

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

表示灯

7368 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025年12月29日 (月)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Takumi Hoshi**



FISCO Ltd.

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

表示灯 | 2025年12月29日 (月)
7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

目次

■要約	01
1. 2026年3月期中間期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	01
■会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	04
3. 事業内容	05
■業績動向	08
1. 2026年3月期中間期の業績概要	08
2. 事業セグメント別動向	09
3. 財務状況と経営指標	12
■今後の見通し	13
■中長期の成長戦略	14
■株主還元策	16

表示灯 | 2025年12月29日(月)
7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

■ 要約

ナビタ事業は安定的、 既存事業の深化と新規事業の早出が中長期成長のカギ

表示灯<7368>は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告「ナビタ」(地図広告)が主力事業である。「ナビタ」は、周辺地図・公共施設・災害時の避難場所などの情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2025年9月末時点で2,390駅、1,053自治体など全国4,112ヶ所に設置されている。また、全国の鉄道会社で広告を取り扱うことが許可される指定業者になっていることに加えて、手頃な価格で広告を提供する方法を確立し、同社サービスを継続的に利用する多くの広告主(以下、協賛スポンサー)を獲得していることから、後発企業に対して高い参入障壁を築き上げており、優位性を確保している。

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の業績は、売上収益で前年同期比0.4%増の4,826百万円、営業利益で同5.8%増の436百万円、経常利益で同9.5%増の480百万円、中間純利益で同11.3%増の316百万円となり、増収増益となった。ナビタ事業とサイン事業は売上収益が減少したものの、アド・プロモーション事業が好調を維持したことが増収に寄与した。営業利益率改善の要因は、収益性の高いインバウンド向けWebサービスの好調、WEB・デジタルソリューションでの番号案内システムのクロスセルの進展などが挙げられる。

2. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績予想は、売上収益で前期比2.5%増の10,274百万円、営業利益で同0.5%増の985百万円、経常利益で同2.3%増の1,051百万円、当期純利益で同0.5%増の729百万円と、増収増益の見通しだ。売上収益については、アド・プロモーション事業が堅調に推移すると見込む。ナビタ事業の売上収益は直近で踊り場の様相を見せていることを受け、投資によって従来の印刷物からデジタルサイネージに転換するほか、「電車ナビタ」を展開するなど、媒体の付加価値を向上させることで、売上収益・利益ともに再び成長軌道に乗せる方針である。現在好調に推移するインバウンド向けWebサービスについては、中国からの訪日観光客数減少による業績インパクトは今のところ軽微な想定だが、今後の動向次第では影響が出てくる可能性もある。サイン事業は、「NAVIアラート」が想定を下回る受注見通しではあるものの、中小型の案件は堅調のため、全体として底堅く推移する見通しである。

3. 中長期の成長戦略

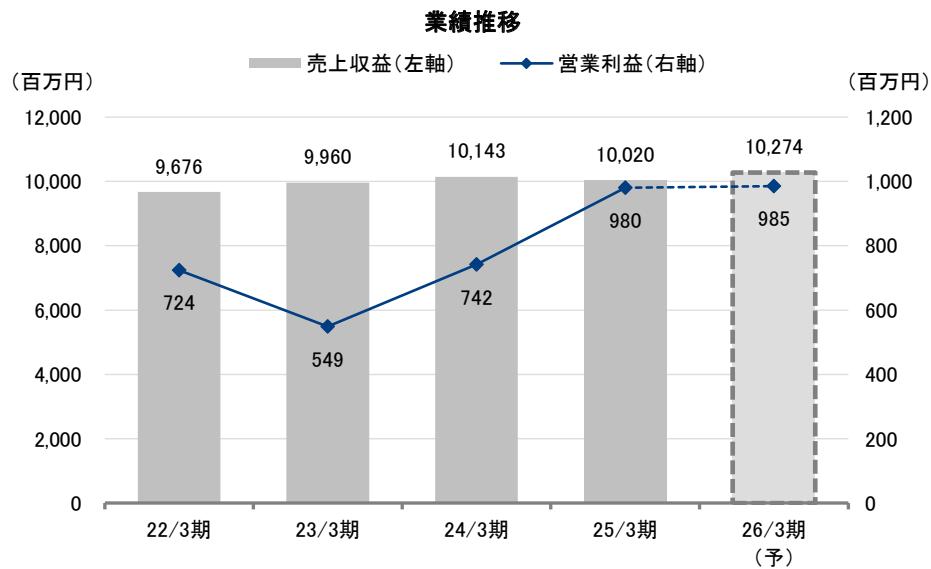
同社の中長期の成長戦略としては、既存事業の深化と新規サービス領域の創造の両輪で進めている。既存事業のうち、主力事業の「ナビタ」は今後、人流がある程度期待できるエリアにおいては従来の印刷物としての周辺案内地図から、デジタルサイネージへの転換を進める。新規サービス領域の創造については、直近では番号案内表示システムや、観光案内システムなどデジタルサイネージの各種ソリューションや、既存媒体と連携したWebサービスなどがある。これらの新規サービスを軌道に乗せたうえで、さらなる事業の創出を目指している。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

