



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2023年7月 株式会社アスカネット 証券コード [2438]



もくじ

1. 会社概要
2. ビジネスモデル
3. 市場環境
4. 競争力の源泉
5. 事業戦略
6. リスク情報
7. 業績ハイライト

1. 会社概要

Company Profile



会社概要

会社名	株式会社アスカネット
設立	1995年7月6日
資本金	490,300千円
事業内容	フューネラル事業 フォトブック事業 空中ディスプレイ事業
本社所在地	広島市安佐南区祇園3-28-14
従業員数（正社員）	420名（2023年4月末日現在）
代表取締役	松尾 雄司
経営理念	私たちは、アスカネットに関わる一人ひとりの思いを大切に、世界に誇れるチームの心と技術で、ワクワクする未来を創造し、多くの人たちに幸せと感動を提供します。



沿革

1982年	飛鳥写真工芸社設立
1983年	株式会社飛鳥写真館として法人化
1992年	画像の通信加工業務開始
1993年	端末の無人化に成功し、遺影写真の通信出力開始
1995年	飛鳥写真館の事業部より独立し株式会社アスカネット設立
	千葉県美浜区に関東支社を開設
2000年	個人向け写真集（マイブック）製作事業の企画開発を開始
2002年	プロ写真館向け写真集製作専用ソフトウェア「プロフォトブックエディタ」を開発し、販売開始
2005年	東証マザーズ上場
	東京支社を東京都港区（南青山）に移転し、ショールームを併設
	アメリカにおいてAsukabookブランドのサービスを本格的に開始
2009年	写真集製作専用プロフェッショナル向けソフトウェア「アスカブックメーカー」を日米同時リリース
2010年	写真集製作専用コンシューマー向けソフトウェア「マイブックエディタ4.0」をリリース
2011年	特許出願権等を取得し、空中結像技術の研究を開始
2013年	葬儀用遺影写真のデジタル加工を行う拠点として、滋賀県大津市にびわこオペレーションセンターを開設
2017年	ユニロボット株式会社と資本業務提携
2018年	「tsunagoo」サービス開始
2018年	株式会社VRCと資本業務提携
2020年	AWL株式会社と資本業務提携
	空中ディスプレイ事業において、技術開発拠点として、神奈川県相模原市に技術開発センターを開設
2021年	「e-tayori（いいたより）」サービス開始
2022年	市場区分の見直しに伴い、東証グロース市場へ上場
	株式会社リクシィと資本業務提携

経営陣紹介



※写真真左から、芝、功野、松尾、川瀬、村上

取締役

芝 和洋

1965年生まれ。印刷会社勤務を経て、2003年当社入社。フォトブック事業の立ち上げに生産部門の責任者として携わる。2020年取締役就任。フォトブックラボ部長。大切にしている言葉は「まずやってみる」

専務取締役CFO

功野 顕也

1971年生まれ。公認会計士。監査法人勤務を経て、1999年当社入社。管理部門全般を管掌し、2001年取締役、2007年常務取締役就任。2018年より専務取締役。大切にしている言葉は「人間万事塞翁が馬」

代表取締役社長

松尾 雄司

1961年生まれ。冠婚葬祭関連会社勤務を経て、1998年当社入社。フューネラル事業部の営業からスタートし、営業責任者を経て、2002年取締役就任。2005年常務取締役、2018年代表取締役就任。大切にしている言葉は「決意とは初心原点である」

社外取締役

川瀬 真紀

1967年生まれ。叡啓大学ソーシャルシステムデザイン学部教授。海外の大学や広島大学にてイノベーション教育等に携わり、2020年社外取締役就任。大切にしている言葉は「be authentic, be creative.真摯に向き合い、創造性をポケットに」

取締役

村上 大吉朗

1977年生まれ。事業会社勤務を経て、2004年当社入社。フォトブック事業のコンシューマ部門の責任者となり、OEM部門の立ち上げに寄与。2020年取締役就任。戦略企画部長。大切にしている言葉は「笑う門には福来る」

常勤監査役 井上 卓也

社外監査役 戸田 良一

社外監査役 小田 富美男

執行役員 新山 忠

執行役員 吉宗 裕文

2. ビジネスモデル

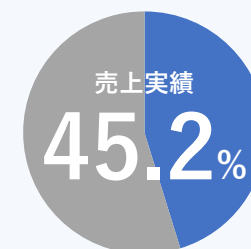
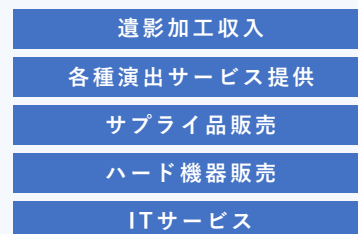
Business Model



アスカネットの3つの事業

フューネラル事業

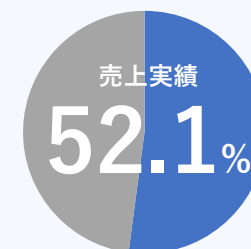
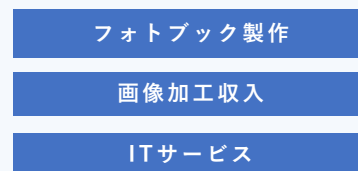
葬儀社や写真館との間にネットワークを構築し、葬儀に使用する遺影写真の合成・加工などを行い、配信するサービス。約2,820ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約44万枚の写真画像を提供。



売上高
3,152百万円
利益
751百万円

フォトブック事業

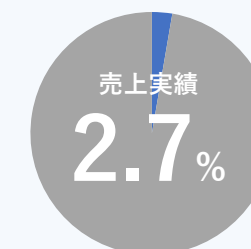
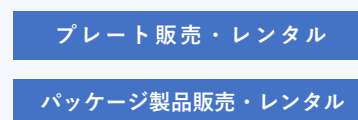
「一冊からの本格的写真集」をインターネットから受注し製作するサービス。従来の写真プリントを印刷・写真集に置き換える新しい写真文化を提唱。約5,500社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約196万冊（OEMブックを含み、写真プリントは除く）を提供。



売上高
3,640百万円
利益
772百万円

空中ディスプレイ事業

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、デジタルサイネージ用途や空中操作による製品組込用途に向けて、樹脂製・ガラス製プレートの拡販を図る。



売上高
189百万円
利益
△**300**百万円

2023年4月期実績

アスカネットの収益構造

フューネラル 事業売上高	役務収益（画像処理収入など）	2,071
	製品売上高（写真集売上など）	11
	商品売上高（ハード機器・サブライ品など）	1,070
	事業売上計	3,152
フォトブック 事業売上高	製品売上高（BtoB向け）	2,304
	製品売上高（BtoC向け）	1,209
	製品売上（送料などその他）	120
	事業売上計	3,634
空中ディスプレイ 事業売上高	製品売上高（ASKA3D）	189
	事業売上計	189
売上高合計		6,976

役務原価	労務費	871
	経費その他	212
	役務原価計	1,083
製品売上原価	材料費	752
	労務費	616
	経費	702
	製品仕掛品増減など	-194
	製品売上原価計	1,877
商品売上原価		739
売上原価計		3,700
売上総利益		3,275

2023年4月期実績 （単位：百万円）

販売費及び一 般管理費	広告宣伝費・販売手数料等	196
	人件費	1,103
	減価償却費・支払家賃	212
	発送配達費	285
	研究開発費	254
	その他	637
販売費及び一 般管理費計		2,690
営業利益		585

フューネラル事業は、業界トップシェア。 年間44万枚の遺影加工をしています。

訃報配信・香典サービス
「tsunagoo」

ITサービス

システム利用料、供物、弔電、
香典の利用手数料など

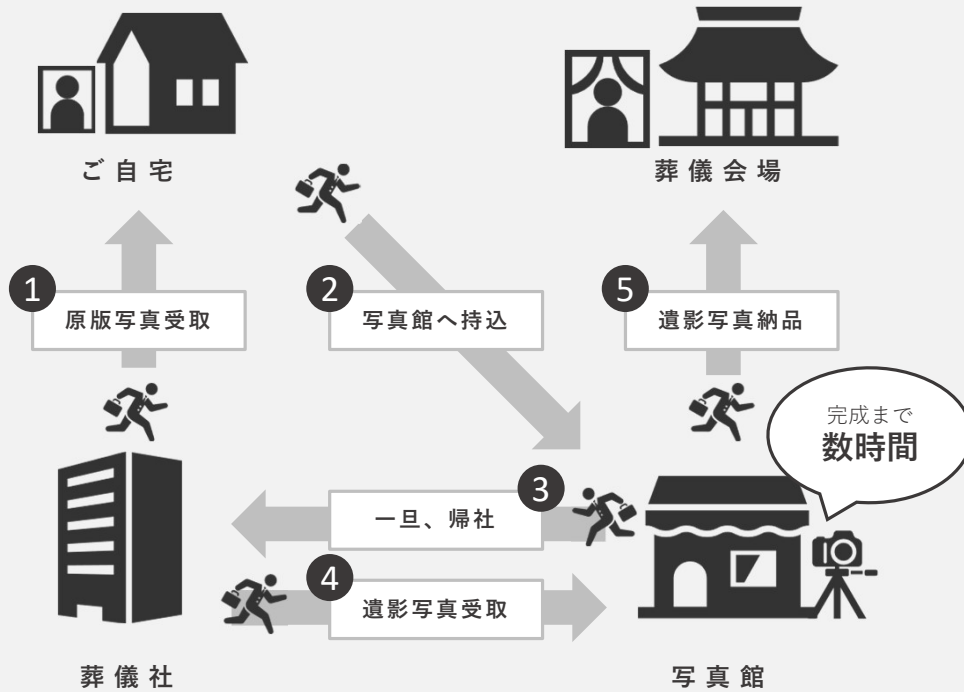


※使用している写真のモデルはイメージです。

遺影写真加工ビジネスの変遷

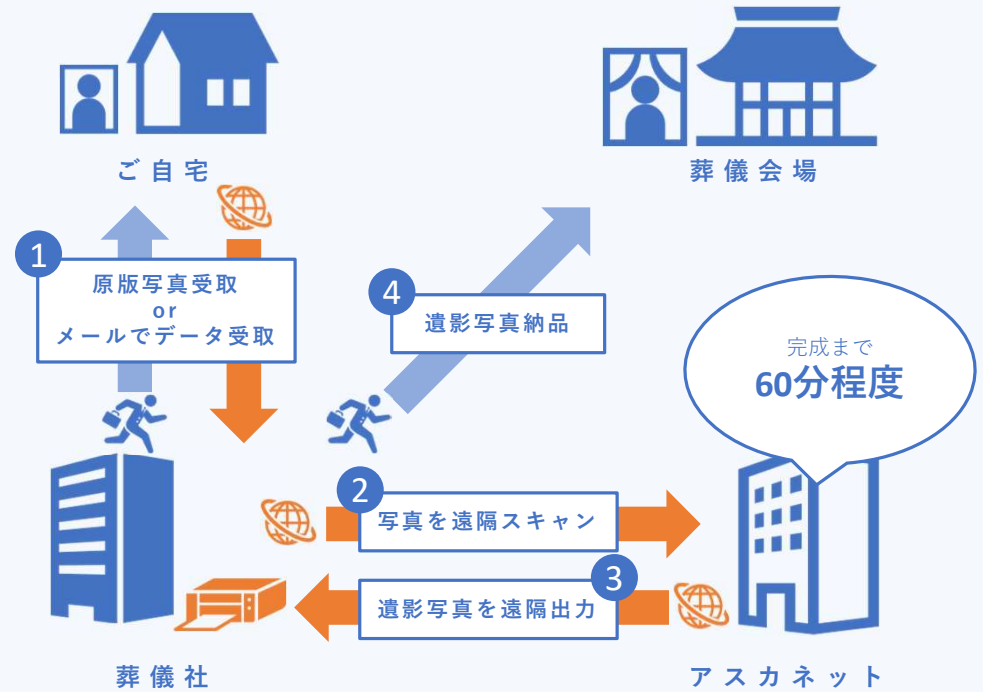
従来の遺影写真の流れ

写真の受取や持込で、地域内の各所に移動する必要があった。



遺影写真システム導入後の流れ

当社フルリモートシステムの開発によって、全国規模での取引が可能になった。



メリット

早い / 全てデータでのやりとりで、デジタル加工時間も60分程度

うまい / 遺影写真加工に特化した専門オペレーターによる自然な仕上がりに

安い / 多量集中加工を効率的な手法により安価を実現

フューネラル事業のサービスラインナップ



遺影写真加工

高い画像処理技術を活かして、着せ替え・背景替えなどの加工やピント復元の技術も駆使し、故人様の雰囲気を損なわないまま、より美しく遺影写真を制作しています。



各種演出サービス

会葬礼状、コラージュ、複数の写真を利用した動画DVDなどの製作。故人様オリジナルのコンテンツを制作しています。



ハード機器販売

遺影写真通信出力システムや、デジタルサイネージ、遺影モニターなどを取り扱っています。



サプライ品販売

遺影額、リボン、プリント用紙などのオリジナル商品や消耗品を取り扱っています。



スマホで完結
「訃報・弔電・供花・供物・香典」
ご遺族のためのWEBサービス
(特許取得済)



tsunagoo (つなぐ)

