

株式会社アスカネット **2016年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1.2016年4月期 決算の概要

1-1.決算概要	04
1-2.損益状況	05
1-3.費用状況	06
1-4.会計方針の変更について	07
1-5.セグメント別損益状況	08
1-6.財務状況	09
1-7.キャッシュ・フローの状況	10
1-8.全社的トピックス	11

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	13
2-2.事業概況・売上の推移	14
2-3.重要指標の推移	15
2-4.市場環境	16

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	18
3-2.市場別売上の推移	19
3-3.重要指標の推移	20
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	21
3-5.当期の取り組み状況 ～営業面について	22
3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について	23

4.エアリアルイメージング事業

4-1.AI事業の概要と方針	25
4-2.当期の取組状況と今後の方針	26
4-3.本格量産技術開発の状況	27
4-4.視野角拡大タイプ（反射型）について	28

5.2017年4月期 方針と見通し

5-1.2017年4月期 各事業の取組み	30
5-2.設備投資/研究開発等計画	31
5-3.業績見通しのポイント	32
5-4.業績見通し（前年比較）	33

6.中期展望

6-1.中期方針	35
----------	----

〈はじめに〉 決算説明資料 全体のポイント

2016年4月期決算について

- 売上については、メモリアルデザインサービス（MDS）事業は、前期実績は上回ったものの、暖冬の影響があり、計画は下回った。パーソナルパブリッシングサービス（PPS）事業は、国内BtoB向けが順調に伸長し、OEM提供を開始したため前期実績を上回ったものの、OEM提供は想定を下回ったため計画は下回った。エアリアルイメージング（AI）事業は、適価での量産が叶わず、サンプル出荷が中心となったため、大きく計画を下回ってしまった。
- 利益については、前年実績、計画とも上回る結果となった。PPS事業での生産性の向上に加え、会計方針の変更による減価償却費の減少、前期発生したギフトネットコム関連コストの減少によるものである。
- 配当については、利益が計画を上回ったため、配当性向30%の方針により、従来予想9円から1円増配し、10円として株主総会に上程することとした。

2017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、増収を計画している。
- 利益面では、MDS事業、PPS事業は着実な利益増を計画し、またAI事業においては積極的な研究開発を計画するも、売上増により損失幅は減少する見込みとなっており、全体で増益を計画している。

1.2016年4月期 決算の概要

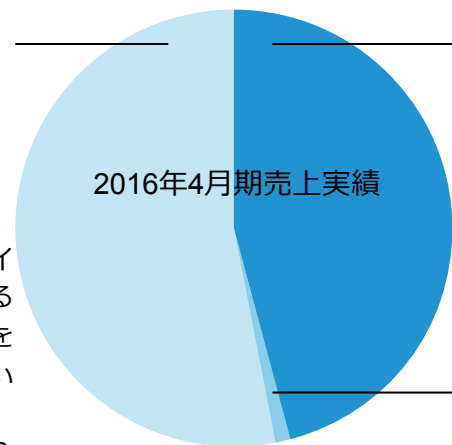
Balancing of accounts summary

1-1.決算概要

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

53.8%

「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3,700社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約38万冊を提供。



市場創造ビジネス
エアリアルイメージング事業

1.1%

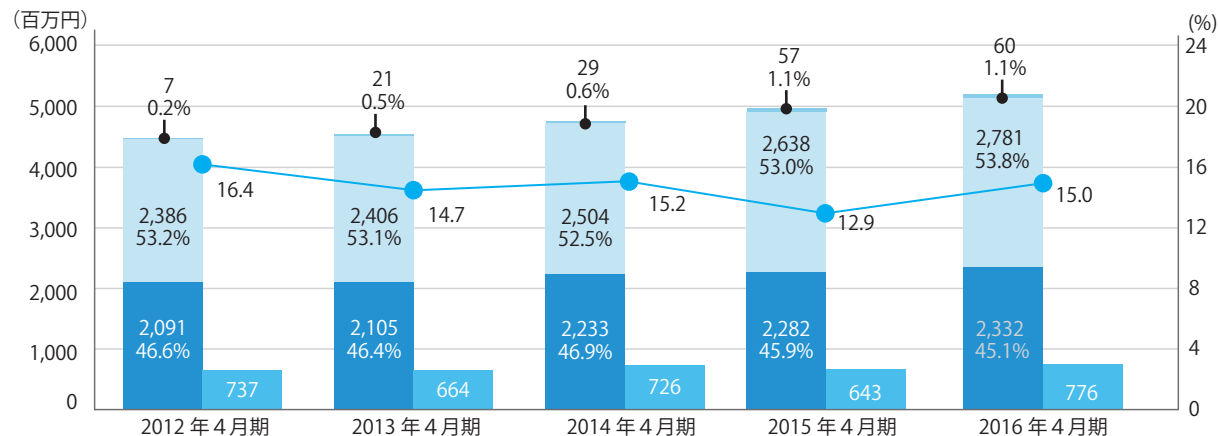
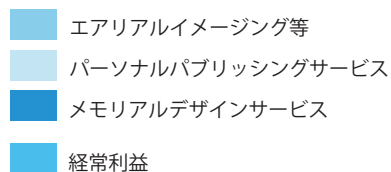
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。試作品を販売しており、安定した量産の確立を目指す。

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

45.1%

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2,220カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約32.5万枚の写真画像を提供。

