

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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12月3日 (水)

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>

目次

■ 要約	01
1. 2025年8月期の業績概要	01
2. 2026年8月期の業績見通し	01
3. 「6つの“力”」を具現化する重点施策「Value4」を推進	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月期の業績概要	07
2. 売上区分別の状況（個別）	08
3. 2025年8月期における主要トピックス	09
4. 費用の状況	11
5. 財務状況	11
■ 今後の見通し	13
● 2026年8月期の業績見通し	13
■ 中長期成長戦略	14
1. 中期成長戦略「6つの“力”」の強化・実践	14
2. 2026年8月期の重点施策「Value4」	15
■ SDGsへの取り組み	18
■ 株主還元	19

要約

主力の放送事業を軸に周辺事業を拡大

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月期の業績概要

2025年8月期の個別業績は売上高が11,039百万円(前期比2.8%減)、営業利益1,988百万円(同3.4%減)、経常利益2,043百万円(同1.4%減)、当期純利益1,413百万円(同1.3%減)となった。売上面では、スポット収入が市況低迷の影響により伸び悩んだが、主軸のタイム収入は前年並みであった。そのほか、今後の成長エンジンである配信事業が好調に推移したため、その他収入は増収となった。また営業利益は、番組編成の見直しや、各番組のコスト管理を徹底したことに加え、2023年4月に実施したスタジオ設備の更新に伴う償却負担が軽減したこと等により、当初の計画はおおむね達成する形となった。一方、連結業績では、連結出版子会社において、2024年8月期に課題図書に選出された作品の返品の影響や、2025年8月期は課題図書への選出作品がなかった等の特殊事情があった。また、こうした中でも売上獲得に向けた新刊発行に精力的に取り組んだことで一定の費用負担が生じたことから、連結業績は、個別業績から利益水準を落とす結果となった。

2. 2026年8月期の業績見通し

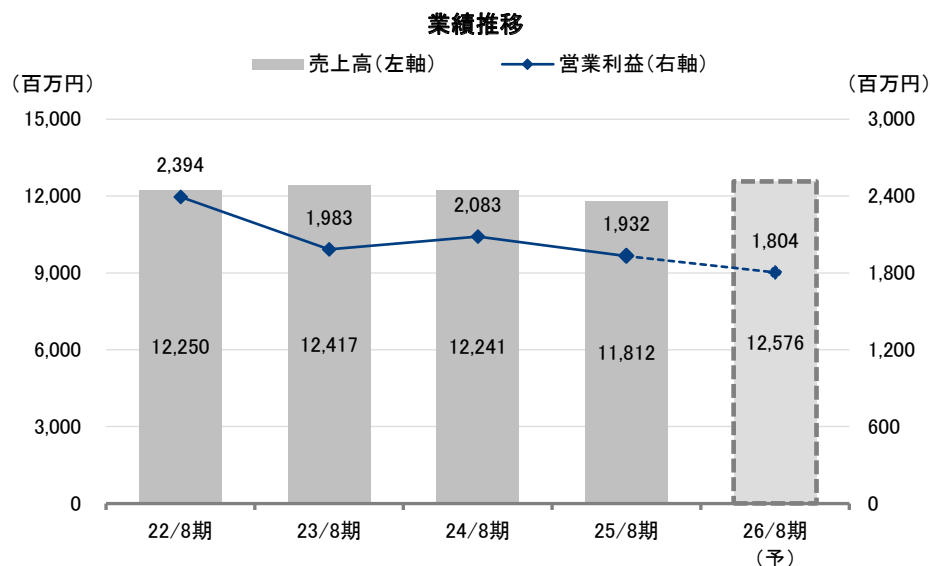
2026年8月期業績予想は、連結ベースでは売上高12,576百万円(前期比6.5%増)、営業利益1,804百万円(同6.6%減)、経常利益1,888百万円(同4.9%減)、親会社株主に帰属する当期純利益1,306百万円(同2.9%減)としている。2026年8月期は、放送事業の持続的成長、アニメや配信等の成長領域の収益基盤拡充に向け、既存コンテンツの内容強化や、新規コンテンツの開発促進、ドラマコンテンツの拡充、良質なアニメ作品の確保等、コンテンツを中心とした投資の一層の強化に踏み切る一年とする。売上面では、投資の強化によるスポンサー企業の獲得を促進するとともに、コンテンツIPを起点とした配信やイベントへの展開を推進することによる周辺事業での積み上げを図っていくことで増収を目指す。また、利益面では、コンテンツの投資の一層の強化により、番組関連費用等が増えるほか、こうした投資の効果を最大化すべく広告宣伝費にもコストをかけるため減益となる見込みだ。