要約

Key Points

- ・2026年3月期中間期はインバウンド向けWebサービスの好調などにより、収益性が改善
- ・2026年3月期は成長投資負担で微増益の見通し
- ・既存事業の深化と新規サービス領域の創造により中長期の成長を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

公共施設を中心に、 周辺案内地図に広告を掲載する「ナビタ」が主力事業

1. 会社概要

同社は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告である「ナビタ」が主力事業である。「ナビタ」は、周辺地図・公共施設・商業施設・行政情報・災害時の避難場所などの情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2025年9月末時点で、2,390駅、1,053自治体、336病院、156神社・寺院など、合計4,112ヶ所に設置されており、全国で同社ほどの規模で行っている同様のサービスは見当たらない。既に多くの場所に設置していることに加え、全国の鉄道会社で広告を取り扱うことが許可される指定業者になっていること、1つの媒体に複数の地場の協賛スポンサーを募集し掲載するというユニークな連合広告の形態を展開し、手頃な価格で広告を提供する方法を確立しており、同社サービスを継続的に利用する多くの協賛スポンサーを獲得していることから、後発企業に対して高い参入障壁を築き上げており、優位性を確保している。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

設置場所は、人流や協賛スポンサーに対して広告効果が見込める場所や、ロケーションオーナーに支払う場所代などの提案を踏まえて決定する。協賛スポンサーとして広告を出稿するのは、主に周辺案内図の範囲内の企業・病院・小売店・飲食店・宿泊施設・サービス業である。契約期間は原則3年、継続率も高いが広告の空き枠が出た際は新規スポンサーで埋める安定したビジネスモデルを構築している。

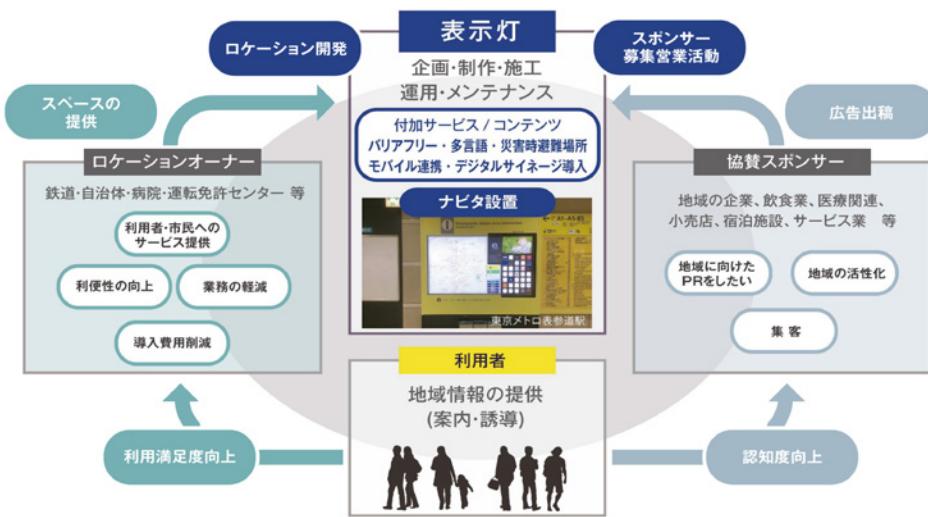
当初はナビタ事業のみだったが、交通広告や屋外広告などの周辺領域をカバーするためにアド・プロモーション事業を開始し、その後広告の設置工事を内製化するためにサイン事業も立ち上げた。3事業を展開することで、総合広告代理店として企画立案から設置まで一気通貫で対応できる体制となっている。

「ナビタ」の例



出所：決算説明会資料より掲載

同社のビジネスモデル



出所：決算説明会資料より掲載

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.

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

2. 沿革

同社は、創業者の吉田大士（よしだもとひと）取締役会長と栗本肇（くりもとはじめ）氏（2025年4月30日付で取締役相談役を辞任）が中心となり1967年2月に日本交通表示灯（株）を創業し、愛知県名古屋市中区において市バスのバス停に交通広告を掲出する事業を開始した。

1967年12月に主力事業となる駅周辺案内地図「ナビタ」の第1号機を名古屋鉄道<9048>の上飯田駅（愛知県名古屋市北区）に設置し、1968年2月に「ナビタ」以外の各種広告を幅広く扱うためにアド・プロモーション事業を開始した。1969年7月には名古屋市営地下鉄への「ナビタ」の設置に伴い、広告・看板・案内板などを扱うサイン事業を開始した。1971年7月に日本国有鉄道（現JRグループ各社）に「ナビタ」を設置したのを機に、全国の鉄道駅に設置している。現在、「ナビタ」の設置場所は自治体や交番、神社・寺院、病院などの公共施設全般にまで拡大している。

