

株式会社 日宣



NISSEN

2020年2月期
決算補足説明資料

2020年4月24日

証券コード:6543

目 次

- 1 エグゼクティブサマリー
- 2 事業内容
- 3 2020年2月期 決算概要
- 4 2021年2月期 業績予想
- 5 株主還元
- 6 会社概要

1 エグゼクティブサマリー

エグゼクティブサマリー

■ 売上高	5,081百万円	前期比	1.2%増
■ 営業利益	291百万円	前期比	4.2%減

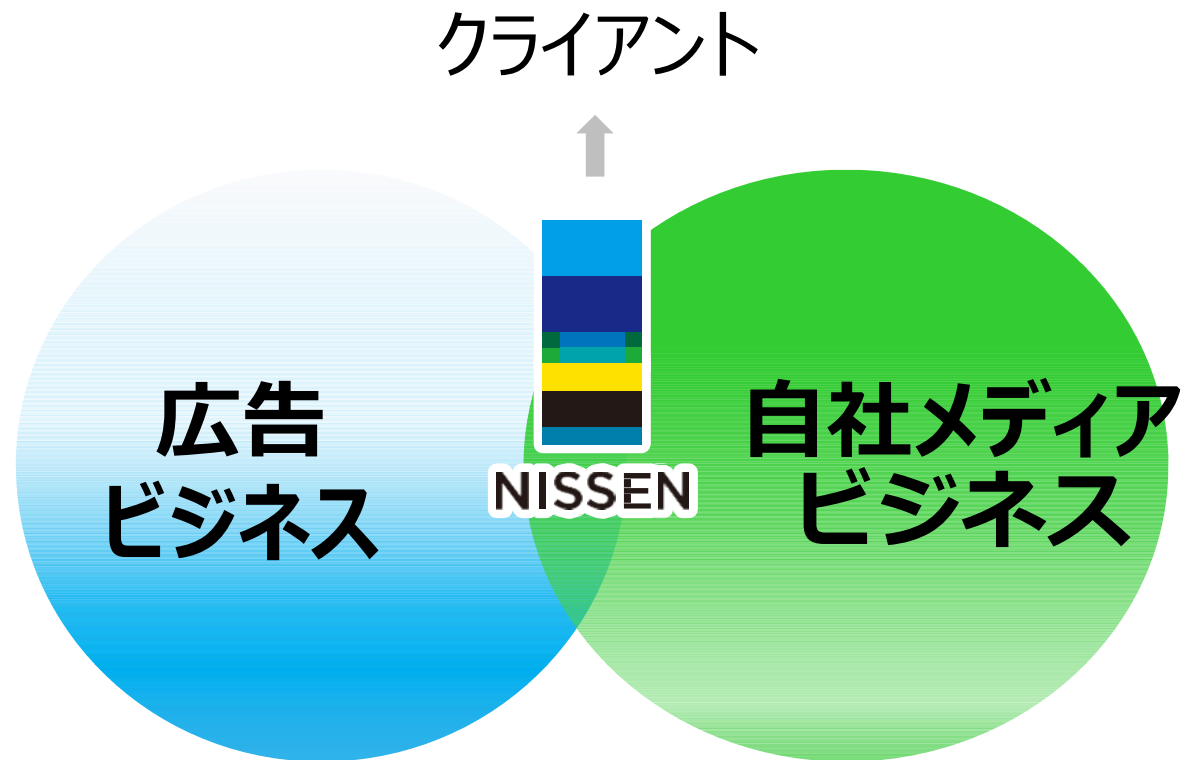
当期のトピックス

- 医療・健康業界および大手飲食チェーンなどその他業界が着実に実績を伸ばす
2018年12月に買収した日産社も通期寄与
- 住まい・暮らし業界向けの減収
主要顧客における展示場向けの大型企画が無くなったことによる売上の伸び悩み
- コストコントロールによる販管費の抑制
積極的な人材投資とコスト抑制をメリハリを付けて実現