事業別売上高・経常利益・ 売上高経常利益率



1-2.損益状況

単位：百万円

	2015年4月期		2016年4月期				増減額		増減比%
	実績	%	実績	%	計画	%	対計画比	対前期比	対前期比
売上高	4,978	100.0	5,173	100.0	5,422	100.0	△249	+195	+3.9
(メモリアルデザインサービス事業)	2,282	45.9	2,332	45.1	2,384	44.0	△51	+49	+2.2
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	2,638	53.0	2,781	53.8	2,901	53.5	△119	+143	+5.4
(エアリアルイメージングサービス事業)	56	1.1	58	1.1	133	2.5	△74	+1	+3.5
(その他)	1	0.0	1	0.0	3	0.0	△1	+0	+40.9
売上原価	2,443	49.1	2,532	48.9	-	-	-	+89	+3.7
売上総利益	2,535	50.9	2,641	51.1	-	-	-	+106	+4.2
販売費及び一般管理費	1,896	38.1	1,867	36.1	-	-	-	△28	△1.5
営業利益	638	12.8	773	15.0	728	13.4	+45	+134	+21.2
経常利益	643	12.9	776	15.0	732	13.5	+44	+132	+20.7
当期純利益	425	8.5	547	10.6	481	8.9	+66	+121	+28.7

- 売上高は、3事業とも前年実績を上回ったが、いずれもが計画達成できず、売上計画は未達となった。
- 利益は、ドコモ向けOEM供給稼働により先行費用が発生したものの、パーソナルパブリッシングサービス事業での生産性向上に加え、前期計上したギフトネットCOMの損失が減少したため、前年実績、計画ともに上回った。
- 想定以上の税額控除があったため、当期純利益の増加率が大きくなっている。

1-3. 費用状況

単位：%

	2015年 4月期	2016年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	50.9	51.1	+0.2	PPS事業での生産性の向上やAI事業での粗利率向上により、わずかではあるが上昇した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2015年 4月期	2016年 4月期	増 減	
広告費・販促費・販売手数料	261	204	△56	前期計上したギフトネットコム向け広告費がなくなったため。
人件費	810	817	+7	—
減価償却費・支払家賃	169	161	△8	会計方針の変更により若干減少した。
発送配達費	92	107	+15	OEMによる小口出荷が増加したため。
研究開発費	96	101	+5	エアリアルイメージング事業を中心に、前年並みの研究開発を実施。
その他	465	474	+8	—
合計	1,896	1,867	△28	

1-4. 会計方針の変更について

会計方針の変更について	<ul style="list-style-type: none">● 2016年4月期より、OEM供給のための設備の償却開始を機に、使用実態をより適切に反映させるため、有形固定資産の減価償却方法を定率法から定額法に変更。● この変更により、従来の方法と比較し、減価償却費は約105百万円減少した。
減価償却費に与える影響の分析	<ul style="list-style-type: none">● 当期に稼働したOEM供給のための設備に関する影響・・・約28百万円 → これは最初から定額法でビジネスモデルを想定している● 当期に取得した資産（OEM以外）に関する影響・・・約11百万円● 前期以前に取得した資産に関する影響・・・約66百万円 ● 減価償却費の前期比較 前期 304百万円→当期 273百万円 結果、31百万円の減少

1-5.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2015年4月期		2016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	2,282	757	2,332	+49	764	+7
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,638	491	2,781	+143	543	+51
エアリアルイメージング事業	56	△82	58	+1	△88	△6
その他	1	△94	1	+0	△16	+78

- メモリアルデザインサービス事業は、暖冬の影響を受け、売上、利益とも若干の増加にとどまった。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、BtoBが堅調であったことに加え、OEM供給が計画を下回ったもの一定の売上貢献があり、売上、利益とも順調に増加した。
- エアリアルイメージング事業は、試作品の販売数は増加したものの、販売単価を下げたため、売上は微増にとどまった。研究開発費が若干増加し、また、営業も増員したため、損失は若干増加した。
- その他（ギフトネットコム）については、前期計上した広告宣伝費などのコストが発生しなかったため、大きく改善した。

1-6. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2015年 4月期	2016年 4月期	増 減	
流動資産	2,500	2,803	+ 302	順調な利益の計上により、現金及び預金が増加した。
固定資産	1,994	2,017	+ 22	パーソナルパブリッシングサービス事業における生産設備の取得により、若干増加。
資産合計	4,495	4,820	+ 324	
負債・純資産の部	2015年 4月期	2016年 4月期	増 減	
流動負債	625	623	△1	—
固定負債	8	6	△1	—
負債合計	633	630	△3	—
純資産合計	3,862	4,190	+ 327	順調な利益計上により利益剰余金が増加した。
負債・純資産合計	4,495	4,820	+ 324	—

1-7. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2015年 4月期	2016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	757	765	+7	—
投資活動による キャッシュ・フロー	△680	△357	+323	前期に比べ、生産設備への投資が減少した。
財務活動による キャッシュ・フロー	△278	△200	+77	前期に比べ、自己株式の購入が減少した。
現金及び現金同等物の 期末残高	1,105	1,313	+207	—

1-8.全社的トピックス

エアリアルイメージング 事業の進捗

- 量産化にむけてトライを継続しているが、必ずしも順調とは言えなかった。
- 広視野角タイプ（反射型）について初期試作を行い、デジタルサイネージジャパンに参考出品した。

