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 >>>

2026 年 11 月 20 日（金）

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

日本 BS 放送 | 2026 年 11 月 20 日（金）
9414 東証スタンダード市場 | https://corp.bs11.jp/ja/ir.html

目次

要約 01
1. 2026 年 8 月期の業績概要 01
2. 2027 年 8 月期の業績見通し 01
3. 重点施策「Value3」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 06

業績の動向 08
1. 2026 年 8 月期の業績概要 08
2. 売上区分別の状況（個別） 09
3. 2026 年 8 月期における主要トピックス 10
4. 費用の状況 11
5. 財務状況 12

今後の見通し 14
● 2027 年 8 月期の業績見通し 14

中長期成長戦略 16
● 2027 年 8 月期の重点施策「Value3」 16

SDGs への取り組み 19

株主還元 20

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.

要約

主力の放送事業の回復で 2030 年の売上高 130 億円超を目指す

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、無料放送であるという 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. 2026 年 8 月期の業績概要

2026 年 8 月期の個別業績は、売上高 11,144 百万円（前期比 1.0%増）、営業利益 1,821 百万円（同 8.4%減）、経常利益 1,924 百万円（同 5.8%減）、当期純利益 1,359 百万円（同 3.9%減）、連結業績は売上高 11,921 百万円（同 0.9%増）、営業利益 1,769 百万円（同 8.4%減）、経常利益 1,868 百万円（同 5.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,298 百万円（同 3.5%減）となり、売上面は微増、利益面は減益で着地した。個別業績は、売上が厳しいなかでも、広告宣伝費の効率的な使用を進めたほか、経費のコストコントロールにも努めたことで、各段階利益は計画を達成した。一方、連結業績の各段階利益は計画未達だったが、これは子会社において物流費や倉庫保管料の高騰等でコストが増えたことによる。個別業績の放送事業収入のうち、タイム収入は、ゴルフ番組をはじめとしたスポーツカテゴリーの充実により特別番組のセールスが好調だったが、ショッピングカテゴリーの減収で、同 3.3%減であった。スポット収入は、純広スポット、通販スポットともに増収で、全体で同 3.3%の増収を確保した。その他収入は、配信・アニメ・イベント等が軒並み好調で、同 36.6%の大幅増収であった。「TVer」をはじめとした配信プラットフォームの収入やアニメ製作委員会からの出資配当収入が売上をけん引したほか、他社との協業にも取り組んだイベント関連の収入も寄与した。その他収入の売上高は、過去最高を記録しており、新たな収益の柱として成長を続けている。連結業績では子会社の売上高が同 3 百万円の増収となったものの、費用面の増加が利益に響いた。

2. 2027 年 8 月期の業績見通し

2027 年 8 月期の業績は、個別で売上高 12,000 百万円（前期比 7.7%増）、営業利益 2,100 百万円（同 15.3%増）、経常利益 2,260 百万円（同 17.4%増）、当期純利益 1,540 百万円（同 13.3%増）と増収増益を予想しており、特に利益面で 2 ケタ成長を見込む。連結では、売上高 12,774 百万円（同 7.1%増）、営業利益 2,103 百万円（同 18.9%増）、経常利益 2,262 百万円（同 21.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,541 百万円（同 18.7%増）と、同様に増収増益を予想している。売上の大部分を占める放送事業収入の成長を図り、視聴者ニーズを捉えた番組編成強化の継続と主力番組を中心とした営業力強化に取り組むとともに、新たな収益機会を創出する魅力的なコンテンツの開発を推進することで、広告収入の拡大と収益基盤の強化につなげる。タイム収入は、主力番組を中心とした営業力強化や、前年に一定の成果を得たゴルフ番組をはじめとした自社制作番組の強化による増収を目指す。スポット収入は、一部スポンサーの出稿先分散を見込み、若干の減収を予想しているが、ドラマゾーンの放送枠拡大や調達するコンテンツのさらなる充実等、番組編成の継続的な強化に取り組むこととしている。利益面では、利益率の高い放送事業収入の回復と、配信やアニメ、イベント等、その他部門の増収効果で大幅な増益を見込む。2027 年 8 月期も積極的なコンテンツへの投資を継続する一方、引き続き各種費用の効果的な使用によるコストコントロールに努めることで、業績予想の達成を図る考えである。

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.

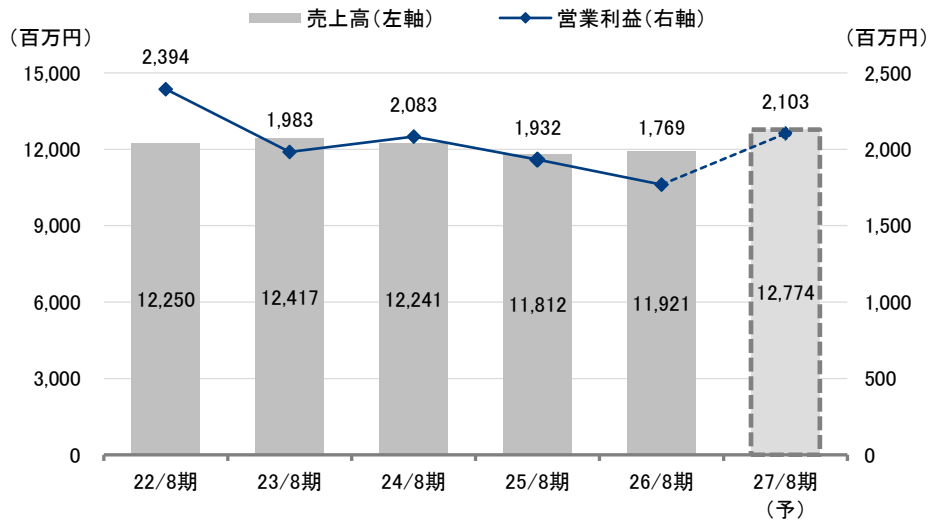
3. 重点施策「Value3」を推進

2027 年 8 月期は、前期の成果をさらに発展させる重点施策「Value3」として、「I. 放送事業収入の最大化」「II. 周辺事業の開発・発展」「III. 企業価値向上のための戦略的投資」の 3 つを推進する。「I. 放送事業収入の最大化」では、放送事業収入の回復を図るため、番組編成の戦略的強化とコンテンツの競争力・収益性の追求に取り組む。視聴者やスポンサーにとって魅力的なコンテンツの充実を通じて、広告媒体としての価値向上を図る。「II. 周辺事業の開発・発展」では、過去に放送した番組を含むコンテンツ資産について、配信をはじめとした二次利用を推進するほか、アニメ領域の事業拡大や、イベント・新規事業領域への取り組みを一層推進する。「III. 企業価値向上のための戦略的投資」では、2030 年にかけての目標として掲げている売上高 130 億円超、営業利益率 20%超の達成に向けて、放送事業を軸に配信やアニメをはじめとする成長領域への投資を継続する。

