



山川 誠 社長

株式会社イメージ・マジック(7793)



企業情報

市場	東証グロース市場
業種	その他製品
代表者	山川 誠
所在地	東京都文京区小石川 1-3-11 ライジングスクエア後楽園 6F
決算月	12月
HP	https://imagemagic.jp

株式情報

株価	発行済株式数(期末)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
1,195円	2,313,671株	2,764百万円	15.5%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.0円	-	39.76円	30.1倍	663.29円	1.8倍

*株価は3/5終値。23年12月期決算短信より。

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
2021年4月	4,330	220	221	152	109.31	0.0
2022年4月	4,896	305	286	234	136.75	0.0
2023年4月	5,291	69	76	48	21.19	0.0
2023年12月	4,376	344	342	220	95.27	0.0
2024年12月(予)	6,540	150	148	92	39.76	0.0

*予想は会社予想。単位:百万円、円。2023年12月期は変則8ヶ月決算。

(株)イメージ・マジックの2023年12月期決算概要などをご紹介します。

目次

[今回のポイント](#)

[1. 会社概要](#)

[2. 2023年12月期決算概要](#)

[3. 2024年12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

- インターネットを利用して行うアパレルや雑貨を主とした商品へのオンデマンドプリントサービス、及びオンデマンドプリントの仕組み(ソフトウェアやハードウェア)をアパレルメーカー、印刷会社などの事業者へ提供する ODPS 事業を行っている。95年設立、22年3月に東証マザーズに新規上場、現在は東証グロース市場。
- 23/12期の売上高は前年同期間比21.7%増の43億76百万円。オンデマンドサービスが伸長して牽引、ソリューションサービスも大幅増収。営業利益は同260.7%増の3億44百万円。価格転嫁を進めて売上総利益率が大きく改善、工場拡張移転コストを吸収して大幅増益となった。オンデマンドプリントサービスは前年同期間比19.4%増収、売上総利益は同34.0%増加。自社サービスであるオリジナルプリント.jpの売上高が商品価格転嫁による単価アップ等により増加し、売上総利益率が向上した。ソリューションサービスは前年同期間比48.9%増収、売上総利益は同97.6%増加。DTFプリンターの販売増に伴い付随して使用する消耗品の販売高も増加して大幅増収。ハードウェア保守原価の減少等に伴い売上総利益率が前年同期間31.7%から39.6%へ大きく改善したことにより大幅増益となった。期初予想は売上高40億円、営業利益72百万円。23年12月に大幅に上方修正し、修正予想を上回っての着地。
- 24/12期は、売上高が前年同期間との比較で7.7%増の65億40百万円、営業利益は同52.9%減の1億50百万円を見込む。生産体制の自動化、省力化を進めるため、AIやロボティクスの開発導入を積極的に進めるための高度な知見を有する人材の採用、研究開発に注力する。オンデマンドプリントサービスでは、コロナ禍収束に伴い開催された各種コンサートや舞台等のエンターテインメント及びスポーツ大会といったイベントが一巡するものの、オリジナルグッズの受注が増加していくと見込む。ソリューションサービスでは、同社が培ったノウハウをソフトウェア、ハードウェアの販売を通じて提供していくことで、更なる市場拡大を目指す。生産体制の自動化推進のための高度人材投資・研究開発に伴うコスト増により減益予想。
- 23/12期は前23/4期に下方修正したこともあり、期初の予想がかなり保守的だった。24/12期予想についても営業利益は前年同期間比52.9%減の予想だが、まずは保守的であることを念頭に置いてよさそうだ。ただし、やや不透明感を抱えているのが人材不足を背景とした人件費や採用費の増加。
- オンデマンドプリント市場は高い成長性があり、中でもDTF市場が有望。今のところ業績にはあまり反映されていないが、市場拡大は始まったばかり。今後は多くの企業が規制対応やESG対策としてDTFを活用する可能性が高く、果実を本格的に享受するのはこれからである。同社では中期計画を開示していないが、3年後に売上高100億円、営業利益率8%を目線に置いている。EPSでは200円程度に相当し、具現化が見えてくれば相当の割安感が生じる。中長期的な観点では今後のDTFの市場拡大動向と会社の取り組み状況に注視していきたい。

1. 会社概要

インターネットを利用して行うアパレルや雑貨を主とした商品へのオンデマンドプリントサービス、及びオンデマンドプリントの仕組み(ソフトウェアやハードウェア)をアパレルメーカー、印刷会社などの事業者へ提供するソリューション(オンデマンドプリントソリューションズ、以下「ODPS」という。)事業を行っている。これらの実現のために、小ロット受注に対応したソフトウェアと、システムで制御できるハードウェアの開発を進め、ワークフローのDX化を推進している。

【1-1 沿革】

1995年設立。97年には、日本で初めてオリジナルプリント受注をインターネットで受けるサービスを開始した。現在主力のODPSは19年にリリース。22年3月に東証マザーズ市場へ新規上場。同年4月に市場再編に伴い東証グロース市場へ移行。

