

株式会社アスカネット

2023年4月期 第2四半期決算説明資料

CONTENTS

1.第2四半期 決算の概要

1-1.決算概要	03
1-2.損益状況	04
1-3.費用状況	05
1-4.セグメント別損益状況	06
1-5.財務状況	07
1-6. キャッシュ・フローの状況	08

2.フューネラル事業

2-1.フューネラル事業ビジネスモデル	10
2-2.事業概況・売上の推移	11
2-3.重要指標の推移	12
2-4.市場環境	13

3.フォトブック事業

3-1.フォトブック事業ビジネスモデル	15
3-2.市場別売上の推移	16
3-3.重要指標の推移	17
3-4.フォトブック事業のサービスラインナップ	18
3-5.上期の状況	19
3-6.下期の取り組み	20

4.空中ディスプレイ事業

4-1.空中ディスプレイ事業の概要と方針	22
4-2.上期の状況と下期の取組方針	23
4-3.代理店別の活動状況について	24

5.2023年4月期 通期見通し

5-1.通期見通し	26
-----------	----

1.第2四半期 決算の概要

Balancing of accounts summary

1-1.決算概要

売上

フューネラル事業は遺影写真加工枚数が増加し、想定以上の売上達成。フォトブック事業は、BtoCは厳しい環境続くも、BtoBはウェディングを中心に回復途上。空中ディスプレイ事業は、有望な海外市場がまだ活動制約続き、案件の長期化を余儀なくされている。

原価率

自社設備、自社社員での生産を基本とするフォトブック事業においては、売上の回復に伴い、原価率が低減。一方、フューネラル事業は想定通り画像処理部門の人員を増強し原価率は上昇。その結果、全社の原価率は前年同期に比べ1.0ポイント上昇した。

販売管理費率

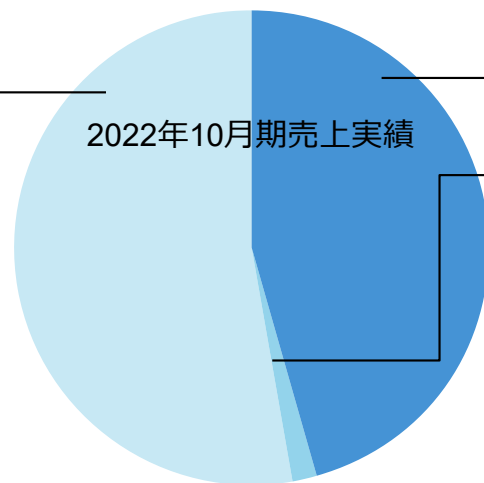
展示会の出展等営業活動の活発化により広告宣伝費や旅費交通費は増加し、また、人員増強により人件費が増加したものの、売上増加や研究開発費の減少が寄与し、販売管理費率は1.5ポイント減少した。

利益の前期比

以上により、経常利益150百万円（前年同四半期比28.1%増）、四半期純利益は103百万円（前年同四半期比29.4%増）となった。

フォトブック事業
52.7%

「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5,200社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約190万冊を提供（OEMブック含み、プリント除く）。



空中ディスプレイ事業
1.6%

空中結像技術による、新しい映像画像の表現方法を提唱。樹脂製サンプルを供給しつつ、量産案件の受注に努める。2020年技術開発センターを設立。

フューネラル事業
45.7%

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2,750カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約42.4万枚の写真画像を提供。

1-2.損益状況

単位：百万円

	2021年10月期		2022年10月期		対前年同期比
	実績	%	実績	%	
売上高	2,930	100.0	3,160	100.0	+229
(フューネラル事業)	1,279	43.6	1,443	45.7	+164
(フォトブック事業)	1,594	54.4	1,668	52.7	+74
(空中ディスプレイ事業)	57	2.0	51	1.6	△5
(セグメント間売上)	△0	—	△2	—	△2
売上原価	1,559	53.2	1,714	54.2	+154
売上総利益	1,371	46.8	1,446	45.8	+74
販売費及び一般管理費	1,258	42.9	1,308	41.4	+50
営業利益	113	3.9	137	4.3	+23
経常利益	117	4.0	150	4.8	+32
四半期純利益	80	2.7	103	3.3	+23