Key Points

- 2026 年 8 月期は増収ながら減益。IP 投資と並行して費用効率化に取り組んだことで個別業績の各利益は計画達成
- 2027 年 8 月期は増収増益見込み。放送事業の回復と周辺事業のさらなる成長を図る
- 重点施策「Value3」を設定。放送事業収入の回復と、配信やアニメ、イベント等の周辺事業の成長を実現する

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

独立系の無料 BS 放送局として衛星放送業界での信用度と存在感を高める

1. 沿革

同社は、ビックカメラ<3048>により 1999 年 8 月に日本ビーエス放送企画（株）として設立された。同年 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のを皮切りに、各種認可を取得しつつ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。

その後、2010 年に（一社）日本民間放送連盟に入会し、2011 年には（株）ビデオリサーチが実施する接触率調査（現「全国 BS 視聴率」調査）に参加する等、衛星放送業界における信用度と存在感を着実に高めてきた。株式市場では、2014 年 3 月に東京証券取引所（以下、東証）第 2 部に上場し、2015 年 3 月に第 1 部へ指定替えとなった後、2022 年 4 月の東証の市場区分の変更に伴い東証スタンダード市場に移行した。経営理念には、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掲げている。また経営ビジョンとして、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 61.29%、2026 年 8 月 31 日現在）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り、同社は無料放送を展開している。無料放送を行う BS 放送局には、同社のほかに民放キー局系列の 5 社と BS10、BS12 トゥエルビ（ワールド・ハイビジョン・チャンネル（株））、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て、キー局系列に属さない独立系という特徴を併せ持つことから、その強みを生かし、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、それぞれコアとなる視聴者を確保している。競馬中継は 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、アニメは BS 業界随一の放送時間を誇る。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）であり、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させることで宣伝効果の最大化を図っている。また、主要視聴者であ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点も特長である。曜日・時間帯ごとに視聴者ターゲットを明確に分けて番組を編成しているため、他の民放 BS 局と比較して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ことから、番組・CM の放送に加えて、消費者と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。

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.

（1） 収入の構造

無料放送を行う同社の収益構造は広告収入（スポンサー収入）が基本であり、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 放送局には、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。つまり「広告枠」が同社の商品であり、これをタイム枠、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をタイム収入、スポット収入、その他収入に分類しており、2026 年 8 月期の構成比はタイム収入が 70.7%、スポット収入が 18.9%、その他収入が 10.4%であった。なお、その他収入には、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、TVer のほか、FOD、U-NEXT 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）理論社と国土社の全株式を取得して連結子会社化し、2018 年 8 月期中間期決算から連結決算に移行した。連結子会社 2 社の合計売上高は一定の規模があるため、BS 放送事業の動向を正確かつ時系列的に把握するには、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は、広告市況のほか、認知度や視聴率の影響を受けるとされる。実際、広告主はより高い広告効果を求め、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。また同社は、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を、YouTube のほか、TVer や FOD、U-NEXT 等の多様なプラットフォームで展開しており、放送にとどまらない視聴者とのマルチな接点の創出に取り組んでいる。

（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 万世帯（2019 年度：全国の総世帯数 5,852 万世帯のうち 77.1%※1 に当たる約 4,512 万世帯が BS デジタル放送視聴可能世帯※2 といわれている）で同時に同一の放送が視聴可能であること、2） 地上波とは全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 つの大きな特長がある。

※1 2019 年度住民基本台帳、全国総世帯数 5,852 万世帯より推計。

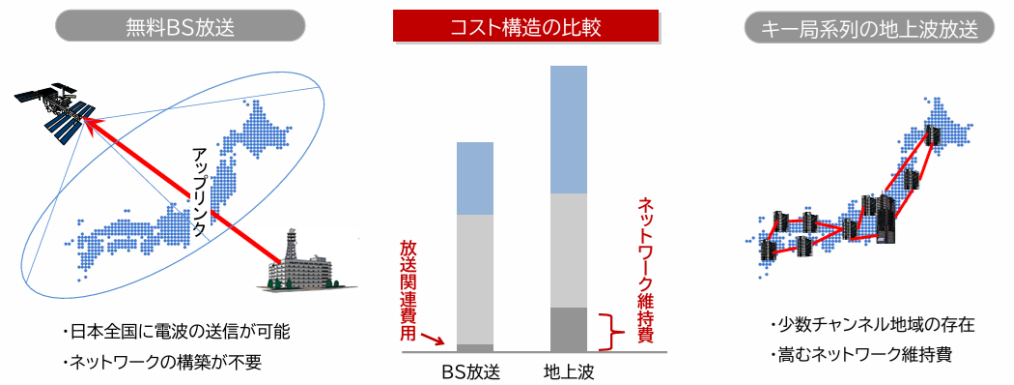
※2 2019 年 6 月・12 月「BS 民放 6 社・ビデオリサーチ調査」2 回分の平均値。

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。地上波放送は各地に放送用電波塔を建設し、中継基地等を経由する、いわゆるバケツリレー方式で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大きな割合を占める。これに対し BS 放送は、衛星から全国の視聴世帯に直接電波を送るため、ネットワーク維持費は存在しない。放送委託費や技術費等の放送関連費用は発生するものの、コストの面では地上波放送と BS 放送とで相当の差がある。

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.

このため、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にストレートに反映されている。一般に、BS 放送と地上波放送とでは広告単価に 10 倍～20 倍の差があるといわれるが、BS 放送は放送コストが低いため、広告単価が低くても BS 放送局の利益率は地上波放送局を上回っているとみられる。

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



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.

