



Mobilephone
Telecommunications
International

2007年9月期

2006年10月1日～2007年9月30日

株主・投資家の皆さまへ
MTI REPORT

Entertainment

Lifestyle

Music

株式会社エムティーアイ

<http://www.mti.co.jp/>

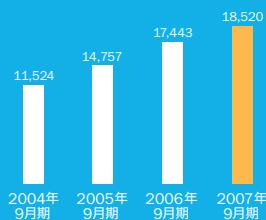
証券コード：9438

連結財務ハイライト

(単位：百万円)

	2004年 9月期	2005年 9月期	2006年 9月期	2007年 9月期
売上高	11,524	14,757	17,443	18,520
経常利益	29	129	839	1,029
当期純利益	1,634	△ 125	884	1,053
1株当たり当期純利益(円)	25,315	△ 1,763	10,986	14,490
総資産	10,836	9,379	9,930	9,459
純資産	3,672	5,675	6,313	5,529

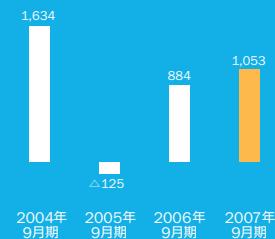
● 売上高 (単位：百万円)



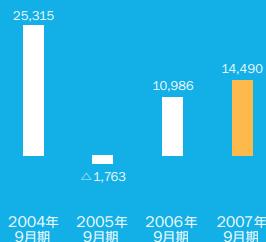
● 経常利益 (単位：百万円)



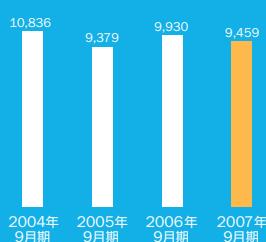
● 当期純利益 (単位：百万円)



● 1株当たり当期純利益 (単位：円)



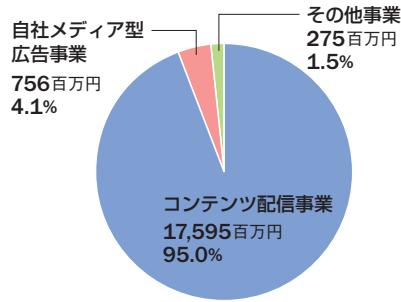
● 総資産 (単位：百万円)



● 純資産 (単位：百万円)



● 2007年9月期売上高構成比



注1) 上のグラフの売上高構成比の合計は、消去又は全社の数値(△105百万円)を含んでいないため、100%を超えています。

注2) 上のグラフの「その他事業」は、2007年3月1日付で事業譲渡したパソコンや家電製品等のリユース事業と、2006年9月期までは携帯電話販売事業およびテレマーケティング事業に分類されていた事業で当期に計上される分とで構成されています。

「コンテンツ配信事業」は、通信キャリアの公式サイト向けにモバイル・コンテンツ配信を行う事業です。同事業では、『music.jp』を中心とする「着うた[®]」や「着うたフル[®]」などの音楽系コンテンツ、「天気予報」、「道路交通情報」、「辞書」などの生活情報系コンテンツに加え、デコレーションメールの素材やコミック配信などのエンターテインメント系コンテンツ等、様々なジャンルのコンテンツを有料で配信しています。

「自社メディア型広告事業」は、ユーザーにコンテンツを無料で提供する「一般サイト」向けにモバイル・コンテンツ配信を行う事業です。

同事業では、デコレーションメール用の素材を提供する無料サイト『デコとも』を運営しています。

コンテンツ配信事業

有料会員数は 95 万人増、売上高は 29.4%増。

音楽系コンテンツでは、会員構成比が最も高い着うた[®]や、市場が急成長している着うたフル[®]において、主要レコード会社からの人気楽曲獲得、『music.jp』サイトの認知度向上を狙ったプロモーション展開に注力することにより、有料会員数の拡大に取り組みました。市場が縮小傾向にある着メロでは、有料会員数の減少を最小限に食い止めることに取り組みました。

生活情報系コンテンツでは、3キャリア(ドコモ、au、ソフトバンク)すべてのメニュー順位で上位安定を継続すべくコンテンツの魅力度向上等に取り組みました。さらに、コミック配信では新規会員獲得のためのプロモーション展開を積極化すると同時に品揃えの拡充に取り組み、デコレーションメールでは公式サイトでの有料会員数の拡大に努めました。

これらの結果、当期末の有料会員数は536万人(前期末比95万人増)、同事業の売上高は175億95百万円(前期比29.4%増)となりました。

自社メディア型広告事業

『デコとも』の無料会員数は年間 202 万人の純増。

2007年9月末の『デコとも』の登録会員数(無料会員数)は303万人まで拡大し、デコレーションメールのサイトとしてはトップクラスのメディアに成長しました。特に上期においてサイトの認知度向上を狙ったプロモーション展開を積極的に行ったことから、6ヶ月間で161万人、年間で202万人の純増となりました。

