

第1四半期決算概要

製品群別の事業環境と戦略

会社の概要



2008年9月期第1四半期決算資料
株式会社 ピクセラ

2008年9月期 第1四半期決算 第3四半期の業績(連結)

(単位:百万円)

	07年9月期		08年9月期	1Q前期比増減	
	1Q	通期	1Q	金額	比率
売上高	1,347	6,656	1,696	349	25.9%
製品売上	1,047	5,436	1,477	430	41.1%
SWロイヤルティ	237	788	121	△ 116	-48.9%
受託開発	35	273	19	△ 16	-45.7%
その他	0	158	77	77	—
売上総利益	262	1,210	60	△ 202	-77.1%
販管費	595	2,534	622	27	4.5%
営業利益	△ 332	△ 1,324	△ 561	△ 229	—
経常利益	△ 387	△ 1,473	△ 617	△ 230	—
当期純利益	△ 403	△ 2,029	△ 601	△ 198	—

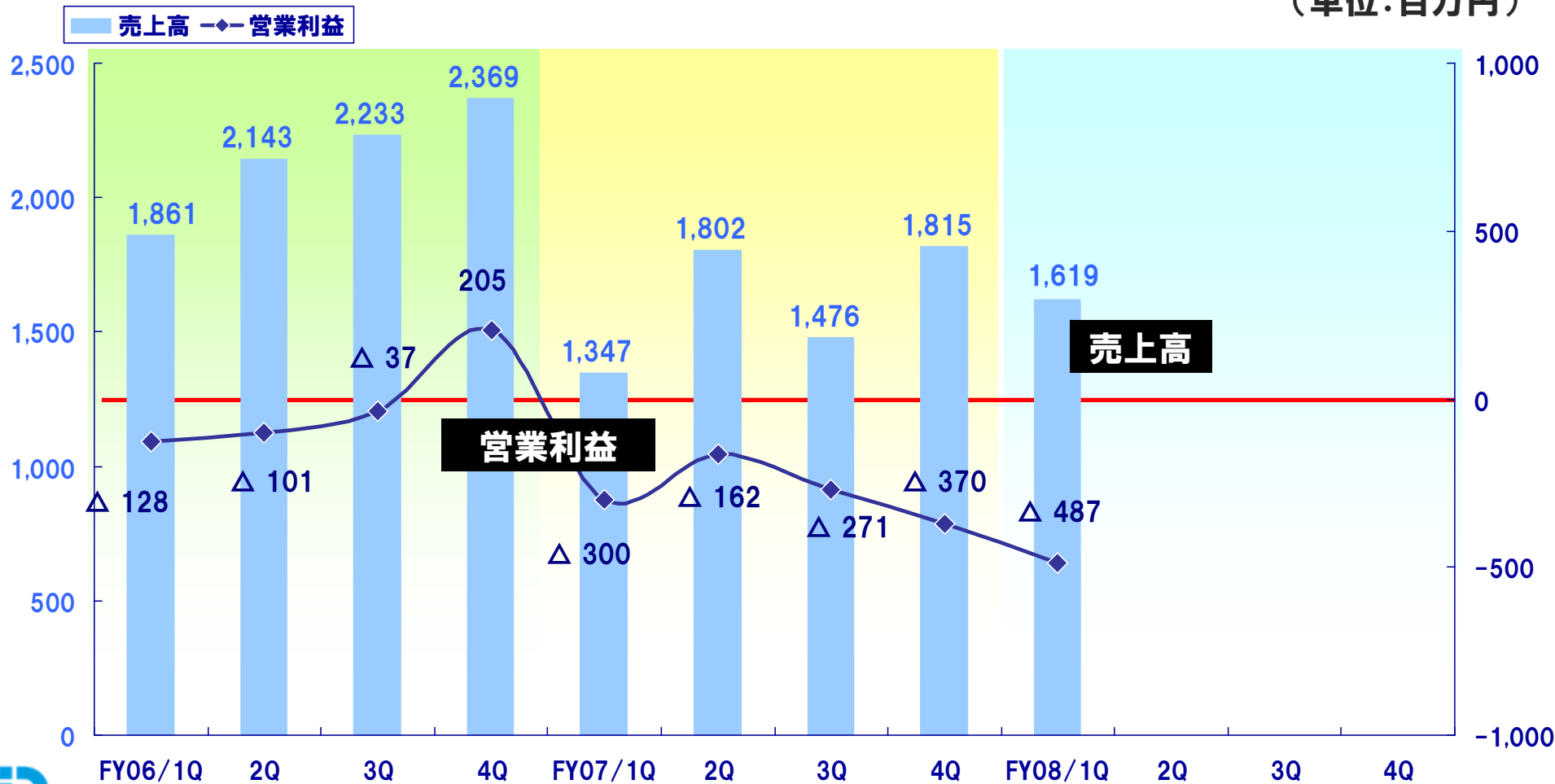
2008年9月期 第1四半期決算 第3四半期の業績(単体)

(単位:百万円)

	07年9月期		08年9月期	1Q前期比増減	
	1Q	通期	1Q	金額	比率
売上高	1,347	6,443	1,619	272	20.2%
製品売上	1,074	5,436	1,477	403	37.5%
SWロイヤリティ	237	788	121	△ 116	-48.9%
受託開発	35	217	19	△ 16	-45.7%
売上総利益	231	1,048	6	△ 225	-97.4%
販管費	532	2,154	494	△ 38	-7.1%
営業利益	△ 300	△ 1,105	△ 487	△ 187	—
経常利益	△ 301	△ 1,042	△ 502	△ 201	—
当期純利益	△ 328	△ 2,365	△ 504	△ 176	—

2008年9月期 第1四半期決算 売上高・営業利益の四半期推移(単体)

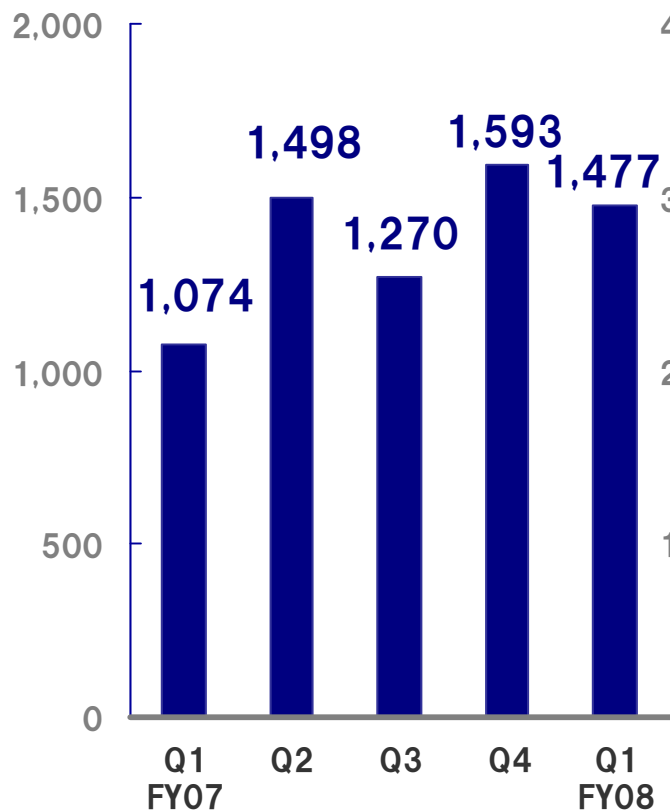
(単位:百万円)



