

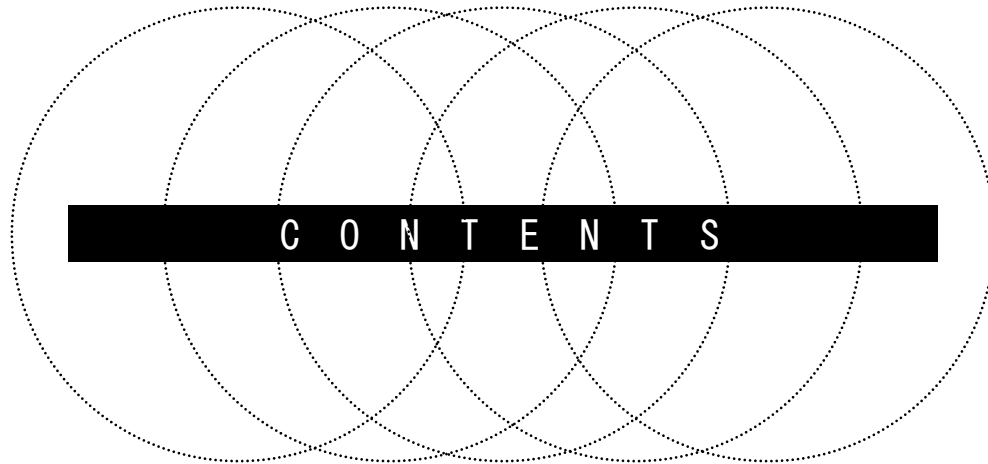
2008年4月期

証券コード 2438

株式会社 アスカネット 〈 2008年6月 〉

決算説明資料





はじめに

I. 2008年4月期決算の概要

1. 決算概要	4
2. 損益状況	5
3. 費用構成	6
4. 財務概況	7
5. キャッシュ・フローの状況	8
6. 全社的トピックス	9

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	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. BtoC市場の取り組み状況 (1)	17
BtoC市場の取り組み状況 (2)	18
4. 当期の取り組み状況へ営業面について	19
当期の取り組み状況へ開発面・生産面について	20
5. 市場環境	21

IV. 2009年4月期業績見通し

1. 業績見通し (前年比較)	23
2. 業績見通しのポイント	24
3. 2009年4月期の基本方針	25
4. BtoC市場の戦略	26
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	
5. BtoBの戦略	27
(パーソナルパブリッシングサービス事業)	
6. 設備投資計画	28

V. 中期展望

1. 中期展望	30
---------------	----

全体のポイント

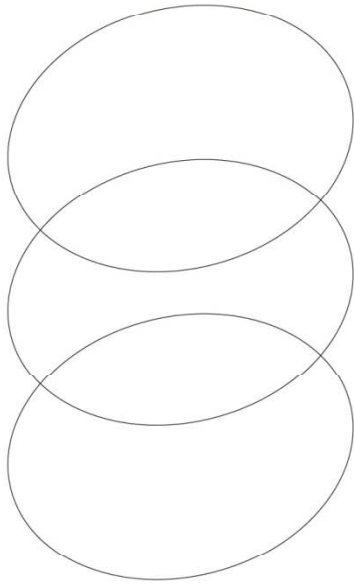


2008年4月期決算について

パーソナルパブリッシング事業が牽引し、成長を持続。
2007年4月期の広告宣伝投資の効果もあり、大幅な増益を実現。

2009年4月期計画について

パーソナルパブリッシングサービス事業では、新システムのリリースを予定しており、成長を持続。メモリアルデザインサービス事業も堅調な推移が見込まれる。オンディマンド印刷機の耐用年数短縮に伴う減価償却費の増加の影響などで、利益は若干増にとどまる。



I 2008年4月期決算の概要

Balancing of accounts summary



1. 決算概要

- ①売上について..... メモリアルデザインサービス事業が予算を若干下回ったものの、パーソナルデザインサービス事業が成長を持続した。
- ②売上構成比について..... パーソナルパブリッシングサービス事業の伸びが大きく、前期に比べると売上構成比が7ポイント上昇した。
- ③原価率について..... 後半の円高や一部資材の価格上昇などもあったが、高付加価値製品の提供や生産の効率化などにより、粗利率は維持した。
- ④販売管理費率について... 前期に実施した一時的、集中的な広告宣伝費を今期は通常化したため、前期に比べ10.2ポイント減少した。
- ⑤利益の予算比について... 経常利益、当期純利益とも当初予算を大きく上回った。(3月7日上方修正)

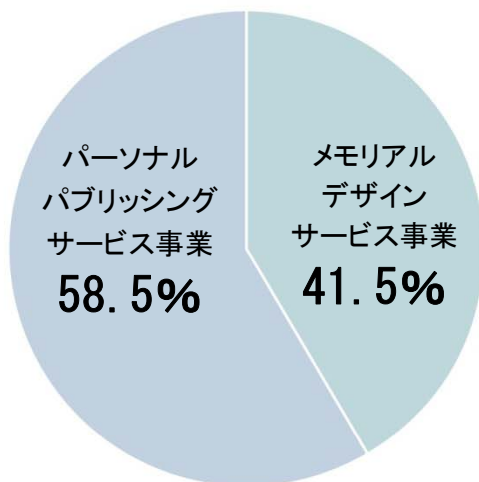
パーソナルパブリッシングサービス事業

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2,000社の
写真館などBtoBや
コンシューマーに
月間約30,000冊を提供

