

■ 株主メモ

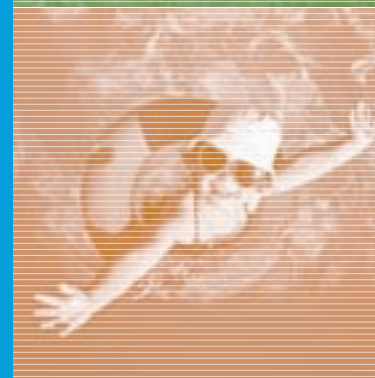
事業年度	毎年5月1日から翌年4月30日まで
基準日	定時株主総会 4月30日 剰余金の配当 期末 4月30日 中間 10月31日
定時株主総会	毎年7月開催
証券コード	2438
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載 URL http://www.asukanet.co.jp *ただし、電子公告によることができない場合には、 日本経済新聞に掲載します。
株主名簿管理人 (特別口座管理機関)	東京都港区芝3丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
●同事務取扱場所 (郵便物送付先) (電話照会先)	大阪市中央区北浜2丁目2番21号 中央三井信託銀行株式会社 大阪支店 TEL ☎0120-78-2031
●取次窓口	中央三井信託銀行株式会社 本店および全国各支店 日本証券代行株式会社 本店および全国各支店
上場証券取引所	東証マザーズ

※住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申出先について
株主様の口座のある証券会社にお申出ください。なお、証券会社等に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である中央三井信託銀行株式会社にお申出ください。

※未払配当金のお支払いについて
株主名簿管理人である中央三井信託銀行株式会社にお申出ください。

株式会社 アスカネット

広島県広島市安佐南区祇園3丁目28番14号
TEL:082-850-1200(代表)



株主・投資家の皆さまへ 第16期事業のご報告

2010年5月1日から2011年4月30日まで



売上高は微減ながら 利益は順調に拡大

当期における当社の業績は、売上高は前期比 1.1% 減の 44 億 97 百万円ながら、経常利益は同 16.6% 増の 7 億 32 百万円、当期純利益は同 16.2% 増の 4 億 11 百万円となりました。

メモリアルデザインサービス事業では、高い画像処理技術力や充実した自社サポート体制、葬儀演出全般に対応した豊富な商品ラインアップなどの強みを活かして着実に顧客を獲得、売上高を引き続き拡大しました。

一方、パーソナルパブリッシングサービス事業では、海外市場や一般消費者市場で、消費マインドの低下や競争激化などから苦戦しました。

来期にはメモリアルデザインサービス事業で、業界での確固たる地位をもとに顧客開拓や新サービスの提案を進め、持続的な成長を目指します。また、パーソナルパブリッシングサービス事業では、知名度の向上や潜在需要の掘り起こし、サービスのブラッシュアップを継続します。加えて、当期より始めたエアリアルイメージング事業では、研究開発に重点的に取り組みます。

以上の取り組みにより、来期には売上高 44 億 60 百万円、経常利益 5 億 50 百万円、当期純利益 3 億 10 百万円の達成を目指します。

トップメッセージ

ユニークかつ斬新な新事業分野へと進出

株主の皆さまにおかれましては、平素より当社事業に格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。また、東日本大震災で被災された全ての方々に、謹んでお見舞いを申し上げます。

この 2011 年 4 月期は当社にとって、新たな成長に向けた出発点となりました。懸案だったプロフォトグラファー向け写真集制作ソフトについて、待望の最新版リリースにこぎつけたほか、中長期的に大ビジネスへの成長が期待できる、ユニークかつ斬新な事業分野に進出したためです。安定成長を実現しているメモリアルデザインサービス事業でも、さらなる利便性向上を目指した新サービスをスタートしています。

一方でこの期には、主力のパーソナルパブリッシングサービス事業で、消費者向けデジタル写真集「フォトブック」の競争環境が激しくなり、売上の伸び悩みへとつながりました。何らかの形で巻き返しを進める必要があります。

