

株式会社アスカネット

2026年4月期 中間期決算説明資料

CONTENTS

1.中間期決算の概要

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.市場環境と上期トピック	13
2-5.成長に向けた施策の実施状況	14

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	16
3-2.市場別売上の推移	17
3-3.重要指標の推移	18
3-4.フォトブック事業のサービスラインナップ	19
3-5.市場環境と上期トピック	20
3-6.成長に向けた施策の実施状況	21

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	24
4-2.市場環境と上期トピック	25
4-3.成長に向けた施策の実施状況	26

5.2026年4月期 通期見通し

5-1.通期見通し	28
-----------	----

1.中間期決算の概要

Balancing of accounts summary

1-1.決算概要

売上

フューネラル事業は全国的な葬儀件数の減少を起因として、微減収。フォトブック事業は、BtoB、BtoCとも厳しい環境の影響で微減収。空中ディスプレイ事業は、営業方針変更により活発な活動を行ったものの、減収を余儀なくされた。

原価率

フューネラル事業では高粗利の遺影写真加工の伸び悩みにより、原価率が上昇。フォトブック事業においては、販売価格の改訂、固定費の削減、生産効率向上などの取組により、原価率は改善した。空中ディスプレイ事業も採算の良い案件の割合が増加し、全社の原価率は前年同期に比べ0.9ポイント良化した。

販売管理費率

人件費や各種経費の抑制により総額は減少したものの、売上の減少の影響により、販売管理費率は0.5ポイント増加した。

利益の前期比

以上により、経常利益51百万円（前年同期比166.6%増）、中間純利益は23百万円（前年同期比943.9%増）となった。

フォトブック事業

51.3%

「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5,800社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約134万冊を提供（OEMブック含み、プリント除く）。

2025年10月期売上実績

空中ディスプレイ事業

1.5%

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。パッケージ製品展開に着手。

フューネラル事業

47.2%

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3,180カ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約49.3万枚の写真画像を提供。

1-2.損益状況

単位：百万円

	2024年10月期		2025年10月期		対前年同期比
	実績	%	実績	%	
売上高	3,402	100.0	3,317	100.0	△84
(フューネラル事業)	1,576	46.3	1,565	47.2	△11
(フォトブック事業)	1,739	51.1	1,707	51.5	△31
(空中ディスプレイ事業)	89	2.6	49	1.5	△39
(セグメント間売上)	△2	—	△4	△0.2	△1
売上原価	1,958	57.6	1,879	56.7	△78
売上総利益	1,443	42.4	1,437	43.3	△6
販売費及び一般管理費	1,427	41.9	1,406	42.4	△21
営業利益	15	0.5	31	0.9	+15
経常利益	19	0.6	51	1.6	+32
中間純利益	2	0.1	23	0.7	+21

1-3. 費用状況

単位：％

	2024年 10月期	2025年 10月期	増 減	主な増減要因
売上総利益率	42.4	43.3	+0.9	フォトブック事業において、価格改定や固定費の削減などにより粗利率が改善したことが主要因。

単位：百万円

販売費及び一般管理費	2024年 10月期	2025年 10月期	増 減	主な増減要因
広告費・販促費・販売手数料	110	102	△8	—
人件費	591	575	△16	欠員不補充などで人員をコントロールした。
減価償却費・支払家賃	105	98	△6	—
発送配達費	119	112	△7	出荷量の減少。
研究開発費	106	97	△8	空中ディスプレイ事業を中心に、テーマを絞りながら一定の研究開発投資を継続。
その他	393	420	+26	旅費交通費の増加、AWSやSaaS費用の増加など。
合計	1,427	1,406	△21	—

1-4.セグメント別損益状況

単位：百万円

	2024年10月期		2025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	1,576	304	1,565	△11	245	△59
フォトブック事業	1,739	191	1,707	△31	231	+39
空中ディスプレイ事業	89	△151	49	△39	△145	+6

- フューネラル事業は、全国的な葬儀件数の減少の影響を受け、遺影写真加工収入が前年同期を下回った。ハードウェア売上の積み上げや、tsunagooの新規契約も獲得し、供物・弔電などの利用率も増加するなどしたが、遺影写真加工収入等の減少を補うことができなかった。その結果粗利率も低下し、セグメント利益の減少を余儀なくされた。
- フォトブック事業は、BtoB、BtoCとも写真アウトプットにかかわる事業環境が厳しい中、新規契約や新商品販売、データ納品サービスからの役務収入による売上増はあったものの、賄うには至らなかった。また、子会社BETも男性ライバー事務所の立ち上げ遅れの影響を受けた。一方、利益面は、BtoB、BtoC向けとも写真集販売価格の改定や、生産効率の向上、経費のコントロールなどで利益率が改善し、セグメント利益は増加した。
- 空中ディスプレイ事業は、営業体制・営業方針を変更し、新しい施策により活発に活動したものの、特に海外代理店からの売上が寂しく、売上は前年同期を下回った。一方、自社営業を中心に採算の良い案件を獲得したことにより粗利率は上昇し、展示会出展や開発テーマを絞り込んだことで、販管費をコントロールした結果、セグメント損失は若干縮小した。

