

株式会社日本ベル投資研究所の鈴木行生氏による
アナリストレポート（2025年12月16日分）発行のお知らせ

当社の成長戦略である「StrategicPlan」に関しまして、株式会社日本ベル投資研究所の鈴木行生氏によるアナリストレポート（2025年12月16日分）が発行されましたので、お知らせいたします。

本レポートでは、当社が創業以来40年にわたり蓄積してきた貴重なアセット（企業資産）を活用した成長戦略の進捗や、2025年10月に発表した今までにない画期的な新しいビジネスモデルについて、詳細な分析が行われております。

なお、当社の成長戦略についてはこちらのURLよりご確認いただけます。

<https://ir.chiikinews.co.jp/wp/wp-content/uploads/2025/10/StrategicPlan9.pdf>

＜鈴木行生氏略歴＞

- ・1975年 東京理科大学大学院理工学研究科経営工学専攻修士課程修了
- ・1975年 (株)野村総合研究所入社、1996年取締役企業調査部長
- ・1997年 野村證券(株)取締役金融研究所長
- ・2000年 野村アセットマネジメント(株)常務執行役員
- ・2005年 野村ホールディングス(株)取締役、野村アセットマネジメント(株)取締役
野村信託銀行(株)取締役、野村資本市場研究所(株)取締役
- ・2007年 社団法人日本証券アナリスト協会会长
- ・2010年7月 (株)日本ベル投資研究所を設立、代表取締役 主席アナリスト

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社地域新聞社

担当：コーポレートコミュニケーション室 五十嵐 正吾

TEL：047-485-1107

Mail：c.c@chiikinews.co.jp

2164 地域新聞社

～千葉県 No.1 の地域密着型無料情報紙、事業変革に挑戦中～

2025 年 12 月 16 日

グロース市場

ポイント

- ・11 月の株主総会では、アクティビスト的大株主の提案を退け、細谷社長以下の経営陣が引き続き本業の企業価値創造をリードしていくこととなった。
- ・業績は好転しており、新規事業も立ち上がっている。新型ビジネスモデルでは、1) クラウドファンディングを活用した広告創出、2) 特定のクライアントに特化したデータベース作りとそのマーケティング、3) 上場会社の株式を利用した地域共創プラットフォームなどを打ち出している。いずれも、ちいき新聞のアセットをうまく活用しようとしている。
- ・地域共創プラットフォームでは、1 号案件を立ち上げた。奨学金返済支援型人材紹介ビジネスに向けて、M&A を実行中である。また、生成 AI で画期的な特許を取得した。ユーザーの心理状態とペルソナ特性をリアルタイムで掌握し、再現する。これを広告配信などに活用しようというビジネスモデル特許である。世界展開に向けた特許出願も行っている。
- ・2024 年 9 月のライツ・オファリングで、想定を上回る資金を調達した。千葉県の株主を始め、個人株主がファイナンスに応じた。この資金 431 百万円は、①資本業務提携、M&A に 251 百万円、②AI、ソフトウェアの研究開発に 150 百万円、③人材や施設インフラなどのリソース充実に 30 百万円を充当する予定である。
- ・細谷社長を中心とする経営陣は、アドバイザリーグループの提言を活かしながら、新たな戦略を打ち出している。ちいき新聞をコアにした既存事業の周辺領域への拡大を「ラン ドパワー戦略」、これまでの資産(アセット)を活用して、新しい分野への進出を「シーパワー戦略」と称して、強力に推進している。シーパワー戦略では、パートナー企業との連携によって、当社が有しているアセットから新たな価値を生み出そうとしている。このパートナーとのアライアンスが、一定の収益貢献を高めつつある。
- ・業績は向上しているが、グロース市場の上場維持基準（時価総額 40 億円）を、2026 年 8 月期中に満たすことができるか。株価は水準を切り上げているが、まだハードルはかなり高い。期限が定められている中で、ROE(収益性)、PER(成長性)を高めて、PBR を 7 倍まで持っていく必要がある。四半期ごとの戦略遂行に注目したい。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

目次

1. 特色 ちいき新聞のアセットを活用
2. 事業展開 シーパワー戦略による事業構造の改革
3. 大株主 アクティビストへの対応
4. 当面の業績 業績は回復局面
5. 企業評価 上場維持基準の克服に向けて

企業レーティング C

株価 (2025 年 12 月 15 日) 330 円 時価総額 25 億円 (7.49 百万株)

