

株式会社アスカネット **2019年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1 2019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.樹脂製ASKA3Dプレートについて	26

5. 2020年4月期 方針と見通し

5-1. 2020年4月期 各事業の取組み	28
5-2. 設備投資/研究開発等計画	29
5-3. 業績見通しのポイント	30
5-4. 業績見通し（前年比較）	31

6.中期展望

6-1. 中期方針	33
-----------	----

〈はじめに〉 決算説明資料 全体のポイント

2019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、写真加工収入は前年実績を上回ったものの想定に比べやや伸び悩んだことに加え、ハード機器売上が前期好調の反動減があったため、微増にとどまった。パーソナルパブリッシングサービス（PPS）事業は、国内BtoB向けおよびBtoC向け、OEM供給とも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、単価の低い樹脂製プレートの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、計画も達成した。特にPPS事業が、送料の値上げがあったものの、売上の増加とともに稼働率が上がり、順調に利益が伸びたためである。
- 5月29日に売上、利益とも上方修正を行った。
- 配当については、配当性向30%の方針により、当初の配当予想10円から1円増配し、1株あたり配当金11円として株主総会に上程することとした。

2020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、エアリアルイメージング事業においては3か所の海外展示会や3か所の国内展示会への出展費用や樹脂製およびガラス製プレート量産化や大型化ための開発費を計上。また、PPS事業においては、新工場への移設や新型印刷機の導入などで費用がかさみ、減益（経常利益△5.1%）を計画している。

1.2019年4月期 決算の概要

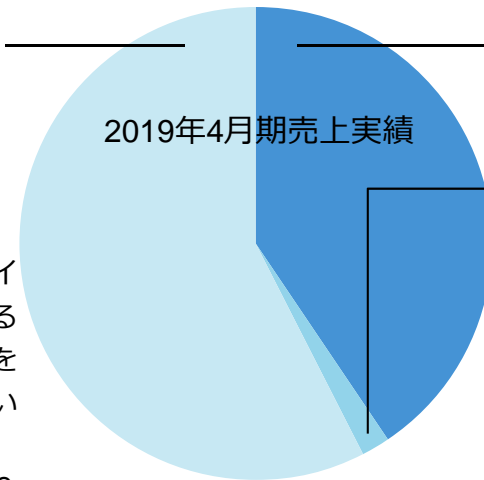
Balancing of accounts summary

1-1.決算概要

安定成長型ビジネスモデル
パーソナルパブリッシング
サービス事業

57.5%

「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4,290社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約40万冊（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

2.2%

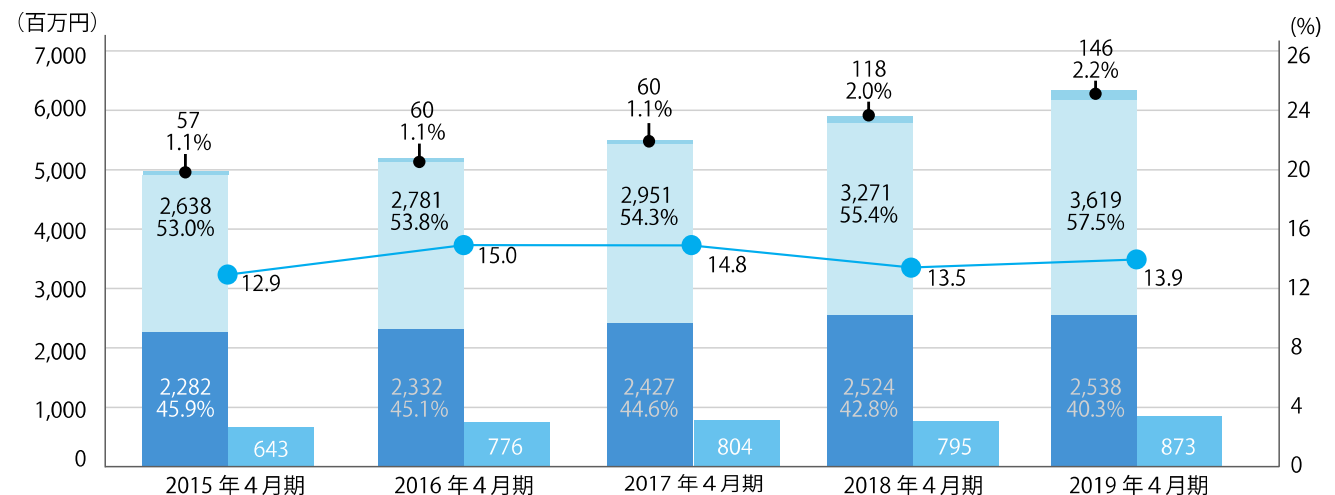
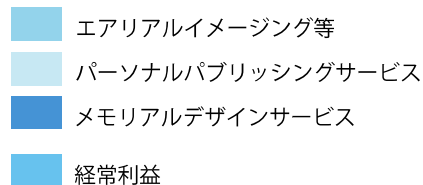
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。樹脂製サンプルを供給しつつ、量産案件の受注に努める。