チャレンジングビジネスモデル

2008年4月期売上実績



メモリアルデザインサービス事業

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。

BtoBを主体とした
約1,530社の葬儀社などに対して、
年間約24万枚の
写真画像を提供

安定ストック型ビジネスモデル



2. 損益状況

単位：百万円

	2008年4月期				2007年4月期		増減額	
	実績	%	当初計画	%	実績	%	対計画比	対前期比
売上高	4,072	100.0	3,900	100.0	3,278	100.0	+172	+794
（メモリアルデザインサービス事業）	1,691	41.5	1,700	43.6	1,588	48.5	△9	+103
（パーソナルパブリッシングサービス事業）	2,381	58.5	2,200	56.4	1,690	51.5	+181	+691
売上原価	1,843	45.3	-	-	1,485	45.3	-	+358
売上総利益	2,229	54.7	-	-	1,793	54.7	-	+436
販売費及び一般管理費	1,593	39.1	-	-	1,617	49.3	-	△24
営業利益	636	15.6	510	13.1	175	5.4	+126	+461
経常利益	637	15.7	510	13.1	183	5.6	+127	+454
当期純利益	363	8.9	290	7.4	99	3.0	+73	+264

※ 後半の急激な円高、4月度の売上未達・広告宣伝費の増額により、修正後経常利益（660百万円）には至らなかった。



3. 費用構成

単位：％

	2007年 4月期	2008年 4月期	増減	主な増減要因
売上総利益率	54.7	54.7	—	相対的に粗利率のやや高いメモリアルデザインサービス事業の構成比が下がったものの、生産効率の改善により維持。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2007年 4月期	2008年 4月期	増減	主な増減要因
広告費・販促費 販売手数料	537	367	△170	海外売上増加などにより販売手数料は増加したものの、広告費・販促費を通常レベルに戻したため、減少した。
人件費	520	574	+54	パーソナルパブリッシングサービス事業における営業人員、サポート人員や、システム開発人員が増加した。
減価償却費・支払家賃	86	102	+16	新サービス向けソフトウェアの償却費の増加などによる。
発送配達費	68	82	+14	売上の増加に伴うもの。
旅費交通費	90	106	+16	積極的な海外展開により、コンベンション参加や代理店交渉など海外出張が増加した。
その他	314	360	+46	備品費、支払手数料、研究開発費の増加など。
合計	1,617	1,593	△24	



4. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2007年 4月期	2008年 4月期	増 減	主な増減要因
流動資産	992	1,243	+251	利益が好調であったため、現金預金が増加した。
固定資産	1,156	1,504	+347	パーソナルパブリッシングサービス事業の生産設備の拡充、新社屋用土地の購入により増加した。
資産合計	2,148	2,748	+599	
負債・純資産の部	2007年 4月期	2008年 4月期	増 減	主な増減要因
流動負債	369	680	+310	利益が大きく増加したため、未払法人税等が大幅に増加した。
固定負債	197	152	△45	長期借入金の返済により減少した。
負債合計	566	832	+265	
純資産合計	1,581	1,916	+334	主に利益計上により剰余金が増加した。
負債・純資産合計	2,148	2,748	+599	



5. キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2007年 4月期	2008年 4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	145	796	+651	利益が増加したことに加え、前期の利益減少により法人税等の支払いが減少した。
投資活動による キャッシュ・フロー	△307	△524	△217	生産設備の導入など設備投資や新社屋用の土地購入など積極的な設備投資を行った。
財務活動による キャッシュ・フロー	△98	△67	+31	
現金及び現金同等物の 期末残高	394	598	+204	営業キャッシュ・フローの大幅な増加により手許資金が増加した。



6. 全社的トピックス

積極的な設備投資

- 生産設備の増強など機械設備に2億77百万円投資
- 新社屋用土地に1億34百万円投資

海外代理店の拡充

- 中国、東南アジア、台湾に代理店を設置
- ヨーロッパも、フランス、スイスの代理店とマーケティング実施
- アメリカは、代理店と関係強化し、急速な成長

サービスの充実

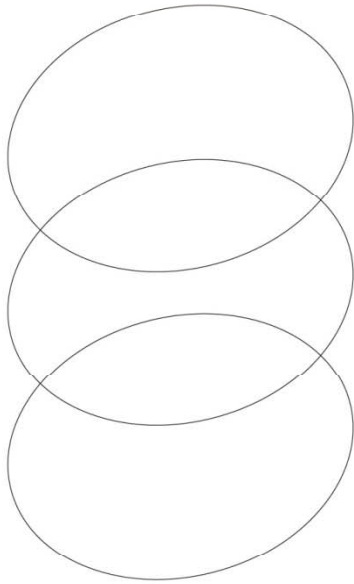
- PHOTO GETサービスの開始
- コンシューマ向け「かんたんマイブック」サービスの開発
- プロ向け発注ソフト「ASUKABOOK Maker」の開発

株主優待の継続

- 4月30日現在の株主に、「オートアルバム割引利用券」を贈呈
(当社サービスの認知度や理解の高まりを期待)

