



2022年4月期決算説明会

株式会社 イメージ・マジック | 2022年6月

証券コード 7793

目次

- 1 事業概要
- 2 業績
- 3 オンデマンドプリントサービス
- 4 ソリューションサービス
- 5 今後の成長戦略
- 6 APPENDIX

1

事業概要

MISSION

経営理念

個性と創造性溢れる
豊かな社会づくりに貢献します。



VISION

ビジョン



事業内容

オンデマンドプリント
サービス 当社領域

ソリューション
サービス 当社領域

他社領域



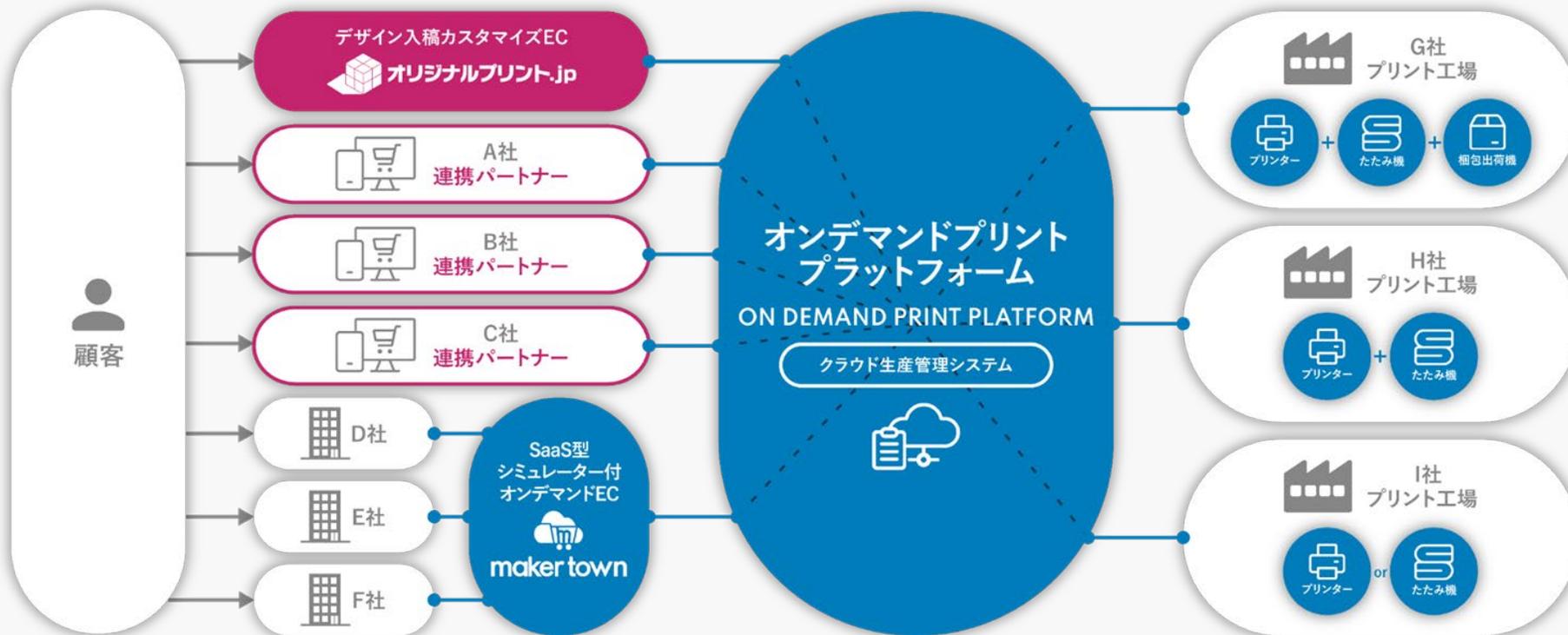
受注システム



クラウド生産管理
システム



ハードウェア



当社ビジネス成長の社会的背景

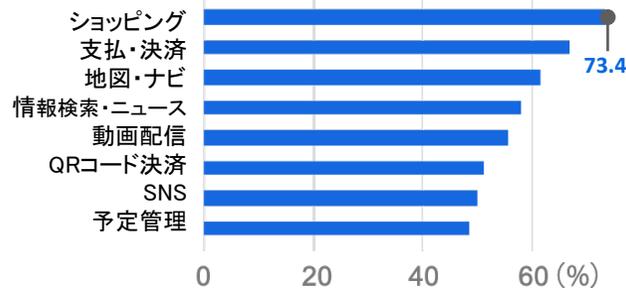
EC利用の普及と個性を重視したオンデマンドニーズの高まり

1

全世代での
EC利用が普及

誰でも手軽にEC利用が
出来る時代

利用する
インターネットサービス

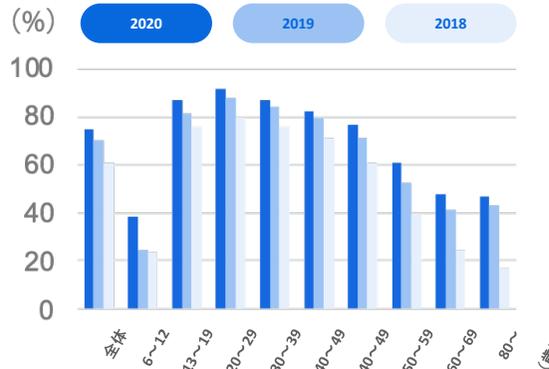


2

個性（オリジナリティ）
の重視

多様性（様々なオリジナリティ）
を重視・発信できる時代

世代別
SNS利用率推移



3

オンデマンドが求められる
時代と機器の進化

これまで

大量生産による
スケールメリット
《主なユーザー》 マスマーケット

これから

省力化・効率化により
オンデマンドプリントによる
小ロット・多品種への対応
《主なユーザー》
マスマーケット+多様な個人ニーズ

※出所：総務省 「情報通信白書2021」 より当社作成

求められるオンデマンドプリント

大量生産

- ・ 大量に生産することで1つ当たりのコストが安価
- ・ 売れ残りは、セールに回ったり、コストをかけて廃棄される

生産フロー



オンデマンド生産

- ・ 売れてから素早く生産する仕組み
- ・ 無駄な在庫を完全にゼロにすることが可能

生産フロー



多様化された消費者ニーズに応えていくためには
大量生産だけではなくオンデマンド生産との併用が必要

事業内容

当社ビジネス 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

オンデマンドプリントサービス

1 自社受注サイト

当社インターネットサイトを経由で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



2 連携パートナー

連携パートナー企業と呼んでいる当社のシステムと接続した会社経由で受注データを取り込み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/
エンターテイメントグッズ/ノベルティ/ユニフォーム

 SaaS

ソリューションサービス (ODPS) ※

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

 maker town



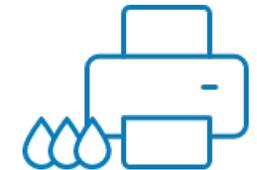
デザインツールAPIの提供

カスタマイズサービスに特化したグッズ作成シミュレーター「デザインツール」をAPIで提供



ハードウェアの提供

プリンター/たたみ機/梱包機等生産・出荷プロセスで関わるハードウェアを提供



※ODPS：当社サービス名「On Demand Print Solutions オンデマンドプリントプリントソリューションズ」の略

2

業績

2022年4月期 業績ハイライト

増収増益で過去最高を更新

売上高

4,896百万円

前期比 +13.1%

営業利益

305百万円

前期比 +38.2%

経常利益

286百万円

前期比 +29.8%

当期純利益

234百万円

前期比 +53.4%

2022年4月期 業績

P/Lサマリ（前期比及び業績予想比の結果）

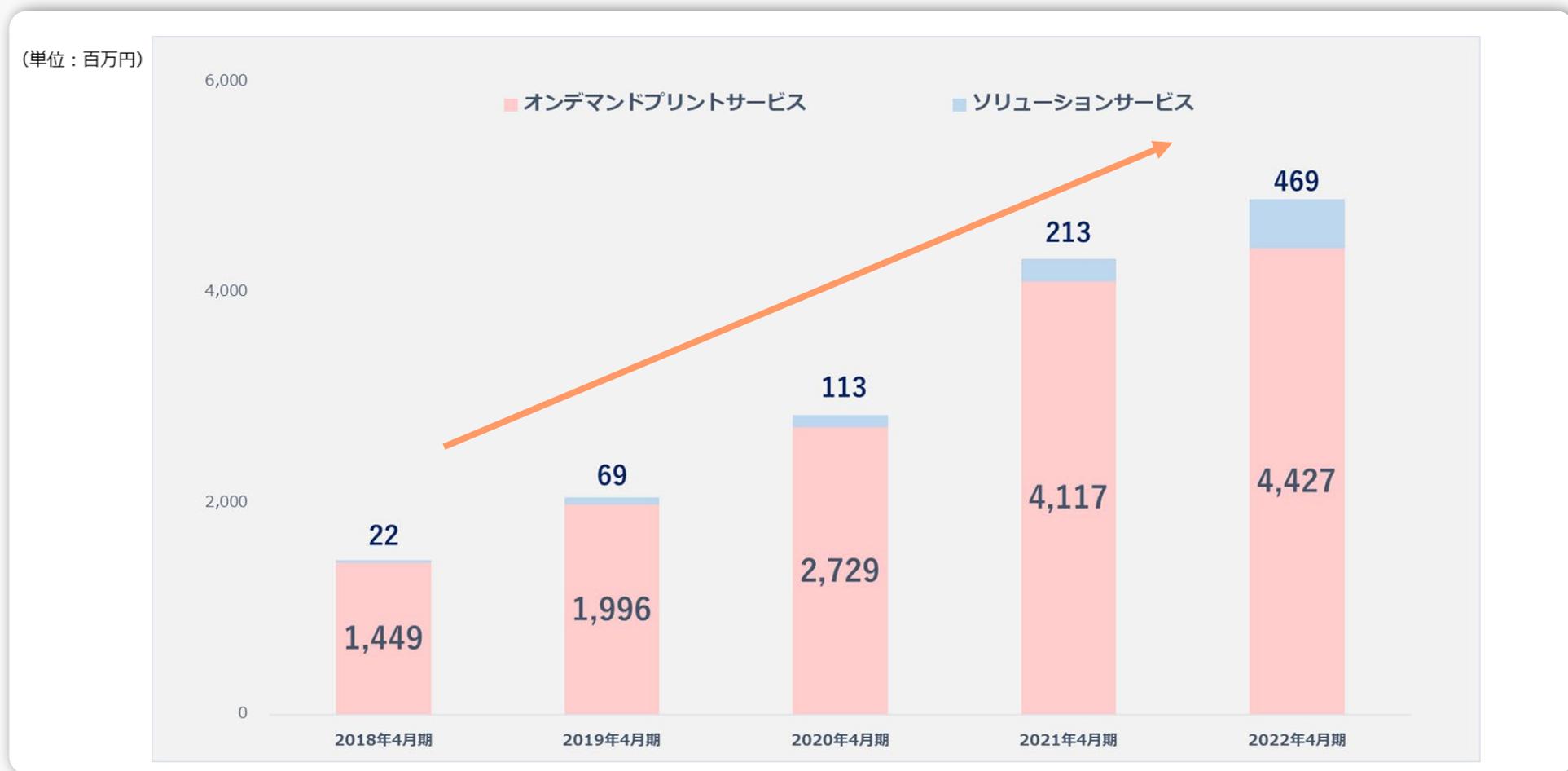
(単位：百万円)	2021年4月期	2022年4月期	前期比		2022年4月期	
			増減額	増減率	(業績予想)	達成率
売上高	4,330	4,896	566	13.1%	5,333	91.8%
営業利益	220	305	84	38.2%	450	67.8%
対売上比 (%)	5.1%	6.2%	+1.1pt	–	8.4%	–
経常利益	221	286	65	29.8%	429	66.9%
対売上比 (%)	5.1%	5.9%	+0.8pt	–	8.0%	–
当期利益	152	234	81	53.4%	330	71.0%
対売上比 (%)	3.5%	4.8%	+1.3pt	–	6.2%	–
EBITDA※	402	463	60	15.1%	610	75.9%
対売上比 (%)	9.3%	9.5%	+0.2pt	–	11.4%	–

