

中間決算概要と通期見通し
製品群別の事業環境と戦略
今後の事業展望
会社の概要

2008年9月期中間決算説明会
株式会社 ピクセラ

2008年9月期 中間決算 当中間期の業績(連結)

(単位:百万円)

	07年9月期	08年9月期	対前期比増減	
	前中間期	当中間期	金額	比率
売上高	3,170	3,480	310	9.8%
製品売上	2,592	2,948	356	13.7%
SWロイヤリティ	456	209	△ 247	△ 54.2%
受託開発	121	192	71	58.7%
その他	0	130	130	-
売上総利益	615	154	△ 461	△ 75.0%
販管費	1,227	1,308	81	6.6%
営業利益	△ 611	△ 1,154	△ 543	-
経常利益	△ 706	△ 1,390	△ 684	-
当期純利益	△ 902	△ 1,366	△ 464	-

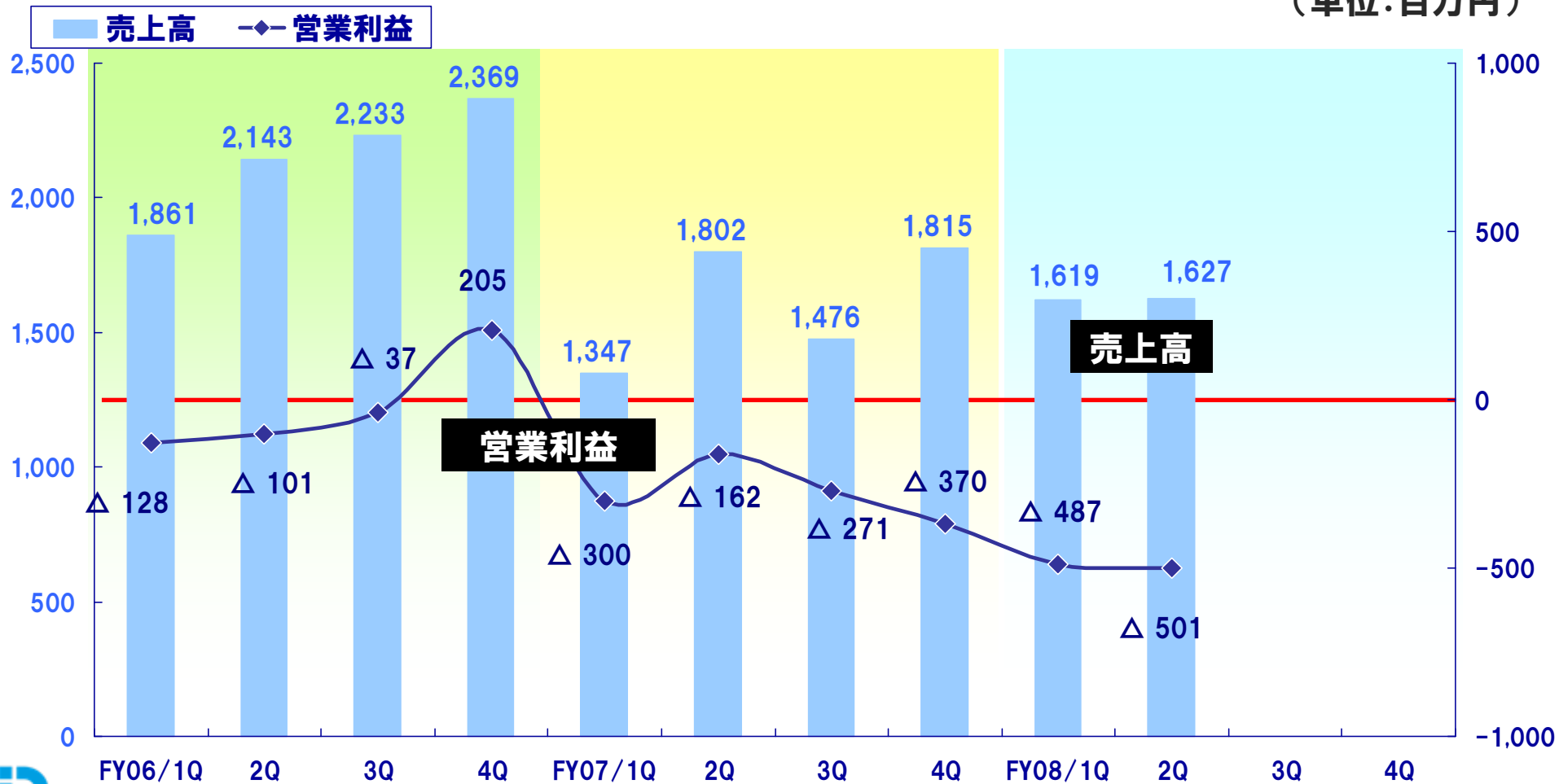
2008年9月期 中間決算 当中間期の業績(単体)

(単位:百万円)

	07年9月期	08年9月期	対前期比増減	
	前中間期	当中間期	金額	比率
売上高	3,150	3,246	96	3.0%
製品売上	2,572	2,948	376	14.6%
SWロイヤリティ	456	209	△ 247	△54.2%
受託開発	121	88	△ 33	△27.3%
売上総利益	611	87	△ 524	△85.8%
販管費	1,075	1,076	1	0.1%
営業利益	△ 463	△ 989	△ 526	-
経常利益	△ 464	△ 1,030	△ 566	-
当期純利益	△ 1,010	△ 1,284	△ 274	-

2008年9月期 中間決算 売上高・営業利益の四半期推移(単体)

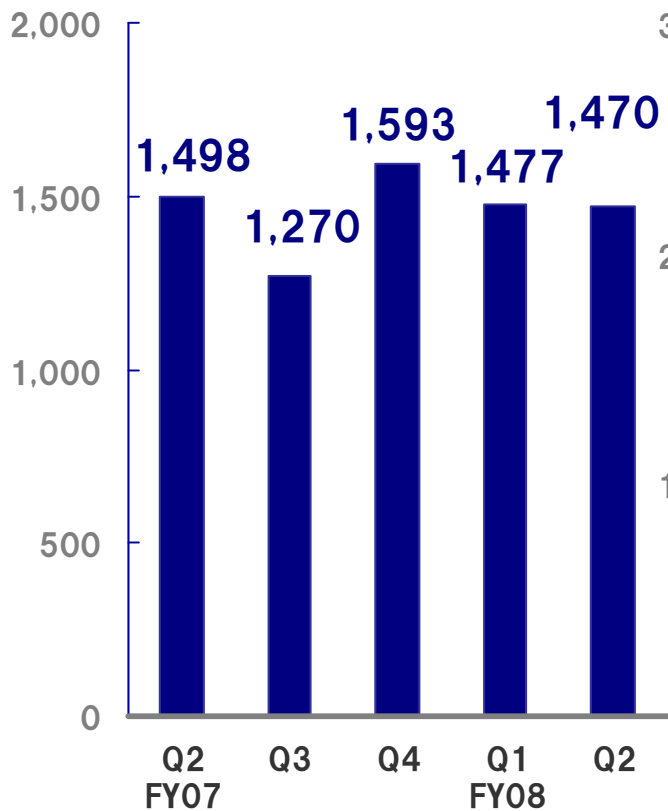
(単位:百万円)



2008年9月期 中間決算 製品群別売上高の四半期推移(単体)

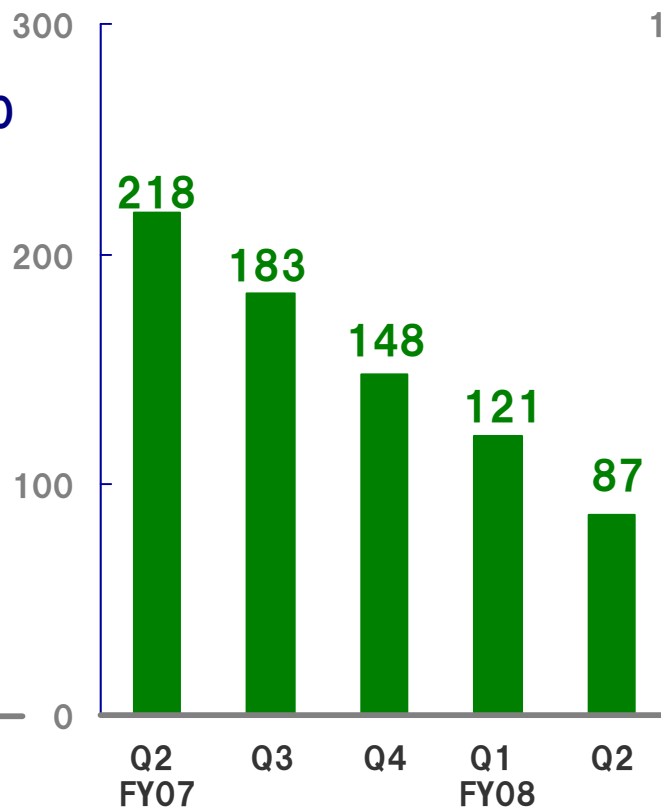
製品売上

(単位:百万円)



