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 https://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	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先	168-0063　東京都杉並区和泉二丁目8番4号
電話照会先	三井住友信託銀行株式会社　証券代行部 TEL 0120-782-031
取次窓口	三井住友信託銀行株式会社 本店および全国各支店
上場証券取引所	東証マザーズ

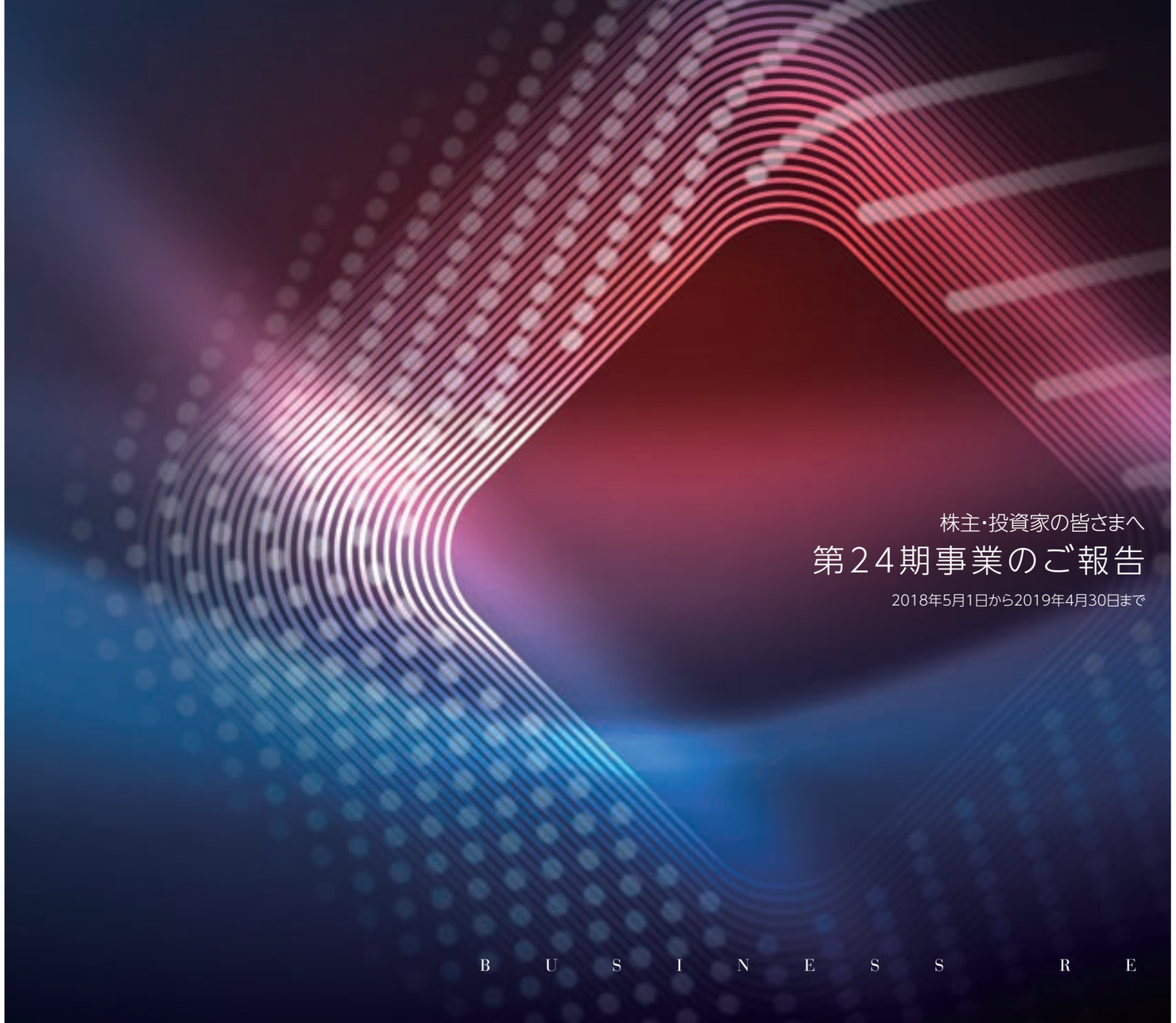
※ 住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申出先について
株主様の口座のある証券会社にお申出ください。

