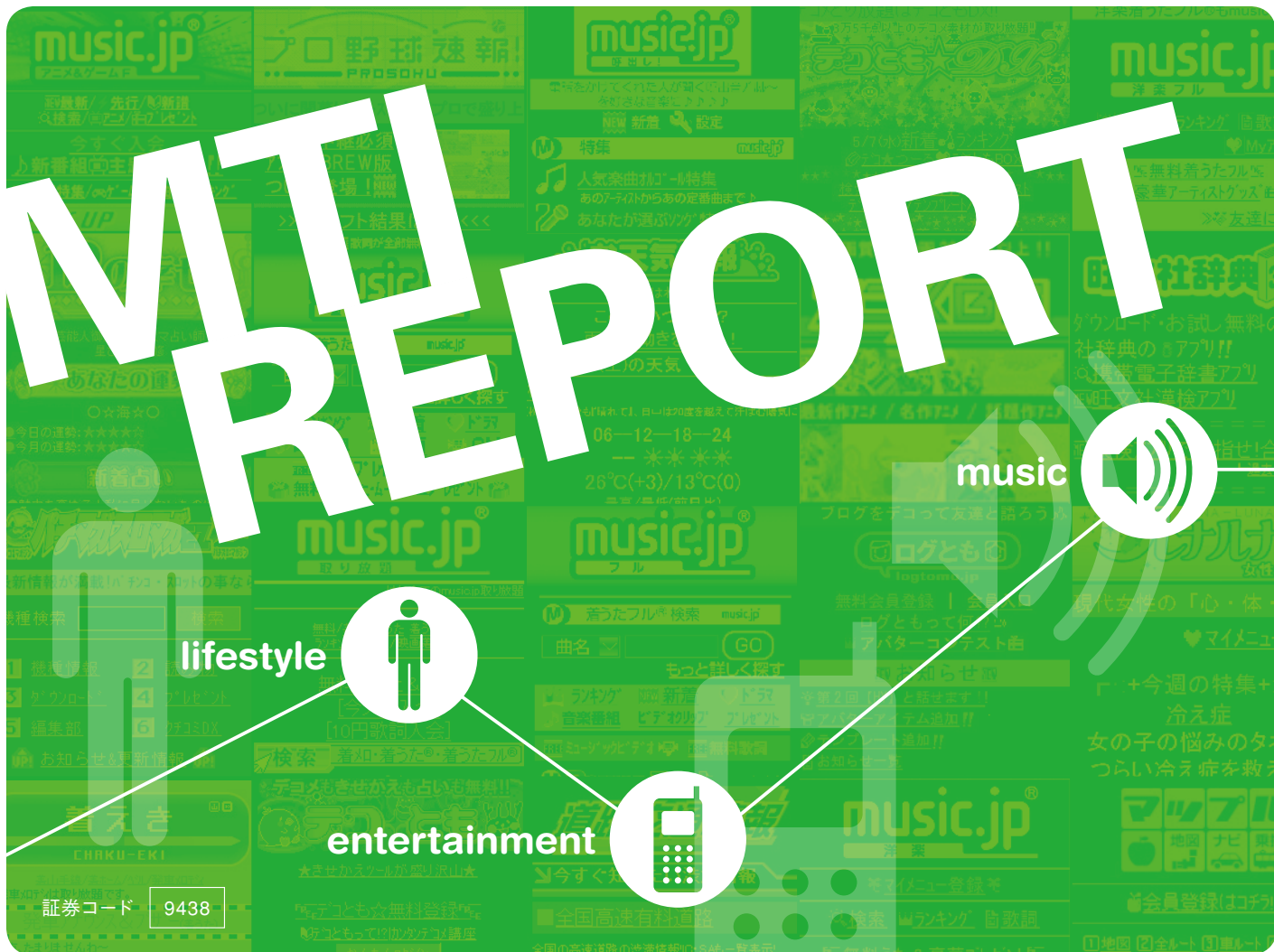




Mobilephone
Telecommunications
International

株主の皆さまへ

株式会社エムティーアイ

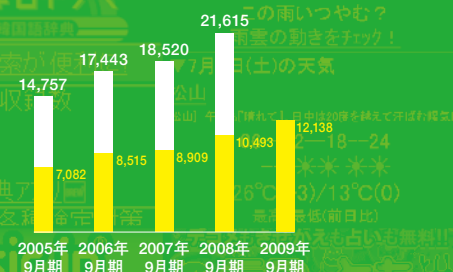
2009年9月期 第2四半期

2008年10月1日～2009年3月31日

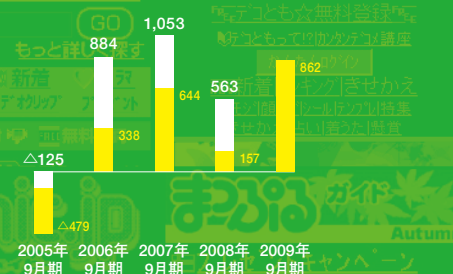
2009年9月期 第2四半期ハイライト

- 有料会員数は半期で過去最高の120万人増となる730万人まで拡大
- 営業利益、経常利益は2期連続の過去最高益、当期純利益も過去最高益を更新

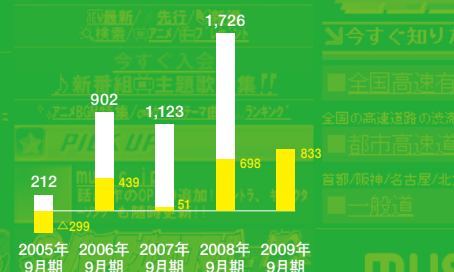
売上高（単位:百万円）



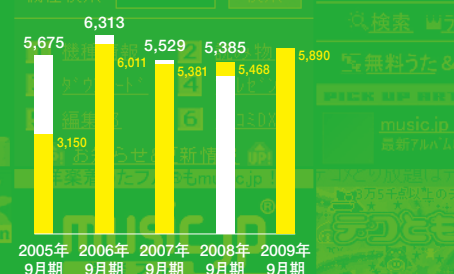
当期純利益（単位:百万円）



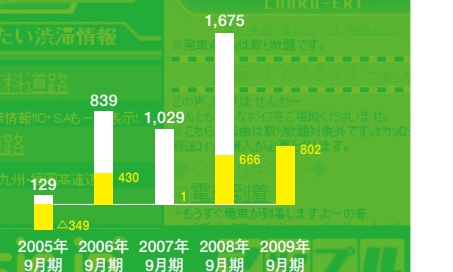
営業利益（単位:百万円）



