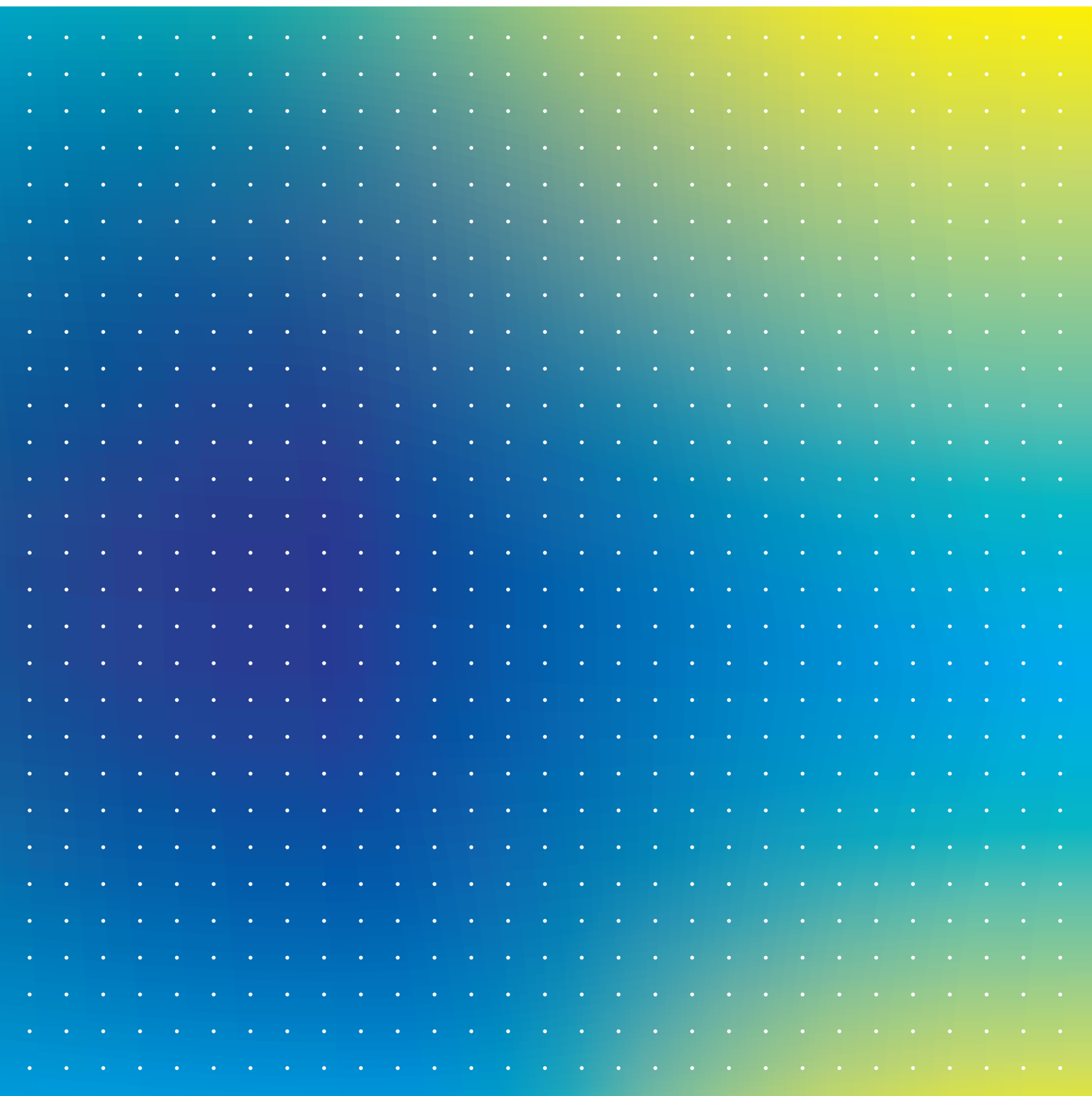


株式会社 日宣

BUSINESS REPORT

第68期 2020.3.1 ▶ 2021.2.28

証券コード: 6543



68期は、コロナ禍にあって
堅調な業績を維持しました。
そして、69期は次の10年に向けて
新たな一步を踏み出します。

代表取締役社長 大津裕司



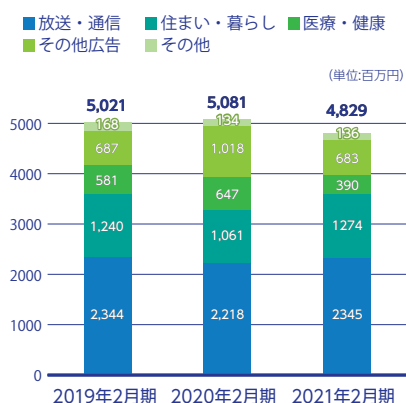
2021年2月期(当期)における業績の総括についてお聞かせください。

当期の連結業績は、売上高4,829百万円(前期比5.0%減)、営業利益292百万円(同0.6%増)、経常利益323百万円(同10.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益192百万円(同2.5%減)となりました。新型コロナウイルス感染拡大の影響で非常に厳しい状況ではありましたが、減収ながらも増益での着地となったことは一定の評価ができるものと認識しています。