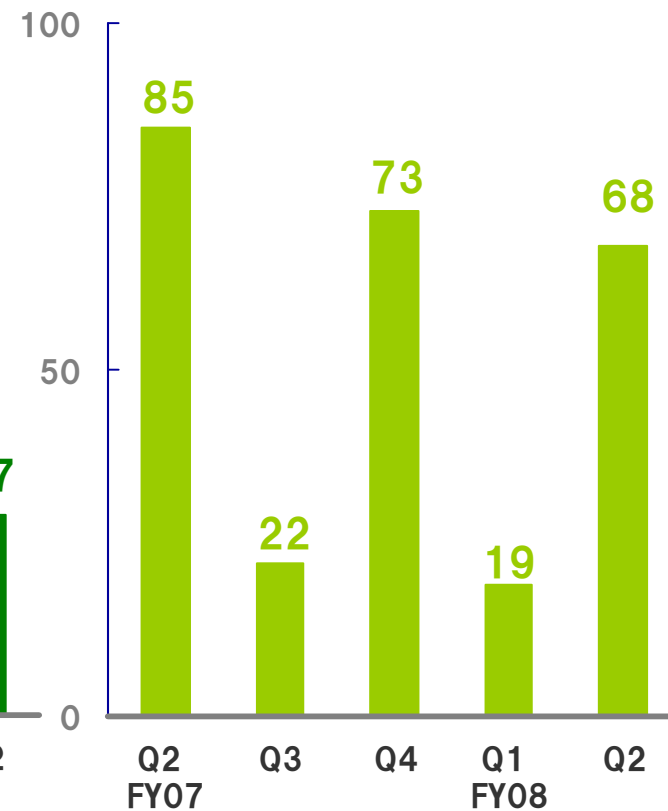
ソフトウェアロイヤルティ

(単位:百万円)



受託開発

(単位:百万円)

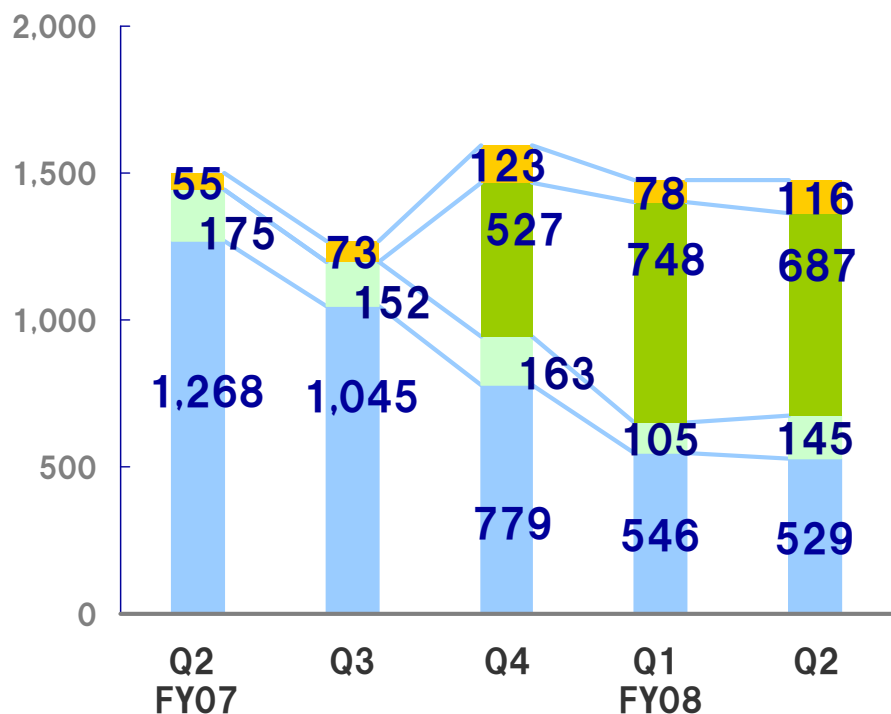


2008年9月期 中間決算 製品群別売上高の種類別四半期推移(単体)

製品売上の種類別売上高

(単位:百万円)

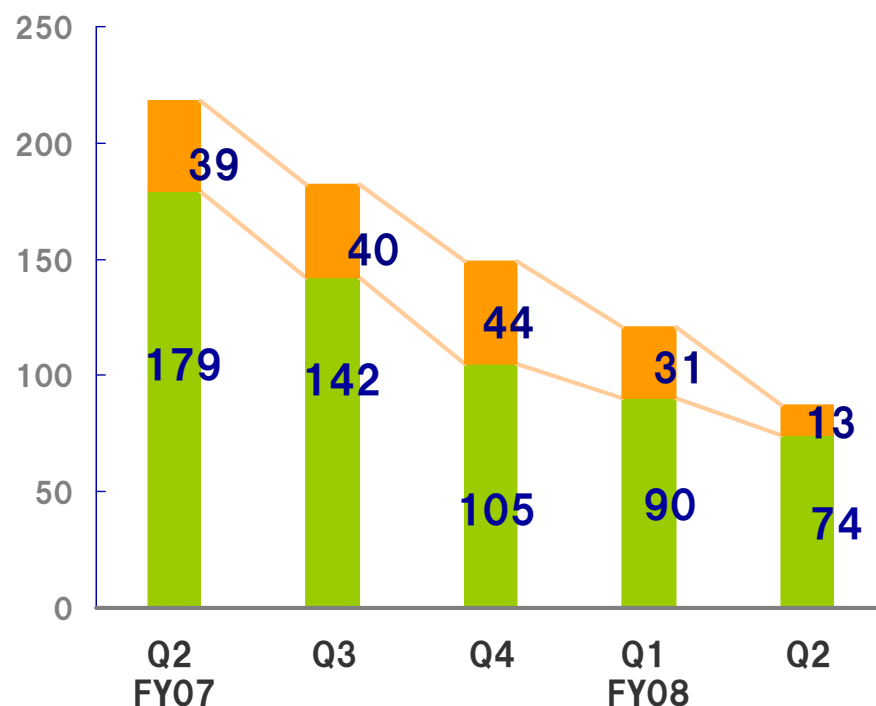
■ キャプチャー ■ チップ ■ デジタルAV ■ その他



ソフトウェアロイヤルティの種類別売上高

(単位:百万円)

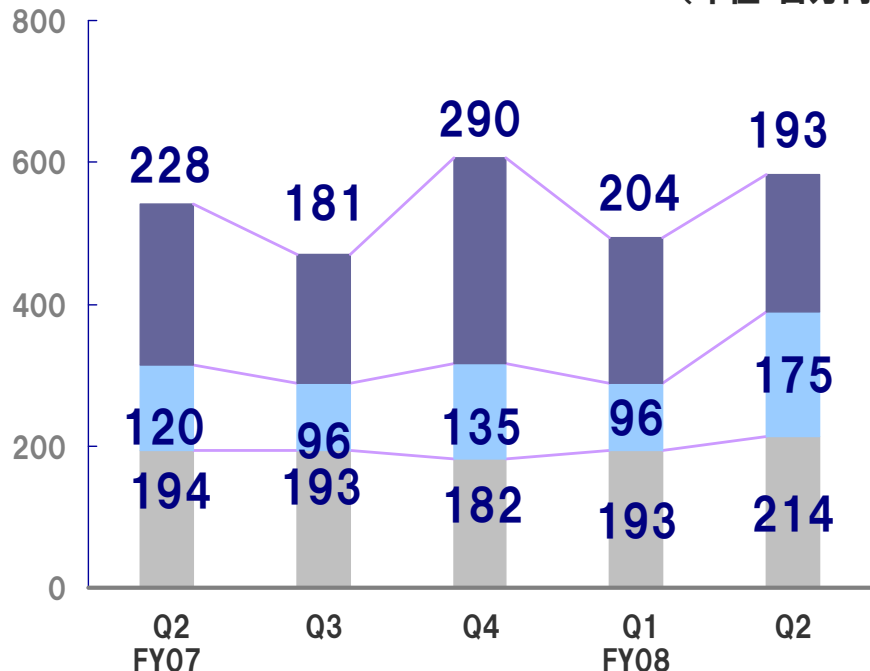
■ TVアプリ ■ AVアプリ



2008年9月期 中間決算 販管費および原価の推移(単体)

販管費の推移

■ 人件費 ■ 研究開発費 ■ その他経費 (単位:百万円)



〔販管費の主な増減要因〕

地デジ対応キャプチャボードの開発等により研究開発費、人件費が増加することとなった。

一方で経費削減効果によりその他経費は微減。

原価の推移

■ 原価 ◆ 原価率 (単位:百万円)