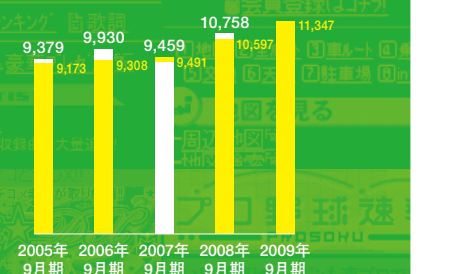
純資産（単位:百万円）



経常利益（単位:百万円）



総資産（単位:百万円）



株主の皆さまへ

株主の皆さまには、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

2009年9月期第2四半期のMTIレポートをお届けするにあたり、謹んでご挨拶申し上げます。

2009年9月期上期においては、引き続き費用対効果の高いプロモーションを積極的に展開し、有料会員数の拡大を図りました。これにより、着うたフル®を中心とした音楽系コンテンツの会員数は好調に拡大し、デコレーションメールのほか、健康情報、天気予報等の生活情報系コンテンツの会員数も順調に推移した結果、2009年3月末の有料会員数は、半期で過去最高の120万人増となる730万人まで拡大しました。

この結果、第2四半期の連結業績は期初の業績予想を上方修正し、売上高は121億38百万円、営業利益8億33百万円、経常利益8億2百万円、当期純利益8億62百万円となり、売上高、利益ともに過去最高を更新しました。

