

株式会社アスカネット **2018年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1 2018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.エアリアルイメージング事業の概要と方針	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ASKA3Dプレート生産について	27

5. 2019年4月期 方針と見通し

5-1. 2019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

2018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、写真加工収入は予定を下回ったものの、ハード機器売上や飛鳥焼香台の売上が寄与し、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、計画を上回った。エアリアルイメージング事業は、ガラス製プレートの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、前年実績を下回ったものの、計画は達成した。エアリアルイメージング事業では、海外展示会への出展費用や研究開発費・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ことによる。
- 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。

2019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。OEMに関しては今期あったキャンペーン売上（来期は実施未定）を外しており保守的な計画としている。
- 利益面では、エアリアルイメージング事業においては2か所の海外展示会や1か所の国内展示会への出展費用や樹脂製プレート品質向上や量産のための研究開発費を計上。また、全社的な発送配達費の値上げや、PPS事業における生産設備増強による減価償却費の増加などを考慮し、利益微増（経常利益+1.9%）を計画している。

1.2018年4月期 決算の概要

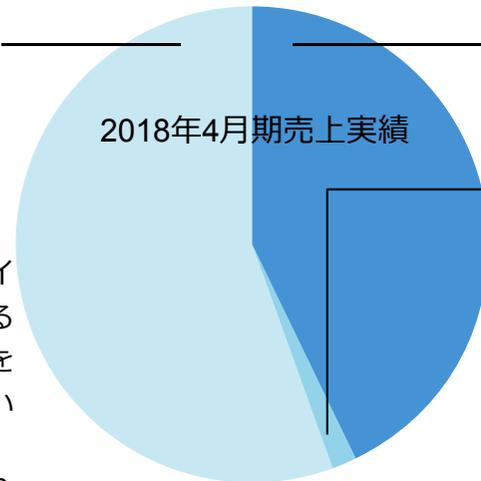
Balancing of accounts summary

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

55.4%

「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4,100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

1.8%

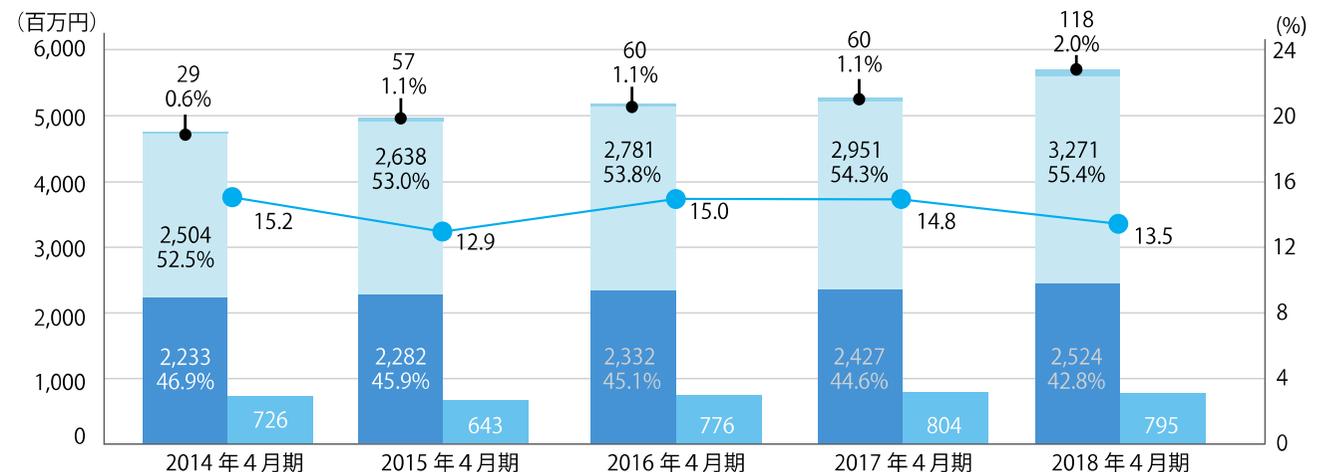
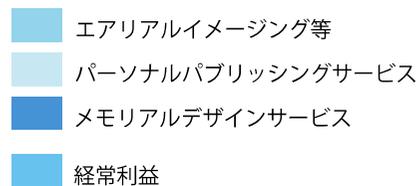
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。樹脂製プレートのサンプル供給を来期より開始する。

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

42.8%

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2,400カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約35万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

	2017年4月期		2018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	5,438	100.0	5,904	100.0	5,696	100.0	+208	+465	+8.6
(メモリアルデザインサービス事業)	2,427	44.6	2,524	42.8	2,516	44.2	+8	+97	+4.0
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	2,951	54.3	3,271	55.4	3,020	53.0	+251	+320	+10.8
(エアリアルイメージング事業)	60	1.1	118	2.0	160	2.8	△41	+57	+95.3
(セグメント間売上)	-	-	△10	△0.2	-	-	-	△10	-
売上原価	2,625	48.3	2,863	48.5	-	-	-	+237	+9.0
売上総利益	2,812	51.7	3,040	51.5	-	-	-	+228	+8.1
販売費及び一般管理費	2,011	37.0	2,252	38.1	-	-	-	+240	+12.0
営業利益	800	14.7	788	13.4	771	13.5	+17	△12	△1.5
経常利益	804	14.8	795	13.5	776	13.6	+19	△8	△1.1
当期純利益	572	10.5	556	9.4	541	9.5	+15	△15	△2.7

