

|| 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 >>>](#)

2025年1月31日(金)

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. 2024年10月期の業績概要	01
2. 2025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	04
1. 事業概要	04
2. ビジネスモデルとその強み	09
■ 業績動向	10
1. 2024年10月期の業績概要	10
2. 2024年10月期のトピックス	11
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. 2025年10月期の連結業績見通し	14
2. 2025年10月期の主な取り組み	15
■ 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

2025年10月期はシェア・機能・領域の3つの戦略とM&A実行で成長を加速

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。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、広告や印刷の在り方も変化しているなか、「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の販売やAR（拡張現実）を活用した販促などのデジタルクリエイティブという新規事業を融合することによって、「リアル領域」と「デジタル領域」を融合させ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する。また、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やオーダーグッズ制作やEC販売も手掛け、販促に関するサービスをワンストップでサポートする体制を強化している。

1. 2024年10月期の業績概要

2024年10月期の業績は、売上高3,536百万円（前期比11.4%増）、営業利益550百万円（同21.7%増）、経常利益551百万円（同21.6%増）、当期純利益391百万円（同30.6%増）となった。売上高は過去最高を更新し、営業利益ほか各段階利益も大幅な増益となった。「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、売上の過半を占めるインクジェットプリントが順調に推移するとともに、領域拡大を進めてきたデジタルクリエイティブ、プリントソリューション、オーダーグッズ制作などの新規事業が伸長した。営業人員増強などによる人件費増、2024年10月に決定した（株）イデイ（本社：大阪市）のM&A仲介手数料等により販管費が増加したが、増収と生産の効率化・スマートファクトリー化などにより吸収し、営業利益率は15.6%と前期を1.4ポイント上回った。また、株主還元策充実に向け株主優待制度を開始し、1株当たり配当金も期初計画を10.0円上方修正し、前期比17.0円増配の60.0円とした。

2. 2025年10月期の業績見通し

2025年10月期の連結業績は、売上高4,300百万円（前期比21.6%増）、営業利益631百万円（同14.6%増）、経常利益631百万円（同14.5%増）、親会社株式に帰属する当期純利益426百万円（同8.7%増）と増収増益を見込む（連結決算移行のため前期比増減率は参考値）。M&Aや業務提携の実行により3つの拡大戦略をさらに推し進め、売上高は過去最高を更新、営業利益は上場来最高益を更新する見通しだ。2024年11月にイデイをM&Aで連結子会社化したのが、多くの顧客を抱え、同社にはないサービスを提供する広告代理店かつ広告・企画制作会社であるイデイとのシナジー効果は大きなものとなる。また、同年12月に業務提携したシンガポールZKDigimax Pte. Ltd（ゼットケーデジマックス）のデジタルサイネージ製品とAIカメラで把握した来店客の属性情報に対応した広告内容を配信するシステムの販売は、国内デジタルサイネージ市場での競争力を高めるであろう。そのほか、大阪・東京地区での営業人員強化によるインクジェットプリントのシェア拡大、プリントソリューションの営業体制強化、オーダーグッズ制作のIP（知的財産）ライセンスビジネスへの本格展開を目指したIPコンテンツ関連の生産体制強化などの取り組みを進め、前期の施策を成熟させ、次の飛躍に向けた足場の強化と成長準備を進める計画だ。1株当たり配当金は70.0円と2期で連続大幅な増配を見込む。

要約

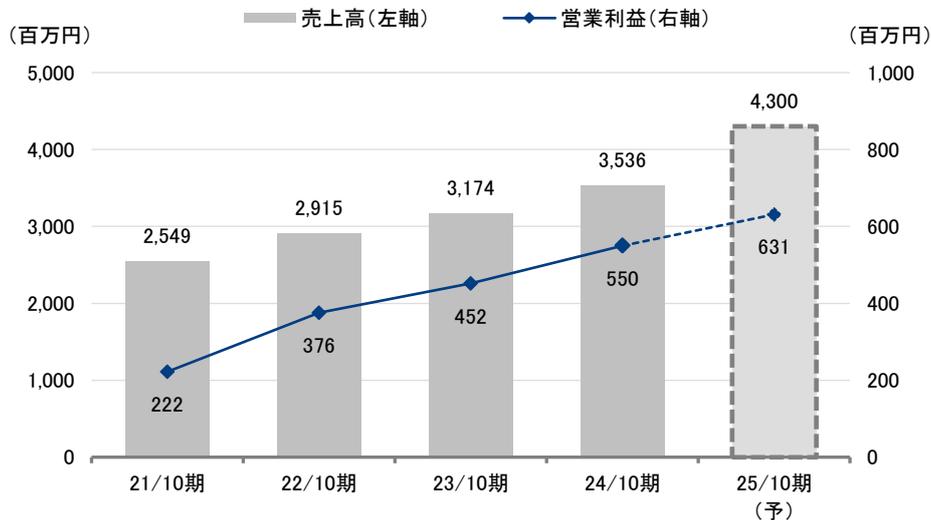
3. 中期経営計画

同社は2024年10月期を初年度とする3ヶ年の中期経営計画に取り組んでいる。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250百万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、記憶に残るものにする」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のサステナビリティアクションを進めている。

Key Points

- ・2024年10月期は「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」戦略の着実な実行により増収増益
- ・2025年10月期も増収増益見込みで、M&Aの実行と3つの拡大戦略により成長を加速する
- ・2025年10月期は1株当たり配当金を10.0円増配し70.0円とし、2期連続大幅な増配を見込む

