

株式会社アスカネット

2018年4月期 第2四半期決算説明資料

CONTENTS

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.AI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.国内外の展示会について	24
4-4.樹脂製AIプレート生産の方向性について	25

5.2018年4月期 通期見通し

5-1.通期見通し	27
-----------	----

1.第2四半期 決算の概要

Balancing of accounts summary

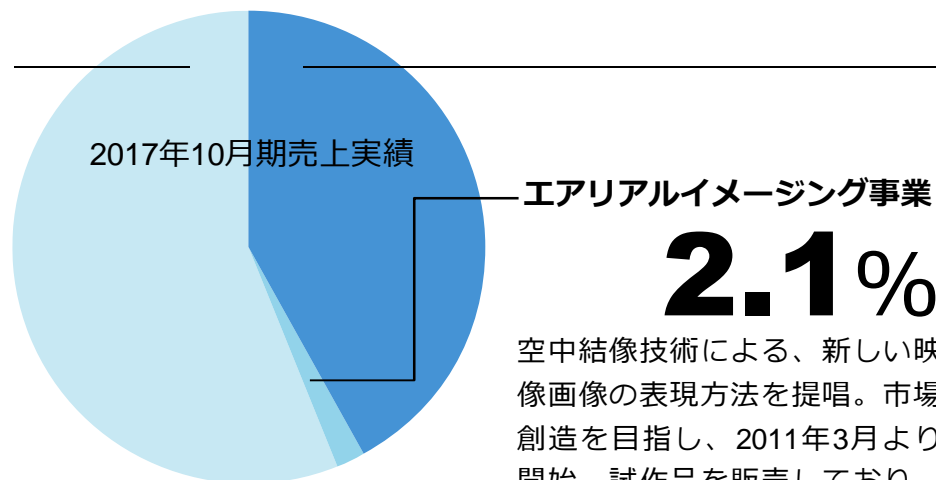
1-1.決算概要

売上	メモリアルデザインサービス事業、パーソナルパブリッシングサービス事業のBtoBおよびOEMは概ね順調。一方マイブックは苦戦。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AIプレートの販売が増加。その結果、売上高は前年同期比11.2%増の2,787百万円となった。
売上構成比	パーソナルパブリッシングサービス事業、エアリアルイメージング事業の伸びが大きく、構成比に少し変化が見られた。
原価率	メモリアルデザインサービス事業で原価率が若干上昇したものの、パーソナルパブリッシングサービス事業におけるOEM生産の稼働率が良化しており、原価率は前年同期に比べ1.1ポイント改善した。
販売管理費率	特にエアリアルイメージング事業において、広告宣伝費、研究開発費、特許関連費用が大きく増加したため、販売管理費率は前年同期に比べ3.6ポイント上昇した。
利益の前期比	以上により、経常利益は前年同期比9.5%減の284百万円、四半期純利益は前年同期比8.0%減の195百万円となった。

パーソナルパブリッシング
サービス事業

55.9%

「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3,900社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約160万冊を提供（OEM含み、プリント除く）。



エアリアルイメージング事業

2.1%

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。

メモリアルデザイン
サービス事業

42.0%

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2,350カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約34.3万枚の写真画像を提供。

1-2.損益状況

単位：百万円

	2016年10月期		2017年10月期		増減額
	実績	%	実績	%	対前年同期比
売上高	2,505	100.0	2,787	100.0	+281
(メモリアルデザインサービス事業)	1,127	45.0	1,170	42.0	+42
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	1,354	54.1	1,559	55.9	+205
(エアリアルイメージング事業)	23	0.9	58	2.1	+35
(セグメント間売上)	—	—	△2	—	△2
売上原価	1,255	50.1	1,366	49.0	+110
売上総利益	1,249	49.9	1,420	51.0	+171
販売費及び一般管理費	936	37.4	1,142	41.0	+206
営業利益	312	12.5	277	10.0	△35
経常利益	314	12.5	284	10.0	△29
四半期純利益	212	8.5	195	7.0	△17