PBR 3.8 倍 ROE 7.7% PER 49.3 倍 配当利回り 0.0%

(百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2014.8	2935	165	167	94	25.6	7.5
2015.8	3457	74	79	25	6.8	5.0
2016.8	3806	-164	-163	-246	-66.8	1.0
2017.8	3955	-152	-152	-161	-43.8	1.0
2018.8	4069	21	21	1	0.5	1.0
2019.8	3992	22	45	22	6.1	1.5
2020.8	3258	-292	-281	-332	-90.2	0.0
2021.8	2788	-51	-50	-86	-23.3	0.0
2022.8	2887	9	7	8	2.2	0.0
2023.8	2926	-20	-47	-51	-12.2	0.0
2024.8	2977	34	16	3	0.8	0.0
2025.8	3153	45	52	41	5.6	0.0
2026.8(予)	3500	100	80	50	6.7	0.0

(2025.8 ベース)

総資本 2299 百万円 純資産 653 百万円 自己資本比率 28.1%

BPS 87.2 円

(注) ROE、PER、配当利回りは直近予想ベース。2025 年 11 月 1 日に 1:2 の株式分割を実施。2025 年 8 月期以前の EPS、配当は修正ベース。

担当Analyst 鈴木行生 (日本ベル投資研究所 主席Analyst)

企業レーティングの定義 :当該企業の、①経営者の経営力、②事業の成長力、③業績下方修正のリスクマネジメント、④ESG から見た持続力、という観点から定性評価している。

A : 良好である、B : 一定の努力を要する、C : 相当の改善を要する、D:極めて厳しい局面にある、という 4 段階で示す。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当Analystが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

1. 特色 ちいき新聞のアセットを活用

経営理念とミッション

当社の経営理念は「人の役に立つ」こと、ミッション（使命）は「地域の人と人をつなぎ、あたたかい地域社会を創る」ことにある。千葉県を中心に、毎週 174 万部のフリーペーパーを発行している。この地域で圧倒的No.1 である。この地域密着を強みとして、これまで培ってきたアセットを活かして、新しい領域でパートナー戦略を進めようとしている。

ちいき新聞の強み

ちいき新聞は、1版あたり 4 万部ほどのエリアに分け、そのエリアの生活者に密着した情報を発信している。配布エリア内のカバー率は約 90% と、一般の大手新聞をはるかにしのぐ。一緒に配布するチラシは、約 500 世帯ごとの細かなセグメントで配布することができる。

ちいき新聞は千葉と茨城に特化

2014 年に買収したショッパーは、2021 年 1 月に他社に譲渡した。また、埼玉県で発行していたちいき新聞は発行を休止し、千葉県中心に特化することとした。

ちいき新聞は 174 万世帯へ配布している。その到達率（全世帯に対する配布率）は 68.0% で、一般紙の 35.0% を大きく上回る。各エリア版を作成し、印刷会社から配送センターを経由して、各エリアの配布スタッフに届ける。配布スタッフ（ポスマイト）は約 2500 名におよび、このポストメイトが各世帯へのラストワンマイルを担っている。

配布先の読者データとして、6 万人分を有しており、この保有読者データベースも有力な資産である。男女別、世代別、家族特性、生活特性などをビックデータ（BD）として利用可能である。広告などを通じて取引にある会社は、年間で 7000 社ほどであり、累計では 8 万社におよぶ、これを担当する営業人員は 40 名である。地域密着の記事を取材する契約ライターは 130 人、自社の編集者は 11 人を有する。

ちいき新聞で培ったアセットをベースに新しい領域を開拓

174 万世帯へのネットワーク、ラストワンマイルにリーチできるフォローアップ体制、6 万件の読者に関する BD、40 エリアでの営業力、累計 8 万社の取引先、メディアを作成するライターや編集者の人材と年間制作コンテンツ 3000 本などを、周辺領域や新しい分野へつなげていく方針である。求人事業、インバウンドサービス、EC 周辺、イベントプロモーションなどを対象とする。

これまでも、チイコミなどの Web 事業、ハピネス（Happiness）などの求人専門誌、紹介イベントなどの人材事業、マッチングのネットビジネス、行政サポート、カルチャーセンタ

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすること目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

一、などを手掛けってきたが、ここも選択的に拡大しようとしている。

細谷社長のリーダーシップ

2024年2月に細谷氏が代表取締役社長に就任した。前職はADワークスグループ（コード2982）の専務取締役 CFOであった。同社の子会社エンジェル・トーチのトップも兼任していた。エンジェル・トーチはベンチャー型企業への新規投資を進めていたが、その時の責任者が細谷氏で、地域新聞社の再生を見込んで投資を決断した。この再生を成功に導くべく、背水の陣で当社のトップに就任した。そして、得意のライツ・オファリングを成功させて、投資資金も確保した。

