

株式会社 日宣

BUSINESS REPORT

第66期

2018.3.1 ▶ 2019.2.28

証券コード: 6543



得意先から一番に選ばれる
真のパートナーを目指していきます。
デジタルなど新たな領域の展開を推進します。

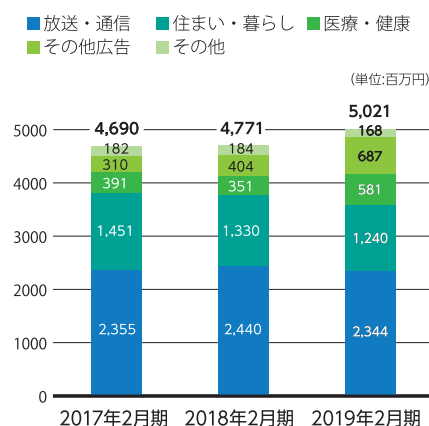
代表取締役社長 大津裕司

Q1 2019年2月期(当期)における業績の総括についてお聞かせください。

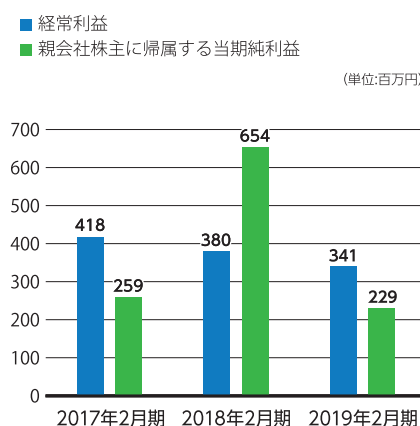
当期の連結業績は、売上高50億2,156万円(前年同期比6.6%増)、営業利益3億419万円(同11.2%減)、経常利益3億4,157万円(同10.3%減)、親会社株主に帰属する当期純利益2億2,906万円(同65.0%減)という結果で、その他業界や医療・健康業界を中心に売上は伸長したものの、残念ながら通期での目標達成に及びませんでした。当社はケーブルテレビ局に対し月刊の加入者向け番組情報誌「チャンネルガイド」を提供し、大手住宅メーカー向けに年間を通じてキャンペーンを企画・提供しているため、季節変動が比較的小さい収益基盤を築いており、第3四半期までは概ね計画通りに推移していましたが、第4四半期は放送・通信業界の主要クライアントによる大型キャンペーンが中止になるなど計画に対し売上が伸び悩みました。計画未達には終わりましたが、その他業界は大手飲食チェーンや中国企業、M&Aで子会社化した日産社のクライアント企業等が寄与し、前期比169.8%と成長し、医療・健康業界は外資系製薬企業や新規の大手ドラッグストアチェーンが寄与し、前期比165.3%と成長しており、新しいクライアントの売上が成長を牽引しました。

また前期と比較して増収減益となっておりますが、前年同期に計上された旧日本ビル売却による特別利益が今期は無いことに加え、M&Aに関連した一時的な費用、新規サービスへの先行投資及び人件費増加などにより費用が増加しました。なお、デジタル領域への投資の一環で自社デジタル展示会「N/tec(エヌテク)」を6月に開催したところ、既存の取引先だけでなく初めての方にも多数ご来場頂きました。広告宣伝業界のデジタルシフトの流れはますます進んでいますので、当社においてもデジタル領域の体制を強化しデジタル起点の顧客開発や新規サービス開発に取り組み投資回収を進めて参ります。

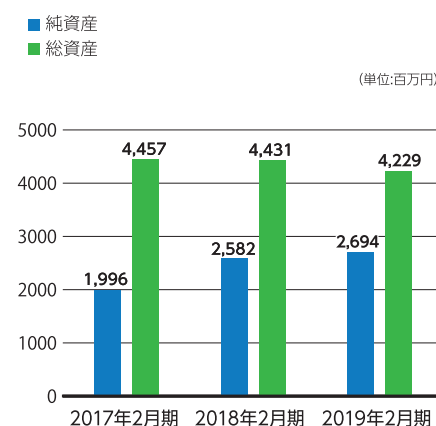
売上高



経常利益／
親会社株主に帰属する当期純利益



純資産／総資産



Q2 成長への取り組みと進捗についてお聞かせください。

昨今はソーシャルメディアが普及するとともに消費者の意識や行動が変化し、データ活用などテクノロジーの進化と相俟って、企業と消費者の関係が大きく変化しています。こうした中で、企業はマーケティング活動の個々の施策を有機的に結びつける必要性に迫られています。

