

## フォトクリエイト

6075 東証マザーズ

<http://www.photocreate.co.jp/ir/>

2016年4月7日（木）

Important disclosures  
and disclaimers appear  
at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

## ■教育・保育に貢献するための新プラットフォーム構想が 始動

フォトクリエイト〈6075〉はスポーツイベントなどでプロのカメラマンが撮影した写真を専門 Web サイトに掲載し、ネット経由で販売するインターネット写真サービス事業を主力に、撮影事業者（写真館、結婚式場等）向けのフォトクラウド事業や、広告・マーケティング支援事業などに展開している。2015年より写真プリントサービス大手の（株）ラボネットワークと業務提携し、教育領域向けフォトクラウド事業についての協業を開始している。

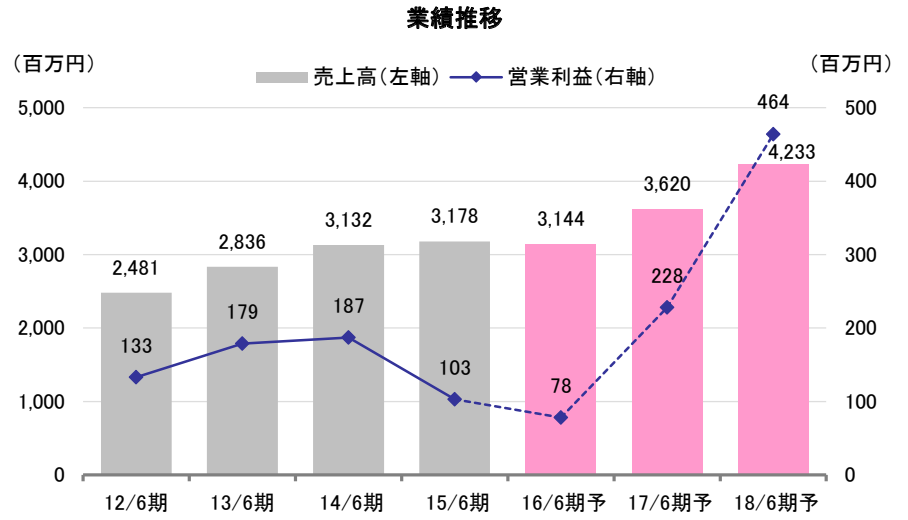
2016年6月期第2四半期累計（2015年7月～12月）の業績は、売上高が前年同期比5.2%減の1,514百万円、営業利益が4百万円（前年同期は18百万円の損失）となった。前第4四半期からフォトクラウド事業のうち、ラボネットワークと協業する教育領域の売上計上方法を総額表示（写真販売額）から純額表示（システム提供及びノウハウによる収益）に変更したため、見かけ上の売上高は減収となっているが総額表示で見れば、同9.9%増収と順調に拡大している。

2016年6月期は売上高が前期比1.0%減の3,144百万円、営業利益が同24.8%減の78百万円と期初計画を据え置いている。売上高は総額表示基準で前期比17.9%増収と2ケタ増収を見込んでいる。にもかかわらず減益となるのは、11月に家族のコミュニケーションや教育・保育に貢献するための新プラットフォーム構想「親・子供・先生 きずなプラスプロジェクト」を始動し、関連費用を見込んでいることや、新サービス開始に向けたシステム開発投資を積極化することなどが要因だ。

3ヶ年中期経営計画では、2018年6月期に売上高4,233百万円、営業利益464百万円を目指している。けん引役となるのは教育領域で、2015年12月末の導入校数3,000校を3年後には15,000校に拡大する。全国の学校・幼稚園数は約79,000校あり、うち2割のシェアを獲得する計算だ。学校写真のEC化率は現在9～10%と低水準だが、同業他社の新規参入などもあって今後は普及が加速し、2018年には54%程度まで上昇すると見ている。ラボネットワークが持つ営業リソースと同社のサービス開発力を組み合わせることで、今後も学校領域のインターネット写真販売で3～4割とトップシェアを維持していくことは可能と見られ、業績は2017年6月期以降、成長ステージに入っていくことが予想される。

## ■Check Point

- ・教育領域の契約写真業者数はラボネットワークとの提携で増加
- ・インターネット写真サービス事業は各領域で売上を伸ばす
- ・進行中の中計における売上高は今後3年で2倍以上の成長を目指す

