# 日本BS放送株式会社 2017年8月期 決算説明会

2017年10月25日

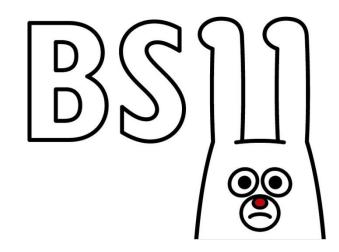


東証一部 コード:9414

I	決算概況	2
П	事業環境	••• 12
Ш	今後の見通し	17
IV	重点経営施策	24
V	(ご参考)会社概要	33



# I 決算概況



## 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

- 〇公共的な使命を認識し社会の信頼に応えます。
- 〇良質なコンテンツの創造を追求します。
- 〇常に新しい可能性に挑戦します。



2017年8月期 総括

売上高

11,569百万円(前期比 13.3%增)

営業利益

2,227百万円(前期比 5.6%增)

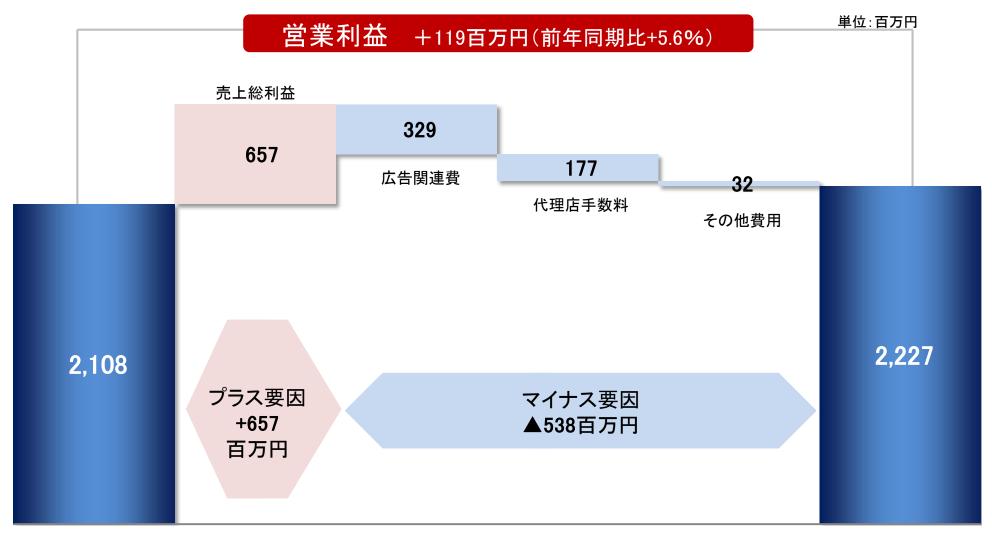
- 売上高は、前年を大きく上回ったものの、計画比は若干の未達
- 営業利益は、効率的な原価・経費使用に努め、計画・前年を上回って推移
- 高品質な自社制作番組と人気番組の購入による広告枠の付加価値向上
- 番組視聴世帯数増加を目的とした効果的な広告宣伝の実施



(単位:百万円、下段は構成比)

	0016年0日期		2017年8月期								
	2016年8月期	実績	前年比	増減額	計画	計画比	増減額	主な変動要因(計画比)			
売上高	10,212	11,569	+13.3%	+1,357	12,000 (100.0%)	▲3.6%	<b>▲</b> 430	(売上高) ・タイム収入・・・ ▲335百万円 ・スポット収入・・ ▲116百万円 ・その他収入・・・+20百万円			
売上総利益	<b>5,583</b> (54.7%)	<b>6,241</b> (54.0%)	+11.8%	+657	_	_	_	(段階利益)			
営業利益	<b>2,108</b> (20.6%)	<b>2,227</b> (19.3%)	+5.6%	+119	<b>2,200</b> (18.3%)	+1.3%	+27	・売上高計画未達ながら、経 費効率化の徹底により利益計 画を達成			
経常利益	<b>2,137</b> (20.9%)	<b>2,231</b> (19.3%)	+4.4%	+94	<b>2,200</b> (18.3%)	+1.5%	+31	≪利益増加の具体的要因≫・番組関連費用(売上原価)や広告関連費用(販管費)への費用の集中投下を適切にコントロール・その他経費項目を効率的に			
当期純利益	<b>1,460</b> (14.3%)	<b>1,518</b> (13.1%)	+3.9%	+57	<b>1,460</b> (12.2%)	+4.0%	+58	使用			





