

株式会社メディアグローバルリンクス

MGL通信Vol.1

第14期 中間報告 2006年4月1日～2006年9月30日

会社データ

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
 Tel 044-813-8965
 Fax 044-813-8966
 設立年月日 1993年4月12日
 資本金 15億6,972万円
 従業員数 59名(2006年9月末現在)
 事業内容 ・映像、音声、通信に関する機器の開発、
 設計、製作及び販売
 ・上記に付帯する一切の業務

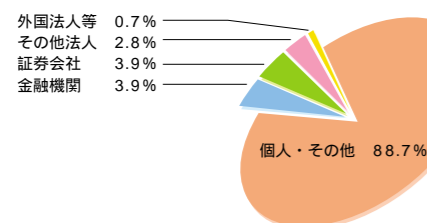
株主の状況(2006年9月末現在)

会社の発行する株式の総数 120,000株
 発行済株式の総数 50,800株
 株主数 3,553名
 単元株式数 1株

大株主

株主名	所有株式数	比率
林 英一	21,890株	43.1%
小野孝次	3,210株	6.3%
森田高明	1,760株	3.5%
武田憲裕	1,500株	3.0%
メディアグローバルリンクス従業員持株会	1,434株	2.8%
川又誠二	1,230株	2.4%
野村證券株式会社	676株	1.3%
立花証券株式会社	573株	1.1%
林 由起	570株	1.1%
日本証券金融株式会社	536株	1.1%

株主別分布状況



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 芥田俊彦
 監査役 木下直樹

株主メモ

証券コード 6659
 決算期 3月31日
 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
 株券の種類 1株券、10株券、100株券
 1単元の株式数 1株
 株式の名義書換 東京千代田区丸の内一丁目4番5号
 取扱場所 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
 株主名簿管理人 東京千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
 取次所 三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
 名義書換手数料 無料
 新券交付手数料 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/>

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。

P1 Top Interview :
林社長に聞くMGLの現状と将来

P6 今後の事業展望

P7 Topics : 当中間期の注目トピックス

P9 Keyword : キーワードで読みとく
通信と放送の融合の世界

P10 株主アンケート集計報告

P11 事業概況

P12 連結業績ハイライト

P13 連結財務諸表

MEDIA LINKS®

社長インタビュー

林社長に聞く MGLの現状と将来

メディアグローバルリンクス(以下「MGL」)は、放送技術と通信技術を融合したユニークな製品を次々と世に送り出し、注目が高まっている元気企業だ。

2006年3月にジャスダック市場への上場を果たしただけでなく、MGLの製品が、同年2月の「トリノ冬季オリンピック」や6月の「FIFAワールドカップ™・ドイツ大会」など、さまざまなスポーツイベントにおいて映像伝送装置として採用されたため、2006年前半は、MGLにとって、知名度と信頼度の両面において大きな飛躍の時となった。

そこで今回は、林英一社長自ら、MGLにおける業績や取り組み、マーケット分析、さらに今後の見通しなどについて語ってもらった。

当期の業績と取り組み

— まず、当中間期の業績について、お聞かせください。計画と比べていかがですか。

当中間期の業績は、連結売上高は前年同期比10.2%減の1,606百万円となりました。営業利益は50.8%減の

201百万円、経常利益は49.1%減の197百万円、中間純利益は42.7%減の142百万円となり、減収減益となりました。今中間期は最初から業績数値が厳しくなると見ていましたので、この結果は想定した範囲内です。

もともと、お客様の設備導入予定から、今期の売上、利益は下半期に大きく増えるの見込んでいました。通期では、前年を上回る目標を設定しているので、それに向けて進んでいます。

当社の事業は、長い期間をかけて開発を進めています。四半期単位では業績が一時的に振れることがありますが、長期的視点で考えるという経営の姿勢は揺るぎません。

— MGLの製品は、生活の中で直接に触れる機会がないため、いまひとつ内容が伝わりにくい部分もあるかと思えます。そのあたりを噛み砕いて、ご説明を願えますか。

当社は、大容量の高品位映像をネットワークで利用するための機器の設計・開発・販売を主たる業務とする「ファブレス(工場を持たずに、開発とマーケティングに特化する)」メーカーです。

日本でもハイビジョン放送— 本来の言い方は「HD(High Definition)TV」と言います — が普及してきました。きれ



いなHDTVの番組が皆様に届けられるまでには、放送局サイドでは、いろいろな手順があります。

まず現場で映像を撮影します。それを編集室に送って編集し、それぞれの地方の送信放送局に送るという手順があります。その時の映像伝送に使われるのが、当社の「MD6000」という機器なのです。

