

株式会社 日宣

BUSINESS REPORT

第73期 2025.3.1 ▶ 2026.2.28

証券コード: 6543

新経営体制と新中計が始動

「NISSEN2030ビジョン」の実現に向けた
人的資本、AI、システムへの投資を加速

- ・新社長へのインタビュー
- ・前中期経営計画の振り返り
- ・新中期経営計画の骨子
- ・会社概要

TOP INTERVIEW



社長就任のご挨拶

2026年3月1日付で

代表取締役社長に就任しました。

「NISSEN2030ビジョン」の実現に向け、
人的資本、AI、システムへの投資を加速し、
企業価値向上に注力してまいります。

代表取締役社長 飛川 亮

Profile

1973年11月生まれ。香川県出身。慶應義塾大学卒。2011年6月入社。
2012年3月に取締役に就任。クリエイティブ、デジタルソリューションなどの
管掌を経て、2019年3月より最高マーケティング責任者。
その後、常務取締役を経て、2026年3月より代表取締役社長に就任。

Question 01

これまでのキャリアについて教えてください。

日宣入社前

大学の恩師が大手広告代理店出身の方だったことをきっかけに広告業界に興味をもち、『ビジネスプロデュース×マーケティング×クリエイティブ×メディア』が生み出すダイナミズムに惹かれて、大学卒業後、読売広告社（現・博報堂DYグループ）へ入社しました。読売広告社～日宣を通じて、一貫してマーケティング領域でキャリアを積んできましたが、自分自身を鍛えてくれたのは常にクライアントであり、営業やクリエイティブなど異なる領域のプロの先輩方でした。“誰もが出せる一律の正解”なんてない。戦略とはリスクでありジャッジである—— そうしたことを叩き込まれた若い日の経験が、いまでも、判断軸や価値基準のベースになっていると思います。

日宣入社後

日宣には、“広告媒体に依存しない広告会社”という在り方に共感して入社しました。当初はクリエイティブチームを率いながら、50年来の主要クライアントである旭化成ホームズ様のコミュニケーションやクリエイティブのご支援に従事し、その後、新たに立ち上がった新規開拓営業チームと様々なクライアントの案件開発を推進しました。いま日宣の新たな柱に育ちつつある外食系クライアント支援の事業も、もとをたどれば、当時の新規開拓アクションのなかから芽が生まれたものです。取締役としては、デジタルシフト戦略を推進し、デジタルチーム、マーケティングチームといった専門組織を組成、また、CMOとして日宣のブランディングに取り組み、これからの成長戦略の核となる「コミュニティ発想」という独自のフィロソフィーを生み出しました。

Question 02

「コミュニティ発想」と「NISSEN2030ビジョン」について、
生みの親である飛川さんの想いを聞かせてください。

「コミュニティ発想」とは、生活者をマスでも個でもなく「コミュニティ」というつながり・集まりとして捉え、それを起点にユニークな課題解決や

サービスを生み出し提供していく、という日宣独自のスタンスです。別の言い方をすれば、マス広告やデジタル広告といった媒体ビジネスに依存する従来型の広告会社とは一線を画し、独自のアプローチと強みによってクライアント企業のマーケティング課題を解決する会社を追求する、という戦略指針です。

いま、国内人口の減少によるマーケット変化が起きています。同時に、テレビCMよりもユーザーの口コミが影響力をもつなど、劇的な情報環境の変化が進んでいます。そうしたなか、企業と顧客とのつながりや関係性を強くし長期化するマーケティングがますます重要視されています。「コミュニティ発想」は、その潮流を成長機会にしていこうための指針です。

当社の不変の競争戦略は、「過当競争を可能な限り回避し、独自の土俵で価値提供する」ことです。そのために、市場（業界と顧客）をフォーカスし、そのニーズに特化したサービスを提供することを方針にしてきました。その考え方はこれからも変わりませんし、「コミュニティ発想」はその戦略をさらに進化させていくものだと考えています。市場（業界）をフォーカスし、そこに存在する重要コミュニティをフォーカスする。例えば、ケーブルテレビの市場と、地域コミュニティ。住宅や不動産の市場と、暮らしのコミュニティ。外食の市場と、ブランドのファンコミュニティ。市場×コミュニティの発想によって、新しいビジネスチャンス、新しいサービスを生みだします。

