

株式会社アスカネット **2017年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1 2017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.セグメント別損益状況	07
1-5.財務状況	08
1-6.キャッシュ・フローの状況	09
1-7.全社的トピックス	10

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	12
2-2.事業概況・売上の推移	13
2-3.重要指標の推移	14
2-4.市場環境	15

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	17
3-2.市場別売上の推移	18
3-3.重要指標の推移	19
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	20
3-5.当期の取り組み状況～営業面について	21
3-6.当期の取り組み状況～開発面・生産面について	22

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	24
4-2.当期の取組状況と今後の方針	25
4-3.海外マーケティングについて	26
4-4.樹脂製AIプレート生産の方向性について	27

5. 2018年4月期 方針と見通し

5-1. 2018年4月期 各事業の取組み	29
5-2. 設備投資/研究開発等計画	30
5-3. 業績見通しのポイント	31
5-4.業績見通し（前年比較）	32

6.中期展望

6-1. 中期方針	34
-----------	----

〈はじめに〉 決算説明資料 全体のポイント

2017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、第2四半期以降写真加工件数が順調に推移し、計画を達成した。パーソナルパブリッシングサービス（PPS）事業は、国内BtoB向けおよびOEM供給が順調に伸長したため、海外は苦戦したものの、計画を上回った。エアリアルイメージング（AI）事業は、サンプル出荷および小ロット案件が中心となったため、計画を下回ってしまった。
- 利益については、前年実績を上回り、ほぼ計画通りとなった。AI事業では、海外展示会への出展や研究開発費・特許関連費用など先行費用が生じたものの、PPS事業がOEMを中心として順調に利益が伸びたためである。
- 配当については、配当性向30%の方針により、1株あたり配当金10円として株主総会に上程することとした。

2018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、AI事業においては3か所の海外展示会や2か所の国内展示会への出展費用や量産化技術の開発費が増加し、また、PPS事業においては生産設備や人員の増強などにより、減益（経常利益△3.6%）を計画している。

1.2017年4月期 決算の概要

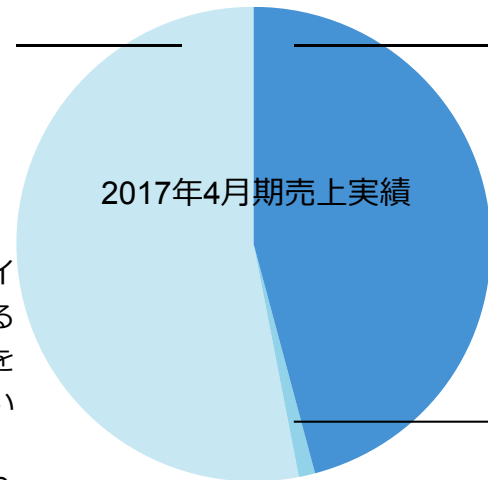
Balancing of accounts summary

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

54.3%

「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38万冊（OEM除く）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%

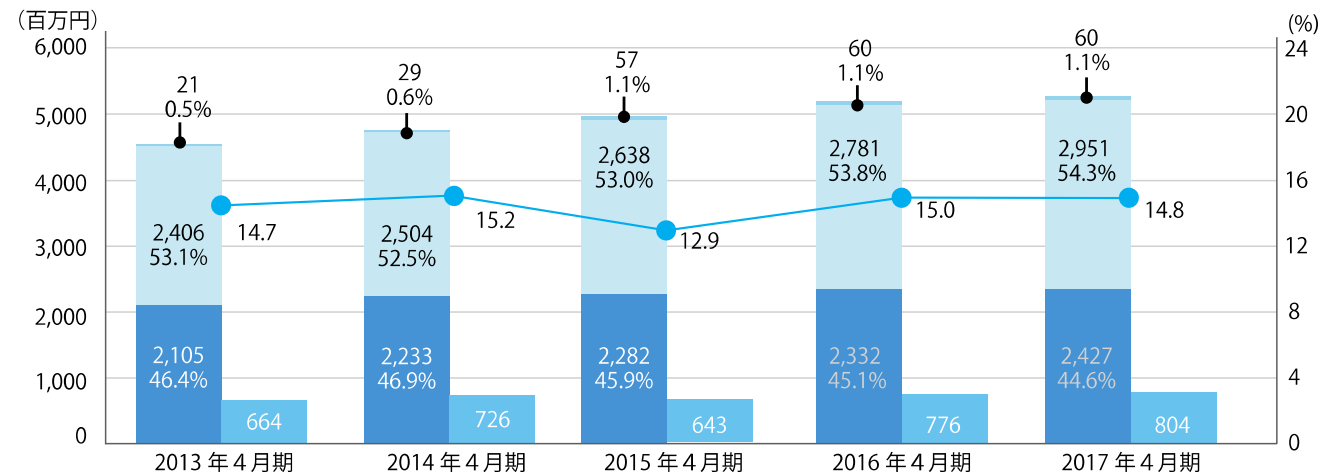
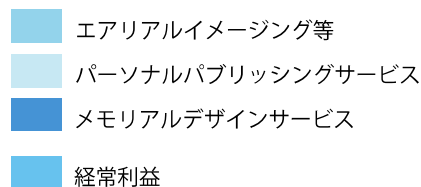
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。試作品を販売しており、安定した量産の確立を目指す。

