



地域密着
No.1企業

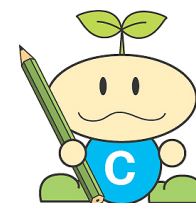
2015年8月期 決算説明会資料

2015年10月19日開催



JASDAQ : 2164

株式会社 地域新聞社



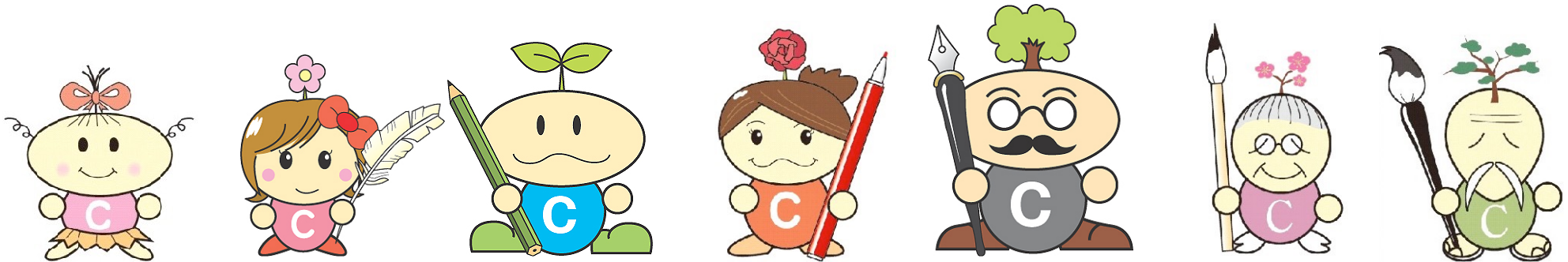
目次

- ・ 2015年8月期決算 P 3
- ・ 新中期経営計画 P 1 3
- ・ 業績予想 P 1 7
- ・ 人材戦略 P 2 0
- ・ 直近のトピックス P 2 8



地域密着
No.1企業

2015年8月期決算



2015年8月期ポイント

中期経営計画

売上高目標30億円

突破

(実績)

2015年8月期：売上高34.5億円

地域密着
No.1企業

2015年8月期ポイント

M&A

1

東京新聞ショッパー社 完全子会社化

2014年12月

発行エリア
拡大

2県

55エリア

55版



1都3県

64エリア

64版

発行部数
増加

204万部



290万部

2015年8月期ポイント

売上高 **30億円** 突破

2

継続安定成長

5期連続増収

売上高（前期）29.3億円

（今期）**34.5億円**

3

拡大

折込チラシ配布事業

売上の**40%**が折込チラシ配布

売上総利益の**55%**が折込チラシ配布

損益計算書

継続安定成長

増収：5期連続

(単位：百万円)	2014_8	2015_8 (実績)			
		金額	増減額	増減%	要因
売上高	2,935	3,457	522	17.8%	折込チラシ配布事業において大幅増収を達成するも新聞等発行事業が伸び悩む
営業利益	165	74	△91	△55.3%	売上の伸び悩みに加えて、今後の事業拡大に備えて人材を前倒しで確保及び支社の前倒し開設により販売費及び一般管理費が増加
経常利益	167	79	△88	△52.7%	営業利益と大きな乖離なし
当期純利益	94	25	△69	△73.4%	減損損失、本社移転損失及び車両リースの中途解約の特別損失発生あり

事業部別売上・売上総利益

拡大

折込チラシ配布事業

売上の40%、利益の55%

(単位：百万円)		売上高	%	売上総利益	%	要因
新聞等発行	2014_8	1,596	54.4%	931	43.7%	編集スタッフを各営業拠点に配置し、特集企画を強化するも抜本的な紙面改革につながらず、客数及び客単価が伸び悩む。
	2015_8	1,828	52.9%	1,039	41.7%	
	増減額	232		108		
折込チラシ配布	2014_8	1,154	39.3%	1,154	54.2%	地図情報システムを活用したサービスに引き合いが増加したことに加え、統一地方選等の選挙特需が寄与。
	2015_8	1,368	39.6%	1,368	54.9%	
	増減額	214		214		
販売促進 総合支援	2014_8	108	3.7%	38	1.8%	ナショナルクライアントとの取引金額が増加するとともに行政関連の受注が増加。
	2015_8	147	4.3%	51	2.0%	
	増減額	39		13		
その他	2014_8	76	2.6%	5	0.2%	Web広告売上（37,807千円）及びカルチャー売上（52,547千円）が増加。
	2015_8	112	3.2%	31	1.2%	
	増減額	36		26		
合計	2014_8	2,935	100%	2,129	100%	
	2015_8	3,457	100%	2,490	100%	
	増減額	522		361		

キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)	2014年8月期	2015年8月期	増減	要因
	2013.9.1 ～2014.8.31	2014.9.1 ～2015.8.31		
営業活動CF	149	9	△139	税金等調整前当期純利益が71百万円 減価償却費55百万円等の増加要因が 未払金の減少額51百万円,法人税等の 支払額58百万円等の減少要因を上回った
投資活動CF	△185	△50	135	定期預金の払戻による収入400百万円 子会社株式の取得による収入35百万円 定期預金の預入による支出405百万円 無形固定資産の取得による支出35百万円 有形固定資産の取得による支出 24百万円 敷金及び保証金の差入による支出17百万円
財務活動CF	△37	△48	△10	配当金の支払い27百万円 ファイナンス・リース債務の返済による支出 20百万
現金及び現金同等物の 期末残高	537	448	△88	

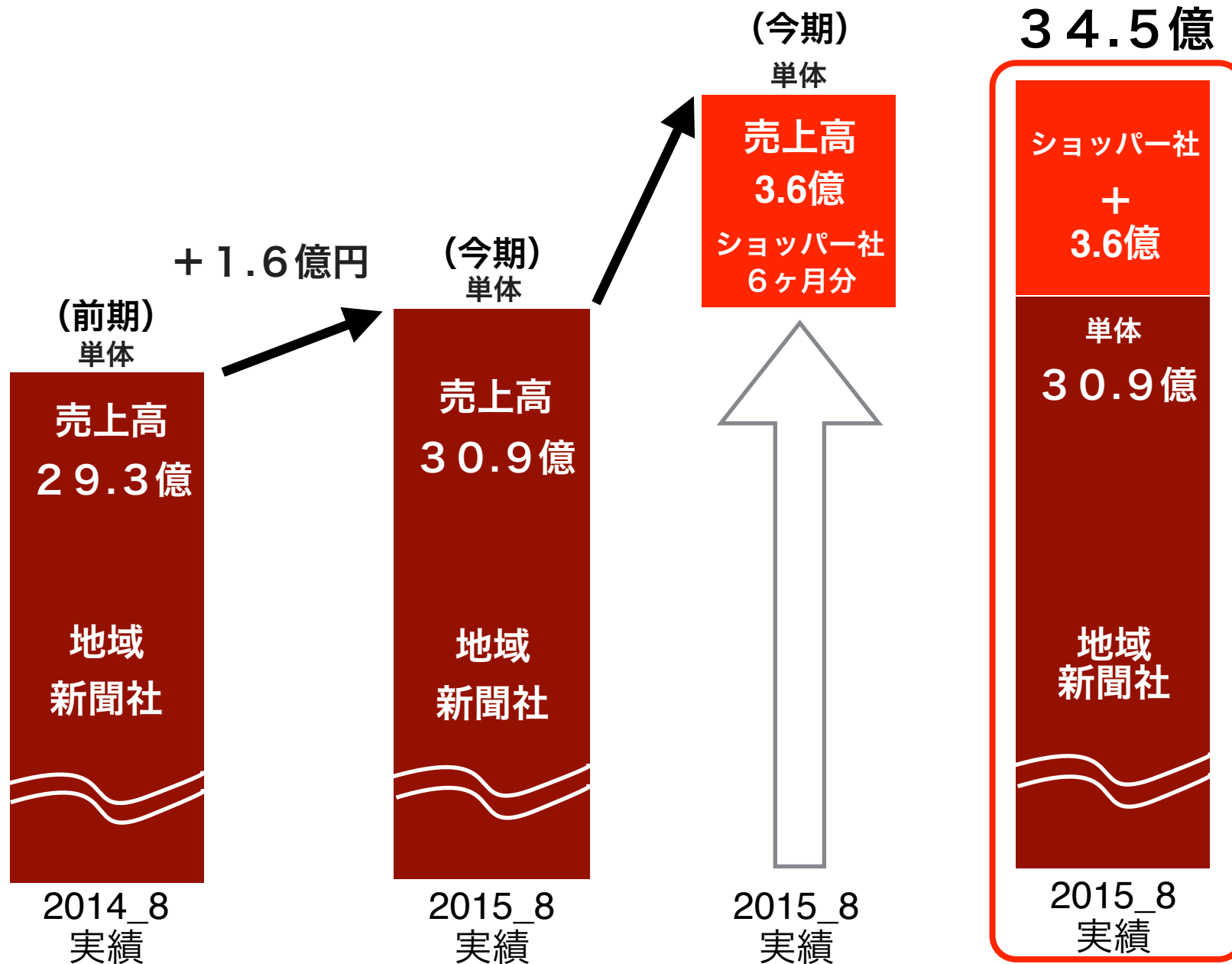
売上高（個別、連結）

(今期)

