

株式会社アスカネット **2022年4月期 決算説明資料**

CONTENTS

1 2022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.フューネラル事業

2-1.フューネラル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.フォトブック事業

3-1.フォトブック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.フォトブック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.空中ディスプレイ事業

4-1.空中ディスプレイ事業の概要と方針	24
4-2.当期の取組状況と今後の方針1（マーケティング・研究）	25
4-3.当期の取組状況と今後の方針2（製造）	26

5. 2023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
5-3.2023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

2022年4月期決算について

- 売上については、2021年4月期に比べると新型コロナウイルス感染症の影響は軽減しているものの、特にフォトブック事業においてはその影響を受けた。フューネラル事業は、葬儀の小規模化の傾向は見られるものの、葬儀施行自体は正常化しており売上は回復した。フォトブック事業は、ウェディング市場は想定よりは回復したものの一定程度的影響が残っており、また、BtoC市場は旅行や行事の自粛などで大きな影響を受けた。空中ディスプレイ事業は、非接触操作に関する関心が高まり、サンプル出荷などは増加したものの、オミクロンの影響により国内外とも展示会の自粛や営業活動の制限を余儀なくされ、案件進捗の遅れが見られ、計画を達成することはできなかった。その結果、前期よりは売上は回復したものの、本格的な回復とは至らなかった。
- 利益については、フューネラル事業が好調だったこと、フォトブック事業においてはウェディング市場が想定よりは回復したことなどにより、当初計画から上方修正させていただき、ほぼ修正後の利益で着地した。
- 配当については、1株当たり配当金7.00円として株主総会に上程することとした。

2023年4月期計画について

- フォトブック事業は、BtoBはウェディングを中心に一定の回復を想定しているものの、BtoCは特に上半期は厳しい環境が継続するものと想定している。
- 空中ディスプレイ事業は、特に海外における営業活動の正常化とともに、案件獲得による売上の拡大を計画している。
- フューネラル事業は、2022年4月期において売上の増加に比して人員不足が発生してしまい、2023年4月期は人員の大幅拡充を計画しており、増収減益を想定している。
- 全体としては、増収増益を計画し、配当予想は1円増配の1株当たり8.00円としている。

1.2022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
フォトブック事業

53.9%

「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5,200社の写真館などB to B向けや消費者に年間約212万冊（OEMブック含み、写真プリント除く）を提供

2022年4月期売上実績

市場創造ビジネス
空中ディスプレイ事業

2.3%

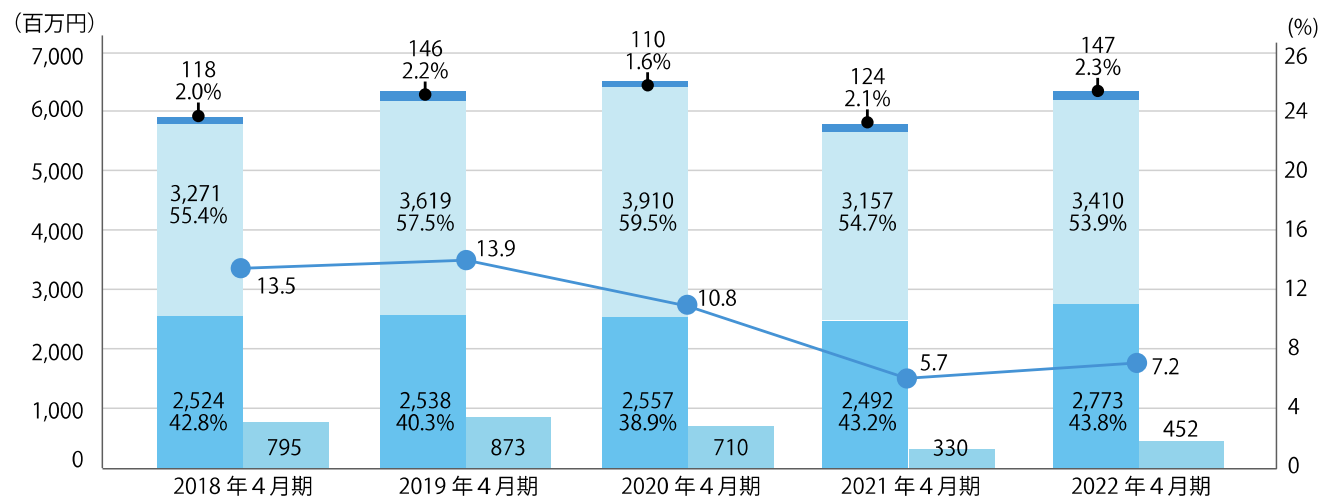
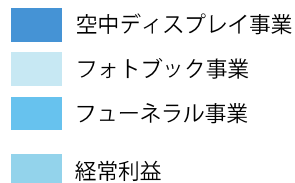
空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。市場創造を目指し、国内外の販売体制を確立。樹脂製・ガラス製プレートの拡販を図る。

