

株式会社アスカネット

第 2 四 半 期 決 算 説 明 資 料

2013年4月第2四半期

証券コード 2438

C O N T E N T S

02

I.第2四半期決算の概要

- 1. 決算概要 04
- 2. 損益状況 05
- 3. 費用構成 06
- 4. セグメント別損益状況 07
- 5. 財務状況 08
- 6. キャッシュ・フローの状況 09

II.メモリアルデザインサービス事業

- 1. 事業概況・売上の推移 11
- 2. 重要指標の推移 12
- 3. 市場環境と下期の取り組み 13

III.パーソナルパブリッシングサービス事業

- 1. 市場別売上の推移 15
- 2. 重要指標の推移 16
- 3-1. B to C 市場向けサービスの概要 17
- 3-2. B to C 市場向けサービスの概要 18
- 3-3. B to B 市場向けサービスの概要 19
- 4. 上期の状況（営業面） 20
- 5. 上期の状況（開発面・生産面） 21
- 6. 市場環境 22
- 7. 下期への取り組み 23

IV.エアリアルイメージング事業

- 1. 事業開始理由 25
- 2. 事業の内容 26
- 3. 上期の状況と下期への取り組み 27

V. 2013年4月期通期見通し

- 1. 通期見通し 29

I . 第2四半期決算の概要

2. 損益状況

05

単位：百万円

	2011年10月期		2012年10月期		増減額
	実績	%	実績	%	対前年同期比
売上高	2,124	100.0	2,097	100.0	△27
（メモリアルデザインサービス事業）	989	46.6	973	46.4	△15
（パーソナルパブリッシングサービス事業）	1,135	53.4	1,115	53.2	△19
（エアリアルイメージング事業）	—	—	8	0.4	+ 8
売上原価	1,011	47.6	1,037	49.5	+25
売上総利益	1,113	52.4	1,060	50.5	△53
販売費及び一般管理費	792	37.3	842	40.1	+49
営業利益	320	15.1	218	10.4	△102
経常利益	318	15.0	218	10.4	△99
四半期純利益	178	8.4	132	6.3	△45

売上は、メモリアルデザインサービス事業において、例年に比べ全国的に葬儀件数が少なかったこと、ハード機器の買い替えが進まなかったことにより、前年同期を下回った。利益については、売上減に加え、印刷製本機器導入に伴う減価償却費の増加や、パーソナルパブリッシングサービス事業における新製品・新サービスのリリースに伴う広告宣伝費・販売促進費の増加により、前年同期を大きく下回った。

3.費用構成

06

単位：％

	2011年10月期	2012年10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	52.4	50.5	△1.9	パーソナルパブリッシングサービス事業において印刷製本機器の導入にともない減価償却費が増加したことや、メモリアルデザインサービス事業において高付加価値である遺影写真加工サービスが想定を下回ったことから、売上総利益率が低下した。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2011年10月期	2012年10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費 販売手数料	127	159	+32	新製品サンプルの配布に伴う販促費の増加、及びマイブックエディタMac版リリースに伴う広告宣伝費の増加による。
人件費	330	340	+10	主として、エアリアルイメージング事業の人員増、及び新規事業研究部署の立ち上げによる。
減価償却費・支払家賃	71	72	+1	—
支払手数料	43	43	△0	—
研究開発費	39	41	+2	エアリアルイメージング事業での研究開発を継続。
その他	180	183	+3	—
合計	792	842	+49	

4. セグメント別損益状況

単位：百万円

	2011年10月期		2012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
メモリアルデザインサービス事業	989	313	973	△15	303	△10
パーソナルパブリッシングサービス事業	1,135	204	1,115	△19	131	△73
エアリアルイメージング事業	—	△33	8	+8	△40	△6

メモリアルデザインサービス事業は、利益率が相対的に高い遺影写真加工サービスが葬儀件数の全般的な減少により前年を下回ったため、事業利益率が低下し、売上、利益も前年を下回った。

パーソナルパブリッシングサービス事業は、海外を中心に売上は厳しく、また、生産設備の導入により減価償却費が増加、広告宣伝費、販売促進費も増加させたため、利益は大きく減少した。

