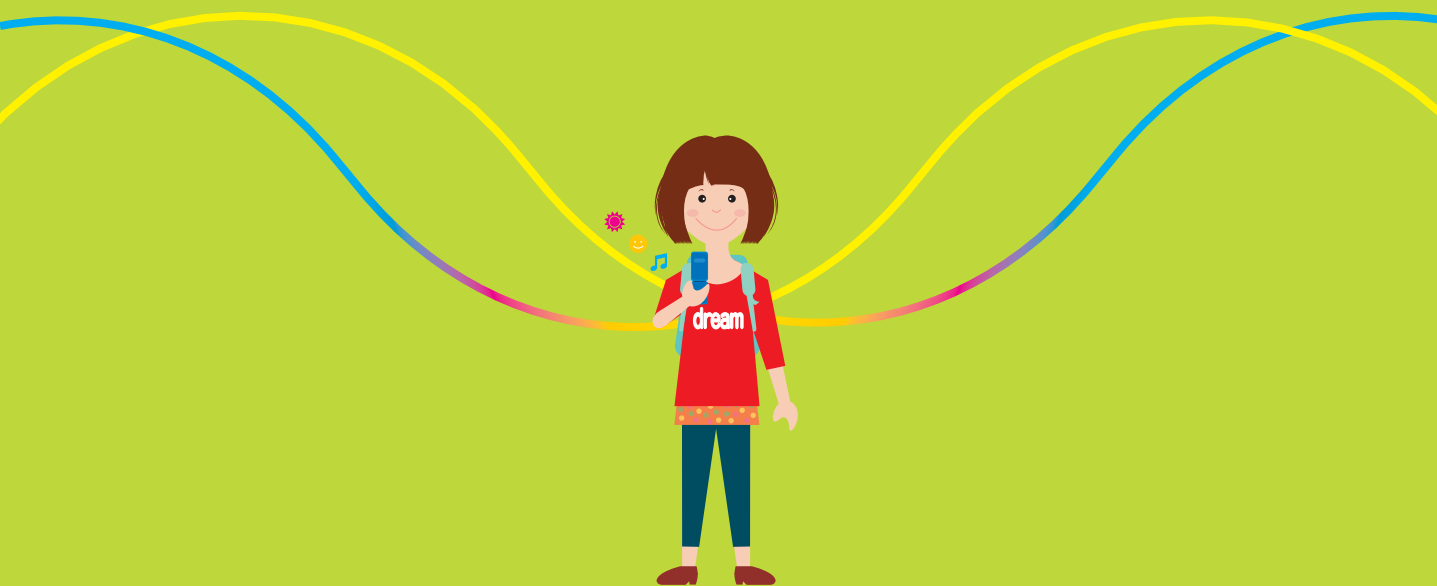
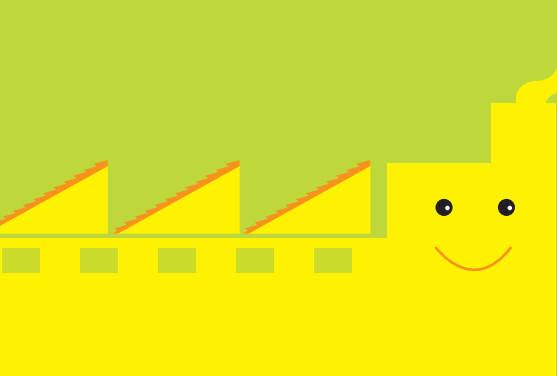


A dream of our own

..... **Evolving for Success**

株式会社エムティーアイ 2009年9月期 アニュアルレポート





.....Evolving for Success.....

モバイルコンテンツ業界で 有料会員数 NO.1

エムティーアイは、携帯サイトを通じて音楽から生活情報、エンターテインメントに至るさまざまなサービスを提供するモバイルコンテンツ企業です。きめ細かなマーケティング、高品質コンテンツの制作および効果的なプロモーションにより、多くのお客様にご満足いただける携帯サイトを提供し続け、有料会員数の拡大につなげています。2009年9月末の有料会員数は802万人に達し、その会員規模は国内NO.1となっています。



MUSIC

音楽系コンテンツ

国内2位の携帯音楽配信サイト『music.jp®』を運営しています。着うたフル®、着うた®、着メロのほか、着信ボイスや歌詞、音楽ニュースなども配信する総合音楽サイトです。着うたフル®では、最新ヒット曲から懐かしの名曲まで、邦楽15万曲、洋楽5万曲以上の楽曲を取り揃えています。CD発売前の先行配信や独占配信も人気です。



LIFESTYLE

生活情報系コンテンツ

国内1位の女性の体調管理をサポートする健康情報サイト『ルナルナ★女性の医学』をはじめ、全国850ヶ所の天気を1時間ごとに予報する天気情報サイトや、渋滞情報がすぐわかる交通情報サイト、人気スポットや地図がすぐに検索できるおでかけ情報総合サイトなど、生活に密着した様々なサイトを提供しています。



ENTERTAINMENT

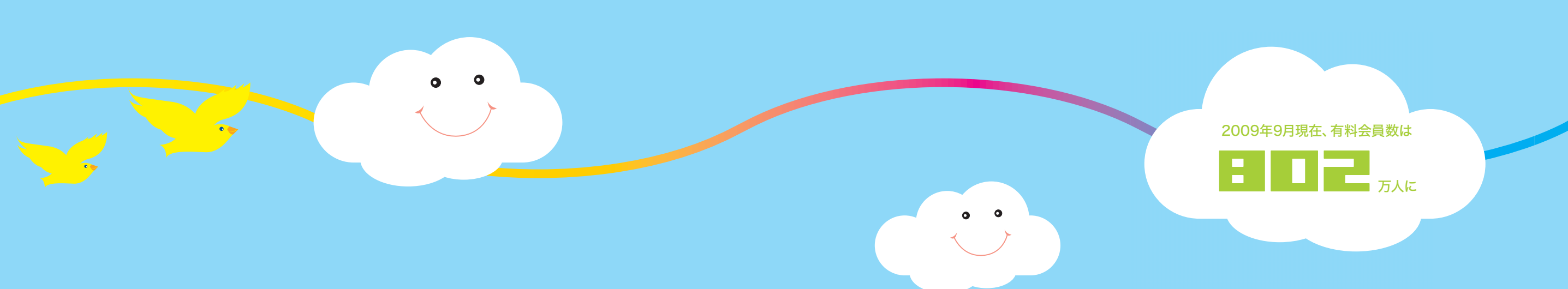
エンターテインメント系コンテンツ

デコレーションメール(デコメ®)サイト『デコとも★DX』や、デコメ素材の中で10代、20代を中心に最も人気のある絵文字デコメ専門サイトのほか、携帯端末の画面を飾るきせかえサイトや、コミック配信サイト、恋愛や風水に特化した占いサイト、野球速報サイトなど、多様なサイトを運営しています。



CONTENTS

ビジネスモデルと当社の特徴.....	6	企業の社会的責任.....	18
連結財務ハイライト.....	8	役員一覧.....	20
営業概況.....	9	用語集.....	21
社長インタビュー.....	11	財務セクション.....	22
コーポレート・ガバナンス.....	16	会社概要／株式情報.....	33



2009年9月現在、有料会員数は
802 万人に

Expansion

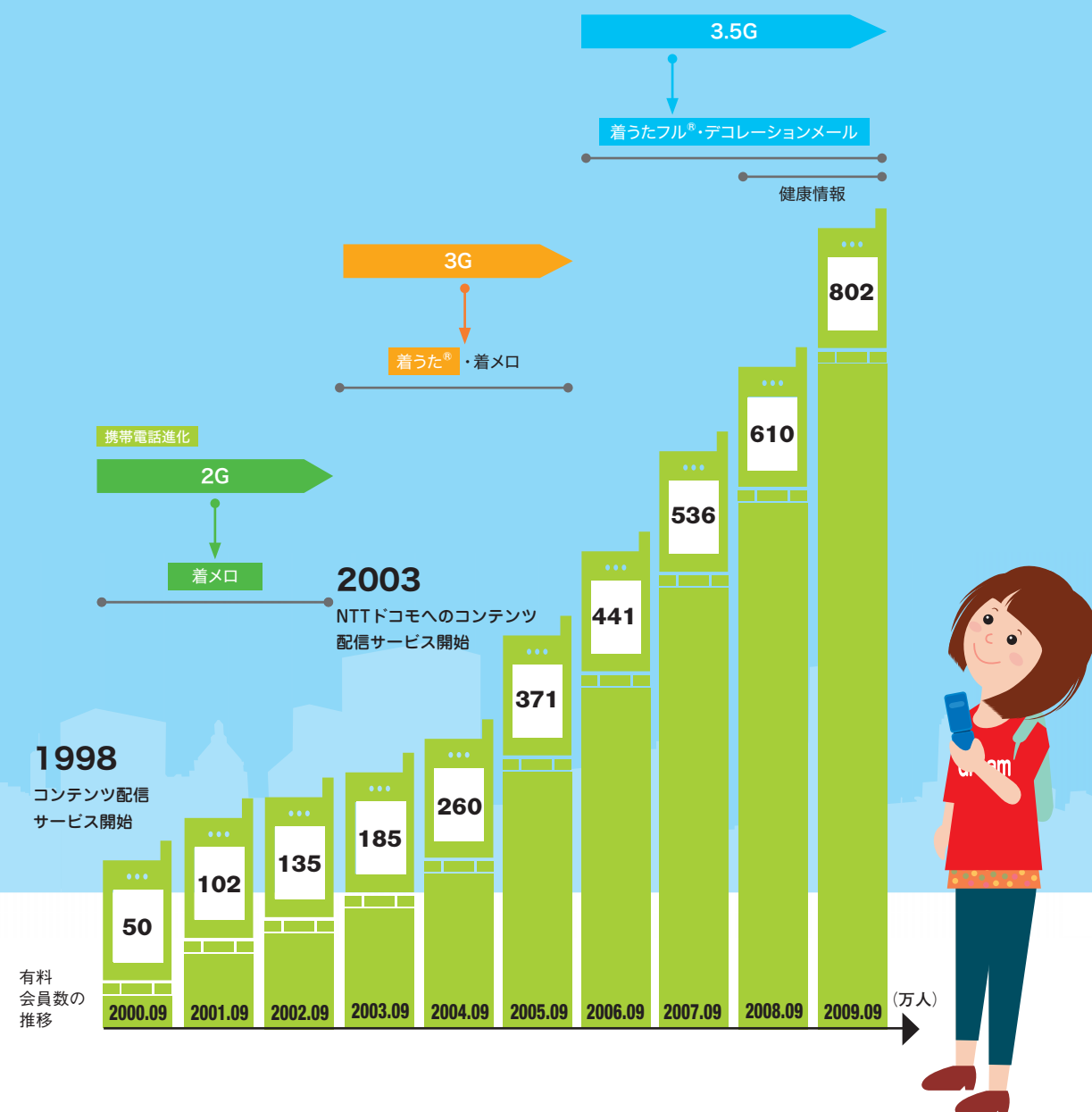
きめ細かなマーケティングと 効果的なプロモーションを駆使

エムティーアイは、急速な進化を続ける携帯電話端末技術に対応しながら、着メロや着うた[®]、着うたフル[®]、デコレーションメールなど、その時々のお客様のニーズに応じた様々なモバイルコンテンツを提供しています。

