



## 事業計画及び 成長可能性に関する事項

2024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）	連結440名、単体435名（2024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。
グループ会社	株式会社BET（100%子会社）



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

2023年

株式会社BETの全株式を取得し、子会社化

# 経営陣紹介

※2024年4月末現在



※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。フェ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。叡政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

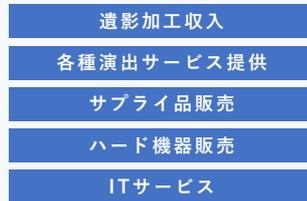
Business Model



# 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2,980ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約47万枚の写真画像を提供。



売上高  
**3,281**百万円  
利益  
**752**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5,800社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約160万冊（OEMブックを含み、写真プリントは除く）を提供。新しい取組として、子会社である株式会社BETにて、バーチャルライバー事務所を運営。



売上高  
**3,617**百万円  
利益  
**677**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  
**145**百万円  
利益  
△**316**百万円

# アスカネットの収益構造

2024年4月期（連結）実績（単位：百万円）

フューネラル 事業売上高	役務収益（画像処理収入など）	2,167
	製品売上高（写真集売上など）	13
	商品売上高（ハード機器・サブ ライ品など）	1,100
	事業売上計	3,281
フォトブック 事業売上高	製品売上高（BtoB向け）	2,352
	製品売上高（BtoC向け）	1,051
	その他（送料など）	207
	事業売上計	3,611
空中ディスプレ イ事業売上 高	製品売上高（ASKA3D）	145
	事業売上計	145
売上高合計		7,038
売上原価計		3,824
売上総利益		3,214

販売費及び一 般管理費	広告宣伝費・販売手数料等	189
	人件費	1,132
	減価償却費・支払家賃	218
	発送配達費	265
	研究開発費	228
	その他	732
販売費及び一 般管理費計		2,766
営業利益		447

（注）売上高は、内部売上消去後の金額を記載しております。

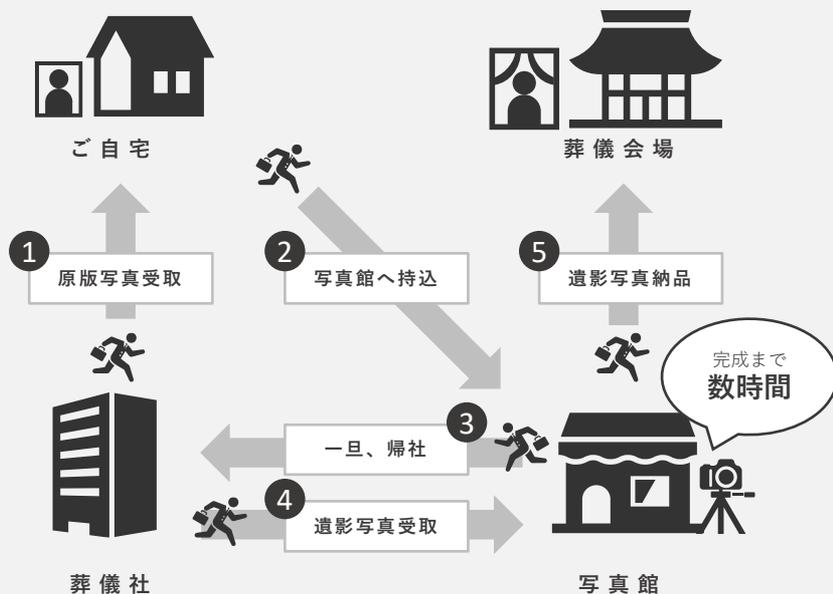
# フューネラル事業は、業界トップシェア。 年間47万枚の遺影加工をしています。



# 遺影写真加工ビジネスの変遷

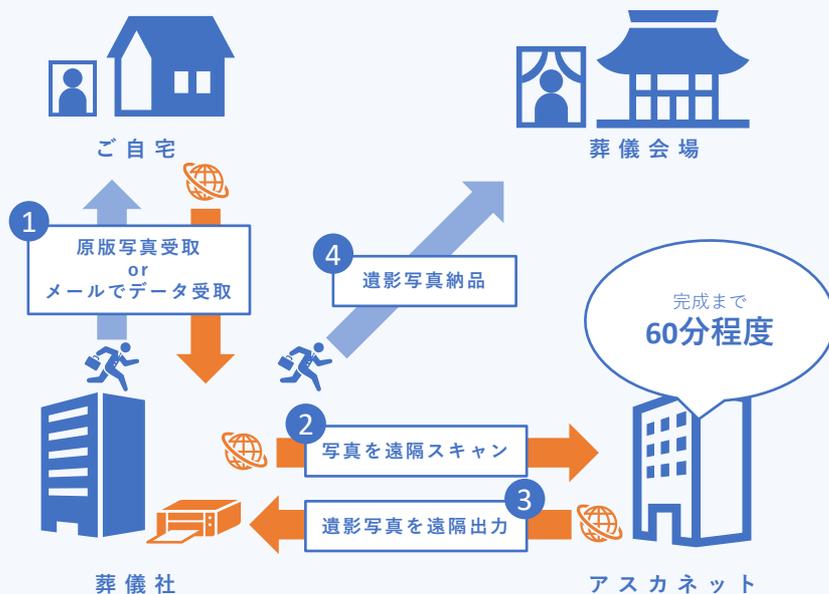
## 従来の遺影写真の流れ

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。



## 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。



## 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。



## 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)



## ハード機器販売

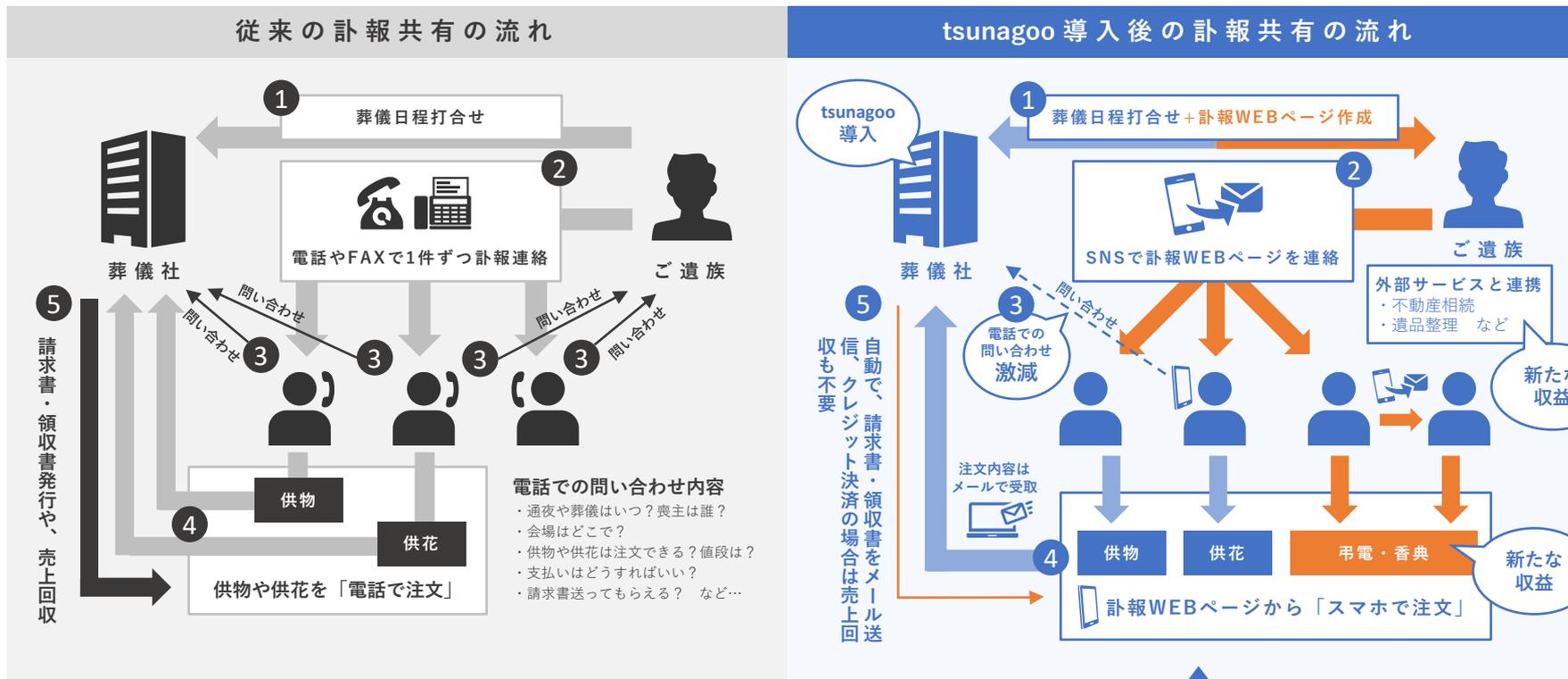
遺影写真通信出力システムや、デジタルサイネージ、遺影モニターなどを取り扱っています。



