



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 ライジングプラザ後楽園 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
1,671円	2,572,235株		4,298百万円	17.1%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
35.0円	2.1%	175.15円	9.5倍	818.36円	2.0倍

*株価は4/15終値。25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
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	7,767	439	449	258	110.43	30.0
2025年12月	9,402	556	558	329	135.12	32.0
2026年12月(予)	10,700	650	650	440	175.15	35.0

*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2025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. 2025年12月期決算概要](#)
- [3. 2026年12月期業績予想](#)
- [4. 山川社長へのインタビュー](#)
- [5. 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

- 25/12期の売上高は前期比21.0%増の94億2百万円。主力のオンデマンドプリントサービスが、既存顧客の購入頻度向上や新規顧客の獲得などにより20.2%増収となり牽引した。ソリューションサービスも30.0%増収と大きく伸びた。営業利益は同26.4%増の5億56百万円。自社サービス拡大に伴い売上総利益率は38.1%から40.4%に拡大、広告宣伝費や人件費の増加を主因に販管費は同28.5%増加したものの、営業利益率は5.7%から5.9%に向上して大幅な増益となった。四半期毎には例年1Qから4Qにかけて売上・営業利益とも増加傾向にあるが、25/12期は3Qに営業利益がかなり高い水準になった。尚、EBITDA(償却前税前利益)は前期比27.9%増の8億29百万円。配当は前期から2.00円/株増配となる32.00円/株の期末配当を実施した。
- 26/12期は売上高が前期比13.8%増の107億円、営業利益は同16.9%増の6億50百万円を見込む。引き続き生産体制の自動化、省力化を進める。AIやロボティクスの開発導入を積極的に進めるため、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、ソリューションサービスとも増収を見込む。オンデマンドプリントサービスでは、イベント需要は一巡したものの、オリジナルグッズの受注は今後も引き続き増加していくものと見込んでいる。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していく。株主還元を強化している。配当は前期から3.00円/株増配の35.00円/株の期末配当を見込む。予想配当性向は20.0%。また、自己株式の取得も積極的に行っている。2月には、60,000万株(発行済株式数に対して2.4%)、1億5,000万円を上限とする自己株式取得を発表した。
- 山川社長へのインタビューでは現状の株価を「評価不足」としたうえで、「24/12期から配当を出しておりますが、配当性向の実績は20%台となっています。やや低いかもしれませんが、成長フェーズにあるため、株主様への利益還元と、持続的な企業価値向上を両立させるための水準であり、しっかりと設備投資を行い開発費も投入して次のステップを踏んでいく必要があります。是非、今後の成長を楽しみにしていただければと思います。」とのことだ。
- これまでの同社のレポートで、「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市場が有望である」と伝えてきた。25/12期は、これをしっかりと数字で示すことが出来たといえよう。利益率も向上させている。四半期毎の推移を見ても3Qに営業利益を躍進させている。今後も好採算でもあるオンデマンドプリントサービスをさらに伸ばすことにより利益率の向上も想定できる。26/12期の会社予想は保守的と見ている。
- オンデマンドプリント市場において、同社は黎明期から取り組んでおり国内での存在感は大きい。今後は海外展開にも注目したい。オンデマンドプリント市場の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まだこれからである。
- 株価は見直されたものの、2桁増収増益基調にある実績や保守的な26/12期予想を考慮するとバリュエーションは低位な水準にとどまっていると見ている。また、財務体質は良好で自社株買いを積極的に行うなど、株主還元についても積極的姿勢をとっている。株価は見直し余地がありそうだ。

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)サービスを行っている。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
	株式会社ト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に移行
23年 8月	埼玉県川越市に工場新設
11月	小豆沢工場及びIPC工場閉鎖
25年 1月	東京都品川区に五反田ショールーム及び3DME五反田TOC店新設
4月	大阪市に西日本支社新設
7月	ソリューション&オートメーション本部を創設

【1-2 経営方針】

経営理念

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る社会の実現に向け、AIへの積極的な投資を加速させています。

AIをはじめとした先端技術を深く統合することで、生産性と品質を飛躍的に向上させ、モノづくりをかつてない速さと柔軟性で進化させます。これにより、人々に感動と喜びを届ける新たな価値を創出し、サステナブルで豊かな社会を築いていきます。



(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。



簡単・便利な
モノづくりを実現

AIによるデザイン提案や自動化ツールで、誰もが直感的にモノづくりを楽しめ、最適なタイミング・価格で手元に届く仕組みを実現します。



オンデマンド生産市場
拡大に貢献

工場のモノづくりDXを加速し、AIによる生産計画・品質管理の完全最適化を実現。業界全体の生産性を飛躍的に向上させていきます。



在庫を減らし
つくる責任を果たす

AI需要予測と在庫管理の徹底的な活用により、無駄な在庫や廃棄を大幅に削減。AIを駆使して「つくる責任」を強く果たしていきます。



ソリューションを
グローバルに提供

世界中の最適なソリューションにAI技術を掛け合わせ、より高品質で持続可能なモノづくりサービスをグローバルに提供していきます。

【1-3 事業内容】

概要

プリントとITで新たな価値を創造、オンデマンドプラットフォームを標榜



(同社資料より)

