

株式会社アスカネット **2020年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1 2020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.樹脂製及びガラス製ASKA3Dプレートについて	26

5. 2021年4月期 方針と見通し

5-1.業績見通しのポイント	28
5-2.業績見通し（前年比較）	29
5-3. 2021年4月期 各事業の取組み	30
5-4. 設備投資/研究開発等計画	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

2020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、暖冬の影響や新型コロナの影響で葬儀が小規模化したことで写真や葬儀演出サービスが伸び悩み、前年並みにとどまった。パーソナルパブリッシングサービス（PPS）事業は、OEMを中心に順調に伸長したが、新型コロナウイルスの影響を受け、計画を若干下回った。エアリアルイメージング(AI)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、第4四半期に入って新型コロナの影響を受けたことに加えて、役員退職慰労引当金繰入額を販売費及び一般管理費に計上したため、前年実績、計画とも下回った。
- 5月22日に売上、利益とも下方修正を行った。
- 配当については、期初予定を変更せず、1株当たり配当金10.00円として株主総会に上程することとした。

2021年4月期計画について

- 新型コロナウイルスの影響に一定の前提条件を置いて、業績予想を出した。（前提条件はP.28を参照ください）
- MDS事業,PPS事業とも上半期はコロナウイルスの影響による売上減を見込んでおり、利益面は、売上減に加え、売上伸長を前提とした新卒採用による人件費増や稼働率低下が想定され、減益計画を余儀なくされている。AI事業は、中ロット案件の獲得を見込み、売上は増加計画だが、技術開発センター開設などの先行投資により減益を計画している。

1.2020年4月期 決算の概要

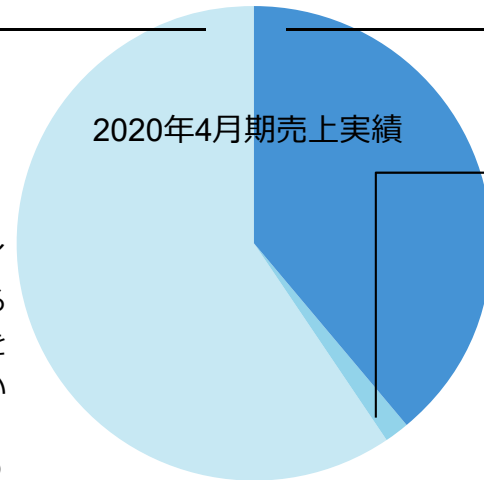
Balancing of accounts summary

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

59.5%

「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4,590社の写真館向けなどB to Bや消費者に年間約45万冊（OEM除く）を提供



2020年4月期売上実績

市場創造ビジネス
エアリアルイメージング事業

1.6%

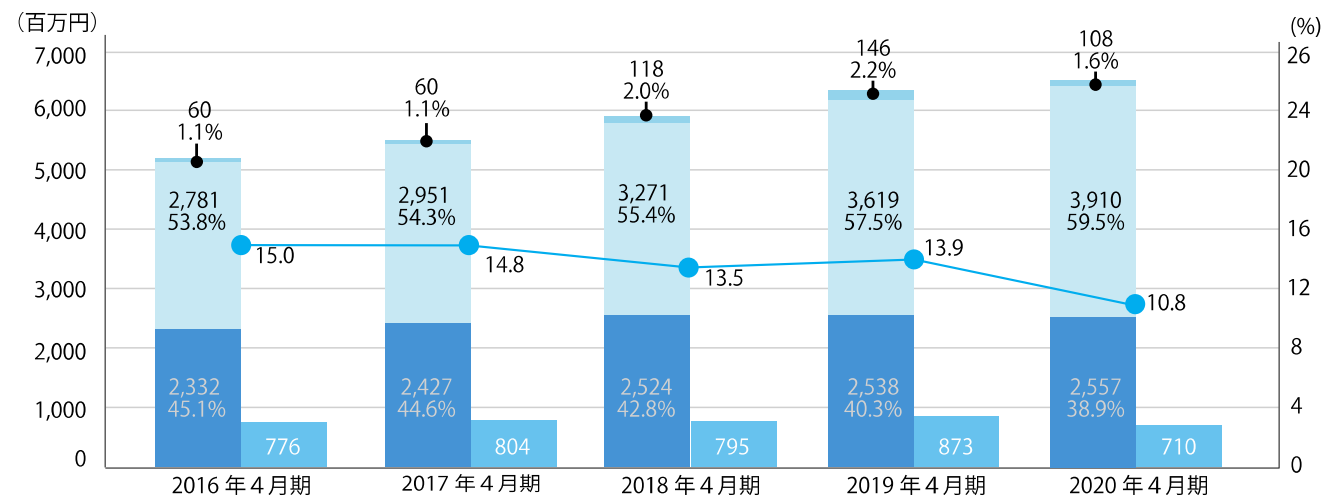
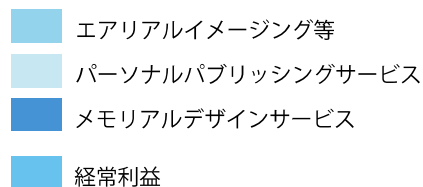
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、2011年3月より開始。樹脂製サンプルを供給しつつ、量産案件の受注に努める。

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

38.9%

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2,560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

