



2024年2月期第2四半期 決算説明資料

2023年10月19日



NISSEN

株式会社 日宣

東証スタンダード市場：6543

目次

- 01 エグゼクティブサマリー
- 02 事業内容
- 03 2024年2月期第2四半期決算概要
- 04 中期経営計画に基づく施策の進展
- 05 2024年2月期業績予想
- 06 株主還元
- 07 会社概要

01

エグゼクティブサマリー

売上高はほぼ前年同期並みとなるも、収益性は低下

エグゼクティブサマリー

2024年2月期
2Q
(3-8月)

売上高	2,501百万円	▲0.5%
-----	----------	-------

営業利益	81百万円	▲50.1%
------	-------	--------

経常利益	72百万円	▲54.5%
------	-------	--------

四半期純利益	53百万円	▲50.0%
--------	-------	--------

Summary

- ケーブルテレビ局向けテレビ番組情報誌の事業譲受による売上増があった一方、住まい・暮らし業界の売上は伸び悩んだ。収益認識に係る会計基準適用の影響もあり、結果的に売上高は前年同期比並み。
- 一方で用紙価格や印刷費の高騰による原価高に対し、上期中は売価への転嫁が遅れた。また販売費および一般管理費は、上記の事業譲受に伴う減価償却費を主因に、前年同期比で増加。原価と販管費の両面から事業の収益性を押し下げた。

