



## 企業情報

|         |   |
|---------|---|
| 市場      | 東証プライム市場  |
| 業種      | 情報・通信   |
| 代表取締役社長 | 前多 俊宏   |
| 所在地     | 東京都新宿区西新宿 3-20-2 東京オペラシティタワー35F                             |
| 決算月     | 9月末   |
| HP      | <a href="https://www.mti.co.jp/">https://www.mti.co.jp/</a> |

## 株式情報

| 株価      | 発行済株式数       |         | 時価総額       | ROE(実)   | 売買単位   |
|---------|--------------|---------|------------|----------|--------|
| 753 円   | 60,435,200 株 |         | 45,507 百万円 | 20.1%    | 100 株  |
| DPS(予)  | 配当利回り(予)     | EPS(予)  | PER(予)     | BPS(実)   | PBR(実) |
| 20.00 円 | 2.7%         | 36.95 円 | 20.4 倍     | 331.86 円 | 2.3 倍  |

\*株価は 11/19 終値。各数値は 25 年 9 月期決算短信より。EPS はレンジ予想の上限値。

## 業績推移

| 決算期      | 売上高    | 営業利益            | 経常利益            | 当期純利益           | EPS             | DPS   |
|----------|--------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------|
| 22年9月(実) | 26,479 | 870             | 485             | -930            | -16.99          | 16.00 |
| 23年9月(実) | 26,798 | 298             | 458             | 753             | 13.73           | 16.00 |
| 24年9月(実) | 27,669 | 2,394           | 2,827           | 2,363           | 43.05           | 17.00 |
| 25年9月(実) | 29,910 | 2,946           | 3,027           | 3,404           | 61.62           | 19.00 |
| 26年9月(予) | 31,000 | 3,100<br>~3,500 | 3,100<br>~3,500 | 1,770<br>~2,050 | 31.90<br>~36.95 | 20.00 |

\*単位: 百万円、円。予想は会社側予想。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益、以下同様。

株式会社エムティーアイの 2025 年 9 月期決算概要、2026 年 9 月期業績予想などを伝えします。

## 目次

### 今回のポイント

1. 会社概要

2. 2025年9月期決算概要

3. 2026年9月期業績予想

4. 今後の注目点

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

## 今回のポイント

- 25年9月期の売上高は前期比8.1%増の299億10百万円。全てのセグメントが増収、ヘルスケア事業は2桁増収、学校DX事業が大幅に伸びた。営業利益は同23.1%増の29億46百万円。売上総利益率が低下、販管費は増加したものの、営業利益率は前期8.7%から9.8%に向上した。学校DX事業が黒字転換、その他事業が大幅な増益となり牽引した。25年8月8日公表の業績予想に対し、売上はレンジ予想上限を上回り、営業利益・経常利益はレンジ予想内。還付消費税等が大きく増加して当期純利益は前期比44.0%増の34億4百万円。10.00円/株の期末配当を実施、年間で19.00円/株。
- 26年9月期は売上高が前期比3.6%増の310億円、営業利益は同12.0%増の33億円の予想。今後の業績拡大の牽引役となるのはヘルスケア事業と学校DX事業。ヘルスケア事業では、薬局向けはクラウド薬歴事業の成長を図り、自治体向けには子育てDXプラットフォーム事業戦略を推進する。学校DX事業では、私立学校向けに導入学校数の拡大、公立学校向けに導入自治体数の拡大を図る。コンテンツ事業においてセキュリティ関連アプリ「AdGuard」の有料会員数拡大やオリジナルコミック事業の拡大に取り組むことにより収益維持を図る。配当は、前期から1.00円/株増配となる20.00円/株(うち中間期末10.00円/株)を予定。予想配当性向は58.1%(予想EPSの中間値を使用)。
- 25/9期は2桁営業増益を確保、一旦は低迷していた営業利益はこの2年はしっかりと半期で10億円超を確保し、安定した利益体质が構築されつつある。コンテンツ事業では一時は減少していた有料会員は横這いへ安定化した。そこにヘルスケア事業および学校DX事業の売上の伸びが顕著となっている。特に学校DX事業は黒字に転じ高い利益率を確保している。
- 26/9期もコンテンツ事業ではしっかりと利益水準の確保を進める中、学校DX事業の貢献が期待できる。ヘルスケア事業においても利益成長を見込んでおり、25/9期に行った先行投資の効果がしっかりと収益に反映されてきそうだ。

## 1. 会社概要

### 【1-1 沿革】

1996年、創業者前多俊宏氏(現 同社代表取締役社長)が、モバイルコンテンツのさらなる可能性を予見し、世の中に必要とされる様々なエンターテインメントや生活情報、ソリューションサービスを創出することを目的に、同社を設立。

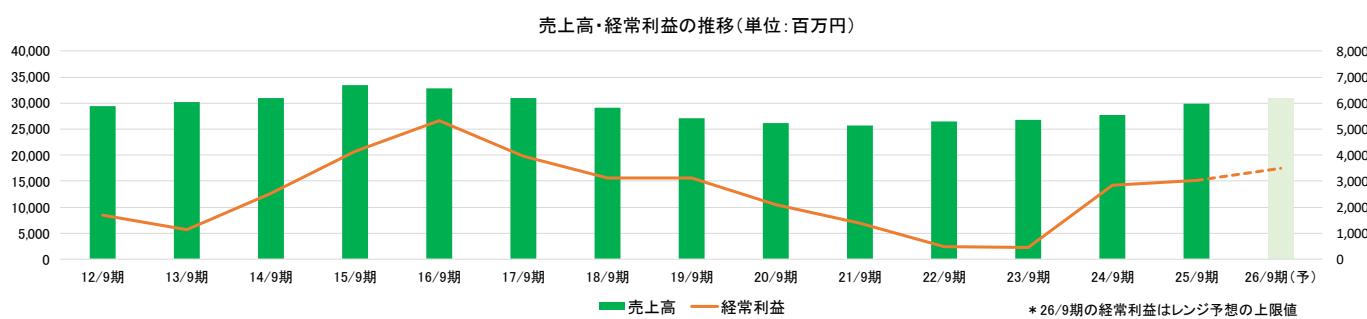
携帯電話販売やコンテンツ配信のほかインターネット決済システム、ウェブサイトシステム運営等、インターネット関連サービスのスポット型ビジネスを多角的に展開し、モバイルコンテンツ市場の急成長とともに業容も拡大。1999年には株式を店頭登録し、2004年にジャスダック証券取引所に上場した。

その後、モバイル通信の中心デバイスが携帯電話からスマートフォンへ移行するのに伴いスマートフォン向けコンテンツ事業への移行を進めさらに収益を拡大させ、2015年には東証一部へ市場を変更。

