

2018年2月期

第2四半期決算 決算説明資料



株式会社 日 宣

証券コード：6543

1

会社概要

2

2018年2月期第2四半期決算概要

3

2018年2月期業績予想及び重点施策

1

会社概要

会社概要

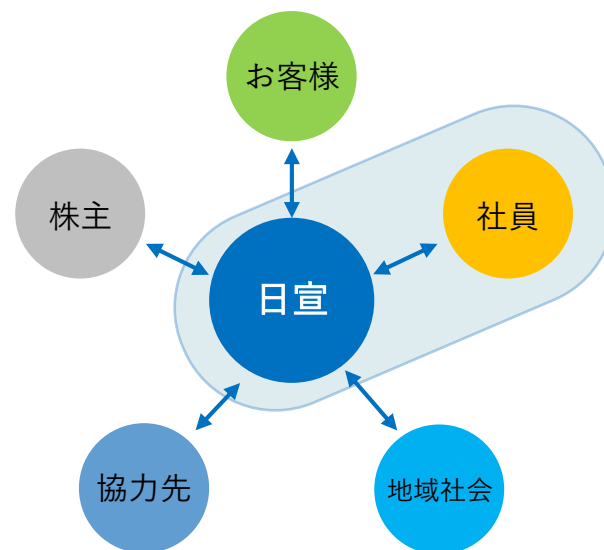
社名	株式会社 日 宣
創業	1947年4月
代表者	代表取締役社長 大津裕司
資本金	321百万円
従業員数	120名（平成29年8月末現在）
事業内容	広告プロモーション・コミュニケーションサービス全般 （広告宣伝事業の単一セグメント）
本社	東京都千代田区神田司町2-6-5 日宣神田第2ビル
拠点	大阪支社、名古屋支店
グループ会社	株式会社 日宣印刷



本 社
（千代田区神田司町）

全社員の物心両面の幸福 を追求します。

社員が喜んで仕事をする会社であることが、お客様への提供価値を高め、株主をはじめステークホルダーを重視した経営に繋がる。

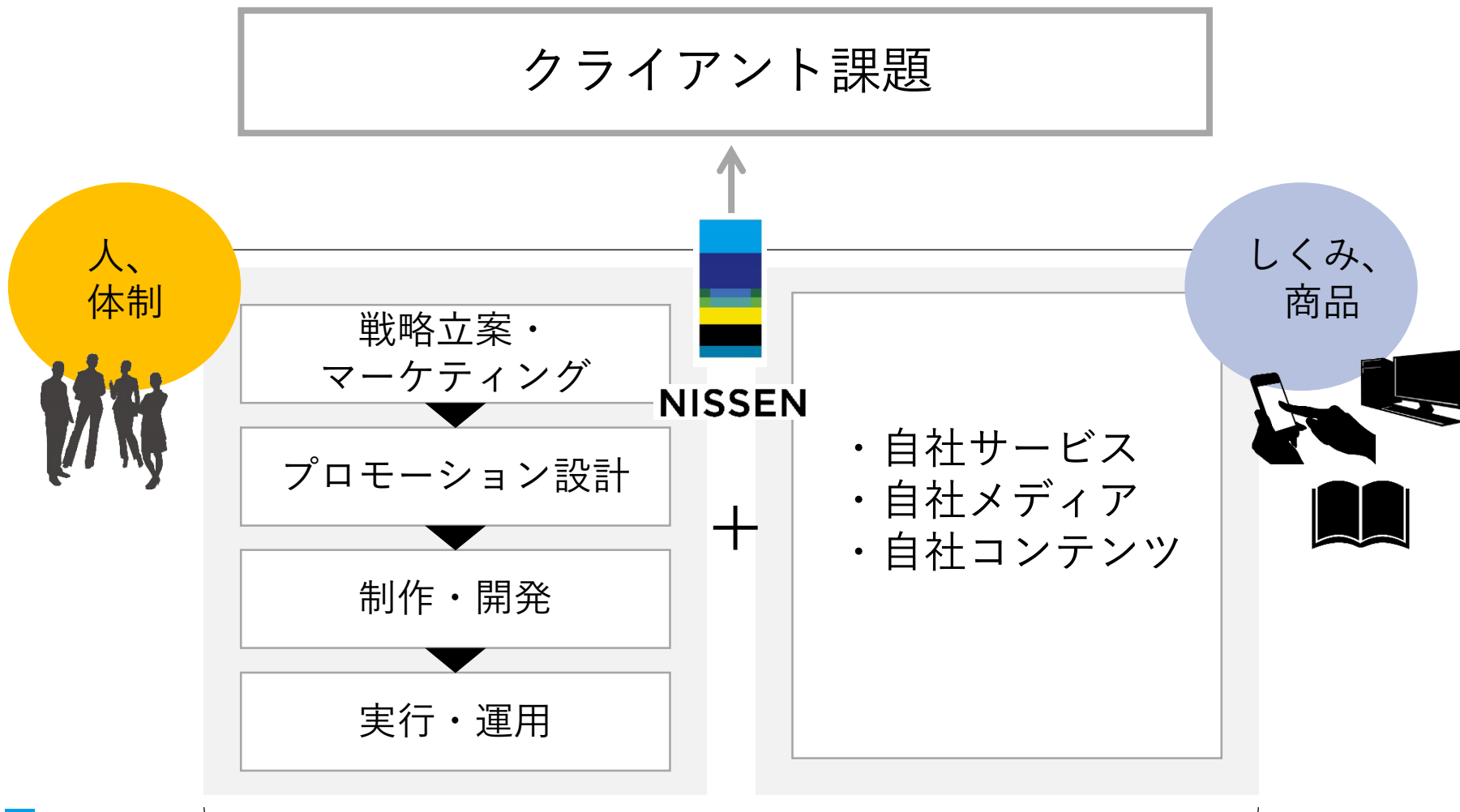


ユニークなコミュニケーションサービスの 提供によって、お客様の経営に貢献します。

私たちのゴールはお客様のビジネス課題を解決すること。特化型のマーケティングに基づき、他にはないコミュニケーションの仕組み、メディア、コンテンツ、エクスペリエンスを創造。

