



MGL 通信

Vol.8

2009年4月1日 ~ 2010年3月31日

株式会社メディアグローバルリンクス
証券コード 6659

MEDIA LINKS®



代表取締役社長 **林 英一**

2010年3月期の業績

当社の2010年3月期の営業利益は187百万円、経常利益は133百万円、当期純利益は123百万円となり、4期ぶりに黒字を確保することができました。過去3期連続して赤字を出し、多くの皆さまにご心配、ご迷惑をお掛けしてきましたが、その間、一貫して申し上げてきたことがあります。「放送のIP化」が当社が目指すものであり、世の中がその方向に進むだろうということ。当社は放送分野におけるIP技術で優位を維持し続けて

着実に施策を実行し、単年度黒字化を達成しました。

いること。そのように申し上げてきましたが、この1年間で、その考えにますます確信を持てるようになりました。2010年3月期は、当社の未来に向けて、大きく1歩踏み出すことができた1年だったと言えます。

売上高について

当社の2010年3月期における売上高は2,890百万円となり、前期比12%の減少となりました。減少の要因としては、前期には大型システム案件の寄与がありましたが、当期にはなかったことがあげられます。大型システム案件を除いた売上高は、着実に伸ばすことができ、期初の売上高予想を8%上回る結果となりました。

2008年の米国サブプライムローン問題を発端とした金融危機が引き起こした世界的な景気後退は、2009年後半には一部回復の兆しが現われてきました。しかし、放送業界は大きな痛手からの回復が遅れています。放送装置メーカーの世界的な団体であるIABM(International Association of Broadcast Manufacturers)が2010年4月に発表したレポートによると、2009年の世界主要放送装置メーカー60社の売上高は、前年比9.1%のマイナスとなり、利益は17.5%のマイナスになったそうです。また、日本の主要テレビ放送局の2010年3月期の業績はいずれも厳しいものとなり、各社とも設備投資をきつく絞り込んでいます。

このように市場環境は完全に逆風だったにもかかわらず、当社の主力製品群の売上高は順調に増加し、期初目標を上回る成果を達成することができました。確かに、FIFAワールドカップ南アフリカ大会への需要があったというタイミングに恵まれたこともありましたが、それだけではなく、近年取り組んできた施策が期待どおりに実を結びつつあることが結果となって現われたものと考えています。

● 新製品売上の増加

当社では、2009年3月期までの3年間に研究開発費を増大させ、戦略的新製品の開発を進めてきました。マルチメディアIP伝送装置MD8000はそのひとつです。MD8000は2008年に最初に出荷されましたが、その後新機能を順次追加開発し、現在はさまざまなネットワーク環境に対応可能な多機能装置になっています。2010年3月期においては、FIFAワールドカップ南アフリカ大会やドイツの公共放送用ネットワークであるHYBNETに採用されたほかにも、スペインの放送用ネットワークなどにも採用が広がっています。国内でもCATV（ケーブルテレビ）局間の映像配信ネットワークへの採用が進展しており、着実に売上を伸ばし、今では当社のフラッグシッププロダクトになっています。

デジタル共聴自主放送装置MD2800は、学校やホテルなどの館内自主放送を行っている施設向けに、効率的かつ安価にデジタル化を実現する装置です。この新製品には、当社が放送装置で培ってきた各種アナログ、デジタル技術と製品の小型化、低価格化技術が詰まっており、他社にはないそれらの機能や特徴がお客さまに受け入れられ、大きく売上を伸ばしました。

