

MGL Vol.20 通信

2015年4月1日～2016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®

未来に向けて、 果敢にチャレンジしています

2016年3月期の業績

当社の2016年3月期売上高は、前期比5.5%増加し5,650百万円となり、2期続けて過去最高を記録することができました。前期に引き続き、オーストラリアと北米を中心とした海外市場で、既存顧客からの追加オーダーが底堅く推移し、業績を牽引しました。

将来に向けての研究開発費を中心に、販売費及び一般管理費が前期比12.8%増加したため、営業利益は316百万円、経常利益は258百万円、当期純利益は114百万円となり、いずれも前期比で減少しました。

一方、新たなビジネス分野として、放送局内IPネットワーク構築案件を複数受注することができました。業績への貢献は2017年3月期からになりますが、当社の将来に向けての新たな一歩を踏み出しました。

▶ 売上高について

当社の2016年3月期における売上高は前期比5.5%増加し、5,650百万円となりました。期初に策定した売上計画に対しては0.9%下回りましたが、2016年2月に公表した修正計画に対しては0.9%上回りました。2012年3月期から5年間の年平均成長率は16.3%となり、比較的高い成長を続けています。

当期の売上を牽引したのは、前期に引き続きオーストラリアと北米での事業でした。既存のお客さまからの継続的な追加オーダーを順調に獲得することができました。オーストラリアでは、一般的のテレビ放送だけでなく、競馬専用放



代表取締役社長 小野 孝次

送などの特別な放送ネットワークにも採用が広がってきました。北米では、プロスポーツ用放送ネットワークなどでの採用が引き続き継続しています。オーストラリアと北米では、ここ数年の好調な販売によって、インストールベースが拡大し、それに伴って保守料収入が増加しています。

欧州においては、2015年8月に英国支店を開設し、新たな展開を進めてきましたが、売上としては、ロシアのアイスホッケーリーグ向け以外は、目立った結果を残すことができませんでした。

一方、日本を含むアジアでは単発のビジネスが主体となっていますが、日本では、ケーブルテレビ局のネットワーク向けの設備需要は継続しています。アジアでは、当社のMD8000シリーズが、韓国の大手放送局ネットワーク

向けに納入されました。これで韓国の三大放送ネットワークのすべてで、当社製品が使われることになりました。日本を含むアジアの売上は、前期に比べて増加しましたが、全体への貢献はオーストラリアと北米が大きい状況は変わりませんでした。

海外売上高比率は、前期の78%から4ポイント減少し74%になりました。製品グループ別では、ハードウェアの売上高が前期比4.0%増加し、4,605百万円となり、全体の売上高に占める割合は、82%となりました。

▶ 原価について

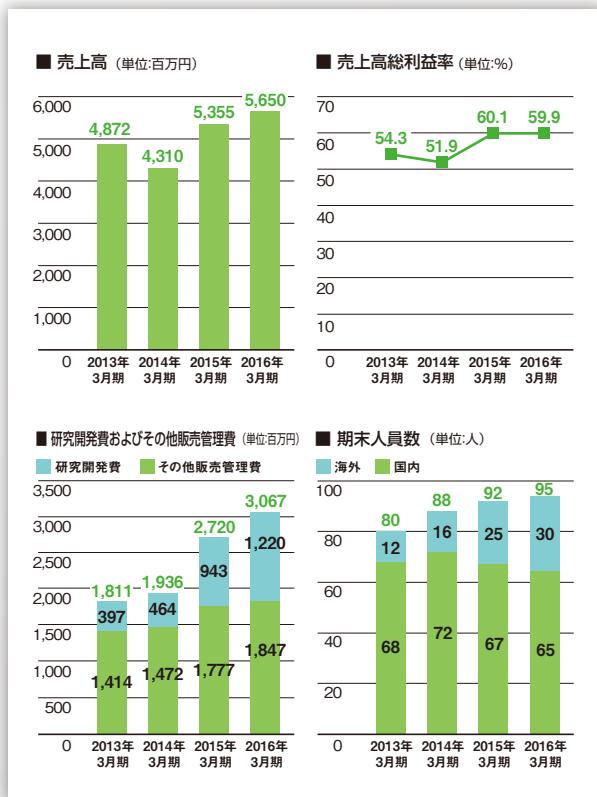
2016年3月期の売上高総利益率は59.9%となり、前期の60.1%からわずかに低下しました。売上のうち、既存製品であるMD8000シリーズの割合が高く、しかも既存顧客からの追加オーダーの比率が高いのですが、今のところ、製品の売上高総利益率は適正と思われる水準を維持することができます。IPへの関心が高まるにつれ、競合が新たにこのビジネスに参入してくる状況となり、既存の当社製品ユーザーからの価格低下圧力はありますが、健全な売上高総利益率を確保できています。当社製品が持つ性能や機能の優秀性に加えて、購買・製造担当部門の継続的な原価低減努力の成果だと考えています。

