



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2025年7月 株式会社アスカネット 証券コード [2438]



未来に感動を

INSPIRING THE FUTURE

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430名、単体426名（2025年4月末日現在）
代表取締役	村上 大吉朗
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

千葉市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

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

※ 2025年5月1日現在



代表取締役社長

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。2025年より代表取締役社長。大切にしている言葉は「笑う門には福来る」



常務取締役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、2018年専務取締役。2025年より常務取締役。大切にしている言葉は「人間万事塞翁が馬」



取締役

吉宗 裕文

1973年生まれ。1996年当社入社。フューネラル事業の画像処理部門の責任者として寄与したのち、2019年よりフューネラル事業の統括責任者に。2024年取締役就任。フューネラル事業部長。大切にしている言葉は「一人の百歩より、百人の一步」



社外取締役

川瀬 真紀

1967年生まれ。叡啓大学教授。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」

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 **櫻井 均**

2. ビジネスモデル

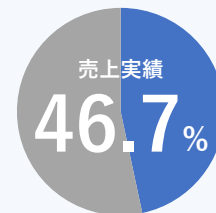
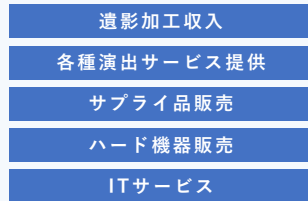
Business Model



アスカネットの3つの事業

フューネラル事業

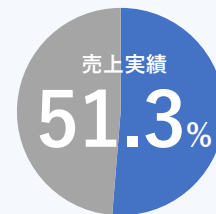
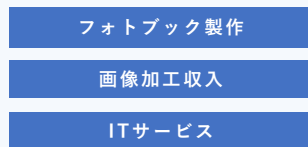
葬儀社や写真館との間にネットワークを構築し、葬儀に使用する遺影写真の合成・加工などを行い、配信するサービス。約3,130ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約50万枚の写真画像を提供。



売上高
3,389百万円
利益
801百万円

フォトブック事業

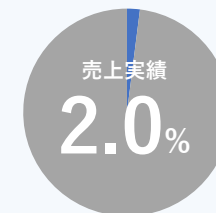
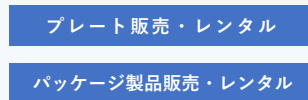
「一冊からの本格的写真集」をインターネットから受注し製作するサービス。従来の写真プリントを印刷・写真集に置き換える新しい写真文化を提唱。約5,900社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約140万冊（OEMブックを含み、写真プリントは除く）を提供。新しい取組として、子会社である株式会社BETにて、VTuber事務所を運営。



売上高
3,734百万円
利益
601百万円

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
144百万円
利益
△**533**百万円

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）	2,265
	製品売上高（写真集売上など）	10
	商品売上高（ハード機器・サブ ライ品など）	1,113
	事業売上計	3,389
フォトブック事業 売上高	製品売上高（BtoB向け、BtoC向 け）	3,356
	役務収益（ライブ配信など）	365
	その他（商品売上など）	12
	事業売上計	3,734
空中ディスプレイ 事業売上高	製品売上高（ASKA3D）	144
	事業売上計	144
内部売上高		△5
売上高合計		7,263
売上原価計		4,220
売上総利益		3,042

2025年4月期（連結）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	189
	人件費	1,179
	減価償却費・支払家賃	221
	発送配達費	244
	研究開発費	201
	その他	832
販売費及び一般管 理費計		2,868
営業利益		173

業界トップシェア。 年間50万枚の遺影加工をしています。

ITサービス

訃報配信・香典サービス
「tsunagoo」

システム利用料、供物、弔電、
香典の利用手数料など

葬儀社

アスカネット

1 お客様はスキャナーに写真をセットするだけ

2 リモート操作でスキャン・画像加工

操作不要のフルリモートコントロール

3 リモート操作でプリントアウト

サプライ品販売

インク、用紙、額などを販売

ハード機器販売

通信出力システム、
デジタルサイネージ機器などを販売

遺影加工収入

1枚加工する毎に技術料を徴収

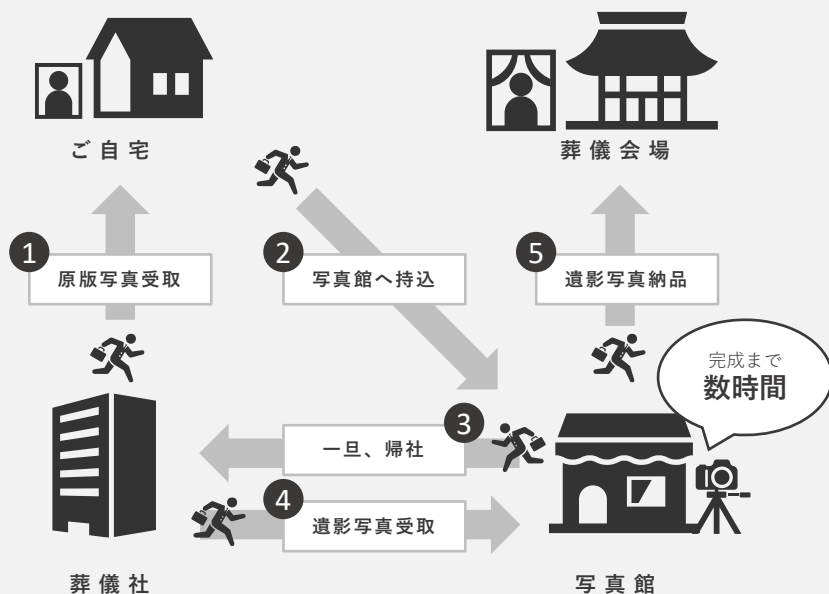
各種演出サービス提供

会葬礼状・コラージュ・
動画コンテンツなどの制作料

遺影写真加工ビジネスの変遷

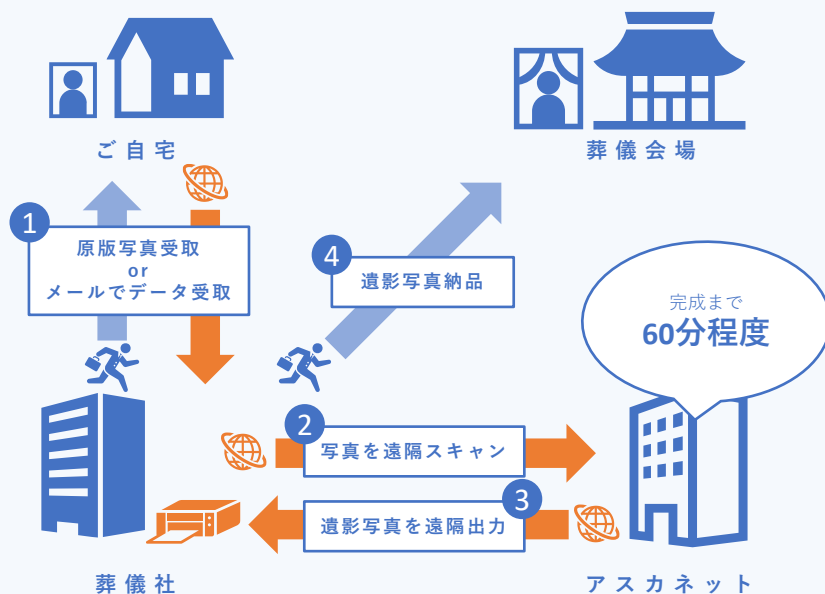
従来の遺影写真の流れ

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

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。昨今は生成AIなど新技術を活用したサービスを開発。



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

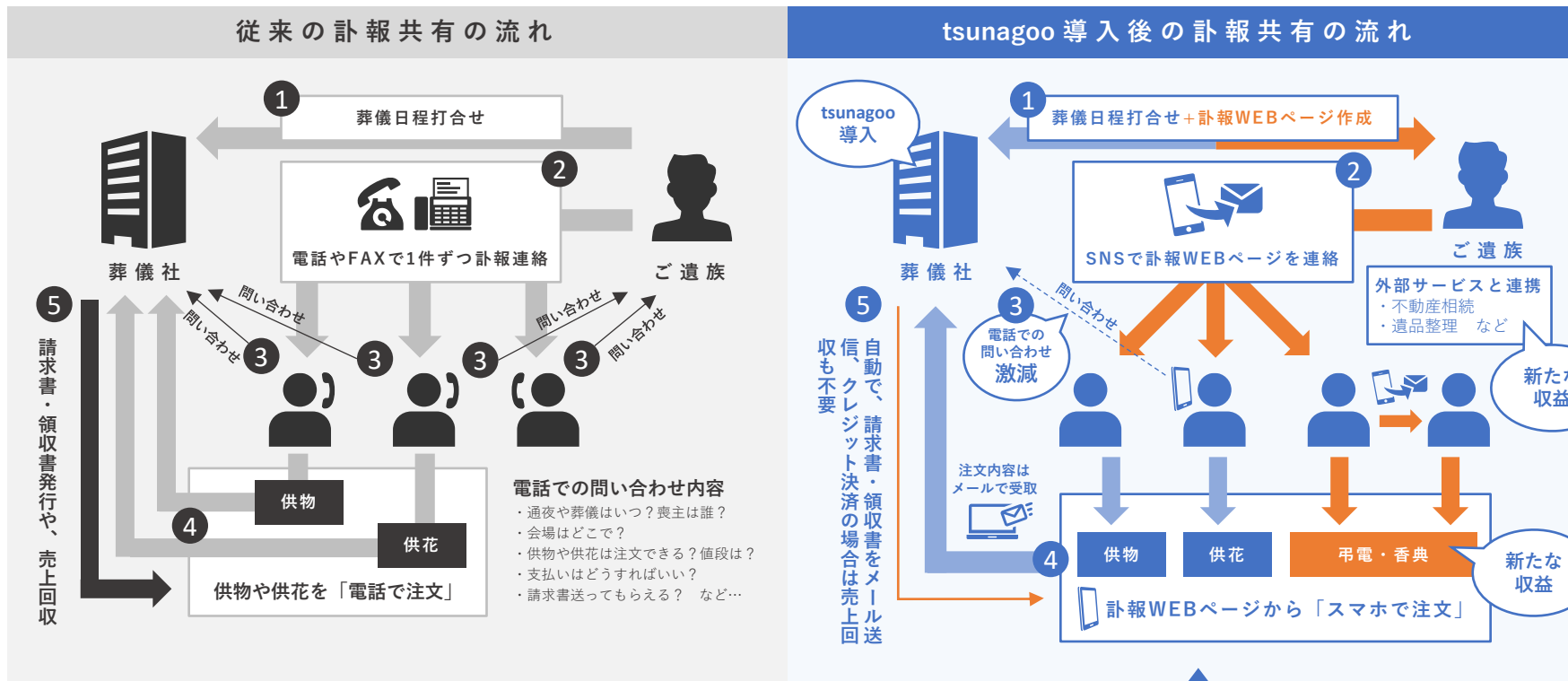
遺影写真通信出力システムや、デジタルサイネージ、遺影モニターなどを取り扱っています。



