

・経営成績

1. 当期の概況

(当企業グループを取り巻く事業環境について)

当中間期の国内経済は、厳しい状況をなお脱していませんが、国内総生産（GDP）は二期連続プラス成長となり、穏やかな改善が続いています。設備投資は一時的に減少しましたが、先行指標や機械受注の堅調さをみると今後拡大する可能性が高く、企業の構造調整の影響を受ける個人消費も所得が下げ止りつつあり改善の傾向がみられます。成長継続には IT 関連の普及が欠かせなく、情報技術、環境等の分野で中期的な成長のために補正予算を組む政策が期待されます。

こうした市場環境の下、我が国の PC 市場は、消費者市場の好調に加え、企業市場でも堅調に推移しています。日本電子工業振興協会によれば、平成 12 年度第 1 四半期の国内本体出荷台数は 2,739 千台（前年同期比 135%）となり、5 四半期連続で 130%を超える成長を遂げています。IT 関連調査会社の IDC によれば、米国と日本の需要が高まっていることから、全世界の PC 市場は今年下半期さらに拡大すると予測されます。一方、世界の携帯電話加入者は 6 億人に達し、パソコンユーザを抜きました。開始 1 年半で 1 千万人を超える利用者を獲得した NTT ドコモの「i モード」は携帯電話の枠を超えて無限の可能性を実証しました。

ところで、比較的好調なハードウェア市場に比べ、ソフトウェア市場は多くのソフトがハードウェアにプリインストールされていること等の影響を多大に受けており、パッケージソフトウェア市場は芳しくない状況と喧伝されています。

(当企業グループが採った販売戦略について)

当企業グループは、前述のパッケージソフトウェア市場環境のもと、当該ビジネスを継続すると将来的な事業リスクが高くなるものと認識しました。よって当中間期においては、インターネットを通じたソフトウェアデリバリーサービスの機能を強化・発揮すべく、e-コマースを中心とした販売を開始しました。また、販売方法の円滑な転換、EC サイトの社内チェックを徹底する他、新バージョン製品を 1 ヶ月間限定で事前は無償配布したため、6 月末まで製品の出荷を停止しました。そして平成 12 年 7 月より、グラフィックソフトのバージョンアップ 2 製品（G.CREW8 及び Photo Crew2）と新製品である米国 ArcSoft 社製イメージエンターテイメントソフト（PhotoMontagePro）をインターネットを中心にダイレクトに受注販売いたしました。

(事業の種類別セグメントの業績について)

・自社開発製品

7 月からグラフィックソフトのバージョンアップ 2 製品（G.CREW8 及び Photo Crew2）と他社開発新製品である米国 ArcSoft 社製イメージエンターテイメントソフト（PhotoMontagePro）のダイレクト販売を展開し、売上は 90,137 千円となりました。

店舗販売の中止により売上は大幅に減少しましたが、当企業グループが得意とするグラフィックソフト分野は、デジタルカメラ、カラープリンタ、スキャナーなどの普及により急速に市場が拡大しています。更にこの分野はインターネットとの親和性が高く、当企業グループの販売戦略と

も方向性が合致しています。インターネットの市場は加速度的に広がりつつあり、製品の供給スタイルを従来のパッケージに加え、ダウンロード、ASP と拡大・多製品化することで、中長期的に売上も増大すると考えています。

・他社開発製品

当企業グループはマルチメディア製品を販売する(株)イー・プレジャーを5月に設立しました。共同出資者である新光商事(株)（東証一部上場）との間でサプライチェーンマネジメントを展開し、他社が開発するハードやソフトを幅広く供給できる体制を整え、自社で開発する製品と同様にこれらの製品も7月から出荷することができました。しかしながらキラコンテンツとなる他社開発製品の開拓が難航し、売上は7,822千円にとどまりました。

・ポータル配信

当中間連結会計期間の売上はありません。

(株)アクセス・クロッシングについて)

当企業グループは、収益力の源泉になるであろうASP事業の早期実現に向けて、(株)ACCESS、(株)ジャストシステム、(株)プラザクリエイトと共同で合弁会社「(株)アクセス・クロッシング」を設立しました。

