



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社 イメージ・マジック | 2024年3月

東証グロース : 7793

経営理念

MISSION

個性と創造性溢れる
豊かな社会づくりに貢献します。



ビジョン

VISION



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 生産市場拡大に貢献

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『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チアップし、信頼されるサービスをグローバルに提供していく。

目次

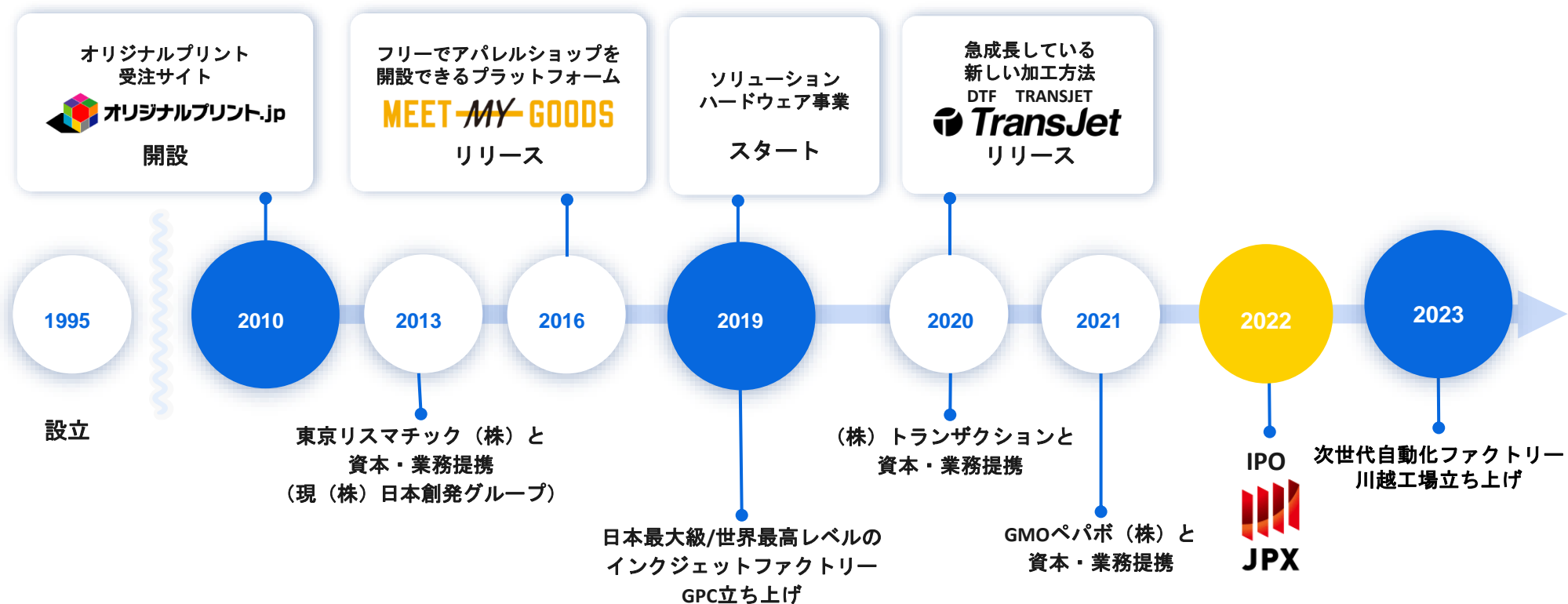
- 1 事業概要
- 2 財務ハイライト
- 3 当社の強みと特徴
- 4 今後の成長戦略
- 5 その他

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	302百万円（2023年12月現在）
従業員数	362名（うちパート・アルバイト172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 TOPPAN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



当社ビジネス成長の社会的背景

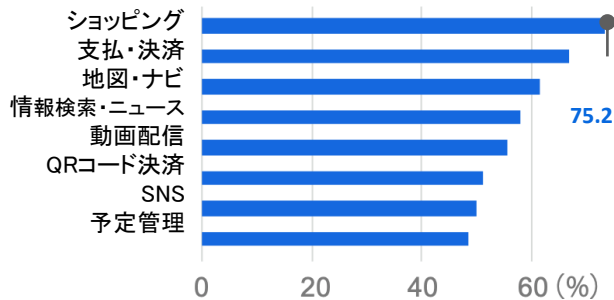
EC利用の普及と個性を重視したオンデマンドニーズの高まり

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

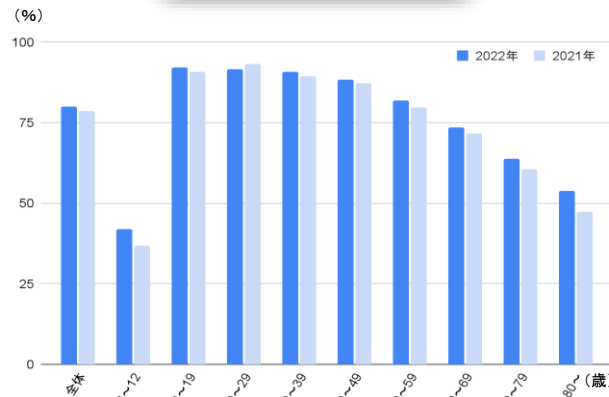


2

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

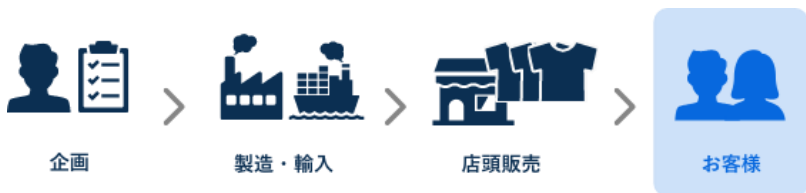
※出所：総務省 「情報通信白書2023」より当社作成

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对应していくためには
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

