

株式会社 日宣



NISSEN

2021年2月期
決算説明資料

2021年4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 決算概要

4

2022年2月期 業績予想について

5

中長期ビジョン「日宣2030」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

2021年2月期
4Q
(通期)

Summary

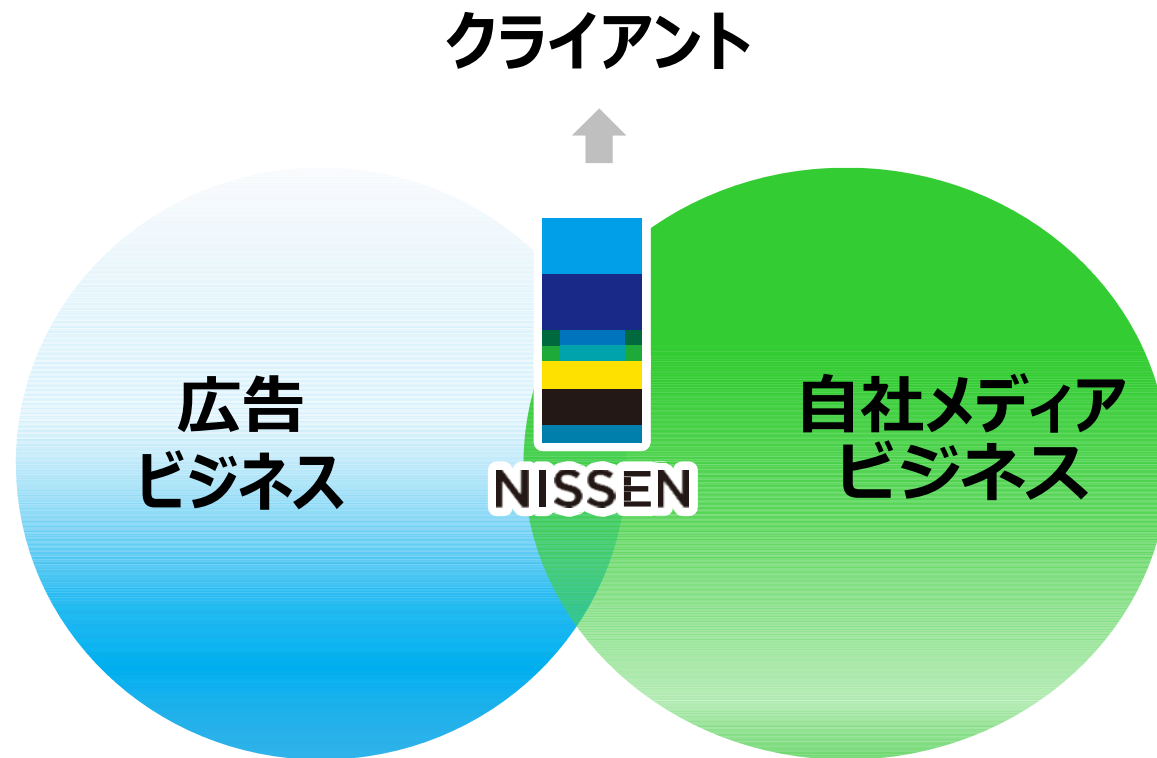
		(前年同期比)
売上高	4,829 百万円	▲5.0%
営業利益	292 百万円	+0.6%
経常利益	323 百万円	+10.4%
当期純利益	192 百万円	▲2.5%

- 広告業界を取り巻く厳しい外部環境の中、強固な顧客基盤と信頼をベースに営業を推進。減収ながらも営業利益・経常利益では前期比増益を実現。
- 堅調な放送・通信業界の『チャンネルガイド』と、住まい・暮らし業界におけるDX化を求めるクライアントニーズへの対応による大幅な増収が全社業績を牽引。
- 不動産売却による特別利益と、子会社である(株)日産社ののれん減損処理による特別損失が発生し、親会社株主に帰属する当期純利益ベースでは▲2.5%の減益。