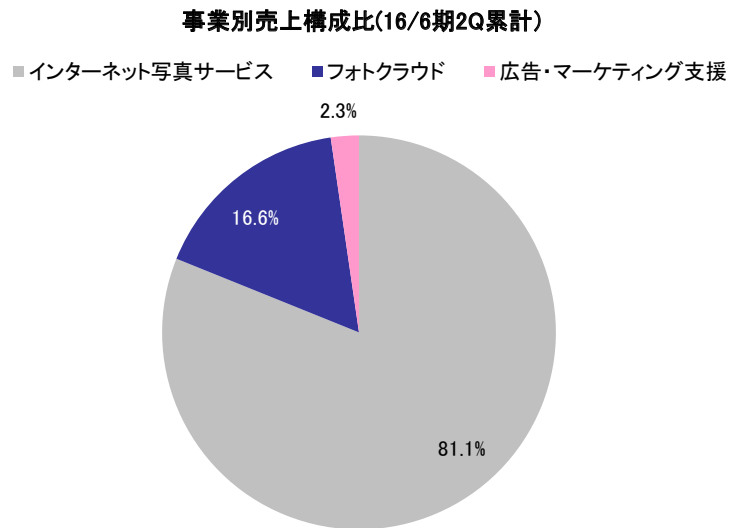


## ■ 会社概要

### 教育領域の契約写真業者数はラボネットワークとの提携で増加

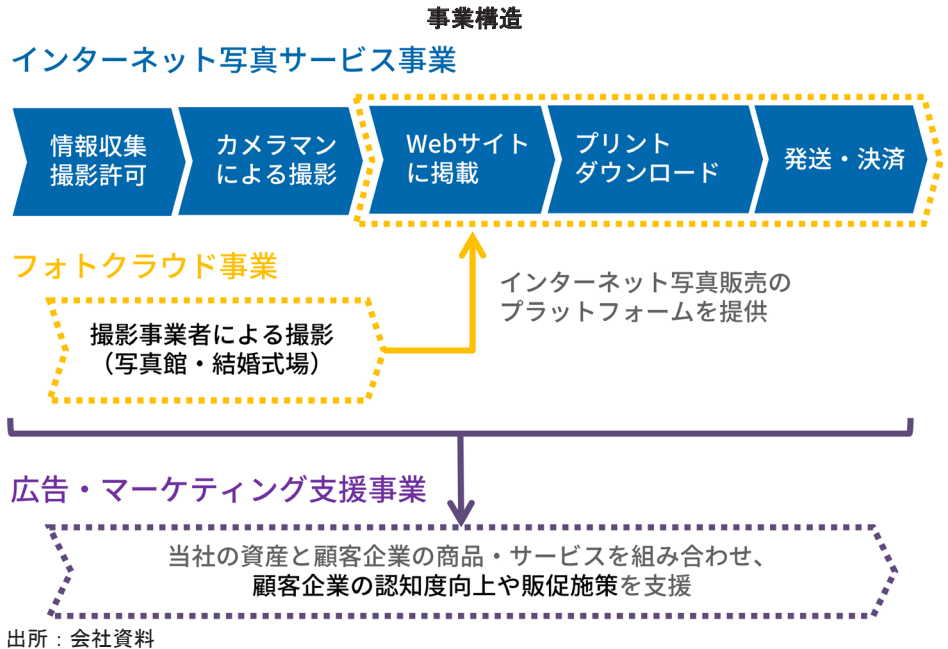
#### (1) 事業概要

同社は現在、インターネット写真サービス事業、フォトクラウド事業、広告・マーケティング支援事業の3つの事業を展開している。2016年6月期第2四半期累計の売上構成比率を見ると、インターネット写真サービス事業が81.1%と売上げの大半を占め、次いでフォトクラウド事業が16.6%、広告・マーケティング支援事業が2.3%となっており、現在はインターネット写真サービス事業が主力事業となっている。



また、事業構造としては図の通りとなっており、システムプラットフォームはインターネット写真販売事業、フォトクラウド事業とも共通となっている。

各事業の概要については、以下のとおり。



### ○インターネット写真サービス事業

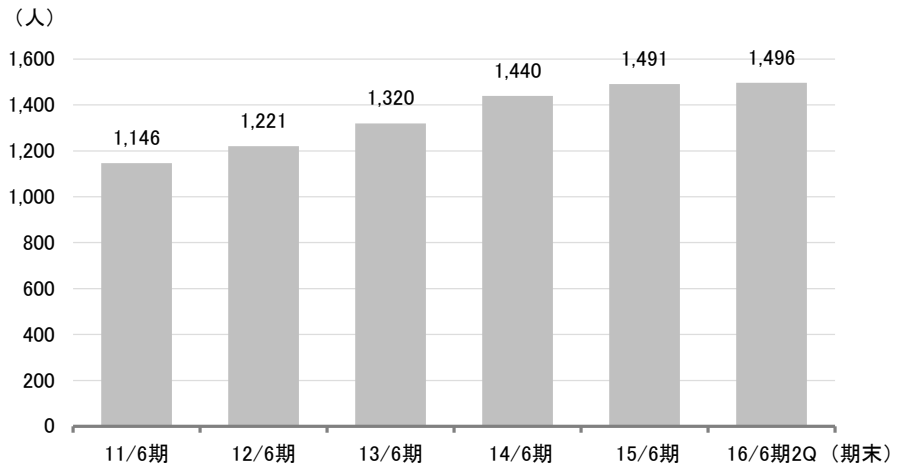
インターネット写真サービス事業では、スポーツ大会など各種イベント開催情報を収集し、主催者からイベントでの撮影許可を得ることから始まる。撮影許可が下りれば契約カメラマンを手配しイベント参加者などの写真撮影を行い、同社が写真データの収集・整理を行って、数日後に専用の Web サイトに掲載する。イベント参加者は同サイト内で撮影された好みの写真を選択し、注文する流れとなる。

収益構造としては、写真の販売額が売上高となり、カメラマンに対する報酬費用（撮影代）や主催者側に支払う撮影協賛金、プリント費用、システム維持費用などを差し引いたものが粗利益となる。粗利益率に関してはイベントごと、また販売数量によって変わってくるが、おおむね 50 ～ 55% の水準となる。

撮影するイベントはスポーツイベントや学校などの年間行事、地域のお祭りや音楽イベントなど多種多様だが、領域ごとに専門サイトを作ることで利便性を高めている。市場領域別の売上構成比（2016年6月期第2四半期累計実績）で見ると、マラソン大会などのスポーツ領域が 56.5% と最も大きく、次いで学校や幼稚園など教育領域が 26.6%、お祭りやコンサートなどの文化領域が 17.0% となっている。なお、教育領域についてはフォトクラウド事業で提携先のラボネットワークが営業活動を行っていくため、同社自らは新規開拓を行っていない。

