

# 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 >>>

2026年2月4日(水)

執筆：客員アナリスト

若杉 孝

FISCO Ltd. Analyst **Kou Wakasugi**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2025年10月期の業績概要	01
2. 2026年10月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	04
1. 事業概要	04
2. ビジネスモデルとその強み	08
■ 業績動向	09
1. 2025年10月期の業績概要	09
2. 2025年10月期のトピックス	10
3. 財務状況と経営指標	11
4. キャッシュ・フローの状況	12
■ 今後の見通し	13
1. 2026年10月期の業績見通し	13
2. 2026年10月期の主な取り組み	13
■ 中期経営計画	15
1. 基本方針と環境認識	15
2. 経営数値目標	15
3. 3大重点戦略と具体的実行施策	16
4. サステナビリティアクション	17
■ 株主還元策	18

## 要約

### 2026年10月期は増収増益計画、「未来を育てる挑戦の1年」の位置付け

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。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様々な新規事業を合わせることで、「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トータルで提供する。

#### 1. 2025年10月期の業績概要

2025年10月期の業績は、売上高4,495百万円、営業利益701百万円、経常利益709百万円、親会社株主に帰属する当期純利益491百万円となった。売上高は期初計画を4.5%上回り過去最高を更新し、営業利益も期初計画を11.1%上回り、上場以来最高益を更新するなど、全項目で上振れている。なお、2025年10月期から連結決算を開始しているため、前期比増減率については、単体業績との比較の参考値となるが、売上高は前期比27.1%増、売上総利益は同22.8%増、営業利益は同27.5%増、当期純利益は同25.4%増といずれも好調である。グループ会社化した(株)イデイの業績貢献も大きかったが、営業強化施策が奏功し、売上の過半を占めるインクジェットプリントの顧客基盤が拡大によって期初想定以上に成長したことは評価点だろう。

#### 2. 2026年10月期の業績見通し

2026年10月期の連結業績は、売上高5,000百万円(前期比11.2%増)、営業利益750百万円(同6.9%増)、経常利益750百万円(同5.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益504百万円(同2.7%増)と増収増益で、売上高は過去最高、営業利益は上場来最高益を更新する計画である。1株当たり配当金は87.0円と6期連続の増配を見込む。新規顧客のさらなる獲得を引き続きねらっていくことで、主力事業の成長につなげる。ただし、ポテンシャル領域として位置付けるパッケージソリューション事業の新規立ち上げや大規模な拠点の移転統合が象徴的な事象だが、2026年10月期を「未来を育てる挑戦の1年」と位置付け、積極的な投資を実施していく点は念頭に置いておく必要があるだろう。なお、新規で立ち上げるパッケージソリューション事業及びM&Aについては、未確定要素として計画値には盛り込んでいないため、状況次第で上振れ要因となってくる。