※：EBITDA=経常利益+支払利息+減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む。）

(業績予想)
=2022年3月3日開示時点の予想

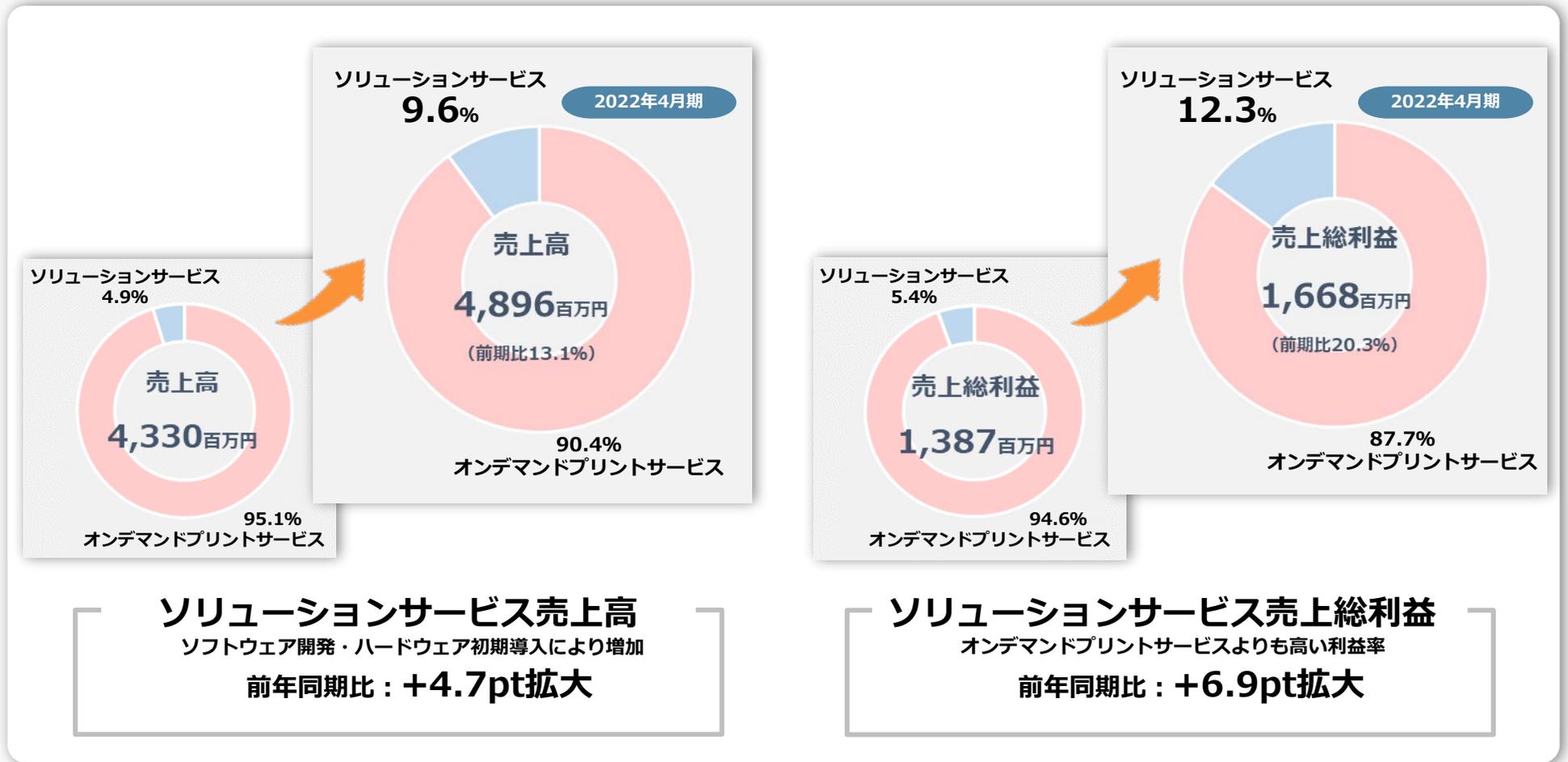
2022年4月期 業績 売上高の推移

2018/4期-2022/4期 売上高の年平均成長率CAGR 35.1%



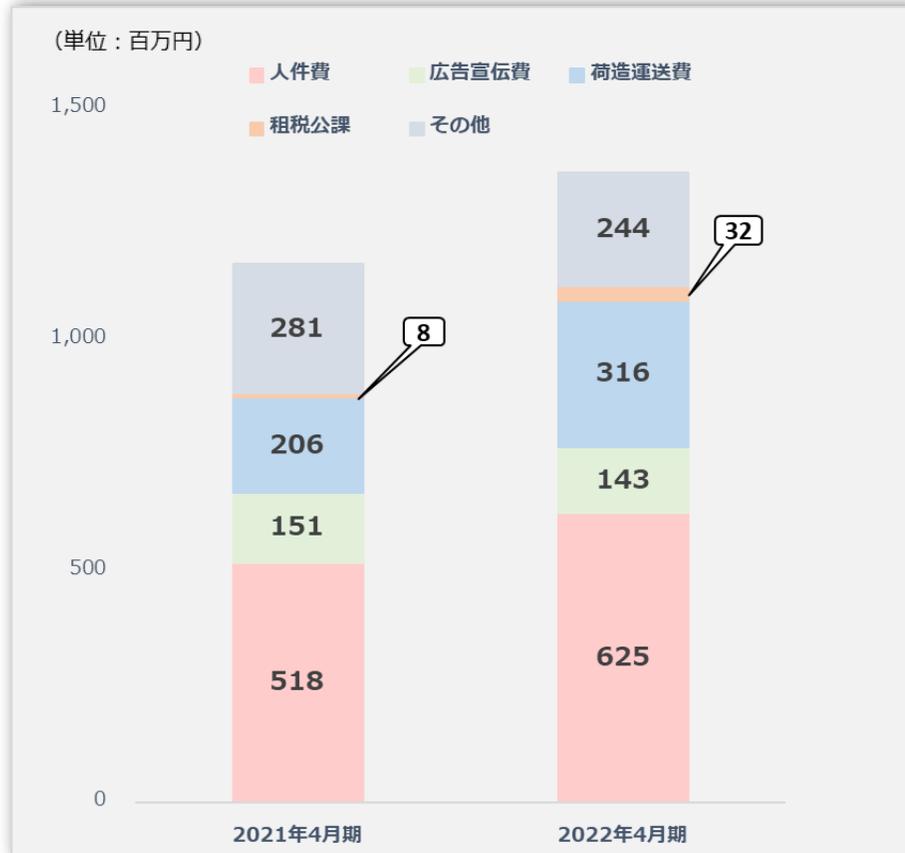
2022年4月期 業績 サービス別 収益構成の前期比較

高付加価値のソリューションサービスが拡大加速



2022年4月期 業績 販管費の前期比較

販売費及び一般管理費の主な内訳



当期販売費及び一般管理費

1,362百万円

前期比：196百万円増（16.9%増）

租税公課

外形標準課税適用による税金コスト発生

32百万円

前期比：24百万円増（308.9%）

荷造運送費

売上連動で増加。配送コストは販売価格へ転嫁

316百万円

前期比：110百万円増（53.2%増）

広告宣伝費

ROAS※でコントロール。費用対効果を重視継続

143百万円

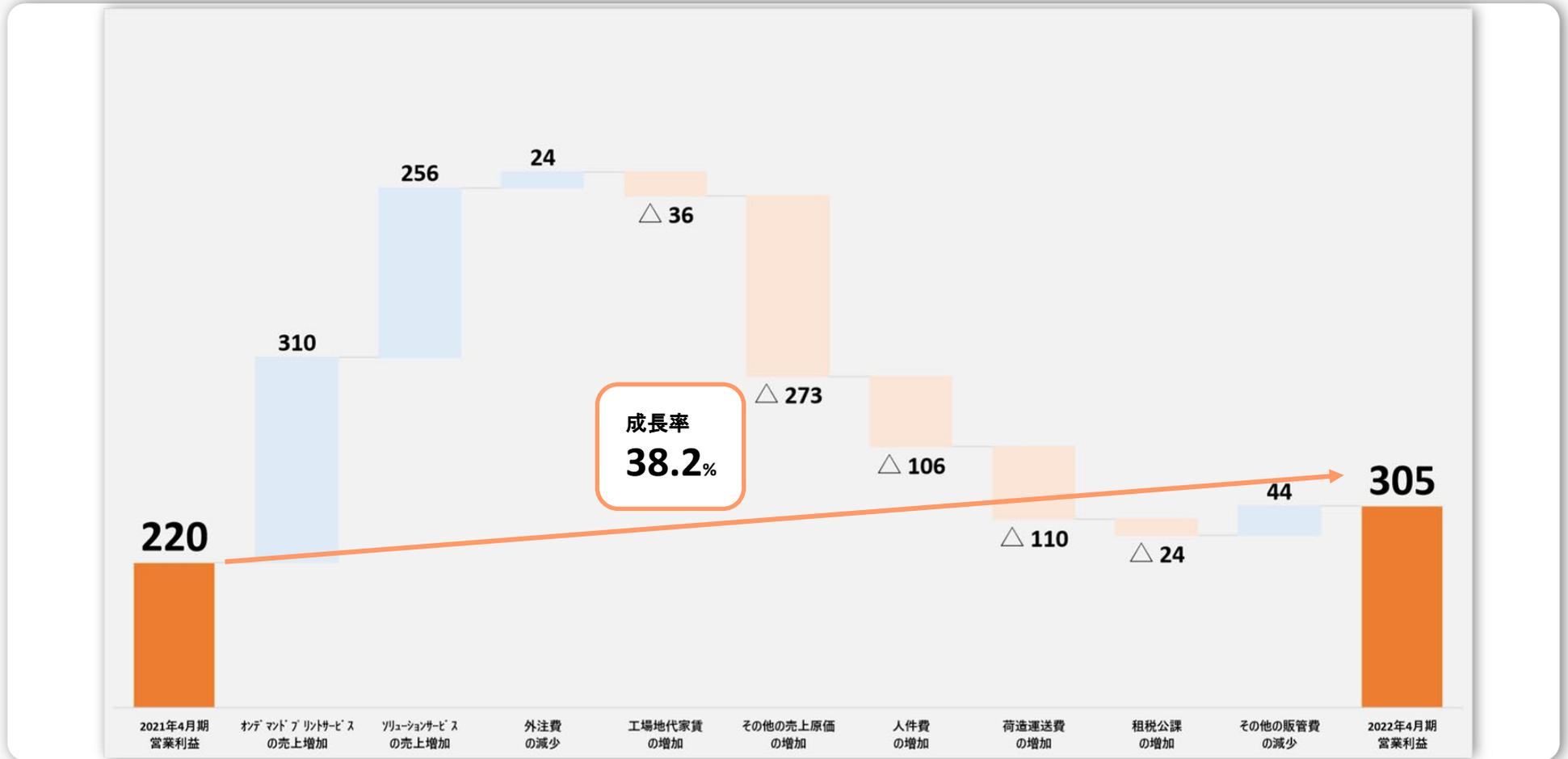
前期比：△7百万円減（△5.0%減）

※ROAS（Return On Advertising Spendの略）

広告の費用対効果、広告費に対して、どれだけ売上として貢献できているかを示す指標

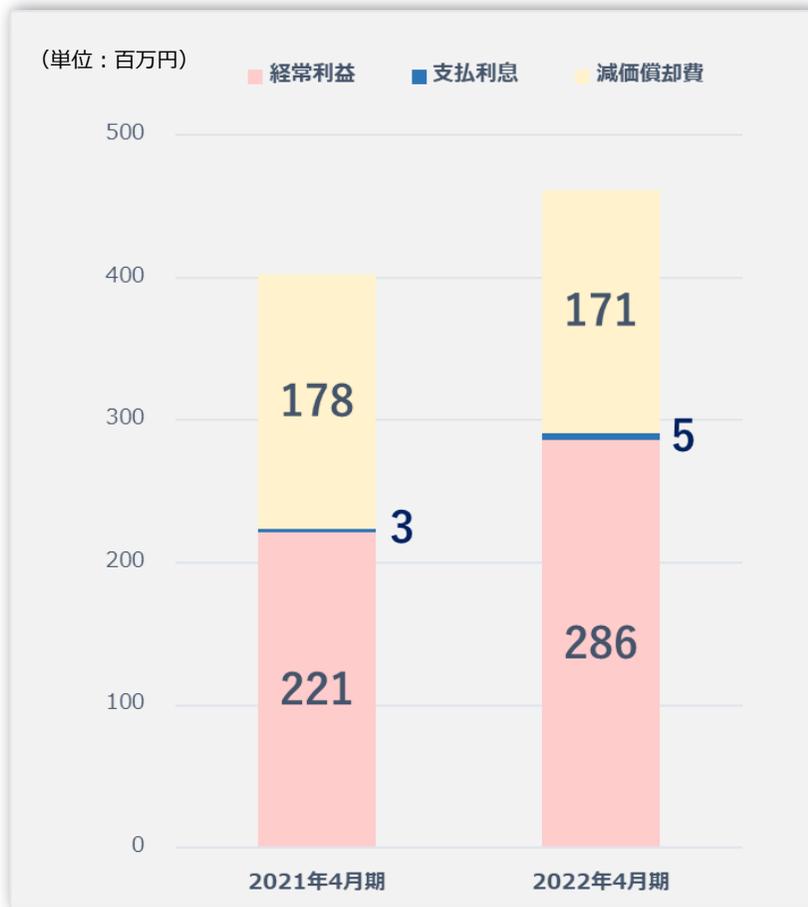
2022年4月期 業績 営業利益の増減分析

営業利益 前期比84百万円増（38.2%増）の主な要因



2022年4月期 業績 EBITDAの前期比較

一過性の上場関連費用を吸収し経常利益は約30%成長



EBITDAマージン 9.5% (前期9.3%)