〔原価率の主な減少要因〕

デジタルAV家電の開発が一巡し原価は減少したものの、価格競争が厳しく販売単価が上がらないため、依然高い水準にとどまっている。



2008年9月期 中間決算

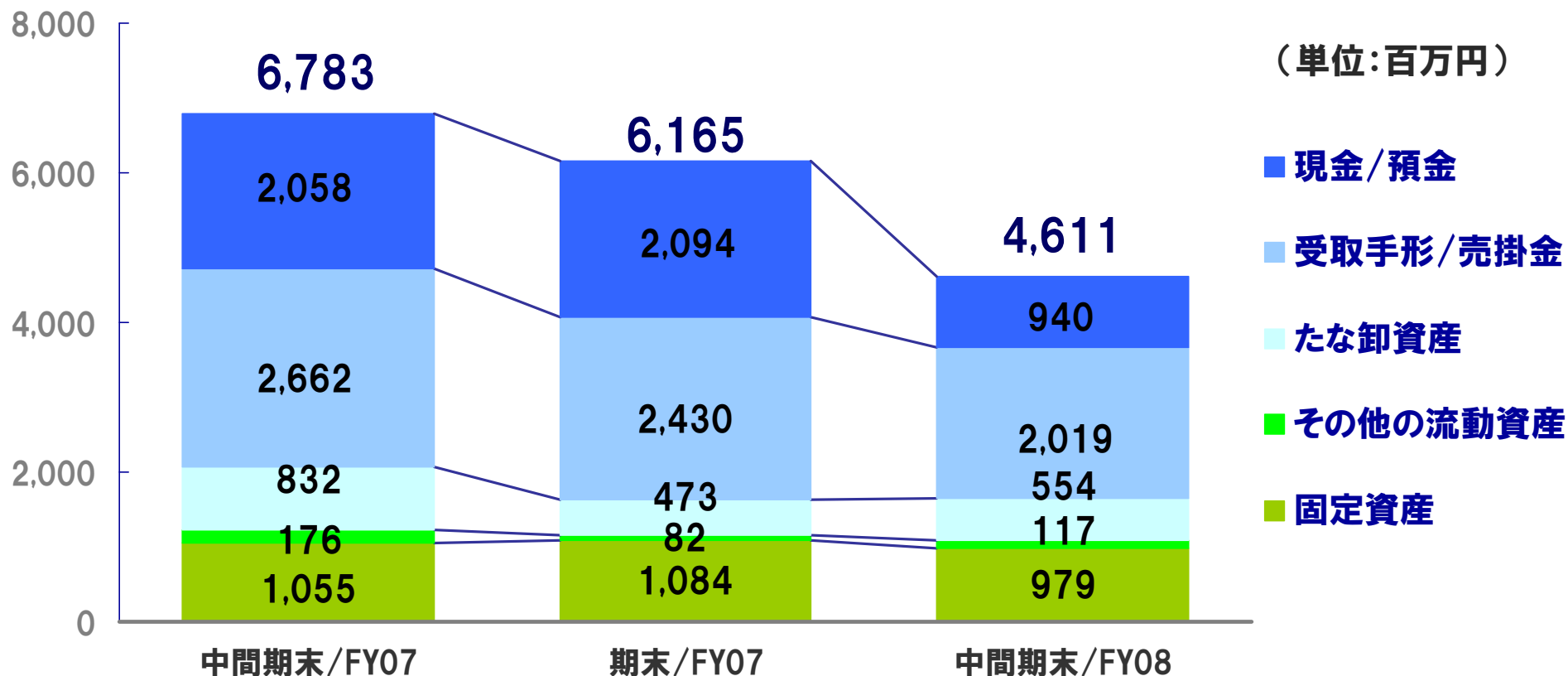
ご参考: キャッシュ・フローの推移と要因(連結)

(単位: 百万円)

	07年9月期 前中間期	08年9月期 当中間期	07年9月期 前期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 112	△ 963	△ 24
税前利益	△ 706	△ 1,390	△ 1,867
減損損失	—	—	88
減価償却費	56	67	137
棚卸資産評価損	—	5	440
持分法による投資損失	94	189	203
法人税等の支払(△)還付額	0	2	△ 30
売上債権の増加(△)・減少額	800	427	1,131
たな卸資産の増加(△)・減少額	148	△ 88	183
仕入債務の増加・減少(△)額	△ 583	△ 110	△ 391
その他	79	△ 65	81
投資活動によるキャッシュ・フロー	404	△ 38	235
有価証券等の取得(△)・売却額	508	0	630
固定資産等の取得による支出	△ 84	△ 38	△ 186
関係会社株式の取得による支出	—	—	△ 200
その他	△ 20	0	△ 9
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 113	△ 104	10
株式の発行	2	—	203
短期借入金の返済による支出	—	△ 103	△ 108
配当金支払額	△ 116	0	△ 117
その他	—	△ 1	32
現金及び現金同等物の増加・減少(△)額	180	△ 1,153	216
現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高	2,058	940	2,094

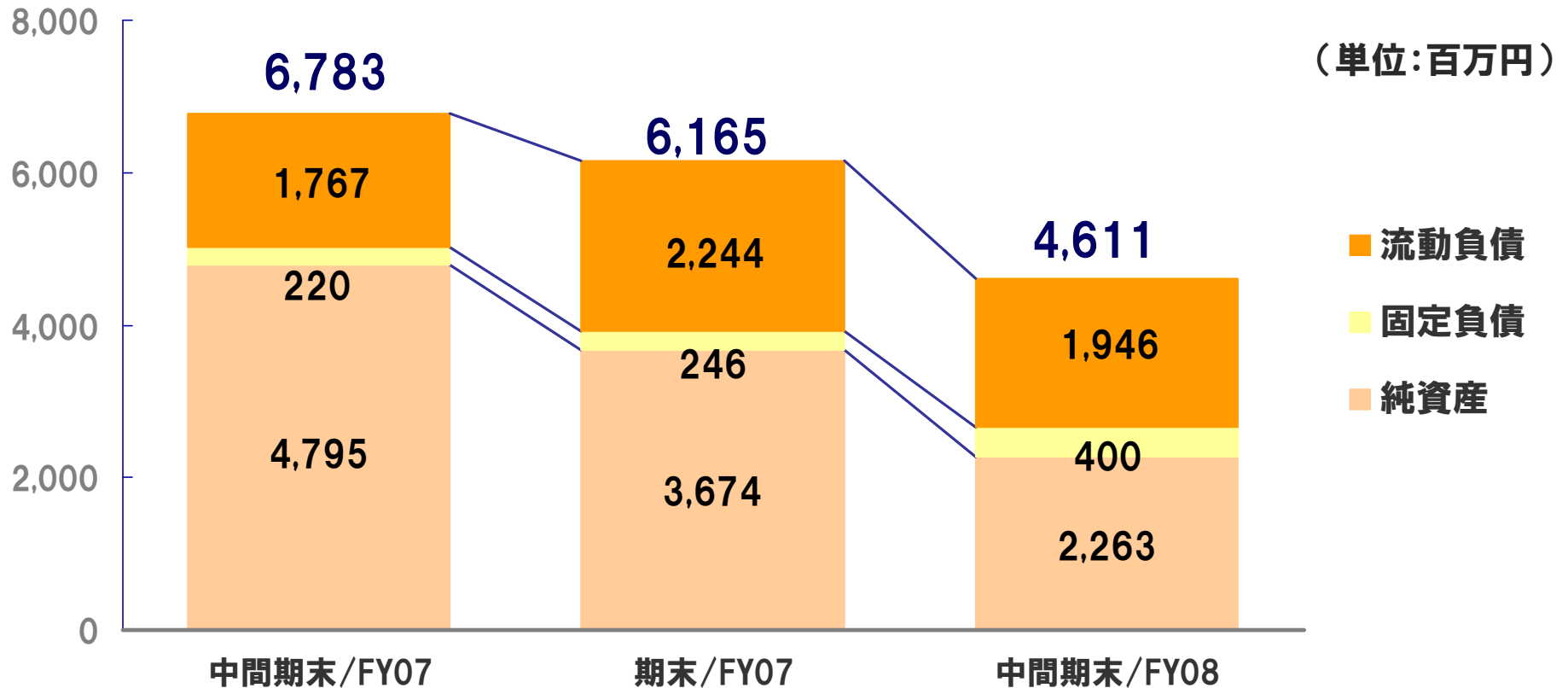
【増減の主な要因】 営業活動によるC/F・・・税金等調整前第2四半期純損失の計上による減少
財務活動によるC/F・・・短期借入金の返済による減少

2008年9月期 中間決算 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
現金預金	1,154百万円	税金等調整前当期純損失の計上による減少

2008年9月期 中間決算 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	1,411百万円	税金等調整前当期純損失の計上による減少

2008年9月期 通期見通し 通期業績の見通し(連結)

(単位:百万円)