「ネクストヒーロー賞」を受賞

10月に、文化放送が主催する「中小企業 Business & Innovation AWARD2025」において、「ネクストヒーロー賞」を受賞した。当社が構築した「地域共創プラットフォーム」が地元企業と次世代をつなぐ画期的なスキームとして高く評価された。まずは実績作りが注目される。

アドバイザリーボードで知見を集結

アドバイザリーボードを設置した。生成AIの高柳浩氏（公立はこだて未来大学客員教授）、戦略的ディスクロージャーの宮下修氏（財務・企業価値コンサルタント）、人的資本経営の若月貴子氏（クリスピーカリーム・ドーナツ・ジャパンの経営再建）、クライシスマネジメントの白井邦芳氏（危機管理コンサルタント）、マーケティングの桐原大輔氏（元P&Gのグローバル・ブランドマネージャー）がこの1年で加わった。

さらに、アドバイザリーボードのメンバーに、ベンチャー投資ファンドの小池氏が就任した。小池氏は企業投資や経営支援に豊富な経験を有する。

新しいビジネスモデル（価値創造の仕組み）創りに向けて、1) 生成AIの活用、2) 人材活性化のための組織運営、3) 企業価値創造の財務戦略との確な開示、4) 事業推進に当たってのリスクマネジメントに十分目配せしつつ、スピードアップを図っている。2024年11月にリスク管理委員会を立ち上げた。

11月の株主総会では、監査役が1名交替した。新任の工藤氏はファイナンシャルプランナーである。

ライツ・オファリングで想定を上回る投資資金を調達

2024年5月末で純資産180百万円（累損323百万円）であったが、その後のライツ・オファリングによって、ファイナンス後の純資産は同年11月末で609百万円となった。現預金残高も949百万円となった。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

ファイナンスで集めた 431 百万円（当初予定 345 百万円）の使途として、1) 資本業務提携や M&A に 251 百万円、2) 港町プロジェクトなどの AI・システム研究開発に 150 百万円、3) 人材強化、インフラ充実、インセンティブ底上げに 30 百万円を予定している。

女性活躍の「えるぼし認定」で 3 つ星を取得

2025 年 6 月に、女性活躍の「えるぼし認定」で 3 つ星を取得した。採用、継続就業、働き方、管理職比率、多様なキャリアコースで一定の評価を得ている。話しやすさ + 助け合い + 挑戦によって、手を抜かないカルチャーを創っていく。風通しが良く、働き易い企業風土作りを実践している。

教育を支援する媒体（メディア）を発行

地域新聞社は、ちいき新聞のほかに、教育を支援する媒体（メディア）を発行している。
1) 小中学生向け副教材「発見たんけん」（発行部数約 6 万部）、2) 高校生向け就職支援冊子「Start!（スタート！）」（発行部数約 9700 部）、3) 筑波大生向け就職支援冊子「Overture（オーバチャー）」（発行部数約 1.5 万部）である。

2. 事業展開 シーパワー戦略による事業構造の改革

ランドパワー戦略からシーパワー戦略へ

地の利のある既存ビジネスの強化・拡大を、ランドパワー戦略（知の深化）と称し、これまでのアセットを活かしつつ新しいパートナーと組んで新サービスを創っていく方策を、シーパワー戦略（知の探索）と呼んでいる。これらの両面を、両利きの経営として推進している。