主力のスポーツ領域では、年間 6,000 大会を超えるスポーツイベントの撮影を実施している。なかでも大規模なマラソン大会やトライアスロン、自転車大会では約 9 割のシェアを握り、同社のサービスがデファクトスタンダードとなっている。特に、マラソンでは参加人数が 1 万人を超える規模の大会が複数あり、スポーツ領域の売上高の 5 割弱を占める主カイベントとなっている。

同社がインターネット写真販売事業で成長できた要因は、同ビジネスモデルにいち早く着目し、先行的に市場を開拓してきたことに加えて、高品質な写真を撮影するプロのカメラマンの契約数を積極的に拡充してきたことが挙げられる。なお、2015年12月末の契約カメラマン数は 1,496 名と前四半期比で横ばいとなっている。イベントの数を絞り込んでいることもあり、カメラマンの人員としてはほぼ充足しており、現在は若手カメラマンのスキルアップに向けた取り組みを進めている。

**契約カメラマン数の推移**


### ○フォトクラウド事業

フォトクラウド事業は、写真館・撮影事業者向けに同社のインターネット写真販売システムを提供するサービスとなる。契約した写真事業者が学校や結婚式場などのイベントで撮影した写真を、同社が運営する学校写真専門サイト「スナップスナップ」やウェディング専門サイト「グロリアーレ」に掲載し、同社が最終顧客からの注文を受け、発送・決済する流れとなる。

収益構造としては、2パターンに分かれている。教育領域に関しては、ラボネットワークとの協業開始に伴い、2015年6月期第4四半期（2015年4月～6月）から売上計上方法を変更している。具体的には売上高を従来の総額表示（写真販売額）から、レベニューシェアやプリント費用などを除いた純額表示（システム提供及びノウハウによる収益）へと変更している。この結果、従来の粗利益が売上高として計上されるようになり、粗利益率はほぼ100%となる（厳密にはシステム維持費用や減価償却費などが按分計上されるため100%ではない）

一方、ウェディング領域に関しては、写真の販売額が売上高となる。費用としてはシステム維持費用やプリント・発送費用などのほか、写真事業者の販売額の一定料率を支払うレベニューシェアが含まれることになる。固定費としてはシステム維持費用のみであるため、費用の大半は変動費となる。粗利益率は約55%（純額表示）とインターネット写真サービスと比較して低いが、これはイベントの獲得を写真事業者自身が行っていることによる。

2016年6月期第2四半期累計の市場領域別売上構成比を総額表示基準で見ると、教育領域が63%、ウェディング領域が37%となっている。2015年12月末時点の教育領域における契約写真事業者数は1,410社と前四半期比で95社増となり、ラボネットワークとの提携効果により増加ペースが再加速している。



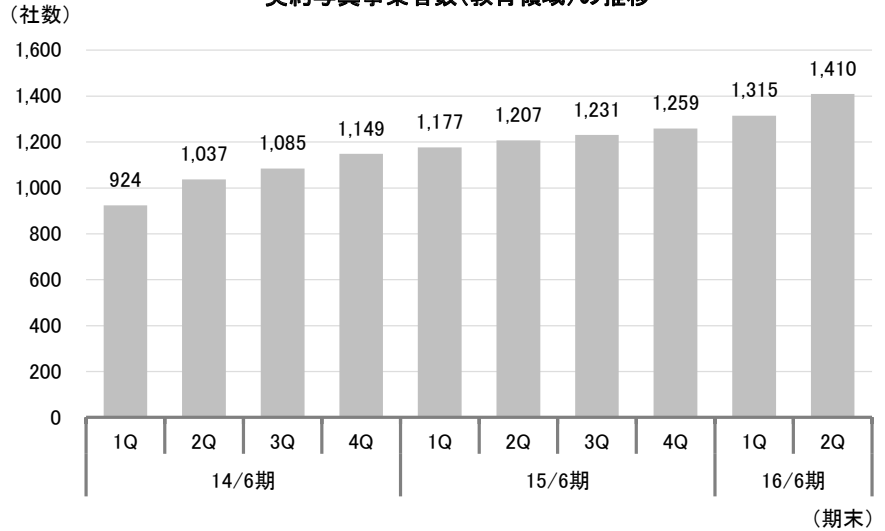
## フォトクリエイト

6075 東証マザーズ

<http://www.photocreate.co.jp/ir/>

2016年4月7日（木）

契約写真事業者数(教育領域)の推移



### ○広告・マーケティング支援事業

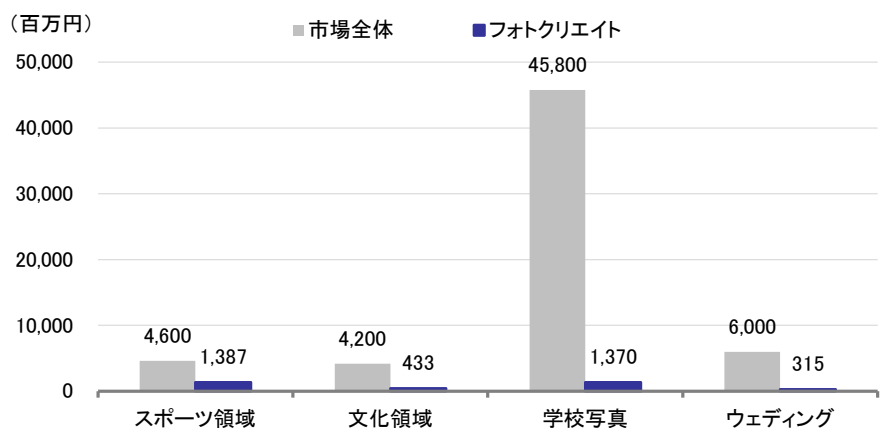
広告・マーケティング支援事業では、同社の Web サイト上におけるネット広告販売収入のほか、顧客企業の販促支援活動を行っている。例えば、マラソン大会に参加した写真購入者に対して、スポンサー企業の販促商品を写真と同梱して送るサービスや、サイト会員に対してのメール配信による販促支援などを行っている。現時点では、売上高の約3割をインターネット広告収入が占めている。現時点では、主力事業の付帯サービスの位置付けであり、費用も殆ど掛からないことから収益性の高い事業となっている。