ニッチ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

40.3%

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2,480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

	2018年4月期		2019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	5,904	100.0	6,295	100.0	6,111	100.0	+184	+391	+6.6
(メモリアルデザインサービス事業)	2,524	42.8	2,538	40.3	2,599	42.5	△61	+14	+0.6
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	3,271	55.4	3,619	57.5	3,343	54.7	+276	+348	+10.6
(エアリアルイメージング事業)	118	2.0	146	2.2	169	2.8	△22	+29	+24.0
(セグメント間売上)	△10	△0.2	△9	0.0	-	-	-	+1	-
売上原価	2,863	48.5	3,059	48.6	-	-	-	+196	+6.4
売上総利益	3,040	51.5	3,236	51.4	-	-	-	+195	+6.1
販売費及び一般管理費	2,252	38.1	2,367	37.6	-	-	-	+115	+4.9
営業利益	788	13.4	868	13.8	806	13.2	+62	+79	+10.1
経常利益	795	13.5	873	13.9	811	13.3	+62	+77	+9.7
当期純利益	556	9.4	598	9.5	567	9.3	+31	+42	+7.5

- 売上高は、3事業とも前年実績を上回った。メモリアルデザインサービス事業、エアリアルイメージング事業は計画達成できなかったものの、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。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、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、前年実績を上回り、計画も達成した。

1-3. 費用状況

単位：%

	2018年 4月期	2019年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	51.5	51.4	△0.1	メモリアルデザインサービスで画像処理オペレータの人件費率上昇により粗利率が低下した一方、パーソナルパブリッシング事業は売上増に伴う稼働向上で粗利率が上昇した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2018年 4月期	2019年 4月期	増 減	
広告費・販促費・販売手数料	278	224	△54	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を減少させたため。
人件費	907	952	+45	各事業部での人員増強に伴う。
減価償却費・支払家賃	179	182	+3	—
発送配達費	207	276	+69	OEM部門の売上増加および前期下期より送料の大幅値上げが通年影響したため。
研究開発費	147	156	+8	エアリアルイメージング事業において、樹脂製プレート向け金型など研究開発費がやや増加。
その他	531	574	+43	土地取得に伴う固定資産税等の増加、OEM向け梱包材費用の増加など。
合計	2,252	2,367	+115	

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2018年4月期		2019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	2,524	750	2,538	+14	716	△33
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,271	778	3,619	+348	916	+138
エアリアルイメージング事業	118	△250	146	+28	△241	+8

- メモリアルデザインサービス事業は、売上面は新規獲得の苦戦や季節要因により加工枚数が伸び悩み、利益面は画像処理オペレータの人件費率の上昇など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、広告宣伝費は通常ベースに戻したものの、旧タイププレートの在庫評価減の実施や人員の増強により、損失は微回復にとどまった。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2018年 4月期	2019年 4月期	増 減	
流動資産	3,336	3,410	+73	順調な利益計上により現金及び預金流入があった一方、土地や建物の取得に活用した。
固定資産	2,378	2,861	+482	本社隣地の購入、建物の建設仮勘定の増加による。
資産合計	5,715	6,271	+555	
負債・純資産の部	2018年 4月期	2019年 4月期	増 減	
流動負債	704	831	+126	買掛金、未払金、未払法人税等がそれぞれ増加した。
固定負債	11	9	△2	－
負債合計	715	840	+124	－
純資産合計	5,000	5,431	+431	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	5,715	6,271	+555	－

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2018年 4月期	2019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	788	919	+131	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	△596	△795	△198	本社隣地の取得、建物建設費用の支出による。
財務活動による キャッシュ・フロー	△157	△161	△4	—
現金及び現金同等物の 期末残高	1,706	1,669	△37	—

1-7.全社的トピックス

経営体制の変更

- 昨年7月27日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。
- 新社長のもと、執行役員などがサポートし、新体制は問題なくスタート。

イノベーション創出基盤の 強化

- 期初よりイノベーション推進担当執行役員を設置し、社外との提携強化、AIの活用等各種研究開発などの種まきを進めてきた。
- 広島大学の協力による「イノベーション研修」を継続しており、若手社員のイノベティブな発想力を強化している。