SoSign (葬サイン)

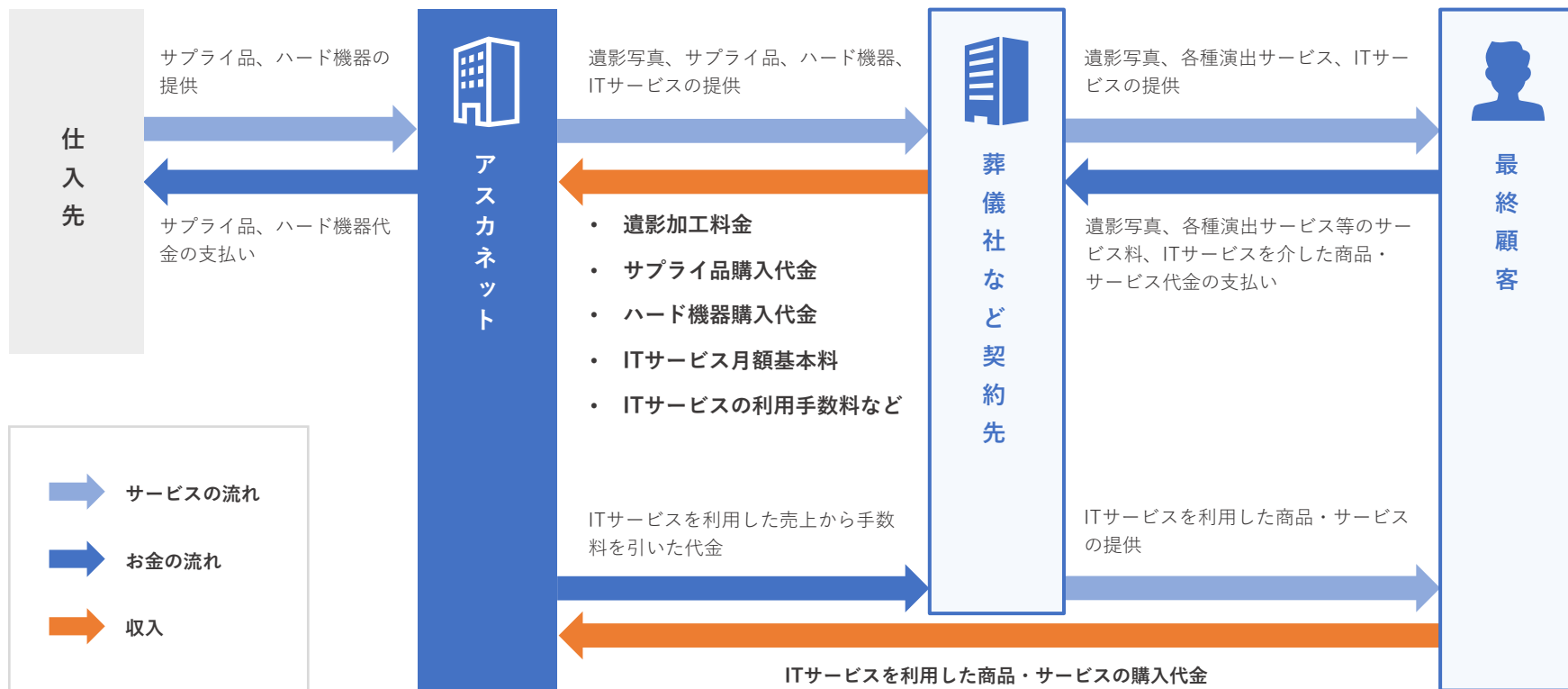
従来の筆耕ソフトとは違うクラウド型印刷物作成ツールです。

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

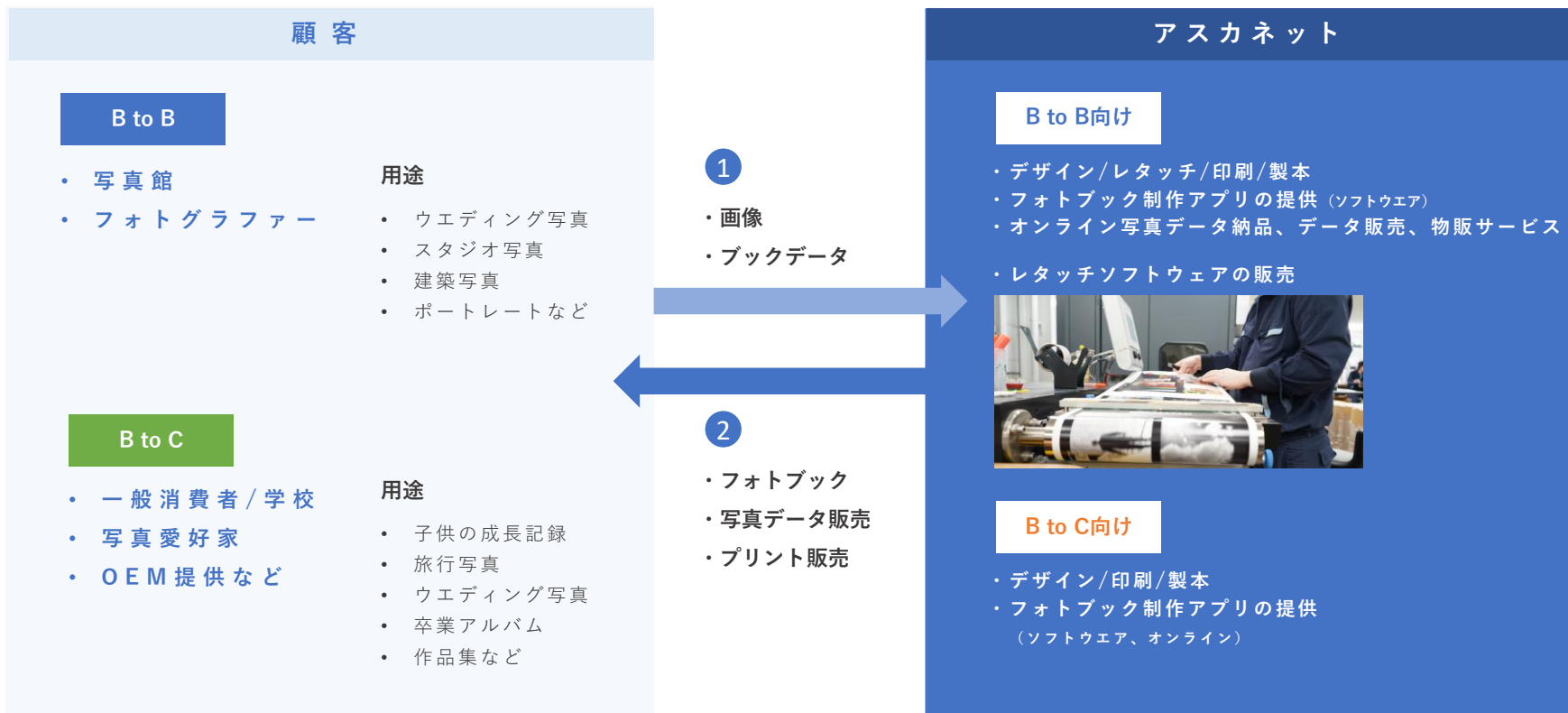


<p>メリット</p>	<p>ご遺族 / 訃報連絡などの負担軽減</p>	<p>参列者 / 供物や弔電手配が簡単に</p>	<p>葬儀社 / 業務効率化と新たな収益機会の獲得</p>
-------------	--------------------------	--------------------------	-------------------------------

