



2025年2月期 決算説明資料

2025年4月17日



NISSEN

株式会社 日宣

東証スタンダード市場：6543

過去最高益、成長投資、増配

3つのポイント

Point 1. 過去最高益の達成

当社独自の「コミュニティ発想」に基づく戦略が奏功

Point 2. 成長投資の進捗

新規サービス開発、成長領域への人的リソース投入、M&A等の投資も着実に進捗

Point 3. 株主還元の拡充

大幅な増配を行った前期に続いての増配を予定しており、中間配当も新設

目次

- 01 業績ハイライト
- 02 2025年2月期決算概要
- 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
- 06 会社概要

01

業績ハイライト

過去最高の売上高、営業利益を達成

業績ハイライト

過去
最高

連結売上高
5,533百万円
YoY +5.9%

過去
最高

連結営業利益
393百万円
YoY +31.0%

連結経常利益
410百万円
YoY +43.9%

連結当期純利益
248百万円
YoY +25.9%

営業利益率
7.1%
YoY +1.4pts.

当期純利益率
4.5%
YoY +0.7Pts.

02

2025年2月期決算概要

売上増と原価・販売管理費の抑制が収益を押し上げ

2025年2月期 連結損益計算書

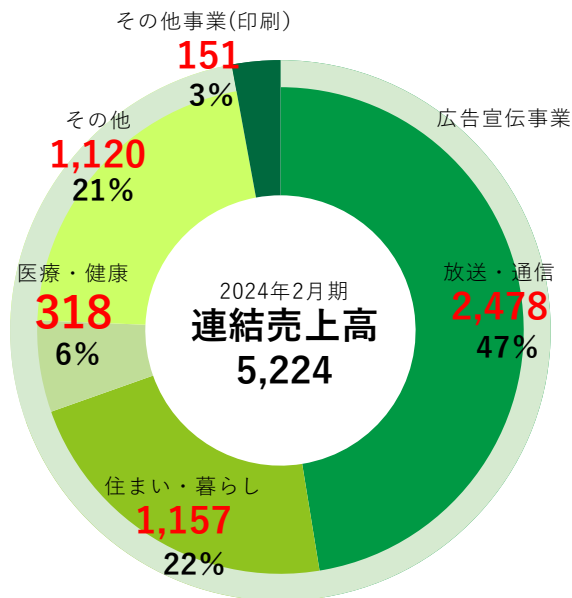
■営業利益は、原価や販売管理費の抑制により前期比+31.0%

■経常利益は、投資事業組合運用益や持分法による投資利益の計上により同+43.9%となった。

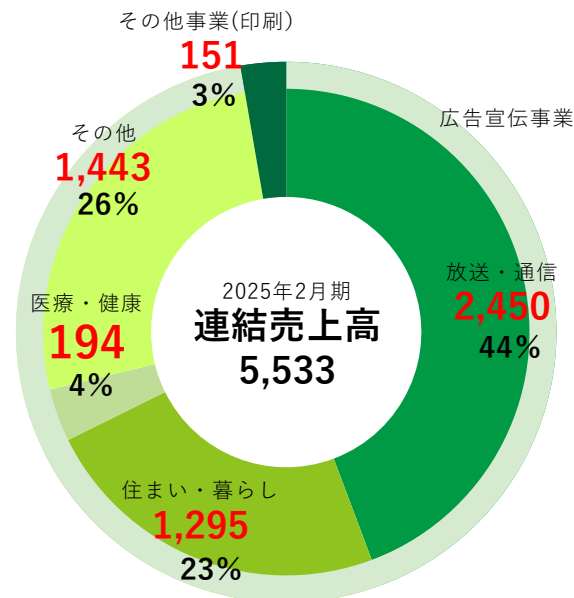
(単位：百万円)	2024年2月期	2025年2月期	前期比 増減率
売上高	5,224	5,533	+5.9%
売上総利益	1,209	1,395	+15.4%
販売管理費	908	1,001	+10.2%
営業利益	300	393	+31.0%
売上高営業利益率	5.7%	7.1%	1.4pts
経常利益	285	410	+43.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	197	248	+25.9%
当期純利益率	3.8%	4.5%	+0.7pts

医療・健康業界は事業譲渡の影響もあり、減収

2025年2月期 連結売上高



(金額単位：百万円)