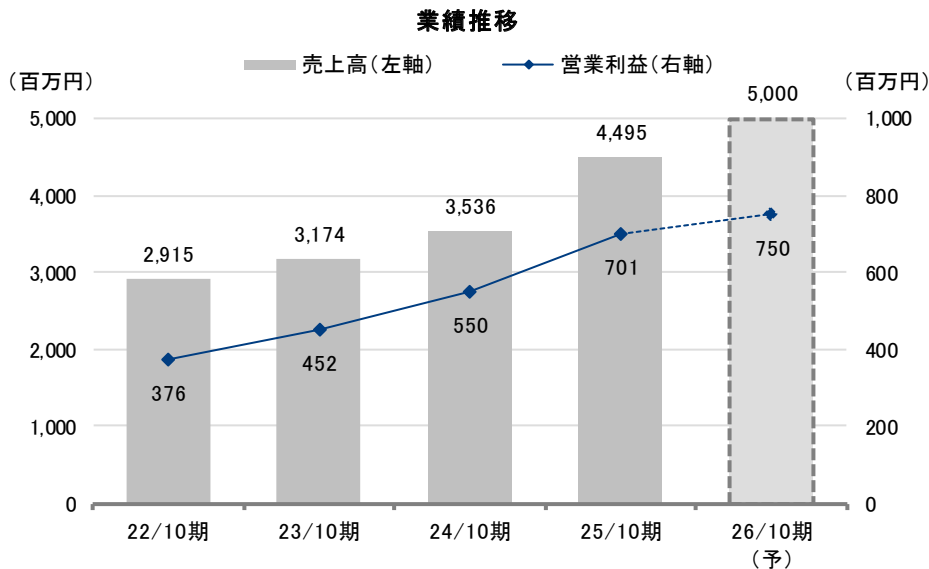
# 要約

## 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、生産効率化及び工程のDXに向けて3年間で総額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

- ・ 2025年10月期は増収増益、M&A先の貢献と3つの拡大戦略により着実な成長を実現
- ・ 2026年10月期は成長投資をこなしつつ、増収増益で中期経営計画最終目標値の達成をねらう
- ・ パッケージソリューション事業の新規立ち上げと大規模な拠点の移転統合に注目



注：2025年10月期から連結決算に移行  
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

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しよう」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を育成している。これら新事業と合わせて顧客のニーズに応え、トータルでソリューション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。たと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、屋外サイン業社に的を絞り、即納体制を整備しながら受注占有率で地域No.1になることを基本方針とする。

事業系統図



出所：有価証券報告書より掲載

## 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

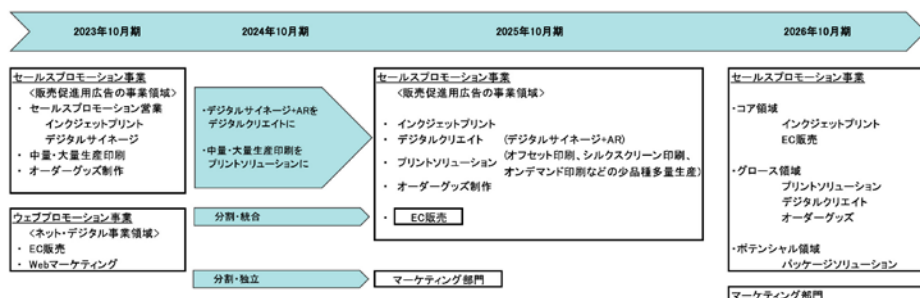
#### 1. 事業概要

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3区分から、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ねらいである。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。一方、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。その後、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、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。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月期からは、ウェブプロモーション事業を、ECサイト「インクイット」の運営を行うネット販売部門と、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制作など同社自身の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、ネット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。

なお、2026年10月期よりセールスプロモーション事業の単一セグメントで構造は変わらないが、内部的には「コア領域」「グロース領域」「ポテンシャル領域」と新たに区分し、フェーズの異なる新規事業群を管理している。

#### 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

## 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。

## 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、フラットベッドタイプの高速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

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、受注案件の幅を拡げている。また、2025年10月期からは欧米で既に主流となっているダイレクトプリントへの需要対応も始めている。

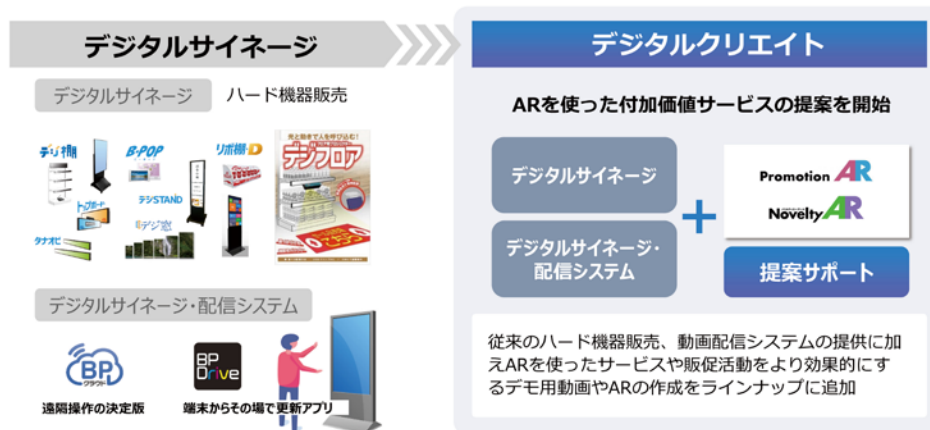
## b) デジタルクリエイティブ

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「リボ棚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）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。なお、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ティブに名称変更し、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。

