

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 >>>

2023 年 2 月 6 日 (月)

執筆：客員アナリスト

清水陽一郎

FISCO Ltd. Analyst Yoichiro Shimizu



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 10 月期の業績概要	01
2. 2023 年 10 月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略概要	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. ビジネスモデルとその強み	08
■ 業績動向	09
1. 2022 年 10 月期の業績概要	09
2. 販売区分別業績	10
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	13
1. 2023 年 10 月期の見通し	13
2. 2023 年 10 月期の主な取り組み	14
3. 中長期の成長戦略	15
4. CSR 活動	16
■ 株主還元策	18

要約

売上高、利益ともにコロナ禍前の水準に近づく。 既存ノウハウを活用した新規事業と M&A 戦略によって リアルとデジタルの双方で持続的成長を目指す

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に特化した出力事業を展開している企業である。主な事業は、セールスプロモーション事業、ウェブプロモーション事業である。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。こうしたなか、「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とウェブプロモーションという新規事業を組み合わせることによって、「リアル領域」と「デジタル領域」を融合した付加価値の高いソリューションを提供していく。また、2022 年 12 月には「オーダーグッズ制作事業」も開始し、販売促進に関するサービスをトータルに提供する同社の強みを強化している。

1. 2022 年 10 月期の業績概要

2022 年 10 月期の業績は、売上高は 2,915 百万円（前期比 14.4% 増）、営業利益 376 百万円（同 69.4% 増）、経常利益 377 百万円（同 39.1% 増）、当期純利益は 240 百万円（同 26.8% 増）と増収増益で着地した。新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）の影響は依然として残るものの、大規模な行動制限がなくなるなど事業環境が大きく改善した。イベントや展示会の開催が回復するなかで、主力事業であるインクジェットプリント事業が好調に推移した。営業体制の強化や顧客利便性を向上させたプリント通販サービス「インクイット」の開設によって、既存顧客のリピー率向上と新規顧客の開拓が順調に進捗し、増収に寄与した。増収に加えて生産性の向上や原価低減活動への注力によって、営業利益も急伸した。売上高・営業利益はコロナ禍前の水準に近づいてきたと言える（2019 年 10 月期の売上高と営業利益はそれぞれ 3,011 百万円、426 百万円）。新規事業に関しては、デジタルサイネージ事業において大型の案件を獲得するなど、順調に進捗した。

2. 2023 年 10 月期の業績見通し

2023 年 10 月期の業績は、売上高 3,200 百万円（前期比 9.8% 増）、営業利益 409 百万円（同 8.8% 増）、経常利益 409 百万円（同 8.5% 増）、当期純利益 262 百万円（同 9.0% 増）と増収増益を見込んでいる。2023 年 10 月期においても同社を取り巻く事業環境の回復が継続することを見込んでおり、展示会やイベント関連の受注が好調に推移するなかで、売上高はコロナ禍前の水準を上回ることを想定している。加えて、営業利益に関しても 2019 年 10 月期の 426 百万円にさらに近づく想定だ。「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」という 3 つの基本戦略を軸に業績予想の達成を目指す。基本戦略に合わせて、2023 年 10 月期より事業体制の変革も実施した。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、顧客のニーズにワンストップで応える企業を目指す。

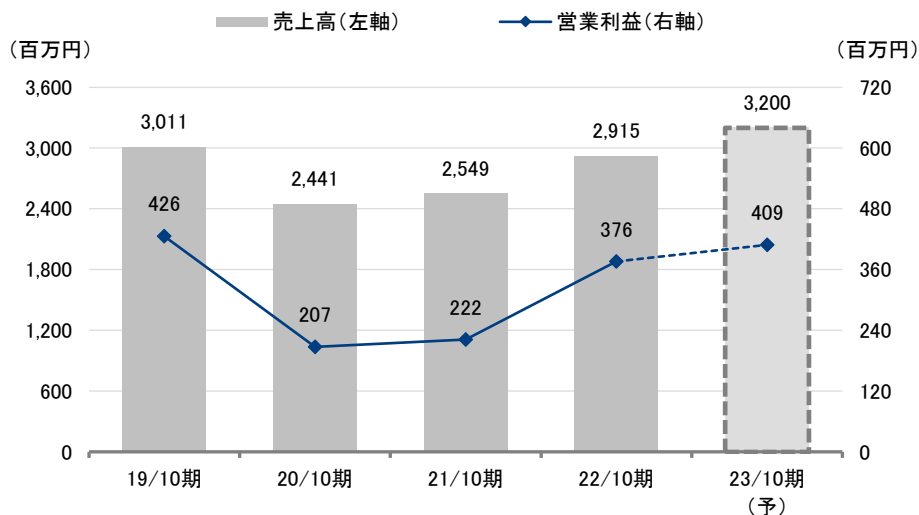
3. 中長期の成長戦略概要

同社は、「販売促進・マーケティングをトータルサポートするワンストップ企業を目指す」というビジョンのもと、「リアル領域」と「デジタル領域」で幅広いサービスを展開することを中長期的な戦略としている。この戦略のもと 2021 年 10 月期にはインクジェットプリントのノウハウを活用できるデジタルサイネージ事業とウェブプロモーション事業を開始し、「リアル領域」と「デジタル領域」の融合を加速している。また、2022 年 12 月に「オーダーグッズ制作事業」を新規サービスとして開始したことで、顧客ニーズに包括的かつワンストップで対応するという同社の強みに磨きをかけていく。さらにビジョンの実現に向けて、同社ではオーガニックでの成長に加えて M&A も検討している。プロジェクトチームを編成して M&A に関する各種調査を積極的に行い、シナジーを見込める案件を探している状況である。