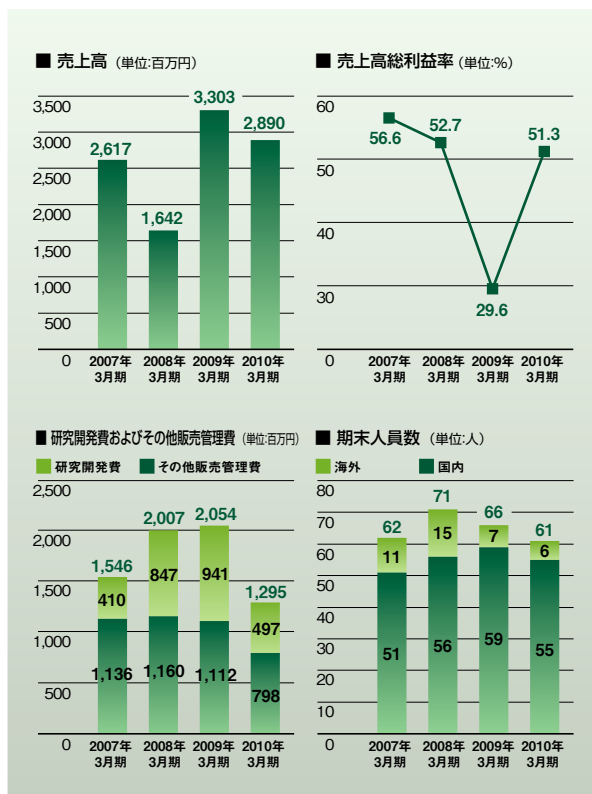
この2年間に新たに市場投入されたこれらの新製品の売上は、2010年3月期には全体の半分以上になり、大きな貢献をしました。赤字の3年間にあきらめずに行ってきた研究開発が、現在の当社の競争力を生み出したと考えられます。苦しい時にも歯を食いしばって研究開発を続けてきたことが、今の当社の成長を支えていると言っても良いでしょう。

● 新市場の獲得

テレビは依然として最強のメディアですが、インターネットなど他の新しいメディアの台頭により、今までのビジネスモデルが揺らぎ始めています。既存の地上波放送局は、足下の業績に危機感を深めており、次の一手を模索しています。当社はあくまで放送分野に事業の軸足を置いています、市場の拡大が難しい時

期は、既存放送局以外の新たな市場開拓も進めています。

2010年3月期には、既存放送局以外の新市場のひとつとして国内のCATV関連の市場を目指しました。CATV各局は、2011年のアナログ放送の停止を、顧客獲得のチャンスと考えて、サービスの高機能化を進めています。ただ、従来の衛星経由の映像配信では提供できるサービス内容に限界がありましたが、当社のMD8000を使った光ファイバー網経由の配信では、CATV各局がHD多チャンネルの高付加価値サービスを提供することが可能になります。



CATV業界は、もともと広告料収入への依存度が少ないこともあり、景気後退の影響が比較的少なく、設備投資意欲も既存放送局に比べれば積極的です。

もうひとつ当社が新市場として狙ったのが、学校やホテルなどの市場です。学校やホテルなど、特定の施設の中で自主放送を行っている施設も、2011年のアナログ放送停止により、大きな影響を受けます。学校やホテル内における従来の自主放送装置も、デジタルに対応したものに变える必要があります。新設の施設はもちろん、全国に大量にある既存設備も更新対象となります。当社はこの市場に向けてデジタル共聴システムMD2800を開発しました。従来、放送のプロ向けの装置を販売してきた当社にとって、学校やホテルは全く新しい市場になります。この市場に対しては、一から販売網を構築するのではなく、販売パートナーを見つけることが重要でした。各地域や業界、業態ごとにそれぞれ適切なパートナーを獲得できたことが、この市場への参入がスムーズにできた要因のひとつでした。もちろん、その背後には、当社製品の持つ機能面、品質面、価格面での優位性が、それぞれの販売パートナーにしっかり認識していただけたことがあります。

上記の通り、新製品の売上貢献と新市場への積極的展開が功を奏し、2010年3月期の売上高は、期初計画を8%上回る2,890百万円となりました。製品グループ別内訳では、MD2800を含む放送系売上高が972百万円となりました。既存放送局の需要は減退しましたが、CATV関連や学校、ホテルなどの新市場開拓により、落ち込みをカバーしました。またMD8000の販売が国内CATV関連や海外市場で大きく伸びたこともあり、通信系売上高は1,859百万円となり、前期比大幅に増加しました。

原価および販管費について

2010年3月期の売上高総利益率は51%となり、大型システム

案件の利益率が低かったことが全体の利益率を押し下げていた前期の30%から回復しました。回復したといっても2期前、3期前の水準には達しておらず、まだ改善の余地はあると考えています。

販売費および一般管理費合計は、1,295百万円となり、前期比37%減少しました。2008年10月以降取り組んできた経費削減が定着してきたように感じています。経費はすべて一から見直し、ムダを省きました。予算の執行を厳格にコントロールする仕組みを構築しました。

