企業調査レポート

日本 BS 放送

9414 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 5 月 27 日（火）

執筆：フィスコアナリスト
村瀬智一
FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**

FISCO Ltd.
https://www.fisco.co.jp

日本 BS 放送
9414 東証スタンダード市場

2025 年 5 月 27 日（火）
https://corp.bs11.jp/ir/Top.html

目次

■要約 01
1. 2025 年 8 月期中間期の業績概要 01
2. 2025 年 8 月期の業績見通し 01
3. ファンのニーズを幅広く捉えたコンテンツのマルチユースの取り組みを評価 02

■会社概要 03
1. 沿革 03
2. 事業モデルと収益構造 03

■事業環境 05

■業績の動向 07
1. 2025 年 8 月期中間期の業績概要 07
2. 売上区分別の状況（個別） 09
3. 2025 年 8 月期中間期における主要トピックス 10
4. 費用の状況 12
5. 財務状況 13

■今後の見通し 15
● 2025 年 8 月期の業績見通し 15

■中長期成長戦略 16
1. 中期成長戦略「6 つの “ 力 ”」の強化・実践 16
2.「Value4」2025 年 8 月期の重点施策 16

■ SDGs への取り組み 19

■株主還元 20

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

自社制作コンテンツの充実とマルチユースを展開し周辺事業を拡大

日本 BS 放送 <9414> は、無料の BS デジタルハイビジョン放送「BS11（ビーエス・イレブン）」を運営する独立系の BS 放送局である。キー局系列に属さない独立系であることに加えて、無料放送という 2 つの特徴を持つ。独立系ならではの強みを生かし、全国のテレビ局及び制作会社との自由なコンテンツ制作・展開を実現している。

1. 2025 年 8 月期中間期の業績概要

2025 年 8 月期中間期（2024 年 9 月～ 2025 年 2 月）の連結業績は売上高が 5,889 百万円（前年同期比 0.8% 減）、営業利益 1,159 百万円（同 25.0% 増）、経常利益 1,174 百万円（同 26.2% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益 801 百万円（同 24.9% 増）となった。2025 年 8 月期中間期業績予想の売上高 5,906 百万円、営業利益 957 百万円、経常利益 970 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益 660 百万円）に対して売上高は 0.3% 未達となったが、営業利益は 21.1% 超、経常利益は 21.1% 超、親会社株主に帰属する中間純利益は 21.5% 超と、各利益は計画を大きく上回った。売上面では、放送事業収入で主力のタイム収入が競馬中継等の公営競技やショッピング番組において好調となったことから、ほぼ前年同期比並みで着地した。スポット収入は同マイナスにはなったが、新規取引先となるスポンサー獲得活動が奏功し回復傾向を見せた。その他事業収入では、アニメ製作委員会参画作品の出資配当収入に加え、配信コンテンツ強化による配信事業収入が好調に推移し、同 2 ケタ増収を見せた。利益面では、番組費用やスタジオ設備更新に伴う減価償却費、広告宣伝費を中心に費用が削減され、各利益で同 2 ケタの増益となった。番組費用の減少は前年同期の番組制作費の反動減や、放送月の変更に伴い費用計上が下期にずれ込んだことが要因である。広告宣伝費については前期に引き続き、コスト効率を意識し同 20.8% 減と改善を果たした。

2. 2025 年 8 月期の業績見通し

2025 年 8 月期業績予想は連結・個別ともに据え置き、連結については売上高 12,314 百万円（前期比 0.6% 増）、営業利益 2,004 百万円（同 3.8% 減）、経常利益 2,032 百万円（同 3.1% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,407 百万円（同 3.3% 減）と、前期比増収ながら各段階利益は減益を見込む。個別の売上高内訳として、タイム収入は前期比 3.1% 増の 8,518 百万円、スポット収入は同 6.2% 減の 2,128 百万円、その他収入は同 15.5% 増の 953 百万円を計画する。2025 年上期の実績を踏まえ、期初予想段階で想定していたコンテンツ強化策等を下期に本格投入し、売上・利益両面のさらなる向上を図る。具体的には、自社制作番組の拡大や番組購入の強化を通じてスポンサー獲得を促進し、周辺事業の収益力も高める方針だ。利益面では引き続き広告宣伝費の効率化を進めつつ、期初予想を上回る業績の達成を目指す。

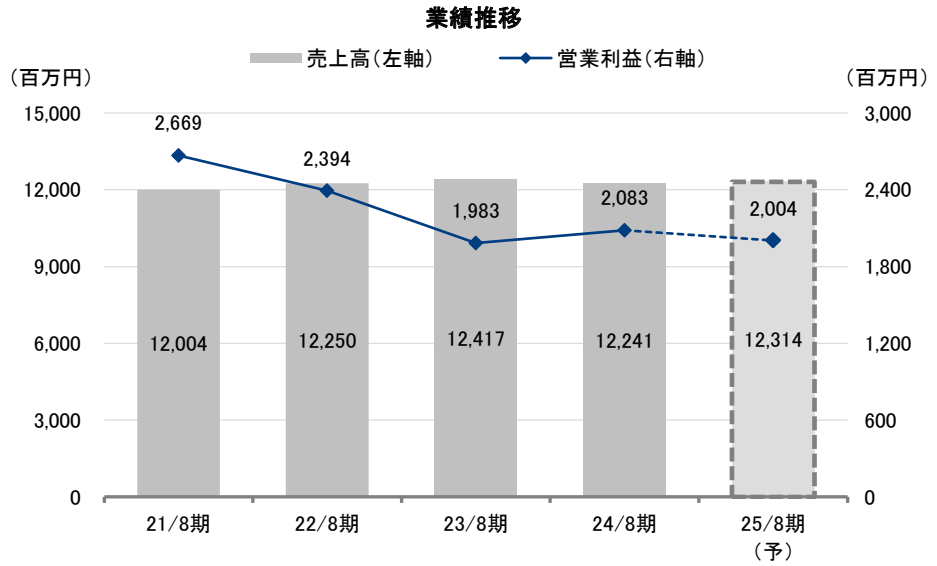
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. ファンのニーズを幅広く捉えたコンテンツのマルチユースの取り組みを評価

同社は会員登録制視聴サイト「BS11+（プラス）」を運営しており、人気番組のアーカイブが視聴できるほか、限定の番組スピンオフ企画やオリジナル作品が視聴可能である。「見放題プラン」月額 550 円（税込）とリーズナブルな価格設定で、同社放送コンテンツのフォロワーをはじめとする視聴者を会員として取り込んでいる。また外部配信プラットフォームへの同社コンテンツ配信も拡充している。同社公式 YouTube チャンネルの登録者数は約 35 万人（2025 年 4 月時点）と、BS 放送局でナンバーワンとなっている。ほかにも FOD、U-NEXT 等に加えて、2023 年 5 月より TVer での見逃し配信を開始した。ラジオ局の（株）文化放送や（株）エフエム東京ともコラボレーションを展開しており、音声コンテンツでの報道番組アーカイブ配信により多忙なビジネスパーソンユーザーの獲得や、番組関連イベント開催での顧客満足度向上など、BS11 ファンの拡大に寄与している。

