



MGL Vol.19 通信

2015年4月1日 ~ 2015年9月30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®

厳しい環境ですが、未来に向けての投資を進めています



代表取締役社長 **小野 孝次**

2015年4月から9月までの2016年3月期上半期の業績は、期初計画を達成することができませんでした。本年度上半期の売上高は2,107百万円となり、前年同期比では30%の減少となりました。前年度上半期はオーストラリアと北米の売上が前倒しとなったことにより非常に好調だったため、本年度上半期はもともと前年同期比減収の計画でしたが、その期初計画にも293百万円(12%)未達でした。

利益面では、売上の減少に伴う売上総利益の減少があったところに、研究開発費などの販管費は、ほぼ計画に沿った進捗となったため、もともと赤字計画だったのですが、赤字額の増大という結果になりました。研究開発やマーケティング拠点の拡充は、中長期的な当社の成長のために、現在やらなければならない投資として位置づけており、簡単に縮小できないものと考えています。

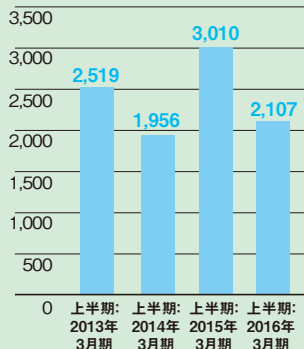
本年度上半期の計画を達成できなかったことは残念ですが、その主な要因はお客さまの一部のプロジェクトが後ろ倒しになったことによる売上の遅れです。この遅れは本年度下半期で取り戻すことが可能だと考えています。ユーザーの設備投資が鈍っているため、放送関連装置メーカーにとって、本年度の一般的な事業環境が厳しくなっていることは事実ですが、お客さまの現在のスタンスを確認したところ、現時点ではプロジェクトの中止やさらなる先送り、大幅な縮小など、当社業績に大きな影響を与えるような事象はないと考えています。上半期に予定されていたながら実行が遅れたプロジェクトは、下半期には実行されるものと見ています。従って、2016年3月期の通期業績は、期初の計画通り達成できるものと考えています。

2016年3月期第2四半期連結累計期間の業績

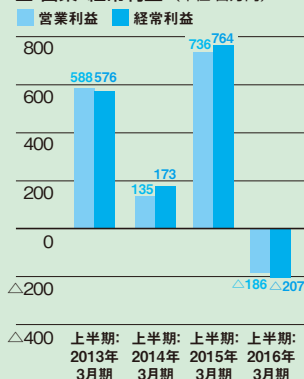
売上高について

本年度上半期の売上高は、2,107百万円となり、前年同期と比べて30%減少し、期初計画に対しては12%の未達となりました。主な案件としては、ロシアのアイスホッケーリーグの放送用ネットワーク向けなどがありましたが、今年はオリンピックやサッカーワールドカップのような大規模なスポーツイベントがなく、大口案件による貢献がありませんでした。日本を含むアジアの売上は、前年同期比で増加しましたが、売上の大きな部分を占める北米とオーストラリアの売上は減少しました。お客さまの設備納入が、当初想定していた予定よりも後ろ倒しとなったため、上半期で計画していた一部の売上が下半期にずれ込むことになりました。その結果、期初に発表した上半期の売上予想は未達となりました。原因は、あくまでお客さまのプロジェクト計画の変更によるものであり、他社にシェアを奪われたり、当社製品の競争力が低下したわけではありません。

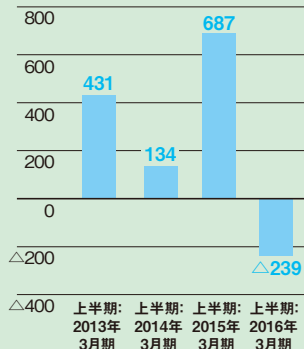
■ 売上高 (単位:百万円)



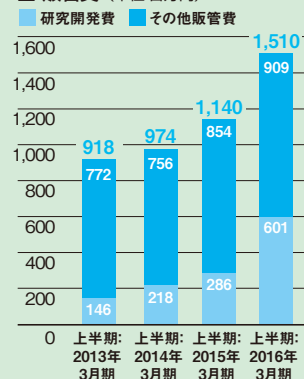
■ 営業/経常利益 (単位:百万円)



