



各 位

平成 29 年 2 月 13 日

本社所在地 東京都新宿区北新宿二丁目 21 番 1 号  
会 社 名 RIZAP グループ 株式会社  
代 表 者 代表取締役社長 瀬戸 健  
コード番号 2928 札幌証券取引所アンビシャス  
問合せ先 取 締 役 香西 哲雄  
電 話 番 号 03-5337-1337  
U R L <https://www.rizapgroup.com/>

## 株式会社ぱどとの戦略的事業資本提携方針のお知らせ

RIZAP グループ株式会社は、株式会社ぱどとの戦略的事業資本提携方針を策定しましたので、以下のとおりお知らせいたします。

### 記

#### 株式会社ぱどとの戦略的事業資本提携方針策定の背景

当社は、本日公表した「株式会社ぱどとの資本業務提携契約の締結及びそれに伴う第三者割当増資の引受けによる子会社の異動に関するお知らせ」に記載のとおり、本日開催の取締役会において、株式会社ぱど(以下、「ぱど」といいます)の実施する第三者割当増資を引き受けること、及びぱどの子会社化を決議しました。

そこで当社は、ぱどの業績回復に向けた課題分析と対策を実行するプランを作成し、当社グループ入り後、迅速に課題解決に取り組むべく、ぱどとの戦略的事業資本提携方針を策定いたしました。

グループ戦略の主なポイントは以下になります。

●当社グループは、今後、グループ各社の販売機会の最大化、マーケティング効率・宣伝広告費等の適正化、および、将来の事業の柱の創出を目的に、ぱどを「RIZAPメディア事業グループ構想」の中核企業として迎え、メディア事業への本格進出を進めてまいります。

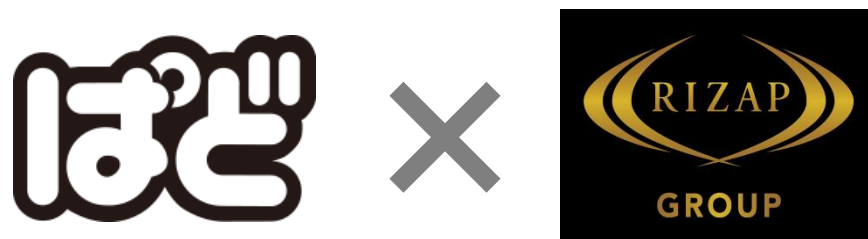
●「RIZAPメディアグループ構想」においては、「豆乳クッキーダイエット」「美顔器エステナード」「ボディメイクRIZAP」などRIZAPの爆発的成長を支えてきた独自のマーケティング力を基盤に、株式会社日本文芸社による出版事業、北斗印刷株式会社による印刷事業、および、株式会社ぱどによる地域メディア事業などのRIZAPグループ内のメディア関連の事業・機能を集約し、他に類を見ないマーケティング力を有する「RIZAPメディア事業グループ」としての事業を一体的に推進し、「より幸せに輝いて生きたい」という人々に対して最適な情報を提供し、信頼されるメディアグループの構築を目指してまいります。

●短期～中期的観点からは、RIZAPの従来の強みである「マス・マーケティング」と、発行部数 No.1 の地域密着型メディアである「ぱど」とのベストミックス実現により、当社グループ各社のマーケティングコストの低減を進めるとともに、当社グループ全体のマーケティング機能のさらなる強化を進めてまいります。

以 上

# 株式会社ぱど との戦略的資本業務提携について

## ～RIZAPグループ メディア事業に本格進出～



2017年2月13日

RIZAPグループ株式会社

## 1. グループ戦略 について

## 2. ぱど 事業戦略 について

## 3. RIZAPグループの 過去のM & A事例のご紹介

フリーペーパー発行部数No.1を誇る  
株式会社ぱどとの戦略的提携により  
RIZAPグループ、メディア事業に本格進出。

ぱど

×

RIZAP  
GROUP



# 株式会社ぱど の戦略的位置づけ

RIZAPグループは、フリーペーパー発行部数No. 1の株式会社ぱどを「RIZAPメディア事業グループ」構想の中核企業として迎え、メディア事業への本格進出を進めてまいります。

美容・健康関連  
事業グループ



アパレル関連  
事業グループ



住関連ライフスタイル  
事業グループ



エンター  
テイメント  
事業グループ



メディア  
事業  
グループ



RIZAPメディア  
マーケティング部門

◎ 日本文芸社

出版

HONFU 北斗印刷

印刷

ぱど

地域メディア

...