経常利益

営業外費用として上場関連費用15百万円の発生

286百万円

前期比：65百万円増 (29.8%増)

支払利息

前期比では設備投資に伴う借入実行のため増加

5百万円

前期比：2.1百万円増 (63.7%増)

減価償却費

半導体不足等により設備投資の後ろ倒しによる微減

171百万円

前期比：△0.7百万円減 (△4.0%減)

2022年4月期 業績 B/Sサマリ

調達資金の効率化 ROIC「稼ぐ力」の向上を目指す経営

(単位：百万円)	2021年4月末	2022年4月末	前期末比 増減額
資産合計	1,941	2,355	414
流動資産	1,222	1,701	478
固定資産	718	654	△ 64
負債合計	1,350	1,092	△ 258
流動負債	853	736	△ 116
固定負債	496	355	△ 141
純資産	590	1,263	672
総資産	1,941	2,355	414
有利子負債	723	472	△ 250
ROIC※	12.8%	13.9%	+1.1pt

※：ROIC(投下資本利益率) = 税引後営業利益 ÷ 投下資本 (投下資本 = 有利子負債 + 株主資本)

2022年4月期 C/Fサマリ

キャッシュ・フロー及び関連指標の前期比

	2021年4月期	2022年4月期	前期比 増減額
(単位：百万円)			
営業活動によるキャッシュ・フロー	358	352	△ 6
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 486	△ 141	345
財務活動によるキャッシュ・フロー	187	171	△ 15
自己資本比率 (%) ※1	30.4%	53.6%	—
債務償還年数 (年) ※2	2.0	1.3	—
インタレスト・カバレッジ・レシオ (倍) ※3	108.3	64.9	—

※1：自己資本比率 = 自己資本 ÷ 総資産

※2：債務償還年数 = 有利子負債 ÷ 営業キャッシュ・フロー

※3：インタレスト・カバレッジ・レシオ = 営業キャッシュ・フロー ÷ 利払い

2023年4月期 業績予想

IT× 高効率システムで増収増益を見込む

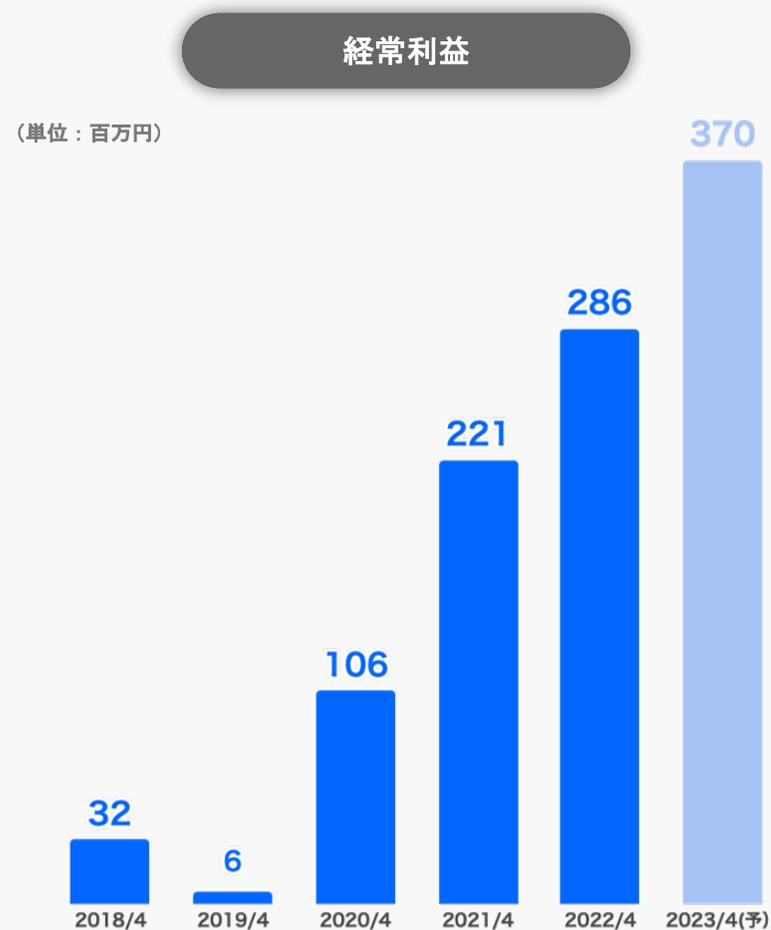
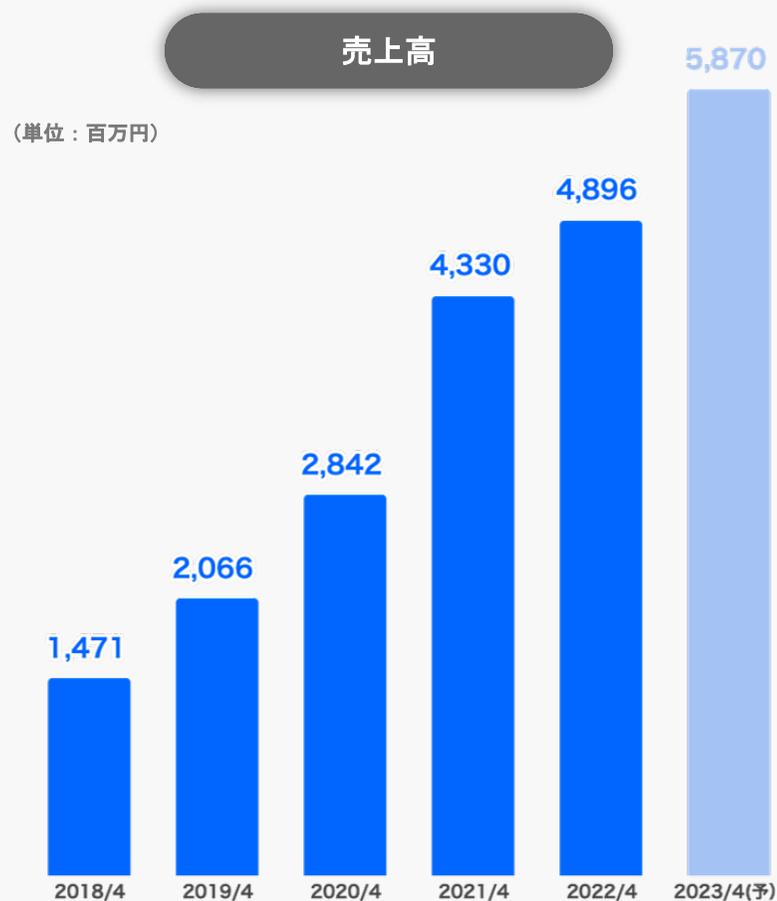
(単位：百万円)	2022年4月期	2023年4月期	前期比	
	実績	(業績予想)	増減額	増減率
売上高	4,896	5,870	973	19.9%
営業利益	305	380	74	24.5%
対売上比 (%)	6.2%	6.5%	+0.3pt	—
経常利益	286	370	83	29.0%
対売上比 (%)	5.9%	6.3%	+0.4pt	—
当期利益	234	260	25	10.9%
対売上比 (%)	4.8%	4.4%	△0.4pt	—

前提条件

- ・新型コロナウイルス再拡大の可能性、半導体等の部材不足、国際輸送の混乱、原材料価格の上昇等の影響は継続する。
- ・EC市場は今後も成長拡大、法人需要はイベント開催等とともに緩やかに回復、DX化により求められるソリューションサービス。

業績推移

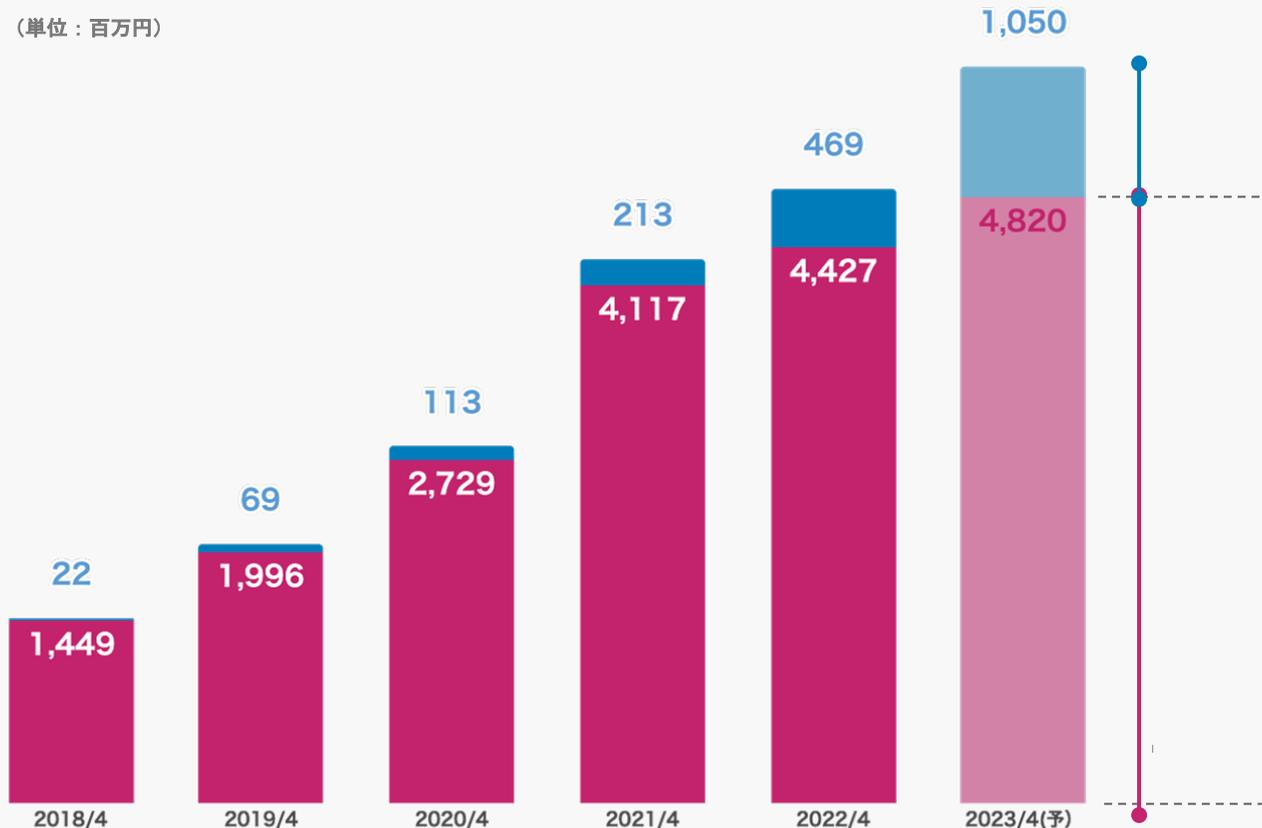
進行期についても増収増益トレンドを維持します



売上高内訳推移

オンデマンドプリントサービスが伸張 ソリューションサービスも拡大ペースを加速

(単位：百万円)