Key Points

- ・ 2022 年 10 月期はイベント、展示会の回復や新規顧客開拓、営業機能強化など社内体制強化等が奏功し、増収増益で着地。売上、営業利益ともにコロナ禍前の水準に近づく
- ・ 2023 年 10 月期も外部環境の好転を想定。各事業の強化を図ることで、増収増益を見込む
- ・ 中長期的には既存事業の強みを生かした新規事業と M&A を軸に、「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を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

ビーアンドピー | 2023 年 2 月 6 日 (月)
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

■ 会社概要

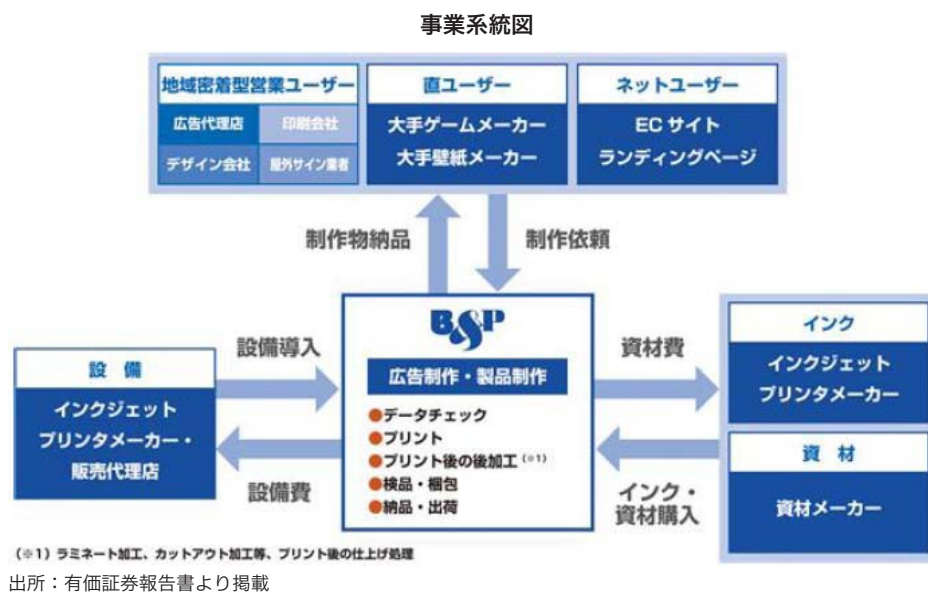
「リアル領域」と「デジタル領域」の融合を目指す、 インクジェットプリント領域のリーディングカンパニー

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世のなか、日本社会、市民生活の発展のために普及させるために、「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、ウェブプロモーション、オーダージュ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・神奈川・愛知・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、限られた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。



会社概要

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導入や5m幅までの出力を可能とする高速広幅UV出力機、3Dプリンターの導入など徐々に業界最大級のプリンター設備を導入するなどして業績を拡大させてきた。近年ではインクジェットプリント事業で培ってきたインクジェット出力の技術やノウハウを生かし、販売促進用広告分野及びインテリア内装分野の2つのチャンネルに対してデジタルサイネージサービスを展開している。

沿革

年月	沿革
1985年10月	和田山コピーセンター（株）を資本金300万円にて大阪市西区阿波座に設立し、ゼロックス専用のコピーサービス事業を開始
1990年11月	（株）ビーアンドピーを設立。大判フルカラー印刷機による大判カラープリント出力事業に参入。和田山コピーセンターをコピーサービス事業専門に区分、ビーアンドピーを大判カラープリント出力事業に区分
1991年10月	大判カラープリント出力事業を和田山コピーセンターへ移管。和田山コピーセンターをビーアンドピーに社名変更し旧ビーアンドピーを閉鎖
1996年4月	大判フルカラー印刷機を一新し、世界初の写真画質のインクジェットプリンターを導入。インクジェットプリンターの導入により、大判カラープリント出力事業をインクジェット出力事業に名称変更
2001年10月	コピーサービス業から撤退し、インクジェット出力事業に全面的に参入
2002年7月	南青山営業所を開設し、東京へ進出
2007年1月	東京営業所を東京都港区新橋に開設
2009年10月	従来のダンボールより丈夫でリサイクル可能なダンボール商品「リボード」の取り扱いを開始
2010年6月	プライバシーマークを取得
2010年12月	大阪本店を現在の住所である大阪市西区江戸堀へ移転
2013年7月	5m幅までの出力を可能とする高速広幅UV出力機を大阪本店に導入。西日本エリアのサイン業者を中心に屋外広幅出力サービスを開始
2014年1月	東京営業所を東京本社とし、一部本社機能を大阪本店より移管
2014年7月	ネット通販サイト「ハイプリント」の営業を開始
2014年11月	高速広幅UV出力機の最新鋭モデルを東京本社へ増設。東日本エリアでも屋外広幅出力サービスを開始
2015年5月	江東事業所を東京都江東区東陽に開設。大阪、東京、江東を生産拠点とする布地への出力を可能とする昇華転写出力サービス開始
2016年11月	（株）ニコールを買収し100%子会社化。プリントシール機の外装カーテン、壁紙等の生活資材製品を取扱製品に追加。生産拠点が大阪・東京・江東・横浜となる
2018年3月	3Dプリンターを東京本社に導入し、3Dプリントサービスを開始
2018年7月	ニコールを吸収合併し、ニコール事業部とする
2018年12月	江東事業所をニコール事業部（横浜市神奈川区守屋町）の隣接地に移転し、ワイドフォーマットスタジオを開設
2019年4月	福岡営業所を福岡市博多区に開設
2019年7月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2019年11月	名古屋営業所を名古屋市中村区名駅に開設
2021年3月	デジタルサイネージ事業を開始し、東京・大阪にショールームを開設
2021年5月	EC事業の総合支援を目的にインターネット通販サポート事業（現 デジタルプロモーション事業）を開始
2021年8月	東京本社を東京都中央区八丁堀へ移転。東京本社及びニコール事業部の制作部門を横浜に統合。ニコール事業部を横浜ファクトリーに名称変更
2021年10月	東京証券取引所市場第2部へ市場変更
2021年11月	インターネット通販サポート事業においてWEBプロモーションの支援を開始し、事業の名称をデジタルプロモーション事業に変更
2022年12月	オーダーグッズ制作事業を開始

