

|| 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6月5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>

目次

■ 要約	01
1. 2026年8月期中間期の業績概要	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. 2026年8月期中間期の業績概要	07
2. 売上区分別の状況(個別)	08
3. 2026年8月期における主要トピックス	09
4. 費用の状況	10
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」の進捗状況	14
■ SDGsへの取り組み	17
■ 株主還元	18

要約

主力の放送事業が伸び悩むも周辺事業が引き続き拡大

日本BS放送<9414>は、無料のBSデジタルハイビジョン放送「BS11 (ピーエス・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. 2026年8月期中間期の業績概要

2026年8月期中間期の個別業績は、売上高が5,499百万円 (前年同期比0.6%減)、営業利益882百万円 (同26.0%減)、経常利益911百万円 (同24.6%減)、中間純利益630百万円 (同24.6%減) となり、連結業績は売上高が5,834百万円 (同0.9%減)、営業利益849百万円 (同26.7%減)、経常利益876百万円 (同25.3%減)、親会社株主に帰属する中間純利益596百万円 (同25.7%減) となった。いずれも減収減益で着地した。個別業績では、売上面は主力のタイム収入において引き続き公営競技関連が好調だったが、ショッピングカテゴリーが伸び悩み同3.4%減収となり、スポット収入は純広告スポット (一定の枠を買い取るスポット広告) で増加基調を維持したが、通販スポットで苦戦し、同3.8%の減収となった。その他部門は同34.6%増と大きく伸びた。アニメ製作委員会からの出資配当収入が好調だったほか、「BS11+」等の配信事業収入の堅調が要因である。利益面は、重点施策の既存コンテンツ強化や新規コンテンツ開発、良質なアニメコンテンツの確保のほか、宣伝活動の強化により、各段階利益は前年同期比で大きく減少したが、ほぼ期初予想並みで着地した。連結業績は、出版子会社の減収があったが、予想比の減収幅は個別業績並みで、利益面ではやや上回った。

2. 2026年8月期の業績見通し

2026年8月期業績予想は、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) と増収減益予想を据え置いた。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) と増収減益の期初時点の予想を据え置いた。売上面では期初に策定した重点施策を継続し、IP (知的財産) コンテンツの開発加速と連動した放送事業収入の最大化や周辺事業の収益拡大を目指す。放送事業収入については、タイム収入は中間期に続き状況は厳しいと見込むが、ゴルフジャンルのさらなる強化に取り組む等、今期重点的に推し進めているコンテンツ面における強化を継続し、媒体価値向上による挽回を図る。スポット収入は純広告スポット、通販スポットにおいて引き続き顧客開拓に注力する。その他の収入については、中間期のアニメ製作委員会からの出資配当や配信事業の好調継続を予想し、通期でも高い伸び率を見込む。これらが堅調に推移すれば、予想達成の確度は高まると考えられる。利益面は、重点施策として取り組むIPコンテンツの拡充や広告宣伝等の先行投資により通期で減益を予想するが、収益拡大の布石として期待したい。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

