

事業計画及び 成長可能性に関する事項

—— 思いを、次のステージへ ——



2026.7.29

株式会社アスカネット

証券コード：2438

Mission | 私たちの使命

思いをカタチに。

アスカネットは、人の人生に寄り添う「想い」と、
新しい価値を生み出す「思い」を大切にしてきた会社です。

誕生、成長、卒業、結婚、そして人生の別れ。
一枚の写真には、言葉にしきれないほどの「想い」が込められています。
その想いを誠実に受けとり、かけがえのない記憶としてカタチにします。

同時に、創造力と技術力を磨き、新しい価値を生み出し続ける「思い」を持ち、
幾多の挑戦と改善を重ね、新たなカタチを創っていきます。

これからも、人の想いに向き合いながら、
私たちは「思いをカタチにする」仕事を進化させていきます。

Vision | 目指す姿

業界と社会を、
一歩進める存在になる。

Value | 大切にする価値観

前向きに切り拓く。

自分ごとで動く。

挑戦を選ぶ。

誠実に向き合う。

1. 会社概要

- 2. ビジネスモデル
- 3. 中期経営計画
- 4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況
- 5. リスク情報
- 6. 業績ハイライト

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）	連結450名、単体445名 （2026年4月末日現在）
代表取締役	村上 大吉朗
企業ミッション	思いをカタチに。
グループ会社	株式会社BET（100%子会社）



1982年

1983年

1992年

1993年

1995年

2000年

2002年

2005年

2009年

2010年

2011年

2013年

2017年

2018年

2018年

2020年

2022年

2023年

2026年

飛鳥写真工芸社設立

株式会社飛鳥写真館として法人化

画像の通信加工業務開始

端末の無人化に成功し、遺影写真の通信出力開始

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

千葉市美浜区に関東支社を開設

個人向け写真集（マイブック）製作事業の企画開発を開始

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

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

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

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

特許出願権等を取得し、空中結像技術の研究を開始

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

ユニロボット株式会社と資本業務提携

「tsunagoo」サービス開始

株式会社VRCと資本業務提携

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

市場区分の見直しに伴い、東証グロース市場へ上場

株式会社リクシィと資本業務提携

株式会社BETの全株式を取得し、子会社化

株式会社cizucuと資本業務提携

フェニックスホールディング株式会社からペット葬儀・霊園事業を譲受



代表取締役社長

村上 大吉郎

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ー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。2025年より代表取締役社長。大切にしている言葉は「笑う門には福来る」



常務取締役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、2018年専務取締役。2025年より常務取締役。大切にしている言葉は「人間万事塞翁が馬」



取締役

吉宗 裕文

1973年生まれ。1996年当社入社。フューネラル事業の画像処理部門の責任者として寄与したのち、2019年よりフューネラル事業の統括責任者に。2024年取締役就任。フューネラル事業部長。大切にしている言葉は「一人の百歩より、百人の一步」



社外取締役

遠藤 和

1967年生まれ。民間企業を経て、株式会社キャリアアンドブリッジ取締役に就任。キャリアコンサルタントとして多くの企業の人材育成や組織支援に携わる。2026年当社社外取締役に就任。大切にしている言葉は「念ずれば花ひらく」

常勤監査役 井上 卓也

社外監査役 戸田 良一

社外監査役 坂田 英俊

執行役員 新山 忠

執行役員 櫻井 均

1. 会社概要

2. ビジネスモデル

3. 中期経営計画

4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況

5. リスク情報

6. 業績ハイライト

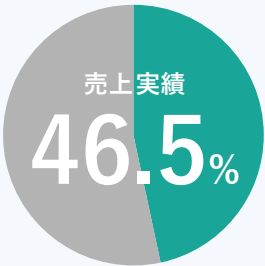
アスカネットの3つの事業

2026年4月期実績

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3,240ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約48万枚の写真画像を提供。

- 遺影加工収入
- 各種演出サービス提供
- サプライ品販売
- ハード機器販売
- ITサービス



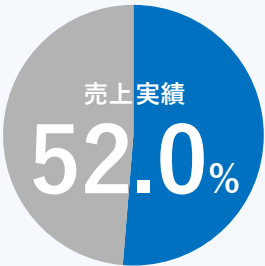
売上高
3,301百万円

利益
632百万円

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6,100社の写真館向けなどB to Bやコンシューマーに年間約127万冊（OEMブックを含み、写真プリントは除く）を提供。新しい取組として、子会社である株式会社BETにて、VTuber事務所を運営。（2027年4月期からは空中ディスプレイ事業セグメントに移管）

- フォトブック製作
- 画像加工収入
- ITサービス



売上高
3,704百万円

利益
677百万円

空中ディスプレイ事業

独自の空中結像技術による新しい映像表現を提唱。プレート供給にとどまらず、専用筐体やシステム、VTuber等のコンテンツを統合した高付加価値ソリューションを提供。ライセンス展開やエンタメ領域の開拓を通じて市場創造を図る。

- パッケージ製品販売・レンタル
- プレート販売・レンタル
- エンタメ・グッズ販売
- ライセンス・ロイヤリティ収入



売上高
105百万円

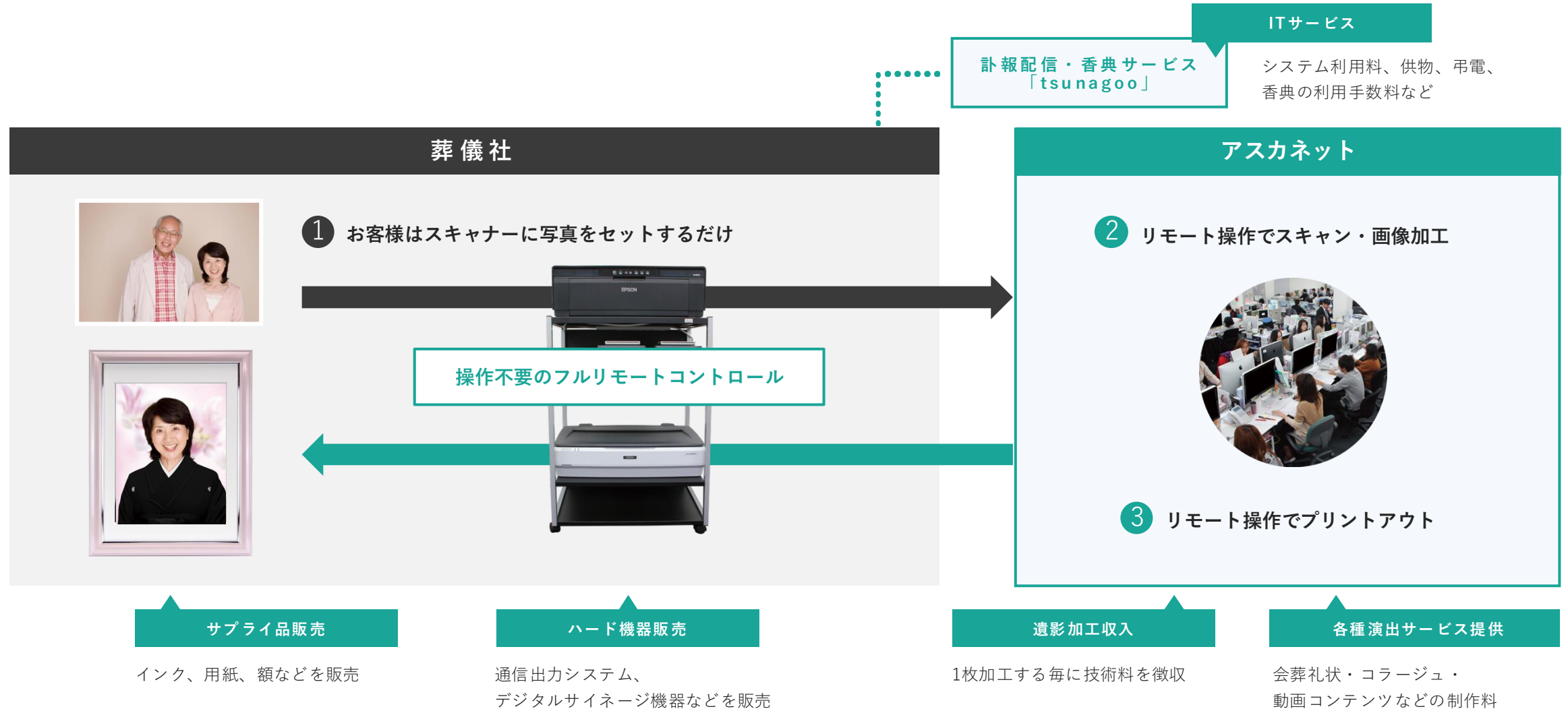
利益
△283百万円

2026年4月期（連結）実績
 (単位：百万円)

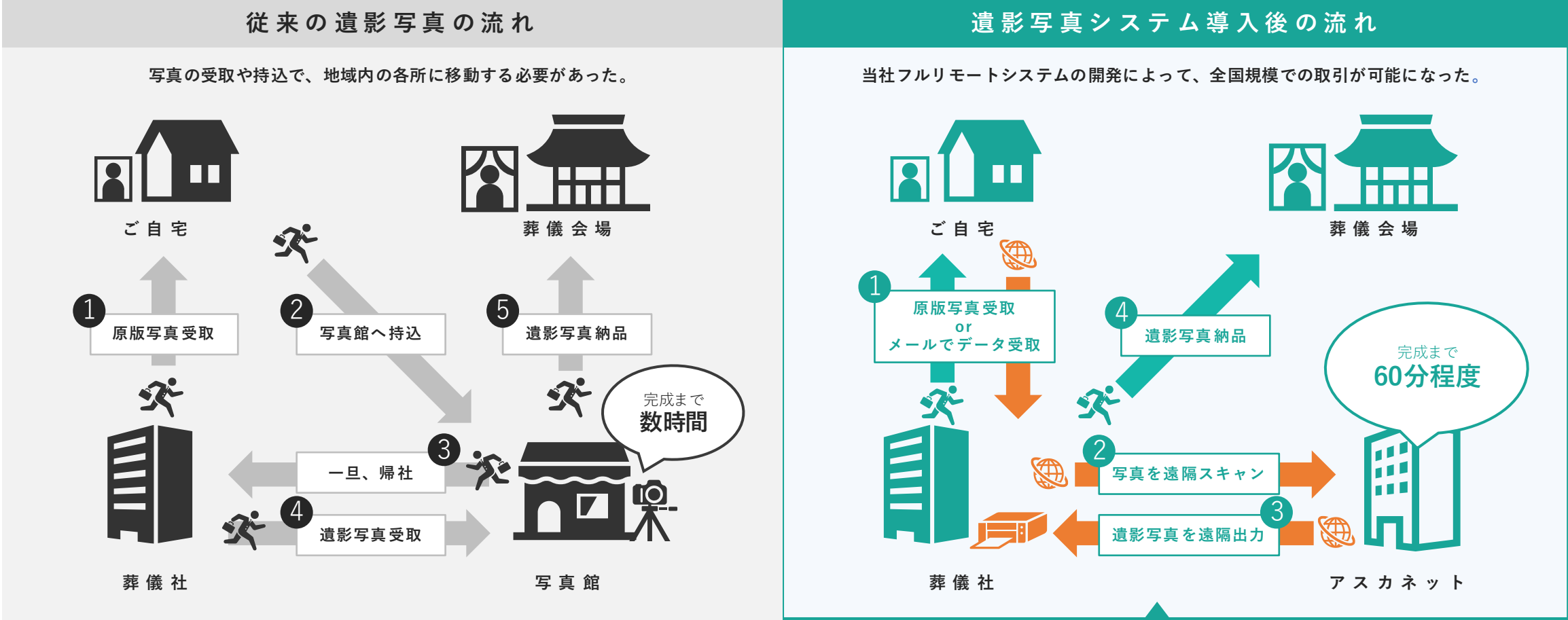
フェーネラル事業 売上高	役務収益（画像処理収入など）	2,174
	製品売上高（写真集売上など）	9
	商品売上高（ハード機器・サプライ品など）	1,117
	事業売上計	3,301
フォトブック事業 売上高	製品売上高（BtoB向け、BtoC向け）	3,391
	役務収益（ライブ配信など）	307
	その他（商品売上など）	5
	事業売上計	3,704
空中ディスプレイ事業 売上高	製品売上高（ASKA3D）	91
	その他	13
	事業売上計	105
内部売上高	△8	
売上高合計	7,102	
売上原価計	3,867	
売上総利益	3,235	

