



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2022年7月 株式会社アスカネット 証券コード [2438]



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）	389名（2022年4月末日現在）
代表取締役	松尾 雄司
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。



沿革

- 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**
- 千葉県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
- 2021年** 「e-tayori（いいたより）」サービス開始
- 2022年** 市場区分の見直しに伴い、東証グロース市場へ上場

経営陣紹介



※写真真左から、芝、功野、松尾、川瀬、村上

取締役

芝 和洋

1965年生まれ。印刷会社勤務を経て、2003年当社入社。フォトブック事業の立ち上げに生産部門の責任者として携わる。2020年取締役就任。フォトブックラボ部長。大切にしている言葉は「まずやってみる」

専務取締役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年常務取締役就任。2018年より専務取締役。大切にしている言葉は「人間万事塞翁が馬」

代表取締役社長

松尾 雄司

1961年生まれ。冠婚葬祭関連会社勤務を経て、1998年当社入社。フューネラル事業部の営業からスタートし、営業責任者を経て、2002年取締役就任。2005年常務取締役、2018年代表取締役就任。大切にしている言葉は「決意とは初心原点である」

社外取締役

川瀬 真紀

1967年生まれ。叡啓大学ソーシャルシステムデザイン学部教授。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」

取締役

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。大切にしている言葉は「笑う門には福来る」

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

社外監査役 柏信 憲二

執行役員 新山 忠

執行役員 吉宗 裕文

2. ビジネスモデル

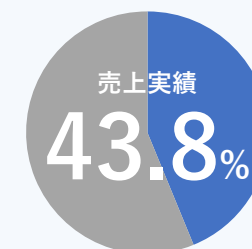
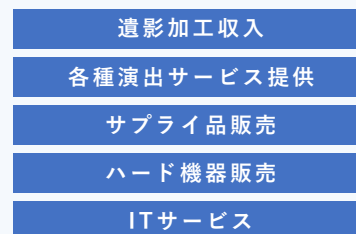
Business Model



アスカネットの3つの事業

フューネラル事業

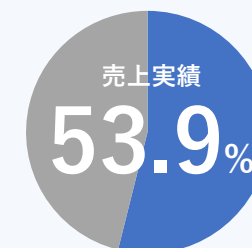
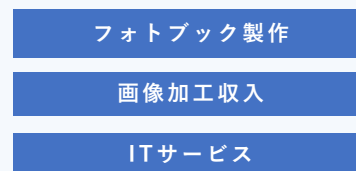
葬儀社や写真館との間にネットワークを構築し、葬儀に使用する遺影写真の合成・加工などを行い、配信するサービス。約2,690ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約40万枚の写真画像を提供。



売上高
2,773百万円
利益
713百万円

フォトブック事業

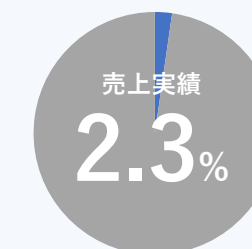
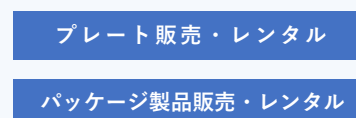
「一冊からの本格的写真集」をインターネットから受注し製作するサービス。従来の写真プリントを印刷・写真集に置き換える新しい写真文化を提唱。約5,200社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約212万冊（OEMブックを含み、写真プリントは除く）を提供。



売上高
3,410百万円
利益
644百万円

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
148百万円
利益
△**352**百万円

2022年4月期実績

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）	1,883
	製品売上高（写真集売上など）	12
	商品売上高（ハード機器・サブライ品など）	877
	事業売上計	2,773
フォトブック 事業売上高	製品売上高（BtoB向け）	1,991
	製品売上高（BtoC向け）	1,310
	製品売上（送料などその他）	107
	事業売上計	3,410
空中ディスプレイ 事業売上高	製品売上高（ASKA3D）	148
	事業売上計	148
社内売上		0
売上高合計		6,331

役務原価	労務費	766
	経費その他	172
	役務原価計	938
製品売上原価	材料費	711
	労務費	579
	経費	665
	製品仕掛品増減など	-181
	製品売上原価計	1,775
商品売上原価		601
売上原価計		3,315
売上総利益		3,015

2022年4月期実績（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	182
	人件費	999
	減価償却費・支払家賃	212
	発送配達費	303
	研究開発費	303
	その他	574
販売費及び一 般管理費計		2,575
営業利益		439

フューネラル事業は、業界トップシェア。 年間40万枚の遺影加工をしています。

訃報配信・香典サービス
「tsunagoo」

ITサービス

システム利用料、供物、弔電、
香典の利用手数料など

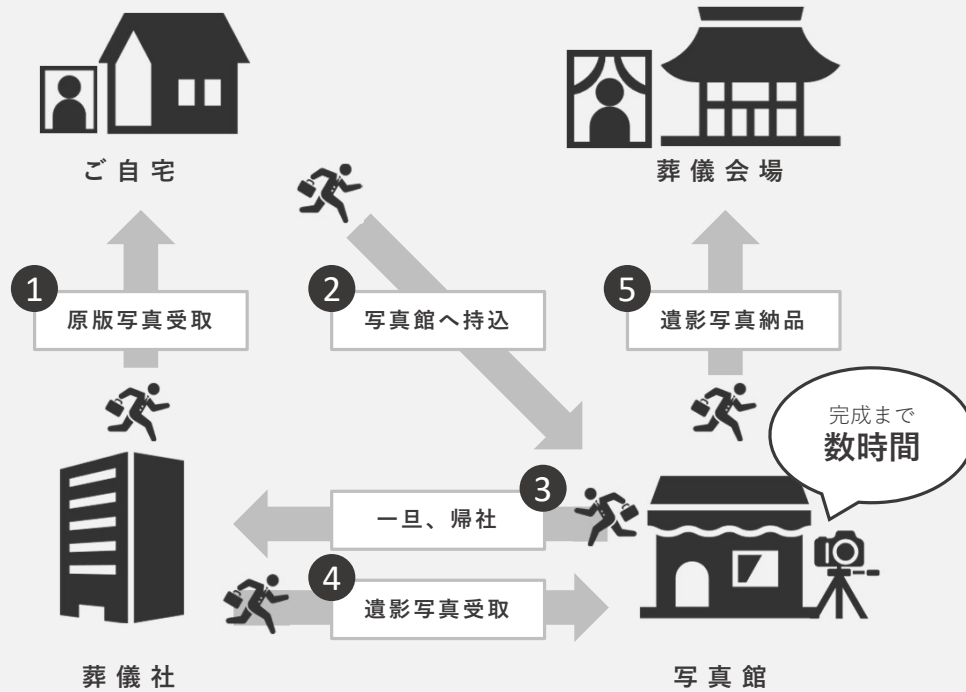


※使用している写真のモデルはイメージです。

遺影写真加工ビジネスの変遷

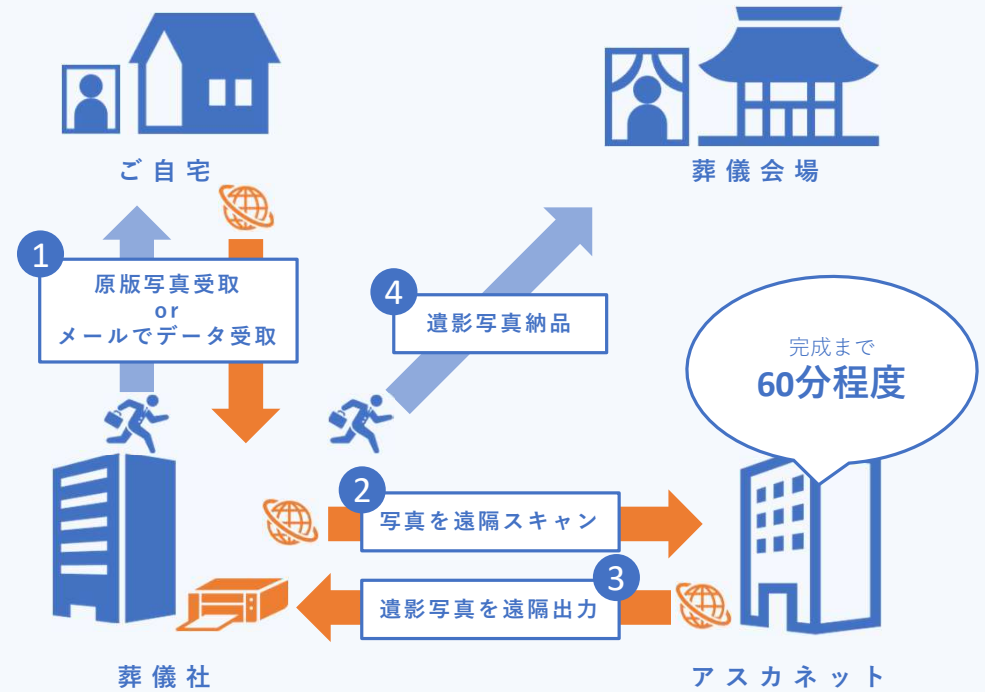
従来の遺影写真の流れ

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

安い / 多量集中加工を効率的な手法により安価を実現

フューネラル事業の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。



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。



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。



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。



スマホで完結
「訃報・弔電・供花・供物・香典」
ご遺族のためのWEBサービス
(特許取得済)



tsunagoo (つなぐ)

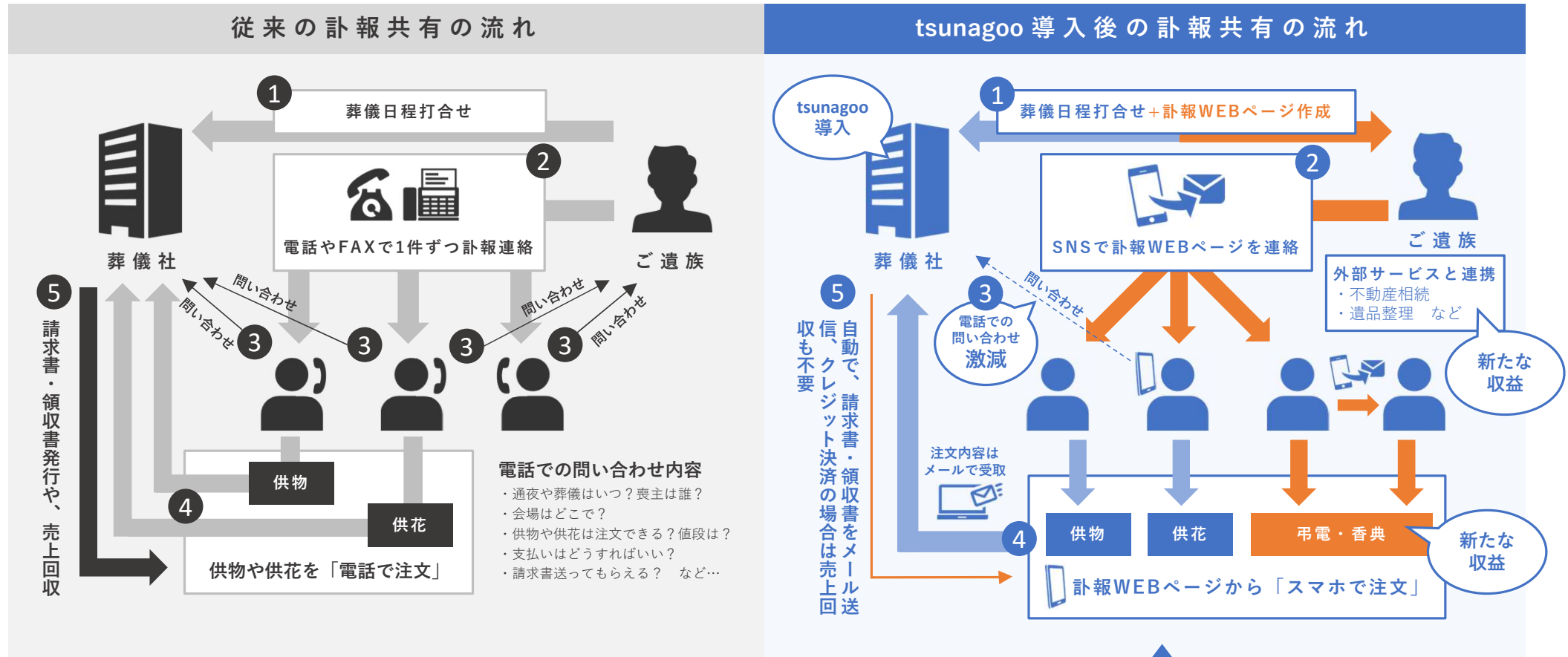
スマホで訃報配信から、弔電・供物・香典の注文までできるサービスです。(次ページ参照)



