

株式会社アスカネット

# 第2四半期決算説明資料

2014年4月第2四半期

証券コード 2438

## C O N T E N T S

02

**I.第2四半期決算の概要**

- 1. 決算概要 . . . . . 04
- 2. 損益状況 . . . . . 05
- 3. 費用構成 . . . . . 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

**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 . . . . . 11
- 2. 重要指標の推移 . . . . . 12
- 3. 市場環境と下期の取り組み . . . . . 13

**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 . . . . . 15
- 2. 重要指標の推移 . . . . . 16
- 3-1. B to C 市場向けサービスの概要① . . . 17
- 3-2. B to C 市場向けサービスの概要② . . . 18
- 3-3. B to B 市場向けサービスの概要 . . . . 19
- 4. 上期の状況 . . . . . 20
- 5. B to C市場の商品戦略 . . . . . 21
- 6. 下期への取り組み . . . . . 22

**IV.エアリアルイメージング事業**

- 1. 事業開始理由 . . . . . 24
- 2. 事業内容と方針 . . . . . 25
- 3. 上期の状況と下期の取り組み . . . . . 26
- 4. 本格量産技術開発の状況 . . . . . 27

**V. 2014年4月期通期見通し**

- 1. 通期見通し . . . . . 29

## I . 第2四半期決算の概要

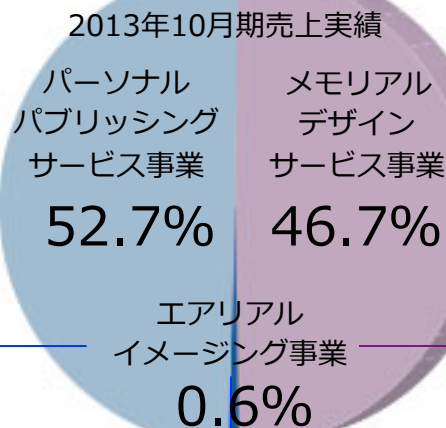
# 1. 決算概要

- ① 売上 ▶▶▶ 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に順調に推移。エアリアルイメージング事業も試作品の納品が進んだ。その結果、売上高は前年同期比5.5%増加の2,212百万円となった。
- 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事業はともに同程度の伸長であり、構成比に大きな変化は見られない。
- ③ 原価率 ▶▶▶ メモリアルデザインサービス事業で、ひわこオペレーションセンター開設に伴う人員採用、研修、備品費などの発生が主な要因となり、原価率は前年同期に比べ0.6ポイント上昇した。
- 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で、前期発生した新製品や新サービスのリリースに伴う広告宣伝費や販売促進費の増加が通常化したことなどにより、販売管理費率は前年同期に比べ2.7ポイント下落した。
- ⑤ 利益の前期比 ▶▶▶ 以上により、経常利益は前年同期比27.8%増加の279百万円、四半期純利益は前年同期比28.5%増加の170百万円と、順調に推移している。

## 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3,080社の写真館向けなど  
B to Bや消費者に  
年間約31万冊を提供



## 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2,030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。現在は、空中結像パネルの試作品を販売している。

## 2. 損益状況

単位：百万円

	2012年10月期		2013年10月期		増減額 対前年同期比
	実績	%	実績	%	
売上高	2,097	100.0	2,212	100.0	+114
(メモリアルデザインサービス事業)	973	46.4	1,032	46.7	+59
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	1,115	53.2	1,167	52.7	+51
(エアリアルイメージング事業)	8	0.4	12	0.6	+3
売上原価	1,037	49.5	1,108	50.1	+70
売上総利益	1,060	50.5	1,104	49.9	+43
販売費及び一般管理費	842	40.1	826	37.4	△15
営業利益	218	10.4	277	12.5	+59
経常利益	218	10.4	279	12.6	+60
四半期純利益	132	6.3	170	7.7	+37

－売上は、各事業とも順調に推移。

－利益は、売上増に加え、パーソナルパブリッシング事業で前期戦略的に計上した広告宣伝費、販売促進費の通常化による減少、海外市場向け経費の縮小などにより、大幅に増加。