こうした考え方に基づく日宣の成長の姿を可視化したものが、「NISSEN 2030ビジョン」です。2030年には、他にはない「コミュニティビジネスカンパニー」への進化を実現し、時価総額100億円を達成します。

Question 03

今後の成長戦略について教えてください。

日宣の成長戦略は、フォーカスする市場とコミュニティを拡張・拡大していくことです。既存の市場のアップデートと拡張、そして新市場の開拓と創出を、強力に推進します。

ケーブルテレビ市場は長らく日宣を支えてきた市場ですが、その環境やニーズは大きく変化しており、「チャンネルガイド」サービスもいよいよ成熟～縮小のフェーズを迎えます。当社が保有する唯一無二の市場内ポジションを活かし、新たなニーズにフォーカスし、新たな製品・サービスを生み出すことで、事業をアップデートしていきます。

住宅の市場は、当社はこれまで主に戸建住宅の領域にフォーカスしてきましたが、これからは、集合住宅、不動産、そして建設といった領域にまで市場設定を拡大し、それぞれに向けたサービスを強化していきます。2024年に株式会社アスティをM&Aによってグループ化したのも、そのための一手です。アスティは、都心の高級マンションを中心とした広告プロモーション領域に豊富な実績があり、大手デベロッパーなどの優良クライアントを多数保有しています。グループ内シナジーを最大化させることで、市場とサービスを拡大していきます。

外食の市場は、前中計期間において最も事業として伸長した領域です。売上は3年で200%超となり、様々な成功実績をもとに、おかげさまで多くの外食企業様から関心をもっていただいております。クライアント数は拡大中です。また、360°マーケティングやデジタル、ソーシャルメディアなどに強い若手人材が急成長しています。これからは、外食市場における認知と評判、ポジションをさらに高め、問い合わせや依頼が集まってくる構造を確立していきます。

これらの市場拡大を支えるのは、当社にしかない強みの蓄積と集積、すなわち共有基盤です。「デジタル×リアル」を統合的に実行できるケイパビリティ。ソーシャルメディアやLINEを駆使する最新のマーケティング知見。クリエイティブを仕組み化するノウハウ。そしてなにより、そうした基盤のもとに集い成長し活躍する、強い人的資本。これらを全事業のイノベーションにフルに活用するべく、今期より、専門人材を統合した新しい本部をつくりました。各市場にフォーカスしてビジネスプロデュースをする事業部と、各市場向けのソリューションを進化させていく全社共通本部、この両輪で、日宣はさらなる市場拡大と成長を実現します。

Question 04

新トップとして特に注力したい取組について教えてください。

人的資本の強化と、共有基盤の強化です。

日宣にとって最も重要な経営資源は人材です。人材が集まり、惹き寄せられる会社を目指して、新しい人事制度の導入や働き続けられる環境・制度の整備、タレントマネジメントの導入、福利厚生のアップデートといった人的資本を強化するための施策を進めていきます。

また、人材の活躍を支援、後押しする仕組みとして、成長戦略でもお話しした共有基盤の強化を推進します。ひとつは、「データベース開発」です。日宣がこれまでクライアントに提供してきた膨大な製品やサービス、実績、それらを支える豊富な協力先ネットワークをデータベース化し、全社で活用できるようにすることで、現場社員の提案力や提案スピードを向上させます。もうひとつは、「AIの実装」です。日宣の長年の強み領域であるクリエイティブ、編集へのAI実装を進め、効率と生産性、コスト競争力を高めます。さらにマーケティング領域におけるAI実装、経営におけるAI実装も進めていきます。

会社の共有基盤の強化は、人材の引き寄せを強化し、オンボーディングや成長を加速させます。いわば、あとから入ってきた新しい人材の方がより高い位置からスタートできる構造や世界を、戦略的につくっていきます。また共有基盤は、M&Aにおけるシナジーの基盤でもあります。自社がもつケイパビリティと情報、データを、固有の強み・資産として明確化することで、M&Aをさらに推進し、新しい市場を獲得していきます。