— MGLの知名度を飛躍的に高めたのは、「FIFAワールドカップ™・ドイツ大会」で、ワールドカップの映像を全

世界に発信する機器として「MD6000」が採用されたことが大きいと思うのですが、そのあたりの認識はいかがでしょうか。

日本チームの一次リーグ敗退は残念でしたね。私はお客様を訪問するために現地に行っていたので、ワールドカップの雰囲気を楽しむことができました。あの素晴らしさを世界中の人々に伝える仲介役として、私たちの作った機器が少しでも貢献できたことは、本当に嬉しく思っています。

さて「MD6000」の特長ですが、HD映像を非圧縮で長距離伝送できることです。そもそも映像を圧縮しないので画質が劣化せず、時間的な遅延もなく送れます。ライブ中継では一瞬のミスも許されません。「MD6000」には「無瞬断切替」という機能があるため、万が一、回線トラブルが発生しても、一瞬の途切れもなく予備回線に切り替えができます。こうした高付加価値により、多大な信頼性を勝ち得たものと思われま

す。世界中の放送関係者がHDの美しい映像を体感したことにより、HDTVの普及に弾みがついた手応えを感じます。

ワールドカップ以後、当社機器に対する注文や引き合いが増えています。

— では、いま注力している製品、また最新の技術開発の動向について、お聞かせください。

2006年9月にHD映像配信向けとして、IP(インターネット・プロトコル)方式の高速大容量ルータ「MD6100R」

を開発しました(「トピックス(P.7)」参照)。これは、出展した『IBC(国際放送機器展)2006』において、欧州各国の主要通信事業者から高い評価を受けました。

「MD6000」は1対1の伝送装置ですが、ルータ「MD6100R」を使うことにより、利用効率がぐいに高まります。ルータの次には、映像のストレージ製品を考えています。ストレージ製品ができれば、映像のネットワーク利用環境が整います。当社の伝送装置、ルータ、ストレージ製品を組み合わせることにより、HD映像がネットワークで有効活用される世界を構築したいですね。

— 「MD6100R」の詳細について、教えてください。

「MD6100R」は、毎秒320ギガビットの大容量回線を切り替える能力を持ち、多数の放送局を結んで、高品位画像を非圧縮のまま伝送できるのが特長です。HDTVの本格普及に向けて、映像伝送における高速大容量化のニーズの高まりに対応したものです。

現在のMGLを取り巻く事業環境の分析

— では、MGLを取り巻く事業環境について、お聞かせください。

世の中では、インターネットの世界でできることが、どんどん増えています。IPネットワークを通して送れるものは、最初は簡単な文字情報だけでしたが、通信技術などの

進化により、静止画や音声を送れるようになりました。音楽は、レコードやCDでなく、ネットからダウンロードして聴くようになってきましたよね。画像や音声は、最初は質が悪く、個人の興味本位で使うレベルでしたが、だんだんプロの仕事でも使われるようになってきました。

映画やTV放送もネットで見られるようになりつつありますが、放送局のプロが使う高品質のHD映像を、インターネットを通じて一般的に利用できるようになるのはこれからです。放送のプロが要求する水準を、インターネットの通信環境で実現するには、当社のように放送技術と通信技術の両方を熟知していないとできないのです。

— すると、MGLが本当に必要とされる世の中が、これから訪れるということですね。

その通りです。がんばらなくてはなりません。

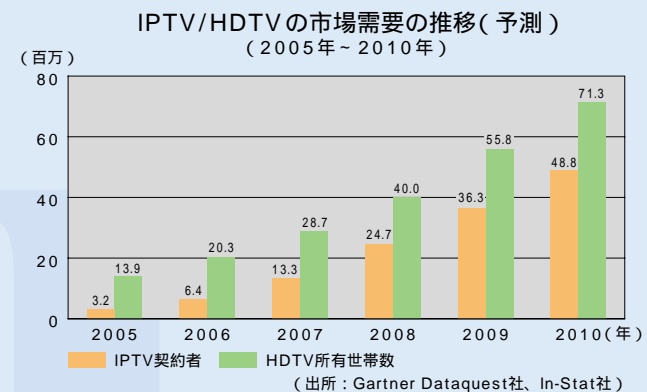
— では、海外展開の方はいかがでしょうか。

実は、HDTVの普及が最も進んでいる国は日本で、第2位が米国です。欧州などでは普及が遅れており、現在は日本と米国で世界の全視聴世帯の約90%を占めています。ある調査会社のレポートでは、4年後の2010年には、世界中で約7,130万世帯がHDTVを見るようになるそうです。北米、アジア、欧州を中心に大きく伸びると見られています。