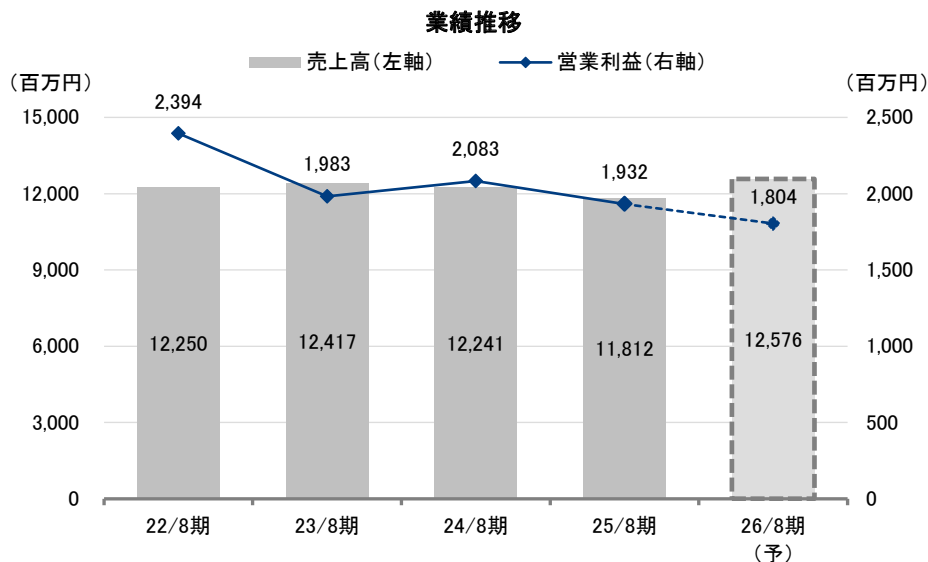
要約

3. 「6つの“力”」を具現化する重点施策「Value4」を推進

2025年8月期に引き続き、中長期戦略で定義した「6つの“力”」（「マーケティング力」「企画力」「戦略構築力」「実行力」「変化対応力」「改革推進力」）を具現化する重点施策「Value4」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つを推進中だ。「I. 放送事業収入の最大化」では、放送事業収入の回復に向け、報道、エンタメ、音楽、紀行・教養、ドラマ、スポーツ、アニメ等の各分野の番組ラインアップと広告宣伝を強化している。「II. 独自IPコンテンツの開発加速」では、子会社の(株)国土社が刊行した『雨上がりのスカイツリー』をドラマ化し、本放送や配信サービス、イベント開催等、各事業連携の実績を残した。「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を拡大し、3ヶ月クールごとの新作アニメ番組の放映や、周辺事業となる他社との協業による「コトブキヤくじ」等のグッズ販売、「AnimeJapan 2026」への出展等の実績を挙げている。「IV. 企業価値向上のための戦略的投資」では、重点施策の実現に向け投資を一層強化し、2030年の売上高130億円超、営業利益率20%超を目指す。アニメや配信等の成長事業を含む、放送事業以外の収入を売上高全体の15%超へと拡大させるべく、アライアンス等を検討中だ。

Key Points

- ・ 2026年8月期中間期は減収減益もおおむね期初予想どおり。アニメ・配信関連が好調
- ・ 2026年8月期は期初予想を据え置き。先行投資等により減益予想も出資配当や配信事業の好調継続等で増収見込む
- ・ 重点施策「Value4」を推進中。IP資産の開発加速と周辺事業拡大で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月に、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61.29%、2026年2月28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、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、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っている。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・時間帯ごとに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。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

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、2026年8月期中間期はタイム収入が70.5%、スポット収入が19.4%、その他収入が10.1%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、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つが大きな特長である。

※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。

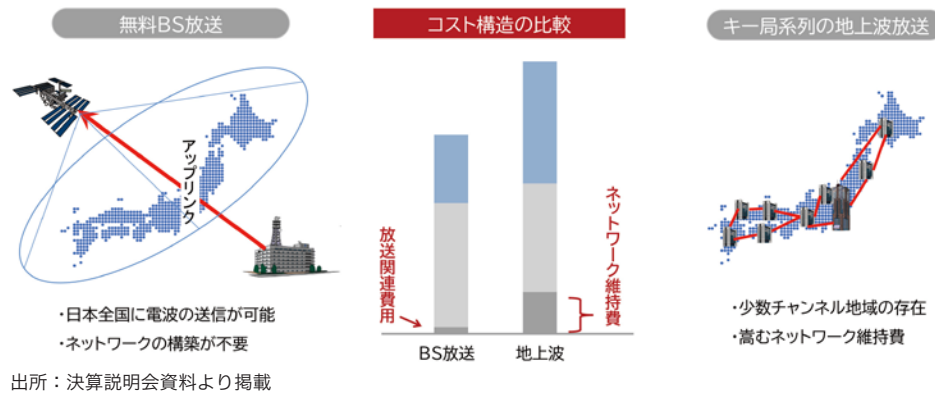
※2 2019年6月・12月「BS民放6社・ビデオリサーチ調査」2回分の平均値。

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大きな割合を占める。BS放送は、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、地上波放送とBS放送とでは放送コストの面では相当の差がある。

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倍～20倍の差があるといわれている。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みられる。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

(株)電通が公表した「2025年 日本の広告費」によれば、2025年における日本の総広告費は前年比5.1%増の8兆623億円であり、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4兆459億円(前年比10.8%増)と成長が著しく、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、市場規模は堅調に推移している。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