### (2) 市場規模と会社のポジション

同社の調べによれば、既存市場であるスポーツ領域や教育、文化、ウェディング領域における写真の市場規模は年間600億円程度と推計され、同社のシェアは5%程度となっている。このうち、スポーツ領域だけで見れば約3割のシェアであり、同社が強い領域となっている。

また、競合状況に関しては既存の写真事業者が多くを占めるが、同社のようにインターネット販売を手掛ける企業も各領域で出てきている。ただ、複数の領域を横断的に展開し、カメラマンの契約数やイベント掲載数などスケールメリットを活かせる規模にまで拡大しているのは同社のほかになく、業界内で優位なポジションを確立していると言える。

領域別市場規模と売上高



注: 同社の売上高は2015/6期実績、学校写真は総額表示ベース

## 業績動向

### フォトクラウド事業の提携効果の発現が遅れ期初計画比で若干未達

#### (1) 2016年6月期第2四半期累計業績の概要

2月10日付で発表された2016年6月期第2四半期累計業績は、売上高が前年同期比5.2%減の1,514百万円、営業利益が4百万円（前年同期は18百万円の損失）、経常利益が5百万円（同16百万円の損失）、四半期純利益が1百万円（同13百万円の損失）となった。期初計画比との比較で見れば、売上高はフォトクラウド事業の提携効果の発現がやや遅れたことで若干未達となったが、利益面では販管費が計画を下回ったことから若干上回って着地した。上期に予定していた教育領域におけるマーケティング施策「親・子供・先生きずなプラスプロジェクト」の本格的な始動が、下期にずれ込んだことが主因となっている。

なお、売上高が減収となっているのは売上表示方法を変更したためで、前年と同じ総額表示基準で見ると9.9%増と順調に拡大している。主力のインターネット写真サービス事業で4.0%増、フォトクラウド事業で28.6%増、広告・マーケティング事業で5.4%増とすべての事業で伸び、なかでもフォトクラウド事業が好調に推移した。以下、総額表示基準で説明する。

売上原価率は61.3%と前年同期比1.1ポイント改善した。粗利益率の低いフォトクラウド事業の売上構成比が上昇したが、スポーツ領域における原価率改善効果がそれを上回って寄与した。撮影対象イベントの見直しと撮影カメラマン数の適正化に取り組んだことが原価率の改善要因となった。また、販管費のうち人件費率はフォトクラウド事業の成長により、前年同期比0.9ポイント低下の21.0%となった。逆に、その他販管費率は0.6ポイント上昇の17.5%となったが、これは「スナップスナップ」等のサービス強化によるシステム投資の増加が主因となっている。

#### 2016年6月期第2四半期累計業績

（単位：百万円）

	15/6期2Q累計		16/6期2Q累計			
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前年同期比
売上高	1,597	-	1,547	1,514	-	-5.2%
売上原価	996	62.3%	840	834	55.1%	-16.2%
販管費	620	38.8%	720	675	44.6%	8.8%
（人件費）	350	21.9%	-	368	24.3%	5.1%
（その他）	270	16.9%	-	307	20.3%	13.7%
営業利益	-18	-1.2%	-13	4	0.3%	-
経常利益	-16	-1.0%	-11	5	0.4%	-
四半期純利益	-13	-0.8%	-7	1	0.1%	-
				<b>総額表示</b>	<b>対売上比</b>	<b>前年同期比</b>
売上高				1,756	-	9.9%
売上原価				1,076	61.3%	8.0%
販管費				675	38.4%	8.8%
（人件費）				368	21.0%	5.1%
（その他）				307	17.5%	13.7%
営業利益				4	0.3%	-

2016年4月7日(木)

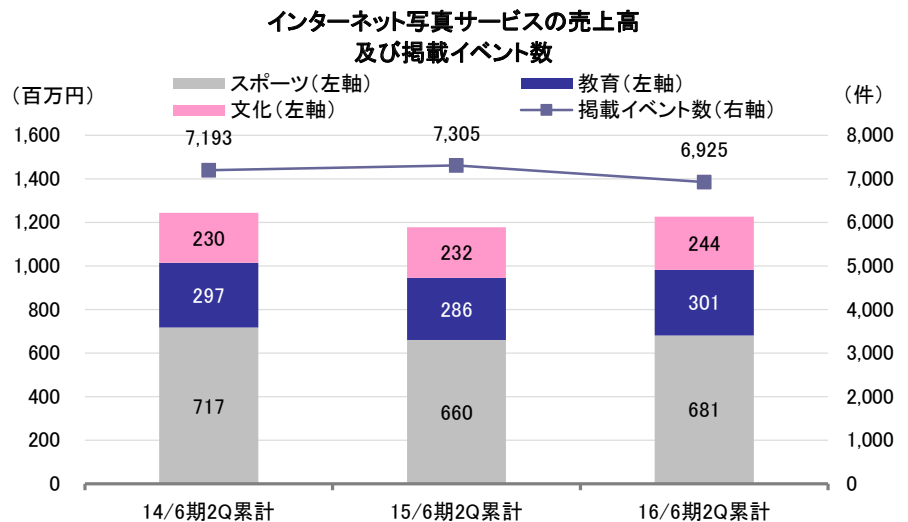
## インターネット写真サービス事業は各領域で売上を伸ばす

### (2) 事業セグメント別動向

#### ○インターネット写真サービス

インターネット写真サービス事業の売上高は前年同期比 4.0% 増の 1,228 百万円となった。全体のイベント件数は同 5.2% 減の 6,925 件と減少したが、これは収益性を強化するため、スポーツ領域でのイベント選別を進めたことが要因となっている。領域別売上高を見ると、スポーツ領域が前年同期比 3.2% 増の 681 百万円、教育領域が同 5.5% 増の 301 百万円、文化領域が同 4.6% 増の 244 百万円と各領域で売上げを伸ばした。

