

新しい物語をつくろう。



KADOKAWA

株式会社KADOKAWA

会社案内 2013

新生KADOKAWA誕生

2013年10月1日、連結子会社9社を吸収合併し、新たなスタートを切りました。新生KADOKAWAは、日本の出版社としての地位にとどまることなく、グローバル市場を見据えたメガコンテンツ・パブリッシャー、さらには出版業界の電子書籍、映画、アニメなどの業界インフラを構築する、世界で類を見ないデジタルコンテンツ・プラットフォーマーを標榜し、新たなサービスへの挑戦と事業構造改革を進め、中期的な成長を目指していきます。

IP

メガコンテンツを創出し、海外展開を加速する

- KADOKAWAというコーポレートブランドの確立とブランドコントロール
- もっと自由でダイナミックなIPの創造と展開
- グローバルに展開するメディア総合企業へ進化

IPを広める

★ セールスマーケティング統括本部

リアルな本も電子書籍もマーチャンダイジングも一体となった事業、グループが有する顧客IDの統合を推進する

IPを活かす

★ 海外事業統括本部

KADOKAWAブランドのグローバル展開を加速させる

IPを生む

★ IP事業統括本部

自由な発想でダイナミックなIPの創造と展開を行なう体制を構築する

★ エンターテインメント・コンテンツクリエイション事業統括本部

従来の枠組みにとらわれず、様々な新しいコンテンツを生み出す

ブランドカンパニー ■ アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー ■ 角川学芸出版 ブランドカンパニー ■ 角川書店 ブランドカンパニー
■ 中経出版 ブランドカンパニー ■ 富士見書房 ブランドカンパニー ■ メディアファクトリー ブランドカンパニー

★ メディア&インフォメーション事業統括本部

紙とデジタルの融合で、あらゆるチャンネルを対象とした情報事業を構築する

ブランドカンパニー ■ エンターブレイン ブランドカンパニー ■ 角川マガジンス ブランドカンパニー

コーポレートブランドの確立とブランドコントロール

CORPORATE BRAND

コーポレートブランド

国内の出版市場にとどまらず、ネット・デジタルやグローバル市場においてメガコンテンツを展開できるKADOKAWAというコーポレートブランド確立を目指します。



KADOKAWA



COMPANY BRAND

カンパニーブランド

1945年の角川書店創業にはじまり、一体となった事業会社は、時代のニーズを見据えた魅力ある作品を作り、社名やレーベル、雑誌名を多くのユーザーに愛されるブランドとして育ててきました。これらの財産は「ブランドカンパニー」「サテライトブランド」として存続し、ワンカンパニー体制のもとそれぞれのブランド力を高め、良質なコンテンツを継続的に生み出していきます。

SATELLITE BRAND

サテライトブランド

- * カドカワコミックス・エース
- * あすかコミックス
- * Newtype
- * 角川映画
- * 小説 野性時代
- * 少年エース
- * ヤングエース
- * ガンダムエース
- * Asuka
- * CIEL
- * コミック怪
- * コンプティーク
- * コンプエース
- * ケロケロエース
- * ザテレビジョン
- * Walker
- * ファミリーWalker
- * レタスクラブ
- * 毎日が発見
- * ラーメンWalker
- * 角川SSC新書
- * ちよくマガ
- * Walkerplus
- * webザテレビジョン
- * レタスクラブネット
- * Movie Walker
- * 中経の文庫
- * 新人物文庫
- * 歴史読本
- * ドラゴンコミックスエイジ
- * ドラゴンエイジ
- * ファンタジア文庫
- * ドラゴンマガジン
- * ダ・ヴィンチ
- * ダ・ヴィンチ電子ナビ
- * MF文庫J
- * MFブックス
- * コミックフラッパー
- * コミックアライブ
- * コミックジーン
- * 幽
- * フルール文庫
- * メディアファクトリー新書
- * FABTONE RECORDS

- * 電撃PlayStation
- * 電撃マオウ
- * 電撃Girl'sStyle
- * キャラばっえ
- * 電撃文庫
- * メディアワークス文庫
- * 月刊コミック電撃大王
- * シルフ
- * 電撃G'sマガジン
- * 電撃ホビーマガジン
- * 週刊アスキー
- * アスキークラウド
- * MacPeople
- * 魔法のjらんど文庫
- * B-PRINCE文庫
- * 電撃オンライン
- * ASCII.jp
- * ファミ通文庫
- * ビーズログ文庫
- * KCG文庫
- * ビームコミックス
- * 週刊ファミ通
- * TECH GIAN
- * コミックビーム
- * B's-LOG
- * サラブレ
- * オトナファミ
- * CD&DLでーた
- * DVD&ブルーレイでーた
- * 花時間
- * ファミ通.com
- * ファミ通App
- * 俳句
- * 短歌
- * 角川ソフィア文庫
- * 角川選書
- * 角川文庫
- * 角川ホラー文庫
- * 角川スニーカー文庫
- * 角川ルビー文庫
- * 角川ビーンズ文庫
- * 角川つば文庫
- * 角川oneテーマ21
- * 角川EPUB選書

会長メッセージ

デジタルKADOKAWAという新しいリーディングカンパニー

2013年10月1日、角川グループは新しい組織体「ワンカンパニーKADOKAWA」に生まれ変わり(Reborn)しました。

コンテンツ事業者はいかにすれば激変する大衆のデジタルライフに対応できるのか。この命題に答えを出そうと、世界中の全てのコンテンツ事業者が挑戦しています。私たちも日本のリーディングカンパニーにふさわしく、解決に向けてトランスフォーメーションに踏み切ったのです。