2016年に総務省が0円端末廃止策を打ち出したことに伴い全体の有料会員数は減少(※)を続けていた。同年から長年のコンテンツ事業で培ったUI/UXやマーケティングの強みを活かし、将来の成長ポテンシャルが大きいヘルスケア事業の拡大に注力している。

2022年、市場再編に伴い東証プライム市場に移行した。

(※)同社では有料会員入会導線の中心を携帯ショップとしていた。機種変更の際のコンテンツ購入に伴う値引き額の原資を、同社が販売奨励金として携帯ショップに提供。スマートフォン普及に伴いコンテンツ事業は大きく成長したが、2016年の同施策の導入により入会者数は大きく減少していった。



### 【1-2 理念】

同社グループでは、世の中が日々変化していく中でその時に求められるサービスを生み出し世界中に届けていくことが、顧客がより自由に自分らしく生きられる社会を実現する上で大切なことだと考えている。

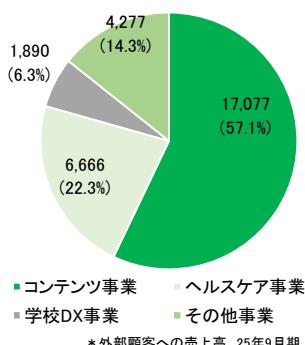
ビジョンとして「世の中を、一歩先へ」を掲げ、顧客にとって日々の生活を共に歩むパートナーとしてあり続け、生活をより便利に、より豊かにするサービスの提供を通じて、よりよい未来社会の実現に取り組んでいる。

現在注力しているヘルスケア事業においては、データ分析を基にした健康の維持や病気の予防による国民のQOL向上や、医療費削減への寄与を目指している。

### 【1-3 事業内容】

報告セグメントは、「コンテンツ事業」、「ヘルスケア事業」、「学校DX事業」、「その他事業」の4区分。

セグメント売上高構成(単位:百万円)



## BRIDGE REPORT

**(1)コンテンツ事業**

動画・音楽・書籍・コミックをはじめとするエンターテインメント系コンテンツ、セキュリティ関連アプリ「AdGuard」、天気・地図道路情報サービス、等のスマートフォンを中心としたモバイル端末上で利用するコンテンツサービスをエンドユーザーに提供している。コミック配信事業者向けにオリジナルコミック作品を提供するB to B型のオリジナルコミック事業も展開している。

創業以来の祖業であり現在も売上高の6割を占める。2025年9月末の有料会員数は321万人。沿革で触れたように、有料会員数は減少が続いていたが、25/9期上期は増加に転じた。

足元の有料会員数は横這いで推移している。今後は、需要の大きいコンテンツへの集中により利益確保を優先する考えである。

**◎主な事業・サービス****①セキュリティ関連アプリ「AdGuard」**

広告ブロック、追跡ブロック、脅威ブロック、ペアレント機能(子供の保護機能)の4機能を特色とするモバイル用セキュリティ関連アプリケーション。

2025年9月末の有料会員数は116万人。1アカウントで複数台の端末に対応可能な点等が評価され、有料会員数は着実に増加しており、更なる拡大を見込んでいる。



(同社資料より)

**②オリジナルコミック事業**

同社スタッフが販売部数拡大に向けたマーケティング戦略の下、ストーリーを企画・構築したうえで、アマチュア及びプロの漫画家が作品化し、顧客である出版社に提供している。

現在約20作品を掲載しており、安定成長を続けている。

**(2)ヘルスケア事業**

ヘルスケアに役立つ情報の配信のみならず、利用者一人ひとりがスマートフォン等を介して個々のヘルスデータをさまざまな生活シーンで利活用し、より便利で快適な日常を送れるよう、「世の中を、一歩先へ」を推し進めるためのさまざまなサービスを展開している。

同社グループのヘルスケアサービスの利用を通じて、各医療機関や自治体で個々に蓄積されたヘルスデータをより有効に利活用することができるよう、各機関に存在する複数の異なるシステム上のデータを連携する新たなシステムの構築に向け取り組んでいる。

具体的には、調剤薬局に対しは、薬局DXとしてクラウド薬歴やクラウド在庫管理サービス、およびお薬手帳アプリサービスを提供するほか、自治体に対しては、母子手帳アプリや子育てDXサービスを提供している。そのほか、女性向け健康情報サービス『ルナルナ』をはじめとするヘルスケア系コンテンツの有料会員数は2025年9月末時点で47万人。

## ◎主な事業・サービス

### ①調剤薬局向けクラウド薬歴「CARADA 電子薬歴 Solamichi」

政府が「かかりつけ薬局」の普及を推進するなど、地域医療充実に向け調剤薬局の果たす役割はますます大きくなっている。一方で、調剤薬局は利用者に安全・安心・信頼・利便性を提供するためには多様で複雑な業務が必要で、「充実した薬歴を早く書きたい」「加算を漏れなく取り切りたい」「対人業務を強化したい」といった課題を解決したいと考えている。

クラウド薬歴「CARADA 電子薬歴 Solamichi」は、主として以下のような機能を提供することで、上記の課題を解決し、調剤薬局の業務効率化と、患者が安全・安心に薬を服用できる環境づくりに貢献する。

- ☆ 薬歴記載 チェックを付けるだけで簡単に薬歴を作成することができ、記載時間の短縮および質の向上を実現
- ☆ 服薬フォロー 患者からの回答結果を薬歴に記載することで、服用期間のフォローアップを行い、患者とのコミュニケーションをサポート
- ☆ 処方監査 自動的に薬の飲み合わせをチェック。見落としがちな監査項目も一目で確認することができ、より安全な薬物治療を実現
- ☆ 運営分析 各店舗の稼働状況をリアルタイムで集計するほか、未記載薬歴の有無もリアルタイムで確認
- ☆ 在宅訪問 在宅業務に必要な書類をまとめて作成
- ☆ 患者情報管理 患者1人1人の情報管理を徹底し、過不足ない患者情報作成をサポート

### 愛される薬局をつくるオールインワンクラウド薬歴「CARADA 電子薬歴 Solamichi」



(同社ウェブサイトより)

今後は在庫管理やレセコン(※)などの開発も進めて、薬局の全業務をICT化によって改革する「薬局DX」を支援する。

#### ※レセコン

レセプト(診療報酬明細書)を作成するためのコンピュータ。医療機関での発行と薬局での収受を紙ではなくデータ連携によって、効率化を図る。

## ◎特徴

パソコンの操作が苦手でも、マニュアルを見なくても、感覚的に操作を行える見やすい画面とシンプルな操作性にこだわっている。必要最低限のメニューとボタンのみを表示することで、誰でもストレスなく使用できる。