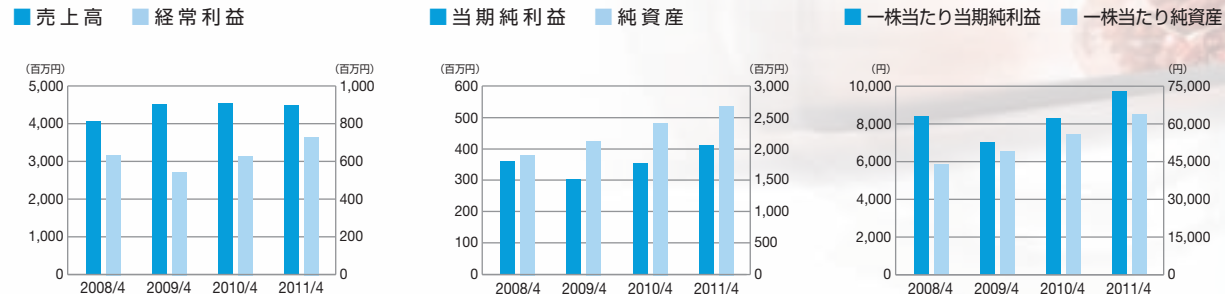
新ビジネスの成功や既存ビジネスの巻き返しのために、必要なものは何でしょうか。私は「お客さまの心の中の『あっても良い』を『なくてはならない』に変えること」だと考えています。もちろん、そこに至るまでにはさまざまな壁がありますが、壁を乗り越え、習慣化していただけるほどに製品・サービスを受け入れてもらえれば、必ず実現できることです。

2012 年 4 月期も当社は、皆さまにとって「なくてはならない」企業を目指し、製品・サービスの向上や研究開発投資に努めてまいります。皆さまには、一層のご支援を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

代表取締役社長 **福田幸雄**

福田 幸雄（ふくだ ゆきお）昭和 23 年生まれ、63 歳。広島県広島市出身。昭和 46 年、文化服装学院卒業。昭和 57 年、アスカネットの前身となる飛鳥写真工芸社を創業。昭和 58 年、株式会社飛鳥写真館設立。平成 7 年に株式会社アスカネットを設立し、現在まで代表取締役社長。趣味は写真とゴルフ。

財務ハイライト



「アスカブックメーカー2」を リリース

Q プロ向け写真集編集ソフトの最新版を無料公開しましたね。

「アスカブックメーカー2」は、プロフォトグラファーがパソコン上で自ら写真集を制作し、当社に印刷を発注できるよう開発したソフトで、2009年に公開した「アスカブックメーカー」の後継です。デザイン技術が無くとも写真集を簡単に制作できるため、国内では高い評価を受けています。全国10数カ所で開いたセミナーでは質問も活発で、ソフトの導入を決めてくれた方も多くいました。

前バージョンに比べ、ソフトとして格段に進化しています。プログラムの実行スピード、安定度とも高まったほか、新機能として独自のカラーマネジメントシステムも実装しました。パソコンのモニター上で、実際にできるアルバムに近い発色を実現できるというもので、他の画像編集ソフトでは余り見られない特徴です。

国内では最近、結婚式などの撮影依頼を受けたフォトグラファー自らが、撮影した写真データをもとに写真集を編集して印刷発注し、依頼主に届けるという習慣が根付いてきています。この編集作業を自前でやれば、デザイナーを雇うお金もかからず思い通りの写真集が作れるのですが、フォトグラファーには普通、デザインの経験がありません。「アスカブックメーカー2」は、そういったフォトグラファーにターゲットを絞ったソフト。高度な機能も備えつつ、付属のテンプレートに写真をはめ込むだけでも美しい写真集を簡単に制作できます。

まだ国内では、同種のソフトはあまり普及していません。今後もセミナーなどを全国で開催してシェアを高め、写真集制作への“入り口”を押さえたいと思います。

なお、海外マーケット向けには英語バージョンを投入していますが、短期間に類似のソフトが多数登場しています。しかしこれらの多くは、各種ブックにまたがる汎用性を狙ったものです。当社は、独自のブックのみを制作するための独自ソフトの優位性を更にアピールし、知名度を高めていく予定です。



アスカブックメーカー2

「マイブックエディタ」を改良、 誰もが簡単に使えるように

Q 一方、消費者向けソフトの改良も行ったとか。

フリーのフォトブック制作ソフト「マイブックエディタ4」をバージョンアップしました。主な目的は、手書き機能やテンプレート機能の搭載です。これにより、さらに簡単に美しいフォトブックが短期間で作れるようになりました。

ブック制作ソフトには、2つの方向性があります。ひとつは機能や自由度を高め、より高度なフォトブックを作れるようにする道、もうひとつは、機能や自由度を限定し、より簡単にフォトブックを作れるようにする道です。そして今回のバージョンアップで当社は、より簡単に作れるようにする道を新たに付け加えました。サイレント・マジョリティの要望により応えるためです。