また、『デコとも』の広告メディア媒体としての価値を向上させるため、登録会員の活性化を高めることに注力しました。サイトの魅力度向上のために、素材の品揃え強化、エンターテインメント性の向上(占いコーナー・懸賞コーナー・ケータイ小説などの付加)に取り組みました。さらに、2007年9月期中のサービス開始には至らなかったものの、広告主のニーズの変化に対応した広告メニューの提供に向け、新規サイトの開発に努めました。

これらの結果、同事業の売上高は7億56百万円となりました。



代表取締役社長
前多 俊宏

『モバイル・サービスNo.1企業』を目指し、 成長をさらに加速させていきます。

Q 2007年9月期を振り返っての総括をお聞かせください。

A 「コンテンツ配信事業」、「自社メディア型広告事業」を新たな中核事業と位置付けました。売上高、営業利益、経常利益は2期連続で創業以来最高の成績となりました。

2007年9月期より、「コンテンツ配信事業」と「自社メディア型広告事業」の2つを新たな中核事業と位置付け、モバイル・サービス事業に特化する体制としました。

その理由として、1つ目は、高速データ通信が可能な第3世代携帯電話端末数の普及率が拡大し、ユーザーによるウェブサイト閲覧やコンテンツのダウンロードといったインターネット利用は増加傾向を辿っていますので、音楽等のリッチコンテンツの需要が今後も拡大し続けると考えるからです。2つ目は、ユーザーによる検索エンジンの利用が一般化していることにより、「公式サイト」(有料課金を中心)に加え、無料でコンテンツを提供する「一般サイト」を利用する頻度が急増しているからです。

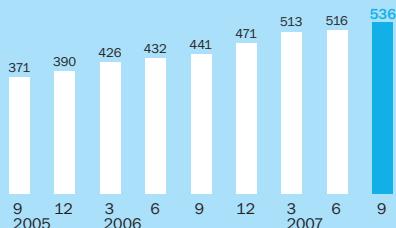
このような環境のもと、主力分野である着うた[®]や、市場が急拡大している着うたフル[®]の有料会員数の拡大、そして縮小しているものの一定の市場規模を持つ着メロの有料会員数の維持を図るべく、TV広告、バナー広告等を中心としたプロモーション活動により会員獲得に向けた取り組みを積極的に行いました。これにより、着うたフル[®]を中心に有料会員数が順調に拡大し、2007年9月末で536万人と前期末から95万人の大幅増加となりました。

同時に、デコレーションメール用の素材を提供する一般サイト『デコとも』の登録会員数を拡大させ、そのメディア媒体としての価値を高めるべく、積極的にプロモーション展開を行うとともに、サイト自体のエンターテインメント性を向上させることに注力しました。これらの施策が奏効し、登録会員数も2007年9月末で303万人まで拡大させることができ、デコレーションメールのサイトとしてはトップクラスに成長するに至りました。

これらの結果、携帯電話販売事業、テレマーケティングによる医療保険販売事業の譲渡による減収分33

会員数の推移

●有料会員数の推移 (万人)



●『デコとも』登録会員数の推移 (万人)



億62百万円をカバーし、売上高は185億20百万円(前期比6.2%増)となり、前期に引き続き創業以来最高の成績となりました。また、営業利益、経常利益についても、広告宣伝費の増加分を吸収し、それぞれ11億23百万円(前期比24.5%増)、10億29百万円(同22.5%増)となり、創業以来最高の成績となりました。

Q 2つの中核事業の今後の方向性を教えてください。

A コンテンツ配信事業では3.5世代携帯電話端末対応コンテンツで最も期待できる着うたフル[®]とコミック配信に経営資源を集中的に投下し、自社メディア型広告事業ではメディア媒体として価値がある「一般サイト」を複数立ち上げることに取り組んでいきます。

コンテンツ配信事業については、3.5世代携帯電話端末対応コンテンツで最も成長の期待できる着うたフル[®]とコミック配信に経営資源を集中的に投下していく方針です。

着うたフル[®]サイトの『music.jp』は、邦楽・洋楽とともに3キャリアすべてのメニュー順位において、レコード会社直営サイトに次ぐ第2位のポジションを確保しています。今後とも、携帯電話端末の高機能化やパケット定額制の拡大に伴う音楽配信分野のデジタル化の潮流を捉えながら、着うたフル[®]の有料会員数をさらに拡大することに注力していきます。また、すでに『music.jp』ブランドで、着うた[®]、着メロ市場でも確固たる地位を築いていますが、着うた[®]では有料会員数の維持・拡大、着メロでは有料会員数の減少を最小限に食い止めることに取り組んでいきます。これらのことを通じて、音楽系コンテンツ市場全体でのシェア拡大を図り、