手書きより素早く薬歴を作成できるにもかかわらず、薬剤師の経験値にとらわれない薬歴の内容の均一化を実現する。

コンテンツ事業で培った高度なUI/UXデザイン能力が発揮されている。

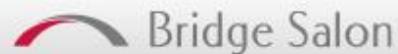
## ◎市場開拓

2025年9月末の導入店舗数は3,811店舗。日本全国の約6万店の調剤薬局のうち、大手チェーンなどを除いた中小(いわゆるパパママ薬局)1万店をターゲットとしている。

営業においては、2016年に資本業務提携を行った医療用医薬品等卸売を手掛ける株式会社メディパルホールディングス(東証プライム、7459)が有する調剤薬局ネットワークを利用して顧客開拓を進めている。

既にオンプレミス型のシステムで同業他社が一定のシェアを有しているが、クラウド型に強みを持つ同社の優位性を武器に導入店舗数拡大に注力する。

## BRIDGE REPORT



## ◎料金体系

調剤薬局の必要コストは導入初月のみの初期費用と毎月の月額料金。

他メーカーによっては、電子薬歴システムを利用する端末の台数ごとにかかる端末追加費用が必要な場合があるが、「CARADA 電子薬歴」は端末追加費用が不要である。

## ②自治体向け母子手帳アプリ「母子モ」

母子健康手帳の記録から地域の情報までを携帯で簡単にサポートする電子母子手帳アプリサービス。

妊娠婦と子どもの健康データの記録や体重・発育グラフの表示、予防接種のスケジュール管理、出産・育児に関するアドバイス、写真をつけた育児日記や家族との共有機能、地域の子育て情報など多様な機能を搭載。ICTの活用により子育て世代の不安や負担を軽減する。



(同社ウェブサイトより)

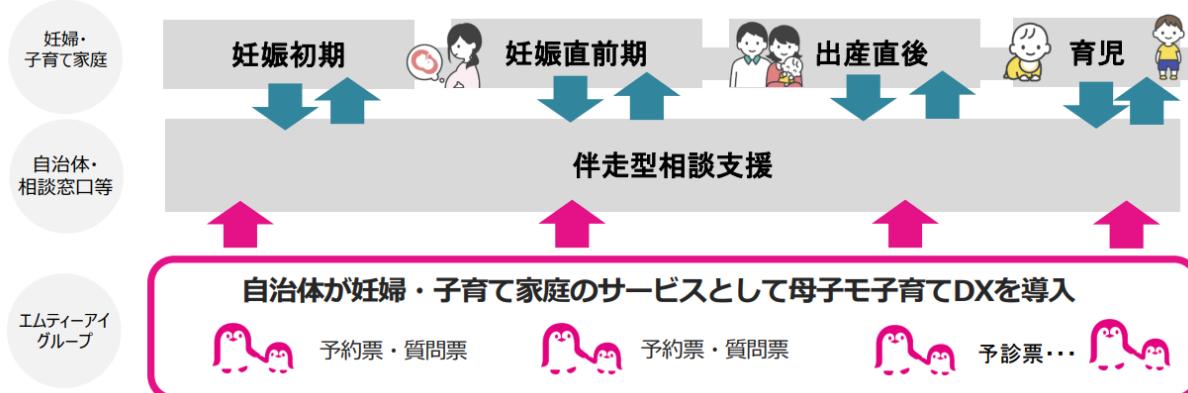
顧客(導入先)は自治体で、772自治体が同サービスを導入している。全国の自治体に占めるシェアは44%。

月額5万円～10万円を自治体から收受し、アプリユーザーは無料で各サービスを利用することができる。

まずは導入件数拡大が必要と考え、低額の料金設定としてきたが、導入自治体数は既に500を突破しているため、今後はさらなる導入件数拡大に加え、アップサイドのための「子育てDX」の提供を促進する考えだ。政府によるデジタル化・DX推進の動きに加え、23年1月にスタートした「伴走型相談支援」(※)も追い風となり、事業環境は更に明るくなっている。

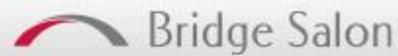
## ※伴走型相談支援

2023年1月から開始された政府の妊娠・子育て支援サービス。妊娠や2歳くらいまでの子供がいる子育て家庭への支援のため、出産・育児の見通しを行政と一緒に立てる。妊娠周間と出産間近、出産直後の計3回面談を行い、10万円相当のギフト券がもらえるだけでなく、地域の身近な相談機関とつながることで、安心して出産・子育てができる環境を整備する。



(同社資料より)

## BRIDGE REPORT

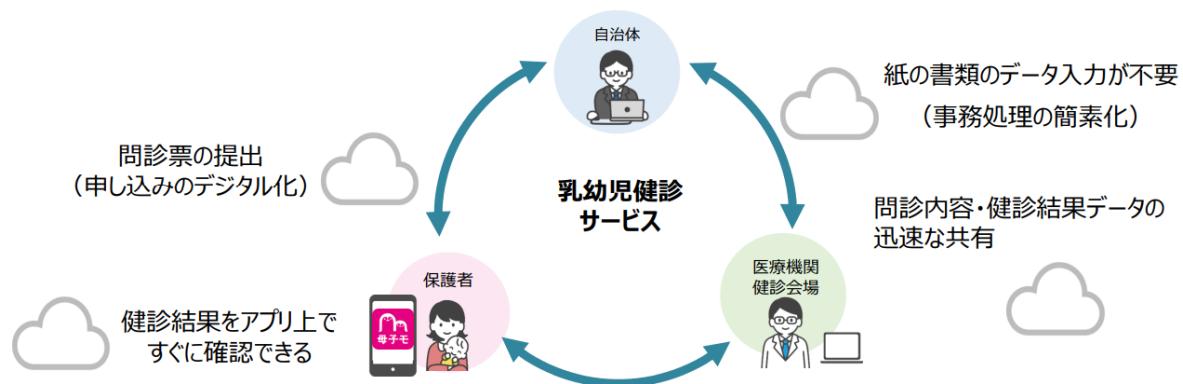


## &lt;子育てDX&gt;

同社では、デジタル技術やデータを活用したサービスの普及によって地域における子育て支援を充実させることで、安全・安心で簡便な子育て社会の実現を目指しており、これを「子育てDX」と呼んでいる。

「子育てDX」の中心となるサービスが母子手帳アプリ「母子モ」。上記の基本機能に加えて、3つのサービスで子育て関連事業のオンライン化を支援し、自治体が抱える様々な課題を解決する。25年9月時点の導入自治体数は延べ280自治体。