※ 未払配当金のお支払いについて
株主名簿管理人である三井住友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）

VEGETABLE OIL INK



株主・投資家の皆さまへ

第24期事業のご報告

2018年5月1日から2019年4月30日まで

B U S I N E S S R E P O R T

ASUKANET

二つの中核事業を着実に伸ばすとともに、中長期の成長を見すえた新たな事業の創出にも積極的に挑戦してまいります

代表取締役会長兼CEO
福田 幸雄
1948年生まれ、71歳。広島県広島市出身。1971年文化服装学院卒業。1982年アスカネットの前身となる飛鳥写真工芸社を創業。1983年株式会社飛鳥写真館設立。1995年に株式会社アスカネットを設立。2018年7月代表取締役会長兼CEOに就任。趣味は写真とゴルフ。

代表取締役社長兼COO
松尾 雄司
1961年生まれ、57歳。広島県世羅郡世羅町出身。1998年、株式会社アスカネット入社。営業として事業拡大に貢献。2002年取締役フューネラル事業部長。2005年常務取締役に就任後、2007年常務取締役COOを経て2018年7月代表取締役社長兼COO。趣味はゴルフとスポーツ観戦。

売上高および利益ともに過去最高を更新しました

Q｜2019年4月期の取り組みと業績について教えてください。

〔A〕株主の皆様におかれましては、日頃より格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。

当社は、昨年7月に代表取締役社長の職を福田幸雄から松尾雄司に異動したことにより、この一年間、新体制のもとでさらなる発展に向けて着実に前進してまいりました。

2019年4月期は、メモリアルデザインサービス事業およびパーソナルパブリッシングサービス事業ともに、市場において安定した強みを発揮しております。おかげさまで、売上高および利益ともに過去最高を更新することができました。

セグメント別では、メモリアルデザインサービス事業においては、冬場の死亡者数が減少傾向で推移したことから、遺影サービスがやや苦戦しました。加えて、新規顧客の獲得が計画を若干下回ってしまいました。

このように市場環境は多少逆風ではあったものの、弔電サービス「tsunagoo（つなぐ）」など、新たなICT（情報通信技術）サービスを投入して、市場の活性化を図りました。スマートフォンの活用で、訃報のお知らせから弔電や供物発注まで、ご遺族や会葬者にとって手間となる事柄を一気通貫で解決できるサービスは今後、有力なサービスの一つになるととらえています。

また、エアリアルイメージング事業で開発した「ASKA3Dプレート」を活用した焼香台「飛鳥焼香台」を積極的に提案した結果、葬儀の差別化ツールとして全国の葬儀社で導入が進んでいます。

一方、パーソナルパブリッシングサービス事業では、BtoC（消費者向け取引）分野でOEMの受注が引き続き好調です。加えて、プロフォトグラファーや写真館などを対象にしたBtoB（事業者向け取引）では、結婚式の件数そのものは減少傾向にあるものの、出産や七五三、成人式などライフイベントにきめ細かく対応したことから、お客様はもちろんのこと、写真館やプロフォトグラファーの方々から高く評価していただいています。

中でも、子どもの成長記録の第一歩として、赤ちゃんの等身大の姿を写真データとして残しておく、「赤ちゃん等身大フォトサービス」が好評で、両親だけでなく、祖父母のお客様を獲得するきっかけとなっています。