お客様のニーズは、アンケート調査やグループインタビューなどの幅広いマーケティングリサーチによりきめ細かく分析し、仮説・検証を繰り返し実施しながら的確に捉えています。

プロモーションにおいても、コンテンツごとに最適なプロモーション方法が異なるため、入会導線ごとの効果検証をライフタイムバリューと獲得単価の比較により実施し、その効果を最大限に高めるようにしています。

これらを通じて、有料会員数の持続的な拡大を実現してきました。



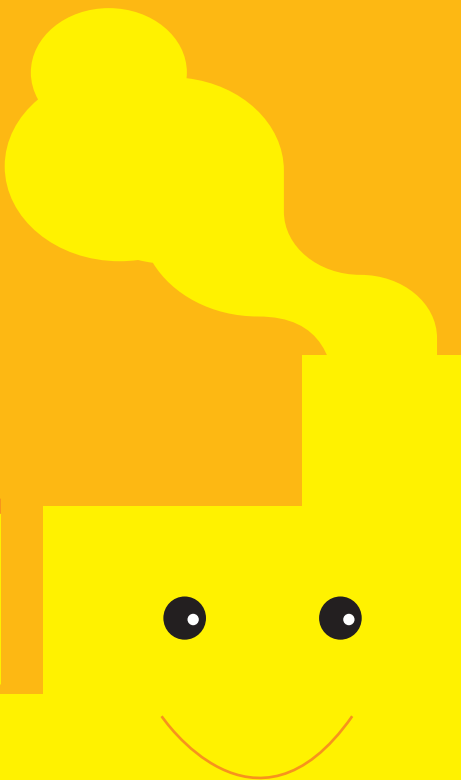


Vision

『モバイル夢工場』となることを目指す 「3つの力」の強化

エムティーアイは、これまで蓄積してきた「マーケティング力」「品質管理力」「開発力」の3つの力を今後も総合的に強化していくことにより、“これまでのお客様にずっと使い続けてもらえる”、“これからのお客様に新たに感動して使ってもらえる”サービスを提供し、継続的な成長を続けていきます。

未来の携帯電話がもたらす未来社会の実現に向けて、お客様の「一生のとも」となるサービスを提供し続け、お客様の夢をどんどん創り出す『モバイル夢工場』となることを目指していきます。



ニーズを的確に
捉えたコンテンツを
生み出す

マーケティング力

高品質な
コンテンツを
効率的に生み出す

品質管理力

進化する
携帯電話技術に
対応する

開発力

これまでのお客様にずっと使い続けて
もらえるサービス、これからのお客様に
新たに感動して使ってもらえるサービスを提供する

『モバイル夢工場』

となることを目指していきます。



Business Model and Our Characteristics

ビジネスモデルと当社の特徴

Business Model

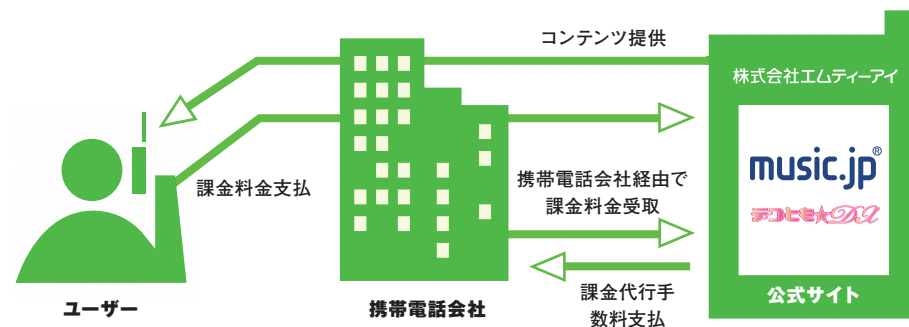
ビジネスモデル

コンテンツ配信事業のビジネスモデル

月額課金制の公式サイト*を運営し、ユーザーが支払う月額料金(100円、300円、500円等)から課金収入を得ています。

利用料金の徴収は携帯電話会社が行い、当社は携帯電話会社に課金代行手数料(月額料金の10%程度)を支払っています。

また、音楽配信やコミック配信では、ユーザーが楽曲や作品をダウンロードすれば、ダウンロードに応じてその使用料をレコード会社や出版社に支払います。



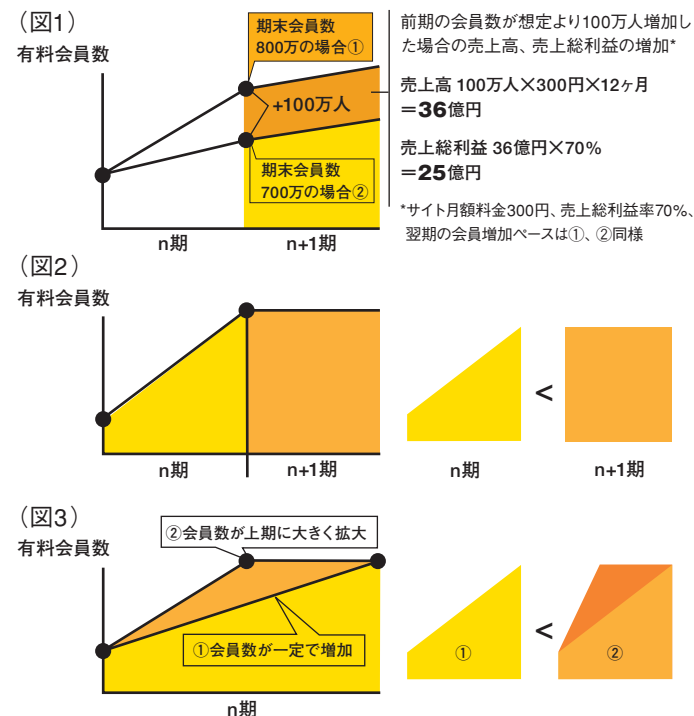
* 公式サイト NTTドコモ、au、ソフトバンクなどの携帯電話会社の審査に合格した携帯電話のウェブサイトのこと。携帯電話会社のポータルサイトに掲載され、その多くはコンテンツプロバイダーが提供する有料課金サイトです。

当社のコンテンツ配信事業の特長

当社のコンテンツ配信事業は月額課金のストック型ビジネスであり、その期に増加した有料会員数は、その翌期の売上高や売上総利益に大きく寄与します。例えば、期末の有料会員数が当初の想定より100万人増加した場合には、その翌期の売上高は36億円、売上総利益は25億円拡大します。(図1)

仮にその翌期に有料会員数が増加しなくても、前期に積み上げた会員数が寄与することにより増収が実現できます。(図2)

また、期末時点での有料会員数が同じ場合でも、期初にできるだけ会員数を積み上げた方がより収益が拡大します。(図3)



Our Characteristics

当社の特長

上期に大規模なプロモーションを展開

当社の上期にあたる12月と3月は、有料会員数が1年間で最も拡大しやすい時期となっています。それは次の3つの要素があります。

まず、携帯端末の新機種販売時期であり、携帯端末の買換えをきっかけに新たなコンテンツが利用されます。

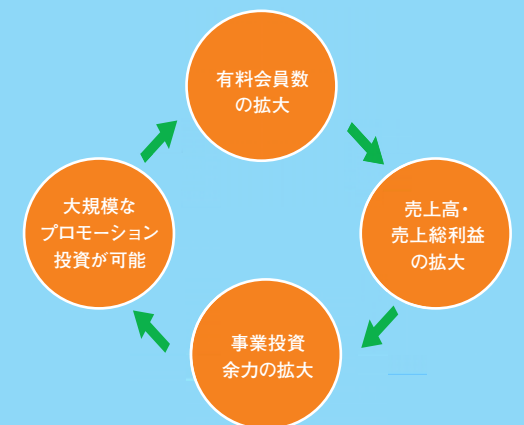
次に音楽系コンテンツの有料会員数拡大につながるような人気アーティストの新譜発売時期であり、着うたフル®や着うた®の拡大が期待できます。

さらに若年層を中心にクリスマスカードや年賀状の代わりにデコレーションメールを送る文化が定着しています。

これらにより、当社では有料会員数の拡大期にあたる上期に広告宣伝費を積極的に投入する戦略

をとっています。上期に会員数を拡大できれば、その分の収益が拡大するため、下期以降のプロモーション余力が増すという好循環が形成できます。

有料会員数拡大による好循環



効果的なプロモーションの実施

プロモーションの費用対効果は、コンテンツごとおよび入会導線ごとにユーザー1人あたりのライフタイムバリュー(粗利累積額)と獲得コストを比較することにより判断しています。

ライフタイムバリューの一定水準以下の獲得コストの中で最も費用対効果の高い分野に狙いを定め、日々変動する効果の変化率を徹底検証していくことにより、効果的なプロモーションの実施につながっています。



Consolidated Financial Highlights

連結財務ハイライト

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2005年9月30日から2009年9月30日に終了した会計年度

	百万円				千米ドル(注1)	
	2005	2006	2007	2008	2009	2009
売上高.....	14,757	17,443	18,520	21,615	25,732	285,921
売上原価.....	6,625	6,090	5,874	6,286	7,920	88,005
販売費及び一般管理費.....	7,918	10,450	11,523	13,602	15,599	173,325
営業利益.....	212	902	1,123	1,726	2,213	24,590
税金等調整前当期純利益.....	84	1,037	1,522	1,371	1,870	20,782
当期純利益(損失).....	△125	884	1,053	563	1,669	18,550
総資産.....	9,379	9,930	9,459	10,758	12,557	139,526
純資産(注2).....	5,675	6,313	5,529	5,385	6,807	75,634
1株当たり当期純利益(損失) (円、米ドル)	△1,763.31	10,986.63	14,490.62	4,086.52	12,446.91	138.30
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益(円、米ドル) (注3).....	—	10,789.08	14,401.79	4,048.63	12,346.21	137.18
1株当たり配当金(円、米ドル).....	340	1,000	1,500	1,000	2,000	22.22
1株当たり純資産(注4) (円、米ドル).....	70,507.03	78,729.89	79,021.25	39,567.06	50,227.79	558.09
自己資本比率(%).....	60.5	63.6	58.5	49.9	53.7	53.7
ROE(注5) (%).....	△2.7	14.8	17.8	10.3	27.6	27.6
ROA(注5) (%).....	1.3	8.7	10.6	16.6	18.7	18.7
従業員数(名).....	223	302	354	449	489	489