株主還元について

- 配当／当期 1,700円 来期予定 1,750円
- 配当方針／配当性向20%を目安



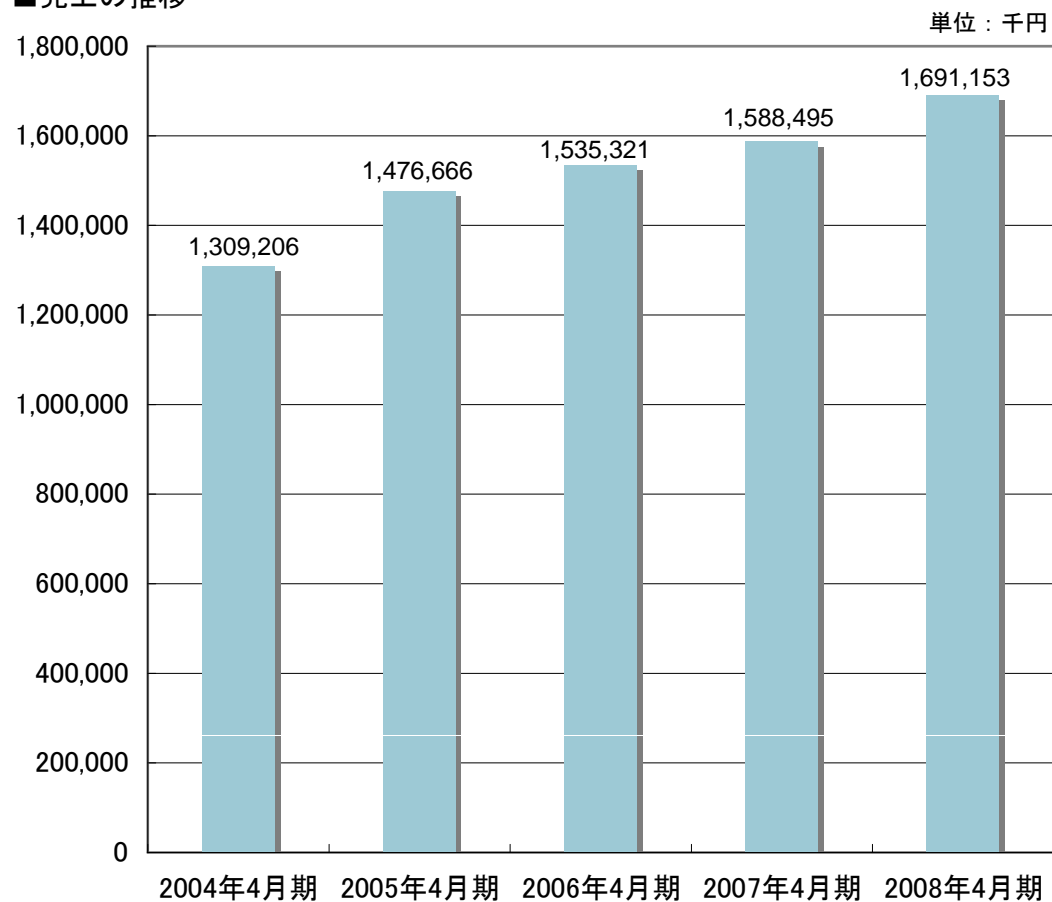
Ⅱ メモリアルデザインサービス事業

Memorial Design Service



1. 事業概況・売上の推移

■ 売上の推移



事業概況

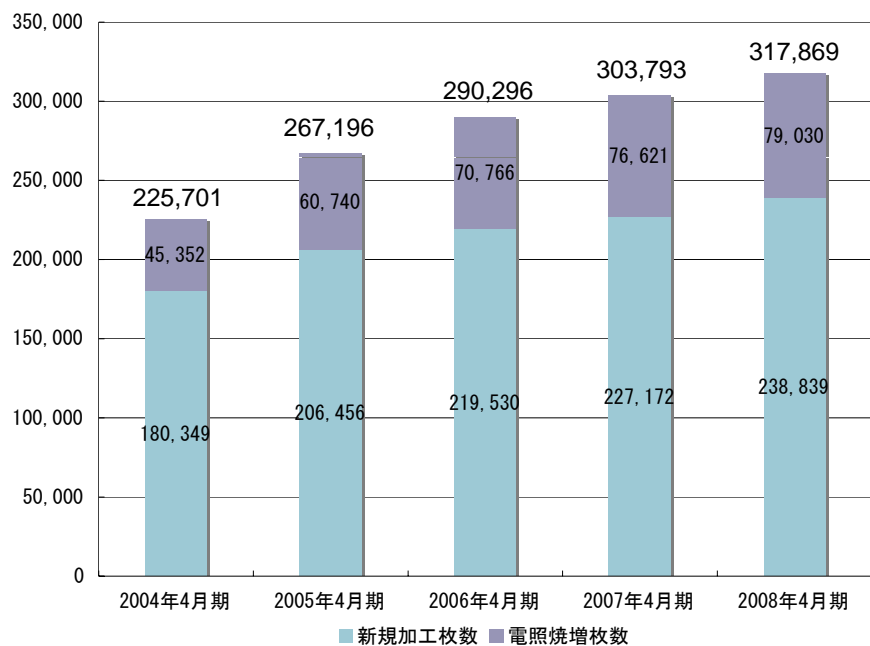
- 東日本エリアでの新規獲得が予算を
したままのため、写真加工収入は計
画を若干下回った。
- ビデオなど映像関連演出は市場の受
入が進み、順調に伸長。
- 事業全体ではほぼ計画通りの売上達
成。



