



日本BS放送株式会社
個人投資家説明会資料
東証一部 コード:9414

2017年6月30日

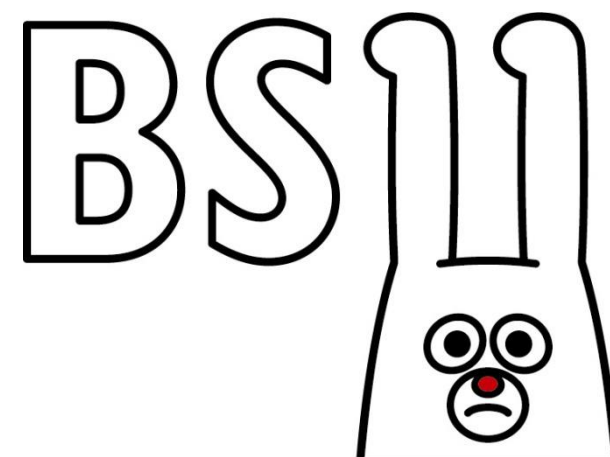
I	会社概要	・・・ 2
---	------	-------

II	事業環境	・・・ 11
----	------	--------

III	第2四半期決算概況と通期の見通し	・・・ 16
-----	------------------	--------

IV	重点経営施策	・・・ 26
----	--------	--------

I 会社概要



会社概要

本社	東京都千代田区神田駿河台2-5
事業内容	全国無料のBSハイビジョン放送“BS11”チャンネルの運営
代表者	代表取締役会長兼社長 齋藤 知久
設立	1999年8月
資本金	4,183,198千円(2016年8月31日現在)
従業員数	82名(2016年8月31日現在)

沿革

1999年8月	株式会社ビックカメラにより、衛星放送の番組及び普及に関する調査研究を目的として設立
2000年12月	BSデジタルデータ放送開始
2004年9月	東経110度CSデジタル放送開始
2007年12月	BSデジタルハイビジョン放送(BS11)開始
2010年 4月	一般社団法人日本民間放送連盟に入会
2010年11月	株式会社ジュピターテレコム(J:COM)において再送信開始
2011年10月	接触率調査(BSパワー調査)に参加
2014年3月	東京証券取引所市場第2部へ上場
2015年3月	東京証券取引所市場第1部へ上場

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

当社は、国民共有の希少資源である電波を預かる放送事業者として公共的使命と社会的責任の重要性を深く認識しています。「質の高い情報を提供することで人々に感動を与え幸せな社会づくりに貢献します」という経営理念のもと、企業の持続的な成長と中長期的な企業価値向上を図るため、実効性のあるコーポレートガバナンスを実現してまいります。

経営理念

質の高い情報を提供することで
人々に感動を与え

幸せな社会づくりに貢献します。

経営ビジョン

豊かで癒される 教養・娯楽番組と
中立公正な 報道・情報番組を発信し

『価値ある時間』を約束します。

行動指針

- 公共的な使命を認識し社会の信頼に応えます。
- 良質なコンテンツの創造を追求します。
- 常に新しい可能性に挑戦します。

全国どこでも無料で見られるBS放送局の運営

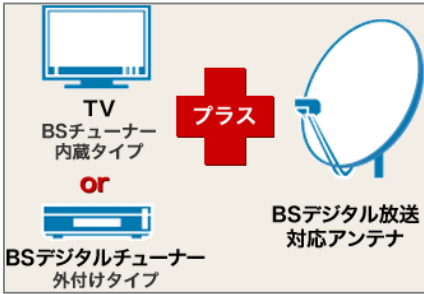
BS放送のチャンネル(全国)

無料/有料	有料		無料					有料						無料	
リモコン	1	2	4	5	6	7	8	9	9	9	10	10	10	11	12
放送局名	(NHK BS1)	(NHK BSプレミアム)	BS日テレ	BS朝日	BS-TBS	BS JAPAN	BSフジ	WOWOWプライム	WOWOWライブ	WOWOWシネマ	スターチャンネル1	スターチャンネル2	スターチャンネル3	当社 BS11	Twelve

地上波放送のチャンネル(関東)

リモコン	1	2	4	5	6	7	8
放送局名	NHK総合	NHKEテレ	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ