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



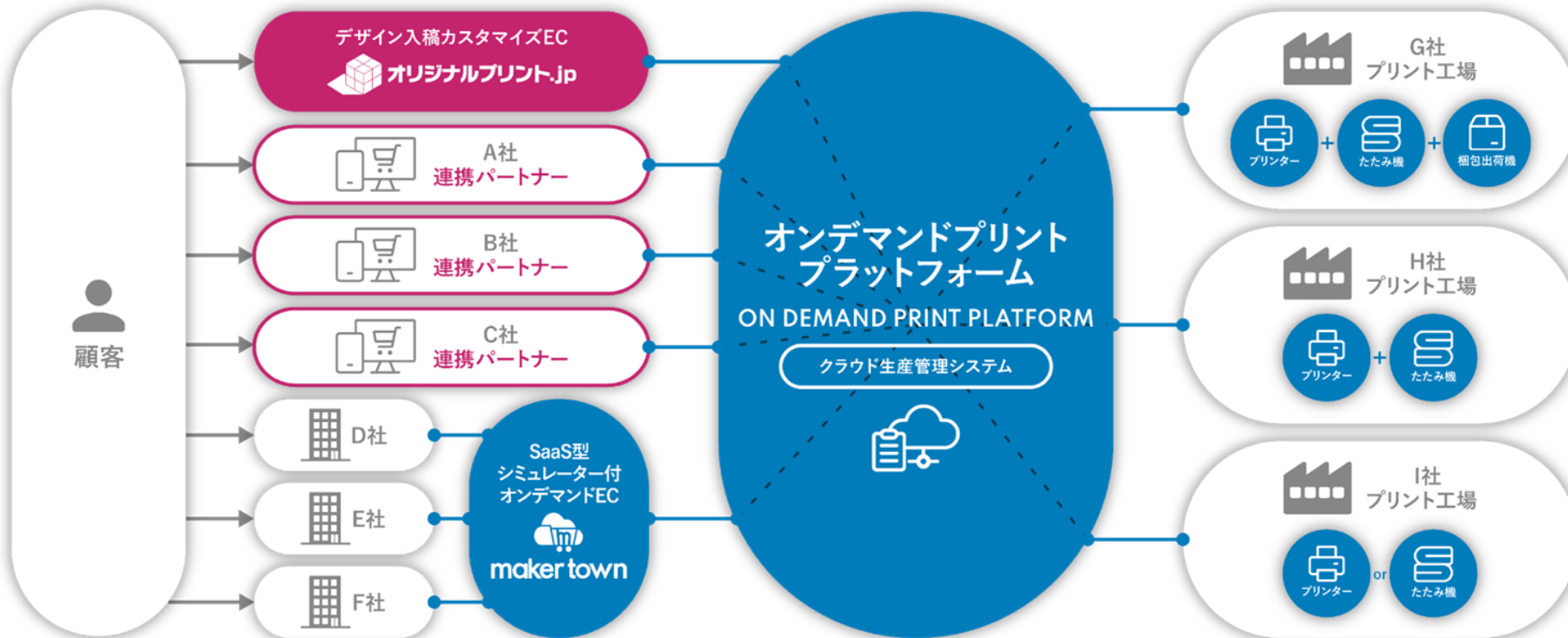
受注システム



クラウド生産管理
システム



ハードウェア



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



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



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



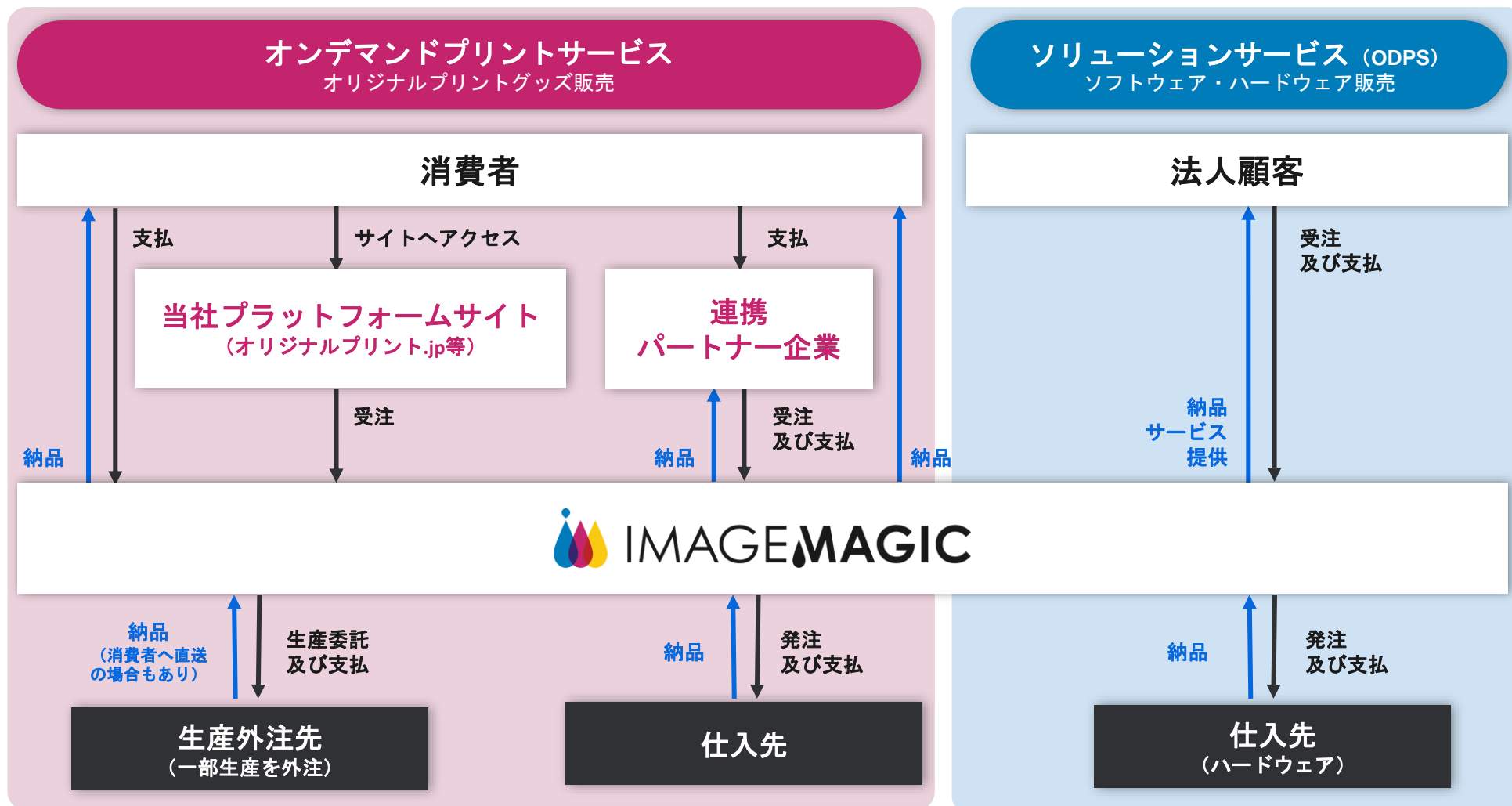
ハードウェアの提供

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

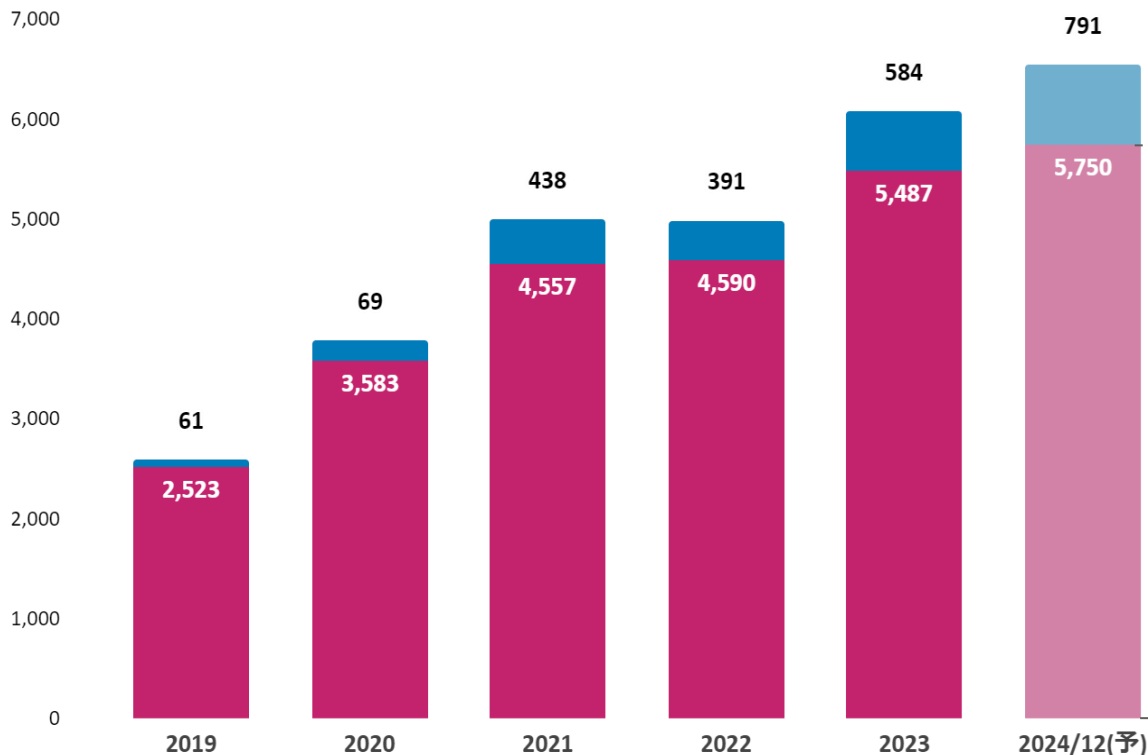
プリント×ITで新たな価値を創造する オンデマンドプリントプラットフォーム



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はハードウェア販売に注力

(単位：百万円)



2024年12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
- 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

オンデマンドプリントサービス におけるKPI

外部環境

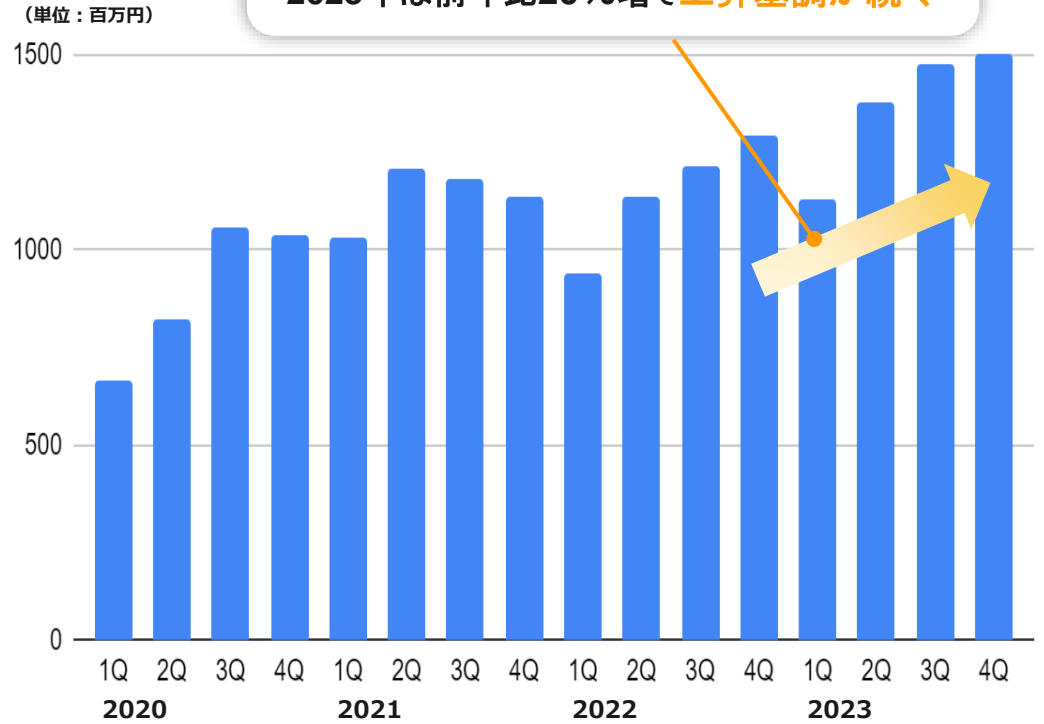
オンデマンド生産が大きく伸張し
当社現状売上高に比して
巨大な潜在的マーケットニーズがある

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

2023年は前年比20%増で上昇基調が続く



経済活動再開及び価格転嫁により上昇基調へ

※決算期変更に伴い2020年から2023年は各年の1月~12月の試算表数値を単純合算した数値になります。

※オリジナルプリント.jpにおけるアイテム数の推移についてのグラフについてはSKU単位での表記となるため指標としてわかりづらく、またSKUベースでのアイテム数の増加を目標としていないため記載しておりません。