実は、マイブックエディタのダウンロード数は、実際のフォトブック発注数よりもずっと多くなっています。ダウンロードはしたものの、結局フォトブックを作らなかったという方が多いのも現実です。そこで、なぜ発注に至らなかったかを調査したところ、かなり多くの方が自分で編集を行う事を難しく考えられ、発注に至らない事がわかりました。ある程度のスキルのある方には非常に好評な高機能も、時としては新しいユーザー獲得の弊害となっていました。

そこで今回のバージョンアップでは、数10種類のテンプレートから好きなものを選び、自分の写真をはめ込むだけで写真集を作れるという簡便さを売り物にしました。もちろん、高度な機能は搭載していますが、それらは、ある程度の経験者であれば気が付く位置に移動し、まずは、初心者が次に何をすれば良いのかが分かる工夫をしています。

誰もが使いやすいものでないと、広いマーケットにはアクセスできません。しかし広いマーケットは価格競争が激しく、きちんと利益が出せるのはかえって高度でマニアックなマーケットだったりもします。なかなか見極めが難しいところですが、初心者は初心者なりに簡単に使い、入り込んでいけば複雑なこともできるソフトを目指していきたいと思えます。



マイブックエディタ4

Q 新事業への着手を決めたそうですね。

何も無い空中に画像や映像を浮かび上がらせる「エアリアルイメージング（空中結像）」という分野に進出しました。技術としてはまだ研究途上ですが、完成すれば、駅の空中にポスターを浮かべたり、正面を見て自動車を運転している人の視野内にカーナビの映像を表示したり、歩道にビールジョッキの3D画像を投影したりするなど、非常に幅広い分野への応用が期待できます。

既に、この技術の基本特許を取得するとともに、開発した技術者を当社に招き「AI（エアリアルイメージング）事業開発室」という組織を新設しました。今後、実用化に向けた研究を進め、将来的には新たな画像・映像の表現方法として確立したいと思います。

仕組み ▶ 特殊な“鏡”で空中に像を結ぶ

この技術について、ごくかいつまんで説明しましょう。鏡の前にペンを置くところを想像して下さい。普通の鏡であれば、ペンの姿は鏡の中で像を結びます。しかし、手で持つと折れるほど微細なガラス片をガラス基板の全面に貼り付けた特殊な“鏡”、「AIP（エアリアルイメージングプレート）」を使うと、像は“鏡”の後ろの、実際にペンがある位置とは正反対の場所で結像するのです。これが、エアリアルイメージングの基本的な仕組みです。

まだ、ゴースト（画像のブレ）の発生や大型化、量産化といった問題を一つひとつ解決していく必要があり、実用化までには一定の時間はかかるものとみられます。しかし、そこまでこぎつければ、幅広い分野への応用が見えてくるはずですよ。

■ エアリアルイメージングとは
あらゆるものを空中に映し出す最新技術

エアリアルイメージングとは、特殊なガラス基板を使い、被写体の実像をリアルタイムに空中に映し出す技術です。あらゆるものを空中に映し出すことが可能で、メガネなどの特殊な装置も必要ありません。