販売費及び一般管理費	広告宣伝費・販売手数料等	169
	人件費	1,171
	減価償却費・支払家賃	204
	発送配達費	231
	研究開発費	200
	その他	867
販売費及び一般管理費計	2,843	
営業利益	391	

業界トップシェア。年間48万枚の遺影加工



遺影写真加工ビジネスの変遷



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

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強みに、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、故人様の雰囲気を変えないまま、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。昨今は生成AIなど新技術を活用したサービスを開発。



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。



tsunagoo (つなぐ)

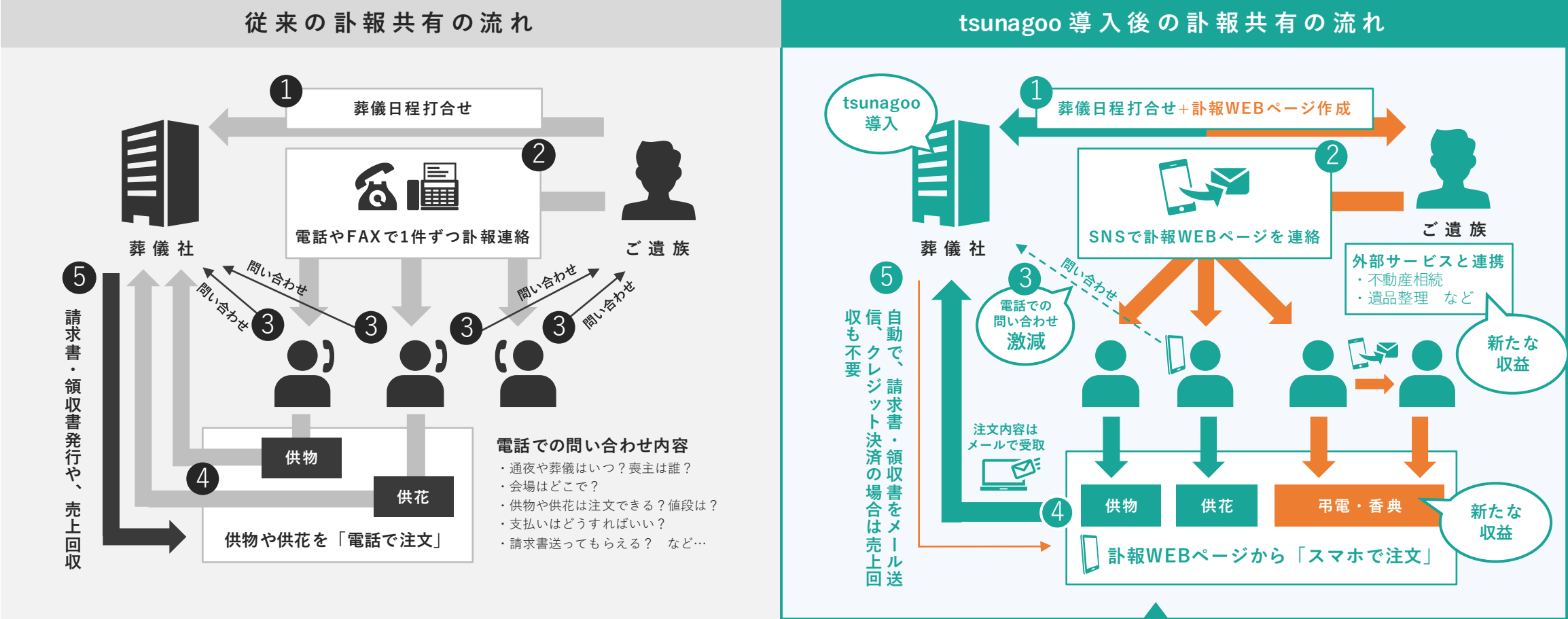
スマホで訃報配信から、弔電・供物・香典の注文までできるサービスです。（次ページ参照）



