

# FY2021 1Q

Ended May 2021

株式会社メディアドウ  
2022年2月期 第1四半期決算説明会

ひとりでも多くのコンテンツを、  
ひとりでも多くの人へ



## 1. 連結業績ハイライト

## 2. 今後の成長方針

- ① 電子書籍流通事業 – Legacyを創りに行く –
- ② 電子書籍流通事業 – Legacyを作る –
- ③ その他事業

## 3. 参考資料



Earnings Results

# 1. 連結業績ハイライト

## 連結業績ハイライト①

# 電子書籍市場は拡大継続しており 売上・利益ともに過去最高を更新

### 連結1Q

売上高	284億円	(前年同期比+40.0%)
営業利益	8.3億円	(前年同期比+14.3%)
EBITDA	10.6億円	(前年同期比+16.5%)
当期純利益	6.1億円	(前年同期比+37.0%)

### うち電子書籍流通事業1Q

売上高	280億円	(前年同期比+39.9%)
営業利益	8.7億円	(前年同期比+26.7%)

売上構成比  
98.8%

## 連結業績ハイライト②

(参考) この1年でM&Aによってグループ参画した各社の今期P/Lへの取込

社名	グループ参画	1Q	2Q	3Q	4Q
メディアドウ	—	3-5月分	6-8月分	9-11月分	12-翌2月分
Nagisa	2020年10月	3-5月分	6-8月分	9-11月分	12-翌2月分
Firebrandグループ	2021年1月	-	4-6月分	7-9月分	10-12月分
日本文芸社	2021年3月	-	4-8月分	9-11月分	12-翌2月分

Firebrandグループ・日本文芸社は2QからP/L取込み  
※ 日本文芸社は2Qに5か月分を計上

## M&Aによる今期P/Lへの影響

(百万円)		前期 通期	今期着地予想 (概算値)				通期
			1Q	2Q	3Q	4Q	
売上高	Nagisa	69	110	140	190	240	680
	Firebrand	-	-	360	340	340	1,040
	日本文芸社	-	-	1,340	920	1,010	3,270
	<b>合計</b>	<b>69</b>	<b>110</b>	<b>1,840</b>	<b>1,450</b>	<b>1,590</b>	<b>4,990</b>
のれん 償却後 営業利益	Nagisa	-49	-60	-90	-110	-130	-390
	Firebrand	-	-	20	20	20	60
	日本文芸社	-	-	20	10	50	80
	<b>合計</b>	<b>-49</b>	<b>-60</b>	<b>-50</b>	<b>-80</b>	<b>-60</b>	<b>-250</b>

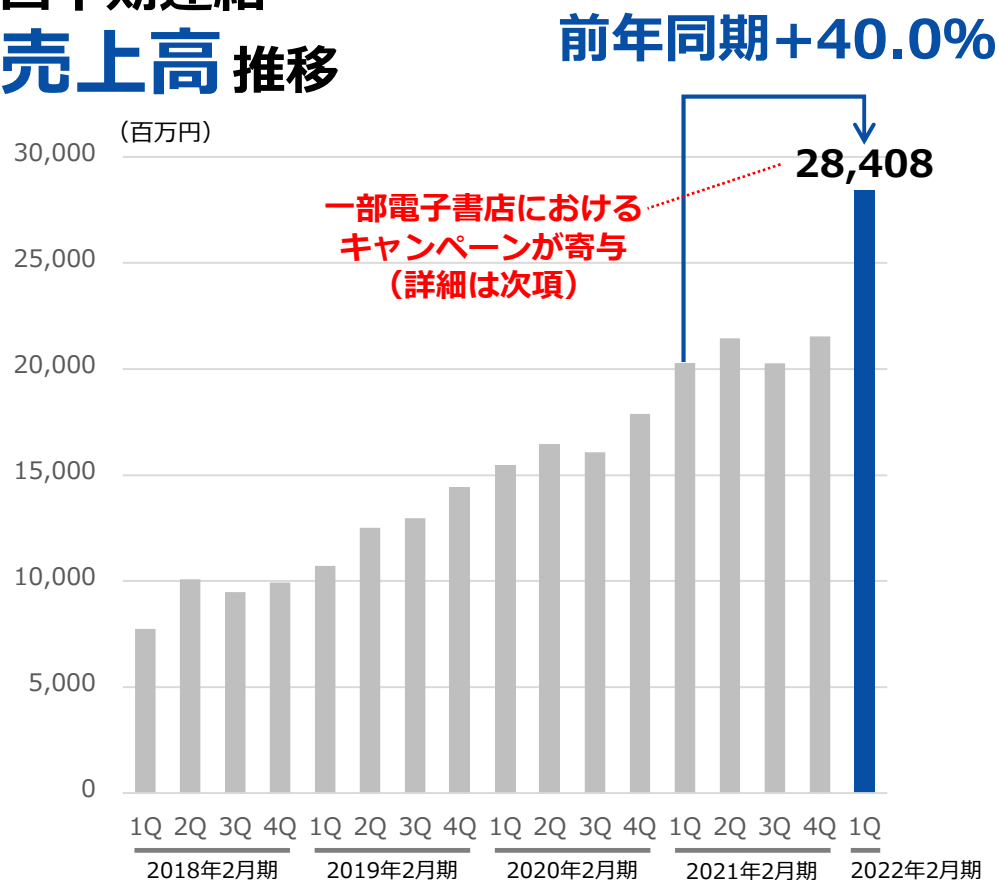
上記のほか、P.47 記載のとおり子会社投資継続による対前年比でのEBITDA影響を▲1.4億円と見込んでいる



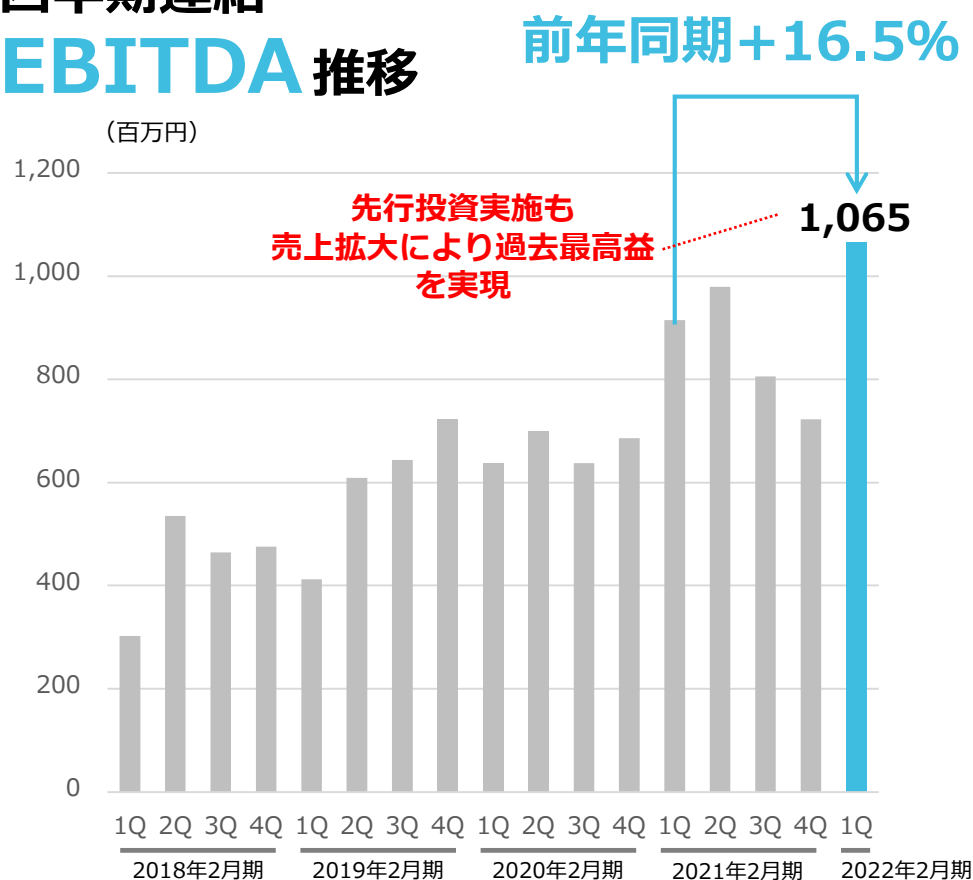
## 連結業績ハイライト③

# 四半期連結売上高・連結EBITDA共に過去最高を更新

### 四半期連結 売上高 推移



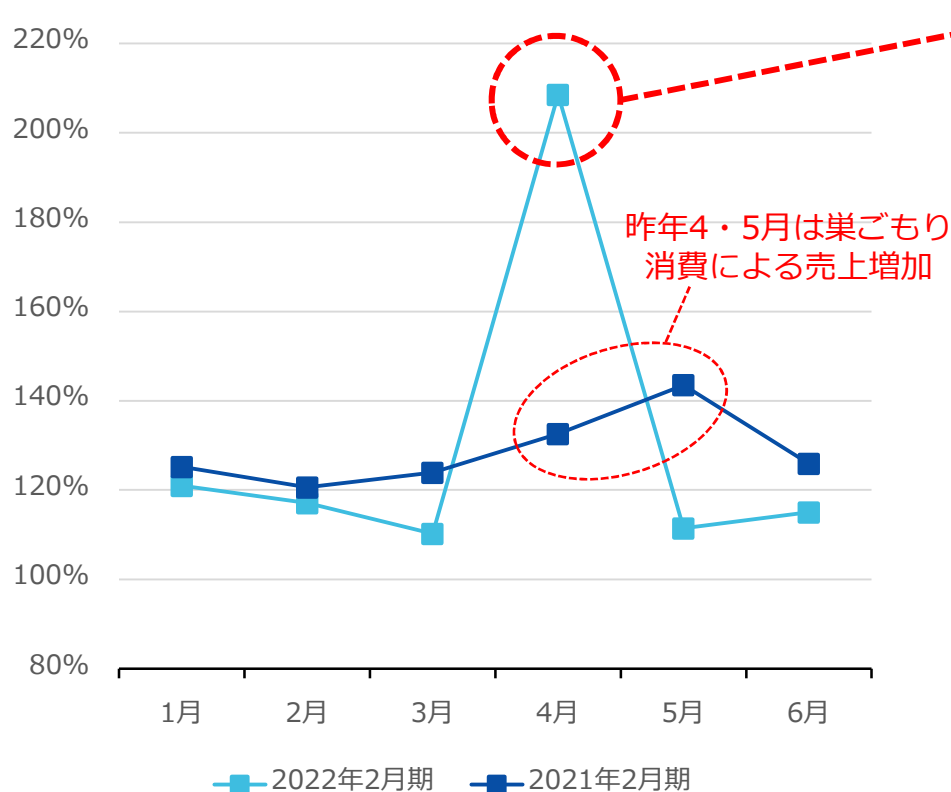
### 四半期連結 EBITDA 推移



## 連結業績ハイライト④

# 4月に実施された一部書店による キャンペーンが売上増加に大きく寄与

### 電子書籍流通事業売上高 対前年比推移



一部電子書店が実施した大型キャンペーン※  
により4月の当社売上が大きく伸長

巣ごもり消費の影響を受けて  
好調だった前期第1四半期からさらに成長

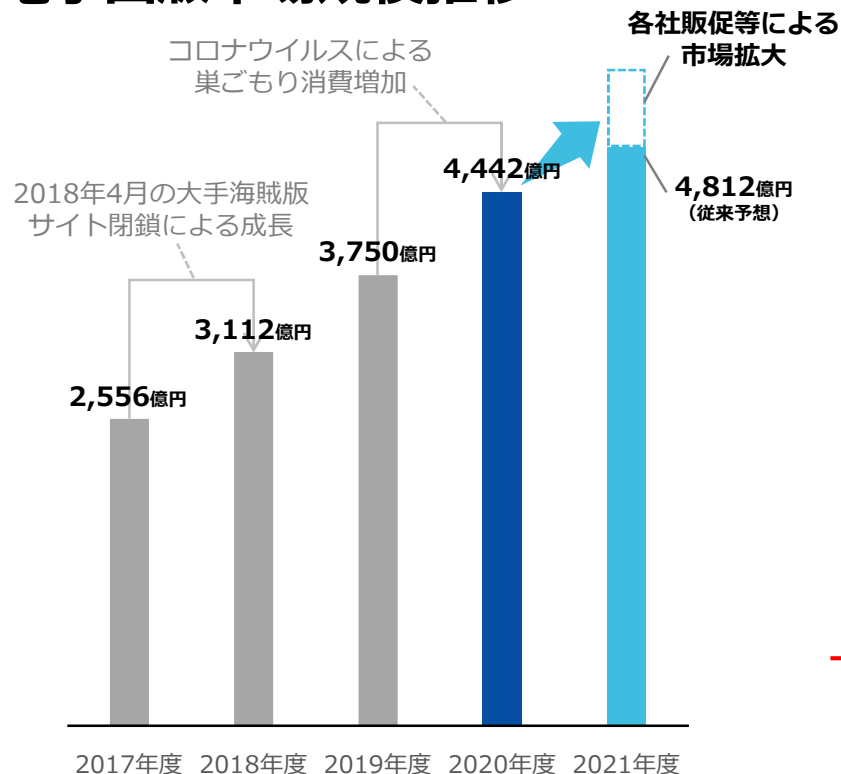
2021年4月13日に発表した連結業績予想には  
当キャンペーンの影響を一部織込済  
今後は必要に応じて今期連結業績見通しの  
修正を検討