1-3. 費用状況

単位：%

	2016年 10月期	2017年 10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	49.9	51.0	+1.1	主にパーソナルパブリッシングサービス事業におけるOEMラインの稼働率の良化により、売上総利益率が上昇した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2016年 10月期	2017年 10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	102	172	+69	エアリアルイメージング事業において、国内、海外とも積極的に展示会に出展したことによる。
人件費	410	453	+43	各事業において人件費が増加。
減価償却費・支払家賃	81	86	+5	—
発送配達費	57	87	+29	OEM部門の小口配送が増加したこと、および10月以降の送料値上げの影響も。
研究開発費	48	75	+26	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が増加した。
その他	235	267	+32	海外展示会にともなう旅費交通費やOEM関連の梱包資材費用が増加した。
合計	936	1,142	+206	—

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2016年10月期		2017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	1,127	340	1,170	+42	324	△15
パーソナルパブリッシングサービス事業	1,354	242	1,559	+205	340	+97
エアリアルイメージング事業	23	△48	58	+35	△149	△101

- 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、利益とも大きく伸長した。
- エアリアルイメージング事業は、ガラス製プレートの販売が伸び、売上は増加した一方、展示会費用、試作関連開発費、特許関連費用等が大きく増加し、損益は悪化した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2016年 10月期	2017年 10月期	増 減	
流動資産	2,893	3,310	+417	前下期以降の順調な利益計上により現金及び預金が増加した。
固定資産	1,971	1,991	+19	特に大きな動きなし。
資産合計	4,864	5,301	+436	
負債・純資産の部	2016年 10月期	2017年 10月期	増 減	
流動負債	618	651	+33	主に未払金の増加による。
固定負債	6	12	+6	特に大きな動きなし。
負債合計	624	664	+39	—
純資産合計	4,240	4,637	+397	利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	4,864	5,301	+436	

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2016年 10月期	2017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	249	241	△7	税引前当期純利益の減少など。
投資活動による キャッシュ・フロー	△75	△116	△41	印刷機などの設備投資の増加など。
財務活動による キャッシュ・フロー	△165	△161	+3	—
現金及び現金同等物の 期末残高	1,321	1,636	+314	利益の順調な計上による。

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



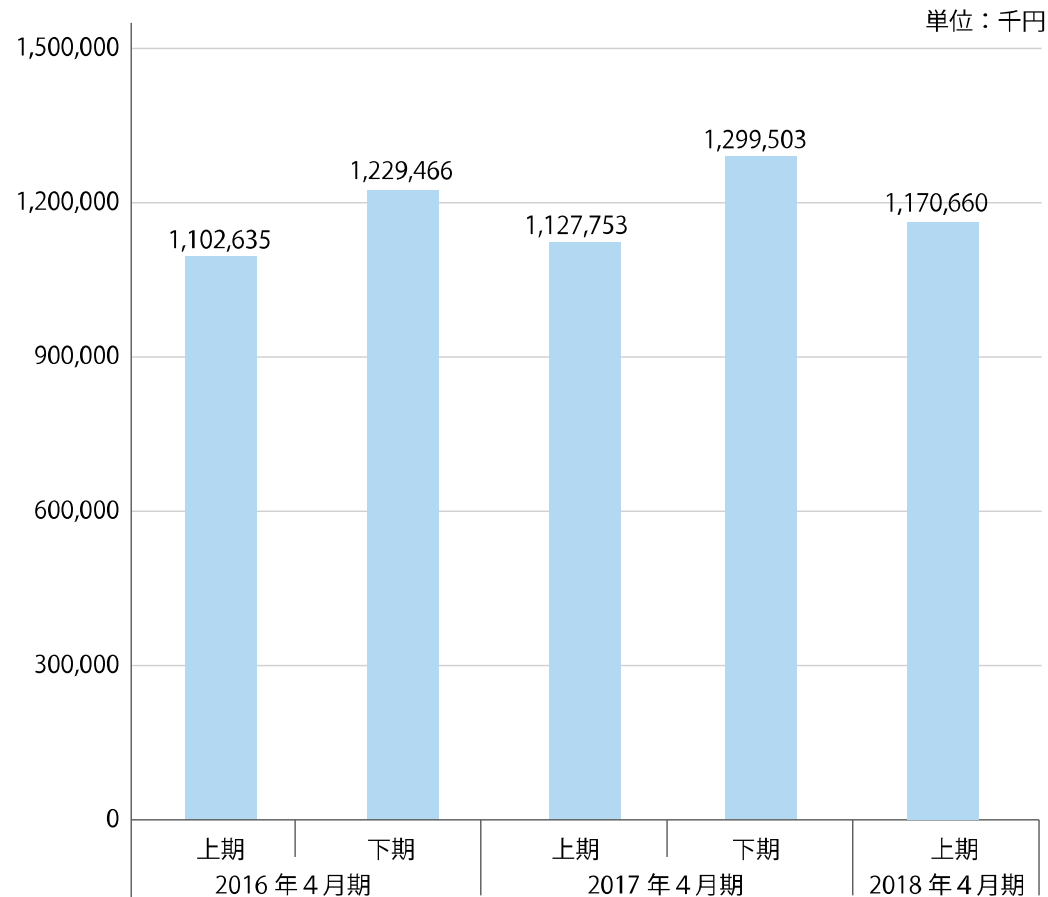
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

