



2021年12月14日

各 位

広島市安佐南区祇園3丁目28番14号
株式会社アスカネット
代表取締役社長 松尾 雄司
(コード番号：2438 東証マザーズ)
問合せ先：専務取締役CFO 功野 顕也
電話番号： 082(850)1200

〈マザーズ〉投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

開催日時	2021年12月13日 13:30～14:30
開催方法	オンラインによる開催
開催場所	オンライン会議システム(teams)を活用して当社より配信
説明会資料名	2022年4月期 第2四半期 決算説明資料

【添付資料】

説明会において使用した資料

以 上

株式会社アスカネット

2022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

5.2022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葬儀の正常化が見られ、回復傾向。フォトブック事業は、BtoB、BtoCともいまだ新型コロナウイルス感染症の影響が残っている。空中ディスプレイ事業は、コロナ禍で営業活動の制約が大きく、見込み案件あるも、売上増加幅は限定的だった。

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。他2事業も原価率が改善し、全社の原価率は前年同期に比べ3.4ポイント改善した。

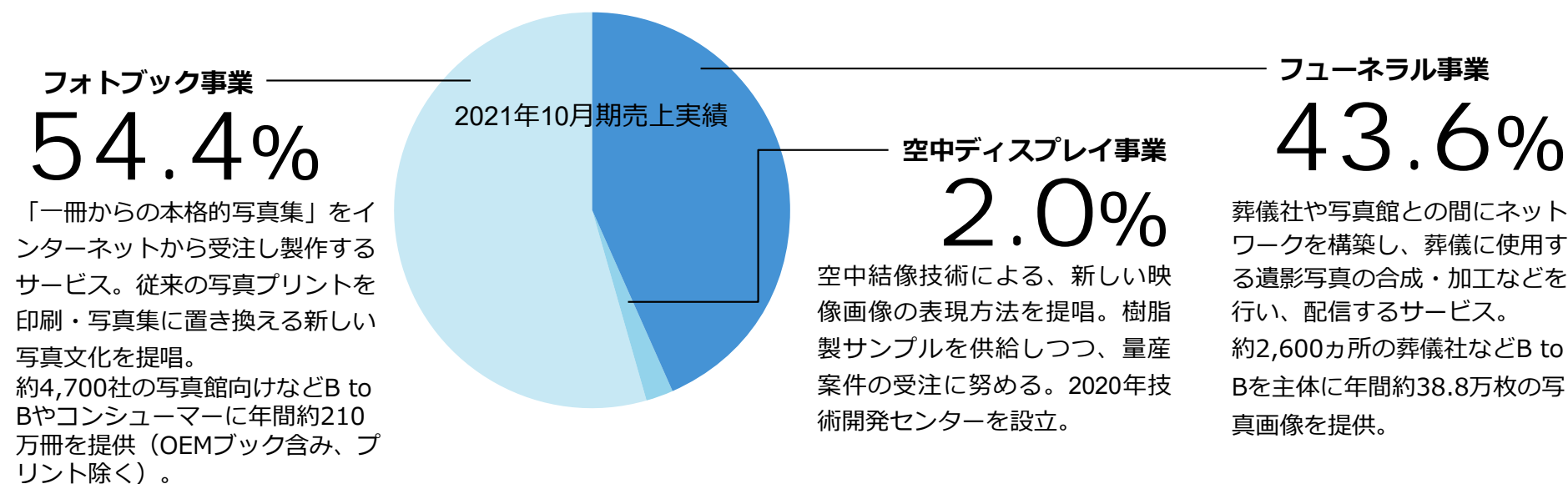
販売管理費率

空中ディスプレイ事業を中心に研究開発費は増加し、全社的に広告宣伝費や減価償却費などが増加したものの、売上増加や、発送配達費など経費抑制が寄与し、販売管理費率は2.7ポイント減少した。

利益の前期比

以上により、経常利益117百万円（前年同四半期は経常損失7百万円）、四半期純利益は80百万円（前年同四半期は四半期純損失10百万円）となった。

※2022年4月期より、メモリアルデザインサービス事業をフューネラル事業に、パーソナルパブリッシングサービス事業をフォトブック事業に、エアリアルイメージング事業を空中ディスプレイ事業に、それぞれ名称変更しております。