ニッチストック型ビジネスモデル
フューネラル事業

43.8%

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2,690カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約40万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

	2021年4月期		2022年4月期				増減額		増減比%
	実績	%	実績	%	修正前計画	%	対計画比	対前期比	対前期比
売上高	5,773	100.0	6,331	100.0	6,270	100.0	+61	+557	+9.7
(フューネラル事業)	2,492	43.2	2,773	43.8	2,570	41.0	+203	+281	+11.3
(フォトブック事業)	3,157	54.7	3,410	53.9	3,400	54.2	+10	+252	+8.0
(空中ディスプレイ事業)	124	2.1	148	2.3	300	4.8	△151	+23	+19.2
(セグメント間売上)	△0	-	△0	-	-	-	-	0	-
売上原価	3,085	53.4	3,315	52.4	-	-	-	+230	+7.5
売上総利益	2,688	46.6	3,015	47.6	-	-	-	+327	+12.2
販売費及び一般管理費	2,410	41.8	2,575	40.7	-	-	-	+164	+6.8
営業利益	277	4.8	439	6.9	285	4.5	+154	+162	+58.6
経常利益	330	5.7	452	7.2	285	4.5	+167	+121	+36.8
当期純利益	225	3.9	332	5.3	200	3.2	+132	+107	+47.6

- 売上高は、フューネラル事業が好調だった反面、空中ディスプレイ事業は計画を下回ってしまった。フォトブック事業はBtoCが厳しい環境だった一方、BtoBは想定より好調であった。
- 利益は、フューネラル事業、フォトブック事業とも当初計画を上回った。

1-3. 費用状況

単位：%

	2021年 4月期	2022年 4月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	46.6	47.6	+1.0	フォトブック事業において生産稼働率が回復し、また、フューネラル事業もオペレーションセンターの稼働が上がった。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2021年 4月期	2022年 4月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	153	182	+29	フューネラル事業や空中ディスプレイ事業で展示会が再開されたことによる。
人件費	964	999	+35	各事業部門で人員増強あり。
減価償却費・支払家賃	215	212	△3	—
発送配達費	316	303	△12	発送サイズの工夫、単価交渉など
研究開発費	227	303	+75	空中ディスプレイ事業において、技術開発センターの拡張、設備増強や大型化開発などで費用が増加。
その他	533	574	+41	移動回復に伴う旅費交通費の増加や業務効率化を目的としたソフトウェア利用料の増加など。
合計	2,410	2,575	+164	

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2021年4月期		2022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
フューネラル事業	2,492	616	2,773	+281	713	+96
フォトブック事業	3,157	471	3,410	+252	644	+173
空中ディスプレイ事業	124	△272	148	+23	△352	△79

- フューネラル事業は、遺影写真加工収入が順調に増加し、それに伴いオペレーションセンターが高稼働となり、セグメント利益は増加した。また、付帯するサプライ品売上等も好調だった。
- フォトブック事業は、BtoB、BtoCとも、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたが、2021年4月期に比べると回復基調。稼働率の回復に伴い粗利も増加した。
- 空中ディスプレイ事業は、技術開発センターの本格稼働、増床、生産設備の拡充により、研究開発費が増加した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2021年 4月期	2022年 4月期	増 減	主な増減要因
流動資産	3,071	3,433	+ 362	主に現金預金や棚卸資産の増加による。
固定資産	3,394	3,462	+ 68	主に機械及び装置や投資有価証券の増加による。
資産合計	6,465	6,896	+ 430	
負債・純資産の部	2021年 4月期	2022年 4月期	増 減	主な増減要因
流動負債	633	864	+ 231	主に未払金や未払法人税等の増加による。
固定負債	6	10	+ 4	—
負債合計	639	875	+ 235	—
純資産合計	5,825	6,020	+ 195	利益計上により利益剰余金が増加した。
負債・純資産合計	6,465	6,896	+ 430	—

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2021年 4月期	2022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	359	827	+467	税引前当期純利益の増加、法人税等支払額の減少が主要因。
投資活動による キャッシュ・フロー	△335	△91	+244	長期性預金400百万円を短期性預金に振り替えたことが主要因。
財務活動による キャッシュ・フロー	△169	△157	+12	自己株式購入の一方で、配当額の減少。(1株あたり10円→7円)
現金及び現金同等物の 期末残高	1,410	1,994	+584	—