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

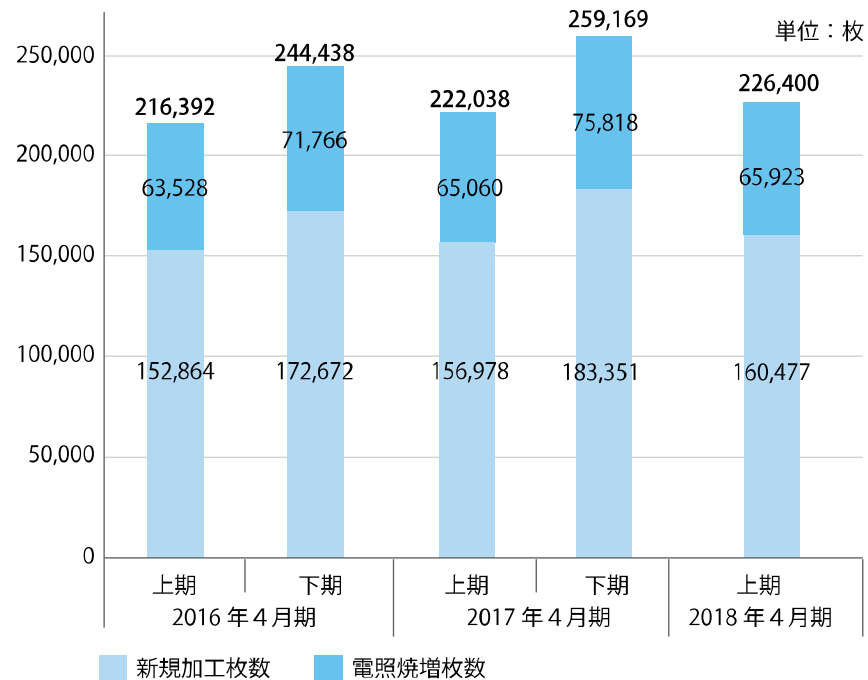


事業概況

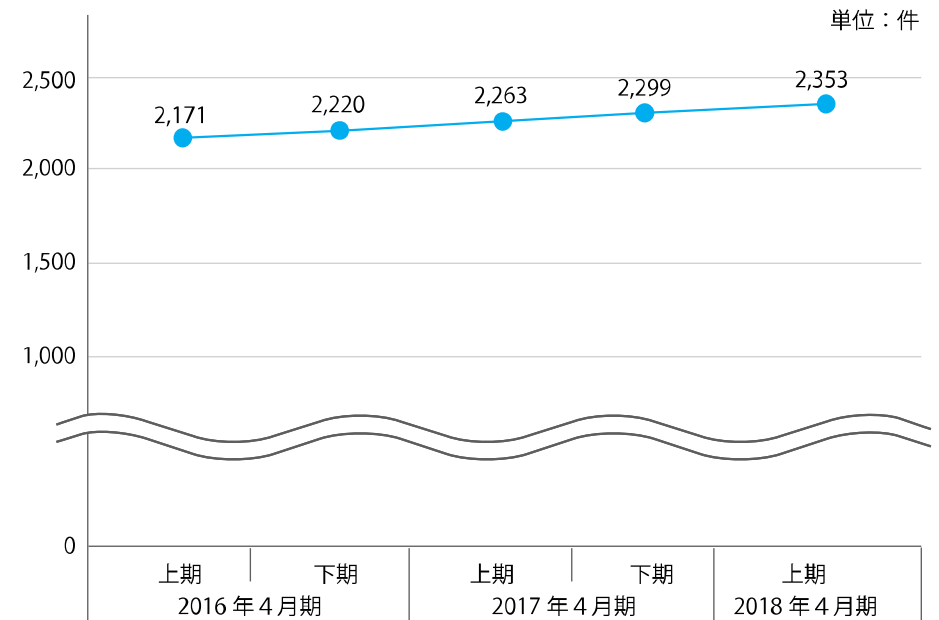
- 遺影写真加工は第2四半期は伸び悩んだ。
- ハード売上は、キャンペーンの効果もあり、大きく増加した。
- ビデオ加工、インク、額、ペーパーなども、前期を上回って推移した。
- 事業として、売上、利益とも計画を下回るという結果となった。