スポーツ領域に関しては掲載イベント数が減少したものの、前年同期に低調だった大阪マラソン大会の売上が復調したほか、その他新規のマラソン大会の売上が寄与した。また、教育領域では過去データから売れる写真の分析を行い、撮影方法の工夫により運動会を中心に1イベント当たりの売上高が増加した。文化領域では、新規事業である産院での新生児撮影と前年同期は撮影しなかった祭り案件の寄与により増収となった。



出所: 決算説明会資料



### ○フォトクラウド事業

フォトクラウド事業の売上高は前年同期比 28.6% 増の 492 百万円（総額表示）となった。領域別で見ると、教育領域が同 42.5% 増の 308 百万円、ウェディング領域が同 10.5% 増の 183 百万円といずれも好調に推移した。

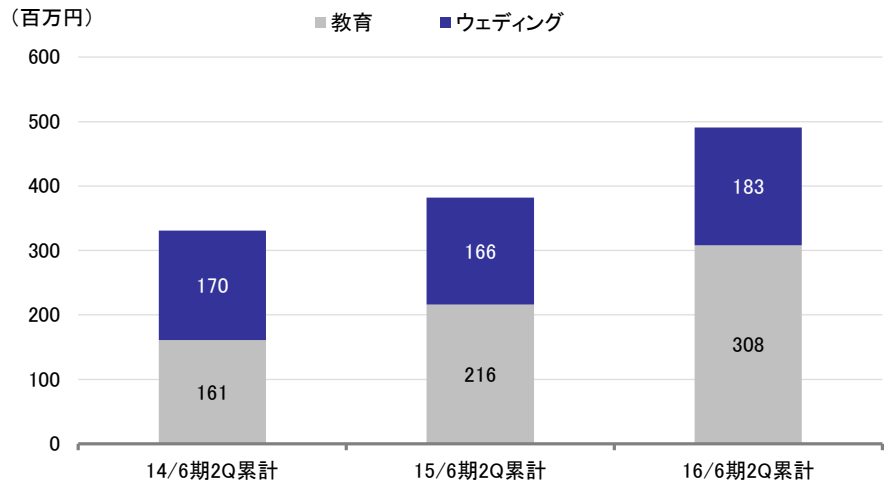
## フォトクリエイト

6075 東証マザーズ

<http://www.photocreate.co.jp/ir/>

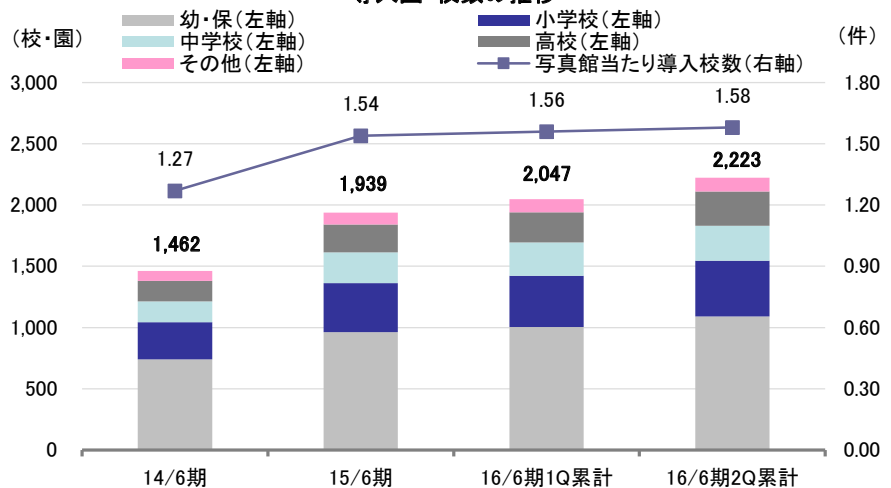
2016 年 4 月 7 日（木）

フォトクラウド事業売上高



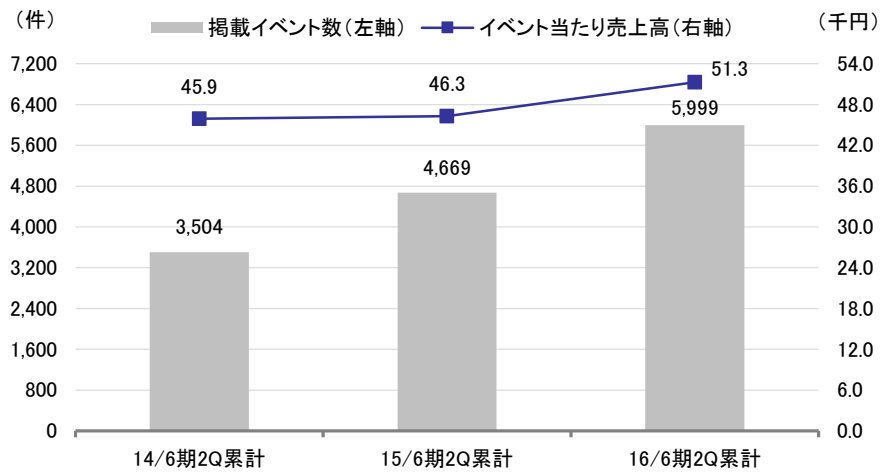
教育領域はラボネットワークとの提携効果が想定よりもやや遅れたとはいえ、順調に出てきている。契約写真館数は前期末比で 151 社増加の 1,410 社、導入園・校数は同 284 校増の 2,223 校となり、1 写真館当たりの導入園・校数も 1.58 校と着実に増加した。また、掲載イベント数は契約写真館数の増加とともに、前年同期比 28.5% 増の 5,999 件となった。1 イベント当たり売上高では同 11.0% 増の 51 千円と上昇したが、これはラボネットワークでの顧客開拓が首都圏や関西圏など大都市圏を中心に現在進めており、園児数や生徒数の多い幼稚園・学校の掲載イベントが増加したことや、期間内における天候が良好だったことなどが要因として考えられる。