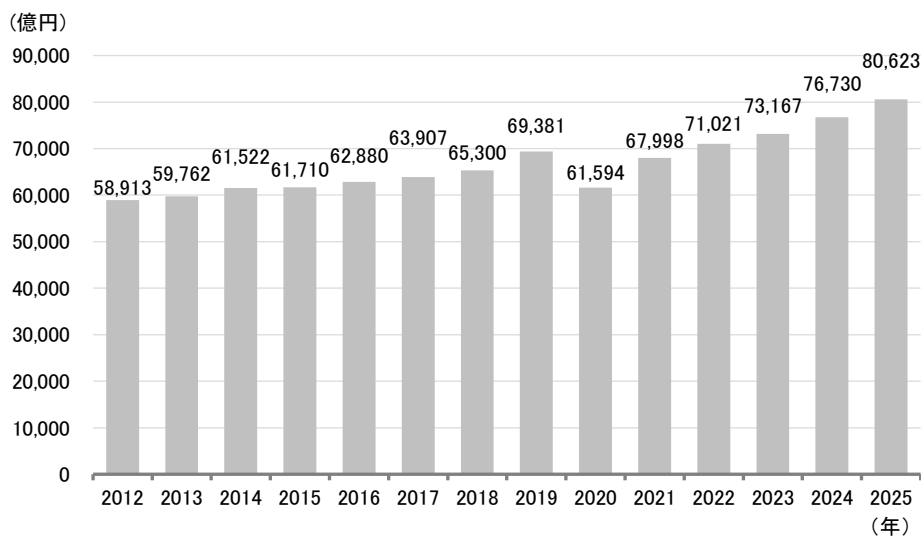
事業環境

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年～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、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って好調に推移した。コロナ禍後は一時その反動が見られるものの、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。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。続く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いており、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4兆円超えとなった。これにより、2025年の構成比はテレビメディアが21.8% (前年比1.1ポイント減)、インターネット広告が50.2% (同2.6ポイント増) 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、屋外や交通、POPで前年を上回り、「イベント・展示・映像ほか」の 카테고리ではシネアド(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、8割近くまで伸長している。さらにインターネットの情報は正確性において不安な面もあることから、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



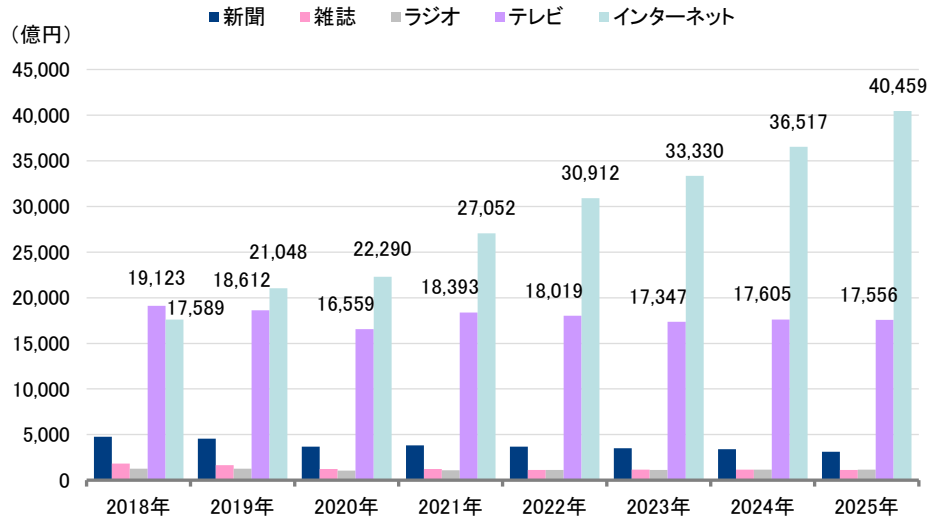
出所：電通「2025年日本の広告費」よりフィスコ作成

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

事業環境

日本の媒体別広告費の推移



出所：電通「2025年日本の広告費」よりフィスコ作成

業績の動向

減収減益ながらアニメ・配信事業収入が大きく増加

1. 2026年8月期中間期の業績概要

2026年8月期中間期の個別業績は、売上高が5,499百万円（前年同期比0.6%減）、営業利益882百万円（同26.0%減）、経常利益911百万円（同24.6%減）、中間純利益630百万円（同24.6%減）となり、連結業績は売上高が5,834百万円（同0.9%減）、営業利益849百万円（同26.7%減）、経常利益876百万円（同25.3%減）、親会社株主に帰属する中間純利益596百万円（同25.7%減）となった。いずれも減収減益での着地となる。

個別業績では、売上面は主力のタイム収入において引き続き公営競技が好調だったが、ショッピングカテゴリーが伸び悩み同3.4%減となったほか、スポット収入が純広告スポットで増加基調を維持したものの、通販スポットにおいて苦戦し、同3.8%の減収となった。一方でその他部門は同34.6%増と大きく伸びた。アニメ製作委員会からの出資配当収入が好調だったほか、「BS11+」等の配信事業収入の堅調が要因である。利益面は、中間期時点で各段階利益が前年同期比で大きくマイナスとなったが、2026年8月期は放送事業収入最大化やその他事業の収益拡大に向け、既存コンテンツの強化や新規コンテンツの開発、良質なアニメコンテンツの確保に注力するほか、宣伝活動を強化していることが要因である。なお、期初予想比に対しては想定どおりの水準で着地している。連結業績については、出版子会社の減収があったが、予想比の減収幅は個別業績並み、利益面ではやや上回った。