02

事業内容



他にはない独自の3つの強みをもつ

当社の事業モデル

強み①

業界特化による
高い参入障壁

強み②

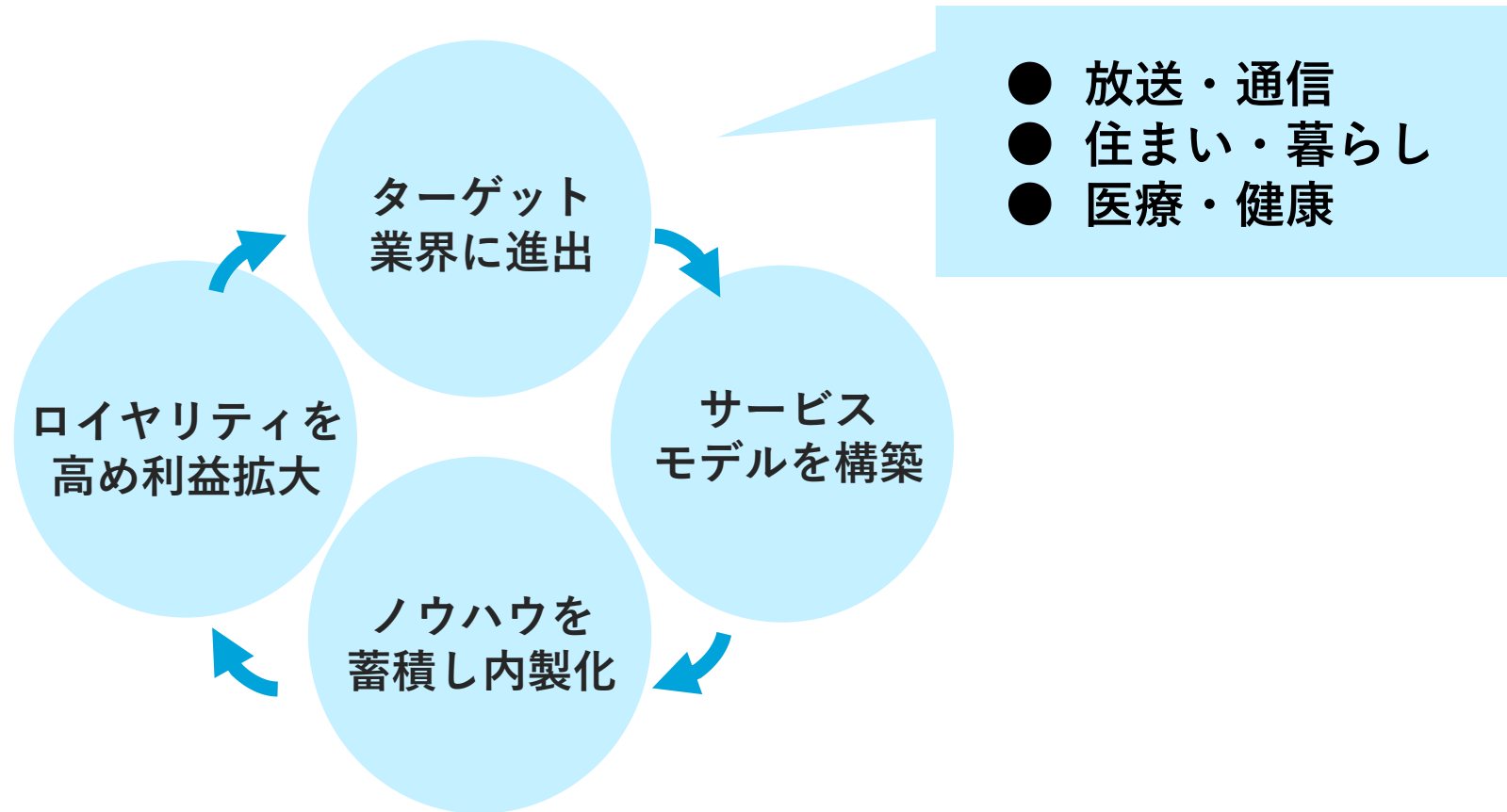
ワンストップ
トータル支援

強み③

自社で編集・発行
するメディア

①業界特化による高い参入障壁

ターゲット業界を定め独自のモデルで利益創出



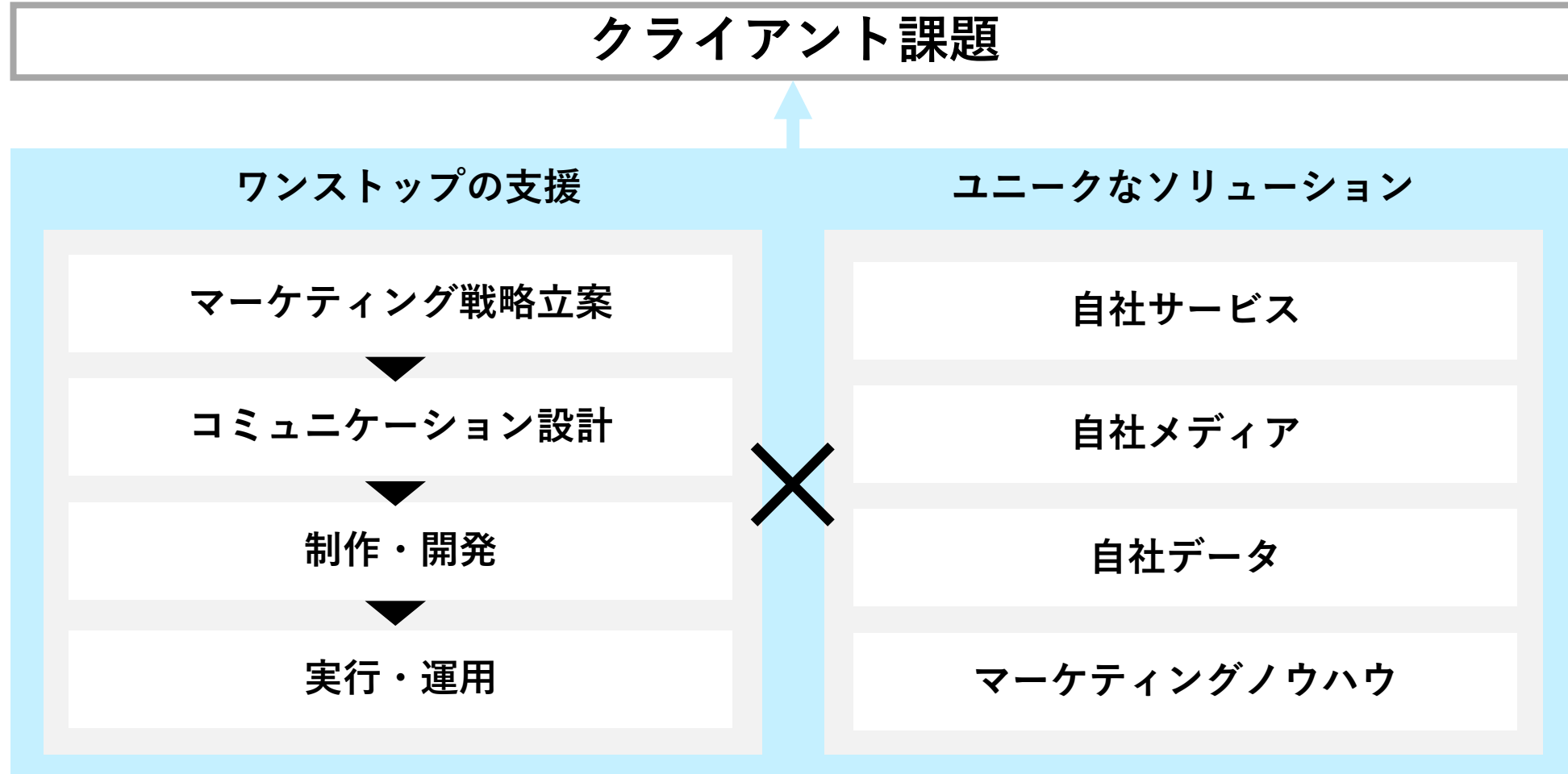
ケーブルテレビに対して番組情報誌「チャンネルガイド」を提供



イメージ図



クライアントのマーケティング課題をワンストップで解決



②ワンストップ・トータル支援 | 実績



責任代理店として全マーケティング活動を支援
商品企画、プロモーション、クリエイティブ、SNS、PRなどトータルサポート

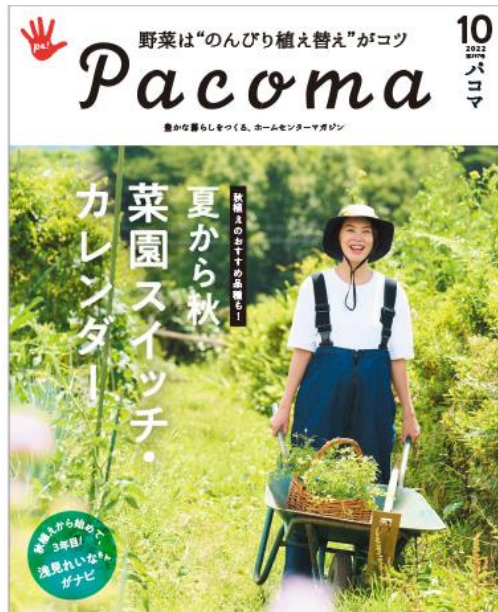


商品を企画からプロモーションまでプロデュース

SNSの企画・運用も一貫して担当しその媒体価値を劇的に改善

③自社で発行するメディア | 実績

編集チームを抱え、自社メディア「Pacoma」を編集・発行
コンテンツ企画開発力でクライアントのマーケティング活動に貢献



創刊 | 1994年
発行部数 | 27万部
配布場所 | ホームセンター約1,250店舗
ビジネスモデル | 広告集稿 + 配布店舗への販売