	08年9月期 1Q	08年9月期 2Q	08年9月期 当中間期	08年9月期 当期(予定)	対前期比増減		07年9月期 前期
					金額	比率	
売上高	1,696	1,784	3,480	8,695	2,039	30.6%	6,656
営業利益	△ 561	△ 593	△ 1,154	△ 1,213	111	-	△ 1,324
経常利益	△ 617	△ 773	△ 1,390	△ 1,705	△ 232	-	△ 1,473
当期純利益	△ 601	△ 765	△ 1,366	△ 1,679	350	-	△ 2,029

下期は営業ベースで黒字化を目指す。持分法による投資損失により経常では赤字継続。

2008年9月期 通期見通し 通期業績の見通し(単体)

(単位:百万円)

	08年9月期 1Q	08年9月期 2Q	08年9月期 当中間期	08年9月期 当期(予定)	対前期比増減		07年9月期 前期
					金額	比率	
売上高	1,619	1,627	3,246	8,031	1,588	24.6%	6,443
営業利益	△ 487	△ 502	△ 989	△ 1,078	27	-	△ 1,105
経常利益	△ 502	△ 528	△ 1,030	△ 1,122	△ 80	-	△ 1,042
当期純利益	△ 504	△ 784	△ 1,288	△ 1,621	744	-	△ 2,365

2008年9月期 中間決算と通期見通し サマリー

- ▶ 製品売上のうち、デジタルAV家電は、主に地上デジタルチューナーの出荷、次世代組込みTV受信ボードの製品化時期が計画どおり進捗せず、1Qと比べ売上は減少した。
- ▶ PCキャプチャーは、下げ止まり感はあるものの低調に推移し、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行し、単価が下落したため、売上は減少した。
- ▶ 連結ベースでは、連結子会社各自ともそれぞれ計画を下回る結果となった。
- ▶ ソフトウェアロイヤルティは、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。
- ▶ **利益率は、デジタルAV家電の開発に係る労務費、開発費の負担が一巡し、改善された。今後は価格競争に備えて製造コストの低減に努め、より一層の利益率改善を目指す。**
- ▶ 持分法適用関連会社である株式会社RfStreamは、計画を下回ることとなり、債務保証損失引当金を特別損失に計上した。
- 収益構造を抜本的に見直し、製造コストの引き下げや効果的な開発投資などのコスト削減にくわえ、元々のコア事業であるパソコン向けテレビキャプチャーボードや映像編集アプリケーションの販売強化、収益性を重視した営業活動をおこなうことにより、ソフトウェアロイヤルティビジネスの再構築など収益構造の早期改善に努める。



PIXELA CORPORATION

PRODIA

中間決算概要と通期見通し

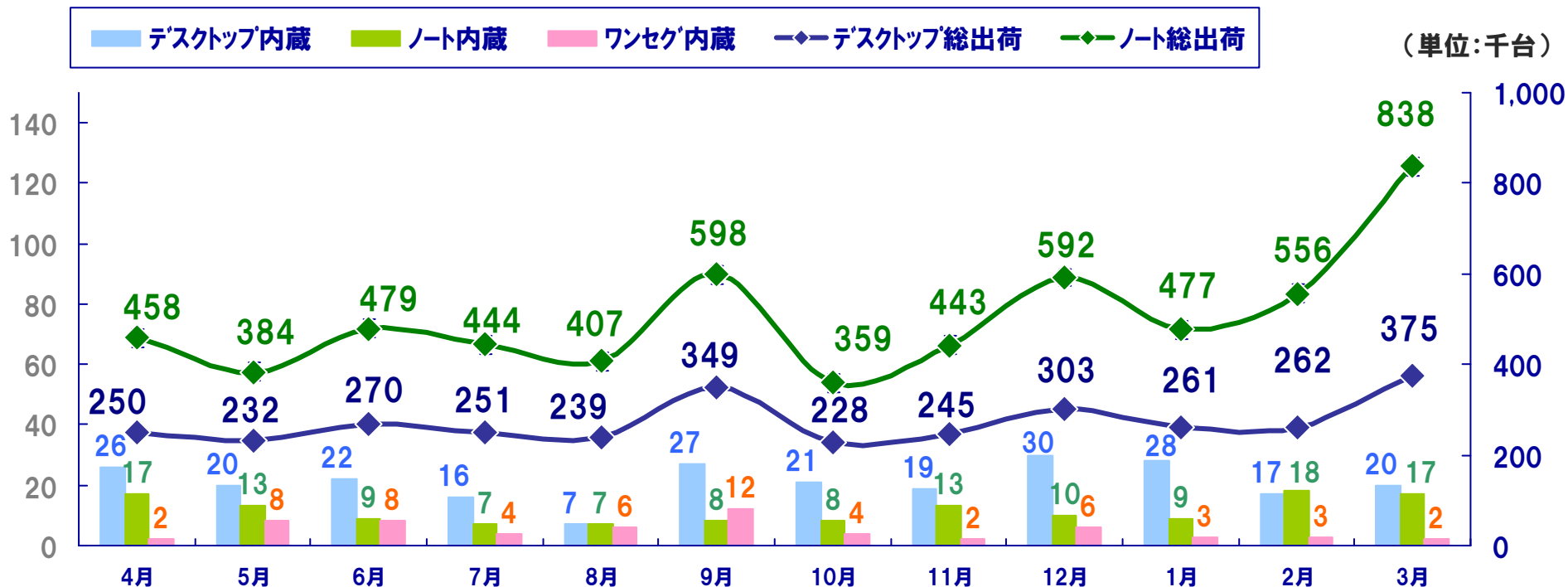
製品群別の事業環境と戦略

今後の事業展望

会社の概要



2008年9月期中間期 キャプチャー製品市場 国内PCとTVチューナー内蔵PCの出荷状況



<JEITA 08.4.25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。>

➔中間期における国内PCの出荷台数は、前年比約90～95%で推移(推定)。コンシューマ市場はノートPCの販売好調の影響を受け、堅調に推移。

⚡第2Qにおけるデスクトップ:ノート比率は32:68となり、さらに拡大傾向が続くものと推定。

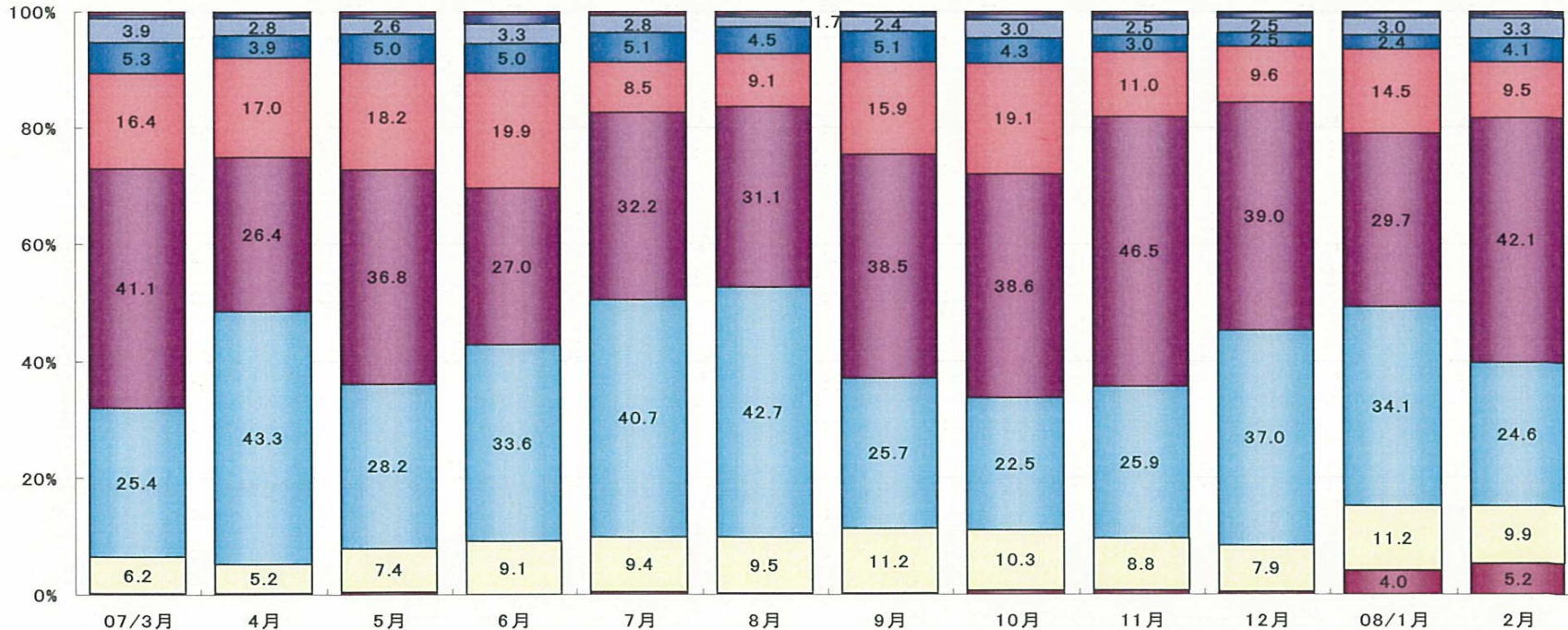
⚡ノートPCのTVチューナー内蔵モデルは微増するも、出荷台数ほどの伸びはなし。ワンセグは縮小傾向。

