

各位

会社名 ヒビノ株式会社
代表者名 代表取締役社長 日比野 晃久
(コード番号 2469 東証スタンダード市場)
問い合わせ先 執行役員ヒビノ GMC 経営企画グループ担当
大関 靖
(TEL : 03-3740-4391)

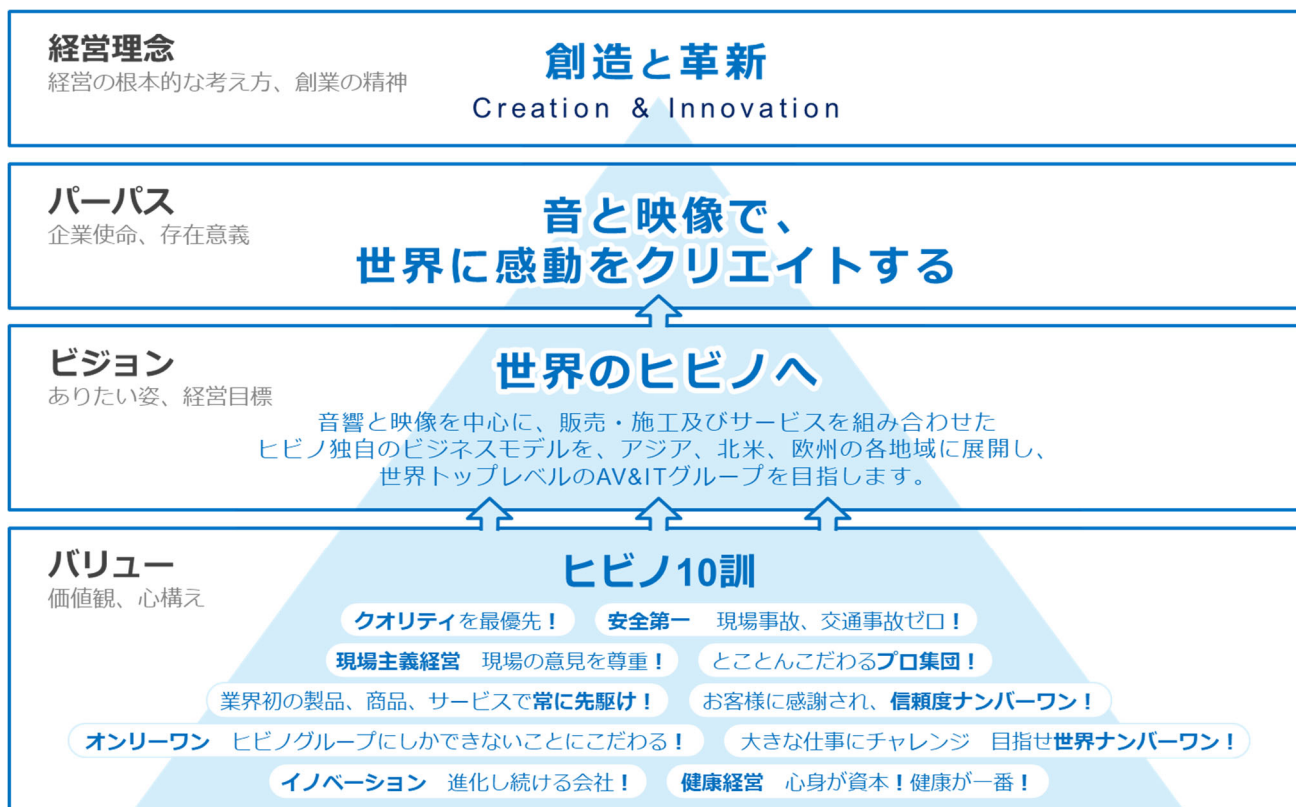
中期経営計画「Beyond 1000」策定に関するお知らせ

ヒビノ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：日比野晃久）は、2027年3月期から2029年3月期までの3ヵ年を対象とした新たな中期経営計画「Beyond 1000」を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

I ヒビノグループ理念体系

ヒビノグループ理念体系は、ヒビノグループのすべての企業活動のよりどころとなる考え方や進むべき方向性、価値観を明示したものです。



II 前中期経営計画「ビジョン 2025」(2023年3月期～2026年3月期)の振り返り

中期経営計画「ビジョン 2025」では、グループビジョン「世界のヒビノへ」の実現に向けた取り組みを進めました。中期経営方針として「持続的成長を可能とする経営体質の構築」及び「健全経営の確立」の2つを掲げ、「ハニカム型経営」と「イノベーション」を成長戦略の柱としています。M&Aも活用しながら新領域の開拓を進めるとともに、「適正な利益」「財務の安定」「人的資本の向上」の好循環サイクルの確立を目指しました。

本中期経営計画では、計画期間中に6件(21社)のM&Aを実施し、国内外の事業基盤を強化したほか、大阪・関西万博や長崎スタジアムシティをはじめとする大規模プロジェクトにおいてグループ総合力を発揮しました。自律的成長とM&Aの両輪により事業規模を拡大し、売上高は2022年3月期と比べ25,177百万円増加しました。グローバル展開においては、オーストラリア及びシンガポールでのM&Aを通じて、アジア・オセアニア地域における販売施工事業の展開を加速させ、海外売上高は2022年3月期と比べ6,807百万円増加し、12,033百万円(海外売上高比率17.8%)となりました。また、新規事業として、オフィス家具・オフィス空間分野及び映像制作分野に参入し、事業ポートフォリオの拡充を図りました。利益面では、収益性の改善が進み、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益はいずれも目標を達成し、過去最高を更新しました。加えて、自己資本比率は31.6%となり、目標の30%を達成するなど、財務健全性も向上しました。

(単位：百万円)

| | 2022年3月期 実績 | 2026年3月期 当初計画 | 2026年3月期 実績 | 2022年3月期と 2026年3月期の比較 |
|---------------------|----------------|------------------|----------------|--------------------------|
| 売上高 | 42,426 | 75,000 | 67,603 | +25,177 (+59.3%) |
| 海外売上高比率 | 12.3% | 30.0% | 17.8% | +5.5pt |
| 営業利益 | 1,339 | 4,500 | 5,066 | +3,726 (+278.1%) |
| 経常利益 | 1,921 | 4,500 | 5,062 | +3,141 (+163.5%) |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,074 | 2,700 | 3,054 | +1,980 (+184.3%) |

III 新中期経営計画「Beyond 1000」(2027年3月期～2029年3月期)の概要

1. 経営環境認識

当社グループを取り巻く経営環境は、米国の通商政策をめぐる不確実性、国際紛争・地政学リスクの高まり、アジア・オセアニア地域の経済成長、為替変動や物価上昇、デジタル化・AI活用の進展などにより、複雑さを増しています。一方で、スタジアム・アリーナ整備、都市再開発、大阪IR計画の進展、大型国際イベントの国内開催、データセンター整備、メディア・コンテンツ分野の投資拡大、快適な音環境への関心、リアルな場で得られる体験価値への期待など、当社グループの事業機会は広がっています。

2. 中期経営方針

「健全経営 2.0 による持続的成長の実現」

「成長力と収益力の強化」「財務の安定」「従業員の安心と人的資本の向上」の健全経営サイクルを回し、強固な経営基盤を構築することで、持続的成長を実現します。

3. 成長戦略

「ハニカム型経営の進化による事業の創造と革新」

M&A も活用しながら、外部環境の変化に強い事業ポートフォリオを構築し、ナンバーワン、オンリーワンの製品・商品・サービスを持つ事業の集合体を形成します。

4. 重要な経営課題

(1) 既存事業領域の強化

市場シェア 30%水準を見据えた競争優位を確立し、業界トップポジションを追求します。また、重点育成領域として、システムエンジニアリング、映像機器販売、建築音響施工（騒音対策等）を強化するとともに、Hibino.com を軸とした EC・オンラインビジネスの展開、大阪・関西エリアにおける事業基盤の強化を進めます。

(2) 新規事業領域の拡大

音と映像にとどまらない新領域を開拓し、事業ポートフォリオの強靱化を図ります。また、アジア・オセアニア地域を起点としたグローバル展開の強化に向け、M&A を通じた拠点網の拡大と、拠点間連携による営業・技術・商材面での相互展開を推進します。

(3) グループ連携による価値創造

営業開発体制の強化や株式会社梓設計をはじめとする外部連携先との協業により、企画・設計段階からの参画を拡大し、スタジアム・アリーナ、都市再開発、大阪 IR、国際園芸博覧会等の大型案件の獲得を目指します。また、製品・商品・サービスのラインアップ拡充、AV&IT システムのライフサイクルマネジメント強化、ソフトとハードを組み合わせた一体提案を進め、AV&IT のトータル・ソリューションを高度化します。

(4) 事業変革の推進

イノベーション活動を通じて、現場・顧客起点の提案を促進し、事業変革を担う人材・組織力を強化します。また、AI・デジタル技術を活用し、事業創出と業務改革を支える IT 基盤の強化を進めます。