■ 四半期純利益 (単位:百万円)



■ 販管費 (単位:百万円)



海外の拠点拡充

本年度の売上に直接寄与するものではありませんが、従来の売上増大に繋げるため、海外における拠点の拡充を行いました。

まず、英国に欧州・中東・アフリカ地域を統括するMedia Links EMEAを新たに開設しました。欧州では、ここ数年はサッカーイベント以外では大きなビジネスが獲得できず、業績への貢献は限られたものでした。欧州は北米に次ぐ大きな市場であり、当社が獲得に向けてテコ入れをすべき地域です。Media Links EMEAは、当社の海外支店の形態をとり、英国に設立されましたが、欧州だけでなく、中東やアフリカ市場もカバーします。今後、それら地域における当社グループの販売を推進する拠点となるよう期待しています。

また、米国の子会社Media Links, Inc.は、ビジネスの拡大に伴い従来のオフィスが手狭になってきたため、新たなオフィスに移転しました。新しいオフィスは従来のオフィスの約2.5倍の広さとなり、米国のお客さまへのサービスやサポート体制が格段に改善されることが期待されています。

売上高総利益率について

本年度上半期における売上高総利益率は62.8%となり、前年同期の62.3%から改善しました。継続的な原価低減の効果とサービス売上の収益性の向上が要因としてあげられます。今期においても、当社製品の売上高総利益率は比較的高い水準を維持しています。当社の事業分野にも最近新規参入を表明する企業が増えていますが、当社製品の売上高総利益率が低下していないことは、当社製品の競争力が維持されていることの表れです。

販売費及び一般管理費について

本年度上半期の販管費は、前年同期比32%増加し、1,510百万円となりました。中でも、研究開発費は前年同期の2倍以上の601百万円となりました。前年度の後半に今後の成長のための製品開発への投資を拡大する方向に転換し、研究開発を積極的に進めています。そのため、今期業績には負担が増加しますが、今後の当社の中長期的な成長のためには、このタイミングで動き出すことが必要だと考えています。研究開発以外の経費については、しっかりコントロールし、余計な費用が発生しないように管理しています。

● 損益について

本年度上半期における営業損失は186百万円となり、期初に計画していた損失額から76百万円増加しました。その要因は、お客さまのスケジュールが後ろ倒しになったことにより売上高が減少したことに加え、研究開発費などの販管費が増加したことによるものです。また、オーストラリアドルが日本円に対して安くなったことによる為替差損20百万円を営業外損失として計上したことなどにより、経常損失は207百万円となり、期初計画より92百万円増加しました。四半期純損失は、期初計画より109百万円増加して、239百万円となりました。

● キャッシュ・フローについて

本年度上半期における営業活動によるキャッシュ・フローは、売上債権の減少422百万円がありましたが、税金等調整前四半期純損失206百万円などにより75百万円のマイナスとなりました。投資活動によるキャッシュ・フローは109百万円のマイナスとなりました。財務活動によるキャッシュ・フローは、有利子負債の純減等により76百万円のマイナスとなりました。

その結果、2015年9月末における現金および現金同等物は、前年度末と比較して293百万円減少し、2,066百万円となりました。キャッシュポジションはいくぶん減少しましたが、適正レベルの範囲内だと考えています。

2016年3月期通期業績見通し

本年度の通期業績予想数値は、期初予想を据え置き、売上高5,700百万円、営業利益400百万円、経常利益390百万円、当期純利益300百万円としています。上半期の業績は期初予想を下回りましたが、その主な要因は一部の案件が後ろにずれたことによるものです。現時点で改めてお客さまの需要動向を考慮したところ、期初に計画した通期の業績予想は達成可能だと判断しています。