1-5. 財務状況

単位：百万円

資産の部	2024年 10月期	2025年 10月期	増 減	主な増減要因
流動資産	3,095	2,744	△350	前期末に手当した空中ディスプレイ事業の在庫評価損計上に伴う減少。
固定資産	3,600	3,509	△90	前期末に手当した投資有価証券の評価損計上に伴う減少。
資産合計	6,696	6,254	△441	
負債・純資産の部	2024年 10月期	2025年 10月期	増 減	主な増減要因
流動負債	834	997	+162	固定資産購入に伴う未払金の増加。
固定負債	6	3	△3	－
負債合計	840	1,000	+159	
純資産合計	5,855	5,254	△601	自己株式の取得および前期決算による損失計上による。
負債・純資産合計	6,696	6,254	△441	

1-6.キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

	2024年 10月期	2025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	+ 240	+ 95	△145	減価償却費の減少、売上債権の増加など。
投資活動による キャッシュ・フロー	△201	△256	△54	有形固定資産購入の増加など。
財務活動による キャッシュ・フロー	△316	△210	+ 106	自己株式取得を実施したものの、前期よりは減少。
現金及び現金同等物の 期末残高	1,382	1,311	△71	—

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17カ所の自社サポート体制



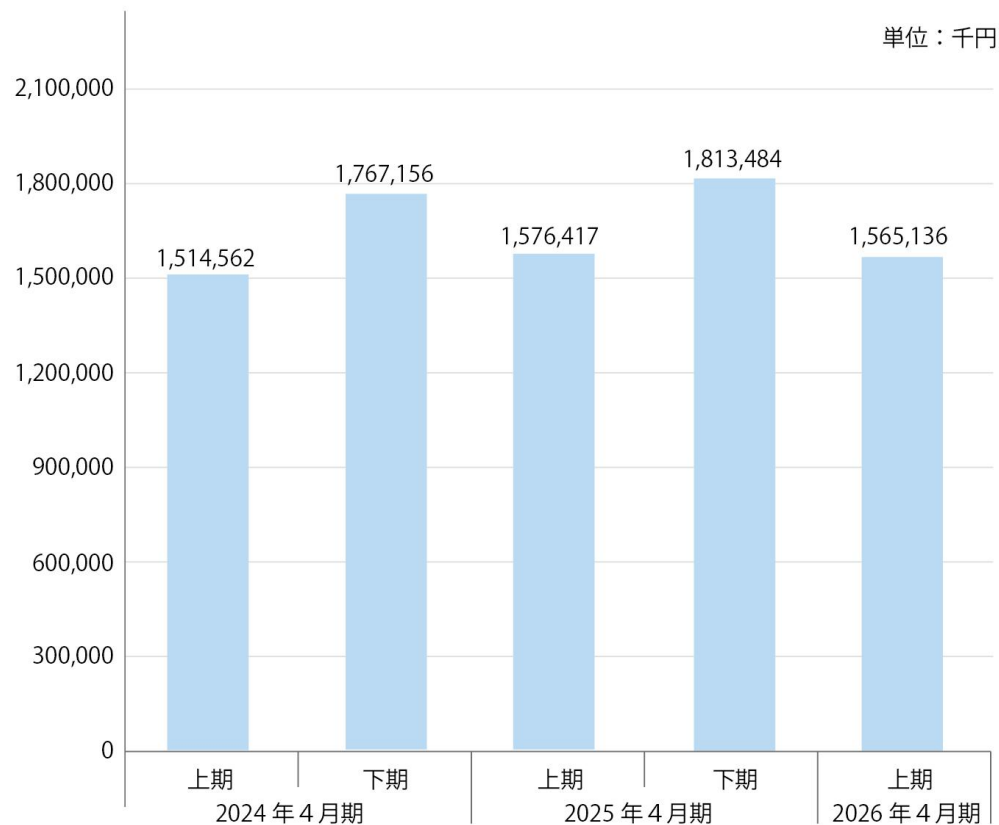
- 動画サービスなど各種演出ツールの提供

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



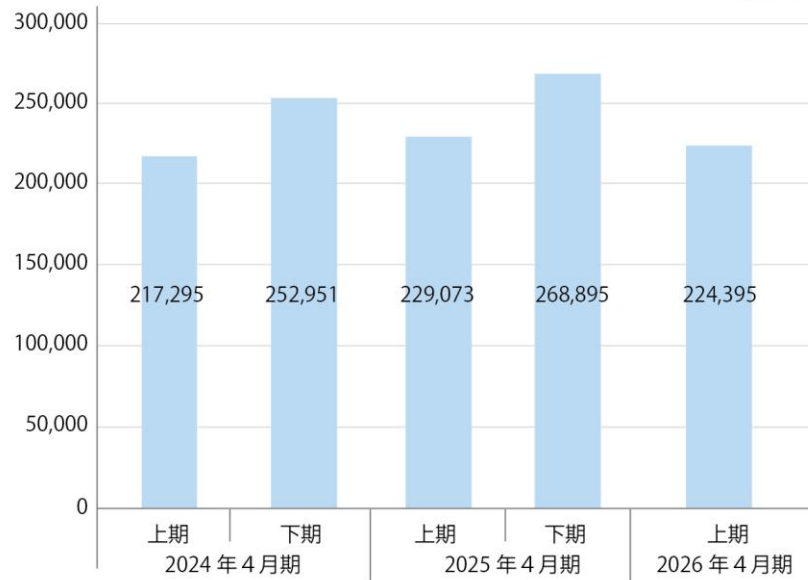
事業概況

- 遺影写真加工および動画系演出サービスは、全国的な葬儀件数の反動減により、減収を余儀なくされた。
- ハード機器売上は、サイネージ機器も含め、好調を持続。
- tsunagooサービスは新規獲得のスピードは想定を下回るも、契約先の利用率は上昇。
- 利益面は、遺影写真の加工枚数が想定を下回ったため、粗利率が低下し、また、人件費やAWSなどの利用料増加などにより、前年同期実績を下回った。

2-3.重要指標の推移

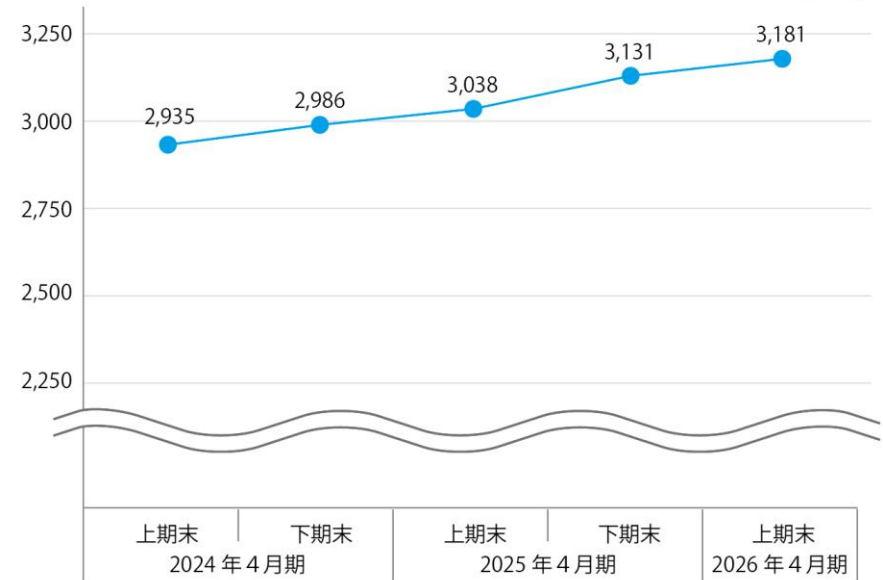
新規加工枚数（遺影写真加工枚数）の推移

単位：枚



設置件数の推移

単位：件

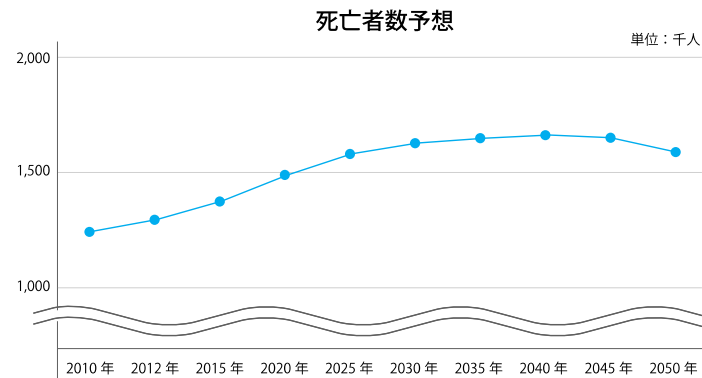


- 新規契約の積み重ねにより、設置件数は堅調に増加した。
- 新規加工枚数については、全国的な葬儀件数の減少により、異例の減少に転じた。

2-4.市場環境と上期トピック

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
- 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、葬儀の小規模化が進む