(5) サステナビリティ経営の深化

4つのマテリアリティである「世界中に音と映像を届ける」「脱炭素社会への貢献」「健康で働きがいのある職場環境の構築」「安全・安心な社会の実現」に基づき、事業を通じた社会課題の解決と持続可能な成長を実現します。

5. 財務目標

売上高 : 1,000 億円 (海外売上高比率 30%)

経常利益 : 70 億円

自己資本比率 : 35%以上、目標 40%

数値計画

(単位：百万円)

| | 2026年 3月期 (実績) | 2027年 3月期 (予想) | 2028年 3月期 (計画) | 2029年 3月期 (計画) | 2026年3月期と 計画最終年度の比較 |
|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|
| 売上高 | 67,603 | 75,000 | 85,000 | 100,000 | +32,396 (+47.9%) |
| 販売施工事業 | 32,690 | 40,600 | 48,000 | 60,000 | +27,309 (+83.5%) |
| 建築音響施工事業 | 11,628 | 12,400 | 13,000 | 14,000 | +2,371 (+20.4%) |
| コンサート・イベントサービス事業 | 21,342 | 20,000 | 21,500 | 23,000 | +1,657 (+7.8%) |
| その他の事業 (新規事業) | 1,942 | 2,000 | 2,500 | 3,000 | +1,057 (+54.5%) |
| 海外売上高比率 | 17.8% | 20.0% | 25.0% | 30.0% | +12.2pt |
| 営業利益 | 5,066 | 4,600 | 5,600 | 7,200 | +2,133 (+42.1%) |
| 経常利益 | 5,062 | 4,500 | 5,500 | 7,000 | +1,937 (+38.3%) |
| 親会社株主に 帰属する当期純利益 | 3,054 | 2,600 | 3,300 | 4,200 | +1,145 (+37.5%) |

中期経営計画「Beyond 1000」の詳細につきましては、別紙資料をご参照ください。

以 上



2027年3月期 - 2029年3月期 中期経営計画

Beyond 10000

2026年5月14日
ヒビノ株式会社

証券コード：2469

01. ヒビノグループ理念体系

ヒビノグループ理念体系

経営理念

経営の根本的な考え方、創業の精神

創造と革新

Creation & Innovation

パーパス

企業使命、存在意義

音と映像で、
世界に感動をクリエイトする

ビジョン

ありたい姿、経営目標

世界のヒビノへ

音響と映像を中心に、販売・施工及びサービスを組み合わせたヒビノ独自のビジネスモデルを、アジア、北米、欧州の各地域に展開し、世界トップレベルのAV&ITグループを目指します。

バリュー

価値観、心構え

ヒビノ10訓

クオリティを最優先！ 安全第一 現場事故、交通事故ゼロ！

現場主義経営 現場の意見を尊重！ とことんこだわるプロ集団！

業界初の製品、商品、サービスで常に先駆け！ お客様に感謝され、信頼度ナンバーワン！

オンリーワン ヒビノグループにしかできないことにこだわる！ 大きな仕事にチャレンジ 目指せ世界ナンバーワン！

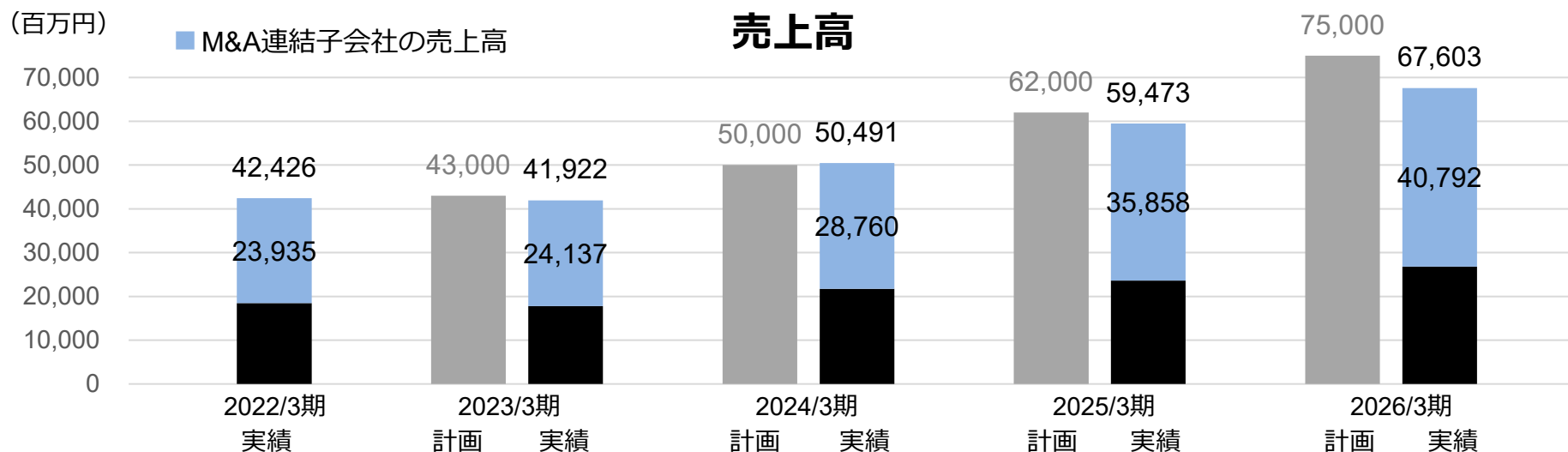
イノベーション 進化し続ける会社！ 健康経営 心身が資本！健康が一番！

02. 前中期経営計画「ビジョン2025」の振り返り

- 主要指標の推移
- 主要な経営課題に対する取り組みと成果

主要指標の推移①

自律的成長とM&Aの両輪で事業規模が拡大、海外売上高も大きく伸長



| | 2022/3期 実績 | 2023/3期 計画 | 2023/3期 実績 | 2024/3期 計画 | 2024/3期 実績 | 2025/3期 計画 | 2025/3期 実績 | 2026/3期 計画 | 2026/3期 実績 |
|---------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 海外売上高 | 5,226 | 6,597 | 7,355 | 8,116 | 12,033 | | | | |
| 海外売上高比率 | 12.3% | 15.0% | 15.7% | 18.0% | 14.6% | 24.0% | 13.6% | 30.0% | 17.8% |

ポイント

- 売上高は目標未達ながら、M&Aも寄与し、2022年3月期比251.7億円増加。4カ年CAGR12.4%で成長し、事業規模は1.6倍に拡大
- 個別売上高は77.8億円増加し、183.7億円から261.5億円へ1.4倍に拡大
- 海外売上高は2022年3月期の52.2億円から2026年3月期の120.3億円へ拡大し、68.0億円増加。海外売上高比率は目標の30%に未達となったものの、グローバル展開は着実に前進

M&A
による
売上高寄与

期間中に実施したM&A件数

6件 (21社)