注 1) 米ドル金額は、¥90.0＝U.S.\$1.00の為替レート(2009年9月末)により換算しています。
2) 2005年9月期末の純資産は、株主資本の額を表示しています。
3) 2005年9月期の潜在株式調整後1株当たり当期純利益は、当期純損失のため記載していません。
4) 2005年9月期末の1株当たり純資産は、1株当たり株主資本の額を表示しています。
5) ROE＝当期純利益÷自己資本(期中平均) ROA＝経常利益÷総資産(期中平均)
6) 当社は2008年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施しました。このため、2007年9月期以前の1株当たり当期純利益、潜在株式調整後1株当たり当期純利益、1株当たり配当金および1株当たり純資産の数値は株式分割前の株数で算出しています。



Business Review

営業概況

売上高、営業利益、当期純利益の
いずれも過去最高を更新

2009年9月期の業績概況

経営成績

2009年9月期においては、有料会員数の拡大を図るべく、費用対効果の高い分野への積極的なプロモーションを展開しました。これにより健康情報の有料会員数は100万人を超える規模に成長し、着うたフル®、デコレーションメールも好調に拡大しました。2009年9月末の有料会員数は年間で過去最高の192万人増加し、802万人まで拡大しました。

この結果、当期の連結業績は売上高257億32百万円、営業利益22億13百万円、当期純利益16億69百万円となり、それぞれ過去最高を更新しました。



有料会員数は802万人に拡大

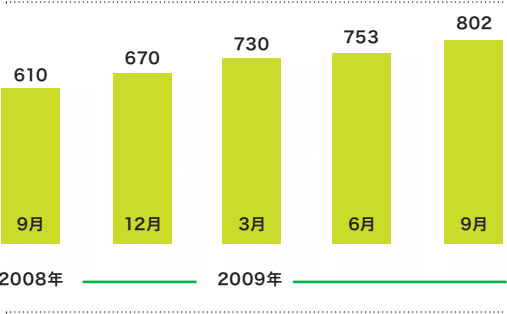
音楽系コンテンツは、『music.jp®』において人気アーティストやドラマ主題歌の楽曲獲得に加えて、テレビCMやモバイル広告等のプロモーション展開が功を奏し、着うたフル®を中心に有料会員数が好調に拡大しました。

生活情報系コンテンツのうち、女性向け健康情報サイト『ルナルナ★女性の医学』では、ユーザーのニーズを的確に捉えながら、テレビCMを中心としたプロモーションを積極的に展開したことにより、有料会員数が100万人を突破しました。また、天気情報などその他のサイトも有料会員数を順調に拡大することができました。

デコレーションメールは、最大需要期である年末年始に積極的なプロモーションを行い、有料会員数を拡大することができました。その後も姉妹サイトである絵文字サイトの拡大などもあり、有料会員数は順調に拡大しました。

この結果、2009年9月末の有料会員数は802万人となり、年間で過去最高の192万人増加となりました。

有料会員数の推移(万人)



自社メディア型広告事業



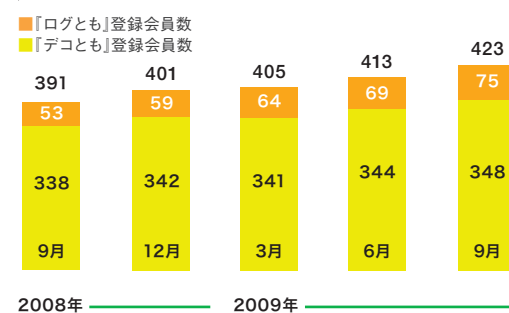
売上高構成比
2.2%

登録会員の活性化に取り組む

自社メディア型広告事業では、先行投資費用による赤字額を最小限にコントロールしながら、サイト内のイベント企画や新サービスの提供を通じて、『デコとも』、『ログとも』の登録会員の活性化に取り組んでいます。

この結果、2009年9月末の登録会員数は423万人となり、年間で32万人増加しました。

『デコとも』、『ログとも』の登録会員数の推移(万人)



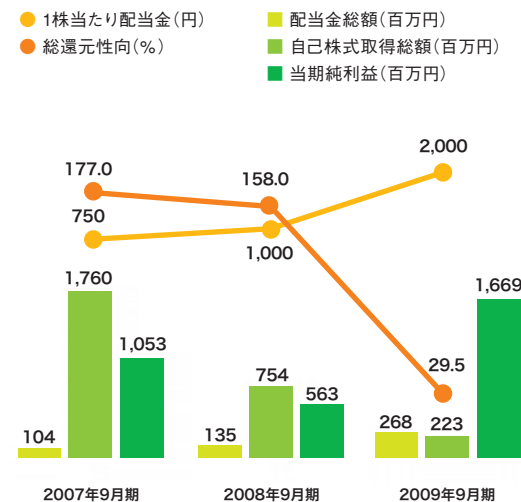
■ 株主還元・配当

期末配当は1,000円増配の2,000円に

当社は、企業価値の創造と拡大を通じた時価総額の向上、利益配分の継続的な実施を重要課題と位置付けています。

2009年9月期は、総額2億23百万円の自己株式を取得(2009年5月に全株式を消却)し、株主還元拡充の観点から、1株当たり配当金を1,000円増配となる2,000円としました。この結果、配当金と自己株式取得の合計額の連結当期純利益に対する比率(総還元性向)は29.5%となりました。

今後も、持続的成長による企業価値の創造と拡大を通じて時価総額を向上させるとともに、配当金を安定的に増やしていくことで株主の皆さまへの利益配分を継続的に実施していきます。



※2008年4月1日付で1株につき2株の株式分割を行いました。
このため2007年9月期の1株当たり配当金は、分割を考慮した金額で記載しています。

An Interview with the President

社長インタビュー

Evolving for Success

拡大するモバイルコンテンツ市場で
さらなるシェア拡大を目指す



代表取締役社長
前多 俊宏

Q.1

2009年9月期の有料会員数の純増は過去最高でしたが、この要因について教えてください。

有料会員数の純増は入会者数から退会者数を引いたもので、過去最高の純増の要因は、主に入会者数の大幅な増加に寄与した次の2点が挙げられます。

まず、これまで有料会員数拡大の牽引役は音楽系コンテンツでしたが、これに加えて今期は健康情報やデコレーションメールも拡大を牽引しました。

もう1点は、お客様の入会導線が多様化する中で、コンテンツごとの各入会導線の費用対効果の徹底検証により、効果的なプロモーションを実行できたことです。

健康情報では、主要ユーザーである女性のニーズを的確に捉えたサイト企画と、テレビCMを中心としたプロモーション展開が奏功し、2009年8月には有料会員数が100万人を突破しました。デコレーションメールでは、最大需要期の年末年始に積極的なプロモーションを展開し、その後も、絵文字サイトの拡大もあり年間を通じてカテゴリ全体で有料会員数を拡大することができました。

また、コンテンツごとの各入会導線の費用対効果を徹底検証することにより、他社が実行していない新しい入会導線の獲得につながり、プロモーション方法の差別化を実現することができました。

プロモーション方法の差別化とは、具体的にどのようなものでしょうか。

他社が実行していない、かつ費用対効果の高い新たな入会導線を獲得することです。具体例として、健康情報サイト『ルナルナ★女性の医学』（以下、ルナルナという）のテレビCMがあります。

ルナルナの有料会員数が急激に拡大したのは、サービス機能の拡充によるサイト企画の差別化を推進するとともに、健康情報サイトで他社に先んじて、当社がテレビCMを新しい入会導線として確立できたことが大きいといえます。

ルナルナにおいて、モバイル広告や雑誌広告のプロモーションだけでは会員数の拡大に限界があると考え、新たなプロモーション方法を検討すべく、様々な方法について小規模な実験を繰り返していました。プロモーション方法ごとの徹底的な検証を通じて、これまで手掛けていなかったテレビCMの費用対効果を見出し、新たなプロモーションとして大規模に展開しました。これはまさに、当社の地道な分析力とテレビCMを大規模に展開できるプロモーション力の2つが奏功したことによるものです。この結果、プロモーション方法の差別化が実現でき、ルナルナは健康情報において圧倒的なポジションを確立しました。



Q.2

最近では日本においてもスマートフォンの普及が進んでいますが、足元での脅威となりますか。

確かに国内においてもスマートフォンの利用者は拡大傾向にありますが、現段階では大きな脅威になるとは考えていません。

当社では、これまでも第3世代携帯端末の普及に伴う着うた[®]の拡大や、第3.5世代携帯端末の普及に伴う着うたフル[®]の拡大といった、携帯端末の世代交代で対応コンテンツが大きく拡大するタイミングでのビジネス経験があります。この経験を踏まえて現段階のスマートフォンの普及台数を鑑みれば、スマートフォン向けコンテンツ市場が急激に立ち上がることは難しいと考えています。

仮にスマートフォンの普及が進んだ場合でも、スマートフォン向けコンテンツ市場が立ち上がるまでには相応の時間がかかるものと考えており、当社では普及状況を注視しながら参入のタイミングを検討していく計画です。

当社はこれまでも携帯端末の進化とともに拡大が見込まれるコンテンツに対し、適切に対応してきた経験と実績があります。また、投資余力も増していることから、スマートフォンの普及が進む場合にも、これまでと同様に対応できると考えています。

