

株式会社アスカネット

2019年4月期 第2四半期決算説明資料

CONTENTS

1.第2四半期 決算の概要

1-1.決算概要	03
1-2.損益状況	04
1-3.費用状況	05
1-4.セグメント別損益状況	06
1-5.財務状況	07
1-6. キャッシュ・フローの状況	08

2.メモリアルデザインサービス事業

2-1.メモリアルデザインサービス事業ビジネスモデル	10
2-2.事業概況・売上の推移	11
2-3.重要指標の推移	12
2-4.市場環境	13

3.パーソナルパブリッシングサービス事業

3-1.パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル	15
3-2.市場別売上の推移	16
3-3.重要指標の推移	17
3-4.パーソナルパブリッシングサービス事業のサービスラインナップ	18
3-5.上期の状況	19
3-6.下期の取り組み	20

4.エアリアルイメージング事業

4-1.エアリアルイメージング事業の概要と方針	22
4-2.当期の取組状況と今後の方針	23
4-3.樹脂製ASKA3Dプレートについて	24

5.2019年4月期 通期見通し

5-1.通期見通し	26
-----------	----

1.第2四半期 決算の概要

Balancing of accounts summary

1-1.決算概要

売上

メモリアルデザインサービス事業は計画を下回ったものの伸長。パーソナルパブリッシングサービス事業のOEMが成長をけん引し、BtoBも概ね順調だが、マイブックは苦戦。エアリアルイメージング事業は小ロットながらガラス製ASKA3Dプレートを販売し、樹脂製は下期から寄与予定。

全事業で売上は増加し、その結果、売上高は前年同期比4.5%増の2,912百万円となった。

原価率

メモリアルデザインサービス事業で画像処理オペレーターの人員を増加させたことにより、原価率が上昇した。パーソナルパブリッシングサービス事業は、OEM生産設備を前期に増加させたものの、売上増が寄与し、原価率はほぼ横ばい。全社の原価率は前年同期に比べ0.8ポイント上昇した。

販売管理費率

全社的に昨年秋からの送料の値上げの影響を受けたものの、特にエアリアルイメージング事業において、展示会を絞ったことにより広告宣伝費が減少し、販売管理費率は前年同期に比べ1.3ポイント減少した。

利益の前期比

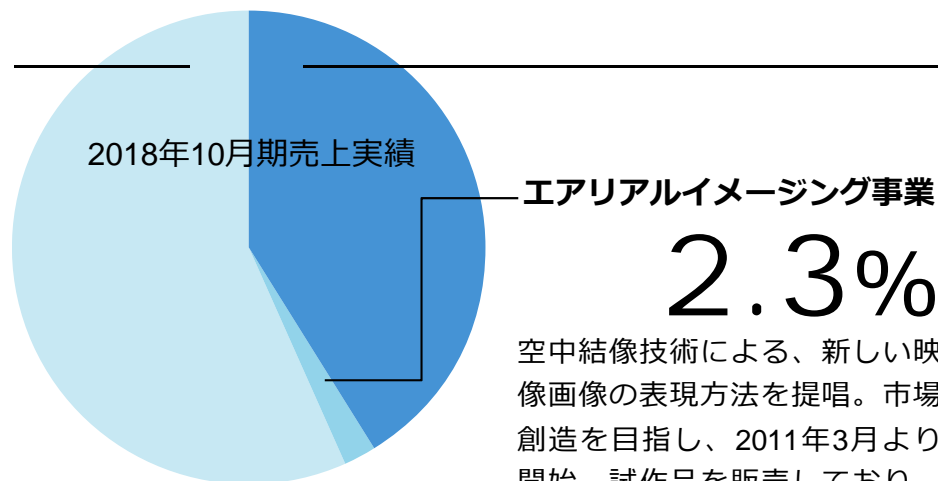
以上により、経常利益は前年同期比9.2%増の310百万円、四半期純利益は前年同期比7.7%増の211百万円となった。

パーソナルパブリッシング
サービス事業

56.5%

「一冊からの本格的写真集」をインターネットから受注し製作するサービス。従来の写真プリントを印刷・写真集に置き換える新しい写真文化を提唱。

約4,050社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約178万冊を提供（OEM含み、プリント除く）。



エアリアルイメージング事業

2.3%

空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。試作品を販売しており、安定した量産の確立を目指す。

メモリアルデザイン
サービス事業

41.2%

葬儀社や写真館との間にネットワークを構築し、葬儀に使用する遺影写真の合成・加工などを行い、配信するサービス。約2,450カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約35.4万枚の写真画像を提供。

1-2.損益状況

単位：百万円

	2017年10月期		2018年10月期		増減額 対前年同期比
	実績	%	実績	%	
売上高	2,787	100.0	2,912	100.0	+125
(メモリアルデザインサービス事業)	1,170	42.0	1,202	41.2	+32
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	1,559	55.9	1,650	56.5	+90
(エアリアルイメージング事業)	58	2.1	67	2.3	+8
(セグメント間売上)	△2	—	△8	—	△6
売上原価	1,366	49.0	1,449	49.8	+82
売上総利益	1,420	51.0	1,463	50.2	+42
販売費及び一般管理費	1,142	41.0	1,156	39.7	+13
営業利益	277	10.0	306	10.5	+28
経常利益	284	10.0	310	10.7	+26
四半期純利益	195	7.0	211	7.3	+15