2023年4月期における
売上高内訳（予想）

3 ソリューション
サービス

オンデマンドプリント
サービス

2 連携パートナー
法人からの受注

1 オリジナルプリント.jp
自社シミュレーター付
オンデマンドEC

3

オンデマンドプリントサービス

オンデマンドプリントサービス

1 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により
受注自動化のパイオニア

- 価格/納期/仕上がりイメージを
事前確認
- 豊富なアイテムを1点から注文
- 受注～出荷連絡まで自動処理



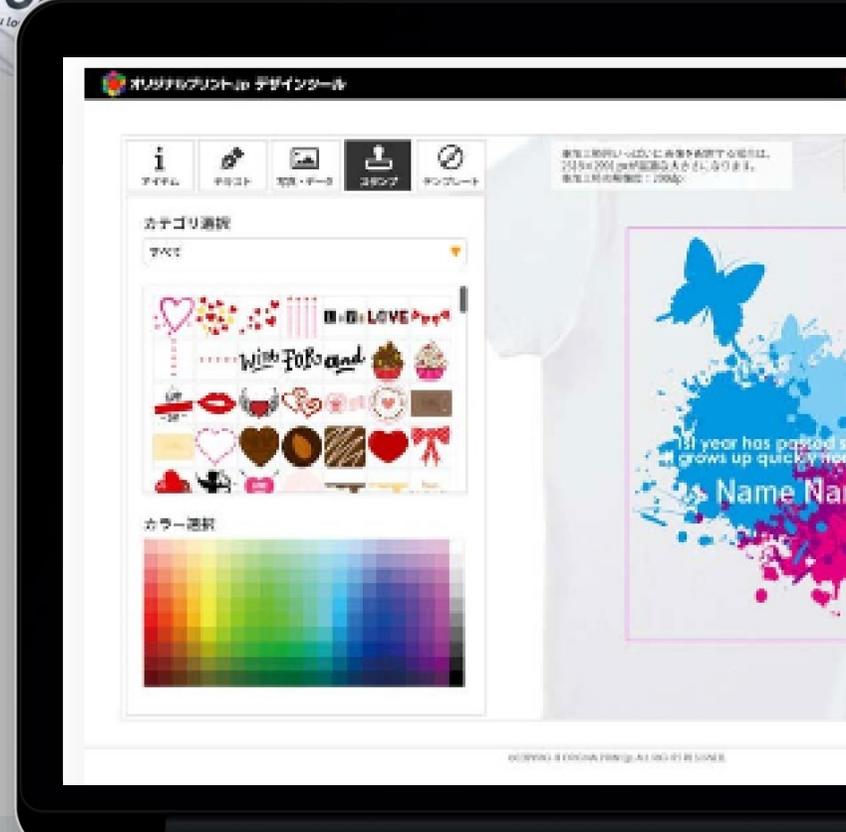
アイテムを
選ぶ



デザインツール
を使って
カスタマイズ



価格/納期等
お客様が知りたい
情報を事前に
確認してから発注



オンデマンドプリントサービス におけるKPI

外部環境

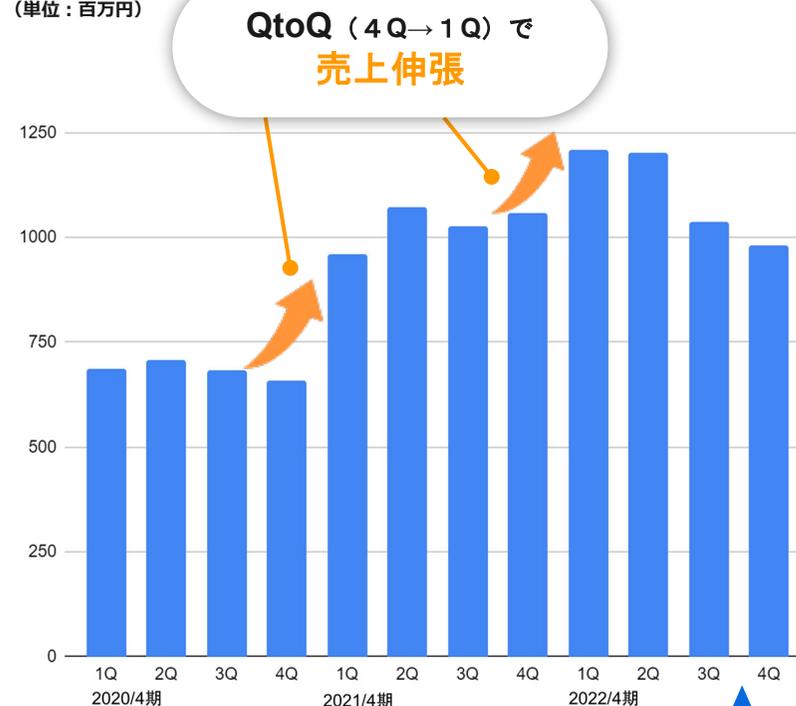
オンデマンド生産が大きく伸張し
当社現状売上高に比して
巨大な潜在的マーケットニーズがある

事業方針

オンデマンド生産のマーケットへの
認知向上/浸透を優先
どのチャネル/パートナーにおいても
同レベルの適正利益率を設定し
利用実績でもある
売上高を重要KPIとして最大化方針

オンデマンドプリントサービス 四半期売上高推移

(単位：百万円)



