

決算のご報告（第2四半期） 連結財務諸表（要旨）

	第58期 第2四半期 2011年9月30日	第57期 2011年3月31日
資産の部		
流動資産	76,145	77,942
固定資産	47,490	44,008
資産合計	123,635	121,951
負債の部		
流動負債	31,908	33,593
固定負債	15,097	15,206
負債合計	47,005	48,800
純資産の部		
株主資本	79,671	75,928
その他	△3,041	△2,777
純資産合計	76,630	73,150
負債及び純資産合計	123,635	121,951

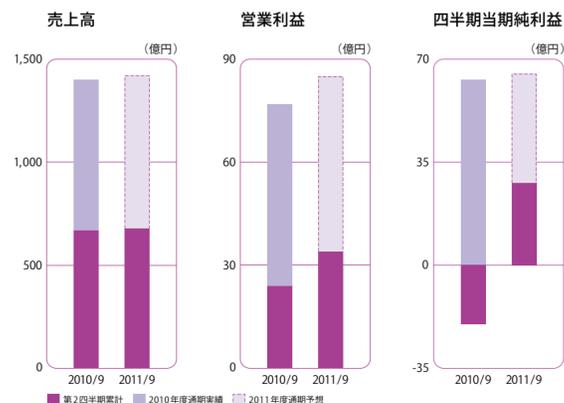
	第58期 第2四半期 2011年4月1日～2011年9月30日	第57期 第2四半期 2010年4月1日～2010年9月30日
売上高	67,906	66,875
売上原価	49,651	49,862
売上総利益	18,255	17,013
販売費及び一般管理費	14,801	14,525
営業利益	3,453	2,487
営業外収益	362	504
営業外費用	384	88
経常利益	3,431	2,903
特別利益	24	4
特別損失	189	3,080
税金等調整前四半期純利益	3,266	△172
四半期純利益	2,878	△2,099

営業利益増について

- 書籍関連、ネットデジタル関連の好調により、売上高は前年同期比1,030百万円の増加。書籍関連は文庫・ライトノベル・コミックスなどの販売が好調だったため、前年同期比2,958百万円の売上増。ネットデジタル関連も好調。なかでもゲームソフトは発売延期タイトルが複数あったにもかかわらず、前年同期比増収を維持。アイドルCDの通販売上好調も営業利益の増加に貢献。
- コスト削減に取り組んだ成果により、売上増にもかかわらず売上原価は前年同期比211百万円減少。売上原価率は73.1%となり、前年同期74.6%の水準から1.5ポイントの引き下げを達成。

四半期純利益増について

- 前年同期は税金等調整前四半期純利益が172百万円の赤字だったにもかかわらず、法人税等1,877百万円の負担により、2,099百万円の赤字。
- 当期より連結納税制度を導入。税金等調整前四半期純利益が前年同期比3,438百万円の増益だったにもかかわらず、法人税等は325百万円に軽減。



角川通信

http://www.kadokawa-hd.co.jp/ 2011 冬号 VOL. 28



第2四半期累計のシリーズ売上高No.1に輝いたのは『図書館戦争』シリーズ。4月から8月までに文庫本でシリーズ6冊が発売され、シリーズ累計250万部を突破するヒット!



©2011『源氏物語 千年の謎』製作委員会

第2四半期(累計)は売上高679億円(前年同期比10億円増)、営業利益34億円(前年同期比9億円増)となりました。7月から9月までの3か月間では、書籍とネットデジタルの好調が業績を牽引し、書籍では『ジェノサイド』(単行本)、また映画原作の『夜明けの街で』(文庫)、『とある魔術の禁書目録』シリーズ、『図書館戦争』シリーズの販売が好調でした。ネットデジタルではアイドルCDの通販が好調でした。

今年度最も期待の角川映画作品『源氏物語 千年の謎』が12月10日、満を持しての公開となりました。本作品は配給を担当する東宝の正月映画に選ばれ、410スクリーンを超える、邦画としては異例の上映規模となりました。