2016年8月期 2017年8月期



(単位:百万円、下段は構成比)

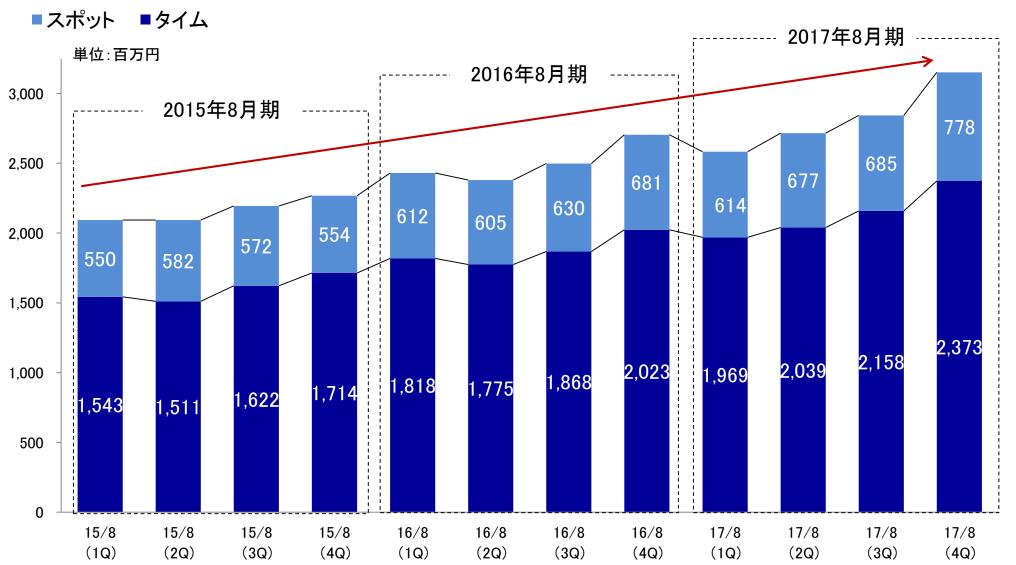
		2016年8月期	2017年8月期							
		2010年0月期	実績	前年同期比	計画	計画比				
売上高タイム収入		10,212	11,569	+13.3%	12,000 (100.0%)	<b>▲</b> 3.6%				
	タイム収入	<b>7,486</b> (73.3%)	<b>8,541</b> (73.8%)	+14.1%	8,876 (74.0%)	<b>▲</b> 3.8%				
	スポット収入	<b>2,530</b> (24.8%)	<b>2,755</b> (23.8%)	+8.9%	<b>2,871</b> (23.9%)	<b>4</b> .0%				
	その他	195	<b>272</b> (2.4%)	+39.2%	<b>251</b> (2.1%)	+8.2%				

#### 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
  - ・効果的な番組編成を行うことで、通販枠販売が堅調に推移
- スポット収入
  - •BS放送の媒体価値向上に伴い、純広スポットが順調に増加
  - 人気ドラマを編成することで、通販スポット販売が引き続き堅調に推移
- 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



## ◆売上高の変動に季節的要因はなく、引き続き増加トレンド





(単位:百万円、下段は売上比)

					(単位:日カロ、下段は完工儿)				
		2016年8月期	2017年8月期						
		2010年0万朔	実績	前年同期比	主要な増減要因				
番組関連費用(原価) 番組購入費 番組制作費  放送関連費用(原価)  放送要請用(原価)  放送委託費  技術費		<b>2,860</b> (28.0%)	3,400 (29.4%)	+18.9%					
	番組購入費	<b>527</b> (5.2%)	<b>528</b> (4.6%)	+0.2%					
	番組制作費	<b>2,333</b> (22.8%)	<b>2,871</b> (24.8%)	+23.1%	制作番組の内容充実による増加				
放送	関連費用(原価)	667 (6.5%)	<b>630</b> (5.5%)	<b>▲</b> 5.5%					
	放送委託費	<b>555</b> (5.4%)	<b>555</b> (4.9%)	-					
	技術費	<b>111</b> (1.1%)	<b>75</b> (0.6%)	▲32.6%	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)	1,083 (10.6%)	<b>1,413</b> (12.2%)	+30.4%					
	広告宣伝費	1,002	1,330 (11.5%)	+32.7%	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	81 (0.8%)	<b>82</b> (0.7%)	+1.4%					