販管費の中で大きな割合を占める研究開発費は、前期から47%減少し497百万円となりました。研究開発は、当社の競争力の最も重要な部分だと認識しているので、人員削減は行わず、主に外部に委託していた業務を社内に取り込むことや購入品を見直すことなどで費用の削減を進めました。また、公的機関から研究開発に関わる助成金を受け入れられたことも費用の圧縮につながりました。当社の技術力が高く評価された結果です。

利益について

営業利益、経常利益、当期純利益は、それぞれ187百万円、133百万円、123百万円となり、4期ぶりに黒字になっただけでなく、いずれも期初の計画を上回ることができました。

キャッシュフローについて

損益計算書では黒字を出したものの、営業キャッシュフローは、マイナス391百万円となりました。これは、売上の多くが期末に集中したためです。例年、国内売上は期末に集中する傾向があったのですが、2010年3月期には海外の大口案件の出荷も期末に重なってしまいました。その結果、売上債権の増加が大きくなりました。

投資キャッシュフローはマイナス161百万円、財務キャッシュフローはプラス291百万円となりました。その結果、2010年3月末の現金および現金同等物残高は、2009年3月末に比較して265百万円減少し、1,134百万円となりました。

2011年3月期通期業績見通し

事業環境

2011年3月期の事業環境も、依然として厳しい状況が続くものと考えています。短期間で放送業界の需要が大きく回復することは難しいと見られます。先行きは不透明ですが、目の動きに惑わされることなく、確固たる信念を持って、世界の大きなトレンドを着実に捉えたいと考えています。

短期的な市場の動向を探ってみると、国内では2011年のアナログ放送の停止に向けての動きがあります。放送局はすべて準備を終えています。個人の家ではまだ未対応の世帯がたくさんあります。CATV局は顧客獲得の好機と見て攻勢をかけています。国内CATV業界の再編の行方も注目されますが、CATV局の高機能化への積極投資は続くものと思われます。また、学校やホテルなどの自主放送を行っている施設では、まだ対応が済んでいない場所が多く、既存のアナログ設備を持っている施設は設備をデジタル用に更新しないと事業を継続できません。この市場は、この1、2年が勝負です。当社の国内営業チームは、集中してこの市場に取り組みます。

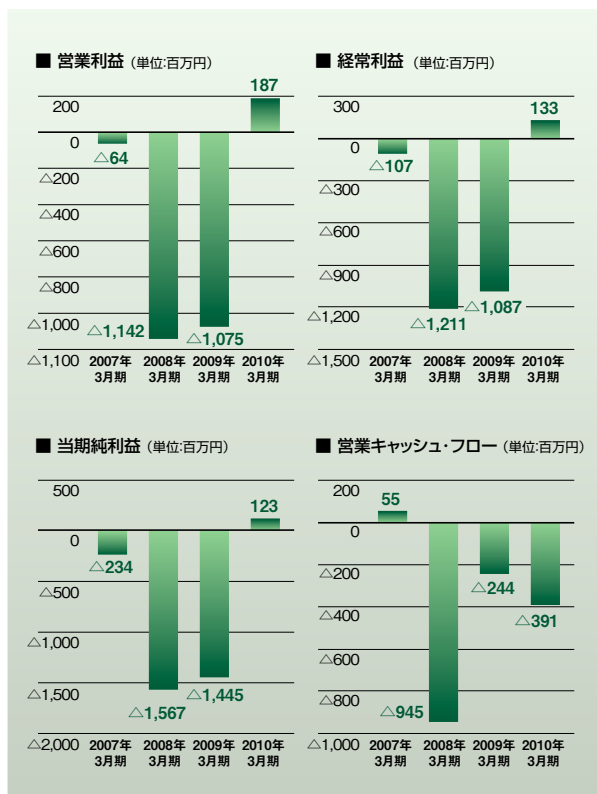
海外においては、FIFAワールドカップという大きなスポーツイベントがあります。スポーツ中継をきっかけとして放送用インフラの高度化がなされる場合が多く、当社製品のアピールの機会として活用し、高まる需要を逃さないようにします。