2008年9月期 第1四半期決算 製品群別売上高の四半期推移(単体)

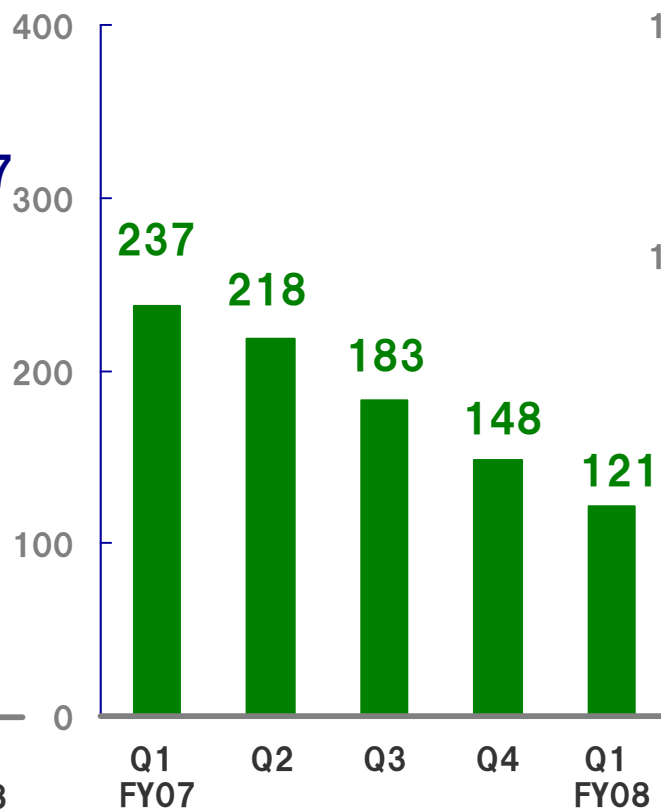
製品売上

(単位:百万円)



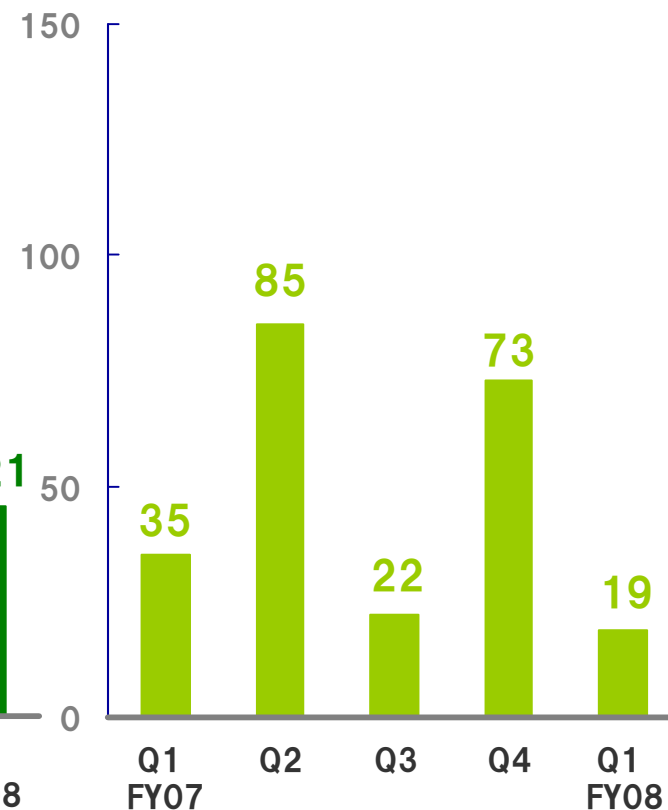
ソフトウェアロイヤルティ

(単位:百万円)



受託開発

(単位:百万円)

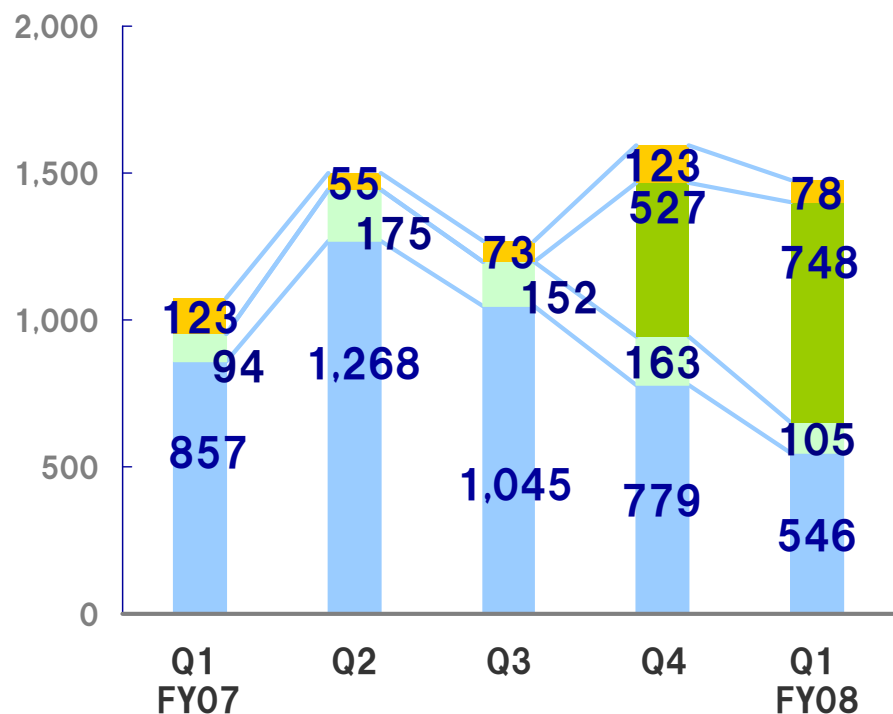


2008年9月期 第1四半期決算 製品群別売上高の種類別四半期推移(単体)

製品売上の種類別売上高

(単位:百万円)