下期以降も、引き続き有料会員数のさらなる拡大を目指し、通期業績予想の達成に向けて取り組んでまいります。

引き続き、変わらぬご支援とご指導を賜りますよう、お願い申し上げます。

2009年6月

代表取締役社長

前多 俊宏



営業概況

コンテンツ配信事業

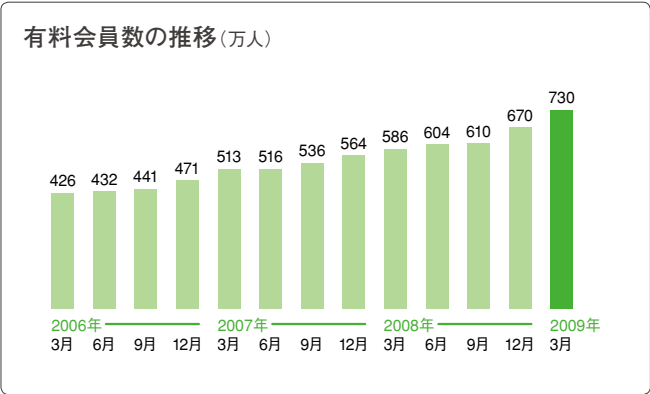
有料会員数は730万人に拡大
半期で過去最高となる120万人の増加

音楽系コンテンツでは、引き続き『music.jp®』のブランド力を活かし、人気楽曲やドラマ主題歌の獲得のほか、TV広告やモバイル広告を中心とした積極的なプロモーションが奏功し、着うたフル®、着うた®の会員数が拡大しました。

デコレーションメールでは、最大のグリーティングメール需要期であるクリスマスや年末年始にかけて積極的なプロモーションを行い、12月にスタートさせた絵文字サイト『デコとも★えもじDX』も好調に推移したため、会員数が大きく拡大しました。

生活情報系コンテンツでは、それぞれのコンテンツ特性に適したプロモーション手法を検討し、より効果的な実施を図ることで、健康情報や天気予報の会員数が拡大しました。

これらの結果、2009年3月末の有料会員数は、2008年9月末から120万人増の730万人となりました。



自社メディア型広告事業

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、モバイル広告市場の本格的拡大までにしばらく時間を要するものと見込んでいることから、赤字額を最小限に抑えながら、季節ごとのイベント企画の実施等、登録会員の活性化に取り組みました。

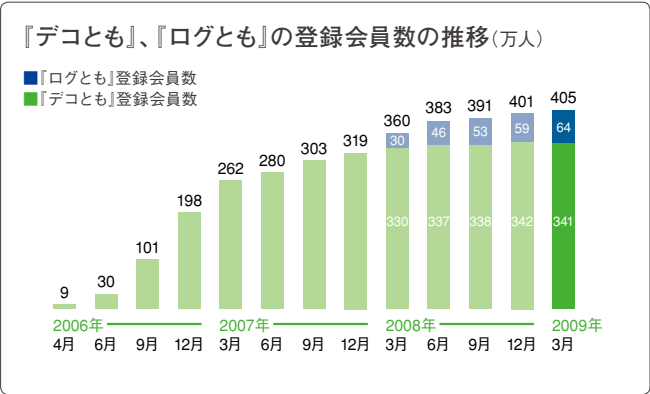
2009年3月末の登録会員数は405万人となり、2008年9月末から14万人の増加となりました。