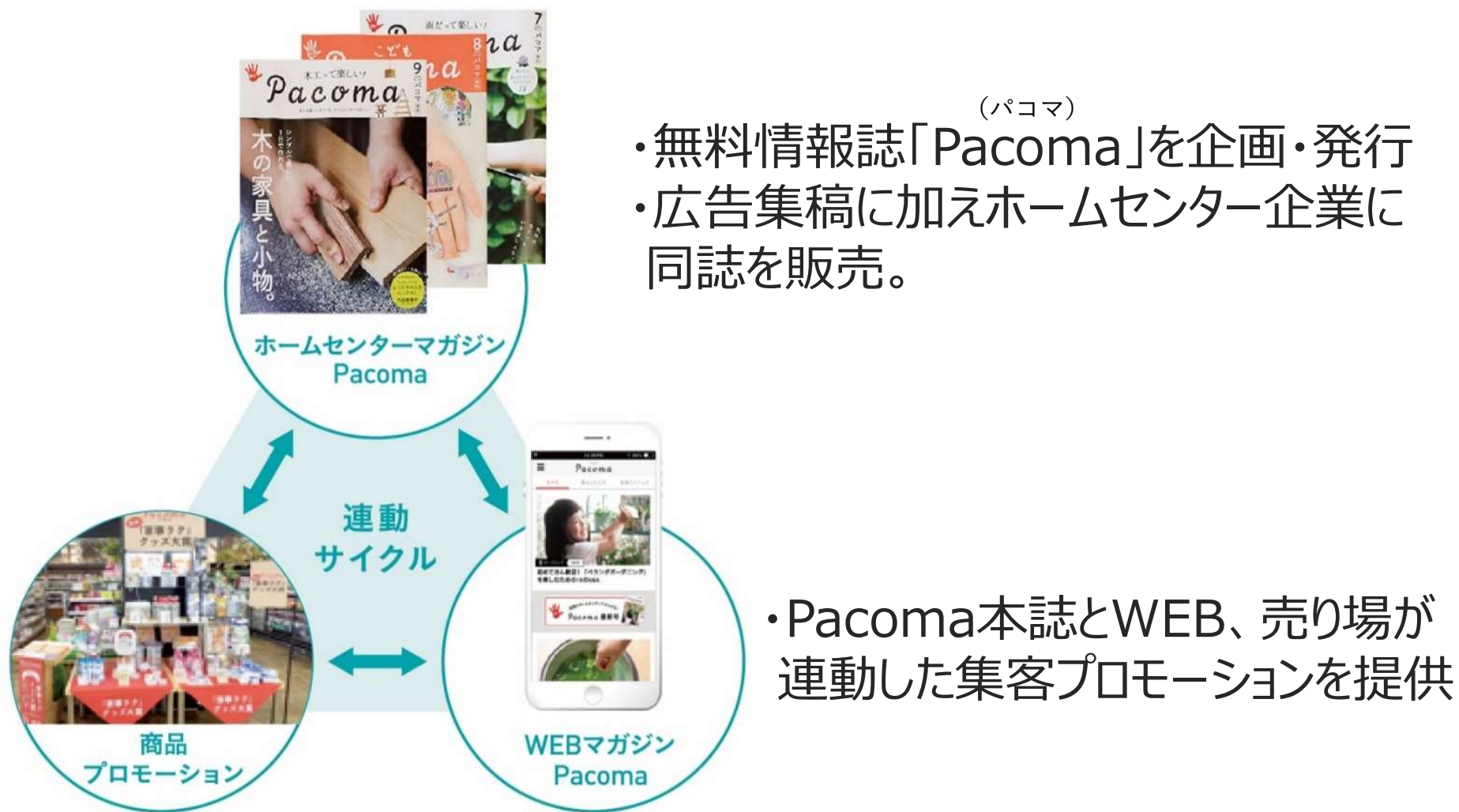
2 事業内容

事業モデル

広告ビジネスだけでなく、自社メディアを同時に展開する、他にはない、独自の事業モデルをもつユニークな広告会社。



例：フリーペーパー「パコマ」の事業モデル



業務内容

戦略開発・企画・制作・実行・運用までを総合的かつ一貫して提供し
クライアントのビジネス課題を解決。

クライアントのマーケティング課題



総合コンサルティング～ソリューション



社内チームが
ワンストップ
で提供

戦略開発



施策/クリエイティブ開発



実行～検証、運用

×

自社メディア

自社サービス

自社コンテンツ



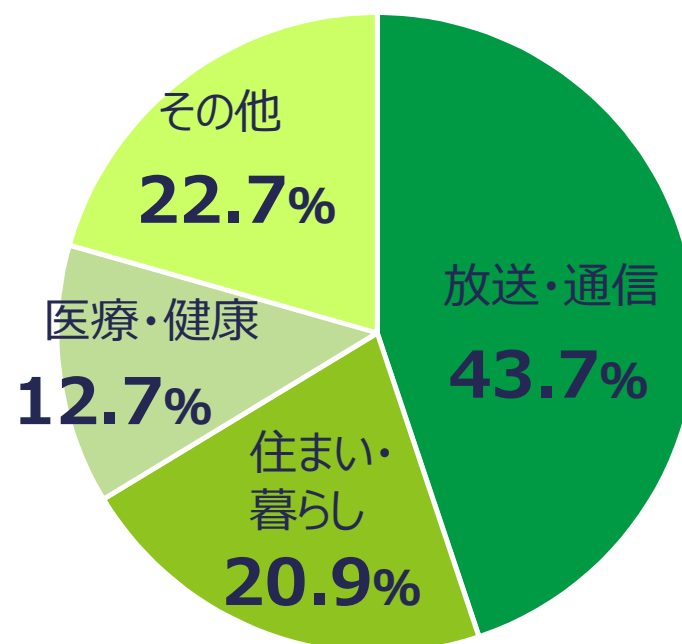
独自ソリューションの
開発、提供

高い付加価値

顧客ターゲット

ターゲットとする顧客業界を絞り、それぞれにおいて
固有のノウハウとサービスモデルを構築することで
高い付加価値と参入障壁を保持。

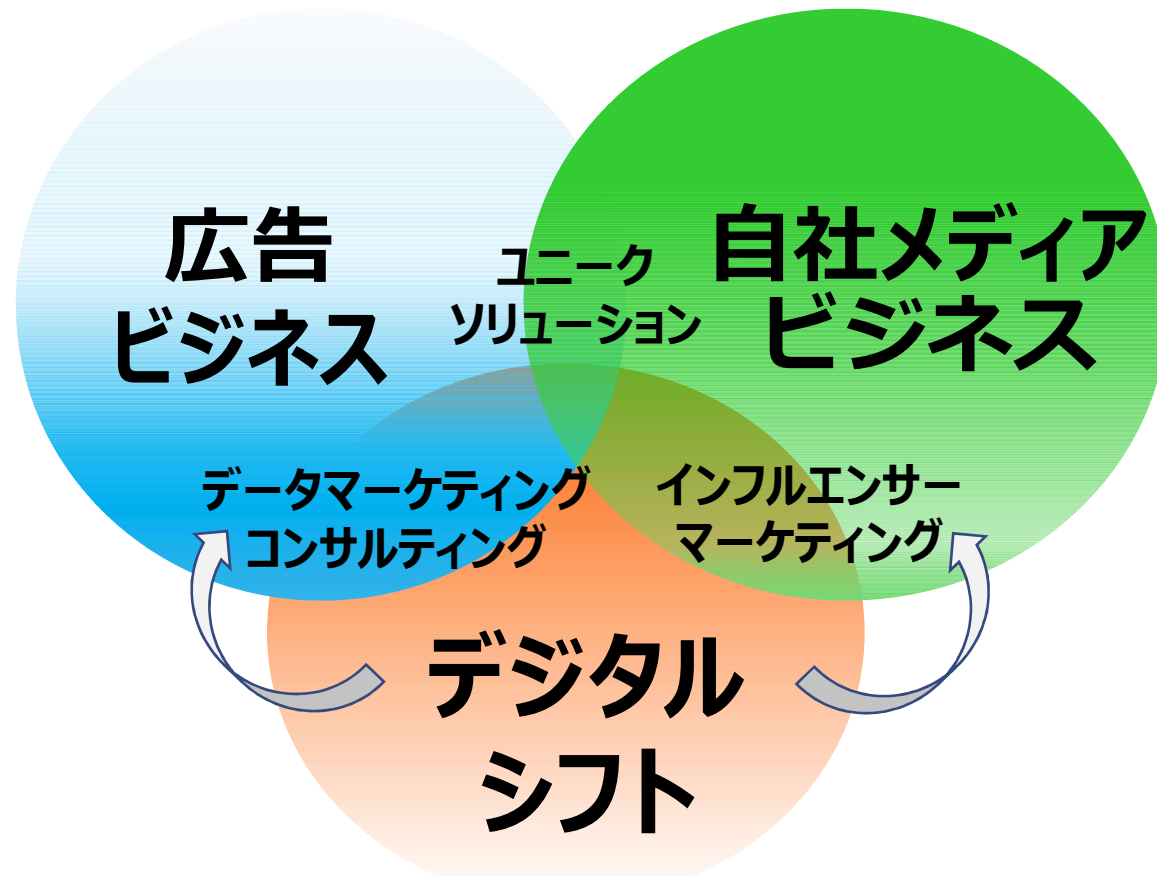
顧客業界別売上構成



※2020年2月期4Q実績

成長戦略

広告ビジネス、メディアビジネスそれぞれをデジタルシフトし、より融合させていくことで、「他にはない広告会社」としての価値を強化。



Only One の価値を持つ広告会社へ

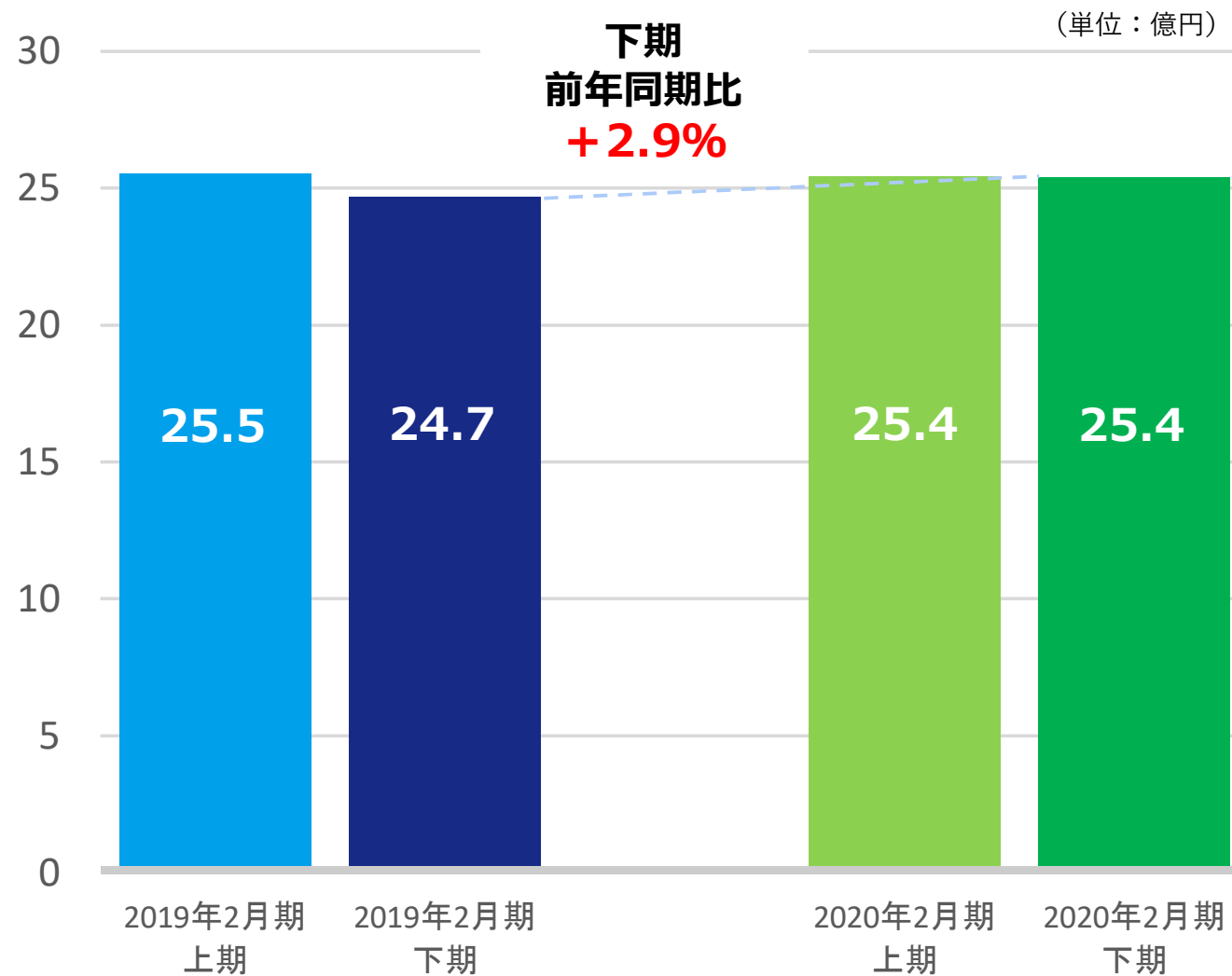
3 2020年2月期 決算概要

2020年2月期 連結損益計算書

- 売上高は、その他業界等が伸長した反面、住まい・暮らしが伸び悩み、前期比**1.2%増**
- 営業利益は、販管費等のコスト抑制はあったものの、前期比**4.2%減**
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、営業利益減少に伴い、前期比**13.7%減**