- 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なかった。全体として前年実績を上回り、売上計画も達成した。
- 利益は、エアリアルイメージング事業において、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、前年実績は下回ったものの、計画は達成した。

1-3. 費用状況

単位：%

	2017年 4月期	2018年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	51.7	51.5	△0.2	メモリアルデザインサービス事業で画像処理オペレータの 人件費率が上昇したため。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2017年 4月期	2018年 4月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	246	278	+ 32	エアリアルイメージング事業において、海外展示会の 出展回数が増加したため。
人件費	838	907	+ 68	各事業部での人員増強に伴う。
減価償却費・支払家賃	172	179	+ 7	—
発送配達費	126	207	+ 81	OEM部門の売上増加および昨年10月より送料の値上げを 受容したため。
研究開発費	110	147	+ 37	エアリアルイメージング事業における、樹脂製プレート 向け金型製作などで増加。
その他	516	531	+ 14	特許関連費用の増加など。
合計	2,011	2,252	+ 240	

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2017年4月期		2018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	2,427	796	2,524	+97	750	△45
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,951	657	3,271	+320	778	+120
エアリアルイメージング事業	60	△183	118	+57	△250	△66

- メモリアルデザインサービス事業は、売上は順調だったが、画像処理オペレータの人件費率の上昇や、サプライ品発送費用の増加により、減益となった。
- 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、売上は拡大したものの、海外展示会の出展費用や、研究開発費、特許関連費用が増大したため、損失は拡大した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2017年 4月期	2018年 4月期	増 減	主な増減要因
流動資産	3,309	3,408	+99	積極的な設備投資をするも、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	2,015	2,307	+291	OEM部門を中心とした生産設備の購入、本社近隣土地の購入およびVRC社への投資による。
資産合計	5,325	5,715	+390	
負債・純資産の部	2017年 4月期	2018年 4月期	増 減	主な増減要因
流動負債	708	704	△4	—
固定負債	13	11	△1	—
負債合計	721	715	△5	—
純資産合計	4,603	5,000	+396	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	5,325	5,715	+390	—

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2017年 4月期	2018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	818	788	△29	当期純利益の減少が主要因。
投資活動による キャッシュ・フロー	△293	△596	△303	OEM部門への生産設備投資および本社近隣土地の購入。
財務活動による キャッシュ・フロー	△164	△157	+6	—
現金及び現金同等物の 期末残高	1,673	1,706	+33	—

1-7.全社的トピックス

経営体制の変更

- 本年7月27日開催予定の株主総会後の取締役会において、創業以来初の社長交代。
- 福田が代表取締役会長に就任し、新社長に常務の松尾が昇格。

VRC社との 資本・業務提携

- 本年3月に大型3Dスキャナー開発ベンチャーVRC社と資本・業務提携。
- 比較的アーリーなステージにおいて単独で、99百万円（増資後所有割合13.8%）を出資した。
- 3Dスキャナーから取得されたデータ等を活用する新たなビジネスモデルを共同で研究するほか、ASKA3Dプレートと融合した新しい3Dデータの表現を提案し、ASKA3Dプレートの販売を推進していく。また、当社ネットワークを活用し、3Dスキャナーの販売を進めていく。

エアリアルイメージング事業 樹脂ASKA3Dプレート進捗

- 時間を要したが、本年6月より樹脂製ASKA3Dプレートのサンプル供給が可能となった。
- 明るさなどまだ課題はあるが、これまでのガラス製プレート販売先や展示会での引き合い先に販促していく。