沿革

年月	主な沿革
1967年 2月	公共の分野で貢献することを目的として日本交通表示灯（株）を設立
1967年12月	名古屋鉄道（株）上飯田駅に駅付近優良商工案内図（現「ナビタ」）第1号機を設置
1968年 2月	「ナビタ」以外の各種広告を幅広く扱うアド・プロモーション事業を開始
1969年 7月	名古屋市営地下鉄へ「ナビタ」の設置を開始 設置に施工が伴う広告・看板・案内板などを扱うサイン事業を開始し、名古屋市営地下鉄星ヶ丘駅バスターミナルに「広告付きバスシェルター」を設置
1970年 5月	東京支社を開設し、関東地区の大手電鉄（東武鉄道・小田急電鉄・西武鉄道・京浜急行電鉄）に「ナビタ」の設置を開始
1971年 7月	日本国有鉄道（現JRグループ各社）に「ナビタ」の設置開始
1972年 4月	札幌市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1972年 8月	横浜市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1977年 5月	商号を表示灯（株）に変更
1989年 3月	都営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1992年10月	大阪市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1993年11月	福岡市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1997年 5月	仙台市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1997年 6月	首都圏JR（山手線など）へ「ナビタ」設置開始
2004年 4月	宮団地下鉄（現東京メトロ）へ「ナビタ」設置開始
2005年 4月	「ナビタ」の色弱者に対応した色覚バリアフリーマップ化がスタート
2007年 8月	全株取得により、トー・ナビタ（株）を完全子会社化
2010年 2月	名古屋市天白区役所に地域の情報を提供する自治体シティナビタ1号機を設置
2012年11月	トー・ナビタを関連会社化
2013年12月	大阪府内の3交番に公共ナビタ1号機を設置
2014年 9月	インバウンド対応の推進に向けて（独）国際観光振興機構（日本政府観光局）と連携
2017年 4月	東京、名古屋の2本社制を導入
2017年11月	トー・ナビタを完全子会社化
2017年12月	トー・ナビタを吸収合併
2021年 4月	東京証券取引所（以下、東証）市場第二部に上場
2022年 4月	東証の新市場区分化に伴い、スタンダード市場に上場市場を移行

出所：有価証券報告書よりFISCO作成

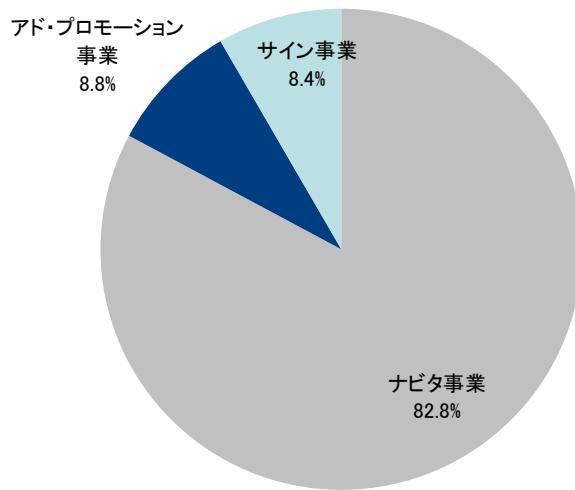
表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

3. 事業内容

同社の事業セグメントは、ナビタ事業、アド・プロモーション事業、サイン事業の3つである。2026年3月期中間期の事業別構成比では、ナビタ事業が売上収益の82.8%、営業利益の大半を占める主力事業となっている。

