エムティーアイ

近況報告会　質疑応答要旨
（2022 年 12 月 24 日開催）

Q1：子会社㈱メディアーノの事業はどのような運営なのか。他社のブログ系コンテンツサービスでは事業売却によってこれまで利用していたアカウントがなくなり過去の投稿等消えしまいとても残念なことがあった。そのためエムティーアイグループとして、コンテンツ事業の売却についての考えを教えて欲しい。（会場質問）
A1：当社コンテンツサービスの有料会員数は 2016 年がピークであり、様々なコンテンツサービスを買収してきました。当社自らでコンテンツを作るだけでなく、さまざまなコンテンツを運営している会社（特にサブスク型の会社）を複数買収し利益を積み上げています。㈱メディアーノにおいては、最初は赤字になっていますが、最終的に償却が終われば黒字になります。ちょっとずつ黒字を積み上げるような中長期的な投資活動を行うことで業績を伸ばしています。個別のコンテンツサービスの売却予定の有無は答えづらいですが、今現在、話題となることはありません。他社での売却事例は、事業のサイズと方向性が違ってきたということはあると思います。当社ではさまざまなモバイルコンテンツを収益性のいいものを集めています。（代表取締役社長 前多）
Q2：本日のバーチャルの株主総会出席者数と、議決権行使数を開示して欲しい。（オンライン質問）
A2：本日の株主総会について、バーチャルでの出席者数は現在集計中ではありますが、16 名となりました。議決権行使数については、来週月曜日（12 月 26 日）に（行使結果を）適時開示にてお知らせします。（IR 室）
Q3：28 期（2023 年 9 月期）における、㈱エムティーアイと㈱光通信との関係性を教えて欲しい。（オンライン質問）
A3：27 期（2022 年 9 月期）の数値としてお答えします。光通信様の出資比率は 30%程度であり、大株主です。投資のスタンスは純投資です。当社と㈱光通信の関係性については、事業面では小規模の取引関係がありますが、業績に対する影響が大きいものではありません。本日の株主総会で同社の和田社長が当社の社外取締役に就任しましたが、今後は当社の通常の取締役会でご発言いただくことになります。当社としては、より一層の緊張感を持ちながら大株主への期待に応えていきたいと考えています。（専務取締役 松本）
Q4：㈱エムネスとの協業事業の現状を教えて欲しい。（オンライン質問）
A4：㈱エムネスに 15%出資しています。もともとは脳ドック等の MRI 画像をクラウドで管理するサービスを行っている会社です。当社では、健診機関における健診の結果をオンラインで健診受診者に返すサービスを行っています。文字情報だけではなく画像等の健診結果や医療機関での診断結果を受診者、患者に返せるサービスとして㈱エムネスと協業しています。現在は脳ドック（MRI）についてのみですが、今後はそれだけではなく、全体の MRI、CT、眼底検査、マンモグラフィ、細胞診断等の結果の画像をクラウドで管理するサービスを展開していく予定です。当社サービスの CARADA を導入している健診機関は 130 程度ですが、そのうち㈱エムネスの画像データ付きのサービスを採用している健診機関は 13 ヶ所程度です。そのうちさらに患者にデータを返せるところは 1 ヶ所のみで、サービスを開始したばかりです。この 1 か所の健診機関において、利用している受信者の約 95%が返された自分の画像を閲覧しており、画像データを返すことは受診者に好評であると聞いています。今までは、画像診断結果画像はフィルムや DVD，CD で持ち

歩いたりしていましたが、今後クラウドで持ち歩くことが出来るようになります。またその画像を診断時に医者に自分で見せることが出来るようになり、診断もよりスムーズになります。健診機関と病院との連携、病院と病院との連携をもっとスムーズにしていくためには、(同社との協業におけるサービスは)非常に重要なものだと考えています。電子カルテ、健診結果との接続をより密接に連携させることで、より便利なサービスにしていきたいと考えています。(代表取締役社長 前多)

Q5：学校 DX 事業の市場動向と見通し、イメージレベルではなく数値的な観点での売上・利益の見通しを教えてください。(オンライン質問)

A5：学校 DX 事業は当社の子会社モチベションワークス㈱が展開しています。同社が学校に提供しているのは校務支援システムのクラウド版です。主なターゲットは私立の中学校・高等学校（高校）であり、その導入学校数を増やしています。2021 年 9 月期の導入学校数は 114 校であり、2022 年 9 月期では 340 校まで拡大しています。変化率は約 3 倍というペースで拡大しています。2023 年 9 月期にもかなりの導入学校数となることを見込んでいます。市場動向については、学校の現場でのデジタル化や教員の業務効率化に対するニーズが高い状態であり、同社の『BLEND』については「使い勝手がいい」と、学校現場の評判が良いです。また、販売チャネルを使った学校キーマンへの接触がうまく図れていることもあり、導入学校数が増えています。損益については、2022 年 9 月期の売上高は約 4 億円ですが、先行投資が嵩んでいます。近況報告会資料の 29 ページに掲載の売上高と営業利益のイメージのグラフのとおり、営業利益は約 8 億円の赤字でありかなりの積極投資をしています。2023 年および 2024 年 9 月期においてかなりの売上高の伸びと収益の改善を見込んでいます。それだけ将来性があり且つ、私立中高学校でのかなりのシェアを獲得でき、先行者メリットを享受するためにも今投資すべきだと考え、営業赤字となっています。2023 年 9 月期においては期が始まったばかりですが、10 億円程度の売上高になると考えています。営業赤字も 1 学校当たりの導入コストを引き下げることによって赤字幅も軽減できる見通しです。2023 年 9 月期は赤字になりますが、2024 年 9 月期にはさらに導入学校数が増えコストも下がることから、黒字化できると考えています。(専務取締役 松本)

近況報告会資料 29 ページに掲載のイメージのグラフにあるように、2023 年 9 月期の売上高の棒グラフの伸びと学校数の伸びは同じ程度と考えていただいていいと思います。中学校・高校をターゲットにしていますが、現時点の導入校はほとんど高校が中心です。全国の高校は 5,000 校、そのうち私立学校は 2,000 校です。公立学校についてはまだ導入数は少ないです。公立学校は教育委員会の管轄であり、市町村或いは都道府県の予算の承認タイミングに左右されるため、導入決定まで足が長いです。一方、私立学校は導入決定が早いためモチベションワークス㈱の営業活動は私立校から行ってきたことが背景にあります。現在 340 校の導入学校数ですが、2023 年 9 月期には私立学校の 40%シェアは獲得できると思っています。売上高が 4 億と申し上げましたが、340 校で割ると平均単価は年間 130 万円となります。この平均単価はもう少し伸ばすことが出来ます。コストで最も大きなものは開発費です。これまで導入の 340 校に対し個別カスタマイズをしていたためコストが非常に嵩んでいました。これを来年 3 月までに個別カスタマイズ不要となるようバージョンアップの開発をしています。これにより、今後開発費が大幅に低減できると同時に学校導入数も拡大していき、また単価もアップするため、学校 DX 事業の赤字は早期に解消し黒字化すると考えています。足元の営業活動は順調に推移しているため、非常に期待している事業です。(代表取締役社長 前多)

以上