

株式会社アスカネット

2013年4月期 決算説明資料

[2013年6月]

証券コード 2438

C O N T E N T S

01

I 2013年4月期 決算の概要

1. 決算概要	04
2. 損益状況	05
3. 費用状況	06
4. セグメント別損益状況	07
5. 財務状況	08
6. キャッシュ・フローの状況	09
7. 全社的トピックス	10

II. メモリアルデザインサービス事業

1. 事業概況・売上の推移	12
2. 重要指標の推移	13
3. 市場環境	14

III. パーソナルパブリッシングサービス事業

1. 市場別売上の推移	16
2. 重要指標の推移	17
3-1. B to C 市場向けサービスの概要	18
3-2. B to C 市場向けサービスの概要	19
4. B to B 市場向けサービスの概要	20
5. 当期の取り組み状況 ～営業面について	21
6. 当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について	22
7. 市場環境	23

IV. エアリアルイメージング事業

1. AI事業の目指すもの	25
2. 技術の概要	26
3. AI技術の優位性	27
4-1. 当期の取組状況と課題 I	28
4-2. 当期の取組状況と課題 II	29

V. 2014年4月期 方針と見通し

1-1. 2014年4月期の重点施策 I	31
1-2. 2014年4月期の重点施策 II	32
2. 設備投資/研究開発投資計画	33
3. 業績見通しのポイント	34
4. 業績見通し（前年比較）	35

VI. 中期展望

1. 中期方針	37
---------	----

〈 はじめに 〉 決算説明資料 **全体のポイント**

02

★ 2013年4月期決算について

売上については、3事業とも前期実績は上回ったものの、計画を下回る結果となった。主な要因は、メモリアルデザインサービス事業ではハード機器の買換え需要の減速、パーソナルパブリッシングサービス事業では婚礼を主とするプロフェッショナル市場向けの伸び悩み、エアリアルイメージング事業では量産化遅れの影響となっている。

一方、利益については、前年実績は下回ったものの、計画を上回る結果となった。生産効率の高まりにより粗利益率が想定より上回ったこと、広告宣伝費や研究開発費が計画を下回ったことが主要因となっている。

★ 2014年4月期計画について

3事業とも、売上の増加を見込んでおり、増益を計画している。メモリアルデザインサービス事業では琵琶湖OPセンター設立費用を含んでいる。エアリアルイメージング事業ではプレ量産売上の計画を織り込んでいる。また、新サービスの先行費用も計上している。

I 2013年4月期 決算の概要

Balancing of accounts summary

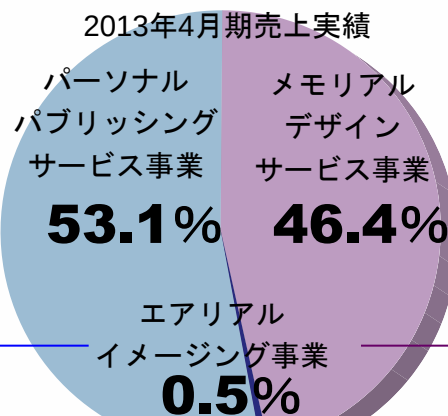
1. 決算概要

- ① 売上 ▶▶▶ 3事業とも前年実績は上回ったものの、計画は下回った。
- ② 売上構成比 ▶▶▶ メモリアルデザインサービス事業、パーソナルパブリッシングサービス事業とも同等の伸びだったので、構成比に大きな変化はない。エアリアルイメージング事業が若干ではあるが0.3ポイント上昇した。
- ③ 原価率 ▶▶▶ 想定より原価率は良好だったものの、パーソナルパブリッシングサービス事業で前期末の新型印刷機導入により減価償却費が増加したため、1.1ポイント悪化した。
- ④ 販売管理費率 ▶▶▶ パーソナルパブリッシングサービス事業において、BtoB向け新製品リリースに伴う販売促進費の増加、BtoC向け発注ソフトのリリースに伴う広告宣伝費の増加により0.8ポイント増加した。
- ⑤ 利益の予算比 ▶▶▶ 生産効率の向上や、販売費一般管理費の効果的投入に心がけ、また、エアリアルイメージング事業において計画していた能動系技術の研究の優先度を下げ、その研究を延期したこと等により、予算を上回った。

チャレンジングビジネスモデル
パーソナルパブリッシングサービス事業

「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3,000社の写真館向けなど
B to Bや消費者に
年間約30万冊を提供

安定ストック型ビジネスモデル
メモリアルデザインサービス事業

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1,980カ所の
葬儀社などB to Bを主体に
年間約30万枚の
写真画像を提供

市場創造ビジネス
エアリアルイメージング事業

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。試作品の提供が始まった。

2. 損益状況

05

単位：百万円

	2012年4月期		2013年4月期				増減額	
	実績	%	実績	%	計画	%	対計画比	対前期比
売上高	4,485	100.0	4,533	100.0	4,730	100.0	△196	+48
(メモリアルデザインサービス事業)	2,091	46.6	2,105	46.4	2,184	46.2	△78	+14
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	2,386	53.2	2,406	53.1	2,476	52.3	△69	+20
(エアリアルイメージングサービス事業)	7	0.2	21	0.5	70	1.5	△48	+13
売上原価	2,101	46.8	2,172	47.9	—	—	—	+71
売上総利益	2,383	53.2	2,360	52.1	—	—	—	△22
販売費及び一般管理費	1,648	36.8	1,704	37.6	—	—	—	+55
営業利益	735	16.4	656	14.5	603	12.7	+53	△78
経常利益	737	16.4	664	14.7	600	12.7	+64	△73
当期純利益	426	9.5	406	9.0	365	7.7	+41	△19