# 「RIZAP メディア事業グループ」構想

RIZAPグループは、「豆乳クッキーダイエット」「美顔器エステナード」「ボディメイクRIZAP」など、RIZAPの爆発的成長を支えてきたRIZAP独自のマーケティング力を基盤に、グループ内のメディア関連の事業・機能を集約し、他に類を見ないマーケティング力を有する「RIZAPメディア事業グループ」として、グループシナジーの最大化と新しい事業の柱としての成長を目指してまいります。



## 目指す姿

- ・「より幸せに輝いて生きたい」という人々へ、最適な情報を提供し、信頼されるメディアグループへ
- ・グループの収益の柱となる事業グループへ

## 経営資源

- ・ マーケティング力 (RIZAP固有の強み)
- ・ 出版事業 (日本文芸社)
- ・ 印刷事業 (北斗印刷)
- ・ 地域メディア事業 (ぱど)
- ・
- ・

## グループシナジー

- ・ RIZAPグループの各事業の販売機会の最大化
- ・ マーケティング効率・宣伝広告費等の適正化

# マーケティング機能のさらなる強化へ

RIZAPの従来**の強みである「マス・マーケティング」と、フリーペーパー発行部数No.1の「地域密着型メディア」である「ぱど」とのベストミックス実現により、RIZAPグループ全体のマーケティング機能のさらなる強化を進めてまいります。**

## マス・マーケティング (RIZAPの強み)

- ・テレビ
- ・全国紙
- ・Web
- ・書籍 etc...