OEM供給の 本格開始

- 昨年5月よりドコモ向けOEM供給を本格的に開始した。想定を下回る受注ではあったものの、本サービスの会員数は順調に伸びており、将来的な伸長は期待できる結果となった。

創立20周年 記念イベントの開催

- お陰さまで、昨年7月に当社創立20周年を迎えた。これまでお世話になった方々をご招待し、記念イベントを開催させていただいた。

スマホから発注できる サービスの開始

- 本年2月に、スマホやタブレットから気軽に発注できるサービス「MYBOOK LIFE」をリリース。
- 市場の横展開を図るとともに、「MYBOOK」への誘導を進めている。

株主還元について

- 配当／ 当期 10.00円（当初予定9.00円から業績が計画を上回ったため、1.00円増配した。）、来期予定 10.00円
- 配当方針／ 配当性向30%を目安

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13カ所の自社サポート体制



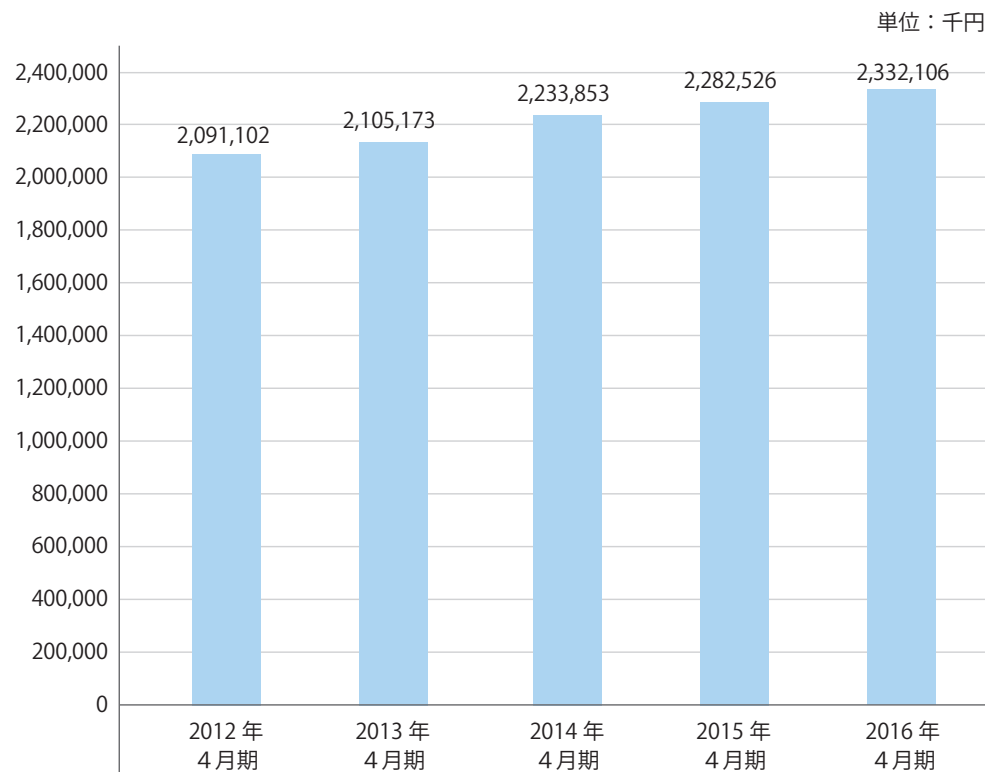
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