業績の動向

2026年8月期中間期決算の概要 (個別)

(単位：百万円)

	25/8月中間期		26/8月中間期				
	実績	実績	前年同期比		予想	予想比	
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	5,534	5,499	-0.6%	-34	5,751	-4.4%	-251
売上総利益	2,799	2,511	-10.3%	-287	-	-	-
営業利益	1,192	882	-26.0%	-310	888	-0.8%	-6
経常利益	1,208	911	-24.6%	-297	914	-0.4%	-3
中間純利益	836	630	-24.6%	-205	632	-0.4%	-2

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2026年8月期中間期決算の概要 (連結)

(単位：百万円)

	25/8月中間期		26/8月中間期				
	実績	実績	前年同期比		予想	予想比	
			増減率	増減額		増減率	増減額
売上高	5,889	5,834	-0.9%	-55	6,079	-4.0%	-244
売上総利益	2,947	2,665	-9.6%	-282	-	-	-
営業利益	1,159	849	-26.7%	-309	830	2.3%	19
経常利益	1,174	876	-25.3%	-297	858	2.2%	18
親会社株主に帰属する 中間純利益	801	596	-25.7%	-205	576	3.5%	20

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70.5%を占めるタイム収入は、3,875百万円 (前年同期比3.4%減) とわずかに減収となった。期初予想 (4,091百万円) 比では5.3%減であった。一定の視聴者層から根強い人気がある競馬中継等の公営競技に関するセールスが引き続き好調だった一方、ショッピングカテゴリーの売上が伸び悩んだ。新規スポンサーの開拓や休眠スポンサーへのアプローチ強化を進めたものの、ショッピングカテゴリーをカバーするには至らなかった。売上高全体の19.4%を占めるスポット収入は同3.8%の減収だった。予想 (1,139百万円) 比では6.3%減となった。新規取引開拓に注力した純広告スポットで、大口顧客の獲得に成功したこと等により増加基調を維持したものの、通販スポットの売上減が響いた。通販スポットについては、スポンサーの購買層と重なる視聴者を持つドラマゾーンの番組編成を充実させる等、スポンサーに訴求しており、こうした取り組みの成果が現れるまでには、一定期間を要するものと見ている。これらの放送事業収入が伸び悩んだ一方で、その他の収入は同34.6%増の556百万円と大きく伸びた。予想 (520百万円) 比でも7.0%増を確保し、全体に占める比率は10.1% (同2.6ポイント増) に上昇した。アニメ製作委員会からの出資配当収入の増加に加え、オリジナル配信プラットフォーム「BS11+」やTVer等の配信事業が堅調に推移した。アニメ番組については、獲得競争が激化している中でも、作品のポテンシャルを見極めた積極的な出資が奏功した。重点施策に掲げる独自IPコンテンツ開発については配信事業の強化が実を結びつつある。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

業績の動向

売上区分別実績 (個別)

(単位：百万円)

	25/8期中間期		26/8期中間期		
	実績	実績	前年同期比	予想	予想比
売上高	5,534	5,499	-0.6%	5,751	-4.4%
タイム収入	4,010	3,875	-3.4%	4,091	-5.3%
スポット収入	1,109	1,067	-3.8%	1,139	-6.3%
その他	413	556	34.6%	520	7.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

重点施策「Value4」を強力に推進中

3. 2026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2026年8月期から、「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「Value4」を推進中である。

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ている。施策の柱としてタイムテーブルの戦略的強化や視聴者ニーズの徹底分析を継続し、番組購入のみならず、同社独自IPとなる自社制作番組を強化しタイムテーブル拡充につなげる方針を明確化している。レギュラー番組では『鶴瓶のええ歌やなあ』や『黒谷友香、お庭づくります』といった人気番組において年末年始に拡大版を放送し、新規視聴者の獲得に努めた。前者は故八代亜紀さんの三回忌を偲ぶ内容を軸として年末のゴールデンタイムに放送し、年始には「お正月2時間スペシャル」としてゲストに堺正章さんを迎えたほか、番組後半は「紅白常連歌手SP」として紅白出場歌手の総集編を放送した。後者は、黒谷さんがこれまでつくりあげてきた「友の庭」の軌跡をピフォーアフター形式で振り返る、新春拡大スペシャルを放送した。またコラボレーション施策として『京都の紅葉生中継2025』や『冬の京都2026』を地方局と共同制作し、放送した。アニメ番組では、アニメファンを引き付ける番組編成を継続しており、2025年10月クールに話題の新作を含む40作品を、2026年1月クールも同様に40作品を放送した。