伝統的な紙の出版や映画事業を大切にしながら、ネットコンテンツやデジタルゲームを会社の重要な柱として育成する。今日的には最も妥当な経営方針です。しかし3年後には、2,500名全社員が違和感なく自分たちは「ネットコンテンツの会社」だと認識していることでしょう。

私が期待する、来るべきネットコンテンツの会社は、作品資産(IP)創出を核にした付加価値の高い事業体です。さらにはクラウドコンピューティングに対応した新奇な事業創出に挑戦する、大胆極まりないベンチャー精神にあふれた会社です。

事業の中核はIPです。デジタル世代に最も身近にあるクラウドを使いつつ、モバイルを出口(Exit)にするコンテンツとは何か。ひとつのIPを柔軟かつ積極的に使いまわすのです。それを躊躇したり怠ることを歓迎しない文化を作るのです。

さらにワンカンパニーになってKADOKAWAはメディアとしてどれくらいのページビューがあるのか。どれくらいの会員基盤(顧客ID)があるのか。IPを含めてこの3つの要素の大きいことが会社の総合評価になる。そんな会社を作ることが私の夢です。

One Company

ささやかな、しかし将来を予感させる成功物語を紹介します。

最初は、美少女ゲームであり熱烈な戦闘ファンに支持される『艦隊これくしょん -艦これ-』です。(株)角川ゲームスがパートナーシップで開発し、スタートしてすぐサーバーがダウン。ツイッターの反響もすさまじく、一カ月で会員は60万人まで拡大しました。しかしなにより嬉しかったのは、デジタルゲームを紹介した雑誌が品切れになり、コミックもAmazonの売上ランキング1位を獲得したことです。ゲーム発のデジタルコンテンツ(IP)が伝統的出版の活性化に役立ったのです。

また、電子書籍プラットフォーム「BOOK☆WALKER」は80社以上の出版社にコンテンツの提供を受け、NTTドコモと協業でサービスを開始した「dアニメストア」は100万人を超える会員を獲得しています。

こういった事例が、後に続くチャレンジに勇気を与えています。

デジタルKADOKAWAに生まれ変わるには、社員もアナログ気質からデジタルへと進化させる再教育が必要です。ベンチャー精神にあふれる2,500名の壮大な人事交流が始まり、いくつもの新しい大きな事業に取り組んでいます。

作家の五木寛之先生がかつて言ってくださった「角川はいつも新しい」という言葉。そこに立ち戻りながら、デジタルKADOKAWAへ挑戦していきます。

2013年10月

取締役会長

角川歴彦



社長メッセージ

日本の出版業界に吹き荒れる逆風が止まる気配を見せなくとも、KADOKAWAが成長を止めることはありません。

KADOKAWAは、文芸、ライトノベル、コミックなどの世界で、人々の心に届くコンテンツを日々創出し続けています。また、映画やアニメ、ゲーム、マーチャダイジングも重要な事業の柱であり、出版を核としつつも、IPを多様なメディアに乗せて発信できる独自の事業ポートフォリオが私たちの強みだと言えます。

KADOKAWAが目指す姿は「グローバルに活躍するエンタテインメント企業」であり「デジタルネイティブが大半を占める時代のデジタルプラットフォーマー」です。そして、これを実現するために私は次の二つを意識しています。ひとつが「IPを軸としたコンテンツのマルチ展開」であり、もうひとつが「プラットフォームを軸としたビジネスモデルの確立」です。

「IPを軸としたコンテンツのマルチ展開」では、コンテンツのオリジンは小説、コミックで

あれ、ゲーム、アニメであれ、あるいは著名な作家の方の作品であれ、CGM (Consumer Generated Media)から生まれたものであれ、ジャンルや出所だけで判断しない自由な発想が必要だと考えています。さらに言えば、生み出されたコンテンツは、マルチに展開されることで、経験上、さらに多くのファンを獲得できると考えています。

だからこそ、中長期的な成長を実現するためには、自由でダイナミックなIPの創造は欠かせない要素です。その強化をするべく、新体制下では、IP事業統括本部を新設し、自ら統括本部長を務めることとしました。IP事業統括本部は、書籍、映像、雑誌・広告、ネットサービスなどから生まれるコンテンツの価値を最大限活用できるように権利や契約を整理し、海外市場や電子書籍、マーチャダイジングなどの成長分野でIPを展開していくことを目指していきます。

「プラットフォームを軸としたビジネスモデルの確立」では、映像や電子書籍などのデジタル配信サービスにおいても、自らプラットフォーマーとして確固たる地位を築いていきます。アメリカの音楽産業が巨大な音楽配信事業者に支配されて以来、巨大IT系インフラ業者が一



KADOKAWA

方的に既存のメディアを牛耳るという図式ができあがりました。しかし今は、コンテンツを生み出す企業こそがプラットフォーマーとなる時代が到来してきていると感じています。

その根拠となるのが、NTTドコモと私たちがパートナーシップを組んで展開するアニメ配信サービス「dアニメストア」、そして、電子書籍配信サービス「BOOK☆WALKER」の成功です。この事実は、IT社会において、コンテンツホルダーが業界を牽引するプラットフォーマーになりつつあることを示しています。