※ DMMブックスが実施した、最大100冊まで全作品70%OFFとなるキャンペーン。  
DMMブックスで有料作品を購入したことがないユーザーを対象に実施し、  
好評につき4月12日11:59で早期打ち切りとなった。

## 連結業績ハイライト⑤

# 前期は巣ごもり消費に伴い市場全体が拡大 今期は個別施策による市場成長に期待

### 電子出版市場規模推移



### 前期 (2021年2月期)

コロナウイルスによる外出自粛  
→巣ごもり消費によるエンタメ需要拡大  
電子書籍市場全体が伸長

### 今期 (2022年2月期)

紙から電子への移行は不可逆なトレンド  
→好機ととらえた電子書店が大規模販促実施  
企業体力の有無が成長の分かれ目に

→大手を中心に150超の電子書店と取引がある  
メディアドゥは今期も市場成長を享受できる  
独自のポジションを堅持

出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2020」  
注：2019年度まで実績、2020年度・2021年度は予想値



# 国内最大手の電子書籍取次として築いた 独自のポジションに変化なし

メディアドウ最大の強み

## Position

### 流通の中核機能

電子書籍を手掛ける出版社2,200社超、  
大手を含むほぼ全ての電子書店150書店と取引

### 圧倒的なシェア

流通総額1,550億円※を誇る、世界でも  
Amazonに次ぐ第2位の電子書籍流通事業者

※ 2021年2月期実績

### グローバルにおける存在感

W3CのPublishing Business Groupの  
共同議長にアジアから唯一就任  
日本人初のW3Cエヴァンジェリスト

### 業界からの支援

4大出版社※やトーハンを中心とした  
出版業界の株主シェア 14%超

※ KADOKAWA・講談社・集英社・小学館（50音順）。2021年2月末時点。

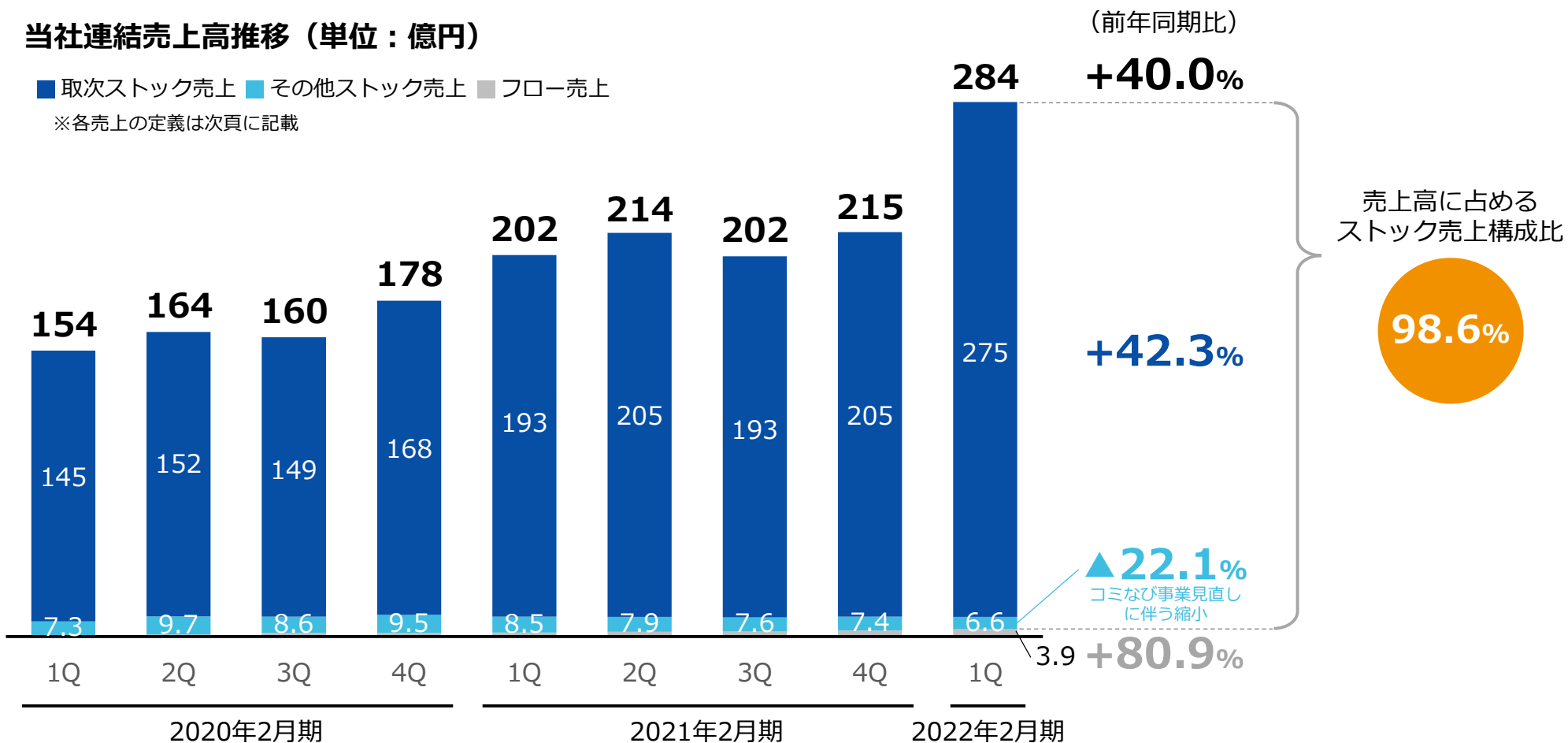
## 連結業績ハイライト⑦

# 当社事業の多くは市場成長や顧客拡大により 安定した収益が見込まれる「ストック売上」

### 当社連結売上高推移（単位：億円）

■ 取次ストック売上 ■ その他ストック売上 ■ フロー売上

※各売上の定義は次頁に記載



# 取次ストック売上が生み出す資金を用い 新たな事業基盤の早期確立を目指す

## Legacyを作る

### 取次ストック売上

出版社・電子書店間の電子書籍取次からもたらされる売上

$$\text{KPI 売上高} = \text{電子書籍市場規模} \times \text{当社市場シェア} \times \text{当社テイクレート}$$

電子書籍市場は今後も拡大  
シェア拡大に向けシステム追加開発  
サービス向上による料率維持

市場拡大により  
今後もキャッシュ  
を安定的に創出

電子書籍市場拡大を支え当社シェアを高めるための再投資

新たな事業軸を生み出し、拡大するための投資

## Legacyを創りに行く

### その他事業

### その他ストック売上

出版DX SaaS事業（Firebrand、NetGalley）やコミなび/フライヤーなど月額課金サービス売上

※ コミなび事業見直しに伴い売上規模は対前年比で縮小も、2QよりFirebrandグループが加わるほか、  
今後は出版ERPサービス「PUBNAVI」などを開発提供予定

### フロー売上

インプリント事業（日本文芸社、JIVE）や、Nagisa（ゼロコミ）など都度課金サービスの売上

## 連結業績ハイライト⑨

# 今年に入って実施したM&Aは、 紙・電子合わせた出版DXに向けた第一歩

2021年1月グループ会社化



取得費用

**14.8億円**

(2021年1月15日時点の為替レート  
(1ドル=103.83円)で換算)

紙も含めた  
基幹システム

2021年3月子会社化

**日本文芸社**  
NIHONBUNGEISHA

**15.1億円**

(アドバイザリー費用含)

紙も含めた  
出版コンテンツ

2021年4月株式取得

**TOHAN**

**29.3億円**

(トーハン株式5.56%を引受)

紙書店流通

紙も含めた  
出版DXの  
実現

取得額合計 **59.2億円**

# 期初予想に対し 売上・利益とも順調に推移

通期予想※と1Qまでの連結業績比較

## 売上高

(達成率)

284億円

28.4%

通期予想

1,000億円

2021年2月期1Q 26.4% ※2Q決算発表時に上方修正  
2020年2月期1Q 25.7% ※3Q決算発表時に上方修正

## EBITDA

(達成率)

10.6億円

26.6%

通期予想

40億円

2021年2月期1Q 30.4% ※2Q決算発表時に上方修正  
2020年2月期1Q 26.5% ※3Q決算発表時に上方修正

## → 期初の業績予想達成に向け順調に推移



Business Strategy

## 2. 今後の成長方針



電子書籍流通事業



# Legacyを創りに行く

Invent future eBook markets

## Legacyを創りに行く①

# メディアドゥがブロックチェーン 技術を用いて実現したい世界

### 中央サーバープラットフォーム

→現在のデジタルコンテンツサービス（Spotify、Kindle、YouTube、Netflixなど）の主流

①コンテンツ販売モデル  
(制限なし)

②サブスクリプションモデル

③広告モデル

音楽・本・映像 他

### ブロックチェーンプラットフォーム

メディアドゥが提案する  
新しいコンテンツサービス

④アセットモデル

# DCA

デジタルコンテンツアセット<sup>®</sup>  
(当社商標登録済み)

“個数”の概念を持ち、プレミアム  
を実現するデジタルコンテンツ

音楽・本・映像

+

→テクノロジーを駆使し、コンテンツの価値を最大化

# NFT（個数の概念を持つデジタルコンテンツ）の台頭により 新たなデジタルコンテンツ時代が到来

	暗号通貨	NFT (Non-Fungible Token)	これまでのデジタルコンテンツ
技術	非中央集権型システム (パブリックチェーン)	非中央集権型システム (パブリックチェーン)	中央集権型システム
代替性	あり (誰が持っている1Bitcoinでも 価値は同じ)	なし (シリアルナンバーを持ち、同じも のがなく、所有証明があるデータ)	あり (同じコンテンツなら誰が持ってい ても同じもの)
具体例	暗号通貨 (Bitcoin、Ethereum、 Rippleなど)	コレクションアイテム (デジタル収集品：NBA Top Shot、 CryptoKittiesなど)  →“所有”の概念	一般に配信されてきた 電子書籍、音楽、映像 (Kindle, YouTube, Spotifyなど)  →“消費”の概念

→NBA Top Shot※は2020年末のサービス開始以来、  
300万回以上の取引、取引総額5億ドル以上（2021年3月末公表数値）

出所：Dapper Labs Webページ (<https://www.dapperlabs.com/>)

※ 米プロバスケットボールリーグ（NBA）選手の写真やプレイ動画をデジタルカードとして収集および売買することができる

## Legacyを創りに行く③

# トーハンを通して、NFTを活用したデジタル付録つきの本を流通し、全国の書店を活性化



- ✓ NFTを本の特典として付与することで書店売上増加に寄与
- ✓ KADOKAWA、講談社、集英社、小学館や他出版社と企画推進中  
(五十音順)

# メディアドゥが手掛ける NFTマーケットプレイスは年内リリース

技術開発は今夏、サービス展開は年内

ブロックチェーン技術による、デジタル所有の安全な移行を実現



✓ **グローバルな取引を実現** (日本円や米ドルで取引可能)

✓ **デジタル特典の売買・取引履歴を可視化** (著者・出版社に還元可能)