1-3. 費用状況

単位：%

	2017年 10月期	2018年 10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	51.0	50.2	△0.8	主にメモリアルデザインサービス事業における画像処理オペレータの増強により、売上総利益率が下落した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2017年 10月期	2018年 10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	172	119	△52	エアリアルイメージング事業において、国内、海外とも前年同期に比べ展示会出展を絞り込んだことによる。
人件費	453	457	+3	—
減価償却費・支払家賃	86	88	+2	—
発送配達費	87	123	+35	パーソナルパブリッシングサービス事業でOEM部門の出荷数の増加に加え、昨年秋より送料が大幅に値上げされたことによる。
研究開発費	75	94	+18	エアリアルイメージング事業において、樹脂製プレートの試作関連費用（金型製作など）が増加した。
その他	267	273	+5	—
合計	1,142	1,156	+13	—

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2017年10月期		2018年10月期			
	売上	セグメント利益	売上	売上増減	セグメント利益	セグメント利益増減
メモリアルデザインサービス事業	1,170	324	1,202	+32	302	△22
パーソナルパブリッシングサービス事業	1,559	340	1,650	+90	362	+22
エアリアルイメージング事業	58	△149	67	+8	△117	+32

- メモリアルデザインサービス事業は、売上は増加したものの、人件費の増加などから利益は減少した。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、国内BtoBおよびOEM関連が順調に稼働し、売上、利益とも伸長した。
- エアリアルイメージング事業は、樹脂製プレートの量産化にむけた試作関連費用や金型製作等研究開発費が増加したものの、展示会の出展を絞り込んだことにより広告宣伝費が減少し、損失幅が減少した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2017年 10月期	2018年 10月期	増 減	
流動資産	3,310	2,898	△412	本社隣地土地など有形固定資産の購入を手元資金で賄ったため。
固定資産	1,991	2,803	+812	本社隣地の購入など。
資産合計	5,301	5,701	+400	
負債・純資産の部	2017年 10月期	2018年 10月期	増 減	
流動負債	651	644	△6	—
固定負債	12	10	△2	—
負債合計	664	655	△8	—
純資産合計	4,637	5,046	+408	利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	5,301	5,701	+400	

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2017年 10月期	2018年 10月期	増 減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	241	261	+20	税引前当期純利益の増加など。
投資活動による キャッシュ・フロー	△116	△595	△478	本社隣地購入、新社屋建築手付金の支払いなど。
財務活動による キャッシュ・フロー	△161	△159	+1	—
現金及び現金同等物の 期末残高	1,636	1,213	△422	固定資産購入支出の増加による。

2.メモリアルデザインサービス事業

Memorial Design Service

2-1. メモリアルデザインサービス事業ビジネスモデル

全国の葬儀社をネットワークで繋ぎデジタル加工処理を行っている

操作不要のフルリモートコントロール方法



強み



- 専門オペレーターによる写真加工技術



- 全国14カ所の自社サポート体制



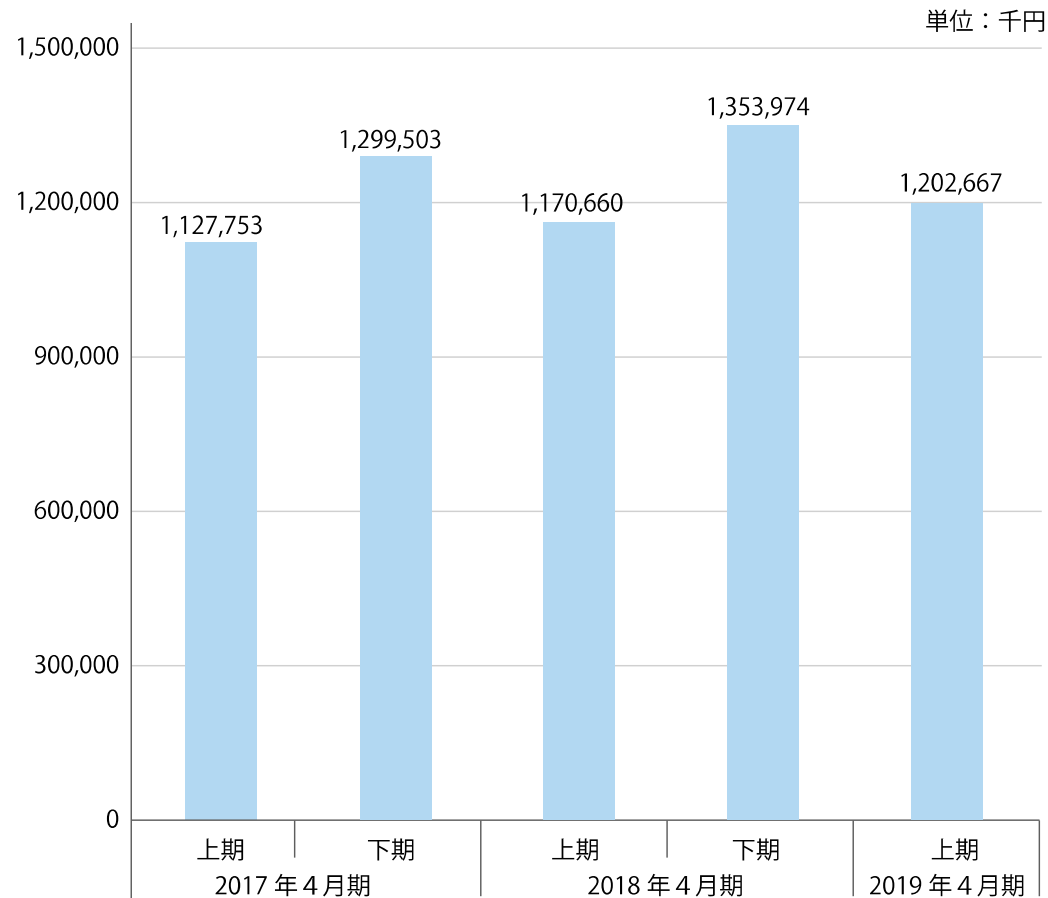
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