	2019年4月期		2020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	6,295	100.0	6,575	100.0	6,738	100.0	△162	+279	+4.4
(メモリアルデザインサービス事業)	2,538	40.3	2,557	38.9	2,622	38.9	△64	+18	+0.7
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	3,619	57.5	3,910	59.5	3,916	58.1	△5	+290	+8.0
(エアリアルイメージング事業)	146	2.2	110	1.6	200	3.0	△89	△35	△24.5
(セグメント間売上)	△9	0.0	△2	0.0	-	-	-	+6	-
売上原価	3,059	48.6	3,233	49.2	-	-	-	+174	+5.4
売上総利益	3,236	51.4	3,342	50.8	-	-	-	+105	+3.2
販売費及び一般管理費	2,367	37.6	2,633	40.0	-	-	-	+265	+10.1
営業利益	868	13.8	709	10.8	824	12.2	△114	△159	△18.4
経常利益	873	13.9	710	10.8	829	12.3	△118	△162	△18.6
当期純利益	598	9.5	501	7.6	545	8.1	△43	△97	△16.2

- 売上高は、パーソナルパブリッシングサービス事業はほぼ計画通りだったが、他2事業は計画を下回った。
- 利益は、設備投資や人員増強によりパーソナルパブリッシングサービス事業の稼働率が落ち着いた（前期の繁忙期は超稼働状況だった）こと、役員退職慰労引当金の繰り入れや送料値上げなどで販売費及び一般管理費が増加したため、前年実績を下回り、計画も達成できなかった。

1-3. 費用状況

単位：%

	2019年 4月期	2020年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	51.4	50.8	△0.6	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 人件費率上昇により粗利率が低下し、パーソナルパブリッ シグサービス事業では設備投資や人員増強による稼働率正常 化で粗利率が下落した。

単位：百万円

	2019年 4月期	2020年 4月期	増 減	
販売費及び一般管理費				
広告費・販促費・販売手数料	224	199	△25	新型コロナウイルスの影響で展示会が中止になり、広 告宣伝費が減少した。
人件費	952	1,094	+142	各事業部での人員増強および役員退職慰労引当金繰入に よる。
減価償却費・支払家賃	182	199	+16	—
発送配達費	276	362	+85	OEM部門の発送個数の増加および送料の値上げによる。
研究開発費	156	185	+29	エアリアルイメージング事業において、ガラス製 プレート試作費や特許関連費用が増加。
その他	574	591	+16	固定資産税の増加など。
合計	2,367	2,633	+265	

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2019年4月期		2020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	2,538	716	2,557	+18	660	△56
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,619	916	3,910	+290	924	+7
エアリアルイメージング事業	146	△241	110	△35	△236	+5

- メモリアルデザインサービス事業は、暖冬の影響で冬場の加工件数が伸びなかったことに加え、第4四半期後半以降は新型コロナウイルスの影響で葬儀が小型化し、特に映像関連サービスが苦戦した。また、テレワーク体制の急拡大により一時的な費用の発生と効率の低下が発生してしまった。
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、OEMを中心に売上は伸長。利益面は、設備投資や人員増強により、フル稼働状態だった前期に比べると稼働は落ち着き、利益率が低下した。第4四半期後半は婚礼延期の影響も受けた。
- エアリアルイメージング事業は、サンプル販売や小ロット販売が中心で、量産案件の出荷に至らなかったため、売上は減少した。ガラス製プレートの試作や特許関連費用の増加、技術開発機能強化のための準備費用などのコストが発生した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2019年 4月期	2020年 4月期	増 減	
流動資産	3,410	3,121	△288	建物建設資金やスタートアップ投資に手元資金を活用した。また、安全性の高い社債の取得にも回した。
固定資産	2,861	3,485	+624	建物建設、投資有価証券の増加による。
資産合計	6,271	6,607	+336	
負債・純資産の部	2019年 4月期	2020年 4月期	増 減	
流動負債	831	849	+18	未払法人税等が減少するも、役員退職慰労引当金を計上した。
固定負債	9	7	△1	—
負債合計	840	857	+16	—
純資産合計	5,431	5,750	+319	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	6,271	6,607	+336	—

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2019年 4月期	2020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	919	849	△70	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	△795	△774	+21	本社隣の新社屋建設、投資有価証券の取得などにより、前期に続き積極的な投資。
財務活動による キャッシュ・フロー	△161	△187	△25	配当額の増加。(1株あたり10円→11円)
現金及び現金同等物の 期末残高	1,669	1,555	△113	—

1-7.全社的トピックス

経営体制の変更

- 本年7月の株主総会をもって代表取締役会長の福田が取締役を退任し、10月末には会長職も退任予定。
- あわせて、社外取締役の交代および新任取締役2名とともに、新しい経営体制がスタートする予定。

新型コロナウイルス 感染拡大の影響

- 葬儀の小規模化、婚礼の延期、旅行の自粛など事業へネガティブな影響。また、各事業とも、新規営業が進めにくい状況。
- 一方、非接触操作への関心が高まり、エアリアルイメージング事業への注目も高まっている。

AWL株式会社と 業務資本提携

- 本年2月にAI カメラソリューションの開発スタートアップのAWL社に104百万円を出資。当社の顧客市場に対応した AI カメラソリューションを拡販していく方針。

エアリアルイメージング事業 での技術開発センター 設立準備

- 高まるニーズに対応する製造体制を確立するには量産技術の内製化が不可欠と判断。
- 主にガラス製プレートをターゲットに、製造ノウハウを有する人材を採用するとともに技術開発センター設立の準備を進め、スピード感を持って、より優れた量産技術、量産体制の構築を進めていく。

