



MTI REPORT

株主の皆さまへ

2009年9月期

2008年10月1日～2009年9月30日

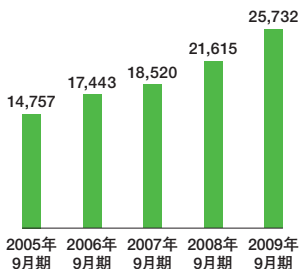
証券コード 9438

FINANCIAL HIGHLIGHT

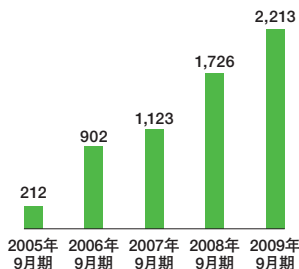
→ 2009年9月期 ハイライト

- 売上高、営業利益、経常利益、当期純利益のいずれも過去最高を更新
- 有料会員数は802万人まで拡大
- 期末配当金は4期連続増配

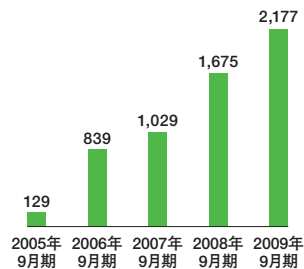
売上高 (単位:百万円)



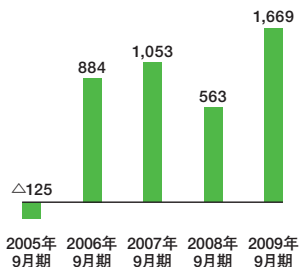
営業利益 (単位:百万円)



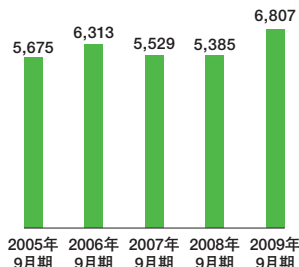
経常利益 (単位:百万円)



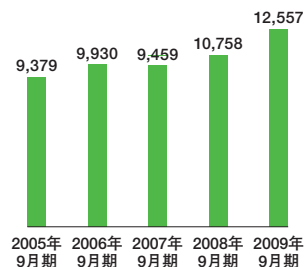
当期純利益 (単位:百万円)



純資産 (単位:百万円)



総資産 (単位:百万円)



CONTENTS HIGHLIGHT

→ コンテンツハイライト



LIFESTYLE

女性向け健康情報サイト『ルナルナ★女性の医学』

有料会員数100万人突破

携帯電話で手軽に体調管理ができる女性向け健康情報サイト『ルナルナ★女性の医学』は、携帯サイトの健康カテゴリでNo.1のポジションを確立しています。現代女性の体調管理に係る要望に応えた様々なサービスを展開し、当社の音楽以外のコンテンツで初となる有料会員数100万人規模のサイトに成長しました。TVCM等の積極的なプロモーションにより、拡大傾向が続いています。



MUSIC

音楽配信サイト『music.jp®フル』（邦楽着うたフル®）

今期も多くの人気アーティストや話題ドラマの楽曲を配信

2008年11月には、中高生に圧倒的サポートを得た携帯小説『赤い糸』のドラマ・映画版主題歌で、沖縄発のスーパーバンドHY（エイチワイ）が歌う「366日」の着うたフル®を独占配信し、2009年8月には、これまでリリースしたシングルすべてがオリコン1位を獲得しているKinKi Kidsの着うたフル®17曲を初めて配信し話題になりました。これらの楽曲品揃えの差別化により、音楽系の有料会員数拡大に貢献しました。



ENTERTAINMENT

デコメ®サイト『デコとも★DX』シリーズ

姉妹サイト『デコとも★えもじDX』をスタート

2008年12月には、デコメサイト『デコとも★DX』の姉妹サイトとして、10代、20代を中心にデコメ素材で一番人気のある絵文字に特化した絵文字デコメ専門サイト『デコとも★えもじDX』をスタートしました。

