

|| 企業調査レポート ||

表示灯

7368 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年7月3日(金)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Hoshi Takumi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
3. 株主還元	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	04
3. 事業内容	05
■ 業績動向	08
1. 2026年3月期の業績概要	08
2. 事業セグメント別動向	09
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	14
1. 2027年3月期の業績見通し	14
2. 2027年3月期の重点施策	15
■ 株主還元策	16

表示灯

7368 東証スタンダード市場

2026年7月3日 (金)

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

■ 要約

収益多角化が進展するなか、主力のナビタ事業も再成長をねらう

表示灯<7368>は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告ナビタ（地図広告）が主力事業である。ナビタは、周辺地図・公共施設・災害時の避難場所などの情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2026年3月末時点で、2,392駅、1,053自治体、339病院、157神社・寺院など全国4,132ヶ所に設置されている。また、全国の鉄道会社で広告を取り扱うことが許可される指定業者であることに加え、低価格で広告を提供する方法を確立し、同社サービスを継続的に利用する多くの広告主（以下、協賛スポンサー）を獲得していることから、後発企業に対して高い参入障壁を築き上げており、優位性を確保している。

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上収益10,832百万円、営業利益1,049百万円、経常利益1,138百万円、親会社株主に帰属する当期純利益804百万円となった。2025年10月1日付での（株）アイセイの連結子会社化に伴い、2026年3月期第3四半期より連結決算に移行しており、前期の単体実績（売上収益10,020百万円、営業利益980百万円）と比較すると増収増益である。セグメント別の前期の単体実績との比較では、ナビタ事業は微減収、アド・プロモーション事業とサイン事業が増収となった。

2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績予想は、売上収益で前期比4.3%増の11,300百万円、営業利益で同3.9%増の1,090百万円、経常利益で同3.2%増の1,175百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.7%増の810百万円と、増収増益の見通しとなっている。ナビタ事業が堅調に推移し、アド・プロモーション事業とサイン事業が増収のけん引役となる構図に変化はない。営業利益の小幅増は、売上拡大に向けた営業体制強化に伴う人材獲得に加え、ナビタの付加価値拡大に向けた設備投資が引き続き利益の伸びを抑制するためである。

3. 株主還元

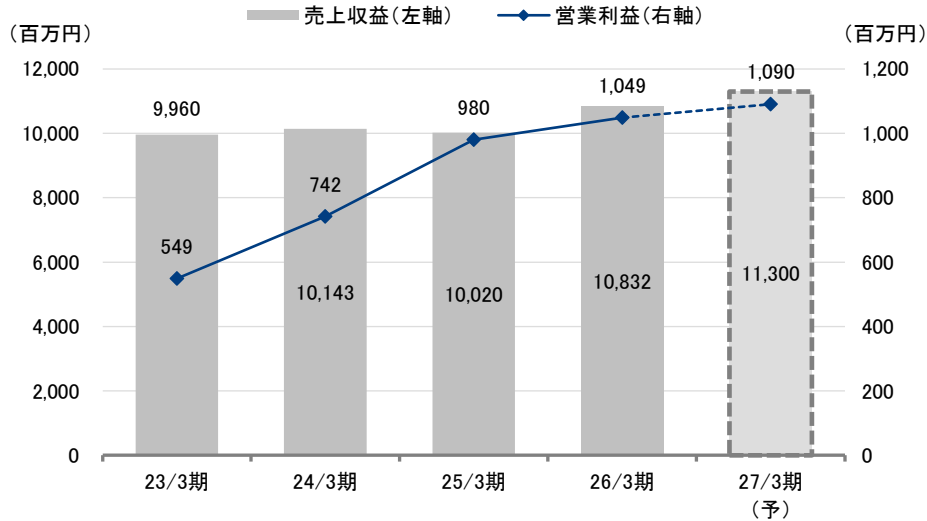
同社はコロナ禍の影響を大きく受けた2023年3月期の収益低下局面においても通期60.0円配を維持するなど、株主へ安定的に還元しており、配当性向が100%を超えることもあった。一方、2025年3月期の1株当たり配当金は61.0円と増配し、2026年3月期は62.0円（配当性向36.4%）を決定した。さらに、2027年3月期においては、利益還元の強化を目的に中間・期末の普通配当をそれぞれ1.0円増配し、これに創立60周年記念配当1.0円を加えた年間65.0円（配当性向37.9%）への増配を予定している。

Key Points

- ・ 2026年3月期は堅調な業績、アド・プロモーション事業がけん引
- ・ 2027年3月期は増収増益の見通し、ナビタ再成長に向けた施策実施
- ・ 2027年3月期の配当金は記念配当含め、1株当たり65.0円の増配計画

