

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ビーアンドピー

7804 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年2月1日(木)

執筆：客員アナリスト

松本章弘

FISCO Ltd. Analyst **Akihiro Matsumoto**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2023年10月期の業績概要	01
2. 2024年10月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. ビジネスモデルとその強み	08
■ 業績動向	10
1. 2023年10月期の業績概要	10
2. 2023年10月期のトピックス	10
3. 財務状況と財務指標	12
4. キャッシュ・フローの状況	13
■ 今後の見通し	14
1. 2024年10月期の見通し	14
2. 2024年10月期の主な取り組み	14
■ 中期経営計画	16
1. 基本方針と環境認識	16
2. 経営数値目標	16
3. 3大重点戦略と具体的実行施策	17
4. サステナビリティアクション	19
■ 株主還元策	19

要約

売上高は過去最高を達成、利益も大幅増益 シェア・機能・領域の拡大で持続的成長を目指す

ビーアンドピー <7804> は大阪府大阪市に本店を、東京都中央区に本社を置くインクジェットプリントサービスに強みを持つ販促広告制作企業である。主な事業は、セールスプロモーション事業、ウェブプロモーション事業である。現在ではデジタル技術の進歩により紙媒体からデジタル媒体への転換が進み、広告や印刷のあり方も変化している。こうしたなか、「時流適合」を目指し、既存のインクジェットプリント事業にデジタルサイネージとウェブプロモーションという新規事業を組み合わせることによって、「リアル領域」と「デジタル領域」を融合した付加価値の高い販促・マーケティングソリューションを提供している。また、2022年12月には「オーダーグッズ制作事業」も開始し、販売促進に関するサービスをトータルに提供する同社の強みを強化している。

1. 2023年10月期の業績概要

2023年10月期の業績は、売上高 3,174 百万円（前期比 8.9% 増）、営業利益 452 百万円（同 20.2% 増）、経常利益 453 百万円（同 20.1% 増）、当期純利益 300 百万円（同 24.8% 増）と増収増益となった。売上高は過去最高を達成し、営業利益ほか各段階利益も大幅な増益となった。経済活動の正常化に加え、2023年10月期よりセールスプロモーション事業、ウェブプロモーション事業の2事業推進体制へと事業区分を変更し、新たに掲げた「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3つの重点戦略を積極的に実行したことが増収増益につながった。また、生産面においても横浜ファクトリー、大阪本店に最新のカットマシンを増設し、生産機能の拡大及び生産効率の向上を実現した。売上高は案件の期ずれもあり会社計画にわずかに届かなかったが、利益率の高いインクジェットプリントの受注が順調に推移したこと、生産現場での人員配置の適正化が進み労務費が抑制できたことで、利益面では計画を上回る結果となった。

2. 2024年10月期の業績見通し

2024年10月期の業績は、売上高 3,400 百万円（前期比 7.1% 増）、営業利益 492 百万円（同 9.0% 増）、経常利益 492 百万円（同 8.7% 増）、当期純利益 331 百万円（同 10.4% 増）と増収増益を見込んでいる。事業環境としては、消費活動の拡大やインバウンド需要の増大が見込まれ、一方で資材コストの上昇など懸念はあるものの適正な価格転嫁もできており、過去最高の売上高更新を予想している。引き続き、「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3つの重点戦略を実行し計画の達成を目指す。また、ウェブプロモーション事業は、2023年10月期においては自社 EC サイトの運営を試行しながらマーケティングのノウハウを蓄積してきた。2024年10月期より事業の方向性を変えて、Web 集客活動に経営資源が集中する。同社が強みとする対面営業につなげるための WEB ランディングページの作成などによりリピート受注を最大化するほか、新規顧客獲得活動のサポートに注力する方針である。

要約

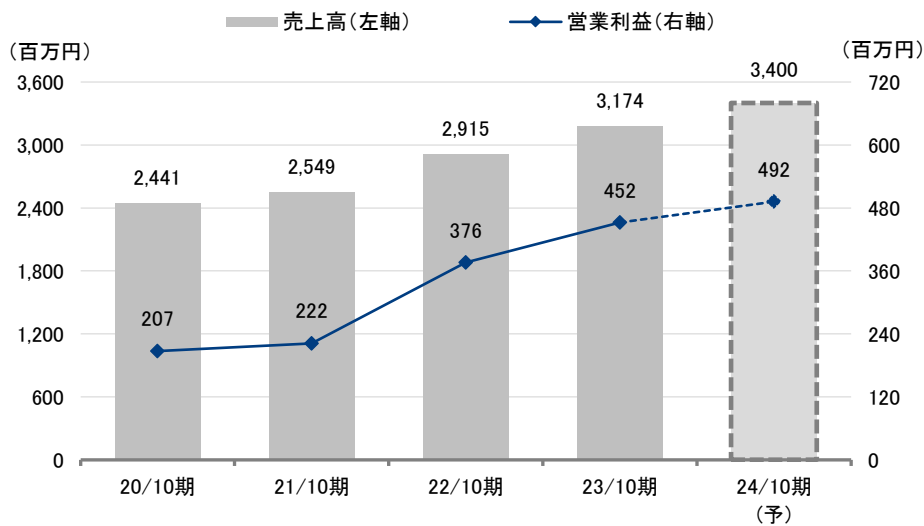
3. 中期経営計画

同社は2023年12月に、2024年10月期を初年度とする3ヶ年の中期経営計画を公表した。デジタル印刷市場の拡大、社会のDXなどによる新テクノロジーの社会実装本格化、世界的な環境意識の高まりといった事業環境の変化を受け、高成長・高収益経営の実現に向けて『One&Only 唯一無二のアプローチで次の時代の競争優位性をつくる』ことを中期ビジョンとして掲げた。引き続き「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」という3つの重点戦略を実行し、2026年10月期で売上高5,000百万円、営業利益750百万円、営業利益率15.0%、ROE10.0%以上、配当性向40.0%という数値目標の達成を目指す。具体的には、メーカーや広告主の顧客数を3年間で30%増加させ売上高の拡大を図りつつ、生産効率化、工程のDXに向けて3年間で2.5億円の投資を計画している。また、新たに「お客さまのブランドストーリーを形にし、人々の生活をより楽しく、記憶に残るものとする」という企業パーパスを定め、プロフェッショナル人材の採用・育成、人事制度の整備や組織の活性化などのパーパス経営を実践するとともに、ダイバーシティ & インクルージョン、環境配慮型商品の拡販などサステナビリティアクションも進める方針である。