## 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)

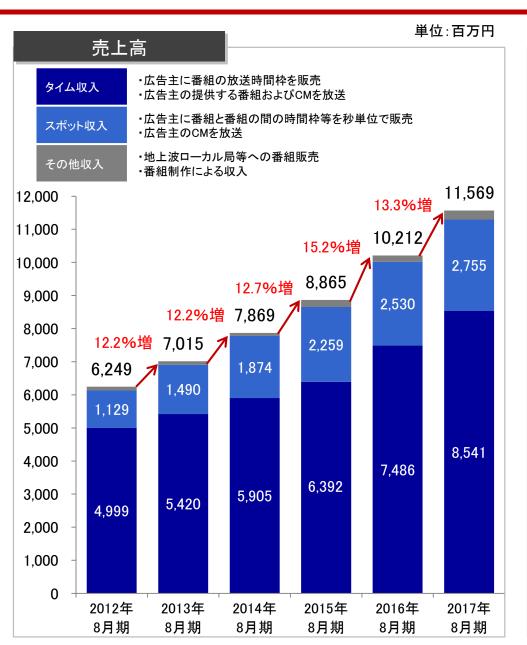
キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

		2016年8日期十	2017年8	月期	
		2016年8月期末	実績	増減額	
	流動資産	8,993 (56.3%)	10,252 (59.4%)	+1,259	
	固定資産	<b>6,986</b> (43.7%)	<b>7,002</b> (40.6%)	+16	
資産合計		15,980 (100.0%)	17,255 (100.0%)	+1,275	
	流動負債	<b>1,640</b> (10.3%)	1,694	+53	
	固定負債	<b>59</b> (0.3%)	<b>65</b> (0.4%)	+6	
負 <sup>·</sup>	債合計	<b>1,699</b> (10.6%)	1,759 (10.2%)	+59	
純資産合計		1 <b>4,280</b> (89.4%)	15,496 (89.8%)	+1,215	
負 <sup>c</sup>	債∙純資産 計	15,980 (100.0%)	17,255 (100.0%)	+1,275	

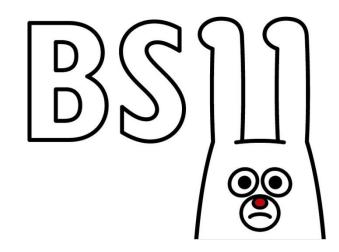
	2016年8月期	2017年8月期
営業キャッシュ・フロー	1,612	1,542
税引前当期純利益	2,161	2,231
減価償却費	258	221
売上債権の増減額(▲は増加)	▲339	▲152
仕入債務の増減額(▲は減少)	136	47
未払費用の増減額(▲は減少)	17	44
法人税等の支払額	<b>▲</b> 736	▲823
投資キャッシュ・フロー	<b>▲</b> 566	▲91
有形固定資産の取得による支出	<b>▲</b> 565	<b>▲</b> 73
財務キャッシュ・フロー	▲284	▲312
配当金の支払額	▲266	▲302
現金及び現金同等物の増減額	761	1,137
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	6,893	8,031