1-7.全社的トピックス

新型コロナウイルス 感染症拡大の影響

- 各事業とも負の影響は継続した。フォトブック事業は、特にBtoCは旅行・イベント自粛の打撃を受けた。
- 空中ディスプレイ事業は、特に海外において想定以上に営業活動の制約が長期化し、案件の後ろ倒しが生じてしまった。

空中ディスプレイ事業の 技術開発センター 生産技術確立に向け進展

- ガラス製プレートのタイリング技術確立のため、第2工場を増設するとともに、必要な設備を導入した。
- 精度の高い小型プレートの生産技術が進展し、タイリング技術の確立による中型プレートの2023年4月期中の市場投入を目指す。

フューネラル事業 遺影写真加工が好調

- 全国的に葬儀施行件数が前期からの反動増があったことに加え、新規契約獲得が順調だったことにより、遺影写真の加工枚数が好調だった。
- 反面、オペレーションセンターが超過稼働状況になってしまい、2023年4月期の繁忙期にむけ人員の拡充を進めている。

経営理念・行動指針の改訂

- 前々期の経営体制の変更にともない、幹部メンバーで議論を重ね、経営理念・行動指針を改訂した。
- 社員に対する浸透策を図り、一人一人の考え方や行動に直結させていきたい。

株主還元について

- 配当／ 当期 7.00円、来期予定 8.00円