国内：13社 海外：8社

M&A連結子会社の売上高

2022年3月期 2026年3月期

239.3億円 → 407.9億円

+168.5億円、1.7倍

M&A連結子会社の売上高構成比

2022年3月期 2026年3月期

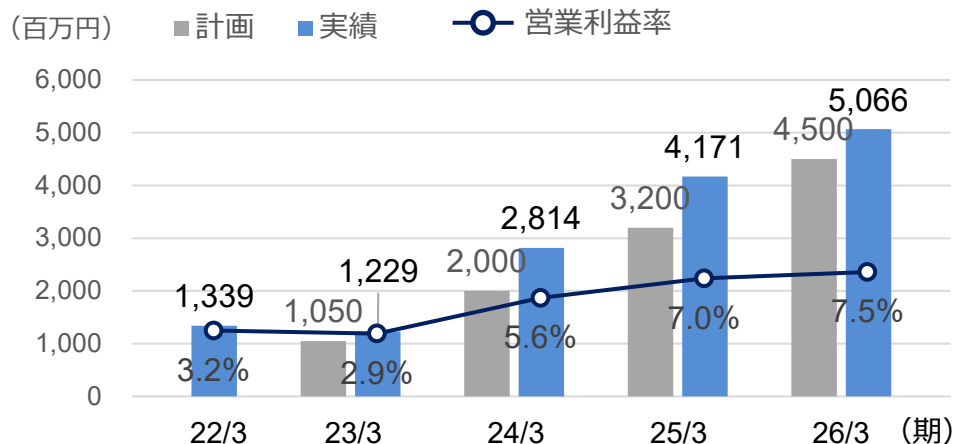
56.4% → 60.3%

+3.9 pt

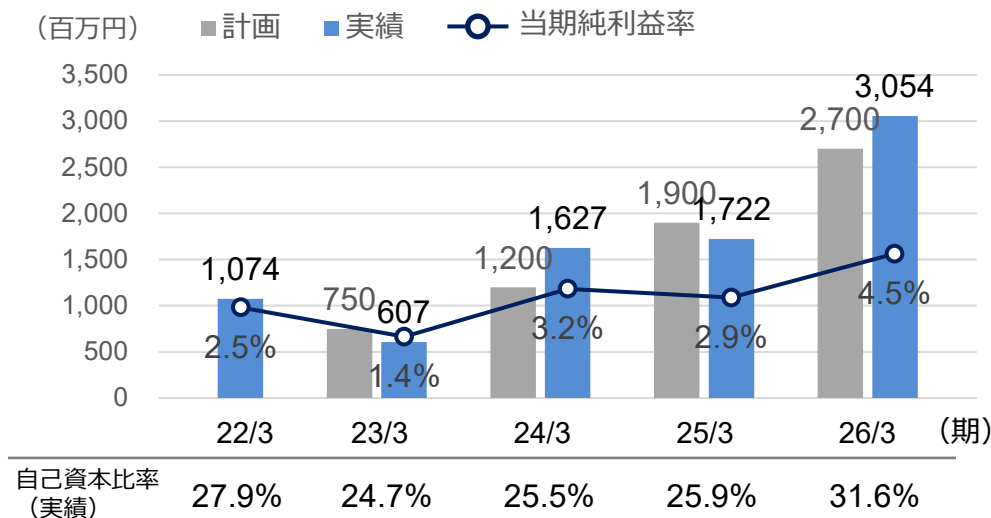
主要指標の推移②

利益率改善を進め、各利益は目標を達成し、過去最高を更新。収益性向上を伴う事業成長を実現

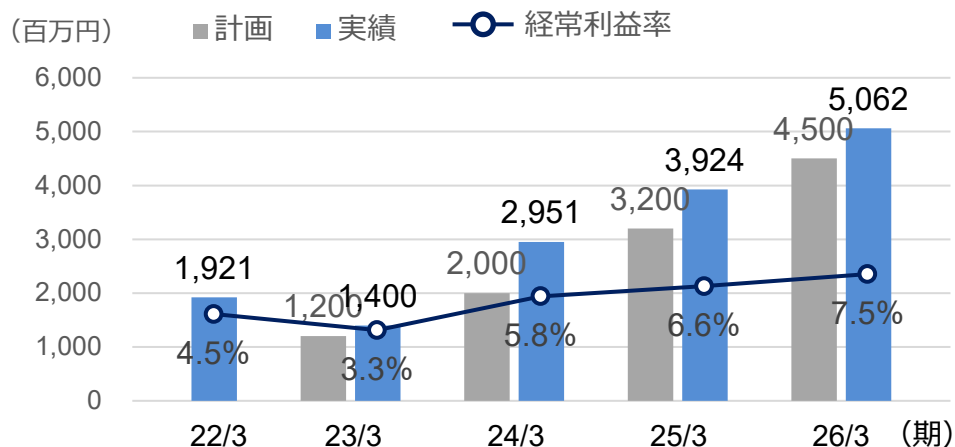
営業利益



親会社株主に帰属する当期純利益



経常利益



ポイント

- 営業利益、経常利益は、45億円の目標に対してそれぞれ5.6億円上振れ、いずれも過去最高を更新
- 営業利益率は2022年3月期比4.3ポイント、経常利益率は3.0ポイント上昇し、収益性が向上
- 親会社株主に帰属する当期純利益は計画を上回り、過去最高の30.5億円を記録。自己資本比率も31.6%に上昇し、目標の30%を達成

主要な経営課題に対する取り組みと成果

グループ連携が進展し、大阪・関西万博や長崎スタジアムシティなどの大規模プロジェクトで総合力を発揮
新規事業やアジア・オセアニア地域での展開も前進した4カ年

| 主要な経営課題／重点施策 | 定性成果 | 定量成果 | | | |
|---|--|-----------------------------|---|---------|---------|
| 高収益体質への変革 <ul style="list-style-type: none"> ● 全部門の収益力向上 ● グループ総合力の強化 ● 特需案件の取り込み | <ul style="list-style-type: none"> ● グループ総合力を活かした一括受注体制の強化 ● 長崎スタジアムシティ、大阪・関西万博などの大型案件獲得 ● 株式会社梓設計との提携による上流からの参画体制整備 | 主要3事業のセグメント利益率 | 2022/3期 | 2026/3期 | 増減 |
| | | 販売施工事業 | 0.8% | 3.4% | +2.6pt |
| | | 建築音響施工事業 | 6.7% | 8.8% | +2.1pt |
| | | コンサート・イベントサービス事業 | 11.9% | 19.8% | +7.9pt |
| 一人当たり経常利益の基準値：全21部門中12部門達成（2026/3期） | | | | | |
| 未来事業の創造 <ul style="list-style-type: none"> ● 新規事業の立ち上げと育成 ● グローバル展開の強化 | <ul style="list-style-type: none"> ● オーストラリア及びシンガポールでのM&Aを通じた販売施工事業の基盤強化 ● オフィス家具・オフィス空間及び映像制作への参入による事業ポートフォリオの拡充 ● 騒音対策事業及びバーチャルプロダクション事業の育成 | 海外売上高及び海外売上高比率 | 2022/3期 | 2026/3期 | 増減 |
| | | 海外売上高 | 52.2億円 | 120.3億円 | +68.0億円 |
| | | 海外売上高比率 | 12.3% | 17.8% | +5.5pt |
| | | 新規事業売上高 | 2022/3期 | 2026/3期 | 増減 |
| オフィス家具・オフィス空間 | - | 19.4億円 | +19.4億円 | | |
| DXの推進 <ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスDX・業務プロセスDXの推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● AI・デジタル技術活用による映像制作の表現力向上と制作ワークフローの効率化 ● IT基盤の強化とグループ内データ活用の推進 | DX推進の主な進捗 | 実績 | | |
| | | ビジネスDX | <ul style="list-style-type: none"> ● バーチャルプロダクションの3拠点展開 ● AI関連の外部連携、新会社設立 | | |
| | | 業務プロセスDX | <ul style="list-style-type: none"> ● 生成AI活用促進 ● 営業インフラ整備 ● 新基幹システム移行準備 | | |
| サステナビリティマネジメントの推進 <ul style="list-style-type: none"> ● SDGsへの取り組み推進 | <ul style="list-style-type: none"> ● 4つのマテリアリティと15の取り組みテーマに沿った施策を推進し、指標・目標に対する進捗を開示 | ※ 指標・目標及び実績の詳細は、有価証券報告書にて開示 | | | |

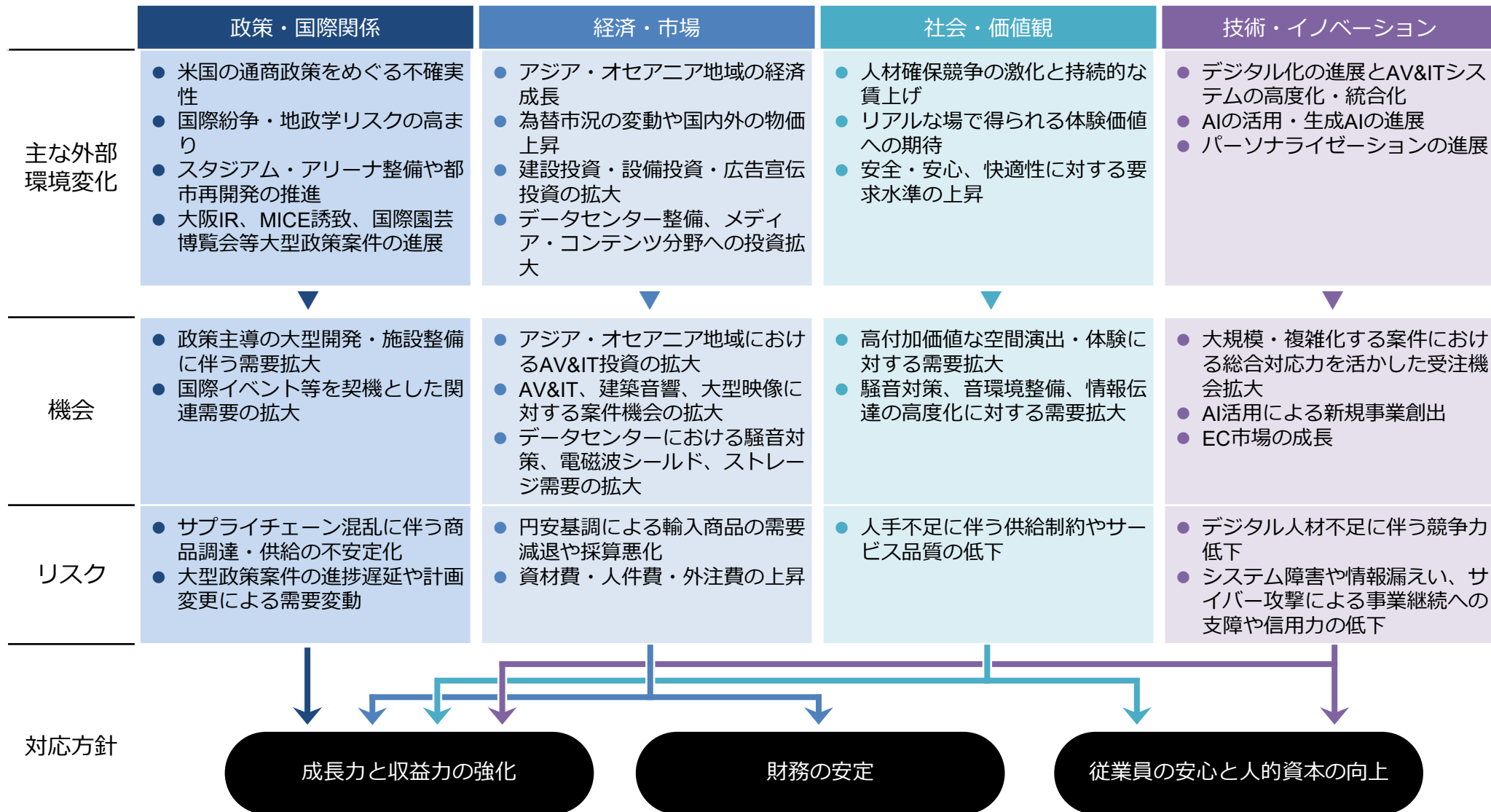
次期中期経営計画では、八二カム型経営をさらに推進し、環境変化に強い事業構造の構築を加速していく