株主還元について

- 配当／ 当期 10.00円、来期予定 7.00円
- 配当方針／ 配当性向30%以上を目安

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

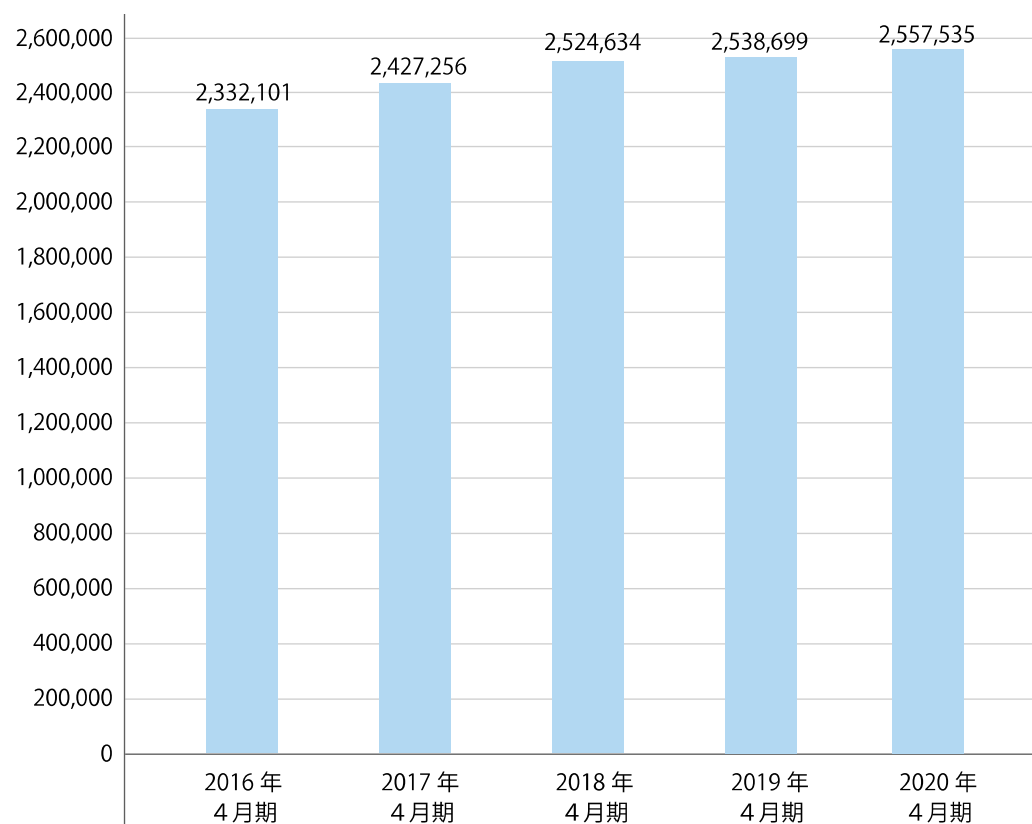
収益構造

- 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

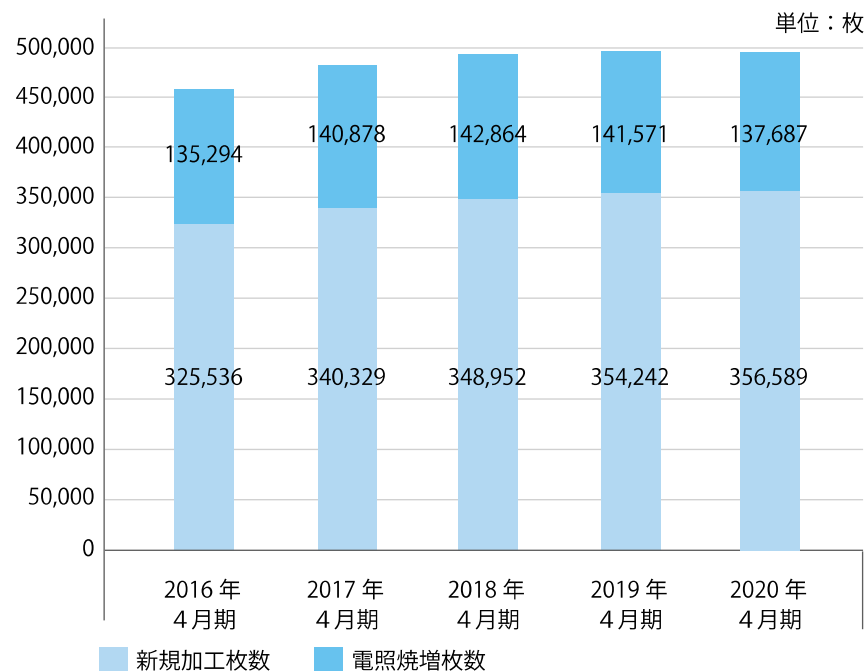


事業概況

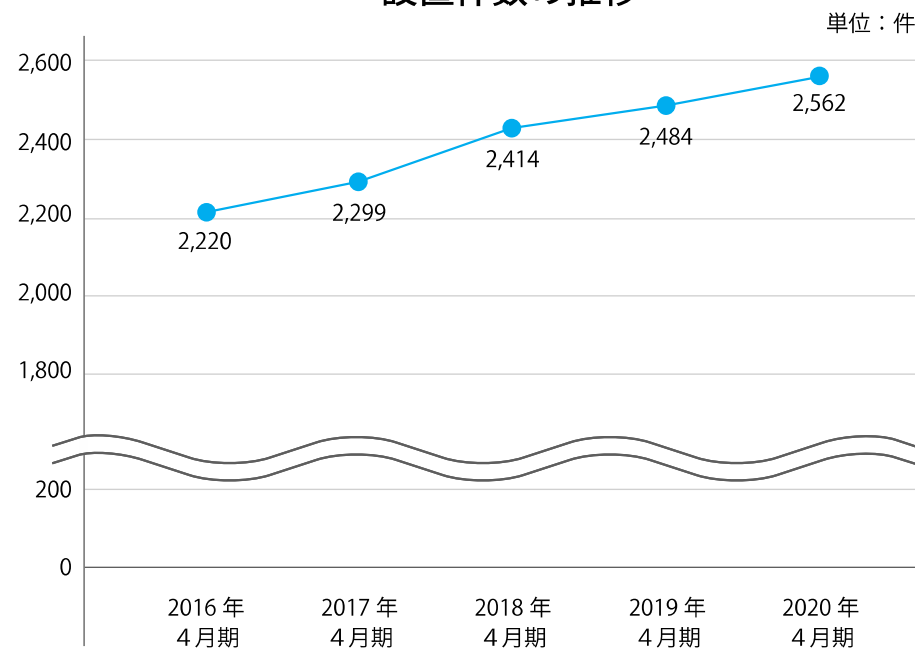
- 暖冬の影響による冬場の加工件数の伸び悩みに加え、新型コロナウイルスの影響も受け、苦戦した。
- ハード機器売上は、前期を上回り好調だったものの、粗利率は低下した。
- 額、ペーパーなどサプライ用品は加工件数に連動し、伸び悩んだ。
- 事業として、売上、利益とも計画を達成できなかった。

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



- 設置件数は順調だったものの、新規加工枚数は暖冬の影響もあり伸びは鈍化した。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、前期に比べ減少した。