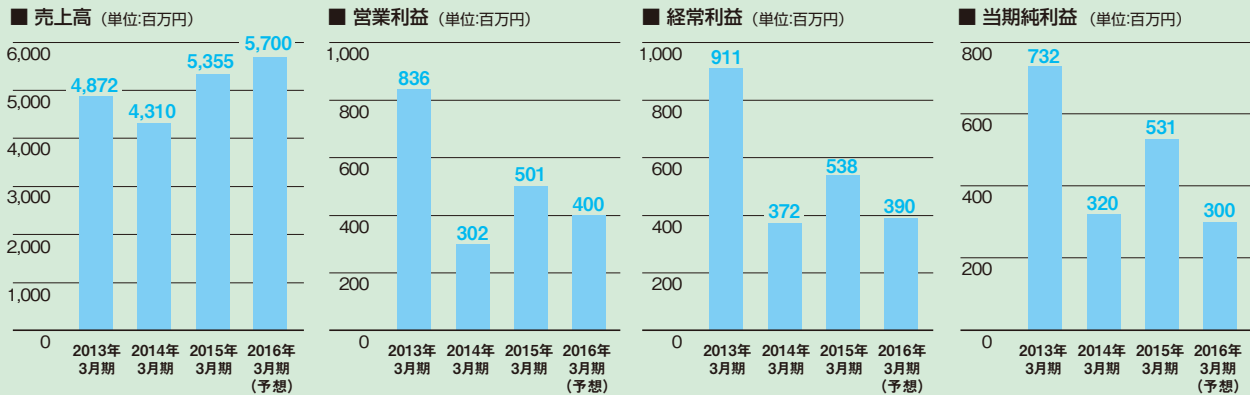
● グローバル市場の状況

現在、エンドユーザである放送局、メディア業界は設備投資に対して慎重になっており、装置に対する需要は一時的に低下しています。

世界の経済情勢が新興国の減速や欧米先進国のデフレ傾向など、先行きに不透明感が漂っています。放送局やメディア企業は、広告収入や一般視聴者からの視聴料収入に依存する部分が大きく、景気の影響を強く受けます。経済の先行き見通しが明るくならないと、積極的な投資に踏み込めません。

経済情勢は一般的な要因ですが、それに加えて、放送業界に特有の課題もあります。放送ビジネスは、従来のモデルからの大きな転換期を迎えており、各社ともこの先のビジネスモデルについて、模索をしている状態と言えます。具体的には、インターネットを通じた映像コンテンツ配信ビジネスへの対応です。インターネットビジネスの先進国である米国では、ネットフリックス (Netflix) やフールー (Hulu) などの動画配信サービスが、人々のテレビ視聴習慣を大きく変えつつあります。変わりつつある視聴者に対して従来の地上波放送局やケーブルテレビ局も、いろいろな対応策を検討していますが、いまだに模索中という段階であり、思い切った決断をできるような状況にはなっていません。そのため、大きな設備への投資判断は難しい状況になっています。

さらに、ビジネスモデルだけでなく、放送映像フォーマットも変わろうとしています。現在のハイビジョン (HD: High Definition) 映像よりも解像度を増した超高精細の4K映像がすでに実用化されています。現在、業界では4K (日本では8Kも視野に入れて) への移行はコンセンサスになったと言ってもよいでしょう。現場レベルで新しい映像フォーマットへの移行を行うためには、映像制作から視聴者に届けるまでのワークフローすべてにわたってインフラ面の対応が必要になります。ワークフローの各段階で4K映像を扱うための技術的な詳細仕様を固める必要があり、今はさまざまなメーカーがいく



つかの提案をしている状況です。現時点では、4Kワークフローのすべての段階で世界的な標準化がなされていません。多くのユーザーは、それぞれの段階でどの仕様が標準となるのか見極めようとしています。情勢が明らかになるまでは一時的に新しい技術への設備投資を控えているユーザーが多くなっています。

こういった状況の中、世界の放送関連装置の需要は一時的に軟化しています。このような状況は、あくまで一時的なものであり、中長期的には市場の成長をポジティブに捉えているお客さまがほとんどです。ユーザー各社は、しかるべきタイミングで積極的な設備投資に踏み切るつもりで、今は候補を見定めている時期と言えます。当社はお客さまに選ばれるよう、今のうちにしっかりと準備をしておかなければなりません。

売上計画

本年度通期の売上高は、5,700百万円を計画しています。上半期の売上高実績が2,107百万円だったので、計算上は下半期に3,593百万円の売上を達成しなければなりません。

厳しい環境の中、簡単に達成できる数字ではありませんが、達成は可能だと考えています。

下半期に見込んでいる主な案件は、北米とオーストラリアの上半期からずれ込んだ案件、韓国の大手放送局ネットワーク向け、日本のCATVネットワーク向けの案件などがあります。一般的な環境は厳しいですが、そのような状況であっても、お客さまは「本当に必要な投資は行う」という姿勢ですので、当社は必ず計画を達成するつもりで営業活動を進めています。

