



2026年2月期第2四半期 決算説明資料

2025年10月21日



NISSEN

株式会社 日宣

東証スタンダード市場：6543

業界に特化したマーケティング支援を提供

Philosophy 『コミュニティ発想』

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、そのパワーをマーケティングやクリエイティビティの起点に

主要領域① エリアビジネス

全国のケーブルテレビ局（≡業界）の
マーケティング支援、サービス支援

主な
クライアント



主要領域② コミュニケーションビジネス

「住宅」「外食」「建設」など、
特化した業界/市場におけるクライアント課題解決支援

主な
クライアント



強み・
特徴

長年の実績



業界広告に精通した知見



- ・業界特化型の独自ポジション
- ・一流のクライアントと共に事業成長
- ・広告の領域を超えたサービス、独自のノウハウ

「顧客伴走型支援×独自のノウハウ」により

顧客企業の価値向上と 業績への貢献を通じ共に成長

エリアビジネス

「チャンネルガイド」（加入世帯向け番組情報誌の発行）を基盤に、約30年にわたり全国のケーブルテレビ局と強固な関係を築き、マーケティング支援を展開。ケーブルテレビ局と顧客をつなぐLINEツール「CCG」は業界初の独自の取り組み。



コミュニケーションビジネス

半世紀にわたり大手住宅メーカーのプロモーションを提供。

HEBEL HAUS

ブランド創業から50年にわたって
ブランディング・プロモーションを支援



ブランドサイトの構築と運用 映像・グラフィック制作

広告・マーケティング戦略の立案から実行まで、全マーケティング活動をトータルサポート。一般的な広告ソリューションの領域を超え、物販商品の企画制作等も支援。



SNSアカウントの企画・運用 福袋の企画制作

FBM（ファンベースドマーケティング）事業として、飲食業界のクライアント拡大に焦点を置きつつ、飲食以外の業界も支援を展開。

3つのポイント

Point
1

売上・営業利益は過去最高値をマーク

当社独自の「コミュニティ発想」に基づく戦略が奏功

Point
2

2027年2月期以降の新経営体制について発表

新中期経営計画のスタートを機にデジタル領域への一層の注力を図る

Point
3

積極的な株主還元を実施

2026年2月期より中間配当を開始

2025年8月末中間基準日より年2回の株主優待制度を導入

目次	01 業績ハイライト
	02 2026年2月期 第2四半期 決算概要
	03 中期経営計画に基づく施策の進展
	04 2026年2月期 業績予想
	05 株主還元

01

業績ハイライト

業績ハイライト

連結売上高

3,041 百万円

YoY +15.3%

連結営業利益

243 百万円

YoY +58.2%

連結経常利益

243 百万円

YoY +52.9%

連結中間純利益

164 百万円

YoY +112.5%

営業利益率

8.0 %

YoY +2.2pts.

中間純利益率

5.4 %

YoY +2.5pts.

02

2026年2月期 第2四半期 決算概要

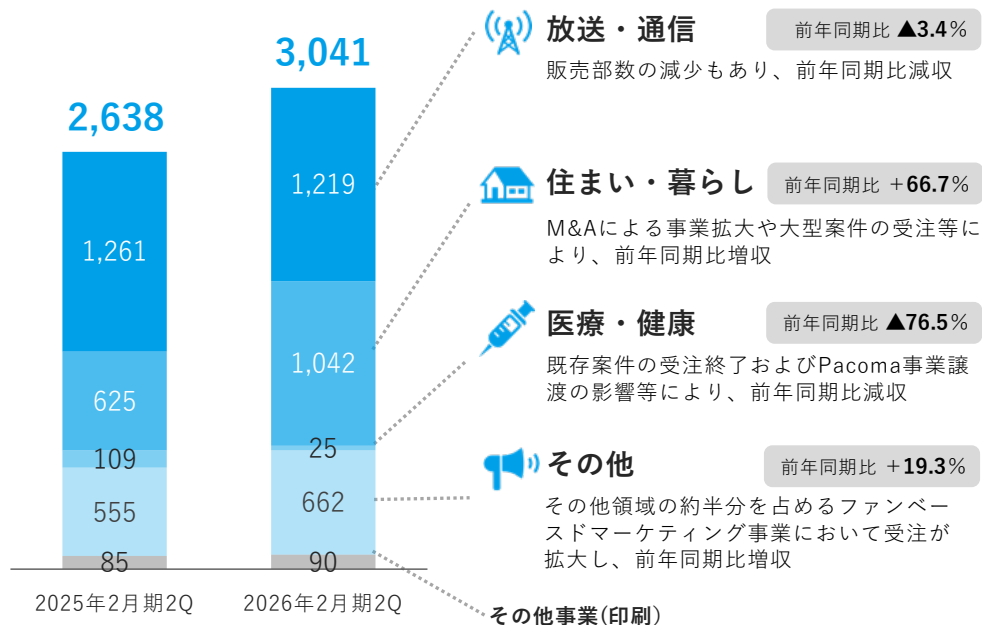
2026年2月期 第2四半期 連結損益計算書

- 売上高は、住まい・暮らし業界向けの広告宣伝事業を中心に各事業とも好調に推移し、前年同期比15.3%の増収
- 営業利益は、原価管理の徹底や生産性の向上、利益率の高い案件の受注拡大等により、前年同期比58.2%の大幅増益