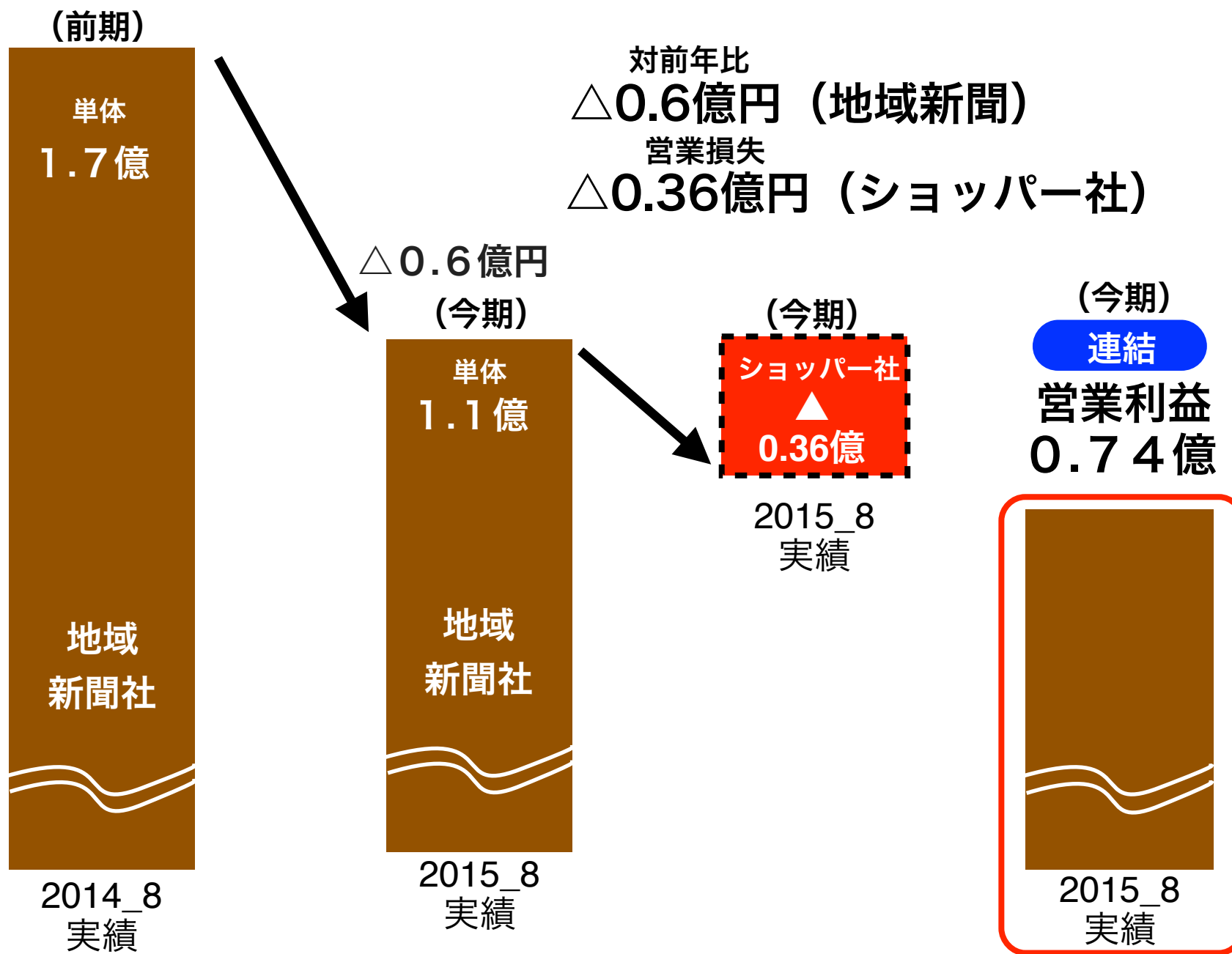
連結

売上高

34.5億



営業利益（個別、連結）



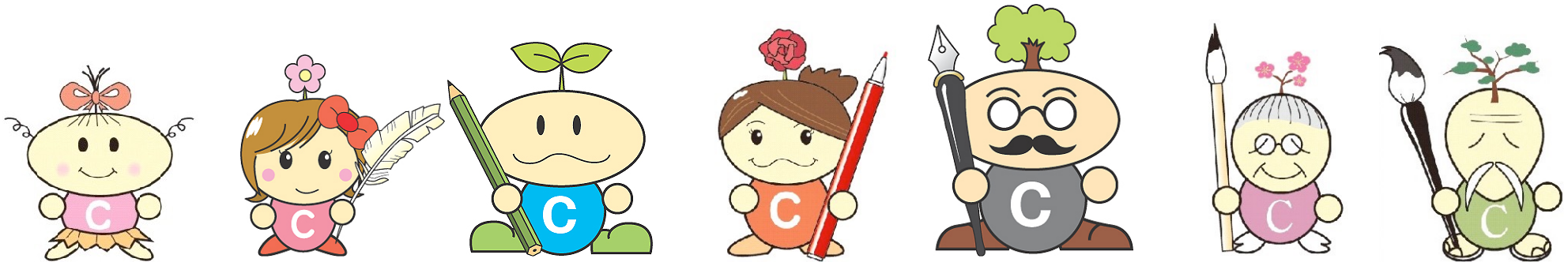
2015年8月期施策

発行部数：今期目標を大幅に達成

		目標（指標）	進捗	評価	
1	発行部数拡大	+ 30万部	+ 86万部	達成 ◎	ショッパー社分がプラス
2	単価アップ	前期値引率 54.1%	56.3%	×	2.2ポイント悪化
3	リピート率 （継続率）アップ	前期 23.8%	22.5%	×	1.3%の悪化 新聞広告売上の伸び悩み
4	営業利益率 1%アップ	6.65%	2.15% 前期末：5.65%	×	連結決算へ移行
5	コア読者 （ファン）の増加	前期 48.8%	61.2%	◎	コア読者 大幅増加
6	新規事業の立上げと 展開	ポスティング事業 マーケティング事業 広域別媒体等	事業開発室の 新設	○	新規事業を推進する 専門部署設置

地域密着
No.1企業

新中期経営計画



新中期経営計画

2018年8月期

売上高：50億円
経常利益：3億円

ポイント

- 首都圏（1都3県）の国道16号線沿線へ事業エリアを展開し、発行エリア（版）の拡大。特に子会社化したショッパー社の事業エリアであるさいたま県西部及び東京都下のエリアカバー率（配布密度）を高める。
- 新聞等発行事業のシェアを52.9%（平成27年8月期）から、30%に低減。新たな収益の柱として、行政関連事業やポスティング事業及び出版印刷事業等の新規事業を育成。