※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。

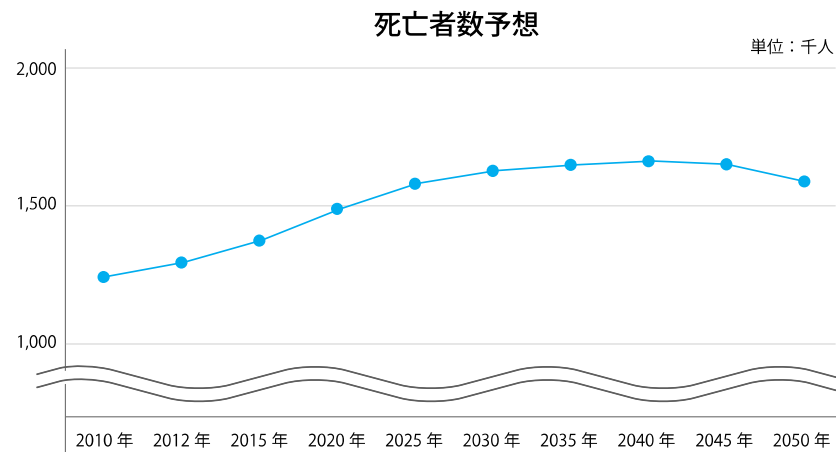
2-4.市場環境

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
- 新型コロナの影響により、葬儀の小規模化が進む

当期の取り組み

- 今まで難しいとされていた「ピント復元」が最新技術を活用し可能になった。
- 「tsunagoo」特許を取得。さらに機能強化し、販売促進をおこなった。



出典：人口問題研究所予測データ



ピント復元技術



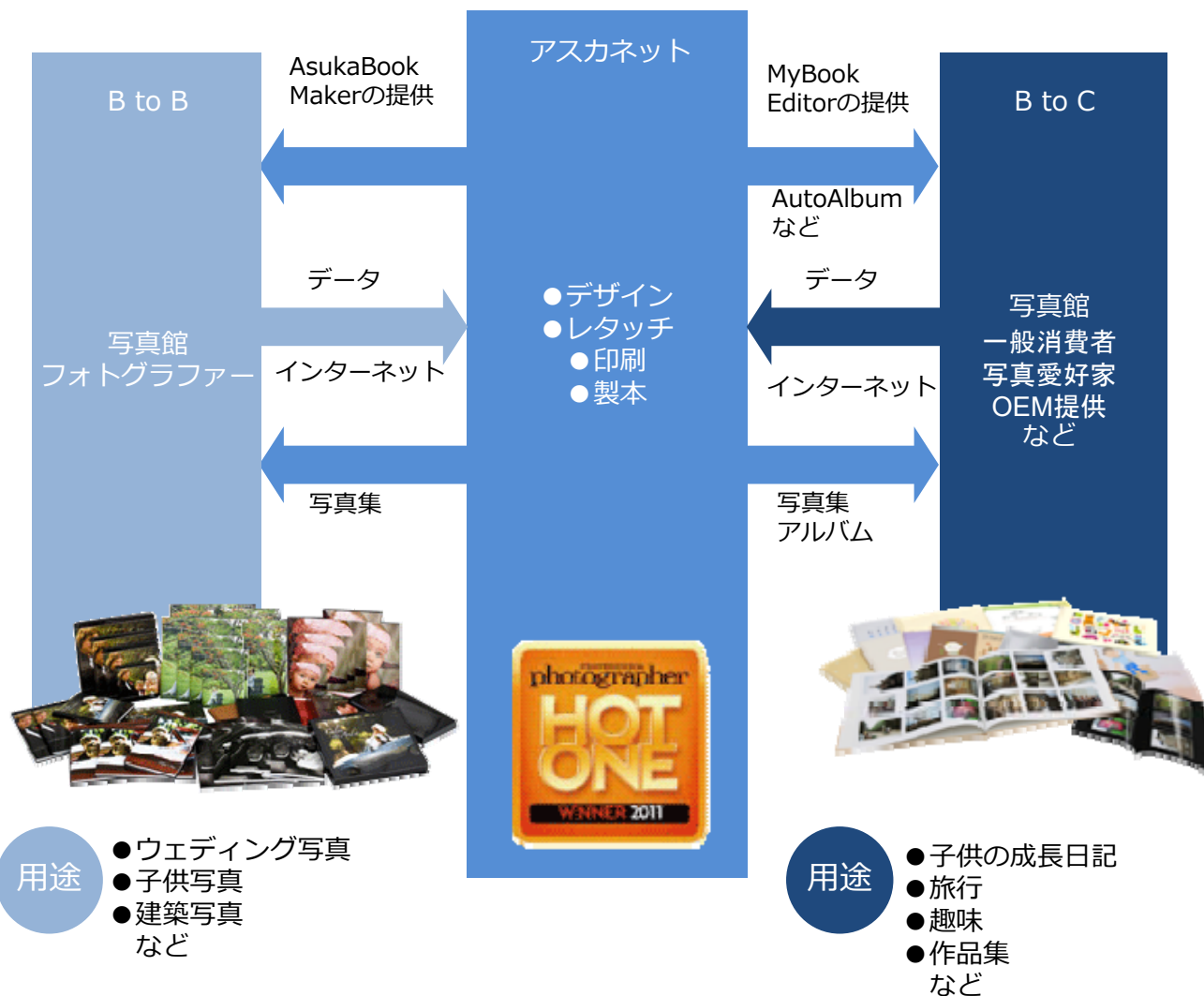
tsunagoo