1-3. 費用状況

単位：%

	2021年 10月期	2022年 10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	46.8	45.8	△1.0	フューネラル事業において、人員不足状態にあった画像処理部門の採用を積極的に行ったことによる。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2021年 10月期	2022年 10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	89	108	+ 19	展示会出展の増加などによる。
人件費	487	532	+ 45	人員増および賞与等の増加による
減価償却費・支払家賃	103	100	△3	—
発送配達費	148	140	△8	出荷量増加も、梱包の工夫等により影響を最小限度に。
研究開発費	155	127	△27	空中ディスプレイ事業において、技術開発センターの研究開発用設備の減価償却費減少などによる。
その他	274	298	+ 24	営業活動活性化による旅費交通費の増加、価格高騰による水道光熱費の増加など。
合計	1,258	1,308	+ 50	—

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2021年10月期		2022年10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	1,279	299	1,443	+164	312	+12
フォトブック事業	1,594	247	1,668	+74	282	+35
空中ディスプレイ事業	57	△170	51	△5	△161	+9

- フューネラル事業は、全国的に葬儀施行件数が増加したことを主要因として、売上は順調に増加した。画像処理部門を中心に人員増強を図ったものの、セグメント利益は増益を確保した。
- フォトブック事業は、ウェディング向けなどBtoBは回復傾向にあるが、旅行用途などのBtoCは依然として厳しい状況。受注量の増加に伴い稼働率が改善し、原材料費高騰などの影響があるものの、セグメント利益は増加した。
- 空中ディスプレイ事業は、中国市場はまだ営業活動が停滞している。その他の市場については動きは回復しつつあり、有力な引き合いは増加しているものの、案件進捗の遅れは取り戻せていない。研究開発費など費用は適切にコントロールし、セグメント損失は微改善。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2021年 10月期	2022年 10月期	増 減	主な増減要因
流動資産	2,947	3,169	+ 222	売掛金およびASKA3Dプレート関連の在庫が増加した。
固定資産	3,534	3,468	△65	有形固定資産がやや減少した。
資産合計	6,481	6,638	+ 157	
負債・純資産の部	2021年 10月期	2022年 10月期	増 減	主な増減要因
流動負債	672	803	+ 131	未払金の増加など。
固定負債	5	10	+ 4	—
負債合計	677	814	+ 136	
純資産合計	5,803	5,824	+ 20	自己株式取得の一方で、利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	6,481	6,638	+ 157	

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2021年 10月期	2022年 10月期	増 減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	+ 320	+ 82	△237	前年同期は法人税等の還付があったものの、今期は支払となり、その差額が主要因。
投資活動による キャッシュ・フロー	+ 55	△171	△227	前年同期は、長期性定期預金の解約収入があった。
財務活動による キャッシュ・フロー	△118	△314	△196	自己株式の取得による。
現金及び現金同等物の 期末残高	1,669	1,596	△72	—

- 2022年6月～10月の間に、自己株式195百万円（196,200株）を取得した。

2.フューネラル事業

Funeral Service

2-1.フューネラル事業ビジネスモデル

全国の葬儀社をネットワークで繋ぎデジタル加工処理を行っている

操作不要のフルリモートコントロール方法



強み



- 専門オペレーターによる写真加工技術



- 全国14カ所の自社サポート体制



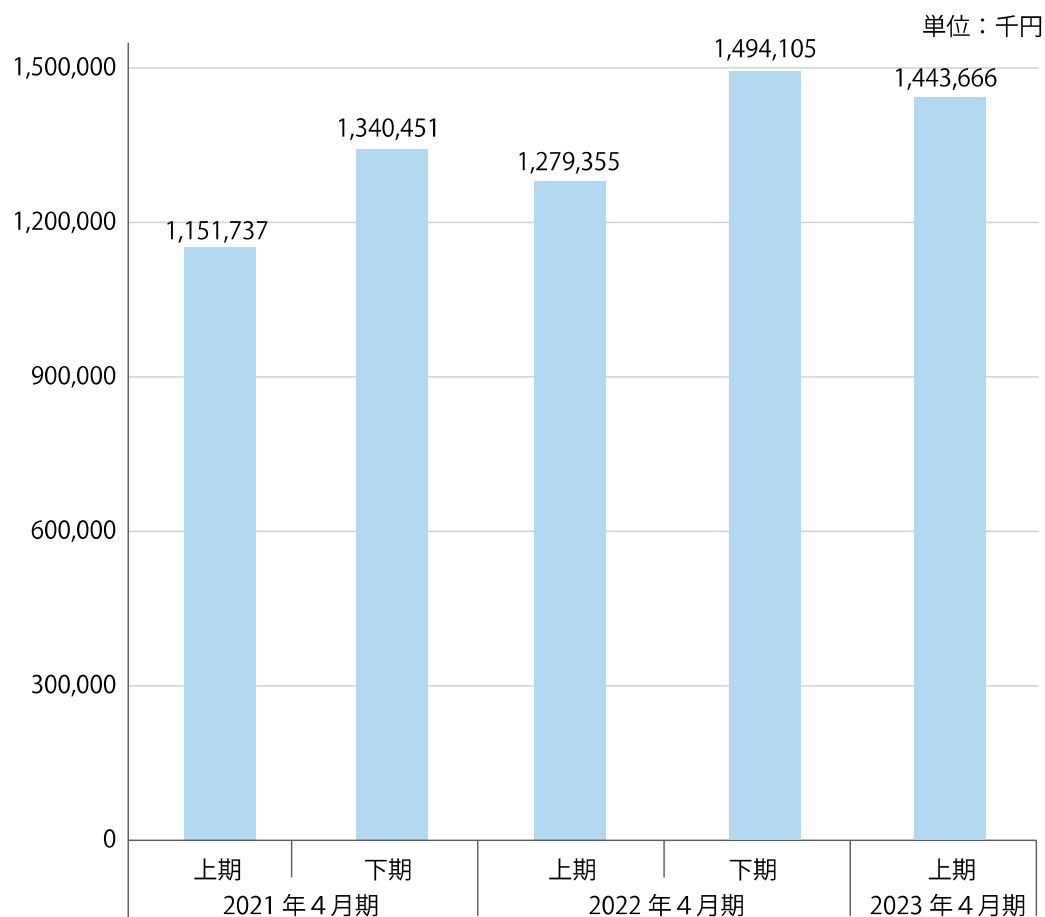
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