『music.jp』のブランド力を一層高めていきます。

コミック配信については、3.5世代携帯電話端末の普及に伴うインフラ面や携帯電話でコミックを読むという生活スタイルの広がりにより、市場が急速に立ち上がってきており、今後の成長が最も期待できる分野の1つと捉えています。現在、コミック出版の市場規模は年間5,000億円程度ありますが、今後このうちの一定割合が電子化すると見込まれています。コミックサイトの『comic.jp』はNTTドコモでのメニュー順位が2007年10月時点で4位まで上昇しましたが、人気コンテンツの拡充や出版社と連動してのコンテンツ企画等、積極的なプロモーション展開を行うことにより、トップクラスを確保し、有料会員数をさらに拡大させていきます。

生活系コンテンツについては、第3世代以上の携帯電話端末へのGPS機能の標準搭載が進んできているため、その機能を道路交通情報や地図・ガイド等のコンテンツと連動させて、ユーザーにとってより便利で魅力あるコンテンツを提供することにより、有料会員数を着実に拡大させ、コンテンツ配信事業における安定成長基盤を構築していきます。

自社メディア型広告事業については、モバイル広告市場が急拡大している動きを捉え、『デコとも』をはじめとする複数の「一般サイト」を連携させることにより、登録会員の活性度を上げていくことにより広告メディア媒体としての量的・質的価値を高めるとともに、クライアント(広告主)の多種多様なニーズに対応できる新しいサイトの立ち上げに注力します。『デコとも』の登録会員数を2007年9月末に前期末比202万人増の303万人まで拡大させた実績を活かし、12月に本格稼働した新サイト『ログとも』の広告メディア媒体としての価値を高めることにより、自社メディア型広告事業を成長ステージに引き上げていきます。

●メニュー順位の推移

着うた [®] (邦楽)	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	2位	2位	2位	2位	2位
au	2位	2位	2位	2位	2位
SoftBank(3G)	2位	2位	2位	2位	2位
着うたフル [®] (邦楽)	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	3位	3位	2位	2位	2位
au	4位	2位	2位	2位	2位
SoftBank(3G)	3位	2位	2位	2位	2位
天気予報	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	2位	2位	2位	2位	2位
au	2位	2位	2位	2位	2位
SoftBank(3G)	2位	2位	2位	2位	2位
交通情報	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	1位	1位	2位	2位	5位
au	1位	2位	1位	2位	1位
SoftBank(3G)	1位	1位	1位	1位	1位

地図	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	—	2位	1位	2位	2位
au	2位	5位	1位	5位	3位
SoftBank(3G)	4位	4位	2位	4位	4位
辞書	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	6位	8位	1位	3位	5位
au	1位	1位	1位	3位	1位
SoftBank(3G)	3位	3位	3位	3位	3位
電子書籍	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	2位	2位	2位	3位	3位
au	2位	3位	1位	2位	3位
コミック	2006.10	2007.1	2007.4	2007.7	2007.10
ドコモ(FOMA)	—	15位	7位	4位	4位
au	—	5位	7位	7位	10位
SoftBank(3G)	—	—	39位	37位	36位

社長インタビュー

Q 最後に、今後の展望をお聞かせください。

A 「マーケティング力の向上」、「IT 技術力の向上」に取り組むとともに、独自のデータ解析技術を融合させることにより、モバイル・サービス分野において確固たるポジションを確立します。

当社はこれまで、独自のデータ解析技術をもとに、TV 広告やバナー広告等のプロモーション展開を行うことで、不特定多数の中から効率的に潜在顧客を自社のサイトに誘導するとともに、サイトにアクセスしてきた潜在顧客の実際の会員化を促進し、さらに、会員になった顧客のサイト潜在期間を最大限長期化するための仕組み作りを行ってきました。

これらを実現するには、単に過去のログ解析にとどまらず、携帯ユーザーの意見・ニーズを十分に吸い上げたうえで、モバイル・サービスに反映させることが不可欠です。つまり、「マーケティング・アプローチ」を突き詰めていくことが重要といえます。一方で、最新技術の潮流を的確に捉え、サービスを早期実現させるためには、IT 技術力を向上させるとともに、その開発・運用体制を拡大・整備していくことも不可欠といえます。

したがって、今後モバイル・サービス業界の中で勝ち残っていくためには、「マーケティング力の向上」と「IT 技術力の向上」の両方を強化していくことが不可欠であり、これまで培ってきた独

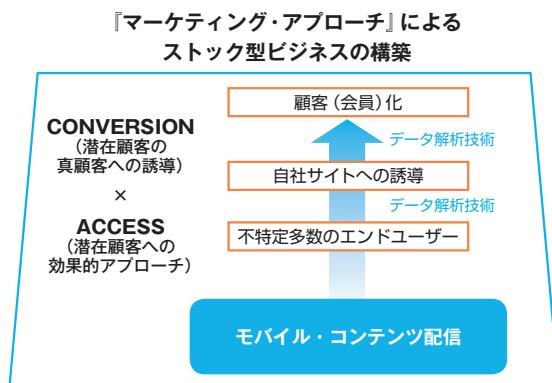
自のデータ解析技術の一層強化に加えて、全社一丸となって取り組んでいきます。

コンテンツ配信事業においては、当社の「マーケティング・アプローチ」の手法を使って会員資産を積み上げ、音楽配信コンテンツでは国内トップクラスの地位を確立しましたので、この実績を梃子に、自社メディア型広告事業においても、当社のマーケティング力やデータ解析力を最大限に発揮できるものと考えています。これによって中核となるメガサイトを立ち上げ、その周りにサテライトとなる複数の有力サイトを配置し、それらを連携させることでユーザーがアクティブかつ長時間にわたり回遊できるサイトネットワークづくりを行い、広告メディア媒体としての量的・質的価値を高めていきます。

