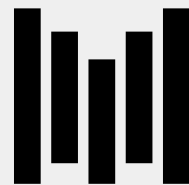


ひとつでも多くのコンテンツを、ひとりでも多くの人へ

FINANCIAL RESULTS BRIEFING

株式会社メディアドゥ
2025年2月期
第2四半期決算説明資料



Media Do

1	決算ハイライト	P.4
2	業績推移	P.8
	1. 連結業績	
	2. 電子書籍流通事業	
	3. 戦略投資事業	
3	成長戦略	P.25
4	新規投資家向け資料	P.44

2Qハイライト

売上高 **510.5億円** (前年同期比 +10.0%)
(進捗率 52.1%)

EBITDA **17.4億円** (前年同期比 +6.8%)
(進捗率 49.1%)

営業利益 **10.9億円** (前年同期比 +10.4%)
(進捗率 47.7%)

親会社株主に
帰属する当期純利益 **5.2億円** (前年同期比 +2.2%)
(進捗率 39.2%)

(進捗率：期初予想に対する進捗率)

売上高・営業利益とも前年同期比で増収増益

- 売上高：電子書籍流通事業において既存商流が前期を上回る成長率となったことに加え、2024年2月に新規商流を獲得したことで売上が好調に推移し、前年同期比+10.0%の成長を実現
- 営業利益：特にIP・ソリューション事業など戦略投資事業における利益改善が見られ、前年同期比+10.4%と増益を達成

2Qトピックス

電子書籍流通事業

- 売上高は2024年2月に獲得した新規商流の影響もあり3四半期連続でYoYで増加した上、特殊要因を除いた実力値としての売上高についても過去最高を達成
- QoQで販管費について大きな変動はないものの、2Qにおいてはメンテナンス等の運用が中心となったことから、エンジニア人件費の資産振替額が減少したため原価増加となり、営業利益率が低下

戦略投資事業

- NTTドコモとの海外向け電子コミック配信サービス開始に向けた業務受託、オーディオブック事業におけるAudibleへの提供作品の複数ヒット等による売上増加
- 縦スクロールコミック事業のオリジナル作品制作からの撤退による一時的な売上増加
- 戦略投資事業全体として、2Q累計で前年対比154百万円の営業利益の改善を実現

株式会社メディアドゥ
2025年2月期第2四半期決算説明資料

01

決算ハイライト

Financial Highlights

連結業績ハイライト

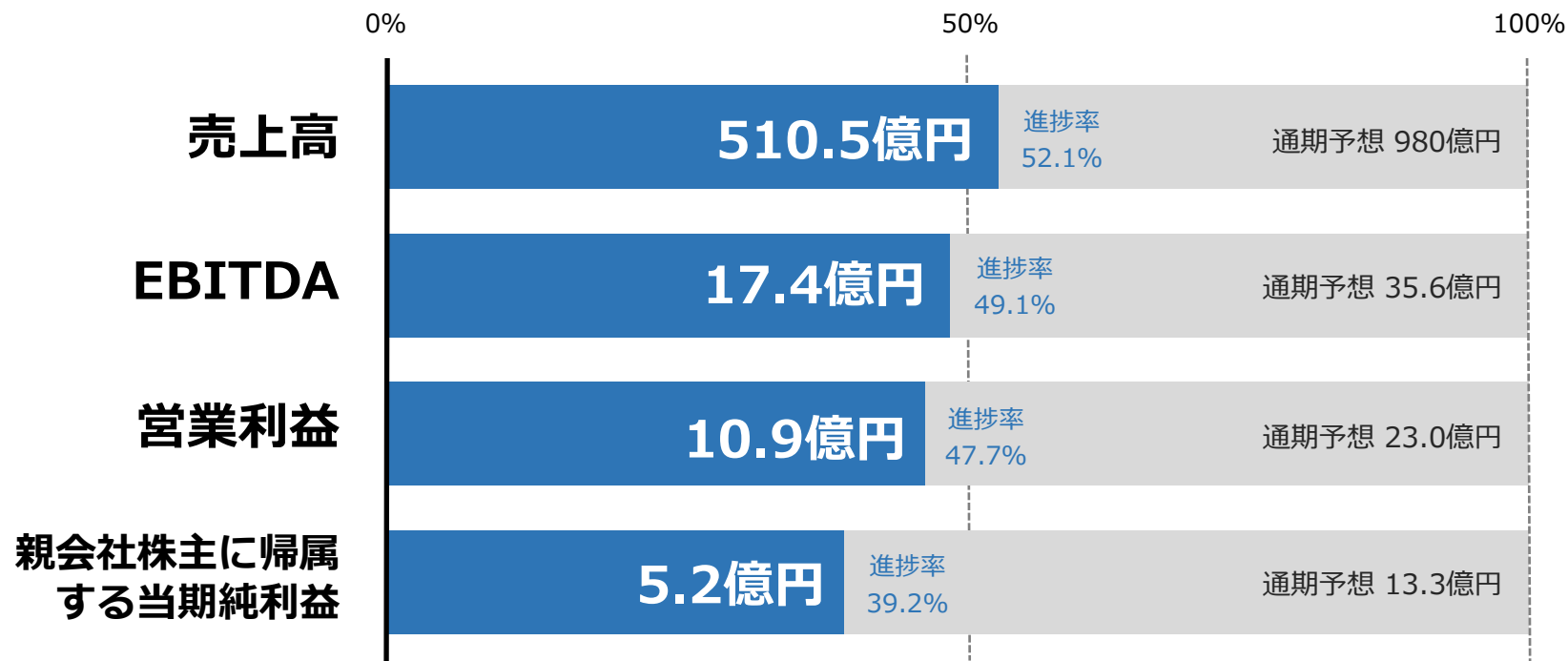
- ✓ 売上高 ----- 電子書籍流通事業において既存商流が前期を上回る成長率となったことに加え、2024年2月に新規商流を獲得したことで、前年同期比+10.0%となり成長基調に回帰
- ✓ 営業利益 ----- IP・ソリューション事業を中心とする戦略投資事業における利益改善の影響で、前年同期比+10.4%と増益を達成
- ✓ 親会社株主に帰属する当期純利益 ----- 出版子会社のジャイブにおいて、電子書籍の制作・販売に注力するべく紙書籍事業から撤退したことに伴う事業整理損(23百万円)の影響等により増益率は2.2%に留まった

	24/2期 2Q	25/2期 2Q	前年同期比
売上高	463.9億円	510.5億円	+10.0% (+46.6億円)
EBITDA	16.3億円	17.4億円	+6.8% (+ 1.1億円)
営業利益	9.9億円	10.9億円	+10.4% (+ 1.0億円)
親会社株主に帰属する当期純利益	5.0億円	5.2億円	+2.2%* (+ 0.2億円)

*ジャイブが電子書籍の制作・販売に注力するべく紙書籍事業から撤退したことに伴う事業整理損(-23百万円)等の影響

通期業績進捗率

- ✓ 売上高は電子書籍流通事業が新規・既存商流ともに売上増を牽引、通期予想に対して50%超と好調な推移
- ✓ 戦略投資事業の改善を下期に想定していることから、利益項目の進捗率は50%を下回るも、いずれも社内想定を上回って着地



1.決算ハイライト

セグメント別売上高

		報告セグメント※1		24/2期 2Q	25/2期 2Q	
		電子書籍流通事業	戦略投資事業			
単位：百万円			メディアドゥ	子会社		
事業セグメント ※1	取次	電子書籍取次事業			42,125	46,537
	書籍・雑誌出版※2			日本文芸社	1,136	978※3
	Webサービス運営	まんがセゾン	FanTop 電子図書館	エブリスタ フライヤー	1,739	1,866
	出版業界向け ソリューション			Firebrand NetGalley Supadü	1,180	1,437
	その他			MD-i※4 アルトラ※4	214	237
	合計				46,397	51,057

※1 報告セグメント・事業セグメントの内訳に記載の事業については、その分類に該当する代表的な事業を抜粋して掲載

※2 出版子会社の売上高のうち、電子書籍取次事業を経由する電子書籍売上を除外した数値を記載

※3 電子書籍の売上等を除外した紙媒体での売上を主体とした数値。再建に伴う新刊抑制・返品受付の局面のため、紙媒体での売上減の割合は、日本文芸社の全体の売上減の割合よりも大きくなっている

※4 MD-i=Media Do International、アルトラ=アルトラエンタテインメントの略

02

業績推移

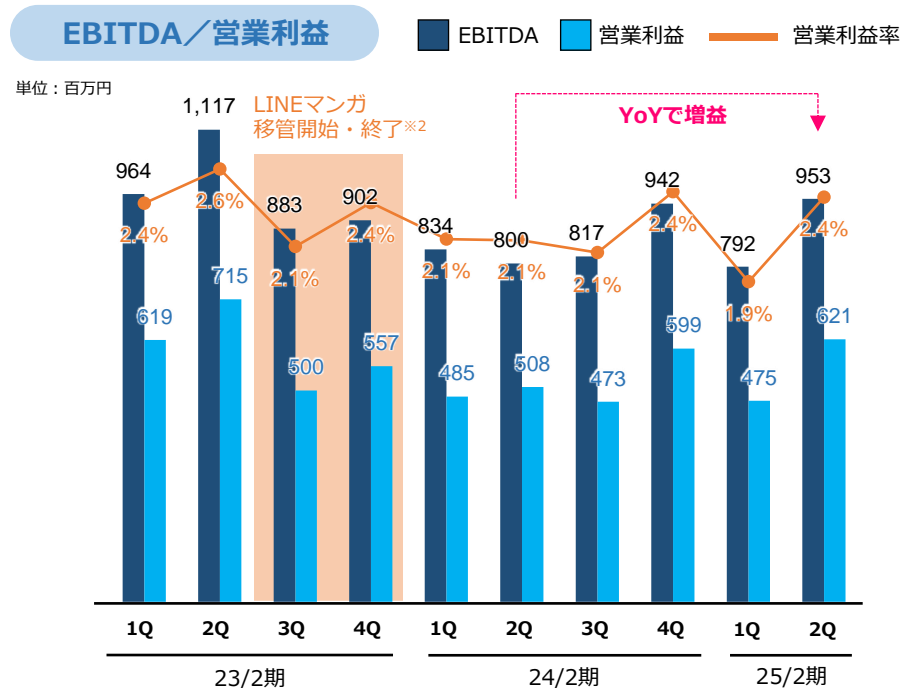
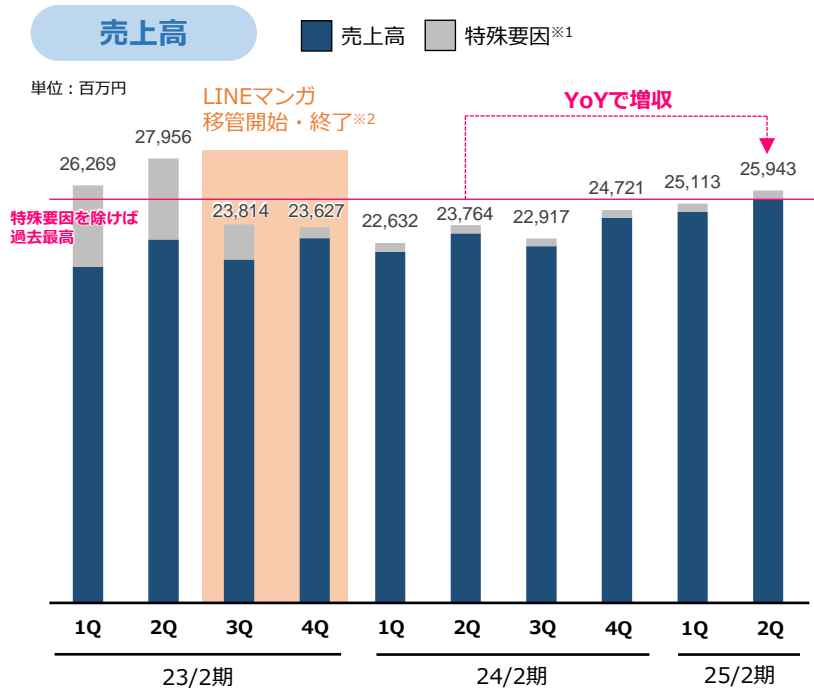
Earnings Trends

2.業績推移

連結業績

概況

- ✓ 売上高は3四半期連続でYoYでの増収を達成。また、特殊要因を除いた売上高は過去最高を達成
- ✓ 営業利益は、IP・ソリューション事業を主とする戦略投資事業の営業利益の改善によりQoQ、YoY共に増益

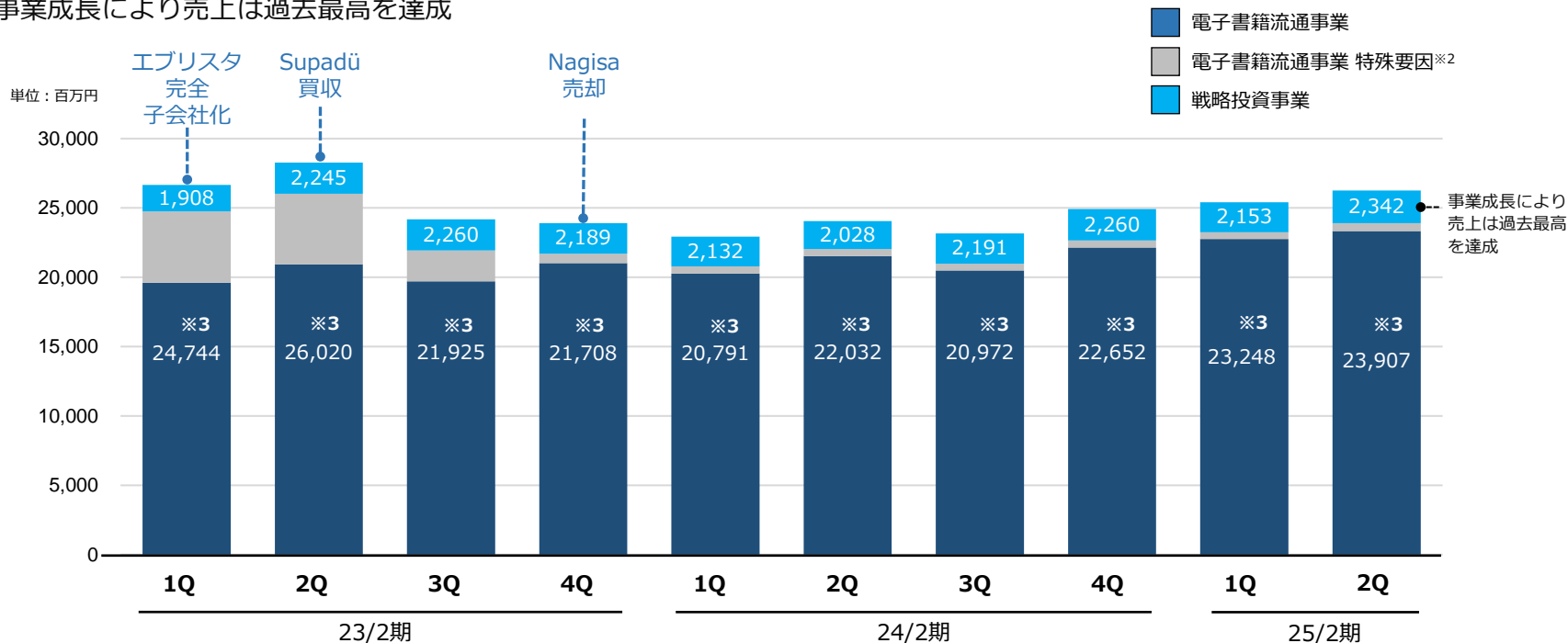


※1 LINEマンガ向けの売上高

※2 LINEマンガ向け売上高の大半を占める、大手出版社向けのバックエンド業務の移管

売上高推移（セグメント別） ※1

- ✓ 電子書籍流通事業は2024年2月に獲得した新規商流の影響もありYoY、QoQで増収を達成
- ✓ 戦略投資事業についても、特にIP・ソリューション事業の売上増によりYoY、QoQで増収を達成。過去はM&Aによる増減があったものの、事業成長により売上は過去最高を達成



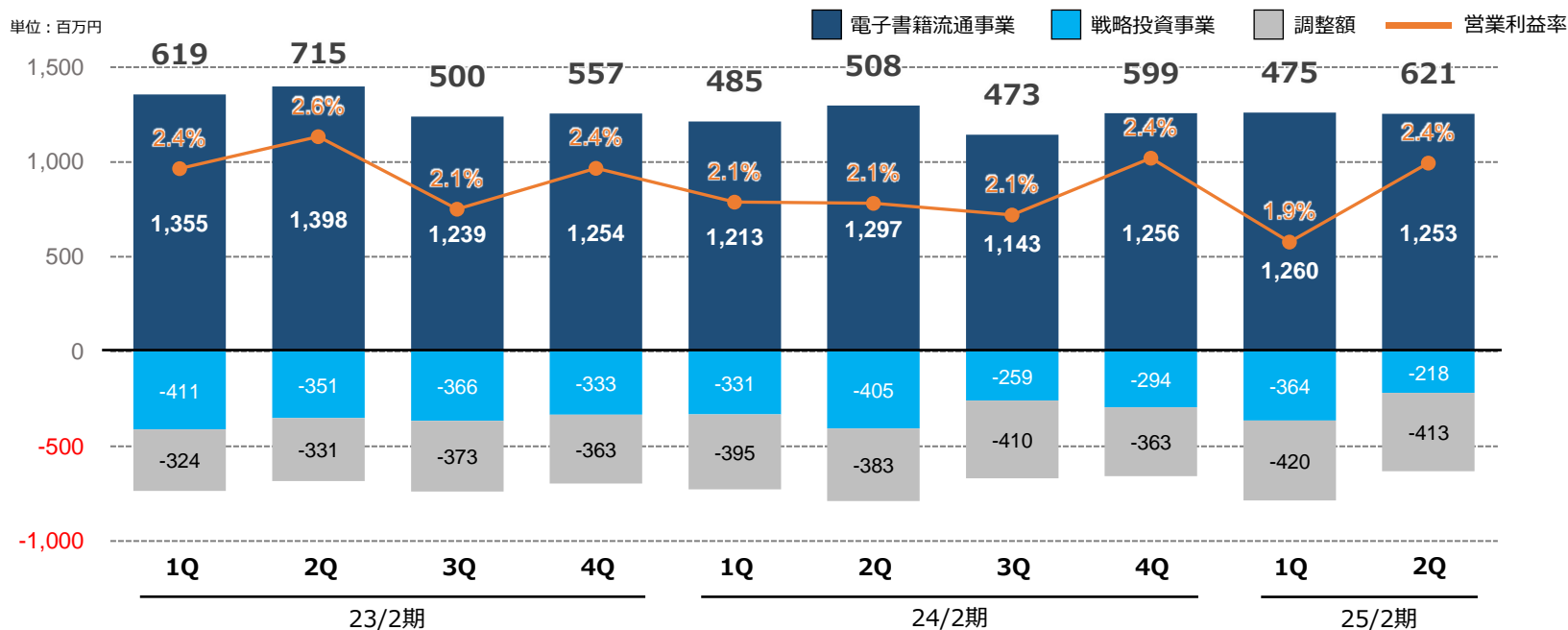
※1 売上高は、セグメント間取引等の調整額を含まない金額。各四半期の調整額については、P.23に記載

※2 LINEマンガ向けの売上高

※3 電子書籍流通事業と特殊要因の合計額

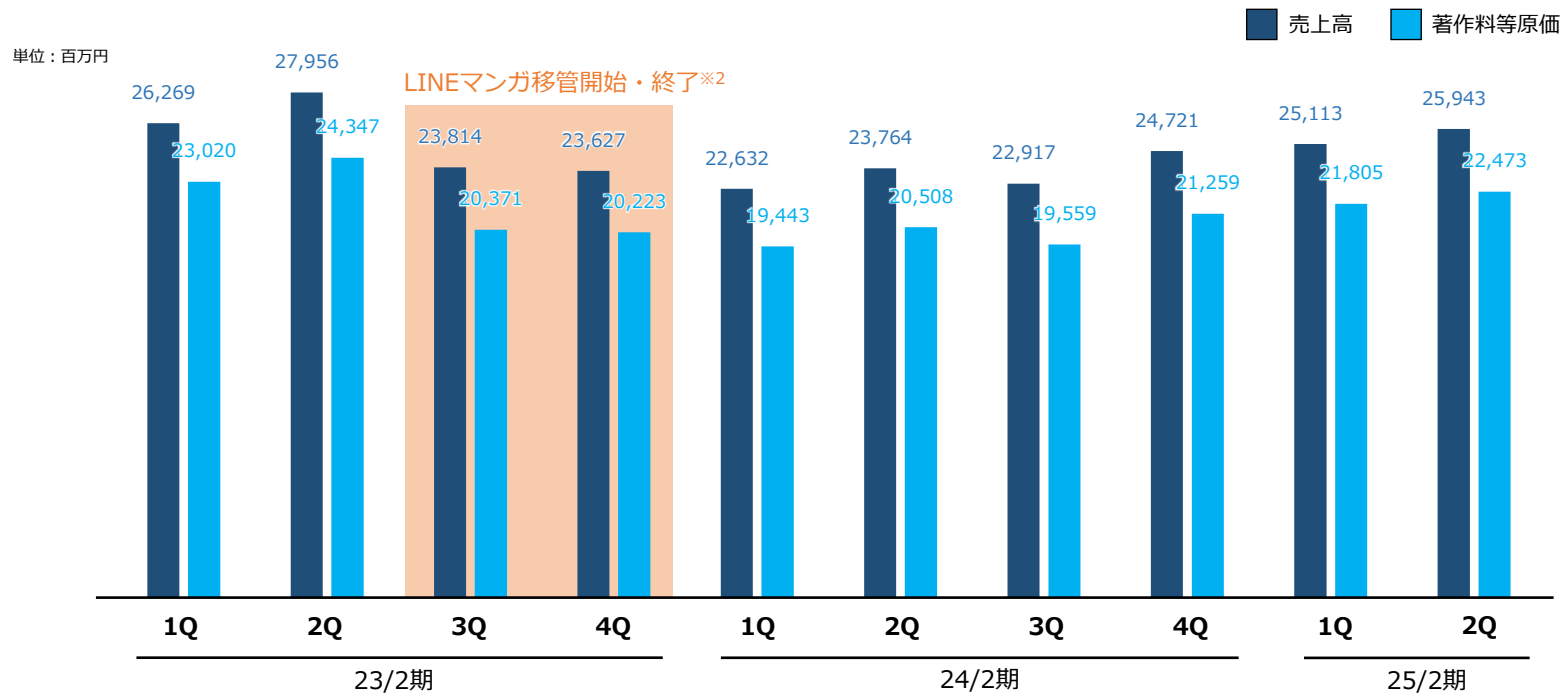
営業利益推移（セグメント別）

- ✓ 電子書籍流通事業は、25/2期 2Qにおいてはメンテナンス等の運用が中心となったことから、エンジニア人件費の資産振替額が減少したため、YoY、QoQで売上原価が増加し、営業利益が減少
- ✓ 戦略投資事業は、主にIP・ソリューション事業における利益改善によりYoY、QoQで良化
- ✓ 調整額には本部費用のほか、2023年10月にB3リーグに参戦／本格始動した男子プロバスケットボールクラブ「徳島ガンバロウズ」の運営法人・がんばろう徳島の損益が含まれている



著作権料等原価推移^{※1}

- ✓ 23/2期3Q以降、LINEマンガの移管による売上高減少に伴い、著作権料等原価も減少
- ✓ 24/2期4Q以降は、新規商流等の影響で売上高が増加したことで、著作権料等原価も増加傾向