そして、海外事業においても、グループの持つIPの最適なメディアミックス展開、拡大を図りながら、新たなプラットフォームを構築し収益拡大を目指していきます。

この度のワンカンパニーの意義は、二つの理想を実現するためのトランスフォーメーションと言えます。さらに大きな成長を遂げるため、未来への高みに向かって改革を実施する、新生「KADOKAWA」にどうかご期待ください。

もちろん、今まで皆さまに愛されてきた「角川書店」「中経出版」「メディアファクトリー」などのカンパニーブランドや、「電撃」「ファミ通」「Walker」などのサテライトブランドも大切

にしながら、新たなコーポレートブランドとしての「KADOKAWA」を育てていきたいと考えています。

ステークホルダーの皆さまにおかれましては、当社グループの飛躍と改革を目指す新たな成長戦略に対し、どうかご理解、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2013年10月

代表取締役社長

佐藤辰男



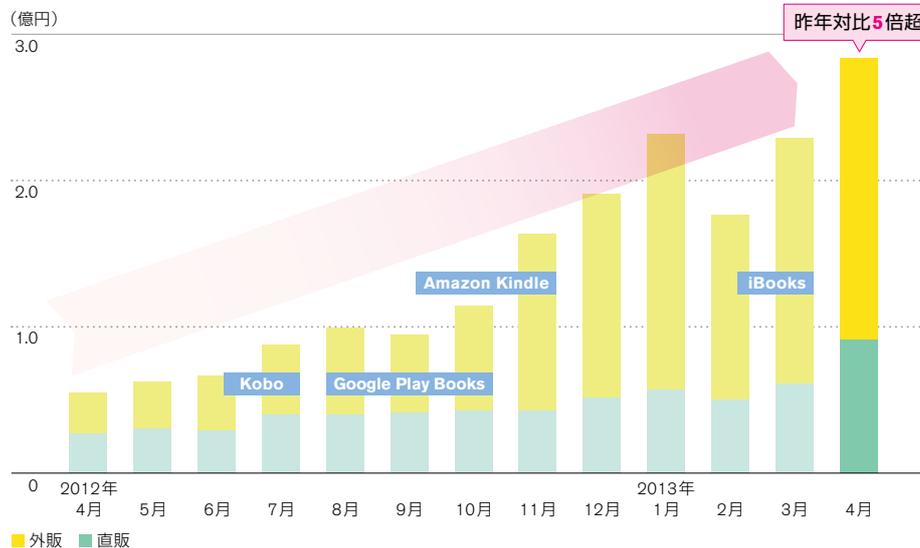
FEATURE 01

デジタルコンテンツ・プラットフォームへの道程

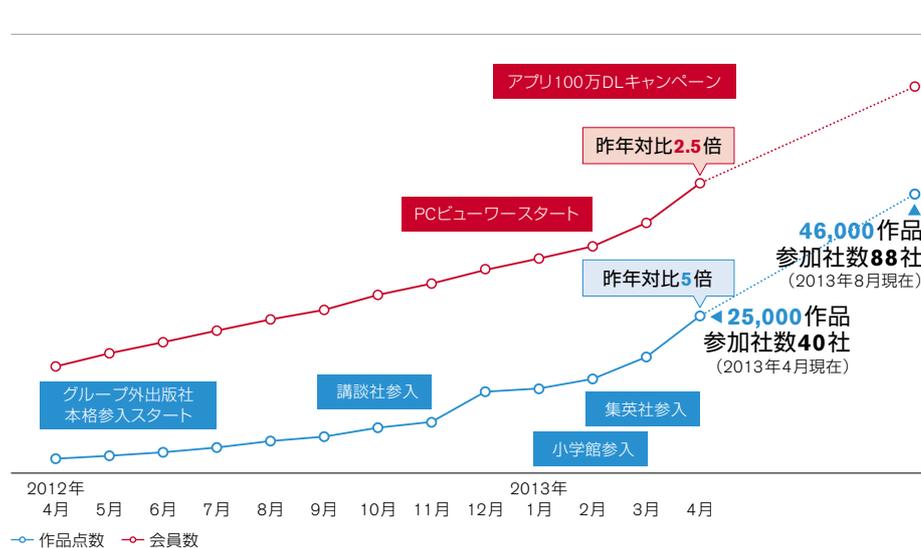


2010年12月、初代iPadが発売された年にiOS版でサービスを開始した「BOOK☆WALKER」は、2011年4月にはAndroid版サービスを開始、ニコニコ動画との連携など様々な取り組みでユーザー数を拡大してきました。「BOOK☆WALKER」は、角川グループ作品はもちろん、様々な出版社のライトノベル、コミック、文芸、新書、ゲーム関連書籍、雑誌、写真集など46,000作品以上(2013年8月末現在)の電子書籍を、スマートフォン・タブレット端末およびPCにて楽しめる電子書籍サービスです。Apple社が発表するアプリ年間セールスランキングでは、2011年、2012年の2年連続でiPhoneブックカテゴリ1位を獲得しました。「BOOK☆WALKER」はさらなる機能強化や提供作品の充実、他社との提携を進め、出版業界全体のプラットフォームを目指していきます。

スマートデバイス向け電子書籍事業 外販および直販売上の推移 (小売り価格)