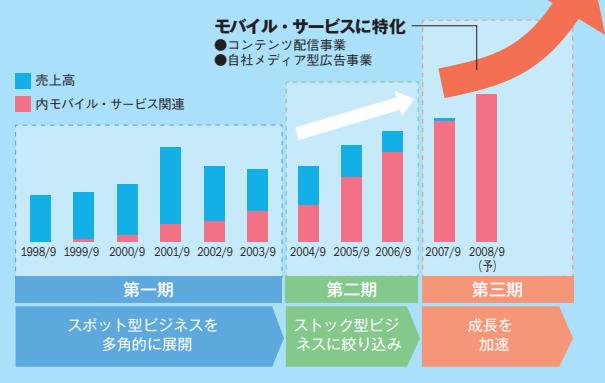
当社の独自のデータ解析技術は、当社のすべてのコンテンツで活用することが可能です。ユーザー調査によって得られたマーケティング・データをもとに市場動向や競合状況等を的確に捉えた新規コンテンツを開発し、効率的にユーザーを集客することにより、有料・無料あわせた当社運営サイト全体の付加価値を最大化させていきます。これにより、「売上高の高成長と継続的な利益の積み上げ」を実現し、『モバイル・サービス No.1 企業』を目指します。

モバイル・サービスへの特化を通じて成長戦略を推進してまいりますので、株主の皆さまには、今後の当社の挑戦にご期待いただき、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

● MTI ビジネスの概念図



これまでの実績と今後の成長イメージ



経営関連

2006年9月

【グループ事業の再編①】
携帯電話販売事業を譲渡

2006年11月

【グループ事業の再編②】
テレマーケティングによる
医療保険販売事業を譲渡

2007年3月

【グループ事業の再編③】
中古家電販売事業を譲渡

2007年3月

【事業提携】
ダイキサウンドとの業務提携

コンテンツ関連

音楽系

2006年11月

洋楽専門着うたフル[®]サイト
music.jp 洋楽フル
iモードにてサービス
開始

2007年1月

music.jp
“BEST CONTENTS AWARD”
ベストお気に入り賞 グランプリを受賞

2007年7月

music.jp
新人アーティスト育成を目的とした
「D-Sound モバイル」との連動企画コーナー
「NEXT BREAK」を開始

生活情報系

2006年10月

おでかけ・旅行ガイドサイト
まっぷるガイド
Ezweb にて国内線空席照会・予約
サービス提供開始

2006年11月

おでかけ・旅行ガイドサイト
まっぷるガイド
iモードにてサービス開始

2006年10月

天気予報サイト
防災★お天気予報★
iモードにてサービス開始

2007年9月

女性のからだに関する健康情報サイト
ルナルナ★女性の医学
Ezweb 向けサイトリニューアル

コミック配信・ 動画配信

2006年9月

ケータイコミックサイト
comic.jp
サービス開始

2007年1月

長時間動画配信アプリ
Movie Mobile Player
開発（長時間かつ高品質な動画配
信を携帯で実現）

デコとも

2007年1月

会員数 200万人突破

2007年9月

会員数 300万人突破

2007年9月

各話にオリジナルのデコメール用の素
材がつく新しいケータイ小説配信開始

※ 「iモード[®]」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。
※ 「Ezweb」は、KDDI株式会社の登録商標または商標です。

主なコンテンツ・ラインナップ

当社はユーザーの多様なニーズに対応した多彩なコンテンツを配信しています。

音楽系 (有料)

着うたフル[®]



music.jp フル



music.jp 洋楽フル

着うた[®]



music.jp 超高音質



music.jp 洋楽

着メロ



music.jp 取り放題

生活情報系 (有料)

天気



お天気予報

道路交通



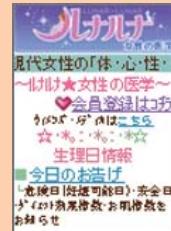
渋滞近道マップ

地図



まっふるガイド

健康



ルナルナ★女性の医学

辞書



旺文社辞典

エンターテインメント系 (有料)

デコレーションメール



デコとも★DX

電子コミック



comic.jp

無料系

デコレーションメール



デコとも

デコとも

2006年4月にスタートしたデコレーションメール用の素材を提供する無料サイト「デコとも」は、登録会員数がすでに300万人を突破し、デコレーションメールのサイトとしてはトップクラスの規模に成長しました。