絵文字の利用が拡大する中で、様々な感情表現やかわいいキャラクター素材等を豊富に取り揃えることにより、デコメカテゴリの有料会員数拡大に寄与しました。

OUR KEY CHARACTERISTICS

→ 当社の特徴

エムティーアイが重視する **3** つの力

エムティーアイは高品質の携帯サイトを構築し、多くの皆さまにご利用いただくために、独自の事業運営ノウハウを蓄積してきました。当社の誇る3つの力を総合的に強化していくことにより、今後も持続的な成長を実現していきます。

マーケティング力

調査と分析の徹底

あらゆる世代のユーザーニーズを的確に捉えた携帯サイトを生み出すために、業界動向や最新トレンドを徹底的に調査・分析しています。さらに、大量のデータを駆使した仮説・検証を通じて、ニーズをきめ細かく掘り下げながら、コンテンツ開発やサイト構築、プロモーションへつなげています。

品質管理力

PDCAによる品質管理

サイト素材の制作現場では製造業の工場生産方式を応用し、全ての制作工程において、その手順と品質基準を明確化し、管理徹底しています。PDCA活動を継続的にを行い、改善を繰り返しながら質の高いサイト素材を効率的に制作し、お客様に満足してもらえる品質を追求しています。

開発力

進化する携帯技術に対応

携帯電話の技術進化が進み、携帯コンテンツは今後もリッチ化や複雑化が進んでいきます。最新の技術を取り入れたよりよいサービスをお客様に提供していくため、専門性の高い人材を配置し、技術レベルの向上を図りながら開発工程管理の強化に取り組み、質の高い技術開発体制の構築を推進しています。

お客様の「一生のとも」となり、お客様の夢をどんどん創り出す

『モバイル夢工場』

TO OUR SHAREHOLDERS

→ 株主の皆さまへ



MOBILE DREAM FACTORY

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MTI REPORTをお届けするにあたり、謹んでご挨拶申し上げます。

当期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プロモーション展開を積極的に行いました。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、経常利益21億77百万円、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。

期末配当金については、上記の連結業績と配当金による株主還元を拡充する観点から、1株につき1,000円増配し2,000円とさせていただきます。

今後とも持続的な成長と拡大を目指してまいりますので、なお一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2009年12月

代表取締役社長

前多 俊宏



BUSINESS REVIEW

→ 営業概況

コンテンツ配信事業

有料会員数は802万人まで拡大

音楽系コンテンツでは、『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、TVCMやモバイル広告等のプロモーション展開が奏功し、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』は、ユーザーのニーズを捉えたサイト企画を実施しながら、TVCMを中心としたプロモーション展開を積極的に実施したことにより、有料会員数が100万人を突破しました。また、天気予報等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では、最大需要期である年末年始に積極的なプロモーション展開を行い、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等もあり、有料会員数は順調に推移しました。

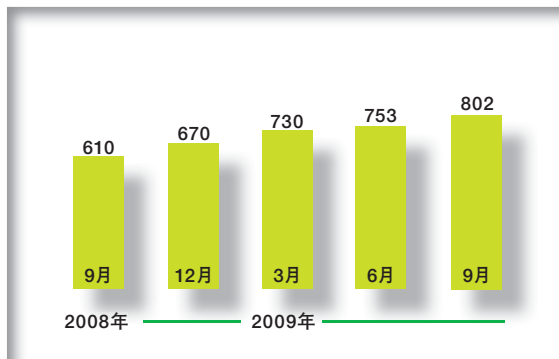
この結果、2009年9月末の有料会員数は802万人となり、年間では過去最高となる192万人増加しました。

自社メディア型広告事業

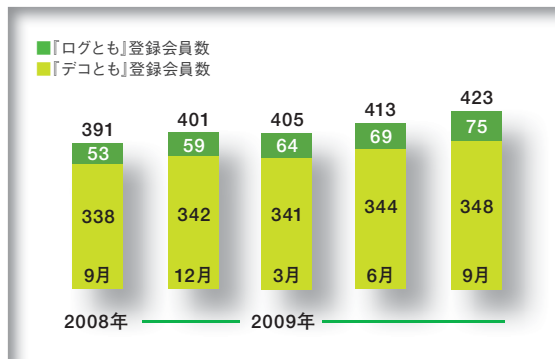
登録会員の活性化に取り組む

自社メディア型広告事業では、プロモーションの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

有料会員数の推移(万人)