さらに、家庭へのテレビ配信は、地上波だけでなく、衛星、

CATVなど多様化しています。そして、光ファイバーの普及により、家庭でネットからテレビを見る「IPTV」と呼ばれるサービスも増えると言われています。

HDTVの普及やIPTVなどテレビ配信の多様化により、放送事業者間でのHD映像伝送の効率化が求められるようになるでしょう。この市場は、世界的規模で拡大しています。当社の社名に「グローバル」と入れているのは、世界で認められる企業になるのだ—という決意を表しているのです。



今後の成長戦略について

— MGLの強みについて、お聞かせください。

まず、通信と放送という両分野の技術を有している点です。そして、部門間の連携が密接で製品開発スピードが非常に速いことが挙げられます。

ネットの世界において、放送業界が要求する高い水準を実現するには、当社の持つ通信と放送の両方を融合させた技術が不可欠です。

この強みは、設立当初から受託開発やOEM(相手先ブランド)生産を通じて、通信と放送における両分野の技術を地道に培ってきたからこそだと自負しております。他社が一朝一夕ではマネできないものだと言えるでしょう。

— 通信技術と放送技術の違いは、具体的には、どのようなことなのでしょう。

一例を挙げましょう。通信技術では、ひとつの回線を多くのユーザーに対してサービス提供するといった「回線の効率性」が重要視され、ある程度のデータ損失は許容されます。しかし放送技術では、「データの完全性」が追求され、データの欠損がない良質な映像を10年間1秒のミスもなく送り続けることが求められるのです。当社の製品は、創業以来、事故につながるような不具合を起こしたことがまったくなく、絶対的な信頼を、不動のものとしております。

— 今後の成長戦略をお聞かせください。

製品ラインアップと、開発リソースの拡充を目指しています。現在、当社は映像伝送機器およびルータを開発しており、今後はストレージの開発も予定しています。つまり、映像をネットワークで活用するためのインフラを世に送り出す「システムメーカー」を目指しています。

通信環境は、世界中で同じではありません。それぞれの環境に応じた機器を提供できる製品ラインアップの拡充を進めてまいります。そのための開発リソースの拡充も急務です。

— そのためには、M&Aのようなことも考えているのでしょうか。

ご承知の通り、この分野の技術進歩のスピードは非常に速く、現在の競争優位性が将来も維持できる保証はありません。いま自社が持っているリソースでは間に合わないところがあれば、いろいろな選択肢を検討して補う必要があります。

— 人材育成に関しては、いかがでしょうか。

2001年頃までは技術者の中途採用が主でしたが、2002年以降は新卒採用を主にすることに切り替えました。というのも、入社時点から放送・通信の技術に関わることによって、双方の視点を持つ社員の育成こそが必要だと考えたからです。こうした人材育成が功を奏し、早くも新たな技術を開発する社員たちが台頭してきています。すでに、そうした若手にどんどん開発プロジェクトを任せており、彼らの成長ぶりには、目を見張るものがあります。

— グローバル展開については、いかがでしょうか。

海外市場については、米国に設立した子会社「MEDIA LINKS, INC.」が推進しています。同社には、日本の社員

ではなく、全員この業界の経験者を現地採用しました。「FIFAワールドカップ™・ドイツ大会」の機器受注では、彼らがとても活躍してくれたのです。

— 今後は、欧州での拠点設置や海外での生産委託なども進めて、名実ともにグローバルな企業を目指してまいります。— では最後に、これからのMGLのビジョンをお聞かせください。

放送は、「ジャーナリズム」と「エンターテインメント」を提供する上で、最も重要なメディアです。

技術革新により、エンドユーザーに届けられる手段は、地上波、衛星、ケーブル、光ファイバーなど急速に広がっており、ますます多様化する人々のニーズに応えています。

一方、映像コンテンツが作られる場所、例えばスポーツイベントの競技場やニューススタジオ、ドラマ、アニメ、バラエティなどの制作現場では、多くの人々が高品質のものを作ろうと努力しています。

— こうしたソフトな部分とそれをエンドユーザーに届けるメディアとを結び付ける(リンクさせる)分野で、グローバルに事業展開し、当社でなくてはならない存在になること—それがメディアグローバルリンクスの将来ビジョンです。