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コンテンツの開発を加速させる。実際、2026年8月期中間期は、番組購入費が前年同期比47百万円減(24.4%減)の一方、番組制作費は同320百万円増(21.6%増)と、番組制作に資金を集中投入した。これによりIPを活用した既存コンテンツ強化と新規コンテンツ開発を推進中だ。前者の例では前述のレギュラー番組強化に取り組んでおり、後者では子会社の国土社が刊行した児童書を原作としたドラマ『雨上がりのスカイツリー』を制作し、2026年2月より配信プラットフォーム「U-NEXT」にて先行独占配信した。本業の番組放送だけでなく配信サービスにも展開可能な独自IPコンテンツ開発を推進している。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

業績の動向

III. アニメビジネスの収益基盤拡充

引き続きアニメビジネスにおける収益拡大を図る。クールごとに新作をはじめとする良質なアニメコンテンツを確保するとともに、新規事業を推進する。前者については、集中して資金を投下している番組制作費の一部を活用して施策を進める。2025年10月クールにおいては、『終末ツーリング』『千歳くんはラムネ瓶のなか』『グノーシア』といったアニメファンを引き付ける作品が放送された。また2026年1月クールでは『Fate/strange Fake』『鎧真伝サムライトルーパー』『エリスの聖杯』といった注目作が放送された。後者については(株) 壽屋とのコラボによる「BS11×KOTOBUKIYA コトブキヤくじ」の販売や、毎年恒例の『アニメロサマーライブ 2025“ThanXX!”powered by Anison Days』の元日独占放送等、イベントと放送のコラボレーションの実績を積み上げている。

IV. 企業価値向上のための戦略的投資

企業価値向上のための戦略的投資として、IPコンテンツへの投資のほか、投資効果を最大化すべく、2026年8月期中間期は広告宣伝費を前年同期比47百万円増(15.6%増)と、新聞広告やWeb広告を中心とした宣伝活動にも注力した。一時期、潮流からWeb広告に主眼を置いたが、視聴者接点の拡大を目指す観点から視聴者との親和性を考慮し、新聞広告にもあらためて注力しており、持続的成長を実現する環境構築を進めている。

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、独自IPコンテンツの開発を加速させる施策の下、ドラマ分野のコンテンツ調達を見直した結果、前年同期比24.4%減の146百万円となった。同社が主要収益源とすえる、平日10時～19時台の「ドラマゾーン」におけるメイン視聴者層(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月期中間期は、より費用対効果の高いドラマコンテンツを厳選した。具体的には、根強い人気を誇る中国時代劇や韓国ドラマ、過去に人気のあった国内時代劇を中心とした番組編成とした。一方、番組制作費は、同21.6%増の1,808百万円と大幅に増加した。IPコンテンツ拡充に向け既存IPの強化や新規IPの開発のほか、良質なアニメ作品の拡充等に取り組んだ。番組関連費用全体としては、おおむね期予想どおりの実績であり、同16.3%増の1,955百万円、主要費用項目全体に占める割合は、同1.7ポイント増の75.4%に上昇した。

また、売上原価となる放送関連費用は、衛星利用料の見直しにより、放送委託費が同3.5%減の235百万円となった。技術費は、同3.0%減の30百万円となった。販管費となる広告関連費用に関しては、広告宣伝費は同15.6%増の348百万円、販売促進費は前年同期と同水準の26百万円となった。広告宣伝費については、重点施策の企業価値向上のための戦略的投資として、新聞広告やWeb広告を中心とした宣伝活動を積極化している。

業績の動向

主要費用項目実績 (個別)

(単位：百万円)

	25/8期中間期	26/8期中間期	
	実績	実績	前年同期比
番組関連費用 (原価)	1,682	1,955	16.3%
番組購入費	194	146	-24.4%
番組制作費	1,487	1,808	21.6%
放送関連費用 (原価)	274	265	-3.5%
放送委託費	243	235	-3.5%
技術費	31	30	-3.0%
広告関連費用 (販管費)	327	374	14.3%
広告宣伝費	301	348	15.6%
販売促進費	26	26	-

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

2026年8月期中間期末時点の資産合計は、前期末比355百万円減少し26,543百万円となった。主な要因は、現金及び預金が69百万円増加したものの、売掛金が175百万円減少、有価証券が99百万円減少したほか、固定資産の減価償却が進んだことにより有形固定資産が156百万円減少したこと等によるものである。負債合計は同416百万円減少し、2,055百万円となった。主な要因は、買掛金が101百万円、未払法人税等が51百万円、流動負債項目の未払金が88百万円、未払費用が79百万円、未払消費税が72百万円と、それぞれ減少したこと等による。純資産合計は同61百万円増加し24,487百万円となった。主な要因は、利益剰余金について、前期末の配当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中間純利益596百万円の計上により61百万円増加したこと等による。この結果、2026年8月期中間期末時点の自己資本比率は92.2% (前期末比1.5ポイント増)、流動比率は883.0% (同147.8ポイント増) となった。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