Key Points

- ・2023年10月期はワンストップ営業体制、「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3つの重点戦略に基づく積極的な事業展開により増収増益
- ・2024年10月期も3つの重点戦略により増収増益を計画
- ・2026年10月期に売上高5,000百万円、営業利益750百万円を目標とする3ヶ年中期経営計画を公表

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

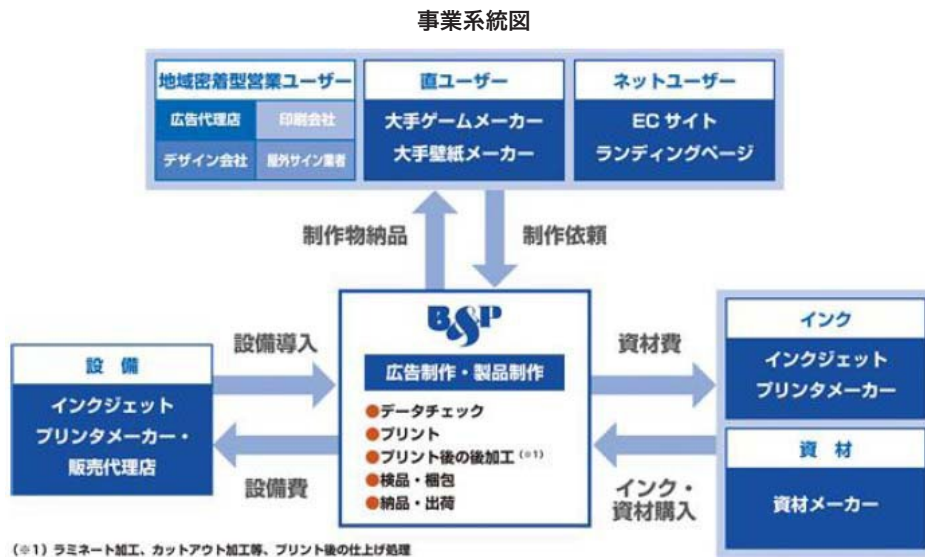
「リアル領域」と「デジタル領域」の融合を目指す、 インクジェットプリント領域のリーディングカンパニー

1. 会社概要

同社は大阪府大阪市に本店を、東京都中央区に本社を置く、インクジェットプリントに特化した出力事業を展開している企業である。インクジェットプリント領域のリーディングカンパニーとしてインクジェット技術を、日本社会、市民生活の発展のために普及させるべく、「より良い働きを通じて従業員の物心両面の幸せを創造し社会へ貢献する」という企業理念を掲げている。

同社では創業以来インクジェットプリント事業を軸に、多岐にわたる「カタチあるモノ」を提供する企業としてビジネスを展開してきた。現在ではデジタル技術の進歩により紙媒体からデジタル媒体への転換が進み、広告や印刷のあり方も変化している。そのなかで「時流適合」を目指し、デジタルサイネージ、ウェブプロモーション、オーダージェット制作などの新しい事業に取り組んでいる。これらの新事業によって顧客のニーズに応え、トータルでソリューションを提供する体制をさらに強化すると同時に「リアル領域」と「デジタル領域」を融合させたビジネスモデルへの転換にも挑戦している。

営業部門は、大阪・東京・横浜・名古屋・京都・福岡の中心部に置き、都心の利点を生かした営業を行っている。例えば大阪では大阪市内という限られた地域に絞り、エリア単位で営業部員を細かく配置しながら、サービスを展開している点に特徴がある。



会社概要

2. 沿革

同社は1985年に和田山コピーセンター（株）として事業を開始した。その後は、世界初の写真画質のインクジェットプリンターや5m幅までの出力を可能とする高速広幅UV出力機、3Dプリンター、業界最大級のプリンター設備などの導入によって業績を拡大させてきた。近年ではインクジェットプリント事業で培ってきたインクジェット出力の技術やノウハウを生かし、販売促進用広告分野及び内装インテリア分野の2つのチャンネルに対してデジタルサイネージサービスを展開している。

沿革

年月	沿革
1985年10月	和田山コピーセンター（株）を資本金300万円にて大阪市西区阿波座に設立し、ゼロックス専用のコピーサービス事業を開始
1990年11月	（株）ビーアンドピーを設立。大判フルカラー印刷機による大判カラープリント出力事業に参入。和田山コピーセンターをコピーサービス事業専門に区分、ビーアンドピーを大判カラープリント出力事業に区分
1991年10月	大判カラープリント出力事業を和田山コピーセンターへ移管。和田山コピーセンターをビーアンドピーに社名変更し旧ビーアンドピーを閉鎖
1996年4月	大判フルカラー印刷機を一新し、世界初の写真画質のインクジェットプリンターを導入。インクジェットプリンターの導入により、大判カラープリント出力事業をインクジェット出力事業に名称変更
2001年10月	コピーサービス業から撤退し、インクジェット出力事業に全面的に参入
2002年7月	南青山営業所を開設し、東京へ進出
2007年1月	東京営業所を東京都港区新橋に開設
2009年10月	従来のダンボールより丈夫でリサイクル可能なダンボール商品「リボード」の取り扱いを開始
2010年6月	プライバシーマークを取得
2010年12月	大阪本店を現在の住所である大阪市西区江戸堀へ移転
2013年7月	5m幅までの出力を可能とする高速広幅UV出力機を大阪本店に導入。西日本エリアのサイン業者を中心に屋外広幅出力サービスを開始
2014年1月	東京営業所を東京本社とし、一部本社機能を大阪本店より移管
2014年7月	ネット通販サイト「ハイプリント」の営業を開始
2014年11月	高速広幅UV出力機の最新鋭モデルを東京本社へ増設。東日本エリアでも屋外広幅出力サービスを開始
2015年5月	江東事業所を東京都江東区東陽に開設。大阪、東京、江東を生産拠点とする布地への出力を可能とする昇華転写出力サービス開始
2016年11月	（株）ニコールを買収し100%子会社化。プリントシール機の外装カーテン、壁紙等の生活資材製品を取扱製品に追加。生産拠点が大阪・東京・江東・横浜となる
2018年3月	3Dプリンターを東京本社に導入し、3Dプリントサービスを開始
2018年7月	ニコールを吸収合併し、ニコール事業部とする
2018年12月	江東事業所をニコール事業部（横浜市神奈川区守屋町）の隣接地に移転し、ワイドフォーマットスタジオを開設
2019年4月	福岡営業所を福岡市博多区に開設
2019年7月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2019年11月	名古屋営業所を名古屋市中村区名駅に開設
2021年3月	デジタルサイネージ事業を開始し、東京・大阪にショールームを開設
2021年5月	EC事業の総合支援を目的にインターネット通販サポート事業を開始
2021年8月	東京本社を東京都中央区八丁堀へ移転。東京本社及びニコール事業部の制作部門を横浜に統合。ニコール事業部を横浜ファクトリーに名称変更
2021年10月	東京証券取引所市場第2部へ市場変更
2021年11月	インターネット通販サポート事業においてWEBプロモーションの支援を開始し、事業の名称をデジタルプロモーション事業に変更
2022年12月	オーダーグッズ制作事業を開始
2023年6月	拡張現実（AR）を利用した新サービス「Promotion AR」を開始
2023年11月	デジタルサイネージ事業をデジタルクリエイティブ事業に名称変更し、「Promotion AR」や販促活動をDXするデモ用動画、ARの作成をラインアップに追加