## 福岡市の導入事例



| サービス                    | 概要                                       | 提供機能                            | 対象事業   |
|-------------------------|--|---------------------------------|--|
| 母子モ 子育てDX<br>相談・訪問サービス  | 接触を回避しながら、効率的で質の高い相談・訪問を実現する。            | ビデオ通話、事前質問票のデジタル化、オンライン予約など     | 妊産婦訪問指導/新生児訪問/乳幼児全戸訪問/養育支援訪問/未熟児訪問/育児相談/乳幼児相談/妊婦相談(産後ケア)/ひとり親相談等 |
| 母子モ 子育てDX<br>乳幼児健診サービス  | 手間を削減しながら、密を回避した集団健診・個別健診への切り替えを実現する。    | 問診のデジタル化、健診のデジタル化、オンラインでの保健指導など | 乳幼児健診  |
| 母子モ 子育てDX<br>小児予防接種サービス | 保護者・自治体・医療機関の手間・費用を削減し、効率的で安全な予防接種を実現する。 | 予防接種手続きのデジタル化など                 | 小児予防接種   |

このほか、子育て関連の各種申請や妊産婦健診のオンライン化も検討中である。

単なるアプリの導入にとどまらず、保護者・自治体・医療機関3者間のデータ連携による「子育てDX」が、保護者への利便性提供のみならず、自治体および医療機関における従来の事務処理を抜本的に解決する。

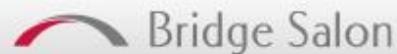
これらのサービス提供に対しては、別途初期費用や出生数に応じた月額料金などを設定している。政令指定都市を含む受注は順調に拡大しており、今後の収益の大幅な拡大を想定している。

## ③その他

以下を含め、様々なサービスを提供している。

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 女性向けヘルスケアサービス「ルナルナ」(無料) | ライフステージや悩みにあわせて女性の一生をサポートする健康情報サービス    |
| 「CARADA」(有料)            | 健康診断結果を過去分からグラフでスマートフォンに返す。健診機関向けのサービス |
| ルナルナ オンライン診療(有料)        | 「ルナルナ」と連携した産婦人科向けオンライン診療システム           |
| CARADA オンライン診療(有料)      | オンライン診療とオンライン服薬指導の両方を実施できるシステム         |

## BRIDGE REPORT



## (3)学校DX事業

## ◎フルクラウド統合型校務支援システム「BLEND」

保育園、幼稚園、小・中学校、高等学校、高等専門学校、専修学校、大学まで、教職員の日々の校務を効率化する校務支援システム。主に私立の中学校・高等学校向けを中心としてクラウド型校務支援システムをエムティーアイの子会社のモチベーションワークス株式会社が提供している。

文部科学省の推進する「GIGAスクール構想」により、多くの学校でICT環境が整備され生徒のICT環境整備が進んでいるが、教職員の働き方改革については、多くの学校でテレワーク環境が未整備で、感染症拡大時なども出勤の必要がある。また、生徒の出欠管理・成績管理・帳票管理など多くの校務が紙で処理されているほか、ICT化されている校務も、ネットワークやセキュリティ上の制約から使い勝手に課題がある。

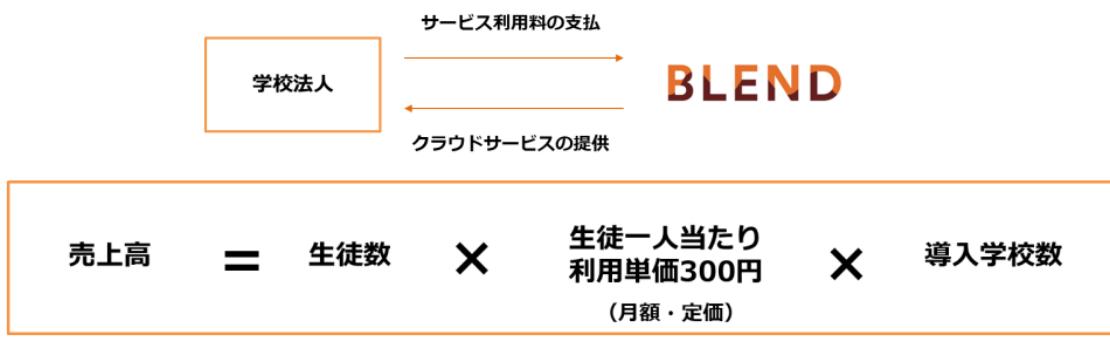
加えて、教職員の1日の平均勤務時間は10時間を超えており、校務量の削減は喫緊の課題となっている。

こうした現状を解決するサービスが「BLEND」である。

「BLEND」は、出欠や成績の登録、指導要録や調査書などの帳票の出力といった教務関係を中心に、校務に必要なあらゆる機能を備えている。

各種データの紐づけによりデータが一括反映されるため、各種の帳票に記入する必要が無く、二重校務を防止するほか、クラウド型システムのため、マルチOS・マルチデバイスに対応しており、端末や場所に限定されることなく、校務を実行することができ、「学校DX」を強力に支援する。

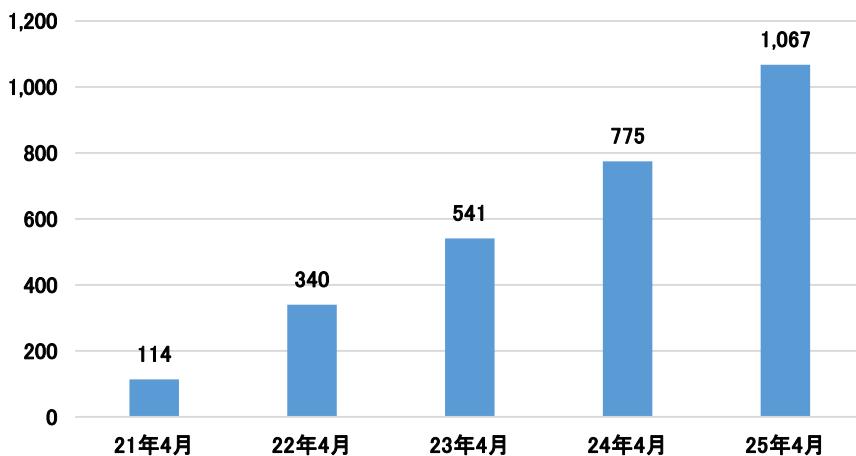
ビジネスモデル(私立学校)は以下の通り、生徒一人当たり月額300円を定価とする



(同社資料より)

2025年4月末の導入私立学校数は1,067校。需要は旺盛で、今後も多数の導入を見込んでいる。

## 「BLEND」導入私立学校数



私立学校(中学・高等学校)の50%をカバーしている。私立高校を中心に導入件数拡大を進めているが、公立中学・高校も開拓中である。自治体向け営業においては「母子モ」における知見やノウハウも活用していく。