収益構造



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。



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。



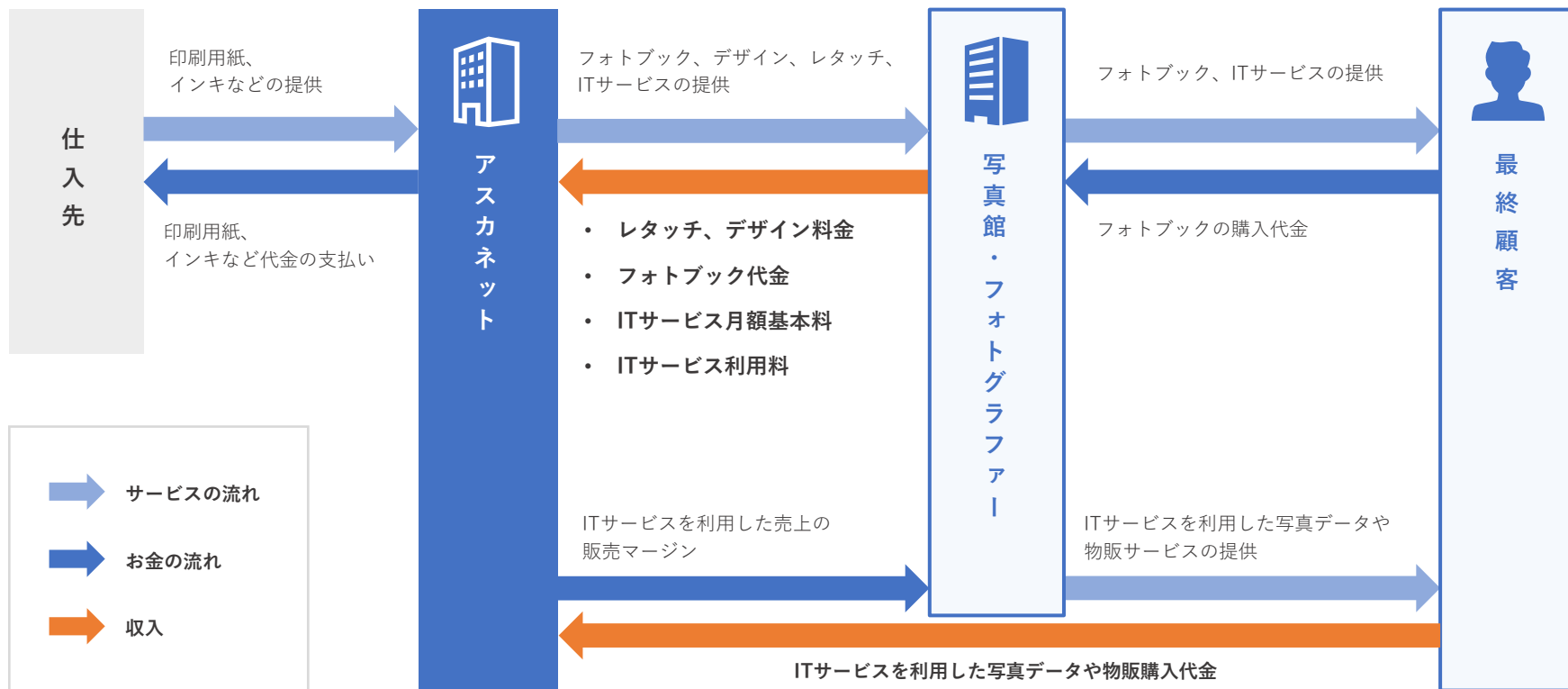
B to C

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。

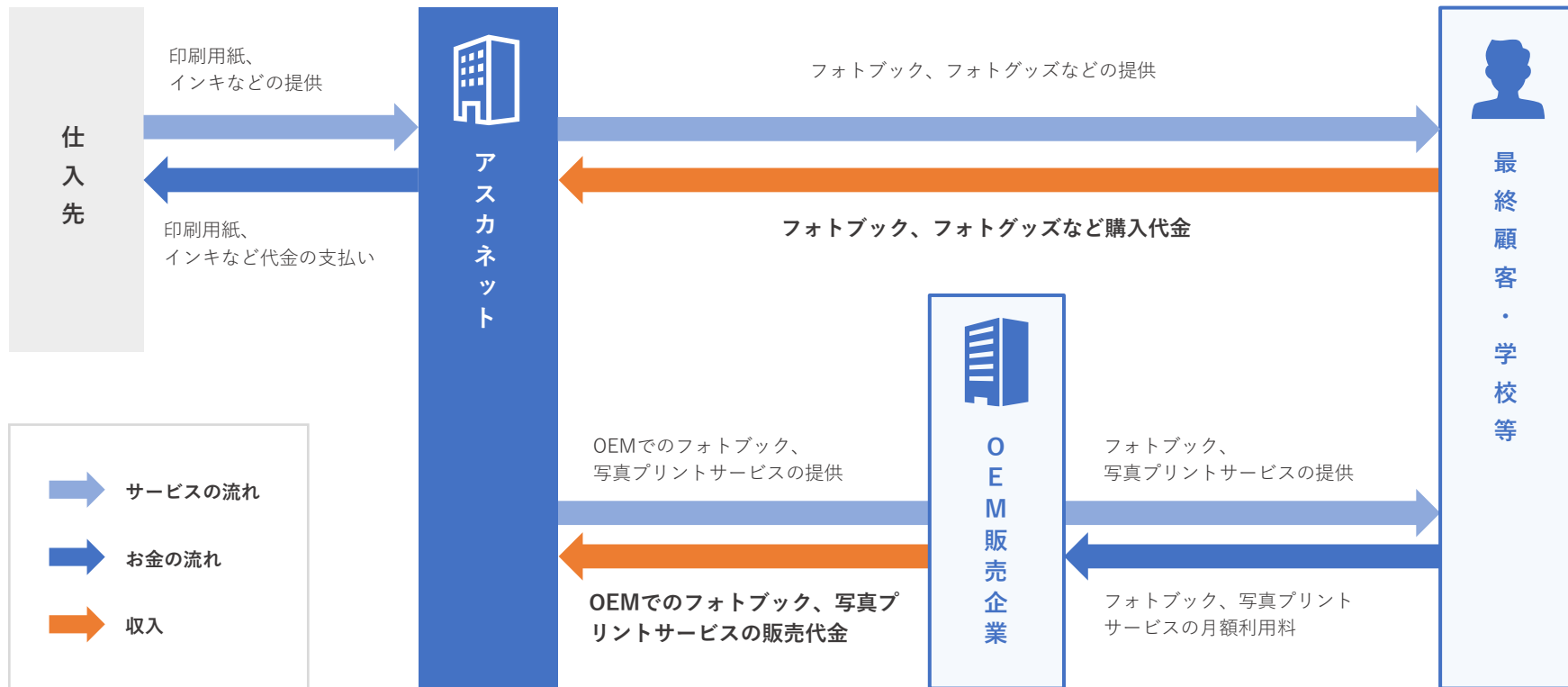
収益構造

B to Bの場合



収益構造

B to Cの場合

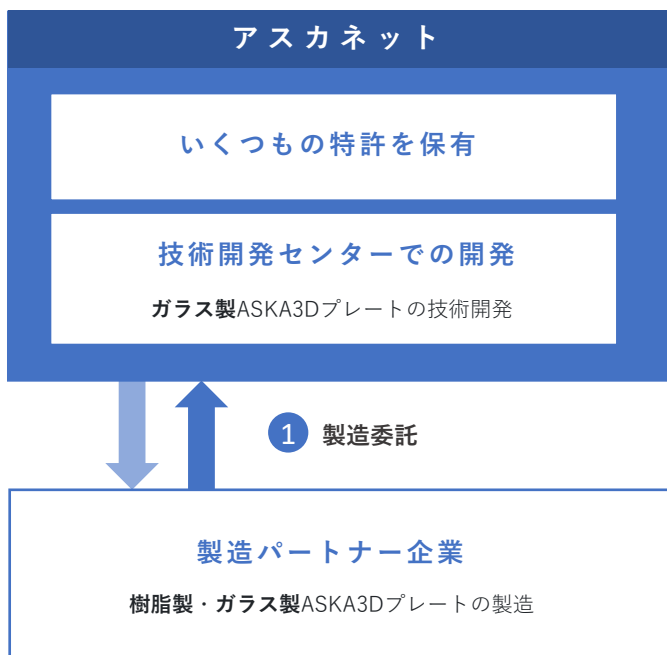


※その他、グループ会社である株式会社BETでは、所属するVTuberによるライブ配信、関連するイベントの企画やグッズの販売を行っております。

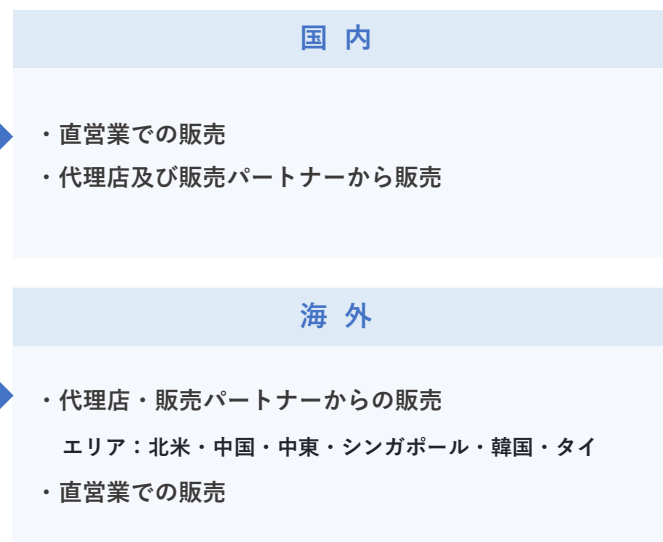
保有する特許技術を中核に、 ASKA3Dプレート※を開発・製造・販売しています。

※) 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



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。

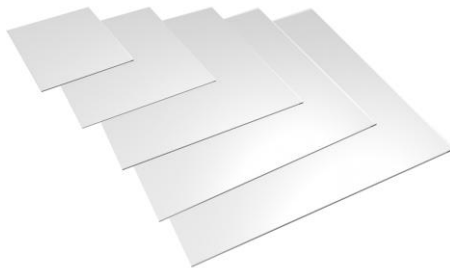


ASKA3D-200NT (200 x 200 x 6.3 mm)

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)