## 3.費用構成

単位：%

	2012年10月期	2013年10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	50.5	49.9	△0.6	パーソナルパブリッシングサービス事業においては生産効率の向上などにより売上総利益率は増加したものの、メモリアルデザインサービス事業においてびわこOPセンター開設に伴い、人件費、教育研修費、備品費が増加したことから、売上総利益率が低下した。

単位：百万円

	2012年10月期	2013年10月期	増 減	主な増減要因
販売費及び一般管理費				
広告費・販売促進費 販売手数料	159	100	△59	前期は、新製品サンプルの配布に伴う販売促進費の増加及びマイブックエディタMac版リリースに伴う広告宣伝費の増加があった。
人件費	340	367	+26	主として、エアリアルイメージング事業の人員増、及び新規事業研究部署の立ち上げによる。
減価償却費・支払家賃	72	72	+0	—
支払手数料	43	44	+1	—
研究開発費	41	41	△0	エアリアルイメージング事業での研究開発を継続。
その他	183	200	+16	全般的な備品費や修繕費の増加など。
合計	842	826	△15	

## 4. セグメント別損益状況

単位：百万円

	2012年10月期		2013年10月期			
	売上	セグメント損益	売上	売上増減	セグメント損益	セグメント損益増減
メモリアルデザインサービス事業	973	303	1,032	+59	312	+9
パーソナルパブリッシングサービス事業	1,115	131	1,167	+51	202	+71
エアリアルイメージング事業	8	△40	12	+3	△41	△0

－メモリアルデザインサービス事業は、前述したびわこOPセンター設立に伴う準備費用および利益率が相対的に低い額やハード機器が好調だったため、売上ほど利益は増加しなかった。

－パーソナルパブリッシングサービス事業は、BtoB、BtoC向け売上とも順調に推移し、海外向け経費の削減に加え、前期戦略的に増加させた広告宣伝費、販売促進費を通常化させたため、利益は大きく増加した。

－エアリアルイメージング事業は、立ち上げ段階であり、研究開発費などにより損失を計上している。

## 5. 財務状況

08

単位：百万円

資産の部	2012年10月期	2013年10月期	増 減	主な増減要因
流動資産	1,953	2,233	+279	順調な利益の増加により、現金及び預金が222百万円増加した。
固定資産	1,651	1,715	+63	主に印刷関連設備の購入による。
資産合計	3,605	3,949	+343	
負債・純資産の部	2012年10月期	2013年10月期	増 減	主な増減要因
流動負債	510	527	+16	主に未払法人税等の増加による。
固定負債	20	13	△7	主にリース債務の返済による。
負債計	530	540	+9	
純資産計	3,074	3,408	+334	利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	3,605	3,949	+343	