- 配当方針／ 配当性向30%以上を目安

1

2022年4月期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2023年4月期
方針と見通し

6

中期展望

2.フューネラル事業

Funeral Service

2-1.フューネラル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

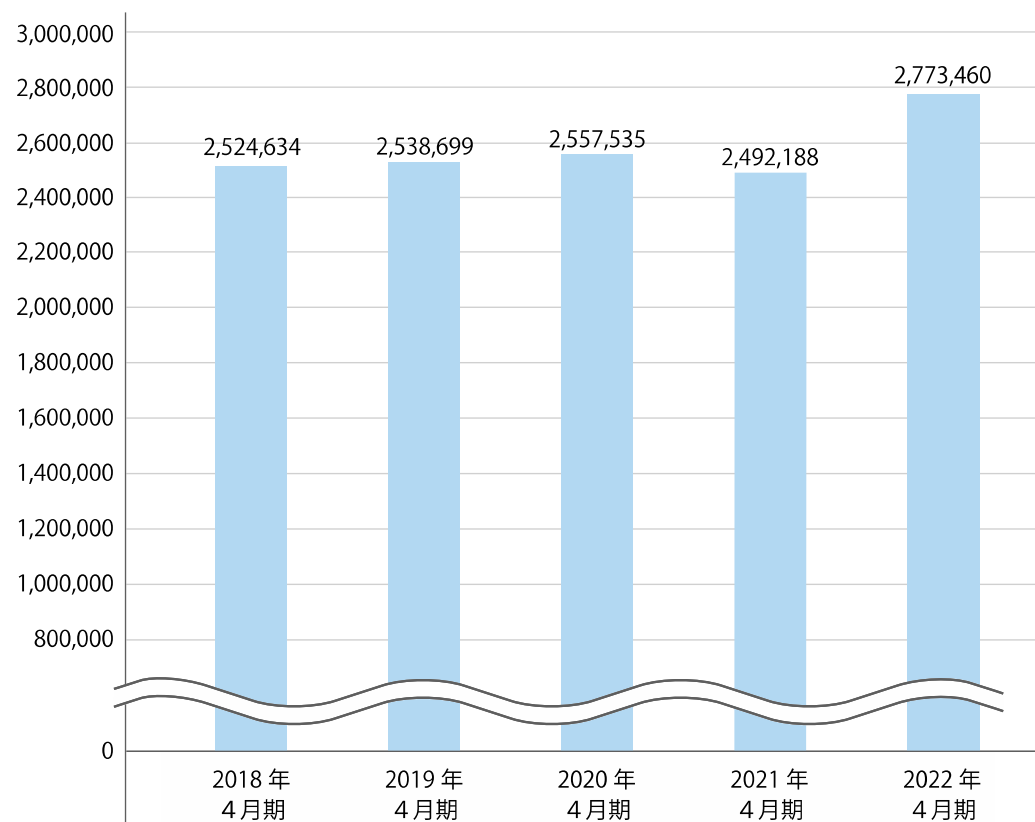
収益構造

- 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

単位：千円

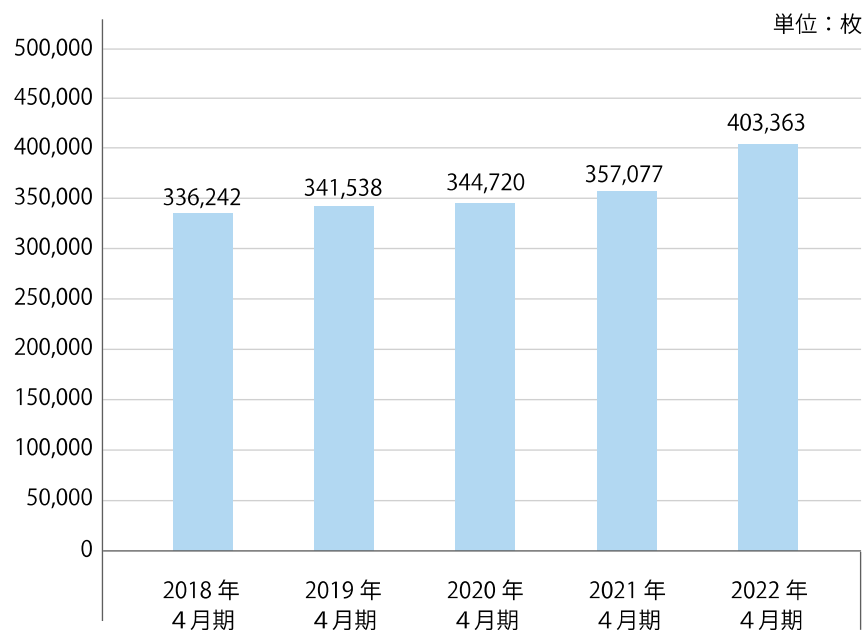


事業概況

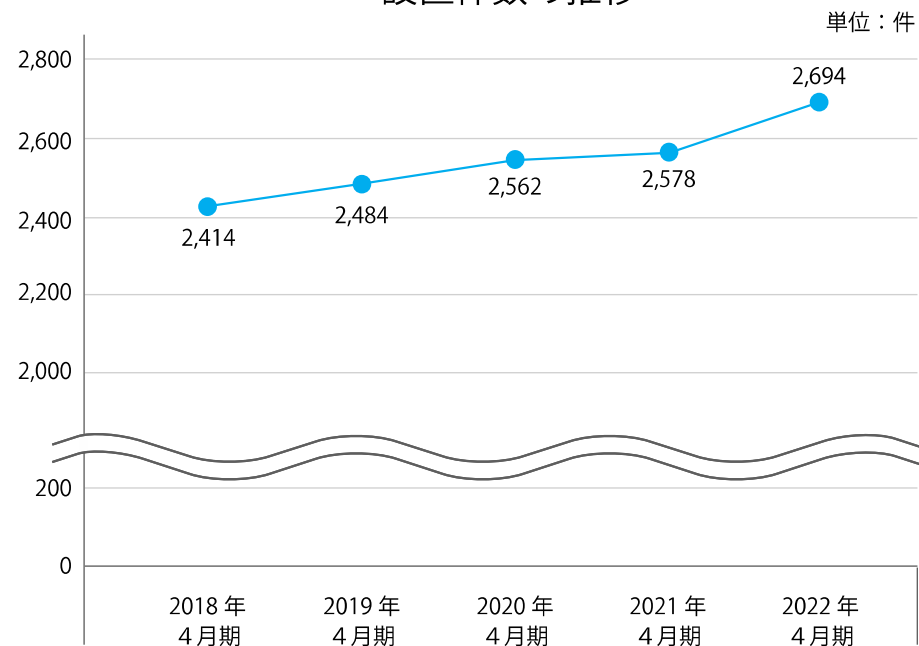
- 写真加工は、全国的な葬儀施行件数の反動増に加え、新規顧客獲得も順調だったため、好調に推移した。
- ハード機器売上は、新規顧客に加え、買い換え需要も確実に捕捉し、堅調に推移。
- 額、ペーパーなどのサプライ品も、写真加工枚数に連動し、好調だった。
- 事業として、売上、利益とも当初計画を上回った。

