



2024年2月期 決算説明資料

2024年4月18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月期決算概要
- 04 中期経営計画に基づく施策の進展
- 05 2025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

売上高は増加するも、収益性は低下

エグゼクティブサマリー

2024年2月期

売上高	5,224百万円	+ 3.3%
営業利益	300百万円	▲6.2%
経常利益	285百万円	▲17.4%
当期純利益	197百万円	▲19.1%

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り売上が増加。用紙価格や印刷費の高騰による原価高に上期は苦戦したが、売価への適正な転嫁もあり、下期は業績が回復。
- 販売費および一般管理費は事業譲受による減価償却費が主因となり前期比で増加。営業外費用として投資事業組合への投資運用損を計上。

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

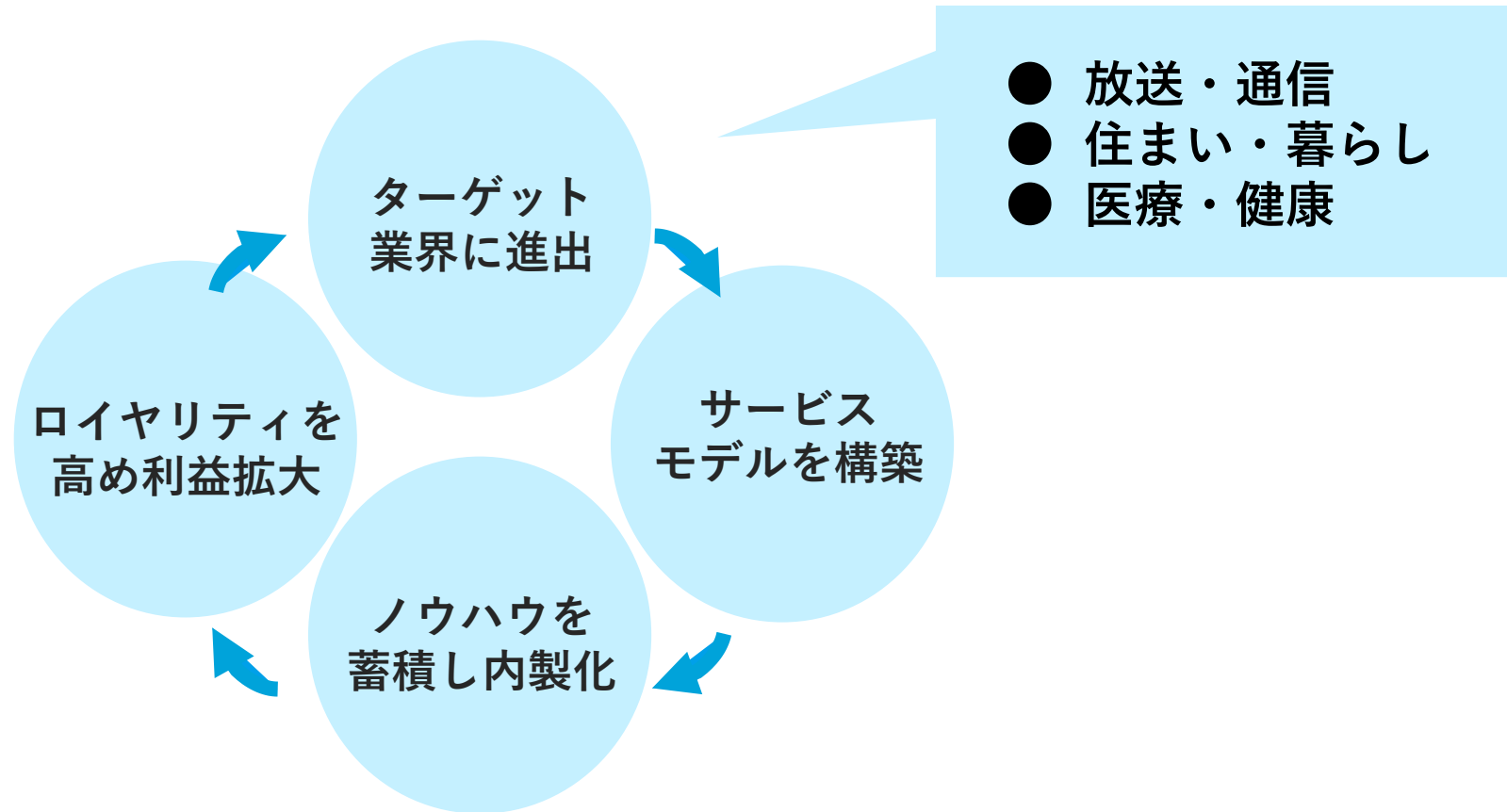
ワンストップ
トータル支援