－順調な利益の計上により、現金及び預金、剰余金がともに増加し、自己資本比率は86.3%と高水準。

－手元資金の有効な活用が課題であると認識している。



## 6. キャッシュ・フローの状況

09

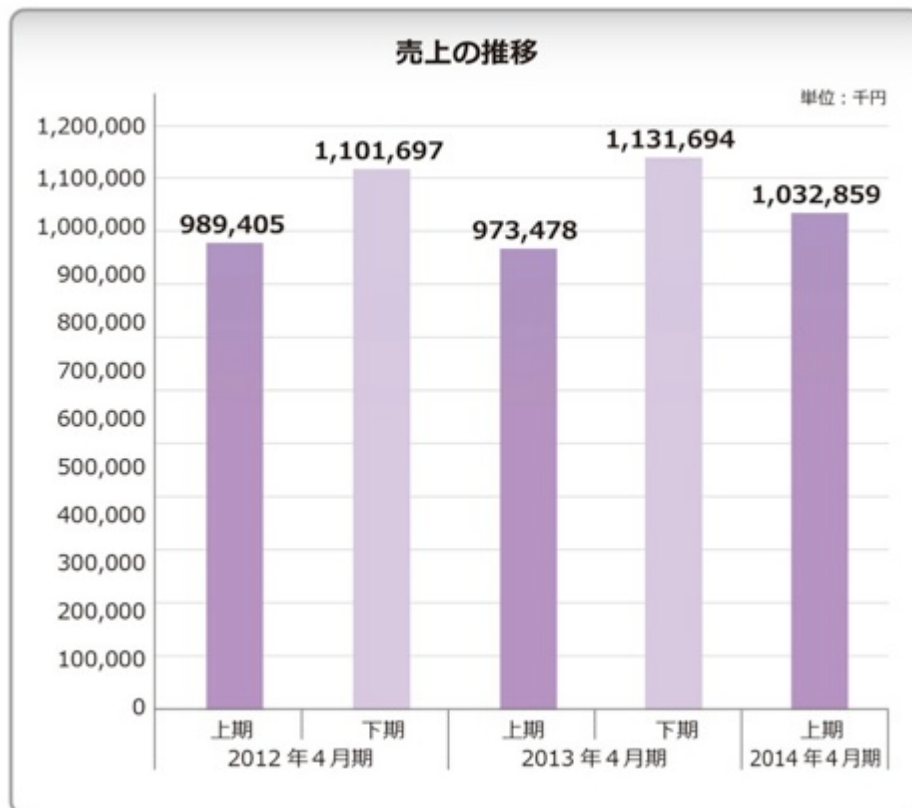
単位：百万円

	2012年10月期	2013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	218	295	+77	主に利益の増加による。
投資活動による キャッシュ・フロー	△278	△236	+41	印刷機導入やシステム開発など通常範囲内の投資。
財務活動による キャッシュ・フロー	△118	△130	△11	借入金は完済したものの、配当性向の増加（20%→30%）により 配当金が増加したため。
現金及び現金同等物の 四半期末残高	756	873	+117	前下期のキャッシュの積み上げによる。

## 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

11

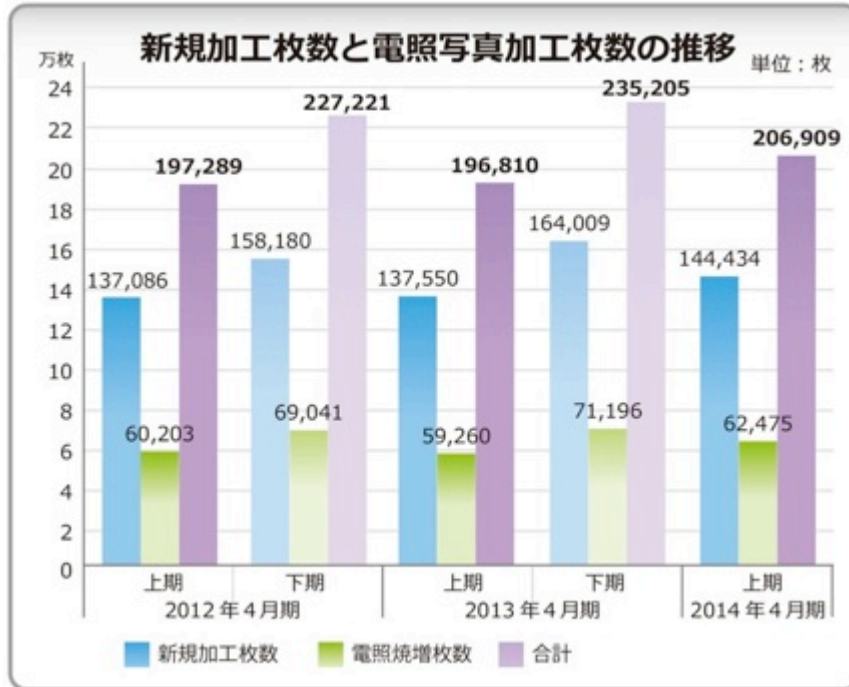


## 事業概況

- メモリアルビデオなど映像サービス  
収入や演出ツールは好調に推移した。
- 遺影写真加工収入も堅調。
- ハード機器は前期の反動もあり順調に  
計上、額も好調持続。