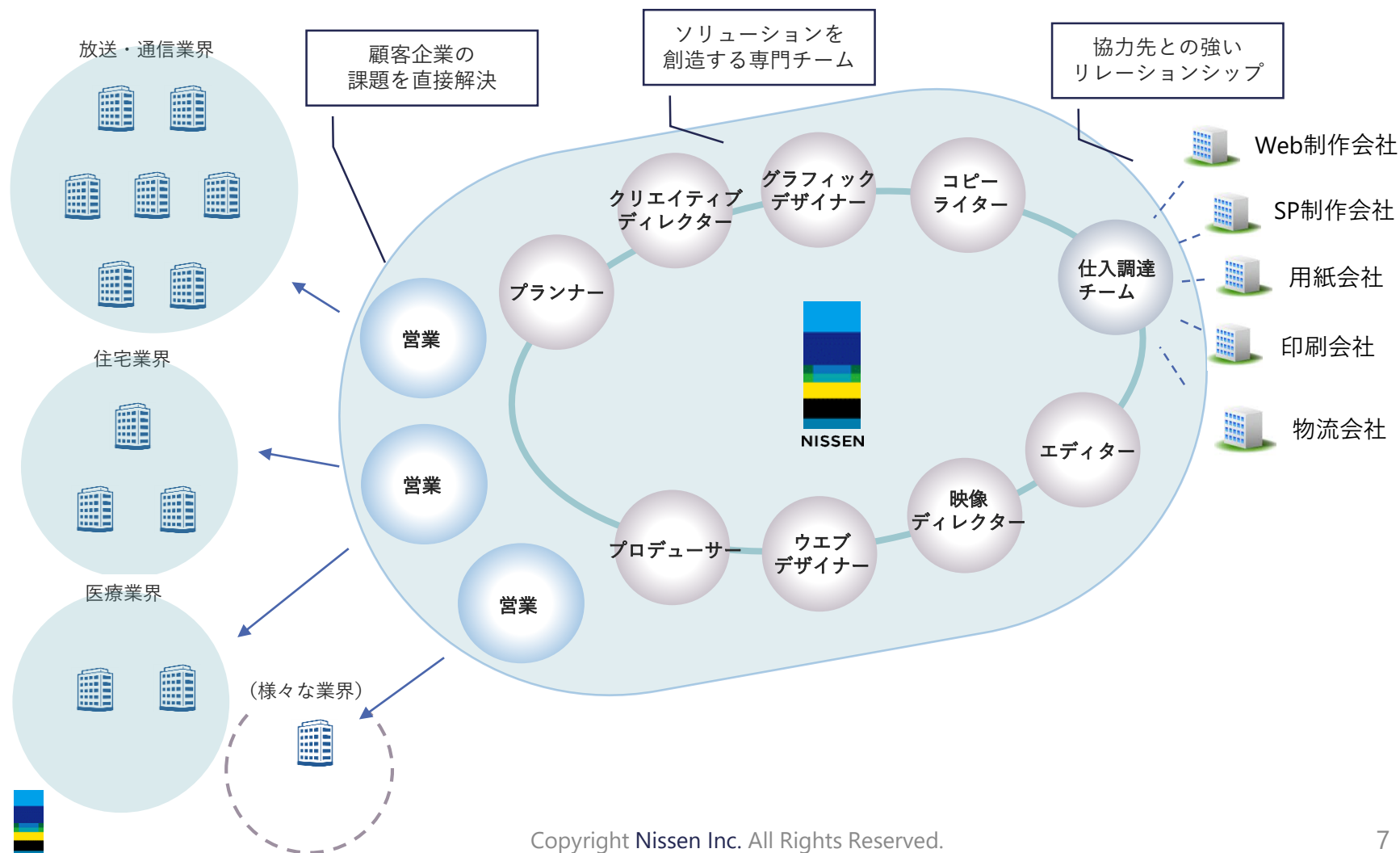
業務内容

クライアントの課題に対し、戦略立案から企画設計・制作まで一貫して実行、**自社で創造したメディア等**で解決



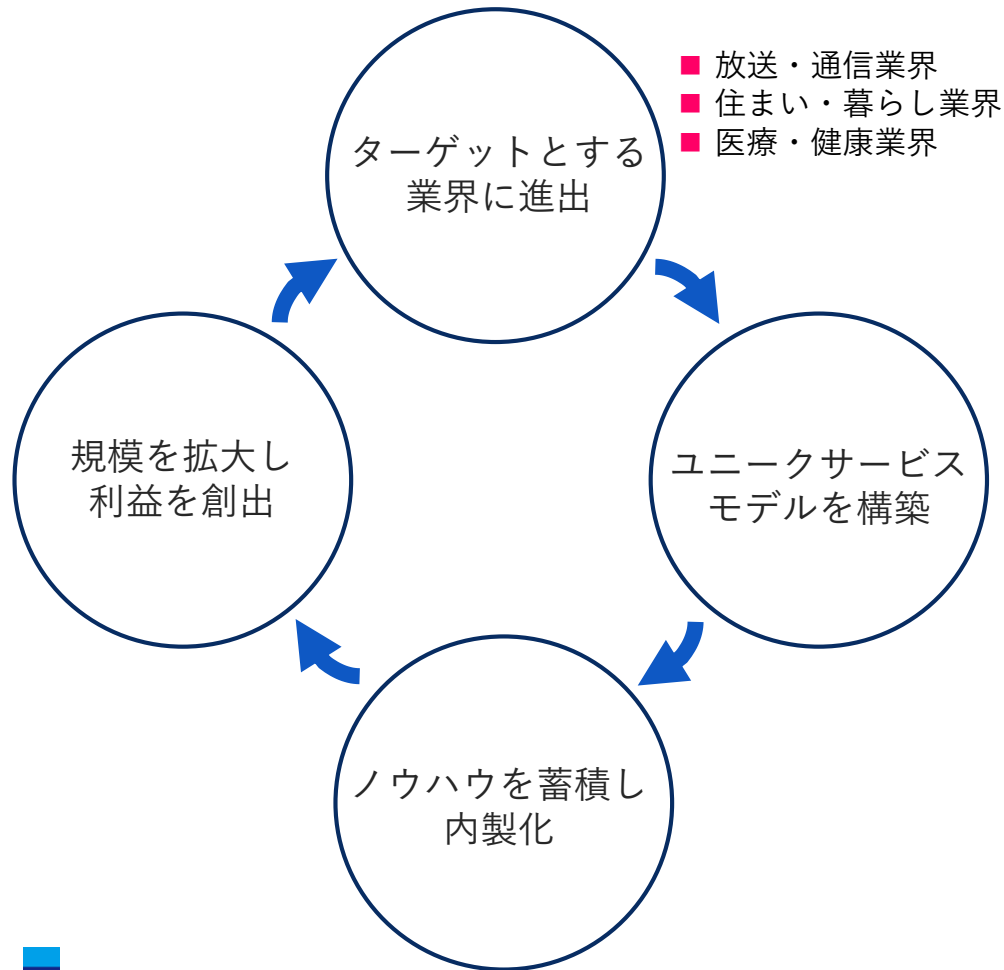
当社の特徴

顧客企業と直接取引し、社内の専門チームや協力先と、最適なコミュニケーションサービスをワンストップで企画制作

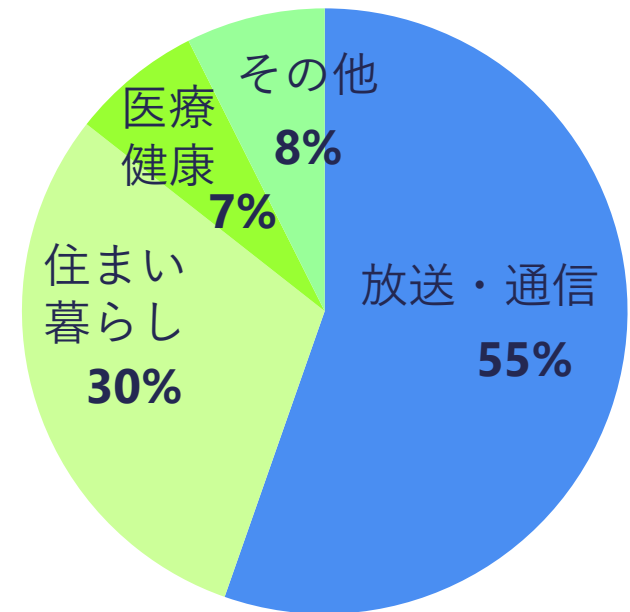


売上構成-業界別

ターゲットとする業界を定め、
ユニークサービスモデルを構築し、規模を拡大。



顧客業界別売上構成



※2018年2月期2Q実績

放送・通信業界向けサービス内容

CATV業界や大手通信キャリアに、幅広くセールスプロモーションを提供



チャンネルガイド



レコメンドサイト

1996年に、CATVの加入者向けテレビ番組情報誌「チャンネルガイド」（月刊誌）を発行開始。参入障壁が高い。

発行局数は全国約100局。

発行部数は150万部。

大手通信キャリアが運営する動画配信サービスのレコメンドサイトなど、セールスプロモーションを支援。

住まい・暮らし業界（住宅）向けサービス内容

様々なプロモーションの企画・制作・在庫管理まで、
ワンストップ・フルサービスを提供



40年以上にわたり、旭化成ホームズ様に対しセールスプロモーションを提供。
企画、デザイン・コピー、映像・WEB、体験開発など、一気通貫で支援。

VRやジェスチャー認識デバイス等
テクノロジーを活用した体験装置を提供。

住まい・暮らし業界（ライフスタイル）向けサービス内容