業績の動向

簡易貸借対照表 (連結)

(単位：百万円)

	25/8期末	26/8期中間期末	増減額
流動資産	17,223	16,999	-223
現金及び預金	13,988	14,057	69
受取手形及び売掛金	2,189	2,013	-175
棚卸資産	616	621	4
固定資産	9,675	9,543	-131
有形固定資産	6,673	6,517	-156
無形固定資産	34	36	2
投資その他の資産	2,966	2,989	22
資産合計	26,898	26,543	-355
流動負債	2,342	1,925	-417
買掛金	923	822	-101
短期借入金	80	100	20
未払法人税等	385	333	-51
固定負債	129	130	0
負債合計	2,472	2,055	-416
純資産合計	24,426	24,487	61
負債純資産合計	26,898	26,543	-355

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

2026年8月期中間期末の現金及び現金同等物残高は4,057百万円と、前年同期末比547百万円減少した。営業活動によるキャッシュ・フローは、527百万円の獲得（前年同期は993百万円の獲得）となった。税金等調整前中間純利益876百万円の計上、法人税等の支払額349百万円等があったことによる。投資活動によるキャッシュ・フローは、1,057百万円の獲得（前年同期は2,006百万円の使用）となった。主に定期預金の払戻による収入1,000百万円等があったことによる。財務活動によるキャッシュ・フローは、514百万円の使用（前年同期は535百万円の使用）となった。主に配当金の支払い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)

	25/8期中間期	26/8期中間期	前年同期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	993	527	-466
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-2,006	1,057	3,063
財務活動によるキャッシュ・フロー	-535	-514	20
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-1,012	1,584	2,596
現金及び現金同等物の中間期末残高	4,604	4,057	-547

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4,057百万円以外に預入期間が3ヶ月超の定期預金が10,000百万円ある。そのため26/8期中間期末貸借対照表の現金及び預金は14,057百万円となる

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本BS放送

2026年6月5日(金)

9414 東証スタンダード市場

<https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

■ 今後の見通し

2026年8月期は増収減益予想を据え置き、積極投資を継続

● 2026年8月期の業績見通し

2026年8月期業績は、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)と増収減益の期初時点の予想を据え置いた。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、こちらも増収減益の期初予想を据え置いた。ただし、個別については売上高の内訳を見直しており、タイム収入を8,287百万円(期初予想比0.8%減)、スポット収入を2,263百万円(同3.5%増)、その他を1,249百万円(同0.4%減)とした。中間期の純広告スポットの増加基調を踏まえ、微修正したと考えられる。売上面では期初に策定した重点施策に基づき、引き続きIPコンテンツの開発加速と連動した放送事業収入の最大化を推進するほか、周辺事業の収益拡大を目指す。放送事業収入については、タイム収入は中間期に続き状況は厳しいと見込むが、ゴルフジャンルのさらなる強化に取り組む等、今期重点的に推し進めているコンテンツ面における強化を継続し、媒体価値向上による挽回を図る方針だ。スポット収入については純広告スポット、通販スポットそれぞれにおいて引き続き顧客開拓に注力する。その他の収入については、中間期時点で好調だったアニメ製作委員会からの出資配当や配信事業の好調継続を予想し、通期でも高い伸び率を見込む。期初予想に対する中間期までの進捗は若干ネガティブだが、これらが堅調に推移すれば、予想達成の確度は高まると考えられる。利益面は、重点施策として取り組むIPコンテンツの拡充や広告宣伝等の先行投資により通期で減益予想となるが、収益拡大の布石として期待したい。

2026年8月期の業績予想(個別)

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期		通期予想	前期比		中間期進捗率
	中間期実績	通期実績	中間期実績	前年同期比		増減率	増減額	
売上高	5,534	11,039	5,499	-0.6%	11,800	6.9%	760	46.6%
タイム収入	4,010	8,155	3,875	-3.4%	8,287	1.6%	132	46.8%
スポット収入	1,109	2,038	1,067	-3.8%	2,263	11.1%	225	47.1%
その他	413	845	556	34.6%	1,249	47.7%	403	44.5%
営業利益	1,192	1,988	882	-26.0%	1,800	-9.5%	-188	49.0%
経常利益	1,208	2,043	911	-24.6%	1,886	-7.7%	-157	48.3%
当期(中間)純利益	836	1,413	630	-24.6%	1,305	-7.7%	-108	48.3%