代表取締役社長

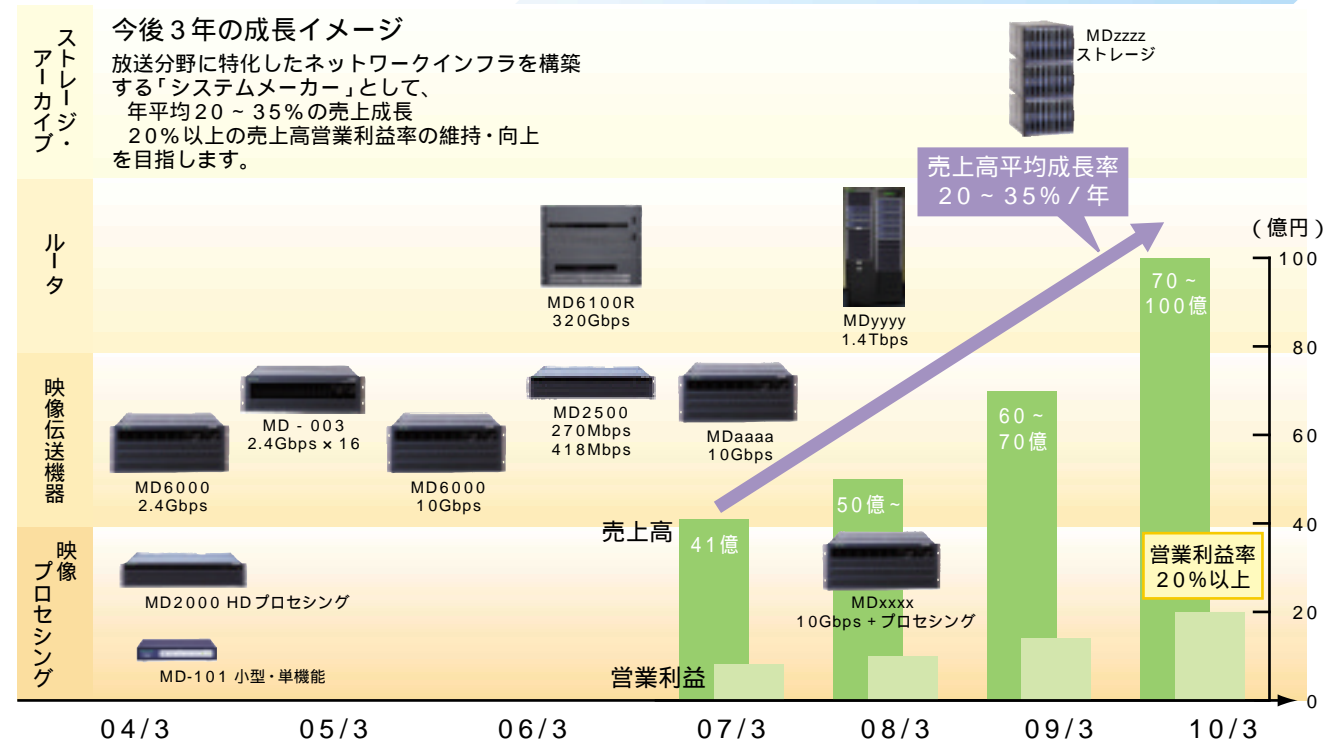
林 英一

今後の事業展望

当社の目指す製品の開発、事業展開の成長イメージをご紹介します。

(製品ラインアップ)

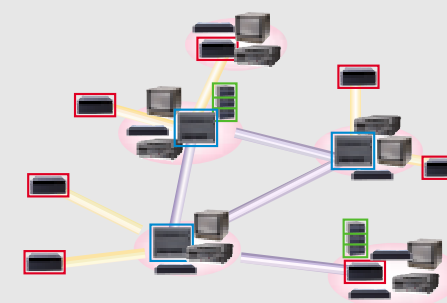
ネットワークインフラを構築するシステムメーカーへ



伝送装置とルータを使用して、多地点間を結ぶ放送事業用映像伝送ネットワークができます。

さらに、ストレージを置くことにより、映像資料をネットワークで活用でき、利用価値が高まります。

拠点間を結ぶネットワークだけでなく、並行して各拠点内のIP化システムを、自社機器を核として提供することにより、「ネットワークインフラ」が構築されます。



当中間期の注目トピックス

2006 FIFA ワールドカップ™・ドイツ大会

ワールドカップで高品位映像を伝送

当社の高品位映像伝送装置「MD6000」は、ドイツの通信事業者から、「2006 FIFA ワールドカップ™」のドイツ国内における全12カ所のスタジアムとミュンヘンの国際放送センターとを結ぶHD非圧縮映像伝送機器として採用されました。開催期間中、スタジアムの熱戦を全世界に伝える通信システムの一部として、無事にその務めを果たしました。これはHD非圧縮映像伝送が商用利用された欧州初のケースで、「MD6000」により国際放送センターまで伝送された映像は、ドイツ国内のみならず日本をはじめとする全世界へ向けて、リアルタイムで配信され、HD映像の美しさを伝えると同時に、「MD6000」の高信頼性を実証しました。

欧州ではHD放送への移行が本格化しており、ワールドカップ中継を通じて、HD非圧縮映像の品質の高さをアピールすることができました。ワールドカップ後も、ドイツのプロサッカーリーグ（ブンデスリーガ）の映像伝送で「MD6000」が採用されるなど、今後、欧州市場でも「MD6000」の利用は高まることになるでしょう。