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化サービスである「tsunagoo（つなぐ）」を推進



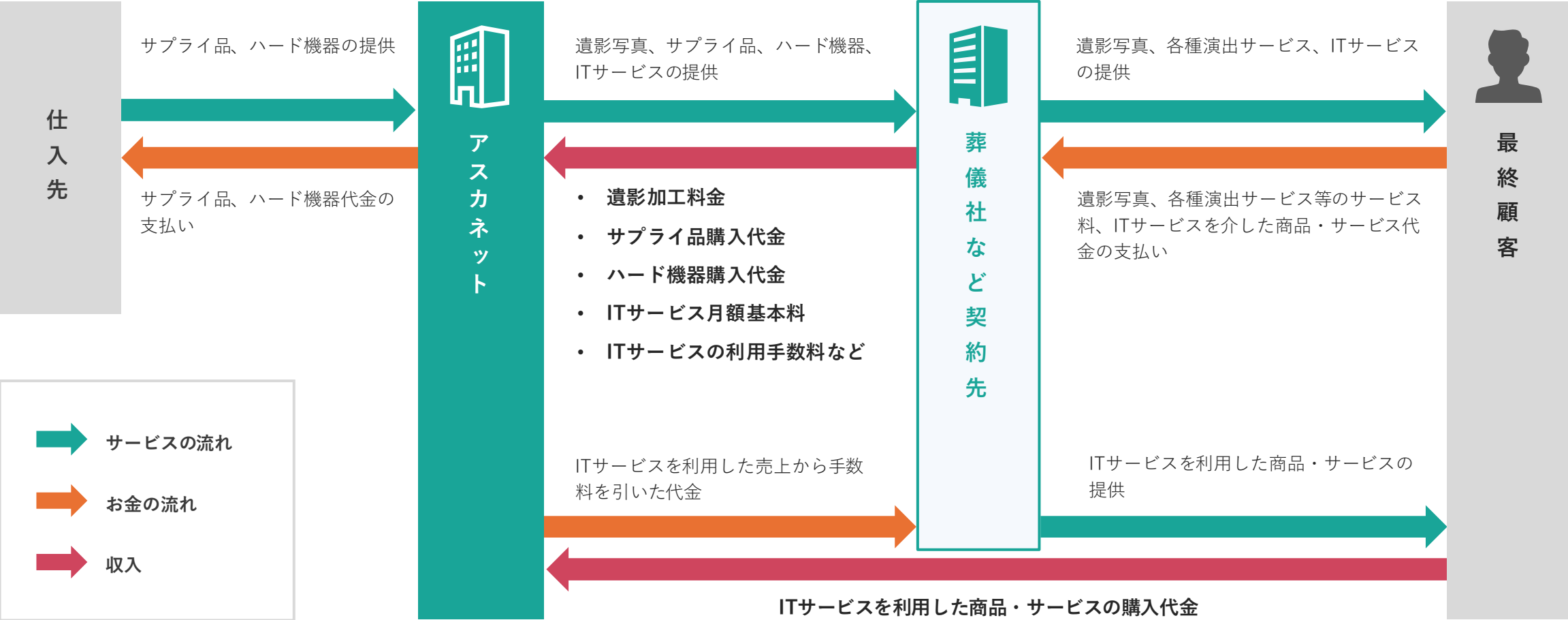
メリット

ご遺族 / 訃報連絡などの負担軽減

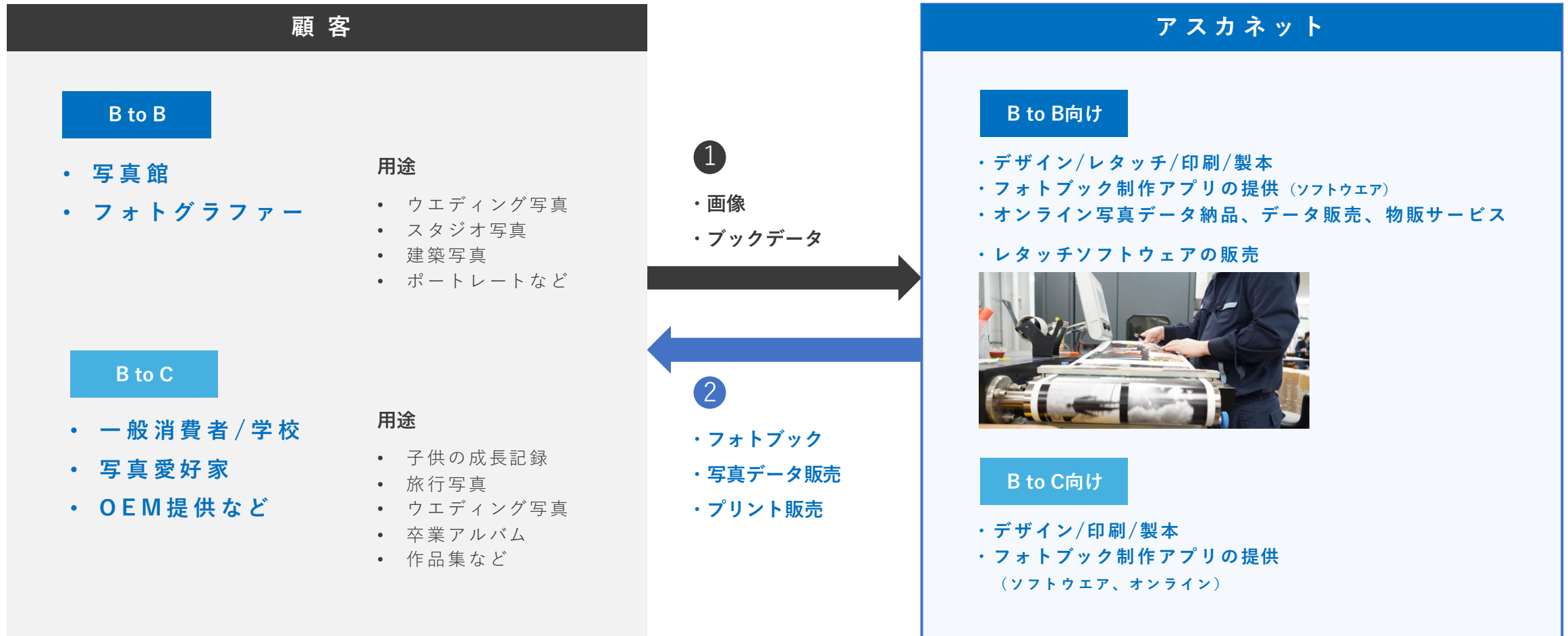
参列者 / 供物や弔電手配が簡単に

葬儀社 / 業務効率化と新たな収益機会の獲得

収益構造



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



サービスラインナップ



B to B

ASUKABOOK（国内・海外）

1冊からの写真集を、高クオリティ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。



B to B

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。



B to B

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・販売などを行います。



B to B

業務代行サービス

撮影データをアップロードするだけで写真のセレクトやレタッチ、編集業務を代行し、フォトグラファーズが撮影に集中できる環境をつくるサービスです。



B to C

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。



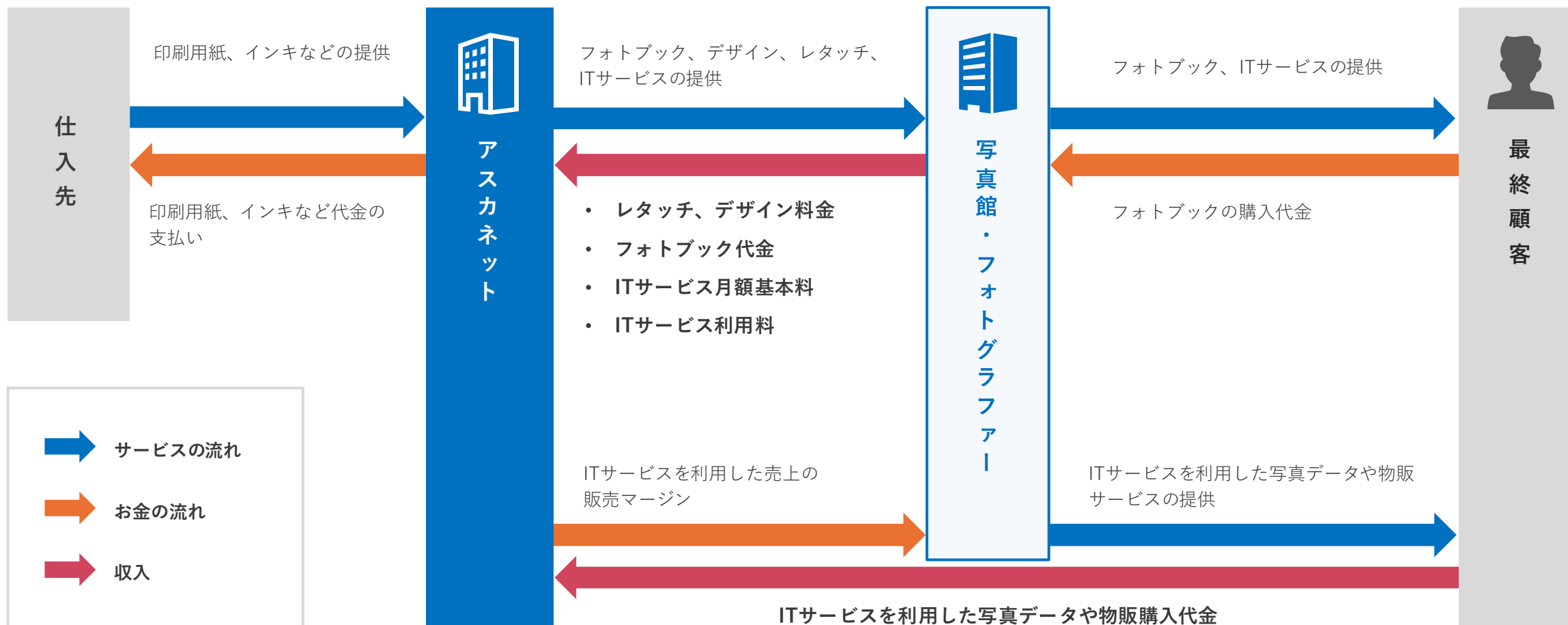
B to C

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おります。

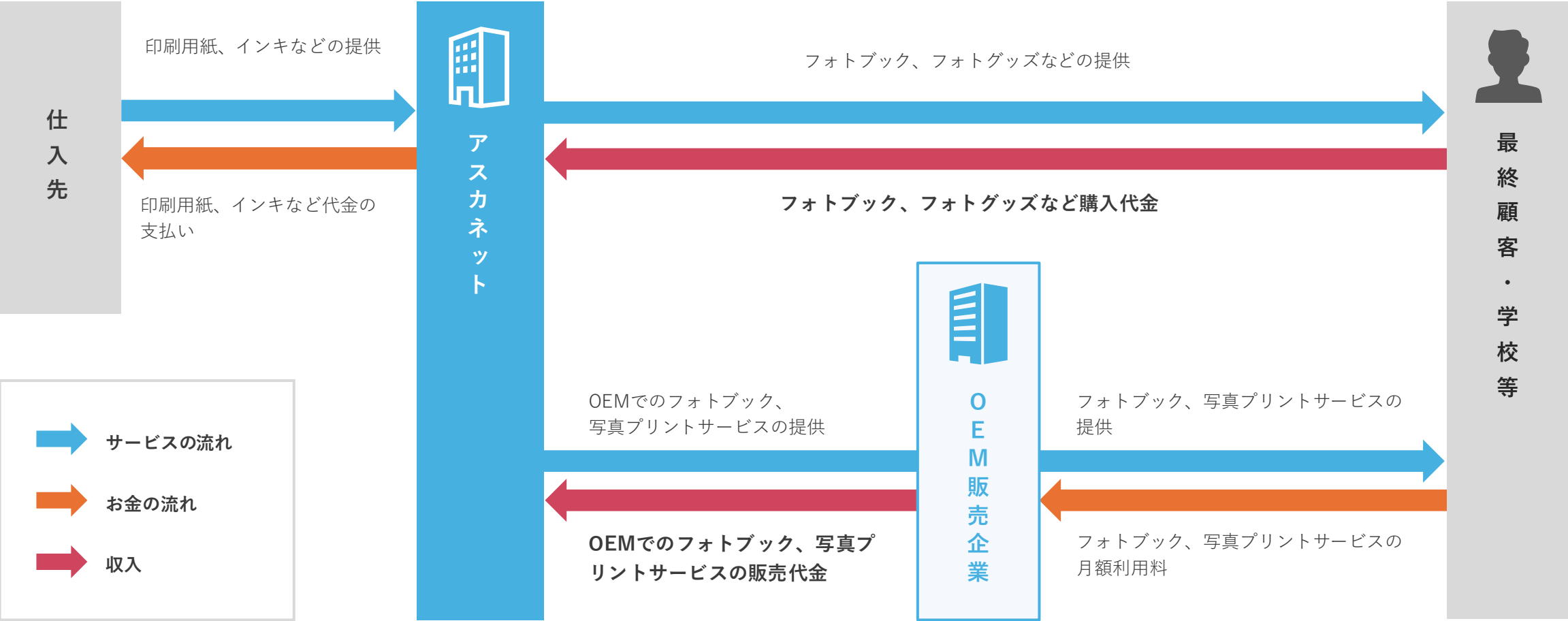
収益構造

B to Bの場合



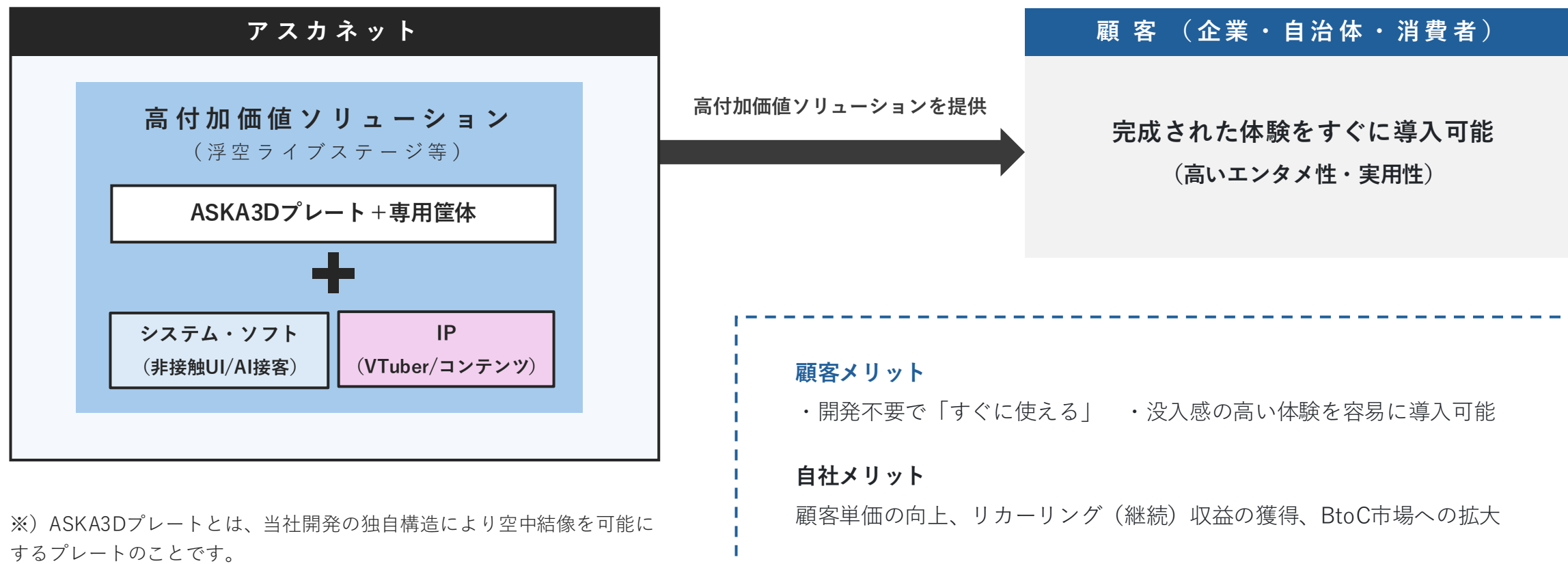
収益構造

B to Cの場合



※その他、グループ会社である株式会社BETでは、所属するVTuberによるライブ配信、関連するイベントの企画やグッズの販売を行っております。

技術・IPを統合した「高付加価値ソリューション」を提供



※) 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。

サービスラインナップ

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。



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。



浮空（うくう）ライブステージシリーズ

バーチャルキャラクターやリアルヒューマンが現実空間に現れる！会話やハイタッチ、AI接客など、双方のインタラクティブなコミュニケーションが可能な製品



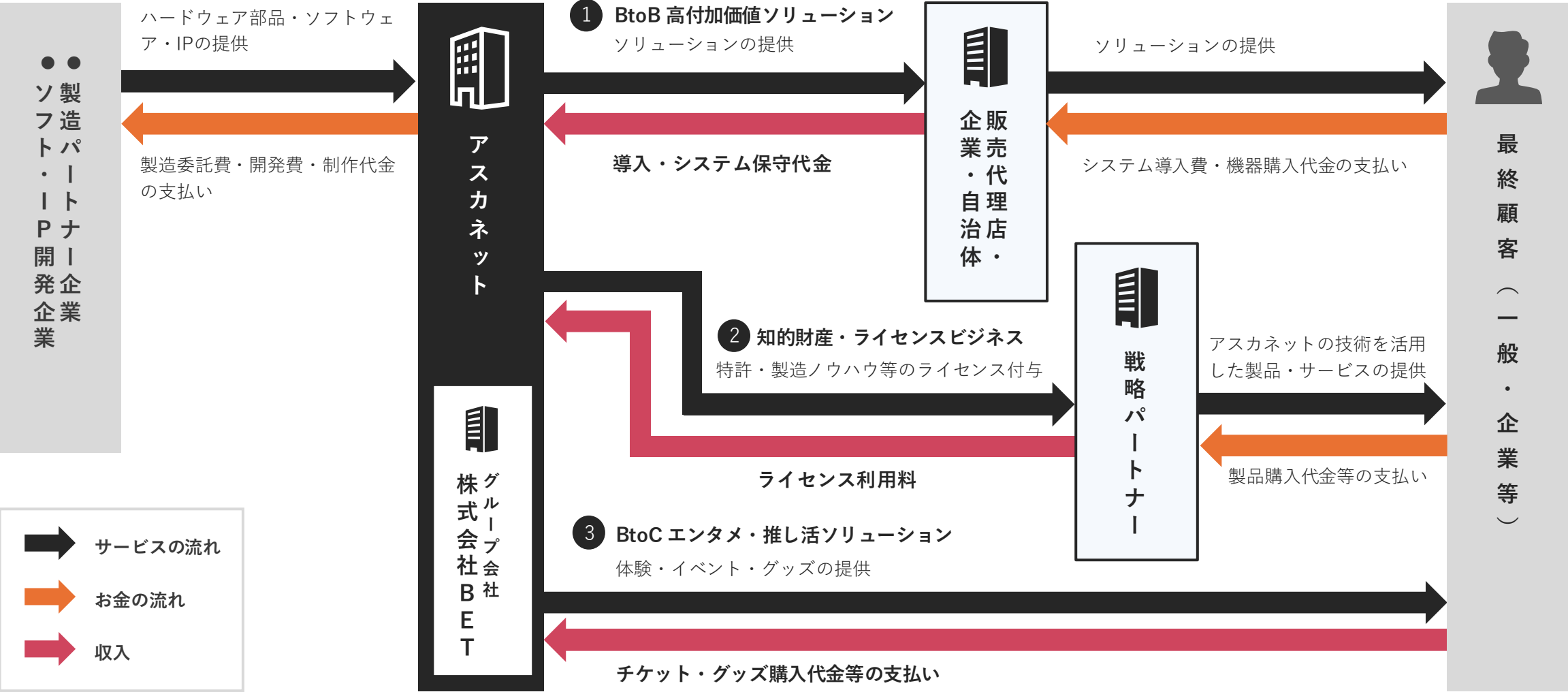
バーチャル/XR領域 Vライバー事務所の運営

グループ会社BETを通じ、Vライバー事務所の運営やVTuberを活用した地域イベントの企画・運営を展開。自社IPとバーチャル技術を掛け合わせ、リアルとデジタルが融合した新しいエンターテインメント体験を提供しています。