エアリアルイメージング事業は、サンプルの出荷を進めるとともに、展示会の出展や研究開発に注力した。

5. 財務状況

08

単位：百万円

資産の部	2011年10月期	2012年10月期	増 減	主な増減要因
流動資産	1,962	1,953	△8	—
固定資産	1,446	1,651	+205	主に印刷関連設備および隣地の購入による。
資産合計	3,408	3,605	+197	
負債・純資産の部	2011年10月期	2012年10月期	増 減	主な増減要因
流動負債	560	510	△49	主に未払法人税等の減少による。
固定負債	55	20	△35	主に長期借入金の返済による。
負債計	616	530	△85	
純資産計	2,792	3,074	+281	利益計上に伴う剰余金の増加による。
負債・純資産合計	3,408	3,605	+197	

10月に、本社に隣接する土地と建物を購入（総額約77百万円）。

パーソナルパブリッシングサービス事業の生産部門や、エアリアルイメージング事業にて利用する予定。

6. キャッシュ・フローの状況

09

単位：百万円

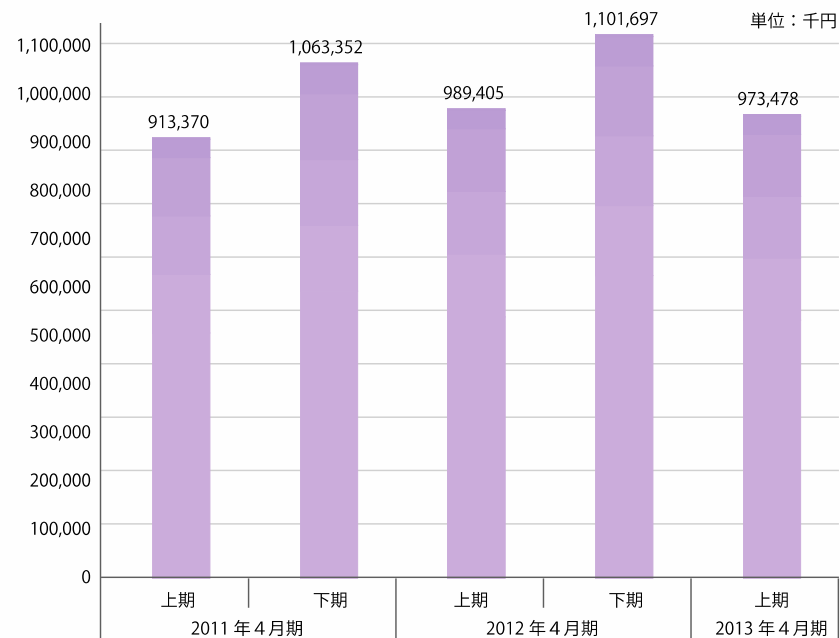
	2011年10月期	2012年10月期	増 減	主な増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	285	218	△67	主に利益の減少による。
投資活動による キャッシュ・フロー	△61	△278	△216	主に新型印刷機購入、隣地の購入による。
財務活動による キャッシュ・フロー	△113	△118	△5	—
現金及び現金同等物の 四半期末残高	1,254	756	△498	500百万円を3か月超の定期預金に預け入れたことによる。

