

株式会社 日宣



NISSEN

2021年2月期

第2四半期 決算説明資料

2020年10月22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

2021年2月期 第2四半期決算概要

4

2021年2月期 業績予想について

5

電力小売事業への参入について

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)

2021年2月期
2Q
(3-8月)

売上高	2,387 百万円	▲6.1%
営業利益	126 百万円	▲17.5%
経常利益	160 百万円	+5.1%
四半期純利益	109 百万円	+6.5%

Summary

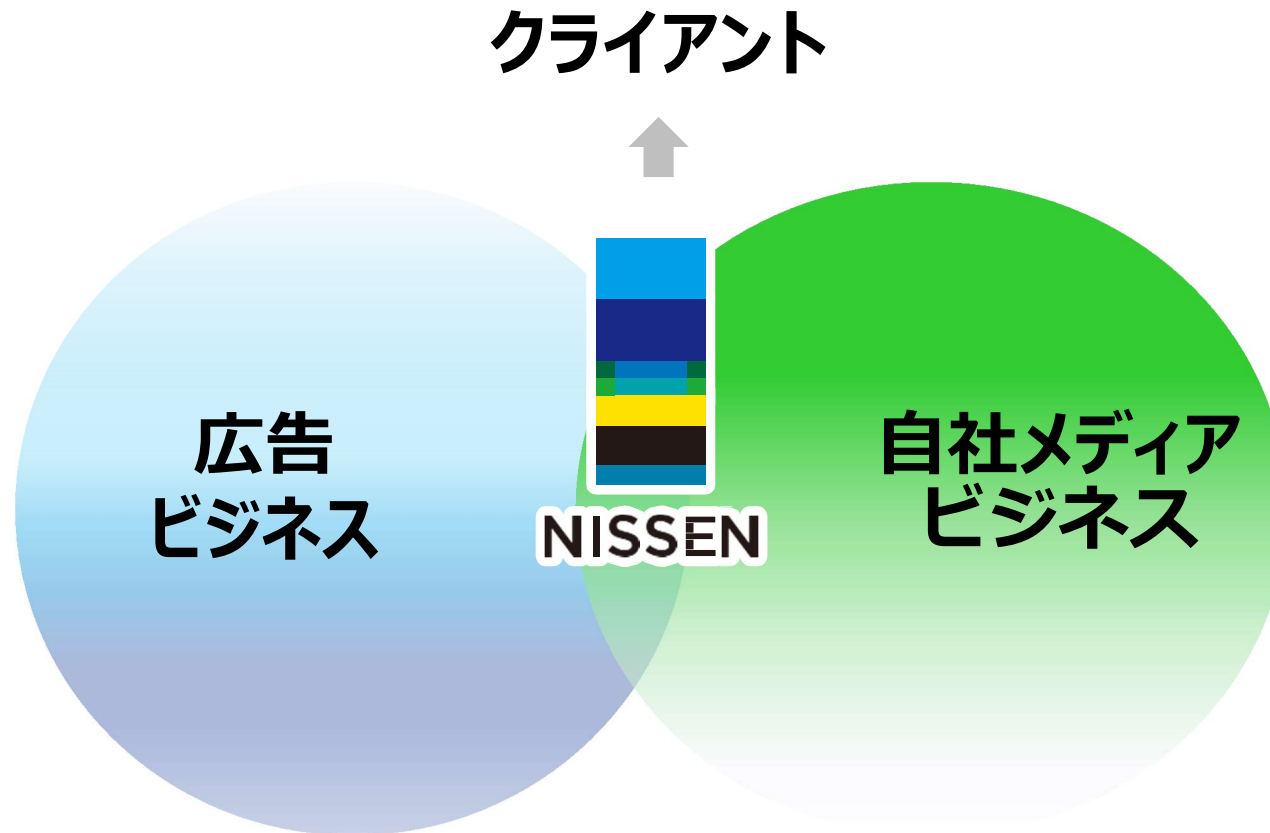
- 広告業界を取り巻く厳しい外部環境の中、強固な顧客基盤をベースに営業を推進。経常利益ベースで増益を実現。
- 2Qまでの計画に対して、売上はやや未達となるも（計画比93.6%）、営業利益107.8%、経常利益134.1%、純利益135.9%と達成。
- 主軸である放送・通信業界の『チャンネルガイド』が堅調に推移し、コロナ禍にありながらも着実に実績を伸ばす。住まい・暮らし業界は、オンライン化のクライアントニーズを捉え、営業活動支援策を提供し、大幅に前年同期実績を超過。
- 7月、電力小売事業への進出を発表。