無料情報誌を中心に、セールスプロモーションを提供
培ったコンテンツ力を活かし、Webマガジンも展開



ホームセンターマガジン Pacoma

ホームセンターで配布される無料情報誌

「Pacoma」（月刊誌）を企画・発行。

広告集稿に加え、ホームセンターに同誌を
販売。

創刊1994年、発行部数は30万部。

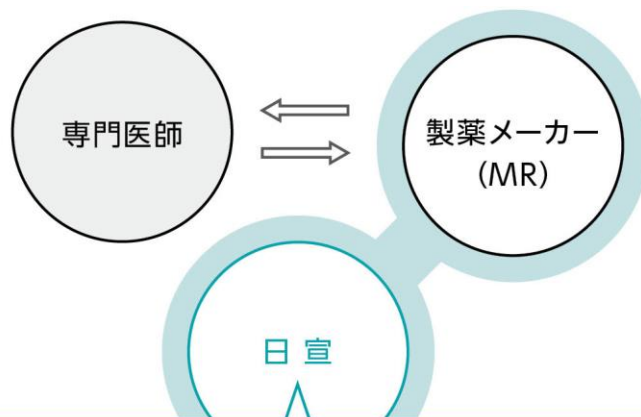


WEBマガジン Pacoma

ライフスタイル業界を中心とした顧客企業へ
各種販促ツールを提供する他、Webマガジン
を活用したWebプロモーション・PR施策を
提供。

医療・健康業界（製薬企業）向けサービス内容

製薬会社のMR（医療情報担当者）の活動支援を目的に
全国の医師が出演する**疾患予防啓発番組**を企画制作
（ケーブルテレビ・ラジオ延べ約700本制作）



疾患予防施策、地域ごとの接点創出、関係構築



全国のケーブルテレビ、ラジオを活用した地域疾患
予防啓発番組



学会、セミナー、各種イベントなどの企画運営



医療・健康業界（ドラッグストア）向けサービス内容

日本チェーンドラッグストア協会公認の無料情報誌を発行
配布店舗10,000店に対し、直接アプローチ



無料情報誌「KiiTa」（季刊誌）

を企画・発行。

創刊2004年、発行部数は50万部。

KiiTa



（手渡し）



Re:KiiTa

新メディアとしてドラッグストアの
売り場担当者向け無料情報誌

「Re:KiiTa」2016年に創刊。

「プロ向け情報」メディアとして
広告を集稿。

その他業界向けサービス内容

強みとする **店舗集客と店頭プロモーション** の企画力を活し、
店舗網を持つ顧客企業へアプローチ