収益構造

- 加工オペレーション収入：
1枚加工する毎に技術料を徴収
- サプライ品売上：
インク、用紙、額などを販売
- ハード機器類売上：
通信出力システム、デジタルサイネージ機器などを販売

2-2.事業概況・売上の推移

売上の推移

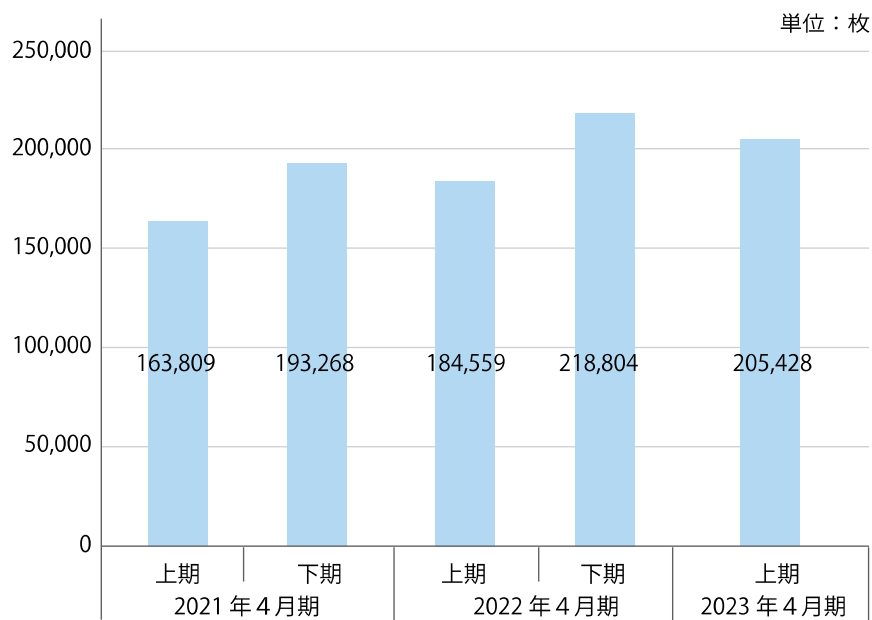


事業概況

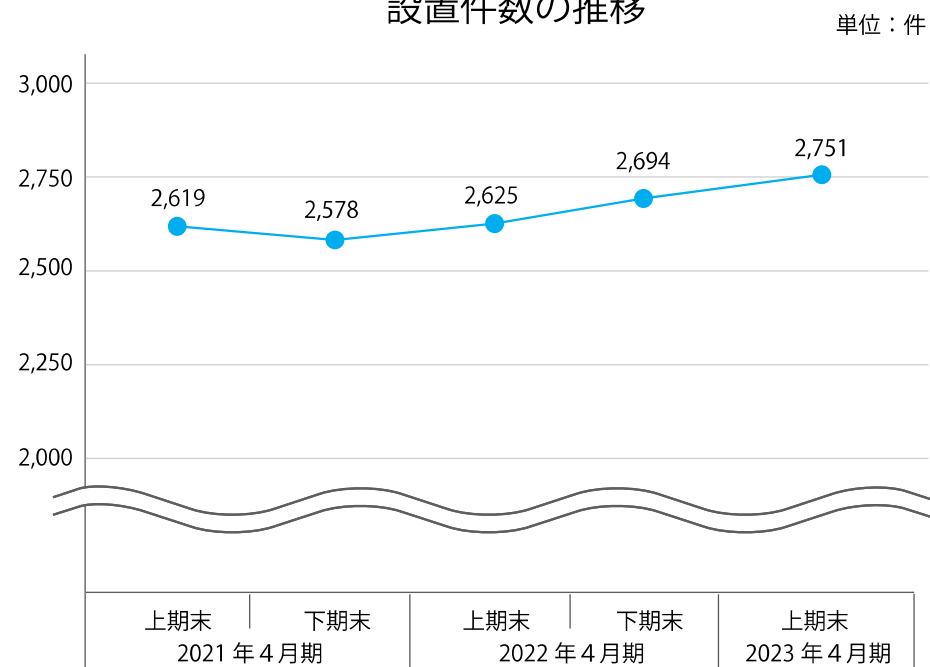
- 遺影写真加工は、葬儀件数の全国的増加や新規契約獲得により増加し、サプライ売上等もそれに連動し順調。
- ハード機器の買替による売上や葬儀演出用のモニターやアウトドアディスプレイ売上等も増加。
- ビデオ加工など演出サービスは、葬儀小型化の影響を大きく受けているが、前年同期よりは回復。
- 事業として、売上、利益とも前年同期実績及び計画を上回る結果となった。