導入園・校数の推移





教育領域の掲載イベント数とイベント当たり売上高



一方、ウェディング領域でも新興のウェディングプロデュース会社を中心に「グロリアーレ」の利用率が高まっており、挙式件数が前年同期比 5.8% 増の 21,133 組と堅調に推移したことが増収要因となった。

○広告・マーケティング支援事業

広告・マーケティング支援事業の売上高は前年同期比 5.4% 増の 35 百万円となった。自社 Web サイト上のディスプレイ広告収入や、マラソン大会におけるスポンサー企業の販促支援サービスなどが堅調に推移したほか、学校領域の事業規模拡大にともなって関連する新規顧客の開拓も順調に進んだ。

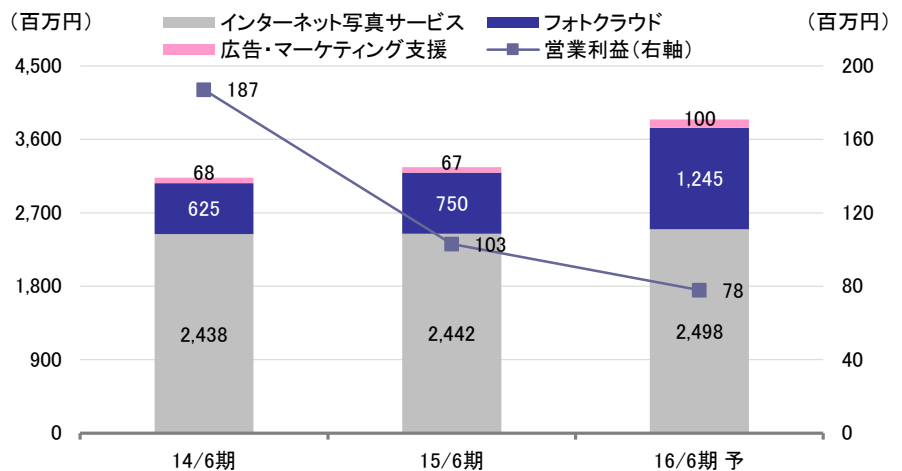
■今後の見通し

新規プロジェクト始動に伴う費用増で 16/6 期は減収減益見通し

(i) 2016 年 6 月期業績見通し

2016 年 6 月期の業績は売上高が前期比 1.0% 減の 3,144 百万円、営業利益が同 24.8% 減の 78 百万円、経常利益が同 21.2% 減の 83 百万円、当期純利益が同 22.1% 減の 51 百万円と期初計画を据え置いている。売上高の減収は表示方法の変更によるもので、総額表示基準だとフォトクラウド事業の成長により前期比 17.9% 増の 3,844 百万円となる見通しだ。売上高が実質 2 ケタ増収と伸びるにも関わらず減益を見込んでいるのは、教育領域での新規プロジェクト始動に伴うマーケティング費用やシステム開発費の増加、及び人件費の増加等を下期に見込んでいるためだ。