BOOK☆WALKERストア(直販)取扱作品点数 および会員数の推移



BOOK☆WALKERは電子書籍ストアから、
真のコンテンツプラットフォームを目指しています。

BOOK☆WALKER 3.0

コンテンツレイヤーからエコシステムを
変革するBOOK☆WALKER経済圏への
進化。顧客接点の最前基地を目指す。

2014年4月～

新サービス

BOOK☆WALKER 2.0

出版業界プラットフォームを目指す。

2012年7月～

映像

BOOK☆WALKER 1.0

角川グループの強みを活かした
ライトノベル特化型ストア。

2010年12月～



ゲーム

グッズ



BOOK☆WALKER
<http://bookwalker.jp/>



様々なキャラクターコンテンツを扱う
専門オンラインショップ

1999年にキャラクター・アンド・アニメ・ドット・コムとして設立。「キャラアニ.com」を運営し、インターネット通販事業、キャラクターグッズの企画・開発事業、流通卸事業を中心に、ユーザーニーズに合った様々なサービスを積極的に提供しています。「キャラアニ.com」でしか手に入らないオリジナルグッズも多数取り揃えており、グループの各サービスとの相乗効果を図り、キャラクターコンテンツの魅力
を最大限に引き出したサービスを展開しています。また、グループ内のキャラクターを活かしたビジネスにとどまらず、自社オリジナル商品の開発などのメーカー機能、通販代行サービスなどのフルフィルメント機能、イベント代行などの様々な機能を備えており、イベント参加券付きアイドルCDの販売も手掛けています。今後は、「BOOK☆WALKER」との連携を強化させ、電子書籍配信とリアル本とリアルグッズの販売が実現できるようなeコマース機能拡充に取り組んでいきます。



キャラアニ.com

アニメ・コミック・ゲーム・ライトノベルズ・声優・アイドルほか、様々なキャラクターコンテンツの商品やサービスを扱う専門オンラインショップ。

キャラアニ.com
<http://www.chara-ani.com/>

FEATURE 02

国内最大級のアニメ見放題サイト

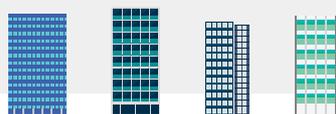


with NTTドコモ

NTTドコモとKADOKAWAの合併会社ドコモ・アニメストアは、2012年7月にアニメ配信サービス「dアニメストア」を開始しました。スマートフォン向けコンテンツ配信サービスdマーケットを持つNTTドコモと、KADOKAWAがそれぞれの強みを活かし、質・量ともに充実した競争力のあるアニメ配信サービスを展開。KADOKAWAのアニメコンテンツに加えて、他社からも幅広く調達を進めコンテンツ拡充を図っており、作品提供社数は60社、人気タイトルを中心に約700作品、約1万話をラインナップしています。会員は100万人を突破(2013年8月現在)し、今後もますますサービスを拡大させ、アニメ配信の業界プラットフォームを目指していきます。

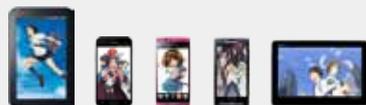


国内最大級のアニメ見放題サイト



日本のアニメ主要制作会社約60社

約700作品、約1万話*を提供



*2013年8月現在

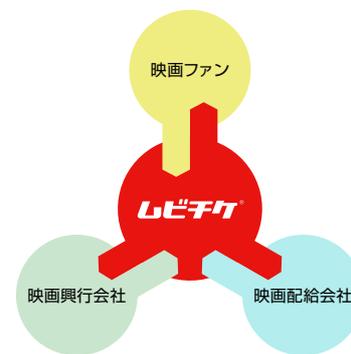
FEATURE 03

インターネットで座席指定ができる映画前売券



with Microsoft

ムビチケは劇場公開映画の前売鑑賞券をインターネットでオンライン販売するサービスの提供を目的に2011年7月に設立。Microsoft社とのパートナーシップにより、同社の最先端クラウドサービスを用いて、全国のシネコンチェーンと提携したシステムを構築しています。ユーザーが、PC、スマートフォンなどで映画前売券を購入し、座席指定までできることで、映画館で並ばずにスムーズに鑑賞することができます。ムビチケ予約が可能な映画館は、順調に拡大し、TOHOシネマズ、シネプレックス、109シネマズ、ユナイテッド・シネマ、シネマサンシャイン(2013年8月末現在)が対応しています。今後も対応映画館を増やしていきます。また、紙のチケットでは実現できなかった様々なマーケティング活動が可能となり、国内の映画産業全体の活性化に貢献していきます。