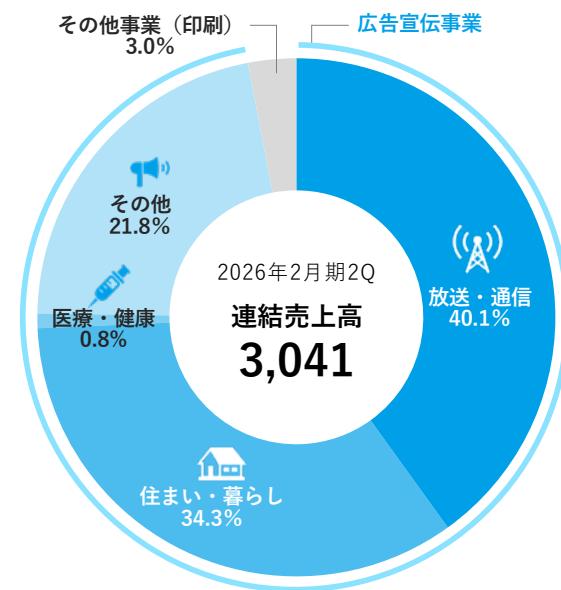
(単位：百万円)	2025年2月期2Q		2026年2月期2Q		前年同期比
	実績	売上比率	実績	売上比率	増減率
売上高	2,638	-	3,041	-	+15.3%
売上原価	2,006	76.0%	2,217	72.9%	+10.5%
売上総利益	632	24.0%	823	27.1%	+30.3%
販売管理費	477	18.1%	580	19.1%	+21.4%
営業利益	154	5.8%	243	8.0%	+58.2%
経常利益	159	6.0%	243	8.0%	+52.9%
親会社株主に帰属 する中間純利益	77	2.9%	164	5.4%	+112.5%

2026年2月期 第2四半期 業界別売上高・売上比率

業界別 売上高 (単位：百万円)



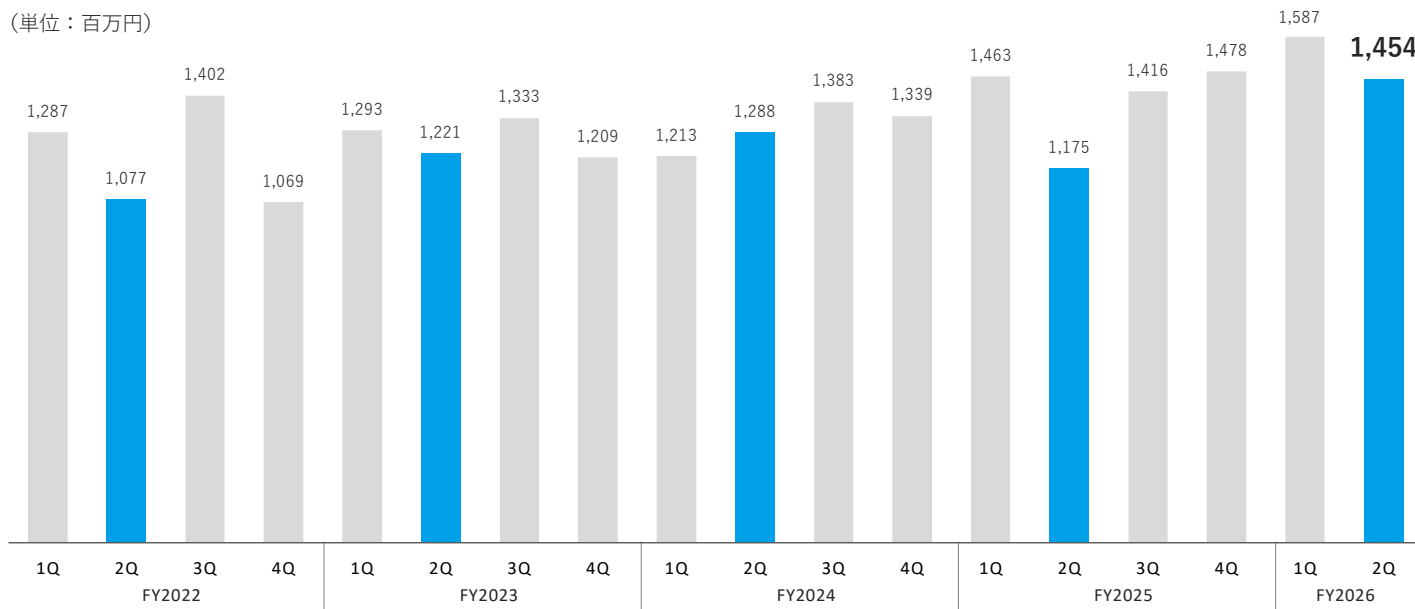
業界別 売上比率



売上高 四半期推移

■夏季商戦に向けたプロモーション準備期間にあたる第2四半期は、
例年売上が伸びにくい傾向にあるものの、今期は前年を大きく上回る水準に

(単位：百万円)