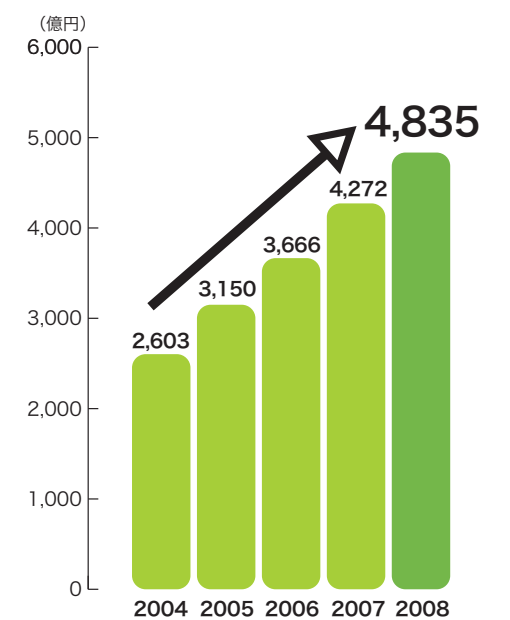
Q.3

モバイルコンテンツの市場展望について聞かせてください。

モバイルコンテンツ市場は、第3.5世代携帯端末の普及に伴い着うたフル[®]が拡大を続け、電子書籍やデコレーションメールといった新たなカテゴリが急拡大していることから、2008年の市場規模は4,835億円（前年比13%増）と拡大傾向が続いています。

さらに今後も、モバイルコンテンツユーザーの年齢層の拡がりにより、コンテンツの利用シーンはエンターテインメントから生活に密着した実用性の高いものまで拡がるが見込まれ、モバイルコンテンツ市場の拡大は当面続くと考えています。

モバイルコンテンツ市場規模



出所：モバイル・コンテンツ・フォーラム

モバイルコンテンツユーザーの年齢層の 拡がりとは、どういったものでしょうか。

1999年にiモード[®]サービスがスタートし、10年余りが経過しました。当時モバイルコンテンツの主要ユーザーであった若年層世代は、ライフスタイルの変化によりその利用シーンは変わるものの、現在も継続して利用しています。また、モバイルコンテンツの主要ユーザーは現在も若年層世代であることを考慮すれば、今後もコンテンツの新たなユーザーとして若年層世代が組み込まれていくものと想定されます。このように、モバイルコンテンツを継続して利用するユーザーと、新たに利用し始めるユーザーにより、モバイルコンテンツユーザーの年齢層はさらに拡がっていくと考えられます。

そして、携帯端末の進化とともにコンテンツの利用シーンもさらに拡大すると見込まれることから、モバイルコンテンツ市場は今後も拡大が続くと考えられます。

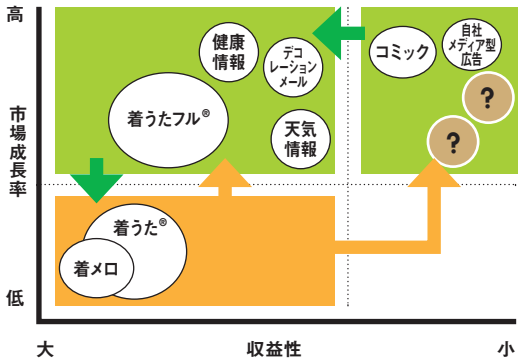
Q.4

このような環境の中、今後エムティーアイは何を目指すのでしょうか。

モバイルコンテンツ市場における当社のシェアは5%程度であり、同市場は当面拡大傾向が続くと見込まれることから、国内での拡大余地は十分にあると考えています。

このため当社では、一定規模の市場があり高成長が期待できる分野や、市場規模が非常に大きい分野に注力し、各分野において有料会員数の拡大に取り組みます。

市場が成長しているデコレーションメールやコミックなどの分野に対しては、その成長とともに拡大を図り、市場が成熟期を迎えているものの、最大規模である着うたフル[®]や着うた[®]、着メロの音楽系コンテンツでは、シェア向上に取り組みます。さらに、No.1のポジションにある健康情報は、先行優位を活かしながらそのポジションを揺るがないものにしています。



① 安定的収益の一部を成長期待分野に投資

② 成長分野、収益柱へ育成

③ 新たな有望分野の発掘



国内でのさらなるシェア拡大

上の図のように、現在収益の柱となっている音楽系コンテンツが生み出す安定的な収益の一部を成長性の高い健康情報やデコレーションメールなどの分野への投資に振り向け、次の収益の柱に育てていきます。常に成長性の高い分野を安定的な収益を生み出す分野に育成しながら、さらに次の成長性の高い分野を見つけて投資することを繰り返し、国内でのさらなるシェア拡大を目指していきます。

Q.5

最後に、これらを実現するために
取り組むべきことは何でしょうか。

当社が重視している「マーケティング力」、「品質管理力」、「開発力」、この3つの力を継続的に強化していくことが重要と捉えています。

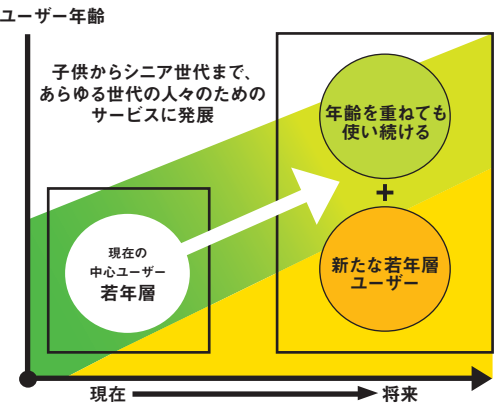
まず当社の最大の強みであるマーケティング力は、お客様の声や動向を把握することにより、仮説・検証を繰り返しながら顧客満足度の高いサイトの企画や効果的なプロモーション方法の開発につなげます。

そして質の高いコンテンツ素材を効率的に制作するために、PDCA活動を継続的にを行い改善活動を繰り返すことにより、お客様に満足してもらえる高い品質を追求します。

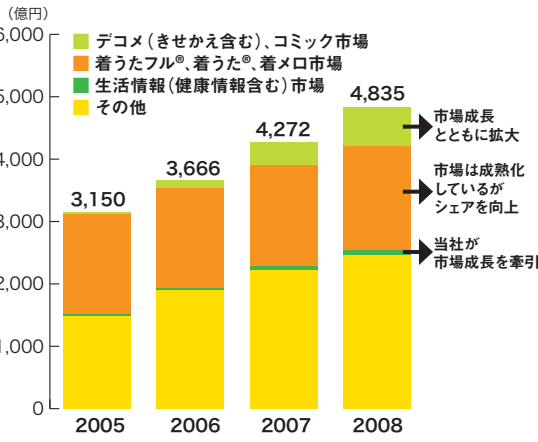
さらに進化する携帯電話技術に対応して携帯コンテンツもリッチ化・複雑化が進むため、IT技術者の技術レベルの向上や開発工程管理の強化により、開発力のさらなる強化に注力します。

モバイルコンテンツ市場を取り巻く環境の変化は非常にダイナミックですが、当社はこの3つの力の強化に継続的に取り組むことにより、その変化に十分対応していけると考えています。

ユーザー年齢層の拡大



カテゴリ別モバイルコンテンツ市場



出所：モバイル・コンテンツ・フォーラム

(億円)	2005	2006	2007	2008
着メロ系市場	1,048	843	559	473
着うた [®] 系市場	463	522	568	483
着うたフル [®] 市場	99	237	506	707
デコレーションメール市場	14	55	116	171
きせかえ市場	—	3	23	64
電子書籍市場	16	69	221	395
生活情報市場(辞書、学習、健康情報等)	27	45	54	77
天気、ニュース市場	51	63	73	78
交通情報市場	74	125	164	206
占い市場	123	158	182	200
リングバックトーン市場	13	29	87	110
アバター、アイテム販売(SNS等)市場	—	5	60	157
モバイルゲーム市場	589	748	848	869
その他モバイルコンテンツ市場	633	764	811	845
■合計	3,150	3,666	4,272	4,835

透明性が高く健全な経営体制の確立と、 迅速かつ的確な意思決定システムの構築に向けて

コーポレート・ガバナンスに関する 基本的な考え方

当社は、透明性が高く健全な経営体制の確立、そして事業環境の変化に対応した迅速かつ的確な意思決定システムの構築を重要な経営課題として捉えています。

その一環として、取締役の任期を1年とし、毎年株主の皆さまによる信任の機会を設け、緊張感を持った経営を行っています。また、コンプライアンス(法令遵守)の強化・定着化を推進しています。

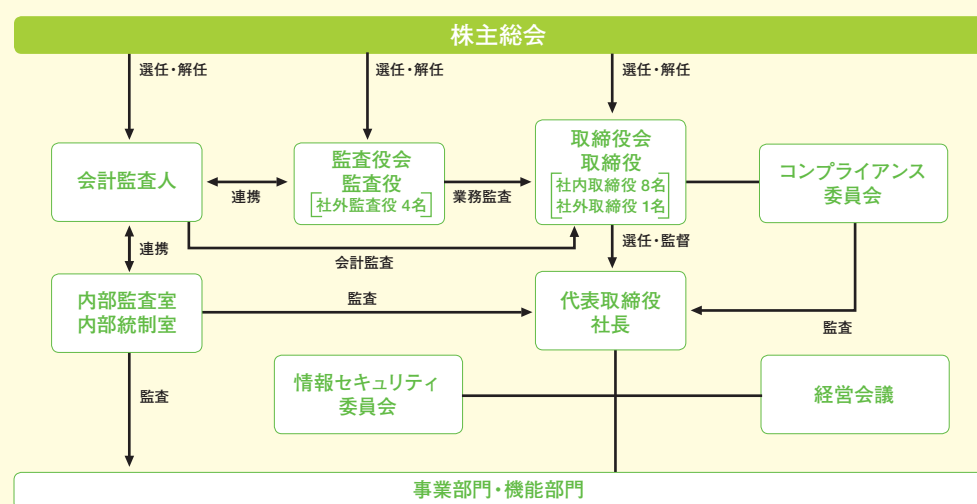
決算や重要な経営情報等については、IRポリシーに基づき、タイムリーかつ適切な情報開示を行い、また、ステークホルダーとの双方向コミュニケーションを行うことにより、経営の透明性を高め、市場との信頼関係構築に努めていきます。

コーポレート・ガバナンスに関する 施策の実施状況

取締役会は社内取締役8名および社外取締役1名で構成し、月1回の定時取締役会のほか、必要に応じて臨時取締役会を開催し、重要事項の決定ならびに取締役の職務執行の監督を行っています。監査役については4名全員を社外監査役とし、そのうち1名を常勤監査役として、取締役会のみならず重要な会議に出席するなど、経営に対する監視機能の強化を図っています。

経営の執行にあたっては、業務執行に対する責任の明確化と意思決定の迅速化を図るため、執行役員制度を採用するとともに、取締役および執行役員が中心となって出席する経営会議を月に2～3回開催し、職務執行に関する重要事項について協議を行い、その協議に基づいて代表取締役社長が意思決定を行っています。