## BS11日本BS放送





# Ⅱ 事業環境







POINT 1

全時間帯において、全国約4,207万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

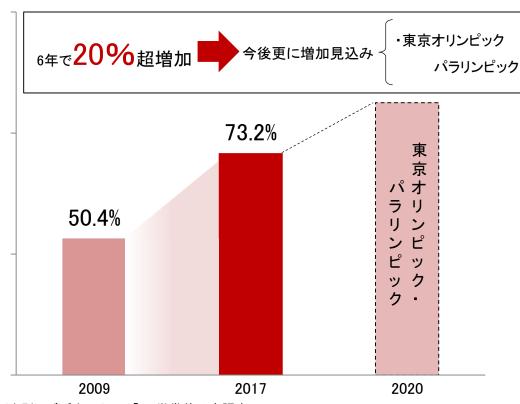
地上波とは全く異なるコスト構造により 高効率の広告ビジネスを実現



## 【全時間帯において、全国約4,207万世帯で同時に同一の放送を視聴可能】

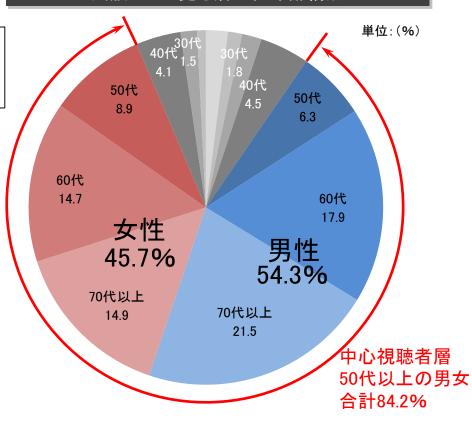
- ◆2011年の地上テレビ放送完全デジタル化を契機に、BSチューナー搭載テレビ累計出荷数1億3000万台
- ◆パラボラアンテナ・ケーブルTVを利用したBS放送視聴可能世帯も約4,207万世帯まで普及(73.2%)