## 2. 重要指標の推移

12



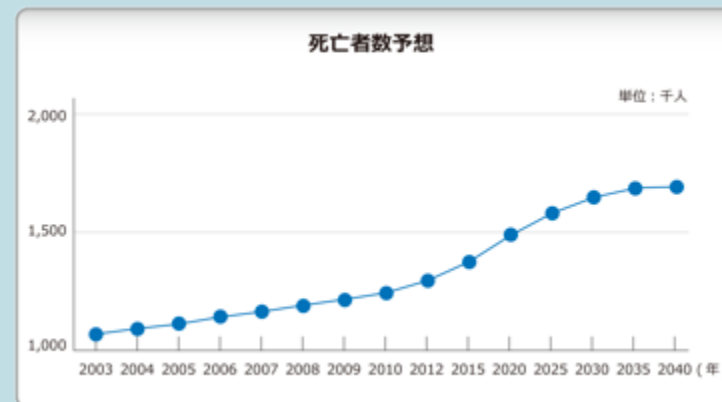
電照焼増枚数に関しては、新規とセットの場合の枚数を加算して、遡及修正いたしました。

※加工枚数は寒い季節に増加する傾向があるため、当社の上期（5月-10月）より下期（11月-4月）の方が増加する。

※“電照写真”とは、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。

### 3. 市場環境と下期の取り組み

- ・マクロ的には高齢化社会に向け市場は漸増
- ・葬儀社間競争・差別化ニーズの増加→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
- ・映像演出ツールが浸透しつつある
- ・当社のモデルを模した事業者が特定地域にて展開



出展：人口問題研究所予測データ

#### 上期トピック

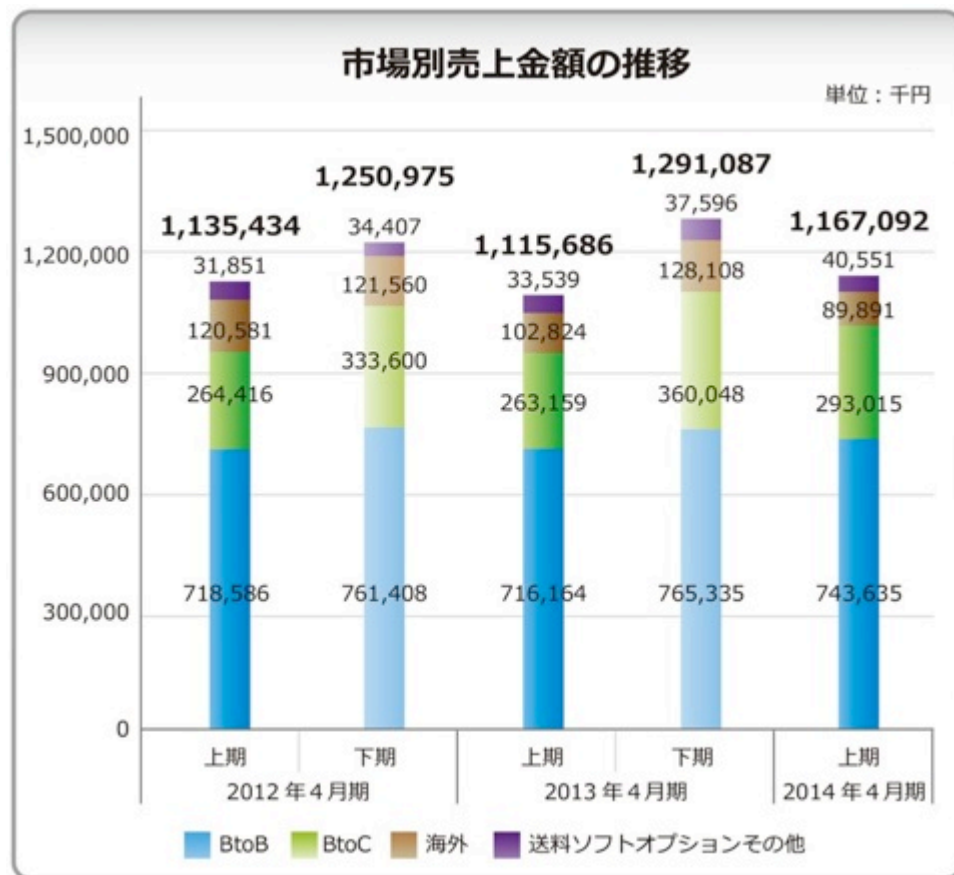
- ・6月に「フューネラルビジネスフェア2013」に出展。新サービス「エンディングボード」「なまえの詩」などが好評。
- ・10月に遺影写真等制作の第3の拠点として、びわこオペレーションセンターを設立し、危機管理体制を強化した。