03. 新中期経営計画「Beyond 1000」

- 経営環境認識
- 中長期で目指す姿と中期経営計画「Beyond 1000」の位置づけ
- 中期経営計画「Beyond 1000」の全体像
- 数値計画
- 中期経営方針
- 成長戦略
- 重要な経営課題
- 目指す事業ポートフォリオと重点育成事業領域
- サステナビリティ
- 事業戦略

経営環境認識

外部環境の不確実性と複雑性が高まる一方で、新たな需要や成長領域も広がっており、機会とリスクの両面から経営環境を捉えることが重要

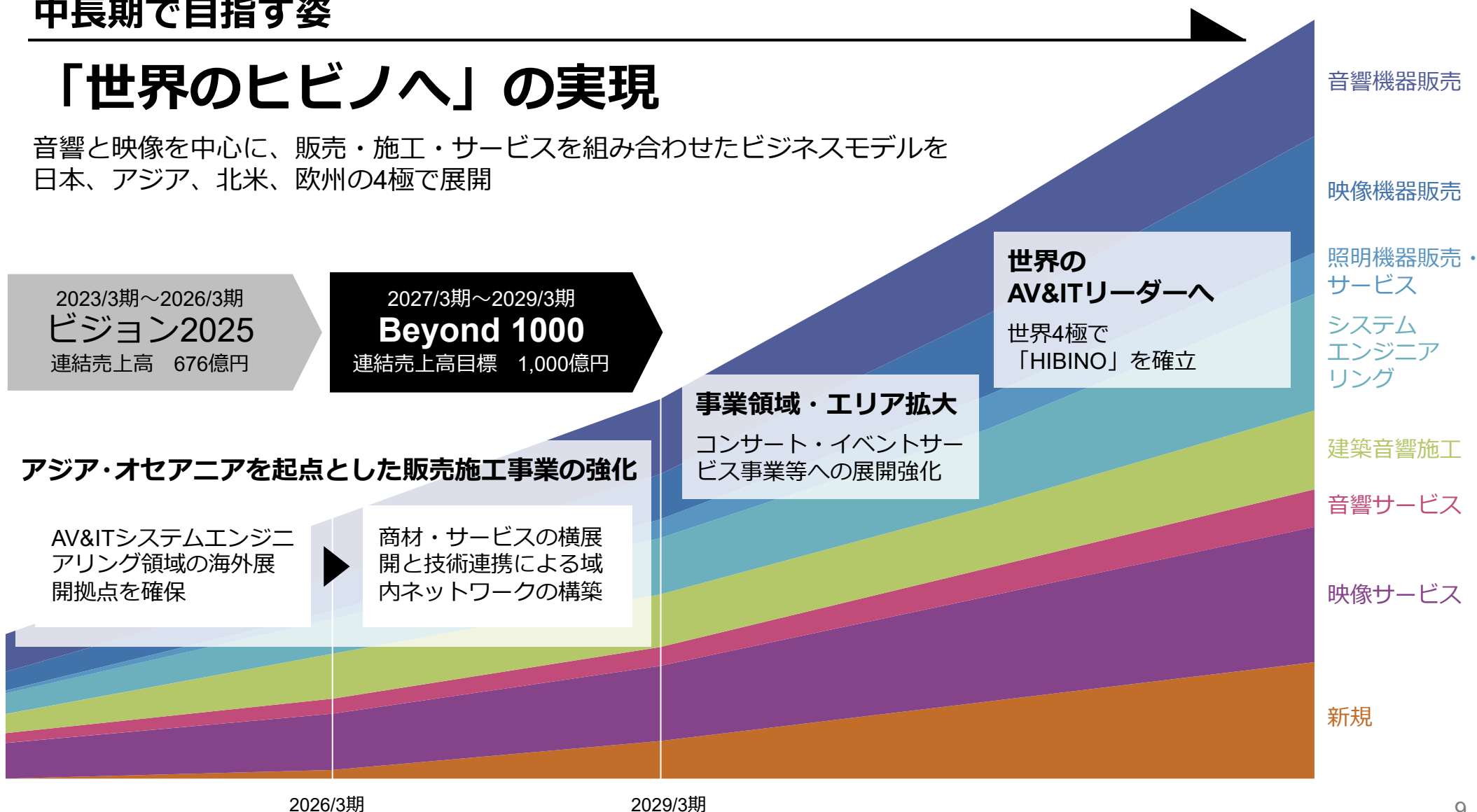


中長期で目指す姿と 中期経営計画「Beyond 1000」の位置づけ

中長期で目指す姿

「世界のヒビノへ」の実現

音響と映像を中心に、販売・施工・サービスを組み合わせたビジネスモデルを日本、アジア、北米、欧州の4極で展開



中期経営計画「Beyond 1000」の全体像

| | | | |
|---|------|-----------------------------------|-------------------|
| Beyond 1000 2027年3月期 - 2029年3月期 | 財務目標 | 売上高 1,000 億円 (海外売上高比率：30%) | 経常利益 70 億円 |
|---|------|-----------------------------------|-------------------|

中期経営方針

健全経営2.0による持続的成長の実現

「成長力と収益力の強化」「財務の安定」「従業員の安心と人的資本の向上」の好循環サイクルを回し、強固な経営基盤を構築することで、持続的成長を実現

成長戦略

ハニカム型経営の進化による事業の創造と革新

M&Aも活用しながら、外部環境の変化に強い事業ポートフォリオを構築
 ナンバーワン、オンリーワンの製品・商品・サービスを持つ事業の集合体を形成

重要な経営課題

既存事業領域の強化

- ① 業界トップポジションの追求
- ② 重点育成領域の拡大

新規事業領域の拡大

- ① 新領域への進出による事業ポートフォリオの強靭化
- ② アジア・オセアニアを起点としたグローバル展開の強化

グループ連携による価値創造

- ① 上流からの参画による大型案件の獲得
- ② AV&ITのトータル・ソリューションの高度化

事業変革の推進

- ① イノベーション活動の推進
- ② AI・デジタル技術の活用

サステナビリティ経営の深化

- ① 事業を通じた社会課題の解決と持続可能な成長の実現

数値計画

(百万円)