※デジタル特典以外の事業モデルも開発中



電子書籍流通事業

# Legacyを作る

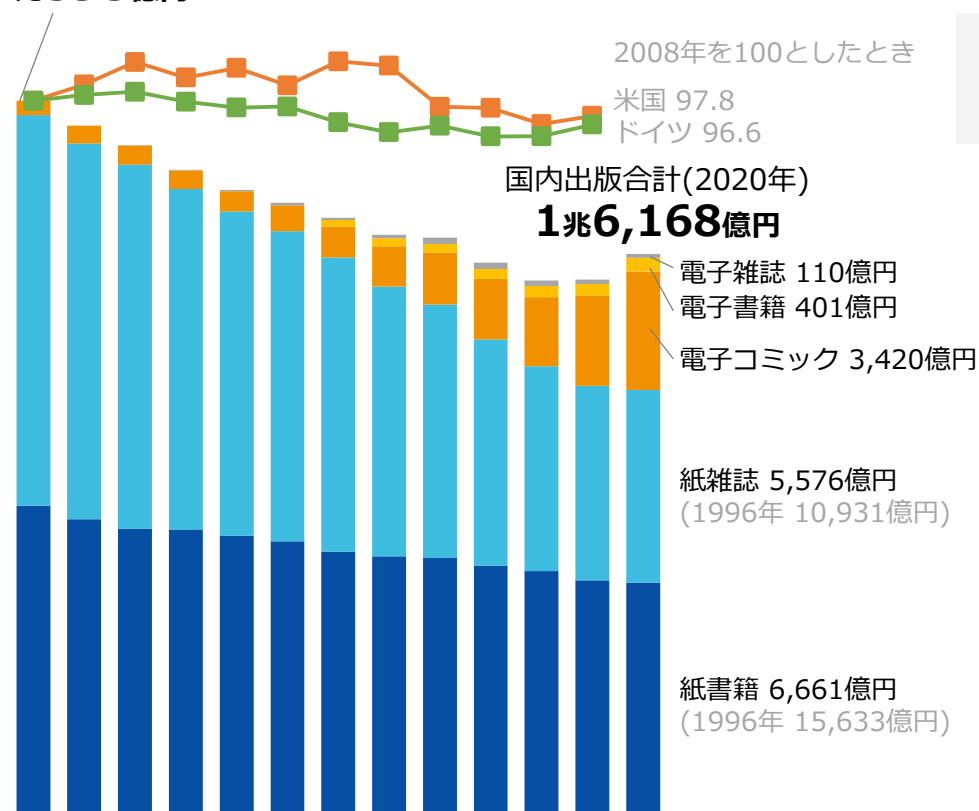
Stimulate the growth of eBook markets





# 国内出版市場は電子書籍の拡大によって 市場規模は回復傾向

国内出版合計(2008年)  
2兆595億円

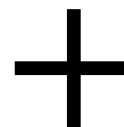


2008年 2010年 2012年 2014年 2016年 2018年 2020年

出所：出版科学研究所

国内出版市場はピーク時の1996年の2.65兆円から  
2018年には1.54兆円へ (▲42%縮小)

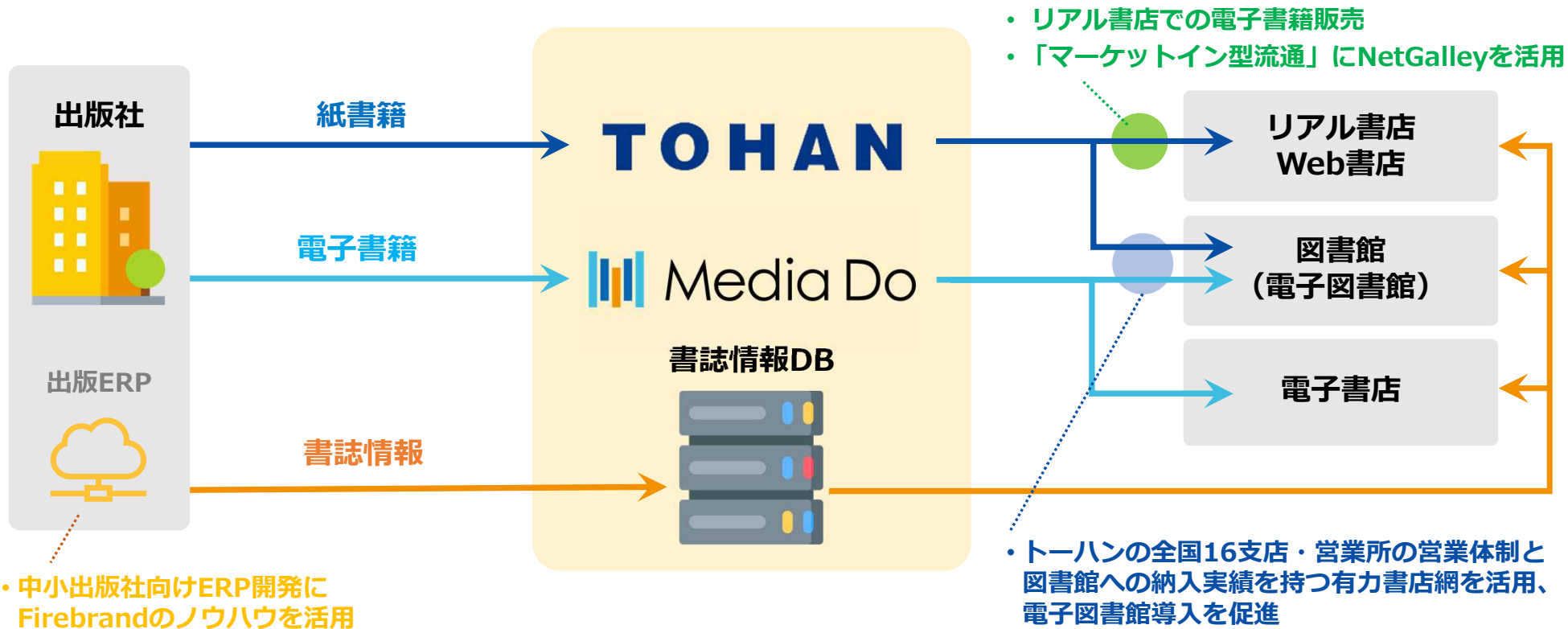
電子書籍市場の拡大に伴って  
出版市場は下げ止まり、  
市場規模は回復傾向



出版業界の **DX** 推進に貢献し  
さらなる市場拡大へ

## Legacyを作る②

# メディアドゥ×Firebrand×トーハンの 連携により出版 **DX** 推進を強力に支援



→紙と電子を統合して扱う、出版の世界標準化を推進

## Legacyを作る③

# 売上印税管理システム「PUBNAVI」 により出版業界のDX推進に貢献する

 Media Do

電子書籍取次No.1

(株)光和コンピューター

紙書籍を中心とするシステム構築に豊富な経験

安価で容易に導入可能な  
SaaS型の出版ERPを共同開発

→出版社の事務作業効率化とコスト削減を実現

### PUBNAVIの機能

電子書籍販売管理

電子書籍印税計算

印税支払管理(紙+電子)

### 進捗状況

- ・ ジャイブ(株)、(株)秀和システム及び(株)竹書房の出版3社が参画し、実証実験を実施
- ・ 売上取込や支払処理での業務削減効果で高い評価を獲得
- ・ 今後は更に多くの出版社に参加いただき、β版テストを実施予定

年内にサービスイン予定

サービスイン後に紙書籍の売上印税管理等の機能を拡充し、出版ERPへと発展させていく

その他事業

# 事業拡大に向けた 積極的な投資実行

Proactive investment for business expansion



## 日本文芸社PMIの初期フェーズが完了 今期はインプリント構想実現に向けた第一歩

日本文芸社  
NIHONBUNGEISHA

設立 1959年1月  
社員数 72名 (うち編集34名)

### 今期の注力施策

マンガコンテンツ  
制作体制

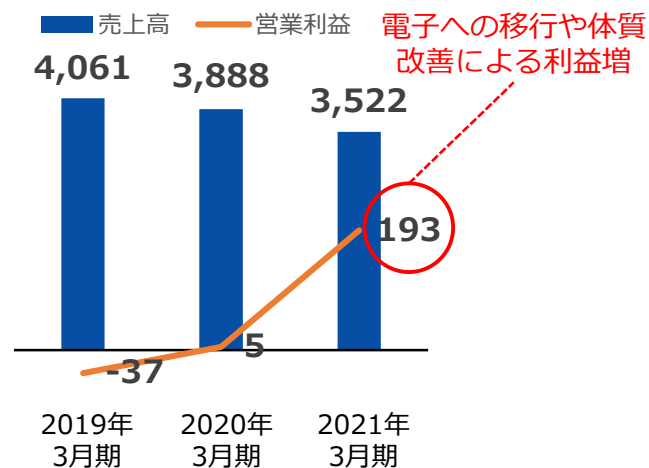
+

確立された  
出版管理体制

連載1,400回超の『ミナミの帝王』  
電子書籍ヒット作『ギフト±』など  
多数の有力コンテンツを保有

在庫管理強化やマーケットイン  
配本により、2020年3月期  
黒字化を達成

直近3年間の業績推移 (単位：百万円)



### ① デジタルコンテンツ充実

- 『ガンニバル』『ギフト±』『モンキーピーク』のようなデジタルでヒットする漫画作品の開発
- 既存人気作品のWebtoon (縦読み+フルカラー) 化を推進
- 新規Webtoon作品制作を強化、新たなデジタルコンテンツ制作のための人員増強など体制強化

### ② インプリント構想推進

- 適正部数コントロールやPMIモニタリングなど管理体制のさらなる強化
- デジタル化された効率的な出版管理体制を構築し、将来的のインプリント事業M&Aの受け皿に

→PMIは当初想定通りに進捗

# 世界中のアニメ・マンガファンにリーチする マーケティングプラットフォームを目指す

## メディア運営

**MyAnimeList** 世界最大級のアニメ・マンガのコミュニティサイト

### 今期の 取り組み

#### 当期2Q以降、持分法適用会社化

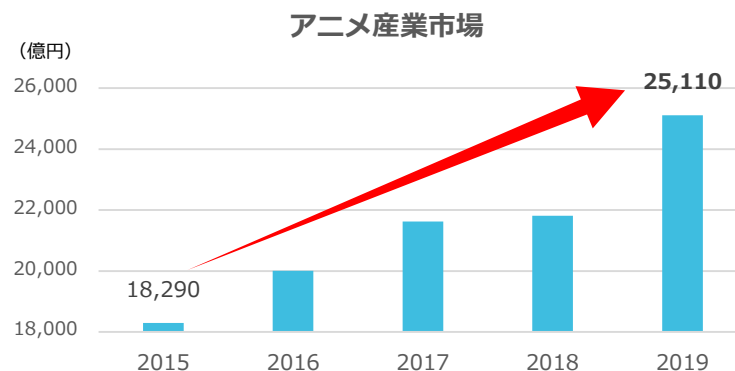
- コミュニティ機能の大幅リニューアル、好調なオフィシャルAppの機能追加等
- 新規株主となった出版社やメディアをはじめとするコンテンツホルダー等との協働によるコンテンツ企画、実行
- NFTビジネスビジネスとの連動・連携も模索

昨年10月から提供開始した公式モバイルアプリが  
**100万ダウンロード突破**

### 1Q概況

講談社、集英社、小学館に続き、  
新たに3億1,100万円をアカツキ、アニメタイムズ、  
KADOKAWA、DMM.comが引受

**MAU: 1,800万人**      **総額: 9億円**



出所：一般社団法人日本動画協会

**×**  
**MyAnimeList**

月間ページビュー数**2億7,000万PV**  
世界**230以上**の国と地域のユーザー

**↓**  
拡大する日本アニメ・マンガファンの  
興味や需要を捉えた有効なIP販売および  
マーケティングプラットフォームへ



# 社会全体や出版業界のDXトレンドといった変化を捉え周辺事業は堅調に事業を拡大

### メディア運営



ビジネス書の要約サービス

### 作画・制作支援



電子コミックのカラーリング、コミックの作画支援サービス

### 今期の取り組み

#### 法人向け事業拡大の継続

- 2022年末までに累計120万会員を目標に置く
- 2021年1月に第3者割当増資によりマイナビ等から総額2億円を調達し、法人向けSaaS事業を成長の軸に据え事業拡大を推進中

#### 増加する制作・支援需要に対応する体制構築

- 縦読み需要やモーショマンガといった新たなデジタルコンテンツ制作への対応等を進める
- 拡大する需要を取り込むべくオフィスを移転・増床し、採用加速によるキャパシティの増強を図る