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

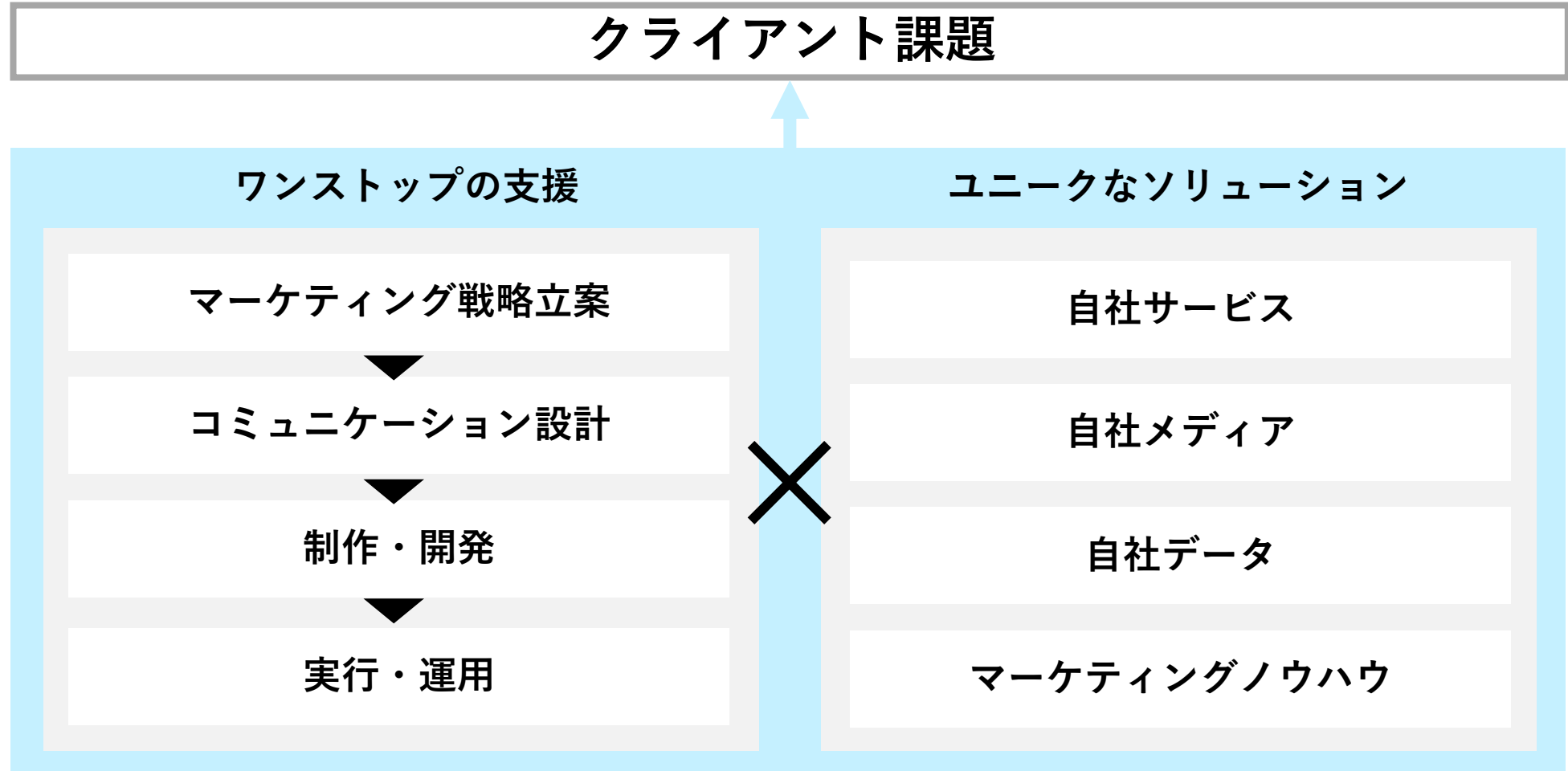


イメージ図



圧倒的な
シェア

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

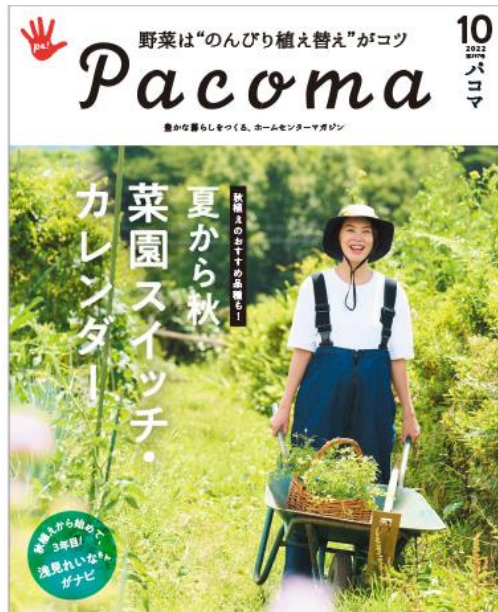


商品を企画からプロモーションまでプロデュース

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
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 決算概要

売上高は増加するも、収益性は低下

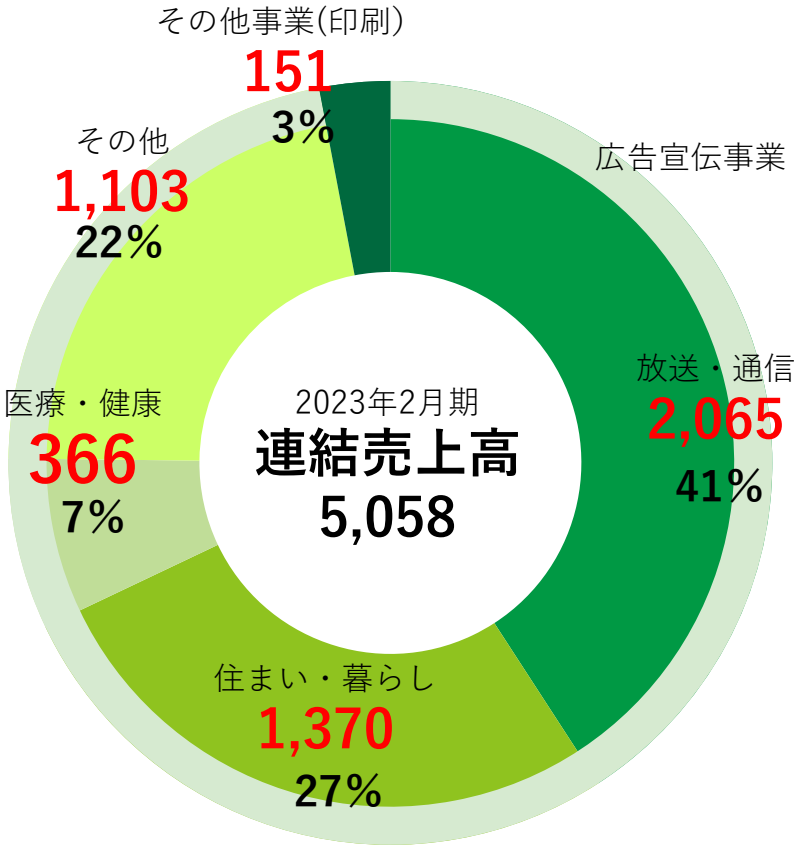
2024年2月期 連結損益計算書

- 売上は、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り増加。
- 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、前期比▲6.2%
- 経常利益は、投資事業組合運用損等の影響により、同▲17.4%となった。