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

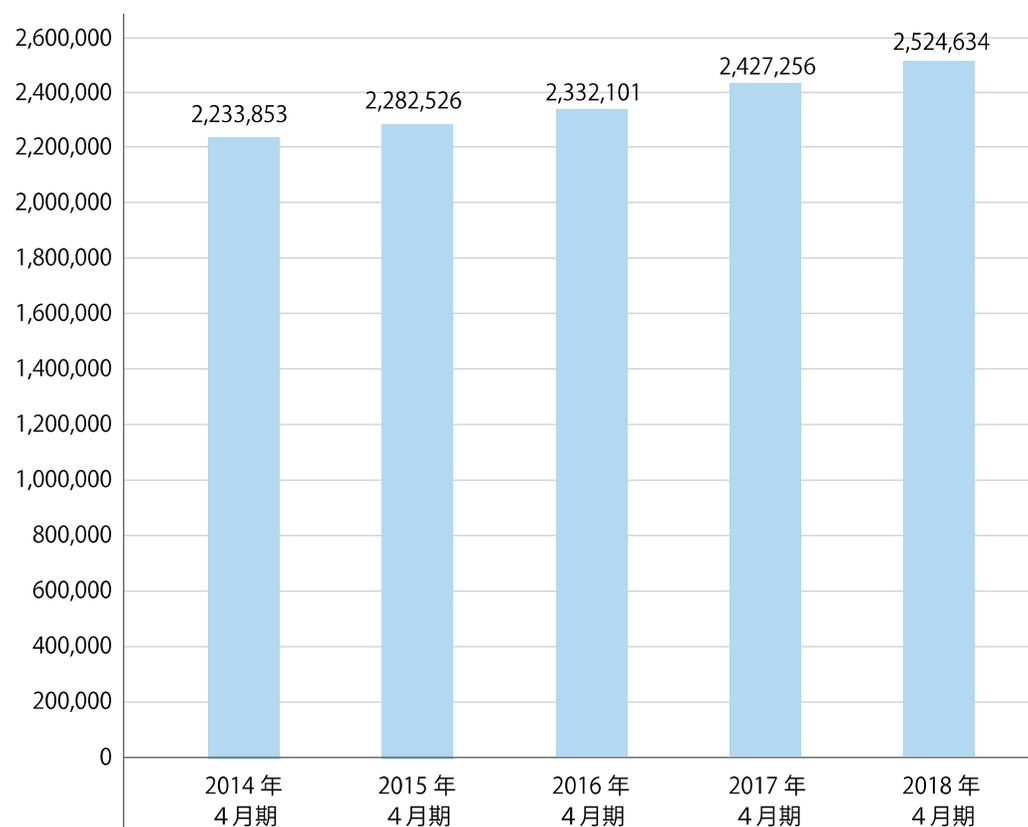
収益構造

- 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

単位：千円

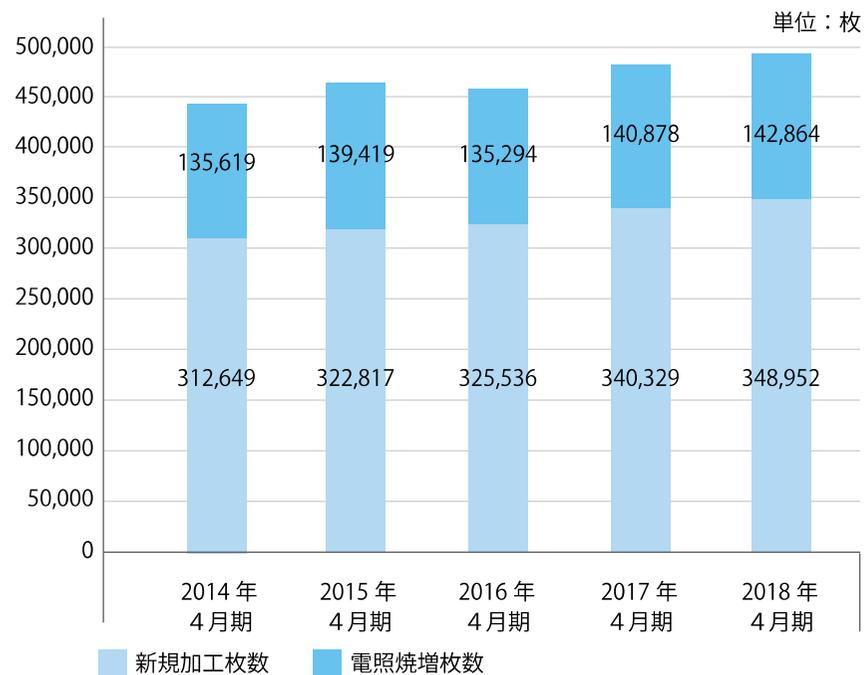


事業概況

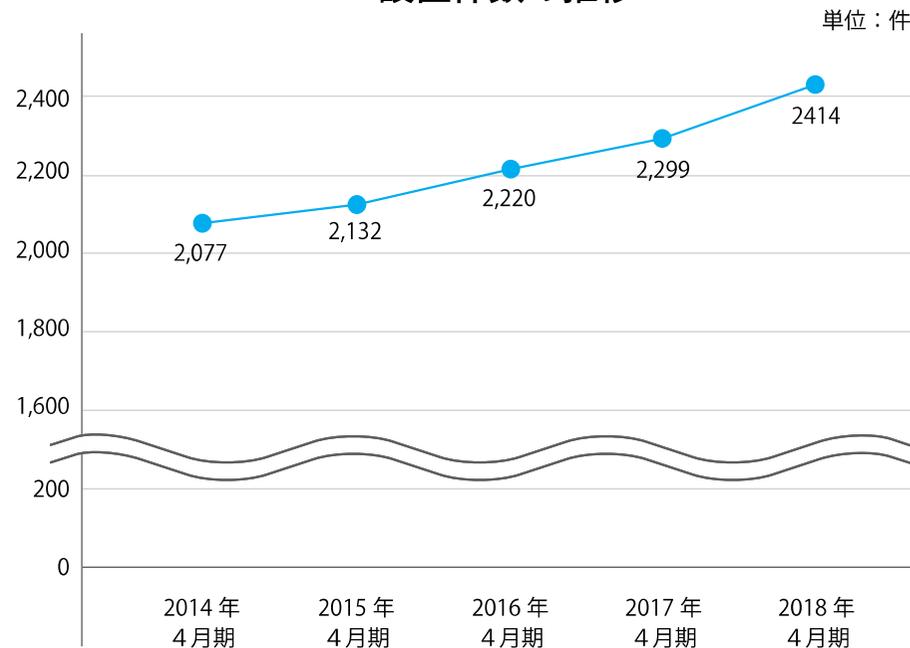
- 遺影写真加工収入は想定を若干下回ってしまった。
- ハード機器売上は、飛鳥焼香台を含め、好調に推移した。
- インク、額、ペーパーなどは、ほぼ計画通りであった。
- 事業として、売上は計画を達成したが、オペレーション人件費率の上昇や送料値上げの影響もあり、利益は計画を達成できなかった。