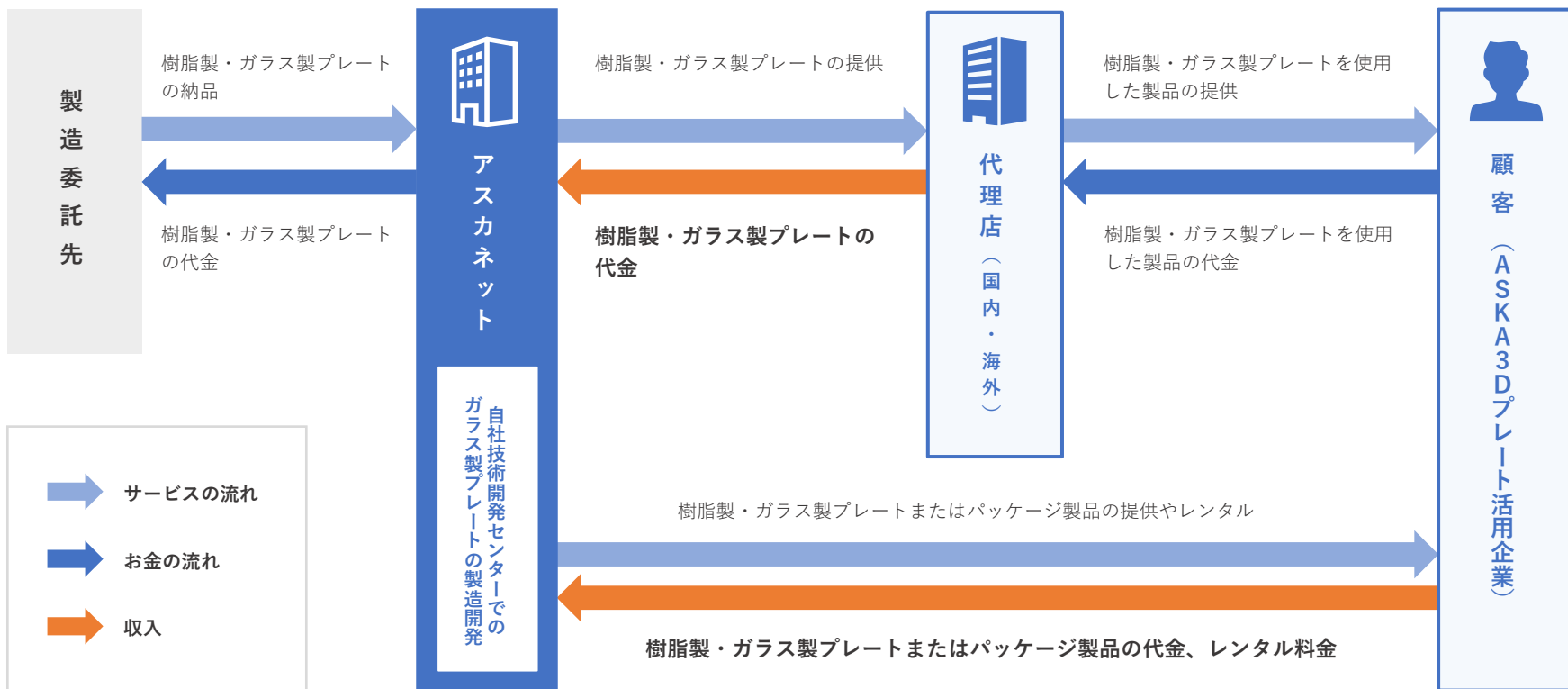
ASKA3D-1050 (1,050 x 1,050 x 9.0 mm)

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）。



収益構造

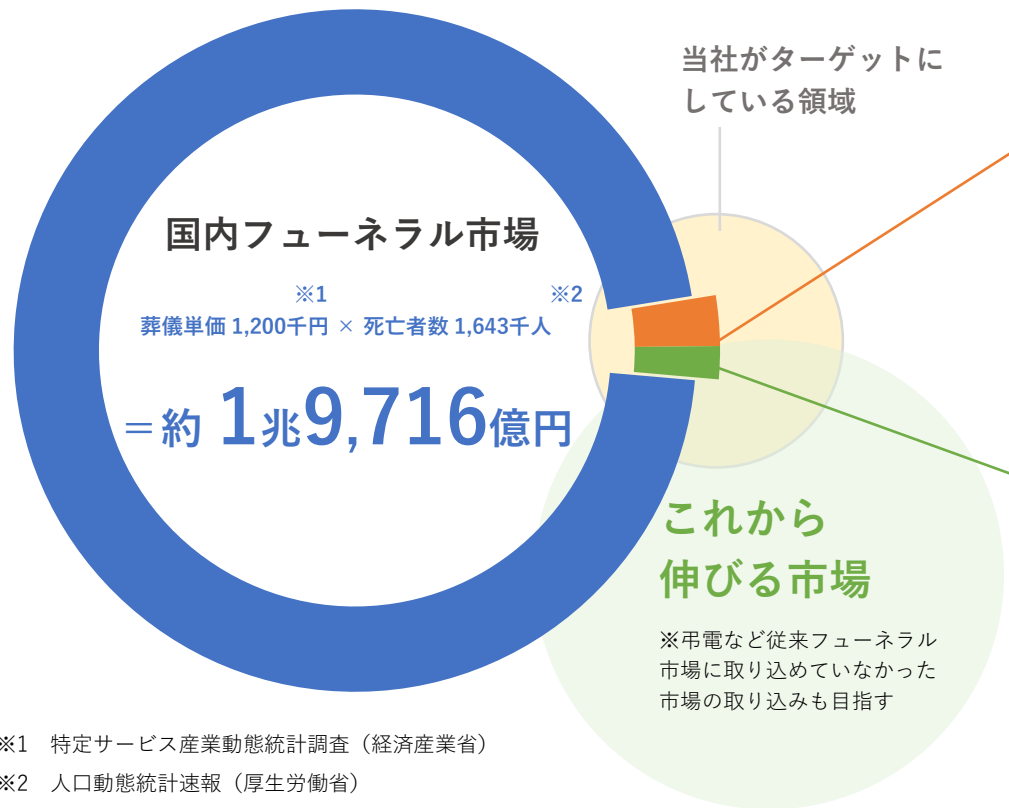


3.市場環境

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。



遺影写真等 葬儀演出系サービス

約490億円^{※3} (30千円 × 1,643千人)

※ 動画サービス（当社snapCINEMA）等の登場による市場拡大を反映し単価を見直し。

IT系サービス

約320億円^{※3} (20千円 × 1,643千人)