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

44.6%

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2,300カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約34万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

	2016年4月期		2017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	5,173	100.0	5,438	100.0	5,461	100.0	△22	+264	+5.1
(メモリアルデザインサービス事業)	2,332	45.1	2,427	44.6	2,420	44.3	+7	+95	+4.1
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	2,781	53.8	2,951	54.3	2,911	53.3	+40	+169	+6.1
(エアリアルイメージングサービス事業)	58	1.1	60	1.1	130	2.4	△70	+2	+3.8
(その他)	1	0.0	-	-	-	-	-	△1	-
売上原価	2,532	48.9	2,625	48.3	-	-	-	+93	+3.7
売上総利益	2,641	51.1	2,812	51.7	-	-	-	+171	+6.5
販売費及び一般管理費	1,867	36.1	2,011	37.0	-	-	-	+143	+7.7
営業利益	773	15.0	800	14.7	800	14.6	+0	+27	+3.6
経常利益	776	15.0	804	14.8	805	14.7	△0	+28	+3.6
当期純利益	547	10.6	572	10.5	551	10.1	+21	+25	+4.6

- 売上高は、3事業とも前年実績を上回った。また、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は計画を達成したものの、エアリアルイメージング事業は計画達成できず、全体として前年実績は上回ったものの、売上計画は未達となった。
- 利益は、エアリアルイメージング事業は海外展示会費用、研究開発費、特許関連費用などで損失が拡大したものの、パーソナルパブリッシングサービス事業がOEMを中心に順調に伸長したため、前年実績は上回り、ほぼ計画通りとなった。

1-3. 費用状況

単位：%

	2016年 4月期	2017年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	51.1	51.7	+0.6	パーソナルパブリッシングサービス事業で特にOEM部門の稼働率が上昇したため。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2016年 4月期	2017年 4月期	増 減	
広告費・販促費・販売手数料	204	246	+42	エアリアルイメージング事業において、海外展示会へ出展したことが主要因。
人件費	817	838	+20	エアリアルイメージング事業での人員増強など。
減価償却費・支払家賃	161	172	+11	—
発送配達費	107	126	+18	OEM供給による小口出荷が増加したため。
研究開発費	101	110	+8	エアリアルイメージング事業の研究開発費が増加。
その他	474	516	+42	特許関連費用の増加など。
合計	1,867	2,011	+143	

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2016年4月期		2017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	2,332	764	2,427	+95	796	+31
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,781	543	2,951	+169	657	+114
エアリアルイメージング事業	58	△88	60	+2	△183	△94
その他	1	△16	-	△1	-	+16

- メモリアルデザインサービス事業は、売上、利益とも堅調に推移した。
- 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供給が伸長し、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、試作品や小ロットでの販売となり、売上は微増にとどまった。海外展示会の出展費用や、人件費、研究開発費、特許関連費用が増加したため、損失は拡大した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2016年 4月期	2017年 4月期	増 減	
流動資産	2,803	3,309	+ 506	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	2,017	2,015	△1	—
資産合計	4,820	5,325	+ 504	
負債・純資産の部	2016年 4月期	2017年 4月期	増 減	
流動負債	623	708	+ 84	未払金および未払法人税等が増加した。
固定負債	6	13	+ 6	—
負債合計	630	721	+ 91	—
純資産合計	4,190	4,603	+ 413	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	4,820	5,325	+ 504	—

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2016年 4月期	2017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	765	818	+52	当期純利益の増加が主要因。
投資活動による キャッシュ・フロー	△357	△293	+63	ユニロボット社への投資があったものの、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	△200	△164	+36	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	1,313	1,673	+360	—

1-7.全社的トピックス

ユニロボット社の 資本・業務提携

- 本年2月ソーシャルロボット開発ベンチャーユニロボット社と資本・業務提携。
- 富士通、住友商事などとともに第3者割当増資に参加し、99百万円（増資後所有割合8.1%）を出資した。
- ロボットを通じた写真ビジネスの構築、当社が保有する顧客基盤やマーケットに対してロボットを販売、取得されたさまざまなデータを分析、活用することで、新たなビジネスの共同研究などを進めていく。