【全施策を担当】



【映画タイアッププロモーション】

2

2018年2月期 第2四半期決算概要

2018年2月期 第2四半期 損益計算書

■ 売上高	対計画比 $\triangle 6.2\%$
■ 営業利益	対計画比 $\triangle 22.7\%$
■ 親会社に帰属する四半期純利益	対計画比 $\triangle 2.1\%$

単位：百万円	17年2月期 2Q実績	18年2月期 2Q計画	18年2月期 2Q実績	計画比	前期比
売上高	2,377	2,415	2,265	$\triangle 6.2\%$	$\triangle 4.7\%$
売上総利益	615	620	560	$\triangle 9.7\%$	$\triangle 8.9\%$
販売管理費	367	429	413	$\triangle 3.9\%$	12.4%
営業利益	247	190	147	$\triangle 22.7\%$	$\triangle 40.5\%$
営業利益率	10.4%	7.9%	6.5%	-1.4pt	-3.9pt
経常利益	254	191	145	$\triangle 24.3\%$	$\triangle 42.9\%$
親会社に帰属する 四半期純利益	158	513	503	$\triangle 2.1\%$	217.5%
当期純利益率	6.7%	21.3%	22.2%	+0.9pt	+15.5pt

売上高の概況：広告宣伝事業の業界別売上高

- 放送・通信業界 計画を若干未達。
- 住まい・暮らし業界 計画未達。旭化成ホームズ向けが不調。
- 医療・健康業界 計画達成。前年同期は大口顧客の新薬の販促を受注。
- その他業界 計画未達だが、新規顧客を開拓し増収