樹脂製ASKA3Dプレート 第1段階量産化移行

- 本年5月にようやく、第1段階の量産化へ移行することができた。今後は量産案件の受注に注力していく。

新社屋の建設

- 本社隣地に新社屋を建設し、本年6月に竣工。移転作業や新設備導入などを経て、8月稼働予定。
- 主に、パーソナルパブリッシングサービス事業の伸長に伴い、写真集等の生産拠点として活用。

株主還元について

- 配当／ 当期 11.00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

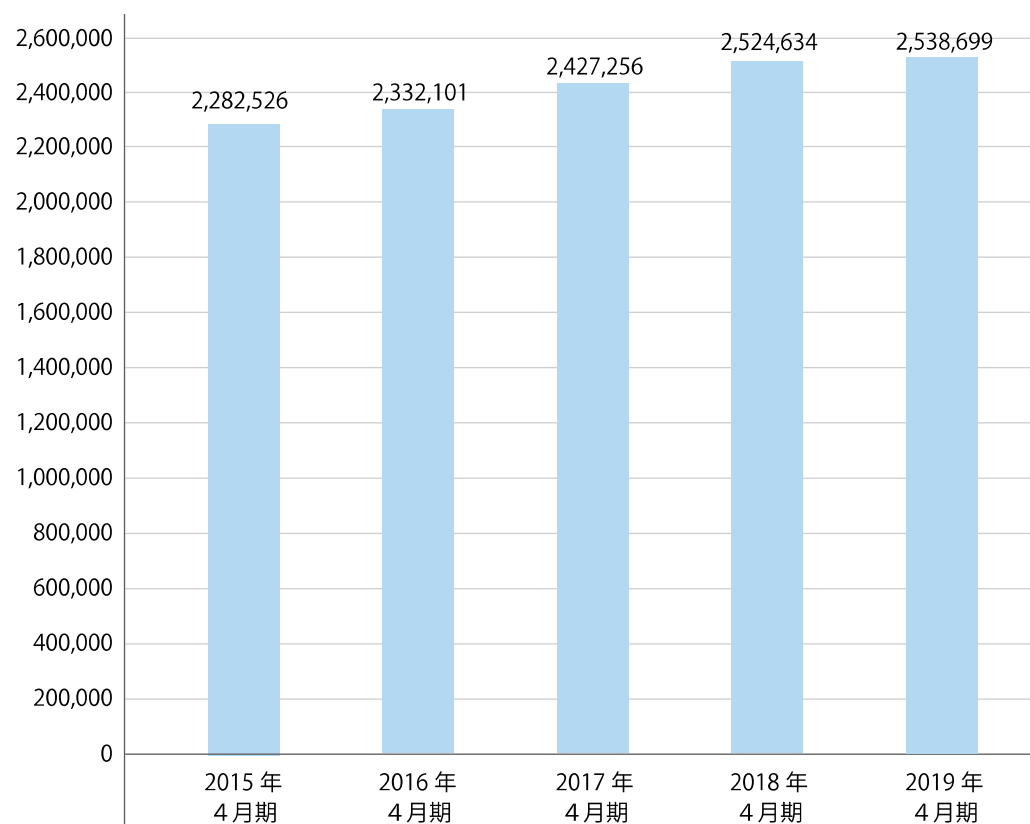
収益構造

- 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

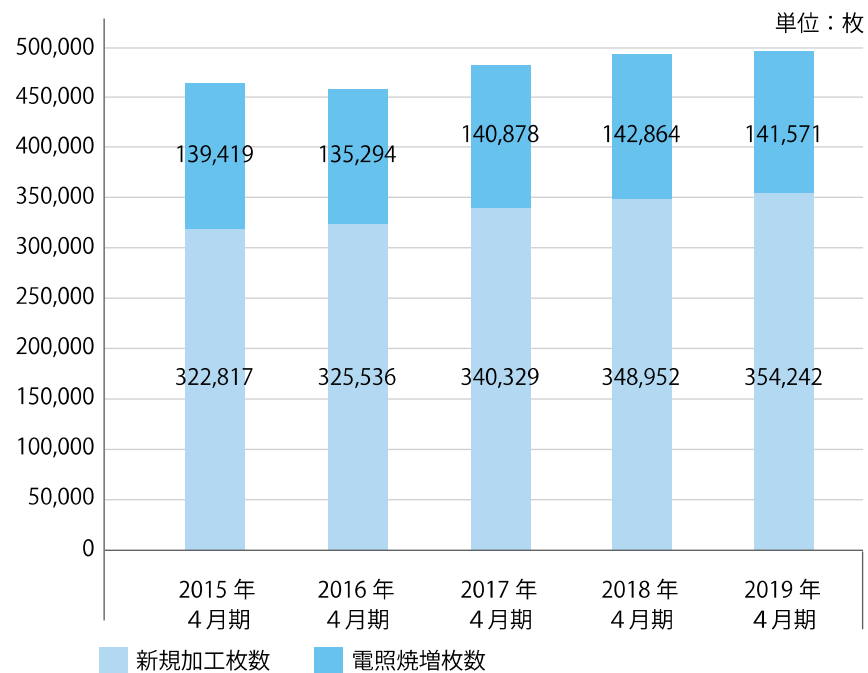


事業概況

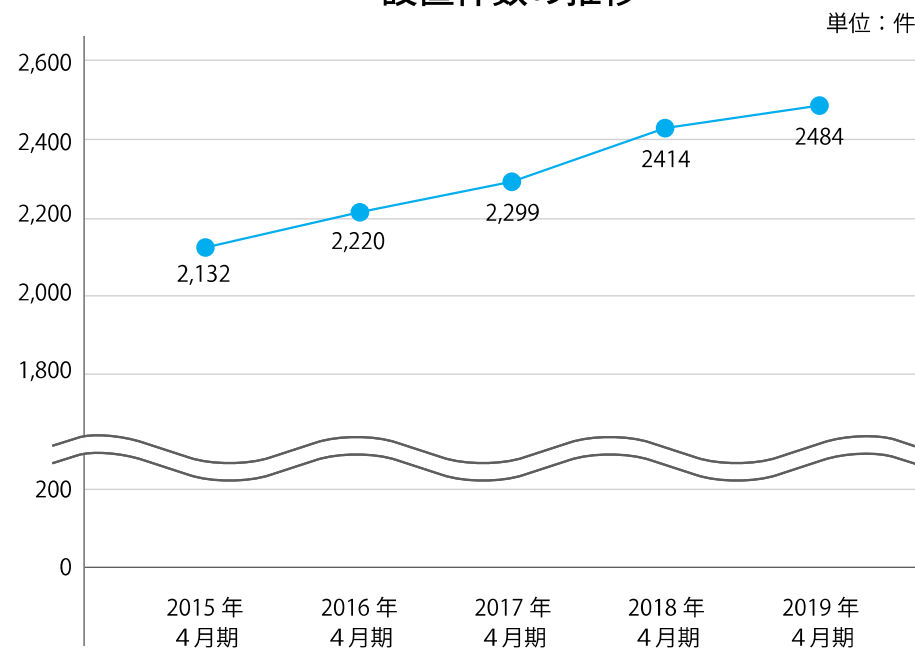
- 季節性による全般的な加工件数の伸び悩みや新規獲得の計画未達により、遺影写真加工は微増にとどまった。