2 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

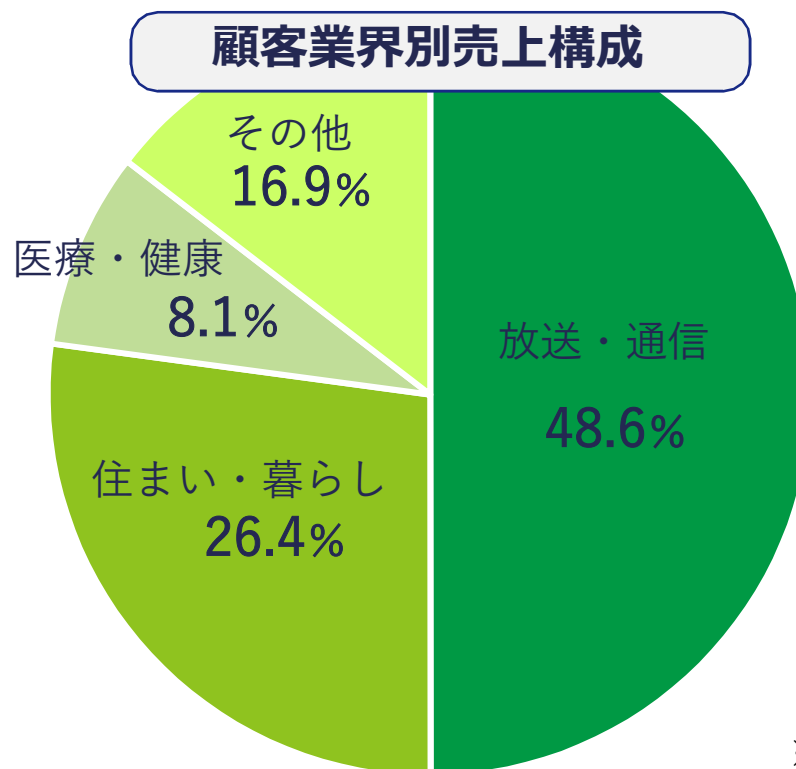


独自ソリューションの
開発、提供

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。



3

2021年2月期 決算概要

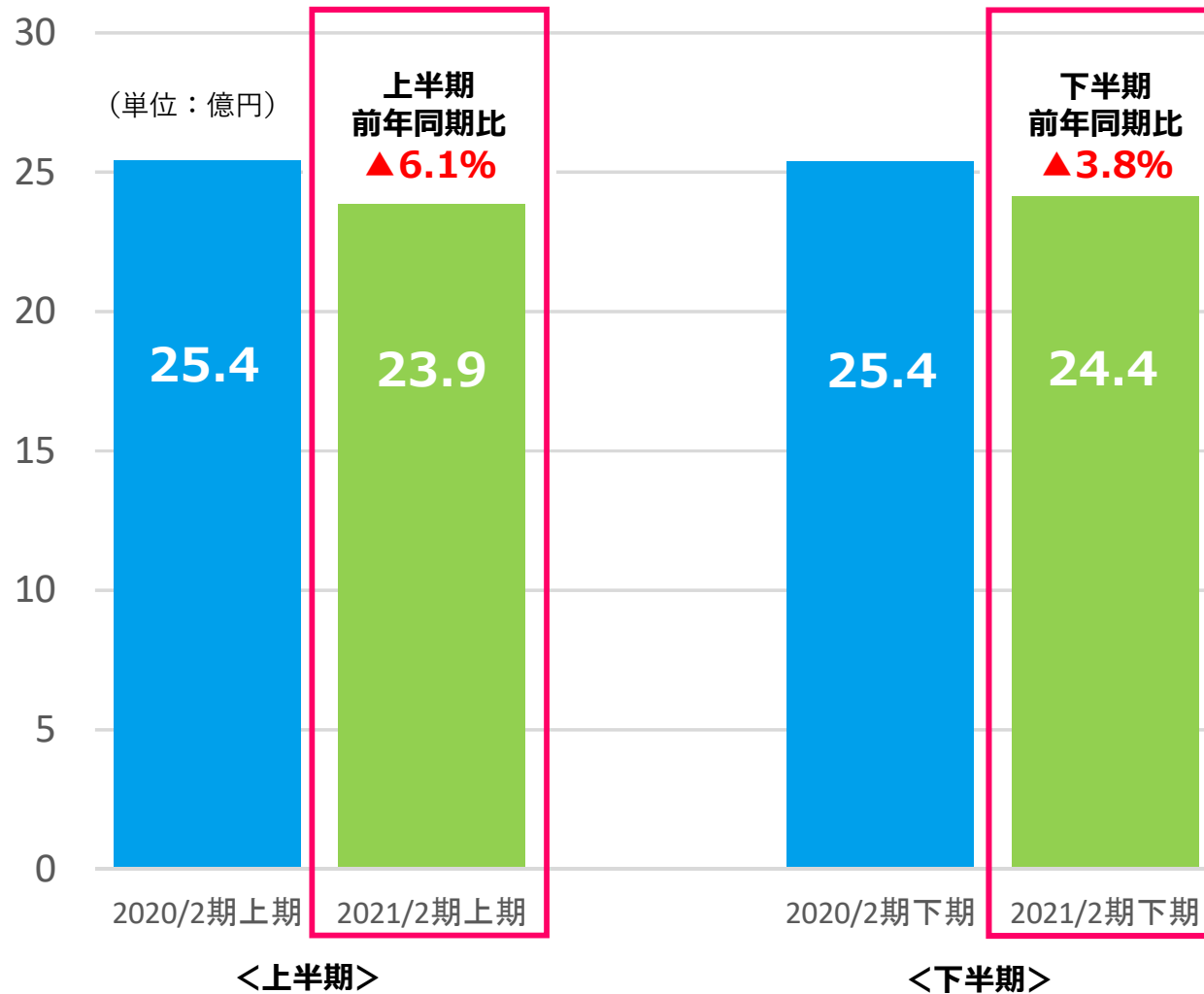
2021年2月期 連結損益計算書

- 売上高は、厳しい外部環境の中、放送・通信及び住まい・暮らしが伸長。前期比▲5.0%で着地。
- 営業利益は、原価率の改善とコストコントロールにより、増益を実現。前期比+0.6%。
- 経常利益は、保険解約等により、前期比を大きく超過。+10.4%。
- 不動産売却による特別利益及びのれん減損による特別損失の発生により、純利益は▲2.5%。

(単位：百万円)	2020年2月期 4Q	2021年2月期 4Q	前期比 増減率
売上高	5,081	4,829	▲5.0%
売上総利益	1,175	1,159	▲1.4%
売上総利益率	23.1%	24.0%	+0.9pts
販売管理費	884	866	▲2.1%
営業利益	291	292	+0.6%
売上高営業利益率	5.7%	6.1%	+0.4pts
経常利益	293	323	+10.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	197	192	▲2.5%
当期純利益率	3.9%	4.0%	+0.1pts

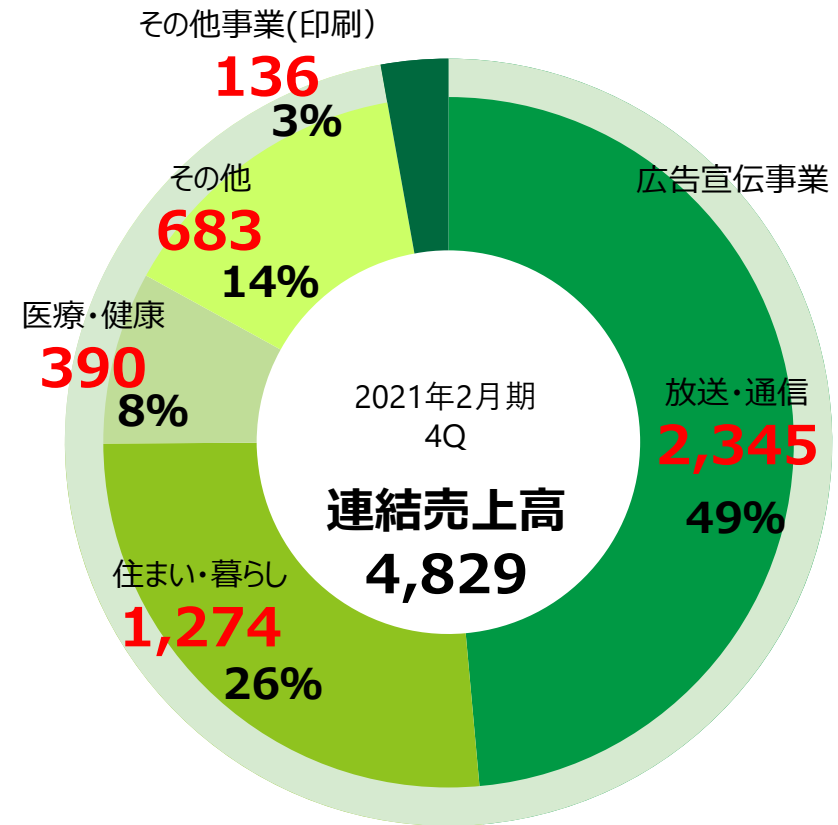
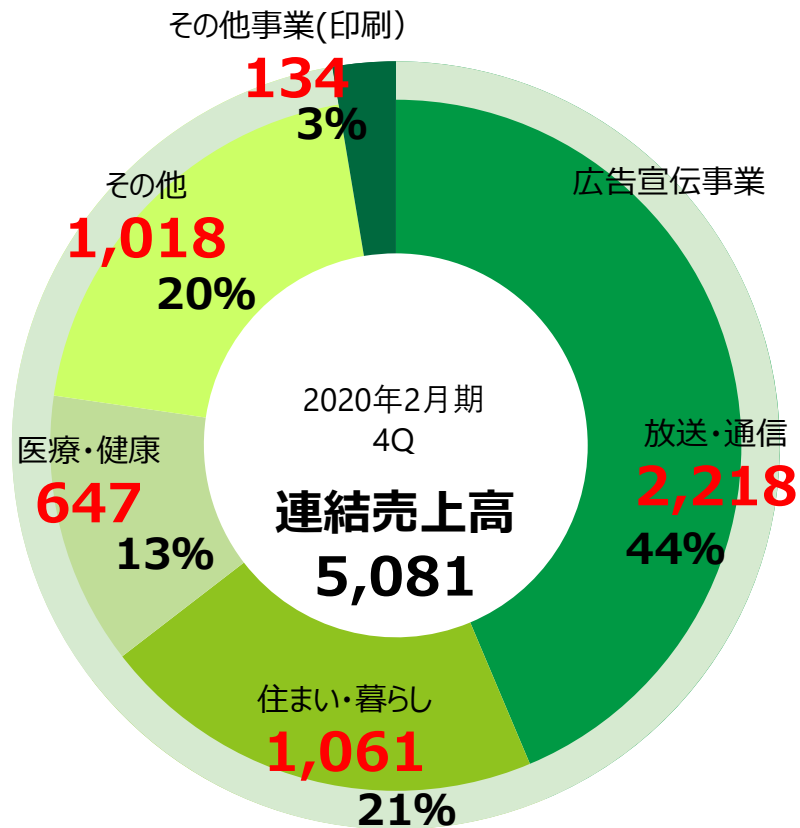
連結売上高推移