出所：有価証券報告書、ホームページ、ニュースリリースよりフィスコ作成

事業概要

都心部に位置する機動力と業界最多クラスの出力機、加工機を生かした 高品質・短納期による高付加価値サービス体制に強み

1. 事業概要

インクジェット技術は販促広告分野の拡大を起点に、内装インテリア業界、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、ウェブプロモーション、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と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 つの販売体制としている。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磨きがかかることが期待される。

2 事業区分への再編を実施



出所：決算説明資料より掲載

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事業

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「業界最多クラスの出力・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小品種多量生産型の案件にも対応する方針だ。社内体制の整備に加えて、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く。

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・溶剤プリンタをはじめ、環境に優しいラテックスプリンタ、フラットベットタイプの高速 UV プリンタ、幅 5m まで印刷できる世界最大級の UV プリンタ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 1600mm 幅対応のラミネータ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・東京・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) デジタルサイネージ事業

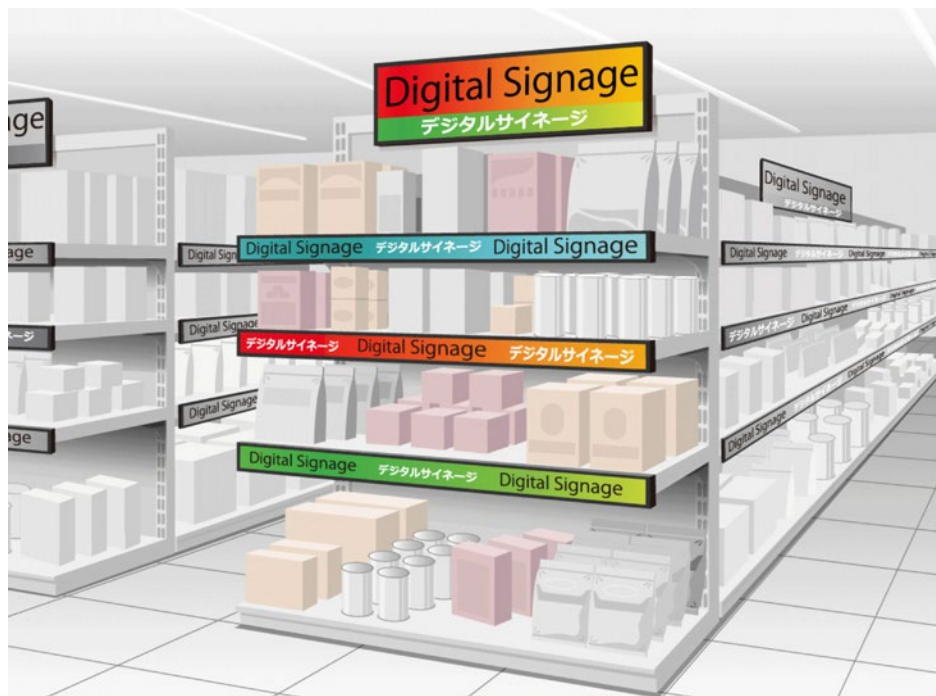
従来のインクジェットプリント出力による製品販売の経験を活用し、販売促進用広告分野及びインテリア内装分野にに対してデジタルサイネージを展開している。販売促進向けデジタルサイネージとして「商品棚をまるごと動画にする」というコンセプトの「デジ棚」、簡単に設置でき、かつエコな「リボ棚 D」がある。

同事業においては、コンテンツを一元管理する仕組み（以下、CMS）による映像配信システムの導入提案を積極的に実施している。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の向上にも貢献してくると弊社は見ている。

ビーアンドピー | 2023 年 2 月 6 日 (月)
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