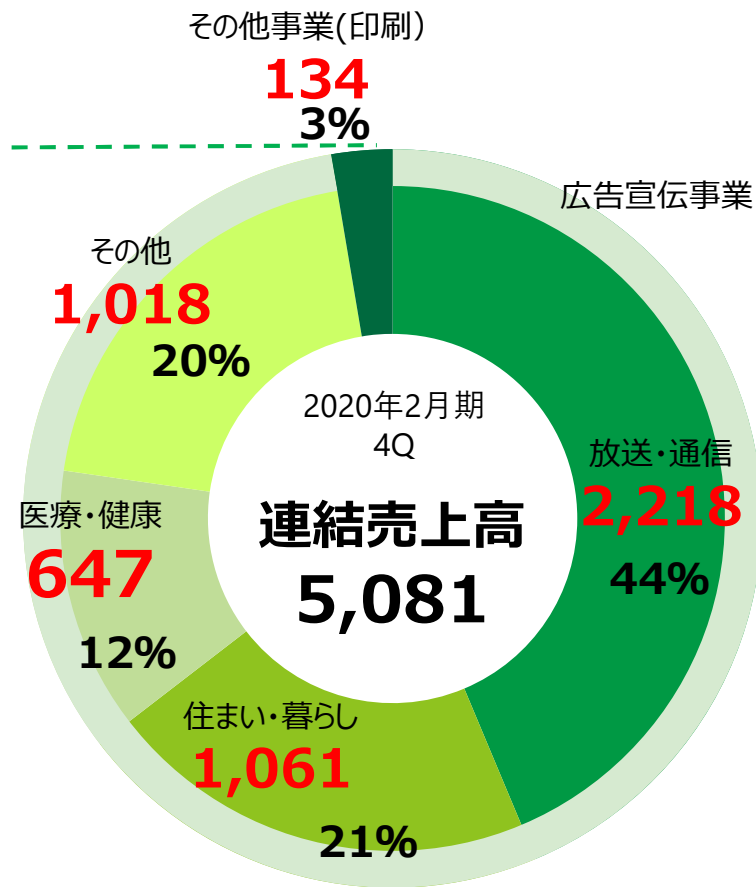
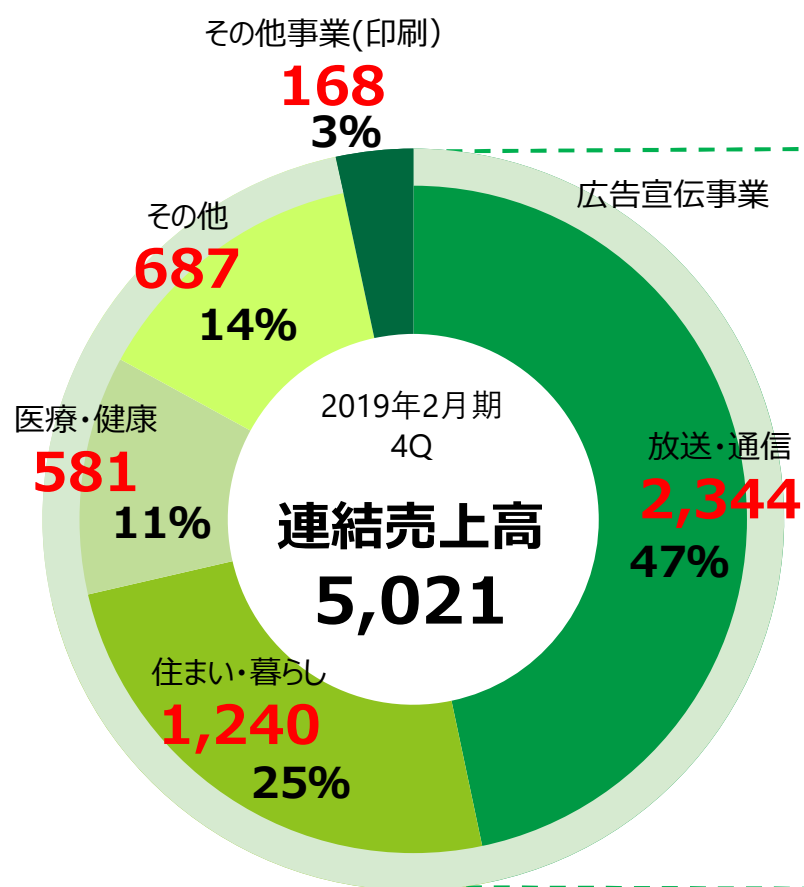
(単位：百万円)	2019年2月期	2020年2月期	前期比 増減率
売上高	5,021	5,081	1.2%
売上総利益	1,212	1,175	▲3.0%
販売管理費	908	884	▲2.6%
営業利益	304	291	▲4.2%
売上高営業利益率	6.1%	5.7%	▲0.3pts
経常利益	341	293	▲14.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	229	197	▲13.7%
当期純利益率	4.6%	3.9%	▲0.7pts

連結売上高推移



2020年2月期 連結売上高の内訳

医療・健康およびその他業界が大きく伸長した一方、
住まい・暮らし業界が伸び悩み、相対的に構成比が変動した。

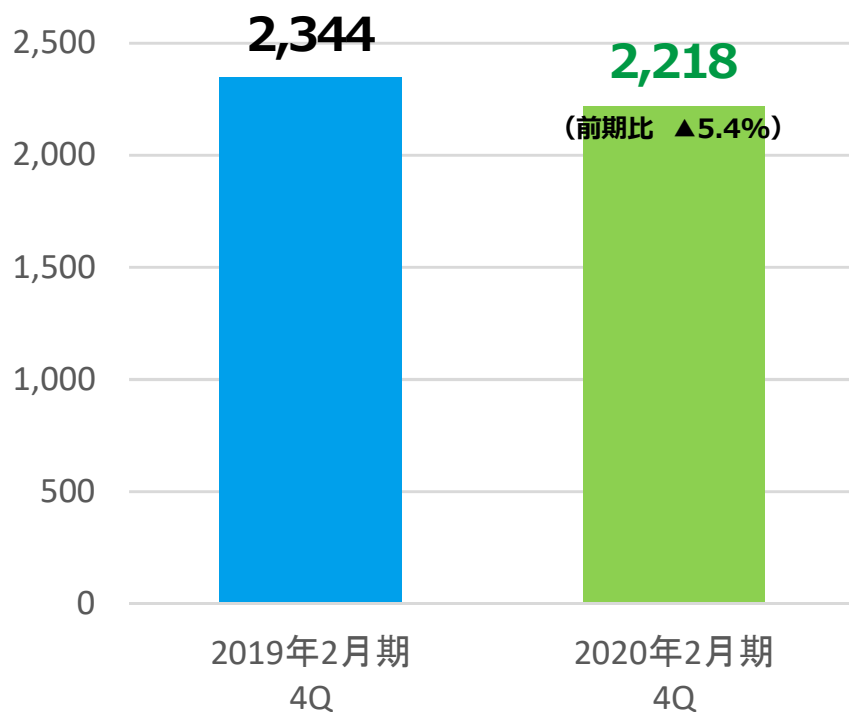


(金額単位：百万円)

放送・通信業界の実績

- 2020年2月期の売上高は、2,218百万円、前期比▲5.4%
- 大手通信キャリア等からのプロモーション施策が減ったものの、主力の『チャンネルガイド』は着実に前期実績を超過。いわゆる「巣ごもり消費」に関係するメディアとして、売上実績を拡大

(単位：百万円)



チャンネルガイドの表紙イメージ

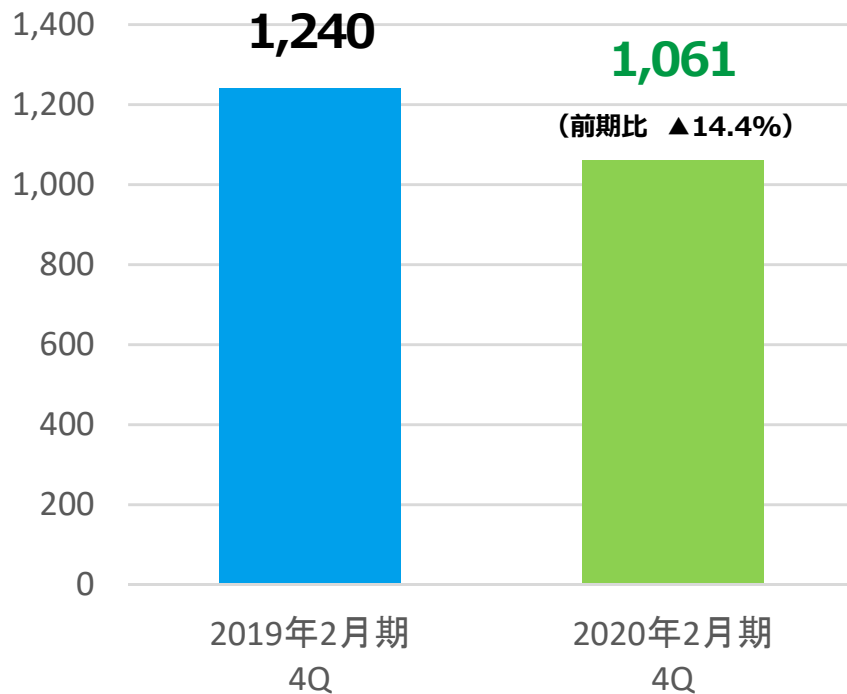
当社は、高効率な独自の編集技術で全国約100局のガイド誌を制作しています。



住まい・暮らし業界の実績

- 2020年2月期の売上高は、1,061百万円、前期比▲14.4%の減収
- 主力顧客である旭化成ホームズの大型案件の失注等が減少額の大半を占める
- ホームセンター向けフリーペーパー『Pacoma』の広告売上・顧客企業のセールスプロモーションが減少

(単位：百万円)