■ 上半期と下半期の前期比較では、下半期に追いついたものの通期では▲5.0%。



2021年2月期 連結売上高の内訳

放送・通信および住まい・暮らし業界が大きく伸長し、
それに伴って相対的に構成比が変動。

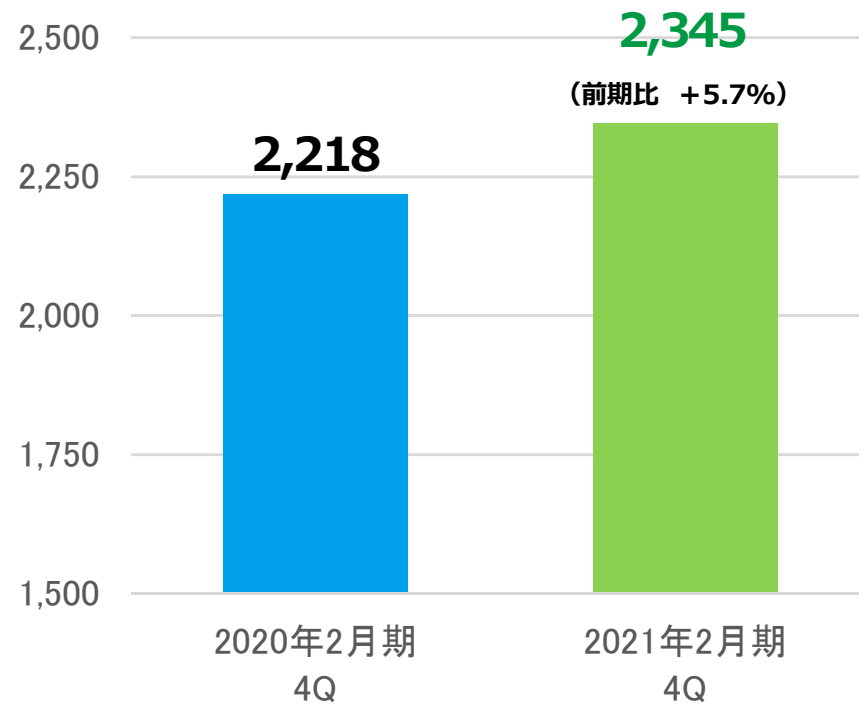


(金額単位：百万円)

放送・通信業界の実績

- 2021年2月期4Qの売上高は、2,345百万円、前期比+5.7%
- 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。
- 加えて、大手通信会社のキャンペーン需要を的確に捉え、増収を実現。

(単位：百万円)



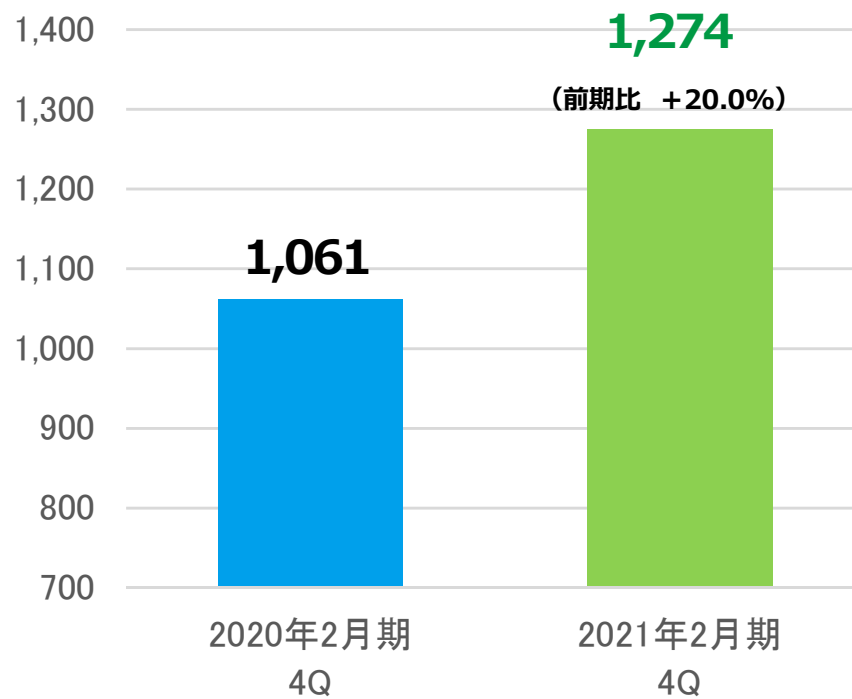
チャンネルガイドの表紙イメージ

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4Qの売上高は、1,274百万円、前期比+20.0%の大幅な増収を実現
- 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化ニーズを捉え、オンラインライブやSNSアカウント運用などデジタルソリューションに対しても高い評価を得る

(単位：百万円)



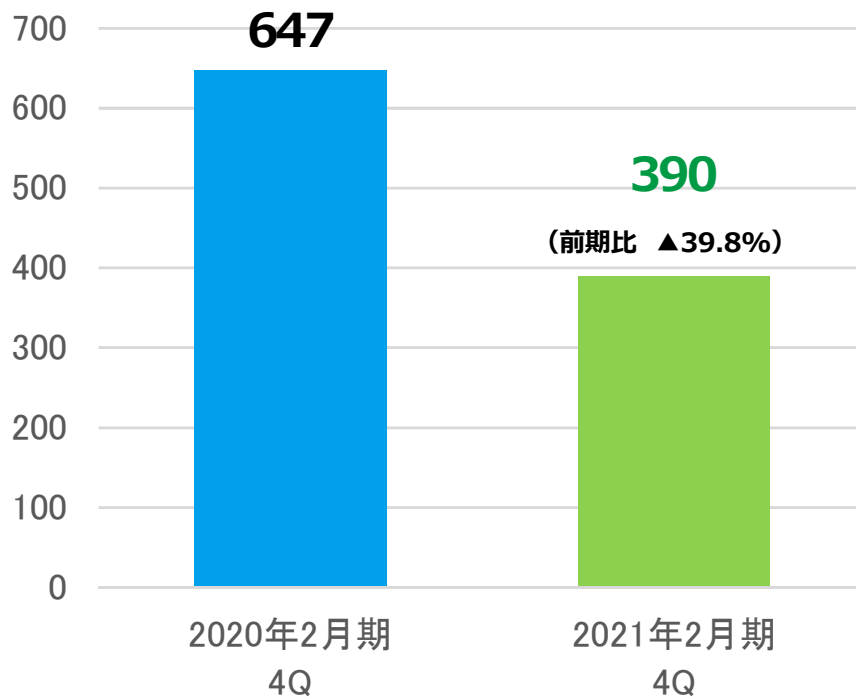
当社が提供するサービスイメージ

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

- 2021年2月期4Qの売上高は、390百万円、前期比▲39.8%の減収
- 前期の大幅な増収を受け引き続き様々な提案を行うも、新型コロナウイルス感染拡大により各種イベントやマーケティング施策が中止となるなど影響を受けた。
- そのような中、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活動を展開。

(単位：百万円)