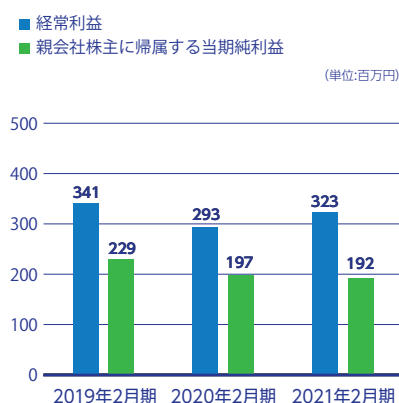
内容としては、全国のCATV局向けには、加入者に対してケーブルテレビ番組情報誌「月刊チャンネルガイド」の編集・制作を中心としたプロモーション施策を展開し、底堅い事業運営を進めました。大手住宅メーカー向けには、新型コロナウイルスの影響を受け顧客とのコミュニケーションのオンライン化を進めるクライアントニーズを捉え、各種の営業活動支援施策や映像制作、カタログ制作等の提供を行いました。また、大手外食チェーン向けには、広告・マーケティング戦略の立案から実行までをワンストップで支援し、引き続き主力顧客の維持・強化を図りました。

このほか、放送・通信業界事業で長年にわたって培ってきた全国のCATV各局との関係性を基盤として、7月に栃木県のケーブルテレビ株式会社と、そして10月に神奈川県湘南ケーブルネットワーク株式会社とそれぞれ共同出資による合併会社を設立し、電力小売事業への進出を発表しました。当社は、各地域に密着してインフラ事業を営んでいるCATV各局と提携するというユニークなビジネスモデルで、広告会社の枠を超えた共同事業パートナーとしての活動を展開し、既存事業および新規事業の両面から、持続可能な事業拡大を推進してまいりたいと考えています。また、不動産売却による特別利益を計上した一方で、連結子会社である株式会社日産社の将来収益の再評価により、買収時に発生したのれん等の減損損失を特別損失に計上いたしました。

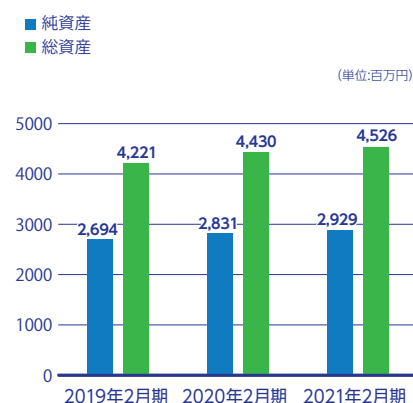
売上高



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





新規事業への取り組みについてお聞かせください。

新規事業については当社の大きな課題であり、果敢にチャレンジしたいと考えています。

2020年9月に、電力小売事業への進出を発表させていただきました。電力自由化は全国各地のCATV局にとって大きなビジネスチャンスですが、多くの場合は専門知識やノウハウの問題で、せっかくの自社保有のユーザー基盤を有効に活用できていない状況にあります。そこに当社は着目し、事業主体となって電力小売事業に共同で参入することを提案しました。これは、私たちにとって非常に新しい試みであり、受託型広告会社の枠を超え、次の時代の広告会社の役割や社会的価値を追求していきたいという考えに基づいた新規事業と考えています。

このニュースを発表したときには、驚きをもってさまざまな質問をいただきましたが、全国のCATV各局が持っている顧客網は、電力小売事業にとって非常に有効な基盤であること、そしてこうした全国のCATV局と太いネットワークを持つのは番組情報誌「チャンネルガイド」を数十年にわたって発行している当社にしか持ち得ない資産であることを説明すると、電力業界からも大きな関心を持たれるようになりました。

当社は、このようなパートナーシップを全国各地のCATV局と組み、スケールメリットを追求するべく水平展開を進め、地域に根ざした電力小売事業の新しい形を実現していきたいと考えています。