拠点

オフィスは小石川本社及び25年4月に開設した大阪市の西日本支社。工場は埼玉県川越市、朝霞市と東京都板橋区、および国内最大級ファクトリー-GPC 岐阜工場を岐阜県多治見市に構える。ショールームは五反田ショールーム及び西日本支社に併設された西日本ショールーム。

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。

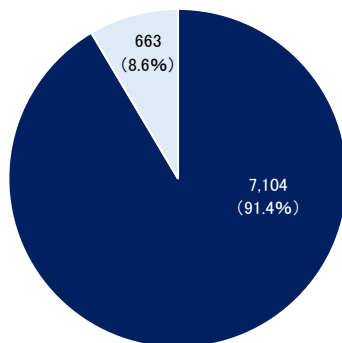
サービスは「(オンデマンド)プリントサービス」及びソリューションサービス。プリントサービスは、①インターネット経由で受注し、プリント加工を行って出荷する自社受注サイト、②同社のシステムと連携した会社経由で受注データを取り込み、製造出荷する連携パートナーからなる。ソリューションサービスでは、③同社のオンデマンドプリントのワークフローを提供するソフトウェアの開発・提供が主軸。ハードウェアの開発・販売も手掛ける。さらには、クラウド生産管理システムを提供して生産管理も行っている。

プリントサービス事業	ソリューションサービス事業
<p>①自社受注サイト 当社インターネットサイトを經由で受注しプリント加工を行い出荷するサービス</p> <p> オリジナルプリント.jp</p> <p>②連携パートナー 当社のシステムと連携した会社経由で受注データを取り込み、製造出荷するサービス</p> <p>《主なグッズ例》 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</p>	<p>③ソフトウェア開発・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</p> <p> maker town</p> <p>ハードウェア開発・販売 プリンター/加工機/たたみ機/梱包機等生産・出荷プロセスに関わるハードウェアを提供</p>

(同社資料より)

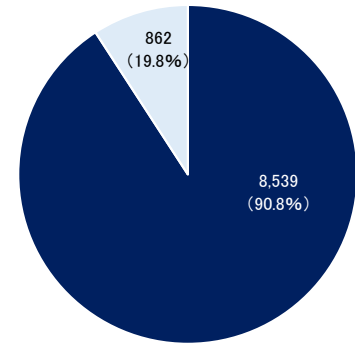
24/12期、25/12期におけるサービス別の売上高構成比は以下の通り。

サービス別売上構成(単位:百万円、24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

サービス別売上構成(単位:百万円、25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)

【1-4 サステナビリティ】

事業活動を通して、社会課題の解決と企業価値向上を実現

創業時より「必要なものを必要な分だけ作る」というポリシーを掲げ、環境負荷の低減に取り組んできた。今後もテクノロジーを活用した事業活動を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していく。

サービスにおけるサステナビリティ活動

<p> ODPS On demand print solutions</p> <p>オンデマンド生産の仕組みをクラウド化したサービス</p>	<p> maker town</p> <p>シミュレーター付カスタマイズECをクラウド化したサービス</p>	<p> オリジナルプリント.jp</p> <p>様々なオリジナルグッズの展示</p>	<p> オリジナルプリント.jp</p> <p>カスタマーサポート画面のスクリーンショット</p>
---	---	---	--

BRIDGE REPORT



オンデマンド生産の仕組みをクラウド化したサービスの提供	サステナブル製品の提供	AIを用いた問い合わせ対応
従来の大量生産システムとは異なり、顧客ニーズに合わせたオンデマンド生産を実現するクラウドサービスを提供。無駄な在庫を抑え、資源の有効活用と環境負荷の低減に貢献。	環境に配慮した素材や製法を採用したサステナブル製品を積極的に使用し、環境負荷の低減に努めている。また長く愛用できる高品質な製品を提供することで、廃棄物の削減にも貢献。	適切なAIツールを選定し、回答精度を高め、商品データの学習を強化。さらにCRMと連携しAIが質問の意図を汲み取った適切な回答から商品のおすすめまで、信用度の高い回答を実現。
資源の有効活用	環境負荷の低減	顧客対応の効率化・回答精度の向上
環境負荷の低減	廃棄物の削減	AIによる最適な提案

(同社資料より)