▶ 販売費及び一般管理費について

販売費及び一般管理費は、前期比12.8%増加し3,067百万円となりました。そのうち研究開発費は、前期と比べて29.3%増加し、1,220百万円となりました。拡大しつつある市場において、新規参入してくる競合企業も増える中で、今後も競争力を保ち続けるためには、新たな技術を積極的に取り込みながら、新たなビジネス環境で効果を発揮できる新製品を絶えず市場に供給し続ける必要があります。研究開発を遅らせることは、将来のビジネスチャンスを失うことになる

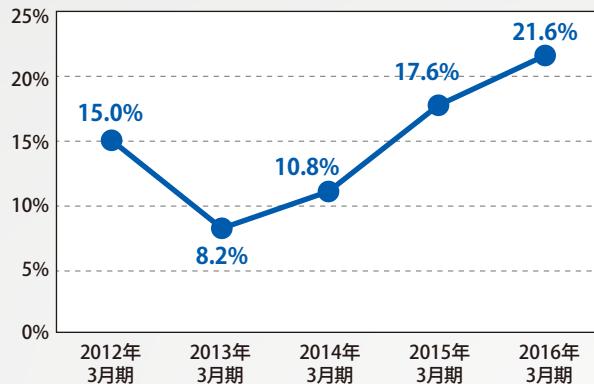
なると考え、研究開発投資を加速しました。

期末人員数は95名となり、前期末より3名増加しました。その内訳は国内の人数が2名減少し、海外で5名増加しました。海外事業の拡大に伴い、海外の要員を増加させ、海外におけるマーケティング活動を強化したことが、販売費の増加につながりました。



▶ 研究開発活動について

売上高研究開発費率



2016年3月期の研究開発費は前期と比べて276百万円増加し、1,220百万円となりました。増加率では29.3%となりました。売上高に対する研究開発費の割合は前期の17.6%から21.6%に増加しました。2011年3月期から2015年3月期までの5年間の平均が13.4%でしたから、大幅に増加したことになります。映像メディア事業において、IP技術の適用分野が、従来の映像伝送分野だけからワークフロー全体に広まってきています。それに伴い、当社が提供する製品分野も以前は映像伝送装置に限られていたが、放送局内IPネットワークなどに広がってきており、開発する製品数、開発項目数が増えています。これは、市場の成長に合わせた研究開発費の増大であり、当社の今後の成長に必須のものです。2016年3月期においては、結果だけを見ると研究開発費の増加が利益を縮小させていますが、これは将来に向けて必要な措置を取った結果だとご理解くださいとお願いいたします。

▶ 利益について

2016年3月期の営業利益は、前期比36.8%減少し316百万円となりました。営業外損益で為替差損57百万円(前期は53

百万円の為替差益)が発生したことなどにより、経常利益は52.1%減少し258百万円となりました。当期純利益は前期比78.5%減少し、114百万円となりました。売上高および売上総利益の増加にも関わらず、営業利益以下が減少したのは、主として海外における積極的なマーケティング活動や研究開発の強化による販売費及び一般管理費の増加によるものです。期初計画に対しては、営業利益は20.9%減少、経常利益は33.9%減少、当期純利益は61.9%減少となり、2016年2月に公表した修正予想に対しては、営業利益は75.7%増加、経常利益は66.2%増加、当期純利益は128.7%増加となりました。