取扱商品

ムビチケオンライン

映画の前売券を電子化。ムビチケHPで購入。



ムビチケカード

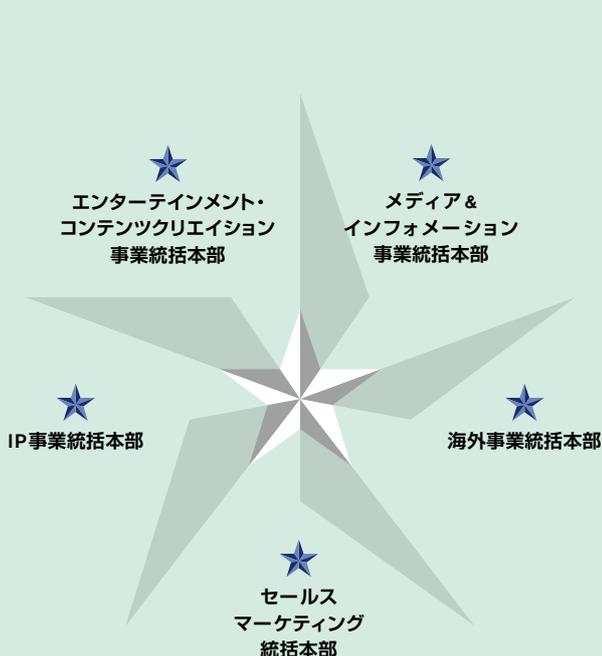
カード型映画前売券。劇場窓口で購入。



事業紹介

新体制で飛躍を目指す

KADOKAWAは、ブランドカンパニーが持つ優れたコンテンツ創出力と個別のブランドを活かし、その価値をさらに高めていく一方、これまでグループ内に分散していた共通機能の集約化を進め、国内外での事業展開の強化、世界で通用するIP創出を目指していきます。IPをひとつの会社に結集し、リアル・ネットを問わず、メガコンテンツを国内外に展開するための組織体制を構築しました。



佐藤 辰男
代表取締役社長
IP事業統括本部長
海外事業統括本部長



関谷 幸一
常務取締役
セールスマーケティング統括本部長

GENERAL IP BUSINESS HEADQUARTERS

IP事業統括本部

自由な発想でダイナミックなIPの創造と展開を行なう体制を構築する

これまで各事業会社はそれぞれの規模に応じた枠組みのなかで独自にIPを展開してきました。今後KADOKAWAが中長期的な成長を実現するためには、ダイナミックで自由なIPの創造は欠かせません。IP事業統括本部は、エンターテインメント・コンテンツクリエイション事業統括本部や、メディア&インフォメーション事業統括本部で創造されたコンテンツの価値を高め、最大限活用できるように、権利や契約を整理し、国内・海外を問わず、電子書籍やネット・デジタルなどの成長分野でIPを迅速に大きく展開できる体制を構築します。

GENERAL INTERNATIONAL BUSINESS HEADQUARTERS

海外事業統括本部

KADOKAWAブランドのグローバル展開を加速させる

中長期的な成長のために、積極的な海外展開は重要な経営戦略のひとつと考えています。すでに台湾で成功しているビジネスモデルをアジアへより広く展開し、エリア拡大を図ります。また、国内で培われたメディアミックスのノウハウを最大限に発揮し、出版事業を中核として、映像事業、マーチャндаイジング事業、ネット・デジタル事業などの成長分野にも注力していきます。さらに、海外におけるオリジナルIPの発掘はもちろんのこと、グローバルに活躍できるIPを創出・獲得すべく、M&Aや事業提携などによって、積極的にコンテンツジャンルを拡大させ、新たなビジネスチャンスを創造します。

GENERAL SALES AND MARKETING HEADQUARTERS

セールスマーケティング統括本部

リアルな本も電子書籍もマーチャндаイジングも一体となった事業、グループが有する顧客IDの統合を推進する

ONE COMPANYとなり生まれる強みのひとつが、スケールメリットを創出できることです。これまで旧角川グループパブリッシングが担っていた営業、物流、資材調達機能などがひとつに集約され、スケールメリットを最大限に発揮できる体制が整いました。スケールメリットを活かした販路の整備と機能拡充、販売方法の革新とデジタル化推進、生産効率化によって、シェアの拡大、利益率の向上を目指します。そして、紙の書籍、電子書籍、マーチャндаイジング商品などの流通においてもリアル・ネットを問わず、交渉力、営業力を発揮し、良質なコンテンツを広げていきます。また、グループが有する顧客ID統合も推進していきます。

GENERAL ENTERTAINMENT CONTENT CREATION BUSINESS HEADQUARTERS

エンターテインメント・コンテンツクリエイション事業統括本部

従来の枠組みにとらわれず、様々な新しいコンテンツを生み出す



ライトノベル、コミック、一般文芸、ビジネス書など様々なストーリーコンテンツを創出するブランドカンパニーが結集し、出版事業にとどまらず、映像事業においても新規のIPを創出していきます。ブランドカンパニーは個性豊かなIPを創出しながらも、規模のメリットを活かし、より大きな展開を見据えることによって、従来の個社の枠組みを超えたダイナミックなIPを創出していきます。

井上 伸一郎

代表取締役専務
エンターテインメント・コンテンツクリエイション事業統括本部長

アスキー・メディアワークス ブランドカンパニー



「ソードアート・オンライン」

著者 川原礫
イラスト abec



「よつぱと!」

著者 あずまきよひこ



「電撃PlayStation」



「週刊アスキー」

角川学芸出版 ブランドカンパニー



「能を読む」

監修 梅原猛 / 観世清和
編集委員 天野文雄 / 土屋恵一郎
中沢新一 / 松岡心平



「遠野物語remix」

著者 京極夏彦
著者 柳田國男



「短歌」



「角川俳句大歳時記」

GENERAL MEDIA & INFORMATION BUSINESS HEADQUARTERS

メディア&インフォメーション事業統括本部

紙とデジタルの融合で、あらゆるチャンネルを対象とした情報事業を構築する



「Walker」「ザテレビジョン」という情報系雑誌のトップブランドを持つ角川マガジンスと「ファミ通」をはじめとして業界において圧倒的な情報発信力を持ち、書籍、雑誌、ネットデジタル、ゲームなど広範囲に渡ってメディア展開しているエンターブレイン。二つのブランドカンパニーが中心となり、これまで培ってきた情報集約力、ノウハウを結集し、雑誌ブランドから新たなネットサービスを創出し、紙とデジタルの融合であらゆるチャンネルを対象とした情報事業を展開していきます。