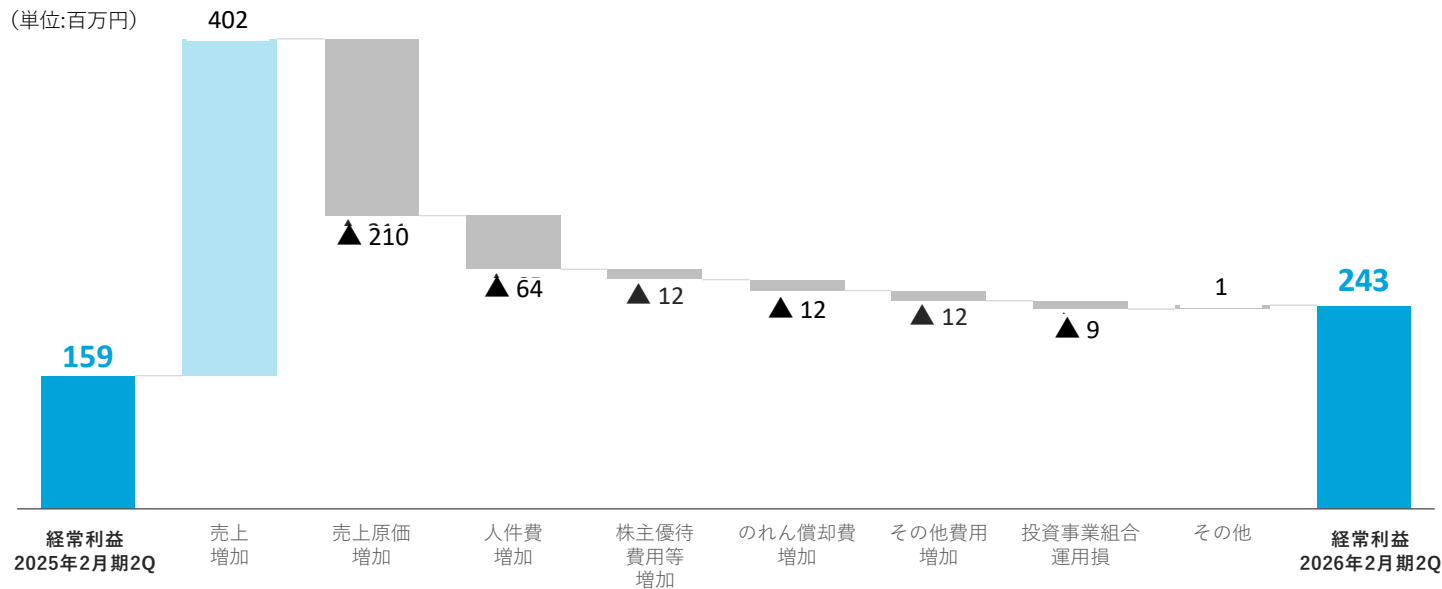
売上増と売上原価の抑制により増益

経常利益の増減

■売上原価の抑制により粗利は1.9億円増益

■人件費のほか、M&Aに伴うのれん償却費等が増加

(単位:百万円)



2026年2月期第2Q 連結貸借対照表

	2025/2期	2026/2期2Q	増減率
流動資産	2,470	2,620	+6.1%
現金及び預金	1,739	1,719	▲1.2%
固定資産	2,416	2,359	▲2.3%
有形固定資産	1,646	1,636	▲0.6%
資産合計	4,886	4,980	+1.9%
流動負債	850	900	+5.9%
固定負債	600	567	▲5.5%
長期借入金	247	215	▲12.9%
負債合計	1,451	1,468	+1.2%
純資産	3,435	3,512	+2.2%
負債純資産合計	4,886	4,980	+1.9%
自己資本比率	70.3%	70.5%	+0.2pts