ビーアンドピー | 2026年2月4日 (水)  
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

# 事業概要

## デジタルクリエイトの概要



出所：決算説明資料より掲載

2024年12月にはシンガポールのZKDigimax Pte. Ltd (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(株)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。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。特に「Promotion AR」は、2025年5月に現実の物体とARコンテンツの前後関係を自然に再現する技術であるオクルージョン機能を新搭載するなど、訴求力を高めている。

## 事業概要

### c) オーダーグッズ制作

同社は2022年12月にオーダーグッズ制作を開始した。「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を制作するニーズが高まっている。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し、このような需要に柔軟に対応している。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メリットがあり、顧客にとっても、国内生産で短納期、色校正なども可能でかつ高品質であるというメリットを享受できる。3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を促進しながら、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月にオーダーグッズ制作強化を目的として、横浜ファクトリーにアクリル樹脂加工する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担当者の経験・ノウハウを全国の営業担当者に共有し、専任営業担当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。

#### 商品ラインナップの一例



出所：決算説明資料より掲載

### d) ネット販売

もともとはウェブプロモーション事業として、EC運営代行、ECコンサルティング、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「インクイット」の運営を行うネット販売部門と、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、ネット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体制に移行した。

## 事業概要

### e) パッケージソリューション

2026年10月期から新規で立ち上げる。同事業は、EC取引の市場拡大が続くなかで、「包む」を通じてブランドの想いと顧客の心を結び、開封の瞬間に感動や期待を生み出す体験価値を提供することを目指し、紙器・貼箱・ギフトBOXなどの提供を行う。

### (2) 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「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CO<sub>2</sub>を35～65%削減可能な「NOALX」などがある。

## エコ商材



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。

## 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。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

### 2025年10月期は期初計画を全項目で上振れ

#### 1. 2025年10月期の業績概要

2025年10月期の業績は、売上高4,495百万円、営業利益701百万円、経常利益709百万円、親会社株主に帰属する当期純利益491百万円となった。売上高は期初計画を4.5%上回り過去最高を更新し、営業利益も期初計画を11.1%上回り、上場以来最高益を更新するなど、全項目で上振れている。なお、2025年10月期から連結決算を開始しているため、前期比増減率については、単体業績との比較の参考値となるが、売上高は前期比27.1%増、売上総利益は同22.8%増、営業利益は同27.5%増、当期純利益は同25.4%増といずれも好調である。

グループ会社化したイデイの業績貢献も大きかったが、営業強化施策が奏功し、売上の過半を占めるインクジェットプリントが顧客基盤の拡大によって期初想定以上に成長したことは評価点だろう。また、領域拡大を進めてきたデジタルクリエイイト、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も損益分岐点を超え、収益獲得フェーズに伸長した。既存顧客が従来は分散発注していた部分を提供ソリューションの拡大が奏功し、同社が一括して引き受けられるように立ち位置も徐々に変化してきている。連結に伴うコスト増等もあり、粗利率は42.7%と前期を1.5ポイント下回った。一方、販管費自体は同20.3%増加したが、販管費率は27.1%と前期から1.5ポイント改善し、営業利益率は15.6%と前期と同水準を確保した。

## 業績動向

## 2025年10月期の業績

(単位：百万円)

