

株式会社 日宣



NISSEN

2022年2月期
第2四半期 決算説明資料

2021年10月21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 中長期ビジョン「日宣2030」と
電力小売事業の現況
- 4 2022年2月期 第2四半期決算概要
- 5 2022年2月期 業績予想について
- 6 株主還元
- 7 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

(前年同期比)

2022年2月期
2Q
(3-8月)

売上高	2,365 百万円	▲0.9%
営業利益	162 百万円	+28.9%
経常利益	259 百万円	+61.4%
四半期純利益	180 百万円	+64.4%

Summary

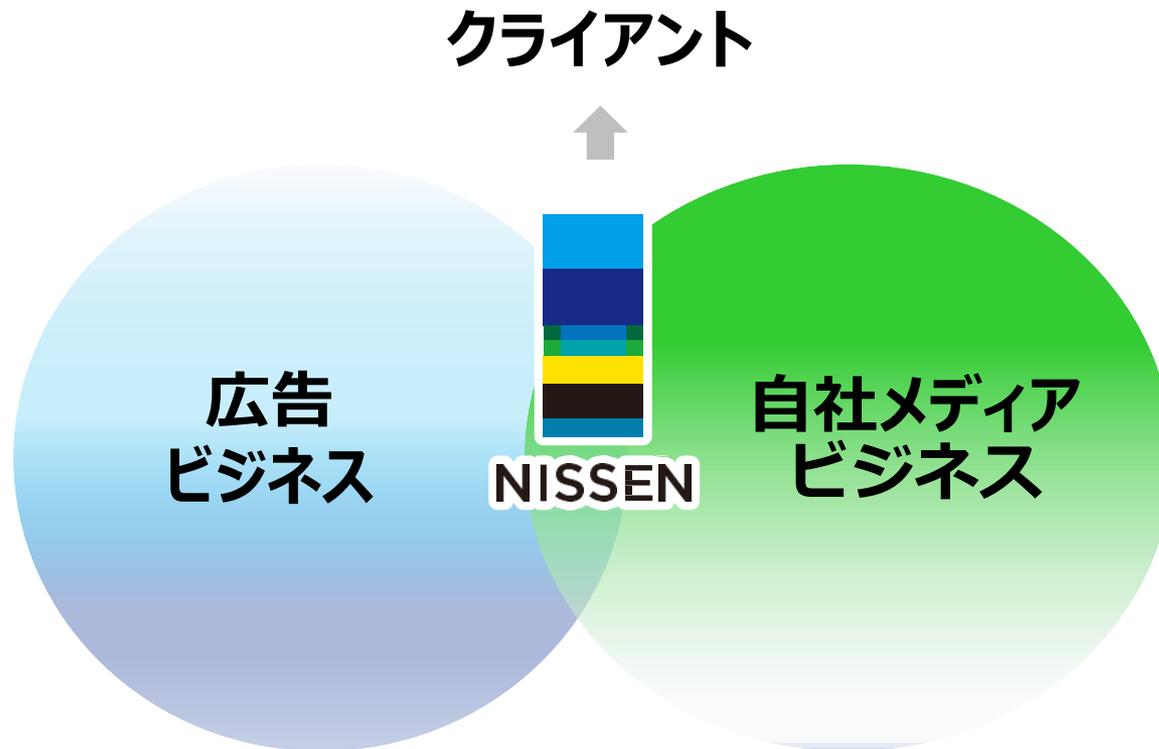
- 新型コロナウイルス感染の影響を受け厳しい外部環境が続くが、強固な顧客基盤をベースに営業活動を推進。営業利益、経常利益とも増益
- 2Qまでの計画対比としては、売上は計画通り着地し（計画比101.1%）、粗利率の改善等により営業利益は119.7%、経常利益113.0%、純利益117.3%と計画を上回る結果に
- 放送・通信業界の『チャンネルガイド』が堅調に推移。住まい・暮らし業界は、オンライン化のクライアントニーズを捉え、営業活動支援策を提供し、大幅に前年同期実績を超過
- 営業外収益として投資事業組合運用益97百万円を計上



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



- (パコマ) 無料情報誌「Pacoma」を企画・発行
- 広告集稿に加えホームセンター企業に同誌を販売

- Pacoma本誌とWEB、売り場が連動した集客プロモーションを提供

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



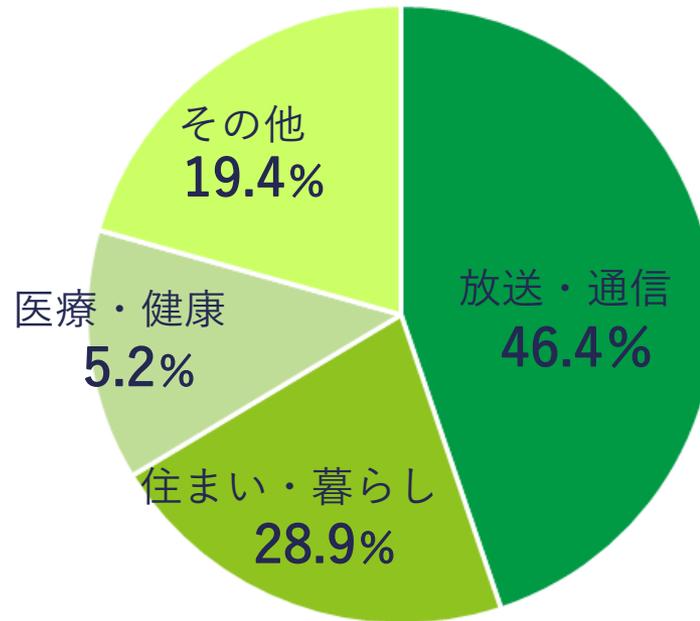
独自ソリューションの
開発、提供

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



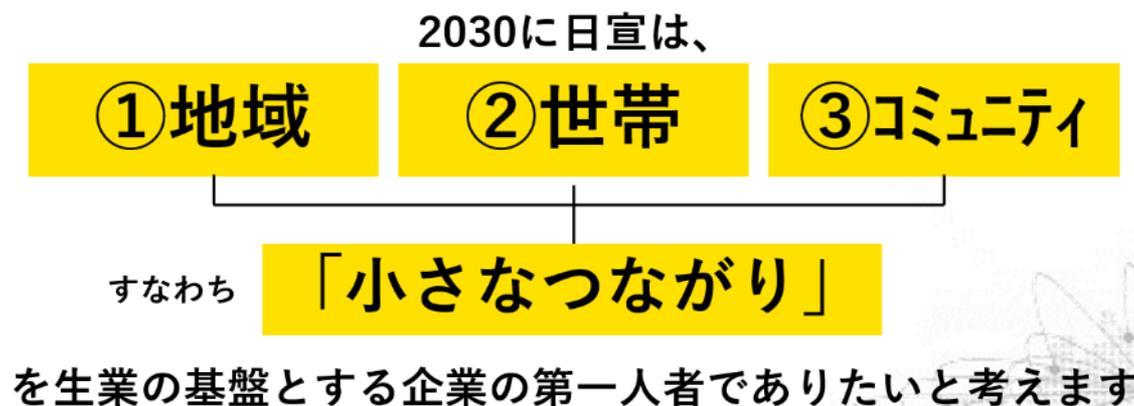
※2022年2月期2Q実績

3

中長期ビジョン「日宣2030」と 電力小売事業の現況

日宣2030ビジョン

- 時代環境・社会環境が大きく変わろうとしている中、新たな成長戦略の構築が必要
- 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
- 日宣の生業の基盤となっているマーケットを①地域、②世帯、③コミュニティと再定義