エアリアルイメージング事業 海外展示会出席

- 海外ブランド「ASKA3D」にて、本年3月から6月にかけて5つの海外展示会に出展（4月末までは3か所）し、大きな反響をいただいた。
- まず空中結像を世界の方々に実体験いただき、デジタルサイネージ用途などでの活用を促していく。

OEM供給の伸長

- Docomo向けを中心としたOEM供給が順調に伸長した。
- 効率的かつ確実な生産体制を構築してきた。

株主還元について

- 配当／ 当期 10.00円、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



加工前

1 お客様は原稿台に写真をセットするだけ



加工後

2 オペレーターがリモート操作で
スキャンニング

3 画像の加工後、オペレーターが
リモート操作でお客様へプリント

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

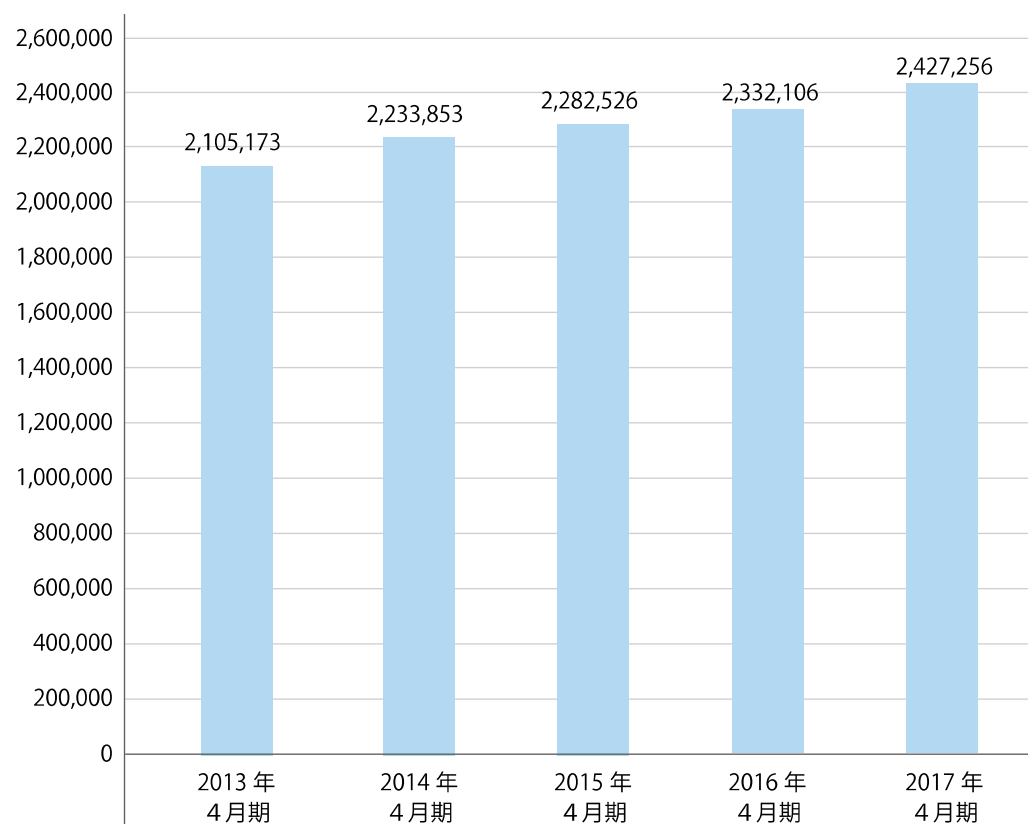
収益構造

- 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

単位：千円

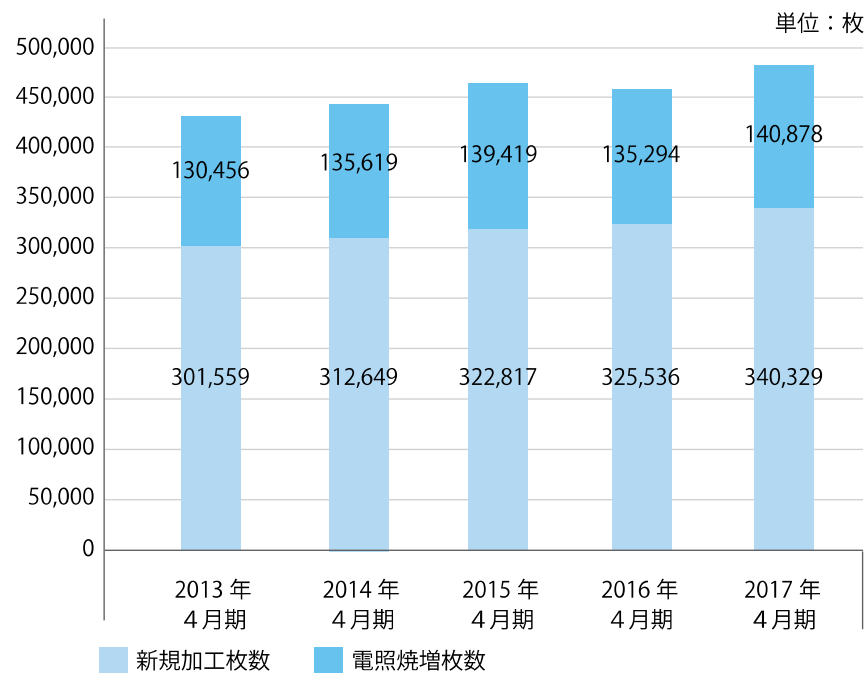


事業概況

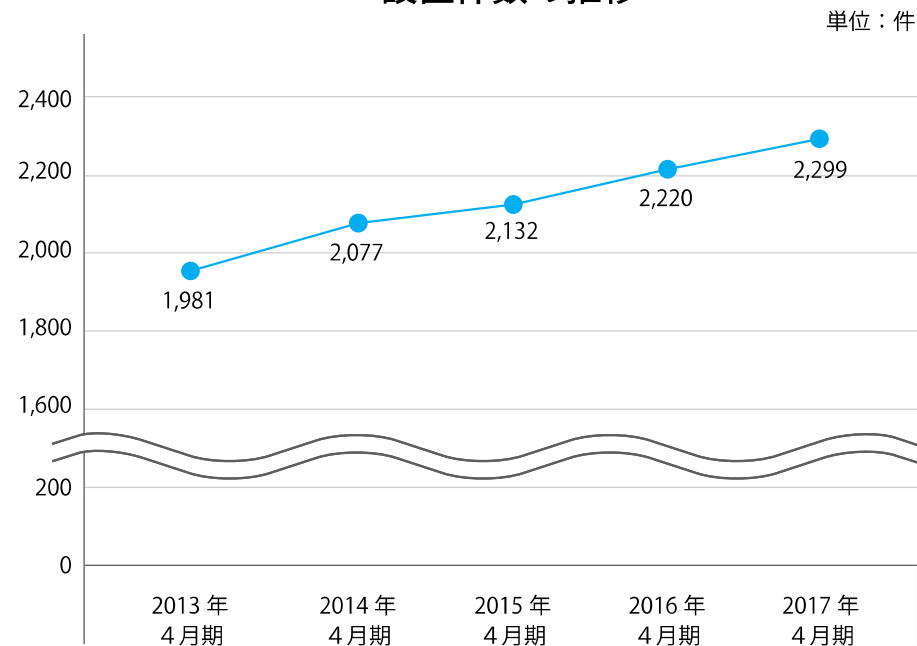
- 遺影写真加工は第2四半期以降順調に推移した。
- ハード機器売上は、計画を若干上回った。
- ビデオ加工、インク、額、ペーパーなどは、計画を上回って推移した。
- 事業として、売上、利益とも計画を達成した。