収益構造

- 加工オペレーション収入：
1枚加工する毎に技術料を徴収
- サプライ品売上：
インク、用紙、額などを販売
- ハード機器類売上：
通信出力システム、デジタルサイネージ機器などを販売

2-2.事業概況・売上の推移

売上の推移

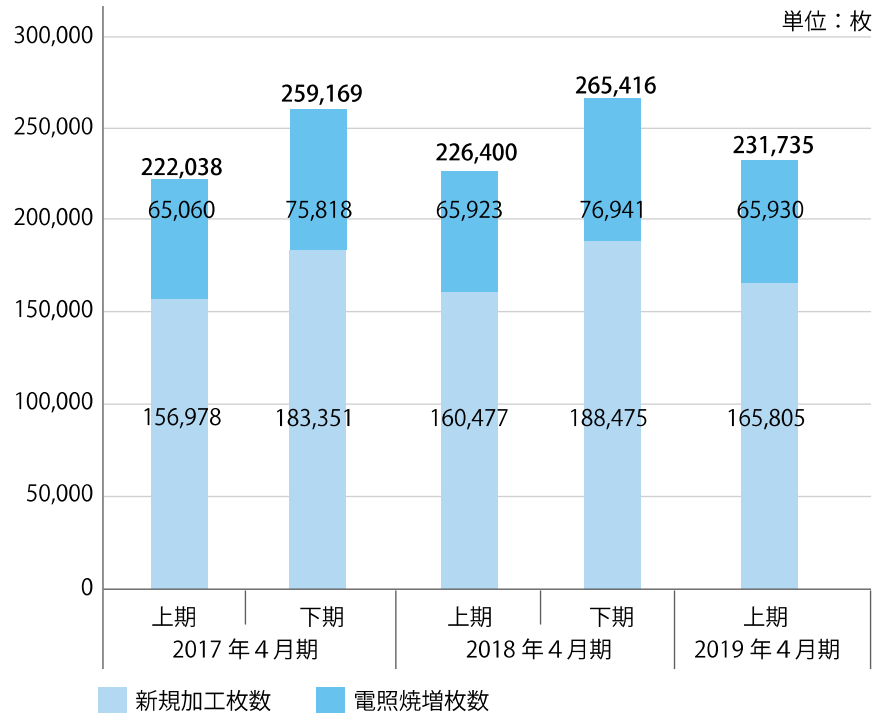


事業概況

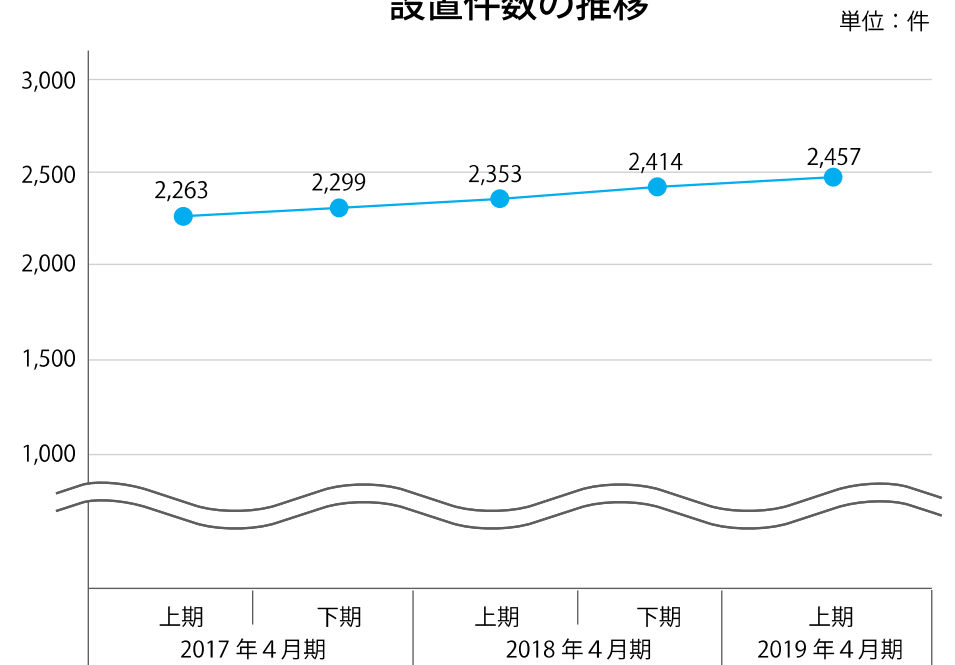
- 遺影写真加工は増加するも計画は下回った。
- ハード売上は、飛鳥焼香台を中心に、堅調に推移。
- ビデオ加工、インク、額、ペーパーなども、前期を上回って推移した。
- 事業として、売上、利益とも計画を下回るという結果となった。