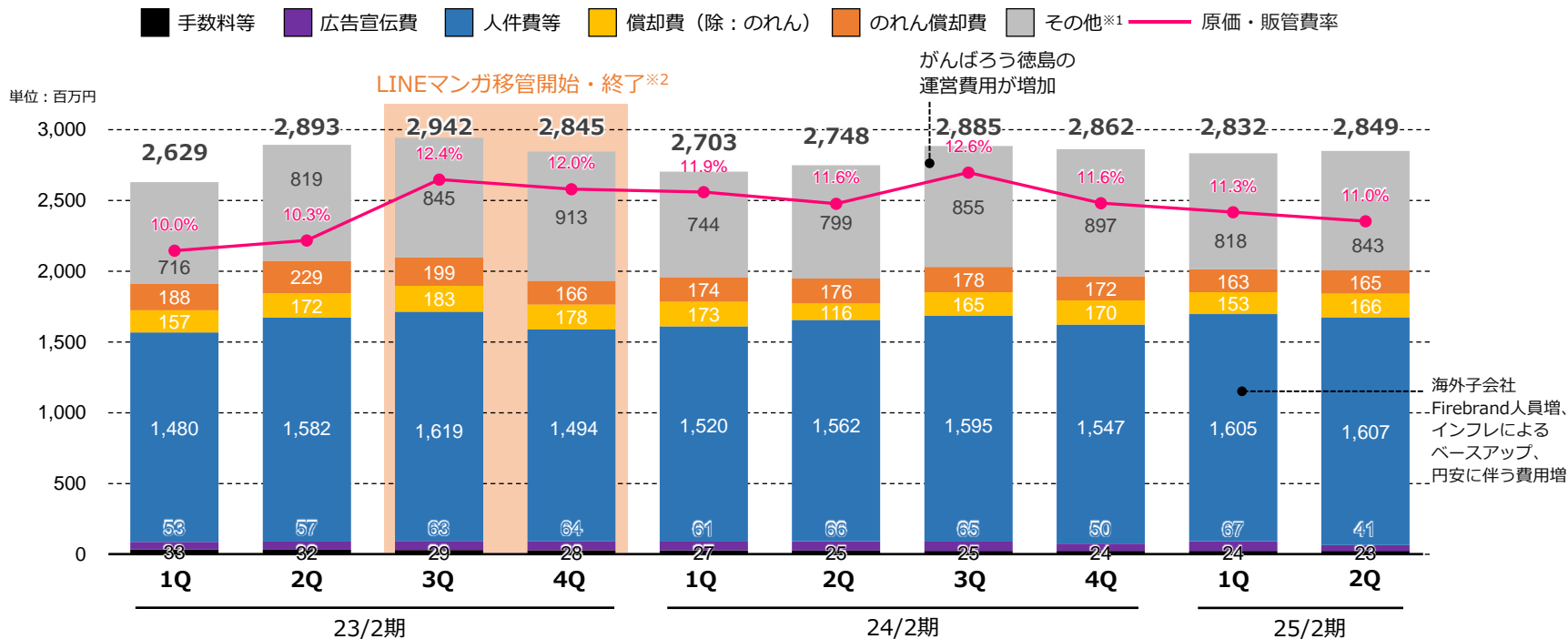


※1 電子書籍流通事業で発生する著作権料等原価と日本文芸社等のインプリント事業で計上される印刷製本原価の合計値推移を記載

※2 LINEマンガ向け売上高の大半を占める、大手出版社向けのバックエンド業務の移管

売上原価・販管費推移（著作料等以外）

- ✓ LINEマンガ移管に伴う売上高の減少により、23/2期3Qに原価・販管費率は上昇
- ✓ 25/2期2Qのその他の費用は、メンテナンス等の運用が中心となったことから、エンジニア人件費の資産振替額が減少した影響により増加

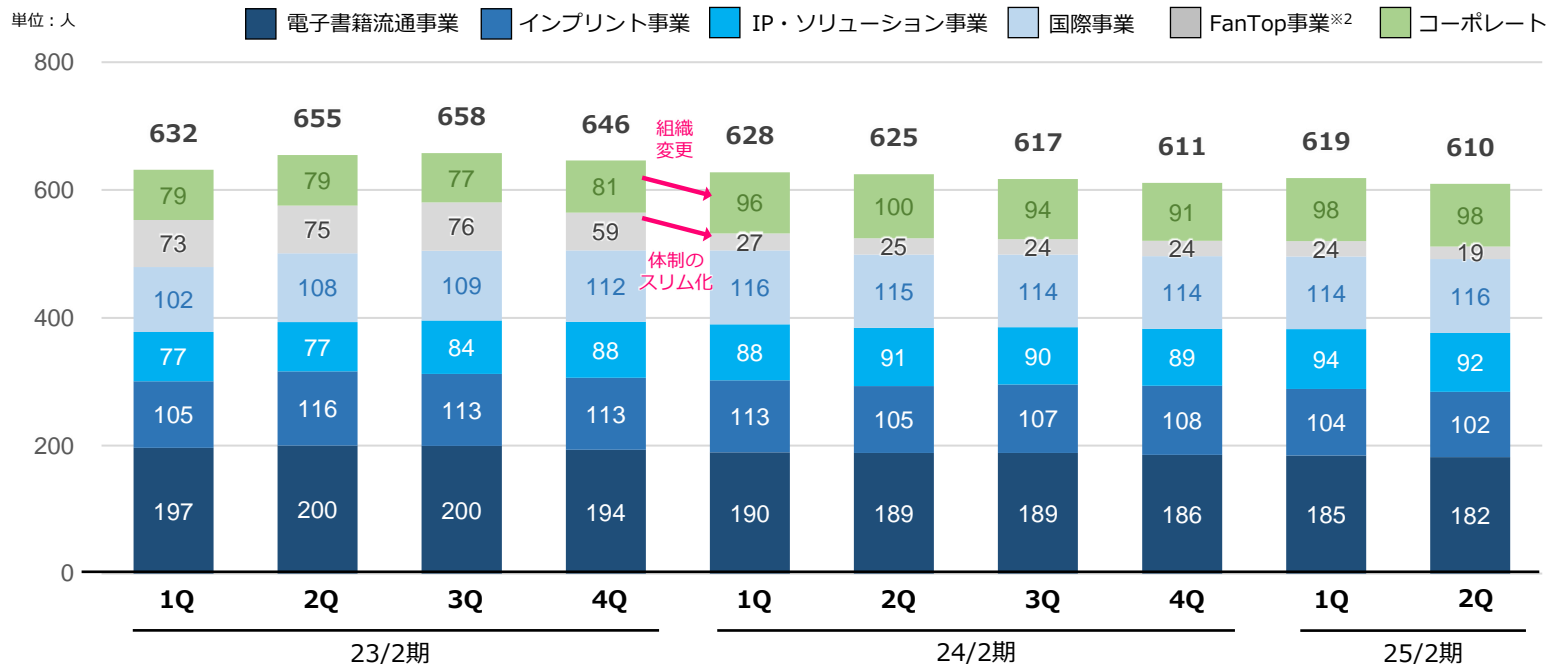


※1 その他には、業務委託費や地代家賃、租税公課等が含まれる

※2 LINEマンガ向け売上高の大半を占める、大手出版社向けのバックエンド業務の移管

従業員数推移※1

✓ 23/2期は採用強化のほかグループ会社買収の影響で増加したものの、以降は事業ポートフォリオの見直しに伴い減少傾向



※1 従業員数は各四半期期間内の月別の平均値を記載

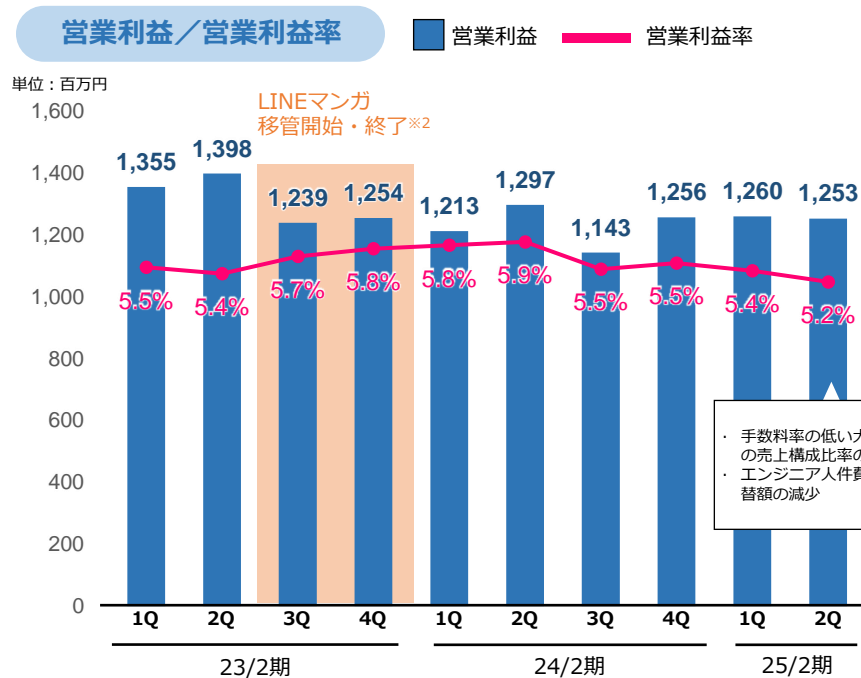
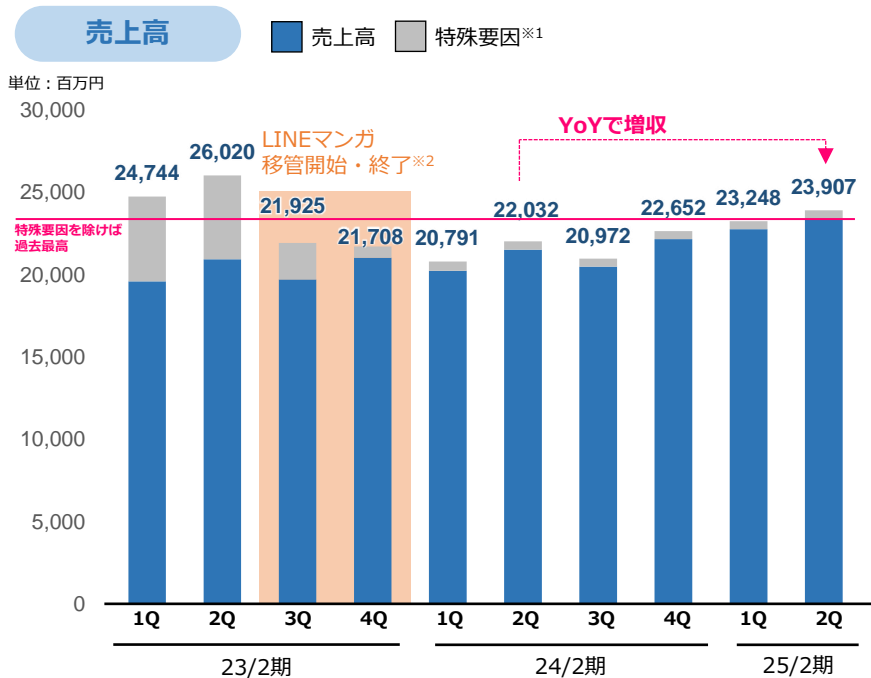
※2 FanTop事業には、23/2期においてXR・GREETなどの新規事業やMyAnimeList、Jコミックテラス、Nagisa等の数値も含まれる

2. 業績推移

電子書籍流通事業

売上高・営業利益推移

- ✓ 売上高は2024年2月に獲得した新規商流の貢献もあり3四半期連続でYoYで増収した上、特殊要因を除いた実力値としての売上高についても過去最高を達成
- ✓ 販管費はQoQでの大きな変動はないものの、売上原価の悪化(※詳細次頁)により、営業利益はQoQでほぼ同水準に

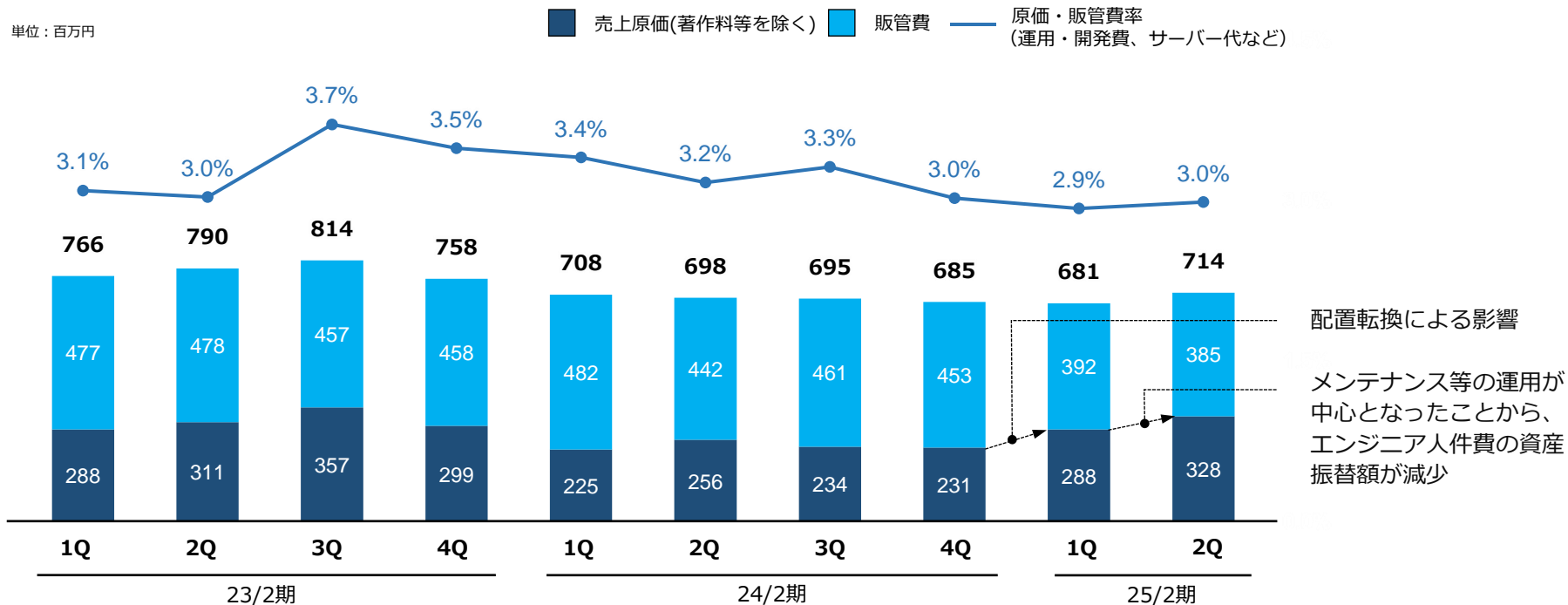


※1 LINEマンガ向けの売上高

※2 LINEマンガ向け売上高の大半を占める、大手出版社向けのバックエンド業務の移管

コスト構造（著作権料等を除く原価・販管費）

- ✓ 著作権料等を除く原価・販管費率は、LINEマンガ移管の開始により売上高が減少した23/2期3Qに一時的に上昇したが、以降は業務プロセスの効率化と高度化により、原価・販管費の絶対額・率ともに改善傾向
- ✓ 25/2期2Qは、メンテナンス等の運用が中心となったことから、エンジニア人件費の資産振替額が減少した影響により売上原価が増加



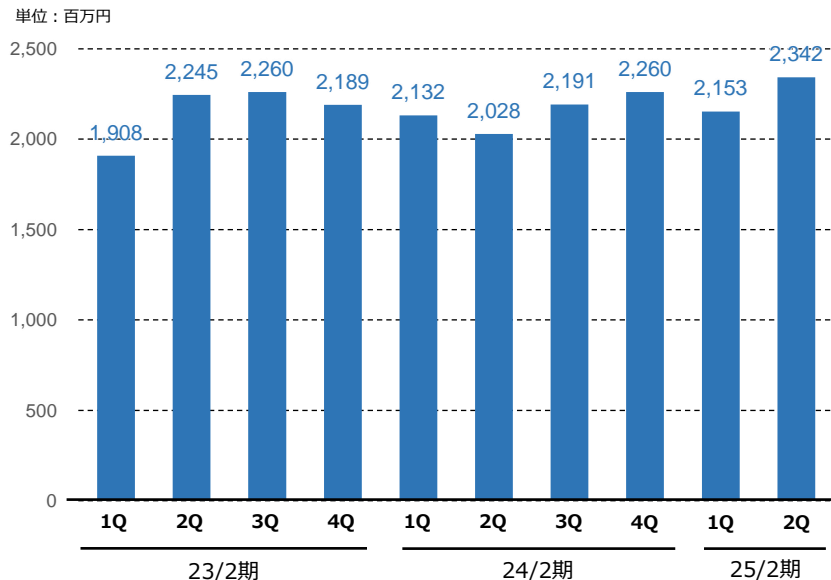
2. 業績推移

戰略投資事業

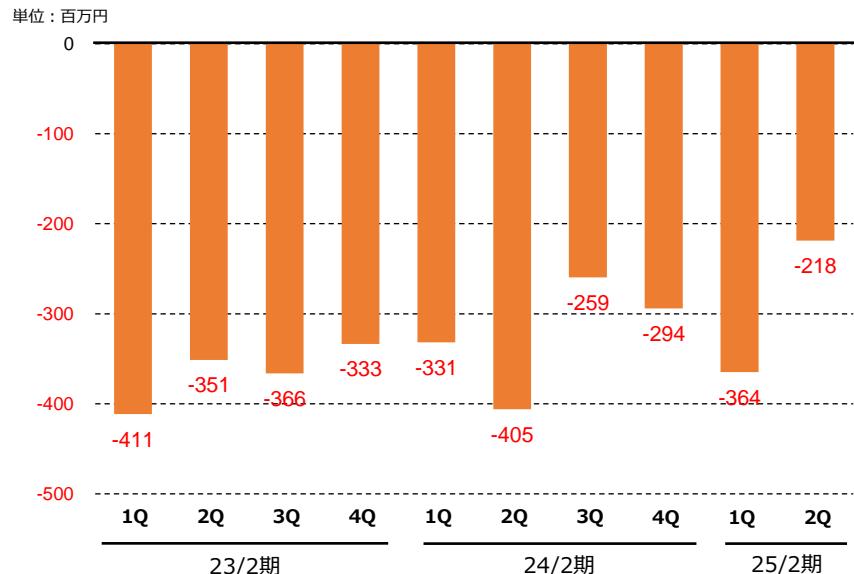
売上高・営業利益推移

- ✓ 売上高・営業利益は、特にIP・ソリューション事業における売上・利益増によりYoY、QoQで増収・増益
- ✓ 増収・増益の主な要因は、①NTTドコモとの海外向け電子コミック配信サービス開始に向けた業務受託売上の計上、②オーディオブック事業におけるAudibleへの提供作品の複数ヒットによる売上増、③縦スクロールコミック事業のオリジナル作品制作からの撤退による一時的な売上増

売上高

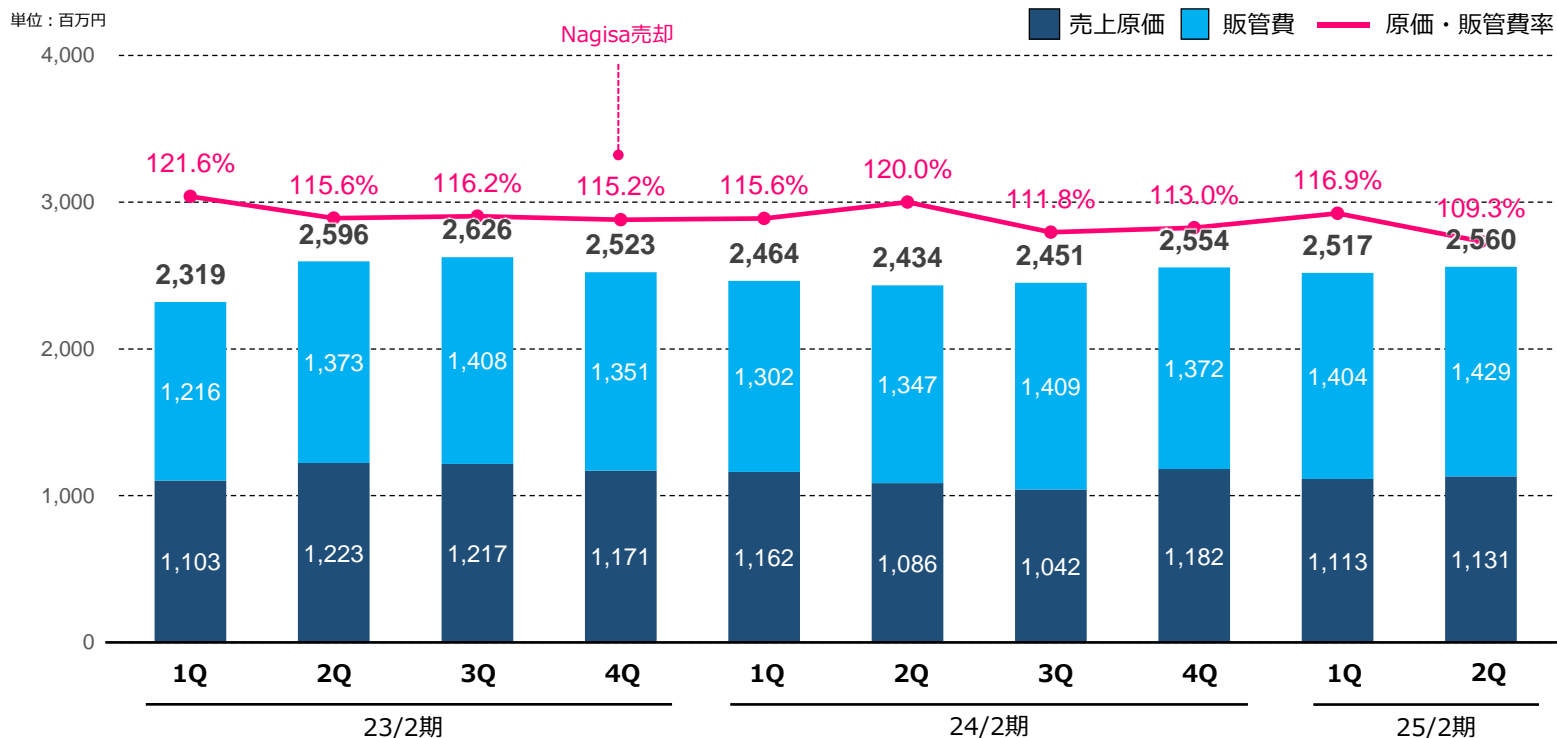


営業利益



コスト構造

- ✓ 売上原価は、IP・ソリューション事業の売上増に伴う自然増
- ✓ 販管費はYoY、QoQで増加。主に国際事業における円安影響による人件費増が要因

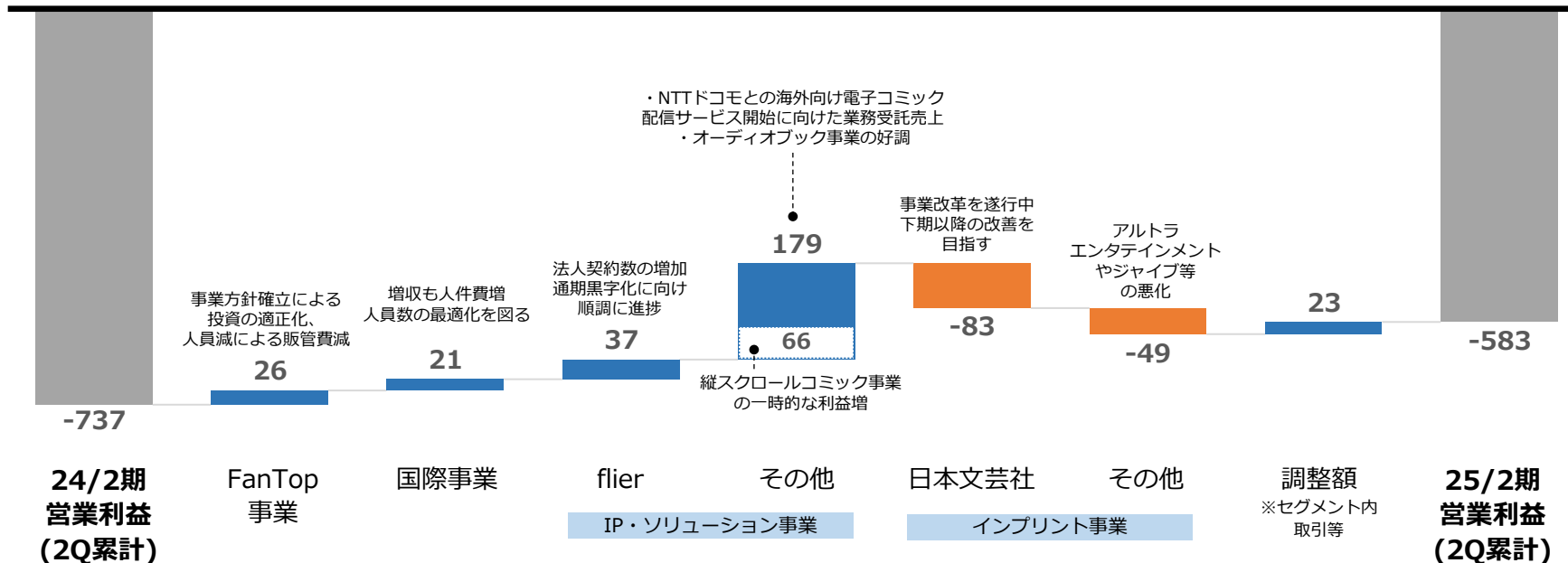


営業利益 前年同期比較

- ✓ 戦略投資事業全体として、2Q累計で154百万円の利益改善
- ✓ 24/2期に引き続き投資適正化を行っているFanTop事業、SaaS型のビジネスモデルであるフライヤーを中心としたIP・ソリューション事業が利益改善に寄与
- ✓ 日本文芸社の営業利益の悪化は1Qに底打ちしており、2Q累計の営業利益減少額は1Qとほぼ同水準で着地