BS11の視聴に必要なもの



または ケーブルテレビ加入

CATV

エンターテインメント

水 よる8時00分～8時54分



尾上松也の 謎解き歴史ミステリー

歌舞伎俳優の尾上松也さんが多彩なゲストと共に、歴史の不可解な事件や史実をもとにロマンを巡らせる歴史推理番組です。

木 よる7時00分～8時54分

※一部日程を除く



あなたが会った 昭和の名曲

今あなたが聴きたい昭和の名曲を募集。その曲にまつわるエピソードの紹介と共に、豪華演歌歌手が生放送でリクエストにお応えする参加型歌謡番組。

エンターテインメント

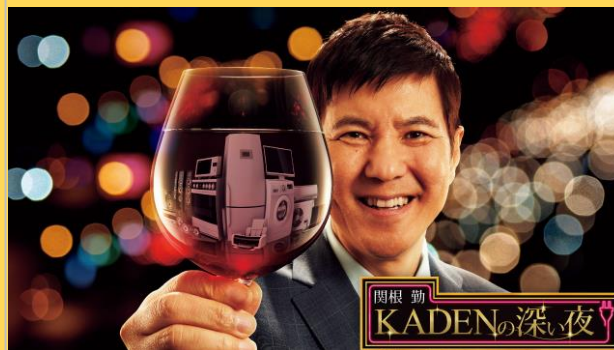
火 よる8時00分～8時54分



あのスターに もう一度逢いたい

一緒に仕事をした著名人、プライベートで親しかった友人らを招き、貴重な映像を交えながら、昭和に活躍した大スターの功績をたどります。

水 よる10時00分～10時30分



関根勤 KADENの深い夜

身の回りのあの家電や最新家電の秘密を根掘り葉掘り深く掘り下げる大人の超こだわり家電番組。

木 よる11時30分～0時00分



アニゲー☆イレブン！

アニメ・ゲームの話題を中心に、声優・歌手など旬なゲストと^秘トークをお届け！業界の舞台裏にも潜入するエンタメ総合情報番組。

紀行・教養

月 よる8時00分～8時54分



京都浪漫 ～美と伝統を訪ねる～

世界で最も人気の観光地の一つである京都。奥深い魅力に満ちた京文化を、京都在住の女優・本上まなみさんがご紹介いたします。

火 よる10時00分～10時54分

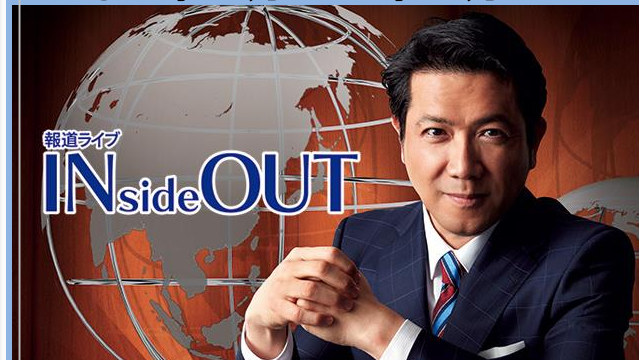


太田和彦 ふらり旅 いい酒いい肴

居酒屋探訪家の太田和彦さんが隠れた名店や穴場の居酒屋を巡ります。「居酒屋選びのポイント」など実践に役立つ情報も盛りだくさんでお届けします。

ニュース・経済

月～金
よる8時59分～9時49分



報道ライブ INsideOUT

今起きていることの「知りたい」に分かりやすく応える報道番組。政治・経済・健康・医療を軸にタイムリーなテーマでお届けします。

スポーツ

月～金
よる9時49分～9時55分



LPGA 大人のゴルフ塾

LPGAのティーチングプロが、1日1テーマに絞ってレッスンを展開。基本テクニックに加え、応用テクニックもご紹介します。

水(毎月第4週目)
よる11時30分～00時00分



全日本プロレスイレブン

毎回注目選手にクローズアップして紹介。また、試合の様様や最新情報もお届けする、魅力満載の“新生”全日本プロレス番組。

9月10日 11月4日・5日
よる8時00分～9時54分



BS11ソフトボール中継 日本女子ソフトボールリーグ

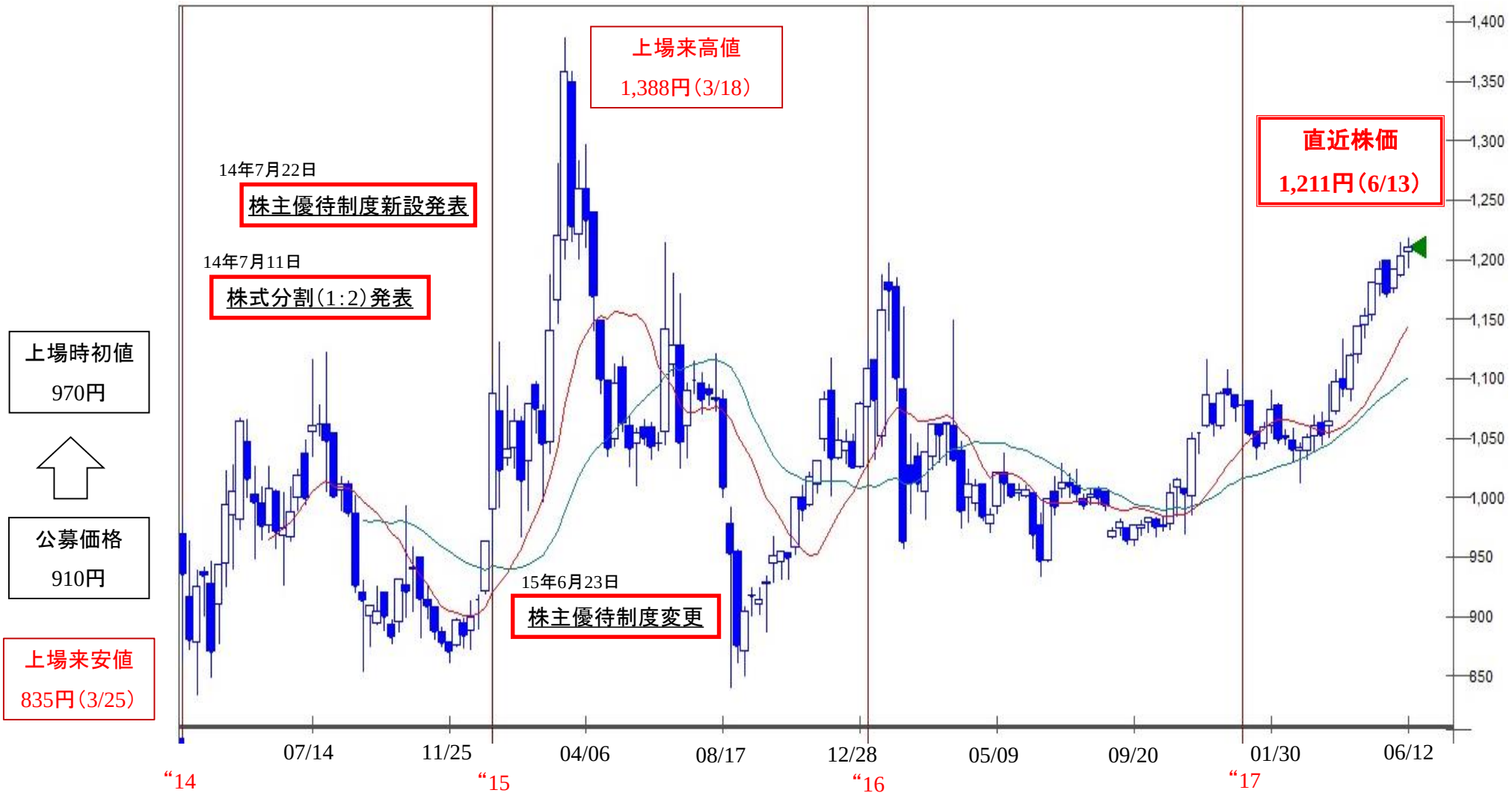
世界最高峰と称される日本の女子ソフトボールリーグ。はたして日本一に輝くのはどのチームか！？