事業概要

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

- ・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



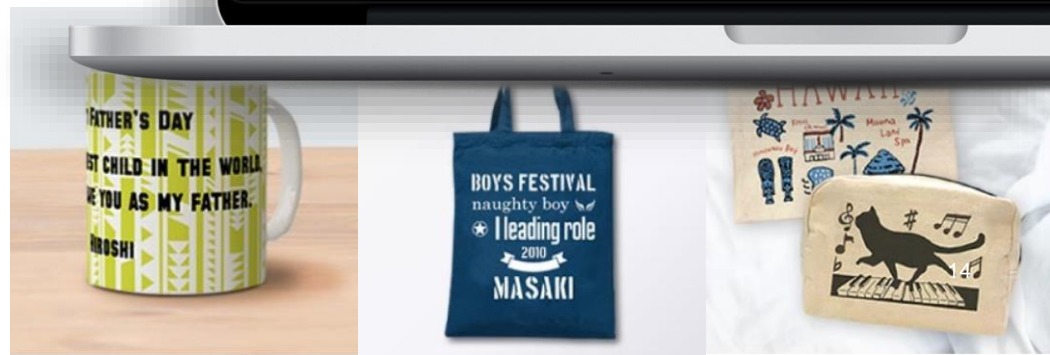
アイテムを
選ぶ



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



① オリジナルプリント.jp 商品カテゴリー別売上比率

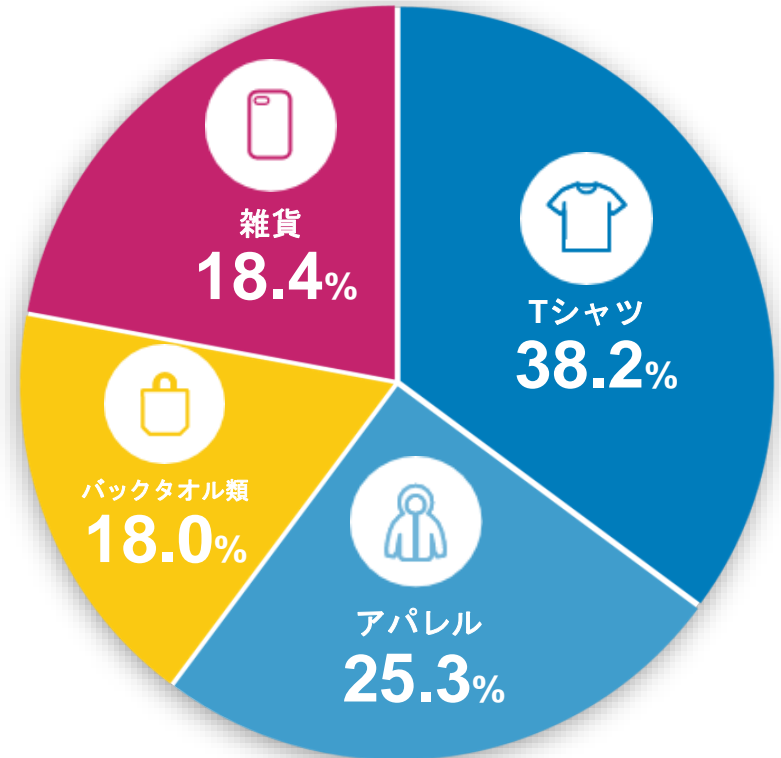
・ アパレルカテゴリー

Tシャツの比率が単価上昇に伴い向上
DTF及び自動化された工場の
競争力を活用していく

・ 雑貨カテゴリー

アイテム数増加により今後比率を
上昇させる

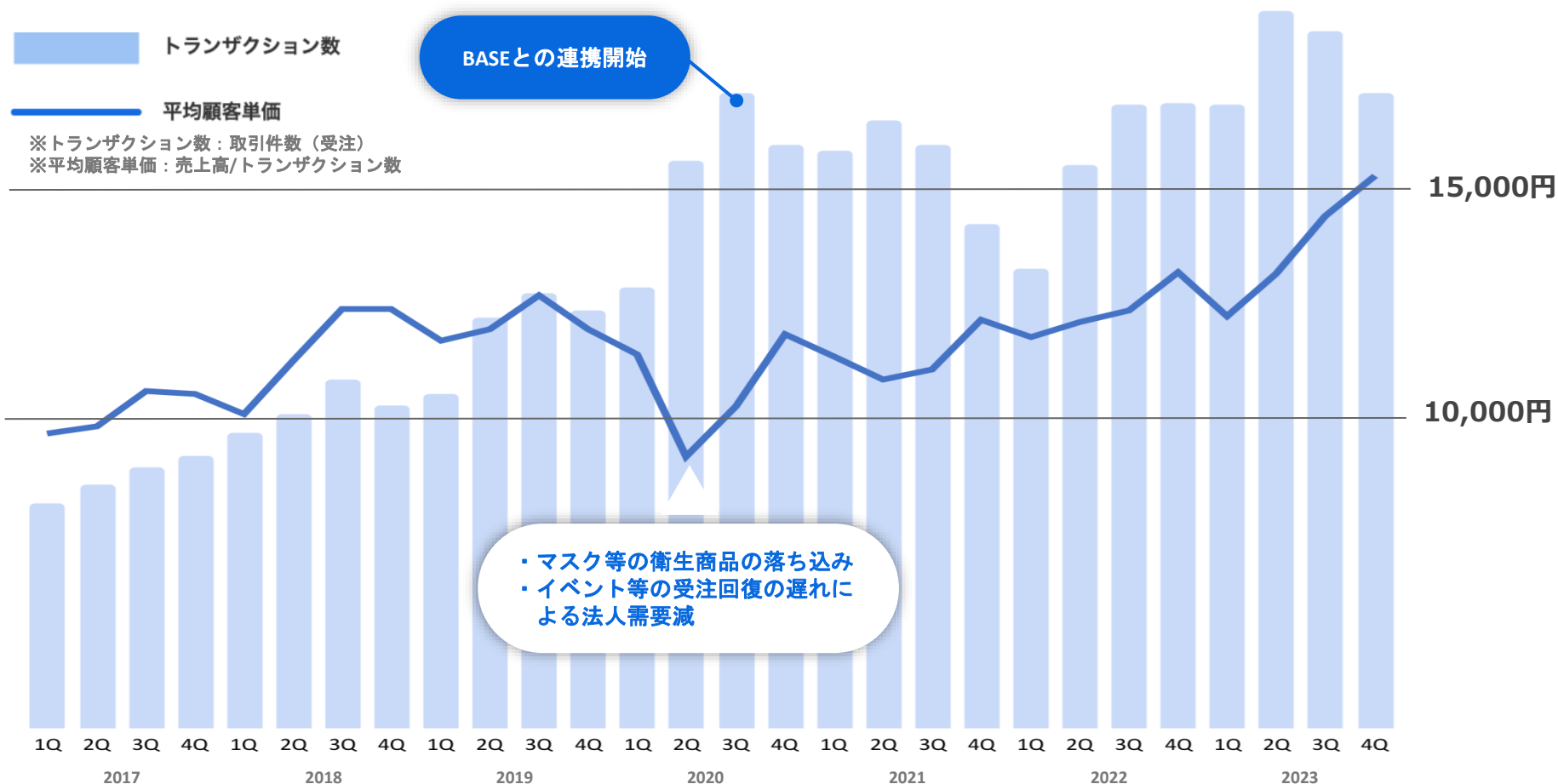
2023年12月期における
商品カテゴリー別売上比率



1 オリジナルプリント.jp KPI

価格転嫁とイベント等の復活による平均顧客単価上昇

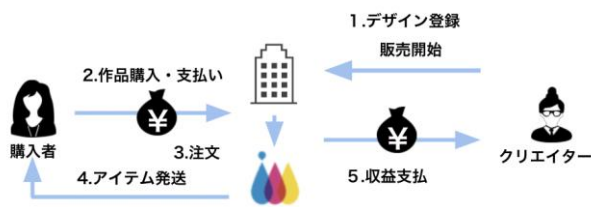
2024年：価格転嫁は一巡、顧客内シェアを営業力を活用して上げていく



2 連携パートナー/法人からの受注

拡大しているオンデマンドプリントの ビジネスフロー

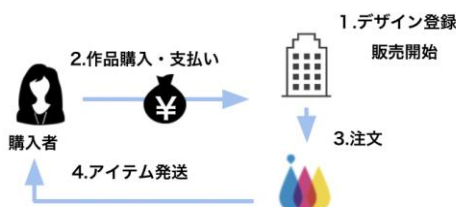
例：クリエイター



ビジネスフロー

- デザイン提供者であるクリエイターの出品アイテムの販売に対応
- 受注、生産、アイテムの出荷まで、クリエイターの手間が全くかからない

例：コンテンツホルダー



ビジネスフロー

- 販売する会社はキャラクター・有名人などのコンテンツを用意するだけで、幅広いアイテムの販売が可能
- 購入者が注文した後に、アイテムを作成して出荷するため在庫ロスなし