### 1Q概況

会員数80万人突破。2022年に120万人を目指すBtoB事業の拡大に向けて法人獲得施策としてのマス広告や営業体制構築に向けた採用費などの投資を先行

#### オフィス移転・増床完了

引き続き、各種提供サービスに関する好調な需要増への着実な対応を実施  
採用強化を継続

## 新市場区分「プライム市場」適合

2022年4月実施予定の市場区分見直しにおいて、東京証券取引所より「上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果」を受領

→当社の「プライム市場」の上場維持基準への適合を確認

さらなるガバナンス向上推進、当社機関決定を経て、  
プライム市場への上場申請に係る手続きを進める予定



Appendix

# 3. 參考資料

# 2022年2月期1Q実績 (P/L)

(単位：百万円)	2021年2月期								2022年2月期	
	1Q		2Q		3Q		4Q		1Q	
<b>売上高</b>	<b>20,292</b>		<b>21,441</b>		<b>20,272</b>		<b>21,533</b>		<b>28,408</b>	
電子書籍流通事業	20,064	98.9%	21,141	98.6%	19,957	98.4%	21,186	98.4%	28,074	98.8%
その他事業	228	1.1%	299	1.4%	314	1.6%	347	1.6%	334	1.2%
<b>売上原価、販売管理費</b>	<b>19,560 96.4%</b>		<b>20,643 96.3%</b>		<b>19,650 96.9%</b>		<b>21,020 97.6%</b>		<b>27,571 97.1%</b>	
著作権料・その他原価	17,862	88.0%	18,878	88.0%	17,750	87.6%	19,012	88.3%	※2 25,669	90.4%
手数料等	54	0.3%	57	0.3%	53	0.3%	51	0.2%	42	0.1%
広告宣伝費	214	1.1%	200	0.9%	237	1.2%	226	1.0%	121	0.4%
人件費等	750	3.7%	784	3.7%	799	3.9%	※1 852	4.0%	899	3.2%
償却費等	182	0.9%	181	0.8%	184	0.9%	210	1.0%	229	0.8%
その他	494	2.4%	541	2.5%	624	3.1%	666	3.1%	610	2.1%
<b>営業利益</b>	<b>732 3.6%</b>		<b>797 3.7%</b>		<b>621 3.1%</b>		<b>512 2.4%</b>		<b>836 2.9%</b>	
経常利益	734	3.6%	849	4.0%	615	3.0%	521	2.4%	846	3.0%
親会社に帰属する当期純利益	450	2.2%	459	2.1%	354	1.8%	254	1.2%	※3 617	2.2%
<b>EBITDA</b>	<b>914 4.5%</b>		<b>979 4.6%</b>		<b>806 4.0%</b>		<b>723 3.4%</b>		<b>1,065 3.8%</b>	

※1 Nagisaの子会社化による費用増加

※2 一部書店のキャンペーン協力による一時的な原価率上昇

※3 連結子会社から持分法への移行に伴い「連結上のMAL持分を簿価純資産相当額で評価替を行った」ことにより、特別利益（持分変動利益）が117百万円発生

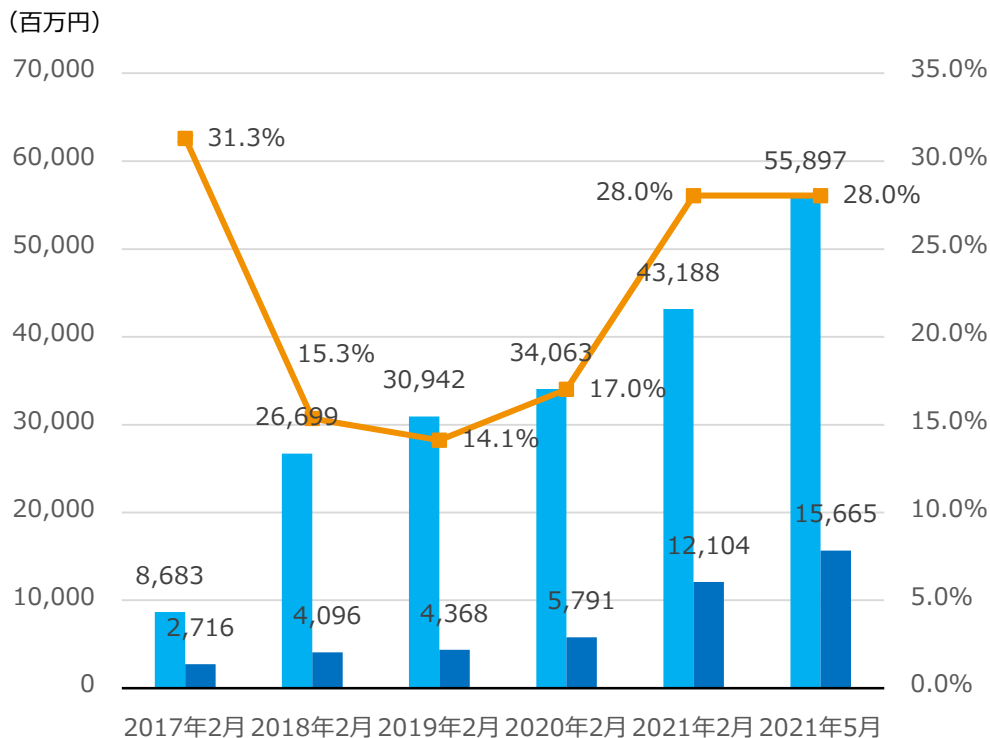
# 2022年2月期1Q実績 (B/S)

(単位：百万円)	2021年2月期	2022年2月期	前四半期増減	主たる変動要因、他
	4Q	1Q	(金額ベース)	
<b>流動資産</b>	<b>33,902</b>	<b>40,807</b>	<b>6,905</b>	
現金及び預金	12,703	10,790	-1,913	M&A、配当支払、税金支払による減少
受取手形及び売掛金 ※1	19,921	28,592	8,670	売上増加と連動した増加、M&Aによる増加
<b>固定資産</b>	<b>9,285</b>	<b>15,089</b>	<b>5,804</b>	
有形固定資産	303	409	105	
ソフトウェア	556	706	150	
のれん	5,713	7,858	2,144	M&Aによる増加
投資有価証券	2,761	6,122	3,361	資本提携による増加
<b>資産合計</b>	<b>43,187</b>	<b>55,897</b>	<b>12,709</b>	
<b>流動負債</b>	<b>25,425</b>	<b>34,270</b>	<b>8,845</b>	
支払手形及び買掛金 ※1	22,507	30,375	7,867	売上増加と連動した増加、M&Aによる増加
1年内返済予定の長期借入金	1,181	1,154	-26	
<b>固定負債合計</b>	<b>5,593</b>	<b>5,914</b>	<b>320</b>	
長期借入金	5,471	5,201	-270	返済による減少
<b>負債合計</b>	<b>31,018</b>	<b>40,185</b>	<b>9,166</b>	
株主資本合計	11,903	15,350	3,447	
資本金	4,415	5,883	1,468	第三者割当増資による増加
資本剰余金	5,489	7,172	1,683	第三者割当増資による増加
利益剰余金	2,000	2,295	294	
その他包括利益累計額合計	201	314	113	
新株予約権	11	0	-10	
非支配株主持分	53	47	-6	
<b>純資産の合計</b>	<b>12,169</b>	<b>15,712</b>	<b>3,542</b>	
<b>負債・純資産合計</b>	<b>43,187</b>	<b>55,897</b>	<b>12,709</b>	

※1 M&Aに伴い科目名を変更

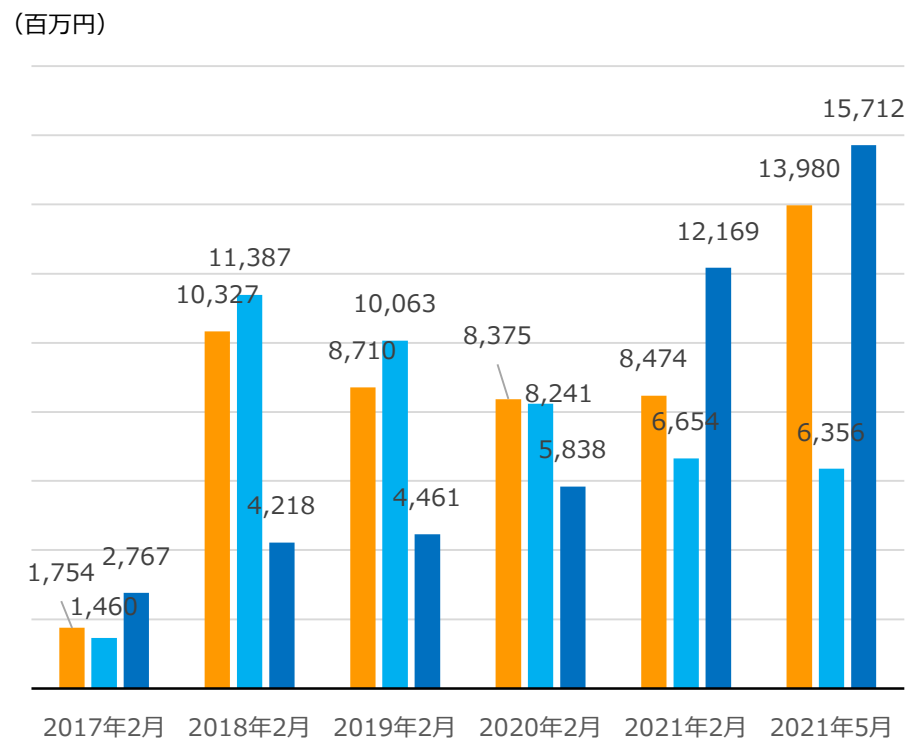
## 2021年4月の増資完了を経て 財務安定性が改善

### 自己資本比率推移



■ 総資産 ■ 自己資本 ◆ 自己資本比率

### 主要B/S指標推移



■ のれん+投資有価証券 ■ 有利子負債 ■ 純資産



**Mission** : 著作物の健全なる創造サイクルの実現

**Vision** : ひとつでも多くのコンテンツを、  
ひとりでも多くの人へ

具体的には

メディアアドウの **Position** を活かし、  
人 × IT × 戦略によって電子書籍を世に広め、  
出版市場自体を拡大する

# メディアドウの強み①

メディアドウ最大の強み

## Position

### 流通の中核機能

電子書籍を手掛ける出版社2,200社超、  
大手を含むほぼ全ての電子書店150書店  
と取引している独自のポジションを確立

### 圧倒的なシェア

流通総額1,550億円※を誇る、世界でも  
Amazonに次ぐ第2位の電子書籍流通事業者

※ 2021年2月期実績

### グローバルにおける存在感

W3C※のPublishing Business Groupの  
共同議長にアジアから唯一就任  
日本人初のW3Cエヴァンジェリスト

※ 電子書籍の国際標準規格を含む、インターネット技術の世界的標準化推進団体「World Wide Web Consortium」。世界最大の出版社である米ペンギン・ランダムハウスなど欧米それぞれ1名ずつの代表者と並び、Media Do InternationalのCEO 塩濱が共同議長として2019年2月に選出。2021年1月よりW3Cにおける日本人初のエヴァンジェリストに就任。