『デコとも』、『ログとも』の登録会員数の推移(万人)



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みました。

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

メニュー順位の推移



音楽系コンテンツ

着うたフル® (邦楽)	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	2位	2位	2位
au	2位	2位	2位
SoftBank (3G)	2位	2位	5位
着うた® (邦楽)	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	2位	2位	2位
au	2位	2位	1位
SoftBank (3G)	2位	2位	2位



生活情報系コンテンツ

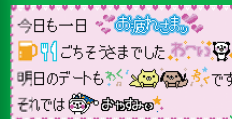
天気予報	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	2位	2位	2位
au	2位	2位	2位
SoftBank (3G)	2位	2位	2位
交通情報	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	5位	5位	5位
au	2位	1位	1位
SoftBank (3G)	1位	1位	1位
健康	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	1位	1位	1位
au	1位	1位	1位
SoftBank (3G)	1位	1位	2位



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	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	3位	3位	3位
au	1位	1位	1位
SoftBank (3G)	1位	1位	2位
デコレーションメール (絵文字)	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	4位	2位	2位
au	3位	2位	1位
SoftBank (3G)	6位	5位	5位
コミック	2009.04	2009.07	2009.10
docomo (FOMA)	5位	6位	6位
au	13位	13位	12位
SoftBank (3G)	15位	15位	17位

デコメ
(デコレーションメール)
って何？



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ことです。普段のメールもデコメを使えば感情がよりいきいきと伝わり、若い女性を中心に携帯メールの中で日常的に利用されています。最近では、本文1文字のスペースで作られた「絵文字」や、数文字分のスペースで作られた「ミニデコ」と呼ばれるものが人気です。

着うたフル®と着うた®
はどう違うの？

着うたフル®はCDと同じ音源を1曲丸ごと携帯に配信するサービスのことで、一方、着うた®はサビの部分等が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のことで、