II .メモリアルデザインサービス事業

1. 事業概況・売上の推移

11

売上の推移



事業概況

○メモリアルビデオなど映像サービス
収入は好調に推移した。

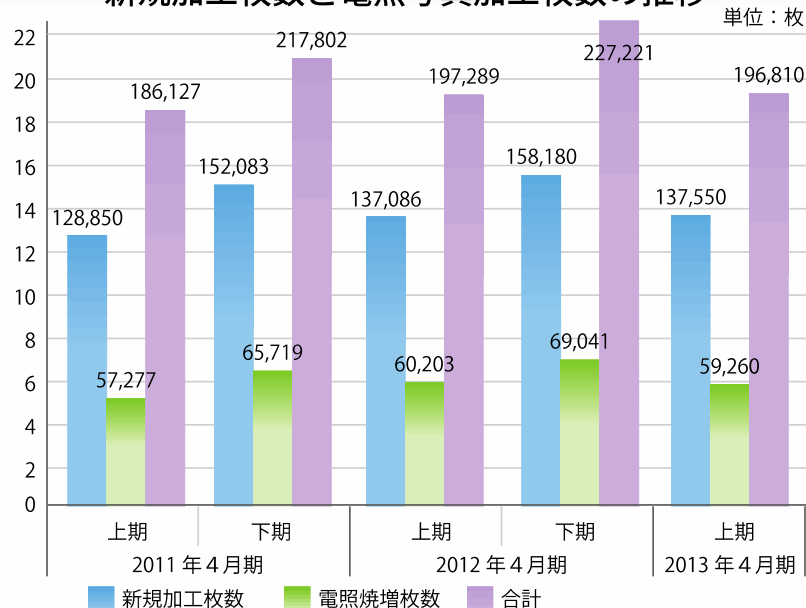
○写真加工収入は、全般的な葬儀件数の
低調の影響を受け、前年同期比減少。

○ハード機器は買換え控えや、好調だっ
た前年同期の反動により減少。

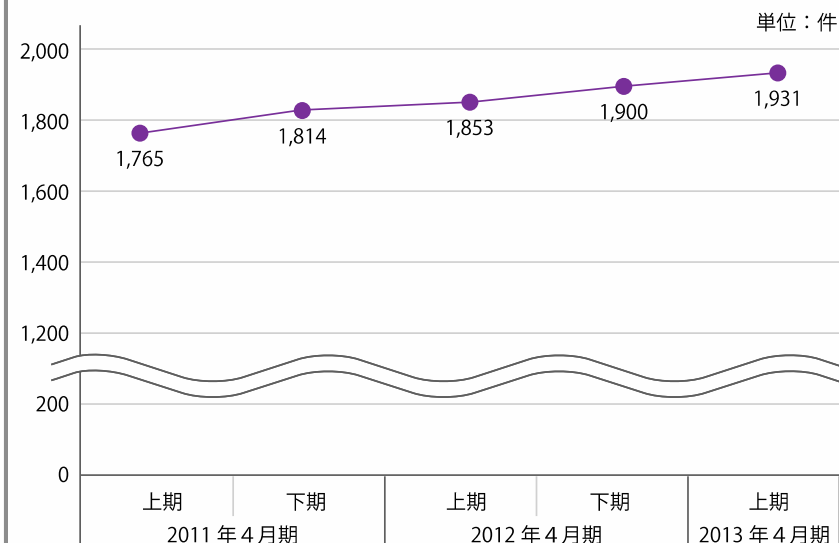
2. 重要指標の推移

12

新規加工枚数と電照写真加工枚数の推移



設置件数の推移



電照焼増枚数に関しては、新規とセットの場合の枚数を加算して、遡及修正いたしました。

※加工枚数は寒い季節に増加する傾向があるため、当社の上期（5月-10月）より下期（11月-4月）の方が増加する。

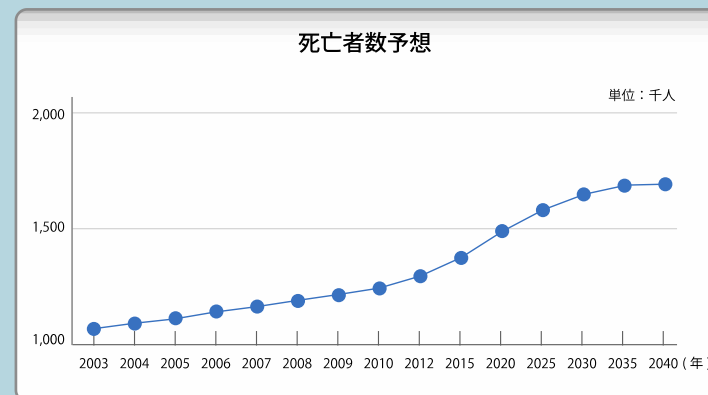
※“電照写真”とは、主に葬祭会館祭壇用に当社が開発したエッジライト（導光板）やLEDを応用した光るパネル（額）を提供し、そのパネルに使用するフィルムへ出力した写真。

3. 市場環境と下期の取り組み

13

①市場環境

- ・マクロ的には高齢化社会に向け市場は漸増
- ・葬儀社間競争・差別化ニーズの増加→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
- ・映像演出ツールが浸透しつつある
- ・当社のモデルを模した事業者が特定地域にて展開