2-3.重要指標の推移

新規加工枚数と電照写真加工枚数の推移



設置件数の推移



- 設置件数は堅調に増加した。新規加工枚数については、想定をやや下回った。
- 祭壇モニターが増加傾向にあり、その分電照写真の枚数は横ばい傾向となっている。

※電照写真：主に葬祭会館祭壇用に当社が開発したエッジライト（導光板）やLEDを応用した光るパネル（額）を提供し、そのパネルに使用するフィルムへ出力した写真。

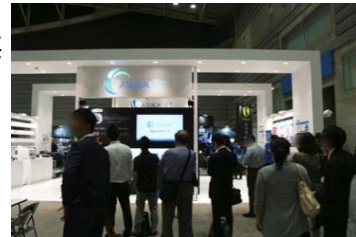
2-4.市場環境

市場環境

- マクロ的には高齢化社会に向け市場は漸増
- 一方で、会葬者の減少で葬儀社の環境は予断を許さない
- 葬儀社間競争・差別化ニーズの増加
→動画やサイネージなど新たな演出ツールの提供
- 花祭壇の浸透・花祭壇に合った葬儀演出のニーズ
- 加工技術とサポート体制への信頼性向上
+ 上場による安心感が市場に浸透
- 当社のモデルを模した事業者が特定地域にて展開

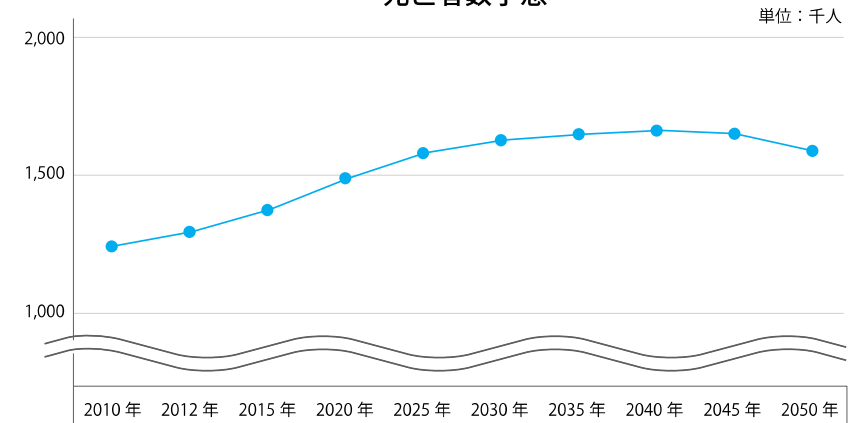
上期トピック

- ASKA3Dプレートを用いた「飛鳥焼香台」の販売がのびた。
- 葬儀社と喪家と会葬者をつなぐサービス「tsunagoo」がお悔やみ電報もサービスに加え、徐々に浸透。
- フェーネラルビジネスフェアおよびエンディング産業展に出席。