### 業界からの支援

4大出版社※やトーハンを中心とした  
出版業界の株主シェア 14%超

※ KADOKAWA・講談社・集英社・小学館（50音順）  
保有比率は2021年2月末時点の発行済株式数を基に計算

# Technology

### 全ての開発を自社で行う

エンジニア100名体制を擁し、大規模トラフィックを支える電子書籍流通基盤から、ブロックチェーン等の先端技術を活用したシステム開発を全て自社で実現

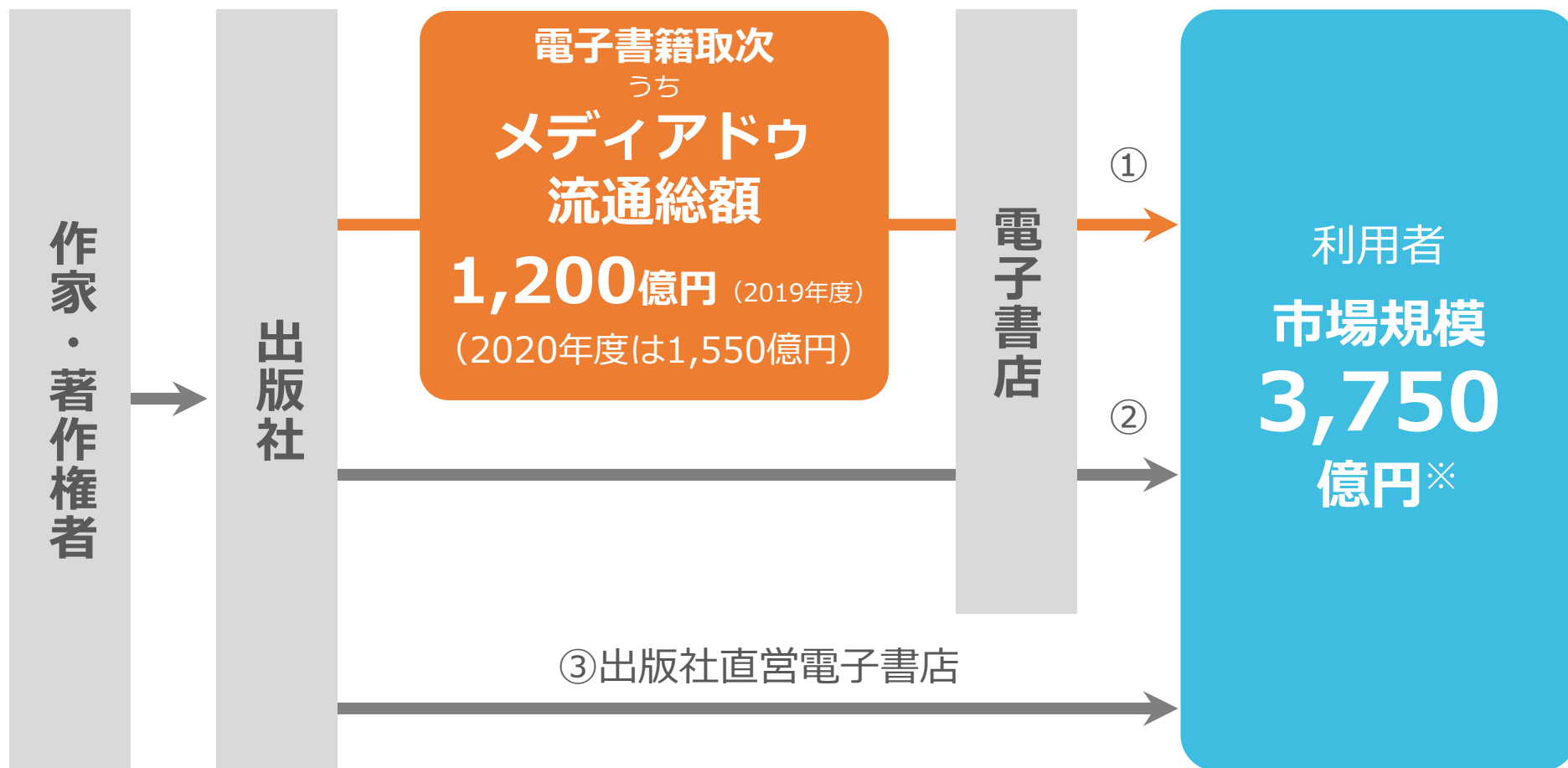
### 取次からSaaSへ

メディアドウは電子書籍流通事業参入当初から、コスト面・利便性に優れたSaaS※を志向。新取次システムへの移行・統合により流通カロリーを削減し、さらなる業界発展に貢献

※ 「Software as a Service」の略

## 電子書籍流通事業概要①

# 電子書籍流通の35%はメディアドゥ経由



出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2020」  
※ 2019年度の実績値を記載。

# メディアドゥは「電子書籍取次最大手」



# 4つの機能を提供し、電子書籍流通に貢献

## ① 出版社との取引・契約を仲介

電子書店のコンテンツラインナップを充実化

## ② 出版社・著者への売上を分配

電子書店での毎月の売上データを集計

## ③ 配信システムの運営

出版社から預かったコンテンツを電子書店に提供

## ④ 様々なキャンペーンを実施

出版社・電子書店と連携した割引・無料などの施策を実施



# メディアドゥの実績

出版社  
からの  
信頼

- 出版社口座数**2,200**以上  
→うち非マンガ出版社**1,530**社
- 主要出版社※1の**すべて**
- 電子書籍を提供する出版社の**99%以上**※2

書店から  
の信頼

- 取引書店数**150**店以上
- ユーザー利用率上位20書店※3の**すべて**

※1 日本書籍出版協会に加盟している出版社（2020年10月31日現在、402社）のうち、オーディオブックなど非出版系の出版社を除いた企業を主要出版社と定義

※2 メディアドゥ調べ。なお、売上が少額、または、定期的な刊行物がない出版社等を除く

※3 インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2020」における「購入・課金したことのある電子書籍ストア Top20」、出版社直営書店は除く

# 当社グループの主力は電子書籍取次事業

835億円

823億円  
(98.6%)

12億円  
(1.4%)

2021年2月期通期売上高

## 電子書籍流通事業

(株)メディアドゥ

(株)出版デジタル機構

(株)メディアドゥテック徳島

(株)Nagisa

## その他事業

Media Do International, Inc.

米サンディエゴに位置する、メディアドゥグループの国際事業展開拠点

(株)Jコミックテラス

無料電子コミックサービス「マンガ図書館Z」運営等の電子書籍配信業

(株)マンガ新聞

マンガに関する情報やレビューを扱うメディア「東京マンガレビューズ」を運営

ジャイブ(株)

次世代型出版「インプリント事業」を手掛け、女性向けマンガレーベルを保有

Quality Solutions, Inc.

出版ワークフロー管理や書誌情報管理サービスの提供

アルトラエンタテインメント(株)

電子マンガのカラーリングや、漫画家向けの作画支援サービス提供

(株)フライヤー

書籍の要約コンテンツを提供するサービス「flier」を運営

(株)MyAnimeList

世界最大級のアニメ・マンガのコミュニティメディア「MyAnimeList」運営

(株)日本文芸社

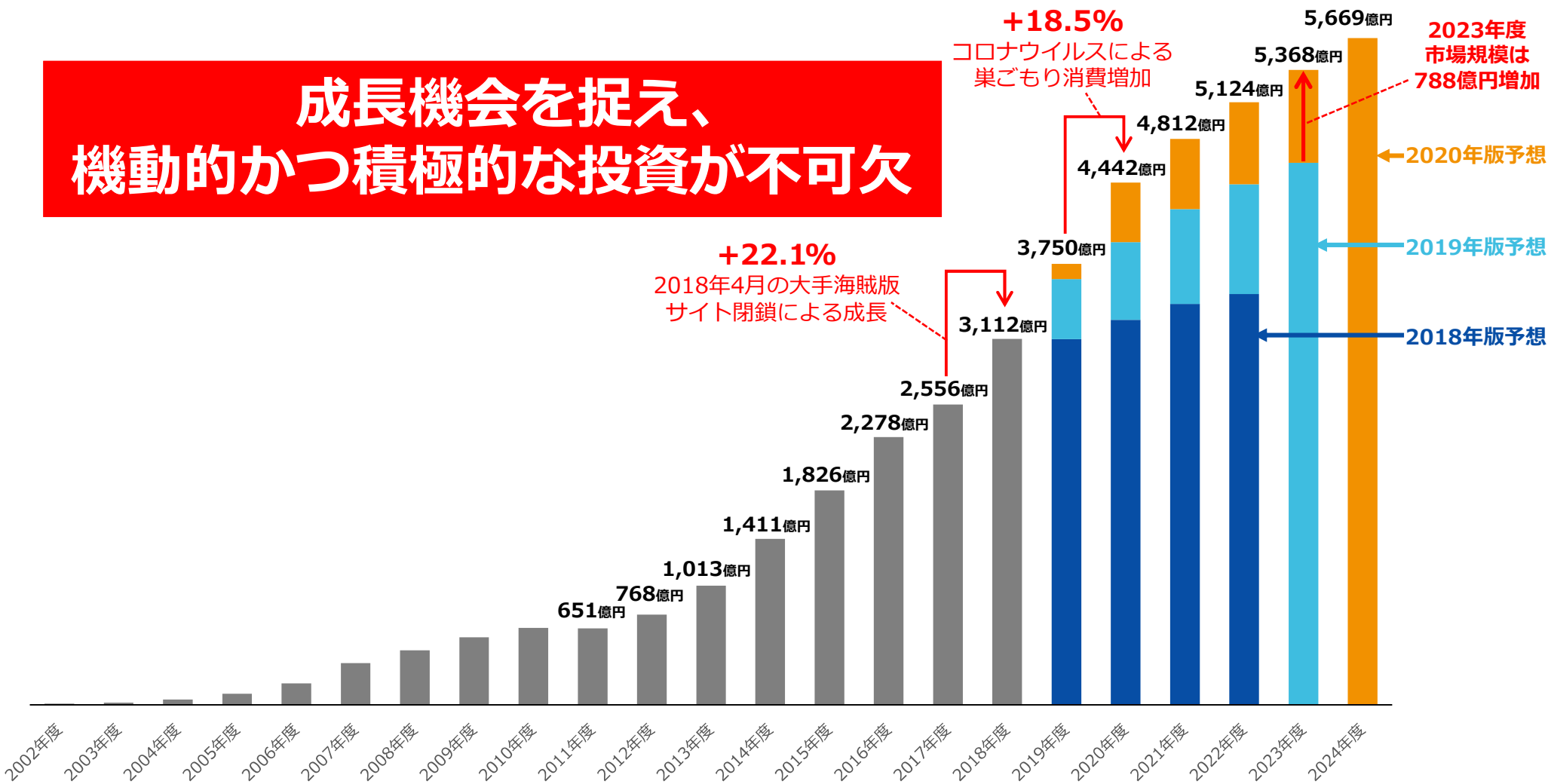
実用書・コミック・小説など、幅広い雑誌や書籍を紙・電子を問わず出版・販売

NetGalley, LLC

書籍のWebマーケティングツール「NetGalley」の提供

# 電子書籍市場の拡大ペースは上昇傾向

**成長機会を捉え、  
機動的かつ積極的な投資が不可欠**



出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2020」

## メディアドゥを取り巻く環境②

# コミック市場は前年対比23%増と伸長 文字ものの電子化余地は引き続き大きい

2020年のジャンル別出版市場規模

電子書籍割合

62.2% 前回から  
+1.3ポイント上昇

5.8% 前回から  
+0.7ポイント上昇

1.9%

電子

3,420億円

401億円

米国・中国の出版市場における  
電子書籍シェアは30~40%

110億円

紙

2,078億円

6,459億円

3,700億円

コミック  
5,498億円

文字もの（小説や教養書など）  
6,860億円

雑誌  
3,810億円

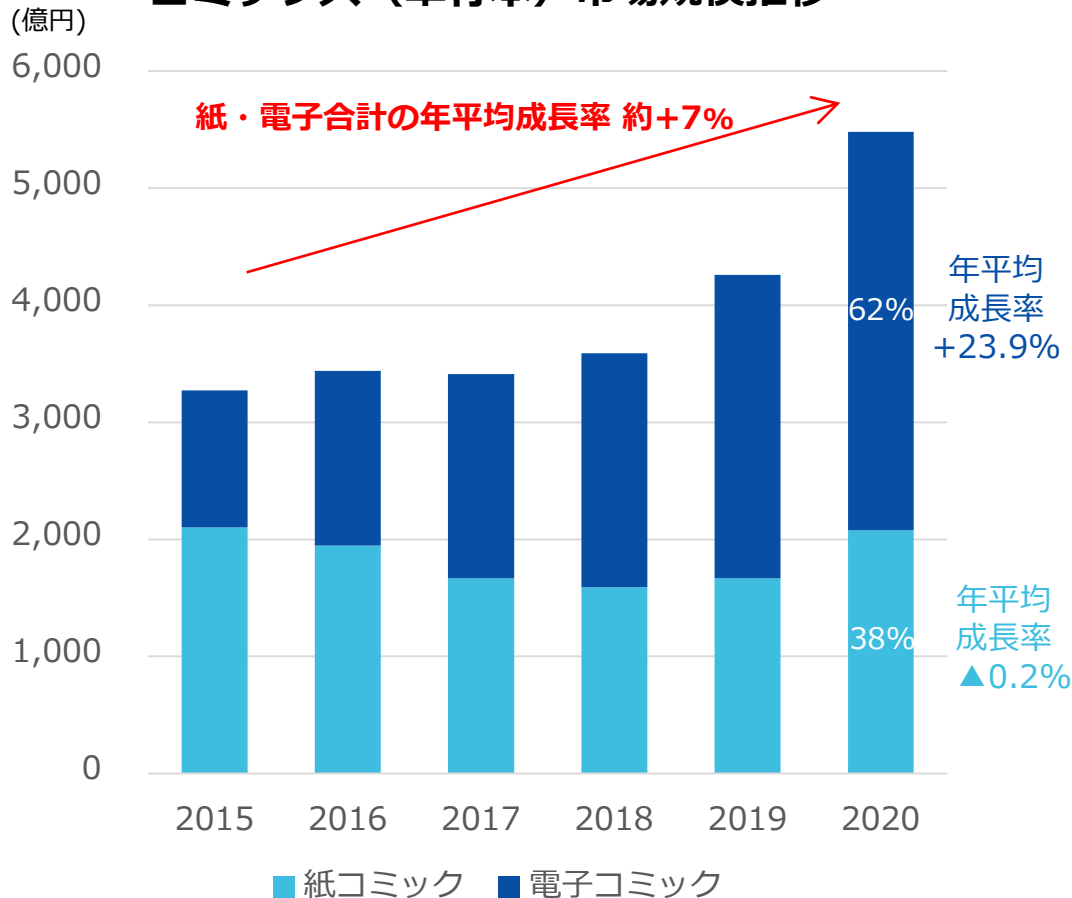
出所：出版科学研究所

※ 出版科学研究所が発表する紙出版物の統計では、コミック書籍の90%が「雑誌扱いコミック」として「雑誌」に分類されているため、上記では「雑誌扱いコミック書籍」を書籍として集計し直した値を記載。また、コミック売上には紙・電子とも「コミック書籍」のみ計上、「コミック雑誌」は雑誌に含めている。