▶ キャッシュ・フローについて

2016年3月期の営業キャッシュ・フローはプラス388百万円、投資キャッシュ・フローはマイナス195百万円、財務キャッシュ・フローは、プラス154百万円となりました。その結果、2016年3月期末の現金および現金同等物残高は、前期末に比べて294百万円増加し、2,652百万円となりました。

放送局内IPネットワーク構築プロジェクトをすでに複数受注しており、そのプロジェクトにはシステムインテグレーションや工事作業なども含まれています。工事期間がかかるプロジェクトもあるので、一時的に費用が先行することが想定されます。それに備えて資金を厚くしました。

2017年3月期業績見通し

▶ 事業環境

現在、映像メディアビジネスの事業環境は大きな変革期を迎えていました。従来は、映像コンテンツを視聴するデバイスは、家庭のテレビ受像機がメインでした。毎週、決まった曜日の決まった時間に好きな番組を見るために自宅のテレビの前に座ることが、多くの人たちの習慣になっていました。テレビ放送局は、視聴者のその習慣を前提にコンテンツを作り、

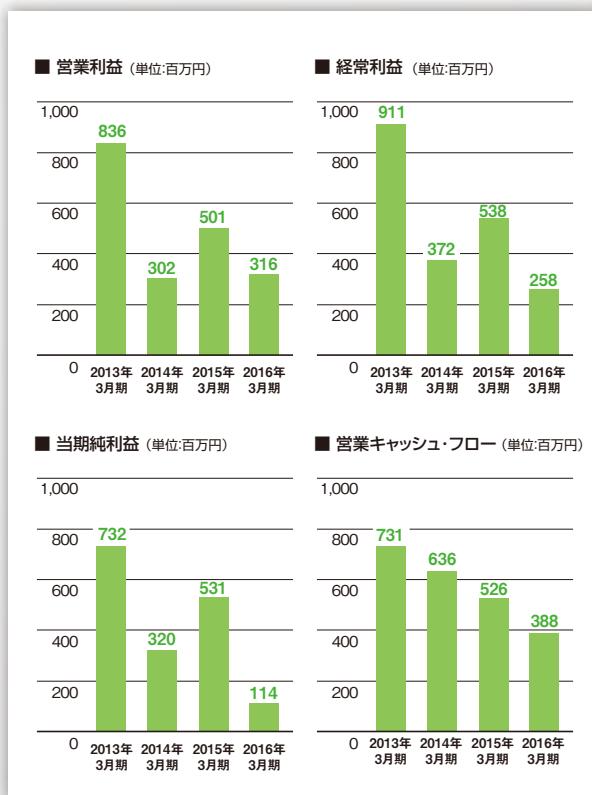
配信するインフラを整え、その習慣を前提にして収益をあげるビジネスモデルを構築してきました。しかし、その前提は、今は完全に崩れてしまいました。

インターネットを通した映像コンテンツ配信ビジネスが普及したことにより、コンテンツを見る時間と場所の制約が取り払われ、モバイル端末の性能向上と環境整備により、コンテンツを見るデバイスが多様化しました。現在は、このような新しい条件に適応したビジネスモデルが求められています。

新しい事業環境は、設備投資への考え方も変えました。従来の放送ビジネスでは、放送事業に特化した独自規格に基づく専用ハードウェア装置と専用ネットワークを各社がそれぞれ所有し、各社の社員である専門の技術者が扱うものでした。それが、技術の進歩により、専用ハードウェアでなければ安定的な処理ができなかつた部分も、一般的なハードウェア上で、ソフトウェアを使って処理できるようになってきました。また、ハードウェアなどの設備も、今までは自社で保有して運用するのが当たり前でしたが、最近ではクラウドサービスの活用が進展しています。さらに、ネットワークにおいても仮想化技術の活用により、コストを劇的に下げることが可能になってきました。