	24/10期		25/10期			前期比		計画 達成率
	単体実績	売上比	期初計画	連結実績	売上比	増減額	増減率	
売上高	3,536	100.0%	4,300	4,495	100.0%	98	27.1%	104.5%
売上総利益	1,561	44.2%	1,823	1,918	42.7%	356	22.8%	105.2%
販管費	1,011	28.6%	-	1,216	27.1%	205	20.3%	-
営業利益	550	15.6%	631	701	15.6%	151	27.5%	111.1%
経常利益	551	15.6%	631	709	15.8%	158	28.8%	112.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	391	11.1%	426	491	10.9%	99	25.4%	115.1%

注：2025年10月期から連結決算に移行しているため前期比は参考値

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 2025年10月期のトピックス

引き続き(1)「シェア拡大」(2)「機能拡大」(3)「領域拡大」の基本戦略を進めて、実績を積み上げた。まず(1)シェア拡大については、主力の大阪・東京での各3名を中心に、営業人員を各所で増強して営業体制を強化した。そのうえで、新規顧客獲得活動を進めたことで、顧客層が広がり取引額が増加しただけでなく、既存顧客からのリピート受注のための提案営業も同時に強化したことも奏功し、アップセルの面も好調だった。また、新規導入した販売管理システムや営業支援ツールの活用も各種活動を支えた。加えて、大阪・関西万博関連の需要を取り込んでいくことにも注力したが、例えば「第3回日本国際芸術祭/大阪・関西万博展」において、サステナブルブースの制作を担当した実績が挙げられる。当該出展企業はイデイの顧客であり、このほかにも多くの直接広告主の顧客を有する同社を傘下におさめたことが効いた格好で、直接の万博案件というよりも、万博を起点とした関西圏の経済活動活性化に伴う案件受注も順調だった。

(2) 機能拡大及び(3) 領域拡大については、複数のトピックスが存在している。まず、同社は2024年12月にシンガポールのZKDigimaxと日本国内でのデジタルサイネージ拡販に関する業務提携契約を締結していたが、その取り組みの一環として、2025年2月にZKDigimax製の最先端AI搭載サイネージを導入した東京本社ショールームを開設している。実際の導入シーンをイメージできる場ができたことで、販促のDX化を推進するスマートリテールソリューションの提案活動が今後、一段と加速していくことになるだろう。また、主業関連の話題として、ミマキエンジニアリング<6638>製の最新UVフラットベッドプリンター「JFX600-2531」を導入したことが挙げられる。同機の導入により、生産効率が従来の3倍以上向上し、高品質な印刷を短納期で提供する体制がさらに強化された。マーケティング調査も兼ねた試験導入段階だが、欧米ではすでに環境配慮の観点からも主流となっているダイレクトプリントの引き合いも良好なことから、今後適宜能力増強を図っていく方針である。加えて、(株)シアンと共同で、環境配慮型素材「Re-board」と高輝度プロジェクションを融合させた新しい展示ブース「Rebomap(リボマップ)」を発表した。端的に言えば、Re-boardでできた壁全体を大画面のディスプレイとして活用するのが、Rebomapである。従来のポスターやモニターといった展示よりも、限られたスペースで高い情報発信力を発揮することが可能だ。なお、生産体制面については、「スマートファクトリーの実現」という大目標に向けて、前述の最新UVフラットベッドプリンターをはじめとした最新の工作機械及びプリンター等の導入、オンデマンド梱包作成システムの導入とそれに伴う生産工程の見直しによる作業時間の短縮が進展した。また、生産管理に関する基幹システムを本格導入した結果、部門間の進捗や制作状況、生産効果を含めた「見える化」を実現したことも大きな改善となった。