Key Points

- コンテンツのマルチユース等による非放送分野への展開を強化
- 2025 年 8 月期中間期は前年同期比で売上高は同水準ながら利益面は 2 ケタ増益を達成
- 2025 年 8 月期は増収減益を予想するも、上期の実績を踏まえ予想を上回る成長を目指す
- 重点施策「Value4」を推進中



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

衛星放送業界の中で信用度と存在感を着実に高める

1. 沿革

同社は 1999 年 8 月、ビックカメラ <3048> により、日本ビーエス放送企画 (株) として設立された。1999 年 12 月に郵政省（現 総務省）から BS デジタルデータ放送の委託放送業務の認定を受けたことを皮切りに、各種認可を取得しながら試験的なデータ放送等の準備を進め、2007 年 12 月に BS デジタルハイビジョン放送（現行の「BS11」）の本放送を開始した。

2010 年に (一社) 日本民間放送連盟に加入したほか、2011 年には (株) ビデオリサーチが行う接触率調査（BS パワー調査。現在は BS 視聴世帯数調査）に参加する等、衛星放送業界において信用度と存在感を着実に高めてきた。株式市場には、2014 年 3 月に東京証券取引所（以下、東証）第 2 部に上場したのち 2015 年 3 月に第 1 部に指定替えとなり、2022 年 4 月からは、東証の市場区分の変更により東証スタンダード市場に移行した。放送の公共的使命と社会的責任を深く認識し、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することを経営理念に掲げている。また、豊かで癒される教養・娯楽番組と、中立公正な報道・情報番組を発信することにより、視聴者に「価値ある時間」を約束することを経営ビジョンとして掲げている。なお、親会社のビックカメラは同社株式を 10,930,136 株（持株比率 61.35%、2024 年 8 月末現在）保有している。

2. 事業モデルと収益構造

BS 放送のチャンネルには無料放送と有料放送があるが、同社は無料放送を展開している。無料放送を行っている BS 放送局は、同社のほかには民放キー局系列の 5 社と BS10、ワールド・ハイビジョン・チャンネル (株) (BS12 トゥエルビ)、放送大学、BS 松竹東急、BS よしもとがある。同社は無料放送であることに加え、キー局系列に属さない独立系であるという特徴を併せ持つため、独立系ならではの強みを生かした全国のテレビ局及び制作会社との自由なコンテンツ制作・展開が可能である。

同社の収益の柱である競馬中継、アニメ、ドラマ、通信販売（以下、通販番組）は、コアとなる視聴者を確保している。競馬中継においては 1 千万人規模の公営ギャンブルファンの間で認知度が高く、また、アニメは BS 業界随一の放送時間を誇り、アニメ業界で同社は高い評価を受けている。一方、ドラマの視聴者ターゲットは F3 層（50 歳以上の女性）及び F4 層（65 歳以上の女性）となり、通販番組とターゲットが重なるため、通販番組の放送時間をドラマと近接することで宣伝効果の最大化を図っている。さらに、主要視聴者となるシニア層の知的好奇心を満たす自社制作番組として、文化・教養、紀行物を中心とした番組が充実しているのも特長である。同社では曜日・時間帯ごとで視聴者ターゲットを明確に分けて番組編成しているため、他の民放 BS 局と比較しても幅広い年齢層の視聴が見受けられる。さらに、家電量販店であるビックカメラを親会社に持つため、番組・CM の放送に加えて、消費者へのダイレクトなコンタクトポイントを活用した企画が可能である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（1）収入の構造

無料放送を行っている同社の収益構造は広告収入（スポンサー収入）が基本となっており、この点では地上波のテレビ局と同様である。同社を含む BS 放送局では、広告主のニーズに応じてターゲットを絞り、商品やサービスを中心に捉えた「説明型」の CM により、商品の魅力をアピールできるという特長がある。すなわち「広告枠」が同社の商品であるが、それらをタイム枠、持込枠、通販番組枠等に細分化することができる。同社本体では個別売上高の内訳を、タイム収入、スポット収入、その他収入に分類しており、2025 年 8 月期中間期はタイム収入が 72.5%、スポット収入が 20.1%、その他収入が 7.5% であった。なお、その他事業収入には、アニメ製作委員会参画作品の出資配当収入や、コンテンツ販売収入、「BS11」公式 YouTube チャンネル、「BS11+」のほか、FOD、U-NEXT、Tver 等の配信プラットフォームの拡大による収入、イベント事業収入等が含まれている。

同社は創業以来、同社本体が BS 放送という単独セグメントで事業を営んできていたが、2018 年 1 月に児童書特化型の出版社である（株）理論社と（株）国土社の全株式を取得して連結子会社化した。これに伴い 2018 年 8 月期中間期決算から連結決算へ移行した。連結子会社 2 社の合計売上高は一定の規模があることから、BS 放送事業の動向を正確かつ時系列的に把握するために、同社本体の個別業績を対象として分析するのが適切である。同社も情報開示においては、個別業績を中心に分析結果を開示している。

BS 放送事業の収入源である広告枠の販売動向を左右するのは、広告市況のほか、認知度や視聴率とされる。実際、広告主はより高い広告効果を求めて、BS 世帯普及率調査や全国 BS 視聴率調査等の結果を参考にしながら、出稿先の BS 局や番組を選定している。また 2017 年以降は、レギュラー番組や特番に関する YouTube 配信に加えて、「BS11」で放送している番組の見逃し配信や過去に放送した人気番組、イベントのライブ配信、オリジナルコンテンツ等、様々な動画コンテンツ（無料・有料）を提供できるプラットフォーム「BS11+」を運営する等、ユーザーを引き付ける戦略を採っている。

（2）費用の構造

BS 放送では放送衛星を通じて日本全国に電波を送ることができるため、1）全時間帯において全国約 4,512.4 万世帯（2019 年度：全国の総世帯数 5,852 万世帯のうち 77.1% に当たる約 4,512.4 万世帯が BS デジタル放送視聴可能世帯と言われている）で同時に同一の放送が視聴可能であること、2）地上波とはまったく異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスが可能となっていること、の 2 つを大きな特長として挙げることができる。

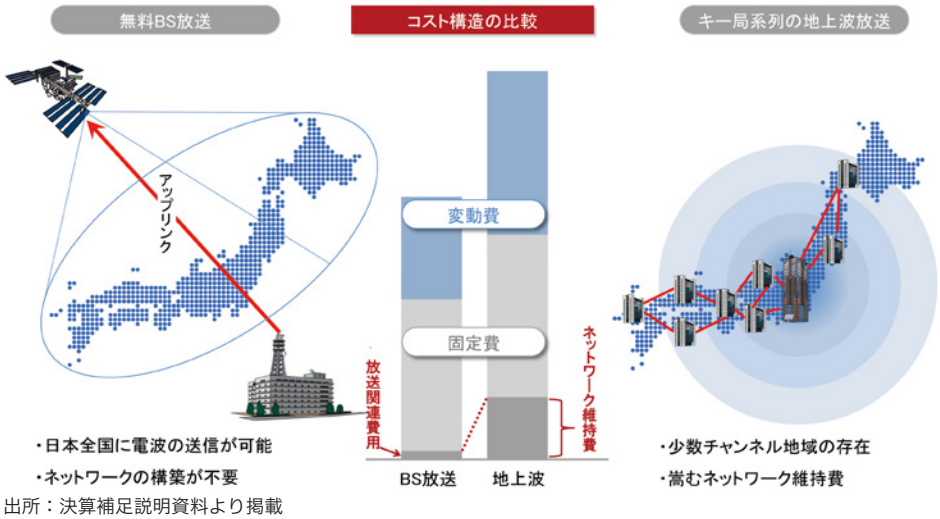
コスト構造の面では、BS 放送と地上波放送とで大きな違いがある。地上波放送の場合、各地に放送用電波塔を建設し中継基地等を経由する、いわゆるバケツリレー方式によって電波を届ける仕組みであるため、ネットワーク維持費が原価の中で大きな割合を占める。BS 放送の場合は、放送衛星から直接全国の視聴世帯に電波を送るためネットワーク維持費は存在しない。一方で放送委託費や技術費等の放送関連費用が発生するが、地上波と BS 放送とでは放送コストの面では相当の差があることになる。