売上計画

2011年3月期の売上高は、ほぼ横ばいの2,870百万円を計画しています。事業環境が一気に好転しているわけではないため、慎重な見方をしています。

国内については、既存放送局の需要はすぐには回復しないものと見ています。その落ち込んだ部分を光ネットワークへの移行が進むCATV局向けと学校やホテル等の自主放送設備のデジタル化市場でカバーしたうえで、さらなる増加を見込んでいます。

海外については、既存顧客からの増設需要による追加オーダーの獲得を目指しています。また、MD8000の機能をさらに追加して、新たな顧客を開拓します。特に、北米については、今まで高機能の放送用ネットワーク・インフラへの需要が現われていなかったのですが、ようやく立ち上がりの兆しが見え始めました。北米は大きな市場ですので、ぜひ実績を作り、これからは活かしたいと考えています。



原価および販管費計画

売上原価に関しては、社内の組織変更を行い(P.7「トピックス Product & Innovation Centerの新設」をご参照ください)、より一層きめ細かいコントロールができるように体制を整えました。当社はファブレスメーカーとして、製品製造は外部に委託していますが、その委託先とのコミュニケーションを円滑にし、効率的な納期調整やコスト管理を進め、原価率の低減に努めます。

販管費の中で最も大きな要素である研究開発費に関しては、メリハリのつけた運用をします。公的機関からの助成金受入は2011年3月期も継続します。助成金を活用した基礎研究は、次期以降の将来の新製品開発に繋がります。顧客からの具体的要望に応えるための機能追加や応用開発は、効率をチェックしながら費用をコントロールします。

2011年3月期は、ムダは徹底的に省きますが、今までの削減一辺倒ではなく、将来の競争力を築くために必要だと判断すれば積極的にリソースを投入します。そのため、販管費は前期比12%の増加を計画しています。

利益計画

2011年3月期の営業利益、経常利益、当期利益は、それぞれ120百万円、100百万円、100百万円を計画しています。事業環境が厳しく、売上の伸びが抑えられる見通しの中、将来に向けての投資を一部復活させるため、利益は前期比マイナスを計画しています。もちろん、これで満足しているわけではありません。現在、進行中の商談の受注獲得率を高めることにより、計画を上回る結果を出せるよう、努力を続けています。

中期的見通し

当社の中長期的見通しは、まったくぶれていません。従って、この部分は、前回の『MGL通信 Vol.7』で述べたことの繰り返しになります。

中長期的には、放送装置市場のメインプレイヤーになることを目指しています。その切り口として当社の持つIP技術の優位性をアピールしていきます。昨今の経済情勢から、多くのお客さまは設備投資を見直していますが、こういう時期だからこそ、従来製品よりコスト面で優れたIP技術への関心は高まっています。また、競合他社は新たな研究開発投資を抑えているので、当社技術に追いつくことは困難になっています。当社にとって、この不況期はむしろチャンスだと言えます。実際、2010年3月期は、ほとんどの放送装置メーカーが業績を悪化させたのに対し、当社は業績を好転させることができました。

2008年に当社が納入したフジテレビジョン新回線センターのメインとなる装置とシステムは、業界内の賞を受賞するなど高く評価されました。今後ますます進展する「放送のIP化」の流れの中、当社のこの実績は大きな強みになっています。

ただ、足下の放送業界を取り巻く環境が厳しいことも事実です。このままテレビ広告市場が大きく減退することはないと考えていますが、今から短期間で急回復することも難しいと見ています。そのため、当面は既存の放送局以外の市場へのアプローチが重要だと考えています。2011年のアナログ放送の停止に向けて、CATV市場と学校やホテルなどを対象とするデジタル共聴システム市場は、確実に存在するマーケットであり、この1年間は集中して取り組みます。

海外市場に目を転じると、今までは少し違った光景が目に入ります。2008年に当社がメインの装置を納入したドイツMedia Broadcast社の『Broadcast NGN』は放送用広域配信ネットワークのIP化の嚆矢となりました。2009年にはドイツのHYBNETにも採用が広がり、放送の配信ネットワークのIP化が技術者の夢物語ではなく、現実のビジネスと