#### 下期の取り組み

- ・クラウド技術を活用した新サービスの開発。
- ・相対的にシェアの低いエリアの集中的開拓。
- ・営業チームとサポートチームの協力による顧客開拓と葬儀演出サービスの浸透。
- ・びわこオペレーションセンターの安定運用。

## III. パーソナルパブリッシングサービス事業

## 1. 市場別売上上の推移



※BtoBの婚礼・BtoCとも季節変動により、下期が増加する傾向がある。

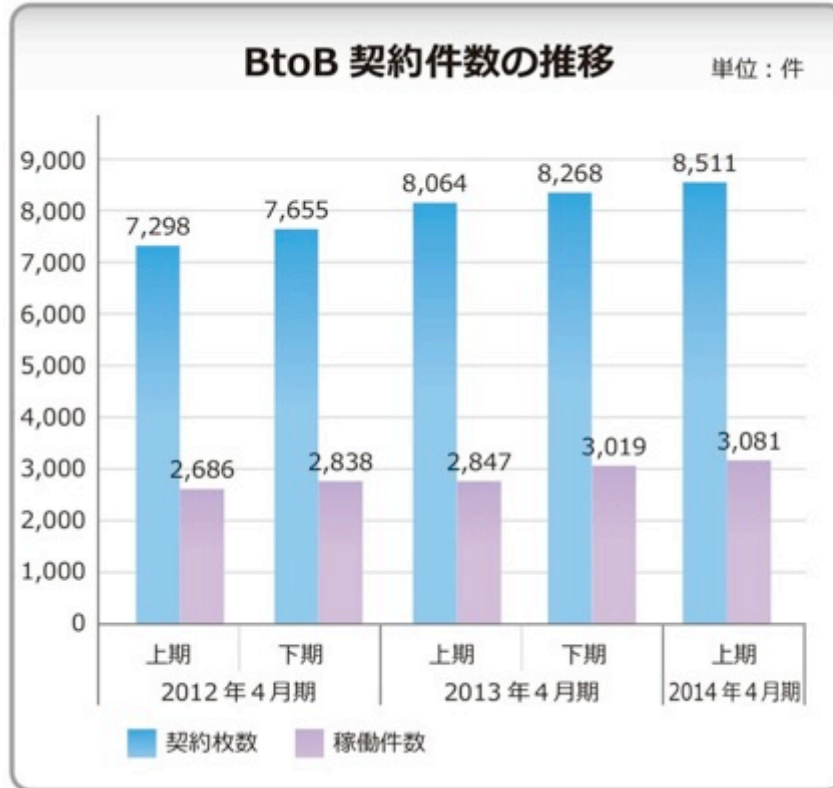
・ B to B は前期にリリースした高価格製品 ZENレイフラットの売上が好調。また、当期にリリースした「オンデマウント」も好調なスタート。