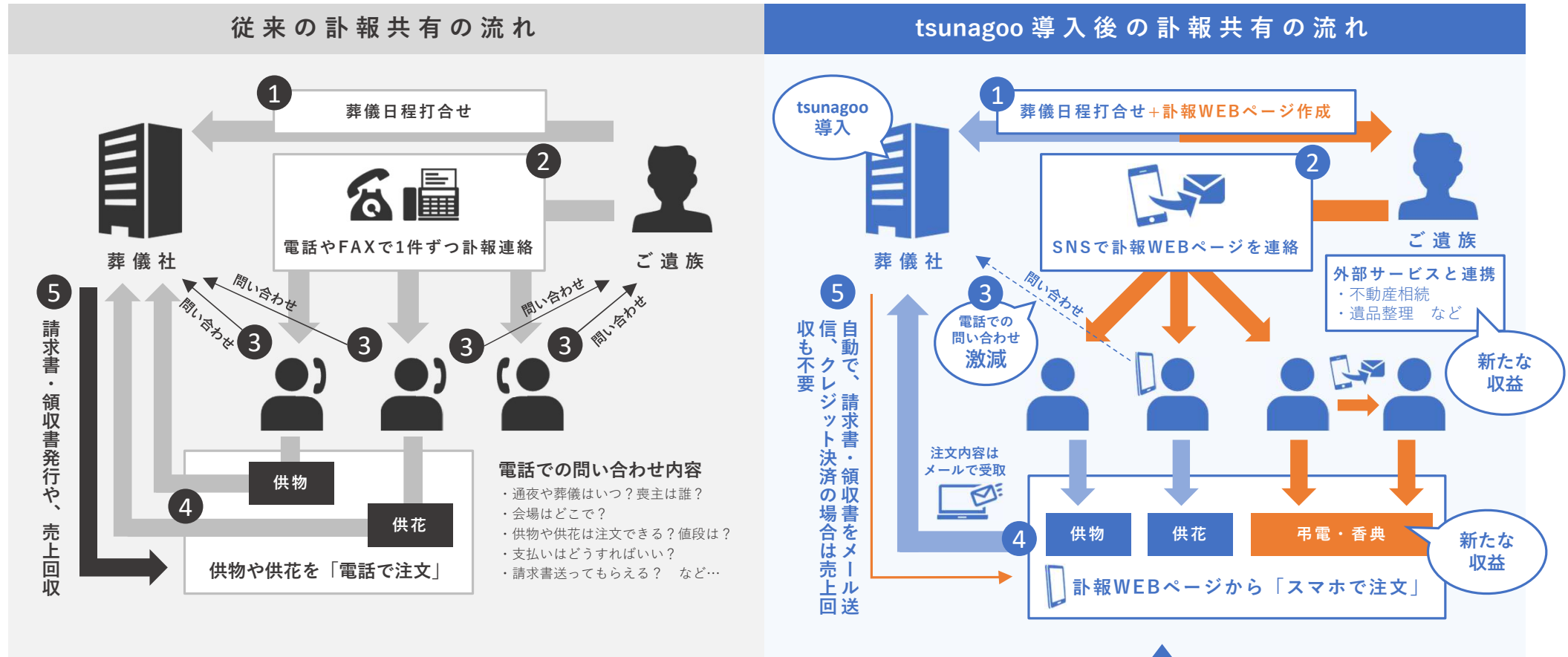
スマホで訃報配信から、弔電・供物・香典の注文までできるサービスです。(次ページ参照)



SoSign (葬サイン)

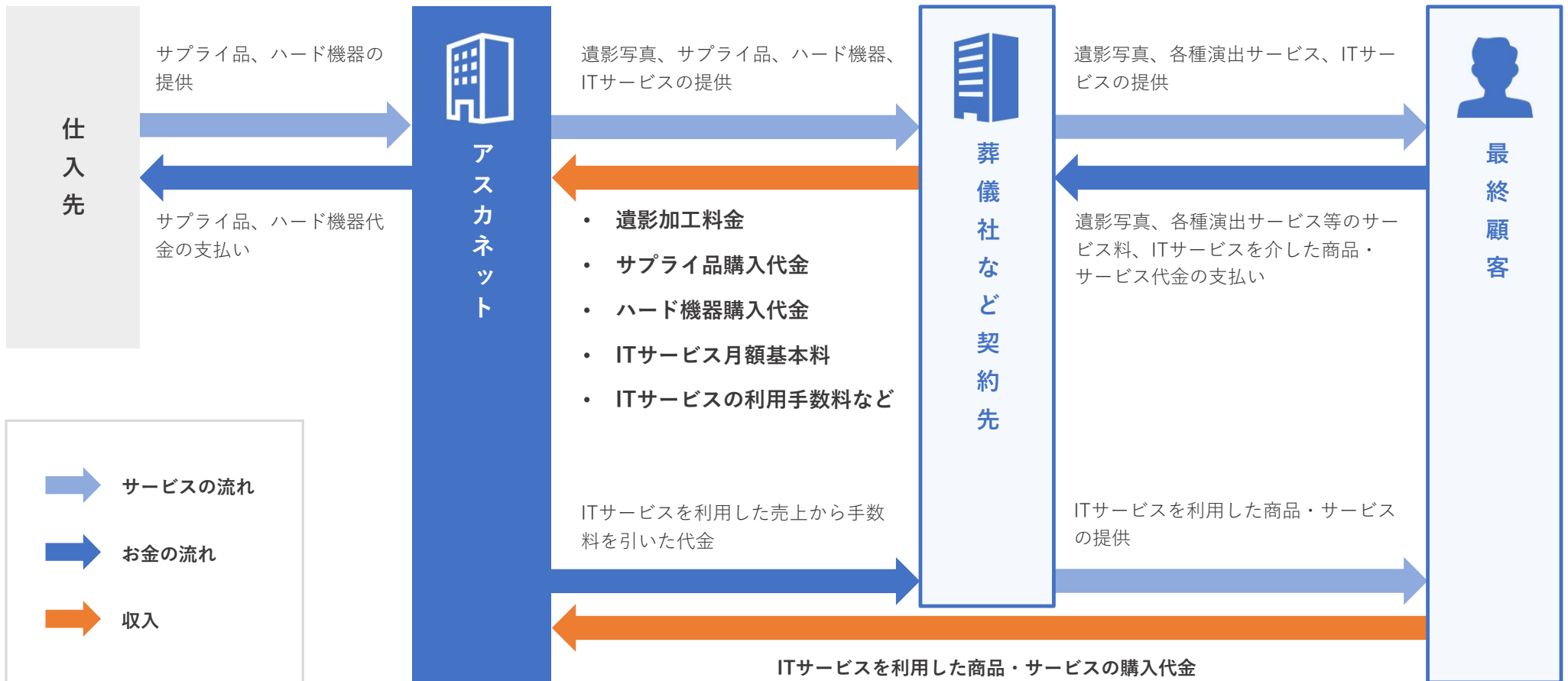
従来の筆耕ソフトとは違うクラウド型印刷物作成ツールです。

葬儀葬祭ビジネスのDX化 (葬テック) サービスである「tsunagoo」を推進

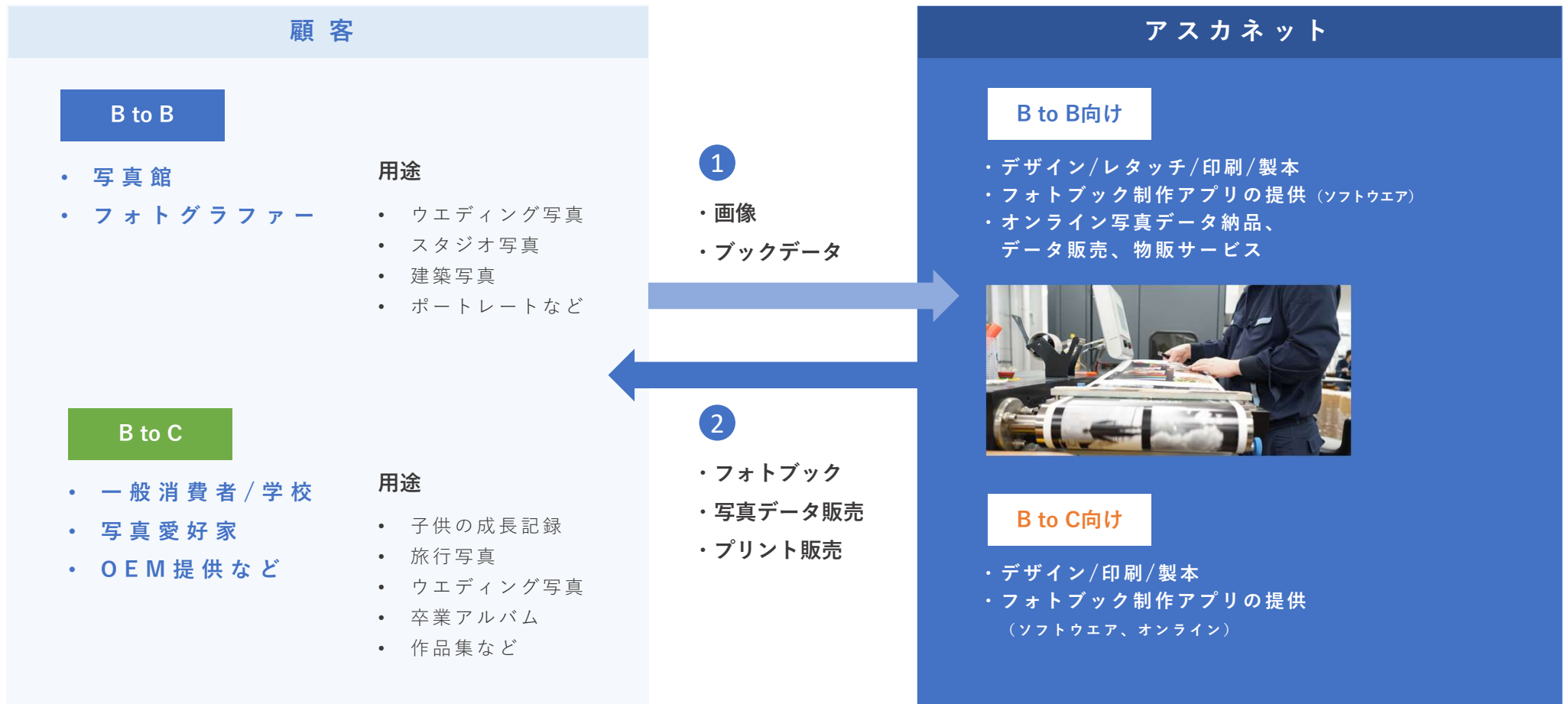


メリット	ご遺族 / 訃報連絡などの負担軽減	参列者 / 供物や弔電手配が簡単に	葬儀社 / 業務効率化と新たな収益機会の獲得
------	-------------------	-------------------	------------------------

フューネラル事業の収益構造



フォトブック事業は、写真集を自社内一貫生産工場で製造し、 自社営業で販売するという製造直販型ビジネスモデルです。



フォトブック事業のサービスラインナップ



ASUKABOOK (国内・海外)