#### 業績動向

新規ビジネス周りでは、オーダーグッズ事業で人気コンテンツやキャラクターとの協業案件が増加した。さらに、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、ノウハウの確立が進み、商品企画から製造工程まで自社で一貫対応できる内製化体制を構築している。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、引き続きIPコンテンツ関連の受注拡大を目指していく方針だ。プリントソリューション事業では、少品種多量生産型の案件に幅広く対応できる体制の強化を進めており、東京に加え、大阪にも専任担当を配置し、営業・サポート体制をさらに拡充した。デジタルクリエイティブ事業では、ARサービス「Promotion AR」では、オクルージョン機能を新たに実装し、より没入感のある体験価値を提供できるようアップデートを行ったことで、観光施設の集客施策などとして活用が徐々に広がっている。

## 自己資本比率は80%超と健全、ROEは12.9%と収益性強化

### 3. 財務状況と経営指標

2025年10月期末の資産合計は4,695百万円となった。内訳を見ると、流動資産の残高は4,235百万円であり、そのうち現金及び預金が3,345百万円と高水準を占めている。営業活動によるキャッシュ・フローが743百万円の大幅な収入となり、投資活動及び財務活動による支出を吸収した結果、潤沢な手元流動性を確保した。売上債権は723百万円と、事業規模に沿った水準で推移している。固定資産は460百万円となった。有形固定資産は生産設備を中心に171百万円、無形固定資産はのれん58百万円、ソフトウェア等を含め126百万円であり、加えて投資その他の資産として繰延税金資産118百万円を計上している。イデイの連結化に伴うのれん計上はあるものの、資産構成としては問題なく、過度な設備投資負担や資産の肥大化もない。負債に関しては、流動負債が680百万円、固定負債が205百万円となり、負債合計は885百万円にとどまっている。未払法人税等や役員賞与引当金の計上はあるものの、有利子負債負担は極めて限定的であり、財務リスクは低水準に抑制されている。なお、純資産は3,810百万円である。

各種指標を見ると、自己資本比率は81.1%と極めて高い水準である。売上高営業利益率は15.6%、ROEは12.9%、ROAも15.1%といずれも高水準であり、効率的に利益創出できていると言えよう。イデイの連結を契機とした事業成長を果たしつつ、財務健全性と資本効率の両立も図られている点は、今後に向けての安心感につながりそうだ。

## 業績動向

## 貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	24/10期 単体実績	25/10期 連結実績	増減額
<b>【貸借対照表】</b>			
流動資産	3,800	4,235	435
（現金及び預金）	2,983	3,345	363
固定資産	336	460	124
資産合計	4,136	4,695	559
流動負債	558	680	122
固定負債	152	205	53
負債合計	710	885	175
純資産合計	3,426	3,810	384
<b>【主な経営指標】</b>			
ROE (自己資本当期純利益率)	11.9%	12.9%	1.0pp
ROA (総資産経常利益率)	13.9%	15.1%	1.2pp
売上高営業利益率	15.6%	15.6%	0.0pp
自己資本比率	82.8%	81.1%	-1.7pp
1株当たり純資産 (円)	1,493.83	1,642.72	148.89

注：2025年10月期から連結決算に移行しているため増減額は参考値  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 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、税金等調整前当期純利益が703百万円を計上したことを主因に、743百万円の収入となった。利益水準が引き上がったなかで、減価償却費や運転資本の面で大きな悪化が見られなかったことも追い風となっている。投資活動によるキャッシュ・フローは、265百万円の支出となった。内訳は、長期貸付けによる支出134百万円、短期貸付金の増加90百万円、有形固定資産の取得による支出88百万円などによる。前期はほぼ設備投資によるものだったが、やや質的な変化が見られる。また、財務活動によるキャッシュ・フローは、配当金の支払い137百万円を主因に、114百万円の支出となった。以上の結果、2025年10月期末における現金及び現金同等物の残高は3,345百万円となり、キャッシュポジションを積み上げている。

## キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	24/10期 単体実績	25/10期 連結実績	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	442	743	300
投資活動によるキャッシュ・フロー	-102	-265	-163
財務活動によるキャッシュ・フロー	-95	-114	-19
現金及び現金同等物の増減額	244	362	118
現金及び現金同等物の期末残高	2,983	3,345	362