出典：人口問題研究所予測データ

上期トピック

- 思い出が動き出す「snapCINEMA」リリースー反響大きく、契約順調
- フューネラルビジネスフェア出展
葬テック（葬儀版DX）サービスを多数展示
- 社員が企画した「遺す写真展」を
フューネラルビジネスフェア、フォトネクストで開催



「snapCINEMA」
※モデルはイメージです



「遺す写真展」
フューネラルビジネスフェア

2-5.成長に向けた施策の実施状況

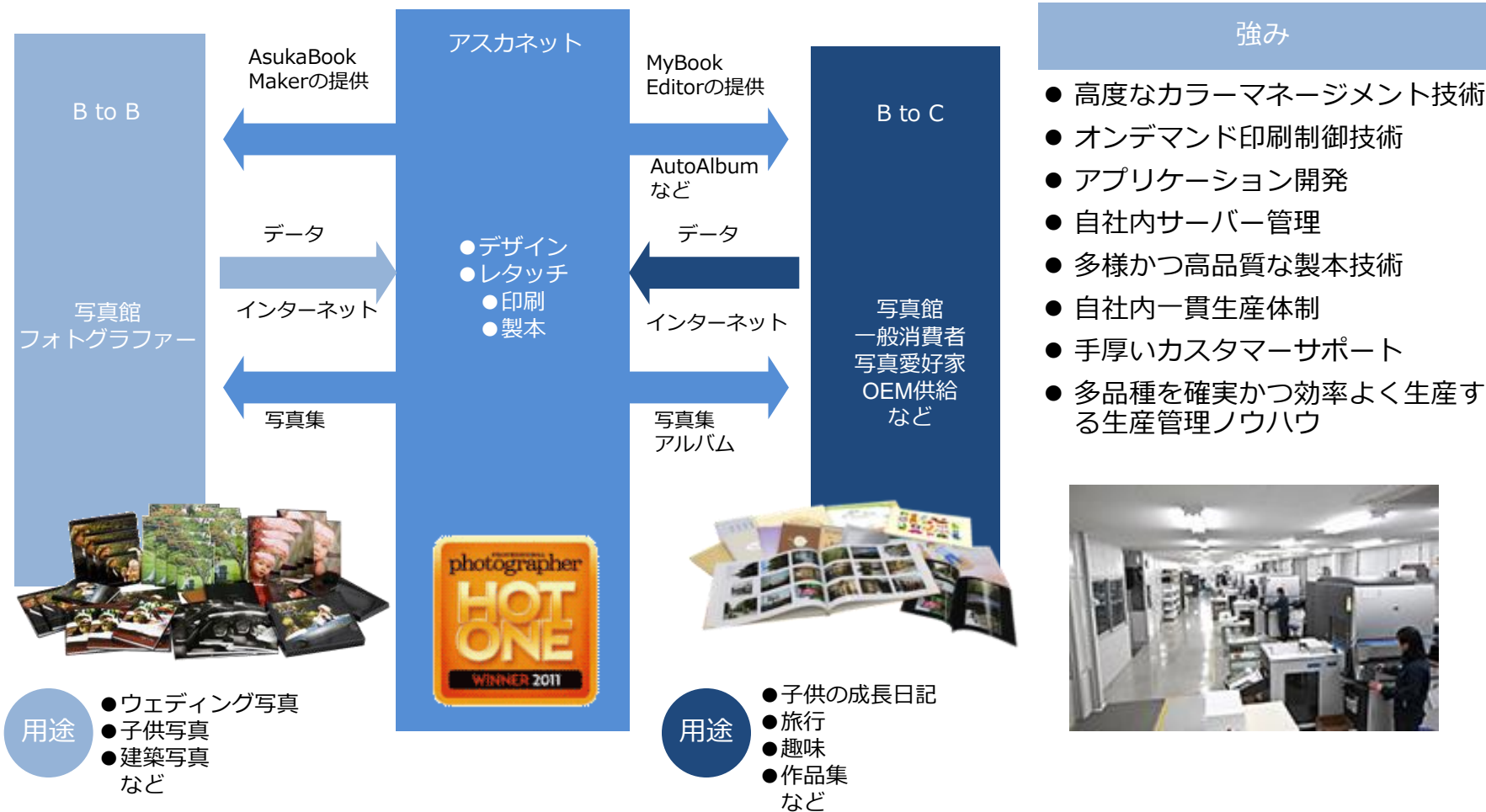
	上期の状況	下期の取組
市場シェアの拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規顧客の獲得は計画を上回って推移した ● 都市圏の営業で契約は想定ほど伸びなかった ● 事業ブランドの認知向上については葬儀関連団体への会合へ積極的に参加しPR、アスカネット=最新の技術を持った会社というイメージの醸成に手ごたえ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 引き続き新規顧客の獲得は地道な営業活動を行い契約を増やしていく ● 東京地区の成功事例や傾向を共有し効果的に進めていく ● 引き続き葬儀関連団体へ積極的に関わりを深めて、葬儀社のお困りごとなど傾聴し、シェアアップにつなげていく
利益率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 社内でのKAIZENや外注による人件費の抑制など行なった ● SFAの利用促進による営業のアクションの見える化が浸透 ● WEB訃報に連携する、お役立ち情報プラス機能をリリース 	<ul style="list-style-type: none"> ● 生成AIの積極的な利用を促進し効率化を図る ● SFAの活用を進め、マネージャーからのアドバイスを迅速に行動に反映するよう徹底する ● ECプラス（葬儀社HPのECサービス）をリリースし供花・弔電などの販売チャネルを多様化する
新たな付加価値の創造	<ul style="list-style-type: none"> ● VR教育システム（バーチャル葬儀トレーニング）の開発を進めてきた ● tsunagooの契約数が目標に達しなかった ● 最新AIを利用した新サービス「snapCINEMA」をリリースし販売開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● VR教育システムの本格開発を進めるとともに、IT導入補助金への対応を図り、導入環境を整える ● 上記ECプラスとのセット契約によりtsunagooの契約を獲得していく ● 更に新技術を活用した新しいサービスを検討する