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、新規加工枚数、電照焼増枚数それぞれ順調に推移した。

※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。

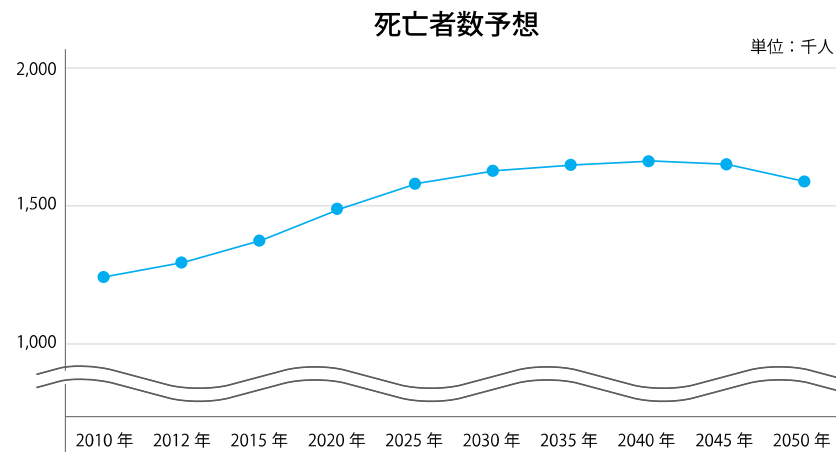
2-4.市場環境

市場環境

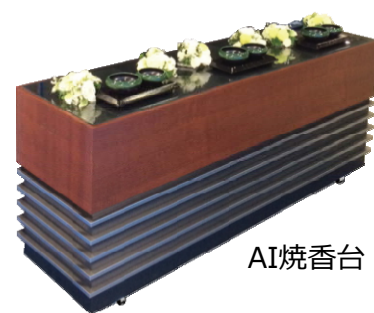
- マクロ的には高齢化社会に向け市場は漸増
- 一方で、会葬者の減少で葬儀社の環境は予断を許さない
- 葬儀社間競争・差別化ニーズの増加
→動画やサイネージなど新たな演出ツールの提供
- 花祭壇の浸透・花祭壇に合った葬儀演出のニーズ
- 加工技術とサポート体制への信頼性向上
+ 上場による安心感が市場に浸透
- 当社のモデルを模した事業者が特定地域にて展開

当期の取り組み

- エアリアルイメージング事業とのコラボ製品「AI焼香台」を販売開始。
- 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。
- 撮影補助アプリ「Photoassist」で撮影会イベントの支援を行う。
- フューネラルビジネスフェアやエンディング産業展に出展。



出典：人口問題研究所予測データ



AI焼香台



エンディング産業展

3. パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

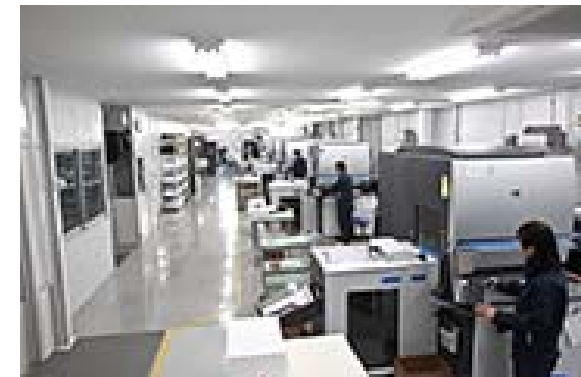
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

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

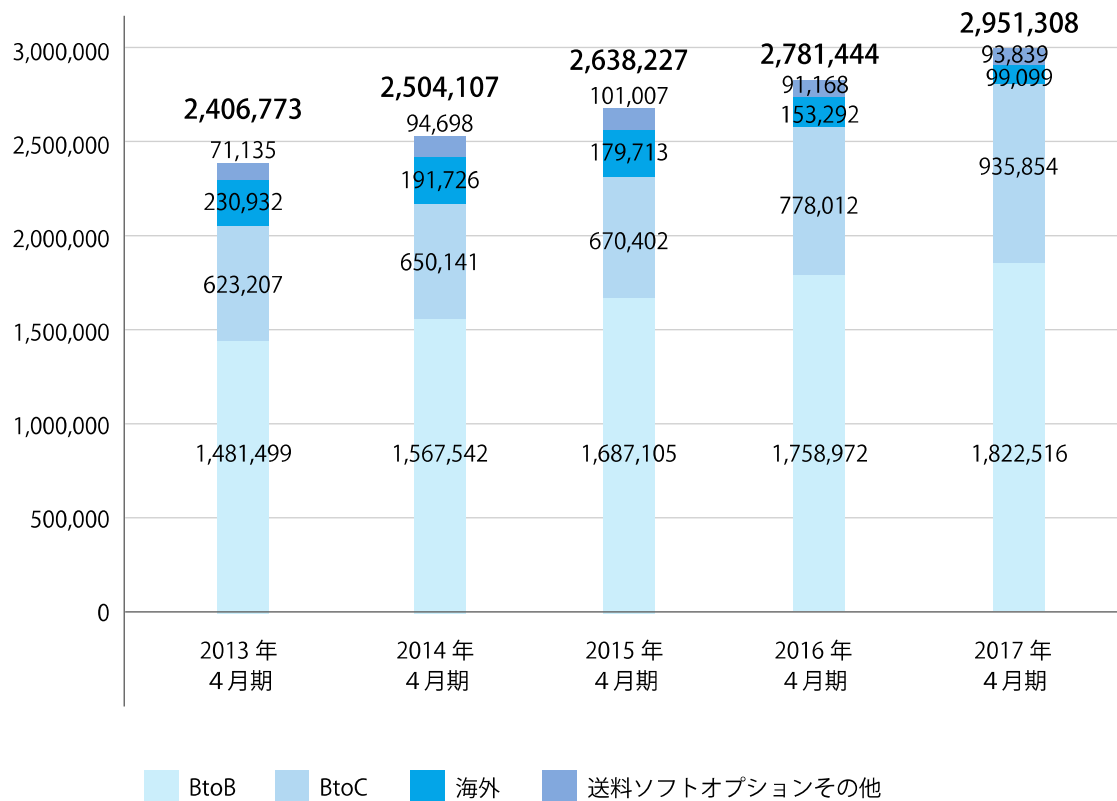
- 高度なカラーマネージメント技術
- オンデマンド印刷制御技術
- アプリケーション開発
- 自社内サーバー管理
- 多様かつ高品質な製本技術
- 自社内一貫生産体制
- 手厚いカスタマーサポート
- 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移