- ハード機器売上は、前期好調の反動減や買い替え控えにより苦戦した。
- ビデオ加工、インク、額、ペーパーなどは、堅調に推移した。
- 事業として、売上、利益とも計画を達成できなかった。

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、それぞれ増加しているものの、伸びは鈍化した。電照焼増加工枚数は、祭壇のモニタ設置が増加した影響で、前期に比べ微減した。

※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

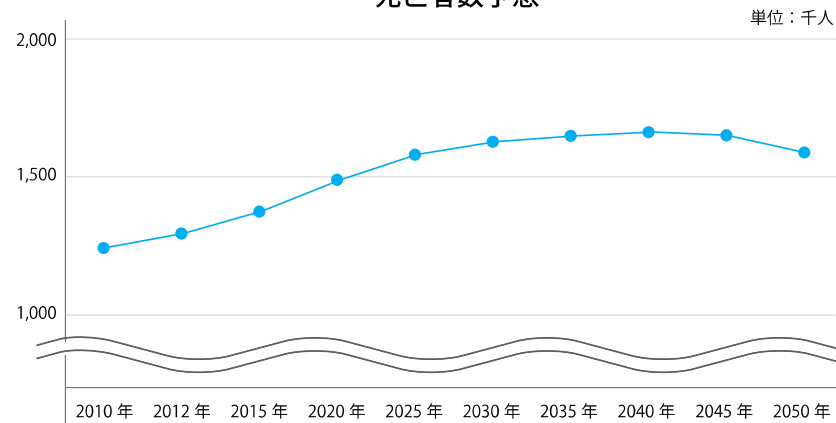
市場環境

- 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第2弾家庭向け「Omokage」の販売を開始した。
- 葬儀業界にITを活用（葬Tech）した新サービス「tsunagoo」を機能強化。弔電の簡単発注機能に加え、記帳受付システムの機能も追加した。