フェーネラルビジネスフェアの様相

死亡者数予想



出典：人口問題研究所予測データ

下期の取り組み

- 当社の技術力やサポート力を強調した自社営業による新規顧客獲得を継続（同業他社からの切替にも注力）。



おうち供養 Omokage ～おもかげ～

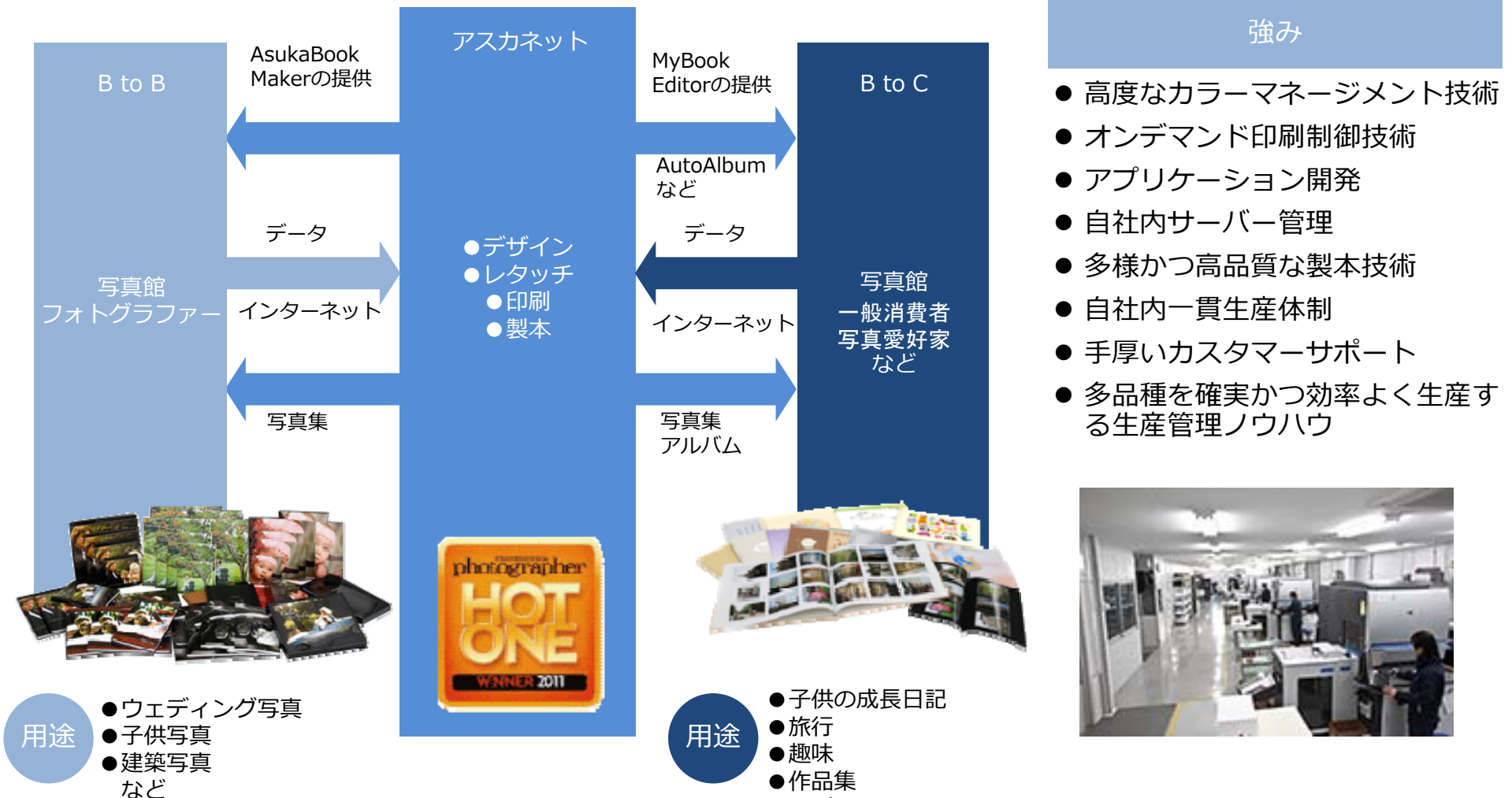
- 「tsunagoo」の更なる浸透に努める。
- エンディング産業展に参考出品して好評だった、おうち供養おもかげ（ASKA3Dプレートを活用した家庭用供養品）の販売を予定。

3. パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

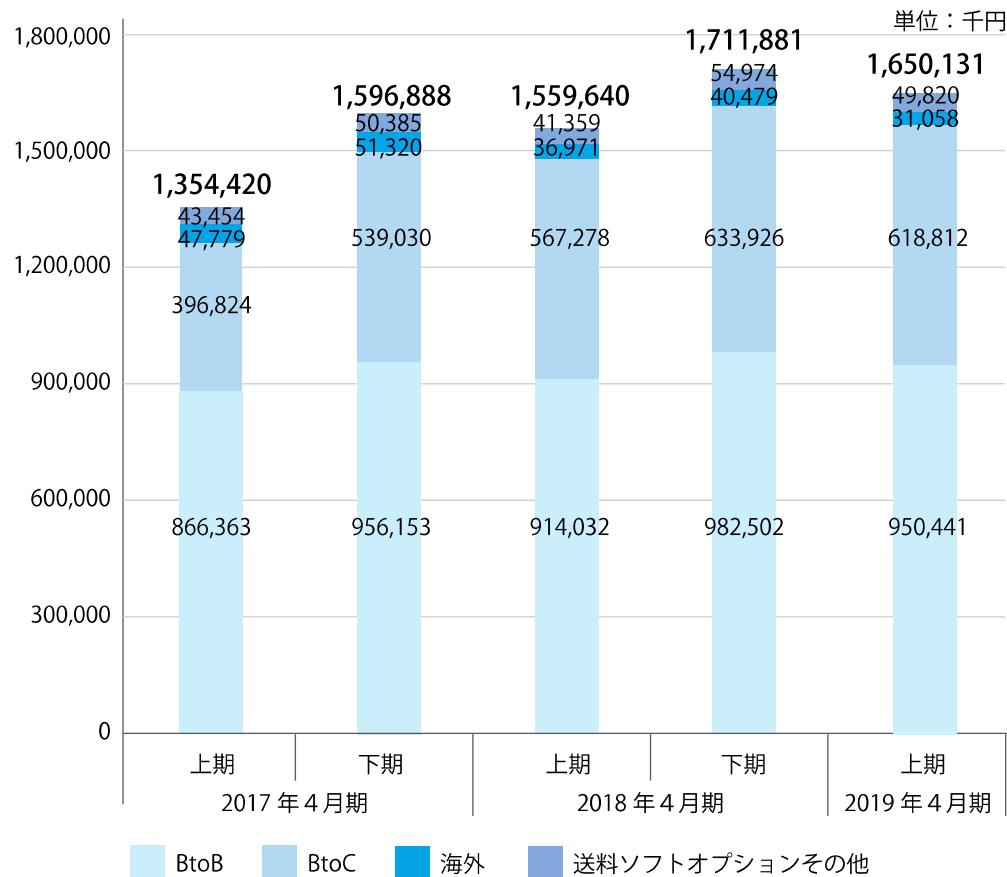
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