IPビデオルータ「MD6100R」発表

当社製品を『国際放送機器展 IBC2006』に出展

2006年9月、オランダのアムステルダムで開催された『IBC（国際放送機器展）2006』にて、世界初の高速大容量320Gbps「IPビデオルータMD6100R」を出展いたしました。

会場ではドイツ・フランス・イギリス・オーストリアなどの主要通信事業者から、「大容量、少スペース、高スピード。そして、次世代のIPネットワーク網におけるマルチキャストへの対応ぶりに驚いた。HDTV放送映像だけでなくデータ伝送を意識したコンセプトの製品である」との賞賛を受けました。今後のデモンストレーションをはじめ、機器貸し出しの依頼、性能に関する技術的な質問など、たいへん多くの反響をいただきました。



IPビデオルータ「MD6100R」

社会的責任を果たす活動

環境保全活動と寄付活動

当社では、企業の事業活動が環境に大きな影響を持つと考えており、製品の省電力化と有害物質規制（RoHS指令）への対応を積極的に推進するとともに、電力を消費することで、間接的に当社製品から排出される温室効果ガスのひとつであるCO₂の吸収源となる植林活動にも取り組んでいます。環境に配慮することの重要性は、ますます高まっており、今後はさらに厳しくなってくるでしょう。企業経営としても、今から環境に対応した戦略を積極的に展開することは、将来の企業価値向上につながると信じています。

また、社会に対して責任ある企業として、さまざまな活動に取り組んでいます。その一環として、株式会社メディアグローバルリンクスは創業以来13年間、日本赤十字社への寄付を行っています。

また、子会社のメディアリンクスシステムズでも、創業以来6年間にわたり（財）日本盲導犬協会への寄付を継続しています。



日本赤十字社からの感謝状（2006.6.8）

米国市場への展開：米国子会社増資、米国向け製品「MD2500」

高画質映像伝送装置「MD2500シリーズ」の販売開始

2006年6月から米国子会社 MEDIA LINKS, INC. は、主に米国市場をターゲットとした高画質映像伝送装置を販売しました。また、2006年8月には、同社に100万米ドルの増資を行い、事業基盤の強化を行いました。

米国は、日本や欧州と異なり、複数の事業者間を相互に接続するための調整が必要になります。「MD2500シリーズ」は、すでに米国で普及している現行放送ネットワーク（270Mbps）に対応する「MD2500-HD270Coax」、ならびに世界規模で高速化が進むインターネット網での映像のIPパケット伝送に向けた「MD2500GbE」がシリーズ化されています。

市場の反応は上々で、すでに、米国大手メディア企業グループでの採用が決まっています。本製品は MEDIA LINKS, INC. が企画した最初の製品であり、今後も各国市場に合わせた製品の企画・開発・販売を推進していきます。



MEDIA LINKS, INC. がオフィスを構える建物の外観

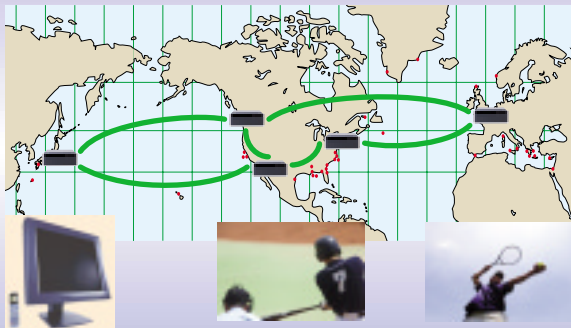
キーワードで読みとく
通信と放送の融合の世界

光ファイバーによるテレビ海外中継

日本と海外とを結ぶ光ファイバーケーブルは、1995年に「第5太平洋横断ケーブルネットワーク」が完成したことにより、日米間のデジタル伝送の容量が大幅にアップしました。そこで1996年、「アトランタ・オリンピック」のテレビ中継で初めて海底光ファイバーケーブルを通じたテレビ映像伝送が行われました。それまでの衛星を経由した中継では、基地局周辺の天候により、映像が乱れたり、伝送に時間が掛かったりしていました。しかし、光ファイバーを通じた中継では、天候の影響による画像の乱れが解消され、遅延を感じることもなく映像が届けられ、ハイクオリティな鮮明映像による中継が可能になりました。それ以降、重要なテレビ放映は海底の光ファイバー経由で伝送されています。

現在、私たちがテレビで観ることのできる大リーグ中継やウィンブルドンなどのテニス中継のほとんどは、衛星を経由したのではなく、海底に横たわる光ファイバーケーブルを通して送られてくる映像なのです。