出展：人口問題研究所予測データ

②下期の取り組み

「蔡サイネージ」「なまえの詩」など付随サービスをリリース。これらの拡販を進めていくとともに、さらなるサービスの開発も行っていく。

厳しい葬儀件数だった上期の反動増に備えるとともに、他社からの切替などを中心に、画像処理技術力とサポート力という強みを生かして、顧客開拓を進めていく。

「遺影バンク」は、提携や顧客への導入の実績が出てきた。今後も継続していく方針。

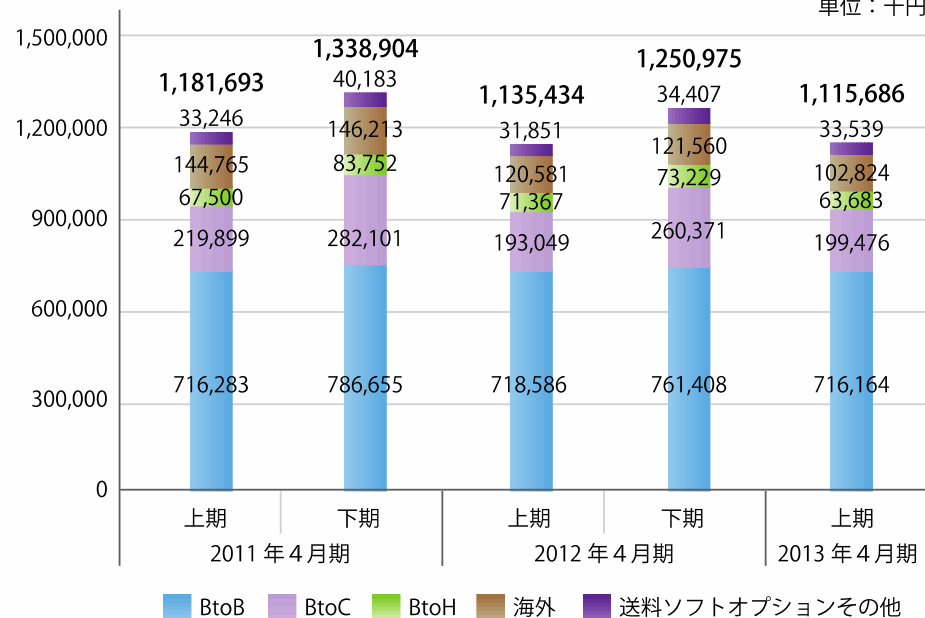
III. パーソナルパブリッシングサービス事業

1. 市場別売上の推移

15

市場別売上金額の推移

単位：千円



※BtoHとはハイエンドアマチュア（写真愛好家）向け市場のこと

※BtoBの婚礼・BtoCとも季節変動により、下期が増加する傾向がある。

・ B to B は東北エリアの回復が遅く、また単価の安い製品へのシフトもみられ、前年同期を若干下回った。

・ B to C は各種企画、宣伝の成果があがり、アフェリエイトも好調であった。10月には発注ソフトのMac版もリリースしたこともあり、前年同期を上回ることができた。

・ 海外はアメリカを中心に不景気の影響のうえ、競争環境が厳しく、品質が劣るが低価格な他社製品への移行が見られ、減少傾向が継続している。

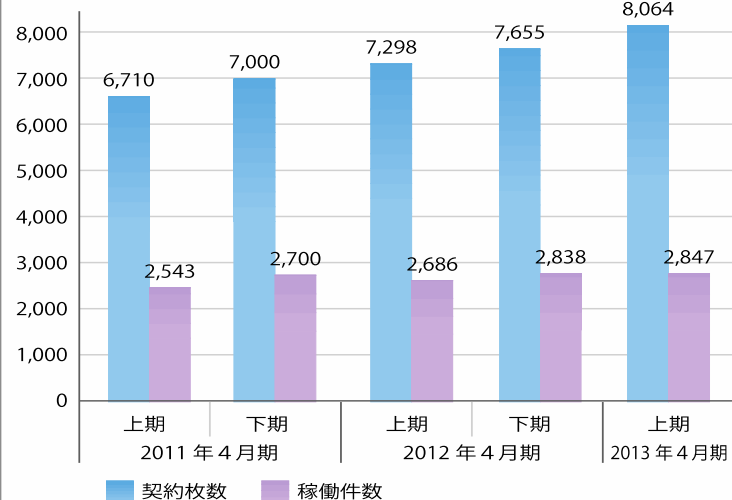
・ B to H は提携先からの発注が減少し、前年同期を下回った。

2. 重要指標の推移

16

BtoB 契約件数の推移

単位：件



BtoC “MyBook Editor” ダウンロード数の推移

単位：回



B to B は、契約から受注まで一定の時間がかかるモデル（契約→見本作製→見本展示→予約→撮影→納品）である。

契約件数は順調に増加している一方、稼働件数の増加を課題として認識している。

10月に、“MyBook Editor (MBE) 4” Mac版をリリースし、下期本格的にダウンロードが進むと期待している。Win版は若干減少しているものの、ダウンロード数は堅調に推移している。