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

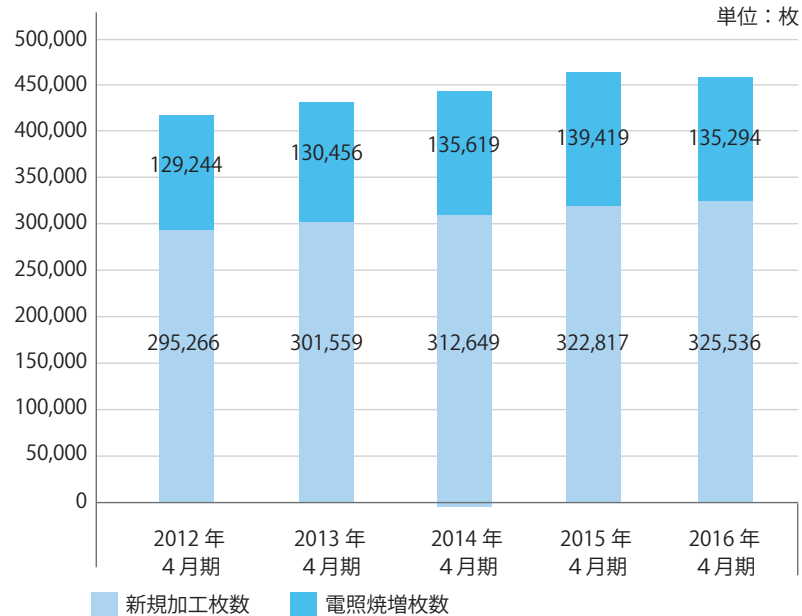


事業概況

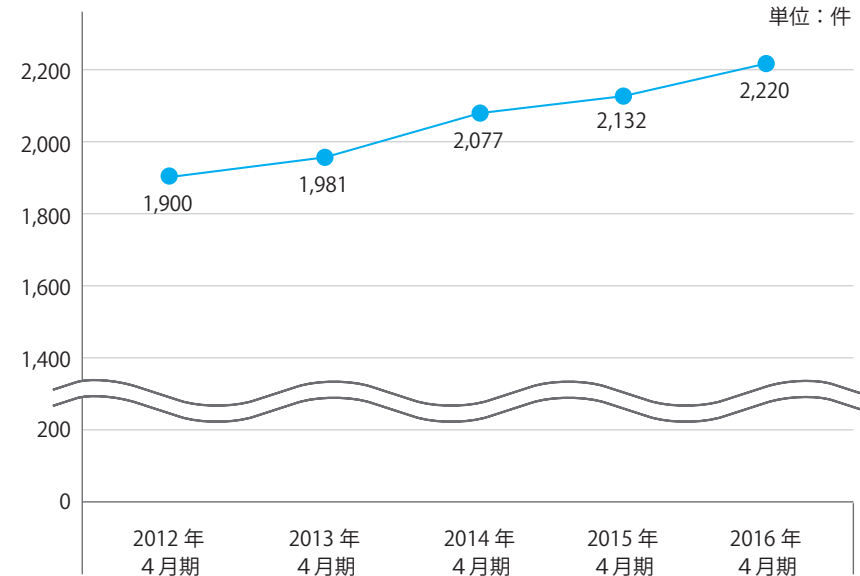
- 遺影写真加工は暖冬の影響により、下期伸び悩み、計画を下回った。
- ハード機器売上は、前期に比べ伸長したものの、計画を若干下回った。
- ビデオ加工、インク、額、ペーパーなどは、計画を上回って推移した。
- 事業として、売上、利益とも計画を若干下回るという結果となった。

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



- 設置件数は順調に増加したが、新規加工枚数、電照焼増枚数ともに伸び悩んだ。電照焼増についてはモニタ祭壇への移行もあり前年を下回った。

※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。

2-4.市場環境

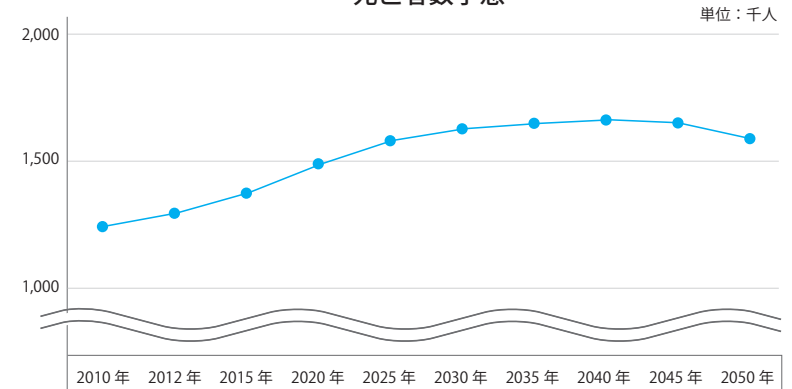
市場環境

- 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

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を継続（同業社からの切替にも注力）。
- 「葬サイネージ」「遺影バンクBIZ」などの新ツールが好評で順調に伸長。
- クラウドを活用した葬儀社向けEコマースサービスの浸透を図っていった。
- フューネラルビジネスフェアに出展。