2. 重要指標の推移

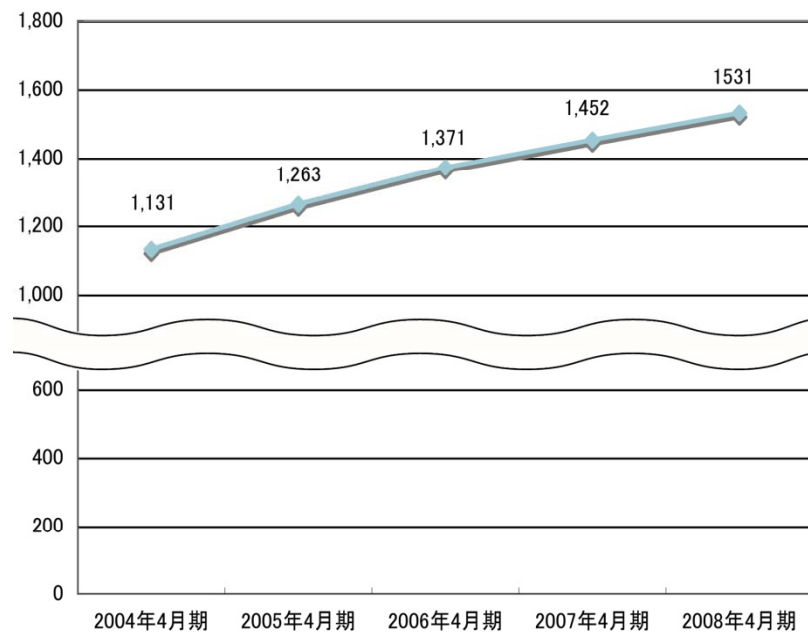
■ 新規加工枚数と電照加工枚数の推移

単位：枚



■ 設置件数の推移

単位：件



光るパネルの浸透により、新規加工枚数に対する電照焼増枚数の割合が増加傾向にある。

※電照写真：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。



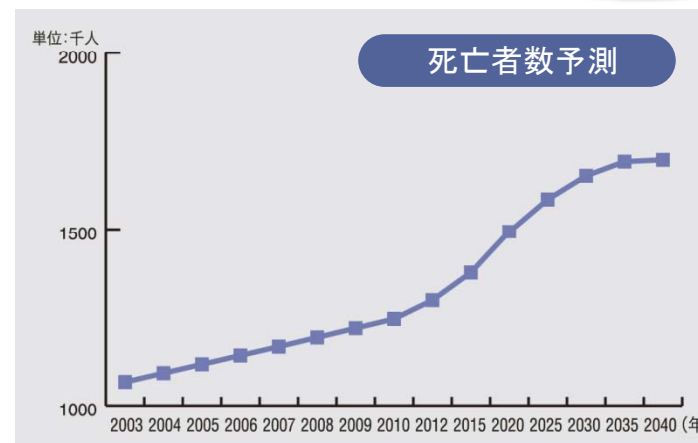
3. 市場環境

①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
→ビデオ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
- ・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

②当期の取組み

- 大手・中堅葬儀社の獲得
- 偲ぶっくやカラー額など新製品の拡販
- 生産効率の継続的改善とサポート強化、電話対応力強化
- 地域別映像コンテンツの作成と新映像サービスの販売強化
- 電照パネルの他用途マーケティングの継続