例：バリエブル印刷※



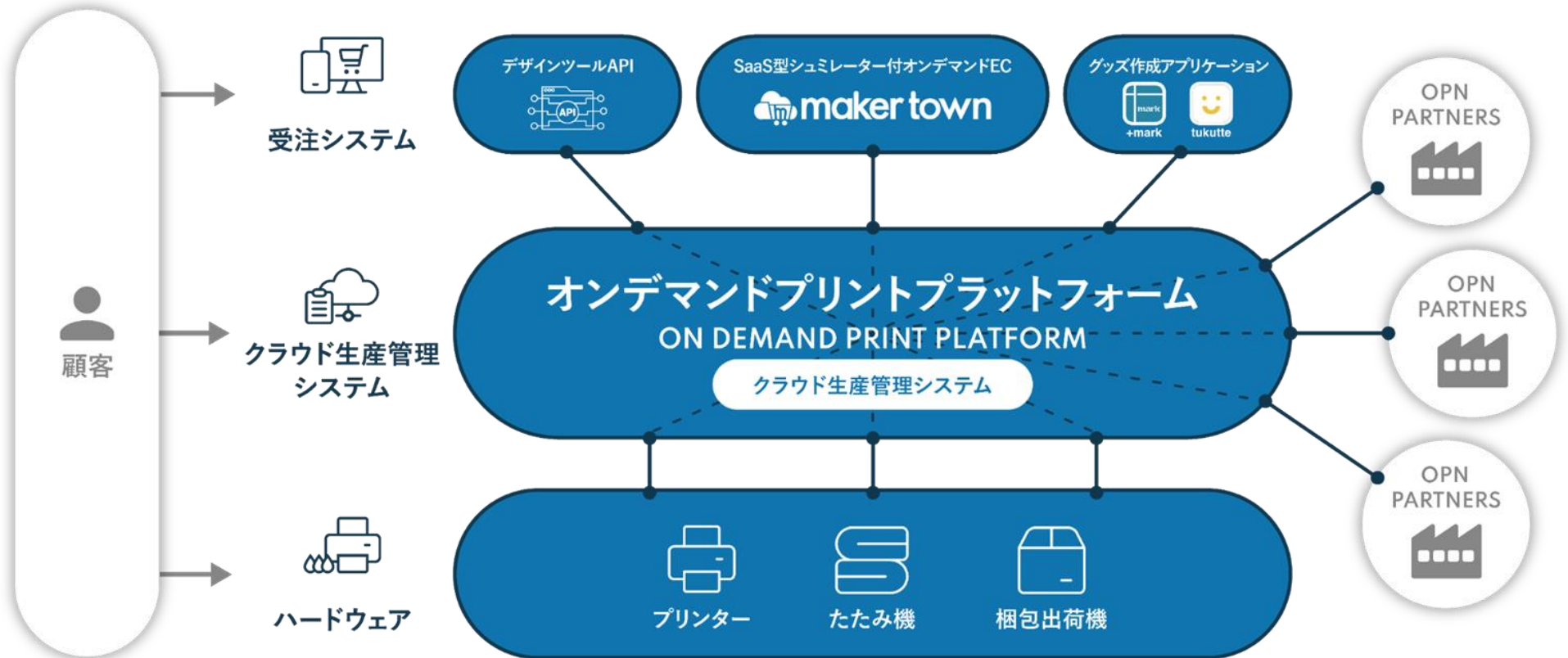
ビジネスフロー

- オンデマンドプリントのワークフローを活用し、小ロットからのオーダーが可能
- システム連携を前提とした1オーダー1デザインの購入者ごとのバリエブル印刷に対応

※バリエブル配送：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

3 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



2

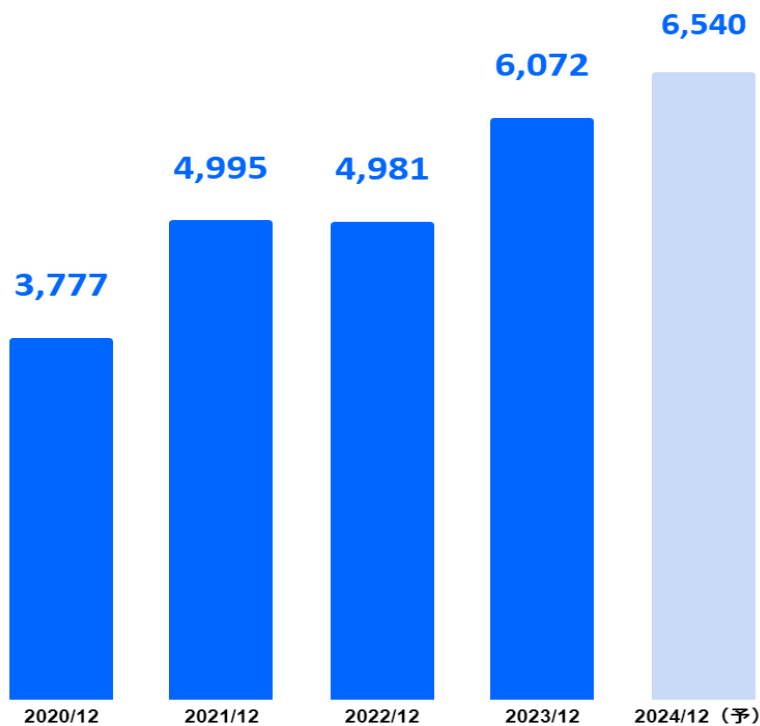
財務ハイライト

業績推移

進行期についても増収基調 利益は高度人材採用等の先行投資により減益

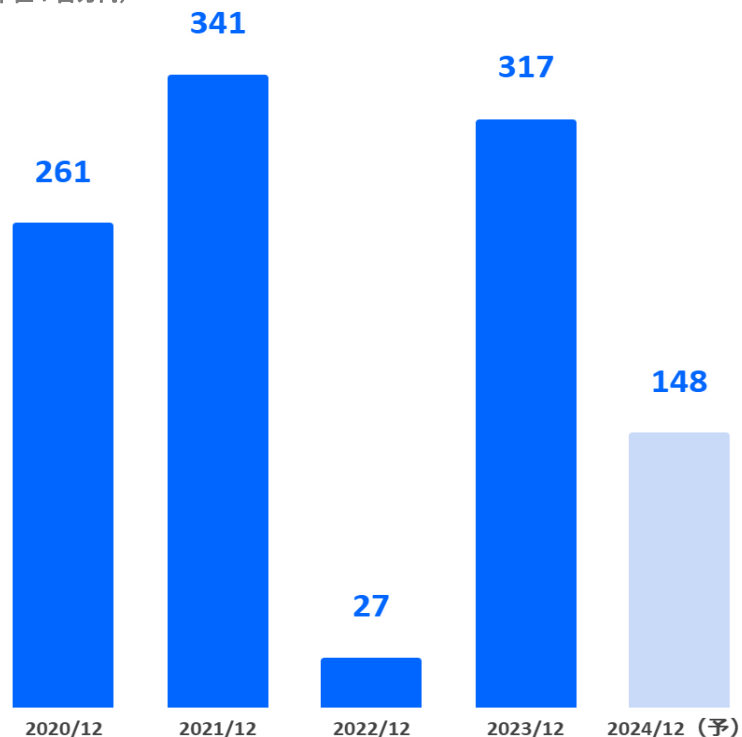
売上高

(単位：百万円)



経常利益

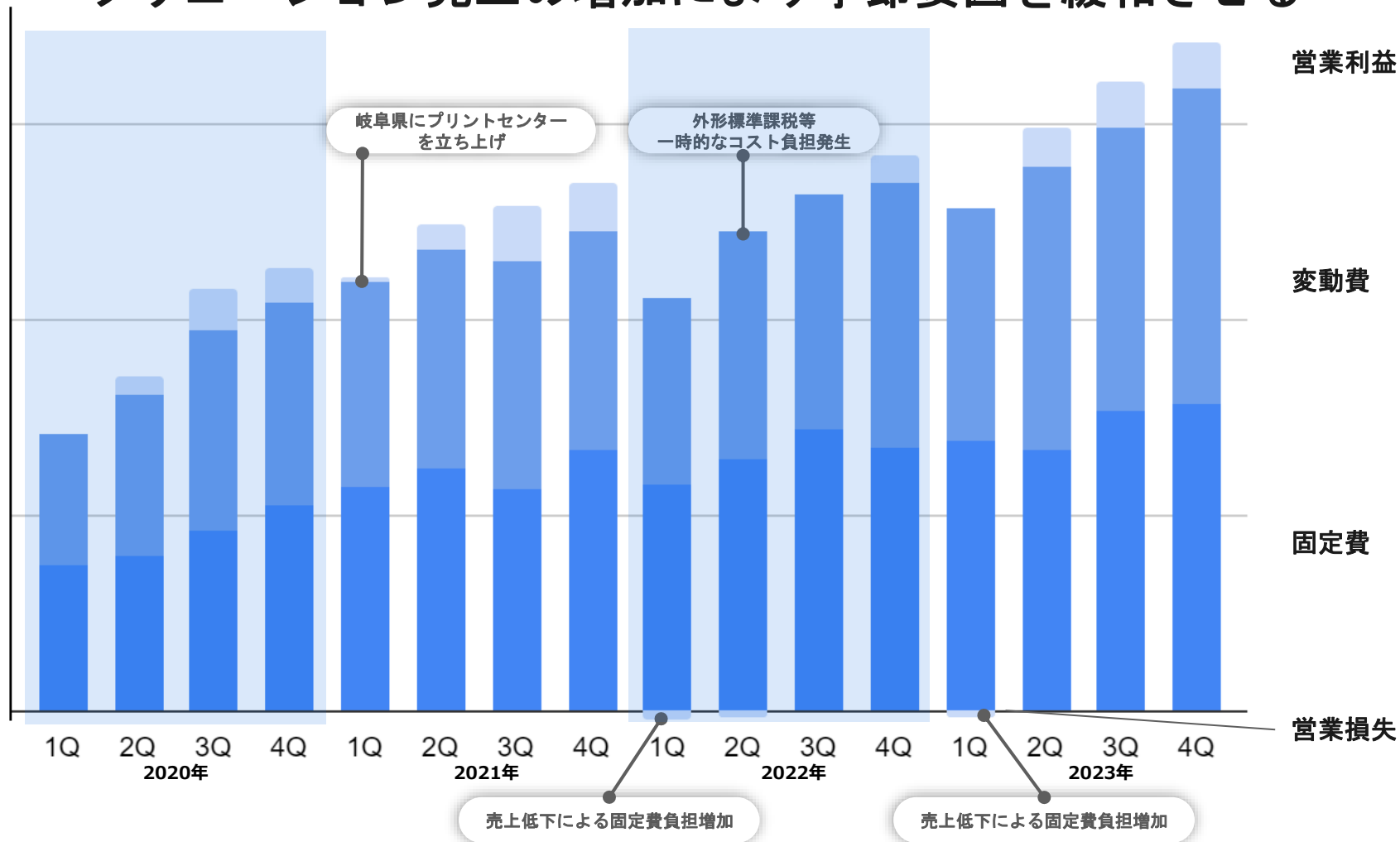
(単位：百万円)