単位：千円

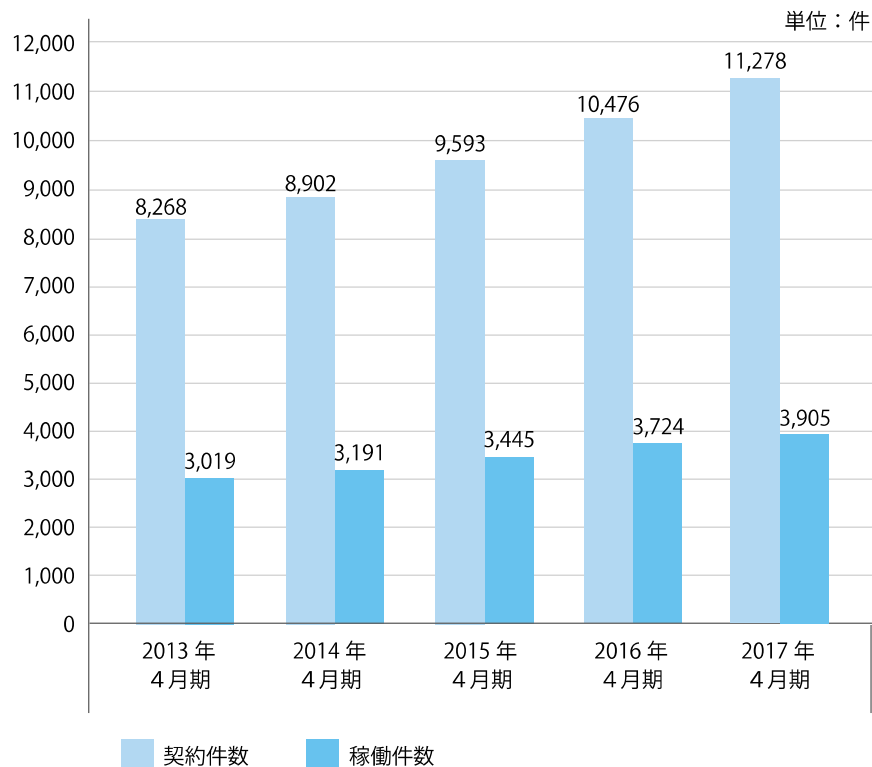


事業概要

- 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」の主力商品を中心に堅調に推移した。
- BtoCは、「MYBOOK」は競争環境が厳しい中、新規顧客獲得に苦戦した。一方、OEM供給はサービスの浸透が進み、順調に増加した。
- 海外は、減少傾向が継続している。

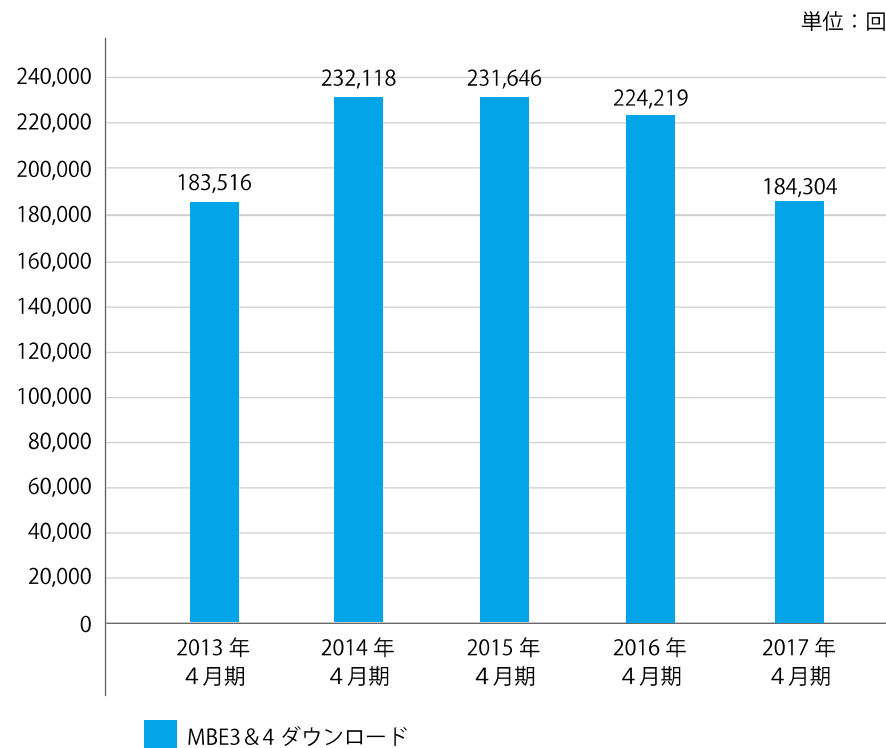
3-3.重要指標の推移

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、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