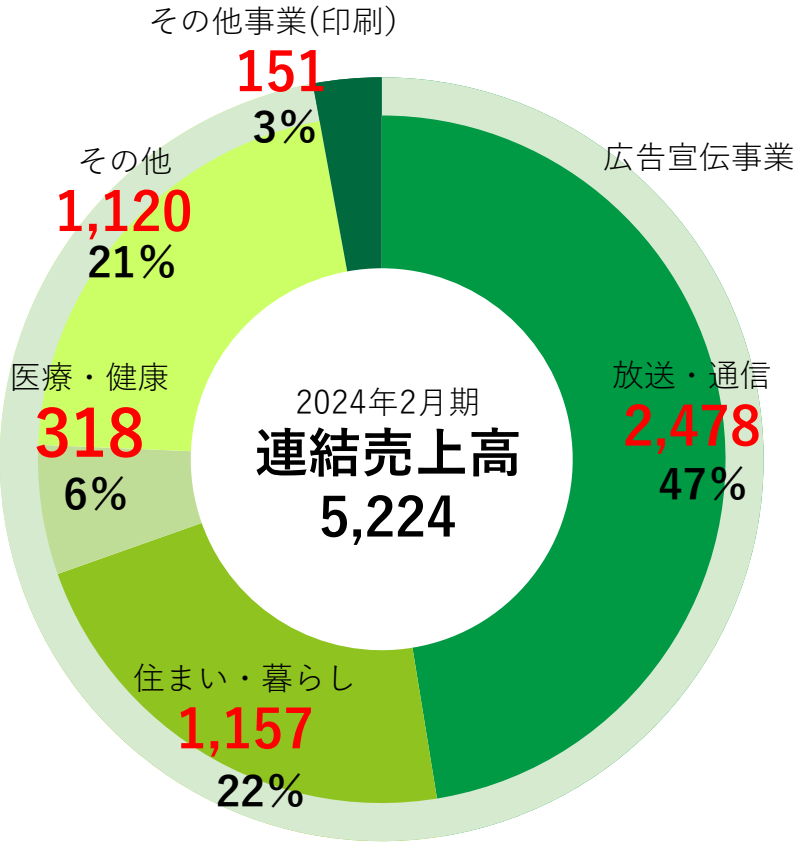
(単位：百万円)	2023年2月期	2024年2月期	前期比 増減率
売上高	5,058	5,224	+3.3%
売上総利益	1,216	1,209	▲0.6%
販売管理費	895	908	+1.5%
営業利益	320	300	▲6.2%
売上高営業利益率	6.3%	5.7%	▲0.6pts
経常利益	345	285	▲17.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	244	197	▲19.1%
当期純利益率	4.8%	3.8%	▲1.0pts

放送・通信業界が事業譲受で増加、住まい・暮らし業界が伸び悩み

2024年2月期 連結売上高



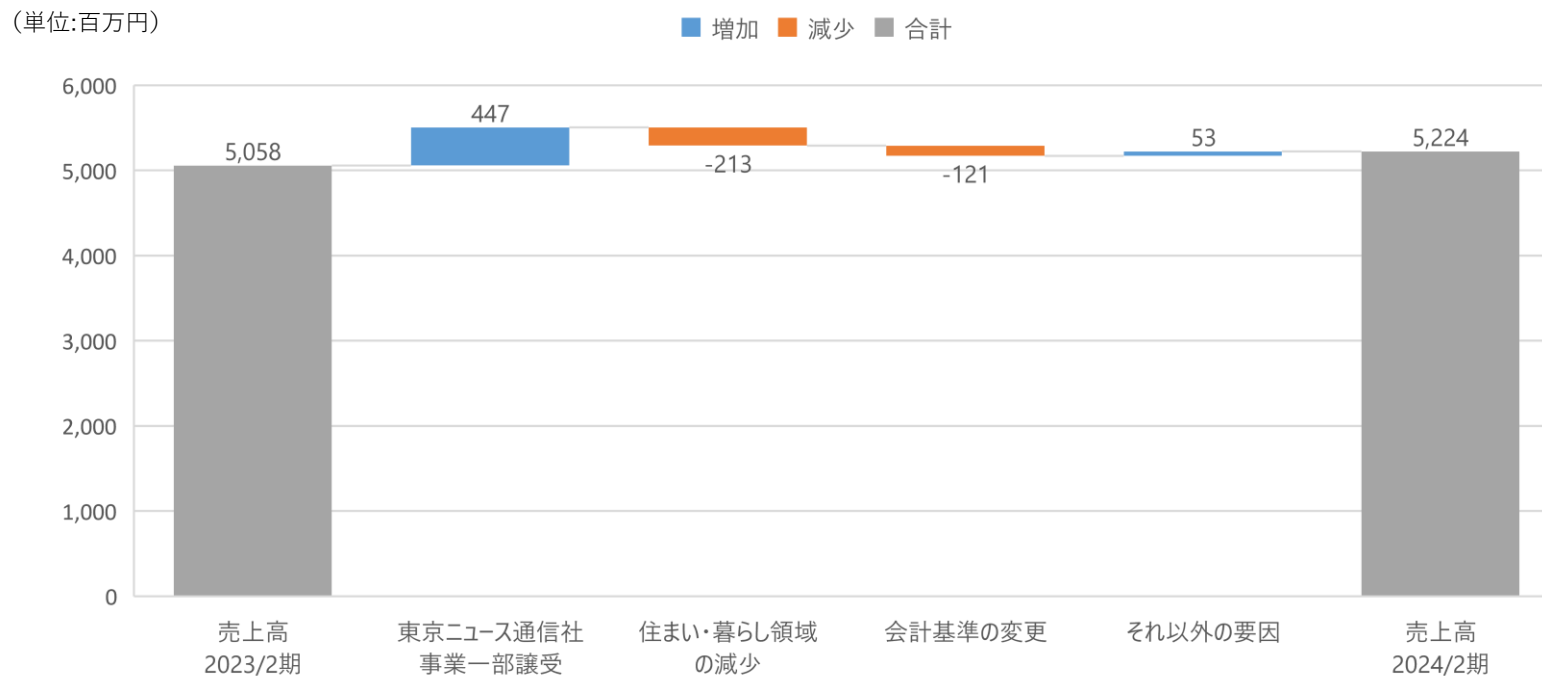
(金額単位：百万円)