WEBマガジン「Pacoma」も運営
ユニークで専門性のある
オリジナルコンテンツを配信



03

2024年2月期第2四半期 決算概要

売上高はほぼ前年同期並みとなるも、収益性は低下

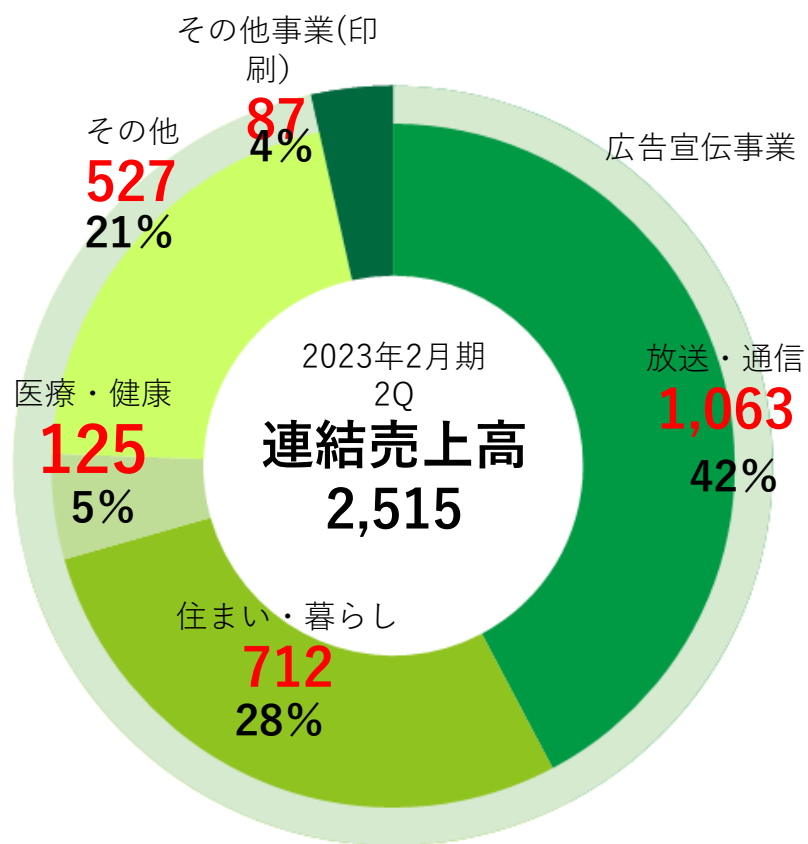
2024年2月期 第2Q連結損益計算書

- 売上高は、ケーブルテレビ局のガイド誌事業の譲受があったものの、住まい・暮らし業界の伸び悩みもあり、ほぼ前年同期並み
- 営業利益は、原価高騰による価格転嫁への遅れや減価償却費の増加等により、前年同期比▲50.1%
- 経常利益は、役員の保険解約返戻金や投資事業組合運用損等の影響により、同▲54.5%となった

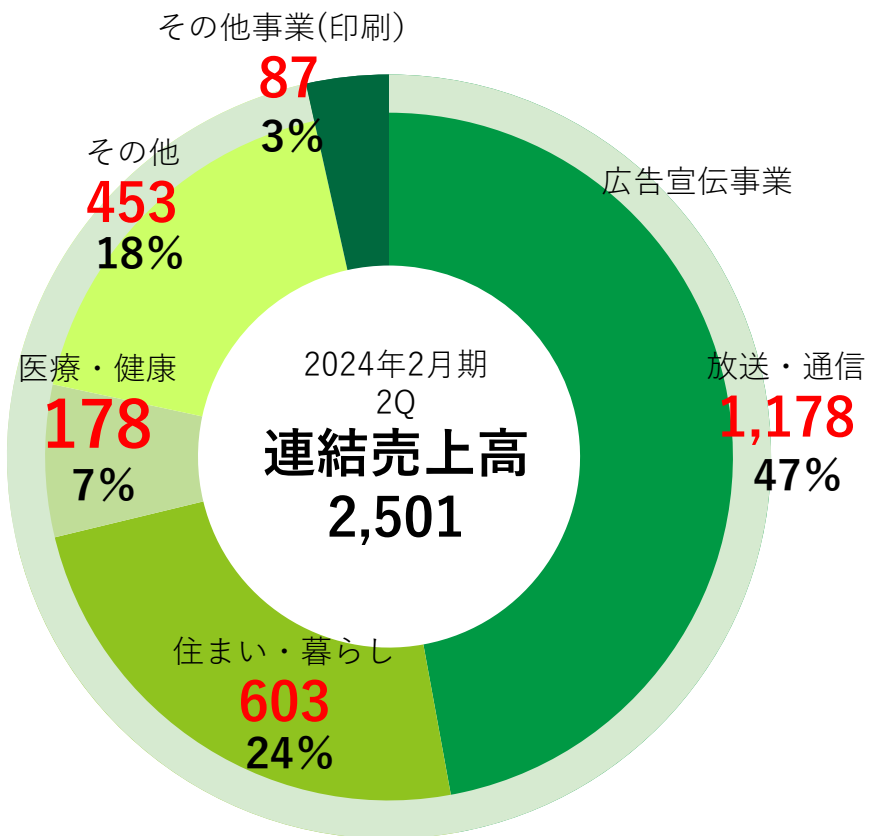
(単位：百万円)	2023年2月期 2Q	2024年2月期 2Q	前年同期比 増減率
売上高	2,515	2,501	▲0.5%
売上総利益	624	545	▲12.7%
販売管理費	461	463	+0.5%
営業利益	162	81	▲50.1%
売上高営業利益率	6.5%	3.3%	▲3.2pts
経常利益	158	72	▲54.5%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	106	53	▲50.0%
当期純利益率	4.2%	2.1%	▲2.1pts