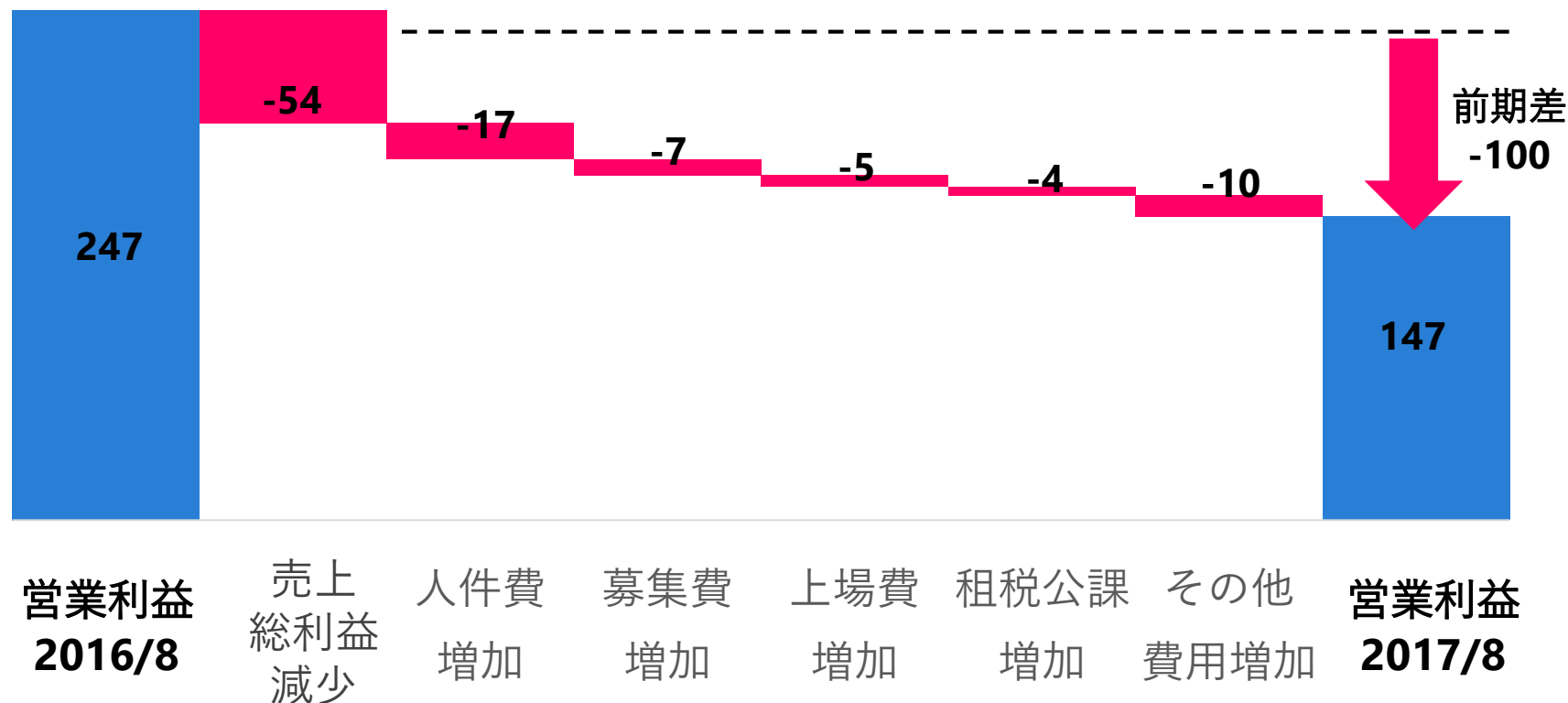
単位：百万円	17年2月期 2Q実績	18年2月期 2Q計画	18年2月期 2Q実績	計画比	前期比
放送・通信	1,166	1,218	1,195	△1.9%	2.5%
住まい・暮らし	762	737	653	△11.4%	△14.3%
医療・健康	200	119	150	26.5%	△24.9%
その他	144	228	160	△29.8%	11.3%

※広告宣伝事業のみ

利益の概況：営業利益の増減

- 売上の減収
 - 人件費・募集費の増加
 - 上場費・租税公課他の増加
- 大口顧客の不調
即戦力社員の採用強化
上場等に伴う費用の増加

(単位:百万円)



貸借対照表

■ 旧本社ビル売却と借入返済に伴い、自己資本比率改善

単位：百万円	17年2月期	18年2月期 2Q	前期末比
流動資産	1,870	2,010	7.5%
現金及び預金	1,284	1,425	11.0%
固定資産	2,586	2,207	△14.7%
有形固定資産	2,339	1,970	△15.8%
資産合計	4,457	4,217	△5.4%
流動負債	813	767	△5.7%
固定負債	1,646	1,021	△38.0%
長期借入金	1,433	690	△51.8%
負債合計	2,460	1,789	△27.3%
純資産	1,996	2,428	21.6%
負債純資産合計	4,457	4,217	△5.4%
自己資本比率	44.8%	57.6%	+12.8pt