※ DX需要の拡大に伴い、単価想定を見直し。

ニッチであるが、その分競争環境はそれほど激しくなく、深掘して高付加価値サービスを提供していく方針

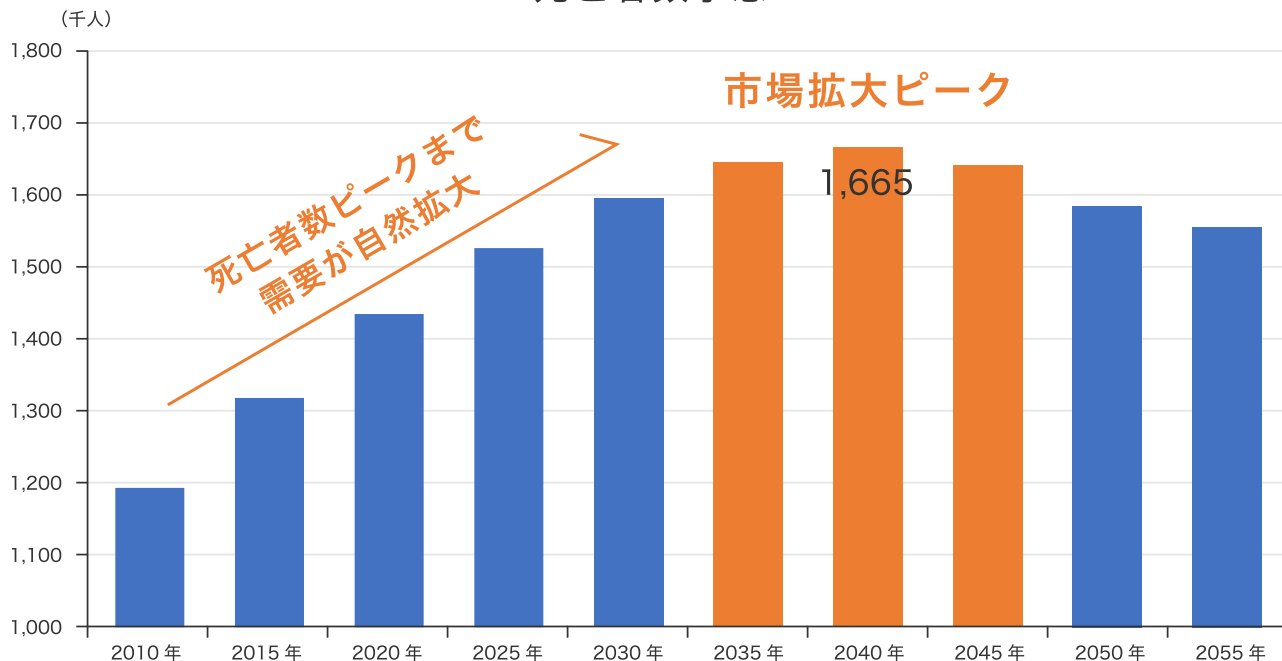
※1 特定サービス産業動態統計調査（経済産業省）

※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。

死亡者数予想



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。

アスカネット

遺影写真は年間50万枚を制作
シェアNo1（推定33%）

パイオニアとしての信頼、写真加工品質や安定したオペレーション体制、サービス開発力などでブランドを構築。

33%

同業他社

当社ビジネスモデルを模倣した
後発競合企業が複数存在する

一定の地域において、価格のみで対抗しているのが現状。

いずれも当社より規模は小さい

各地域の写真館

古くからの付き合いに立脚する
各地域にある写真館

長い間の地縁を強味に葬儀社との強いパイプを重視するケースがある。

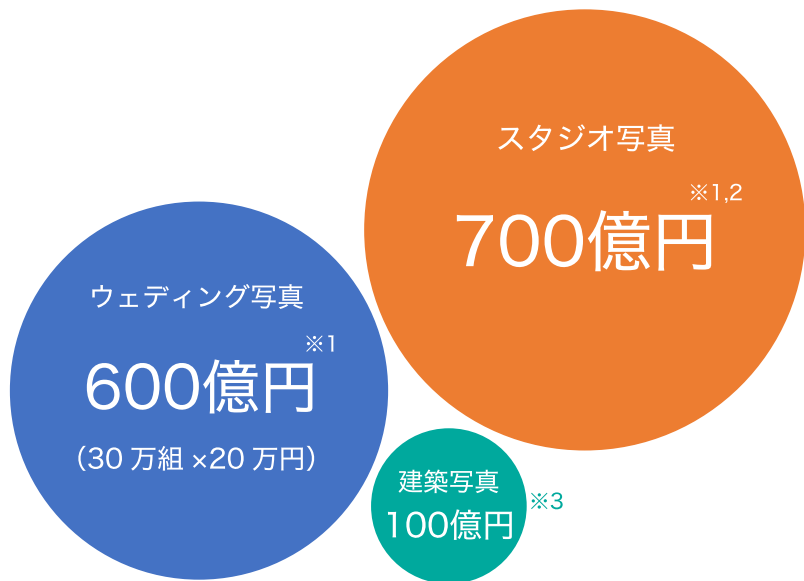
基本、地域ごとの写真館が
中心であり事業規模は大きくない

残りの67%

市場規模

B to B

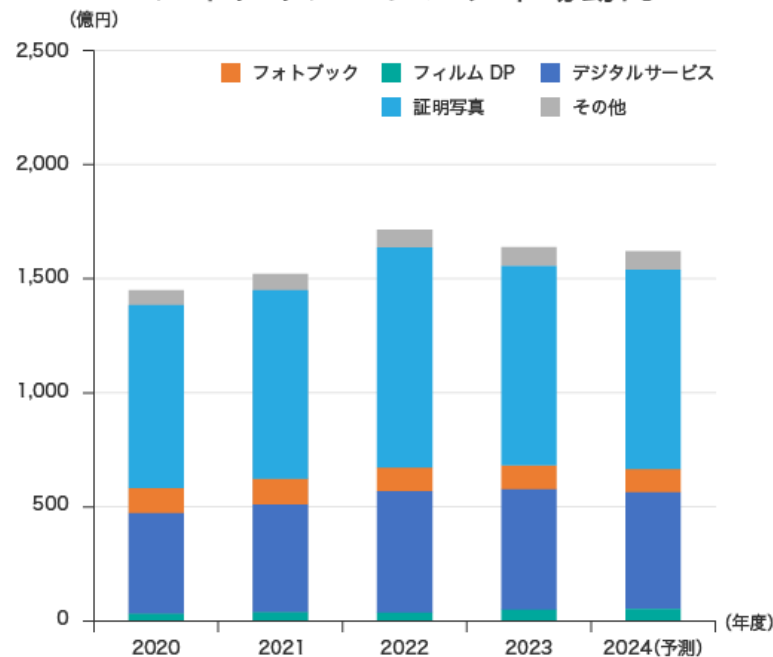
主要な業種別市場規模



- ※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：2024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)

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。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コロナ禍以前の水準に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：2024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

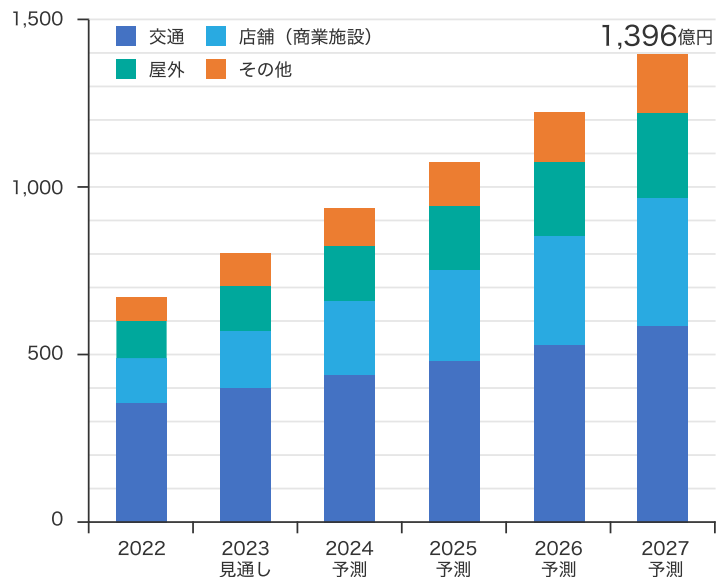
空中ディスプレイ事業が関連する「デジタルサイネージ広告市場」「立体ディスプレイ市場」の状況

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)

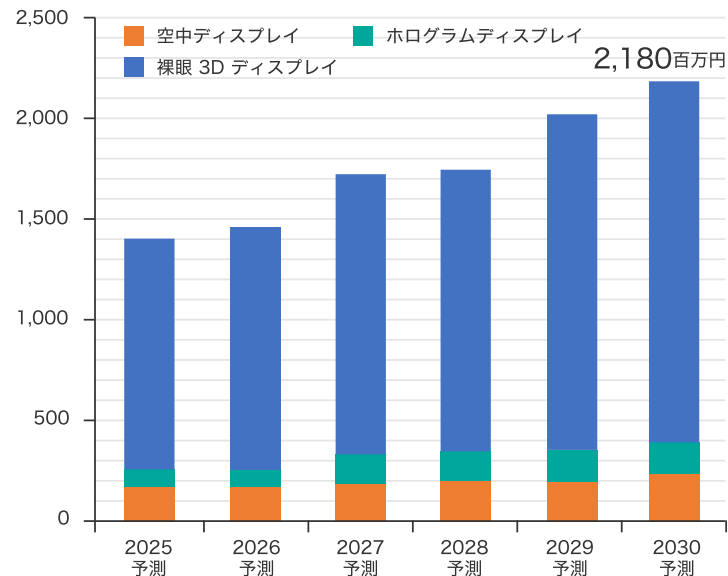


出典：株式会社CARTA HOLDINGSと株式会社デジタルインファクト共同によるデジタルサイネージ広告市場に関する調査 (2023年)

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。

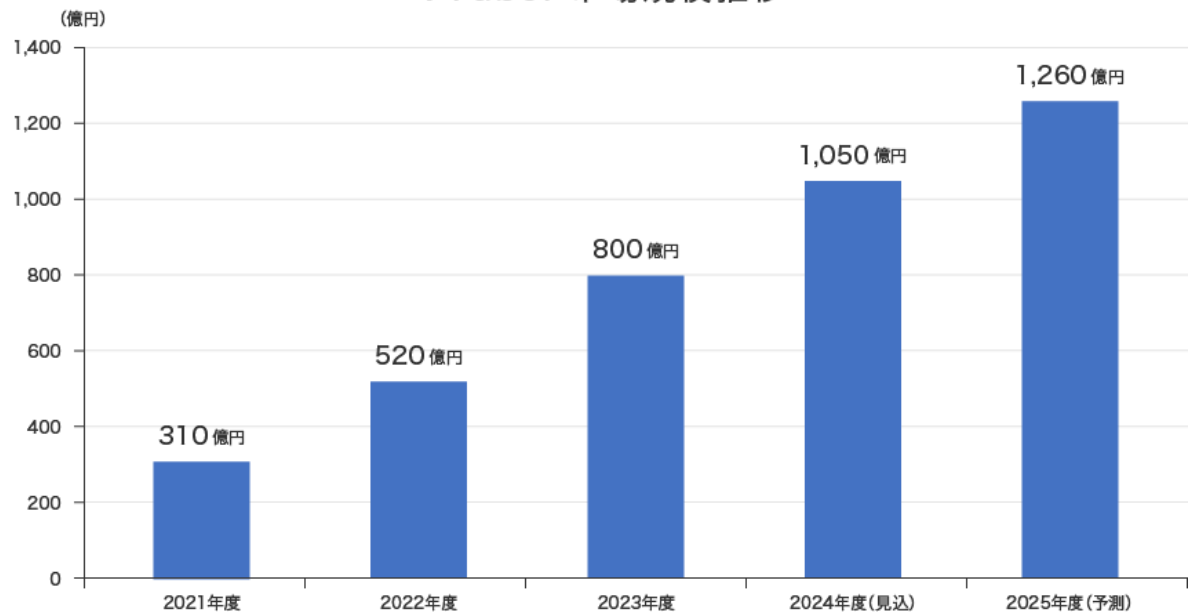
	アスカネット	競合技術 A	競合技術 B
方式	2面直交リフレクター方式 帯状の微小ミラーが垂直かつ等間隔に配置されたパネルを上下に直交配置した構造	再帰反射方式 コーナーキューブ方式の再帰反射シートを利用し被写体とシートの間にはーフミラーを配置した構造	コーナーリフレクタ方式 透明な板の上に微小な四角柱を等間隔で配置した構造
空中結像品質	◎	△	△
輝度	◎	△	△
大型化	◎	○	△
コスト	△	○	○