放送・通信が事業譲受で増加、住まい・暮らし業界が伸び悩み

2024年2月期 第2Q連結売上高



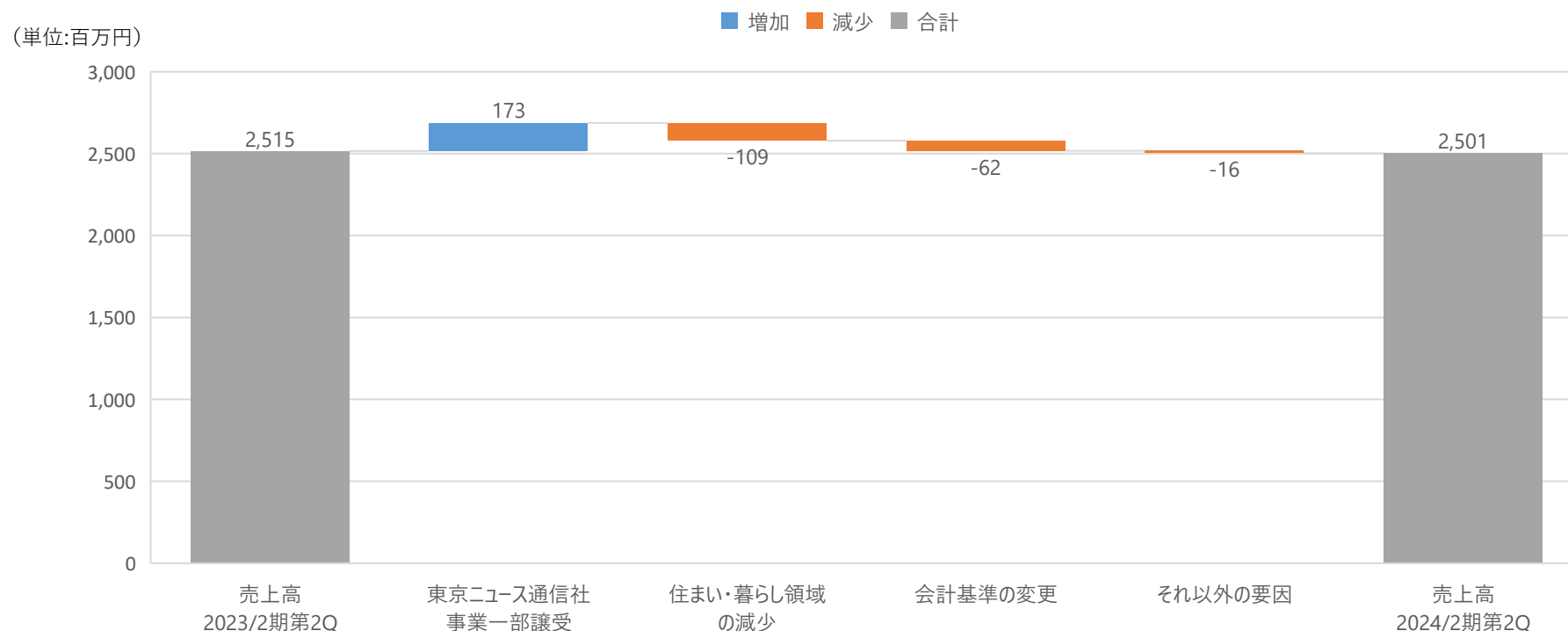
(金額単位：百万円)



(金額単位：百万円)

M&A・会計基準の変更・一部事業領域の伸び悩み等の増減あり

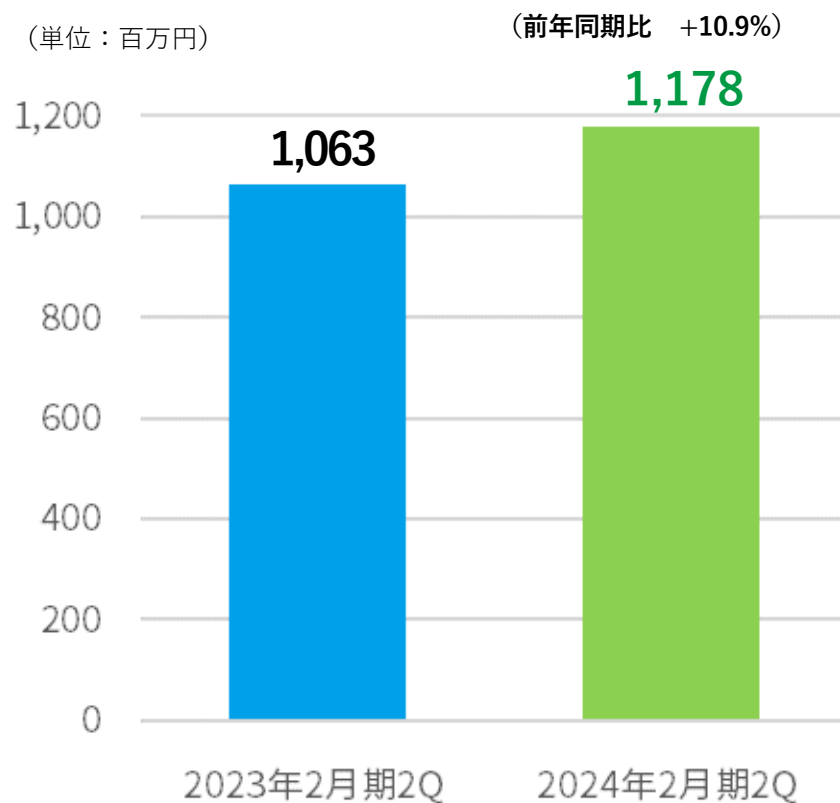
前年同期からの売上高増減



- 東京ニュース通信社からの事業一部譲受により、173百万円増
- 住まい・暮らし領域が伸び悩み、100百万円減
- 3月に合併した旧日産社についても、今期から収益認識に関する会計基準を適用。同社での新聞・雑誌等の広告出稿に係る取引を中心に売上と原価を相殺し、62百万円減（利益への影響なし）

強固な顧客基盤だが原価高騰はリスク要因

放送・通信業界の実績



■ 2024年2月期2Qの売上高は、1,178百万円、前年同期比 +10.9%

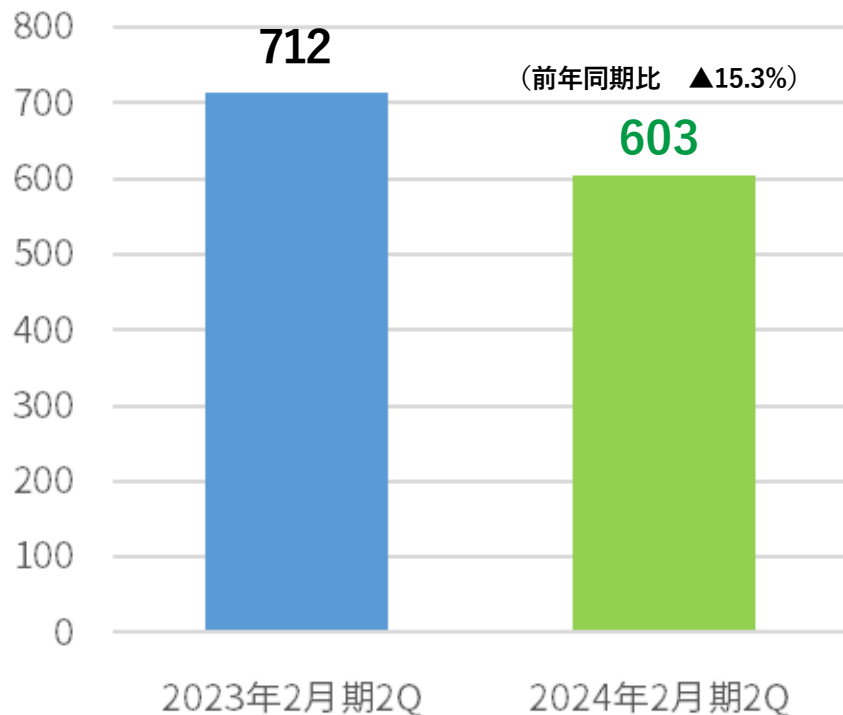
■ 主力の『チャンネルガイド』は株式会社東京ニュース通信社の持つ番組ガイド誌事業を一部譲受したことで増加。業界での顧客基盤を強固なものにした。