注：2025年10月期から連結決算に移行しているため増減額は参考値  
出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 最高益更新計画だが、「未来を育てる挑戦の1年」の位置付け

#### 1. 2026年10月期の業績見通し

2026年10月期の連結業績は、売上高5,000百万円（前期比11.2%増）、営業利益750百万円（同6.9%増）、経常利益750百万円（同5.7%増）、親会社株主に帰属する当期純利益504百万円（同2.7%増）と増収増益で、売上高は過去最高、営業利益は上場来最高益を更新する計画である。1株当たり配当金は87.0円と6期連続の増配を見込む。基本戦略としては、ここまで奏功している「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の3戦略の遂行を継続する形となる。顧客数は、中期経営計画期間中の目標である3年間で顧客数30%増は、2025年10月期の段階でほぼ達成済みの状況だが、新規顧客のさらなる獲得を引き続きねらっていくことで、主力事業の成長につなげる。

さらに、プリントソリューション事業、デジタルクリエイティブ事業をはじめとして、グロース領域として位置付ける新規ビジネス群も投資回収フェーズに入ってくることで一段の収益貢献を見込んでいる。ただし、ポテンシャル領域として位置付ける「パッケージソリューション事業」の新規立ち上げや大規模な拠点の移転統合が象徴的な事象だが、2026年10月期を「未来を育てる挑戦の1年」と位置付け、積極的な投資を実施していく点は念頭に置いておく必要があるだろう。なお、新規で立ち上げるパッケージソリューション事業及びM&Aについては、未確定要素として計画値には盛り込んでいないため、状況次第で上振れ要因となってくる。

#### 2026年10月期の業績見通し

（単位：百万円）

	25/10期		26/10期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	4,495	100.0%	5,000	100.0%	505	11.2%
売上総利益	1,918	42.7%	2,115	42.3%	197	10.3%
営業利益	701	15.6%	750	15.0%	49	6.9%
経常利益	709	15.8%	750	15.0%	41	5.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	491	10.9%	504	10.1%	13	2.7%
1株当たりの当期純利益	213.53		217.61		4.08	

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

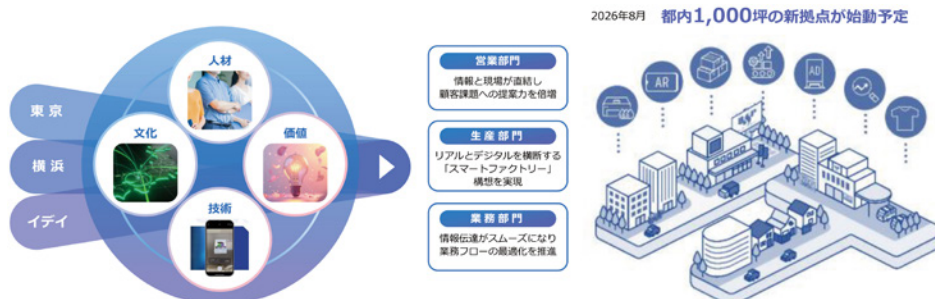
#### 2. 2026年10月期の主な取り組み

2026年10月期の重要施策として、まず第1に「首都圏機能集約」が挙げられる。具体的には、東京本社・横浜ファクトリー・子会社イディの東京オフィスの3つを、東京都港区の1,000坪の新拠点へ2026年8月に移転統合することを指している（想定コストは約60百万円）。短納期に対応できるような生産工場を都心部に持つ同業は限られるため、迅速なもののづくりの拠点として競争優位があることはもちろん、アイデア・企画の創発から商品PRまで、ものづくりの現場と連携して推進できる点も大きなメリットとして機能しそうだ。M&Aを通じて今後参画してくる企業についても、この拠点到集合してくる公算であり、グループ連携による成長加速を後押しするだろう。なお、既存の横浜ファクトリーの方が適している大量生産工程等については、同拠点に残存させる。