オンデマンド印刷による一冊からの写真集の製造・販売



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移

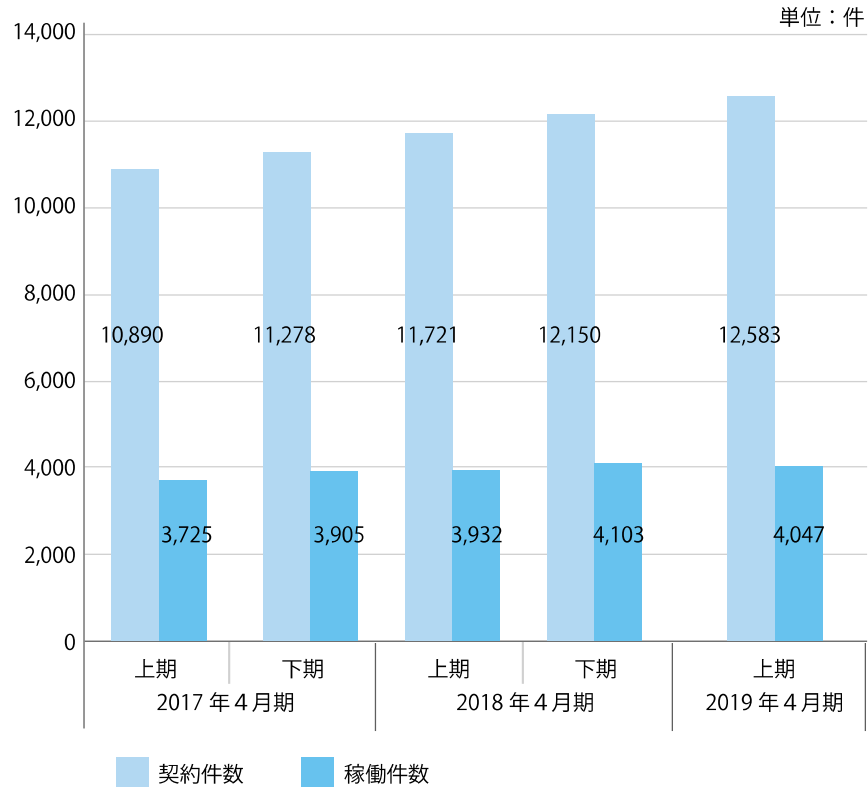


事業概要

- BtoBは、主力製品「ZENレイフラット」に加え、「SHIRONARI」「KINARI」の新製品も着実に浸透していった。
- BtoCは、マイブックにおいては、競争環境が厳しく、売上は前期比で減少した。一方、OEM供給については好調で、継続して伸長している。
- 海外は、減少傾向が継続している。
- 事業として、売上、利益とも計画を上回るという結果となった。