2-3.重要指標の推移

新規加工枚数（遺影写真加工枚数）の推移



設置件数の推移



- 新規契約は順調であったため、設置件数は堅調に増加した。
- 新規加工枚数については、全国的に葬儀件数が通常より増加傾向にあり、加えて新規契約による上積みもあり、想定を上回った。

2-4.市場環境

市場環境

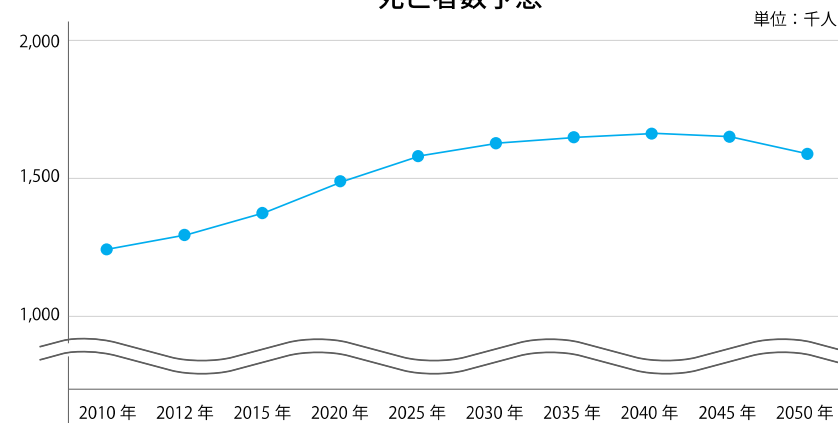
- マクロ的には高齢化社会に向け市場は漸増
- 一方で、会葬者の減少で葬儀社の環境は予断を許さない
- 葬儀社間競争・差別化ニーズの増加
→動画やサイネージなど新たな演出ツールの提供
- 花祭壇の浸透・花祭壇に合った葬儀演出のニーズ
- 加工技術とサポート体制への信頼性向上
+ 上場による安心感が市場に浸透
- 当社のモデルを模した事業者が特定地域にて展開
- コロナ禍の影響により、葬儀の小型化が進む