3

2018年2月期業績予想及び重点施策

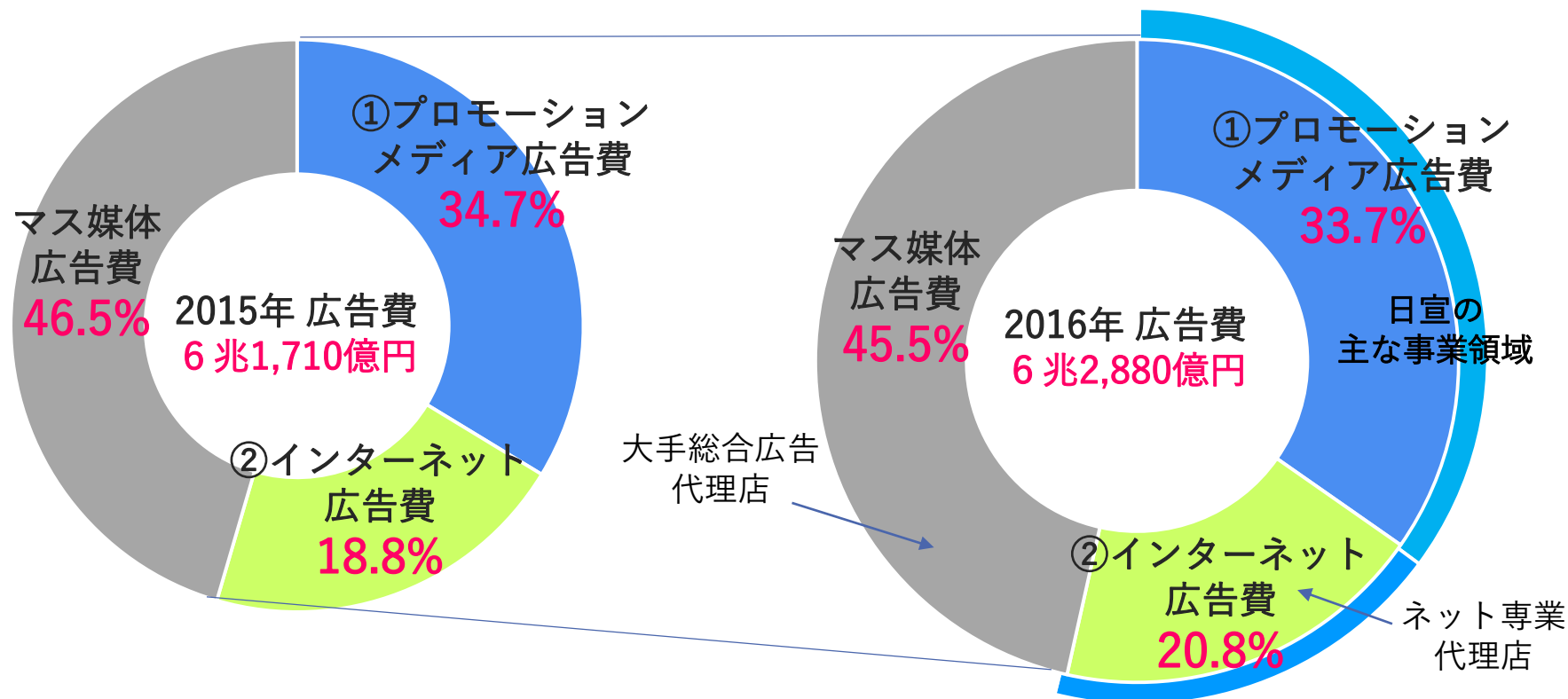
2018年2月期通期連結業績予想

- 売上は前期比7.1%増、営業利益は前期比 13.8%増
- 2Q進捗は計画を下回るものの期首計画通り、増収増益の見通し
- 足元で「住まい・暮らし」領域の人員を強化し、復調を図ると共に、新規の大口顧客の開拓等が進行

単位：百万円	17年2月期 (実績)	18年2月期 (予想)	前期比
売上高	4,690	5,025	7.1%
営業利益	375	427	13.8%
営業利益率	8.0%	8.5%	+0.5pt
経常利益	418	428	2.6%
当期純利益	259	663	156.2%
当期純利益率	5.5%	13.2%	+7.7pt

広告市場における当社の主な事業領域

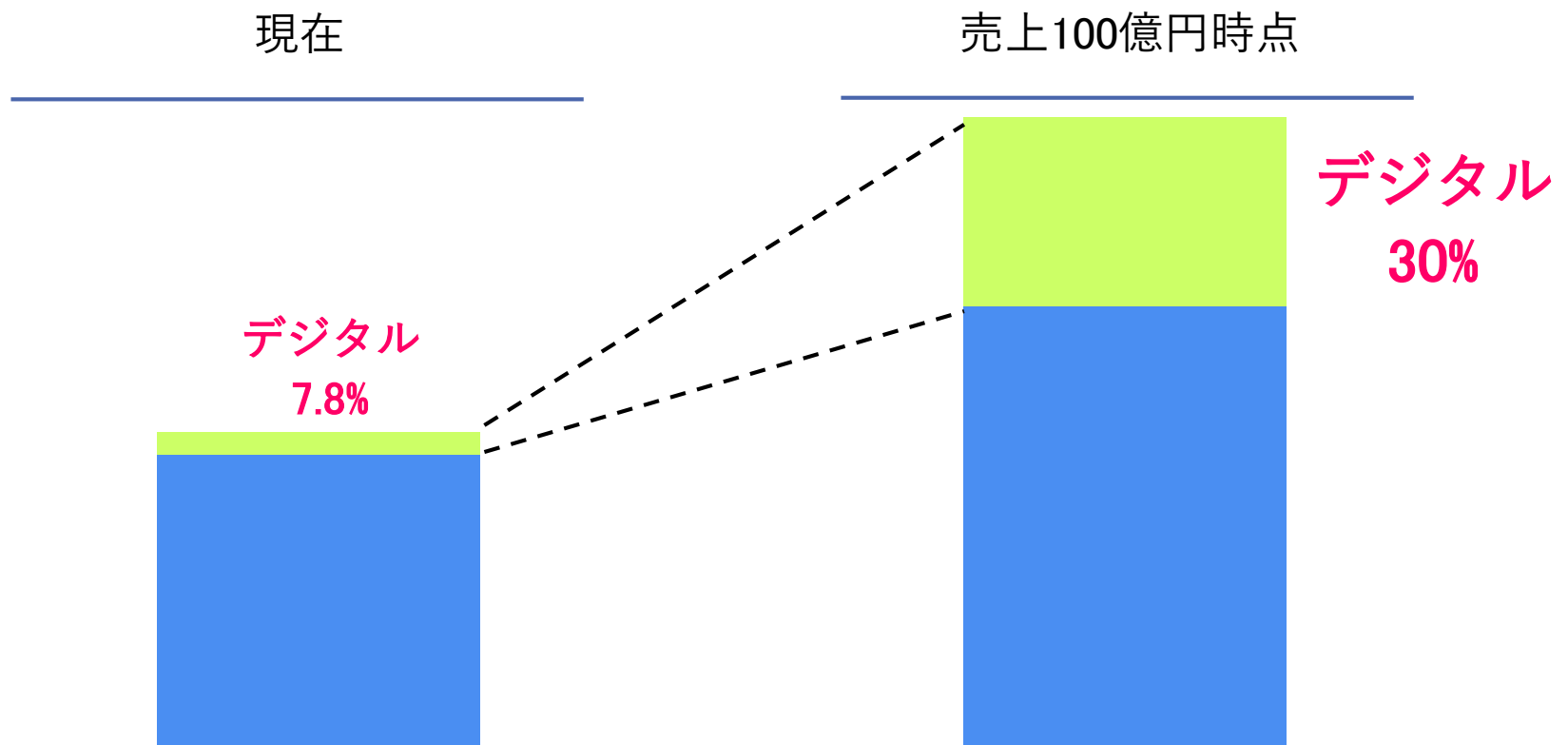
- ①当社の主力事業はプロモーションメディア領域
- ②成長しているインターネット広告領域に重点投資