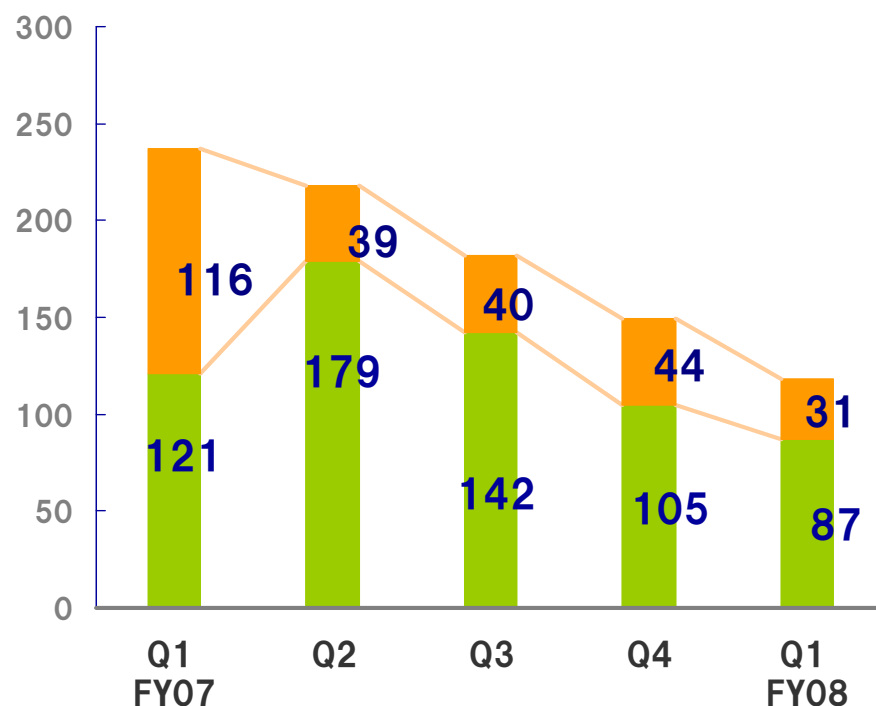
■ キャプチャー ■ チップ ■ デジタルAV ■ その他



ソフトウェアロイヤルティの種類別売上高

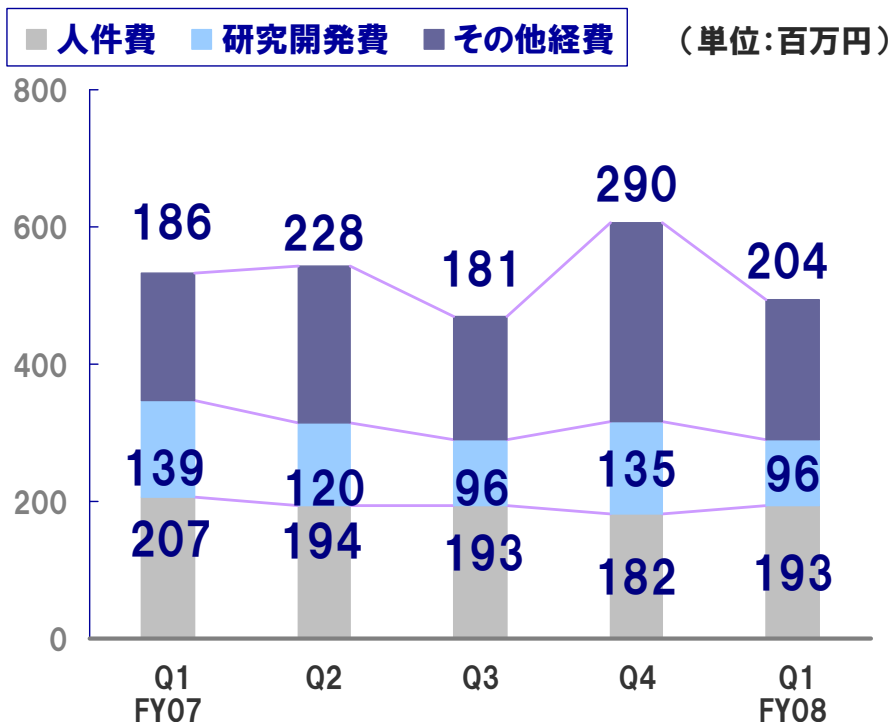
(単位:百万円)

■ TVアプリ ■ AVアプリ



2008年9月期 第1四半期決算 販管費および原価の推移(単体)

販管費の推移



〔販管費の主な減少要因〕

デジタルAV家電分野の出荷に伴う研究開発費の労務費への振り替えと経費削減効果。

原価の推移



〔原価率の主な増加要因〕

デジタルAV家電分野への新規参入にかかる労務費、材料費等の負担が重く、原価率が高騰した。

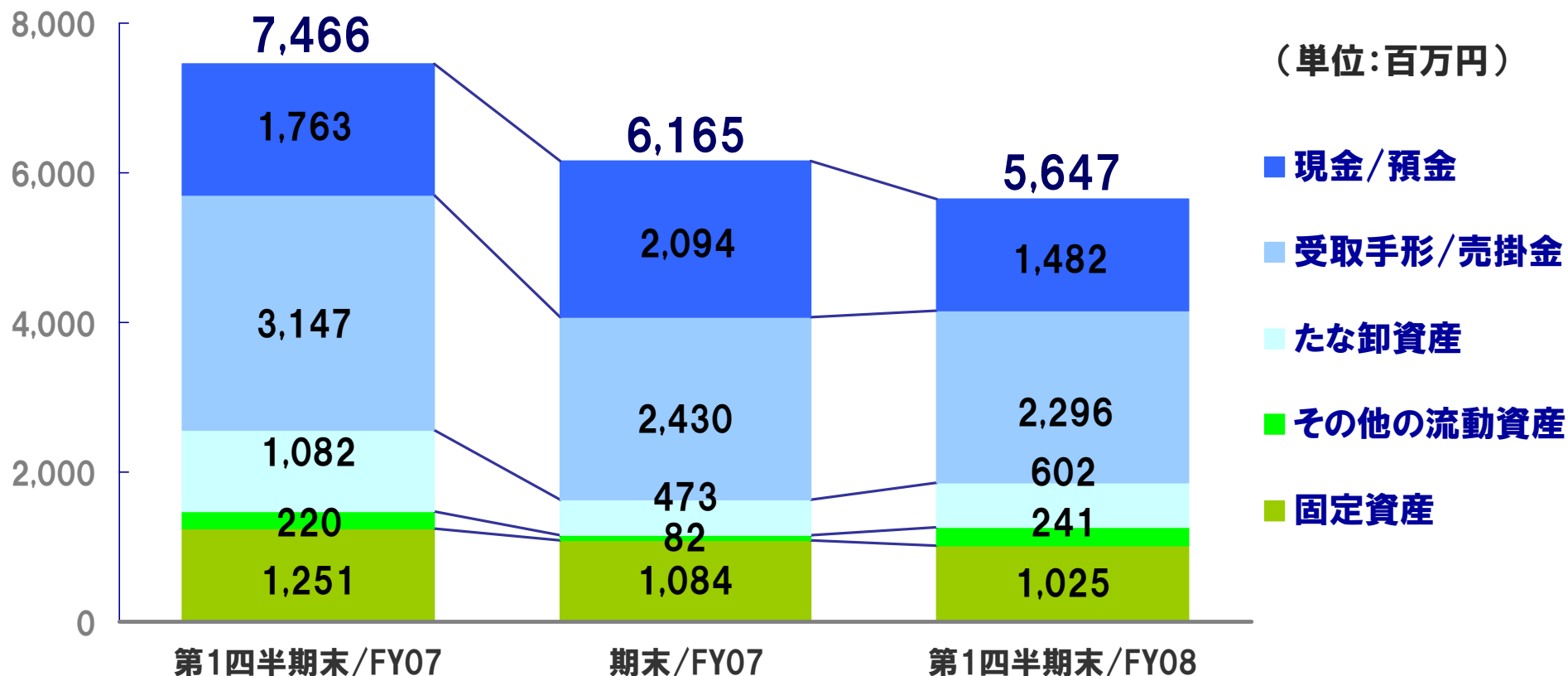
2008年9月期 第1四半期決算 ご参考: キャッシュ・フローの推移と要因(連結)

(単位:百万円)