死亡者数予想



出典：人口問題研究所予測データ



遺影バンクBIZ

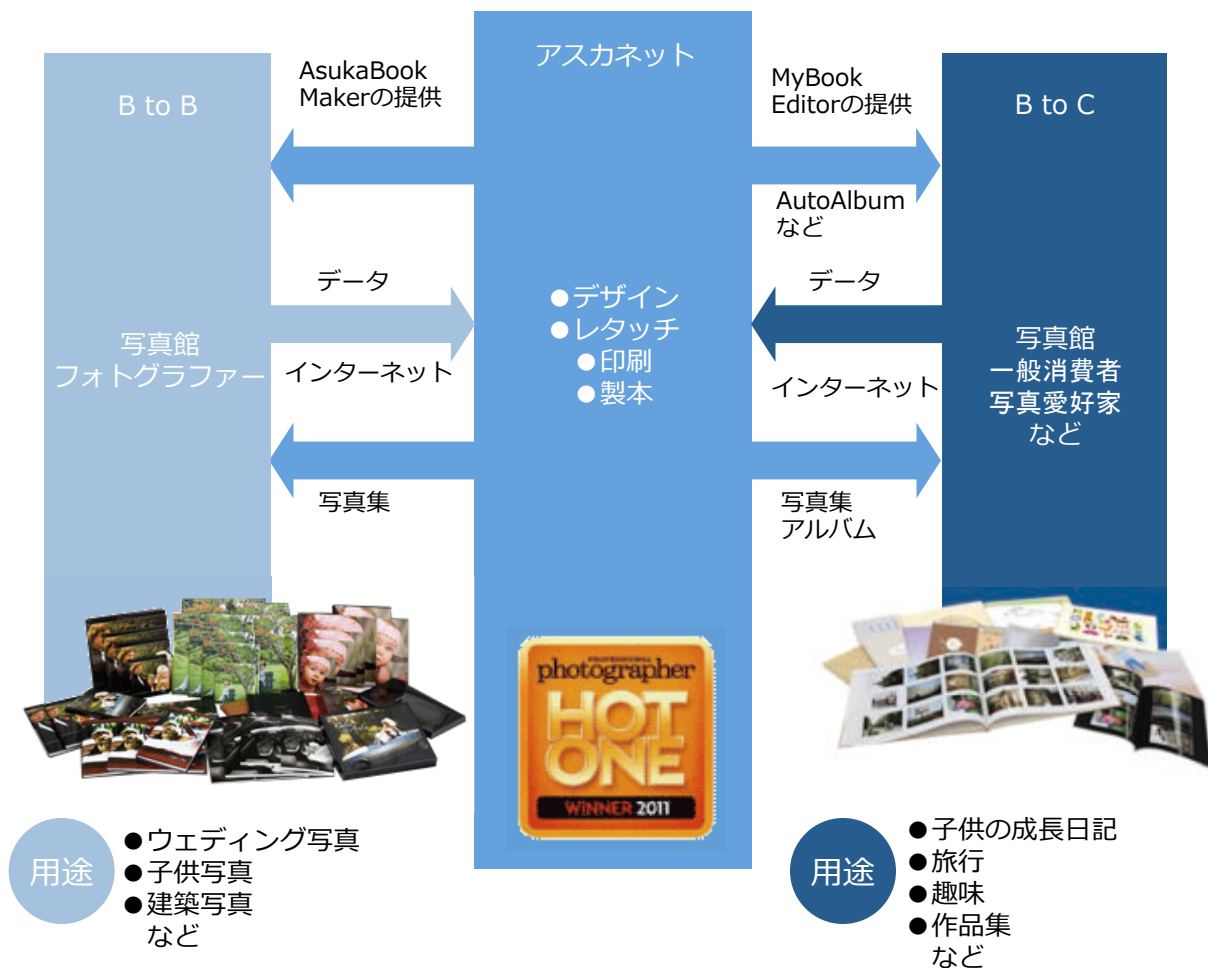
葬サイネージ・遺影バンクBIZ

3. パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

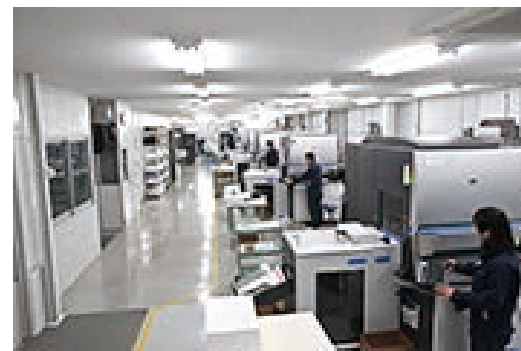
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

オンデマンド印刷による一冊からの写真集の製造・販売



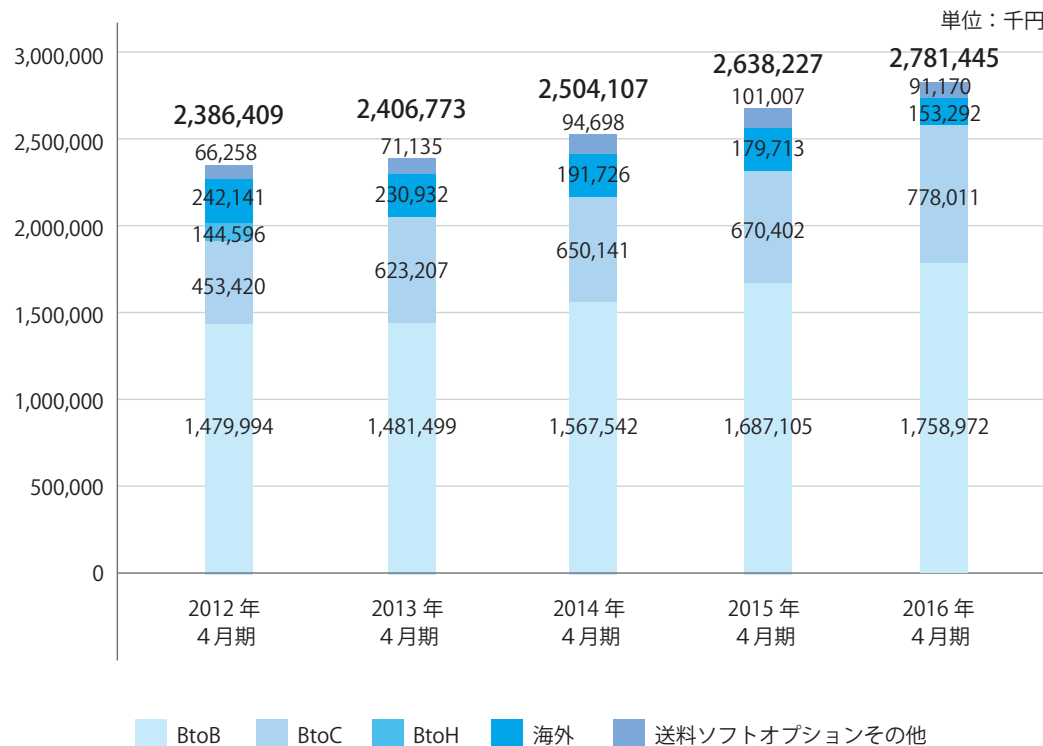
強み

- 高度なカラーマネージメント技術
- オンデマンド印刷制御技術
- アプリケーション開発
- 自社内サーバー管理
- 多様かつ高品質な製本技術
- 自社内一貫生産体制
- 手厚いカスタマーサポート
- 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移