事業環境

質の高い情報発信力を強みに、動画広告市場での収益機会が拡大

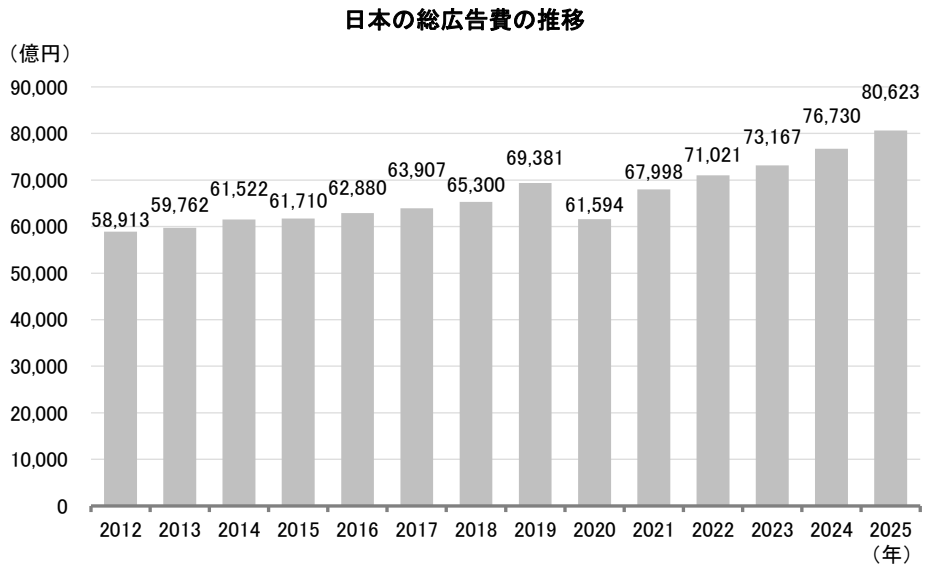
（株）電通が公表した「2025 年　日本の広告費」によると、2025 年の日本の総広告費は前年比 5.1%増の 8 兆 623 億円となり、2022 年以降 4 年連続で過去最高を更新した。好調な企業収益を背景としたデジタル投資の加速や大阪・関西万博等の大型イベント、インバウンド需要の高まりといった要因により、インターネット広告費を中心に、マスコミ四媒体やプロモーションメディアの広告費が成長した。なかでもインターネット広告費は 4 兆 459 億円（前年比 10.8%増）と伸びが著しく、初めて 4 兆円を超えた。SNS 上の縦型動画広告をはじめ、コネクテッド TV（インターネットに接続されたテレビ受像機）等の動画広告需要が高まったことが、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 8 兆 623 億円のうち衛星メディア関連の広告費は 1,223 億円（前年は 1,254 億円）と、市場規模はおおむね横ばいで推移している。

BS 放送市場は、2000 年 12 月の BS デジタル放送開始により本格的に立ち上がり、黎明期の 2001 年～2003 年を除けば順調に右肩上がりの成長を続けてきた。編成の多様化により様々なジャンルの番組が増え、多くの企業の出稿増加が成長を後押ししている。2020 年はコロナ禍の影響で広告市場全体が低調に推移し、BS 放送市場もマイナス成長となったが、通販市況は巣ごもり需要の増加により好調に推移した。コロナ禍後は一時その反動が見られたものの、その後は徐々に回復している。また、中止となっていたスポーツやイベントが開催されるようになり、これに伴う BS 放送の広告収入は増加している。

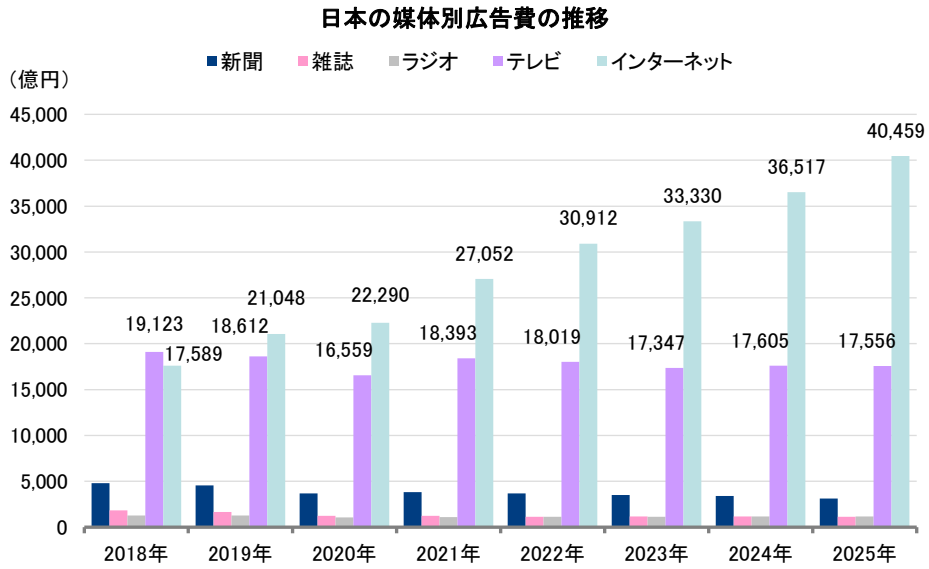
足元ではテレビメディアにかける広告費は減少傾向にあるが、これはインターネット広告の台頭によるものである。広告費全体では、2019 年にインターネット広告の構成比がテレビメディアの構成比を上回った。2020 年から 2025 年にかけてもインターネット広告の成長は続き、直近 3 年間で 1 兆円近く増加し、2025 年には 2020 年比 1.8 倍の 4 兆円超となった。この結果、2025 年の構成比はテレビメディアが 21.8%（前年比 1.1 ポイント低下）、インターネット広告が 50.2%（同 2.6 ポイント上昇）と、その差はさらに広がっている。イベント等のプロモーションメディア広告については、屋外や交通、POP で前年を上回り、「イベント・展示・映像ほか」のカテゴリーでもシネアド（シネマ・アドバタイジング）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。

一方で、BS デジタルチューナーを搭載した薄型テレビへの買い替えが多くの世帯で進んだことにより、2019 年度の BS 放送の視聴可能世帯数の割合は 8 割近くまで伸長している。また、インターネットの情報には正確性の面で不安もあることから、内容の正確さが重視されるテレビの情報番組からの情報収集需要があると見る。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放送と異なり、全国に一斉放送が可能な衛星メディアである BS 放送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、成長が続く動画広告市場における収益機会が拡大するとも考えている。

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.