単位：百万円

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



通期実績 (P/L)

単位：百万円	24/2期								25/2期			
	1Q		2Q		3Q		4Q		1Q		2Q	
売上高 ^{※1}	22,632		23,764		22,917		24,721		25,113		25,943	
電子書籍流通事業	20,791	91.9%	22,032	92.7%	20,972	90.7%	22,652	91.6%	23,248	92.6%	23,907	92.2%
戦略投資事業	2,132	9.4%	2,028	8.5%	2,191	10.3%	2,260	9.1%	2,153	8.6%	2,342	9.0%
売上原価、販売管理費	22,147		23,256		22,444		24,122		24,638		25,322	
著作料・その他原価 ^{※2}	19,443	85.9%	20,508	86.3%	19,559	85.3%	21,259	86.0%	21,805	86.8%	22,473	86.6%
手数料等	27	0.1%	25	0.1%	25	0.1%	24	0.1%	24	0.1%	23	0.1%
広告宣伝費	61	0.3%	66	0.3%	65	0.3%	50	0.2%	67	0.3%	41	0.2%
人件費等	1,520	6.7%	1,562	6.6%	1,595	7.0%	1,547	6.3%	1,605	6.4%	1,607	6.2%
償却費等(除：のれん)	173	0.8%	116	0.5%	165	0.7%	170	0.7%	153	0.6%	166	0.6%
のれん償却費	174	0.8%	176	0.7%	178	0.8%	172	0.7%	163	0.7%	165	0.6%
その他	744	3.3%	799	3.4%	855	4.3%	897	3.6%	818	3.3%	843	3.2%
EBITDA	834	3.7%	800	3.4%	817	3.6%	942	3.8%	792	3.2%	953	3.7%
営業利益	485	2.1%	508	2.1%	473	2.1%	599	2.4%	475	1.9%	621	2.4%
経常利益	441	1.9%	496	2.1%	500	2.2%	552	2.2%	490	2.0%	543	2.1%
税金等調整前当期純利益	435	1.9%	494	2.1%	606 ^{※3}	2.6%	-1,097 ^{※4}	-4.4%	464	1.8%	520	2.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	232	1.0%	277	1.2%	351	1.5%	-1,180	-4.8%	244	1.0%	276	1.1%

※1 電子書籍流通事業、戦略投資事業に属さない調整額は2024/2期1Q -290百万円、2Q -296百万円、3Q -246百万円、4Q -191百万円、2025/2期1Q -288百万円、2Q -306百万円

※2 電子書籍流通事業にかかる金額は2024/2期1Q 18,870百万円、2Q 20,035百万円、3Q 19,133百万円、4Q 20,710百万円、2025/2期1Q 21,307百万円、2Q 21,939百万円

※3 株式会社エーアイスクエアの株式譲渡による投資有価証券売却益106百万円を計上

※4 MyAnimeListの第三者割当増資による持分変動利益を110百万円計上。縦スクロールコミック事業に関する減損損失や投資有価証券評価損を465百万円、Supadū Limitedに係るのれんの減損438百万円他、計1,769百万円を特別損失として計上

通期実績 (B/S)

	25/2期1Q	25/2期2Q	増減	主たる変動要因
単位：百万円				
流動資産	36,657	37,878	1,221	
現金及び預金	10,752	12,237	1,485	
受取手形、売掛金及び契約資産	23,594	24,207	613	売上高の増加に伴うもの
固定資産	15,225	15,082	-143	
有形固定資産	711	686	-25	
ソフトウェア	702	711	9	
のれん	5,652	5,537	-115	
投資有価証券	5,852	5,741	-111	
資産合計	51,883	52,961	1,078	
流動負債	31,918	32,261	343	
支払手形及び買掛金	27,115	27,888	773	売上高の増加に伴うもの
短期借入金及び1年内返済予定の長期借入金	2,211	1,538	-673	
固定負債合計	3,704	3,986	282	
長期借入金	2,807	3,083	276	
負債合計	35,622	36,247	625	
株主資本合計	15,173	15,512	339	
資本金	5,959	5,990	31	
資本剰余金	5,737	5,768	31	
利益剰余金	3,525	3,802	277	2Qの親会社株主に帰属する当期純利益額の分増加
自己株式	-48	-48	0	
その他包括利益累計額合計	1,077	1,192	115	為替換算調整勘定の増加
新株予約権	0	0	0	
非支配株主持分	9	8	-1	
純資産の合計	16,260	16,713	453	
負債・純資産合計	51,883	52,961	1,078	

03

成長戦略

Growth Strategy

メディアドゥの企業理念

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

日本国著作権法第一章 総則 第一条

この法律は、著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もつて文化の発展に寄与することを目的とする。

3.成長戦略

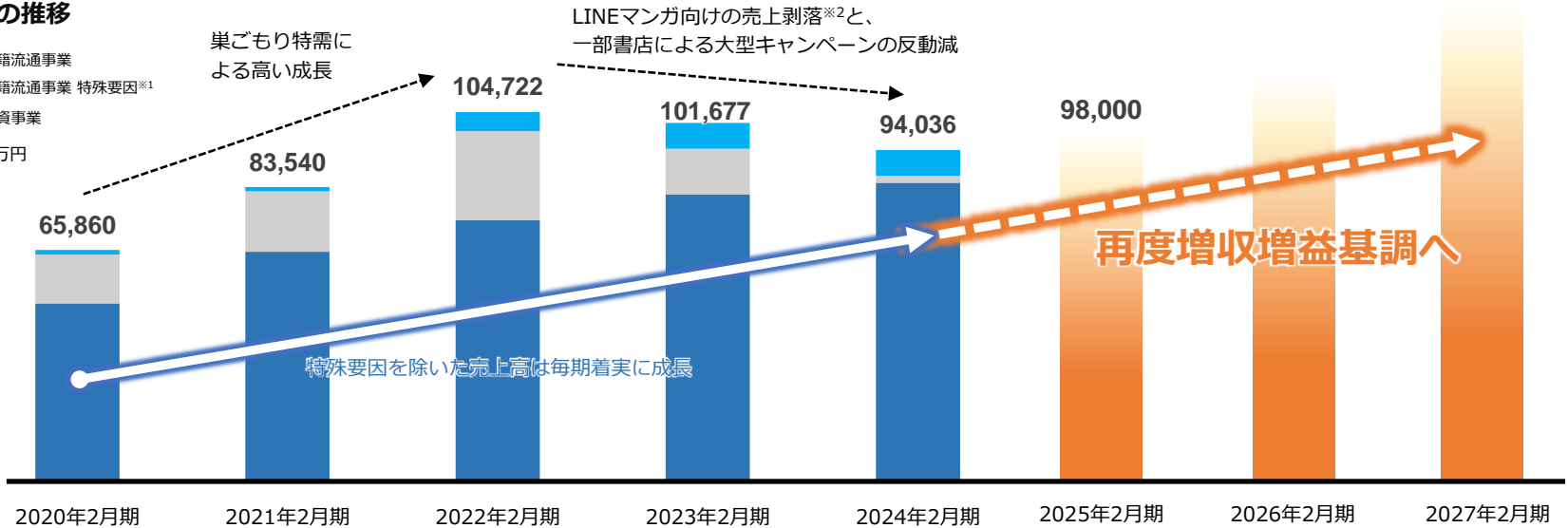
2025年2月期以降の業績見通し

- ✓ LINEマンガ移管による売上減の影響を受けていた2024年2月期をボトムに、3期ぶりに増収増益となる見込み
- ✓ 電子書籍流通事業のシェア拡大、戦略投資事業の各事業進捗による損益の改善、及び事業ポートフォリオ見直しによる抜本的な改善に着手
- ✓ 利益については、ROE10%以上の水準を早期に再達成することを目指す

売上高の推移

- 電子書籍流通事業
- 電子書籍流通事業 特殊要因^{※1}
- 戦略投資事業

単位：百万円



※1 LINEマンガ向けの売上高や、2022年2月期における一部書店の大型キャンペーンの影響等の合計額

※2 ヤフーとLINEの統合に伴い、2022年2月期における主要取引先であったLINEマンガの電子書籍の取次を弊社経由からヤフー子会社の電子書店であるイーブック経由に変更

2023年2月期には前期比で約60億円、2024年2月期には前期比で約110億円の減収影響が発生。詳細は2022年4月14日付け公表の「主要取引先との取引状況と今期業績予想に関するお知らせ」をご覧ください

(<https://ssl4.eir-parts.net/doc/3678/tdnet/2106754/00.pdf>)

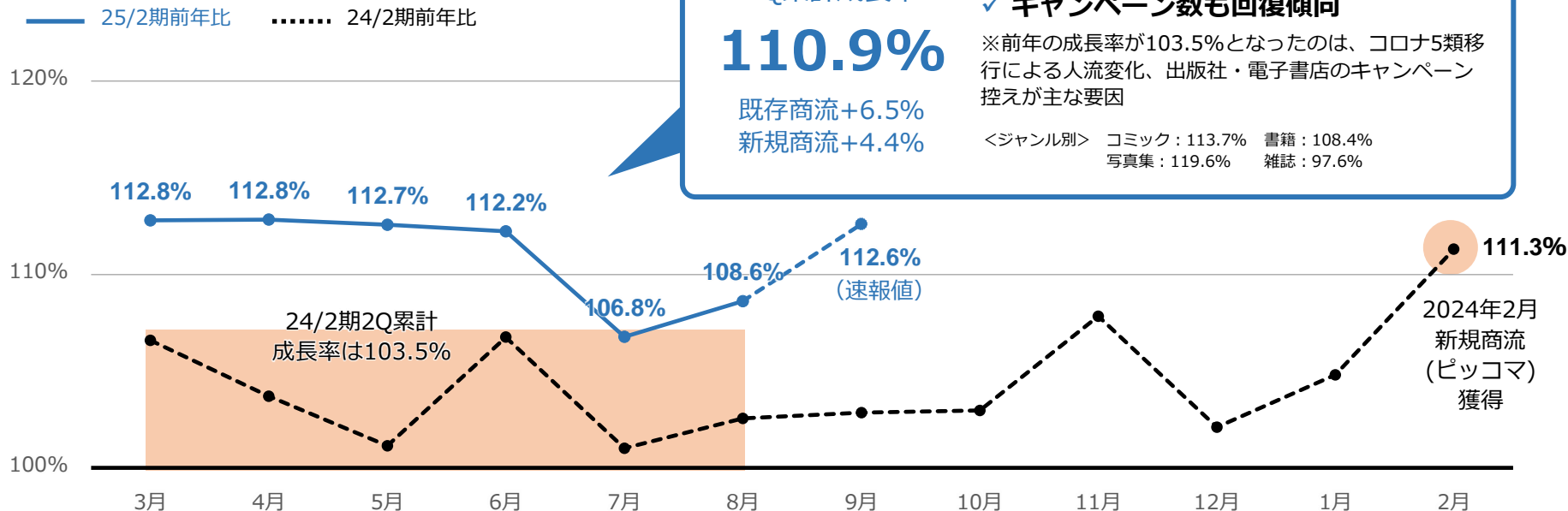
3. 成長戰略

電子書籍流通事業

売上高前年比成長率

- ✓ 2024年2月の新規商流獲得以降、2Q累計の前年比成長率は110%を超え好調に推移
- ✓ 前年対比キャンペーン数は増加。既存商流の成長率も6.5%となり、市場全体の成長率は回復傾向

前年比成長率の推移※



※ LINEマンガ分を除いて算出

市場の拡大と共に配信形態の多様化が進みメディアドゥの貢献余地が拡大

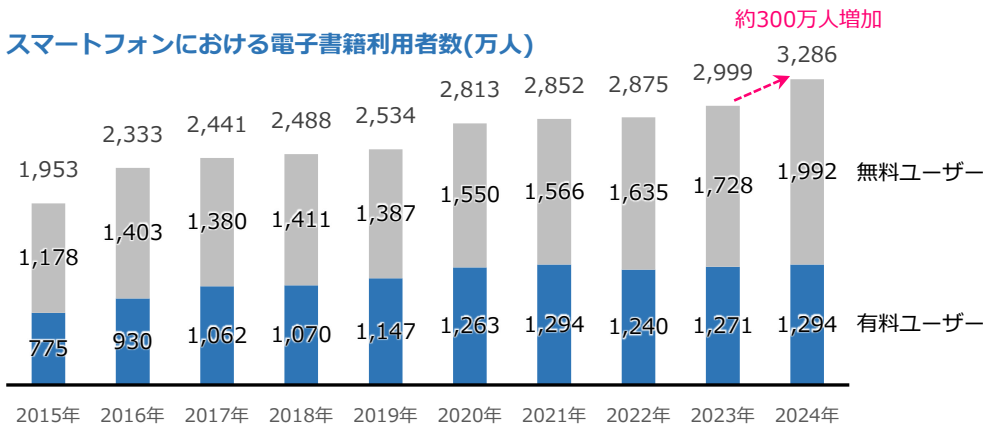
- ✓ 配信形態の多様化により電子書籍ユーザーの裾野が拡大した一方で、運用コストは増加
- ✓ 多様な配信形態に対応可能な独自システムを提供することで、取次としての存在価値を高め、さらなるシェア拡大を図る

配信形態の多様化・・・“待てば無料”形式でコミックの話単位での配信が増加

① 電子書籍ユーザーの裾野拡大

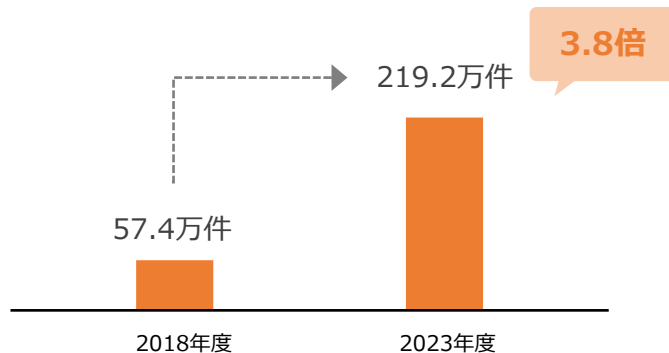
- ✓ 特に無料ユーザーの増加により、電子書籍の利用者数は約300万人増加

スマートフォンにおける電子書籍利用者数(万人)



② 出版社・電子書店の運用負荷増

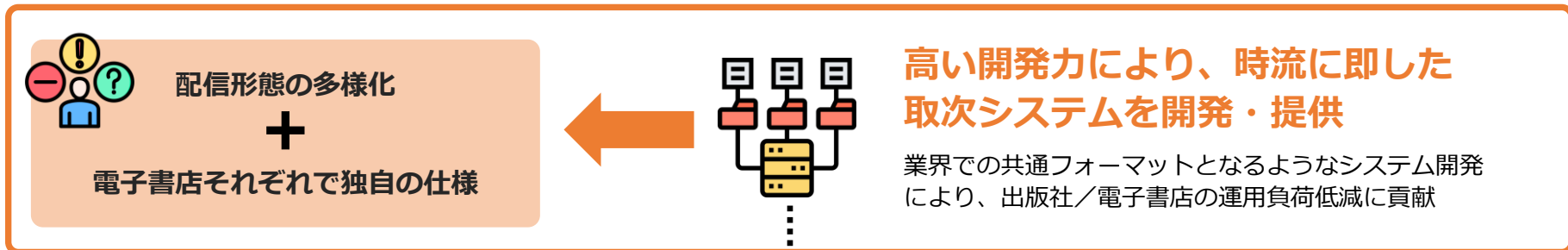
- ✓ 多岐にわたるキャンペーン管理件数は6年間で3倍強に増加
- ✓ 運用コストを低減できるメディアドゥ独自の話配信管理システムにより、取次としての貢献余地が拡大



※ 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2024」から作成したメディアドゥ推計値

高い開発力により時流に即した取次システムを提供することで、シェアを拡大

- ✓ 配信形態の多様化等により、電子書籍の配信に係る事務負担が増加傾向。配信形態の変化のスピードが早い中、各出版社・電子書店で都度独自のシステムを開発することは困難
- ✓ メディアドゥは高い開発力を活かし、業界で共通のフォーマットとなるようなシステムを開発。今後も電子書籍の運用負荷低減に貢献することで、取次シェアの拡大を目指す



出版社
導入シェア※

73%

(96/132社)



話配信管理システム



電子書店
導入シェア

88%

(15/17社)

近年ニーズが高まってきている話配信の管理システムは業界のインフラに

3. 成長戰略

戰略投資事業

戦略投資事業の損益状況

✓ インプリント事業の営業利益はYoYマイナス着地となったものの、その他の事業ではYoYプラスで着地

戦略投資事業のポジションマップ



- ① **FanTop** (P.34-35)
 - ✓ 1Qに引き続き投資適正化の効果もあり営業利益増
 - ✓ 非出版社向け企画が進捗し、導入実績・周知拡大へ
- ② **日本文芸社** (P.36-37)
 - ✓ デジタル・紙ともに改善策の進捗があり、営業利益は2Qから回復基調へ
 - ✓ 強みであるコンテンツの認知向上へ、新Web連載サイト開発に着手
- ③ **エブリスタ** (P.38)
 - ✓ 投稿作品のコンスタントなメディア化を実現しており、小説投稿サイトとしての魅力向上を実現
 - ✓ 印税収入売上は、買収以降着実に増加中
- ④ **国際事業** (P.40-41)
 - ✓ 海外マンガ市場の拡大で高まる海外進出ニーズに対し、メディアアドグループ一体で支援
- ⑤ **フライヤー**
 - ✓ 法人顧客の積上げが順調に進捗し、7月・8月は単月営業黒字
 - ✓ 通期黒字化に向け堅調に推移

非出版物にデジタルコンテンツを付帯する取組みで全業界へ販路を拡大

- ✓ 出版物に加え、非出版物にもNFTデジタルコンテンツを付帯する取組みに注力
- ✓ チケット利用やコンビニプリントでの利用を今後拡大することで、コアなファンのいるコンテンツの獲得と会員数の拡大を目指す

2021年10月～
出版業界中心

25/2期～
全ての業界へ
ターゲット
拡大

- ✓ NFTデジタル特典付き出版物の拡大に注力
- ✓ 累計発行部数は**257万部**を突破（2024年9月末時点）

2024年8月実施

デジタルコンテンツチケット

① イベントチケット (DCT)



特別動画コンテンツをデジタルチケットとする世界初の試み



スポーツやコンサートなど大規模イベントでの利用シーン拡大を目指す

2024年内実施予定

② コンビニプリント



全国のコンビニのマルチコピー機で、NFTデジタルコンテンツを取得可能なQRコード付きプロマイドやシール等を印刷

プロマイド/シール+NFTデジタルコンテンツ



購入者限定
NFT特典QR

紙面に印刷されたQRコードから、様々な特典デジタルコンテンツの取得が可能

アクスタ	動画
画像	電子冊子

24時間・全国約60,000店舗でコンテンツ販売が可能で、販売コストがかからない手軽さを活かし、導入拡大を目指す

今後もFanTop上に流通するコンテンツ数とFanTop会員数の拡大に注力

動画コンテンツをデジタルチケットとする世界初の取組みを実施



- ✓ 当社運営のプロバスケットボールチーム「徳島ガンバロウズ」のイベントチケットとしてFanTopを利用
- ✓ NFT技術を活用し、特別動画コンテンツをデジタルチケットとする世界初*の取組み

徳島ガンバロウズ新体制発表会で世界初の取組み

- ✓ ブロックチェーン上でデジタルコンテンツにチケット機能を付与
- ✓ 元来消耗品だったチケットがイベントの前後問わず鑑賞できるNFTアイテムに

NFTデジタルコンテンツチケット（DCT）として限定動画を配布

- ✓ NFTアイテムはイベント終了後も鑑賞可能
- ✓ FanTop内でファンアイテムとして保有するほか、譲渡・売買なども可能
- ✓ ファンダム醸成によるFanTopでのN次流通の普及への貢献も期待



スポーツやコンサートなど大規模イベントでの利用によるFanTop会員拡大とともに、イベント後のN次流通によるエンターテインメント業界への貢献を目指す

強みであるコンテンツの認知を拡大するための新Web連載サイトを開発開始

- ✓ 2024年10月より新Web連載サイトの開発を開始、全マンガメディアを統合し2025年3月ローンチ予定
- ✓ 成長のボトルネックの解消だけでなく将来的なデジタル主軸での成長に貢献するツールを構築し、IPのマルチユース化を目指す



デジタルの成長課題 「マンガメディアの分散」

- ✓ リソースの分散
(非効率な運営体制とコスト増)
- ✓ ユーザーの分散
(ユーザーデータの不足)

**マンガメディア
を統合**

- ✓ リソースの集中
- ✓ 日文コンテンツの周知拡大
- ✓ 機動的なキャンペーン実施のための作家との契約更新

新Web連載サイトを
2025年3月ローンチ予定

IPのマルチユースを見据 えた多角的な成長

ユーザー増加に伴いインプレッションと
コンバージョンが増加

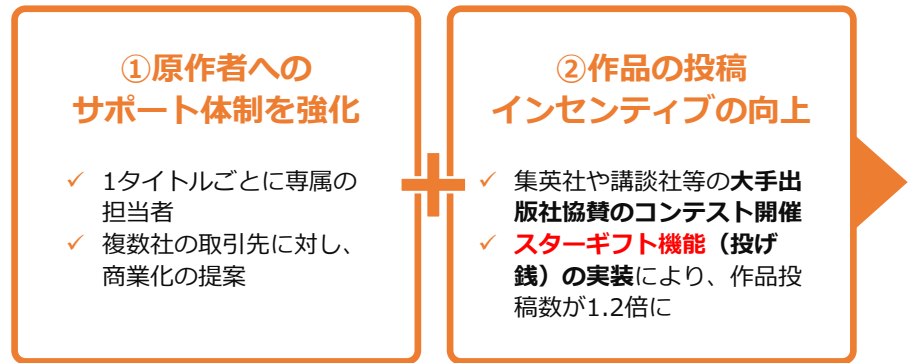
- ✓ 販売はストアに一任し、日本文芸社は作品のマーケティングに専心
- ✓ 社会のトレンドに敏感に反応する機動的なマーケティングを目指す
- ✓ メディア化、イベント、IPビジネスからの効率的なランディングページともなる

日本文芸社のマンガがスピーディかつスムーズにwebへ
展開され、読みやすく、多く読まれる環境を構築

- ✓ オリジナル新連載を多数投入
- ✓ 週刊誌の強みを活かした高い更新頻度
- ✓ 名作を積極的に掘り起こして展開

小説投稿サイトからのIP創出拡大で収益向上を目指す

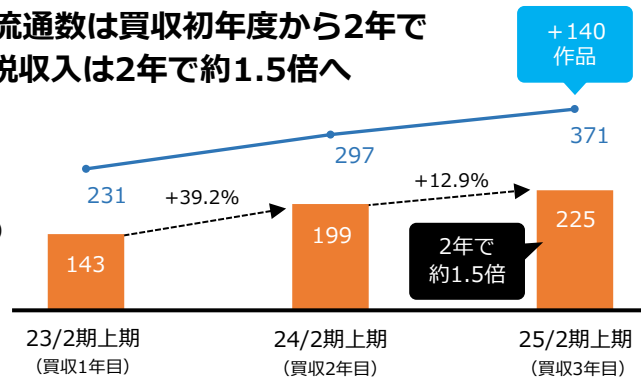
- ✓ 作家・読者・出版社から選ばれる小説投稿サイトとしての魅力を向上し、メディアドゥグループのIP創出基盤を強化
- ✓ 買収後、電子コミックの流通数が+140作品、印税収入が約1.5倍へと順調に推移



電子コミックの流通数は買収初年度から2年で+140作品、印税収入は2年で約1.5倍へ

電子コミック流通数と印税収入 (百万円) の推移

● 電子コミック(作品数)
■ 印税収入 (百万円)