SoSign (葬サイン)

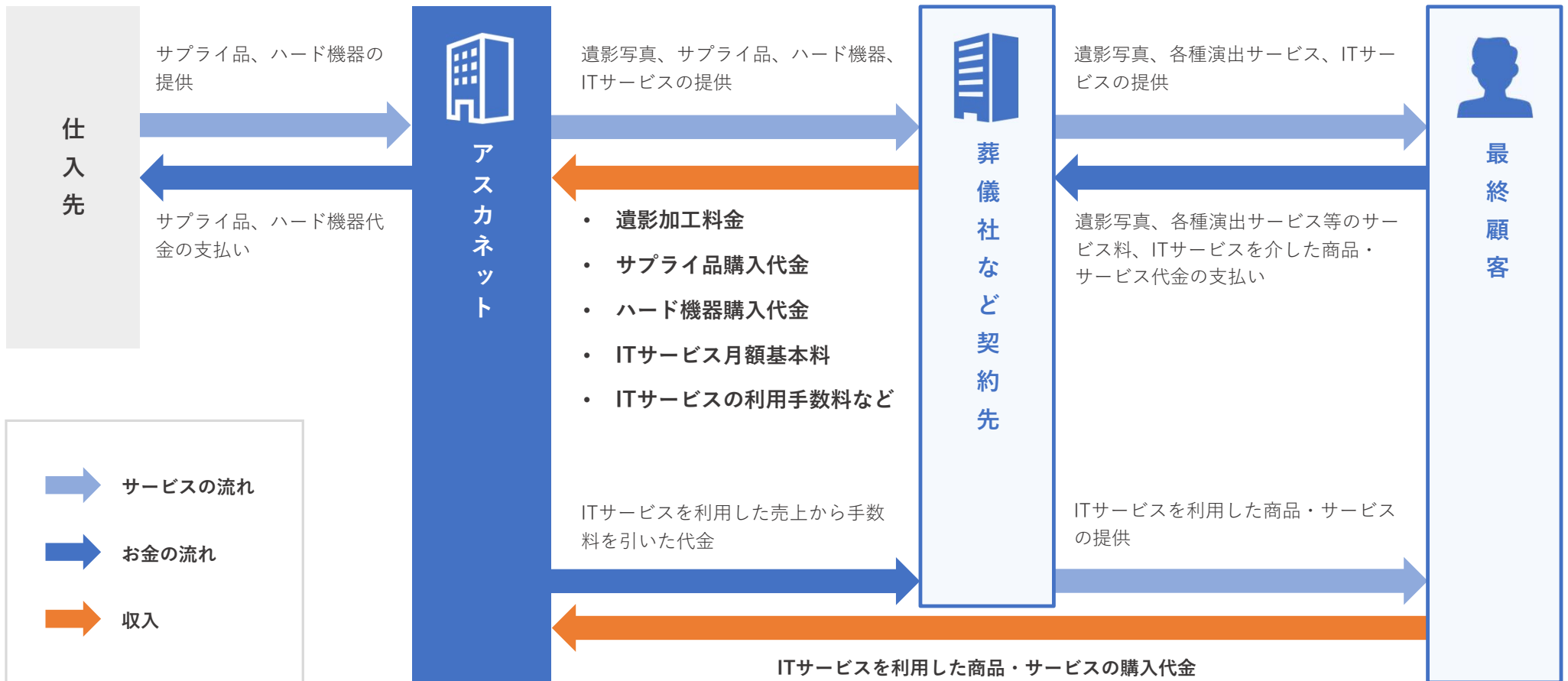
従来の筆耕ソフトとは違うクラウド型印刷物作成ツールです。

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

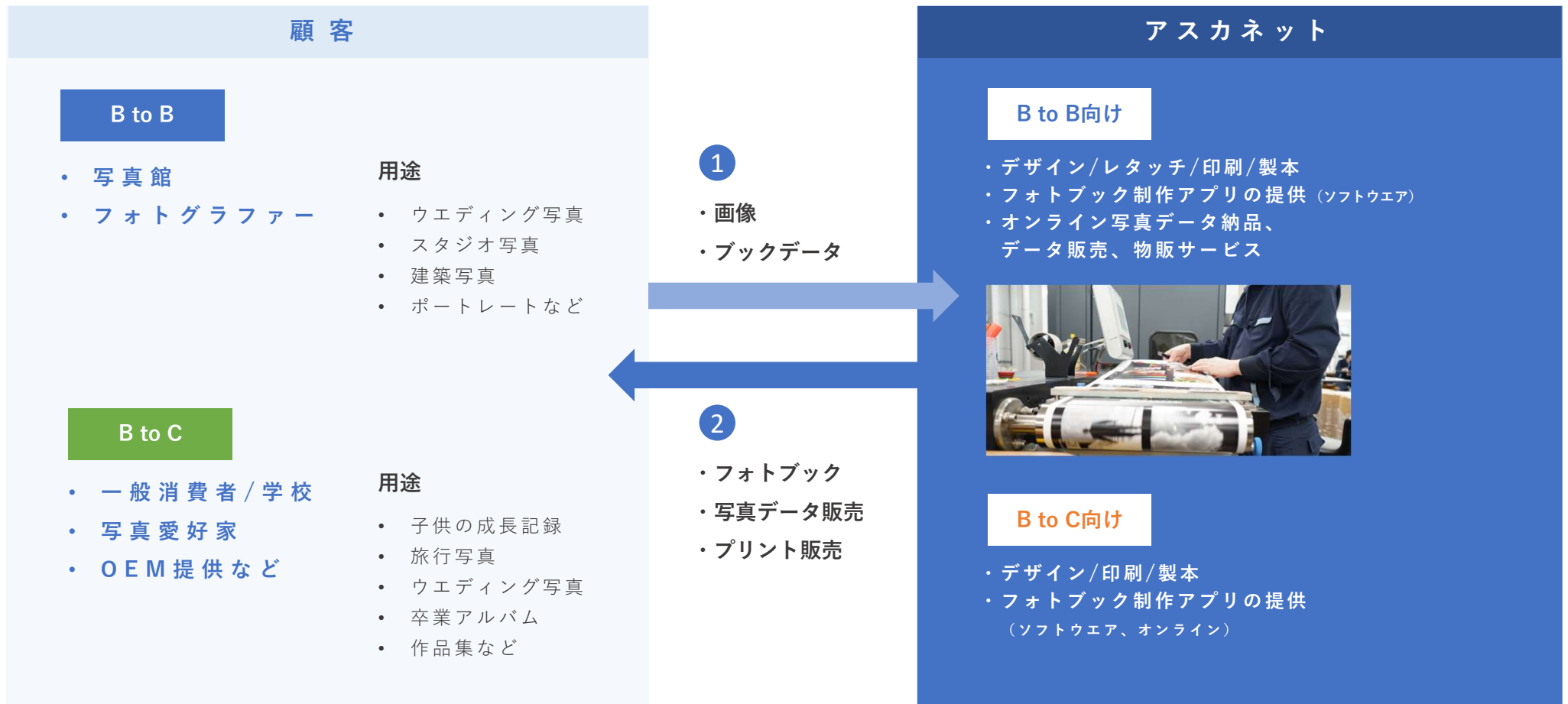


メリット	ご遺族 / 訃報連絡などの負担軽減	参列者 / 供物や弔電手配が簡単に	葬儀社 / 業務効率化と新たな収益機会の獲得
------	-------------------	-------------------	------------------------

フューネラル事業の収益構造



フォトブック事業は、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。



フォトブック事業のサービスラインナップ



ASUKABOOK (国内・海外)