2014年3月12日

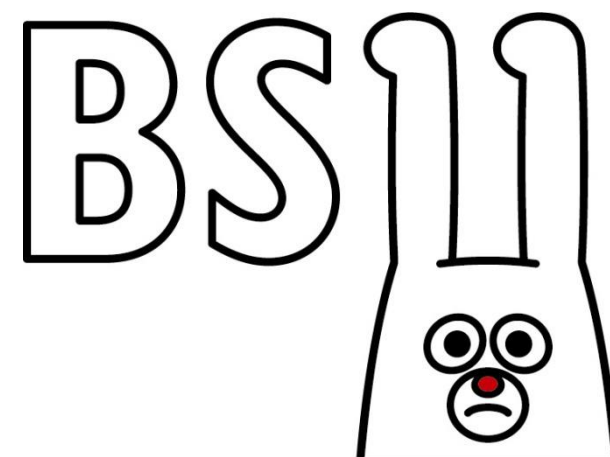
2015年3月12日

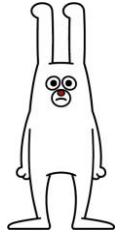
東証第2部上場

東証第1部指定



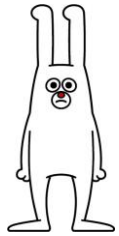
Ⅱ 事業環境





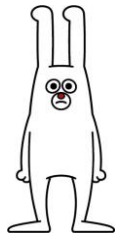
POINT 1

全時間帯において、全国約4,000万世帯で同時に同一の放送を視聴可能



POINT 2

BSの市場規模は毎年成長を継続



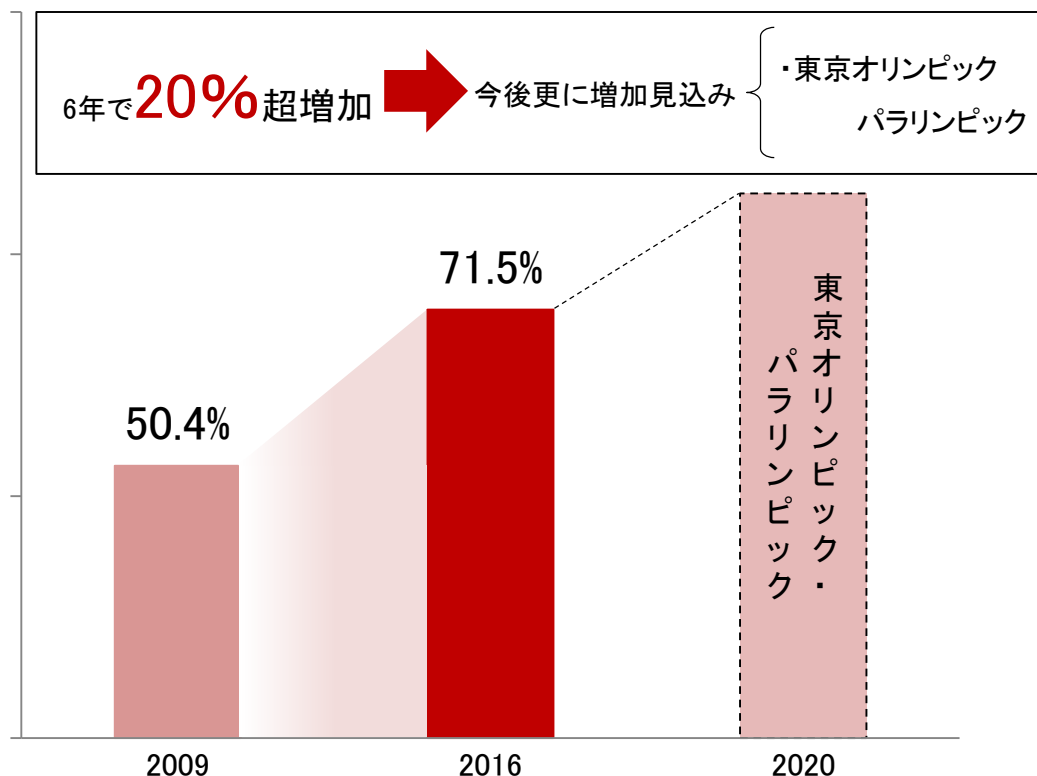
POINT 3

地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現

【全時間帯において、全国約4,000万世帯で同時に同一の放送を視聴可能】

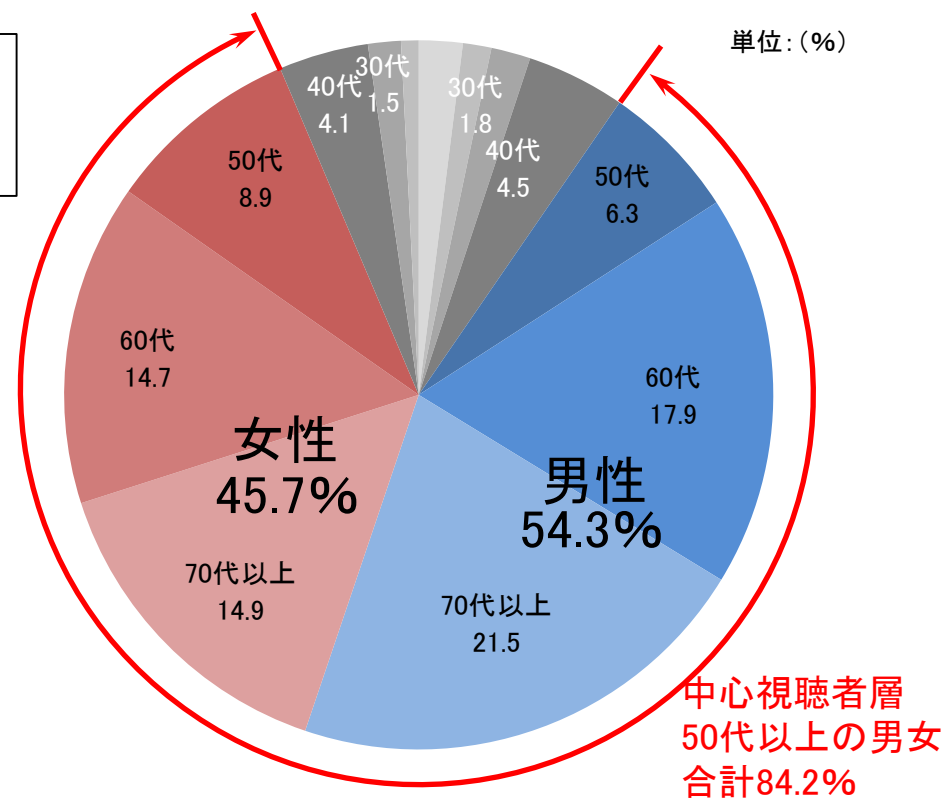
- ◆2011年の地上テレビ放送完全デジタル化を契機に、BSチューナー搭載テレビ累計出荷数**1億3000万台**
- ◆パラボラアンテナ・ケーブルTVを利用したBS放送視聴可能世帯も約**4,000万**世帯まで普及（約70%）