#### 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12月と2017年6月の平均。

### 民放BSよく見る層の性年齢構成



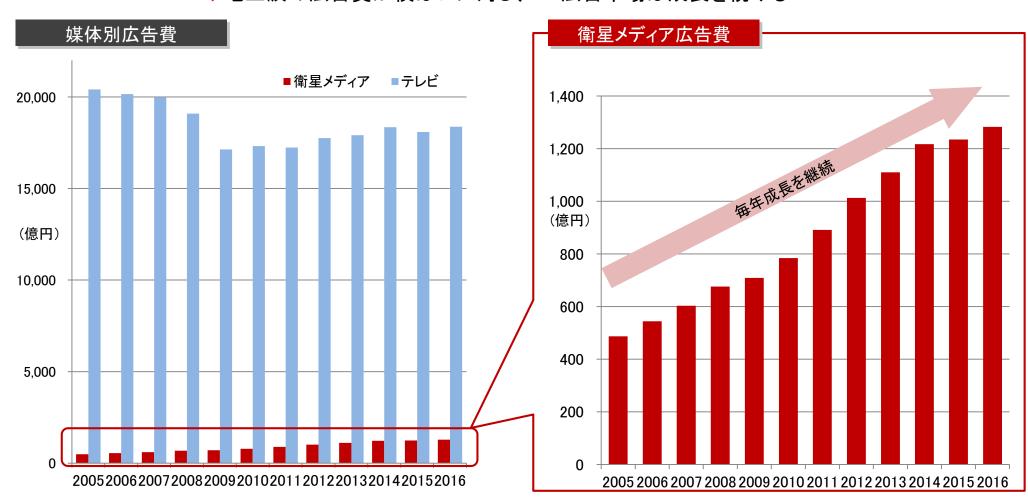
(出所)「BSデジタル放送メディアパワーガイド2016」

※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

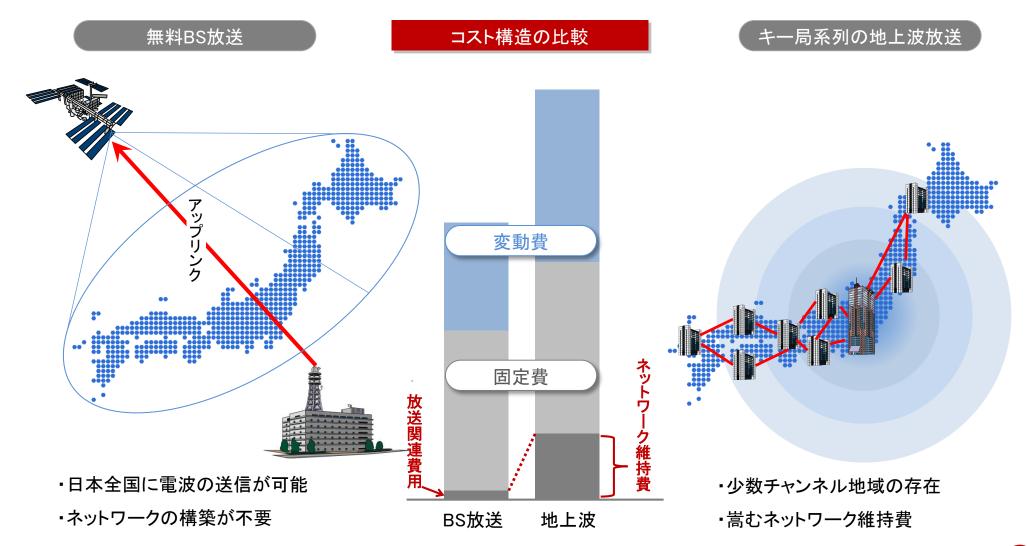


(出所)電通「日本の広告費」※衛星メディアにはBS放送、CS放送、ケーブルテレビが含まれる



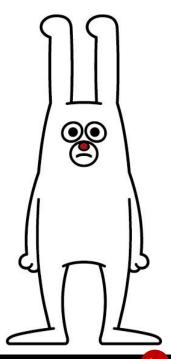
## 【地上波とは全く異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現】

◆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





# Ⅲ 今後の見通し



当社は、『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。』との経営理念に基づき、2016年8月期を初年度として策定した3ヶ年の中期経営計画【Forward 18 by Team BS11】を実行してまいりました。

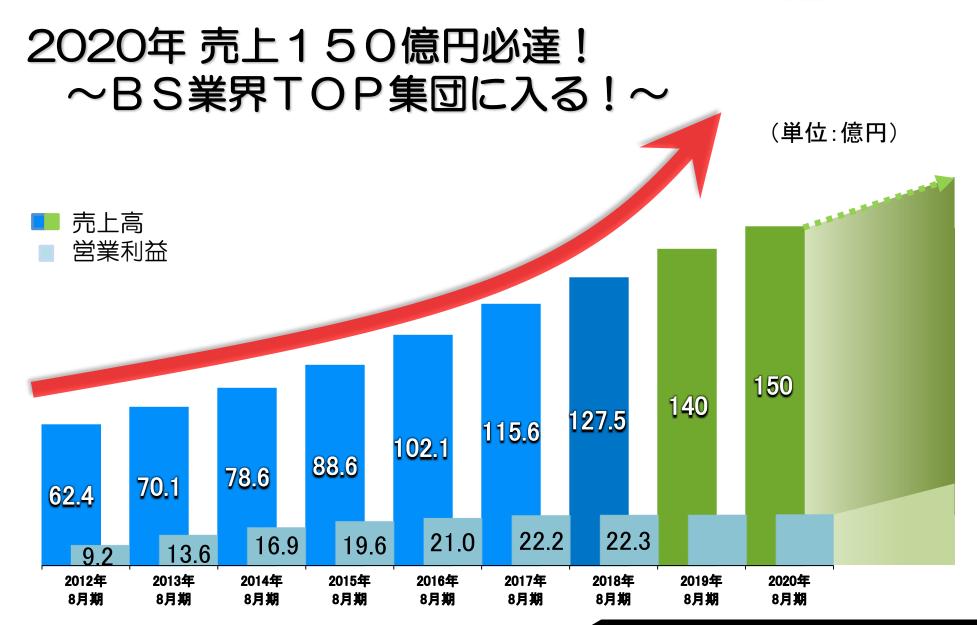
中計初年度の2016年8月期は、目標である売上高102億円、営業利益20億円を達成いたしました。

中計2年目の2017年8月期は、売上高120億円、営業利益22億円達成を目指し、基本戦略『4つの力と5本の矢』を実践してまいりました。当社を取り巻くBS放送業界の動向や基本戦略の実現プロセスの遅延等により売上高目標比では若干の未達となりましたが、売上高実績は115.6億円と前年比13.3%増と大きく成長し、営業利益は経費効率化の徹底により目標の22億円を達成することができました。業界環境の変化等を踏まえたうえで中計最終年度の目標数値修正に関して慎重に検討してまいりました。

最終年度である当期(2018年8月期)につきましては、2015年・2016年のBS放送業界の広告費が前年比各々4%増(「日本の広告費」(株配通調べ)で推移している業界環境にあるものの、BS放送業界内での地位確立と永続的に成長するために必要な基本戦略の一部見直し等を含め総合的に勘案した結果、新たな目標として売上高を前年比10%増の127.5億円(当初目標比22.5億円減額)、営業利益は良質コンテンツ制作のための投資を積極的に実行する計画から、前年比微増の22.3億円とすることといたしました。

当社は、今後とも引き続き、経営理念である『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。』を実現するため、また、2020年8月期には、当初目標である売上高150億円の達成を目指して、Team BS11一丸となり、基本戦略『4つの力と5本の矢』をより強力に実践・推進してまいる所存です。