2008年9月期中間期 キャプチャー製品市場 ノートPCにおける価格帯別の販売台数推移

【ノートPC 平均単価価格帯別販売台数構成比】

<出典:BCNランキング>

■ 3万円未満 ■ 3-6万円未満 ■ 6-9万円未満 ■ 9-12万円未満 ■ 12-15万円未満
■ 15-18万円未満 ■ 18-21万円未満 ■ 21-24万円未満 ■ 24-27万円未満 ■ 27万円以上



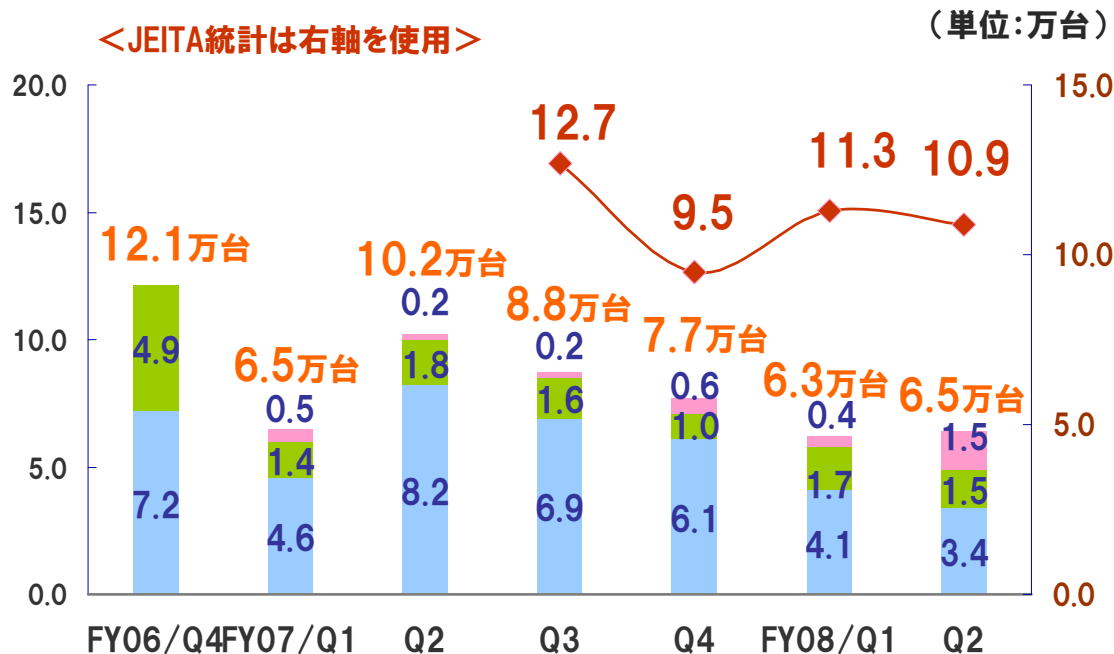
- ➔ 高性能CPUや大容量メモリを搭載した上位モデルと、機能を絞った廉価版モデルへの二極化が進む。
- 売れ筋は、廉価版モデルに集中し、テレビ機能を搭載したミドルレンジ以上の上位モデルは伸び悩む。
- レコーダーが大容量HDDを搭載したうえ、タイムシフトなど機能面も充実し、PCでテレビを見る強みが希薄化しているのもボード搭載比率低調の要因。



2008年9月期中間期 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

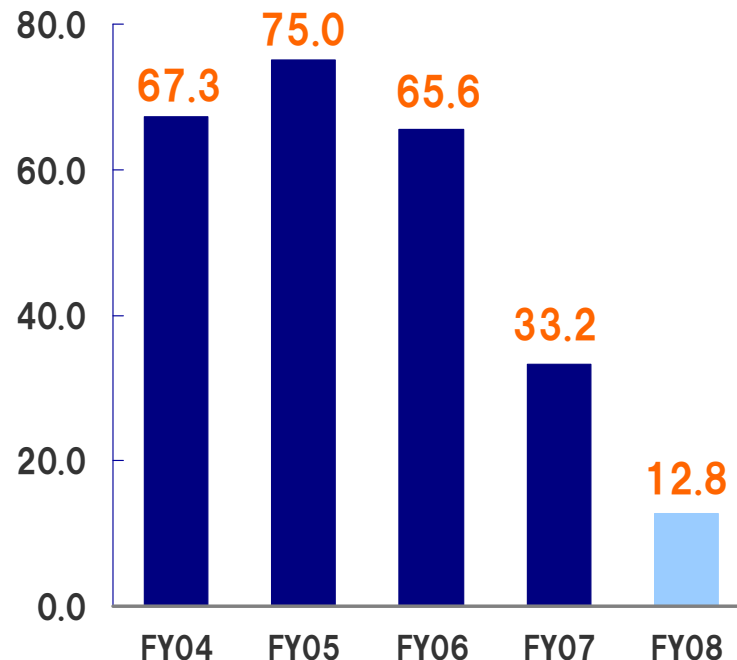
種類別キャプチャー出荷台数の四半期推移

■ 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は中間期までの台数です。

→ 工人舎向けワンセグの本格出荷開始により総出荷台数は回復した。一方で、デスクトップ製品の出荷は依然減少傾向にあり、新規OEM先獲得等の施策をもって減少に歯止めをかけたい。