工場におけるサステナビリティ活動



「オンデマンドアパレル」で持続可能なモノづくりを推進	環境負荷の低減に貢献する顔料インクと昇華染色の採用	工場から出る廃棄物の再資源化(固形燃料化)
オンデマンドアパレルシステムを開発。必要なものを必要な量だけ生産することで、過剰生産や在庫ロスを防ぎ、資源の有効活用にご貢献。生産計画の高度化や無駄な工程の削減など、生産効率向上への取り組みも積極的に推進。	環境負荷の低い顔料インクと昇華染色の技術を採用し、水の使用量や廃棄物の削減を実現している。インクの独自開発など、安全性の高い製品の提供に向けた取り組みも積極的に推進。	工場から出る産業廃棄物を燃料に変換するRPF(リサイクル燃料)を製造し、廃棄物の削減とエネルギーの有効活用にご貢献。RPFの普及促進にも取り組む。
過剰生産や在庫ロスの削減	水の使用量や廃棄物の削減	再資源化・CO2排出量の削減
生産計画の高度化・無駄な工程の削減	環境負荷の低減	RPFの普及促進

(同社資料より)

2. 2025年12月期決算概要

【2-1 業績概要】

	24/12期	構成比	25/12期	構成比	前期比	会社予想	予想比
売上高	7,767	100.0%	9,402	100.0%	+21.0%	9,330	+0.8%
売上総利益	2,960	38.1%	3,794	40.4%	+28.2%	-	-
販管費	2,520	32.4%	3,238	34.4%	+28.5%	-	-
営業利益	439	5.7%	556	5.9%	+26.4%	530	+4.9%
経常利益	449	5.8%	558	5.9%	+24.2%	530	+5.4%
当期純利益	258	3.3%	329	3.5%	+27.5%	310	+6.4%

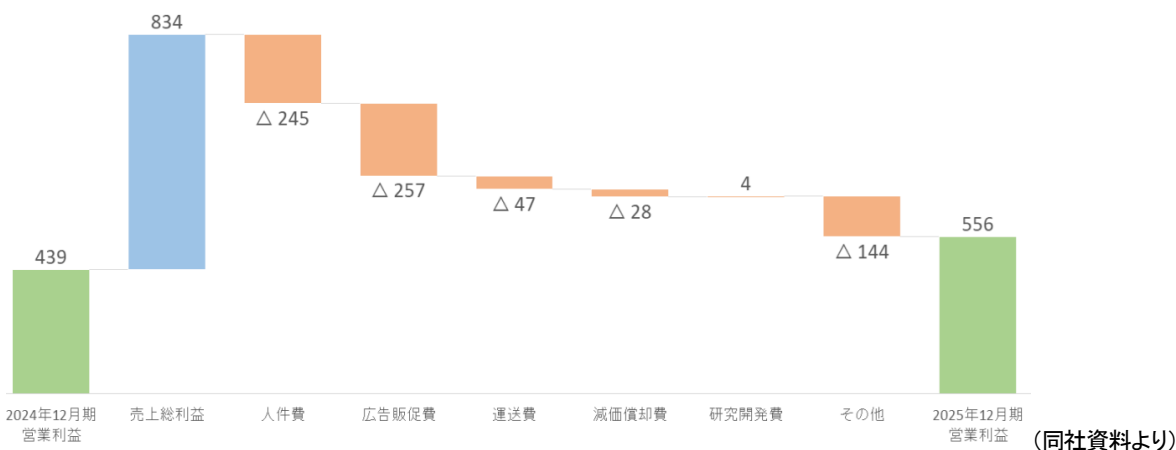
*単位:百万円。

大幅増収、各利益は大幅増

売上高は前期比 21.0%増の 94 億 2 百万円。オンデマンドプリント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 26.4%増の 5 億 56 百万円。自社サービス拡大に伴い売上総利益率は 38.1%から 40.4%に拡大、広告宣伝費や人件費の増加を主因に販管費は同 28.5%増加したものの、営業利益率は 5.7%から 5.9%に向上して大幅な増益となった。尚、EBITDA(償却前税前利益)は前期比 27.9%増の 8 億 29 百万円。