下期の取り組み

有料会員数のさらなる拡大を図る

下期は、コンテンツ配信事業の有料会員数を最大限に拡大することに注力していきます。

上期においては、音楽系コンテンツやデコレーションメール、



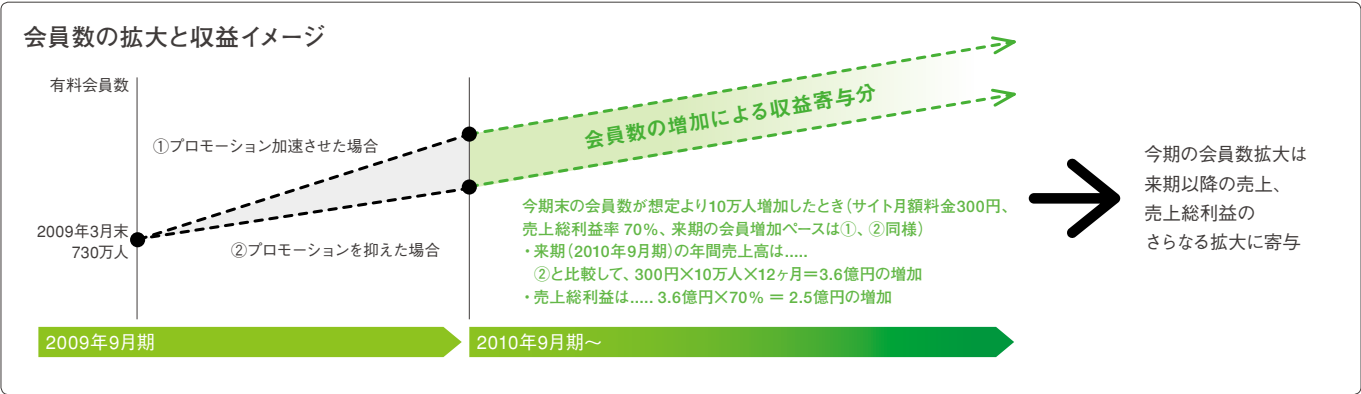
健康情報、天気予報等を中心に、プロモーション効率が良好に推移した影響もあり、会員数も当初の計画を上回りました。このような環境のもと、下期においても各サイトのプロモーションにおける費用対効果の変化率を詳細に検証し、会員数の拡大を効果的に図ることが可能と判断できれば、プロモーションを積極的に展開していく方針です。

今期に可能な限り会員数を拡大させることは、下図で示すとおり、来期以降の売上と売上総利益のさらなる拡大につながります。したがって、上期に営業利益が計画を上回ったことも考慮し、プロモーションの効率が低い分野に優先して投資を行い、今期中に可能な限り会員数を拡大することが重要と捉えています。

このため、通期の業績予想について売上高は上方修正しましたが、営業利益、経常利益、当期純利益については期初の業績予想を据え置き、上期において上方修正した利益の増額分は、下期のプロモーション費用の増額に充当する考えです。

メニュー順位の推移

	音楽系コンテンツ			
	着うたフル® (邦楽)	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	2位	2位	2位
	au	2位	2位	2位
	SoftBank(3G)	3位	2位	2位
	着うた® (邦楽)	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	2位	2位	2位
	au	2位	2位	2位
	SoftBank(3G)	2位	2位	2位
	生活情報系コンテンツ			
	天気予報	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	1位	3位	2位
	au	2位	2位	2位
	SoftBank(3G)	2位	2位	2位
	交通情報	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	5位	5位	5位
	au	1位	1位	2位
	SoftBank(3G)	1位	1位	1位
	健康	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	1位	1位	1位
	au	3位	1位	1位
	SoftBank(3G)	1位	1位	1位
	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	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	4位	3位	3位
	au	4位	1位	1位
	SoftBank(3G)	1位	1位	1位
	コミック	2008.10	2009.01	2009.04
	docomo(FOMA)	5位	5位	5位
	au	9位	13位	13位
	SoftBank(3G)	8位	12位	15位



携帯サイトを通じて、人と人とのつながりを新たに作るお手伝いをしています。

最近、若者を中心に人との関係づくりが不得意で自分にこもりがちな人が増えていると言われます。しかし今、携帯サイトを通じて、これまでにはない新しい形で人と人とのきずなが生まれていることをご存知でしょうか。

デコレーションメール(デコメ®)を通じたつながり

デコメとは、背景を変えたり、イラストや絵文字などの画像を入れたりして装飾するメールのこと。例えば「ありがとう」という文章も、かわいいイラストを加えたり動く文字にすることで、感謝の気持ちをよりいきいきと伝えられます。