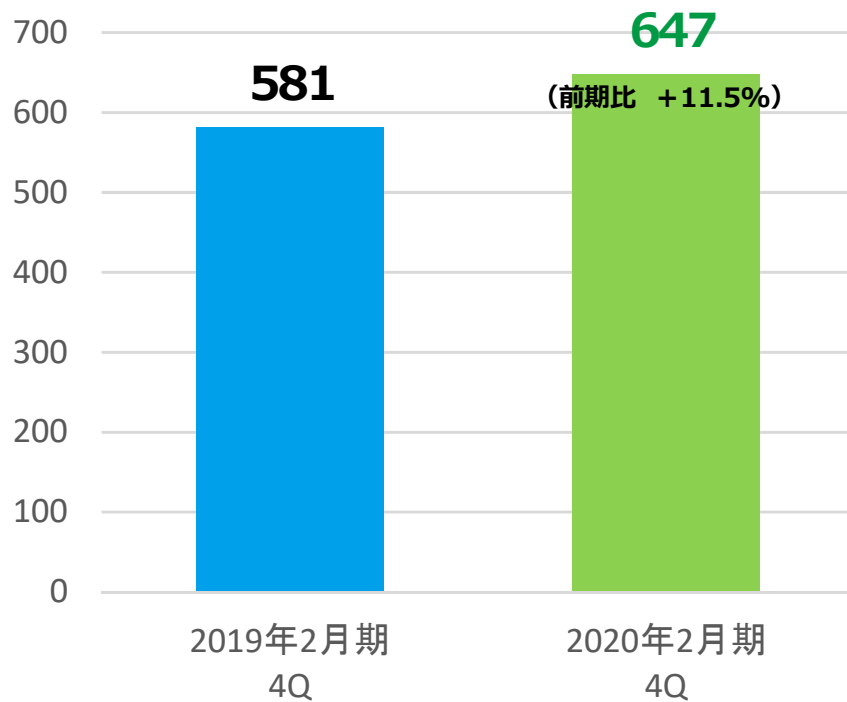
当社が提供するサービスイメージ

最新のテクノロジーにも積極的に取り組み、顧客が求めるマーケティングソリューションをワンストップで提供しています。

医療・健康業界の実績

- 2020年2月期の売上高は、647百万円、前期比 + 11.5%の二桁成長
- 主力顧客である製薬会社に深く入り込み、販売実績を積み上げる
- マーケティング分野の派生で、製薬会社内のインナーコミュニケーションや学会・イベント等でも成果を創出

(単位：百万円)



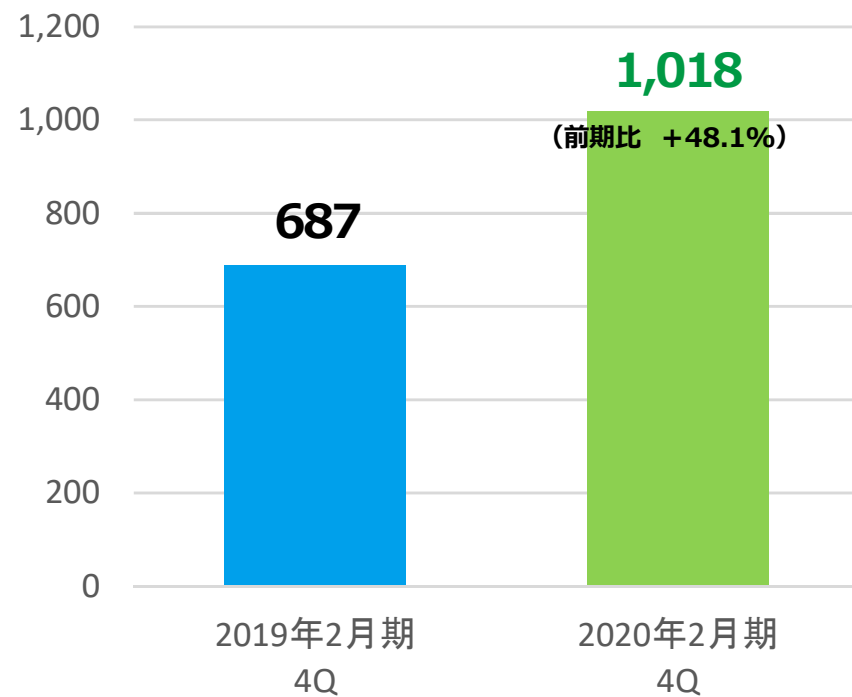
当社独自のソリューションに注力

他にはないユニークさを売りに、クライアントに深く入り込み、ニーズを拾い上げて提案を展開。製薬会社のマーケティングパートナーとして実績を積み上げています。

その他業界の実績

- 2020年2月期の売上高は、1,018百万円、前期比+48.1%と約1.5倍に伸長
- 大手飲食チェーンの他、アパレル等の新規顧客に関してブランディング等を支援。サービス提供領域を積極的に拡大
- 2018年12月にM&Aで子会社化した㈱日産社は、中堅ゼネコンや半導体メーカーなどの売上が増加し、寄与

(単位：百万円)



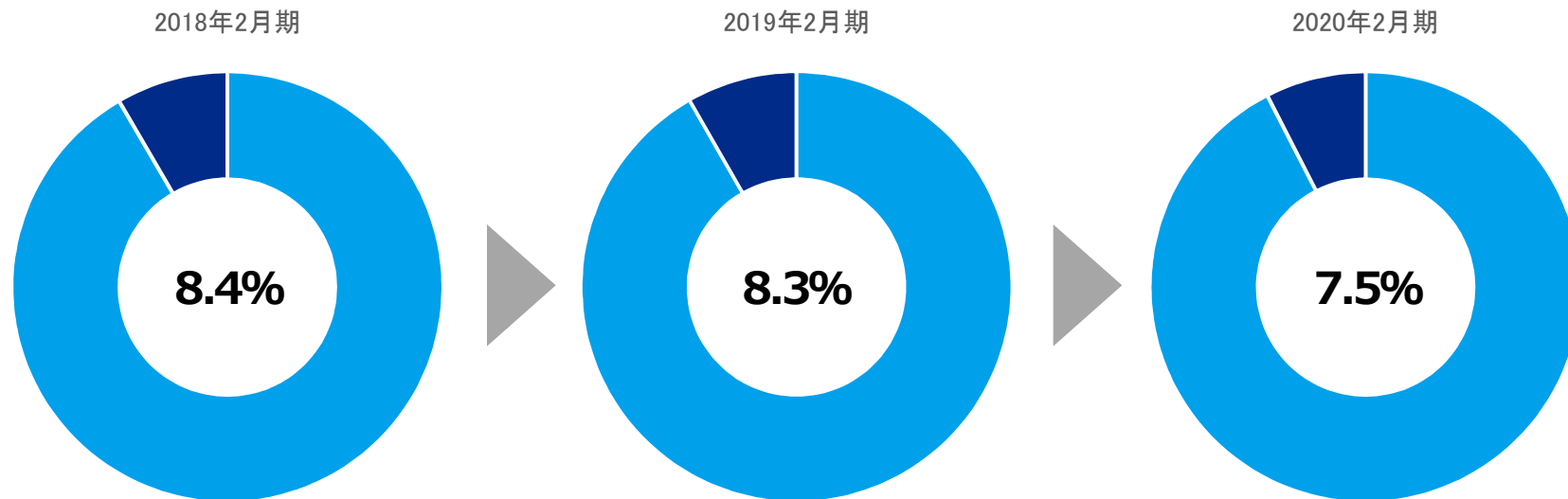
アカウントエグゼクティブとしてマーケティングすべてを担う

世界No.1の店舗数を誇るサンドイッチチェーン「サブウェイ」。日宣はアカウントエグゼクティブとして、年間マーケティング予算を一手に担っており、クライアント企業の業績に貢献しました。

デジタル領域の進捗

- 2020年2月期のデジタル領域の売上構成比は、7.5%
- 自社発行のフリーペーパー『Pacoma』WEB版が伸びたほか、リスティング広告、動画、WEB制作、SNS活用など、幅広い取り組みを実施