出所：電通「2025 年 日本の広告費」よりフィスコ作成



出所：電通「2025 年 日本の広告費」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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績の動向

連結業績は増収減益、アニメ・配信事業収入の高成長続く

1. 2026 年 8 月期の業績概要

2026 年 8 月期の個別業績は、売上高 11,144 百万円（前期比 1.0%増）、営業利益 1,821 百万円（同 8.4%減）、経常利益 1,924 百万円（同 5.8%減）、当期純利益 1,359 百万円（同 3.9%減）となり、連結業績は売上高 11,921 百万円（同 0.9%増）、営業利益 1,769 百万円（同 8.4%減）、経常利益 1,868 百万円（同 5.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,298 百万円（同 3.5%減）となった。個別・連結のいずれも売上面は微増、利益面は減益での着地である。期初予想比では、個別業績は売上高が 5.6%減だったものの、営業利益は 1.2%増、経常利益は 2.0%増、当期純利益は 4.2%増と、各段階利益は計画を達成した。一方、連結業績では、売上高が 5.2%減、営業利益が 1.9%減、経常利益が 1.0%減、親会社株主に帰属する当期純利益が 0.6%減となり、いずれも予想に届かなかった。個別業績では、コンテンツの開発・強化を中心に投資を積極的に進めた一方、売上が厳しいなか、広告宣伝費の効率的な使用を進めるとともに経費のコストコントロールにも努めたことで、各段階利益は期初の予想を上回った。一方、連結業績は、連結子会社の理論社及び国土社において物流費や倉庫保管料の高騰等コストが増加したことを受け、予想を下回る結果となった。

個別業績では、本業の放送事業収入のうち、タイム収入は、ゴルフ番組をはじめとしたスポーツカテゴリーの充実により特別番組のセールスが好調だったが、ショッピングカテゴリーが減収となり、同 3.3%減となった。スポット収入は、放送コンテンツの強化・拡充や、日中のドラマ帯の編成強化等を進めたことにより、純広スポット、通販スポットともに増収で、全体で同 3.3%増を確保した。その他収入では、配信・アニメ・イベントが軒並み好調で、同 36.6%増となった。「TVer」をはじめとする配信プラットフォームからの配信収入やアニメ製作委員会からの出資配当収入が売上面をけん引したほか、他社との協業にも取り組んだ各種イベント関連の収入も寄与した。その他収入の売上高は、過去最高を記録し、新たな収益の柱として成長を続けている。連結業績では、子会社の売上高は同 3 百万円の増収だったものの、物流費の値上がり等、費用面の増加が利益に響いた。子会社 2 社は、書籍の販売見通しの精度向上や発行計画の見直し等、収益性の改善に向けた取り組みを進めている。

2026 年 8 月期決算の概要（個別）

（単位：百万円）

	25/8 期	26/8 期					
	実績	実績	前期比		予想	予想比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
売上高	11,039	11,144	105	1.0%	11,800	-655	-5.6%
売上総利益	5,311	5,186	-125	-2.4%	-	-	-
営業利益	1,988	1,821	-166	-8.4%	1,800	21	1.2%
経常利益	2,043	1,924	-119	-5.8%	1,886	38	2.0%
当期純利益	1,413	1,359	-54	-3.9%	1,305	54	4.2%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2026 年 8 月期決算の概要（連結）

（単位：百万円）

	25/8 期	26/8 期					
	実績	実績	前期比		予想	予想比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
売上高	11,812	11,921	109	0.9%	12,576	−654	−5.2%
売上総利益	5,628	5,512	−116	−2.1%	−	−	−
営業利益	1,932	1,769	−162	−8.4%	1,804	−34	−1.9%
経常利益	1,985	1,868	−116	−5.9%	1,888	−19	−1.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,345	1,298	−46	−3.5%	1,306	−7	−0.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 売上区分別の状況（個別）

個別売上高全体の 70.7%を占めるタイム収入は、7,883 百万円（前期比 3.3%減）と減収で、期初予想（8,287 百万円）比では 4.9%減であった。2026 年 8 月期は公営競技に関するセールスのほか、ゴルフレッスン番組やゴルフトーナメント番組等のスポーツ関連番組のセールスが好調に推移したものの、ショッピングカテゴリーで通期にわたり厳しい状況が続き、結果として減収で着地した。ショッピングカテゴリーでは、一部大口取引先との取引が好調だった一方、地上波を含めたスポンサー獲得競争の激化もあり伸び悩んだ。売上高全体の 18.9%を占めるスポット収入は、2,105 百万円（同 3.3%増）と増収を確保した。平日日中帯を中心にドラマコンテンツの拡充を図り、従来の海外ドラマに加えて過去に人気のあった国内時代劇の放映時間帯を設定する等、番組編成を強化したことが新たなスポンサーの獲得や既存スポンサーの掘り起こしに結び付いたほか、視聴率の向上にも寄与し、純広スポット、通販スポットともに前期の減収から反転して増収となった。売上高全体の 10.4%を占めるその他収入は、1,155 百万円（同 36.6%増）と大きく伸びた。

アニメ番組では、人気シリーズの最新作や話題の注目作を中心にクールごとのラインアップ強化に努めた。また、2026 年 8 月期の重点施策の 1 つである「独自 IP コンテンツの開発加速」の一環として、国土社が刊行した児童書籍『雨上がりのスカイツリー』のドラマ化に取り組み、配信プラットフォームでの先行配信やイベント開催といった多面的展開を実施した。こうした取り組みは、今後の独自 IP コンテンツの開発・活用のモデルケースになるものと考えられる。さらに、イベント事業として（株）エフエム東京との協業による特別コンサートを日本武道館で開催したほか、アニメ分野での新規事業として壽屋<7809>との協業によるオンラインくじ販売や（株）A3 との協業によるポップアップストアの展開等、「アニメビジネスの収益基盤拡充」に関わる施策を推進したことも、同部門の売上高向上に寄与した。

売上区分別実績（個別）

（単位：百万円）

	25/8 期	26/8 期			
	実績	実績	前期比	予想	予想比
売上高	11,039	11,144	1.0%	11,800	−5.6%
タイム収入	8,155	7,883	−3.3%	8,287	−4.9%
スポット収入	2,038	2,105	3.3%	2,263	−7.0%
その他	845	1,155	36.6%	1,249	−7.5%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重点施策「Value4」を推進し、周辺事業が拡大

3. 2026 年 8 月期における主要トピックス

同社は 2026 年 8 月期の重点施策として、「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 つの施策からなる「Value4」を推進した。

I. 放送事業収入の最大化

後述する重点施策の「独自 IP コンテンツの開発加速」とともに、本業の放送事業収入の最大化に向けた施策を展開した。2026 年 8 月期は、前述の日中帯を中心としたドラマゾーンのコンテンツ強化のほか、報道番組『報道ライブ インサイド OUT』のリニューアルとして、2025 年 10 月より新キャスターに近野宏明さんを迎えるとともに番組コンセプトやスタジオを一新し、世界の最新ニュースから身近な生活の話題まで幅広く取り上げる番組づくりを行っている。また 2026 年 4 月より、大学ゴルフ部の女子選手の悩みを解決するレッスン番組『飯島茜のアカネ式！大学女子ゴルフ部』を制作・放送し、好評を得ている。さらに『マイナビ ネクストヒロインゴルフツアー2026』では、若手女子ゴルファーの活躍ぶりを伝える番組内容が好評で、これらの番組制作の効果がタイム収入におけるスポーツ関連セールスの好調につながった。