ビーアンドピー | 2026年2月4日 (水)  
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

今後の見通し

### 首都圏機能集約



出所：決算説明資料より掲載

第2のポイントとしては、インクジェットプリントやEC販売の「コア領域」、プリントソリューションやデジタルクリエイティブ、オーダーグッズの「グロース領域」に続く、「ポテンシャル領域」としてパッケージソリューション事業を2026年10月期から新規で立ち上げる。同事業は、「包む」を通じてブランドの想いと顧客の心を結び、開封の瞬間に感動や期待を生み出す体験価値を提供することを目指し、紙器・貼箱・ギフトBOXなどの提供を行う。EC取引の拡大に伴い、パッケージ印刷市場は今後も持続的な成長が見込まれており、そのなかでも小ロット・高品質・短納期といった同社の強みが発揮できる領域として参入するようだ。2026年10月期における同事業の目標としては、パートナー企業の開拓を進めるほか、どこまで自社で事業における機能を保持しておくべきかを見極める点に置いている。なお、グロース領域に区分している新規事業よりも、相対的に早く顧客からの引き合いが来ているようであり、成長動向に期待したい。

### パッケージソリューション事業の概要

多様化するニーズに応えるパッケージソリューション事業を開始  
小ロット・高品質領域で当社の技術とノウハウが最も発揮される市場へ



出所：決算説明資料より掲載

そのほか、グロース領域では、国内店舗のスマートリテールソリューションを加速させるため、業務提携先のシンガポールのZKDigimaxのデジタルサイネージの国内拡販をさらに進める。2025年11月に新たに提供開始したAIカメラによる来場者分析ソリューションの拡販にも取り組む。オーダーグッズ制作では、成長が見込めるIPコラボ分野への営業を引き続き推進する。プリントソリューションにおいては、規模拡大に合わせて社内体制の強化や協力会社の拡充を進める方針だ。また、グループ会社のイデイについては、内製化推進による利益拡大、グループ連携営業強化による機能拡大、Webによる受注の強化など同社マーケティング部門との連携による領域拡大に取り組むことで、黒字の定着及び拡大を図る。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、投資案件の調査を進める。

## ■ 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、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月期に売上高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、営業利益率15.6%、ROE11.9%だった。続く2025年10月期も営業利益率15.6%、ROE12.9%と中期経営計画の目標値を上回った。2026年10月期は、スマートファクトリー推進に絡んだ継続投資のほか、オフィスの移転統合に伴う一時的なコスト増、新規で立ち上げるパッケージソリューション事業への投資などをこなしつつ目標を達成する方針だ。

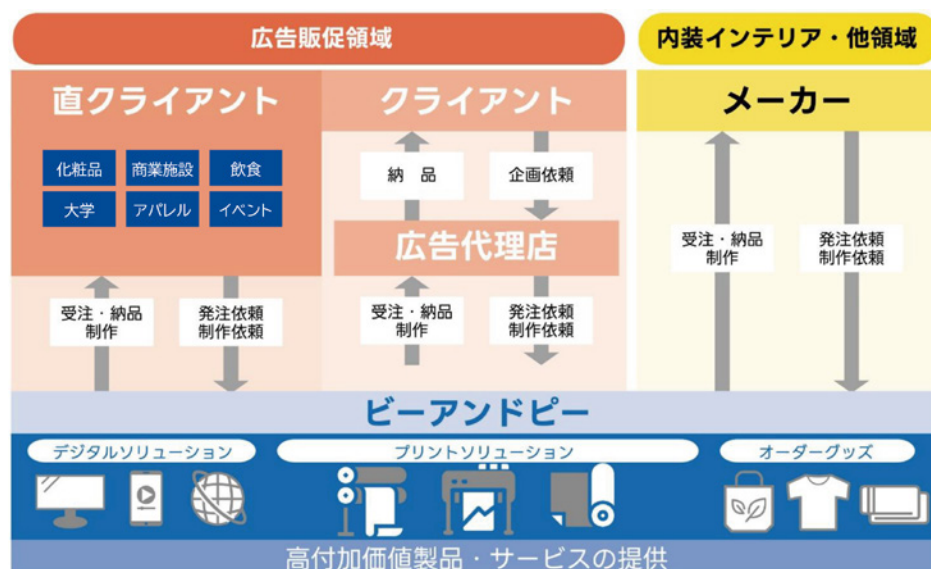
# 中期経営計画

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、継続的な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。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。中計期間中には2024年11月にイディを完全子会社化し、2025年10月期決算にて業績貢献しているが、引き続き積極的に案件を検討していく方針である。