Question 05

株主還元についてはどのように考えていますか。

重要な経営課題として、注力していきたいと考えています。前中期計画においては、継続的な増配に加え、配当方針の変更や中間配当の新設、株主優待制度の導入など、積極的な株主還元施策を実行して

きました。こうした取り組みの成果もあり、PBR(株価純資産倍率)は1倍を上回りましたが、現状の株価はまだ満足できる水準ではありません。

「NISSEN2030ビジョン」で掲げた時価総額100億円の実現には、将来の成長に向けた投資と株主の皆様への還元をバランスよく実施し、資本効率を高めていくことが重要です。ROE(自己資本利益率)を意識し、事業ポートフォリオやキャッシュ・アロケーションの最適化に取り組んでいくとともに、機動的な自己株式取得の実施など、投資家や市場と真摯に向き合い、資本効率や株価を意識した経営を行いたいと考えています。

Question 06

経営者として大事にしていること、座右の銘について教えてください。

私は、プレイヤーから経営者へと立場を変えながらも、一貫してマーケティング領域でキャリアを積んできました。機能としてみれば、マーケティングはあくまで経営の一部かもしれませんが、「マーケティング思考」は、経営者としての自分を支える背骨です。マーケティング思考とは、「選ばれる理由と価値を、選ぶ側の視点に立って徹底的に考える」ということ、そして「明快なビジョンと戦略を北極星にすることで、人を巻き込み、実現する」ということです。株主の皆様、働く従業員、クライアントにとって、真に求められるものを深く理解し、それに対する価値を提供する経営者でありたいと思っています。

経営者としての座右の銘は、「時を告げるのではなく、時計をつくる」「井戸を掘った人を忘れない」。個人としての座右の銘は、「人には事情がある」です。

Question 07

休日の過ごし方や趣味について教えてください。

スポーツ観戦が大好きで、特に昨今はラグビー観戦に熱中しています。シーズン中は、試合会場にもよく足を運んでいます。メジャーリーグもよく観ますね。スポーツ観戦は、楽しいのはもちろんですが、勝つという目標のためにチームが純度高く一丸となってしのぎを削る姿に、経営としてのインスピレーションも受けています。また、音楽ライブも大好きで、ひとりで聴きに行くジャズライブから、娘と行くK-POPコンサートまで、さまざまな音楽からエネルギーをもらっています。

Question 08

最後に、株主の皆様へのメッセージをお願いします。

大きな環境変化が起きる中で、これから先も株主の皆様や従業員、得意先様をはじめとする様々なステークホルダーから選ばれる企業であり続けるには、日宣も変わらないといけません。日宣史上初の創業家以外の社長として、変革を進めることが私自身の使命だと考えています。

日宣には79年の歴史があり、創業家3代がつないできたバトンには重みがありますが、責任や使命感とともに、日宣の仲間と一緒に次のステージに進みたいという強い想いがあります。「NISSEN2030ビジョン」の実現に向け、スピード感をもって、時には大胆にチャレンジしていきたいと思っています。そしてこれからも、個性を磨き、社会にとって必要な会社であり続けてまいります。

株主の皆様におかれましては、今後ともご指導ご鞭撻のほど、宜しくお願い申し上げます。

前中期経営計画の振り返りと新中期経営計画について

1. 前中期経営計画(2023/2月期～2026/2月期)の振り返り

73期(2026年2月期)を最終年度とする3か年の中期経営計画が完了し、日宣は大きな成長を遂げました。

① 計画の達成状況

売上高、営業利益、当期純利益はいずれも過去最高をマークし、株価も倍増

(単位:百万円)	2023年2月期		2026年2月期	2023年2月期比	計画目標	
売上高	5,058		6,481	過去最高 8.1%	6,600	
営業利益	320		485	過去最高 1.7%	460	計画達成
営業利益率	6.3%		7.5%	+1.1pts	7.0%	計画達成
当期純利益	244		662	過去最高 1.5%	305	計画達成
期末株価	568		1,267	+123.1%		