BSデジタル放送視聴可能世帯



（出所）ビデオリサーチ「BS世帯普及率調査」
※ 2009年は8月と10月調査の平均。2016年は2016年6月と2016年12月の平均。

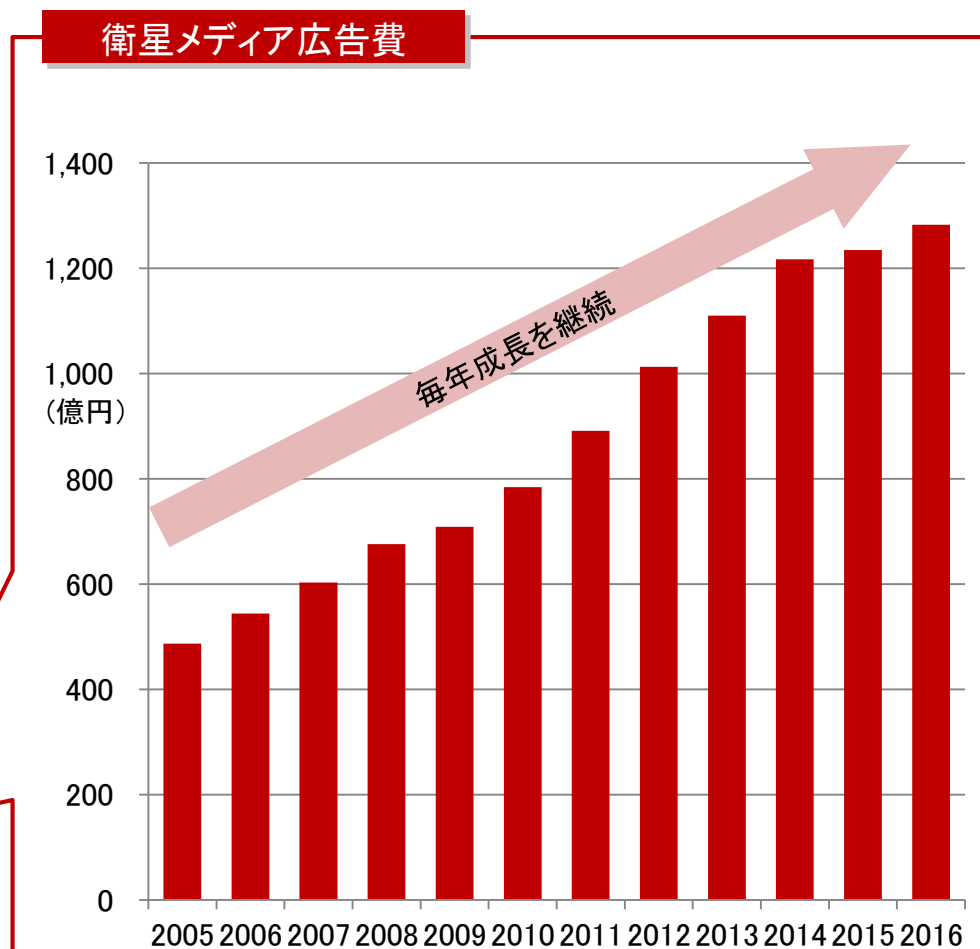
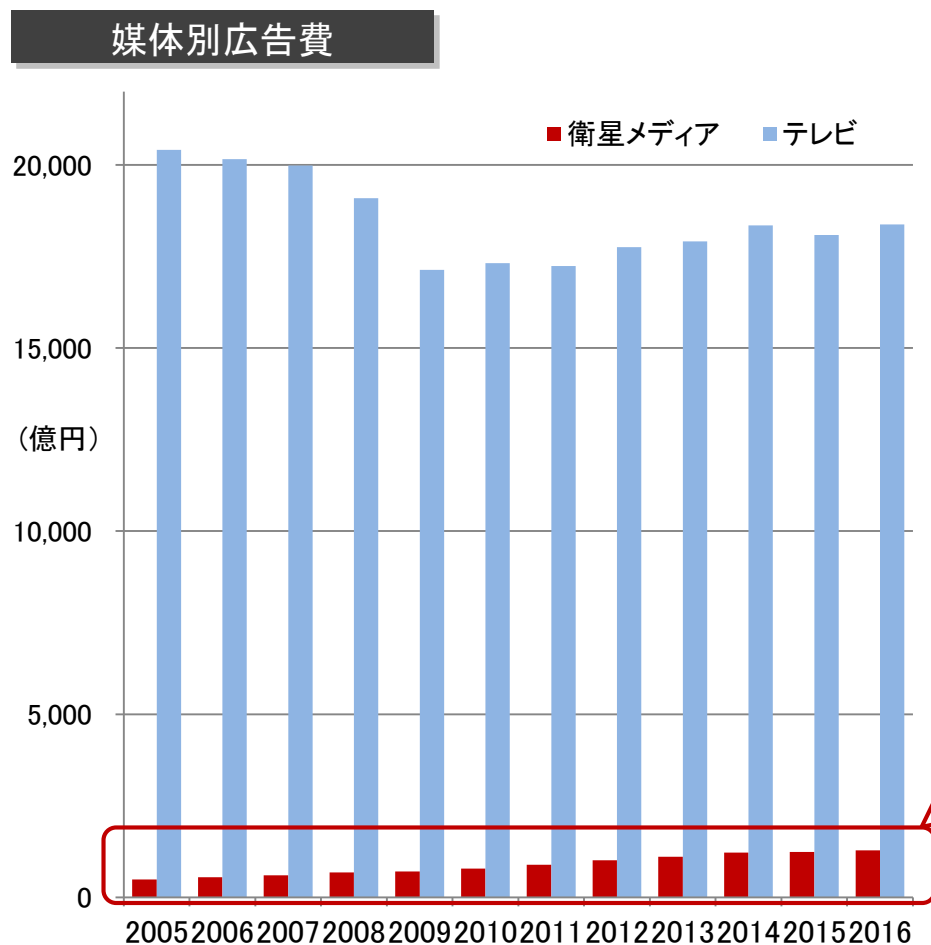
民放BSよく見る層の性年齢構成



（出所）「BSデジタル放送メディアパワーガイド2016」
※ 無料民放BS放送を「ほぼ毎日見る」or「週4～5日」見ると回答した人の割合。

【BSの市場規模は毎年成長を継続】

◆ 地上波の広告費が横ばいに対し、BS広告市場は成長を続ける



(出所) 電通「日本の広告費」※ 衛星メディアにはBS放送、CS放送、ケーブルテレビが含まれる

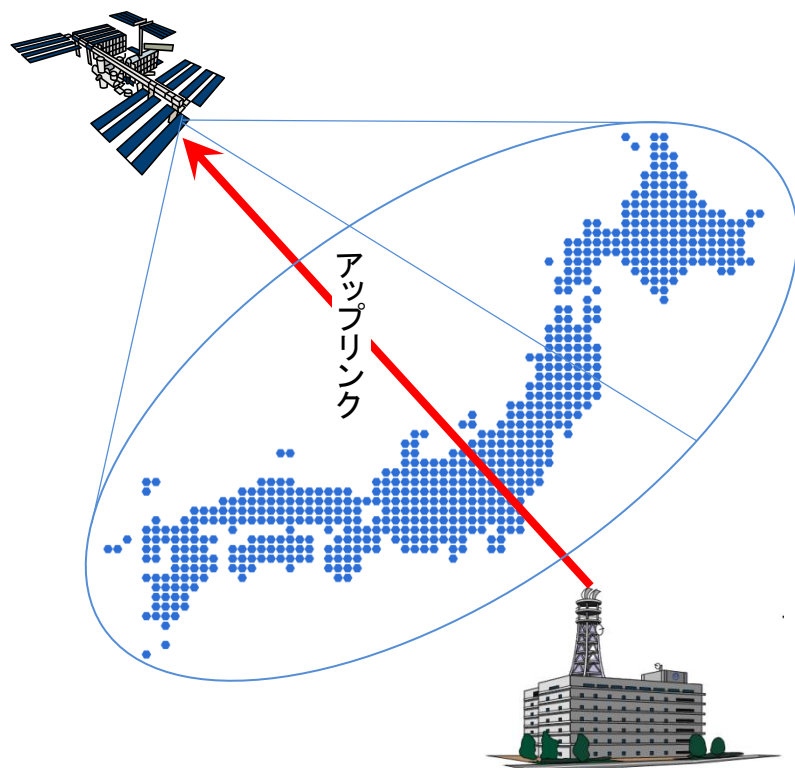
【地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現】