携帯電話の技術進化に伴い携帯音楽のサービスも進化し、第3世代携帯の普及で拡大した着うた®は、第3.5世代携帯の普及とともに着うたフル®にシフトしています。

2010年9月期の取り組み

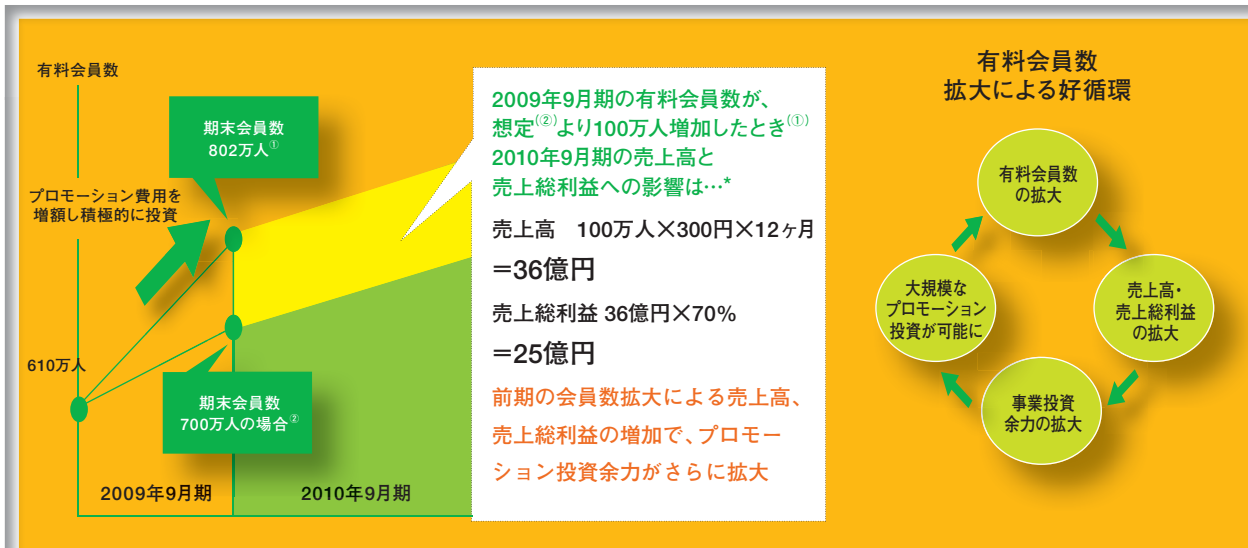
売上高300億円、 営業利益30億円の達成を目指す

有料会員数の拡大は、図で示すとおり、翌期の売上高と売上総利益の拡大につながります。売上総利益の拡大により事業投資余力が拡大することで、より大規模なプロモーション投資が可能になり、「有料会員数拡大による好循環」が実現できます。

2010年9月期は、前期の有料会員数の大幅な積み上げから生まれた事業投資余力を最大限に活用し、効率のよい分野に対してプロモーション展開を積極的に実施することで、有料会員数のさらなる拡大に注力します。そして、売上高300億円、営業利益30億円の達成を目指します。

100万人超のサイトに成長した健康情報では、ユーザーニーズを反映した機能拡充や従来機能の向上に取り組みながら、引き続き積極的なプロモーション展開を実施することで、有料会員数をさらに拡大させる方針です。

有料会員数と収益イメージ



*サイト月額料金300円、売上総利益率70%、2010年9月期の会員増加ベースは①、②同様の場合

当社の売上高と利益の源泉となる音楽系コンテンツでは、人気楽曲の獲得等により他社サイトとの差別化に取り組むとともに、効果的なプロモーション展開での入会促進や、継続ユーザーに対するキャンペーン等による退会抑止に取り組み、有料会員数の拡大を図ります。

デコレーションメールでは、年末年始の季節需要に向けて積極的なプロモーション展開を行うほか、ユーザーニーズを反映したデコメ素材の拡充等により、有料会員数の拡大を目指します。

その他の生活情報系コンテンツでも、コンテンツごとの費用対効果を検証し、効果が高い分野に対して積極的なプロモーションを実施することにより、健康情報に続く新たな大規模サイトの構築を目指します。

また、市場の成長が期待できるコミックと自社メディア型広告については、引き続きプロモーションによる先行投資費用をコントロールし、赤字額を最小限に抑える方針です。コミックでは人気作品の獲得や退会率の改善に取り組めます。自社メディア型広告では、登録会員の活性度向上と同時に、サイトのシステム面の強化を図ります。

株主還元策

期末配当金は1,000円増配となる2,000円を実施

当社は、企業価値の創造と拡大を通じた時価総額の向上とともに、利益配分を継続的に実施していくことを重要課題と位置付けています。

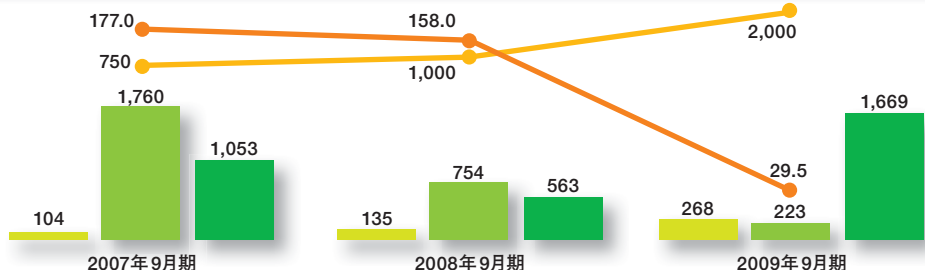
2009年9月期は、総額2億23百万円の自己株式を取得（5月に全株式を消却）するとともに、配当金による株主還元拡充の観点から、1株当たり配当金を1,000円増配となる2,000円としました。

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、売上高と利益の持続的成長を続け、企業価値の創造と拡大を通じて時価総額を向上させていくとともに、安定的に配当金を増加させていくことにより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。