1冊からの写真集を、高くオクティイ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。



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。



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。



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。



AfterShutter

動画から写真を切り出せるアプリ。シャッターチャンスを見逃してしまう場面でも、動画からベストショットを切り出せます。

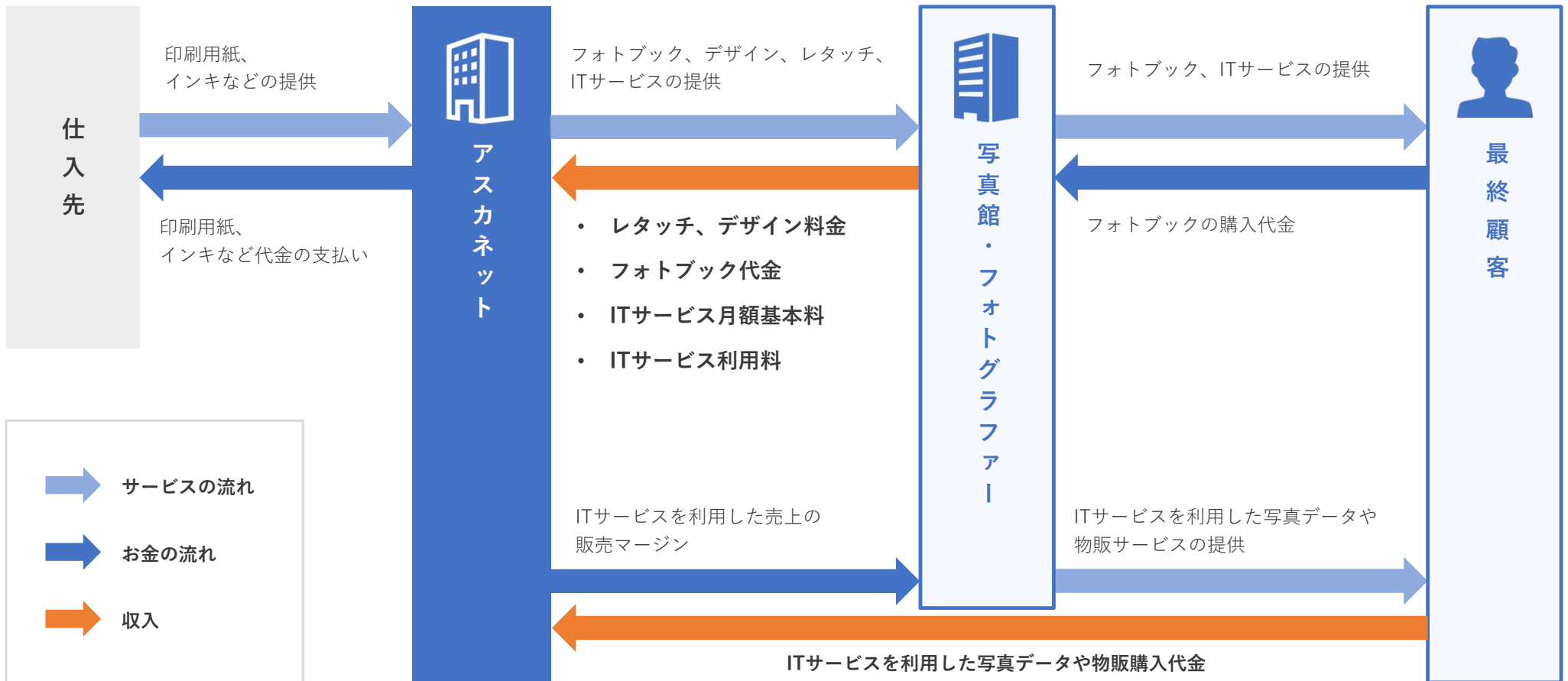


NTTドコモなどへのOEM供給

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います。

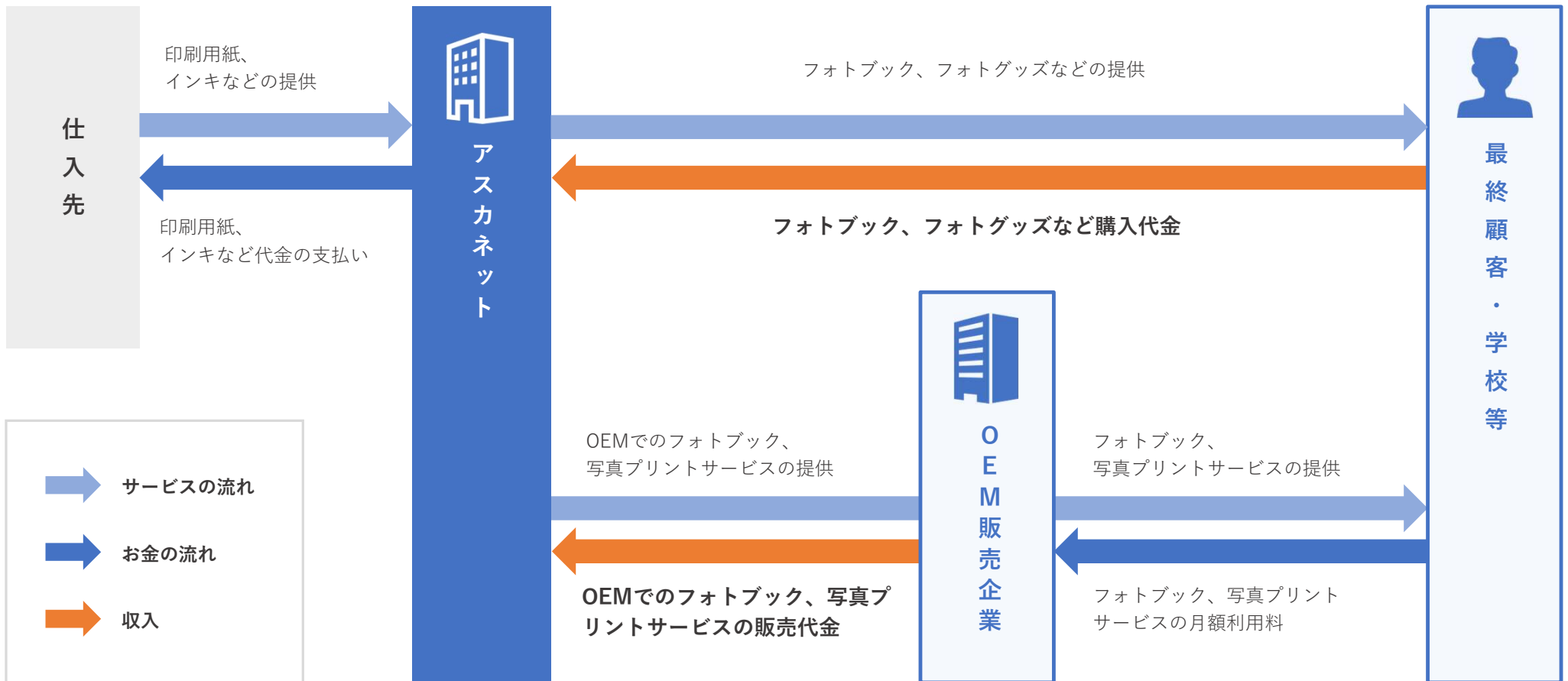
フォトブック事業の収益構造 (B to B)

B to Bの場合



フォトブック事業の収益構造 (B to C)

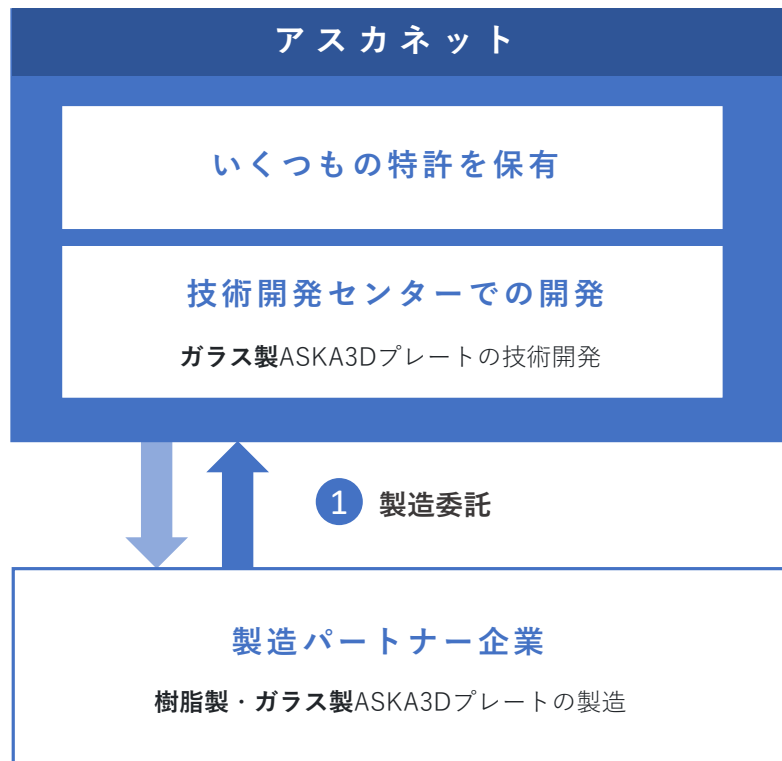
B to Cの場合



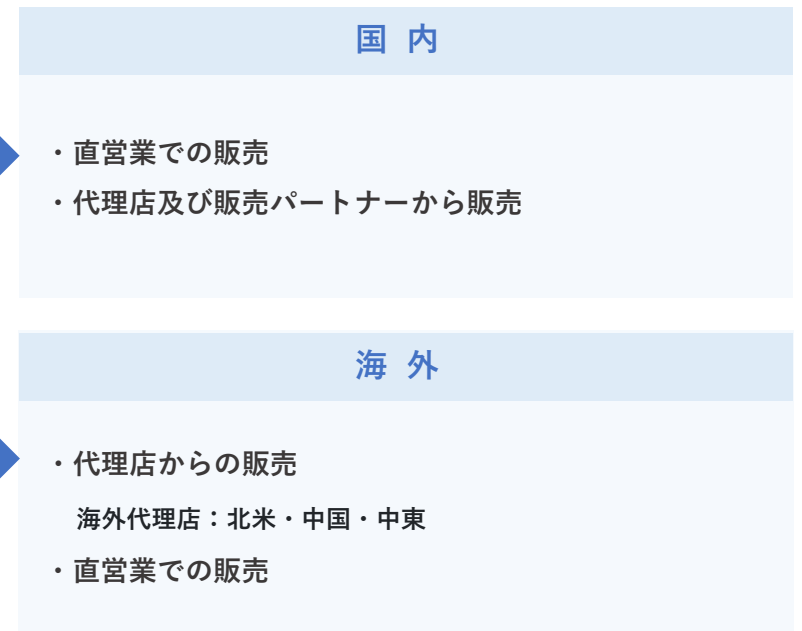
空中ディスプレイ事業は、保有する特許技術を中核に、ASKA3Dプレート※を開発・製造・販売しています。

※) 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



空中ディスプレイ事業の製品ラインナップ

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。

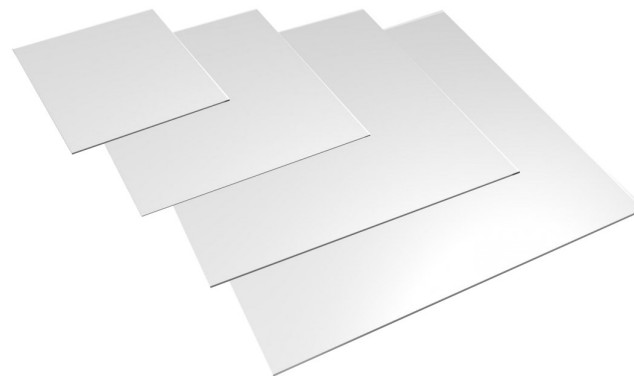


ASKA3D-200NT (200 x 200 x 6.3 mm)

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 5.6 mm)

ASKA3D-310 (310 x 310 x 5.6 mm)

ASKA3D-420 (420 x 420 x 5.6 mm)

ASKA3D-630 (630 x 630 x 5.6 mm)