3.パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service

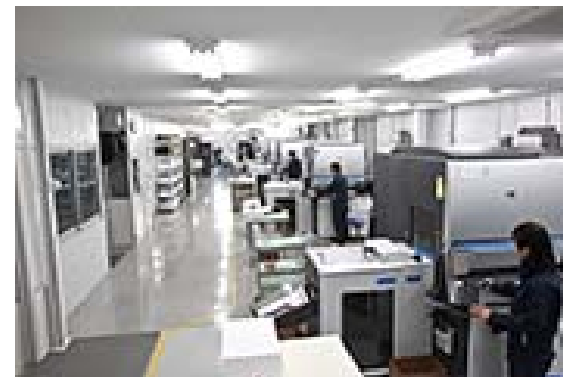
3-1. パーソナルパブリッシングサービス事業ビジネスモデル

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

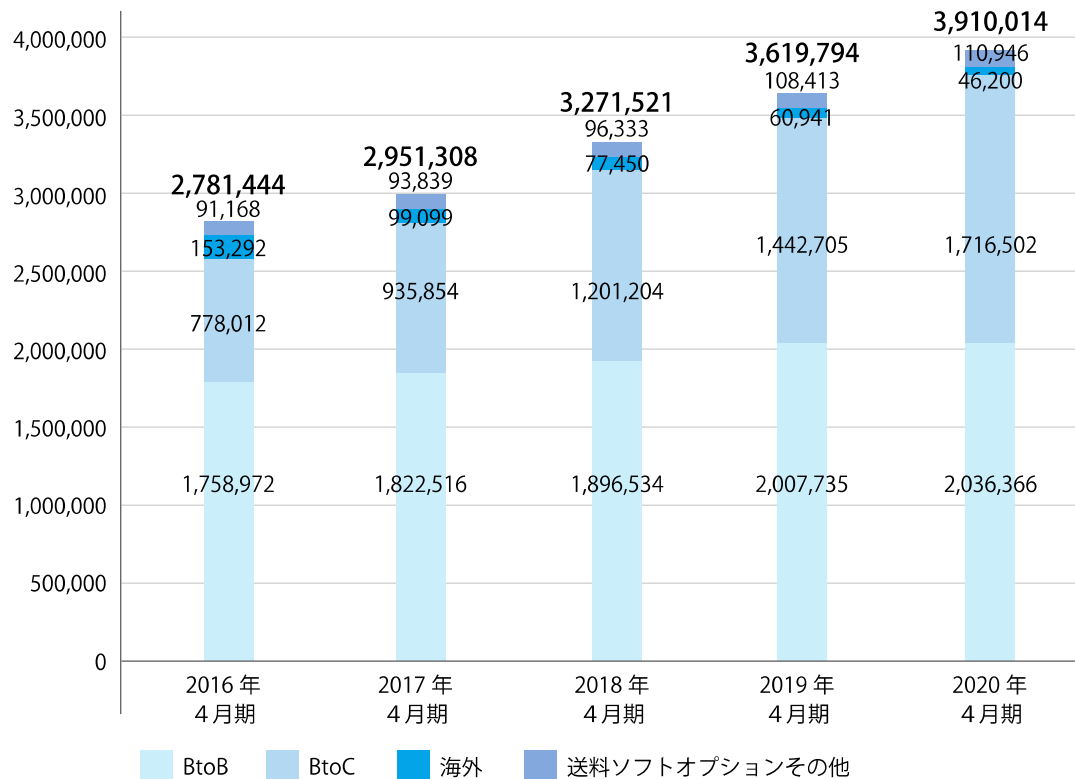
- 高度なカラーマネージメント技術
- オンデマンド印刷制御技術
- アプリケーション開発
- 自社内サーバー管理
- 多様かつ高品質な製本技術
- 自社内一貫生産体制
- 手厚いカスタマーサポート
- 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移