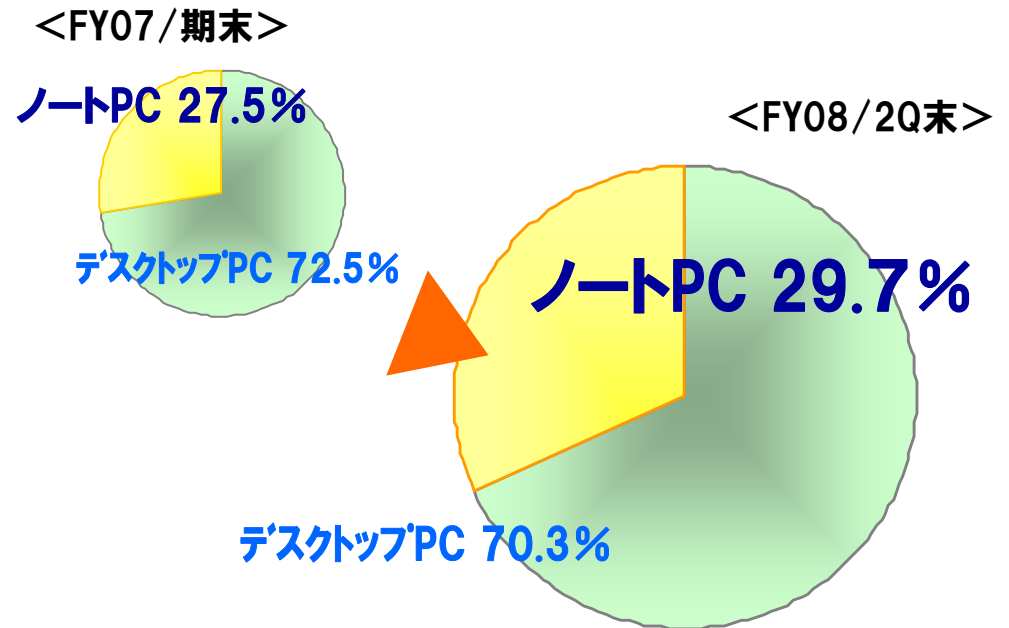


2008年9月期中間期 キャプチャー製品市場 OEM供給先とデスクトップ/ノート比率

当社OEM提供先の状況

主なOEM出荷先	デジタル	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		●

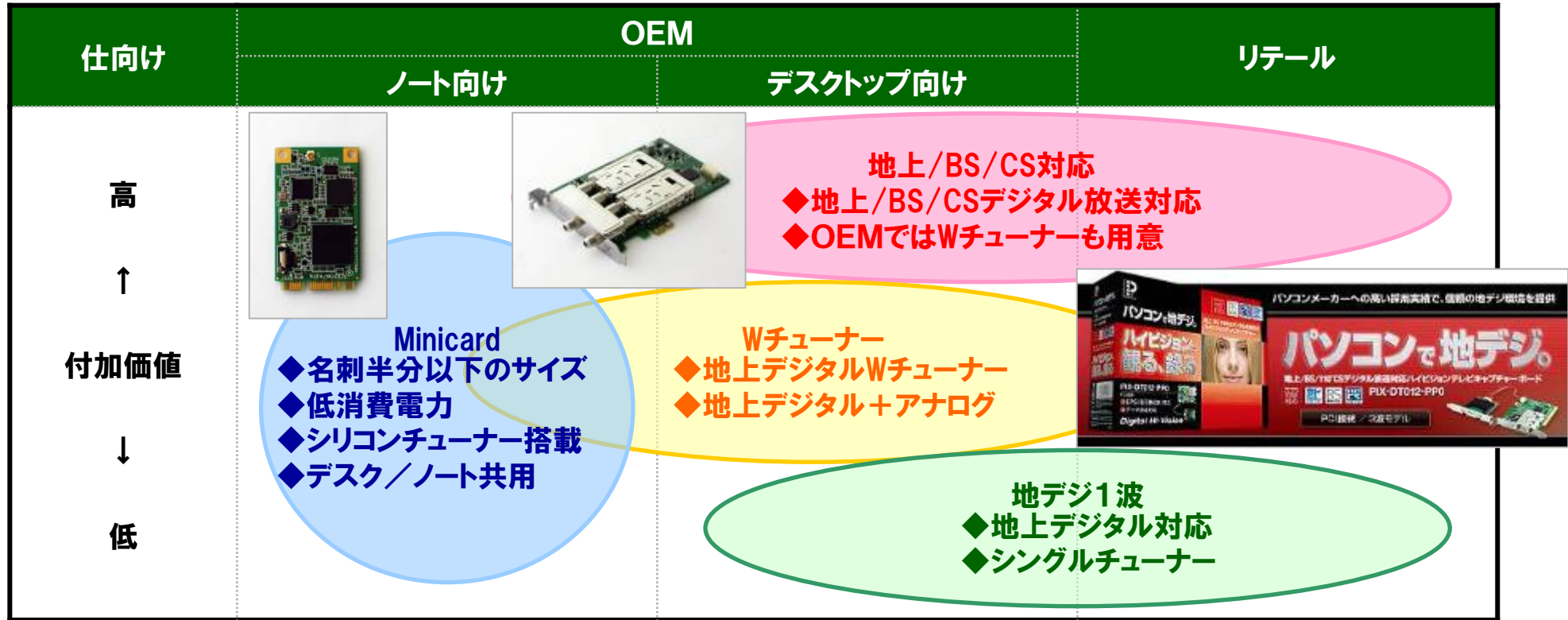
当社キャプチャーボードにおける デスクトップPC/ノートPC構成比



- 国内PC市場におけるシェアは変わらず。
- キャプチャーボード出荷台数のうち、ノートPCの構成比率は微増した。
- キャプチャーボードも含め、未採用メーカーに対し、OEM営業を強化。連結子会社のピクセラ上海で開発した中国デジタル放送対応ボードの北京オリンピックに向けた特需に期待。



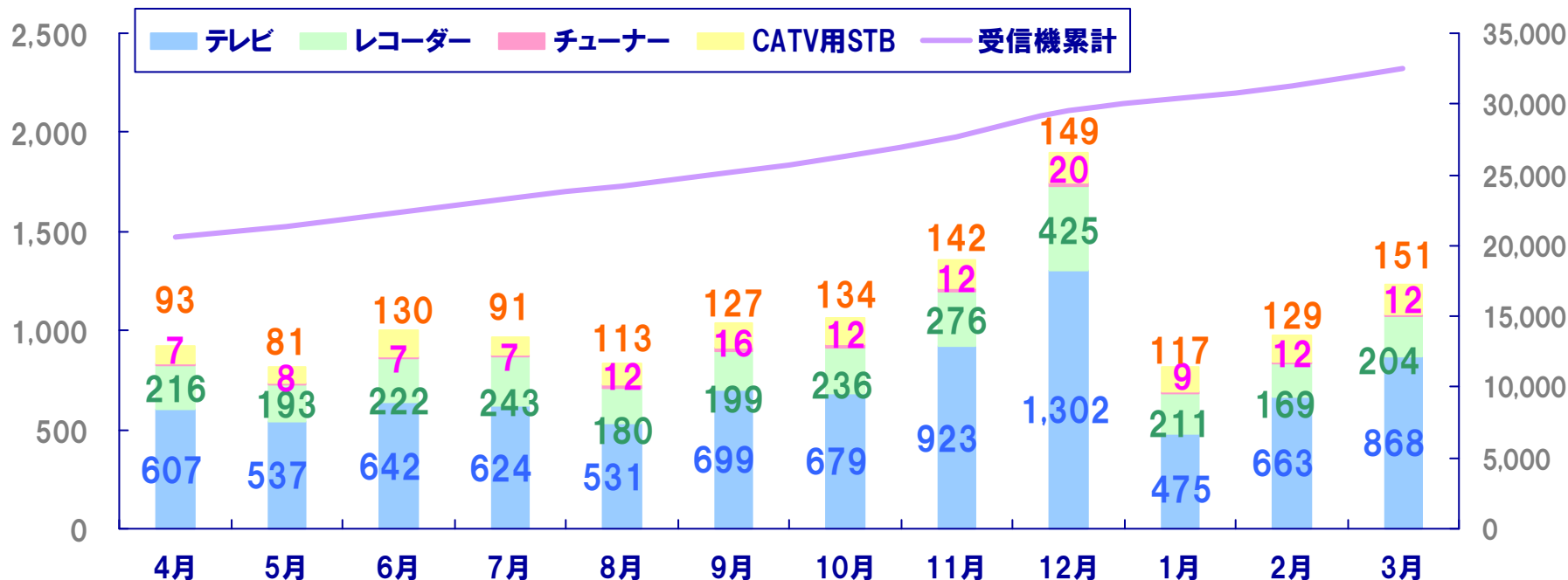
2008年9月期中間期 キャプチャー製品市場 PCキャプチャーボードのラインナップ



- PCキャプチャーボードの一般販売が解禁。OEMビジネスに加え、販路拡大で大きな商機。
- ノートPC向けにMinicard型を開発。消費電力や薄さを求めるニーズに低消費電力と超小型化を実現。
- 多様なニーズにお応えする当社のキャプチャー製品のラインナップでOEMシェア拡大を目指す。

2008年9月期中間期 デジタルAV家電市場 国内地上デジタル放送受信機(PC内蔵除く)の出荷状況

(単位:千台)



<JEITA 08.4.24統計より。>

→08年3月末時点で約3,300万台のデジタル移行が進む。

↗3月には新生活向けセールによる拡販により、テレビは年末に次ぐ台数を出荷した。

↗直近1年間(4-3月)における受信機の出荷台数は、2007年暦年(1-12月)の出荷台数を上回り、今後もさらに加速すると思われる。



2008年9月期中間期 デジタルAV家電市場 アナログ停波に向けて市場競争激化

製品別の市場動向

対策

地上デジタルチューナー

急激な価格下落
競争増加

機能制限・海外生産による原価低減
小型・低消費電力化による競争力強化

組込みTV受信ボード

価格下落に
歯止めきかず

設計見直しによる原価低減
現行ボードの最大活用
(販路拡大・小型化)