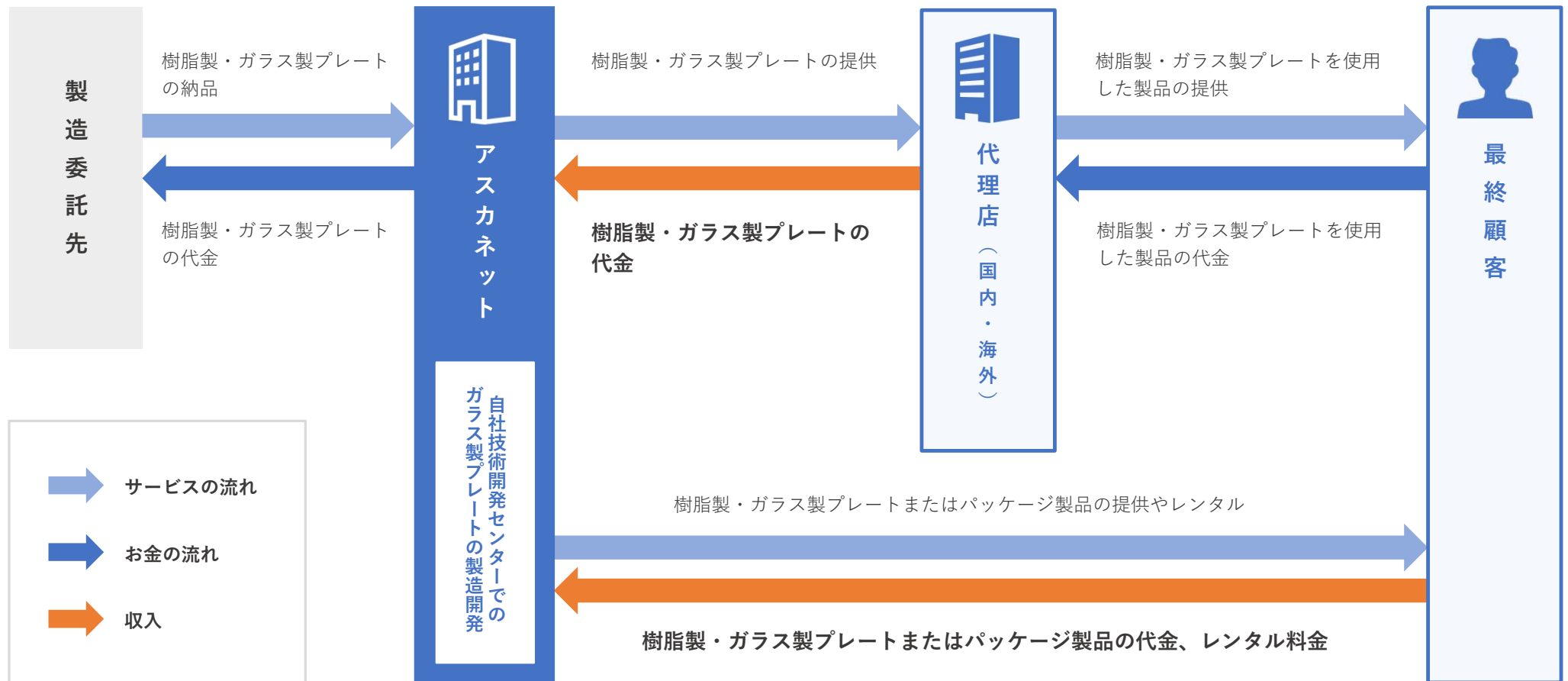
※1m角の大型サイズを開発中です。

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）。



空中ディスプレイ事業の収益構造

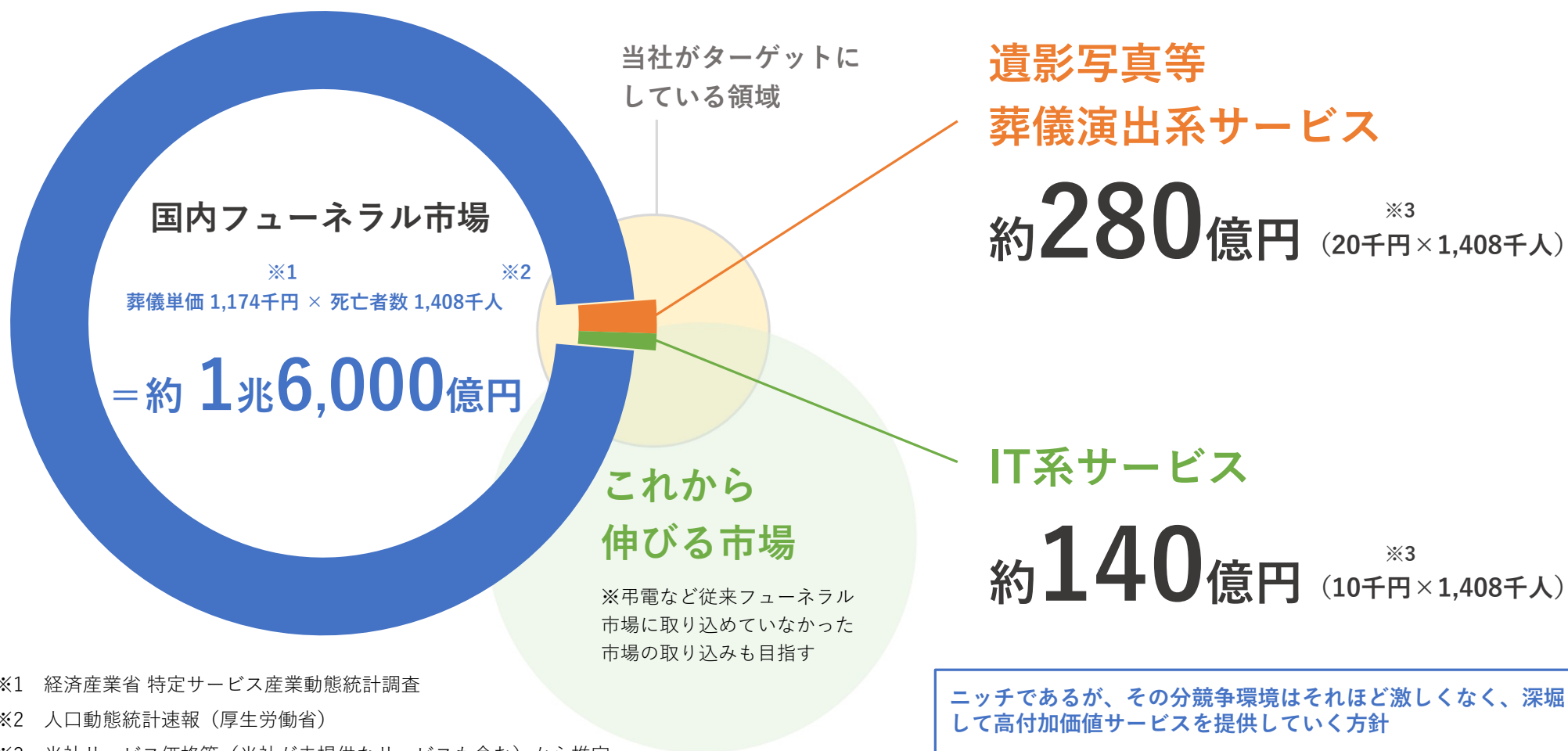


3.市場環境

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。

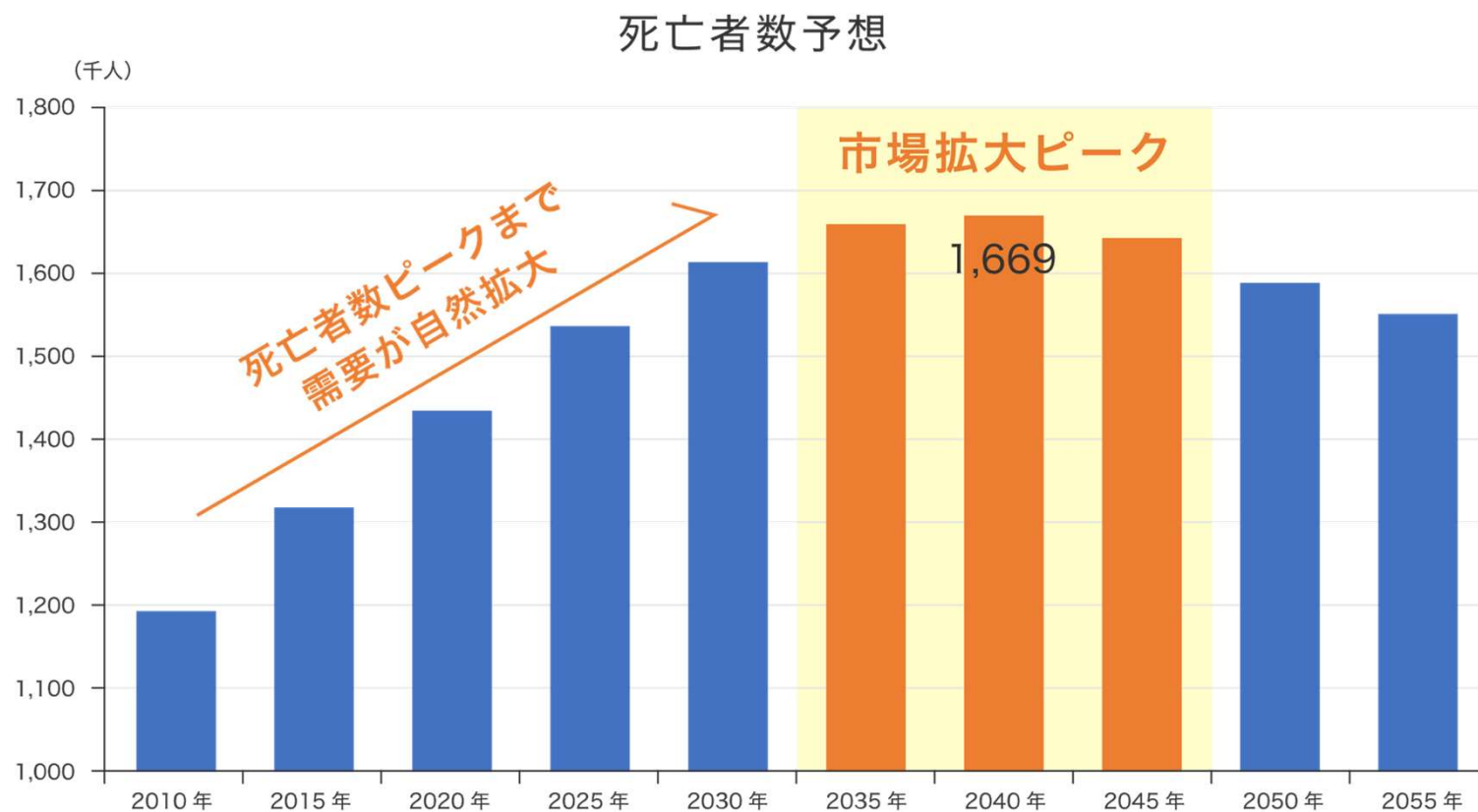


※1 経済産業省 特定サービス産業動態統計調査

※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。

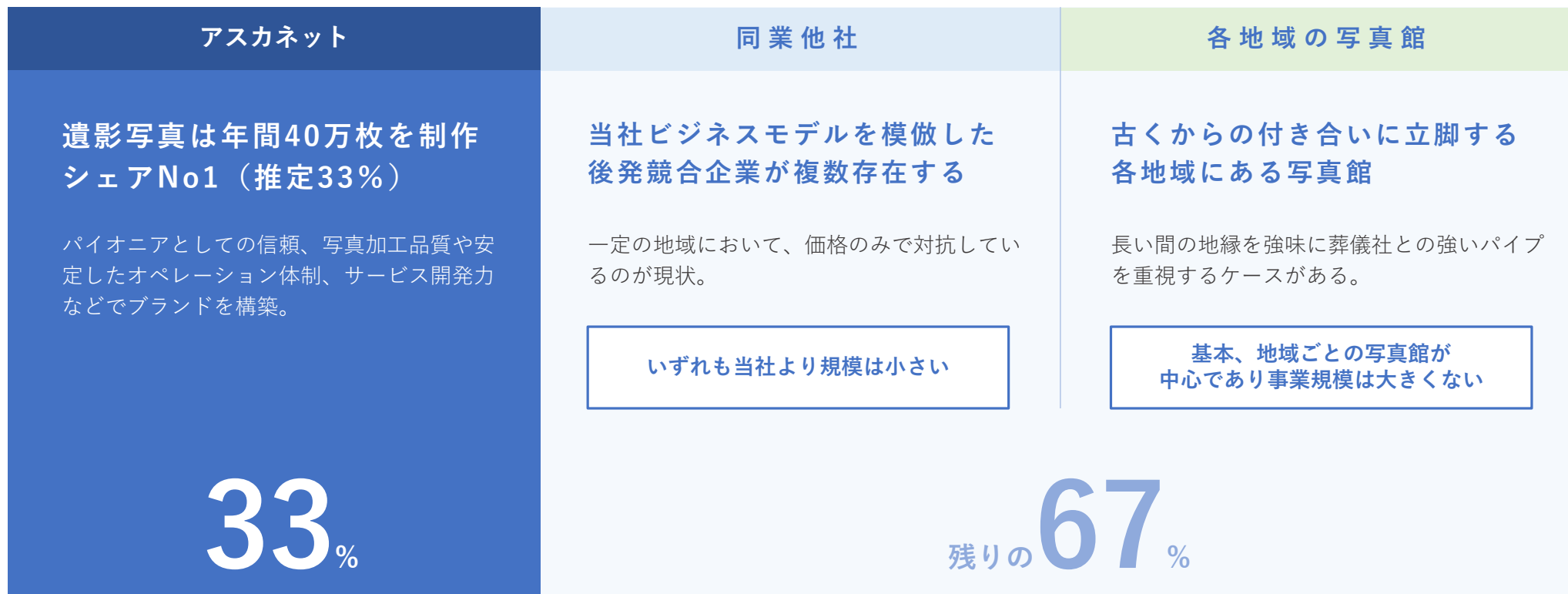


出典：2015年以前…厚生労働省「人口動態統計」

2020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（平成24年1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

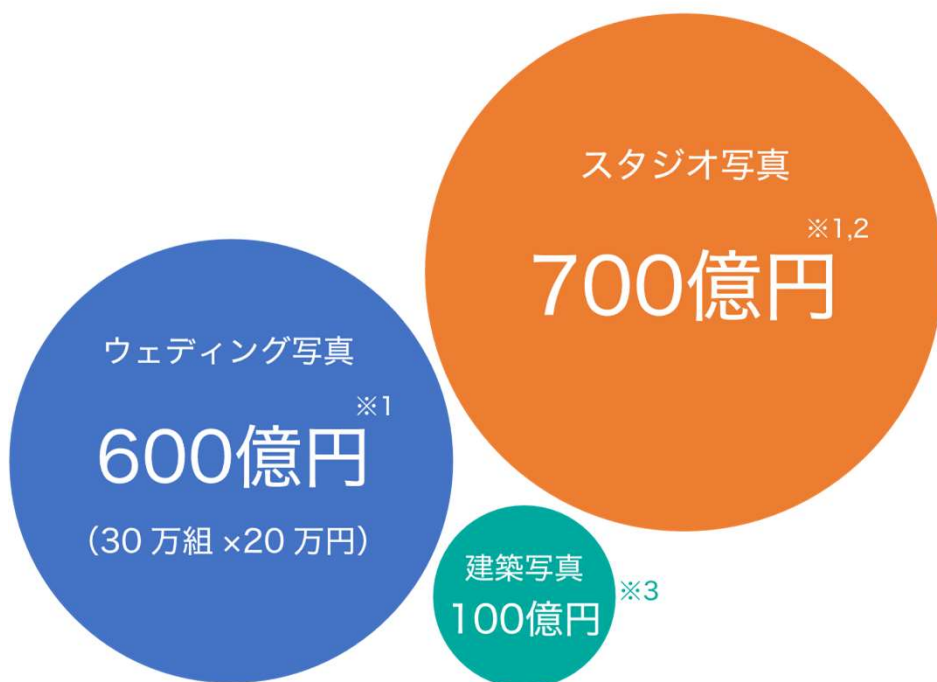
コンピュータ画像処理とITネットワークを利用した新しいビジネスモデルで当社が参入してトップシェアに。