(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

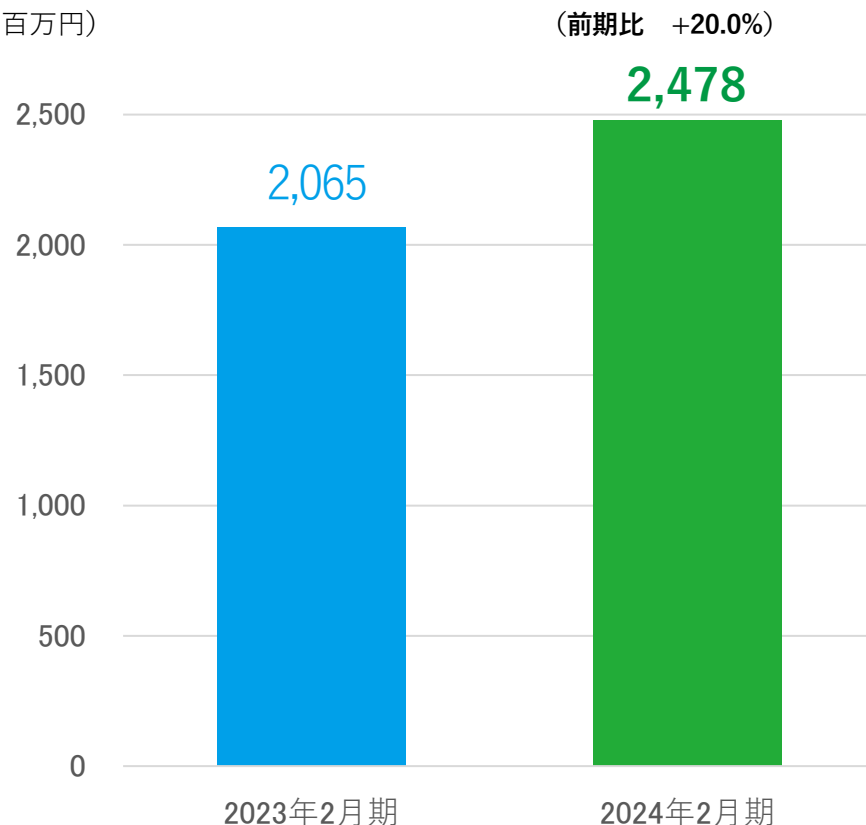


- 東京ニュース通信社からの事業一部譲受により、447百万円増
- 住まい・暮らし領域が伸び悩み、213百万円減
- 今期から収益認識に関する会計基準を適用。旧日産社での新聞・雑誌等の広告出稿に係る取引を中心に売上と原価を相殺し、121百万円減（利益への影響なし）

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

(単位：百万円)



■ 2024年2月期の売上高は、2,478百万円、前期比 +20.0%

■ 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。

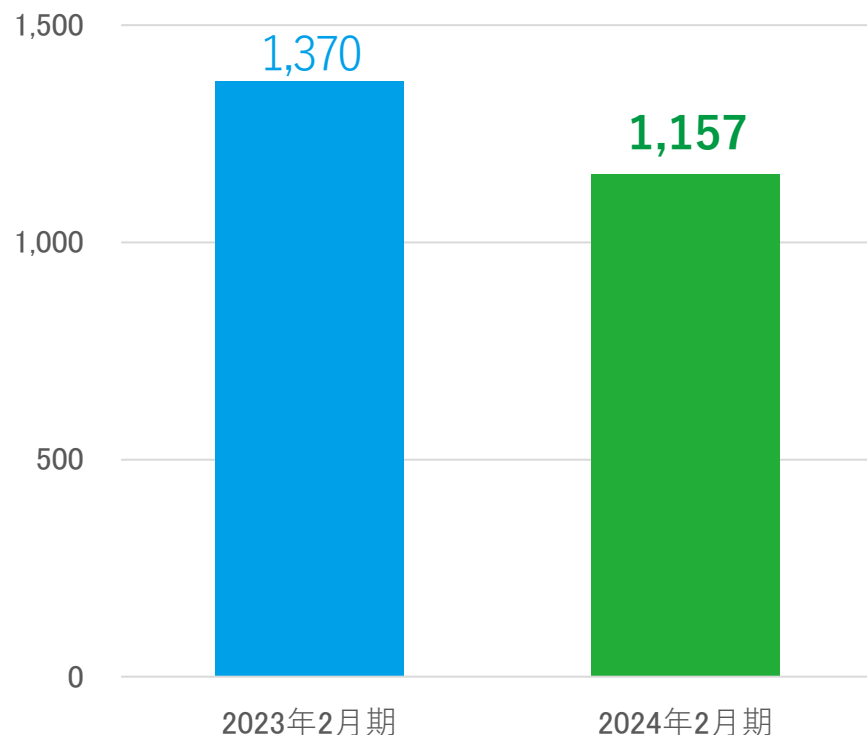
■ 一方で、用紙価格の高騰や印刷費用上昇による転嫁の期ズレにより、収益への貢献は限定的。

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)

(前期比 ▲15.6%)



■ 2024年2月期の売上高は、1,157百万円、前期比 ▲15.6%

■ 同業界の顧客との取引が伸び悩んだことが主因

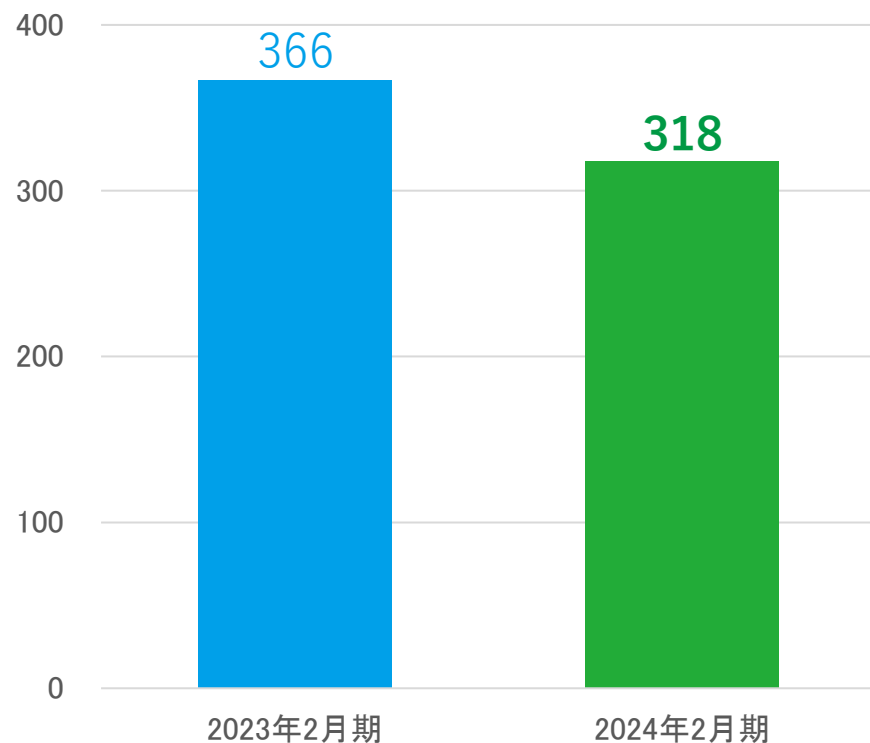
■ 当社の自社メディアで培ったノウハウを用いて、提供サービスの拡大を目指す

大手顧客との取引が伸び悩む

医療・健康業界の実績

(単位：百万円)