出所：有価証券報告書、ホームページ、ニュースリリースよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 事業概要

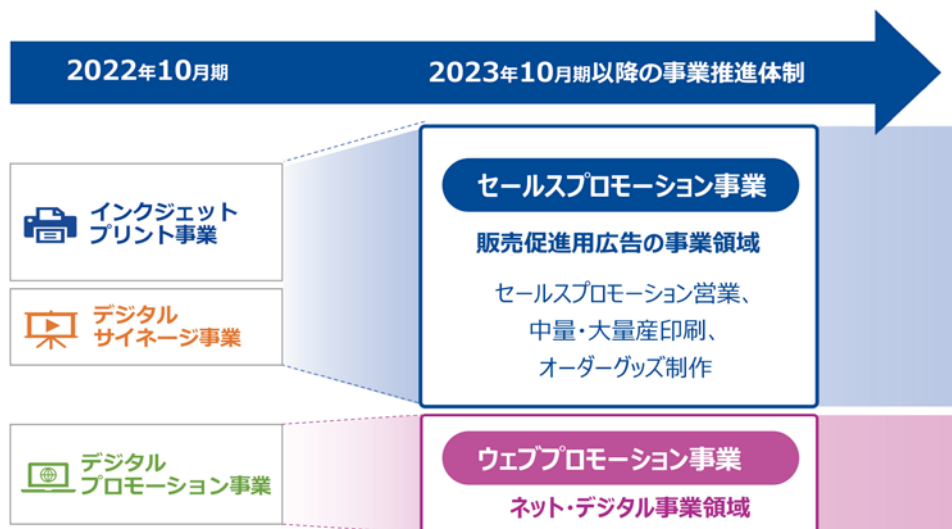
業界最多クラスの出力機等を生かした 高品質・短納期による高付加価値サービスに強み

1. 事業概要

インクジェット技術は販売促進用広告分野の拡大を起点に、内装インテリア分野、3D プリントによるテストマーケティング分野、高耐久・高品質な産業用プリントなど、年々活用の幅が拡大している。そのなかで同社は顧客からの受注に基づき、業務用の大判インクジェットプリンターを使用し、プリント・加工・納品までを一貫して行うインクジェットプリント事業を主力事業として展開している。そのほか、インクジェットプリントサービスで得た知見や営業力を活用し、新規事業としてデジタルサイネージ、ウェブプロモーション、オーダーグッズ制作などのサービスも提供している。

同社は 2023 年 10 月期から従来のインクジェットプリント事業、デジタルサイネージ事業、デジタルプロモーション事業の 3 区分をセールスプロモーション事業とウェブプロモーション事業の 2 区分に再編した。取引先のニーズに対して複数の商材、ソリューションをワンストップで提案することが狙いである。従来のインクジェットプリント事業とデジタルサイネージ事業はセールスプロモーション事業に統合した。それに伴い、営業体制を商品別から顧客対応型に変更した。具体的には、インクジェットプリントの販促広告商品やデジタルサイネージを取り扱うセールスプロモーション部門、少品種多量生産型の案件を取り扱う中量・大量産印刷部門、新規事業のオーダーグッズ制作部門という 3 つの販売体制としている。また、ウェブプロモーション事業は、従来のデジタルプロモーション事業と自社 EC サイトの運営を統合した。事業区分再編によって、「リアル領域」と「デジタル領域」の融合をさらに加速し、顧客の販売促進・マーケティングをトータルでサポートするという同社の強みに磨きがかかることが期待される。

2 事業区分への再編を実施



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

(1) セールスプロモーション事業

a) インクジェットプリント事業

主たる事業は、広告代理店、広告制作会社、印刷会社、デザイン会社等から発注される「販売促進用広告物の制作」及びゲーム機メーカーが取り扱うプリントシール機の外装やカーテン、並びにインテリアメーカーやインテリア専門商社が取り扱う、内装壁紙や床材等の「生活資材・製品制作」である。短期間・高品質での納品を実現するために「業界最多クラスの出力・加工機を保有することによる生産力」「都心の利点を生かした機動力」「多様な案件を一元管理する統制力」「緊急案件に即時対応する瞬発力」「あらゆる課題に最適提案をする解決力」「業界の技術革新を常にリードする創造力」の6つの強みを有している。さらに2023年10月期からオフセット印刷、シルクスクリーン印刷、オンデマンド印刷などの少品種多量生産型の案件も取り扱う中量・大量産印刷部門の体制を整備した。新たに設備投資をせず、オフセット印刷などの生産能力を持つ協業先との連携体制を構築することによって受注案件の幅を広げている。