コンスタントなメディア化を実現



カラダ探し

2022年ホラー映画No.1 (興行収入11.8億円)
2025年映画続編が公開決定



どうか私より不幸でいて下さい



2024年7月期より日本テレビ系列 (ドラマDEEP) にてドラマ化



完璧ワIFEによる完璧な復讐計画



2024年8月より毎日放送 (MBS/TBSドラマイズム枠) にてドラマ化



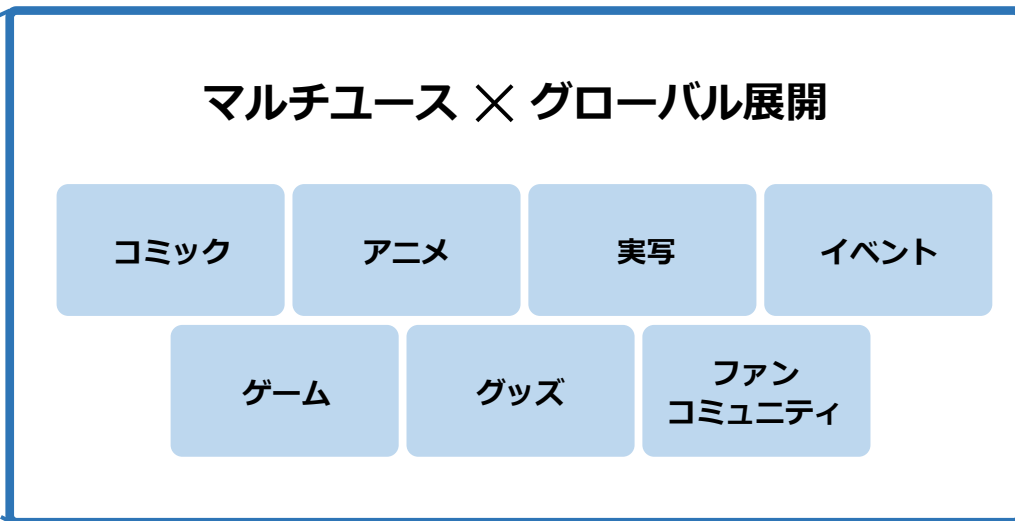
コンテンツのマルチユースを推進することで、IP価値の最大化を目指す

- ✓ メディアドゥグループから今まで数多くのコンテンツを創出
- ✓ 今後は創出されたコンテンツのマルチユースとグローバル展開を推進することによって、コンテンツの価値を最大化。コンテンツのファンを獲得し続け、多角的・長期的な収益獲得を目指す

数多くのコンテンツ
を創出してきた実績



今後はコンテンツの価値の最大化を目指す



コンテンツの価値を最大化することで、多角的・長期的な収益獲得を目指す

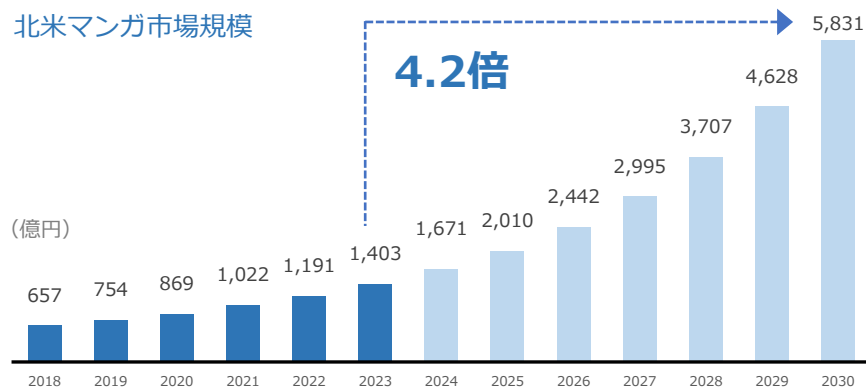
海外マンガ市場の拡大で海外進出ニーズが高まる一方、課題も存在

- ✓ 日本のコンテンツへの人気の高まりを背景に米国のマンガ市場は2030年に5,800億円規模まで拡大する見込み
- ✓ 一方、正規の翻訳コンテンツの少なさや海外流通のノウハウ不足が、海外進出の課題に

北米マンガ市場拡大の機運を受け、 出版社・電子書店の海外進出ニーズが拡大

- ✓ 2030年には現在の約4.2倍の5,800億円に達し、2023年の日本の電子コミック市場約4,800億円を大きく上回る見込み
- ✓ 日本コミックの英訳された作品は1万4,000点程度と全体の2%未満で市場開拓の余地が大きい

北米マンガ市場規模



一方、海外へのコンテンツ 展開には課題も

課題①

正規コンテンツ の調達が困難

AI翻訳の発達等もあり、今後は海外展開に向け正規の翻訳コンテンツが増加する見込み

課題②

海外流通の ノウハウ不足

海外進出の課題に対し、メディアドゥグループ一線でサポートが可能

- ✓ メディアドゥは、日本のほぼ全ての電子書籍コンテンツを取り扱える他、海外流通に関する知見やデータを有していることから、グループ全体で海外進出の支援が可能
- ✓ 四大出版社である集英社のコンテンツの海外展開や、NTTドコモの海外向け電子コミック配信サービスなど、海外進出支援の実績も増加中

① 正規コンテンツの調達



日本のほぼ全ての電子書籍コンテンツを取り扱い可能

- ✓ 電子書籍取次最大手として、日本の出版社2,200社以上との取引基盤・信頼を有する

② 海外流通の豊富なノウハウ



ビッグデータを基にしたマーケティング支援

- ✓ 会員登録者数1,800万人、視聴・読書ビッグデータ12億件を誇る、世界最大級の日本アニメ・マンガのコミュニティ&データベース



海外コンテンツ流通に関する高い知見

- ✓ 2016年から米国に拠点
- ✓ 500社超の欧米出版社と取引があり、海外出版業界に精通



電子書店の支援例



NTTドコモとの海外向け電子コミック配信サービス

- ✓ 2023年12月にメディアドゥ・NTTドコモ・アカツキグループ・MyAnimeListと業務提携契約を締結
- ✓ サービス提供主体であるNTTドコモに対し、メディアドゥはコンテンツ調達及び翻訳の支援をMyAnimeListは作品選定のためのデータ提供及びマーケティングの支援を実施
- ✓ ローンチに向け進捗中



出版社の支援例



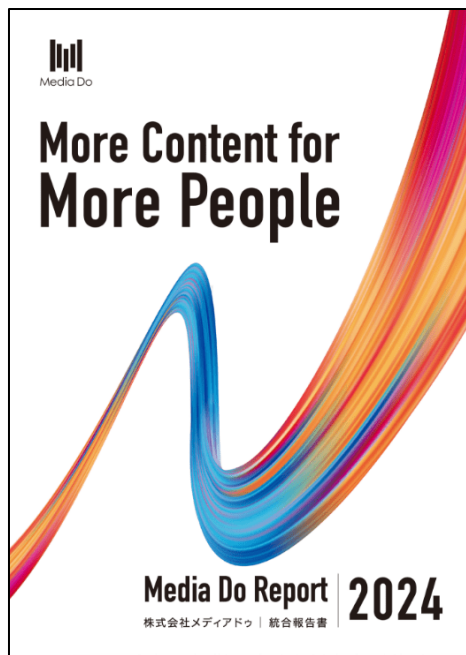
「地面師たち」の海外展開支援

- ✓ 翻訳・出版（紙及び電子書籍）マーケティング/書店流通展開
- ✓ Netflixグローバル公開ドラマシリーズのタイアップマーケティング展開
→Netflixシリーズ国内歴代1位、アジアを中心に世界14カ国でトップ10入り



英語翻訳作品（マンガ、文芸、アートブック）の海外出版支援総数は、16,384点

統合報告書2024発刊のご案内



株式会社メディアドゥ 統合報告書2024

MEDIA DO Report 2024

- ✓ 今回で5回目となる統合報告書では、「価値創造プロセス図」「メディアドゥが求める人材像」の策定や、マテリアリティ10テーマの目標を公表
- ✓ 2025年2月期は、減収減益を乗り越え、再度成長基調へと回復する強い決意を、表紙の「N」に表現
- ✓ 報告対象期間：2024年2月期（2023年3月1日～2024年2月29日）

CEOメッセージ（P.16～）

「30年の経営で得た経験の全てを生かし、厚い信頼と貢献価値を最大化する挑戦を通じていつまでも必要とされる企業を目指します」

CFOメッセージ（P.38～）

「投資方針の見直しと経営リソースの効率化を通してN字回復と戦略投資事業の早期黒字化を実現し、企業価値の最大化を追求してまいります」

今後も投資家の皆様との積極的な対話を図るべく、財務・非財務面での情報拡充に努めてまいります



当社HPにてご覧いただけます

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

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、予測及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及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くようお願いいたします。

<https://mediado.jp/ir>

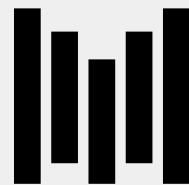


Media Do

ひとつでも多くのコンテンツを、ひとりでも多くの人へ

新規投資家 向け資料

株式会社メディアドゥ



Media Do

INDEX

1 会社概要 P.46

4 2025年2月期 通期業績予想 P.89

2 電子書籍流通事業 P.53

5 株主還元方針 P.93

3 戦略投資事業 P.66

6 サステナビリティ P.95

1. FanTop事業
2. インプリント事業
3. IP・ソリューション事業
4. 国際事業

株式会社メディアドゥ
新規投資家向け資料

01

会社概要

Company Introduction

メディアドゥの企業理念

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

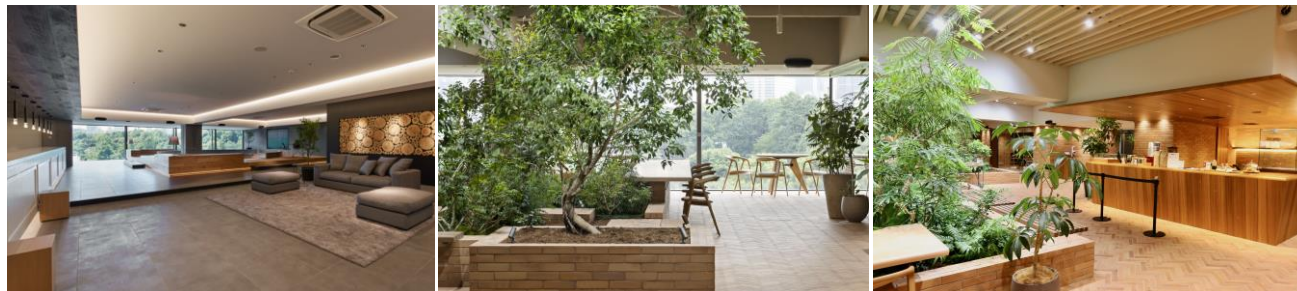
日本国著作権法第一章 総則 第一条

この法律は、著作物並びに実演、レコード、放送及び有線放送に関し著作者の権利及びこれに隣接する権利を定め、これらの文化的所産の公正な利用に留意しつつ、著作者等の権利の保護を図り、もつて文化の発展に寄与することを目的とする。

1. 会社概要

会社概要

社名	株式会社メディアドゥ (MEDIA DO Co., Ltd.)
資本金	5,990百万円 (2024年8月末日現在)
従業員数	316名 (単体)、606名 (連結) (2024年2月末日現在)
創業 / 設立	1994年6月1日 / 1999年4月1日
上場市場	東京証券取引所 プライム市場 (3678)
所在地	本社：東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル5/8F 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



グループ・関連会社

 Media Do

 Media Do
TECH TOKUSHIMA

 MD-i
Media Do International

 flier

 firebrand
TECHNOLOGIES

 日本文芸社
NIHONBUNGEISHA

 NetGalley
WE HELP BOOKS SUCCEED

 エブリスタ

 supadü™
MAKES WEBSITES. SIMPLE

 ASTRA

 TBS
GAMBAROUS
TOKUSHIMA

1.会社概要

当社沿革と連結売上高推移

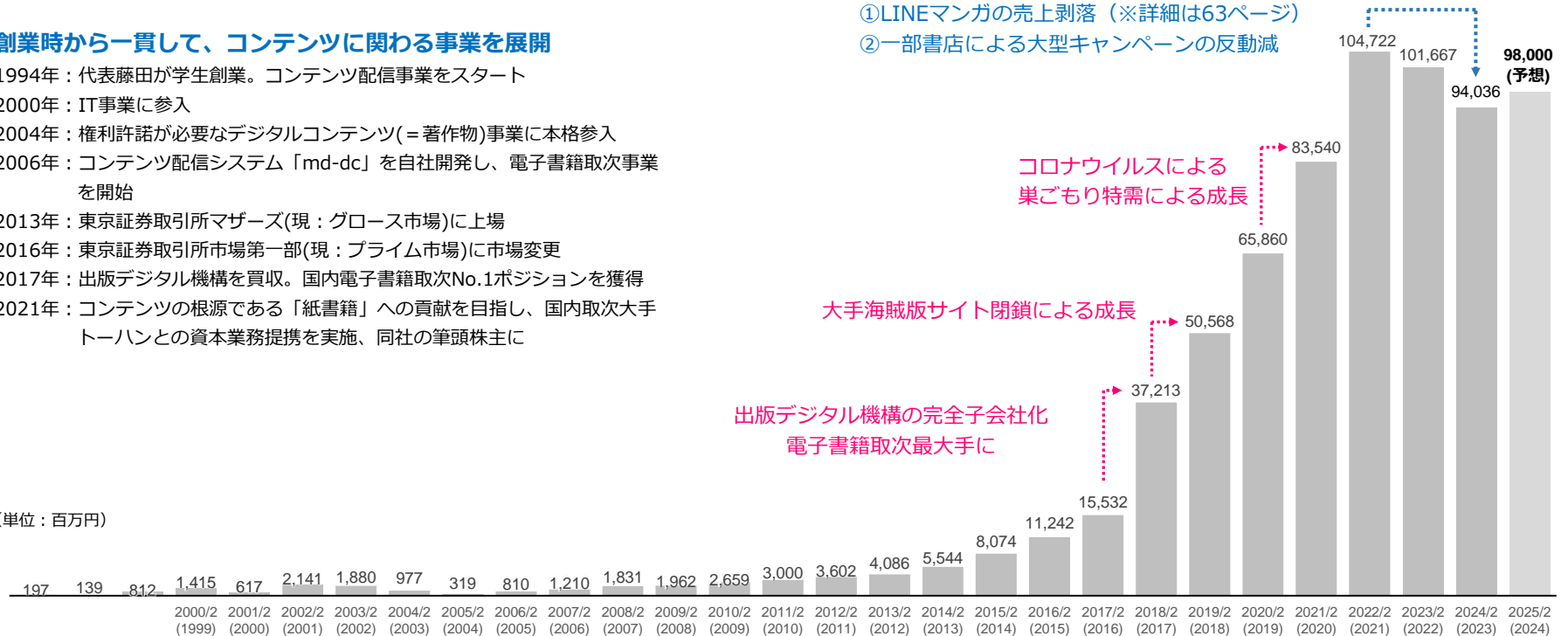
- ✓ コロナ禍における巣ごもり特需を追い風に、22/2期には売上高1,000億円に到達
- ✓ 一過性の特殊要因により、23/2期、24/2期は減収となるも、25/2期以降は再度増収に転じる見込み

創業時から一貫して、コンテンツに関わる事業を展開

- 1994年：代表藤田が学生創業。コンテンツ配信事業をスタート
- 2000年：IT事業に参入
- 2004年：権利許諾が必要なデジタルコンテンツ(=著作物)事業に本格参入
- 2006年：コンテンツ配信システム「md-dc」を自社開発し、電子書籍取次事業を開始
- 2013年：東京証券取引所マザーズ(現：グロース市場)に上場
- 2016年：東京証券取引所市場第一部(現：プライム市場)に市場変更
- 2017年：出版デジタル機構を買収。国内電子書籍取次No.1ポジションを獲得
- 2021年：コンテンツの根源である「紙書籍」への貢献を目指し、国内取次大手トーハンとの資本業務提携を実施、同社の筆頭株主に

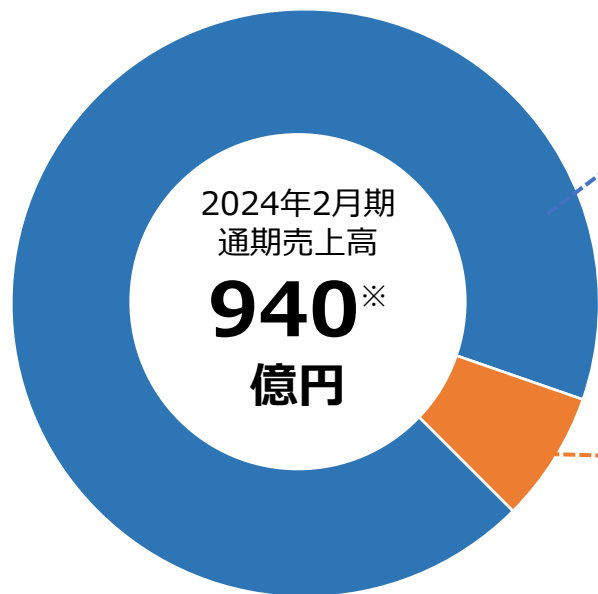
- ①LINEマンガの売上剥落(※詳細は63ページ)
- ②一部書店による大型キャンペーンの反動減

(単位：百万円)



売上高構成

✓ 当社グループの主力事業は電子書籍流通事業。第二の収益軸構築に向け、戦略投資事業を推進



電子書籍流通事業 (864億円 / 92.1%)

Media Do

Media Do
TECH TOKUSHIMA

まんがせう

戦略投資事業 (74億円 / 7.9%)

✓ インプリント事業

日本文芸社

エブリスタ

ASTRA

✓ 国際事業

MD-i
Media Do International

firebrand
TECHNOLOGIES

NetGalley

supadü

✓ IP・ソリューション事業

flier Inc.

OverDrive Japan

PUBFUN

✓ FanTop事業

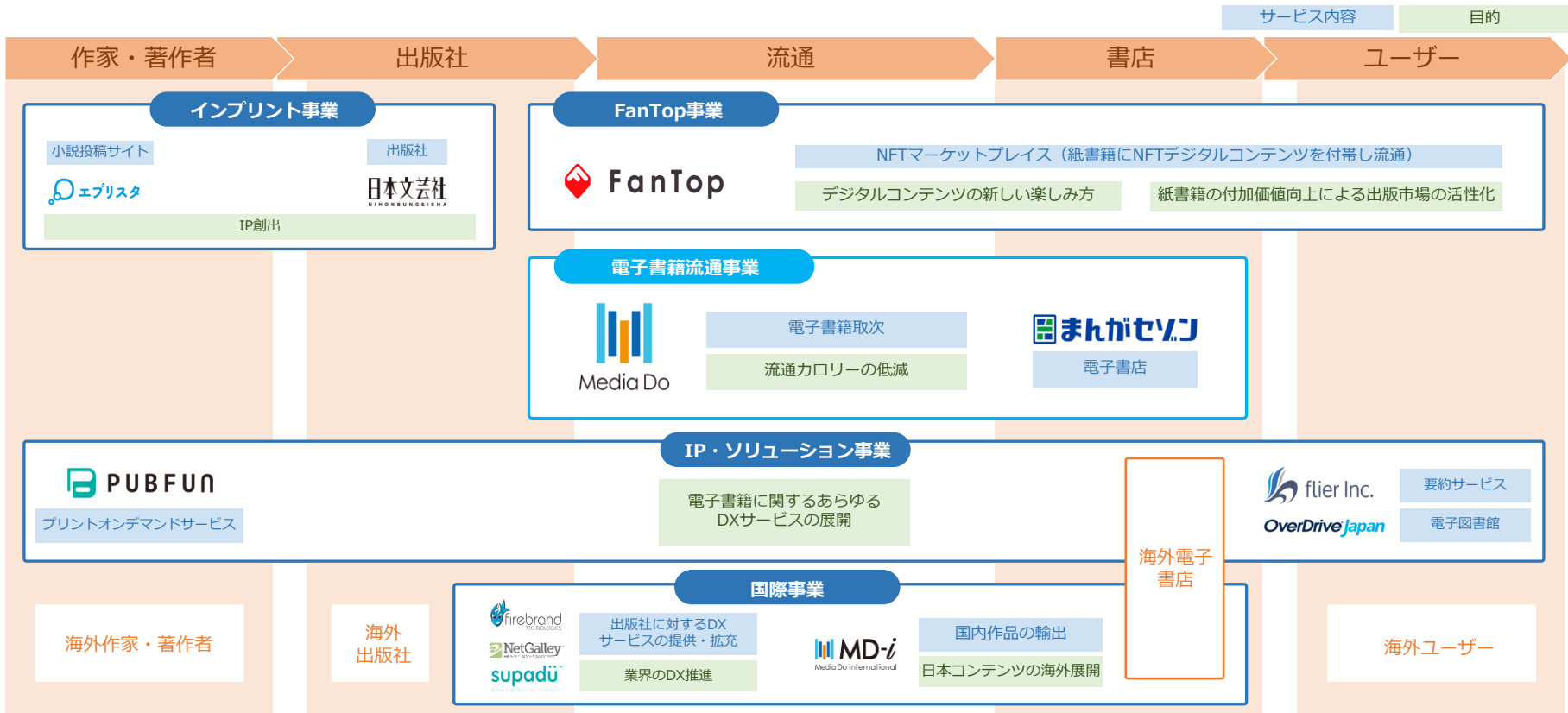
FanTop

※調整額を含む

1.会社概要

事業セグメント毎の位置づけ

✓ メディアドゥグループ全体で出版市場に関わる様々な事業を展開。業界全体の発展に貢献しながら、事業成長を目指す



1. 会社概要

事業セグメント毎の各サービス概要

IP創出／育成	企画・出版（支援）	取次／流通	販売／マーケティング	海外展開
<h3>インプリント事業</h3>  <p>実用書・コミック・小説・雑誌を紙・電子問わず出版・販売</p>  <p>小説投稿サイトの運営および映像化などのプロデュース事業</p>  <p>漫画のカラーリングおよび作画支援</p>	<h3>IP・ソリューション事業</h3>  <p>書籍の要約コンテンツを提供するサービス「flier」を運営</p>  <p>電子書籍をWeb上で検索・貸出・閲覧・返却できる電子図書館サービス</p>  <p>株式会社インプレスHDとの合併会社。法人／個人の両PODサービスを統合させPOD市場拡大を目指す</p>	<h3>電子書籍流通事業</h3>  <p>国内出版社2,200社以上、電子書店150店以上との取引を有する国内最大手取次事業を展開</p>  <p>取次事業に関する業務アウトソーシングを受託</p>  <p>常時のポイント還元率国内最大級の電子コミックサービス</p>	<h3>FanTop事業</h3>  <p>メディアドゥが開発したNFTマーケットプレイス</p>	<h3>国際事業</h3>  <p>Media Do International メディアドゥグループの国際事業展開拠点（サンディエゴ）</p>  <p>米国の書誌情報管理、情報配信、電子書籍配信等を展開</p>  <p>書籍Webマーケティングツール「NetGalley」の提供</p>  <p>米国大手出版社を顧客に持ち、出版社特販サイトをSaaSで提供</p>

株式会社メディアドゥ
新規投資家向け資料

02

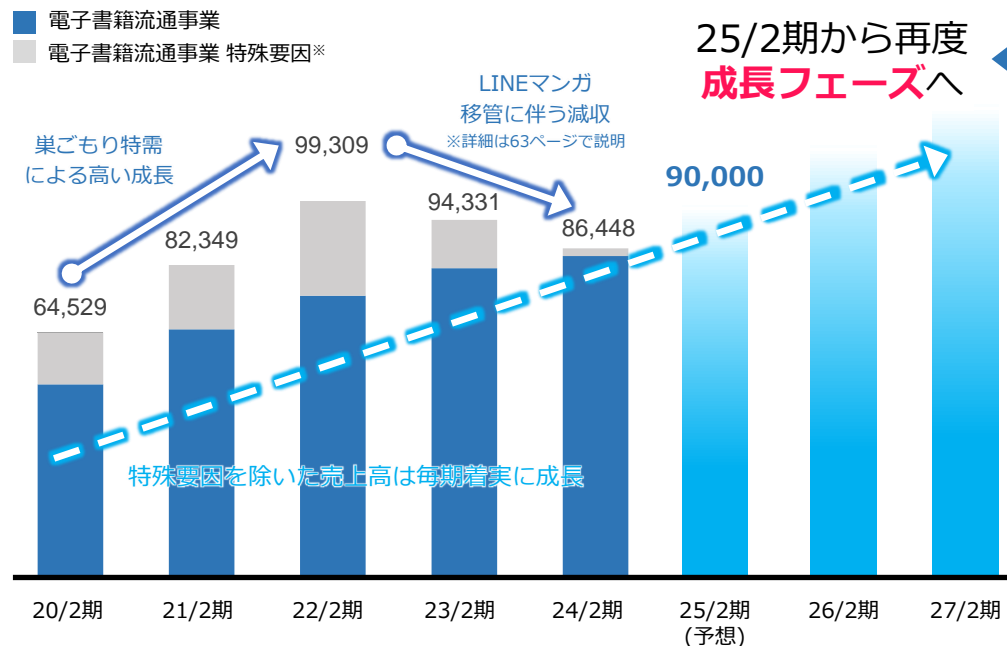
電子書籍流通事業

eBook Distribution Business

一過性の減収要因がなくなり、25/2期から再び増収基調へ

- ✓ 一過性の減収要因(※詳細は63ページで説明)を除いた売上高は每期着実に成長
- ✓ 電子書籍市場の拡大に加え、メディアドゥの市場シェア拡大を目指すことで売上拡大を実現する