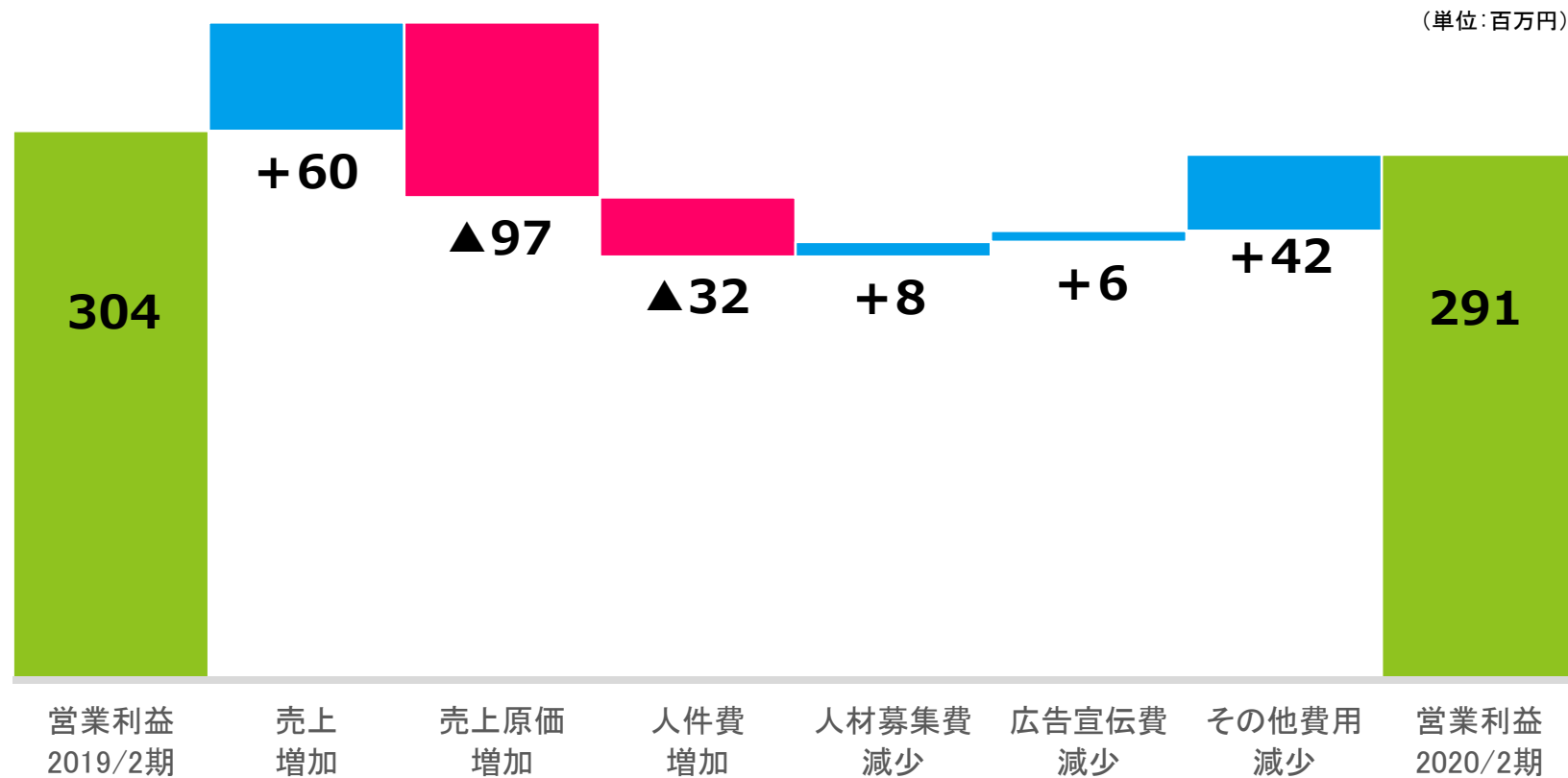
(総売上高に占めるデジタル領域売上高の構成比の推移)



構成比としては減少しているものの、アド領域、動画制作など様々な分野でデジタル関連施策を実施しており、今やマーケティング分野に欠かすことのできないソリューションとして実績を積み重ねています。
特に、SNSの運用受託では大きな成果を残すことができております。

利益の概況：営業利益の増減

- 売上高の伸びに対し、付加価値を高める投資として推進した制作部門の人材投資による売上原価の増加に加え、売上構成の変化により利益が減少
- 販管費は、メリハリを付け総額では前期より減少したものの、体制強化等による人件費の伸びが営業利益に影響



連結貸借対照表

(単位：百万円)	2019年2月期	2020年2月期	前期比 増減率
流動資産	1,889	2,111	11.8%
現金及び預金	1,181	1,312	11.0%
固定資産	2,332	2,318	▲0.6%
有形固定資産	1,893	1,852	▲2.2%
資産合計	4,221	4,430	4.9%
流動負債	596	719	20.6%
固定負債	931	879	▲5.6%
長期借入金	586	527	▲10.2%
負債合計	1,527	1,598	4.6%
純資産	2,694	2,831	5.1%
負債純資産合計	4,221	4,430	4.9%
自己資本比率	63.8%	63.9%	+ 0.1pts

4 2021年2月期業績予想および重点施策

業績予想について

▼新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する業績予想への影響について

当社の事業の柱のひとつである『放送・通信事業』は、いわゆる「巣ごもり消費」といわれる分野に属しており、足元は堅調に推移しております。また、その他の事業分野においてもクライアントとの強固な関係に基づき日々情報収集等に努めている状況にあります。

当社が属する広告業界は、クライアント企業の動向によって今後様々な影響を受ける可能性があります。新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による影響範囲は不明であり、こうした不確定要素が今後の業績に与える影響を合理的に予測することは非常に困難であります。

そのため、2021年2月期の業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による影響を織り込んでおりません。修正が必要になった場合には、合理的に予測可能となった時点で速やかに公表させていただきます。

▼新型コロナウイルス感染症（COVID-19）に関する当社グループの対応方針について

当社は、社内外への感染被害抑止、従業員ならびに当社関係者の皆さまの安全確保を最優先に、グループ会社とも連携を図りながら、必要な対応を実施し、事業活動の継続に努めてまいります。

全従業員の勤務について、
すでに2月下旬より実施している
テレワークを継続して実施

ご来社いただいての面談を原則として控えさせて
いただき、オンライン会議の活用等、ご来社以外
のコミュニケーション方法を推進

会社運営上必須で、かつオフィス
ビル内でなければ遂行不可能な
一部業務については、必要最小
限の人数で業務を遂行

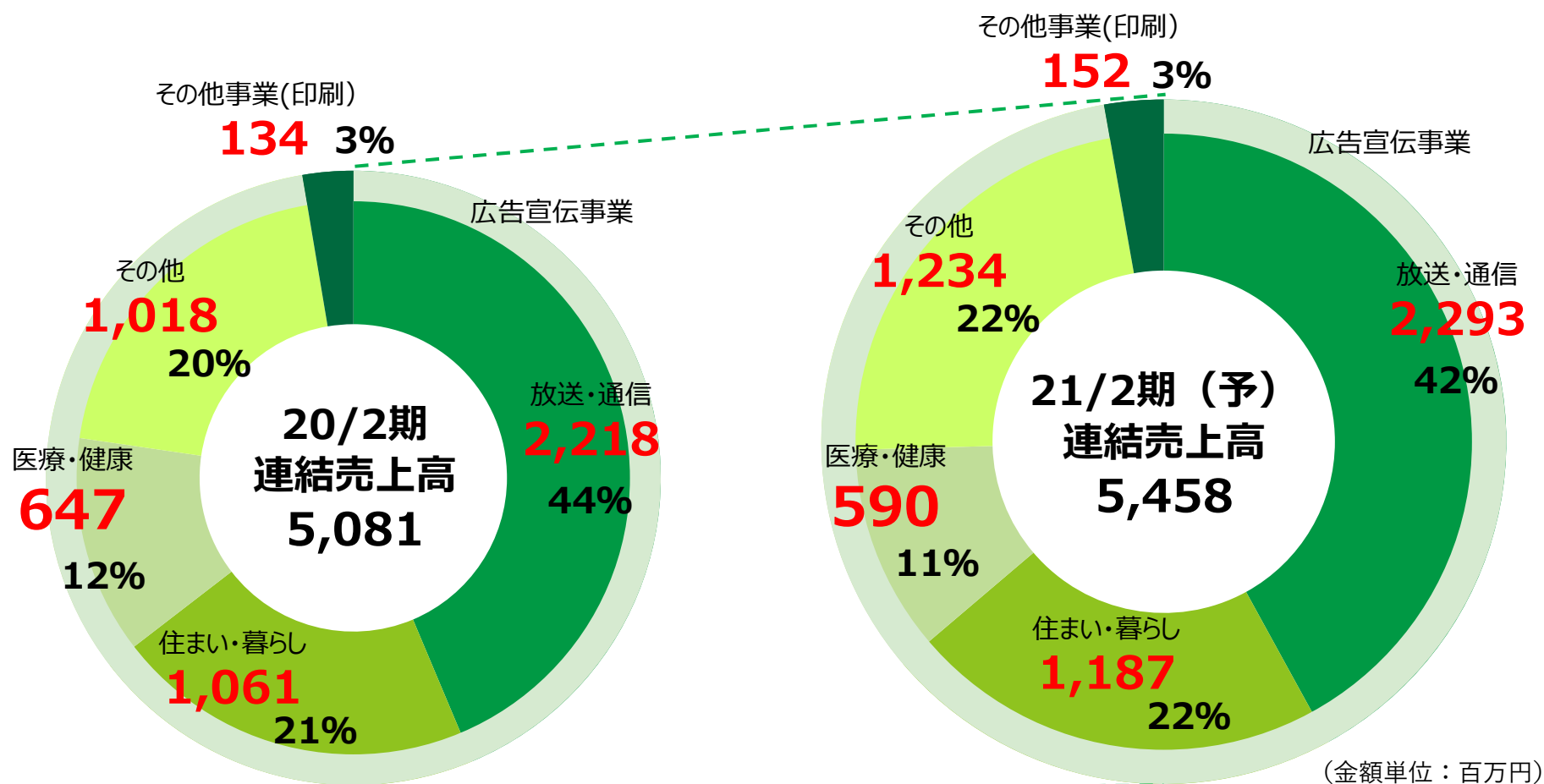
2021年2月期連結業績予想

(単位：百万円)	2020年2月期 (実績)	2021年2月期 (予想)	前期比 増減率
売上高	5,081	5,458	7.4%
営業利益	291	331	13.8%
営業利益率	5.7%	6.1%	+ 0.4pts
経常利益	293	335	14.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	197	225	14.3%
当期純利益率	3.9%	4.1%	+ 0.2pts
1株あたり 当期純利益	102.06円	116.68円	+ 14.62円
配当	42円	42円	—
配当性向	41.2%	36.0%	▲5.2pts