要約

業績推移



注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

公共施設を中心に周辺案内地図広告を展開、 全国4,000ヶ所以上に設置

1. 会社概要

同社の主力事業は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告であるナビタである。ナビタは、周辺地図・公共施設・商業施設・行政情報・災害時の避難場所などの情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2026年3月末時点で、2,392駅、1,053自治体、339病院、157神社・寺院など、合計4,132ヶ所に設置されており、全国で同社ほどの規模で行っている同様のサービスは見当たらない状況となっている。既に多くの場所に設置していることに加え、全国の鉄道会社で広告を取り扱うことが許可される指定業者であること、1つの媒体に複数の地域の協賛スポンサーを募集し掲載するというユニークな連合広告の形態を展開し、低価格で広告を提供する方法を確立しており、同社サービスを継続的に利用する多くの協賛スポンサーを獲得していることから、後発企業に対して高い参入障壁を築き上げており、優位性を確保している。同社のナビタ設置は、ロケーションオーナーにとっては導入費用の削減や業務の軽減、利用者にとっては利便性の向上をもたらすため、三者それぞれにメリットがある仕組みを確立している。

表示灯 | 2026年7月3日 (金)
7368 東証スタンダード市場 | <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

会社概要

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

当初はナビタ事業のみであったが、交通広告や屋外広告などの周辺領域をカバーするためにアド・プロモーション事業を開始し、その後広告の設置工事を内製化するためにサイン事業も立ち上げた。2026年3月期第3四半期よりアイセイの子会社化に伴い連結決算へ移行しており、アイセイとのシナジーによりサイン事業の体制をさらに強化した。現在は3事業を展開する連結グループとして、総合広告代理店として企画立案から設置まで一気通貫で対応できる体制となっている。

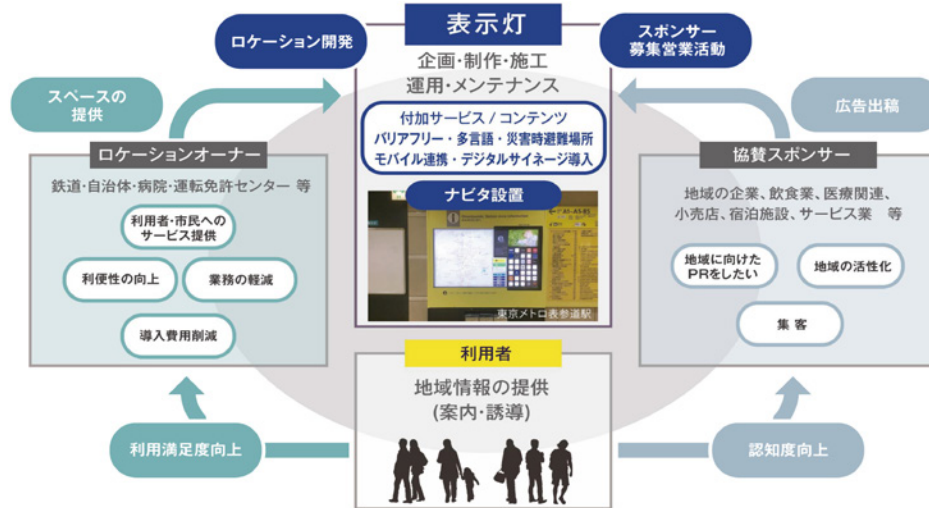
ナビタの例



出所：決算説明会資料より掲載

会社概要

同社のビジネスモデル



出所：決算説明会資料より掲載

2. 沿革

同社は、創業者の吉田大士（よしだもとひと）取締役会長が中心となり1967年2月に日本交通表示灯（株）を創業し、愛知県名古屋市中区において市バスのバス停に交通広告を掲出する事業を開始した。

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

沿革

年月	主な沿革
1967年 2月	公共の分野で貢献することを目的として日本交通表示灯（株）を設立
1968年 2月	ナビタ以外の各種広告を幅広く扱うアド・プロモーション事業を開始
1969年 7月	設置に施工が伴う広告、看板、案内板などを扱うサイン事業を開始
1970年 5月	東京支社を開設
2007年 8月	全株取得により、トー・ナビタ（株）を完全子会社化
2012年11月	トー・ナビタを関連会社化
2014年 9月	インバウンド対応の推進に向けて（独）国際観光振興機構（日本政府観光局）と連携
2017年 4月	東京、名古屋の2本社制を導入
2017年11月	トー・ナビタを完全子会社化
2017年12月	トー・ナビタを吸収合併
2021年 4月	東京証券取引所（以下、東証）市場第二部に上場
2022年 4月	東証の新市場区分化に伴い、スタンダード市場に上場市場を移行
2026年 5月	ソウル営業所を開設