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

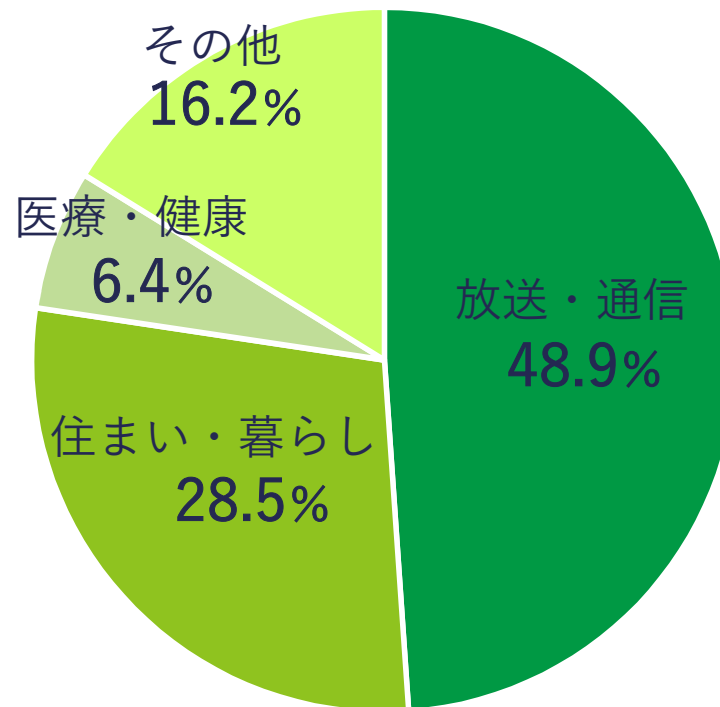
高い付加価値



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。

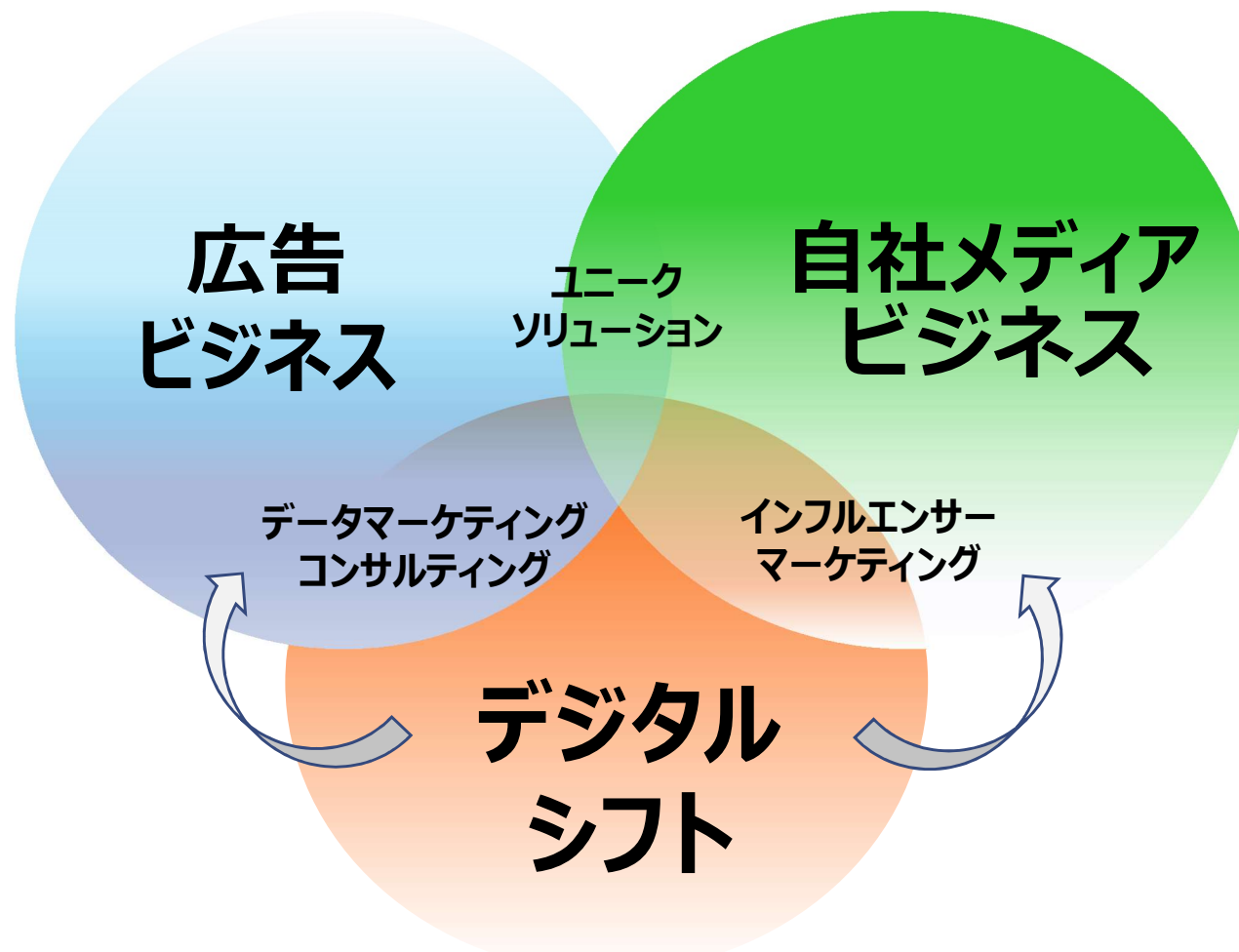
顧客業界別売上構成



※2021年2月期2Q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



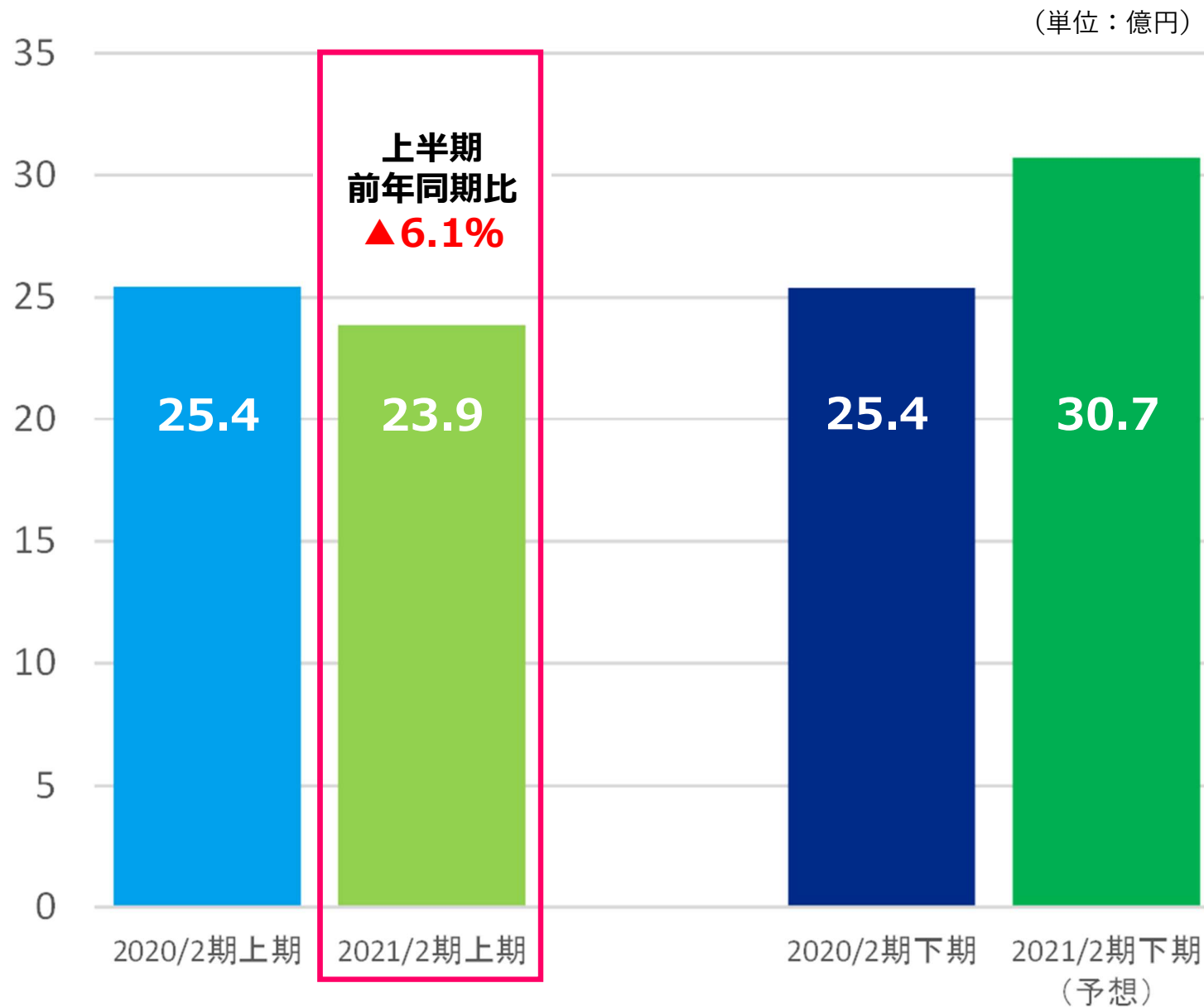
2021年2月期 第2四半期決算概要

2021年2月期 第2四半期連結損益計算書

- 売上高は、放送・通信および住まい・暮らしが伸長したものの、前期比▲6.1%
- 営業利益は、コストコントロールを実施するも、減収に伴い前期比▲17.5%
- 経常利益は、保険解約等により、前期比を超過し+5.1%

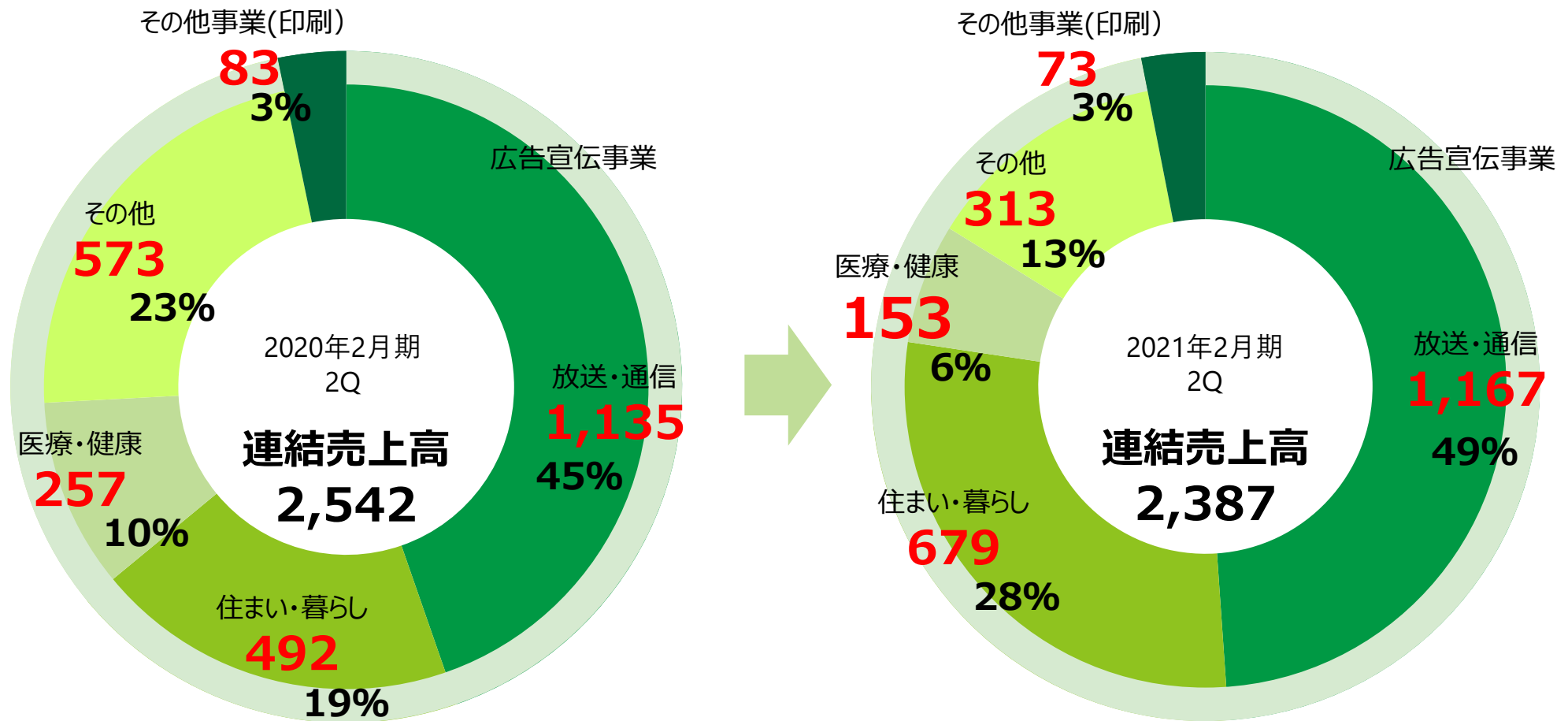
(単位：百万円)	2020年2月期 2Q	2021年2月期 2Q	前期比 増減率
売上高	2,542	2,387	▲6.1%
売上総利益	601	564	▲6.1%
販売管理費	448	438	▲2.2%
営業利益	152	126	▲17.5%
売上高営業利益率	6.0%	5.3%	▲0.7pts
経常利益	153	160	+5.1%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	102	109	+6.5%
四半期純利益率	4.0%	4.6%	+0.6pts