濱村 弘一

常務取締役
メディア&インフォメーション事業統括本部長

角川書店 ブランドカンパニー



『光秀の定理』
著者 垣根涼介



『文豪ストレイドッグス』
原作 朝霧カフカ
漫画 春河35



『Fate/kaleid liner
プリズマ☆イリヤ』
原作 ひろやまひろし・
TYPE-MOON



『サンボンノイチ』
原作 木下半太
監督・脚本 品川ヒロシ

富士見書房 ブランドカンパニー



『スレイヤーズVSオーフェン』
著者 神坂一／秋田禎信
イラスト あらいすみるい／
草河遊也



『ソード・ワールド2.0
ルールブック1改訂版』
著者 北沢慶／グループSNE



『トリニティセブン』
原作 サイトウケンジ
イラスト 奈央晃徳



『東京レイヴンズ』
原作 あざの耕平
イラスト すみ兵

中経出版 ブランドカンパニー



『トヨタの育て方』
著者 (株)OJTソリューションズ



『カラー版 CD付
中学3年間の英語を
10時間で復習する本』
著者 稲田一



『仕事・人間関係
どうしても許せない人が
いるときに読む本』
著者 心屋仁之助



『歴史読本』

メディアファクトリー ブランドカンパニー



『ダ・ヴィンチ』



『僕は友達が少ないNEXT』
原作 平坂読



『アンジュ・ヴィエルジュ』
(トレーディングカードゲーム)



『となりの関くん』
著者 森繁拓真

★MFコミックス
フタバシリーズ

エンターブレイン ブランドカンパニー



『週刊ファミ通』



『バカとテストと召喚獣』
著者 井上堅二
イラスト 葉賀ユイ



『坂本ですが?』
著者 佐野栄見



『ファミ通.com』

角川マガジンス ブランドカンパニー



『週刊ガクエンテレビジョン』



『東京ウォーカー』



『レタスクラブ』



『毎日が発見』

財務ハイライト

2012年度決算のポイント

- 売上高および経常利益は、上場来最高を達成。企業再編を行なうことを記念し、普通配当35円に記念配当10円を上乗せし、1株当たり45円に増配。
- 雑誌／広告関連では徹底した合理化、きめ細かい出荷による返品率の改善に取り組み、収益性は改善。
- 映像関連ではパッケージ販売が好調に推移。また洋画配給作品のコストコントロールの徹底などで、利益貢献事業へと転換。

売上高／売上総利益率



営業利益／営業利益率



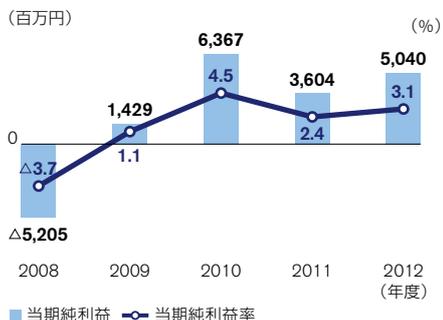
純資産／自己資本比率



流動資産／流動比率



当期純利益／当期純利益率

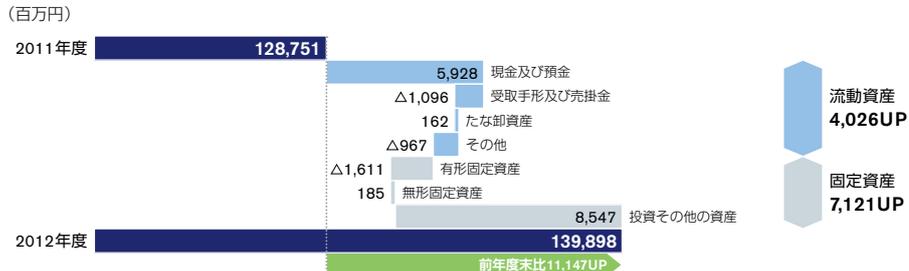


キャッシュフロー



資産・負債・純資産についてもっと詳しく

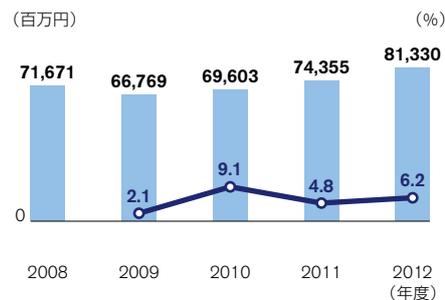
資産の部 分析図



負債・純資産の部 分析図

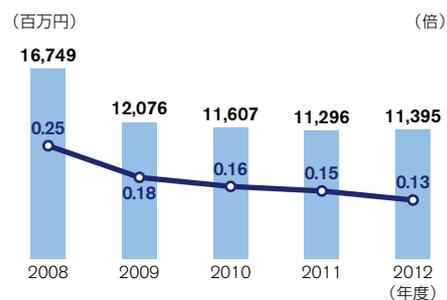


期中平均純資産* / ROE



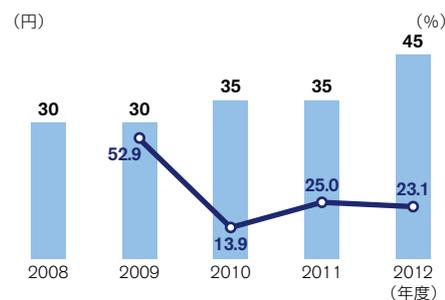
■ 期中平均純資産 ● ROE
 ※ 該当年度末および前年度末の純資産(少数株主資本を除く)を合算平均