出所：決算短信、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 (連結)

(単位：百万円)

	25/8期		26/8期					
	中間期実績	通期実績	中間期		通期予想	前期比		中間期進捗率
			実績	前年同期比		増減率	増減額	
売上高	5,889	11,812	5,834	-0.9%	12,576	6.5%	763	46.4%
営業利益	1,159	1,932	849	-26.7%	1,804	-6.6%	-128	47.1%
経常利益	1,174	1,985	876	-25.3%	1,888	-4.9%	-97	46.4%
親会社株主に帰属する 当期(中間期)純利益	801	1,345	596	-25.7%	1,306	-2.9%	-39	45.6%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 中長期成長戦略

「Value4」の推進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、を加えて「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」の進捗状況

同社は2026年8月期から、「6つの“力”」を具現化する重点施策として、「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「Value4」として掲げて推進している。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、これらの重点施策を推進することにより強力に後押しする。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

中長期成長戦略

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

I. 放送事業収入の最大化

主軸の放送事業収入は2026年8月期中間期において予想をやや下回る実績となった。下期もタイム収入でショッピングカテゴリーの伸び悩みを予想する一方、スポット収入では増加基調の純広告スポットのセールスに注力し増収を目指す。スポンサーへの強力なアピールとなるコンテンツ施策として、当期から、報道、エンタメ、音楽、紀行・教養、ドラマ、スポーツ、アニメ等各分野の番組ラインアップを強化するとともに広告宣伝にも注力し、各分野のメイン視聴者の反応を番組作りや番組編成に反映させて高視聴率を獲得する取り組みを進めている。これにより、放送事業収入の早期回復とさらなる成長を目指す。具体例として、2026年4月からは、BS視聴者に人気の高いゴルフ番組をレギュラー化し、『飯島茜のアカネ式!大学女子ゴルフ部』を自社制作により放送している。また、同時期の3月からは、2026年で8年目を迎える若手女子ゴルファーによるトーナメント『マイナビネクストヒロインゴルフツアー2026』の年間18試合の放送を開始しており、これらの相乗効果でゴルフファンの取り込みを図っている。このほか、ドラマ分野では、国内時代劇等を拡充し、根強い人気を誇る『名奉行 遠山の金さん』や、サスペンスドラマ「松本清張シリーズ」を放送している。中国時代劇や韓国ドラマ、ヨーロッパミステリーと合わせてドラマコンテンツのラインアップをより一層厚くし、新規視聴者の獲得を促進する。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

中長期成長戦略

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、及びコラボレーション施策を推進している。前者については、前述の『雨上がりのスカイツリー』を配信プラットフォームで先行配信し、2026年4月には同社で放送を開始した。また配信に先立ち上映イベントを開催したほか、同月にはTVerで見逃し配信を行う等、収益拡大に向け多面的に対応した。IPコンテンツの活用において重要な位置づけとなる配信事業収入は、2026年8月期第1四半期に前年同期比で331.7%増、第2四半期は同207.7%増と堅調に推移した。下期も「BS11+」において、テレビ放送している『宝塚カフェブレイク』でのタカラジェンヌのインタビューのノーカット版や未公開トーク映像を公開する『宝塚カフェブレイク+(プラス)』を配信する等、コンテンツ充実策を行っており、引き続き積極的な対応を図る。後者については、番組ファンの基盤形成・拡大に向けたイベントを展開している。レギュラー番組の『太田和彦のふらり旅 新・居酒屋百選』では「太田和彦のふらり旅 新・居酒屋百選 presents 第1回『太田和彦と呑もう会』in 新潟県・長岡」と題するイベントを開催し、番組で訪れた名店にて出演者の太田さんと視聴者が触れ合う機会を提供した。また、人気歴史番組の『偉人・敗北からの教訓』では「『村井美樹と伊東潤のお城活TV』SPイベント」を開催し、視聴者が出演者の伊東さんと小田原城の魅力や歴史と一緒に学ぶツアーを開催した。

III. アニメビジネスの収益基盤拡充

各クールにおいて、新作を中心に多くの良質なアニメを放送する番組編成は同社の強みである。2026年8月期も引き続きアニメコンテンツの充実とともに周辺事業を拡大し、収益基盤の拡充を図っている。2026年4月クールは話題の新作を含む37作品を放送している。人気の『転生したらスライムだった件』の第4期シリーズのほか、『灰原くんの強くて青春ニューゲーム』や『上伊那ぼたん、酔へる姿は百合の花』等の話題作を放送開始した。また周辺事業として前述の「コトブキヤくじ」のほか、2026年3月には「AnimeJapan 2026」に出展し、新作アニメの豪華キャスト陣によるトークステージを開催した。今後は、(株)A3と協業してアニメ放送作品をグッズ化し、期間限定のポップアップストアで販売する企画の展開も予定している。このようにアニメ分野のさらなる成長に向けた取り組みを加速させ、「アニメのBS11」としての地位向上と収益拡大を推進している。