※ 新型コロナウイルスの感染拡大の影響につきましては、現時点では今後の動向が不透明であることから、上記計画には織り込んでおりません。

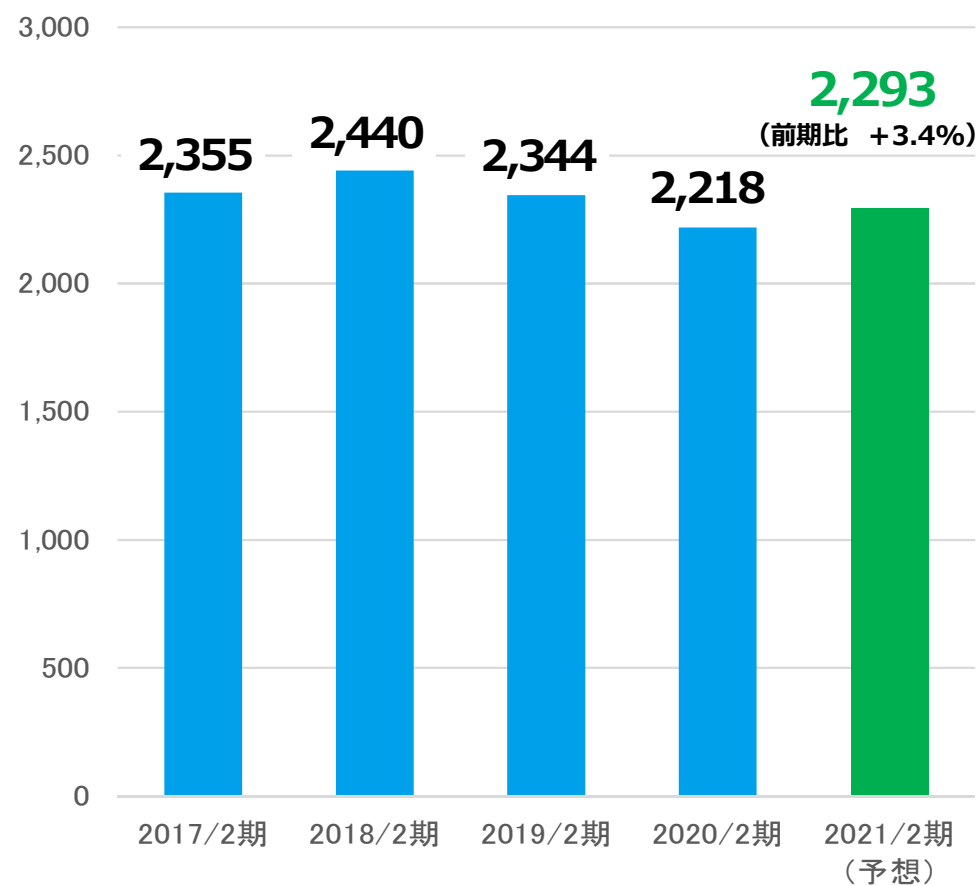
2021年2月期 連結売上高の内訳

- 放送・通信業界の安定基盤をベースに、住まい・暮らし業界の営業活動に注力し売上を拡大
- 好調なその他業界において、戦略的に拡販・開拓等を進め、成長を維持



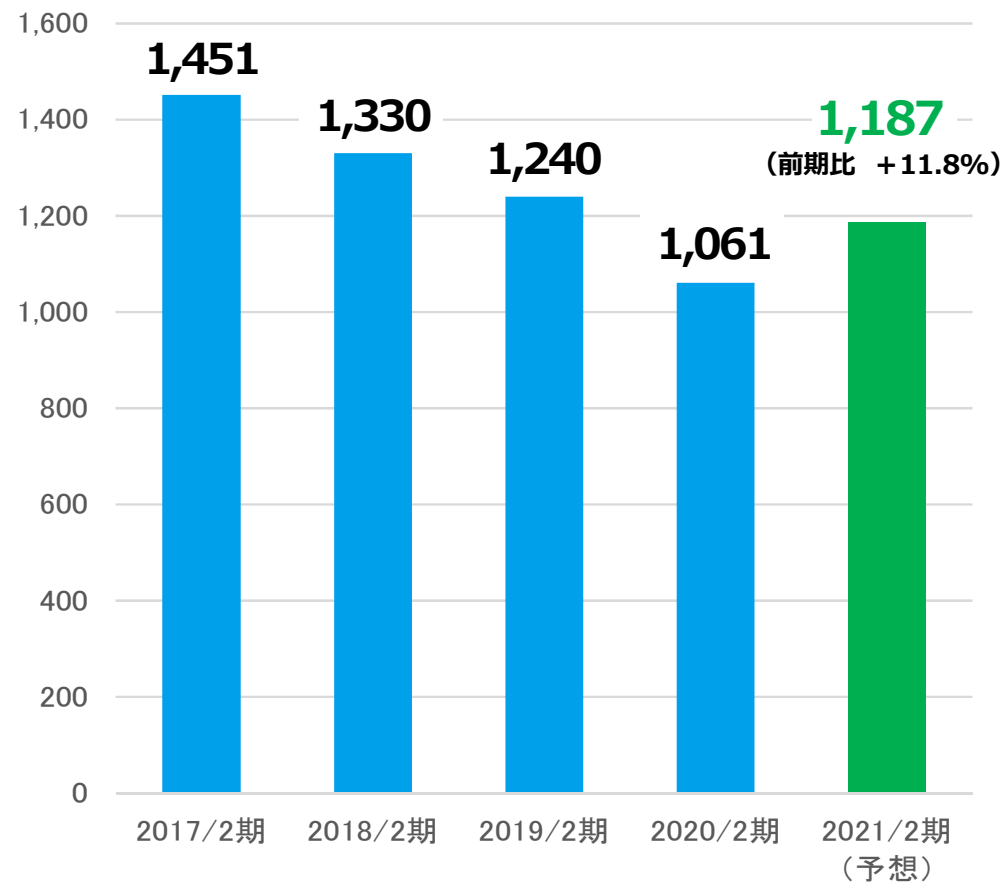
放送・通信業界の見通しと取り組み

- 2021年2月期の売上高は2,293百万円（前期比+3.4%）を計画
- 主力の『チャンネルガイド』の安定性を軸に、デジタル領域およびCATV向けの新規事業モデルを模索
- 大手通信キャリアなど戦略アカウントを設定し、アプローチを強化



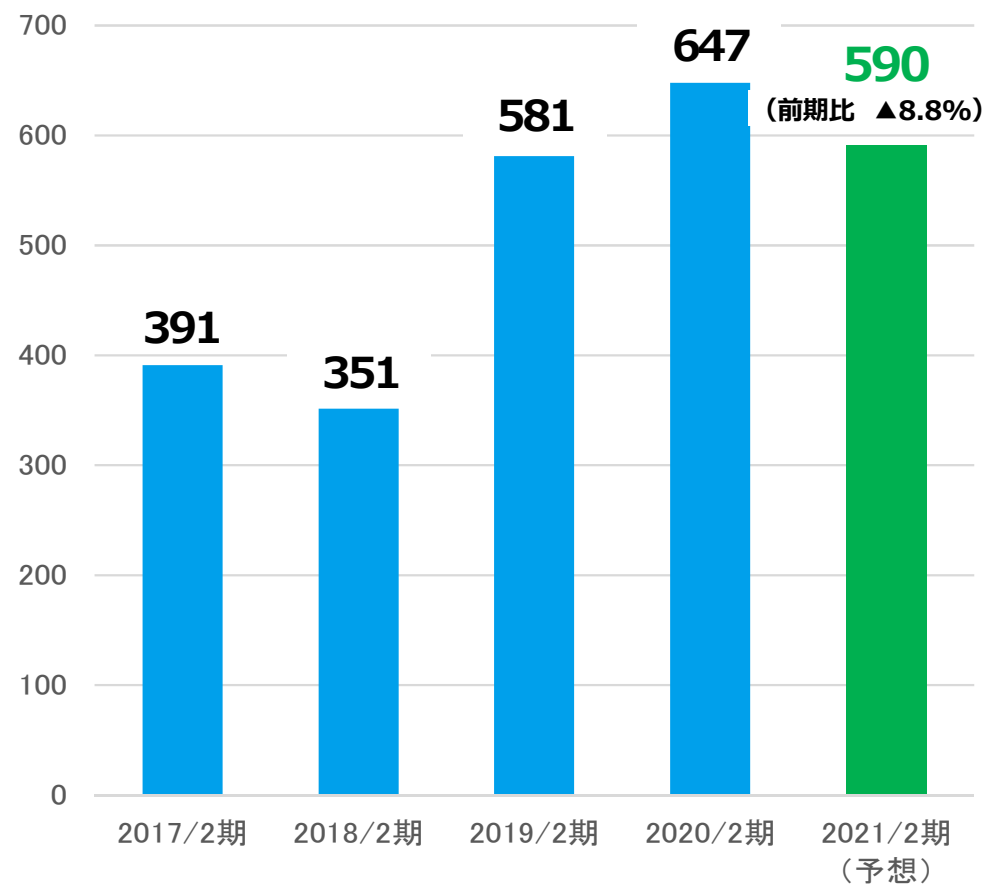
住まい・暮らし業界の見通しと取り組み

- 2021年2月期の売上高は1,187百万円（前期比+11.9%）を計画
- 営業、クリエイティブ、プロダクト、マーケティングすべての部署一体でソリューションを提供し、収益改善を目指す
- 「Pacoma」はWebとリアルの施策を複合的に提案受注し、深耕営業を図る