事業概要

デジ棚イメージ



出所：ホームページより掲載

c) オーダーグッズ制作事業

オーダーグッズ制作事業は2022年12月に開始した新事業である。「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」「他にはない」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。このような需要に対して、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する方針だ。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というメリットがある。アパレル、ファブリック、皮革小物、日用雑貨などの商品に対応することを想定しており、イベント展示会でのサンプリング、キャンペーンでの販促グッズ、エンドユーザーへの来店ノベルティといった用途が見込まれている。

ビーアンドピー | 2023 年 2 月 6 日 (月)
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

事業概要

商品ラインナップの一例



出所：ニュースリリースより掲載

(2) ウェブプロモーション事業

ウェブプロモーション事業の前身は、2021 年 11 月にインターネット通販サポート事業から名称変更したデジタルプロモーション事業である。EC 運営代行、EC コンサル、サイト制作・システム開発支援、Web プロモーション、PR・SNS 運営代行と多様なソリューションを提供し、EC サイト運営において顧客が抱える課題に幅広く対応している。同事業の特徴は、顧客の販売促進活動を最良なものにするためにリアル店舗での販促支援も組み合わせて提案できる点だ。インクジェットプリント事業やデジタルサイネージ事業の活用によって、「リアル領域」と「デジタル領域」の両面から顧客のプロモーション活動をトータルにサポートしている。

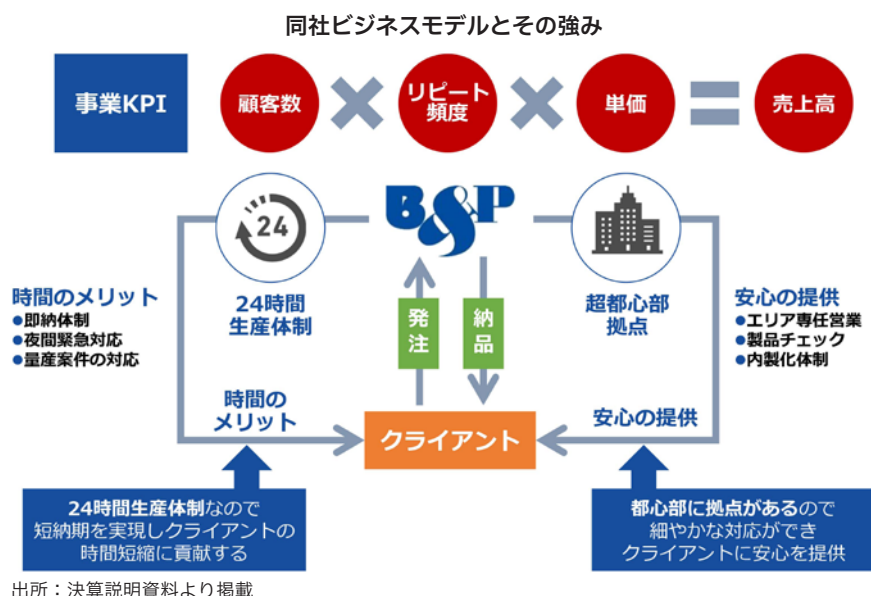
2. ビジネスモデルとその強み

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が可能という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を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、安心の提供を行える、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。

ビーアンドピー | 2023 年 2 月 6 日 (月)
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

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。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

**コロナ禍の影響が薄れるなか、外部環境が改善。
主力事業であるインクジェットプリント事業がけん引し、
増収増益を達成。売上高、営業利益ともにコロナ禍前の水準に近づく**

1. 2022 年 10 月期の業績概要

2022 年 10 月期における売上高は 2,915 百万円（前期比 14.4% 増）、営業利益 376 百万円（同 69.4% 増）、経常利益 377 百万円（同 39.1% 増）、当期純利益は 240 百万円（同 26.8% 増）と増収増益となった。案件の延期などコロナ禍の影響は依然として受けたものの、大規模な行動制限がなくなり、イベント、展示会の開催が増加するなど外部環境が好転した。こうしたなか、主力であるインクジェットプリント事業が通年で好調に推移した。主要拠点である東京・大阪における営業体制の強化、名古屋・福岡エリアでの新規顧客開拓の強化によって全エリアで事業を拡大したことが要因だ。デジタルサイネージ事業などで大型案件の受注が増加したことも業績を押し上げた。加えて、利便性を向上させたプリント通販サービス「インクイット」を 2022 年 8 月に開設し、Web を通じた集客を強化したことも売上高拡大に寄与した。特に第 4 四半期にかけてはイベント、展示会の回復が顕著となり、同四半期の売上高は過去最高を記録した。

業績動向

利益面に関しては、増収に加え、原価低減活動と生産性の向上が寄与した。2021 年 8 月に実施した横浜ファクトリーへの生産機能集約による大規模生産体制の構築とソフトウェアを活用した業務の自動化によって、収益性が高まった。加えて、資材価格が高騰するなか代替品を調達することによって、コスト上昇圧力を吸収した。これらの企業努力により、営業利益は通期計画と比較して達成率 124.6% と計画を大きく上回って着地した。これを受け、営業利益率も前期比プラス 4.2 ポイントの 12.9% まで高まった。

