

企業名： メディアドゥ

レポート名： 統合報告書2021

1.この会社が目指す姿が理解できるか

社会の変化や新型コロナウイルス感染症の拡大による産業構造やライフスタイルの変化などにより、出版業界は急激な変化への対応・デジタルへのシフトの必要が迫られている。しかし、出版業界は長らく紙媒体の書籍や街の書店といったフィジカルの世界が中心であったため、コンテンツのデジタル化のノウハウが乏しいのが現実である。そうした状況においてメディアドゥは培ったテクノロジーを駆使し、電子書籍取次事業者として電子書籍市場の拡大に大きく貢献している。2200以上の出版社及び150以上の電子書店との強固な基盤を築いているメディアドゥはこの変革の時代において、コンテンツのデジタル化はもちろんのこと、出版プロセスの効率化や出版バリエーションの高度化を通して素晴らしい作品が絶えず供給されるような環境を維持・発展させること、コンテンツが持つ価値を高めていくことを成すべきことと定めた。企業理念において「出版物に限らないコンテンツ全般の価値向上と広い頒布」を存在意義としているメディアドゥは、これまでは電子書籍の取り扱いを主軸としてきたものの、今後は取り扱うコンテンツの幅を広げ、コンテンツ市場全体の拡大を目指している。

報告書では以上のことが読み取れた。日々物事が流動的に変化する今日において、電子書籍業界で国内NO.1の地位を確立するメディアドゥは、培ったテクノロジーとノウハウで業界を拡大していくことを使命として考えているということが十分に理解できた。

2.この会社の競争優位性が理解できるか

さらなる成長投資やM&Aによる必要な機能・サービスの獲得に向けて、2020年10月に新株予約権の発行による上場後初めての資金調達を行った。調達した資金の大半はM&Aや資本業務提携に充当し、2021年1月には子会社がFirebrandグループの買収を完了している。SaaS型出版ERPシステムにおいて米国でシェアNO.1を獲得しているFirebrand事業の大きな

顧客ネットワークを活用し、メディアドゥはグループのグローバル展開を進めるとともに米国の出版業界が持つ最先端のノウハウの日本への導入を推進している。さらに、業務提携や買収を行うことによって、様々な会社の強みを生かし戦略的なコンテンツ制作体制を構築している。また、財務的な側面においても、2017年以降続いていた自己資本比率の低水準を、資金調達によって財務健全性の改善を図ることができたほか、売上高・利益とも過去最高を記録している。

財務面において、業界における大きな存在感を示しており、市場の拡大や新市場の創出を目指す姿勢が示されている。業界を引っ張るほどのリーダーシップを持つ、メディアドゥの競争優位性が十分に理解できた。

3.その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

メディアドゥでは競争優位性を持続させるため、サステナビリティを「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積極的に企業活動に取り組むこと」と考えている。そしてメディアドゥを取り巻く環境を environment / social / governance の3つに分けている。

environmentではCO2排出量や紙・電力の使用量についてのデータが挙げられており、近年注目されている自然環境への配慮について述べられている。socialでは情報セキュリティの確保、業界への貢献や人材マネジメントに対する考え方が述べられており、社会のあらゆるステークホルダーの皆様からの期待・信頼に応えるために不断の改善に取り組んでいくという意志が読み取れる。governanceでは藤田社長とコモンズ投信株式会社の伊井社長との対談を通して考えが述べられている他、役員の専門性やコーポレート・ガバナンス体制図などが詳しく図式化されており、非常にわかりやすい。特にサステナビリティという観点について「メディアドゥグループのサステナビリティ」というタイトルで26ページに渡って掲載されていることから考えると、メディアドゥはこの点について強く意識していると考えられる。

4.この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

メディアドゥのステークホルダーとしてはコンテンツの創作者・出版社・販売者・ユーザーなどが挙げられる。メディアドゥが目指す「コンテンツの価値を高めること」を達成するためには、これらすべてのステークホルダーのサポーターとして存在し、相互のコミュニケ

ーションを積極的に行っていく必要があると考えられる。したがってメディアドゥの一社員としてもステークホルダーとのコミュニケーションを重んじることで人的資本の価値向上は達成できると考えられる。

5.報告書にはどのような改善余地があるか

2020年2月期版と比較すると連結財務諸表などの財務情報に関するデータに対する説明が減少し、逆に企業のサステナビリティに対する説明などが増加したように感じた。これは非財務情報を開示するものである統合報告書としては良い変化であると言える。一方で企業理念や成長戦略など会社を運営する立場としての考えは伝わったが、社員一人ひとりのメッセージや社員に求められるものなどの会社の詳細な部分までは読み取ることができず、社員の声を届けることでより厚みのある内容にすることができるのではないかと感じた。