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、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。

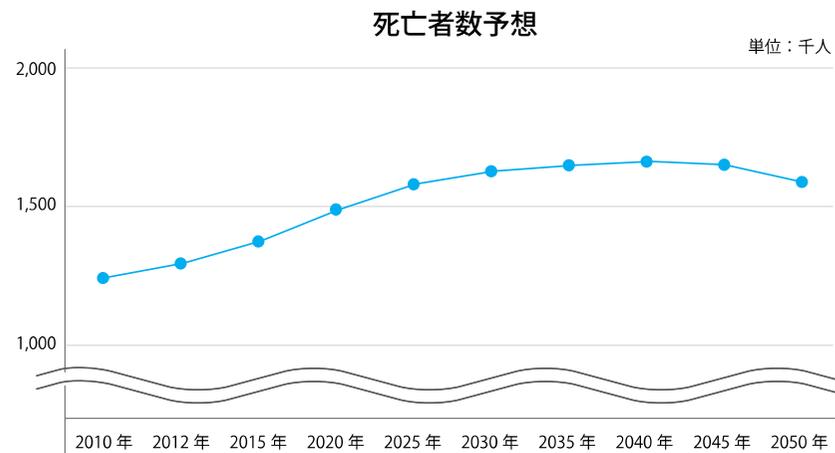
2-4.市場環境

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「飛鳥焼香台」の販売を推進。
- クラウドを活用した葬儀社向けEコマースサービスのさらなる浸透を図っていった。
- 葬儀業界向けにITを活用（葬Tech）した新サービス「tsunagoo」を機能強化。供物などに加え、弔電も簡単に発注可能となった。