BS 局と地上波局のコスト構造の違いは、放送局の“商品”である広告枠の価格の差にストレートに反映されている。一般論として、広告単価が BS 放送と地上波放送とでは 10 ～ 20 倍の差があると言われている。しかし BS 放送は放送コストが低いため、広告単価がこれだけ低くても BS 放送局の利益率は地上波放送局のそれを上回っていると見られる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

費用に関する特長として、コストコントロールが厳格に行われているという点がある。同社の主要な費用科目は「番組関連費用」「放送関連費用」「広告関連費用」の 3 つであり、このうち「放送関連費用」は、BS 放送の特長として極めて低位かつ安定的に推移している。「番組関連費用」と「広告関連費用」については、売上高に対する一定水準を目安として定め、その範囲内でコントロールしている。こうした厳格なコストコントロールが可能であることも、BS 放送特有の低コスト構造に起因していると言える。

地上波とは異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスを実現



出所：決算補足説明資料より掲載

事業環境

質の高い情報を提供、動画広告市場における収益機会が拡大

電通グループ <4324> が公表した「2024 年 日本の広告費」によれば、2024 年における日本の総広告費は前年比 4.9% 増の 7 兆 6,730 億円であり、2022 年以降 3 年連続で過去最高を更新した。好調な企業収益や消費意欲の活発化、世界的なイベント、インバウンド需要の高まりといった諸要因により、インターネット広告費を中心に、マスコミ四媒体やプロモーションメディアの広告費が成長した。なかでもインターネット広告費は 3 兆 6,517 億円（前年比 9.6% 増）と成長が著しく、SNS 上の縦型動画広告をはじめ、コネクテッド TV（インターネットに接続されたテレビ受像機）などの動画広告需要が高まり、市場全体の拡大に寄与した。同社が属する BS 放送は衛星メディア関連（BS、CS、CATV）市場の 70% 強を占めるが、総広告費 7 兆 6,730 億円のうち衛星メディア関連の広告費は 1,254 億円（前年は 1,252 億円）と、ほぼ変わらぬ状況であった。

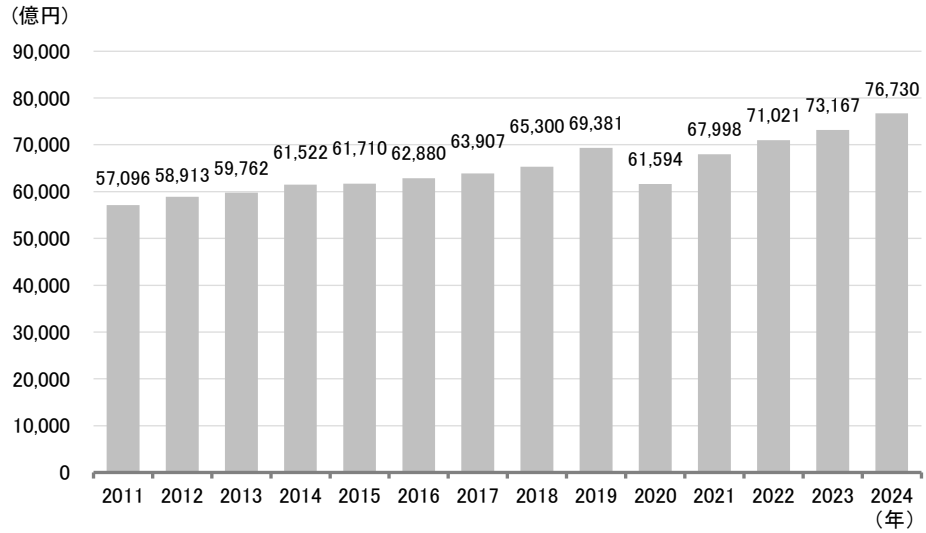
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

BS 放送市場は 2000 年 12 月に BS デジタル放送がスタートしたことで本格的に立ち上がり、黎明期の 2001 ～ 2003 年を除くと順調に右肩上がりで成長を続けてきた。編成の多様化により様々なジャンルの番組が増加したため多くの企業による出稿が増加し成長を後押ししている。2020 年はコロナ禍の影響を受けて広告市場全体が低調に推移したため、BS 放送市場もマイナス成長となったが、2021 年以降は、通販市況が巣ごもり需要の増加によって 2020 年に引き続き好調に推移した。コロナ禍後は一時その反動が見られるも、その後は徐々に回復している。またコロナ禍後においては、これまで中止となっていたスポーツやイベントが開催されており、それに伴う BS 放送の広告収入は増加している。

足元ではテレビメディアにかける広告費は減少傾向にあるが、これはインターネット広告の台頭によるものである。2019 年にインターネット広告の構成比がテレビメディアの構成比を上回った。続く 2020 年から 2024 年にかけてもインターネット広告の成長は続いており、わずか 3 年で 1 兆円以上増加し、2024 年には 2020 年比 1.6 倍の 3.6 兆円を超えた。これにより、2024 年の構成比はテレビメディアが 22.9%（前年比 0.8 ポイント減）、インターネット広告が 47.6%（同 2.1 ポイント上昇）と、その差がさらに開いている。イベント等のプロモーションメディア広告については、「イベント・展示・映像ほか」のカテゴリーで展示領域や映像関連、シネアドで前年を上回る需要があったが、その他のカテゴリーでは前年並み、または前年を下回った。