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

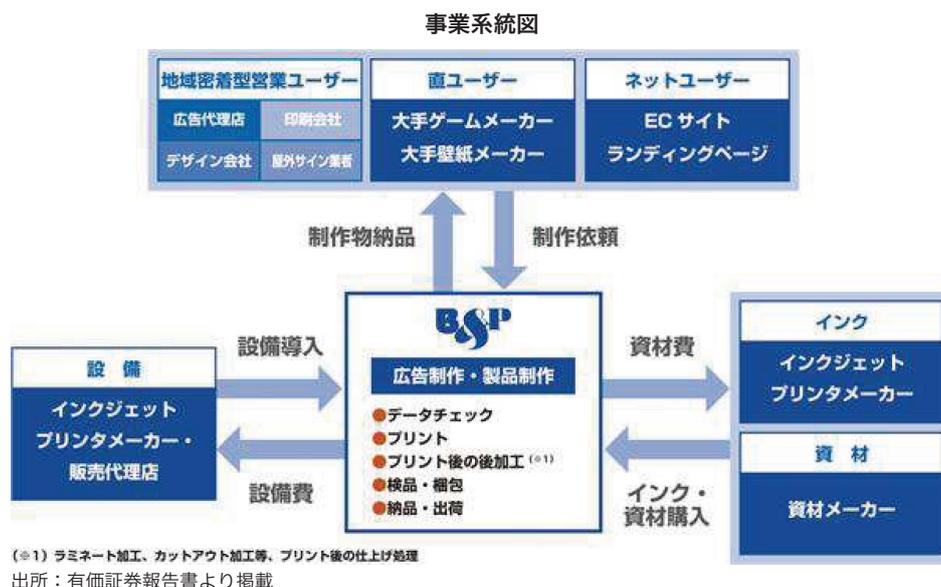
「リアル領域」と「デジタル領域」の融合を目指す、 インクジェットプリント領域のリーディングカンパニー

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及び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、広告や印刷の在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、オーダーグッズ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。顧客も広告代理店、広告制作会社、印刷会社、デザイン会社、屋外サイン会社などに的を絞り、即納体制を整備しながら受注占有率の地域No.1になることを基本方針としている。



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。2021 年 3 月よりデジタルサイネージ事業を開始し、デジタル領域へ事業領域を拡大した。2021 年 11 月にはデジタルプロモーション事業として企業の Web プロモーションの支援を開始し、2022 年 8 月には同社自身で EC 販売の専門サイト「インクイット」を開設した。また、2023 年 6 月には（株）OnePlanet と AR 技術に関する業務提携を行い、販促に AR を利用した新サービス「Promotion AR」を開始した。同年 11 月に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、「Promotion AR」や販促活動を DX するデモ用動画及び AR の作成をラインナップに加え「リアル領域」と「デジタル領域」の融合を加速させた。さらに、2022 年 12 月に新規事業として開始したオーダーグッズ制作事業においても、2024 年 1 月にノベルティグッズに AR を利用した新サービス「Novelty AR」を開始するなど、「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を進めている。

事業概要

業界最多クラスの出力機などを生かした 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

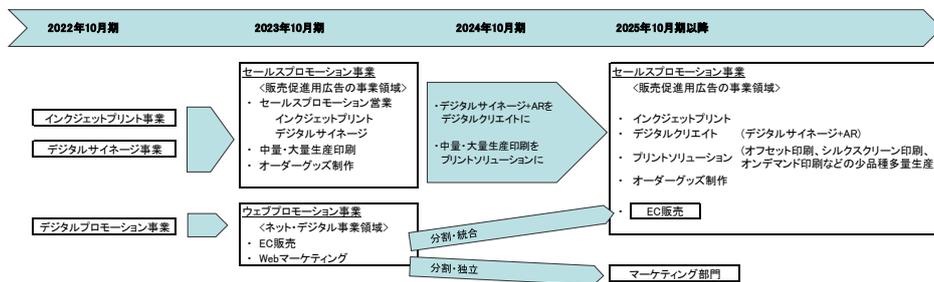
インクジェット技術は販売促進用広告分野の拡大を起点に、内装インテリア分野、3D プリントによるテストマーケティング分野、高耐久・高品質な産業用プリントなど、年々活用の幅が拡大している。そのなかで同社は、顧客からの受注に基づき業務用の大判インクジェットプリンターを使用し、プリント・加工・納品までを一貫して行うインクジェットプリント事業を主力事業として展開している。そのほか、インクジェットプリントサービスで得た知見や営業力を活用し、新規事業としてデジタルサイネージ、プリントソリューション、オーダーグッズ制作などのサービスも提供している。

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 つの販売体制とした。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った。

事業概要

また、2024年10月期よりデジタルサイネージをデジタルクリエイトに名称変更し、販促活動をDXするためのデモ用動画やARの作成をラインナップに追加した。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も扱う中量・大量生産印刷部門はプリントソリューション部門とした。さらに、2025年10月期よりウェブプロモーション事業を、ECサイト「インクイット」の運営を行うEC販売部門と、同社が得意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作成など同社自身のWeb集客活動（インサイドセールス）を行うマーケティング部門に分割し、EC販売部門はセールスプロモーション事業へ移し、マーケティング部門は独立部門として営業部門と連携しながら顧客開拓を推進する組織・体制に移行した。

事業区分の再編推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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とプリントソリューション

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100台以上のプリンター・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・大量生産印刷部門（現プリントソリューション部門）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。