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、第2四半期がやや想定より下回った。

※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

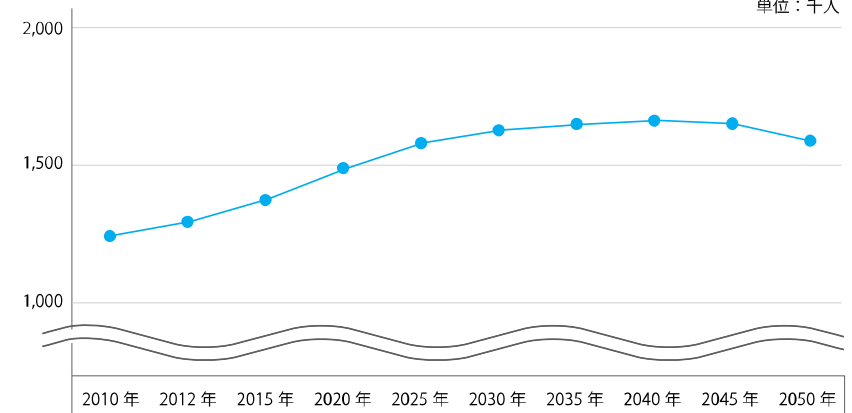
上期トピック

- キャンペーンの実施によりハード機器売上が好調であった。
- クラウドを活用した葬儀社向けEコマースサービスが徐々に浸透してきた。
- フュ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展。



フューネラルビジネスフェアの様相

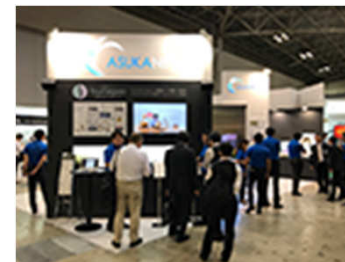
死亡者数予想



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）。



エンディング産業展2017の様相

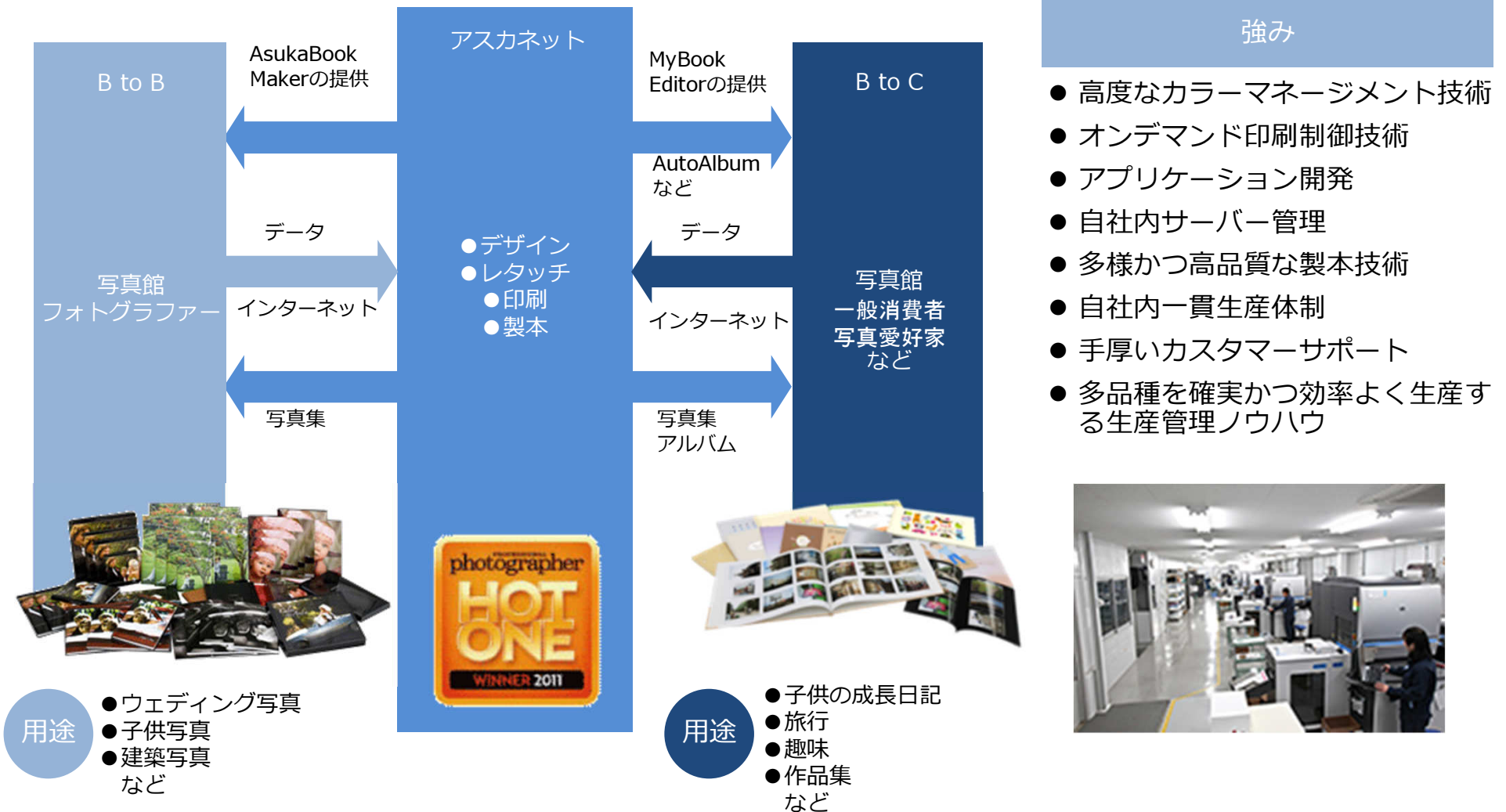
- 関西エンディング産業展に出展。
- Tsunagoo新バージョンの開発
- AI焼香台の販売強化

3. パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

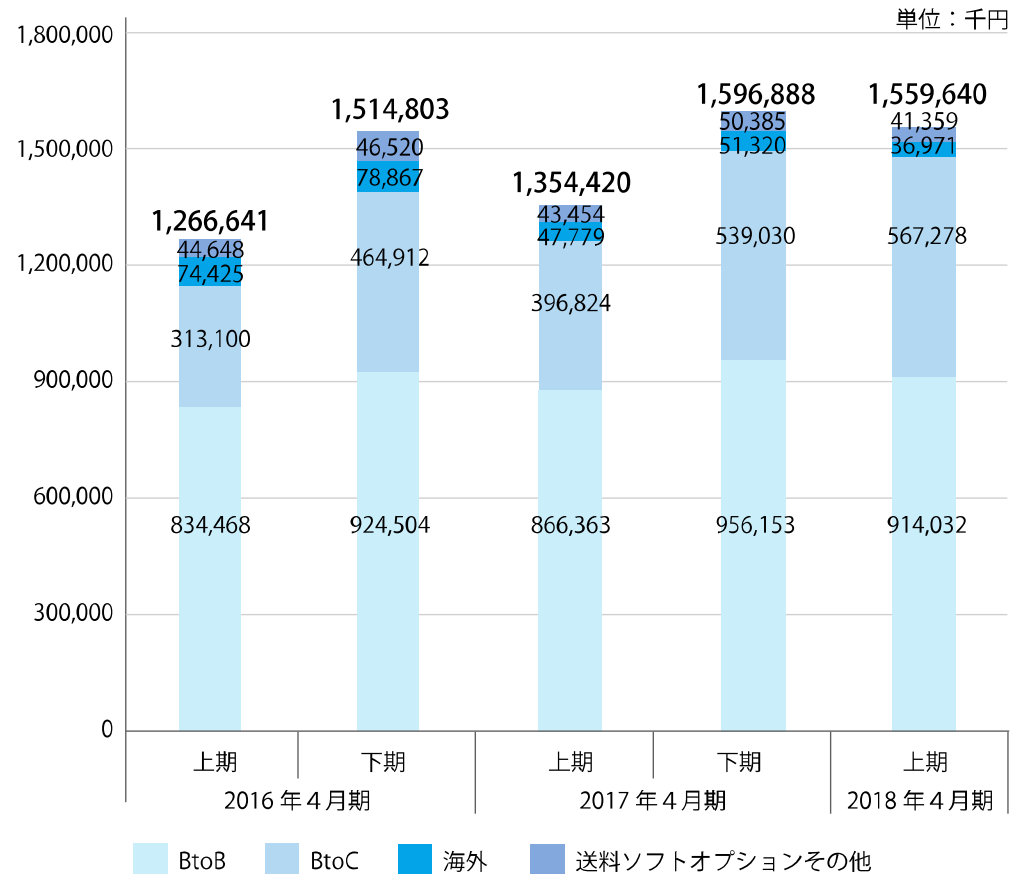
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