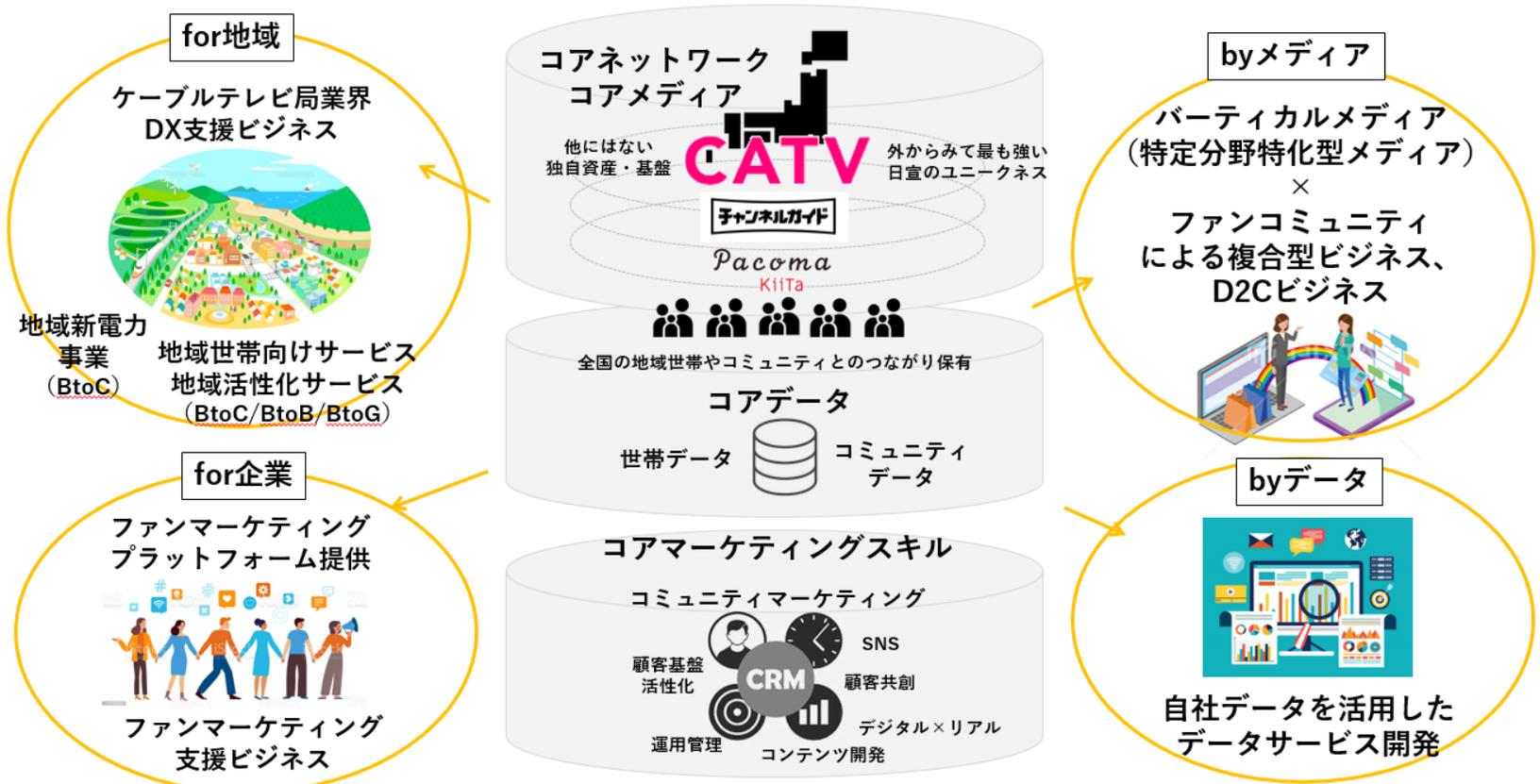


日宣は

- 「小さなつながり」に価値を見出す会社 です
- 「小さなつながり」に力や元気を与える会社 です
- 「小さなつながり」を社会やマーケティングのリソースに変える会社 です
- 「小さなつながり」を通じて持続可能な未来に貢献する会社 です

『2030年の日宣』が描く姿

- 「地域」「世帯」「コミュニティ」と強く結びついた広告会社として将来像を描く
- 「小さなつながり」における変化と課題をチャンスと捉え、これからの成長基盤とする
- 新たな機会をビジネスに変えるため、日々トライを繰り返す仕組みづくりを推進



成長のための施策

地域向けサービス/ソリューションの立ち上げ～拡大

- CATV局が保有するリソースを新たな形で活用したサービスやソリューションの開発
 - ・地域の契約世帯に向けた「クロスユース」の促進（その先鞭としての地域電力事業の推進）
 - ・局が保有する有形・無形の資産のマネタイズ支援（ex.地域文化発信コンテンツ）
 - ・ローカル5Gによる地域DXプレイヤーとしての立場を活用したソリューション開発
- 従来の広告会社のスタンスや枠を超えた、ハンズオン式ビジネス展開

デジタルコミュニティマーケティングのノウハウ強化

- デジタルによる、企業のユーザー基盤の構築、拡大、活性化、活用の支援領域を強化
 - ・アードメディア×オウンドメディアをベースとした新たなマーケティングモデルのポジション構築
 - ・CRM発想、D2C発想でのデジタルマーケティングコミュニケーションの強み化
- 独自のノウハウやメソッドによるインバウンド型マーケティング推進

世帯、コミュニティにまつわるユニークデータ保有の推進

- 地域新電力事業などのBtoCサービス、また、『Pacoma』などの自社メディアを通じて直接つながる世帯、コミュニティのデータ収集の仕組みづくりとデータベース開発
- 社内シンクタンク「世帯研究所」の立ち上げ、ユニークなデータ分析・データ活用