1-2.損益状況

単位：百万円

	2020年10月期		2021年10月期		対前年同期比
	実績	%	実績	%	
売上高	2,584	100.0	2,930	100.0	+346
(フューネラル事業)	1,151	44.6	1,279	43.6	+127
(フォトブック事業)	1,378	53.3	1,594	54.4	+215
(空中ディスプレイ事業)	54	2.1	57	2.0	+2
(セグメント間売上)	△0	—	△0	—	0
売上原価	1,462	56.6	1,559	53.2	+96
売上総利益	1,121	43.4	1,371	46.8	+250
販売費及び一般管理費	1,178	45.6	1,258	42.9	+79
営業利益	△56	△2.2	113	3.9	+170
経常利益	△7	△0.3	117	4.0	+124
四半期純利益	△10	△0.4	80	2.7	+90

1-3. 費用状況

単位：％

	2020年 10月期	2021年 10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	43.4	46.8	+ 3.4	主にフォトブック事業において稼働率が回復したことにより、売上総利益率が上昇した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2020年 10月期	2021年 10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	70	89	+ 18	前期なかった展示会の出展などによる。
人件費	489	487	△2	—
減価償却費・支払家賃	102	103	+ 1	システム関連減価償却費増額するも、リモートワークによる東京支社家賃減少などによりカバーした。
発送配達費	151	148	△2	出荷量増加も、送料単価交渉でカバーした。
研究開発費	109	155	+ 46	空中ディスプレイ事業において、技術開発センターの増床、設備増強、人員強化、試作の本格化により大きく増加した。
その他	255	274	+ 18	旅費交通費やクラウドサービス利用料等の増加など。
合計	1,178	1,258	+ 79	—

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2020年10月期		2021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	1,151	250	1,279	+127	299	+49
フォトブック事業	1,378	80	1,594	+215	247	+167
空中ディスプレイ事業	54	△123	57	+2	△170	△47

- フューネラル事業は、葬儀施行の正常化及び新規顧客獲得が好調だったことにより、売上は順調に増加した。広告宣伝費や人件費などが増加したものの、売上増によりカバーし、セグメント利益も順調に増加。
- フォトブック事業は、ウェディング向けや一般コンシューマなど新型コロナウイルスの影響を大きく受けた分野において、一定の回復は見られるものの、まだ正常化はしていない状況。前年同期比に比べセグメント利益は回復しているが、前々年同期に比べると本格回復とはいえない。
- 空中ディスプレイ事業は、売上面は単価の高いガラス製プレートの売上が底堅い状況であるが、樹脂製プレートの組み込み案件は、コロナ禍での営業活動制約の影響を受け、国内外とも検討に時間を要している状況。技術開発センターの増床や本格稼働により研究開発費が増加し、セグメント損失は計画に沿って拡大した。足もと、展示会や対面営業が再開しており、案件の活発化がみられる。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2020年 10月期	2021年 10月期	増 減	主な増減要因
流動資産	2,738	2,947	+ 208	現金預金及びASKA3Dプレート関連の在庫が増加した。
固定資産	3,563	3,534	△29	—
資産合計	6,302	6,481	+ 178	
負債・純資産の部	2020年 10月期	2021年 10月期	増 減	主な増減要因
流動負債	708	672	△36	未払金の減少など。
固定負債	5	5	+ 0	—
負債合計	714	677	△36	
純資産合計	5,588	5,803	+ 215	利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	6,302	6,481	+ 178	

1-6. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2020年 10月期	2021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	△73	+320	+393	利益の回復および法人税等の還付が主要因。
投資活動による キャッシュ・フロー	△104	+55	+160	印刷機の導入など生産設備への積極的な投資があった一方、 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	△169	△118	+51	配当金支払の減少による。
現金及び現金同等物の 期末残高	1,207	1,669	+461	—