2-3.重要指標の推移

新規加工枚数（遺影写真加工枚数）の推移



設置件数の推移



- 新規加工枚数、設置件数とも順調に伸びた。
- 新規加工枚数については、集計方法を是正したため、遡及して修正しております。

2-4.市場環境

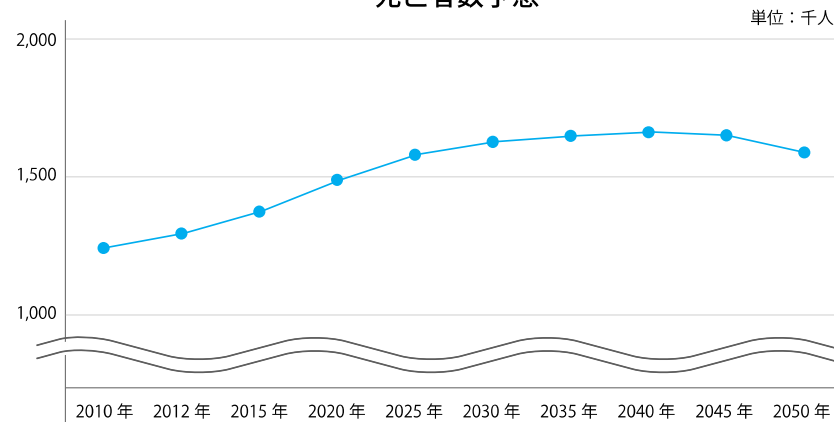
市場環境

- 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
- 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
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、葬儀の小規模化が進む

当期の取り組み

- 「遺影加工」ピント復元技術を切り口とした営業が効果的で、新規顧客獲得は順調に推移した。
- コロナ禍でも有効な「tsunagooAFTER」リリース。
- 「tsunagoo」の機能強化と利用拡大
(訃報サービス利用は累計136,000件突破)

死亡者数予想



出典：人口問題研究所予測データ



※モデルはイメージです

「遺影加工」ピント復元技術



※モデルはイメージです

tsunagooAFTER(イメージ)

1

2022年4月期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2023年4月期
方針と見通し

6

中期展望

3. フォトブック事業

Photo Book Service

3-1.フォトブック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



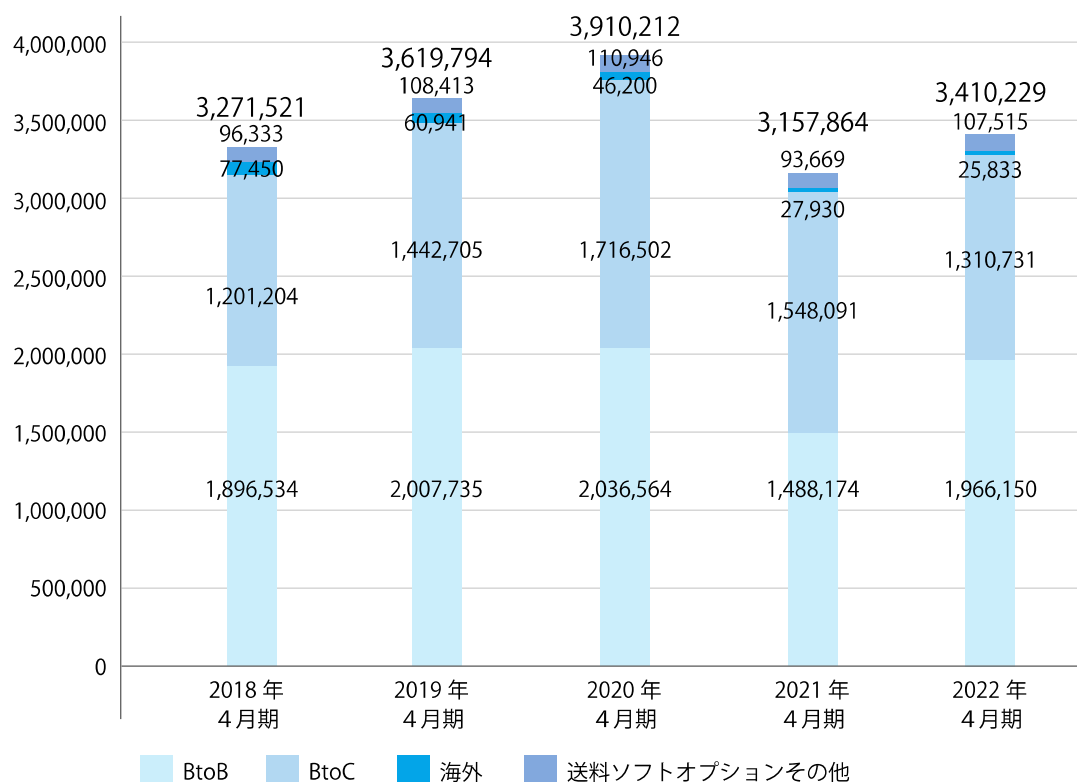
- 強み**
- 高度なカラーマネージメント技術
 - オンデマンド印刷制御技術
 - アプリケーション開発
 - 自社内サーバー管理
 - 多様かつ高品質な製本技術
 - 自社内一貫生産体制
 - 手厚いカスタマーサポート
 - 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