コーポレート・ガバナンス体制図



当社の経営会議には主要子会社の社長を定期的に参加させ、その経営状況のモニタリングを適宜行っています。また、グループ会社の管理機能を親会社である当社の管理部門に集約することにより、牽制機能を強化しています。

会計監査人には、新日本有限責任監査法人を選任しており、定期的な監査のほか、会計上の課題について随時相談・確認を行い、会計処理の透明性と正確性の向上に努めています。税務・法務関連業務に関しても、外部専門家と顧問契約を結び、随時アドバイスを受けています。

内部統制システムに関する 基本的な考え方

当社は、「法令等の遵守」、「各ステークホルダーへの誠実な対応および適切な情報開示」、「透明性が高く、健全な経営」、「事業活動における企業価値創造を通じた社会への貢献」を職務執行の基本方針とし、コーポレート・ガバナンスを推進します。この基本方針のもと、内部統制システムを整備しています。

コンプライアンス

当社は、法令等の遵守を基本方針とし、コンプライアンスに関する規程を制定するとともに、コンプライアンス委員会の設置を行い、コンプライアンスに関する取り組みを推進しています。

代表取締役社長所管の内部監査室では、業務の有効性・効率性の評価を中心とした業務監査活動を行い、同じく内部統制室では、財務報告の信頼性確保に係る内部統制の有効性評価を実施しています。内部監査室および内部統制室は、当該活動状況を代表取締役社長に報告するとともに、取締役会および監査役会ならびに被監査部門へ報告する体制になっています。

コンプライアンスに関する取り組みは、コンプライアンス委員会が中心となり、当社の各部門との連携により推進しています。

さらに、法令上疑義のある行為等について、使用人が直接情報提供を行うための内部通報窓口を設置しています。当社の役職員が法令違反の疑義がある行為等を発見した場合は、レポーティングラインまたは内部通報窓口経由でコンプライアンス委員会および監査役会に報告する体制を採用しています。

リスク管理体制

職務執行に係るリスクは、当社の各部門および当社の子会社の権限の範囲内にてリスク分析・対応策の検討を行っています。特に重要な案件や担当部門の権限を超えるものについては、当社の経営会議または取締役会で審議し、意思決定を行うとともに、その後も継続的にモニタリングを実施しています。

さらに、職務執行に係るリスク管理およびその対応については内部監査室が監査し、財務報告の信頼性に係るリスク管理およびその対応については内部統制室が監査し、内部監査室および内部統制室は当該結果を代表取締役社長に報告するとともに、取締役会および監査役会に報告する体制となっています。その他の全社的なリスク管理およびその対応についてはコンプライアンス委員会が監査し、取締役会に報告を実施していきます。

また、リスク案件のそれぞれの評価を行い、これに対応した当社全体の管理を実行していくため、2009年4月にリスク管理体制に関連する規程を制定し、当社全体のリスクを網羅的・総括的に管理する体制の整備・強化を行っています。

エムティーアイでは、よりよい社会の発展を願い、
携帯サイトを通じた活動や、従業員1人ひとりの活動など、
様々な社会貢献活動に取り組んでいます。

■ 携帯サイトを通じた取り組み

携帯サイト健全化に
対する取り組み
～SNSサイト『ログとも』の
安全性保護～

ブログ/SNSサイト『ログとも』では、18歳未満の新規登録会員の入会を規制し、24時間365日の監視パトロール体制のもと、皆さまが安心して利用できるサイト運営を行っています。不適切な、あるいは著作権を侵害する投稿や書き込みに対して、削除やユーザーの強制退会処分を行うほか、自殺や犯罪予告に関する書き込みがあれば警察へ届けるなど、事件発生防止にも協力しています。



災害義援金活動

『お天気予報』では、売上の一部を自然災害で被災された方々に災害義援金として寄付しています。義援金は、人道機関を通じて被災された方々にお届けしています。2009年の活動は以下の通りです。

2009年10月
インド洪水被害
フィリピン台風被害
ベトナム台風被害
サモア地震・津波被害
スマトラ沖地震

2009年9月
台湾台風被害

2009年8月
台風第9号(兵庫県・岡山県)
平成21年7月中国・九州北部豪雨

(すべて日本赤十字社経由)



ダウンロード
チャリティ活動

『music.jp』では、2009年11月に、日本ユニセフ協会が呼びかけた世界の乳幼児の命を守るためのドネーション・プロジェクト「Happy Birthday Download for Children」に参加。有名アーティストが歌う“Happy Birthday to You”の着うた®をチャリティ配信しました。着うた®をダウンロードすると、1曲あたり105円相当が日本ユニセフ協会へ寄付される仕組みで、寄付金は子供たちを守る活動にあてられました。



環境イベントへの
協賛活動

『music.jp』では、2009年4月18日、19日に開催された地球環境を考えるためのイベント「Earth Day Tokyo 2009」に協賛し、同イベントのオフィシャル携帯サイト(無料)の運営に協力しました。地球環境に問題意識を持たなかった人々が、このサイトやサイト内の企画を通じて環境問題について考えるきっかけとなっています。



■ その他の社会貢献活動

ペットボトルキャップの
回収運動

当社では、回収したペットボトルキャップの売却益で世界の子どもたちにワクチンを贈り、キャップの再資源化でCO₂を削減する「エコキャップ運動」に参加しています。社内で回収したキャップは、NPO法人エコキャップ推進協会を通じてリサイクル業者に売却され、その収益金はNPO法人「世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)」に寄付されます。2009年は年間で4万6680個のキャップを回収しました。これはワクチン58.4人分に相当し、キャップ再利用で削減したCO₂量は約367.61kg相当になります。



株主さま向け営業報告書、
社用封筒に
ワクチンペーパーを使用

株主さま向け営業報告書(MTI REPORT)と社用封筒に、世界の子どもにワクチンを購入するための寄付金を含んだ印刷用紙であるワクチンペーパーを使用しています。用紙1kgあたり2円がJCVに寄付され、JCVを通じてミャンマー、ラオス、ブータンの子どもたちにワクチンが贈られます。



Board of Directors and Corporate Auditors

役員一覧

(2009年12月23日現在)



1. 代表取締役社長 前 多 俊 宏
2. 取締役副社長 泉 博 史
3. 専務取締役 高 橋 次 男
4. 常務取締役 大 沢 克 徳
5. 常務取締役 成 田 透
6. 取締役 斎 藤 忠 久
7. 取締役 清 水 義 博

8. 取締役 佐々木 隆 一
9. 取締役 小名木 正 也
10. 常勤監査役 箕 浦 勤
11. 監査役 和 田 一 廣
12. 監査役 中 村 好 伸
13. 監査役 崎 島 一 彦

Glossary

用語集

<音楽配信>

・着うたフル®

CDと同じ音源を1曲丸ごと携帯に配信するサービス。携帯を音楽プレイヤーとして楽しむことができるほか、着信音にも設定できる。

・着うた®

サビの部分など、15～45秒程度の長さに編集された楽曲を配信するサービス。着信音やアラーム音として設定されることが多い。

・着メロ

「着信メロディ」の略で、携帯に着信があった際に電子音メロディが鳴るサービス。和音を含むメロディで表現されていることが多い。

<デコレーションメール(デコメ)>

メールの文面に、イラストや動く文字を挿入して本文に装飾を加えたメールの総称。利用シーンの多様化やユーザー年齢の拡大により、様々な種類の素材が充実している。



・テンプレート

あらかじめ決まったテーマで背景イラストや文字の効果が設定されている。文字記入欄に好きな文章を入れて、すぐに送ることができる。



・シール

イラストやメッセージなど、用途にあわせてシールのようにメール文中に挿入し、装飾する。様々なシールを利用することで、個性あふれる多彩な表現のメールが作成できる。



・絵文字、ミニデコ

絵文字はメールの1文字と同じサイズで作られた素材のことで、ミニデコは数文字分のサイズで作られた素材のこと。手軽に使えることから10代、20代のユーザーを中心に人気の素材。

<きせかえ>



携帯の待ち受け画面や着信時アラームなど各種メニュー画面のビジュアルイメージを、ダウンロードしたキャラクター画像などに一括設定できるサービス。



Management's Discussion and Analysis

事業・財務の概況（連結）

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2009年9月30日終了した会計年度

概要

当社の主力事業に関連する移動体通信業界は、（社）電気通信事業者協会の調査では、2009年9月末の第3世代以上の携帯電話契約数は1億461万件となって全携帯電話契約数の95.4%を占め、その中でもより高性能な第3.5代携帯電話端末への移行が進んでいます。

またパケット定額制サービスも拡がりを見せており、携帯電話端末機器のハード面、サービスのソフト面の環境整備に伴い、幅広い世代のユーザーによる利用が見込まれ、今後も生活に密着した実用系コンテンツをはじめとするモバイルコンテンツの需要拡大が続くとみられます。

このような中、当社は成長が期待できる健康情報や着うたフル®を中心に有料会員数の拡大を図るべくプロモーション活動を積極的に展開した結果、コンテンツ配信事業の2009年9月末の有料会員数は、前期末比192万人増の802万人に拡大しました。

売上高・売上総利益・営業利益

売上高は、コンテンツ配信事業における有料会員数の拡大が寄与したことにより、前期比19.1%増の257億32百万円となり、5期連続で過去最高を更新しました。

売上総利益は、売上総利益率が前期比1.7ポイントダウンの69.2%となりましたが、有料会員数の拡大に伴う増収によりこれを吸収し、前期比16.2%増の178億12百万円と大幅な増益となりました。

営業利益は前期比28.2%増の22億13百万円となり、営業利益率は同0.6ポイントアップの8.6%となりました。販売費及び一般管理費のうち主に広告宣伝費や人件費、支払手数料を中心に増加しましたが、売上総利益の大幅な増益で吸収した結果、4期連続で過去最高を更新しました。

セグメント情報

コンテンツ配信事業

音楽系コンテンツでは、人気楽曲獲得やプロモーション展開に注力し、着うたフル®の有料会員数が好調に拡大しました。また、市場が成熟している着うた®でも有料会員数を拡大し、縮小傾向にある着メロでも有料会員数を維持することができました。

健康情報では、テレビCM等による積極的なプロモーション展開が奏功し、サイト認知度の向上による入会者が増加したことにより、2009年8月には有料会員数が100万人を超え、音楽系コンテンツ以外で初めてとなる100万人を超えるサイトに成長しました。