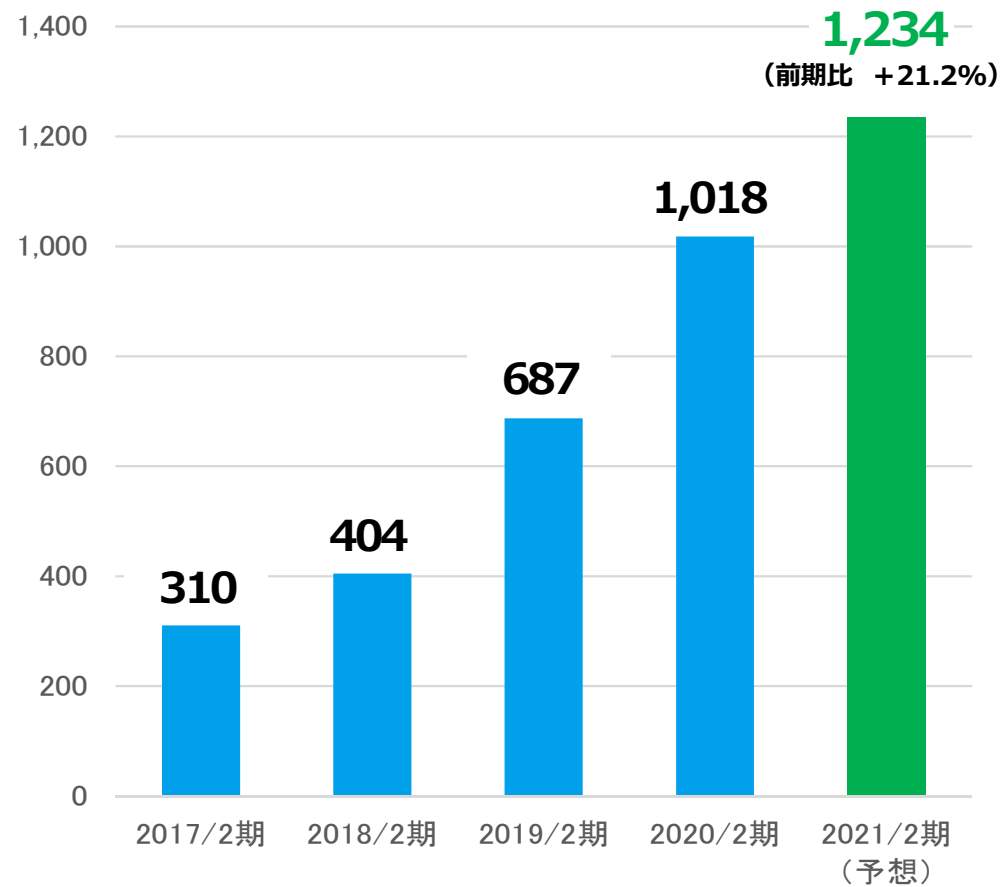
医療・健康業界の見通しと取り組み

- 2021年2月期の売上高は590百万円（前期比▲8.8%）を計画
- 既存主力顧客の外資製薬会社に対して更なる拡大を目指すも、保守的に計画
- 同時に、実績を武器に新規の製薬企業に対してもアプローチ強化を図る



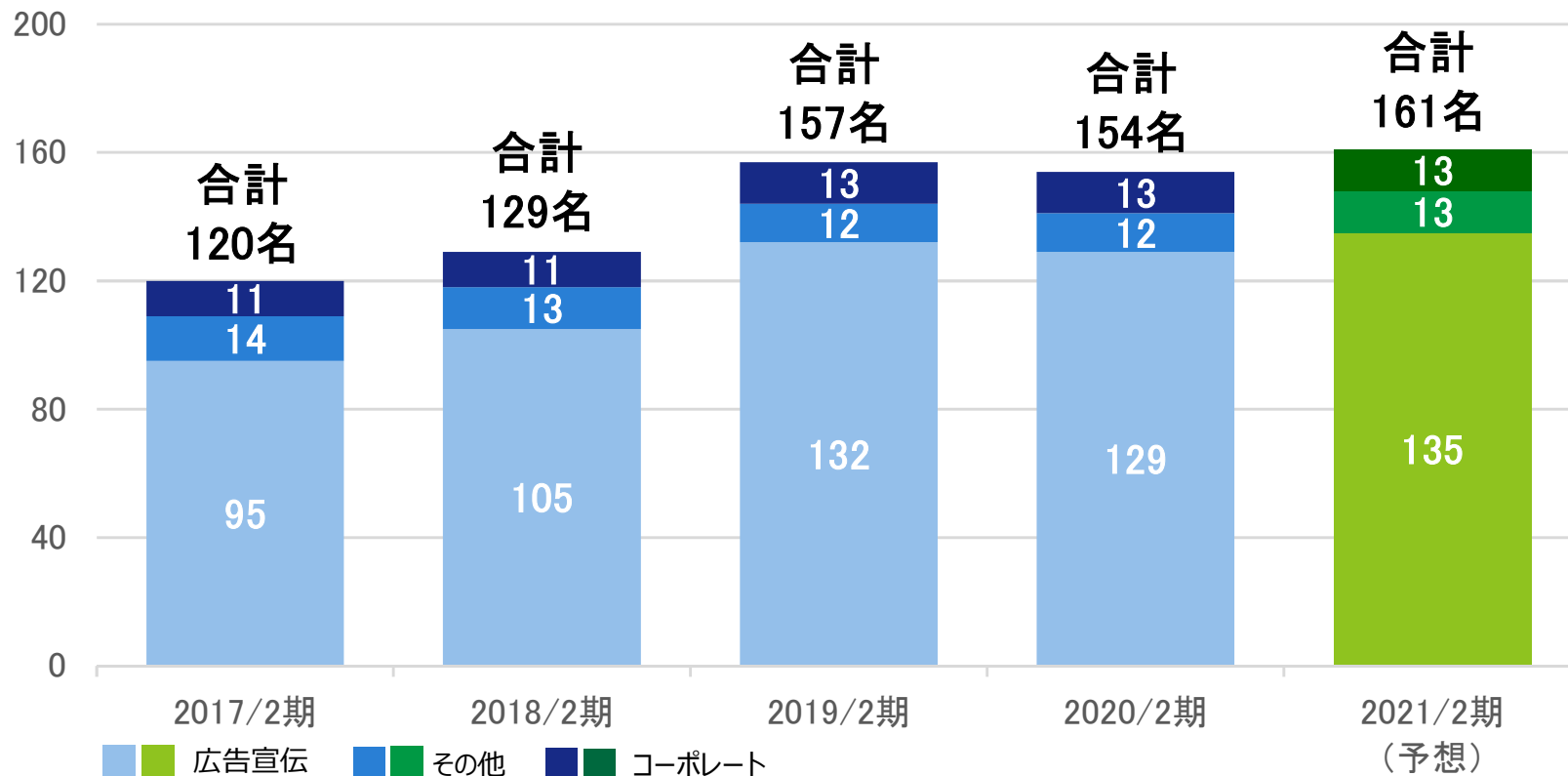
その他業界の見通しと取り組み

- 2021年2月期の売上高は1,234百万円（前期比+21.2%）を計画
- 選ばれる広告会社として、戦略得意先および新規顧客に向けたサービス提供領域を拡大
- M&Aした日産社との人事交流などの実施による、さらなるシナジー効果を模索



人材採用の取り組み強化

- 2018年2月期の増加は、期中に放送・通信事業の「チャンネルガイド」に携わるアルバイト社員を正社員に転換
- 2019年2月期の増加は、新卒採用を強化し、4月に9名が入社。12月に日産社を子会社化し9名増加
- 2020年2月期は、新卒3名入社も、自然減による減少で期末時点での合計社員数は3名減少
- 2021年2月期は、前期中に新設した「未来開発室」が採用部門と連携し、新卒・中途ともに採用強化を推進中



M&A・提携の方針と進捗

- 長期の取引関係のある優良な顧客をもった中小規模の広告会社のM&Aを進める。
- ベンチャーキャピタルを通じた投資等により、優良スタートアップとの関係強化や協力先を開拓。