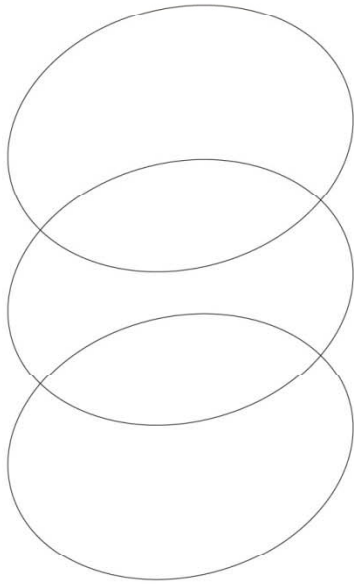


出典：人口問題研究所予測データ

実際の活用例



飲食店の店頭ディスプレイでの活用例



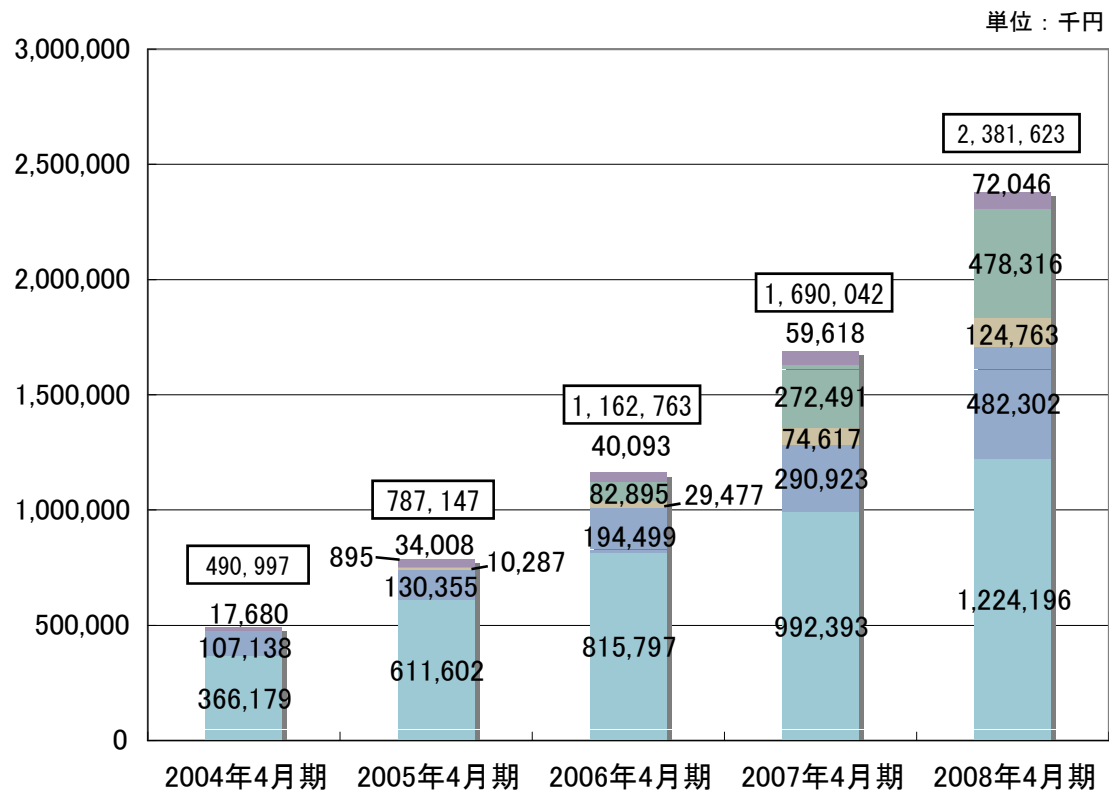
Ⅲ パーソナルパブリッシングサービス事業

Personal Publishing Service



1. 市場別売上の推移

■市場別売上金額の推移



■ BtoB ■ BtoC ■ BtoH ■ 海外 ■ 送料ソフトオプションその他 ※BtoHのHとは、ハイエンドアマチュア（写真家愛好家）の意

事業概況

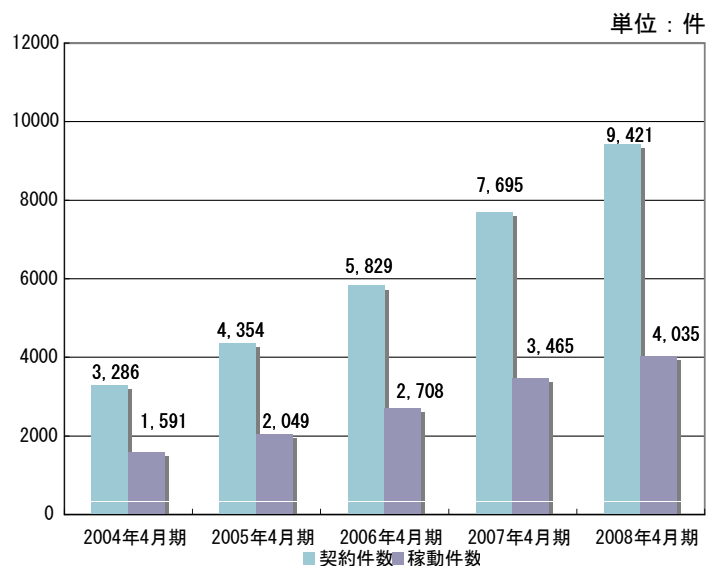
- ・ BtoBは営業体制、サポート体制の強化により順調に増加している。
- ・ BtoCは前期の広告宣伝の効果などにより大幅拡大。
- ・ 海外はアメリカが順調に拡大し、大きく成長している。
- ・ BtoHは、アナログ受注をメインとした写真愛好家層への浸透に苦戦。

なお、前期のマイブックエディタ3.0のリリースにより、アートブックをマイブックに統合したため、マイブックのうち、ブックサイズが大きく単価の高いもの（A3Q）を、ハイエンドアマチュア向けと仮定し、BtoH売上に含めている。



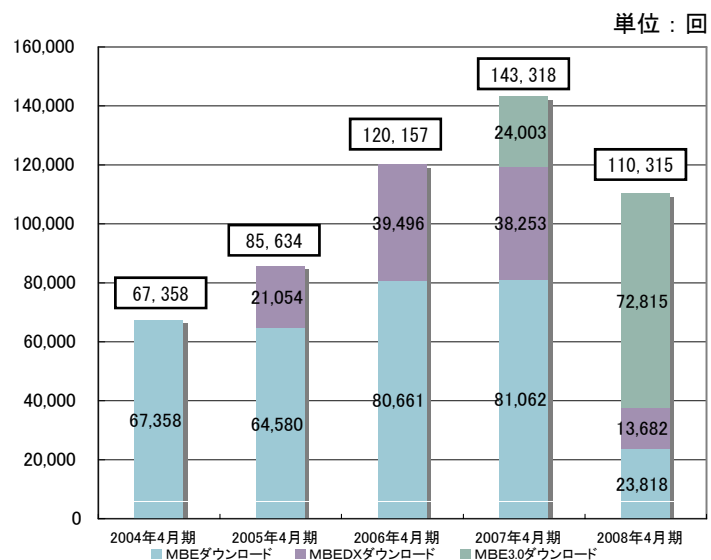
2. 重要指標の推移

■ BtoB契約件数の推移



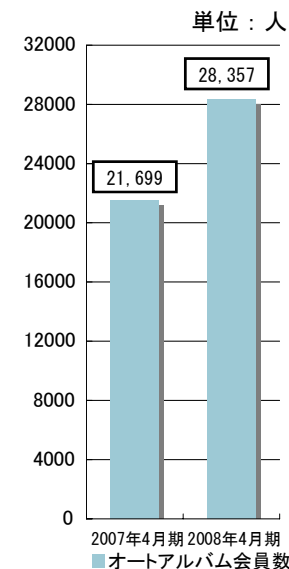
BtoBは、契約から受注まで一定の時間がかかる（契約→見本作製→見本展示→予約→撮影→納品）モデルである。
契約件数、稼働件数とも順調に増加している。