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

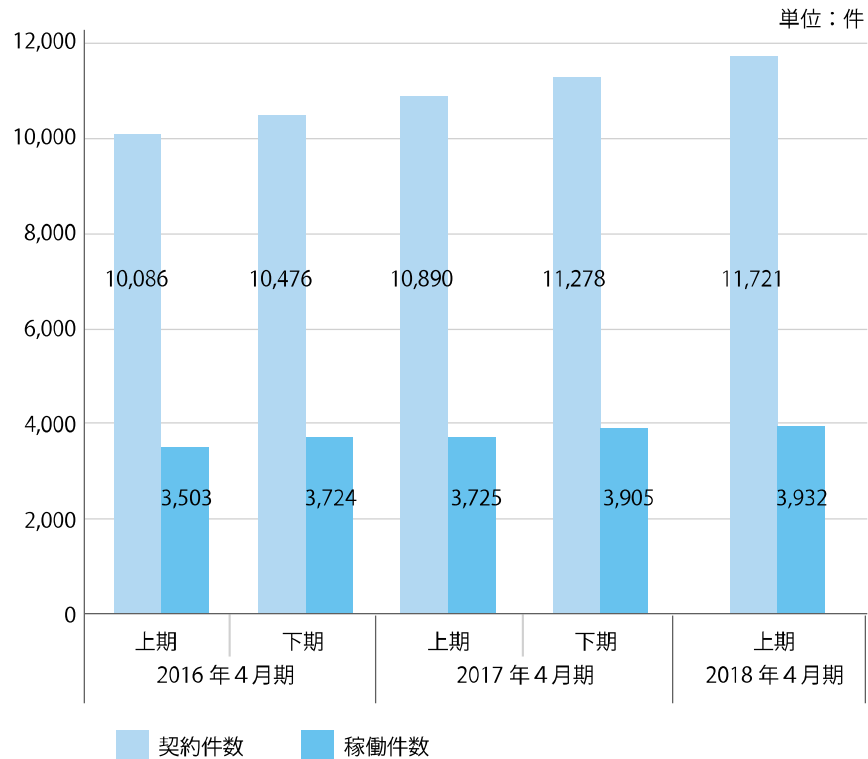


事業概要

- BtoBは、主力商品「ZENレイフラット」が堅調だったほか、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供給についてはサービスの浸透が進み、順調に伸びている。
- 海外は、減少傾向が継続している。