インクジェットプリント事業の6つの強み

(1) 業界最多クラスの出力・加工機を保有することによる生産力	水性・溶剤プリンターをはじめ、環境に優しいラテックスプリンター、フラットベットタイプの高速UVプリンター、幅5mまで印刷できる世界最大級のUVプリンターなどの様々な出力機と、高速・高品質のパネルカットを実現するカットマシンや1600mm幅対応のラミネーターといった上質な仕上がりを約束するハイグレードな加工機を多数保有している。これにより競合他社と比較して短納期や大量生産を可能にしている。
(2) 都心の利点を生かした機動力	大阪・東京・横浜の中心部に広大な作業スペースを確保し、都心の利点を生かしたスピーディーな対応が可能である。都心部であれば当日発注・当日出荷も可能である。
(3) 多様な案件を一元管理する統制力	全事業所合わせて100人以上の専門オペレーターを配置、同社内で出力・加工・検品・梱包・発送までを一元管理、品質管理強化のため「測色システム・色校専用蛍光灯」を完備している。
(4) 緊急案件に即時対応する瞬発力	2交代制で昼夜間工場が稼働しているため、緊急案件にも対応可能。そのため、朝に依頼すると夕方には引き取れるケースもある。事業規模が小さい競合他社が、夜中にできない出力・加工を、同社は可能なため、短納期を実現できる。
(5) あらゆる課題に最適提案をする解決力	顧客がサイズや枚数、納期や仕様などに不安を抱えている場合は、経験豊富な営業部員が多岐にわたる出力機と加工機の組み合わせから最適な商品を提案している。
(6) 業界の技術革新を常にリードする創造力	顧客の課題解決のため、同社では毎年最先端の設備を導入し、顧客に新しいビジネスの契機を提案。これによりインクジェット業界の技術革新を常にリードしている。

出所：ホームページよりフィスコ作成

b) デジタルサイネージ事業（2024年10月期より「デジタルクリエイティブ事業」に名称変更）

従来のインクジェットプリント出力による製品販売の経験を活用し、販売促進用広告分野及び内装インテリア分野に対してデジタルサイネージ事業を展開している。販売促進用デジタルサイネージとして「商品棚をまるごと動画にする」というコンセプトの「デジ棚」、簡単に設置でき、かつエコな「リポ棚D」がある。同事業においては、多店舗のデジタルサイネージをクラウドで一括管理し、動画コンテンツを配信できるCMS（コンテンツ・マネジメント・システム）（以下、「BPクラウド」）の導入提案を積極的に行っている。CMSは月額定額のサブスクリプションモデルで安定した収益基盤となっているため、業績が拡大するにつれて同社全体の収益性も向上すると弊社は見ている。また、2024年10月期から、デジタルサイネージ事業をデジタルクリエイティブ事業に名称変更し、顧客の販促活動をDXするためのデモ用動画やARの作成をラインアップに追加した。

事業概要

デジ棚イメージ



出所：ホームページより掲載

c) オーダーグッズ制作事業

オーダーグッズ制作事業は2022年12月に開始した新事業である。「オーダーグッズ」は、イベントのノベルティグッズや自社製品の販促グッズ、物販用のオリジナルグッズなどの用途で活用されている。近年では「自分だけの」「他にはない」ものを求める消費者の志向が強まり、小ロットでオリジナリティのあるグッズに対するニーズが高まっている。このような需要に対して、同社が保有する印刷ノウハウや印刷設備、さらにはインクジェットプリント事業において培ってきた小ロット多品種に対応できる生産能力を活用する方針だ。同社にとっては印刷設備や人員など既存リソースを活用することで、過度な投資を抑制しながら効率的に新市場を開拓できるというメリットがある。アパレル、ファブリック、皮革小物、日用雑貨などの商品に対応することを想定しており、イベント展示会でのサンプリング、キャンペーンでの販促グッズ、エンドユーザーへの来店ノベルティといった用途が見込まれている。

事業概要

商品ラインナップの一例



一個からの小ロットから量産まで、短納期対応可能！小物雑貨のプリントをお任せください。



出所：ニュースリリースより掲載

(2) ウェブプロモーション事業

ウェブプロモーション事業は、従来 EC 運営代行、EC コンサル、EC サイト制作、Web プロモーション、PR・SNS 運営代行と、EC サイト運営において顧客が抱える課題に多様なソリューションを提供してきた。また、2022 年 8 月にはサインディスプレイ専門サイト「インクイット」を開設し、ネットを使ったマーケティング活動のノウハウを蓄積してきた。2024 年 10 月期からは事業の方向性を変え、蓄積したノウハウを生かして、Web 集客活動に経営資源が集中。同社が強みとする対面営業につなげるためのランディングページ制作など、受注獲得のサポートに注力している。

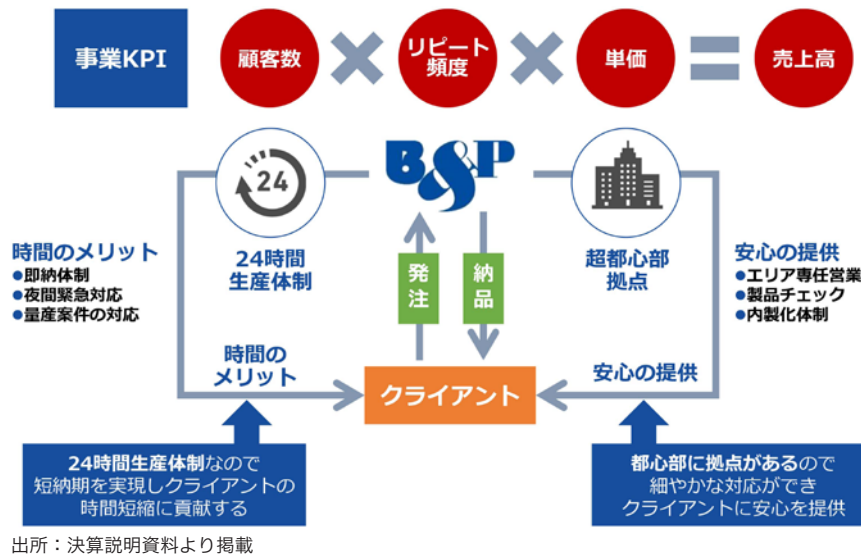
2. ビジネスモデルとその強み

同社はインクジェットプリントに特化した国内有数の最新鋭設備と卓越したノウハウを有し、生産の自動化に取り組んでいる。そのなかで同社の強みを生かし、顧客から最も重要視されるニーズである「短納期」「高品質」に最大限対応することで顧客数、リピート頻度、単価の向上に努め、売上高の拡大を図っている。競合他社で 100 台以上のプリンターを有している会社は存在しておらず、かつ複数拠点を有している競合も少ない。同社は、複数拠点を置いているため、東京で発注し大阪での受け渡しをするといった拠点間連携が可能であるほか、情報やベストプラクティスの共有も積極的に推進しており、このことも顧客数の拡大とリピート頻度の向上につながっている。さらに同社商品には定価がないため、付加価値を付けて高値で販売することも可能である。こうした時間のメリット、安心の提供など、他社と一線を画す高付加価値なサービス体制が同社の大きな強みである。