現在、ASP サービスを提供するための技術開発等を既に開始しており、プロトタイプが完成している状況にあります。

PDA（携帯情報端末）の高機能化、パソコンの小型軽量化、さらには携帯電話の通信速度の高速化により、あらゆるモバイル端末は「インターネット情報通信端末」として融合する流れにあります。そして将来的には、既存のパソコン市場よりも有望で成長性の高い「インターネット情報通信端末」市場への早期参入とASP事業における世界水準のデファクトスタンダードの獲得を実現していきたいと考えています。ただ、現行端末では通信速度や処理能力に限界があり、JAVA対応の製品やサービスの供給が本格化するの、次世代「インターネット情報通信端末」の出荷が予定されている次期第1四半期（平成13年4月～6月）からになるものと予測しています。

(当中間期の業績について)

上記の結果、当中間期の売上高は、販売チャネルの変更により第1四半期（平成12年4月～6月）の売上高がほぼ皆無になった他、第2四半期（平成12年7月～9月）も従来の店舗販売による販売額を維持することができず、97,960千円となりました。一方、経費においても、ASP対応ソフトの研究開発活動を積極的に推し進め、更にインターネット販売に向けた広告宣伝活動を開始したため増加し、経常損失が303,055千円生じました。なお、前期から税効果会計を導入していますが、これにより当中間純損失は173,535千円にとどまりました。

当中間期の営業活動によるキャッシュ・フローは、上記の通り販売方法の転換、研究開発活動及び広告宣伝活動の促進により経常損失が発生したため、282,763千円の減少になりました。また、投資活動によるキャッシュ・フローにおいては、インターネットによるダイレクト販売に必要な設備・ソフトウェアを購入した他、預け入れ期間が3ヶ月を超える定期預金に6,100,000千円を預け入れたため6,206,758千円の減少となりました。一方、財務活動によるキャッシュ・フローにおいては子会社である(株)イー・プレジャー設立時に少数株主からの払込みによる収入が60,000千円計上され

ました。以上の結果、当中間期の現金及び現金同等物は 6,429,522 千円減少しました。なお、フリーキャッシュ・フローは販売戦略を遂行するため、営業活動によるキャッシュ・フローがマイナスとなり、投資活動によるキャッシュ・フローも有形固定資産等の取得や預け入れ期間が 3 ヶ月を超える定期預金に預け入れたことによりマイナスになり、6,489,522 千円減少しました。

2. 当期の見通し

(販売戦略について)

現在、当企業グループの第一目標はインターネットを介した属性を持つユーザ数の増大です。わが国のインターネット市場は、米国に約 2~3 年遅れていると想定されます。このため米国企業の例を参考にできる利点がありますが、同時に有望な市場はすぐに寡占化する状況にあります。即ちわが国のインターネット市場はドッグイヤーよりも短い時間軸で進行している現状があります。従来からインターネットビジネスで勝者となるためには、「メトカーフの法則」つまり「ネットワークの価値はユーザ数の二乗に比例する」という効果を有効に利用する必要があると言われてきました。これにならい当企業グループは、当期において、これまで以上に広告宣伝活動を積極的に推し進め、更に主力製品の筆自慢を無料で配布するなどし、インターネット e-コマースを用いたダイレクト販売を早急に軌道にのせるよう図っていきます。当企業グループは、コンテンツ配信型ポータルサイトの運営を行うアイメディアを立ち上げます。ネット上でさまざまなコンテンツを提供し、ソフトウェアビジネスとのシナジー効果を最大限高め、ユーザの選択の幅を広げ利便性に寄与していきます。また、本業から派生するバックビジネスなど、さまざまな手法で多角的に収益をあげられる企業となるべく事業展開していきます。

(販売戦略が及ぼす影響について)

ユーザ数を増やし、売上を伸ばすため、さらに積極的な広告宣伝活動が必要と考えています。まず、会員向広報誌を送付数量及び質とともに充実していきます。また、筆自慢無料版の配布を開始致しました。さらに、新聞、雑誌、インターネット等を通じて当企業グループに関する情報を大量に露出しユーザに広く告知します。これらの広告宣伝活動により経費の著しい増加が予想される一方で、売上はこれらの活動に遅行することから、当期においては利益の圧迫要因になるものと予想しています。

(事業の種類別セグメントの業績について)

自社開発製品

筆自慢等パッケージソフトの平均単価の下落トレンドは、今後も続くものと予想されますが、当企業グループの製品はすでに市場で高い認知度・シェアを有しています。次期以降、インターネット e-コマースがより一般的なものとなり、販売チャネル変更にとともなう売上減少傾向に歯止めがかかると想定しています。