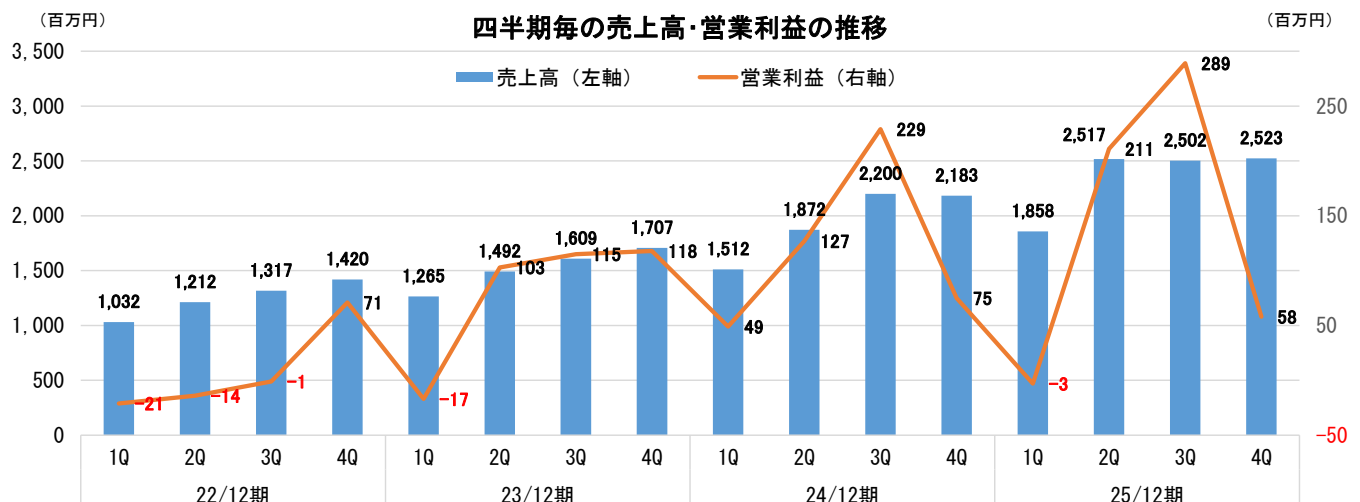
配当は前期から 2.00 円/株増配となる 32.00 円/株の期末配当を実施する。

営業利益の増減益要因は下表の通り(単位:百万円)。



各期の実績を 25/12 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推移は以下の通り。

売上高は例年 1Q から 4Q にかけて増加傾向にある。利益面でも同様の傾向はあるが、工場立ち上げコストや先行投資など一時的な費用が利益を抑えることはある。25/12 期は 3Q に営業利益がかなり高い水準になった。

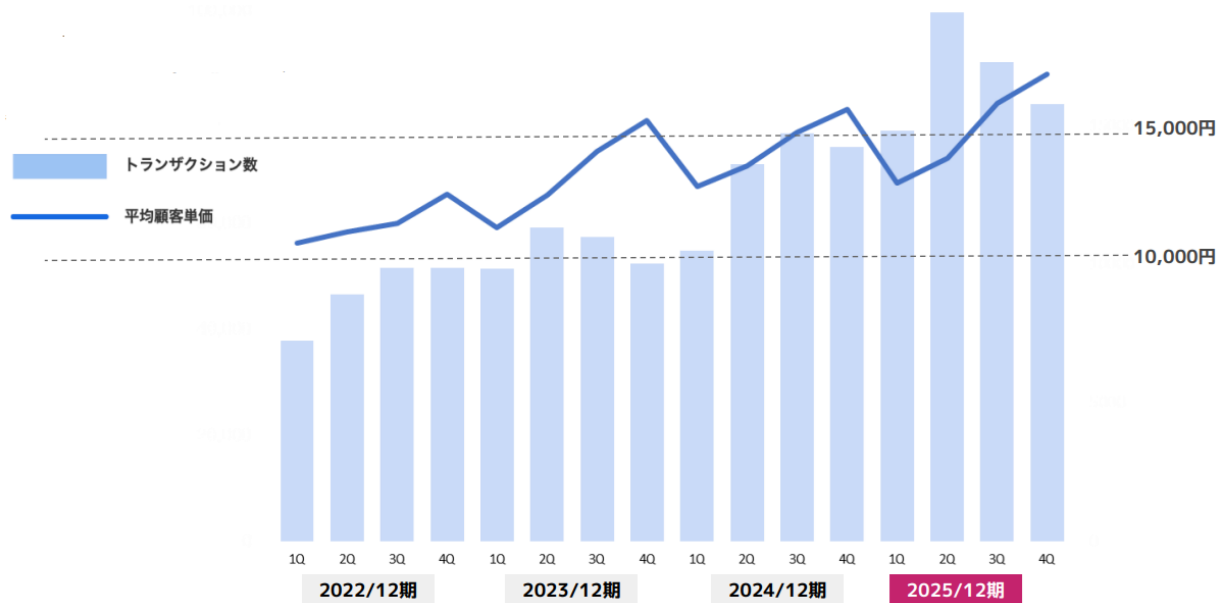


【2-2 サービス別売上高・売上総利益】

* オンデマンドプリントサービス

オリジナルプリント.jp が牽引して売上高は前期比 20.2%増の 85 億 39 百万円。取り扱いアイテムの拡充やマーケティング施策を強化して、既存顧客の購入頻度向上と新規顧客の獲得を推進した。また、有力パートナー企業との連携により、短納期かつ高品質な生産を安定的に提供できる体制を整備し、多様化する顧客ニーズに対応している。また、25/12 期からサービスを開始した「3DME」では、3D スキャンスタジオで撮影する方法と最新の AI 技術を活用し写真から作る方法により人物やペットのフィギュアを制作でき、顧客の思い出を立体で残すニーズに応えるサービスを展開している。