## SoSign (葬サイン)

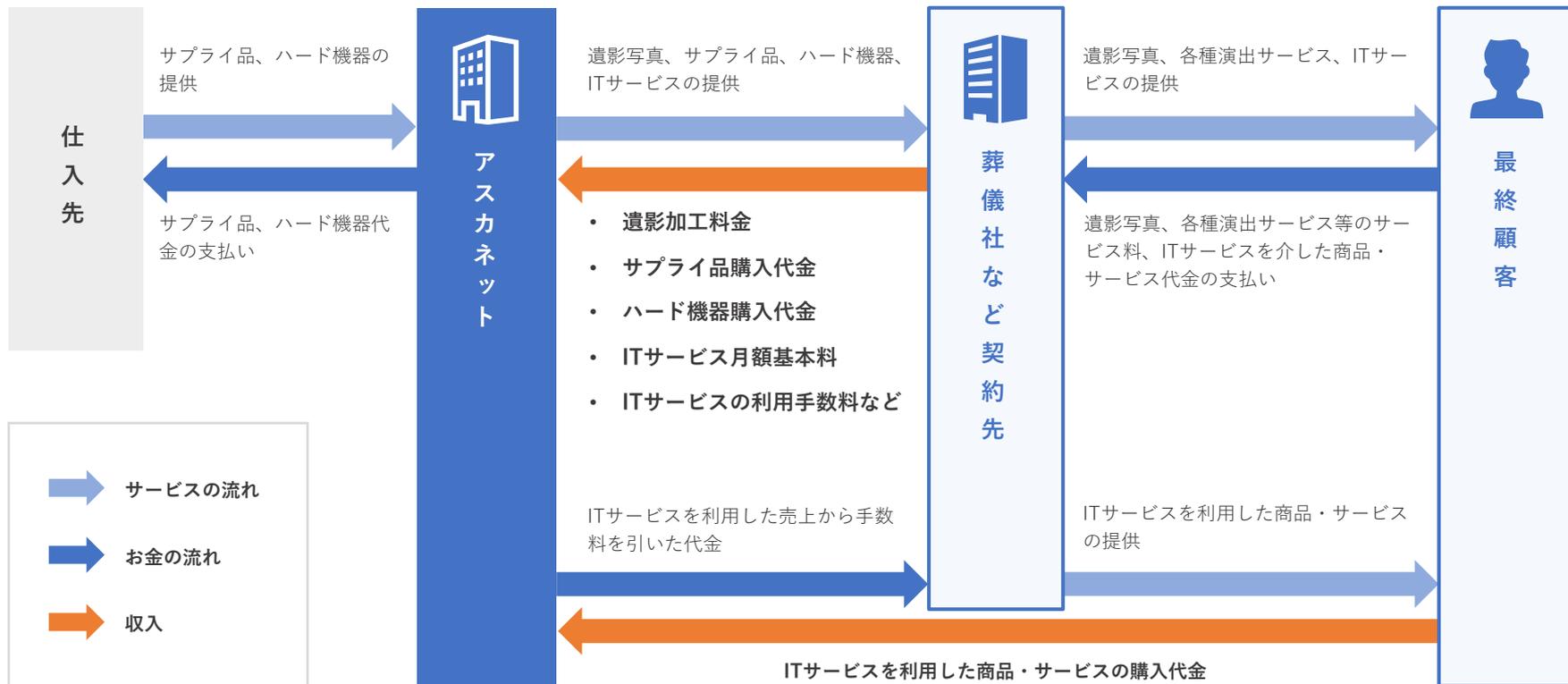
従来の筆耕ソフトとは違うクラウド型印刷物作成ツールです。

# 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

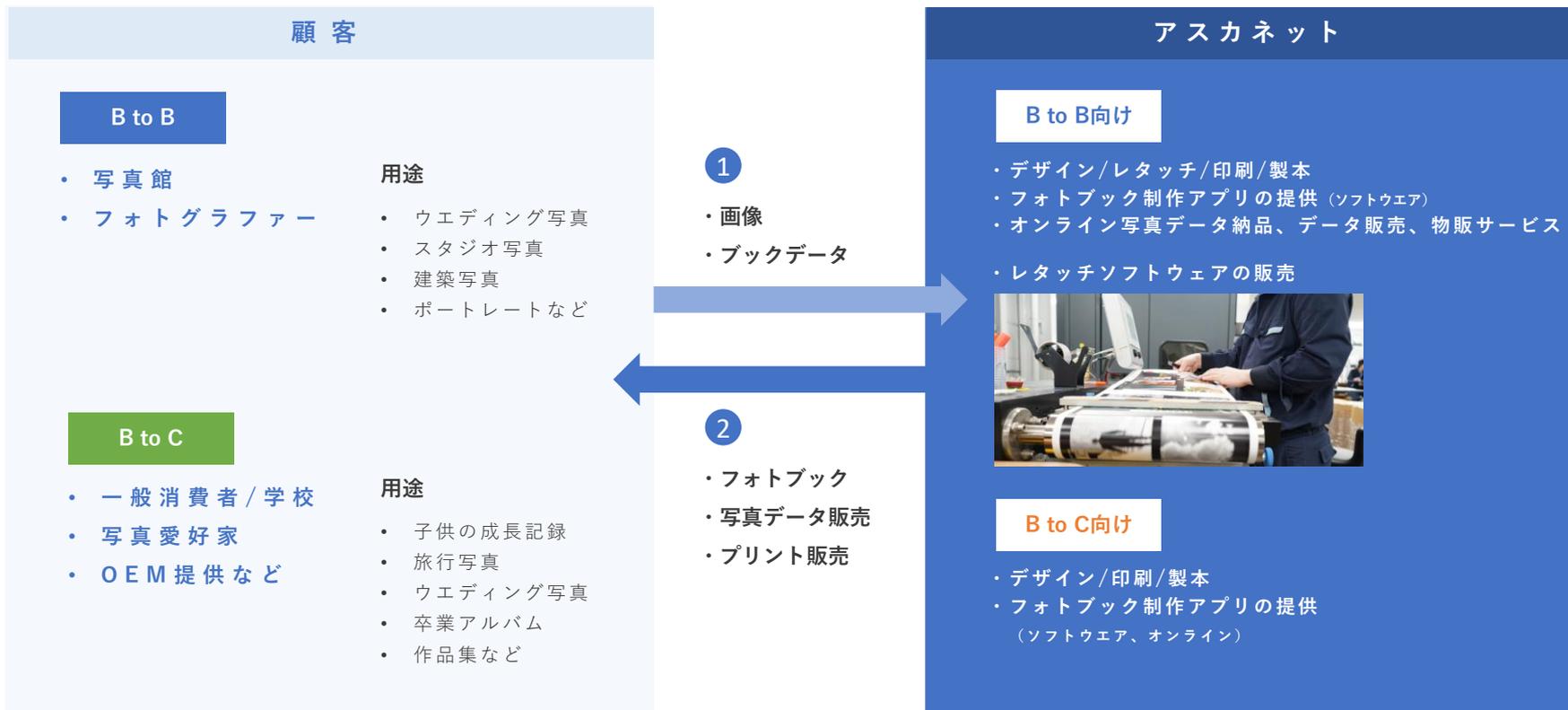


<p>メリット</p>	<p>ご遺族 / 訃報連絡などの負担軽減</p>	<p>参列者 / 供物や弔電手配が簡単に</p>	<p>葬儀社 / 業務効率化と新たな収益機会の獲得</p>
-------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------