II. 独自 IP コンテンツの開発加速

放送事業収入の最大化と並行して、独自 IP コンテンツの開発にも取り組んだ。強力な IP コンテンツの創出に向け、グループ会社や他局とのアライアンスを強化し、ドラマ制作やイベント企画の開発に取り組んだほか、全国各地の放送局とのコラボレーションも引き続き推進した。ドラマ制作では前述の『雨上がりのスカイツリー』が該当する。主な協業イベントとしては、エフエム東京等 3 社協業による「TOKYO FM／BS11 presents 昭和 100 周年記念 昭和ゴールデン HITS 100 in Orchestra」が挙げられる。宝塚の OG レジェンドスターらによる一夜限りの特別コンサートとして日本武道館で開催され、メモリアルなコンサートとして評判となった。また他局との共同制作コンテンツとして、エフエム東京とのコラボによる『うらラジ supported by TOKYO FM』、地方局との協業による『桜前線 2026 全国キャスターリレー』『生中継 京都五山送り火 2026』『生中継 祇園祭 山鉾巡行 前祭・後祭』『生中継 びわ湖大花火大会』等を制作、放送した。

III. アニメビジネスの収益基盤拡充

同社の強みであるアニメ作品の放送枠の充実と、アニメ関連ビジネスの拡大を継続している。地上波や BS 放送での新作アニメの放送は、作品の認知度を高め、放送後のネット配信やグッズ化、関連イベントの開催、海外展開といった周辺領域での収益獲得に向けた大きな接点となる。同社は大きな収益獲得が期待できる作品の製作委員会への出資を積極的に行いつつ、毎クール約 40 タイトルの放送枠を設定してアニメファンの期待に応える施策を進めており、2026 年 4 月クールは 37 作品、同 7 月クールは 41 作品のアニメ関連番組を放送した。またアニメ関連ビジネスとして、2025 年 8 月より壽屋との協業で開始した「コトブキヤくじ」では、同社で放送した作品のオリジナルグッズをオンラインくじで販売する取り組みが好評を博しており、今後も複数作品で展開する予定である。2026 年 6 月からは、キャラクターグッズの企画・販売等を手掛ける A3 と連携し、人気アニメ『逃げ上手の若君』のオリジナルグッズを企画・販売した。作品のファンの興味を惹きつける取り組みであり、今後同様の取り組みの進展が期待される。

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.

IV. 企業価値向上のための戦略的投資

IP 獲得を起点としたコンテンツ開発や良質なアニメ作品の確保といった前述の施策を推進するため、2026 年 8 月期は番組制作費を前期比 10.3%増の 3,659 百万円まで増やしたほか、投資効果の最大化と視聴者接点の拡大に向けて、広告宣伝費にもコストをかけ、同 6.0%増の 731 百万円まで増やした。広告宣伝はコンテンツや事業の内容に応じて新聞広告や Web 広告を効果的に使い分ける等、同社の視聴者への訴求を高める施策を進めた。さらに、エフエム東京とのアライアンス強化の推進に向けて、2026 年 3 月にエフエム東京株式を 44,500 株追加取得し、合計 89,000 株（議決権比率 10.00%）を保有するに至った。同社は本アライアンスを通じて、テレビとラジオそれぞれの特性を生かしたコンテンツやイベントの展開をさらに推進し、放送事業の発展と周辺事業の拡大を図る方針である。

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、番組編成戦略の一環として調達するドラマジャンルの見直しを行った結果、前期比 13.2%減の 353 百万円となった。同社は、主要収益源の 1 つに位置付けている平日 10 時～19 時台の「ドラマゾーン」のメイン視聴者層（50 歳以上の女性）の嗜好を意識した番組編成を維持したうえで、2026 年 8 月期は、内容や作品のテーマに一層こだわって、ドラマコンテンツを厳選した。また、ジャンルそのものの拡充にも取り組み、具体的には、根強い人気を誇る中国時代劇や韓国ドラマに加え、国内時代劇の編成を本格的にスタートした。一方、番組制作費は同 10.3%増の 3,659 百万円となった。既存番組の内容強化や新番組の開発、良質なアニメ作品への出資を積極的に進めた。番組関連費用全体では、一部番組の放送時期が 2027 年 8 月期以降にずれ込んだ影響を除けば、おおむね期初予想どおりであった。金額は同 7.7%増の 4,012 百万円となり、主要費用項目全体に占める割合は同 1.0 ポイント上昇の 75.4%となった。

また、売上原価の放送関連費用は、衛星利用料の一時的な減額措置で放送委託費が同 4.0%減の 468 百万円となり、技術費は同 10.1%増の 69 百万円となった。販管費の広告関連費用は、広告宣伝費が同 6.0%増の 731 百万円、販売促進費は前期と同水準の 44 百万円となった。広告宣伝費の増加は、前述のコンテンツへの積極的な投資を売上拡大へとつなげるべく、新聞や Web を中心に宣伝活動を充実させたことによる。

主要費用項目実績（個別）

（単位：百万円）

	25/8 期	26/8 期	
	実績	実績	前期比
番組関連費用(原価)	3,724	4,012	7.7%
番組購入費	406	353	-13.2%
番組制作費	3,317	3,659	10.3%
放送関連費用(原価)	550	537	-2.4%
放送委託費	487	468	-4.0%
技術費	62	69	10.1%
広告関連費用(販管費)	734	775	5.6%
広告宣伝費	690	731	6.0%
販売促進費	43	44	0.2%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

5. 財務状況

（1） 財政状態

2026 年 8 月期末の資産合計は前期末比 598 百万円増加し、27,497 百万円となった。主な要因は、現金及び預金が 231 百万円、有形固定資産が 239 百万円減少した一方で、有価証券が 198 百万円、棚卸資産が 117 百万円、投資有価証券が 764 百万円増加したこと等である。負債合計は同 165 百万円減少し、2,307 百万円となった。主な要因は、短期借入金が 20 百万円、退職給付に係る負債が 14 百万円増加した一方で、未払金が 20 百万円、未払法人税等が120百万円、流動負債のその他に含まれる未払消費税が51百万円減少したこと等である。純資産合計は同763百万円増加し、25,190 百万円となった。主な要因は、利益剰余金が前期末の配当 534 百万円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 1,298 百万円の計上により 764 百万円増加したこと等である。この結果、2026 年 8 月期末の自己資本比率は 91.5%（前期末比 0.8 ポイント上昇）、流動比率は 798.7%（同 63.6 ポイント上昇）となった。