## メディアドゥを取り巻く環境③

# マンガはデジタルシフトで市場規模が拡大

### コミックス（単行本）市場規模推移



いつでもどこでも買えるデジタルならではのタッチポイントの多さが寄与し、電子コミックは紙コミック市場を超過

デジタルへの露出がカタログ効果となって紙コミック売上の減少も歯止め傾向

**カタログ効果** …電子コンテンツを読むことがきっかけとして、紙・電子のコンテンツが売れるようになる効果

**電子書籍の流通増加は出版市場全体の活性化に直結**

出所：「出版指標年報」  
※ 紙コミック市場は単行本市場のみ記載。

## 海賊版サイトへの対応①

# 1月1日改正著作権法施行、違法行為は刑事罰対象に

### 違法サイトの歴史

2004年 P2Pサービスを介した違法コンテンツが流通  
2007年 動画共有サイトの違法コンテンツが問題に  
2011年 リーチサイト等侵害の形が多様化

#### 海賊版サイトによる大規模被害

はるか夢の址 2015年～2017年10月	首謀者に対し懲役2年4ヶ月～3年6ヶ月 の実刑判決と損害賠償約1億6,000万円
FreeBooks 2017年1月～5月	
漫画村 2017年5月～2018年4月	著作権法違反の疑いで運営グループの メンバーを逮捕
星の口ミ 2019年5月～9月	
ベトナム発サイト 2020年5月～	コロナでの在宅時間増加を背景として 7月以降、アクセス数が増加傾向

### 業界・政府による対策

コンテンツ海外流通促進機構設立（2002年）
（音楽・映像）違法ダウンロードの刑事罰化（2012年）
電子書籍に対応した著作権整備（2013年）
リーチサイトへの対応審議開始（2016年）
「STOP! 海賊版」キャンペーン展開、 「ABJマーク※」利用促進（2018年） （のち一般社団法人ABJを設立し代表理事に当社新名が就任）
ISPや通信業界と連携し、幅広い海賊版 サイト閲覧禁止策を検討（2019年）
<b>2020年10月 リーチサイト違法化</b>
<b>2021年1月 書籍も違法DL規制対象に</b>

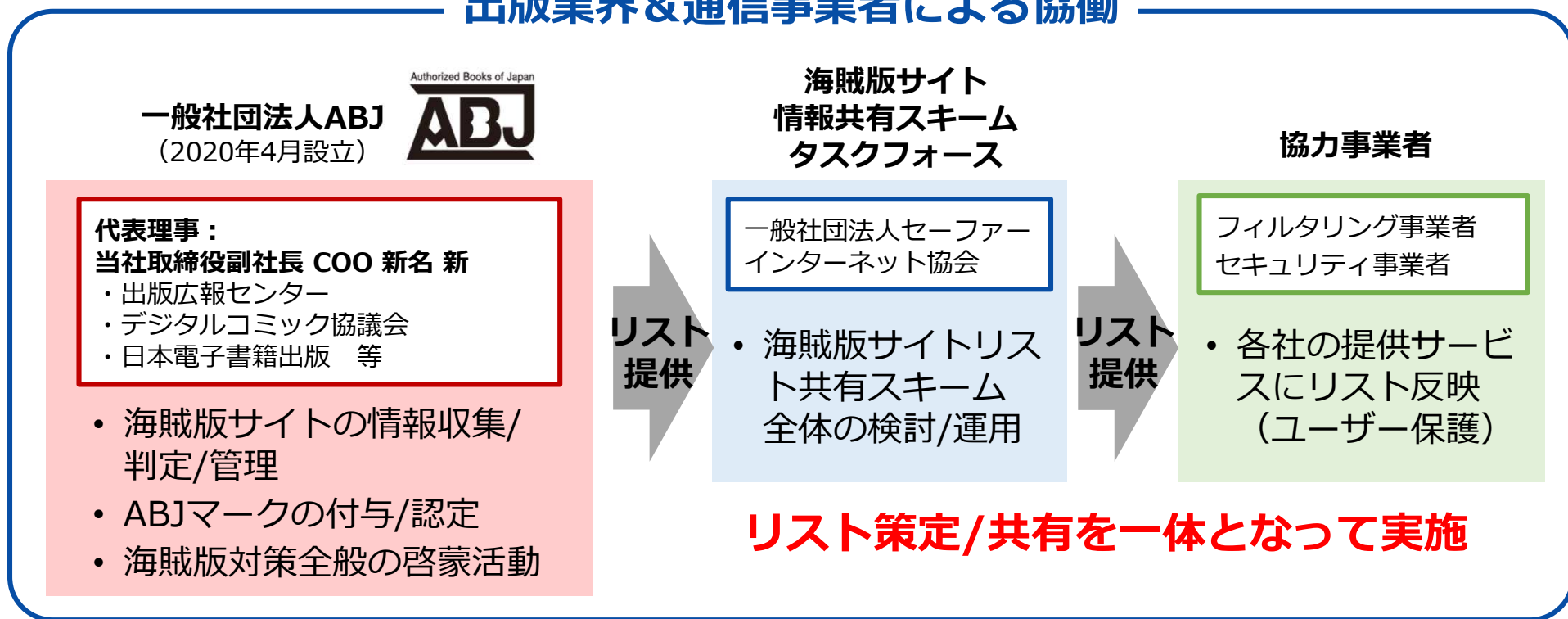
- ① 海賊版被害への迅速対応    ② 社会変化に順応した著作物利用の推進    ③ 著作権の保護

※「Authorized Books of Japan」の略で、著作権者からコンテンツ使用許諾を得た正規配信サービスであることを示す商標。



# 重要なESG課題として海賊版対策を推進 業界全体の振興および文化の発展に寄与

### 出版業界&通信事業者による協働



出版業界・通信業界・関係省庁との連携による広範な対応・啓発を推進

## 今期の取り組み①

### 重点施策

Legacyを  
創りに行く

- トーハン系列リアル書店網で販売可能な限定版デジタル付録とメディアドゥNFTマーケットプレイスを年内リリース
- ブロックチェーンサービス第1弾 ソーシャル映像視聴サービス「GREET」について、3月にα版、11月にβ版リリース
- その他にもブロックチェーンプロダクトを順次開発、リリース

Legacyを作る

- FirebrandグループのPMI推進、出版ERP開発、ならびにトーハンとの提携に基づく出版業界のDX推進に貢献
- クラウド型取次システムへの移行によるコスト削減実現ならびに中小出版社のDX推進に向けた次世代取次システム開発
- NagisaのPMI推進、マンガアプリ「ゼロコミ」の広告投資ならびにコンテンツ増強によるサービス伸長

事業拡大に向けた  
投資実行

- 日本文芸社のPMI推進、インプリント（自社出版）体制整備
- フライヤー、アルトラエンタテインメント等の事業拡大に向けた投資

**海賊版サイトの被害拡大による売上成長鈍化・競争環境激化  
一方で、事業拡大に向けた投資の好機**

## 今期の取り組み②

# 電子書籍市場の堅調な成長やM&Aに伴い売上増加 事業拡大の好機を捉えた投資実行により利益微増

### 連結業績

	2021年2月期 実績	2022年2月期 予想	前期との差異
売上高	835億円	※1 <b>1,000億円</b>	+165億円 (+19.7%)
営業利益	26.6億円	※2 <b>30.0億円</b>	+3.4億円 (+12.6%)
経常利益	27.2億円	※3 <b>28.2億円</b>	+1.0億円 (+3.7%)
当期純利益	15.1億円	<b>16.0億円</b>	+0.9億円 (+5.3%)
EBITDA	34.2億円	<b>40.0億円</b>	+5.8億円 (+16.8%)

※1 メディアドゥNFTマーケットプレイス事業立ち上げによる売上増加は見込んでいない

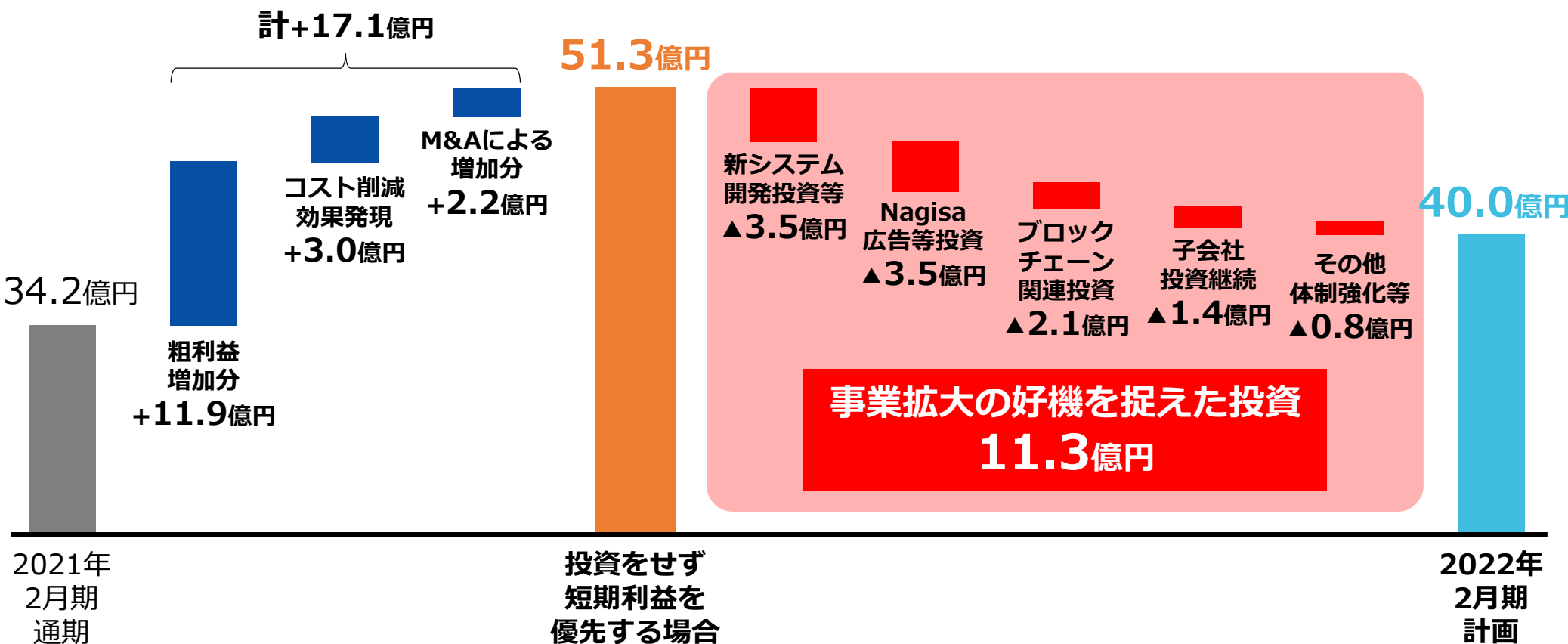
※2 M&Aに伴うのれん償却費の増加は、前期比+2億円と想定

※3 2021年2月期は投資利益等を営業外収益に計上、2022年2月期は(株)MyAnimeListの持分法適用会社化（2021年5月予定）に伴う持分法投資損失などを織り込み