※売上高は、3事業とも前年実績を上回ったが、計画は未達となった。

一方、原価率、販売費一般管理費とも計画を下回ったため、利益は計画を達成した。

営業外損益、特別損益項目では、特筆すべき事項はなかった。

3. 費用状況

06

単位：％

	2012年 4 月 期	2013年 4 月 期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	53.2	52.1	△1.1	パーソナルパブリッシングサービス事業において、減価償却費が増加したことにより、下落した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2012年 4 月 期	2013年 4 月 期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費 販売手数料	250	303	+53	パーソナルパブリッシングサービス事業において、新製品の販売促進費、新ソフトの広告宣伝費が増加したため。
人件費	663	691	+27	新サービスを企画する部署を新たに設置したことを主要因とする。
減価償却費・支払家賃	148	148	△0	—
発送配達費	82	81	△0	—
研究開発費	93	80	△12	エアリアルイメージング事業における研究開発の一部未実施。
その他	410	398	△11	前期は支社移転に伴う備品消耗品費や修繕費が発生したが、その反動減。
合計	1,648	1,704	+55	

4. セグメント別損益状況

07

単位：百万円

	2012年4月期		2013年4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	2,091	701	2,105	+14	734	+33
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,386	448	2,406	+20	365	△83
エアリアルイメージング事業	7	△72	21	+13	△70	+2

- メモリアルデザインサービス事業は、高付加価値である遺影写真の加工収入は苦戦したものの、生産効率の向上、サプライ品の利益率の向上により、事業利益率は1.4ポイント上昇した。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、売上は前年を下回ったが、減価償却費の増加により粗利率が下落し、広告宣伝費・販売促進費が増加したため、事業利益率は3.6ポイントは下落した。
- エアリアルイメージング事業は、展示会の出展や量産技術の研究を中心に活動し、試作品の販売が増加した。

5. 財務状況

08

単位：百万円

資産の部	2012年 4 月 期	2013年 4 月 期	増 減	主な増減要因
流動資産	2, 154	2, 269	+115	順調な利益計上により、手元資金（現金及び預金）が増加した。
固定資産	1, 615	1, 697	+81	土地建物の取得や生産設備の購入により、有形固定資産が増加した。
資産合計	3, 770	3, 967	+197	
負債・純資産の部	2012年 4 月 期	2013年 4 月 期	増 減	主な増減要因
流動負債	717	586	△131	設備購入による未払金や、借入金が減少した。
固定負債	24	17	△6	長期借入金の約定返済により減少した。
負債合計	742	604	△138	
純資産合計	3, 028	3, 363	+335	主に利益計上により利益剰余金が増加した。
負債・純資産合計	3, 770	3, 967	+197	

6. キャッシュ・フローの状況

09

単位：百万円

	2012年 4 月 期	2013年 4 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	704	654	△49	税引前当期純利益が減少したことなどによる。
投資活動による キャッシュ・フロー	△764	△489	+274	3か月超の定期預金への預入（ネット105百万円）および生産設備 や土地建物の購入による。
財務活動による キャッシュ・フロー	△148	△154	△5	—
現金及び現金同等物の 期末残高	934	944	+9	

7. 全社的トピックス

10

サービスのリリース・ バージョンアップ

- コンシューマ向け写真集発注ソフトウェア「MybookEditor for Mac」をリリース。写真の親和性の高いMacユーザーが発注可能に（2012年10月）
- プロ写真家向けに「ZENレイフラット」をリリース（2012年9月）し、サンプルを頒布。同時に、全国でセミナーも開催。