連結売上高推移



2021年2月期 第2四半期連結売上高の内訳

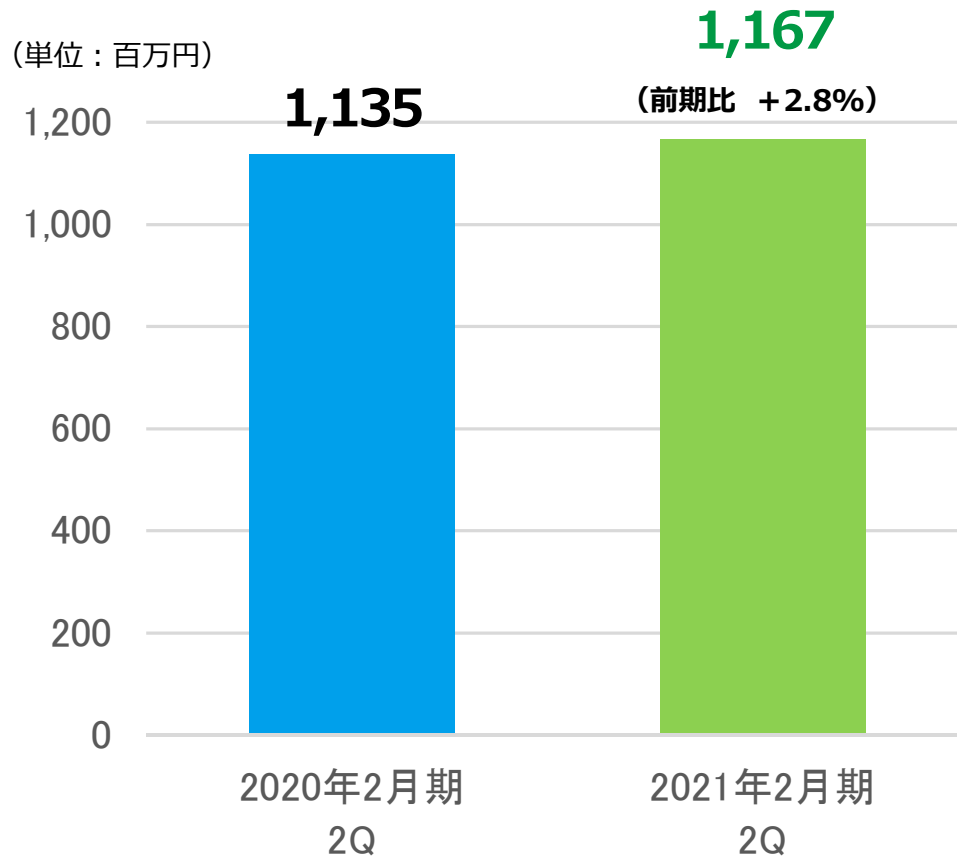
放送・通信『チャンネルガイド』が堅調に推移した他、住まい・暮らし業界が大きく伸長。
それに伴い、相対的に構成比が大きく変動。



(金額単位：百万円)

放送・通信業界の実績

- 2021年2月期2Qの売上高は、1,167百万円、前期比+2.8%
- コロナ禍にありながら、主力の『チャンネルガイド』を軸に、底堅く、着実に実績を伸ばす。
- 時代の動きを見極めながら、インターネットを介した動画配信を提供するサービスとの連携等を模索。

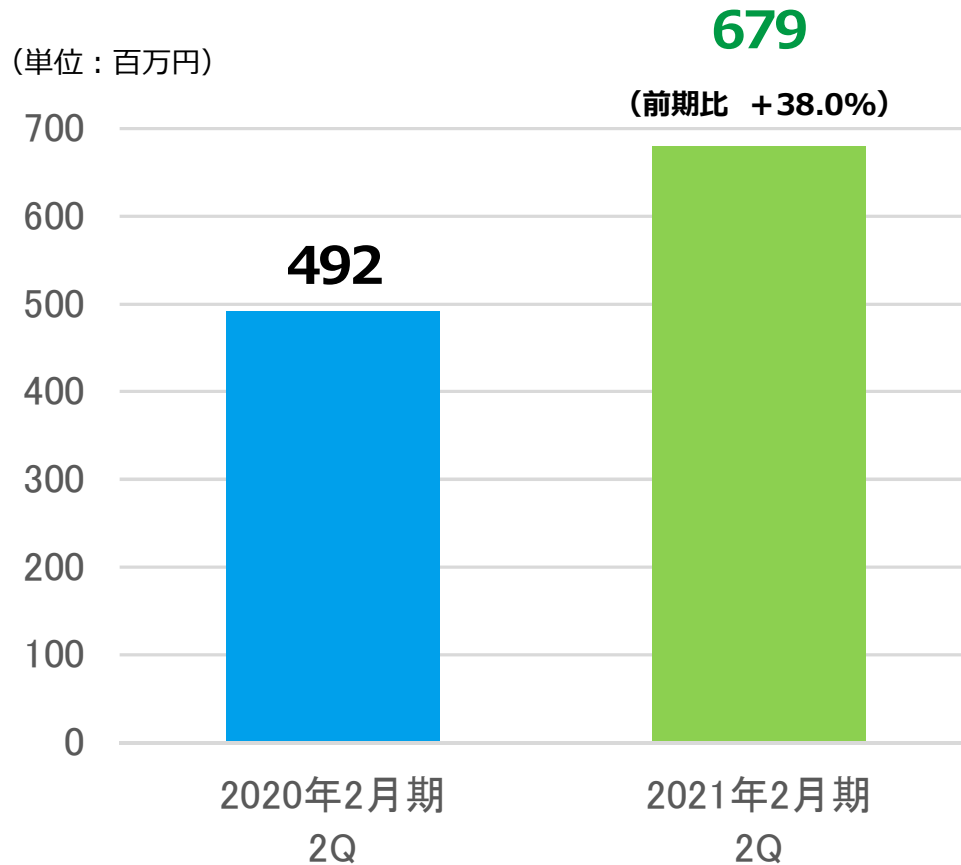


チャンネルガイドの表紙イメージ

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

- 2021年2月期2Qの売上高は、679百万円、前期比+38.0%の大幅な増収
- 新型コロナにより住宅の販売手法が変わる中、クライアントニーズをスピーディーに捉え大幅な増収を実現！
- 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も高い評価を得る



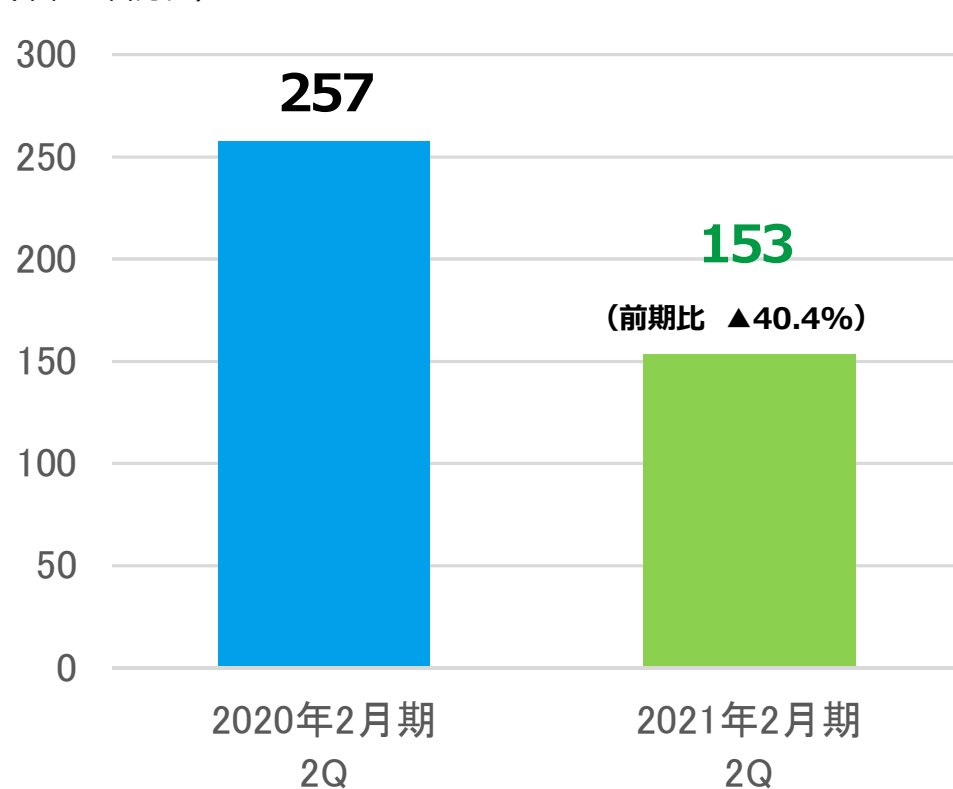
当社が提供するサービスイメージ

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

- 2021年2月期2Qの売上高は、153百万円、前期比▲40.4%の減収
- 新型コロナの世界的な感染拡大を受け、各種イベントやマーケティング施策が中止となる中、様々な提案を推進し、案件化しているものの、影響を免れることは困難。
- 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受注を重ね、活躍の場を模索中。