## 今期の取り組み③

# 足元の急激な環境変化を捉え DCAの実現や出版DXの推進を急ぐ

### 連結EBITDA



## 今期の取り組み④

# クラウド型取次システムへの移行完了 コスト削減効果発現 + 新機能開発を推進

## クラウド型取次システム



# 出版社の **DX** 推進に貢献すべく 次世代システムの開発に着手

## 次世代出版 **DX** システム

### Phase 3

社内DXを目的とした次世代システム構築

### Phase 4

出版ERPと融合

徐々に既存システムをリプレイス →

クラウド型  
取次システム

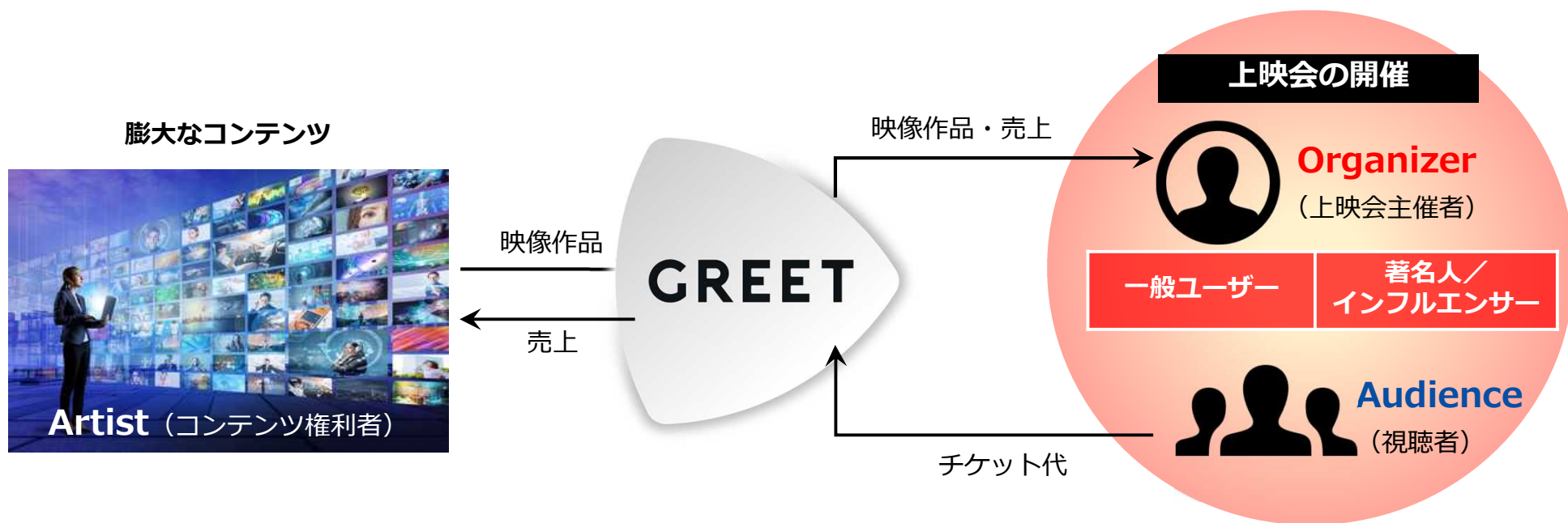
- ✓ これから誕生する新たな事業モデルやコンテンツにも柔軟に対応
- ✓ 自動化による業務効率のさらなる改善
- ✓ 電子書籍業界における基盤データベースに



## 今期の取り組み⑥

# 3月リリースの業界向けα版は好評価を獲得 11月予定の一般公開に向け順調に進捗

映像を同時視聴しながら会話ができるという目新しさ／過去の映像作品の新たな価値創造に繋がる可能性



## 過去の映像作品に新たな価値をもたらす流通モデルへの挑戦

### ① オンラインでの共同視聴

音楽・アニメなどの映像作品を好きな仲間と、オンライン上映会を楽しめる

### ② 新たなマネタイズ手法の構築

熱狂的なファンが過去の映像作品に新たな価値をもたらし、収益を生み出す

### ③ ファンマーケティングへの利活用

視聴などのユーザーの行動履歴を永続的に記録・分析し、マーケティング活動を支援する

# 着実なシナジーによる実績を元に 今期は成長に向けた基盤整備を図る

## 今期の取り組み

### MDグループ参画による大きなシナジー

#### ・コンテンツの拡充

大手出版社との取引拡大（連載、単行本）

#### ・コンテンツの運用

大手出版社作品を加えたキャンペーン運用

### Nagisaの強み

#### ・効果的かつ効率的なマーケティング

#### ・アプリの機能拡張

無料お試し版などのキャンペーン機能の実装

webtoon（縦読み）対応

予約購入、新刊カレンダーなど

1Qにおける実績

今後の展望

大手出版社からフリーミアムモデルでの掲載  
許諾獲得

2021年3月にフルリニューアルを完了

- ・UI/UXの一新によるユーザー体験の向上
- ・メディアドゥのシステムとの連携による単行本の販売開始



にて大手出版2社作品の配信開始

シナジー効果が  
発現

拡充したコンテンツを利用し、積極的かつ  
最適な広告投資と機能拡張

ユーザー拡大

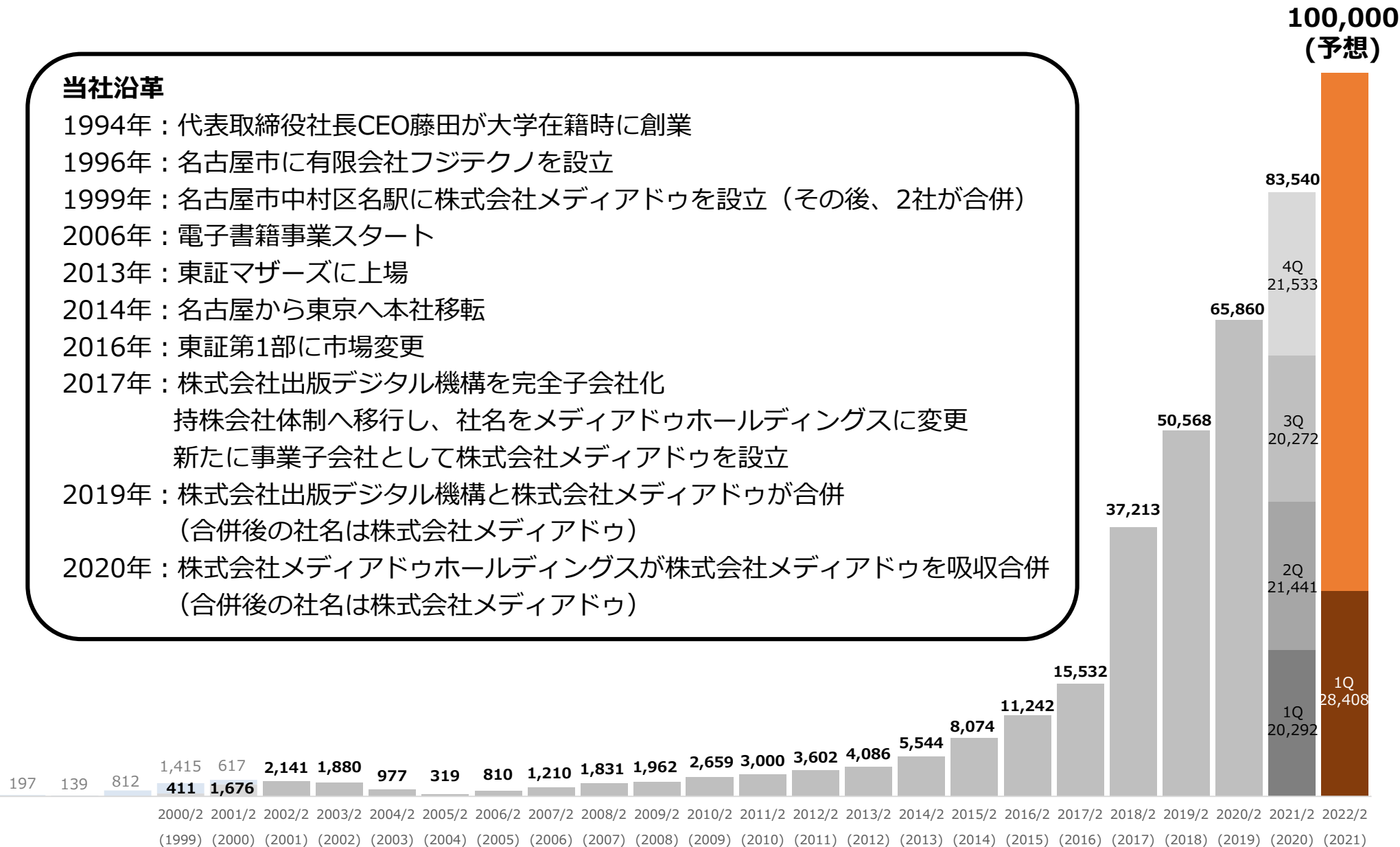


LTV増大

# 売上高推移

## 当社沿革

- 1994年：代表取締役社長CEO藤田が大学在籍時に創業
- 1996年：名古屋市に有限会社フジテクノを設立
- 1999年：名古屋市中村区名駅に株式会社メディアドウを設立（その後、2社が合併）
- 2006年：電子書籍事業スタート
- 2013年：東証マザーズに上場
- 2014年：名古屋から東京へ本社移転
- 2016年：東証第1部に市場変更
- 2017年：株式会社出版デジタル機構を完全子会社化  
持株会社体制へ移行し、社名をメディアドウホールディングスに変更  
新たに事業子会社として株式会社メディアドウを設立
- 2019年：株式会社出版デジタル機構と株式会社メディアドウが合併  
（合併後の社名は株式会社メディアドウ）
- 2020年：株式会社メディアドウホールディングスが株式会社メディアドウを吸収合併  
（合併後の社名は株式会社メディアドウ）