事業概要

ほかにも、競合他社では人員不足や従業員のケアの難しさから24時間対応を止めている企業が多い。同社では入社後の育成計画や若手のリーダー抜擢、個人のモチベーション、心身管理など社内環境の良化による定着率向上で、24時間対応可能という強みを維持している。人員に関しても、安定した新卒採用と案件数に合わせた柔軟な中途採用を行うことで、案件数の増加に対応している。

同社ビジネスモデルとその強み



業績動向

主力事業が業績を牽引し増収増益、 シェア拡大・機能拡大・領域拡大を積極的に展開

1. 2023年10月期の業績概要

2023年10月期の業績は、売上高 3,174 百万円（前期比 8.9% 増）、営業利益 452 百万円（同 20.2% 増）、経常利益 453 百万円（同 20.1% 増）、当期純利益 300 百万円（同 24.8% 増）と増収増益となった。売上高は過去最高を達成し、営業利益ほか各段階利益も大幅な増益となった。新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴う経済活動の正常化に加え、2023年10月期より事業区分を2事業に変更し、新たに掲げた「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3つの重点戦略を積極的に実行したことが増収増益につながった。売上高は案件の期ずれもあり会社計画の3,200百万円にわずかに届かなかったが、利益率の高いインクジェットプリントの受注が順調に推移したこと、インク、紙・シートなどの材料コスト上昇を適正な値上げでカバーしたこと、生産現場での人員配置の適正化が進み労務費が抑制できたことなどにより、売上総利益率は42.2%と前期比で1.2ポイント上回った。従業員の給与水準の引き上げなどで販管費は同68百万円増加したが、販管費率は28.0%と同0.1ポイント下回る水準に抑制し、営業利益率は14.2%と同1.3ポイント上回った。計画していた営業利益409百万円を10.6%上回るなど、各段階利益とも計画を上回る結果となった。

2023年10月期の業績

（単位：百万円）

	22/10期		23/10期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	2,915	100.0%	3,174	100.0%	259	8.9%
売上総利益	1,194	41.0%	1,339	42.2%	144	12.1%
販管費	818	28.1%	887	28.0%	68	8.4%
営業利益	376	12.9%	452	14.2%	75	20.2%
経常利益	377	12.9%	453	14.3%	76	20.1%
当期純利益	240	8.2%	300	9.5%	59	24.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2023年10月期のトピックス

シェア拡大に向けては、2022年11月に京都営業所を開設した。寺社の手書きのサインディスプレイや天井などの装飾をインクジェット印刷で受注するなど実績を積み上げながら、インバウンド増や2025年の大阪・万博開催の販促広告需要を取り込めるよう営業展開している。各拠点の営業体制においては、従来担当者1名が30社程度の取引先を担当していたが、これを2～3名で100社程度の取引先を担当するチーム制に変更し、顧客が常時ストレスなく担当者に連絡・発注できる環境整備を進めた。これにより納期対応が円滑に進み顧客満足度が上がるとともに、従業員の年休取得・リモート対応、情報・知識の共有が可能になり、顧客に対するワンストップ営業も実現したようだ。各拠点においては、併せて営業人員を増強したことで、新規・既往取引先の受注拡大につながった。

ビーアンドピー | 2024年2月1日(木)
 7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

業績動向

機能拡大に向けては、プロモーションセールス事業にオフセット印刷、シルクスクリーン印刷、オンデマンド印刷など少品種の中量・大量生産案件にも対応可能な部門を設けた。インクジェットだけでなく他の印刷も同社にまとめて発注したいという顧客の要望に応えた格好だ。同社としては、新たに設備投資することなく、オフセット印刷などの生産能力を持つ協業先と連携する形で対応している。デジタルサイネージ事業においては、スーパー、家電量販店、ドラッグストアなど量販店に展開するメーカーからの大型受注も確保できた。同社では、量販店など多店舗のサイネージを一括管理し、動画コンテンツなどをクラウドで配信できる「BPクラウド」の導入提案に注力しており、デジタルサイネージのハード機器とのセット購入や導入済みデジタルサイネージの管理ツールとして導入するケースが増加している。また、動画コンテンツ作成やデータ入替作業なども含めたデジタルサイネージの運営代行を依頼されるケースも増えているようだ。さらに、2023年6月に(株)OnePlanetと拡張現実(AR)技術に関する業務提携を行い、セールスプロモーション事業において新サービス「Promotion AR」を開始した。販売促進用広告物に2次元コードを印刷し、それをスマートフォンで読み込むことで販売促進に関連したARの世界を体験できるサービスである。同年8月に東京ビッグサイトで開催された「販促 EXPO【夏】」に出展し、同年9月には埼玉西武ライオンズのイベント『西武特急シリーズ』において、同サービスを利用して好きな選手と記念写真が楽しめるARフォトコーナーの広告(看板・デジタルサイネージ)を担った。

西武特急シリーズのイベント



出所：ニュースリリースより掲載

生産面においても2023年5月に横浜ファクトリーと大阪本店に最新のカットマシーンを2台増設し、オートメーション化により生産効率が向上し、収益の拡大、省人化を実現した。これによって正社員の増員1名、パート・嘱託社員の増員8名のみで営業への人員再配置が可能となり、生産性も向上した。また、制作知識の共有化のため工程の可視化ソフトの開発を進めるほか、品質担保、クレーム低減に向けた検品システムを2024年10月期より導入するなど、制作原価を案件ごとに設定しながら品質の向上に努めている。

業績動向

事業領域拡大に向けては、近年着実な成長を示しているキャラクタービジネス市場においてキャラクターグッズを扱う法人やコンテンツホルダーとの連携を目指して、2022年12月にオーダーグッズ制作事業を開始した。2023年1月にはテレビ番組『マチラブのフラチャレ部!!～SDGs スポーツをやってみよう～』でタレントが着用する衣装への企業ロゴのプリントを実施した。同社によれば、1年目からいきなりキャラクターを扱うのは権利の侵害、紛争などのリスクがあるため、イベントのノベルティグッズやメーカーの販促グッズの取扱実績を積み重ね、制作ノウハウを蓄積する方針のようだ。また、2022年8月に開設したサインディスプレイ専門サイト「インクイット」では、その運営を通じてネットを利用した集客ノウハウを蓄積した。