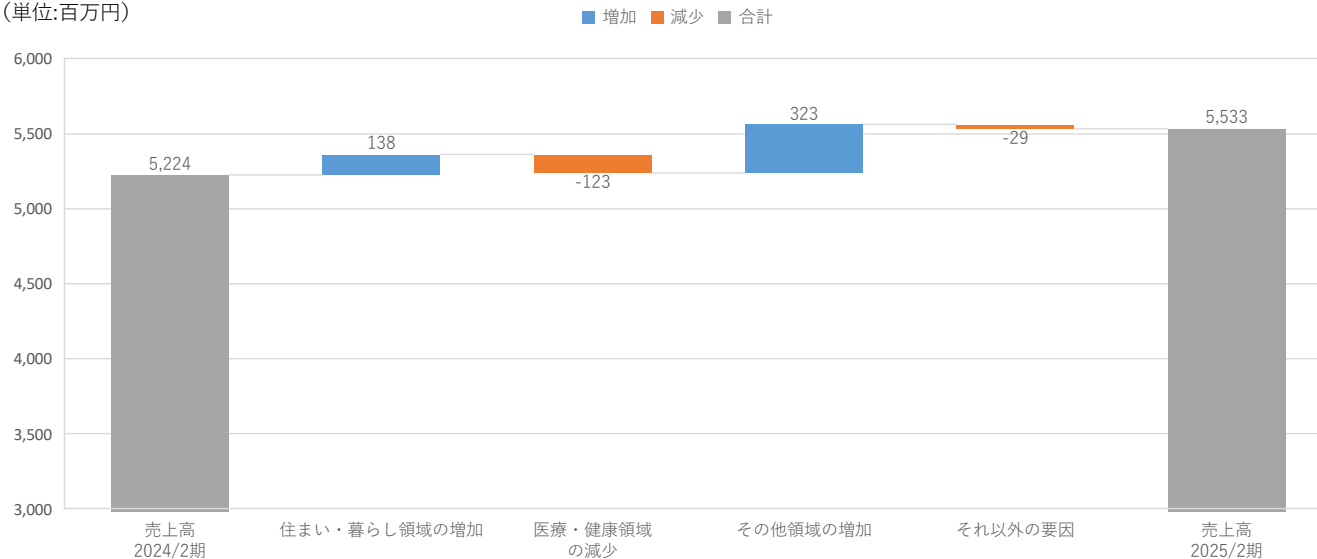


(金額単位：百万円)

M&A・事業譲渡・オーガニック成長

前期からの売上高増減

(単位:百万円)