(前期比 ▲13.2%)



■ 2024年2月期の売上高は、318百万円、前期比 ▲13.2%

■ 同業界の顧客との取引が伸び悩んだことが主因

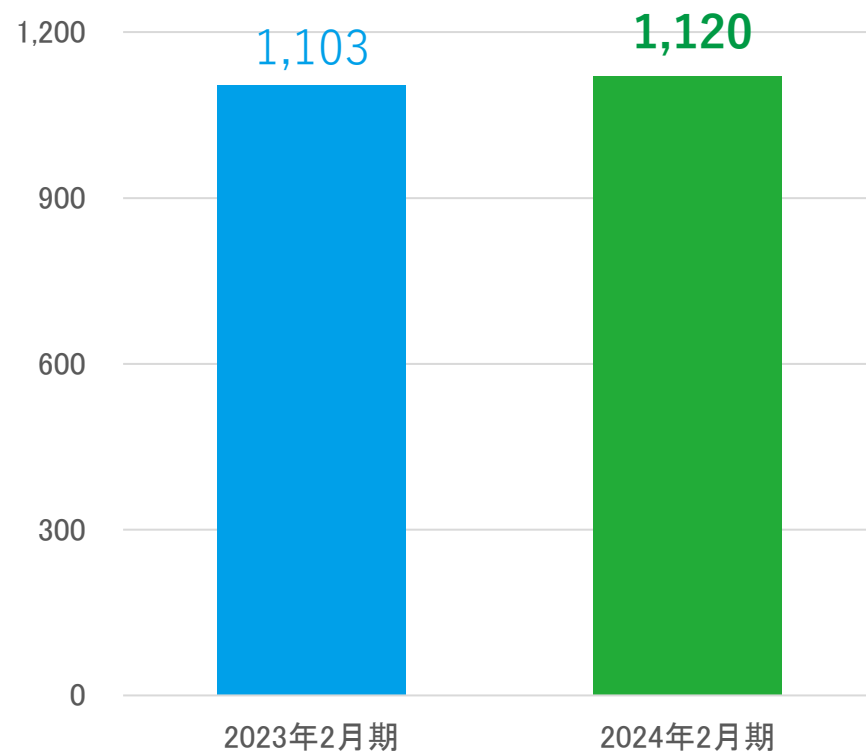
■ 顧客との信頼関係をベースに、マーケティング分野以外でも提案を継続中

収益認識に関する会計基準の影響あり

その他業界の実績

(単位：百万円)

(前期比 +1.5%)



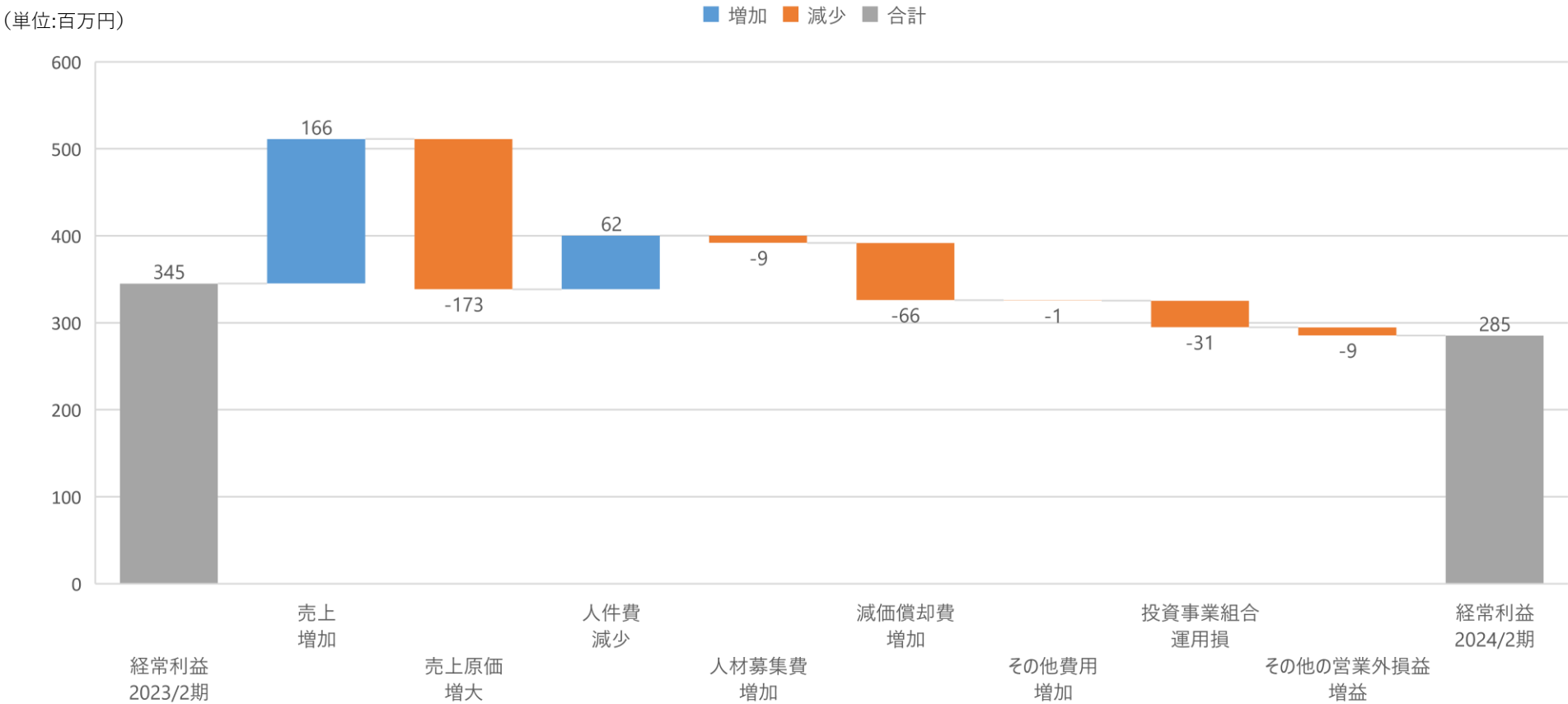
■ 2024年2月期の売上高は、1,120百万円、前期比 +1.5%

■ 今年度から適用している収益認識に関する会計基準の影響は121百万円

■ 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

売上は増加したが、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
- 事業譲受に伴う減価償却費等が増加