収益構造

① BtoB 高付加価値ソリューション / ② 知的財産・ライセンスビジネス / ③ BtoC エンタメ・推し活ソリューション



1. 会社概要
2. ビジネスモデル
- 3. 中期経営計画**

4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況
5. リスク情報
6. 業績ハイライト

当社が狙う代表的市場（葬祭・写真アウトプット）

葬祭ビジネス市場

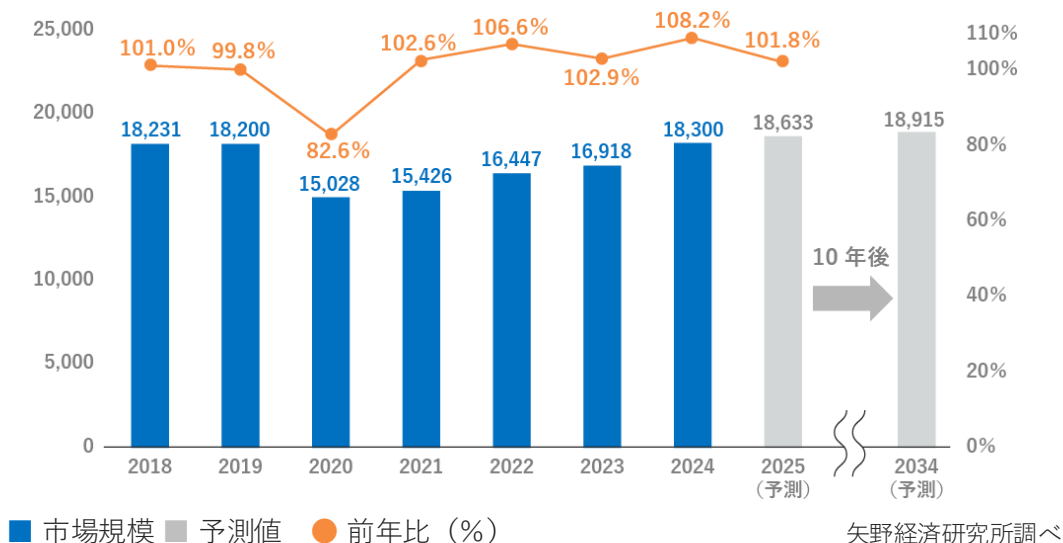
[安定成長 ↗]

関連：フューネラル事業（遺影加工件数業界トップ）

約 **1.9** 兆円

2040年にかけて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

国内の葬祭ビジネス市場規模推移・予測



単位：億円 2018年～2034年 ※2025年、2034年は予測値 ※事業者売上ベース

出典：矢野経済研究所「葬祭ビジネス市場に関する調査（2025年）」

写真アウトプット市場

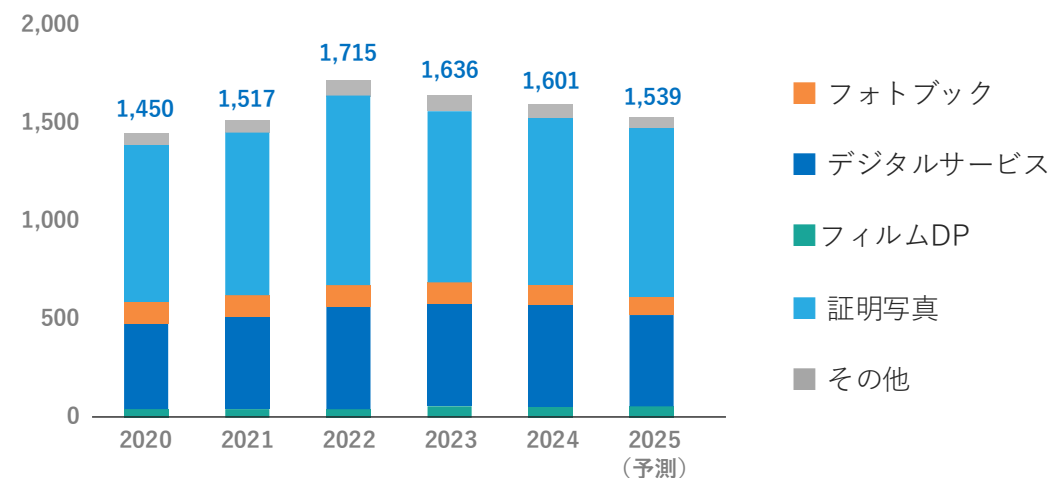
[縮小傾向 ↘]

関連：フォトブック事業（アスカブック（BtoB）・マイブック（BtoC））

約 **1,600** 億円

婚姻数・出生数の減少や年賀状離れにより縮小傾向

フォトイメージング市場動向



単位：億円 2020年～2025年 ※2025年は予測値

出典：JPIA フォトイメージング市場統計

当社が狙う代表的市場（空中ディスプレイ・推し活関連）

※ 各市場規模は出典元の調査時点・定義に基づく。市場の切り取り方により数値は異なる場合がある。

空中ディスプレイ市場

[市場創造中]

関連：空中ディスプレイ事業

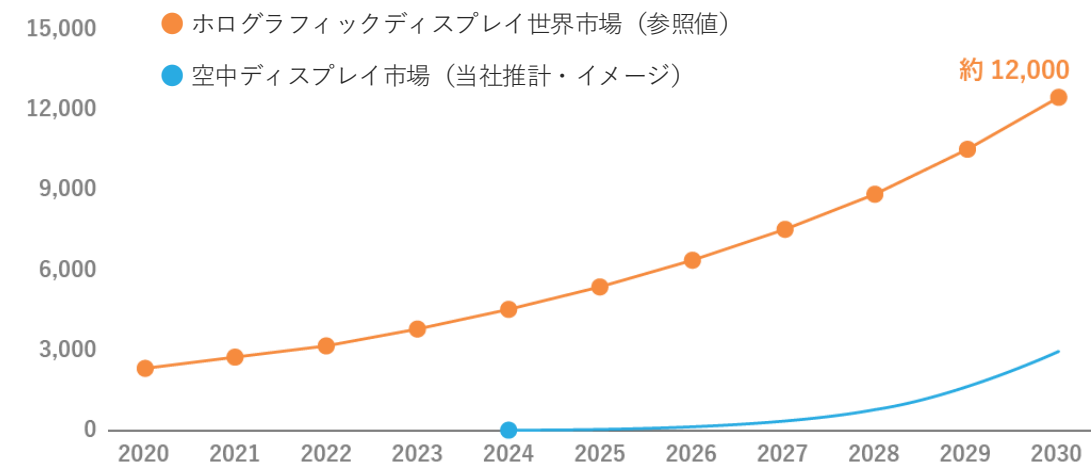
推し活関連市場

[急拡大中]

関連：空中ディスプレイ事業（VTuber）・フォトブック事業（推し活グッズ）

市場黎明期

（参照）ホログラフィックディスプレイ世界市場
約4,500億円（2024年）→ 約1.2兆円（2030年予測）
年平均成長率 18.1% ※1USD = 150円換算

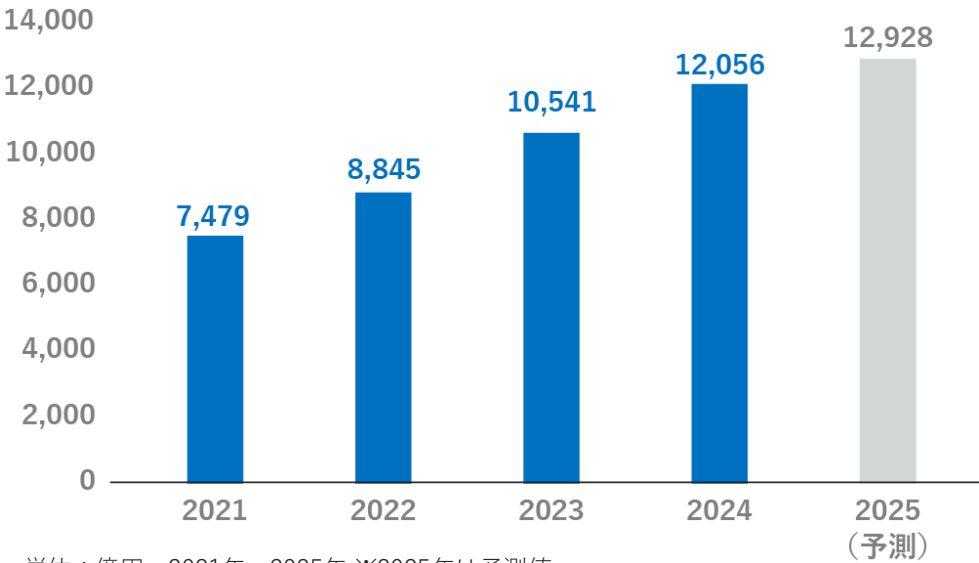


単位：億円 2020年～2030年

出典：ホログラフィックディスプレイ世界市場：Mordor Intelligence「Holographic Display Market」（2025年）
空中ディスプレイ市場規模：当社推計イメージ。

約 1.3 兆円

2024年度は、主要17分野のうち15分野が
プラス成長



単位：億円 2021年～2025年 ※2025年は予測値

出典：矢野経済研究所「『オタク』市場に関する調査」（2025年）

4つの成長戦略により、2028年度売上100億円を達成

未来投資領域を設け、M&A・アライアンスにより各事業の成長を促進する

戦略1 既存ビジネス拡張

これまで培ってきた事業領域における深耕とシェア拡大を基軸に、M&Aやアライアンスを通じて成長を加速していく

フューネラル

フォトブック

空中ディスプレイ

未来投資領域

戦略2 自社アセット活用

顧客基盤・技術力・知的財産といった固有の強みを最大限に発揮し、新たな価値創出と収益機会の拡大を図る

フューネラル

フォトブック

空中ディスプレイ

未来投資領域

戦略3 BtoCビジネス成長

個人向け写真集や推し活市場などでのビジネス展開を軸に、一般消費者との接点を拡大していく

フューネラル

フォトブック

空中ディスプレイ

未来投資領域

戦略4 地域活性化促進

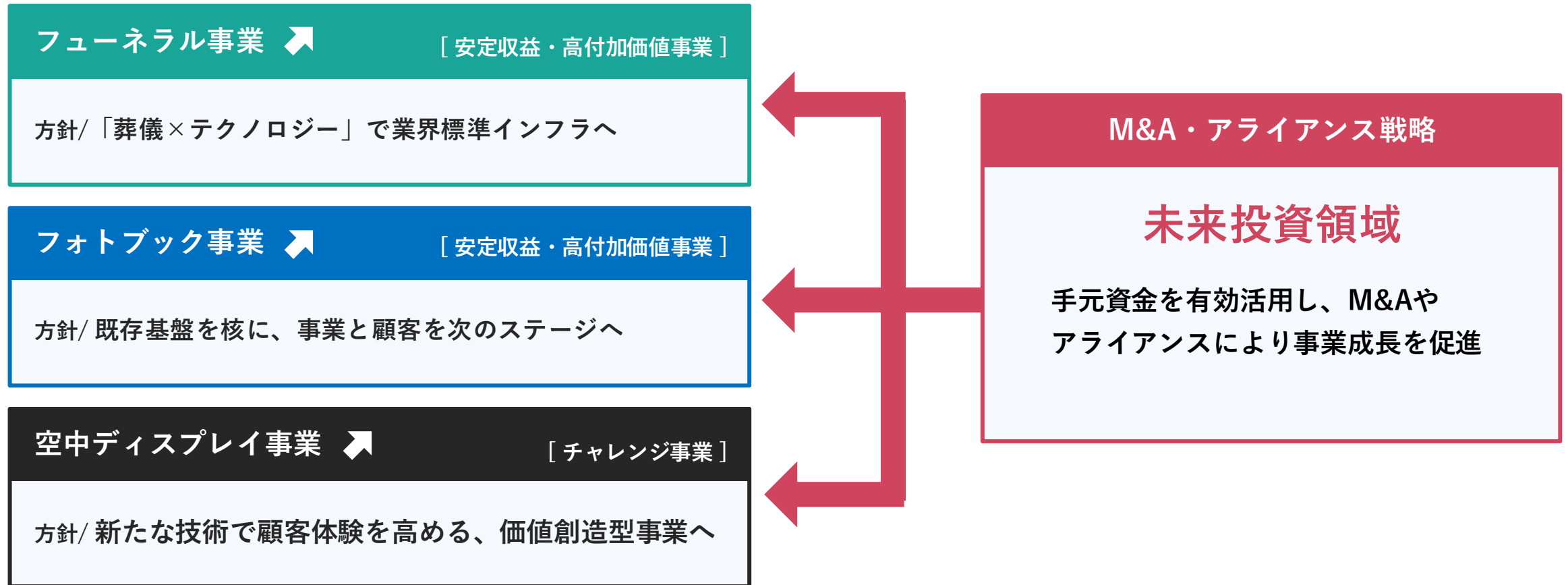
ローカル企業としての強みを活かし、地域・社会課題の解決に資するビジネスを展開していく