自己資本比率は82.4%と健全、ROEも9.9%と前期比で上昇

3. 財務状況と財務指標

同社の2023年10月期末の資産において、流動資産は、営業活動によるキャッシュ・フローの収入が投資活動と財務活動によるキャッシュ・フローの支出を上回ったことで現金及び預金が238百万円増加し残高は3,501百万円となった。固定資産に関しては、カットマシーン増設により機械及び装置が47百万円増加したほか、繰延税金資産が19百万円増加したことにより残高は285百万円となった。その結果、資産の残高は3,786百万円となった。負債においては、流動負債が従業員の給与引上げに伴い賞与引当金が49百万円増加したことにより残高は513百万円となった。固定負債の残高は1百万円減少し152百万円となった。純資産に関しては、剰余金の配当78百万円による減少はあったものの、当期純利益300百万円を計上したことにより残高は3,120百万円となった。

安全性の指標を見ると、自己資本比率は82.4%となった。前期末に比べて0.5ポイント低下したものの、依然として高い水準を維持している。また、稼ぐ力が向上している部分にも注目したい。ROEは9.9%と前期比1.4ポイント上昇、ROAも12.4%と同1.2ポイント上昇した。自己資本比率82.4%と財務の健全性を維持しながら、同時にROEを高めている点は注目に値する。今後も生産活動の効率化や高付加価値ソリューションの提供を行うなかで、効率的に稼ぐ力が高まっていくものと弊社は見ている。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	22/10期 実績	23/10期 実績	増減
【貸借対照表】			
流動資産	3,245	3,501	255
(現金及び預金)	2,499	2,738	238
固定資産	272	285	13
資産合計	3,517	3,786	269
流動負債	447	513	66
固定負債	153	152	-1
負債合計	600	666	65
純資産合計	2,916	3,120	204
【主な経営指標】			
ROE (自己資本当期純利益率)	8.5%	9.9%	1.4pt
ROA (総資産経常利益率)	11.2%	12.4%	1.2pt
売上高営業利益率	12.9%	14.2%	1.3pt
自己資本比率	82.9%	82.4%	0.5pt
1株当たり純資産	1,271.09円	1,365.89円	94.89円

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは、税引前当期純利益 452 百万円の増加があったことにより 405 百万円の収入となった。投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得による支出が 64 百万円あったことにより 65 百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い 77 百万円、自己株式の取得による支出 23 百万円により 101 百万円の支出となった。以上より同社の 2023 年 10 月期末における現金及び現金同等物の残高は 2,738 百万円となった。

2023年10月期のキャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22/10期 実績	23/10期 実績	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	298	405	107
投資活動によるキャッシュ・フロー	-44	-65	-20
財務活動によるキャッシュ・フロー	-85	-101	-16
現金及び現金同等物の期末残高	2,499	2,738	238

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

「3つの拡大」を継続、2024年10月期も過去最高の売上高更新へ

1. 2024年10月期の見通し

2024年10月期の業績は、売上高3,400百万円（前期比7.1%増）、営業利益492百万円（同9.0%増）、経常利益492百万円（同8.7%増）、当期純利益331百万円（同10.4%増）と増収増益を見込んでいる。事業環境としては、消費活動の拡大やインバウンド需要の増大が見込まれ、過去最高の売上高更新を予想している。一方で資材コストの上昇など懸念はあるものの、適正な価格転嫁も進んでおり、営業利益率は14.5%と前期比0.3ポイント増を計画している。

2024年10月期の業績見通し

（単位：百万円）

	23/10期		24/10期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	3,174	100.0%	3,400	100.0%	225	7.1%
営業利益	452	14.2%	492	14.5%	39	9.0%
経常利益	453	14.3%	492	14.5%	38	8.7%
当期純利益	300	9.5%	331	9.7%	30	10.4%
1株当たり当期純利益	130.64		145.01		14.37	11.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2024年10月期の主な取り組み

「リアルとデジタルの領域から販促・マーケティングをワンストップでサポートする」ことを目指して、「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3つの重点戦略を実行し、会社計画の達成を目指す。

シェア拡大については、主力の大阪、東京において営業人員を増強して営業エリアを拡大し、新規顧客獲得活動を強化する。名古屋・福岡・京都においては顧客基盤を固めて利益貢献を目指す。また、重要課題として2025年の大阪・関西万博の販促広告需要の獲得を目指す。

機能拡大については、デジタルサイネージ事業をデジタルクリエイティブ事業に名称変更した。従来のデジタルサイネージのハード機器販売、動画配信システム「BPクラウド」の提供に加えて、前期よりサービスを開始した「Promotion AR」を使った付加価値サービスの提案を行うとともに、顧客の販促活動をDXするためのデモ用動画やARの作成をラインアップに追加した。

今後の見通し

領域拡大については、オーダージュズ制作事業において前期に実績を積み上げたノベルティグッズや販促品の制作ノウハウを生かして1P(知的財産)コンテンツへの本格展開を目指す。また、展開にあたっては、専任営業者に加えて全国の拠点の営業担当が、専任営業者の経験やノウハウを共有して新規事業商材の提案と拡販を進める。

ウェブプロモーション事業については、前期に自社ECサイトの運営を試行しながらマーケティングのノウハウを蓄積してきた。2024年10月期より事業の方向性を変えて、Web集客活動に経営資源が集中する。同社が強みとする対面営業につなげるためのWEBランディングページの作成などによりリピート受注を最大化するほか、新規顧客獲得活動のサポートに注力する方針である。

SDGsに関する取り組みとしては、顧客の関心が高い、環境に配慮した素材を使ったエコ商材の販売体制を強化する。具体的には、オーガニックバナナの茎から繊維を取り出し、古紙やパルプを混ぜて作られたフェアトレード認証の「バナナペーパー」、リサイクル可能な紙100%からできており、原材料であるパルプも間伐材のみを使用している「Re-board」、石灰岩が主原料となりポスターなどの広告物として使用でき、高効率でアップサイクルできる「LIMEXペーパー」などがある。