#### (4) その他の事業

法人顧客に対し、AI事業、法人向けDX支援事業、ソリューション事業等、システムの受託開発・運用を行っている。

#### 【1-4 特長・強み・競争優位性】

以下の4点を強みとしている。

##### (1) 技術革新のスピードにキャッチアップできる開発スピード

インターネットを取り巻く技術革新のスピードは加速し、またAIやクラウド、API連携等の各種技術により異なるシステム間での複雑なデータ連携が可能になっている。

一方、開発にあたっては盤石なセキュリティ体制の構築も不可欠で、必要な開発技術は多岐に渡る。

こうした要請に対し、同社では高度な専門的スキルを有する優秀な開発者を国内外から通年採用しているほか、さまざまなパートナー企業等との技術連携に取り組んでおり、一連の技術革新のスピードアップに絶えずキャッチアップすることができる体制を構築しており、新たな付加価値を創出している。

コンテンツ事業で成長してきた同社は、PCベースのみでなく、携帯電話、スマートフォン、タブレットなどマルチデバイス対応での開発力を磨いてきた。

セキュリティチェックも含め、全てのデバイスで対応するためのクラウド独特の開発力、対応力も同社の大きな強みである。

##### (2) 高度なUI/UXデザイン能力

コンテンツサービスを多くのエンドユーザーに利用してもらうには、端末画面上のボタンの配置やわかりやすい説明文など、性別や年齢を問わず多くのユーザーが使いやすいと思う操作性に優れたデザインとしてUIを設計し、エンドユーザーにとって質の高いUXを生み出していくことが重要である。

同社は、創業以来動画・音楽、コミック等のエンターテインメント情報、地図・天気情報等の生活情報、ヘルスケア情報など、あらゆるジャンルのコンテンツサービスの企画・開発を行ってきた経験によって培った、高度なUI/UXデザイン能力を有している。

##### (3) ストック型重視のビジネスモデル

同社グループの事業の多くはストック型のビジネスモデルを中心とし、月額課金収入が売上高の大半を占めている。安定した収益基盤から積み上げた収益を、次なる成長事業への注力や最新のテクノロジーを採用したサービス開発等に充てることが可能である。

##### (4) サービスの良さを伝えるマーケティング力

同社事業の属するインターネット業界においても、エンドユーザーにサービスの良さをしっかりと伝え、継続的にサービスを利用してもらうには、マーケティングや営業力の強化が大切であると考えている。そのため、コンテンツプロバイダーでありながらも、長年、全国の携帯ショップにおけるコンテンツサービスの販売促進を行い、効果的なマーケティング戦略に基づいた積極的な営業活動を展開してきた。

現在ではコンテンツ事業のみならずヘルスケア事業、学校DX事業等において、自治体や医療機関、学校、企業等に対しても効果的なマーケティング戦略に基づいた営業活動によって各サービスの導入を推進している。

## 2. 2025年9月期決算概要

### 【2-1 業績概要】

|       | 24/9期  | 構成比    | 25/9期  | 構成比    | 前期比    | 会社予想   | 予想比    |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 売上高   | 27,669 | 100.0% | 29,910 | 100.0% | +8.1%  | 29,400 | +1.7%  |
| 売上総利益 | 20,404 | 73.7%  | 22,223 | 74.3%  | +8.9%  | —      | —      |
| 販管費   | 18,010 | 65.1%  | 19,276 | 64.4%  | +7.0%  | —      | —      |
| 営業利益  | 2,394  | 8.7%   | 2,946  | 9.8%   | +23.1% | 3,200  | -7.9%  |
| 経常利益  | 2,827  | 10.2%  | 3,027  | 10.1%  | +7.1%  | 3,300  | -8.3%  |
| 当期純利益 | 2,363  | 8.5%   | 3,404  | 11.4%  | +44.0% | 2,940  | +15.8% |

\* 単位:百万円。予想比は25年1月31日公表の業績予想に対する比率。各利益予想はレンジ予想の上限値。

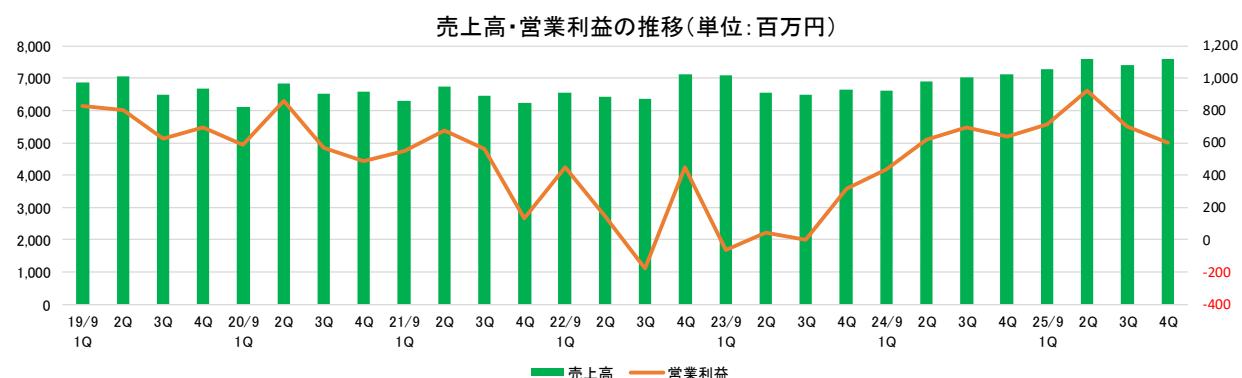
### 増収増益、売上高や営業利益は会社予想並み

売上高は前期比8.1%増の299億10百万円。全てのセグメントが増収、ヘルスケア事業は2桁増収、学校DX事業が大幅に伸びた。

営業利益は同23.1%増の29億46百万円。売上総利益率は向上し売上総利益は8.9%増。コンテンツ事業で広告宣伝費が増加したことにより販管費は増加したものの、営業利益率は前期8.7%から9.8%に向上した。大幅増収の学校DX事業が黒字転換、その他事業が大幅な増益となり、牽引して2桁増益を確保した。持分法投資利益が減少しており、経常利益は前期比7.1%増の30億27百万円。

25年8月8日公表の業績予想に対し、売上はレンジ予想の上限を上回り、営業利益・経常利益はレンジ予想内。特別利益に計上する還付消費税等が大きく増加したことにより、当期純利益は会社予想を大きく上回り、前期比44.0%増の34億4百万円となつた。