## 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、イディの買収により、顧客数としては中期経営計画の目標を達成したと言えよう。

### 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。

#### 中期経営計画

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。ただし、スマートファクトリーの取り組み自体は今中計期間以降も持続的に推進する。

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。なお、実際に2024年10月期に、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した。これに続き2025年10月期には、育休制度、時短勤務制度、在宅勤務制度等を取り入れ、柔軟に働ける環境づくりを加速している。2026年10月期については、評価制度含めた人事制度全般の見直しを通じて、一段のエンゲージメント向上につながる仕組みの構築を目指すようだ。

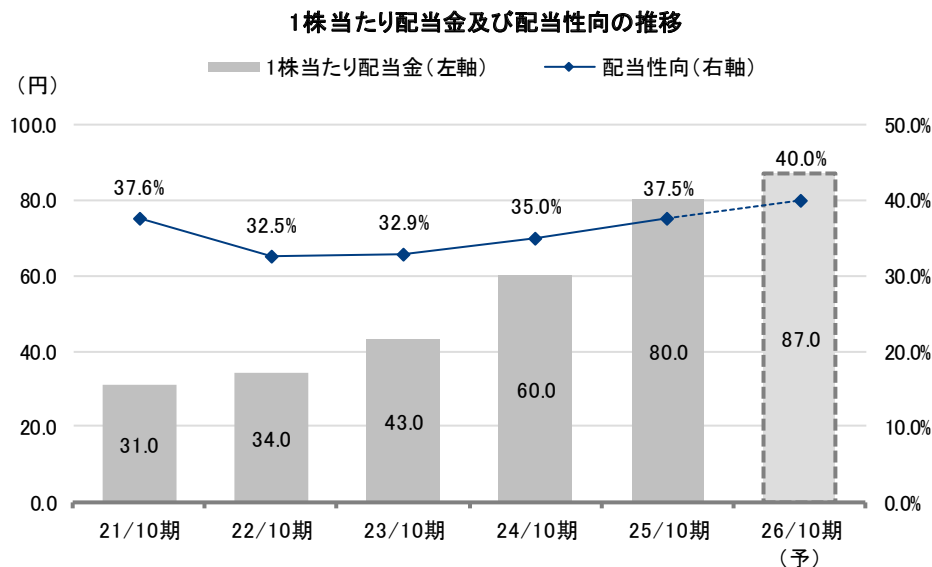
#### 4. サステナビリティアクション

同社は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、時短勤務制度、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

### 2026年10月期は7.0円増配、成長に即した還元強化の流れも継続

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制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、2026年10月期の配当性向40%を目標設定している。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、配当性向は35.0%）。2025年10月期は、期初時点で同10.0円増の70.0円と2期連続の大幅増配を計画（予想配当性向37.6%）していたところ、2025年10月3日付、同年11月25日付とさらに増額を発表し、最終的に80.0円（前期比20.0円の増配、配当性向は37.5%）とした。なお、2026年10月期は同7.0円増の87.0円と連続増配を計画（予想配当性向40.0%）している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

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。

#### 株主優待の内容

- ・100株以上500株未満（1年以上・3年未満保有）：QUOカード1,000円
- ・100株以上500株未満（3年以上保有）：QUOカード2,000円
- ・500株以上（1年以上・3年未満保有）：QUOカード2,000円
- ・500株以上（3年以上保有）：QUOカード3,000円

#### 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