“Auto Album”会員数に関しては、Auto Album2から発注における会員概念をなくしたため、記載を省略しております。

3-1. B to C 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆

従来のフィルム+印画紙では出来なかった、デジタル写真ならではの楽しみ方を提供。



自由なデザインで、自分だけの本格的写真集が一冊から作れるサービス。手頃な商品からハイグレードモデルまで充実のラインナップで顧客満足100%を目指している。

- オペレーション機能を大幅に強化した「MyBook Editor4」へバージョンアップ。より簡単に直感的な編集作業が可能に。2012年10月にはMac版もリリースし、さらに多くの方に利用いただくことが可能に。
- 複数ユーザーで1冊の写真集を制作する際に便利な、業界初のファイルデータ共有機能を追加。
- 写真集の出荷予定日を、ソフトやサイトのトップページに表示。

<http://www.mybook.co.jp/>



コンシューマーユーザー待望の、ネットで簡単に作れる写真集制作アプリケーション。バージョンアップで大幅に高速化。

- 写真のアップロード&テーマの選択のみで、写真集が簡単に作れるサービス。
- ジャンルに合わせて数十種類のデザインテンプレートを完備。
- ユーザー登録やログインをすることなく写真集の注文が可能。
- シンプルでどんな写真にもマッチする新しいテーマを6種類追加。
- 企業や球団のロゴやキャラクターを使ってフォトブックが作成できる「コラボレーションフォトブック」の種類をさらに追加。

<http://www.mybook.co.jp/k-index.html>

3-2. B to C 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆
さらに広がり進化するデジタル写真ならではの楽しみ方。



撮影した写真をアップロードするだけでアルバムやCDになって届く、DPE+アルバム整理に替わる写真の新しい保存方法。

- デジタルカメラで撮ったデータをネット送信するだけで自宅にハードカバー製本のアルバムが届く、簡単発注のオンラインサービス。
- 主婦やOL層をはじめとした、デジカメユーザー全般がターゲット。
- DPEや自宅でのプリント出力、写真の整理などの手間が省け、短納期・ロープライスも実現。
- ユーザー登録によるデータ保存も可能で、ホームページ上の閲覧・公開・追加もできる。

<http://autoalbum.jp/>



フォトゲットは家族や友人と簡単に写真の交換ができる無料サービス。招待した友人どうしで写真を共有、ダウンロードや写真の整理も可能。

- 無料のユーザー登録で、90日間自分の写真をアップロードできる写真部屋（サーバー 1GB×5）の利用が可能。
- サーバー内では、日付け順での並べ替えや日付けによる表示など写真データの整理と管理もできる。
- 写真部屋に検索・コメント機能の追加と、写真ダウンロードの高速化などバージョンアップを実施。

<http://photoget.jp/>

3-3. B to B 市場向けサービスの概要

☆アスカネットが目指すデジカメ写真のアウトプット☆
プロフォトグラファーの作品を、より商品価値の高い写真集に。



フォトビジネスを展開されているプロを対象とした写真集サービス。一冊からグラビア印刷並みのクォリティーで、コンシューマとは異なる商品構成を展開中。

- 高度なカラーマネージメント技術でフォトグラファーへの個別対応や、デジタルフォトセミナーも随時開催。
- プロ写真家・スタジオへの積極的なコンサルティングとサポート体制を構築。
- 多様なニーズにあわせて、豊富な商品ラインナップで対応。フォトビジネスの幅を広げ、付加価値の高い商品を開発。

<http://asukabook.jp/>



USAを始めオーストラリア・台湾・韓国など海外のプロ向けに行っている、写真集Web受注サービス。高いクォリティーとプロ仕様の多彩なラインナップが好評。

- 独自のカラーマネージメント技術が認められ、USA最大のプロ写真家団体PPAにおいて【HOT1アワード】を受賞。
- 各種コンベンションへの参加や、独自のセミナーなども積極的に開催。
- アメリカでの契約数は1万スタジオを超え、ヨーロッパではスイス、フランスに続きイギリスに代理店を設置。
- プロ向け写真集編集ソフト[ASUKABOOK Maker 2]をリリース。