# 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



B to B

## ASUKABOOK (国内・海外)

1冊からの写真集を、高クオリティ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。



B to B

## 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。



B to B

## 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。



B to C

## 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。



B to C

## Photo Growth

「Photo Growth」は0~1歳半ぐらいまでの赤ちゃんのお気に入り写真をお客様ご自身でほぼ等身大のフォトボードにして楽しめます。



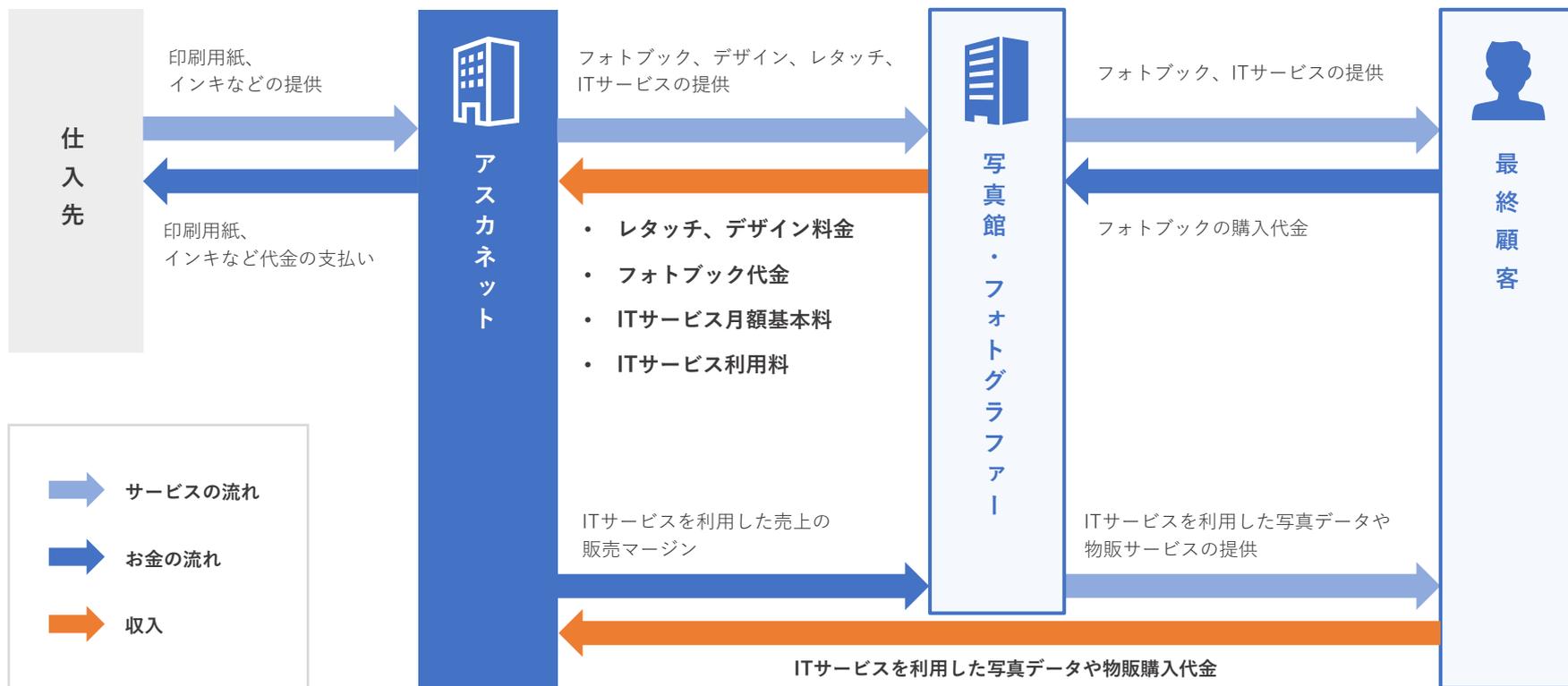
B to C

## 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おります。

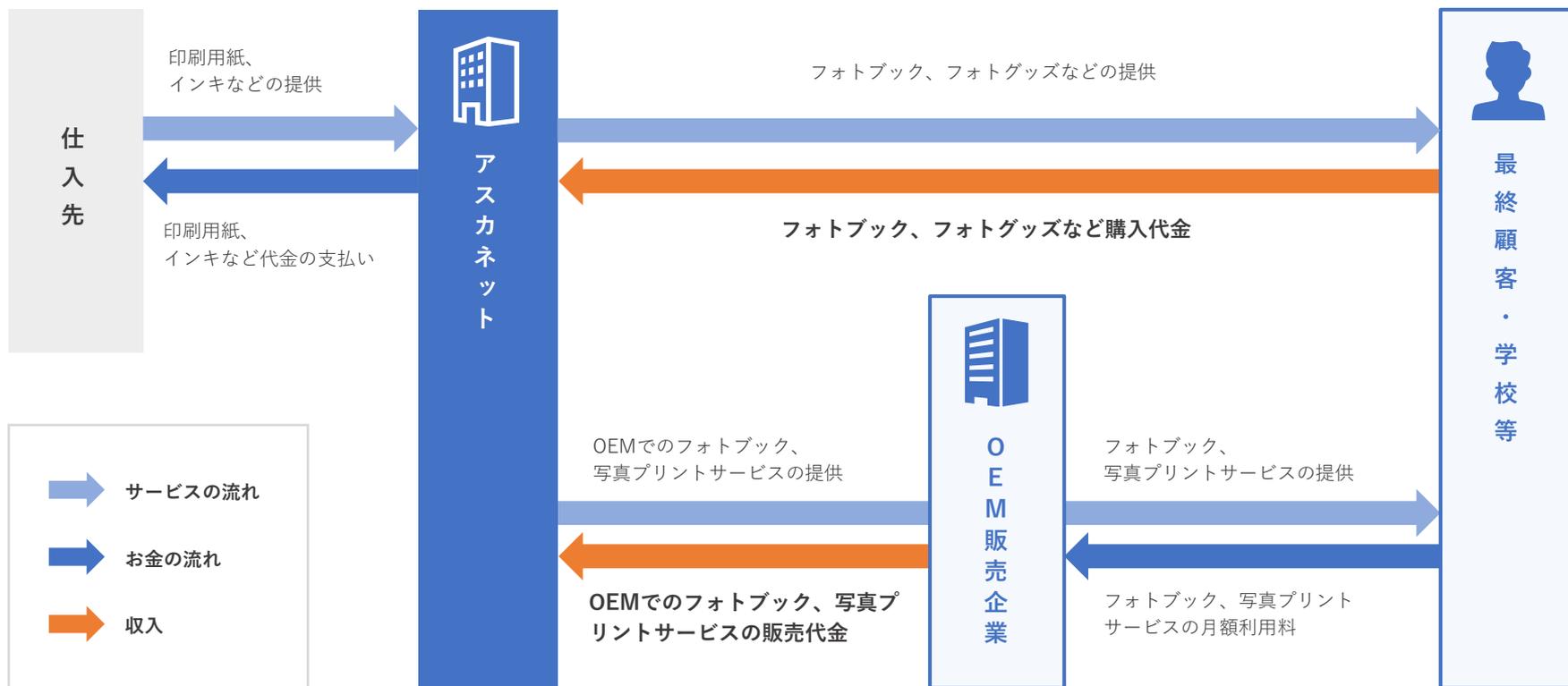
# フォトブック事業の収益構造 (B to B)

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

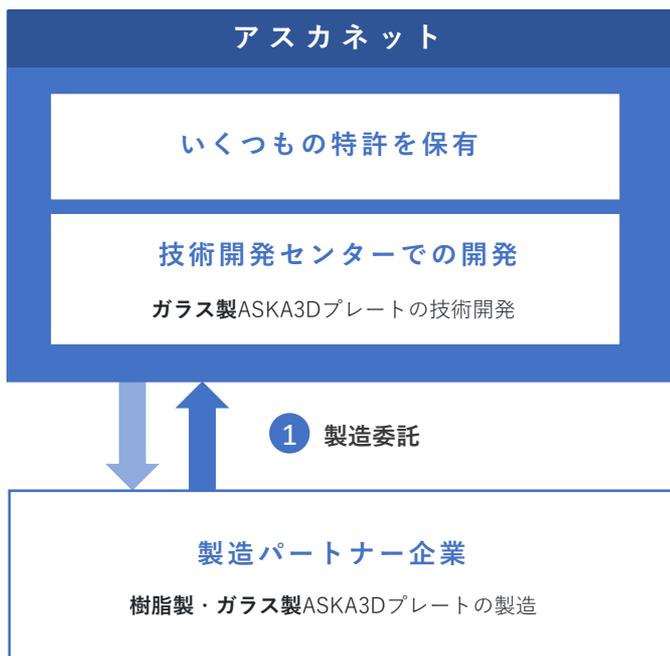


※その他、子会社である株式会社BETでは、所属するバーチャルライバーによるライブ配信、関連するイベントの企画やグッズの販売を行っております。

# 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



# 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。

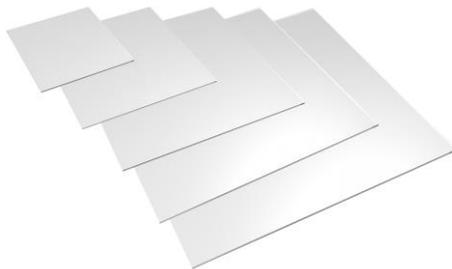


**ASKA3D-200NT** (200 x 200 x 6.3 mm)

**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)

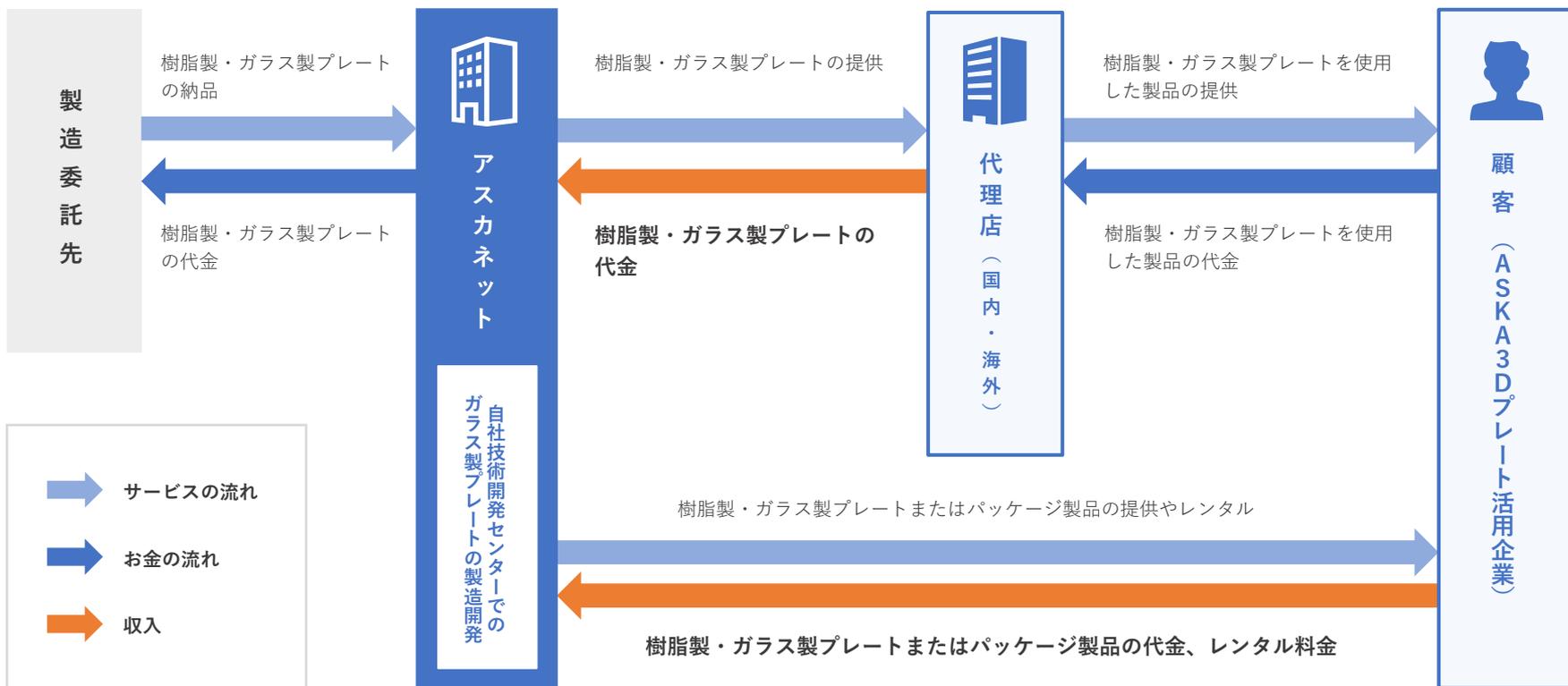
**ASKA3D-1050** (1,050 x 1,050 x 9.0 mm)