3. 「6つの“力”」を具現化する重点施策「Value4」を推進

2026年8月期は、4つの重点施策「Ⅰ.放送事業収入の最大化」「Ⅱ.独自IPコンテンツの開発加速」「Ⅲ.アニメビジネスの収益基盤拡充」「Ⅳ.企業価値向上のための戦略的投資」を「Value4」として掲げ、推進する。「Ⅰ.放送事業収入の最大化」では、主に、前期より取り組むスポットCM需要の受け皿となっている日中帯を中心としたドラマコンテンツの編成戦略の強化や、旗艦番組『鶴瓶のええ歌やなあ』や『黒谷友香、お庭づくります』等の既存コンテンツの内容強化、他社・他局とのコラボレーションも視野に入れた新規コンテンツの開発に取り組む。「Ⅱ.独自IPコンテンツの開発加速」では、番組の企画段階から放送のみならず配信やイベント、商品化等、コンテンツIPを起点とした多角的に展開できるコンテンツの制作に今まで以上にスピード感を持って取り組む。将来的な収益源の多角化や安定的な事業基盤の構築を実現するための布石となる取り組みだ。「Ⅲ.アニメビジネスの収益基盤拡充」では、アニメコンテンツへの投資額を拡大するとともに、コンテンツビジネスの可能性を精緻に分析し、放送する作品の選定精度を上げていくことで、良質なアニメ作品を確保する。市場が大きく成長しているそのチャンスを掴むとともに、アニメファンの囲い込み・新規視聴者の獲得を強力に推し進め、「アニメのBS11」としての認知を拡大していく狙いがあるようだ。「Ⅳ.企業価値向上のための戦略的投資」では、前述の重点施策の実現に向け、投資を一層強化し、2030年代にかけて、売上高130億円超、営業利益率20%超を目指すとともに、アニメや配信等の成長事業を含む、放送事業収入以外の収入を売上高全体の15%超へと拡大させていく。

Key Points

- ・ 2025年8月期は、個別の利益計画はおおむね達成も、子会社の特殊要因により連結業績は悪化
- ・ 2026年8月期は増収減益予想。売上増に資するようなコンテンツ投資を一層強化
- ・ 重点施策「Value4」を掲げ、中長期的な企業価値向上を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 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%、2025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、JCOM BS、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(50~64歳の女性)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。

会社概要

(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月期はタイム収入が73.9%、スポット収入が18.5%、その他収入が7.6%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、オリジナル配信プラットフォーム「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

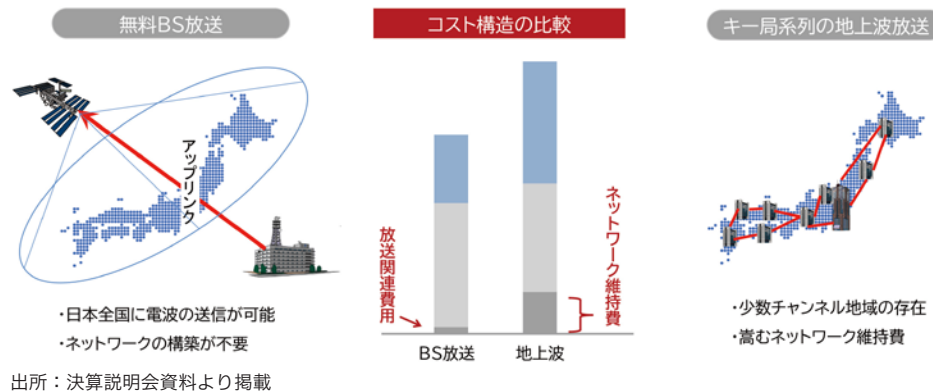
BS放送では放送衛星を通じて日本全国に電波を送ることができるため、1) 全時間帯において全国約4,512.4万世帯（2019年度：全国の総世帯数5,852万世帯のうち77.1%に当たる約4,512.4万世帯がBSデジタル放送視聴可能世帯と言われている）で同時に同一の放送が視聴可能であること、2) 地上波とはまったく異なるコスト構造により高効率の広告ビジネスが可能となっていること、の2つを大きな特長として挙げることができる。

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、いわゆるパ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。

会社概要

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。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、このうち衛星利用料等を含む「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で高効率の広告ビジネスを実現



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%強を占めており、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、市場規模は堅調に推移している。

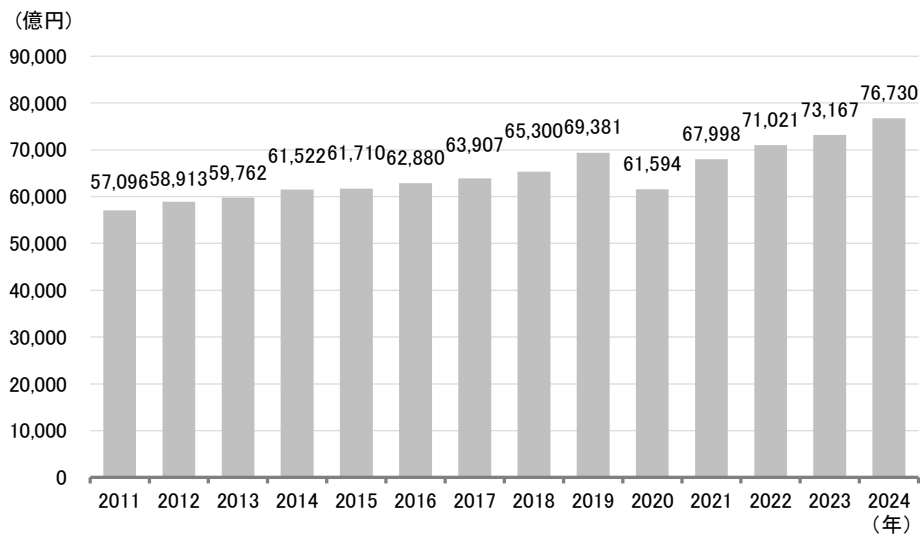
事業環境

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か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。