液晶テレビ

価格下落に
歯止めきかず

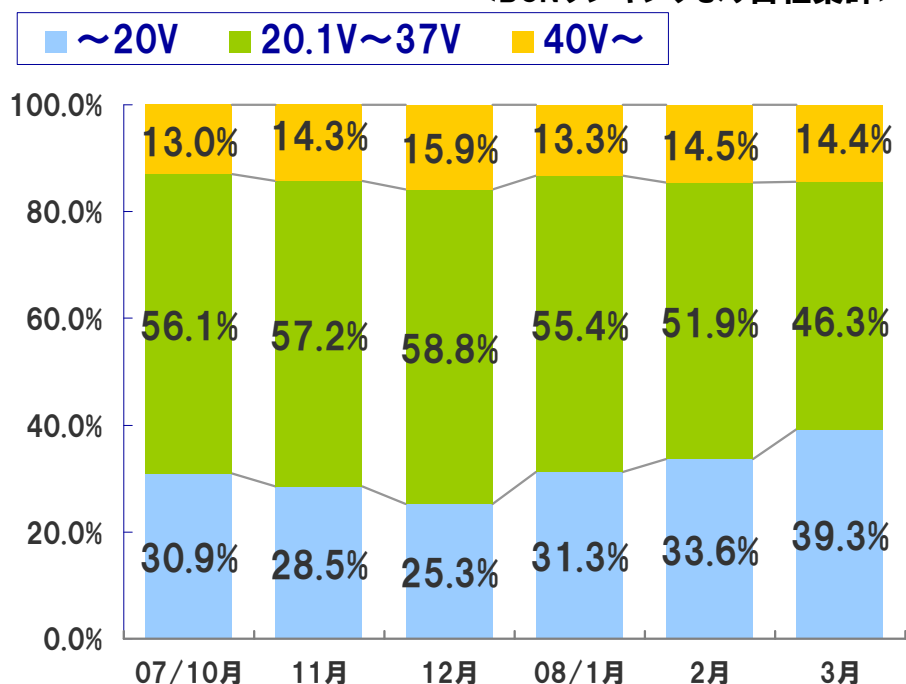
生産委託先の再選定
業務向け販路の開拓

→競争に打ち勝つため、自社開発の受信ボードを最大限活用し、チューナー、TV受信ボード、テレビを合わせた生産台数による量産コストメリットの捻出を狙う。

2008年9月期中間期 デジタルAV家電市場 液晶テレビのサイズ別シェアと当社出荷台数の推移

販売店におけるサイズ別シェアの推移

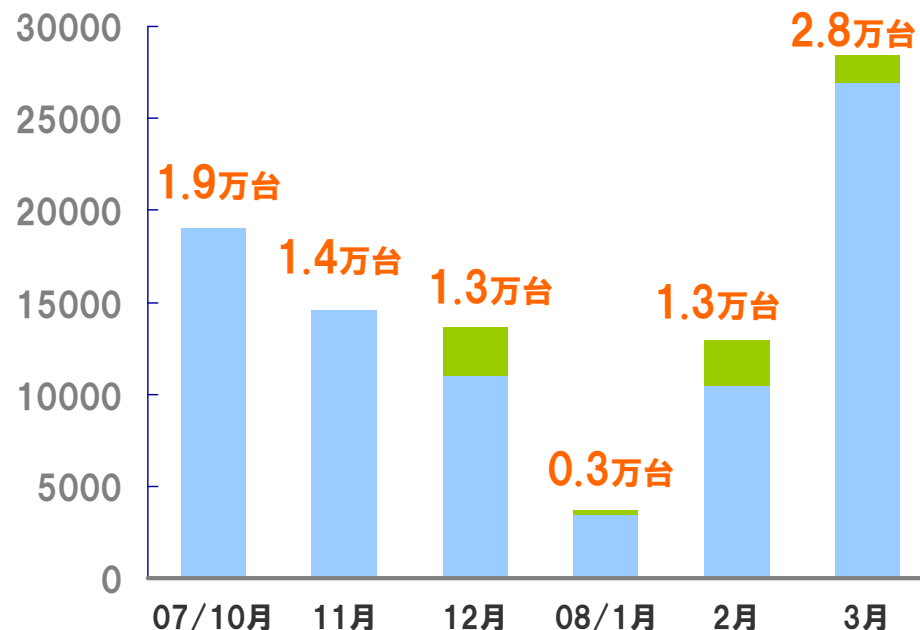
<BCNランキングより自社集計>



- 20V以下のテレビが伸張しつつあり、地上デジタルテレビ保有者のセカンドテレビ需要が増加。
- 07年12月より出荷した20V型地上デジタルハイビジョン液晶テレビ[PRODIA]は1モデルのみに関わらず、堅調に出荷を伸ばす。

当社テレビ関連製品の出荷推移

■ 組込みTV受信ボード ■ 液晶テレビ



今後は大手中家電量販店のみならず、収益性を重視し、業務用販路の開拓にも注力。

2008年9月期中間期 ソフトウェアロイヤルティ市場 ロイヤルティビジネスの再構築

◆OSによる映像編集機能の標準搭載や、MAC対応の必要性が減少したことから、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た。

急速なハイビジョン化が進む

ビジネスチャンス回復
原点回帰の流れ

◆ハイビジョン放送対応の新規提案
◆受託開発での実績を評価
当社の技術力が再評価され、新規案件が増加

07年9月には、H.264ハイビジョン映像に対応した「ImageMixer™ 3 HD Edition」が日立製BDカム「Wooo(ウー)」に映像編集アプリとして採用。

08年2月には、AVCHD規格の映像に対応した「ImageMixer™ 3」がキヤノン製ビデオカメラ「iVIS(アイビス)HF10/HF100」に映像編集アプリとして採用。



ImageMixer™ 3 SEライブラリ画面

➤TVアプリはPC市場にくわえ、スマートフォン向けワンセグアプリなどモバイル市場の開拓を狙う。
➤AVアプリの更なるシェア回復を中心に、収益性の高いロイヤルティビジネスを再構築する。

2008年9月期中間期 新規ビジネス 「GPSウォーク」サービスの開始

GPSウォーク

新規事業として、社団法人日本ウォーキング協会およびクラブニッポン株式会社との3者間において、当社のGPSユニットとWebサービスを利用した「GPSウォーク」サービスを展開します。

GPSウォーク

サービスの目的

ウォーキングは、我が国における愛好者人口が数千万人規模ともいわれており、厚生労働省が推進するメタボリック対策としても注目を集めています。「GPSウォーク」サービスは、利用者の健康増進とCO2削減による環境保全や全国各地のウォーキングイベントにおける地域活性化を目的としたウォーキングの総合サービスを目指します。



国民の健康増進
↓
医療費の削減

公共交通や
歩行の促進
↓
環境保全

全国の観光地等
でイベント開催
↓
地域活性化

2008年9月期中間期 新規ビジネス 「GPSウォーク」ビジネスモデル

GPSユニット製造



《GPSウォーク事務局》

(社) 日本ウォーキング協会

クラブニッポン(株)



GPSユニットの提供

イベント等の提供



《GPSウォーク会員》



利用者



企業、
健康保険組合

Webサービス提供

GPSユニットの販売だけでなく、Webサービスの提供により、定期的な収益も確保

2008年9月期中間期 トピックス 中間期(07年10～08年3月) トピックス

- 07年10月 ・「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。
- 08年2月 ・AVアプリ「ImageMixer™ 3」がAVCHD規格の映像に対応し、キャ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。
- 08年3月 ・社団法人日本ウォーキング協会、クラブニッポン株式会社と企画や機器・システム開発等で提携し、「GPSウォーク」サービスの提供を発表。
- 08年4月 ・社団法人デジタル放送推進協会より公表された「PC用デジタル放送チューナーのガイドライン」により、デジタルテレビ放送に対応したPCキャプチャーの一般販売が解禁。いち早く製品化を発表。
- 08年5月 ・社団法人日本ウォーキング協会主催のウォーキングイベントにて、「GPSウォーク」のサービスを開始。
 ・PCキャプチャーの一般販売向け製品として地上/BS/CSデジタルの3波モデル、地上デジタルの1波モデルを発売。



2008年9月期中間期 事業環境と戦略 下期から来期に向けての営業状況

PCキャプチャー

国内PCメーカー3社へのボード供給が内定

外資系PCメーカー1社へのボード供給が内定

国内PCメーカー2社、外資系PCメーカー1社への中国デジタル放送対応ボード供給が内定

ソフトウェアロイヤルティ

国内電機メーカー1社のデジタルビデオカメラへのAVアプリ採用が内定

外資系携帯電話メーカー1社へのワンセグアプリ採用が内定

国内携帯キャリア1社へ向けスマートフォン、UMPCへのワンセグアプリ採用が内定

デジタルAV家電

宿泊施設や宿泊施設への卸業者とのTVやチューナーの商談が進展

GPSウォーク

GWに開催したイベントよりサービス開始、フジテレビ系列の番組でGPSウォークが紹介される

2008年9月期中間期 事業環境と戦略 サマリー

- 国内PCにおけるコンシューマ市場は、「家庭用ゲーム機」や「大型テレビ」と競合するも、ノートPCの好調を受け、堅調に推移。ノートPCとデスクトップPC格差はさらに拡大。また、高機能・高性能の上位モデルと廉価な下位モデルの二極化が進む。
- 搭載モデルは増加するも、売れ筋がノートPC下位モデルに集中し、出荷台数は伸び悩む。
- 上期のOEM供給シェアは横ばい。前期より推進してきた新規先獲得は、下期より増加の予定。中国デジタル放送向け製品の展開も視野。
- PCキャプチャーの出荷台数回復の起爆剤として、PCキャプチャー単体のコンシューマ向け販売が解禁。販売促進と同時に製品化を加速。
- ソフトウェアロイヤルティは、前期の日立に引き続き、上期に新規獲得したキャノンのデジタルビデオカメラ同梱AVアプリは、下期より売上にくわわる。下期にはAVアプリ、TVアプリ(ワンセグ)ともシェア増加の予定。
- ➔ 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、液晶テレビは堅調に推移するも、価格下落に歯止めが利かず、販売価格は苦戦。今後は業務向け販路の開拓に注力。
- 地上デジタルチューナーは急激な価格下落により後半伸び悩む。今後は機能を限定し、更なる小型化、低価格化を目指す。
- GPSウォークは、GWイベントよりサービス開始。イベント等での会員募集だけでなく、メディアや企業、医療施設経由の会員募集も検討。