こうした取り組みを通じて、2019年4月期の業績は、売上高、利益とも前年度の実績を上回りました。売上高は62億95百万円（前期比6.6%増）、営業利益が8億68百万円（前期比10.1%増）、経常利益が8億73百万円（前期比9.7%増）、そして当期純利益は5億98百万円（前期比7.5%増）となりました。配当金につきましては、配当性向30%の方針のもと、1株当たり11円とさせていただきました。

Q 新商品や新サービスの相次ぐ投入を可能にしている背景は何でしょうか？

〔A〕当社では創業以来、従業員のモチベーションを高める工夫を凝らすとともに、意見を活発に交わす社風の醸成に努めてきました。また、昨年度から導入した執行役員制度によって、事業における意思決定がより早くなったほか、従業員の仕事に対する意欲がますます高まっている点が挙げられます。

その一例として制作の現場をみると、BtoCの場合、お客様のご都合に最大限合わせるという意識が浸透しています。たとえば、「おばあちゃんにどうしてもこの日にプレゼントしたい」といったご要望に対して、多少難しい場合であっても希望日に合う納期を設定し、社内の各部門が密接に連携して応えています。最初から「できません」と決めつけるのではなく、「どうしたらできるか」を考え、行動する意識が浸透しています。その背景には、従業員一人ひとりが「お客様の役に立ちたい」という思いを胸に秘めて仕事に取り組んでおり、それが当社の社風として根付いているからではないかと考えます。

また、当社ではメモリアルデザインサービス事業において、24時間365日にわたって営業をされている葬儀社様の業務をしっかりと支えるという創業当初からの経営方針のもと、遺影サービスの提供に努めてきました。

具体的には、葬儀社様に設置したプリンタなどの機械に不具合が生じた場合、技術資格を有する従業員がおおよそ3時間以内に駆けつけて問題に対処しております。これは平日に限らず、休日や祝日でも実施しています。保守要員の確保や教育にコストがかかる反面、このような取り組みが当社に対する絶大な信頼につながっているとともに、他社には真似のできない競争優位になっていると考えます。

さらには、BtoBおよびBtoCを問わず、お客様のご要望をしっかりと伺い、それに応える新商品、新サービスの開発に注力しております。お客様と一対一で向き合って、市場ニーズを調べ、応えていく中で、従業員一人ひとりが高い意識を持って、お客様に喜んでいただけるサービスを考えぬくことが競争優位につながっていると考えます。

たとえば、メモリアルデザインサービス事業では、全国の葬儀社様のヒアリングを徹底して行い、地域ごとの葬祭の実情や時代の変化、葬祭サービスの課題などを詳しく調べています。新たに開発した弔電サービス「tsunagoo（つなぐ）」は、その取り組み成果の一つといえます。

同様に、パーソナルパブリッシングサービス事業においても結婚式場の写真家の方々にお話を伺い、品質に対する厳しいご意見なども真摯に承り、課題に応える新商品、新サービスを早急に開発するように努めています。

また、OEMでは、発注元企業様と定期的にミーティングを行い、需要動向やニーズの把握を行うとともに、ご要望を踏まえたサービスの改善を継続的に行っています。そのため、事前の情報交換を通じて、注文数の急増に対しても的確に対処しております。

Q エアリアルイメージング事業の現状について教えてください。

〔A〕従来、空中結像を可能にする樹脂製プレート「ASKA 3Dプレート」の量産化に取り組んでまいりました。この度、品質の安定と歩留まりの向上を実現したことから、第一段階の量産体制を確立することができました。これによって、最大200mm角のプレートを月産3,000枚規模で生産することが可能となっています。さらには、一部工程の生産設備を増強することにより、生産能力を月産1万枚程度に拡大できる見込みです。今後、さらに量産拡大をめざす一方、市場の開拓に向けた取り組みを加速していきます。

現時点では、ガラス製プレートは、サイネージ（電子看板）の分野などでの活用を想定しています。一方、樹脂製プレートについては、ICTデバイスでの活用をはじめとして、さまざまな可能性を秘めており、すでにサンプル出荷を行ったユーザー様のニーズを踏まえて、用途を開拓している段階です。それとともに引き続き、第二段階、第三段階の量産化に取り組んでいきます。