単位：千円

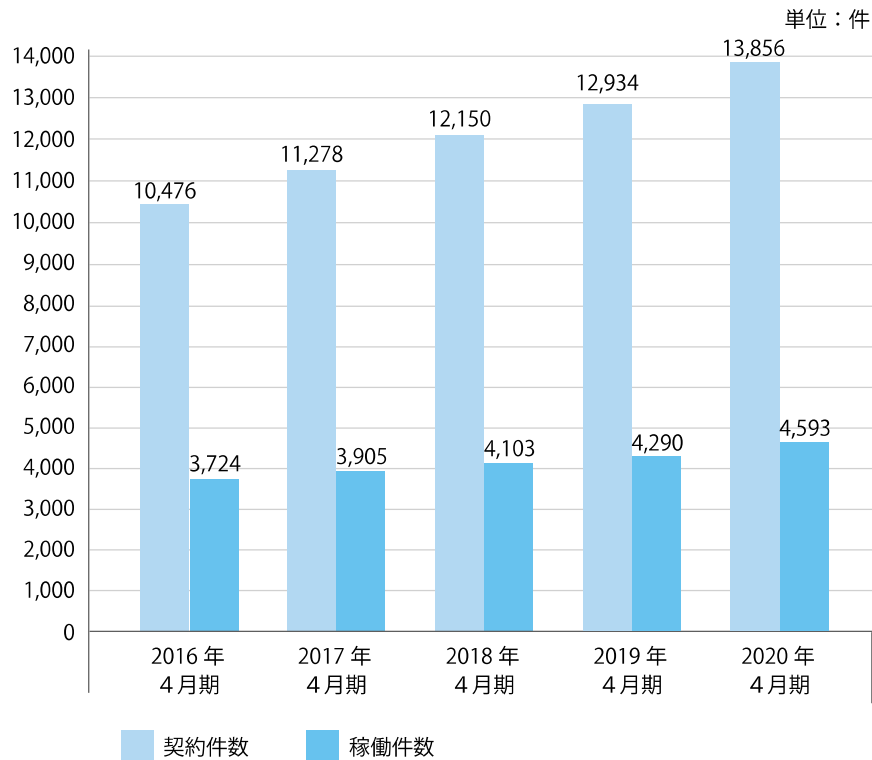


事業概要

- BtoBは、ウェディング向け主力製品である「ZENレイフラット」などが底堅く堅調だったが、第4四半期後半以降婚礼の延期等の影響を受け、失速した。
- BtoCは、「MYBOOK」は、効果的な広告やキャンペーン等が奏功し、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。
- 事業全体として、売上、利益とも計画を達成した。