成長のための施策（2）

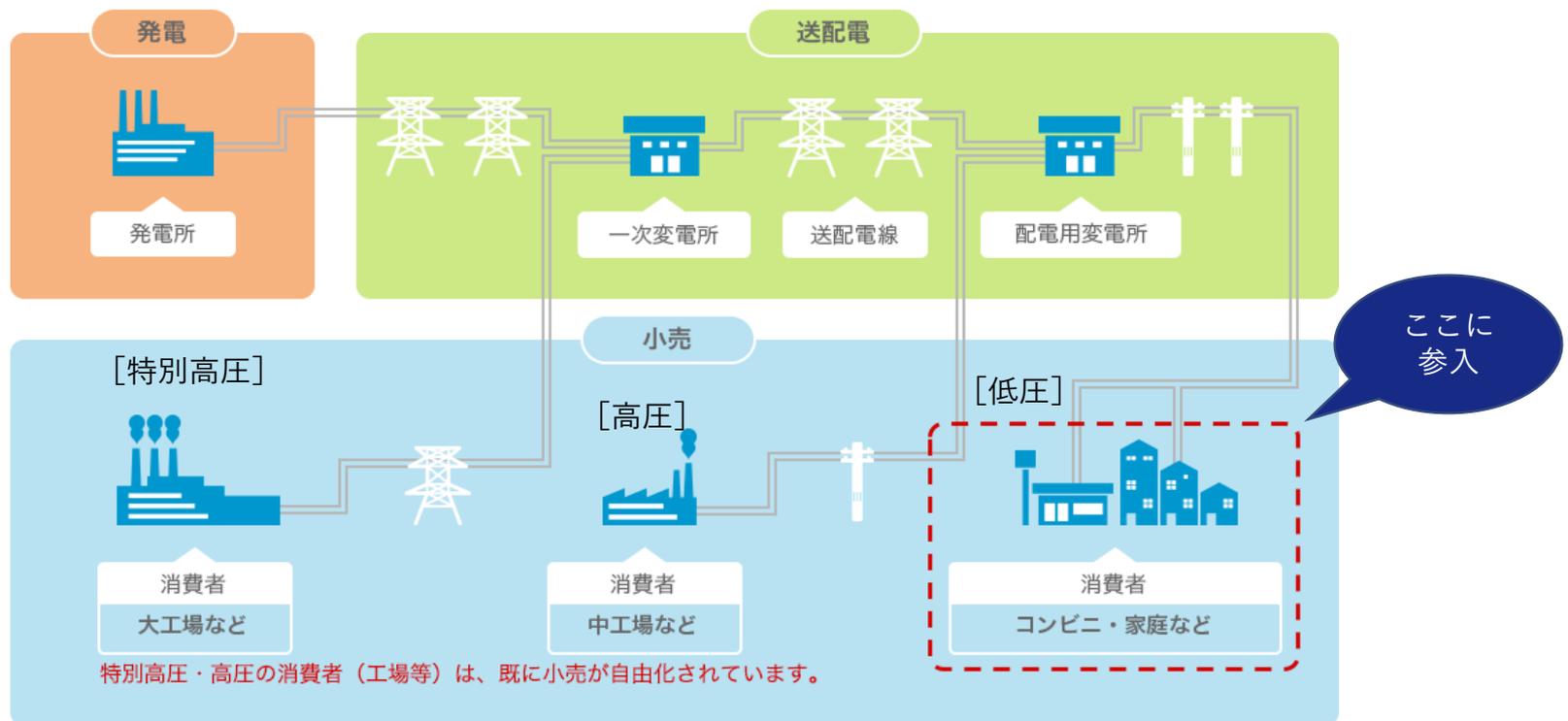
- 「2030ビジョン」実現に向け、事業拡大のためのM&Aや投資を強化



- サービスやリソース獲得型のM&A
- 攻略マーケットにおける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M&Aなどを引き続き積極的に検討中

電力小売事業とは

- 2016年に、小売部門も含め、電力小売りが全面自由化
- 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
- 低圧の小売部門は成長の余地が大きい



出典: 経済産業省HP (https://www.enecho.meti.go.jp/category/electricity_and_gas/electric/electricity_liberalization/supply/)より

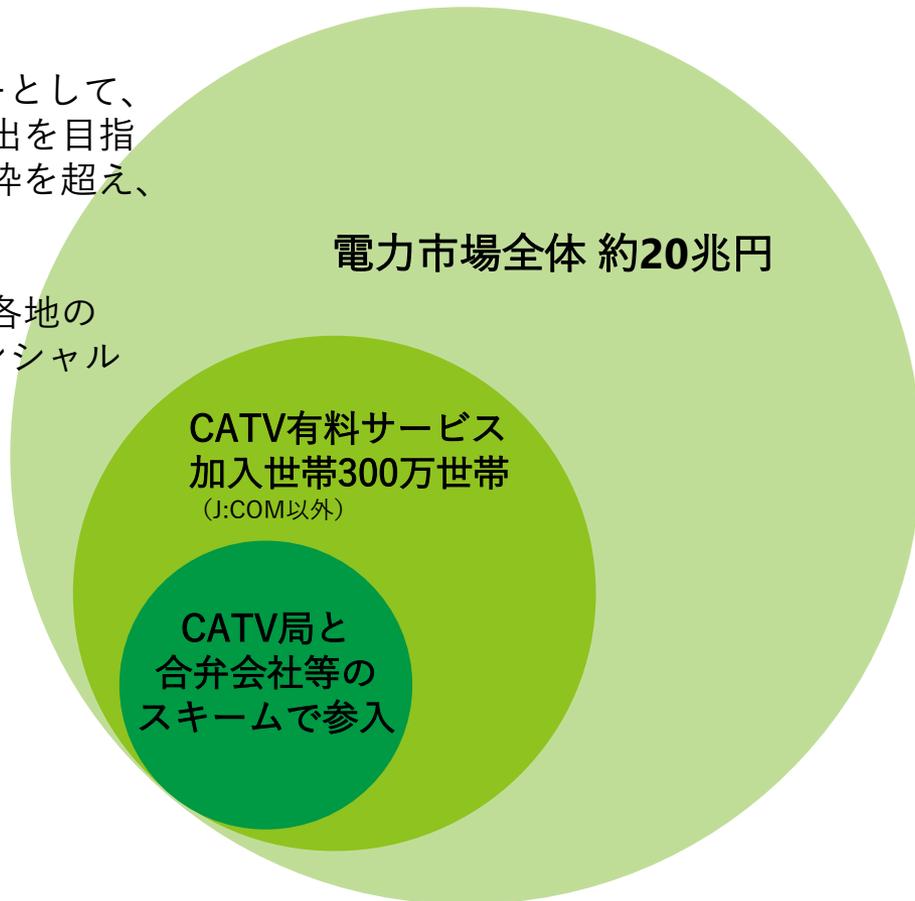
「地方」 × 「対面営業」 with CATV

- 新電力事業者の多くは、首都圏や関西圏を主要ターゲットにしている。一部地域では、未だに自由化の恩恵を十分に受けることができていない
- 全国のCATV局とのネットワークが当社のユニークな強み。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、安く安心して使える電力が使える状態を作り出す