また、本年度の業績数値には反映されませんが、将来の当社の成長につながる来年度以降のプロジェクトについての商談が具体化してきます。海外では既存のお客さまの大型ネットワークの更新計画の検討も始まります。日本国内では、2020年東京五輪を見据えた放送局の設備投資の検討も具体的になってきています。それらのプロジェクトを獲得するための活動も本年度下半期に重要になってきます。一方、新たに設立した欧州の拠点をベースにして、欧州および中東市場への浸透を図るためのマーケティング活動も積極的に進めます。

販売費及び一般管理費計画

本年度の研究開発費は前期より大きく増額させる計画を立てました。足下の事業環境は厳しいですが、将来の成長を考えた場合、当社の競争力の主要な源泉である技術力をさらに強化することは、今やらなければいけないことだと考えています。本年度は積極的な研究開発投資を行う計画です。そのため、本年度の研究開発費を含む販売費及び一般管理費は、期初計画通り前年度比16%増加することを予定しています。

利益計画

上半期の利益は期初計画を達成できませんでしたが、不足分は下半期でキャッチアップし、本年度通期の業績は期初計画通り達成することを見込んでいます。計画では、売上高は前年度比6%増加ですが、研究開発やマーケティング活動を強化するため、販管費は売上高の増加率を上回る16%の増加となることから、利益は前年度実績から減少することを計画しています。営業利益は400百万円、経常利益は390百万円、当期純利益は300百万円になると計画しています。

次期(2017年3月期)以降の見通し

映像コンテンツビジネスにおけるIPへの需要拡大

現在、ユーザー業界において、ビジネス面と技術面で大きな転換点に差し掛かっているため、市場は一時的に軟化していますが、業界の多くの人の中長期的視点は非常にポジティブです。従来のテレビ放送市場を狭くとらえるのではなく、映像コンテンツ市場として大きくとらえた場合、間違いなくその将来に向けての市場拡大が期待されます。スポーツやドラマ、その他さまざまな映像コンテンツビジネスは、これからも世界中で拡大し続けることでしょう。その映像コンテンツの流通する分野、特にB2Bの分野ではIPのインフラが定着するものと思われます。業界の動向を調査した資料でも、IPネットワークの重

要性が高まっていることが示されています。

ビジネス面での新しい流れとなっているインターネットを通じた映像配信ビジネスにおいては、コンテンツをテレビ受像機だけでなくパソコンやタブレット、スマホなど視聴者の持つさまざまなプラットフォームに向けて発信する必要があります。従来の放送の枠組みとは異なるビジネス形態であっても、事業者間で高品質のまま効率的にかつ安全に映像コンテンツを送るためのネットワークの重要性は高まることは間違いありません。その分野では、IP技術との親和性が高く、今後はIPネットワークが主流になるでしょう。

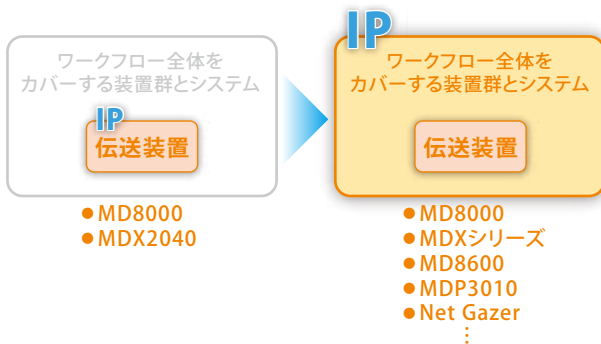
新しい映像フォーマットである4Kは、従来の映像伝送路では技術的な限界があり、安定的で効率的な映像伝送はできません。そのため、4K映像の伝送は、IPネットワークが主流になると言われています。さらに、映像伝送の分野だけでなく、映像制作から配信までのワークフロー全体をIPでつなげることにより、クオリティと効率の両方を向上させることが可能になります。

現在ユーザーが直面している転換点を超えると、当社技術が活躍できる市場が拡大します。今、研究開発やマーケティングをしっかり準備することで、これから拡大する市場を獲得する考えです。