10.00円/株の期末配当を実施、年間で19.00円/株。



### 【2-2 セグメント別動向】

|           | 24/9期  | 構成比    | 25/9期  | 構成比    | 前期比     |
|-----------|--------|--------|--------|--------|---------|
| コンテンツ事業   | 16,781 | 60.7%  | 17,077 | 57.1%  | +1.8%   |
| ヘルスケア事業   | 5,473  | 19.8%  | 6,666  | 22.3%  | +21.8%  |
| 学校DX事業    | 1,213  | 4.4%   | 1,890  | 6.3%   | +55.8%  |
| その他事業     | 4,200  | 15.2%  | 4,277  | 14.3%  | +1.8%   |
| 売上高合計     | 27,669 | 100.0% | 29,910 | 100.0% | +8.1%   |
| コンテンツ事業   | 4,320  | 25.7%  | 4,270  | 25.0%  | -1.2%   |
| ヘルスケア事業   | 352    | 6.4%   | -80    | —      | —       |
| 学校DX事業    | -66    | —      | 550    | 29.1%  | —       |
| その他事業     | 300    | 7.1%   | 949    | 22.2%  | +216.3% |
| 調整        | -2,511 | —      | -2,743 | —      | —       |
| セグメント利益合計 | 2,394  | 8.7%   | 2,946  | 9.8%   | +23.1%  |

\* 単位:百万円。セグメント利益の構成比は売上高利益率。

## BRIDGE REPORT



## (1)コンテンツ事業

増収減益。

25年9月末の有料会員数は24年9月末比17万人増加の324万人。セキュリティ関連アプリ『AdGuard』の有料会員数拡大が続いているため、有料会員数は微増となった。

『AdGuard』の入会促進に伴い広告宣伝費が増加したため、微減益となった。

## (2)ヘルスケア事業

増収減益。

25年9月末の月額有料会員数は24年9月末比4万人減少の47万人。

「クラウド薬歴」の25年9月末の導入店舗数は、24年9月末比1,283店舗増の3,811店舗。中規模以上の調剤薬局への導入拡大に注力した結果、大幅に伸びた。

「クラウド薬歴」の売上高が拡大し増収。薬局DXや子育てDX向けの開発費増加等により、営業損失となった。

## (3)学校DX事業

大幅増収、黒字転換。

25年4月からのクラウド型校務支援システム『BLEND』の導入学校数は1,067校(24年4月比292校増)となり、その月額利用料収入が増加した。公立学校向けには初期開発売上の計上もあり、大幅な増収。私立高校におけるシェアは50%、25年4月の新年度導入は300校。公立学校では山梨県立高等学校導入に続き、同県の小・中学校へも導入が決定。

大幅な増収により損益が大きく改善した。

## (4)その他事業

増収、黒字転換。

法人向けDX支援事業の受注が堅調に推移し増収。不採算事業の縮小を行ったことに伴う販管費削減により大幅な増益。

## 【2-3 財務状態及びキャッシュ・フロー】

## ◎主要BS

|          | 24年9月末 | 25年9月末 | 増減     |         | 24年9月末 | 25年9月末 | 増減     |
|----------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| 流動資産     | 20,152 | 23,212 | +3,060 | 流動負債    | 6,951  | 8,074  | +1,122 |
| 現預金      | 14,828 | 17,816 | +2,987 | 仕入債務    | 1,100  | 1,020  | -79    |
| 売上債権     | 4,183  | 4,085  | -98    | 契約負債    | 2,667  | 2,726  | +59    |
| 固定資産     | 9,533  | 10,135 | +601   | 固定負債    | 3,590  | 2,827  | -762   |
| 無形固定資産   | 2,275  | 2,475  | +200   | 長期借入金   | 1,693  | 956    | -737   |
| ソフトウェア   | 1,929  | 2,127  | +198   | 負債合計    | 10,541 | 10,901 | +359   |
| 投資その他の資産 | 7,054  | 7,439  | +384   | 純資産     | 19,144 | 22,446 | +3,301 |
| 投資有価証券   | 4,466  | 4,691  | +224   | 利益剰余金   | 6,626  | 8,709  | +2,083 |
| 資産合計     | 29,686 | 33,347 | +3,661 | 負債純資産合計 | 29,686 | 33,347 | +3,661 |

\* 単位:百万円

現預金の増加などで資産合計は前期末比36億61百万円増加し333億47百万円。

利益剰余金の増加などで純資産は同33億1百万円増加し224億46百万円。

自己資本比率は前期末から3.2ポイント上昇し55.2%となった。

## ◎キャッシュ・フロー

|         | 24/9期  | 25/9期  | 増減     |
|---------|--------|--------|--------|
| 営業CF    | 4,131  | 5,661  | +1,530 |
| 投資CF    | -1,368 | -1,706 | -337   |
| フリーCF   | 2,762  | 3,955  | +1,192 |
| 財務CF    | -1,637 | -943   | +694   |
| 現金同等物残高 | 14,828 | 17,816 | +2,987 |

\* 単位:百万円

営業CFのプラス幅拡大によりフリーCFのプラス幅が拡大した。キャッシュポジションは上昇した。

### 3. 2026年9月期業績予想

#### 【3-1 業績予想】

|       | 25/9期  | 構成比    | 26/9期(予) | 構成比    | 前期比    |
|-------|--------|--------|----------|--------|--------|
| 売上高   | 29,910 | 100.0% | 31,000   | 100.0% | +3.6%  |
| 営業利益  | 2,946  | 9.8%   | 3,300    | 10.6%  | +12.0% |
| 経常利益  | 3,027  | 10.1%  | 3,300    | 10.6%  | +9.0%  |
| 当期純利益 | 3,404  | 11.4%  | 1,910    | 6.2%   | -43.9% |

\* 単位:百万円。予想は会社側予想。レンジ予想は中間値を使用。

#### 増収増益を予想

26/9期は売上高が前期比3.6%増の310億円、営業利益は同12.0%増の33億円の予想。

今後の業績拡大の牽引役となるのはヘルスケア事業と学校DX事業。ヘルスケア事業では、薬局向けはクラウド薬歴事業の成長を図り、自治体向けには子育てDXプラットフォーム事業戦略を推進する。学校DX事業では、私立学校向けに導入学校数の拡大、公立学校向けに導入自治体数の拡大を図る。コンテンツ事業においてセキュリティ関連アプリ「AdGuard」の有料会員数拡大やオリジナルコミック事業の拡大に取り組むことにより収益維持を図る。