IV. 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%超の達成に向けて、安定的・効率的な収益体制を構築すべく、IPやアニメといったコンテンツ投資に加えてAI等の先端技術を活用した生産性向上のための投資や人材投資等を強化する。売上面では、収益の柱である放送事業の拡大と、アニメ関連や配信をはじめとする成長分野に注力する。特にその他事業収入については、売上高に占める割合を2025年8月期の7.7%から2030年には15%超に成長させる方針で、M&Aや資本業務提携等のアライアンスを検討中だ。並行してコスト効率の向上を追求し、営業利益率を高めるための施策の具体化を検討している。

アライアンス事業の一環として、資本提携する(株)エフエム東京とコラボレーションしたイベント計画を進めており、2026年5月には、日本武道館にてイベント「TOKYO FM/BS11 presents 昭和100周年記念 昭和ゴールデンHITS 100 in Orchestra～宝塚レジェンドスターたちが歌う昭和の名曲!～」を開催した。同社は、イベント開催で多くの実績を有するエフエム東京とコラボレーションを重ねることで、イベント開催のノウハウを蓄積するメリットを享受できているようだ。

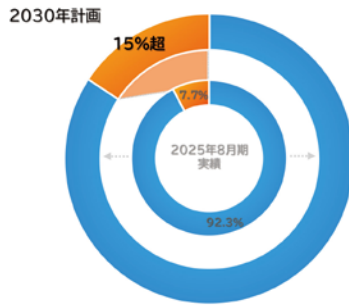
企業価値向上のための戦略的投資

● 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

■ その他事業収入 売上高推移(半期別)



出所：決算説明会資料より掲載

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。

日本BS放送 | 2026年6月5日 (金)

 9414 東証スタンダード市場 | <https://corp.bs11.jp/ja/ir.html>

SDGsへの取り組み

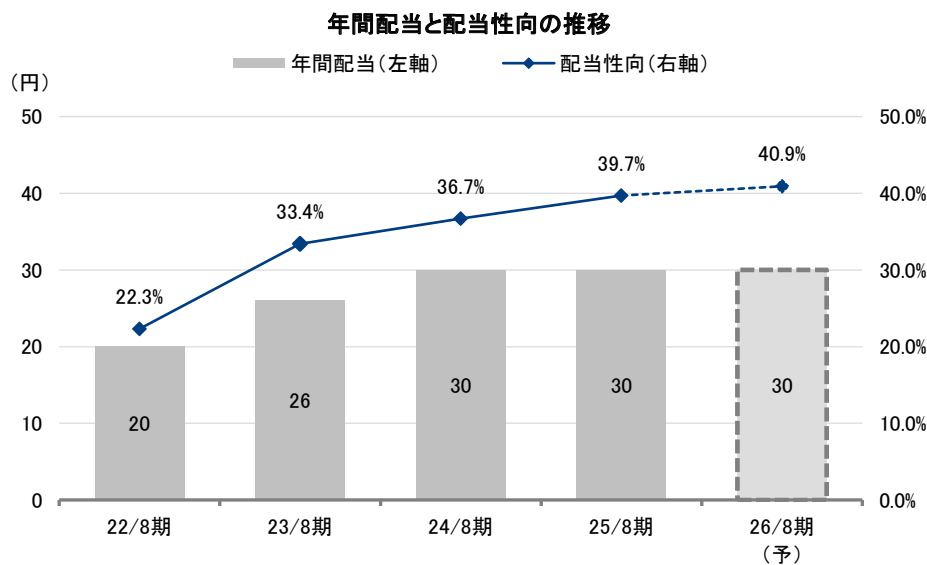
ダイバーシティの推進については、ジェンダー平等として女性社員の活躍に向けた環境整備や、人材の多様化のための中途採用等を強化している。同社によれば、2025年8月期末時点での割合は、女性社員は35.4%、女性管理職は24.0%、中途採用者は80%以上である。同社では、放送局として魅力あるコンテンツを視聴者に提供するためにはコンテンツの多様性が重要と考えており、多様性のあるコンテンツを生み出すために、人材戦略においても多様性を重視している。この考えはSDGsにも通じるものであり、同社で働く社員にとっても好意的に受け止められているようである。

2026年4月には「人権方針」を策定した。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ており、同社の人権尊重に対する基本姿勢を明確にしている。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。

株主還元

2026年8月期配当は期初予想どおり

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、理由のいかなを問わず、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