1

第2四半期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2022年4月期
通期見通し

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



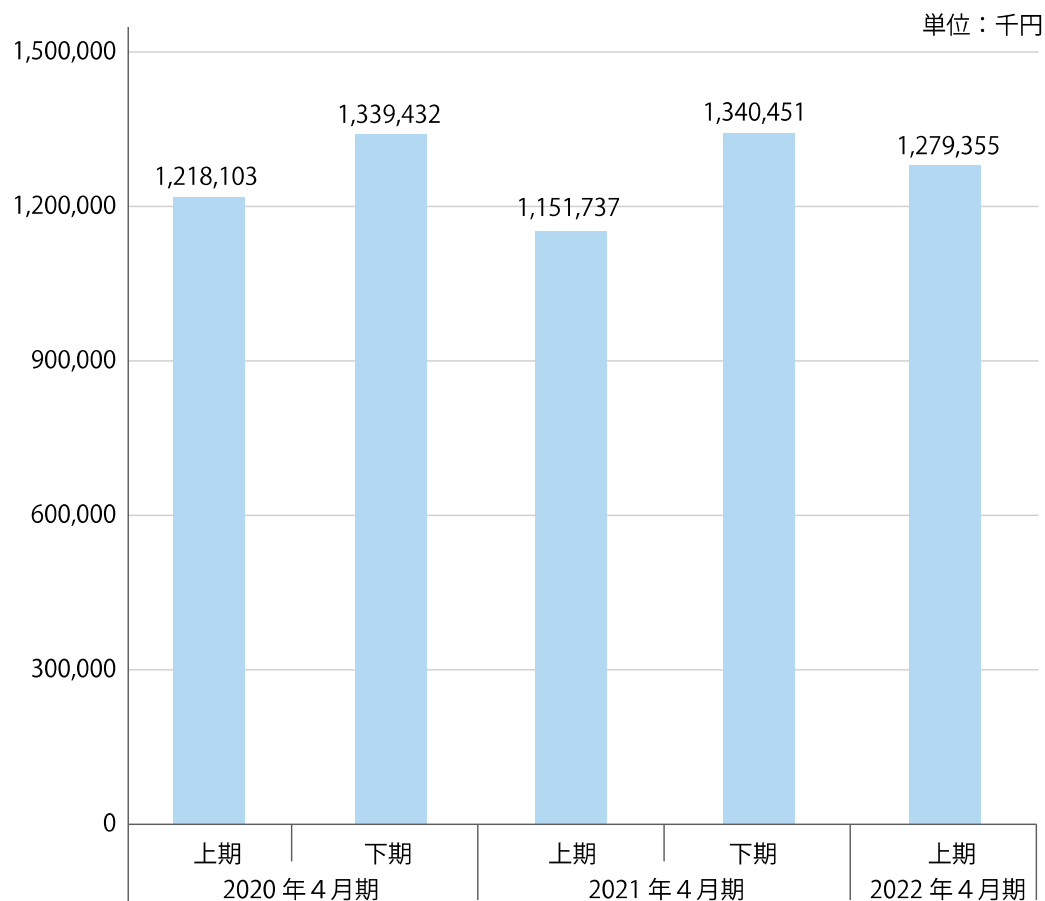
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

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

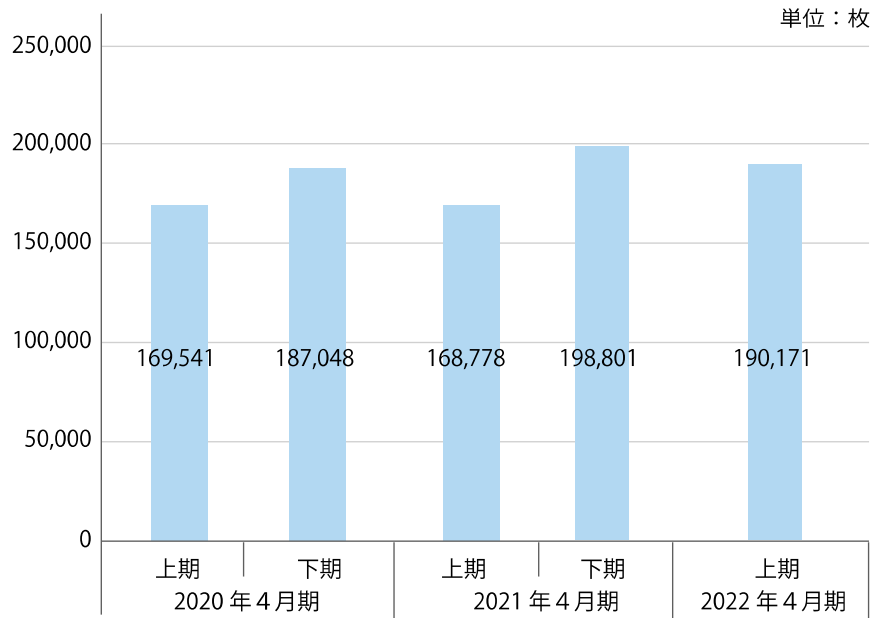


事業概況

- 遺影写真加工は、葬儀の正常化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。
- ピント修復ツールや「tsunagoo」を前面に出した営業が功を奏し、新規獲得契約は好調。
- 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、厳しい状況は変わらないが、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。