03

中期経営計画に基づく 施策の進展

中期経営計画における成長戦略

独自の「コミュニティ発想」に基づく成長の実現

戦略（１）

「コミュニティ発想」による 事業成長・創造

独自の「コミュニティ発想」に基づき、ペイドメディアに依存せずとも企業がマーケティングを推進/強化できる状態をつくりだすための支援サービスの拡大に注力

戦略（２）

M&A・投資を活用した 有望市場・領域の拡張

「コミュニティ発想」が機能する戦略マーケットにおける有力クライアントの獲得、サービス、リソース、テクノロジーの獲得を目的としたM&Aおよび企業出資を実施

人的資本の強化＋ESG経営への取り組み

市場変化

従来型の「メディア」を主とした広告モデルが減退

① 広告の影響力が衰退

マスメディアのパワーダウン

2014⇒2024 テレビ視聴時間（1日平均）が78%に減少

※博報堂DYメディアパートナーズ「メディア定点調査2024」

デジタル広告への不信感

インターネット広告「信頼できる」22.3%

⇔テレビ44.4%、新聞45.3%

※日本インタラクティブ広告協会調べ（2022）

一方で、口コミの影響力が拡大

88%の消費者が「友だちや家族からの推奨」を最も信頼

※オンライン広告より50%高い

※ニールセン「ニールセン 広告信頼度調査2021」

② 人口減により企業の戦略が変化

国内市場の縮小

国内の生産年齢人口（15～64歳）は

2020年⇒2030年の10年間で91.6%に減少の予測

※内閣府（2022）「令和4年版高齢社会白書」



企業の戦略の変化

「広告によって新規顧客の獲得/刈り取り
を続けるマーケティング」の限界

新たな市場機会

広告・メディアに依存せず、「顧客とのつながり」や「コミュニティの評判」から継続的に利益やロイヤリティを生み出すマーケティングへの企業ニーズが拡大

新たな市場が急速に成長中



ソーシャルメディア マーケティング市場

2024年⇒2029年で
約1.8倍の2兆1,313億円へ

※サイバー・バズ、
デジタルインファクト調べ



CRM（顧客関係管理）市場 ※クラウド型

二桁成長を続け2028年度には
1兆円超の市場となる予測

※デロイト トーマツ ミック
経済研究所



BtoC EC市場

2013年⇒2023年で
約2倍の14兆6,760億円
に伸長

※経済産業省調べ

日宣の成長戦略

メディアではなく「コミュニティ」をベースに、
ブランドや事業の成長に貢献するユニークなマーケティング支援会社へ

“脱・広告”型マーケティング
の実現を支援

広告に依存しない/できない
企業、業界、領域をターゲット
にしたクライアント拡大

「コミュニティ発想」戦略

「コミュニティ」＝顧客基盤、
ファン、特定市場などから
利益を生み出すノウハウの提供

ファンマーケティング、
SNSマーケティングなどの
独自の強み・専門性・データの保有

1

独自のポジション/
ブランディング

2

差別化された
課題解決モデル

3

ターゲット市場/
業界のフォーカス

各戦略の推進成果

独自の「コミュニティ発想」に基づく成長の実現

戦略（１）

「コミュニティ発想」による 事業成長・創造

独自の「コミュニティ発想」に基づき、ペイドメディアに依存せずとも企業がマーケティングを推進/強化できる状態をつくりだすための支援サービスの拡大に注力

戦略（２）

M&A・投資を活用した 有望市場・領域の拡張

「コミュニティ発想」が機能する戦略マーケットにおける有力クライアントの獲得、サービス、リソース、テクノロジーの獲得を目的としたM&Aおよび企業出資を実施

人的資本の強化＋ESG経営への取り組み

戦略（１）事業成長・創造

進展① 「ファンマーケティング支援」の新事業立ち上げ

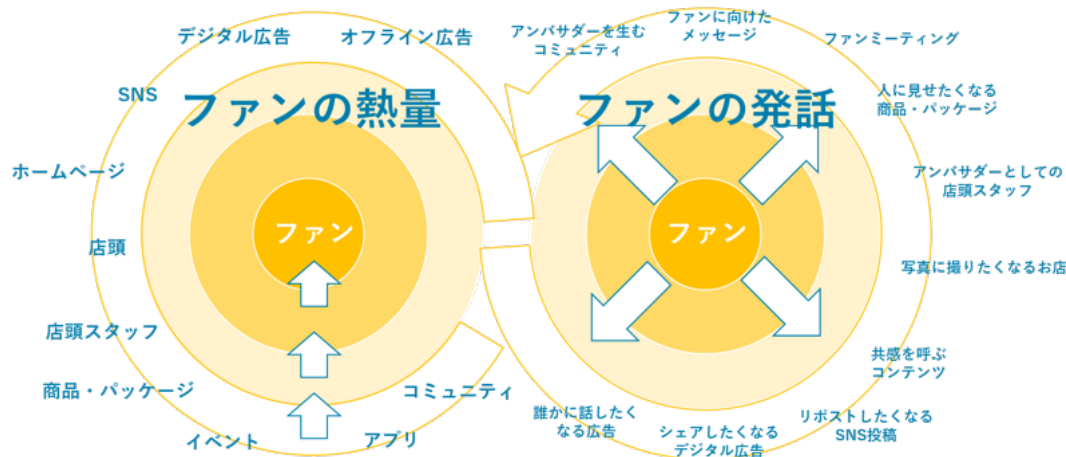
大手外食ブランド支援の実績と経験をもとに、「ファンの力の活性化」「SNSの駆使」によりクライアント企業の事業成長を支援する「ファンベースドマーケティング事業（略称FBM事業）」が発足。新規クライアントの開拓が順調に進展。

進展② ケーブルテレビ業界向けLINEツールの提供開始と拡販

日宣最大のクライアント群であるケーブルテレビ業界に対して、業界初となる、LINEを活用したケーブルテレビ局向け顧客コミュニケーションツール「CCG」の提供を開始。受注局数は順調に増加中。