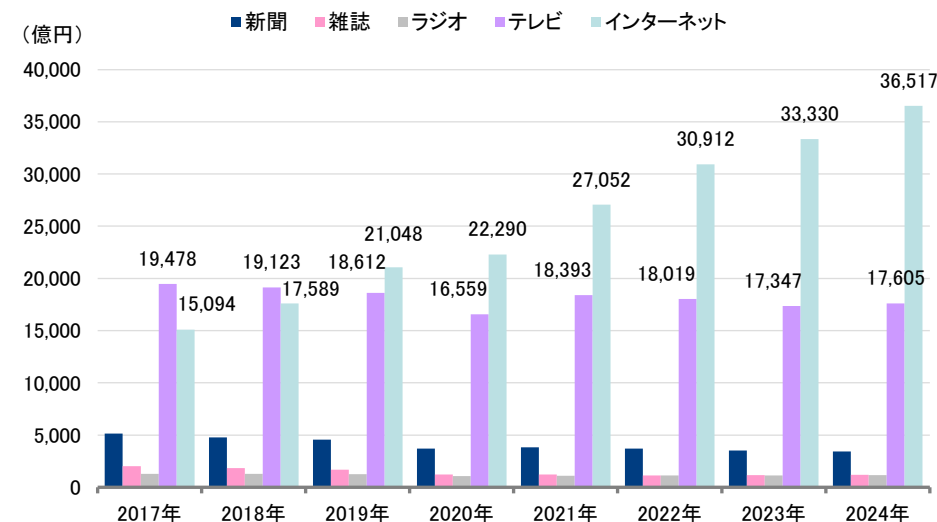
日本の総広告費の推移



出所：電通「2024年 日本の広告費」よりフィスコ作成

事業環境

日本の媒体別広告費の推移



出所：電通「2024年 日本の広告費」よりフィスコ作成

業績の動向

減収減益も、タイム収入は底堅く配信事業も好調に推移

1. 2025年8月期の業績概要

2025年8月期の個別業績は売上高が11,039百万円（前期比2.8%減）、営業利益1,988百万円（同3.4%減）、経常利益2,043百万円（同1.4%減）、当期純利益1,413百万円（同1.3%減）となった。一方、連結業績は売上高が11,812百万円（同3.5%減）、営業利益1,932百万円（同7.3%減）、経常利益1,985百万円（同5.3%減）、親会社に帰属する当期純利益1,345百万円（同7.6%減）となった。

主にスポット収入が市況低迷等により前期比10.2%減となったことが影響し、個別の売上高は同2.8%減となった。一方、主力のタイム収入は、同1.3%減とほぼ前期並みの水準となったほか、その他収入も配信事業の好調により同2.4%増と好調に推移した。この結果、営業利益は同3.4%減と若干数字を落としたものの、当初の計画はおおむね達成する形となった。これに対し、連結業績では、連結出版子会社において、2024年8月期に課題図書に選出された作品の返品の影響や、2025年8月期は課題図書への選出作品がなかったこと等の特殊事情があった。また、こうした中でも売上獲得に向けた新刊発行に精力的に取り組んだことで一定の費用負担が生じたことから、連結業績は、個別業績から利益水準を落とす結果となった。

業績の動向

2025年8月期決算の概要 (個別)

(単位：百万円)

	24/8期	25/8期					
	実績	実績	前期比	増減額	計画	計画比	増減額
売上高	11,357	11,039	-2.8%	-318	11,600	-4.8%	-560
売上総利益	5,354	5,311	-0.8%	-42	-	-	-
営業利益	2,057	1,988	-3.4%	-68	2,000	-0.6%	-11
経常利益	2,073	2,043	-1.4%	-29	2,029	0.7%	13
当期純利益	1,432	1,413	-1.3%	-18	1,406	0.5%	6

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2025年8月期決算の概要 (連結)

(単位：百万円)

	24/8期	25/8期					
	実績	実績	前期比	増減額	計画	計画比	増減額
売上高	12,241	11,812	-3.5%	-428	12,314	-4.1%	-501
売上総利益	5,772	5,628	-2.5%	-143	-	-	-
営業利益	2,083	1,932	-7.3%	-151	2,004	-3.6%	-71
経常利益	2,097	1,985	-5.3%	-112	2,032	-2.3%	-46
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,455	1,345	-7.6%	-110	1,407	-4.4%	-61

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 売上区分別の状況 (個別)

売上高 (個別) 全体の73.9%を占めるタイム収入は、前期ほぼ同水準の8,155百万円 (前期比1.3%減) となり、収益力のある、野球やサッカー等をはじめとした大型スポーツ大会の放送がなかった一方、根強いファン層を抱える競馬中継等の公営競技や、スポンサー企業による持込番組のセールスは好調だった。全体売上の18.5%を占めるスポット収入は前期比10.2%減の2,038百万円となった。日中帯を中心としたドラマコンテンツの編成戦略強化を実施しつつ、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を行ったことで、減収での着地となったものの、徐々に持ち直しの動きが見られており、今後の回復が期待される。その他収入は、「BS11+」の会員数が伸び、TVerをはじめとした各種動画配信サービスでの配信広告収入が好調に推移し、前期比2.4%増の845百万円となった。

売上区分別実績 (個別)