◆地上波に比べ低コストでの放送 ⇒ 効率的な広告費で日本全国に放送可能

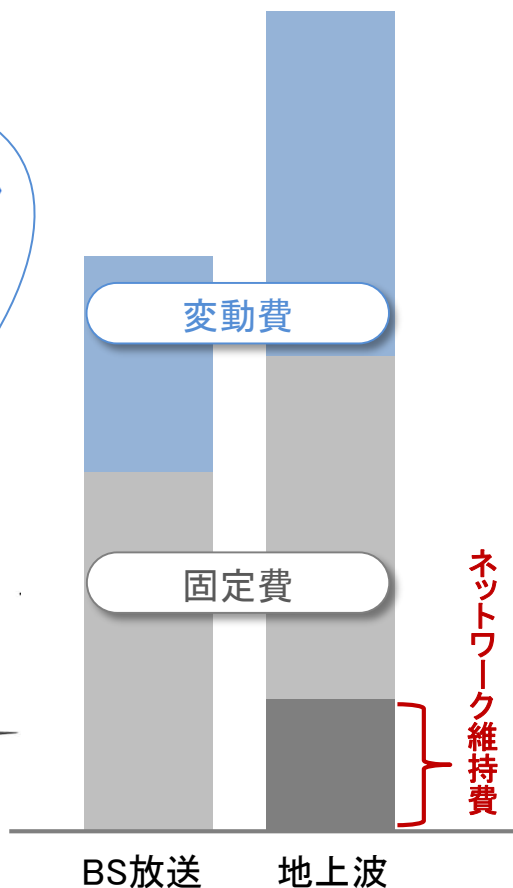
無料BS放送

コスト構造の比較

キー局系列の地上波放送

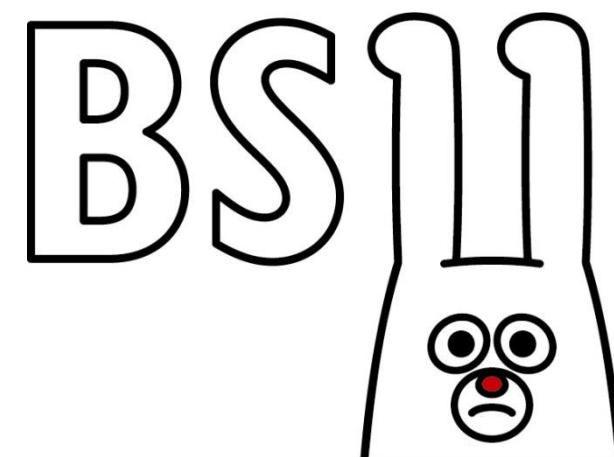


- ・日本全国に電波の送信が可能
- ・ネットワークの構築が不要



- ・少数チャンネル地域の存在
- ・嵩むネットワーク維持費

Ⅲ 第2四半期決算概況と通期の見通し



2017年8月期 第2四半期 総括

売上高 **5,408百万円** (前期比 10.4%増)

営業利益 **1,189百万円** (前期比 0.4%増)

- 売上高は、前年を大きく上回ったものの、計画比若干の未達
- 営業利益は、前年比微増、計画は大きく上回り推移
- 高品質な自社制作番組と人気番組の購入による広告枠の付加価値向上
- 番組視聴世帯数増加を目的とした効率的な広告宣伝の実施

(単位: 百万円、下段は構成比)

	2016年8月期 第2四半期 累計	2017年8月期 第2四半期累計						主な変動要因(計画比)
		実績	前年 同期比	増減額	計画 (期初)	計画比 (期初)	増減額 (期初)	
売上高	4,898 (100.0%)	5,408 (100.0%)	+10.4%	+509	5,600 (100.0%)	▲3.4%	▲191	(売上高) タイム収入、スポット収入共に、 若干の計画比未達
売上総利益	2,717 (55.5%)	2,849 (52.7%)	+4.9%	+132	— (—)	—	—	(段階利益) ・売上原価・販管費の効率的使用 により、売上高計画比未達分を補 い、利益計画比増加
営業利益	1,184 (24.2%)	1,189 (22.0%)	+0.4%	+4	965 (17.2%)	+23.3%	+224	<<利益増加の具体的要因>> <u>売上原価:</u> ・番組関連費用を計画内で 効率的使用 ・その他原価項目の効率的使用 <u>販売管理費:</u> ・広告関連費用を計画内で 効率的使用 ・その他販管費の効率的使用
経常利益	1,185 (24.2%)	1,190 (22.0%)	+0.4%	+4	965 (17.2%)	+23.4%	+225	
四半期純利益	802 (16.4%)	813 (15.0%)	+1.4%	+10	630 (11.3%)	+29.1%	+183	

(単位: 百万円、下段は構成比)

	2016年8月期 第2四半期累計	2017年8月期 第2四半期累計			
		実績	前年同期比	計画	計画比
売上高	4,898 (100.0%)	5,408 (100.0%)	+10.4%	5,600 (100.0%)	▲3.4%
タイム収入	3,594 (73.4%)	4,009 (74.1%)	+11.6%	4,120 (73.6%)	▲2.7%
スポット収入	1,218 (24.9%)	1,291 (23.9%)	+6.0%	1,384 (24.7%)	▲6.7%
その他	86 (1.7%)	107 (2.0%)	+24.7%	95 (1.7%)	+12.9%

主な増減要因(前年同期比)

■ タイム収入

- ・番組提供枠の販売が好調に推移
- ・通販枠単価が引き続き上昇したことによりタイム収入増加

■ スポット収入

- ・人気ドラマを編成することで、間に放送する通販スポット販売が引き続き堅調に推移
- ・BS放送の媒体価値向上に伴い、純広スポットも順調に増加

■ その他

- ・アニメ製作委員会への出資に伴う配当金収入、番組販売に伴う収入等の増加

主要費用項目実績

(単位: 百万円、下段は売上比)

	2016年8月期 第2四半期累計	2017年8月期 第2四半期累計		
		実績	前年同期比	主要な増減要因
番組関連費用(原価)	1,245 (25.4%)	1,550 (28.7%)	+24.5%	
番組購入費	185 (3.8%)	279 (5.2%)	+50.7%	人気ドラマ、映画等の購入による増加
番組制作費	1,060 (21.6%)	1,271 (23.5%)	+19.9%	放送番組内容の充実による増加
放送関連費用(原価)	339 (6.9%)	313 (5.8%)	▲7.7%	
放送委託費	277 (5.7%)	277 (5.1%)	—	
技術費	61 (1.2%)	35 (0.7%)	▲42.6%	放送関連施設移設費用の減少 (前年: 放送関連施設移設に伴う費用の増加)
広告関連費用(販管費)	418 (8.5%)	448 (8.3%)	+7.1%	
広告宣伝費	377 (7.7%)	406 (7.5%)	+7.6%	番組視聴世帯数増加に向けた広告宣伝活動の強化による増加
販売促進費	40 (0.8%)	41 (0.8%)	+2.4%	

貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書の概要

貸借対照表

(単位: 百万円、下段は構成比)

		2016年8月期末	2017年8月期	
			第2四半期末	増減額
	流動資産	8,993 (56.3%)	9,235 (57.1%)	+242
	固定資産	6,986 (43.7%)	6,935 (42.9%)	▲50
資産合計		15,980 (100.0%)	16,171 (100.0%)	+191
	流動負債	1,640 (10.2%)	1,318 (8.1%)	▲321
	固定負債	59 (0.4%)	61 (0.4%)	+2
負債合計		1,699 (10.6%)	1,380 (8.5%)	▲319
純資産合計		14,280 (89.4%)	14,791 (91.5%)	+510
負債・純資産合計		15,980 (100.0%)	16,171 (100.0%)	+191