デコレーションメールでは、最大需要期の年末年始に積極的かつ効果的なプロモーション展開を

したことや、2008年12月にスタートさせた絵文字サイト『デコとも★えもじDX』を立ち上げたことなどにより、カテゴリ全体の有料会員数を拡大することができました。

これらの結果、2009年9月末の有料会員数は前期末比192万人増の802万人となり、セグメントの売上高は前期比20.2%増の252億64百万円に拡大しましたが、営業利益については積極的なプロモーション投資により同11.7%減の27億20百万円となりました。

自社メディア型広告事業

本セグメントでは、先行的費用投資に伴う赤字額を最小限に抑えながら、登録会員の活性化に取り組みました。2009年9月末の登録会員数は前期末比32万人増の423万人となり、売上高は前期比17.4%減の5億61百万円、営業損失は前期から8億29百万円改善して4億28百万円となりました。

特別利益・特別損失

特別利益は前期比6百万円減の26百万円となりました。これは主に貸倒引当金戻入額の計上によるものです。

特別損失は前期比3百万円減の3億33百万円となりました。これは主に、ソフトウェアの除却によ

る固定資産除却損として1億円、退職給付会計にかかる会計方針を変更したことによる退職給付費用として89百万円、コンテンツ情報料として1億9百万円の計上によるものです。

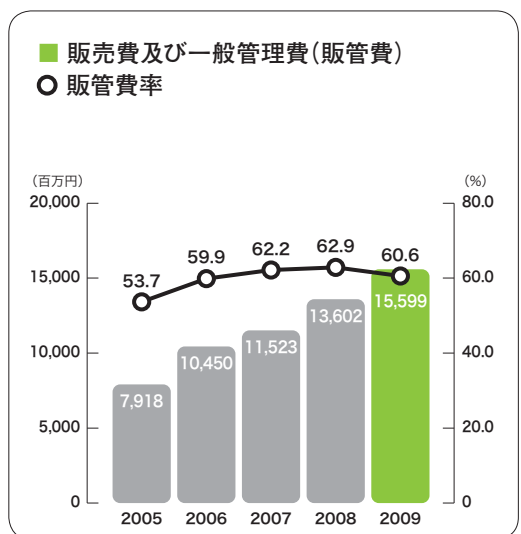
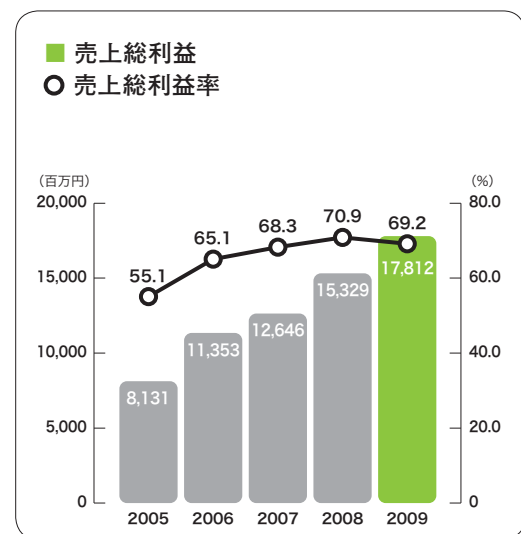
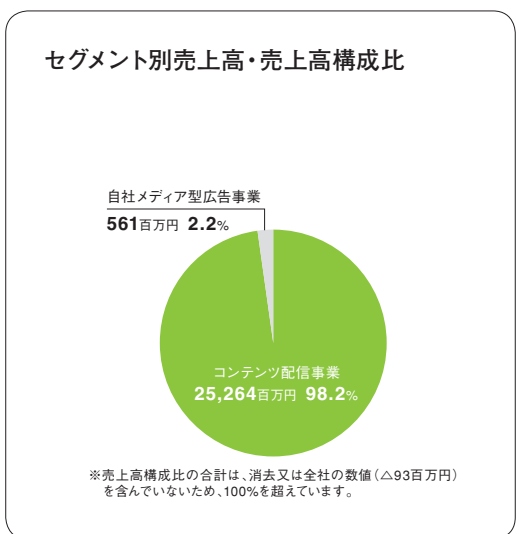
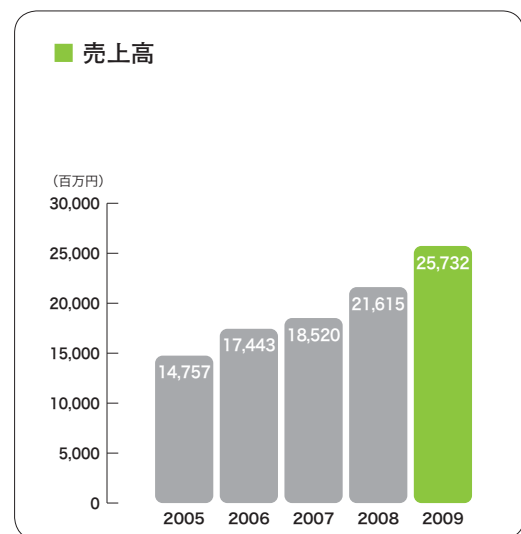
当期純利益

特別損失の計上がありましたが、大幅な増益を受けて税金等調整前当期純利益は前期比36.4%増の18億70百万円となりました。また、2009年2月1日に連結子会社である株式会社コミックジェイピーとの合併を完了したことに伴う支払税金の減少により、法人税、住民税及び事業税は6億41百万円減少しました。この結果、当期純利益は前期比196.4%増の16億69百万円となりました。当期純利益率および自己資本当期純利益率(ROE)も、前期からそれぞれ3.9ポイントおよび17.3ポイント上昇し、6.5%および27.6%となりました。なお潜在株式調整後1株当たり当期純利益は、12,346.21円となりました。

資産および負債・純資産

資産

2009年9月末の資産合計は、前期末比17億98百万円増の125億57百万円となりました。



流動資産

流動資産は、前期末比16億14百万円増の93億59百万円となりました。これは主に、売上高の拡大に伴う売掛金の増加12億92百万円によるものです。

固定資産

固定資産は、投資有価証券が1億86百万円減少しましたが、ソフトウェアの増加2億89百万円などにより、前期末比1億83百万円増の31億97百万円となりました。

負債

2009年9月末の負債合計は、前期末比3億76百万円増の57億50百万円となりました。

流動負債

流動負債は、前期末比5億9百万円増の50億35百万円となりました。これは、連結子会社の合併完了に伴う支払税金の減少等により未払法人税等が3億67百万円減少しましたが、買掛金、未払金、コイン等引当金がそれぞれ3億97百万円、3億56百万円、1億74百万円増加したことによるものです。

固定負債

固定負債は前期末比1億32百万円減の7億15百万円となりました。これは、退職給付会計にかか

る会計方針を変更したことにより退職給付引当金が1億18百万円増加しましたが、長期借入金が2億円減少したことによるものです。

有利子負債

有利子負債(長期借入金、社債の合計)は、前期末比2億50百万円減の6億99百万となりました。

純資産

純資産は、当期純利益16億69百万円の計上などにより、前期末比14億21百万円増の68億7百万円となりました。

当期は2億23百万円の自己株式を取得する一方で、7億23百万円の自己株式を消却しました。

自己資本比率は前期末に比べて3.8%改善し、53.7%となりました。

キャッシュ・フロー

2009年9月末の現金及び現金同等物は、前期末比90百万円増の15億32百万円となりました。当期における各キャッシュ・フローの状況および要因は次のとおりです。

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、売上債権

の増加による資金流出12億85百万円等がありましたが、税金等調整前当期純利益18億70百万円や減価償却費8億72百万円等の計上により、17億40百万円の資金流入(前期は14億49百万円の資金流入)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フロー

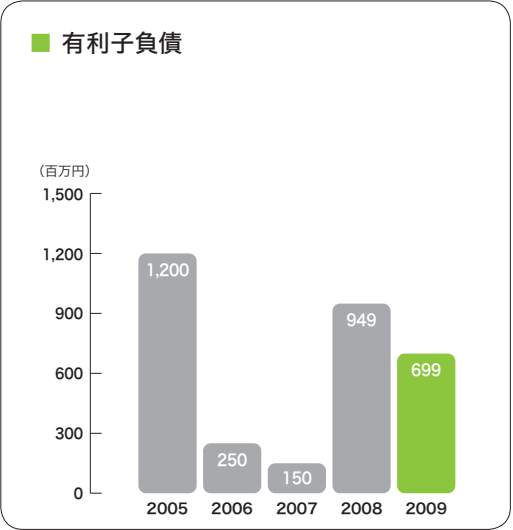
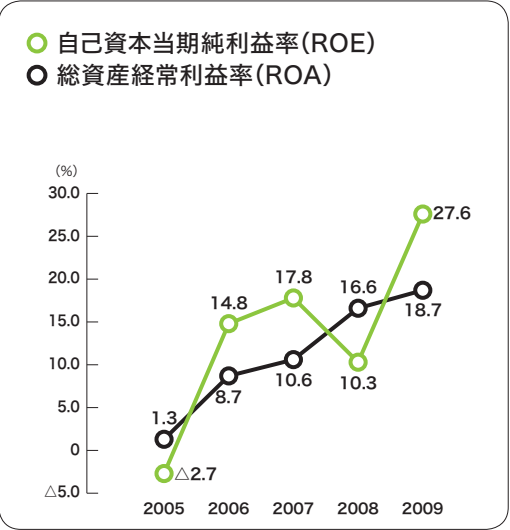
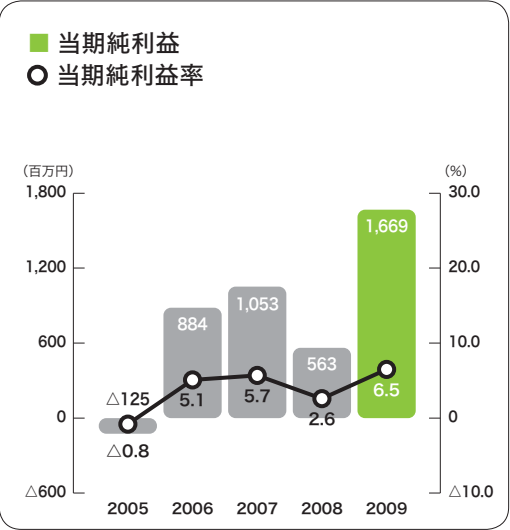
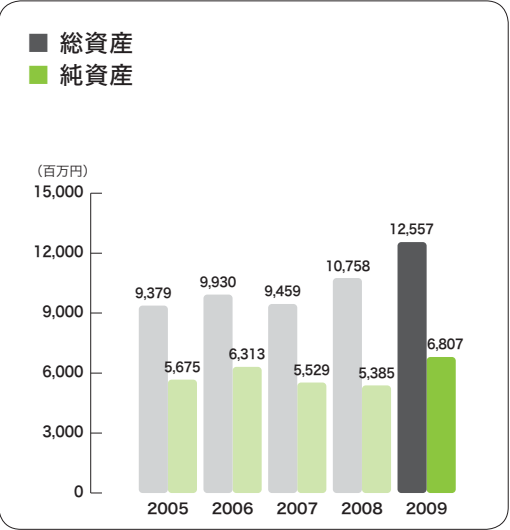
投資活動によるキャッシュ・フローは、無形固定資産(主にソフトウェア)の取得による支出12億30百万円等により、10億81百万円の資金流出(前期は14億70百万円の資金流出)となりました。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、自己株式の取得による支出2億23百万円や、長期借入金返済による支出2億円等により、5億51百万円の資金流出(前期は11百万円の資金流出)となりました。