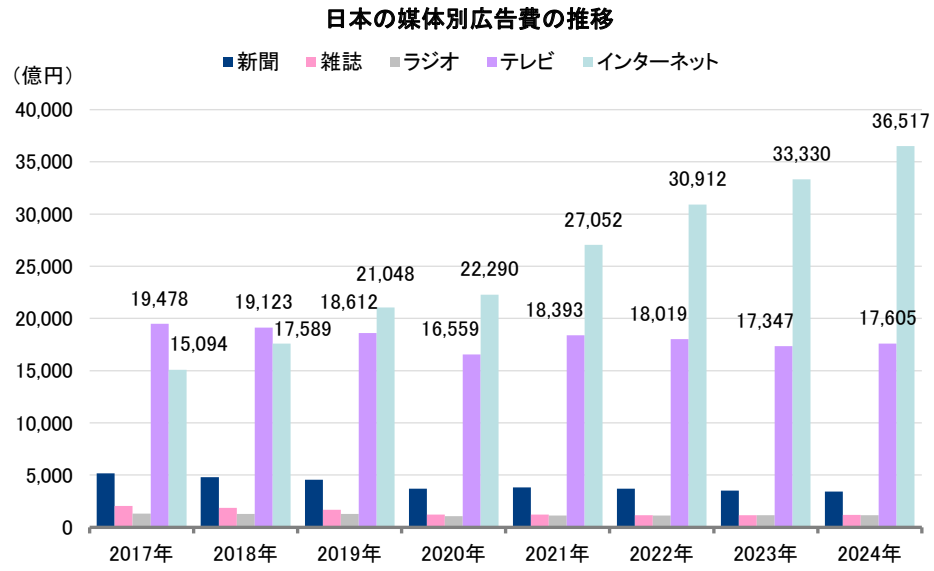
もっとも、多くの世帯で BS デジタルチューナーが搭載された薄型テレビへの買い替えが進んだことにより、2019 年度の BS 放送の視聴可能世帯数の割合は 77.1%（「BS 世帯普及率調査」（ビデオリサーチ調べ））と、8 割近くまで伸長している。コロナ禍において視聴者の意識も変わってきたと考えられ、さらにインターネットの情報については正確性において不安な面もあることから、速さよりも内容の正確さが重要視されるテレビの情報番組からの情報収集志向は依然高いと見る。このような状況下で、同社は質の高い情報を提供できる強みを持つうえ、地域によって普及差のある地上波に比べて全国に一斉放送可能な衛星メディアとされる BS の魅力が見直されていると弊社では考えている。さらに配信プラットフォームの拡大によって、成長が続いている動画広告市場における収益機会が拡大すると弊社では考えている。

日本の総広告費の推移



出所：電通「2024 年　日本の広告費」よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



出所：電通「2024 年　日本の広告費」よりフィスコ作成

業績の動向

期初計画はほぼ達成、粗利を除く各利益は 2 ケタ成長

1. 2025 年 8 月期中間期の業績概要

2025 年 8 月期中間期の連結業績は売上高が 5,889 百万円（前年同期比 0.8% 減）、営業利益 1,159 百万円（同 25.0% 増）、経常利益 1,174 百万円（同 26.2% 増）、親会社株主に帰属する中間純利益 801 百万円（同 24.9% 増）となった。2025 年 8 月期中間期業績予想の売上高 5,906 百万円、営業利益 957 百万円、経常利益 970 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益 660 百万円に対して売上高は 0.3% の未達となったが、営業利益は 21.1% 超、経常利益は 21.1% 超、親会社株主に帰属する当期純利益は 21.5% 超と、各利益は計画を大きく上回って着地した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

売上面では、放送事業収入は前年同期比 1.0% 減収となった。主力のタイム収入においては、前年同期にあった大型スポーツ特別番組の反動減があったものの、競馬中継等の公営競技が好調なほかショッピング番組が引き続き堅調となったことから前年同期並みで着地した。スポット収入は同 4.7% 減とマイナスにはなったが、新規取引先となるスポンサー獲得活動が奏功し、回復傾向を見せた。その他事業収入は同 10.9% の増収となった。アニメ製作委員会参画作品の出資配当収入が好調となったほか、配信コンテンツのラインナップ強化・拡充によって各配信サイトからの配信事業収入が好調に推移した。利益面では各利益共、前年同期比で 2 ケタの伸びを見せた。主な要因は、番組費用やスタジオ設備更新に伴う減価償却費、広告宣伝費の減少である。番組費用については、前年同期の大型スポーツ番組やレギュラー番組等の制作に要した費用の反動減や、放送月の変更に伴い費用計上が下期にずれ込んだことによるものである。広告宣伝費については、前期に引き続きコスト効率を意識した施策に基づく出稿等を行うことで、同 20.8% 減と改善を果たした。

2025 年 8 月期中間期決算の概要（連結）

（単位：百万円）

	24/8 期中間期	25/8 期中間期					
	実績	実績	前年同期比	増減額	計画	計画比	増減額
売上高	5,936	5,889	-0.8%	-46	5,906	-0.3%	-16
売上総利益	2,768	2,947	6.5%	179	2,787	5.8%	160
営業利益	927	1,159	25.0%	231	957	21.1%	202
経常利益	930	1,174	26.2%	243	970	21.1%	204
親会社株主に帰属する中間純利益	642	801	24.9%	159	660	21.5%	141

出所：決算短信よりフィスコ作成

2025 年 8 月期中間期決算の概要（個別）

（単位：百万円）

	24/8 期中間期	25/8 期中間期					
	実績	実績	前年同期比	増減額	計画	計画比	増減額
売上高	5,547	5,534	-0.2%	-13	5,646	-2.0%	-111
売上総利益	2,577	2,799	8.6%	221	2,689	4.1%	109
営業利益	920	1,192	29.6%	272	992	20.2%	200
経常利益	924	1,208	30.8%	284	1,006	20.1%	202
四半期純利益	638	836	31.0%	198	697	19.9%	138

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2. 売上区分別の状況（個別）

売上高（個別）全体の 72.5% を占めるタイム収入の売上高は、4,010 百万円と前年とほぼ同水準となったが、期初計画 4,165 百万円を 3.7% 下回った。前年同期のような野球、サッカー等の大型スポーツ番組放送はなかったものの、競馬中継等の公営競技関連の番組に伴う収入や、ショッピング番組に関するスポンサー獲得が好調でその穴埋めをした形になった。同 20.1% を占めるスポット収入の売上高は前年同期比 4.7% 減の 1,109 百万円とやや減収となったが、期初計画 1,048 百万円に対しては 5.9% 超と計画を達成した。コロナ禍後の通販市況が伸び悩むなか、前期に引き続き新規取引先等の開拓や過去に取引実績のあるスポンサーの掘り起こし、及び番組編成の改善によるセールス強化に注力した。同社はそれらの効果が徐々に現れているとの感触を得ており、下期に向けての業績寄与が期待される。同 7.5% を占めるその他収入の売上高は前年同期比 10.9% 増の 413 百万円となり、期初計画 432 百万円を 4.3% 下回った。有料チャンネルである「BS11+」の会員増による収入や、各動画配信サービスに伴う配信事業収入、アニメ製作委員会からの出資配当収入が好調に推移し前年同期比で 2 ケタ成長を遂げたが、計画値にはわずかに届かなかった。