新中期経営戦略

1 紙面内容の抜本的改革

紙面改革元年と位置づけ、「ちいき新聞」の全面リニューアル実施

2 ショッパー社の早期黒字化

赤字体質からの脱却、折込チラシ事業拡大、ちいき流へ変革

3 新商品及び新規事業開発の推進

行政関連、出版、ポスティング事業等の推進

4 従業員満足度の向上

とことん人を大切にするいい会社となり、更に業績を向上

5 グループのシナジー最大化

ショッパー社の強みを活かしスケールメリット最大化

新中期経営計画

売上高：50億円 経常利益：3億円

売上高

50億円

2018年8月期

2015年8月期

34.5
億円

経常利益

3億円

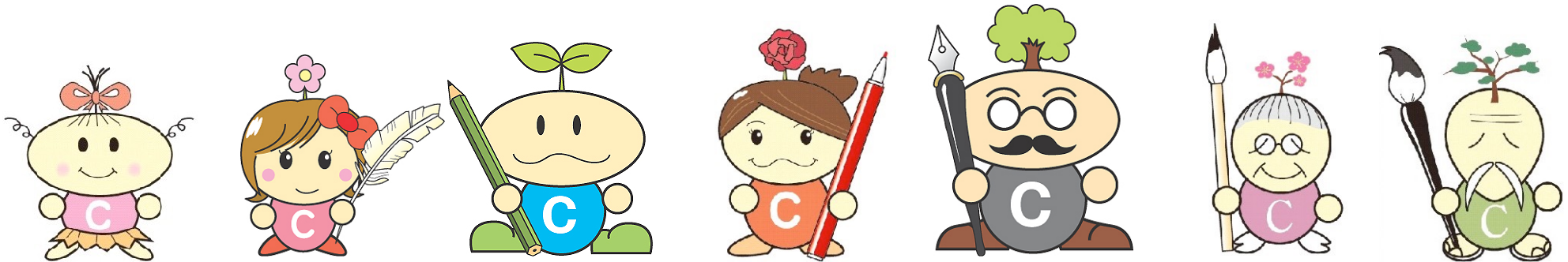
2018年8月期

2015年8月期

0.7億円

地域密着
No.1企業

業績予想



2016年8月期 業績予想

売上高：40億円突破（予定）

(単位：百万円)	2015_8（連結）	2016_8（連結） 予想		
	金額	金額	増減額	増減%
売上高	3,457	4,021	564	16.3%
営業利益	74	11	△63	△84.8%
経常利益	79	10	△69	△86.7%
当期純利益	25	1	△24	△93.4%

ポイント

- ・ 地域新聞社の新聞等発行事業：「紙面改革元年」と位置付け「ちいき新聞」の全面リニューアルを実施。「ちいきみんながイキイキする きっかけを 生む新聞に」というスローガン。
- ・ ショッパー社：エリア細分化した旧さいたま大宮・上尾版のエリアを除く5版(5エリア)を3万部前後のエリアに細分化、現在のエリアカバー率(配布密度)50%を65%まで上昇させる。
- ・ 折込チラシ配布事業：ショッパー社において引き合いが増加している折込チラシのニーズに対応するため、配送センターを開設。インフラの整備を進め、事業の拡大を推進。
- ・ 「ランチパスポート」等の出版事業やポスティング事業を強化。
- ・ システム化による事業活動の最適化を推進、生産性の向上を図る。

2016年8月期の施策

1



発行部数拡大

週間発行部数+30万部（290万部→320万部）
ショッパー社カバー率向上

2



全面リニューアル

上期プレリニューアル
下期全面リニューアル

3

ショッパー社 折込チラシ事業

年商1億円、前期比2倍

4

コア読者（ファン）の増加

61.2% → 70%

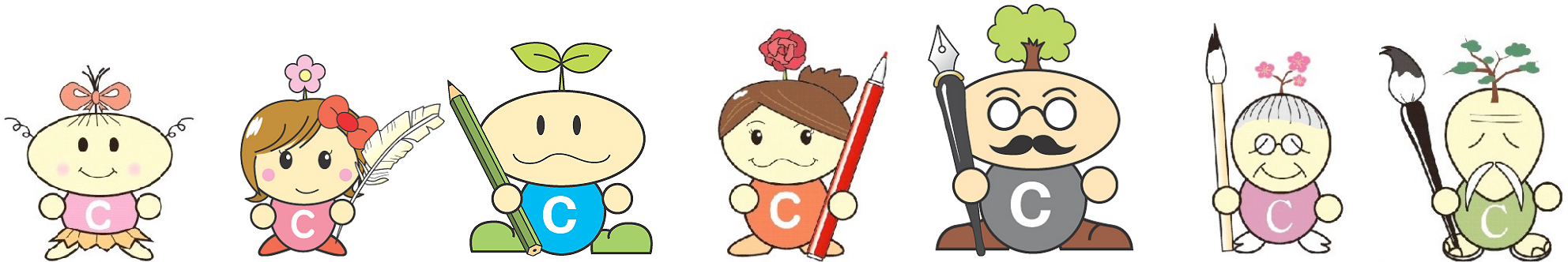
5

新規事業の伸長

年商7,000万円、事業、出版、行政、ポスティング等

地域密着
No.1企業

人材戦略



人材戦略：人員データ

従業員：245名

(社員164名・パート81名)