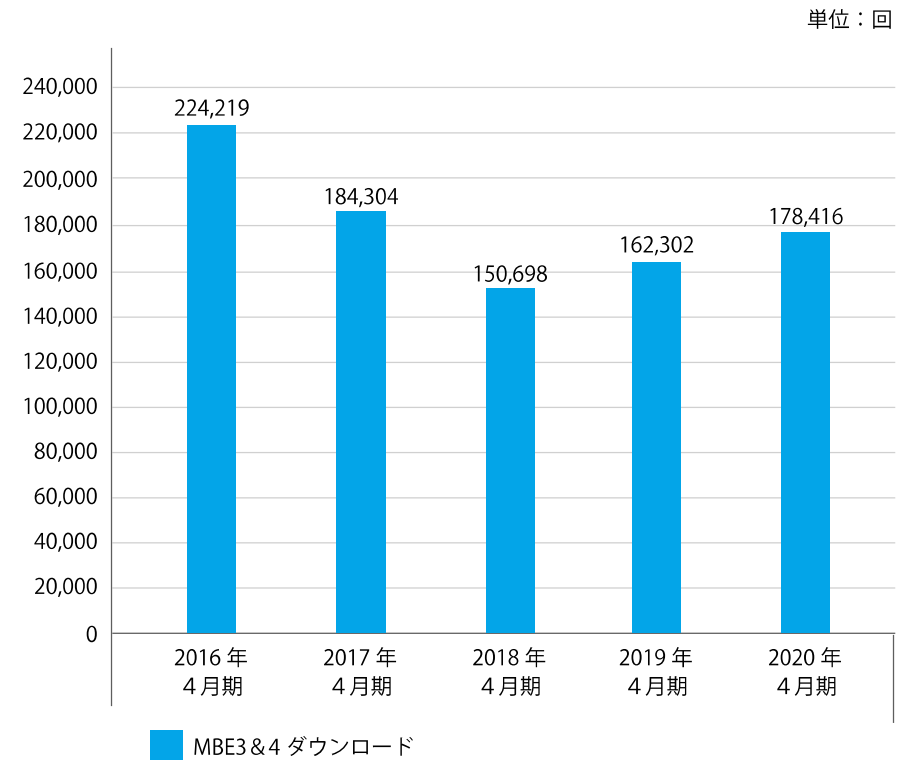
3-3.重要指標の推移

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



- ダウンロード数は順調に増加した。

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

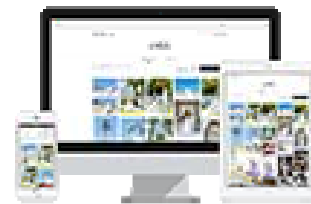
国外



アスカブック



等身大フォト



grandpic



マイブック



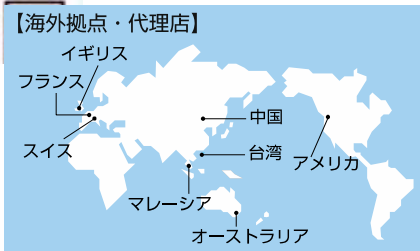
AutoAlbum



MYBOOK LIFE



ASUKABOOK



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。
- ウェディング市場は新型コロナウイルスの影響が直撃。

各市場において実施した営業施策	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 自社営業による新規開拓や、新製品の投入、「ASUKABOOKセミナー」の全国開催などにより、着実に売上を伸ばした。 ● データ納品サービス「グランピック」の拡販と機能強化を進めた。 ● 「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。 ● 新型コロナウイルス対応として、オンライン指導やwebでのセミナー開催を準備。 	
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 前期にリリースしたページがまっ平らに開く「フルフラット」タイプが好調を持続した。 ● OEM部門は、DOCOMOを中心に引き続き成長。 ● 大がかりな準備を進めてきた展示会「CP+」の中止や、旅行・イベントの自粛など厳しい環境下ではあるが、「おうちで写真整理」して写真集発注という施策が奏功している。 ● マイブック20周年企画をスタートさせた。 ● 卒業アルバム、カレンダーなどの季節ものは好調だった。 	

3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

開発	グランピック機能強化 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）」につき、機能強化開発を進めた。
	BtoCサービスの再構 築	<ul style="list-style-type: none"> ● 現在独立している複数のサービスラインの再構築を進め、よりユーザーに優しく発注する仕組みを開発している。
生産	コストダウンへの継続 的な取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 効率化設備の導入、開発を進めるとともに、地道なカイゼン活動も継続。 ● 特に製本工程において大きなコストダウンが実現できた。
	新工場への対応	<ul style="list-style-type: none"> ● 本社隣に新工場（西館）が完成し、生産設備の増強、移転集約を行った。 ● 新型印刷機を導入し、より高品質なものづくりを進めた。



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。





※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
- 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
- ファブレス形態を基本とするも、生産技術の内製化の指向

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2か所、海外2か所の展示会に参加（国内外1か所ずつ中止）。 ● ガラス製プレートはサイネージ用途などに販売進めるも、コロナの影響で、延期となるケースも発生。 ● 樹脂製プレートの量産受注はかなわなかったが、具体的な用途がはっきりしているサンプル販売が増えてきた。 ● サブモニター用途での提案が好評で、引き合い増加。 ● コロナ禍で訪問営業できず、案件の進捗遅れが出るなど懸念。  <p>Infocomm Chinaの様</p>	 <ul style="list-style-type: none"> ● コロナの影響で、非接触操作に対する関心が高まり、国内外からの問い合わせが増加しており、この機会を活かす。 <p>PCと簡易接続できるサブモニター用途の提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ● まずは、樹脂製プレートの製品組み込み中ロット案件の獲得に注力。 ● 高付加価値のガラス製案件も確実に獲得。 ● 海外2か所、国内1か所の展示会に出展を予定。
製造・研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製の輝度アップや、歩留まり向上のための研究持続。 ● ガラス製プレートのファブレスでの生産を維持しつつ、より効率が高い生産技術をスピード感をもって確立するため、内製化を指向し、専門人員を採用。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 要望の高い一回り大きな樹脂製プレートの生産に取り組む ● 技術開発センターでの開発を進め、根強いニーズのあるサイネージ用途へガラス製プレートの適価での供給体制を期末までには立ち上げたい方針。

4-3.樹脂製及びガラス製ASKA3Dプレートについて

現状	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製については、第1段階の量産体制を確立するもそれに見合った案件の獲得にはいたっていないが、具体的な案件は複数あり、中ロットからの早期売上実現を目指す。 ● ガラス製については、生産能力が脆弱でニーズに対応できていない。ファブレスでの能力強化と並行して、量産技術内製化の準備を進めている。
生産の取組	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製については、サンプル出荷分も含めて、一定数継続的に生産し、品質の向上、歩留まりの向上に取り組んでいる。 ● ガラス製については、技術開発センター※を設立し、専門人員と生産設備を持つリスクをとりつつも、スピード感をもった早期の量産技術の開発および生産開始を目指す。
新型コロナウイルスの影響	<ul style="list-style-type: none"> ● 空中結像による非接触操作が大きな脚光を浴びており、国内外から多くの問い合わせを受けている。また、これまでのサンプル供給先も、あらためて、製品への組込も検討いただいている。 ● 一方で、展示会の中止や、海外出張の取りやめ、現物を持っての訪問営業やショールームでの紹介に制限があり、新規営業は難しい環境。 ● また、設置案件や検討案件の進捗が遅れてしまうケースも発生。
これからの取組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 具体的な用途が明らかな案件に注力し、中ロット受注の早期実現。 ● あわせて、車載など時間を要する案件も確実にフォロー。 ● 要望の強い、一回り大きいサイズの樹脂製プレートへのチャレンジ。 ● 技術開発センターでのスピード感のある開発と、製品の早期立ち上げ。