市場規模

VTuber市場は今後も大幅な成長が予想されている

VTuber市場は引き続き有望な成長分野であると捉えており、グループ会社BETおよび空中ディスプレイ事業を通じて戦略的に取り組んでいく方針。

VTuber 市場規模推移



注1. 国内VTuber事務所を運営する企業の当該事業売上高ベース

矢野経済研究所調べ

注2. 2024年度見込値、2025年度予測値

出典：VTuber市場に関する調査—2025年（矢野経済研究所）

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50万枚の画像処理実績

全国の会館やホール等3,130カ所以上、年間約50万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。

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。

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

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。

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

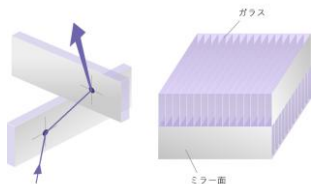


ソフトウェア開発や サーバー運用も自社で

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。

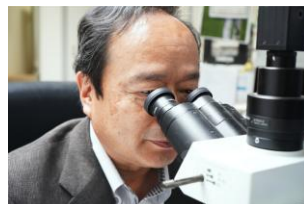
低価格の樹脂製



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

既存アセットと先進テクノロジーの融合による 新たな体験価値の創出

今後の成長分野

私たちアスカネットは、

「チームの心と技術で、ワクワクする未来を創る」という

理念のもと、リアルからバーチャルまで幅広い領域で

新たな価値の創出に取り組んでいます。

今後の中長期的な方向性として

「深い感情体験」×「先進テクノロジー」の領域を、

アスカネットの強みが最も活きる成長分野と位置づけ、

体験価値のアップデートに挑戦していきます。



理念をカタチにする事業戦略

【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。

【全社戦略ビジョン】

テクノロジーの力で、感動体験を未来につなぐ

フューネラル事業

大切な人との記憶を
未来につなぐ

フォトブック事業 B to B

プロフェッショナルの
「伝えたい」に応える

フォトブック事業 B to C

自分らしく“カタチ”に
残せる体験を

空中ディスプレイ 事業

立体映像とバーチャル体験で、
“触れられる未来”を手元に

“深化”と“共創”により次の成長へ

それぞれ特性の異なる既存事業の深化

遺影写真業界の リーダー

- 業界トップクラスの全国ネットワークと高いシェア
- フルリモート対応による顧客サービス
- 葬儀業界におけるデジタル技術の積極採用

空中ディスプレイの 独自技術

- 独自の空中結像技術とそれを支える技術者・特許群
- 社内生産体制による柔軟な製品開発と製造

フォトブック市場の パイオニア

- 自社工場の一貫生産体制による品質管理とサポート体制
- 自社の熟練画像オペレータによる高度な加工技術

XR・VTuber事業を通じた 新たな市場接点の創出

- グループ会社BETのVTuber事務所運営
- 新事務所設立、海外展開など果敢なチャレンジ

イノベーション創出活動

社内イノベーション創出

- 社内ビジネスプランコンテスト、ビジネスアイデアの応募企画（ASUKA EGG GAME）を通じた社員参画型イノベーション活動
- 課題発見・解決型研修の継続など社員研修の充実

外部との共創を通じた、事業領域の拡張と跳躍

- 出資、業務提携を通じた他社との共創活動
- 企業や自治体との共創、インバウンド施策

既存の強みを未来の成長エンジンに転換

成長実現に向けた新経営体制への移行

経営体制の刷新

- 社長交代を通じた若返りと次世代経営の推進
- フォトブック事業部長に外部プロフェッショナル人材を招聘し、事業推進体制を強化

空中ディスプレイ事業 運営体制の再構築

- 社長が事業部長を兼務し、スピーディに戦略を実行
- XRチームとの統合でソリューション営業体制を強化

広報・情報発信の 強化

- 広報体制の整備を通じて、社外発信と社内エンゲージメントを同時に強化

2025年4月期の施策と取組状況

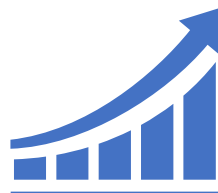
成長のための施策	2025年4月期の取組状況
 <p>オープンイノベーションの推進とスタートアップ企業への投資</p>	<p>新たな投資先はなかったが、共創・協業面では新たなサービス「マリネdeミート」を開発し、販売。既投資先との協業による売上実績など一定の成果を生んだ。</p>
 <p>社内イノベーション創出基盤の強化</p>	<p>「ASUKA EGG GAME」で創出したインバウンド向けサービスのテストビジネスを開始。課題が多く撤退となったがインバウンド市場のポテンシャルの高さを認識。</p>
 <p>メタバース領域での新事業チャレンジ</p>	<p>地方創生の観点から立ち上げたサービス「めいぶるみーと」は、各地域行政・企業、大学、VTuberとのシナジーも大きく、また当社の役割・期待も徐々に明確となり、市場に対する価値の創出も進展しています。</p>

収益基盤の強化と新領域展開を両立し、 次世代の葬儀体験を創出する



市場シェアの拡大

- 新規顧客獲得に向けた営業活動の強化
- 都市圏を中心とした販路拡大
- 事業ブランドの認知向上と選定率向上



利益率の向上

- 自動化・標準化によるオペレーションコスト最適化
- 営業プロセスの効率化とデジタル化
- 最新技術を活用した高付加価値サービスの拡充

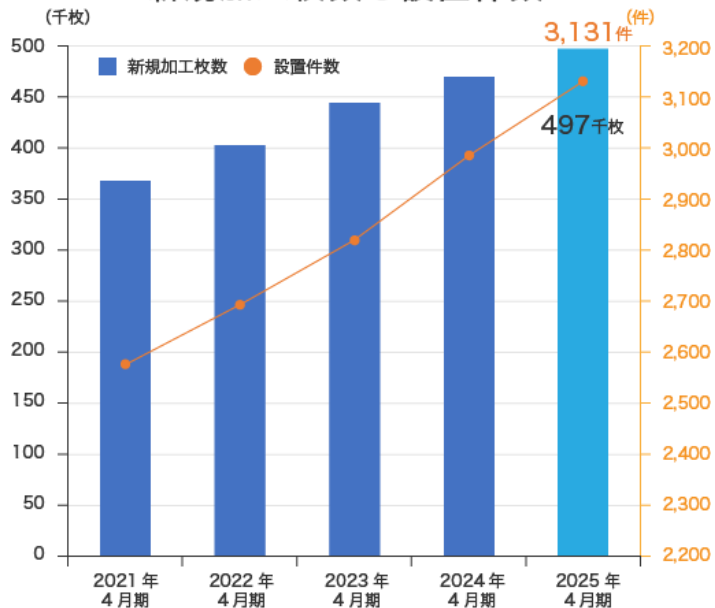


新たな付加価値の創造

- AR/VR等を活用して葬儀社に新たな価値を提供
- スマホで訃報・香典が完結する「tsunagoo」の拡張
- AIを活用した高付加価値サービスの企画・提案

重要指標の推移

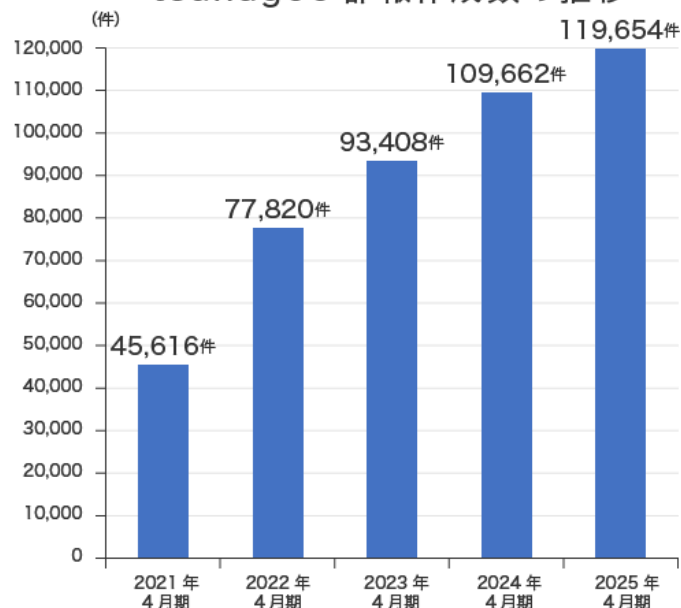
新規加工枚数と設置件数



※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）

2025年4月期は、新規加工枚数は堅調に伸びた。設置件数は堅調に伸びてはいるものの、計画には届かなかった。







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。インサイドセールスの活用により契約数を伸ばしたい。

2025年4月期の施策と取組状況

成長のための施策	2025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サイト売上は計画未達成となった。仏衣やオリジナル棺などをラインナップに追加。
 AIなどの新技術を用いた画像処理ツールの継続開発	生成AIの独自開発は行わず、情報収集に注力し、新サービス開発につなげた。
 写真・映像の新しい表現方法の研究	生成AIを活用した新しいサービスを開発し、2025年6月にリリース。
 遺影写真シェア拡大のための営業施策	自社営業にて着実に契約。試験的に東京地区にベテラン営業を投入し一定の成果を得た。
 ※ アスカクラウドの機能充実	アスカクラウドの注文情報と基幹システムとの連携開発を進めた。
 tsunagooの利用拡大と機能充実	契約数は想定を下回ったが利用率は上昇。インサイドセールスを活用しての営業効率化を図る。機能面は、葬儀社向けECサービスなどを開発。

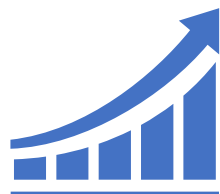
※アスカクラウド…葬儀社発注の効率化・一元化・IT化を目的としたプラットフォーム

顧客課題を起点に、提案力・生産力を両輪とした 持続的成長の推進



市場シェアの拡大

- トップセールス強化による大手顧客の獲得
- 既存顧客への提案力強化と継続率向上
- セミナー／展示会による新規接点の創出



利益率の向上

- インサイドセールスを活用した営業体制の高度化
- 自動化・省力化設備による生産性向上
- 独自技術による高単価商品の開発



新たなニーズへの対応

- BPO型サービスモデル（※1）の拡充
- フォトブック周辺サービスの提供（例：AIレタッチサービスなど）
- 社外パートナーとの連携による新サービスの企画・提案