連結売上高の推移 (単位:百万円)

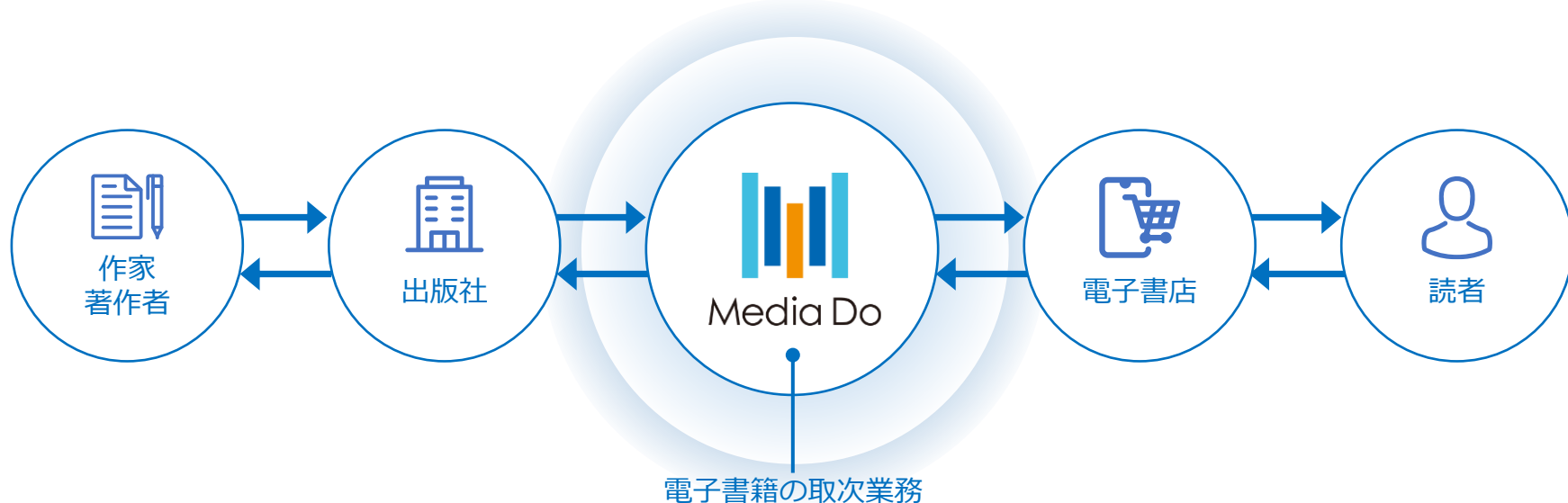


※ LINEマンガ向けの売上高や、2022年2月期における一部書店の大型キャンペーンの影響等の合計

- 1. 唯一無二のポジション** →P.55-56
 - ・ メディアドゥは電子書籍取次国内最大手
 - ・ 国内出版社2,200社超と、電子書店150書店超との取引実績
- 2. 電子書籍市場の継続的な成長** →P.57-58
 - ・ 2028年までに約8,000億円に拡大見込み
 - ・ 文字もの中心に電子化余地は未だ大きい
- 3. 電子書籍取次のシェア拡大余地** →P.59-60
 - ・ 電子書籍流通の約5割が電子書籍取次を介さない直接取引
 - ・ 直近20年で直接取引から取次経由に次第にシェアが移行
- 4. シェア拡大を実現するための取組み** →P.61
 - ・ 電子書籍の運用負荷の増大に伴う取次回帰の傾向の強まり
 - ・ システム連携や蓄積されたノウハウに基づくきめ細やかなサポートの強化

メディアドゥは電子書籍取次国内最大手

- ✓ 自社開発の取次基幹システムを通じて、出版社からお預かりしたコンテンツや書誌情報を一元管理し、各電子書店に配信するほか、各電子書店で展開する割引・無料等のキャンペーン管理、売上分配、印税管理等を担う
- ✓ メディアドゥは電子書籍取次最大手であり、国内出版社2,200社超と、電子書店150書店超との取引実績を有する



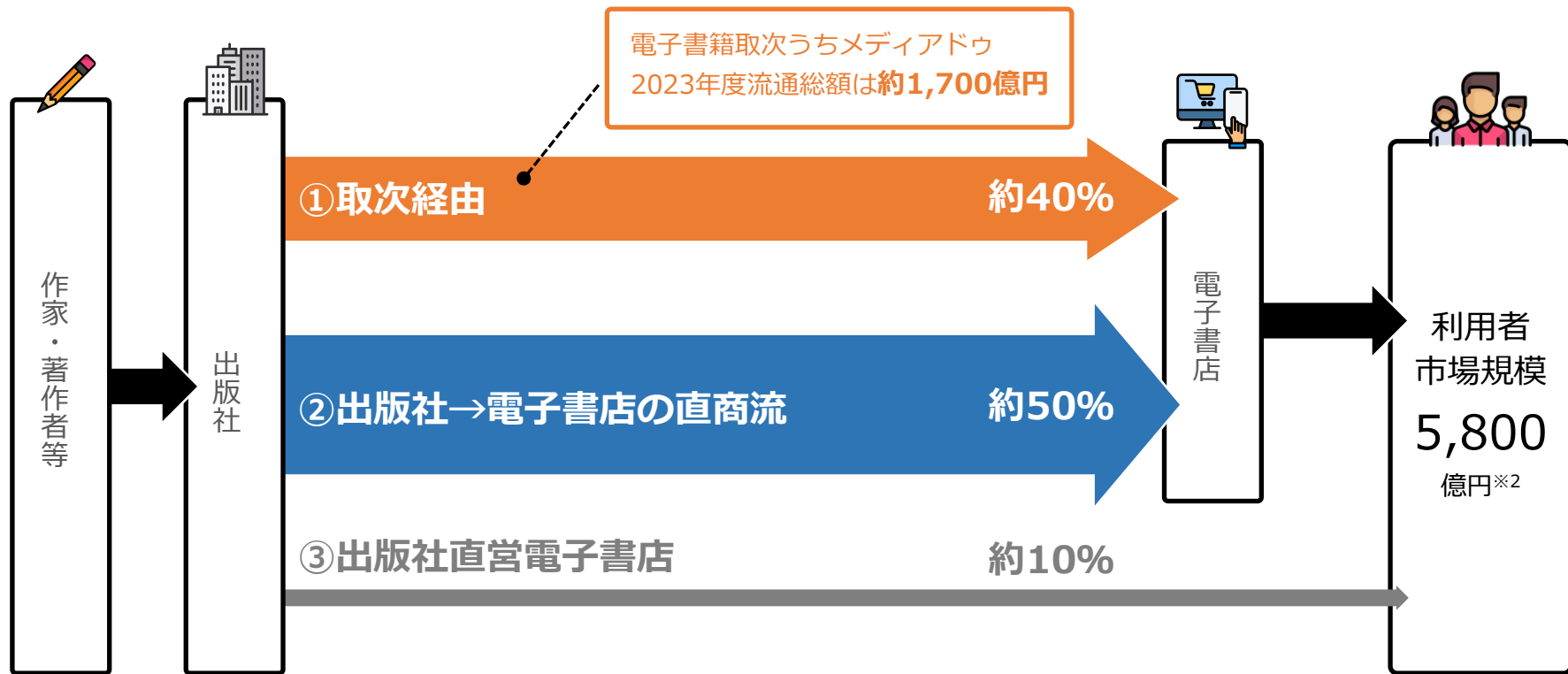
① 出版社との取引・契約を仲介

② 出版社・著作者への売上を分配

③ 配信システムの運営

④ 様々なキャンペーンを管理

電子書籍流通の約3割※¹はメディアドゥ経由

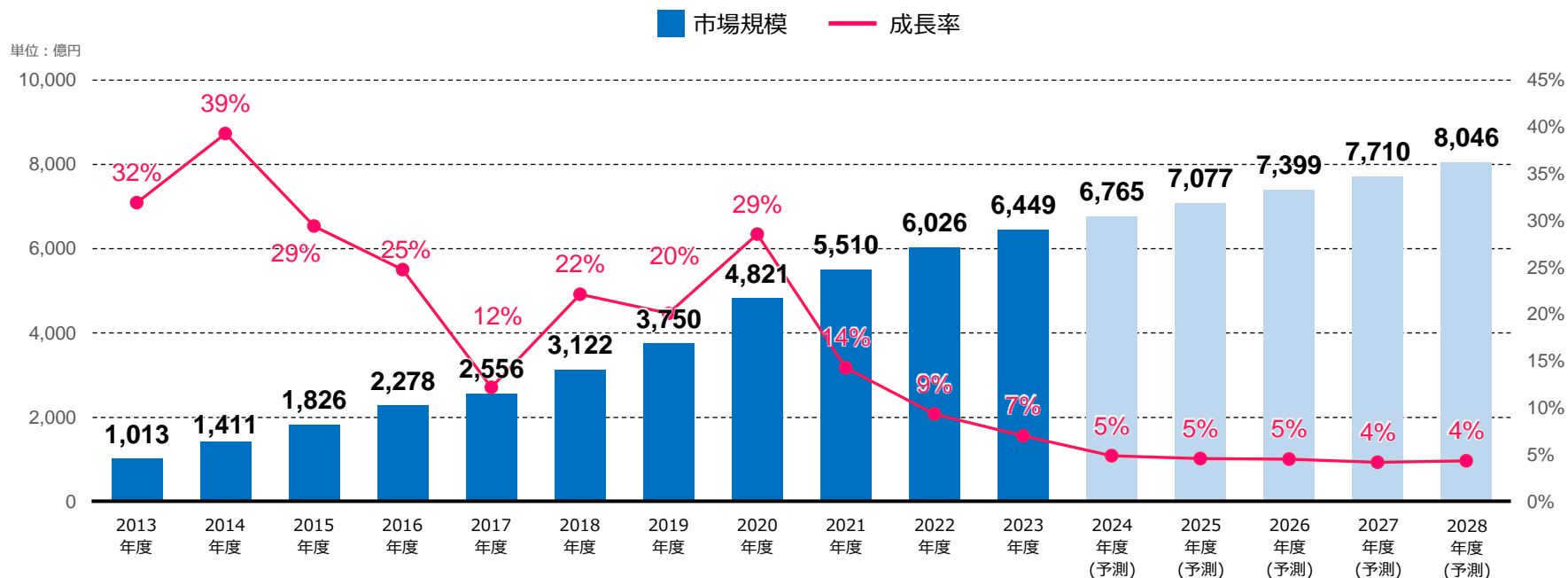


※¹ 2023年度の当社流通総額を市場全体の流通総額で除して計算

※² インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2023」より 2022年度の電子書籍市場規模（コミック・文字もの等の合計）

継続して拡大する国内電子書籍市場

- ✓ フィーチャーフォンやPCからスマホへユーザーが移行した2012年以降、電子書籍市場は大きく拡大。コロナ特需もあり2023年度には約6,400億円にまで市場規模は拡大
- ✓ 市場規模の拡大に伴い今後の成長率は1桁%台となるものの、拡大基調は続き、2028年には市場規模は約8,000億円に拡大する見込み

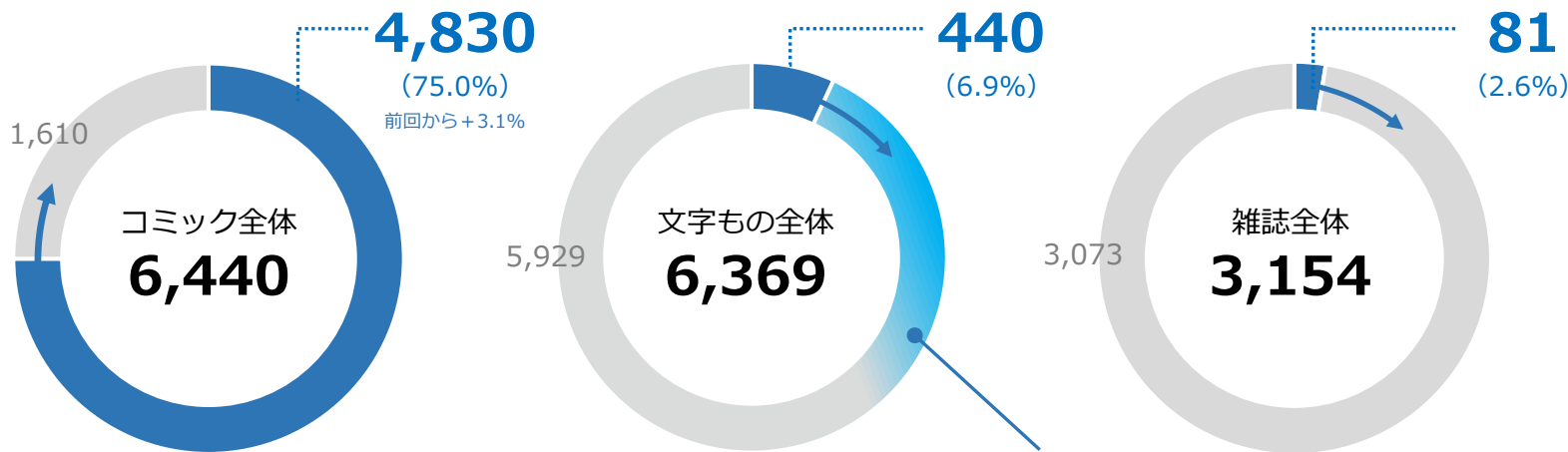


※出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2024」

ジャンル別出版市場規模

- ✓ コミック市場の電子化率は前年比3.1%増の75.0%
- ✓ 米国・中国の出版市場における文字ものの電子書籍シェアは30~40%であり、日本における文字ものの電子化余地は大きい

2023年ジャンル別出版市場規模 (単位：億円)



米国・中国の出版市場における文字ものの電子書籍シェアは30~40%

※ 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 (出所：出版科学研究所)

電子書籍の特徴からみた取次の必要性

- ✓ 電子書籍の取次は、紙書籍の取次と異なり、大規模な物流倉庫や配送は必要ないものの、その特徴から運用が複雑化しているため、必要不可欠な存在となっている
- ✓ 市場の拡大とともに出版社・電子書店における運用負荷は増大しており、電子書籍取次の必要性が高まっている

	紙書籍の販売	電子書籍の販売
印税分配	初版印刷時や増刷時が基本	毎月発生し、半永久的
販売価格	割引できない (再販制度)	割引ができる (自由に設定可能)
販売形態	1冊単位	話単位での販売も可能

売り伸ばしのための
キャンペーン等が可能

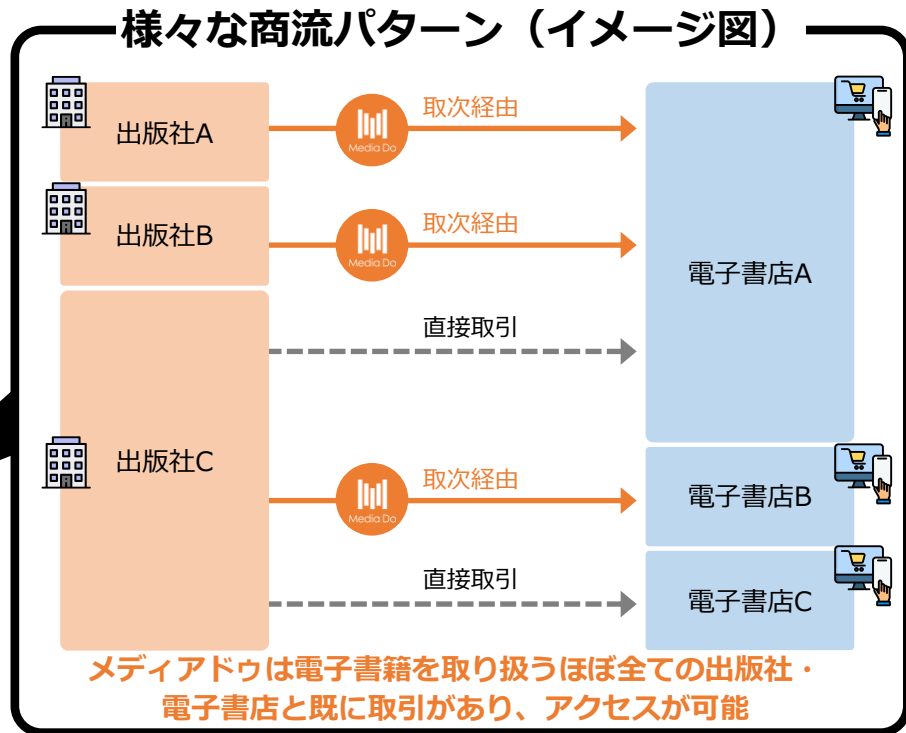
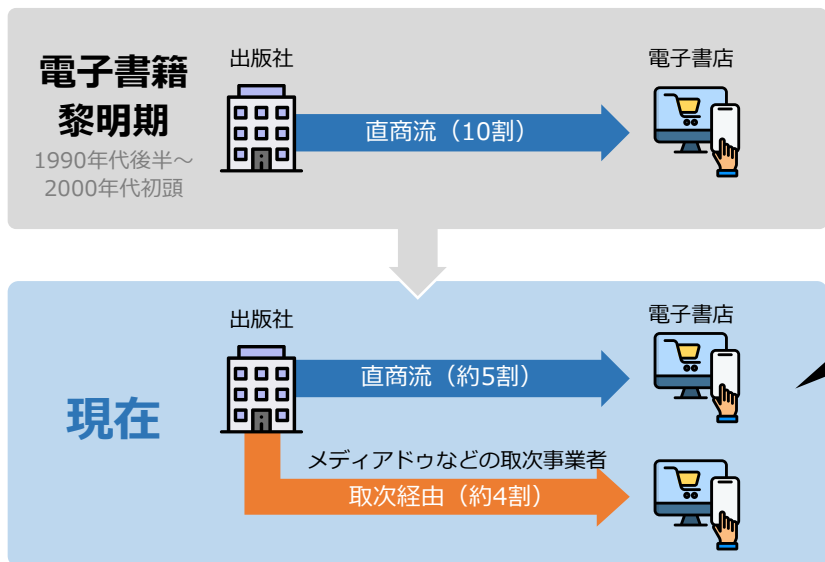


販売施策が
多様化・複雑化

取次経由の割合は次第に高まっており、今後のシェア拡大余地も十分

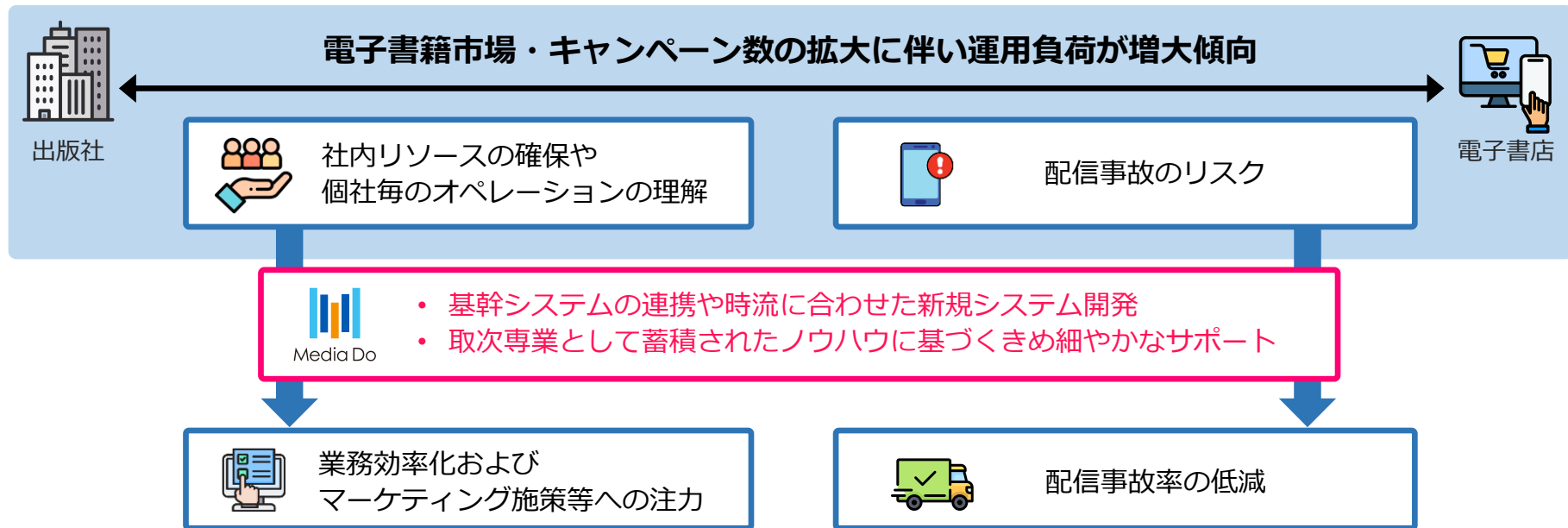
- ✓ 電子書籍黎明期には100%直接取引であったが、電子書籍市場の拡大に伴う運用負荷の増大から、現在では取次経由が約4割を占める
- ✓ 出版社や書店は仕入ルートごとに取次経由・直接取引を使い分けているため、既に取り引がある出版社・電子書店においても取次シェアを拡大する余地は十分に存在

電子書籍市場の拡大に伴い運用負荷が増加し、取次経由へシフト



電子書籍の配信における課題を解決し、更なるシェア拡大を目指す

- ✓ 電子書籍市場とキャンペーン数の拡大に伴い、電子書籍の配信に係る運用負荷は年々増加
- ✓ 電子書籍の配信においては、社内リソースの確保や配信事故のリスク等の課題が大きい
- ✓ システムの開発・連携と蓄積されたノウハウに基づくきめ細やかなサポートを実施することで課題を解決
市場拡大によりメディアドゥの貢献価値が拡大する中で、更なるシェア拡大を目指す



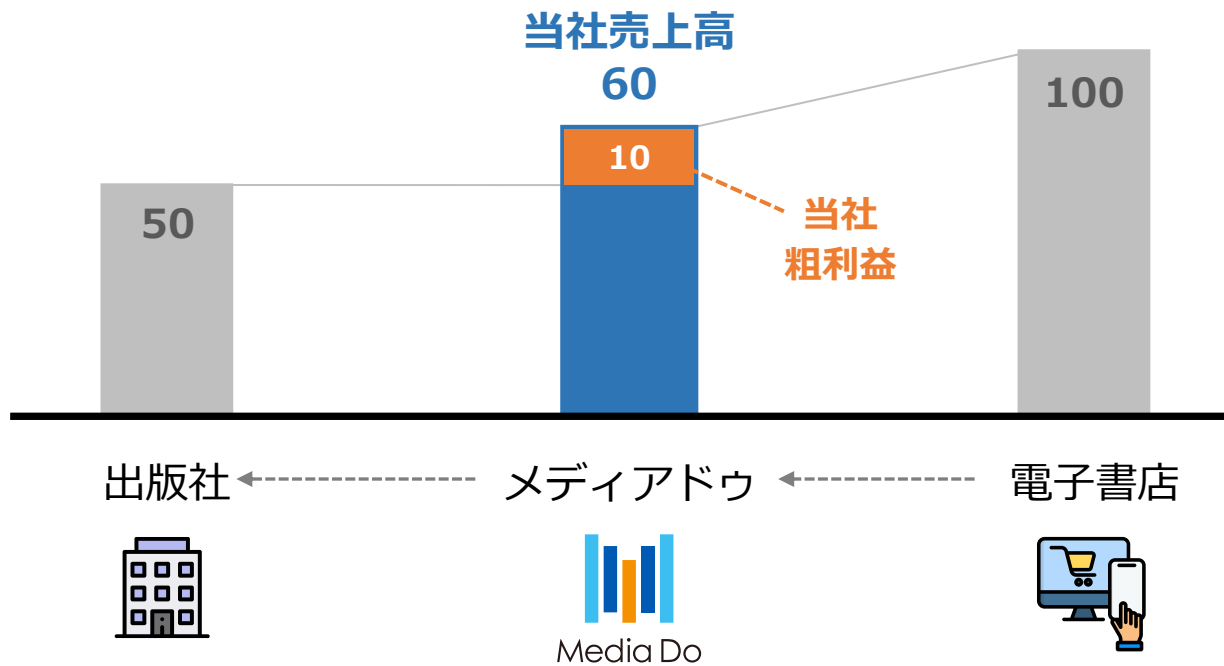
2024年2月の新規商流獲得に続く新たな商流獲得を目指す

取次事業における売上と原価の構造(イメージ)