売上高と営業利益は、コロナ禍前の水準（2019 年 10 月期の売上高と営業利益は、それぞれ 3,011 百万円、426 百万円）に回復しつつある。特に同社の収益性に関しては、今後も高まっていくと弊社は見ている。もともと定価のない商品で、「短納期」「高品質」という高付加価値を提供しているため利益をしっかりと確保することができるためだ。加えて、生産のオートメーション化などによって生産性が高まっていること、デジタルサイネージ事業ではサブスクリプション型のサービス拡販に注力していることも、同社の収益性を高めると弊社は見ている。

2022 年 10 月期の業績

(単位：百万円)

	21/10 期 実績	22/10 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,549	2,915	365	14.4%
営業利益	222	376	154	69.4%
経常利益	271	377	106	39.1%
当期純利益	189	240	50	26.8%

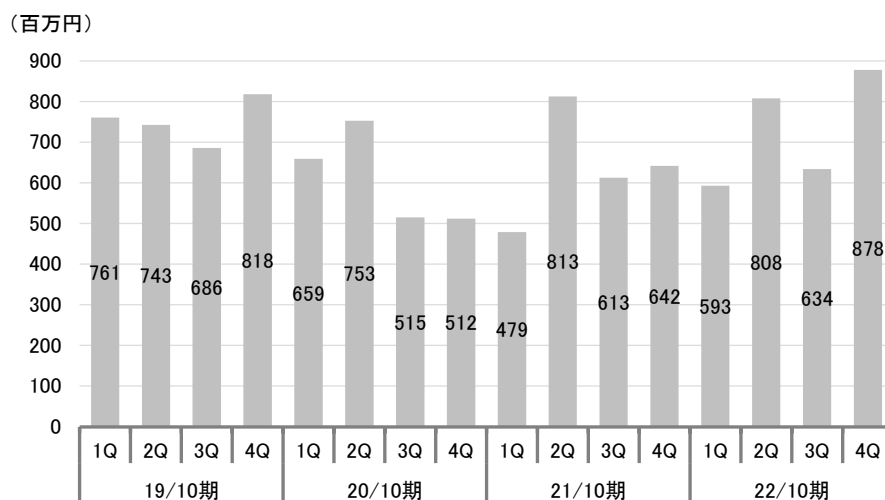
出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 販売区分別業績

2022 年 10 月期の四半期別の業績推移に関しては、コロナ禍の影響が依然として残るものの、傾向としては前年同期を上回って推移した。2022 年 10 月期第 1 四半期（2021 年 11 月～2022 年 1 月）は 593 百万円（前年同期は 479 百万円）となった。コロナ禍の影響が依然として残っていたものの、前年同期を上回る実績を残した。例年、年末年始の長期休暇がある関係で相対的に業績が伸びにくい時期ではあるが、着実に業績を伸ばした。第 2 四半期（2022 年 2 月～4 月）は 808 百万円（前年同期は 813 百万円）と、前年同期に比べてやや減収となるも好調に推移した。同四半期は、例年業績が好調に推移する傾向がある。3 月期決算となる顧客企業が期末に向けて、売上高拡大のためのプロモーションを積極化することが要因だ。第 3 四半期（2022 年 5 月～7 月）は 634 百万円（前年同期は 613 百万円）となった。コロナ禍からの回復傾向が続き、前年同期を上回った。例年 GW などの長期休暇があることによって相対的に業績の伸びが鈍化する時期であるものの、営業体制の強化などによって回復する需要を確実に業績に取り込んだ。第 4 四半期（2022 年 8 ～10 月）は 878 百万円（前年同期は 512 百万円）と、過去最高の売上を記録した。イベント、展示会の回復が顕著だったことが要因だ。

業績動向

四半期単位の売上推移



出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

販売区分別の売上高推移については、販売促進用広告制作においてはコロナ禍による影響が依然として残ったものの、行動制限等がなくなり事業環境が改善した。イベント・展示会の開催が復活したことにより、売上高はコロナ禍前の水準に回復してきている。生活資材・製品制作についてはプリントシール機の安定した受注により、堅調に推移した。

新規事業であるデジタルサイネージ事業とデジタルプロモーション事業も好調に進捗した。デジタルサイネージ事業では、大型案件の獲得に成功した。デジタルサイネージは、病院、駅などにおいて導入が進んだ一方で、同社がターゲットとしているスーパー、家電量販店、ドラッグストアなどにおいては導入が始まったばかりである。こうしたなか、広告代理店とともに提案活動を強化し、大型の案件獲得に結びつけた。加えて、新商材や CMS による映像配信システムの導入提案も積極的に行った。CMS に関する提案は同社の付加価値を訴求できる部分である。サブスクリプション型のビジネスモデルであり、安定した売上につながることから、今後も CMS の提案に注力する方針である。デジタルプロモーション事業においては、従来のネットショップ運営サポートに加えて、Web プロモーションを支援するサービスも開始した。これにより、顧客の課題解決をトータルサポートする能力をより強化した格好だ。契約件数も順調に積み上がっており、顧客からの評価は良好である。引き続き営業体制を強化し、受注拡大に注力する方針だ。

販売区分別売上高

(単位：百万円)

	21/10 期 実績	22/10 期 実績	前期比	
			増減額	増減率
販売促進用広告制作	2,043	2,394	351	17.2%
生活資材・製品制作	505	520	14	2.9%