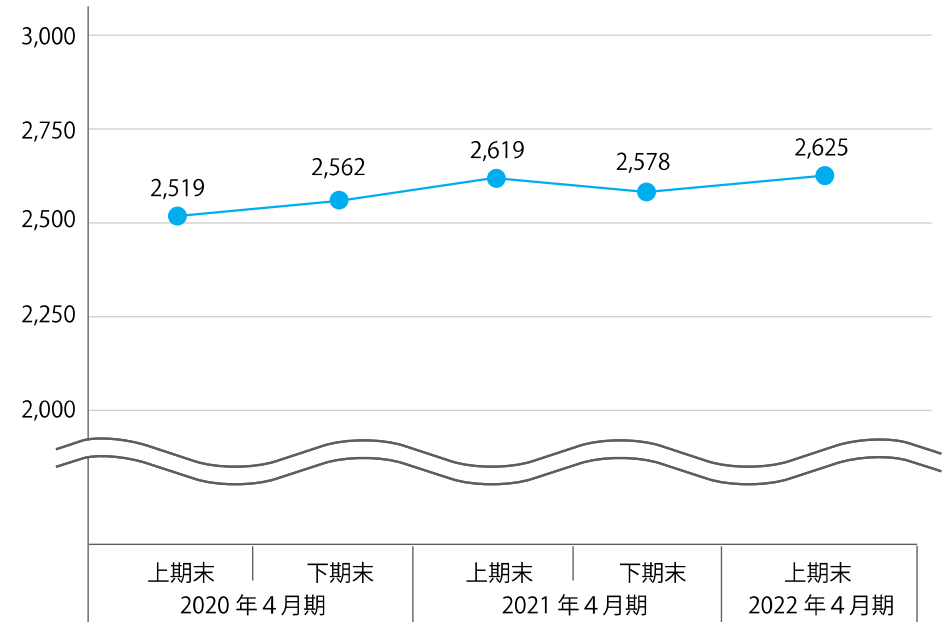
2-3.重要指標の推移

新規加工枚数（遺影写真加工枚数）の推移



設置件数の推移

単位：件



- 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、想定を上回った。
- なお、設置件数については2021年4月下期において、長期未出力先を棚卸して件数より削除したため（94件）、減少しているグラフとなっている。

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

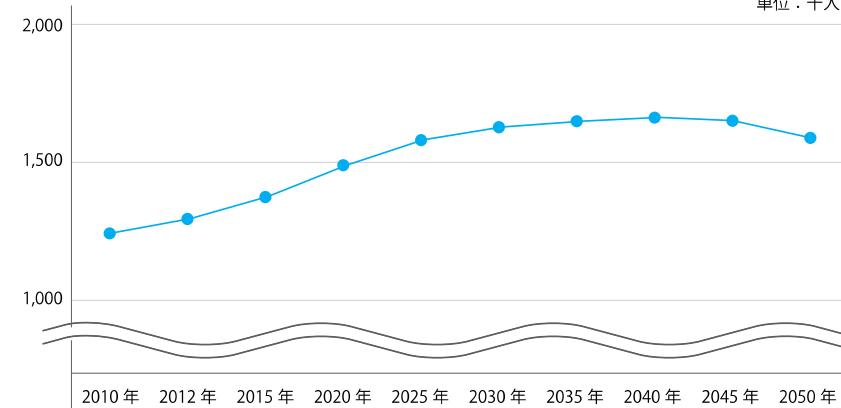
- コロナ禍でも有効な葬儀報告ツール「tsunagoo AFTER」販売開始。
- 「アスカフューネラルサポート」が、『葬儀のプロが選ぶ 遺影写真サービス No.1 ※』を獲得。
- 「tsunagoo」が『葬儀現場スタッフが選ぶ 遺族に喜ばれるサービス No.1 ※』を獲得。