売上高は12,750百万円(前期比10.2%増)、営業利益は2,230百万円(前期比0.1%増)、 当期純利益は1,540百万円を計画(前期比1.4%増)

(単位:百万円、下段は構成比)

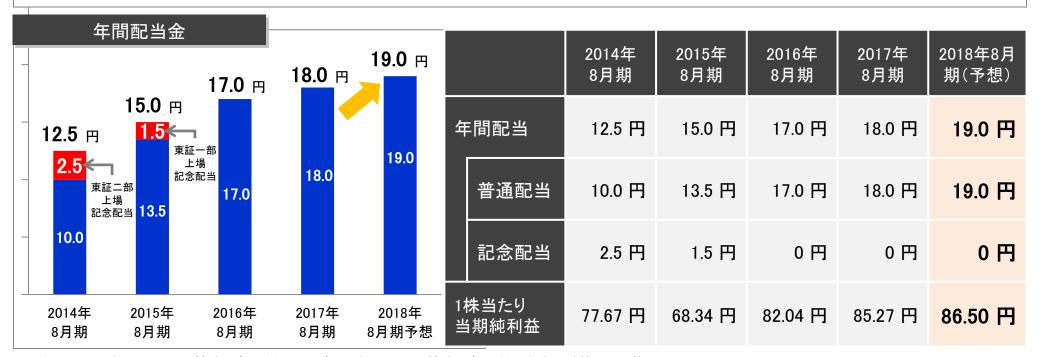
		2017年	8月期	2018年8月期							
		第2四半期	通期	第2四半	·期累計	通期計画					
		累計	<b>迪</b> 朔	計画	前年同期比	計画	前年同期比	増減額			
売上高		<b>5,408</b> (100.0%)	11,569	<b>6,100</b> (100.0%)	+12.8%	12,750 (100.0%)	+10.2%	+1,180			
	タイム収入	<b>4,009</b> (74.1%)	8,541 (73.8%)	<b>4,432</b> (72.7%)	+10.5%	9,078 (71.2%)	+6.3%	+536			
	スポット収入	1, <b>29</b> 1 (23.9%)	<b>2,755</b> (23.8%)	1,511 (24.8%)	+17.0%	<b>3,266</b> (25.6%)	+18.5%	+510			
	その他	107 (2.0%)	<b>272</b> (2.4%)	157 (2.6%)	+46.3%	<b>405</b> (3.2%)	+49.0%	+133			
営業利益		1,189	<b>2,227</b> (19.3%)	1,130 (18.5%)	<b>▲</b> 5.0%	<b>2,230</b> (17.5%)	+0.1%	+2			
経常利益		1,190	<b>2,231</b> (19.3%)	1,130 (18.5%)	<b>▲</b> 5.1%	<b>2,235</b> (17.5%)	+0.1%	+3			
当	期純利益	<b>813</b> (15.0%)	<b>1,518</b> (13.1%)	<b>780</b> (12.8%)	<b>▲</b> 4.1%	1,540 (12.1%)	+1.4%	+21			



## 期末配当金を1円増配、19.0円を計画

### 配当政策の基本方針

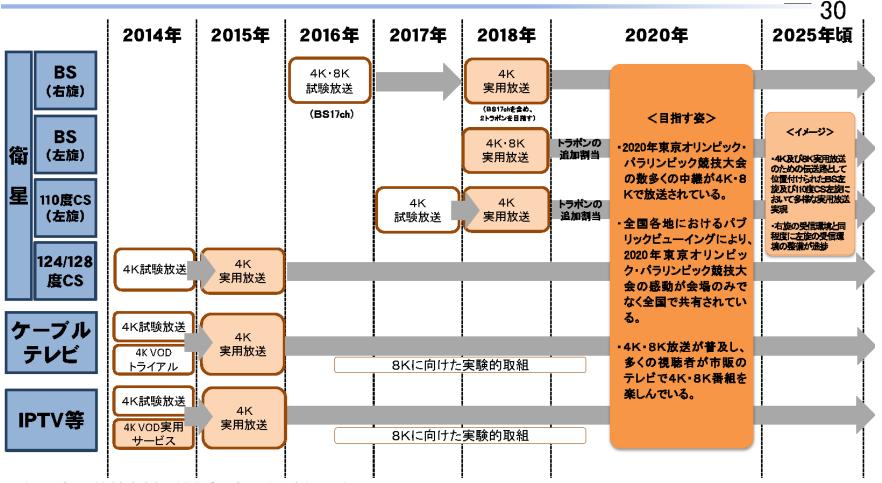
- ・当社は、BSデジタル放送事業者という高い公共性に鑑み永続的且つ健全な経営の維持に努めるとともに、 財務体質の強化と内部留保の充実を考慮しつつ、将来の事業展開等を総合的に勘案した上で、 長期にわたり安定した利益配当を継続的に実施する方針です。
- 年1回の期末配当を行うことを基本とします。