当期下期の売上はEC市場における
巣ごもり消費の減退によるパートナー
企業からの受注減とマスク等の
自社サイトの受注減により前年割れ

2 連携パートナー/法人ビジネスフロー

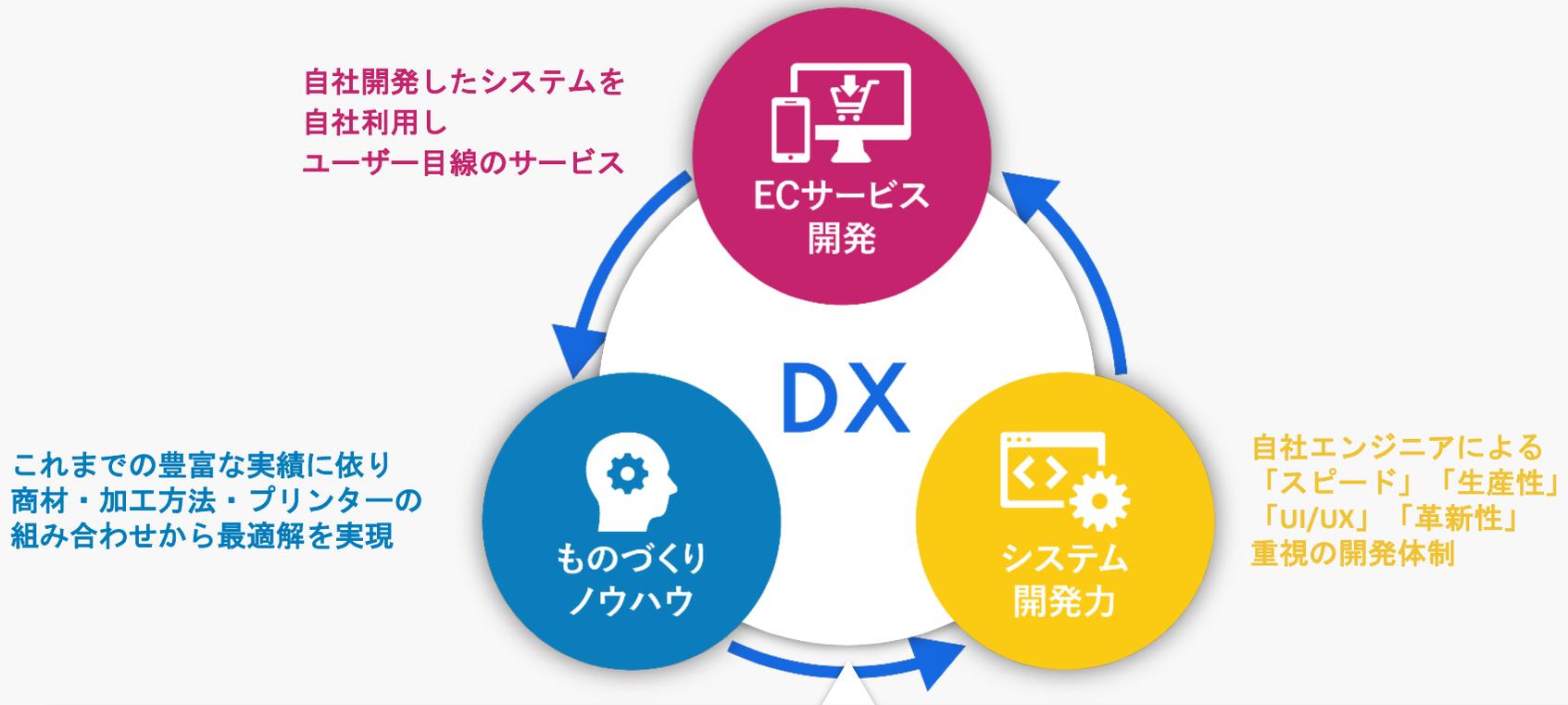
在庫ロスなく手間なくアイテムを作成 スピーディーな生産・出荷が可能



※バリエーション配送：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

モノづくりのDX化を強かに推進する改善サイクル

ECサービス & ものづくりノウハウ & システム開発力の 三位一体での高速ワークフロー改善



自社及びパートナー企業からの要望を社内情報インフラで即時に共有し
エンジニア部門/営業企画部門/製造部門を横断してサービス/ワークフローの改善を推進

システムの改善スピード

ECサイト運営・ものづくりの現場がわかるからこそ可能な

高速PDCAサイクルによる
自社開発による機能追加改修

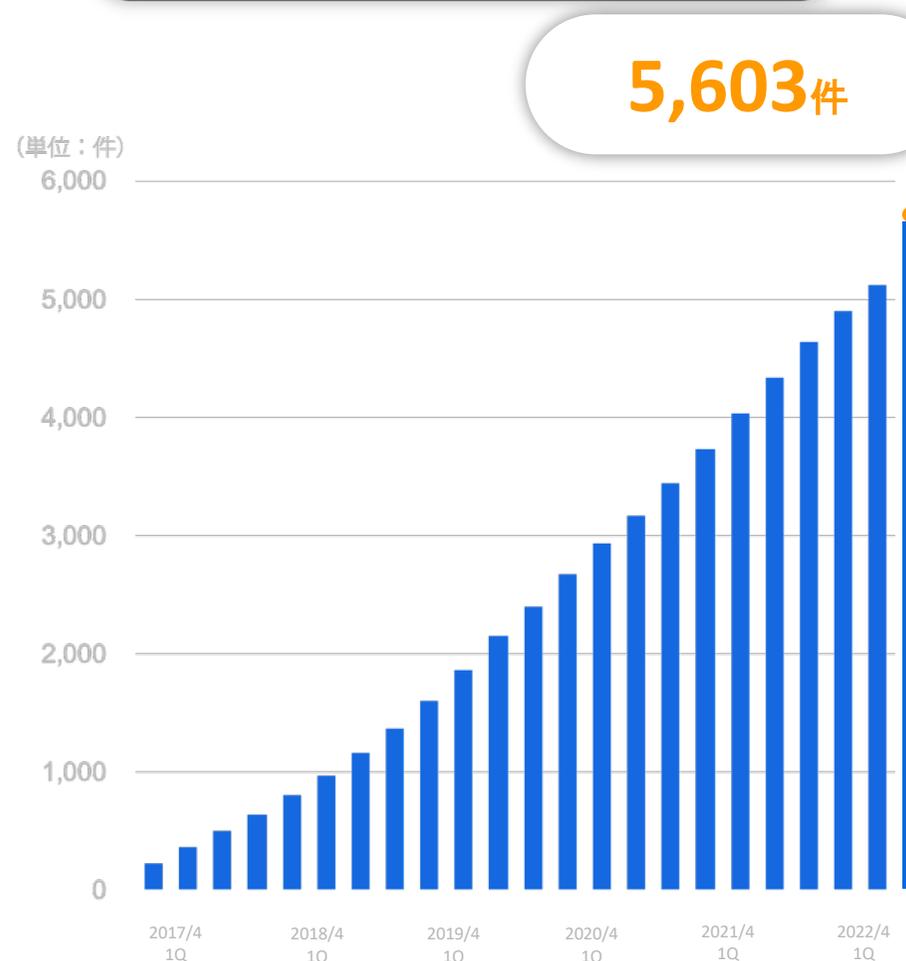
受注システムや生産管理等の当社運営サービスの総リリース数

2022年4月期累計 **969件**

1営業日平均約 **4件**

製造ワークフローの現場にも
開発エンジニアが常駐

機能開発リリース件数推移※



※累計ベース

作業時間を独自開発ソフトウェア/ハードウェアで従来型より85%削減

他社と比較して 優位な価格競争力を実現

受注 → 商品手配 → 印刷作業 → 検品 → 出荷

当社
オンデマンド
プリント

1枚あたりの作業時間

約**5**分

85%削減!
作業時間

特許
取得済
※



不慣れな人でも
高速生産を可能とした
システム

※特許権：2021年1月13日取得 第6823325号

※特許権：
電子タグで印刷画像を管理し、印刷画像をTシャツ等に印刷するための印刷信号をプリンタに出力できるシステム

納期
当日出荷

一般的な
オンデマンド
プリント

1枚あたりの作業時間

約**30**分

受注 → データ
チェック → 商品
手配 → 生産
日程
調整 → 印刷
作業 → 検品 → 出荷

納期
当日出荷

一般的な
量産型
プリント

1枚あたりの作業時間

約**60**分

受注 → データ
チェック → 製版 → 商品
手配 → 生産
日程
調整 → 印刷
作業 → 検品 → 出荷

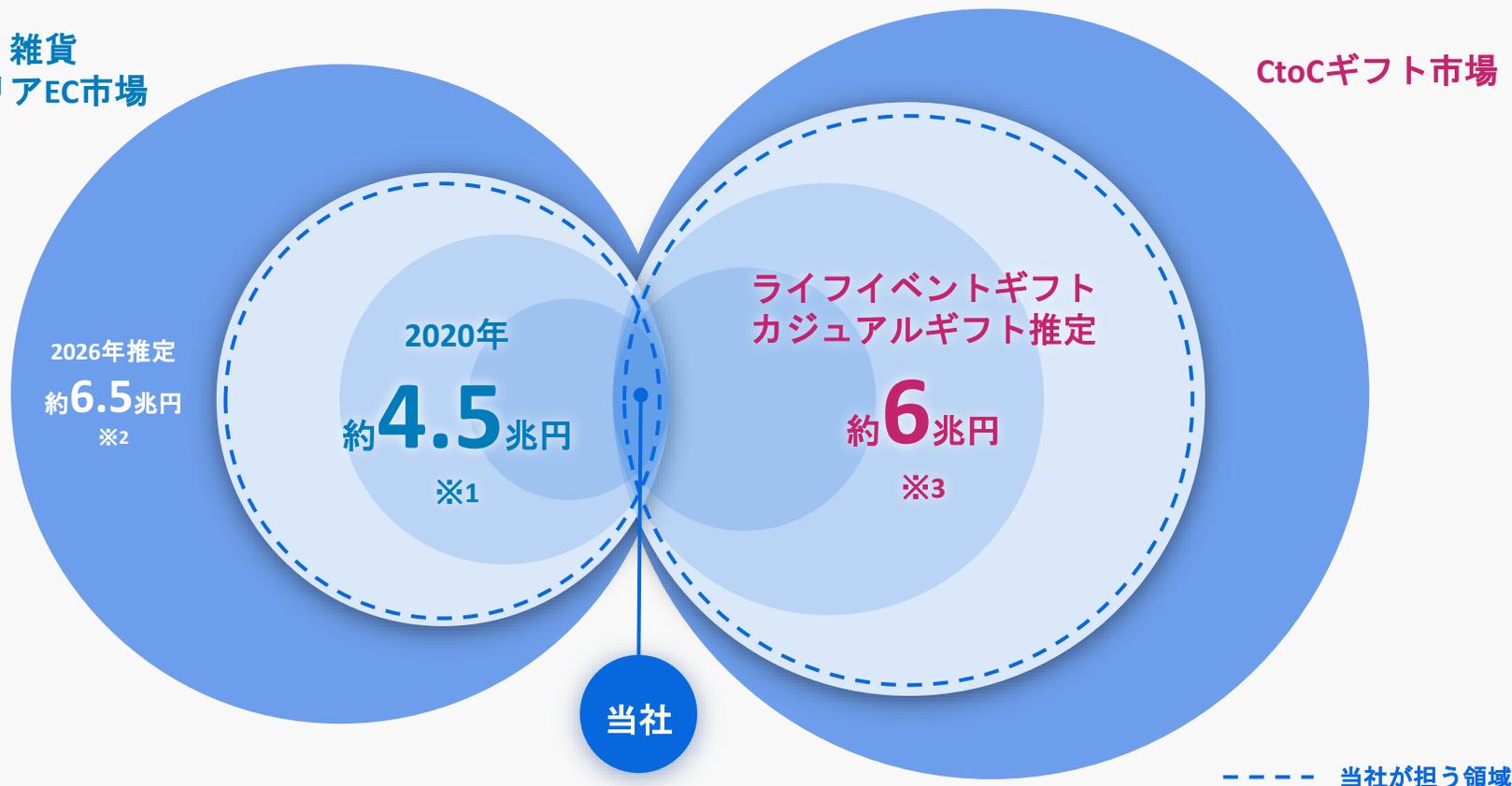
納期
約2週間

市場の将来見込み

アパレル・雑貨・家具・インテリアEC市場は4.5兆円で拡大見込み CtoCギフト市場も6兆円規模があり有望

アパレル・雑貨
家具・インテリアEC市場

CtoCギフト市場



※1 出所：経済産業省 「電子取引に関する市場調査」 アパレル・雑貨・家具・インテリアEC市場の合計

※2 NRI 「ITナビゲーターEC市場予測」 経済産業省 「電子商取引に関する市場調査」 もとに当社推定

※3 DNP 「日常生活とギフトの実施状況に関する調査」 より当社推定

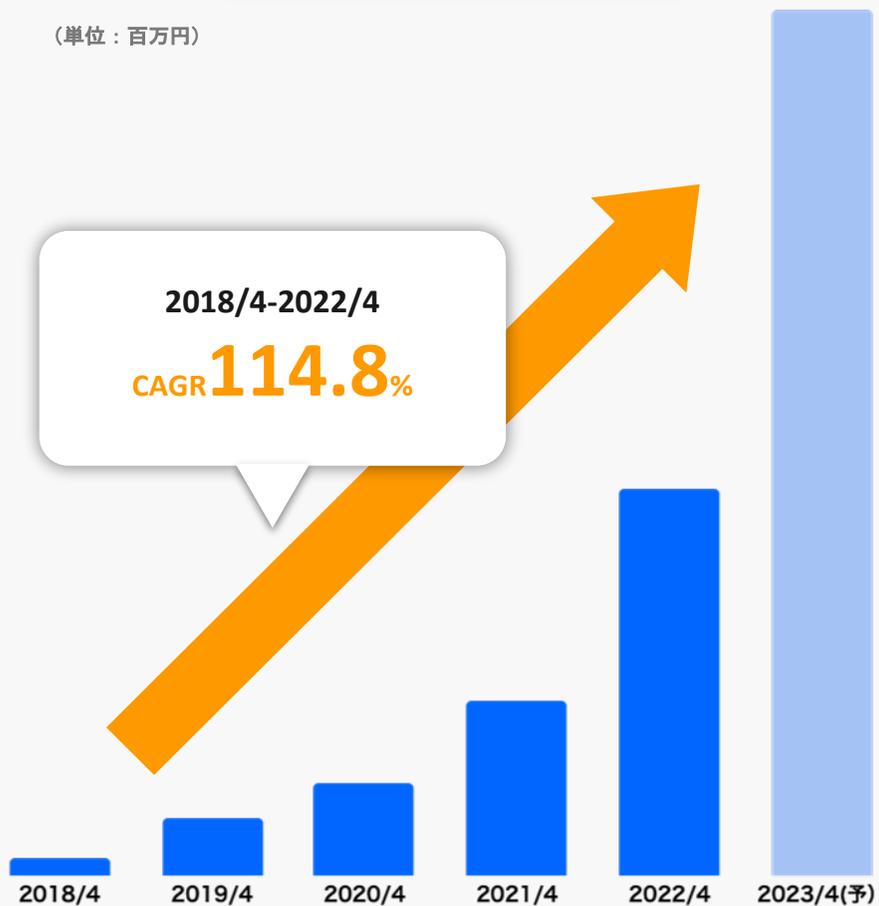
4

ソリューションサービス

ソリューションの業績

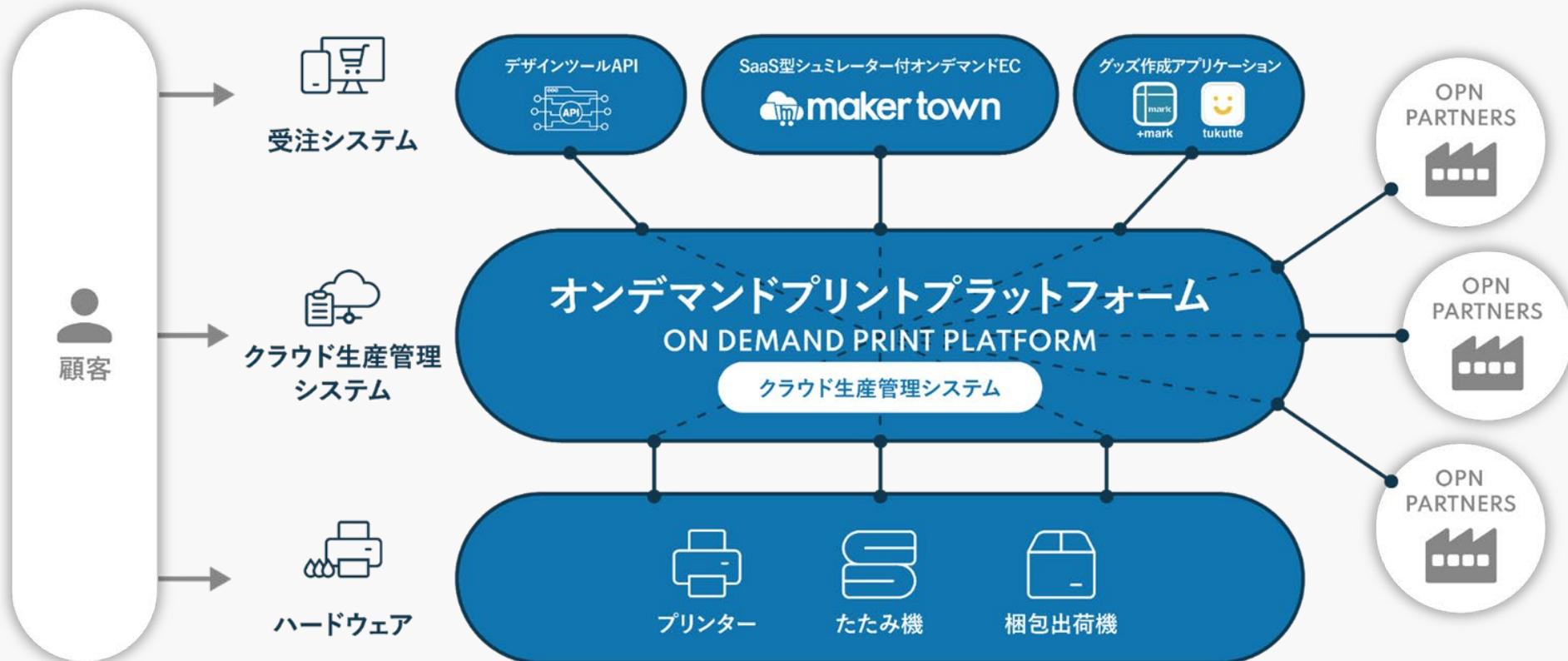
ソリューション業績推移

(単位：百万円)