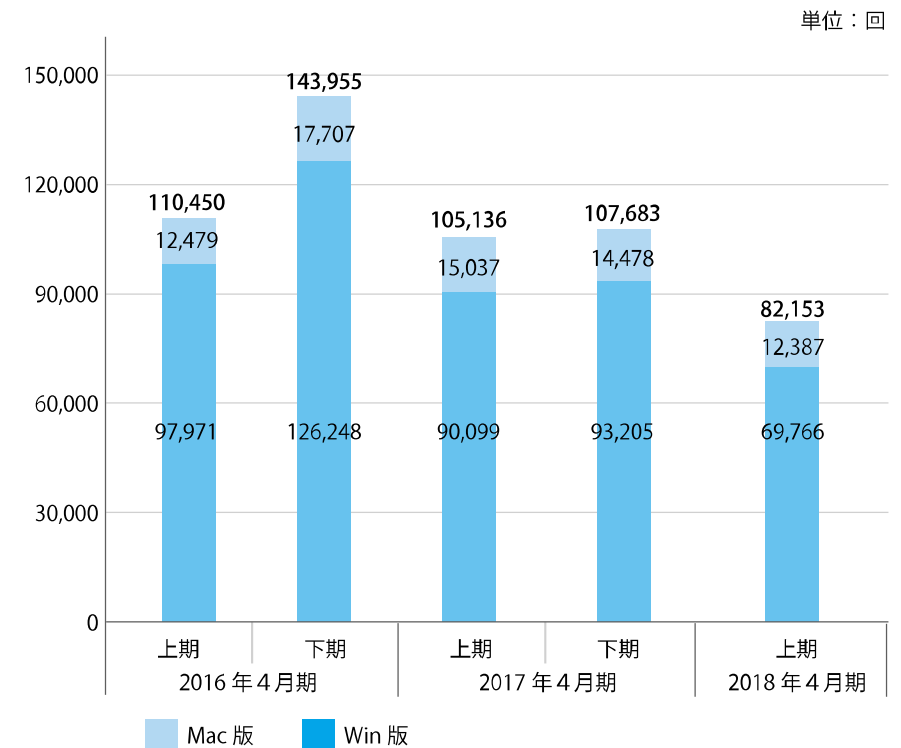
3-3.重要指標の推移

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比で若干増となった。

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



こだわり層

ライトユーザー

国内



アスカブック



マイブック



かんたんマイブック



AutoAlbum



MYBOOK LIFE



patapata

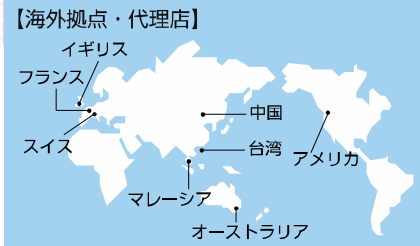


AfterShutter

海外



ASUKABOOK



【海外拠点・代理店】

docomoへの
OEM供給



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

- 「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。
- 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

- 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

- 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。
- MYBOOK LIFEに新商品を追加し、MYBOOKのテンプレートも充実させた。
- フォト総研から写真にまつわる様々な情報を継続的にリリースした。
- OEM供給が順調に増加し、効率的な生産を行うとともに、新しい供給先へも順調に提供していった。



3-6.下期の取り組み

営業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 等身大フォトアワードの継続開催とともに、等身大フォトの普及に努める。 ● 写真スタジオ、ペット写真、建築写真などへのアプローチを強化する。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規顧客獲得のため、キャンペーンや広告を強化。 ● 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、受注システムの改善を進める。
生産	OEMの供給能力増強	<ul style="list-style-type: none"> ● OEM部門での印刷設備、製本設備を増強するとともに、新しいラインでの効率的な生産体制を確立する。
	人員の採用と戦力化	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産量の増加に伴い、人員を採用しており、その早期戦力化を進める。

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

ガラス製AI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AIプレートの量産の実現に注力。

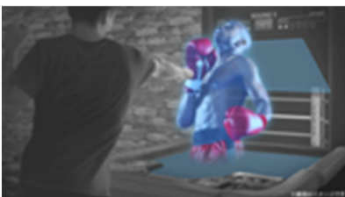
能動系

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。



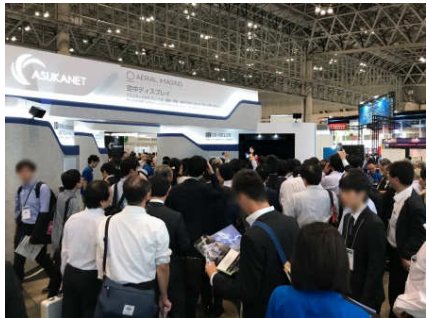
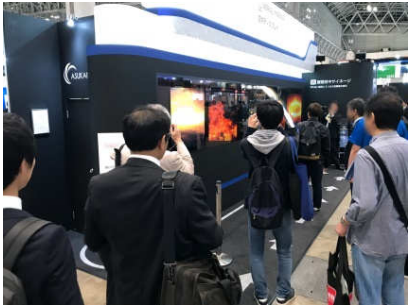
※画像はイメージです。

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
- 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、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

	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"> ● サイネージ用途や空中操作用途でガラス製AIプレートの販売が増加してきた。また、パッケージでの販売実績も重ねてきた。 ● 代理店である新光商事経由でホテルや中国の顧客への納品も進んだ。 ● 国内では2か所、海外でも2か所の展示会に出展し、そのフォローを進めた。  <p>CEATEC2017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。 ● 展示会のフォローを押し進める。 ● ドバイ展示会では現地企業とタイアップして、魅力的な提案を行う。 ● 樹脂製AIプレートのサンプル品ができ次第、これまでつながりのある様々な業界の会社にご覧いただく。 
生産面	<ul style="list-style-type: none"> ● まだコストダウンは十分ではないが、高品質のガラス製AIプレートを安定的に生産できている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製AIプレートの量産体制確立に向けて、協業会社と技術を醸成していく。
研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製法での樹脂製AIプレートの試作を集中的に進めてきた。 ● プロトタイプをCEATECに参考出品した。小型プレートは高く評価いただいたが、中型プレートは改良の必要があると判断している。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製法での樹脂製AIプレートの改良版試作品を完成させる。 ● さらなる低コスト化、品質の安定化、大型化にむけて手法を研究開発していく。