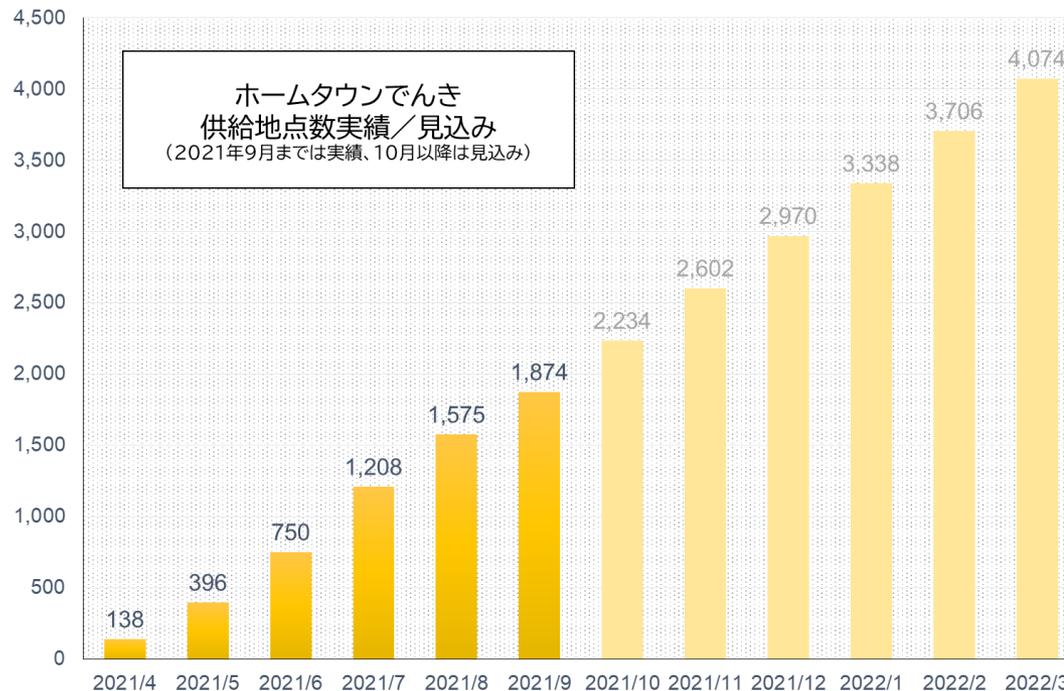
クライアントの事業創造パートナーに

- CATV局の事業創造パートナーとして、リスクを取り、新たな価値創出を目指す。受託型である広告会社の枠を超え、次世代の広告会社の姿を描く
- 潜在的な市場規模は大きく、各地のCATV局とともに、そのポテンシャルを追求する



電力小売事業の現況（1） ～ホームタウンエナジー(株)の進捗～

- 2020年9月、栃木県に本社を構えるケーブルテレビ株式会社と合弁会社を設立
- 2021年3月より営業開始
- 2020年12月下旬に発生したスポット市場価格の高騰は、電力仕入価格の固定化により影響なし



電力小売事業の現況（2）

事業の 進捗状況

- 株式会社SCN電力
 - ・2020年10月、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合併会社を設立
 - ・具体的な事業の展開方法や時期等について調整中

リスクへの対処 今後の展開

- 電力調達価格の変動リスクに対処するため、相対電源の確保等を含めて検討
- 事業スキームの拡充を図りながら、各地域のCATV局への営業活動を展開

4

2022年2月期 第2四半期決算概要

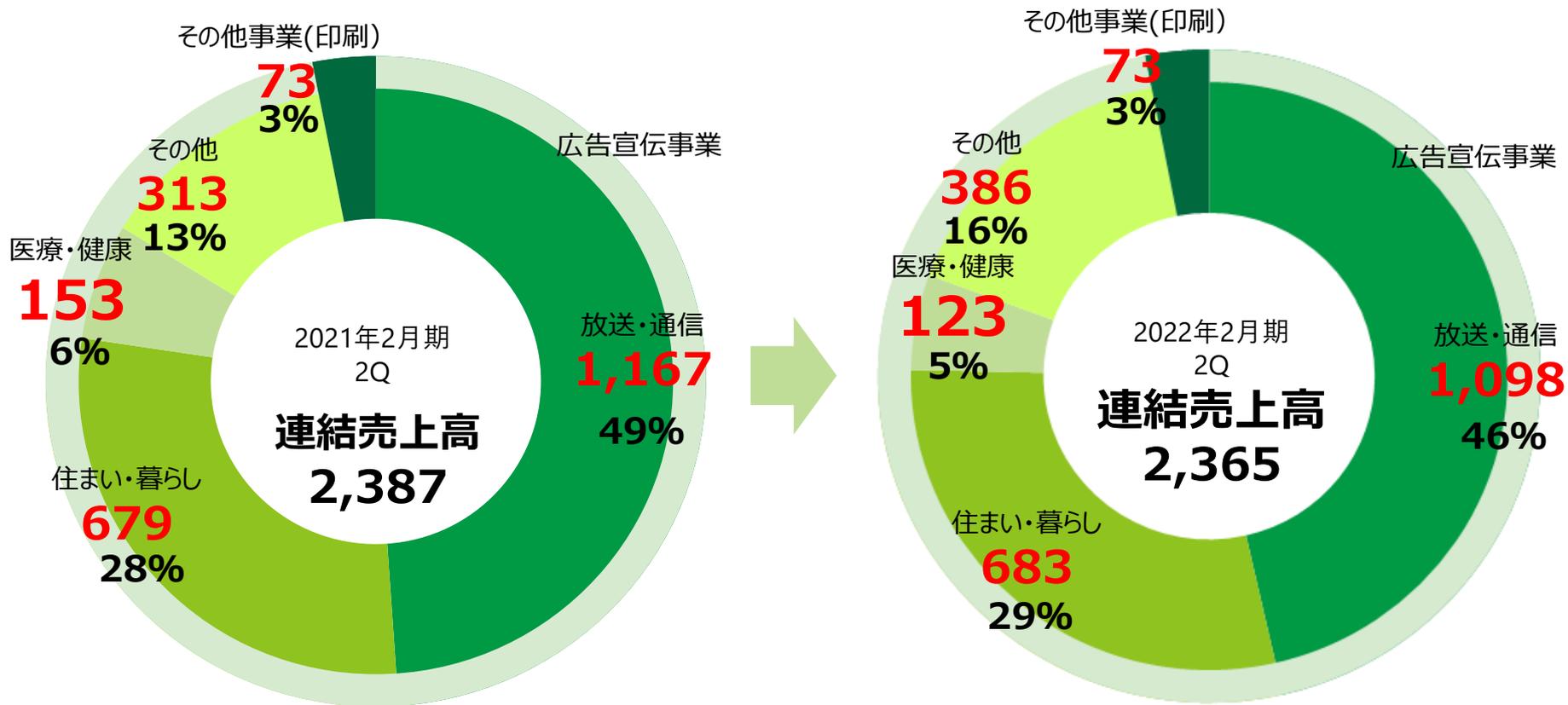
2022年2月期 第2四半期連結損益計算書

- 売上高は、住まい・暮らし業界やその他業界が伸長したものの、前期比▲0.9%
- 営業利益は、コストコントロールが寄与し前期比+28.9%
- 経常利益は、投資事業組合運用益97百万円の計上等により+61.4%