2. 新中期経営計画(2027/2月期～2029/2月期)の骨子

前中期経営計画でも奏功した日宣独自の戦略を軸に、さらなる進化と変革を目指します。

① 基本戦略

●市場をフォーカスする

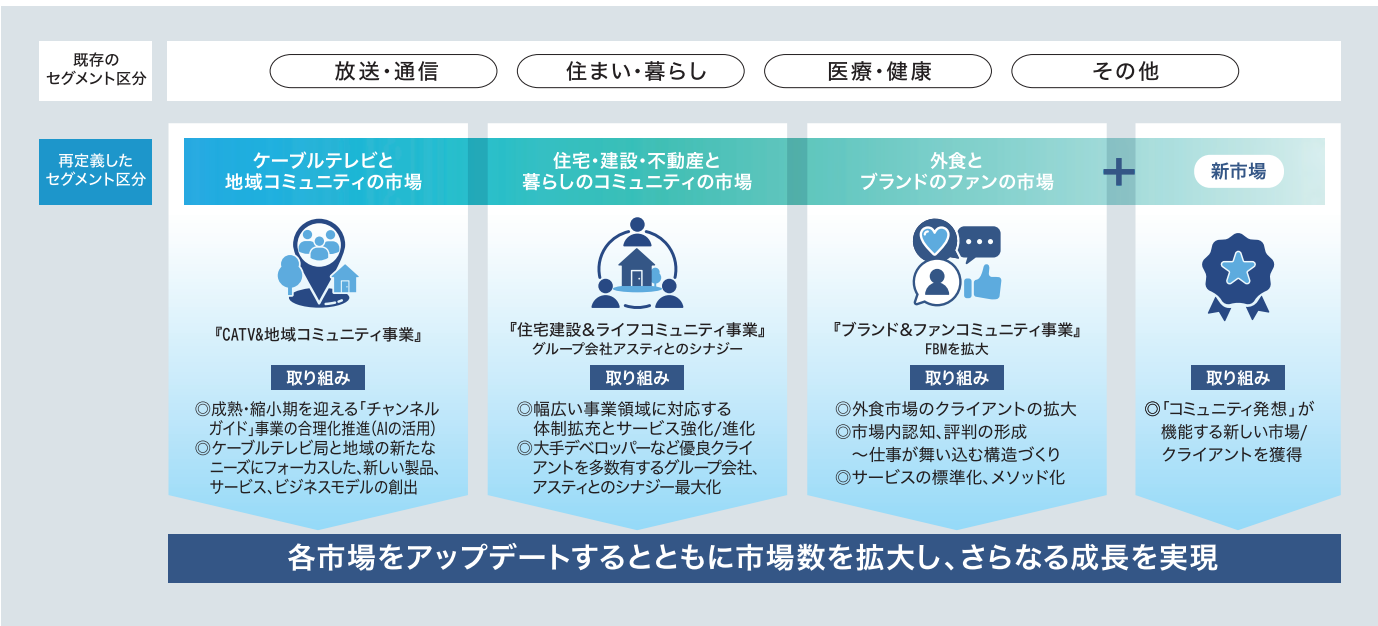
特定の市場/コミュニティにフォーカスし、ニーズを的確に捉えた商品・サービスを提供し、市場内でのポジションを確立する。

●独自のビジネスモデルを持つ

従来の広告媒体(ペイドメディア)には依存せず、「コミュニティ発想」に基づくユニークなビジネスモデルを確立し、過当競争の発生しない市場を構築する。

② フォーカスする市場と事業の再定義

市場の変化に対応し、事業領域や商品・サービスを拡張・アップデートし、ビジネスモデルをより強固にするため、フォーカスする市場と事業を再定義します。



② 戦略に基づく取り組みと成果

戦略1

「コミュニティ発想」による事業成長・創造

取り組み

- ◎新規事業の立ち上げと事業拡大
- ◎新サービスのローンチと受注拡大

成果

- ✓FBM(ファンベースマーケティング)事業: 外食クライアントを中心に売上・客数拡大(売上12億円達成、FY2024→FY2026で206%に成長)
- ✓ケーブルテレビ業界向けLINEツール「CCG」: 33局の受注を獲得し、営業利益率向上に貢献