3.フォトブック事業

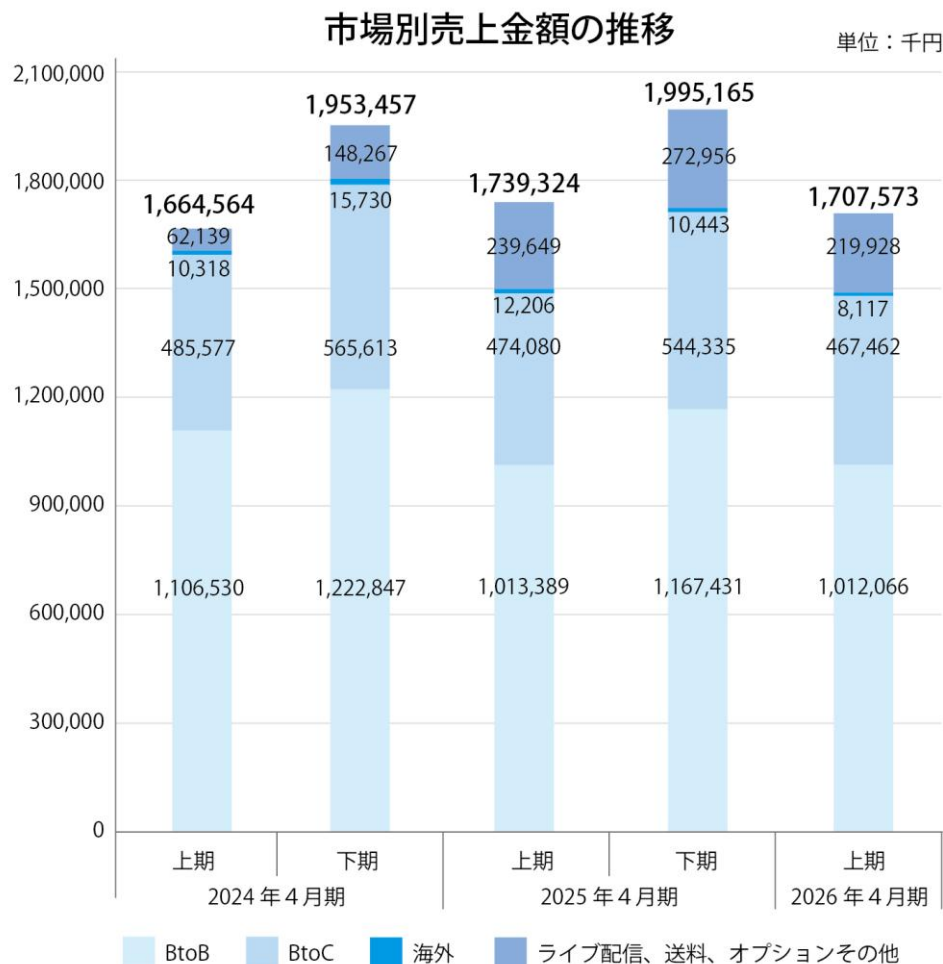
Photo Book Service

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



3-2.市場別売上推移



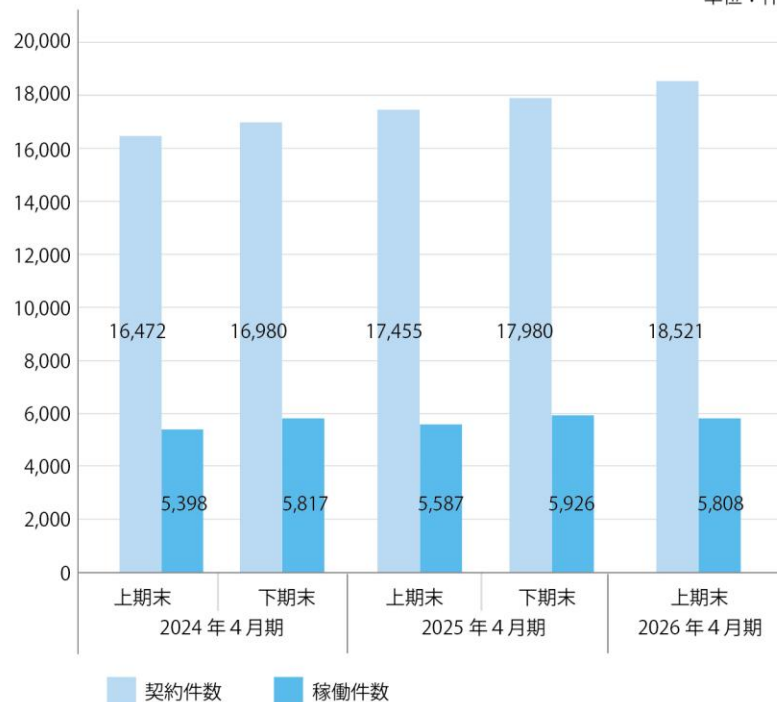
事業概要

- BtoCは6月、BtoBは10月にフォトブック販売価格改定を行い、粗利率の改善に寄与した。
- フォトブック以外のサービスでは、BtoB向けデータ納品サービス「グランピック」からの役務収益が増加した一方、子会社BETでは男性ライバー事務所の立ち上げ遅れ、ライバー獲得コストの上昇などにより苦戦した。
- 利益面は価格改定や、固定費の削減、生産効率の上昇などにより粗利率が改善したことを主因として、セグメント利益は増加した。