・ B to C は各種企画、宣伝、イベント、展示会などの成果があがり、アフェリエイトも好調であった。

・ 海外はアメリカの代理店への販売を卸価格方式に変更した影響もあり減少した（ただし、販売手数料や広告宣伝費負担もなくなったため、海外部門の損益は改善）。

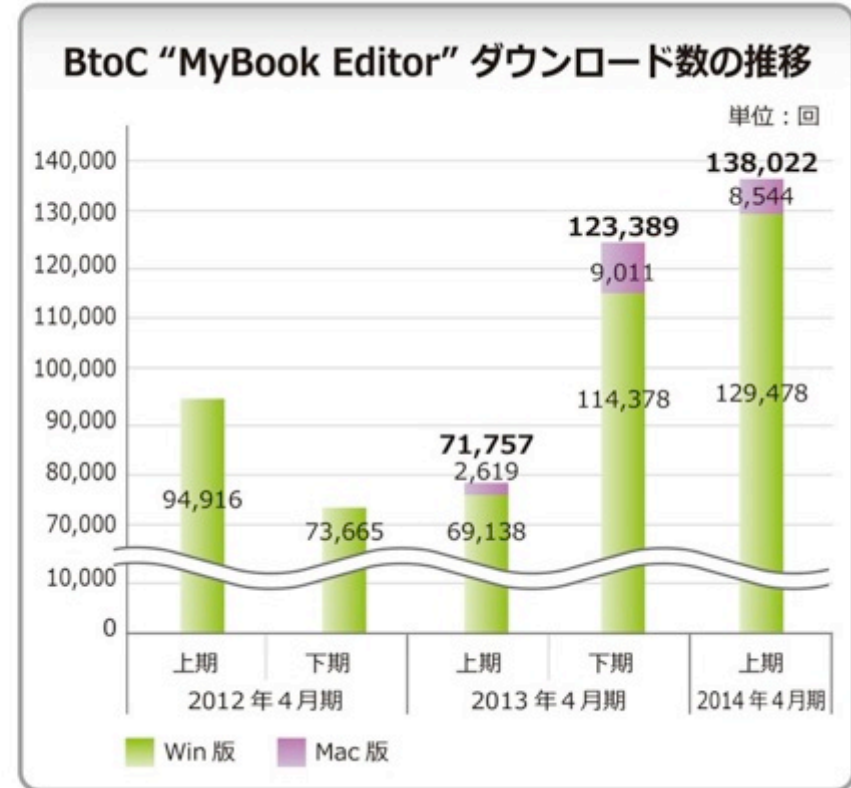
## 2. 重要指標の推移

16



B to B は、契約から受注まで一定の時間がかかるモデル（契約→見本作製→見本展示→予約→撮影→納品）である。

契約件数は順調に増加している一方、稼働件数の増加を課題として認識している。



前下期に比べMac版は若干減少しているものの、ダウンロード数は堅調に推移している。



## 3-1. B to C 市場向けサービスの概要①

☆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 Editor 4」へバージョンアップ。より簡単で直感的な編集作業が可能に。2012年10月にはMac版もリリースし、さらに多くの方に利用いただくことが可能に。
- 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。
- 判型やページ数のバリエーションを増強。

<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②

☆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」



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。
- 2013年11月には、新しい表紙デザインや、新しい判型を追加。

<http://autoalbum.jp/>

交換する  
「PHOTO GET」



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て写真を共有、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/>

## 3-3. 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/>

## 4. 上期の状況

## 競争環境

- 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・海外ともに、当社のビジネスモデルを模した他社の参入がみられる。
- 当社のクオリティ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を維持。

## 各市場における優位性の拡大を目的とした施策

## B to B

- 前期にリリースした「ZENレイフラット」を中心に積極的な拡販
- 新製品「オンデマウント」「URUSHI」などをリリースするとともに「ASUKABOOK Maker」をバージョンアップ
- 全国8カ所でASUKABOOKセミナーを実施
- PHOTONEXT、ブライダル産業フェアに出展