ポスメイト（配布員）約3,000名

平均年齢

32歳

毎年20名程度の新入社員

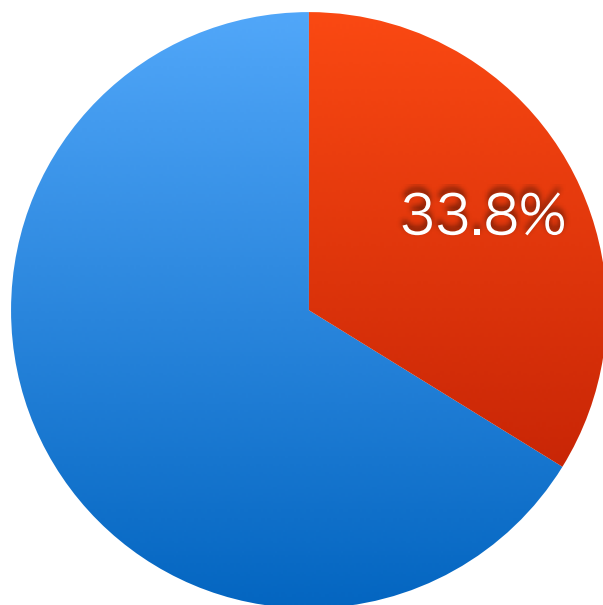
人材戦略：人員データ

人件費：11億6,707万円

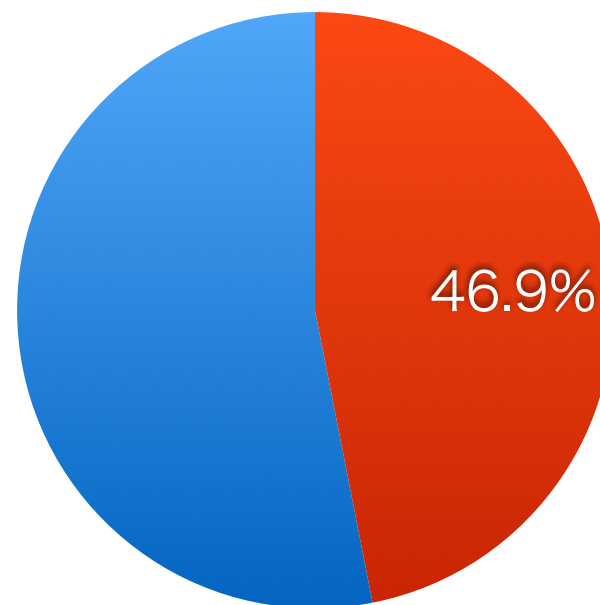
売上高人件費率：33.8%

労働分配率：46.9%

売上高人件費率



労働分配率



人材戦略：企業理念の徹底

企業理念「人の役に立つ」の徹底

地域新聞社で働くメンバーは、この「人の役に立つ」という理念に共感し実行することがもっとも重要である。

1. 働く人達の役に立つ

豊かな生活と生きがいを生み出す場を確保し続ける

2. 地域社会の役に立つ

お客様・読者・業者・社会に喜ばれる事業を行い続ける

3. 国家の役に立つ

利益を生み税金を納め続ける

人がこの世に生まれ、生きて行く上でいつも心がけるべきは、自分以外の人のために自分を役立たせることである。会社とはこのことを実践するための最高の手段であり、道具である。このことから会社とは広義において奉仕活動である。ゆえに会社は理念に基づき活動の範囲を広げる努力をし続けなければならない。つまり、成長と拡大を行い続ける義務と責任があるのである。この理念のもとに全情熱を傾けて事業を行うことは大いなる善であると確信する。地域新聞社で働くメンバーは、この「人の役に立つ」という理念に共感し実行することがもっとも重要である。