同時に、10代、20代の女性が会員の約8割を占め、ターゲット年齢の女性の声を瞬時に延べ10万人以上集めることが可能な「デコとも」は、ナショナルクライアントとのタイアップ企画に活用される等、その広告メディア媒体としての価値が高まっています。

「気軽に楽しめ、キモチが伝わる」ことから、幅広い年代に拡大中！

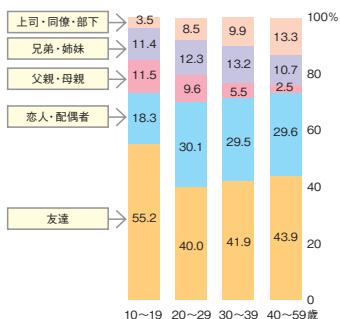
「気軽に楽しめ、キモチが伝わる」といった理由から、「デコとも」会員は10代～20代女性に加え30代～50代の主婦層にまで幅広く拡大しています。近年では色々なデコレーションメール（以下、デコメ）の登場で、夫婦や男性同士での利用も増加しています。

今回は、そんな実態調査の結果をご紹介します。デコメ送信の相手は「友達」が最も多く、送信は「日常的に」、また、送信理由は「かわいい」「楽しい」「キモチが伝わる」といったものが多いという結果でした。当初は特別なキモチを伝える時に利用されていたデコメも、今では「普通のメールもすべてデコメでやりとり」という盛り上がりを見せています。

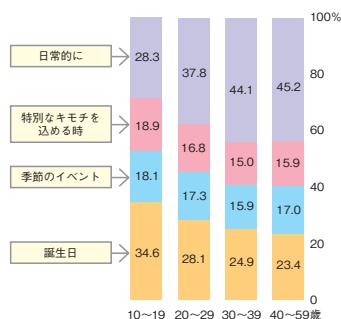


<http://decotomo.jp>

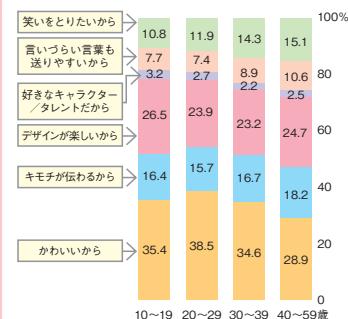
Q1 誰にデコメを送ることが多いですか？ (複数回答可)



Q2 どのような時にデコメを送りますか？ (複数回答可)



Q3 デコメを使う理由はなぜですか？ (複数回答可)



調査対象／「デコとも」登録会員のうち、10代・20代・30代・40代～50代の4階層で各1,000名（計4,000名）を無作為抽出（男女比はほぼ2：8）

デコメ素材例



● 流動資産

流動資産は、前期末に比べ4億96百万円減少し70億51百万円となりました。これは主に、売掛金が7億60百万円増加する一方で、現金及び預金が社債の償還や自己株式取得等の支出により10億85百万円減少したことによります。

● ネットキャッシュ*1

ネットキャッシュ（「現金及び預金」－「一年内償還予定社債」－「社債」）は、前期末に比べ9億86百万円減少し13億24百万円となりました。

*1 ネットキャッシュとは、現金及び預金と短期有価証券の合計から有利子負債を引いた数字で、企業の実質的なキャッシュ保有額を意味します。

● 固定資産

固定資産は、前期末に比べ25百万円増加し、24億7百万円となりました。主な変化の内訳としては、新規サイト立ち上げ等に伴う積極的な開発によりソフトウェアが2億24百万円増加しましたが、一方で、投資有価証券が2億25百万円減少しています。

● 資産合計

資産合計は、上記の通り固定資産が増加したものの流動資産が減少したことにより、前期末に比べ4億71百万円減少し94億59百万円となりました。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2006年9月期 2006年 9月30日現在	2007年9月期 2007年 9月30日現在
資産の部		
流動資産	7,548	7,051
現金及び預金	2,560	1,474
売掛金	4,119	4,879
棚卸資産	23	0
その他流動資産	1,054	974
貸倒引当金	△209	△278
固定資産	2,382	2,407
有形固定資産	145	164
建物附属設備	104	123
工具器具及び備品	41	41
無形固定資産	413	635
ソフトウェア	401	626
その他無形固定資産	11	8
投資その他の資産	1,823	1,607
投資有価証券	1,163	938
その他投資その他の資産	664	675
貸倒引当金	△4	△5
資産合計	9,930	9,459