(単位：百万円)	2021年2月期 2Q	2022年2月期 2Q	前期比 増減率
売上高	2,387	2,365	▲0.9%
売上総利益	564	576	+2.1%
販売管理費	438	414	▲5.5%
営業利益	126	162	+28.9%
売上高営業利益率	5.3%	6.9%	+1.6pts
経常利益	160	259	+61.4%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	109	180	+64.4%
四半期純利益率	4.6%	7.6%	+3.0pts

2022年2月期 第2四半期連結売上高の内訳

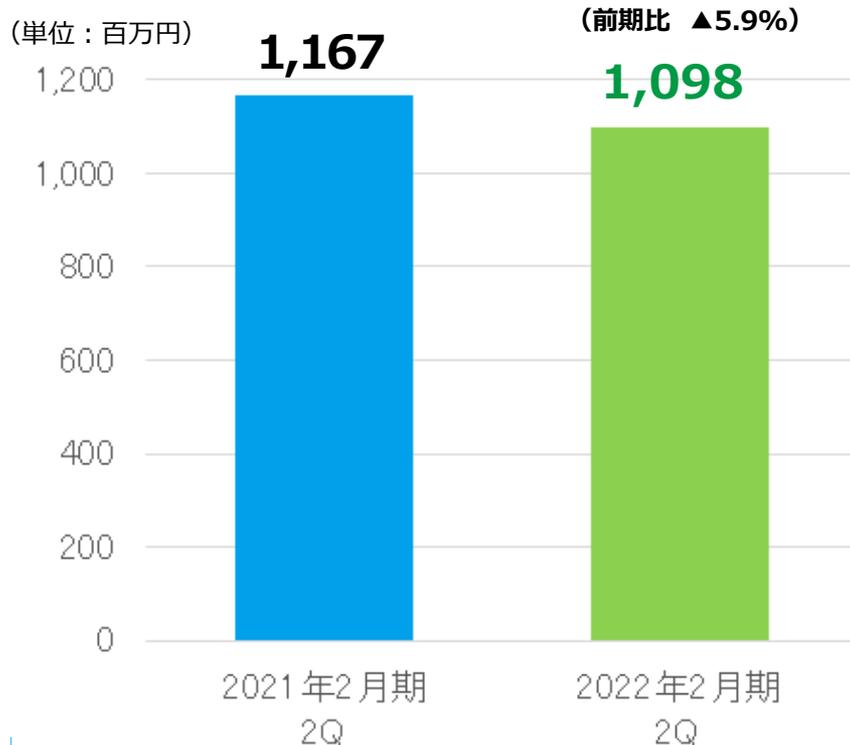
- 「チャンネルガイド」をはじめ、放送・通信業界及び住まい・暮らし業界は底堅く推移
- その他業界については、売上が回復傾向に



(金額単位：百万円)

放送・通信業界の実績

- 2022年2月期2Qの売上高は、1,098百万円、前期比▲5.9%
- 主力の『チャンネルガイド』を軸に底堅く推移
- 前期との差は、大手通信事業者向けセールスプロモーションが今期なかったことによる
- 地域の契約世帯に向けた、クロスユースの促進に取り組んでいく



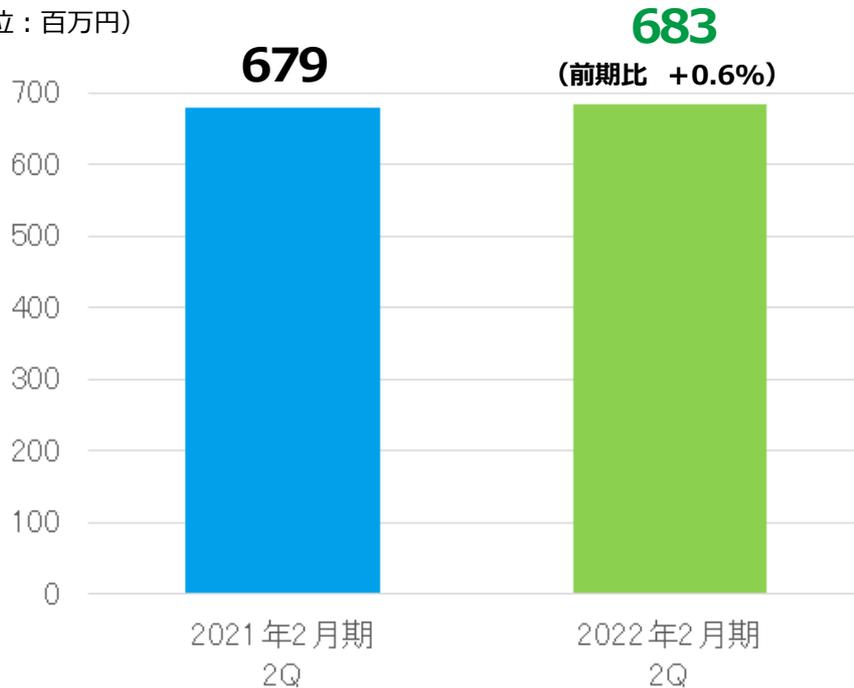
チャンネルガイドの表紙イメージ

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

- 2022年2月期2Qの売上高は、683百万円、前期比+0.6%
- 新型コロナの影響を受けながらも、前年同期と同水準を維持
- DX化が急速に進む中で、当社のデジタルソリューションに対して高い評価を得られている

(単位：百万円)



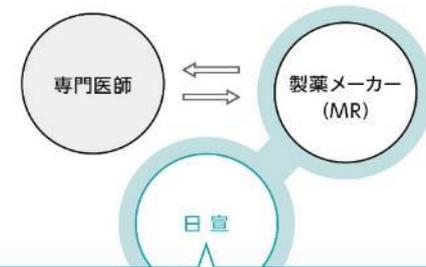
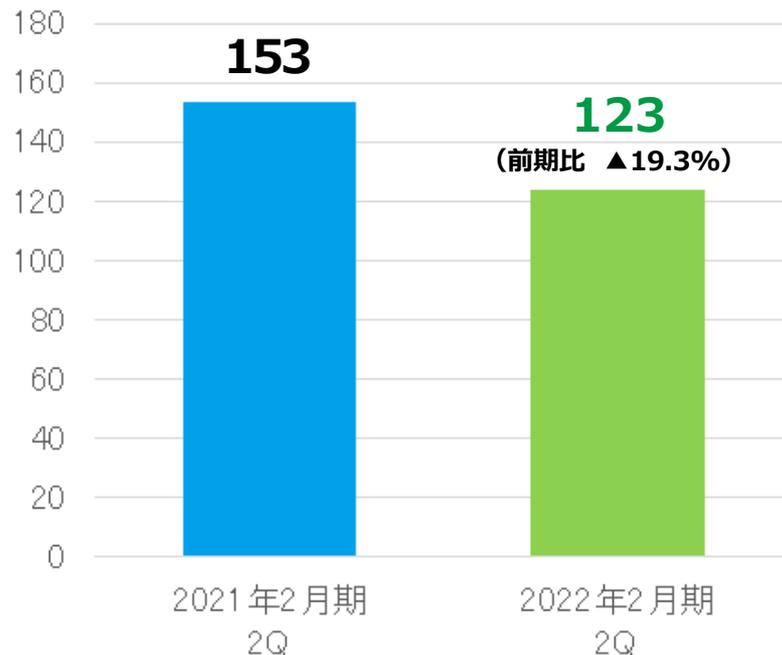
当社が提供するサービスイメージ