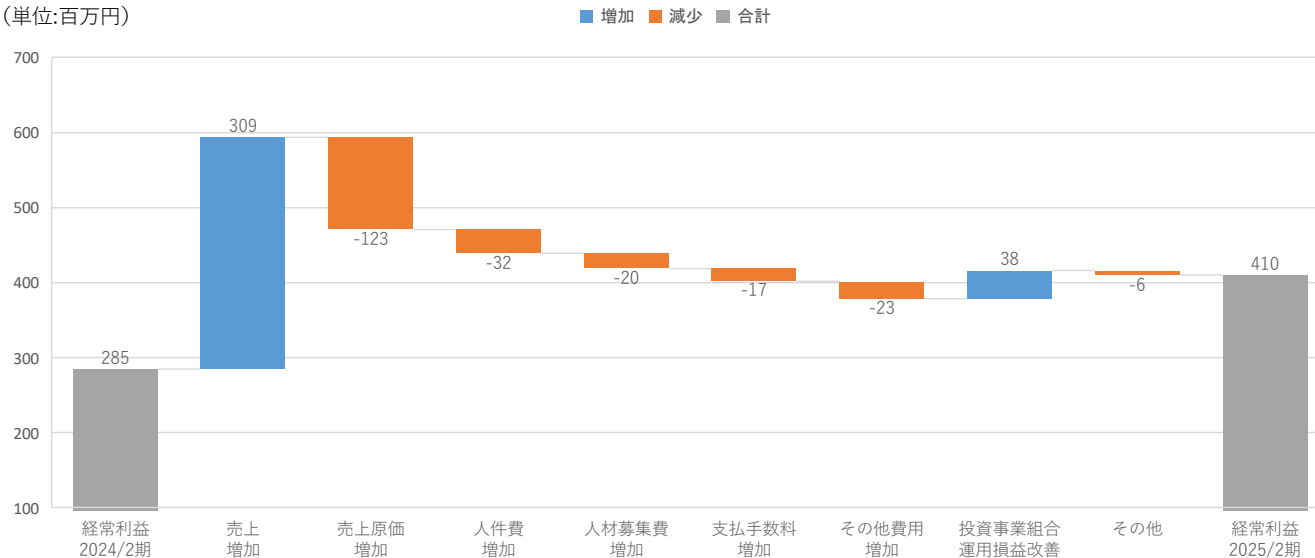
■ 住まい・暮らし領域のうちアスティの売上は約90百万円

■ その他領域の増収のうち約半分がFBM事業による

売上増と営業外収支の改善により増益

経常利益の増減

(単位:百万円)



■ 売上原価の抑制により粗利は1.8億円増益

■ その他費用のうちM&A関連費用として18百万円、のれん償却費は4百万円を計上

自己資本比率70%台の強固な財務基盤を堅持

2025年2月期 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2024/2期	2025/2期	増減率
流動資産	2,178	2,470	+13.4%
現金及び預金	1,486	1,739	17.0%
固定資産	2,395	2,416	+0.9%
有形固定資産	1,664	1,646	▲1.1%
資産合計	4,574	4,886	+6.8%
流動負債	647	850	+31.5%
固定負債	647	600	▲7.3%
長期借入金	293	247	▲15.7%
負債合計	1,294	1,451	▲7.3%
純資産	3,279	3,435	+4.8%
負債純資産合計	4,574	4,886	+6.8%
自己資本比率	71.7%	70.3%	▲1.4pts

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

従来型の「メディア」を主とした広告モデルが減退

潮流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」

潮流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**

なぜ「コミュニティ発想」なのか

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

その潮流に合わせて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

なぜ「コミュニティ発想」なのか

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

「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

「コミュニティ発想」戦略

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

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

中期経営計画の進展
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

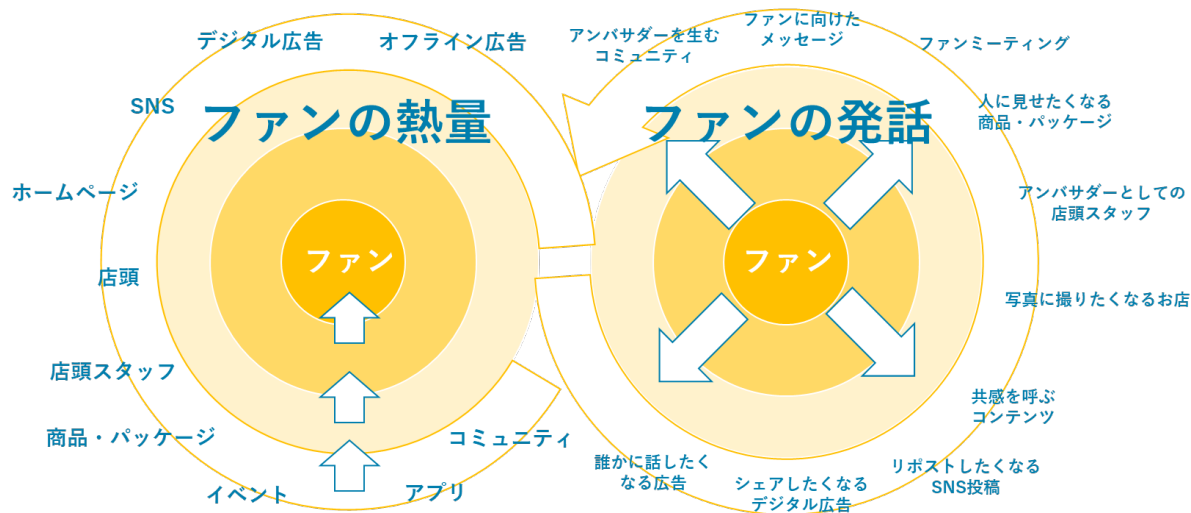
大手外食ブランド支援の実績と経験をもとに、「ファンの力の活性化」「SNSの駆使」によりクライアント企業の事業成長を支援する「ファンベースドマーケティング事業（略称FBM事業）」が発足。新規クライアントの開拓が順調に進展。