3-3.重要指標の推移

BtoB 契約件数の推移

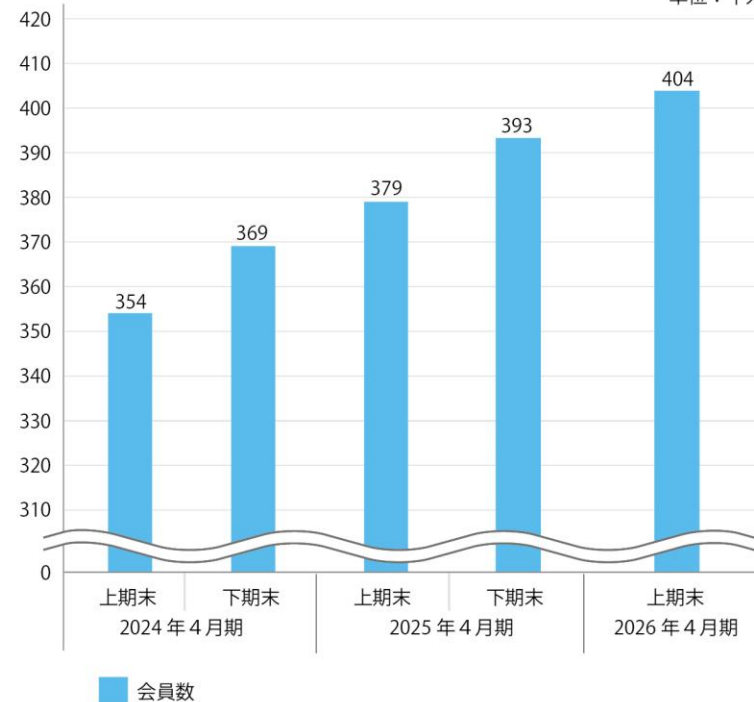
単位：件



- 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、稼働件数も上期末比では増加。

マイブック会員数の推移

単位：千人



- 新規会員数は増加しているものの、会員一人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



grandpic

国外



ASUKABOOK

【海外拠点・代理店】



台湾
アメリカ
オーストラリア

こだわり層



マイブック



フォトブック&フォトグッズ

ライトユーザー

Docomoなど
へOEM供給

3-5.市場環境と上記トピック

市場環境

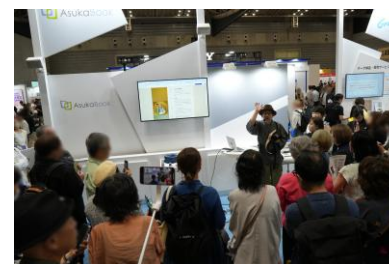
- ウェディングフォトを中心とするBtoB市場は当社の品質による差別化が浸透
- 当社のクオリティーや多彩なラインナップ、ユーザーサポートなどは他社に比べ優位性を維持している
- BtoB、BtoCとも写真のアウトプット市場が苦戦しており、市場から退出するプレーヤーも発生。一方、残存者のメリットが享受できる可能性も
- ウェディング市場は、婚礼件数の減少の影響を受けている。コンシューマにおいては、デジタルアウトプットへの流れがあり、厳しい環境が継続

上期トピック

- BtoC、BtoBとも価格改定を実行した（※BtoBの一部は下期に実施）
- 第2回推し活EXPO osakaに空中ディスプレイ事業部と協力して出展し、推し活グッズ市場に一定の手ごたえを得た
- BtoB向け展示会PHOTONEXT 2025に出展。新製品やレタッチサービスを紹介した
- BtoB向けデータ納品サービスグランピックの機能強化



推し活EXPO



PHOTONEXT

3-6.成長に向けた施策の実施状況

アスカブック（BtoB）

	上期の状況	下期の取組
市場シェアの拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場ショールーム化による大手顧客の獲得及び契約継続施策を遂行 ● 営業部内コミュニケーション強化による統一提案 ● 6月PHOTONEXT//9月推し活EXPO/オンラインセミナー6回実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場見学をさらに強化し、顧客獲得を進める ● 施策強化の実施とPDCAの展開 ● オンラインセミナーの継続
利益率の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● カスタマーサクセスによる新規顧客定着強化 ● 新型貼り合せ機稼働によるコスト低減開始。RFID出荷装置稼働による発送ミス防止 ● 大手競合先の撤退による機会を得るため、代替製品開発を優先 ● 10月からBtoB向け商品の10%単価アップを実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● カスタマーサクセスによる顧客定着の継続 ● コスト低減の効果測定・レビュー ● 2月末商品展開予定 ● 一部大手に関しては随時値上げ予定