お客様と常に真摯に向き合い、
ご要望にお応えしています

「ASKA3Dプレート」は
月産3,000枚規模の量産体制を確立

従業員にとって働きやすく、働きがいを実感できる企業へ

Q ｜事業が拡大基調にある中で、経営の課題と取り組みについて教えてください。

〔A〕OEMをはじめとして、受注量が増大する現状にあって、従業員の増員を図ってきました。また、生産スペースが手狭になってきたことから、中長期の成長を見越して、本社横に新たに新社屋（本社西館）を建設しました。こうした先行投資によって、2020年4月期は減益を見込んでおりますが、中長期の成長を見すえた投資である点、ご理解ください。

また、従業員数の増加に対応して、この一年、働き方改革を積極的に進めてきました。人財の補充によって一人当たりの作業量が過重にならない体制を整えました。さらに当社では、テレワークを導入しています。これは育児や介護などでやむなく出社できない従業員を対象に、自宅での勤務を認める取り組みです。すでに約15名の従業員がテレワークに取り組んでおり、成果を上げています。

多様な働き方が求められる時代にあって、当社としては人財の確保および育成、そして活躍推進を中長期にわたる成長の基盤ととらえ、今後も人事制度の見直しや実効性のある制度運用に取り組んでまいります。そして、従業員にとって働きやすく、働きがいを実感できる企業をめざしていく考えです。

事業の新たな柱の創出をめざした取り組み

エアリアルイメージング事業で大きく前進

エアリアルイメージング事業において、開発に取り組んできた樹脂製「ASKA3Dプレート」の第1段階の量産化に移行しました。これにより、最大200mm角のプレートについて、月産3,000枚程度の生産能力を実現しています。今後、一部工程の生産設備を増強することで、比較的容易に生産能力を月産1万枚程度に拡大できる見込みです。

一方、営業面では、昨年11月のバージョンアップ以来、本格的にサンプル販売を進めた結果、国内外の250社近くに販売いたしました。2020年4月期においては、量産第1号案件を少しでも早く受注し、他の需要を喚起していく考えです。並行して、展示会などを通じてサンプル販売を加速してまいります。

事業の種を見いだすため、イノベーションを促進

当社では、エアリアルイメージング事業に続く新規事業の創出に向けて、オープンイノベーションの促進に取り組んでいます。今後、「AI（人工知能）活用プロジェクト」の推進をはじめ、投資先のハンズオン支援（専門家の派遣）、主要顧客との新たな取り組みなどを進めていきます。

さらには、イノベーション推進担当役員を中心に、新たな提携ベンチャーの発掘や、新規事業の提案なども手がけています。企業やベンチャー、大学など幅広く提携先を求め、さらなる成長機会を獲得するとともに、並行して社内の各種プロジェクトを推進することで、イノベーションの促進を図ってまいります。

本社西館の本格稼働を達成し、増産体制を確立していきます

Q ｜2020年4月期の取り組みおよび業績見通しについて教えてください。

〔A〕2020年4月期は、パーソナルパブリッシングサービス事業の生産拡大に向けた本社西館の立ち上げが大きな取り組みの一つです。施設はすでに建設済みで、夏までに最新の印刷機械などを搬入し、秋口から本格的な稼働をめざしていきます。これに併せて、社内における受注から制作、印刷・加工、物流に至る体制をすべて見直し、QCD（品質・コスト・納期）のさらなる向上に取り組む考えです。工程の中では、梱包作業の自動化など、先進的な取り組みに意欲的に挑戦していきたいと考えています。

また、メモリアルデザインサービス事業およびパーソナルパブリッシングサービス事業に関して、お客様の目線からお役に立つ新商品、新サービスの投入を引き続き予定しております。さらに、写真画像を活用した人工知能システムの研究にも取り組んでおります。