年月	概要
95年 5月	東京都港区に株式会社イメージ・マジック設立
07年 1月	東京都新宿区市谷左内町に本社移転及び市ヶ谷工場新設
08年 11月	埼玉県川越市に本社移転及び川越工場新設
10年 1月	オンデマンドプリント受注サイト「オリジナルプリント.jp」開設
13年 6月	東京リスマチック株式会社(現 株式会社日本創発グループ)と資本・業務提携
15年 4月	東京都板橋区小豆沢に本社移転及び小豆沢工場新設
12月	東京都板橋区新河岸に新河岸工場新設
16年 2月	1,670万色のフルカラーカーペット印刷を開始
8月	ネットでアパレルショップを開設できるプラットフォーム「MEET MY GOODS」をリリース
18年 4月	不織布バッグ製造を開始
7月	埼玉県朝霞市に朝霞工場新設
10月	東京都文京区小石川に本社移転
19年 2月	「オンデマンドプリントソリューションズ(ODPS)」をリリース
3月	凸版印刷株式会社と資本・業務提携
6月	東京都板橋区に板橋プリントセンター(IPC)工場新設
20年 3月	東京都板橋区に志村工場新設
	株式会社ランザクションと資本・業務提携
21年 1月	GMOペパボ株式会社と資本・業務提携
4月	岐阜県多治見市に岐阜プリントセンター(GPC)工場新設
10月	デザインシミュレーター付クラウド型オンデマンドEC「maker town」をリリース
22年 3月	東京証券取引所マザーズ市場に新規上場
4月	市場再編に伴い東証グロース市場へ移行

【1-2 経営方針】

ミッション

個性と創造性溢れる豊かな社会づくりに貢献する。

私たちは、一人ひとりの個性や創造性が尊重され、誰もが自分らしく生きることができる社会を実現したいと考えています。

そのために、テクノロジーを活用したモノづくりを通じて、人々の感動や喜びを創造し、豊かな社会づくりに貢献していきます。



(同社HPより)

ビジョン

誰もがモノづくりを楽しめる、サステナブルなモノづくり社会を実現し、グローバルに信頼されるサービスを提供することを目指し、4つのビジョンを掲げている。

次世代のプリント DX イノベーション



簡単・便利な モノづくりを実現

お客様が簡単/便利にモノづくりができ、お手頃価格で欲しいタイミングでお手元に届くことを実現する。



オンデマンド 市場拡大に貢献

工場のモノづくりの DX 化をサポートし、オンデマンド生産市場拡大に貢献する。



在庫を減らし つくる責任を果たす

オンデマンド生産できるアイテムを拡げ、世の中の無駄な在庫を減らして『つくる責任』を果たす。



ソリューションを グローバルに提供

世界中から最適なソリューションをマッシュアップし、信頼されるサービスをグローバルに提供していく。

行動指針

1.新しい事に挑戦

新しい事とは全く違う事をやるのではなく、温知新。
新しい事に挑戦する事で何かを学び、次に繋げる。

2.情報発信と共有

information だけでなく、intelligence(知識)を含め発信と共有。
情報発信と共有の頻度を常に上げていく。

3.お客様を知る

どんなお客様が買ってくれたか。どんなお客様が何を求めているか。
時代の変化とお客様の変化を早く感じ取る。

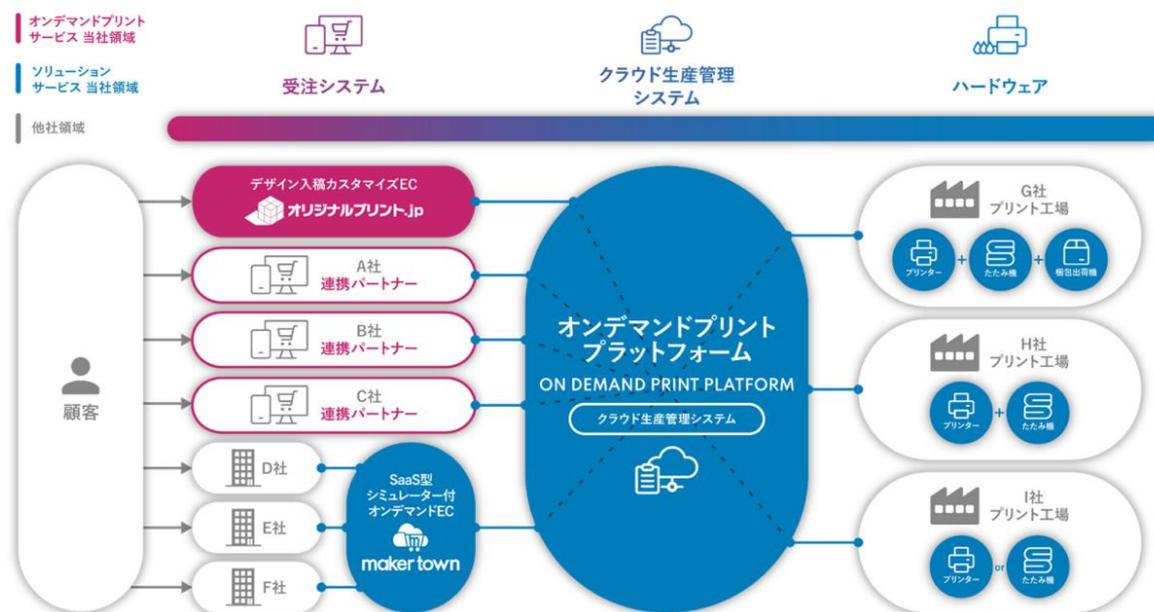
4.早く行動する

人よりも相手よりも早く行動する。
早く行動すれば早く答えが出て、結果次の手が早く打てる。

【1-3 事業内容】

概要

事業概要図



(同社資料より)

セグメント

オンデマンドプリントソリューション事業の単一セグメント。

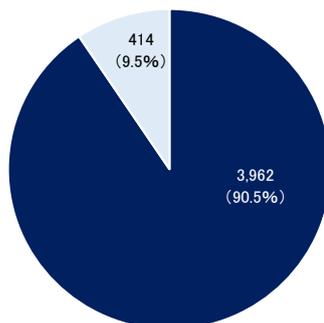
サービスは①自社受注サイト、②連携パートナーからなる「オンデマンドプリントサービス」及び③ソフトウェアの提供が主軸の「ソリューションサービス」からなる。