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

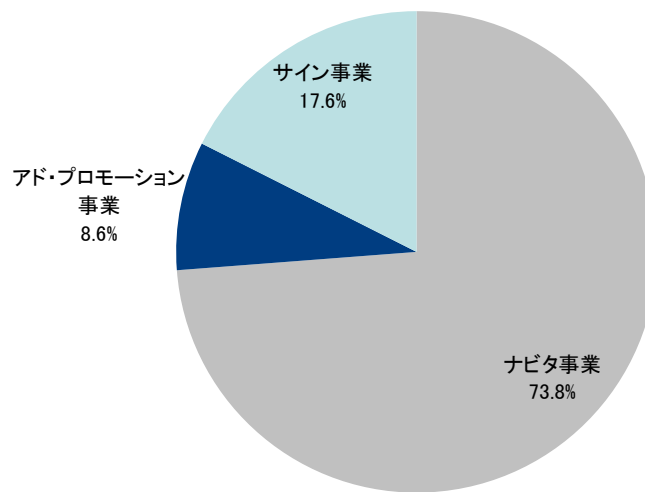
会社概要

主力ナビタの安定基盤に加え、デジタル広告やサイン事業を展開

3. 事業内容

同社の事業セグメントは、ナビタ事業、アド・プロモーション事業、サイン事業の3つである。2026年3月期の事業別構成比では、ナビタ事業が売上収益の73.8%と、営業利益の大半を占める主力事業となっている。

売上収益の構成比(2026年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ナビタ事業

ナビタは、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告である。現在は全国の鉄道駅や自治体庁舎、交番・警察署、運転免許センター、病院、神社・寺院などに設置されている。地図情報に加え、公共施設、災害時の避難場所などを盛り込んだ公共性の高い媒体であり、LED、液晶モニター、タッチパネル、多言語対応、屋内・屋外仕様など様々な形態が存在する。ナビタ事業は、設置場所のロケーションオーナー、協賛スポンサー、利用者の3者にとってメリットがあるビジネスモデルとなっている。ロケーションオーナーはナビタの設置により施設利用者へのサービス向上につながるとともに、場所を提供する対価として収入を得ることができる。協賛スポンサーは、利用者が多い好立地へ連合広告として出稿できるため、コストを抑えながら高い広告効果を得られる。こうした強みを背景に、同社は広告付き周辺案内地図の領域においてシェアトップクラスの地位を築いており、高い参入障壁と強固な顧客基盤を構築している。この結果、2026年3月末時点のナビタ総契約件数は69,707件に上った。なお、ナビタ事業はターゲットや設置場所により、ステーションナビタ、シティナビタ、公共ナビタ、メディカルナビタ、神社・寺院ナビタに分類される。

会社概要

a) ステーションナビタ

ステーションナビタは、2026年3月末現在でJRグループ各社・私鉄・地下鉄の全国2,392駅(うち、乗降者数30,000人以上/日の主要994駅では80%を超えるカバー率)の改札付近に設置されており、協賛スポンサー数は約33,200件に上る。交通広告は鉄道会社の指定代理店が取り扱うのが慣例だが、同社はナビタ事業を端緒として全国の鉄道会社の指定業者となっている。2025年6月からは、各鉄道会社の車両デザインをコンセプトにした「電車ナビタ」を関東エリアの私鉄(京急電鉄、西武鉄道、東武鉄道、京成電鉄、北総鉄道)で展開しており、現在は静岡県遠州鉄道をはじめ、ほかの地域への拡大も進めている。

ステーションナビタの例


(京急電鉄 黄金町駅)



(西武鉄道 田無駅)



(東武鉄道 新鹿沼駅)



(京成電鉄 常盤平駅)



(北総鉄道 白井駅)



(遠州鉄道 新浜松駅)

出所：決算説明会資料より掲載

b) シティナビタ

シティナビタは全国の自治体庁舎内に設置され、地図上で公共施設や避難場所情報などを知らせるとともに、庁舎内の案内や行政情報を表示し、広告スペースでは民間商業施設を地域情報として紹介している。設置する自治体にとっては費用の負担なく税外収入(広告納金)が得られるうえ、来庁者サービスの向上につながるなどのメリットがある。2026年3月末現在で全国1,053自治体に設置されており、シティナビタの協賛スポンサー数は33,249件となる。

c) 公共ナビタ

公共ナビタは、交番・警察署、運転免許センターなどの全国の警察関連施設に2026年3月末現在で191ヶ所に設置されている。警察関連施設で情報を発信することで、地域に密着し、ターゲットを特定した訴求効果を得られるメリットがある。

d) メディカルナビタ

メディカルナビタは、高難度手術や高度先進医療を提供する地域医療支援病院・特定機能病院など2026年3月末現在で全国339病院に設置されている。同社は単なる広告媒体ではなく、周辺地図を通じた地域医療の強化・促進コンテンツであり、社会性のある広告媒体として位置付けている。