空中ディスプレイ

未来投資領域

アスカネットは3つの既存事業＋未来投資領域で構成される。それぞれの事業が異なる役割を持ちながら、

100億円企業の実現に向けて相互にシナジーを創出



市場環境と自社分析

市場環境

葬儀周辺市場の拡大

生成AI活用による新サービス開発・業務効率化など、戦略的対応による成長機会が拡大。

ペット葬祭市場の台頭

350億円規模のペット葬祭市場が新たな事業機会として注目されている。

葬儀件数増・規模縮小

死亡者数は2040年頃まで増加が続く一方、家族葬の一般化により葬儀規模は縮小傾向。

生成AIの進化

生成AIの進化が業務効率化に貢献する一方で、遺影写真分野への参入障壁を低下させる可能性。

当社の強み

業界トップのシェアと遺影加工品質・サービス開発力が強み。

- 全国葬儀社の約1/3をカバーする顧客基盤
- 業界トップの遺影加工品質
- 全国をカバーする顧客サポート体制
- 顧客課題を起点にしたサービス企画・開発力
- 3拠点生産による危機管理体制の確立

課題

事業構成はBtoB（葬儀社向け）が中心。一般消費者との直接的な接点はまだ限定的で、BtoC領域に大きな成長の余地がある。

基本戦略

圧倒的な顧客基盤と品質・開発力を活かし、安定成長・事業領域拡大・BtoC強化の3つの戦略で成長を目指す。

- ① 市場の自然拡大と顧客深耕により、安定成長を実現する
- ② 強固な顧客基盤と技術力を活かし、周辺サービスの販売を強化する
- ③ 一般消費者との直接接点を創出し、新たな収益源を確立する

事業成長戦略

戦略 1 既存ビジネス拡張

市場の自然拡大と顧客深耕により、安定成長を実現する

- **シェア拡大**
遺影加工シェア拡大と葬儀社への提案力強化で新規取引先を獲得
- **パートナーシップ施策**
業界内のM&A・アライアンスを通じて事業領域を拡張
- **顧客提供価値の最大化**
新サービス提供と深耕営業により顧客単価を向上

戦略 2 自社アセット活用

強固な顧客基盤と技術力を活かし、周辺サービスの販売を強化する

- **葬儀業界DX**
tsunagoo※サービス拡大で葬儀社DXを推進
 - **新技術を活用したサービスの企画開発**
映像演出・AI/VR教育などの新サービスを企画・開発
 - **葬儀社ネットワークを活用した販売展開**
顧客ニーズに応じた製品の販売
- ※tsunagoo（つなぐ）とは
訃報Web配信・弔電・香典のオンライン受注を一括提供する葬儀社向けDXサービス。特許取得済。

戦略 3 BtoCビジネス成長

一般消費者との直接的な接点を創出し、新たな収益源を確立する

- **ご遺族・参列者向けサービスへのビジネス展開**
tsunagooサービスを活用し参列者等への直接サービス提供を拡大
- **一般消費者向け新規サービス**
デジタルサービスやグッズ販売など一般消費者向けサービスを検討
- **ペット葬祭市場への進出**
ペット霊園・葬祭場の運営と周辺ビジネスの展開

数値目標と主要KPI

指標	2025年度	2028年度
①遺影写真新規加工枚数	47.8万枚	60 万枚 (年間)
②DXサービス契約件数 (tsunagoo、VRサービスなど)	824件	1,500 件 (2025年度比 + 676)
③新規サービス・ビジネス立ち上げ件数	—	6 件 (3年間累計)
売上高	33.0 億円	43 億円 (2025年度比 + 10.0億円)

市場環境と自社分析

市場環境

銀塩写真から印刷写真への需要シフト

銀塩ペーパーの高騰により、印刷写真の価格優位性が顕著となり、印刷写真へのシフトが始まっている。

アウトソーシング需要の拡大

人手不足を背景にアウトソーシング需要が拡大し、新たな受注機会が生まれている。

推し活市場の拡大

新たな消費トレンドがBtoC領域に成長機会をもたらしている。

写真アウトプット市場の縮小

デジタル化の進展により市場は構造的に縮小。競合他社の撤退・縮小が進む中、業界再編の受け皿として顧客基盤拡大の好機。

撮影機会の減少

婚姻組数の減少・出生率の低下により、フォトブックの作成機会が減少。

当社の強み

高品質な一貫生産体制と全国営業ネットワークにより、顧客の多様なニーズにワンストップで対応できるフォトブック業界のパイオニア。

- 企画から印刷製本まで自社完結の一貫生産工場
- 全国をカバーする営業ネットワーク
- システム開発・運用によるデジタル対応力
- 国内パイオニアとしてのブランドと実績

課題

事業構成はBtoB（アスカブック・OEM）が中心。BtoC（マイブック）領域でのサービス拡大が課題。

基本戦略

市場環境の変化を機会と捉え、自社の強みを活かした3つの成長戦略を推進する。

- ① 市場再編の受け皿として顧客基盤を拡大し、既存事業の収益基盤を強化する
- ② 一貫生産体制と強固な顧客基盤を活かし、周辺領域へ事業を拡大する
- ③ BtoCの未開拓領域に対して、マイブックを軸に顧客接点を拡大する

事業成長戦略

戦略 1 既存ビジネス拡張

市場再編の受け皿として顧客基盤を拡大し、既存事業の収益基盤を強化する

- シェア拡大／契約稼働率向上
 - ・ 競合撤退・縮小に伴う顧客を取り込み、市場シェアを拡大
 - ・ 銀塩写真からの置き換えを起点とした契約稼働率向上
- 周辺領域への拡大
 - ・ ウェディングからニューボーン・キッズへ
 - ・ ゲストハウス・婚礼から写真館へ
- 海外展開
 - 海外販売チャネルの再構築

戦略 2 自社アセット活用

一貫生産体制と強固な顧客基盤を活かし、周辺領域へ事業を拡大する

- アウトソーシング需要の取り込み
 - 既存顧客基盤を活かし、レタッチ業務などの受託領域を拡大
- フォトグラファー支援
 - 全国の営業ネットワークを活用したフォトグラファー向け育成支援・機材販売など
- データ化サービス展開
 - 画像・動画のデータ化サービスの検討

戦略 3 BtoCビジネス成長

BtoCの未開拓領域に対して、マイブックを軸に顧客接点を拡大する

- マイブックのブランド強化
 - コミュニティマーケティングの展開とアンバサダー育成によって認知を拡大
- シニア層へのアプローチ
 - アルバム整理などのサービス提供を通じて、シニア層の潜在的ニーズを取り込む
- 推し活領域
 - 推し活市場向けの付加価値の高いオンデマンドグッズを提供する

数値目標と主要KPI

指標	2025年度	2028年度
①アスカブック契約数・稼働率	契約 19,000 件 (稼働率 35.3%)	22,000 件 (稼働率 40.0%)
②アウトソーシングサービス契約件数	90 件	200 件 (2025年度比 +110社)
③マイブック会員数	42 万人	50 万人 (2025年度比 +8万人)
売上高	34.3 億円 (※)	39 億円 (2025年度比 + 4.7億円)

※グループ会社BETの売上は、2026年度よりフォトブック事業から空中ディスプレイ事業に移管いたしますが、比較可能性の観点から、上記においては2025年度のグループ会社BETの売上は空中ディスプレイ事業に含めて計上しております。

市場環境と自社分析

市場環境

高付加価値分野での需要顕在化

AI接客・案内など、高付加価値が求められる特定分野において導入ニーズが顕在化しつつある。

推し活領域の拡大

VTuber市場の拡大や地域活性化トレンドを背景に、地方イベント・自治体での活用機会が広がっている。

いまだ市場黎明期

空中ディスプレイ市場は国内外ともに黎明期にあり、本格的な市場形成には至っていない。技術の産業化には時間を要する。

自社単独での市場創造に苦戦

有力な競合がない反面、自社単独での市場創造に苦戦。事業化の早期実現には戦略パートナーとの連携が不可欠。

当社の強み

空中結像技術に関する豊富な知的財産を保有し、技術の先行者として独自のポジションを確立。プレート供給にとどまらないソリューション提供体制が強み。

- 空中結像技術に関する豊富な知的財産、および蓄積された製造ノウハウ・開発力
- 独自のソリューションパッケージの販売
- 高品位ガラス製と低価格樹脂製の2ライン展開
- グループ会社BETによるVTuber事務所運営と自社IPの保有

課題

継続的なセグメント損失が続いており、コスト構造の見直しと収益化が課題。グループ会社BETを含めたグループ全体での事業シナジーの最大化も求められている。

基本戦略

技術の優位性を活かし、収益基盤の確立と戦略パートナーとの連携により、市場創造に注力する。

- ① プレート供給を基軸に、顧客基盤の拡大と深耕を図る
- ② 独自技術と知財を活用し、ライセンスビジネスを本格展開する
- ③ 推し活市場でのビジネス展開を軸に、一般消費者との直接的な接点を強化する
- ④ 地方企業の強みを活かし、地域活性化や社会課題の解決に貢献することで存在価値を高める

事業成長戦略

戦略 1 既存ビジネス拡張

ASKA3Dプレート※供給を基軸にソリューション営業を展開し顧客基盤の拡大と深耕を図る

- **既存製品供給・パッケージ製品の販売強化**
既存領域でのASKA3Dプレート供給を継続するとともに、パッケージ製品の販売を強化し、安定収益を確保
- **高付加価値ソリューションの提供**
空中ディスプレイ×医療、観光、エンターテインメント分野やAIとの融合など高付加価値ソリューションの開発・販売展開を拡大

※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。

戦略 2 自社アセット活用

独自技術と知財を活用し、ライセンスビジネスを本格展開する

- 保有する知的財産やノウハウをパッケージ化と戦略的パートナーへのライセンス展開
- グローバル企業との戦略的パートナーシップを構築し、ライセンスビジネスを拡大
- 更なる新技術※の開発チャレンジとビジネス化

※新技術とは
裸眼立体ディスプレイを可能にする能動系技術など

戦略 3 BtoCビジネス成長

推し活市場でのビジネス展開を軸に、一般消費者との直接的な接点を強化する

- **一般消費者向け製品ラインナップの拡充**
パッケージ製品（浮空ライブステージ Home、IP連携製品など）の拡充
- **BET社の収益基盤強化**
ライバー事業において、国内外での市場ポジションを高め、安定的な事業基盤を構築
- **没入型体験サービスの提供**
一般消費者に没入感ある体験企画サービスを提供

戦略 4 地域活性化促進

地方企業の強みを活かし、地域活性化や社会課題の解決に貢献することで存在価値を高める

- **地域VTuberイベントの展開**
ご当地VTuberイベントなどを通じ、地域活性化に貢献する事業を展開
- **自治体・地域企業との連携強化**
全国の地方自治体や地域メディア・企業などと連携を強化し事業機会を拡大