以上のことから、2020年4月期、売上高は前年比7.0%の増収であるのに対して、営業利益および経常利益は5.1%の減益、当期純利益は9.0%の減益を見込んでいます。また、配当見込みは、10円（配当性向30%目安）を計画しています。

エアリアルイメージングの仕組み

エアリアルイメージングの原理は、鏡の前に物を置くと鏡面に像が映る現象の応用です。鏡の代わりにガラスや樹脂で出来た特殊なパネル「ASKA3Dプレート」を用いることで、ASKA3Dプレートを挟んで実物のちょうど反対位置に当たる空中に、実物大の像を映し出します。よく、2Dか3Dかと問われますが、置かれたものがそのまま3次元的に結像しますので、元が2Dなら結像も2D、元が3Dなら結像も3Dになります。

広島から イノベーションを起こす 企業へと進化していきます

Q 中長期の成長を見すえた取り組みについて、お考えをお聞かせください。

〔A〕画像や映像の世界は、きわめて速いスピードで技術が進歩しています。そのため、今日の勝者が明日の敗者となりかねません。当社では、常に業界の先頭に立つという方針のもと、ソフトウェアや生産設備などへの投資を積極的に進めています。

それとともに、時代の先を行く技術をいち早くとらえるため、社内にイノベーション推進の部門を立ち上げ、部門長を執行役員として、最新技術の獲得に注力しています。この中には、人工知能システムやロボットなどを含んでおり、技術の獲得と併せて、事業とのマッチングを進めてまいります。いずれは広島からイノベーションを起こし、新たな事業創出を実現していく中で、中長期にわたる持続的な成長を図ってまいりたいと願っています。

つきましては、今後とも当社に対する変わらぬご高配を賜りますようお願い申し上げます。

TOPICS

販売促進

「フューネラルビジネスフェア2019」にて Webサービスなどを出展

当社では、遺影写真作成・加工サービス「MDS（メモリアルデザインサービス）」に関連して、6月にパシフィコ横浜にて開催された「フューネラルビジネスフェア2019」に出展しました。

「フューネラルビジネスフェア」は、変わりゆく社会のニーズに対応する葬祭サービスとライフエンディングをサポートする、葬祭事業者および関連事業者のための最新設備機器・システムの総合展示会およびシンポジウムです。

当社は、スマートフォンで葬儀にイノベーションを起こすWebサービス「tsunagoo（つなぐ）」や、自宅でできる供養の新スタイル「おうち供養Omokage（おもかげ）」を中心に、「葬儀×最新テクノロジー」をテーマに展示を行いました。特に、「tsunagoo」では、業界で初めて外字対応を実現。葬儀社様の利便性をさらに高めたことで、来場者の関心を集めました。

販売促進

アジア最大級の写真映像総合イベント「CP+2019」に出展 「フォトブック」や「等身大フォト」が好評

当社は、2月28日から3月3日にかけてパシフィコ横浜にて開催された、アジア最大級のカメラ・写真映像分野の総合展示イベント『CP+（シーピープラス）2019』に出展しました。

展示ブースは、「作品との出会いを楽しむ」をテーマに、書店風にと工夫を凝らしました。そして、自分で作れる写真集「マイブック」や、プロフォトグラファー向けフォトブックサービス「ASUKABOOK（アスカブック）」など、一般公募作品および写真家作品を中心に、約200冊に及ぶ作品を展示しました。

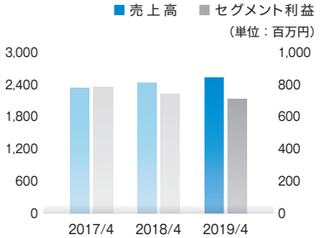
また、イベントの期間中、著名写真家によるトークショーをはじめとして、「等身大フォトブース内撮影大会」「我が子へ贈る104文字の等身大レター作品展示」など、当社独自の楽しいイベントを実施。写真を活かした、思い出の新たな残し方をさまざまな切り口からアピールしたことで、数多くの来場者から好評を博しました。