## 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

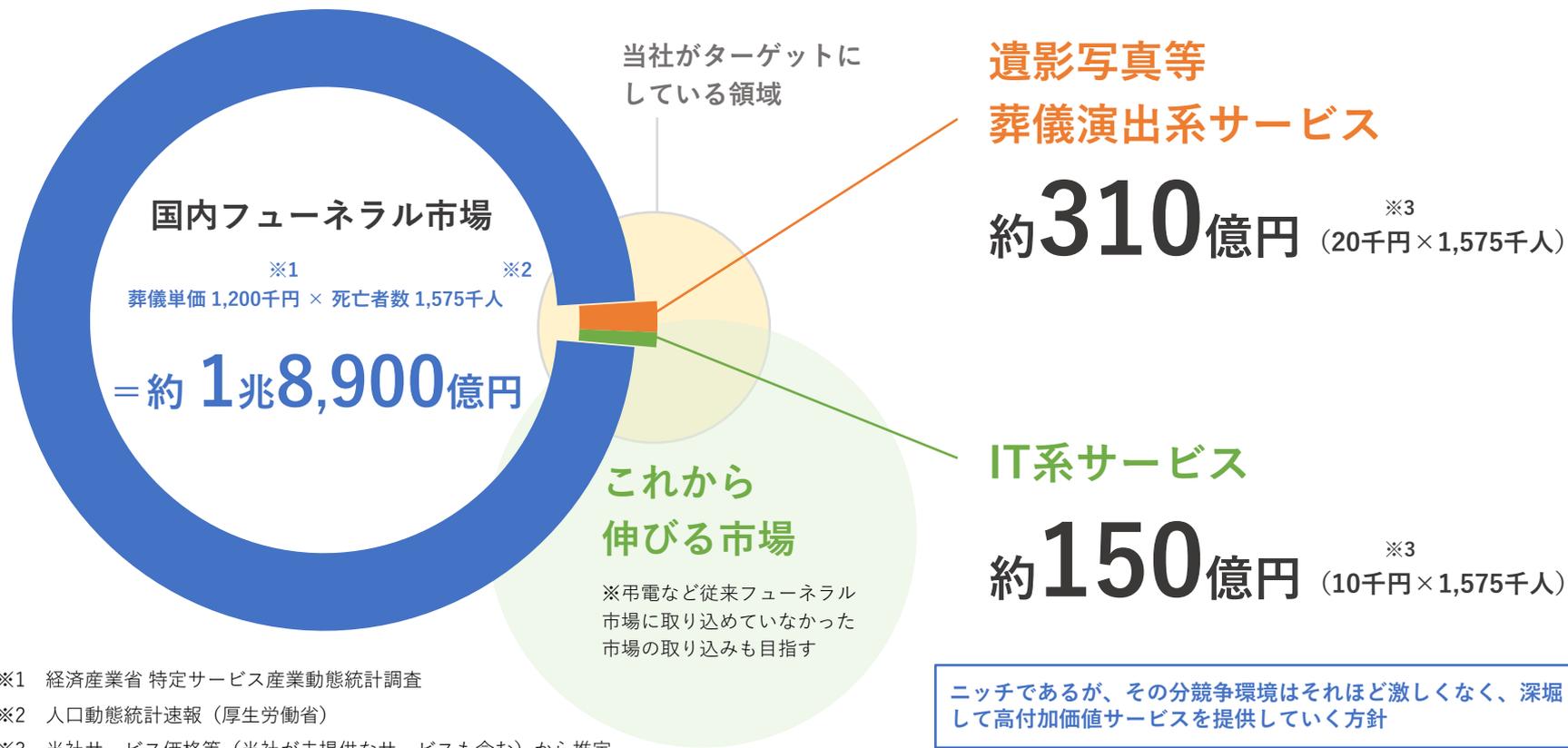


# 3.市場環境

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。

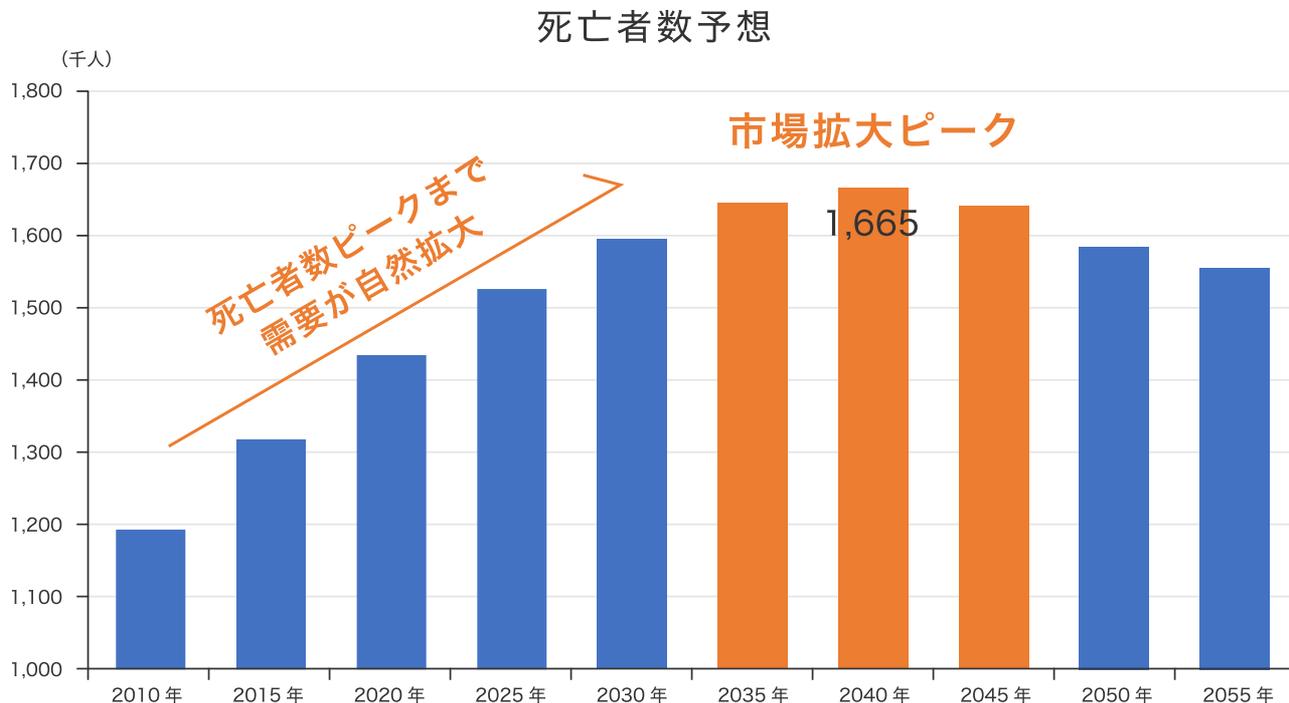


※1 経済産業省 特定サービス産業動態統計調査

※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。

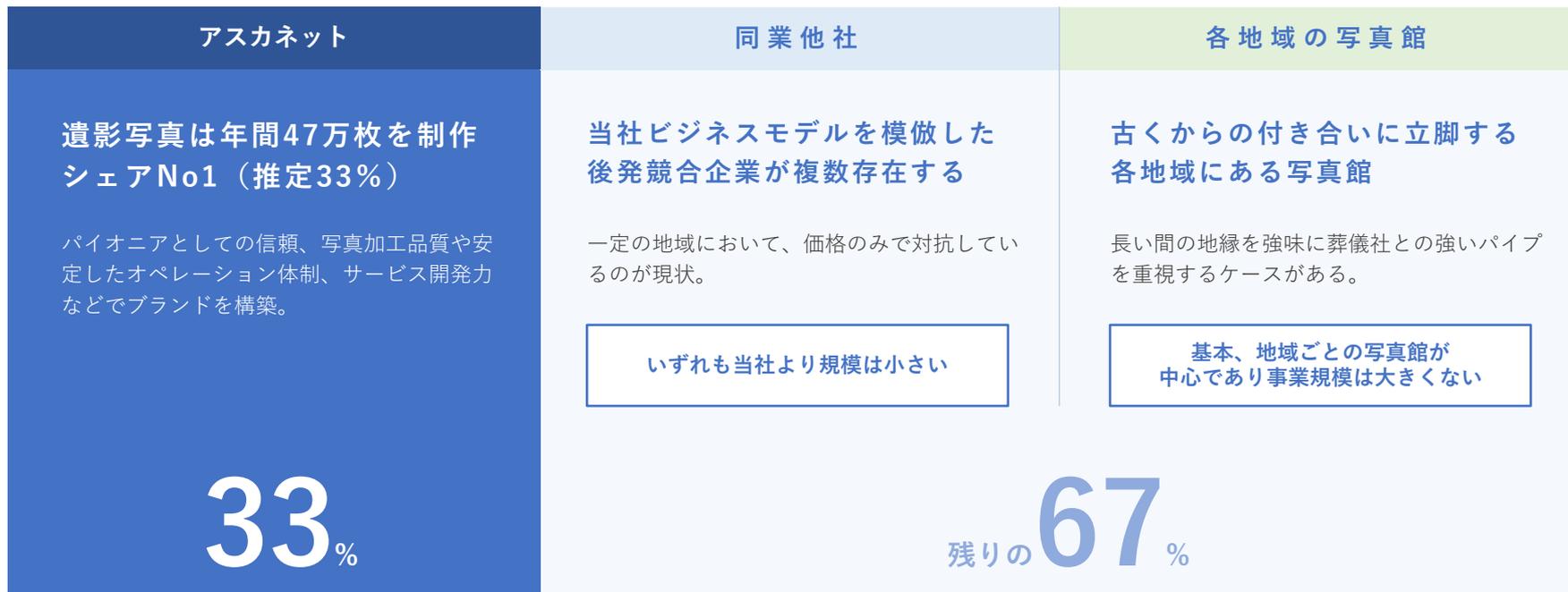


出典：2020年以前…厚生労働省「人口動態統計」

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

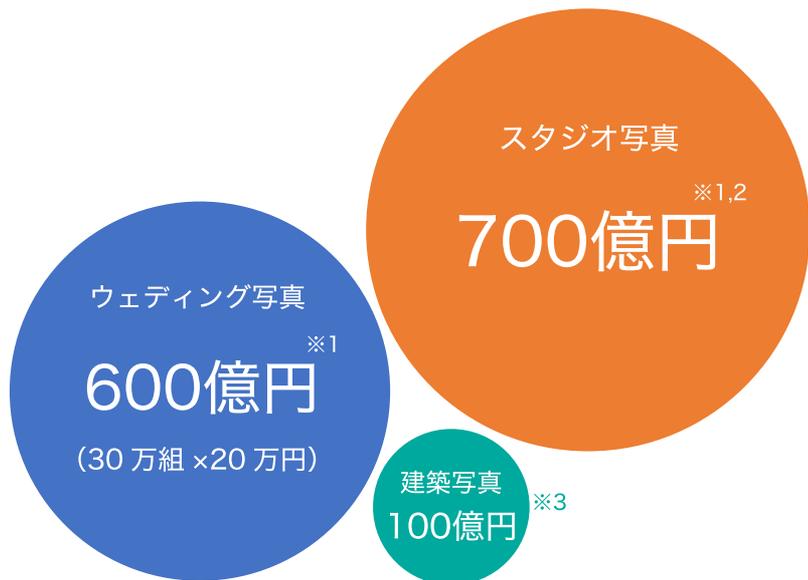
# コンピュータ画像処理とITネットワークを利用した新しいビジネスモデルで当社が参入してトップシェアに。



# フォトブック事業の市場規模

B to B

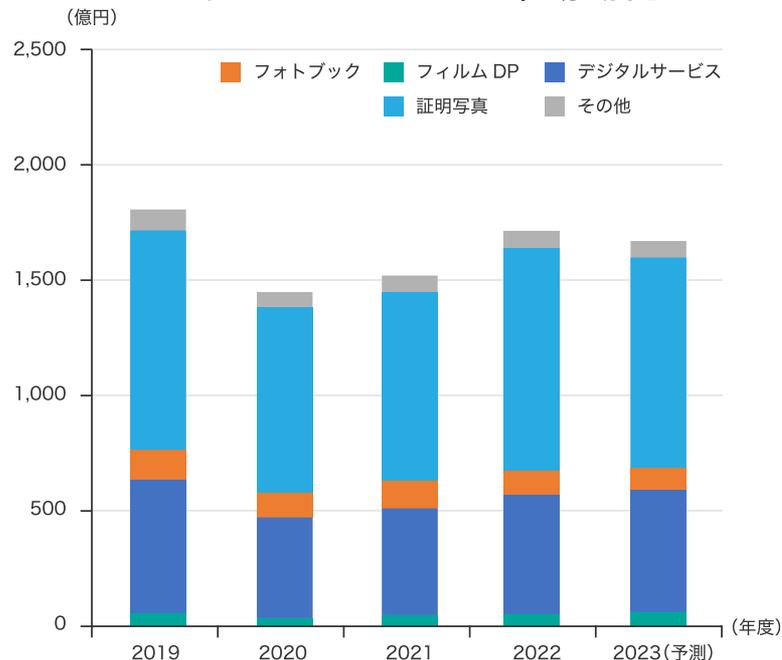
## 主要な業種別市場規模



- ※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



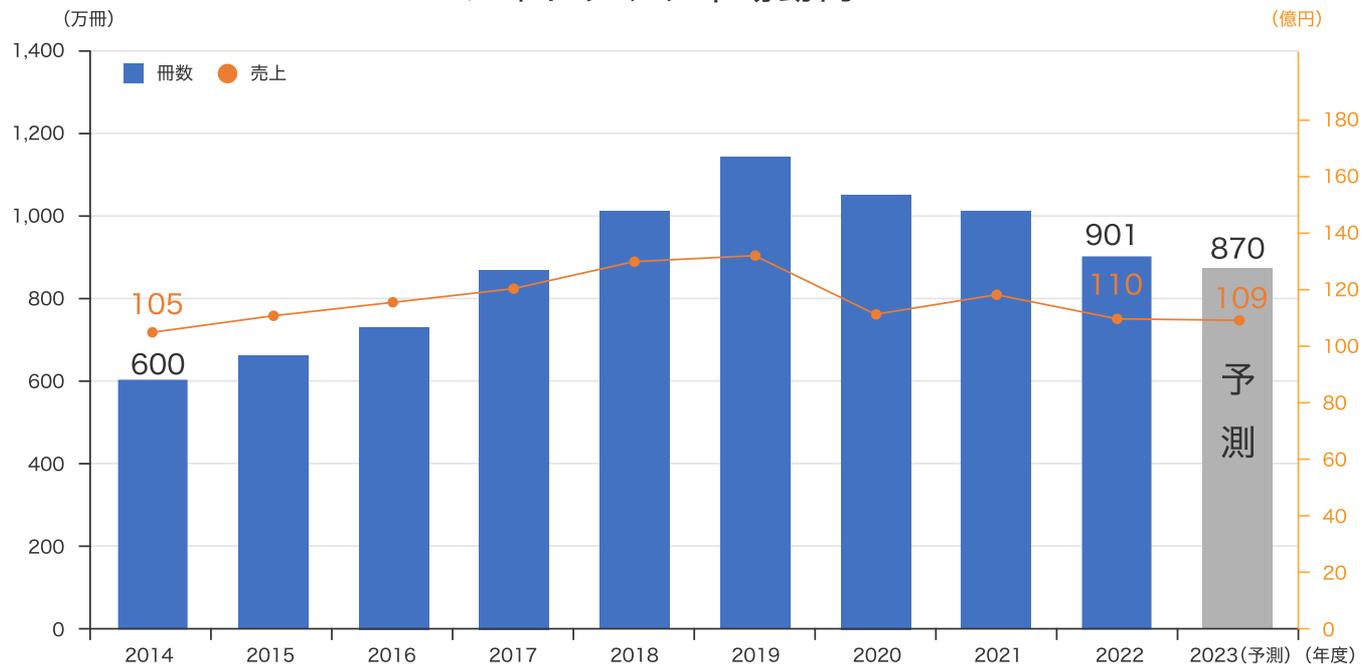