して成立することが認められるようになってきました。2010年はスペインにも採用が決まりました。他の欧州各国でも採用の動きが広がってきているだけでなく、米国でも変化が現われてきています。この動きを着実に捕まえることが、当社を次のステップに押し上げることになります。配信ネットワークに採用されると、その後は増設の追加オーダーが継続的に期待できます。そのことが売上の平準化につながり、当社経営の安定基盤を築くことができます。早く、そのステージに上りたいと考えています。

テレビ放送装置の設備投資の大きな波を見ると、2000年代は「デジタル化」投資の時代でした。放送局は1990年代末からデジタル設備を拡充し2000年前後から欧米各国や日本で地上デジタル放送が開始されました。2010年頃までには「デジタル化」は完了しましたが、その間、次の波として「放送のIP化」が興ってきました。ドイツの「Broadcast NGN」やフジテレビの新回線センターが代表例です。テレビ放送のIP化の波はまだ始まったばかりですが、その一方で、約10年と言われている放送設備の更新サイクルにより、2000年代初頭に行われたデジタル化投資の設備更新の時期が2010年代初めに迫っています。その時は、10年前と同じ設備ではなくIPを組み込んだ設備になるでしょう。すなわち、今小さく始まったIP化の波は、2012年頃には10年前のデジタル設備の更新需要と相まって盛り上がりを見せると考えています。現在は、そのタイミングを見据えたマーケティング活動を展開しています。2009年7月にNECとの事業提携を行いました。その主な狙いは、当社の弱い部分を補完できるパートナーと組むことにより、次の需要拡大期に一気に市場を獲得することを目指しています。今はそのタイミングに向けて、当社の優位性のある技術力にさらに磨きをかけて、他社の追随を許さない高レベルの新製品を開発することに取り組んでいます。

引き続きご支援を賜りますようお願いいたします。



Topics

スペインの放送用ネットワークの伝送装置としてMD8000が採用

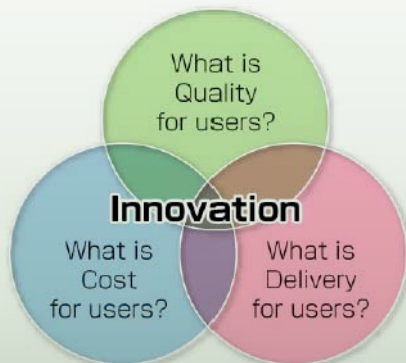


スペインの各自治州にある公共放送局の連合体であるFORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos)は、スペイン全土に広がる加盟全放送局を光ファイバーで結ぶ新しい放送用ネットワークの伝送装置としてMD8000の採用を決めました。

FORTAは、スペインの首都、マドリードに本社を置く世界最大規模の通信事業者であるTelefonica S.A.が運営主体となっており、今回、MD8000の採用を決めたのもTelefonicaのスタッフでした。Telefonicaは、世界25カ国で通信事業を展開している巨大企業です。スペイン以外の欧州各国にも積極的に進出しているだけでなく、スペイン語圏の中南米各国でも強固な事業基盤を築いています。

当社では、今後FORTAからの継続的な追加受注だけでなく、Telefonicaからの受注も獲得できるようさまざまな営業活動を欧州の代理店とともに進めています。

Product & Innovation Centerの新設



2010年4月1日付けで、生産管理部を廃止してProduct & Innovation Center (略称:PIC)を新設する組織変更を行いました。

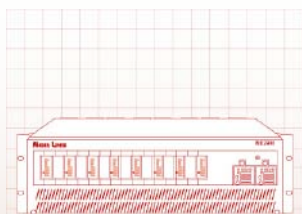
PICは製品に関する業務を統括します。それにより、設計開発部門は開発に集中することができ、営業部門は顧客に集中することができます。

今まで、設計開発部門の技術者は、製品の製造や顧客向けデモなどについても関与することがありました。当社のように小さな組織では、部門の壁を超えて柔軟に対応できることは強みのひとつであり、技術者にとっても有意義な経験になっていました。そのやり方にも、メリットはあったのですが、今後当社がさらにステップアップするためには、各部門が本来のミッションを明確に認識し、それを達成することに強い覚悟を持つことが必要であり、今がその切替のタイミングだと判断しました。