配当は、前期から1.00円/株増配となる20.00円/株(うち中間期末10.00円/株)を予定。予想配当性向は58.1%(予想EPSの中間値を使用)。

#### 【3-2 各事業の26/9期の取り組み】

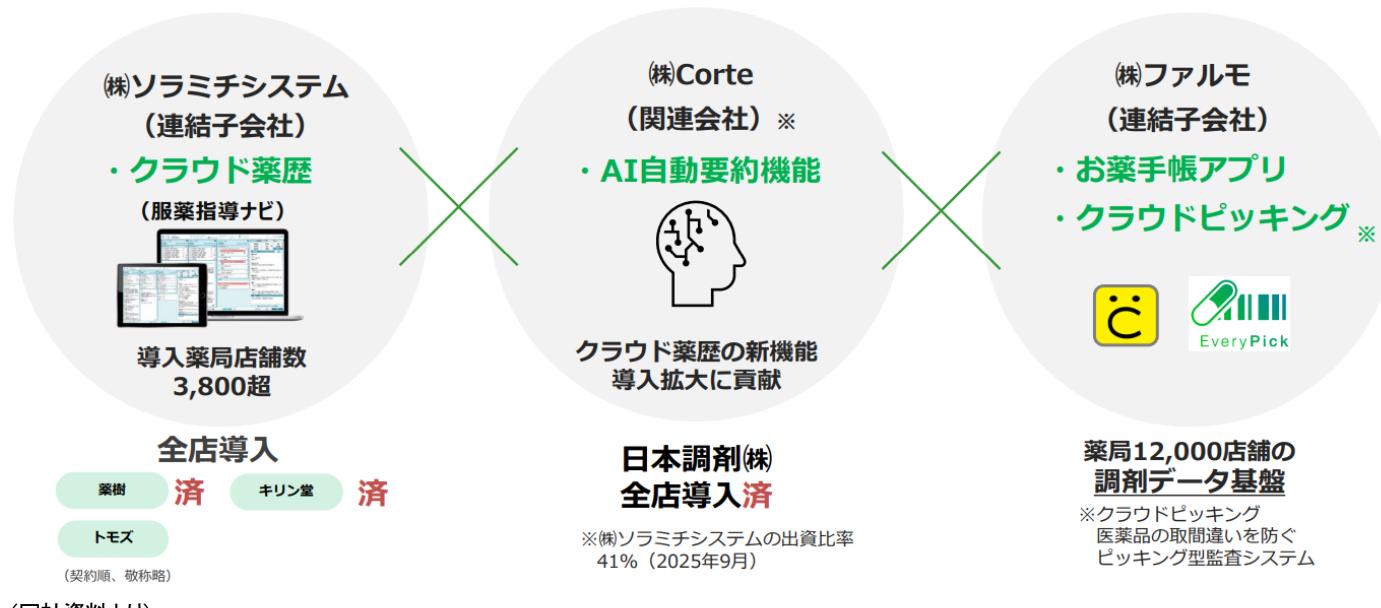
##### (1)ヘルスケア事業

将来の成長ポテンシャルが大きく、BtoC型に比べて顧客と長期間にわたり取引関係を構築することにより安定的なストック型ビジネスになり得るため、売上成長を実現できるよう様々な展開を実施していく。

##### ①クラウド薬歴の拡大

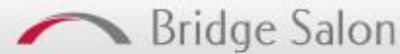
25年9月末の導入店舗数は3,811店舗。

調剤薬局からの導入意欲が引き続き高く、ヘルスケア事業の持続的な売上・利益成長に寄与できる。協業先であるメディパルホールディングスとの連携強化により導入店舗数をさらに拡大させる考え。また、調剤薬局全体の業務効率化を総合的に推進するために、グループで展開する薬局DXの商材も含めた調剤薬局のクラウド化支援を積極展開することにより、さらなる収益向上に繋げていく。



グループ全体では全国15,000以上の店舗と取引実績がある。20%の薬局が導入している。

## BRIDGE REPORT



## ②子育てDX「母子モ」のプラットフォーム戦略推進

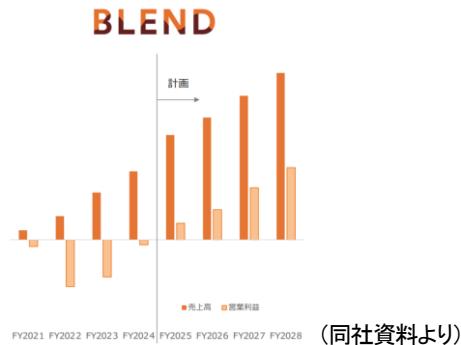
政府による母子保健情報のデジタル化推進が行われる中、母子手帳アプリ「母子モ」の自治体導入先をさらに拡大させる。また、その導入先を中心に子育てDXサービスの拡販を強力に営業展開していく。そして自治体、病院、住民のデジタル連携の実現を通じた「母子モ」プラットフォーム戦略の推進を行うことを通じて、同事業の中で中長期的に利益貢献できる中核事業の1つに発展させるように取り組んでいく。

母子手帳アプリ「母子モ」の導入自治体数は772、自治体シェアは44%。また、「母子モ」利用自治体の子育てDXサービス導入は順調。導入自治体数は延べ280。

新潟県とは連携協定を締結。「ルナルナ」の「プレミアムコース」に無償提供や、不妊治療や妊活の情報配信などを通じて、女性の健康支援を推進する。

## (2)学校DX事業

政府による都道府県域での校務DX推進が行われる中、これを成長機会として捉え積極展開していくことにより持続的成長の実現を目指す。クラウド型校務支援システム「BLEND」に対する受注の引き合いが強く、25年4月からの導入学校数は24年4月から292校増加し1,067校となった。従来は私立学校中心の受注活動だったが、公立学校の受注活動にも注力し、さらなる売上・利益成長を図る。



## (3)コンテンツ事業

コンテンツの入会が好調。今後の成長が見込める分野に対して、計画的に広告宣伝活動を行っていく。

## 【3-3 中長期的な利益イメージ】

コンテンツ事業やその他事業(法人向けDX事業・AI事業)ではしっかりと利益を確保していく。学校DX事業では短期～中期、ヘルスケア事業では中期から長期に収益貢献する見通し。29/9期までに営業利益50億円の確保を目指す。

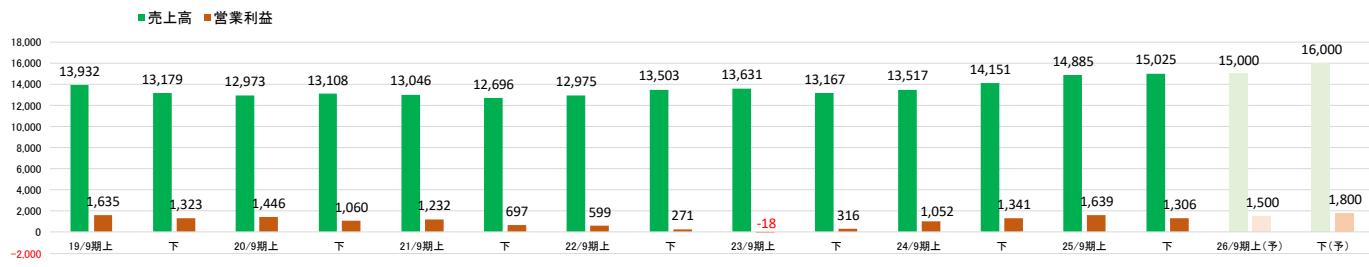
## 4. 今後の注目点

25/9期は概ね会社予想並みの水準で着地、2桁営業増益を確保した。下グラフを見ても一目瞭然、一旦は低迷していた営業利益はこの2年はしっかりと半期で10億円超を確保し、安定した利益体質が構築されつつある。コンテンツ事業では一時は減少していた有料会員は横這いへ安定化した。そこに従来から前多社長が「特に注力」と強調していたヘルスケア事業および学校DX事業の売上の伸びが顕著となっている。特に学校DX事業は黒字に転じ高い利益率を確保、今後は公立校などにも展開を進めさらなる収益拡大が期待できる。ヘルスケア事業ではクラウド歴が好調に推移している。システム開発費の増加により営業損失だが今後の利益確保への先行投資と捉えている。