- ✓ 書店の売上を100とした場合、作家・著者と出版社への著作権料・印税分を含む60をメディアドゥへ
- ✓ メディアドゥは60を売上高として計上し、作家・著者と出版社への著作権料・印税等を除いた10を粗利益として計上

売上と原価構造のイメージ図

※理解の促進のため、数値も含めてあくまでイメージであり、実態を示しているとは限りません

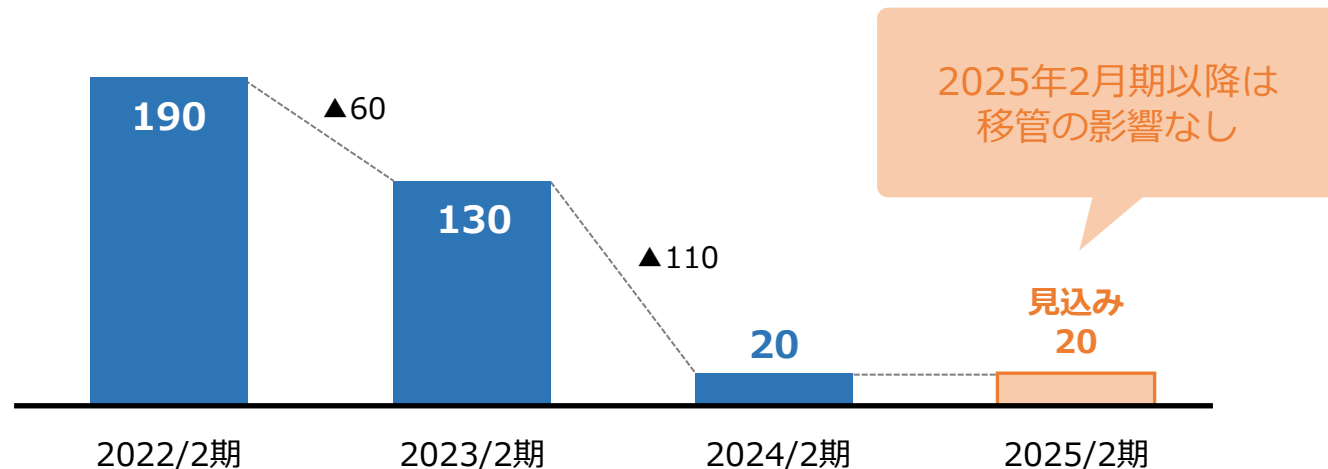


LINEマンガ移管について

- ✓ ヤフーとLINEの統合に伴い、主要取引先であったLINEマンガへの電子書籍の取次を、当社経由からヤフー子会社の電子書店であるイーブック経由へ
- ✓ 2022年12月に大手出版社の業務移管が終了し、23/2期については約60億円、24/2期については約115億円の減収影響
- ✓ 25/2期以降については、移管に伴う減収影響はなし。今後も取引が残るLINEマンガ向け売上高は約20億円の見込み(メディアドゥと独占契約を締結している出版社のコンテンツの売上)

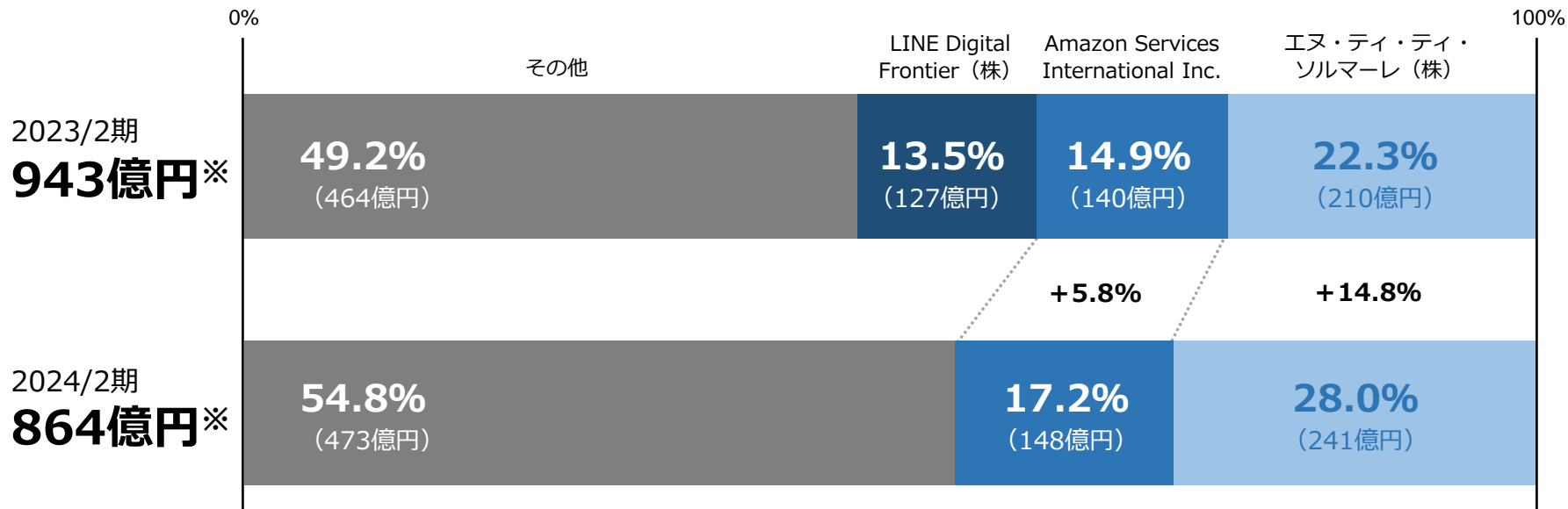
「年度別」LINEマンガ※向け売上高

単位：億円



※ LINEマンガを運営する、LINE Digital Frontier株式会社向けの売上高を記載

主要取引先との取引状況



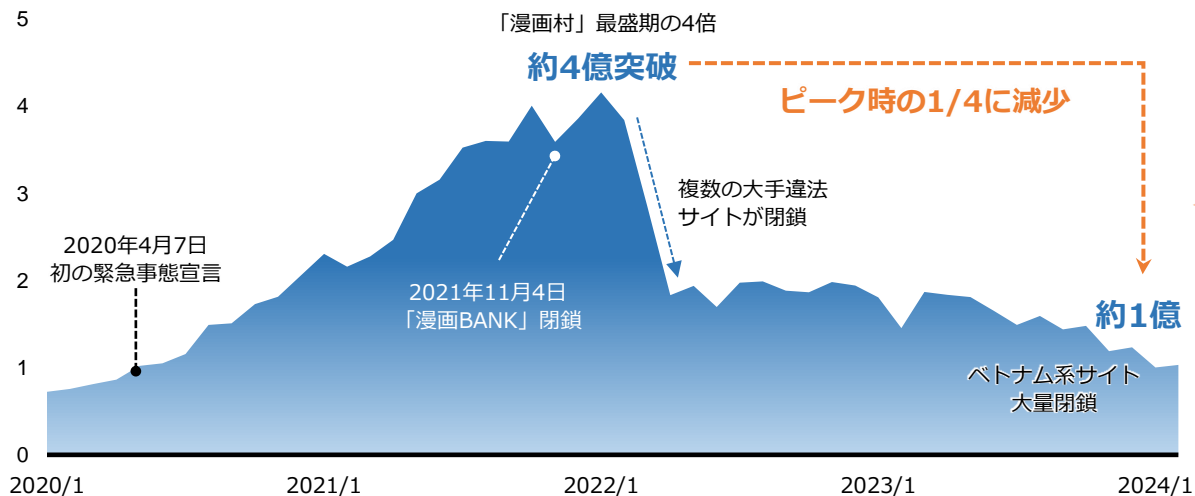
※ (決算短信記載の情報をもとに作成) 電子書籍流通事業の売上高を記載

海賊版サイトの動向

- ✓ 一般社団法人ABJを中心に、STOP! 海賊版キャンペーン等海賊版サイト撲滅に向けた啓蒙活動を実施
- ✓ メディアドゥは団体設立時より、ABJの代表理事を務めた当社元副社長の新名を筆頭に、正会員社として様々な活動に参画
- ✓ 結果として、海賊版サイト上位10サイトの合計アクセス数はピーク時の1/4にまで減少

➡ 啓蒙活動により海賊版サイトのアクセス数・タダ読み被害額が減少

海賊版サイトアクセス数推移※ (単位:億)



タダ読み被害額推移

2021年： 約10,019億円
 2022年： 約5,069億円
 2023年： 約3,818億円

※ サイトは月ごとに入れ替わりあり(最新24年2月集計は、上位10サイトのうち出版物以外の侵害物が2サイト含まれる)

出所：一般社団法人ABJ調べ 引用元：<https://www.abj.or.jp/data>

株式会社メディアドゥ
新規投資家向け資料

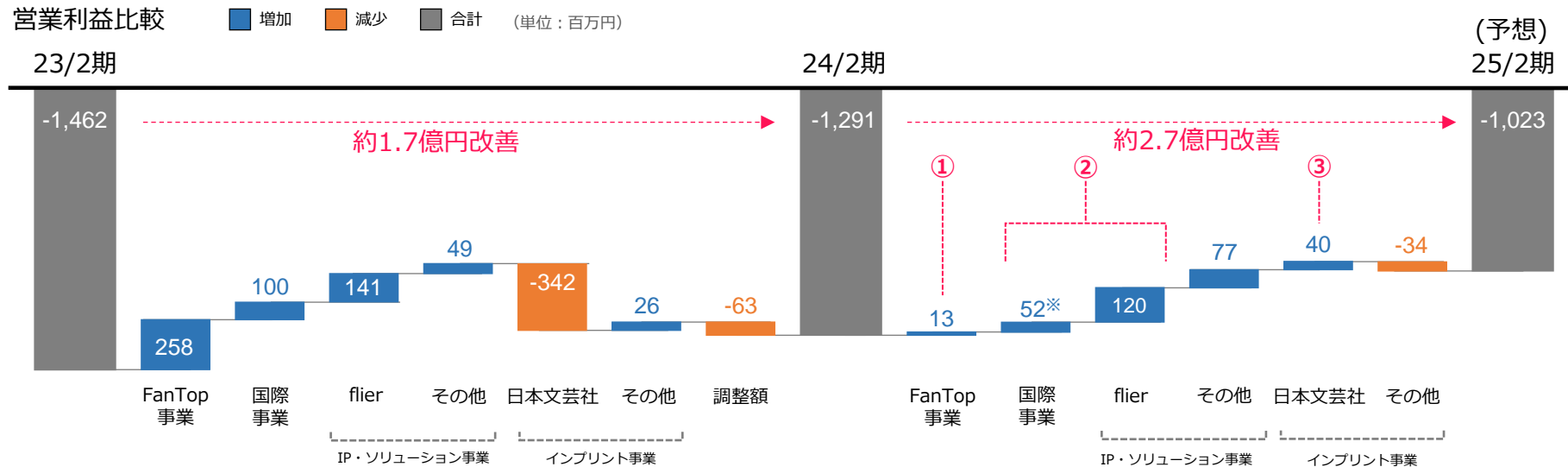
03

戦略投資事業

Strategic Investment Businesses

25/2期についても各事業の損益改善による赤字幅の縮小を目指す

- ① FanTop事業は、引き続き投資適正化を図りながら、会員数の拡大施策に注力
- ② 国際事業やflierはSaaS型の事業モデル。法人契約数が着実に増加しており、2025年2月期においても売上利益の改善に寄与。また、flierは通年で黒字化する見込み
- ③ 日本文芸社は、赤字幅縮小に向け役員体制の変更を含めた抜本的な改善に着手。日本文芸社の原作から生み出されるIPの価値最大化を目指す



※24/2期にSupadüののれんの減損を実施したことによるのれん償却費の減少の影響を含む

1 FanTop事業

2 インプリント事業

3 IP・ソリューション事業

4 国際事業

メディアドゥが自社開発・運営するNFTマーケットプレイス「FanTop」



2021年
10月21日
ローンチ



特徴①

投機目的ではないデジタルコンテンツに特化し、**印税分配を前提とした**ビジネスモデル

アートモデル

- ・ 1点もの
- ・ 投機目的中心



コンテンツモデル (FanTop)

- ・ 複数
- ・ 投機目的になりづらい



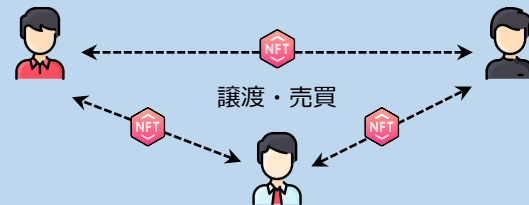
特徴②

ユーザーは、**紙書籍に付帯したQRコード**から、NFTデジタルコンテンツ（デジタルアイテム・音声・映像・電子書籍等）を取得可能



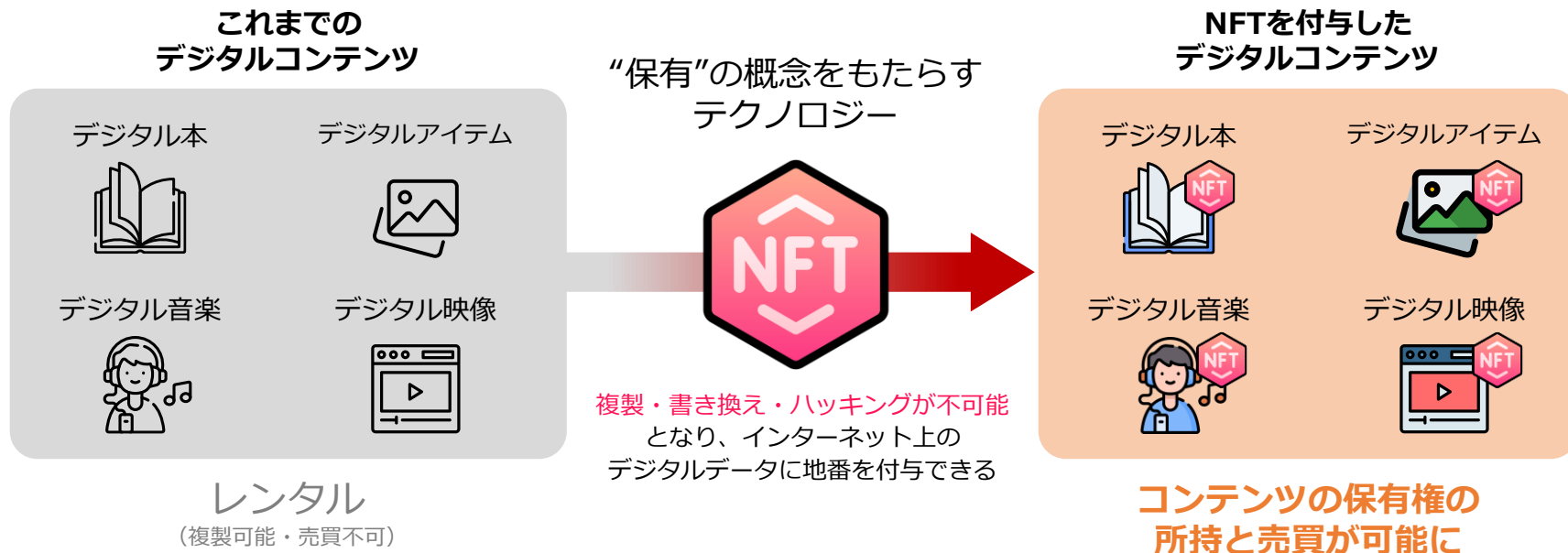
特徴③

取得したNFTデジタルコンテンツには保有権があり、収集・鑑賞のほか、FanTopプラットフォームを通して**ユーザー間での譲渡・売買**が楽しめる



NFTはデジタルコンテンツに保有の概念をもたらし、売買を可能にする技術

- ✓ NFTとはNon-Fungible Token(=非代替性トークン)の略称で、配信音源や電子書籍といったデジタルコンテンツ一つひとつに対して、唯一無二の記録データ(=トークン)をつけるテクノロジーのこと
- ✓ これまでのデジタルコンテンツは消費型であったのに対し、NFTテクノロジーによって唯一無二の記録データをつけることで、識別番号が付加されるため、誰でもNFTの持ち主がわかるようになり、ハッキングや変更、削除は不可能に。デジタルコンテンツの所有権の所持と売買を可能にした

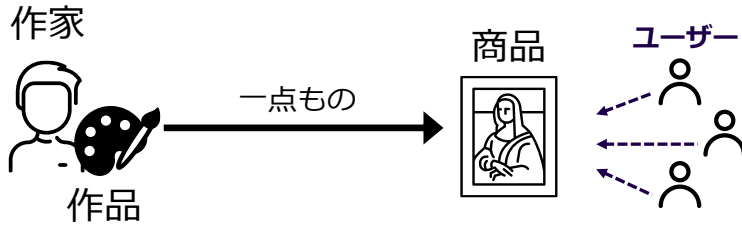


コンテンツモデルに特化した新しいNFTのビジネスモデル

- ✓ NFTマーケットプレイスのほとんどは“アートモデル”。FanTopは“コンテンツ”を取り扱う新しいビジネスモデルを展開
- ✓ FanTopは著作物の健全なる流通サイクルを実現するために、投機目的ではないデジタルコンテンツに特化し、クリエイターズファーストな仕組みを実現

他の大部分のNFTサービスのポジション

アートモデル



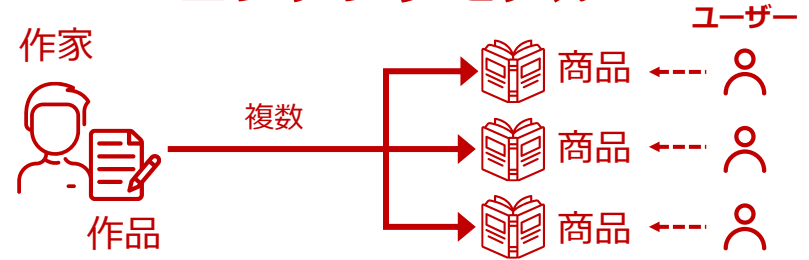
- ・ アートを扱うマーケットはユーザに9割以上還元
- ・ 需給バランスが崩れやすく価格が乱高下しやすい（投機的になりやすい）

アート × NFTマーケット

- ✓ 投機目的中心
- ✓ 印税分配はほぼ不可

FanTopのポジション

コンテンツモデル



- ・ FanTopは著作権者に印税を分配するプラットフォーム
- ・ 需給バランスが取れているため価格が安定（投機的になりにくい）

コンテンツ × NFTマーケット

- ✓ 投機目的ではない
- ✓ 著作者へ印税を分配する



「NFTデジタル特典付き出版物」で出版業界の活性化に貢献

- ✓ 書店に並ぶ紙書籍に対してNFTデジタルコンテンツを付与する「NFTデジタル特典付き出版物」の累計発行部数は257万冊超※
- ✓ 累計発行部数の増加が流通コンテンツ数・会員数の増加に寄与するため、今後は発行部数の多い雑誌へのアプローチに注力

デジタル音声



広末涼子エッセイ
**ヒロスエの思考地図
しあわせのかたち**

本編エッセイから厳選した7篇を、本人が朗読する特製NFT特典が付与

2022年4月発売／宝島社

電子書籍



ハヤカワ新書

世界初の「NFT電子書籍」付き新書。早川書房の新レーベル「ハヤカワ新書」で実現

2023年6月発売／早川書房



週刊漫画ゴラク

2023年12月発売
日本文芸社

デジタル映像



GRADUATION BiSH

東京ドーム公演前日のメンバーのラストインタビュー映像やリハーサルのオフショット映像をNFT化

2023年6月発売／水鈴社

デジタルアイテム



mini 12月号

2023年11月発売
宝島社

オーディオブック



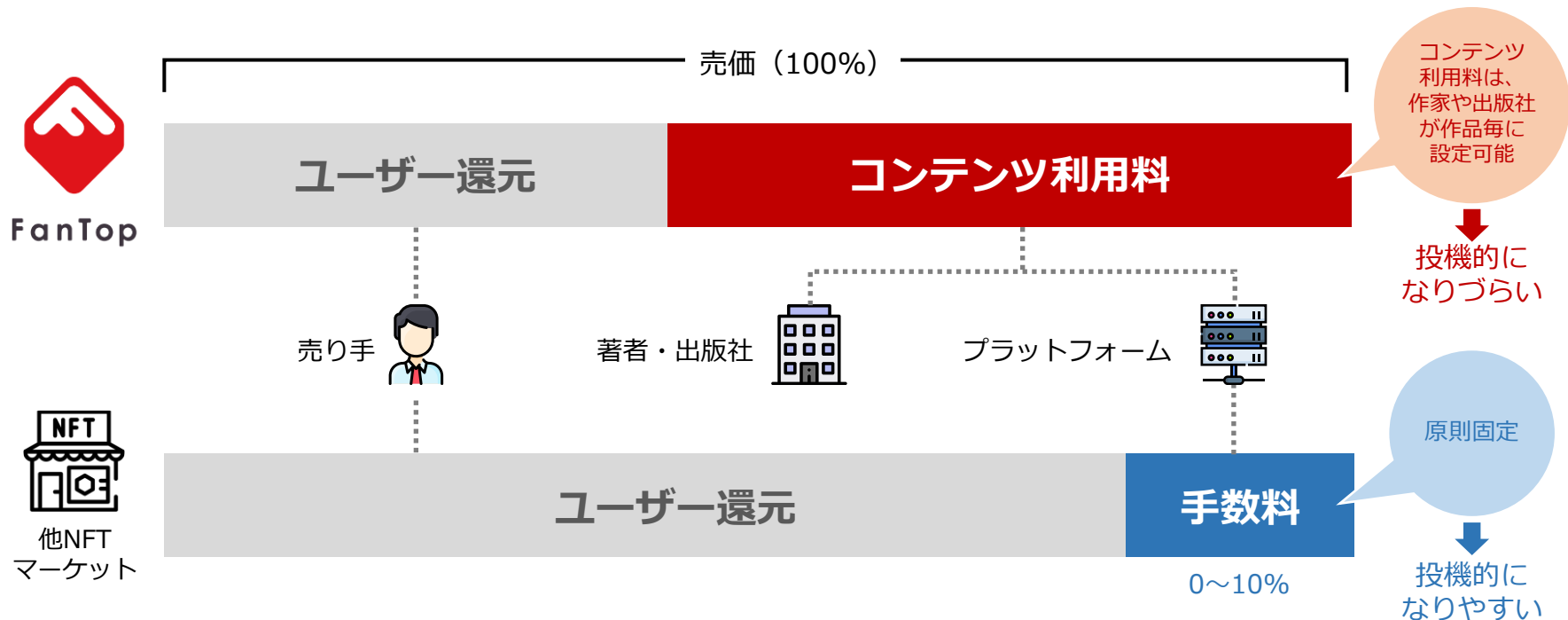
あの夏が飽和する。

入野自由、茅野愛衣、梶裕貴の豪華声優陣による本編全文の朗読と著者カンザキイオリによる「スピンオフ-あの夏の日の記憶-」朗読を収録

2024年6月発売／河出書房新社

N次流通時にも著者や出版社に印税分配を実施するビジネスモデルを確立

- ✓ FanTop上で保有しているコンテンツはユーザー間での売買が可能
- ✓ FanTopは、他NFTマーケットプレイスと違い、N次流通においても売価にかかわらず著作者や出版社へ印税分配を実施するビジネスモデルを構築



1 FanTop事業

2 インプリント事業

3 IP・ソリューション事業

4 国際事業

出版社や小説投稿サイトなど、グループにおける原作創出機能を担う

- ✓ 出版社の株式会社日本文芸社、小説投稿サイトを運営する株式会社エブリスタが当社グループにおける原作創出機能を担い、小説やマンガといった有力な原作を輩出するとともに、各社との相互連携により作品の映画化やドラマ化などのメディアミックスを推進