	07年9月期 1Q	08年9月期 1Q	07年9月期 前期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 477	△ 479	△ 24
税前利益	△ 386	△ 617	△ 1,867
減損損失	-	-	88
減価償却費	25	32	137
棚卸資産評価損	-	-	440
持分法による投資損失	52	40	203
売上債権の増加(△)・減少額	315	133	1,131
たな卸資産の増加(△)・減少額	△ 33	△ 131	183
仕入債務の増加・減少(△) 額	△ 340	263	△ 391
その他	△ 110	△ 200	51
投資活動によるキャッシュ・フロー	463	△ 116	235
有価証券等の取得(△)・売却額	-	△ 101	630
固定資産等の取得による支出	△ 43	△ 11	△ 186
関係会社株式の取得による支出	-	-	△ 200
その他	506	△ 3	△ 9
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 99	△ 1	10
株式の発行	-	-	203
短期借入金の返済による支出	-	-	△ 108
配当金支払額	△ 102	0	△ 117
その他	3	△ 1	32
現金及び現金同等物の増加・減少(△) 額	△ 113	△ 612	216
現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高	1,763	1,482	2,094

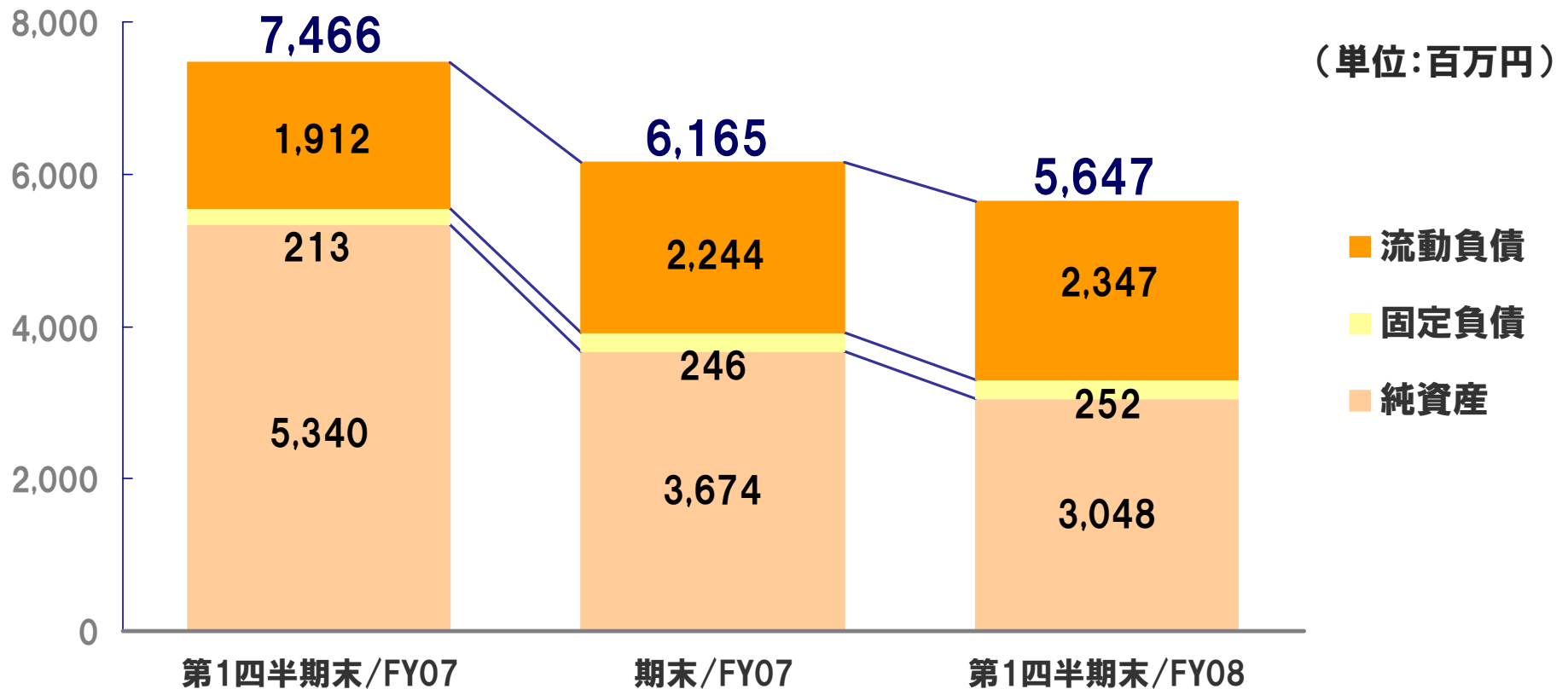
【増減の主な要因】 営業活動によるC/F・・・税金等調整前第1四半期純損失の計上による減少
投資活動によるC/F・・・有価証券の取得による支出による減少

2008年9月期 第1四半期決算 ご参考:資産の推移と要因(連結)



主な変動	期末比増減	主な要因
現金及び預金	612百万円	デジタルAV家電製品製造による材料費、外注費増加

2008年9月期 第1四半期決算 ご参考:負債・純資産の推移と要因(連結)



主な変動	期末比増減	主な要因
利益剰余金	601百万円	税金等調整前第1四半期純損失の計上

2008年9月期 第1四半期決算 サマリー

- 前期下半期より本格的に参入したデジタルAV家電が、これまで主力であったPCキャプチャーを上回る売上の伸びを達成した。
- しかしながら、新規参入にかかる労務費、開発費の負担は重く、利益率は低下した。今後はこれらの回収に向けた販売拡大に加え、製造コストの低減に努め、利益率改善を目指す。
- PC市場における一般家庭市場向けのPC販売動向は、下げ止まり感はあるものの低調に推移し、PCキャプチャーの出荷台数はほぼ横ばい。アナログ停波を控え、デジタル/アナログ搭載モデルからデジタルのみ搭載したモデルに需要が移つり、単価が下落したため、売上は減少した。
- ソフトウェアロイヤリティは、TVアプリがPCキャプチャー同様、低調に推移したのに加え、単価下落、ライセンス料負担が重く、売上、利益率ともに減少した。
- 原価率は、ソフトウェアロイヤリティの売上構成比率、利益率の低下や新規参入のデジタルAV家電への投資負担が重く、大きく上昇した。ただし、デジタルAV家電への投資負担は、販売拡大により解消を見込む。
- ➔ ピクセラ上海より販売開始した中国の地上デジタル放送向けテレビチューナーの売上高は、同社の決算期が異なるため、中間期より反映。



PIXELA CORPORATION

PRODIA

第1四半期決算概要

製品群別の事業環境と戦略

会社の概要



2008年9月期第1四半期 デジタルAV家電市場 拡大する地上デジタル放送受信機市場

◆地上デジタル放送受信機の普及状況と市場予測

<下記:各種統計資料より当社予測>

(単位:万台)