- 1株当たり配当金(円)
- 総還元性向(%)
- 配当金総額(百万円)
- 自己株式取得総額(百万円)
- 当期純利益(百万円)

※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。これにより、2007年9月期の1株当たり配当は、分割を考慮した金額で記載しています。

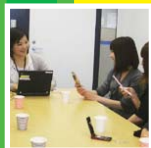


SPECIAL FEAT

デコメ ができるまで

企画

ニーズ把握



綿密な分析から導き出した仮説から、 素材の方向性を決定

デコメ作りはニーズの把握、分析から始まります。グループインタビューやアンケート調査の結果などを細かく分析。雑誌で使われる言葉やデザインなどを参考に、季節感や各世代のユーザー特性も考慮した上で、それぞれのユーザーが求める素材の方向性を決定します。この方向性をもとに素材のデザインや企画を発注書にまとめた上で、制作者と打ち合わせを行い直接ニュアンスなどを伝えます。

制作

制作スタート



結果を分析し、さらなる改善につなげる！

配信後もログデータを確認

サイトに掲載して終わりではありません。掲載初日から素材別のアクセス数やダウンロード数等のログデータを細かく確認します。人気があり、多くのユーザーにダウンロードされるような素材は、「べにほっぺ 」のようにキャラクターとして展開することもあります。掲載後もユーザーの反応を細かく分析することで、新しいニーズを把握し、次の企画につなげているのです。

企画

アフターフォロー

標準時間に沿って作業

制作者は発注書と打ち合わせ内容をもとに、素材制作をスタートします。描画は制作工程管理表に沿って進められます。デザイン思考～制作～ファイル変換と保存～検収の各工程で標準時間が決まっているので、作業時間を意識しながら効率的に制作します。標準時間を超過した場合は、チーム全体で原因を明らかにし、アドバイスしながら改善することで、それぞれの時間短縮につなげます。1つの素材を描き上げるまで、簡単なもので25分程度。きれいに早く作り上げるのが腕の見せどころです。

URE

今や幅広い層のユーザーに利用されているデコレーションメール(デコメ)。さまざまな種類のデコメが日々誕生していますが、このデコメ素材はどうやって作られているのでしょうか。エムティーアイの強みである「マーケティング力」と「品質管理力」を活かした特徴的な制作工程をご紹介します。

2段階の検収で細かく点検

イラストが描き上がったら、企画者からの発注内容に沿っているかをチェック(検収)します。検収は、制作者による自己検収の後、1次検収、2次検収と2段階に分けて行います。1次検収ではイラスト内容の確認、余計な線や点が入っていないか等細かく点検します。2次検収では画像の大きさなどの仕様を確認。それぞれ別の者が担当し、厳しい検収をクリアした素材が企画側に納品されます。

制作

品質チェック

OK!

企画

最終チェック

最終確認し、サイトに掲載

納品された素材を、企画側が最終確認します。発注書と打ち合わせて伝えた通りに仕上がっているかを確認。企画意図に沿っていないものがあつた場合、作り直すこともあります。企画側のOKが出たデコメは、いよいよサイトに掲載されます。企画から掲載、ここまで3週間ほどかかり、毎日50個以上、月間で1,400~1,600素材が当社の有料デコメサイトで新しく配信されています。

MTI PEOPLE

ユーザーの ライフステージに 応じたデコメへ

MS事業本部ME事業部

デコともグループ

ディレクター

土屋雄大

当社のデコメ制作は、感性から作られるもののほかに、調査や分析結果から導き出した仮説から素材の方向性を決定する、ユーザー側の目線に立った素材制作に注力していることが大きな特徴です。この仮説が狙い通りに当たり、多くのユーザーにダウンロードされたときは大きな達成感を感じます。

今、デコメのユーザー層は10代~40代にまで拡大し、今後は各ユーザーのライフステージに応じたサイト作りが必要になってきます。デコメの拡大余地はまだまだあり、今後もより多くの人にデコメを利用してもらいたいと考えています。