出典：人口問題研究所予測データ

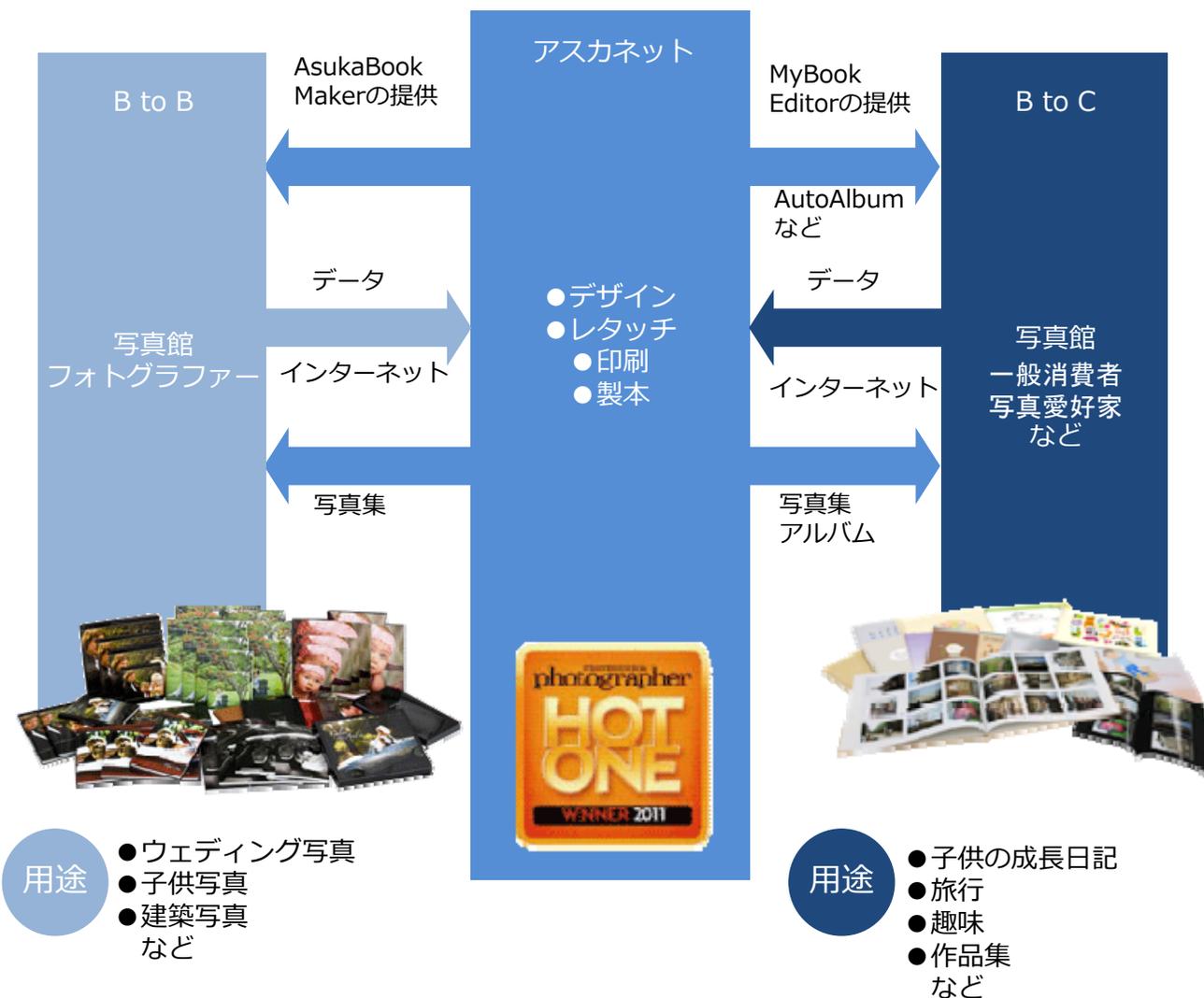


3. パーソナルパブリッシングサービス事業

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

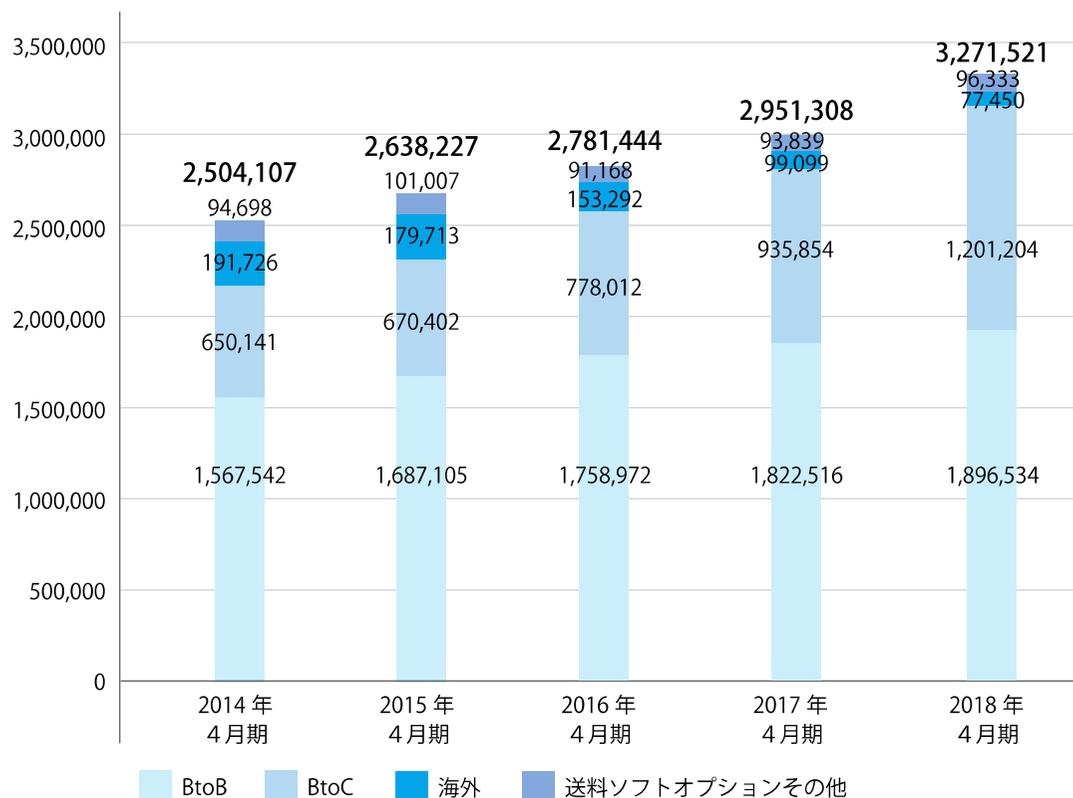
- 高度なカラーマネージメント技術
- オンデマンド印刷制御技術
- アプリケーション開発
- 自社内サーバー管理
- 多様かつ高品質な製本技術
- 自社内一貫生産体制
- 手厚いカスタマーサポート
- 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移