■ 一方で、用紙価格の高騰や印刷費用上昇による転嫁の期ズレにより、収益への貢献は限定的。

大手顧客との取引が伸び悩む

住まい・暮らし業界の実績

(単位：百万円)



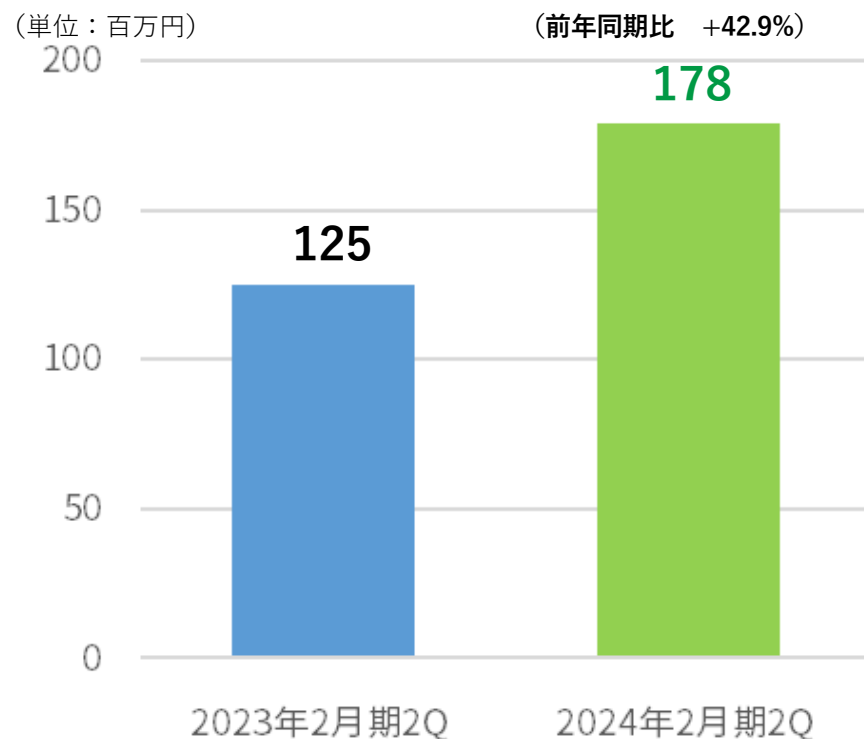
■ 2024年2月期2Qの売上高は、603百万円、前年同期比 ▲15.3%

■ 同業界の顧客との取引が伸び悩んだことが主因

■ 当社の自社メディアで培ったノウハウを用いて、提供サービスの拡大を目指す

各種イベント・マーケティング施策回復の兆し

医療・健康業界の実績

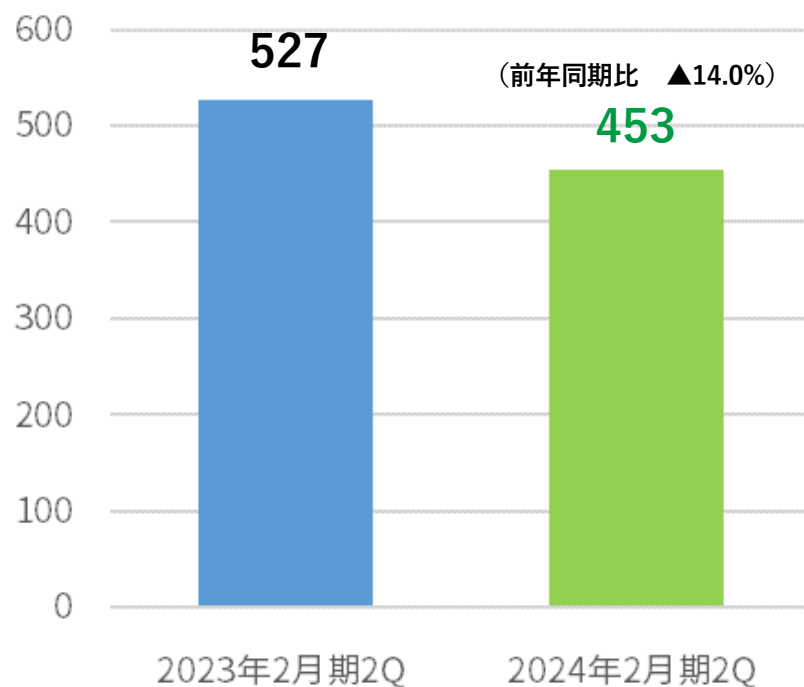


- 2024年2月期2Qの売上高は、178百万円、前年同期比+42.9%
- 新型コロナウイルス感染症の第5類移行後の環境においてビジネス回復が顕著となっており、その機会を捉えて売上を増加
- クライアントとの信頼関係をベースに、マーケティング分野以外でも提案を継続中

収益認識に関する会計基準の影響により売上高が減少

その他業界の実績

(単位：百万円)