※ 技術開発センターについては、2020年6月9日リリース「エアリアルイメージング事業 技術開発センター設立について」をご参照ください。

5.2021年4月期 方針と見通し

Achievement prospect

5-1.業績見通しのポイント

<p>新型コロナウイルスの影響の前提</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● メモリアルデザインサービス事業・・・第2四半期あたりから、通常の葬儀形態へ戻っていく前提。 ● パーソナルパブリッシングサービス事業・・・ウェディングは上半期は非常に厳しく、第3四半期から徐々に戻り始める前提。コンシューマは底堅い売上が可能とみている。 ● エアリアルイメージング事業・・・第1四半期は海外を中心に新規営業に制限残る前提だが、その後は多くいただいている問い合わせに確実に対応していく。
<p>売 上</p>	<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については、上期は厳し目に見ている。 ● エアリアルイメージング事業は、中ロット案件の獲得により、売上拡大を実現させる。
<p>利 益</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● メモリアルデザインサービス事業は、期初のマイナス影響分減益見込み。 ● パーソナルパブリッシングサービス事業については、生産拡大を前提に新卒採用を増したこともあり、出勤調整も行いながら、効率的な運営に努めるが、上期の稼働率低下が響く見込。 ● エアリアルイメージング事業は、技術開発センターの売上寄与は来期以降と想定し、今期は先行費用と考えており、減益の要因となっている。 ● 以上により、経常利益ベースで△33.7%の大きな減益となる見込み。
<p>配当政策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 来期の配当見込は、7.00円（配当性向30%目安）

5-2.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）

	2020年4月期	2021年4月期	前年比
売上高	6,575	6,368	△3.2%
メモリアルデザインサービス事業	2,557	2,582	+1.0%
パーソナルパブリッシングサービス事業	3,910	3,586	△8.3%
エアリアルイメージング事業（内部売上消去後）	108	200	+84.5%
営業利益	709	436	△38.5%
経常利益	710	471	△33.7%
当期純利益	501	325	△35.2%
1株当たり当期純利益（円）	29.79	19.36	△35.0%
1株当たり年間配当（円）	10.00	7.00	△3.00円

5-3. 2021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"> ● 新規開拓を主とする営業チームと既存顧客フォローを主とするサポートチームの連携を深め、顧客満足度を向上させる。 ● インサイドセールスを強化し、葬儀社向けITサービス「tsunagoo」の展開を加速させる。 ● テレワーク体制の定着や、ピント復元ツールなど最新技術の研究を継続し、業務効率向上とサービス品質の向上を実現させる。 	
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"> ● ウェディング向け厳しいが、新製品投入を継続し、シェアアップを図る。 ● データ納品システムや等身大フォトなど新サービスの普及に努める。 ● 受注減に対応した柔軟な人員調整を行い、効率的な生産体制を追求。 ● セミナーはオンラインへ移行するなど環境への適切な対応。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 堅調なOEM部門へは生産設備の増強および効率化を推進する。 ● 自社サービスラインの再構築を行い、よりユーザーフレンドな構成とする。 ● MyBook20周年キャンペーンを実施する。 ● 使いやすさを意識した写真集発注ソフト「MyBookEditor」の改善。
エアリアル イメージング事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 非接触操作に注目が集まっている機を活かして、樹脂製プレートの中ロット案件の獲得実現。 ● エレベータなどの操作、医療、車載、食品など分野に注力。 ● ガラス製プレートでは生産機能を強化し、サインージ用途へ供給。 ● 6月に設立する技術開発センターでの量産技術の内製および初期生産体制を早期に立ち上げる。 ● 樹脂製プレートの大型化研究を進める。 ● 展示会は、海外2か所、国内1か所に出展予定。 	
イノベーション 推進	<ul style="list-style-type: none"> ● 投資先へのサポートと、当社と融合したサービス開発。 ● 有力企業の発掘や新ビジネスの創造および社内イノベーション推進。 	

5-4.設備投資/研究開発等計画

2021年4月期の設備投資（含むソフトウェア）は約520百万円を予定
エアリアルイメージング事業の研究開発費は約200百万円を予定

<p>エアリアルイメージング事業の研究開発費は約200百万円を予定 （特許権償却、研究人件費、特許関連費用、技術開発センター全費用を含む）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 技術開発センター年間運営費用（人件費含む）…約140百万円 ● 樹脂製ASKA3Dプレート大型化研究など…約15百万円 ● 特許関連費用…約23百万円 など <p>※全て会計上は費用処理予定</p>
<p>エアリアルイメージング事業部 技術開発センター投資（本年6月設立）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 内装、空調等工事…約40百万円 ● 生産設備など…約70百万円 <p>※当該投資にかかる減価償却費は上記研究開発費に含みます。</p>
<p>写真関連生産設備（印刷・梱包など）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷設備増強…約100百万円 ● 梱包関連設備…約25百万円
<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

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