※電通「2016年 日本の広告費」より

デジタル領域の目標比率

目標：売上100億円時点でデジタル領域の売上割合を30%に増加



※2018年2月期2Q実績

当社の強みを生かして、**デジタル領域の売上を拡大**させる。

「売りの現場」 への展開

- ・当社が得意としている「**売りの現場**」にアドテクノロジーを利用した集客施策を提供
- ・購買につながるAR/VRを活用した商品体験施策を提供

大手クライアント の攻略

- ・**マス媒体の重要性の低下**
- ・Webのプロモーションだけでなく、顧客業界への深い理解から事業の拡大に寄与するプロモーション施策を一括して提供

地方への展開

- ・Webに強い広告代理店は首都圏に集中
- ・当社は**全国のCATV局を顧客**とし、視聴者獲得支援施策としてWebマーケティングを提供
- ・支店を中心に地方での営業を強化

- 日本ピザハット様とスパイダーマンのタイアッププロモーションを実施
- ARを活用し、SNSを通じて拡散、ファンの獲得や購買を促進
- キャンペーンの全体設計、ARコンテンツ他各種制作物、イベント運営等トータルに提供



キャンペーン期間中に届くオリジナルピザBOX。スマホアプリをかざすとスパイダーマンが登場。



スパイダーマンと一緒に撮影。ツイッターやインスタグラムに投稿。



ファンイベントを企画開催。

-
- 生ハム&パンプキン
- ¥520 406kcal
- スパイシー・BBQソース
- 生ハム&パンプキン