(単位：百万円)



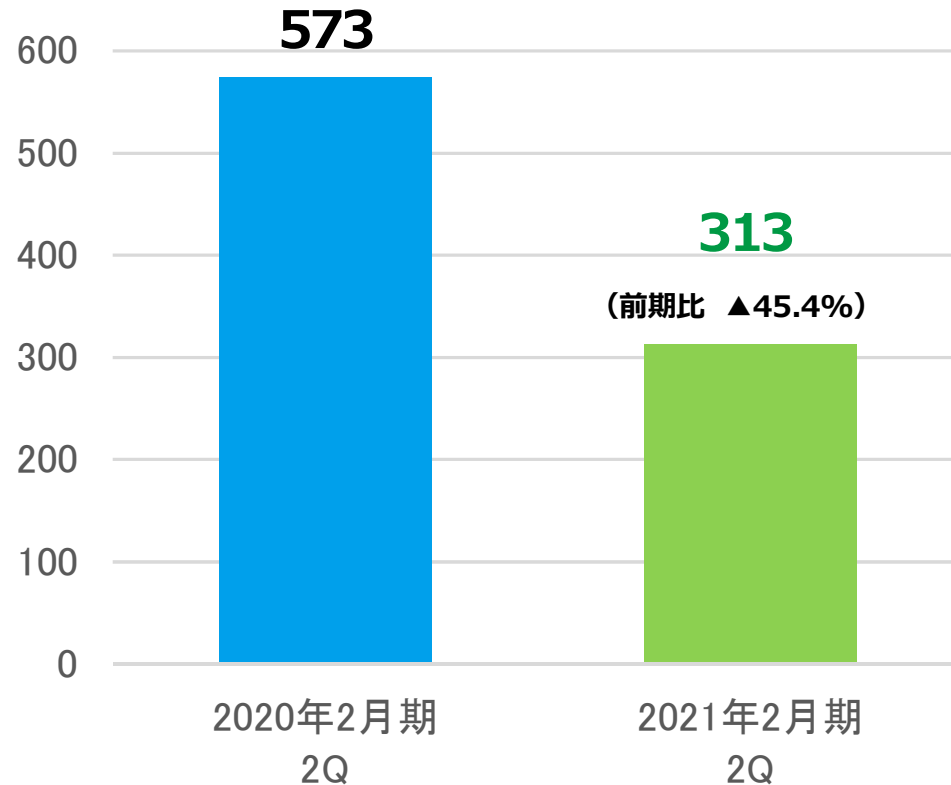
当社独自のソリューションに注力

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

- 2021年2月期2Qの売上高は、313百万円、前期比▲45.4%の減収
- 大手飲食チェーンの他、人材関連など新規顧客の開拓も実現
- 2018年12月にM&Aで子会社化した(株)日産社は、イベント主体の業態のため厳しい状況

(単位：百万円)



SUBWAY



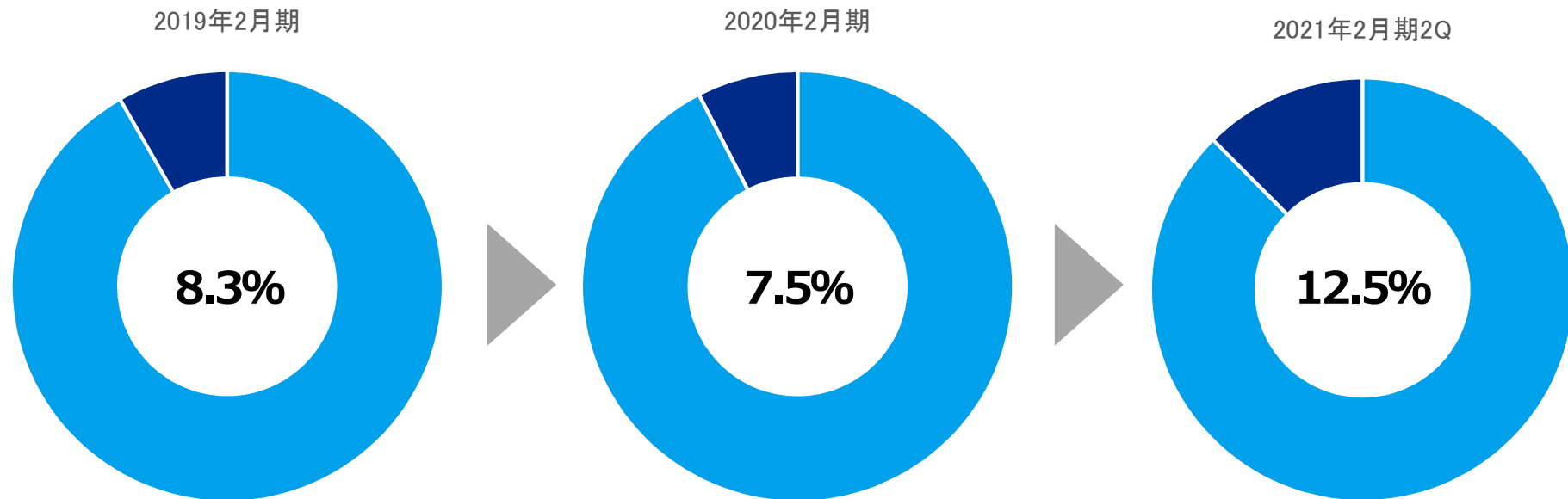
アカウントエグゼクティブとしてマーケティングすべてを担う

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

- 2021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、12.5%
- 新型コロナの影響によって、各分野でDXが進む中、当社のソリューションも各業界でデジタル領域の拡大が進む。
- 特に、動画やSNSを活用したマーケティングや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)

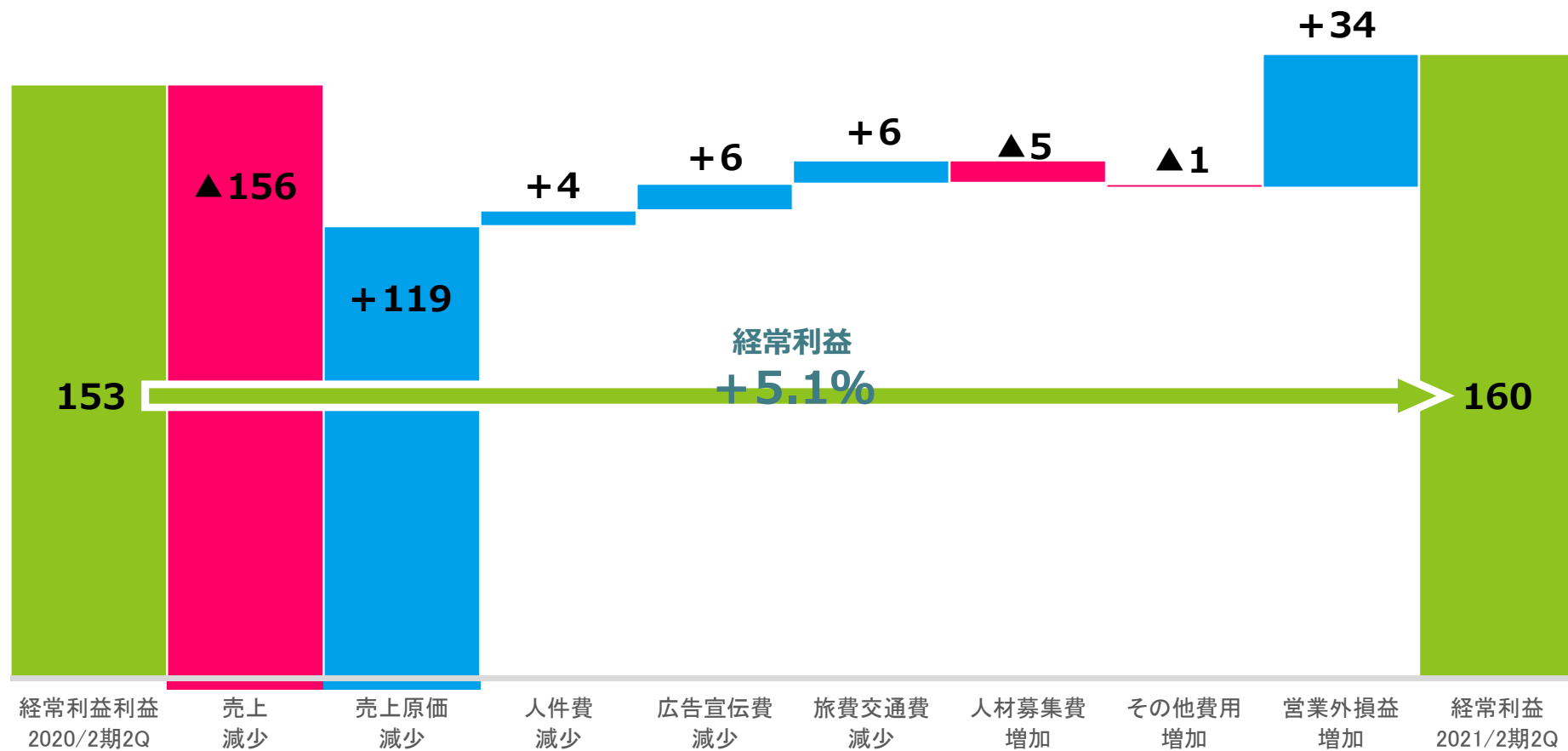


コロナ禍にあって各クライアントのDXが進む中、当社の提案もアド領域、動画制作など様々な分野でデジタル関連が拡大。
今やマーケティング分野に欠かすことのできないソリューションメニューとして確実に実績を積み重ねています。