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、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

Gong cha  



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
- ・データ
- ・ソリューション
- ・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

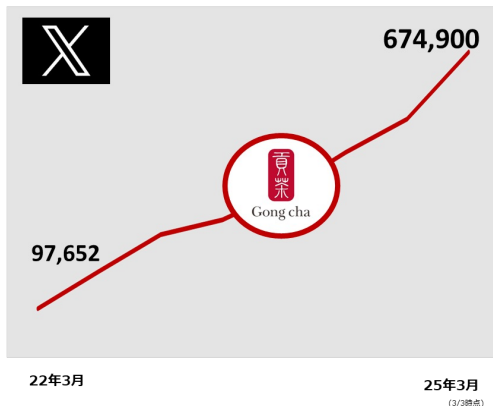
強みをもとにした持続的なクライアント開拓

「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 育茶 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

🌀 宣伝会議 PREMIUM マーケティングサミット 2025 お申込み受付中

クルーとファンの
ハピネスな関係が生み出す、
ゴンチャ式
ファンマーケティング



株式会社ゴンチャ ジャパン
マーケティング本部 広報/PR
マネージャー
山下 梨子 氏



株式会社日宣
ファンベースドマーケティング事業
アカウント部 アカウントリーダー
板坂 七夢 氏

3月4日(火) - 5日(水) 新日本橋駅・三越前駅直結 / 室町三井ホール&カンファレンス

🌀 宣伝会議サミット ONLINE

絶好調 Gong chaの成長を支える
『ファンチーム』
マーケティングとは



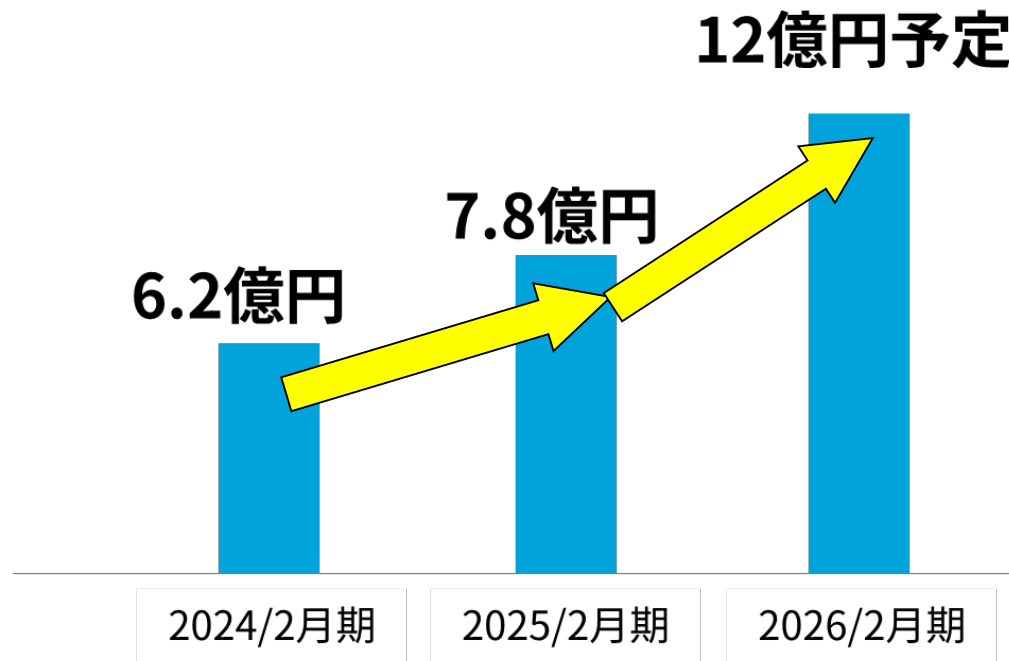
株式会社ゴンチャ ジャパン
マーケティングスペシャリスト
ライ ミシェル 氏



株式会社日宣
ファンベースドマーケティング事業部
アカウントマネージャー
矢澤 明香里 氏

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



+

新サービス：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

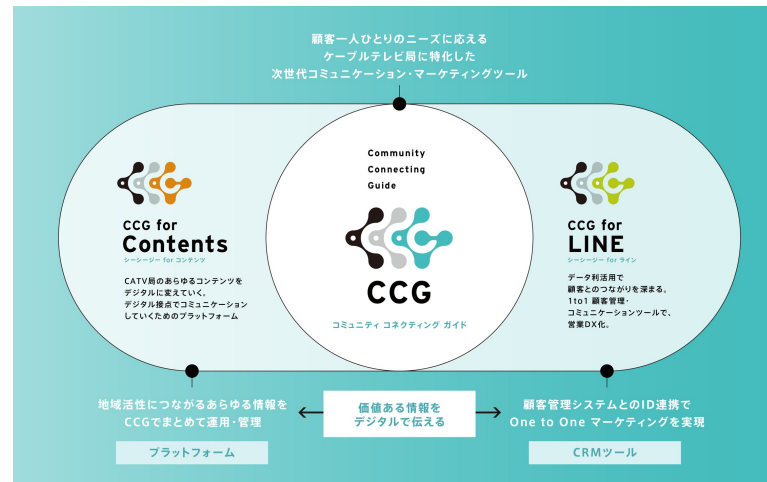


ケーブルテレビ局と顧客との関係性を維持強化するための、両輪となるサービス提供

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」

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