※決算機変更にともない2020年から2023年は各年の1月～12月の数値を単純合算した数値になります。

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

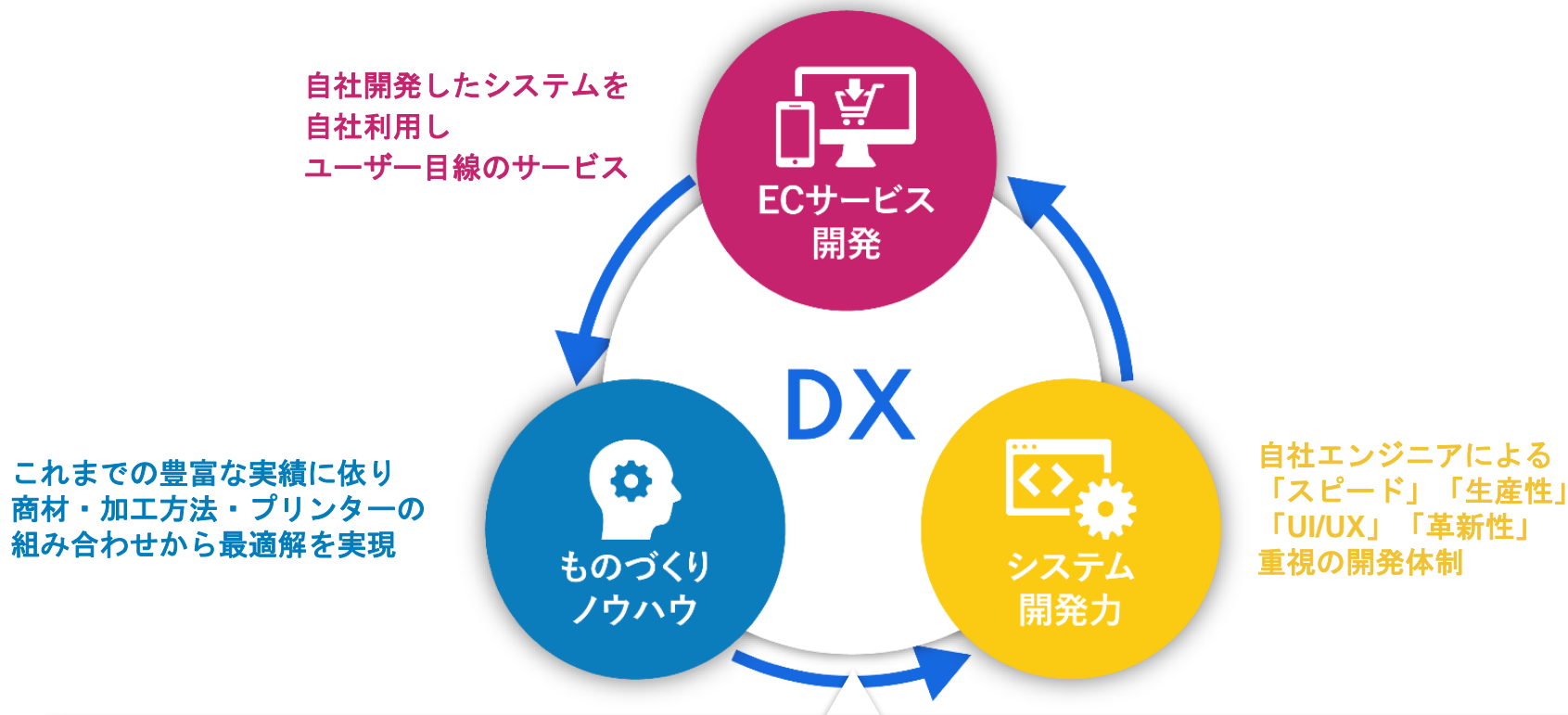


3

強みと特徴

モノづくりのDX化を強力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

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

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

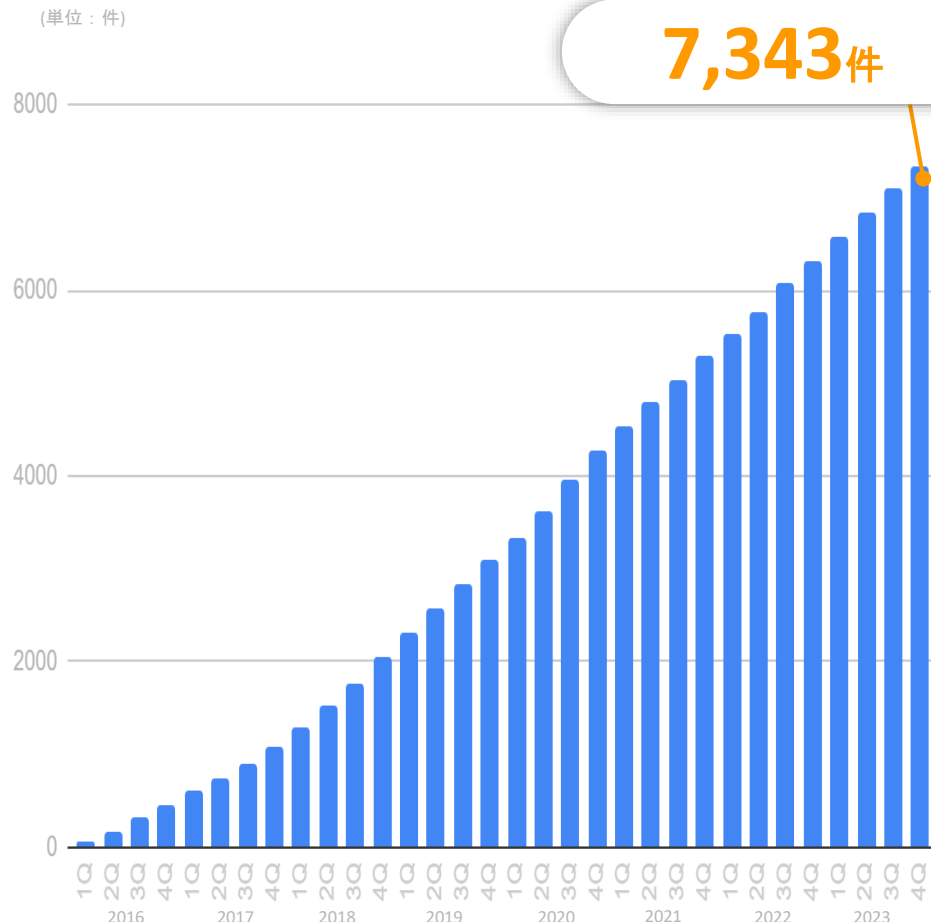
受注システムや生産管理等の当社運営サービスの総リリース数

2023年累計 **1,020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

※決算期変更に伴い2016年から2023年は各年の1月～12月の数値を単純合算した数値になります。


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
4工場



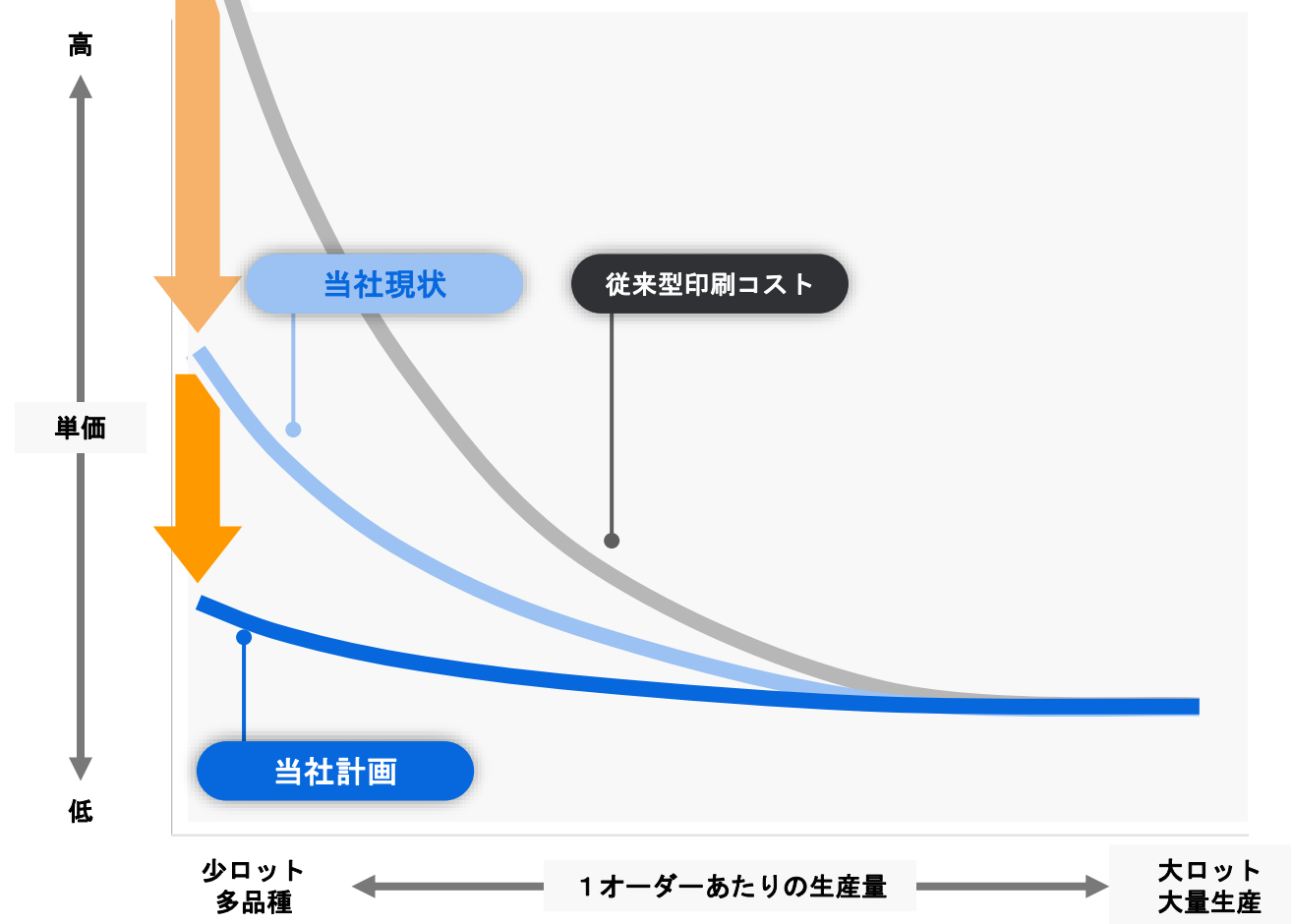
OPN協力工場
22工場



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**

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。

4

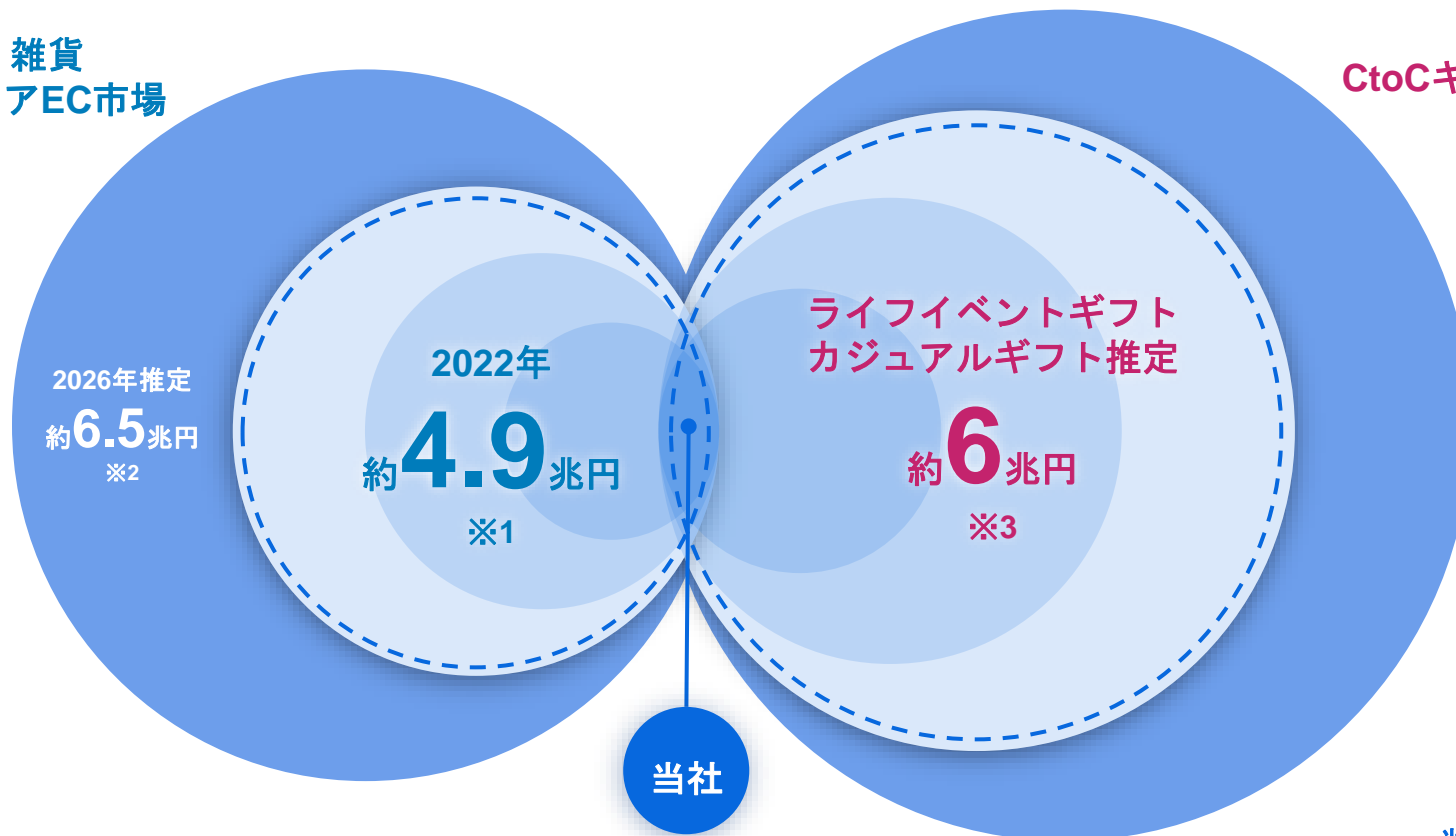
今後の成長戦略

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**4.9兆円**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



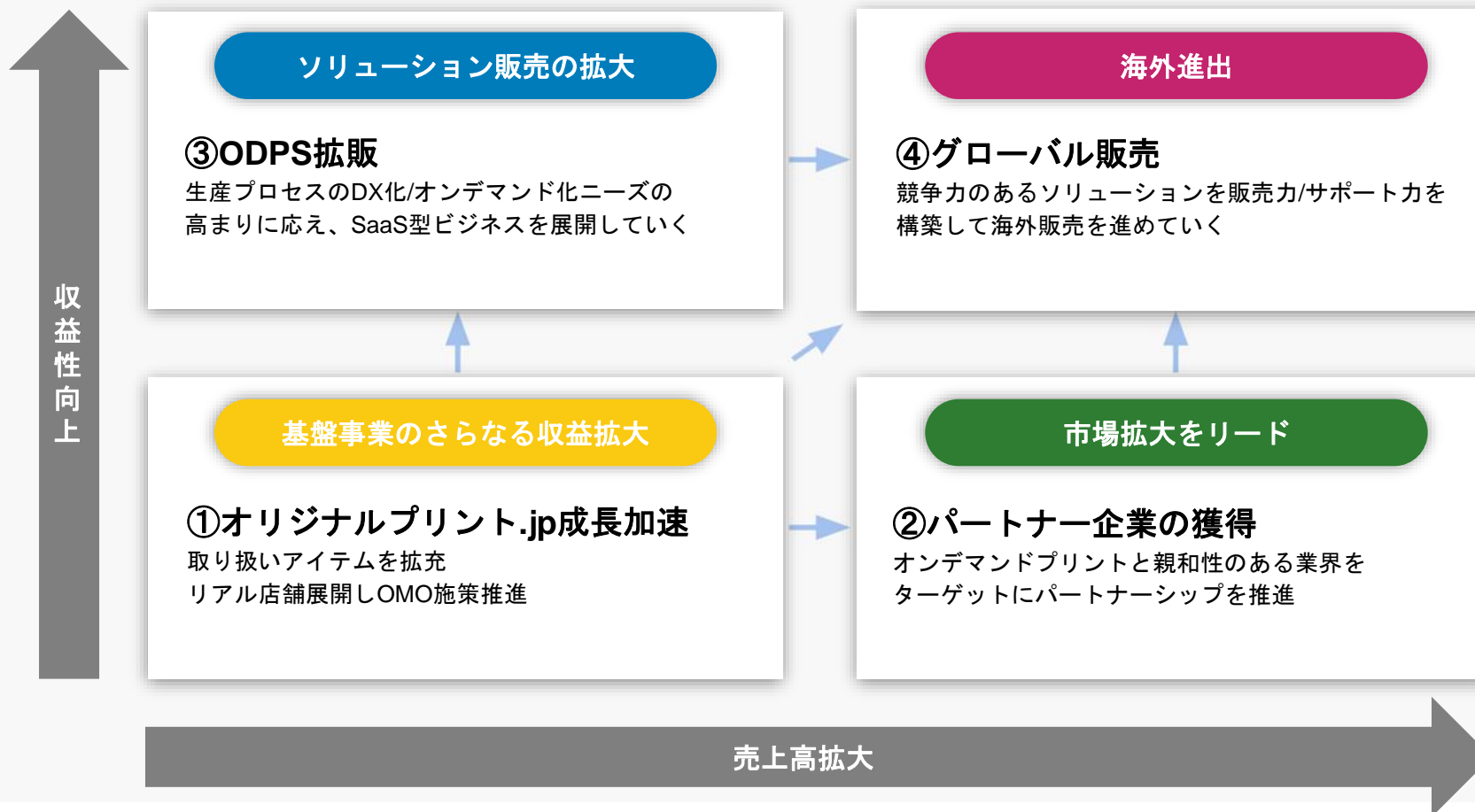