## 地域密着型メディア (ぱどの強み)



タブロイド版



女性向け



富裕層向け











メディアのベストミックス実現による  
マーケティング機能のさらなる強化へ

# 「ばど」を活用したマーケティングコストの低減

ばどの自社配布組織による「低い配布コスト」と、「細かい地域指定による高い広告効果」により、RIZAPグループのマーケティングコストを低減

## ばど

## 新聞折込

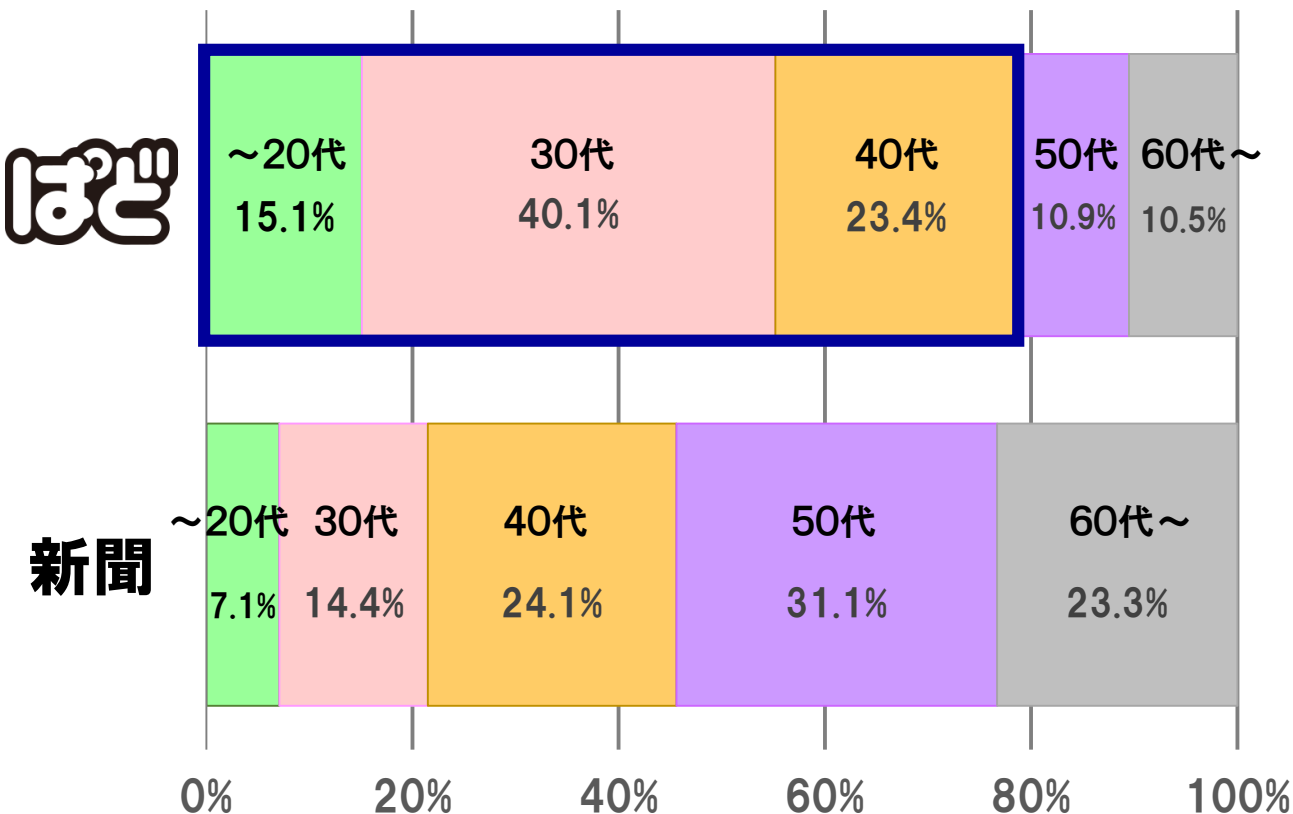
料金	 3.0円（ばど折込料金） ※A4普通紙の場合	 3.4～4.8円（新聞折込料金） ※A4普通紙の場合
配布部数	 新築マンションなどを含め 地域世帯の6割に配布可能	 新聞購読世代のみ
配布密度	 細かい地域を指定可能	 配布単位が広い
配布クレーム （折込）	 「ばど」同梱で捨てられにくい 平均枚数 2.3枚	 チラシが多く目立ちにくい 平均枚数 20.9枚
配布日	 水～金曜日 （一部地域は木～土曜日）	 曜日指定可能

※出所：株式会社ばど ホームページより。料金欄には、東京・神奈川・埼玉・千葉エリアにおける平均配布料金を記載



# 「ぱど」の読者層

読者層の比較



ぱどの読者層の  
8割が20~40代



RIZAPの  
メインターゲット層への  
訴求力の強化へ

※ぱど読者モニターアンケートより

# フリーペーパー発行部数 No. 1

## フリーペーパー発行部数ランキング(媒体別)

	媒体名	会社名	発行部数
1	ぼど	株式会社ぼど	962万部
2	リビング新聞	サンケイリビング新聞社	790万部
3	ホットペッパー	リクルート	586万部
4	ウーマンライフ	ウーマンライフ新聞社	398万部
5	タウンワーク	リクルート	300万部
6	定年時代	新聞編集センター	250万部
7	はいから	アーデント・ウィッシュ	244万部
8	タウンニュース	タウンニュース	234万部
9	ちいき新聞	地域新聞社	212万部
10	読売ライフ	読売ライフ	176万部