1冊からの写真集を、高くオクティイーで提供しています。世界で多くの方が利用しているプロフェッショナル向け写真集制作サービスです。



等身大フォト

お子さんの大きさをそのまま残せる「等身大フォト」の製品を開発し、その拡販に努めています。



Grandpic

オンラインデータ納品システムGrandpicは、撮影データをクラウドにアップロードするだけで、納品・販売などを行えます。



MYBOOK

マイブックは高品質なフォトブックやカレンダー、フォトグッズなどを作るコンシューマー向け写真集制作サービスです。



AfterShutter

動画から写真を切り出せるアプリ。シャッターチャンスを見逃してしまう場面でも、動画からベストショットを切り出せます。

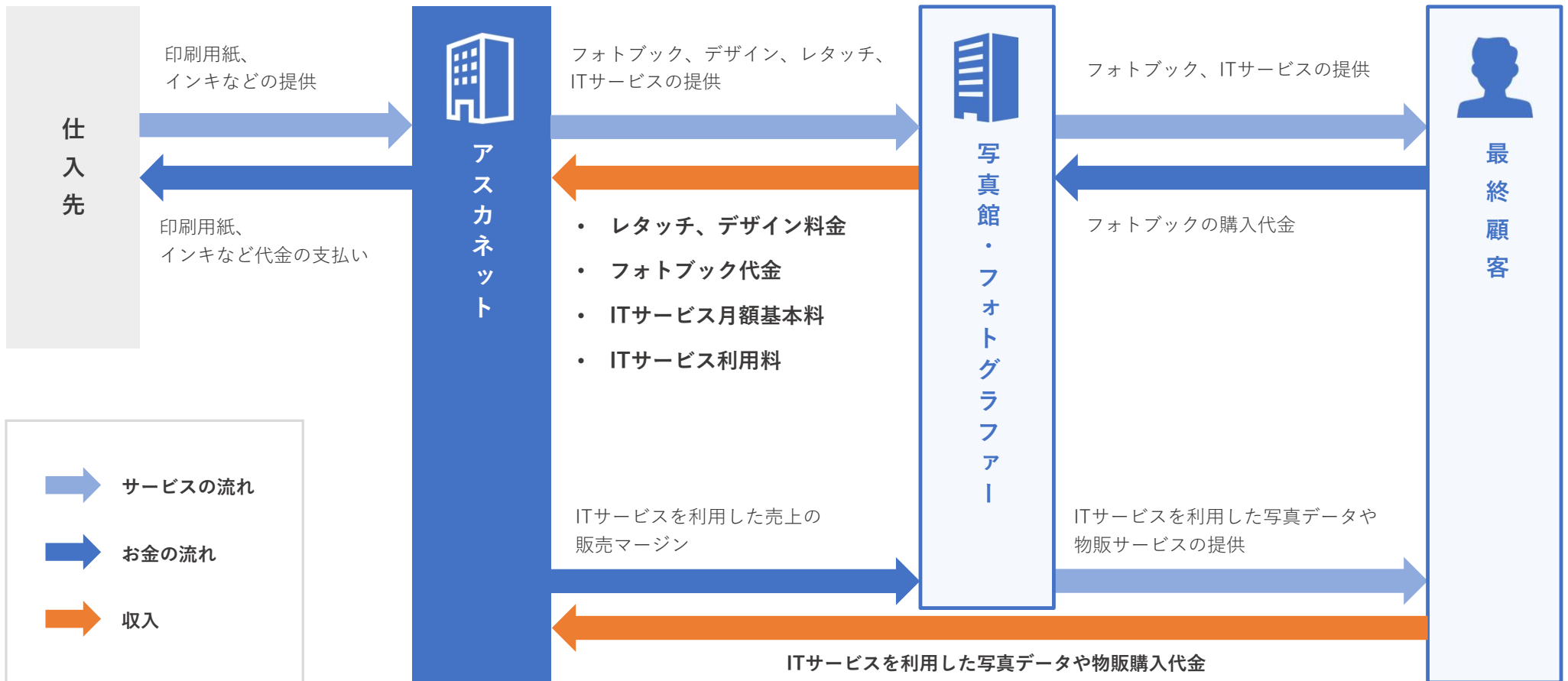


NTTドコモなどへのOEM供給

NTTドコモの展開する国内向けサービス「dフォト®」へ、フォトブック・プリント商品の独占供給を行っています。

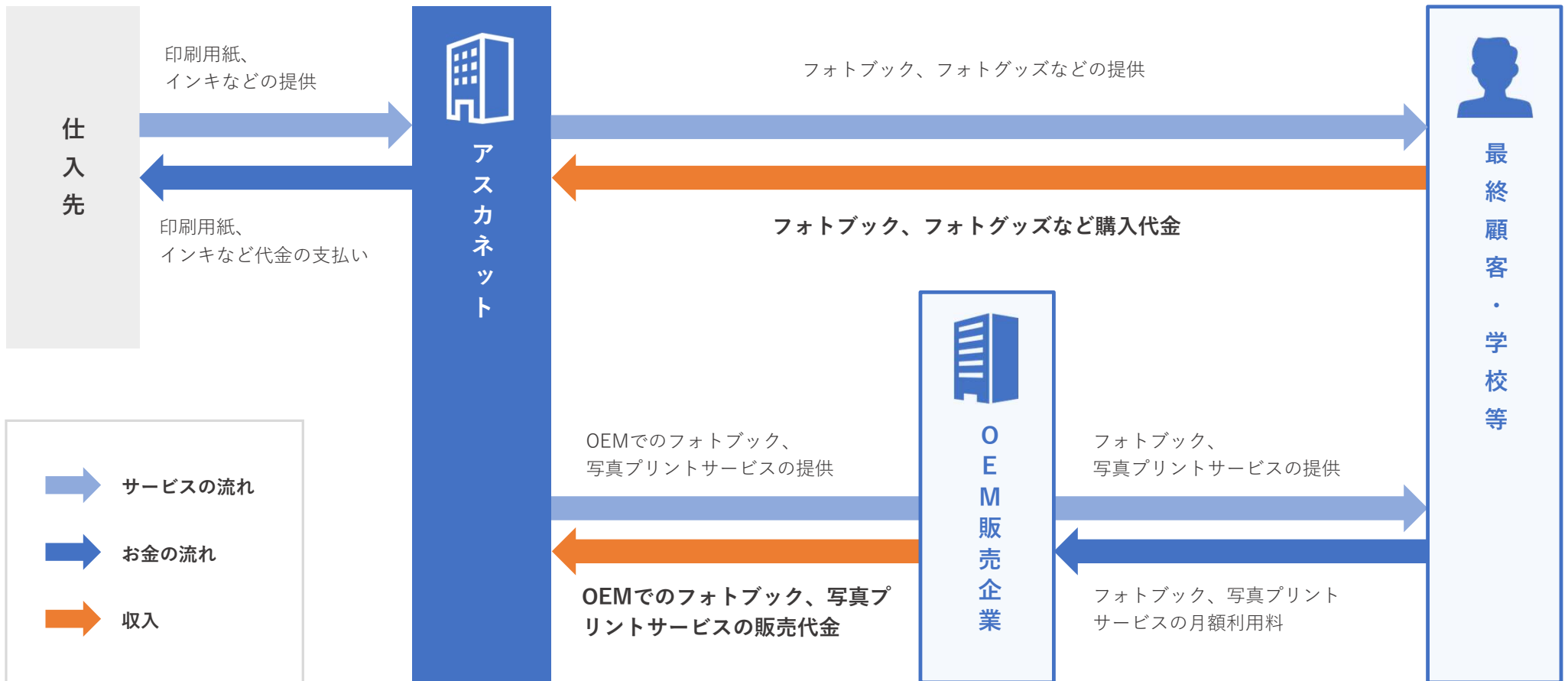
フォトブック事業の収益構造 (B to B)

B to Bの場合



フォトブック事業の収益構造 (B to C)

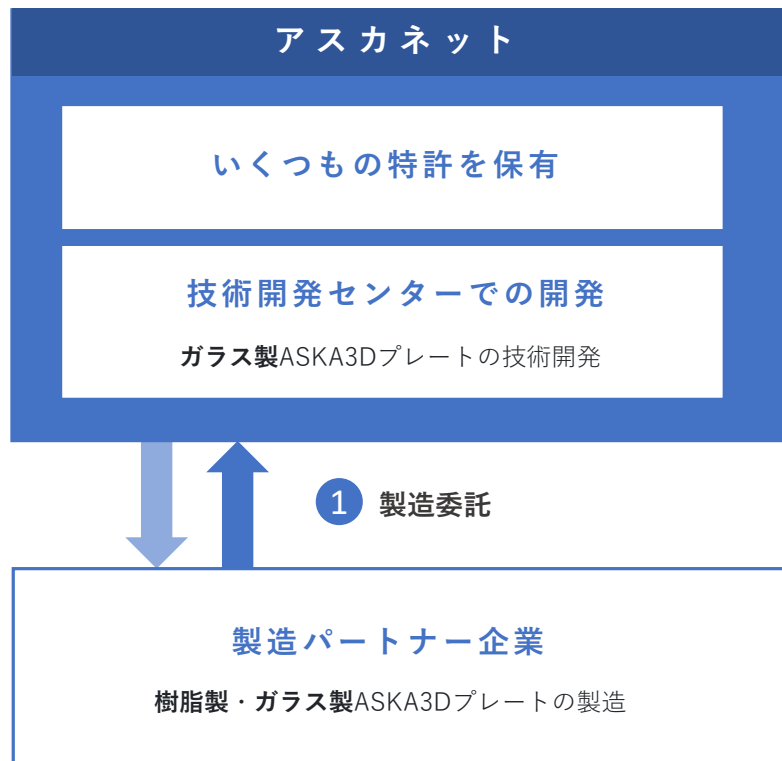
B to Cの場合



空中ディスプレイ事業は、保有する特許技術を中核に、ASKA3Dプレート※を開発・製造・販売しています。

※) ASKA3Dプレートとは、当社開発の独自構造により空中結像を可能にするプレートのことです。

ASKA3Dプレートの開発・製造



ASKA3Dプレートの販売

2 販売

国内

- ・直営業での販売
- ・代理店及び販売パートナーから販売

海外

- ・代理店からの販売
海外代理店：北米・中国・中東
- ・直営業での販売

空中ディスプレイ事業の製品ラインナップ

プレート単体での販売のほか、センサー、筐体、映像コンテンツを含めたパッケージ製品も提供しています。

樹脂製プレート

樹脂製ASKA3Dプレートは、ガラス製と比べて結像精度が劣るが、量産向きで価格が低いため、製品組込用途としての利用が期待される。

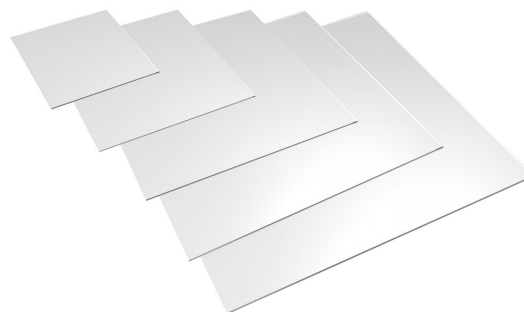


ASKA3D-200NT (200 x 200 x 6.3 mm)

ASKA3D-250NT (250 x 250 x 6.3 mm)

ガラス製プレート

ガラス製ASKA3Dプレートは、価格が高いが結像が美しく、サイネージ用途としての利用が期待される。



ASKA3D-200 (200 x 200 x 5.9 mm)

ASKA3D-310 (310 x 310 x 5.9 mm)

ASKA3D-420 (420 x 420 x 5.9 mm)

ASKA3D-630 (630 x 630 x 5.9 mm)

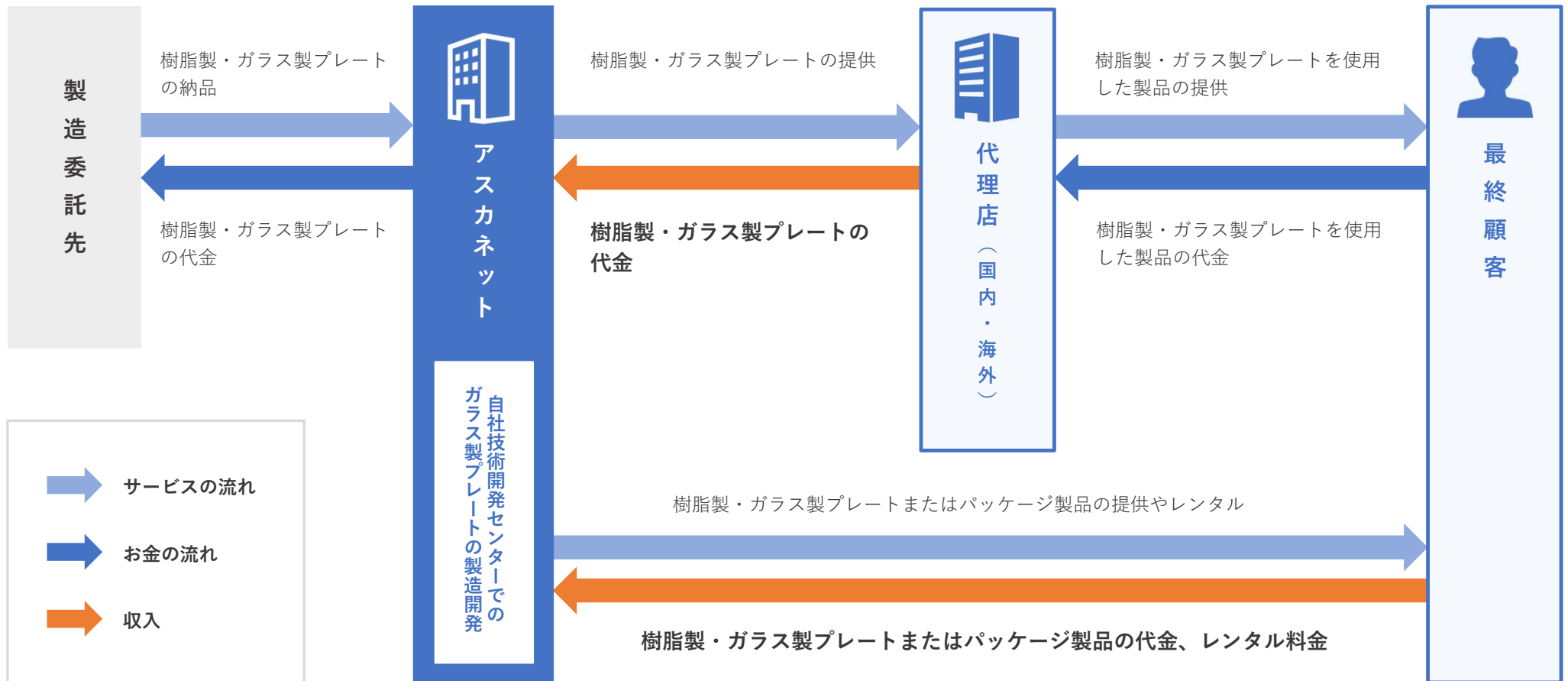
ASKA3D-1050 (1,050 x 1,050 x 9.0 mm)