4-3.国内外の展示会について

目的

まだ海外ではほとんど知られていないことから、まずは空中結像の現物をみていただき、事業の拡大を図ることとした。

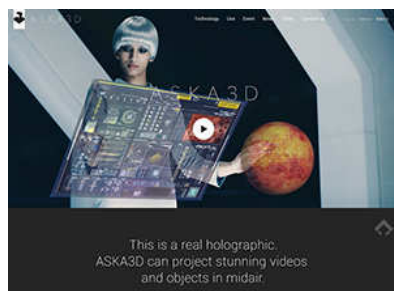
展示会の 出展

	イベント名称	場所 (国)	期間
今期 終了分	国内 <ul style="list-style-type: none"> ● 店舗販促EXPO ● CEATEC JAPAN 2017 	東京 (日本)	2017/7/5~7
		幕張 (日本)	2017/10/3~6
今期 予定分	海外 <ul style="list-style-type: none"> ● Retail Digital Signage Expo ● Infocomm 2017 (米国) 	ロンドン (英国)	2017/5/8~9
		オーランド (米国)	2017/6/14~16
今期 予定分	<ul style="list-style-type: none"> ● Infocomm MEA 2017 	ドバイ (UAE)	2017/12

反響

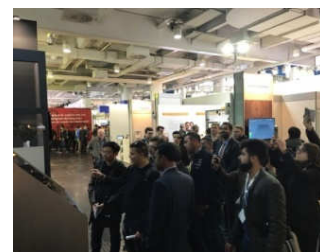
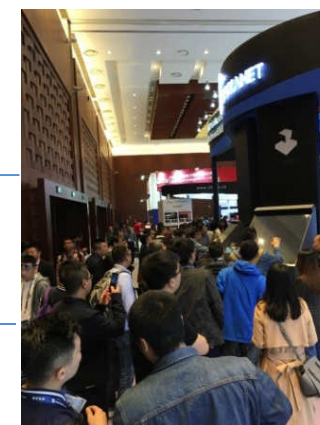
海外では、ASKA3Dに関心のある多くのお客様とつながりができたので、今後フォローおよび提案を進め、ビジネスに結び付けたいと考えている。また、国内ではCEATECでのインパクトのある展示により多くの反響があるため、そのフォローを確実に進める。

今後の 展開



海外は、地域により、販売に協力いただく会社を設置することで、販売体制を確立していく。

組込用途には、樹脂製AIプレートの採用に向けて、サンプルの供給を進めていく。



4-4.樹脂製AIプレート生産の方向性について

これまでの経緯	<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、量産手法にめどが立ってきた。
現状	<ul style="list-style-type: none"> ● この度、量産を前提とした新製法で一定程度の品質を確保したプロトタイプをCEATECに展示。小型サイズは高い評価を得たものの、中型サイズでは品質に改善の余地あり。 ● 品質を改善するポイントが把握できたので、再度、ベースとなる金型の製作をリトライしており、完成後試作を行う。
AI事業の方向性	<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。
下期について	<ul style="list-style-type: none"> ● 来年の早い時期に、サンプルの提供を実現する方針。 ● また、量産試作を行い、量産に進めるうえでの問題点を洗い出し、来期量産体制の確立を目指したい。

5.2018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	5,438	2,787	5,696
メモリアルデザインサービス事業	2,427	1,170	2,516
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,951	1,559	3,020
エアリアルイメージング事業	60	58	160
セグメント間売上	—	△2	—
経常利益	804	284	776
当期（四半期）純利益	572	195	541
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	34.19	11.69	32.31
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は価格競争が厳しく懸念されるが、BtoB、OEM部門については伸びが期待される。
- エアリアルイメージング事業については、展示会のフォローなどによりガラス製AIプレートの販売を進めるほか、樹脂製AIプレートのサンプル供給を開始する見込み。

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