	(単位：百万円)	
	2006年9月期 2006年 9月30日現在	2007年9月期 2007年 9月30日現在
負債の部		
流動負債	3,250	3,682
買掛金	1,309	1,491
一年内償還予定社債	100	100
未払金	1,124	854
未払法人税等	296	475
コイン等引当金	—	341
その他流動負債	420	419
固定負債	367	247
社債	150	50
その他固定負債	217	197
負債合計	3,617	3,930
純資産の部		
株主資本		
資本金	2,469	2,481
資本剰余金	4,679	4,691
利益剰余金	△60	913
自己株式	△775	△2,536
株主資本合計	6,312	5,549
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	0	△20
評価・換算差額等合計	0	△20
純資産合計	6,313	5,529
負債・純資産合計	9,930	9,459

*2 着うた[®]・着うたフル[®]等のコンテンツでは、月額会費等を支払ったユーザーに対してコインを付与しており、これが使われなかった場合には翌月以降に繰越されるため、コイン残高があればその一定割合が将来使用され売上原価が発生することになります。そこで当期より、過去のコイン使用実績率に基づき、期末時点での未使用コイン残高に対応して将来使用されると推定できるコイン使用数量を算定し、それに応じた売上原価の金額を「コイン等引当金」として計上することになりました。

● 有利子負債

有利子負債（一年内償還予定社債＋社債）は、前期末に比べ1億円減少し1億50百万円となりました。

● コイン等引当金*2

当期よりコイン等引当金を計上することとしました。当期末は当期分の1億89百万円と前期までの分の1億51百万円を合わせた3億41百万円を計上しています。

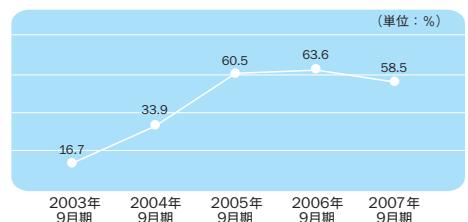
● 自己株式

当社は株主の皆さまに対する継続的な利益配分と資本効率向上の一環として自己株式の取得を行っています。2006年11月から2007年8月までの間で自己株式10,379株の取得を行った結果、当期の自己株式取得価額の総額は合計17億60百万円となりました。

● 純資産合計

利益の積み増しにより利益剰余金が増加する一方で、自己株式が大幅に増加したことから、純資産合計は前期末に比べ7億84百万円減少し5億29百万円となりました。なお、自己資本比率は前期末に比べ5.1ポイントダウンしましたが58.5%と高水準を維持しています。

● 自己資本比率



連結損益計算書

(単位：百万円)

	2006年9月期 2005年10月1日～ 2006年9月30日	2007年9月期 2006年10月1日～ 2007年9月30日
売上高	17,443	18,520
売上原価	6,090	5,874
売上総利益	11,353	12,646
販売費及び一般管理費	10,450	11,523
営業利益	902	1,123
営業外収益	25	21
受取利息及び受取配当金	6	4
その他営業外収益	18	16
営業外費用	87	115
支払利息	18	15
その他営業外費用	69	99
経常利益	839	1,029
特別利益	410	802
特別損失	212	309
税金等調整前当期純利益	1,037	1,522
法人税、住民税及び事業税	417	612
過年度法人税等	11	—
法人税等調整額	△275	△143
当期純利益	884	1,053

● 売上高

主力事業である「コンテンツ配信事業」が高成長軌道に乗るとともに、新規事業である「自社メディア型広告事業」も立ち上がったことから、携帯電話販売事業とテレマーケティング事業の譲渡による減収分33億62百万円をカバーし、売上高は前期比6.2%増の185億20百万円となり、前期に引き続き創業以来最高を更新しました。

● 売上総利益

コイン等引当金(P10参照)1億89百万円を売上原価に計上しましたが、粗利率の高いコンテンツ配信事業が大幅に拡大したこと等により、売上総利益は前期比11.4%増の126億46百万円、売上総利益率は同3.2ポイントアップの68.3%となりました。

● 営業利益

新規事業である「自社メディア型広告事業」を中心とした積極的な広告宣伝によって販売費及び一般管理費が大幅に増加したものの、売上総利益の増益により吸収した結果、営業利益は前期比24.5%増の11億23百万円、売上高営業利益率は同0.9ポイントアップの6.1%となりました。

● 特別利益

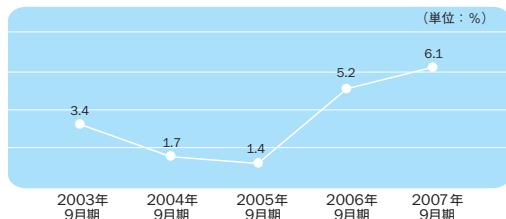
医療保険販売事業の譲渡に伴う譲渡益7億40百万円を計上しています。

● 特別損失

当期より「コイン等引当金」を計上することにしたため、当期の特別損失には、前期までの分1億51百万円を「コイン等引当金繰入額」として計上しています。

また、訴訟和解金として1億7百万円を計上しています。

● 売上高営業利益率



連結株主資本等変動計算書 (2006年10月1日～2007年9月30日)

(単位：百万円)