(単位：百万円)

	24/8期	25/8期			
	実績	実績	前期比	計画	計画比
売上高	11,357	11,039	-2.8%	11,600	-4.8%
タイム収入	8,262	8,155	-1.3%	8,359	-2.4%
スポット収入	2,269	2,038	-10.2%	2,357	-13.5%
その他	825	845	2.4%	883	-4.3%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重点施策「Value4」が着実に浸透

3. 2025年8月期における主要トピックス

同社は、中長期戦略の中で、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」を定義しており、これら6つの力を強化・実践するための重点施策として、2025年8月期は、(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「Value4」として掲げ、推進した。

(1) コンテンツ価値の向上

1) レギュラー番組の充実

総合編成を行う放送局として引き続き、報道や紀行、スポーツ、エンタメといった幅広いジャンルの番組制作・放送に取り組んだ。特に、2025年8月期は、2つの旗艦番組『鶴瓶のええ歌やなあ』、『黒谷友香、お庭づくります』のレギュラー放送を開始した。『鶴瓶のええ歌やなあ』では、川中美幸さんや新沼謙治さん、錦野旦さん等といった、昭和の歌謡界を代表する歌手をゲストに迎えてヒット曲を連発していた頃の裏話を披露する等の楽しいトークで番組を盛り上げたほか、8月にはシンガーソングライターの小椋佳さんをゲストに迎えて小椋さんが手掛けた数々の名曲に関するエピソードを披露する等、視聴者の興味を惹きつける番組づくりを行った。また『黒谷友香、お庭づくります』では、俳優・黒谷友香さんが自ら自分だけの庭を一からつくる様子や、日本各地の花の咲き誇る庭園を訪ねてお庭づくりに携わる人々とふれあう様子を放送しており、引き続き好評を得ている。さらに同社の強みとするアニメ番組は、2025年8月期も毎クール約40タイトルの放送を実現した。幅広い作品ラインアップでアニメファンの確保に取り組んだ。また、アニメファンを惹きつける施策として、各クールの開始に合わせてオリジナル描き下ろしイラストによる「BS11アニメプログラムガイド」をビックカメラの店頭や国内各地の書店、アニメショップで配布することや、(株) 壽屋との協業でBS11のアニメコンテンツを活用した「BS11×KOTOBUKIYAコトブキヤくじ」をオリジナルグッズとして販売する等の施策にも取り組んだ。

2) 特別番組の強化

独立放送局の強みを生かし、2025年8月期も特別番組のジャンル拡充に取り組むとともに、他局や自治体との連携強化にも引き続き取り組んだ。2025年5月には『やきとり食べたい』を放送、一人称視点のカメラで実在する焼き鳥の名店を訪れ主人公のモノローグ(独白)で進行するという新感覚のグルメドラマのスタイルが好評で、視聴者から続編を望む声も挙がっている。また2025年6月には、還暦を迎えた俳優・鶴見辰吾さんが自身の役者人生の恩師である石井隆監督の故郷である宮城県を舞台に心に残る酒と旅の記憶を紡ぐ模様を伝える紀行番組『鶴見辰吾 酔いしれ旅～僕の細道～』を放送した。BS視聴者層に人気の高い紀行や歌謡をテーマにした特別番組が多く見受けられたほか、2025年6月に放送した、タレントのじゅんいちダビッドソンさんが山形県の白川ダムで遊びつくす『ダム湖で遊ばーゼ!』等、BSらしい視聴者のニッチなニーズを捉えた番組の制作・放送にも取り組んだ。その他、国内20の放送局との協業を行い、京都の紅葉や全国の桜前線の模様をリレー形式でお届けする番組を放送したほか、びわ湖花火大会や祇園祭、京都五山送り火等、各地域のお祭りやイベントの魅力を、その地域の放送局と共同で制作・放送することで、より深い形で全国の視聴者に届けるという、独立BS局の同社ならではの強みを生かした企画も数多く実施した。

(2) 「稼ぐ力」の再構築

前述のレギュラー番組や特別番組の強化、アニメ番組やドラマ番組等のラインアップ充実といったコンテンツ価値向上策と合わせて、元々強みを持つ公営競技も強化。同社は従来JRA等との関係強化に努めており、競馬中継だけでなく、ポートレースやオートレースの放送を拡大し、主にM3層（50～64歳の男性）やM4層（65歳以上の男性）に対する視聴率を確保してきた。競馬中継に関しては『BSイレブン競馬中継』を中心に、中央競馬や地方競馬の中継を実施、番組においてはレース本番の様相だけではなく、レース前のパドックや返し馬の状況を放送するほか、中継を見ながらリモコンのdボタンで出馬表・オッズ・払い戻しデータがリアルタイムで確認できる等、競馬ファンが親しみやすい番組づくりを心掛けている。またMCにお茶の間に人気の俳優や女性タレントを活用する等、番組視聴者層を広げる施策も行っている。ポートレースやオートレースは現状不定期番組としての放送が主であるが、同社は早くから放映権を取得しており、スリリングなレース展開を生中継することでファンを惹きつけている。公営競技については2025年8月期においてもタイム収入に大きく寄与しており、今後も広告枠販売で業績の寄与が期待される。