新たなニーズへの対応	<ul style="list-style-type: none"> ● 大手顧客中心にBPO型サービスを提案。順次契約締結中。 ● 美肌加工・FuRyuレタッチサービスの展開 ● 大手ゲストハウスとの協業模索 	<ul style="list-style-type: none"> ● 先行事例をもとに、さらなる契約の獲得に向け営業展開強化 ● snapCINEMA（婚礼版）の展開予定 ● コンテンツを持っている会社とグランピックによる画像販売の検討を進める

3-6.成長に向けた施策の実施状況

マイブック (BtoC)

	上期の状況	下期の取組
注文機会の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● MyBookEditorの新バージョン開発を進行中。WEBエディタ向けフォントを3種類11/13にリリース ● ラッピング袋の新色を9月にリリース。ユーザーアンケートを実施し、顧客ニーズの調査を実施 ● 学校データを活用し過疎地域の学校、幼稚園、保育園向けにDMを送付 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新MyBookEditorは受入検証および、サイト更新を進めリリース予定。リソース調整のためリリース時期調整中。 ● 下期に顧客ニーズ結果を元にオプション追加模索 ● 左記施策を継続し、新規顧客獲得を目指す
新規顧客層の開拓	<ul style="list-style-type: none"> ● 9月・11月にファンMtgを実施。スキャンカフェのコミュニティをターゲットにしたマーケティングを検討中 ● 9月MyBookカレンダー新版型とレイアウトパターンを追加。10月に卒業アルバム向けテンプレートをリリース 	<ul style="list-style-type: none"> ● 12月にファンMtgを実施。カメラマン独自のサークルやカメラ女子サークルと協業を模索中。自社ショールームにスキャナ常設展示も検討 ● NFCキーホルダー商材検討中
VTuber・グッズ領域の新市場開拓	<ul style="list-style-type: none"> ● 推し活EXPOをきっかけとした写真館以外の顧客と商談中。一部商品提案 ● 子会社BETにおいて新ジャンル（男性ライバー事務所）の展開開始 ● 子会社BETにおいて米国市場のマーケティング実施。アバター受託サービスを開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● 推し活EXPO獲得顧客との商談継続 ● 本格展開を進める ● 米国市場でのビジネス展開の検討進化。アバター受託サービスの拡大