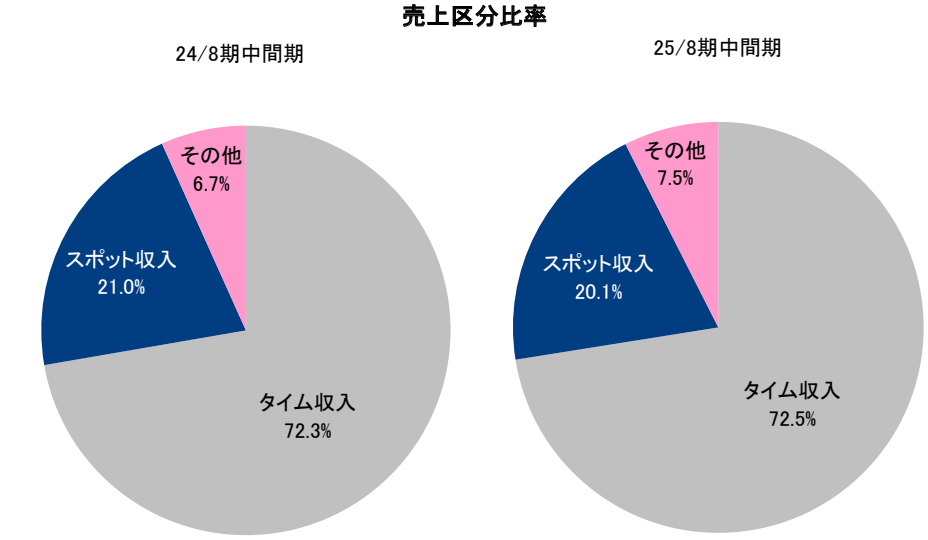
売上区分別実績（個別）

（単位：百万円）

	24/8 期中間期	25/8 期中間期			
	実績	実績	前年同期比	計画	計画比
売上高	5,547	5,534	-0.2%	5,646	-2.0%
タイム収入	4,009	4,010	0.0%	4,165	-3.7%
スポット収入	1,164	1,109	-4.7%	1,048	5.9%
その他	373	413	10.9%	432	-4.3%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

売上区分比率



出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

「Value4」を推進中、コンテンツ価値向上や周辺事業強化に注力

3. 2025 年 8 月期中間期における主要トピックス

同社は、中長期戦略の中で重点施策を制定している。戦略実行に向けた「6 つの力」として「実行力」「変化対応力」「改革推進力」「戦略構築力」「マーケティング力」「企画力」を定義している。これら 6 つの力を強化・実践するため 2025 年 8 月期は「Value4」として、（1）コンテンツ価値の向上、（2）「稼ぐ力」の再構築、（3）放送周辺事業の強化と発展、（4）企業価値向上のための戦略的投資の 4 つの施策を制定し、推進している。

（1）コンテンツ価値の向上

1）レギュラー番組の充実

報道、紀行番組、スポーツ、エンタメといった幅広いジャンルにおいて自社制作番組をレギュラー放送している。2025 年上期に当たる 2024 年 9 月から 2025 年 2 月にかけては、「BS イレブン競馬中継 SATURDAY」において新アシスタント MC にフリーアナウンサーの森千晴氏を起用したほか、MC と調教師の対談を番組の公式チャンネルで配信する等、初心者からベテランファンまでを惹き付ける番組づくりを行った。また、演歌や歌謡曲好きの視聴者に人気の「鶴瓶のええ歌やなぁ」ではゲスト出演者を拡充し、過去の名曲に関する秘話を語ってもらう等により内容を深めた。偉人たちの敗北や失敗から教訓を学ぶという番組制作方針が人気の「偉人・敗北からの教訓」では、本編の面白さだけでなく番組収録後のこぼれ噺を同社の公式 YouTube で配信する等、コンテンツに対する興味をさらに高める番組づくりを行った。同社が強みを持つアニメ関連番組では、2024 年 10 月の番組改編において新作を中心に 42 作品を企画し、年末年始には「五等分の花嫁」の TV スペシャルアニメや、「アニメロサマーライブ 2024-Stargazer- powered by Anison Days」の TV 独占放送のほか、「KO 世紀ビースト三獣士」の OVA（オリジナル・ビデオ・アニメーション）、劇場版「キン肉マン」3 作品の一挙放送等を手掛けた。

2）特別番組の強化

独立放送局の強みを生かし、2025 年 8 月期も多様なジャンルの特別番組を制作・放送し、他局や自治体との連携を強化した。音楽番組としては、故 八代亜紀さんの生前の人気番組である「八代亜紀いい歌いい話」で放送した楽曲のうち、視聴者からのリクエストが多かったものを振り返る番組のほか、2024 年 12 月に「TOKYO FM 少年合唱団 クリスマスコンサート 2024 ～天使の歌声降るクリスマス～」、また新春特別番組として昭和を彩った大スターたちの貴重な映像を紹介する「新春 2 時間スペシャル！昭和 100 年 スター列伝 お宝映像一挙公開！」を放送した。（株）京都放送との共同制作番組としては、俳優の志田未来さんが旅人となって冬の京都の魅力を紹介する「冬の京都 2025 ～受け継がれる伝統と技～」を、自治体との協業としては、宮城県や和歌山県みなべ町・田辺市との共同制作による番組を放送した。その他、BS 初放送を含む、国内外の人気ドラマコンテンツを拡充して放送した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）「稼ぐ力」の再構築

視聴者ニーズをベースにクライアントの嗜好を加味したうえで、今や鉄板とも言えるアジア系を中心に幅広くドラマコンテンツを強化し、放送と配信により提供している。2024 年 9 月から 2025 年 2 月には、中国時代劇で人気キャストが再共演した大河ロマンス史劇「星漢燦爛＜せいかんさんらん＞」のほか、愛と友情のアクション時代劇「江湖英雄伝～ HEROES ～」とポピュラーな歴史ドラマを展開した。韓国からは、豊富なコンテンツを有する（株）U-NEXT HOLDINGS との協業により、U-NEXT で配信中の人気の韓国ドラマを厳選し、家族のヒューマンドラマ「韓流セレクション Supported by U-NEXT アンクル～僕の最高のおじさん～」や、スリリングなエンタテインメント「復讐の渦～因縁の父娘（おやこ）～」などストーリージャンルも豊富に提供した。底堅い人気を誇るアガサ・クリスティー原作の「名探偵ポワロ」をはじめとした刑事ドラマを中心にヨーロッパミステリーも手掛けることで、幅広い視聴者層のニーズに対応できるコンテンツを揃えた。さらに、国内の時代劇や犯罪・捜査ドラマに加え、2025 年 5 月からは家族らが初めて伝記的物語の撮影を許可した作品「テレサ・テン 歌姫を愛した人々」の放送を開始する等、引き続き強化する考えである。なお、放送したドラマコンテンツ等は、一部を除き「TVer」やオリジナル配信サイト「BS11+」にて配信中と、視聴者を逃さないリテンション施策も講じている。

（3）放送周辺事業の強化と発展

放送周辺事業の強化策として、配信事業の収益拡大やオリジナルコンテンツ制作、イベント事業を推進している。配信事業の収益強化策としては、オリジナル配信プラットフォームである「BS11+」においてレギュラー番組を中心に番組放送終了後の見逃し配信やアーカイブ配信を実施したこと等により、2025 年 2 月末時点の会員数は前年同月末比で 103.0% 増を記録した。BS11 公式 YouTube チャンネルもチャンネル登録者が同 35.0% 増と大きく成長し、民放無料 BS 放送局で 1 位の登録者数をキープしており、収益増に寄与した。「TVer」では報道・ドラマ番組の配信が好評だ。配信オリジナルコンテンツ制作については、東京メトロポリタンテレビジョン（株）との共同制作による Web ドラマの第 1 弾として「東京水没 !?」を配信した。同番組は企画を公募して制作した番組で、一定の視聴者から反響を得ており、今後も同様の取り組みにより視聴者層の拡大が期待される。また人材育成の一環として入社 2 年目の若手社員による企画に基づいて配信コンテンツ化した「三戸なつめのブラリ神田明神」を配信している。イベント事業推進については、若手人気演歌歌手らによる歌謡ショー「我ら演歌第 7 世代！」を開催したほか、文化放送との協業により「ワールドダイスター RADIO ☆わらじ」の番組イベント第 3 弾を開催した。同社は保有する IP（知的財産）を活用してマルチ展開することで 2025 年 8 月期に放送周辺事業を 2020 年 8 月期比約 2.5 倍の 953 百万円へと拡大することを計画し、成長を加速させる考えだ。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（4）企業価値向上のための戦略的投資