エコ商材

Re-board (リボード)	LIMEXペーパー	NOALX (ノアルックス)																		
 <p>Re-board®</p>																				
リサイクル可能な紙100%からできており、原材料であるパルプも間伐材のみを使用。	石灰石が主原料となり、ポスターなどの広告物として使用でき、高効率でアップサイクルできるのが特徴。	PET素材の複合版で、従来の屋外看板などで使用されていたアルミ複合版と比較して、処分時に排出されるCO2を35~65%削減可能。																		
<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>環境貢献度</td> <td>コスト</td> <td>耐久性</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	環境貢献度	コスト	耐久性				<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>環境貢献度</td> <td>コスト</td> <td>耐久性</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	環境貢献度	コスト	耐久性				<table style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>環境貢献度</td> <td>コスト</td> <td>耐久性</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	環境貢献度	コスト	耐久性			
環境貢献度	コスト	耐久性																		
環境貢献度	コスト	耐久性																		
環境貢献度	コスト	耐久性																		

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中期経営計画

2026年10月期で売上高 5,000 百万円、営業利益率 15.0% を目指す

1. 基本方針と環境認識

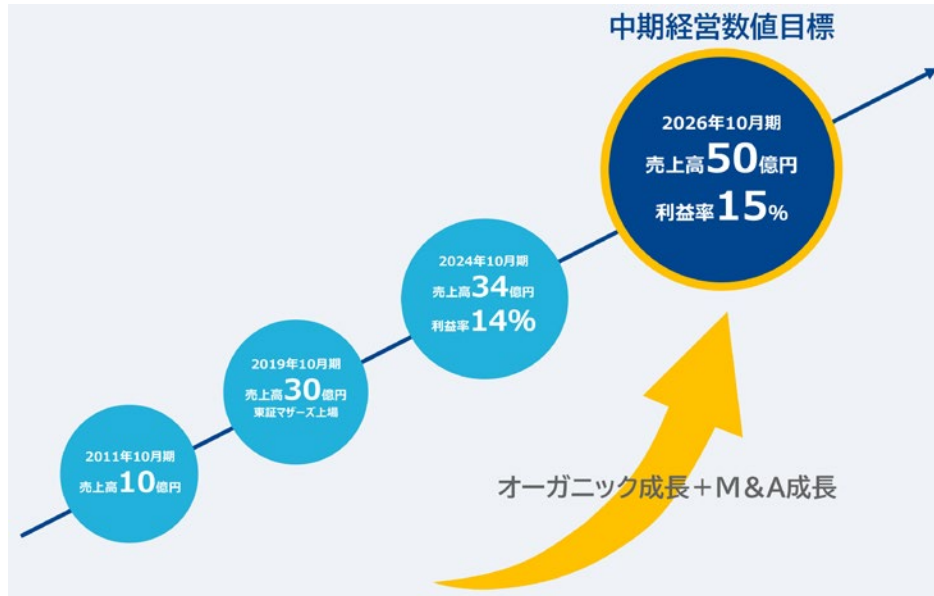
同社は2023年12月に、2024年10月期を初年度とする3ヶ年の中期経営計画「BLUE PRINT2026」を公表した。青写真（計画や見通し）という意味と社名の頭文字をかけた表題であり、「より良い働きを通じて 全従業員の物心両面の幸せを創造し、社会へ貢献する」経営理念の実現とともに、「売上を最大限に伸ばし経費を最小限に抑える」高収益経営の実践を基本方針としている。事業環境として、デジタル印刷市場の拡大、新テクノロジーの社会実装本格化、世界的な環境意識の高まりを認識し、同社のサービスを通じて社会が直面する課題解決に貢献することにより高成長・高収益経営の実現を目指す。デジタル印刷市場の拡大に対しては、同社の主力であるインクジェットプリント事業のさらなる基盤拡大、中量・大量生産に対応するオンデマンド印刷によるサービス展開、地域密着対面営業による高付加価値サービスの提供を目指す。新テクノロジーの社会実装本格化に対しては、「リアル×デジタル」を融合させた高付加価値サービスの展開、デジタルサイネージ、拡張現実（AR）など社会のDXに対応した商材活用によるデジタル部門の事業展開を目指す。世界的な環境意識の高まりに対しては、SDGs推進のため環境配慮型商品の拡販、環境に配慮した「環境配慮型エコ素材」「次世代インクの使用」「不燃インクジェット出力」などの取り組みを推進し、地球環境保護・保全への取り組み、持続可能な社会の継続的発展への貢献を目指す。

2. 経営数値目標

2026年10月期で売上高 5,000 百万円、営業利益 750 百万円、営業利益率 15.0%、ROE10.0% 以上、配当性向 40.0% という数値目標の達成を目指す。2024年10月期の売上高は前期比 7.1% 増の 3,400 百万円を計画しており、そこから2期で 5,000 百万円を達成するためには、オーガニック成長だけでなく M&A による成長が必要になると想定している。

中期経営計画

中期経営数値目標



出所：中期経営計画より掲載

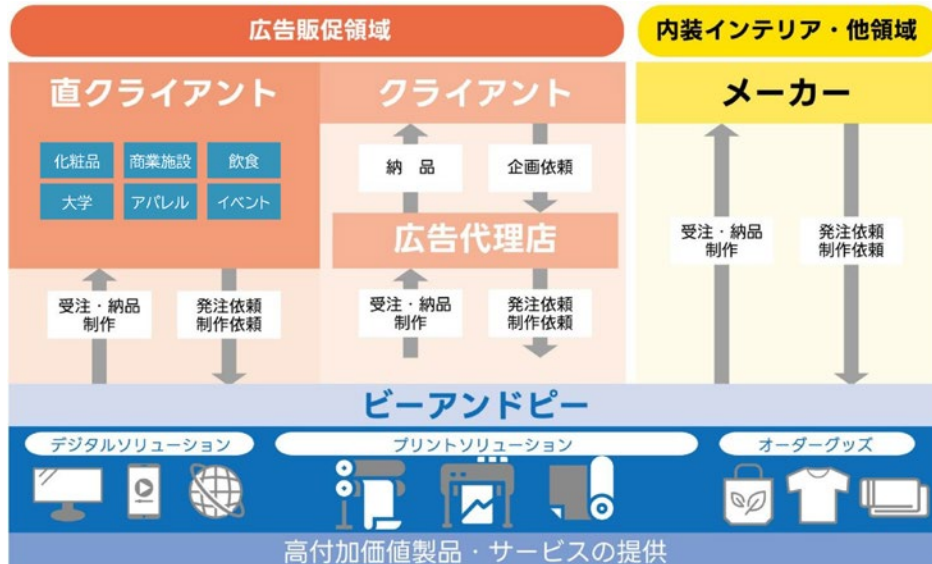
同社においては、社内でプロジェクトチームを編成し、2019年7月の新規上場において調達した資金を活用して、継続的にM&Aに関する情報収集や調査に加え、専門会社から複数の案件について提案を受け同社の事業との相乗効果、成長性、利益率などの観点で検討を行っている。計画のなかでは、M&A戦略として、同社の事業活動に必要な経営資源（商材、人材、技術、設備、顧客、商圏など）を有している企業、同社の有している経営資源を生かせる企業、同社の利益率向上に貢献する企業、買収後のシナジー効果や組織力強化により利益率アップを実現できる企業をターゲットとして掲げている。