ファンベースドマーケティング(FBM)事業の発足

「ファンマーケティング支援」によって、
企業・ブランドのファンの力を活性化し、ビジネス成長に貢献する事業



特に「SNS」を高度に駆使しながら、ファンの熱量と発信を高め、マーケティング全体を向上

FBM事業のクライアント数が拡大中

特に「外食チェーン企業/ブランド」に重点を置いた
クライアントの開拓・深耕を推進

主要クライアントの深耕



クライアントの業績好調に貢献、
アカウントも拡大

強みの型化

- ・体制
- ・ノウハウ
- ・成功実績
- ・ソリューション
- ・データ
- ・仕組み

対外PR活動、
認知形成

新規クライアントの拡大

- ✓ スイーツブランド
- ✓ レストランブランド
- ✓ 和系ファストフードブランド
- ✓ 娯楽施設ブランド

…その他、受注見込み多数

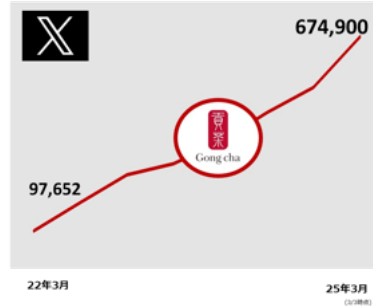
強みをもとにした
持続的なクライアント開拓

「ファンづくり」のためのあらゆる活動が FBMの支援領域

Gong cha 日宣 の例

公式SNSのフォロワー拡大

Xフォロワー推移



デジタルから店頭までの最適設計～運営



物販商品の企画制作

福袋2025/2024



FBM事業の対外PRに積極投資

広告・マーケティング業界に影響力のあるメディア「宣伝会議」のイベント等を中心に積極的に登壇し、実績やノウハウを発信

アドタイ・フォーラム 広告・マーケティングに関わる方へ
おすすめイベント

エニタイム ゴンチャ が紹介する
市場創造型ブランドが挑む、
『ファンが新しいファンを呼ぶ』
成長戦略



株式会社Fast Fitness Japan
北川 洋氏



株式会社ゴンチャジャパン
ライミシエル氏



株式会社日宣
矢澤 明香里氏

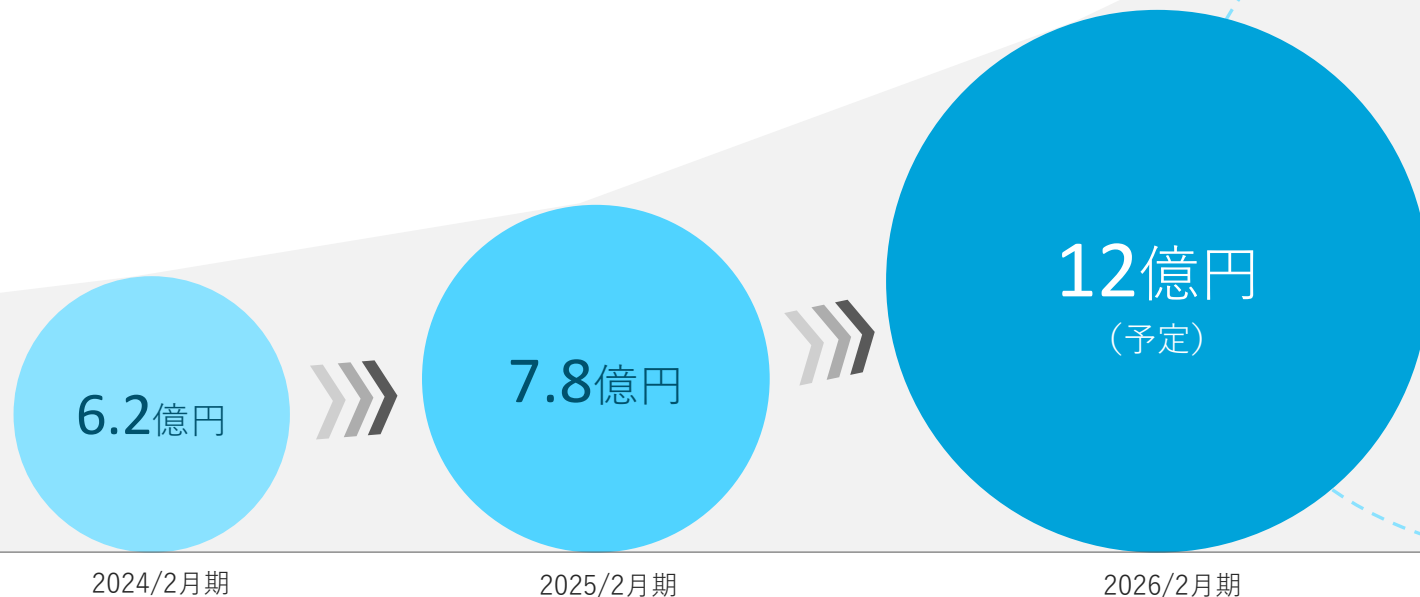
9/25 木・26 金 赤坂インターシティコンファレンス

【参加無料】お申込みはこちら >>>



これらの登壇・発信がきっかけとなって新規クライアントが生まれるサイクルを構築

FBM事業の売上が拡大 さらなる成長を見込む



ケーブルテレビ業界向け LINEツールの提供開始と拡販

従来の主力サービス

月刊番組ガイド誌

ケーブルテレビ番組ガイド

チャンネルガイド



従来の主力サービス

LINEツール「CCG」

顧客一人ひとりの
ニーズに応える
ケーブルテレビ局に特化した
次世代コミュニケーション・
マーケティングツール



ケーブルテレビ局と顧客との関係性を維持強化するための、両輪となるサービス提供

ケーブルテレビ局と顧客とをつなぐ LINEツール「CCG」

※CCG = 「Community Connecting Guide」



- ケーブルテレビ局340局と1,600万人の顧客との関係をアップデートする業界初の新サービスとして、2024年7月にリリース
- ケーブルテレビ主要顧客層であるミドル～シニアまでもが利用する「LINE」を活用したツール
- 「デジタルによる次世代番組ガイドの機能」と、「顧客とのダイレクトなコミュニケーション/CRMツールの機能」を兼ね備えたソリューションサービス