売上収益の構成比(2026年3月期中間期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

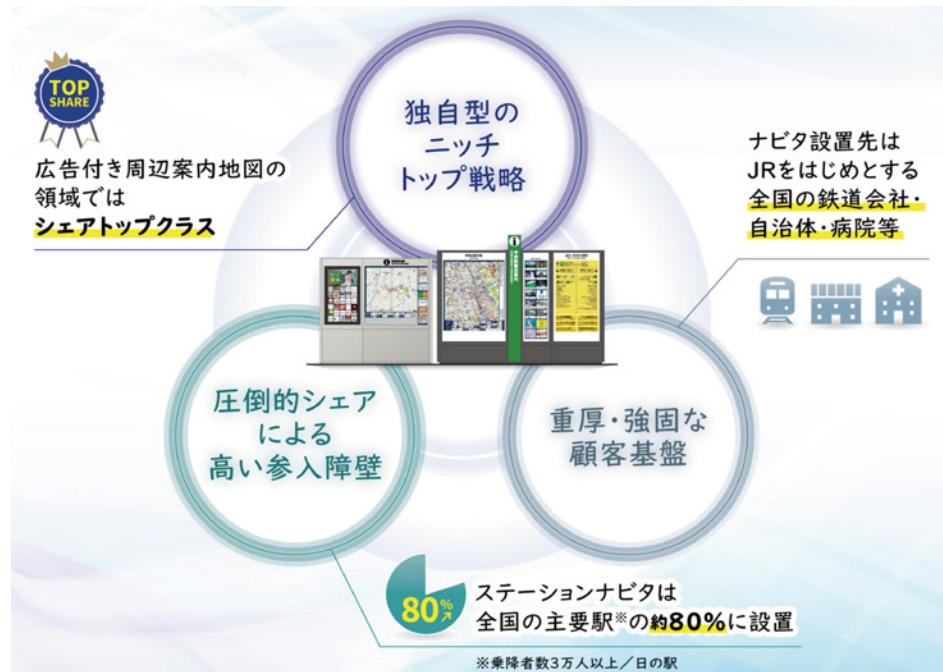
(1) ナビタ事業

「ナビタ」は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告である。現在は全国の鉄道駅や自治体庁舎、交番・警察署、運転免許センター、病院、神社・寺院などに設置されている。地図情報に加え、公共施設、災害時の避難場所などを盛り込んだ公共性の高い媒体となっており、LED/液晶モニター/タッチパネル/多言語対応/屋内・屋外仕様など様々なタイプがある。ナビタ事業は、設置場所のロケーションオーナー、協賛スポンサー、利用者の3者にとってメリットがあるビジネスモデルとなっている。ロケーションオーナーは「ナビタ」の設置により施設利用者へのサービス向上につながるとともに、設置場所を提供する対価として収入を得ることができる。協賛スポンサーは、好立地の場所に連合広告という形で広告料を抑えて出稿できるうえ、利用者が多い施設に広告を掲出できるため広告効果が期待できる。この結果、2025年9月末時点の「ナビタ」総契約件数は70,536件となった。なお、ナビタ事業はターゲットや設置場所により、ステーションナビタ/シティナビタ/公共ナビタ/メディカルナビタ/神社・寺院ナビタに分類される。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

同社の強み



出所：決算説明会資料より掲載

a) ステーションナビタ

ステーションナビタは、2025年9月末現在でJRグループ各社・私鉄・地下鉄の全国2,390駅（うち、乗降者数30,000人以上/日の主要994駅では80%を超える駅）の改札付近に設置されており、協賛スポンサー数は約34,000件となる。交通広告は鉄道会社の指定代理店が取り扱うのが慣例だが、同社はナビタ事業を端緒として全国の鉄道会社の指定業者になっている。2025年6月からは、各鉄道会社の車両デザインをコンセプトにした「電車ナビタ」シリーズを関東エリアの私鉄（京急電鉄、西武鉄道、東武鉄道、京成電鉄、北総鉄道）で展開を開始した。

表示灯
7368 東証スタンダード市場

2025年12月29日(月)

<https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

「電車ナビタ」の例



出所：決算説明会資料より掲載

b) シティナビタ

シティナビタは全国の自治体庁舎内に設置され、地図上で公共施設や避難場所情報などを知らせるとともに、庁舎内の案内や行政情報を表示し、広告スペースでは民間商業施設を地域情報として紹介している。設置する自治体にとっては費用の負担なく税外収入(広告納金)が得られるうえ、来庁者サービスの向上につながるなどのメリットがある。2025年9月末現在で全国1,053自治体に設置されており、シティナビタの協賛スポンサー数は約33,400件となる。

c) 公共ナビタ

公共ナビタは、交番・警察署・運転免許センターなどの全国の警察関連施設に2025年9月末現在で177ヶ所に設置されている。警察関連施設という公共の場で情報を発信することで、地域に密着し、ターゲットを特定した広告効果を得られるメリットがある。

d) メディカルナビタ

メディカルナビタは、高難度手術や高度先進医療を提供する地域医療支援病院・特定機能病院に2025年9月末現在で336病院に設置されている。単なる広告媒体ではなく、周辺地図を通じた地域医療の強化・促進コンテンツとして社会性のある広告媒体に位置付けている。

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.

表示灯 | 2025年12月29日(月)
7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

e) 神社・寺院ナビタ

神社・寺院ナビタは、2025年9月末現在で全国156の神社・寺院に設置されている。設置された場所の由来や境内案内をはじめ、周辺の街区案内、公共施設情報、災害時の避難場所を多言語で掲載できる。設置場所の由来なども伝えることで、文化的な背景や地域の歴史などを知ることができるメリットがある。

(2) アド・プロモーション事業

同社は全国の主要駅やエリアで指定業者となっており、交通媒体(車内・駅構内など)、マス媒体(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌)、屋外媒体(看板・ボードなど)による各種広告を手掛けている。昨今は、インターネット広告、デジタルサイネージ広告、Webサービスといったデジタル技術を活用した広告も展開している。広告目的に沿った最適な媒体選定・企画立案・プレゼンテーション・予算管理・制作までを含めたトータルプランニングを提案している。

商品構成は、駅構内に掲出される「駅広告」/電車内に掲出される「車両広告」/歩行者やドライバーなどを対象にする「屋外広告」/「バス広告」/テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などを媒体にする「マス広告」/「Webサービス」などがある。このうち「Webサービス」には、免税店で利用可能なクーポンを提供する「TAXFREESHOPS.JP」、二次元コードにより目的地までの道案内機能を持つモバイルナビゲーションアプリ「ここからGO!」などのサービスがある。

(3) サイン事業

サイン事業は、全国の鉄道会社や自治体などの取引先とのネットワークを活用し、広告・看板・案内板などの企画設計から施工に至るサービスを提供している。商品構成は、鉄道会社向けの「交通サイン」、自治体向けの「公共サイン」、商業施設向けの「商業サイン」を中心に、自治体向けの「番号案内表示システム」、観光案内システムなど自社開発のプラットフォーム技術を導入から運用管理まで手掛ける「デジタルサイネージ」に分類される。

■ 業績動向

2026年3月期中間期はアド・プロモーション事業が好調で、収益性が改善

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の業績は、売上収益で前年同期比0.4%増の4,826百万円、営業利益で同5.8%増の436百万円、経常利益で同9.5%増の480百万円、中間純利益で同11.3%増の316百万円となり、増収増益となった。ナビタ事業とサイン事業は売上収益が減少したものの、アド・プロモーション事業が好調を維持したことが増収に寄与した。また、給与・営業手当のベースアップや販売促進に関わる営業費用の発生などにより販管費が増加したが、アド・プロモーション事業の収益が増加分を吸収し、増益を達成した。

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.