第2四半期 (7月～9月)の主なヒット作品

▼単行本

- 1位 ジェノサイド
- 2位 ニッポンの嵐
- 3位 中国嫁日記

▼ライトノベル

- 1位 新約とある魔術の禁書目録 ②
- 2位 俺の妹がこんなに可愛いわけがない ⑨
- 3位 デュラララ!! ×10

▼シリーズ

- 1位 『とある魔術の禁書目録』シリーズ
- 2位 『図書館戦争』シリーズ
- 3位 『魔法少女リリカルなのは』シリーズ

▼文庫

- 1位 夜明けの街で
- 2位 別冊 図書館戦争 I
- 3位 別冊 図書館戦争 II

▼コミック

- 1位 世界一初恋 小野寺律の場合 ⑥
- 2位 魔法少女リリカルなのはForce ④
- 3位 涼宮ハルヒちゃんの憂鬱 ⑥

▼DVD/BD

- 1位 漫才ギャング
- 2位 JIN-仁-
- 3位 日常



会社役員

取締役会長	角 川 歴 彦
代表取締役社長	佐 藤 辰 男
常務取締役	井 上 伸一郎
	関 谷 幸 一
	椎 名 保
	太 田 修
取締役	谷 口 常 雄
	山 口 貴
	高 山 康 明
	松 原 眞 樹
	久 夙 良 木 健
	船 津 康 次
社外取締役	森 泉 知 行
	川 上 量 生
	江 川 武
常勤監査役	水 島 真
	池 田 靖
社外監査役	渡 邊 顯

角川グループホールディングスのホームページはIR・財務情報に加え、皆さまに角川グループの事業内容をより深くご理解いただけるよう、グループ各社の最新情報や話題、事業展開などを満載しています。ぜひご覧くださいませようお願い申し上げます。

http://www.kadokawa-hd.co.jp/

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月中
定時株主総会の基準日	3月31日
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号 TEL 0120-232-711 (フリーダイヤル)
上場証券取引所	東京証券取引所
公告の方法	電子公告 公告掲載URL http://www.kadokawa-hd.co.jp/ (ただし、電子公告によることのできない事故、その他のやむを得ない事由が生じた時には、日本経済新聞に公告いたします。)

(ご注意)

1. 株券電子化に伴い、株主様の住所変更、単元未満株式の買取請求その他各種手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に登録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問い合わせください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店でもお取り扱いいたします。
3. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。



角川グループホールディングス

KADOKAWA GROUP HOLDINGS, INC.
株式会社 角川グループホールディングス
〒102-8177 東京都千代田区富士見2-13-3
電話03-3238-8411



プレゼントのお知らせ

今回のプレゼントは、高野和明著『ジェノサイド』を抽選で10名の方にお送りします。本書は直木賞にノミネートされた後、「本の雑誌」が選んだ2011年上半年ベスト10の第1位にも選ばれました。今後、出版関連の賞でもさらなる受賞が期待できます。世界を舞台にスケールの大きなストーリーとスピード感あふれる展開で多くの読者を魅了し、角川グループで今、一番注目いただきたい作品です。ご希望の方は、角川通信のご感想や経営に関するご質問とともに、お名前とご住所をご記入のうえ応募ください。

10名様 Present!



- あて先
〒102-8177 東京都千代田区富士見2-13-3
株式会社角川グループホールディングス
IR・広報室「プレゼント」係
- 応募締切り 2012年1月10日(消印有効)
発表は発送をもって代えさせていただきます。なお、取得した個人情報はお送りの方に商品を送送するためのだけに使用し、他の目的では使用いたしません。

製作の現場から

ニコニコ静画(電子書籍)サービス開始!!

角川グループの電子書籍プラットフォーム「BOOK☆WALKER」と、ダウンゴの「ニコニコ動画」が手を組んで作り出した「ニコニコ静画(電子書籍)」が11月8日にサービスを開始しました。ソーシャルリーディングの新サービス「ニコニコ静画(電子書籍)」とは!? (株)角川コンテンツゲートの栗本さんにお話を聞きました。