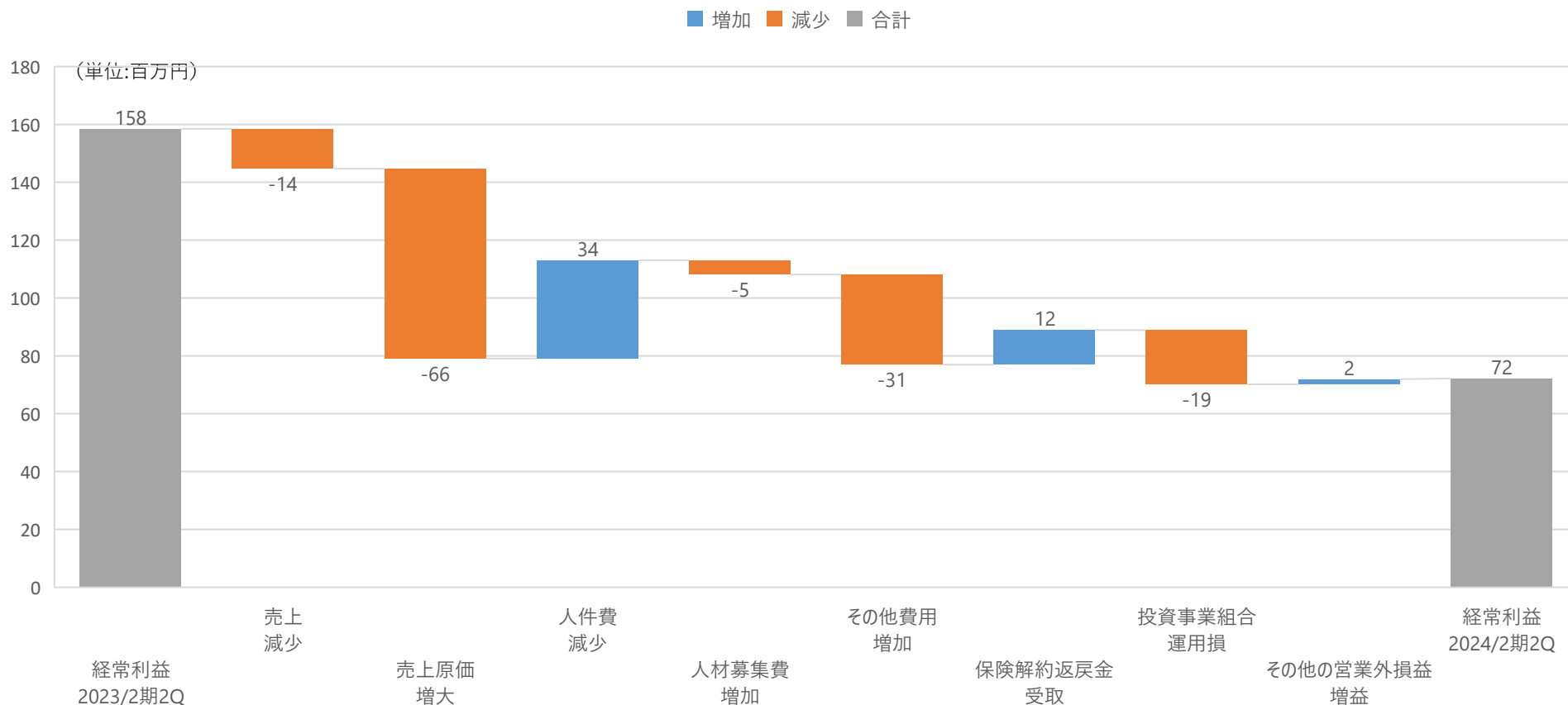
■ 2024年2月期の売上高は、453百万円、前年同期比 ▲14.0%

■ 今回から適用している収益認識に関する会計基準の影響分62百万円により売上高は減少。但し当該部分を差し引くと、ほぼ前年同期並み

■ 当社戦略2030ビジョンの柱の一つである「ブランドコミュニティ」に基づき、引き続き事業拡大中

売上減少に加え、原価高騰と減価償却費増加が収益を下押し

経常利益の増減



■ 用紙価格の高騰や印刷費用上昇による転嫁の期ズレにより売上原価増大

■ 人件費は減少するも、一方で事業譲受に伴う減価償却費拡大で、その他費用が増加

前期末から現預金が減少し、固定資産が増加

株式会社 日宣

2024年2月期第2Q 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2023/2期 4Q	2024/2期 2Q	増減率
流動資産	2,338	2,013	▲13.9%
現金及び預金	1,677	1,272	▲24.1%
固定資産	2,198	2,468	+12.3%
有形固定資産	1,688	1,695	+0.4%
資産合計	4,536	4,482	▲1.2%
流動負債	661	668	+1.1%
固定負債	730	678	▲7.2%
長期借入金	353	323	▲8.4%
負債合計	1,391	1,347	▲3.2%
純資産	3,145	3,135	▲0.3%
負債純資産合計	4,536	4,482	▲1.2%
自己資本比率	69.3%	69.9%	+0.6pts

04

2030ビジョンに基づく 中期経営計画の策定

変化を捉えられるかが今後の成長を左右する

広告会社は地殻変動の最中

地殻変動①

市場が縮小し
商品が同質化した

地殻変動②

広告の
影響力が衰えた

地殻変動③

生活者(消費者)と
企業が対等になった

“生活者同士のつながり＝コミュニティ”を起点に

日宣の考える新しいマーケティング

変化

地殻変動①

市場が縮小し
商品が同質化した

地殻変動②

広告の
影響力が衰えた

地殻変動③

生活者(消費者)と
企業が対等になった

競合

“マスメディア”を起点にした大衆に働きかけるマーケティング

“デジタル”を起点とした1to1(個人追跡型)のマーケティング



日宣

“生活者同士のつながり＝コミュニティ”を起点に

日宣2030ビジョンにおいて当社が目指す姿

コミュニティ・エコシステム・カンパニー

生活者を「コミュニティ」＝人と人の“小さなつながり”として捉え、その発想を起点に、
企業・地域・さまざまなプレイヤーをむすびつけ、新しい連携や共創＝エコシステムをつくり、世の中に貢献します。



2030ビジョンの具現化として3本の柱で企業価値向上を目指す

中期経営方針

2030ビジョンに向けた魅力・強み最大化
(コミュニティ発想のビジネス化)と成長基盤構築による企業価値向上

①タテ×ヨコ成長

各事業成長×
コミュニティマーケティング

■「各事業成長×コミュニティマーケティング」
の成長領域化、事業化

②M & A・投資の活用

強み×強み

■関係値高く取引継続のある得意先/人財の獲得
■戦略的に適合するサービスの獲得と創造
■出資による提携・関連企業づくり

③人材・経営管理の強化

全員参加の経営

■経営マインド、経営人財の育成

営業利益 4 億 5 千万円超・営業利益率 7 % の水準へ

71～73期 中期経営計画

(単位：百万円)