世界を横断する海底光ファイバーケーブル



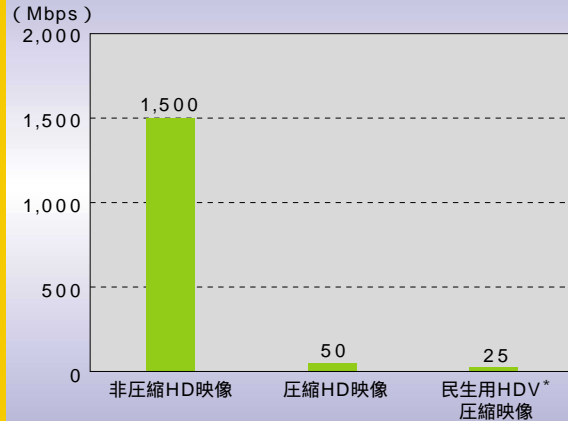
“圧縮”と“非圧縮”の違い

もともと映像伝送は、データを圧縮しケーブルで送り、それから元の映像に伸長する方式を採っていましたが、MGLは、これを圧縮しないで伝送できる製品を開発しました。

非圧縮のメリットは、第一に、画像圧縮に伴う画質劣化がないこと。第二に、その圧縮・伸長に伴う時間的な遅延が発生しないこと。第三に、伸長後の画像チェックが不要になることです。非圧縮ゆえに画像が鮮明だという利点もさることながら、放送局の作業を効率化できるというメリットもあるのです。

しかし、非圧縮のHD映像は膨大なデータ量になります。非圧縮HD映像は1.5Gbps（ギガビット毎秒）の映像信号—これは、ISDN回線（64kbps）にすると約23,500回線分—になります。これだけ大量のデータを一度に伝送するためには、高度な処理技術が必要になるのです。

圧縮 / 非圧縮技術における映像伝送量の違い



* HDV規格：家庭用カメラでHD映像を記録保存するための規格

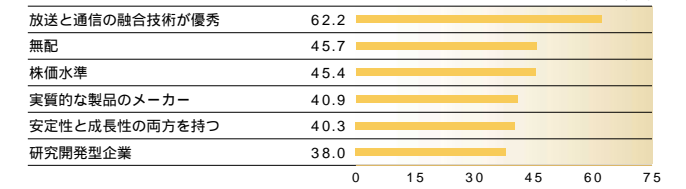
株主アンケート集計報告

アンケートにご協力いただきまして、誠にありがとうございました。

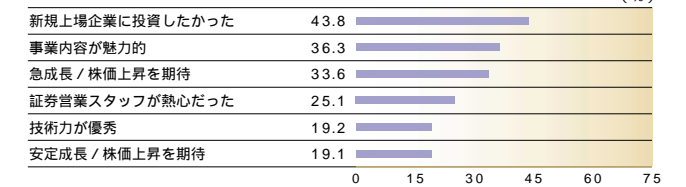
「第13期事業報告書」の送付に際して、アンケートを同封し、当社および当社株式に対する意識調査を実施させていただいた結果、881名（回答率19.2%）という多数の回答が寄せられました。

この他、株価や配当、経営・業績、IR活動に対する厳しいご意見やご要望をはじめ、激励の言葉なども多数いただきました。当社では、皆様からの貴重なご意見などを今後のさまざまな活動に反映させ、これからも企業価値の向上に取り組んでまいります。

当社に関してどの程度知っていましたか。
(複数回答、上位6項目を掲載)



株式購入理由(複数回答、上位6項目を掲載)

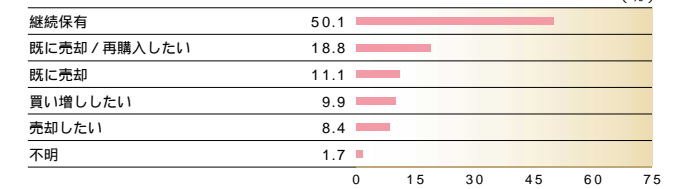


配当方針について

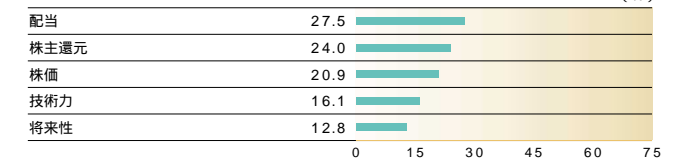
当社は、当面の間、研究開発活動の積極的な実施に備えた資金の確保を優先し、内部留保に努めさせていただく方針です。

株主の皆様への利益還元については、今後における重要な経営課題として認識しております。将来的には経営成績および財政状態を勘案しつつ、利益配当を検討してまいります。

株式への投資スタンス



当社について今一番興味を持っている点
(コメント件数、上位6つを掲載)