(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、配信オリジナルコンテンツの制作やオリジナル配信プラットフォームの充実、イベント事業の推進等に取り組んだ。配信事業の収益強化策としては、「BS11+」においてレギュラー番組を中心とした番組放送終了後の見逃し配信やアーカイブ配信に取り組んだほか、2025年5月には新たな会員プランとして「BS11+プレミアム」を開設。会員限定のオリジナルコンテンツをはじめ、各種特典を充実させることで会員数は順調に推移している。このほか、BS11公式YouTubeチャンネルでも、番組放送終了後の見逃し配信やアーカイブ配信を行っており、チャンネル登録者数は2025年11月末時点で40万人に達する等、同社の重要な配信チャンネルとして機能している。また民放無料配信ポータルサイトTVerでは、自社制作番組に加え、ドラマコンテンツの視聴が好調に推移し、配信事業の収益力向上に大きく寄与している。イベント事業では、放送10周年を記念した「アニゲー☆イレブン！10周年だよ！歴代MC勢揃い！真夏の大感謝祭～放送500回も一緒にお祝いSP～」等の、自社制作番組の関連イベントの企画・開催に加え、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！BS11若手人気スター歌謡ショー」やジャズコンサート「SUPER SESSION ～Precious Jazzy Time～」等、音楽コンサートをはじめとした同社オリジナルイベントも数多く開催した。

(4) 企業価値向上のための戦略的投資

2025年8月期は、企業価値向上に向けた戦略的投資として、放送事業や周辺事業の収益力強化に向け、旗艦番組『鶴瓶のええ歌やなあ』や『黒谷友香、お庭づくります』のレギュラー番組の立ち上げをはじめとした自社制作番組への投資に加え、毎クール約40タイトルのアニメ作品の放送を実現するための投資、女子ゴルフや女子バスケットボール、柔道等、テレビ視聴者に人気の高いスポーツコンテンツの放映権獲得に向けた投資等、強化すべきポイントを見極め、効率的にコンテンツ投資を行った。コラボレーション施策の推進においても、前述の地方局をはじめとした他局との番組の共同制作のほか、親会社ビックカメラとの協業施策として、ビックカメラグループの店舗で販売中の商品を同社の放送枠を活用して全国の消費者へ紹介するオリジナル通販番組『BS11テレビショッピング Supported by ビックカメラ』を放送。全国各地の視聴者から注文が届く等、同社と親会社との重要なシナジー戦略の1つとして機能しているようだ。

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、前期比12.5%増の406百万円となった。スポットCM需要の喚起を図り、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、国内ドラマを放送する等、ドラマコンテンツの編成戦略を強化したことに伴う費用増加である。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てこれらの層を主要顧客とする通販関連のスポンサー獲得を図った。一方で番組制作費は、前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、アニメ作品の放送月変更に伴う費用計上タイミングのズレ等により、同5.0%減の3,317百万円となり、番組関連費用全体は同3.4%減の3,724百万円となった。

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2.0%減の487百万円となった。技術費は、同25.5%増の62百万円となった。販管費となる広告関連費用に関しては、広告宣伝費は同4.2%増の690百万円、販売促進費は前期と同額の43百万円となった。特に下期において、BS11と番組のさらなる認知拡大を目的に、BS放送のメイン視聴者層に親和性の高い新聞広告を中心とした広告を積極的に実施した。

主要費用項目実績（個別）

（単位：百万円）

	24/8期 実績	25/8期	
		実績	前期比
番組関連費用（原価）	3,855	3,724	-3.4%
番組購入費	361	406	12.5%
番組制作費	3,493	3,317	-5.0%
放送関連費用（原価）	547	550	0.5%
放送委託費	497	487	-2.0%
技術費	49	62	25.5%
広告関連費用（販管費）	706	734	4.0%
広告宣伝費	662	690	4.2%
販売促進費	43	43	-

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

5. 財務状況

（1）財政状態

2025年8月期末時点の総資産は、前期末比1,003百万円増加し26,898百万円となった。主な要因は、現金及び預金が163百万円、固定資産の減価償却が進んだことによる有形固定資産が414百万円それぞれ減少した一方、棚卸資産が87百万円、有価証券（流動資産計上）が299百万円、投資有価証券（固定資産計上）が1,200百万円増加したことによる。負債は前期末比176百万円増加し、2,472百万円となった。主な要因は、未払消費税が122百万円減少したものの、買掛金が130百万円、未払金が36百万円増加したこと等による。純資産は前期末比827百万円増加し24,426百万円となった。主な要因は、前連結会計年度の期末配当534百万円の支出により減少した一方で、親会社株主に帰属する当期純利益1,345百万円の計上により、利益剰余金が810百万円増加したことによる。この結果、2025年8月期末時点の自己資本比率は90.7%（前期末比0.4ポイント低下）、流動比率は735.2%（同51.2ポイント低下）となった。

業績の動向

簡易貸借対照表 (連結)

(単位：百万円)

	24/8期末	25/8期末	増減額
流動資産	17,041	17,223	181
現金及び預金	14,152	13,988	-163
有価証券	-	299	299
固定資産	8,852	9,675	822
有形固定資産	7,088	6,673	-414
無形固定資産	50	34	-16
投資その他の資産	1,713	2,966	1,253
資産合計	25,894	26,898	1,003
流動負債	2,166	2,342	175
固定負債	128	129	0
負債合計	2,295	2,472	176
純資産合計	23,598	24,426	827
負債純資産合計	25,894	26,898	1,003