Q. まず、「ニコニコ静画(電子書籍)」とはどのようなサービスなのでしょう?

A. 「ニコニコ静画(電子書籍)」はBOOK☆WALKERで買った電子書籍をニコニコ静画のビューワを使って、コメントを共有しながら読書を楽しむサービスです。このサービスを体験するには、ニコニコ動画内の「ニコニコ静画(電子書籍)」にアクセスして会員登録を行ない、BOOK☆WALKERとの会員登録をすれば、BOOK☆WALKERで買った本でコメントを読んだり、書いたりできるようになります。

Q. サービスが開始されてからのユーザーの反応はいかがですか?

A. すでに多くのコメントが書かれています。例えばコミック『テルマエ・ロマエI』を見てください(実際に見せてもらいました)。ここには多くのコメントが集まっており、反応は上々です。コメントを見たり、書いたりすることで「読書に参加している感」が味わえ、これまでとは違った読書体験ができます。

Q. コメントの付け方は何パターンあるのでしょうか?

A. コメントが流れるタイプとコメントが指定箇所にとどまるタイプの2パターンあります。流れるタイプは主に「感想」が述べられ、指定箇所にとどまるタイプは「ツッコミ」や「共感」などのコメントが多いようです。

Q. 実用書や新書では書き込むのが難しいような気がしますが……。

A. 実用書や新書には、事前に著者のコメントを盛り込むことを考えています。著者



スタートしましたが、今後の展開は?

A. 近々、第2弾として「BOOK☆WALKER for GREE」がサービス開始となります。

Q. 「ニコニコ静画(電子書籍)」と「BOOK☆WALKER for GREE」のサービスの違いは?

A. 楽しみ方の違いとして、「ニコニコ静画(電子書籍)」は主にコミュニケーションを楽しむサービス。「BOOK☆WALKER for GREE」はコミュニケーションに加え、ゲーム性を楽しむサービスです。例えば、好きな本の称号(マスター)がもらえたり、メダルを集めたりなどができます。

Q. 今後どのようにサービスが進化していくのですか?

A. 角川グループにはアニメ化された作品が多くありますので、動画配信との連携を考えています。また、商品化されたキャラクターも多くありますので、通販との連携も予定しています。

『テルマエ・ロマエI』をニコニコ静画(電子書籍)で読んでみました



社長メッセージ

将来の成長に向けた重要な取り組み

昨今、今後の角川グループの戦略上、重要な発表が相次ぎましたので、この場を借りて皆さまにご報告申し上げます。

メディアファクトリーの角川グループ入り

メディアファクトリーはコンテンツの発掘とメディアミックスに秀で、その事業モデルは当社と軌を一にするものです。またコンテンツの目利きにも優れ、他社の作品のアニメ化にも積極的にかかわっています。プロデュース力に満ちたメディアファクトリーが加わることで、当社のメディアミックス展開が一層活性化されると考えています。

一方、メディアファクトリーの進取の気性に富んだ企業文化、独自性あふれる作品群も魅力です。これまで我々があまり取り込んでこなかったジャンルが拡充されることはもちろん、我々がこれまでグループ内で競い合ってきたジャンルにおいても刺激となつて、

互いに切磋琢磨しながら、より良いコンテンツ作りにつながると期待しています。

ライトノベルの市場拡大は今なお続いていきます。その大半を当社が占め、売上高は9年連続成長、今期も昨年を上回る勢いです。その当社に唯一追隨していたのがメディアファクトリーでした。成長分野のNo.1とNo.2企業がひとつとなることで、ライトノベルのみならず書籍市場全体を通して、当社のプレゼンスを一層向上させることができます。

「ニコニコ静画（電子書籍）」サービス開始

2011年11月8日、「ニコニコ静画（電子書籍）」のサービス開始により、今までにない新たなソーシャルリーディングが幕を開けました。同じ本を読む者同士、コミュニケーションをとりながら読み進める、全く

新しい読書スタイルの提供は、読書の可能性を大きく広げることにあります。

さらなる意義は、ニコニコ動画会員2,369万人（2011年9月末現在）とBOOK☆WALKERが繋がったことです。当社コンテンツとニコニコ動画の親和性の高さは広く知られ、当社にとって大きなビジネスチャンスとなります。それにはライトノベルやコミックの強化が重要で、メディアファクトリーのグループ入りがここでも生きてきます。今後は動画配信や通販も視野に入れ、ユーザーをさらに惹き付けるものにしていきます。