エアリアルイメージング 事業の進展

- 複数の展示会出展（2012年6月、8月、10月）。
- 特許の出願と取得。
- 試作品の販売拡大と、量産化技術の研究。

隣地取得と印刷機増設

- 事業の拡大に備え、本社隣の土地・建物を取得。
- 一部は、写真集生産ラインとして稼働。
- ZENレイフラットの増産に対応するため新型印刷機を増設。

CSR活動への取り組み

- 第3回NP0の広報活動支援事業を実施。

株主還元について

- 配当／当期 29.00円 来期予定 30.00円
- 配当方針／配当性向30%を目安

II メモリアルデザインサービス事業

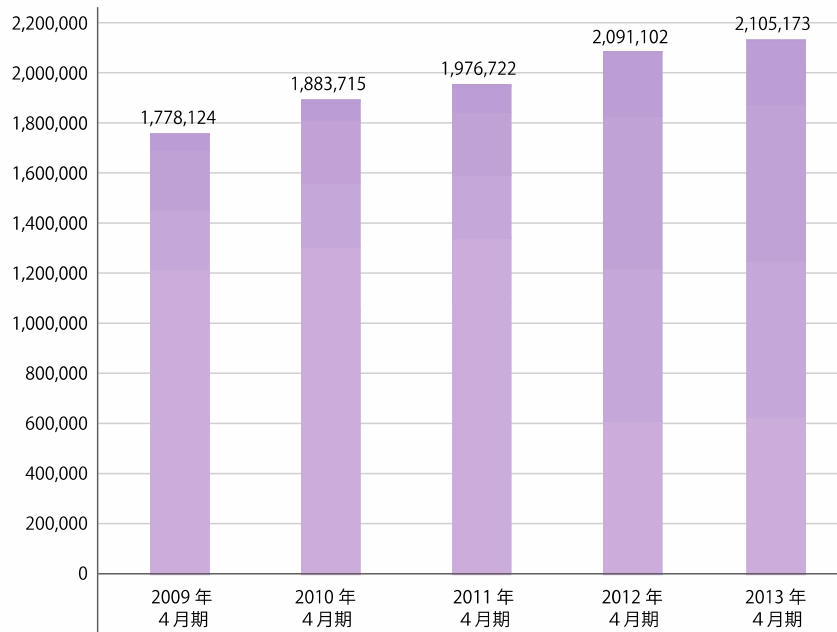
Memorial Design Service

1. 事業概況・売上の推移

12

売上の推移

単位：千円



事業概況

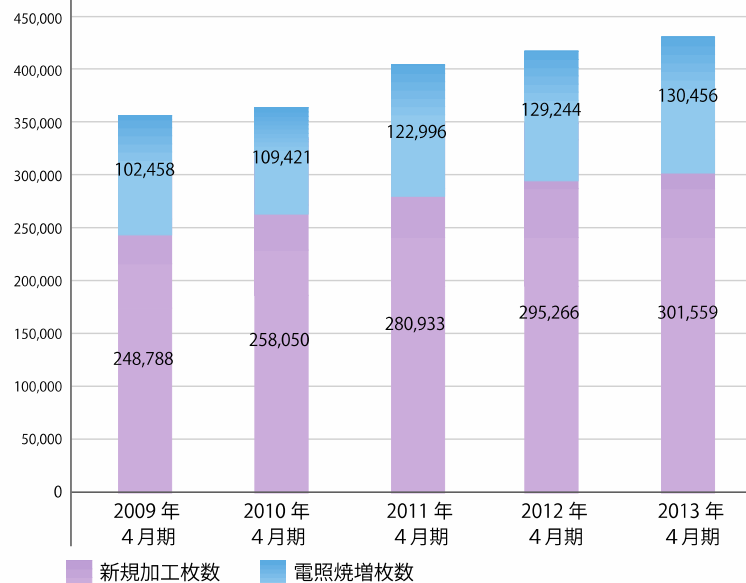
- 遺影写真加工については、上期は全般的に葬儀件数が少なく苦戦したものの、下期は例年通りの件数に戻った。
- ハード機器売上は、新機種への買替えが進まず、前年を下回り、苦戦した。
- ビデオなど映像演出関連は、サービスの浸透が進み、順調に増加した。
- 事業として、売上高は計画を下回ったものの、利益ベースでは計画を上回る結果となった。

2. 重要指標の推移

13

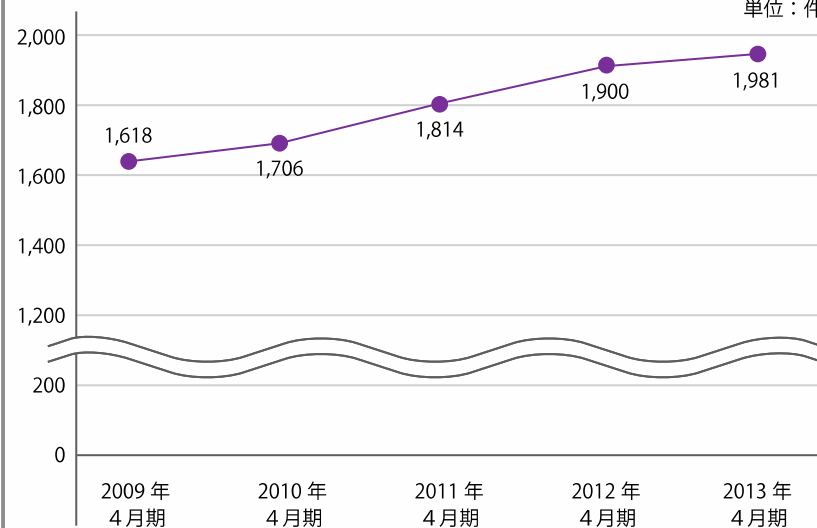
新規加工枚数と電照写真加工枚数の推移

単位：枚



設置件数の推移

単位：件



上半期の施行件数の伸び悩みに伴い、新規加工枚数、電照焼増枚数は微増にとどまった。設置件数は順調に増加した。

※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。

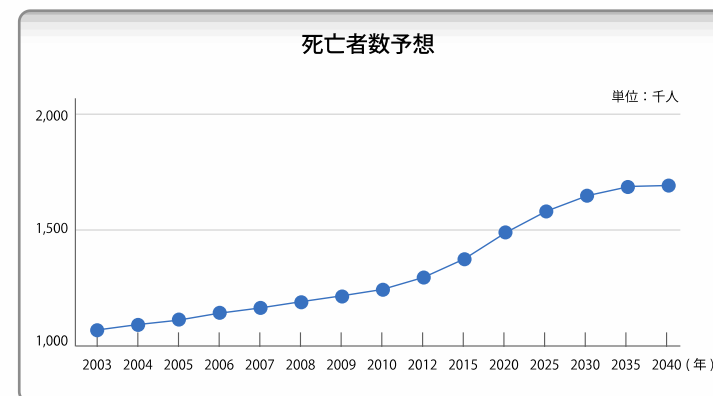
（注）電照焼増枚数の集計方法を変更したため、遡及して修正しております。

3. 市場環境

14

①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
→ビデオ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