■ BtoCマイブックエディタダウンロード数の推移



前期後半にマイブックエディタ3.0をリリースしたため、今期は旧バージョンのダウンロードは減少したが、マイブックエディタ3.0のダウンロードは順調に増加している。

■ オートアルバム会員数の推移



2006年10月にリリースした。
10万人突破が目標。



3. BtoC市場の取り組み状況 ～デジカメで変わる写真文化（1）

～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。

楽しむ「MyBook」

自由なデザインで、自分だけの本格的写真集が作れる。
顧客満足100%を目指したサービス。



- 「MyBook Editor」のバージョンアップによって、マスクの充実やレイアウトの自由度を高めるなど、さらなる機能強化。
- 低価格から高級品まで製品ラインナップも一層充実。

保存する「Auto Album」

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・排除もできる。



3. BtoC市場の取り組み状況 ～デジカメで変わる写真文化（2）

～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。

集う「みてみてぶろぐ」

「Web 2.0」を採用した、写真好きな方のためのブログ。
(SNS機能あり) 写真関連情報ポータルとしてのWebサービス～写真発表の場・写真自慢など。



- 自分のブログの管理画面に、写真データをドラッグアンドドロップするだけで簡単に閲覧・公開が可能。
- 従来と異なり、写真が主なコンセプトで、大きなビューアでスライドショー（ショートコメント可能）として見ることができる。
- SNSとしての機能の充実、フォト自慢・コミュニティやイベント・写真の個展など、写真を中心とした楽しさの提供。

交換する「PHOTO GET」

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て写真を共有、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サーバー（1GB×5）の利用が可能。
- 友人や家族を招待して、互いの写真のダウンロードやアップなどの写真交換が可能。
- 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。
- フォトゲットからマイブックの簡単発注も予定。



4. 当期の取り組み状況 ～営業面について

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は顕著。

各市場における優位性の拡大を目的とした施策

B to H	●パソコン教室市場への取組強化
B to B	● デジフォトセミナー、各地でのミニセミナーの積極的实施による顧客囲い込み ● 新製品のリリースで婚礼写真市場への更なる浸透 ● “ ASUKABOOK ” でのブランド統一
海外	● アメリカにおけるコンベンションの継続的参加 ● アジア、ヨーロッパ、オーストラリア市場における代理店開拓と取組強化 ● 新たな代理店の模索
B to C	● “ PHOTO GET ” サービスのリリース ● ユーザーサポートの強化、サイトの活性化 ● 業務提携の推進 ● ネットを中心とした効果的な広告の実施