事業譲受により現預金が減少し、固定資産が増加

2024年2月期 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2023/2期	2024/2期	増減率
流動資産	2,338	2,178	▲6.8%
現金及び預金	1,677	1,486	▲11.4%
固定資産	2,198	2,395	+8.9%
有形固定資産	1,688	1,664	▲1.5%
資産合計	4,536	4,574	+0.8%
流動負債	661	647	▲2.2%
固定負債	730	647	▲11.3%
長期借入金	353	293	▲16.8%
負債合計	1,391	1,294	▲7.0%
純資産	3,145	3,279	+4.3%
負債純資産合計	4,536	4,574	+0.8%
自己資本比率	69.3%	71.7%	+2.4pts

04

中期経営計画に基づく 施策の進展

営業利益 4 億 5 千万円超・営業利益率 7 % の水準へ

中期経営計画数値目標

(単位：百万円)

	2023年2月期 実績	2024年2月期 実績	2025年2月期 予想	2026年2月期 中計最終年度	中計最終年度の 2024年2月期対比
売上高	5,058	5,224	6,000	6,600	26.3%
営業利益	320	300	320	460	53.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	244	197	215	305	54.5%
営業利益率	6.3%	5.7%	5.3%	7.0%	1.3pts

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

既存事業とのシナジーを創出

重点施策① タテ×ヨコ成長

コミュニティマーケティングを軸としたビジネスモデルの構築とデジタル戦略の推進を通じ、各事業とのシナジーを発揮し、サービスを強化する。

■主な取り組み

ファンベースドマーケティング
(FBM)事業の強化

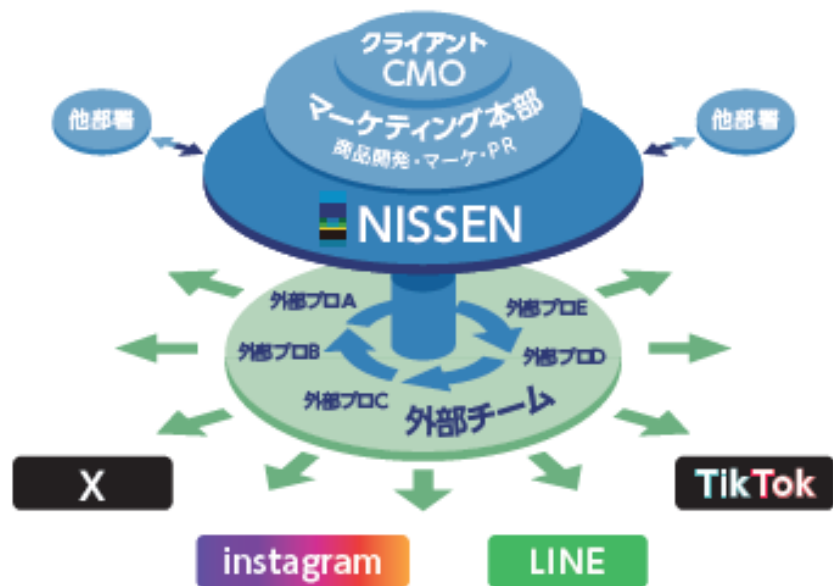
デジタル戦略の推進

コミュニティ発想に基づくビジネスを具現化

FBM事業の強化

- クライアントのマーケティング組織と一体化し、SNSを駆使した独自のノウハウで、ファンの力を最大化し、ビジネス成長に貢献