※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

死亡者数予想

単位：千人



出典：人口問題研究所予測データ

下期の取り組み



- AIによる新たな画像処理の研究・調査。
- クロスメディアによる「tsunagoo」のプロモーション強化。

1

第2四半期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2022年4月期
通期見通し

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

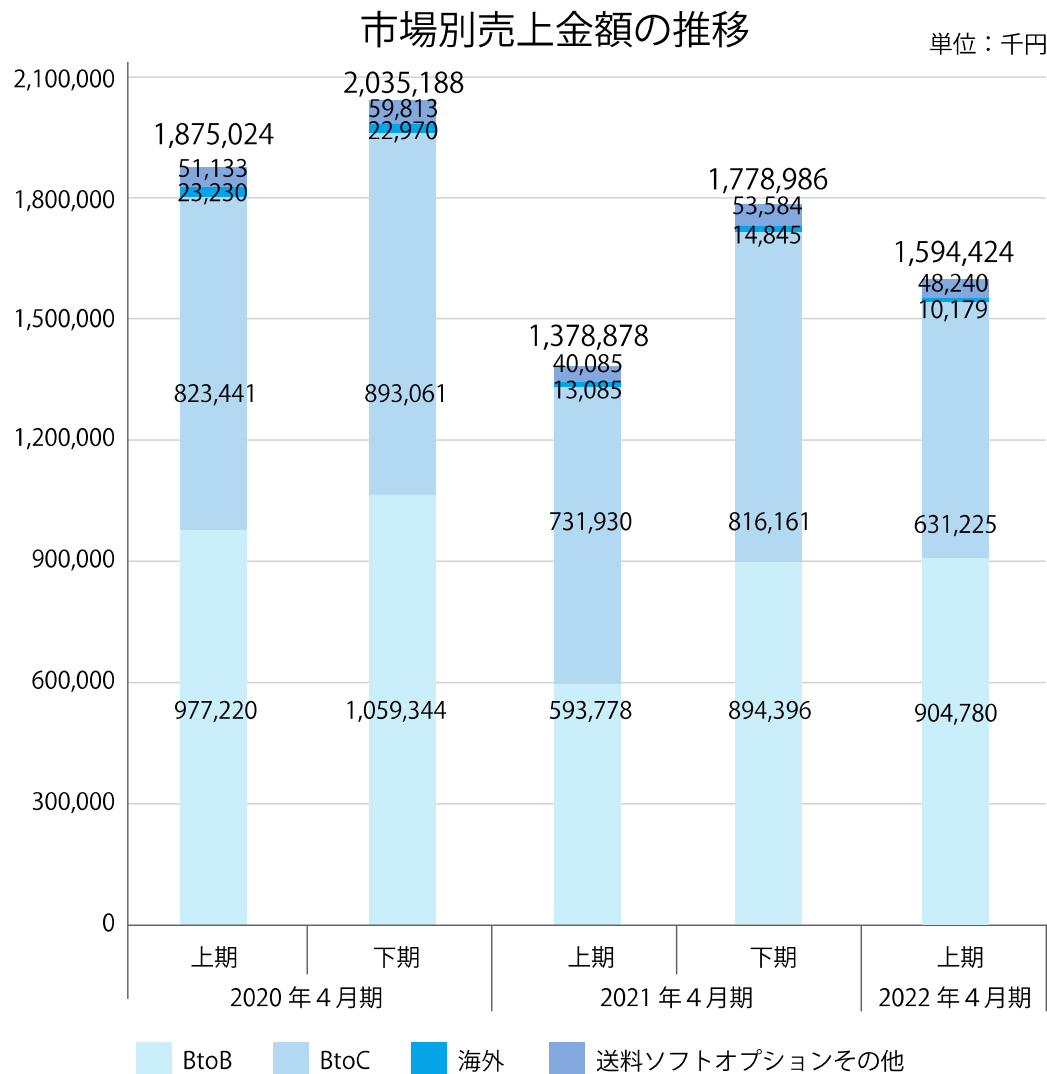


強み

- 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