フォトブック事業の市場規模

B to B

主要な業種別市場規模



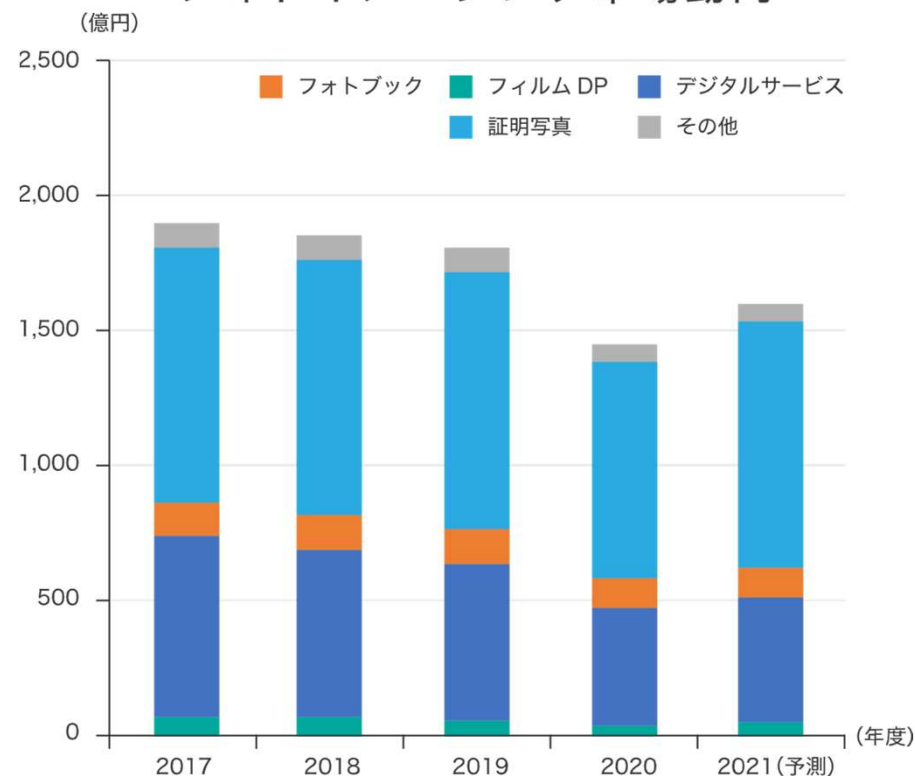
※1 株式会社プロメディア調べ

※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



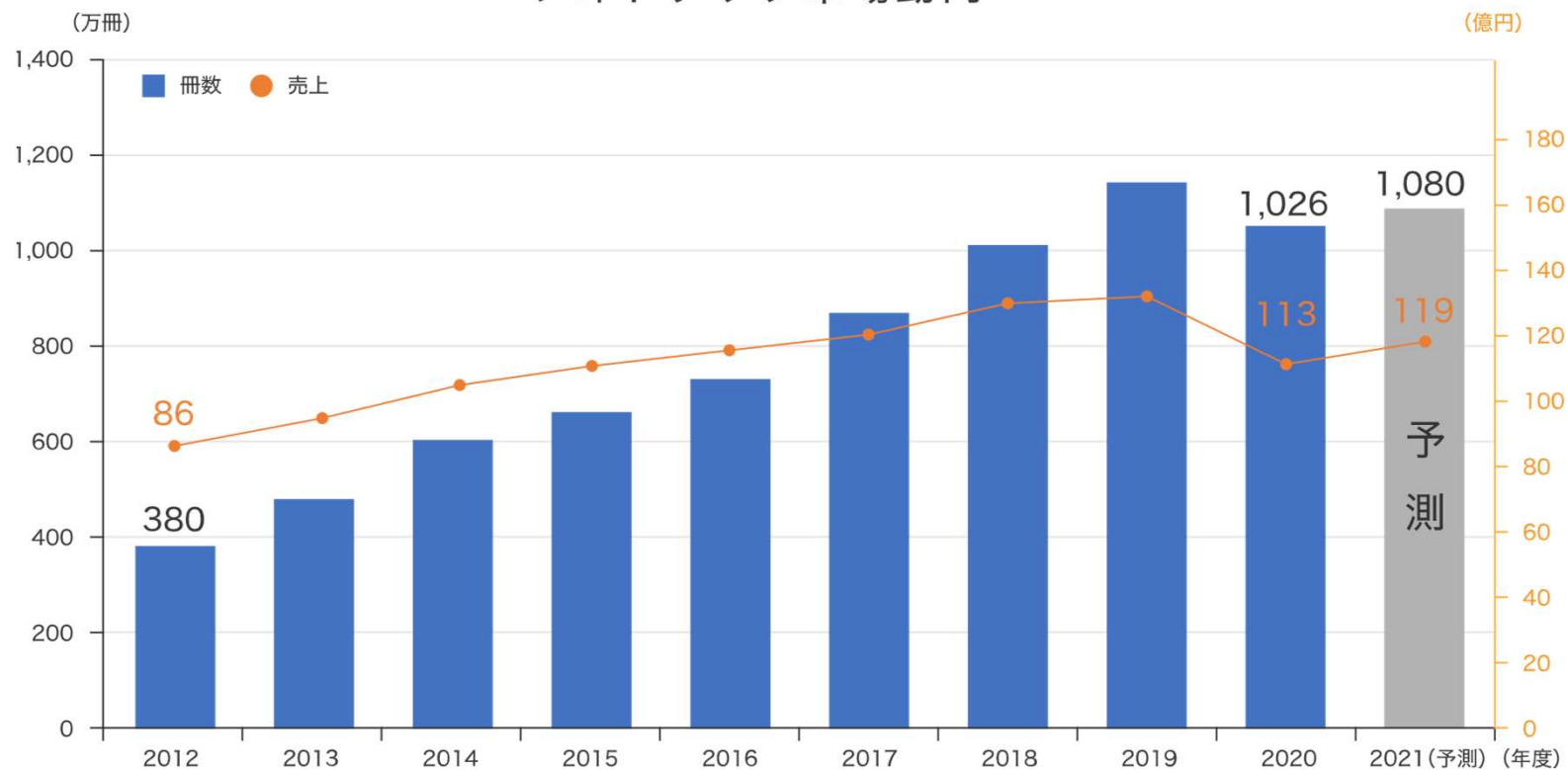
デジタル化により写真アウトプット市場は減少傾向にあるが、その中でフォトブック市場は拡大している。2021年は回復を予測。

出典：2021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)

フォトブック事業の市場規模

B to C

フォトブック市場動向



2020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、初めて市場規模が減少した。

2021年度は、新しい生活様式の中で、写真の楽しみ方も多様化しており、フォトブック市場は2020年度を上回るものと推計されており、フォトブックの定着が伺える。

出典：2021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

比較的品质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。

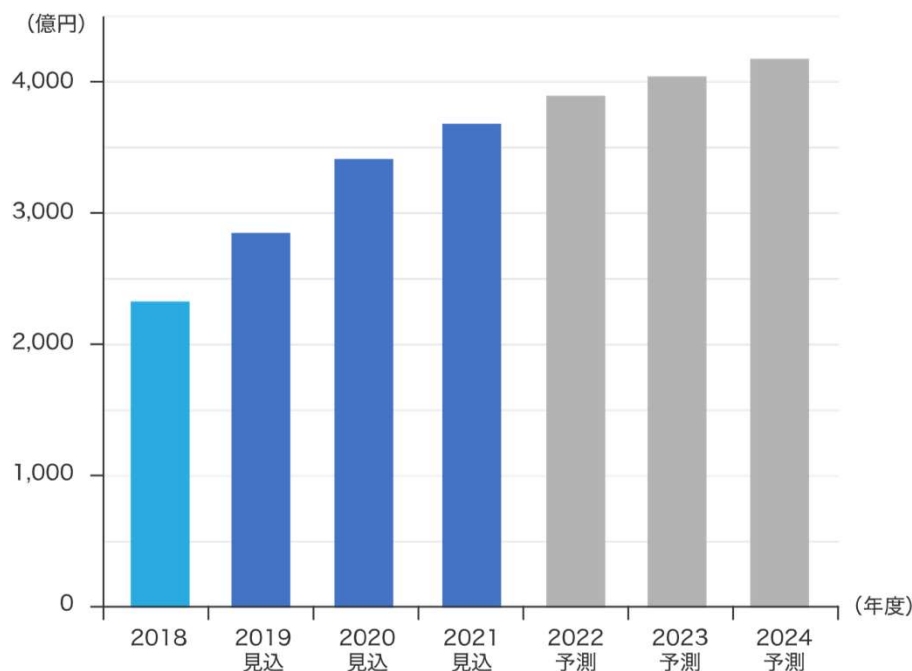
価格重視

空中ディスプレイ事業が関連する 「デジタルサイネージ市場」「タッチパネル市場」の状況

国内デジタルサイネージ市場

2019年度は前年度比122.4%の2,840億円

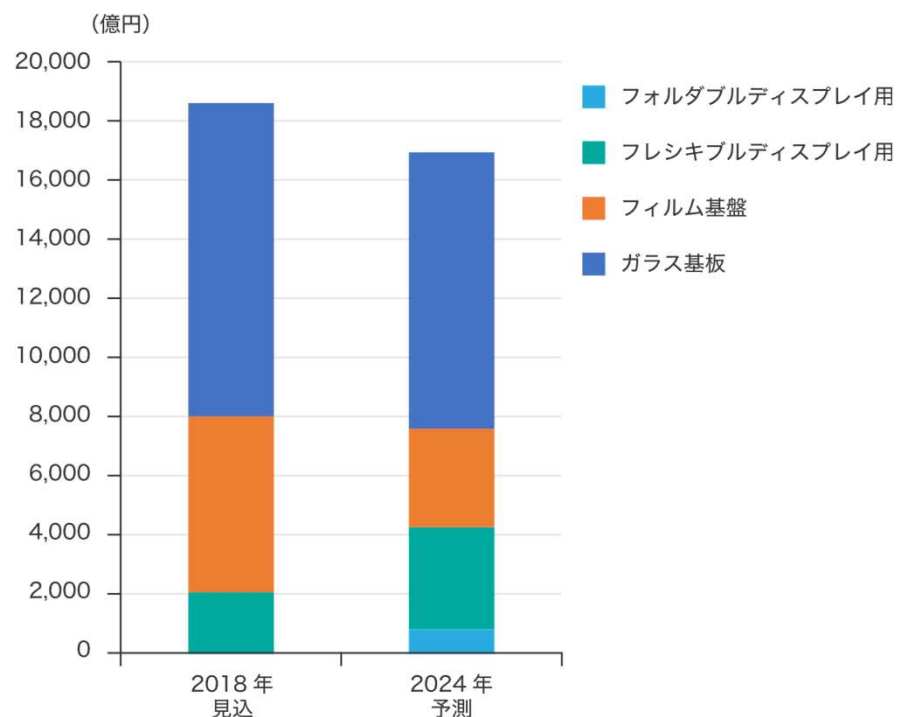
場所は屋外・店頭・公共空間・交通機関など。2016年以降タクシーサイネージが急増しており、将来的にも成長が見込める有望市場である。



出典：矢野経済研究所「デジタルサイネージ市場に関する調査（2020年）」

タッチパネル市場

スマートフォン市場の飽和により、市場の若干の縮小が見込まれるものの、十分に市場自体は大きく、空中操作への置き換えとして魅力的な市場である。



参考文献：株式会社富士経済「モビリティ・インフラ&サービス関連市場の将来展望 2020」

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	△	○	○

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

フューネラル事業



**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。

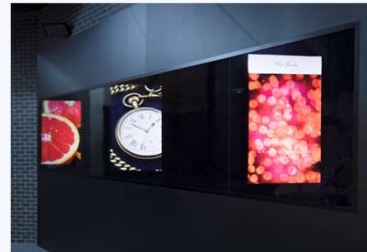
フォトブック事業



**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。



**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、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40万枚の画像処理実績

全国の会館やホール等2,690カ所以上、年間約40万枚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。

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

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。

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。



アスカネットの遺影写真は 葬儀のプロが選ぶ 遺影写真サービスNo.1 に選ばれました

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



スマホでおくる訃報・香典サービス“tsunagoo”は 葬儀現場スタッフが選ぶ遺族に喜ばれるサービスNo.1 に選ばれました

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

Hot One アワードを何度も受賞。 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

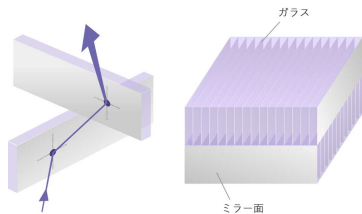


ソフトウェア開発や サーバー運用も自社で

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age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などによる成長機会の創出