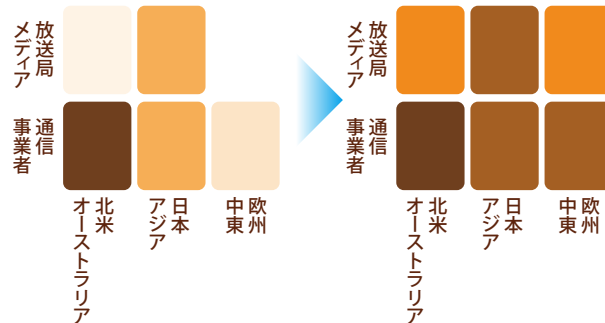
市場拡大のチャンスを見逃さない

IPの利用が、映像伝送分野だけでなく映像制作から配信までのワークフロー全体に広がることは、当社の競争力のコアであるIP伝送技術への需要が拡大することになります。しかし、ワークフローの各分野では、IP以外のそれぞれ必要な機能も合わせて提供できなければ、需要を獲得することはできません。各分野に合った製品を提供するために製品ラインナップの拡充が必要になり、そのための研究開発が必要になります。前年度後半から研究開発費を増加させたのは、新たな分野に向けた新製品開発のためです。ここ数年、当社の売上は

MD8000シリーズに依存していました。MD8000は映像伝送の分野においてはまだ競争力を維持していますが、市場規模は限られます。映像制作分野に向けた新製品を開発し、新たな市場に投入することで、拡大する市場を獲得します。そのため、現在は一時的に需要が落ちている状況にもかかわらず、積極的に研究開発投資を増やしています。



また、IP伝送技術が活用される分野が広がることは、顧客層も広がることとなります。今まで当社の顧客は北米とオーストラリアなどの通信事業者を主としていました。日本では放送局も顧客でしたが、当社の売上の多くを占める海外市場では、放送局へのチャンネルはほとんどありませんでした。映像コンテンツの制作や配信の分野にも製品を提供するなら、放送局やメディア企業にも販売チャンネルを構築しないといけません。そのためのマーケティング活動にもリソースの投入を増やします。同時に、今までは少数の大口顧客向けのビジネスが主でしたが、顧客層が広がれば、違ったタイプの顧客にも対応できるサポート体制の強化も必要となります。当社のような最先端の技術製品を販売する場合、ユーザーへのサポートを適切に行うことがビジネス成功のカギとなります。そのためサポート拠点の拡充も欠かせません。英国に新たな拠点を開設したのは、販売体制とサポート体制の両方を強化するためのものです。



研究開発と販売、サポート体制の強化は、全力で取り組んでいますが、自社のリソースだけでは不足する部分は、他社との協業も視野に入れています。

1. 案件の獲得

前回のMGL通信vol.18では、今年度は「翌期以降の拡大に向けて市場の主導権を握るための戦いの時期」と位置づけました。将来の拡大が確実にできると判断した大手メーカーもこの市場に新規参入してきており、戦いは激しさを増しています。現時点では、一時的に市場が軟化しているのは事実ですが、すべてのユーザーが様子見を決め込んでいる訳ではありません。今のような状況でも、将来に向けた新たな決断がなされたケースもあります。

日本においては、2020年の東京五輪を見据えて多くの放送局がIPを意識した設備更新を計画しています。その先駆けとなる一つのプロジェクトの入札があり、当社はそれを獲得し、先日正式に契約を結びました。本件が実際に業績数字に反映されるのは、来年度以降ですが、ひとつの成果と言えるでしょう。ただし、戦いが本格化するのはいずれです。当社としては、気を緩めることなく、まず獲得した案件では必ず約束通りに納品を行うことに全力を挙げると同時に、今後も続く案件を獲得することを目標に全社員の意識を集中したいと考えています。

英国に新拠点Media Links EMEAを開設しました

2015年8月、当社グループは、欧州・中東・アフリカ地域の販売およびサービス網を統括する新たな拠点として、英国にMedia Links EMEAを開設しました。ここ数年、売上の大部分を海外で上げるようになった当社グループですが、欧州の貢献は限られたものでした。欧州は北米に次ぐ大きな市場であり、当社ビジネス拡大のためには、ぜひとも獲得しなければならない市場だと考え、新たな拠点を開設しました。