Ⅰ. デコメなら気持ちを素直に伝えられる

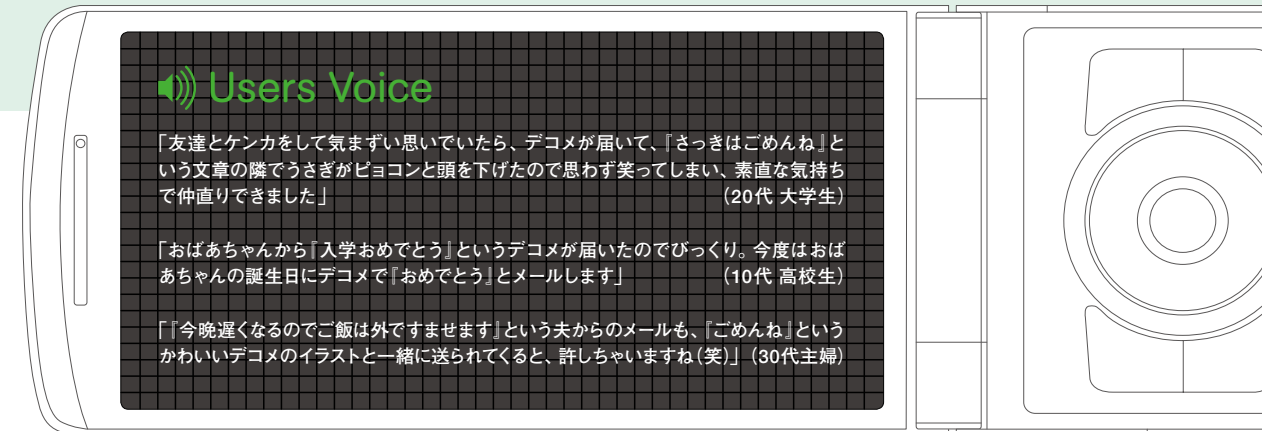
「おはよう」や「ありがとう」といった日常的なメールもデコメでやり取りをする人が増え、デコメを通じて人々が触れ合う機会が広がっています。ケンカした友達と仲直りしたい時や、普段なかなか言えない感謝の気持ち等も、デコメを使えば素直に伝えられるという声も多く聞かれます。

Ⅱ. 年賀状やクリスマスカードもデコメで送る

デコメの利用方法も広がっています。年賀状の代わりに、彩り鮮やかなデコメを利用して年賀メールを送る人や、日本では浸透していないクリスマスカードをデコメで送る人も増えています。住所が解らなくてもメールアドレスさえ知っていればどこからでもすぐに送って相手に届くため、多くの人々と年賀あるいはクリスマスのあいさつを交わすことができるようになりました。

Ⅲ. デコメ利用者の年齢層の広がり

かつてデコメを送る相手は「友達・恋人」が大多数を占めていましたが、その対象も広がりを見せています。仕事が一段落した時、上司が部下に「お疲れさま」をデコメで送ったり、母と娘でかわいいデコメを送りあったり、中学生の孫とのコミュニケーションのきっかけに



デコメを始めたという60代女性もいます。デコメをきっかけにこれまで疎遠だった相手と連絡をとる機会も増えているようです。

Ⅳ. デコメがますます人とのつながりを深めるツールに

このように、デコメが人と人との関係を密接にする手助けをしています。今後も人々のつながりを深めるツールとしてますます利用されていくでしょう。当社のデコメサイト『デコとも★DX』、『デコとも』では、旬に応じたものやオリジナル素材、また世代ごとに異なるユーザーの好みを汲み取りながら、様々な気持ちにあわせて利用できるデコメ素材を多数用意しています。新たな人と人とのつながりが増えることを願い、デコメを通じてこのつながりを支えていきたいと考えています。



SNSサイトを通じたつながり

共通の趣味や関心をもつ会員同士が交流するSNSサイト『ログとも』では、アバター(サイト上の自分の分身キャラクター)を通じて、これまでになかった新たな人間関係が生まれています。

Ⅰ. バーチャル旅行から広がる新たな交友関係

例えば「東京・横浜旅行」。サイト内で参加者を募り、添乗員が名所を案内するというバーチャルツアーで、リアルな世界ではお金も時間も不足し、なかなか旅行にいけない参加者が全国各地から集まりました。実際は遠く離れて住む会員同士が、一緒に旅をして触れあう機