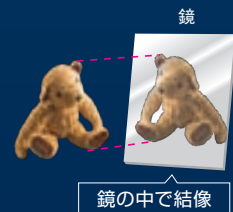
【キーデバイス】

AIP（エアリアルイメージングプレート）

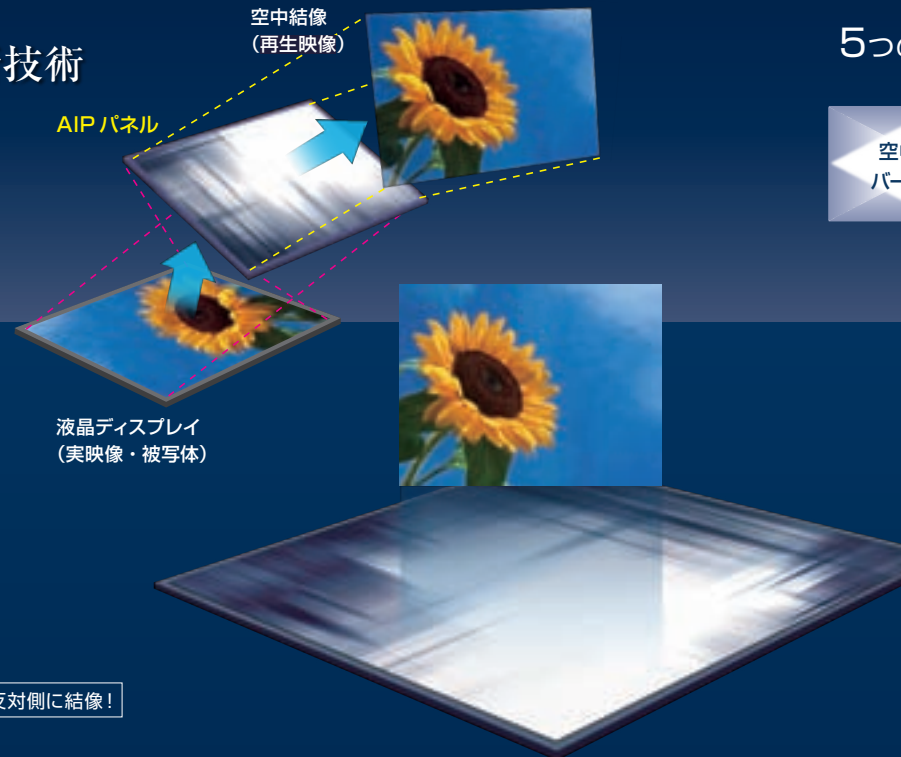
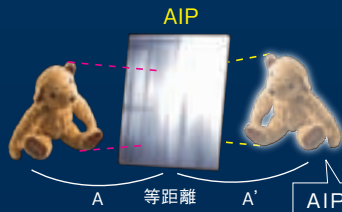
AIPは、表面に特殊なマイクロミラーを多数配置したガラス基板です。被写体から出る光を受けると、反対側の対照位置に実物大の像を浮かび上げられます。

● 基本原理

通常の鏡の場合



AIPを使うと…



5つの特長

特殊な反射プレート1枚で被写体を空中に再結像できるAIPは、他に特別な装置を必要としません。高精細で映像の飛び出し距離が高く、樹脂成型による量産化・ローコスト化が可能、などの特徴があります。

- 空中・空間にバーチャル再生
- メガネなどの特殊装置不要
- 高照度・高精細 高い飛び出し距離
- 大型化・量産化 ローコスト化
- 他の光源の影響を受けない



【デジタルサイネージ】

広告を空中に表示できます。時間帯や周りにいる人の属性に合わせて、内容を随時差し替えることも可能です。



【プレゼンテーション】

演者の手元に映像を浮かべたり、逆に演者にしか見えないように空中に原稿を表示するなど、さまざまな用途に活用できます。

※画像は将来のイメージです

用途 広告や3DTV など、幅広い応用分野

中でも有望なのが、将来の1兆円産業とも目される「デジタルサイネージ」分野への応用です。

デジタルサイネージとは、屋外や駅の構内などにある広告ポスターや看板をデジタルディスプレイに置き換え、ネットワーク化したもの。既に、電車や駅舎内、繁華街などへの設置が進んでいます。この広告手法をエアリアルイメージング技術と組み合わせれば、暑い日の日中に店先に冷たい飲み物の映像を浮かべ、陽が傾いてきたらそれをアルコールに切り替えるなど、よりの確に消費者にアピールできる広告活動が可能となります。非常に間口の広いビジネスへと育つでしょう。

また、この技術は、3DTVのような、デジタルデータを立体映像化する用途にも応用できます。現在の3DTVの多くは視聴に専用のメガネが必要で、立体化の方向も画面の奥側になりますが、エアリアルイメージングなら画面の手前方向に3D映像を結像させ、それを裸眼で楽しむことが可能です。過去に、映画・放送用に制作された3D映像を使えることも大きな長所と言えます。

今後 実用化に向け、研究開発を推進

この技術を手にしたきっかけは、「面白い技術がある」と紹介され、デモンストレーションを見たことです。それ自体はまだ完成度が低いものでしたが、色々深く調べてみたところ「これはいける」と思い、技術を買収した次第です。

ただ、実際に実用にまで至るかどうかは、これからの研究次第です。現状では、像を表示できる距離や大きさが限られていますので、改良を施す必要があります。また、AIPを効率よく作るノウハウを確立し、その製造特許を押さえねばなりません。現時点ではまだ試作ベースの生産に留まっており、量産化に向けた研究も不可欠でしょう。