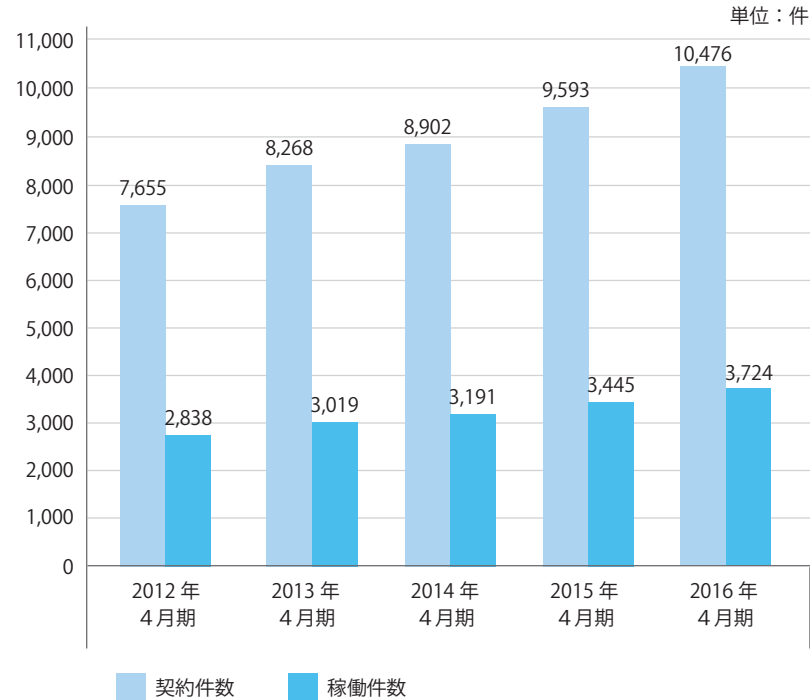
事業概要

- BtoBは、婚礼写真向け「ZENレイフラット」や子ども写真などに向けた「オンデマウント」の主力商品がともに好調で、順調に推移した。
- BtoCは、競争環境が厳しい中、キャンペーンや各種企画、イベントへの出展など施策を実行し、またOEM供給の開始により、増加した。
- 海外は、減少傾向が継続している。

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。

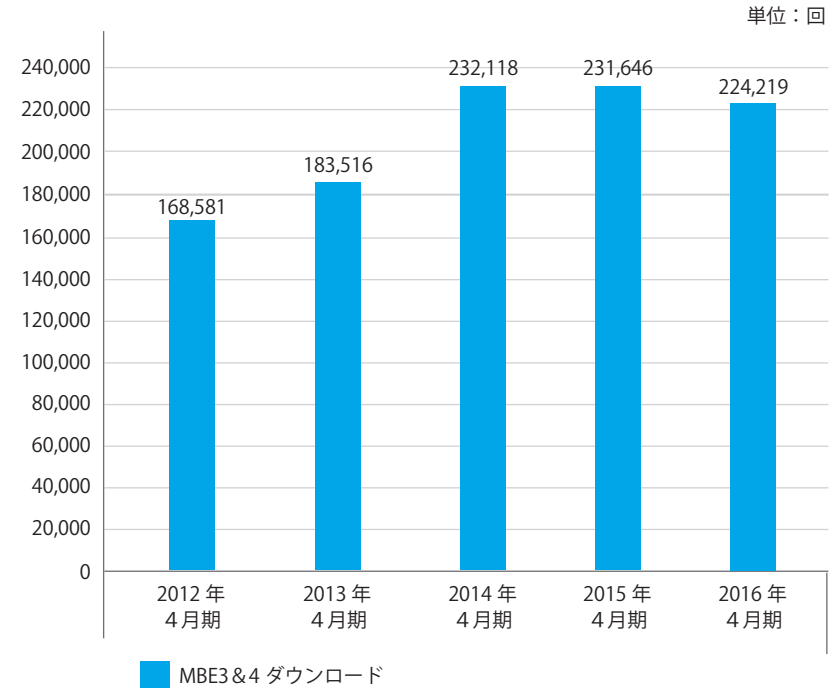
3-3.重要指標の推移

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、稼働件数とも順調に増加。

BtoC “MyBook Editor” ダウンロード数の推移



- ダウンロード数は若干減少したが、安定的に推移。

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



こだわり層

ライトユーザー

国内

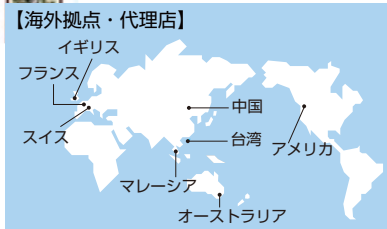
海外



アスカブック



ASUKABOOK



【海外拠点・代理店】



マイブック



かんたんマイブック



AutoAlbum



PHOTOGET



MYBOOK LIFE



AfterShutter



patapata

DOCOMOへの
OEM供給



3-5.当期の取り組み状況 ～営業面について

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。

各市場において 実施した 営業施策	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 「ZENレイフラット」「オンデマウント」が好調をキープ。 ● 新商品をリリースするとともに、展示会PHOTONEXTに出展。 ● 全国12か所で「ASUKABOOKセミナー」を開催し、顧客の囲い込みを図る。 ● 「赤ちゃん等身大フォトアワード2016」を開催。
	海外	<ul style="list-style-type: none"> ● 特にアメリカ市場では、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ターの囲い込みを優先的に実施。 ● 海外市場からの情報を新商品やテンプレートの開発に活用している。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● スマホやタブレットから気軽に発注できる「MYBOOK LIFE」をリリースした。 ● 継続的に、各種キャンペーンやイベント、フォトコンテスト、タイアップ企画などで、マイブックの浸透を進めた。 ● テンプレートや台紙をさらに充実させ、より手軽にデザイン性の高い写真集が発注できるようになった。 ● OEM供給を本格稼働させ、さらに増加させるため、供給先に販売促進策を実施。 ● 展示会「CP+」に出展し、各ジャンルの一流フォトグラファターの協力を得て、販促活動を行った。