簡易貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

	25/8 期末	26/8 期末	増減額
流動資産	17,223	17,279	56
現金及び預金	13,988	13,757	-231
売掛金	2,189	2,180	-8
棚卸資産	616	734	117
固定資産	9,675	10,217	542
有形固定資産	6,673	6,434	-239
無形固定資産	34	34	-0
投資その他の資産	2,966	3,749	782
資産合計	26,898	27,497	598
流動負債	2,342	2,163	-179
買掛金	923	933	9
短期借入金	80	100	20
未払法人税等	385	265	-120
固定負債	129	143	14
負債合計	2,472	2,307	-165
純資産合計	24,426	25,190	763
負債純資産合計	26,898	27,497	598

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2） キャッシュ・フローの状況

2026 年 8 月期末の現金及び現金同等物残高は 2,757 百万円と、前期末比 231 百万円減少した。営業活動によるキャッシュ・フローは 1,415 百万円の獲得（前期は 1,828 百万円の獲得）となった。法人税等の支払額 695 百万円があったものの、税金等調整前当期純利益 1,868 百万円の計上等によるものである。投資活動によるキャッシュ・フローは 1,131 百万円の使用（前期は 4,536 百万円の使用）となった。主に投資有価証券の取得による支出 1,260 百万円等によるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは 515 百万円の使用（前期は 455 百万円の使用）となった。短期借入れによる収入 130 百万円があったものの、短期借入金の返済による支出 110 百万円、配当金の支払額 534 百万円等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）

	25/8 期	26/8 期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー(a)	1,828	1,415	−413
投資活動によるキャッシュ・フロー(b)	−4,536	−1,131	3,405
財務活動によるキャッシュ・フロー	−455	−515	−59
フリー・キャッシュ・フロー(a)+(b)	−2,707	284	2,992
現金及び現金同等物の期末残高	2,988	2,757	−231

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 2,757 百万円以外に預入期間 3 ヶ月超の定期預金が 11,000 百万円ある。そのため 26/8 期末貸借対照表の現金及び預金は 13,757 百万円となる

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

2027 年 8 月期は増収増益予想、放送事業の本格回復を目指す

● 2027 年 8 月期の業績見通し

2027年8月期の業績は、個別では売上高12,000百万円（前期比7.7%増）、営業利益2,100百万円（同15.3%増）、経常利益 2,260 百万円（同 17.4%増）、当期純利益 1,540 百万円（同 13.3%増）と増収増益を予想しており、特に利益面で 2 ケタ成長を見込む。連結ベースでは売上高 12,774 百万円（同 7.1%増）、営業利益 2,103 百万円（同 18.9%増）、経常利益2,262百万円（同21.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益1,541百万円（同18.7%増）を予想している。2027 年 8 月期は、売上の大部分を占める放送事業収入の成長を取り戻すべく、視聴者ニーズを捉えた番組編成強化の継続と主力番組を中心とした営業力強化に取り組むとともに、新たな収益機会を創出する魅力的なコンテンツの開発を推進することで、広告収入の拡大と収益基盤の強化につなげる方針である。

売上面では、主力の放送事業収入のうちタイム収入を前期比 2.9%増の 8,111 百万円とする一方、スポット収入は同 1.8%減の 2,068 百万円とした。タイム収入は、主力番組を中心とした営業活動の強化や、前年に一定の成果を得たゴルフ番組をはじめとした自社制作番組の強化による増収を目指す。スポット収入については、一部スポンサーの出稿先分散を見込んでいるが、引き続き番組編成の強化に努め、ドラマゾーンの放送枠拡大や、調達するコンテンツのさらなる充実に取り組むことで、売上はおおむね前期並みに落ち着く予想である。ショッピングカテゴリーでは、スポンサー獲得競争の激化で厳しい状況は続くが、同社としては視聴者やスポンサーのニーズを意識した番組編成に引き続き取り組み、メディアとしての存在価値を高めていくことで、出稿の回復と単価の上昇につなげるねらいである。放送事業については、後述する組織の再編も踏まえ、視聴者やスポンサーにとって、より魅力のある番組の開発や編成を実現できるかがカギを握るものと考えられる。

高成長が続くその他収入については、同 57.6%増の 1,820 百万円とさらなる成長を予想している。前年に大きく成長した配信、アニメ、イベントの 3 つの柱に引き続き積極的な投資を行うことで達成を図る。配信事業で注目すべきは、収入の中心的存在である「TVer」の活用である。同社は早朝や深夜に放送した中国時代劇や韓国ドラマを「TVer」でも配信し、広告収入を得にくい早朝・深夜のテレビ放送を、配信との連携によって収益化する取り組みを進めており、こうした取り組みのさらなる進化が期待される。イベント事業では、エフエム東京をはじめとする他局との協業に積極的に取り組み、大型イベントも含めて、開催するイベントの数と規模を拡大し、収益機会の拡大につなげていく。利益面では、利益率の高い放送事業収入の回復と、その他部門の増収効果によって大幅な増益を見込んでいる。2027 年 8 月期も積極的なコンテンツへの投資を継続する一方、引き続き各種費用の効果的な使用によるコストコントロールに努めることで、業績予想の達成を図る考えである。

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.

2027 年 8 月期の業績予想（個別）

（単位：百万円）

	26/8 期		27/8 期			前期比	
	中間期	通期	中間期		通期		
			予想	前年同期比	予想	増減額	増減率
売上高	5,499	11,144	5,692	3.5%	12,000	855	7.7%
タイム収入	3,875	7,883	3,912	1.0%	8,111	227	2.9%
スポット収入	1,067	2,105	1,030	−3.4%	2,068	−37	−1.8%
その他	556	1,155	749	34.7%	1,820	664	57.6%
営業利益	882	1,821	890	0.9%	2,100	278	15.3%
経常利益	911	1,924	913	0.2%	2,260	335	17.4%
当期(中間)純利益	630	1,359	620	−1.7%	1,540	180	13.3%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2027 年 8 月期の業績予想（連結）

（単位：百万円）

	26/8 期		27/8 期			前期比	
	中間期	通期	中間期		通期		
			予想	前年同期比	予想	増減額	増減率
売上高	5,834	11,921	5,990	2.7%	12,774	852	7.1%
営業利益	849	1,769	850	0.1%	2,103	333	18.9%
経常利益	876	1,868	870	−0.8%	2,262	393	21.0%
親会社株主に帰属する当期(中間)純利益	596	1,298	580	−2.7%	1,541	242	18.7%