単位：千円

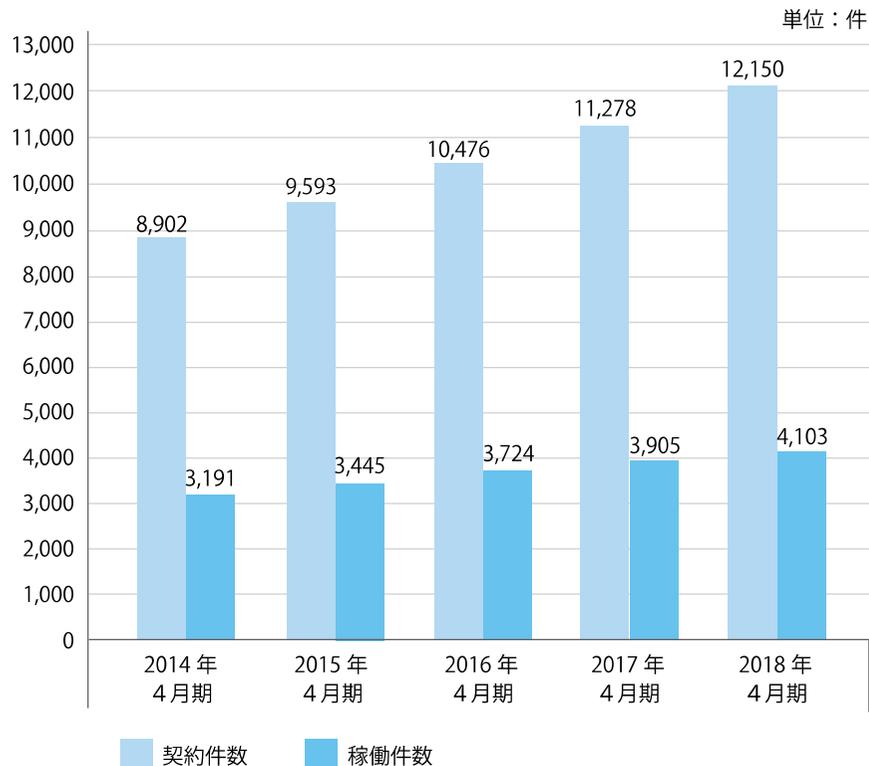


事業概要

- BtoBは、主力製品である「ZENレイフラット」に加え、「SHIRONARI」など新製品の浸透も進み、堅調に推移した。
- BtoCは、「MYBOOK」は競争環境が厳しく、前期実績を下回った。一方、OEM供給はサービスの浸透が進み、大きく増加した。
- 海外は、減少傾向が継続している。