## 海外

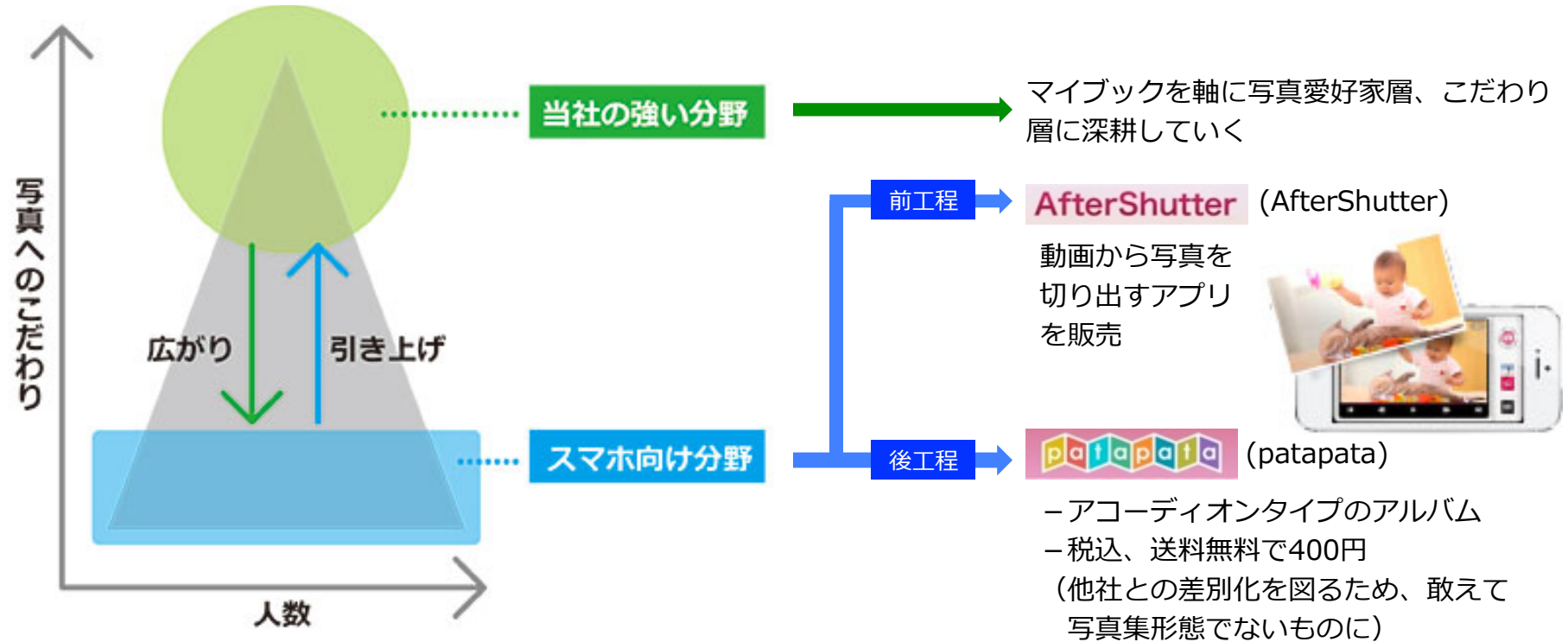
- アメリカは卸売方式に変更し、広告宣伝は代理店負担で実施
- 国内に合わせ、新製品をリリース
- 規模は抑えながらも、各地でコンベンションに参加

## B to C

- 積極的にイベントやタイアップ企画、キャンペーンを各種実施
- スマホ向けサービスのリリース
  - ・ 7月 動画から静止画を切り出すアプリ「AfterShutter」を販売開始
  - ・ 10月 スマホの写真で作るポライド風アルバム「patapata」をリリース
- マイブックに判型や多ページ数を追加し、ラインナップを充実
- 撮った写真を送るだけの「おまかせMyBook」サービスを開始
- 「カメラにまつわる」様々なアンケート、情報を提供する「フォト総研」を本格開始



## 5. BtoC市場の商品戦略



- patapataをきっかけとして、マイブックユーザーへ誘導していく
- マイブックユーザーにも、スマホでの楽しみを広げていく



## 6. 下期の取り組み

22

営業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「オンデマウント」の婚礼写真市場以外への展開強化</li> <li>・好評である「ZENレイフラット」の更なる浸透</li> </ul>
	海外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上期リリースした新製品（「URUSHI」「オンデマウント」など）の浸透</li> <li>・手厚いユーザサポートによる顧客の確実な囲い込み</li> </ul>
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スマホ関連のサービスの普及</li> <li>・展示会「CP+」への効果的な出展</li> <li>・Macユーザーや卒業アルバムなど重点的に開拓</li> </ul>
開発	AUTOALBUM バージョンアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新しい表紙デザイン、判型の追加に対応したシステムの改善</li> </ul>
	写真集発注ソフトの 継続的機能強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般消費者向けソフト“Mybook Editor”やプロフォトグラファー向けソフト“ASUKABOOK Maker”の機能強化、リリース</li> </ul>
生産	“ZENレイフラット”な ど新製品の生産効率化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産方法の効率化と高品質の両立</li> <li>・製品品質の安定、うねり問題の解決</li> </ul>
	製品の開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BtoC向け新製品の開発、短納期対応</li> <li>・「オンデマウント」の品質向上</li> </ul>