FINANCIAL SECTION

→ 連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2009年9月期 2009年9月30日現在	2008年9月期 2008年9月30日現在
資産の部		
① 流動資産	9,359	7,744
現金及び預金	1,532	1,442
売掛金	6,733	5,441
その他	1,434	1,193
貸倒引当金	△340	△332
② 固定資産	3,197	3,014
有形固定資産	213	247
無形固定資産	1,345	1,056
ソフトウェア	1,338	1,049
その他	6	7
投資その他の資産	1,638	1,709
投資有価証券	594	781
敷金及び保証金	593	562
繰延税金資産	420	330
その他	39	51
貸倒引当金	△9	△17
③ 資産合計	12,557	10,758

	2009年9月期 2009年9月30日現在	2008年9月期 2008年9月30日現在
負債の部		
流動負債	5,035	4,525
買掛金	1,974	1,577
1年内返済予定の長期借入金	200	200
1年内償還予定の社債	—	50
未払金	1,123	766
未払費用	347	338
未払法人税等	432	799
④ コイン等引当金	803	628
その他	154	163
固定負債	715	848
長期借入金	499	699
その他	215	148
負債合計	5,750	5,373
純資産の部		
株主資本		
資本金	2,535	2,506
資本剰余金	3,045	3,016
利益剰余金	1,123	335
⑤ 自己株式	—	△499
株主資本合計	6,704	5,358
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	42	10
評価・換算差額等合計	42	10
新株予約権	59	16
純資産合計	6,807	5,385
負債純資産合計	12,557	10,758

① 流動資産

流動資産は、前期末に比べ16億14百万円増加し93億59百万円となりました。これは主に、売上高の拡大に伴い売掛金が12億92百万円増加したことによるものです。

② 固定資産

固定資産は、前期末に比べ1億83百万円増加し31億97百万円となりました。これは主に、ソフトウェアが2億89百万円増加したことによるものです。

③ 資産合計

資産合計は、流動資産や固定資産の増加に伴い、前期末に比べ17億98百万円増加し125億57百万円となりました。

④ コイン等引当金

コンテンツユーザーに付与したコインに対する引当金は、前期末に比べ1億74百万円増加し、8億3百万円となりました。

⑤ 自己株式

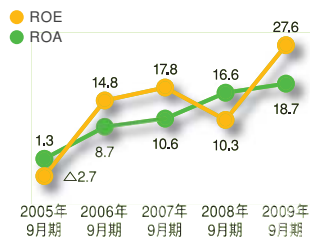
当期の自己株式取得総額は2億23百万円ですが、その全額を消却しており、当期末の残高はありません。

⑥ ネットキャッシュ※

当期末のネットキャッシュは、前期末に比べ3億40百万円増加し8億32百万円となりました。

※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。

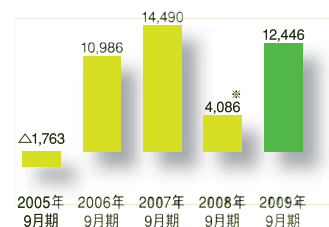
ROE/ROA (単位: %)



自己資本比率 (単位: %)



1株当たり当期純利益 (単位: 円)



※2008年4月1日付で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。

FINANCIAL SECTION

→ 連結財務諸表

連結損益計算書

(単位：百万円)

	2009年9月期 自 2008年10月 1日 至 2009年 9月30日	2008年9月期 自 2007年10月 1日 至 2008年 9月30日
① 売上高	25,732	21,615
売上原価	7,920	6,286
② 売上総利益	17,812	15,329
販売費及び一般管理費	15,599	13,602
③ 営業利益	2,213	1,726
営業外収益	18	42
営業外費用	54	93
経常利益	2,177	1,675
特別利益	26	32
④ 特別損失	333	336
税金等調整前当期純利益	1,870	1,371
法人税、住民税及び事業税	419	1,061
法人税等調整額	△218	△253
⑤ 当期純利益	1,669	563