	株主資本					評価・換算差額等	純資産合計	
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金		
2006年9月30日残高	A	2,469	4,679	△60	△775	6,312	0	6,313
2007年9月期の変動額								
新株の発行		11	11			23		23
剰余金の配当				△80		△80		△80
当期純利益			1,053			1,053		1,053
自己株式の取得				△1,760		△1,760		△1,760
株主資本以外の項目の 2007年9月期の変動額(純額)						—	△20	△20
2007年9月期の変動額合計	B	11	11	973	△1,760	△763	△20	△784
2007年9月30日残高	C	2,481	4,691	913	△2,536	5,549	△20	5,529

[C = A+B]

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2006年9月期 2005年10月1日～ 2006年9月30日	2007年9月期 2006年10月1日～ 2007年9月30日
I 営業活動によるキャッシュ・フロー	790	694
II 投資活動によるキャッシュ・フロー	△77	147
III 財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,196	△1,917
IV 現金及び現金同等物の増減額	△483	△1,075
V 現金及び現金同等物の期首残高	3,033	2,550
VI 現金及び現金同等物の期末残高	2,550	1,474

● 現金及び現金同等物の期末残高

営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益15億22百万円を計上したこと等により、6億94百万円の資金流入となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、保険販売事業の譲渡による収入8億65百万円等により、1億47百万円の資金流入となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、社債の償還による支出1億円、自己株式取得による支出17億60百万円等により、19億17百万円の資金流出となりました。

これらの結果、現金及び現金同等物の期末残高は、2006年9月期末比10億75百万円減少の14億74百万円となりました。

当社グループは、企業価値の創造と拡大を通じた時価総額の向上に加えて、利益配分を継続的に実施していくことも重要課題と位置付けています。

資本政策

1. 基本方針

- 1) 中長期的な売上高・利益の高成長と株主への利益還元の調和を図る
- 2) 資本効率の向上により企業価値の拡大を図る

2. 具体的施策

株主還元策

- 1) 中期的な総還元性向*35%を目安として設定
 - 連結当期純利益の35%を目処に株主に還元
- 2) 還元方法
 - 配当金および自己株式取得によって実施
 - 配当の安定的な増加を志向し、業績変動に伴う1株当たり配当金の急激な変動は回避
 - 自己株式取得を機動的に実施することで、総還元性向を維持
 - 取得した自己株式は基本的には全額消却

資本効率の向上

- 1) 借入金の活用と配当金・自己株式取得を通じて資本効率の向上を図る
- 2) 資本コストの低減を通じて企業価値の拡大を図る

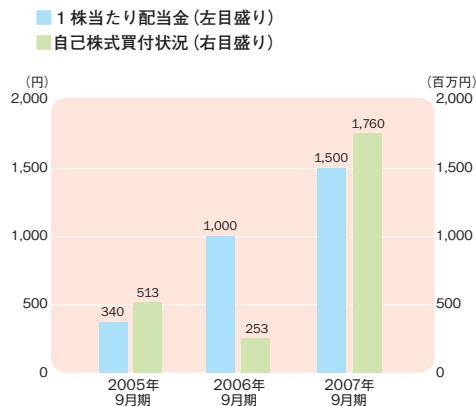
* 総還元性向・・・配当金と自己株式取得の合計額の連結当期純利益に対する比率

利益還元方法

株主の皆さまへの利益還元方法として、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っていきます。

2007年9月期の期末配当金については、前期に引き続き連結営業利益、経常利益とも過去最高益を更新したこと、また、連結当期純利益についても期初計画を上回ったこと等を勘案し、配当金による株主還元を拡充するとの観点から、1株当たり配当金を500円増額し金1,500円としました。この結果、当期の総還元性向は177.0%となりました。

1株当たり配当金と自己株式買付状況の推移

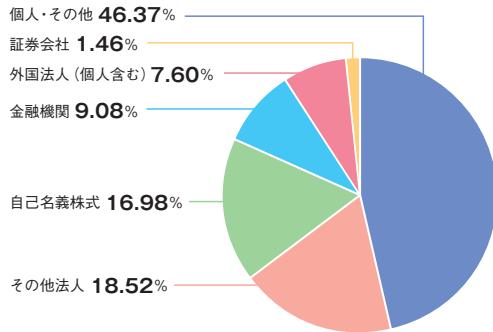


● 株式の状況 (2007年9月30日現在)

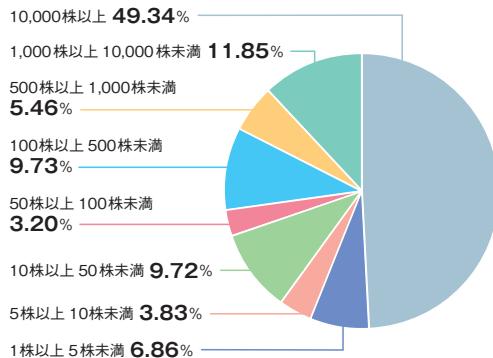
発行可能株式総数	223,800.00株
発行済株式の総数	84,278.91株
株主総数	4,579名