上期トピック

- 「tsunagoo × 不動産・相続」サービスにおいて2社と業務提携契約を締結
- 葬儀社様向けオンラインセミナーを3回開催



死亡者数予想



出典：人口問題研究所予測データ

下期の取り組み

- LEDビジョン、アウトドアディスプレイの販路拡大
- アスカクラウドを中心としたDXツールのプロモーション強化。



アスカLEDビジョン

3.フォトブック事業

Photo Book Service

3-1.フォトブック事業ビジネスモデル

オンデマンド印刷による一冊からの写真集の製造・販売

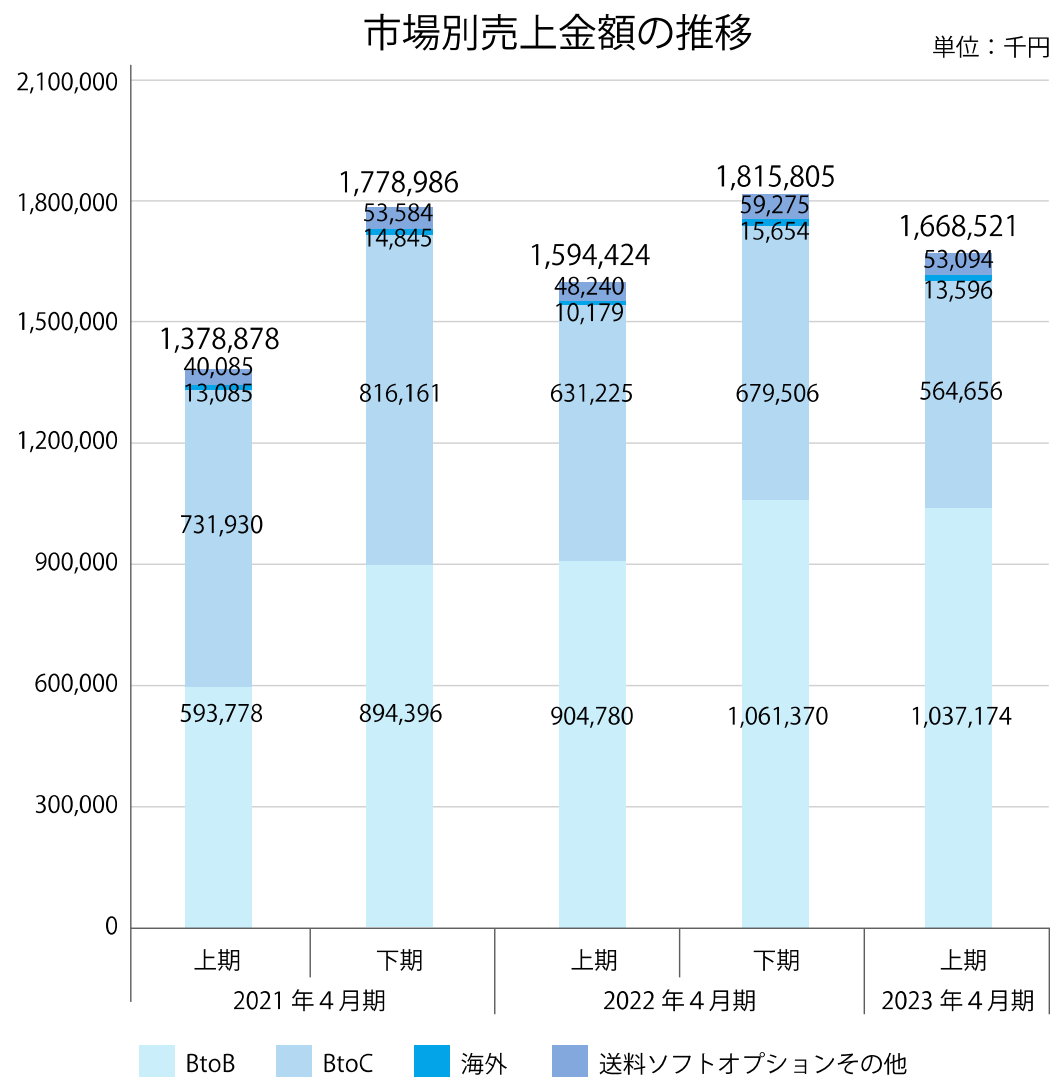


強み

- 高度なカラーマネージメント技術
- オンデマンド印刷制御技術
- アプリケーション開発
- 自社内サーバー管理
- 多様かつ高品質な製本技術
- 自社内一貫生産体制
- 手厚いカスタマーサポート
- 多品種を確実かつ効率よく生産する生産管理ノウハウ