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2009年9月期 自 2008年10月 1日 至 2009年 9月30日	2008年9月期 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	1,740	1,449
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,081	△1,470
財務活動によるキャッシュ・フロー	△551	△11
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	108	△32
現金及び現金同等物の期首残高	1,442	1,474
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少額	△18	—
⑥ 現金及び現金同等物の期末残高	1,532	1,442

① 売上高

健康情報や着うたフル®、デコレーションメール等で有料会員数が順調に拡大したことにより、売上高は前期比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。

② 売上総利益

音楽系コンテンツの会員数増加に伴う楽曲ダウンロード増加により原価率が上昇しましたが、有料会員数の増加に伴う増収により吸収し、売上総利益は前期比16.2%増の178億12百万円と大幅に増加しました。

③ 営業利益

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、減価償却費が増加しましたが、売上総利益の大幅な増益で吸収し、営業利益は前期比28.2%増の22億13百万円と大幅な増益となり、4期連続で過去最高益を更新しました。

④ 特別損失

特別損失として3億33百万を計上しました。主な内訳は退職給付費用89百万円、コンテンツ情報料1億9百万円、固定資産除却損1億円です。

⑤ 当期純利益

税引前当期純利益の増益や、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完了に伴う支払税金の減少により、当期純利益は前期比196.4%増の16億69百万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

当期末の現金及び現金同等物は、前期末比90百万円増加の15億32百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、売上債権の増加による資金流出がありましたが、税金等調整前当期純利益や減価償却費等により17億40百万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、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、10億81百万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、自己株式の取得による支出や長期借入金返済による支出により、5億51百万円の資金流出となりました。

CORPORATE DATA

→ 株式情報／会社概要

株式状況

(2009年9月30日現在)

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

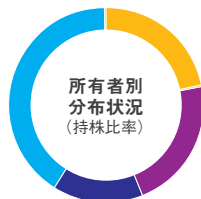
大株主

(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・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%
ビーエヌピーバリア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%

株式分布状況

(2009年9月30日現在)



金融機関	21.81%
金融商品取引業者	0.40%
その他の法人	21.88%
外国法人等	14.80%
個人・その他	41.10%
自己名義株式	—%



1株以上5株未満	3.89%
5株以上10株未満	1.91%
10株以上50株未満	6.84%
50株以上100株未満	2.72%
100株以上500株未満	9.86%
500株以上1,000株未満	3.25%
1,000株以上5,000株未満	14.68%
5,000株以上	56.87%

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	2,535百万円(2009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
従業員数(連結)	489名(2009年9月30日現在)
URL	http://www.mti.co.jp/

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

グループ会社の概要

(2009年9月30日現在)

株式会社テラモバイル	広告代理店
------------	-------

SHAREHOLDERS MEMO

→ 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

【株式に関する手続きについて】

- 株券電子化に伴い、株主様の住所変更等各種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。
- 特別口座に記録された株式に関する各種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次ぎいたします。
- 配当金の口座振込のご指定につきましては、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。
- 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。

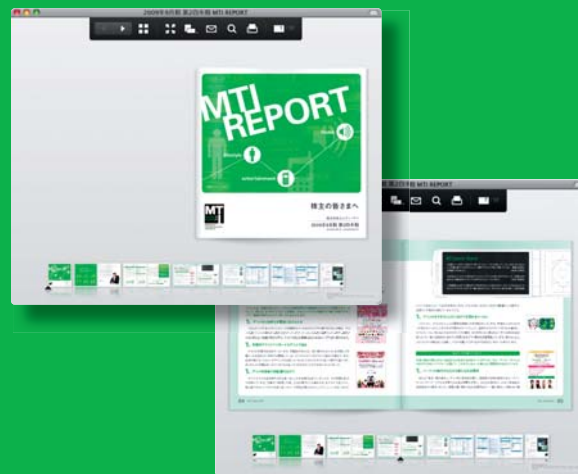
※「デコメール」ならびに「デコメ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。



この印刷物は環境に考慮し、大豆インキ・水なしオフセット印刷・針金を使用しない製本で制作しています。
この用紙費用の一部は「世界の子どものワクチンを日本委員会(JCV)」に寄付されています。

MTI REPORT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 REPORT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/mtireport>