サービスモデル



クライアントの一例

Gong cha 貢茶

SUBWAY

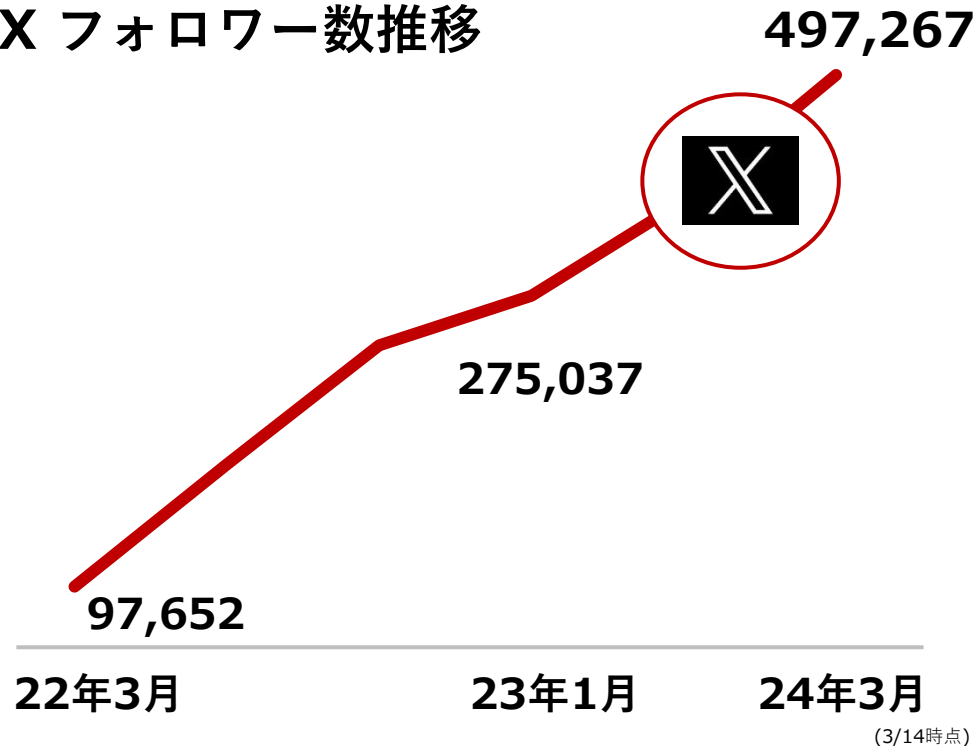
ANYTIME FITNESS

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



Xのフォロワー/情報到達力を
劇的に向上

X フォロワー数推移



新商品の情報をXのトレンド欄上位に
エンタリーさせるノウハウを確立

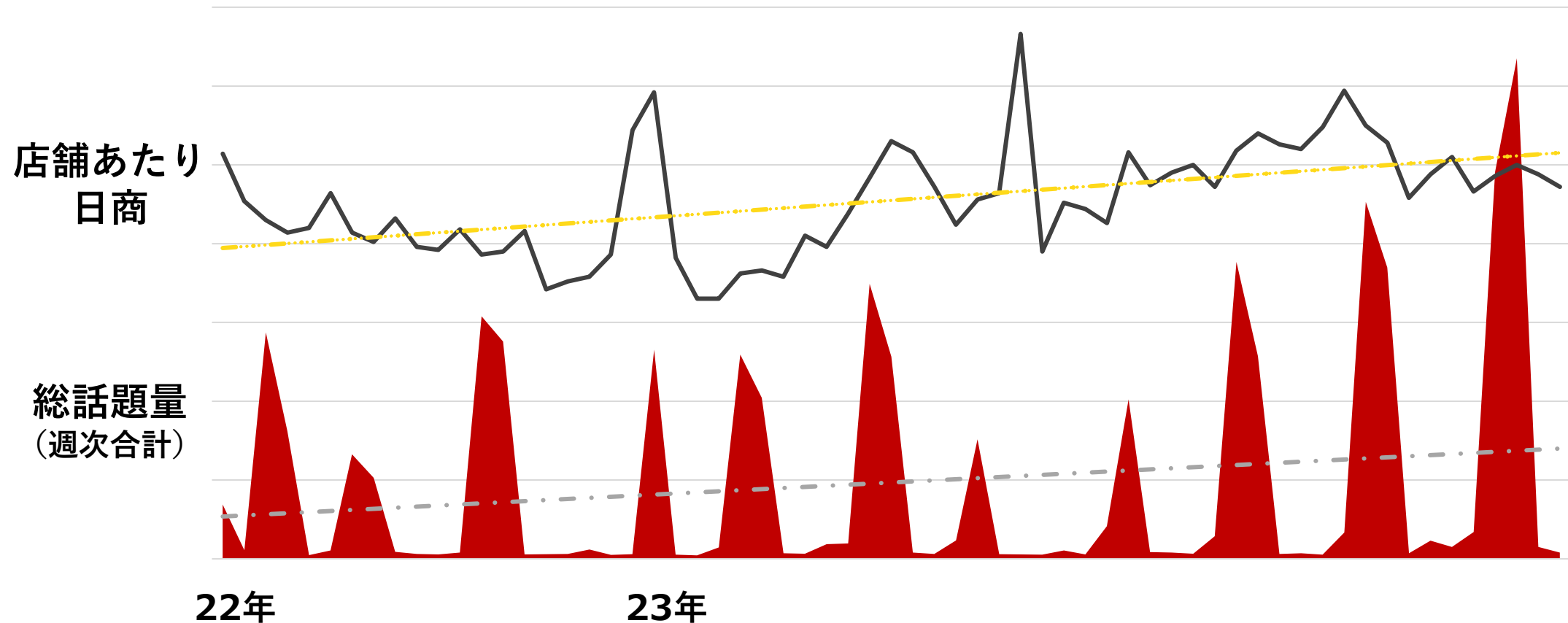


Gong cha の成功事例

ゴンチャの23年売上 前年比 **128%** 達成に貢献 (⇔外食全体113%)

SNSによる話題創出と、売上との相関が着実に生まれている

ゴンチャ SNS総話題量と店舗あたり日商



成長領域へ経営資源を投下

デジタル戦略の推進

- デジタル戦略本部の設置
- CDO（Chief Digital Officer）の選任
デジタル技術を活用した新たなビジネス
の創出に向け、社内体制を強化
- 新たなサービスの導入
全国のケーブルテレビ局向けに、紙媒体
に代わるデジタルガイド「CCG」と顧客
管理ツール「NILIN」の提供を開始



CCG
Coming Contents Guide

NiLiN
CRM Tool for CATV

オーガニック×非オーガニックで更なる成長を目指す

重点施策② M & A・投資の活用

成長戦略に適合した事業・人財の確保に加え、デジタルなどの成長領域で新たなサービスを創造すべく、M & Aや投資を積極的に活用する。

■主な取り組み

M & A等の推進

エリアビジネスへの投資

非オーガニックな成長に向けて M & A等の推進

M & A



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。



×



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

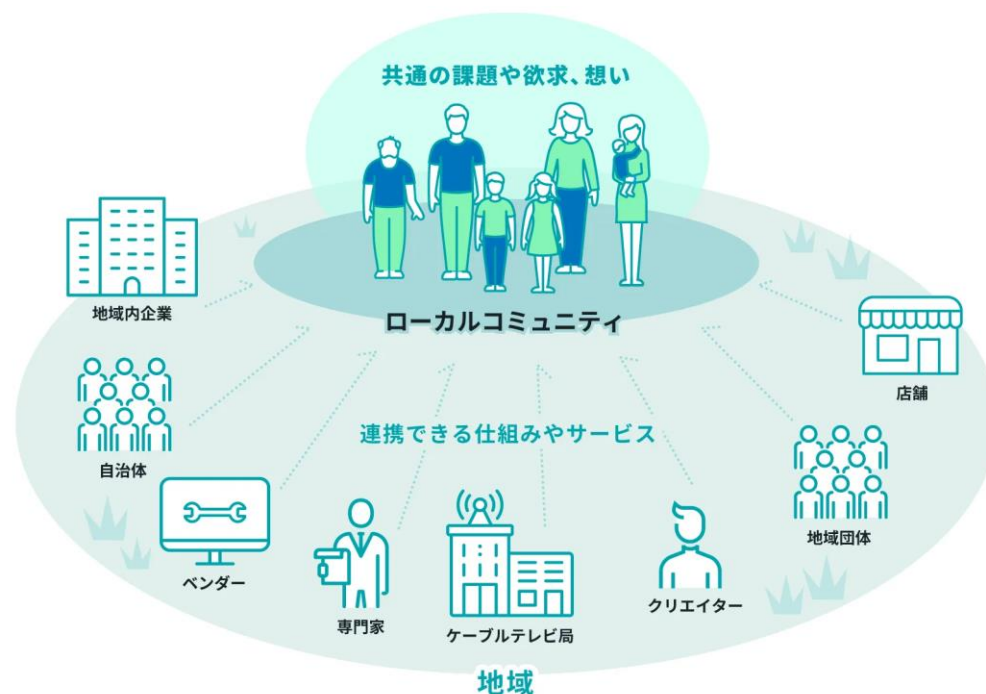
SV Fintech投資先で、(株)ココペリに続きVenteny社（インドネシア）が上場。