コロナの影響を受け、2020年に落ち込んだが、その後は回復基調も、海外旅行の回復遅れなどで伸び悩み。フォトイメージング市場の中で、フォトブックは一定の存在感を示す。

出典：2023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。定着しつつあるフォトブック市場だが、子育てと並んで主要な作成目的の一つである海外旅行が円安の影響も受け、回復していないことが市場の成長に影を落としている。

出典：2023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

比較的品質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

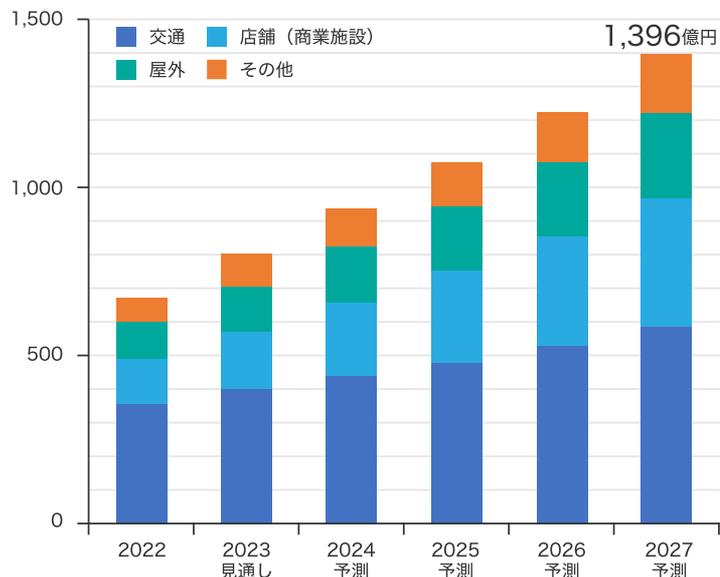
# 空中ディスプレイ事業が関連する「デジタルサイネージ広告市場」「立体ディスプレイ市場」の状況

## 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・店舗・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。

(億円)

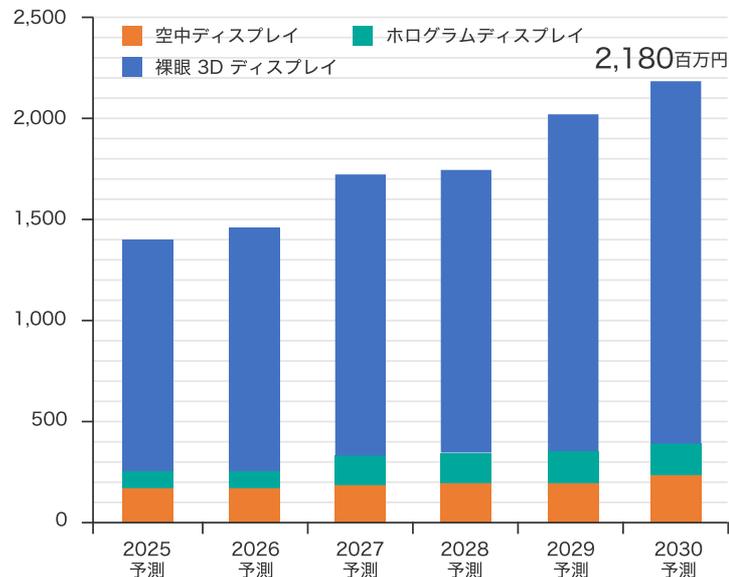


出典：株式会社CARTA HOLDINGSと株式会社デジタルインファクト共同によるデジタルサイネージ広告市場に関する調査 (2023年)