パッケージ製品

お手持ちのPCを接続するだけで簡単に空中操作が可能になるパッケージ製品も提供している（4種類）。



空中ディスプレイ事業の収益構造

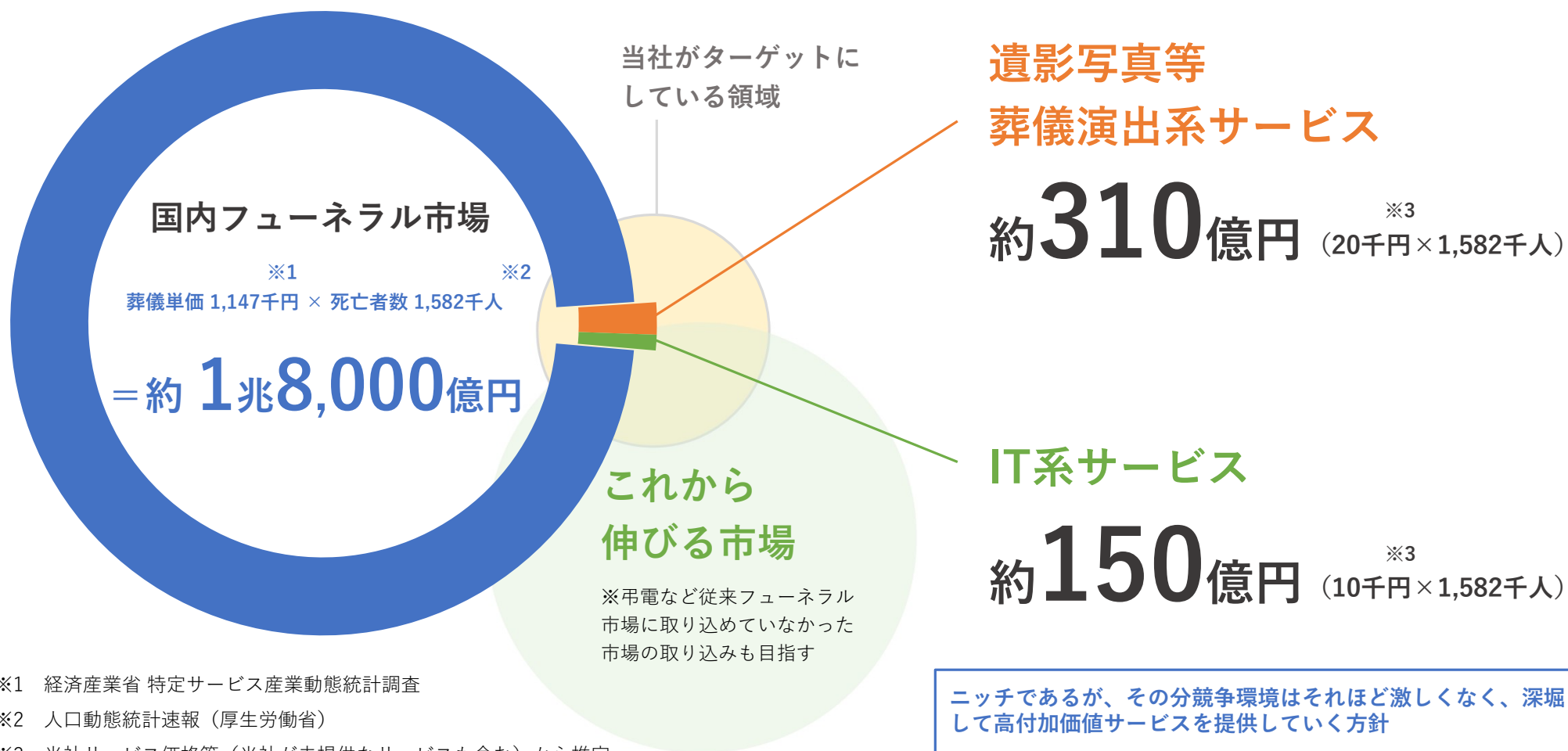


3.市場環境

Market Environment



「遺影写真葬儀演出系サービス」に加えて
「IT系サービス」の取り込みを目指します。

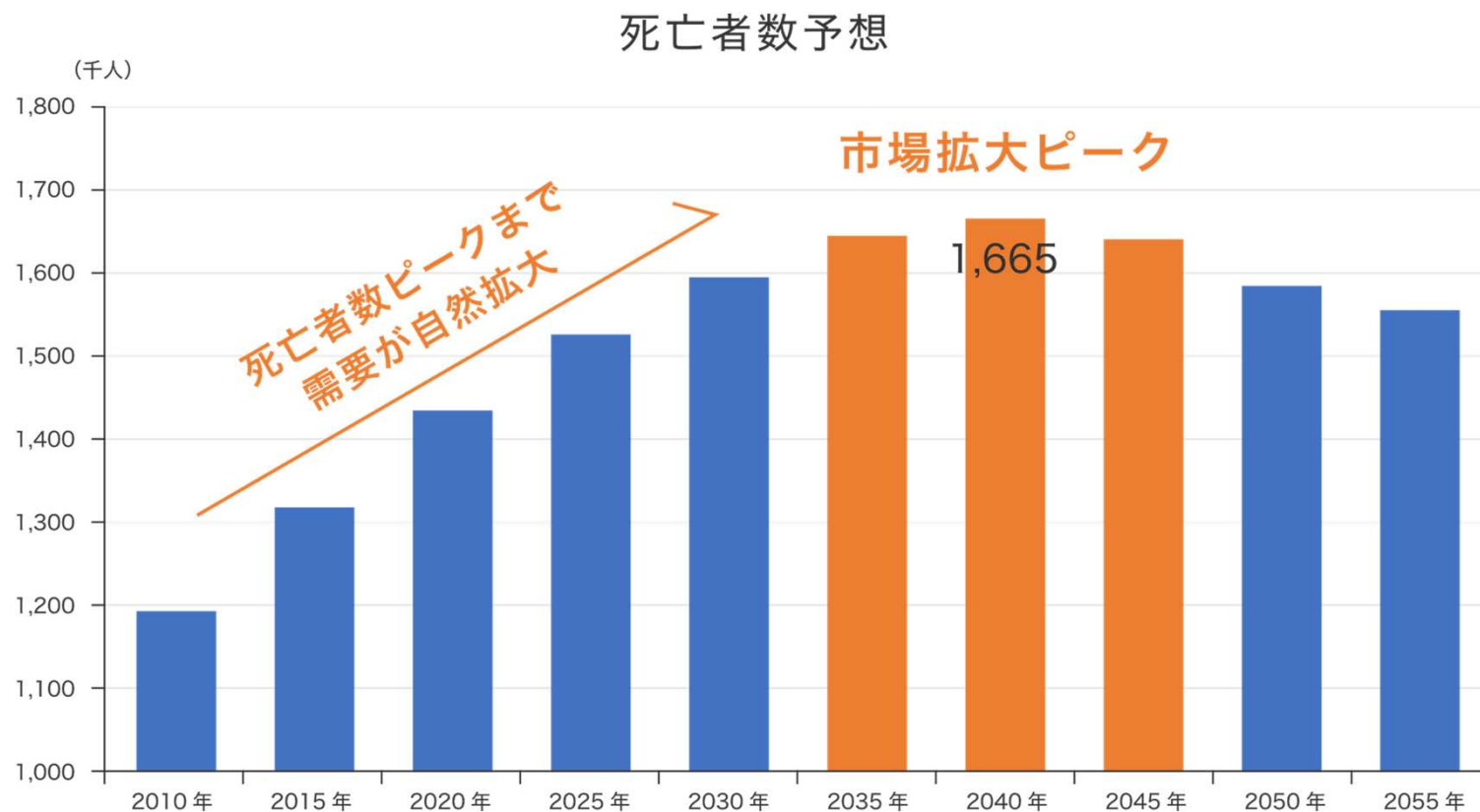


※1 経済産業省 特定サービス産業動態統計調査

※2 人口動態統計速報 (厚生労働省)

※3 当社サービス価格等 (当社が未提供なサービスも含む) から推定

今後も死亡者数が増加するため、
遺影写真の制作・葬儀演出などの需要が自然増。

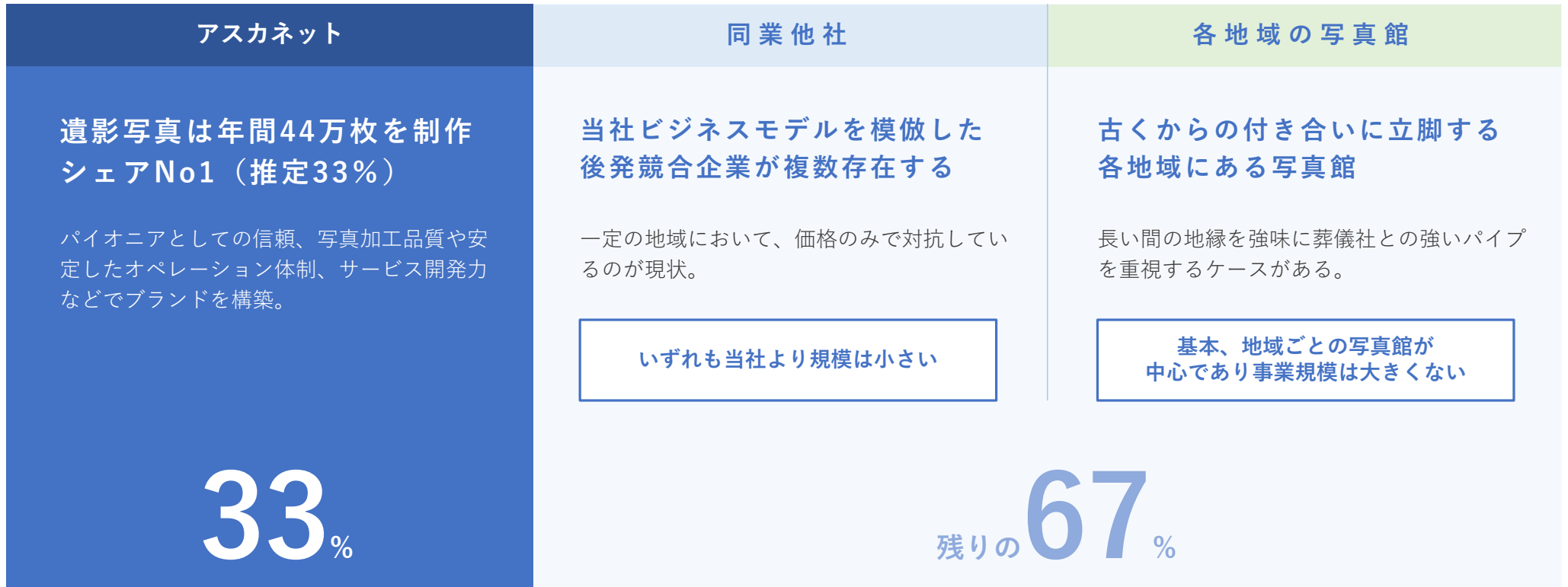


出典：2020年以前…厚生労働省「人口動態統計」

2025年以降…国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2023年4月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

元々は各地域の写真館が行っていた遺影写真制作を

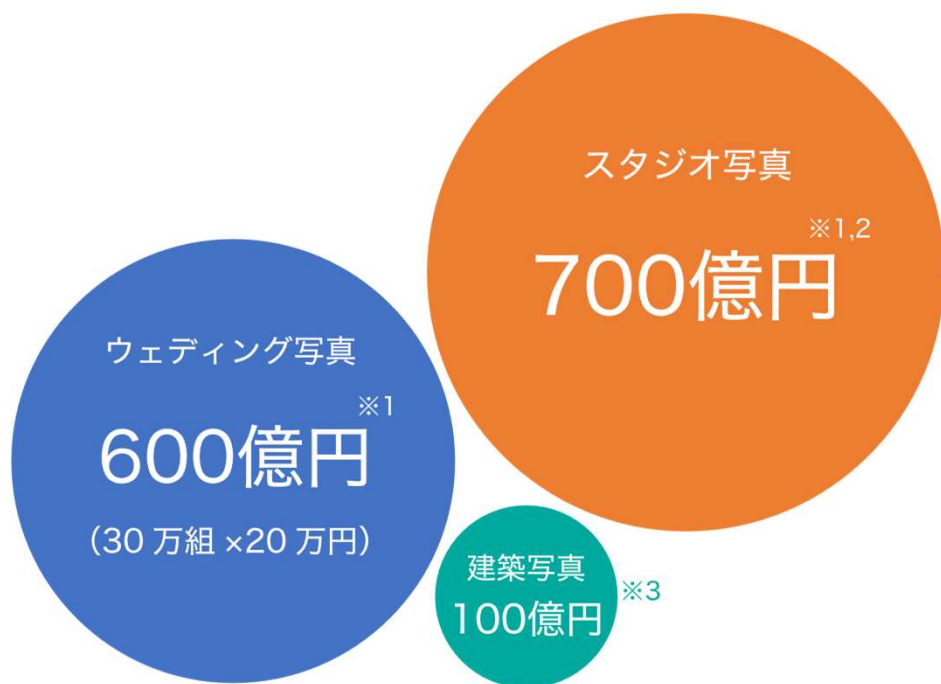
コンピュータ画像処理とITネットワークを利用した新しいビジネスモデルで当社が参入してトップシェアに。



フォトブック事業の市場規模

B to B

主要な業種別市場規模



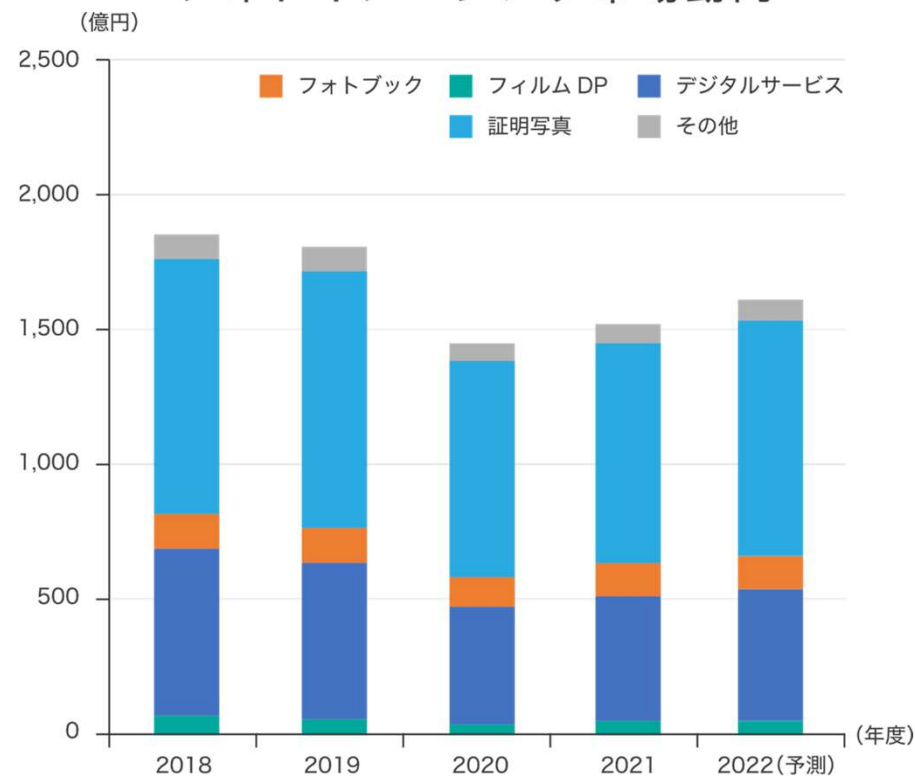
※1 株式会社プロメディア調べ

※2 従来型写真館 (150億円) +子ども写真を中心としたスタジオ (500億円)
+ハウススタジオなど (50億円)