3-2.市場別売上の推移

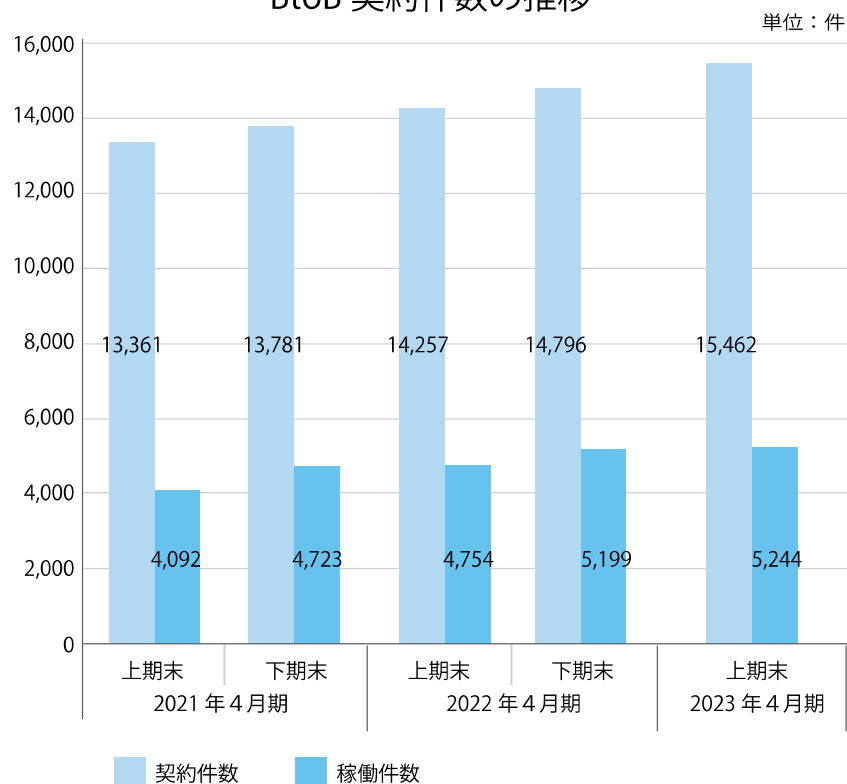


事業概要

- BtoBは、スタジオ向け製品は堅調さを持続、ウェディングは回復傾向が持続。
- BtoCは、旅行やイベントなどの減少により撮影機会が減少し、マイブック、OEMとも想定より厳しい状況が継続。
- 海外は、厳しい状況ながら回復基調。
- 事業として、売上、利益とも前年同期実績及び計画を上回る結果となった。

3-3.重要指標の推移

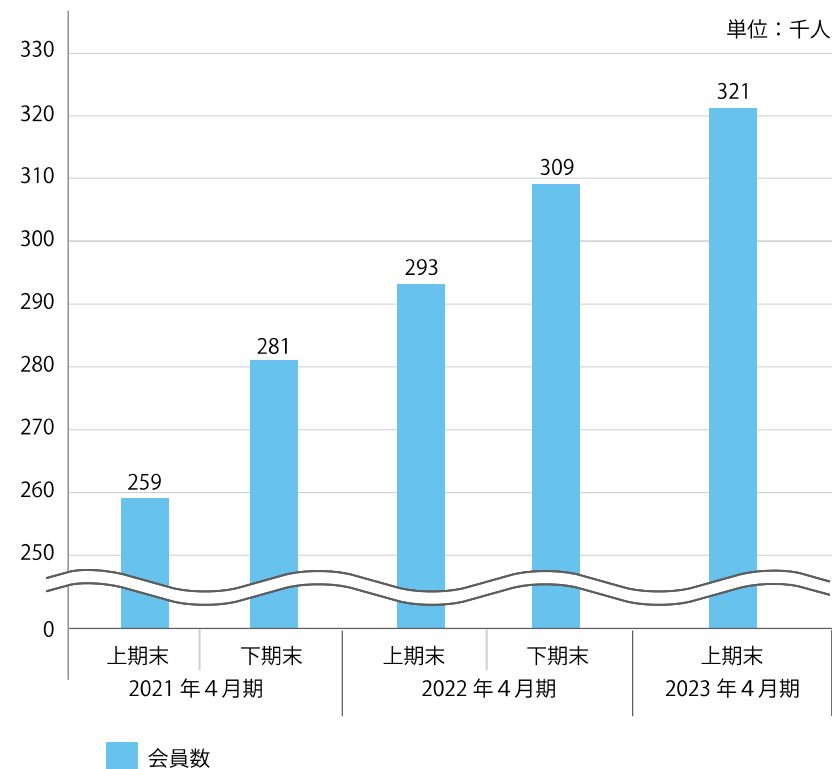
BtoB 契約件数の推移



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

※契約口座の全面的な精査により重複等が判明した契約件数（855件）を遡及修正させていただいた。（稼働件数は変更なし）

マイブック会員数の推移



- 新規会員数増加はしているものの、会員あたりの売上は苦戦。

3-4.フォトブック事業のサービスラインナップ

B to B

B to C

国内



アスカブック



等身大フォト



マイブック



AutoAlbum

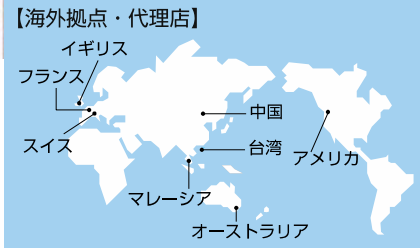


MYBOOK LIFE

国外



ASUKABOOK



patapata



AfterShutter



Docomoなど
へOEM供給

こだわり層

ライトユーザー

3-5.上期の状況

市場環境

- ウェディングフォトを中心とするBtoB市場は当社の品質による差別化が浸透。
- 国内では「フォトブック」としてのジャンルが確立し、BtoC市場の低価格帯を中心に競合が参入。
- 当社のクオリティーや多彩なラインナップ、ユーザーサポートなどは他社に比べ優位性を維持している。
- 新型コロナウイルス感染症対策の効果もありウェディング市場は回復傾向。一方コンシューマにおいては、旅行やイベントが自粛され、撮影機会が減少し厳しい環境が継続。