死亡者数予想



出典：人口問題研究所予測データ



おうち供養 Omokage ～おもかげ～



tsunagoo

3. パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

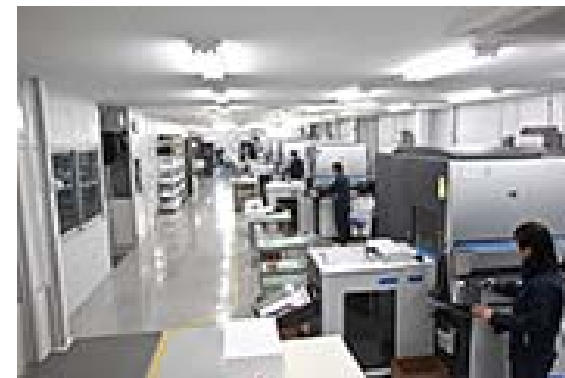
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

オンデマンド印刷による一冊からの写真集の製造・販売



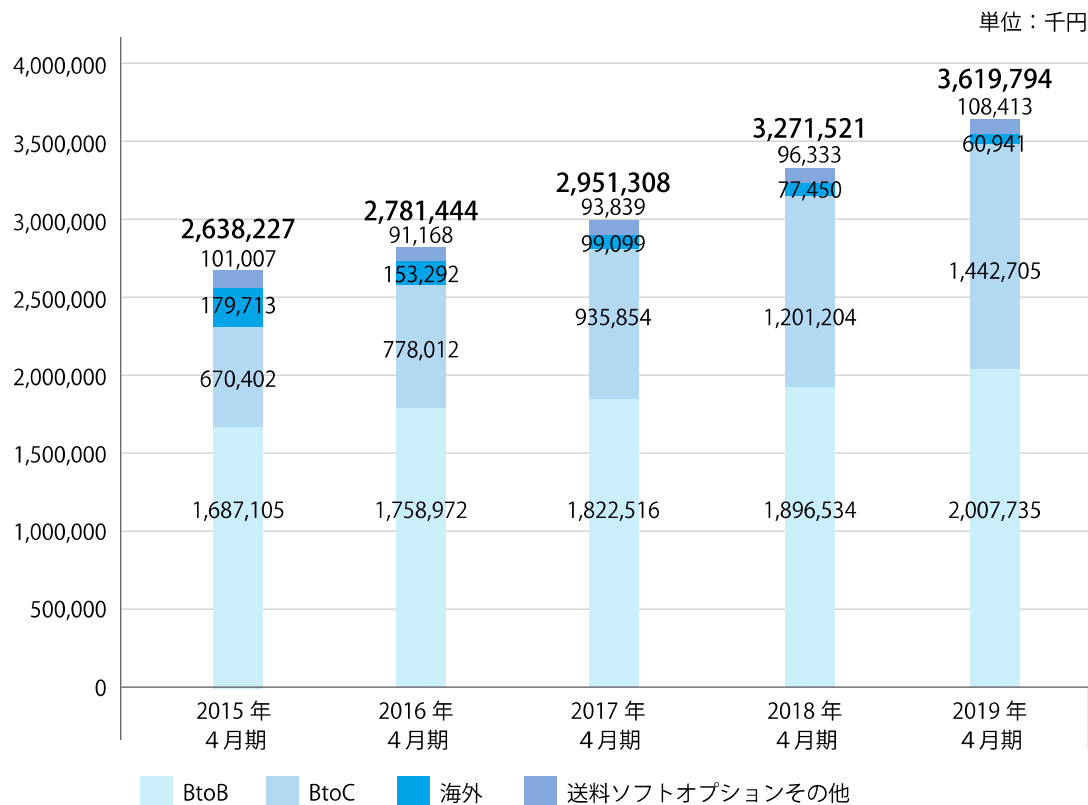
強み

- 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

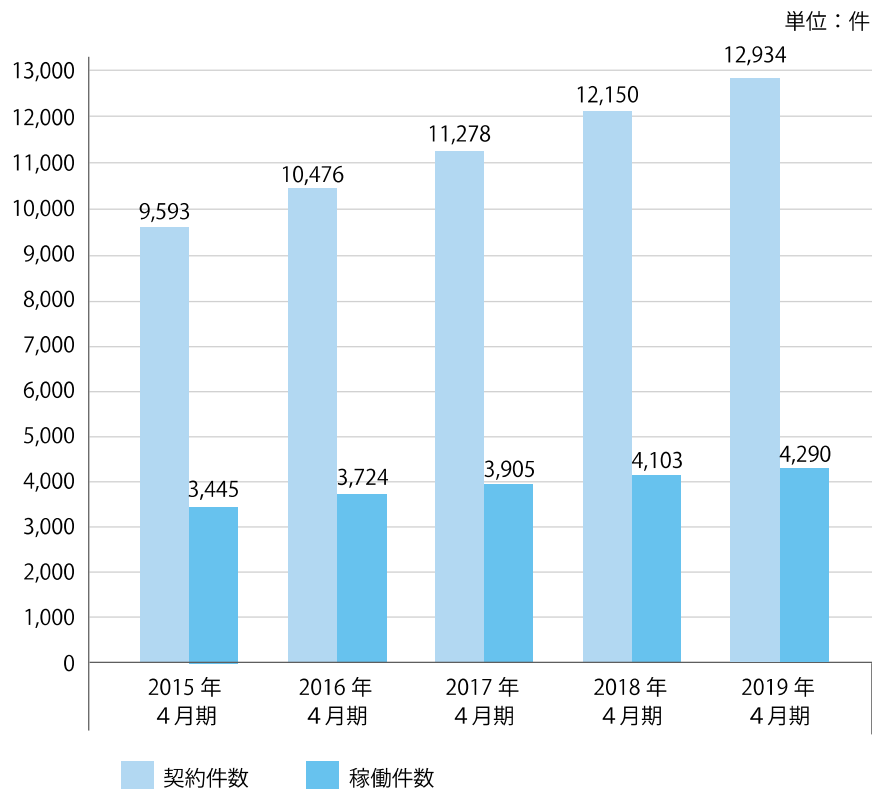


事業概要

- BtoBは、ウェディング向け主力製品である「ZENレイフラット」「SHIRONARI」が好調で、子ども写真向け「オンデマウント」も順調に展開し、堅調に推移した。
- BtoCは、「MYBOOK」は競争環境が厳しい中、フルフラットタイプの新製品投入が奏功し、前期実績を上回った。また、OEM供給もサービスの浸透が進み、好調を継続した。
- 海外は、減少傾向が継続している。