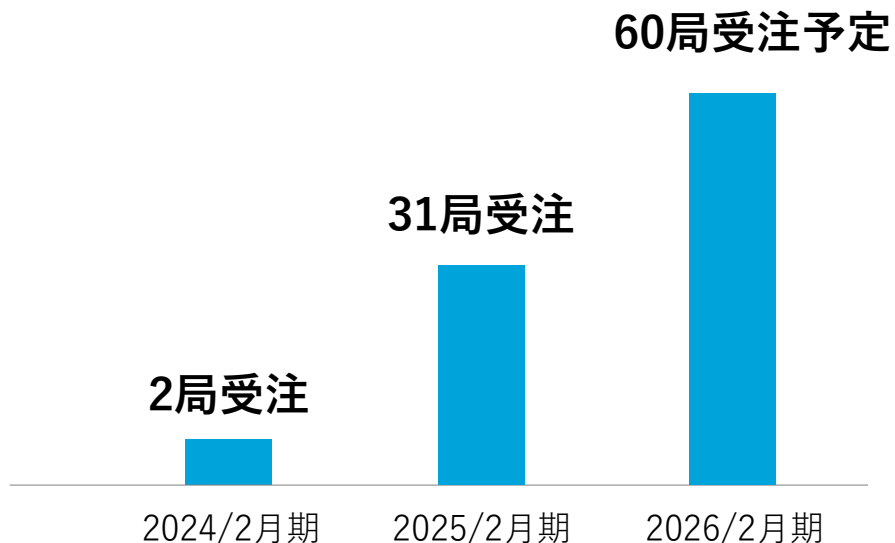
コンテンツや友だち獲得のための
配信テンプレートを提供

友だち獲得サポート

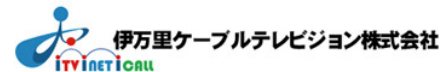
キャンペーン設計からPRツールの制作・
配信まで、一貫して支援

順調に受注が拡大中

■「CCG」導入局数の推移



■導入先の一例



中期経営計画の進展
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

Nissansha TOKYO NEWS
株式会社 東京ニュース通信社

ANSTY



CORAL



投資



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

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

アスティとのシナジー

2024年12月
子会社化



ANSTY

都心マンション市場×優良クライアント×
富裕層コミュニティ向けマーケティング

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

日宣



マーケティング戦略設計～施策実行まで
ワンストップで提供

全体設計

プランニング

デザイン

ナーチャリング

両社の協業

企画

デザイン

設計

施工

広告

販売

顧客管理

例：「不動産向けワンストップサービス」

継続的に成長する不動産市場に対し、
コミュニケーション全体設計～顧客ナーチャリングまで一気通貫でサービス提供

M & Aによるクライアント獲得

	2014	2018	2021	2024
	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
業 界	メーカー	ゼネコン	ガイド誌	不動産
主 な ク ラ イ ア ン ト	・ 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 ・ 飛鳥建設 ・ 安藤ハザマ ・ 三井住友建設	・ CATV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

M&Aによるシナジーの発揮事例

前田道路様 100周年記念事業の受注



前田道路株式会社

前田道路 創業100周年記念誌

point

同社の100周年記念事業として、
社史・動画・TV-CMの制作を一括受注
日宣の豊富なノウハウと、旧日産社の
クライアントとの高い関係値の相乗効果
により、大型案件の受注に