※1 写真館やフォトグラファーの皆様からのデジタル処理工程の外部委託ニーズに応えるサービスモデル

新たなファン接点の拡大と、VTuberやグッズを活用した事業拡大



注文機会の拡大

- アプリUI/UXの改善によるコンバージョン改善
- オプション設計の見直しとパーソナライズ対応
- 卒園・卒業アルバム市場の変化に対応した提案活動



新規顧客層の開拓

- コミュニティマーケティングを通じた新規獲得
- 多様なニーズに応える商品展開で裾野を拡大
- 新ジャンル・趣味層へのターゲティング多様化



VTuber・グッズ領域の新市場開拓

- 海外市場への進出
- 新ジャンルへの進出（男性ライバー等）
- キャラクターグッズ企画・製品開発の強化

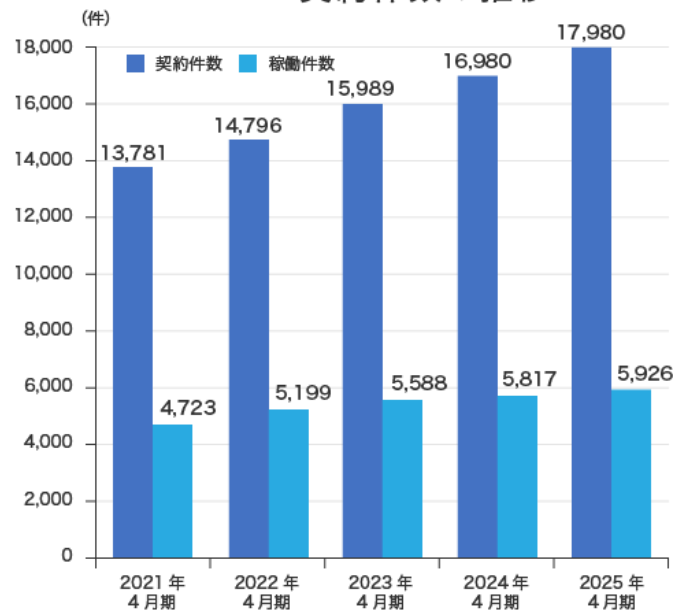
投資戦略

	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"> 生産設備の適切な増強および更新。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。 最新の情報を入手し、生産効率化に繋がる各種設備投資を進める。 	<ul style="list-style-type: none"> フォトブック発注関連ソフトウェアの開発・継続的バージョンアップ AIなどを活用したツールの開発 BPO型サービスモデルに資するシステムの強化
2025年4月期の主な投資実績内容	<ul style="list-style-type: none"> 製本自動化設備など製本関連設備 … 104百万円（ほぼ計画通り） 出荷関連設備 … 20百万円（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、サーバークラウド化など … 約53百万円（やや計画より縮小）
2026年4月期の主な投資計画内容	<ul style="list-style-type: none"> 印刷機更新 … 約190百万円 印刷物検査装置 … 約39百万円 など 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザビリティ向上のため「マイブックエディター」の刷新 … 約38百万円 BPO型サービスモデル向けソフトの機能強化 … 約25百万円

重要指標の推移

B to B

BtoB 契約件数の推移

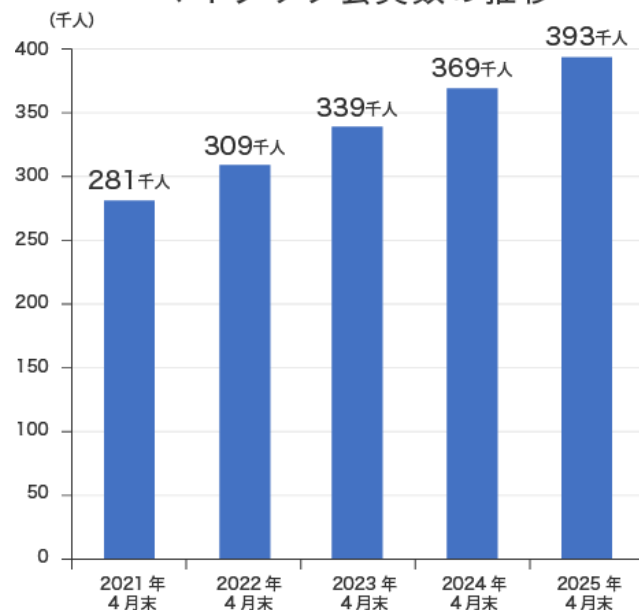


・ BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかるモデルである。
(契約→見本作製→見本展開→予約→撮影→納品)

契約件数、稼働件数とも増加しているものの、顧客当たり単価が減少傾向にあることが課題と認識。



B to C

マイブック会員数の推移











会員数は増加しているものの、アクティブユーザーの掘り起こし、顧客単価の引き上げが課題と認識。

2025年4月期の施策と取組状況

成長のための施策		2025年4月期の取組状況
B t o B	 既存顧客に対する当社商品購入割合の向上	カスタマーサクセスチームによるナーチャリングを強化した結果、一定の成果を出せた。
	 ウェディング以外の市場開拓	スタジオ向け台紙を新製品としてリリース。同時にフリーフォトグラファー層に適した商材もリリース。
	 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実施およびニューボーンフォトフォーラムへの出展などで顧客獲得を進めた。
	 営業企画機能の立ち上げ	営業企画担当を増員。複数の新しい企画にチャレンジ中。
	 既存ソフト・WEBアプリの利便性向上	大手顧客獲得に有用な「マイレイアウト」の機能強化に着手。リリースに向けて準備中。
	 新たな価値を新市場に向けて投入	レタッチソフトの取扱いを開始したが、機能制限により利用は広がらなかった。WEB版のリリースによる契約拡大を狙う。

2025年4月期の施策と取組状況

成長のための施策		2025年4月期の取組状況
B to C	 出張撮影サービスの提供	あまりプロモーションを行えなかったが、ペット市場向けサービスの検討を開始。
	 日常生活に合わせた商品展開	ユーザビリティを高めるため、MyBookサイトのリニューアルやMyBookEditorの刷新の準備を進めた。
	 ライフイベントに合わせたフォトサービスの提供	イベントに合わせたタイミングでのメルマガやSNSでの訴求を進めたが、効果は想定を下回った。
	 新たなニーズの開拓	効果的な開拓には結びつかなかった。
	 グループ会社BETのビジネス拡大	グッズの共同企画などでシナジーを発揮。来期に向けた新たな戦略を構築。
製造	 製販融合による新市場向け製品の開発	スタジオ系、プライダル系ともに新製品をリリース。グループ会社BETとの共同企画も進めた。
	 テクノロジーによる効率化の推進	難度の高かった貼り合わせ機導入を実現。また、KAIZEN提案による材料費削減も一定の成果。
	 安全確実な生産体制の確立	発送ミスを防ぐRFIDを活用したより確実なフローを確立。インシデントは低減できた。

空中ディスプレイ技術の社会実装と体験価値を軸とした市場創造



プレート販売の拡大

- 自治体／公共施設への導入営業強化
- 戦略パートナーとの業務提携による販路拡大／海外市場の選択と集中
- 自社工場を活用した柔軟な生産体制構築



高付加価値ソリューションの提供

- XR技術による没入型体験を活用したプロモーション展開
- 自社およびIPホルダーとの協業による高付加価値商材の開発と販売



エンタメ領域へのチャレンジ

- エンタメ×地方創生によるイベント実施・共創プロジェクト推進
- VTuber等と協業したロケーションイベントの企画運営
- 地方創生事業のコンサルティング提供



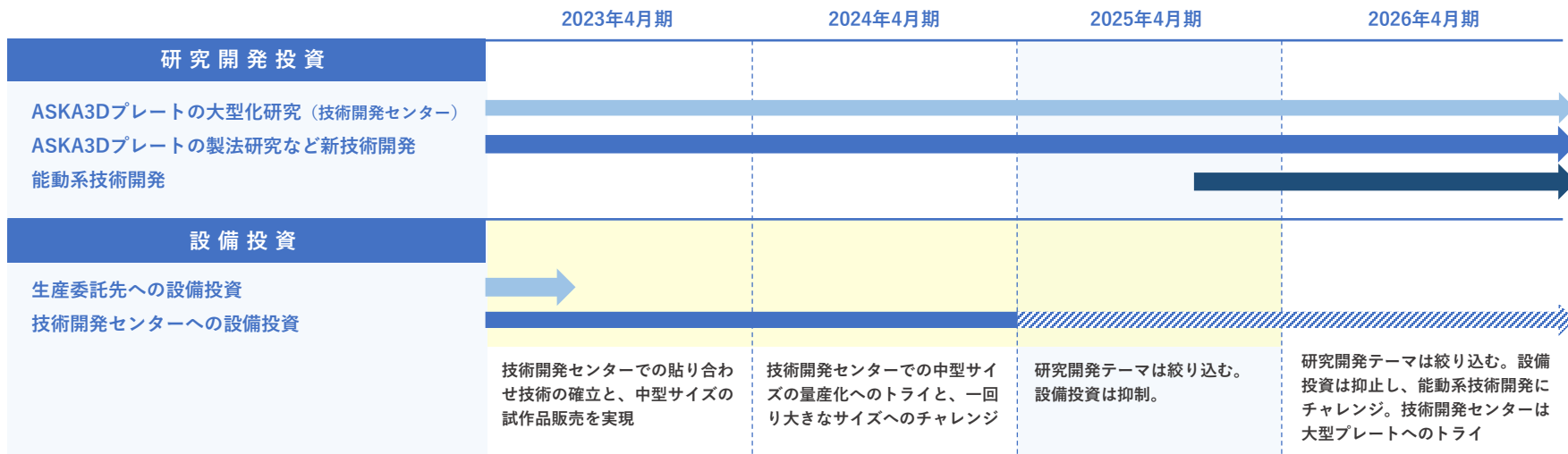
研究開発

- 能動系（※1）技術開発へのチャレンジ
- ベンチャー企業との共同開発（MR体験ツール等）

※1 映像を受けて結像する受動系と異なり、自ら立体映像を空中に創出する技術のこと

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。



2025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 126百万（計画約140百万円に比べ経費抑制などにより縮小） / ASKA3Dプレート新技術開発 10百万（効率的支出によりやや抑制） / その他（特許取得など） 44百万（特許関連費用が計画より増加）
	設備投資	金型など 18百万（金型製作が計画外で発生した）