※1 出所：経済産業省 「電子取引に関する市場調査」アパレル・雑貨・家具・インテリアEC市場の合計

※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

基本戦略

オンデマンドプリント・プラットフォームの デファクトスタンダード化を目指す



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であったがプリントが増加



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
⇒大手メディア複数社との取引開始



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継続



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
アフターコロナは動画クリエイターが伸長



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
⇒UVプリントの自動化装置研究開発中



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
⇒テキスタイルプリントシステム投資検討中



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

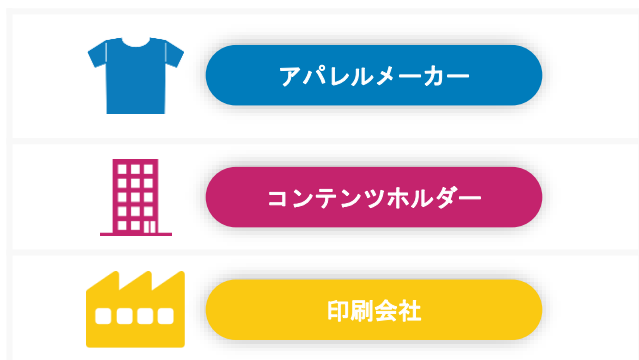


コンテンツ

当社のオンデマンド/商品特性を活かした新しいグッズの展開
⇒「キャラぴた」の大手量販店での取り扱い実現、販路拡大中

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を図る



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

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
DTFおよび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・ソーター・DAS