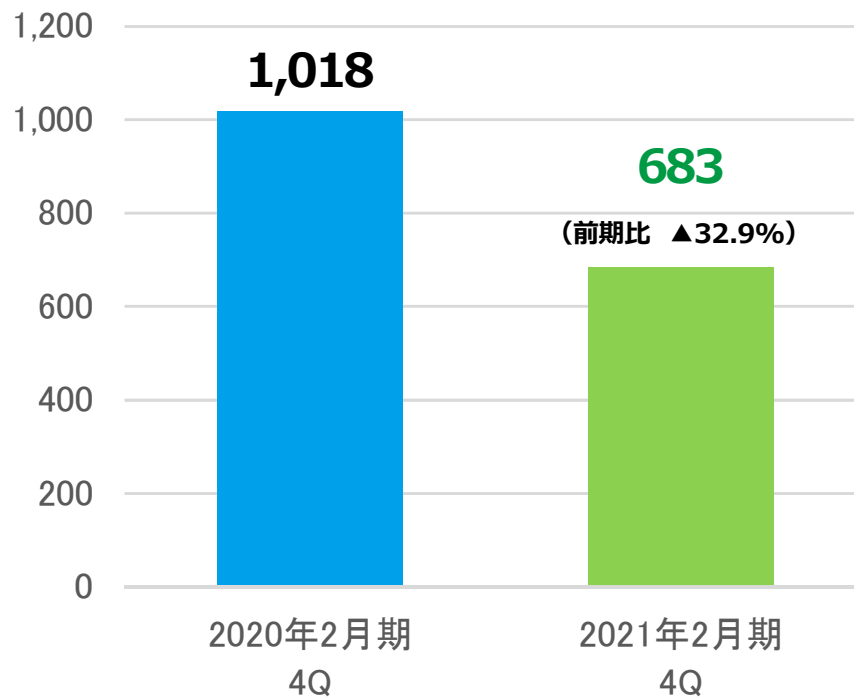
当社独自のソリューションに注力

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4Qの売上高は、683百万円、前期比▲32.9%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し、オンラインイベント支援等で大きな実績を残す。
- 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に陥り、のれんの全額減損処理を特別損失に計上

(単位：百万円)



Adecco



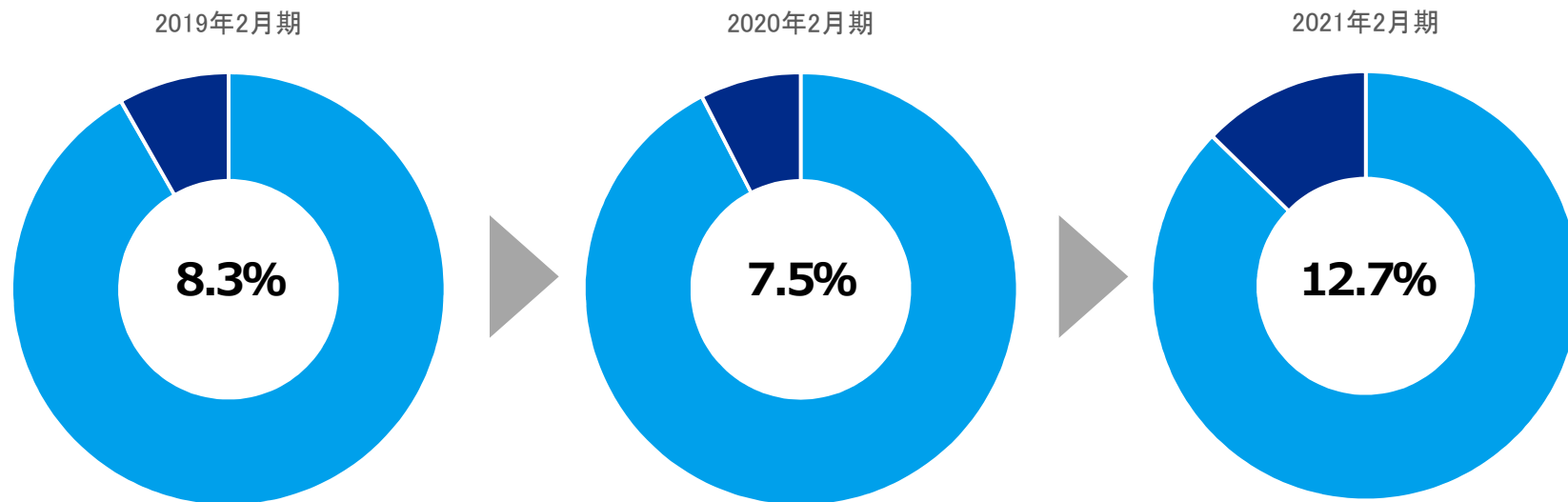
勤労感謝の日にAdeccoのファン醸成・ブランディング強化を目的としたオンラインイベントを実施。

コロナ禍で就業される派遣社員の方やクライアントに向けて、有名アーティストをフックにした感謝の思いを届けるオンラインイベントを実施。10,000人を超える視聴者数を獲得し、高い評価を得た。

デジタル領域の進捗

- 2021年2月期の売上高に占めるデジタル領域の売上構成比は、12.7%に増加
- 各分野でDXが進む中、当社のソリューションにおいてもデジタル領域の拡大が進む。
- 特に、ライブ配信や動画制作、SNS運用といったマーケティング施策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)



得意先各社が新たな販促や営業手法としてオンライン化を進めました。
特に、オンラインイベントやライブ配信などで当社は大きな実績を重ね、DX領域においても大きな手応えを感じています。

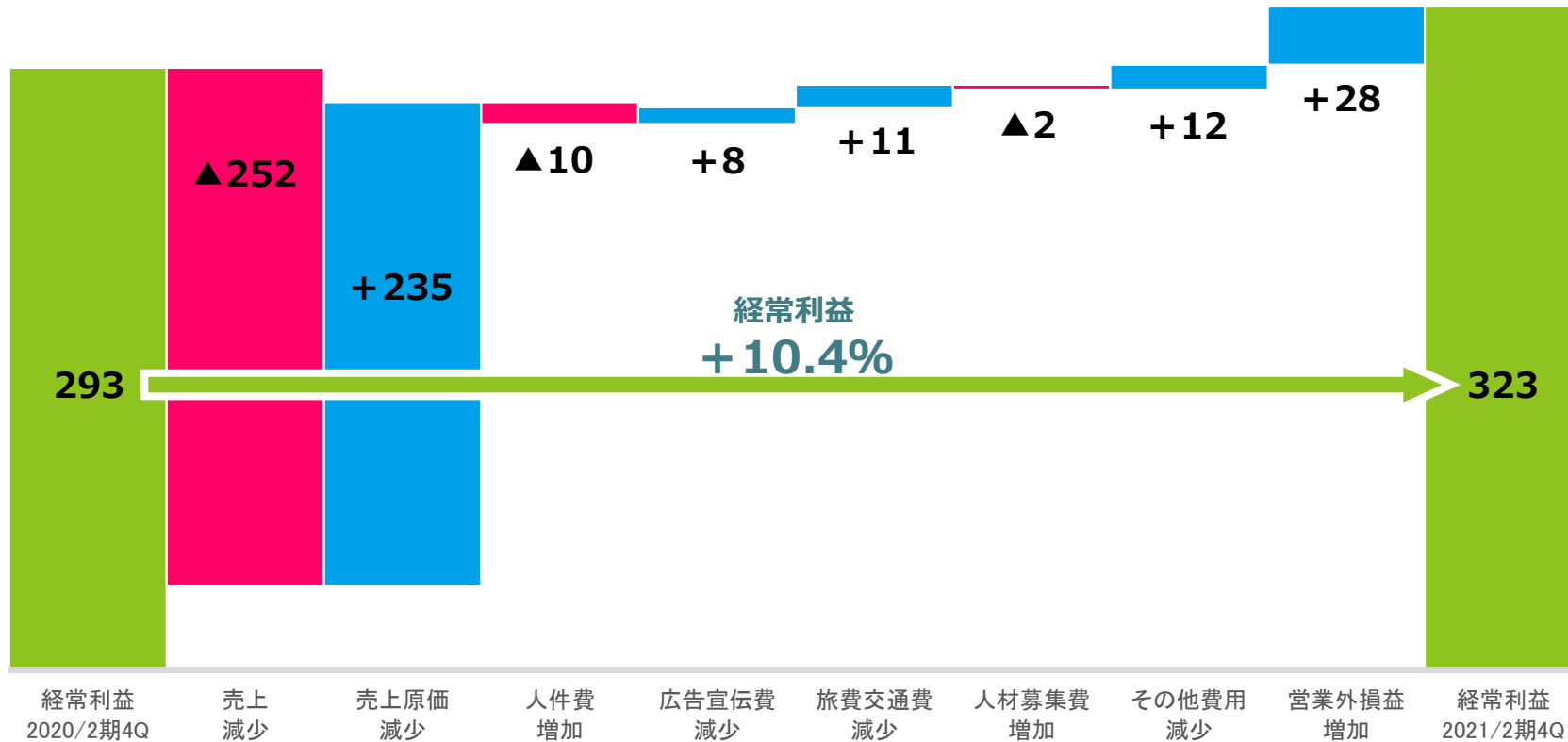
利益の概況：経常利益の増減

■売上高については前期比減収となったものの、原価率の改善と費用の圧縮および営業外収益により、経常利益ベースで+10.4%の増益を実現。

■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って、通期の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は継続的に推進中。