## 国内立体ディスプレイ市場

次世代のディスプレイとして注目を受けており、市場成長は見込める。当社としては空中ディスプレイ市場の確立を目論んでいる。

(百万円)



出典：国内立体ディスプレイ市場規模予測：矢野経済研究所推計

## 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	<b>2面直交リフレクター方式</b> 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	<b>再帰反射方式</b> 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	<b>コーナーリフレクタ方式</b> 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

## フェーナル事業



**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。



**xR/バーチャルビ  
ジネスなど新規事  
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M&A、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47万枚の画像処理実績

全国の会館やホール等2,980カ所以上、年間約47万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、トップランナーとしての信頼性。 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

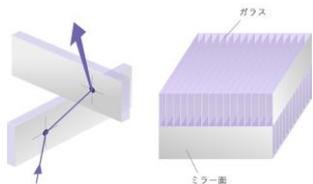


### ソフトウェア開発や サーバー運用も自社で

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過させる事で、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。特にサインエ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やM&A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。

## 2024年4月期の取組状況

- 2023年12月に、バーチャル事務所を運営する株式会社BETを完全子会社化した。
- イノベーション拠点「xLab（クロスラボ）」において、複数の企業と協業し、xR/バーチャル領域への事業展開を開始。



# 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。

→ 「Asuka Egg Game」からのビジネスアイデアを具現化すべく、マーケティングを推進中

# 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	2024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	ECサイト「葬庫」のUIを一新。弔電オプションリリース。
 AIなどの新技術を用いた画像処理ツールの継続開発	ピント復元ツールの研究開発を継続し、一定の成果を得た。
 写真・映像の新しい表現方法の研究	「オリジナル背景幕」の導入が進んだが、売上計画の達成には至らなかった。
 遺影写真シェア拡大のための営業施策	手薄だった業界団体への加入により、シェア拡大への足がかりを得た。
 ※ アスカクラウドの機能充実	インボイス対応、遺影加工注文のUIの変更などにより利用率向上へとつながった。
 tsunagooの利用拡大と機能充実	自動訃報送信機能の追加。利用拡大のため専任の営業担当を配置。

※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

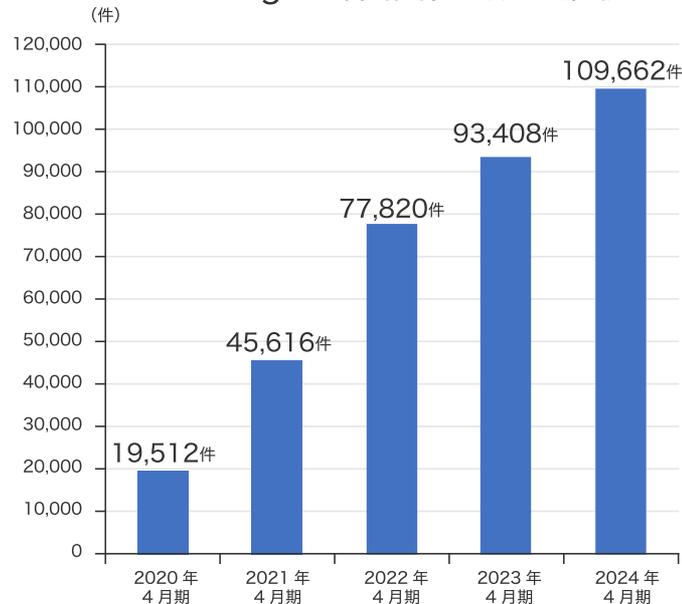
## 新規加工枚数と設置件数



※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）

2024年4月期は、前期までの全国的な葬儀施行件数の増加の反動減が見られたが、大手葬儀社を含む新規顧客獲得が順調であった。今後もこの傾向を継続したい。

## tsunagoo 訃報作成数の推移



※「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。契約先での利用率は上がっているが、新規契約数の増加が苦戦。対策として、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
- フォトブック以外の収益源の獲得

## 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
- 子会社BETの成長と、バーチャル分野でのフォトグッズの拡大

## 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かつ正確な生産体制の推進
- 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	2024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	デジタルデータ受注の仕組みを強化。継続的に新商品を投入。
 ウェディング以外の市場開拓	成人式用のテンプレートをリリース。パネル系の新商品の投入。建築ルートは安定的な売上。
 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	等身大フォトの作り方動画リリース。「フォトアワード」も継続するとともに、オンラインセミナーも充実。
 営業企画機能の立ち上げ	営業企画専任を設置。新サービスや新企画の立ち上げスピードの向上を目指す。
 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。テンプレートの充実。
 新たな価値を新市場に向けて投入	スタジオ向けレタッチソフト「FURYU retouch」取扱いに向けて準備実施

# MYBOOKブランドの向上と、バーチャル領域のサービスの拡大

～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	2024年4月期の取組状況
 出張撮影サービスの提供	順次エリアを拡大しているが、なかなか競争優位は築けていない。
 日常生活に合わせた商品展開	「飾る。見せる」をコンセプトに新商品をリリース。 等身大フォトのコンシューマ向け商品を開発。
 ライフイベントに合わせたフォトサービスの提供	e-tayoriサービスは停止。年賀状、カレンダー、卒業アルバムなど 季節商品の提案に注力。
 新たなニーズの開拓	バーチャル領域向けのフォトグッズの開発・提供。
 子会社B E Tのビジネス拡大	戦略企画部の手厚いサポートによるビジネス成長のための土台づくり。

# 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

成長のための施策	2024年4月期の取組状況
 <p>製販融合による新市場向け製品の開発</p>	子会社との協業による新規商材の開発開始。
 <p>テクノロジーによる効率化の推進</p>	OEMラインに自動化設備を導入し、省人化に効果。
 <p>安全確実な生産体制の確立</p>	発送ミスを防ぐ仕組み、設備の導入。サーバーを順次クラウドに移行。

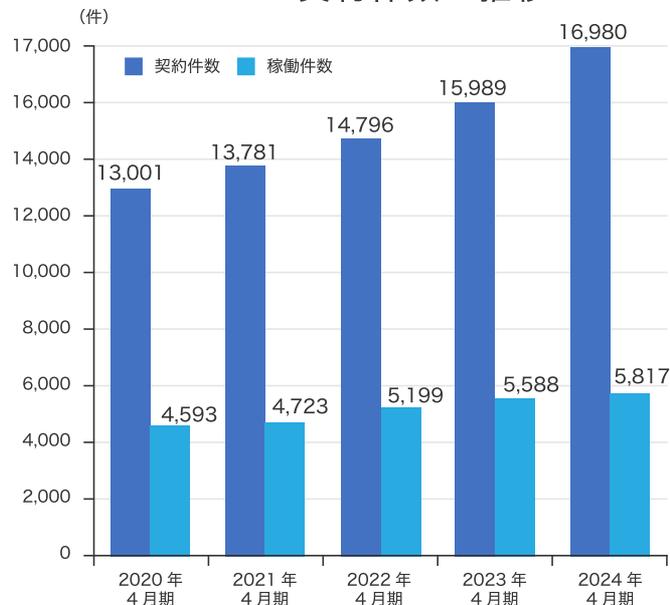
# 投資戦略

	ハードウェア投資	ソフトウェア投資
<b>投資戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フォトブック開発用ソフトウェアバージョンアップ</li> <li>AIなどを活用したツールの開発</li> <li>ライフイベントサービスなど新サービスの開発</li> </ul>
<b>2024年4月期の主な投資実績内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>印刷設備更新 … 181百万円（台数を増やしたため、計画より36百万円超過）</li> <li>生産省力化設備更新 … 17百万円（ほぼ計画通り） など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フォトブック発注用ソフトウェア機能強化など … 38百万円 （一部開発期間がずれたため計画60百万円より縮小）</li> </ul>
<b>2025年4月期の主な投資計画内容</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>製本関連設備 … 約113百万円</li> <li>出荷関連設備 … 約23百万円 など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フォトブック発注用ソフトウェア機能強化、サーバークラウド化など … 約62百万円</li> </ul>

# 重要指標の推移

## B to B

### BtoB 契約件数の推移

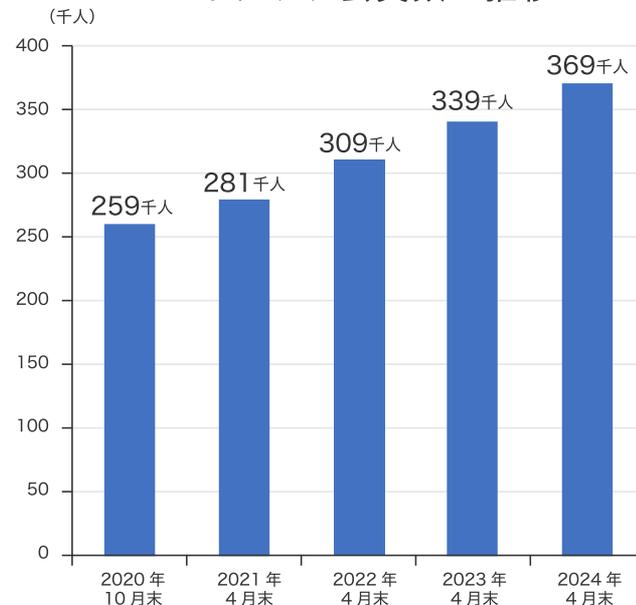


- ・ BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかるモデルである。  
(契約→見本作製→見本展開→予約→撮影→納品)
- ・ 契約件数、稼働件数とも順調に増加。