会を作るのも『ログとも』ならではの。参加者は初めて出会う人達ばかりですが、目的地に向かう新幹線では会話が弾み、新しい友達と名所で記念撮影をして自分の日記に掲載したりします。普段は人見知りする人も、不思議とこの世界では未知の人にも話しかけやすくなるようです。その後も「楽しかったね♪」などのやりとりから交友関係が続きます。

 アバターの友の応援が日常生活の心の支えに

親しくなった友達に、悩みなどを打ち明ける姿もよく見られます。すると、周りから必ずフォローしてくれる人が現れます。父のように厳しく叱咤激励してくれる人、母のように温かく見守ってくれる人……その存在は本当にさまざまですが、それぞれがまるで家族のように、悩んでいる友達を応援します。リアルな世界ではなかなか手を差し伸べられない人も、SNSサイトでは率直に言葉をかけられるようです。

「落ち込んでいたけど、みんなに励まされたおかげで今日も頑張れた」という会員はたくさんいます。彼らにとってはこの仮想世界でのつながりが、リアルな世界で生きていく心の支えになっているのです。『ログとも』を通じて、会員同士が助け合う、見えない共同体が生まれています。



キーワード解説

▶ デコレーションメール(デコメ)

メールの文面の文字の大きさや色の変更、アニメーションの挿入等、文面を多彩に表現したメールの総称のこと。あらかじめ様々なテーマで背景イラストや文字の効果が設定されているものから気に入ったものを選び、中に好きな文章を入れるだけで簡単に作成できるものから、本文中に動くイラストやメッセージ画像を挿入して、個性あふれる多彩な表現のメールを作成することもできます。また最近では、本文1文字分のスペースで作られたイラスト、「えもじ」の利用も広がっています。笑顔やハートマーク等、様々なアイコンが用意され、手軽に使えることから、デコメは使わなければいけどもえもじなら使うという人も多くみられます。



▶ アバター

チャットやSNS等のコミュニケーションツールで、自分の分身として画面上に登場させるキャラクターのこと。ユーザーは顔や髪型、洋服など、好みのものを選んで自由に着飾り、自分だけのキャラクターを作成することができます。『ログとも』では、リアルの世界で贈り物をするのと同じように、友達にアバター用の洋服や小物をプレゼントできたり、アバターにさまざまな変化が起きたり、アバターを通じてユーザー同士が楽しむことができるような様々な工夫をこらしています。



連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

[illegible]

① ネットキャッシュ※

当第2四半期末のネットキャッシュは、長期借入金の返済や自己株式の取得等による支出により、前期末比1億47百万円減の3億44百万円となりました。

② 資産合計

当第2四半期末の資産合計は、前期末比5億88百万円増の113億47百万円となりました。これは主に、流動資産で売上高増に伴う売掛金の増加等により5億22百万円増加し、また固定資産でソフトウェアや敷金保証金の増加により65百万円増加したことによるものです。

負債の部

流動負債	4,617	4,171	4,525
買掛金	2,169	1,760	1,577
1年内償還予定の社債	—	100	50
1年内返済予定の長期借入金	200	200	200
未払金	1,044	943	766
未払法人税等	74	371	799
コイン等引当金	776	454	628
その他	351	342	502
固定負債	839	957	848
長期借入金	599	799	699
その他	239	157	148
負債合計	5,456	5,129	5,373
純資産の部			
株主資本			
資本金	2,510	2,501	2,506
資本剰余金	3,021	3,011	3,016
利益剰余金	544	186	335
③ 自己株式	△223	△254	△499
株主資本合計	5,853	5,444	5,358
評価・換算差額等			
その他有価証券評価差額金	4	22	10
評価・換算差額等合計	4	22	10
新株予約権	33	1	16
④ 純資産合計	5,890	5,468	5,385
負債純資産合計	11,347	10,597	10,758