生活情報誌を全国に展開する中広の VC（ボランタリーチェーン）に加盟

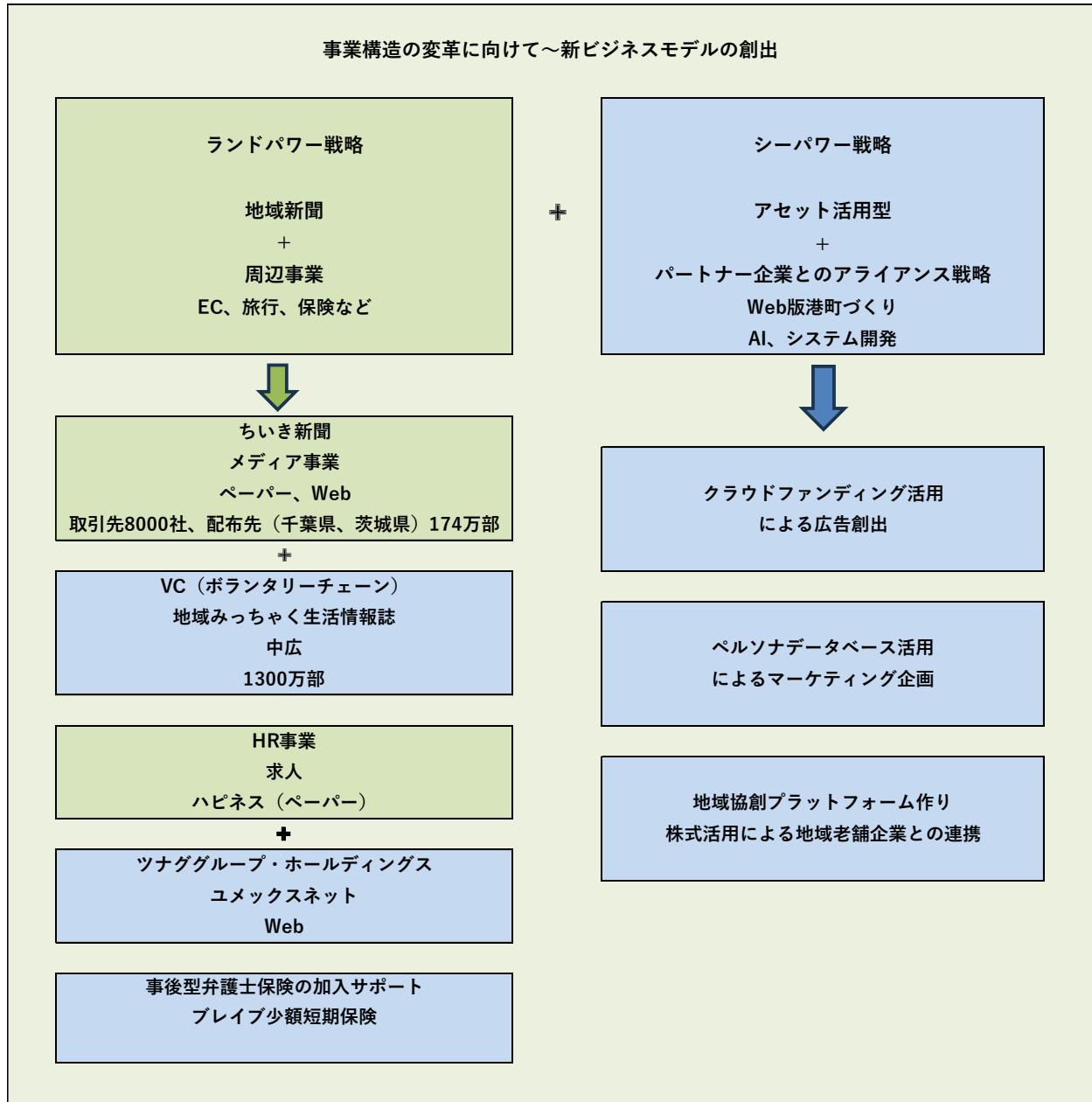
中広（コード 2139）は、生活情報誌のボランタリーチェーン（VC）を展開している。そのハッピーメディア「地域みっちゃん生活情報誌」に加盟し、2024 年 9 月より活動を開始した。VC は FC（フランチャイズ）方式とは違って、複数の仲間が独立性を保ちながら、共同で事業を運営する。ハッピーメディアには、全国のフリーペーパー事業主が参加して、互いに連携することができる。

この VC は、全国 33 都道府県において、141 誌（1156 万部/月）を発行している。VC の契約件数は 26 件であった。当社は、エリア内の 174 万世帯に 174 万部の新聞を発行しているので、全体では約 1300 万部の VC となった。

当社の取引先（年間 7000 社）に対して、当社のエリア以外で広告提供をしたい場合に、

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

この VC の中のメディアを使うことができる。ネットワークの広がりを追求できよう。広告、販促、マーケティングを千葉の地元からターゲットを決めて、全国に広げることができる。この機会が広がることで、ビジネスチャンスに結び付こう。



求人でツナググループと業務提携～Web と紙のマッチング

2024 年 8 月にツナググループ・ホールディングス（コード 6551）と業務提携した。Web での求人事業に強いツナググループと組むことで、求人事業の拡大を狙っている。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

当社は紙ベースで強いネットワークは有しているが、Web ベースはまだ十分でない。そこで、ツナググループの Web 媒体を共同で販売することで、当社の紙+Web のパワーを大きく高めることができる。

ツナググループは千葉県内で 6000 社の求人を扱っている。当社は千葉県中心に 8000 社と取引がある。ここが連携することで、求人事業の収益拡大が図れよう。

プレイブ少額短期保険株式会社との資本業務提携

プレイブ少額短期保険株式会社との資本業務提携では、同社の日本初の「事後型弁護士保険」の加入をサポートする。この保険は、トラブル発生後に加入することが可能で、弁護士費用の補償を担保する内容で、新株予約権を当社に割り当てた（50 百万円）。