出典：人口問題研究所予測データ

②当期の取り組み

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(同業からの切替にも注力)

「葬サイネージ」「なまえの詩」など、遺影写真にとどまらず、多様な
葬儀演出ツールの開発・促進

葬儀社と提携し、ご当家の過去の写真を整理し、写真集にまとめる
「写真整理サービス」を開始。写真集事業とのシナジーを図る。

「遺影バンク」は、提携や顧客への導入が出てきた。
今後も継続していく。

遺影バンクサイト

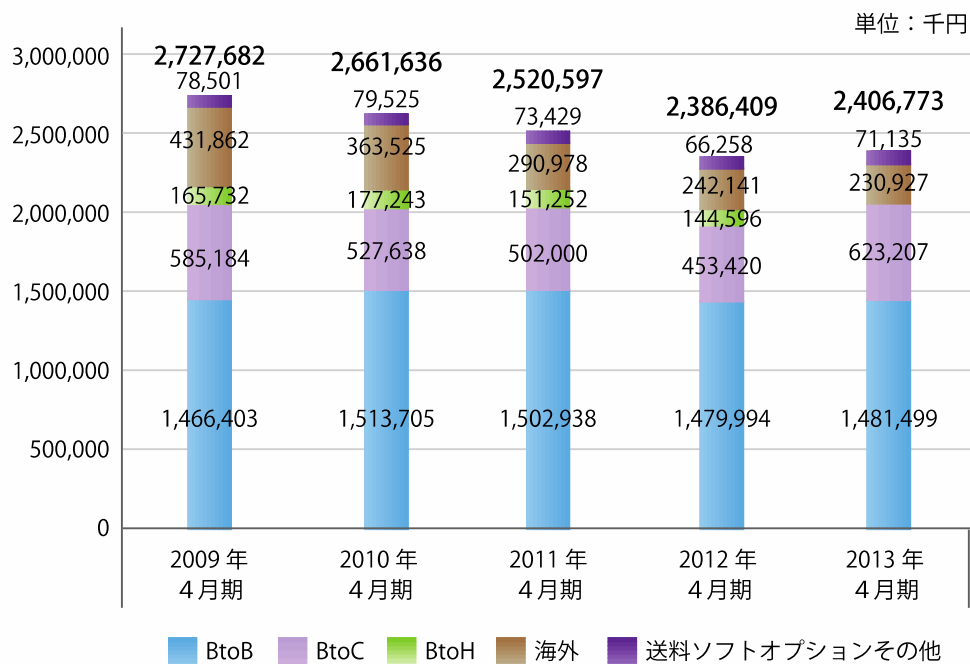


III パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

1. 市場別売上の推移

市場別売上金額の推移



事業概況

- BtoBは、新製品は評価が高いが、既存製品からの切り替えが主となり、また単価が安い製品への移行傾向も見られ、微増にとどまった。
- BtoCは、Mac版発注ソフトのリリースに加え、ネットでの各種施策や、イベント企画、展示会への出展などの効果が見られ、増加に転じることができた。
- 海外は、アメリカ市場での苦戦は継続しているが、後半の円安で少し持ち直した。