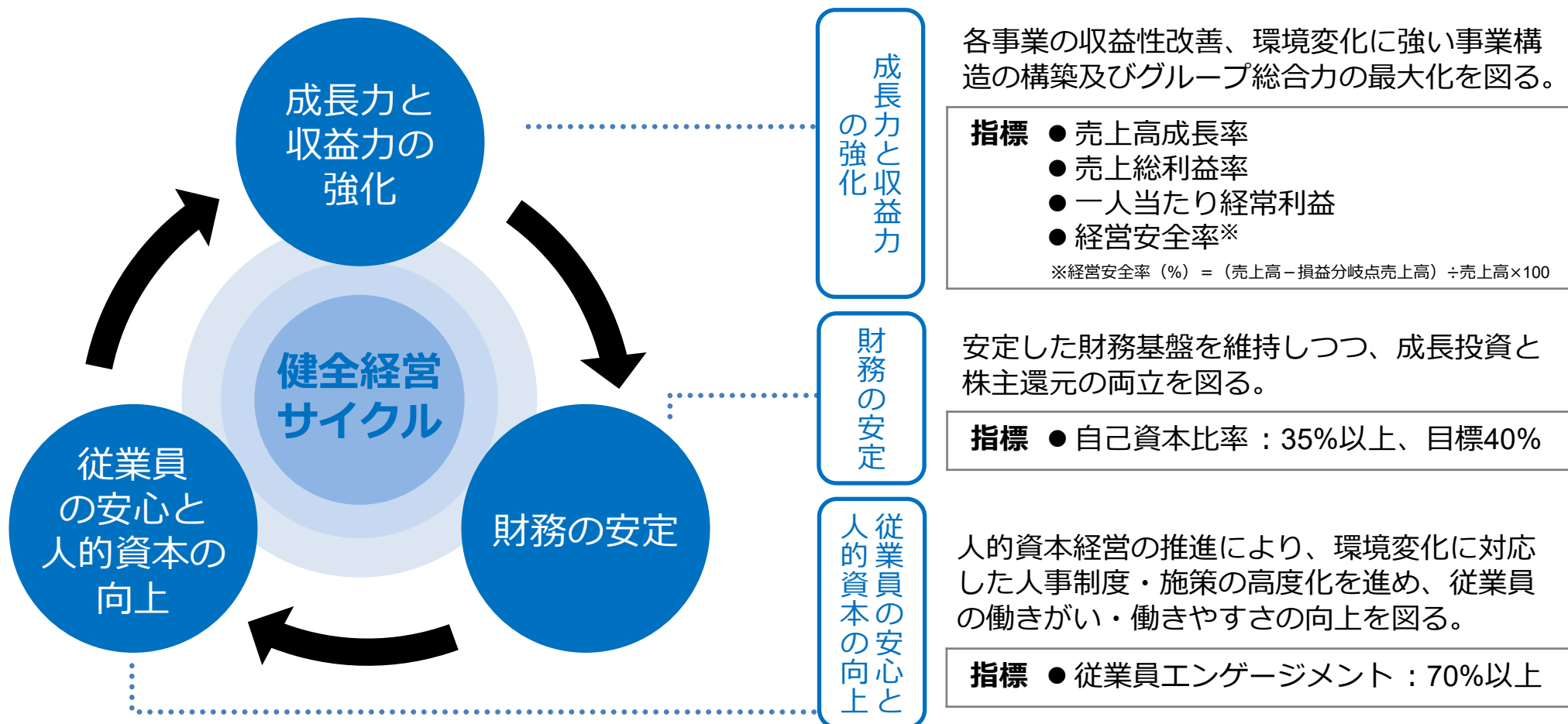
| | 2026/3期 実績 | 2027/3期 予想 | 2028/3期 計画 | 2029/3期 計画 | 2026/3期と計画最終年度 との比較 |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------------------|
| 売上高 | 67,603 | 75,000 | 85,000 | 100,000 | +32,396 (+47.9%) |
| 販売施工事業 | 32,690 | 40,600 | 48,000 | 60,000 | +27,309 (83.5%) |
| 建築音響施工事業 | 11,628 | 12,400 | 13,000 | 14,000 | +2,371 (+20.4%) |
| コンサート・イベント サービス事業 | 21,342 | 20,000 | 21,500 | 23,000 | +1,657 (+7.8%) |
| その他の事業 (新規事業) | 1,942 | 2,000 | 2,500 | 3,000 | +1,057 (+54.5%) |
| 海外売上高比率 | 17.8% | 20.0% | 25.0% | 30.0% | +12.2pt |
| 営業利益 | 5,066 | 4,600 | 5,600 | 7,200 | +2,133 (42.1%) |
| 営業利益率 | 7.5% | 6.1% | 6.6% | 7.2% | △0.3% |
| 経常利益 | 5,062 | 4,500 | 5,500 | 7,000 | +1,937 (+38.3%) |
| 経常利益率 | 7.5% | 6.0% | 6.5% | 7.0% | △0.5% |
| 親会社株主に 帰属する当期純利益 | 3,054 | 2,600 | 3,300 | 4,200 | +1,145 (+37.5%) |

中期経営方針

「成長力と収益力の強化」「財務の安定」「従業員の安心と人的資本の向上」の健全経営サイクルを回し、強固な経営基盤を構築することで、持続的成長を実現

健全経営2.0による持続的成長の実現

一人当たり経常利益を軸に、成長性・収益性・損益分岐点の観点を加え、部門別マネジメントを進化



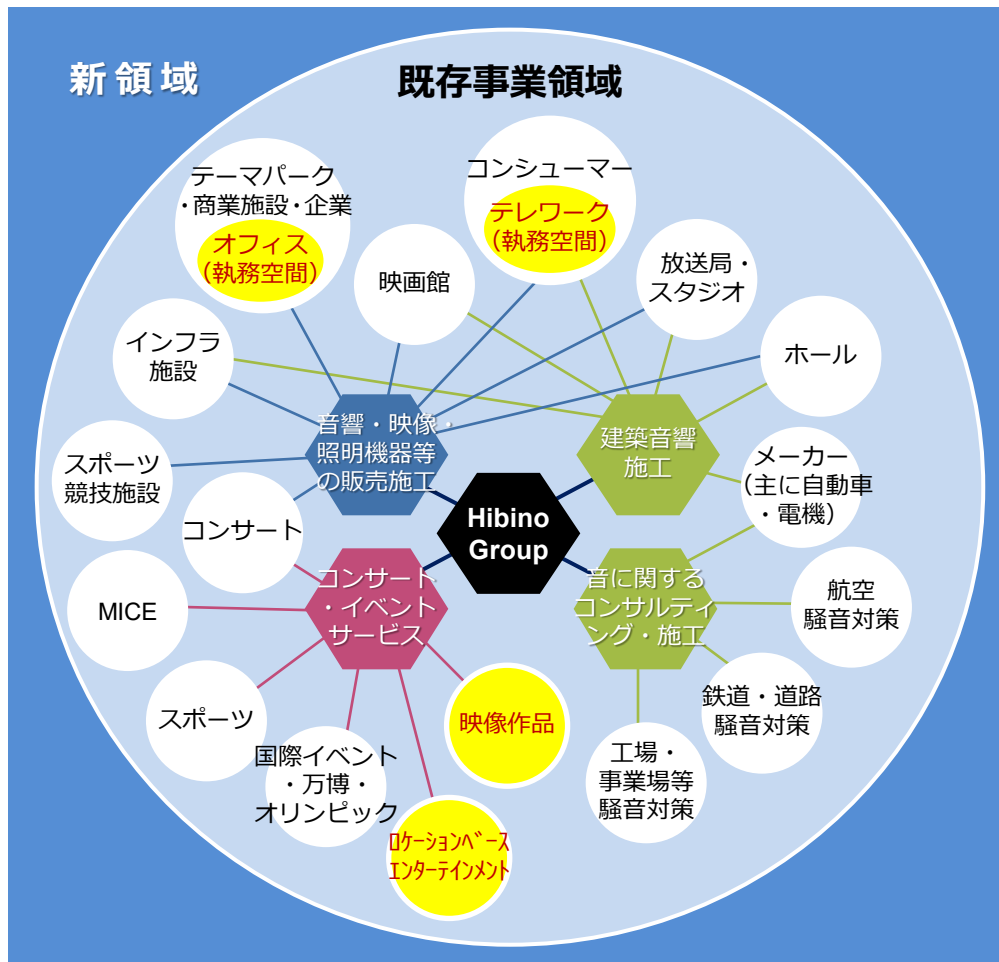
成長戦略

M&Aも活用しながら、外部環境の変化に強い事業ポートフォリオを構築
 ナンバーワン、オンリーワンの製品・商品・サービスを持つ事業の集合体を形成

ハニカム型経営の進化による事業の創造と革新

ヒビノグループの市場（2026年3月期現在）

赤字 → コロナ禍（2021年3月期）以降に開拓した領域



パンデミックによる市場への影響度想定と強化する市場

強化市場

| | 影響を想定する市場 | 影響を受けにくい市場 | 影響を受けない市場 |
|-----------|--|---|---|
| 販売施工 | <ul style="list-style-type: none"> ● テーマパーク ● 映画館 ● コンサート ◆ スポーツ競技施設 ● ホテル | <ul style="list-style-type: none"> ● 商業施設 ◆ 公共施設・学校 ◆ 放送局・スタジオ（配信系強化） ● ホール ● 企業 | <ul style="list-style-type: none"> ◆ コンシューマー ◆ 医療 ◆ 企業（ストレージ系） |
| 建築音響施工 | <ul style="list-style-type: none"> ● 映画館 | <ul style="list-style-type: none"> ● メーカー（自動車・電機等） ◆ ホール ◆ 放送局・スタジオ ◆ 工場・事業場騒音 ◆ 公共施設・学校 | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 鉄道・道路騒音 ◆ 航空騒音 ◆ コンシューマー |
| コンサートサービス | <ul style="list-style-type: none"> ● コンサート ● 学会・展示会・企業イベント ◆ スポーツ ◆ 吹奏楽・交響楽・エンターテインメント | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 国際イベント | <ul style="list-style-type: none"> ◆ 映像作品 ◆ 配信イベント |
| その他 | | <ul style="list-style-type: none"> ◆ オフィス | <ul style="list-style-type: none"> ◆ テレワーク |
| 業 | <p>➤ 新規市場の開拓</p> | | |

重要な経営課題

01 既存事業領域の強化

重点施策

① 業界トップポジションの追求

- 市場シェア30%水準を見据えた競争優位の確立

② 重点育成領域の拡大

- 映像機器販売、システムエンジニアリング、建築音響施工（騒音対策等）の強化
- Hibino.comを軸としたEC・オンラインビジネスの展開
- 大阪・関西における事業基盤の強化