ソリューションサービス ビジネスモデル

受注から生産管理システム、ハードウェア等の
自社開発サービスをソリューションとして提供



ソリューションサービス ソフトウェア導入の今期獲得見込企業



日本最大級 雑貨メーカー

デザインツール提供API



大手 雑貨代理店

先方システムと接続



日本最大級 印刷通販会社

デザインツール提供API



大手 アパレル商社

デザインツール提供API



日本最大級 エンタメ会社

meet my goods活用

オンデマンド生産の最適化に必要なノウハウやナレッジを自社構築

自社で受注から出荷までのソフトウェア/ハードウェアを開発し
他社には真似のできない**高効率ワークフローを実現**

競合先	受注	生産	システム開発	ハードウェア
ECサイト運営会社	←→			
プリント工場		←→		
システム開発会社			←→	
プリンターメーカー				←→
一般印刷会社	←→	←→		
ECサイト運営・システム開発会社	←→		←→	
IMAGE MAGIC	←→	←→	←→	←→

全て自社で行うことが
最大の強み



この強みによって
競合先は存在しない

国内生産拠点ネットワーク

クラウドでコントロールされた オンデマンドネットワーク拡大中

自社工場
6工場

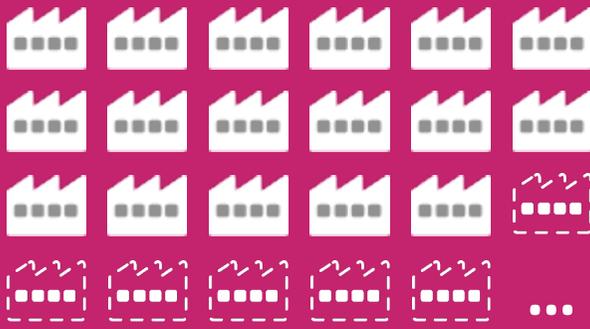


自社工場
最大日産数
50,000枚※



※Tシャツ1枚換算

OPN協力工場
17工場



OPN全体（計23工場）
最大日産数
300,000枚※



加工機や受注量に応じて全国での最適な工場から出荷できる
オンデマンドプリントネットワーク化により、**同一品質での短納期生産を実現**

5

今後の成長戦略

当社ビジネス成長の必然性

業界の課題解決と新たな事業機会を創出

余剰在庫削減
廃棄ロス削減
染色による污水削減

多様化するニーズ
オリジナリティ重視

構造的な低い労働生産性
人口減少による職人不足

「最小限の量産」 + 「オンデマンドプリント」

という新しい考え方とシステムの導入が受け入れられる時代の到来

環境リスク低減

DtoC
新たな市場創造

スピーディーな
ビジネス改革

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



今後の重点施策 新しいカテゴリーへの展開



ユニフォーム

ユニフォームの90%は名入れプリントされているが、小ロットの場合は刺繍が中心
DTFによりプリントが増加



エンタメ業界

ライブ活動が制限されてきたことで不良在庫を減らしオンデマンド生産が増加



ノベルティ

コロナ禍で一旦需要が減少したが、イベント復活により拡大傾向



クリエイター

コロナ禍でクリエイターのグッズ販売が急拡大した。
アフターコロナでも継続見込み



雑貨メーカー

雑貨のオンデマンドプリントは装置の限界もありまだ発展途上である中で可能性が大きい市場



オンデマンドアパレル

アパレル製品全体では製品への印刷市場よりも大きく、単価も高いため在庫を最小化するオンデマンド化は期待される分野



スポーツ

イベントグッズのリードタイムを短縮、オンデマンド生産を導入することで無駄な在庫を極小化



NFT

所有権が公的に保証されたグッズ展開や記念品としてのグッズ化が期待

オンデマンドアパレル

オンデマンドプリントから

プリント用商材 ▶ 商品にプリント ▶ 製品化



オンデマンドアパレルへ

生地にプリント ▶ 縫製 ▶ アパレル製品化



本格的なアパレル製品のオンデマンド化を行うための投資を行い
年内テスト稼働開始 来期以降の売り上げと利益貢献を目指す。

海外展開

ジャパングオリティのプリントオンデマンドプラットフォームの 海外展開を実現していく



中国の生産拠点にソリューション提供予定
年内にテスト生産開始 利用料収益は来期

印刷手法について



スクリーン 印刷

刷る

- ・古くからある印刷方法で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

様々な素材に対応

量産はほぼこの方法

×
オンデマンドに不向き



DTG (Direct to Garment) インクジェットプリント

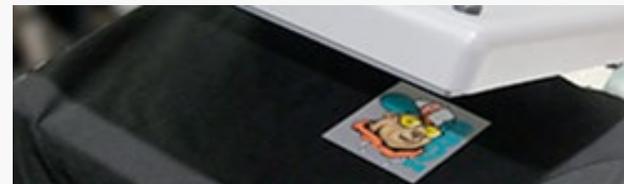
吹く (塗布)

- ・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

綿・ポリエステルのみに対応

アパレル企業を中心に
急速に拡大

○
オンデマンドに最適



DTF転写 (Direct to Film)

貼る

- ・旧来はシートに出力しシートのまま貼り付ける手法
- ・DTFはフィルムに印刷したものを熱で貼る方法

綿・ポリエステル・ナイロンをはじめ、
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

○
旧来の転写は不向きだが
DTFはオンデマンドに最適

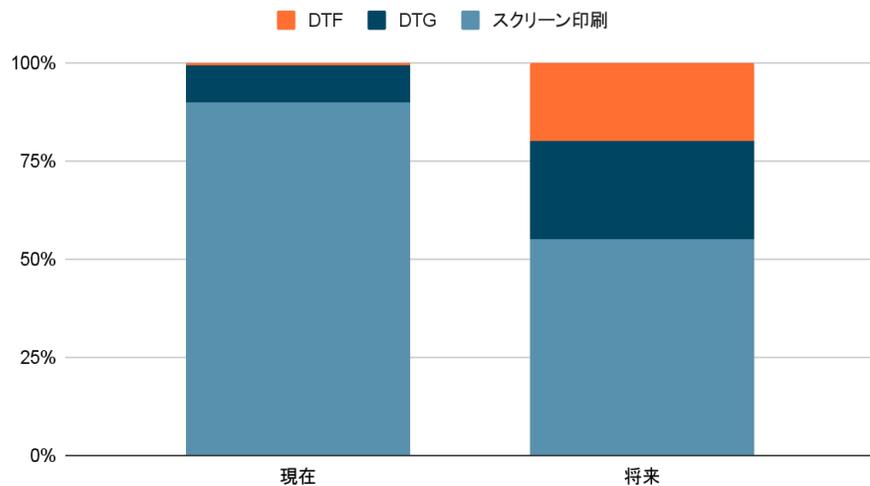
オンデマンドに適したDTG（インクジェットプリンター）が拡大し高速化や省力化が加速
2020年頃からDTFが急拡大中