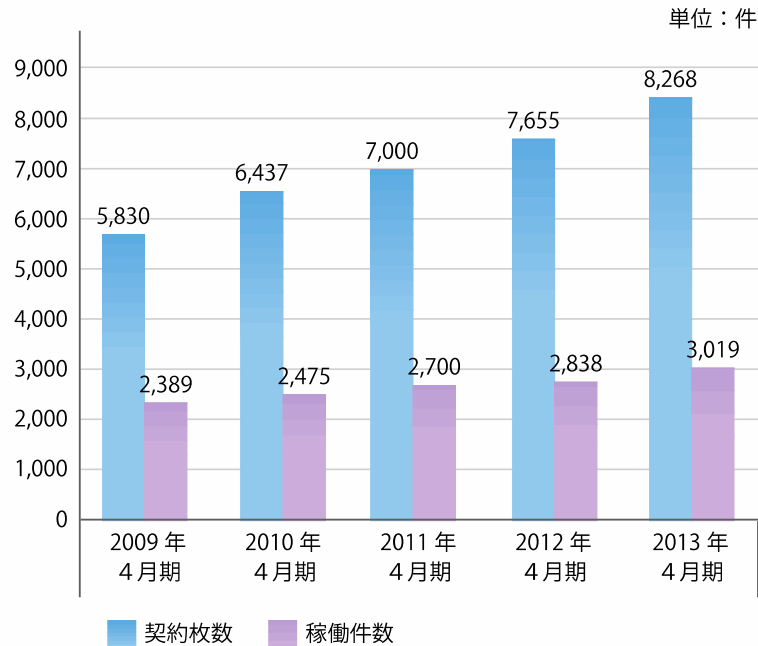
※BtoHのHとは、ハイエンドアマチュア（写真愛好家）の意

当社の組織を変更したため、2013年4月期より、従来BtoHとして区分していたものをBtoCに合算して表示しております。

2. 重要指標の推移

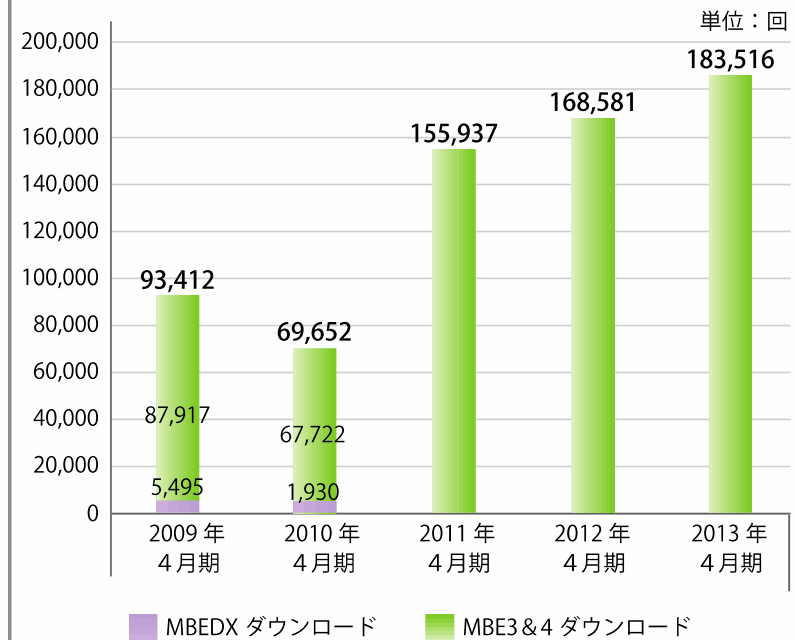
17

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、稼働件数とも増加。

BtoC “MyBook Editor” ダウンロード数の推移



今期もバージョンアップを行い、一定数のダウンロード数は順調に増加している。

3-1. B to C 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆

従来のフィルム+印画紙では出来なかった、デジタル写真ならではの楽しみ方を提供。



自由なデザインで、自分だけの本格的写真集が一冊から作れるサービス。手頃な商品からハイグレードモデルまで充実のラインナップで顧客満足100%を目指している。

- オペレーション機能を大幅に強化した「MyBook Editor4」へバージョンアップ。より簡単に直感的な編集作業が可能に。編集画面上での写真のトリミング・拡大・縮小・回転や画像効果機能（色調補正）・シェイプ機能（線引きや図形製作）等を実現。
- 複数ユーザーで1冊の写真集を制作する際に便利な、業界初のファイルデータ共有機能を追加。
- 写真集の出荷予定日を、ソフトやサイトのトップページに表示。

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



コンシューマーユーザー待望の、ネットで簡単に作れる写真集制作アプリケーション。バージョンアップで大幅に高速化。

- 写真のアップロード&テーマの選択のみで、写真集が簡単に作れるサービス。
- ジャンルに合わせて数十種類のデザインテンプレートを完備。
- ユーザー登録やログインをすることなく写真集の注文が可能。
- シンプルでどんな写真にもマッチする新しいテーマを6種類追加。
- 企業や球団のロゴやキャラクターを使ってフォトブックが作成できる「コラボレーションフォトブック」の種類をさらに追加。

<http://www.mybook.co.jp/k-index.html>

3-2. B to C 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆
さらに広がり進化するデジタル写真ならではの楽しみ方。



保存する
「Auto Album」

2013年4月期
通期見通し

撮影した写真をアップロードするだけでアルバムやCDになって届く、DPE+アルバム整理に替わる写真の新しい保存方法。

- デジタルカメラで撮ったデータをネット送信するだけで自宅にハードカバー製本のアルバムが届く、簡単発注のオンラインサービス。
- 主婦やOL層をはじめとした、デジカメユーザー全般がターゲット。
- DPEや自宅でのプリント出力、写真の整理などの手間が省け、短納期・ロープライスも実現。
- ユーザー登録によるデータ保存も可能で、ホームページ上の閲覧・公開・追加もできる。

<http://autoalbum.jp/>



交換する
「PHOTO GET」

「かんたんMyBook」
への発注が可能

フォトゲットは家族や友人と簡単に写真の交換ができる無料サービス。招待した友人どうしで写真を共有、ダウンロードや写真の整理も可能。

- 無料のユーザー登録で、90日間自分の写真をアップロードできる写真部屋（サーバー 1GB×5）の利用が可能。
- サーバー内では、日付け順での並べ替えや日付けによる表示など写真データの整理と管理もできる。
- 写真部屋に検索・コメント機能の追加と、写真ダウンロードの高速化などバージョンアップを実施。

<http://photoget.jp/>

4. B to B 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆
プロフォトグラファーの作品を、より商品価値の高い写真集に。



国内・プロ向け
「ASUKABOOK」

フォトビジネスを展開されているプロを対象とした写真集サービス。一冊からグラビア印刷並みのクォリティーで、コンシューマとは異なる商品構成を展開中。

- 高度なカラーマネージメント技術でフォトグラファーへの個別対応や、デジタルフォトセミナーも随時開催。
- プロ写真家・スタジオへの積極的なコンサルティングとサポート体制を構築。
- 多様なニーズにあわせて、豊富な商品ラインナップで対応。フォトビジネスの幅を広げ、付加価値の高い商品を開発。