テレビ放送の歴史を振り返ってみると、過去に何度も大きな技術の変革がありました。1950年代から1960年代にかけては白黒画像からカラー画像への変化がありました。2000年代にはアナログからデジタルへの移行、そしてSD(Standard Definition)からHD(High Definition)へ画像の高精細化がありました。これらの変化の際、放送設備の変更是ありましたが、基本的には古い設備を新しい設備に置き換えるだけのものでした。テレビ放送事業のビジネスモデルは変わらず継続し、運用ワークフローが大きく変わることもありませんでした。しかし、現在起こっている変革は、過去の変革とは様相が異なっています。放送事業者は従来のビジネスモデルの行き詰まりを感じています。新しい技術やインフラをフル活用するために、運用ワークフローも新たに作り変える必要があります。そ

れだけにとどまらず、現在の技術変化や環境変化に対応し、その効果を積極的に求めるなら、事業構造そのものを根底から変え、さらには企業文化まで変えることも必要になると言われています。放送業界は、IT業界などに比べて、変化の少ない業界でしたが、現在は、さまざまな場面で、いくつもの大きな変革を同時に進めないといけなくなっています。従来の業界の常識は、もはや通用しなくなっています。日本の放送業界だけを見ていると、大きな変化は感じ難いのですが、世界の映像メディア業界は大きな変革の真っただ中にいます。



仮想化やクラウド化など技術面の変革がいくつもの場面で起こっていますが、その背景に共通してあるのは、IP技術です。仮想化やクラウド化は、その前提としてIP化を想定しています。映像コンテンツデータを充分な安定性、信頼性を確保したうえで、IPパケットとして伝送することに関しては、当社は業界内で最も経験が豊富な1社と言えます。当社が持っているIP技術と経験は、現在業界の変革を乗り切ろうとしている多くの企業にとって大きな価値のあるものと考えられます。今の変革の時代にこそ、当社の優位性が活かされます。

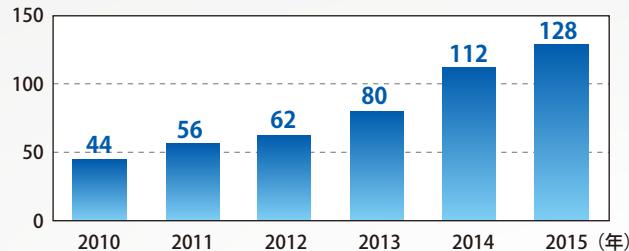
業界に起こっているもうひとつの変化として、ベンダーの再編があります。従来、放送装置メーカーはひとつのサブセグメント内の特定のニッチ分野に特化した製品を作る小規模メーカーがたくさん存在していました。今から10年前の2006年に業界団体がまとめた資料によると、業界内のプレイヤーには売上1,000万ドル以下の小規模メーカーが多数を占めていたことが分かります。その状況は大きく変わりました。技術の変革により、従来の業界の枠組みで考えられていたセグメント分類が壊れてきており、それぞれのメーカーにとっては、今まで存立の基盤としてきたニッチ市場そのものがなくなってしまうリスクが現実のものになろうとしています。そのため、単一のニッチ市場に依存するのではなく、製品の幅を広げようとする動きが起こっています。

一方、ユーザー側では、今までは各メーカーから納入された製品をシステムインテグレーションするノウハウを自社内に築いてきました。しかし、現在はさまざまな変革により、基盤となる技術が変わり、運用ワークフローが変わります。ユーザー側ではこれまでのノウハウが通用しなくなっています。そのため、ベンダー側にシステムとして全体を統合した形での納入を求めるようになりました。その結果、放送装置メーカーは総合的なソリューションベンダーへの転換を進め、自社の製品ラインナップを拡大する方向に舵を切りました。

ベンダー側の競争条件の変化およびユーザー側のニーズ

の変化、それぞれの事情により、各放送装置メーカーは、製品ラインナップの幅を広げる方向に進んでいます。その手段のひとつとしてM&Aを積極的に活用するようになり、ここ数年、業界内のM&A件数は増加しています。