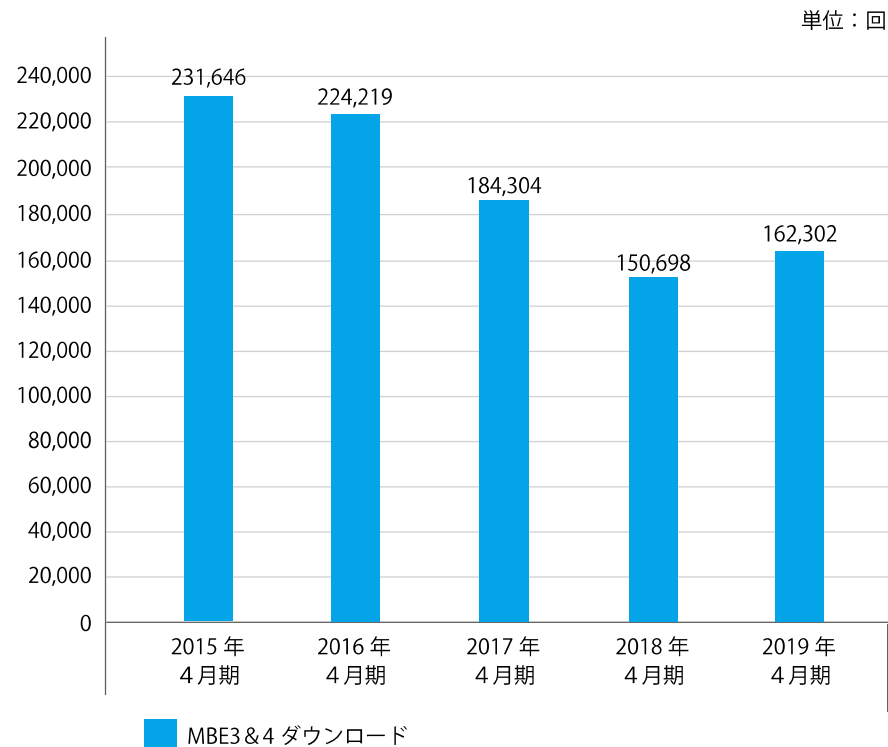
3-3.重要指標の推移

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



- ダウンロード数はやや増加した。

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



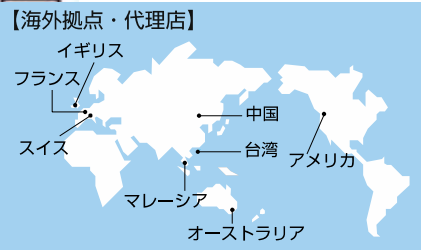
アスカブック



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"> ● ウェディング向けは「ZENレイフラット」「SHIRONARI」を中心に堅調な受注。七五三・ペット写真市場の開拓やママフォトグラファーへのアプローチを実施した ● 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」を継続実施し、好評を得る。 ● 「赤ちゃん等身大フォト」の専用サイトを通し、その啓蒙を進めてきた。 	
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● ページがまっ平らに開き、全面レイアウトが可能な「フルフラットタイプ」を新製品として追加し、売上に寄与した。 ● 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を中心に引き続き成長。 ● 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展開。BtoB部門と協調し、「赤ちゃん等身大フォト」も紹介した。 	 

3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

開発	プロフォトグラファー 向け新サービス開発	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェディングプロフォトグラファーから要望の強かった「データ納品システム（サービス名：グランピック）」を開発し、2019年6月にリリースした。
	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	効率的な製本ラインの 開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 手間のかかるハードカバー製本の生産効率化のための新ラインの構築を進めてきた。
	OEM増産への対応	<ul style="list-style-type: none"> ● OEMラインの自動梱包装置の開発を進め、来期に導入見込みとなった。 ● 増産に対応した人員増強、また、新拠点への移転準備を進めてきた。

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。



方針の 骨子

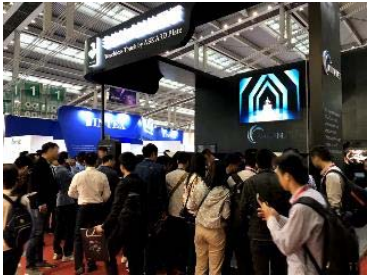

- 第3の柱をつくるため、まず受動系を優先して開発を進める
- ファブレス形態で製造し、自社ブランドでの提供を指向
- ASKA3Dプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
- 国内市場に限らず、海外市場もマーケティングする



※画像はイメージです。

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