例えば、シングルマザーの子育てに当たって、未払いとなっている養育費の回収を事前の経済的負担なく、弁護士に依頼できるとすれば、これはありがたい。立替・融資サービスがセットになって、初期費用の準備がいらない。こうした少額事案に対して、きめ細かく対応してくれる。

Web による港町づくり（Web Port Town）

アライアンスを通して得られる BD（ビックデータ）を集約して、世界のマーケットとつながる港町を創ろうとしている。一種の PF（プラットフォーム）である。データを蓄積しつつ、AI を活かして、新しいビジネス情報を生成し、それをマーケティングに活用していく。そのための AI・システム開発への取り組みをスタートさせた。

クラウドファンディングを活用した広告創出

クラウドファンディングと記事を活用した広告創出型ビジネスモデルをスタートさせた。地元のプロスポーツチームや地域の大型イベントに対して、先の広告をそのファンディングを活かして、次の広告活動に結び付けていく。地域の活動に観客を集め、そこへの集客と広告をうまく連動させていく。地域密着ならではのアイデアである。

新型ビジネスモデルでは、クラウドファンディングを活用した広告費創出を具体化しようとしている。例えば、地域のサッカーチームのクラウドファンディングプロジェクトを、当社のちいき新聞でイベント告知を行う。無料の先行記事でイベントをアピールする。イベントを応援している人からクラウドファンディングによる資金を専門の機関が募集する。

そのファンディングの中から次の広告を有料で受ける。ファンディングに貢献しつつ、広告料をもらうという仕組みである。この広告費創出型クラウドファンディングモデルはユニークで、広がりが見込めそうである。

サッカーのジェフユナイテッド市原・千葉は J2 に属するが、今後クラウドファンディングに結びつく可能性がある。今後も、行政主催の芸術祭、地域のお祭りや花火大会、スキー

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

ツ大会などに幅広く展開していく計画である。

特定のクライアントの特化したペルソナデータベース創り

生成 AI と独自の読者データを活用した「ペルソナデータベース」の構築を本格化させている。離乳食、写真館、ランドセル、習い事、就職、旅行、不動産といった領域を絞った関心にフォーカスして、人々のペルソナを明示できるようにして、ここに広告や特定のサービスを提供していく。

次の新型ビジネスモデルでは、特定のクライアントの特化したデータベースを創って、それをマーケティングに利用していく。

例えば、ちいき新聞の読者ママ友のコミュニティがある。千葉県内の 1500 人のママ友ペルソナデータがある。個人の特性が一定程度分かっている。

ちいき新聞では、赤ちゃん特集、七五三特集、入学・卒業特集などをイベントとして展開している。人にフォーカスした記事で、ここに載りたい人々を集めることができる。お正月の「赤ちゃん号」では、800 人の新生児がいる家庭が応募してくれた。この家庭に例えば離乳食の開発をしている企業が、商品企画、マーケティングでアプローチしたいとすると、これは有力なデータベースとなりうる。

こうしたペルソナデータベースを創り、これを、AI を活用してマネージしていく。こうした AI を活用したペルソナデータベースの創出による BD 事業をスタートさせようとしている。

LSS（成果協創型スタートアップコミュニティ）に参加

2025 年 9 月に、当社は LSS（成果協創型スタートアップコミュニティ）に参加した。LSS は、加盟各社が互いに事業シナジーを追求する仕組みを提供する。実際、上場企業のユーザーが当社の就活情報誌「Overture」に掲載することが決まった。

生成 AI で特許を取得～「AI 推進支援室」を設置

7 月に生成 AI で特許を出願し、これが 12 月に正式に権利化した。グローバル展開を目指して、PCT(特許協力条約)出願も完了している。特許の発明者は、細谷氏(社長)と高柳氏(当社アドバイザーで、AI が専門の公立はこだて未来大学客員教授)である。

この特許は、「生成 AI を活用した心理状態、デジタルツインによる広告効果最大化技術」である。「消費者の心理状態とペルソナ情報をリアルタイムにデジタルツインとして再現し、広告配信などの介入タイミングの最適化を実現する情報処理システム」で、①心理状態を高精度で捉え、②因果効果を定量的に推定し、③テキスト、画像、音声などの非構造データを数値化して利用する。

ユーザーの心理状態とペルソナ特性をリアルタイムで推進し、再現する。これを広告配信

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすること目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