新たな時代において角川グループは、時代を先駆ける企業体となることを目指しています。皆さまには今後も変わらぬご支援・ご理解を賜わりたく、よろしくお願ひします。



代表取締役社長
佐藤 辰男
Tatsuo Sato

分野別売上高（第2四半期累計期間）



売上高
679億円
+1.5%

営業利益
34億円
+38.8%

TOPICS

▶ 9割がバイトでも最高のスタッフに育つディズニーの教え方

東日本大震災後、テレビで放送された地震発生時の東京ディズニーランドのキャストが臨機応変で適切な対応をする姿に多くの方が感銘を受けました。そこからディズニーの教育方法を描いた本書の内容に改めて注目が集まるようになりました。2010年11月の発売以降、着実に販売数を伸ばしていましたが、2011年度に入り、さらに売れ行きを伸ばし、上半期の実用書ジャンルでNo.1となりました。

▼編集者からコメント
東京ディズニーリゾートでは、9割のスタッフが正社員ではなくアルバイトで、アトラクションを運営しています。しかし、アルバイトでも最高のサービスを提供し、東京ディズニーリゾートはほかの遊園地とは異なる、そして不況にも負けないブランド価値を作り上げています。その背景にあるのが、徹底したディズニーの社員教育システムです。

また、人材レベルの高さといえば、ザ・リッツカールトン・ホテルとディズ

ニーが有名ですが、この2社には、
●リッツ・カールトン：
人の「素質」を見極める（＝社員のポテンシャル重視）
●ディズニー：
どんな人材でも育てることを重視する（＝教育重視）
という決定的な差があるのです。どんなにCS（顧客満足）を高めようとしても、その前段階の社員教育の成功なくして、CSは成り立ちません。
本書では、「社員教育」をテーマにしたディズニーの人材教育方法を紹介します。一般の会社でも活用できる社員教育のコツとポイントを解説しています。



▶ 『源氏物語 千年の謎』ワールドプレミアイベント開催

『源氏物語 千年の謎』ワールドプレミアイベントが、11月2日に京都、11月7日に東京で開催されました。ライトアップされた京都・平安神宮の應天門に、豪華に彩られた牛車に乗って登場したのは、光源氏役の生田斗真さんと紫式部役の中谷美紀さん。「光源氏と二人で乗っていると思うとドキドキしました。」と中谷さんは笑顔でコメント。本館にて映画の大ヒットを祈願した後、鶴橋康夫監督を加えた3名は、ワールドプレミア試写会の行なわれている京都市内の各映画館に現れ、舞台挨拶を行な



ければうれしいです。」と、試写会に集まった観客にメッセージを送り、舞台挨拶をしめくりました。

▶ 世界初！ 座席予約まで直結したオンライン映画前売券『ムビチケ』サービス開始

オンラインの映画前売券販売サービス『ムビチケ』が9月1日、サービス開始となりました。『ムビチケ』で前売券を買った、当日券に比べて最大500円おトクになります。映画の公開日を迎えたら、WEB上で各提携シネコンチェーンの座席を予約！ 鑑賞当日は、劇場の自動発券機にて座席指定チケットを出力するだけ。スマートなサービスがスタートしました。



▶ 中経出版主催「がんばれ！ 東北の高校生・受験生」

9月25日、被災地の大学受験生を応援するイベント「がんばれ！ 東北の高校生・受験生」が、仙台市の「ホテル法華クラブ仙台」で開催されました。予備校の垣根を越えて集まった著名講師6名が、大学入試センター試験で高得点をとるための勉強法について講演を行ないました。6名の講師はいずれも『9割とれる 最強のセンター試験勉強法』（中経出版）の著者でもあり、センター試験対策のスペシャリストです。集まった受講生のまなざしも真剣そ



もので、各講師の話に熱心に耳を傾けていました。講演後は、各講師に質問やサインを希望する人で長蛇の列ができるほどの盛りぶりでした。

▶ 月刊コミック誌『天漫』創刊

中国における出版拠点である廣州天間角川動漫有限公司（以下天間角川）は9月5日、月刊コミック誌『天漫』を創刊しています。天間角川は昨年4月の設立後、ライトノベルではすでに100点以上の作品を刊行しました。この度創刊となった『天漫』は、中国の著名