会社概要

e) 神社・寺院ナビタ

神社・寺院ナビタは、2026年3月末現在で全国157の神社・寺院に設置されている。設置された場所の由来や境内案内をはじめ、周辺の街区案内、公共施設情報、災害時の避難場所を多言語で掲載できる。設置場所の由来なども伝えることで、その土地の文化的背景や歴史を伝える役割も担っている。

(2) アド・プロモーション事業

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

商品構成は、駅構内に掲出される駅広告、電車内に掲出される車両広告、歩行者やドライバーなどを対象にする屋外広告やバス広告、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などを媒体にするマス広告、Webサービスなどがある。このうちWebサービスである免税店検索サイト「TAXFREESHOPS.JP」は、アジア圏を中心に利用者数が増加傾向にあり、クーポン利用による手数料収入が堅調に推移している。2026年5月には海外展開強化の一環として韓国・ソウル市内に営業所を開設しており、訪日外国人の中で最も構成比の高い韓国人旅行者の需要を掘り起こすことで、さらなる収益基盤の強化を図っている。また、二次元コードにより目的地までの道案内機能を持つモバイルナビゲーションアプリ「ここからGO!」などのサービスも提供している。

アド・プロモーション事業の主要広告媒体



出所：決算説明会資料より掲載

会社概要

(3) サイン事業

サイン事業は、全国の鉄道会社や自治体などの取引先とのネットワークを活用し、広告・看板・案内板などの企画設計から施工に至るサービスを提供している。商品構成は、鉄道会社向けの交通サイン、自治体向けの公共サイン、商業施設向けの商業サインを中心に、窓口業務のDXを推進しハローワーク等へも導入が広がる番号案内表示システム、観光案内システムなど自社開発のプラットフォーム技術を導入から運用管理まで手掛けるデジタルサイネージなどがある。2025年10月には愛知県内でサインの企画・設計・施工をトータルに提供するアイセイを子会社化しており、同社が愛知県内で大型案件を獲得するなど、東名阪を中心としたグループの施工・営業体制を大幅に強化した。北陸新幹線加賀温泉駅前における大型LEDビジョンの技術提供など、高付加価値なデジタルソリューションの展開も推進している。

サイン事業における施工・案内システム例


出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

2026年3月期は堅調な業績、アド・プロモーション事業がけん引

1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上収益10,832百万円、営業利益1,049百万円、経常利益1,138百万円、親会社株主に帰属する当期純利益804百万円となった。2025年10月1日付でのアイセイの連結子会社化に伴い、2026年3月期第三四半期より連結決算に移行しており、前期の単体実績(売上収益10,020百万円、営業利益980百万円)と比較すると増収増益である。セグメント別では、前期の単体実績との比較において、ナビタ事業が微減収となった一方、アド・プロモーション事業とサイン事業は増収となった。営業利益の前期の単体実績との比較では、従業員の賃上げや営業手当の増額、販売促進費の発生等により販管費が増加したが、アド・プロモーション事業の収益増やサイン事業の収益改善がこれらを吸収し、増益を確保した。

表示灯 | 2026年7月3日 (金)
 7368 東証スタンダード市場 | <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

業績動向

2026年3月期の業績

(単位：百万円)