他社開発製品

今後、商品点数を増加させていくとともにオリジナル製品の販売を行う予定です。当面、大きな設備投資の必要がなく、経費節約を徹底することにより、損益分岐点をクリアしていきます。

ポータル配信

次期以降、広告・制作収入等により収益を伸ばしていく予定です。

(株アイメディアについて)

(株)アイメディアは、コンテンツ配信型ポータルサイトの運営を事業目的とします。これまでのサイトにはなかったオリジナルなコンテンツやサービスを提供することで、既存のポータルサイトをも凌駕するユーザ数とページビューを獲得し、広告及び制作受託収入をベースに高い収益をあげていく予定です。

激しいポータル競争を勝ち抜くためには、ユーザを呼び込むためのセールスポイントの確立が不可欠となりますが、その具体的な戦術として次の3点を柱として構築します。

クオリティを持つ Web マガジン

これまでにない懸賞システム

ダウンロードや ASP を主体とするソフトウェア供給

なお当期においては、人気・知名度をいち早く確立するため、先行的にサーバ初期費用に伴う償却費や広告宣伝費を多額に計上しますので、第13期連結業績においてもマイナスの効果をもたらす可能性があります。

(利益配分について)

インターネット市場においてアドバンテージを確立するため、直近の利益よりその目標達成の為の施策を優先しています。ダイレクト販売、ASPの早期実現、(株)アイメディアの立ち上げにあたり、積極的な広報活動を通じて将来に対する布石造りをしていく予定です。よって配当による株主の皆様に対する利益配分については、これらの事業から得られる収益が確実になった時点から行う予定であり、当期においては実施しない方針です。

(業績の見通しについて)

当企業グループは今後、既存の事業以外にも新規事業や M&A 等を実現させる可能性があり、当期の見通しに関しましては、それらの事業の実現状況により大きく左右されることが考えられます。また、高速通信手段の普及などインフラの進展状況、ASP 分野での他企業の参入状況とそれによる競合状態など、収益予測が立てにくい状況にあります。更に当期においてはユーザ数増大のため、広告宣伝費を多額に計上しますので、利益を圧迫する要因になります。来期以降は、ソフトウェアビジネスのダイレクト販売収入、ASP 事業利用手数料収入、ならびにコンテンツ配信型ポータルサイトの運営による広告・制作収入に目途を立て、着実に利益が獲得できる方向に向かうと考えます。

・特別記載事項

(法的規制について)

現在、日本国内においてはインターネット上の情報流通やECのあり方についてさまざまな議論がなされている段階です。当企業グループが営むインターネット関連事業そのものを規制する法令はありませんが、今後、インターネットの利用者や関連するサービス及び事業者を規制対象とする法令等が制定されたり、既存の法令等の適用が明確になったり、あるいは何らかの自主的なルール化が行われた場合、当企業グループの事業が制約される可能性があります。

(特許侵害による訴訟の可能性について)

インターネット関連事業における新サービス、マーケティングの仕方、在庫管理の手法など、一見あたり前のように思えるものでも、従来なかったアイデアが盛り込まれていれば、特許として成立する可能性があります。当企業グループは、製品ばかりでなくビジネスモデルについても特許となりうるものに関しては、積極的に権利の取得を目指すとともに特許調査を入念に行っています。しかしサブマリン特許の存在も想定されるため、特許侵害により第三者から製品の販売差止等の訴訟を提起され損害を被る可能性があります。一方、当企業グループはブランドも企業活動における重要な財産と認識しており、積極的に商標権を取得する計画です。但し、商標の獲得に成功した場合でも、商標がブランドとして認知されるには、プロモーションに多大な時間とコストが必要になることが多く、このことが当企業グループの業績に影響を与える可能性があります。なお、本年6月に開催された定時株主総会において監査役を3名選任しましたが、選任された監査役のうち1名は弁理士であり、こうした当企業グループの特許侵害のリスクに対して機能的に働くものと考えています。

(広告について)