また、平面だけでなく立体を結像させる技術や、自ら空中に映像を結像させる“能動系”の技術も、研究を進めてまいります。まずは、9月に東京で開催される国内最大の屋外広告イベント「サイン&ディスプレイショウ2011」（東京屋外広告美術協同組合主催）にサンプルを出品し、関係者の反応を見定めます。



3DTVへの応用も可能
※画像は将来のイメージです

ネット上で写真を預かる 「遺影バンク.com」をオープン



遺影バンク.com

Q メモリアルデザインサービス事業でも、新たな展開を始めたそうですね。

新サービス「遺影バンク.com」を2011年2月にオープンしました。気に入っているご自身の写真やご家族との写真をネット上のサーバーで預かり、亡くなられた際にはそれを遺影として葬儀に使うというものです。

このサービスを始めた理由は2つあります。ひとつは、ご家庭にある多くのカメラがデジタルカメラに置き換わり、プリントした写真が家に残りにくくなっていること。代わりに増えた画像のデジタルデータは、どこに保存してあるかがしばしば分からなくなります。その点、あらかじめ外部に預けておけば、いざという時にも安心です。

もうひとつは災害対策です。先日の東日本大震災では、多くの家が津波で倒壊し、保存してあった写真が失われました。日本が災害多発国であることを考えても、やはり大事な写真は安全な場所に保管しておくべきでしょう。

これからは遺影に限らず、大切な情報はネットへ預ける習慣が普及するはずです。ご本人が希望する遺影に加え、家族へのメッセージや家系図などの重要情報を、ご遺族に確実に遺すお手伝いができればと考えています。

Q この期は、社会貢献活動の本格スタートの年にもなりましたね。

まずは当社を育てて下さった地元・広島に恩返しを、ということで、2つの活動を開始しました。ひとつはNPOに対する支援で、活動を記録するフォトブックや、広報のためのポスターなどを無料で制作するというもので、この期には7団体にサービスを提供しました。

もうひとつは、フォトブックを印刷する際に発生する廃棄用紙から作った「エコメモ帳」「エコ画用紙」の配布で、近隣の幼稚園や保育園にお配りしたほか、一部は東北の被災地にもお届けしました。これは、社員が自ら提案したことで、やっている我々の方がモチベーションが上がっています。

今年も広島での社会貢献活動を続ける一方、来年は東京へも活動エリアを広げたいと思っています。お金や人を提供するよりも、持っているノウハウや手掛ける事業を上手く活かした、支援する側もされる側も、お互いにハッピーになれるやり方を模索していきたいですね。

被災地へも 「エコメモ帳」「エコ画用紙」を送付



「エコメモ帳」「エコ画用紙」を近隣の幼稚園などに配布

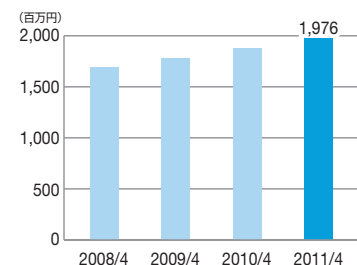
メモリアルデザインサービス事業
新規顧客獲得が順調に進む



事業業績概況

当事業の当期の売上高は、前期比4.9%増の19億76百万円となりました。

売上高

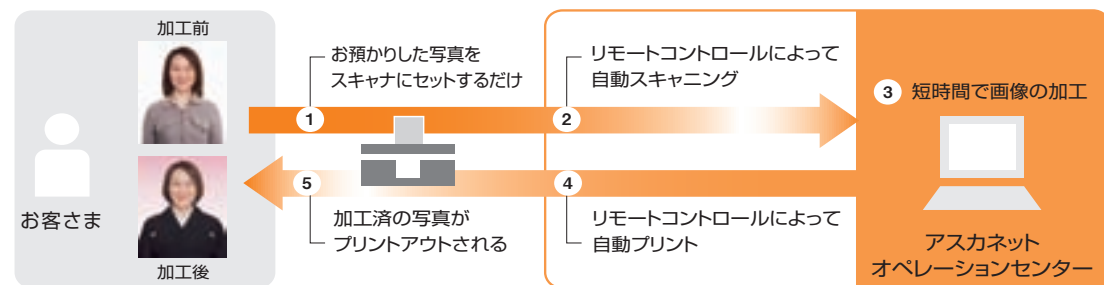


高齢化が一段と進行する一方、葬儀の施行価格の下落が続くという環境になりましたが、当社は、遺影写真加工で新規顧客獲得を順調に進めて加工枚数を増やし、ビデオなど映像関連演出でも売上を堅実に伸ばしました。また、東日本大震災で千葉市幕張の東日本オペレーションセンターの一時閉鎖を余儀なくされたものの、広島本社での集中処理などにより、遺影写真の提供を継続できました。これらの結果、売上高は引き続き増加しました。