利益の概況：経常利益の増減

- 売上高の前期比減少に伴い、売上原価も減少。営業利益は前年同期比▲17.5%の減益ながら、保険解約等により経常利益ベースでは前期比+5.1%の増益。
- コロナ禍におけるメリハリのあるコストコントロールにより、販管費総額は前年同期より減少。
- 必要に応じた人材募集活動を継続実施。

(単位:百万円)



(■増益要因、■減益要因)

2021年2月期 第2四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)	2020/2期 2Q	2021/2期 2Q	前期比 増減率
流動資産	2,111	2,106	▲0.2%
現金及び預金	1,312	1,462	11.5%
固定資産	2,318	2,282	▲1.5%
有形固定資産	1,852	1,834	▲1.0%
資産合計	4,430	4,389	▲0.9%
流動負債	719	679	▲5.5%
固定負債	879	856	▲2.6%
長期借入金	527	501	▲4.8%
負債合計	1,598	1,536	▲3.9%
純資産	2,831	2,853	0.8%
負債純資産合計	4,430	4,389	▲0.9%
自己資本比率	63.9%	65.0%	+ 1.1pts

4

2021年2月期 業績予想について

業績予想について

- 上半期は、売上高はやや未達となるものの、利益面では計画を着実に達成。
- 下半期は、引き続き予断を許さない外部環境が継続するが、上半期の達成状況に鑑み現時点での計画修正は行わない。

(単位：百万円)	2021/2期 1-2Q計画	2021/2期 1-2Q実績	2Q達成率	2021/2期 通期計画
売上高	2,551	2,387	93.6%	5,458
営業利益	117	126	107.8%	331
経常利益	119	160	134.1%	335
親会社株主に帰属する 当期純利益	80	109	135.9%	225
1株あたり 当期純利益	41.67円	55.40円	132.9%	116.68円
配当	—	—	—	42.0円
配当性向	—	—	—	36.0%

新型コロナウイルス感染症拡大による影響と対応

事業環境 & 対応

<放送通信業界>

リモートワークなどによる家庭での通信環境ニーズは強く、インフラ事業であるCATV各局へのマイナス影響は現時点では限定的。

<住まい暮らし業界>

緊急事態宣言下では住宅販売戸数は落ち込んだが、現在は戻りつつある状況に。販売手法が多様化する中、DX対応などクライアントニーズが変容。

<医療健康業界>

新型コロナウイルスによる影響で、広告・マーケティングは縮小を余儀なくされる。学会を含めた各種イベントも中止となるなど、当面は現状の厳しさが続く。

<その他業界>

飲食やアパレルなど緊急事態宣言解除後は回復基調にあるが、まだ回復途上。各種の規制緩和や支援策等を背景にクライアントニーズに適応する。新規クライアント獲得も進める。

社内体制

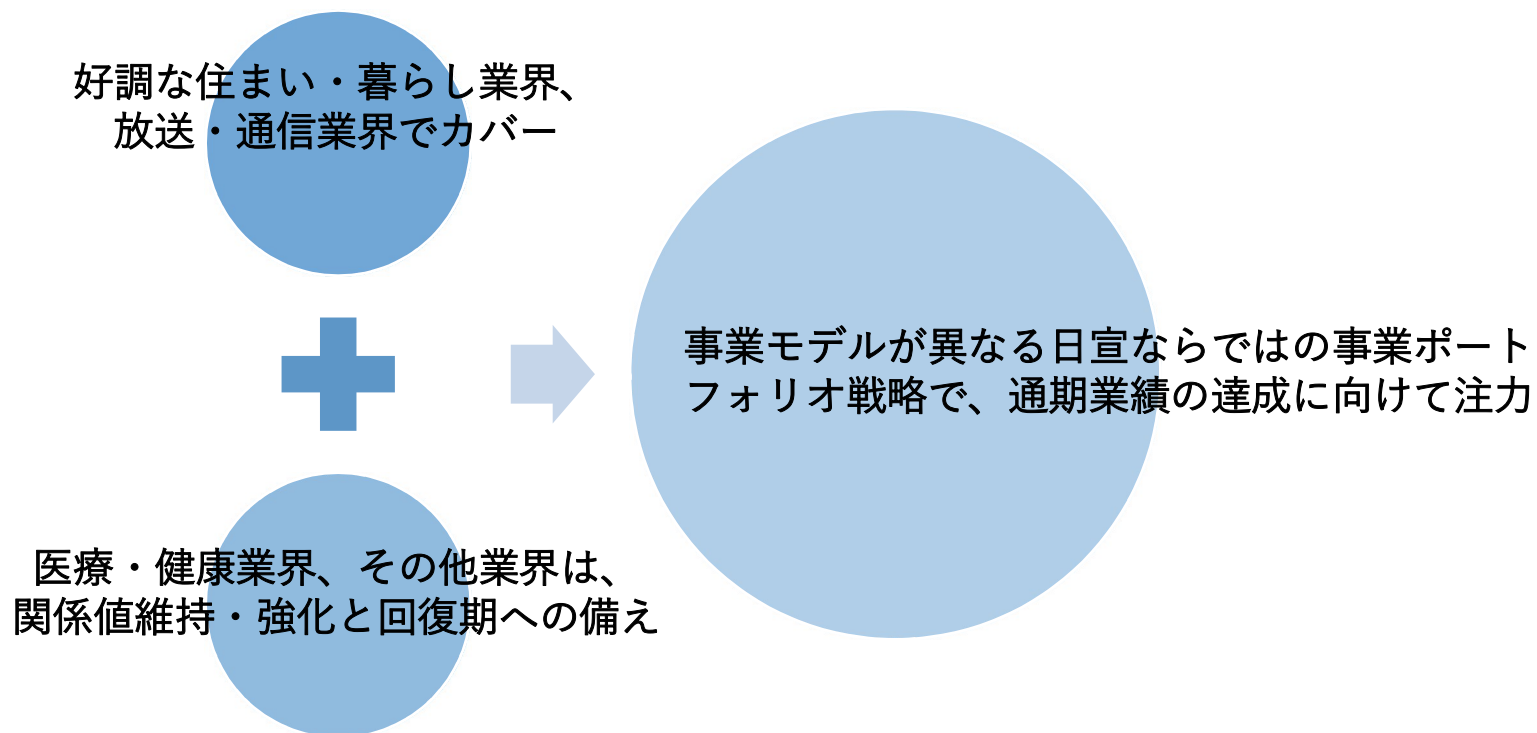
社内外への感染被害抑止、従業員ならびに当社関係者の安全確保を最優先に、必要な対応を実施し、事業活動を推進。

- ✓ リモートワークと出社のハイブリッド運用
- ✓ オンラインミーティングの推奨・実施
- ✓ 社内環境や設備の整備
- ✓ 臨機応変な運用により、生産性を維持・改善