オリジナルプリント.jp の受注状況



トランザクション数: 取引件数(受注)、平均顧客単価: 売上高/トランザクション数

品揃え強化とマーケティング施策の成果により、トランザクション数は過去最高へ

* ソリューションサービス

売上高は前期比 30.0%増の 8 億 62 百万円。オンデマンドプリントの新しい加工技術として定着した DTF (Direct to Film) 方式のプリンター開発・販売に国内でいち早く注力してきた。同社は自社でも国内最大級のファクトリーを有しており、運用ノウハウの蓄積を進めることに成功している。これらのアドバンテージによりハードウェアやソフトウェアを一体的に供給するビジネスモデルを確立し、導入先の拡大とともに消耗品販売による安定的な収益を得ている。昨年 7 月より組織改編を行い、販売体制を強化するとともに、専門知識や複雑な工程なしの革新的な DTF プリンターである「xTool Apparel Printer」の正規販売代理店となり、商品ラインナップのさらなる拡充を行った。

販管費内訳

	24/12 期	25/12 期	前期比	備考
人件費	944	1,190	+26.0%	規模拡大及び体制強化に伴う増加
広告宣伝費	625	882	+41.1%	売上に連動させた広告出稿積極化により増加
荷造運送費	381	428	+12.3%	売上増に伴う出荷件数の増加に連動して増加
研究開発費	103	98	-4.6%	開発案件の一巡に伴い減少
減価償却費	37	66	+76.2%	機械等の設備投資により増加
その他	428	572	+33.6%	-
販管費合計	2,520	3,238	+28.5%	販管費率は前期 32.4%から 34.4%に上昇

*単位: 百万円。

【2-3 財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)】

◎財政状態

	24年12月	25年12月	増減		24年12月	25年12月	増減
流動資産	1,871	2,255	+384	流動負債	971	1,291	+320
現預金	940	1,167	+226	仕入債務	250	357	+107
売上債権	454	497	+43	固定負債	243	160	-82
固定資産	1,151	1,252	+101	負債合計	1,214	1,452	+237
有形固定資産	896	1,046	+149	有利子負債	249	155	-94
無形固定資産	88	52	-35	純資産	1,808	2,055	+247
投資その他の資産	166	153	-12	利益剰余金合計	1,014	1,273	+258
資産合計	3,022	3,508	+485	負債・純資産合計	3,022	3,508	+485

*単位:百万円。有利子負債は借入金。

現預金の増加などにより資産合計は前期末比4億85百万円増加の35億8百万円。
仕入債務の増加などで負債合計は同2億37百万円増加の14億52百万円。
利益剰余金の増加などで純資産は同2億47百万円増加の20億55百万円。
自己資本比率は前期末から1.2ポイント低下し58.6%となった。

◎キャッシュ・フロー

	24/12期	25/12期	増減
営業CF	591	820	+228
投資CF	-404	-389	+15
フリーCF	187	431	+243
財務CF	-109	-204	-95
現金同等物残高	940	1,167	+226

*単位:百万円。

税引前当期純利益の増加などで営業CFが増加したことによりフリーCFのプラス幅は拡大した。
配当金の支払いや自己株式の取得などで財務CFはマイナスとなった。
キャッシュポジションは増加した。

【2-4 トピックス】

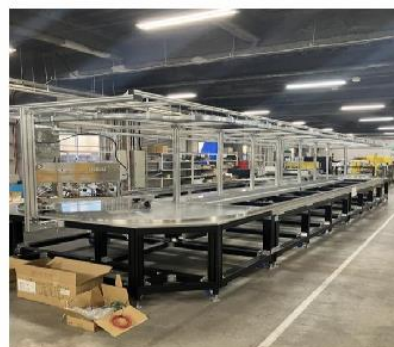
25/12期 研究開発費/研究開発型設備投資

研究開発関連費用:3億84百万円(研究開発費:98百万円+設備投資額82百万円+関連経費2億4百万円)

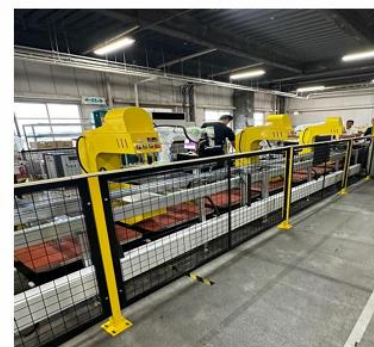
開示可能主要研究カテゴリー



自動名寄せ装置 稼働開始





長台自動スクリーン印刷機 稼働開始



全自動プレス機

(同社資料より)