事業概要

遺影写真をフルリモートで加工

「フルリモートコントロール」による処理の流れ



葬儀用写真市場で27%を確保

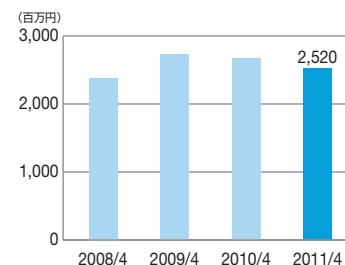
遺影写真のデジタル加工・修正をネットワーク経由で葬儀社から請け負っています。スナップ写真や白黒写真でも、遺影として使えるクオリティの写真に仕上げます。また、葬儀をより効果的に演出する動画ツール（メモリアルビデオ）の制作やカラー額の販売など、葬儀にまつわる周辺分野にも進出しています。

パーソナルプリンティングサービス事業
東日本大震災の影響も逆風に

事業業績概況

当事業の当期の売上高は、前期比5.3%減の25億20百万円となりました。

売上高

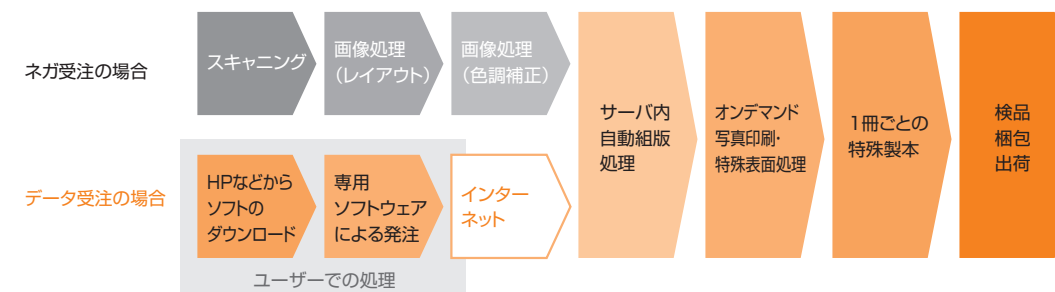


フォトブックの市場での認知が進む一方、新規参入の増加などから競争環境が厳しくなる中、当社はプロフェッショナル写真市場に向け、新写真集制作ソフト「アスカブックメーカー2」を投入。全国各地でセミナーなどを開き、顧客獲得を進めました。しかし、海外市場や一般消費者市場では競争の激化により厳しい状況が続き、東日本大震災の影響による婚礼の延期や旅行の低迷も逆風となったことなどから、全体としては苦しい展開となりました。

事業概要

デジタル写真時代のアウトプットを提供

生産フローの概略



幅広い顧客層に写真集を提供

高品質のオンデマンド印刷で、写真集を1冊から制作、お届けする当社の主力事業。婚礼写真集や卒業写真集といった高品質が求められるものから、アルバム代わりの友人・家族との写真集まで、幅広い範囲をカバーしています。インターネット経由で手軽に注文が可能。デジタルカメラの急速な普及を背景に浸透が進んでいます。

ポイント 1 売上原価や販管費の低減で営業増益に

遺影写真加工など高付加価値サービスが順調に伸びたほか、減価償却費、販売手数料など経費が減少したことにより、営業利益は前期比13.3%増となりました。

損益計算書(要約)

(単位:千円、千円未満切捨て)

科目	2011年4月期 2010年5月1日から 2011年4月30日まで	2010年4月期 2009年5月1日から 2010年4月30日まで
売上高	4,497,319	4,545,351
売上原価	2,164,886	2,215,304
売上総利益	2,332,433	2,330,047
販売費及び一般管理費	1,598,599	1,708,107
営業利益	733,834	621,940
営業外収益	9,663	14,017
営業外費用	11,034	7,717
経常利益	732,463	628,239
特別利益	-	24
特別損失	32,079	14,012
税引前当期純利益	700,383	614,251
法人税等合計	288,417	259,595
当期純利益	411,965	354,656

貸借対照表(要約)