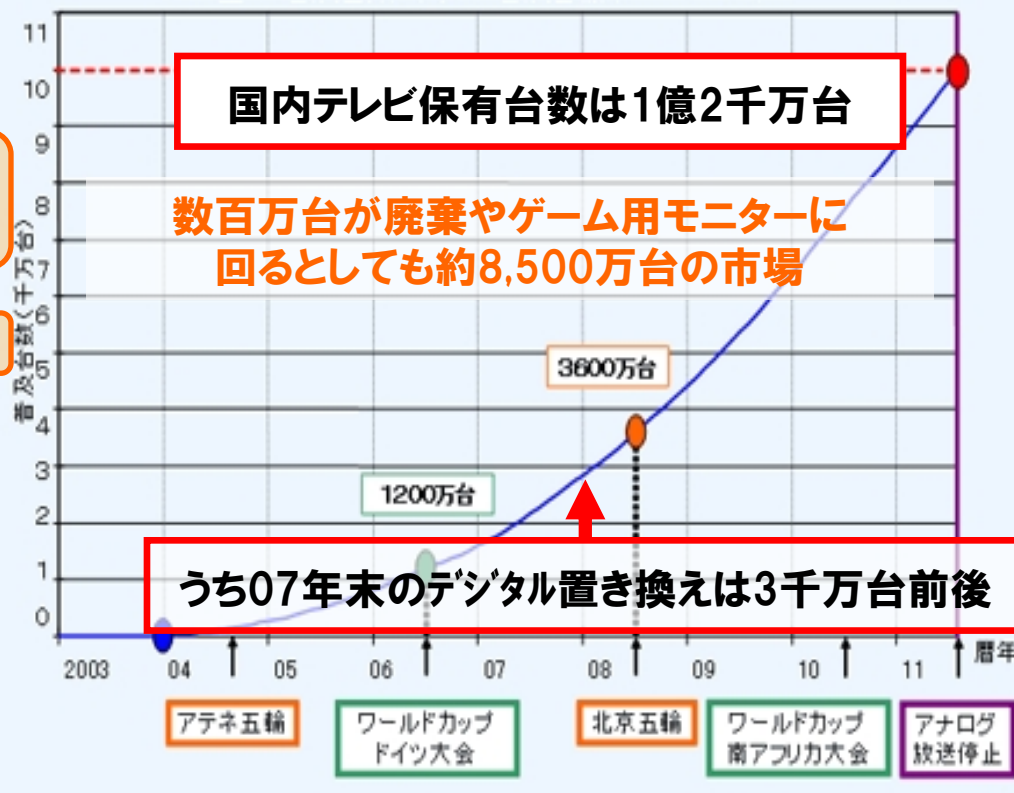
主な受信機	08年	09年	10年	11年
テレビ	980	1,080	1,120	1,140
(うち32v以下)	(480)	(540)	(560)	(570)
チューナー	20	100	100	100
レコーダー	400	440	480	500
CATV用STB	190	290	500	910
年間受信機計	1,590	1,910	2,200	2,650
受信機累計	4,590	6,500	8,700	11,350

…主なターゲット市場

アナログ放送停波(2011年7月24日)まで、あと3年6ヶ月

↑2011年までの買い換え需要約8,500万台のうち半分以上の約4,500万台がターゲット。年間では、08年の約700万台から11年の1,600万台まで市場は拡大し続ける。

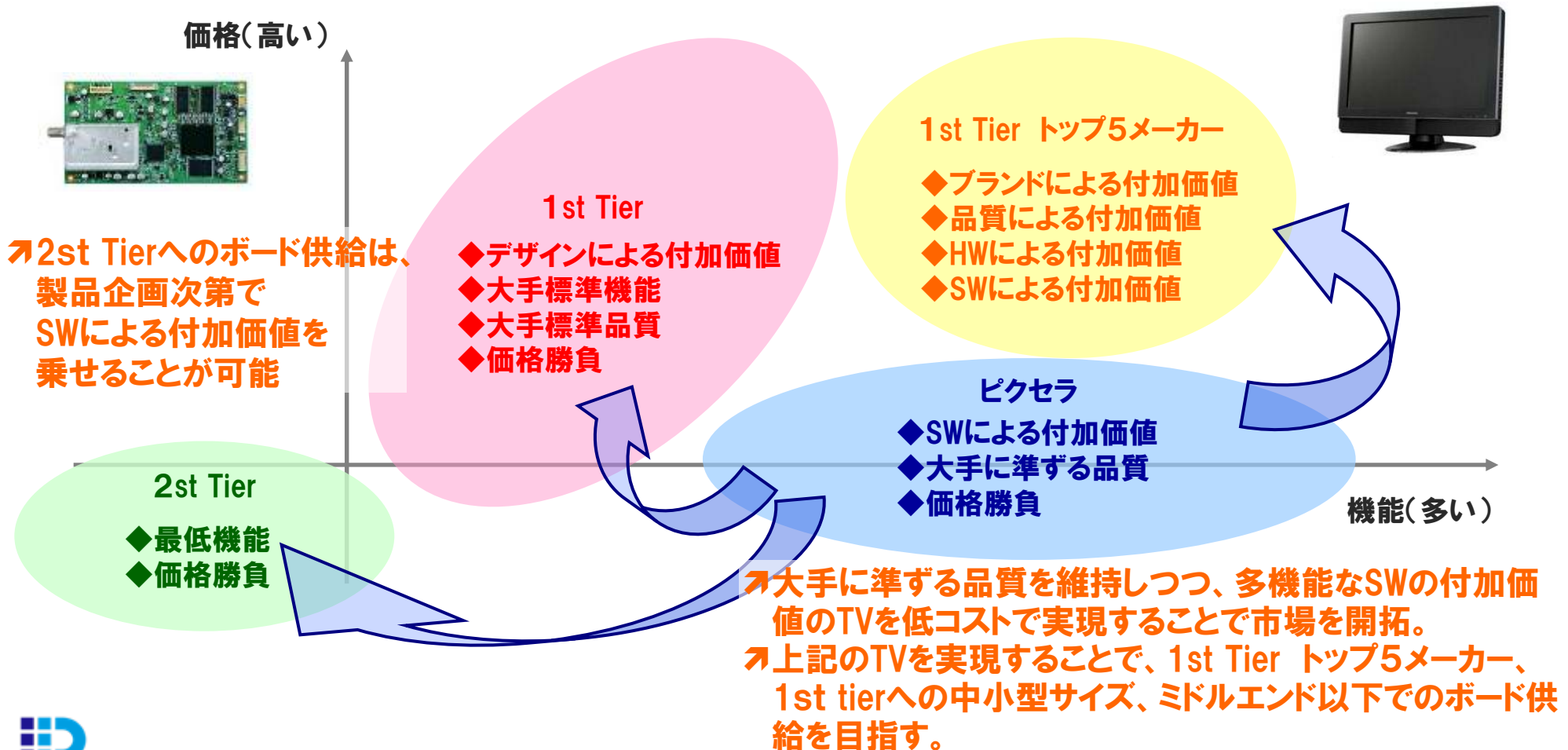
図2 普及台数に関する普及目標(ロードマップ)



<上記:総務省「デジタル放送推進のための行動計画」07.11.30公表より>

2008年9月期第1四半期 デジタルAV家電市場 各TVメーカーと当社の位置づけ

◆各TVメーカーの価格・機能戦略と位置づけ



2008年9月期第1四半期 デジタルAV家電市場 OEM製品の状況

◆地上デジタル放送受信ボードのニーズ



◆地上デジタルチューナーを含むデジタルAV家電OEM製品の出荷状況

前期(第26期)は通期で6万台 → 当期(第27期)の第1Q終了時点で既に7万台を出荷

2008年9月期第1四半期 デジタルAV家電市場 自社ブランド製品の販売強化

◆地上デジタルハイビジョン液晶テレビを販売開始



→地上デジタルチューナーに続く「PRODIA」ブランドからの第二弾製品として地上デジタルハイビジョン液晶テレビ20vを12月に販売開始。
大手家電量販店の年始商材のほか、家電小売店、オンラインストアにて販売。
ピクセラのテレビの初版製品として、「PRODIA」の品質水準およびターゲットとする価格帯を知らしめる目的で発売した。