放送装置ベンダーM&A件数推移



▶ 売上計画

事業環境が大きく変化している状況は、当社にとってチャンスです。当社にとって新しい市場、新しい顧客に食い込める可能性が高まるからです。

2017年3月期には当社にとって新しい市場となる放送局内IPネットワーク分野で売上を実現させます。この分野はまず日本で先行します。すでに複数の放送局から案件を受注していますが、さらに、それに続く案件の商談も進んでいます。日本市場で先行してシステム構築の経験を積み、そこから局内IPネットワークシステムモデルを確立したうえで、そのモデルを海外に展開することを考えています。海外市場は日本の10倍以上あると推定されており、この分野もメインの市場はグローバルです。日本市場では業界の慣習などから、システムインテグレーションを含むシステム受注となるケースが多いのですが、海外市場ではメーカーとしての製品提供がメインビジネスになると想定しています。

既存の分野である映像伝送装置については、新規顧客の獲得が大きなテーマになります。特に欧州は充分な市場規模が

ありながら、売上面では苦戦していた地域なので、特に強化します。昨年8月に開設した英国支店をフル活用して、新規顧客の獲得に全力を上げます。まず、当社が得意とするスポーツイベント関連の案件をターゲットとし、そこを突破口として市場浸透を狙っています。欧州は全体として大きな市場ですが、各国それぞれ市場の特性が異なります。そのため、欧州では、当社英国支店による直接販売ではなく、各国・各市場に精通した代理店を通して販売します。

北米はすでに大きな顧客がいますが、市場規模から考えるとまだ拡大できる余地があります。北米における新規顧客の獲得も狙っています。一方、オーストラリア国内市場はすでに参入後4年が経過し、初期導入は一巡感があります。今期の需要は一時的に低下するものと見込んでいます。次の大規模な設備更新が数年後には期待できるので、それに向けて顧客との信頼関係の維持、向上を働きかけます。

映像伝送装置の日本国内販売については、前年に引き続きケーブルテレビ局向けネットワーク案件が進行します。アジアでは、まだ環境が整っていない国が多いのですが、一部には真剣に採用を検討している顧客もあり、今期中の売上実現を期待しています。

2017年3月期の売上高は、前年比6.2%増加の6,000百万円を計画しています。前年まで成長を牽引してきたオーストラリアと北米のうち、オーストラリアについては需要が減少しますが、日本の放送局内IPネットワーク案件や欧州、北米、アジアの新規顧客案件などが貢献すると見込んでおり、前年を上回る売上をあげ、3年連続最高額の達成を目指しています。

▶ 利益計画

2017年3月期の売上高総利益率は、前期より低下することを見込んでいます。放送局内IPネットワーク案件は、当社製品だけではなく他社からの仕入商品の販売や、外注を使った工事などが含まれたシステム案件として受注しています。この場

合は、当社製品の販売だけの案件に比べて利益率が落ちることになります。製品単品販売だけを見ますと、継続的な原価低減活動を進めていることもあり、前期と同水準の利益率を確保できると見込んでいますが、放送局内IPネットワーク案件が全体の売上高総利益率を押し下げることになります。

販売費及び一般管理費につきましては、新規顧客開拓のためのマーケティング活動の強化や新たな販売代理店網構築のための費用が増加します。研究開発費は当社の競争力を維持するために必要なものであり、前期とほぼ同じ水準を投入する予定です。そのため、販売費及び一般管理費は前年比12%以上増加し、営業利益、経常利益、当期純利益は、それぞれ80百万円、70百万円、10百万円を計画しています。なお、為替レートは115円/USドルを想定しています。

2期連続の増収減益の計画となってしまいました。マーケティング費用の増加と研究開発費負担が大きいことが、2017年3月期の利益を圧迫する要因となっていることは間違いないありません。ただ、今このタイミングで積極的に市場に働きかけ、新しい事業環境に適応した新製品開発を強化しなければ、今まさに拡大しようとしている市場で当社が勝ち残ることはできないと考えています。今期の利益も重要ですが、将来的の競争力を確保することも重要だと考えています。ご理解くださいとお願いいたします。