B to B

- ウェディングは地方を中心に正常化へ。ただし規模は縮小傾向にあり、写真集販売単価への影響もある。
- ASUKABOOK20周年記念として「第8回等身大フォトアワード」に加え「ペットの等身大フォトアワード」「アルバムデザインアワード」も開催し、活況。
- 「PHOTONEXT2022」へ出展し、新商品を展示。

B to C

- 新型コロナウイルス感染症拡大により、旅行やイベントの自粛が長期化し、マイブック、OEMとも厳しい状況が継続。
- 新たな需要の取り込みを目的として「マイブック年賀状」を開始。
- 材料費などの上昇により、価格改定を実行。

製造

- 材料費上昇の影響を抑えるべく、粘り強い交渉するも、値上げの受容を余儀なくされる状況。
- 水道光熱費の上昇の影響も受ける。
- 生産フローや製品仕様の見直しによるコストダウンを着実に実行。



等身大フォトアワード表彰式の模様

3-6.下期の取り組み

営業	B to B	<ul style="list-style-type: none">● 材料費などの値上げの影響により、下期より価格改定を実施。● スタジオ/衣装店向け製品のリリースと拡販。● オンラインセミナー・オンライン商談・動画配信などの充実。● フォトウェディングジャンルのさらなる深耕。
	B to C	<ul style="list-style-type: none">● 「マイブック年賀状」の適切なプロモーションと受注の実現。● 上期に開始した「かえでラボ」発の仮想空間ユーザー向け製品の販売強化。● 卒業アルバムの着実な受注とOEM先拡大の実現。
開発	サービスの強化	<ul style="list-style-type: none">● コンシューマ向けアプリケーションのバージョンアップ。
生産	業務効率化	<ul style="list-style-type: none">● 生産設備導入によるコストダウンと生産フローの改善。● OEMラインの省人化設備の検討。
	コストダウン	<ul style="list-style-type: none">● 生産人員の多能工化による作業時間の削減。● 消費電力見える化と各現場での節電強化。

4.空中ディスプレイ事業

Aerial Display Service

4-1.空中ディスプレイ事業の概要と方針

技術は、受動系と能動系に二分でき、まず受動系を優先して取り組んでいる。

受動系

概要

画像映像を表す光を受け、特殊なパネルを通過することによって反対側の空中に映像を結像する技術。

現状

ガラス製・樹脂製とも一定程度の量産は実現。大型化にむけ製造開発を行っている。

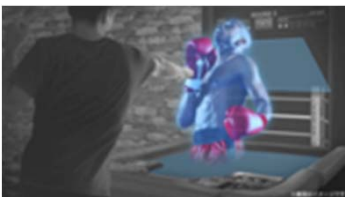
能動系

概要

自ら立体映像を空中に創出する技術。

現状

理論的には成立しており、特許も取得している。まずは受動系技術によるビジネス確立を優先する方針



※画像はイメージです。

方針の 骨子

- 第3の柱をつくるため、まず受動系を優先して開発を進める
- ASKA3Dプレートを提供する素材メーカーとしての立ち位置
- 国内市場に限らず、海外市場にもマーケティングする
- ファブレス形態を基本とするも、生産技術の内製化も指向