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、着実な契約増を実現。その継続を図る。

## B to C

### マイブック会員数の推移



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

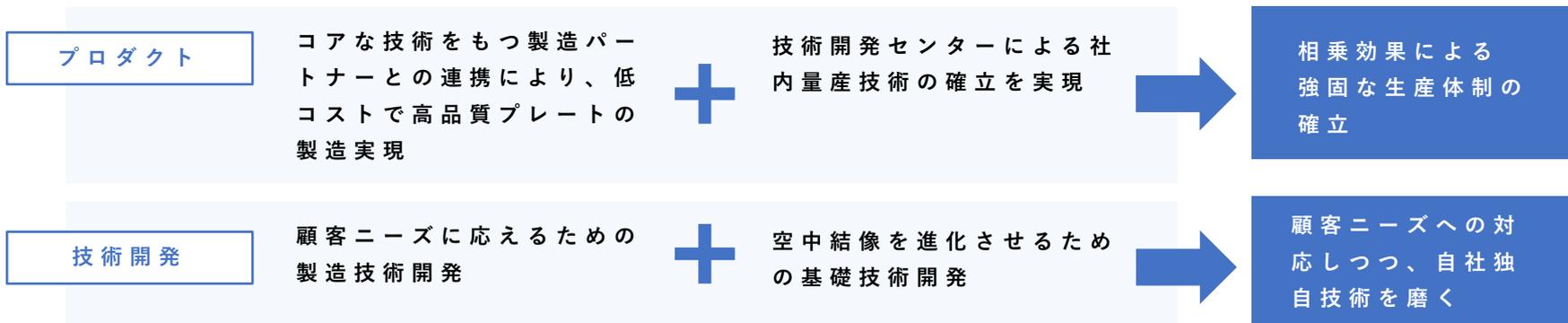
樹脂製とガラス製プレート

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

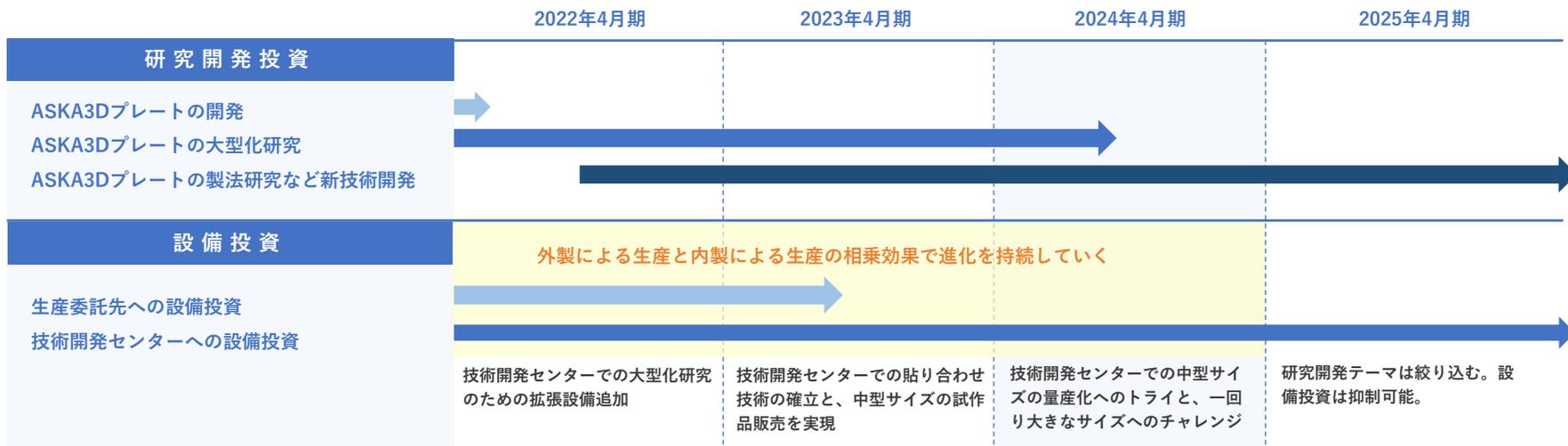
# プロダクトと技術開発



成長のための施策	2024年4月期の取組状況
 外製パートナーとの製造強化	ガラス製は一定量の在庫を確保できているため、一旦外製での生産は中断。樹脂製は、環境性能に優れたプレートの試作を進めたが、まだ外観上の課題が残った。
 自社技術開発センターでの製造開発	ベースとなる小型サイズの品質、歩留向上。中型サイズの量産技術確立へ。
 基礎技術・製法技術研究	低コスト化の可能性のある新製法での樹脂プレート試作チャレンジ。効率的な特許の提出。

# 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。



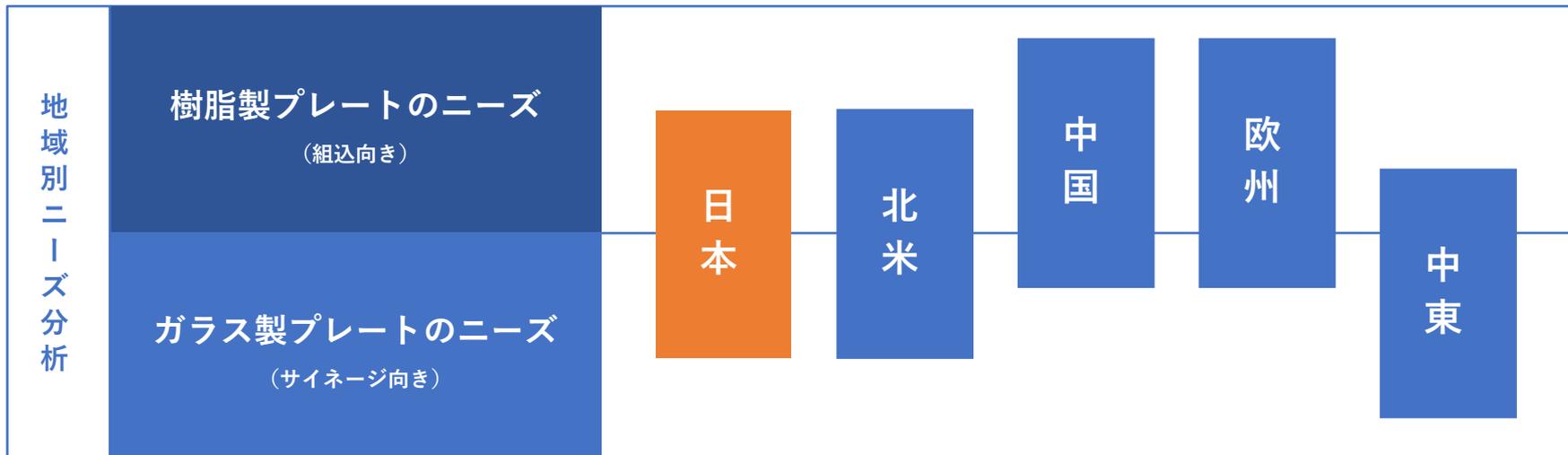
2024年4月期の 主な投資実績内容	研究開発投資	技術開発センター年間費用 128百万（計画約146百万円に比べ人件費や水道光熱費の抑制により減少） / ASKA3Dプレート新製法開発 16百万（効率的支出により抑制） / その他（特許取得など） 59百万（ほぼ計画通り）
	設備投資	生産設備など 25百万（やや抑制）

2025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140百万 / ASKA3Dプレート新技術開発 約13百万 / その他（特許関連費用など） 約37百万
	設備投資	展示用備品など 約2百万

# 営業戦略

成長のための施策	2024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を目指したが、ドバイの失速、センサー問題、EU開拓遅れなどで課題を残す結果となった。
 導入事例の拡散	WEBセミナーや提携企業とのコラボセミナーを開催。開発者インタビューやお客様インタビューの掲載、SNSの活用強化など。
 市場調査からニーズに合った営業	展示会中心のマーケティングから能動的なセールスへのシフトを模索。3Dプリンタを活用した試作提案の開始。
 UX視点強化（モノからコト売りへ）	案件ごとの体験価値を明文化した提案資料による訴求を実施。

## 各地域のニーズに応じて代理店と協働

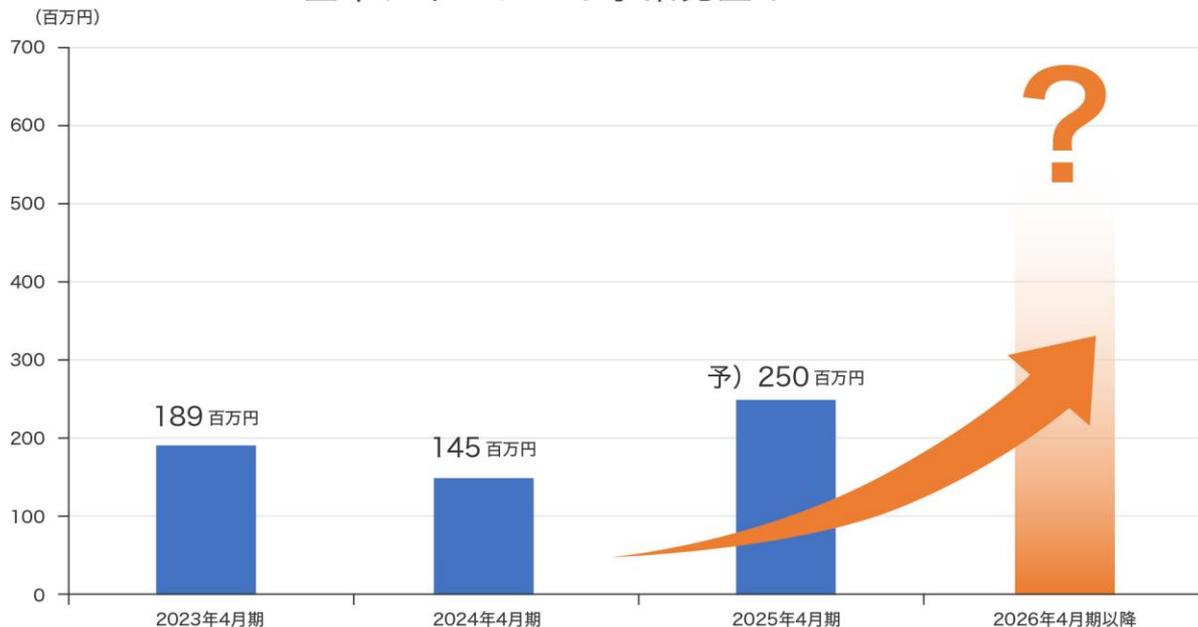


- 国内** → 自社営業+代理店及び当社プレートを活用した製品を有するパートナーと協力していく。
- 海外** → 代理店中心に当社がサポート。代理店の拡大も図る。
- 認知度向上** → ASKA3Dプレートによる美しい空中結像を実感いただくには、広告では厳しく、展示会の出展が有効。