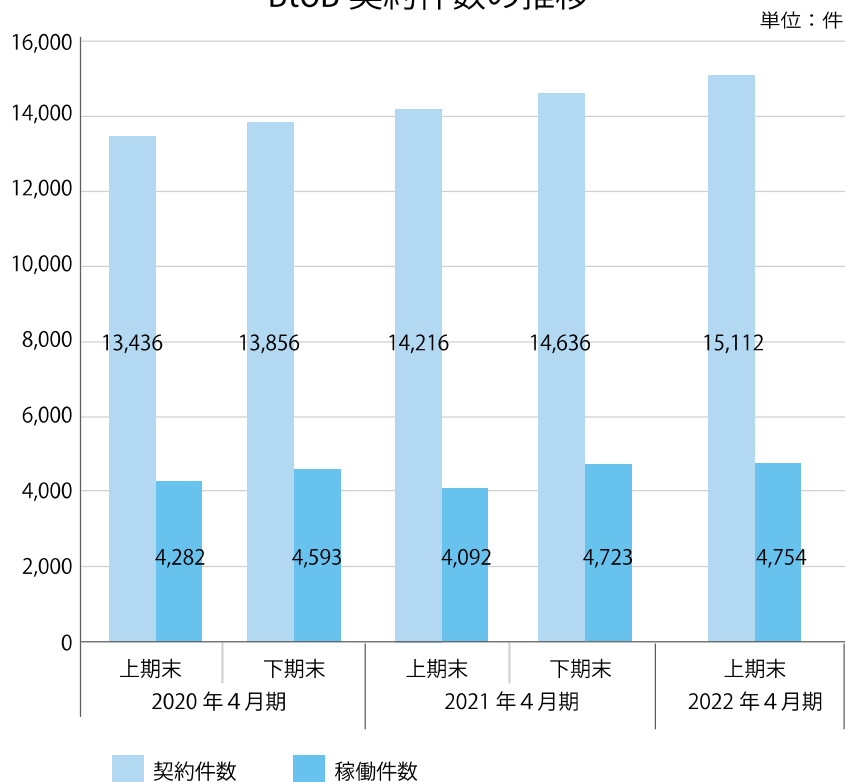


事業概要

- 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にあるものの道半ば。
- 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とも苦戦。
- 海外は、減少傾向が継続している。
- 事業として、売上、利益とも前年同期実績を大きく上回る結果となった。

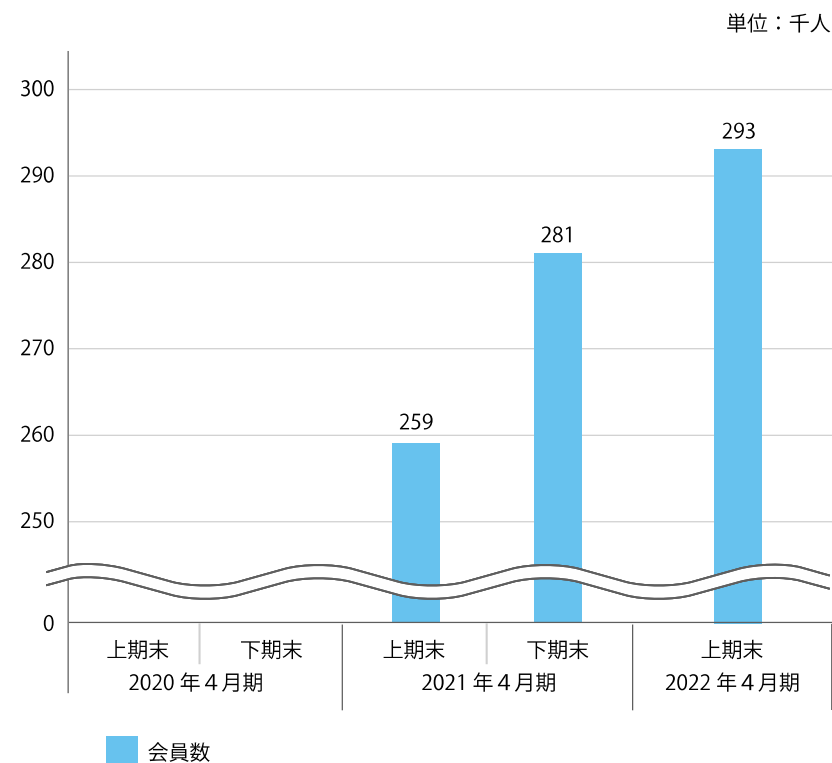
3-3.重要指標の推移

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。
- 契約件数は増加しているが、稼働件数は微増（ウェディングの延期等の影響）。