キャッシュ・フロー計算書

(単位: 百万円)

	2016年8月期 第2四半期累計	2017年8月期 第2四半期累計
営業キャッシュ・フロー	705	693
税引前当期純利益	1,185	1,190
減価償却費	119	111
売上債権の増減額(▲は増加)	▲51	▲0
仕入債務の増減額(▲は減少)	▲14	▲51
未払費用の増減額(▲は減少)	6	22
法人税等の支払額	▲481	▲460
投資キャッシュ・フロー	▲530	▲50
有形固定資産の取得による支出	▲537	▲43
財務キャッシュ・フロー	▲275	▲311
配当金の支払額	▲266	▲302
現金及び現金同等物の増減額	▲100	331
現金及び現金同等物の期首残高	6,131	6,893
現金及び現金同等物の期末残高	6,031	7,224

売上高

単位: 百万円

タイム収入

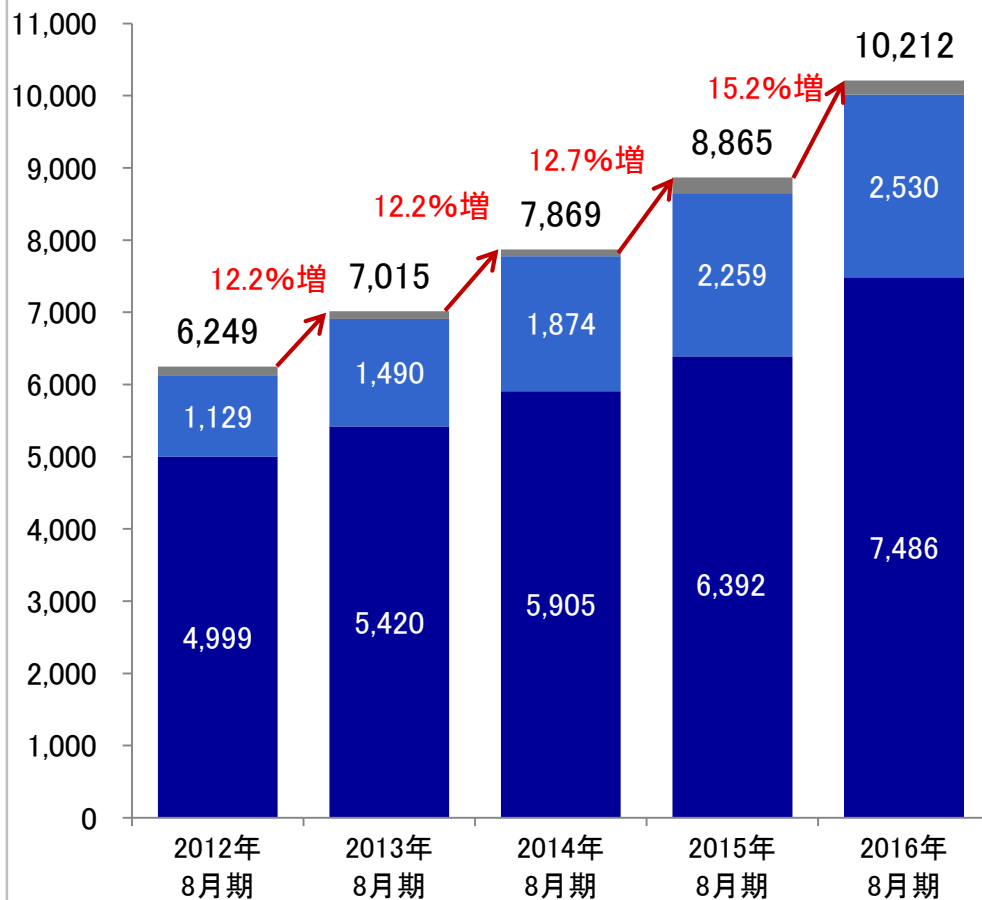
- ・広告主に番組の放送時間枠を販売
- ・広告主の提供する番組およびCMを放送

スポット収入

- ・広告主に番組と番組の間の時間枠等を秒単位で販売
- ・広告主のCMを放送

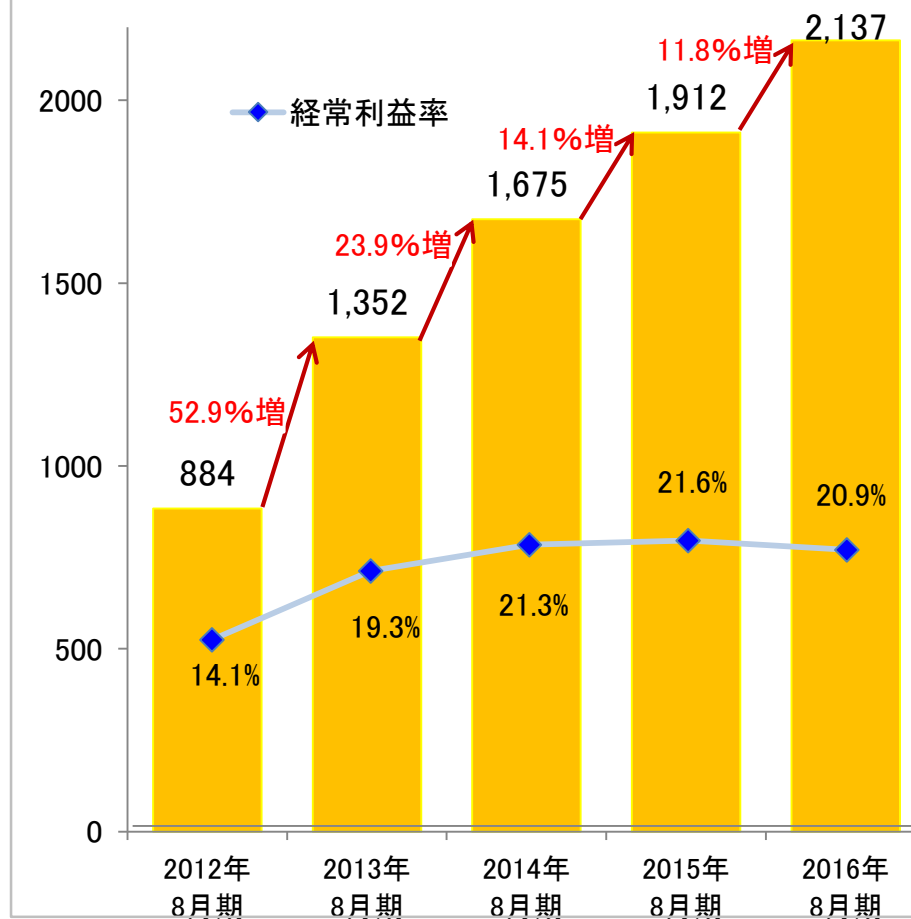
その他収入

- ・地上波ローカル局等への番組販売
- ・番組制作による収入



経常利益

単位: 百万円



売上高は**12,000**百万円(前期比17.5%増)、営業利益は**2,200**百万円(前期比4.3%増)、
当期純利益は**1,460**百万円を計画

(単位:百万円、下段は構成比)