新DTF装置の開発とマーケット拡大プラン

DTFシェア急拡大

誰でも高品質印刷が可能な仕組み
オンデマンドプリントにも適しており急拡大

アパレル製品への印刷方法シェア



国産DTFインクを独自開発

真空パック化したことでメンテナンスが軽減
今後はDTF関連の専用装置や自動化装置を開発



日本製



アルミパウチ採用

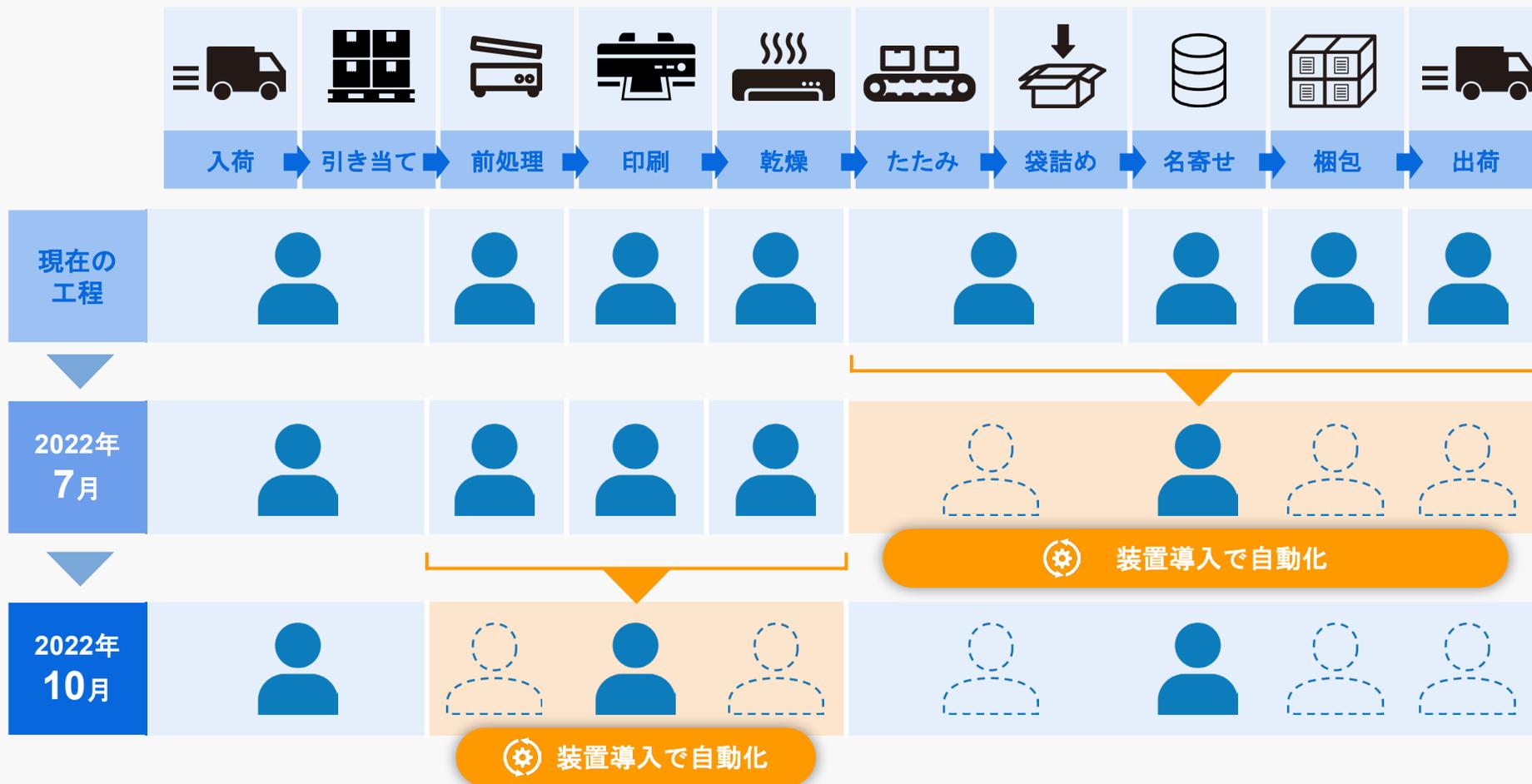
洗濯及び摩擦堅牢度

4級以上

高耐久性インク

DTF関連機器やインク販売でソリューションサービスのハード機器販売やシステム利用増で2023年4月期に貢献し、DTG及びDTFでシェア20%獲得を目指す。

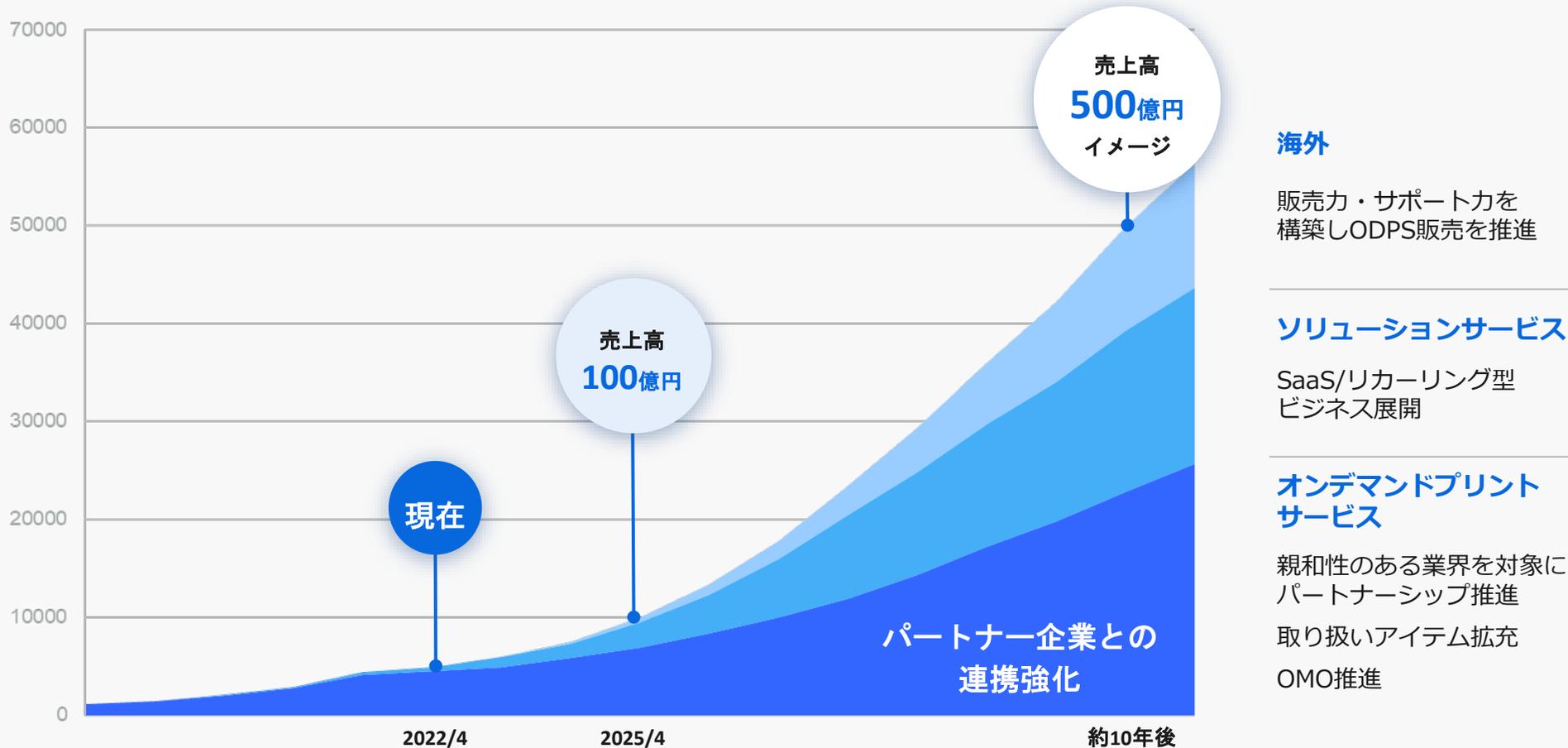
省力化次世代インクジェットプリンターと出荷梱包の自動化



大幅な省力化装置でテスト運用開始 コスト削減により収益力向上の貢献

中期成長イメージ

プリントとITのシナジーによるオンデマンドプラットフォームとして
成長加速するとともにわが国の社会の課題解決に貢献



※2022年4月期実績と進行期見通しを考慮して、2022年3月3日公表の「事業計画および成長可能性に関する資料」の記載内容を一部変更しております。

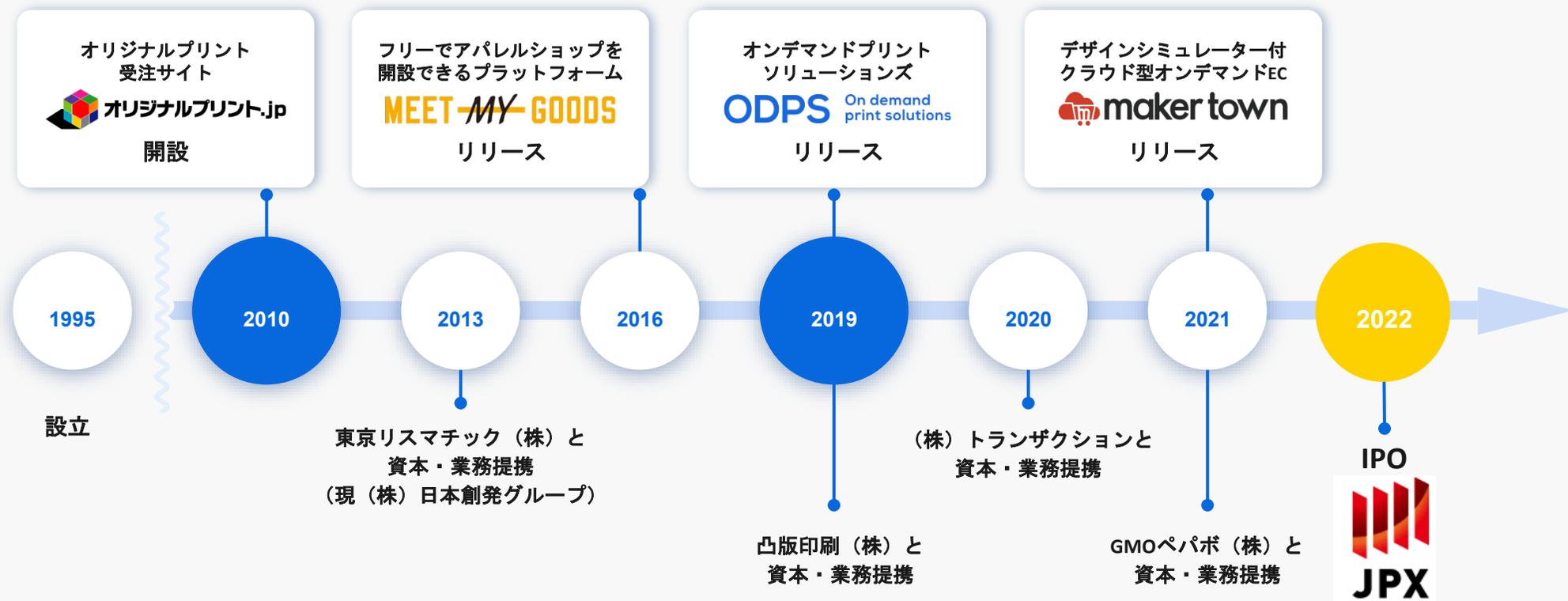
APPENDIX

会社概要

会社名	株式会社イメージ・マジック
設立	1995年5月
代表者	代表取締役社長 山川 誠
資本金	301.2百万円（2022年4月現在）
従業員数	345名（うちパート・アルバイト174名）
主要取引先	ウォルト・ディズニー・ジャパン クロスプラス グラニフ GMOペパボ 凸版印刷 ビームス ピクシブ ヤフー ユニクロ ラクスル 各TV局、工場、企業、コンテンツホルダー、 アパレルメーカー等 (当社HPから一部抜粋)