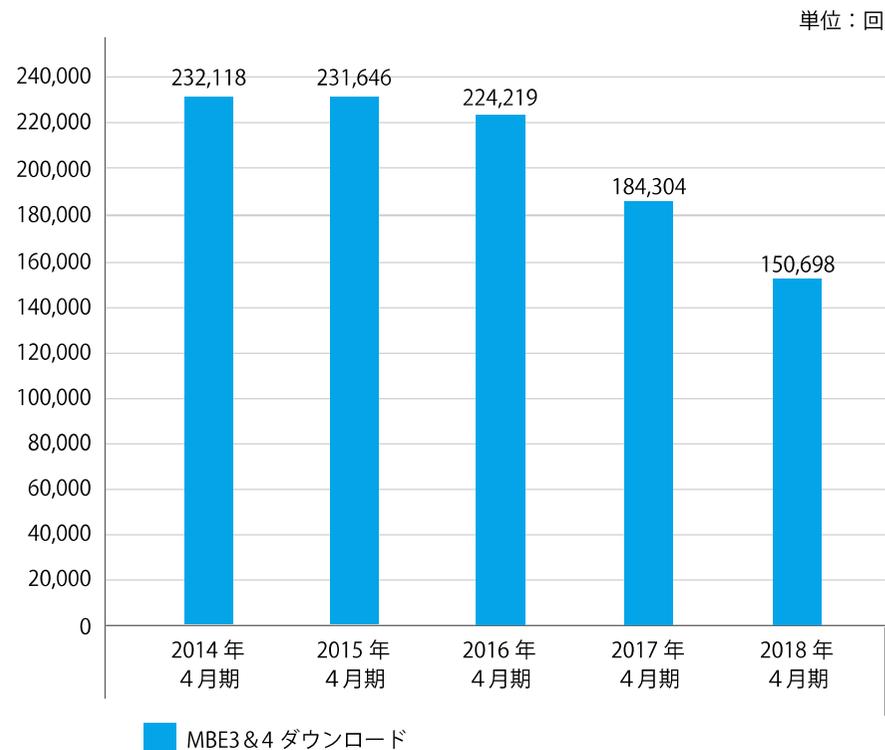
3-3.重要指標の推移

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



- 新規顧客の獲得に苦戦し、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

国外



アスカブック



等身大フォト



ASUKABOOK



【海外拠点・代理店】

- イギリス
- フランス
- スイス
- 中国
- 台湾
- アメリカ
- マレーシア
- オーストラリア



マイブック



AutoAlbum



MYBOOK LIFE



patapata



AfterShutter



Docomoなど
へ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」を中心に堅調な受注。 ● 新製品を継続的にリリースするとともに、展示会PHOTONEXTに出展。 ● 全国11か所での「ASUKABOOKセミナー」やワークショップを開催。 ● 「赤ちゃん等身大フォト」の専用サイトを開設し、その啓蒙を進めてきた。 	
	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、効率的なネット広告、キャンペーンの実施、SNSの活用などでサービスの活性化を進めた。 ● OEM部門は、DOCOMOを中心に大きく成長。 ● 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ブースを設置。 	

3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

開発	写真集発注ソフトウェア機能強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 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」での機能強化、コンシューマ向け写真集発注ソフトウェア「Mybook Editor」でのテンプレート追加などで利便性を高めた。
生産	OEM生産能力の増強	<ul style="list-style-type: none"> ● OEM供給の順調な増加に対応して、印刷設備、製本ラインを予定通り増強した。
	継続的なKAIZEN活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> ● KAIZEN活動が定着しており、より効率的な生産方法の確立、有効な機械の選定、原材料の改善などが進んでおり、大きな効果を生んでいる。

4.エアリアルイメージング事業

Aerial Imaging Service

4-1. エアリアルイメージング事業の概要と方針

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

ASKA3D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。



※画像はイメージです。

方針の 骨子

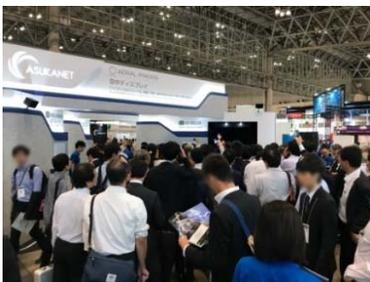
- 第3の柱をつくるため、まず受動系を優先して開発を進める
- ファブレス形態で製造し、自社ブランドでの提供を指向
- ASKA3Dプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
- 国内市場に限らず、海外市場もマーケティングする

自社が保有する特許技術を自らが活用し、ASKA3Dプレートの製造・販売による事業化を指向

ブランドの統一

従来「AIプレート」と称していたが、本年1月に海外ブランドと統一し、サービスブランドを「ASKA3D」、プレート名を「ASKA3Dプレート」とした。

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2017年6月に「店舗販促EXPO」、2017年10月に「CEATEC 2017」に出展した。 ● 3か所の海外展示会に出展した（→次ページ4-3参照）。 ● ASKA3Dプレート購入先がプレートを活用して展示会に出展するケースが増えてきた。  CEATEC2017の様様 ● 「ASKA3D」でのブランド統一を機に、国内サービスWEBサイトを一新した。 ● 「変なホテル ハウステンボス」など設置事例も出てきた。 	<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ンージ市場に向けて、セールスを継続する。 ● 国内1か所、海外2か所の展示会に出展を計画（→次ページ4-3参照）。  InfoComm MEA 2017の様様 ● 国内外とも、樹脂製プレートのサンプルを展示会での引き合い先などに積極的に販売していく。 ● 樹脂製プレートの量産案件の獲得に向け、提案を加速する。
研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 量産を前提とした樹脂製プレートの完成にむけ、金型の研究や試作を繰り返してきた。 ● 時間を要したが、ようやく量産を前提とした樹脂製プレートのサンプル供給が本年6月より可能となった。 ● 量産手法やそれを可能にする原理など積極的な特許出願も行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートの量産試作に取り組み、より安定した生産を実現する。 ● より明るい樹脂製プレートを実現するための研究を継続する。 ● 製品組込に欠かせないセンサーの共同開発も進めていく。

4-3.海外マーケティングについて

目的

樹脂製プレートのサンプル供給が可能になることから、製品組込用途での提案を進めるべく、海外2か所、国内1か所の展示会に出展し、実物を見ていただく計画

展示会の出展

	イベント名称	場所 (国)	期間
23期 終了分	1.Retail Digital Signage Expo	ロンドン (英国)	2017/5/8~9
	2.InfoComm 2017	オーランド (米国)	2017/6/14~16
	3.InfoComm MEA 2017	ドバイ (UAE)	2017/12/5~7
24期 予定分	4.CeBIT 2018	ハノーバー (ドイツ)	2018/6/11~14
	5.C-touch Shenzhen	深セン (中国)	2018/11