<http://asukabook.jp/>



海外・プロ向け
「ASUKABOOK」

USAを始めオーストラリア・台湾・韓国など海外のプロ向けに行っている、写真集Web受注サービス。高いクォリティーとプロ仕様の多彩なラインナップが好評。

- 独自のカラーマネージメント技術が認められ、USA最大のプロ写真家団体PPAにおいて【HOT1アワード】を受賞。
- 各種コンベンションへの参加や、独自のセミナーなども積極的に開催。
- アメリカでの契約数は1万スタジオを超え、ヨーロッパではスイス、フランスに続きイギリスに代理店を設置。
- プロ向け写真集編集ソフト[ASUKABOOK Maker 2]をリリース。

<http://asukabook.com/>

5. 当期の取り組み状況 ～営業面について

市 場 環 境

- 当社が創造してきた“一冊からのオンデマンド印刷による写真集”市場が大きな注目を集めてきた。
- 国内では「フォトブック」としてのジャンルが確立し、B to C市場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。
- しかし、海外、BtoCとも競争が激しく、品質の優位性はあるものの、価格差で他社に流れている傾向がある。

各市場における優位性の拡大を目的とした営業施策

B to B

- 「PHOTO NEXT」「ブライダル産業フェア」に出展し、拡販を図った。
- 新製品「ZENレイフラット」をリリースし、サンプル品を積極的に配布した。
- 「ZENレイフラット発売記念セミナー」を全国5か所で「ASUKABOOKセミナー」を全国13か所開催した。
- 卒業・卒園アルバム市場での浸透が進み、前年を上回った。

海 外

- 売上の減少に対応して出展規模は縮小したものの、各地でのコンベンションに継続的に参加した。
- 「ZENレイフラット」のリリースに合わせ、各地でセミナーを開催し、顧客拡大を図った。
- 「フォトキナ」に出展し、欧州市場での浸透を図った。

B to C

- 10月に写真集編集ソフト「MybookEditor Mac版」をリリースし、リリースに合わせMacユーザー をターゲットに、積極的に広告宣伝を展開した。同時に、サイトをリニューアルし、より発注につながる分かりやすいサイトに仕上げた。
- 自分の写真集を無在庫で販売できる「Smart Press」サービスを開始した。
- 展示会「CP+」に出展し、出展ブースが優秀賞を受賞した。
- 「ハイブリッドカメラ女子」PRや「CAMERAND」への参加など女性カメラ愛好家をターゲットとしたマーケティングを展開。
- 鉄道、マリン、野鳥など各ジャンルの一流フォトグラファーとタイアップし、販促活動を行った。

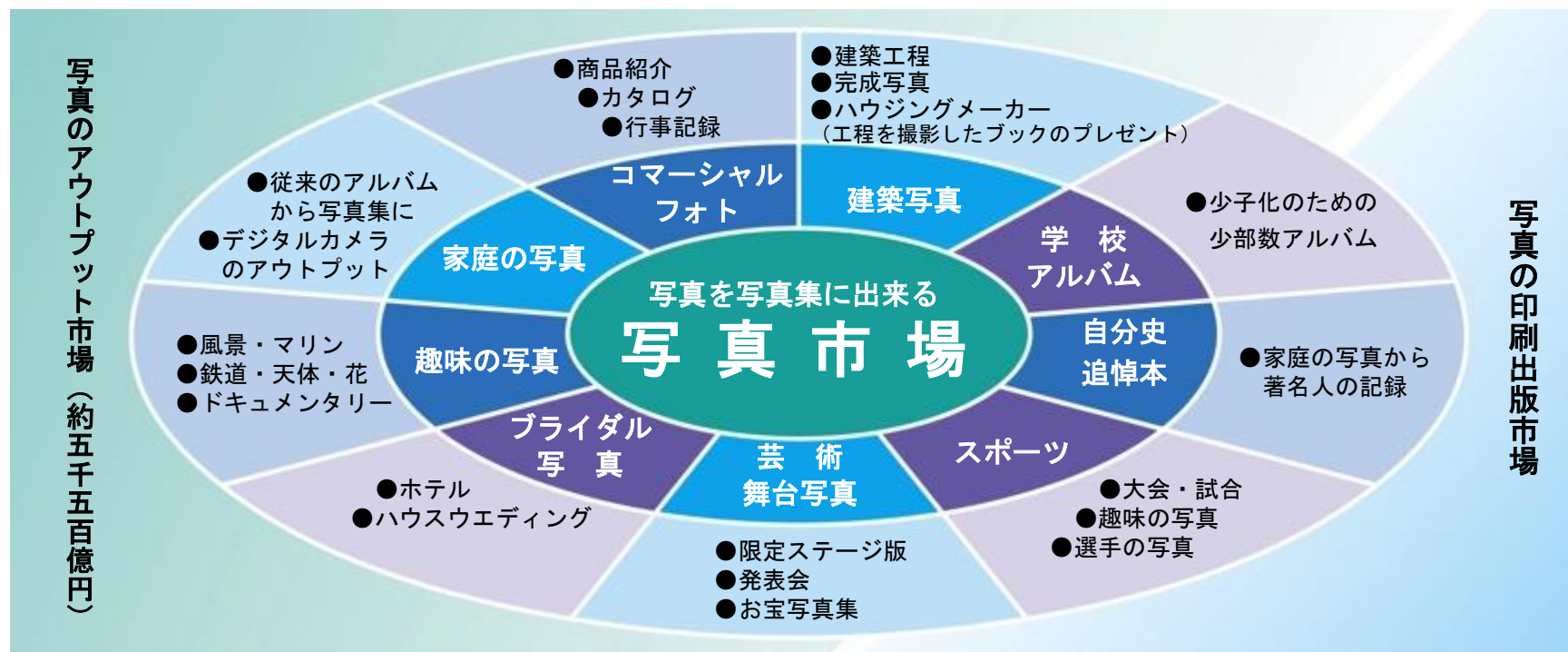
6. 当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

