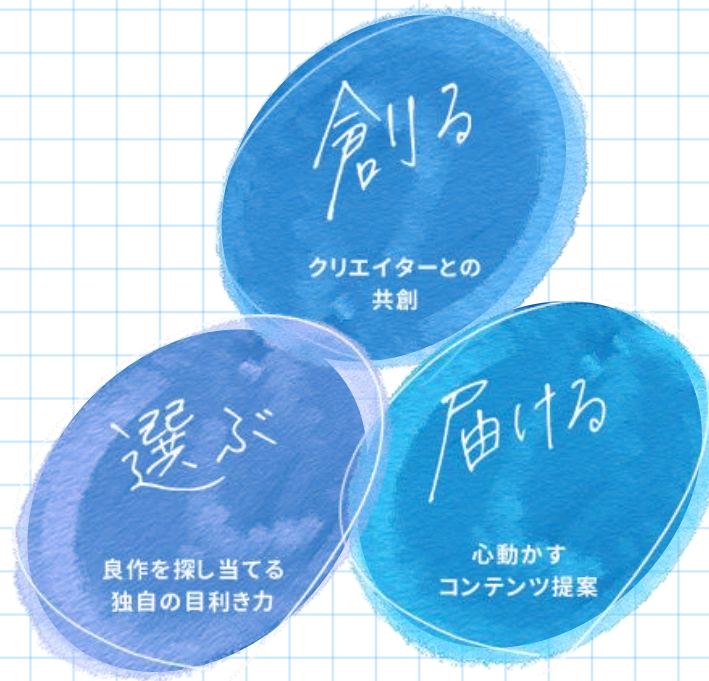
デジタルシフトが進む。売上高の過半数がデジタルで構成。各電子書店との連携に強み。



多くの作家との取引あり

女性向けジャンルの作品に強み。デジタルだけでなく紙出版を有するため作家訴求に寄与。

クリエイターとファンを繋ぎ、 新たな価値を創造する



株式会社ビーグリー(Beagle Inc.) 証券コード : 3981

Email : ir@beagle.com