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"> ● 国内は3か所の展示会に出展した。 ● 海外では2018年6月に「CeBIT（ドイツ）」、11月に「C-Touch（中国）」に出展した。  <p>C-Touch Shenzhen模様</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製プレートはサイネージ用途などに着実に販売。 ● 店舗でのディスプレイや業務用美容機器への組込製品化など実際の活用事例もできた（ガラス製）。 ● 樹脂製プレートのサンプル販売を重点的に取り組んできた。現時点で、国内外250社近くの会社に販売できた。 	<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ネージ市場に向けて、セールスを継続する。  <p>Infocomm SEAの模様</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 国内3か所、海外3か所の展示会に出展を予定 ※2019年5月「InfocommSEA（タイ）」出展済。 ● 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。 ● 現在の生産規模、価格感にフィットした樹脂製プレートの量産受注に注力する。
製造・研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 2018年11月に、バージョンアップ型の樹脂製プレートが完成し、その後、品質の安定と歩留まりの向上を目的とした量産試作段階に進んだ。 ● その結果、2019年5月に月産3,000枚規模の受注に対応する体制ができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートのさらなる品質向上、コストダウン、生産規模の拡大を指向した研究を継続する。 ● ニーズの高い樹脂製プレートの大型化研究に取り組む。 ● 根強いニーズのあるガラス製プレートの製法技術開発を継続する。

4-3.樹脂製ASKA3Dプレートについて

現状	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年5月第1段階の量産体制を確立。現在の月産3,000枚規模から比較的容易に月産10,000枚規模への増産は可能。基本サイズは200mm×200mm。 ● 基本は受注生産を指向するが、一定規模は継続生産し、さらなる品質の向上や量産化開発に取り組んでいる。
営業状況	<ul style="list-style-type: none"> ● 2018年11月のバージョンアップより本格的にサンプル販売を進め、現在国内外250社近くにサンプル販売してきた。 ● 量産化以降、大きなロットを要望される案件が多い中、現状にフィットした量産案件受注に向けてターゲットを絞って取り組んでいる。
これからの営業の取組み	<ul style="list-style-type: none"> ● サンプルと異なり量産による組込製品化案件は、メーカー様側で、製品設計や生産、コンテンツ開発、マーケティングなどの段取りが必要であり、相応の時間を要するのが実情。また、まだ世の中に実績のないデバイスだけに慎重な姿勢も見られる。 ● そのような状況の中、2020年4月期では量産第1号案件を少しでも早く受注し、他の需要を喚起していきたい。 ● 並行して、展示会などをフックに、サンプル販売は加速させていく。
これからの生産・開発の取組み	<ul style="list-style-type: none"> ● サンプル供給を行いつつ、結像品質の向上、コスト削減への取組は生産を行いながら進めていく。 ● さらなる規模の量産化技術の研究、ニーズのある大型サイズの開発を重点課題に取り組んでいく。