数値目標と主要KPI

指標	2025年度	2028年度
①パッケージ製品販売件数 ※1案件300万円以上の販売売上	6 件 (年間)	30 件 (年間)
②ライセンス契約	1 件	4 件 (2025年度比 +3件)
③新技術関連の特許申請	6 件	15 件 (2025年度比 +10件)
売上高 (グループ会社のBETを含む)	3.7億円 (※)	8 億円 (2025年度比 + 4.3億円)

※グループ会社BETの売上は、2026年度よりフォトブック事業から空中ディスプレイ事業に移管いたしますが、比較可能性の観点から、上記においては2025年度のグループ会社BETの売上は空中ディスプレイ事業に含めて計上しております。

未来投資戦略

戦略 1 既存ビジネス拡張

競争優位を磨き、 収益基盤を拡大する

既存ビジネスの深耕・拡大を目的としたM&Aを推進し、シェア拡大と収益基盤の強化を図る。テクノロジーの進化や市場構造の変化が加速する中、直接的シナジーが期待される分野への未来投資を進める。

戦略 2 自社アセット活用 戦略 3 BtoCビジネス成長

隣接市場と一般消費者接点から、 新たな収益を創出する

自社の顧客基盤・技術力・知的財産を活かした周辺領域への拡大、および一般消費者との直接接点強化に資するM&Aを推進する。この分野はスタートアップへのマイナー投資も選択肢に含める。

戦略 4 地域活性化促進

地域とともに成長 する投資

本社所在地である広島を拠点とした地域ネットワークを活かし、後継者不足などの経営課題を抱える優良中小企業のM&Aにも取り組む。社員交流やマネジメント価値提供など地域シナジーの最大化を図る。

数値目標と主要KPI

M&A等を通じて、2028年度にグループ全体で売上規模10億円以上の増加を目指す。

指標	2028年度
累計M & A実施件数	3～5 件
累計M & A投資金額	10 億円
売上高	10 億円～ (※うち事業シナジー案件は各事業部売上に計上)

攻め

イノベーション推進・情報発信・成長投資基盤

社員の創造性とデジタル技術を活かし、イノベーション推進・情報発信・成長投資の基盤を同時に強化する。

社内イノベーションの推進



社員一人ひとりの挑戦と創造性を引き出し、AI・デジタル技術で業務効率化と競争力を同時に高める

- イノベーション教育の継続
- ビジネスプランコンテスト、新事業アイデア提案制度の推進
- 生成AI活用環境の整備・運用

情報発信の強化



社外との接点を広げ、企業の認知と信頼を高める

- 広報機能の充実
- 投資家向け情報提供の充実

成長投資基盤の整備



成長投資を機動的に実行する能力を高め、グループ全体の経営基盤を強化する

- ソーシング・デューデリジェンス機能の充実
- バックオフィス高度化によるグループPMI体制の確立

軸

人的資本強化

事業変革を支える人材基盤の強化に向け、「育成・活性化・採用」の3軸で人材戦略を推進する。

人材育成



事業成長を担う人材を継続的に輩出する

- 次世代リーダー・女性リーダー育成プログラムの継続
- デジタル・新領域へのリスキリング推進
- イノベーション研修の充実と階層別研修の強化

人材活性化



個の力を引き出す環境と仕組みを整える

- 評価制度・タレントマネジメントの継続改善
- 事業部を越えた人材交流・キャリア形成の促進
- 柔軟な働き方と職場環境・福利厚生整備

採用力強化



成長の次のステージと一緒に歩む人材を引きつける

- 採用ブランディングの強化と認知拡大
- 新卒・中途・専門人材の多様な採用チャネルの拡充

守り コンプライアンス・情報セキュリティ・知財活用

事業の信頼を守り、持続的な成長の土台を堅固にする。

コンプライアンスの徹底



企業の信頼基盤を守り、健全な事業運営を支える

- コンプライアンスを実践できる企業風土の維持・強化
- ミッション・ビジョン・バリューの全社浸透と実践の継続

情報セキュリティの向上



顧客・事業データを守る管理体制を維持・進化させる

- ISMSに準拠した情報セキュリティ管理体制の維持・強化
- 生成AI活用に伴うセキュリティリスクへの対応

知的財産・ノウハウの活用



蓄積した強みを事業競争力に転換する

- 知財・ノウハウのパッケージ化とその収益化
- 法務と事業部の連携による適切な取引環境の維持

全社数値目標

指標	2025年度	2028年度
売上高	71.0 億円	100 億円
営業利益	3.9 億円	8 億円
ROE	5.5 %	8 %

事業領域別売上計画

事業領域	2025年度売上	2028年度売上
フューネラル	33.0 億円	43 億円
フォトブック	34.3 億円 (※)	39 億円
空中ディスプレイ	3.7 億円 (※)	8 億円
未来投資	—	10 億円
合計	71.0 億円	100 億円

※グループ会社BETの売上は、2026年度よりフォトブック事業から空中ディスプレイ事業に移管いたしますが、比較可能性の観点から、上記においては2025年度のグループ会社BETの売上は空中ディスプレイ事業に含めて計上しております。

資金活用・株主還元

- ROE8%の実現にむけて、手元資金の活用／株主還元を以下の方針で行う。
- 自己資本：2025年度53.3億円 → 2028年度60億円を目途とする。

手元資金の戦略的活用

2026年4月末の手元資金は13.8億円

活用方針

- **未来投資領域**
M&A資金として優先的に活用（不足した場合はデットで調達する方針）
- **事業部領域**
フォトブック事業部は生産設備の更新・拡充に、空中ディスプレイ事業部は必要な研究開発に対して、主に活用

株主還元方針

- **配当方針**
1株当たり7円の配当を最低限維持し、配当性向30%以上とする。
- **自己株式の取得**
株式市場の動向、手元資金の状況を加味しながら、適宜実施する。

1. 会社概要
 2. ビジネスモデル
 3. 中期経営計画
 - 4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況**
 5. リスク情報
 6. 業績ハイライト
-

フューネラル事業 前回からの変更点

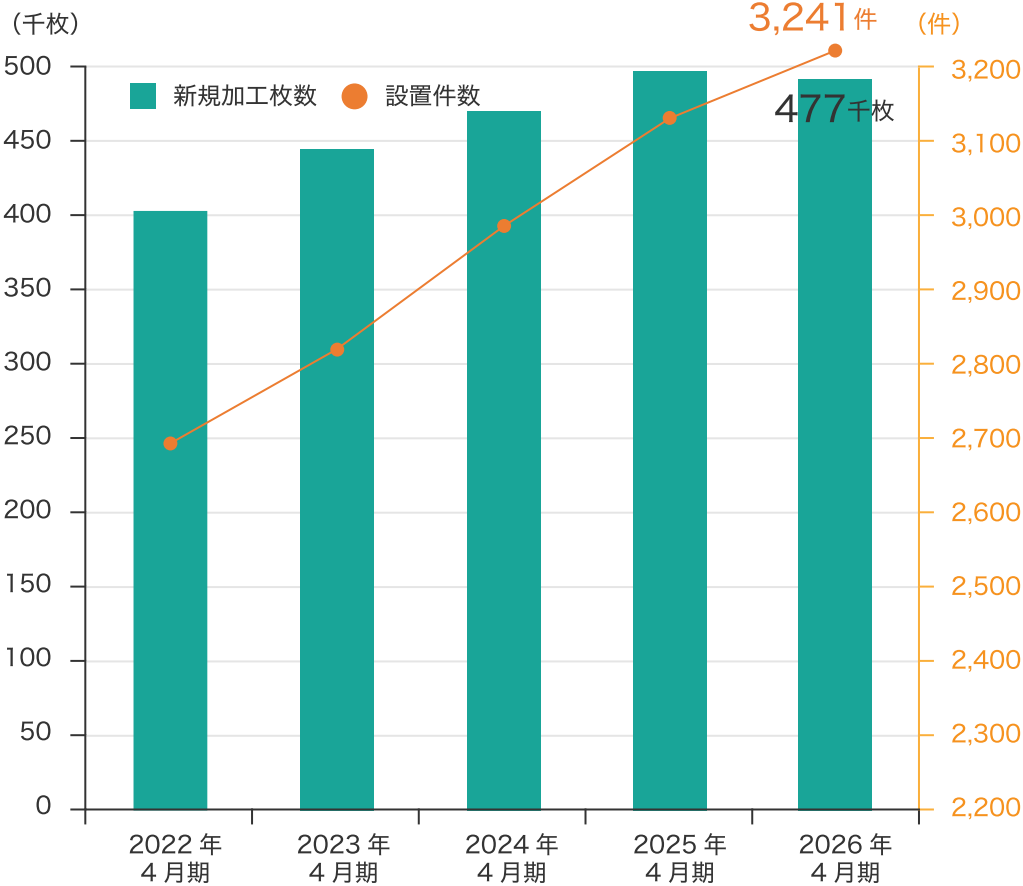
前回の成長施策	「中期経営計画 2026-2028」	変更点
市場シェアの拡大	戦略①既存ビジネス拡張	基本は変わらないが、パートナーシップ施策を加えた
利益率の向上	—	「中期経営計画」では、成長戦略ではなく「効率向上の実現」として整理
新たな付加価値の創造	戦略②自社アセット拡張 戦略③BtoCビジネス成長	新サービスの開発と顧客基盤への提供を軸としつつも、ペット葬儀などBtoC市場への進出をテーマに加えた

フューネラル事業の2026年4月期の施策と取組状況

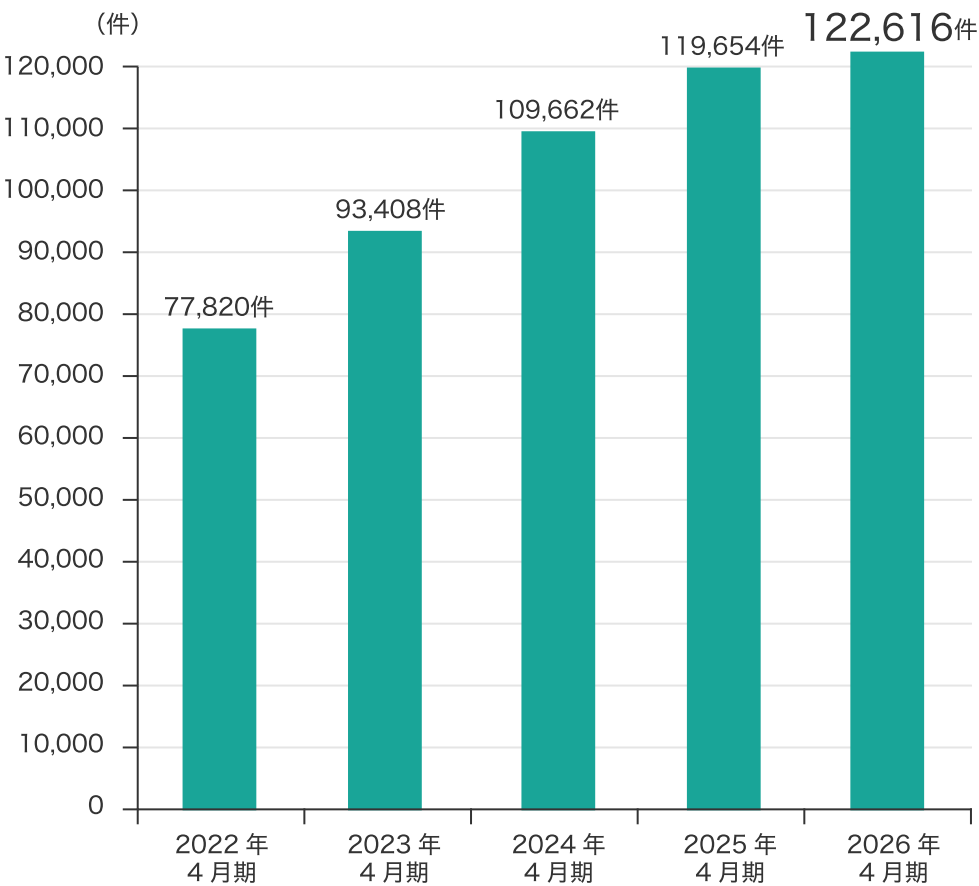
前回の成長施策	個別施策	2026年4月期の実施状況
市場シェアの拡大	新規顧客獲得に向けた営業活動の強化	営業の増員を図るとともに、他事業部営業とのクロスファンクショナルな取組を実施した
	都市圏を中心とした販路拡大	他エリア営業を都市圏に時限的に投入し、一定の成果を得た
	事業ブランドの認知向上と選定率の向上	各葬儀団体への会合に積極的に参加しPRしてきた。特に、葬祭ディレクター協会との協力で新サービスの開発を進めることができた
利益率の向上	自動化・標準化によるオペレーションコスト最適化	アスカクラウドと業務システムの連携を実現。また、最新の生成AI技術を導入し、生産効率の向上に努めた
	営業プロセスの効率化とデジタル化	SFAの利用徹底などで営業状況の見える化を進めた
	最新技術を活用した高付加価値サービスの拡充	最新AI技術を使い高単価サービスのsnapCINEMAを開発し、リリースした
新たな付加価値の創造	AR/VR等を活用して葬儀社に新たな価値を提供	営業戦略的な施策に遅れが生じたものの、葬儀社向けVR教育システムの開発を進め、リリースの準備を整えた
	スマホで訃報・香典が完結する「tsunagoo」の拡張	WEB訃報の作成数、会員のアクティブ率は上昇したものの、新規契約獲得は計画を下回ってしまった
	AIを活用した高付加価値サービスの企画・提案	AIによるオリジナルソング制作サービスを企画し、葬祭市場へ導入に向けて研究開発を進めてきた