<http://asukabook.com/>

4. 上期の状況（営業面）

20

競争環境

- 当社が創造してきた「一冊からのオンデマンド印刷による写真集」市場が大きな注目を集めてきた。
- 国内・海外ともに、当社のビジネスモデルを模した他社からの参入がみられる。
- 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。

各市場における優位性の拡大を目的とした施策

B to B	● 「PHOTO NEXT」「ブライダル産業フェア」に出展し、拡販を図った。 ● 新製品「ZENレイフラット」をリリースし、サンプル品を積極的に配布した。 ● 「ZENレイフラット発売記念セミナー」を全国5か所で開催した。
海 外	● 「ZENレイフラット」のリリースに合わせ、各地でセミナーを開催し、顧客拡大を図った。 ● 「フォトキナ」に出展し、欧州市場での浸透を図った。
B to C	● 10月に写真集編集ソフト「MybookEditor Mac版」をリリースし、リリースに合わせMacユーザーをターゲットに、積極的に広告宣伝を展開した。 ● 同時に、サイトをリニューアルし、より発注につながる分かりやすいサイトに仕上げた。 ● 自分の写真集を無在庫で販売できる「Smart Press」サービスを開始した。 ● 旅行会社とのタイアップ強化（マイブック作成チケットの販売）、クーポン販売の活用 ● フォトコンテストやキャンペーンなど各種企画を実施し、テンプレートも随時追加し、よりユーザービリティを高めた。
B to H	● 鉄道写真、水中写真、イラストなど各ジャンルの一流の方とタイアップし、ブランドを高め、その分野の愛好家の掘り起こしを進めた。