(単位:千円、千円未満切捨て)

科目	2011年4月期 2011年4月30日	2010年4月期 2010年4月30日
●資産の部		
流動資産	1,897,957	1,627,264
固定資産	1,503,627	1,589,107
資産合計	3,401,584	3,216,372
●負債の部		
流動負債	617,316	650,985
固定負債	90,512	158,857
負債合計	707,829	809,842
●純資産の部		
株主資本	2,684,100	2,394,908
資本金	490,300	490,300
資本剰余金	606,585	606,585
利益剰余金	1,709,764	1,372,667
自己株式	△122,549	△74,644
評価・換算差額等	△1,131	833
その他有価証券評価差額金	△1,131	833
新株予約権	10,787	10,787
純資産合計	2,693,755	2,406,529
負債純資産合計	3,401,584	3,216,372

ポイント 2 借入金を削減

長期借入金が前期比69百万円減少したことにより、固定負債は同43.0%減の大幅な減少となりました。

ポイント 3 新規事業開始に伴い投資を実施

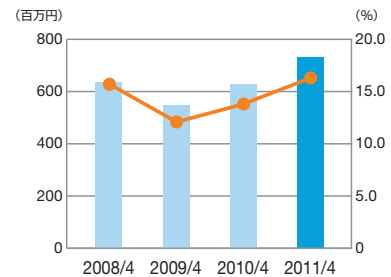
新事業の開始などに伴い、特許出願権などの無形固定資産1億39百万円を取得したほか、有形固定資産66百万円も取得したため、投資活動によるキャッシュ・フローは2億9百万円の使用となりました。

キャッシュ・フロー計算書(要約)

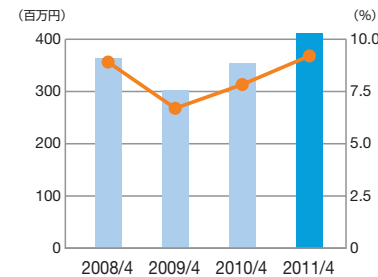
(単位:千円、千円未満切捨て)

科目	2011年4月期 2010年5月1日から 2011年4月30日まで	2010年4月期 2009年5月1日から 2010年4月30日まで
営業活動によるキャッシュ・フロー	642,393	801,844
投資活動によるキャッシュ・フロー	△209,305	△240,025
財務活動によるキャッシュ・フロー	△201,982	△153,981
現金及び現金同等物に係る換算差額	△1	△12
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	231,103	407,824
現金及び現金同等物の期首残高	913,346	505,521
現金及び現金同等物の期末残高	1,144,449	913,346