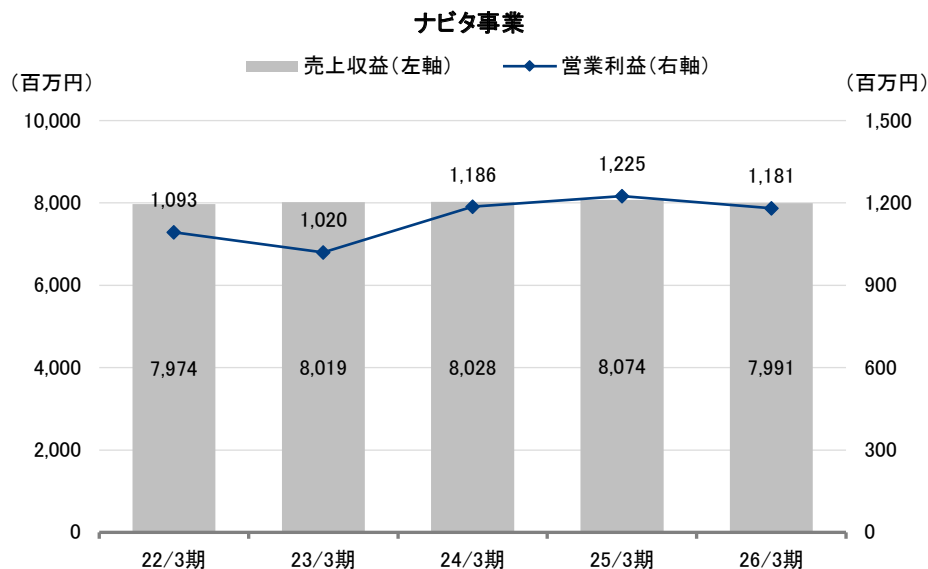
	25/3期		26/3期	
	実績	売上比	実績	売上比
売上収益	10,020	-	10,832	-
売上原価	4,340	43.3%	4,848	44.8%
売上総利益	5,680	56.7%	5,983	55.2%
販管費	4,700	46.9%	4,934	45.6%
営業利益	980	9.8%	1,049	9.7%
経常利益	1,027	10.3%	1,138	10.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	725	7.2%	804	7.4%

注：26/3期より連結決算へ移行
 出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) ナビタ事業

ナビタ事業の売上収益は7,991百万円、営業利益は1,181百万円となった。2026年3月末時点の設置数は、ステーションナビタは2,392駅、シティナビタは1,053自治体、公共ナビタは191ヶ所、メディカルナビタは339病院、神社・寺院ナビタは157神社・寺院となった。メディカルナビタ及び公共ナビタは設置数の増加に伴い売上収益が堅調に推移したが、ステーションナビタの売上収益が前期を下回ったことにより、セグメント全体としては前期の単体実績（売上収益8,074百万円、営業利益1,225百万円）と比較して減収減益となった。



注：26/3期より連結決算へ移行
 出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

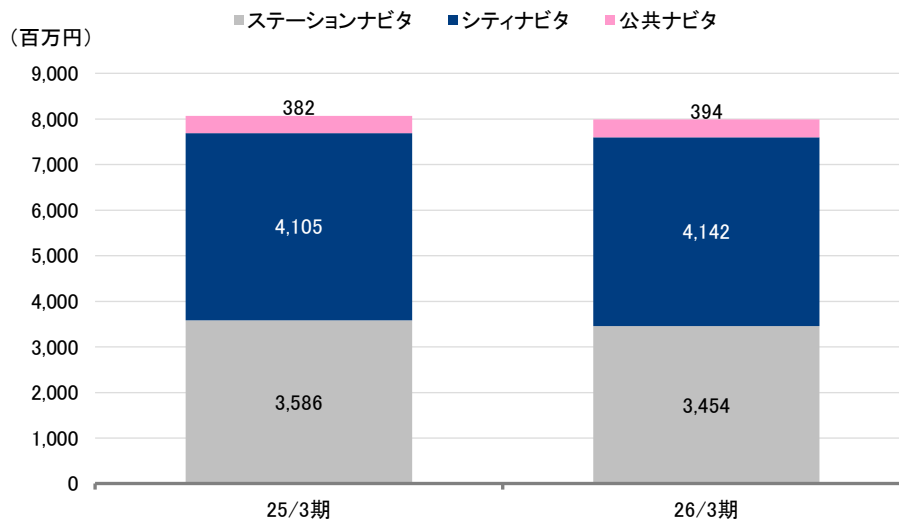
ナビタ事業ロケーション



出所：決算説明会資料より掲載

売上収益の内訳は、ステーションナビタが3,454百万円、シティナビタが4,142百万円、公共ナビタが394百万円となり、前期の単体実績と比較すると、それぞれ3.7%減、0.9%増、3.1%増となった。