マイブック



PHOTOGET



AutoAlbum



MYBOOK LIFE



AfterShutter

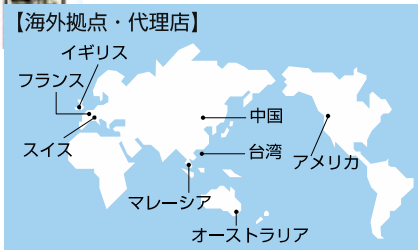


patapata

国外



ASUKABOOK



【海外拠点・代理店】



DOCOMOなど
へのOEM供給



こだわり層

ライトユーザー

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ある。

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」は堅調に受注。 ● 新商品をリリースするとともに、展示会PHOTONEXTに出展。 ● 全国13か所で「ASUKABOOKセミナー」を開催し、顧客の囲い込みを図る。 ● レイアウト確認システム、写真セレクトシステムなどで新規顧客獲得並びに既存顧客の囲い込みを進めた。 	
	海外	<ul style="list-style-type: none"> ● 特にアメリカ市場を中心に、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"> ● スマホやタブレットから気軽に発注できる「MYBOOK LIFE」に新製品を追加した。 ● 厳しい環境の中、セグメント別に異なるクーポンの発行やリアルイベントの活用により、差別化を図ってきた。また、WEB広告の効率化とSEO強化を実施した。 ● サービスサイトを全面リニューアルした。 ● OEM供給が順調に増加。 ● 展示会「CP+」に出展し、女性フォトグラファーをターゲットにした展示を行った。展示会「東京デザインウィーク」にも出展し、デザイナーや学生層への浸透を図った。 	

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 写真セレクトシステム 開発	● 顧客からの要望が強かった写真セレクトシステム「eraview」を開発し、リリースした。
	B to B向け 写真集発注ソフトウェ ア機能強化	● プロフォトグラファー向け写真集発注ソフトウェア「ASUKABOOK MAKER」をバージョンアップした。
生産	OEM生産ラインの 体制強化	● OEM供給の順調な増加に対応して、生産性の向上、確実なオペレーション体制を醸成してきた。

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。
ガラス製はある程度生産可能だが、樹脂製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。

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



※画像はイメージです。

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"> ● 国内では2016年6月に「デジタルサイネージジャパン」、2016年10,11月に「東京デザインウィーク」に出展した。 ● 当社として初めて、海外展示会に出展した（→次ページ4-3参照）。 ● 国内、海外とも営業人員を増強したほか、新光商事様などとの協業も進めていった。 ● 2017年1月のCES（アメリカのコンベンション）ではBMWのコンセプトカーに搭載されるなど、具体的な取り組み事例が見られてきた。  <p>デジタルサイネージ ジャパンの様</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 結像品質の高いガラス製プレートは海外を含むサイネージ市場に向けて、マーケティングを進める。 ● 本年7月に開催される販促Expoに出展し、マーケティング担当者、広告代理店などへ提案する。海外の展示会については、次ページ4-3参照。 ● 新製法による樹脂製プレートの試作品が完成すれば、自動車、電気、アミューズメントなど組込製品用途へ積極的にマーケティングしていく。 ● また、国内外とも、WEB販売サイトを有効に活用して、販路を広げていく。
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。 ● 樹脂製プレートの量産技術確立に重点的に取り組んできた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートの量産実現に向けて集中的に取り組んでいく。 ● より明るく鮮明な空中結像の実現に取り組む。 ● 製造特許、用途特許などは従来通り申請を進めていく。

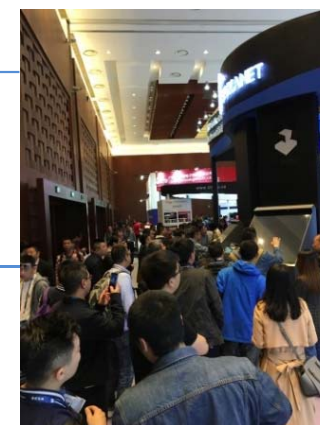
4-3.海外マーケティングについて

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
22期 終了分	1.DSE2017	ラスベガス (英国)	2017/3/28~31
	2.Infocomm Chine	北京 (中国)	2017/4/12~14
	3.Hannover Messe	ハノーバー (ドイツ)	2017/4/24~28
23期 予定分	4.Retail Digital Signage Expo	ロンドン (英国)	2017/5/8~9
	5.Infocomm 2017	オーランド (米国)	2017/6/14~16
	6.Infocomm MEA 2017	ドバイ (UAE)	2017/12