当企業グループは広告内容及び広告バナーに関して、独自の掲載基準である「バナー広告掲載基準」を設定し、日本国内の法令に抵触しないよう自主的な規制を行っていく予定です。さらに当企業グループは自主的な規制によって違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護について配慮しています。また、当企業グループのサービスの利用者に対して、インターネットの閲覧やインターネット上への情報発信は利用者の責任において行うべきものであり、その損害に関して当企業グループは責任を負わない旨を掲示していく予定です。しかし、これらの対応が十分であるとの保証はなく、当企業グループのWebサイトに関して、サービスの利用者もしくはその他の関係者、行政機関等からクレーム、損害賠償請求等を受け、ユーザからの信頼が低下してページビューが減少し、サービスの停止を余儀なくされる可能性があります。

(ユーザ情報について)

当企業グループのデータベースは、外部から不正アクセスができないようにファイアウォール等のセキュリティ手段によって保護されています。また、プライバシー保護についても十分な対応を行っています。

現在、当企業グループは製品発送のためユーザに個人情報を登録していただいています。今後も、(株)アイメディアのサービス開始にあたり、Web上でさまざまな個人情報を登録していただきます。当

企業グループでは、ユーザの個人情報は内部で利用することはありますが、広告主を含む外部の関係者に公開することはありません。しかし、これらの情報が何らかの形で外部に洩れたり、悪用されたりする可能性が皆無とはいえません。

(特定の人物への依存について)

当企業グループ代表取締役社長 永田典久は、経営戦略の他、製品戦略並びに開発戦略等においても重要な役割を果たしています。また、他の取締役も当企業グループの業務に関して専門的な知識・技術を有しています。これらの者が当企業グループを退職した場合、後任者の選任に関し深刻な問題に直面する可能性があり、当企業グループの業績に重要な影響が生じる可能性があります。

(当企業グループが販売する製品点数について)

当企業グループの主力製品は、平成 12 年 3 月末現在 G.CREW シリーズ、Photo Crew シリーズ、筆自慢シリーズ及び米国 ArkSoft 社製 PhotoMontagePro で、これら主力製品により当企業グループ売上のほとんどが構成されています。当企業グループは、新製品を開発すること、子会社「(株)イー・プレジャー」を通じて他社が開発する製品を販売すること等で、販売する製品点数が少ないことから生じるリスクを軽減しようと考えています。しかしながら新製品の開発や他社開発製品の販売が予定通りに行われず、かつ主力製品の製品競争力が急激に低下したり、市場のニーズが急速に冷え込んだりした場合には、当企業グループの事業に重大な影響を及ぼす可能性が存在します。

(製品の致命的不具合(バグ)により、販売を継続できなくなる可能性について)

ソフトベンダーにとって、プログラムの不具合であるバグを無くすことは重要な課題ですが、今日のように高度なソフトウェア上でバグを皆無にすることは不可能とさえ一般的に言われています。当企業グループは製品の信頼性を高めることが、長期的なユーザの獲得につながるものと考え、いたずらに高度な機能を製品に搭載するのではなく、十分なテストを経た信頼性の高い機能のみを製品に搭載してきました。しかし入念なテストを行ったとしても、依然として全事象についてテストを行っているわけではなく、予期し得ない致命的なバグを製品に内在したまま販売する可能性があります。製品を発売した後、運用上支障をきたす致命的なバグが発見された場合、先ずその製品を回収する必要があり、その回収に多大な費用が発生します。そしてそのバグを解決するのに長期間要する場合、その製品の販売を継続できず収益が悪化する可能性があります。今後も同様に信頼性の高い製品を開発するといった開発方針を継承しますが、これによって致命的なバグが皆無になる保証はありません。

(今後の事業展開について)

当企業グループは当期から、ダイレクト販売の第一弾としてインターネットによる受注販売を始めました。次に第二弾としてインターネットによるダウンロード販売を予定しています。当期末までに、インターネットによるダウンロード販売の技術を完成させ、サービスを開始する予定です。同時に ASP 事業のテストサービスを開始し、平成 13 年以降の事業開始に目処をたてています。さらに当中間期において設立された合併会社「(株)アクセス・クロッシング」の目的の一つに NonPC 向け ASP 事業の早期実現があげられます。一方、コンテンツ配信型ポータルサイトを構築・運営する(株)アイメディアを設立しました。ソフトウェアのダウンロード・ASP 供給に向けて、同ポータルサイト上にて最大限のシ

ナジー効果を発揮すべく経営資源を傾注していきます。当企業グループとしては ASP 事業に適した製品の開発を早急に行い、わが国の通信回線の高速化や低料金化によってもたらされる ASP 市場の普及に先行して自社開発製品を投入していく予定です。