ナビタ事業の売上収益内訳

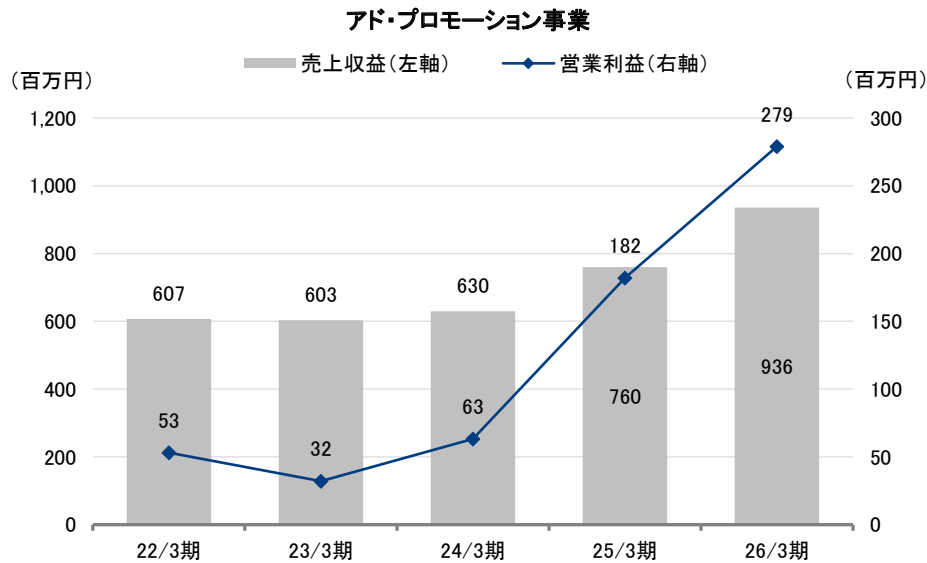


注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(2) アド・プロモーション事業

アド・プロモーション事業の売上収益は936百万円、営業利益は279百万円となり、前期の単体実績と比較すると、それぞれ23.2%増、53.3%増と、大幅な増収増益となった。広告以外のサービスである免税店検索サイト「TAXFREESHOPS.JP」の好調が継続している。旺盛なインバウンド需要を確実に取り込み、アジア圏を中心に利用者数が増加したことで、クーポン利用による手数料収入が伸長したことが、セグメント全体の利益率を押し上げる要因となっている。

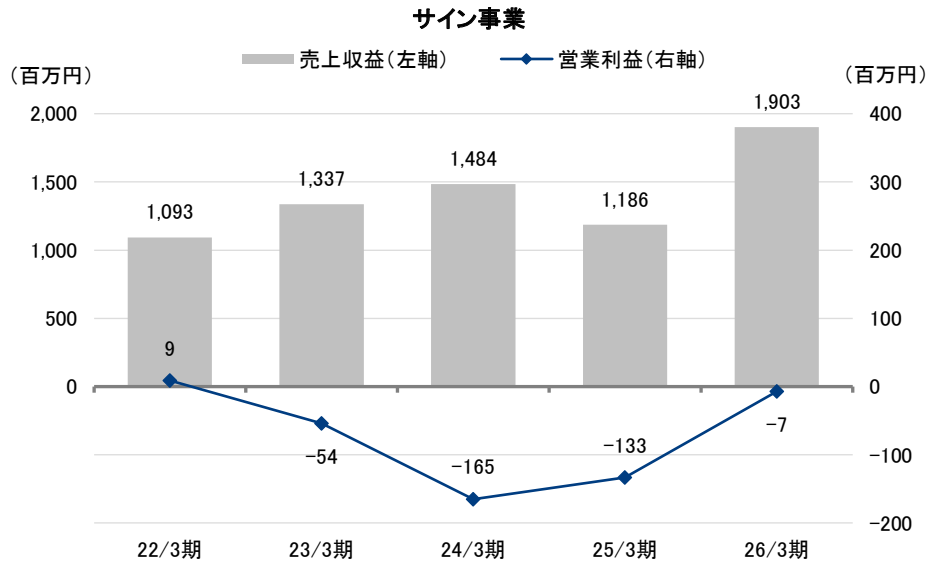


注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) サイン事業

サイン事業の売上収益は1,903百万円、営業損失は7百万円（前期の単体は133百万円の損失）となった。2025年10月に連結子会社化したアイセイが愛知県内で大型案件を獲得したことや、同社の業績が連結に寄与したことにより、売上収益は大幅に拡大した。営業損失は、防災ソリューションとして提供していた「NAVIアラート」関連の費用を計上（同ソリューションは2026年3月期で撤退）したものの、窓口業務のDXを推進する自治体やハローワーク向けの番号案内システムの提供拡大、大型LEDビジョン設置などの取り組みが寄与したことで、ほぼ損益分岐点まで縮小した。

業績動向



注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

(1) 貸借対照表

2026年3月期末の資産合計は、前期末比1,330百万円増加の15,792百万円となった。主な増減要因は、流動資産が同2,991百万円増加の10,502百万円となったことである。これは、固定資産として計上していた長期預金満期まで1年を切ったことにより流動資産へ振り替えられたことで、現金及び預金が同2,417百万円増加の8,530百万円となったためである。一方で固定資産は、当該長期預金の振り替え等により同1,660百万円減少の5,289百万円となった。