来期予定の “ ASUKABOOK Maker ” のリリースに向けての土台作り



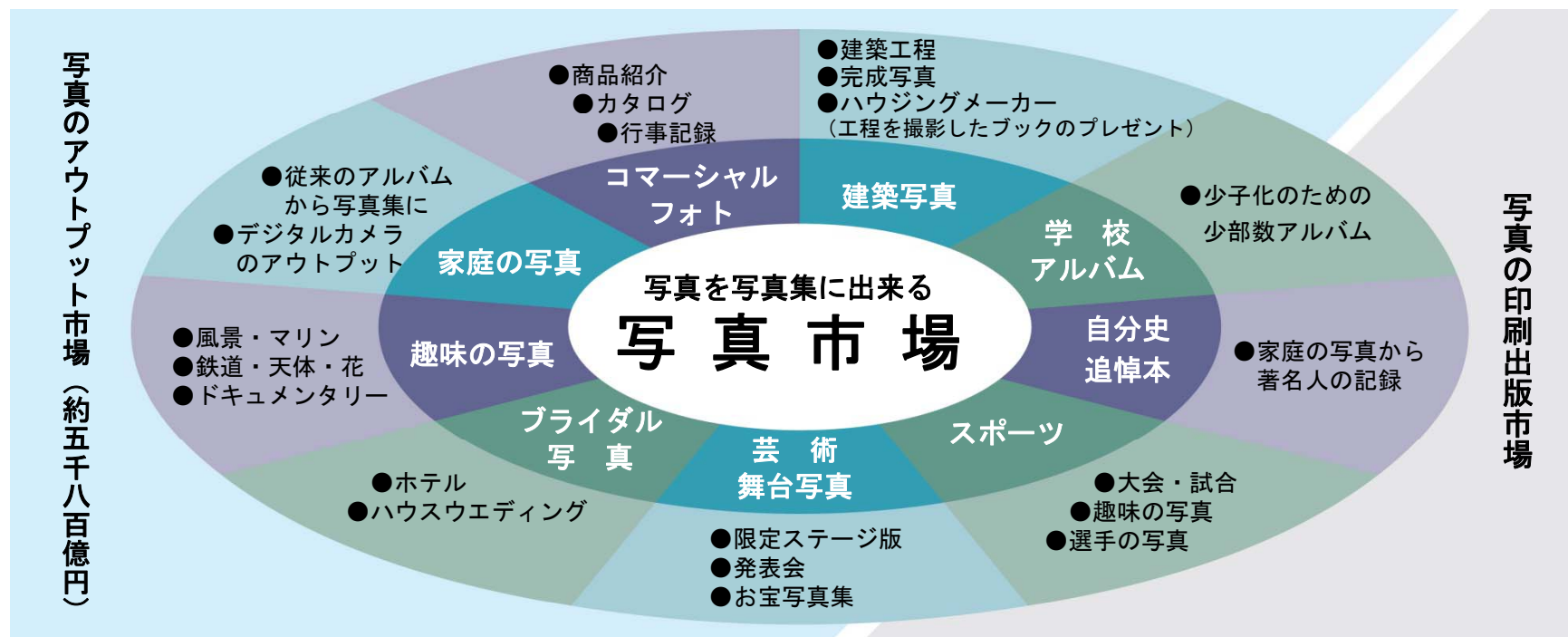
4. 当期の取り組み ～開発面・生産面について

開 発	BtoB 向け ASUKABOOK Maker	<ul style="list-style-type: none">・ 現在は PhotoShop などの専門的ソフトを経由しての発注が前提・ 写真集作成に特化し、特殊な専門知識がなくとも、すぐれたデザインが可能なソフトというコンセプト・ 今秋をターゲットに開発中
	BtoC 向け かんたん MyBook	<ul style="list-style-type: none">・ 現在のマイブックエディタは非常に機能が充実しているが、一方で技術的な敷居が高いという課題・ Webベースでよりかんたんにマイブックが発注できるサービスを開発中
生 産	生産フロー改善	<ul style="list-style-type: none">・ 下期より、納期を1～2営業日短縮・ 新サービスに対応した生産技術の醸成 ・ 製本手法の改善
	生産能力の拡大	<ul style="list-style-type: none">・ 来期生産フロア拡大への準備・ 印刷設備の増強
	人材育成	<ul style="list-style-type: none">・ 生産人員の確保、および教育育成が課題・ 当期は生産量の拡大に対して人員が逼迫してしまった

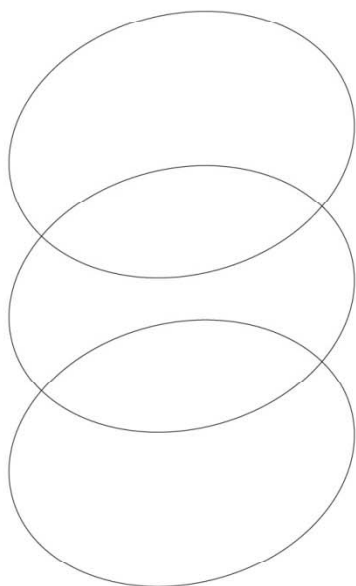


5. 市場環境

当社サービスにより再認識された写真市場



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認識されていなかった市場が、当社サービスの提供により新しい市場として注目されている。



IV 2009年4月期業績見通し

Achievement prospect



1. 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）

	2008年4月期	2009年4月期	前年比
売上高	4,072	5,000	122.8%
メモリアルデザイン サービス事業	1,691	1,800	106.4%
パーソナルパブリッシング サービス事業	2,381	3,200	134.4%
営業利益	636	660	103.7%
経常利益	637	665	104.3%
当期純利益	363	380	104.5%
1株当たり当期純利益（円）	8,409.83	8,790.00	104.5%
1株当たり年間配当（円）	1,700	1,750	102.9%



2. 業績見通しのポイント

売上

- メモリアルデザインサービス事業は、引き続き安定成長
- パーソナルパブリッシングサービス事業は、高い成長性を保持

利益

- オンディマンド印刷機の法定耐用年数短縮により減価償却費が増加（従来の耐用年数に比べ約120百万円増加見込み）
- 将来成長のため、海外など一定規模の広告・販促は継続的に実施
- 生産設備増強や新社屋建設、ソフトウェアリリースによる償却増、円高、コア生産人員の採用増などで利益率は減少見込み

配当政策

- 来期の配当見込みは、1,750円（配当性向20%）



3. 2009年4月期の基本方針

メモリアルデザインサービス 事業の安定成長の継続

- 遺影写真加工のさらなるシェアアップ
- ディスプレイ市場への販売強化
- 多様な映像演出ツールの開発、販売強化

パーソナルパブリッシング サービス事業のさらなる拡大

- コンシューマへの知名度向上による売上増加
- ASUKABOOK Makerリリースによる海外市場への本格展開開始
- かんたんマイブックリリース、業務提携の強化
- 高品質、多彩な商品ラインナップ、多様な発注ツールという強みを訴求し、ブランド強化