自動化装置はグローバルにもニーズがある。次世代 DX 化装置開発メンバーを増強し、研究開発を加速させる。

カテゴリ	印刷・加工方法			
アパレル プリント 	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	事業投資
		DTG (ダイレクト印刷)	プリンターメーカー主導で進化	
		DTF (フィルム印刷)	世界で市場拡大	次世代プリンター 自動化装置開発
		刺繍		事業投資
	生地	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 プリント 	UV印刷	ダイレクト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	事業投資
		UV-DTF (フィルム印刷)	グローバルでも拡大中も 日本では今年から拡大見込み	製品ラインナップ 拡充

(同社資料より)

◎「3DME」サービス拡充

「3DME」は、3D 撮影・写真から人物やペットのフィギュアを制作するもの。TV 取材も多数。



写真からつくる
ペットフィギュア制作

[ご注文はこちら](#)



3D撮影でつくる
ペットフィギュア制作

[撮影予約はこちら](#)



3D撮影でつくる
人物フィギュア制作

[撮影予約はこちら](#)



写真からつくる
フォトフィギュア制作

[ご注文はこちら](#)

(同社 HP より)

◎Xtool Apparel Printer

誰でも簡単にプロ品質のアパレルを製作可能にする



(同社資料より)

3. 2026年12月期業績予想

【3-1 業績予想】

	25/12期	構成比	26/12期(予)	構成比	前期比
売上高	9,402	100.0%	10,700	100.0%	+13.8%
営業利益	556	5.9%	650	6.1%	+16.9%
経常利益	558	5.9%	650	6.1%	+16.4%
当期純利益	329	3.5%	440	4.1%	+33.4%

*単位:百万円。

26/12期は13.8%増収、16.9%営業増益を予想

26/12期は売上高が前期比13.8%増の107億円、営業利益は同16.9%増の6億50百万円を見込む。引き続き生産体制の自動化、省力化を進める。AIやロボティクスの開発導入を積極的に進めるため、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、ソリューションサービスとも増収を見込む。オンデマンドプリントサービスでは、イベント需要は一巡したものの、オリジナルグッズの受注は今後も引き続き増加していくものと見込んでいる。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していく。

【3-2 株主還元を強化】

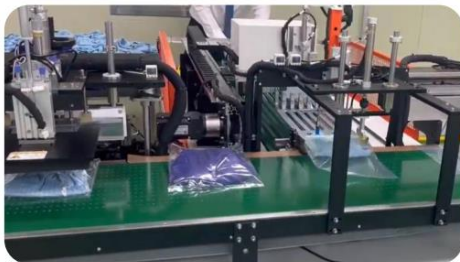
配当は前期から3.00円/株増配の35.00円/株の期末配当を見込む。予想配当性向は20.0%。

また、自己株式の取得も積極的に行っている。2月には、60,000万株(発行済株式数に対して2.4%)、1億5,000万円を上限とする自己株式取得を発表した。

【3-3 今後の成長戦略】

様々な省力化・省人化装置を開発中

袋詰めや封入工程、梱包出荷の自動化装置を推進する。



封入作業の自動化



出荷の自動化

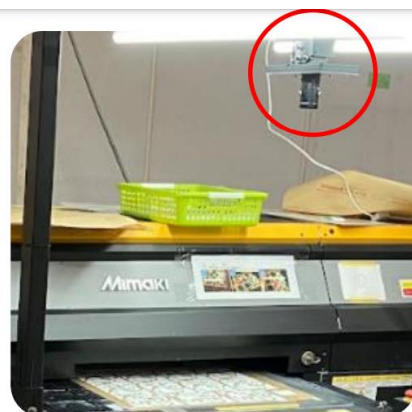
(同社資料より)

UVプリンタへカメラを設置

従来のプリンターは位置決め精度が低く、治具による調整が必要で非効率という課題があった。

既存プリンターへのカメラ搭載により、印刷対象を正確に認識・位置決めすることが可能になる。

治具レス化により大幅な生産性向上が見込める。



(同社資料より)