(同社資料より)

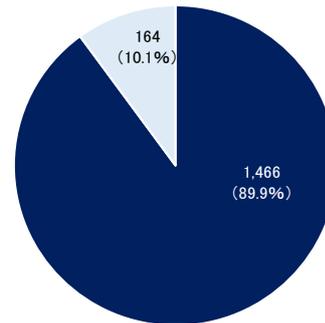
23/12期における各事業の売上高及び売上総利益の構成比は以下の通り。

サービス別売上構成(単位:百万円、23年12月期)



■ オンデマンドプリントサービス ■ ソリューションサービス

サービス別売上総利益構成(単位:百万円、23年12月期)



■ オンデマンドプリントサービス ■ ソリューションサービス

(同社資料を元にインベストメントブリッジ作成)

オンデマンドプリントサービス

① 自社受注サイト

同社のインターネットサイトを經由して受注し、プリント加工を行い出荷するサービス。

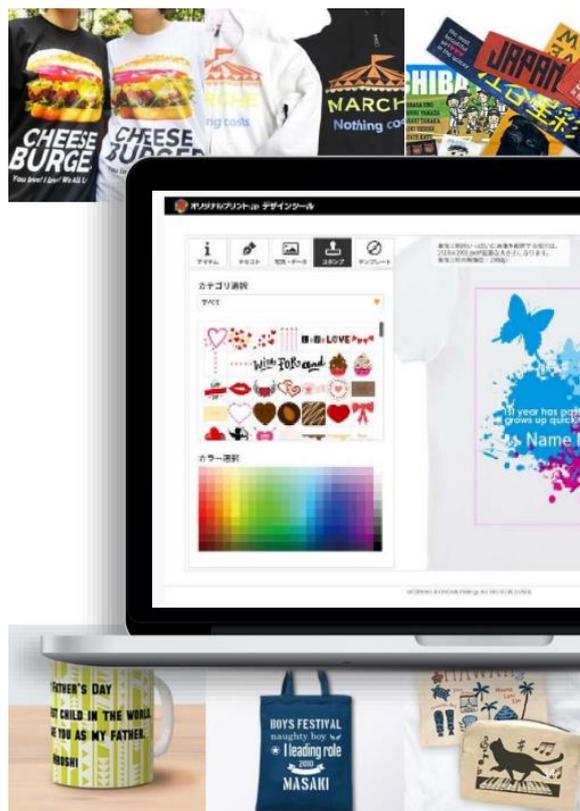
「オリジナルプリント.jp」は、Web を活用してオリジナルグッズを作成できる EC サイト。また、Web 上のデザインツールを使って誰でも簡単にプリントの注文をすることができ、価格、納期、完成イメージを正式発注前に確認することが可能。アパレル、雑貨、スマートフォンケース等、約 1,900 種類の商品を取り揃え Web テクノロジーで注文から出荷までを自動化し、手ごろな価格での提供を実現している。

 オリジナルプリント.jp

国内最大級かつ

シミュレーター付オンデマンド EC による
受注自動化のパイオニア

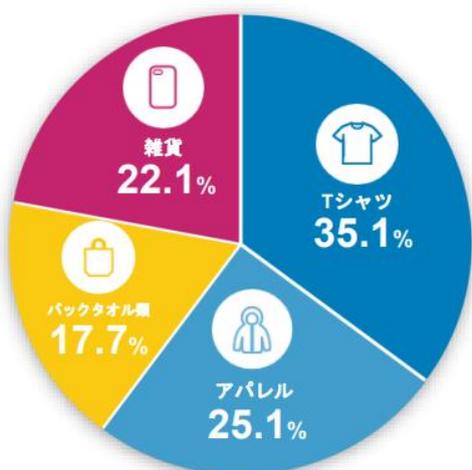
- ・オリジナルグッズを作成できる EC サイト
- ・当社独自開発のデザインツールにより簡単にカスタマイズ可能
- ・価格/納期/仕上がりがイメージを事前に確認可能なサービスのパイオニア
- ・アパレル・雑貨等
約 1,900 種類の豊富なアイテムを 1 点から作成可能
- ・注文から出荷連絡までのサイトオペレーションを自動化



(同社資料より)

ソフトのダウンロードは不要で、サイト上で簡単にすぐにデザインを作ることが可能。任意のテキストを入れたり、写真をアップロードしたり、ツール内の豊富な無料のスタンプを使ったり。思いのままにデザインができる。また、オリジナルグッズを作りたいけれど、どんなデザインにしたらいいかわからない、という顧客にはデザインプレートも用意している。

「オリジナルプリント.jp」の商品カテゴリー別売上



(同社資料より)