有利子負債 / 有利子負債・自己資本比率



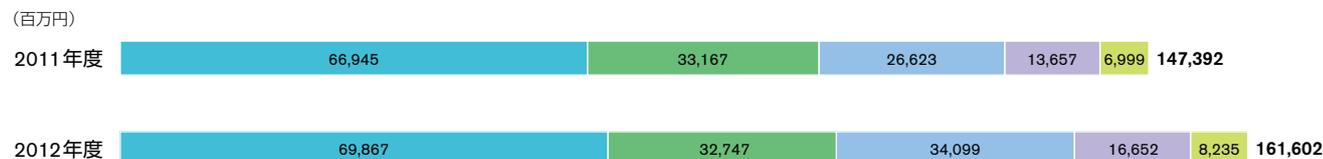
■ 有利子負債 ● 有利子負債・自己資本比率

1株当たり配当金 / 配当性向



■ 1株当たり配当金 ● 配当性向

分野別売上高



2012年度
分野別売上高構成比

● 書籍	43.2%
● 雑誌/広告	20.2%
● 映像	21.1%
● ネット・デジタル	10.3%
● 海外	5.1%

書籍

シリーズ作品の拡充、メディアミックス作品の拡販、新たな読者層の開拓などを進め、一般文庫が好調を持続しています。また、メディアファクトリーのグループ入りにより強固なシェアを確保したライトノベルも堅調に推移しました。

雑誌/広告

雑誌販売は減少傾向が続いていますが、カスタムマガジン、Web広告などが堅調に成長しています。また、2013年3月には(株)ドワンゴとの合併会社として(株)スマイルエッジをスタートさせ、ニコニコ動画などネット上における新たな広告ビジネスへの取り組みを始めています。

映像

公開映画のヒットやアニメ作品のパッケージ販売が好調に推移し、売上が増加しました。また、スタジオ事業も堅調に推移し、取扱作品も増加しています。

ネット・デジタル

出版が創出するコンテンツの展開を加速させています。特に「BOOK☆WALKER」においては、継続的なキャンペーンや新作同時発売などの施策とともに積極的な作品投入により、売上高を伸ばしています。

海外

台湾における出版事業が堅調に推移し、香港でも現地映画市場の盛り上がりを実感に取り込み、映像事業の業績を伸ばしました。また、海外ソフトの現地ローカライズによるゲーム事業も順調に推移しました。

子会社情報

(2013年10月1日現在)

株式会社角川ゲームス

KADOKAWAのゲーム事業強化のために戦略的子会社として設立。グループIPを活用したゲームソフトのパブリッシング事業やオリジナルゲームソフトの企画・開発・パブリッシング事業などを行なっています。

<http://www.kadokawagames.co.jp/>

株式会社角川大映スタジオ

1933年、日本映画株式会社が多摩川撮影所として開所し、現在に至るまで多数の映像・映画コンテンツを世に送り出しました。2011年、国内最大級の広さとなるGスタジオをオープン、さらにポストプロ機能を備え、映像コンテンツの制作において、撮影から編集まで一貫して行なっています。

<http://kd-st.co.jp/>

グロービジョン株式会社

1963年設立の老舗スタジオ会社。テレビ放送や劇場映画の分野において日本語吹き替え、日本語字幕の制作、アニメーションの音響制作、アフレコ、その他映像編集などを行なっています。

<http://www.glovision.co.jp/>

株式会社角川アスキー総合研究所

KADOKAWAの持つコンテンツ力、メディア力、リサーチ力、デジタルコンテンツに関する技術力を活かし、ネット・デジタル時代の社会とビジネスに貢献すべく、リサーチ事業、出版事業、教育・支援事業などを行なっています。

<http://www.lab-kadokawa.com/>

株式会社スマイルエッジ

KADOKAWAとダウンゴの合併会社。角川グループが培ってきた豊富なコンテンツと情報編集力、ダウンゴが保有する先見性に富んだ高い技術力、この二つを相互作用させ、広告市場の活性化と一層の拡大を図り、ユニークで面白く、かつ信頼できる、今までにない「ニコニコ動画」の新しい広告商品の開発、販売事業などを行なっています。

<http://www.smiledge.co.jp/>

株式会社角川メディアハウス

KADOKAWAの広告&宣伝活動をトータルに企画、実施するとともに、広く一般の広告業務を行なう広告代理事業、映画プロモーション事業、イベントのプロデュース事業、雑誌などの編集出版事業などを行なっています。

<http://www.kmh.kadokawa.co.jp/>

株式会社ムビチケ

ネットで購入できる映画の電子前売券販売サイト「ムビチケ」の運営や事前にネットで座席予約ができる「ムビチケカード」の販売、各種映画関連コンテンツの制作、映画関連の広告宣伝事業などを行なっています。

<http://www.movieticket.jp/>

株式会社K.Sense

KADOKAWAが持つコンテンツの編集力と通販業界の大手、千趣会が持つノウハウを融合させ、シニア層を中心とした通販事業やシニアマーケティング事業などを行なっています。