今回の組織変更の意義が浸透すれば、当社の組織としての競争力の強化につながるものと考えています。

New Products

デジタル共聴システムMD2900 ISDB-T自主放送装置



MD2900

競馬場や競輪場など公営競技場では、場内にいくつものテレビ画面が設置されており、レース映像や各種案内、オッズ情報などさまざまな映像が流されています。その場内放送設備もアナログからデジタルへの転換が進んでいます。

当社では、学校、ホテル、病院などの施設内放送設備を、従来のアナログ方式から地上デジタル方式に効率的に切り替えることができる装置として、すでにMD2800を発売し、好評をいただいています。しかし、公営競技場では複数のチャンネルを同時に流すことが必要になるので、MD2800の上位機種として、MD2900を開発しました。

デジタル共聴システムMD2900は、既に敷設されている有線ケーブルなどの既存のインフラ環境を最大限に活用することで、より少ない投資でデジタル方式のシステム構築を可能とする製品です。既存のアナログ設備との並行運用が可能で、システム全体の設備導入を安価に、計画的、段階的に行うことができます。

Column

3D放送と当社の伝送装置



最近、よく話題になる3D放送ですが、3D放送の実施にあたって、当社技術の強みを考えて見ましょう。

3D放送の方式としては、現在いくつもの方式が実用化されていますが、多くは右目用と左目用の2つの異なる映像を見せることによって視聴者には立体的に見えるようにしています。従って、従来は1本の映像信号を送ればよかったところが、3Dでは同時に2本の映像信号を送る必要があります。また、送られた2つの映像信号を少しの狂いもなく同期させなくては正しい3D映像の再生はできません。

即ち、3D映像伝送装置にとって重要なのは、多くのデータ量を一度に処理できることと、送られた2本の映像の完全な同期を実現させることです。この2つとも、当社にとっては得意分野です。実際、今年、世界で初めてFIFAワールドカップの試合中継が3D映像化されますが、南アフリカ国内10カ所の競技場からの3D映像は、当社のMD8000を通じて全世界に届けられます。

今後、3D映像が普及するにつれ、当社技術への需要が高まることが期待されます。

Financial Statements

連結貸借対照表

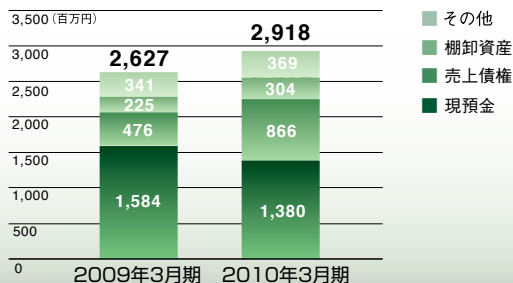
(単位:百万円)

科 目	第17期 (2010年3月31日)	第16期 (2009年3月31日)
資産の部		
流動資産	2,664	2,316
固定資産	254	311
有形固定資産	117	154
無形固定資産	44	78
投資その他の資産	93	78
資産合計	2,918	2,627

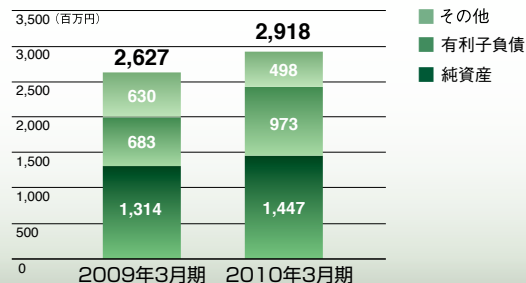
(単位:百万円)

科 目	第17期 (2010年3月31日)	第16期 (2009年3月31日)
負債の部		
流動負債	1,114	879
固定負債	358	433
負債合計	1,472	1,312
純資産の部		
株主資本	1,526	1,403
資本金	1,580	1,580
資本剰余金	2,063	2,063
利益剰余金	△2,117	△2,240
評価・換算差額等	△105	△114
新株予約権	26	26
純資産合計	1,447	1,314
負債純資産合計	2,918	2,627

資産



負債および純資産



連結損益計算書

(単位:百万円)