カタログ制作やWEB制作のほか、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

- 2022年2月期2Qの売上高は、123百万円、前期比▲19.3%の減収
- 新型コロナの影響が続いており、各種イベントやマーケティング施策が中止に
- クライアント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

(単位：百万円)



疾患予防施策、地域ごとの接点創出、関係構築



全国のケーブルテレビ、ラジオを活用した地域疾患予防啓発番組



学会、セミナー、各種イベントなどの企画運営

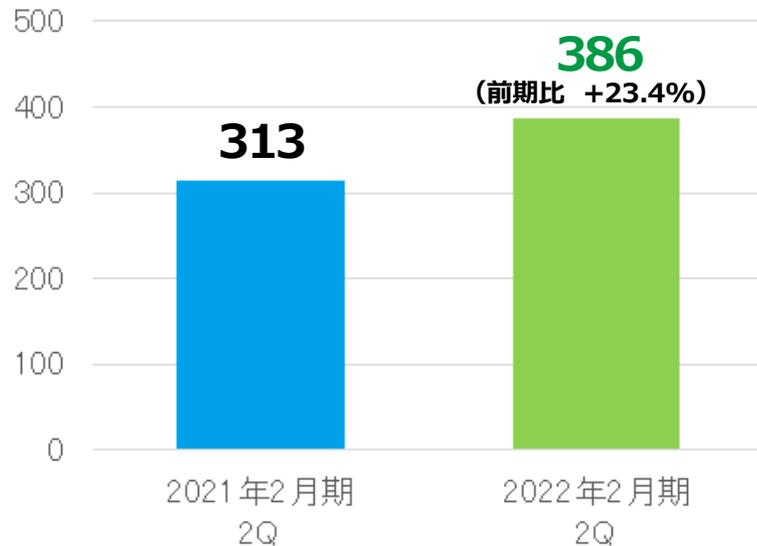
当社独自のソリューションに注力

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

- 2022年2月期2Qの売上高は、386百万円、前期比+23.4%の増
- 大手飲食チェーンの他、大手人材派遣会社との継続的な取引に加え、新規顧客獲得も推進
- 子会社の日産社はクライアントからの受注が回復基調にあり、業績に貢献

(単位：百万円)



SUBWAY



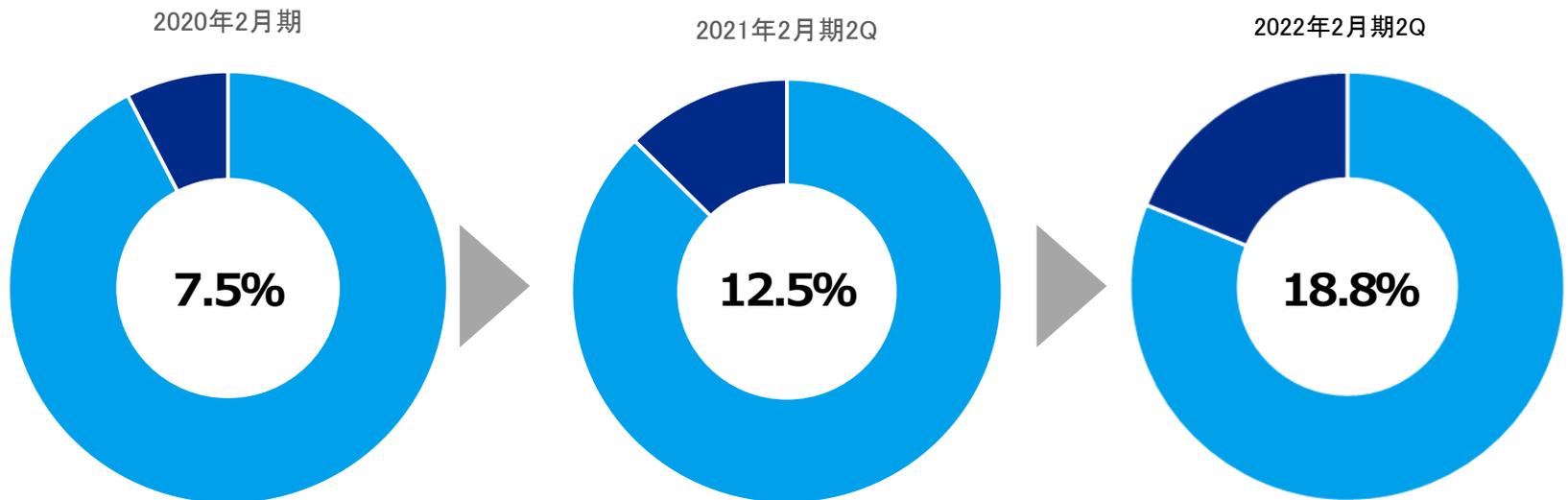
アカウントエグゼクティブとしてマーケティングすべてを担う

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

- 2022年年2月期2Qの売上高に占めるデジタル領域の売上構成比は、18.8%
- 新型コロナの影響により各分野でDXが進む中、当社もデジタル領域の拡大が進む
- 特に、オンラインイベントや動画・SNSを活用したマーケティング、デジタル広告が伸長