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

重点分野

映像・画像の新しい表現方法を模索し、xR・3D・DXなどの重点分野でのビジネス化を進めていく方針

これらの分野で独自の技術力を有するスタートアップ企業3社と資本業務提携を行っており、さらなる提携を指向している。

2022年4月期の取組状況

- 2022年1月に、xR・3D領域に特化したスタートアップ投資ファンドに出資。
- 定期的な情報交流会やM&Aプラットフォームの活用などにより積極的なソーシングを実施。



社内イノベーション創出基盤の強化

背景

創業者によるトップダウン中心から、社員参画によるボトムアップ中心への経営体制移行

施策 1

戦略企画部の 設置と強化

専任取締役をリーダーとする戦略企画部を設置し、体制強化。
→社内イノベーション創出基盤の強化や、各種プロジェクトのサポートを進めるとともに、強固な社内IT基盤を確立。

施策 2

イノベーション教育の 継続実施

広島大学の協力のもと開始した通年型研修である「課題発見・解決型研修」を継続実施し、若手・中堅社員のビジネス創造力を高める。

施策 3

ビジネスアイデア提案の 仕組み拡充

毎年1回開催される「ビジネスプランコンテスト」（チーム型）に加え、ゲーム感覚で個人がビジネスの卵を提案できる「Asuka Egg Game」を開始。

シェア拡大 + ITサービス + 高齢化



遺影写真シェア拡大

トップシェアの品質と365日対応の安心サポート、豊富な商品力を前面に押し出した徹底営業とインサイドセールスの連携による顧客獲得。



ITサービスの利用拡大

訃報配信サービス「tsunagoo（つなぐ）」による収益拡大とともに、「tsunagoo」をきっかけに遺影写真の新規獲得も目指す。



高齢化による自然増

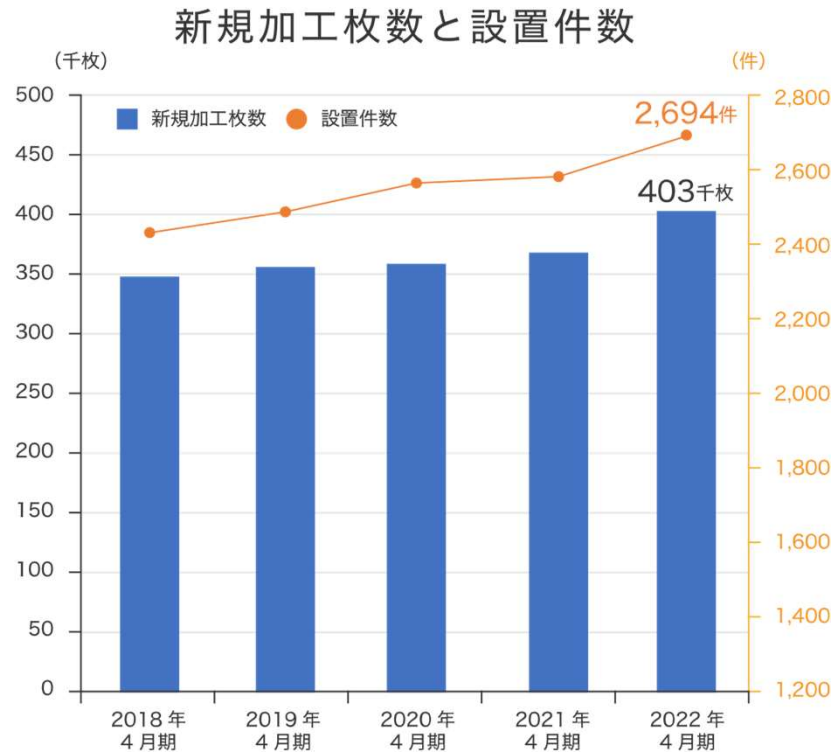
死亡者数の自然増加による外部環境的チャンスを見逃さず、労働力不足に対応するための効率化（AI・IoT）などの新たなチャレンジを続ける。

新しいサービスを開発して葬儀市場に続々投入

成長のための施策	2022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	コロナ環境に即した、葬儀社向け新商品を新たにラインナップ
 AIなどの新技術を用いた画像処理ツールの継続開発	複数回のPoCを実施し、さらなる精度向上を図った
 写真・映像の新しい表現方法の研究	QRムービー付き会葬礼状を開発
 BtoC向けサービスの模索	ターゲットとなるマーケットを絞り込み、市場調査を実施
 ※ アスカクラウドの機能充実	安定稼働のため、フレームワークの改修やサーバーの増強を実施
 tsunagooの新機能開発	「tsunagooAFTER」のリリース、不動産・相続関連のサービスと連携

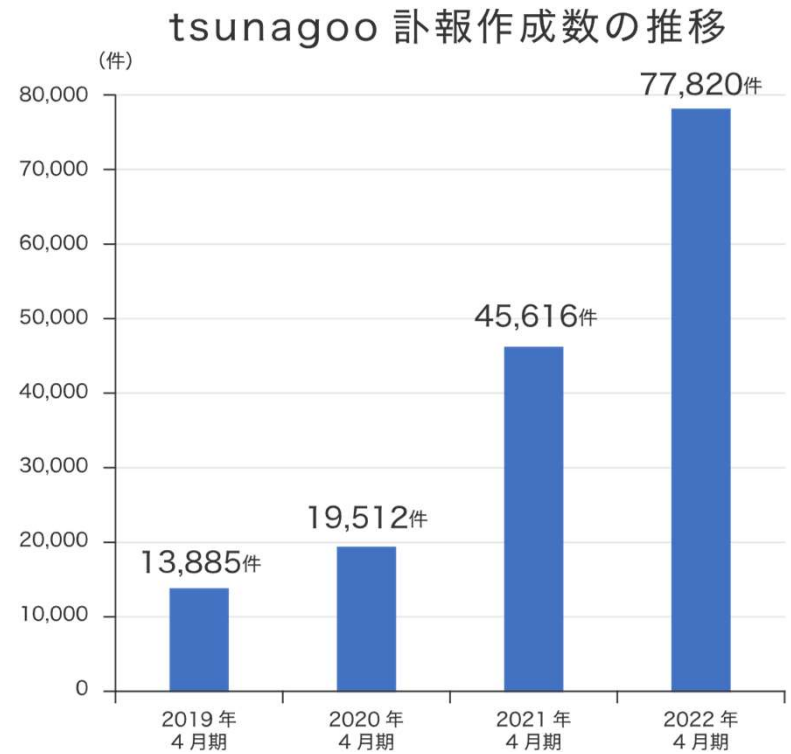
※アスカクラウド…葬儀社発注の効率化・一元化・IT化を目的としたプラットフォーム

重要指標の推移



※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）

技術的優位性やサポート体制などの強みを示し、自社営業による顧客獲得により、着実な増加を目指す。



※「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

自社インサイドセールスの機能強化や、tsunagoo導入による成功事例の紹介などにより、大きな増加を目指す。

フォトブック事業の成長戦略

B to B

- ウェディングフォトマーケットのさらなる深耕
- スタジオフォト、建築フォトなどウェディング以外の市場開拓
- フォトウェディングなどコロナ環境による市場変化に対応したサービス開発

B to C

- 高品質、高付加価値路線の自社ブランド「MYBOOK」のさらなる浸透
- 低価格、多量生産路線のフォトグッズやOEMの強化
- ライフイベントごとのフォトサービスの提供

製造

- 自社工場を有する強みを生かした製品開発
- 最新技術を導入した効率的生産体制の推進
- カイゼン活動と多能工による工場全体の最適化

Withコロナ時代の変化に対応。既存サービス強化や新市場の開拓。

～写真館・フォトグラファーを中心とした強固な顧客基盤を活かす～

B to B

成長のための施策	2022年4月期の取組状況
 既存顧客に対する当社商品購入割合の向上	大手顧客の要望に即した発注方式を提供しすることで割合向上を実現。
 建築ルートの開拓	大手ゼネコンへの提案、建築写真に特化したLPの作成とSEO対策や広告の実施し、建築分野の売上が増加。
 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充実、「等身大フォトアワード」などフォトコンテストの実施。
 フォトウェディングでの新しいサービス・商品を提案	外部デザイナーとのコラボ商品を開発。
 既存ソフト・WEBアプリの利便性向上	Grandpicの新機能追加とプリント販売のスタート。レイアウト確認システムのUI強化。
 新たな価値を新市場に向けて開発・投入	プロジェクトを組成しディスカッションを重ねたが、具体的な商品化には至らなかった。

MYBOOKブランドの向上と、ライフイベントサービスの拡充

～高品質生産ラインと低コスト生産ラインの双方を有する強みを活かす～


B to C

成長のための施策	2022年4月期の取組状況
 出張撮影サービスの提供	2022年2月東京23区を中心に試験的にリリース。
 日常生活に合わせた商品展開	飾る商品・遊ぶ商品を開発し、リリース。
 感動を与えるプラスワンアイテムの充実	ギフトカードをリリースしたが、課題もあり。
 ライフイベントに合わせたフォトサービスの提供	e-tayoriの座組を変更し、産院などと連携し、マーケティングを実施することで、利用が増加。
 写真データ分析システムの開発	卒業アルバム関連での活用を調査。
 新たなニーズの開拓	2023年下期リリース予定の新サービスを開発・準備。

新市場の開拓とコストダウン

～自社内一貫工場を有する強みを活かす～

製造

成長の施策	2022年4月期の取組状況
 製販融合による新市場向け製品の開発	これまでのノウハウと保有設備を利活用した製造部門主導の新製品を開発。
 テクノロジーによる省人化の推進	新型印刷機導入による作業効率アップと資材見直しでコストダウンを実現。検品出荷工程のテクノロジー導入で効率化を実現。
 社員の能力を引き出し、最適生産体制を確立	多能工化への段階的取組実施。小ユニットでのPJ実施などにより、社員能力の引き上げ。

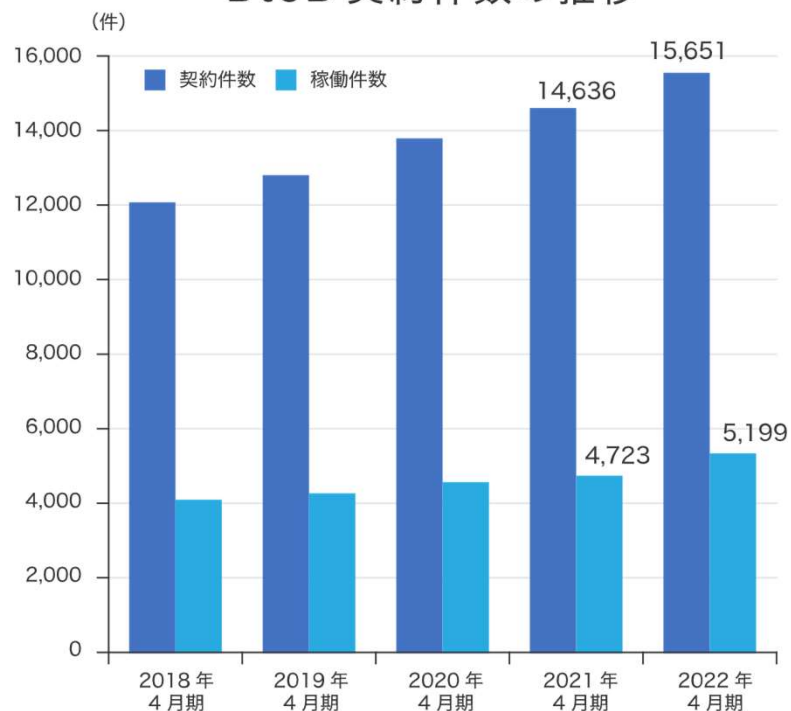
投資戦略

	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。 	<ul style="list-style-type: none"> フォトブック開発用ソフトウェアバージョンアップ AIなどを活用したツールの開発 ライフイベントサービスなど新サービスの開発
2022年4月期の主な投資実績内容	<ul style="list-style-type: none"> 印刷機更新 … 161百万円（ほぼ計画通り） 検査関連設備 … 60百万円（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など … 43百万円（ほぼ計画通り） など
2023年4月期の主な投資計画内容	<ul style="list-style-type: none"> 印刷加工設備 … 約40百万円 空調設備更新 … 約16百万円 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など … 約60百万円