- かぼちやの季節がやってきた。

店舖演出

- 次の大きな柱とする事業である「医療・健康」業界や「その他」業界において、大手顧客の開拓やインバウンド領域の着手を実施。

「医療・健康」業界

+

「その他」業界



- ・ 日本チェーンドラッグストア協会の公認により、昨年末の新メディア立ち上げが早期実現



- ・ メディア・コンテンツ力を活かし、業界企業への営業活動を強化

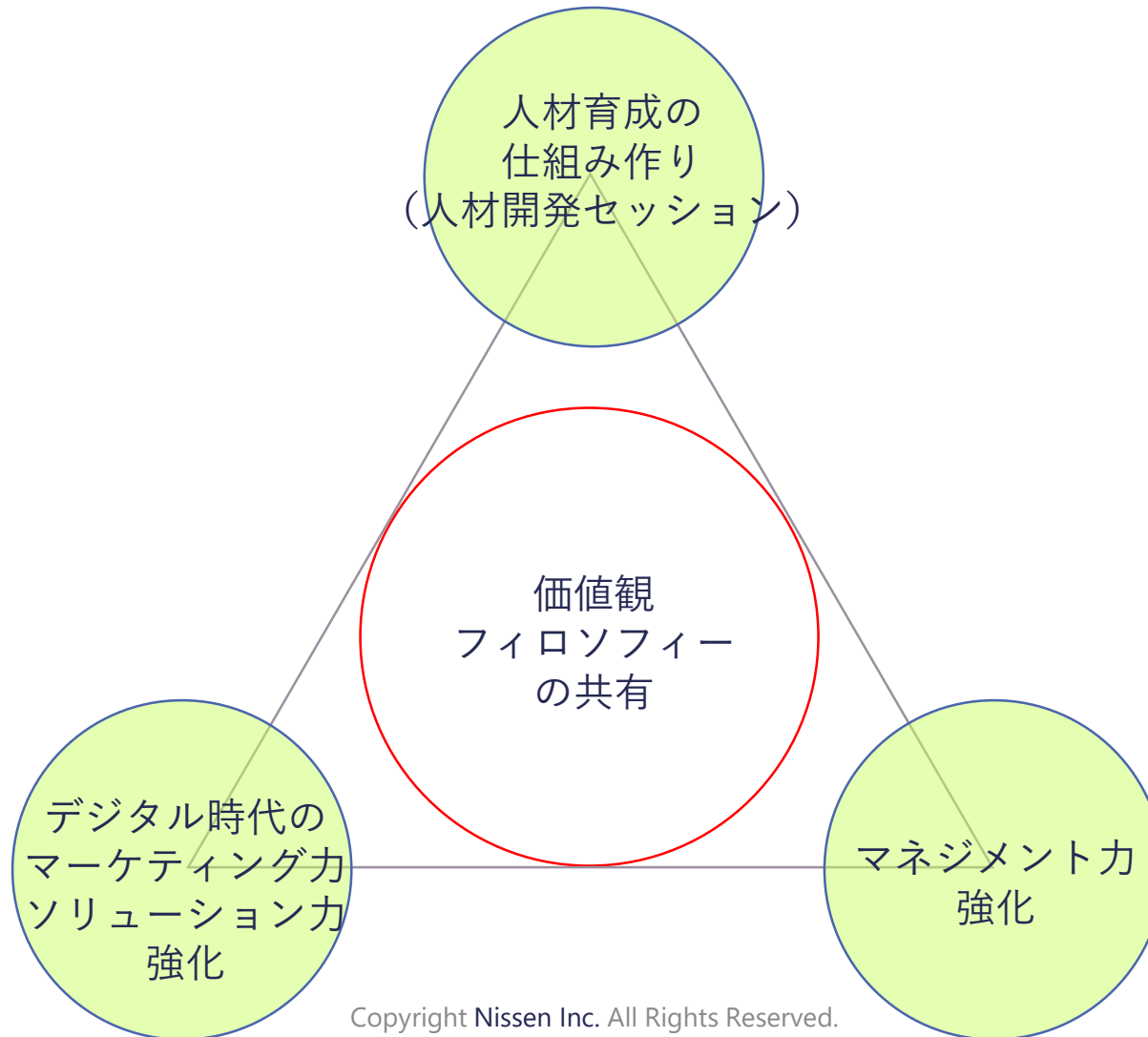


- ・ 得意とする店舗網のある業界への営業活動を強化



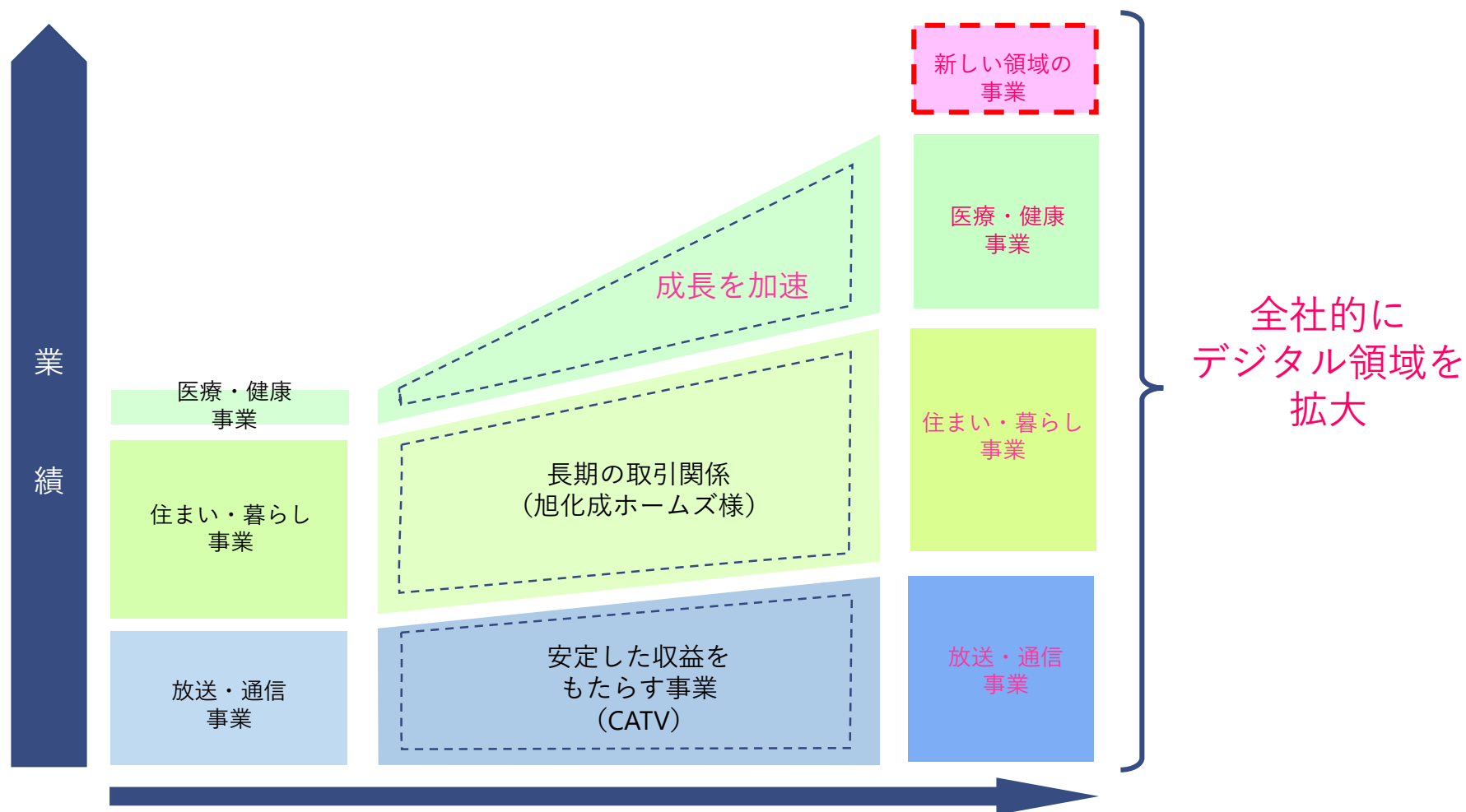
- ・ 中国企業との取引を開始し、日中ビジネスのナレッジを蓄積

- デジタル時代のマーケティング力・ソリューション力強化のため、若手中心に採用・育成を強化



今後の成長見通し

- デジタル領域のサービス開発に注力。M&Aや業務提携も含めて検討。



本資料の取扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。

これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本資料の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本資料ならびには、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。