負債合計は前期末比670百万円増加の7,267百万円となった。主な内訳は、流動負債が同594百万円増加の6,950百万円、固定負債が同76百万円増加の316百万円である。純資産合計は同660百万円増加の8,524百万円となった。これは主に、親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、利益剰余金が6,642百万円に増加したことによるものである。

経営指標については、自己資本比率が54.0%となった。前期末(単体参考値：54.4%)から0.4ポイント低下したものの、依然として高い水準を維持しており、財務の健全性は良好な水準を維持している。

業績動向

貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	24/3期末	25/3期末	26/3期末	増減額
流動資産	8,692	7,511	10,502	2,991
現金及び預金	6,966	6,113	8,530	2,417
固定資産	5,257	6,950	5,289	-1,660
資産合計	13,950	14,461	15,792	1,330
流動負債	6,301	6,356	6,950	594
固定負債	229	240	316	76
負債合計	6,530	6,597	7,267	670
(有利子負債)	0	0	97	97
純資産合計	7,419	7,864	8,524	660
負債純資産合計	13,950	14,461	15,792	1,330
<安全性>				
自己資本比率	53.2%	54.4%	54.0%	-0.4pp
<収益性>				
ROA (総資産経常利益率)	5.7%	7.2%	7.2%	0pp
ROE (自己資本当期純利益率)	5.5%	9.5%	9.4%	-0.1pp
売上収益営業利益率	7.3%	9.8%	9.7%	-0.1pp

注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フロー計算書

2026年3月期末における現金及び現金同等物は3,523百万円となり、前期末比で117百万円増加した。営業活動によるキャッシュ・フローは、1,041百万円の収入となった。売上債権及び契約資産の増加による支出310百万円、法人税等の支払額232百万円、仕入債務の減少による支出112百万円などが減少要因となった一方、税金等調整前当期純利益1,132百万円の計上や、減価償却費513百万円の計上が主な収入要因となった。投資活動によるキャッシュ・フローは、603百万円の支出となった。定期預金の預入による支出3,009百万円（払戻による収入2,709百万円との差引額は300百万円の支出）や、有形固定資産の取得による支出333百万円などが資金の減少要因となった一方、連結範囲の変更を伴う株式取得による収入127百万円が増加要因となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、320百万円の支出となった。配当金の支払額292百万円が主因として挙げられる。全体として、営業活動によるキャッシュ・フローの収入が投資活動によるキャッシュ・フロー及び財務活動によるキャッシュ・フローの支出を上回った結果、現金及び現金同等物は増加した。

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	25/3期	26/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	1742	1041
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-2147	-603
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-405	437
財務活動によるキャッシュ・フロー	-287	-320
現金及び現金同等物の期末残高	3406	3523

注：26/3期より連結決算へ移行
出所：決算短信よりフィスコ作成

表示灯

7368 東証スタンダード市場

2026年7月3日 (金)

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

■ 今後の見通し

2027年3月期は増収増益の見通し、ナビタ再成長に向けた施策実施

1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績予想は、売上収益で前期比4.3%増の11,300百万円、営業利益で同3.9%増の1,090百万円、経常利益で同3.2%増の1,175百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同0.7%増の810百万円と、増収増益の見通しとしている。ナビタ事業が堅調に推移し、アド・プロモーション事業とサイン事業が増収のけん引役となる構図は変わらない。営業利益の小幅増は、売上拡大に向けた営業体制強化に伴う人材獲得に加え、ナビタの付加価値拡大に向けた設備投資が引き続き利益の伸びを抑制するためである。

ナビタ事業は、筐体のリニューアルなどの施策を推進するほか、関東エリア以外への「電車ナビタ」の展開拡大や、Web版ナビタ「どこでもナビタ」の高度化による利便性向上を図り、主力事業を再び成長軌道に乗せる計画である。アド・プロモーション事業は、好調な免税店検索サイト「TAXFREESHOPS.JP」において、2026年5月に開設した韓国・ソウル営業所を拠点に、訪日外国人の中で最も構成比の高い韓国人旅行者の需要を確実に取り込むことで、収益基盤のさらなる強化を図る。サイン事業は、自治体やハローワーク向けに導入が広がる「番号案内システム」のさらなる拡大に加え、アイセイとのシナジーによる東名阪での営業・施工体制の強化などにより、売上収益の拡大を目指す。防災ソリューション「NAVIアラート」の撤退効果も加わり、営業損益は改善する公算が大きい。

2027年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	26/3期		27/3期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減率	増減額
売上収益	10,832	-	11,300	-	4.3%	467
営業利益	1,049	9.7%	1,090	9.6%	3.9%	40
経常利益	1,138	10.5%	1,175	10.4%	3.2%	36
親会社株主に帰属する 当期純利益	804	7.4%	810	7.2%	0.7%	5