3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

開発	B to B 向け 受注システムの進化	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製品への対応に加え、要望の強かった発送先の自由化やスピード納期対応を実現した。
	B to C 向け “MYBOOK LIEE”開発	<ul style="list-style-type: none"> ● スマホ・タブレットから簡単に発注できるシステムを開発した。
生産	OEM生産ラインの 本格稼働	<ul style="list-style-type: none"> ● OEM供給のために立ち上げた第2工場での安定的かつ効率的な生産体制を確立していった。
	製本品質の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 製本工程に新型機械を導入し、品質の向上、仕損の低下の実現に向け、改善を進めた。

4.エアリアルイメージング事業

Aerial Imaging Service

4-1. AI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

AIプレートの試作品の販売は進んでいる。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。

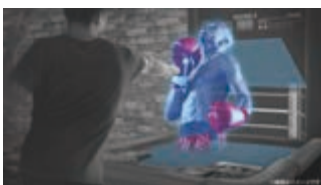
能動系

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。



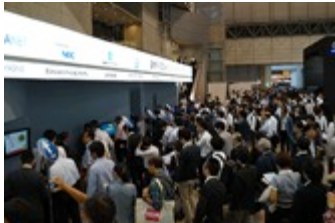

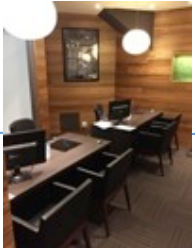
※画像はイメージです。

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
- AIプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
- 国内市場を優先的に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、AI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

	当期の取組状況	今後の方針
マーケティング面	<ul style="list-style-type: none"> ● 3社1大学の協力を得て当期もCEATECに出展し、大きな反響を得た。 →特に1m角の大型プレートが好評で、今回も長蛇の列の盛況であった。 ● 引き合い先に対し、フォロー&試作品の販売を進め、CEATEC後は約60社に納品。  <p>CEATEC2015の様様</p> <ul style="list-style-type: none"> ● アミューズメント施設や旅行代理店での活用など実績も出てきたが、まだ値段がこなれておらず、小ロットでの販売が中心となってしまう、売上は想定を下回ってしまった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● これまでの引き合い先に対し、中ロットでの受注をとるべく営業活動を進める。 ● 大型プレートはサイネージ用途に、樹脂を含む小型プレートは操作系やアミューズメント用途にと、マーケティングを進める。 ● 本年6月に開催されるデジタルサイネージジャパンに出展し、サイネージ市場でのマーケティングを実行していく。 ● 自動車市場など息の長いマーケットに対しても、地道に営業を続ける。 ● これまで国内優先ではあったが、海外市場に対してもアピールをしていく。
研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産技術、パネル用途など積極的に特許を申請した。 ● 視野角拡大タイプ（反射型）の初期試作が完成した。 ● 本年3月パイオニア株式会社より空中結像にかかる特許を取得した。 	 <p>大型プレート</p>  <p>旅行代理店での活用事例</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 量産技術の高度化研究を進める。 ● 視野角拡大タイプ（反射型）の実用化。

4-3.本格量産技術開発の状況




- ガラス、樹脂とも、技術的ハードルが想定よりも高く、本格量産確立まで時間を要していることは、大きな反省点として受け止めています。

素材	状況	素材特性	量産について
ガラス素材		<ul style="list-style-type: none"> ● (長所) 光学特性に優れ、結像品質が高い。 ● (短所) 素材価格が高価で、コストが相対的に高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 初期量産は可能となっているが、まだ価格がこなれておらず、改善途上。 ● 複数の生産ルートの確立にむけて前進。 ● 1m角大型プレートはまだ量産は難しいが、品質は向上してきた。
樹脂素材		<ul style="list-style-type: none"> ● (長所) 量産技術は難しいが、確立すれば、生産性が高く、低コストが実現可能。 ● (短所) 結像品質はガラスに比べ劣る。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラスの生産方式と同様の手法については、小型という制約はあるものの、サンプル販売を開始し、量産体制を整備中。 ● 新製法については、依然として、最大の課題である鏡面加工(蒸着)の工程において技術的な解決ができていない。様々な方法でトライを継続している。

今後の方向性

- 第一段階の量産は、リスク等を考慮し、現有の設備やラインを最大限に活用することを前提としており、いきなり大規模な量産は指向していない。
- 技術的に複数の生産方法が存在しており、もっとも優れた方法が明確になった時点で、専用ラインの立ち上げなどにより多量の量産が可能な体制を段階的に構築する方針。
- 樹脂の新製法については、ずっとトライを継続しているが結果が出ていないのが現実。手法や委託先を広げトライを継続し、遅くとも2017年4月期中には新製法か、ガラスの生産方式と同様の手法かのいずれかに絞り込む方針。