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向

営業利益率が9.1%（前年同期は8.6%）に改善した主な要因は、1) 収益性の高いインバウンド向けWebサービスの好調、2) WEB・デジタルソリューションでの番号案内システムのクロスセルの進展などが挙げられる。

2026年3月期中間期業績

(単位：百万円)

	25/3期中間期		26/3期中間期		前年同期比 増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上収益	4,805	-	4,826	-	0.4%
売上原価	2,034	42.3%	2,017	41.8%	-0.9%
売上総利益	2,770	57.7%	2,809	58.2%	1.4%
販管費	2,358	49.1%	2,372	49.2%	0.6%
営業利益	412	8.6%	436	9.1%	5.8%
経常利益	438	9.1%	480	9.9%	9.5%
中間純利益	284	5.9%	316	6.6%	11.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

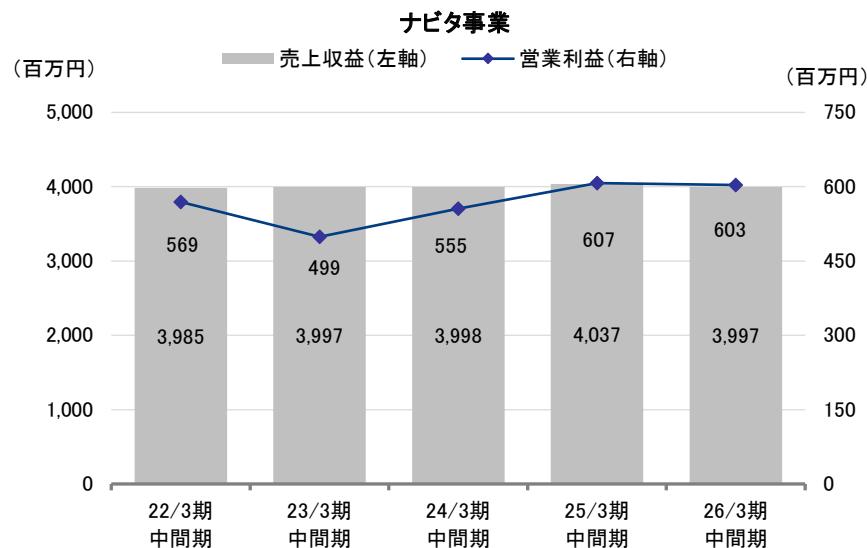
(1) ナビタ事業

ナビタ事業の売上収益は前年同期比1.0%減の3,997百万円、営業利益は同0.7%減の603百万円となった。2025年9月末時点の設置数は、ステーションナビタは2,390駅、シティナビタは1,053自治体、公共ナビタは177ヶ所、メディカルナビタは336病院、神社・寺院ナビタは156神社・寺院である。シティナビタのうちメディカルナビタや、公共ナビタの売上収益が堅調に推移したが、ステーションナビタの売上収益が前年同期を下回ったことにより、全体としては減収減益となった。

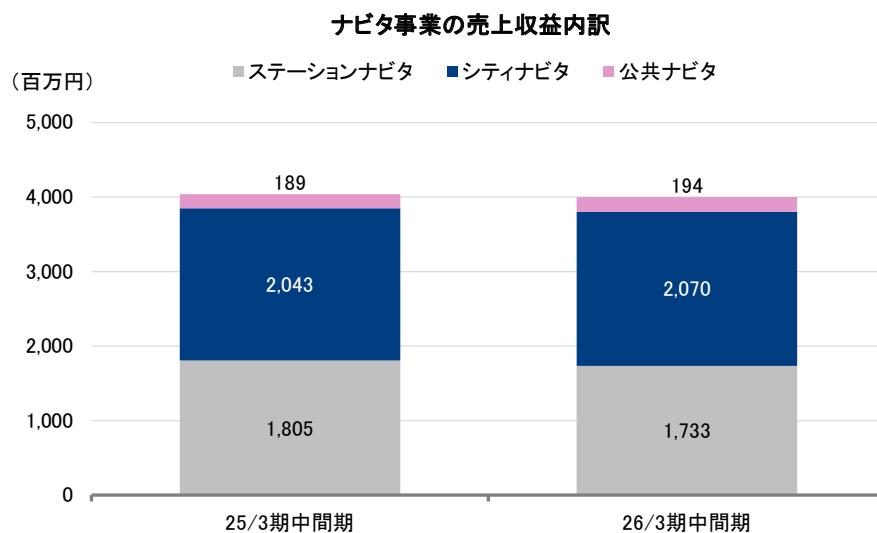
売上収益の内訳は、ステーションナビタが前年同期比4.0%減の1,733百万円となった。シティナビタは同1.3%増の2,070百万円で、メディカルナビタが堅調に推移したことが寄与した。公共ナビタは同2.3%増の194百万円となり、堅調に推移した。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