③ 自己株式

当第2四半期累計期間の取得価額は2億23百万円でした。なお、当該期間に取得した全自己株式は2009年5月に消却しました。

④ 純資産合計

当第2四半期末の純資産合計は、主に四半期純利益8億62百万円を計上したことにより、前期末比5億5百万円増の58億90百万円となりました。なお、自己資本比率は前期末に比べ1.7ポイント増の51.6%となりました。

※ネットキャッシュとは、現金及び預金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。

連結財務諸表

連結損益計算書			
(単位：百万円)			
	当第2四半期 累計期間 自 2008年10月 1日 至 2009年 3月31日	前第2四半期 累計期間 自 2007年10月 1日 至 2008年 3月31日	前会計 期間 自 2007年10月 1日 至 2008年 9月30日
① 売上高	12,138	10,493	21,615
売上原価	3,867	3,118	6,286
② 売上総利益	8,271	7,375	15,329
販売費及び一般管理費	7,437	6,676	13,602
③ 営業利益	833	698	1,726
営業外収益	8	13	42
営業外費用	39	44	93
経常利益	802	666	1,675
特別利益	1	—	32
④ 特別損失	293	196	336
税金等調整前四半期(当期)純利益	510	470	1,371
法人税、住民税及び事業税	37	339	1,061
法人税等調整額	△389	△26	△253
⑤ 四半期(当期)純利益	862	157	563

連結キャッシュ・フロー計算書			
(単位:百万円)			
	当第2四半期 累計期間 自 2008年10月 1日 至 2009年 3月31日	前第2四半期 累計期間 自 2007年10月 1日 至 2008年 3月31日	前会計 期間 自 2007年10月 1日 至 2008年 9月30日
営業活動によるキャッシュ・フロー	695	582	1,449
投資活動によるキャッシュ・フロー	△475	△912	△1,470
財務活動によるキャッシュ・フロー	△499	629	△11
現金及び現金同等物の増減額	△279	299	△32
現金及び現金同等物の期首残高	1,442	1,474	1,474
⑥ 現金及び現金同等物の期末残高	1,144	1,774	1,442

① 売上高

主力事業であるコンテンツ配信事業において、着うたフル®やデコレーションメール等の有料会員数が好調に拡大し、前年同期比15.7%増の121億38百万円となりました。

② 売上総利益

音楽系コンテンツの会員数拡大に伴う楽曲ダウンロード数増加により、原価率は前年同期比2.2ポイント増の31.9%に上昇しましたが、売上原価の増加を上回る増収により同12.2%増の82億71百万円となりました。

③ 営業利益

人件費や支払手数料、広告宣伝費、減価償却費等の増加がありましたが、売上総利益の増益により前年同期比19.4%増の8億33百万円となりました。

④ 特別損失

特別損失として2億93百万円を計上しました。主な内訳は、退職給付費用の計算法変更に伴う過年度分積立不足額として89百万円、着うたフル®の一部キャリアでのダウンロード数集計上の差額として1億4百万円、固定資産除却損として77百万円等です。

⑤ 四半期純利益

特別損失の計上がありましたが、経常利益の増益や2009年2月1日付で連結子会社である株式会社コミックジェイビーとの合併完了に伴う税効果会計の適用等により、前年同期比447.4%増の8億62百万円と大幅な増益となりました。

⑥ 現金及び現金同等物の期末残高

当第2四半期末の残高は、前期末比2億97百万円減の11億44百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、売上債権の増加や法人税等の支払額等による資金流出がありましたが、税金等調整前四半期純利益や減価償却費の計上、仕入債務の増加等により6億95百万円の資金流入となりました。