<http://www.k-sense.co.jp/>

株式会社ブックウォーカー

角川グループのデジタル戦略子会社で直営の電子書籍ストア「BOOK☆WALKER」の運営、電子書籍などの電子コンテンツの制作、配信および販売など電子書籍全般に関する事業などを行なっています。

<http://bookwalker.jp/>

株式会社キャラアニ

アニメ、コミック、ゲームコンテンツのキャラクターグッズなどのオンラインショッピング事業を中心に、オリジナルグッズや書籍の企画・製作・販売、通信販売事業代行、広告販売、イベント物販などを行なっています。

<http://www.chara-ani.com/>

株式会社ビルディング・ブックセンター

グループ全体の出版物全般を取り扱う出版物物流事業を中心に、直販事業、輸送事業・製本事業などを行なっています。また、グループが所有・賃借している不動産の運営管理なども行なっています。

<http://www.bbc-kadokawa.co.jp/>

台湾角川股份有限公司

コミック、ライトノベルを中心とした翻訳出版事業、さらには映像・商品化事業も展開しています。また、台湾のトレンドを発信する生活情報誌『台北ウォーカー』をはじめとした雑誌事業などを行なっています。新たなウェブサービス「Walker Land」が2013年5月にオープンし、ネットデジタル事業も積極的に展開していきます。

<https://www.kadokawa.com.tw/>

©「時をかける少女」製作委員会2006 ©2006 ヤマダチノボル・メディアファクトリー/ゼロの使い魔製作委員会 ©谷川流・いとうのいぢ/SOS団 ©鎌池和馬/アスキー・メディアワークス/PROJECT-INDEX ©有川浩・角川書店/図書館戦争フィルムパートナーズ 2012 ©2013 SADAOKO 3D FILM PARTNERS ©2013 Summit Entertainment, LLC. All Rights Reserved. tm & ©2013 Lions Gate Entertainment Inc. All Rights Reserved. ©KIYOHICO AZUMA/YOTUBA SUTAZIO ©Kadokawagakugeishuppan 2013 ©Natsuhiko Kyogoku 2013 ©Kadokawa Gakugei Shuppan 2013 ©角川学芸出版2006 ©Ryosuke Kakine 2013 ©朝霧カフカ・春河35/KADOKAWA ©2013 ひろやまひろし・TYPE-MOON・角川書店/「プリズマ☆イリヤ」製作委員会 ©2014「サンブノイチ」製作委員会 ©2013 OJT Solutions, INC ©2010 Hajime Inada ©2013 Jimnosuke Kokoroya ©2005 HAJIME KANZAKA, YOSHINOBU AKITA, RUI ARAIZUMI, YUUYA KUSAKA ©2012 Group SNE ©KENJI SAITO, AKINARI NAO / KADOKAWA ©KOUHEI AZANO, SUMIHEI / KADOKAWA ©2013平坂読・メディアファクトリー/製作委員会は友達が少ないNEXT ©Ange Project ©2013 Takuma Morishige ©KADOKAWA CORPORATION 2013 ©2007 Kenji Inoue・Yui Haga ©Nami Sano 2013 ©KADOKAWA CORPORATION 2013

会社情報

会社概要

商号	株式会社KADOKAWA (2013年6月22日商号変更)
本店所在地	〒102-8177 東京都千代田区富士見二丁目13番3号
代表者	代表取締役社長 佐藤 辰男
創業年月日	1945年11月10日
設立年月日	1954年4月2日
資本金	263億3,070万円(2013年3月31日)
主な法人株主	日本生命保険 バンダイナムコホールディングス みずほ銀行 NTTドコモ ドワンゴ
主な取引銀行	みずほ銀行 三井住友銀行 三菱東京UFJ銀行 りそな銀行 三菱UFJ信託銀行

役員

(2013年6月22日現在)

取締役会長	角川 歴彦
代表取締役社長	佐藤 辰男
代表取締役専務	井上 伸一郎
常務取締役	谷口 常雄 関谷 幸一 松原 眞樹 濱村 弘一
取締役	高野 潔 秋山 伴道 山口 貴 水島 真 塚本 進 安田 猛 太田 修 横沢 隆 芳原 世幸 椎名 保(相談役) 渡辺 彰 川上 量生
社外取締役	船津 康次 高須 武男 森泉 知行
常勤監査役	若林 陽 高山 康明
社外監査役	渡邊 顯 神谷 英一

連結子会社

株式会社ビルディング・ブックセンター
株式会社ブックウォーカー
株式会社角川ゲームス
株式会社エイティーエックス
株式会社角川アスキー総合研究所
株式会社角川大映スタジオ
KADOKAWA HOLDINGS U.S. INC.
KADOKAWA HOLDINGS ASIA LTD.
KADOKAWA HOLDINGS U.S. IN HONG KONG LTD.
KADOKAWA HONGKONG LTD.
KADOKAWA PICTURES AMERICA, INC.
株式会社角川メディアハウス
株式会社ebクリエイティブ
グロービジョン株式会社
日本映画ファンド株式会社
株式会社エンジェル・シネマ
株式会社ムービータイム
株式会社角川ブックナビ
台湾角川股份有限公司
株式会社キャラアニ
株式会社スマイルエッジ
株式会社ムビチケ
株式会社K. Sense



www.kadokawa.co.jp