5. 上期の状況（開発面・生産面）

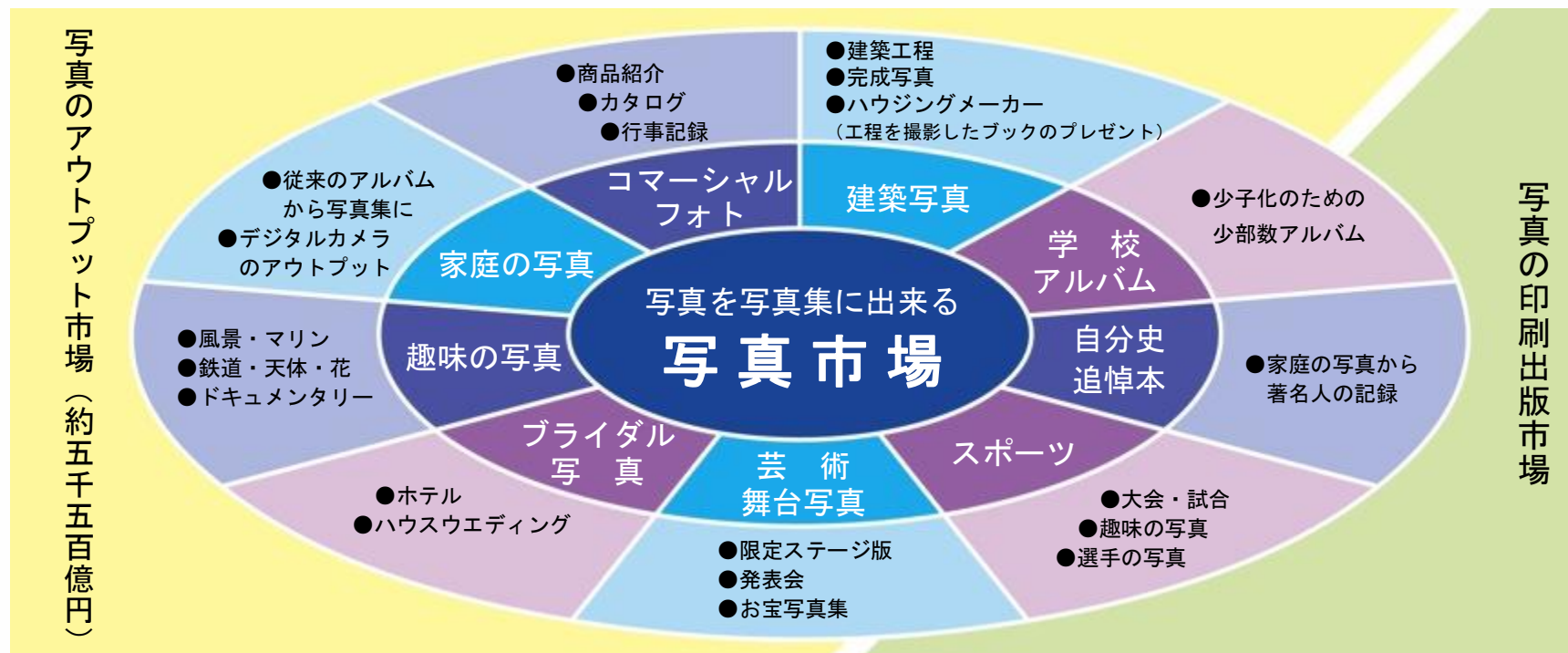
21

開発	B to C 向け “My Book Editor for Mac”	・ Macユーザーからの要望が強かった「My Book Editor Mac版」を10月にリリース。拘り派のMacユーザーからの注文に期待。 ・ サイトもより分かりやすくリニューアルした。
	B to B 向け “ZEN レイフラット”	・ 特にウェディングフォトグラファーのニーズに応えた、切れ目がなく、真っ平に開く新製品「ZENレイフラット」を10月にリリース。それに合わせ、発注ソフトもバージョンアップした。
生産	最新印刷機の導入と コスト削減	・ 「ZENレイフラット」を可能にする最新印刷機および製本機器を導入し、量産化へ向けての調整を進めてきた。 ・ これまでの製品とは製本方法が異なるため、より効率的で、安定した品質の生産ができるか工夫を重ねてきた。

6. 市場環境

22

当社サービスにより再認識された写真市場
→フォトブックの中でも「写真集」に特化して市場の取り込みへ



小部数の学校アルバムや作品集など今まで不可能であったため見えていなかった市場が、
当サービスの提供により新しく創造されている。

7. 下期への取り組み

23

営業	B to B	・「ZENレイフラット」の拡大に焦点をおいた営業展開 ・全国セミナーの継続的实施 ・建築写真など他市場への営業展開
	海外	・「AsukaBook Maker2」や「ZENレイフラット」を武器とした顧客開拓 ・コンベンション出展やミニセミナーの実施とそのフォローの充実
	B to C	・Macユーザーへの訴求の強化 ・各ジャンルの著名写真家とのタイアップ ・展示会「CP+」への出展 ・卒業アルバムのさらなる伸長
開発	新生産管理システム	・より他品種生産への確に対応し、また、要望の強かった”バーコード”を製品から外すための新生産管理システムを開発中、来年1月より稼働見込
	JPEG入稿システム	・顧客の多様なニーズに対応するため「AsukaBook Maker2」だけでなくJPEGデータで発注するシステムを国内海外でリリース予定
生産	“ZENレイフラット”の生産効率化	・最新型印刷機の安定運用強化 ・製本工程の効率化、歩留まりの低減
	新製品の開発	・新しい素材を利用した新製品の開発 ・カスタマイズ製品の充実、カスタマイズ製品対応のリードタイム短縮化

IV.エアリアルイメージング事業

1. 事業開始理由

当事業は以下の理由から、昨年3月に開始。 現在A I 事業開発室（専任3名）にて活動している

1

画像映像という企業ドメインに適合しており、既存事業とのシナジーが図れる

2

空中結像技術の新規性が高く、また特許技術であるうえ、様々な用途に利用可能で、市場が莫大にある

3

該当技術に関する特許（申請中を含む）を約60百万で譲り受けることができたため、可能性対リスクを考慮すれば非常にリーズナブルである

4

既に大手企業から引き合いがあり、既に試作品の受注実績があり、当技術の優位性を間接的に確認できる

5

当技術を開発してきた技術者を当社の従業員として採用できる



基本的なビジネス形態は、空中結像を可能にするプレート（A I プレート）の製造、販売。
様々な分野のメーカー等の製品への組み込みや技術の融合に役立つ素材の提供。

2. 事業の内容

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

平面結像技術はすでに試作は完成。量産を見据えた量産試作に取り掛かっている。
立体結像技術は理論的には完成しているが、平面結像タイプをまず優先



※画像はイメージです。

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。
試作の研究に取り掛かっているが、まずは受動系技術によるビジネス確立を優先する方針。