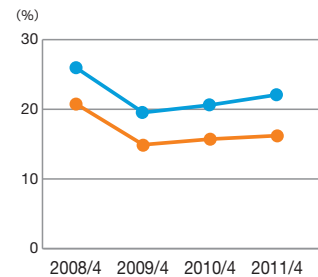
■ 経常利益 ● 売上高経常利益率



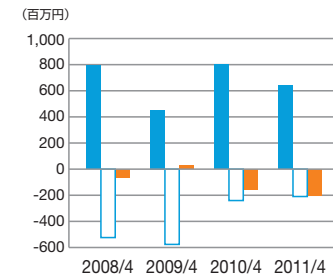
■ 当期純利益 ● 売上高当期純利益率



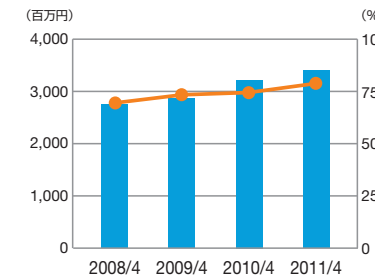
● ROA ● ROE



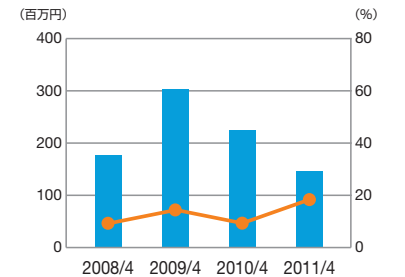
■ 営業CF □ 投資CF ■ 財務CF



■ 総資産 ● 自己資本比率



■ 有利子負債 ● デット・エクイティ・レシオ



■株主資本等変動計算書（要約）

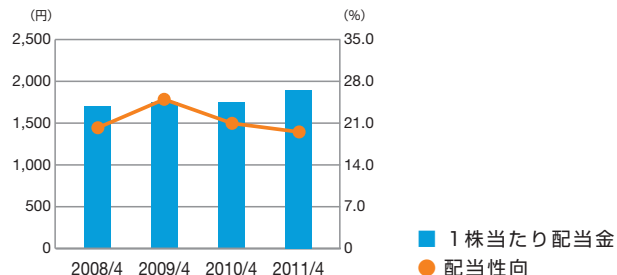
（単位：千円、千円未満切捨て）

2011年4月期 （2010年5月1日から 2011年4月30日まで）	株 主 資 本					評価・換算差額等		新株予約権	純資産 合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	評価・換算 差額等合計		
前期末残高	490,300	606,585	1,372,667	△ 74,644	2,394,908	833	833	10,787	2,406,529
当期変動額									
剰余金の配当			△ 74,868		△ 74,868				△ 74,868
当期純利益			411,965		411,965				411,965
自己株式の取得				△ 47,905	△ 47,905				△ 47,905
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）						△ 1,965	△ 1,965		△ 1,965
当期変動額合計	-	-	337,097	△ 47,905	289,191	△ 1,965	△ 1,965	-	287,225
当期末残高	490,300	606,585	1,709,764	△ 122,549	2,684,100	△ 1,131	△ 1,131	10,787	2,693,755

利益配分に関する基本方針

当社は、企業価値の継続的拡大と、株主に対する利益還元を経営の重要な課題と認識しており、配当につきましては、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、事業に応じた配当を継続して実施していくことを基本としております。

1株当たり配当金・配当性向の推移



■会社の概要（2011年4月30日現在）

会社設立 1995年7月
 代表取締役社長 福田 幸雄
 資本金 4億9,030万円
 年商 44億9,731万円
 従業員数 260名
 業種 インターネットを利用した画像修正・写真集製作サービス
 事業所 ●本社
 広島県広島市安佐南区祇園3丁目28番14号
 TEL. (082) 850-1200 (代表)
 ●フューネラル事業部
 広島県広島市安佐南区祇園2丁目39番1号
 TEL. (082) 850-1223
 ●関東支社
 千葉県千葉市美浜区中瀬2-6
 WBG マリブイースト17F
 TEL. (043) 297-3163
 ●東京支社・ショールーム
 東京都港区南青山2-4-16
 GOOD・WILL 青山2F
 TEL. (03) 5414-3411

■役員（2011年7月22日現在）

代表取締役社長 福田 幸雄
 常務取締役 松尾 雄司
 常務取締役 功野 顕也
 常勤監査役 戸田 良一
 監査役 米今 喜作
 監査役 小田 富美男

■株式の状況（2011年4月30日現在）

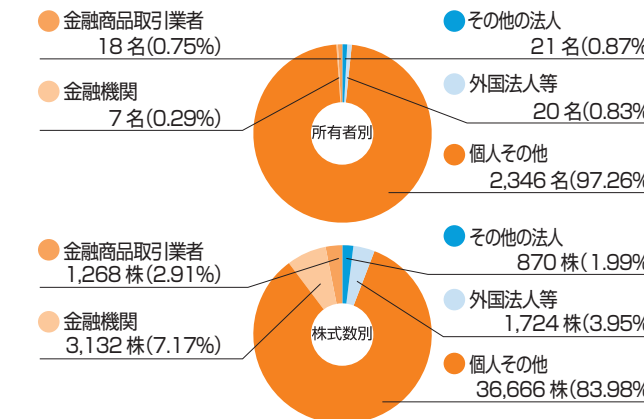
発行可能株式総数 168,000株
 発行済株式の総数(自己株式1,794株を含む) 43,660株
 株主数 2,412名

■大株主（2011年4月30日現在）

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
福田 幸雄	14,090	33.7
アスカネット従業員持株会	2,246	5.4
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,039	2.5
株式会社広島銀行	950	2.3
木原 伸二	810	1.9
ゲインウエル セキュリティーズ アカウント クライアント	767	1.8
功野 顕也	744	1.8
日本証券金融株式会社	531	1.3
福田 俊也	480	1.1
松尾 雄司	430	1.0

(注) 1. 当社は自己株式1,794株を保有していますが、上記大株主には含めておりません。
 2. 持株比率は自己株式を除いて算定しております。

■株式の分布状況（2011年4月30日現在）



(注) 自己株式1,794株は、「個人その他」に含めて記載しております。