26/9期もコンテンツ事業ではしっかりと利益水準の確保を進める中、学校DX事業の貢献が期待できる。ヘルスケア事業においても利益成長を見込んでおり、25/9期に行った先行投資の効果がしっかりと収益に反映されてきそうだ。

株価は低調に推移しているが、利益は軌道に乗ってきた。なお、同社のビジネスモデルでは、先行投資が一巡すると売上の拡大とともに高い利益率が確保できる。

売上高・営業利益の推移(単位:百万円)



## ＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞

### ◎組織形態、取締役、監査役の構成

|      |            |
|------|------------|
| 組織形態 | 監査役設置会社    |
| 取締役  | 10名、うち社外5名 |
| 監査役  | 4名、うち社外4名  |

### ◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日: 2025年5月16日

### ＜基本的な考え方＞

当社は、透明性が高く健全な経営体制の確立、そして事業環境の変化に対応した迅速かつ的確な意思決定システムの構築を重要な経営課題として捉えています。

その一環として、取締役の任期を1年とし、毎年株主の皆さまによる信任の機会を設け、緊張感を持った経営を行っています。また、コンプライアンス(法令順守)の強化・定着化を推進しています。

決算や重要な経営情報等については、IRポリシーに基づき、タイムリーかつ適切な情報開示を行い、また、ステークホルダーとの双方向コミュニケーションを行うことにより、経営の透明性を高め、市場との信頼関係構築に努めています。

### ＜コーポレート・ガバナンス・コードの各原則を実施しない理由(抜粋)＞

2021年6月改訂後のコーポレート・ガバナンス・コードに基づき記載しています。

#### 【原則1-4】(政策保有株式)

政策保有株式の保有に関する方針およびその議決権の行使基準については、「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針1.株主の権利・平等性確保(6)」に記載のとおりです。

その中で当社は、主要な政策保有株式について、投資先企業の業績および株式保有の目的とその達成状況等を取締役会において定期的に報告し、当該企業および当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上の観点から株主として議決権を適切に行使することとしています。

なお、個別の政策保有株式について、中長期的な経済合理性、保有目的の適切性、保有に伴うメリットやリスクが資本コストに見合っているか等を具体的に検証・精査し、保有の意義が必ずしも十分でないと判断される場合には、縮減を図るプロセスを構築する方向で検討を進めています。

#### 【補充原則3-1-3】(サステナビリティについての取り組み、人的財産や知的資本への投資等)

当社では、会社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上の実現に向け経営戦略を策定していますが、当社の事業環境は変化が激しく将来を見通すことが難しい状況にあるため、次期の見通しの公表を行う一方、中期経営計画を公表していません。しかしながら、経営戦略のより具体的な内容を開示し長期的な方向性を示すことは、株主との対話の充実化に向け重要な課題であると認識しています。そのため、今後の経営戦略策定のプロセスにおいて、人的資本や知的財産への投資、およびサステナビリティ等の各要素を加味した開示情報の充実化に向け、社内体制を整備してまいります。

なお、サステナビリティについては、当社は環境負荷の大きくないインターネット・デジタルテクノロジーを基盤とした事業を展開していることから、気候変動が当社事業に重大な影響を及ぼすことは現時点では想定しておらず、プライム市場上場会社にのみ課されているTCFDまたは同等の枠組みに基づき取り組みを実施していません。一方、当社は「世の中を、一歩先へ。」をビジョンとして掲げており、様々なデジタルテクノロジーを組み合わせ多種多様なサービスを創り出し、ヘルスケア事業や学校DX事業をはじめとする社会的意義の高い事業を展開しています。今後、気候変動に係る各業界のクライアント企業やエンドユーザーが当社サービスをご利用いただくことを通じて、様々なIT化が推進されることで気候変動への対応が推進されていくと考えています。以上の考えに基づき、当社のビジョンに沿ったサステナビリティを推進していきます。

サステナビリティに関する考え方および取り組みの最新情報については、当社ホームページに掲載しています。

#### ・当社のサステナビリティ:

より良い未来社会の実現に、エムティーアイの強みを

[https://www.mti.co.jp/?page\\_id=30060](https://www.mti.co.jp/?page_id=30060)

#### ・事業を通じた社会課題解決に向けた取り組み事例のご紹介:

SXサステナビリティransformation 私たちは次世代へと繋いで行く道を見つけることができるだろうか

[https://www.mti.co.jp/?page\\_id=35082](https://www.mti.co.jp/?page_id=35082)

## &lt;コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)&gt;

上記1の基本的な考え方に基づき、経営理念の実現を目指すとともに、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図り、株主の皆さまをはじめとするステークホルダーからの信頼が得られるよう、常に最良のコーポレート・ガバナンスを追求し、その改善に継続的に取り組むことを目的として、「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」を策定しました。

## コーポレート・ガバナンスに関する基本方針 URL

<https://ir.mti.co.jp/wp-content/uploads/library/tse/2021/corporate20211220.pdfh>

## 【原則5-1】(株主との建設的な対話に関する方針)

当社の株主との建設的な対話を促進するための体制整備・取り組みに関する方針については、「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針 5. 株主との対話」および本報告書「Ⅲ 株主その他利害関係者に関する施策の実施状況 2. IRに関する活動状況」に記載のとおりです。また、当社ホームページ(IRサイト)にIRポリシーを掲載しています。

IRポリシーURL [https://ir.mti.co.jp/ir\\_policy/](https://ir.mti.co.jp/ir_policy/)

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものですが、当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(株式会社エムティーアイ:9438)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、[www.bridge-salon.jp/](https://www.bridge-salon.jp/)でご覧になります。



同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[» ご登録はこちらから](#)

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[» 詳細はこちらから](#)

投資家向けIRセミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[» 開催一覧はこちらから](#)