※3 国土交通省建物竣工資料等から当社にて推定

B to C

フォトイメージング市場動向



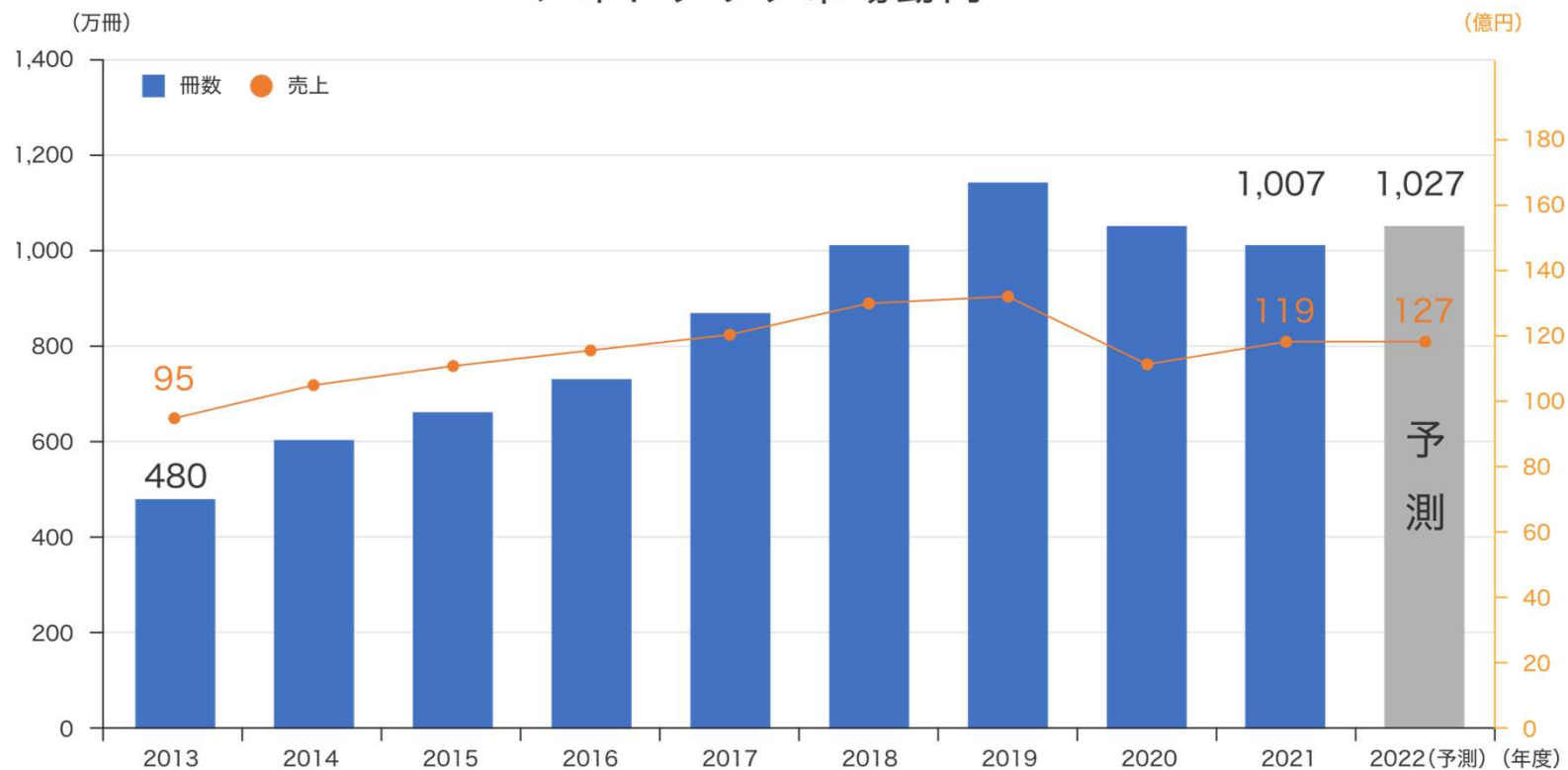
コロナの影響を受け、2020年に落ち込んだが、その後は回復基調。フォトイメージング市場の中で、フォトブックは一定の存在感を示す。

出典：2022年フォトイメージング市場動向 (日本フォトイメージング協会)

フォトブック事業の市場規模

B to C

フォトブック市場動向



2020年度、2021年度は、新型コロナウイルスの影響による撮影機会の減少を受け、厳しい環境であったが、落ち込みは限定だったという見方も可能。2022年度は、新しい生活様式の中で、写真の楽しみ方も多様化しており、フォトブック市場は2021年度をわずかではあるが上回るものと推計されており、フォトブックの定着が伺える。

出典：2022年フォトイメージング市場予測（日本フォトイメージング協会）

元々、ウェディング市場において銀塩プリントのアルバムがあったが、
**世界で初めてオンデマンド印刷による写真集という
新しいビジネスモデルを創造して評価を得ています。**

B to B

BtoB市場は、より品質が重視される市場であり、その意味では参入障壁が高い。
競合には、従来の銀塩プリントの写真集を製造していた会社が、オンデマンド印刷にも領域を広げたケースが多い。

アスカネット

1冊からできる高品質写真集

従来の銀塩プリントによるアルバムに対抗して、よりカジュアル
でよりオシャレな書店に並んでいるようなオンデマンド印刷によ
る写真集を世界に先駆けて開発に成功。

オンデマンド印刷に特化

競合他社

銀塩プリントがメイン

フジカラー系列、キタムラ系列、プロラボ系列など老舗が多く、
高品質が求められる分野であり、新規参入は皆無。

銀塩中心でオンデマンド印刷も手掛ける

B to Cでは、自社ブランド (MYBOOK) と OEMの両方を進めています。

B to C

比較的品质の低いものも含めると多くの企業が存在する。

当社が提供する「MYBOOK」は、パイオニアとしての信頼・高品質・多品種・多岐にわたるデザイン・手厚いサポートなどでブランドを築いている。

アスカネット

1冊からできる高品質写真集

BtoBで培った高品質な写真集をBtoC向けにも開発、提供。
高品質・多品種な自社ブランドと、低価格・少品種なOEMの双方を備える。

品質重視

OEM

競合他社

品質よりも価格重視

低価格路線で多くの企業が参入している。コロナ禍の影響もあり、淘汰が進みつつある。

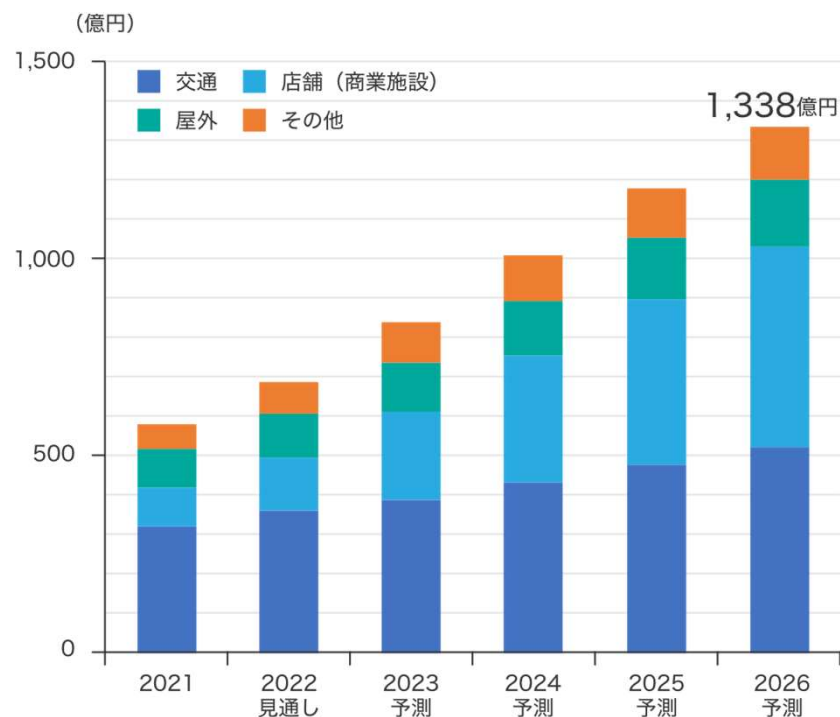
価格重視

空中ディスプレイ事業が関連する 「デジタルサイネージ広告市場」「タッチセンサー市場」の状況

国内デジタルサイネージ広告市場

順調な市場拡大が予測されている

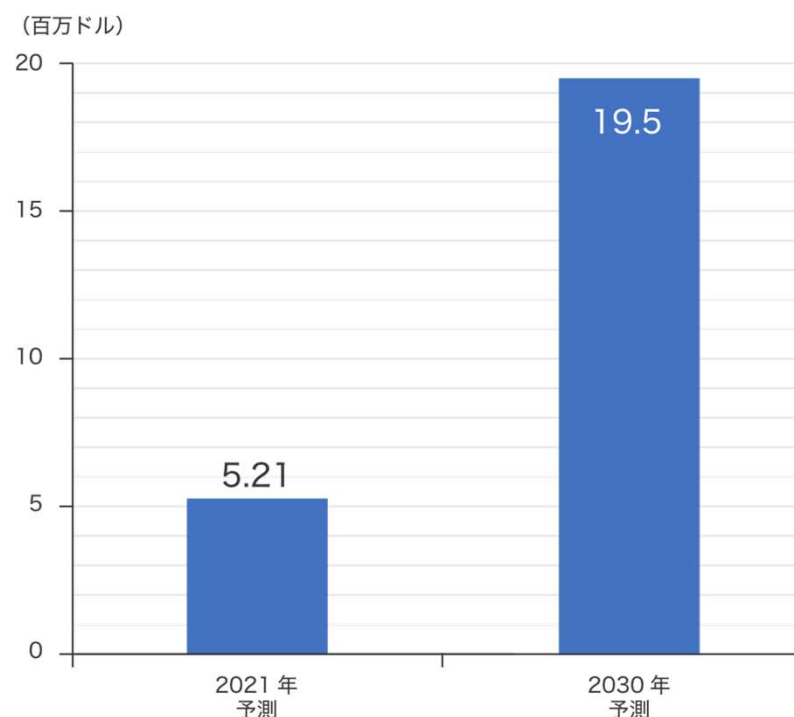
場所は屋外・店頭・公共空間・交通機関など。特に、店舗デジタルサイネージ市場の伸びが期待されており、将来的にも成長が見込める有望市場である。



出典：株式会社CARTA HOLDINGSと株式会社デジタルインファクト
共同によるデジタルサイネージ広告市場に関する調査 (2022年)

タッチセンサー市場

タッチセンサー市場は、大きさ、成長予測とも充分であり、空中操作への置き換えとして魅力的な市場である。



出典：Panorama Data Insights Ltd.社によるレポート (2022年)

2面直交リフレクターによる独自技術で事業化にチャレンジしています。

	アスカネット	競合技術 A	競合技術 B
方式	2面直交リフレクター方式 帯状の微小ミラーが垂直かつ等間隔に配置されたパネルを上下に直交配置した構造	再帰反射方式 コーナーキューブ方式の再帰反射シートを利用し被写体とシートの間にはーフミラーを配置した構造	コーナーリフレクタ方式 透明な板の上に微小な四角柱を等間隔で配置した構造
空中結像品質	◎	△	△
輝度	◎	△	△
大型化	◎	○	△
コスト	△	○	○

4.競争力の源泉

Competitiveness



ポジショニングが異なるユニークな3事業のバランス

フューネラル事業



**安定成長の持続と
新市場の開拓を模索**

典型的なストック型ビジネスモデル。ニッチだが収益性が高く、キャッシュを獲得。

フォトブック事業



**成長ドライバーとしての
位置付けを継続**

市場が大きく成長余地があり、設備も必要だが付加価値も高い。

空中ディスプレイ事業



**新市場の創造に
チャレンジ**

先行投資段階だが、市場創造できれば大きな夢がある。



**新規事業への
チャレンジ**

スタートアップ企業との
資本業務提携や、社内イ
ノベーション機能が源泉

業界トップシェアの実績

業界トップシェアの 画像加工品質



高度な技術で信頼の 年間44万枚の画像処理実績

全国の会館やホール等2,820カ所以上、年間約44万件の葬儀用写真を製作しております。全国約33%のシェアになり、業界トップの実績です。

各種サービスの 企画力



斬新なアイデアで 新しい葬儀ビジネスを開拓

リモート操作での遺影写真出力システムや、電照額やカラー額等、現在では当たり前になっています。弊社はこれら数々の葬儀ビジネスの製品やサービスのパイオニアです。
また、葬儀業界のDX化サービス「tsunagoo」を開発し、評価を得ています。

災害等の リスク分散



オペレーションセンターを 国内3カ所設置

東日本の出力を千葉市、中日本の出力を大津市、西日本の出力を広島市で行っています。いずれかが、停電や災害等で機能不能になった場合でも対応可能です。

全国の 自社サポート体制



他社では真似できない サポートを実現

全国にメンテナンス拠点を構え、機器に高い知識を持った専任スタッフが、故障時の修理や代替機の搬入など、365日対応する安心のサポート体制を構築しています。



アスカネットの遺影写真は 葬儀のプロが選ぶ 遺影写真サービスNo.1 に選ばれました

日本マーケティングリサーチ機構調べ
調査概要：2021年9月期ブランドのWEB比較印象調査



スマホでおくる訃報・香典サービス“tsunagoo”は 葬儀現場スタッフが選ぶ遺族に喜ばれるサービスNo.1 に選ばれました

日本マーケティングリサーチ機構調べ
調査概要：2021年9月期ブランドのWEB比較印象調査

Hot One アワードを何度も受賞。 幅広い技術力と自社内一貫生産体制。

写真印刷品質 (海外受賞歴)



世界が認めた アスカネットの技術

Professional Photographers of America (PPA) が毎年発表している「Hot1 アワード」でアルバム部門を6回受賞した実績は、製品の品質の高さを表しています。世界で最も早い時期(2000年)にインターネットを使って1冊から写真集を作成できるサービスを開始しました。

パイオニア としての信頼



アナログからデジタルまで 幅広い独自技術

1冊からの高品質の写真集を全て自社工場で一貫生産しています。美しい色変換を可能にする独自カラープロファイルなどのデジタル技術に加え、写真のレイアウトやレタッチなどの加工技術、安定した色調を出すためのオンデマンド印刷機制御技術などの人手によるアナログ技術まで幅広い高度な技術を保有しています。