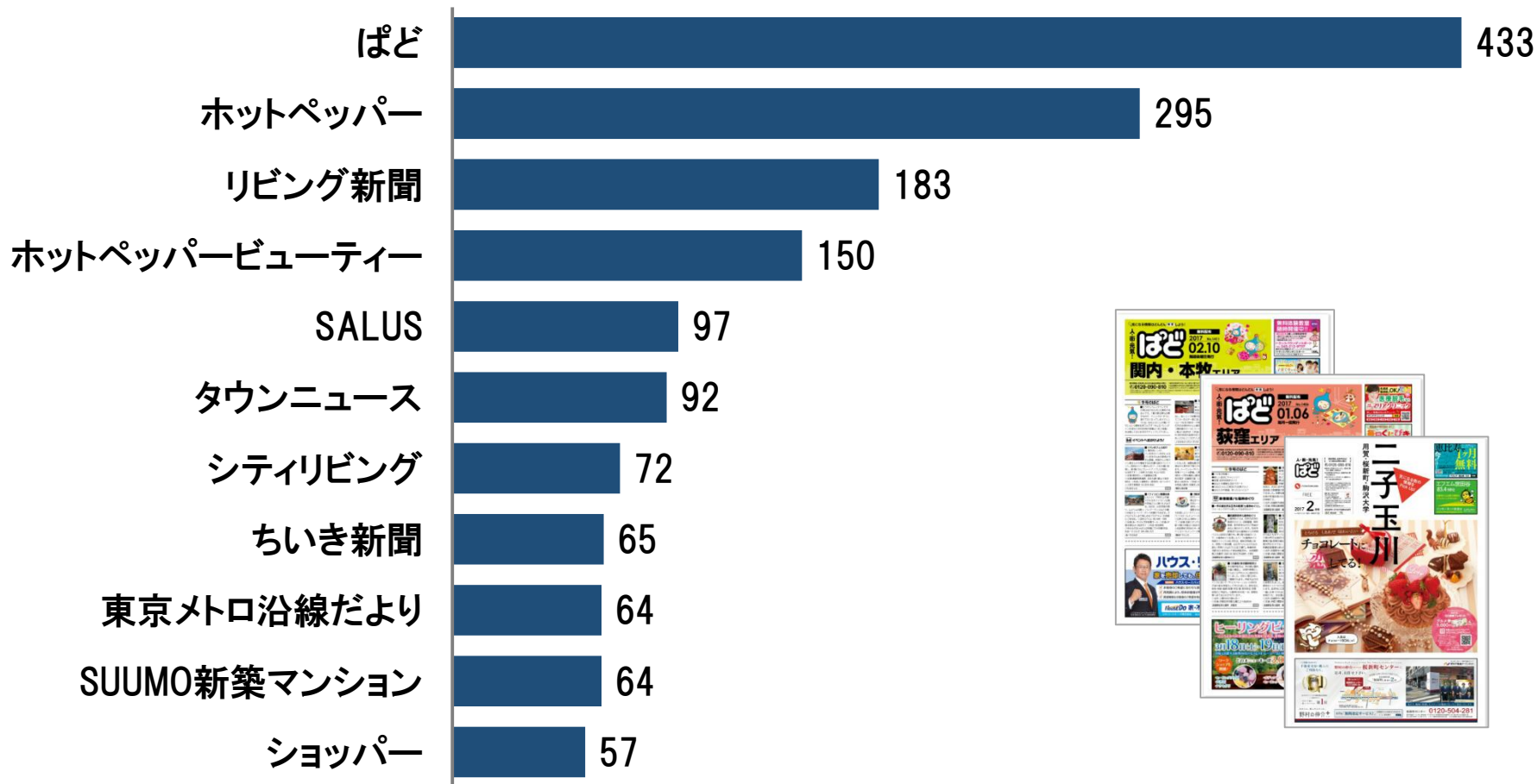
# フリーペーパー 媒体別発行部数 No.1



※出所: 各社ホームページ、全国フリーペーパーガイド2016

# 最もよく読まれているフリーペーパー

## 良く読むフリーペーパー（1都3県）



※マクロミルブランドデータバンク「よく読むフリーペーパー」より（2016年6月、n=11,132）

# 株式会社ぱど の主な媒体（現状）



ぱど（タブロイド版）



地域密着型 情報誌



富裕層向け



女性向け



子育てママ向け



ご近所ドクター BOOK

## 1. グループ戦略 について

## 2. ぱど 事業戦略 について

## 3. RIZAPグループの 過去のM & A事例のご紹介

# 短期間でV字回復へ

カテゴリー	主な施策
売上増	RIZAPグループ各社の広告の積極投入
	RIZAPのマーケティングノウハウをもとにした営業力強化、営業体制の強化
	グループシナジーを生かした新メディアの開発（美容、健康、シニア向け 等）
	コンテンツ力強化、商品力強化
	Webビジネスの強化
コスト削減	不採算媒体の統廃合・発行回数の削減
	原価削減（印刷費、業務委託費など）
	業務再構築によるコストの適正化