放送局内IPネットワーク装置市場について

当社グループは、今期から放送局内IPネットワーク分野に本格的に参入します。すでに日本国内の複数の放送局から受注しており、今は、納品に向けて社内作業を進めているところです。さらに、他の放送局からもいくつもの引き合いをいただいており、具体的な提案に結びついている案件もあります。このような状況から判断すると、いよいよ日本では放送局内ネットワークのIP化の流れが確かなものになったと感じています。

当社は、2008年に株式会社フジテレビジョンに、当時世界最先端のIPビデオルーターを納入し、放送局内ネットワークのIP化の先駆けとなる事例を作りました。しかし、その後同製品を採用するお客様は増えず、結果としては、時代を先取りしすぎていたプロジェクトだったと言えます。ただ、このプロジェクトで開発された技術が、その後当社のフラグシッププロダクトMD8000シリーズに活かされ、長期間にわたり当社業績を牽引しています。また、当時このプロジェクトで学んだことは、今回進めているプロジェクトでも活かされており、他社にはないノウハウとして顧客へのアピールポイントとなっています。

現在の放送局内IPネットワーク装置の潜在的な市場規模は、業界団体が発表した資料などから推定したところ、世界で630億円から690億円程度だと見ています。今後5年間では年率約5%で成長するだろうと推定しており、放送装置のセグメントの中でも比較的高い成長率を示している分野です。

世界の市場を見た場合、海外の市場規模は、日本の10倍以上あると見込まれます。当社は、まず日本市場

でビジネスが立ち上がりますが、メインは海外市場を狙っています。日本の放送局で実際のシステム構築の経験を積み、そこからグローバルに通用する放送局内IPネットワークのシステムモデルを確立します。そのモデルを海外に展開し、当社の成長につなげます。

海外市場についても、すでにいくつか調査を開始しました。海外のメディア企業は、IPの採用を戦略的に考えているようです。クラウドや仮想化の導入も含めた運用ワークフローの大胆な合理化や新たな映像コンテンツ制作プロセスの創出なども想定しているようで、IP技術をビジネス構造の根本的な変革を実現するための重要な要素と考えていることが分かります。放送局の外の拠点を結ぶネットワークと局内のネットワークをIPでシームレスに結びつけることで、従来の枠組みを取り払った新しいビジネスモデルの実現が期待できます。