出所：決算短信・決算説明会資料よりフィスコ作成

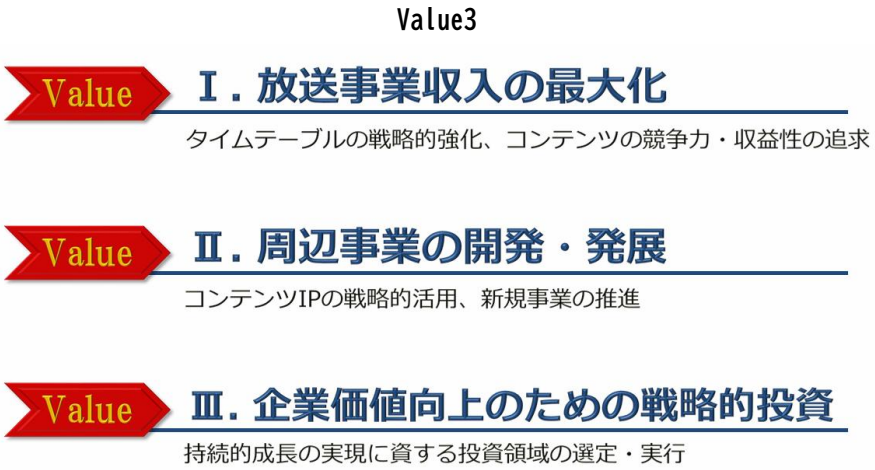
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中長期成長戦略

重点施策「Value3」で放送事業の回復と周辺事業の飛躍を目指す

● 2027 年 8 月期の重点施策「Value3」

2027 年 8 月期は、重点施策「Value3」として、「I. 放送事業収入の最大化」「II. 周辺事業の開発・発展」「III. 企業価値向上のための戦略的投資」の 3 点を推進する。2026 年 8 月期に、本格的な投資に踏み切り、周辺事業の売上拡大や今後の収益基盤強化の手応えを得られたことで、2027 年 8 月期も IP コンテンツや事業への投資に継続的に取り組み、放送事業収入の回復と、配信・アニメ・イベントといった周辺事業収入のさらなる飛躍につなげることを目指して掲げた施策である。



出所：決算説明会資料より掲載

Ⅰ. 放送事業収入の最大化

同社は本業の放送事業の回復を喫緊の課題と捉えており、主要な番組の放送枠を大幅にテコ入れする等、タイムテーブルの戦略的強化に取り組むとともに、コンテンツの競争力及び収益性を追求していく。2026 年 10 月の番組改編では、レギュラー番組の『鶴瓶のええ歌やなぁ』と『黒谷友香、お庭つくります』の放送時間帯を大幅に変更した。前者は従来の毎週木曜日夜 8 時から毎週土曜日夜 9 時に移し、同じ自社制作ゾーンながら、より多くの視聴者の獲得が期待できる週末の時間帯とした。後者は毎週土曜日朝 10 時から毎週木曜日夜 7 時のゴールデンタイムに移し、同様の効果を狙った。これは同社が BS 視聴者層の視聴習慣や傾向を徹底的に分析した結果によるもので、今後の視聴率の動向やスポンサーからの反響が注目される。このほかにも『偉人・敗北からの教訓』『太田和彦のふらり旅　新・居酒屋百選』『京都浪漫　悠久の物語』といった人気レギュラー番組を平日夜のゴールデンタイムに集中的に配置する等、大胆な見直しを行っている。また平日のドラマゾーンでは、毎週金曜日朝 10 時からの『金曜サスペンス』、同日夕方 5 時 55 分からの『ドロ沼リベンジ劇場』といった放送枠を拡充し、ドラマファンの多い 50 歳以上の女性層（F3・F4）の視聴増を狙った番組編成強化を行っている。

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.

同社は 2026 年 9 月に組織再編を実施し、コンテンツ全般の戦略を担う「コンテンツ戦略局」と、コンテンツの制作と事業展開を担う「コンテンツプロデュース局」を新設して、これまで各部署に分散していたコンテンツの戦略や制作に関する機能を集約・再編した。営業部門についても組織統合を行い、「営業局」に一本化した。これにより、従来別組織であった「編成局」「制作局」「アニメ biZ 局」「配信コンテンツ biZ 局」「トータルマーケティング＆PR 局」の機能がコンテンツ戦略局及びコンテンツプロデュース局の下に集約され、戦略、コンテンツ、事業アイデアといった領域で部門横断的な対応が可能な体制が整った。今後の番組編成も新たな体制の下でより強化されるものと考えられる。

II. 周辺事業の開発・発展

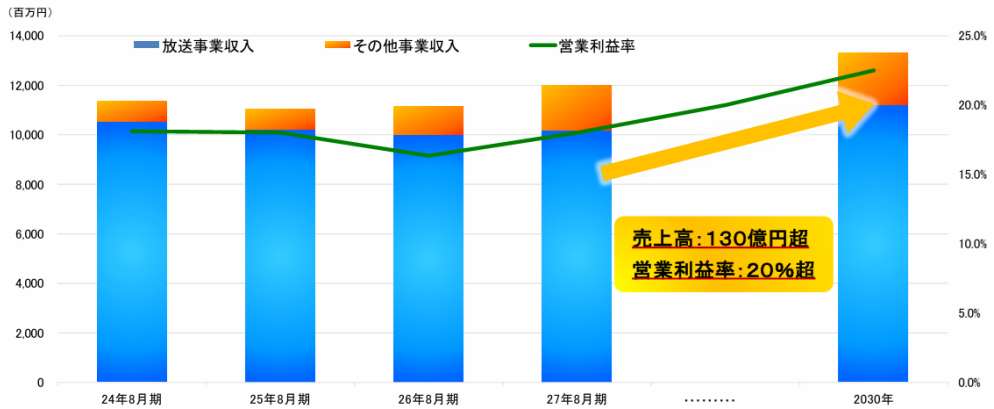
2027 年 8 月期も引き続きコンテンツの IP を起点とした二次展開を推進するとともに、独立局ならではのネットワークを生かした新たな成長領域の開拓を進める。前者については、現在及び今後制作する番組資産に加え、過去に放送した番組についても必要な権利を調整したうえで、配信・イベント・商品化等の二次利用を推進する。アニメ作品も同様に、同社が過去に放送してきた作品の二次利用を図る。アニメ領域ではこうした過去の番組資産の活用のほか、2026 年 8 月期に引き続き、アニメ作品に関連した商品化等の周辺事業の拡大に取り組む。後者については、エフエム東京をはじめとする他局とのコラボによる大型イベントへの取り組みを加速させる。2026 年 8 月期には、様々なイベントの企画・運営に数多くの実績を持つエフエム東京との間で「昭和ゴールデン HITS 100 in Orchestra」を開催し、大型イベントの企画・運営に関わるノウハウを蓄積してきたが、2027 年 8 月期も複数の大型イベントを展開する。同社として初めて取り組む舞台事業である「スクラップ アンド コーラス」では、Hey! Say! JUMP の八乙女光さんを主演に迎え、2026 年 9 月の東京公演、同年 10 月の大阪公演が盛況のうちに終了した。また同年 11 月には、俳優の大鶴義丹さんによる「令和状況劇場」の旗揚げ公演として『下谷万年町物語』が上演された。さらに同年 12 月には「昭和ゴールデン HITS 100 in Orchestra」の大阪公演が決定する等、大型イベントが目白押しであり、これらの企画・運営実績が今後のさらなる事業拡大に寄与するものと期待される。