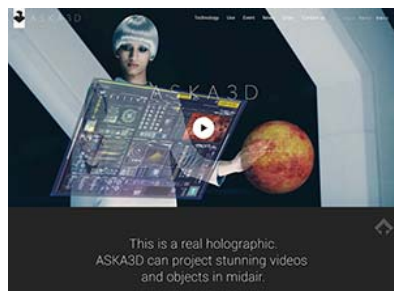


反響

ASKA3D販売サイトですすでにご注文をいただいたお客様もあり、また、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。



海外向け 販売サイト



AIプレートの海外向けブランドは「ASKA3D」として展開。AIプレートの詳細な説明に加え、展示会でご覧になった方が、手軽に発注できるよう販売サイトASKA3D.comをオープンした。

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。
優先順位	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製と同様の手法と新製法の両方でトライしてきた。 ● 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試作品ができ、量産の可能性が出てきた。 ● よって、新製法での量産の確立に優先的に取り組む方針。
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。
2018年4月期 について	<ul style="list-style-type: none"> ● いち早く量産体制が構築できるよう取り組む。 ● 少なくとも2018年4月期において新製法での試作品の供給を実現させる方針。

5.2018年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

5-1. 2018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する。 ● クラウドサービス「アスカクラウド」を充実させ、葬儀社およびその先の喪家の満足度を上げる。 ● 葬儀社向けEコマースサービスのマーケティングを強化する。 ● 在宅勤務の活用などオペレーションセンターの新しい仕組みを構築する。
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"> ● 「ZENレイフラット」シリーズや「オンデマウント」に新商品を追加し、売上拡大を図る。 ● 前期リリースした写真セレクトシステムを活用し、顧客の困り込みを進める。 ● 写真スタジオ、ペット、建築などのジャンルへのアプローチを強化する。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● OEM部門をさらに強化し、生産設備を増強する。 ● WEB広告とリアルイベントを効果的な配分で実施する。 ● MyBookLIFEに新製品を投入する。 ● MyBookに関するプラットフォームを開発、リリースする。 ● 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"> ● 新製法での樹脂製プレート量産化に向け、重点的に取り組む。
	研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 量産化研究に注力する。 ● 生産、用途、応用技術など積極的な特許申請を継続する。

5-2.設備投資/研究開発等計画

2018年4月期の設備投資（含むソフト）は約340百万円予定
AI事業の研究開発等は約80百万円予定

<p>エアリアルイメージング事業の研究開発投資は約80百万円を予定 （特許権償却、研究人件費を含む）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製AIプレート量産開発…約40百万円 ● 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>OEMラインを中心とした生産能力増強のための設備投資</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷機、製本ライン等生産能力増強のための設備…約150百万円
<p>全社セキュリティ関連・基幹システム更新投資</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● セキュリティ強化のため…約15百万円 ● 基幹システムサーバー更新…約20百万円
<p>各種写真集関連 ソフトウェアの開発・機能強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 写真集発注ソフトウェアや受注システム機能強化など…約55百万円

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、海外を含め、サンプル売上に加え、中ロット案件の積み重ねに注力。樹脂製プレートの量産品供給は数値に織り込んでいない。
利益	<ul style="list-style-type: none"> ● メモリアルデザインサービス事業は、品質維持のための人員補強を行い、事業利益は横ばいを計画。 ● パーソナルパブリッシングサービス事業については、OEMラインを中心に生産設備の増強を行うため償却が増加し、また、人件費、送料負担の増加も見込まれ、減益を計画。 ● エアリアルイメージング事業は、樹脂製プレート量産に向けた開発費を増強。また、3か所での海外展示会、2か所の国内展示会への出展を計画し、先行投資が増加する見込み。 ● 以上により、経常利益ベースで3.6%の減益となる見込み。
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）

	2017年4月期	2018年4月期	前年比
売上高	5,438	5,696	+4.7%
メモリアルデザインサービス事業	2,427	2,516	+3.7%
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,951	3,020	+2.3%
エアリアルイメージング事業	60	160	+164.5%
営業利益	800	771	△3.7%
経常利益	804	776	△3.6%
当期純利益	572	541	△5.5%
1株当たり当期純利益（円）	34.19	32.31	△5.5%
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