今後の成長シナリオについてお聞かせください。

当社では現在「2030ビジョン」を策定し、10年先の目指すべき姿を描いています。

日宣は創業以来、「ユニークなインディペンデントであること」「得意先の経営に貢献できる、高付加価値なサービスを提供すること」をDNAとして事業を展開してきました。そこに、新型コロナウイルスの感染拡大により、もともと予測不能な時代であったものが、さらに先の読めないものになり、私たちを取り巻く環境は猛スピードで変わろうとしています。

今、日宣には、新たな成長戦略が必要なときです。そこで、新年度のスタートに際して、「日宣2030（ニイマルサンマル）ビジョン」と題し、10年後の2030年をターゲットとした企業ビジョン、成長ビジョンを策定することとしました。そして、変化と課題のあるところにチャンスと需要がある、という視点のもとで、「①地域 ②世帯 ③コミュニティ」という「小さなつながり」のマーケットに独自の視座を持ち、そこを生業の基盤とする広告会社の第一人者であることを、2030年に向けて目指そうと考えました。

この2030ビジョンに向けて、以下のアクションを進めていきたいと考えています。それは、①地域ビジネスの推進 ②固有のマーケティング技術、サービスモデルの保有 ③世帯データの蓄積・保有 ④社員のチャレンジを支える新たな人事制度導入です。

「今と変わらないやり方の延長線に、われわれの未来はないという問題意識をもって、全員が同じ志でチャレンジしましょう。そのための土俵を会社は整えたいと思います。一緒に未来の成長を考え、アクションしていきましょう」そのようなメッセージを新年度の最初に全社員に伝えました。



最後に、株主の皆様へのメッセージをお願いします。

足元の経済環境は、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大が長期化し、2020年の日本の広告費は前年から大きく減少するなど、不透明さがいっそう増している状況です。

そのようななか、2021年2月期は全社員が一丸となり、強固な顧客基盤と事業ポートフォリオの組み合わせによって、減収ながらも増益という堅調な結果を残すことができました。

今後も、感染拡大抑止と従業員の安全確保を最優先に、積極的な事業展開を推進してまいります。そして、既存事業と新規事業の両方に注力し、株主の皆様をはじめとするステークホルダーにとって価値の高い会社を目指し努力してまいります。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、よろしくお願いいたします。

コロナ禍でオンラインイベントやSNSなどDX案件が増加

長引く新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、クライアント各社もオンラインでの集客や顧客利便性の向上、ステークホルダーとの関係づくりを模索しているという現状があります。

そのなかで、当社もさまざまな案件を通じてクライアント企業のDXへの取り組みを支援しました。

旭化成ホームズでは、従来の住宅展示場への集客が困難となるなかで、オンラインによる集客を実現したいとYouTubeを活用したライブ配信型のイベントを開催。バラエティ番組を意識したコンテンツ作りからライブ配信、集客といった一連の業務をすべて当社が担い、成功を収めました。

また、ヘーベルハウスのオーナーとの顧客接点を増やすための施策にも、当社のDXのノウハウが生かされました。当社がLINEアカウントの運用を一手にお預かりし、ヘーベルハウスオーナーのさまざまなニーズをリアルタイムに汲み取れる仕組みを構築し、高い評価を得ました。



▲当社が支援した旭化成ホームズのオンラインイベント「THE LONG LIFE DAY」の様子。



▲人材派遣のアデコのオンラインイベントでは10,000人を超える集客を実現しました。

このほか、人材派遣のアデコとの取り組みでは、人材派遣登録者のエンゲージメントを高めるオンラインイベントの開催を支援しました。シンガーソングライターの絢香さんを起用し、その企画から交渉、運営、ライブ配信、クリエイティブ制作をすべて担当し、チャット機能によるインタラクティブなコミュニケーションを導入してイベントを大成功に導きました。10,000人以上が視聴する大イベントとして、クライアント企業からも絶大な評価をいただく結果となりました。

日宣では、広告会社として、コロナ禍にあるクライアント課題を解決するため、デジタルを融合したソリューションの幅を日々進化・拡張しています。

CATV局との協業による地域電力事業進出

地域電力事業に参入するため、栃木県栃木市に本社を構えるケーブルテレビ株式会社と2020年9月に、また、神奈川県平塚市に本社を構える湘南ケーブルネットワーク株式会社と10月に、それぞれ合併会社を設立しました（出資比率はそれぞれ45%とし、持分法の範囲内で出資しています）。

電力事業は2016年に全面自由化され、電力の供給システムは「発電部門」「送配電部門」「小売部門」の3つの部門に分類されました。当社が参入するのは小売部門であり、それぞれの役割としては、CATV局が契約獲得の営業や料金回収を行い、当社が企画・マーケティング支援及び管理業務を行います。各社が強みを生かした役割を担うことで協業することのシナジーを生み出します。