02 新規事業領域の拡大

① 新領域への進出による事業ポートフォリオの強靱化

- 音と映像にとどまらない事業領域の開拓を目的としたM&Aの推進

② アジア・オセアニアを起点としたグローバル展開の強化

- M&Aを通じた拠点網の拡大
 - 拠点間連携による営業・技術・商材面での相互展開の推進
-

重要な経営課題

03 グループ連携 による価値創造

重点施策

① 上流からの参画による大型案件の獲得

- 営業開発体制の強化
- 株式会社梓設計等との連携による企画・設計段階からの参画拡大

② AV&ITのトータル・ソリューションの高度化

- 製品・商品・サービスのラインアップ拡充
- AV&ITシステムのライフサイクルマネジメントの強化
- ソフトとハードを組み合わせた一体提案の推進

注力案件

- スタジアム・アリーナ
- 都市再開発
- 大阪IR
- 国際園芸博覧会

04 事業変革の推進

① イノベーション活動の推進

- 現場・顧客起点の提案促進
- 事業変革を担う人材・組織力の強化

② AI・デジタル技術の活用

- 事業創出に向けた活用強化
- 業務改革を支えるIT基盤の強化

05 サステナビリティ 経営の深化

① 事業を通じた社会課題の解決と持続可能な成長の実現

- 4つのマテリアリティと15の取り組みテーマに沿った施策を推進し、指標・目標に対する進捗を開示

目指す事業ポートフォリオと重点育成事業領域

既存の7つの事業領域で業界トップポジションを追求するとともに、新規事業の確立を目指す

ヒビノグループの事業領域と「Beyond 1000」における重点育成事業領域

| 高シェア事業領域 | 重点育成事業領域 | 次期育成事業領域 |
|---|---|--|
| <p>01 音響機器販売</p> <p>プロフェッショナル市場から設備市場まで、豊富な商品ラインアップと高い信頼を強みに、リーディングポジションを維持・強化する</p> | <p>05 映像機器販売</p> <p>LEDディスプレイで高い信頼とシェアを維持し、映像システムとストレージの基盤拡充により成長を目指す</p> <p>ラインアップと対応領域を広げ、事業基盤を強化</p> | <p>07 照明機器販売・サービス</p> <p>商品ラインアップ・対象市場・提供範囲の拡大を通じて、照明分野のトータル・ソリューションの実現を目指す</p> |
| <p>02 音響サービス</p> <p>豊富な保有機材と高い運用技術・現場対応力を強みに、コンサート市場で確固たる地位を築き、高収益を維持する</p> | <p>06 システムエンジニアリング</p> <p>海外展開の最優先事業であり、グループ連携の中核として、音響・映像・照明・制御・ネットワークを組み合わせたトータル・ソリューションの提供を担う</p> <p>施工体制を強化し、技術・提案力を底上げ</p> | <p>08 新規</p> <p>周辺領域・新領域で新たな事業の確立を目指す</p> |
| <p>03 映像サービス</p> <p>コンサートから世界的イベントまで幅広く応える豊富な保有機材と高い運用技術・現場対応力を強みに、高収益を維持。ソフトとハードを統合したプロダクションカンパニーへの進化を目指す</p> | <p>一体提案とものづくりの強化により、成長を加速</p> | |
| <p>04 建築音響施工</p> <p>音・音響に関するコア技術と企画・設計・施工の責任施工体制を強みとし、建築音響分野を中核に騒音対策分野等へ展開する</p> <p>建築音響</p> | <p>騒音対策</p> | |

映像機器販売、システムエンジニアリング、建築音響施工を重点育成事業領域として強化し、成長を加速

目指す事業ポートフォリオと重点育成事業領域

①映像機器販売、②システムエンジニアリング

株式会社フotron企画及び株式会社アセントの子会社化により、映像機器販売の規模拡大とシステムエンジニアリングの体制強化を進め、AV&ITのトータル・ソリューションの高度化を図る

重点育成事業領域①

映像機器販売

ラインアップと対応領域を広げ、事業基盤を強化

株式会社フotron企画の子会社化（2026年7月予定）

放送局・ポストプロダクション向けの機器・システムを軸に、設計、構築、導入、運用支援、保守までを担う映像システムインテグレーター

経営成績（2025年3月期）

売上高 4,982百万円 営業利益 177百万円

強化ポイント

- 映像商品ラインアップの拡充
- 映像システムに関する設計、構築、導入、運用支援、保守機能の強化

成長戦略

- 放送局市場における取引拡大、ポジション強化
- 放送・映像制作分野で培った技術を、スタジアム・アリーナ、都市再開発、医療・教育等の分野へ展開

重点育成事業領域②

システムエンジニアリング

施工体制を強化し、技術・提案力を底上げ

株式会社アセントの子会社化（2026年4月）

スポーツ施設を中心に、大型LEDディスプレイ、音響、サイネージ等のシステム設計・施工から導入後の保守まで一貫して対応するエンジニアリング会社

経営成績（2025年5月期）

売上高 2,363百万円 営業利益 119百万円

強化ポイント

- 供給体制の強化による機会損失の抑制と内製化率の向上
- 映像システムやスポーツ施設に関するノウハウの獲得
- 大阪・関西エリアにおける事業基盤の強化

成長戦略

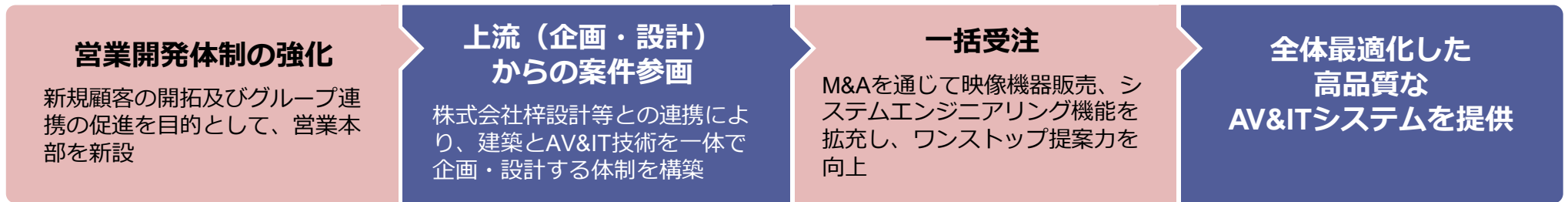
- 音響、映像、照明、制御、ネットワークを組み合わせたトータル・ソリューション提案の推進
- スタジアム・アリーナ、都市再開発、大阪IR等の大型案件の獲得

目指す事業ポートフォリオと重点育成事業領域

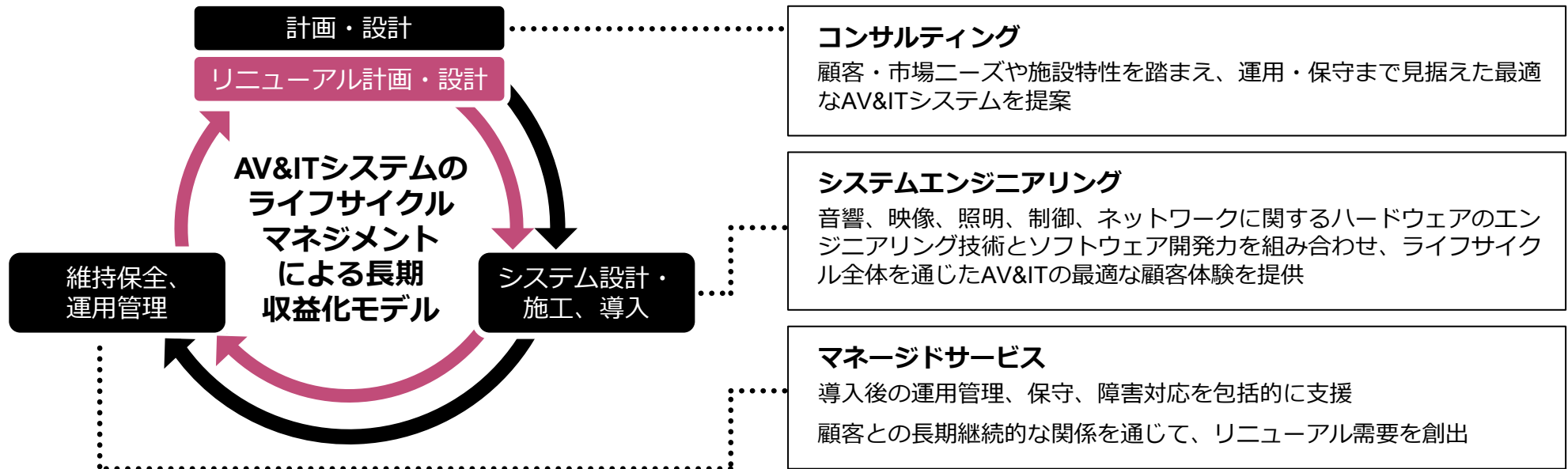
①映像機器販売、②システムエンジニアリング

営業体制の強化と上流からの参画拡大により、大型案件の獲得を推進
 施工後の運用支援・保守まで担い、ライフサイクル全体で長期収益化を図る

大型案件獲得に向けた取り組み



ヒビノグループのAV&ITトータル・ソリューション



目指す事業ポートフォリオと重点育成事業領域

③ 建築音響施工

重点育成事業領域③

建築音響施工

一体提案とものづくりの強化により、成長を加速

ソノーラテクノロジー株式会社の子会社化 (2026年5月予定)