ソフトウェア
SaaS型モデル

ハードウェア
リカーリング収益モデル

イニシャル

初期導入売上、開発売上
導入サポート売上

ハードウェア本体売上
導入サポート売上

ランニング

月額利用料
従量課金

インク、各種資材
ハードウェア保守

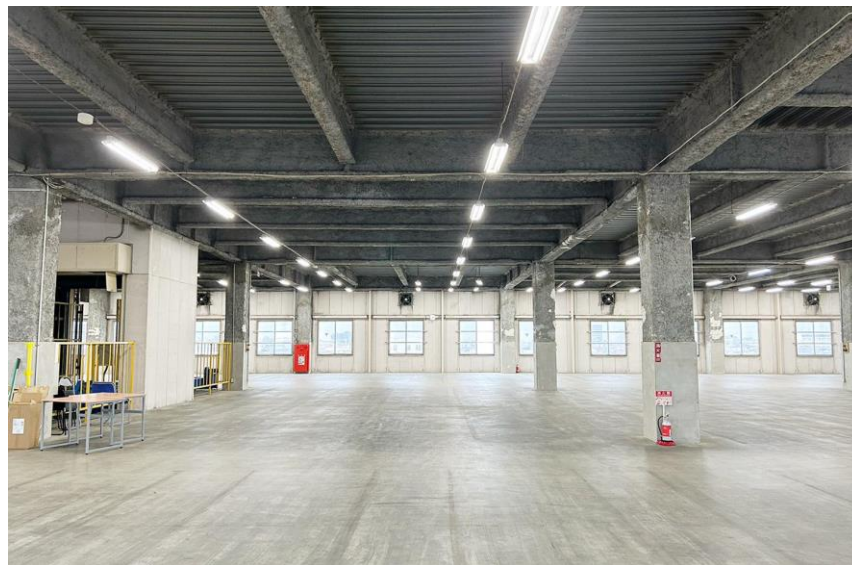
工場新規拡張について

新工場の概要

- ・ 所在地 埼玉県川越市
- ・ 敷地面積 1,060坪 (3,498㎡)
- ・ 投資額 142百万円 (2023年12月期実績)

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



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
		刺繍	—	研究開発
	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	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

※2024/12期においてDTFの次世代プリンター自動化装置開発、デジタル捺染顔料への事業投資を中心に進めてまいります。

2024/12期の主な投資予定



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

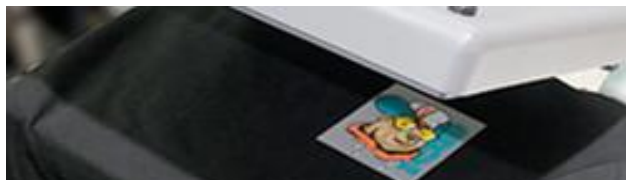


システム

- ・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

アパレル製品への印刷手法について



DTF (Direct to Film)

貼る

- ・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

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はオンデマンドに向く

2020年頃から
急拡大中



DTG インクジェットプリント (Direct to Garment)

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拡大

オンデマンドに最適

オンデマンドに最適のため
高速化や省力化が加速



シルクスクリーン印刷

刷る

- ・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

様々な素材に対応

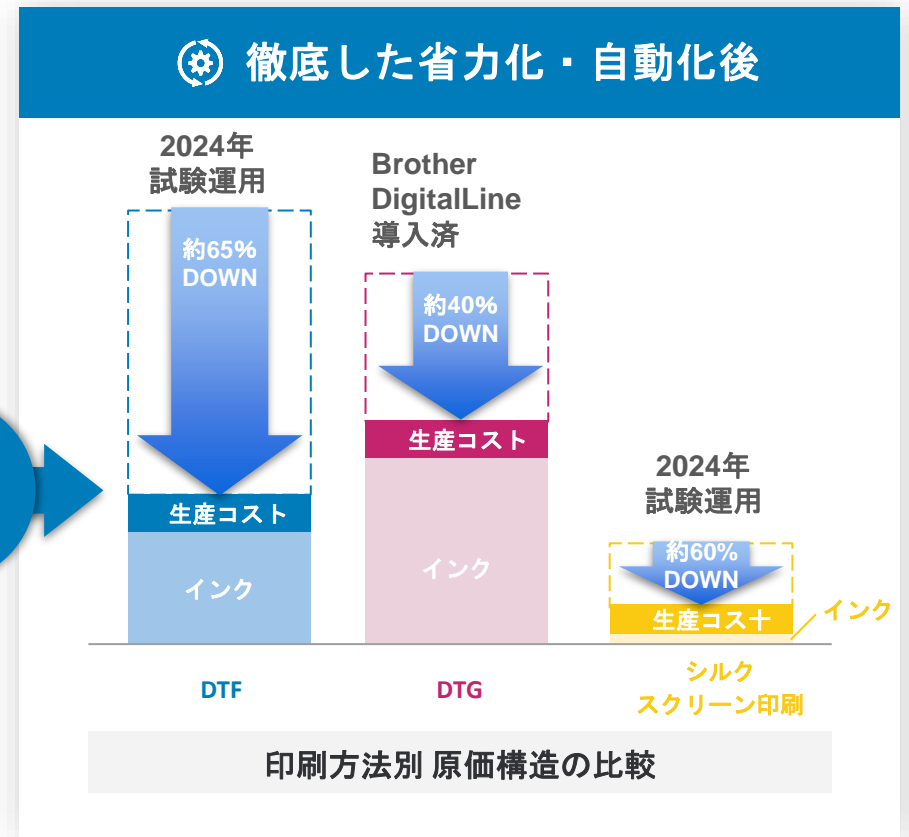
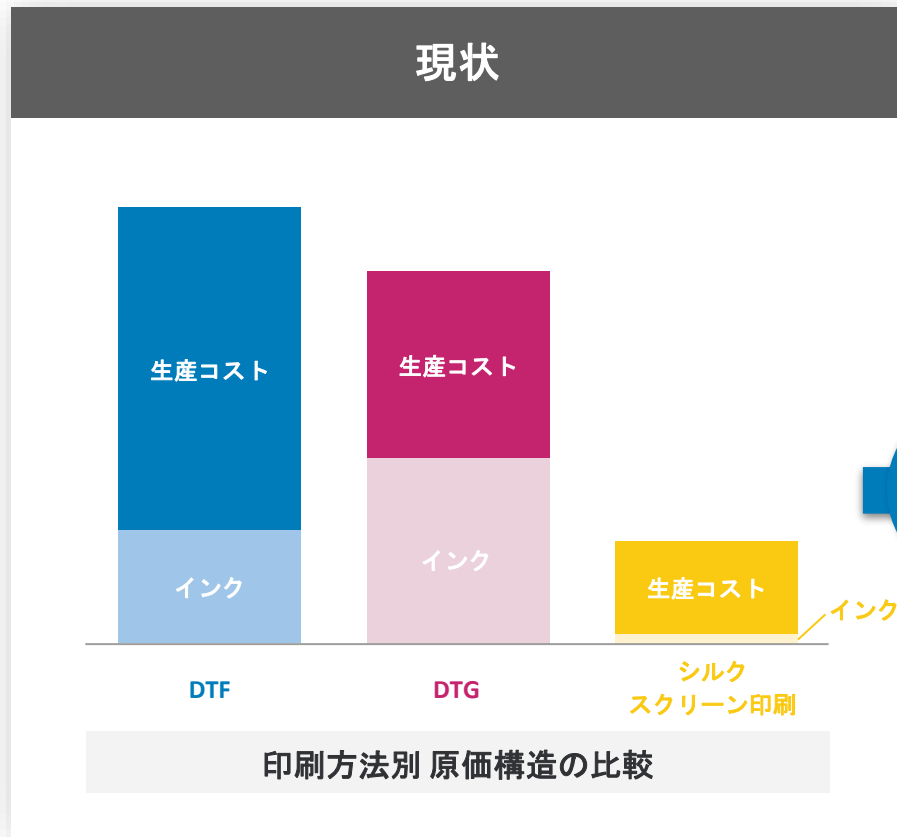
量産はほぼこの方法

オンデマンドに不向き

低コストのため
なくなることはない

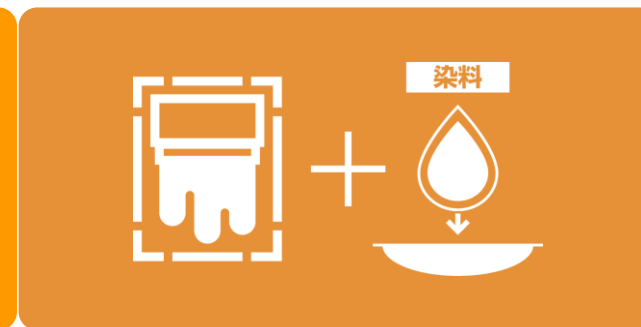
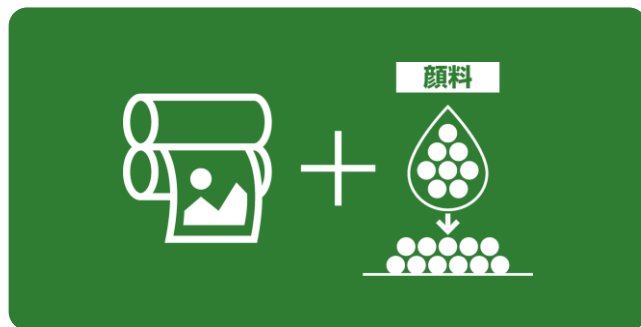
アパレル印刷手法別のコストイメージ

自社開発装置やロボット化による省力化
コスト削減を目指す



DTF、シルクスクリーン印刷のコストダウンの数値は試算ベースとなります。

テキスタイル生地への印刷手法について



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、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