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月期末の現金及び現金同等物残高は2,988百万円と、前期末比3,163百万円減少した。主に、定期預金への預入や投資有価証券の取得、配当金の支払い等があったためである。営業活動によるキャッシュ・フローは、1,828百万円のキャッシュインとなった。税金等調整前当期純利益として1,985百万円の計上等があったためである。投資活動によるキャッシュ・フローは、4,536百万円のキャッシュアウトとなった。主に定期預金の預入による支出として3,000百万円、投資有価証券の取得による支出として1,498百万円があったためである。財務活動によるキャッシュ・フローは、455百万円のキャッシュアウトとなった。主に配当金の支払534百万円があったためである。

簡易キャッシュ・フロー計算書 (連結)

(単位：百万円)

	24/8期	25/8期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	2,468	1,828	-639
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-9,351	-4,536	4,815
財務活動によるキャッシュ・フロー	-564	-455	108
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-6,883	-2,707	4,175
現金及び現金同等物の期末残高	6,152	2,988	-3,163

注：キャッシュ・フロー計算書の現金及び現金同等物の期末残高2,988百万円以外に預入期間が3ヶ月超の定期預金が11,000百万円ある。そのため25/8期貸借対照表の現金及び預金は13,988百万円となる。

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年8月期は減益予想、将来の収益拡大に向け積極投資へ

● 2026年8月期の業績見通し

2026年8月期業績予想は、連結ベースでは売上高12,576百万円（前期比6.5%増）、営業利益1,804百万円（同6.6%減）、経常利益1,888百万円（同4.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益1,306百万円（同2.9%減）と、増収減益を見込む。個別では売上高11,800百万円（同6.9%増）、営業利益1,800百万円（同9.5%減）、経常利益1,886百万円（同7.7%減）、当期純利益1,305百万円（同7.7%減）と、こちらも増収減益予想となる。

売上面では、コンテンツを中心とした投資を強化することにより、放送事業収入の最大化を図るとともに、放送周辺事業における積み上げも図る。前者についてはタイムテーブルの戦略的強化や、既存コンテンツの内容強化、新規コンテンツの開発促進等、徹底した視聴者ニーズの分析とともに視聴者に選ばれるコンテンツ制作を強化し、スポンサー企業の獲得へ結び付ける。個別の通期売上高のうち、タイム収入は同2.5%増の8,358百万円、スポット収入は同7.3%増の2,186百万円を計画している。2026年8月期の広告市況について、テレビ広告全体が持ち直していることもあり、同社としても、コンテンツへの投資強化を推し進めることによる放送事業収入の回復・拡大を図る計画だ。利益面で減益を見込んでいる主要因も、こうしたコンテンツへの投資を従来以上に拡大することによるものである。放送のみならず配信やイベント、他局への番組販売等、コンテンツIPを起点とした多角的な展開が期待できる新規IPコンテンツの開発を推し進めるほか、アニメや配信をはじめとした今後の成長領域への投資も欠かさない。国内外の市場が急速に成長しているアニメや配信は、同社としても積極的にそのチャンスを取りに行く分野だ。このほか、AI等の先端技術の活用による生産性を上げるための投資や働く人を大切にするための人的投資も推進する。2026年8月期は、同社が今後中長期的な成長を実現していくための先行投資の一年として位置付け、企業成長に寄与するようなコンテンツへの投資や経営基盤を強化するための投資を一層強化して進めていく方針だ。

2026年8月期の業績予想（連結）

（単位：百万円）

	25/8期		26/8期				
	中間期	通期	中間期		通期計画		
			計画	前年同期比	計画	前期比	増減額
売上高	5,889	11,812	6,079	3.2%	12,576	6.5%	763
営業利益	1,159	1,932	830	-28.4%	1,804	-6.6%	-128
経常利益	1,174	1,985	858	-26.9%	1,888	-4.9%	-97
親会社株主に帰属する 当期（中間）純利益	801	1,345	576	-28.2%	1,306	-2.9%	-39

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年8月期の業績予想 (個別)

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期				
	中間期	通期	中間期		通期計画		
			計画	前年同期比	計画	前期比	増減額
売上高	5,534	11,039	5,751	3.9%	11,800	6.9%	760
タイム収入	4,010	8,155	4,091	2.0%	8,358	2.5%	203
スポット収入	1,109	2,038	1,139	2.6%	2,186	7.3%	148
その他	413	845	520	25.8%	1,254	48.3%	408
営業利益	1,192	1,988	888	-25.5%	1,800	-9.5%	-188
経常利益	1,208	2,043	914	-24.3%	1,886	-7.7%	-157
当期 (中間) 純利益	836	1,413	632	-24.3%	1,305	-7.7%	-108

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 中長期成長戦略

「Value4」のもと、 放送を軸としたコンテンツの多角化で企業価値向上を目指す

1. 中期成長戦略「6つの“力”」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“力”」を打ち出し、良質な番組づくりへの実効性を高めた。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“力”」として実践している。