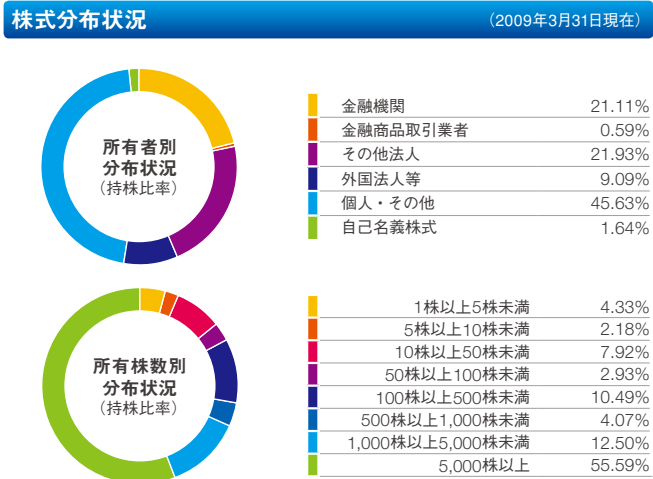
投資活動によるキャッシュ・フローは、関係会社売却による収入がありましたが、無形固定資産(主にソフトウェア)の取得による支出等により4億75百万円の資金流出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入金返済や自己株式取得による支出、配当金の支払等により4億99百万円の資金流出となりました。

株式情報／会社概要

株式状況	
(2009年3月31日現在)	
発行可能株式総数	447,600株
発行済株式総数	135,851株
株主総数	3,632名

大株主		
(2009年3月31日現在)		
株主名	持株数(株)	議決権比率
1 前多俊宏	29,314	21.94%
2 株式会社ケイ・エム・シー	25,240	18.89%
3 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	12,768	9.56%
4 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	8,192	6.13%
5 資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	4,128	3.09%
6 株式会社エムティーアイ	2,223	—
7 SOZO工房戦略投資事業有限責任組合1号 無限責任組員 株式会社SOZO工房投資	2,142	1.60%
8 株式会社昭文社	1,680	1.26%
9 個人株主	1,339	1.00%
バンクオブニューヨーク・ジェシー・エム・クライアントアカウ ント・ジェイ・ピー・アール・ディ・アイ・エス・ジー・エフ・イー・エイ・シー (常任代理人 三菱東京UFJ銀行)	1,205	0.90%



会社概要	
商号	株式会社エムティーアイ
設立	1996年8月12日
資本金	2,510百万円(2009年3月31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
従業員数(連結)	458名(2009年3月31日現在)
URL	http://www.mti.co.jp/

役員	
(2009年5月31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	成田 透
取締役兼上席執行役員	清水 義博
取締役	佐々木隆一
取締役(非常勤)	小名木正也

常勤監査役	箕浦 勤
監査役	和田 一廣
監査役	山本 邦彦
監査役	中村 好伸

グループ会社の概要	
(2009年5月31日現在)	
株式会社テラモバイル	広告代理店

株主メモ

事業年度	10月1日～翌年9月30日
期末配当金受領 株主確定日	9月30日
定時株主総会	12月
株主名簿管理人 特別口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂 七丁目10番11号 ☎ 0120-232-711
上場証券取引所	ジャスダック証券取引所
公告方法	電子公告により行う URL http://www.mti.co.jp/koukoku/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他の やむを得ない事由が生じた時には、日本経済新聞に公告します。)
証券コード	9438

【株式に関するお手続きについて】

1. 株券電子化に伴い、株主様の住所変更等各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっております。口座を開設されている証券会社等にお問合せください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
2. 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座管理機関(三菱UFJ信託銀行)にお問合せください。なお、三菱UFJ信託銀行全国各支店にてもお取扱いいたします。
3. 配当金の口座振込のご指定につきましても、お手続きは配当金振込指定書を各口座管理機関を経由してお届けいただくこととなりました。振込指定のお手続きにつきましては詳しくは各口座管理機関にお問合せください。
4. 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。
また、各種お手続き用紙のご請求につきましては、以下のお電話ならびにインターネットにより24時間受付けておりますので、ご利用ください。

TEL ☎ 0120-244-479 URL <http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

※本誌には、当社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。
※「着うた®」「着うたフル®」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。
※「デコメール」ならびに「デコメ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

NEW

MTIレポートが電子ブック版で ご覧になれます

当社ホームページから、MTIレポートが電子ブックでご覧になれるようになりました。クリックするだけで本・雑誌のようにページをめくりながら読むことができます。是非ご利用ください。



▶▶▶ http://www.mti.co.jp/?page_id=69