な漫画スタジオ所属作家の作品を連載、『機動戦士ガンダムUC』や『涼宮ハルヒの憂鬱』といった日本作品の中国人作家によるコミカライズも掲載。また9月20日には『天漫軽小説』も創刊し、現地作家によるコミック・ライトノベルの本格展開がスタートしました。

メディアファクトリーの魅力 その1 独自性あふれる作品群

広いジャンルと魅力あふれるコンテンツ

角川グループにとって、ライトノベルやコミックスがさらに強化されるだけではなく、これまであまり手掛けてこなかったコミックエッセイや『ダ・ヴィンチ』のような書評雑誌など新ジャンルの強化が見込まれます。



メディアファクトリーの魅力 その2 メディアミックスに秀でた事業モデル



メディアミックスの具体例『ゼロの使い魔』

メディアファクトリーを代表するコンテンツ『ゼロの使い魔』は、2004年にライトノベルとして発売され、テレビアニメ放送が2006年、2007年、2008年と続けて行なわれました。さらに2012年1月には第4期『ゼロの使い魔F』が放送予定。角川グループ同様、コンテンツを多様なメディアへ展開させることに優れ、その収益化に長けています。

メディアファクトリーの魅力 その3 他社作品のアニメ化への積極的なかわり

角川グループとのテレビアニメの共同展開

角川グループはメディアファクトリーと共同で、これまでも角川グループ原作作品のアニメ化に携わってきました。メディアファクトリーの角川グループ入りにより、作品のテレビアニメ化が一層活性化することが期待されます。

『Steins;Gate』
原作：5pb./ニトロプラス
ゲーム：角川書店
DVD：メディアファクトリー
©2009-2010 5pb. Inc. / Nitroplus
©2011 5pb. / Nitroplus 未来ジェット研究所



『バカとテストと召喚獣にっ!』
原作：エンターブレイン
DVD：メディアファクトリー
©2011 Kenji Inoue / PUBLISHED BY ENTERBRAIN, INC. / バカとテストと召喚獣2 製作委員会



『オオカミさんと七人の仲間たち』
原作：アスキー・メディアワークス
DVD：メディアファクトリー
©2010 沖田雅 / アスキー・メディアワークス / オオカミさんと製作委員会

『異国迷路のクロワーゼ』
原作：富士見書房
DVD：メディアファクトリー
©2011 武田日向 / 富士見書房 / 異国迷路のクロワーゼ 製作委員会

名作探訪（第2回）

『週刊カドカワ ザテレビジョン』創刊（1982） —「雑誌の時代」開幕—

1982年9月22日、『週刊カドカワ ザテレビジョン』が創刊されました。創刊第1号の表紙は、ベレー帽をかぶり、右手でレモンをかじる薬師丸ひろ子（撮影：篠山紀信）。『ザテレビジョン』のシンボルとなるレモンが創刊号に登場していますが、実は毎号使用されるようになったのはもっと後の話です。テレビ番組誌に芸能的楽しさを加味する狙いがその表紙にも表れており、第2号の表紙はスーツ姿で笑う長嶋茂雄、第3号は主演映画『五番町夕霧楼』が放送される松坂慶子など、時の人が相次いで表紙を飾りました。

番組表と同じ大きさになりました。また当時主流だったモノクロ版に対し番組表も二色刷りにしました。大型サイズを活かし、写真をふんだんに掲載。テレビ番組、放送映画などの紹介も、十分なスペースを取って詳しく掲載しました。創刊当初は関東、関西、全国版の3版体制でスタートしましたが、その後1982年中に北海道版、中部版、1983年には九州版が加えられ、1984年にはさらに他地域10版が足され、文字通り全国を網羅するNo.1のテレビ誌となりました。

創刊号の内容は、「10月新番組第1弾」「テレビ番組表」「オフコース映像活動宣言」「ピートルズ20年目の復活」「特写 薬師丸ひろ子」など。テレビ情報誌としては後発だったため、ライバル会社との差別化を図るために判型を大きめのAB判にして、テレビ番組表を新聞の