企業価値向上策として、新たな領域への投資機会の追求と、コラボレーション施策を推進している。新たな領域としては、各分野におけるイベント事業の企画と実施、通販事業の強化が対象となる。イベント事業については、オリジナルイベントかつコラボレーション施策の一例として、2025 年 2 月に「BS11 のアイドル祭 Vol.1- バレンタイン SP-」を協業先であるエフエム東京の TOKYO FM ホールで開催した。通販事業としては自社運営の通販サイトである「BS11SHOP」において「産直通販」と番組関連グッズの販売を展開している。コラボレーション施策としては、前述のエフエム東京との協業による音楽イベントの開催や、デジタル音声サービス「AuDee（オーディー）」における「報道ライブ インサイド OUT」の音声配信を実施中だ。他局とのコラボレーション企画としては、2025 年 3 月から 4 月にかけて、全国 17 の放送局とともに「桜前線 2025 全国キャスターリレー！～自慢したい桜スポット～」のほか、京都放送との共同制作番組として、「京都夜桜生中継 2025 桜と名宝を訪ねて」を 3 月に放送した。また U-NEXT とも継続してスポーツ番組やドラマコンテンツ等の提供を受けている。さらに親会社であるビックカメラとの協業として、店舗で販売中の商品を紹介して通信販売するオリジナル番組を制作・放送しており、連携を強めて新たな施策を計画中である。

4. 費用の状況

売上原価項目となる番組関連費用のうち、番組購入費については、視聴者ニーズを追求したドラマコンテンツの調達に力を入れたことに伴い、前年同期比 27.8% 増の 194 百万円となった。同社が「ドラマゾーン」と呼ぶ平日 10 時～ 19 時台において、人気の中国ドラマや韓国ドラマ及び過去に人気のあった国内ドラマを放送し、同社のメイン視聴層の 1 つである「F3・F4 層」（50 歳以上の女性）及び「M3・M4 層」（50 歳以上の男性）の取り込みを強化した。一方で番組制作費は、前年同期に放送した大型スポーツ特別番組やレギュラー番組にかかる費用の反動減や、番組の放送月変更に伴う費用計上タイミングのズレにより、同 11.4% 減の 1,487 百万円となった。番組関連費用全体としては同 8.1% 減の 1,682 百万円と減少した。

また放送関連費用は、衛星利用料の見直しにより放送委託費が同 4.1% 減の 243 百万円となった。技術費については、同 38.1% 増の 31 百万円となった。販管費となる広告関連費用に関しては、広告宣伝費は同 20.8% 減の 301 百万円、販売促進費は前年同期と同額の 26 百万円となった。広告宣伝費は前期に引き続き広告宣伝の効率化策を進めた。従来の新聞や Web・交通広告等のほかイベント協賛等への投資に加え、現在は番組専用 SNS で積極的に発信する等、広報活動の幅を広げている。広告出稿等については、視聴者反応を受けて効果の高い広告媒体への絞り込みを行っており、従来の新聞等の広告から Web 広告に切り替えを進めている。SNS 広告はターゲティングが正確なうえ、ユーザーのプロファイリングにより定期的な分析が可能となることから、効果的な番組制作や編成が期待され、コスト効率化を徹底しつつ今後も活用を推進すると考えられる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

主要費用項目実績（個別）

（単位：百万円）

	24/8 期中間期 実績	25/8 期中間期	
		実績	前年同期比
番組関連費用（原価）	1,830	1,682	-8.1%
番組購入費	151	194	27.8%
番組制作費	1,678	1,487	-11.4%
放送関連費用（原価）	276	274	-0.7%
放送委託費	254	243	-4.1%
技術費	22	31	38.1%
広告関連費用（販管費）	406	327	-19.4%
広告宣伝費	380	301	-20.8%
販売促進費	26	26	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

5. 財務状況

（1）財政状態

2025 年 8 月期中間期末時点の総資産は、前期末比 49 百万円減少し 25,845 百万円となった。主な要因は、棚卸資産 58 百万円、有価証券（流動資産計上）99 百万円、投資有価証券（固定資産計上）896 百万円の増加と、現金及び預金 547 百万円、受取手形及び売掛金 325 百万円、有形固定資産 217 百万円、無形固定資産 9 百万円の減少である。負債については前期末比 332 百万円減少し、1,962 百万円となった。主な要因は、買掛金 71 百万円、未払消費税 145 百万円、及び未払金 86 百万円の減少である。純資産は前期末比 283 百万円増加し 23,882 百万円となった。主な要因は、2024 年 8 月期末配当 534 百万円の支出、及び親会社株主に帰属する中間純利益 801 百万円の計上により、利益剰余金が 267 百万円増加したことである。この結果、2025 年 8 月期中間期末時点の自己資本比率は 92.3%（前期末比 1.2 ポイント上昇）、流動比率は 889.0%（同 102.6 ポイント上昇）となった。自己資本比率については、東証スタンダード企業の情報・通信業の自己資本比率の平均値が 62.4% であることを踏まえれば、全体感として同社経営の安定度は揺るぎないと言える。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

簡易貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

	24/8 期末	25/8 期中間期末	増減額
流動資産	17,041	16,294	-747
現金及び預金	14,152	13,604	-547
受取手形及び売掛金	2,230	1,904	-325
棚卸資産	528	587	58
固定資産	8,852	9,550	697
有形固定資産	7,088	6,871	-217
無形固定資産	50	41	-9
投資その他の資産	1,713	2,638	924
資産合計	25,894	25,845	-49
流動負債	2,166	1,832	-334
買掛金	793	721	-71
未払法人税等	391	434	43
固定負債	128	129	1
負債合計	2,295	1,962	-332
純資産合計	23,598	23,882	283
負債純資産合計	25,894	25,845	-49