(単位:百万円)



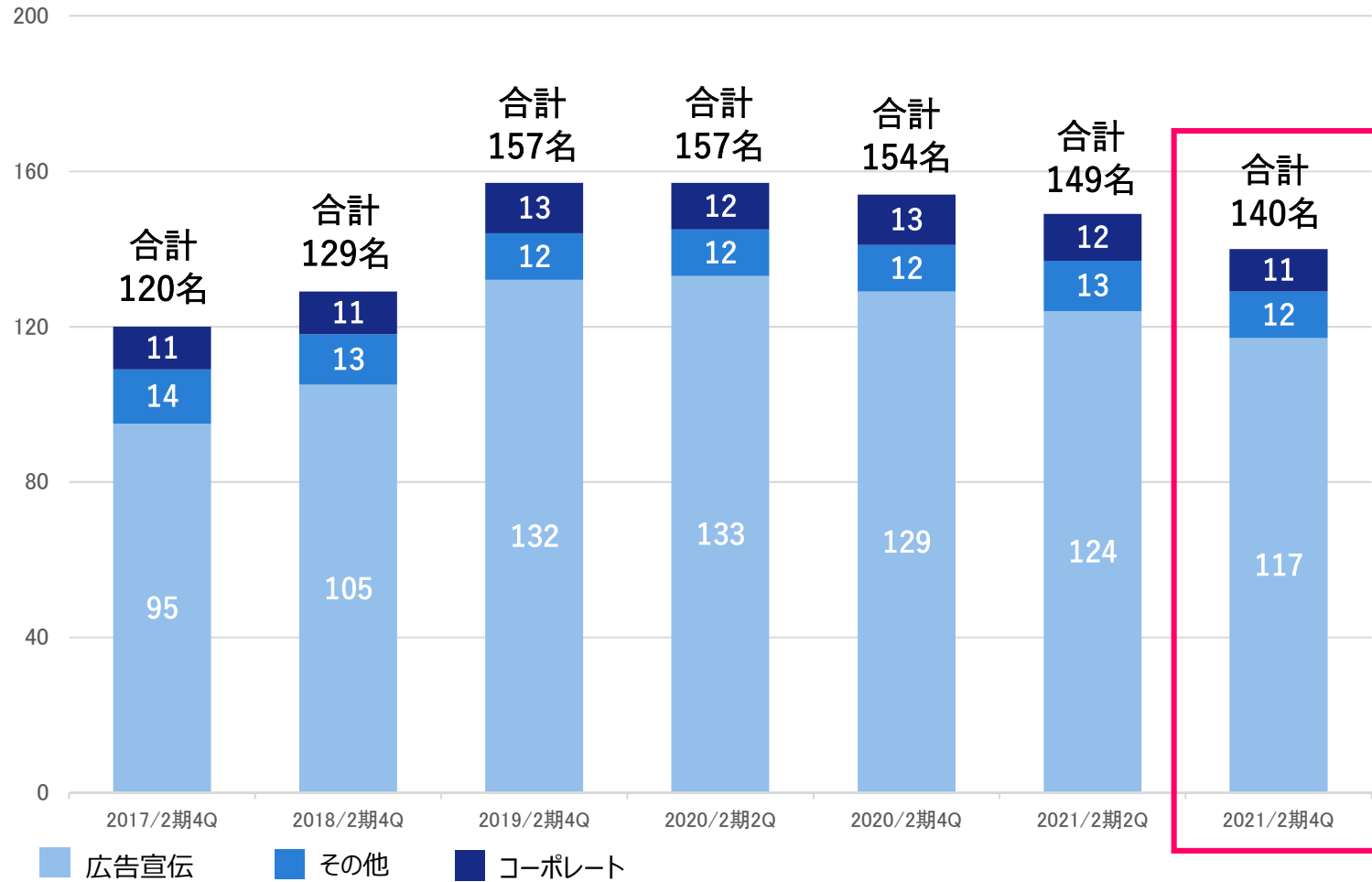
(■増益要因、■減益要因)

2021年2月期 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2020/2期 4Q	2021/2期 4Q	前期比 増減率
流動資産	2,111	2,333	+ 10.5%
現金及び預金	1,312	1,685	+ 28.4%
固定資産	2,318	2,193	▲5.4%
有形固定資産	1,852	1,752	▲5.4%
資産合計	4,430	4,526	+ 2.2%
流動負債	719	768	+ 6.9%
固定負債	879	828	▲5.8%
長期借入金	527	471	▲10.5%
負債合計	1,598	1,597	▲0.1%
純資産	2,831	2,929	+ 3.4%
負債純資産合計	4,430	4,526	+ 2.2%
自己資本比率	63.9%	64.7%	+ 0.8pts

人材の状況

- 2021/2期の期末人員数は、2Q末比▲9名の140名
- 自然減による減少がある一方で、4月より新卒4名のほか増員を見込む
- 今後も適正な人材配置と人事制度の改定やエンゲージメント向上策により、選ばれる会社を目指す



4

2022年2月期 業績予想について

業績予想について

- 今期も不透明な外部環境ではあるものの、増収を計画
- 経常利益は2021/2期の保険解約返戻金などの特殊要因があったため減益予想となるも、営業利益、純利益は増益
- 期末配当は42円を予定（配当性向40.0%）

(単位：百万円)	2021/2期 (実績)	2022/2期 (予想)	前期比 増減率
売上高（百万円）	4,829	5,090	+ 5.4%
営業利益（百万円）	293	316	+ 8.1%
経常利益（百万円）	323	312	▲3.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益（百万円）	193	210	+ 9.1%
1株あたり 当期純利益（百万円）	97.54	104.98	—
配当（円）	42.00円	42.00円	—
配当性向（%）	43.1%	40.0%	—

2022/2期に向けて

2022/2期の見通しにつきましては、引き続き新型コロナウイルス感染症に対する有効的な手段が確立されておらず、経済活動への影響が長期化することが懸念されます。また、当社グループの属する広告業界におきましてもその影響は免れないものと認識しております。しかしながら、こうした不透明な状況が上半期中は継続するものの、ワクチン接種の加速等により下半期からは徐々に緩和されるものと仮定しております。このような環境認識のもとで、当社グループでは、引き続き強固な顧客基盤をベースとした事業の成長を推進してまいります。

- 不透明な外部感が当面は続くものとの仮定に基づき、既存事業においては、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、ターゲットとする顧客業界に向けてソリューションを提供し、持続的な事業成長を実現
- それを可能とする顧客基盤として、放送・通信業界、住まい・暮らし業界で堅実に業績を維持するとともに、2021/2期の取り組みや実績をベースとして医療・健康業界、その他業界においても、積極的な営業施策を展開
- 新規事業については、電力小売事業として持分法適用の範囲で出資しているホームタウンエナジー（栃木県）、SCN電力（神奈川県）の事業機会を捉え、将来的な成長基盤をつくる（※但し、2021年2月期は、立ち上げ期となるため業績への影響は軽微）。
- 更に、VUCAの時代にあって急速に変化する社会の中で、日宣の目指すべき10年後のビジョン（『日宣2030ビジョン』）を策定し、進むべき方向性を模索