ケーブルテレビ業界に精通した 日宣だから提供できるツール

ケーブルテレビの「顧客離れ」防止に寄与する機能

CRM機能、コンテンツ配信やポイントによる
囲い込みなど様々な機能を搭載

顧客情報登録

顧客情報の取得・管理

オーディエンス連動

顧客のステータスに応じたコンテンツ
訴求・メッセージ配信

QA対応

チャットボットによるQA対応

毎日くじ

ポイント付与による囲い込み

データ分析

顧客データの分析



充実の導入～運用サポート体制

「チャンネルガイド」事業を通じて
構築したケーブルテレビ局との関係性と
知見を活かし、徹底したサポートを提供



勉強会

LINEアカウント運用の基礎を学んで
いただくための勉強会を実施

専任ディレクター

LINE活用のコンサルティングとして、
専任のディレクターをアサイン

テンプレート提供

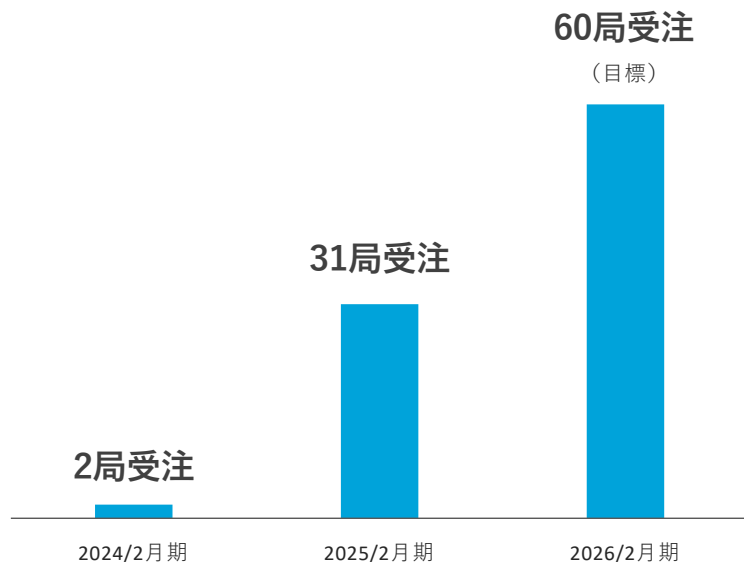
コンテンツや友だち獲得のための
配信テンプレートを提供

友だち獲得サポート

キャンペーン設計からPRツールの制作・
配信まで、一貫して支援

順調に受注が拡大中

「CCG」導入局数の推移



導入先の一例



各戦略の推進成果

独自の「コミュニティ発想」に基づく成長の実現

戦略（１）

「コミュニティ発想」による 事業成長・創造

独自の「コミュニティ発想」に基づき、ペイドメディアに依存せずとも企業がマーケティングを推進/強化できる状態をつくりだすための支援サービスの拡大に注力

戦略（２）

M&A・投資を活用した 有望市場・領域の拡張

「コミュニティ発想」が機能する戦略マーケットにおける有力クライアントの獲得、サービス、リソース、テクノロジーの獲得を目的としたM&Aおよび企業出資を実施

人的資本の強化＋ESG経営への取り組み

M & A ・ 投資の実績

M & A



- 2023年3月より日宣に吸収合併した日産社、2023年3月に東京ニュース通信社からケーブルテレビ番組ガイド誌事業を譲受
- 2024年12月には都心の高級マンションのプロモーション等を強みとし、三菱地所グループなどの大手デベロッパーをクライアントに持つアスティを子会社化

投資



- 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
→SmartHRの時価総額は、2018年の投資開始時の時価総額約81億円から、2024年7月時点で約1,840億円にまで成長
※Speedaスタートアップ情報リサーチ
- 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



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

M & Aによるクライアント獲得

	2014	2018	2021	2024
業界 主なクライアント	ハルプロデュース センター	Nissansha	TOKYO NEWS 株式会社 東京ニュース通信社	ANSTY
	メーカー	ゼネコン	ガイド誌	不動産
	- DCM - トンボ学生服 - 千寿製薬	- インフロニアHD (前田建設/前田道路) - 熊谷組 - 飛島建設 - 安藤ハザマ - 三井住友建設	ケーブルテレビ局	- 三菱地所レジデンス - 伊藤忠都市開発 - 東急不動産 - 住友不動産

M&Aにより多くの優良クライアントを獲得

各戦略の推進成果

独自の「コミュニティ発想」に基づく成長の実現

戦略（１）

「コミュニティ発想」による 事業成長・創造

独自の「コミュニティ発想」に基づき、ペイドメディアに依存せずとも企業がマーケティングを推進/強化できる状態をつくりだすための支援サービスの拡大に注力

戦略（２）

M&A・投資を活用した 有望市場・領域の拡張

「コミュニティ発想」が機能する戦略マーケットにおける有力クライアントの獲得、サービス、リソース、テクノロジーの獲得を目的としたM&Aおよび企業出資を実施

人的資本の強化＋ESG経営への取り組み

サクセッションプランの構築

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

- 能力に応じ、管理職やグループ会社の役員への抜擢・登用を実施し、OJTによる経営人財の育成を推進
- 経営層との1 on 1 を定期的 to 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

サクセッションプランの構築

ファンベースドマーケティング事業（FBM）における 若手社員の活躍・抜擢事例

FBM事業部
アカウント
チーム



※写真は一部メンバー

成長の柱であるFBM事業の構成メンバー約20名のうち、**90%が20代**

- デジタルネイティブ世代ならではの特性やリテラシーを生かし、入社1年目からフロントで活躍
- 若手社員の管理職登用も実施し、新世代育成の拠点としても機能
- 全社採用活動においても、非常に高い共感性と魅力を発揮する事例/チームになっている