cf. チャンネルガイド編集作業をすべてリモートで完遂するなど、効率化を実現

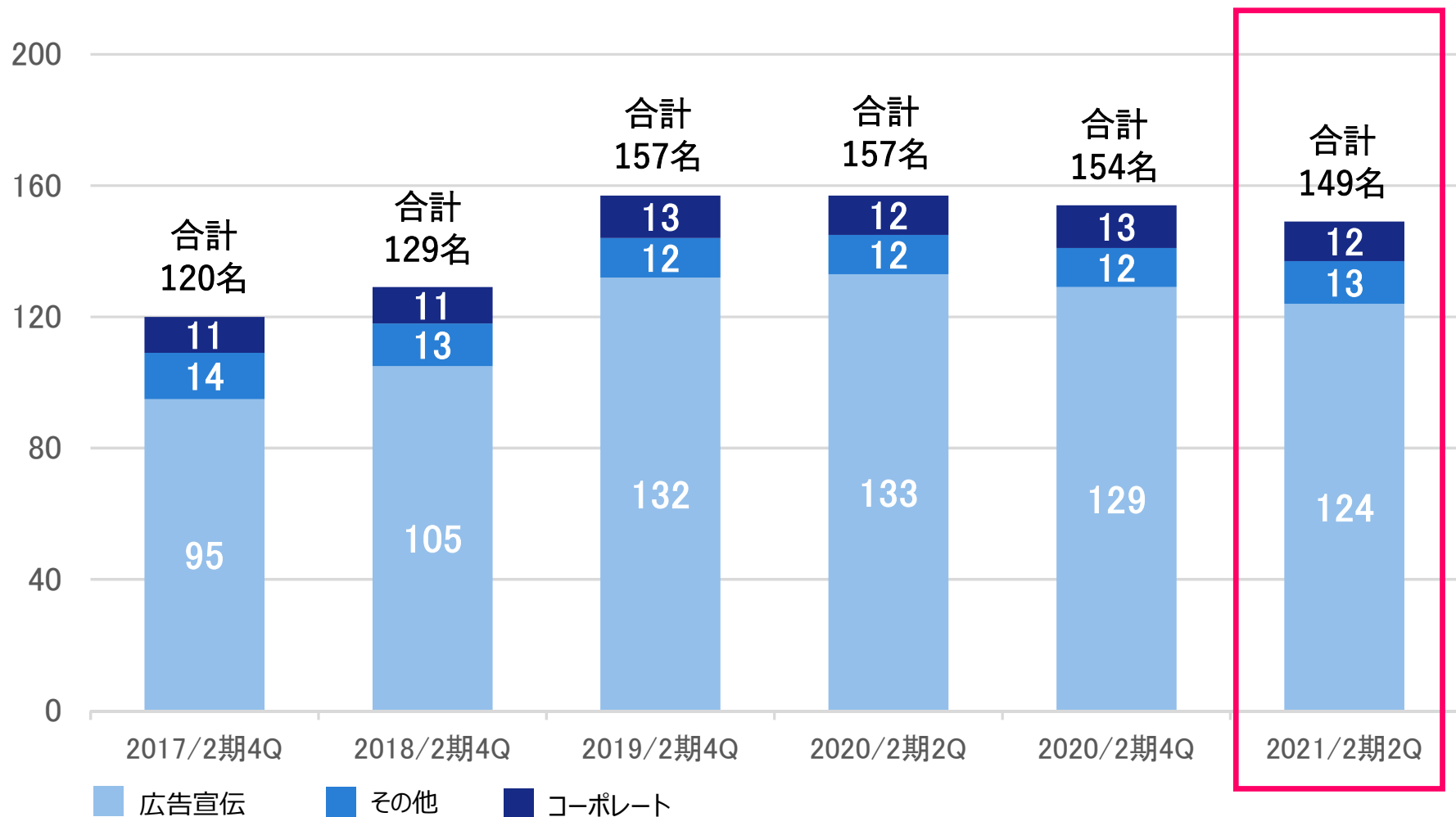
下半期に向けて

- 同じ広告事業でありながらも、事業モデルが異なる日宣ならではの事業ポートフォリオ戦略で、通期業績の達成に向けて注力
- 着実に実績を伸ばしている住まい・暮らし業界と放送・通信業界で、コロナの影響を受けている医療・健康業界、その他業界をカバーし、通期での業績予想の達成に向ける
- 進捗の遅れている医療・健康業界、その他業界においては、得意先との関係値を維持・強化し、回復期に備えると共に新規得意先獲得に向けた活動を展開



人材採用の取り組み

- 2021/2期、前期に新設した「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
- 上半期末時点の状況は、149名（2020年8月末現在）