音響計測・評価・開発向けの組立式無響室・無響箱等と、産業騒音対策向けの組立式防音室等を手掛けるメーカー

経営成績 (2025年6月期)

売上高 746百万円 営業利益 118百万円

強化ポイント

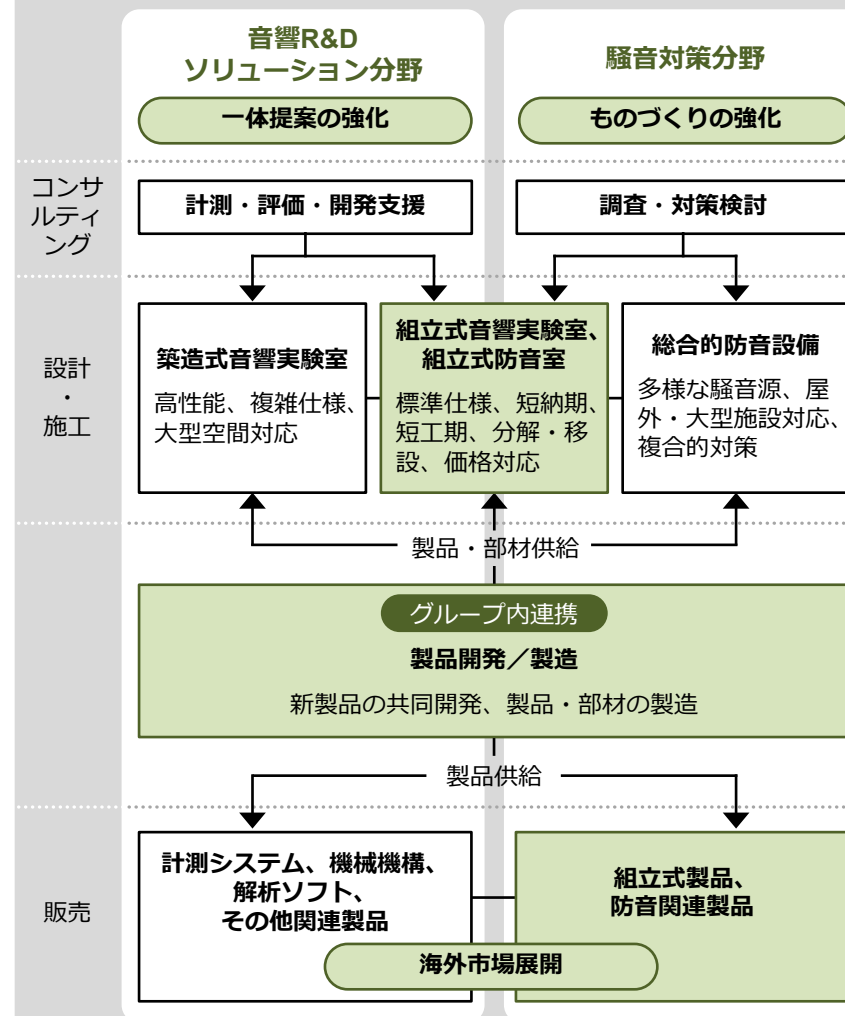
- 組立式製品の獲得による提案の幅の拡大
- モジュール化を含む製品開発力の獲得
- 海外展開基盤の獲得

成長戦略

- コンサルティング、実験室の設計・施工、システム販売を組み合わせた一体提案の強化
- 騒音対策分野の新製品開発の推進及び製品販売の強化
- 組立式製品及び共同開発製品の海外展開

ソノーラテクノロジー社の 子会社によるシナジーの全体像

※ソノーラテクノロジー社による効果



サステナビリティ①

マテリアリティ①

世界中に音と映像を届ける



| 取り組みテーマ | 具体的なアプローチ | 中期経営計画「Beyond 1000」(2029年3月期)の指標(KPI)・目標 (●:定量的、>:定性的) |
|-----------------------------------|---|---|
| あらゆる人に音と映像を届ける | <ul style="list-style-type: none"> 音・映像の提供拡大に向けた事業領域・地域・顧客層の拡大 | <ul style="list-style-type: none"> 連結売上高 : 1,000億円 海外売上高比率 : 30.0% |
| 音や映像に関するイノベーションの創出 | <ul style="list-style-type: none"> ヒビノ・イノベーション推進活動「I Project」の継続 先端技術の活用や、外部パートナーとの共創による新たな製品・商品・サービス開発 | <ul style="list-style-type: none"> ヒビノ・イノベーション推進活動「I Project」従業員参加率 : 20.0% > 音・映像の革新的な製品・商品・サービスの創出 |
| 音響・映像・音楽業界の発展に貢献 | <ul style="list-style-type: none"> 市場リーダー地位の確立・維持 業界団体等の活動への参画 | <ul style="list-style-type: none"> 販売施工事業 海外売上高 : 180億円 建築音響施工事業 騒音対策売上高 : 50億円 コンサート・イベントサービス事業 コンサート市場売上高 : 90億円 |
| 地域とのパートナーシップのもと、音と映像を活用したまちづくりに貢献 | <ul style="list-style-type: none"> 地域や外部パートナーとの共創推進 音・映像を活用したまちの賑わい創出 | <ul style="list-style-type: none"> > 音・映像を活用したまちづくりの実績化 |
| 音と映像の技術を伝える | <ul style="list-style-type: none"> 当社グループ内における技術の伝承と開発 外部向け教育・啓蒙活動の実施 | <ul style="list-style-type: none"> ヒビノアカデミー受講者数 : 400名 > 標準化・教育の実施 > 技術開発拠点の創設・活用 > 外部向けセミナー・イベントの実施 |

マテリアリティ②

脱炭素社会への貢献

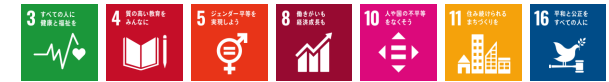


| 取り組みテーマ | 具体的なアプローチ | 中期経営計画「Beyond 1000」(2029年3月期)の指標(KPI)・目標 (●:定量的、>:定性的) |
|---------------|--|--|
| エココンサートの実現 | <ul style="list-style-type: none"> エココンサート・イベントの開発・実施 | <ul style="list-style-type: none"> > エココンサート・イベントの実現 |
| 事業活動上の廃棄物削減推進 | <ul style="list-style-type: none"> 廃棄物の排出減少 廃棄物の再利用 | <ul style="list-style-type: none"> バーチャルプロダクション売上高 : 6.4億円 環境研修受講率 : 80.0% |
| 事業活動上の省エネ推進 | <ul style="list-style-type: none"> 輸送に伴うエネルギー削減 省エネの推進 再生可能エネルギーの活用 | <ul style="list-style-type: none"> バーチャルプロダクション売上高 : 6.4億円 環境研修受講率 : 80.0% |

サステナビリティ②

マテリアリティ③

健康で働きがいのある職場環境の構築



| 取り組みテーマ | 具体的なアプローチ | 中期経営計画「Beyond 1000」(2029年3月期)の指標(KPI)・目標 (●: 定量的、>: 定性的) |
|-----------------|--|--|
| 働きがいの創出 | <ul style="list-style-type: none"> 働きがいのある仕事の創造・維持 人事制度改革 能力開発 | <ul style="list-style-type: none"> 従業員エンゲージメント : 70.0% |
| さらに働きやすい職場環境の整備 | <ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ワークライフバランスや多様な働き方の推進 育児・介護支援 福利厚生充実 | <ul style="list-style-type: none"> D&I研修受講率 : 80.0% 男性育児休業取得率 : 80.0% 従業員持株会加入率 : 20.0% |
| 健康経営の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 健康経営の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 健康経営優良法人の認定 : 認定維持 |
| ジェンダーフリーの実現 | <ul style="list-style-type: none"> 女性の活躍推進 セクハラ防止 | <ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率 : 15.0% 女性採用比率 : 40.0% |

マテリアリティ④

安全・安心な社会の実現



| 取り組みテーマ | 具体的なアプローチ | 中期経営計画「Beyond 1000」(2029年3月期)の指標(KPI)・目標 (●: 定量的、>: 定性的) |
|----------------------|--|---|
| 音や映像技術を用いた地域の安全・安心強化 | <ul style="list-style-type: none"> 地域の音環境の整備 音・映像技術を活用したユニバーサルデザイン(すべての人に平等に情報を伝えること)の推進 その他音・映像技術を用いた安全・安心への取り組み | <ul style="list-style-type: none"> 騒音対策売上高 : 50億円 |
| 安全・衛生対策の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 現場事故防止 交通事故防止 | <ul style="list-style-type: none"> 重大現場事故件数 : 0件 交通安全教育対象者の研修受講率 : 100.0% |
| 防災・減災対策の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 防災・減災対策の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 防災・減殺訓練実施回数 : 3回 |