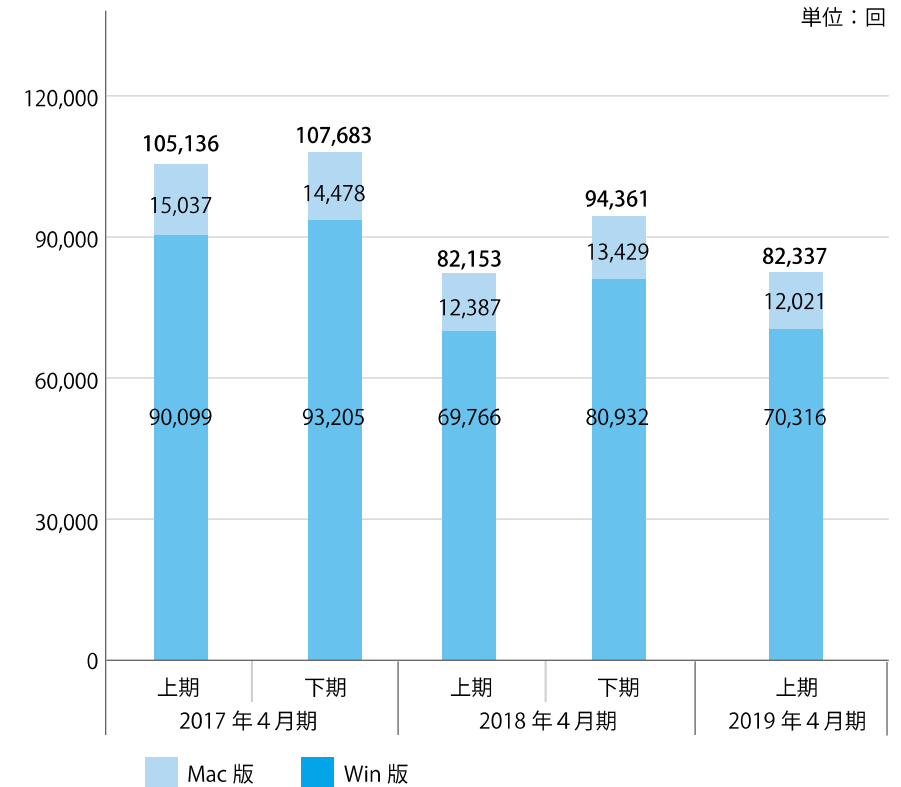
3-3.重要指標の推移

BtoB 契約件数の推移



- BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかる（契約→見本作製→見本展示→予約→撮影→納品）モデルである。
- 契約件数は増加しているが、稼働件数は前年下期より微減しており、繁忙期の掘り起こしを行う。

BtoC “MyBook Editor” ダウンロード数の推移



- バージョンアップが少なかったこと、および新規顧客の獲得が進まなかった結果、ダウンロード数は減少した。

3-4. パーソナルパブリッシングサービス事業のサービスラインナップ

B to B

B to C

国内



アスカブック



等身大フォト



マイブック



AutoAlbum

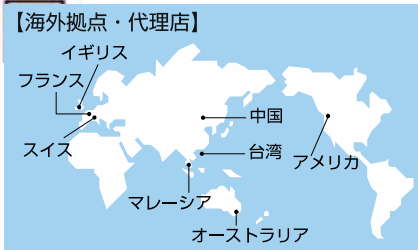


MYBOOK LIFE

国外



ASUKABOOK



patapata



AfterShutter



Docomoなど
へOEM供給




こだわり層

ライトユーザー

3-5.上期の状況

市場環境

- ウェディングフォトを中心とするBtoB市場は当社の品質による差別化が浸透。
- 国内では「フォトブック」としてのジャンルが確立し、BtoC市場の低価格帯を中心に競合が参入。
- 当社のクオリティーや多彩なラインナップ、ユーザーサポートなどは他社に比べ優位性は維持している。
- BtoC、海外は新規参入が見られるが、BtoCはクオリティーによる棲み分けが進む一方、アメリカを中心に海外市場は品質差より価格差が大きく、他社に流れている傾向が継続している。

B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ZENレイフラット」など定番商品に加え、「KINARI」「SHIRONARI」など新商品も浸透。 ● 「等身大フォト」浸透に向けた各種施策、PR、イベント出展などを実行した。 ● 展示会PHOTONEXTに出展。 ● 全国11か所で「ASUKABOOKセミナー」を開催し、顧客の囲い込みを図る。 	
海外	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外市場では、競争環境が厳しく、ハイクオリティを求める質の高いフォトグラファーの囲い込みを優先的に実施。 	
B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 厳しい環境の中、各種キャンペーンやイベントの企画、SNSの活用などで、マイブックの浸透を進めた。 ● 要望の強かったフルフラット（ページが平らに開く）タイプのブックを投入し、好調なスタートとなった。 ● OEM供給が順調に増加し、生産能力の増加を図るとともに、生産効率化のための機械導入を進めていく。 	

3-6.下期の取り組み

営業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 赤ちゃん等身大フォトの普及に努める。 ● 七五三、ペット写真、ママフォトグラファーなどへのアプローチを強化する。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● フルフラットタイプの拡販に注力。 ● OEM部門でのきめ細かいサポートの継続。 ● 展示会「C P +」への出展。
開発	既存ソフトの バージョンアップ	<ul style="list-style-type: none"> ● プロフォトグラファー向けAsukaBookMaker機能を強化するとともに、テンプレートなどの拡充を進める。
生産	効率化設備の稼働	<ul style="list-style-type: none"> ● より効率的に生産できる設備を導入しており、いち早く稼働するよう調整を進める。
	新社屋の建設	<ul style="list-style-type: none"> ● 本社隣地に新社屋の建設を進めており、生産ライン増強のための準備を行う。

4.エアリアルイメージング事業

Aerial Imaging Service

4-1. エアリアルイメージング事業の概要と方針

技術は、受動系と能動系に二分でき、まず受動系を優先して取り組んでいる。

受動系

概要

画像映像を表す光を受け、特殊なパネルを通過することによって反対側の空中に映像を結像する技術

現状

ガラス製ASKA3Dプレートの販売は進んでいる。
ガラス製はある程度生産可能だが、樹脂製ASKA3Dプレートの量産の実現に注力。

能動系

概要

自ら立体映像を空中に創出する技術

現状

理論的には成立しており、特許も取得している。
試作の研究に取り掛かってはいるが、まずは受動系技術によるビジネス確立を優先する方針。




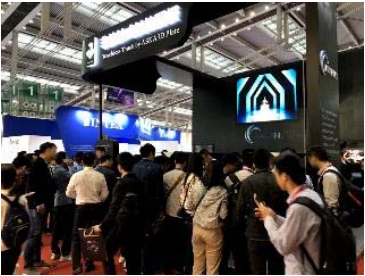
※画像はイメージです。

方針の 骨子

- 第3の柱をつくるため、まず受動系を優先して開発を進める
- ファブレス形態で製造し、自社ブランドでの提供を指向
- ASKA3Dプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
- 国内市場に限らず、海外市場にもマーケティングする