## IV.エアリアルイメージング事業

# 1. 事業開始理由

当事業は以下の理由から、一昨年3月に開始。 現在A I 事業開発室（専任3名）にて活動している。

1

画像映像という企業ドメインに適合しており、既存事業とのシナジーが図れる

2

空中結像技術の新規性が高く、また特許技術であるうえ、様々な用途に利用可能で、市場が莫大にある

3

該当技術に関する特許（申請中を含む）を約60百万で譲り受けることができたため、可能性対リスクを考慮すれば非常にリーズナブルである

4

既に大手企業から引き合いがあり、既に試作品の受注実績があり、当技術の優位性を間接的に確認できる

5

当技術を開発してきた技術者を当社の従業員として採用できる



基本的なビジネス形態は、**空中結像を可能にするプレート（A Iプレート）の製造、販売。**  
様々な分野のメーカー等の製品への組み込みや技術の融合に役立つ素材の提供。



## 2. 事業内容と方針

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

AIプレートの試作品の拡充は実績を重ねている  
プレ量産は可能となっているが、より多量、低コストを  
指向した本格量産技術を醸成中



※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

## 事業方針の骨子

1. 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
2. ファブレス形態で製造し、自社ブランドでの提供を指向
3. AIプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
4. 国内市場を優先的にマーケティングする

## 3. 上期の状況と下期の取り組み

26

## 上期の状況

## マーケティング

- 10月CEATECへ出展し、キーテクノロジー部門準グランプリを受賞。  
→センサーとの組み合わせなどで、具体的な活用イメージを提案。  
→多くの反響を頂いた。
- 試作品の販売は順調に進んでいる。
- 7台限定のスーパーカーに搭載され、ドバイのモーターショーに展示。



## 生産

- ガラス素材、樹脂系素材とも本格量産技術の確立にむけ、研究を進めてきた。
- CEATEC向けに、より高精度なAIプレートが製作できた。
- 樹脂製プレートの量産試作を行った。

## 研究

- 拡大技術を研究、試作しCEATECに出展した。
- 受動系技術研究に専念。
- より親和性の高いセンサー技術の発掘。

## 下期の取り組み

- CEATECでの引き合い先に対し、丁寧にフォローを進める。
- センサー技術との融合による空中タッチパネル用途での具体的なマーケティングを実行。

10月開催の  
CEATECの様様

- 引き続き、本格量産技術の研究を様々な方向で進めていく（次ページに詳細）。  
↓  
最重要課題として認識。

- 本格量産技術の開発を最優先。
- 拡大化や正面視タイプの研究も継続。

## 4.本格量産技術開発の状況

27

生産方法 素材	現 状	新 手 法
ガラス素材	<p>ガラス素材調達の工夫などにより低価格化を実現。</p>	<p>ガラス素材の高品質性を活かしつつ、量産性を高める新しい生産技法の開発。</p>
他素材	<p>現在蓄積している生産方法を踏まえて、より安価で扱いやすい素材での生産方法の確立。</p>	<p>難易度は高いものの、低コスト性と量産性を両立させる生産技術のブレークスルーにチャレンジ。</p>

- 本格量産技術の確立を最重要課題ととらえ、あらゆる方向でトライしている。
- 現時点では具体的なスケジュールを示せる段階にはない。まずは、優先すべき方向性を明確にするためのトライを続けていく。

## V.2014年4月期通期見通し

## 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	4,533	2,212	4,883
メモリアルデザインサービス事業	2,105	1,032	2,223
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,406	1,167	2,460
エアリアルイメージング事業	21	12	200
経常利益	664	279	690
当期（四半期）純利益	406	170	423
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	97.20	40.73	101.04
1株当たり配当金（円）	29.00	—	30.00

- パーソナルパブリッシング事業は海外市場向けは引き続き苦戦するとみているが、国内市場はBtoB、BtoCとも、堅調に推移するものと見込んでいる。
- メモリアルデザインサービス事業も、堅調に推移するものと見込まれる。
- エアリアルイメージング事業は、本格量産技術の確立を最優先に取り組む一方、現状体制での限定ロット受注にも注力していく。CEATEC後のフォローを通じて試作品の販売も行う。

# 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](mailto:ir@asukanet.co.jp)