出所：決算短信よりフィスコ作成

表示灯

7368 東証スタンダード市場

2026年7月3日(金)

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

今後の見通し

2. 2027年3月期の重点施策

2027年3月期における同社の重点施策は、(1) 主力事業ナビタの再成長、(2) サイン事業の拡大、(3) Webとリアルソリューションの融合、(4) 新事業創出、M&A推進による事業ポートフォリオの強化の4つの柱で構成されている。

(1) 主力事業ナビタの再成長

売上収益の約8割を占める基幹事業として、収益性の改善と媒体価値の向上を図る。空き広告枠の充填、筐体のリニューアル、デジタルとの融合などを中心とした施策を実施することで、再成長を目指す。

(2) サイン事業の拡大

アイセイとのシナジーを最大化するほか、大型LEDビジョンの展開、番号案内システムの導入を推進する。番号案内システムは、2026年3月期に40ヶ所の自治体へ新たに設置したことで、2026年3月期末の設置数は全国172ヶ所となった。自治体窓口に加え、ハローワークなどの未開拓分野への設置を推進し、窓口業務のDXを支援する。

(3) Webとリアルソリューションの融合

オンラインとオフラインの強みを掛け合わせ、利便性の高いサービスを提供する。「どこでもナビタ」の高度化として、地図自体をデジタル化・カスタマイズし、Webならではの機能を追加することで、ユーザーの利便性とスポンサーの露出効果をともに高める。訪日観光客向けサービス「TAXFREESHOPS.JP」の海外での認知度を高め、インバウンド需要の確実な取り込みをねらう。2026年5月に開設した韓国・ソウル営業所を拠点に、訪日外国人の中で最も構成比の高い韓国人旅行者に対し「TAXFREESHOPS.JP」の利用を促し、収益基盤を強化する。

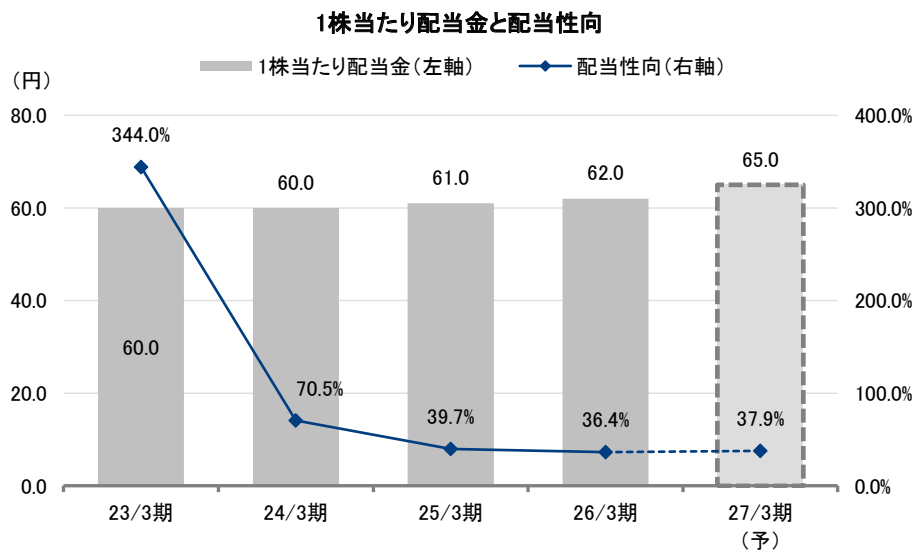
(4) 新事業創出、M&A推進による事業ポートフォリオの強化

社会課題の解決に繋がる新規事業の育成と、戦略的な投資を継続していく。少子高齢化に伴う「墓じまい」や「永代供養」といったニーズの変化に対応し、デジタル技術を活用した供養・管理の仕組みをソリューションとして開発する。アイセイに続く第2、第3のM&Aや業務提携を、国内外を問わず積極的に検討し、事業ポートフォリオを強化する。

株主還元策

2027年3月期の配当金は記念配当含め、1株当たり65.0円の増配計画

同社はコロナ禍の影響を大きく受けた2023年3月期の収益低下局面においても通期60.0円配を維持するなど、株主へ安定的に還元しており、配当性向が100%を超えることもあった。一方、2025年3月期の1株当たり配当金は61.0円と増配し、2026年3月期の実績は62.0円（配当性向36.4%）となった。さらに、2027年3月期においては、利益還元の強化を目的に中間・期末の普通配当をそれぞれ1.0円増配し、これに創立60周年記念配当1.0円を加えた年間65.0円（配当性向37.9%）への増配を予定している。



注：26/3期より連結決算へ移行
 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