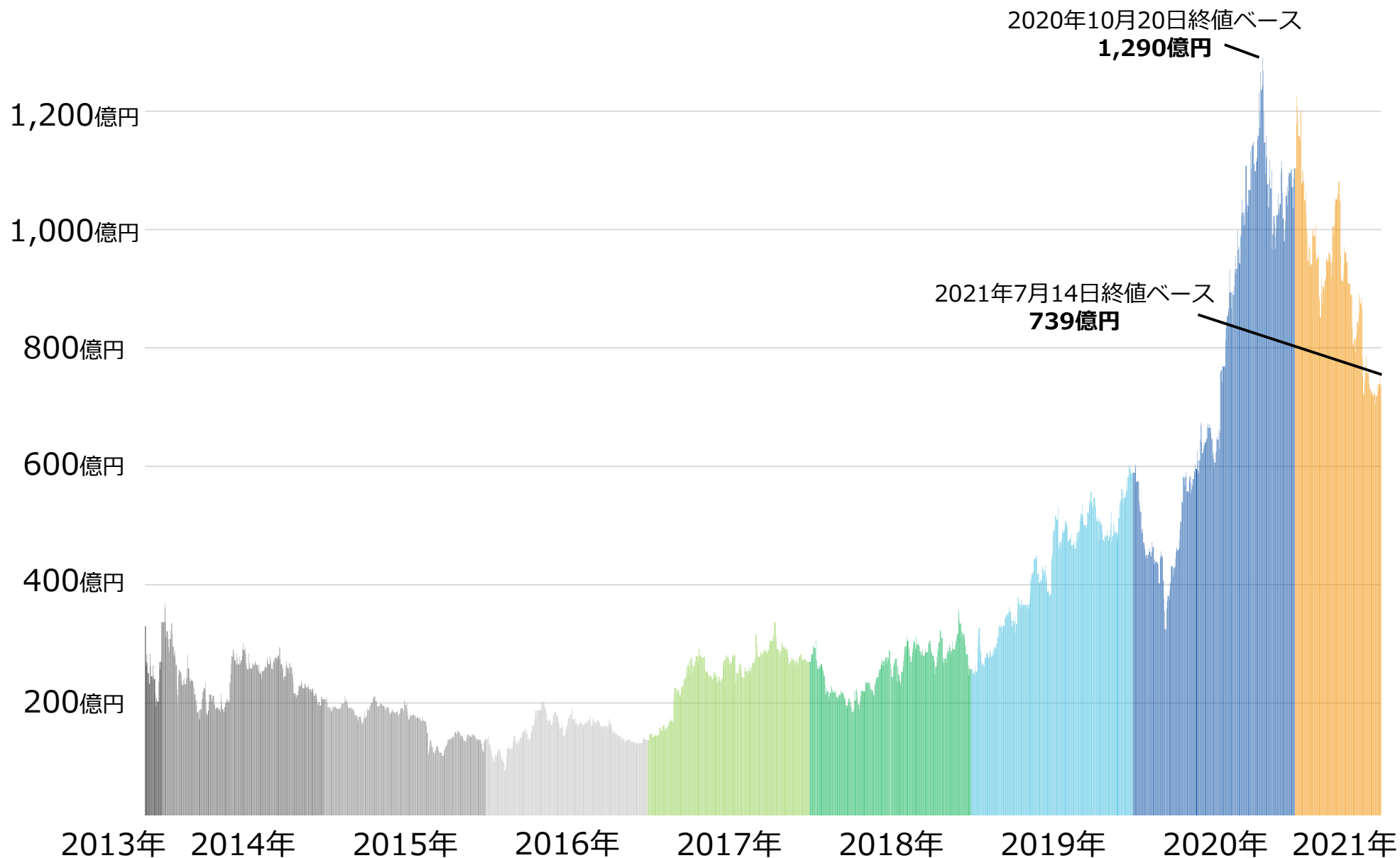


# 上場以来の当社株価・出来高推移



※ 2014年3月1日、2014年12月1日の株式分割（2分割）にともなう調整後株価を記載。

# 上場以来の当社時価総額推移



# 会社概要

商 号 : 株式会社メディアドゥ (MEDIA DO Co., Ltd.)

設 立 : 1999年4月

資 本 金 : 5,883百万円 (2021年5月末日現在)

上 場 取 引 所 : 東京証券取引所 市場第一部  
証 券 コ ー ド : 3678

役 員	: 代表取締役	藤田 恭嗣	執行役員	花村 佳代子
	取締役	新名 新	執行役員	塚本 進
	取締役	鈴木 克征	執行役員	泉 純一郎
	取締役	溝口 敦	執行役員	山田 亮
	社外取締役	榎 啓一	執行役員	千原 陽一
	社外取締役	金丸 絢子	執行役員	苅田 明史
	常勤監査役	大和田 和恵	執行役員	鈴木 元
	社外監査役	森藤 利明		
	社外監査役	椎名 毅		

本 社 : 東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル5F (竹橋)  
徳島木頭オフィス : 徳島県那賀郡那賀町木頭和無田字イワツシ5-23

子 会 社 等 : (国内) 株式会社メディアドゥテック徳島、アルトラエンタテインメント株式会社、株式会社Jコミックテラス、株式会社出版デジタル機構、株式会社フライヤー、株式会社マンガ新聞、ジャイブ株式会社、株式会社Nagisa、株式会社日本文芸社  
(海外) Media Do International, Inc.、Quality Solutions, Inc.(Firebrand Technologies)、NetGalley, LLC

関 連 会 社 : 株式会社MyAnimeList、LINE Book Distribution株式会社、株式会社エーアイスクエア、テック情報株式会社

 Media Do

 Media Do  
TECH TOKUSHIMA

 MD-i  
Media Do International

 flier

 J-Comic Terrace Corporation  
Jコミックテラス

 ARTRA

 マンガ新聞

ジャイブ株式会社

 Nagisa

 firebrand  
TECHNOLOGIES  
Where Publishers, Content, and Readers Meet

株式会社  
出版デジタル機構

 日本文芸社  
NIHONBUNGEISHA

 NetGalley  
WE HELP BOOKS SUCCEED

# 経営陣紹介（社内取締役）



**藤田 恭嗣**

**代表取締役社長 CEO**

1994年 大学在籍時に創業。その後1996年に（有）フジテクノ（2001年11月当社に吸収合併）を設立したのち、1999年に当社設立。創業時より様々な事業を手掛け、2006年より電子書籍流通事業を開始。2013年 東証マザーズ上場、2016年東証一部へ市場変更。CEOとして、当社の経営戦略、特に新たな企業価値の柱の創造を担う。また、2020年には起業家支援を目的とした一般社団法人徳島イノベーションベースを設立し、代表理事に就任。起業家組織EO Tokyo 第24期会長を務めるなど、起業家としての社会貢献にも取り組む傍ら、地元である徳島県木頭村（現・那賀町）にて、2013年より地方創生事業にも精力的に取り組む。



**新名 新**

**取締役副社長 COO**

1980年（株）中央公論社（現（株）中央公論新社）に入社。1996年（株）角川書店（現（株）KADOKAWA）に入社し、2003年 同社書籍事業部長に就任。2007年より同社常務取締役、2008年より（株）角川エディトリアル 代表取締役、2012年より（株）ブックウォーカー 取締役などを歴任。2013年に一般財団法人角川文化振興財団の事務局長に就任。2014年より（株）出版デジタル機構（2019年3月に（株）メディアドゥに社名変更）の代表取締役社長に就任。2018年より当社取締役副社長 COOに就任。2020年より海賊版対策の業界団体である一般社団法人ABJ代表理事に就任。長年の文芸編集者としての経験と、四半世紀にわたり電子出版に携わってきた豊富な経験を活かし、今後もCOOとして出版業界と最前線へ向き合い、当社主力の電子書籍流通事業の全体統括や出版支援事業を担う。



**鈴木 克征**

**取締役 CAO**

1986年 高橋会計事務所に入所。（株）レッドホットカンパニー、朝日インテック（株）、（株）ワールドプライダルを経て2007年 当社に入社。2008年 執行役員 経営管理部長に就任。2015年 執行役員 管理本部長、2016年 取締役 管理本部長を歴任。2020年6月より、管理部門・財務経理を統括すべく取締役 CAOに就任。当社に入社以来一貫して管理部門全体を管轄しており、引き続きCAOとして当社の根幹となる経理計数管理を一挙に担う。



**溝口 敦**

**取締役 CBDO**

2000年（株）エヌ・ティ・ティ・ドコモ（現（株）NTTドコモ）に入社。iモードベースの「着うた」立ち上げなどのコンテンツ事業に携わる。2008年 当社に入社。2010年 執行役員 営業本部長、2016年 取締役 事業開発本部長、2017年 取締役 グループCOOなどを歴任。2019年より当社グループ MyAnimeList, LLC.の代表取締役に就任。2020年6月より、新規事業およびアライアンスの統括として取締役 CBDOに就任。CBDOとして、これまでに当社の主軸となる電子書籍流通事業や、電子図書館、新規事業などに従事した幅広い経験、モバイル通信やITに関する知見を活かし、取扱いコンテンツの領域拡大や、国内外の新規市場開拓を担う。



# 経営陣紹介（執行役員）



## 花村 佳代子

### 執行役員 CEDO (Chief Ebook Distribution Officer)

2000年（株）フォーサイドに入社。一貫してコンテンツ事業に従事し、2003年より部長、2007年より執行役員、2010年より取締役を歴任。2015年当社に入社し、ライセンスビジネス部部長や電子書籍事業本部部長、執行役員を歴任し電子書籍事業全般に従事。2020年6月より、当社の主軸である電子書籍流通事業のなかで取次事業を中心に管轄するべく執行役員 CEDOに就任。CEDOとして、これまで長きに渡りコンテンツ事業に従事してきた経験を活かし、出版社・書店のニーズを把握しながら電子書籍流通事業全体の企画立案から運用管理までの一連のオペレーション体制構築を担う。



## 塚本 進

### 執行役員 CPSO (Chief Publication Solutions Officer)

1980年（株）トーハンに入社。雑誌仕入10年、海外事業8年、台湾東販総経理を4年半務める。1998年（株）角川書店(現（株）KADOKAWA)に入社。台湾角川を設立し総経理を勤め、その後香港、広州、タイ、マレーシア、北米の拠点の立ち上げに従事。2012年（株）KADOKAWA 取締役海外事業部長に就任。2015年 Japan Manga Alliance設立に参加、取締役に就任。2017年 同社常務執行役員、2019年 同社顧問を歴任。2020年6月より、主に国際事業部、PUBRID事業部を管轄するべく当社執行役員CPSOに就任。CPSOとして、出版流通および海外ビジネスの豊富な経験を活かし、資本や業務の提携などを通じた積極的な海外市場開拓とIPO創造を担う。



## 泉 純一郎

### 執行役員 CTO

2007年（株）ワークスアプリケーションズに入社し、ERPパッケージソフトの開発に従事。2015年に（株）リクルートテクノロジーズに入社しリクナビの開発プロジェクトに参画。2016年に（株）ワークスアプリケーションズに再度入社しSaaS型のERPシステムの立ち上げに従事。2018年当社に入社し、技術本部・新規サービス開発部部長としてクラウドの導入や新配信システムの開発に従事。2020年6月より、ビジネス戦略を進めるための新製品の開発や既存製品の強化を担うべく執行役員 CTOに就任。CTOとして、テクノロジーを活用して、電子書籍にとどまらず、出版業界全体に貢献するシステムの開発・展開を担う。



## 山田 亮

### 執行役員 CFO

1998年日本電気（株）に入社し、経営企画、事業開発等に従事。2010年 楽天(株)に入社し事業開発業務に従事したのち、2017年に同社事業開発部長として同社グループのM&Aを統括。2018年当社に入社し、経営企画室担当部長、経営管理部長を歴任。2019年 執行役員 財務経理部長に就任。2020年6月より、財務戦略、資金調達などを担うべく執行役員 CFOに就任。CFOとして、これまで長く事業開発業務に従事してきた経験を活かし、当社グループの多角的かつ非連続な成長を支えるべく、ファイナンスやM&A、PMIなどを担う。



## 千原 陽一

### 執行役員 CHRO

1981年日本電気（株）に入社。1998年日電（中国）有限公司にて人力資源部長、2003年 NEC液晶テクノロジー（株）（現Tianma Japan（株））にて人事総務部長、2012年日本電気（株）にて人事部長、2014年 NEC企業年金基金 常務理事を歴任。2019年当社に入社し人事部長に就任。2020年6月より、人事、総務、法務・コーポレートガバナンス部門の統括を担うべく執行役員 CHROに就任。CHROとして、多様化する価値観・ワークスタイルに対応した組織設計を進め、従業員満足度と業務生産性の向上の両面を担う。



## 苺田 明史

### 執行役員 CSO

2008年 UBS 証券会社投資銀行本部（現UBS証券（株）投資銀行本部）に入社し、M&Aアドバイザーや資金調達等の助言を実施。2009年 フロンティア・マネジメント（株）に入社し、事業再生や経営支援の経営計画の策定・実行支援に従事。2013年（株）フライヤーを共同設立し取締役CFOに就任。2016年同社が当社グループに参画。2018年、当社に入社し、2019年 経営企画室長に就任。2020年6月より、経営戦略立案、IRを担うべく執行役員 CSOに就任。CSOとして、豊富な金融知識、コンサルティングスキルと、自身が起業した経験を活かし、コーポレート戦略の立案や様々なステークホルダーとの調整を担う。著書複数。



## 鈴村 元

### 執行役員 CIO (Chief Integration Officer)

2006年（株）三井住友銀行に入行し、法人営業、総務コンプライアンス業務を担当。2009年 企業再生ファンドに入社し、地方商業施設などの事業再生投資、PMIなどを手掛ける。2014年（株）リヴァンプに入社し、2016年より同社CFOに就任。グループ全体の経営管理全般の統括・上場準備推進などに従事。2019年当社に入社し、社長室長として戦略、広報、地方創生、全社横断業務改革などを統括。2021年6月より部門間連携や全社統合業務を担うべく執行役員 CIOに就任。CIOとして、事業部門・管理部門、経営・実務、親会社・子会社などの幅広い立場での経験を活かし、全社横断での業務改革などを担う。

## 将来見通しに関する注意事項と会計監査について

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。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・修正をおこなう義務を負うものではありません。

また、本資料内には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。従いまして、本資料に全面的に依拠した投資等の判断を行なうことは控えていただけますようお願いいたします。

当社IR情報サイト

<https://mediado.jp/ir/>