重要指標の推移

B to B

BtoB 契約件数の推移

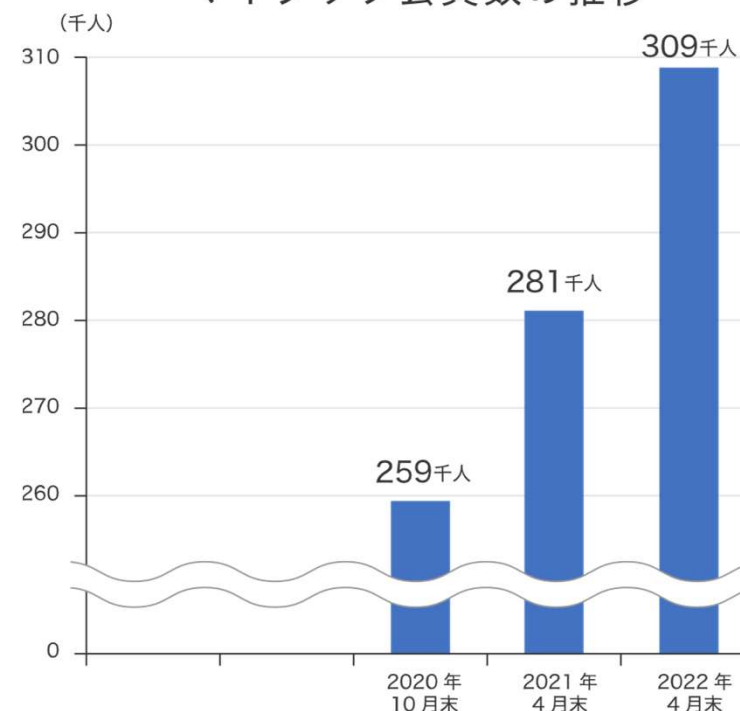


- ・ BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかるモデルである。
(契約→見本作製→見本展開→予約→撮影→納品)
- ・ 契約件数、稼働件数とも順調に増加。

自社営業による開拓、セミナー、フェイスブック・インスタグラムなどSNSによるPRなどにより、着実な契約増を目指す。

B to C

マイブック会員数の推移



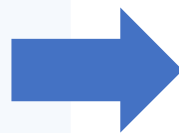
昨年10月のマイブックサービス統合を機に、重要指標をソフトダウンロード数から会員数に変更した（ソフトダウンロード型サービスだけでなく、WEBアプリ型サービスも含むため）。

コロナ禍による厳しい環境下ではあるが、知恵を絞ったキャンペーンやプロモーションの効率的な実施により、会員増を図る。

市場創造の実現

ガラス製プレート

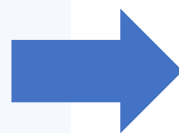
空中結像で次世代デジタルサイ
ネージ市場を創造



美しい結像、大きな結像という当社
プレートの強みを最大限に活かして
着実に成長する

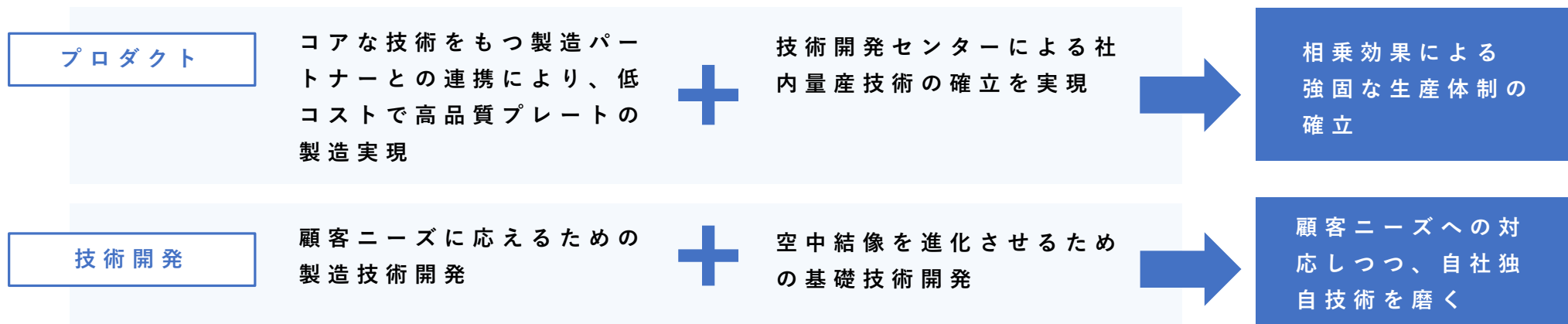
樹脂製とガラス製プレート

非接触空中操作でタッチレスタッ
チ市場を創造



様々な操作を空中操作に置き換え、
製品組込により大きなマーケットの
取込を目指す

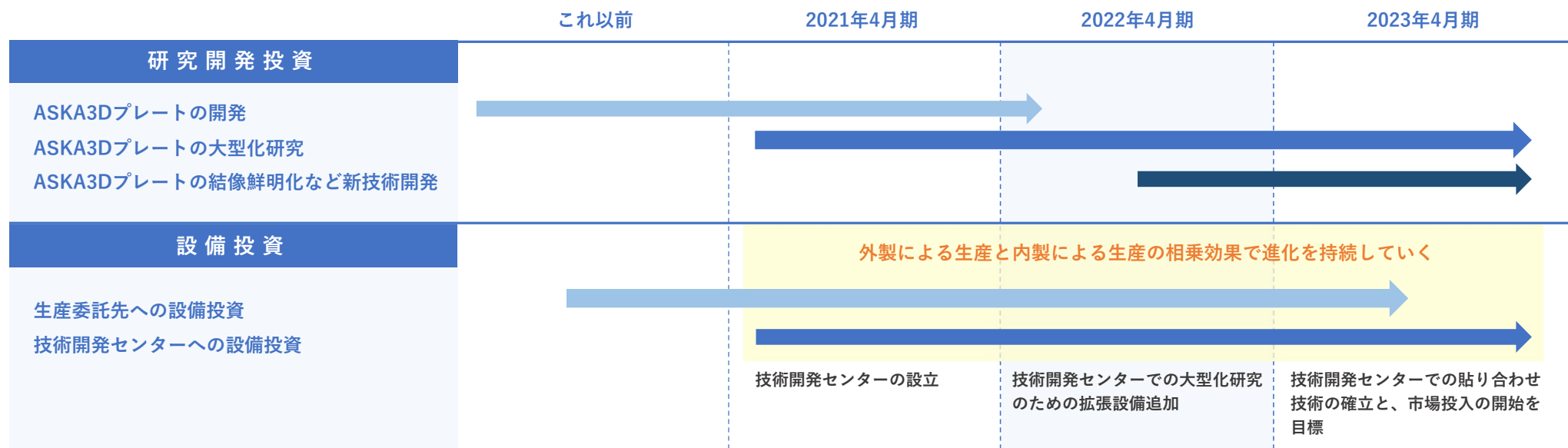
プロダクトと技術開発



成長のための施策	2022年4月期の取組状況
 <p>製販パートナーとの製造強化</p>	<p>ガラス・樹脂それぞれ大型サイズの製造が進展。</p>
 <p>自社技術開発センターでの製造開発</p>	<p>中型サイズの基礎となる小型プレートの製造技術を確立。</p>
 <p>基礎技術・製法技術研究</p>	<p>耐熱性の高い素材での製造技術や、空中結像の輝度を高める構造の開発などの成果。</p>

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。



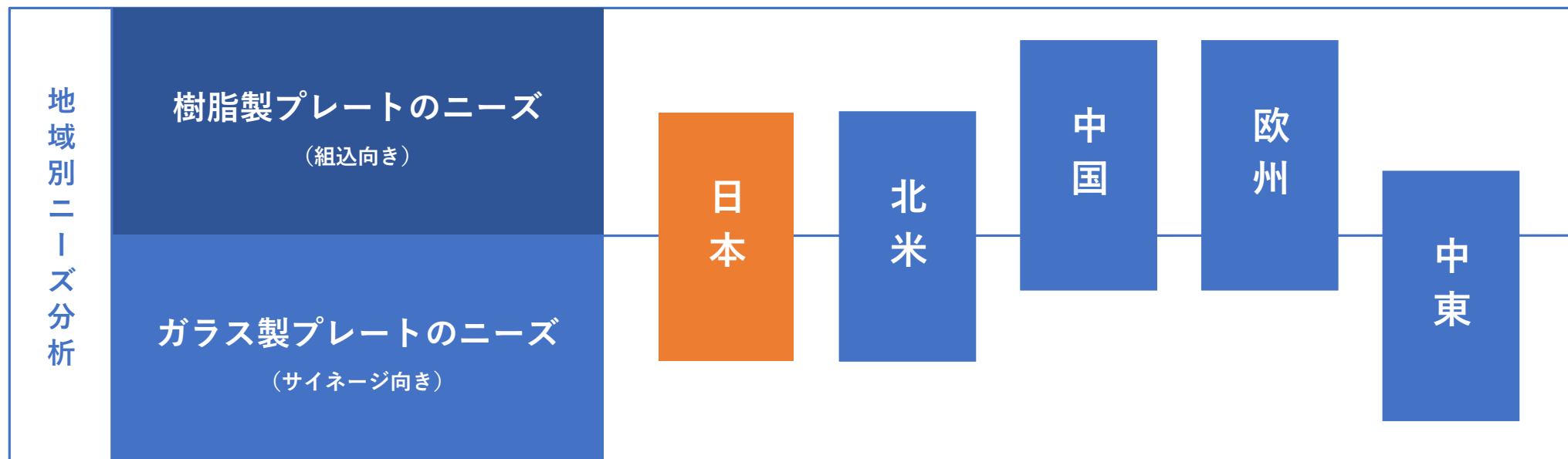
2022年4月期の 主な投資実績内容	研究開発投資	技術開発センター年間費用 162百万（計画約175百万円に比べ人件費等抑制による） / ASKA3Dプレート大型化研究、新技術開発 32百万（ほぼ計画通り） / その他（特許取得など） 55百万（計画約63百万円に比べ特許費用等抑制による）
	設備投資	生産設備など 67百万円（計画約90百万円に比べ一部翌期へ繰越が生じたため）

2023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170百万 / ASKA3Dプレート大型化研究、新技術開発 約20百万 / その他（特許関連費用など） 約50百万
	設備投資	生産設備など 約60百万

営業戦略

成長のための施策	2022年4月期の取組状況
 営業力の強化	コロナ禍もあり、なかなか進まなかったが、2022年に入ってから海外代理店との連携強化。
 導入事例の拡散	セブインイレブン店舗やマンションでの実証実験は大きく取りあげられた。
 市場調査からニーズに合った営業	採用実績を活かした説得力のある提案を実施した。
 UX視点強化（モノからコト売りへ）	顧客の要望に合わせたパッケージ試作の提案や、空中操作の顧客体験の楽しさ・面白さ・新しさをアピールした提案の実行。