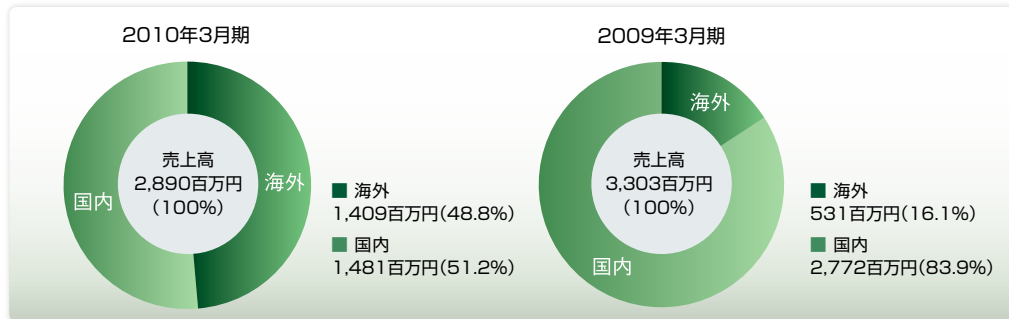
科 目	第17期	第16期
	(自2009年4月1日 至2010年3月31日)	(自2008年4月1日 至2009年3月31日)
売上高	2,890	3,303
売上原価	1,407	2,325
売上総利益	1,483	978
販売費及び一般管理費	1,295	2,054
営業利益又は営業損失(△)	187	△1,075
営業外収益	3	42
営業外費用	57	54
経常利益又は経常損失(△)	133	△1,087
特別利益	0	4
特別損失	8	359
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△)	125	△1,442
法人税等合計	2	3
当期純利益又は当期純損失(△)	123	△1,445

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科 目	第17期	第16期
	(自2009年4月1日 至2010年3月31日)	(自2008年4月1日 至2009年3月31日)
営業活動による キャッシュ・フロー	△391	△244
投資活動による キャッシュ・フロー	△161	△185
財務活動による キャッシュ・フロー	291	△325
現金及び現金同等物に 係る換算差額	△4	△69
現金及び現金同等物の 増減額	△265	△823
現金及び現金同等物の 期首残高	1,399	2,222
現金及び現金同等物の 期末残高	1,134	1,399

地域別売上高構成比



● 会社概要

名 称 株式会社メディアグローバルリンクス
 本社所在地 〒213-0012
 神奈川県川崎市高津区坂戸3-2-1
 かながわサイエンスパークR&D棟C-1225

T E L 044-813-8965

F A X 044-813-8966

設立年月日 1993年4月12日

資本金 15億7,958万円

従業員数 61名

事業内容 1. 映像、音声、通信に関する機器およびソフトウェア
 の開発、設計、製作、工事、販売、リース、レンタル
 2. 前号に関するコンサルティング業務
 3. 上記各号に付帯する一切の業務

グループ会社 MEDIA LINKS, INC. (連結子会社)

● 役員

代表取締役社長 林 英 一
 取締役 森 田 高 明
 取締役 小 野 孝 次
 取締役 武 田 憲 裕
 常勤監査役 山 室 武
 監査役 木 下 直 樹
 監査役 竹 中 徹

見直しに関する注意事項

本冊子にある将来の業績予想・事業環境予測などに関する記述は、記述した時点で当社が入手できた情報に基づいたものであり、これらの予想・予測には不確実な要素が含まれています。また、これらの予想・予測を覆す潜在的なリスクが顕在化する可能性もあります。したがって、将来の実際の業績・事業環境などは、本冊子に記載した予想・予測とは異なったものとなる可能性があることをご承知おきください。

数値表記について

本冊子の数値表記は、原則として表示単位の下位1桁で四捨五入してあります。

● 株式の状況

発行可能株式総数 200,000株
 発行済株式総数 51,710株
 株主数 2,558名
 単元株式数 1株

● 大株主

株主名	所有株式数	出資比率
	株	%
林 英一	21,890	42.3
小野 孝次	3,410	6.6
山田 相奇	2,583	5.0
森田 高明	1,960	3.8
武田 憲裕	1,530	3.0
メディアグローバルリンクス従業員持株会	1,528	3.0
山本 友信	1,009	2.0
林 由起	570	1.1
住吉 玲子	530	1.0
杉浦 常治	520	1.0

株主メモ

証券コード	6659
事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎決算期の翌日から3カ月以内
基準日	3月31日
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
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7丁目10番11号 TEL 0120-232-711 (通話料無料)
公告の方法	当社の公告は電子公告により行います。 http://www.medialinks.co.jp/