(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。



## 4-(2) 4K・8K推進のためのロードマップ~第二次中間報告(2015年7月)



<sup>(</sup>注1)ケーブルテレビ事業者がIP方式で行う放送は「ケーブルテレビ」に分類することとする。

<sup>(</sup>注2)「ケーブルテレビ」以外の有線一般放送は「IPTV等」に分類することとする。

<sup>(</sup>注3)BS右旋での4K実用放送については、4K及び8K試験放送に使用する1トランスポンダ(BS17ch)を含め2018年時点に割当て可能なトランスポンダにより実施する。この際、周波数使用状況、技術進展、参入希望等を 踏まえ、使用可能なトランスポンダ数を超えるトランスポンダ数が必要となる場合には、BS17chを含め2トランスポンダを目指して拡張し、BS右旋の帯域再編により4K実用放送の割当てに必要なトランスポンダを確保する。

<sup>(</sup>注4)BS左旋及び110度CS左旋については、そのIFによる既存無線局との干渉についての検証状況、技術進展、参入希望等を踏まえ、2018年又は2020年のそれぞれの時点において割当て可能なトランスポンダにより、4K及び8K実用放送を実施する。

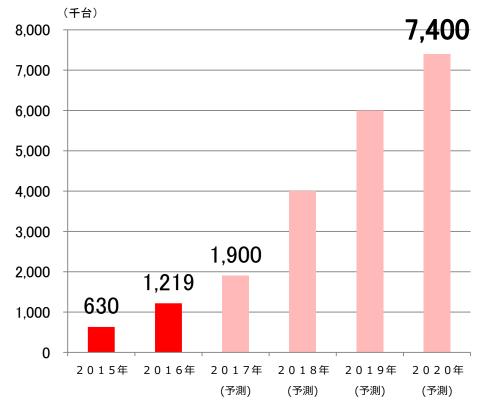
<sup>(</sup>注5)2020年頃のBS左旋における4K及び8K実用放送拡充のうち8K実用放送拡充については、受信機の普及、技術進展、参入希望等を踏まえ、検討する。



## 【2020年には4K対応テレビ化率も7割超え、740万台の見通し】

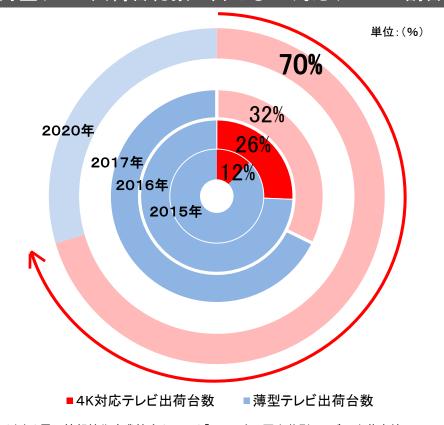
- ・2011年の地上テレビ放送完全デジタル化特需以降、テレビの買い替え需要が見込まれる
- ・2020年の東京オリンピック・パラリンピックにより、4K対応テレビ普及率増加が見込まれる(約70%)

## 4K対応テレビ出荷台数



(出処)電子情報技術産業協会(JEITA)「民生用電子機器国内出荷統計」

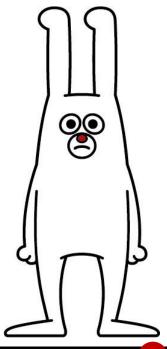
## 薄型テレビ出荷台総数に占める4K対応テレビの割合



(出処)電子情報技術産業協会(JEITA)「2016年 国内薄型テレビの出荷実績」



# IV 重点経営施策





### 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 <mark>力</mark> 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 <mark>カ</mark> 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 <u>Produce</u>	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. 自社制作番組の充実と拡大

- ・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. 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」



## 4. ローカル局とのコラボ

- ・独立ローカル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



#### 5. スポーツコンテンツの充実

- 新たなニーズの発掘
- 「BS11ならでは」のコンテンツ作り



## ①自社制作番組の充実と拡大

## 【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



## 5本の矢②「情報番組の選択と拡大」・③「アニメ番組の強化」

## BS11日本BS放送

### 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アニメ番組の強化

## 【『アニメといえばBS11』と言われる放送局へ 】

エンタメ総合情報番組

アニゲー☆イレブン!