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フローの状況

2025 年 8 月期中間期末の現金及び現金同等物残高は 4,604 百万円と、前年同期末比 9,705 百万円減少した。2024 年 8 月期中間期から 2025 年 8 月期中間期にかけて現金及び現金同等物のうち計 9,000 百万円を預入期間が 3 ヶ月超 1 年以内の定期預金に預け替えたことが要因である。同社は借入れがないうえ、2024 年 8 月期の平均月商 1,020 百万円（売上高 12,241 百万円から計算）の約 4.5 倍に当たる 4,604 百万円を現金及び決算日後 3 ヶ月以内に満期が到来する預金で保有することから懸念は少ない。営業活動によるキャッシュ・フローは、993 百万円の収入と同 190 百万円減少した。税金等調整前中間純利益 1,174 百万円を計上したものの、法人税等支払額 346 百万円等が要因である。投資活動によるキャッシュ・フローは、2,006 百万円の支出（前年同期は 9 百万円の支出）となった。主に定期預金の預入による支出 1,000 百万円、投資有価証券の取得による支出 995 百万円等によるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは、535 百万円の支出（前年同期は 463 百万円の支出）となった。主に配当金の支払 534 百万円等によるものである。前述のように同社は投資の最適化に向けて効率的に資金を運用しており、今後も事業収入等によって生じた余剰資金を効果的に活用すると考えられる。

簡易キャッシュ・フロー計算書（連結）

（単位：百万円）

	24/8 期中間期	25/8 期中間期	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	1,184	993	-190
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-9	-2,006	-1,996
財務活動によるキャッシュ・フロー	-463	-535	-71
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	1,174	-1,012	-2,187
現金及び現金同等物の中間期末残高	14,310	4,604	-9,705

注：キャッシュ・フロー計算書の現金及び現金同等物の中間期末残高 4,604 百万円以外に預入期間が 3 ヶ月超 1 年以内の定期預金が 9,000 百万円ある。そのため 25/8 期中間期貸借対照表の現金及び預金は 13,604 百万円となる。
出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

通期予想を据え置きも、予想を上回る成長を目指す

● 2025 年 8 月期の業績見通し

2025 年 8 月期業績予想は連結・個別ともに据え置き、連結については売上高 12,314 百万円（前期比 0.6% 増）、営業利益 2,004 百万円（同 3.8% 減）、経常利益 2,032 百万円（同 3.1% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,407 百万円（同 3.3% 減）と、前期比では増収ながら各段階利益の減益を見込んでいる。個別の売上高内訳として、タイム収入は前期比 3.1% 増の 8,518 百万円、スポット収入は同 6.2% 減の 2,128 百万円、その他収入は同 15.5% 増の 953 百万円を計画している。2025 年上期の実績を踏まえ、期初予想段階で想定していたコンテンツ強化策等を下期に本格投入し、売上・利益両面のさらなる向上を図る。具体的には、自社制作番組の拡大や番組購入の強化を通じてスポンサー獲得を促進し、周辺事業の収益力も高める方針だ。利益面では引き続き広告宣伝費の効率化を進めつつ、期初予想を上回る業績の達成を目指す。

2025 年 8 月期の業績予想（連結）

（単位：百万円）

	24/8 期		25/8 期				
	中間期累計	通期実績	中間期実績	前年同期比	通期計画	前期比	増減額
売上高	5,936	12,241	5,889	-0.8%	12,314	0.6%	73
営業利益	927	2,083	1,159	25.0%	2,004	-3.8%	-79
経常利益	930	2,097	1,174	26.2%	2,032	-3.1%	-65
親会社株主に帰属する当期純利益	642	1,455	801	24.9%	1,407	-3.3%	-48

出所：決算短信よりフィスコ作成

2025 年 8 月期の業績予想（個別）

（単位：百万円）

	24/8 期		25/8 期				
	中間期累計	通期実績	中間期実績	前年同期比	通期計画	前期比	増減額
売上高	5,547	11,357	5,534	-0.2%	11,600	2.1%	243
タイム収入	4,009	8,262	4,010	0.0%	8,518	3.1%	256
スポット収入	1,164	2,269	1,109	-4.7%	2,128	-6.2%	-141
その他	373	825	413	10.9%	953	15.5%	128
営業利益	920	2,057	1,192	29.6%	2,000	-2.8%	-57
経常利益	924	2,073	1,208	30.8%	2,029	-2.1%	-44
当期純利益	638	1,432	836	31.0%	1,406	-1.8%	-26

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中長期成長戦略

「6 つの“ カ ”」を具現化する重点施策「Value4」を強力に推進

1. 中期成長戦略「6 つの“ カ ”」の強化・実践

2020 年 8 月期より番組制作と販売の一連の流れに沿って、1）マーケティング力：データベースの分析・活用による潜在的な需要喚起、2）企画力：視聴者やクライアントのニーズを捉えた企画立案、3）戦略構築力：環境変化に応じた機動的かつ効果的な戦略構築、4）実行力：知恵と知識を結集して戦略を強力に実行、の「4 つの“ カ ”」を打ち出し、良質な番組づくりへの実効性を高めた。コロナ禍を機に 2021 年 8 月期からは、5）変化対応力：経営環境の変化に応じた戦略を構築する力、6）改革推進力：過去に囚われず新たな挑戦を続ける力、を加え「6 つの“ カ ”」として実践している。

6 つの“ カ ”

出所：決算補足説明資料より掲載

2.「Value4」2025 年 8 月期の重点施策

2025 年 8 月期は、これまでの事業年度における成果や課題として明らかになった点を踏まえ、2024 年 8 月期の「Value3」を拡大し、「Value4」として 1）コンテンツ価値の向上、2）「稼ぐ力」の再構築、3）放送周辺事業の強化と発展、4）企業価値向上のための戦略的投資、の 4 つの重点施策を新たに定義した。「Value3」で実施した施策や実績をベースに、引き続き同社の「6 つの力」を強化・実践することで課題への取り組みを強化し、重点施策の達成を目指す。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

1)「コンテンツ価値の向上」については、自社制作番組において企画段階からテレビ放送後のマルチユース展開を想定した、オリジナル性の高い番組づくりを実行する。番組購入については引き続き費用対効果を意識しつつ、ターゲット視聴者層を惹き付ける番組編成を行う。2025 年 8 月期下期の施策としては、4 月からの新レギュラー番組として「黒谷友香、お庭つくります」の放送を開始した。各地のガーデンを訪ね、人々とのふれあいを通じて理想の庭づくりを追求する番組で、2024 年 8 月期の特別番組が好評を博したこともあって、レギュラー番組化に至った。地上波を含めて本格的なガーデニング番組は珍しく、他局との差別化が可能なコンテンツとして期待がかかる。スポーツコンテンツ強化策の一環としては、女子バスケットボール W リーグに特化した情報番組「WE LOVE ！ W リーグ」を放送している。ドラマ番組では「テレサ・テン 歌姫を愛した人々」を 5 月から放送開始し、故テレサ・テンの波乱万丈な生涯にスポットを当てたストーリーを展開している。また、コンテンツの充実に向けて広告宣伝施策を推進しており、11 ヶ月連続企画として 2025 年 1 月から「毎月 11 日は “BS11 イレブンの日 ” キャンペーン」を実施中だ。抽選で 11,000 円分の番組オリジナルビックカメラギフトカードをプレゼントするキャンペーンで、視聴者から注目を集めている。

2)「稼ぐ力」の再構築のための施策としては、スポンサーに対するセールスメニューの強化に継続的に取り組んでいる。特にスポット収入の改善補強を推進中だ。スポット収入は放送前後の番組視聴率に影響されるため、番組編成を改善してスポンサー獲得につなげる活動を進めている。同社が「ドラマゾーン」と呼ぶ通販のスポット広告が比較的多い平日日中時間帯に向けて、関係各所と協議して通販のターゲットとなる視聴者を呼び込む番組編成を展開している。成果が出始めており、下期に向けて業績面の寄与が期待される。