PIXELA CORPORATION

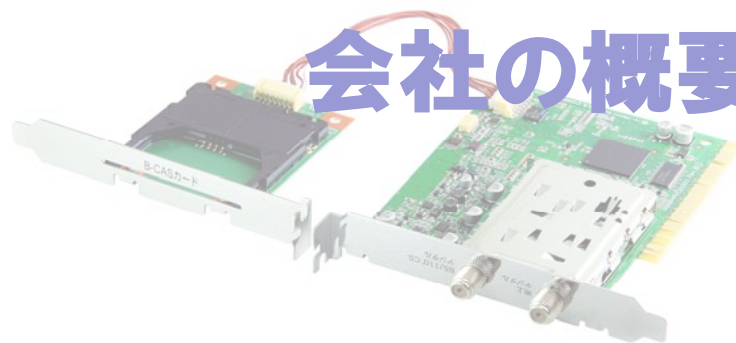
PRODIA

中間決算概要と通期見通し

製品群別の事業環境と戦略

今後の事業展望

会社の概要



2008年9月期中間期 今後の事業展望 収益性を重視した事業の再構築

PCキャプチャー

PCキャプチャーのコンシューマ向けの販売・製品化を強化

同製品はPCコアユーザーが待ち望んだ製品であり、当初は高い利益率が見込める。
Wチューナーなどは既にOEMで供給しており、製品化にかかるコスト・時間は最小限で実現できる。

ソフトウェアロイヤリティ

AVアプリのシェア奪回、ロイヤリティ事業の再構築へ

急速にハイビジョン化が進むデジタルビデオ業界において、MPEG-4(H.264やAVCHD)に対応できる技術を保有している当社を再評価。収益性の高いソフトウェアロイヤリティ事業の再構築を目指す。

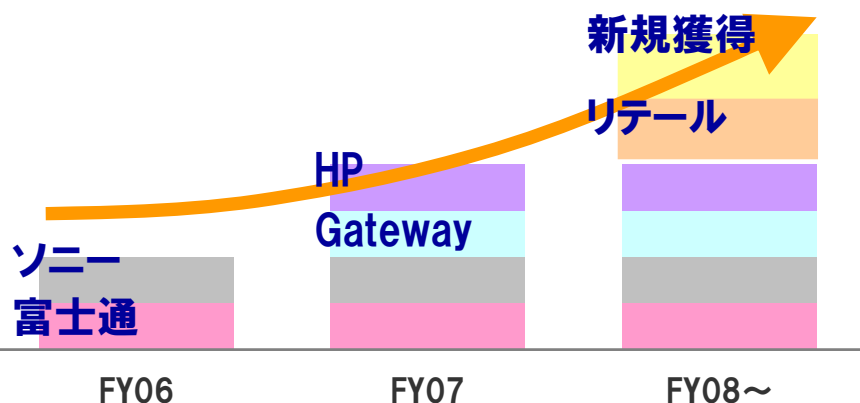
デジタルAV家電

業務向け販路の開拓を強化

業務向け販路の開拓を強化し、収益性を維持しながら拡販を目指す。具体的には、宿泊施設、娯楽施設、病院・介護施設など。
注文生産をおこなうことにより、リスクを回避。

2008年9月期中間期 今後の事業展望 量産・開発資産の有効活用による収益改善

出荷台数増加による量産メリット

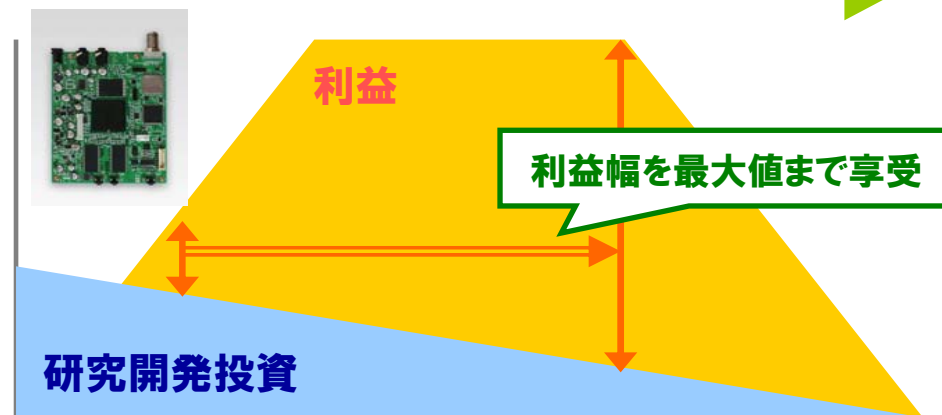


前期より供給開始した外資系メーカー(日本HP社、Gateway社)に、コンシューマ向け製品が加わることで、製造・部材調達両面において量産メリットを享受したい。さらに、継続してシェア拡大を目指す。



開発資産の有効利用

開発済みのデジタルAV家電向けの組込みTV受信ボードを有効活用。
テレビの業務向け販路開拓、コスト重視のセカンドテレビ対象テレビメーカーへのボード供給、地上/BS/CS3波対応テレビの製品化・販路拡大により、利益の最大化を目指す。



2008年9月期中間期 今後の事業展望 下期 収益改善のシナリオ

収益性を重視した事業の再構築

PCキャプチャー

ソフトウェアロイヤルティ

デジタルAV家電

新たな収益源

GPS

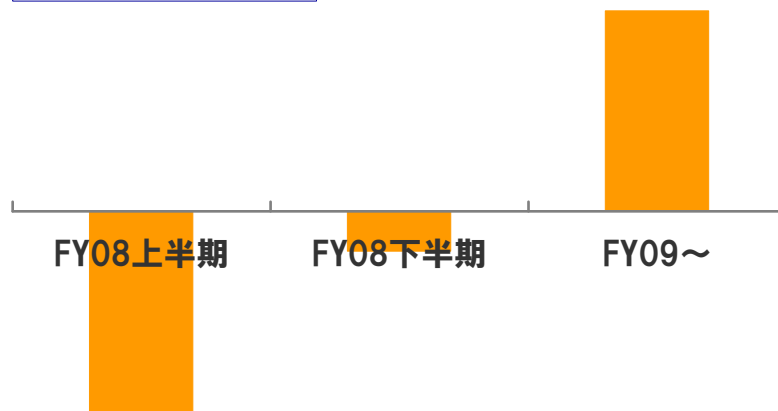
■ 営業利益

コスト削減策

原価低減

量産メリット

開発資産の有効活用



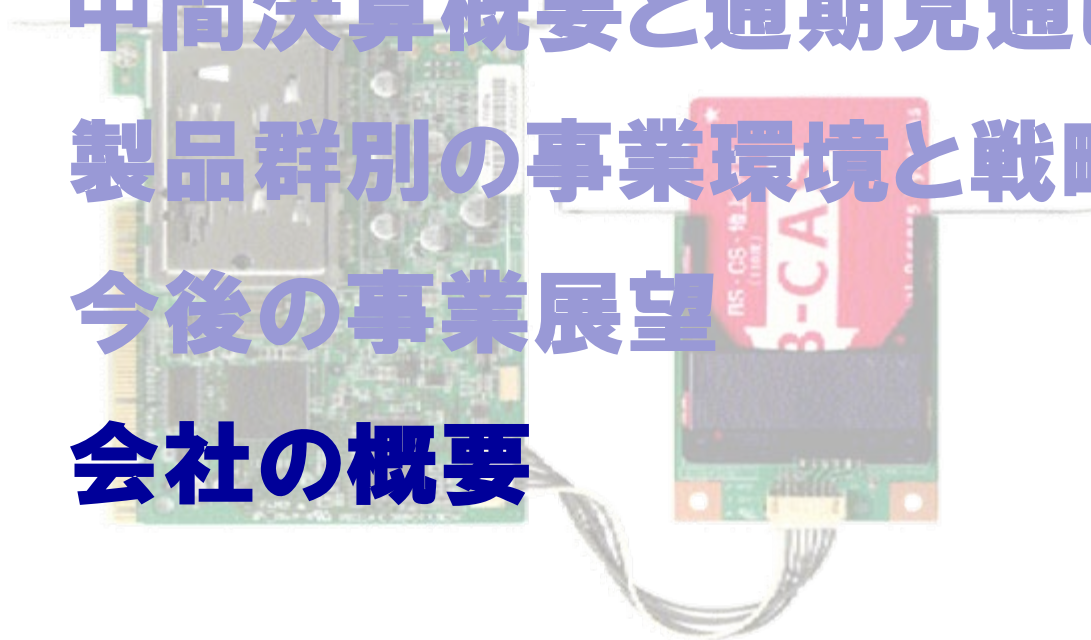
これらの施策により、来期黒字化



PIXELA CORPORATION

PRODIA

中間決算概要と通期見通し
製品群別の事業環境と戦略
今後の事業展望
会社の概要



2008年9月期中間期末現在 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	256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/>