注 1：2021 年 10 月期より、販売区分を一部見直し、従来販売促進用広告制作に区分していたアミューズメント施設等への売上を生活資材・製品制作に区分。また、デジタルサイネージ及びデジタルプロモーションについては売上が僅少であるため、販売促進用広告制作に含めている

注 2：インクジェットプリント事業を主要な事業としており、他の事業セグメントの重要性が乏しいため、セグメント別の経営成績の記載はしていない

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（ディスクレマー）をお読みください。

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

自己資本比率は 82.9% と健全。 ROE も 8.5% と前期比で上昇

3. 財務状況と財務指標

同社の 2022 年 10 月期末の資産において、流動資産は、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により現金及び預金が 168 百万円、売上の増加により売掛金が 204 百万円それぞれ増加したことにより残高は 3,245 百万円となった。固定資産に関しては、長期末払金や引当金等の将来減算一時差異の増加により繰延税金資産が 18 百万円増加したため、残高は 272 百万円となった。負債において、流動負債は仕入の増加により買掛金が 58 百万円、課税所得の増加により未払法人税等が 64 百万円それぞれ増加したことにより、残高は 447 百万円となった。固定負債に関しては、定時株主総会において役員退職慰労金の打切り支給が承認されたことを受け、役員退職慰労引当金の引当対象外である功労金 23 百万円を長期末払金に計上したことにより、残高は 153 百万円となった。純資産に関しては、剰余金の配当 71 百万円の減少はあったものの、当期純利益 240 百万円を計上したことにより残高は 2,916 百万円となった。

安全性の指標を見ると、自己資本比率は 82.9% となった。前期末に比べて若干の減少は見られるものの、依然として高い水準を維持している。また、稼ぐ力が向上している部分にも注目したい。ROE は 8.5% まで高まっている。自己資本比率 82.9% 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、効率的に稼ぐ力が高まっていくものと弊社は見ている。

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	21/10 期 実績	22/10 期 実績	増減額
【貸借対照表】			
流動資産	2,930	3,245	314
（現金及び預金）	2,331	2,499	168
固定資産	261	272	11
資産合計	3,191	3,517	326
流動負債	309	447	137
固定負債	128	153	24
負債合計	438	600	162
純資産合計	2,752	2,916	163
【主な経営指標】			
ROE（自己資本当期純利益率）	7.1%	8.5%	-
ROA（総資産経常利益率）	8.7%	11.2%	-
売上高営業利益率	8.7%	12.9%	-
自己資本比率	86.3%	82.9%	-
1 株当たり純資産	1,196.95 円	1271.09 円	74.14 円

出所：決算短信、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、売上債権が 143 百万円増加するなどの資金減少があったものの、税引前当期純利益 353 百万円の資金増加があったことにより 298 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 38 百万円あったことにより 44 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 70 百万円により 85 百万円の支出となった。以上より同社の 2022 年 10 月期末における現金及び現金同等物の残高は 2,499 百万円となった。

2022 年 10 月期のキャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/10 期 実績	22/10 期 実績	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	196	298	101
投資活動によるキャッシュ・フロー	-70	-44	25
財務活動によるキャッシュ・フロー	-59	-85	-26
現金及び現金同等物の期末残高	2,331	2,499	168

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

**2023 年 10 月期も事業環境の改善を想定。
「シェア拡大」、「機能拡大」、「領域拡大」により、
売上高はコロナ禍前の水準を超える見通し**

1. 2023 年 10 月期の見通し

2023 年 10 月期の業績は、売上高 3,200 百万円（前期比 9.8% 増）、営業利益 409 百万円（同 8.8% 増）、経常利益 409 百万円（同 8.5% 増）、当期純利益 262 百万円（同 9.0% 増）と増収増益を見込んでいる。2023 年 10 月期においても同社を取り巻く事業環境の回復が継続し、展示会やイベント関連の受注が好調に推移することを想定している。上期、下期の売上高は、それぞれ前年同期比 10% 程度の増収を見込んでおり、通期ではコロナ禍の影響が全くなかった 2019 年 10 月期の水準を上回することを想定している。営業利益に関しても 2019 年 10 月期の 426 百万円に迫る水準になることを見込んでいる。

具体的な戦略として同社は、「シェア拡大」「機能拡大」「領域拡大」の 3 つを掲げている。デジタル技術の進歩による広告媒体の変化やインターネット・スマートフォン・SNS の普及による購買行動の変化などを受け、セールスプロモーションの手法も変化してきている。同社は、「時流適合」をさらに強化することによって、回復している需要を確実に取り込み、業績拡大につなげる方針だ。

今後の見通し

2023 年 10 月期の業績見通し

(単位：百万円)

	22/10 期 実績	23/10 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	2,915	3,200	285	9.8%
営業利益	376	409	32	8.8%
経常利益	377	409	31	8.5%
当期純利益	240	262	21	9.0%
1 株当たり当期純利益	104.74	114.20	9.46	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 2023 年 10 月期の主な取り組み