自社内 一貫生産工場



製品開発から工場ラインまで 繋がるスピード感

一冊の写真集を作ることに特化した工場を世界に先がけて設立。スピード感のある製品開発、生産の短納期化、きめ細かいカスタマイズ製品の開発など、全て自社内一貫生産工場だからこそ実現しています。

開発や運用などの デジタルスキル

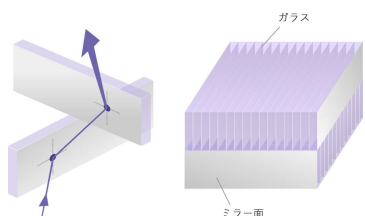


ソフトウェア開発や サーバー運用も自社で

当社では、システムエンジニアやネットワークエンジニアが多数在籍しており、フォトブック制作ソフトウェアやWebアプリケーションの開発や、その運用も自社で行っています。

特許技術だけではなく製造ノウハウも。 空中結像の明るさ・美しさ・大きさに強み。

特許技術



2面直交 リフレクター方式

この技術は画像や物体の放つ光線を1枚の特殊な構造をしたガラスプレートを通させる事で、その反対側の同じ距離の位置に再び光が集まり原版と同じ像を形成する仕組みを利用しています。

美しさのガラス製



ガラス製 ASKA3Dプレート

ガラス製ASKA3Dプレートは、優れた品質の空中結像を実現することができます。特にサインージ分野での大型空中結像などに適しています。

低価格の樹脂製



樹脂製 ASKA3Dプレート

樹脂製ASKA3Dプレートは、ガラス製より若干劣りますが、高品質な空中結像を安価で実現することができます。大量生産される各種製品に組み込んでの活用に適しています。

技術開発センター



量産技術の 内製化に向けて

ガラス製をターゲットに、より高品質で効率的な量産技術の内製化と初期量産体制の確立を目的として、生産工程それぞれに技術を要する専門人員を採用し、生産設備を整えた技術開発センターを2020年に設立。

5.事業戦略

Business Strategy



新規事業の創出と既存事業のバリューアップ、 社内イノベーション創出基盤の強化

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投資などによる成長機会の創出

オープン・イノベーションの推進と、 スタートアップ企業への投資

重点分野

映像・画像の新しい表現方法を模索し、xR・3D・DXなどの重点分野でのビジネス化を進めていく方針

これらの分野で独自の技術力を有するスタートアップ企業4社と資本業務提携を行っており、さらなる提携を指向している。

2023年4月期の取組状況

- 2022年12月に、結婚式カウンターDXサービス「トキハナ」を中心に展開しているスタートアップ企業「株式会社リクシィ」と資本業務提携。
- xR・メタバース領域でビジネス展開する「かえでラボ」を設立し、テストマーケティングとともにサービス開発を進めた。



社内イノベーション創出基盤の強化

背景

創業者によるトップダウン中心から、社員参画によるボトムアップ中心への経営体制移行

施策 1

戦略企画部の 設置と強化

専任取締役をリーダーとする戦略企画部を設置し、体制強化。
→社内イノベーション創出基盤の強化や、各種プロジェクトのサポートを進めるとともに、強固な社内IT基盤を確立。また、メタバース領域での新ビジネスのテストマーケティングを実施。

施策 2

イノベーション教育の 継続実施

川瀬社外取締役の知見を生かして開始した通年型研修である「課題発見・解決型研修」を継続実施し、若手・中堅社員のビジネス創造力を高める。

施策 3

ビジネスアイデア提案の 仕組み拡充

毎年1回開催される「ビジネスプランコンテスト」（チーム型）に加え、ゲーム感覚で個人がビジネスの卵を提案できる「Asuka Egg Game」の運営継続。そこから新しいビジネスの卵が生まれ、ビジネス化を推進する方針。

シェア拡大 + ITサービス + 高齢化



遺影写真シェア拡大

トップシェアの品質と365日対応の安心サポート、豊富な商品力を前面に押し出した徹底営業とインサイドセールスの連携による顧客獲得。



ITサービスの利用拡大






訃報配信サービス「tsunagoo（つなぐ）」による収益拡大とともに、「tsunagoo」をきっかけに遺影写真の新規獲得も目指す。



高齢化による自然増

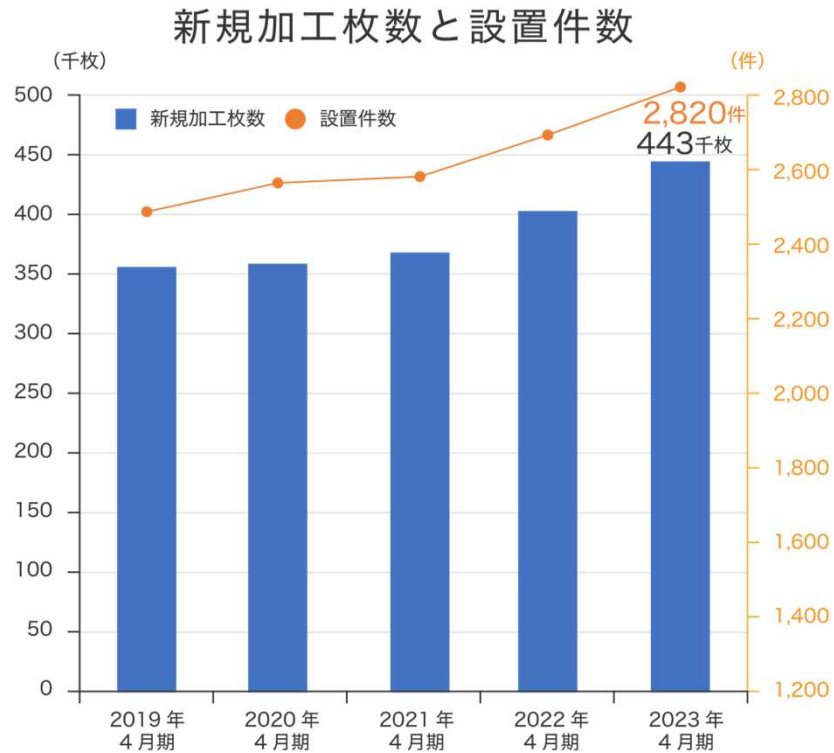
死亡者数の自然増加による外部環境的チャンスを見逃さず、労働力不足に対応するための効率化（AI・IoT）などの新たなチャレンジを続ける。

新しいサービスを開発して葬儀市場に続々投入

成長のための施策	2023年4月期の取組状況
 オリジナル商品の投入等による葬儀社向けECサイトの拡大	<p>なかなか売れ筋の新商品投入ができず、弔電オプション商品のリリースを準備。</p>
 AIなどの新技術を用いた画像処理ツールの継続開発	<p>第5回目のPoCを実施し、精度向上を実現する一方、解決が必要な課題も残る。</p>
 写真・映像の新しい表現方法の研究	<p>新サービス「オリジナル背景幕」の導入が進んだ。</p>
 BtoC向けサービスの模索	<p>ターゲットとなる市場の調査を進めており、ギフト販売のサービス化を検討。</p>
 ※ アスカクラウドの機能充実	<p>フレームワーク改修の継続、操作画面の全面的リニューアルを実施。</p>
 tsunagooの新機能開発	<p>不動産・相続関連のサービスと連携開始。</p>

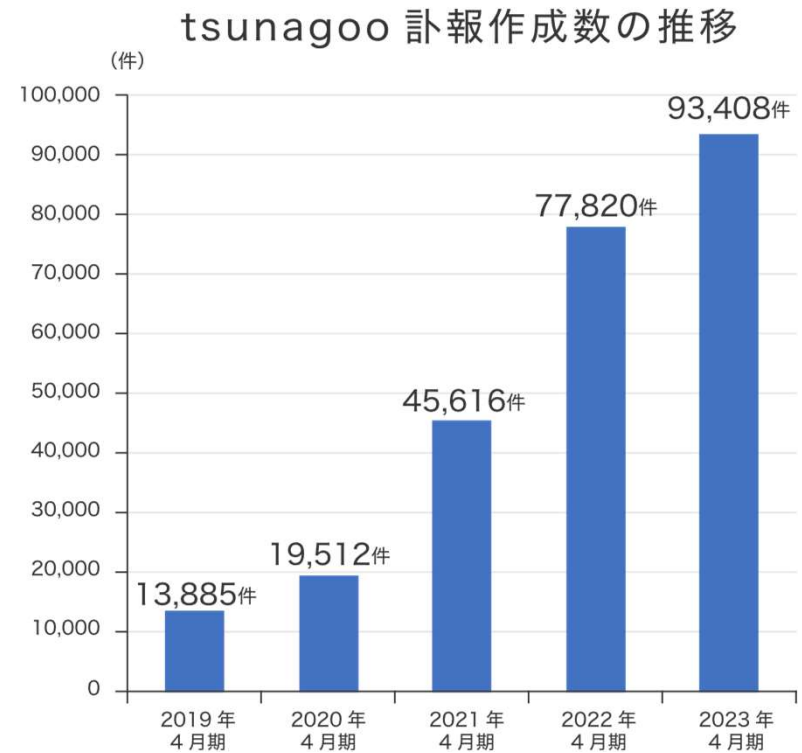
※アスカクラウド…葬儀社発注の効率化・一元化・IT化を目的としたプラットフォーム

重要指標の推移



※遺影写真出力システムの設置件数（システムを使用しない場合は契約件数を含む）

2022年4月期、2023年4月期は全国的な葬儀施行件数の増加が、枚数を押し上げ、技術的優位性やサポート体制などの強みを示し、自社営業による顧客獲得により、着実な増加を目指す。



※「tsunagoo」サービスは訃報作成からスタートするので、訃報作成数を重要指標としている

訃報作成数は伸びているものの、満足できる数値ではない。専任営業をつけ、tsunagoo契約数の増加を図っていく。

フォトブック事業の成長戦略

B to B

- ウェディングフォトマーケットのさらなる深耕
- スタジオフォト、建築フォトなどウェディング以外の市場開拓
- フォトウェディングなどコロナ環境による市場変化に対応したサービス開発

B to C

- 高品質、高付加価値路線の自社ブランド「MYBOOK」のさらなる浸透
- 低価格、多量生産路線のフォトグッズやOEMの強化
- ライフイベントごとのフォトサービスの提供







製造

- 自社工場を有する強みを生かした製品開発
- 最新技術を導入した効率的生産体制の推進
- カイゼン活動と多能工による工場全体の最適化

Withコロナ時代の変化に対応。既存サービス強化や新市場の開拓。

～写真館・フォトグラファーを中心とした強固な顧客基盤を活かす～

B to B

成長のための施策	2023年4月期の取組状況
 既存顧客に対する当社商品購入割合の向上	レイアウトのみの受注やエンドユーザーとの直接対話などの施策が有効に機能。
 建築ルートの開拓	建築写真に特化したLPや、既存顧客からの紹介などにより、建築分野の売上が堅調に増加。
 ニューボーンフォト、等身大フォトといった人気撮影ジャンルを深耕	オンラインセミナーの充実、ASUKABOOK20周年企画として「赤ちゃんの等身大フォトアワード」など、三つのフォトコンテストを実施。
 フォトウェディングでの新しいサービス・商品を提案	アートディレクターのワキリエ氏プロデュース商品を開発。
 既存ソフト・WEBアプリの利便性向上	ソフトの継続的な機能改善。 顧客アンケートに基づいたUIの変更など。
 新たな価値を新市場に向けて開発・投入	BtoB、BtoCを含めた顧客基盤を活用した新サービスを構想。2024年4月期にテストマーケティングを行う予定

MYBOOKブランドの向上と、ライフイベントサービスの拡充

～高品質生産ラインと低コスト生産ラインの双方を有する強みを活かす～


B to C

成長のための施策	2023年4月期の取組状況
 出張撮影サービスの提供	関東中心で展開するも目標には届かず。要望の多様化への対応を検討。
 日常生活に合わせた商品展開	「マイブック年賀状」及び、新商品3種類をリリース。
 感動を与えるプラスワンアイテムの充実	想定した実績を残せず。検討は継続。
 ライフイベントに合わせたフォトサービスの提供	e-tayoriの利用数は増加したものの目標には届かず。
 写真データ分析システムの開発	卒業アルバム関連での活用を調査したが、リソースの問題もあり開発には進めていない。
 新たなニーズの開拓	新規OEMなど新規獲得案件は順調に売上を伸ばしている。

新市場の開拓とコストダウン

～自社内一貫工場を有する強みを活かす～

製造

成長の施策	2023年4月期の取組状況
 製販融合による新市場向け製品の開発	写真スタジオ向けに開発した製品の売上は順調に推移。
 テクノロジーによる省人化の推進	省力化設備導入によるコストダウンを実現。
 社員の能力を引き出し、最適生産体制を確立	スキルマップシートを展開。社員からの提案によるKAIZEN施策でコスト削減を実現。