株主還元方針

株主還元にあたっては、「中長期的な売上高・利益の高成長と株主の皆さまへの利益還元の調和」という資本政策の基本方針、そして積極的な



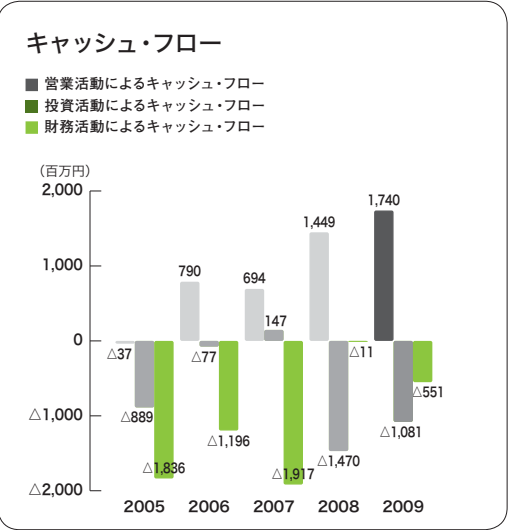
事業展開に備えるための内部留保を勘案し、中期的な総還元性向(配当金と自己株式取得の合計額の連結当期純利益に対する比率)として35%を目安に株主還元を行っていきます。

具体的には、配当金と自己株式取得により利益還元を行いますが、安定的に配当金を増加させていながら、自己株式取得を機動的に行う方針です。また取得した自己株式については、原則として消却する方針です。

当期は、2億23百万円の自己株式を取得しました。期末配当金については、4期連続で連結営業利益、経常利益ともに過去最高益を更新したこと、配当金による株主還元を拡充する観点から、1株当たり1,000円増配の年間配当2,000円としました。この結果、当期の総還元性向は29.5%となりました。

事業等のリスク

当社の事業展開上、リスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について、以下に記載しています。また、必ずしも事業上のリスク要因に該当しない事項であっても、投資を判断する上で重要または有益、あるいは当社の事業活動を理解する上で重要と考えられる事項については、投資家の皆さまへの情報開示の観点から積極的に開示しています。



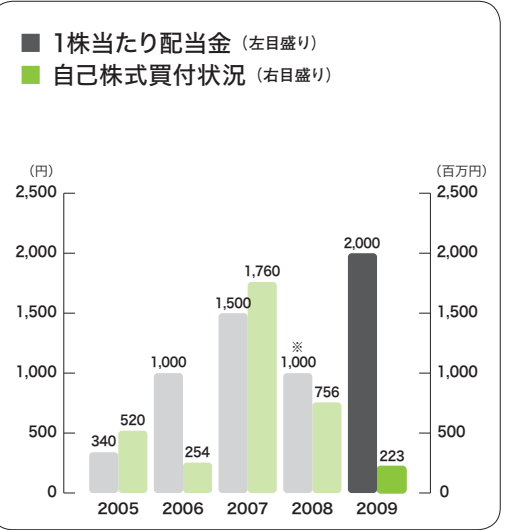
なお当社では、これらのリスク発生の可能性を認識した上で、その発生の回避、そして発生した場合には迅速な対応に努める方針ですが、当社株式に関する投資判断は、本項以外の記載内容も併せて慎重に検討した上で行われる必要があると考えます。また以下の記載は、当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているわけではないことをご留意ください。

特定人物への依存について

当社の代表取締役社長である前多俊宏は、当社の強みである事業モデルの創出やデータ解析技術等のノウハウ蓄積において中心的な役割を担い、また実際の事業の推進においても重要な役割を果たしています。当社は同氏に対して過度に依存しない経営体制の構築を目指し、人材の育成・強化に注力していますが、同氏が何らかの理由により業務執行できない事態となった場合、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

コンテンツ配信事業

当社が主力事業として展開している着うたフル®、健康情報、デコレーションメール等のコンテンツ配信事業において、全体の市場規模は拡大傾向が続いていますが、以下の要因により、現時点において当社が想定する売上高あるいは経費の見通しに大きな



※2008年4月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を実施しました。
このため、2007年9月期以前は株式分割前の株数で算出しています。

相違が発生する可能性があり、その結果、当社の経営方針や経営戦略の変更を余儀なくされ、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

- ①技術革新が急速に進展している中で、携帯電話端末そのものの優位性が急速に失われたり、第3.5世代以上の携帯電話端末の普及速度の鈍化やユーザーの嗜好が大きく変化する等、計画策定時の想定を超える不確定要素が顕在化した場合。
- ②コンテンツの内容・品質・価格等の面で同業他社との差別化を図ることができず、有料会員数を計画通りに確保できない場合。または、同業他社との会員獲得競争が熾烈なものになり、価格面での競争が激化する中で、コスト競争力を維持できずに有料会員数を維持できない場合。
- ③ユーザーニーズに適合したサービスの開発・提供や先進技術への対応等が遅れることにより、サービス・技術の陳腐化を招いた場合。あるいは、予想以上にコンテンツ制作コストが増加し、コンテンツ制作の面で効率的な開発体制を維持できず、収益が確保できない場合。
- ④モバイルコンテンツ配信市場が急激に飽和・衰退する、あるいは広告宣伝による販促効果が期待通りに得られない等の事情により有料会員数を計画通りに確保できない場合。または、予想以上にコンテンツ獲得コストが増加し、収益の確保が困難となる場合。

自社メディア型広告事業

モバイルメディア広告の市場規模は拡大が続けていますが、一般サイトでの無料会員の獲得の遅れや獲得コストの増加、メディア広告販売体制の構築の遅れ、収入形態の変化等により、現時点において当社が想定する売上高あるいは経費の見通しに大きな相違が発生する可能性があり、その結果、当社の経営方針や経営戦略の変更を余儀なくされ、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

情報ネットワークの不稼働

当社は通信回線や情報システムを活用した事業を展開していますので、自然災害や事故等による通信回線切断や、予想を超える急激なアクセス数増加によるシステムダウンまたはウィルスや外部からのコンピュータ内への不正進入による重要データ消失等により情報ネットワークが長期間にわたり不稼働となった場合には事業を中断せざるをえず、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

法的規制の変化

今後、当社事業を規制する法令等が改定・新設された場合、当該規制に対応していくためのサービス内容の変更やサービスを運営・維持するためのコストの増加、事業展開の制限、場合によっては事業を中断せざるをえない事態等も予想されるので、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

個人情報の流出

当社は、取り扱う個人情報について、厳格な管理体制を構築し、情報セキュリティを確保するとともに、情報の取り扱いに関する規程類の整備・充実や従業員・取引先等への教育・研修・啓蒙を図るなど、個人情報の保護を徹底していますが、個人情報の流出により問題が発生した場合には、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

知的財産権

当社は、第三者の知的財産権を侵害しないよう常に注意を払って事業展開していますが、当社の認識の範囲外で第三者の知的財産権を侵害する可能性があり、その第三者より損害賠償請求および差止め請求等の訴訟を起こされ、賠償金の支払い等が発生した場合には、当社の業績に大きな影響を与える可能性があります。

Consolidated Balance Sheets

連結貸借対照表

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2008年および2009年9月30日現在

単位：千円

2008 2009

資産の部

流動資産

現金及び預金	¥ 1,442,113	¥ 1,532,367
売掛金	5,441,371	6,733,666
商品	1,154	—
貯蔵品	8,855	6,336
前渡金	151,402	318,454
前払費用	210,863	293,937
未収消費税等	28,145	—
繰延税金資産	554,452	658,367
その他	238,845	157,503
貸倒引当金	△332,258	△340,726
流動資産合計	7,744,946	9,359,907

固定資産

有形固定資産		
建物附属設備	271,657	281,660
減価償却累計額	△75,529	△109,360
建物附属設備(純額)	196,128	172,299
工具、器具及び備品	154,426	158,847
減価償却累計額	△102,866	△117,678
工具、器具及び備品(純額)	51,560	41,168
有形固定資産合計	247,688	213,468
無形固定資産		
商標権	1,736	2,089
ソフトウェア	1,049,195	1,338,488
電話加入権	349	349
その他	5,283	4,326
無形固定資産合計	1,056,564	1,345,253
投資その他の資産		
投資有価証券	781,698	594,702
長期貸付金	444	150
敷金及び保証金	562,791	593,512
長期前払費用	6,725	22,828
繰延税金資産	330,760	420,902
その他	57,577	23,879
貸倒引当金	△17,032	△9,860
投資損失引当金	△13,182	△7,327
投資その他の資産合計	1,709,783	1,638,787
固定資産合計	3,014,035	3,197,509
資産合計	¥ 10,758,982	¥ 12,557,417

単位：千円

2008 2009

負債の部

流動負債

買掛金	¥ 1,577,043	¥ 1,974,322
1年内返済予定の長期借入金	200,196	200,196
1年内償還予定の社債	50,000	—
未払金	766,760	1,123,063
未払費用	338,845	347,788
未払法人税等	799,924	432,006
未払消費税等	113,047	65,959
前受金	12,014	10,186
預り金	35,786	51,338
コイン等引当金	628,547	803,064
役員賞与引当金	2,611	25,320
その他	537	1,781
流動負債合計	4,525,313	5,035,027

固定負債

長期借入金	699,706	499,510
退職給付引当金	2,021	120,409
負ののれん	104,366	95,248
その他	42,037	141
固定負債合計	848,131	715,309
負債合計	5,373,444	5,750,336

純資産の部

株主資本

資本金	2,506,071	2,535,392
資本剰余金	3,016,252	3,045,573
利益剰余金	335,459	1,123,839
自己株式	△499,372	—
株主資本合計	5,358,411	6,704,805