(1) シェア拡大：営業エリアの拡大と新規顧客の拡大を図る

営業エリアと新規顧客を拡大するため、2022 年 11 月に京都営業所を新たに開設した。2019 年 4 月に開設した福岡営業所、同年 10 月に開設した名古屋営業所が順調に業績を拡大しており、さらなる販売エリアの拡大を目的としている。京都は、アフターコロナでのインバウンド需要の増加が期待される地域である。関西エリアは、大阪万博の 2025 年開催に向けて広告需要の増加が見込まれている。同営業所の開設によって、地域密着かつスピーディーな対応を可能にする営業体制を構築し、京都、並びに関西エリアの営業を強化する計画だ。

また、既存エリアにおいては営業体制のさらなる強化を進める。名古屋・福岡の両拠点においては、営業人員を増強して体制を強化する。主要事業拠点である大阪、東京、横浜の各エリアにおいては、営業部門における情報共有と連携を強化することによって人材の質を高め、顧客満足度をさらに高める方針である。

(2) 機能拡大：既存サービスの幅を広げ、受注の拡大を目指す

現在提供しているサービスを拡充し、より柔軟に顧客のニーズに対応する。今後は、同社が従来扱ってきた多品種少量生産型インクジェットプリントに加えて、オフセット印刷、シルクスクリーン印刷、オンデマンド印刷等の少品種多量生産型の案件にも対応していく。社内制作体制の構築と外部協業先との連携によって、幅広く受注を確保する戦略だ。

デジタルサイネージ事業においては、取り扱うサイネージのラインナップの強化を計画している。加えて、CMS による映像配信システムの導入提案を推進する。ハードとソフトの両面で顧客のニーズにより柔軟に対応できる体制を構築することによって、同社の付加価値を高める方針だ。さらに、ウェブプロモーション事業においては、EC サイト構築の内製化などを推し進め、生産性の向上と納入スピードの短縮化を実現する方針である。これらの施策により、売上と利益の拡大を実現する。

(3) 領域拡大：既存ノウハウの転用により、新事業を創造する

今後の成長が期待できる市場に対して既存の経営資源を活用して参入し、新たな収益源を確立する。経営資源を生かせる新事業として同社は、2022 年 12 月に「オーダーグッズ制作事業」を開始した。同事業では、T シャツや雑貨などの販売促進用グッズの製造受託に加えて、近年着実な成長を示しているキャラクタービジネス市場において、キャラクターグッズを扱う法人やコンテンツホルダーと連携し、ライセンス事業を展開する方針である。また、2023 年 2 月には、エンドユーザー向けのオーダーグッズ制作専門サイトの開設し、1 個から注文できる体制を整えた。幅広い商品ラインナップと柔軟な受注体制を整えることによって、ユーザーのニーズに対応していく。

既存事業で培った強みと今後の M&A 戦略を軸に、「リアル領域」と「デジタル領域」を融合したビジネスモデルへの転換を目指す

3. 中長期の成長戦略

同社は、「販売促進・マーケティングをトータルサポートするワンストップ企業を目指す」というビジョンのもと、同社の強みを生かして「リアル領域」と「デジタルの領域」で幅広いサービスを展開することを中長期的な戦略としている。この戦略のもとに 2021 年 10 月期にはインクジェットプリント事業のノウハウを活用できるデジタルサイネージ事業とウェブプロモーション事業を開始し、2022 年 12 月期には「オーダーグッズ制作事業」を開始した。また、2023 年 10 月期からは従来の多品種少量生産に加えて、小品種多量生産にも対応する方針である。これらの新たな事業と取り組みにより、顧客ニーズに包括的かつワンストップで対応する体制を強化する。

また、今後のさらなる成長及び企業価値の向上実現に向けて、同社は M&A を推進している。プロジェクトチームを編成して M&A に関する各種調査を積極的に行い、実現に向けて具体的に計画を進めている。M&A に関する基本戦略に関しては、営業地域や顧客層の拡大による「顧客基盤の拡大」、超量産ロットの受注体制の構築を目指す「生産能力の拡大」、大都市圏を中心とした「エリア販路の拡大」、新たにインテリア分野やアパレル分野への展開を加速させるための「付加価値ビジネスへの進出」の 4 つを軸に進めていく。

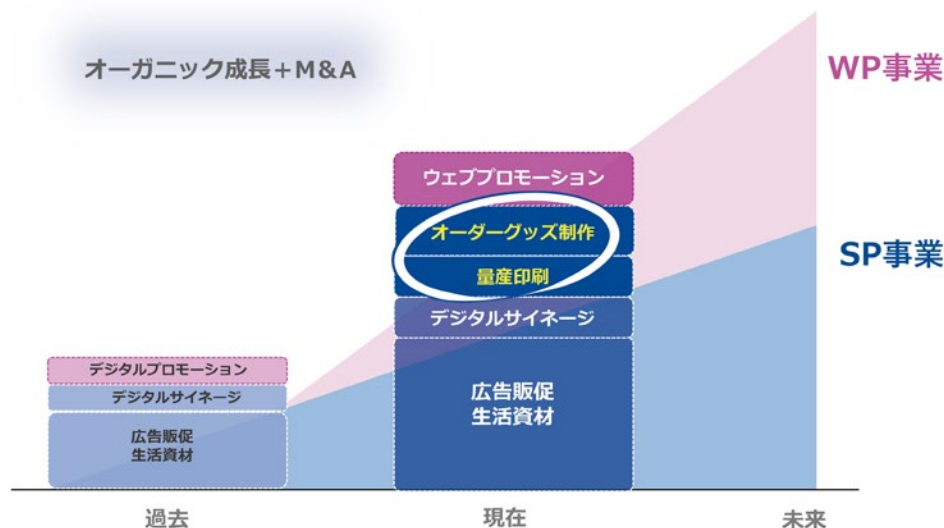
ビーアンドピー | 2023 年 2 月 6 日 (月)
7804 東証スタンダード市場 | <https://www.bandp.co.jp/ir/>