戦略2

M&A・投資を活用した有望市場・領域の拡張

取り組み

- ◎「コミュニティ発想」が機能する戦略マーケットにおける有望クライアントやテクノロジーの獲得等

成果

- ✓3件のM&A、3件の投資案件を実施
- ✓ケーブルテレビ業界における圧倒的地位の確立、大手デベロッパーやゼネコン等の優良クライアントの獲得
- ✓SmartHR株式の売却益により今後の投資余力を大幅拡大

戦略3

人的資本の強化+ESG経営への取り組み

取り組み

- ◎サクセッションプランの導入
- ◎ケーブルテレビ局と連携した新電力事業の立ち上げ

成果

- ✓総額最大1.2億円のインセンティブを用意したプランは条件未達により実施に至らずも、20代部長の誕生など次世代人材が成長
- ✓新電力事業が成長し、久喜市での官民連携による新電力事業に発展

③ 成長実現に向けた重要施策

コアとなるケイパビリティの統合・進化

新設するイノベーション&エキスパート本部のもと、日宣独自のビジネスモデルを支えるデジタル、フィジカル、クリエイティブの各ケイパビリティを統合・融合し、成長を加速させる共有の強みとして確立・強化します。

人的資本の強化

日宣にとって最も重要な経営資源である人材への積極的な投資を行います。「eNPS(従業員ロイヤリティ)」を最重要指標と位置付け、採用の強化、人材の長期定着と活躍の促進、次代のリーダー人材層の形成に取り組みます。

高利益型ビジネスモデルのアップデート

フォーカスする市場の課題やニーズの変化と未来を捉え、日宣が追求し続けてきた高利益型ビジネスモデルの進化と再開発を推進します。市場特化の専門性と、デジタル×リアル統合的ソリューション力をもとに、新たな付加価値を磨き上げます。

AIの実装

AI実装の推進により、情報編集やクリエイティブ制作といった日宣の長年の強みや機能を変革・アップデートし、生産性の劇的向上を実現します。また、独自のファンマーケティング領域においてもAIによる付加価値強化を目指します。

M&Aの推進

新たな市場＝顧客企業を獲得するためのM&Aを重点的に推進します。また、企業として保有する独自のケイパビリティ、専門性やノウハウの強化につながるM&Aも実現し、シナジーの最大化と成長スピードの加速を目指します。