人材戦略：徹底した7つの研修制度

地域新聞社は、新入社員から管理職社員まで、
7つの研修により人材力を高めます。

新入社員

1) モチ研（モチベーション研修）

入社後、社長自らが講師となり1週間の合宿研修を実施
（新卒社員は5日間、中途入社社員は4日間）

新入社員

2) バディ制度

専属の先輩社員が現場で丁寧に指導研修を実施

新入社員

一般社員

主任

係長

管理職

3) 経営指針書の作成と経営指針発表会の開催（半期毎）

経営方針、経営戦略に基づき、個人ごとに半期の目標を具
体的行動レベルに落とし込む

新入社員

4) -1 新卒研修

約1ヶ月半の机上研修を終えた後、現場に配属になってから
も1ヶ月に1～4回程度、本社で研修を実施

新入社員

4) -2 新卒研修（机上研修）

各部署から専門知識を持った先輩社員が講師となり、机上研修を実施

人材戦略：徹底した7つの研修制度

地域新聞社は、新入社員から管理職社員まで、
7つの研修により人材力を高めます。

一般社員

5) 階層別研修（一般、主任・係長）

2年目以降も各階層のレベルに合わせた研修を実施
（カリキュラム）

- ・編集について
- ・コーチング
- ・広告について
- ・提案資料について
- ・利益計画（P L）について

主任

係長

一般社員

6) バディ会

新卒を育てる先輩社員を集め、指導方法等について研修を行う。
同じ悩みを持つ先輩バディの情報交換の場にもなっている

管理職

7) 管理職研修(2015年10月から実施)

若手が管理職に就くことも多いため、管理職として必要な知識を
身につける場を設ける

人材戦略：毎月・隔月研修

新入社員

一般社員

毎月研修

主任

係長

隔月研修

新入社員

一般社員

主任

係長

4月



5月



6月



7月



8月



9月



10月



11月



12月



1月



2月



3月



人材戦略：評価制度

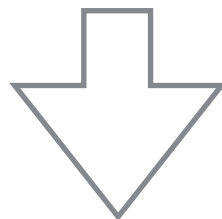
基本は年2回

経営指針書の達成度度合いによる賞与評価
S, A, B, C, Dの5ランク（相対評価）
賞与評価のランクにより、昇給昇格、降給降格のテーブル

「出る杭は、引っこ抜く」

頑張るものには、ドンドンチャンスを与える制度

対象



非管理職

随時昇格（昇進）制度

定時昇格（昇進）とは異なり、直近の3ヶ月ないし、6カ月の達成度合いが基準を上回っている場合には、昇格（昇進）のテーブルにのせ、全部門長による意見交換を行い、経営会議にて、昇格（昇進）を決定。

直近のトピックス

(2015年10月19日現在)

1

本社移転

2015年5月 八千代市より船橋市へ移転

2

出版事業に参入

ランチパスポート柏版 2015年5月創刊

10,000部をほぼ完売 V o l . 2 も8月に発売

今後、市川、八王子、越谷版も計画中

3

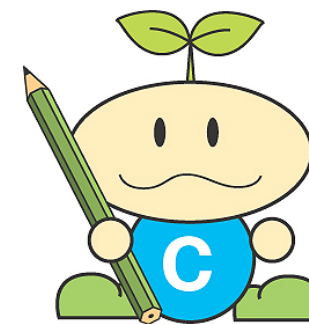
行政関連受注拡大

市政だよりの広告枠販売

市議会だよりの印刷受注

4

ホームページ全面リニューアル





地域密着
No.1企業

お問い合わせ先

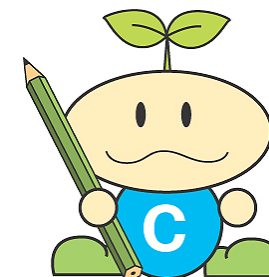
株式会社 地域新聞社

経営管理部 宮本浩二

T E L 047-420-0303

e-mail: miyamoto@chiikinews.co.jp

HP: <http://www.chiikinews.co.jp>



本資料に掲載されている業績予想は、本プレゼンテーション時において入手可能な情報に基づき判断した見通しです。この中には、多分に不確定要素が含まれており、様々な要因によりこれら業績等に関する見通しとは大きく異なることがあります。以上の前提をご理解いただき、投資に関する決定をされる場合にはご自身の判断で行われるようお願いいたします。