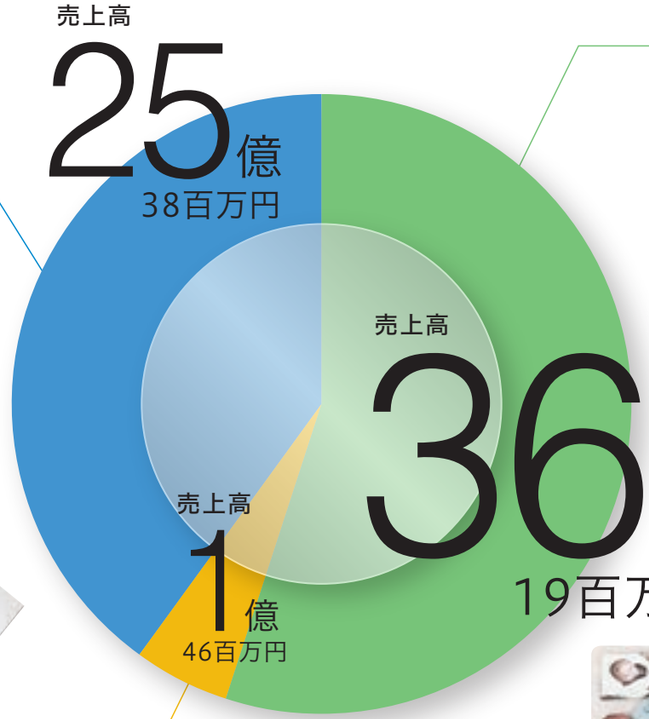
前期比 0.6％増

メモリアルデザインサービス事業

□サプライ品の売上は堅調であったものの、主力である遺影写真加工収入や動画等葬儀演出サービス収入は想定をやや下回りハード機器売上は前期好調の反動により苦戦したため、事業全体の売上は前期に比べ微増にとどまる。

□新サービス「tsunagoo」では、供物や弔電の発注機能に加え記帳受付システム機能を強化し葬儀社への導入を推進。





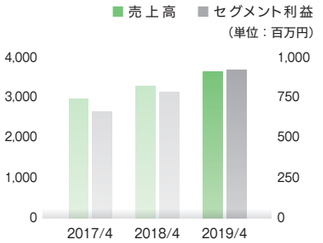
前期比 10.6％増

パーソナルパブリッシングサービス事業

□国内プロフェッショナル写真市場では、自社営業による顧客獲得に加え、展示会の出展や全国デジタルフォトセミナーの開催や新製品の継続投入が奏功し、主力のウェディング向け写真集売上は堅調に推移。

□国内一般消費者市場では、効率的なインターネット広告や各種キャンペーンの実施に加え当期にリリースした新製品が好評を博し一般消費者向け売上は前期実績を上回る。

□OEM供給はサービスの浸透により売上は順調に伸長し、計画も達成。



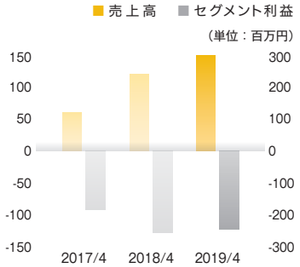
前期比 24.0％増

エアリアルイメージング事業

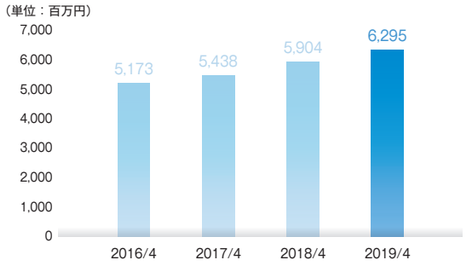
□「ASKA3Dプレート」ではガラス製、樹脂製それぞれの量産化を最重要課題として取り組み中。