事業概況

当中間期では、当社の映像伝送装置が、ドイツの通信事業者に採用され、「2006 FIFA ワールドカップ™」のドイツ国内における全12カ所のスタジアムとミュンヘンの国際放送センター間を結ぶ非圧縮HD映像伝送機器として使用されました。また、2006年12月にカタールのドーハで開催されるアジア大会における映像伝送装置にも採用されました。これらが波及効果を生み、通信事業者の需要は旺盛でした。世界的イベントで当社の製品が採用されることなどにより、当社の認知度を更に向上させ、その後の効果的なマーケティングにつなげるという当社の事業戦略が実証されました。

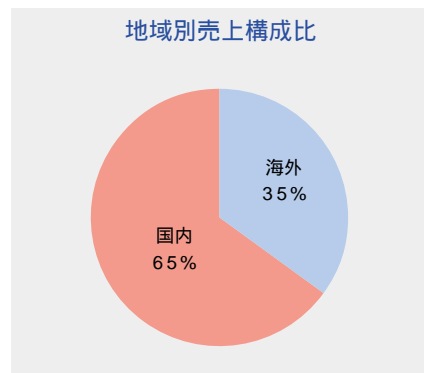
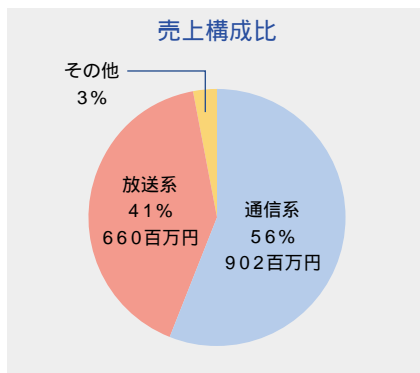
放送系においては、放送事業者における地上波デジタル放送開始に向けた設備更新需要が一巡したことから、落ち込む結果となりました。

これらの結果、通信系の売上高は902百万円(前年同

期比111%増)、放送系の売上高は660百万円(前年同期比49%減)となりました。地域別に見ると、海外売上高が559百万円(前年同期比約2.2倍)となり、総売上高の35%を占めることとなりました。

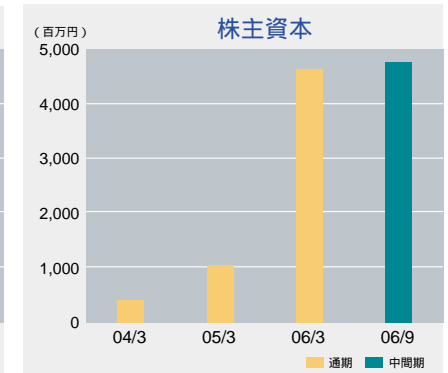
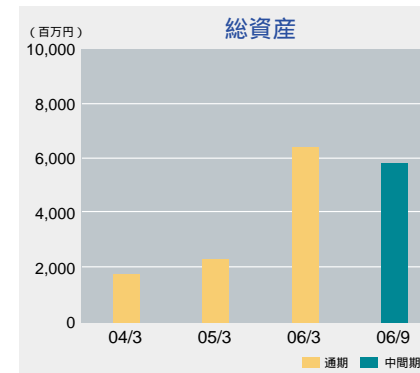
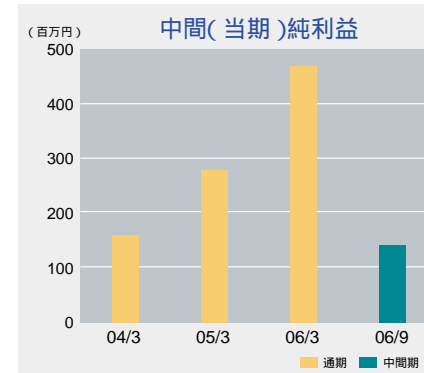
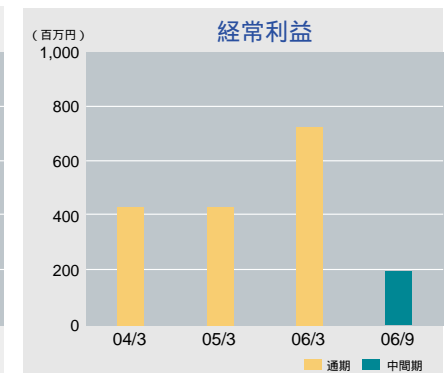
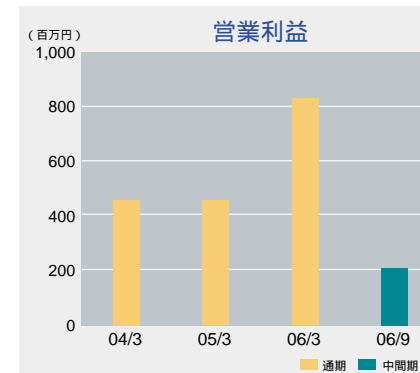
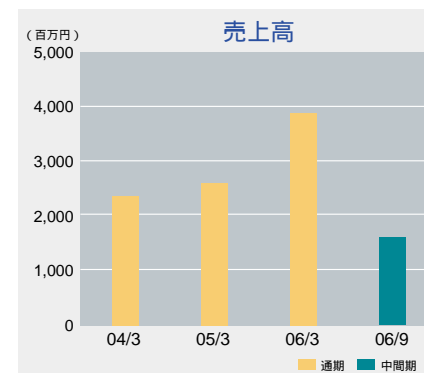
利益面では、営業利益は201百万円(前年同期比50.8%減)、経常利益は197百万円(前年同期比49.1%減)、中間純利益は142百万円(前年同期比42.7%減)となりました。