事業概要

インクジェットプリント事業の6つの強み

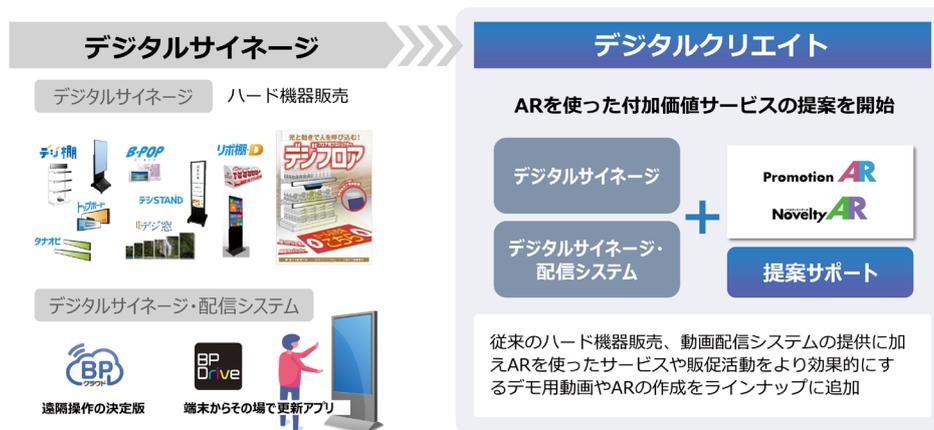
(1) 業界最多クラスの出力・加工機を保有することによる生産力	水性・溶剤プリンターをはじめ、環境に優しいラテックスプリンター、フラットベットタイプの高速 UV プリンター、幅 5m まで印刷できる世界最大級の UV プリンターなどの様々な出力機と、高速・高品質のパネルカットを実現するカットマシンや 1.6m 幅対応のラミネーターといった上質な仕上がりを約束するハイグレードな加工機を多数保有している。これにより競合他社と比較して短納期や大量生産を可能にしている。
(2) 都心の利点を生かした機動力	大阪・横浜の中心部に広大な作業スペースを確保し、都心の利点を生かしたスピーディーな対応が可能である。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) デジタルクリエイト (2024年10月期よりデジタルサイネージから名称変更)

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。2024年10月期から、デジタルサイネージをデジタルクリエイトに名称変更し、顧客の販促活動を DX するためのデモ用動画や AR の作成をラインナップに追加した。

デジタルクリエイトの概要



出所：決算説明資料より掲載

ビーアンドピー | 2025年1月31日(金)

 7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

事業概要

2024年12月2日にはシンガポールのZKDigimax（インドネシア証券取引所上場のデジタルソリューションやクラウドベースプラットフォームの提供企業）とデジタルサイネージの拡販に関する業務提携契約を締結した。ZKDigimaxは、AIカメラと独自のシステムを連動させて来客の男女比率、通行量、滞在時間の分析などをシステム上で一元管理し、これらのデータを利用してモニターに即時配信や配信予約ができるシステムを構築している。インドネシア国内の2大コンビニエンスストアやファストフードチェーンの店舗で採用され、現在14,000店舗以上、28,000面以上のモニターが稼働しており、今後はZKDigimaxの製品販売に注力する方針だ。

ARについては、2023年6月にOnePlanetとAR技術に関する業務提携を行い、広告制作にARを活用し付加価値を高めた「Promotion AR」サービスを開始した。同年7月には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。また2024年1月より、オーダーグッズ制作と連携した「Novelty AR」サービスも開始した。両サービスとも、販促用広告物やノベルティグッズに2次元コードを印刷し、スマートフォンなどで読み込むことで、実用性に加えてエンターテインメント性の高いAR体験を提供するサービスである。

c) オーダーグッズ制作

オーダーグッズ制作事業は2022年12月に開始した事業である。「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」「ほかにはない」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。当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し、このような需要に柔軟に対応している。当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メリットがあり、顧客にとっても、国内生産で納期が早く、色校正なども特急で可能でかつ高品質であるというメリットを享受できる。2年間で様々なグッズの制作実績を積み重ねており、IPを保有する企業や自治体のビジネスパートナーとしてオーダーグッズの企画提案・制作などの事業展開も促進しながら、グッズ制作に必要なノウハウの蓄積や生産体制の整備を進めている。今後はIPのライセンスを自ら取得し、グッズなどを制作することも視野に入れている。生産体制については、2024年2月にはオーダーグッズ事業強化を目的として、横浜ファクトリーにアクリル樹脂加工のためのレーザーカッターを導入した。また、2024年10月期からは、グッズ制作専任営業の経験・ノウハウを全国の営業担当者に共有し、専任営業者に加えて全国の拠点の営業担当者が提案と拡販を推進する体制を構築している。