新型コロナウイルス感染症拡大によるリスク分析

事業環境と対応

▼ 需要減少による当社の財政状態の悪化リスク

影響が長期化等により、広告予算の削減など収益が減少する可能性があります。一方でデジタル化のニーズなど増収要因となる影響も生じています。当社はこのようなクライアントのニーズを的確に捉え、ソリューション内容の拡充を図り、収益減少を最小限に抑えるよう努めてまいります。

▼ クライアントの財政状態悪化に起因する需要消失や債権の回収不能リスク

企業活動及び消費活動への影響は依然として先行き不透明な状況にあります。そのため、クライアントの財政状態が悪化し、売上債権の回収が困難となる可能性があります。当社を取り巻く市場環境等の動向を見極め、与信調査を徹底するとともに、売掛債権の定時回収に努めてまいります。

▼ 従業員の新型コロナウイルス感染リスクと事業継続リスク

当社グループでは、従業員、クライアント及び取引先の安全を第一に考え各種対策を講じております。社内での感染が拡大した場合には、営業活動に支障をきたし、事業活動の停滞につながる可能性があります。リモートワークや時差出勤等の勤務制度の見直しを積極的に推進しておりますが、今後も一層注力してまいります。

5 中長期ビジョン「日宣2030」について

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になっている。
- 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。
- 「会社としての共通の目的、意志、価値観」により、次世代に選ばれる会社へ。
- 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。

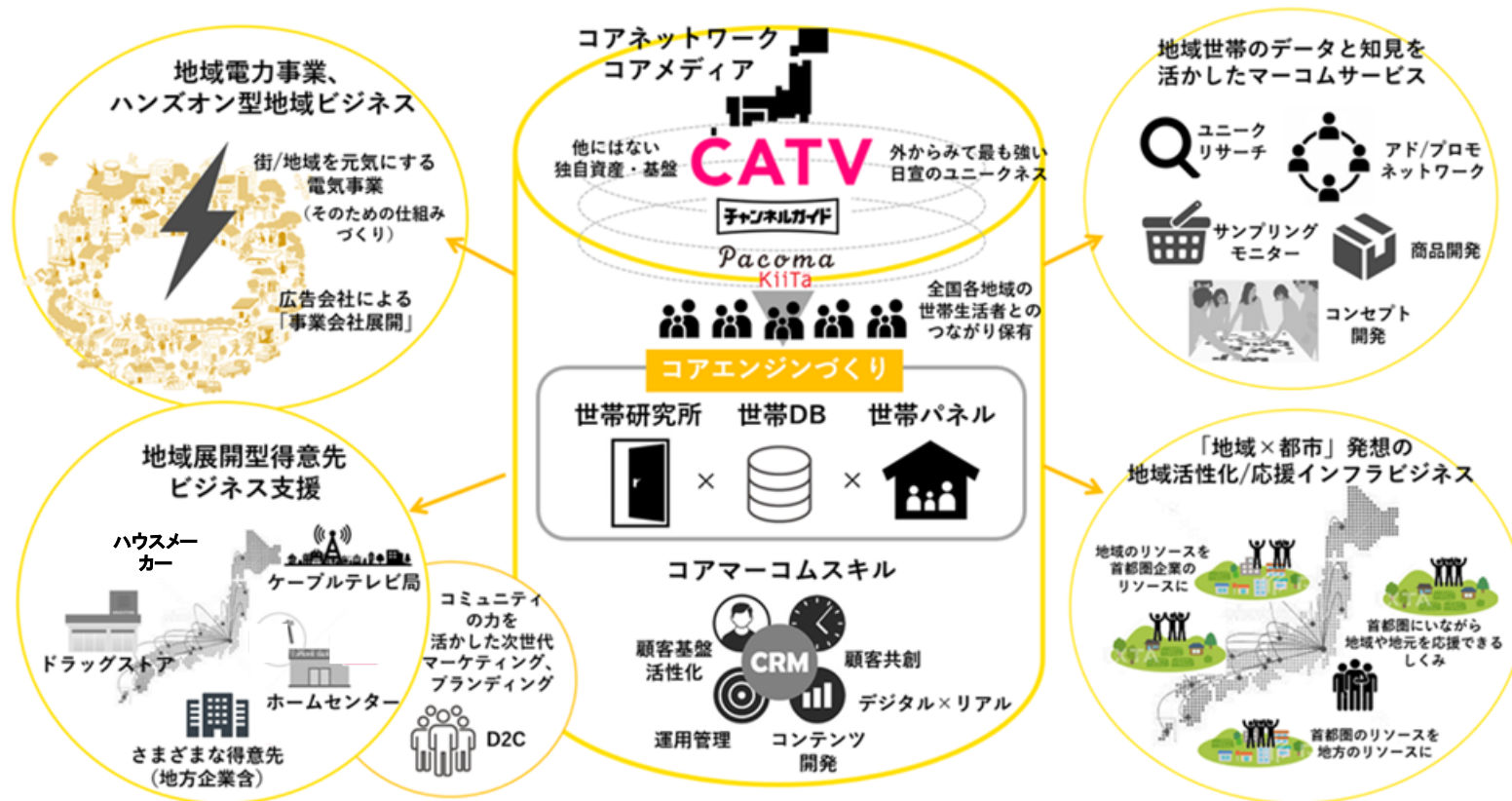


日宣は

- 「小सानつながり」に価値を見出す会社 です
- 「小सानつながり」に力や元気を与える会社 です
- 「小सान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सान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」のそれぞれと強く結びついた広告会社として将来像を描く
- これら「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
- 既存事業とそこから生まれる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
 - 1 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）
 - 2 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）
 - 3 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、拡大
 - 1 アンドメディア×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におけるポジション構築
 - 2 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
- 得意先へのソリューション提供実績に基づく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

ローカル世帯生活者データドリブンマーケティングの推進

- 地域のホームセンター、ドラッグストアで展開している自社メディアで直接つながる地域生活者のコミュニティ化の強化、データ活用
- 社内シンクタンク「世帯研究所」の立ち上げ、日宣独自のナレッジを開発・発信

成長のための施策（2）



当社は、これまでに株式会社日産社の買収のほか、ベンチャーキャピタルを通じた投資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しています。