当社も、新規の大口取引先を中心に、クライアント企業に対しデジタルからリアルまでマーケティング視点に立った統合ソリューションを提供しています。今後は、新たな顧客開拓を進めていくこととあわせ、従来型の広告制作や運用などを中心としたサービスだけでなく、マーケティングの上流から入ったコンサルティング型サービスの提供を拡大し収益性の改善を図って参ります。また、国内外のAIの最新技術やビジネス活用事例を紹介するオウンドメディアを中心に、見込み顧客の獲得やスタートアップとの連携によるサービス開発を進めて参ります。

また、2018年12月に買収した日産社は業界における60年の歴史をもとにBtoB企業を中心とした各顧客との良好な関係を築いております。当社と日産社のリソースを共有することで早期にシナジー効果を出していきます。今後も、事業成長のスピードを早め、さらなる事業基盤の拡大に向け、M&Aや業務提携なども幅広く推進していきます。

Q3 人材面の取り組みについてお聞かせください。

優秀な人材の獲得と育成は、ビジネスの成長を実現していく上で最重要な課題と認識しています。2019年2月期は、前期から引き続き「チャンネルガイド」に携わるアルバイトを正社員に転換した他、M&Aにより株式会社日産社を子会社化したこと、2018年4月に新卒社員が9名入社したことにより正社員は28名増加し、157名となりました。また、採用と並行し、経営理念の浸透やデジタル領域およびマネジメント向け研修を行い、組織力の強化を図りました。

Q4 2020年2月期の見通しについてお聞かせください。

テレビ番組情報誌「チャンネルガイド」を中心とした放送・通信業界におけるビジネスと、大手住宅メーカーとの長年の取引関係を中心とした住まい・暮らし業界におけるビジネスは当社の主要な収益基盤であり、引き続き既存顧客への深耕営業を図り売上の拡大を図ってまいります。医療・健康業界やその他業界は、現在主力としている顧客の維持・強化を進めるとともに、デジタルマーケティングや企業ブランディング等の新しい領域を強化することで収益性の改善や新規顧客の開発を進めてまいります。そのため、組織面としてもフリーペーパーとWebメディアを販売・運営していたメディア事業部とコミュニケーションエージェンシー事業部を統合しました。事業部を統合したことで、顧客のニーズに的確かつ迅速に対応できる体制を整えとともに、これまで蓄積してきたノウハウを活用し更なる深耕を図ってまいります。また、チーフオフィサー制を導入し、責任権限の明確化と意思決定の迅速化を図りました。当社が長年にわたり注力してきた事業領域において収益力を維持・強化していくとともに、デジタル領域など新たに取り組みを進めている領域においても収益性の向上を実現して参ります。

以上の取り組みから、2020年2月期の連結業績予想につきましては、売上高5,582百万円(前年同期比11.2%増)、営業利益330百万円(同8.7%増)、経常利益344百万円(同0.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益233百万円(同1.8%増)、一株当たり配当金42円(配当性向34.8%)を想定しております。

Q5 最後に、株主の皆様へのメッセージをお願いします。

当社は経営理念に「全社員の物心両面の幸福を追求する」と掲げております。社員の幸せを追求することが結果としてお客様の満足度向上に繋がり、株主の皆様をはじめとするステークホルダーにとっての価値を高めていくものと考えています。そのためには、持続的な成長を可能とする収益基盤の構築が欠かせません。現在当社が注力している領域において稼げる事業モデルを確立し、業容の拡大と業績の回復を進めてまいります。

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、宜しくお願い致します。

当社はケーブルテレビ業界の成長とともにサービスを拡大させてきました。2019年2月期の放送・通信業界に関する売上高は2,344百万円で、全体の47%を占めております。現在の当社の放送・通信業界におけるサービスをご紹介します。

Service チャンネルガイド

現在、当社では、全国の約100局のケーブルテレビ局の番組情報誌「チャンネルガイド」を手掛けております。全国のJ:COM系以外のケーブルテレビ局が発行する番組情報誌のうち、6割程度のシェアを獲得しており、毎月約150万部発刊しております。ケーブルテレビ局とその先の読者のニーズに応えた形で番組情報を発信することで、ケーブルテレビ局の加入促進・視聴促進を支援しております。



ケーブルテレビ業界に参入した当初は、ケーブルテレビ局が地域で配布する折込チラシのひな形を、毎月何種類も用意して各局に提案し、それを元に折込チラシの制作を受注する事業を行っていました。ケーブルテレビ業界が成長し、CSチャンネルや加入者が増加するなかで、番組情報誌の制作に対するニーズが高まってきました。そこで当社も業界内では最後発でしたが、1996年より番組情報誌の制作事業に乗り出し、現在のシェアを獲得しました。