	2022年2月期 実績	2023年2月期 実績	2024年2月期 業績予想	2026年2月期 中計最終年度	中計最終年度の 2023年2月期対比
売上高	4,837	5,058	5,200	6,600	30%
営業利益	323	320	185	460	44%
親会社株主に帰属する 当期純利益	253	244	145	305	25%
営業利益率	6.7%	6.3%	3.6%	7.0%	+0.7pt

※2024年2月期以降については、東京ニュース通信社からの事業一部譲受による影響を含む。

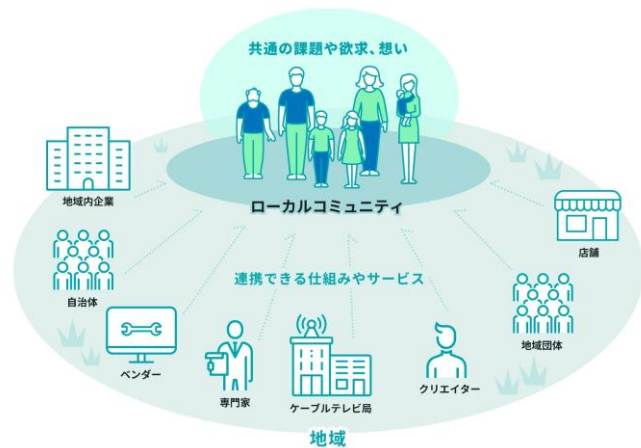
2030ビジョンに基づき3つの事業ドメインを設定

事業ドメイン

1

エリアビジネス

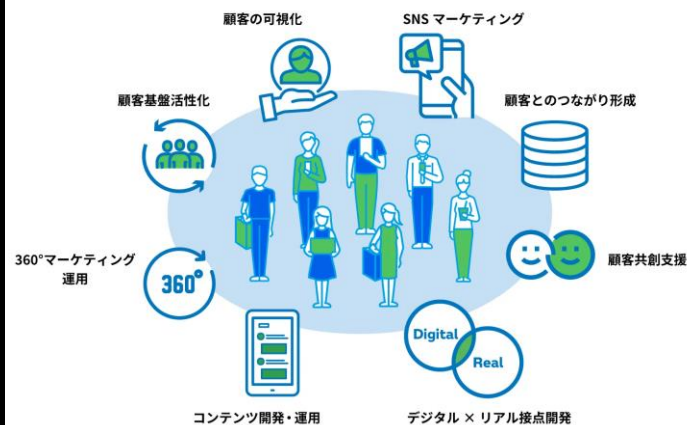
「ローカルコミュニティ」の
可能性を活かす



2

コミュニケーションビジネス

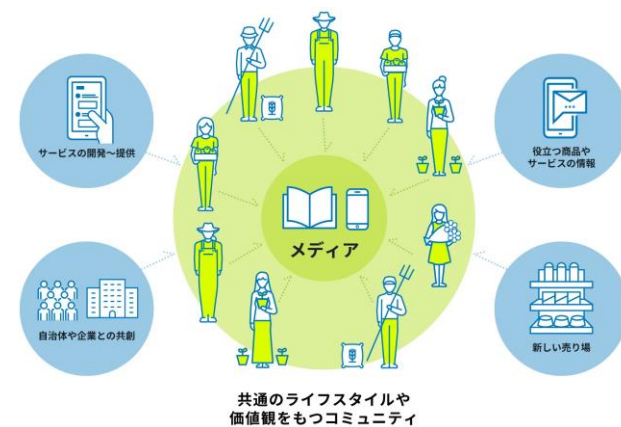
「ブランドコミュニティ」の
可能性を活かす



3

メディアビジネス

「ライフスタイルコミュニティ」の
可能性を活かす



営業利益 4 億 5 千万円超・営業利益率 7 % の水準へ

各事業におけるテーマ

エリアビジネス事業

- ①:チャンネルガイドのサービス新化と収益管理の徹底→コスト高、視聴メディア競合激化、業界再編などの環境変化に対応
- ②:CATV経営貢献→新サービス提供、共同事業・出資（地域電力に次ぐサービス・事業）と良質・戦略得意先の創造とM&A
- ③:コミュニティマーケティングサービスの提供強化&領域化(SNSを軸としたマーケティング)

コミュニケーションビジネス事業①（住まい・暮らし）

- ①:日宣的エコシステムを構築・進化。（紹介・引合、継続取引、高利益・高付加価値型ビジネスの追求）
- ②:「住まい・暮らし」領域で、オーナーコミュニティマーケティング効果実績づくりと新規クライアント開発
- ③:コミュニティマーケティングサービスの提供強化&領域化(SNSを軸としたマーケティング)

コミュニケーションビジネス事業②（ファンベースドマーケティング）

- ①:事業化の推進と営業利益率の向上
- ②:クライアントベースの拡大
- ③:コミュニティマーケティングサービスの提供強化&領域化(SNSを軸としたマーケティング)

メディアビジネス事業

- ①:収益構造を転換→メディア・サービス主体で高利益体質へ
- ②:パコマサービス（他事業と連携）を開発
- ③:パコマブランディング→各事業との連携、新規獲得の武器

これらの事業（“ヨコ”）成長のカギとして掛け合わせで位置づけるのが、
当社の強みである高付加価値型SNSマーケティング領域（“タテ”）

SNSマーケティング（“タテ”）の成長領域化

<目標>

“ソリューションカ”の収益化
@デジタル

<領域>

<高付加価値型SNSマーケティング>
=企業のSNSのマーケティング貢献度/経営貢献度を飛躍向上させる
・結果コミット ・顧客コミット

<サービス>

サービス①

当社成功モデルの発展
(AE/360度運営)

サービス②

SNSグロースハック
(運用)

サービス③

SNSプロモーション
(ショット/パッケージ)

× 高付加価値型コンテンツマーケティング (from Pacoma)