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

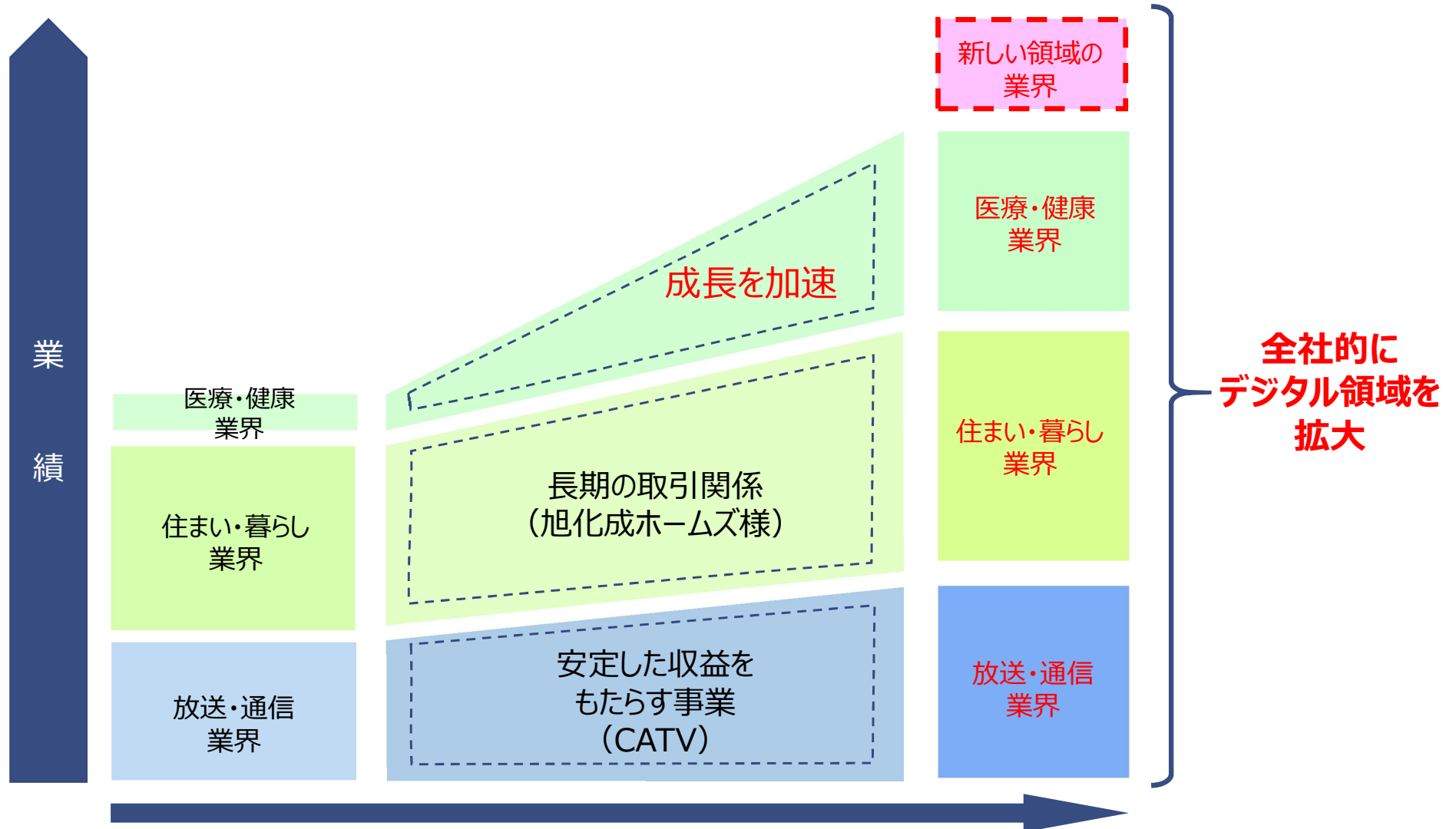


積極的にM&Aを実施

事業拡大と優秀な技術・人材等の獲得を追求

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





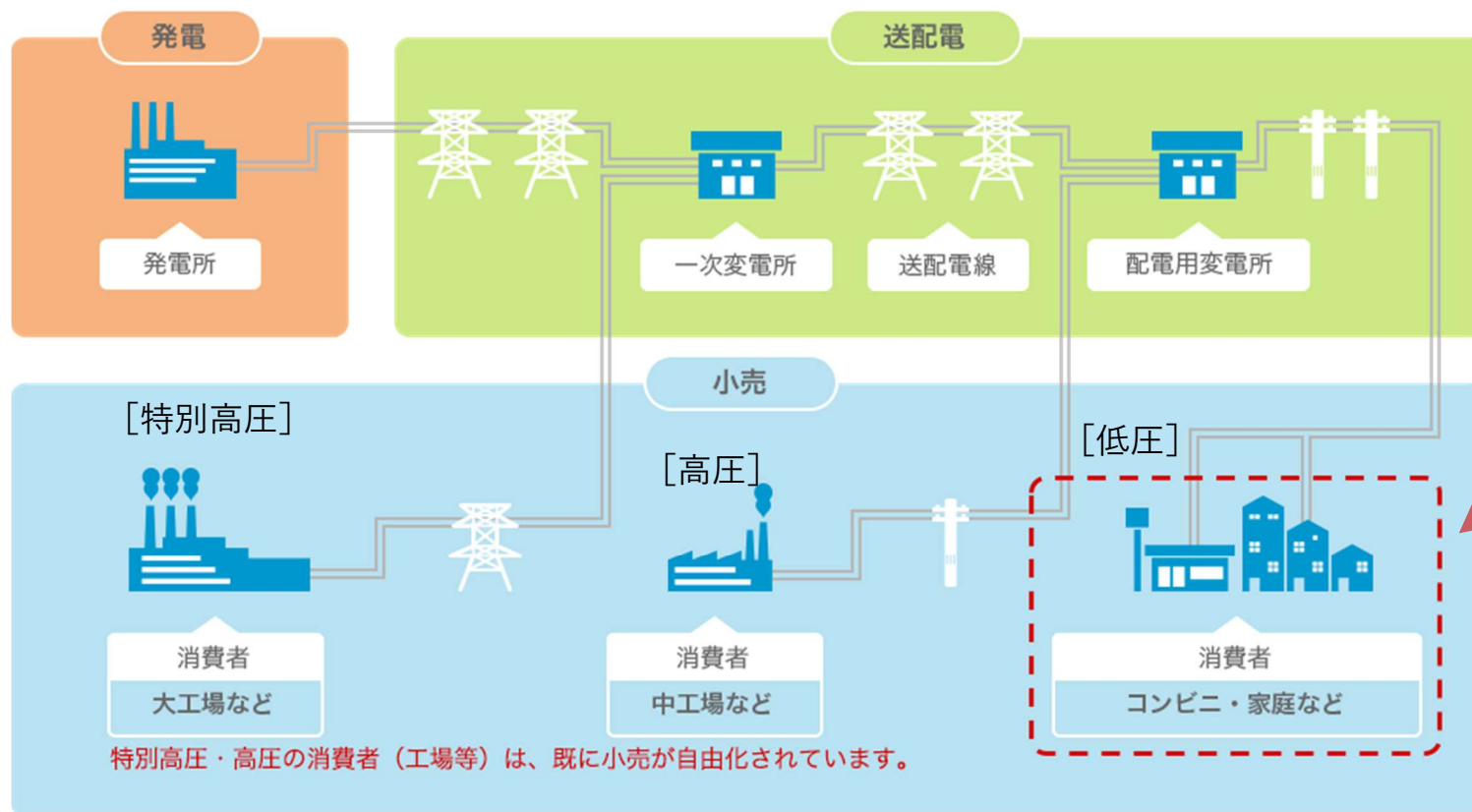
電力小売事業への参入について

電力小売事業とは

電力小売全面自由化（2016年）により、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つの部門に分類されました。

当社が参入する小売部門は、消費者（各ご家庭を含む）と直接やり取りし、料金メニューの設定や、契約手続・請求業務などのサービスを行います。また、消費者が必要とするだけの電力を発電部門から調達するのもこの部門の役割です。

電力小売全面自由化により、新たに事業者が自由に参入できるようになり、多くの企業が参入しました。



日宣は『低圧』と呼ばれる一般家庭向けの小売事業に参入

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

日宣の取り組み

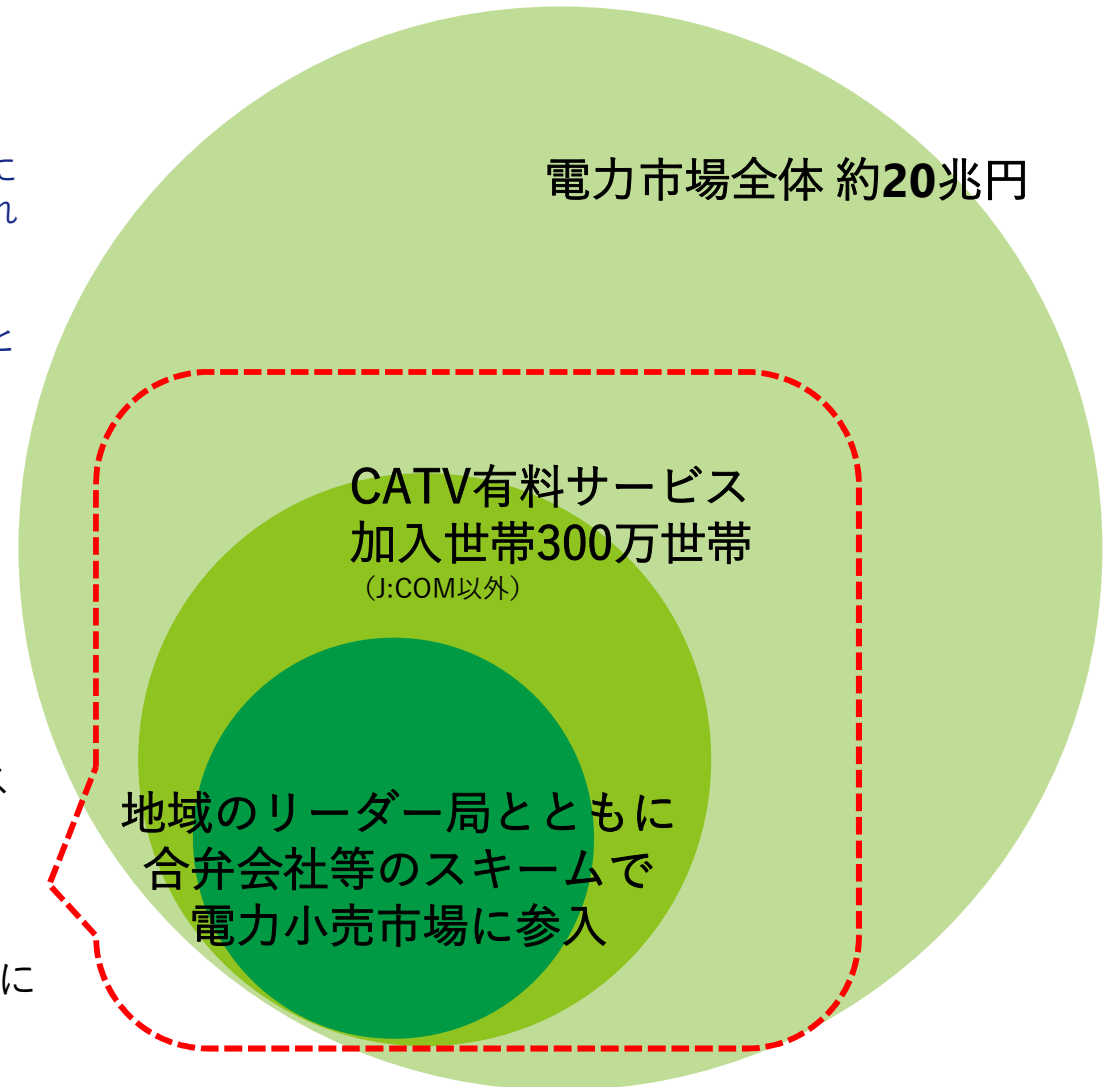
クライアントとともに事業を創造する 「事業創造パートナー」として参画

広告会社を取り巻く環境は、受託で仕事を受けるにとどまらない得意先と広告会社の新しい形が生まれつつあります。

共に事業を創造し、リスクを取り、シェアもするという新しい関係性が始まっています。

日宣も、受託型広告会社の枠を超え、次の時代の広告会社の役割や社会的価値を追求していきます。

- CATV各局にとって大きなビジネスチャンス
- しかし単独での事業化や効率化には限界も
- 当社とパートナーシップを組んで全国各地に水平展開し、スケールメリットを追求



2社の合併会社を設立

ホームタウン
エナジー株式会社

2020年9月1日、栃木県に本社を構えるケーブルテレビ株式会社と合併会社を設立

- 本社 栃木県栃木市
- 資本金 5,000万円
- 代表取締役 高田 光浩（ケーブルテレビ(株)代表取締役社長）
取締役 中沢 利樹男（ケーブルテレビ(株)統括部長）
取締役 大津 裕司（(株)日宣社長）
- 出資比率 ケーブルテレビ(株) …55%
(株)日宣 …45%



株式会社 S C N 電力

2020年10月8日、平塚市に本社を構える湘南ケーブルネットワーク(株)と合併会社を設立

- 本社 神奈川県平塚市
- 資本金 5,000万円
- 代表取締役 柏手 茂（湘南ケーブルネットワーク(株)代表取締役社長）
取締役 太田 努（湘南ケーブルネットワーク(株)専務取締役）
取締役 大津 裕司（(株)日宣社長）
- 出資比率 ケーブルテレビ(株) …55%
(株)日宣 …45%