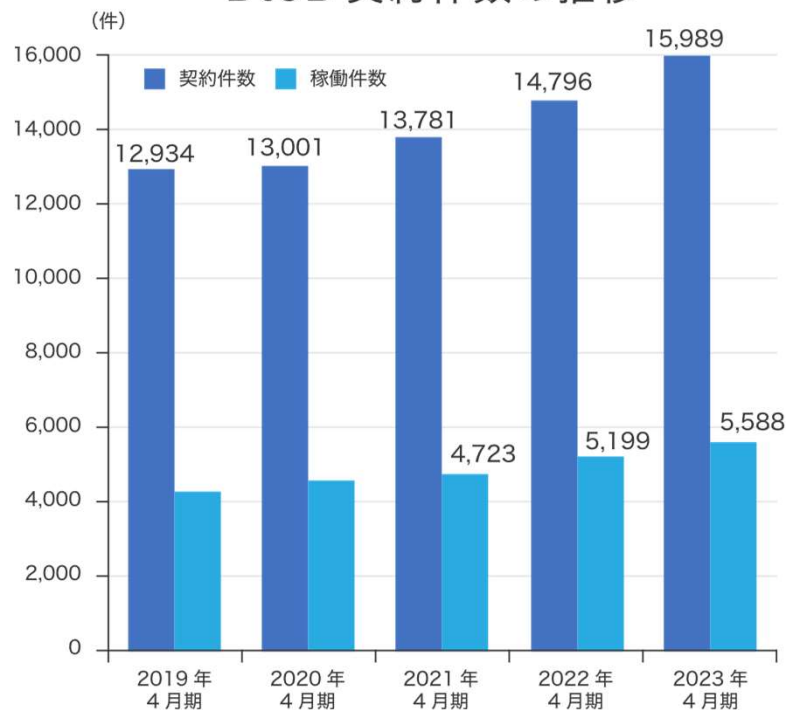
投資戦略

	ハードウェア投資	ソフトウェア投資
投資戦略	<ul style="list-style-type: none"> 生産設備の増強および更新。物理的・機能的陳腐化の程度を見極めながら最新型に更新するとともに、生産量の増加に応じて増強していく。 	<ul style="list-style-type: none"> フォトブック開発用ソフトウェアバージョンアップ AIなどを活用したツールの開発 ライフイベントサービスなど新サービスの開発
2023年4月期の主な投資実績内容	<ul style="list-style-type: none"> 印刷加工設備 … 39百万円（ほぼ計画通り） 空調設備更新 … 16百万円（ほぼ計画通り）など 	<ul style="list-style-type: none"> フォトブック発注用ソフトウェア機能強化など … 43百万円 （一部開発期間がずれたため計画60百万円より縮小）
2024年4月期の主な投資計画内容	<ul style="list-style-type: none"> 印刷設備更新 … 約145百万円 生産省力化設備 … 約40百万円 など 	<ul style="list-style-type: none"> フォトブック発注用ソフトウェア機能強化など … 約60百万円

重要指標の推移

B to B

BtoB 契約件数の推移

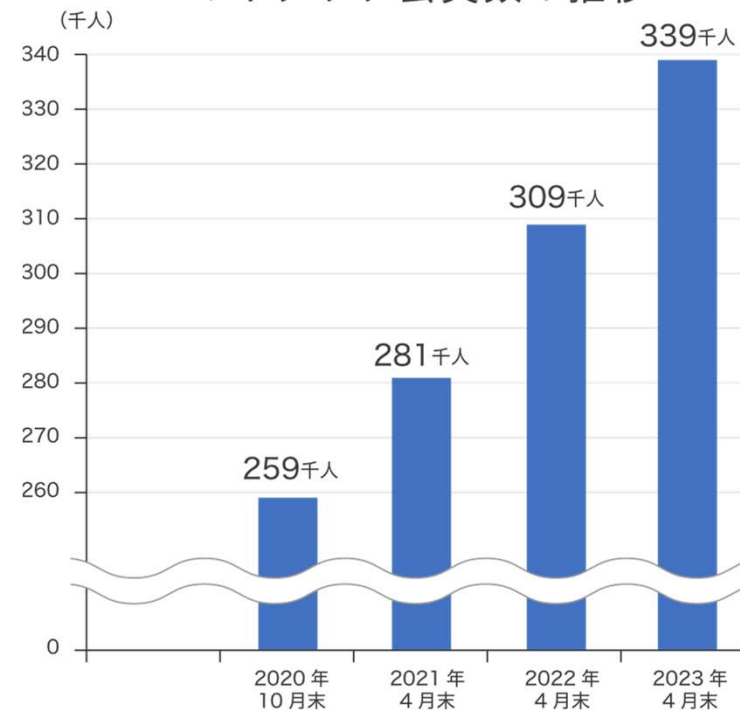


- ・ BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかるモデルである。
(契約→見本作製→見本展開→予約→撮影→納品)
- ・ 契約件数、稼働件数とも順調に増加。

自社営業による開拓、オンラインセミナーや動画配信などにより、着実な契約増を目指す。

B to C

マイブック会員数の推移



昨年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）。

コロナ禍による厳しい環境下ではあるが、知恵を絞ったキャンペーンやプロモーションの効率的な実施により、会員増を図る。

市場創造の実現

ガラス製プレート

空中結像で次世代デジタルサイ
ネージ市場を創造



美しい結像、大きな結像という当社
プレートの強みを最大限に活かして
着実に成長する

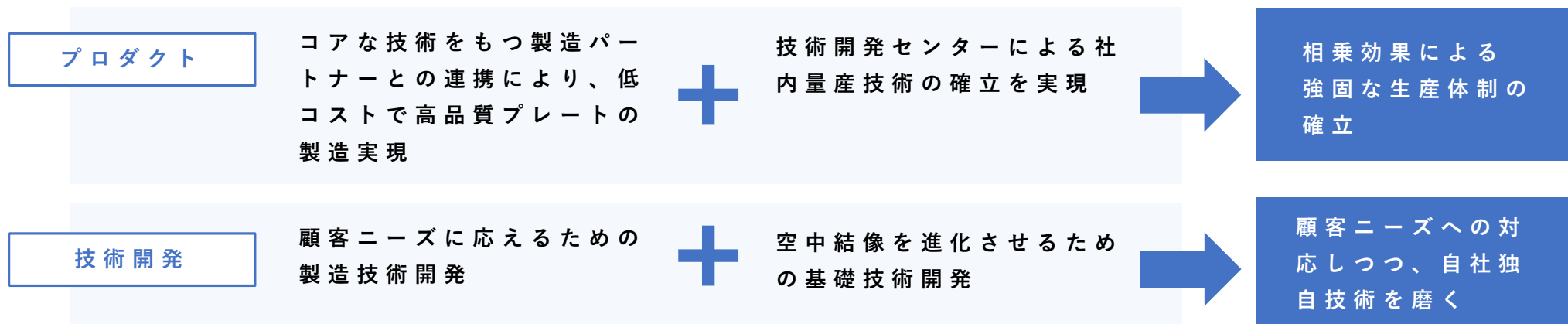
樹脂製とガラス製プレート

非接触空中操作でタッチレスタッ
チ市場を創造



様々な操作を空中操作に置き換え、
製品組込により大きなマーケットの
取込を目指す

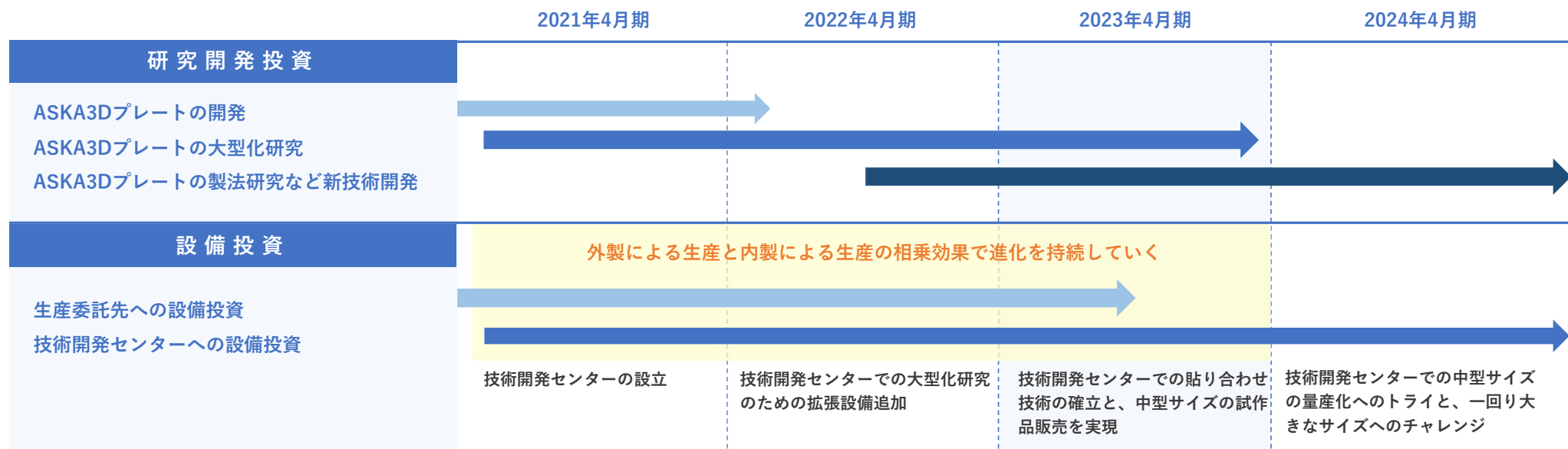
プロダクトと技術開発



成長のための施策	2023年4月期の取組状況
 <p>外製パートナーとの製造強化</p>	<p>ガラス製では工程改善により、大型サイズの安定生産を実現。1050mm角を正式に製品ラインナップとした。樹脂製も大型サイズの生産が可能に。</p>
 <p>自社技術開発センターでの製造開発</p>	<p>中型サイズまでの貼り合わせ技術が進展し、試作品の販売を実現した。</p>
 <p>基礎技術・製法技術研究</p>	<p>耐熱性の高い素材での施策の実施、コストダウンが可能な新製法の研究。 (いずれも2024年4月期は開発段階へ移行予定)</p>

投資戦略



新技術の開発や特許の取得に関わる研究開発投資と、よりよいプレート生産のための設備投資からなる。



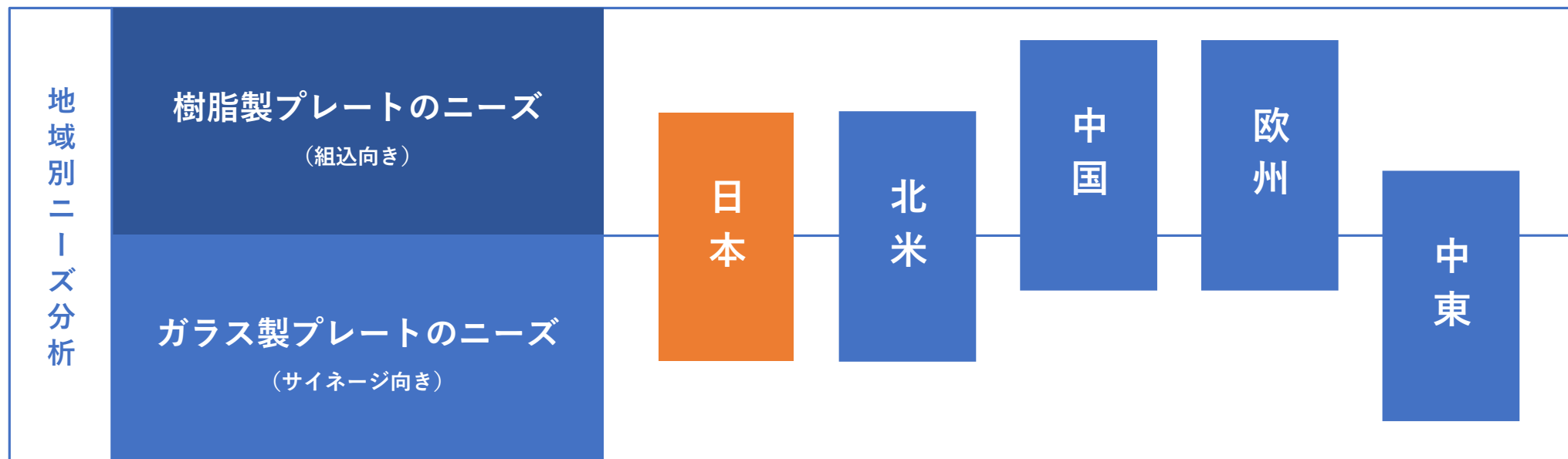
2023年4月期の 主な投資実績内容	研究開発投資	技術開発センター年間費用 133百万（計画約170百万円に比べ人件費等の抑制や効率的運用、開発テーマの絞り込みによる） / ASKA3Dプレート大型化研究、新技術開発 20百万（ほぼ計画通り） / その他（特許取得など） 57百万（ほぼ計画通り）
	設備投資	生産設備など 55百万（ほぼ計画通り）

2024年4月期の 主な投資計画内容	研究開発投資	技術開発センター年間費用 約146百万 / ASKA3Dプレート新技術開発 約25百万 / その他（特許関連費用など） 約50百万
	設備投資	生産設備など 約30百万

営業戦略

成長のための施策	2023年4月期の取組状況
 営業力の強化	海外代理店との連携強化するが、営業強化には課題を残した。今後は専任の担当をつけ、フォロー体制をさらに強化する。
 導入事例の拡散	ニュースサイトの掲載、メールマガジンの配信を実施。
 市場調査からニーズに合った営業	採用実績を活かした説得力のある提案を実施した。業界ごとにアプローチ手法を変更。展示会やセミナーでの直接アプローチを強化する。
 UX視点強化（モノからコト売りへ）	導入例集をリニューアルし、空中操作の顧客体験の楽しさ・面白さ・新しさをアピールした提案の実行。3Dプリンタ導入などにより、試作のスピードアップを図る。