□営業面では多ロットで製品組込用途での活用が期待される樹脂製ASKA3Dプレートのサンプル販売に重点的に取り組み、リリース以来国内外合わせ250社近くに納品。

□国内では3か所、海外2か所の展示会に出展し、空中結像の可能性について高い評価を受ける。店舗でのディスプレイや業務用美容機器への組込製品化など実際の活用事例も。



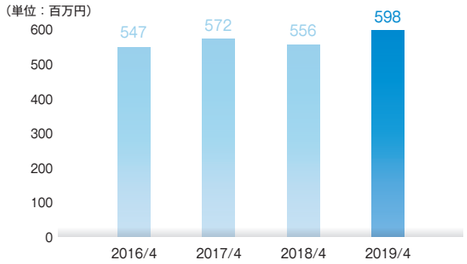
売上高



62億95百万円 前期比 6.6%増

売上高は、メモリアルデザインサービス事業、パーソナルパブリッシングサービス事業、エアリアルイメージング事業、3事業とも前年実績を上回り、全体として売上計画も達成。

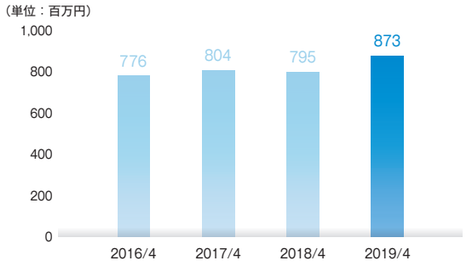
当期純利益



5億98百万円 前期比 7.5%増

パーソナルパブリッシングサービス事業がOEMを中心に順調に伸長したため、前年実績を上回り、計画も達成。

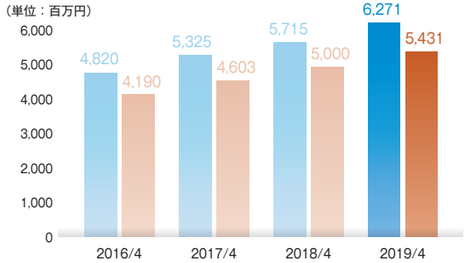
経常利益



8億73百万円 前期比 9.7%増

各事業において人員の増強を行い、OEM部門の送料・梱包材費用の増加などがあったものの、パーソナルパブリッシングサービス事業の利益伸長が寄与し前期比9.7%の増益。

総資産・純資産



総資産 **62億71百万円** 前期比 9.7%増

純資産 **54億31百万円** 前期比 8.6%増

順調な利益計上により利益剰余金が増加したため、総資産・純資産ともに増加。

キャッシュ・フロー指標

(単位：百万円)

科　目	2016/4	2017/4	2018/4	2019/4
営業活動によるキャッシュ・フロー	765	818	788	919
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 357	△ 293	△ 596	△ 795
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 200	△ 164	△ 157	△ 161
現金及び現金同等物の期末残高	1,313	1,673	1,706	1,669

1株当たり指標ほか

(単位：円)

科　目	2016/4	2017/4	2018/4	2019/4
1株当たり当期純利益	32.65	34.19	33.20	35.57
1株当たり純資産	250.03	274.56	297.45	322.49
1株当たり配当金	10.00	10.00	10.00	11.00
自己資本比率(%)	86.8	86.3	87.4	86.6

NEWS

【社会貢献活動】

従業員の「もったいない」の声から生まれた「エコ画用紙帳」が好評

当社は、社会貢献活動の一環として、生産の過程で生じた商品には使用できない印刷用紙の有効利用に取り組んでいます。これにより、廃棄物の量を削減し、環境負荷の低減につなげています。

2010年からは、「捨てるにはもったいない」「何かに使えないか」という従業員の声に応えて、従来廃棄していた用紙を用いて、「エコメモ帳」や「エコ画用紙帳」を作成。広島市内の児童館や保育園など10数ヶ所に配布しています。特に大きなサイズの画用紙帳は、「いくらあってもうれしい」と、子どもたちから喜んでいただいています。