などに活用しようというビジネスモデル特許で、画期的といえよう。

当社の有するビックデータと生成 AI を活かして、ペルソナのデジタルツイン（例えば赤ちゃん、カップル、ファミリー、シニアなど）を特定し、それに向けたソリューション（例えば広告ダイレクトセール、ダイレクトマーケティングなど）を最適に組み合わせていく。広告効果を最大化できるところに特徴がある。これをビジネスにしようとしている。

特許を取得した生成 AI の活用に向け、「AI 推進支援室」を 7 月に新設した。生成 AI を活用した心理状態デジタルツインによる広告効果拡大化の技術を活用していく。

上場会社の株式を利用した地域共創プラットフォーム

3 つ目の新型ビジネスモデルは、上場会社の株式を利用した地域共創プラットフォームの実現である。地域の老舗優良企業が事業を継続し、その価値を価格として実現していくと考える時に、事業の売却ではなく、株式交換によって価値の流動化を図っていく。

地域経済の活性化や後継者問題への解消を目指す新しい「地域共創プラットフォーム」を始動させた。当社の株式を活用して、地元の非上場優良企業が連携し、事業の継続、展開を図るという仕組みを作っていく。中小企業のオーナーは事業を続けながら地域新聞の株主となり、上場企業の株主として、資産の流動化を図ることができる。

上場企業である Chiiki グループに参加し、地域新聞社の大株主となって、自社の価値を顕在化させる。老舗企業の自社株を地域新聞社の自社株と交換し、自分の会社のトップは兼務しながら、地域新聞社の大株主として、グループ全体を支えていく。

1) 老舗の強みをしっかりと残し、2) 後継者問題を解消し、3) 相続問題も解決し、4) 地域の発展にも貢献することができる。

地域新聞社は、持株会社として、グループ企業の価値向上に幅広く貢献していく。地域創生に貢献しつつ、グループの価値向上を図ることができれば、大株主とも共生できる。まさに正のスパイラルを創出することができよう。

まずは、いくつかの事例が創り出せるか。地域新聞社でなければ、できない挑戦である。大いに注目したい。

奨学金返済支援型人材紹介

10 月に、アクティブアンドカンパニー (AAC) と資本業務提携した。AAC とは、総合人事コンサルティングの企業である。ここが開発した奨学金返済支援サービス「奨学金バンク」を活用して、人材紹介サービスに参入する。

人材紹介はすでに手掛けていたが、今回の奨学金返済支援型人材紹介はかなりユニークで画期的である。

当社のプラットフォームを利用して、就職・転職を決めると、学生時代に奨学金をもらっていた人は、その返済が楽になる。会社側は奨学金をもらっていた学生を雇うことができ

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

る。返済費用は会社が支払う人材紹介手数料から出す。当社が受け取る転職サービス料がその分減るが、それよりも転職紹介件数が増える効果の方が大きい。

具体的には、就職者・転職者に対して、就業後 3 年間、毎月 1 万円（年間 12 万円、総額 36 万円）の奨学金返済支援を提供する。これは自社のメディアと地域ネットワークを利用して、うまくマーケティングすることができるので、優位に展開することができよう。

AAC への資本参加は 2.2% であり、投資額は少ない。今期中にも実績が上がってこよう。

地域共創プラットフォームの 1 号

地域共創プラットフォームの第 1 号案件として、UniGrowth を経営統合する。UniGrowth は、人材コンサル、職業紹介のスタートアップで千葉県出身の経営者が東京で立ち上げた。

当社がスタートさせた「奨学金バンク」を活用した人材紹介事業に本格参入する。ここに UniGrowth がリード役として加わることになる。2026 年 2 月頃までに最終合意に至る予定である。投資負担も小さいとみられるので、今後のポジティブな効果に期待したい。

3. 大株主 アクティビストへの対応

大株主の異動

10 月に大株主の異動が明らかになった。8 月末時点で 15.94% を所有していた MTM Capital が 10 月時点で持株がゼロとなり。かわって合同会社 YN 企画（桜井代表）が 18.67% を所有した。YN 企画は経営・不動産コンサル、有価証券の取得・運用を業務とする。

この時点で、会社サイドはウルフパック戦術による会社介入を図るアクティビスト集団の参入ではないかと疑った。

会社側の勝利

当社は買収防衛策を導入していたので、この発動手続きを進めながら、11 月の株主総会に備えた。

ウルフパック（オオカミの群れ）とは、複数の投資家が密かに協調して株を買い増し、株主総会などで自らの要求を実現させようとする一種のアクティビスト集団である。合法的かどうかに疑義がある中、徒党を組んで短期的な儲けを狙う投資家ともいえる。