T シャツやパーカー等のアパレルが半分強を占める。アパレルについては、各加工機の競争力を強化

季節的変動の影響の少ない雑貨カテゴリーについても、アイテム数増加により今後比率を上昇させる考え

②連携パートナー/法人からの受注

連携パートナー企業と呼ぶ、同社のシステムと接続した会社を経由し受注データを取り込んで、プリント加工を行い出荷するサービス。

主なグッズ一例

オリジナルグッズ/カジュアルギフト/クリエイターグッズ/エンターテインメントグッズ/ノベルティ/ユニフォーム

拡大しているオンデマンドプリントのビジネスフロー

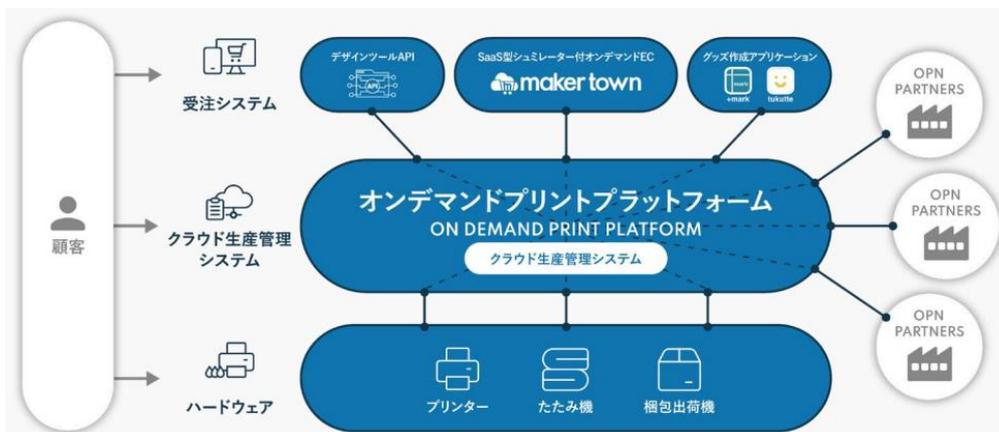


※バリエابل配送: データベースから情報を抽出し1案件ずつ異なる宛先への配送を行うこと (同社資料より)

ソリューションサービス

③ソフトウェアの提供

オンデマンドプリントの各ワークフローを OEM 及び SaaS 型モデルとして提供。受注から生産管理システム、ハードウェア等を自社開発。



(同社資料より)

【1-4 主要取引先実績】

幅広い業界各社が同社プラットフォームを活用。

情報・通信	ヤフー(株) ラクスル(株) BASE(株) GMO ペパボ(株) UUUM(株)
広告・印刷・出版	凸版印刷(株) (株)博報堂 丸井織物(株) (株)CDG (株)KADOKAWA
卸売・小売	(株)グラニフ クロスプラス(株) (株)ビームス (株)ユニクロ (株)ロフト
製造・メーカー	東レインターナショナル(株) (株)トレードワークス (株)パル モリリン(株) (株)ヤギ Fanatics Japan
サービス・その他	ウォルト・ディズニー・ジャパン(株) (株)ソニー・クリエイティブプロダクツ ピクシブ(株) 三井物産グローバルロジスティクス(株) (株)TBS グロウディア (株)TowaStela

2. 2023年12月期決算概要

【2-1 連結業績概要】

	23/4期	構成比	23/12期	構成比	前年同期間比	会社予想比
売上高	5,291	100.0%	4,376	100.0%	+21.7%	+0.7%
売上総利益	1,694	32.0%	1,630	37.3%	+38.5%	-
販管費	1,624	30.7%	1,286	29.4%	+18.8%	-
営業利益	69	1.3%	344	7.9%	+260.7%	+25.6%
経常利益	76	1.5%	342	7.8%	+345.9%	+25.8%
当期純利益	48	0.9%	220	5.0%	+234.4%	+43.1%

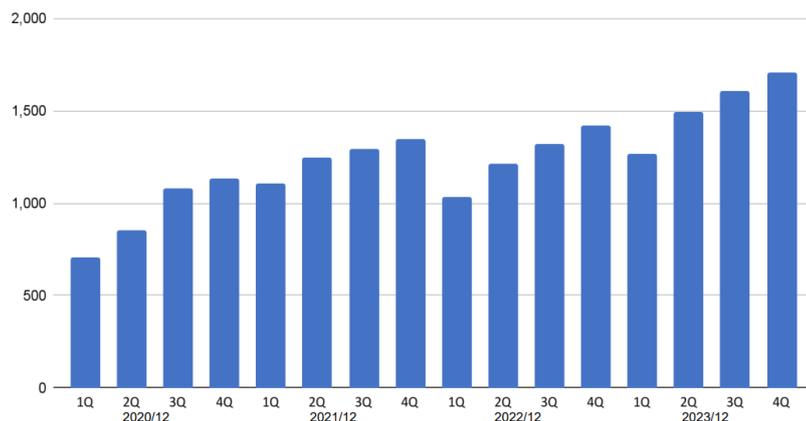
*単位:百万円。前年同期間比は22年5-12月との比較。予想比は23年12月公表予想に対する比率。

大幅増収、各利益は大幅増

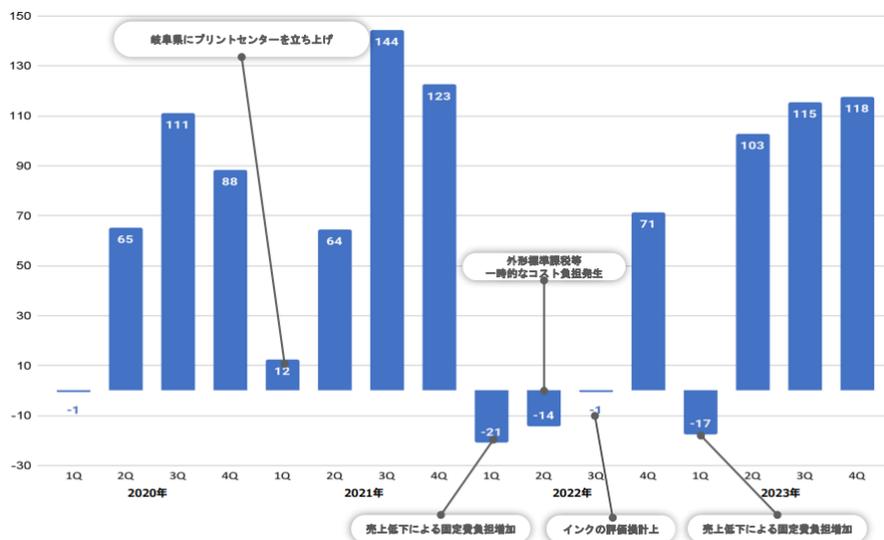
売上高は前年同期間比21.7%増の43億76百万円。オンデマンドサービスが伸長して牽引、ソリューションサービスも大幅増収。営業利益は同260.7%増の3億44百万円。価格転嫁を進めて売上総利益率が大きく改善、工場拡張移転コストを吸収して大幅増益となった。尚、EBITDA(償却前税前利益)は前年同期間2億29百万円から4億78百万円へ107.9%増。期初予想は売上高40億円、営業利益72百万円。23年12月に大幅に上方修正し、修正予想を上回っての着地。