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

ローカルコミュニティの可能性を活かす エリアビジネスへの投資

- ローカルコミュニティの可能性を活かす、新たな事業やサービスを創造
- 電力小売り事業を営むホームタウンエナジー社へ追加出資（2024年4月）



ホームタウンエナジー社への追加出資

実施前 **450株**
当社持分（11.25%）



実施後 **750株**
450株
当社持分（25.26%）

経営資源としての人財を意識

重点施策③ 人材・経営管理の強化

持続的成長を実現するため、サステナビリティや人的資本を意識した経営推進体制を構築するとともに、次世代を担う経営人財を育成する。

■主な取り組み

経営人財の育成

全員経営の実践に向けて

経営人財の育成

■ 日宣Next Leaders Project (NLP)

会社としての成長引き上げサポート制度と成長に貢献した社員へのインセンティブ・プランの両輪からなる人財育成プログラム

成長引き上げサポート制度

優秀な人材は性別、年齢等の属性に関係なく積極的に管理職へ登用するなど、公平な評価・登用を実施
経営層との1 on 1を定期的に実施し
経営マインドを育成

インセンティブ・プラン

中期経営計画最終年度である2026年2月期の連結業績に基づき、実施
成長に貢献した社員に対し、自己株式を用いて総額最大1.2億円分のインセンティブを付与

※2024年2月末時点の自己株式残高 281千株

05

2025年2月期業績予想

過去最高水準の売上高を目指す

2025年2月期業績予想

単位: 百万円	24年2月期 (実績)	25年2月期 (予想)	増減額
売上高	5,224	6,000	+776
営業利益	300	320	+20
営業利益率	5.7%	5.3%	▲0.4pts
経常利益	285	315	+30
親会社株主に帰属 する当期純利益	197	215	+18
当期純利益率	3.8%	3.6%	▲0.2pts

■売上高は過去最高水準を目指す

■本予想算出に当たっては、NLP実施に伴う引当金60百万円の計上を見込む

06

株主還元



段階的な増配を目指す

2023年11月に配当方針を変更

- 当期利益の大幅な変動による配当額への影響を減少させつつ、段階的な増配を目指すため、配当目標に用いる指標を連結配当性向から連結株主資本配当率（DOE）に変更
- 適切な機会を捉えた自己株式の取得等を継続的に検討

変更前

配当性向30%



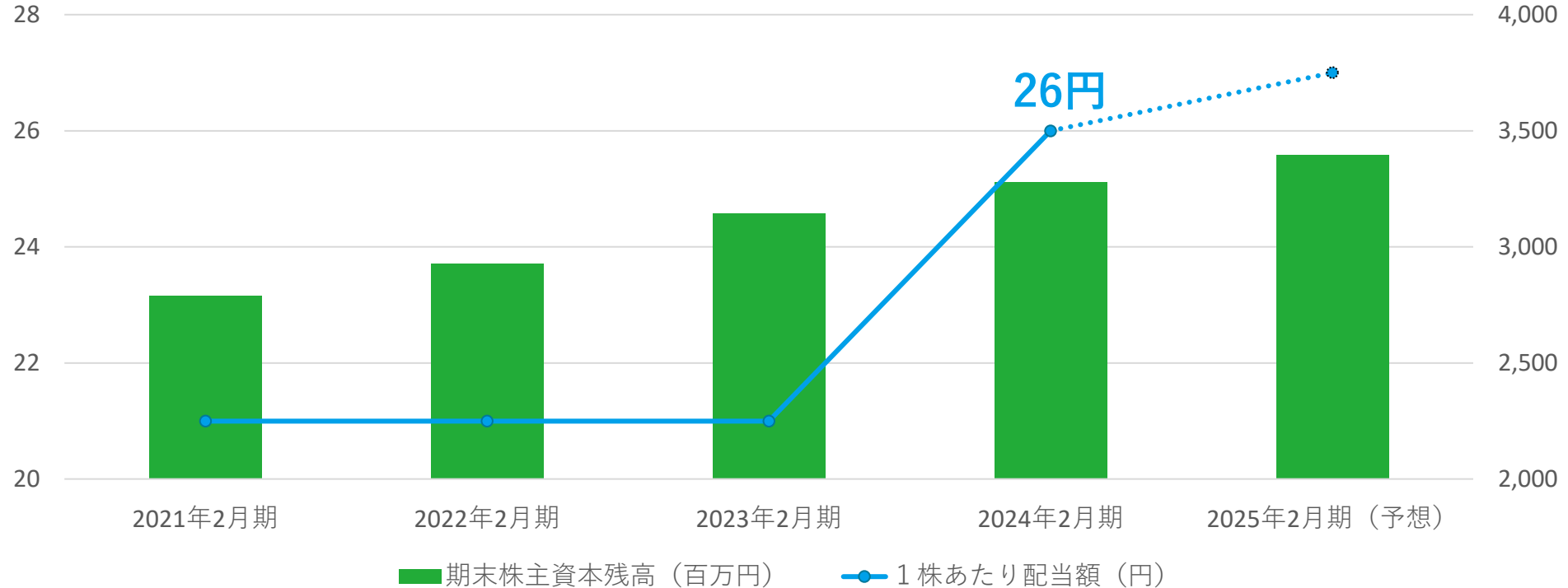
変更後

DOE3%

前期比+5円の増配

2024年2月期は26円を配当予定

- 配当方針の変更により、前期比+5円の増配を実施予定
- 2025年2月期の配当予想においても、さらなる増配を見込む



※配当予想は2024年4月12日時点のものです。当社は、2022年9月1日付で株式分割（普通株式1株を2株に分割）を実施しており、2022年2月期以前の配当実績は、当該株式分割後に換算した金額を記載しております。

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

134名（2024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

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

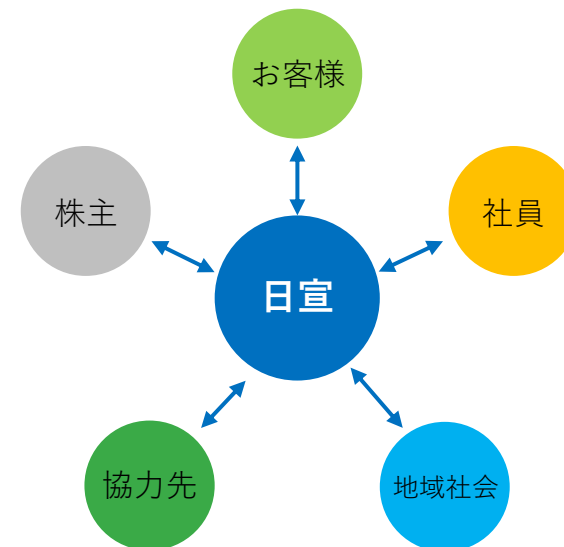
日宣印刷



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。