日宣の豊富なノウハウ

ガイド誌の企画編集

カタログ等の制作

デザイン・動画制作

Web・デジタル



旧日産社とクライアントとの高い関係値

前田道路：約30年

前田建設：約60年

熊谷組：約60年

飛鳥建設：約60年

中期経営計画の進展
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を定期的を実施し
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

大津社長 日宣成長の歴史
カテゴリ: ■歴史・各事業を知る講座
終了日時: 2024/11/29 22:00
開講進捗: 0%
今すぐ受講

ケーブルテレビBD事業の紹介【講師:折笠】
カテゴリ: ■歴史・各事業を知る講座
終了日時: 2024/11/29 22:00
開講進捗: 0%
今すぐ受講

AHG事業の紹介【講師:鶴部】
カテゴリ: ■歴史・各事業を知る講座
終了日時: 2024/11/29 22:00
開講進捗: 0%
今すぐ受講

新着講座 1 / 4

【サービス紹介】 CCG サービスについて
カテゴリ: ■現場・事例を知る講座
終了日時: 2025/09/30 23:59

【事例紹介】 3分でわかる HEBEL HAUSができるまで動画
カテゴリ: ■現場・事例を知る講座
終了日時: 2025/09/30 23:59

ケーブルテレビBD事業の紹介【講師:折笠】
カテゴリ: ■歴史・各事業を知る講座
終了日時: 2024/11/29 22:00

【サービス紹介】

Community Connecting Guide

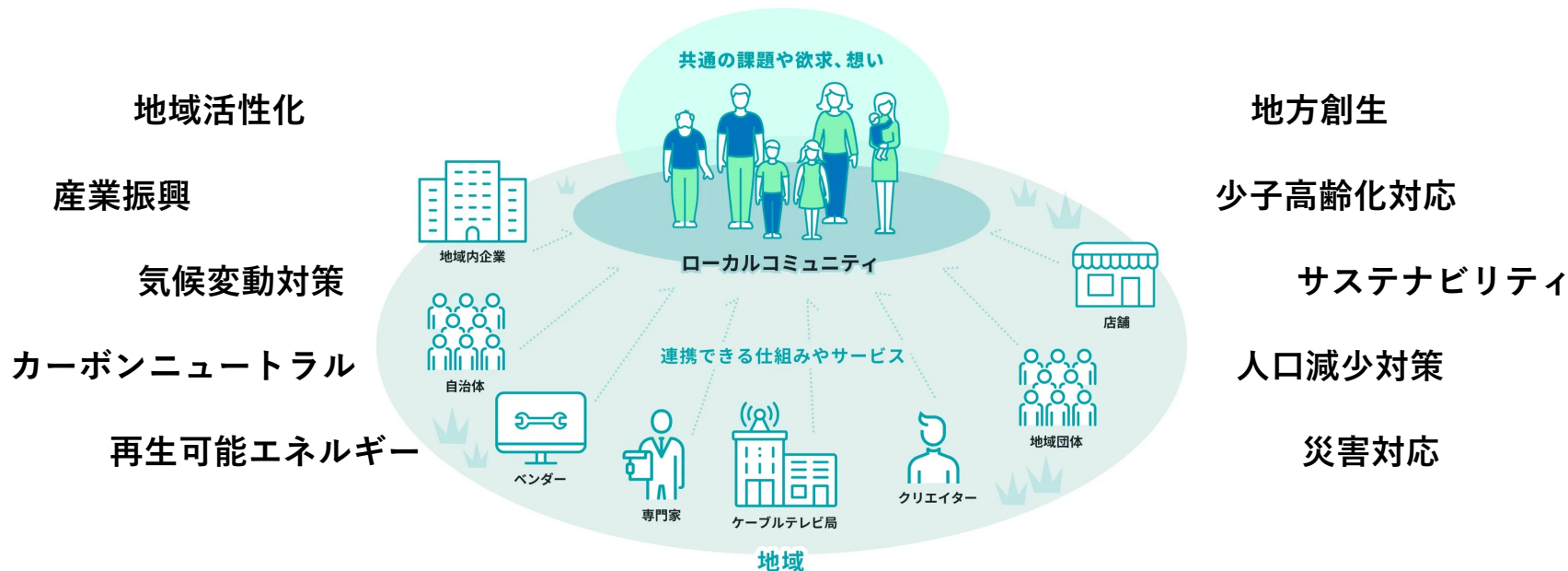
CCG

サービスについて