当社製品の納入が決まっている
中京テレビ放送株式会社の新社屋

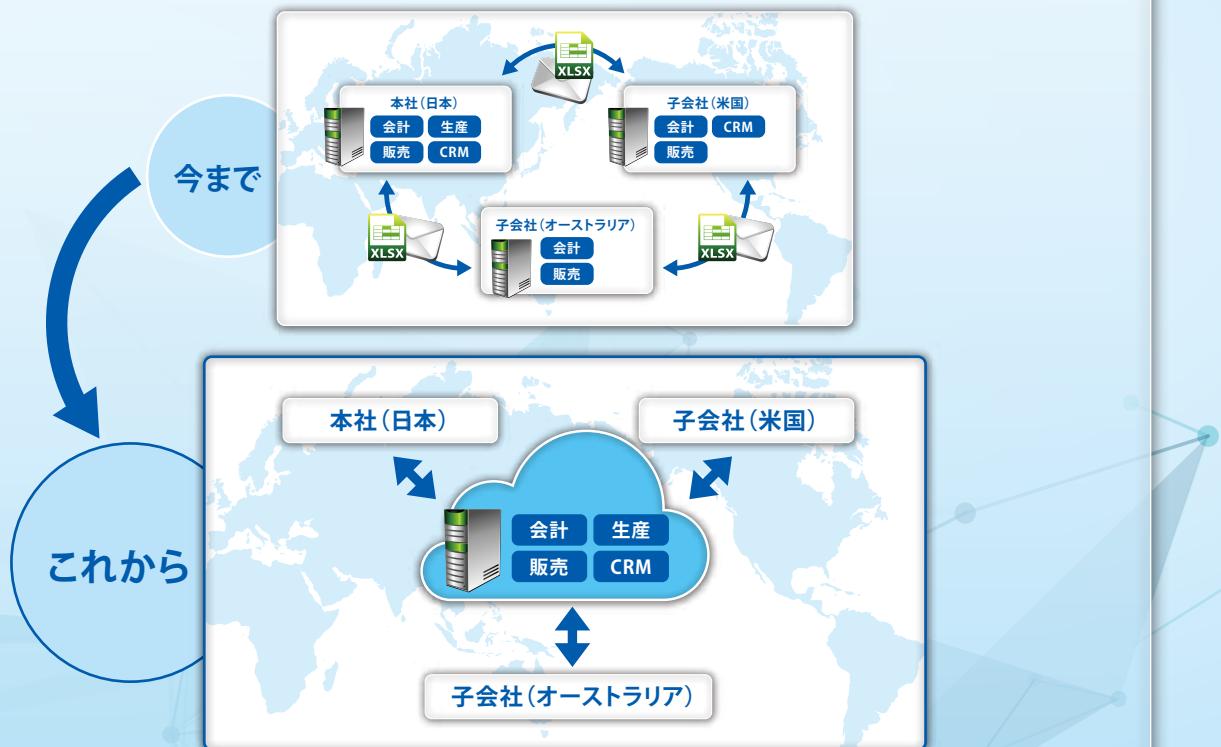
新しいERPシステムを導入しました

業務がグローバルに広がったことから、グループ各社の業務システムをグローバルに一本化することにし、新たなERPシステムを導入しました。

今まででは、日本、米国、オーストラリアの各拠点ではそれぞれ独自の業務システムを運用しており、グループ会社間のデータ連携は手作業に依存していました。今後はグループ

会社すべてがひとつのシステムを利用することで、データの連携がスムーズになり、グローバル各社の情報共有が進み、経営のスピードアップにつながることが可能になります。

新しいシステムは、日本本社とオーストラリア法人では、今年4月に稼働しました。米国は早く稼働できるよう準備中です。



Financial Statements

連結貸借対照表

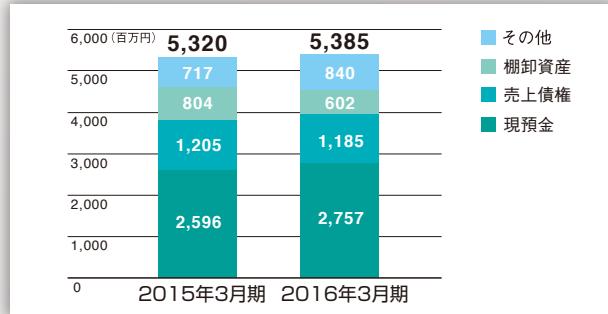
(単位:百万円)

科 目	前期末 (2015年3月31日)	当期末 (2016年3月31日)
資産の部		
流動資産	4,924	4,777
固定資産	397	608
有形固定資産	168	215
無形固定資産	135	157
投資その他の資産	93	236
資産合計	5,320	5,385

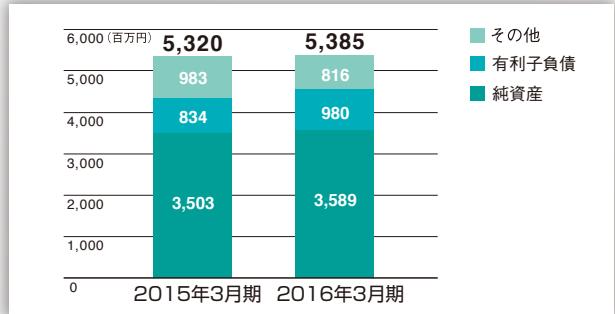
(単位:百万円)