主な事業

日本文芸社

日本文芸社 出版社

週刊漫画ゴラクをはじめとした雑誌に加え、実用書・コミック・小説を、紙・電子問わず出版・販売

エブリスタ

エブリスタ 小説投稿サイト

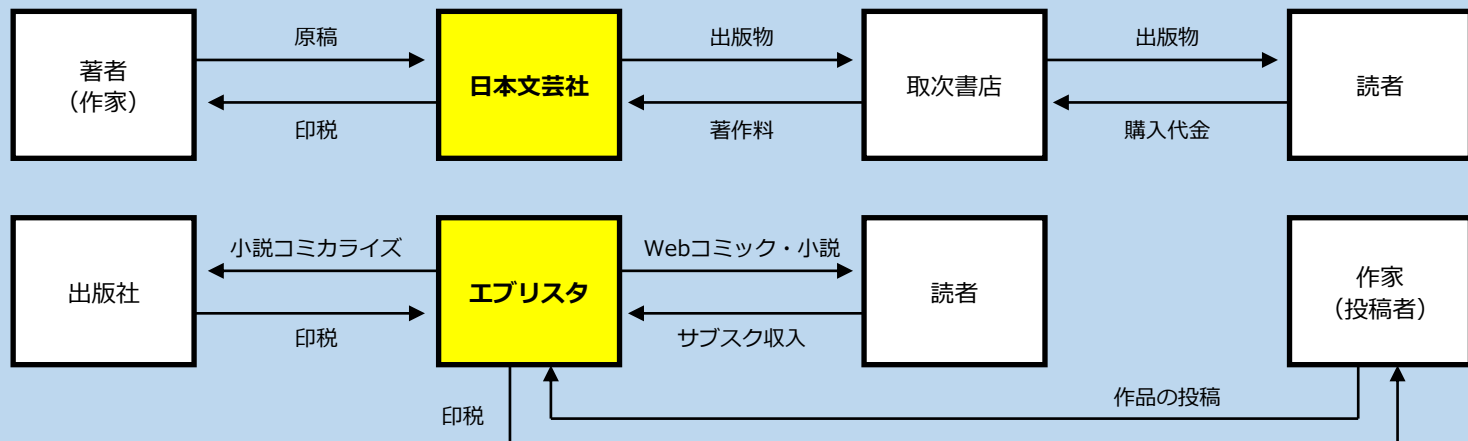
小説投稿サイトの運営および映像化などのプロデュース事業

ASTRA

アルトラエンタテインメント マンガ制作支援

マンガのカラーリングおよび作画支援

ビジネスモデル



60年続く週刊漫画ゴラクを中心に、ヒットコンテンツを多数輩出

✓ 今後も多数の原作創出と、メディアミックスを推進することでコンテンツ市場の拡大に貢献



累計発行部数350万部超の
大ヒット作

ガンニバル

「週刊漫画ゴラク」にて2018年10月から2021年12月まで連載（全13巻完結）。カニバリズムを題材とした、ある限界集落を舞台としたサスペンス作品として人気を博す。



ディズニープラスでドラマ化

2022年12月、映像化。原作も再注目される中、シーズン2の配信を今後予定



警部補ダイヤモンド

2023年7月、
テレビ朝日系ドラマ化



DAIMAJIN

その他映像化
作品多数



今日から ヒットマン

2023年10月、
テレビ朝日系ドラマ化



高嶺のハナさん

シーズン1：2021年4月
シーズン2：2022年10月
BSテレビ東京 ドラマ化



高嶺のハナさん

- 週刊漫画ゴラク
- マンガTOP
- コミックヘヴン

にて、現在も多数の人気作品が
連載中



スマイリー



撲殺ピンク〜性犯
罪者処刑人



だぶるぶらい

デジタル・紙ともに施策が進捗、業績は25/2期 2Qから回復基調へ

- ✓ デジタルコンテンツの売り伸ばしに加え、紙の出版部数の適正化による筋肉質な収益構造化により収益改善を図る
- ✓ 営業利益は1Qで底打ち、2Qは前年同期比水準まで回復。26/2期の黒字化を目指し計画通り推移



デジタル

各ストアとのリレーション強化により コンテンツ売りの伸びが伸長

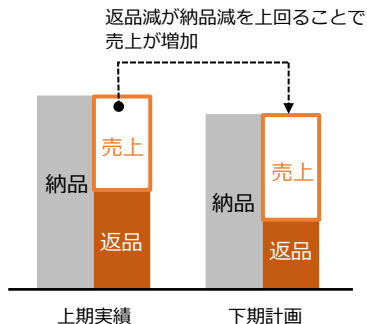
- ✓ リレーション強化による密な作品への取組みによって3か月比較で **6.7倍 (35百万円→233百万円)** に伸長した作品も
- ✓ 下期も複数ストアと高頻度で独自性のあるキャンペーンを実施予定



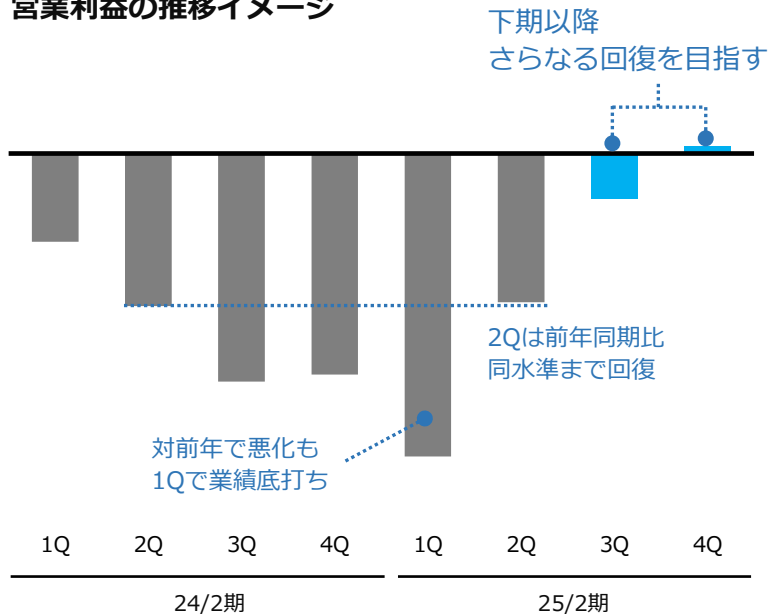
紙

出版部数の適正化で筋肉質な 売上利益構造へ

- ✓ 最新の市場環境に対応した発行部数のコントロールを開始。返品率の低減はすでに始まっており、売上増につながってゆく
- ✓ 発行部数と返本の再販売が減少することで、紙と運搬コスト減少も見込む



営業利益の推移イメージ



人気作品の創出に注力し、作家や読者から選ばれる小説投稿サイトへ

- ✓ ヒット作品の創出と小説投稿サイトの魅力向上のサイクルを回すことでエブリスタブランドを確立
- ✓ 女性向けタイトルを中心にヒット作品を多数輩出しており、コミック化・ドラマ化を含む様々なメディアミックスが実現

 小説投稿
サイト


累計投稿作品数：197万超 総作家数：9万人超 年間ユーザー数：820万人超

原作者へのサポート体制構築により、女性向けタイトル中心にヒット作品を多数輩出

- ✓ 1タイトルにつき、1名の担当者
- ✓ 複数社の取引先に対し、商業化の提案

作家・読者・出版社に選ばれる小説投稿サイトへ

- ✓ 1年間で、自然検索流入数が約20%増加
- ✓ 「講談社 女性コミック9誌合同マンガ原作賞」「集英社 少女・女性向けコミック全レーベル合同マンガ原作賞」といった大手出版社協賛のコンテスト開催

コミック化



「めっちゃコミック」
総合ランキング
第1位
※2024年1月31日、デイリー総合ランキング
『大正身代わり婚〜金平様は甘くほどけて〜』



「コミックシーモア」
少女漫画ランキング
第1位
※2023年5月24日、デイリー少女マンガランキング
『精霊魔法が使えない無能だと婚約破棄されたので、義妹の奴隷になるより追放を選びました』

コミック化+ドラマ化



NTV 金曜ドラマ
DEEP枠にて、
2023年7月にドラマ化
『癒やしのお隣さんには秘密がある』



MBS 木曜ドラマ
ドラマ特区枠にて
2023年8月にドラマ化
『結婚予定日』



TVO 水曜ドラマ
「DRAMA ADDICT」にて、
2023年10月にドラマ化
『インターホンが鳴るとき』

1 FanTop事業

2 インプリント事業

3 IP・ソリューション事業

4 国際事業

電子書籍に関わる多様なサービスを展開することで出版市場の拡大を目指す

- ✓ 1冊10分で読める本の要約サービス「flier」（グループ会社：株式会社フライヤー）や、国内自治体・学校・企業向けの電子図書館サービス「OverDrive」（米国OverDrive社提供）など、出版業界を取り巻く課題の解決に寄与する多様なサービスを提供

主な事業



フライヤー 書籍の要約サービス
 約4,000字程度の要約記事で、本の内容を10分程度で把握することを可能にした書籍の要約サービス

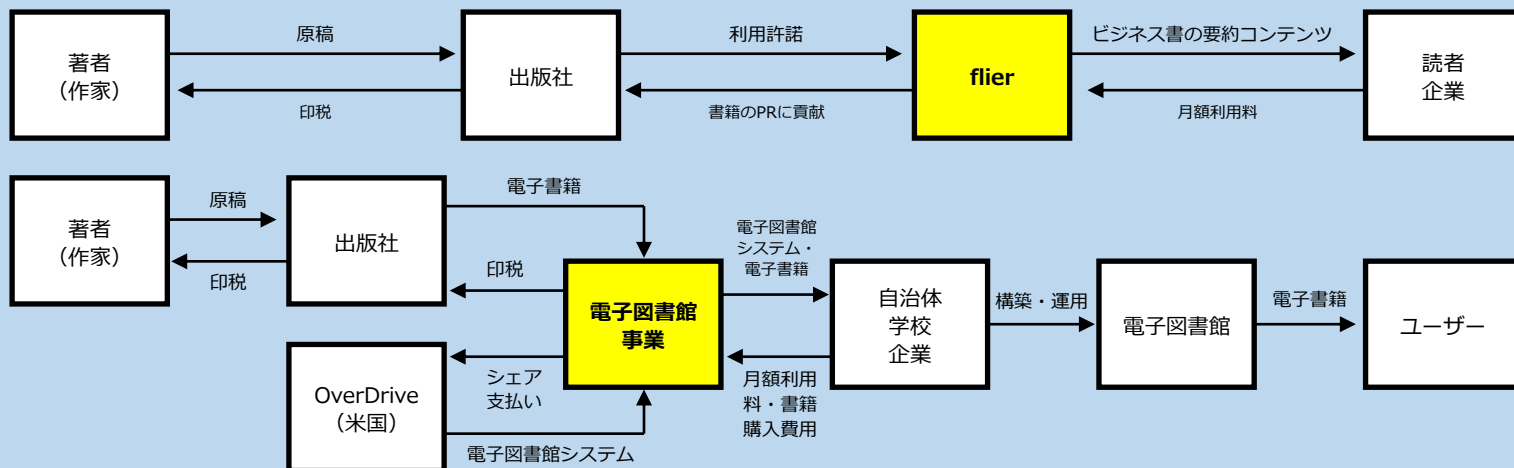


OverDrive Japan 電子図書館
 国内自治体・学校・企業向けの電子図書館サービスを提供



PUBFUN POD
 法人・個人向けのPOD(プリントオンデマンド)サービス

ビジネスモデル



フライヤー・電子図書館事業ともに、法人契約数が拡大し収益が改善中

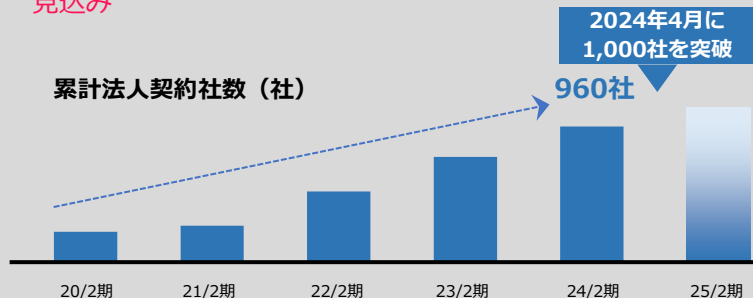
- ✓ 法人契約数の着実な積上げを実現できており、フライヤー・電子図書館事業ともに収益が改善中
- ✓ フライヤーにおいては、20/2期からの再投資により赤字が継続していたものの、25/2期は通期で黒字化を達成する見込み

ユーザーの読書機会を広げる



- ✓ SaaS型のビジネスモデル
- ✓ 約4,000字程度の要約記事で、本の内容を10分程度で把握することを可能にしたサービス
- ✓ 営業体制の強化に加え、社内教育に注力する企業が増加したことで法人契約を伸ばし、着実に事業を拡大中

20/2期からの再投資フェーズを経て、25/2期は再度通期黒字化見込み

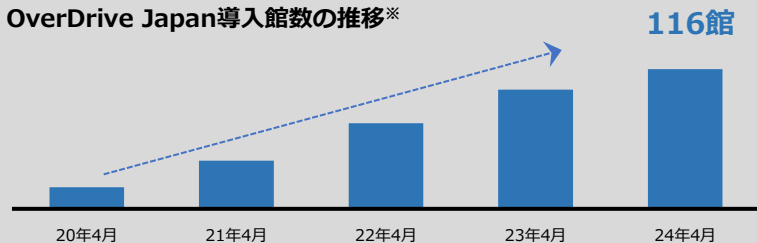


電子図書館事業 図書館・書籍へのアクセシビリティ向上



- ✓ 国内外の電子書籍を図書館利用者がWeb上で検索・貸出・閲覧・返却できるサービス
- ✓ 世界No.1規模プラットフォーム。和書10万タイトル以上、外国書400万タイトル以上を配信
- ✓ 24/2期 3Qにおいては、マイナンバーカード利用促進に係る政府の補助金等もあり、導入が拡大

OverDrive Japan導入館数の推移※



新たな法人向けHR SaaSサービスを開始。クロスセルで売上拡大を目指す

- ✓ toCサービスとして開始した本の要約サービス「flier」
- ✓ 企業の人材育成のニーズを捉え、toBが急成長。累計法人契約社数は直近2年で2倍の1,000社に拡大
- ✓ flier businessで構築した企業の経営層や人事部との繋がりを武器に、人的資本経営の課題に応える新サービス「flier成長組織ナビ」をリリース。効率的な導入社数の拡大を目指す



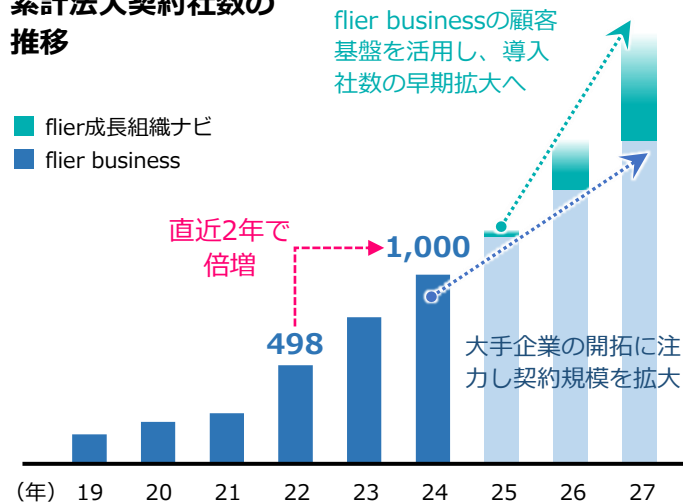
- ✓ ビジネスパーソン向け本の要約サービス
- ✓ 今読むべき本3,600冊以上の要約を提供
- ✓ 効率的な知識習得、自律的な学習習慣を身に付けることが可能

創業時はtoCだったが、
toBが急成長し、主力サービスへ

**福利厚生としての法人向けサービスが
好調に成長中**

- ✓ 企業の人材育成のニーズを捉え、法人顧客が拡大
- ✓ 今後は大手企業の開拓に注力し、1社あたりの契約規模の拡大を目指す

累計法人契約社数の 推移



企業の人材育成や人的資本経営推進のニーズに応えるHR SaaSサービスを複数展開することで売上増を加速

新規toBサービス

flier 成長組織ナビ™

成長環境を整備するための
従業員サーベイサービス

- ✓ 従業員が年に1~2回、30問前後の設問に回答することで育成課題を可視化し、従業員の成長環境の整備を支援
- ✓ 義務化された人的資本情報開示の指標としての利用も可
- ✓ 従業員数×単価の収益モデル

1 FanTop事業

2 インプリント事業

3 IP・ソリューション事業

4 国際事業

日本のコンテンツの海外展開支援事業と海外での出版DXサービスを展開

- ✓ Media Do Internationalでは、日本コンテンツの翻訳と書店流通だけでなく、マーケティングやプロモーションなども担い、コンテンツの海外展開を全面的に支援
- ✓ 海外出版DXサービスは米国の5大出版社を含め、海外出版社との取引基盤が厚く、今後の更なるシェア拡大を目指す

主な事業



日本コンテンツの海外展開支援

Media Do International

メディアドグループの国際事業展開拠点。日本コンテンツの翻訳出版や書店流通に加え、マーケティング・プロモーション支援も実施



Firebrand 出版DXサービス

編集、制作、マーケティング、広報から売上管理まで出版に関わるワークフロー全体を一元管理するERPツールの提供



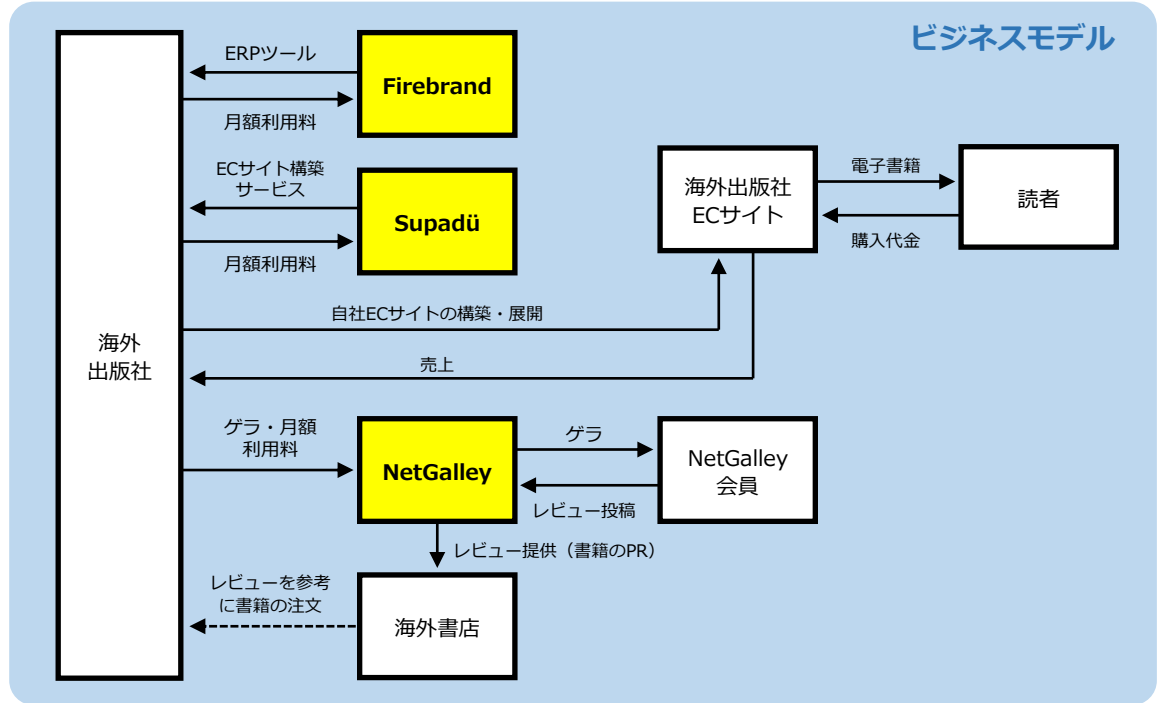
NetGalley 出版DXサービス

発売前の作品のゲラ（原稿）をデジタルデータで読み、レビューが投稿できる書籍のWebマーケティングツールの提供



Supadü 出版DXサービス

書誌情報と連携した自社書籍（紙と電子）の直売が可能なECサイトを容易かつ安価に構築できる出版社向けメタデータ管理プラットフォーム「Supafolio」の提供



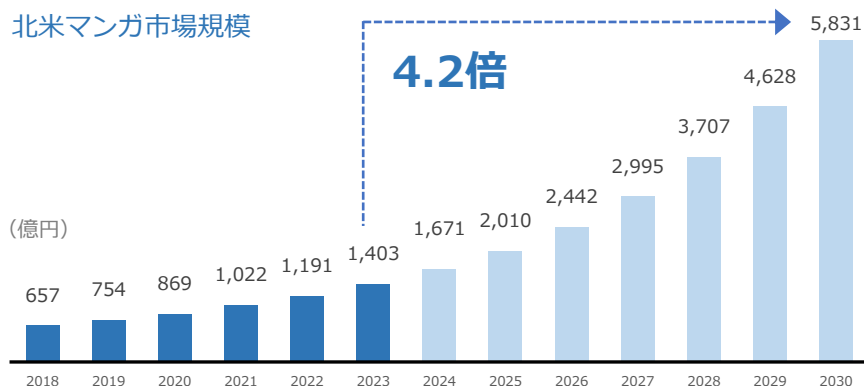
海外マンガ市場の拡大で海外進出ニーズが高まる一方、課題も存在

- ✓ 日本のコンテンツへの人気の高まりを背景に米国のマンガ市場は2030年に5,800億円規模まで拡大する見込み
- ✓ 一方、正規の翻訳コンテンツの少なさや海外流通のノウハウ不足が、海外進出の課題に

北米マンガ市場拡大の機運を受け、 出版社・電子書店の海外進出ニーズが拡大

- ✓ 2030年には現在の約4.2倍の5,800億円に達し、2023年の日本の電子コミック市場約4,800億円を大きく上回る見込み
- ✓ 日本コミックの英訳された作品は1万4,000点程度と全体の2%未満で市場開拓の余地が大きい

北米マンガ市場規模



一方、海外へのコンテンツ 展開には課題も

課題①

正規コンテンツ の調達が困難

AI翻訳の発達等もあり、今後は海外展開に向け正規の翻訳コンテンツが増加する見込み

課題②

海外流通の ノウハウ不足

海外進出の課題に対し、メディアドゥグループ一線でサポートが可能

- ✓ メディアドゥは、日本のほぼ全ての電子書籍コンテンツを取り扱える他、海外流通に関する知見やデータを有していることから、グループ全体で海外進出の支援が可能
- ✓ 四大出版社である集英社のコンテンツの海外展開や、NTTドコモの海外向け電子コミック配信サービスなど、海外進出支援の実績も増加中

① 正規コンテンツの調達



日本のほぼ全ての電子書籍コンテンツを取り扱い可能

- ✓ 電子書籍取次最大手として、日本の出版社2,200社以上との取引基盤・信頼を有する

② 海外流通の豊富なノウハウ



ビッグデータを基にしたマーケティング支援

- ✓ 会員登録者数1,800万人、視聴・読書ビッグデータ12億件を誇る、世界最大級の日本アニメ・マンガのコミュニティ&データベース



海外コンテンツ流通に関する高い知見

- ✓ 2016年から米国に拠点
- ✓ 500社超の欧米出版社と取引があり、海外出版業界に精通



電子書店の支援例



NTTドコモとの海外向け電子コミック配信サービス

- ✓ 2023年12月にメディアドゥ・NTTドコモ・アカツキグループ・MyAnimeListと業務提携契約を締結
- ✓ サービス提供主体であるNTTドコモに対し、メディアドゥはコンテンツ調達及び翻訳の支援をMyAnimeListは作品選定のためのデータ提供及びマーケティングの支援を実施
- ✓ ローンチに向け進捗中



出版社の支援例



「地面師たち」の海外展開支援

- ✓ 翻訳・出版（紙及び電子書籍）マーケティング/書店流通展開
- ✓ Netflixグローバル公開ドラマシリーズのタイアップマーケティング展開
→Netflixシリーズ国内歴代1位、アジアを中心に世界14カ国でトップ10入り