各期の実績を24/12期と同一期間になるように組み替えた売上高と営業利益の実績は以下の通り。

売上高(百万円)



営業利益(百万円)



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



【2-2 サービス別売上高・売上総利益】

	23/4期	構成比	23/12期	構成比	前年同期間比
売上高					
オンデマンドプリントサービス	4,843	91.5%	3,962	90.5%	+19.4%
ソリューションサービス	448	8.5%	414	9.5%	+48.9%
合計	5,291	100.0%	4,376	100.0%	+21.7%
売上総利益					
オンデマンドプリントサービス	1,551	32.0%	1,466	37.0%	+34.0%
ソリューションサービス	142	31.7%	164	39.6%	+97.6%
合計	1,694	32.0%	1,630	37.3%	+38.5%

*単位:百万円。売上総利益の構成比は売上総利益率。前年同期間比は22年5-12月との比較。

*オンデマンドプリントサービス

前年同期間比 19.4%増収、売上総利益は同 34.0%増加。自社サービスであるオリジナルプリント.jp の売上高が商品価格転嫁による単価アップ等により増加、売上総利益率は前年同期間 32.0%から 37.0%へ向上した。

*ソリューションサービス

前年同期間比 48.9%増収、売上総利益は同 97.6%増加。DTF プリンターの販売増に伴い付随して使用する消耗品の販売高も増加して大幅増収。ハードウェア保守原価の減少等に伴い売上総利益率が前年同期間 31.7%から 39.6%へ大きく改善したことにより大幅増益となった。

販管費内訳

	23/4期	23/12期	前年同期間比	備考
人件費	701	516	+12.3%	開発エンジニアを主とした成長への積極採用を継続
広告宣伝費	274	243	+41.3%	オリジナルプリント.jp の売上連動広告に注力
荷造運送費	287	213	+5.1%	売上高増加に対しては抑制
研究開発費	49	36	+261.0%	サービス開発加速のため更に積極化の方針
その他	311	277	+16.9%	-
販管費合計	1,624	1,286	+18.8%	販管費率は前年同期間 30.1%から 29.4%に低下

*単位:百万円。前年同期間比は22年5-12月との比較。

【2-3 財政状態とキャッシュ・フロー】

◎財政状態

	23年4月	23年12月	増減		23年4月	23年12月	増減
流動資産	1,432	1,762	+330	流動負債	782	819	+37
現預金	679	862	+182	仕入債務	185	225	+40
売上債権	388	455	+67	固定負債	239	331	+91
固定資産	902	923	+20	負債合計	1,021	1,150	+129
有形固定資産	721	710	-10	有利子負債	225	346	+120
無形固定資産	59	67	+8	純資産	1,313	1,534	+221
投資その他の資産	121	144	+22	利益剰余金合計	535	756	+220
資産合計	2,335	2,685	+350	負債・純資産合計	2,335	2,685	+350

*単位:百万円。有利子負債は借入金。

現預金の増加などで流動資産が前期末比 3 億 30 百万円増加。投資その他の資産の増加などで固定資産は同 20 百万円増加。資産合計は同 3 億 50 百万円増加の 26 億 85 百万円。

負債合計は長期借入金の増加などで同 1 億 29 百万円増加の 11 億 50 百万円。

利益剰余金の増加などで純資産は同 2 億 21 百万円増加の 15 億 34 百万円。

自己資本比率は前期末より 0.9 ポイント上昇し 57.1%。引き続き 50%超と資金調達余力は十分。

◎キャッシュ・フロー

	23/4 期	23/12 期	増減
営業 CF	131	425	+293
投資 CF	-240	-347	-107
フリーCF	-108	78	+186
財務 CF	-167	104	+272
現金同等物残高	679	862	+182

* 単位:百万円。

税引前当期純利益の増加などで営業 CF のプラス幅は拡大し、フリーCF はプラスに転じた。
 長期借入による収入などで財務 CF がプラスに転じた。
 以上の結果、キャッシュポジションは上昇した。

【2-4 トピックス】

23/12 期 研究開発費/研究開発型設備投資

研究開発関連費用:78 百万円(研究開発費:36 百万円+関連経費 42 百万円)

研究開発型設備投資額:57 百万円

開示可能主要研究カテゴリー



次世代DTFプリントシステム



DTF転写効率化ソリューション



省力化協働ロボットアーム

(同社資料より)

3. 2024年12月期業績予想

【3-1 業績予想】

	23/12期	構成比	24/12期(予)	構成比	前年同期間比
売上高	4,376	100.0%	6,540	100.0%	+7.7%
営業利益	344	7.9%	150	2.3%	-52.9%
経常利益	342	7.8%	148	2.3%	-53.4%
当期純利益	220	5.0%	92	1.4%	-54.4%