各地域のニーズに応じて代理店と協働

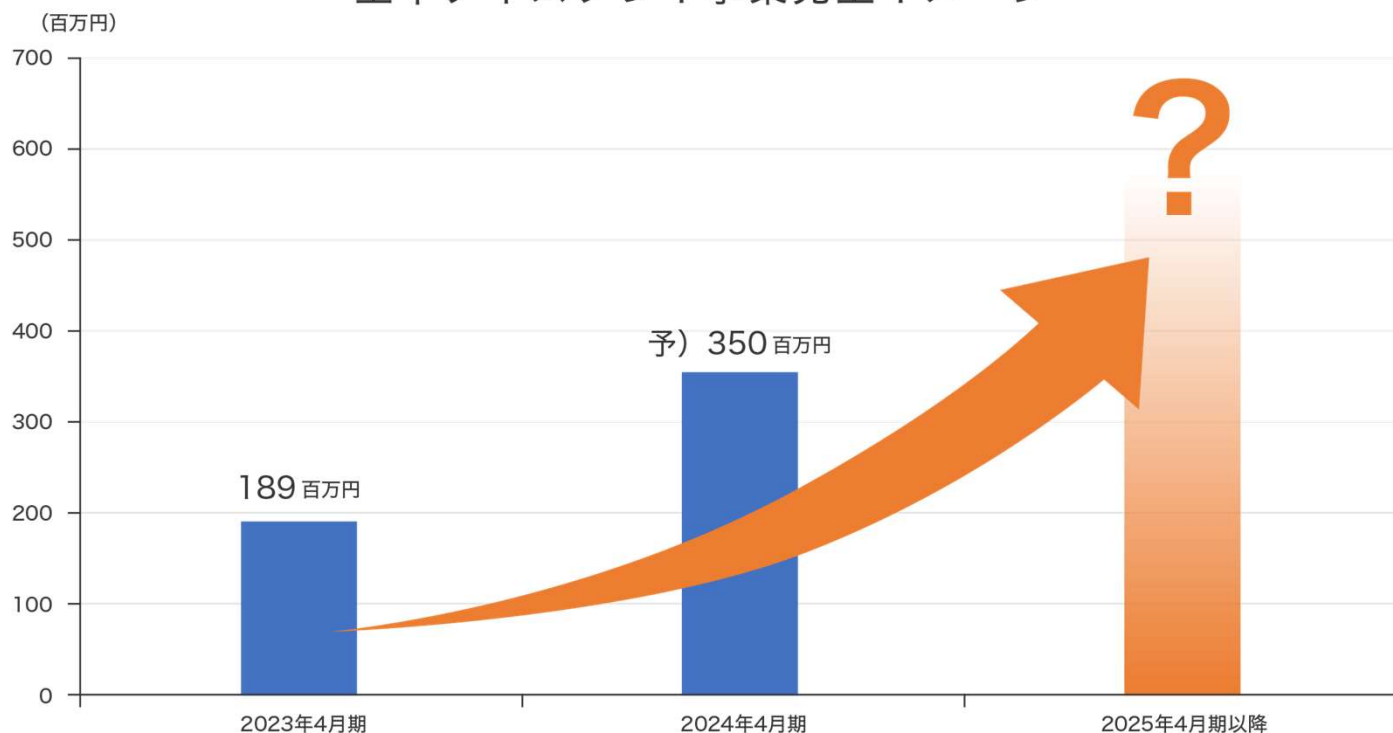


- 国内** → 自社営業+代理店及び当社プレートを活用した製品を有するパートナーと協力していく。
- 海外** → 代理店中心に当社がサポート。代理店の拡大も図る。
- 認知度向上** → ASKA3Dプレートによる美しい空中結像を実感いただくには、広告では厳しく、展示会の出展が有効。

2024年4月期は、コロナ禍からの回復に伴い、海外2か所、国内2か所の展示会出展を計画している。
その他、海外代理店ごとに担当者を配し、サポート体制を強化する。

市場創造モデルのため、売上成長率そのものがKPIとなる。

空中ディスプレイ事業売上イメージ



2023年4月期は350百万円の計画をしていたが、海外を中心に営業活動制限が想定以上に長期化してしまい、多くの案件がクローリングできず、後ろ倒しになってしまった。また、計画していた中東での大型サイネージ案件が設置環境の問題等から受注できず、結果として大幅な未達となってしまった。2024年4月期はアフターコロナでのサイネージ市場の活性化によるガラス製プレートの売上増、海外を中心とした組込案件の実現による樹脂製プレートの売上増を目論んでいる。

6. リスク情報

Risk Information



認識するリスクと対応策

	認識するリスク	顕在化の可能性/時期	影響度	対応策
フューネラル事業	葬儀施行価格の低下傾向・・・コロナ禍の影響もあり、葬儀の小型が進んでいる。	中/中期	中	葬儀演出関連の新サービスの提案や、「tsunagoo」などのITサービスの拡大により、顧客単価を上昇させていく。
空中ディスプレイ事業	今までにない事業がゆえに、販売・製造が想定どおりに進まない可能性がある。また、現在有している空中結像に関する技術的優位性が将来的に保てない可能性がある。	中/中期	大	空中結像技術のパイオニアとして、採用実績を積み重ねることによって先行していく。技術に関しては、様々な特許取得により技術的優位性を確保する。
フォトブック事業	オンデマンド印刷機の技術向上によって、当社の写真印刷品質の優位性が損なわれる可能性がある。また、OEM供給についてはNTTドコモ社への販売比率が高い状況にある。	小/中期	大	写真印刷品質の優位性だけでなく、製品開発やユーザーサポート、顧客ごとのカスタマイズ製品の提供や納期短縮など、自社工場を持つ強みを活かしていく。また、OEMについても、現取引先との良好な関係を維持しつつ、新たな提供先の開拓も進めていく。
ベンチャー投資	持続的な成長を行うためにベンチャー企業への投資を行っているが、想定通りの成長や相乗効果が得られない可能性がある。	中/中期	中	ベンチャー企業への投資にはリスクはつきものであるが、1社への投資金額に上限を設け、リスク分散することにより、財務的な影響を制限している。
アフターコロナの対応	新型コロナウイルス感染症の影響は軽減傾向にあるが、個人の働き方や生活様式、行動様式に影響を与えており、この変化への対応が十分にできない可能性がある。	中/中期	中	この変化をチャンスと捉え、空中ディスプレイ事業では空中結像による非接触操作への注目を活かし、その事業化に努めるとともに、冠婚葬祭業界や写真業界においても、変化を的確に捉えたサービスを提供する。

※上記は主要なリスクであり、その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

7.業績ハイライト

Performance Highlights



全体のポイント

2023年4月期決算について

- 売上については、フューネラル事業は全国的な葬儀件数の増加を主要因として、フォトブック事業はブライダル件数の戻りを主要因として、いずれも好調に推移した。
- 利益については、フューネラル事業において売上が好調だったこと、フォトブック事業では売上が好調だったことに加え、稼働率が回復したことにより、前年実績および修正前予想を上回ることができた。ただし、フューネラル事業において2023年3月以降葬儀件数が落ち着いたこと、フォトブック事業において2023年4月の売上が修正予想に比べ一時的に振るわなかったこと、人件費や経費が計画以上に増加したことなどにより修正後予想の利益を達成することはできなかった。
- 配当については、当初の予想から1.00円増配し、1株当たり配当金9.00円として株主総会に上程することとした。

2024年4月期計画について

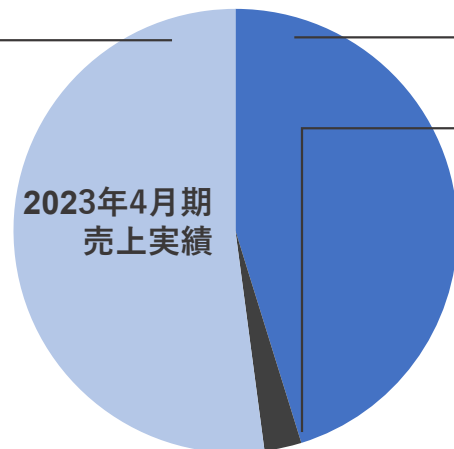
- フォトブック事業は、BtoBや自社BtoCは堅調な増加を想定しているものの、OEMは厳しい環境が継続するものと想定している。
- フューネラル事業は2年間続いた全国的な葬儀件数の増加が落ち着くものと想定し、セグメント利益の減少を見込んでいる。
- 空中ディスプレイ事業は、特に海外における営業活動の正常化とともに、案件獲得による売上の拡大を計画している。
- ベースアップや人員確保による人件費の増加、材料費・仕入コストの増加、水道光熱費などの増加を織り込んでいる。
- 全体としては、増収減益を計画し、配当予想は1株当たり7.00円としている。

決算概要

安定成長型ビジネスモデル
フォトブック事業

52.1%

「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5,500社の写真館などB to B向けやコンシューマーに年間約196万冊（OEMブック含み、写真プリント除く）を提供



市場創造ビジネス
空中ディスプレイ事業

2.7%

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。

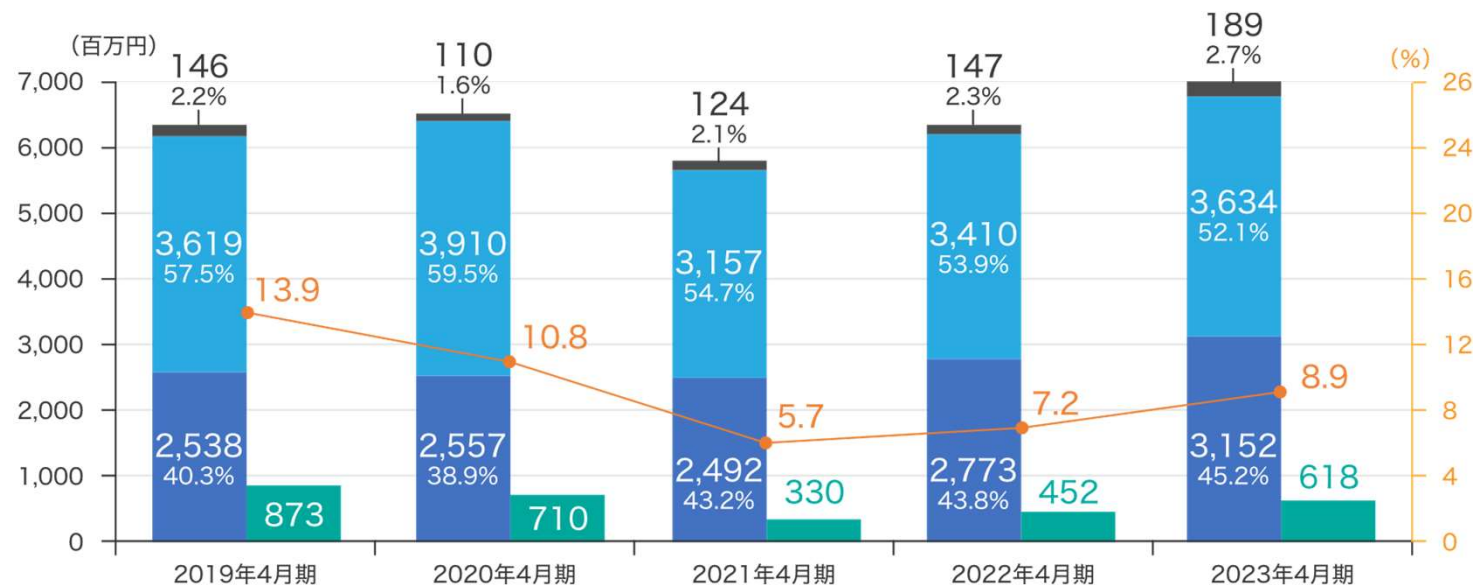
ニッチストック型ビジネスモデル
フューネラル事業

45.2%

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2,820ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約44万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

- 空中ディスプレイ事業
- フォトブック事業
- フューネラル事業
- 経常利益



損益状況

単位：百万円

	2022年4月期		2023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	6,331	100.0	6,976	100.0	6,890	100.0	+86	+644	+10.2
(フューネラル事業)	2,773	43.8	3,152	45.2	2,910	42.2	+242	+378	+13.7
(フォトブック事業)	3,410	53.9	3,640	52.2	3,630	52.7	+10	+230	+6.8
(空中ディスプレイ事業)	148	2.3	189	2.7	350	5.1	△161	+41	+27.8
(セグメント間売上)	△0	-	△6	△0.1	-	-	-	△5	-
売上原価	3,315	52.4	3,700	53.0	-	-	-	+384	+11.6
売上総利益	3,015	47.6	3,275	47.0	-	-	-	+260	+8.6
販売費及び一般管理費	2,575	40.7	2,690	38.6	-	-	-	+115	+4.5
営業利益	439	6.9	585	8.4	450	6.5	+135	+145	+33.0
経常利益	452	7.2	618	8.9	490	7.1	+128	+165	+36.5
当期純利益	332	5.3	482	6.9	348	5.1	+134	+149	+45.0

- 売上高は、3事業とも前期を上回った。修正前計画比では、空中ディスプレイ事業が計画を下回ってしまった一方、フューネラル事業が好調だった。
- 営業利益、経常利益は、フューネラル事業、フォトブック事業とも順調に推移し、前期、修正前計画とも上回ることができた。
- 賃上げ促進税制税額控除等が想定より多く見込め、当期純利益の増加幅が大きくなった。

セグメントの損益状況

単位：百万円

	2022年4月期		2023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	2,773	713	3,152	+ 378	751	+ 38
フォトブック事業	3,410	644	3,640	+ 230	772	+ 128
空中ディスプレイ事業	148	△352	189	+ 41	△300	△51

- 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。一方、サプライ品の粗利率は低下した。
- フォトブック事業は、BtoCは、依然として新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けているが、BtoBは、ウェディングを中心に売上が回復し、原価面では材料費の値上げがあったものの、稼働率の上昇や生産効率の改善に伴い粗利も増加した。
- 空中ディスプレイ事業は、歩留まりの改善により粗利率が上昇するとともに、研究開発費をコントロールし、セグメント損失は改善した。

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）

	2023年4月期	2024年4月期	前年比
売上高	6,976	7,330	+ 5.1%
フューネラル事業	3,152	3,240	+ 2.8%
フォトブック事業	3,634	3,740	+ 2.9%
空中ディスプレイ事業（内部売上消去後）	189	350	+ 84.9%
営業利益	585	495	△ 15.4%
経常利益	618	505	△ 18.3%
当期純利益	482	354	△ 26.7%
1株当たり当期純利益（円）	28.94	21.28	△ 26.5%
1株当たり年間配当（円）	9.00	7.00	△2.00円



本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2024年7月を予定しております。