フューネラル事業 前回までの重要指標の推移

新規加工枚数と設置件数



tsunagoo 訃報作成数の推移



フォトブック事業
 前回からの変更点

前回の成長施策	「中期経営計画 2026-2028」	変更点
市場シェアの拡大	戦略①既存ビジネス拡張	厳しい市場環境を逆手にとった残存者利益の獲得を図るほか、周辺領域への拡大、海外市場の模索などの施策を打った
利益率の向上	-	「中期経営計画」では、成長戦略ではなく「効率向上の実現」として整理
新たなニーズへの対応	戦略②自社アセット拡張	顧客層の人手不足などの課題を解決するサービスの開発・提供に軸足
注文機会の拡大	戦略③BtoCビジネス成長	マイブックのブランド強化をBtoCビジネス成長の中心に据えた
高付加価値ソリューションの提供	戦略③BtoCビジネス成長	シニア層、推し活領域を重点領域に設定した

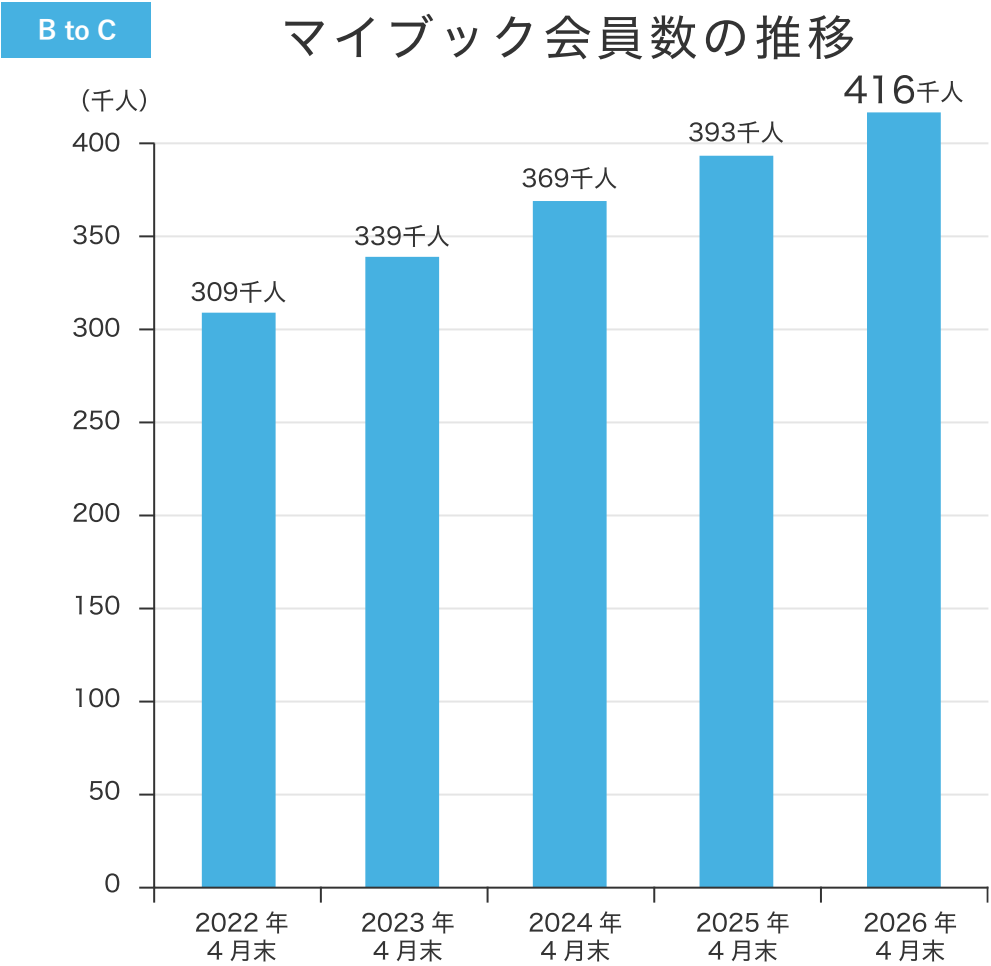
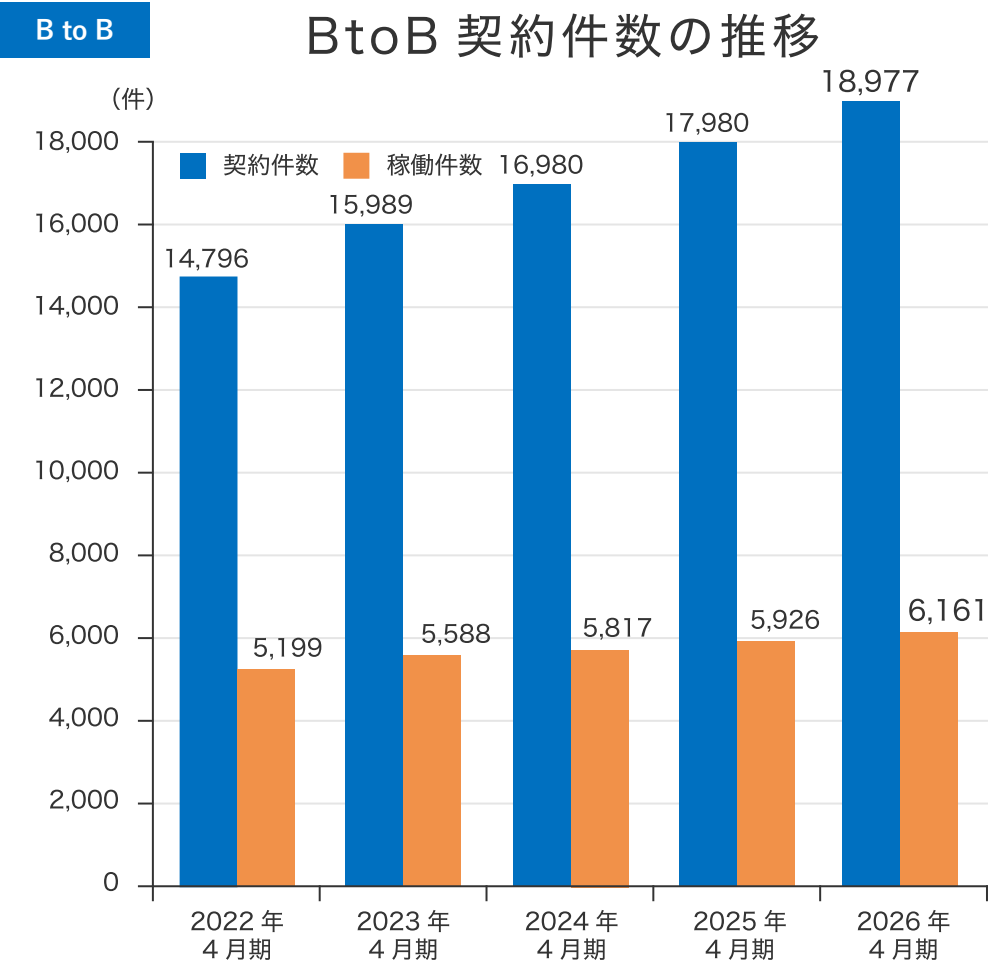
2026年4月期の施策と実施状況（BtoB）

前回の成長施策	個別施策	2026年4月期の実施状況
市場シェアの拡大	トップセールス強化による大手顧客の獲得	キーマンへの工場見学による関係性構築や紹介、つながりによる大手顧客の獲得を実現した
	既存顧客への提案力強化と継続率向上	方針を変更し、競合先撤退による商品開発と切替営業強化による市場獲得を優先した
	セミナー／展示会による新規接点の創出	PHOTONEXT出展やニューボーンをはじめとした各種団体イベントに出展し顧客を獲得した
利益率の向上	インサイドセールスを活用した営業体制の高度化	カスタマーサクセスによるフリーランスへの提案を行い、早期注文率の向上を図った
	自動化・省力化設備による生産性向上	大判印刷機による印刷効率の向上や貼り合せ機変更による材料費低減を実現。自動検査装置の導入は次年度に繰越した
	独自技術による高単価商品の開発	開発に至らなかったが、カスタマイズ対応ノウハウを活かした、大手顧客囲い込み施策は継続していく
新たなニーズへの対応	BPO型サービスモデルの拡充	大手顧客など相当数の契約を獲得
	フォトブック周辺サービスの提供（AIレタッチサービスなど）	AIレタッチサービスは拡販に苦戦。婚礼版snapCINEMAの商品化に向けフロー構築中
	社外パートナーとの連携による新サービスの企画・提案	他社と連携し、複数の企画の検討を進めている

2026年4月期の施策と実施状況（BtoC/OEM/BET）

前回の成長施策	個別施策	2026年4月期の実施状況
注文機会の拡大	アプリUI/UXの改善によるコンバージョンの改善	マイブックエディターを大幅バージョンアップし、2026年6月にリリースした
	オプション設計の見直しとパーソナライズ対応	オプション商品の一部において、多色展開とデザイン変更によりアップセルに成功した
	卒園・卒業アルバム市場の変化に対応した提案活動	学年人数が少数の学校向けにDMを送るも卒アル受注は伸び悩んだ
新規顧客層の開拓	コミュニティマーケティングを通じた新規獲得	子育て中の方達を生徒に持つフォトグラファー様のコミュニティへのアプローチを実施
	多様なニーズに応える商品展開で裾野を拡大	カレンダーのサイズ追加と全面レイアウトを追加。季節商品の新規顧客獲得にも寄与
	新ジャンル・趣味層へのターゲティング多様化	推し活EXPOへ出展。IP保有会社との独自商品開発を実現した（阪神タイガース様）
VTuber・グッズ領域の新市場開拓	海外市場への進出	プラットフォームとともにアメリカに進出し、現地でのVTuberの採用、活動を開始した
	新ジャンルへの進出（男性ライバー等）	男性ライバー事務所を2025年9月に立ち上げた。ライバー獲得が課題
	キャラクターグッズ企画・製品開発の強化	抱き枕企画や浮空ライブステージHomeなどの販売展開を行っているが、市場の大きな開拓までは至っていない

フォトブック事業
 前回までの重要指標の推移



空中ディスプレイ事業 前回からの変更点

前回の成長施策	「中期経営計画 2026-2028」	変更点
プレート販売の拡大	戦略①既存ビジネス拡張 戦略②自社アセット拡張	自社製造中心から特許などアセット提供中心に方針転換。その方針のもと自社技術開発センターは閉鎖
高付加価値ソリューションの提供	戦略①既存ビジネス拡張	プレート売りからソリューション提供へ。自社保有プレートを活用
VTuber・グッズ領域の新市場開拓	戦略③BtoCビジネス成長	フォトブック事業からセグメント変更。子会社BETとの協調を重視
エンタメ領域へのチャレンジ	戦略④地域活性化促進	地域でのVTuberフェスの実施や地方自治体との繋がり強化など基本路線は変わらず
研究開発	戦略②自社アセット拡張	受動系から能動系へ研究重点テーマを移管。技術などをパッケージ化し戦略パートナーとのビジネス化を指向