3.3 大重点戦略と具体的実行施策

同社は引き続き「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」という3つの重点戦略を実行し、『One&Only 唯一無二のアプローチで次の時代の競争優位性をつくる』ことを中期ビジョンとして掲げた。成長している印刷通販市場の営業形態とは異なり、「地域に密着した対面営業を行い、顧客に対し高付加価値な機能とサービスを提供すること」が同社の強みであるとして、これを「絶対に勝てるポジショニング戦略」と位置づけ、競争優位性をつくることを重点戦略のベースに置いている。シェア拡大については、全国主要都市での営業エリア拡大による顧客占有率の向上、多重下請け構造からの脱却による顧客層の拡大を目指す。具体的には、主要な顧客ターゲットの広告代理店に加えて、メーカーや広告主の顧客数を3年間で30%増加し、顧客基盤の強化、売上拡大を図る計画だ。

中期経営計画

顧客層の拡大



出所：中期経営計画より掲載

機能拡大については、インクジェットプリント以外のプリントソリューションへの進出、デジタルサイネージ・拡張現実（AR）などのデジタル商材の拡販を目指す。領域拡大については、オーダーグッズ事業における IP コンテンツ分野への参入、M&A により既存事業のノウハウが生かせる新規分野の探索を目指す。

投資戦略としては、持続的な成長を見据えた先行投資、高い利益を生み出せる生産環境の実現に向けた DX の推進、社員がさらに高い付加価値を提供できるよう人的資本の価値向上への取り組み、事業拡大のための M&A の具体的な推進、SDGs 推進のため環境配慮型の製品の取り扱いなどを想定している。省人省力化や生産工程・稼働状況の可視化など生産効率化及び工程の DX に向けて、3 年間で総額 2.5 億円の投資を予定しており、スマートファクトリーを実現する計画である。

また、新たに「お客さまのブランドストーリーを形にし、人々の生活をより楽しく、記憶に残るものとする」という企業パーパスを定め、事業戦略を担うプロフェッショナル人材の採用・育成による拡充、多様な人材が自律的かつ柔軟に働ける環境づくりのための制度の整備、戦略・価値観を浸透させ組織を活性化するためのカルチャー醸成などの人材戦略テーマを推進するパーパス経営を実践する計画である。

4. サステナビリティアクション

サステナビリティアクションとして、ダイバーシティ & インクルージョンを掲げ、社員の多様性を尊重することで組織の活性化を図り、企業競争力を高め、持続的な成長・発展を目指している。具体的には、働く環境への投資、研修による能力再開発、プロフェッショナル人材の拡充など人材育成・採用などに注力する。また多様なワークスタイルを確保するために、育休制度、時短勤務、リフレッシュ休暇制度など多様な勤務に対応するための制度を一層充実する。現場においても、スキルレスな生産工程の実現、生産設備の新機種増設、無駄や滞留の可視化、柔軟な設備選択による稼働率向上などスマートファクトリーと高い生産性を実現する。こうした取組みにより、パーパスの浸透・共感を進めるとともに、業界トップクラスの報酬確保、健康経営の継続を実現し、従業員のエンゲージメント向上を図る。また、環境に配慮した「環境配慮型エコ素材」「次世代インクの使用」「不燃インクジェット出力」などのSDGs推進の取り組みを通じて、地球環境保護・保全と持続可能な社会の継続的発展に貢献することを目指している。

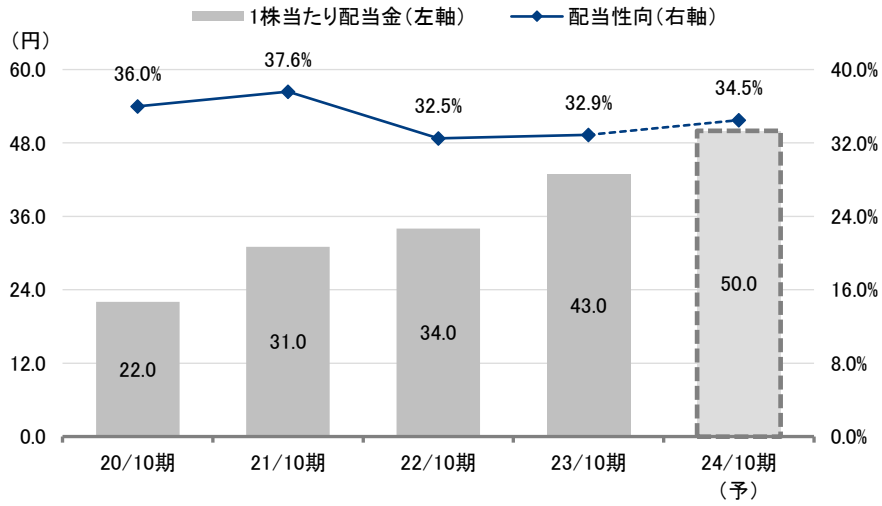
株主還元策

適切な内部留保での安定配当、成長投資を目指す

同社は、株主に対する利益の還元を経営上の重要な施策の1つとして位置付けており、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施することを基本方針としている。2023年10月期の配当は43.0円と前期比9.0円の増配とした。順調な経営成績を考慮し、またROEを向上させる観点からも、2022年12月に公表した1株当たり38.0円の配当予想を上回る実績を残した。また、2023年3月に譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分を実施したほか、2023年9月には発行済株式総数の0.6%に当たる15,000株の自己株式取得を行った。配当予想の上方修正や自己株式の処分などからも同社が株主還元に重視している姿勢がうかがえる。2024年10月期の配当は50.0円と前期比7.0円の増配を計画しており、業績が上向くなか株主還元をより強化する方針である。

株主還元策

1株当たり配当金及び配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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