◆今後の展開

ハイエンド化

主要ターゲット→BtoC

- ◆マルチファンクションテレビ
- ・Windows CE
- ・インターネット
- ・マルチメディア



- ・BS/CS対応
- ・BML
- ・アクトピラ
- ・その他ソフトウェア付加価値



現行20v

ローエンド化

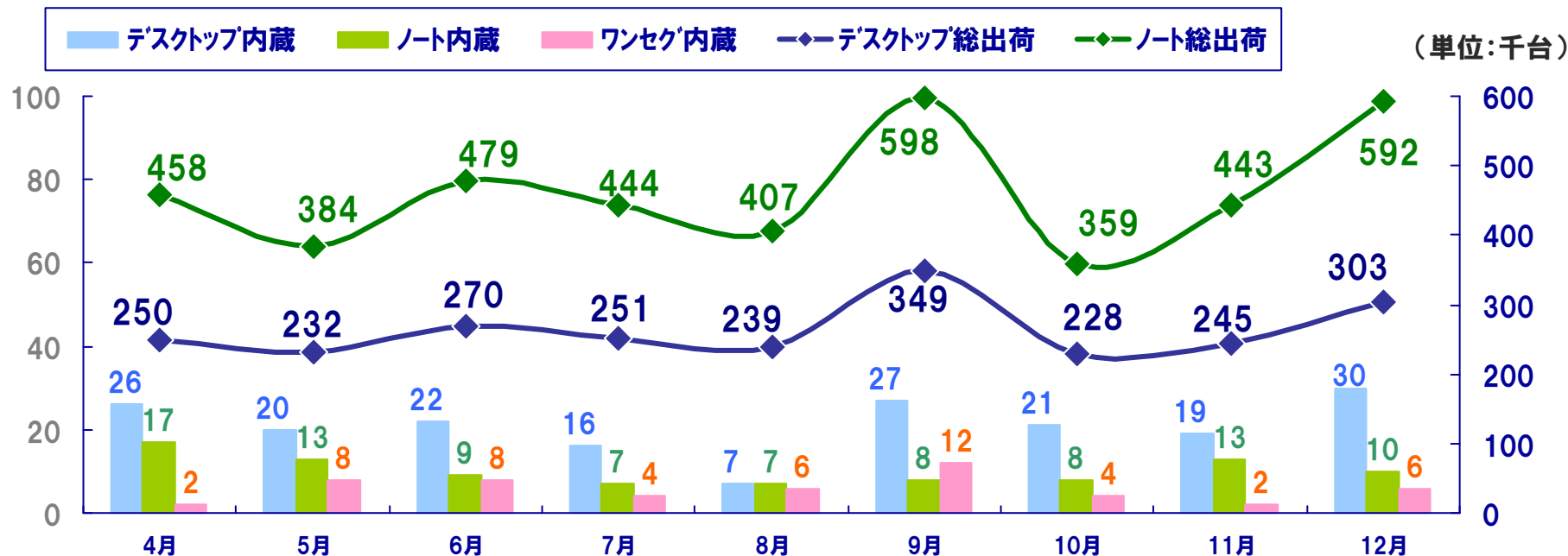
- ・低価格化
- ・シリコンチューナー薄型



主要ターゲット→BtoB

※上記写真はイメージです

2008年9月期第1四半期 キャプチャー製品市場 07年4月～国内PCとTVチューナー内蔵PCの出荷状況



<JEITA 08.1.23統計より。調査対象は13社。販売上位メーカーのうちDell社、日本HP社は本統計に参加していない。>

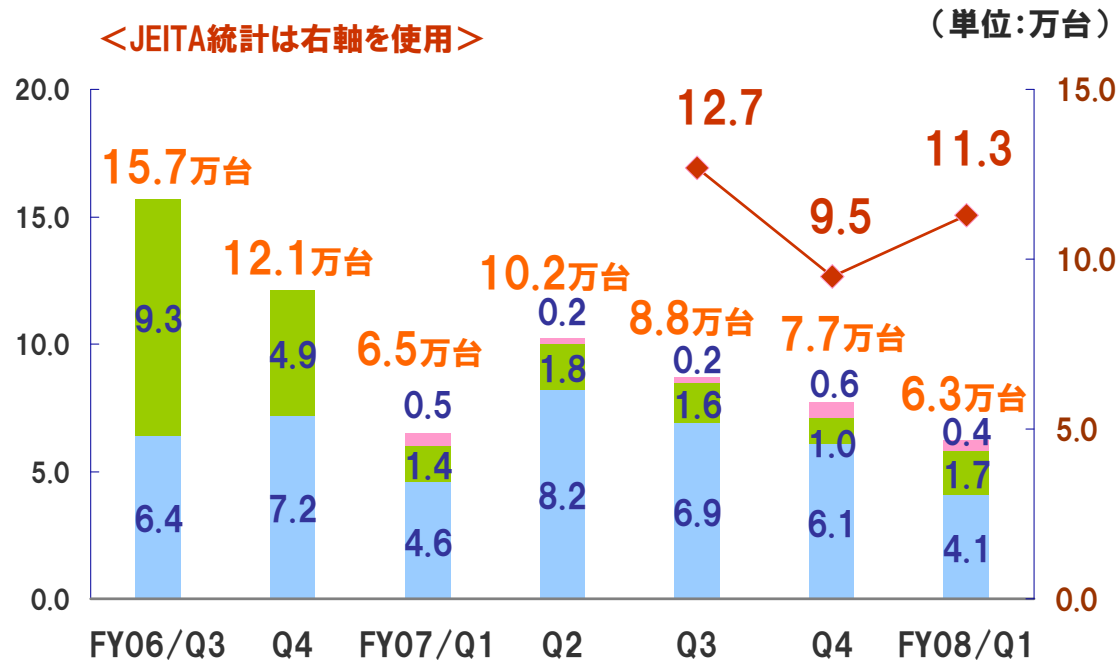
▶1Qにおける国内PCの出荷台数は、推定前年比約90%。デスクトップ：ノート比率は、36：64で四半期ベースでは最大の拡差となった。

→10、11月は落ち込んだものの、12月になり家庭向け市場が比較的好調に推移した結果、ノートPCを中心に多少回復の兆し。連れて地上デジタル放送テレビチューナー内蔵PCも増加したが、依然厳しい環境が続いている。