空中ディスプレイ事業の2026年4月期の施策と取組状況

前回の成長施策	個別施策	2026年4月期の実施状況
プレート販売の拡大	自治体／公共施設への導入営業強化	全国1,800自治体向けに浮空ライブステージ匠を中心としたセールスの開始。空中×AIのソリューションの評価が高く、複数の自治体にて導入検討が進んでいる
	戦略パートナーとの業務提携による販路拡大／海外市場の選択と集中	中国（Yesar社）とのライセンス契約を締結。海外におけるライセンスビジネス展開へ向け舵をきった
	自社工場を活用した柔軟な生産体制構築	中長期観点からの経営判断により技術開発センター閉鎖を決定
高付加価値ソリューションの提供	XR技術による没入型体験を活用したプロモーション展開	XRチームにてSNSを活用したプロモーションを積極的に展開（X、YouTube、TikTok）。「バーチャル×新技術」の独自のサービスを所有する企業としての認知が広がっている
	自社およびIPホルダーとの協業による高付加価値商材の開発と販売	大手IP保有会社や中堅VTuber事務所などのIPと連携し、イベント開催時に独自商品やグッズの販売を展開。新たにフラワーチアーのサービス展開を開始

空中ディスプレイ事業の2026年4月期の施策と取組状況

前回の成長施策	個別施策	2026年4月期の実施状況
エンタメ領域へのチャレンジ	エンタメ×地方創生によるイベント実施・共創プロジェクト推進	第2回おりづるVTuberフェス（広島）、第2回阿波VTuberフェス（徳島）を開催
	VTuber等と協業したロケーションイベントの企画運営	館林（群馬）、花巻（岩手）においてVTuberを活用した観光プロモーション事業を実施
	地方創生事業のコンサルティング提供	実施できなかった
研究開発	能動系技術開発へのチャレンジ	能動系技術の試作機を段階的に製作・検証を進めた。あわせて戦略パートナーを模索
	ベンチャー企業との共同開発（MR体験ツール等）	XR体験サービスのアプリアップデートを実施。UXの改善を着実に実施中

空中ディスプレイ事業 前回までのKPIのフォローアップ

主要施策	設定したKPI	2026年4月期の実施状況
市場創造に向けた戦略パートナーの獲得	市場創造に向けた戦略パートナーとの提携・・・1件以上	中国市場においてYesar社と樹脂製ASKA3Dプレートに関するライセンス供給契約を締結
XRチームとの融合による新たなビジネス機会の創出	自社製及び他社IPを活用したコンシューマー向け製品の開発・・・3件以上	・ 浮空ライブステージHome（個人VTuberとのコラボ製品）・・・10件 ・ 浮空ライブステージ匠・・・1件 ・ 阿波VTuberフェスでのファン向け応援企画製品の展開・・・1件（フラワーチャー）
能動系技術開発	特許申請・・・5件以上	国内特許申請件数・・・6件（別途、海外申請5件、PCT出願2件）

1. 会社概要
2. ビジネスモデル
3. 中期経営計画
4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況
- 5. リスク情報**

6. 業績ハイライト

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、葬儀の小規模化が進んでいる。	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・M&A	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。

※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。

1. 会社概要
 2. ビジネスモデル
 3. 中期経営計画
 4. 前回からの変更点と2026年4月期の施策実施状況
 5. リスク情報
 - 6. 業績ハイライト**
-

全体のポイント

2026年4月期決算について

- 売上については、3事業とも前年を下回った。特に、安定ストック型モデルであるフューネラル事業は、1年を通して全国的な葬儀施行件数の減少の影響を受けてしまった。
- 利益については、フューネラル事業は苦戦したが、フォトブック事業は粗利率が改善し、増益となった。空中ディスプレイ事業においては、前期に計上した棚卸資産の評価損および保有資産の減損損失が剥落した。その結果、技術開発センター閉鎖に伴う損失を計上したものの、営業利益、経常利益、当期純利益とも前期を上回った。
- 配当については、当初の計画と同じく、1株当たり配当金7.00円として株主総会に上程し、承認を得た。

2027年4月期計画について

- フューネラル事業は、葬儀施行件数の回復、tsunagooの利用増加、新サービスや新領域での売上増などで増収増益を計画。
- フォトブック事業は売上は増加するものの、材料費や人件費の増加、東京支社統合関連費用の負担が大きく、減益を計画。
- 空中ディスプレイ事業は、新技術への開発投資、東京支社統合関連費用の負担があるものの、ライセンス収入や技術開発センター閉鎖による固定費の削減により、損失幅の縮小を計画。
- 現在東京において事務所が3拠点に分散しており、その統合にかかる費用を予算化。
- 全体としては、増収増益を計画し、配当予想は1株当たり7.00円としている。

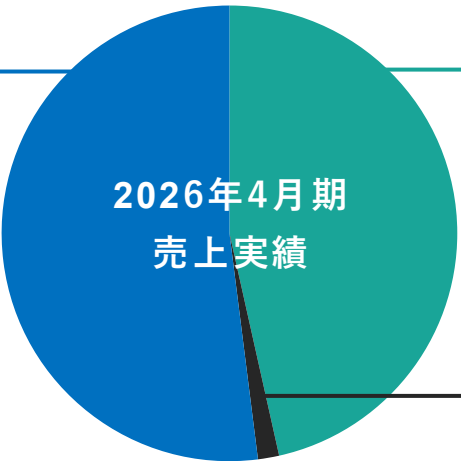
決算概要

安定成長型ビジネスモデル

フォトブック事業

52.0%

「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6,100社の写真館などBtoB向けやコンシューマーに年間約127万冊（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

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。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進める。

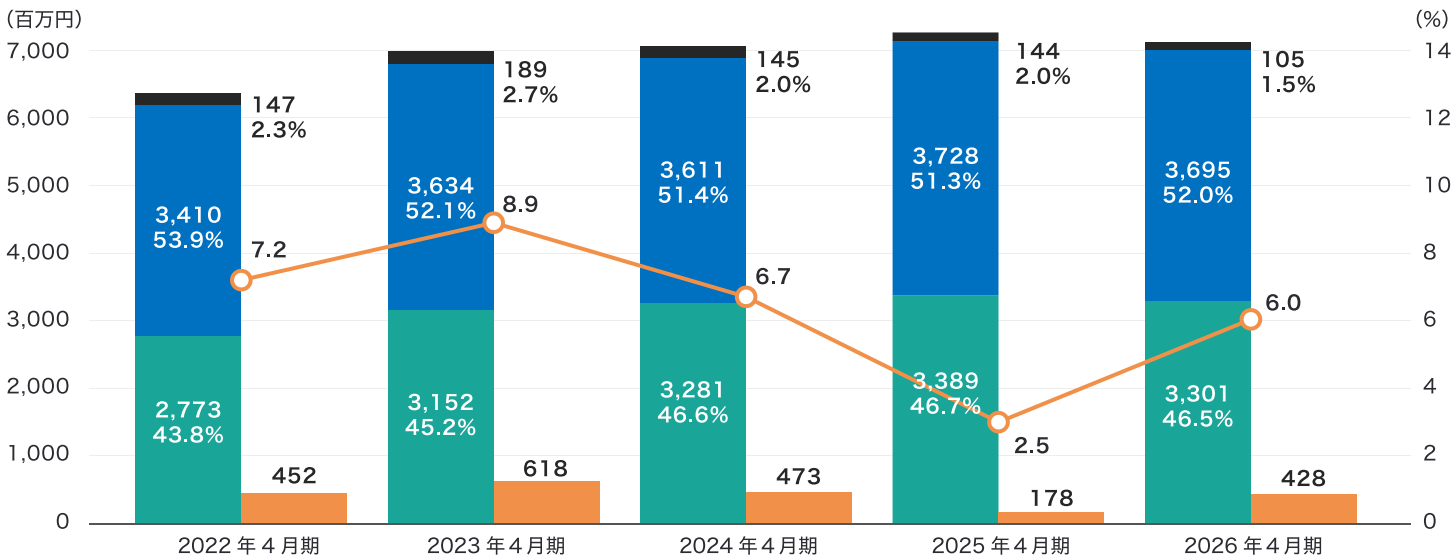
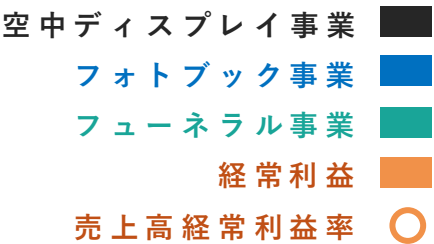
ニッチストック型ビジネスモデル

フューネラル事業

46.5%

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3,240ヵ所の葬儀社などB to Bを主体に年間約48万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



※売上はセグメント間取引消去後の数値を記載しております。（連結）

損益状況

単位：百万円

	2025年度4月期		2026年4月期				増減額		増減比%
	実績	%	実績	%	計画	%	対計画比	対前期比	対前期比
売上高	7,263	100.0	7,102	100.0	7,580	100.0	△477	△160	△2.2
（フューネラル事業）	3,389	46.7	3,301	46.5	3,590	47.4	△288	△88	△2.6
（フォトブック事業）	3,734	51.3	3,704	52.2	3,795	50.1	△90	△29	△0.8
（空中ディスプレイ事業）	144	2.0	105	1.5	200	2.6	△95	△39	△27.3
（セグメント間売上）	△5	△0	△8	△0.2	△5	△0.1	△3	△3	-
売上原価	4,220	58.1	3,867	54.4	-	-	-	△353	△8.4
売上総利益	3,042	41.9	3,235	45.6	-	-	-	+192	+6.3
販売費及び一般管理費	2,868	39.5	2,843	40.1	-	-	-	△25	△0.9
営業利益	173	2.4	391	5.5	435	5.7	△43	+218	+125.6
経常利益	178	2.5	428	6.0	450	5.9	△21	+249	+139.7
当期純利益	△263	△3.6	292	4.1	261	3.4	31	+555	-

- 売上高は、3事業において、当初計画を下回り、前期比微減となった。
- 営業利益、経常利益は、フォトブック事業のセグメント利益が好調だったことに加え、前期計上した空中ディスプレイ事業での棚卸資産評価損が剥落したため、計画は未達だったものの、前年実績からは回復した。
- 当期純利益も、前期計上した減損損失・投資有価証券評価損が剥落したため、前年実績に比べ回復した。

セグメント別損益状況

単位：百万円

	2025年度4月期		2026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	3,389	801	3,301	△88	632	△169
フォトブック事業	3,734	601	3,704	△29	677	+76
空中ディスプレイ事業	144	△533	105	△39	△283	+249

- フューネラル事業は、主力の遺影写真加工収入が全国的な葬儀施行件数の減少傾向の影響を受け減少し、減収減益を余儀なくされた。
- フォトブック事業は、子会社BETの損益が苦戦したものの、新製品の投入、値上げ効果により売上が堅調に推移するとともに、原材料高を上回る生産効率の向上により粗利率が改善し、増益となった。
- 空中ディスプレイ事業は、前期計上した棚卸資産評価損が剥落したため、セグメント損失は縮小した。

業績見通し（前年比較）

単位：百万円（1株当たり当期純利益・年間配当を除く）

	2026年度4月期	2027年4月期	前年比
売上高	7,102	7,860	+10.7%
フューネラル事業	3,301	3,710	+12.4%
フォトブック事業	3,440	3,590	+4.4%
空中ディスプレイ事業	369	570	+54.5%
内部売上	△8	△10	-
営業利益	391	460	+17.4%
経常利益	428	475	+10.8%
当期純利益	292	315	+7.6%
1株当たり当期純利益（円）	18.95	21.13	+11.5%
1株当たり年間配当（円）	7.00	7.00	-円

連結子会社株式会社BETは、2027年4月期より、フォトブック事業セグメントから空中ディスプレイ事業セグメントに変更するため、比較の便宜上、2026年4月期の数値も空中ディスプレイ事業に含めて表示しております。



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、2027年7月を予定しております。