サービス① AE/360度運営モデルの事例



SNS



店頭



PR



メール マーケティング



- アールドメディアを中軸とした360° マーケティング運営
- 7 P領域すべてを支援

WEB広告



販促



商品開発



インターナル



サービス②・③ SNSグロースハック及びプロモーションの事例

SNSでつながる・広がる‘サブウェイファン’コミュニティを武器にしたマーケティングを推進



総フォロワー数

133万人超

※2023年10月時点



116.8万人



2018年から約100万人近く増
企業アカウント第19位
発信量は第5位



7.9万人

保存数が開設当初の10倍に



8.8万人

100万以上再生の動画10本突破



(旧Twitter) フォロワー数推移

(人)

1,000,000

800,000

600,000

400,000

200,000

0

2018/1

2019/7

2020/7

2022/11

192,862

309,280

505,590

1,000,000

18年11月と22年11月の比較



フォロワー数

約 **5** 倍



総インプレッション量

約 **14** 倍

※単月

サービス②・③ SNSグロースバック及びプロモーションの事例

HEBEL HAUS

オーナーと中長期でつながるための専用LINE「ヘーベリアンLINE」の開発・運用

顧客接点における告知・案内の企画設計～各種制作



案内用チラシ



社員名刺



LP・バナー

サービス②・③ SNSグロースハック及びプロモーションの事例

Gong cha SNSをフルに活用したマーケティングによって業績拡大に貢献

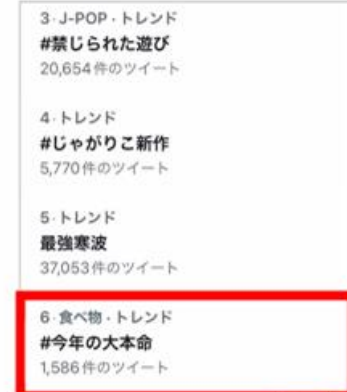


新商品発売に合わせたトレンド入り
をコンスタントに、狙って実現

Twitterトレンド 2022/11/10



Twitterトレンド 2023/1/23



トレンド欄に表示されることで
大きなインプレッション～認知を獲得



LINEを使ったCRMの強化

モバイルオーダーを核にしながら
さまざまな施策を投入～運用

- LINEで施策を打てば来店が見込める状態に
- データ分析によって施策を最適化



結果、
タピオカブームが
去った後もゴンチャが
成長を続ける原動力に



非オーガニックな成長に向けて

M & A ・ 出資も積極的に推進

M & A

NissanTOKYO NEWS
株式会社 東京ニュース通信社

旧日産社の事業はコロナ禍の影響から脱しつつあり、2023年3月1日付で日宣に吸収合併。

東京ニュース通信社からケーブルテレビの番組ガイド誌の一部を事業譲受。2023年1月に契約を締結し、3月に実行。

CORALSV Frontier

×

VOYAGE
GROUPLe Grand

500 Startups Japanが設立したSPVを通じ、(株)SmartHRの第三者割当増資に参加

SV Fintech投資先で、(株)ココペリに続きVenteny社（インドネシア）が上場。

2022年8月にはデジタルマーケティングエージェンシーの(株)ルグランと資本提携。

サービスやリソース、クライアント獲得型のM&A
テクノロジー等を保有する企業に対する出資などを
引き続き積極的に検討

05

2024年2月期業績予想

2024年2月期は業績見込みを下方修正

2024年2月期業績予想

単位: 百万円	24年2月期 (当初予想)	24年2月期 (今回予想)	増減額
売上高	5,683	5,200	▲483
営業利益	344	185	▲159
営業利益率	6.1%	3.6%	▲2.5pt
経常利益	358	215	▲143
親会社株主に帰属 する当期純利益	245	145	▲100
当期純利益率	4.3%	2.8%	▲1.5pt

■ 上期の業績を踏まえ、通期見込を下方修正。

■ 放送通信業界、住まい・暮らし業界とも、今期の当初予想水準への復調は見込みにくい。

06

株主還元



株主還元策を継続的に検討

2024年2月期は配当21円を実施予定

■2024年2月期においては、21円(*)の配当を実施予定

*2022年9月1日付で1:2の株式分割を実施しており、22/2月期と23/2月期に実質的な変更無し

■配当や自己株式の取得等の株主還元策については、継続的に検討

	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期	24/2期 (予想)
1株あたり配当金	42円	42円	42円	21円	21円
配当総額	83百万円	83百万円	78百万円	78百万円	78百万円
配当性向	41.2%	43.1%	30.8%	32.1%	53.8%

07

会社概要

社名

株式会社 日宣（スタンダード上場）

創業

1947年4月（創業76年）

代表者

代表取締役社長 大津裕司

資本金

347百万円

従業員数

139名（2023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

本社

東京都千代田区神田司町2-6-5 日宣神田第2ビル

連結子会社

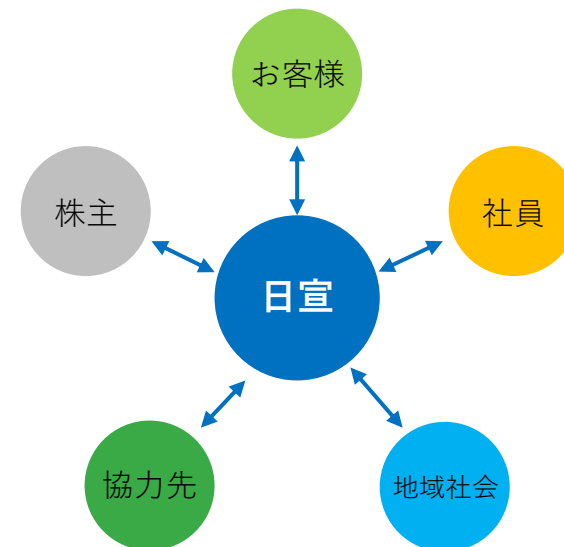
日宣印刷



経営理念

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。社会・地域の幸福を目指す。



私たちは、「コミュニティ発想」をもとに、あらゆるステークホルダーの価値創造パートナーとなります。

私たちは、生活者を「コミュニティ」として捉え、その発想をクリエイティビティの起点にする。
私たちは、クライアントのパートナーとして、共に新市場を創造し、その経営に貢献する。
私たちは、ステークホルダーと共創し、サービスを通じて社会・地域の幸福を目指す。

おことわり

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。