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。大きな展開を図れる戦略パートナーを模索。



※画像はイメージです。

方針の 骨子

- 第3の柱をつくるため、選択肢を拡大して動きを活性化させる
- ASKA3Dプレート単体だけでなく、パッケージとして付加価値を高める
- 国内市場に限らず、海外市場にもマーケティングする
- BtoBを中心としつつも、BtoCおよびBtoBtoCも視野に入れ展開開始

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

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、基本特許を取得している。現在、追加特許を申請している。簡便な試作品を作成し、開発パートナーを探る。

4-2.市場環境と上記トピック

市場環境

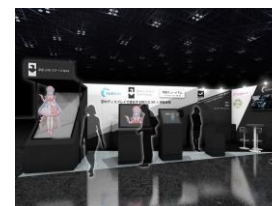
- 成熟しているサイネージ市場からは、空中結像など新しい技術に対する期待は大きい
- 空中操作については、コロナ禍の鎮静により一時ほどの盛り上がりはないが、クリーンな非接触空中操作に対する根強いニーズは継続
- Vtuberなど推し活市場は活況であり、地方創生との相性の良さを確認
- 空中ディスプレイ市場は参入障壁の高さもあり孤軍奮闘状態。競合が皆無という強みがありながらも、市場創造には依然として苦戦している

上期トピック

- 第2回おりづるVtuberフェスを開催ー第1回に比べ規模拡大、好評を得る
- 第17回コンテンツ東京内イマーシブEXPOに出展ー空中ディスプレイで進化する新たなXR×感動体験を提案
- BtoC向け「浮空ライブステージHome」の販売開始



おりづるVtuberフェス



コンテンツ東京



浮空ライブ
ステージHome

4-3.成長に向けた施策の実施状況

	上期の状況	下期の取組
プレート販売 の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 自治体／公共施設向け案件獲得に向け営業実施 ● 主にアジア企業との戦略パートナー連携に向け交渉実施 ● 海外では台湾市場へのアプローチ開始 ● 技術開発センターについては、大型プレート開発の長期化を課題認識 	<ul style="list-style-type: none"> ● 今期2～3件獲得目標 ● 今期中の契約締結を目標に交渉を継続 ● 既存代理店との関係強化・新たなパートナーの創出（台湾・中国・韓国など） ● マーケットニーズの把握により今後の展開を吟味
高付加価値 ソリューションの提供	<ul style="list-style-type: none"> ● BtoB向け浮空シリーズ匠・MAXの製品開発完了 ● BtoC向け浮空シリーズHomeの製品開発完了。連携IPの創出に向け営業を開始 	<ul style="list-style-type: none"> ● プロモーションを強化し、5件の契約を目指す ● 金型の完成による供給体制の強化。複数のIP連携案件獲得に向けた営業実施
エンタメ領域 へのチャレン ジ	<ul style="list-style-type: none"> ● エンタメ×地方創生イベント・共創プロジェクト実施に向け、広島、徳島に続く、連携自治体への営業強化中 ● Vtuber等との協業ロケーションイベントは、マリネdeミーと地域版の実施に向け、連携自治体模索中 ● 地方創生コンサルティングへのトライは、イベント提案にとどまった 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新たな自治体の予算獲得を狙う ● イベント2,3件の実施に向け下期での獲得を狙う ● 来期での自治体予算獲得を狙う
研究開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 能動系技術の特許申請を行うとともに、試作を段階的に進め手ごたえを得た 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新たな技術開発、さらなる特許の申請および戦略パートナー候補先へのアプローチを進める

5.2026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	7,263	3,317	7,580
フューネラル事業	3,389	1,565	3,590
フォトブック事業	3,734	1,707	3,795
空中ディスプレイ事業	144	49	200
内部売上	△5	△4	△5
経常利益	178	51	450
当期（中間）純利益	△263	23	261
1株当たり当期（中間）純利益（円）	△16.30	1.50	16.60
1株当たり年間配当（円）	7.00	—	7.00

- 上期不調だったフューネラル事業における遺影写真加工収入について、繁忙期である下期に反動増の可能性がある。
- フォトブック事業については、10月に実施したBtoB向け価格改定の寄与が想定される。
- フューネラル事業、フォトブック事業とも、下期偏重型のビジネスモデルである。

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。
- 記載された内容を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
村上大吉朗

お問い合わせ先 常務取締役CFO
功野顕也

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