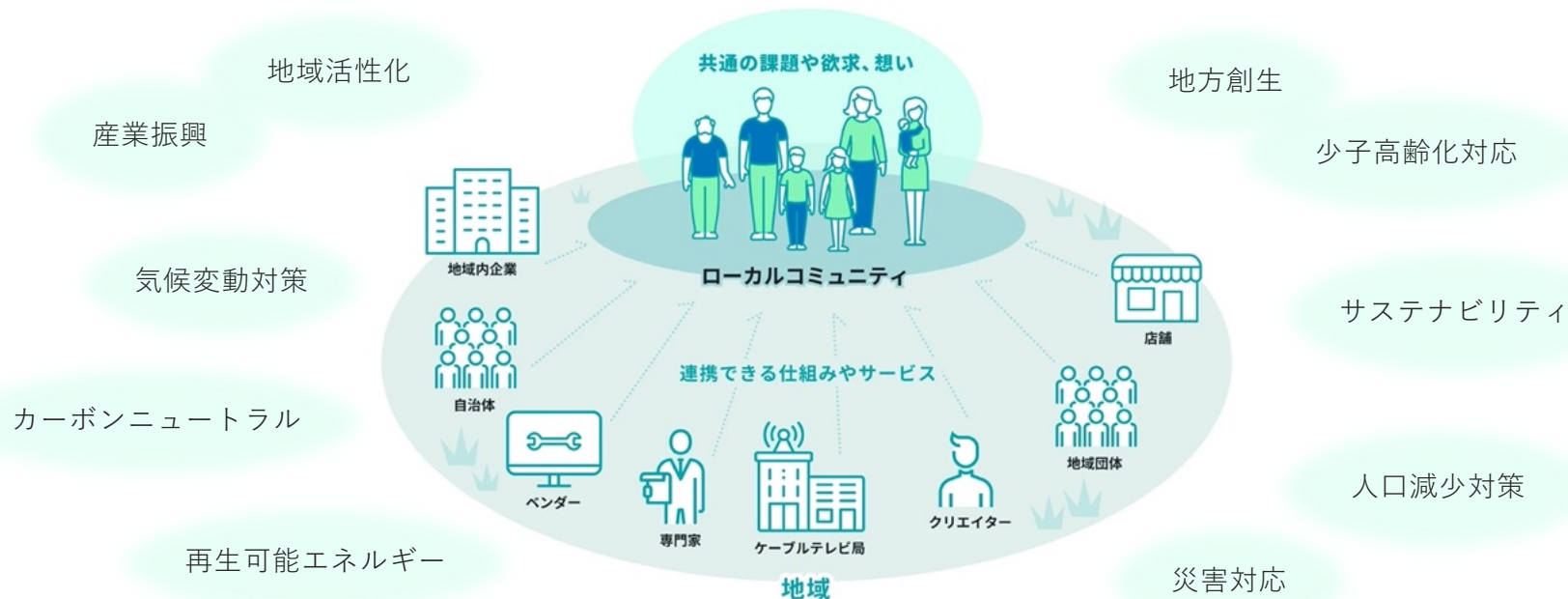
社内研修プログラムの構築

イーラーニングを活用した当社独自の研修プログラムを構築
幅広いコンテンツを提供し、社員の研修をサポート



エリアビジネスを通じた社会課題の解決

クライアントとの共創を通じ、地域社会の課題解決にも注力



自治体新電力会社の設立

「脱炭素社会の実現」という自治体の課題をエリアビジネスで解決



2025年9月1日より
電力供給開始

久喜市

 ホームタウンエナジー

電力の地産地消

地域で発電した電力を地域に届ける
「電力の地産地消」を創業の理念に、
ケーブルテレビ局と日宣が合併で設
立

ゼロカーボンシティ宣言

2050年までに温室効果ガスの排出
量実質ゼロの実現を宣言、官民協
働で脱炭素社会の実現を目指す

代表取締役社長の交代について

代表取締役会長（内定）：大津 裕司



長年にわたり当社の経営を牽引し、強力なリーダーシップのもと、チャンネルガイド事業の確立をはじめ、事業拡大に尽力。その結果、当社グループは2017年には東京証券取引所への上場を果たし、その後も着実に事業成長を重ね、現行中期経営計画の最終年度となる2026年2月期には、連結売上高、営業利益ともに過去最高を更新する見込み。

今後は代表権のある取締役会長として、新社長体制を支援するとともに、中長期的な企業価値向上と経営強化の役割に専念。

代表取締役社長（内定）：飛川 亮



1997年4月 株式会社読売広告社入社
2011年6月 当社入社 クリエイティブ部長
2012年5月 取締役 統合ソリューションセンター長
2019年3月 取締役 CMO 統合ソリューションセンター長
2021年3月 取締役 CMO マーケティングデザイングループ長
2022年3月 取締役 CMO コミュニティマーケティンググループ長
2024年3月 取締役 CMO
2025年3月 常務取締役 CMO（現任）

マーケティング・制作部門を責任者として牽引し、「コミュニティ発想」に基づく独自の戦略を定着させる。デジタル領域やSNS活用を強みにFBM事業を立ち上げ、グループ成長に貢献。

2027年2月期の新中期経営計画のスタートを機に、
市場拡大や事業成長を見込まれるデジタル領域への一層の注力を図り、
グループとして自ら変革し続けます。

※本異動に関しては、2026年2月17日開催予定の取締役会における決議を経て、正式に決定する予定です。

04

2026年2月期業績予想

2026年2月期業績予想

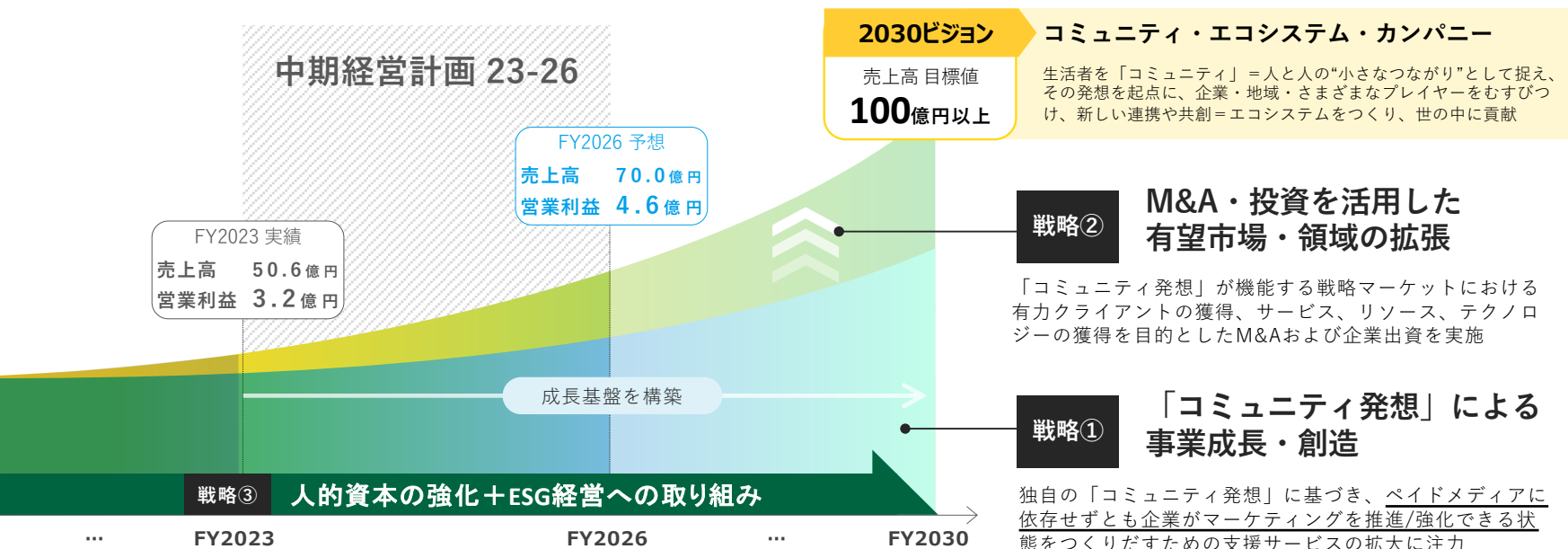
(単位：百万円)