22

開発	B to C 向け “My Book Editor for Mac”	・Macユーザーからの要望が強かった「My Book Editor for Mac」を10月にリリース。拘り派のMacユーザーからの注文に期待。 ・サイトもより分かりやすくリニューアルした。
	B to B 向け “ZEN レイフラット”	・特にウェディングフォトグラファーのニーズに応えた、切れ目がなく、真っ平に開く新製品「ZENレイフラット」を10月にリリース。それに合わせ、発注ソフトもバージョンアップした。
	新生産管理システム	・より他品種生産への確に対応し、また、要望の強かった”バーコード”を製品 から外すための新生産管理システムが本年1月より稼働開始
	JPEG入稿システム	・顧客の多様なニーズに対応するため「AsukaBook Maker2」だけでなくJPEG データで発注するシステムを本年4月にリリース
生産	新製品ZENレイフラットの 安定生産	・特殊な製本手法を用いたZENレイフラットの生産は、開始当初は歩留まりが悪く苦戦したが、継続的な改善により安定生産が可能となってきた。
	最新印刷機の増設と 生産ラインの強化	・ZENレイフラットが好評のため、急遽最新印刷機を増設し、購入した隣地建物において生産ラインを追加した。本年4月より本格稼働開始。

7. 市場環境

当社サービスにより再認識された写真市場
→「フォトブック」の中でも「写真集」に特化して市場の取り込みへ



少数数の学校アルバムや作品集など、今まで不可能であったため認識されていなかった市場が、当社サービスの提供により新しい市場として注目されている。

IV エアリアルイメージング事業

Aerial Imaging Service

1. AI事業の目指すもの

空中結合技術による新しい映像・画像の表現!



- 空中結像に関する特許技術の活用
- AI plateの製造・販売

2. 技術の概要

26

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

平面結像技術はすでに試作は完成。量産を見据えた量産試作に取り掛かっている。
立体結像技術は理論的には完成しているが、平面結像タイプをまず優先



※画像はイメージです。

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。

方針の骨子

1. 新市場の創造による第3の柱をつくる
2. 受動系・能動系ともに技術の探求を進める
3. 技術・製造・マーケティングをバランスよく資源分配する
4. 市場ごとの優先順位を見定める

3. AI技術の優位性

27

空中結像技術は他社・他機関でも研究されていますが、当社技術の優位性は以下のとおりです。

	当社の技術	他社・他機関の技術
1 構造が シンプル	AI Plate一枚で空中結像が可能。 ↓ シンプルな構造がゆえ、量産化 に適しており、製品への組み込 みが容易。	複数のプロジェクターなど大掛かりな装置が 必要な場合もある。
2 明るく、鮮明	透明なガラス板のみであるので、 光の透過率が高い。	金属に穴を開ける方式では、壁が存在する ため、光の透過率が落ちるうえ、内壁の鏡面 研磨が難しく、結像精度も低い。
3 歪みがなく、 大型化が可能	光の反射(直交二面リフレク ター)の原理を用いており、ピン トの概念が無いため、歪みがなく、 AI Plateのサイズにより大型結 像が可能。	レンズを用いた方式だとある一定の箇所しか 結像せず、その周りはボケてしまい、大型結 像が困難である。

4-1. 当期の取組状況と課題

	当期の取組状況	課題
マーケティング面	○「デジタルサイネージジャパン」「CEATEC」に出展し、高い評価をいただいた。 ○特に「CEATEC」では、デジタルイメージング部門のファイナリストに選定された。 ○展示会の出展もあり、常時間い合わせをいただき、デモに奔走し、試作品を納入してきた。	○問い合わせへの対応に追われ、主体的なマーケティングを行うことが困難だった。 ○量産技術が確立できなかったため、量産品の売上は実現できなかった。
	↓ CEATEC2012の様様 	

4-2. 当期の取組状況と課題

29

	当期の取組状況	課題
生産面	○ 量産技術の確立に注力してきたが、想定より時間を要してしまった。 ○ ガラス素材以外での試作にチャレンジしてきた。	○ ガラス素材での量産については、品質は向上しており、低価格化が課題となっている。 ○ ガラス素材以外については、まずは試作品の評価を早急に行いたい。
研究面	○ センサー技術との融合を進めてきた。 ○ 画像結像手法やパネルの製造方法について特許申請を行った。 ○ 受動系技術研究に専念してきた。	○ 当社のパネルとより親和性の高いセンサーの発掘。 ○ 生産とも関係するが、量産技術の確立による低価格化、大型化が求められている。