その他、国内ではファインテック ジャパン(2018/12)に出展する予定。

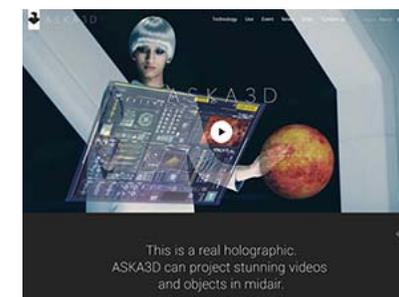
販売体制

欧州はフランスアルザスに営業拠点を設置し、販売体制を整えた。

その他の地域にも販売店を設置していく計画。

今後の方針

前期まではガラス製プレートを活用したサイネージ用途中心の展示であったが、今期は、樹脂製プレートを活用した組込製品用途を中心にした展示とする。



4-4.樹脂製ASKA3Dプレートについて

これまでの経緯	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● プロトタイプをCEATEC2017に展示したが、結像品質が不十分であった。
サンプルについて	<ul style="list-style-type: none"> ● ようやく量産を前提とした手法でサンプル供給が可能となり、本年6月より供給開始。 ● サイズは2種類（20cm角・10cm×15cm）を用意。 ● 結像品質・輝度はガラス製には劣る部分があるため、その改良は継続していく。
量産にむけて	<ul style="list-style-type: none"> ● サンプル供給開始にあわせ量産試作を進め、より安定した品質と低コストを目指す。 ● 量産立ち上がり時の生産能力は、月産数千枚～1万枚を想定して準備を進める。 ● 価格は、数量によって異なるが、どのような用途においても十分にパフォーマンスが発揮できる価格帯を想定。
エアリアルイメージング事業の 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製プレート・・・価格は高価だが、結像品質は高く、大型結像も可能であり、サイン用途で強みを発揮。 ● 樹脂製プレート・・・品質はガラス製に比べ若干劣るが、低コストかつ多量の供給が可能で、センサーとの組み合わせにより製品組込用途での活用が見込まれる。 ● よって、ガラス製、樹脂製それぞれの用途に応じたマーケティングを進める。

5.2019年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

5-1. 2019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。 ● 葬Techサービス「tsunagoo」の導入実績を重ね、その効果をPRしていく。 ● びわこオペレーションセンターを拡張し、処理能力を高める。 ● 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」など定番製品に加え、価格が手ごろな新製品を投入し、売上を伸ばしていく。 ● 好評の「等身大フォト」について、専用サイトの活性化、イメージムービーの製作、メディア活用などで広めていく。 ● 七五三、ペット、ママフォトグラファー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"> ● 既存先との提携強化、新規先の獲得などでOEM部門を伸ばしていく。 ● キャンペーンやイベント企画、チャットボット導入などでユーザーとのつながりを広げる。 ● フルフラットタイプの製品をマイブックに加える。 ● MyBook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"> ● 海外2か所、国内1か所の展示会出展。 ● 樹脂製を中心として、引き合い先への展開強化。 ● 量産案件取得のための下地作り。
	製造	<ul style="list-style-type: none"> ● 新製法での樹脂製プレート量産体制を構築する。
	研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートの品質向上・安定製法の継続的研究。 ● 組込用途に欠かせないセンサーの共同研究。

5-2.設備投資/研究開発等計画

2019年4月期の設備投資（含むソフト・土地建物）は約1,030百万円予定
エアリアルイメージング事業の研究開発等は約85百万円予定

<p>エアリアルイメージング事業の研究開発投資は約85百万円を予定 （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・改良開発…約50百万円 ● 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>本社隣地の土地取得及び建物建設 （写真集生産スペースが手狭になってき おり、隣地の取得ができたため）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 本社隣地土地取得（本年5月）…約226百万円 ● 本社隣地建物建設（来年4月竣工予定）…約440百万円
<p>写真関連生産設備（製本・梱包など）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 製本・表紙加工関連設備…約120百万円 ● 梱包関連設備…約55百万円
<p>各種写真集関連ソフトウェア・受注システムの開発・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60百万円

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を中心に保守的な計画。 ● エアリアルイメージング事業は、海外を含め、ガラス製プレートの販売に加え、樹脂製プレートのサンプル販売も計画。 ● 以上により、売上は3.5%の増加となる見通し。
利益	<ul style="list-style-type: none"> ● メモリアルデザインサービス事業は、人件費率を高め想定しており、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や品質向上に向けた開発費を増加。また、2か所での海外展示会、1か所の国内展示会への出展を計画するも、売上増により損失幅は減少する見込み。 ● 以上により、経常利益ベースで1.9%の増益となる見込み。
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）

	2018年4月期	2019年4月期	前年比
売上高	5,904	6,111	+3.5%
メモリアルデザインサービス事業	2,524	2,599	+2.9%
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,271	3,343	+2.2%
エアリアルイメージング事業（セグメント間売上含む）	118	169	+43.0%
営業利益	788	806	+2.2%
経常利益	795	811	+1.9%
当期純利益	556	567	+1.8%
1株当たり当期純利益（円）	33.20	33.74	+1.6%
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
- 5 ベンチャー企業との資本・業務提携により新たな成長機会を創出する

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