市場別売上金額の推移

単位：千円

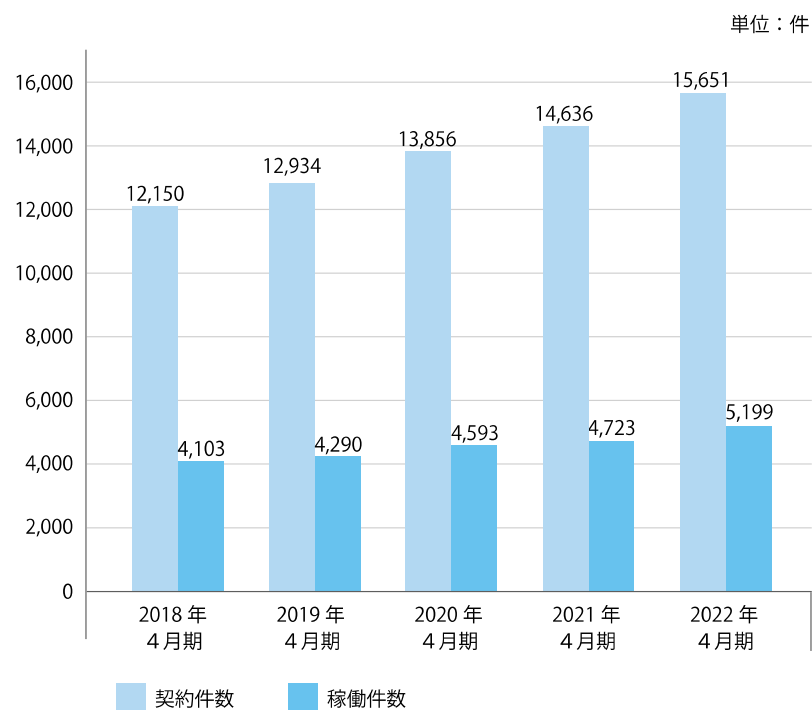


事業概要

- BtoBは、新型コロナウイルス感染症の影響により、引き続きウェディング市場がダメージを受けているが想定ほどではなかった。スタジオ向け製品は好調を継続した。
- BtoCは、旅行やイベントの自粛など撮影機会が減少し苦戦が継続。また、OEM供給も同様の傾向となった。
- 海外は、減少傾向が継続している。
- 事業全体として、売上、利益とも前年実績、当初計画を上回った。

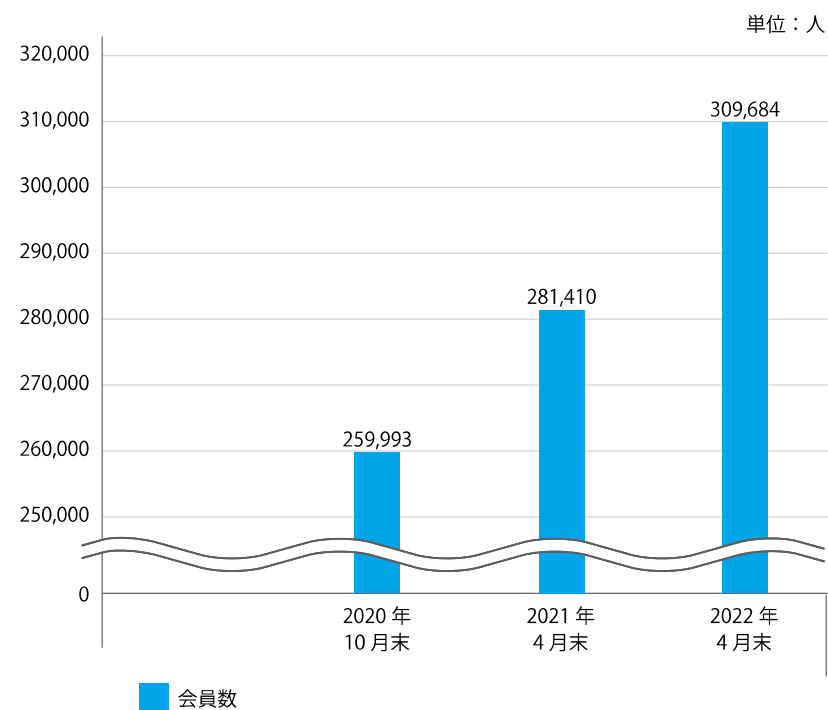
3-3.重要指標の推移

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。

マイブック会員数の推移



- 2020年10月のマイブックサービス統合を機に、重要指標をソフトダウンロード数から会員数に変更した（ソフトダウンロード型サービスだけでなく、WEBアプリ型サービスも含むため）。

3-4.フォトブック事業のサービスラインナップ

B to B

B to C



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



【海外拠点・代理店】



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。
- BtoBにおいては、ウェディング市場は新型コロナウイルスの影響が直撃するも、回復傾向にあり。
- BtoCにおいては、旅行や各種イベントの自粛は、写真撮影機会を奪い、厳しい環境。