「大人のアニソン।番組

### **Anison Days**



## ・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ま す。

目指すのは、「アニメといえば BS11<sub>J</sub>。





©西尾維新·中村 光/集英社·十二大戦製作委員会

## 5本の矢④「ローカル局とのコラボ」・⑤「スポーツコンテンツの充実」

## \_\_\_\_\_ BS**11日本BS放送**

## ④ローカル局とのコラボ

## ·京都·紅葉生中継2017

いにしえの時代から現代に 至るまで、日本の中でも格別 な美しさと人気を誇る京都の 紅葉。

今年は、知られざる紅葉の名 所"妙覚寺"から生放送でお 届けします。



撮影:水野克比古

## •共同制作番組

「西国三十三所 観音巡礼 祈りの旅」を複数のローカル 局と共同制作。



## ⑤スポーツコンテンツの充実



・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 体重別選手権大会



・LPGA 大人のゴルフ塾

## BS11日本BS放送

## 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

・北斎ミステリー

~幕末美術スキャンダル もう一人の北斎を追え~ 12月9日(土) よる8時 放送

天才絵師、葛飾北斎が残した多くの謎・・・その謎の先に見えたものとは? もう一人の北斎の存在に迫る、本格知的美術ミステリー。



画家:葛飾北斎 タイトル:神奈川沖浪裏製作年:1829年~1832年頃



画家:葛飾応為 タイトル:吉原格子先図 製作年:1818年~1860年頃 所蔵:太田記念美術館

・ヒマラヤの聖峰、80年目の再登頂 山頂に眠る旗を探しに

12月16日(土) よる8時 放送

ヒマラヤの聖峰、ナンダ・コート再登頂プロジェクトを追う完全密着ドキュメンタリー。





## BS11日本BS放送

## 主な広告・広報展開、オンデマンド配信

・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>





Black Annual Surface Pro 4 BRS

ビックカメラ有楽町店 ビック

ビックカメラなんば店

ビックカメラ新宿東ロ駅前店

#### 掲出場所:

ビックカメラ有楽町店・新宿東口駅前店・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

#### くレジ同梱チラシン



#### <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



たけしの北野レガシー記者会見

### BS11オンデマンド配信

#### URL: http://vod.bs11.jp/video/



無料のオリジナル見逃し配信サイト「BS11オンデマンド」を開設。

## 【当社番組関連イベントへの出展とコンテンツ販売の拡大】



#### 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。 今年は2回目ステージイベントと公開収録を実施し、多くの観客を集めました。

## ・東京モーターサイクルショー2017



#449 RRE-S-910093-

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 ふらり旅 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

"カ" 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

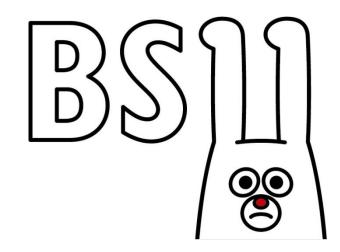
持続批批



☞ 5本の矢

- ①自社制作番組の充実と拡大
- ②情報番組の選択と拡大
- ③アニメ番組の強化
- 4ローカル局とのコラボ
- ⑤スポーツコンテンツの充実

# V (ご参考)会社概要





설	<b>会社概要</b>
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(2017年8月31日現在)
従業員数	86名(2017年8月31日現在)

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。



## 全国どこでも無料で見られるBS放送局の運営

BS放送の	エム、	ə ii	(今国)
- ロるバメコスひ)	テベノ	<b>イ</b> トノレ	ᄾᆍᅜ

- 53以込い	<i>リ</i> ファイン	インレ(ニ	上   当 /												
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	B S 朝 日	B S-T B S	B S J A P A N	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 ISS 11	T w e I I V



- □ 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/