【新サービス】

プロの写真家向けにクラウド仕様の写真データ納品システムを開発

当社では、全国の写真館やプロ写真家向けのソリューションを多数展開しています。この度、写真データの納品や写真のセレクトがオンライン上で簡単に行えるクラウドサービス「Grandpic（グランピック）」を開発し、サービスの提供を開始しました。

「Grandpic」とは、撮影した写真をクラウド経由でアップロードするだけでデータ納品を完了できるシステムです。納品用のDVDなどを作成する手間を省くことができる一方、お客様は保存期間中にいつでもデータにアクセスして、データをダウンロードできます。また、お客様自身が写真を選択し、それらをもとに写真家がアルバムを作るなど、満足度の高いサービスの提供ができます。

財務トピックス

拡大するOEMに対応する新社屋が完成

当社では、パーソナルパブリッシングサービス事業のOEMが拡大するにともない、生産スペースが手狭になっておりました。そこで、本社隣接地を確保できたことをきっかけに、当期において新社屋（西館）を建設いたしました。

完成した西館は4階建てで、延床面積は2,020平方メートルとなります。今後、最新型の印刷機や自動梱包装置などを順次導入し、品質および生産性の双方の向上を図った生産体制を整える考えです。また、従業員にとっても働きやすい環境の整備を進めてまいります。本格稼働は2019年秋口からを予定しています。

会社の概要

（2019年7月26日現在）

会社設立	1995年7月
代表取締役社長	松尾　雄司
資本金	4億9,030万円
年商	62億9,599万円
業種	インターネットを利用した画像処理・写真集製作サービスなど

主要事業所

本社

広島県広島市安佐南区祇園 3-28-14
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 2-39-1
TEL.（082）850-1223

関東支社

千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1　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 2-2-3　南青山 M-SQUARE　5F
TEL.（03）5414-3411

びわこオペレーションセンター

滋賀県大津市浜大津 2-1-35　OSD 浜大津ビル 9F
TEL.（077）510-1357

役員

（2019年7月26日現在）

代表取締役会長	福田　幸雄
代表取締役社長	松尾　雄司
専務取締役	功野　顕也
取締役（社外）	細井　謙一
常勤監査役（社外）	戸田　良一
監査役（社外）	小田　富美男
監査役（社外）	柏信　憲二

株式の状況

（2019年4月30日現在）

発行可能株式総数		67,200,000株
発行済株式の総数	（自己株式622,941株を含む）	17,464,000株
株主数		7,826名

大株主

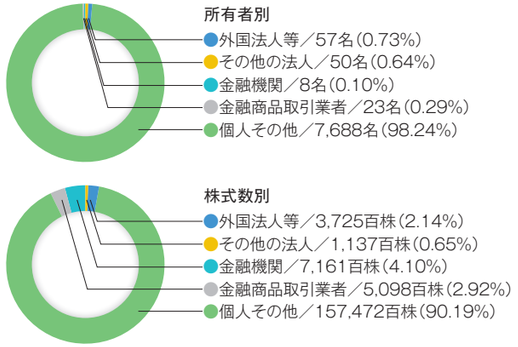
（2019年4月30日現在）

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
福田　幸雄	5,580	33.1
アスカネット従業員持株会	477	2.8
株式会社広島銀行	380	2.3
木原　伸二	324	1.9
功野　顕也	297	1.8
GMOクリック証券株式会社	178	1.1
佐橋　英紀	170	1.0
松尾　雄司	149	0.9
東京海上日動火災保険株式会社	144	0.9
戸田　良一	108	0.6

（注）1.　持株比率は自己株式を除いて算定しております。
2.　当社は自己株式622,941株を保有しておりますが、上記大株主からは除いております。

株式の分布状況

（2019年4月30日現在）



（注）自己株式622,941株は、「個人その他」に含めて記載しております。