2008年9月期第1四半期 キャプチャー製品市場 当社キャプチャー製品の出荷台数の推移

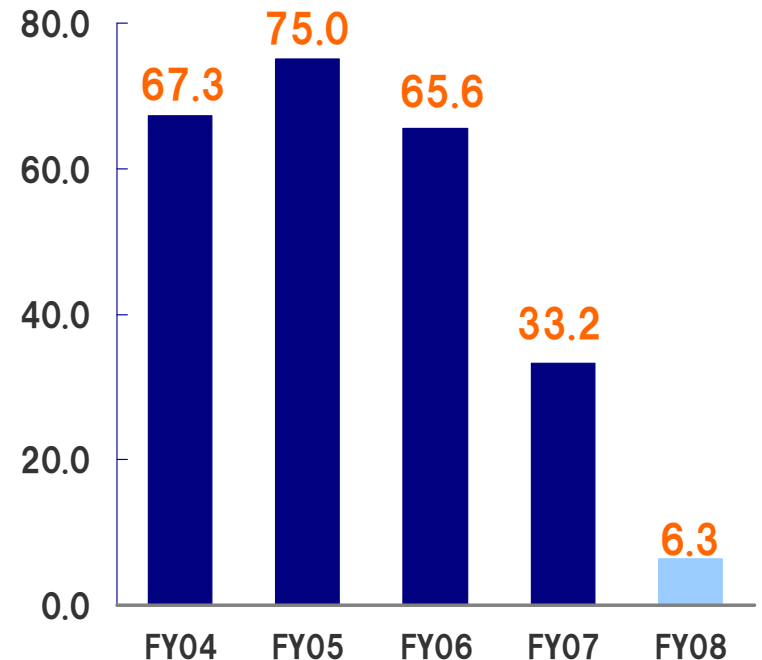
種類別キャプチャー出荷台数の四半期推移

■ デスクトップ ■ ノート ■ ノート内蔵ワンセグ ◆ JEITA統計 (地デジ+ワンセグ内蔵)



キャプチャー出荷総数の年度推移

(単位:万台)



※FY08はQ1のみの台数です。

↓国内PC市場でのテレビチューナー内蔵PCの出荷台数減少により、当社のキャプチャー製品も大幅に減少。
アナログ放送停波を控え、アナログTVチューナー需要は減少している。

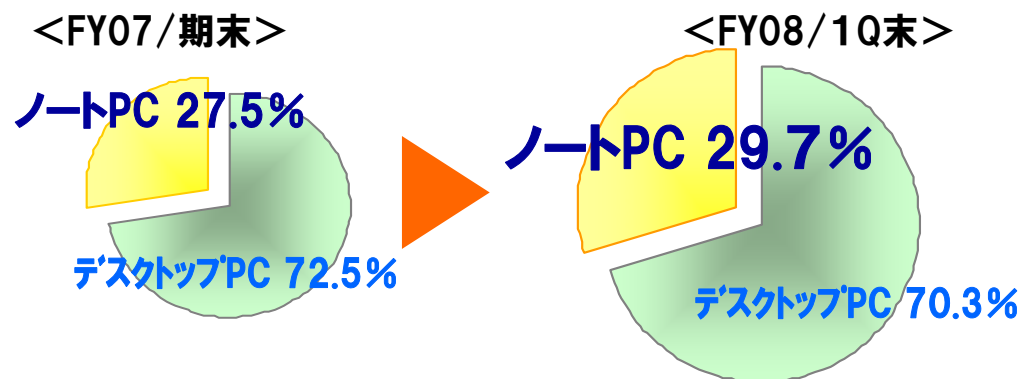


2008年9月期第1四半期 キャプチャー製品市場 PC国内シェアと当社OEM供給先

当社OEM提供先の状況

主なOEM出荷先	デジタル	アナログ	ワンセグ
NEC			●
富士通	●	●	●
日本HP	●		
ソニー	●		
松下電器産業	—		●
シャープ			●
Gateway	●		
工人舎			●

当社キャプチャーボードにおける デスクトップPC/ノートPC構成比



07年4月-6月国内PC出荷状況(JEITA調べ)

ノートPC	139万台	64.2%
デスクトップPC	77万台	35.8%
計	217万台	100.0%

→販売の主流であるノートPCへの搭載比率はわずかに上昇。

→国内PC市場におけるシェアは横ばい。ワンセグのみ採用のメーカーおよび未採用メーカーに対し、営業を強化。

※デジタルの区分にはデジタル・アナログ併製品、デジタル・ワンセグ併催品を含んでおります。

2008年9月期第1四半期 キャプチャー製品市場 新たなソリューション

ソフトウェアのSDK化

～従来



～SDK化後



SDK化によるメリット

- *ソースコードメンテナンスコストの削減
- *顧客によるGUI制作も可能
- *顧客ごとのGUI実装が容易に

新たなソリューションにより、これまで入り込む余地のなかった顧客に対し、上記メリットによる新しい提案が可能に。

※SDK・・・ソフトウェア開発キットの略。技術者がキットを利用することにより、統一化や工数削減を図る
 ※GUI・・・画像・映像処理のユーザーインターフェイス

その他のソリューション

アナログチューナー不要

数量増加の施策



キャプチャー製品の単価下落

◆付加価値の向上

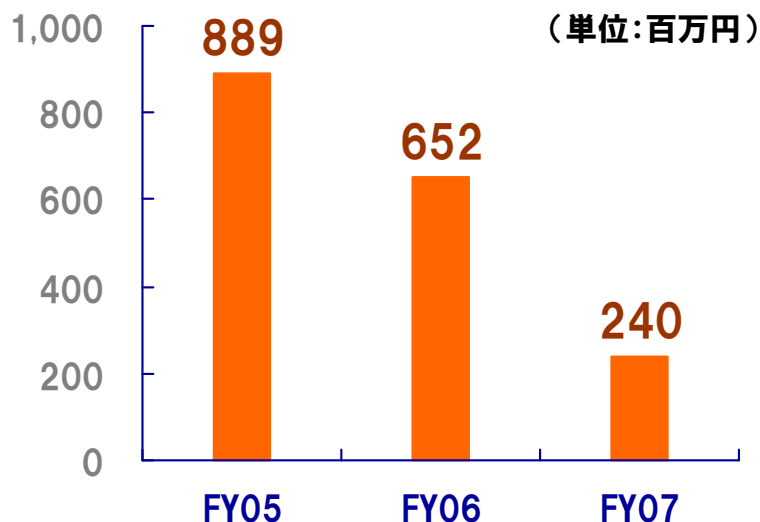
- ・Wチューナー、裏録画機能に対応
- ハイエンドボードによる単価向上

◆利便性の向上

- ・小型、低消費電力化
- 更にノートPC搭載比率向上目指す
- ・ほかPC独自機能の創出

2008年9月期第1四半期 ソフトウェアロイヤルティ市場 AVアプリのシェア奪回へむけて

AVアプリ売上高推移



◆OSの標準機能や、Mac不対応による競合先の増加・内製化によりAVアプリ市場は年々縮小している。

しかし、急速なハイビジョン化の流れ

ビジネスチャンス回復
原点回帰

受託開発での実績やハイビジョン
放送対応の新規提案により、
新規受注を獲得。



ImageMixer™3 SEライブラリ画面

オキャノン株式会社製デジタルビデオカメラの映像編集アプリとして採用が決定した。

TVアプリの戦略

→これまで主にPC向けキャプチャーボードの
附属として出荷していたが、スマートフォン、
PDA、UMPCへワンセグTVアプリのみの供
給も積極的におこなう。

2008年9月期第1四半期 グループ戦略 ピクセラ上海

◆中国の地上デジタル放送に対応したPC用USB接続型テレビチューナーを発売



↑連結子会社であるピクセラ上海が、PC用USB接続型地上デジタル放送テレビチューナー「wDog」を販売開始*。中国の地上デジタル放送の規格であるGB20600-2006(通称DMB-THおよびADTB-T)に対応し、PCのUSB端子に接続することで、地上デジタル放送の視聴・録画が可能となるPC用テレビ放送受信機。