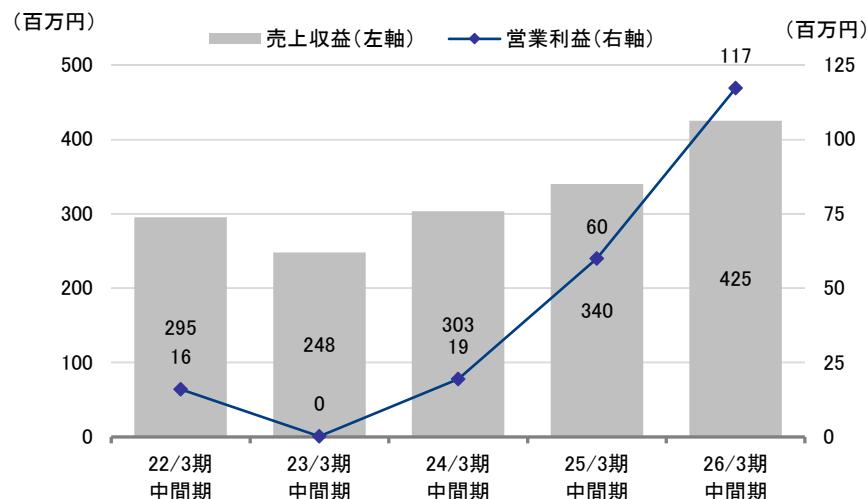
(2) アド・プロモーション事業

アド・プロモーション事業の売上収益は前年同期比24.8%増の425百万円、営業利益は同92.8%増の117百万円となり、全体の増収増益に寄与した。広告以外のサービスである免税店検索サイト「TAXFREESHOPS.JP」の好調が継続している。好調なインバウンド需要を確実に取り込み、クーポン利用による手数料収入が増加したことが、収益性に大きく寄与していることが特徴である。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向

アド・プロモーション事業

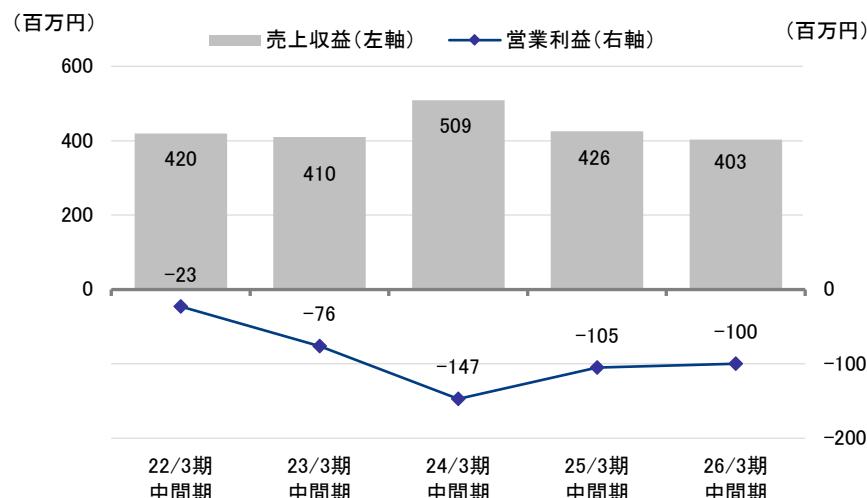


出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) サイン事業

サイン事業の売上収益は前年同期比5.4%減の403百万円、営業損失は100百万円（前年同期は105百万円の損失）となった。一部大型案件の減少が響き、売上収益は減収となった。営業損失が縮小したのは、鉄道事業者・自治体などへの営業強化や既存顧客との取引拡大、商品やソリューションの認知向上を目的とした展示会出展などの施策の実施や、自治体向けの番号案内システムの提供などの取り組みが寄与した。

サイン事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向

3. 財務状況と経営指標

(1) 貸借対照表

2026年3月期中間期末の資産合計は前期末比82百万円減少の14,378百万円となった。主な増減要因は、流動資産で棚卸資産が11百万円増加した一方、現金及び預金が97百万円、売上債権が263百万円減少したこと、同75百万円減少の7,435百万円となった。固定資産は、投資その他の資産が34百万円増加した一方で、有形固定資産が45百万円減少したこと、同7百万円減少の6,942百万円となった。

負債合計は前期末比265百万円減少の6,331百万円となった。主な増減要因は、流動負債では買掛金が167百万円減少したことにより、同259百万円減少の6,097百万円となった。固定負債は同6百万円減少の233百万円となった。引き続き、有利子負債はない。純資産合計は同183百万円増加の8,047百万円となった。利益剰余金が170百万円増加した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比1.6ポイント上昇の56.0%となり、有利子負債もなく、財務の健全性は良好であると評価される。

貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	23/3期末	24/3期末	25/3期末	26/3期 中間期末	増減額
流動資産	8,217	8,692	7,511	7,435	-75
現金及び預金	6,584	6,966	6,113	6,016	-97
売上債権	988	1,102	728	465	-263
棚卸資産	99	90	120	132	11
固定資産	5,544	5,257	6,950	6,942	-7
有形固定資産	4,273	4,055	3,868	3,822	-45
無形固定資産	267	210	221	224	3
投資その他の資産	1,003	991	2,860	2,895	34
資産合計	13,762	13,950	14,461	14,378	-82
流動負債	6,261	6,301	6,356	6,097	-259
買掛金 (1年内返済予定の長期借入金を含む)	880	641	666	498	-167
固定負債	208	229	240	233	-6
負債合計	6,470	6,530	6,597	6,331	-265
純資産合計	7,292	7,419	7,864	8,047	183
利益剰余金	5,570	5,688	6,131	6,301	170
自己株式	-0	-0	-0	-0	-0
負債純資産合計	13,762	13,950	14,461	14,378	-82
自己資本比率	53.0%	53.2%	54.4%	56.0%	1.6pp
流動比率	131.2%	137.9%	118.2%	121.9%	3.7pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向

(2) キャッシュ・フロー計算書

2026年3月期中間期末における現金及び現金同等物は3,008百万円となり、前期末比で398百万円減少した。営業活動によるキャッシュ・フローは、267百万円の収入となった。前払費用の増加により226百万円の支出があったこと、仕入債務が167百万円減少したことなどが支出要因となった一方、税引前中間純利益が増加したことや減価償却費244百万円、売上債権及び契約資産の減少による263百万円の収入が収入要因となった。投資活動によるキャッシュ・フローは、517百万円の支出となった。駅周辺案内図その他広告媒体設備等の有形固定資産の取得による支出174百万円、定期預金の預入による支出2,508百万円などによるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは、148百万円の支出となった。配当金の支払額146百万円が主因として挙げられる。全体として、営業活動によるキャッシュ・フローの収入が投資活動によるキャッシュ・フロー及び財務活動によるキャッシュ・フローの支出を下回った結果、現金及び現金同等物が減少した格好である。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/3期	25/3期	26/3期中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	1,191	1,742	267
減価償却費	608	539	244
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-523	-2,147	-517
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	668	-405	-249
財務活動によるキャッシュ・フロー	-286	-287	-148
現金及び現金同等物の増加額	382	-692	-398
現金及び現金同等物の期首残高	3,717	4,099	3,406
現金及び現金同等物の期末(中間期末)残高	4,099	3,406	3,008

出所：決算短信よりFISCO作成

今後の見通し

2026年3月期はナビタ事業の再成長に向け投資負担が拡大

2026年3月期の業績予想は、売上収益で前期比2.5%増の10,274百万円、営業利益で同0.5%増の985百万円、経常利益で同2.3%増の1,051百万円、当期純利益で同0.5%増の729百万円と、増収増益の見通しだ。売上収益については、アド・プロモーション事業が堅調に推移すると見込む。営業利益がほぼ横ばいと見込むのは、既存媒体の営業強化による利益率向上に継続的に取り組むものの、前期増益をけん引したインバウンド向けWebサービスが前期とほぼ同水準を見込むこと、本来前期に予定していた営業人員の増強が今期に遷延となるためである。ナビタ事業の売上収益は直近で踊り場の様相を見せていることを受け、投資によって従来の印刷物からデジタルサイネージに転換するほか、「電車ナビタ」を展開するなど、媒体の付加価値を向上させることで、売上収益・利益を再び成長軌道に乗せる方針である。アド・プロモーション事業は、現在好調に推移するインバウンド向けWebサービスについては、中国からの訪日観光客数減少による業績インパクトは今のところ軽微な想定だが、今後の動向次第では影響が出てくる可能性もある。サイン事業は、「NAVIアラート」が想定を下回る受注見通しではあるものの、中小型の案件は堅調のため、全体として底堅く推移する見通しである。

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.

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

今後の見通し

2026年3月期業績見通し

(単位:百万円)

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上収益	10,020	-	10,274	-	253	2.5%
営業利益	980	9.8%	985	9.6%	4	0.5%
経常利益	1,027	10.3%	1,051	10.2%	23	2.3%
当期純利益	725	7.2%	729	7.1%	3	0.5%

出所: 決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

既存事業の深化と新規サービス領域の創造により 中長期の成長を目指す

同社の中長期の成長戦略としては、既存事業の深化と新規サービス領域の創造の両輪で進めている。既存事業のうち、主力事業の「ナビタ」は安定的かつ強固なビジネスであり、事業継続が重要である。今後、人流がある程度期待できるエリアにおいて、従来の印刷物としての周辺案内地図ではなく、デジタルサイネージへの転換が進めば媒体価値が高まるだけでなく、広告単価の上昇も期待される。デジタルサイネージへの転換には、一定程度の投資金額が必要となるため、投資対効果次第では筐体をリメイク(ラッピング)する形で媒体価値を高める方法も進める。「ナビタ」は連合広告形式であるため、複数の広告空き枠が出た場合に広範囲に訴求したい広告スポンサー向けに複数の空き枠をパッケージで販売できるほか、Webとの連携も可能になり、アップセルが見込める。このように、「ナビタ」収益の拡大に向けて取り組んでいる。