事業概要

商品ラインナップの一例

IPコンテンツ領域でのシェア拡大を加速

成長市場のIPコンテンツ分野への参入を目指し
設備増強と協力会社との連携強化

IPグッズ例

グッズ提案営業のエキスパート育成へ

専任営業独自の営業活動から、全国の営業担当者が活躍できる体制に変更

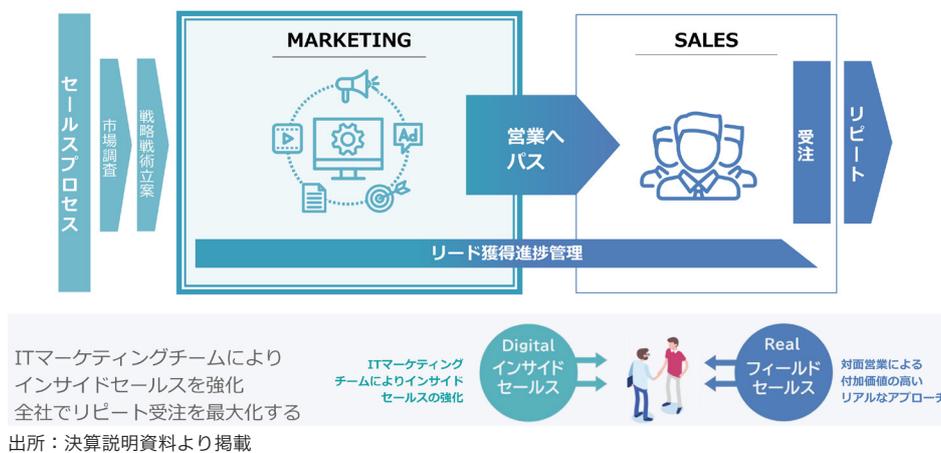
出所：決算説明資料より掲載

(2) ウェブプロモーション事業（2025年10月期より EC 販売部門とマーケティング部門に分割・独立）

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。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を集中。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顧客層の拡大とリピート受注の獲得を図った。

2025年10月期より EC サイト「インクイット」の運営を行う EC 販売部門と、同社が得意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作成など同社自身のインサイドセールスを行うマーケティング部門に分割し、EC 販売部門はセールスポモーション事業へ移し、マーケティング部門は独立部門として営業部門と連携しながら顧客開拓を推進する体制に移行した。

ウェブプロモーションの概要



事業概要

(3) 環境配慮型エコ素材の利用

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している。具体的には、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」、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% 削減可能な「NOALX」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 style="font-size: 0.8em;">紙からできた、ECOの新素材 Re-board®</p> <p style="font-size: 0.7em;">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。</p>	 <p style="font-size: 0.8em;">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。</p>	 <p style="font-size: 0.8em;">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。</p>																		
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">環境貢献度</td> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">コスト</td> <td style="font-size: 0.7em;">耐久性</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">🎯</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</td> </tr> </table>	環境貢献度	コスト	耐久性	🎯	➡	➡	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">環境貢献度</td> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">コスト</td> <td style="font-size: 0.7em;">耐久性</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">🎯</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</td> </tr> </table>	環境貢献度	コスト	耐久性	🎯	➡	➡	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">環境貢献度</td> <td style="font-size: 0.7em; border-right: 1px solid #ccc;">コスト</td> <td style="font-size: 0.7em;">耐久性</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">🎯</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</td> <td style="text-align: center; font-size: 1.5em;">➡</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：中期経営計画「BLUE PRINT 2026」よりフィスコ作成

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。

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。各拠点の営業においては、2023年10月期より、従来担当者1名が30社程度の取引先を担当していた体制を、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。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。

業績動向

2024年10月期の売上高は過去最高を更新、利益も大幅増益

1. 2024年10月期の業績概要

2024年10月期の業績は、売上高 3,536 百万円（前期比 11.4% 増）、営業利益 550 百万円（同 21.7% 増）、経常利益 551 百万円（同 21.6% 増）、当期純利益 391 百万円（同 30.6% 増）と増収増益となった。売上高は期初計画を 4.0% 上回り過去最高を更新し、営業利益も期初計画を 11.7% 上回り、各段階利益も同様に 2 ケタ台の増益となった。売上の過半を占めるインクジェットプリントがシェア拡大により順調に推移するとともに、領域拡大を進めてきたプリントソリューション、オーダーグッズ制作などの新規事業が伸長した。また、同社は固定費が大きく変わらないうえに、スマートファクトリー化など生産の効率化も進め変動費率も引き下げているため、増収が利益の増加に直結する。粗利率は 44.2% と前期を 2.0 ポイント上回った。一方、営業人員増強やベースアップなどに伴う人件費増、2024年10月に買収を決定したイデイの M&A 仲介手数料等 38 百万円の支払などにより販管費は同 14.0% 増加し、販管費率も 28.6% と 0.6 ポイント前期を上回ったが、これを売上総利益で吸収し営業利益率は 15.6% と前期を 1.4 ポイント上回った。

2024年10月期の業績

(単位：百万円)

	23/10 期		24/10 期 計画	24/10 期		前期比		計画 達成率
	実績	売上比		実績	売上比	増減額	増減率	
売上高	3,174	100.0%	3,400	3,536	100.0%	361	11.4%	104.0%
売上総利益	1,339	42.2%	1,412	1,561	44.2%	222	16.6%	110.6%
販管費	887	28.0%	920	1,011	28.6%	124	14.0%	-
営業利益	452	14.2%	492	550	15.6%	98	21.7%	111.7%
経常利益	453	14.3%	492	551	15.6%	97	21.6%	111.8%
当期純利益	300	9.5%	331	391	11.1%	91	30.6%	118.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