2. 2026年8月期の重点施策「Value4」

2026年8月期は、重点施策として、「Ⅰ.放送事業収入の最大化」「Ⅱ.独自IPコンテンツの開発加速」「Ⅲ.アニメビジネスの収益基盤拡充」「Ⅳ.企業価値向上のための戦略的投資」の4点を掲げ、「Value4」として推進していく。2026年8月期の計画では、放送収入の回復とIPコンテンツやアニメへの投資拡大による周辺事業収入の積み上げを目指しており、これら重点施策の推進で強力に後押しする。

Value4

Value I. 放送事業収入の最大化

タイムテーブルの戦略的強化、視聴者ニーズの分析徹底

Value II. 独自IPコンテンツの開発加速

IPの積極活用による多面的な事業展開、コラボレーション施策の推進

Value III. アニメビジネスの収益基盤拡充

良質なアニメコンテンツの確保、新規事業の推進

Value IV. 企業価値向上のための戦略的投資

新たな領域への投資機会の追求、持続的成長を実現する環境構築

出所：決算説明会資料より掲載

(1)「Ⅰ.放送事業収入の最大化」

本業である放送事業では、収益基盤の拡大に向けて、旗艦番組『鶴瓶のええ歌やなあ』や『黒谷友香、お庭つくります』をはじめとした自社制作番組へのテコ入れを積極的に推し進める。具体的には、報道番組『報道ライブ インサイドOUT』において、2025年10月より新メインキャスターに元日本テレビの近野宏明氏を迎え、番組コンセプトやスタジオセットを一新する等の策を行った。報道番組としての中立性と正確性を保ちつつメインキャスターの若返りを図ったことで、フレッシュな魅力で視聴者の関心を集めることが期待されている。番組ごとの内容のブラッシュアップを着実に進め、“視聴者に選ばれる局”を目指す。さらにタイムテーブル強化策の一環として、視聴率や視聴者からの反響等のタイムテーブル全体に関わるデータ分析を強化し、コンテンツへ迅速に反映する。具体的には、ドラマの視聴動向を細かく分析してコンテンツ調達に生かし、タイムテーブルを最適化することで視聴者の興味を一定レベル以上に保ち、スポンサー企業からの広告出稿獲得を目指す考えだ。

2026年8月期の施策1（レギュラー番組の強化）



『報道ライブ インサイドOUT』
新メインキャスターに
近野宏明さんを迎え、番組
コンセプトやスタジオセットを
一新。



出所：決算説明会資料より掲載

(2) 「II.独自IPコンテンツの開発加速」

IPの積極活用による多面的な事業展開やコラボレーション施策の開発を加速する。他局への番組販売や、放送後の見逃し・アーカイブ配信、関連イベント実施、関連グッズ販売等の周辺事業は施策展開により既に拡大しているが、今後は番組の企画・制作段階から著作権等の知的財産確保を意識したコンテンツづくりを行うことで、IPとしての番組価値向上とその活用による収益力強化を図っていく。コラボレーション施策としては、メディアを超えた施策を推進する。一例として2025年10月より、エフエム東京との協業で『うらラジ supported by TOKYO FM』の放送を開始している。人気のラジオ番組の制作現場の裏側に迫る構成で、ラジオへの興味を高めるとともに、ラジオリスナーを同番組の視聴者として迎えるというWin-Winの関係から成長を目指す。また、子会社である理論社と国土社との協業により、両社が保有する出版物のIPを活用した映像コンテンツを制作し、配信やテレビ、イベントへと多角的に展開していく取り組みにも着手する。既に、映像化の取り組みは進んでおり、第1弾として、人気作家・高森千穂さんによる国土社刊行の最新児童書作品『雨上がりのスカイツリー』のドラマ化決定がリリースされた。理論社は1947年創業で業歴78年、国土社は1937年創業で業歴88年といずれも業界の老舗で豊富なコンテンツを有するほか、両社とも児童書に強く、指定図書に選ばれるなど学術的側面での優位性が高い。ドラマやアニメ等による展開で顧客層を広げ、実績が蓄積できれば両社における業績の大きな飛躍につながるだろう。

(3) 「III.アニメビジネスの収益基盤拡充」

引き続き良質なアニメコンテンツの確保を図るとともに、アニメ分野の価値向上に資するような新規事業を強力に推進する。前者は、2026年8月期は、これまで段階的に行ってきた投資額の拡大の動きを強めていくとともに、アニメファンの動向やアニメ放送後の関連ビジネスへの展開可能性を精緻に分析していくことで放送する作品の選定精度の向上を図り、毎クール約40タイトルの良質なアニメ関連番組を放送する。視聴率向上をもって、アニメ放送枠における広告出稿の積み上げや製作委員会からの配当増を確保する狙いがあるようだ。また、後者については、こうした放送するアニメ作品の価値最大化及び多角的展開による収益の積み上げを図るべく、他社との協業によるイベントや商品化等の推進にも取り組む。一例として、九州最大のマンガ・アニメのイベント「KPF(北九州ポップカルチャーフェスティバル)2025」(2025年11月開催)では、レギュラー放送中の総合エンタメ情報番組『アニゲー☆イレブン!』に出演の前田佳織里さんをMCに、2026年1月から放送予定のアニメ作品『エリスの聖杯』に関するスペシャルステージを開催。また、2026年2月には、レギュラー放送中のアニメソング番組『Anison Days』から生まれた音楽の祭典「Anison Days Festival2026」の開催が決定している。このように、数々のイベントを通じて、BS11のアニメ分野としてのプレゼンス向上に取り組んでいるほか、(株) 寿屋との協業によるオンラインくじの販売のような将来的な事業拡大を見据えた協業の一環としての取り組みも推進している。