当社は、全国のCATV局とのネットワークを独自性のある真似のできないユニークな強みであると再定義し、競合他社の手が届かないエリアにまで自由化された電力を届け、安くて、安心できる電力を使える状態をつくります。そして、こうした取り組みは地域のインフラ事業者とも言えるCATV各局の経営にも貢献できるものであり、結果的として「地域」や「社会」の課題解決につながる大変意義のある事業になると考えております。

将来的には、エンドユーザーとの直接的な関わりやつながりによるビッグデータや情報の活用についても模索し、広告プロモーション・マーケティング領域へのフィードバック効果も目指してまいります。

広告会社を取り巻く環境は、受託で仕事を受けるにとどまらない得意先との新しい形が生まれつつあります。共に事業を創造し、リスクを取り、シェアもするという新しい関係性が始まっています。日宣も、本事業を通じて受託型広告会社の枠を超え、次の時代の広告会社の役割や社会的価値を追求していきます。



▲ホームタウンエナジーの販売促進用チラシの一例。事業パートナーとして当社が作成しました。

Topics
1

コロナ禍にあって営業・経常増益を実現

2021年2月期は、厳しい環境下、減収ながらも営業・経常利益での着地となりました。

2020年の総広告費は6兆1,594億円(前年比88.8%)と大きく減少しました(電通「日本の広告費」2021年2月発表)。世界的な新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、4～6月を中心に大幅に減少しました。7月以降は徐々に回復の兆しを見せたものの、通年では、東日本大震災があった2011年以来9年ぶりのマイナス成長となりました。その減少幅は、リーマン・ショックの影響を受けた2009年に次ぐ下げ幅となっております。

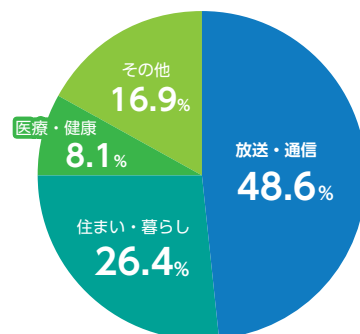
それに関わらず、当社が堅調な業績を維持することができたのは、顧客基盤が非常に強固であり、長年の信頼関係をベースとして安定したビジネスを展開できているお陰であると認識しています。同時に、好調な部門がそうでない部門を補う形でポートフォリオ型の事業構成が機能したことも大きく貢献したものと考えております。

事業別の構成比は、放送・通信業界が48.6%、住まい・暮らし業界が26.4%、医療・健康業界が8.1%、その他業界が16.9%となっています。

コロナ禍で積極的なイベントやマーケティング活動が展開できなかった「医療・健康業界」の構成比は減少していますが、一方で、いわゆる巣ごもり消費と言われる「放送・通信業界」は、増収となりました。また、「住まい・暮らし業界」では、住宅の販売手法をデジタル化したいニーズを捉え、大きく構成比を伸ばしました。

このように、コロナ禍にあっても非常に堅実な経営が実現できているのは、長年の信頼と実績によって培われた強固な顧客基盤に基づくポートフォリオ型の事業構成が機能していればこそであると考えております。

顧客業界別売上構成比

Topics
2

連結子会社である日産社の減損を実施

経常利益以下についてご説明しますと、今期は特別利益として保有不動産の売却益を計上しました。

一方、特別損失として2018年にM&Aによって子会社化した日産社ののれんを全額減損処理しました。同社はイベント等の案件が多く新型コロナウイルス感染症の影響が大きかったため、将来計画の見直しを実施するとともに、再評価を行ったものです。これによって来期以降はのれんの償却負担がなくなります。すでに今後の対策をしっかりと講じておりますので、良い方向に向かうのではないかと認識しています。

Topics
3

新型コロナウイルス(COVID-19)対策の徹底を継続

当社は、新型コロナウイルスの急速な感染拡大が続いている状況を受け、社内外への感染被害抑止と従業員の安全確保を最優先に、2020年2月より各種の対応を実施してまいりました。リモート勤務や時差出勤などのハード面・制度面の取り組みにより、緊急事態宣言の発出がない場合でも、柔軟な勤務体制による安全確保と業績維持・拡大を実現しております。

当社は現在も、柔軟な働き方を継続しており、日本の社会構造や価値観が急速に変化していくなかで、当社もニュースタンダードとして環境への順応を模索しております。



会社概要 (2021年5月27日現在)

社名	株式会社 日宣
創業	1947年4月
資本金	33,377万円
従業員数	140名[連結](2021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
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 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) 山壽正俊 取締役(社外) 川田 篤 常勤監査役(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
2020年 9月	ホームタウンエナジー株式会社の株式取得
10月	株式会社SCN電力の株式取得

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	2,002,300株
株主数	948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