自社が保有する特許技術を自らが活用し、ASKA3Dプレートの製造・販売による事業化を指向

4-2.当期の取組状況と今後の方針

	上期の状況	下期の取り組み
マーケティング面	<ul style="list-style-type: none"> ● ロットは小さいものの、ガラス製のASKA3Dプレートの販売を着実に進めてきた。 ● 提携先の展示会出展も増加してきた。 ● ドイツでの展示会CeBITに出展し、そのフォローを進めた。 ● 樹脂製ASKA3Dプレートのサンプル提供を開始した。  <p>CeBITの様様</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内担当、海外担当が一体となって、顧客への提案を進めていく。 ● 11月のC-Touch（中国）、12月のファインテック、およびSEMICON（日本）に樹脂プレートを中心に出展し、そのフォローを行う。 ● バージョンアップした樹脂製ASKA3Dプレートのサンプルを積極的に販売し、来期の量産受注への種まきを進めていく。  <p>C-Touch Shenzhen様様</p>
生産面	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製ASKA3Dプレートの試作を繰り返してきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製ASKA3Dプレートの量産体制確立に向けて、量産試作を重ねることで、量産技術を醸成し、量産体制を構築する。
研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製法での樹脂製ASKA3Dプレートの品質改良に集中し、満足いただける品質へとバージョンアップに成功した。 ● 樹脂製ASKA3Dプレートの原理、製法を中心に特許の申請を継続している。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製ASKA3Dプレートのさらなる品質の向上、大型化にむけて手法を研究開発していく。 ● ガラス製ASKA3Dプレートの量産性向上に向け、具体的な取り組みを進めていく。

4-3.樹脂製ASKA3Dプレートについて

<p>これまでの経緯</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製プレートは高品質かつ大型のプレートがある程度の数量は生産できるものの、コスト面の課題が残存。 ● 樹脂製プレートは新製法の確立を目指してきたが、技術的課題がなかなかクリアできず、想定以上の時間が経過してきたが、量産を前提とした手法が見つかった。
<p>現状</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 本年6月に樹脂製ASKA3Dプレートの第一弾をリリースしたが、品質面の改善要望もあった。 ● 本年10月、金型の改良や生産手法の改善により、輝度や結像品質が大幅に向上したバージョンアップ型の樹脂製ASKA3Dプレートの開発に成功し、11月よりサンプル供給を開始するとともに、展示会へ出展を行う。
<p>エアリアル イメージング 事業の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製プレート・・・結像品質が高く、大型結像も実現しており、サインエージ分野に適している。 ● 樹脂製プレート・・・量産できれば、低コストかつ多量の供給が可能となり、組込製品での活用が見込まれる。 ● ガラス製、樹脂製それぞれの特性を生かしたマーケティングを進める。
<p>今後について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートの歩留まり向上、品質の安定を目的とした量産試作を重ね、量産技術を醸成していく。 ● サンプル供給を行いつつ、まずは中ロット案件を実現すべく、量産体制を構築する。



バージョンアップ型の樹脂製プレート

5.2019年4月期 通期見通し

Achievement prospect

5-1.通期見通し

単位：百万円

	前期実績	上期実績	通期計画
売上高	5,904	2,912	6,111
メモリアルデザインサービス事業	2,524	1,202	2,599
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,271	1,650	3,343
エアリアルイメージング事業（セグメント間売上含む）	118	67	169
経常利益	795	310	811
当期（四半期）純利益	556	211	567
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	33.20	12.54	33.74
1株当たり年間配当（円）	10.00	—	10.00

- メモリアルデザインサービス事業については、下期は堅調に推移するものと見込まれる。
- パーソナルパブリッシングサービス事業については、BtoCはフルフラットタイプの導入でテコ入れを図り、BtoB、OEM部門については確実な伸びが期待される。
- エアリアルイメージング事業については、バージョンアップした樹脂製ASKA3Dプレートのサンプル供給に重点的に取り組んでいく。

INFORMATION

株式会社アスカネット Asukanet Co.,Ltd

証券コード 2438

- 本資料は、投資家の参考となる情報提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。
- 本資料は、当社業務によって得られた各種データに基づいて作成したものです。その完全性を保証するものではありません。
- また、資料に記載された意見や予測は資料作成時の当社の見通しによるものであり、当該意見や予測等を使用した結果についてもなんら保証するものではありません。
- 記載された内容が予告なしで変更することもありますので、ご了承ください。
- 投資に関する最終判断は投資家ご自身でなされるようお願いいたします。

お問い合わせ

IR統括責任者 代表取締役会長兼CEO
福田幸雄

お問い合わせ先 専務取締役CFO
功野顕也

TEL 082-850-1200 (代)
FAX 082-850-1212
URL: <https://www.asukanet.co.jp>
E-mail: ir@asukanet.co.jp