日本BS放送 2025年12月3日(水)
9414 東証スタンダード市場 <https://corp.bs11.jp/ir/Top.html>

中長期成長戦略

2026年8月期の施策3(アニメ関連)

BS11 × コトブキヤくじ
『日々は過ぎれど飯うまし』オンラインくじ

当社初の試みとして、当社にて放送したアニメ作品『日々は過ぎれど飯うまし』のオンラインくじを株式会社寿屋との協業により実施。

出所：決算説明会資料より掲載

(4)「IV.企業価値向上のための戦略的投資」

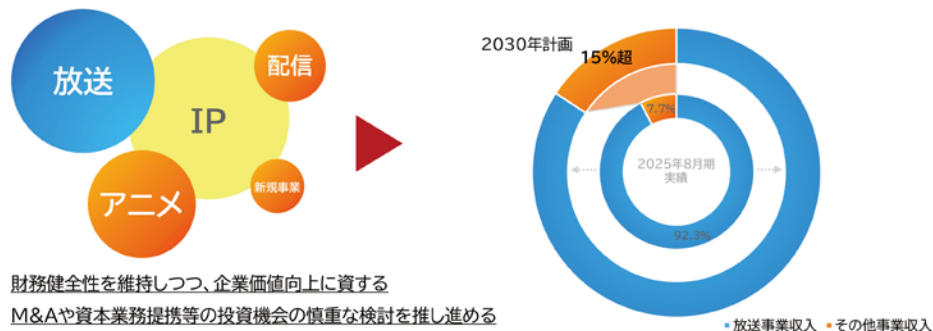
新たな領域への投資機会を追求し、持続的成長を実現するための環境を、2つの施策を柱に構築する。1つ目は事業の多角化による収益力の強化である。放送を軸としたコンテンツの多角的な展開を促進し、安定的かつ効率的な収益体制を構築することにより、2030年代にかけて売上高130億円超、営業利益率20%超を目指す。2つ目はM&Aや資本業務提携等の他社とのアライアンス締結の検討である。財務健全性を維持しつつ、収益の柱である放送事業を拡大し、アニメや配信をはじめとした成長事業分野や新規事業分野で、企業価値向上に資するM&Aや資本業務提携等の投資機会について慎重に検討を進めながら推進していくことで、中長期的な企業価値の向上に結び付ける。これにより、放送事業収入以外の収入を、2025年8月期の7.6%から2030年代にかけて15%超へとすることを目指す。

M&Aや資本業務提携等の他社とのアライアンス締結の検討

● M&Aや資本業務提携等の他社とのアライアンス締結の検討

収益の柱である放送事業を拡大し、アニメや配信をはじめとした成長事業分野や新規事業分野を強化することによる中長期的な企業価値の向上に取り組む

■ 売上高全体に占める放送事業収入・その他事業収入のシェア率



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)」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『偉人・敗北からの教訓』では、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『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。

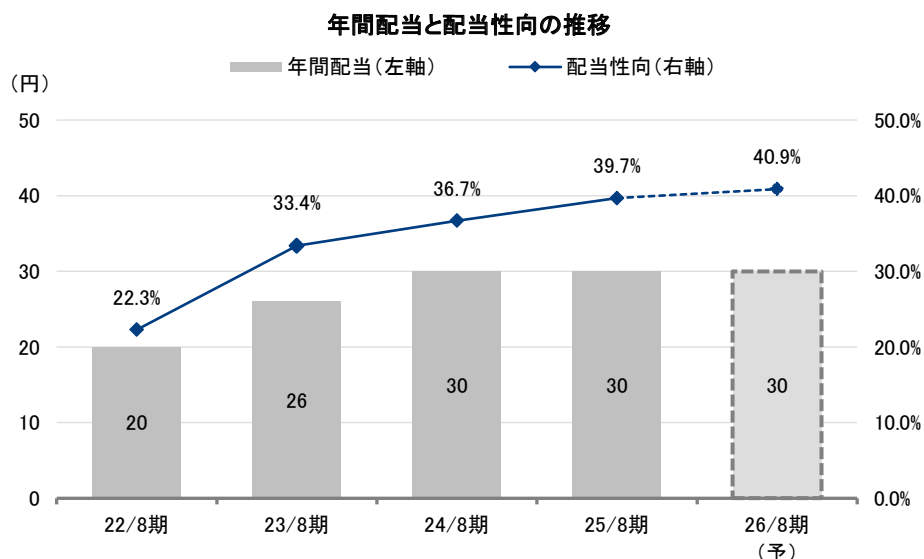
連結子会社の理論社と国土社においては、子どもの本の専門出版社が集まる、良質な児童図書の出版・普及活動を目的とする「児童図書 十社の会」に所属し、出版書籍による教育機会の提供を行っている。また、両社では貧困や飢餓対策、食品ロス対策等をテーマとした児童向け書籍も取り扱っている。

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、2025年8月期時点での割合は、女性社員は35.4%、女性管理職は24.0%、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。

株主還元

2026年8月期は期末配当30円を計画、配当性向は目標の40%超に

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。2026年8月期は1株当たり配当額30円、配当性向40.9%を計画している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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