2025年4月期は、海外1か所、国内1か所の展示会出展を計画している。  
その他、海外代理店の増強や空白エリアの販路開拓を急ぐ。

# 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



2024年4月期は、350百万円の計画をしていたが、海外を中心に多くの案件がクロージングできず、後ろ倒しになってしまった。その背景には、期待していたドバイ経済の失速や、センサーの不具合による案件長期化、一部代理店の活動不足などが挙げられるが、結果として大幅な未達となってしまった。

2025年4月期は、海外を中心とした代理店の立て直しやサイネージに重点を移した営業活動、サウジアラビアやクウェートでの案件の実現などによる売上増を目標している。

# 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・M&A	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。しかし、結果として投資先1社の株式評価損の計上を余儀なくされた。
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。

# 7.業績ハイライト

Performance Highlights



# 全体のポイント

## 2024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堅調であったものの、フォトブック事業ではOEMなどBtoC部門が厳しく、また空中ディスプレイ事業も案件獲得が想定を下回ったことから、単体ベースで、売上の下方修正を余儀なくされた。
- 利益については、フューネラル事業が、人員を増強した画像処理オペレーターの稼働が順調に進んだことなどから想定より利益が好調だった一方、フォトブック事業では売上が想定を下回ったことに加え、原材料費の上昇やOEMラインの稼働率が下がったことにより想定どおりの利益を計上することができなかった。その結果、単体ベースではほぼ計画通りの着地となった。また、2023年12月に株式会社BETの全株式を取得したことに伴うM&A関連費用の発生や投資先株式の評価損の計上等、計画外の費用計上を余儀なくされた。
- 配当については、当初の計画と同じく、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。

## 2025年4月期計画について

- フォトブック事業は、経営環境は厳しいものの、自社営業による拡大、新サービスの取扱い開始、BET社の通年寄与などにより増収増益を計画。
- フューネラル事業は、新規顧客獲得、tsunagooの拡大による売上増、及び効率的なオペレーションセンターの運営により利益率維持を想定。
- 空中ディスプレイ事業は、サイネージ用途に注力し、高単価案件獲得による売上の拡大を計画している。
- 全体としては、増収増益を計画し、配当予想は1株当たり7.00円としている。

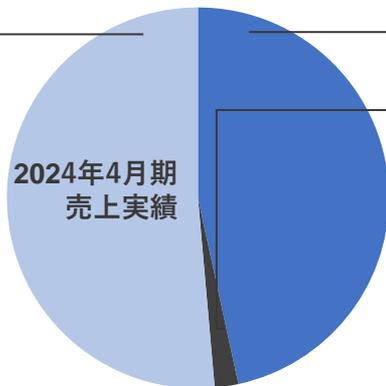
# 決算概要

安定成長型ビジネスモデル  
フォトブック事業

## 51.4%

「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5,800社の写真館などBtoB向けやコンシューマーに年間約160万冊（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

## 2.0%

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進める。

ニッチストック型ビジネスモデル  
フューネラル事業

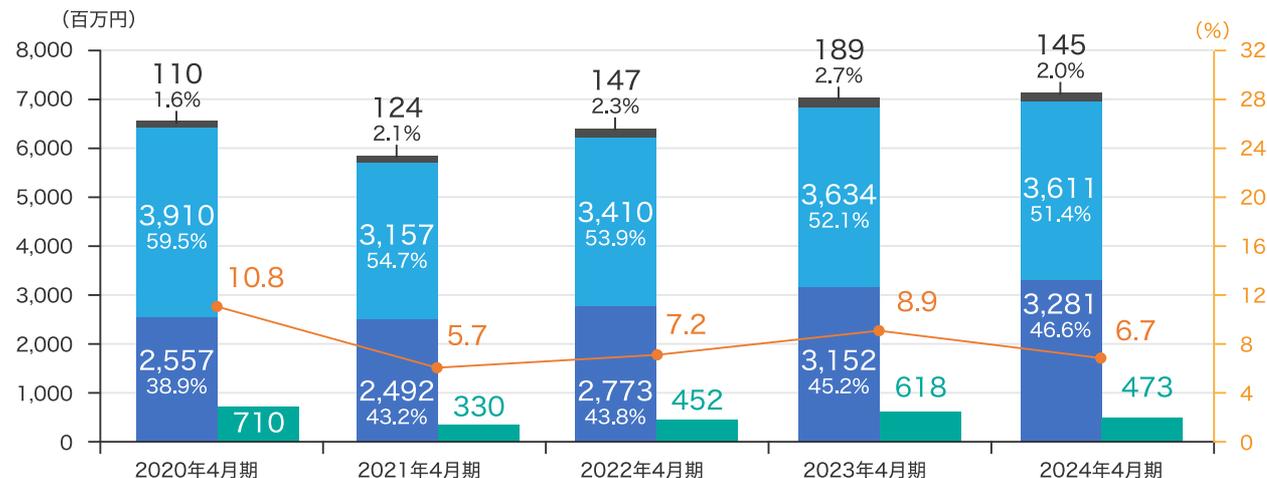
## 46.6%

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2,980カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約47万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

	2023年4月期		2024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	6,976	100.0	<b>7,038</b>	<b>100.0</b>	<b>7,330</b>	<b>100.0</b>	△292	+62	+0.9
(フューネラル事業)	3,152	45.2	<b>3,281</b>	<b>46.6</b>	<b>3,240</b>	<b>44.2</b>	+41	+129	+4.1
(フォトブック事業)	3,640	52.2	<b>3,617</b>	<b>51.4</b>	<b>3,740</b>	<b>51.0</b>	△123	△23	△0.7
(空中ディスプレイ事業)	189	2.7	<b>145</b>	<b>2.1</b>	<b>350</b>	<b>4.8</b>	△205	△43	△22.9
(セグメント間売上)	△6	△0.1	△6	△0.1	-	-	-	△0	-
売上原価	3,700	53.0	<b>3,824</b>	<b>54.3</b>	-	-	-	+123	+3.3
売上総利益	3,257	47.0	<b>3,214</b>	<b>45.7</b>	-	-	-	△61	△1.9
販売費及び一般管理費	2,690	38.6	<b>2,766</b>	<b>39.3</b>	-	-	-	+76	+2.8
営業利益	585	8.4	<b>447</b>	<b>6.4</b>	<b>495</b>	<b>6.8</b>	△48	△137	△23.6
経常利益	618	8.9	<b>473</b>	<b>6.7</b>	<b>505</b>	<b>6.9</b>	△32	△144	△23.3
当期純利益	482	6.9	<b>214</b>	<b>3.1</b>	<b>354</b>	<b>4.8</b>	△140	△268	△55.6

- 売上高は、前期比微増にとどまった。フォトブック事業、空中ディスプレイ事業とも計画を下回ってしまった一方、フューネラル事業は堅調だった。
- 営業利益、経常利益は、単体ベースではほぼ計画通りであったが、M&A関連費用の計上などで、連結ベースでは当初単体計画を下回る結果となった。
- 投資先株式の評価減を特別損失として計上したため、当期純利益は前期実績及び計画を大きく下回る事となった。

## セグメントの損益状況

単位：百万円

	2023年4月期		2024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	3,152	751	<b>3,281</b>	<b>+129</b>	<b>752</b>	<b>+0</b>
フォトブック事業	3,640	772	<b>3,617</b>	<b>△23</b>	<b>677</b>	<b>△94</b>
空中ディスプレイ事業	189	△300	<b>145</b>	<b>△43</b>	<b>△316</b>	<b>△16</b>

- フューネラル事業は、遺影写真加工収入が順調に増加した。画像処理オペレーターの積極的採用による人件費増によりセグメント利益の減少を計画していたが、売上増及び効率的な運営で前年並みの利益を確保できた。
- フォトブック事業は、BtoCは、OEM部門を中心に依然として厳しい状況。KAIZEN活動などで原価低減に努めるも、原材料費高、稼働率低下により粗利率が低下するとともに、BET株式会社取得にともなうM&A関連費用の発生により減益を余儀なくされた。
- 空中ディスプレイ事業は、案件獲得が想定通りに進まず、また、前期発生した金型売上の剥落もあり、減収となった。歩留まりの改善や円安による海外案件の採算上昇もあったものの、セグメント損失は拡大した。

## 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）

	2024年4月期	2025年4月期	前年比
売上高	7,038	<b>7,720</b>	+ 9.7%
フューネラル事業	3,281	<b>3,440</b>	+ 4.8%
フォトブック事業	3,617	<b>4,040</b>	+ 11.7%
空中ディスプレイ事業	145	<b>250</b>	+ 71.4%
内部売上	△6	△10	-
営業利益	447	<b>520</b>	+ 16.2%
経常利益	473	<b>535</b>	+ 12.9%
当期純利益	214	<b>324</b>	+ 51.4%
1株当たり当期純利益（円）	13.01	<b>19.73</b>	+ 51.7%
1株当たり年間配当（円）	7.00	<b>7.00</b>	-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、保証しておりません。

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、2025年7月を予定しております。