今後の見通し

同社成長イメージ

「リアル」×「デジタル」

リアルとデジタルの両領域で幅広いサービスを展開していく



出所：決算説明資料より掲載

4. CSR 活動

同社では「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」という経営理念の下、経済・社会の発展に貢献して、責任ある企業活動を行うことが企業の社会的責任と考えている。そして同社のステークホルダーに対する責任を果たすとともに社会から信頼される企業であり続けたいと考えている。同社は、働きやすい職場への取り組みや環境への取り組み等の CSR 活動を経営理念の実現のために重要な活動の 1 つと捉え、事業活動を通じて社会の発展に貢献している。

(1) 働きやすい職場への取り組み

同社は「企業競争力の源泉力である最高の『働きがい』を創る」ことを目指して、社員の働きがいを高める以下の 3 つの取り組みを行っている。これにより従業員の意欲向上、従業員満足の向上を推進している。

a) 働きがいへの取り組み

社員が働きやすく働きがいのある職場を整備するとともに、プライベートの時間も充実させることができるようワークライフバランスを推進している。具体的には、業務効率化の推進や勤務体制の見直し、教育体制の整備など職場改革を実行することにより、長時間労働を是正し、会社全体の生産性を向上させる取り組みを進めている。また、さらなる働きがいの向上に向けて、ジョブローテーション制度の採用や有給休暇取得率の向上などの取り組みを進めている。

b) 安全への取り組み

従業員の安全と健康を確保するため、労働安全衛生法に基づき安全衛生委員会を設置し、同社と従業員が協力して安全で快適な働きやすい職場環境をつくるための様々な議論を行っている。また、安全で安心な職場づくりのためのリスクアセスメント実施、「労災ゼロ」のための職場の安全対策推進、健康で快適な職場づくりのために安全衛生委員会が毎月の「衛生委員会だより」を作成するなど、従業員に健康や安全に対する情報提供を行っている。

c) 人権尊重への取り組み

基本的な権利である人権の尊重を重要な社会的責任であると認識し、すべてのステークホルダーの多様性や人格・個性を尊重して、差別は一切行わない企業風土を築き上げている。

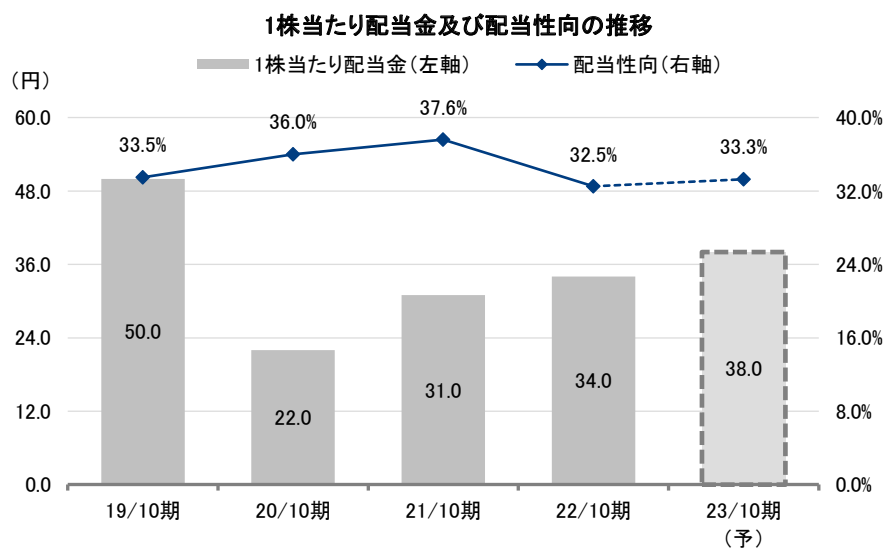
(2) 環境への取り組み

地球環境に配慮した「リサイクル可能な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」などの取り組みを行っており、地球環境保護・保全に取り組み、持続可能な社会の継続的發展に貢献している。

株主還元策

株式市場における価値向上と 適切な内部留保での安定配当、成長投資を目指す

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。2022 年 10 月期の配当は 34 円と前期比 3 円増となった。コロナ禍や資材価格の高騰などの影響を受けたものの、順調な経営成績を考慮し、2021 年 12 月に公表した 1 株当たり 31 円の配当予想を上回る実績を残した。また、2022 年 2 月には譲渡制限付株式報酬としての自己株式を処分する決定を下し、同年 3 月に完了した。配当予想の上方修正や自己株式の償却などからも同社が株主還元を重視している姿勢が窺える。2023 年 10 月期の配当は 38 円を予想しており、業績が上向くなか株主還元をより強化する方針である。



出所：決算短信よりフィスコ作成

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・表示したものです。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