AMRの導入・MES生産革新を推進



AMR導入

AMR(自律走行搬送ロボット)は搭載したセンサーで周囲の状況を把握しながら自律移動する。工場内の物の移動の自動化させる。



MESによる稼働状況管理

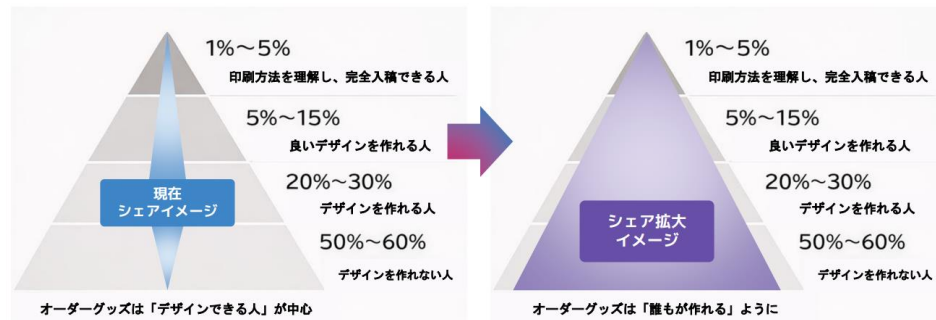
Wifi 接続した MES により機器の稼働状況をリモートかつリアルタイムで把握分析する。これにより、ダウンタイムを軽減させる。

自社起点で拡張する事業モデルの進化

まずは自社工場を拡張、ノウハウを蓄積し拠点を拡大させる。これにより、「自社アイテム×自社製造」が確立。標準化により製造のネットワークを拡張させて「自社アイテム×OPN(オンデマンド・プリント・ネットワーク)」を構築。さらには製造とアイテムをマッチング基盤化させてマーケットプレイス(MP)化し「他社アイテム×他社製造」へ。今後も OPN と MP アイテムパートナーの両輪を拡張させていく方針である。

AI化によるオーダーグッズ市場の変化

オーダーグッズ市場は、これまでは「デザインスキル」に依存した市場であった。しかし、AI化により今後は「誰もが作れる」ようになる。これにより、同社のビジネスチャンスは大きく拡大する。



(同社資料より)

全生産ラインの自動化でコスト競争力を極限まで高めることを目指す

加工名	DTG	DTF	スクリーン印刷	刺繍	UV
過去	10人	8人	5人	3人	3人
今期	5人	5人	3人	2人	2人
計画	3人	3人	2人	1人	1人

(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)

テキスタイル生地への印刷手法について

短納期かつ環境負荷の少ない顔料印刷へ今後は急速にシフト。

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)

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
<ul style="list-style-type: none"> インクジェットプリンターで1点から可能 	<ul style="list-style-type: none"> 金属箔を熱と圧力で転写し、高級感を演出する印刷技術 	<ul style="list-style-type: none"> シリコンパッドでインクを拾い、転写印刷 	<ul style="list-style-type: none"> 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)

4. 山川社長へのインタビュー

山川誠社長に、25/12期決算の状況、26/12期の見通し、株主・投資家へのメッセージなどを伺った。

山川社長は1966年2月生まれ。1984年にパロマ工業株式会社(現パロマ株式会社)に入社。株式会社レンタルのニッケンを経て、1995年5月にイメージ・マジックを設立し代表取締役社長に就任した。

Q:イメージ・マジック設立の経緯についてお聞かせください

30年ほど前に遡りますが、起業したいと思ったことがそもそものきっかけでした。当時もユニフォームのゼッケン番号などにおいて個別のニーズはありましたが、あくまでも別に番号など切って作成したものを張り付けていたにすぎません。メーカーは短時間に大量生産してシャツ1枚あたりの製造コストを引き下げることにより安く売っても利益を確保していこうという考えでした。しかしそれでは大量の在庫を抱えるリスクもあります。

1点から印刷したいというニーズがある中で、我々はまずは数字やローマ字が自動で切り出せるカッティングマシンを購入してゼッケンを切り出すことを事業としました。全国のスポーツ店から多くの依頼が来たことがきっかけとなり、それを徐々に拡大させました。

Q:25/12期は期中の上方修正も経て堅調に推移しました、実感としてはいかがでしたか

過去に下方修正したこともあり、慎重な期初予想となっておりました。我々の業績は夏場に売れるTシャツへのプリントが主軸のため下期偏重となることもあり、「少なくともこれくらいはいけるだろう」という予想を開示しておりました。結果としては予算が保守的だったことと順調だったことの双方により、期初の会社計画を上回ったといえるでしょう。

なお、第4四半期に利益が縮小したのは、予算を上回る好調な業績を反映させて従業員に還元したことや、保守的に在庫の評価損を計上したことによるものです。

Q:26/12期の見通しについてお聞かせください

26/12期は連続の2桁増収増益を見込んでいますが、期初のイメージとしては25/12期と似たところがあり、やはり慎重な予想ではあります。中間期の予想は開示しておりませんが、例年通り下期偏重の見通しではあります。リスクはあまりないのですが、AIの台頭は影響があるかもしれません。AIを利用して欲しいものが見つかるようになるとプリントオンデマンド(以下、POD)の購買ルートが変わる可能性があります。ただし、我々もそこには対応を進めており、オポチュニティであるとも思っています。なお、1Qは例年通り静かなスタートですが、概ね計画通りの進捗となっております。