NISSEN

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



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



久喜市

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

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

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

配当目標
DOE3%

中間配当を新設
年2回の配当実施

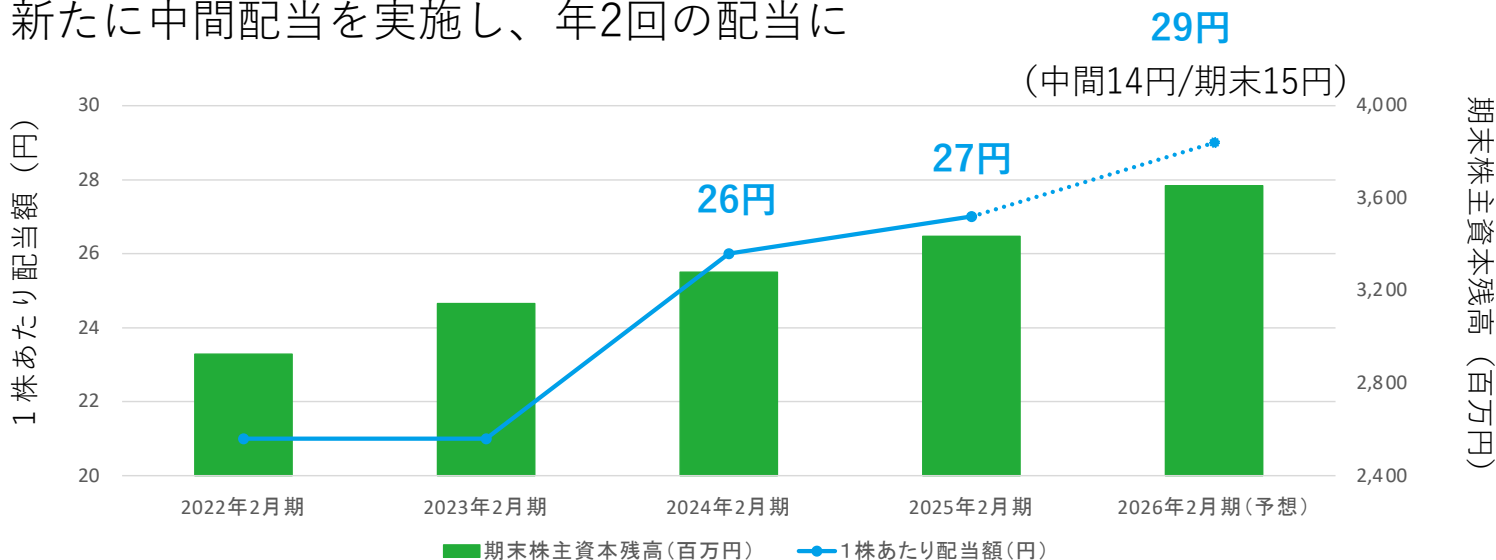
2025年4月に
配当方針変更

適切な機会を捉え
た自己株式取得

前期に続き増配を見込む

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。

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

142名（2025年2月末現在）

事業内容

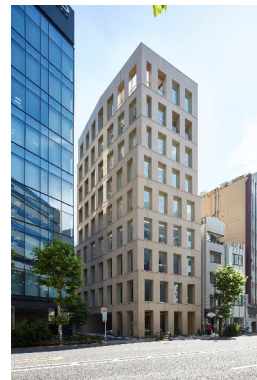
広告プロモーション・コミュニケーションサービス全般

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

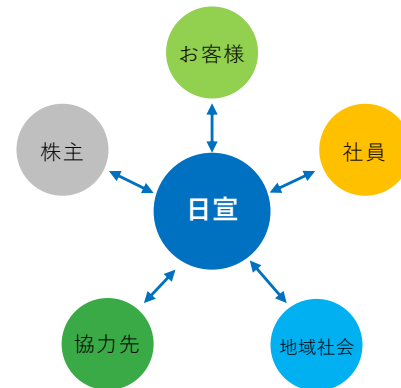
日宣印刷 アスティ



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。