英語翻訳作品（マンガ、文芸、アートブック）の海外出版支援総数は、16,384点

法人契約数の積み上がりにより増収増益基調。今後もシェア拡大を図る

- ✓ 米国の5大出版社を含む欧米の出版社に対して、DXサービスをSaaS型のビジネスモデルで提供
- ✓ 24/2期に引き続き、25/2期も増収増益を見込む

出版社のDX支援



書籍のWebマーケティングツール

- ✓ 作品のゲラ（原稿）をデジタルデータで提供。レビュー投稿ができるほか、本のプロモーションや選書にも活用可能な書店員・司書・読者向けサービス
- ✓ 年間解約率は3%



ERP(出版データ統合管理・分析)ツール

- ✓ 編集、制作、マーケティング、広報から売上管理まで出版に関わるワークフロー全体を一元管理
- ✓ 年間解約率は0%



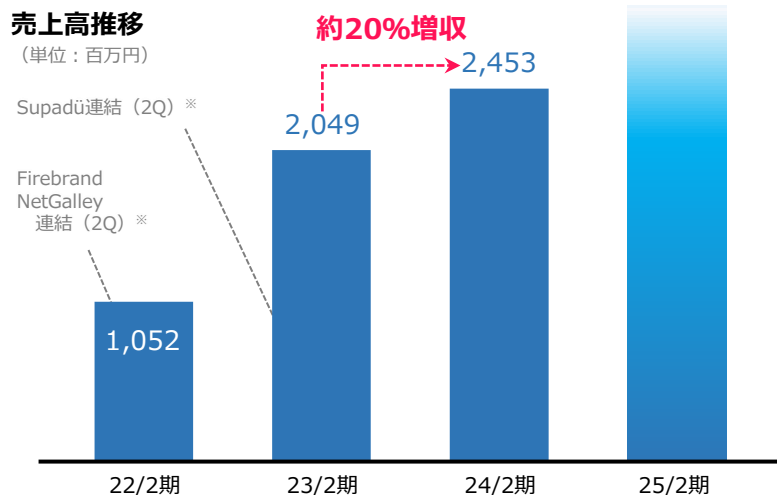
出版社の自社ECシステム構築ツール

- ✓ 書誌情報と連携した自社書籍（紙と電子）の直売が可能なwebサイトを容易かつ安価で構築できるメタデータ管理プラットフォーム「Supafolio」を提供
- ✓ 年間解約率は3%未満

- ✓ 2024年2月期は法人契約数の積み上がりにより増収増益
- ✓ 2025年2月期についても増収増益を見込む

売上高推移

(単位：百万円)

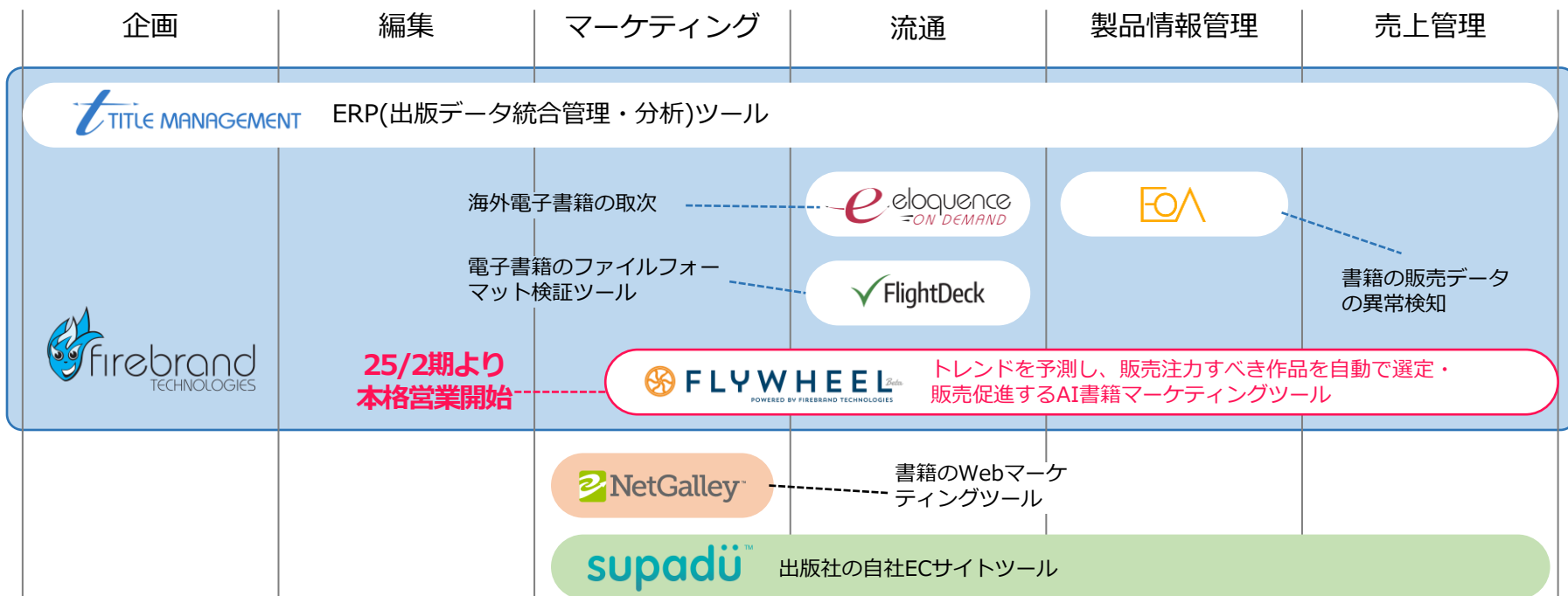


※2Qからの連結のため、売上反映は各年9か月分

※為替換算レート：22/2期 110.4円/ドル、23/2期 132.1円/ドル、24/2期 141.2円/ドル

出版ワークフローをワンストップ支援、新サービス導入でさらなる顧客獲得へ

- ✓ 欧米の出版業界に特化したDX化を強かに支援する様々なサービスを提供
- ✓ 開発レベルの高さでサービスシェアはトップレベル、各サービスのチャーンレートは低水準を維持
- ✓ AI書籍マーケティングツール「FLYWHEEL」ローンチでクロスセルを目指す



04

2025年2月期 通期業績予想

Full-year earnings forecast for FY2024

4. 2025年2月期 通期業績予想

連結業績予想

- ✓ LINEマンガ移管による売上減の影響を受けていた24/2期をボトムに、3期ぶりに増収増益となる見込み
- ✓ 電子書籍流通事業のシェア拡大、戦略投資事業の各事業進捗による損益の改善、および事業ポートフォリオ見直しにより、売上・利益の改善を見込む

	24/2期 実績	25/2期 予想	前期との差異
売上高	940億円	980億円	+4.2% (+40億円)
営業利益	20.6億円	23.0億円	+11.3% (+2.4億円)
経常利益	19.9億円	22.3億円	+12.0% (+2.4億円)
当期純利益	-3.1億円	13.3億円	N/A (+16.4億円)
EBITDA	33.9億円	35.6億円	+4.9% (+1.7億円)
ROE	—	8.0%	—

セグメント別業績予想

売上高	24/2期(実績)	25/2期(予想)	差異	増減率
電子書籍流通事業	864億円	900億円	+36億円	+4.1%
戦略投資事業	86億円	90億円	+4億円	+4.8%
調整額	-10億円	-10億円	0億円	-
合計	940億円	980億円	+40億円	+4.2%

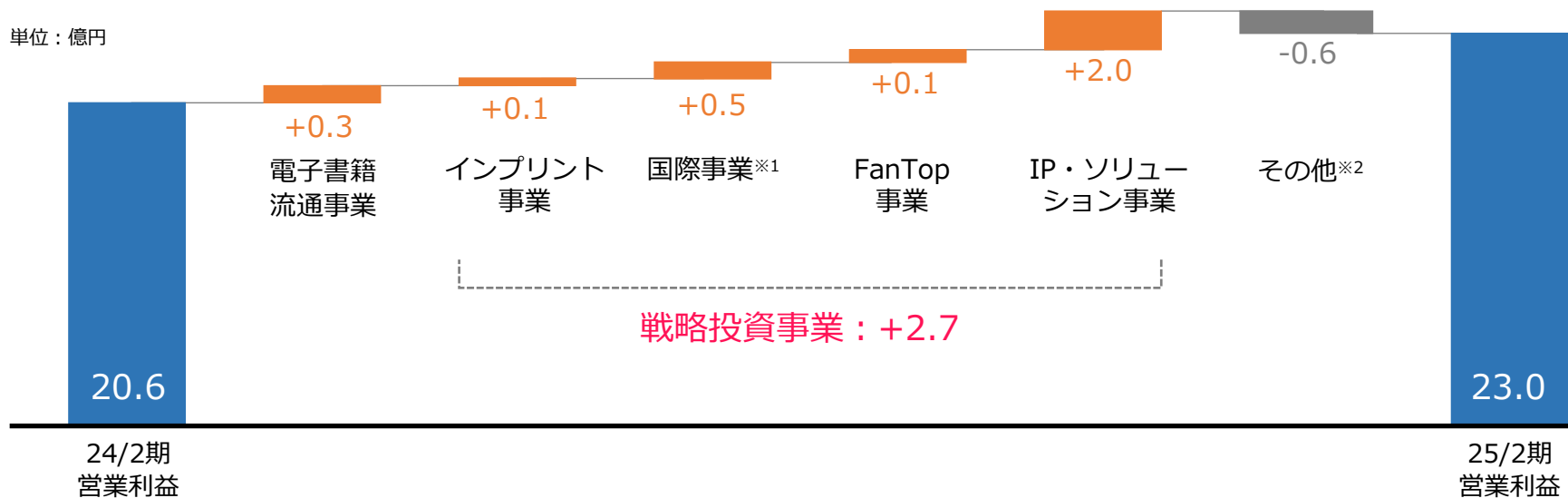
営業利益	24/2期(実績)	25/2期(予想)	差異	増減率
電子書籍流通事業	49.1億円	49.4億円	+0.3億円	+0.7%
戦略投資事業	-12.9億円	-10.2億円	+2.7億円	-
調整額	-15.5億円	-16.1億円	-0.6億円	-
合計	20.6億円	23.0億円	+2.4億円	+11.8%

4. 2025年2月期 通期業績予想

業績のポイント

- ✓ 25/2期より増収増益基調へ回帰
- ✓ 電子書籍流通事業は流通シェアの拡大による増益を見込む
- ✓ 戦略投資事業はIP・ソリューション事業を中心として、各事業の損益が改善

単位：億円



※1 24/2期にSupadüののれんの減損を実施したことによるのれん償却費の減少の影響を含む

※2 その他本社費用、(株)がんばろう徳島の費用

株式会社メディアドゥ
新規投資家向け資料

05

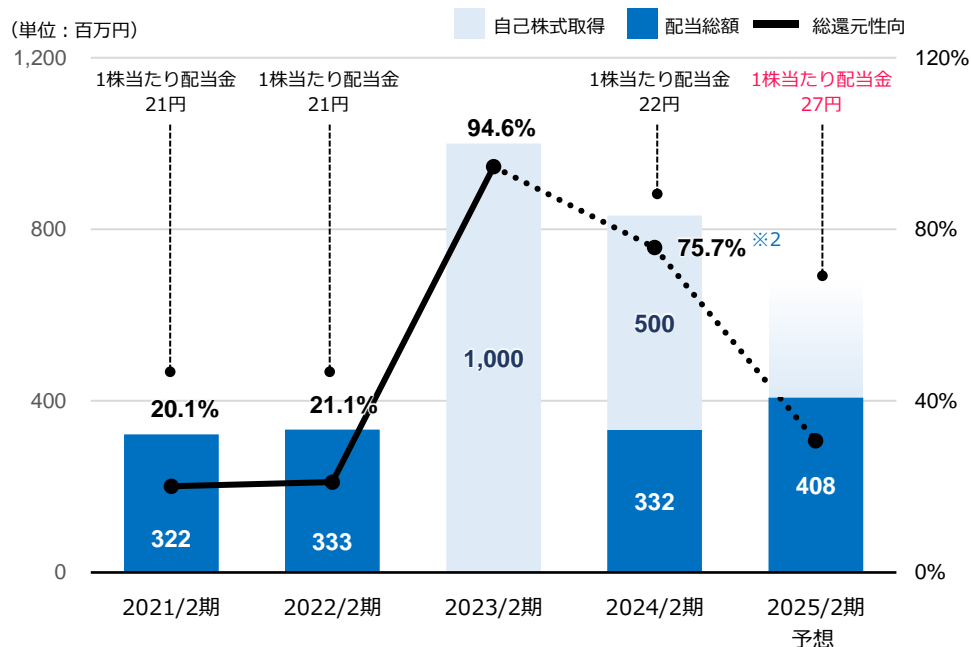
株主還元方針

Shareholder Returns Policy

25/2期の株主還元について

- ✓ 前期より5円増配となる1株当たり**27円00銭(総額408百万円)**を予定
- ✓ 総還元性向^{※1}は**30.7%**となる見込み
- ✓ また、今後の利益状況によってはさらなる増配を検討するほか、自己株取得についても機動的に実施を判断

総還元性向の推移



株主還元方針

総還元性向：**30%以上**

配当予想：前期より5円増配となる
1株当たり配当金**27円00銭 (総額408百万円)**

- ・ 引き続き安定的な還元を実施予定
- ・ 配当のみで総還元性向30%を超える水準
- ・ 業績については、24/2期をボトムとして25/2期以降回復する見込み

自己株式の取得

- ・ 株価動向に応じて機動的に実施を判断

※1 総還元性向 = (配当金支払総額 + 自己株式取得総額) / 親会社株主に帰属する当期純利益
 ※2 2024/2期は当期純利益が赤字のため正しい計算ができないことから、期初の当期純利益予想額1,100百万円に対する総還元性向(75.7%)を表示

株式会社メディアドゥ
新規投資家向け資料

06

サステナビリティ

Sustainability

サステナビリティ基本方針

- ✓ 著作者や出版社、ユーザーとそのアクセスポイントの役割を担う電子書店、それらの媒介たる当社グループとの協創によって社会エコシステムの構築を目指していくことを、ミッション「著作物の健全なる創造サイクルの実現」、ビジョン「ひとつでも多くのコンテンツを、ひとりでも多くの人へ」に
- ✓ 自らの事業・提供サービスが健全な経済社会の形成と著作物がもたらす文化の発展に貢献するという責任と自負を持って、役職員が一丸となって積極的に企業活動に取り組む
- ✓ SDGsに代表される環境問題・社会課題に対してもミッション・ビジョンを軸にした経営・戦略を推進し、ESGの切り口で事業機会とリスクを整理しながら、社会課題の解決と持続的な成長を両立させ、企業価値の向上を果たす

サステナビリティ基本方針

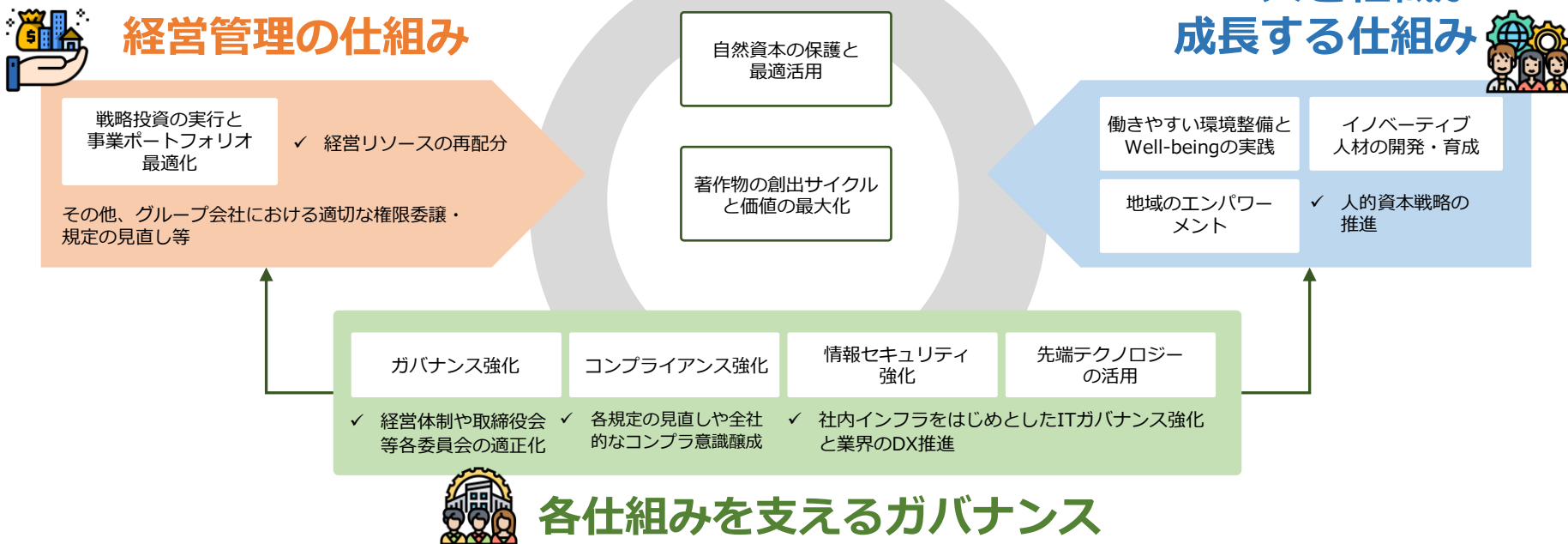
当社グループは、社是に掲げる「成長と可能性」のもと、100年続く組織を目指すとともに、経営理念の実現に向けて、その過程において協働するあらゆるステークホルダーの価値の最大化を図る媒介として、社会インパクトの創出に努めます。

当社グループは、コンテンツが持つ可能性を信じると同時に、全ての人に平等に豊かな可能性があることを信じ、このコンテンツと人にまたがる無限の可能性をつなげ、世界をつなぐ媒介であり続けることで豊かな社会を未来につなぎます。

マテリアリティへの取組みを通じて、企業価値の最大化を図る

- ✓ サステナビリティ基本方針の実現に向け、マテリアリティ(対処すべき重要な経営課題)を10項目特定
- ✓ 財務面のみならず、**サステナビリティ活動の強化によって非財務面の取組みを充実化**し、企業価値の最大化を図る

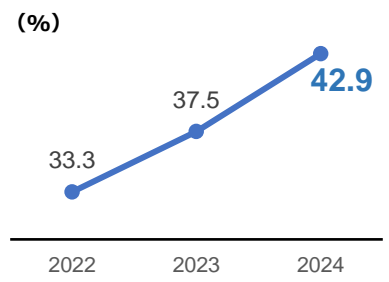
各マテリアリティの位置づけ



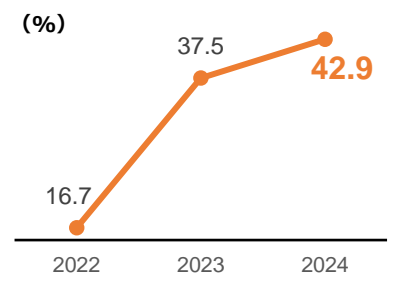
持続可能な企業体の構築に資するESG対応を推進

2020年	2021年	2022年	2023年	2024年 (予定)
<ul style="list-style-type: none"> 執行役員制度導入 統合報告書発行 ESG重点テーマ策定 	<ul style="list-style-type: none"> 改定CGコードに合わせてガバナンス基本方針など各種方針策定・改正 初の女性取締役就任 指名報酬諮問委員会設置 	<ul style="list-style-type: none"> 東証プライム市場移行 サステナビリティ推進委員会設置 	<ul style="list-style-type: none"> 当社初の社内昇格女性取締役の選任 マテリアリティの特定 	<ul style="list-style-type: none"> 代表取締役2名体制 女性取締役比率42.9% マテリアリティテーマの推進 + グループガバナンスの強化

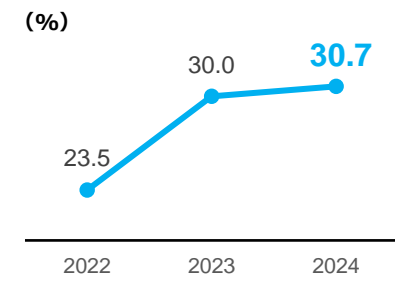
独立社外取締役比率



女性取締役比率



女性管理職比率※1



外部からの評価※2



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

※1 数値はメディアドゥ単体。なお最新値は2024年3月時点の値

※2 FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Companyの登録商標)はここに株式会社メディアドゥが第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Sector Relative Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。

25/2期より代表取締役2名体制へ

- ✓ 長期的かつ統合的な経営戦略の策定ならびに実行、迅速な意思決定とガバナンスの強化を実現
- ✓ 両者の役割と責任範囲を明確化し、連携しながら企業価値向上を目指す



代表取締役社長 CEO

藤田 恭嗣 Yasushi Fujita

当社の理念・アイデンティティを形成するとともに、約30年に及ぶ経営経験と高い見識を生かし、業界とのさらなるパートナーシップ構築、事業開発、グループ全体の統合的な経営戦略の立案を担い中長期的な企業価値向上にコミット



代表取締役副社長 CFO

苅田 明史 Hiroshi Kanda

IR・ファイナンス業務、人的資本戦略、サステナビリティ活動の推進、事業やグループ会社の経営管理等を管掌し、迅速な業務執行やリソースの最適配置を実現

略歴

2008年4月 UBS証券(株) 入社
2009年7月 フロンティア・マネジメント(株) 入社
2013年6月 (株)フライヤー 設立 取締役
2018年1月 当社 入社 経営企画室担当部長
2019年6月 当社 経営企画室 室長
2020年6月 当社 執行役員 CSO
2021年3月 (株)日本文芸社 取締役(現任)
2022年5月 当社 取締役 CSO兼CFO
2024年5月 当社 代表取締役副社長 CFO(現任)
Media Do International, Inc. Chairman(現任)
アルトラエンタテインメント 取締役(現任)

25/2期の経営体制

社内取締役（4名）



Yasushi Fujita

藤田 恭嗣

代表取締役社長 CEO
指名報酬諮問委員会
委員



Hiroshi Kanda

苅田 明史

代表取締役副社長 CFO
サステナビリティ推進委員会
委員長



Kayoko Hanamura

花村 佳代子

取締役 COO



Koichi Sekiya

関谷 幸一

取締役

新任

関谷氏 略歴

1989年9月 ㈱角川春樹事務所 入社
1993年3月 ㈱角川書店 入社
2005年3月 ㈱角川ブックサービス 代表取締役社長
2007年3月 ㈱角川グループパブリッシング 代表取締役社長
2009年6月 ㈱角川グループホールディングス 取締役
2013年4月 ㈱角川グループホールディングス 常務取締役
2015年4月 ㈱KADOKAWA 取締役 専務執行役員
2016年4月 ㈱角川アプレリンク 代表取締役社長
2016年5月 ㈱ところざわサクラタウン 代表取締役社長
2019年6月 ㈱KADOKAWA 取締役
2020年6月 ㈱クールジャパントラベル 代表取締役社長
2022年6月 ㈱KADOKAWA KEY-PROCESS 代表取締役社長

女性取締役比率

42.9%

(7名中3名)

取締役の退任について

新名 新

退任後も引き続き当社顧問として、業界団体における当社役割の推進ならびに各事業への助言に携わる予定

溝口 敦

退任後は当社執行役員に就任、当社持分法適用関連会社であるMyAnimeList CEOに注力

独立社外取締役（3名）



Ayako Kanamaru

金丸 絢子

社外取締役
指名報酬諮問委員会
委員長



Haruo Miyagi

宮城 治男

社外取締役
指名報酬諮問委員会
委員



Junko Mokuno

李野 純子

社外取締役
指名報酬諮問委員会
委員

監査役（4名）

Kazuyoshi Ohwada

大和田 和恵

監査役（常勤）

Makoto Nakajima

中島 真琴

社外監査役（常勤）

Toshiaki Morifuji

森藤 利明

社外監査役

Tsuyoshi Shiina

椎名 毅

社外監査役

執行役員（7名）

Yuichiro Onuki

大貫 雄一郎

執行役員
電子書籍流通事業
担当

新任

Teruyoshi Ando

安藤 晃義

執行役員
IP・ソリューション
事業／国際事業担当

Atsushi Mizoguchi

溝口 敦

執行役員
MyAnimeList CEO

新任

Ryo Yamada

山田 亮

執行役員
経営企画担当

Shoichiro Tokoro

所 昇一郎

執行役員
経理担当

Kaname Nakano

中野 要

執行役員 CIO※1

Minoru Mikoda

三小田 実

執行役員 CHRO※2

新任

※1：Chief Information Officer

※2：Chief Human Resource Officer

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くようお願いいたします。

<https://mediado.jp/ir>



Media Do