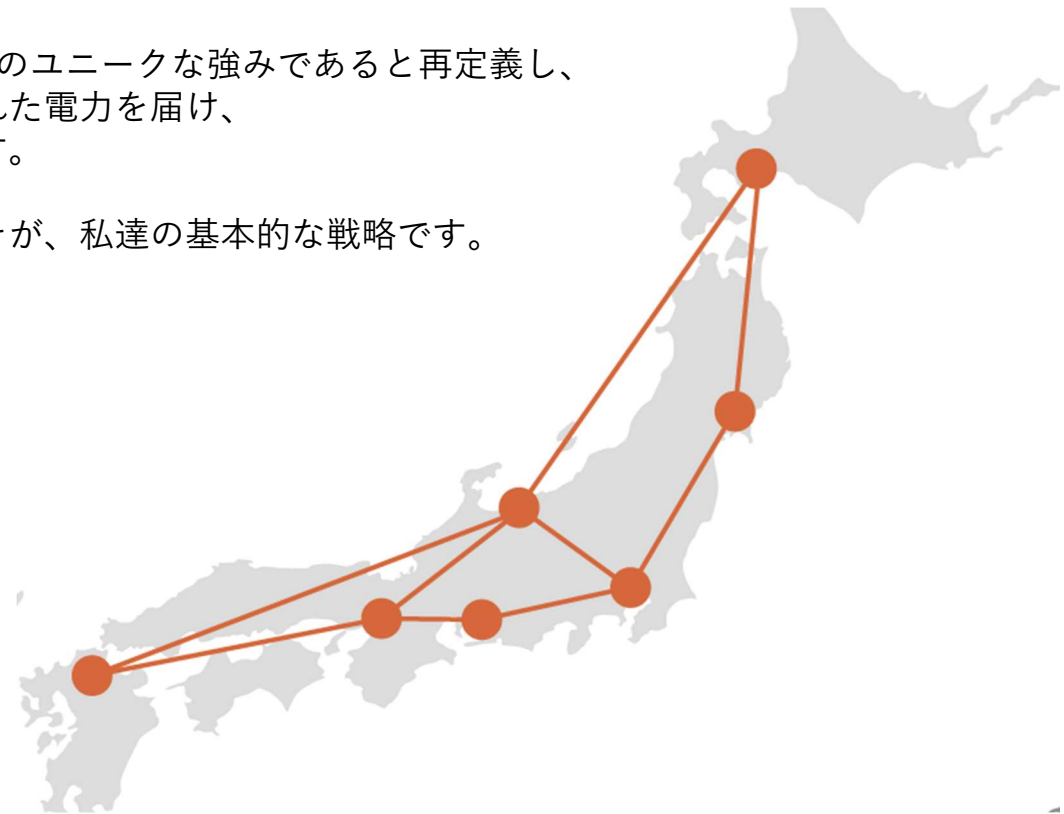
基本的な戦略

「地方」「対面営業」with CATV

電力の自由化開始以来、数多くの新電力事業者が参入をしています。
しかしながら、その多くは首都圏、関西圏を主要なターゲットとして営業しており、一部地域ではいまだに自由化の恩恵を十分に受けることができないままです。

当社は、全国のCATV局とのネットワークを当社のユニークな強みであると再定義し、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、安くて、安心できる電力を使える状態を創ります。

他の新電力会社には決してマネできない強みこそが、私達の基本的な戦略です。



日宣が電力小売事業に進出する意義（まとめ）

顧客資産の活用 （地続きの事業）

- 長年にわたる『チャンネルガイド』の発行を通じて培った全国各地のCATV局との強固なネットワークを有する日宣にしかできない事業であると認識。
- この顧客資産を活用した新規事業であり、放送・通信業界向けビジネスの事業と地続きの事業として展開。

事業創造 パートナー

- 広告会社の枠を超えて、共同事業パートナーとして参画
- 資本投入 ・ リスクテイク ・ プロフィットシェア
- ケーブルテレビ×日宣による電力事業成長ポテンシャルとスケール

データ活用 多角化

- BtoBに留まらない「エンドユーザー」との直接的な関わりやつながりによるビッグデータや情報の活用についても模索
- 新型コロナの感染拡大を受け、盤石な事業基盤の礎として、広告プロモーション・マーケティング領域以外のビジネスへの参入

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
- 2021年2月期は先が見通せない不透明な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%

自己株式の取得

- 30,000株、50,000千円を上限に自己株式の取得を実施（2020年4月14日取締役会決議）
- 結果25,000株、27,234千円で取得を終了

	結果	取締役会決議内容 (2020年4月14日)
取得株式の種類	当社普通株式	当社普通株式
取得株式の総数	25,000株	上限 30,000株
取得価額の総額	27,234,600円	上限 50,000,000円
取得期間	2020年4月15日～10月14日	2020年4月15日～10月14日



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 333百万円

従 業 員 数 149名（2020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）

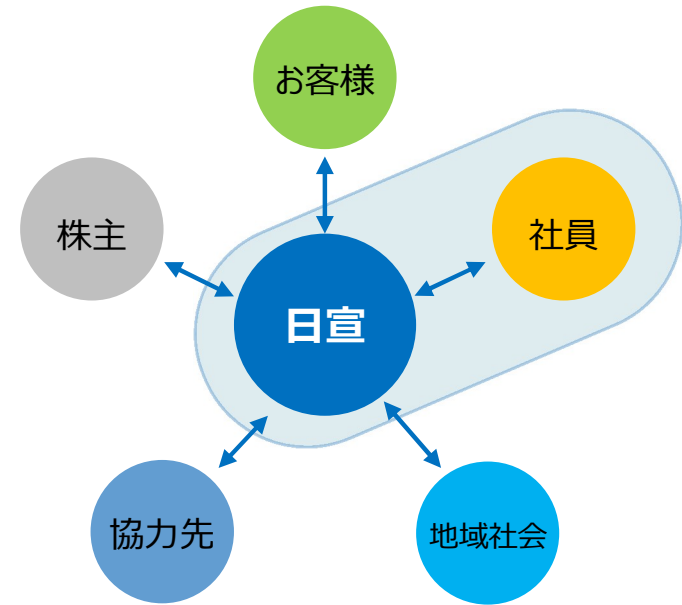
グループ会社 株式会社日宣印刷、株式会社日産社



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。

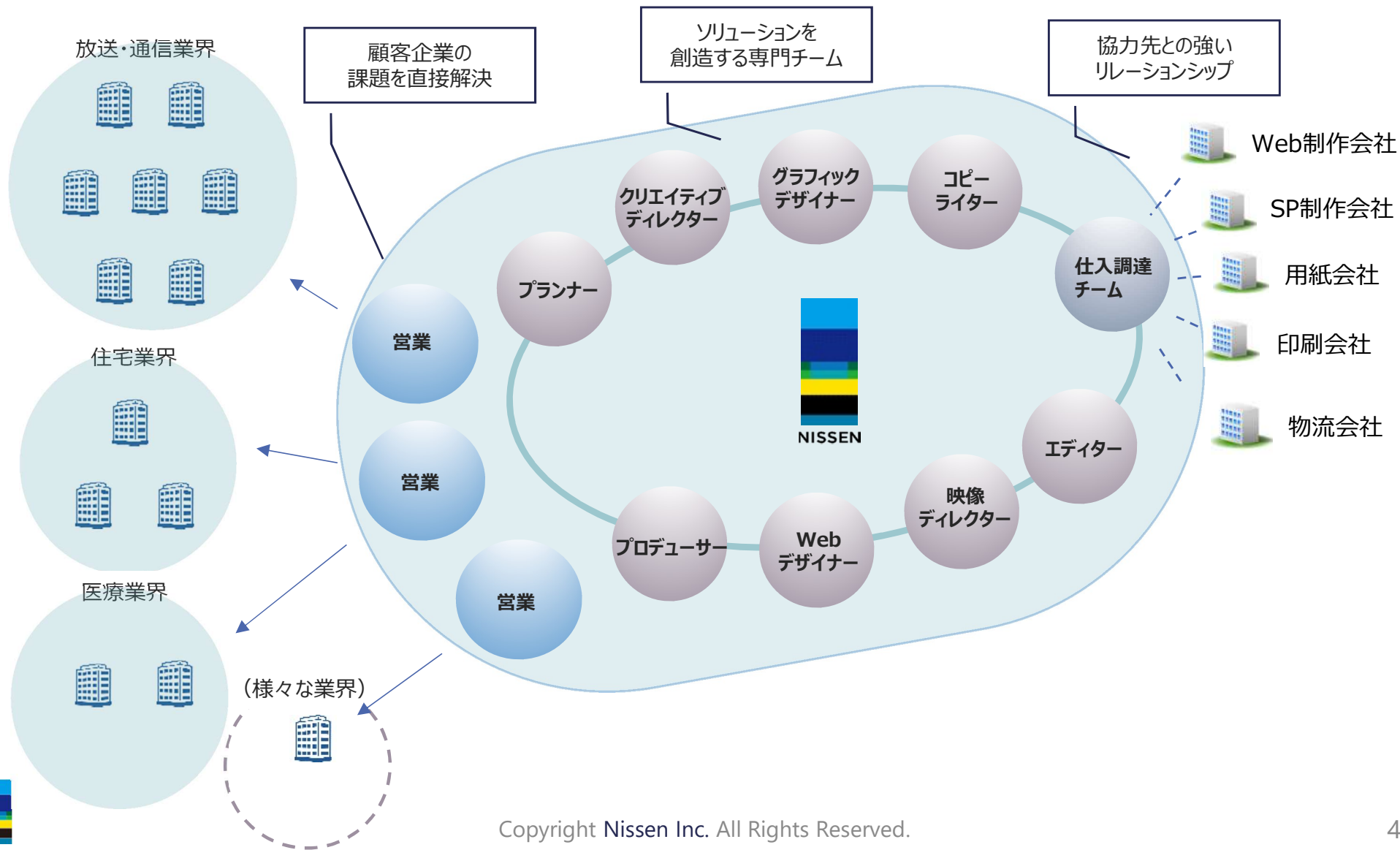


ユニークなコミュニケーションサービスの提供によって、 お客様の経営に貢献します。

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。