**RIZAPグループのノウハウ・リソースを投入し、  
早期にV字回復を実現**

# 成長路線への転換

## フリーペーパー発行部数ランキング(会社別)

	社名	発行部数
	株式会社ばど(2020年度目標)	2,000万部
1	株式会社ばど(現状)	1,188万部
2	サンケイリビング新聞社	1,003万部
3	リクルート(ホットペッパー等)	912万部
4	株式会社中広	640万部
5	読売新聞グループ	636万部
6	ウーマンライフ新聞社	398万部
7	新聞編集センター	250万部
8	アーデント・ウィッシュ	244万部
9	タウンニュース	234万部
10	地域新聞社	212万部

## 中期目標

2020年度までに  
発行部数 倍増へ  
(2000万部規模)

圧倒的No.1の  
地域密着型  
マーケティング企業へ

※出所: 各社ホームページ、全国フリーペーパーガイド2016

# 新メディアによるグループシナジー

## 新メディアによるシナジーの例



シニア向け  
新メディア



シニア向け  
RIZAP



健康・美容関連  
新メディア



グループ各社  
戦略商品

# グループシナジーの最大化へ



# 戦略ロードマップ

短期

中～長期



マーケティング機能の  
さらなる強化

メディア事業を  
RIZAPグループの  
収益の柱に



V字回復  
(早期黒字化)

発行部数倍増へ(2,000万部規模)  
高収益体質への転換

1. グループ戦略 について

2. ぱど 事業戦略 について

3. RIZAPグループの  
過去のM & A事例のご紹介

# 過去のM&A案件

## ～2013年度

ジャパングールズ



ジャパングールズSC (旧:アスティ)



エンジェリーベ



馬里邑



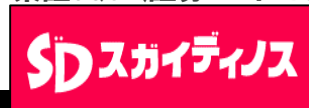
イデアインターナショナル

東証JQG (証券コード:3140)



SDエンターテインメント

東証JQS (証券コード:4650)



## 2014年度

アンティローザ



夢展望

東証マザーズ (証券コード:3185)



## 2015年度

北斗印刷

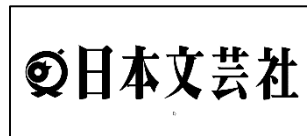


タツミプランニング



## 2016年度

日本文芸社



三鈴



パスポート

東京JQS (証券コード:7577)



マルコ

東証2部上場 (証券コード:9980)



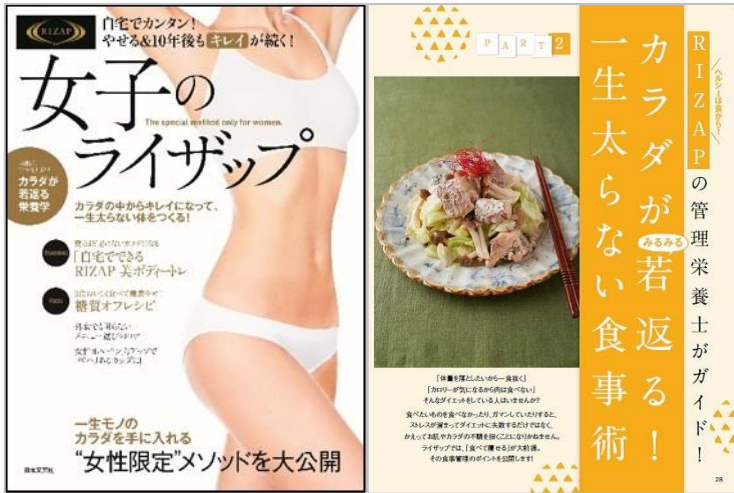
～2017年2月20日グループ入り予定～

ジーンズメイト

東証1部上場 (証券コード:7448)



# シナジー事例 (RIZAP × 日本文芸社)



× 日本文芸社

**RIZAP × 日本文芸社書籍  
Amazon の売れ筋ランキング  
1位・2位を独占!**



※Amazonランキング  
「その他の美容・ダイエットの本の売れ筋ランキング」にて  
(2017年1月17日時点)

# シナジー事例（その他）

RIZAPグループとしてのシナジー最大化に向けて、グループ各社の強みを活かし、リブランディング・商品開発等を積極的に推進するとともに、グループ会社間の相互送客によって、グループ各社の業績拡大を進めてまいります。



×



RIZAPメソッド採用による  
より効果的な補正下着



×



製造・販売における  
コラボレーション



×

グループ各社

物流機能、購買、CRM、IT、  
基幹システム等の共通化





# 免責事項

**本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。**

**本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。**