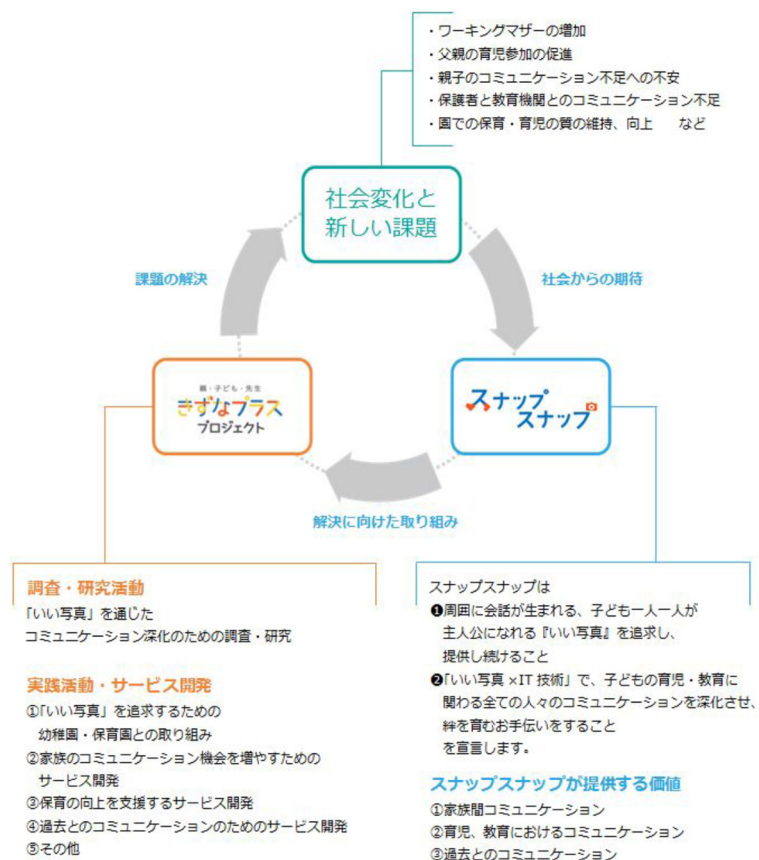
部門別売上高(総額表示)と営業利益



○「親・子ども・先生 きずなプラス プロジェクト」

教育領域の新規プロジェクトとして2015年11月より「親・子ども・先生 きずなプラス プロジェクト」を始動した。同プロジェクトは、スナップスナップを「学校写真向けインターネット写真販売サービス」から「周囲の絆を育む子どもの成長メディア」へと進化させる新たな事業構想となる。活動内容としては、写真を通じたコミュニケーション促進のための調査研究、「いい写真」を追求するための幼稚園・保育園との取り組み、「スナップスナップ」の各種機能強化のためのサービス開発を行っていく予定となっている。なお、サービス開発は、「家族のコミュニケーション機会を増やす」「保育の向上を支援する」「過去とのコミュニケーションを図る」といった視点から開発を進めていくことになる。

「親・子ども・先生 きずなプラス プロジェクト」の概要



出所：会社発表資料

既に、「家族のコミュニケーション機会を増やす」ことなどを狙いとした新サービス「snapair(スナップエア)」を2016年3月より開始している。同サービスは写真の撮影前6秒間の動画を保存し、ユーザーが購入した写真にスマートフォンをかざすと、その動画を見ることができサービスとなる。購入後1ヶ月間は無料で提供し、購入者が動画を保存したい場合は、別途料金を徴収する格好となる。6秒間の動画を切り取ることで撮影時の空間がリアルに再現され、ユーザーに新たな写真体験を提供する写真の進化形サービスとなる。まずは、インターネット写真サービス事業における約1,000の導入先に対してサービスを開始し、2016年度内にフォトクラウド事業における約2,000の導入先に展開していく予定となっている。

また、「スナップスナップ」では従来、購入者がインターネットを通じて写真を見る場合、購入者のみしか利用ができなかったが、今後は祖父母など遠距離で暮らしている家族でもID登録すれば利用できるようにするサービスも提供していく予定となっている。

## (2) 事業別売上見通し

事業別売上見通しでは、インターネット写真サービスの通期売上高は前期比2.3%増の2,498百万円と堅調推移を見込んでいる。先ごろ開催された一大イベントである東京マラソン大会が天候に恵まれたこともあり、今後天候条件の悪化がなければ計画は十分達成できるものと見られる。また、掲載イベントの選別や撮影カメラマンの適正化などは継続していくことから、利益率の改善も進むものと予想される。

フォトクラウド事業の売上高は前期比66.0%増の1,245百万円(総額表示)を見込んでいる。上期はやや未達となったものの、第3四半期以降はラボネットワークでの顧客開拓が進むことで成長スピードが加速すると見ている。顧客開拓を推進するため、首都圏エリアではラボネットワーク本社に週3回のペースで1~2名が出向き、同行営業を行っている。また、関西エリアでは営業所がラボネットワークと同フロア内にあることもあり、随時営業支援を行っている。

現在、ラボネットワークでも教育領域向けのインターネット写真販売サービスを既存の契約写真館向けに行っているが、同システムの新たな開発はストップしており、いずれ同社の「スナップスナップ」に一本化されることから、既存顧客の移行も今後本格的に進むことが予想される。ラボネットワーク社の取引先は約1,800社と同社の約1.5倍あるだけに、成長ポテンシャルは大きいと言える。

広告・マーケティング支援事業が同47.6%増の100百万円を見込む。インターネット広告収入に加えて、会員に対する企業のメルマガ配信、タイアップ企画での販促支援サービスなどを強化していく。具体的には、契約先の幼稚園に、ランドセルメーカーや食品メーカーなどとキャラバンを組んで、販売キャンペーンを行っていく。

なお、2015年秋より「スナップスナップ」においてサービスを開始する予定となっていた顔認識エンジン「Faceee」については、顔認識の精度向上が困難なことから、商用ベースで展開することを延期した。具体的には、撮影された様々な角度の顔写真を正面化して認識する精度の向上が進まなかった。このため、今後は自社で引き続き研究開発を進めながら、高精度の画像認識技術をオープンプラットフォームで提供する企業が出てくれば、技術導入して同サービスを展開していくことを考えている。

## 進行中の中計における売上高は今後3年で2倍以上の成長を目指す

### (3) 中期経営計画

現在、進行中の3ヶ年中期経営計画では最終年度となる2018年6月期に、売上高で4,233百万円、営業利益で464百万円を目標として掲げている。売上高を総額表示ベースでみれば、7,162百万円となり、今後3年で2倍以上の成長を目指す格好となる。

けん引役となるのはフォトクラウド事業で、総額ベースで見たフォトクラウド事業の売上高は2015年6月期の750百万円から、2018年6月期は4,090百万円と急拡大を見込んでいる。なかでも、注力市場である教育領域でいかに導入校・園数を伸ばせるかが中期計画達成の鍵を握っていると言える。