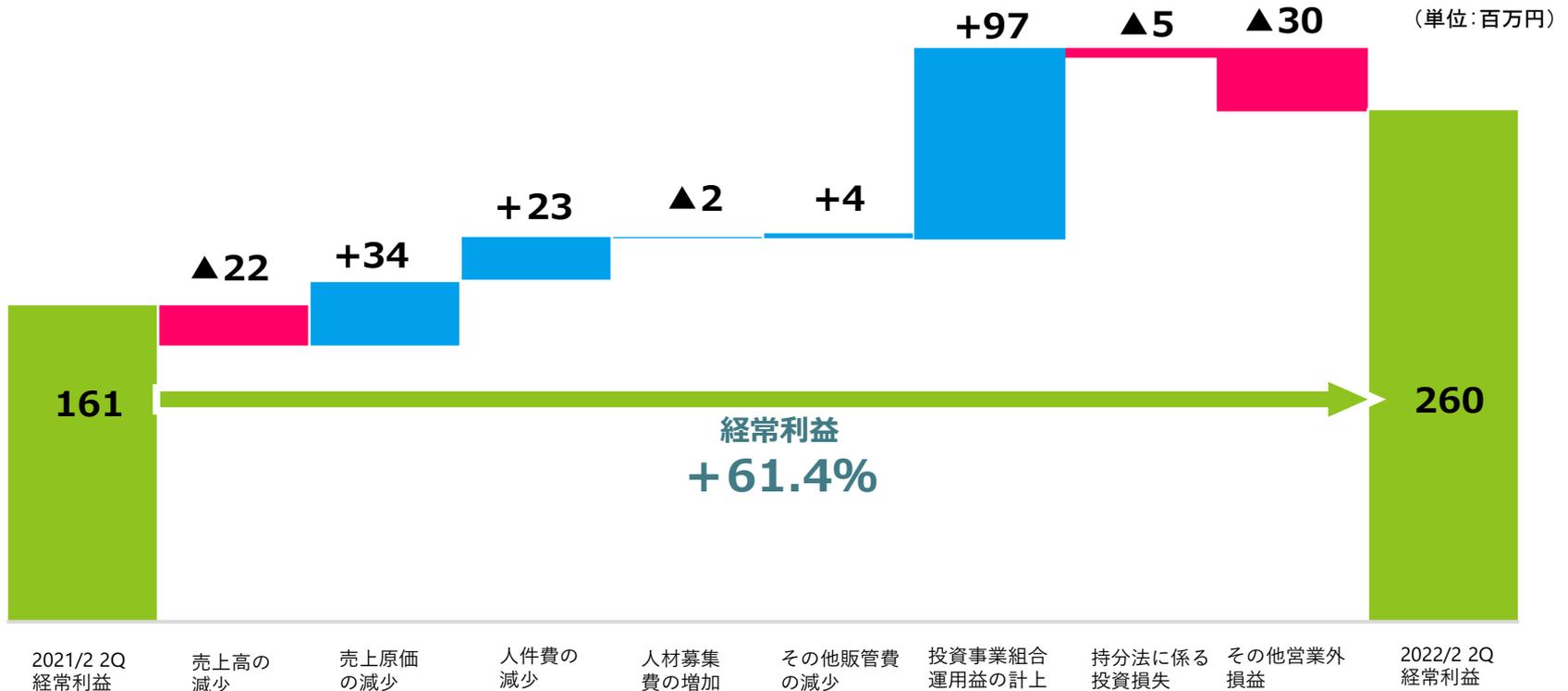
(総売上高に占めるデジタル領域売上高の構成比の推移)



顧客接点でのDXが進み、デジタル領域の売上が拡大

利益の概況：経常利益の増減

- 売上高は前年同期より微減なるも、コストコントロールにより売上原価は34百万円減少
- 当社がベンチャーキャピタルを通じて投資している投資先のうち1社が上場
それに伴い投資事業組合運用益を97百万円を計上
- 必要に応じた人材募集活動を継続実施



(■ 増益要因、■ 減益要因)

2022年2月期 第2四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)	2021/2期 4Q	2022/2期 2Q	前期比 増減率
流動資産	2,333	2,095	▲10.2%
現金及び預金	1,685	1,495	▲11.2%
固定資産	2,193	2,269	+3.5%
有形固定資産	1,752	1,739	▲0.8%
資産合計	4,526	4,364	▲3.6%
流動負債	768	667	▲13.2%
固定負債	828	837	+1.1%
長期借入金	471	442	▲6.3%
負債合計	1,597	1,504	▲5.8%
純資産	2,929	2,859	▲2.4%
負債純資産合計	4,526	4,364	▲3.6%
自己資本比率	64.7%	65.5%	+ 0.8pts

5

2022年2月期 業績予想について

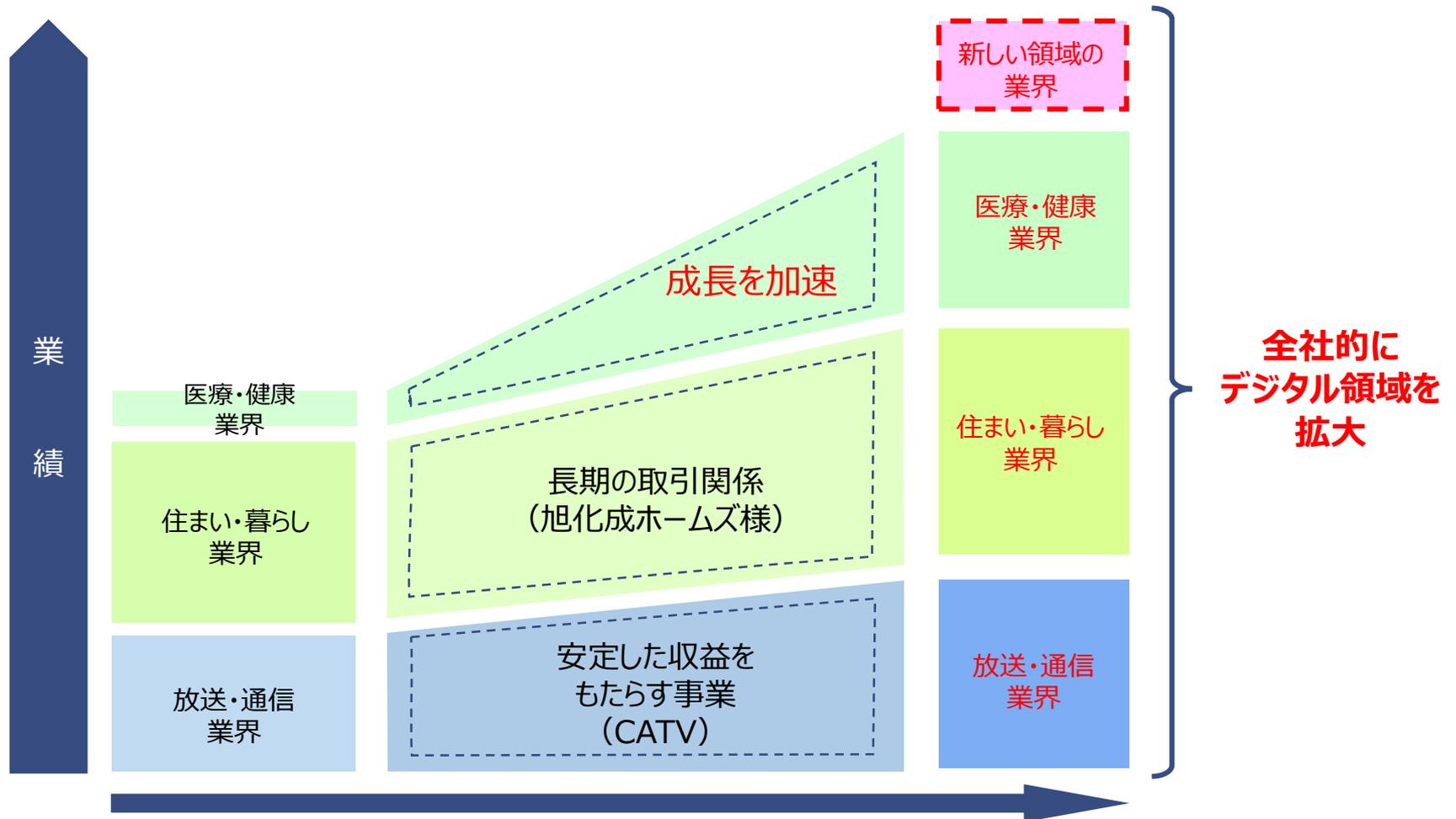
業績予想について

- 採算の改善や投資事業組合運用益の計上により、第1四半期において業績予想を上方修正
- 上半期での積み上げをベースに、通期においても計画達成を目指す

単位：百万円	21年2月期	22年2月期 2Q	進捗率	22年2月期 (予想)	前期比
売上高	4,829	2,365	46.5%	5,090	+5.4%
営業利益	292	162	51.4%	316	+8.1%
営業利益率	6.1%	6.9%	-	6.2%	+0.1pt
経常利益	323	259	63.4%	409	+26.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	192	180	65.2%	276	+43.5%
当期純利益率	4.0%	7.6%	-	5.4%	+1.4pt