事業戦略 販売施工事業

事業戦略 AV&ITのトータル・ソリューションの進化と、EC、グローバル展開の拡大

----- 事業環境 -----

機会

- ・ スタジアム・アリーナ整備、都市再開発、大阪IR計画等の進展
- ・ コンサート・イベント市場の活況
- ・ デジタルサイネージ市場の拡大と、企業、教育機関、医療機関等におけるデジタル化の進展
- ・ EC市場の成長
- ・ アジア・オセアニア地域におけるAV&IT投資の拡大

リスク

- ・ 専門技術人材・協力会社の不足
- ・ 為替変動、仕入価格・施工コストの上昇
- ・ 先端技術・顧客ニーズへの対応遅れ

----- 事業の強み -----

音響機器を中心に世界中から選りすぐった116ブランドの輸入商品

高品質・高精彩の当社製LEDディスプレイ・システムのブランド力

プロの現場で培った技術力、商品調達力、顧客サービス・サポート力

グループ総合力を活かした音響、映像、照明、制御、ネットワークのトータル・ソリューション提供力

----- 重点施策 -----

上流からの参画による大型案件の獲得

- 営業開発体制の強化
- 株式会社梓設計等との連携による企画・設計段階からの参画拡大
- スタジアム・アリーナ、都市再開発、大阪IR案件の獲得

AV&ITのトータル・ソリューションの高度化

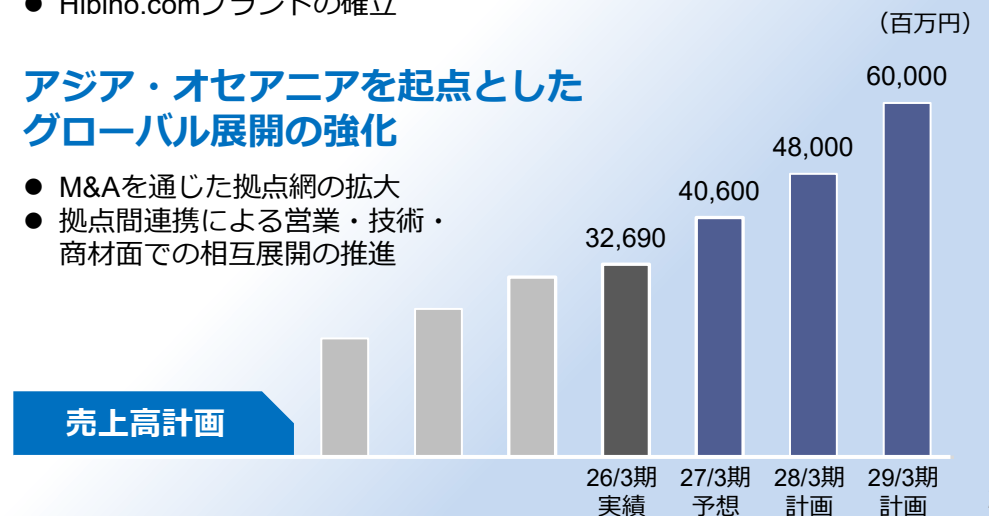
- 製品・商品・サービスのラインアップ拡充
- AV&ITシステムのライフサイクルマネジメントの強化
- ソフトとハードを組み合わせた一体提案の推進

Hibino.comを軸としたEC・オンラインビジネスの展開

- オリジナル商品の開発と、新規ブランド・新規カテゴリーの拡充
- レンタル・リユースを含む販売モデルの多様化
- Hibino.comブランドの確立

アジア・オセアニアを起点としたグローバル展開の強化

- M&Aを通じた拠点網の拡大
- 拠点間連携による営業・技術・商材面での相互展開の推進



事業戦略 建築音響施工事業

事業戦略 建築音響分野のリーディングポジションを基盤に、騒音対策分野等の成長を加速

----- 事業環境 -----

機会

- 都市再開発の進展
- コンテンツ産業の成長と制作環境の高度化
- 製造業等における音響R&D投資の拡大
- データセンター等の建設増加と環境配慮の高まり
- 情報セキュリティ・通信品質を支える電磁環境対策の重要性向上

リスク

- 専門技術人材・協力会社の不足
- 資材費・人件費・外注費の上昇
- 大型案件の計画変更・期ずれ

----- 事業の強み -----

音・音響に関するコア技術を基盤とした、建築音響、騒音対策、電磁波シールド等への展開力

国内建築音響分野を牽引する専門人材と豊富な実績により確立したブランド力

建築計画段階から関与し、音響設計、施工、音響調整・測定まで一貫して担う責任施工体制

音響計測・評価、シミュレーション、可視化、モニタリングを組み合わせた技術提案力

----- 重点施策 -----

建築音響分野における業界トップポジションの追求

- 放送・音楽・映画・アニメ・ゲーム・配信等のコンテンツ制作スタジオ案件の獲得
- 都市再開発等に伴う文化施設案件の獲得
- 設計協力を通じたスペックインの推進

騒音対策分野・電磁波シールド分野の拡大

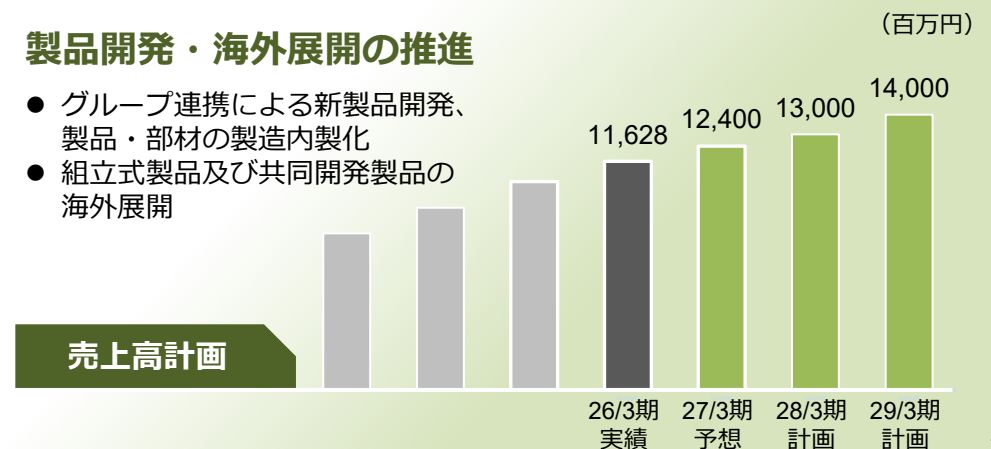
- 騒音対策：データセンター、清掃工場、物流施設、蓄電池施設案件の獲得、開発製品の販売強化
- 電磁波シールド：機密性要件の高い特定領域での実績と開発製品を活用した顧客基盤の拡大

音響R&Dソリューション分野における一体提案の強化

- コンサルティング、実験室の設計・施工、システム販売を組み合わせた一体提案の強化

製品開発・海外展開の推進

- グループ連携による新製品開発、製品・部材の製造内製化
- 組立式製品及び共同開発製品の海外展開



事業戦略 コンサート・イベントサービス事業

事業戦略 ソフトとハードを統合したプロダクションカンパニーへの進化

----- 事業環境 -----

機会

- コンサート市場の拡大
- スタジアム・アリーナの整備・多目的利用の進展
- スポーツ観戦を含むリアルイベントの体験価値向上ニーズの拡大
- 映像コンテンツ制作需要の拡大と制作手法の高度化
- 国際イベント・MICEの誘致拡大

リスク

- 現場運営・専門技術人材の不足
- 人件費・物流費・機材等調達コストの上昇
- 先端技術・顧客ニーズへの対応遅れ

----- 事業の強み -----

膨大な現場実績により培われた音響・大型映像の運用技術・ノウハウ

世界屈指の豊富な保有機材と高度な専門性を備えた技術者

日本のコンサート音響、大型映像サービスのパイオニアとして構築してきた事業基盤

世界の有力な映像・音響機器メーカー等とのパートナーシップ体制

M&A、提携、海外展開を通じて獲得した人材・技術・顧客基盤・拠点網

----- 重点施策 -----

音響・大型映像サービスにおける業界トップポジションの追求

- コンサート市場、企業イベント市場でシェア30%水準を見据えた競争優位の確立
- スポーツ市場を第3の柱として確立
- 国際イベント等での実績拡大によるブランド力の維持・強化

バーチャルプロダクション・映像制作の拡大

- 撮影から映像コンテンツ制作までの一体提供を推進

イマーシブ空間演出提案の強化

- 「Immersive LED System」の活用と照明サービスの展開を通じて、体験価値を高める空間演出を推進
- ロケーションベースエンターテインメント市場への展開を強化

グループ内外アセットの最大活用

- 既存サービスに多様なアセットを掛け合わせ、新たな提供価値を創出