各市場において実施した営業施策	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェディング向け製品が厳しい環境の中、スタジオ写真向けや建築写真向け製品の拡販に注力した。 ● コロナ禍環境への対応として、オンラインセミナーや商品紹介動画を継続的に提供。 ● 「赤ちゃん等身大フォトコンテスト」に加え、「ペットの等身大フォトコンテスト」や「アルバムデザインアワード」などの企画を実施し、啓蒙を進めた。 	
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 厳しい環境下でも底堅い「子どもの成長記録」や「カレンダーや卒業アルバムなどの季節製品」への拡販を継続してきた。 ● 等身大アルバム付き出張撮影サービスを東京23区より開始。 ● 「アクリルフォト」「フォトシール」といったスマホから気軽に発注できるフォトグッズをリリース。 ● SDGs認定の世界初のスポーツ×教育プログラム「kidss」に参画 	

3-6.当期の取り組み状況 ～開発面・生産面について

開発	グランピックの機能強化開発	<ul style="list-style-type: none"> ● プロフォトグラファー向けサービス「グランピック」にプリント販売機能追加などの機能強化開発を進めた。
	新サービスの開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 2023年4月期リリース予定の新サービスの開発を進めた。
生産	OEM部門の効率化・ミス軽減への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 検品・出荷工程の効率化設備の導入および稼働を実現。 ● 人的ミスを軽減するための新たな仕組みを導入。
	KAIZEN活動の継続	<ul style="list-style-type: none"> ● 原材料高の影響を軽減すべく、KAIZEN活動にさらに力を入れ、一定の成果を得た。



1

2022年4月期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2023年4月期
方針と見通し

6

中期展望

4.空中ディスプレイ事業

Aerial Display Service

4-1.空中ディスプレイ事業の概要と方針

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

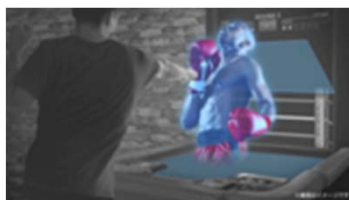
現状

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
- 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



※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1（マーケティング・研究）

	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"> ● コロナ禍により国内展示会は出展できなかったが、海外展示会は代理店の協力も得て、3か所参加。 CES2022の様様 ● 特に海外はオミクロンの影響を受け、営業活動に大きな制限があった。そのため、残念ながら案件の長期化が目立った。 ● セブンイレブン店舗でのPOSレジ、マンションでの空中タッチインターホンなど大手企業との実証実験が開始された。 ● 広島県や茨城県など自治体への導入事例も増加してきた。 	 <p>空中タッチインターホン</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 海外代理店とも協力し、ガラス製プレートのメジャー案件、樹脂製プレートの量産案件を獲得する。 ● 中国市場はロックダウンが継続し、先行き不透明だが、その他の市場は営業活動が再開しており、仕掛案件のクロージングを急ぐ。 ● 国内2か所の展示会に出展を予定。 ● 海外は2か所代理店と共同出展し、その他多くの展示会出展の代理店サポートを行う。
研究面	<ul style="list-style-type: none"> ● より効率的な生産手法、各工程での素材研究など多面的な研究を継続。 ● 樹脂製ASKA3Dプレートの更なる大型化を研究。 ● 特許の積極的な申請。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製プレート、ガラス製プレートとも、大型化とその安定生産を図る。 ● 樹脂製プレートの結像品質向上に向けた構造研究。 ● 樹脂製プレートの薄型化、ローコスト化の基礎技術を研究開発。

4-3.当期の取組状況と今後の方針2（製造）

	当期の取組状況	今後の方針
<p>ガラス製 ASKA3D プレート (主にサインージ用途)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 外注による生産の安定化。1mの大型サイズの施策を進めてきた。 技術開発センターの拡張と設備増強。小型サイズの安定生産と、貼り合わせのチャレンジ遂行。 	<ul style="list-style-type: none"> 外製は大型サイズを主力とし、1m角の安定生産確立を目指す。 技術開発センターは中型サイズまでを主力とし、貼り合わせの技術の確立と量産試作を進めていく。2023年4月期中の市場投入を目指す。
<p>樹脂製 ASKA3D プレート (主に製品組込用途)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 310mm角サイズのプレート試作準備。 耐熱性の高い素材での試作。 	<ul style="list-style-type: none"> 310mm角サイズのプレートの安定生産と供給開始も目論む。 耐熱性の高い素材での製造技術確立。