*単位:百万円。

24/12期は前年同期間との比較で7.7%増収、52.9%営業減益を予想

24/12期は、売上高が前年同期間との比較で7.7%増の65億40百万円、営業利益は同52.9%減の1億50百万円を見込む。生産体制の自動化、省力化を進めるため、AIやロボティクスの開発導入を積極的に進めるための高度な知見を有する人材の採用、研究開発に注力する。オンデマンドプリントサービスでは、コロナ禍収束に伴い開催された各種コンサートや舞台等のエンターテインメント及びスポーツ大会といったイベントが一巡するものの、オリジナルグッズの受注が増加していくと見込む。ソリューションサービスでは、同社が培ったノウハウをソフトウェア、ハードウェアの販売を通じて提供していくことで、更なる市場拡大を目指す。生産体制の自動化推進のための高度人材投資・研究開発に伴うコスト増により減益予想。

【3-2 トピックス】

工場新規拡張について

拡張費用/投資額

(単位:百万円)	予算	実績
FY23 P/L通期	72	73
FY23 投資額	70	142
	当初計画	FY24 予算
FY24 減価償却費増加額	4.6	9.5

- ・移転プロセスについては当初計画通りに完了
 - ・23年12月時点で全ライン稼働状態
 - ・投資額増加理由 電気設備工事等の追加発生
- 24/12期への損益インパクト
9.5百万円/年 増加見込

拡張移転の目的

- 長期的な成長戦略の一環
次世代自動化装置の設置のため
- 板橋区内3フロア2拠点 853坪
▽▽▽
- 川越1フロア 約1,060坪～
- フラットな敷地のため効果的な動線レイアウト配置が可能となり、生産性と品質の向上に大きく寄与

(同社資料より)



【3-3 今後の成長戦略】

主な投資

	人材	・グローバル対応人材強化 ・DX化省力化装置開発メンバー強化	50百万円
	機器・拠点	・自動化生産装置の研究拠点開設 ・シェア拡大のための省力化設備投資 ・新分野のプリント設備投資	233百万円
	システム	・次世代生産管理システムの開発投資 ・新受注システムの開発投資	58百万円

(同社資料より)

モノづくり会社の課題

労働人口は10年後に約800万人減少する見通し。一方、最低賃金は2030年台半ばまでに1,500円を目指すとして政府が発表、毎年増加する見通し。

これらにより、モノづくり会社にとって効率化・省人化が急務となる。

次世代 DX 化装置開発メンバーを増強 研究開発を加速

カテゴリ	印刷・加工方法			
 アパレル	製品	シルクスクリーン印刷	量産の印刷方法では主流で装置が完成され進化していない まだ周辺装置で進化の余地あり	関連装置研究開発
		DTG	プリンターメーカー主導で進化	—
		DTF	世界で市場拡大	次世代プリンター 自動化装置開発
	生地	刺繍	—	研究開発
		デジタル捺染 染料	市場の90%染料と圧倒的だが 環境負荷が高いため徐々に減少傾向	—
	デジタル捺染 顔料	今後拡大する市場	事業投資	
 雑貨		UV印刷	現状の装置では 自動化が困難で生産性も低い装置が主流	自動化に適した 装置研究開発

(同社資料より)

アパレル製品への印刷手法について

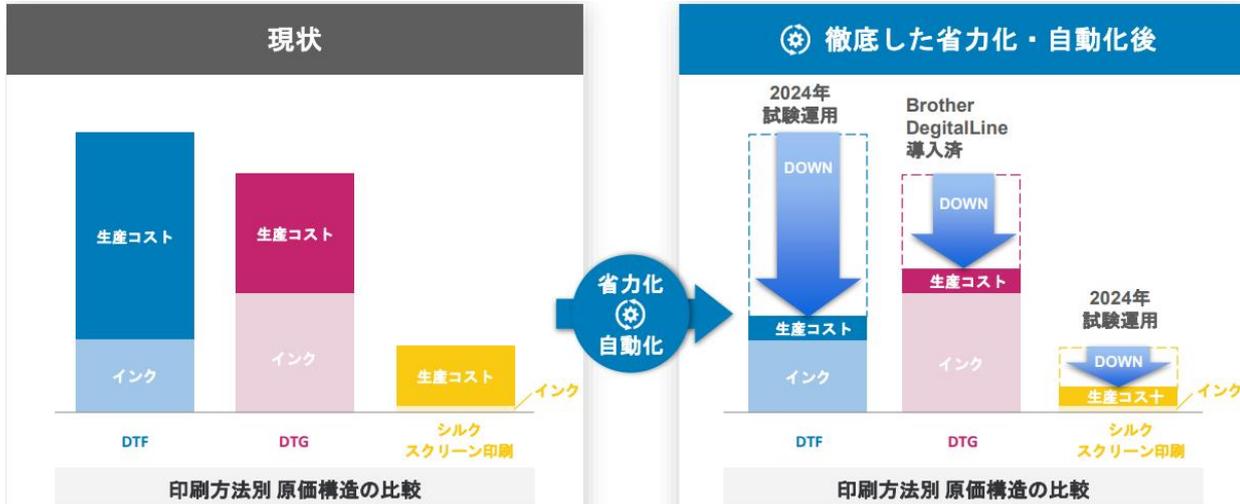
古くから存在する印刷手法が「シルクスクリーン印刷」。文字通り「刷る」印刷方式、低コストだがオンデマンドには不向き。DTF転写はDTGの市場規模拡大を追う形で急成長。