	25年2月期 (実績)	26年2月期 (予想)	増減額	26年2月期 (当初計画)	増減額
売上高	5,533	7,000	+1,467	6,600	+400
営業利益	393	460	+67	460	±0
営業利益率	7.1%	6.6%	▲0.5pts	7.0%	▲0.4pts
経常利益	410	470	+60	—	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	248	320	+72	305	+15
当期純利益率	4.5%	4.6%	+0.1pts	4.6%	±0pts

- 売上高、営業利益、経常利益ともに過去最高となる見込
- 現行中期経営計画（24年2月期～26年2月期）策定当初の計画を達成する見込

「2030ビジョン」に向けた成長イメージ

3つの戦略で、成長を実現



05

株主還元

株主還元方針について

株主還元 方針

- ✓ 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、安定且つ漸進的増加を目指す姿勢をより明確にするため、配当目標に連結株主資本配当率（DOE）を採用
- ✓ 利益還元の機会を充実させるため、今期より中間配当を実施
- ✓ 投資対象としての魅力をより多くの方にご認識いただくため、株主優待制度を実施
- ✓ 将来の事業展開のために必要な内部留保を確保し、継続的な安定配当と適切な機会を捉えた自己株式取得を実施

配当目標
DOE3%

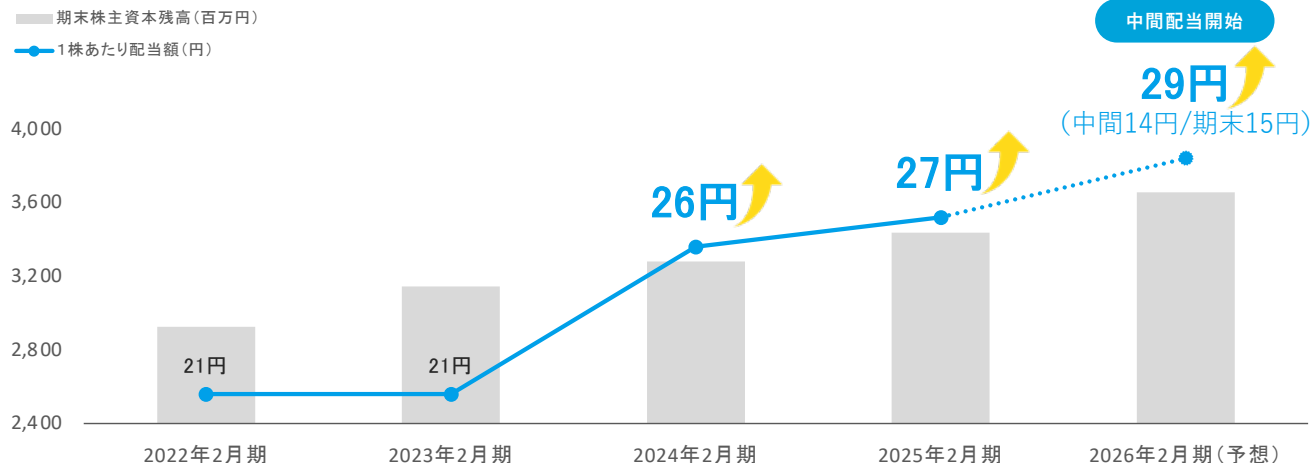
年2回の
配当を実施

株主優待制度
を導入

適切な機会
を捉えた
自己株式取得

2026年2月期は29円の配当予想

- ✓ 3期連続での増配を予定
- ✓ 新たに中間配当を実施し、年2回の配当に



※配当予想は2024年4月12日時点のものです。当社は、2022年8月31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。

株主優待制度を導入

	中 間	期 末
基準日	8月31日	2月28日
株主優待の内容	株式300株（3単元）以上を 半年以上継続保有する株主様に QUOカード <u>5,000円分</u> を進呈	株式300株（3単元）以上を 半年以上継続保有する株主様に QUOカード <u>5,000円分</u> を進呈
進呈時期	基準日から約3か月以内に 発送予定	基準日から約3か月以内に 発送予定

株主の皆様への日頃からの
感謝の気持ちを込めて、

年間で
計10,000円分の

QUOカードを
進呈いたします。



06

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78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

143名（2025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

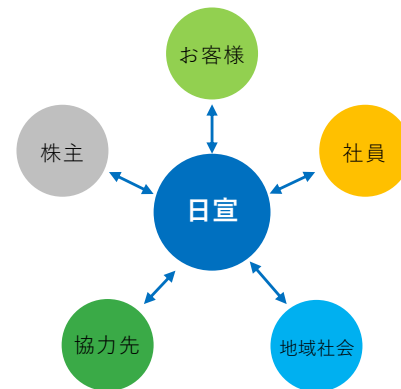
日宣印刷 アスティ



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。