(1) インターネットの普及及び通信インフラについて

当企業グループの事業はインターネットに深く関連しているため、インターネット上の情報通信または商業利用が今後も広く普及し、インターネットユーザにとって快適な利用環境が実現されることが、当企業グループ成長のための基本的条件となります。安価な定額制による常時接続と高速接続を実現する通信インフラが徐々に事業化されつつありますが、米国に比べかなりの遅れが目立ちます。こうした通信インフラの向上速度が、一般的な予測より遅れた場合、当企業グループの事業に対する制約が続くことになり、業績に影響を与える可能性があります。

(2) サーバやシステム等がダウンすることにより、ビジネスが継続できなくなる可能性について

当企業グループは、サービスを支えるサーバの負荷分散、バックアップの励行等を図り、その安全運用に努めています。また、利用者の拡大にあわせたサーバ増強を継続的に行う方針です。しかし、インターネットを媒介としたビジネスにおいては、地震や水害等の天災・地変、コンピュータウィルス、電力供給の停止、通信障害、通信事業者に起因するサービスの中断や停止など、現段階では予測不可能な事由により、ビジネスが継続できなくなる可能性があります。これによりインターネットを媒介としたビジネスを継続できず、収益が悪化する可能性があります。

(3) ASP事業の将来性について

ASP とは、アプリケーション機能をインターネット経由で期間貸しするサービスで、ソフトウェア販売のパラダイムを根本から変える可能性を持つものだといえます。日本でも数多くの企業が ASP に参加し始めましたが、ASP 市場は立ち上がったばかりで、ビジネスモデルもまだ模索の段階にあるとみられています。IT 関連の調査会社である日本ガートナーグループによれば、日本の ASP 市場は平成 16 年に、平成 12 年の 12 倍である 3,127 億円になると予想しています。ASP 市場そのものの将来性に対しては、現在のところ楽観論が大層を占めますが、ガートナーグループは今後 ASP を扱う企業レベルの過酷な競争・統合が不可避と予想しています。当企業グループは、ASP 市場で勝ち残るため各分野で最も優れた技術を有する企業の結集が必要であると考え、(株)ACCESS、(株)ジャストシステム、(株)プラザクリエイトと合併で(株)アクセス・クロッシングを設立しました。また、この(株)アクセス・クロッシングによる ASP サービスとは別に、当企業グループ独自の ASP サービス事業も予定しており、さらにマイクロソフト社の「.NET」や Palm 社の NonPC 用 OS「PalmOS」等に対応した ASP サービス事業を計画しております。このように当企業グループとしては、ASP 事業に適した製品の開発を早急に行い、これに経営資源を傾注していく予定です。

(4) 広告メディアとしてのインターネット利用について

日本国内の広告費全体に占めるインターネットを利用した広告事業の割合は、未だ0.4%のみです。現在はまだ揺籃期であり、広告主、広告利用者及び広告代理店等による広告メディアとしてのインターネットの評価も完全に確立されたものとはいえません。今後、インターネット広告が広く普及する

ためには、インターネット広告の有効性を評価するための標準的な手法が確立し、第三者的な機関による評価が行われることが望ましいと考えられます。しかし、現在の日本においては、本格的な評価をする機関の数が限られています。したがって、インターネットが関係者から認知され、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等の従来の広告媒体に伍して事業性のある広告媒体として定着するかどうかは不明確な部分があります。

(経営成績について)

当企業グループは、IT市場の変革に遅れることなく、一定以上のシェアを獲得することが将来的な利益の源泉になり、それが最重要課題であると考えています。よってこの市場の流れの頂点に立つべく、当面はユーザ数を増加させることに経営資源を集中させる予定です。ユーザ数を増加させる方法として、更なる低価格戦略の採用、広告宣伝の拡大、利用期間限定の見本製品の無償配布等があげられますが、これらは費用を増加させる要因となります。当中間期においては、インターネットe-コマースによる販売を7月から実施しましたが、結果として売上高は減少しました。この傾向は少なくとも当期末まで続く見通しですが、当面利益の獲得以上にシェア拡大を重視する方針です。よって今後においても、目標とする数値に達するまでこうしたシェア拡大策を継続するため、経常的に利益が増加しない可能性もあります。