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



新市場へ向けた対応について

- ✓ 2021年7月9日、東京証券取引所より新市場区分選択に係る適合状況の判定結果を受領
- ✓ 当社は、流通株式時価総額がやや少ないものの、スタンダード市場の基準に適合できている
- ✓ コーポレートガバナンス報告書の更新等を踏まえ、2021年12月を目途に新市場選択申請を行う

6

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
- 2022年2月期においても、42円の配当を継続実施（予定）

	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期 (予想)
1株あたり配当金	42円	42円	42円	42円	42円
配当総額	81百万円	81百万円	83百万円	83百万円	78百万円
配当性向	12.5%	35.4%	41.2%	43.1%	28.3%



会社概要

会社概要

株式会社 日宣

創 業 1947（昭和22）年4月

代 表 者 代表取締役社長 大津裕司

資 本 金 341百万円

従 業 員 数 140名（2021年8月末時点）

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

拠 点 大阪支社（大阪市北区）

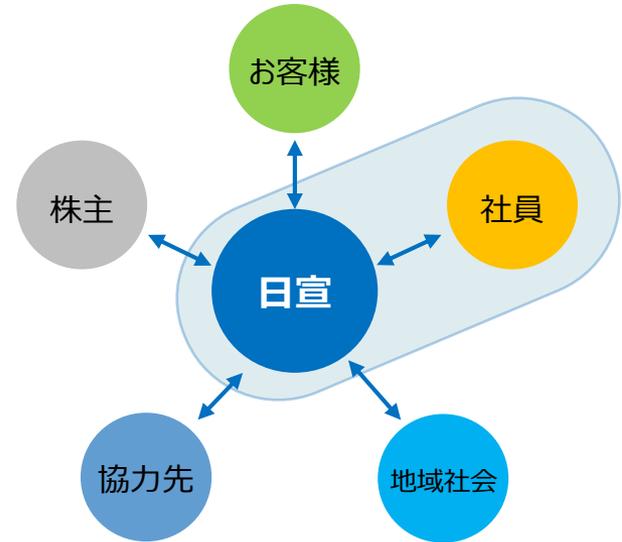
グループ会社 株式会社日宣印刷、株式会社日産社



本社
（千代田区神田司町）

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。

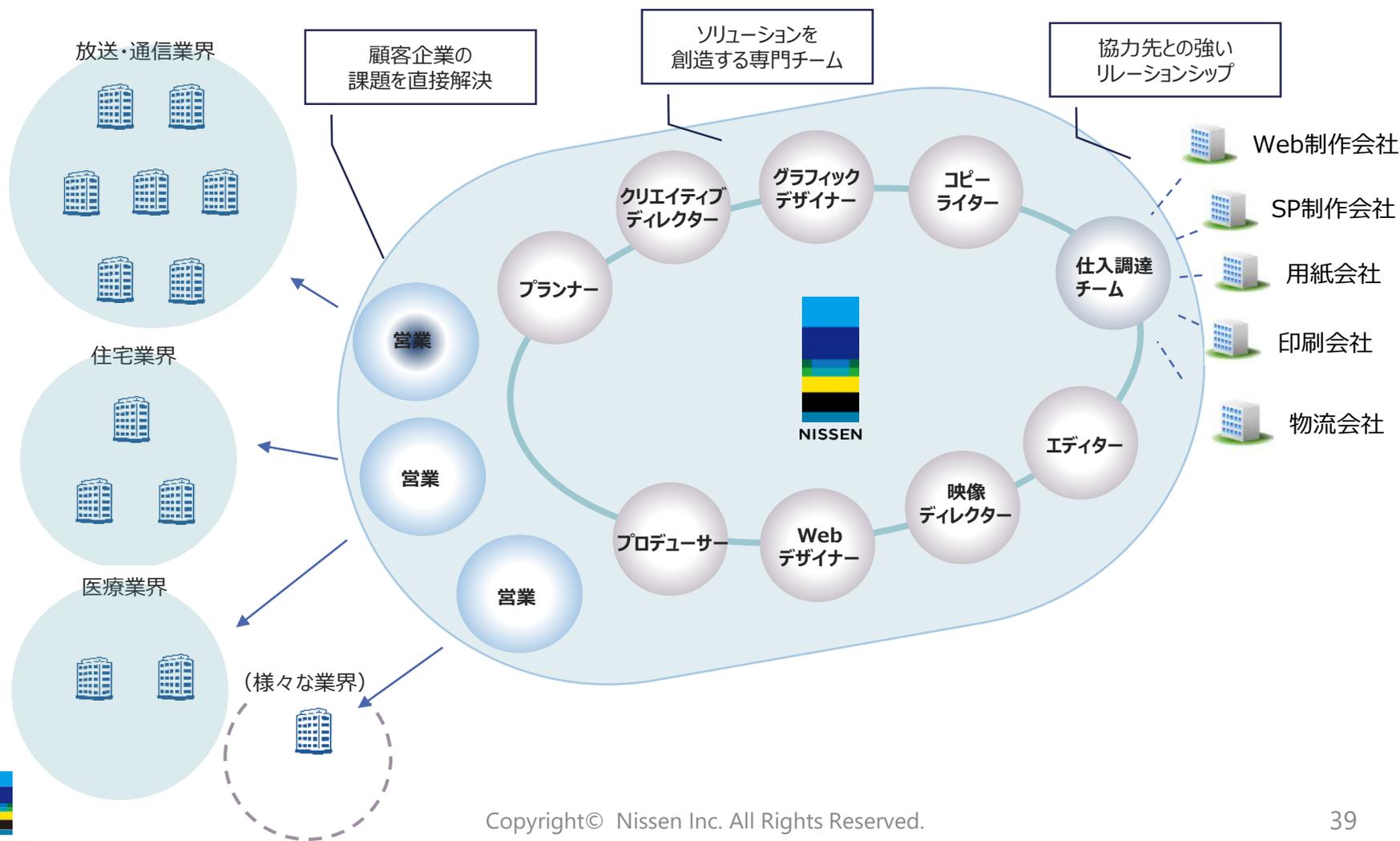


ユニークなコミュニケーションサービスの提供によって、お客様の経営に貢献します。

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。

当社以外の会社等に関する情報は、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。