広告会社M&A による既存事業の拡大

- リソース共有によるシナジー効果
- 新規顧客獲得

スタートアップとの提携 による新規サービスの開発

- 優秀な技術の獲得と事業化
- スタートアップのマーケティングも支援

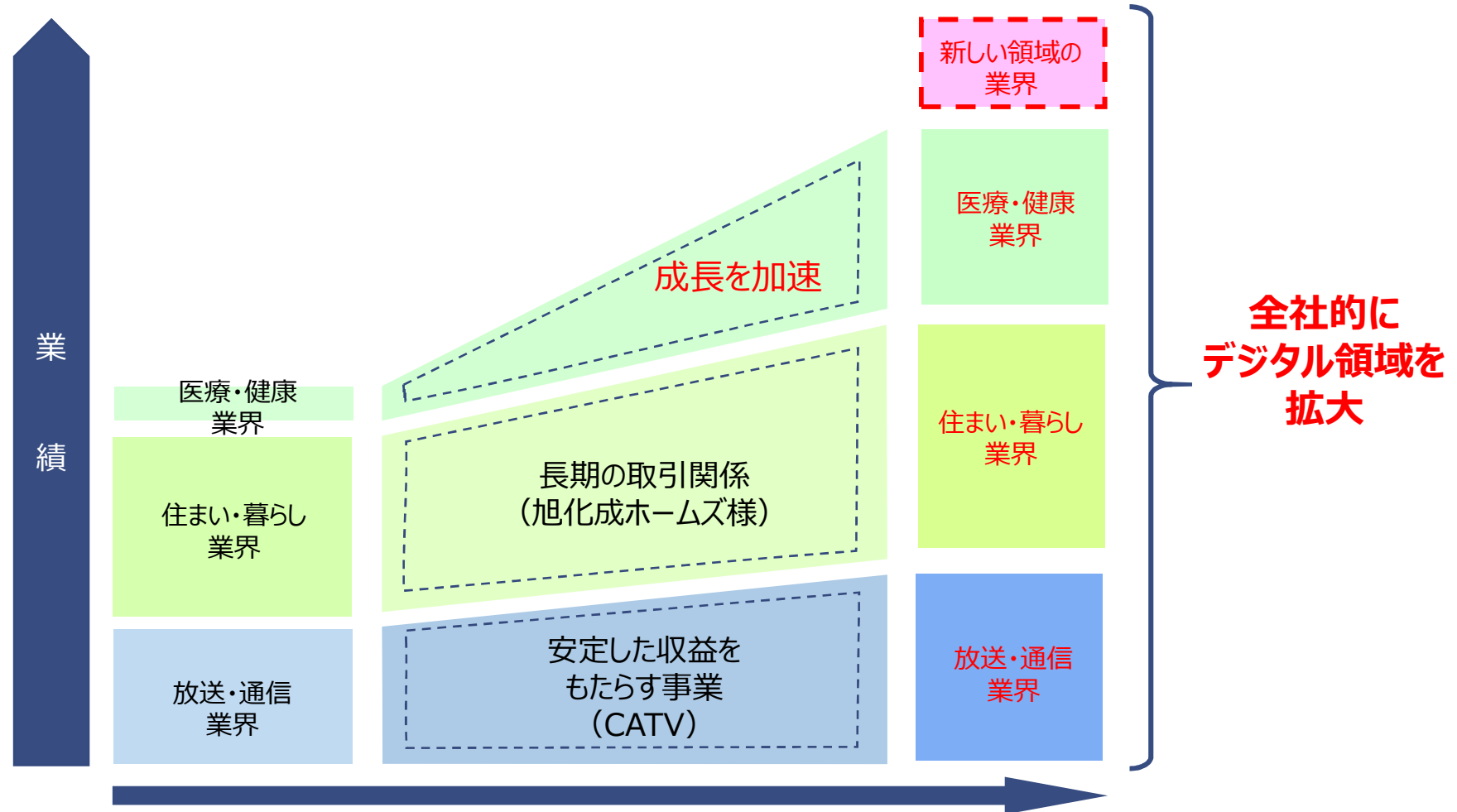
Nissansha



積極的にM&Aを実施
事業拡大と優秀な技術の獲得を追求

今後の成長見通し

- 新規顧客開拓やM&A・業務提携により、新しい業界へ進出し、規模を拡大
- スタートアップとの業務提携や出資により、新サービスを立ち上げ



5 株主還元

株主還元

- 必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続
- 配当性向30%を目処に、株主への利益還元を行う方針
- 2021年2月期は様々な先が見通せない環境ではあるものの、42円の配当を継続実施予定

	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期 (予想)
1株あたり配当金	38円	42円	42円	42円	42円
配当総額	73百万円	81百万円	81百万円	83百万円	83百万円
配当性向	25.0%	12.5%	35.4%	41.2%	36.0%

6 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	333百万円
従業員数	154名（2020年2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
グループ会社	株式会社日宣印刷、株式会社日産社

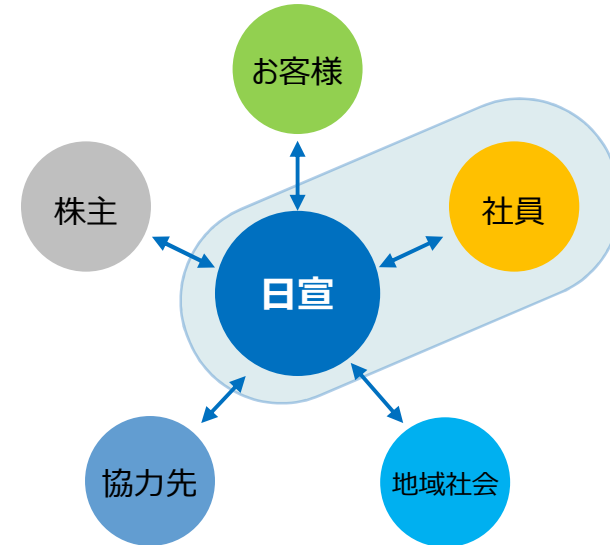


本 社
（千代田区神田司町）

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。

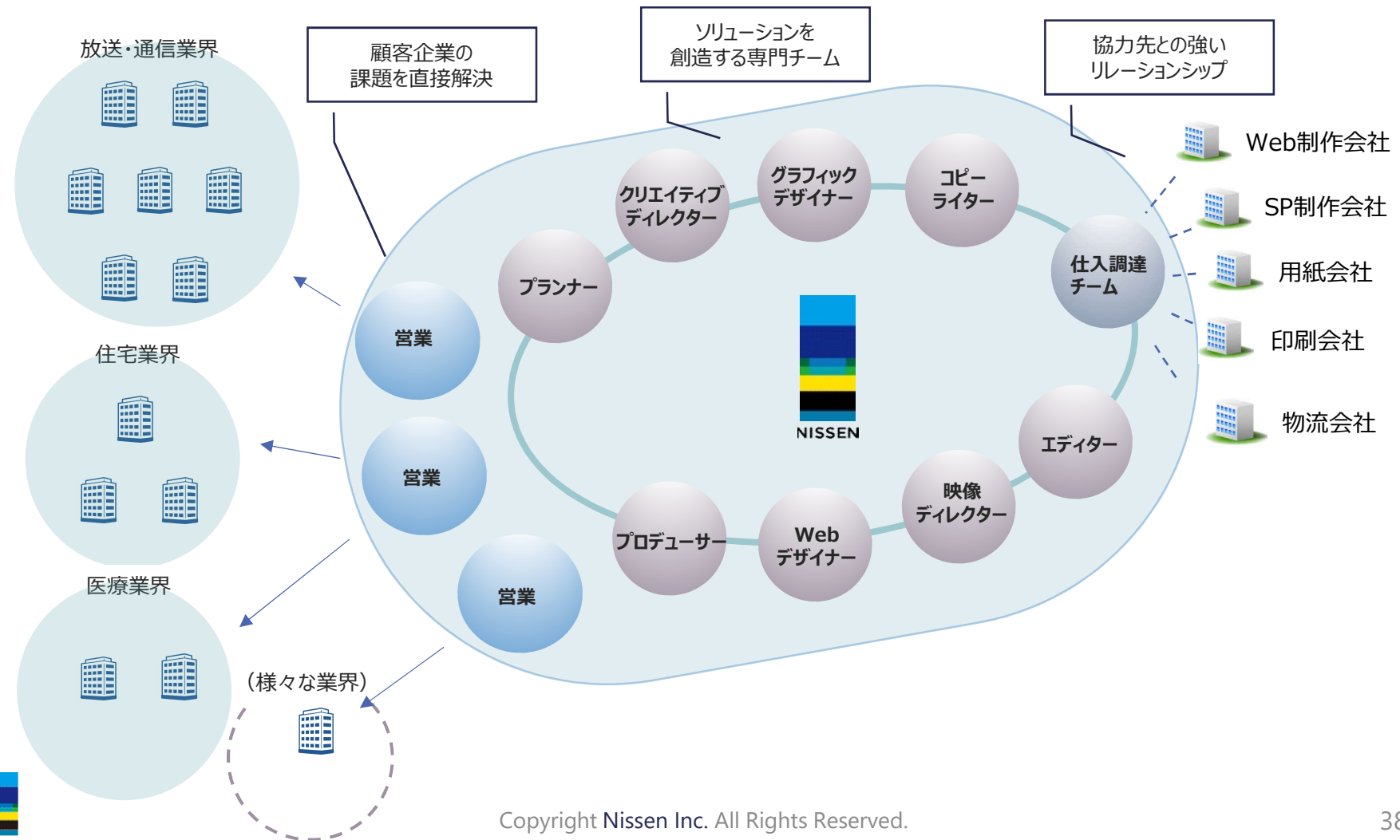


ユニークなコミュニケーションサービスの提供によって、お客様の経営に貢献します。

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。

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



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。