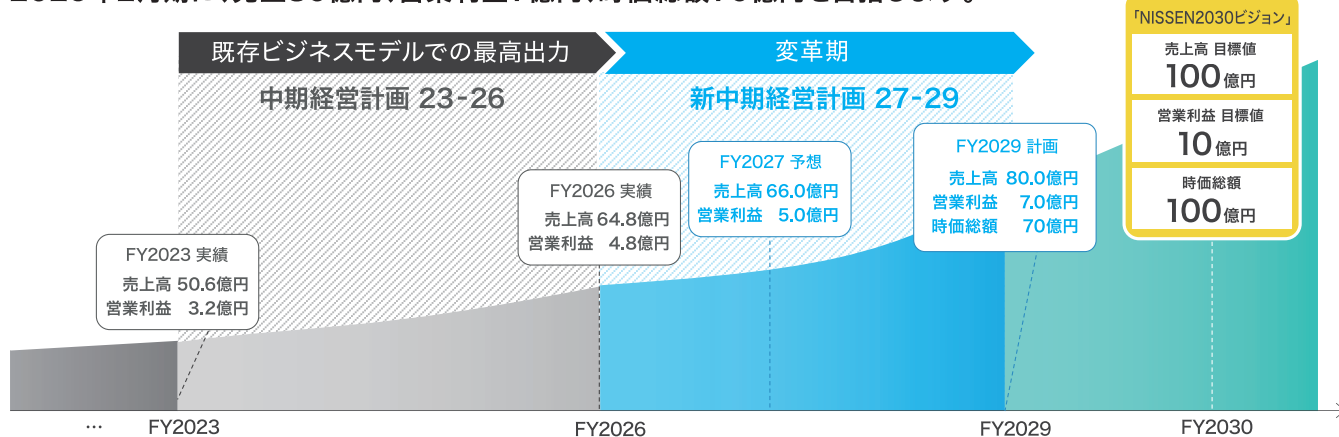
執行役員制による経営推進力強化

執行役員制度を導入し、経営資源の最適化やAI化をはじめとする戦略的投資など、重要施策の実行速度を高めるとともに、事業横断的な取り組みを推進し、経営推進力を強化します。

会社の
共有基盤を
強化する
(企業価値の向上)

④ 数値目標

2029年2月期に、売上80億円、営業利益7億円、時価総額70億円を目指します。



会社概要 (2026年5月28日現在)

社名	株式会社日宣
創業	1947年4月
資本金	36,908万円
従業員数	134名[連結](2026年2月末現在)
本社	東京都千代田区神田司町2-6-5 日宣神田第2ビル
拠点	大阪支社
子会社	株式会社アスティ
役員	代表取締役会長 大津裕司 代表取締役社長 飛川 亮 専務取締役 村井敏裕 取締役(社外) 川田 篤 取締役(社外) 大川容子 常勤監査役(社外) 真鍋 進 監査役(社外) 徳野文朗 監査役(社外) 相良知佐

沿革

1947年 4月	兵庫県神戸市において当社の前身である 宣伝五洋社を創業
1953年 3月	大阪府大阪市において株式会社を設立、 商号を日本宣伝工業株式会社に変更
3月	日宣印刷紙器株式会社を設立
1963年 4月	東京都文京区に東京営業所を開設
1993年 3月	商号を株式会社日宣に変更
1996年 2月	「チャンネルガイド」を出版開始
2000年 9月	東京都千代田区に本社ビルを竣工し、本社を移転
11月	日宣印刷紙器株式会社の商号を 株式会社日宣印刷に変更
2014年 8月	株式会社ハル・プロデュースセンターの株式取得
2015年 9月	株式会社ハル・プロデュースセンターを吸収合併
2016年 8月	東京都千代田区に現本社ビルを竣工し、 本社を移転
2017年 2月	東京証券取引所JASDAQ市場に上場
2020年 9月	ケーブルテレビ株式会社と合併で ホームタウンエナジー株式会社設立
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分再編に伴い、 スタンダード市場に移行
2023年 3月	子会社の株式会社日産社を吸収合併
2024年 12月	株式会社アスティの株式取得
2026年 2月	株式会社日宣印刷の株式譲渡

株主の状況 (2026年2月末現在)

発行可能株式総数 13,600,000株
発行済株式の総数 4,178,080株
株主数 3,023名

株主優待制度のご案内

株式300株(3単元)以上を半年以上継続保有する
株主様にQUOカード5,000円分を進呈

基準日から約3か月以内に発送予定

株式300株(3単元)以上を半年以上継続保有する
株主様にQUOカード5,000円分を進呈

基準日から約3か月以内に発送予定

年間で
計10,000円分の
QUOカードを
進呈いたします。



※株価はご参考として掲載しております。投資必要金額は、3月31日時点終値から算出。

ホームページのご案内 <https://www.nissenad.co.jp>

当社ホームページでは、IR情報、会社情報等充実した内容となっております。
今後も株主の皆様に向けて当社の情報を提供してまいりますので、どうぞご覧ください。



株主メモ

事業年度 / 毎年3月1日から翌年2月末日まで
定時株主総会 / 事業年度終了後3か月以内
剰余金の配当の基準日 / 毎年2月末日、毎年8月31日
1単元の株式数 / 100株

株式名簿管理人及び特別口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先 東京都府中市日鋼町1-1 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 TEL 0120-232-711(フリーダイヤル)
同郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