利益率を見ると、売上総利益率は、前年同期の56%から60%に改善しました。その一方で、将来の事業展開に備えて人材の採用を進めたため、固定費は増加しました。その結果、売上高営業利益率は、前年同期の23%から13%に低下しました。通期では、下半期の売上を伸ばすことにより、20%以上の営業利益率を目指します。



連結業績ハイライト

	2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期(中間)
売上高	2,373	2,598	3,882	1,606
営業利益	458	457	830	201
経常利益	432	433	726	197
中間(当期)純利益	160	279	469	142
総資産	1,787	2,306	6,411	5,834
株主資本	416	1,034	4,633	4,771



連結財務諸表

連結貸借対照表

(百万円)

	前中間期 (2005年9月30日現在)	前期 (2006年3月31日現在)	当中間期 (2006年9月30日現在)
(資産の部)			
流動資産合計	2,602	5,887	5,274
固定資産合計	353	524	560
有形固定資産合計	160	257	194
無形固定資産合計	67	122	152
投資その他の資産合計	125	145	214
資産合計	2,955	6,411	5,834
(負債の部)			
流動負債合計	1,333	1,607	921
固定負債合計	187	171	139
負債合計	1,521	1,778	1,060
(純資産の部)			
株主資本			
資本金	334	1,570	1,570
資本剰余金	315	2,053	2,053
利益剰余金	785	1,006	1,148
株主資本合計	1,434	4,629	4,771
評価・換算差額等合計	1	5	3
純資産合計	1,435	4,633	4,774
負債及び純資本合計	2,955	6,411	5,834

流動資産 **5,274** 百万円

お客様への短納期対応のため、製品在庫が、3月末比152百万円増加しましたが、売掛金が3月末比679百万円減少し、流動資産は、3月末比で613百万円減少しました。

有形固定資産 **194** 百万円

バックアップ用として保有していた機器が販売されたことなどにより、有形固定資産が3月末比で63百万円減少しました。

流動負債 **921** 百万円

買掛金や借入金の減少などにより流動負債が3月末比686百万円減少しました。

連結損益計算書

(百万円)

	前中間期 (2005年4月1日～ 2005年9月30日)	前期 (2005年4月1日～ 2006年3月31日)	当中間期 (2006年4月1日～ 2006年9月30日)
売上高	1,788	3,882	1,606
売上原価	792	1,655	640
売上総利益	996	2,227	966
販売費及び一般管理費	587	1,397	765
営業利益	409	830	201
営業外収益	4	8	5
営業外費用	25	112	9
経常利益	388	726	197
特別利益	-	-	5
特別損失	1	1	-
税金等調整前中間(当期)純利益	387	725	203
法人税等調整額	138	256	60
中間(当期)純利益	248	469	142

売上高 **1,606** 百万円

放送系売上：660百万円
(前年同期比49%減)
通信系売上：902百万円
(前年同期比111%増)
海外売上比率：35%
(前年同期は1.4%)

売上総利益 **966** 百万円

売上総利益率60.1%は、
前年同期55.7%から4.4
ポイント向上しました。

販売費及び
一般管理費 **765** 百万円

内訳
人件費：258百万円
研究開発費：237百万円
その他経費：270百万円

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)

	前中間期 (2005年4月1日～ 2005年9月30日)	前期 (2005年4月1日～ 2006年3月31日)	当中間期 (2006年4月1日～ 2006年9月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	15	392	240
投資活動によるキャッシュ・フロー	99	279	185
財務活動によるキャッシュ・フロー	350	3,280	194
現金及び現金同等物に係る換算差額	3	9	2
現金及び現金同等物の増加額(減少額)	270	3,402	137
現金及び現金同等物の期首残高	817	817	4,218
現金及び現金同等物の中間(期末)残高	1,086	4,218	4,081

フリーキャッシュ・フロー **55** 百万円

前年同期は84百万円。
今中間期はプラスに転じ、
前年同期比139百万円増
加しました。

(注)前(中間)期の資本の部は「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計」(企業会計基準第5号)に合わせて純資産の部に組替表示しています。