雑貨製品の印刷手法について



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

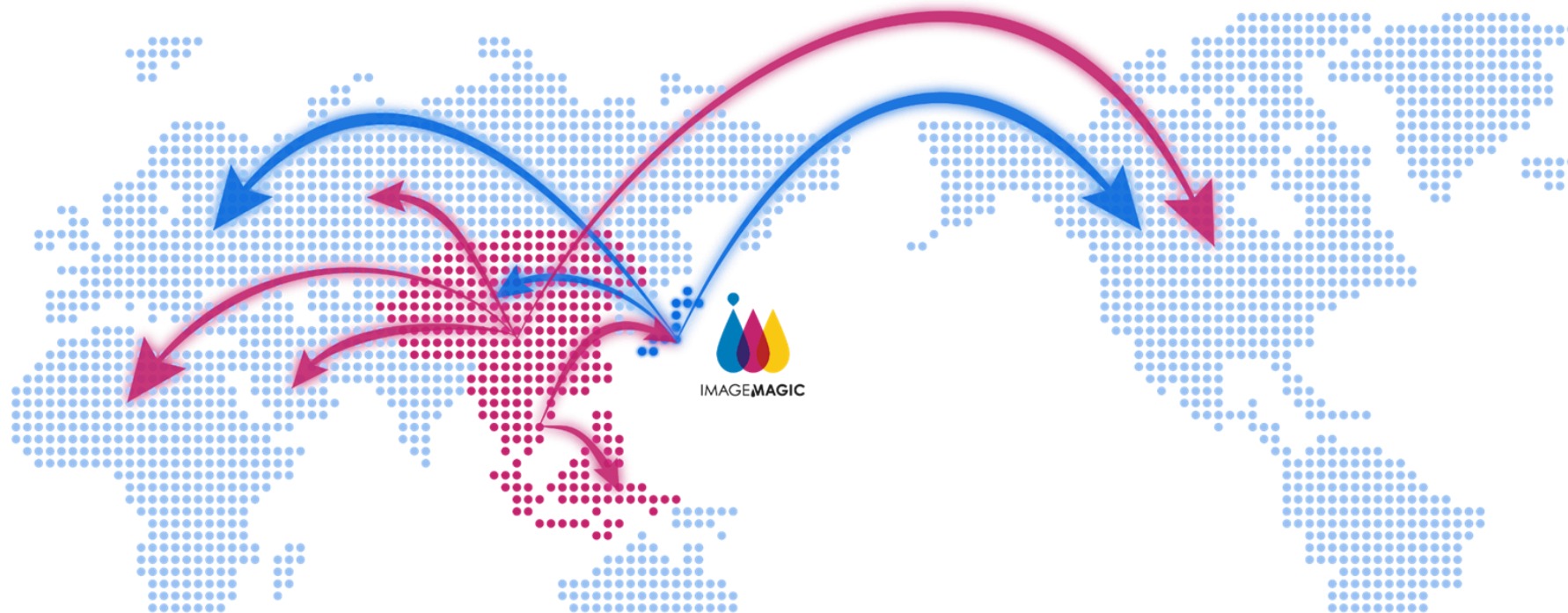
ロボットアームによるオンデマンドプリントの自動化・省力化・省人化

プリント機器と前後工程の連携により 生産工程の連動をスムーズに



海外展開

プリントオンデマンドプラットフォームの
海外展開を実現していく

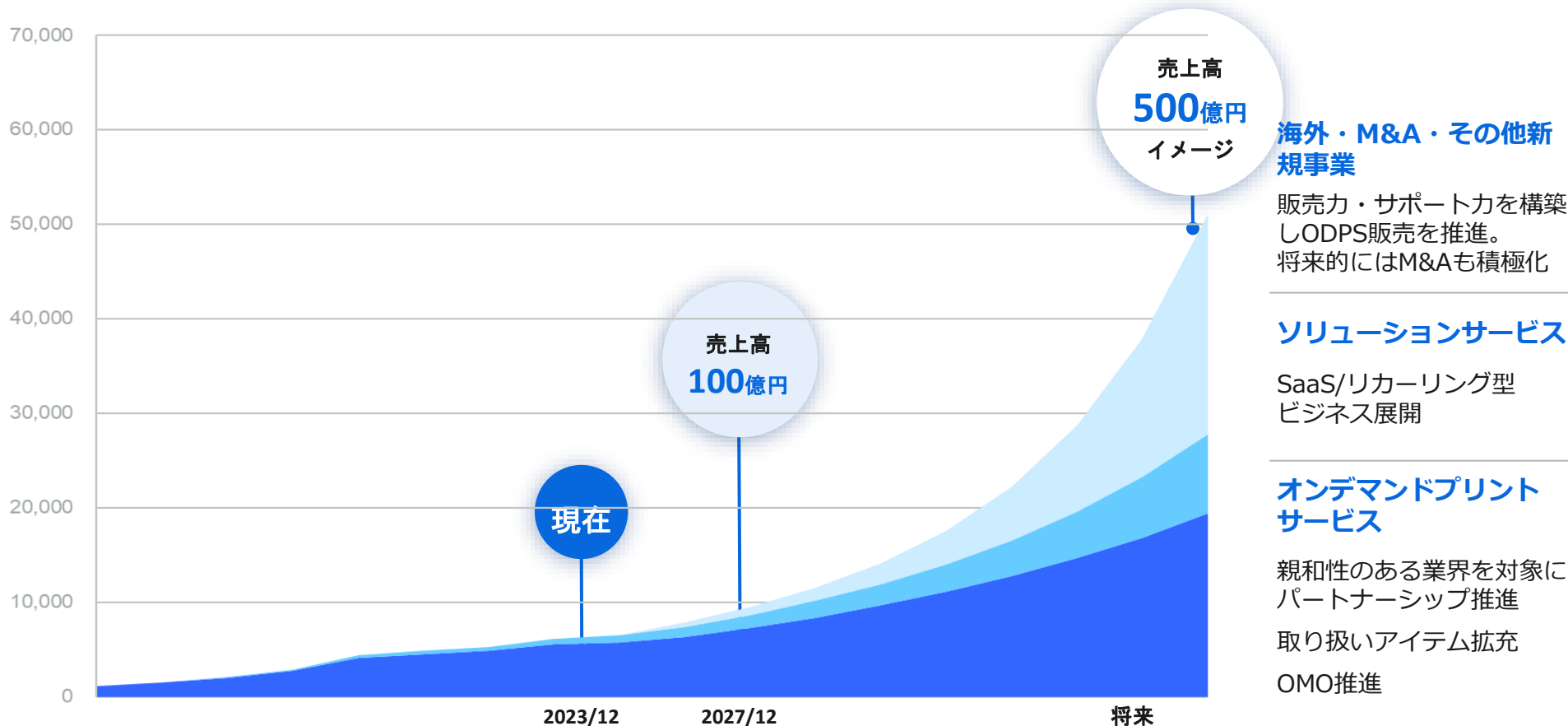


ASEANの生産拠点にソリューション提供予定
オンデマンドプリントマーケットの成長に対して参画していく

※2024/12期においてベトナム・パートナー工場で製造ライン試験運用を開始予定です。

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



※決算期変更と2023年4月期実績・来期見通しを考慮して、2022年6月30日公表の「事業計画および成長可能性に関する資料」にて記載した売上高100億円の目標達成時期を2025/4から2027/12に変更しております。ソリューションサービスの大型案件不足による販売減が主な要因で、一方自社サイトが想定より成長したため売上の構成割合が変化し、2027/12期にはオンデマンドプリントサービスは82億円、ソリューションサービスは12億円、海外その他サービス8億円の売上高を目指します。

5

その他

資金使途の進捗状況

上場による資金調達額378百万円

(単位：百万円)

	資金使途	想定充当額 2023/4	想定充当額 2023/12	充当額実績	充当額見込 2024/12
1	印刷機械等の購入	100	—	100	—
2	システム開発投資	100	—	—	100
3	事業拡大に伴う人材採用費	50	50	100	—
4	知名度向上のための広告宣伝費	50	28	78	—

システム開発投資については決算期変更等により対応が遅延し、2024/12期にすべて充当する予定です。
 広告宣伝費については売上規模拡大のため積極的に投資し、2023/4期にすべて充当しております。

事業等のリスク

ビジネス リスク	リスクの内容	顕在化する 可能性	影響度	当社の対応方針
競合の参入	優れた事業者が現れた場合、価格競争の激化や販売数量減少のおそれ	高	小	当社と同等のサービス開発力を持つためには、ワークフロー経験とソフトウェア開発力とハードウェア知見を取りそろえる必要があり、結果として当社サービスユーザーとなるケースが多い
特定取引先 への依存	GMOペパボへの売上高が全体の15.5%を占めている（2023年12月期実績）	低	中	多様な提携先の開拓、自社販売サイト強化、ハードウェア・システム販売などの推進により、依存度低下を図っている 資本業務提携による関係性強化を実現
個人情報の 漏えい	個人情報の漏えいにより、当社の信用失墜や損害賠償のおそれ	低	中	プライバシーマークの認証を取得し、自社内の情報管理を厳格に行うとともに、サーバーへの不正アクセスを防ぐ策を講じている
知的財産の 侵害	当社が認識していない知的財産の侵害があった場合に信用失墜や損害賠償のおそれ	中	小	ユーザーが著作権、商標権等の第三者の知的財産権を侵害しないようサービスサイト上で注意喚起を行うとともに、入稿画像を社内で確認し、侵害を未然に防いでいる

なお、その他のリスクについては今後提出予定の有価証券報告書の事業等のリスクに記載しております。

本資料の取り扱いについて

- 別段の記載がない限り、本資料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、保証しておりません。
- 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。
- 次回の本資料のアップデートは決算発表後(2025年3月)を目途として開示を行う予定です。