2. 2024年10月期のトピックス

前期に引き続いて「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に移し、実績を積み上げた。シェア拡大については、主力拠点である大阪・東京中心に営業エリアを拡げながら、エリア内での顧客占有率も高めた。特に受注拡大余地の大きい首都圏エリアにおいては、営業人員を増強して新規顧客獲得を強化した。名古屋・福岡・京都ではリード数の多いエリアからシェアを拡大するなど、顧客基盤強化のための新規顧客獲得に注力した。東京地区を中心に全体では営業人員を10名増強し、顧客数も1割近く増加した。機能拡大・領域拡大については、デジタルサイネージをデジタルクリエイティブに名称変更し、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、ARを使った付加価値サービスの提案を積極的に展開した。従来の「Promotion AR」サービスに加えて、2024年1月よりオーダーグッズ制作と連携した新サービス「Novelty AR」を開始した。「Promotion AR」と同様に、ノベルティグッズに印刷された2次元コードをスマートフォンなどで読み込むことで、実用性に加えてエンターテインメント性の高いAR体験を提供するサービスである。同年5月には、阪急電鉄(株)のイベントで参加者に配布する「懐かしの阪急電車」記念カードを作成した。記念カードには2次元コードが印刷されており、参加者はイベント終了後に、コードをスマートフォンで読み込むことで、「イベント当時の振り返り写真」や「車両プレート差し替え動画」などのARコンテンツを楽しむことができ、イベント参加者に好評だったようだ。

「Novelty AR」を利用した記念カード



出所：ニュースリリースより掲載

オーダーグッズ制作については、様々な制作実績を積んでおり、IPコンテンツ関連の受注も進めている。また、オフセット印刷やシルクスクリーン印刷、オンデマンド印刷等の少品種多量生産型の案件対応については、高品質かつ短納期で生産できるネットワーク体制を生かしたプリントソリューションとして順調に受注を拡大している。これらの新規事業はこれまで専任営業が独自で営業活動を行ってきたが、その経験やノウハウを全営業担当に共有し、専任営業に加えて全国の拠点の営業担当が新規事業商材の提案と拡販を推進する体制整備を進めている。

SDGsに関する取り組みとしては、環境に配慮した販促物制作を強化し、TOPPAN(株)と協業して開発した環境負荷の低いターポリン素材※「エコクラシー」を使用したサステナブルな販促物の提供を開始するなど、エコ商材として顧客からの関心が高い環境に配慮した素材を使った商品の提案を積極的に行っている。

※ターポリン素材:耐久性や防水性に優れた布地で、主にポリエステル繊維を基材に、両面に塩化ビニール(PVC)をコーティングしたもの。

業績動向

ウェブプロモーション事業については、これまでの EC サイト運営のノウハウと実績を生かしながら、Web ランディングページ作成などによるインサイドセールスに注力し、同社が得意とする対面営業につなげることで、顧客層の拡大とリピート受注の最大化を図った。

生産体制については、引き続き高収益体質の生産体制を構築し、生産性や品質管理の向上につなげるべく、人員配置の見直しや設備投資を実行した。大阪ファクトリーには、大阪・関西万博に向けた需要に対応するため 3.2m 対応ロール専用 UV インク※ジェットプリンターと大判フラットベッド UV インクジェットプリンターを増設し、需要の増加する UV プリント事業のシェア拡大を可能とした。横浜ファクトリーには、オーダーグッズの生産力を強化するためアクリル製品加工のレーザーカッターを増設した。また、業務標準化により属人化しない技術による「人に依存しない」生産工程の実現、すなわち、スマートファクトリー化に向けてシステムや業務プロセスの見直しを進めた。

※ UV インク：インクに紫外線硬化性樹脂と光開始剤が含まれ、印刷後に紫外線を照射すると光開始剤が反応して硬化を促進し、インクが瞬時に固化する。速乾性と耐久性に優れ長期間色褪せしにくい。また、紙やプラスチック、金属、ガラス、布など、吸収性のない素材にも印刷可能であり、発色が良く、にじみがないため高品質な仕上がりとなる。さらに、溶剤を含まないため、VOC（揮発性有機化合物）の排出が少なく環境にやさしい。

自己資本比率は 82.8% と健全、ROE も 11.9% と収益性強化

3. 財務状況と財務指標

同社の 2024 年 10 月期末の資産において、流動資産の残高は 3,800 百万円と前期末比 299 百万円増加した。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 2,983 百万円と 244 百万円増加し、また売上債権も同 42 百万円増加した。固定資産に関しては、大阪・横浜ファクトリーへの大型機械導入などにより機械及び装置が同 30 百万円増加したほか、繰延税金資産が 18 百万円増加したことにより残高は 336 百万円となった。その結果、資産合計残高は 4,136 百万円となった。負債においては、イデイの M&A 仲介手数料等 38 百万円の発生に伴い未払金が 42 百万円増加したことにより流動負債の残高は 558 百万円と同 44 百万円増加した。固定負債の残高は 152 百万円と前期末と同水準となった。純資産に関しては、剰余金の配当による 98 百万円の減少はあったものの、当期純利益 391 百万円を計上したことにより残高は 3,426 百万円と同 305 百万円増加した。

安全性の指標を見ると、自己資本比率は 82.8% と前期末比 0.4 ポイント上昇した。また、稼ぐ力が向上している部分にも注目したい。ROE は 11.9% と前期比 2.0 ポイント上昇、ROA も 13.9% と同 1.5 ポイント上昇した。自己資本比率 82.8% 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、効率的に収益性が高まっていくと弊社は見ている。

ビーアンドピー | 2025年1月31日(金)
 7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

業績動向

貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	23/10 期末	24/10 期末	増減額
【貸借対照表】			
流動資産	3,501	3,800	299
(現金及び預金)	2,738	2,983	244
固定資産	285	336	50
資産合計	3,786	4,136	349
流動負債	513	558	44
固定負債	152	152	0
負債合計	666	710	44
純資産合計	3,120	3,426	305
【主な経営指標】			
ROE (自己資本当期純利益率)	9.9%	11.9%	2.0pp
ROA (総資産経常利益率)	12.4%	13.9%	1.5pp
売上高営業利益率	14.2%	15.6%	1.4pp
自己資本比率	82.4%	82.8%	0.4pp
1株当たり純資産(円)	1,365.98	1,493.83	127.85