空中ディスプレイPOSレジ（イメージ）

1

2022年4月期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2023年4月期
方針と見通し

6

中期展望

5.2023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"> ● フューネラル事業・・・葬儀の小規模化は継続するも、堅調な伸長を継続。 ● フォトブック事業・・・ウェディング市場は回復基調を前提。一方、BtoCは旅行・イベントの戻り限定的で、特に上半期は厳しい環境が続くと想定。 ● 空中ディスプレイ事業・・・海外を中心に営業活動の制限緩むも、中国市場はロックダウンの影響が残る。再開される展示会の積極的出展により顧客拡大を図る。
<p>売上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● フォトブック事業、フューネラル事業は着実に増収確保。 ● 空中ディスプレイ事業は、中ロット案件の獲得やガラス製プレートの拡販により、売上拡大を実現させる。
<p>利益</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● フューネラル事業は、前期オペレーションセンターの超過稼働となった反省を踏まえ、大幅な人員拡充を図るため、減益見込み。 ● フォトブック事業については、原材料費の値上げの影響を受けるも、増益を確保できる見込み。 ● 空中ディスプレイ事業は、展示会の出展で広告宣伝費の増加や人件費・研究開発費の増加を図るも、売上増により損失幅縮小の見込み。 ● 以上により、経常利益ベースで+8.2%となる増益計画。
<p>配当政策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 来期の配当見込は、8.00円（配当性向30%以上目安）

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）

	2022年4月期	2023年4月期	前年比
売上高	6,331	6,890	+8.8%
フューネラル事業	2,773	2,910	+4.9%
フォトブック事業	3,410	3,630	+6.4%
空中ディスプレイ事業（内部売上消去後）	147	350	+137.1%
営業利益	439	450	+2.3%
経常利益	452	490	+8.2%
当期純利益	332	348	+4.6%
1株当たり当期純利益（円）	19.76	20.68	+4.7%
1株当たり年間配当（円）	7.00	8.00	+1.00円

5-3. 2023年4月期 各事業の取組み

フューネラル事業	<ul style="list-style-type: none"> ● フィールドセールス・メンテナンスの増員を行い新規顧客獲得を進める。 ● 不動産・相続のサービスを展開する他社サービスと連携し、「tsunagoo」の次期展開を図る。 ● ピント復元ツールや「tsunagoo」など差別化サービスにより、さらなるシェアアップを狙う。 ● 2022年4月期、繁忙期においてオペレーションセンターが超過稼働状態になってしまったため、人員増強を図っている。 	
フォトブック事業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● 拡大しているフォトウェディング市場の深耕と製品展開。 ● 好調なフォトスタジオ向けに「飾る系製品」の拡充。 ● オンラインセミナー・イベントの充実 ● グランピックの拡大で、データ販売/プリント販売市場の獲得を図る
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 効率的な広告宣伝、各種イベントやキャンペーンの実施。 ● 「MyBook」「e-tayori」「出張撮影」を相互に絡めた販売施策。 ● 新たな市場を取り込むサービスの開発・リリース。
空中ディスプレイ事業	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製プレートのメジャー案件、樹脂製プレートの量産案件の獲得。 ● コロナ禍で止まっていた海外市場での活発な営業再開。 ● 国内展示会2か所、海外展示会2か所（代理店と協力）出展を計画。 ● 技術開発センターは、タイリング技術の確立を図り、中型サイズの2023年4月期中の市場投入を目指す。 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ● 戦略企画部・・・投資先へのサポート、提携先のソーシングと、新たなサービス開発、社内イノベーションの推進。 ● マーケティング推進室の設置・・・事業横断的なマーケティング施策の実施や各事業部の営業活動のサポートを目的に新設。 	

5-4.設備投資/研究開発等計画

2023年4月期の設備投資（ソフトウェアを含む）は約340百万円を予定
空中ディスプレイ事業の研究開発費は約240百万円を予定

<p>空中ディスプレイ事業の研究開発費は約240百万円を予定 （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170百万円 ● ASKA3Dプレート大型化研究、原理研究など…約20百万円 ● 空中ディスプレイ事業の研究開発費は前期と同水準を想定。 <p>※全て会計上は費用処理予定</p>
<p>空中ディスプレイ事業部 技術開発センターへの開発投資継続</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製ASKA3Dプレートのタイリング技術確立のため、開発投資を行う。 ● 生産設備など…約60百万円 <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（印刷加工・製本など）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷加工関連設備…約40百万円 ● 製本関連設備…約15百万円
<p>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 ● tsunagooシステム強化・・・約38百万円

1

2022年4月期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2023年4月期
方針と見通し

6

中期展望

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 自らの技術や顧客基盤と、外部の技術やノウハウとを融合して、新しい事業やサービスを創造する
- 5 自社にないビジネスアイデアや人材を有するスタートアップへの投資などによる成長機会の創出

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
松尾雄司

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