11 月の株主総会では案の定、緊急動議、取締役候補の差し替えなどが出された。しかし、会社側提案への賛同多数を得て、このウルフ的株主の動議は否決された。会社側が勝利し、ウルフ的株主サイドが負けたことは、本来の企業価値向上を目指す方向としては望ましい結果であったと評価できる。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

アクティビストの提案は否決

会社側は、YN企画、Happy horse(3.84% 所有)、KING(1.47%所有)、バイオセラミック(0.24% 所有)などに、株の買い占めに関する共同協調行為に対して質問状を出した。回答は、各々 純投資である、というものであったが、実際は会社乗っ取りを図るウルフパック戦術という見方は払拭できなかった。

11月の株主総会における議題として、バイオセラミックから出された修正動議は、細谷 氏に替えて桜井氏を取締役に選任せよという案であった。これは当日否決され、取締役 5名 は会社原案通り承認された。

今後の課題

では、今後どうなるのか。アクティビストとしての大株主は、具体的に何を要求してくるのか。株価を上げて儲けるには、企業価値を上げるしかない。そこにどんな提案をしてくるのか。

会社サイドは経営革新に向けて、引き続き手を打っていく。買収防衛策の発動もありうるし、別の株主作りにも手が打たれよう。

重要なことは、地域新聞社の企業価値向上が実績を積み上げていくことである。それが上場維持基準を満たすかどうかはまだ分からぬ。1つの重要目標として努力しているが、タイムスパンの制約はあろう。道は多様なので、多数の株主の賛同が得られるように、本道での勝負が続こう。

これまでの大株主

筆頭株主が変わった。今年7月に、これまでのREGROWTH 1号ファンドからMTM Capital へ移った。持株比率はいずれも 15.95% であった。株式の売却に伴う移動で、MTM Capital も純投資とみられた。

2025年2月末時点の大株主とその持株比率は、1位)投資ファンドのREGROWTH 1号 15.9%、2位)投資会社のマイルストーン・キャピタル・マネジメント 7.6 % 、3位)中広 6.0%、4位)事業会社のライフイン 24 グループ 5.9% であった。

中広は同業で、VC で連携している。ライフインは生活サービスの事業会社で、ここも業務提携がありうる。マイルストーンは投資会社で純粋に投資リターンを期待している。REGROWTH1号は、AD ワークスグループのエンジェル・トーチから株式を購入して大株主となつた。ここも投資ファンドであるからリターン狙いであった。いわゆるアクティビスト的な株主ではなかつた。

買収防衛策の更新

当社は、買収防衛策を導入しているが、その更新が11月の総会で承認された。時価総額

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすること目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

が小さいので、当社が目指す企業価値創造とは違って、単に企業買収による乗っ取りをしかけられる可能性に対して、対抗するためである。

特定の投資家が何らかの意図をもって、当社の株式を買い集めても、新株予約権の無償割り当てによって、対抗措置をとれるようにしている。例えば、51%を買い占めたとしても、1:2の無償割り当てで、この比率を大幅に落とすことができる。一般の株主の価値は保つことができる仕組みなので、実効性は有する。

特定の株主には不利となるが、それが妥当かどうかは、独立社外取締役を中心とする独立委員会によって判断される仕組みである。今回は不穏な動きがみられ、ウルフ的株主が台頭した。買収防衛策の行方に注目したい。

総会で持ち越しとなった案件

株主総会に、資本金及び資本準備金の縮減と剰余金の処分を付議したが、株主の3分の2の賛同を得る承認は得られなかった。

減資によって資本金を10百万円とする方針であった。これによって、税制上のメリットをうけられる。上場企業でもよくみられる方式である。8月末で305百万円の繰越欠損金があったが、これが相殺される。純資産は何も変わらないが、利益剰余金がプラスとなるので、財務の健全性は高まるとしてよい。次回の総会にかけられることになる。

4. 当面の業績 業績は回復局面

底入れ

2024年8月期は、売上高2977百万円（前年度比+1.7%）、営業利益34百万円（前年度-20百万円）と黒字に復帰した。中大口クライアントの獲得に向けて、営業リソースを集中し、顧客単価の向上を図った。求人情報紙のHappinessは好調に推移した。折り込みチラシも不動産、冠婚葬祭、宅配、リユースなどを中心に順調であった。2024年9月から価格改定を行った。

前2025年8月期は好転

2025年8月期は、売上高3153百万円（前年度比+5.9%）、営業利益45百万円（同+33.2%）、経常利益52百万円（同+210.7%）、純利益41百万円（前年同期3百万円）と順調な回復をみせた。