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、税引前当期純利益が550百万円と前期より97百万円増加したことなどにより442百万円の収入となった。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87百万円あったことなどにより102百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い99百万円などにより95百万円の支出となった。以上により同社の2024年10月期末における現金及び現金同等物の残高は2,983百万円となった。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/10 期 実績	24/10 期 実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	405	442
投資活動によるキャッシュ・フロー	-65	-102
財務活動によるキャッシュ・フロー	-101	-95
現金及び現金同等物の増減額	238	244
現金及び現金同等物の期末残高	2,738	2,983

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

M&Aの実行と3つの拡大戦略により成長を加速

1. 2025年10月期の連結業績見通し

2025年10月期の連結業績は、売上高4,300百万円（前期比21.6%増）、営業利益631百万円（同14.6%）、経常利益631百万円（同14.5%）、親会社株主に帰属する当期純利益426百万円（同8.7%増）と増収増益を見込む。売上高は過去最高を更新し、営業利益は上場以来最高益を更新する見通しだ。なお、2024年11月にM&Aで連結子会社化したイデイの第2四半期以降9ヶ月分（2025年1月～9月分）の業績を反映するため2025年10月期より連結決算となり、前期比増減率については、前期の同社単体の業績との比較であるため参考値となる。

イデイは、広告・販促のエキスパートとして企画立案からデザイン、運営までワンストップでプロデュースしている広告代理店かつ広告企画・制作会社で、年間の売上高は6億円を超える（2024年9月期の売上高608百万円、営業損失6百万円）。そのため、同社の連結売上高は前期単体での伸び率11.4%を上回る21.6%の伸び率を見込む。同社単体でのオーガニックな成長は1ケタ台を見込んでおり、やや保守的な伸び率であると弊社では判断している。一方、イデイは設備を持たず生産を外注しているため同社に比べて利益率が低く、粗利率は42.4%と同1.8ポイント低下する。その結果、営業利益率も14.7%と同0.9ポイント低下を見込む。イデイはWebデザイン、写真・映像制作、CGアニメーションなど幅広いプロモーションを展開しているため、すべての生産を内製化することは難しいが、可能な範囲で生産の一部を同社において内製化し利益率を向上させる方針だ。また、制作の外注委託などもグループ内で対応し中間コストを削減していく。目先はイデイの4期ぶりの営業黒字化に注力する計画だが、イデイはメーカーなどのエンドユーザーを顧客として多数有しており、グループの顧客層拡大、販路基盤の強化という点において、表面上の業績を大きく上回るシナジーが見込めると同社では自信をのぞかせている。顧客数では、中期経営計画の目標30%増はほぼ達成できたと言って良いだろう。

2025年10月期の業績見通し

（単位：百万円）

	24/10期		25/10期		前期比 [※]	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	3,536	100.0%	4,300	100.0%	764	21.6%
売上総利益	1,561	44.2%	1,823	42.4%	262	16.7%
営業利益	550	15.6%	631	14.7%	81	14.6%
経常利益	551	15.6%	631	14.7%	80	14.5%
（親会社株主に帰属する） 当期純利益	391	11.1%	426	9.9%	35	8.7%
1株当たり当期純利益	171.24		186.10		14.86	8.7%

※ 25/10期第1四半期より連結決算に移行するため、前期比増減は参考値。

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 2025年10月期の主な取り組み

同社では、引き続き「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の基本戦略を進めていく。シェア拡大については、主力の大阪・東京において引き続き営業人員を増強して営業体制を強化する。名古屋・福岡・京都については新規顧客獲得活動を進めるとともに、既存顧客からのリピート受注を獲得していく。大阪・京都では大阪・関西万博に向けて活発化する各企業の販促広告活動を取り込むことに注力する。その点でも、大阪と東京に拠点を構えるイデイを連結子会社化し、イデイが顧客として有する多数の広告主を同社グループの顧客としたことのインパクトは大きい。同社の生産力やサービスラインナップとイデイの販路や企画提案力を組み合わせることで、生産体制を持つ総合販促支援企業として、さらなる顧客層の拡大と業績の向上を目指す。

機能拡大については、2024年12月2日にシンガポールのZKDigimaxとデジタルサイネージの拡販に関する業務提携契約を締結した。ZKDigimax製造のモニターはシステムとの相性が非常に良く、日本よりも過酷な赤道付近の環境下でも稼働する高性能な製品であり、AIカメラと独自のシステムを連動させて来客の男女比率、通行量、滞在時間の分析などをシステム上で一元管理し、これらのデータを利用してモニターに即時配信や配信予約ができるシステムを構築している。この技術はインドネシア国内の2大コンビニエンスストアやファストフードチェーンの店舗で採用され、現在14,000店舗以上、28,000面以上のモニターが稼働している。インドネシアのデジタルサイネージのシェア90%を獲得し、世界22ヶ国で導入されている。日本ではこれだけの台数を稼働させているシステムは数少なく、このシステムを販促DXのスマートリテールソリューションとして国内スーパー、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど多店舗展開する企業に提案し、「シェア拡大」も目指す。既存のモニターや同社BPクラウド及びCMSを導入している企業に対しては引き続きサポートは継続していく予定であるが、今後新規案件からは、ZKDigimaxのデジタルサイネージ製品と関連システムをセットで販売する方針だ。