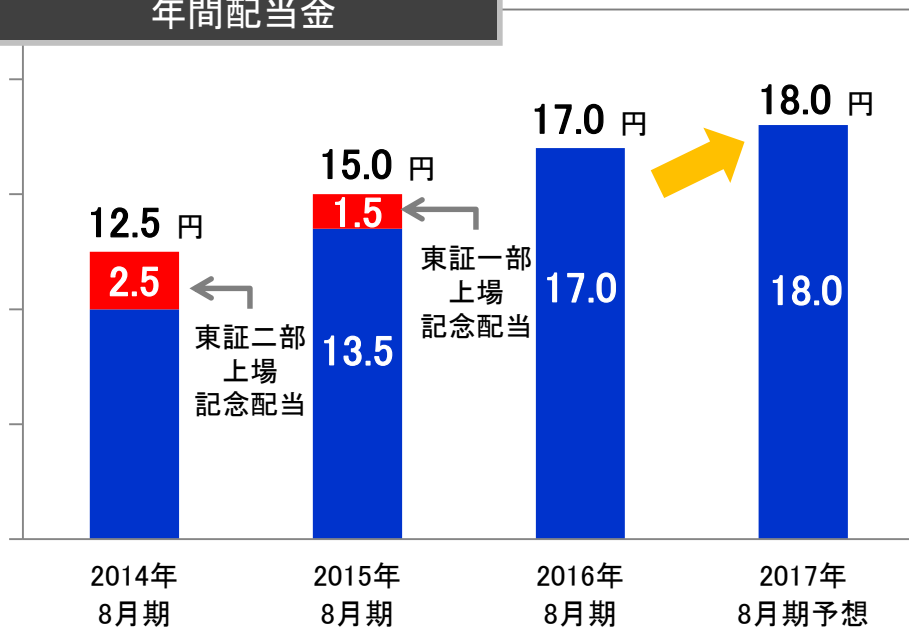
	2016年8月期		2017年8月期				
	第2四半期 累計	通期	第2四半期累計		通期計画		
			実績	前年同期比	計画	前年同期比	増減額
売上高	4,898 (100.0%)	10,212 (100.0%)	5,408 (100.0%)	+10.4%	12,000 (100.0%)	+17.5%	+1,787
タイム収入	3,594 (73.4%)	7,486 (73.3%)	4,009 (74.1%)	+11.6%	8,876 (74.0%)	+18.6%	+1,390
スポット収入	1,218 (24.9%)	2,530 (24.8%)	1,291 (23.9%)	+6.0%	2,871 (23.9%)	+13.5%	+341
その他	86 (1.7%)	195 (1.9%)	107 (2.0%)	+24.7%	251 (2.1%)	+28.6%	+55
営業利益	1,184 (24.2%)	2,108 (20.6%)	1,189 (22.0%)	+0.4%	2,200 (18.3%)	+4.3%	+91
経常利益	1,185 (24.2%)	2,137 (20.9%)	1,190 (22.0%)	+0.4%	2,200 (18.3%)	+2.9%	+62
当期純利益	802 (16.4%)	1,460 (14.3%)	813 (15.0%)	+1.4%	1,460 (12.2%)	▲0.0%	▲0

期末配当金を1円増配、18.0円を計画

配当政策の基本方針

- 当社は、BSデジタル放送事業者という高い公共性に鑑み 永続的且つ健全な経営の維持に努めるとともに、財務体質の強化と内部留保の充実を考慮しつつ、将来の事業展開等を総合的に勘案した上で、長期にわたり**安定した**利益配当を**継続的に**実施する方針です。
- 年1回**の期末配当を行うことを基本とします。

年間配当金



	2014年 8月期	2015年 8月期	2016年 8月期	2017年8月期 (予想)
年間配当	12.5 円	15.0 円	17.0 円	18.0 円
普通配当	10.0 円	13.5 円	17.0 円	18.0 円
記念配当	2.5 円	1.5 円	0 円	0 円
1株当たり 当期純利益	77.67 円	68.34 円	82.04 円	82.01 円

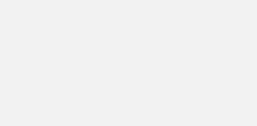
(注) 1. 2013年12月16日付株式分割(1対2)、及び2014年8月1日付株式分割(1対2)を遡及計算して記載。

株主優待制度の概要

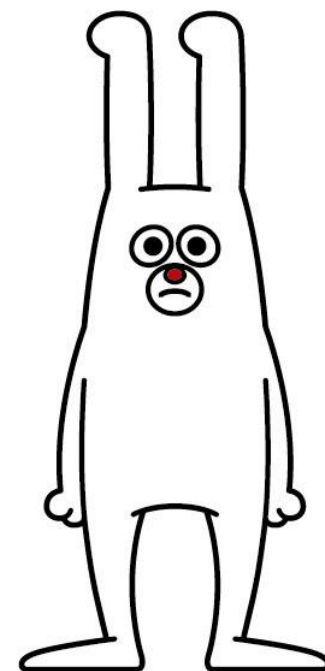
- ・ 8月末日、2月末日を基準日として、年2回の株主優待を実施
- ・ ビックカメラグループ全店で利用可能な「ビックカメラ商品券」1,000円券1枚を贈呈
- ・ 各基準日現在の当社株主名簿に記載または記録された当社株式1単位(100株)以上保有されている株主様が対象

長期保有株主優待制度の概要

- ・ 以下の2要件の両方に該当する株主様に対し、「ビックカメラ商品券」(1,000円券)を追加贈呈。
 - ①基準日(毎年8月末日、2月末日)の当社株主名簿に連続3回以上同一株主番号で記載または記録されたこと
 - ②当社株式1単位(100株)以上を継続して保有されていること

基準日		2月末日	8月末日
贈呈時期		5月	11月
贈呈内容	株主優待制度	ビックカメラ商品券1,000円券1枚	ビックカメラ商品券1,000円券1枚
	長期保有株主優待制度	ビックカメラ商品券1,000円券1枚	ビックカメラ商品券1,000円券1枚

IV 重点経営施策



持続的な成長への基本戦略＝「4つの“力”」と「5本の矢」

持続的成長に必要な『4つの“力”』

企画“力”

プロデュース“力”

キャスティング“力”

マーケティング“力”