新規サービス領域の創造については、直近では番号案内表示システムや、観光案内システムなどデジタルサイネージの各種ソリューション、Webサービスなどがある。

番号案内表示システムは、2023年4月に西菱電機<4341>より譲り受けた番号案内事業を同社の既存事業やシステムと融合させ、「Turn NAVI事業」として本格始動した。

デジタルサイネージの各種ソリューションでは、これまで蓄積したノウハウを生かしたシステム設計からソフトウェア開発、コンテンツ製作、機器の設定や設置までの一連の工程を含むシステム構築をはじめ、北海道札幌市の商業施設「BiVi新さっぽろ」※のように、「ナビタ」以外のデジタルサイネージに自社で開発した配信システム「Navitage」を用いたネットワーク型の媒体の提案や、配信・保守などの運用管理サービスの提供も推進する。

※「BiVi新さっぽろ」内にある「デジタル室内公園 BiVi PARK」において、同社は映像空間の映像システムの設計協力及び技術提供、持続的な運営をサポートするための配信システムと広告スキームの導入で参画した。

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

Webサービスとしては、免税店情報を紹介しクーポンを提供する「TAXFREESHOPS.JP」が旺盛なインバウンド需要に支えられて好調である。また、既存媒体とWebを連携して各種情報を提供するサービスも創出している。一例を挙げると、従来の周辺案内地図に二次元コードを付し、いつでもどこでも「ナビタ」の機能を利用可能な「どこでもナビタ(d-NAVITA)」の提供を開始した。「ナビタ」の機能拡張により、利用者により多様なサービスの提供が可能になるとともに、周辺施設の利用者数増加も期待できるため、広告媒体としての付加価値は一層高まるだろう。

d-NAVITA



(二次元コードからのサンプル画面 淀京成電鉄 柴又駅※)

出所：決算説明会資料より掲載

同社は新規サービス領域において、顧客リレーションを最大限活用した積極的な事業拡大に向けて、これらのサービスを軌道に乗せたうえで、さらなる事業創出を目指している。

成長戦略の具現化に向けたボトルネックは、人的リソース不足である。同社は人材確保に向けて対応を進めているが、自社リソースだけでの対応が難しい場合は外部とのアライアンスにより対応する方針である。同社は無借金経営を維持しており、潤沢なキャッシュがあることから同社の事業に相乗効果が見込まれる企業がある場合は買収も視野に入れている。同社の中長期の成長戦略として掲げる、既存事業の深化と新規サービス領域の創造のうち、既存事業であるサイン事業の体制強化として、2025年10月に(株)アイセイ社を子会社化した。新規サービス領域の創造も含めて、引き続き買収を進める考えである。

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。

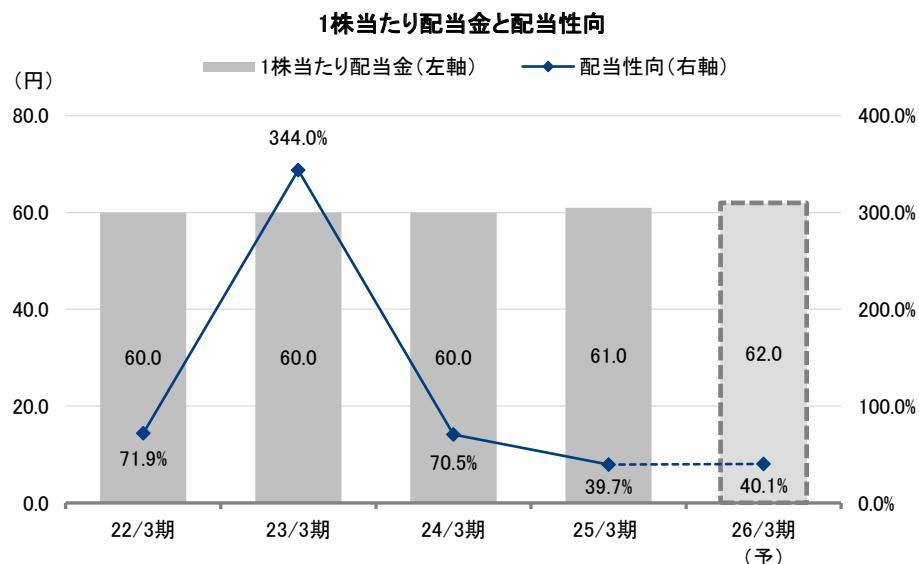
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

表示灯 | 2025年12月29日(月)
 7368 東証スタンダード市場 <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

■ 株主還元策

2026年3月期の配当金は1株当たり62.0円と増配を計画し、 安定配当を維持

同社は2024年3月期まで収益低下局面においても通期60.0円配を維持するなど、株主へ安定的に還元しており、配当性向が100%を超えることもあった。一方、2025年3月期の1株当たり配当金は、61.0円(配当性向39.7%)と増配し、2026年3月期においても62.0円(配当性向40.1%)と増配を予定している。



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はありません。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