※決算期が異なるため、当四半期の連結売上には含んでおりません。

初回生産ロットは、香港のPC専門店等で販売を開始し、品薄状態。

2期ロットを手配。今後、定期的な量産体制を目論む。

日本および海外PCメーカーへOEMを検討。

受信技術を応用した他の機器への多面展開も視野。

2008年9月期第1四半期 トピックス 第1四半期(07年10～12月) トピックス

- 07年10月
 - ・USB接続型ワンセグ・デジタルラジオチューナー「CaptyTV Mobile」が「2007年度グッドデザイン賞」を受賞。
 - ・オーディオブック専門配信サイト「ListenBook」、ウェブブラウザに対応。
 - ・「PRODIA」からEPG搭載の「地上デジタルハイビジョンチューナー」を発売。
- 07年11月
 - ・「Adobe® Photoshop」で読み込んだ画像を劣化を最小限にとどめスムーズに拡大できるプラグイン「PixeZoom™(ピクセズーム)」を発売。
- 07年12月
 - ・「PRODIA」から品質とデザインにこだわった20V型地上デジタルハイビジョン液晶テレビを発売。
- 07年12月
 - ・オーディオブック専門配信サイト「ListenBook」が、ソフトバンクモバイル株式会社が提供するサービス「S!ミュージックコネクト」の楽曲配信対応サイトとして採用
- 07年12月
 - ・貝賽菜(上海)多媒体信息技术有限公司(=ピクセラ上海)から中国の地上デジタル放送に対応したPC用USB接続型テレビチューナーを発売。
- 08年2月
 - ・AVアプリ「ImageMixer™ 3」がAVCHD規格の映像に対応し、キヤノン株式会社製デジタルビデオカメラ「iVIS(アイビス)HF10/HF100」に付属ソフトウェアとして採用。



PixeZoom™

ListenBook



ListenBook (ウェブブラウザ版)

2008年9月期第1四半期 事業環境と戦略 サマリー

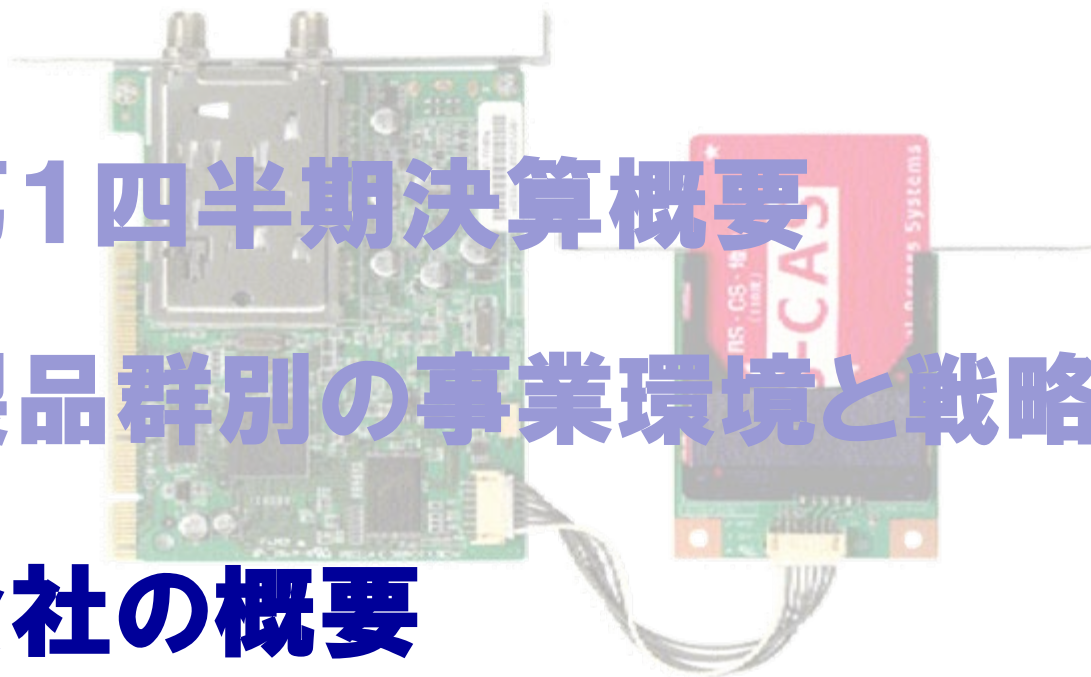
- デジタルAV家電分野では、組込みデジタル放送受信ボードが好調。次世代ボードにて、1st Tierへの提案強化、大型案件で更なる拡大を目指す。2011年のアナログテレビジョン放送波停波を見据え、テレビ市場は大きく成長の見込み。
- ➔ 自社ブランド製品では、地上デジタルテレビはインチャイナップ拡大とWinCE採用の開発を急ぐ。地上デジタルチューナーは機能を限定し、更なる小型化、低価格化を目指す。
- ↓ 国内PC市場における家庭向け市場は、「家庭用ゲーム機」や「大型テレビ」との競合により、低調に推移。また、アナログ停波を3年半後に控え、アナログ搭載の需要が減少しつつあり、単価下落は免れない。
- ➔ このような環境のもと、PCキャプチャーの回復のためにはシェアの拡大が不可欠。ソフトウェアのSDK化により、これまでニーズが合わなかった新規先への営業を強化。
- ➔ ソフトウェアロイヤルティは、キャノン株式会社へのAVアプリの供給が決定。今後もハイビジョン対応による新規獲得を目指す。TVアプリは、自社開発によりライセンス負担軽減を図る。
- 中国の地上デジタル放送対応機器を発売。PC用USB接続型テレビチューナーの自社ブランド販売、OEM販売により拡販を目論む。今後は、チューナーやテレビなど他の機器への多面展開を視野。



第1四半期決算概要

製品群別の事業環境と戦略

会社の概要



2008年9月期第1四半期末現在 会社の概要

商号	株式会社ピクセラ (英文:PIXELA CORPORATION)
設立	1982年 6月
拠点	大阪本社、東京支社
資本金	2,562百万円
従業員数	261人(単体)
主要製品	PC用TVキャプチャー関連製品 デジタルAV家電関連製品 半導体チップ モバイル関連製品
取引先	PC、電機メーカー等
関係会社	連結子会社3社 <ul style="list-style-type: none"> 貝賽萊(上海)多媒体信息技術有限公司(議決権所有割合100%) 株式会社シンセシス(議決権所有割合71.9%) 株式会社ピアレックス・テクノロジーズ(議決権所有割合69.5%) 持分法適用会社2社 <ul style="list-style-type: none"> 株式会社 RfStream (議決権所有割合33.9%) RfStream America, Inc. (議決権所有割合33.9% <間接所有>)



資料取扱上のご注意

- 本資料に記載されております当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。
- 当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接または間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。

<http://www.pixela.co.jp/>