企画 **力**
Planning

視聴者やクライアントのニーズを捉え、的確な企画立案

キャスティング **力**
Casting

映像の「商品価値」を高めるスタッフ・出演者のキャスティング

マーケティング **力**
Marketing

データベースを用いて潜在的な需要を喚起し効果的に戦略実行

プロデュース **力**
Produce

皆様の役に立つ、質の高い情報・番組を提供・制作

重点施策としての『5本の矢』

1. 自社制作番組の選択と集中

- ・ 人気番組に集中して資源を投下
- ・ 番組を「作品」から「商品」へと昇華

2. 情報番組の選択と拡大

- ・ プレミアエイジへのホスピタリティの強化
- ・ イベント等番組連動企画の立ち上げ

3. スポーツ&エンターテインメントの強化

- ・ 新たなニーズの発掘と適切な対応
- ・ 「癒し」や「楽しみ」を提供する番組作り

4. アニメ番組の強化

- ・ 得意分野の更なる強化
- ・ 目指すのは「アニメといえばBS11」

5. 地方局とのコラボレーションの強化

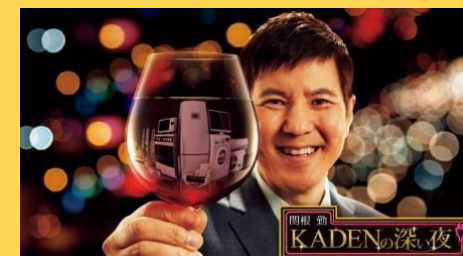
- ・ 独立局の強みを生かした差別化施策
- ・ 日本各地の「いいもの」を全国へ発信

① 自社制作番組の選択と集中

【データベースを活用し中心視聴者層とクライアントのニーズをマッチング】

BSの視聴者層にマッチした歌謡番組や、コアな視聴者向けの番組、ゆったり見られる紀行番組など、視聴者とクライアントの様々なニーズに合わせ、自社制作番組へ資源を集中

エンターテインメント



紀行・教養



ニュース・経済



②情報番組の選択と拡大

・プレミアエイジへのホスピタリティ強化

全国どこからでも、いいものを欲しい時に購入。

全国各地で産出される「いいもの」を紹介することで、気軽に買いに行くことが難しいプレミアエイジに対して、「買う楽しみ」を提供。



③スポーツ&エンターテインメントの強化



・BS11ソフトボール中継
日本女子ソフトボールリーグ



・全日本学生柔道大会



・LPGA 大人のゴルフ塾



・柳家喬太郎のイレブン寄席

落語に色物、漫才と
演芸ファン必見の豪華寄席番組！
お茶の間に笑撃をお届けします。

④アニメ番組の強化

・アニゲー☆イレブン！

人気声優 久保ユリカさんをMCとしてアニメ・ゲームなど様々な情報を多彩なゲストと共に紹介する番組。



・製作委員会への出資

アニメコンテンツの放送のみならず、製作委員会へ出資し、チームの一員となることにより、より深くアニメに関わっていく。目指すのは、「アニメといえばBS11」。



© 河野裕・椎名優 / KADOKAWA/アニメ「サクラダリセット」製作委員会

⑤地方局とのコラボレーション強化

・京都夜桜を生中継

豊臣秀吉の「醍醐の花見」で有名な醍醐寺の国宝・五重塔を背景に、美しく花開く枝垂れ桜の模様を生中継。

独立系BS局の強みを生かし、全国のローカル局とタイアップすることで全国各地の「旬」を切り取って全国に紹介。



・共同製作番組

「西国三十三所 観音巡礼 祈りの旅」を複数のローカル局と共同製作。



開局10周年キャッチフレーズ



10年目を、みなさんと。
11年目も、その先も。

・10周年の感謝の気持ちを、「1」を10個花火のように並べることで表現。

開局10周年特別番組



・たけしの北野レガシー（7月15日（土）よる8時）

ビートたけしとベッキーが共演！

北野武の少年時代から青春時代、そして現在に至るまでに多大な影響を受けたモノから、今なお歴史に燦然と輝くモノを独断と偏見で取り上げ、たけしが「後世に残したいレガシー（遺産）」を認定し表彰します。

・白洲信哉「日本をみる眼」（7月8日（土）よる8時）

～鎌倉文士が愛した名店と名刹～

白洲次郎・正子と小林秀雄を祖父母に持つ白洲信哉が、鎌倉文士が愛した名店や名刹を探访する特別紀行番組。



・高橋英樹のクイズ！なるほど歴史館

一般常識とされる、あの歴史的事実のなるほどに迫る！歴史を新たな角度で考察する歴史クイズ番組。（8月18日（金）よる7時）

ほか、豪華ラインアップを企画中！

主な広告・広報展開実績

・ビックカメラ、コジマ、ソフマップ店舗網の活用

<看板広告展開>



ビックカメラ有楽町店



ビックカメラなんば店



ビックカメラ新宿東口店

掲出場所:

ビックカメラ池袋本店・有楽町店・新宿東口店・新宿西口店・赤坂見附店
ビックロ・名古屋駅西店・なんば店札幌店・ソフマップ秋葉原本店

<レジ同梱チラシ>



<店内エスカレーター広告>



・埋もれない、目に留まる 新聞広告を発信



・話題拡散を目的とした広報活動



4月改編 記者説明会



「高橋英樹のクイズ！
なるほど歴史館」記者会見

イベントへの出展

・AnimeJapan2017



来場者14.5万人と日本最大のアニメイベントへ出展。
今年2回目はステージイベントと公開収録を実施し、多くの観客を集めた。

・東京モーターサイクルショー2017



来場者14万人以上のオートバイイベント。
会場ステージで当社番組「大人のバイク時間 MOTORISE」のイベントを実施し、番組コーナー「ぐっさんのバイク旅」を担当する山口智充さんが登場。



また、番組メインMCを務める元MotoGPライダーの中野真矢さんとバイク好きの女性タレントらによるトークイベントも開催いたしました。

コンテンツ販売実績(例)

・ハワイ新発見 ～楽園の島々を訪ねて～

8つの島々から成る太平洋の楽園、ハワイ諸島。その中でも、ネイバーアイランドと呼ばれる島々の魅力に着目。本当のハワイを知る旅へと誘う番組。



・太田和彦 ふり旅 いい酒いい肴

居酒屋探訪家・太田和彦が隠れた名店や穴場の居酒屋をめぐる。一度は訪ねてみたいお店情報はもとより、「居酒屋選びのポイント」など、実践に役立つ情報も盛りだくさん。



・日本ほのぼの散歩

日本各地を散策し、歩くからこそ見つけられる魅力をお届けする“癒し系”紀行番組。地元の方々との暖かな交流も人気の秘密。



成長のキーワード＝ **広告単価** × **広告数**

”力“ 4つの力

企画“力”

プロデュース“力”

キャスティング“力”

マーケティング“力”

収益

持続的な成長へ



5本の矢

- ① 自社制作番組の選択と集中
- ② 情報番組の選択と拡大
- ③ スポーツ&エンターテインメントの強化
- ④ アニメ番組の強化
- ⑤ 地方局とのコラボレーション強化

- ❑ 本資料は日本BS放送株式会社(以下、当社)の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
- ❑ 本資料には当社の業績、戦略、事業計画などに関する将来的予測を示す記述および資料が記載されております。これらの将来的予測に関する記述および資料は過去の事実ではなく、発表時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測です。
- ❑ また経済動向、他社との競合状況などの潜在的リスクや不確実な要因も含まれています。その為、実際の業績、事業展開または財務状況は今後の経済動向、業界における競争、市場の需要、その他の経済・社会・政治情勢などの様々な要因により、記述されている将来予測とは大きく異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

日本BS放送株式会社

経営戦略局 経営戦略部

TEL 03-3518-1900

URL <http://www.bs11.jp/>