 DTF転写 (Direct to Film)	 DTG (Direct to Garment) インクジェットプリント	 シルクスクリーン印刷
貼る	吹く (塗布)	刷る
<ul style="list-style-type: none"> ・旧来の方法から進化 ・DTFはフィルム出力したものを熱で貼る方法 	<ul style="list-style-type: none"> ・1点からフルカラーで印刷できる ・大量生産してもコストはあまり変わらない 	<ul style="list-style-type: none"> ・古くからある印刷方法 ・1色ごとに版が必要 ・小ロットには向いていないが、 数が増えれば最も安価で作ることが可能
綿・ポリエステル・ナイロンをはじめ、 様々な素材に対応	綿・ポリエステルのみに対応	様々な素材に対応
耐久性も強くユニフォームなど 様々な分野で拡大	アパレル企業を中心に拡大	量産はほぼこの方法
旧来の転写は不向きだが DTFはオンデマンドに向く	オンデマンドに最適	オンデマンドに不向き
2020年頃から 急拡大中	オンデマンドに最適なため 高速化や省力化が加速	低コストのため なくなることはない

(同社資料より)

アパレル印刷手法別のコストイメージ

現状、DTFはDTGに対しインクは少量で済むものの、生産コストが高額。
同社では自社開発装置やロボット化による省力化により生産コストの大幅な削減を目指す。



(同社資料より)

テキスタイル生地への印刷手法について

現状、生地のお多くは染料で印刷されている。しかし、染料による印刷は工程が多く納期も長い。加えて化学物質混合排水が大量に発生するなど環境負荷が大きい。対してDTFは1工程で超短納期、環境負荷も少ない。

デジタル捺染 顔料	デジタル捺染 染料	アナログ捺染 染料
インクジェット印刷	インクジェット印刷	スクリーン印刷
<ul style="list-style-type: none"> ・風合いが硬い ・堅牢度が低い ・黒の発色が弱いが、技術進歩で解決段階 	<ul style="list-style-type: none"> ・風合いも柔らかい ・耐久性も高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・風合いも柔らかい ・耐久性も高い
前処理・印刷・乾燥 1工程	前処理・印刷・蒸し・洗浄・乾燥 それぞれ別工程	前処理・印刷・蒸し・洗浄・乾燥 それぞれ別工程
超短納期が実現	工程が多く納期も長い	工程が多く納期も長い
環境負荷が少なく 今後急速にシフト	生地の95%近くは染料で印刷	

(同社資料より)

オンデマンドが求められる時代背景

フランスでは、22年より売れ残った衣料品の廃棄が禁止されている。売れ残ったものは寄付やリサイクルが義務づけられる。また、昨年12月にはEUが域内で事業展開するアパレル事業者に売れ残った服や靴などの衣料品を廃棄することを禁じる法案で大筋合意したことを発表した。今後、正式な承認手続きに入り、2年後から施行する。中堅企業においては6年後から禁止される見通し。

流行品を低価格で大量に販売する「ファストファッション」による衣料品の廃棄拡大に歯止めがかかり、オンデマンドプリントのニーズが高まる見込み。

雑貨製品の印刷手法について

ホットスタンプやパッド印刷、シルクスクリーン印刷といった印刷手法はロットが増えると製造コストが非常に安価だが、少数には不向きで多色にも不向き。一方、UV印刷はフルカラーかつ少量でも大量でも対応が可能。



UV印刷	ホットスタンプ	パッド印刷	シルクスクリーン印刷
・インクジェットプリンターで1点から可能	・金属箔を熱と圧力で転写し、高級感を演出する印刷技術	・シリコンパッドでインクを拾い、転写印刷	・絹目状の版でインクを押し出し、鮮明な印刷を実現する技術
デジタル印刷	型が必要 アナログ印刷	1色ごとに製版が必要 アナログ印刷	1色ごとに製版が必要 アナログ印刷
	耐久性も強い	プラスチック系素材のノベルティ用途に最適	素材を選ばないノベルティ用途に最適
オンデマンドに最適	オンデマンドには不向き	オンデマンドには不向き	オンデマンドには不向き

フルカラーで少量でも大量にも対応

少数には不向きで、多色も不向き
ロットが増えると非常に安価

(同社資料より)

海外展開

プリントオンデマンドプラットフォームの海外展開を図る。

ASEANの生産拠点にソリューション提供、オンデマンドプリントマーケットの成長に対して参画していく考え。



(同社資料より)

4. 今後の注目点

23/12 期は前 23/4 期に下方修正したこともあり、期初の予想がかなり保守的だった。結果として営業利益は期初予想の前年同期比 24.5%減から着地は 260.7%増と大きく上回って着地することとなった。24/12 期予想についても営業利益は前年同期比 52.9%減の予想だが、まずは保守的であることを念頭に置いてよさそうだ。ただし、やや不透明感を抱えているのが人材不足を背景とした人件費や採用費の増加。同社では人材強化を最重要課題として取り上げているだけに、想定以上に費用が嵩む可能性はありそうだ。

オンデマンドプリント市場は高い成長性があり、中でも DTF 市場が有望。同社はこの市場において黎明期から取り組んでいたこともあり、国内での存在感は大きい。海外展開にも注目したい。今のところ業績にはあまり反映されていないが、オンデマンドプリント市場拡大は始まったばかり。今後は多くの企業が規制対応や ESG 対策として DTF を活用する可能性が高く、果実を本格的に享受するのはこれからである。