2023年10月期より「領域拡大」を進めてきた新規ビジネスの少品種多量生産型のプリントソリューション及びオーダーグッズ制作については、東京に加えて大阪にも専任担当を配置してサポート体制を強化し、認知度向上と受注拡大を目指す。さらにプリントソリューションでは、オーダーグッズ制作と同様に専任担当者の経験やノウハウを全国営業担当者に共有し、全国各拠点で拡販を推進する体制整備を進める計画だ。また、オーダーグッズ制作は、IPコンテンツを扱うアパレルEC販売会社と連携したIP関連グッズ制作実績を積み上げ、ノウハウの確立と内製化による生産体制の強化を進める。IPコンテンツを保有する企業・自治体のパートナーとして、また自らIPライセンスを取得して受注につなげていくなど、IPコンテンツ関連の受注拡大を目指す。

ウェブプロモーション事業においては、ECサイト「インクイット」の運営を行うEC販売部門と、同社が得意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作成など同社自身のWeb集客活動を行うマーケティング部門に分割し、EC販売部門はセールスプロモーション事業へ移し、マーケティング部門は独立部門として営業部門と連携しながら顧客開拓を推進する経営体制に移行した。

生産体制については、引き続き高収益体質の生産体制を構築し、生産性や品質管理の向上につなげるべく約100百万円の設備投資を予定する。業務標準化により属人化しない技術・システムによる「人に依存しない」生産工程の実現、スマートファクトリー化を推進する。また材料費高騰への対応として、代替品への切り替えや新素材の発掘を進める。

今後の見通し

また、今後の同社グループのさらなる成長及び企業価値の向上を実現させるため、引き続き社内で編成したM&Aのプロジェクトチームによる各種情報収集や調査を積極的に行い、グループの事業との相乗効果、成長性、利益率などの観点から投資案件の調査を進める方針だ。さらに、事業拡大に向けた人材獲得のため、通常の法定労働時間を上回る勤務時間設定をしていた変形労働時間制を廃止するなど、ワークライフマネジメントの支援や健康経営優良法人認定に向けて従業員の働く環境の見直しを進めており、パーパス経営の実現に向けて各種取り組みを推進する方針である。

■ 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

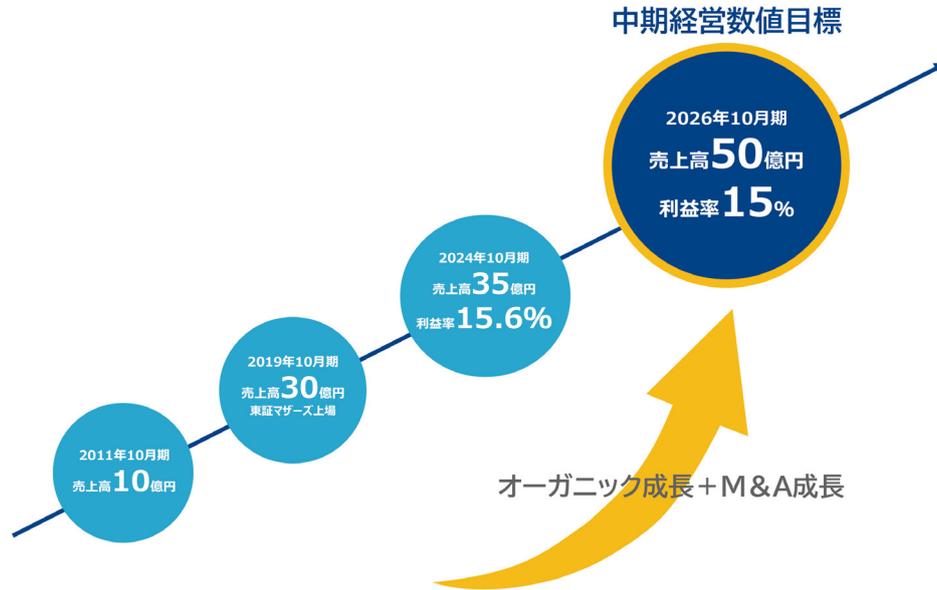
同社は2023年12月に、2024年10月期を初年度とする3ヶ年の中期経営計画「BLUE PRINT 2026」を公表した。青写真（計画や見通し）という意味と社名の頭文字をかけた表題であり、「より良い働きを通じて全従業員の物心両面の幸せを創造し、社会へ貢献する」経営理念の実現とともに、「売上を最大限に伸ばし経費を最小限に抑える」高収益経営の実践を基本方針としている。事業環境として、デジタル印刷市場の拡大、新テクノロジーの社会実装本格化、世界的な環境意識の高まりを認識し、同社のサービスを通じて社会が直面する課題解決に寄与することにより高成長・高収益経営の実現を目指す。デジタル印刷市場の拡大に対しては、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、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。初年度となる2024年10月期は、売上高は 3,536 百万円、営業利益率 15.6% とそれぞれ計画を上回った。ROEも 11.9% と中期経営計画の目標値を上回った。また、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はなく M&A による成長が必要になると想定していたが、2024年11月にイデイを買収。2025年10月期の計画は、売上高 4,300 百万円、営業利益率 14.7% と、中期経営計画の目標値が手に届く範囲に近づいてきた。イデイとのシナジーを大きく膨らませるとともに、M&A による収益拡大チャンスを捉える方針だ。