V 2014年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

1-1. 2014年4月期の重点施策

メモリアルデザインサービス事業

- 今期苦戦したハード機器売上の巻き返し
- クライシス発生時でも安定供給を可能とするため琵琶湖オペレーションセンターを秋に設立する予定
- クラウド技術を活用した新サービスの確立
- 多様な葬儀演出ツールなどを生かして新規顧客開拓および既存顧客の単価アップを推進

パーソナルパブリッシングサービス事業

B to B

- プロフォトグラファー向け写真集発注ソフト「ASUKABOOK Maker2」の改善と、フォトグラファー向け無料セミナーの継続的实施
- 好評の「ZENレイフラット」の浸透と生産体制の充実
- 写真集形態ではないプロ向け新製品のリリース

海外

- アメリカ代理店との契約形態の変更による収支改善

B to C

- コンシューマ向けサービス「Mybook」の商品アイテム拡充
- スマホ向け市場の開拓
- 大型展示会「CP+」への出展およびPRの強化
- コンシューマ向け生産ラインによる効率化と納期短縮の実現

1-2. 2014年4月期の重点施策

32

エアリアルイメージング事業

製造

- ガラスによるプレ量産実績作りと本格量産技術の確立
- 他素材による試作品の完成と評価

マーケティング

- 展示会は「CEATEC」に特化して出展
- ガラス素材プレ量産品の売上実現
- 能動的なマーケティング、積極的なデモの実施→試作品売上の着実な実現

研究

- 更なる技術研究と特許出願（拡大化技術、全方位型技術など）
- 適切なセンサーの選定と、センサー融合の確立
- 受動系技術研究に特化（能動系技術研究は来期以降）

その他

- BtoC向け新規サービスのリリースと積極的な宣伝・PR
- 基幹システムの更新

2. 設備投資/研究開発投資計画

2014年4月期の設備投資は約180百万円、
AI研究開発投資は約50百万円を予定

① エアリアルイメージング事業の研究開発
投資は約50百万円を予定
(特許権償却、研究人件費を含む)

主な内容

- ・ 拡大技術研究……………約8百万円
- ・ 全方位型技術研究……………約4百万円
- ・ 量産化技術研究……………約12百万円 など

※全て会計上は研究開発費として費用処理予定

② 写真発注ツールの開発、機能強化

ASUKABOOK Maker2, MybookEditorなどの機能強化、スマホ対応、
新商品対応等 約54百万円

③ 基幹システム更新

当社の基幹システムに関わるサーバー、データベースの
更新に約22百万円

④ 新サービスの開発

新サービスの開発費用に約30百万円

3. 業績見通しのポイント

34

売 上

- メモリアルデザインサービス事業は、遺影写真加工収入の反動増、着実な新規契約の獲得、ハード機器売上の挽回により、増収計画。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、USが手数料方式から卸方式への契約変更により形式売上が減少するも、その他は着実に増収する計画。
- エアリアルイメージング事業は、プレ量産品売上を計画。

利 益

- メモリアルデザインサービス事業は、琵琶湖OPセンター設立に伴う費用を織り込んでいる。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、前期苦戦した新製品の生産歩留まりの改善や、製造ライン分割による効率化で、原価率の改善を計画。
- エアリアルイメージング事業は、これまで通り、研究を進めるとともに、展示会はCEATECに特化する方針。
- ネットを利用したBtoC向け新サービスを企画。調査費、広告費、システム償却など先行投資を織り込んでいる。

配当政策

- 来期の配当見込は、30.00円（配当性向30%目安）

4. 業績見通し（前年比較）

35

単位：百万円（1株あたりの当期純利益・年間配当を除く）

	2013年4月期	2014年4月期	前 年 比
売 上 高	4,533	4,883	107.7%
メモリアルデザインサービス事業	2,105	2,223	105.6%
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,406	2,460	102.2%
エアリアルイメージング事業	21	200	923.2%
営 業 利 益	656	686	104.5%
経 常 利 益	664	690	103.9%
当 期 純 利 益	406	423	104.0%
1株当たり当期純利益（円）	97.20	101.0	104.0%
1株当たり年間配当（円）	29.00	30.00	

VI 中期展望

Medium-term outlook

1. 中期方針

37

メモリアルデザイン サービス事業

安定成長の持続
+
新市場の開拓を模索

パーソナル パブリッシング事業

成長ドライバーとして
巻き返しを図る

エアリアル イメージング事業

新市場の創造に
チャレンジ

1

プロフェッショナルユースから家庭用アルバムまで、多品種フルラインナップによる
第三の写真アウトプット文化の普及を目指す

2

自社ブランドの拡大を重視+業務提携で補完

3

膨大な写真アウトプット市場の取り込みによる持続的企業成長を実現（販売と製造のバランスに配慮）

4

海外はリスクをコントロールしながら適切なスピードで展開し、高品質路線を堅持

5

安定成長ビジネスとチャレンジビジネスを両立させ、適切なリスクをテイクする

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のですが、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 代表取締役社長兼CEO 福田 幸雄

お問い合わせ先 常務取締役CFO 功野 顕也

TEL 082-850-1200 (代)

FAX 082-850-1212

URL: <http://www.asukanet.co.jp>E-mail: ir@asukanet.co.jp