● 株式分布状況 (2007年9月30日現在)

所有者別分布状況 (持株比率)



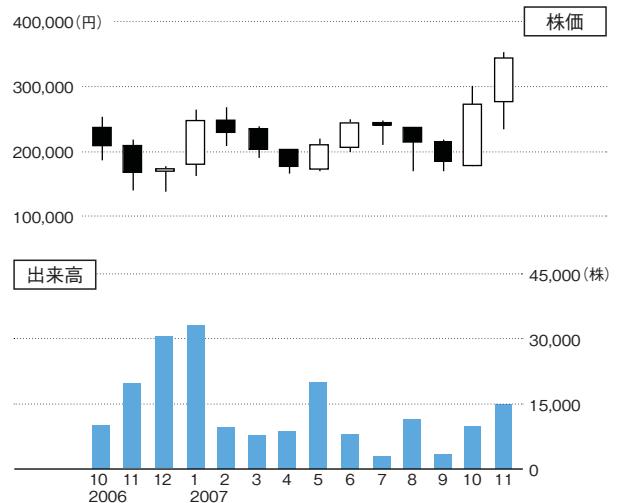
所有株数別分布状況 (持株比率)

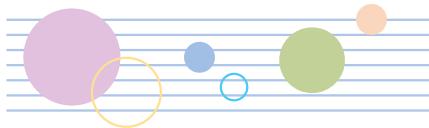


● 大株主 (2007年9月30日現在)

株主名	持株数(株)	議決権比率
1 前多俊宏	14,657.40	20.96%
2 株式会社エムティーアイ	14,308.71	—
3 株式会社ケイ・エム・シー	12,620.00	18.05%
4 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	2,662.00	3.81%
5 日本証券金融株式会社	1,895.00	2.71%
6 ステートストリートバンクアンド トラストカンパニー 505025	1,619.00	2.32%
7 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,588.00	2.27%
8 SOZO工房戦略投資事業有限責任組合1号 無限責任組合員 株式会社SOZO工房投資	1,162.00	1.66%
9 篠原宏	1,064.00	1.52%
10 資産管理サービス信託銀行株式会社 (証券投資信託口)	895.00	1.28%
計 (上位1~10社)	52,471.11	54.57%

● 株価・出来高チャート





● 会社概要

会社名	株式会社エムティーアイ
設立	1996年8月12日
資本金	2,481百万円(2007年9月30日現在)
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
TEL	03-5333-6789
従業員数	354名(2007年9月30日現在)
(連結)	
URL	http://www.mti.co.jp/

● 役員 (2007年12月22日現在)

代表取締役社長	前多 俊宏
取締役 兼 執行役員副社長	泉 博史
取締役 兼 執行役員専務	高橋 次男
取締役 兼 執行役員専務	斎藤 忠久
取締役 兼 執行役員常務	大沢 克徳
取締役 兼 執行役員常務	清水 義博
取締役	和田 武洋
取締役	川上 桂
取締役(非常勤)	佐々木隆一

常勤監査役	箕浦 勤
監査役	小林 稔忠
監査役	和田 一廣
監査役	山本 邦彦



● 株主メモ ●

決算期	9月30日
定時株主総会	12月
期末配当金受領 株主確定日	9月30日
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱所	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 ☎ 0120-232-711
同取次所	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
証券コード	9438

*お知らせ

配当金振込指定書用紙のほか、当社株式に関する事務手続き用紙（お届出の住所・印鑑・姓名等の変更届、単位未満株式買取請求書、名義書換請求書等）のご請求につきましては、上記名義書換代理人にてお電話ならびにインターネットにより24時間承っておりますので、ご利用ください。

(本店証券代行部) ☎ 0120-244-479
(大阪支店証券代行部) ☎ 0120-684-479
インターネットアドレス <http://www.tr.mufj.jp/daikou/>

*本誌には、MTIグループの将来に関連する記述があります。この前提および将来予測の記述には、経営を取り巻く環境の変化などによる一定のリスクと不確実性が含まれていることにご留意ください。

*記載されている会社名および商品/サービス名は、各社の商標または登録商標です。

当社サイトのご案内

【IR情報サイト】

当社のIR情報サイトでは、決算情報やIR資料を掲載しています。

● IR情報サイトURL
<http://www.mti.co.jp/ir/>

● モバイルIRサイトURL
<http://m-ir.jp/c/9438>



【メールマガジン】

最新のニュースリリースやIR情報をお届けする無料メールマガジン配信サービスを行っています。

● メールマガジン配信登録URL
https://www.mti.co.jp/mlmg/entry_top.jsp

*当社ホームページのIR情報からもご登録いただけます。
*フリーメールまたはwebメールでご登録された場合、文字化けする可能性がありますのでご了承ください。

【Internet IR 優秀企業賞 2007受賞】

3年連続で大和インベスター・リレーションズ株式会社の「インターネットIRサイトの優秀企業」に選定されました。