当社が初めて海外市場でのプレゼンスを示したのは、2006年のFIFAワールドカップドイツ大会での伝送装置の採用でした。その後、カタールのアジア大会への伝送装置の納入と続き、ドイツでは、ドイツ国内の放送用基幹ネットワークにも伝送装置を納入し、欧州は当社の海外展開の中心となった時期もありました。しかし、ここ数年はサッカーイベント以外では大きなビジネスが獲得できず、業績への貢献は限られたものでした。今期の上半期では、ロシアのアイスホッケーリーグの放送用ネットワーク向けの伝送装置の販売がありました。まだ規模は小さいままです。

現在、世界の放送映像は、4Kなど超高精細への流れが進んでいます。超高精細かつ大容量の映像データを、品質を損なうことなく確実に送り届けるためには、従来の技術では限界に達しており、その解決策としてIP技術に期待が集まっています。当社はオリンピックやサッカーワールドカップなどの世界的スポーツイベントや、米国やオーストラリアの放送用基幹ネットワークなどにIPネットワーク伝送装置を多く納入してきました。欧州でも放送用ネットワークのIP化が進むと見られていますが、今までは需要を十分に捉えていませんでした。

Media Links EMEAは、拡大する欧州市場の獲得を目指して、当社の海外支店の形態をとり、英国に設立されましたが、欧州だけでなく、中東およびアフリカもカバーします。欧州・中東には多くの国があり、それぞれの地域ごとに違った市場特性があります。そのひとつひとつに丁寧に対応できないと市場に浸透はできません。そのため、欧州・中東では各国、各市場に有力な

代理店をパートナーとした間販販売で拡大を目指しています。Media Links EMEAは各代理店のサポートや新たな代理店の獲得がそのミッションになります。

Media Links EMEA概要

名称(Trading Name) : Media Links EMEA
 正式名称 : Media Global Links UK Limited
 開設日 : 2015年8月1日
 所在地 : Bishop's Stortford, Hertfordshire, UK
 責任者 : John Smith



オフィス建物外観

米国子会社Media Links Inc. オフィスを移転、拡張しました

当社グループの米国子会社Media Links Inc.は2005年に設立され、今年10周年を迎えました。設立後数年間は厳しい時期を経験しましたが、スタッフの粘り強い活動が成果に結びつき、ここ数年は当社グループの業績に大いに貢献するようになりました。

北米でのビジネスの拡大に伴い、スタッフの人数も増えてきました。5年前の2010年9月は7名でしたが、今年9月には総人数23名になりました。当初はマーケティング、販売拠点としての位置づけでしたが、有力なお客さまを獲得し、数多くの装置を納入するにつれ、稼働後のサポートの重要性が増してきました。そのためサポートエンジニアの採用が増えてきました。また、お客さまの近くにいることで、お客さまの要望を詳しく理解し、それを新製品に搭載する機能に反映するための開発スタッフも増加しています。こうして、人員が増加した結果、従来のオフィスでは手狭になり、今年8月、同じコネチカット州内の近隣の場所に移転することにしました。



旧オフィスの広さは約370㎡でしたが、新しいオフィスはその2.5倍以上の約970㎡となりました。スペースが広がったことで、各スタッフも余裕をもって業務に当たることができるようになりました。また、出荷前の製品検査や修理のためのスペースも拡充され、製品を保管する倉庫スペースも効率的な配置ができるようになり、業務の効率化が図られるようになりました。

十分なスペースを活用することで、米国のお客さまへのサービスやサポート体制が格段に改善されることが期待されています。

Media Links Inc.新オフィス所在地

431-C Hayden Station Road
Windsor, CT 06095, USA



英文ウェブサイトのリニューアルしました。

当社の英文ウェブサイトを今年8月リニューアルオープンしました。内容を充実させ、全世界に向けたグローバルサイトと位置づけています。

www.medialinks.com



四半期連結貸借対照表

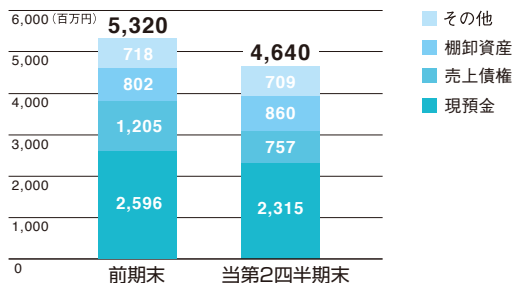
(単位:百万円)