企業体質の強化

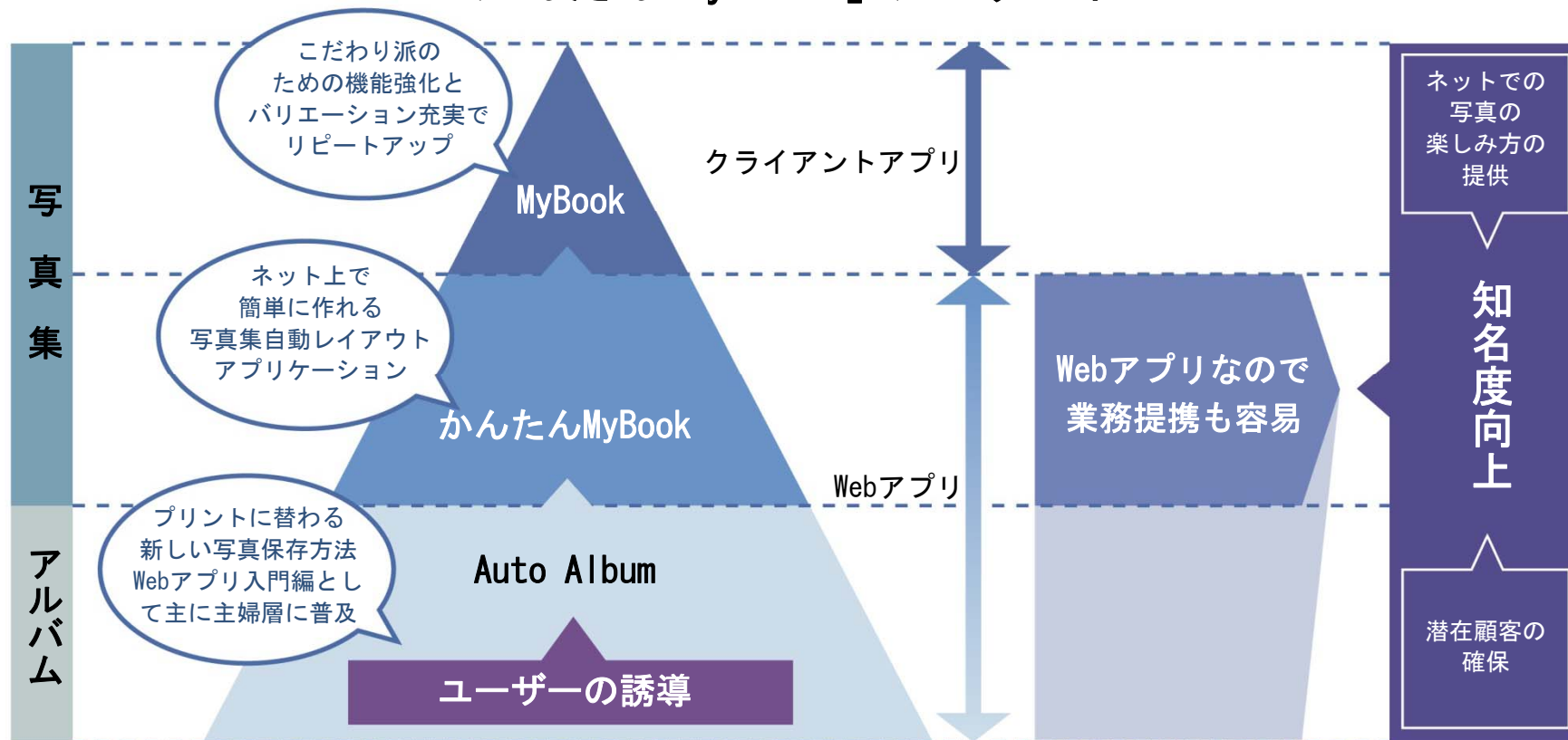
- J-SOX法対応への内部体制強化
- 人材育成・教育体制の充実



4. BtoC市場の戦略 (パーソナルパブリッシングサービス事業)

「アルバムでは物足りない」「レイアウトが面倒」という方も自動レイアウトなら簡単

コンシューマーユーザー待望のネットで作れる写真集制作アプリ
「かんたん MyBook 」がスタート！





5. BtoB 市場の戦略 (パーソナルパブリッシングサービス事業)

Photoshopやレイアウトが苦手な方も簡単に手早く写真集が作れます。

**プロフェッショナル向け写真集制作ソフトウェア
「ASUKABOOK Maker」世界に向けていよいよ本格始動。**



ASUKABOOK Maker *for professional*

- 写真集制作に特化したソフトウェアを多言語で開発。
- 世界のデファクトスタンダードに。
- 製品もさらに多品種化へ。
- ヨーロッパ、オーストラリア、アジアへの本格始動。



6. 設備投資計画

2009年4月期の設備投資は約6億円を予定

① 生産能力増強・生産効率向上
品質向上のための設備投資

印刷機増強、表面加工機増強など生産設備として
約1億3500万円

② 新社屋建築、本社改装工事

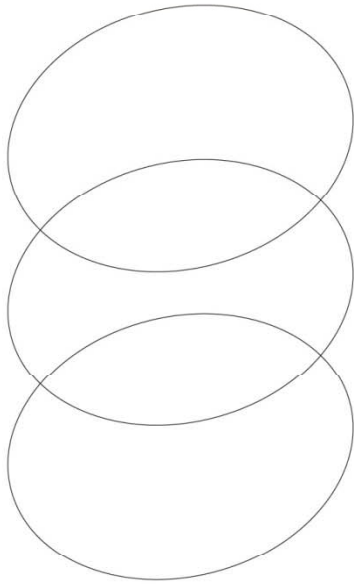
新社屋を建築し、メモリアルデザインサービス部門を本社から移転、本社内での生産スペースを確保し、生産能力を増強
約2億5000万円を予定

③ 新サービスのためのシステム開発
生産量拡大に伴うサーバー設備

新サービス、新システムなど各種システム開発、対応するサーバー設備など、約1億7000万円

④ その他

サーバーールーム拡張工事、基幹システムの更新など



V 中期展望

Medium-term outlook



1. 中期展望

メモリアルデザインサービス事業

安定成長の持続 + 新市場の開拓を模索

パーソナルパブリッシングサービス事業

成長ドライバーの役割

1

プロフェッショナルユースから家庭用アルバムまで、多品種フルラインナップによる第三の写真アウトプット文化の普及を目指す

2

自社ブランドの拡大と業務提携による拡大の両立

3

膨大な写真アウトプット市場の取り込みによる持続的企業成長を実現（販売と製造のバランスに配慮）

4

海外はリスクをコントロールしながら適切なスピードで展開

5

安易な多角化は志向せず、二事業における自社コンテンツの拡大を図る

2013年4月期までに売上高100億円達成を目標とする

株式会社アスカネット

Asukanet Co., Ltd

証券コード 2438

お 問 い 合 わ せ

I R 統 括 責 任 者 代 表 取 締 役 社 長 兼 C E O 福 田 幸 雄

お 問 い 合 わ せ 先 常 務 取 締 役 C F O 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

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、当該意見や予測など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。