各地域のニーズに応じて代理店と協働

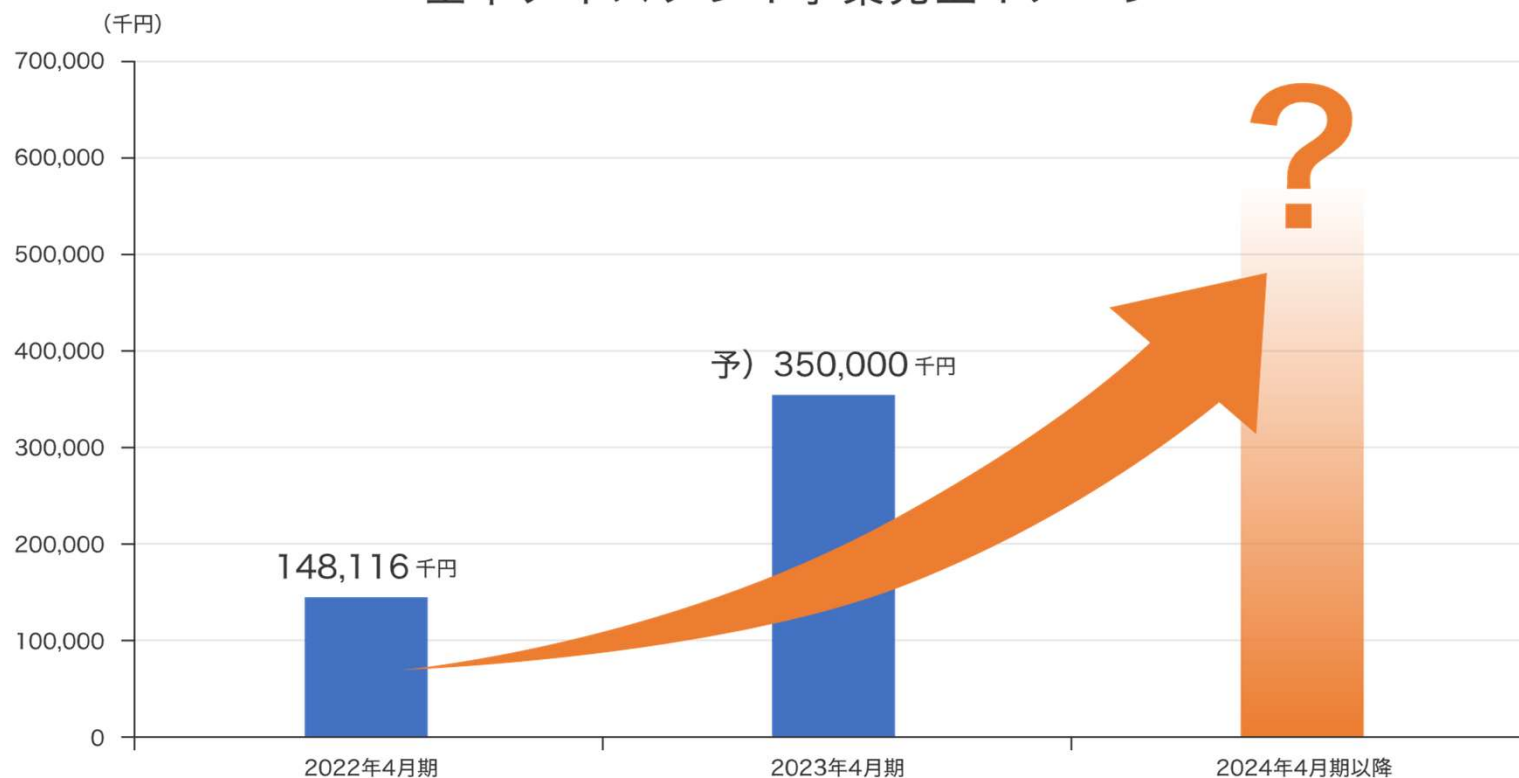


- 国内** → 自社営業+代理店及び当社プレートを活用した製品を有するパートナーと協力していく。
- 海外** → 代理店中心に当社がサポート。代理店の拡大も図る。
- 認知度向上** → ASKA3Dプレートによる美しい空中結像を実感いただくには、広告では厳しく、展示会の出展が有効。

2023年4月期は、コロナ禍からの回復に伴い、海外2か所、国内2か所の展示会出展を計画している。
その他、海外代理店の出展をサポートする。

市場創造モデルのため、売上成長率そのものがKPIとなる。

空中ディスプレイ事業売上イメージ



2022年4月期は300,000千円の計画をしていたが、海外を中心にオミクロンによる営業活動制限が想定以上に長期化してしまい、多くの案件がクローキングできず、後ろ倒しになってしまったため、大幅な未達となってしまった。

2023年4月期はアフターコロナでのサイネージ市場の活性化によるガラス製プレートの売上増、海外を中心とした組込案件の実現による樹脂製プレートの売上増を目論んでいる。

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	空中結像技術のパイオニアとして、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	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。
新型コロナウイルス感染症の影響	いずれの事業も、営業やマーケティングに制約がでており、影響を受けているが、特に写真集関連事業はウェディングや旅行、イベントの延期や自粛により、マイナスの影響を受けている。	大/中期	中	フォトブック事業において、受注減はあるものの、コロナ禍からの回復により需要の回復も見込んでいる。また、アフターコロナにより行動様式の変化を捉えた新サービスの開発に注力していく。

※上記は主要なリスクであり、その他のリスクについては有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

7.業績ハイライト

Performance Highlights



全体のポイント

2022年4月期決算について

- 売上については、2021年4月期に比べると新型コロナウイルス感染症の影響は軽減しているものの、特にフォトブック事業においてはその影響を受けた。フューネラル事業は、葬儀の小規模化の傾向は見られるものの、葬儀施行自体は正常化しており売上は回復した。フォトブック事業は、ウェディング市場は想定よりは回復したものの一定程度の影響が残っており、また、BtoC市場は旅行や行事の自粛などで大きな影響を受けた。空中ディスプレイ事業は、非接触操作に関する関心が高まり、サンプル出荷などは増加したものの、オミクロンの影響により国内外とも展示会の自粛や営業活動の制限を余儀なくされ、案件進捗の遅れが見られ、計画を達成することはできなかった。その結果、前期よりは売上は回復したものの、本格的な回復とは至らなかった。
- 利益については、フューネラル事業が好調だったこと、フォトブック事業においてはウェディング市場が想定よりは回復したことなどにより、当初計画から上方修正させていただき、ほぼ修正後の利益で着地した。
- 配当については、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。

2023年4月期計画について

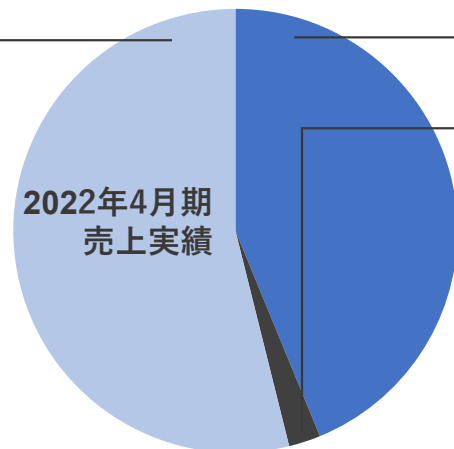
- フォトブック事業は、BtoBはウェディングを中心に一定の回復を想定しているものの、BtoCは特に上半期は厳しい環境が継続するものと想定している。
- 空中ディスプレイ事業は、特に海外における営業活動の正常化とともに、案件獲得による売上の拡大を計画している。
- フューネラル事業は、2022年4月期において売上の増加に比して人員不足が発生してしまい、2023年4月期は人員の大幅拡充を計画しており、増収減益を想定している。
- 全体としては、増収増益を計画し、配当予想は1円増配の1株当たり8.00円としている。

決算概要

安定成長型ビジネスモデル
フォトブック事業

53.9%

「一冊からの本格的写真集」をインターネットから受注し制作するサービス。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社の写真館などB to B向けやコンシューマーに年間約212万冊（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

2.3%

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図る。

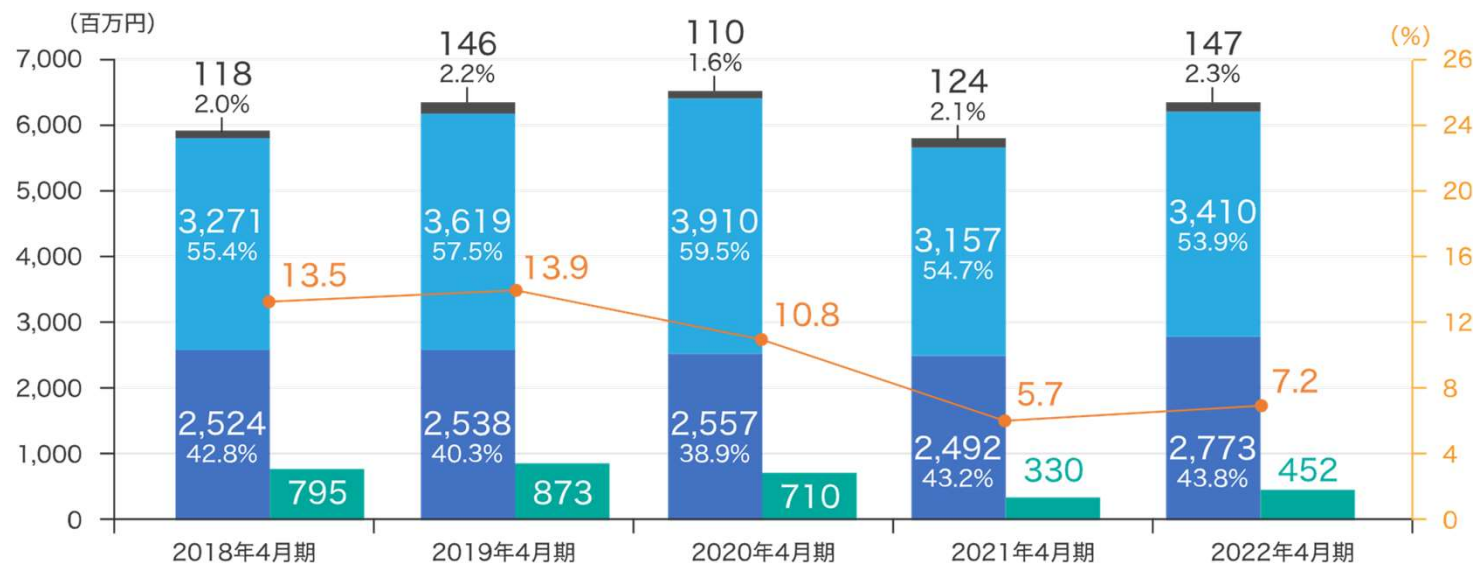
ニッチストック型ビジネスモデル
フューネラル事業

43.8%

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2,690ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約40万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



損益状況

単位：百万円

	2021年4月期		2022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	5,773	100.0	6,331	100.0	6,270	100.0	+61	+557	+9.7
(フューネラル事業)	2,492	43.2	2,773	43.8	2,570	41.0	+203	+281	+11.3
(フォトブック事業)	3,157	54.7	3,410	53.9	3,400	54.2	+10	+252	+8.0
(空中ディスプレイ事業)	124	2.1	148	2.3	300	4.8	△151	+23	+19.2
(セグメント間売上)	△0	-	△0	-	-	-	-	0	-
売上原価	3,085	53.4	3,315	52.4	-	-	-	+230	+7.5
売上総利益	2,688	46.6	3,015	47.6	-	-	-	+327	+12.2
販売費及び一般管理費	2,410	41.8	2,575	40.7	-	-	-	+164	+6.8
営業利益	277	4.8	439	6.9	285	4.5	+154	+162	+58.6
経常利益	330	5.7	452	7.2	285	4.5	+167	+121	+36.8
当期純利益	225	3.9	332	5.3	200	3.2	+132	+107	+47.6

- 売上高は、フューネラル事業が好調だった反面、空中ディスプレイ事業は計画を下回ってしまった。フォトブック事業はBtoCが厳しい環境だった一方、BtoBは想定より好調であった。
- 利益は、フューネラル事業、フォトブック事業とも当初計画を上回った。

セグメントの損益状況

単位：百万円

	2021年4月期		2022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	2,492	616	2,773	+ 281	713	+ 96
フォトブック事業	3,157	471	3,410	+ 252	644	+ 173
空中ディスプレイ事業	124	△272	148	+ 23	△352	△79

- フューネラル事業は、遺影写真加工収入が順調に増加し、それに伴いオペレーションセンターが高稼働となり、セグメント利益は増加した。また、付帯するサプライ品売上等も好調だった。
- フォトブック事業は、BtoB、BtoCとも、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたが、2021年4月期に比べると回復基調。稼働率の回復に伴い粗利も増加した。
- 空中ディスプレイ事業は、技術開発センターの本格稼働、増床、生産設備の拡充により、研究開発費が増加した。

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）

	2022年4月期	2023年4月期	前年比
売上高	6,331	6,890	+ 8.8%
フューネラル事業	2,773	2,910	+ 4.9%
フォトブック事業	3,410	3,630	+ 6.4%
空中ディスプレイ事業（内部売上消去後）	147	350	+ 137.1%
営業利益	439	450	+ 2.3%
経常利益	452	490	+ 8.2%
当期純利益	332	348	+ 4.6%
1株当たり当期純利益（円）	19.76	20.68	+ 4.7%
1株当たり年間配当（円）	7.00	8.00	+ 1.00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、保証していません。

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、2023年7月を予定しております。