III. 企業価値向上のための戦略的投資

2030 年の「売上高 130 億円超、営業利益率 20%超」の目標達成に向け、主力の放送事業の競争力強化によって収益力をさらに高めるとともに、アニメ・配信・イベント等の成長領域の売上・利益の拡大を目指し、投資を維持・継続する。同社は、目標達成に向けた最重要課題を、もともと利益率の高い放送事業収入の拡大と捉えており、1 点目の施策である「放送事業収入の最大化」と連携して、その収益性を高める投資施策を進める。中長期的な成長を加速させるべく、協力関係にある企業との連携を強化するほか、M&A や資本業務提携等の検討も進める。同社が持つ「日本全国に電波の送信が可能な独立放送局」という強みは、エフエム東京のようなラジオ局や地方の放送局にとって魅力ある存在に映ると考えられる。同社はこうした強みをこれら企業との連携に生かし、視聴者や番組スポンサーにとって魅力のある番組編成を目指す。具体的な投資対象は、連携によるコンテンツの共同開発やイベントの共同開催等となる。また親会社のビックカメラとの協業も同様に、ビックカメラの店舗網や顧客接点、販促力といった経営資源を活用し、新たな事業創出につなげる。M&A については現在検討を進めている段階であるが、配信・アニメ・イベントといった成長分野を拡大させていくうえで、同社の取り組みを機能的に補完できる存在があれば積極的に対応するものと考えられる。アニメ領域については、これまでと同様に製作委員会への出資を積極的に行う方針だが、物価や人件費の高騰を背景に出資額が上昇していることもあり、費用対効果を重視する観点から出資作品を厳選していく方針である。

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.

企業価値向上のための戦略的投資



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.

SDGs への取り組み

番組を通じた社会課題解決への貢献とダイバーシティを推進

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」という経営理念の下、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を通じた企業価値向上を目指している。2022 年 10 月に策定した「サステナビリティ基本方針」に基づき、サステナビリティへの取り組みを進めている。

主な取り組みとして社会課題の解決に貢献する情報発信が挙げられ、様々な視聴者層に教育機会を提供すべく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して示している。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、毎年テーマを変えて放送している『桜前線全国キャスターリレー!』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じて、社会課題の解決に貢献する施策に取り組んでいる。

連結子会社の理論社と国土社は、子どもの本の専門出版社が集まり、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、出版書籍を通じた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、ジェンダー平等に向けた女性社員の活躍の環境整備や、人材の多様化のためのキャリア採用等を強化している。2026 年 8 月末時点での割合は、女性社員が 35.0%、女性管理職が 20.8%である。また、同社によれば、キャリア採用者は 80%以上である。同社は、放送局として魅力あるコンテンツを視聴者に提供するにはコンテンツの多様性が重要と考えており、多様性のあるコンテンツを生み出すために人材戦略においても多様性を重視している。この考え方は SDGs にも通じるものであり、同社で働く社員にも好意的に受け止められているようである。

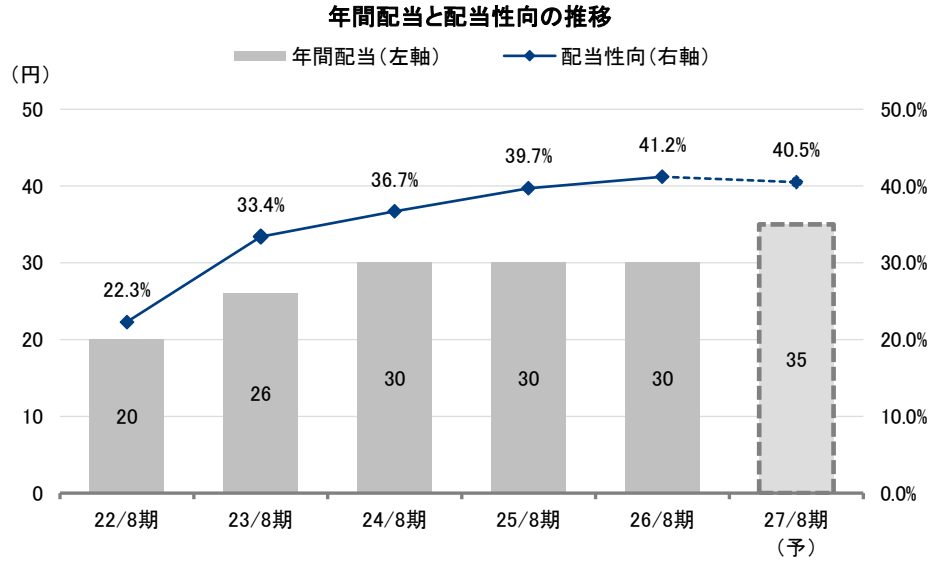
2026 年 4 月には「人権方針」を策定し、同社の人権尊重に対する基本姿勢を明確にした。日本民間放送連盟からガバナンス強化の方向性が示されるなか、同社はさらなるガバナンス強化の一環として「ガバナンス指針」の公表も予定している。

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.

株主還元

2027 年 8 月期は 5 円増配、1 株当たり 35 円に

同社は、BS デジタル放送事業者としての高い公共性を踏まえ、経営環境の変化やインターネットとの競争激化に対応するため、内部留保の充実と財務体質の強化を図ると同時に、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いる。2022 年には株主優待制度を廃止し、配当による還元に一本化した。年間配当金は 2022 年 8 月期の 20 円から 2024 年 8 月期には 30 円へと増加し、配当総額もかつて株主優待に充てていた金額を上回っている。また 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%を基準とする方針を導入した。2027 年 8 月期は増益見込みを反映し、前期比 5 円増配の 1 株当たり 35 円（配当性向 40.5%）を予定している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

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