科 目	前期末 (2015年3月31日)	当期末 (2016年3月31日)
負債の部		
流動負債	1,469	1,332
固定負債	349	464
負債合計	1,818	1,795
純資産の部		
株主資本	3,321	3,458
資本金	1,641	1,645
資本剰余金	2,124	2,141
利益剰余金	△395	△280
その他の包括利益累計額	121	49
新株予約権	61	83
純資産合計	3,503	3,589
負債純資産合計	5,320	5,385

資産



負債および純資産



連結損益計算書

(単位:百万円)

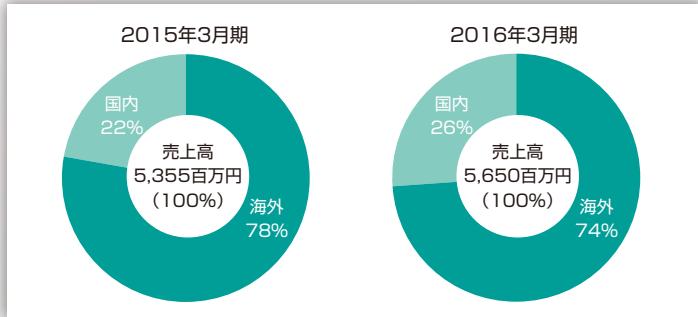
科 目	前 期 (自2014年4月1日 至2015年3月31日)	当 期 (自2015年4月1日 至2016年3月31日)
売上高	5,355	5,650
売上原価	2,134	2,266
売上総利益	3,221	3,383
販売費及び一般管理費	2,720	3,067
営業利益	501	316
営業外収益	65	8
営業外費用	27	67
経常利益	538	258
特別利益	18	0
特別損失	3	3
税金等調整前当期純利益	553	255
法人税等合計	22	140
当期純利益	531	114

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科 目	前 期 (自2014年4月1日 至2015年3月31日)	当 期 (自2015年4月1日 至2016年3月31日)
営業活動による キャッシュ・フロー	526	388
投資活動による キャッシュ・フロー	△142	△195
財務活動による キャッシュ・フロー	△263	154
現金及び現金同等物に 係る換算差額	△32	△53
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	88	294
現金及び現金同等物の 期首残高	2,270	2,358
現金及び現金同等物の 期末残高	2,358	2,652

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 〒212-0013
神奈川県川崎市幸区堀川町580-16
川崎テックセンター18階

T E L 044-589-3440
F A X 044-589-3441

設立年月日 1993年4月12日

資 本 金 16億4,540万円

従 業 員 数 95名(連結)

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

海 外 拠 点 MEDIA LINKS EMEA (英国支店)
MEDIA LINKS, INC. (米国 連結子会社)
ML AU PTY LTD (オーストラリア 連結子会社)

● 役員 (2016年6月18日現在)

代表取締役社長	小野 孝次
取 締 役	菅原 司
取 締 役	ジョン デイル
取 締 役	長谷川 渉
取 締 役	石井 洋一
常 勤 監 査 役	山室 武
監 査 役	木下 直樹
監 査 役	竹中 徹

見通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桁で四捨五入しています。

● 株式の状況

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式総数	5,556,900株
株主数	2,465名
単元株式数	100株

● 大株主

株主名	所有株式数	出資比率
	株	%
林 英一	2,075,400	37.35
小野 孝次	343,000	6.17
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	253,400	4.56
武田 憲裕	155,000	2.79
五味 昌丈	119,100	2.14
株式会社SBI証券	105,600	1.90
山本 友信	91,400	1.64
メディアグローバルリンクス従業員持株会	67,500	1.21
林 由起	57,000	1.03
鷺見 吉春	56,800	1.02

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	みずほ信託銀行株式会社
	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)
特別口座管理機関	
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/

当社は、2013年10月1日をもって1株を100株に分割し、同時に100株を1単元とする単元株制度を採用致しました。

MEDIA LINKS®

株式会社メディアグローバルリンクス



本冊子は環境に配慮し、再生紙と植物油インクを使用しています。