バージョンアップ型の樹脂製プレート



5.2020年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

5-1. 2020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"> ● サポートチームによる既存客への提案機能を強化し、営業チームが新規顧客獲得に注力していく。 ● 葬儀社向けITサービス「tsunagoo」の展開を加速させる。 ● 顧客とのネットツール「アスカクラウド」の普及や、AI研究を継続し、業務効率向上を実現させる。 	
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"> ● 新製品投入を継続し、確実なシェアアップを図る。 ● フォトグラファー向けデータ納品システムをリリースし、その普及に努める。 ● 等身大フォトによる子ども写真市場やペット分野へアプローチする。また、建築写真ルートの拡販、ママフォトグラファーへのリーチも強化。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● OEM部門を強化し、生産拠点の移転および生産設備を増強する。 ● 既存OEM先との関係強化とともに、新規先へのアプローチを進める。 ● MyBookシリーズに新製品を投入する。 ● UI,UXをより意識した写真集発注ソフト「MyBookEditor」の改善。 ● CP+への出展やネットを中心とした効果的な広告、各種キャンペーンによる拡販。
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"> ● 現状の生産規模や価格感にフィットした樹脂製量産案件の獲得を実現する。 ● サイネージ用途のガラス製プレートの着実な販売。 ● 国内外の展示会出展、およびその確実なフォローの実施。
	製造	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレートの量産実現および生産拡大のための施策と品質管理体制の構築。
	研究	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製では低コスト化およびさらなる品質向上を図り、大型化も研究する。 ● ガラス製プレートの生産能力強化の研究も継続する。

5-2.設備投資/研究開発等計画

2020年4月期の設備投資（含むソフト・建物）は約625百万円予定
エアリアルイメージング事業の研究開発等は約110百万円予定

<p>エアリアルイメージング事業の研究開発投資は約110百万円を予定 （特許権償却、研究人件費、特許関連費用を含む）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製・樹脂製ASKA3Dプレート量産開発・改良開発…約50百万円 ● 樹脂製ASKA3Dプレート大型化研究…約10百万円 ● 特許関連費用…約30百万円 など ※全て会計上は費用処理予定
<p>本社隣地の建物建設（最終精算金）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 本社隣地建物建設最終代金（本年6月）…約130百万円 ● 本社隣地建物内部追加工事など…約50百万円
<p>写真関連生産設備（印刷・梱包など）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷設備追加および最新機更新…約150百万円 ● 梱包関連設備…約50百万円
<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、新サービス開発など…約80百万円

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、新規獲得の挽回による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が引き続き成長を牽引。 ● エアリアルイメージング事業は、ガラス製では海外を含め、サインージ向けに単価のよい大型サイズを着実に販売。樹脂製プレートはサンプルの拡販を進めるとともに、生産規模にフィットした量産受注に注力する。なお量産案件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件費上昇を受容しつつも、生産効率を上げ、増益を計画。 ● パーソナルパブリッシングサービス事業については、OEM部門を中心に設備の移転費用や生産設備の増強、最新印刷機の導入・新社屋の稼働により償却費が増加し、また、材料費や人件費、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、開発費や特許関連費用を増強。また、3か所での海外展示会、3か所の国内展示会への出展を計画し、量産案件の受注に努める。 ● 以上により、経常利益ベースで5.1%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）

	2019年4月期	2020年4月期	前年比
売上高	6,295	6,738	+7.0%
メモリアルデザインサービス事業	2,538	2,622	+3.3%
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,619	3,916	+8.2%
エアリアルイメージング事業（内部売上消去後）	137	200	+46.0%
営業利益	868	824	△5.1%
経常利益	873	829	△5.1%
当期純利益	598	545	△9.0%
1株当たり当期純利益（円）	35.57	32.36	△9.0%
1株当たり年間配当（円）	11.00	10.00	△1.0円

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 代表取締役会長兼CEO
福田幸雄

お問い合わせ先 専務取締役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