2026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120百万 / 能動系新技術開発など（人件費含む） 約23百万 / その他（特許関連費用など） 約26百万
	設備投資	生産用什器など 約5百万（投資抑制方針）

2026年4月期の主要施策・KPI

2025年4月期に多額の棚卸資産評価損や減損損失を計上した反省を踏まえ、体制変更の実施、重点施策およびそれに基づく2026年4月度のKPIを設定した。

体制の変更

- 営業強化を目的に代表取締役社長の村上が空中ディスプレイ事業部長を兼務し、体制の見直しと刷新を行いました。
- 前期まで戦略企画部にて、XRやVTuberフェスなどを企画・マーケティングしたXRチームが空中ディスプレイ事業部に合流し、空中ディスプレイとXRを多面的に提案できる体制としました。また、自治体などへのパイプも共有することとしました。

主要施策

- 高付加価値ソリューションによる企業・自治体への提案力強化
- 市場創造に向けた戦略パートナーの獲得と海外市場の絞り込み
- XRチームとの融合による新たなビジネス機会の創出
- 能動系技術開発へのチャレンジ

KPIの設定

- 市場創造に向けた戦略パートナーとの提携・・・1件以上
- 自社製及び他社IPを活用したコンシューマ向け製品の開発・・・3件以上
- 能動系技術開発・・・特許申請5件以上

KPIの変更

- 従来、KPIとして売上成長率を設定していましたが、より具体的なKPIが望ましいと判断し変更しました。
- 2025年4月期は、売上目標を250百万円としていましたが、当社の営業提案力不足、海外代理店の案件クロージング未達などにより、144百万円の売上実績にとどまりました。

2025年4月期の施策と取組状況

成長のための施策		2025年4月期の取組状況
プロダクトと技術開発	 外製パートナーとの製造強化	樹脂は新素材での試作を進めた、一方ガラスは内製に注力した。
	 自社技術開発センターでの製造開発	より大きいサイズでも一定の品質は確保できたが、まだ市場要求には及ばず、プロセスの改善を進めていく。
	 基礎技術・製法技術研究	能動系技術の研究を開始。
営業	 営業力の強化	広告代理店や販売パートナーへの提案強化。休眠顧客の掘り起こしを実施。海外は韓国、東南アジアエリアの代理店を設置。
	 導入事例の拡散	WEBサイトの多言語化完了。採用案件とSNSでのニュース配信はほぼ毎月実施。
	 市場調査からニーズに合った営業	国内展示会を年1回に減らしウェビナー等を実施。そこからの能動的な営業活動を実施。
	 UX視点強化（モノからコト売りへ）	顧客インタビューの掲載により、ストーリーや付加価値の可視化を進めた。

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	空中結像技術のバイオニアとして、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、結果としてベンチャー投資先2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

2025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ウェディング向け、コンシューマ向けを中心に苦戦した。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、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、フォトブック事業とも堅実な利益を計上した一方、空中ディスプレイ事業においては、継続的に損失を計上しており、想定を下回る進捗であることから、棚卸資産の評価損および保有資産の減損損失を計上した。また、スタートアップ企業など投資有価証券の一部の評価損を計上した。その結果、大幅な損益の下方修正を余儀なくされた。
- 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。

2026年4月期計画について

- フューネラル事業は、新規顧客獲得、tsunagooの利用増加、最新技術を活用した新サービスの提供などで増収増益を計画。
- フォトブック事業および空中ディスプレイ事業は、組織体制および事業責任者を交代。継続と変革を明確にし、新しい体制での立て直しを進める。
- 現在、東京において事務所が3拠点に分散しており、その統合にかかる費用を予算化。
- 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。

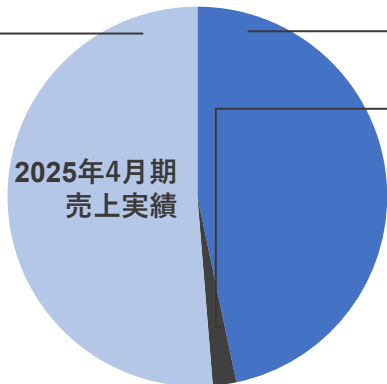
決算概要

安定成長型ビジネスモデル
フォトブック事業

51.3%

「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5,900社の写真館などBtoB向けやコンシューマーに年間約140万冊（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

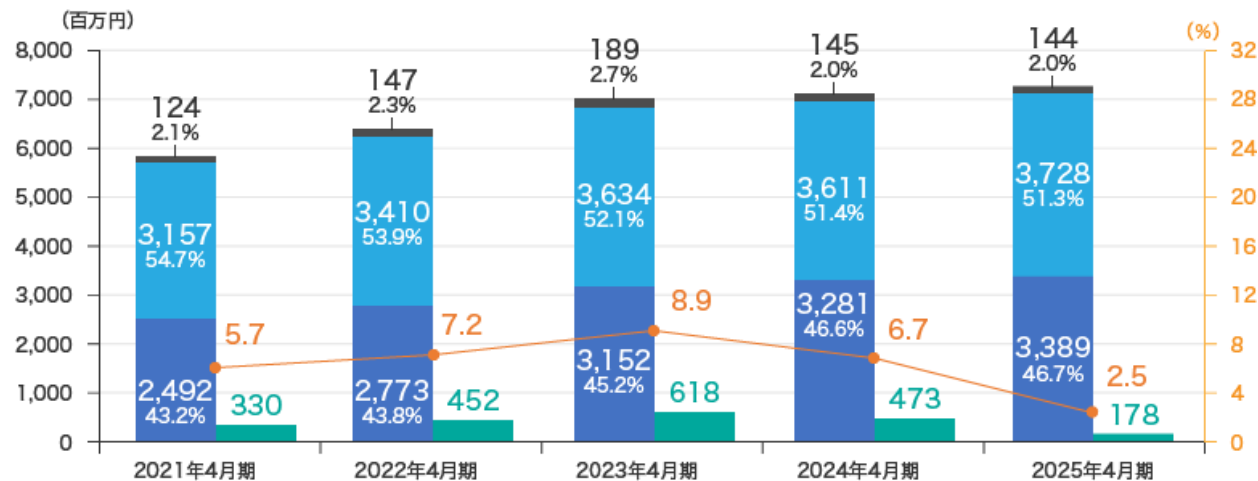
46.7%

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3,130カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約50万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



※売上はセグメント間取引消去後の数値を記載しております。（連結）

損益状況

単位：百万円

	2024年4月期		2025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	7,038	100.0	7,263	100.0	7,720	100.0	△457	+224	+3.2
(フェーネラル事業)	3,281	46.6	3,389	46.7	3,440	44.6	△51	+108	+3.3
(フォトブック事業)	3,617	51.4	3,734	51.3	4,040	52.3	△306	+117	+3.2
(空中ディスプレイ事業)	145	2.1	144	2.0	250	3.2	△106	△1	△1.0
(セグメント間売上)	△6	△0.1	△5	△0	△10	△0.1	-	△0	-
売上原価	3,824	54.3	4,220	58.1	-	-	-	+396	+10.4
売上総利益	3,214	45.7	3,042	41.9	-	-	-	△171	△5.3
販売費及び一般管理費	2,766	39.3	2,868	39.5	-	-	-	+102	+3.7
営業利益	447	6.4	173	2.4	520	6.7	△347	△273	△61.2
経常利益	473	6.7	178	2.5	535	6.9	△357	△294	△62.3
当期純利益	214	3.1	△263	△3.6	324	4.2	△587	△477	-

- 売上高は、3事業において、修正前計画を下回り、前期比微増にとどまった。
- 営業利益、経常利益は、空中ディスプレイ事業において棚卸資産評価損を売上原価に計上したため、計画、前年実績とも大きく下回った。
- 特別損失として減損損失、投資有価証券評価損等を計上したため、当期純損失の計上を余儀なくされた。

セグメントの損益状況

単位：百万円

	2024年4月期		2025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	3,281	752	3,389	+108	801	+49
フォトブック事業	3,617	677	3,734	+117	601	△76
空中ディスプレイ事業	145	△316	144	△1	△533	△216

- フューネラル事業は、遺影写真加工収入、葬儀演出ツールが堅調に増加し、tsunagoo利用率も上昇した。効率的な画像加工部門の運営やサプライ品の適切な粗利確保が奏功し、セグメント利益は増加した。
- フォトブック事業は、グループ会社BETの売上が通年寄与したものの、フォトブック自体は各市場とも苦戦。生産効率化は継続するも、原材料費高、稼働率低下により粗利率が低下したため、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、前期並みにとどまった。棚卸資産評価損251百万円を計上したことにより、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）

	2025年4月期	2026年4月期	前年比
売上高	7,263	7,580	+ 4.4%
フューネラル事業	3,389	3,590	+ 5.9%
フォトブック事業	3,734	3,795	+ 1.6%
空中ディスプレイ事業	144	200	+ 38.5%
内部売上	△5	△5	-
営業利益	173	435	+ 150.5%
経常利益	178	450	+ 151.4%
当期純利益	△263	261	- %
1株当たり当期純利益（円）	△16.30	16.60	- %
1株当たり年間配当（円）	7.00	7.00	- 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、2026年7月を予定しております。