株価は上方修正を経て昨秋以降に上昇し、一時は上場時の公開価格である 1,740 円を取り戻した。しかし、23/12 期予想に失望して大幅下落。再び 24/12 期の業績予想が保守的であることを市場が認識することが、短期的には本格リバウンドの条件となりそう。一方で、同社では中期計画を開示していないが、3 年後に売上高 100 億円、営業利益率 8%を目線に置いている。EPS では 200 円程度に相当し、具現化が見えてくれば相当の割安感が生じる。中長期的な観点では今後の DTF の市場拡大動向と同社の取り組み状況に注視していきたい。

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	8名、うち社外4名
うち監査等委員	3名、うち社外3名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2023年7月27日)

基本的な考え方

当社は、インターネットを通じて不特定多数のお客様との取引を行っており、社会からの信頼を得て、経営の透明性を確保し、株主、お客様、社員、地域社会等あらゆるステークホルダーとの信頼関係を強化することは経営の最重要課題の一つと考えております。

全てのステークホルダーを尊重し、企業の健全性、透明性を高めるとともに、長期的かつ安定的な株主価値の向上に努めるため、迅速で合理的な意思決定体制及び業務執行の効率化を確保する社内体制を構築し、コーポレート・ガバナンスの強化に取り組んでまいります。

業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項(現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要)

a 取締役会

当社の取締役会は、取締役8名(うち社外取締役4名)で構成され、原則として毎月1回開催される定時取締役会に加え、必要に応じて臨時取締役会を開催しております。取締役会においては、法令又は定款で定められた事項及び経営上の重要な意思決定を行うとともに、各取締役の業務執行状況の監督を行っております。取締役会の議長は代表取締役社長であります。

b 監査等委員会

監査等委員会は、常勤監査等委員1名、非常勤監査等委員2名(うち社外監査等委員3名)で構成され、原則として毎月1回開催される定時監査等委員会に加え、必要に応じて臨時監査等委員会を開催しております。議長は常勤監査等委員であります。監査等委員は、取締役会及びその他重要な会議に出席し、必要に応じて意見を述べるほか、監査計画に基づき重要書類の閲覧、取締役及び使用人への質問等の監査手続を通して、経営に対する適正な監視を行っております。また、内部監査室及び会計監査人と緊密な連携をとり、監査の実効性と効率性の向上に努めております。

c リスクマネジメント委員会

当社は、各種リスクに係る事項に対し、組織的・計画的に対応することを目的としてリスクマネジメント委員会を設置しております。リスクマネジメント委員会は、代表取締役社長を委員長とし、取締役を中心に構成されており、原則として四半期に1回開催しております。リスクマネジメント委員会は、当社に経済的、物理的又は信用上の不利益や損失を生じさせる可能性のある事象をリスクとして広範な検討を行い、重要性の高いリスクを洗い出したうえで、具体的な対応策を協議し、リスクマネジメントを推進しております。

d コンプライアンス委員会

当社は、各種コンプライアンスに係る事項に対し、組織的・計画的に対応することを目的としてコンプライアンス委員会を設置しております。コンプライアンス委員会は、代表取締役社長を委員長とし、取締役を中心に構成されており、原則として四半期に1回開催しております。コンプライアンス委員会は、コンプライアンスに係る取り組みの推進、社内研修等のほか、コンプライアンス違反行為等の有無を確認し、該当がある場合には対応について協議し、コンプライアンスの徹底を図っております。

e 経営会議

当社では、代表取締役、取締役、常勤監査等委員が部門長から報告を受け、協議を行う経営会議を設置し、原則として毎週開催しております。経営会議は部門単位で開催し、各部門の執行案件に関する議論、重要事項についての審議を行うことにより、経営活動の効率化を図っております。

f 会計監査人

当社は、EY新日本有限責任監査法人との間で監査契約を締結し、適時適切な監査が実施されております。なお、同監査法人及び当社監査に従事する同監査法人の業務執行社員との間には、特別の利害関係はありません。

g 顧問弁護士

当社では、重要な法務的課題及びコンプライアンスに係る事項については、顧問弁護士に相談し、必要な検討を行ったうえで、適切な助言指導を受けております。

h 内部監査室

当社では、代表取締役社長直轄の内部監査室を設置し、代表取締役社長により直接任命された内部監査担当者(1名)を選任しております。内部監査担当者は、事業年度ごとに内部監査計画を策定し、代表取締役の承認を得たうえで内部監査を実施し、監査結果を代表取締役に対し報告しております。被監査部門に対しては、改善事項を指摘するとともに、改善の進捗状況を報告させることにより実効性の高い監査を実施しております。

現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

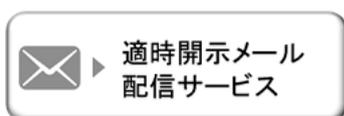
当社は、経営環境の変化する中において、永続的な発展と成長、持続的な企業価値の最大化を目指し、株主をはじめとするすべてのステークホルダーからの信頼を得るため、経営の健全性・効率性・透明化を確保すべく、会社法に基づく機関として、株主総会、取締役会、監査等委員会及び会計監査人を設置するほか、迅速な経営上の意思決定の促進と重要事項に関する十分な審議を行うため経営会議を設置するとともに、リスクマネジメント委員会、コンプライアンス委員会及び内部監査室を設置しております。

当社では、これらの各機関が相互に連携することによって、経営の健全性及び透明性を維持し、内部統制及びコンプライアンス遵守の徹底を確保できるものと認識しているため、現在の企業統治体制を採用しております。

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。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.

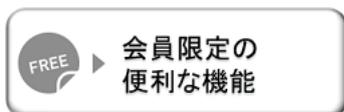
ブリッジレポート(イメージ・マジック:7793)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

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。

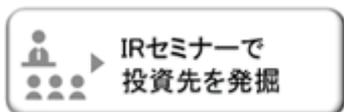
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

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](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

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](#)