3) 放送周辺事業の強化と発展については、放送と配信コンテンツとの相乗効果を活用し、アニメ・配信ビジネスを軸としたイベント等を積極的に展開していく。アニメ関連では、「アニメの BS11」の認知拡大策として、2025 年 3 月に行われた世界最大のアニメイベント「AnimeJapn2025」に出展し、同社で放送する新作アニメ番組のキャスト陣によるトークステージを実施した。2025 年 4 月の番組改編期には、話題の新作を含むアニメ関連番組を 42 作品放送しており、さらなる放送周辺事業の拡充を進める。

2025 年 8 月期の施策 1（2025 年 4 月の番組改編）

出所：ホームページより掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2025 年 8 月期の施策 2（アニメ番組関連）

【注目作品】
『前橋ウィッチーズ』　4月6日（日） 深夜0時30分 放送開始
群馬県前橋市を舞台とした、サンライズスタジオ制作による完全新作アニメーション。
最高に刺激的な5人の魔女見習い「前橋ウィッチーズ」が、歌って踊って、願いを叶える！

『Summer Pockets』　4月7日（月） よる11時30分 放送開始
祖母の遺品整理のため、夏休みを利用して、鳥白島にやってきた鷹原羽依里。
「島の生活」に戸惑いつつも、仲間が出来た――この夏休みが終わらなければいいのにと、そう思った。

『紫雲寺家の子供たち』　4月8日（火） 深夜1時00分 放送開始
紫雲寺家の7人の兄弟姉妹(きょうだい)。個性的な5姉妹に振り回される長男・新は、
ある日、父親から衝撃の事実を告げられ、運命が一変。ワケあり家族の"禁断×純愛"ラブコメディ！

出所：ニュースリリースより掲載

4)「企業価値向上のための戦略投資」については、引き続き現在連携する他のメディアやチャネルとのコラボレーション施策のほか、2024 年 8 月期のエフエム東京への投資に続き、新領域開拓に向けた戦略的投資を積極的に展開する方針である。また余資運用の一環として、約 10 億円規模で比較的残存期間の短い社債への投資や定期預金への預入を実施しており、効率的な資金運用に向けた取り組みも継続して強化する。

重点施策「Value4」

出所：決算補足説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

SDGs への取り組み

社会課題の解決に貢献する情報発信とダイバーシティの推進

同社は「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」という経営理念を掲げ、幅広いステークホルダーと協働し、持続可能な社会への貢献による企業価値向上を目指しており、2022 年 10 月に再改訂された「コーポレート・ガバナンス・システムに関する実務指針（CGS ガイドライン）」の「サステナビリティ基本方針」に基づき、サステナビリティへの取り組みを進めている。

主に社会課題の解決に貢献する情報発信が挙げられ、様々な視聴者層に向けた教育機会の提供として、多様なコンテンツを制作している。レギュラー番組の「偉人・敗北からの教訓」においては、偉人たちが犯した歴史的な大失敗から、その背景・要因・影響等を読み解き、偉人の人物像を浮き彫りにするとともに、現代を生きる人の教訓とすることができる。絵本の読み聞かせ番組の「今日のえほん」では、未来を切り開くすべての子どもたちのために、心を豊かにする絵本と出会う機会を提供している。また京都文化の継承として「京都画報」「京都浪漫 悠久の物語」をレギュラー放送しているほか、毎年テーマを変えながら放送している「桜前線全国キャスターリレー !」や栃木県宇都宮市にて行われるアニメイベント「とちてれ☆アニメフェスタ !」への協賛等は、地方振興につながる施策となっている。そのほか、環境に関する問題提起を内包した番組の放送・配信等、コンテンツをはじめとした情報発信を通して、社会課題の解決に貢献するような施策に取り組んでいる。

子会社である理論社と国土社においては、子どもの本の専門出版社が集まる、良質な児童図書の出版・普及活動を目的とする「児童図書 十社の会」に所属し、出版書籍による教育機会の提供を行っている。

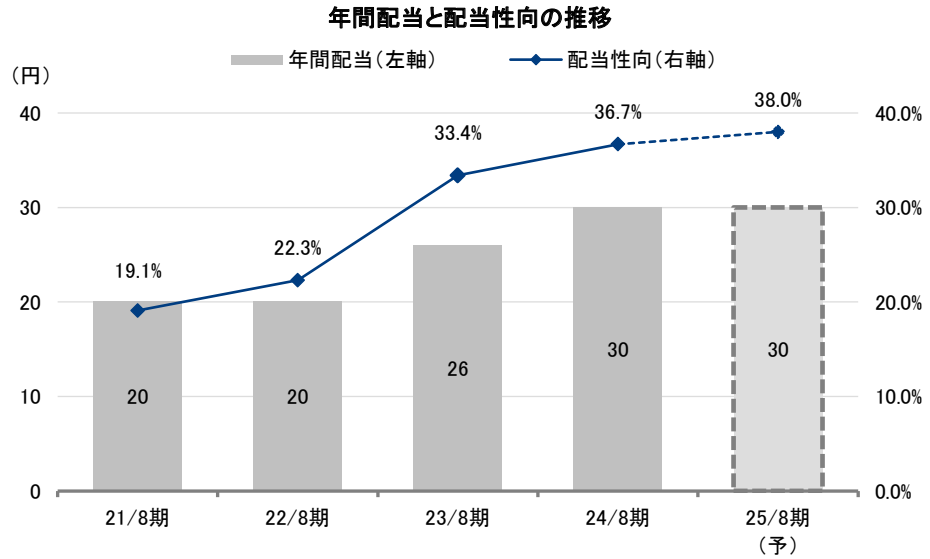
ダイバーシティの推進については、ジェンダー平等として女性社員の活躍に向けた環境整備や、人材の多様化のための中途採用等を強化している。同社によれば、2024 年 8 月期時点での割合は、女性社員は 32.7%、女性管理職は 22.4%、中途採用者は 80% 以上となっている。同社では、放送局として魅力あるコンテンツを視聴者に提供するためにはコンテンツの多様性が重要と考えており、人材の多様性が魅力的な多様性のあるコンテンツを生み出すことから、多様性を重視した人材戦略を実践している。この考えは SDGs にも通じるものであり、同社で働く社員にとっても好意的に受け止められているようである。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元

2025 年 8 月期は期末配当 30 円を計画、配当性向 40% 程度を維持

同社は、BS デジタル放送事業者という高い公共性に照らしつつ、近年の業界を巡る経営環境の変化やネットとの競争激化に対応できる内部留保の充実と財務体質の強化を目指すと同時に、業績に応じて継続的に安定した利益配当を実施する基本方針を掲げてきた。2023 年 8 月期決算において、一定程度の財務体質の強化が実現できたと判断し、2024 年 8 月期より配当性向 40% を基準として株主還元の拡充を決定した。2025 年 8 月期は 1 株当たり配当額 30 円、配当性向 38.0% の期初計画を維持している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■
〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3
株式会社フィスコ
電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）
メールアドレス：support@fisco.co.jp