科 目	前期末 (2015年3月31日)	当第2四半期末 (2015年9月30日)
資産の部		
流動資産	4,924	4,201
固定資産	397	439
有形固定資産	168	178
無形固定資産	135	164
投資その他の資産	93	97
資産合計	5,320	4,640

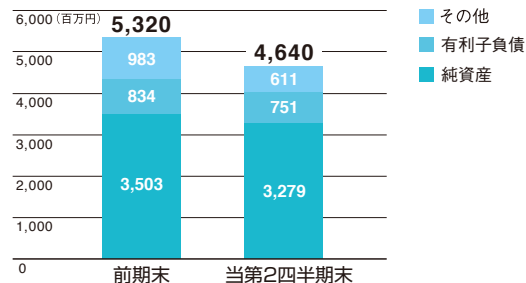
(単位:百万円)

科 目	前期末 (2015年3月31日)	当第2四半期末 (2015年9月30日)
負債の部		
流動負債	1,469	1,075
固定負債	349	286
負債合計	1,818	1,362
純資産の部		
株主資本	3,321	3,092
資本金	1,641	1,645
資本剰余金	2,124	2,130
利益剰余金	△395	△633
自己株式	△50	△50
その他の包括利益累計額	121	94
新株予約権	61	93
純資産合計	3,503	3,279
負債純資産合計	5,320	4,640

資産



負債および純資産



四半期連結損益計算書

(単位:百万円)

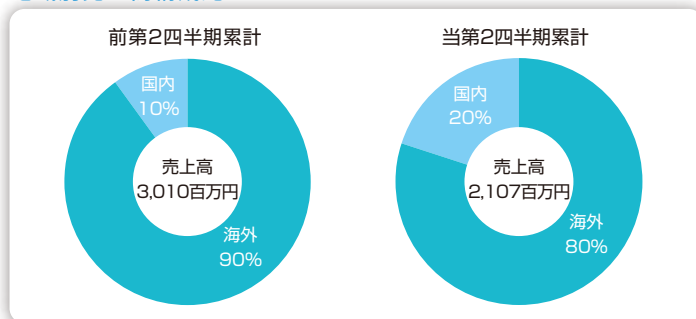
科 目	前第2四半期 (累計) (自2014年4月1日 至2014年9月30日)	当第2四半期 (累計) (自2015年4月1日 至2015年9月30日)
売上高	3,010	2,107
売上原価	1,134	783
売上総利益	1,876	1,324
販売費及び一般管理費	1,140	1,510
営業利益(損失△)	736	△186
営業外収益	43	4
営業外費用	14	25
経常利益(損失△)	764	△207
税金等調整前四半期純利益(損失△)	764	△206
法人税等合計	77	32
四半期純利益(損失△)	687	△239
親会社株主に帰属する 四半期純利益(損失△)	687	△239

四半期連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

科 目	前第2四半期 (累計) (自2014年4月1日 至2014年9月30日)	当第2四半期 (累計) (自2015年4月1日 至2015年9月30日)
営業活動による キャッシュ・フロー	731	△75
投資活動による キャッシュ・フロー	△57	△109
財務活動による キャッシュ・フロー	△220	△76
現金及び現金同等物に 係る換算差額	13	△33
現金及び現金同等物の 増減額(△は減少)	467	△293
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 四半期末残高	2,737	2,066

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 16億4,460万円

従業員数 94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

グループ会社 MEDIA LINKS, INC. (連結子会社)
ML AU PTY LTD (連結子会社)

● 役員

代表取締役社長	小野孝次
取締役	武田憲裕
取締役	菅原司
取締役	石川浩治
取締役	ジョン デイル
取締役	石井洋一
常勤監査役	山室武樹
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	5,551,200株
株主数	2,581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	2,085,400	37.57
小野 孝次	341,900	6.16
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	239,000	4.31
武田 憲裕	153,900	2.77
森田 高明	140,800	2.54
山本 友信	109,300	1.97
株式会社SBI証券	109,200	1.97
メディアグローバルリンクス従業員持株会	77,700	1.40
野村證券株式会社	68,200	1.23
林 由起	57,000	1.03

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
特別口座管理機関	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/

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。