中期経営計画

中期経営数値目標



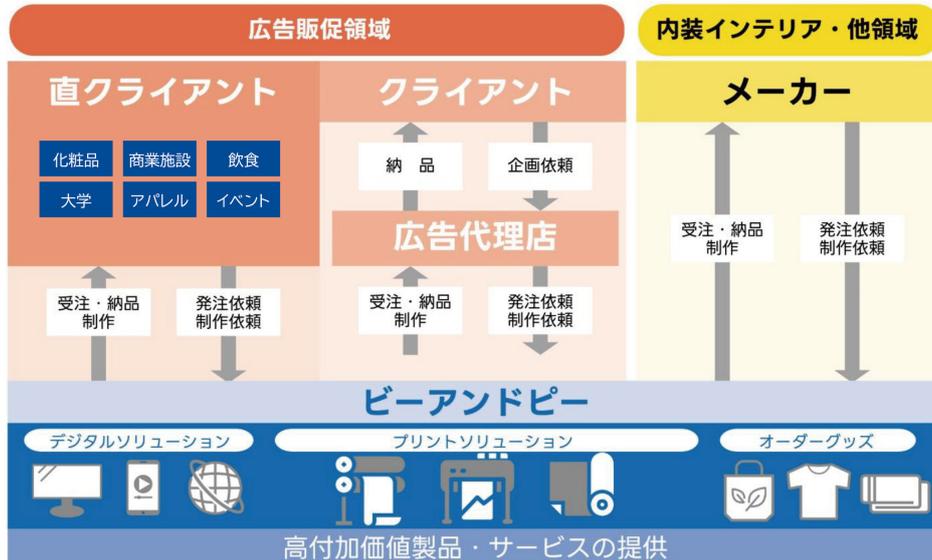
M&Aについては社内でプロジェクトチームを編成し、2019年7月の新規上場において調達した資金を活用して、継続的に M&A に関する情報収集や調査に加え、専門会社から複数の案件について提案を受け同社の事業との相乗効果、成長性、利益率などの観点で検討を進めている。計画では、M&A 戦略として、同社の事業活動に必要な経営資源（商材、人材、技術、設備、顧客、商圏など）を有している企業、同社の有している経営資源を生かせる企業、同社の利益率向上に貢献する企業、買収後のシナジー効果や組織力強化により利益率アップを実現できる企業をターゲットとして掲げている。

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」と位置付け、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、顧客基盤の強化と売上拡大を図る計画だ。なお、イデイの買収により、顧客数としては中期経営計画の目標を達成したと言える。

中期経営計画

顧客層の拡大



出所：中期経営計画「BLUE PRINT 2026」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・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250百万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させる。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。こうした取り組みにより、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と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す。

株主還元策

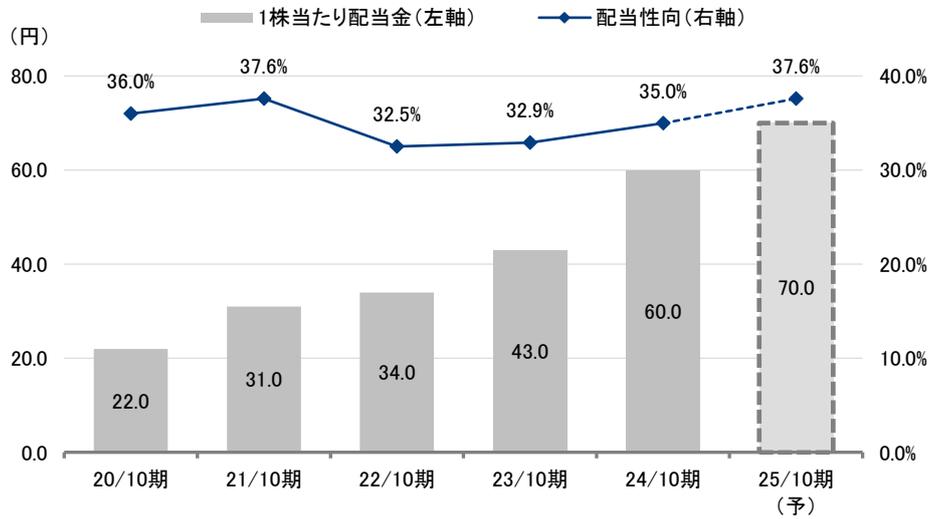
2025年10月期は10.0円増配と2期連続大幅な増配へ

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。中期経営計画においても2026年10月期の配当性向40%を目標設定しているが、2024年10月期は、順調な経営成績を反映するとともに配当性向40%を目指して、期初に予想していた1株当たり50.0円配当を60.0円配当に上方修正した。前期比17.0円の増配とし、配当性向は35.0%と同2.1ポイント引き上げた。2025年10月期の配当は70.0円と同10.0円の2期連続大幅な増配を計画しており、配当性向も37.6%と、40.0%を目指して着実に引き上げる方針である。

また、2024年2月には株主優待制度を導入した。毎年4月30日時点で1単元(100株)以上の株式を保有し、かつ1年以上継続保有している株主を対象とし、7月中旬にQUOカードを進呈する。ただし、保有株数は100株以上500株未満とそれ以上の保有者で区分し、継続保有年数は1年以上3年未満と3年以上の保有者で区分し、それぞれQUOカードを1,000円から3,000円まで進呈する。

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

株主優待の内容

次年度以降（2025年4月30日基準以降）の場合

保有株式数	継続保有年数	
	1年以上 - 3年未満	3年以上
100株以上 500株未満	QUOカード 1,000円	QUOカード 2,000円
500株以上	QUOカード 2,000円	QUOカード 3,000円

出所：ニュースリリースよりフィスコ作成

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