マイブック会員数の推移



- 増加はしているものの、伸び幅は苦戦。

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

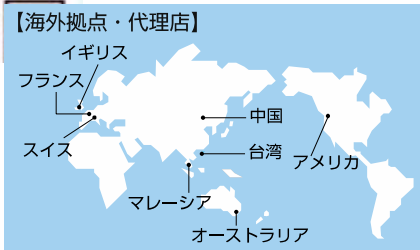


MYBOOK LIFE

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拡大により、ウェディングは一部回復しているものの道半ば。コンシューマにおいても、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。



B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェディングは地方を中心にコロナ対策を行いながら施行する傾向だが、大都市はまだ動きが鈍い。前年同期に比べると回復が見られる。 ● WEBによる「ASUKABOOKセミナー」や新製品の投入は継続実施。「等身大フォトコンテスト」や「マタニティフォトコンテスト」も実施。 ● データ納品サービス「グランピック」も機能強化。
B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 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とも受注の減少傾向が継続化。 ● 厳しい環境の中も、工夫した企画やキャンペーンの実施。
製造	<ul style="list-style-type: none"> ● 最新オンデマンド印刷機の導入と安定運用。 ● 検品工程の効率化投資の準備。



マタニティフォトコンテスト
最優秀賞

3-6.下期の取り組み

営業	B to B	<ul style="list-style-type: none"> ● ウェディング業界の変化に対応し、小型ウェディング・フォトウェディング向けサービスの開発。 ● 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。 ● スタジオ向け製品の深耕、建築ルートの開拓など。
	B to C	<ul style="list-style-type: none"> ● 卒業アルバム市場の確実な取り込み。 ● 「e-tayori (いいたより)」サービスのPR/プロモーション。
開発	サービスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 「e-tayori (いいたより)」サービスの機能強化とリニューアル。
生産	OEMラインの効率化	<ul style="list-style-type: none"> ● 検品効率化設備の導入とその運用開始。

1

第2四半期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2022年4月期
通期見通し

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

用途

ガラス製ASKA3Dプレートはサイン用途、樹脂製ASKA3Dプレートはセンサーとの組み合わせによる製品組込用途での活用を指向

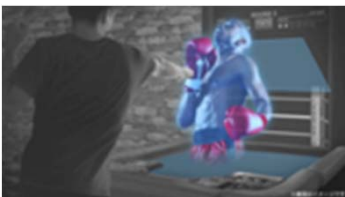
能動系

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
- ファブレス形態で製造し、自社ブランドでの提供を指向
- 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

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"> ● 樹脂製ASKA3Dプレートのサンプル販売のほか、サイネージや研究目的でのガラス製ASKA3Dプレートの販売を進めてきた。 ● 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。 ● 海外代理店の展示会サポートを行った。 ● 下期の海外展示会出展に向けての準備。(なお予定していた国内展示会の出展は取りやめた) ● 営業活動制限の中、海外を中心とした有力案件の実現に注力してきた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外代理店の増設やエリア拡大により、海外販売体制を強化していく。 ● 国内は自社営業、海外は代理店+自社サポートにより、ガラス製、樹脂製ともに拡販していく。特に、樹脂製の中ロット量産案件については、営業活動の再開により、具体的な案件を実現させる。 ● 下期は海外の展示会出展を予定。代理店とともに出展し、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、熱に強い素材での開発に努めた。 ● 技術開発センターでは、大型ガラス製ASKA3Dプレートの生産を可能にする設備の導入を進めてきた。 ● 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、設備導入を行い、生産の安定と低コスト化を実現させる。 ● 技術開発センターでは、ガラス製ASKA3Dプレートの大型化に向け、試作を行い、技術の確立を目指す。



メルセデス ミーでの
オーダーテーブル活
用事例

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、セルフチェックイン、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CES2022に出展予定。
中国	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。

1

第2四半期
決算の概要

2

フューネラル事業

3

フォトブック事業

4

空中ディスプレイ事業

5

2022年4月期
通期見通し

5.2022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	5,773	2,930	6,270
フューネラル事業	2,492	1,279	2,570
フォトブック事業	3,157	1,594	3,400
空中ディスプレイ事業（内部売上消去後）	123	57	300
経常利益	330	117	285
当期（四半期）純利益	225	80	200
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	13.39	4.76	11.87
1株当たり年間配当（円）	7.00	7.00	7.00

- 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、ウェディングを中心に下期でのコロナ禍からの回復を見込んでいるが、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