### 中期経営計画

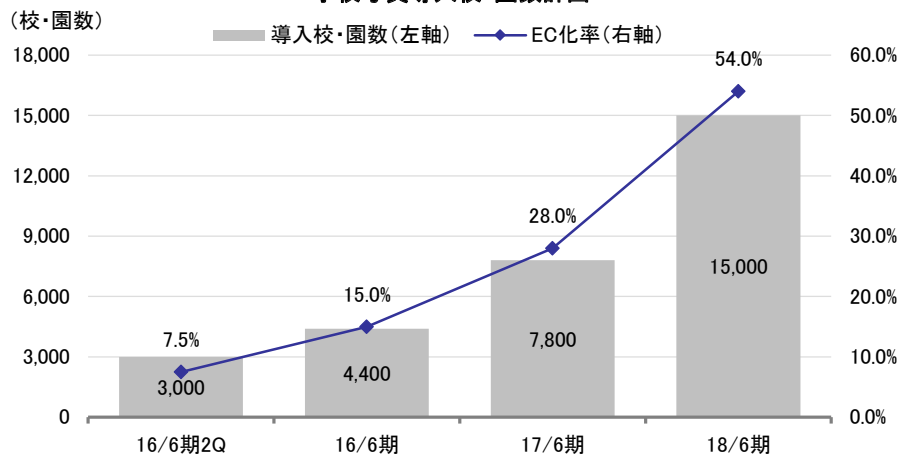
(単位：百万円)

	15/6期	16/6期	17/6期	18/6期
売上高	3,178	3,144	3,620	4,233
成長率	1.5%	-1.0%	15.1%	16.9%
営業利益	103	78	228	464
成長率	-44.5%	-24.8%	192.2%	103.5%
売上高（総額表示）	3,260	3,844	5,033	7,162
成長率	4.1%	17.9%	30.9%	42.3%
インターネット写真サービス事業	2,442	2,498	2,666	2,872
成長率	0.1%	2.3%	6.7%	7.7%
フォトクラウド事業	750	1,245	2,217	4,090
成長率	20.0%	66.0%	78.0%	84.5%
広告・マーケティング支援事業	67	100	150	200
成長率	-0.4%	47.6%	50.0%	33.3%

### ○学校写真市場の成長性について

中期経営計画では、学校写真市場におけるEC化率が2016年6月期第2四半期時点の9～10%から2018年6月期には54%まで上昇することを前提に、同社サービスの導入園・校数を約3,000校から15,000校に拡大していく計画となっている。

### 学校写真導入校・園数計画



出所：決算説明会資料

2016年4月7日（木）

## ■今後の見通し

現在、学校や幼稚園ではイベント時に撮影する写真の販売に際しては、現場の教師などが取りまとめて発注や代金の支払い手続きなどを行っており、作業の煩雑さからEC化を望む声は大きい。学校など教育機関は保守的で横並び体質のところが多いため、EC化のスピードが緩やかではあるものの、現場のニーズや利便性なども考慮すると、今後EC化が進むことは間違いなく、今後3年間で普及加速期に入ると同社ではみている。特に、2015年以降、富士フイルムホールディングス<4901>やスタジオアリス<2305>など大手写真サービス事業者が同領域に参入したことも教育機関側の認知度向上につながり、今後の普及を加速させる要因になるとみられる。

こうしたなかで、現在、同社の学校写真の契約写真館数は約1,200社、ラボネットワークは約1,800社（うちインターネット写真販売を導入しているのは数%）となっている。1写真館当たり約10校の学校・園と取引があるため、現状の契約写真館の取引先が全てインターネット写真販売を導入したとすれば、約30,000校となる計算になる。普及率が50%と仮定すれば15,000校となり、EC化率が50%を超えることを前提とすれば達成可能な数字となる。

スマートフォンの普及によってインターネット利用者の普及率は既に80%を超えており、学校におけるEC化率も長期的に見ればさらに上昇が見込まれる。こうしたなかで、「親・子ども・先生 ぎずなプラスプロジェクト」の取組みを開始するなど、業界に先駆けて教育領域での顧客開拓に注力している同社は、ラボネットワークの全国の営業リソースを活用していくことで今後も市場シェアで3～4割とトップシェアを維持し、成長を続けていくことが可能と弊社では見ている。

## ■財務状況と株主還元について

## 学校写真領域の成長により収益が拡大すれば財務基盤の拡充も進む

2015年12月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比458百万円増加の1,734百万円となった。現預金が127百万円減少した一方で、関係会社株式の取得で492百万円増加したことが主因となっている。2015年7月に（株）アロバの株式を取得した（出資比率49.0%）。アロバは国内のネットワークカメラ用ソフトウェアで国内シェア29.6%と8年連続トップとなった企業で、現在、営業上の取引関係はないものの、画像分析技術など開発面でのミーティングは定期的に行っている関係にある。

負債合計は前期末比435百万円増加の885百万円となった。関係会社株式の取得費用などで有利子負債が338百万円増加したことが主因となっている。また、純資産は前期末比22百万円増加の848百万円となった。新株発行に伴い資本金、資本剰余金が各10百万円増加した。

経営指標を見ると、有利子負債の増加に伴い自己資本比率や有利子負債依存度などの指標がやや悪化した。ネットキャッシュは黒字を維持しており、財務体質は健全な状態が続いていると言える。今後、学校写真領域での成長により収益が拡大すれば、財務基盤の拡充も進むものと予想される。

なお、株主還元については、現在は投資フェーズであること、また、内部留保の充実など財務基盤を強化する段階であることから無配としているが、将来的には東証1部または2部への上場を目指しており、その段階で配当も実施したい意向を示している。



フォトクリエイト

6075 東証マザーズ

<http://www.photocreate.co.jp/ir/>

2016年4月7日（木）

貸借対照表

(単位：百万円)

	14/6 期	15/6 期	16/6 期 2Q	増減額
流動資産	1,124	1,145	1,110	-35
(現預金、有価証券)	893	872	745	-127
固定資産	102	130	623	493
総資産	1,227	1,275	1,734	458
負債	483	449	885	435
(有利子負債)	195	144	482	338
純資産	744	826	848	22
(安全性)				
自己資本比率	60.7%	64.5%	48.8%	
有利子負債比率	26.2%	17.6%	57.1%	



#### ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