Q:成長戦略、および海外展開についてお聞かせください

例えば欧州では衣服の廃棄が禁じられる例も出てきています。在庫を持つことで廃棄や倉庫代といったコストも増加します。こうしたことから、今後もオリジナルプリントjpを主軸としたPODサービスが成長戦略になります。採算性を上げるのは時間の短縮と製作に携わる人数の削減にほかなりません。これらを実現するPODサービスは、今後も浸透が進むにつれてニーズも出てくると思っています。

海外展開は、まさにこれからということになります。昨年は海外の生産拠点や提携先などを模索しておりました。何度か米国にも向かい、ある程度の目星は付けております。今年は何らかの形で海外に進出しようかと思っており、急ピッチで準備を進めているところです。

Q: 中期計画や中期的な設備投資や人員の見通しはいかがですか

海外にある程度の目途がついてきた段階で、中期計画を作成しようかと思っております。激戦地域でもある米国では人件費が高く、消費者は短納期を志向する傾向が強いです。我々のような、PODにおいて省人化と短納期を実現できる企業にこそ勝算があると思っております。

また、我々の生産過程で開発を進めている様々な省力化・省人化装置における外部売上も発生しております。実際大手アパレルブランドの物流倉庫には我々の機械が動いています。

設備投資は今後の海外展開次第という側面はありますが、ある段階ではしっかりと行っていきたいと思っております。

Q: 現状の株価水準をどのようなお考えですか

現在の株価は、当社の中長期的な成長ポテンシャルを十分に反映していないと認識しています。事業を本質的に理解するのは難しいビジネスモデルだとは思いますが、AIが台頭する中にあるものづくりはなくなることはない。そこに当社の強みがあると思っております。

Q: 最後に株主・投資家へのメッセージをお願いします。

24/12期から配当を出しておりますが、配当性向の実績は20%台となっております。やや低いかもしれませんが、成長フェーズにあるため、株主様への利益還元と、持続的な企業価値向上を両立させるための水準であり、しっかりと設備投資を行い開発費も投入して次のステップを踏んでいく必要があります。是非、今後の成長を楽しみにしていただければと思います。

5. 今後の注目点

これまでの同社のレポートで、「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市場が有望である」と伝えてきた。25/12期は、これをしっかりと数字で示すことが出来たといえよう。利益率も向上させている。四半期毎の推移を見ても3Qに営業利益を躍進させている。4Qは先行投資などにより利益水準こそ低くはなったが、売上はしっかり伸ばしている。こうした成長軌道が26/12期にも継続する見通し。好採算でもあるオンデマンドプリントサービスをさらに伸ばすことにより利益率の向上も想定できる。26/12期の会社予想は保守的と見ている。

また、26/12期から海外展開が本格化する見通し。事業の進捗を楽しみにしている。

オンデマンドプリント市場において、同社は黎明期から取り組んでおり国内での存在感は大きい。今後は海外展開にも注目したい。オンデマンドプリント市場の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まだこれからである。加えてインクを使わないレーザーマーキング機や自動化・省人化を可能にする高性能フルカラー複合3Dプリンターなど新たな取り組みにも収益拡大のチャンスがうかがえる。

株価は見直されたものの、2桁増収増益基調にある実績や保守的な26/12期予想を考慮するとバリュエーションは低位な水準にとどまっていると見ている。また、財務体質は良好で自社株買いを積極的に行うなど、株主還元についても積極的姿勢を採っている。株価は見直し余地がありそうだ。

<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:2026年3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。

【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】

当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則をすべて実施しております。

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、史彩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

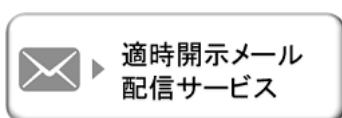
当社は、経営環境の変化する中において、持続的な発展と成長、持続的な企業価値の最大化を目指し、株主をはじめとするすべてのステークホルダーからの信頼を得るため、経営の健全性・効率性・透明化を確保すべく、会社法に基づく機関として、株主総会、取締役会、監査等委員会及び会計監査人を設置するほか、迅速な経営上の意思決定の促進と重要事項に関する十分な審議を行うため経営会議を設置するとともに、リスクマネジメント委員会、コンプライアンス委員会及び内部監査室を設置しております。

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.

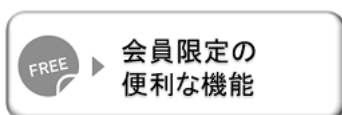
ブリッジレポート(イメージ・マジック:7793)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/でご覧になれます。



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。

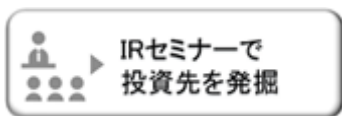
[>> ご登録はこちらから](#)



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](#)