Nissan



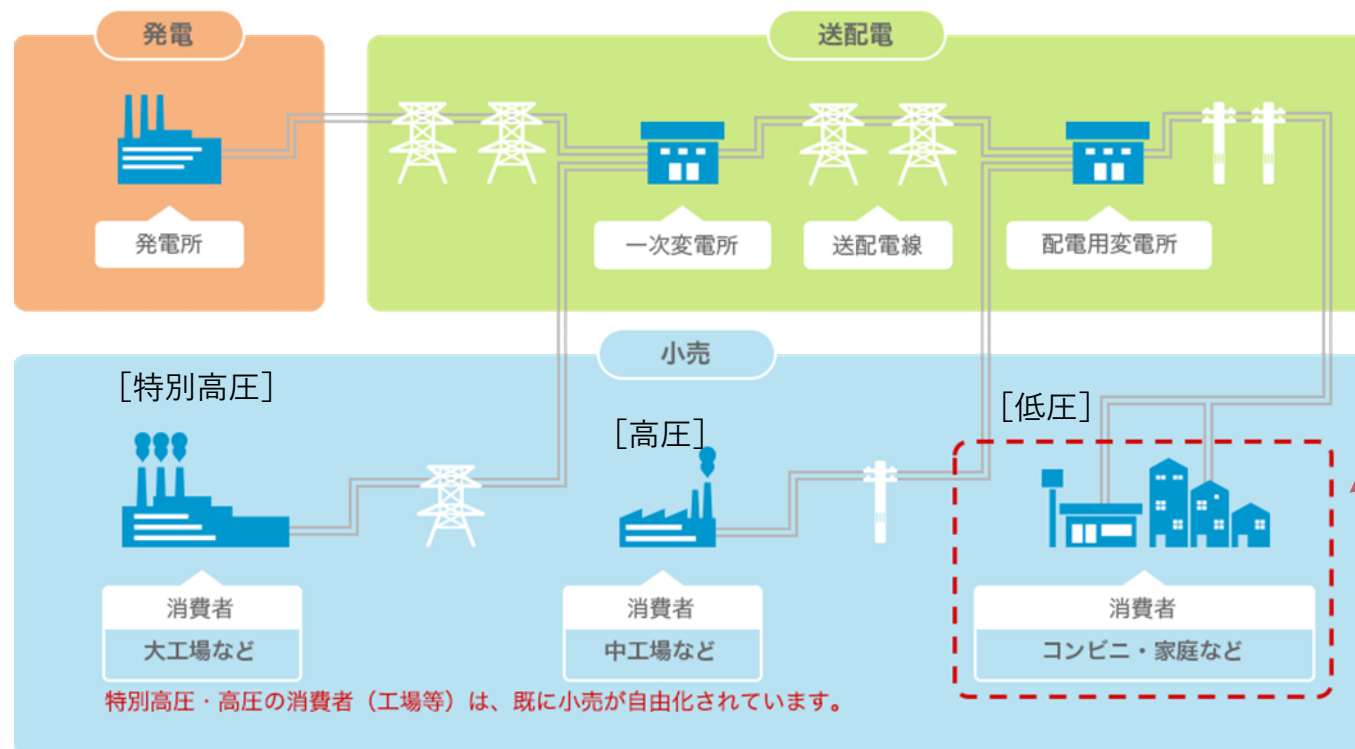
今後は、2030ビジョンの実現に向け、事業拡大のためにM&Aを積極的に検討。

- サービスやリソースの獲得型M&A
- 攻略マーケットにおけるクライアント保有企業に対するM&A
- 事業拡大のためのテクノロジーやツールを有する企業に対するM&A など

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

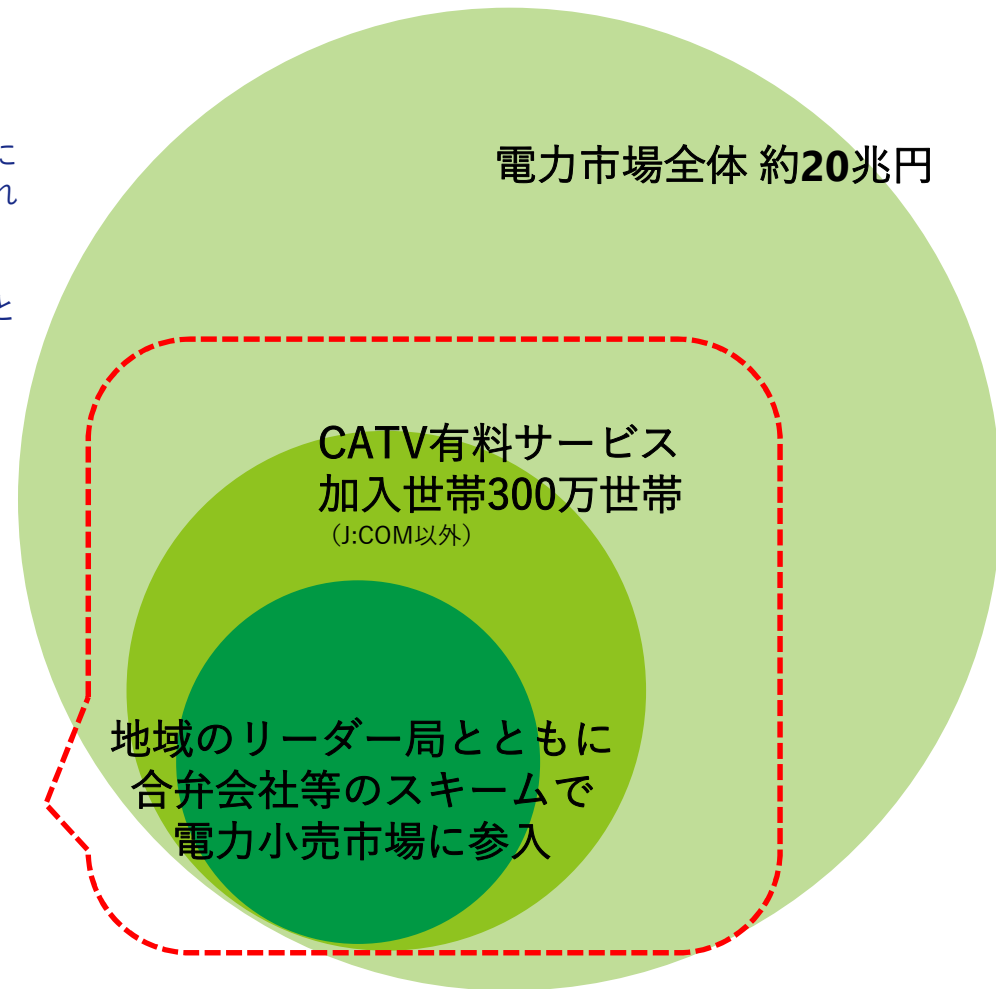
クライアントとともに事業を創造する 「事業創造パートナー」として参画

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



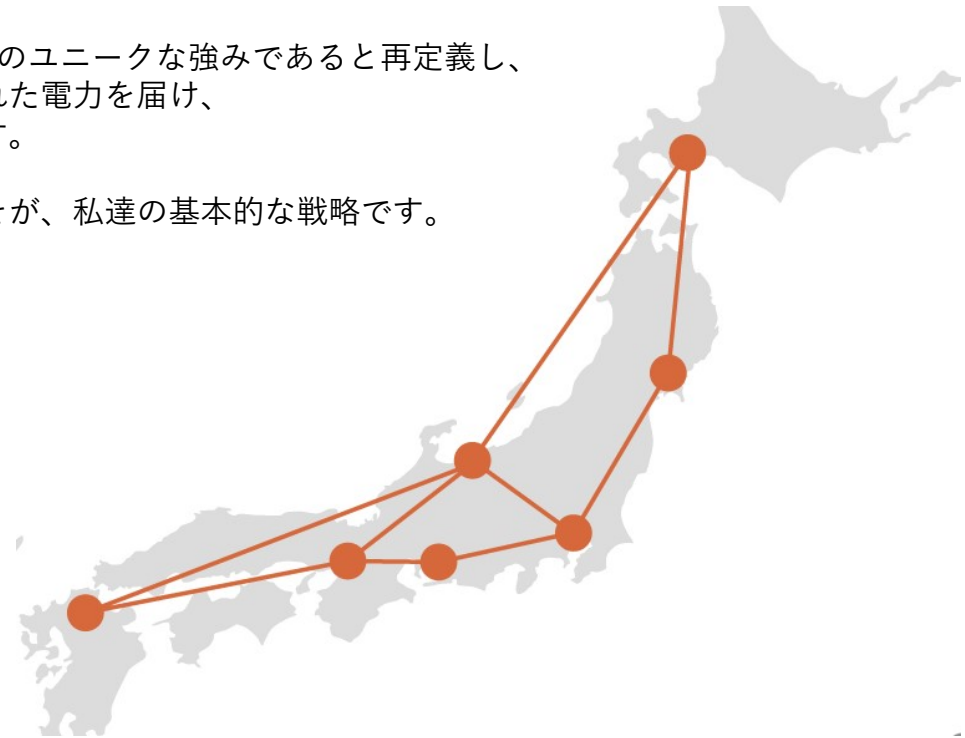
基本的な戦略

「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。



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%



日宣における電力小売事業の現況

持分法適用の 合併会社2社の現況

ホームタウンエナジー及びSCN電力ともに2020年12月に経済産業省の登録事業者として登録完了

- > 登録番号：A0753 / ホームタウンエナジー株式会社
- > 登録番号：A0755 / 株式会社SCN電力

栃木県のホームタウンエナジーは2021年3月より営業開始

電力市場価格 高騰の影響

2020年12月下旬からのスポット市場価格の高騰については、事業開始前のため経済的影響は無し。ただし、リスク要因として、仕入価格の固定化や相対電源の確保など、回避策を模索しながら、慎重に事業開始の準備を進める。
足元のスポット市場価格は従来の価格に戻しているが、万全を期す。