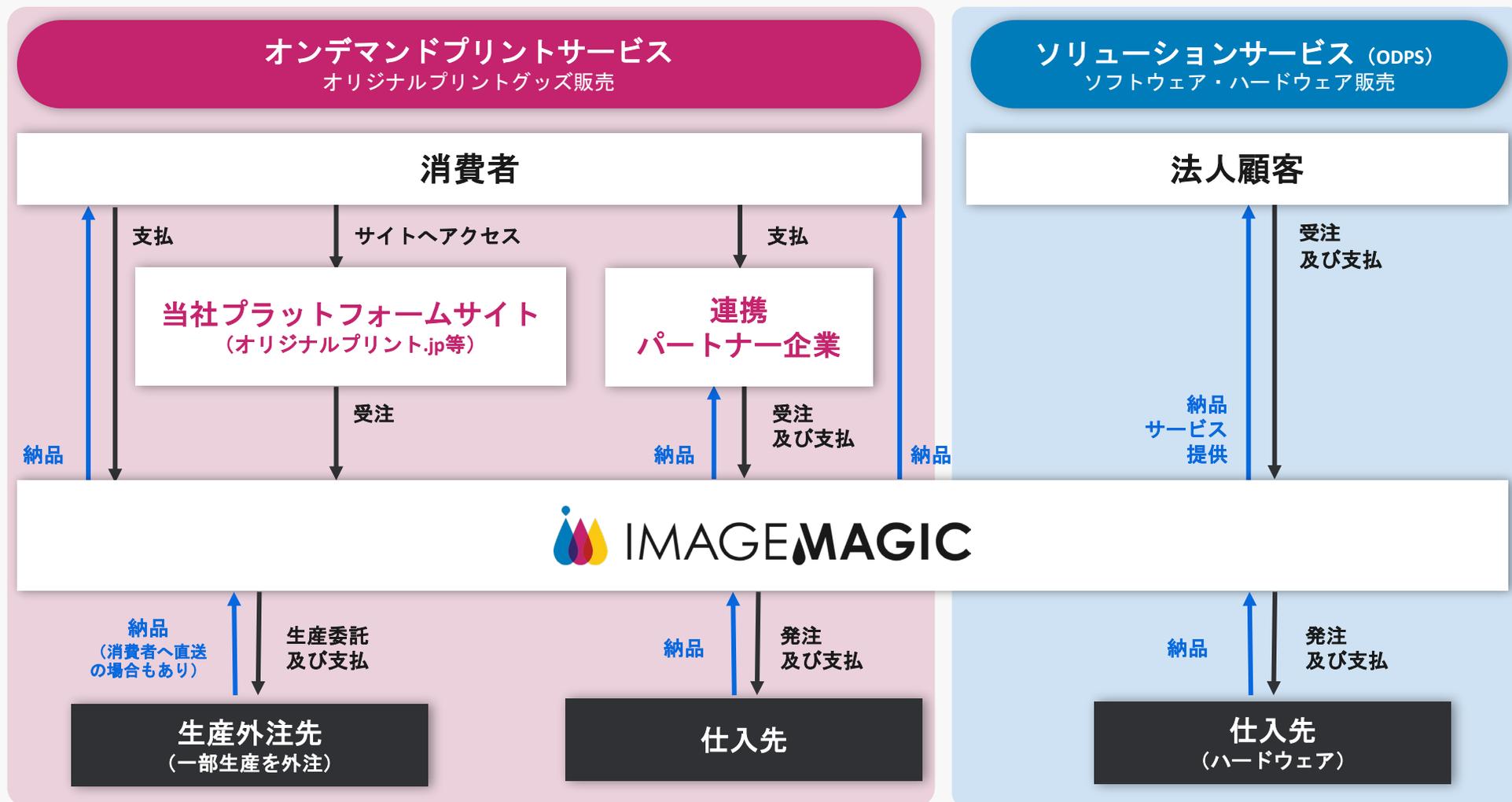


主な沿革

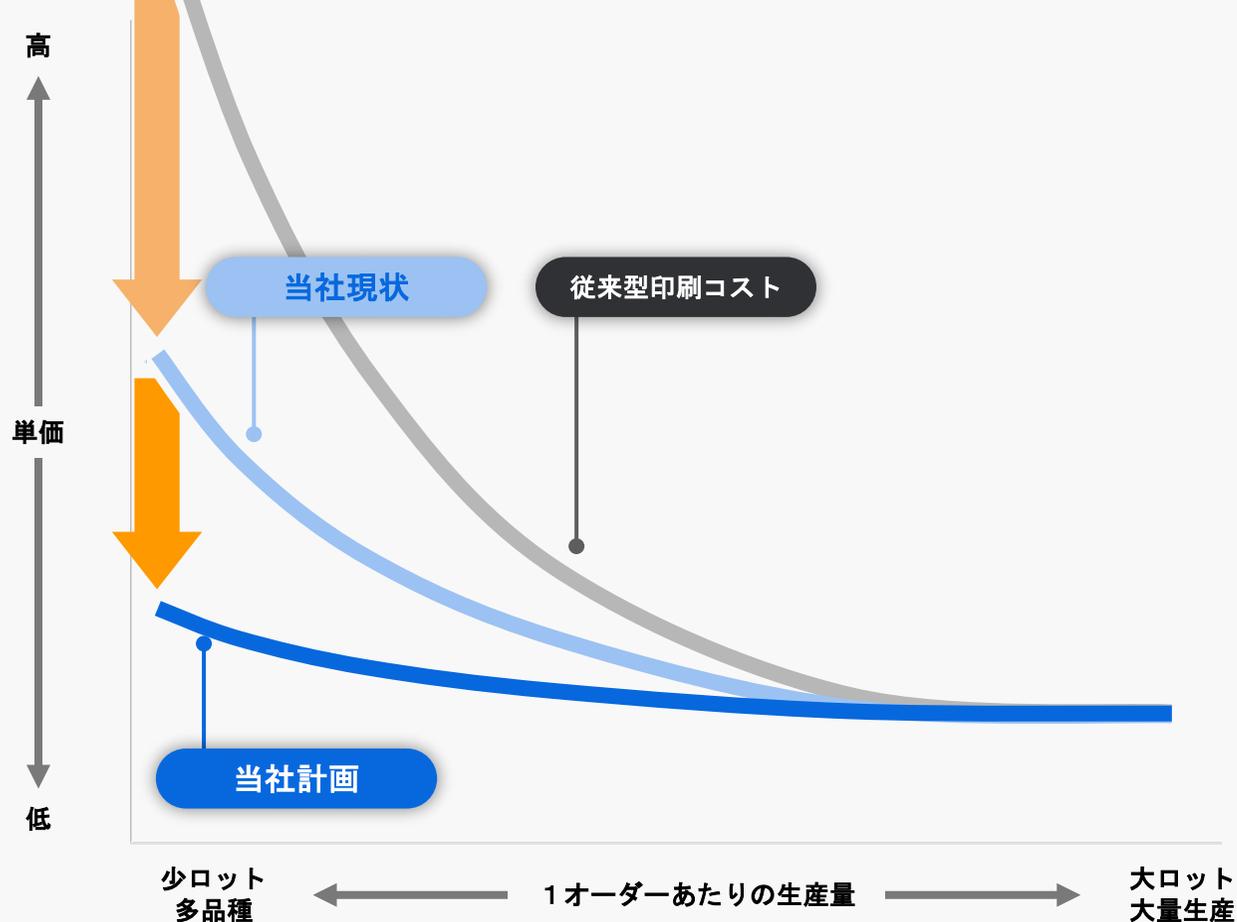


事業概要

プリント×ITで新たな価値を創造するオンデマンドプリントプラットフォーム



DX化の進展に伴う市場拡大の可能性

モノづくりが従来型の大量生産から
小ロット多品種化へ加速していく

従来型の印刷

従来は単価を下げることを目的としてほとんどの商品が大量生産されていました。

当社

当社では1点からの小ロット多品種の単価を引き下げることを実現したことで、モノづくりの一定割合が小ロット多品種化、または、オーダーを受けてから1点ずつ生産するオンデマンド化が進展しています。

当社では更なるワークフローの改善/自動化を進め、小ロットでの単価低減を進めていきます。

オンデマンドプリント事業の主な提供サービス

在庫ロス極小化・短納期・高品質により
有力なグローバル企業から選ばれる仕組みを提供

B2C (Business-to-Consumer)

国内最大級のWeb To Print
オリジナルグッズ作成サービス



誰でも無料で開設・購入できる
アパレルショップECサイト

MEET-MY-GOODS



B2B (Business-to-Business)

フルカラーカーペット
作成サービス



1mから布・生地に
印刷できるサービス



市場環境認識

当社が属する国内物販系EC市場は成長続く

国内物販系分野のBtoC—EC市場規模

(単位：億円)

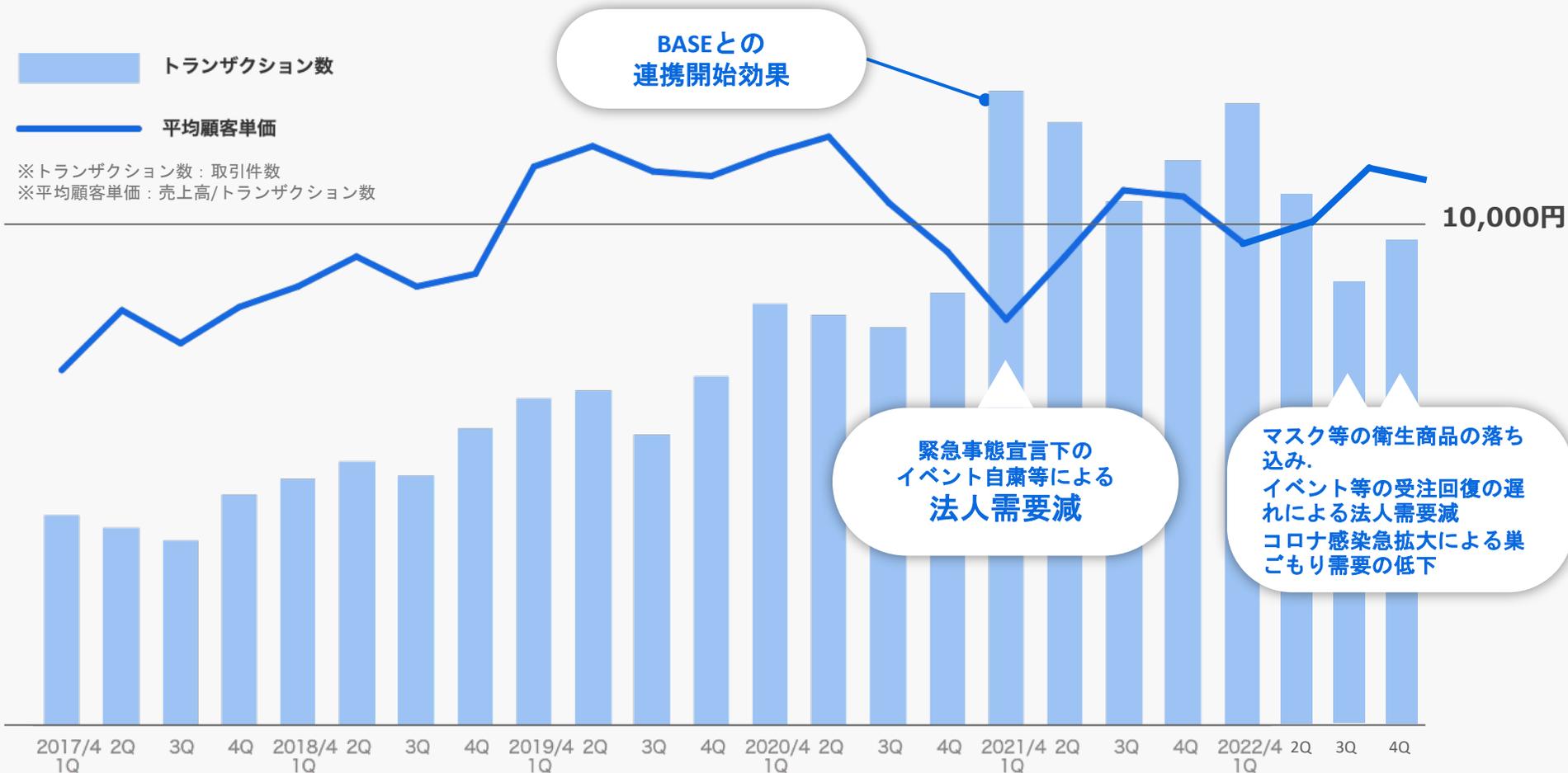


※経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より当社作成

オリジナルプリント.jp KPI

トランザクション数を売上増のためのKPIとして重視

顧客単価については手頃で安価なアイテムの開拓とアップセルによる高単価施策を同時推進



ソリューションサービス 各業界別展開と収益モデル

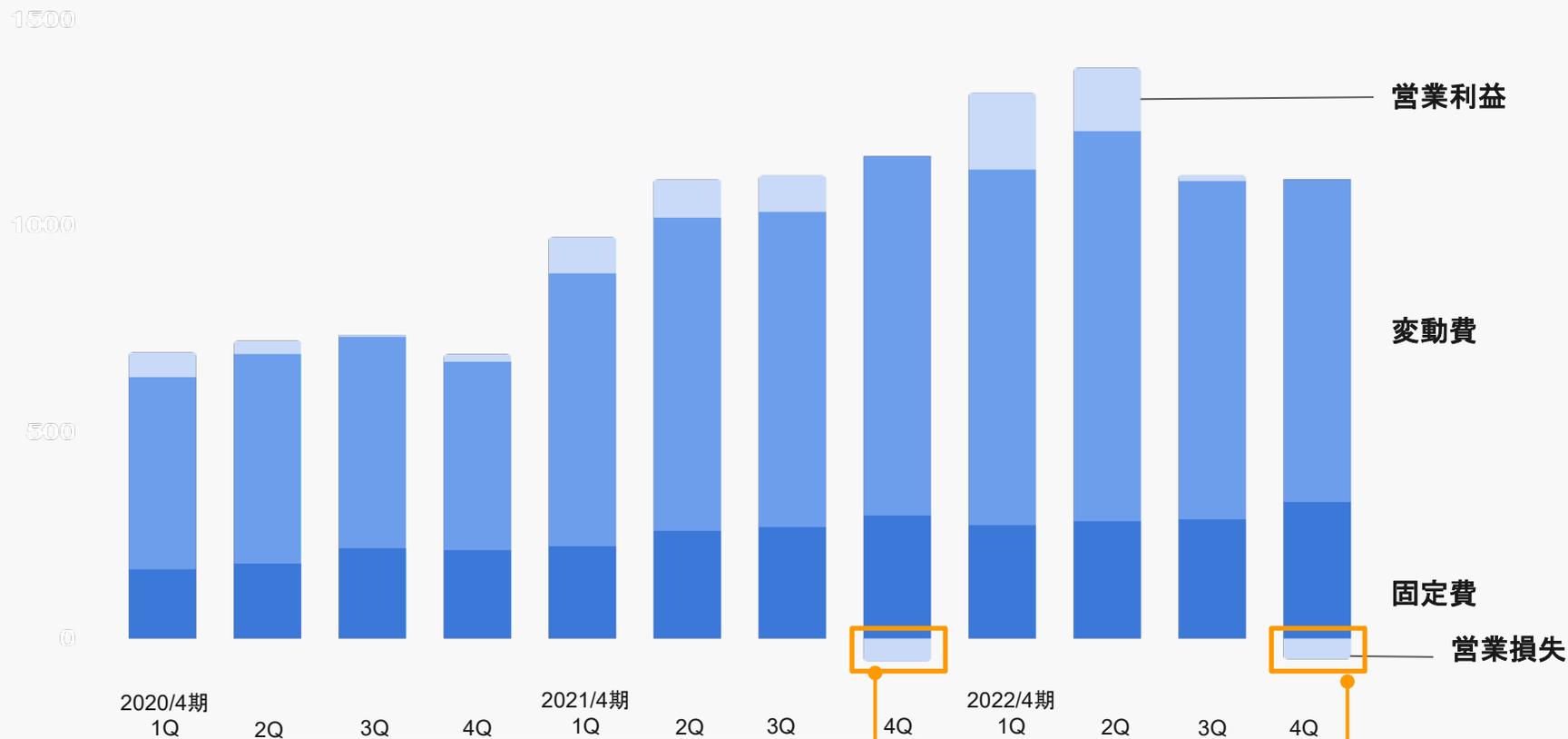
これまでの自社プリントシステムのノウハウを従来型企业へ提供 デファクトスタンダード化図る

 <p>アパレルメーカー</p>	<p>プリントの受注を効率化するための受注システムの構築支援 デザインツール・生産管理システム</p>
 <p>コンテンツホルダー</p>	<p>小ロット生産をサポートする、ハードや生産管理システムの導入支援 DTGプリンター・たたみ機・トンネル乾燥機・前処理機・梱包出荷機・</p>
 <p>印刷会社</p>	<p>ソーター・DAS</p>

	<p>ソフトウェア SaaS型モデル</p>	<p>ハードウェア リカーリング収益モデル</p>
<p>イニシャル</p>	<p>初期導入売上、開発売上 導入サポート売上</p>	<p>ハードウェア本体売上 導入サポート売上</p>
<p>ランニング</p>	<p>月額利用料 従量課金</p>	<p>インク、各種資材 ハードウェア保守</p>

収益構造

季節要因により営業利益は上期偏重
ソリューション売上の増加により季節要因を緩和させる



先行投資スポットコスト発生
岐阜県に当社最大規模のプリントセンターを立ち上げ

上場関連・外形標準課税コスト発生
オンデマンドプリントサービス受注減
プリンター販売の一時停止

ディスクレーマー

- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の作成時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しており、当社はそのような一般に公知の情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。
- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。