4-4.視野角拡大タイプ（反射型）について

<p>特徴 (AIプレートと比較)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● アスカネットが特許を持つ、独自構造の再帰反射材を使用。 ● (長所) 大型化が容易で、視野角がAIプレートに比べて広い。また、反射体の生産が比較的容易でAIプレートに比べ安価に提供できる見込み。 ● (短所) AIプレートに比べ、結像がぼやけており、輝度も低い。また、ハーフミラーを使うため、設置構造がやや複雑になる。
<p>用途</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存の反射型に比べ、輝度も高く、結像も良いと自負しており、サインージ用途での活用が見込まれる。 ● そのため、6月のデジタルサインージジャパンに参考出品し、反応を確認する。
<p>現状と今後の可能性</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 現状は、まだ反射体の生産精度は充分でなく、α版の状態。 ● 現在、次バージョンの試作を行っており、その結像品質次第では可能性が広がる。(参考出品のレベルはまだ充分ではない) <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="text-align: right;">デジタルサインージジャパン2016の様様</p>

5.2017年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

5-1. 2017年4月期 各事業の取組み

メモリアル デザイン サービス事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 引き続き、営業・サポートが一体となり、新規顧客獲得および既存客への追加商品を提案。 ● 遺影バンクBIZを活用しながら、顧客を囲い込み、葬儀市場の動向をキャッチする。 ● 葬儀社向けEコマースサービスの浸透を図る。 ● ローコストオペレーションのさらなる追求。 	
パーソナル パブリッシング サービス事業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 本年6月に新製品をリリースし、その後の全国12か所でのセミナーを今年度も開催し、新製品の紹介と顧客との結びつきを強化する。 ● 写真セレクトシステムなどをリリースし、顧客の囲い込みを進める。 ● 顧客ごとのカスタマイズ製品を製作し、単価アップを図る。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● ドコモOEM供給売上を確実に増加させる。 ● 新規OEM開拓を行い、工場稼働アップにつなげる。 ● マイブックサイトをリニューアルし、新規受注の拡大に努める。 ● ネット上での各種企画に加え、リアルな場での商品PRを実施する。 ● CP+への出展や費用対効果の高い広告施策の実施による拡販。
エアリアル イメージング事業	マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ● 展示会の出展による、見込み客の獲得と確実なフォロー。 ● 中ロット案件の獲得による収益貢献。 ● 海外を含めターゲットを絞った効率的かつ攻めの営業の実施。
	製造	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製、樹脂製とも、低コストでの量産実現に向け、傾注する。
	研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 視野角拡大タイプ（反射型）のプレートの実用化を進める。 ● 生産、用途、応用技術など積極的に特許の申請を進める。

5-2.設備投資/研究開発等計画

2017年4月期の設備投資（含むソフト）は約180百万円予定
AI事業の研究開発等は約60百万円予定

<p>エアリアルイメージング事業の研究開発投資は約60百万円を予定 （特許権償却、研究人件費を含む）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● AIプレート量産開発…約14百万円 ● 視野角拡大タイプ(反射型) 研究…約15百万円 ● 特許関連費用…約15百万円 など <p>※全て会計上は費用処理予定</p>
<p>セキュリティ強化など 全社的投資</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● セキュリティ強化のため…約25百万円 ● 電気・電話設備更新のため…約17百万円
<p>BtoB向け各種写真集発注 ソフトウェアの開発・機能強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● AsukaBookMaker機能強化など…約56百万円
<p>BtoC向け各種写真集発注 ソフトウェアの開発・機能強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● MyBookEditor機能強化など…約13百万円

5-3.業績見通しのポイント

売上	<ul style="list-style-type: none"> ● 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着実な積み上げ、額や葬儀演出ツールの伸長により、増収計画。 ● パーソナルパブリッシングサービス事業は、OEMが成長を牽引。 ● エアリアルイメージング事業は、サンプル売上に加え、中ロット案件の積み重ねに注力。視野角拡大型プレートについては計画には盛り込まず。
利益	<ul style="list-style-type: none"> ● 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、大幅ではないが、着実に伸長。 ● エアリアルイメージング事業については、研究開発、広告宣伝費を当期より厚めの計画をするも、売上増大により、損失は縮小する計画。 ● 新サービス、新企画のためのコストを一定額予算計上。 ● 情報セキュリティの強化、コーポレートサイトのリニューアル、PR体制の強化など社内体制充実のための予算を計上。 ● 上記コストの計上により、利益率は若干悪化する見込み。 ● 当期は、設備投資などで税額控除が取れたが、その反動があり来期は当期純利益は横ばいの見込み。
配当政策	<ul style="list-style-type: none"> ● 来期の配当見込は、10.00円（配当性向30%目安）

5-4.業績見通し（前年比較）

単位：百万円（1株あたりの当期純利益・年間配当を除く）

	2016年4月期	2017年4月期	前年比
売上高	5,173	5,461	105.6%
メモリアルデザインサービス事業	2,332	2,420	103.8%
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,781	2,911	104.7%
エアリアルイメージング事業	58	130	222.8%
その他（ギフトネットコム）	1	—	—
営業利益	773	800	103.5%
経常利益	776	805	103.7%
当期純利益	547	551	100.7%
1株当たり当期純利益（円）	32.65	32.93	100.9%
1株当たり年間配当（円）	10.00	10.00	—

6.中期展望

Medium-term outlook

6-1.中期方針



- 1 既存事業の安定成長と新規事業のチャレンジをバランスよく実現
- 2 自社ブランドの拡大を重視 + 業務提携で補完
- 3 自らが市場サービスを創造し、トップランナーとしての地位を持続する
- 4 将来のための先行投資時期と収益の獲得時期にメリハリをつける

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