近年、ケーブルテレビ局のサービスの多様化に伴い、「チャンネルガイド」は番組情報に留まらず、加入者に様々なサービスの有用な情報を提供する「会員誌」的な役割も求められてきております。より一層のニーズに対応すべく進化を続けております。

Service ベースボールナビ

また、「チャンネルガイド」で制作した番組情報コンテンツをもとに、紙やWebに展開して、各種プロモーションツールを制作しております。例えばプロ野球情報は、いつ、どこかの放送局で、どこかのチームの試合が放送されるかという年間スケジュールをもとに、チラシ等のプロモーションツールを制作。さらに番組宣伝や加入者への付加価値情報として、Webサイト「ベースボールナビ」を運営しております。「ベースボールナビ」は「Googleカレンダー」との連携による見逃し防止や予告先発投手・試合の見どころを表示する機能等もあり、数多くのケーブルテレビ局の皆様に利用いただいております。

この他にも豊富な番組情報・映像コンテンツを活用し、ケーブルテレビ局や番組供給会社、大手通信キャリアと様々な取引をしています。



ポスティングチラシ



ベースボールナビ



事業責任者の声 放送・通信事業部 事業長 折笠史典

当社は20年にわたり、ケーブルテレビ業界と取引をしています。上場前は売上の6割を放送・通信業界が占め、その利益で新たな業界への進出やサービスへの投資を行い、継続的な成長をしており、当社の経営の屋台骨を支えてきた事業と自負しております。他の広告会社とは違い、番組情報や映像コンテンツを活用した広告が得意であり、新たな顧客獲得や視聴促進に独自のノウハウを持っています。この強みを活かし、今後5Gの到来など業界の変革が予想される放送・通信業界において、様々なプロモーション施策を提供してまいります。

Topics 1 自社デジタル展示会「N/tec 2018」を開催しました。

2018年6月27日～6月29日に初めて自社でのデジタル展示会を開催しました。既存クライアント向けに、店頭のプロモーションに強い当社ならではの切り口で、スマートスピーカーやAI、サイネージ技術などを活用した多様なソリューションを紹介するという位置づけです。これまで取引のなかった企業にも来場いただき、多くのお客様から具体的な導入に向けてご相談をいただける結果となりました。



「N/tec 2018」の様子



サイネージ



VR (バーチャルリアリティ)

Topics 2 新卒採用プロジェクトチーム (通称：NRプロジェクト) を立ち上げました。

当社は2018年に9名、2019年には2名の新卒が入社しました。現在、当社の新卒採用は人事部“以外”の若手社員が中心となり一緒に働きたい学生を採用するために活動しております。具体的には、求める人物像の設定から学生へのアプローチ戦略を設定し、その戦略に基づいて選考や説明会プログラム、採用サイトを作成しました。若手社員を中心に日宣の企業文化を育てていきたいと考えております。



採用サイト



会社説明会

Topics 3 株式会社日産社を子会社化しました。

2018年12月3日に当社の子会社となった日産社は、1959年日本経済新聞と産経新聞との広告取引開始を機に創業。直近の主要な得意先は中堅のゼネコン業界や外資系の半導体業界等です。そういったクライアントの雑誌広告、新聞広告、フォーラムイベントの運営等を中心に行っており、BtoB広告領域における経験とネットワーク力が強みの会社になります。当社と日産社の連携を強化し、早期にシナジーを出すべく取り組んでおります。



日宣 コミュニケーションエージェンシー事業長 兼
日産社代表取締役社長 下田博樹

会社概要 (2019年5月28日現在)

社 名	株式会社 日宣
創 業	1947年4月
資 本 金	32,317万円
従 業 員 数	157名[連結] (2019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、名古屋支店
グループ会社	株式会社 日宣印刷 株式会社 日産社
役 員	代表取締役社長 大津裕司 取締役会長 大津 穰 専務取締役 本間祐史 常務取締役 村井敏裕 取締役 飛川 亮 取締役 下田博樹 取締役(社外) 山崎正俊 監査役(社外) 山際元雄 監査役(社外) 徳野文朗 監査役(社外) 春名 彰

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(現・連結子会社)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(現・連結子会社)に変更
2013年 1月	愛知県名古屋市中区に名古屋営業所を開設
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
2018年12月	株式会社日産社(現・連結子会社)の株式取得

株 主 の 状 況

発行可能株式総数	6,800,000株
発行済株式の総数	1,951,300株
株主数	811名

ホームページのご案内

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。

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



■ 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ヶ月以内
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