事業の見通し

事業開始初年度となる2022年2月期は立ち上げ期・種まきの時期のため収益は見込めないものの、CATVの顧客網への営業活動を推進し、事業基盤の構築を進める。
当社連結業績への影響は軽微。
2020年末のスポット価格高騰などリスクについては、その回避策を構築する。

6 株主還元その他

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、継続的・安定的な株主への利益還元を行う方針
- 2022年2月期は、先行き不透明な環境が当面は続くとは想定するものの、1株あたり42円の期末配当を継続実施（予定）

	17/2期	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	38円	42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	82百万円	82百万円
配当性向	25.0%	12.5%	35.4%	41.2%	43.1%	40.0%

自己株式の取得

- 2021/2期に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

立会外分売の実施

- 2021年1月に取締役会長の保有株式を立会外分売により売却
- 株式の分布状況の改善及び流動性の向上を図るため20,000株を売却

	概要その他
立会外分売の実施日	2021年1月26日
実施株数	20,000株
分売値段	1,264円
その他	本件立会外分売の結果、当社取締役会長の大津穰氏が当社の親会社以外の支配株主及び主要株主に該当しないこととなっている。 また、この結果を踏まえた東京証券取引所の新市場区分における流通株式比率は約35.6%となっている。

自己株式の取得 (ToSTNeT-3)

■ 2021年4月14日に、150,000株の自己株式の取得を実施 (ToSTNeT-3による)

	結果	取締役会決議内容 (2021年4月13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	150,000株	上限 170,000株
取得価額の総額	186,150,000円	上限 210,970,000円
取得期間	2021年4月14日	2021年4月14

(参考)

	2021年2月28日時点	2021年4月14日時点
発行済株式総数	2,002,300株	2,002,300株
内 自己株式数	30,685株	180,685株
発行済株式総数 (自己株式を除く)	1,971,615株	1,821,615株

7 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 140名（2021年2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）
※2020年12月に移転（大阪府大阪市北区豊崎5-4-9 商業第二ビル8F）

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）

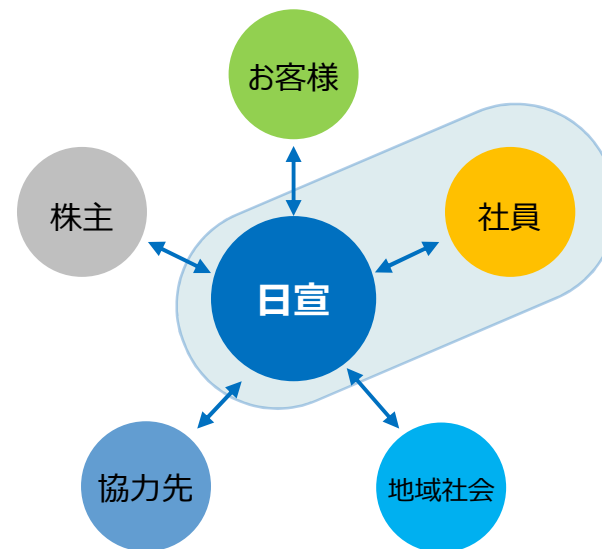
経営理念

全社員の物心両面の幸福を追求する。

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。

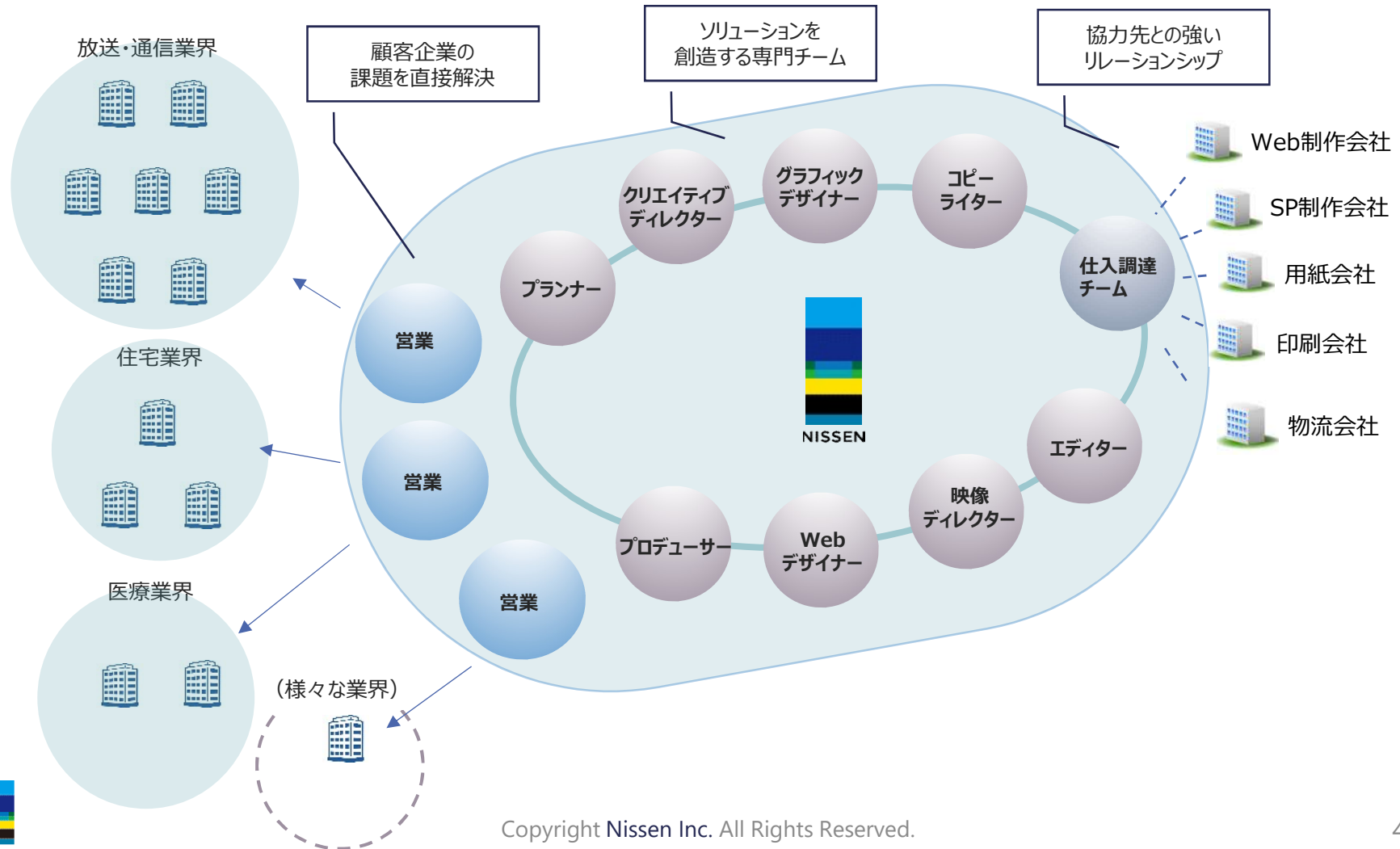
私たちの最大のゴールは、 広告宣伝を通じて、 お客様の経営に貢献することである。

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。