方針の骨子

1. 新市場の創造による第3の柱をつくる
2. 受動系・能動系ともに技術の探求を進める
3. 技術・製造・マーケティングをバランスよく資源分配する
4. 市場ごとの優先順位を見定める

3.上期の状況と下期への取り組み

27

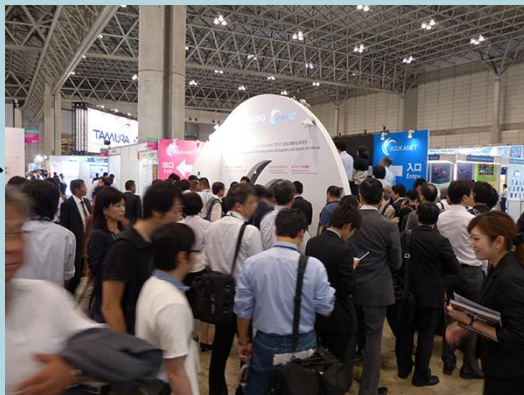
上期の状況

マーケティング

- ・「デジタルサイネージジャパン」ならびに「CEATEC」に出展し、よい反響をいただいた。

- ・展示会后、多数の関心をいただき、詳細なプレゼンを実施し、今後の展開を議論している。

※CEATECでは、デジタルイメージング部門のファイナリストに選定されました。



9月開催のCEATECの様様

生産

- ・ 量産技術の確立に想定より時間を要しており、現状、最も大きな課題と認識している。
- ・ ガラス素材での高精細化、量産化にトライしている。
- ・ ガラス素材以外での試作にチャレンジしている。

研究

- ・ センサー技術との融合に大きな可能性があるので、その分野の研究を進めてきた。
- ・ より生産が容易な生産技術を研究し、特許申請した。

下期への取り組み

- ・ これまで多くの展示会に出展してきたが、今後は「CEATEC」に絞る方針。

- ・ 引き合い先へのプレゼンを継続し、試作品の販売を進める。

- ・ 展示会への出展とそのフォローに追われた点を反省し、能動的なマーケティングを開始する。

- ・ センサー技術との融合により、空中タッチパネル市場を重点的に開拓する方針。

- ・ ガラス素材の量産化について、一定の目処をつけたい。
- ・ ガラス素材以外の試作品を評価し、量産の可能性を見極めたい。

- ・ センサー技術と融合した試作品を完成させる。
- ・ 引き続き、パネルの大型化研究。
- ・ 量産化に適する生産技術の研究。
- ・ 能動系技術研究よりも、受動系技術研究を優先させる方針。

V.2013年4月期通期見通し

1. 通期見通し

29

単位：百万円

	前期実績	上期実績	通期計画
売 上 高	4,485	2,097	4,730
メモリアルデザインサービス事業	2,091	973	2,184
パーソナルパブリッシングサービス事業	2,386	1,115	2,476
エアリアルイメージング事業	7	8	70
経 常 利 益	737	218	600
当期（四半期）純利益	426	132	365
1株当たり当期（四半期）純利益（円）	101.95	31.70	87.37
1株当たり配当金（円）	20.00	—	26.00

- パーソナルパブリッシングサービス事業は海外市場向けは引き続き苦戦するとみているが、BtoB向けの新製品リリース、BtoC向けの新ソフトウェアリリースや広告などの効果による売上増が期待できる。
- メモリアルデザインサービス事業は上期は外部環境により苦戦したものの、下期は堅調に推移するものと見込まれる。
- エアリアルイメージング事業は、展示会やその後の反響は良好なものの、量産技術の確立に時間を要しているため、通期計画の達成は厳しいものと判断している。一方、能動系試作等の研究開発費をコントロールする方針である。
- 今期より、配当性向を20%目安から30%目安に変更したため、増配の方針である。

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のですが、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 代表取締役社長兼CEO 福田 幸雄

お問い合わせ先 常務取締役CFO 功野 顕也

TEL 082-850-1200 (代)

FAX 082-850-1212

URL: <http://www.asukanet.co.jp>E-mail: ir@asukanet.co.jp