

## 今井書店



書店／書店内カフェ

- 本社所在地：島根県松江市殿町63番地
- 事業概要：書籍・雑誌・文具・雑貨の販売、外相
- 常時使用する従業員：84名  
(2026年3月時点)
- 現在の売上高：47億円  
(2025年11月期)
- 法人番号：5270001003994
- Web：https://imaibooks.co.jp/

### 企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長  
舟木 徹

### 「地域の知的インフラを再設計し、“書店発の経済圏”で地方の未来を創る」

書店は単なる販売業ではなく、地域の知・文化・人をつなぐ基盤である。当社は、書店を核とした「会員×IT×小売」の融合により、地域における顧客接点・データ・経済活動を統合し、“地方版リテールプラットフォーム企業”への進化を実現し、地方中核企業への進化を図る。

その過程で、「書店を残す」から「書店から成長する」へと転換し、地域経済の持続的発展に貢献する。

### 売上高100億円実現の目標と課題

#### 実現目標

- 売上高：50億円 → 100億円（2032年に達成）
- 収益構造転換：：書店依存 → 会員・PF・データ中心（高粗利化）
- 最終像：
- ・ 「地方No.1会員基盤を持つリテールプラットフォーム企業
  - ・ DX・AIを利用して経営者のリテラシー向上（BS経営、キャッシュフロー経営、採算の可視化）にも寄与

#### 課題

- 「顧客基盤はあるが、収益化・スケール化が未完成」
- ・ 収益構造の書店依存（低粗利）
  - ・ 会員基盤の未マネタイズ（LTV未最大化）
  - ・ スケール戦略の不在（商圈制約）
  - ・ 体験価値の差別化不足（来店理由が弱い）
  - ・ 戦略に対する人材・組織の進化遅れ

### 売上高100億円実現に向けた具体的措置

#### 目指す成長手段

- 既存強化＋非連続成長（PF・M&A）で100億達成を見込む
- ① 会員経済圏の構築（中核）：LTV最大化・顧客囲い込み実施
  - ② 地方小売プラットフォーム化（面展開）：会員数の指数拡大・データ収益化（書店の場合、“看板を変えない”システムフランチャイザーを目指す）
  - ③ 書店の再定義（体験×非書籍）：来店理由創出・単価UP
  - ④ 電子書籍・デジタル深化：既存企業対抗・若年層取り込み
  - ⑤ M&A・事業承継（スケール）：商圈拡大・会員吸収
  - ⑥ データ・広告ビジネス（高粗利）

#### 実施体制

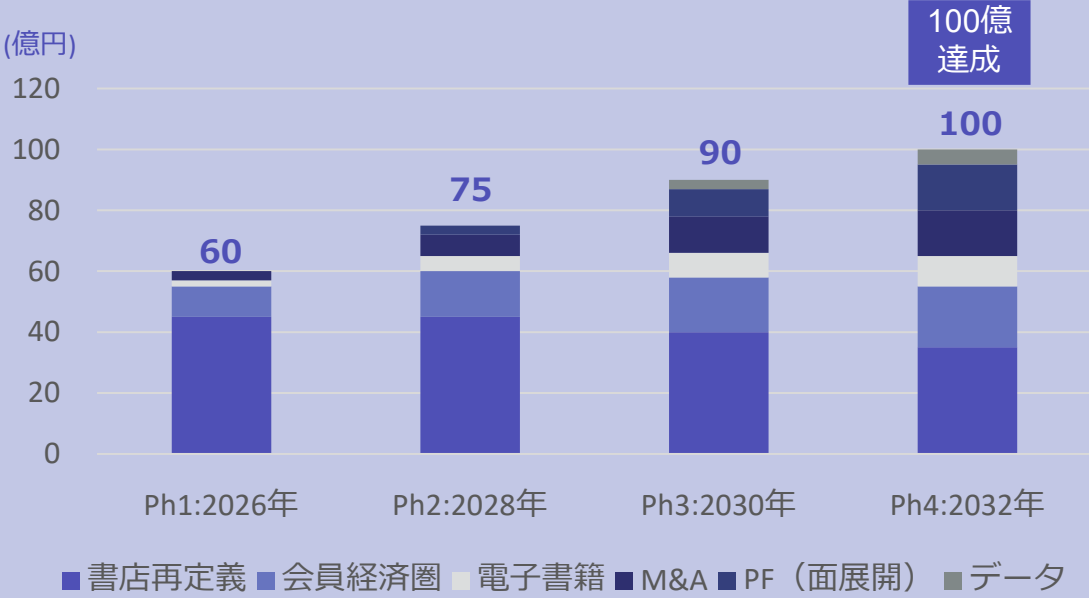
- 両利き経営（Exploit × Explore）
- ・ 書店収益の最大化
  - ・ 経済圏・PFの創出
- 組織転換
- ・ 小売 → データ・事業開発型組織
- 外部連携
- ・ 地銀・自治体・教育・企業との連携
  - ・ M&Aネットワーク構築

※本宣言は企業自身はその責任において売上高100億円を目指して、自社の取組を進める旨を宣言するものです

## 売上高100億円実現のロードマップ/KPI

### ■戦略コンセプト：「地域No.1会員基盤を核とした地方版リテールプラットフォーム」

- ・ 書店=メディア×コミュニティ×体験装置へ進化
- ・ リアル×デジタル×地域の融合



	Ph1:2026年	Ph2:2028年	Ph3:2030年	Ph4:2032年
書店再定義	45	45	40	35
会員経済圏	10	15	18	20
電子書籍	2	5	8	10
M&A	3	7	12	15
PF (面展開)	0	3	9	15
データ	0	0	3	5
<b>合計</b>	<b>60</b>	<b>75</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

### ■ 施策別のKPI

- ① 書店 (35億)  
 売上 = 店舗数 × 店舗売上  
 店舗売上 = 来店頻度 × 客単価  
 来店頻度：6回 → 8回  
 客単価：1,200円 → 1,500円  
 非書籍比率：10% → 30%  
 【レバー】  
 体験化（イベント年間300回）  
 高粗利商品導入
- ② 会員経済圏 (20億)  
 売上 = 会員数 × ARPU × テイクレート  
 会員数：12万 → 50万  
 ARPU：4万 → 5万  
 テイクレート：約10%  
 【レバー】  
 会員化率（来店→会員）  
 サービス横断利用（EC・イベント・教育）
- ③ 電子書籍 (10億)  
 売上 = ユーザー数 × ARPU × テイクレート  
 ユーザー：0 → 20万  
 ARPU：約2.4万円  
 テイクレート：約20%  
 【レバー】  
 紙→電子転換  
 サブスク（5万人）
- ④ M&A (15億)  
 売上 = 取得企業数 × 平均売上  
 件数：10~15社  
 平均売上：1.5億  
 【レバー】  
 地銀ネットワーク  
 PMI（会員化率50%）
- ⑤ プラットフォーム (15億)  
 売上 = 導入企業数 × ARPA  
 導入企業：0 → 200社  
 ARPA：750万円  
 【レバー】  
 地銀・商工会連携  
 M&A先への強制導入
- ⑥ データビジネス (5億)  
 売上 = クライアント数 × 単価  
 クライアント：100社  
 単価：500万  
 【レバー】  
 出版社・地域企業への展開  
 PF企業への横展開

**売上成長の本質は「店舗拡大」ではなく“会員×データ×外販”による構造成長**