評価・換算差額等

その他有価証券評価差額金	10,323	42,897
評価・換算差額等合計	10,323	42,897

新株予約権

純資産合計	5,385,537	6,807,080
-------------	-----------	-----------

負債純資産合計	¥ 10,758,982	¥ 12,557,417
---------------	--------------	--------------

Consolidated Statements of Operations

連結損益計算書

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2008年および2009年9月30日に終了した会計年度

単位：千円			
	2008	2009	
売上高	¥ 21,615,089	¥ 25,732,891	
売上原価	6,286,022	7,920,514	
売上総利益	15,329,066	17,812,377	
販売費及び一般管理費	13,602,546	15,599,263	
営業利益	1,726,519	2,213,113	
営業外収益			
受取利息	3,140	447	
受取配当金	3,673	3,098	
負ののれん償却額	9,117	9,117	
投資事業組合運用益	19,589	—	
雑収入	6,654	6,303	
営業外収益合計	42,176	18,966	
営業外費用			
支払利息	21,766	20,526	
為替差損	363	—	
持分法による投資損失	60,180	1,365	
消費税等調整額	—	25,739	
雑損失	10,821	6,457	
営業外費用合計	93,132	54,089	
経常利益	1,675,564	2,177,990	
特別利益			
貸倒引当金戻入額	—	26,407	
固定資産受贈益	32,543	—	
その他	—	6	
特別利益合計	32,543	26,413	
特別損失			
固定資産除却損	—	100,574	
投資有価証券評価損	261,207	19,185	
投資損失引当金繰入額	13,182	—	
貸倒引当金繰入額	54,689	—	
退職給付費用	—	89,116	
コンテンツ情報料	—	109,245	
その他	7,901	15,840	
特別損失合計	336,981	333,961	
税金等調整前当期純利益	1,371,126	1,870,442	
法人税、住民税及び事業税	1,061,640	419,719	
法人税等調整額	△253,811	△218,830	
法人税等合計	807,828	200,889	
当期純利益	¥ 563,297	¥ 1,669,553	

Consolidated Statements of Changes in Net Assets

連結株主資本等変動計算書

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2008年および2009年9月30日に終了した会計年度

単位：千円									
	資本金	資本剰余金	株主資本 利益剰余金	自己株式	株主資本合計	評価・換算差額等 その他有価証券 評価差額金	新株 予約権	純資産合計	
2007年9月30日残高	¥ 2,481,243	¥ 4,691,424	¥ 913,003	¥ △2,536,284	¥ 5,549,388	¥ △20,255	¥ —	¥ 5,529,132	
当期変動額									
新株の発行	24,828	24,828			49,656			49,656	
剰余金の配当			△104,955		△104,955			△104,955	
当期純利益			563,297		563,297			563,297	
持分法の適用範囲の変動			57,350		57,350			57,350	
自己株式の取得				△756,325	△756,325			△756,325	
自己株式の消却		△1,700,000	△1,093,237	2,793,237	—			—	
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)						30,578	16,802	47,380	
当期変動額合計	24,828	△1,675,171	△577,544	2,036,912	△190,976	30,578	16,802	△143,595	
2008年9月30日残高	¥ 2,506,071	¥ 3,016,252	¥ 335,459	¥ △499,372	¥ 5,358,411	¥ 10,323	¥ 16,802	¥ 5,385,537	

単位：千円									
	資本金	資本剰余金	株主資本 利益剰余金	自己株式	株主資本合計	評価・換算差額等 その他有価証券 評価差額金	新株 予約権	純資産合計	
2008年9月30日残高	¥ 2,506,071	¥ 3,016,252	¥ 335,459	¥ △499,372	¥ 5,358,411	¥ 10,323	¥ 16,802	¥ 5,385,537	
当期変動額									
新株の発行	29,320	29,320			58,640			58,640	
剰余金の配当			△135,687		△135,687			△135,687	
当期純利益			1,669,553		1,669,553			1,669,553	
連結範囲の変動			△22,128		△22,128			△22,128	
自己株式の取得				△223,985	△223,985			△223,985	
自己株式の消却			△723,357	723,357	—			—	
株主資本以外の項目の 当期変動額(純額)						32,574	42,575	75,149	
当期変動額合計	29,320	29,320	788,380	499,372	1,346,393	32,574	42,575	1,421,542	
2009年9月30日残高	¥ 2,535,392	¥ 3,045,573	¥ 1,123,839	¥ —	¥ 6,704,805	¥ 42,897	¥ 59,377	¥ 6,807,080	

Consolidated Statements of Cash Flows

連結キャッシュ・フロー計算書

株式会社エムティーアイおよび連結子会社
2008年および2009年9月30日に終了した会計年度

単位:千円

	2008	2009
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	¥ 1,371,126	¥ 1,870,442
減価償却費	660,303	872,162
負ののれん償却額	△9,117	△9,117
貸倒引当金の増減額(△は減少)	65,319	1,295
退職給付引当金の増減額(△は減少)	—	118,388
受取利息及び受取配当金	△6,814	△3,545
支払利息	21,766	20,526
持分法による投資損益(△は益)	60,180	1,365
固定資産受贈益	△32,543	—
コイン等引当金	286,904	174,516
無形固定資産除却損	—	100,574
投資有価証券評価損益(△は益)	261,207	19,185
投資事業組合運用損益(△は益)	△19,589	—
売上債権の増減額(△は増加)	△561,685	△1,285,915
商品の増減額(△は増加)	△457	—
貯蔵品の増減額(△は増加)	△8,627	2,479
前渡金の増減額(△は増加)	49,050	△167,052
前払費用の増減額(△は増加)	△66,977	△77,772
未収入金の増減額(△は増加)	△39,978	72,521
立替金の増減額(△は増加)	△5,010	—
仕入債務の増減額(△は減少)	85,378	397,278
未払金の増減額(△は減少)	△86,580	356,233
未払消費税等の増減額(△は減少)	29,347	△47,087
未払費用の増減額(△は減少)	69,133	9,567
前受金の増減額(△は減少)	△7,632	△1,827
預り金の増減額(△は減少)	2,079	15,605
その他	91,351	103,379
小計	2,208,133	2,543,205
利息及び配当金の受取額	6,814	3,545
利息の支払額	△22,742	△20,526
法人税等の支払額	△742,747	△785,339
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,449,459	1,740,885
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△97,062	△14,423
無形固定資産の取得による支出	△1,038,448	△1,230,413
関係会社株式の売却による収入	—	216,000
貸付けによる支出	△42,750	—
貸付金の回収による収入	5,265	294
敷金の差入による支出	△280,380	△30,720
その他	△17,244	△21,922
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,470,620	△1,081,186
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入れによる収入	1,000,000	—
長期借入金の返済による支出	△100,098	△200,196
社債の償還による支出	△100,000	△50,000
株式の発行による収入	49,656	58,640
自己株式の取得による支出	△756,325	△223,985
配当金の支払額	△104,955	△135,687
財務活動によるキャッシュ・フロー	△11,722	△551,227
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△32,883	108,471
現金及び現金同等物の期首残高	1,474,997	1,442,113
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	—	△18,217
現金及び現金同等物の期末残高	¥ 1,442,113	¥ 1,532,367

Corporate and Stock Information

会社概要／株式情報

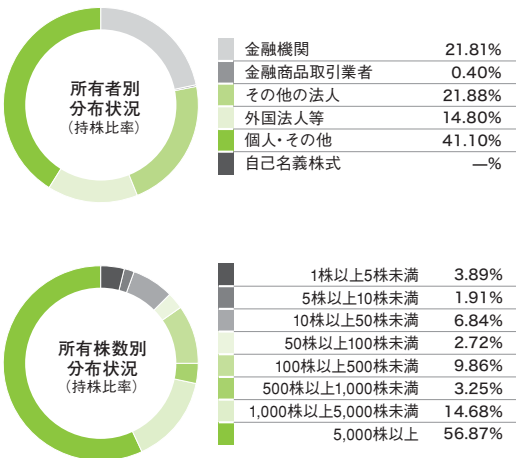
会社概要 (2009年9月30日現在)

商号	株式会社エムティーアイ
設立	1996年8月12日
資本金	2,535百万円
従業員数	489名(連結)
事業内容	コンテンツ配信事業 自社メディア型広告事業
本社所在地	〒163-1435 東京都新宿区西新宿三丁目20番2号 東京オペラシティタワー35F
グループ会社	株式会社テラモバイル
URL	http://www.mti.co.jp/

株式の概要 (2009年9月30日現在)

銘柄コード	9438
上場市場	ジャスダック証券取引所(JASDAQ)
発行可能株式総数	447,600株
発行済株式総数	134,342株
株主総数	3,269名

株式分布状況 (2009年9月30日現在)



役員 (2009年12月23日現在)

代表取締役社長	前 多 俊 宏
取締役副社長	泉 博 史
専務取締役	高 橋 次 男
常務取締役	大 沢 克 徳
常務取締役	成 田 透
取締役	斎 藤 忠 久
取締役	清 水 義 博
取締役	佐々木 隆 一
取締役	小名木 正 也
常勤監査役	箕 浦 勤
監査役	和 田 一 廣
監査役	中 村 好 伸
監査役	崎 島 一 彦

大株主 (2009年9月30日現在)

株主名	持株数(株)	議決権比率
前多俊宏	29,314	21.82%
株式会社ケイ・エム・シー	25,240	18.79%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	15,200	11.31%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,649	4.95%
ザチースマンハッタンバンクエヌエイロンドンエスエルオムニバスアカウント (常任代理人 株式会社みずほコーポレート銀行)	4,611	3.43%
バンクオブニューヨークジーシーエムクライアントアカウント ジェイビーアールディアイエスジーエフイーエイシー(常任代理人 株式会社三菱東京UFJ銀行)	3,660	2.72%
資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	3,544	2.64%
株式会社昭文社	1,680	1.25%
ビーエヌビーバリバセキュリティーズサービスロンドンジャスデックユーケーレレジデンツレンディング (常任代理人 香港上海銀行東京支店)	1,590	1.18%
資産管理サービス信託銀行株式会社(年金特金口)	1,276	0.95%

「iモード」「デコメ」「デコメール」は、株式会社NTTドコモの登録商標または商標です。
「着うたフル®」「着うた®」は、株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメントの登録商標または商標です。

株式会社エムティーアイ

〒163-1435
東京都新宿区西新宿三丁目 20 番 2 号
東京オペラシティタワー 35F