自社が保有する特許技術を自らが活用し、ASKA3Dプレートの製造・販売による事業化を指向



4-2.上期の状況と下期の取組方針

	上期の状況	下期の取組
マーケティング面	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業パートナー先での製品化や、実証実験の実例、設置案件の実績を重ねてきた。国内では、美術館での展示や、メモリアルイベントでの活用が実現した。 ● 国内海外とも展示会が再開され、国内は「非接触Tech」に出展、また、海外も代理店と協力し展示会サポートを行った。 ● 北米・中東を中心に営業活動が再開。北米ではエレベータ操作端末や非接触決済システムなど具体的な実証実験が展開。 ● 残念ながら、中国市場はゼロコロナ政策の影響を受け、営業活動は正常化していない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外を中心に有力案件の受注実現を果たす。また、実証実験案件の次のステップへの進行を促していく。 ● 中東エリアを中心に需要が旺盛なガラス製大型プレートの販売強化。 ● 下期は海外のアメリカの展示会（CES）に代理店と協同出展を予定。有望顧客の獲得につなげる。
製造開発面	<ul style="list-style-type: none"> ● 樹脂製ASKA3Dプレートについては、熱に強い素材での製品開発が進んだ。 ● また、樹脂製については310mm角の大型サイズの製品開発も進めてきた。 ● 技術開発センターでは、ガラス製ASKA3Dプレートの中型サイズの製品化を進めており、貼り合わせ技術を中心に技術開発を行ってきた。 ● ASKA3Dプレートの原理、製法を中心に特許の申請を継続している。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ガラス製ASKA3Dプレートの外製については、大型サイズの安定供給の実現を図る。 ● 技術開発センターでは、中型サイズASKA3Dプレートを小ロットから上市させていく。 ● 大型サイズの樹脂製ASKA3Dプレートの製品化を実現させていく。



非接触Techの展示物

4-3.代理店別の活動状況について

	代理店	主要ターゲット	上期の活動	下期の予定
北米	Holo Industries 	ホテルなどセルフチェックイン、車載、ATM、デジタルサイネージ等	サイネージ企業、車載部品メーカーなど様々な業界の企業に営業活動を実施。特にホテルのチェックインなどの端末で製品開発を進めた。 HX（ホテルエクスペリエンス）に出展。	現在進行中の量産案件の開始に向けてフォローアップを続けていき、即導入可能な製品端末の開発および導入を実現したい。 来年1月のCES2023に出展予定。
中国	Yesar YesAR 衍視科技	エレベーター、自動車、スマートホーム等	エレベーターモジュールの量産準備、自動車メーカー向けに車載の提案、高級ホテルにスマートホーム端末の提案などを主に行い案件獲得に向け活動。 6月、7月と2回の展示会に出展。	エレベーターの本格導入に向け顧客とのすり合わせを行い、量産案件の受注を目指す。自動車案件については、時間を要する業界だが、顧客の要求に答えられるように製品開発を行い案件獲得に向け動く。
中東	EasyWay 	デジタルサイネージ、キオスク端末等	中東エリアはコロナの影響により経済活動が長らくストップしていたが、展示会GITEXへの出展やテレビ出演などPR活動に注力してきた。	GITEXでのリードを元に政府機関への提案を進めており、多くの施設やイベントで採用を見込む。 特に、ガラスプレートを使った大型サイネージなど引き合いが強く、中東ならではの案件の獲得を目指す。
EU	営業代行	自動車、工業製品等組込案件、デジタルサイネージ等	自動車メーカーや世界的なサイネージ企業など様々な業界の企業に提案中。 サンプル品を購入してもらうなど、各社で社内研究を進めてもらっている。	引き続きメーカーでの研究開発のサポートをしつつ、デジタルサイネージ用途としてガラスプレート案件の受注を目指す。

5.2023年4月期 通期見通し

Achievement prospect

5-1.通期見通し

単位：百万円

	前期実績	上期実績	通期計画
売上高	6,331	3,160	6,890
フューネラル事業	2,773	1,443	2,910
フォトブック事業（内部売上消去後）	3,410	1,665	3,630
空中ディスプレイ事業	147	51	350
経常利益	452	150	490
当期（四半期）純利益	332	103	348
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	19.76	6.20	20.68
1株当たり年間配当（円）	7.00	—	8.00

- 全体的に上期の進捗については、概ね順調。フォトブック事業について下期に向けコンシューマ系の経営環境は不透明感が残る。
- 空中ディスプレイ事業については、売上進捗不十分だが、下期、海外案件を中心にまとまった案件の受注を実現し、計画達成を目指す。

INFORMATION

株式会社アスカネット Asukanet Co.,Ltd

証券コード 2438

- 本資料は、投資家の参考となる情報提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。
- 本資料は、当社業務によって得られた各種データに基づいて作成したものです。その完全性を保証するものではありません。
- また、資料に記載された意見や予測は資料作成時の当社の見通しによるものであり、当該意見や予測等を使用した結果についてもなんら保証するものではありません。
- 記載された内容が予告なしで変更することもありますので、ご了承ください。
- 投資に関する最終判断は投資家ご自身でなされるようお願いいたします。

お問い合わせ

IR統括責任者
代表取締役社長
松尾雄司

お問い合わせ先
専務取締役CFO
功野顕也

TEL 082-850-1200 (代)
FAX 082-850-1212
URL: <https://www.asukanet.co.jp>
E-mail: ir@asukanet.co.jp