2024年8月期からスタートさせた「Strategic Plan」の成果が出始めている。具体的には戦略的アライアンス関連の売上が伸び、これが貢献している。3つのアライアンスの受注は、前期は5百万円であったが、当期は163百万円となった。一方で、成長戦略のための先

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

行投資も 17 百万円ほど実施した。

既存分野の価格改定に加えて、ツナググループとの求人連携、VC との連携によるエリアの広がり、ブレイブ少額短期保険なども一部収益として寄与した。

なお、当期は先行投資を別予算として組み、この分は新規事業の推進に向けたトライアルやシステム開発費用に充てた。

広告関連事業は、回復傾向にある。「ちいき新聞」は 4 月に紙面リニューアルを行い、ページ数を増加、読者との双方向のコミュニケーションがとれるコンテンツに力を入れている。広告販売では、記事広告を増加させている。また、新聞以外のメディアの発行を増やしている。求人の「Happiness」は発行回数を増やしている。折り込みチラシ配布事業では、不動産や冠婚葬祭の需要が高い。

8 月に収益不動産（土地）1 件を取得した。投資額 240 百万円で NOI（ネットオペレーティングカム）は 10 百万円（4.16%）を見込む。ライツ・オファリングの資金とは別に対応するもので、安定収益の確保を図る。

アライアンスの成果

3 つのアライアンスが成果を上げている。ツナググループとのアライアンスでは、売上高 38 百万円（ユメックスネット+ハピネス）をあげた。「地域みっちゃん生活情報誌」の VC（ボランタリーチェーン）とのアライアンスでは、同 82 百万円を獲得した。ブレイブ少額短期保険とのアライアンスでは、同 44 百万円を計上した。合計で約 163 百万円の売上を上げた。今後ともこれらの売上が積み上がっていこう。

戦略的アライアンスの 3 事業の受注は、2024 年 8 月期 5 百万円、2025 年 8 月期 163 百万円に対して、今期は 300 百万円前後が見込めよう。さらに、どのくらい積み上げかれるかが注目される。

役員が 5 抱点の支社長を兼務

2025 年 6 月より役員が 5 抱点の支社長を兼務することにした。各地域の営業を強化して業績をさらに飛躍させることを目指している。八千代支社、成田支社、船橋支社、千葉支社、柏支社の支社長を執行役員等が兼務して、地域密着の企画遂行とトップ営業の推進を図る。

加えて、M&A、資本提携の特命担当の執行役員を 6 月に任命した。具体的な計画が動き出したことに備えた人事である。

今期は先行投資次第ながら、大幅増益を期待

今 2026 年 8 月期の会社計画は、売上高 3500 百万円（前年度比+11.0%）を計画している。ただ、利益については公表していない。アライアンスによる売上、戦略的受注の採算、地域共創プラットフォームのための M&A が進行した場合の先行費用などが不確定なためである。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

前期と同じような内容で事業を推進できれば、売上高 35 億円は十分射程にあり、営業利益で 1 億円は達成できよう。これに対して、戦略的な成長投資と費用が発生してくる。ここを注意深くみていく必要があろう。

新たなアライアンス（資本業務提携）や M&A が具体化してこよう。のれんの償却なども想定されるので、EBITDA を最も重要な KPI としている。今期は、営業利益で 100～150 百万円、EBIDA で 150～200 百万円を目指す方向にあろう。

5. 企業評価 上場維持基準の克服に向けて

今後の戦略に求められるもの

当社は、経営陣を一新し、主要株主も異動する中で、多くの個人株主から賛同を得て、ライツ・オファリングによるファイナンスを成功させた。フリーペーパーを中心とする従来路線にとらわれることなく、周辺事業への広がり、新規事業の拡大など、新たな成長路線を急ピッチで進めようとしている。

それが収益性と成長性にどのようにインパクトしてくるか。PBR=ROE×PER という関係式において、ROE では 25～30%（純利益 1.5～2.0 億円）、PER で 25～30 倍（成長イメージ）を確保することによって、PBR で 7 倍の実現を目指す、というのが 1 つの指標であろう。純資産が 6 億円強であるから、これによって時価総額 40 億円を超えてこよう。これだけの無形資産の肉付けができるか。現在、その方向で戦略遂行を進めている。

グロース市場の上場維持基準への適合状況

2024 年 8 月末時点におけるグロース市場の上場維持基準の適合状況では、時価総額 40 億円の基準を満たしていなかった。株主数、流通株式数、流通株式時価総額、流通株式比率は満たしている。同年 8 月末の時価総額は 12.0 億円（現在 25 億円）であった。まだ相当の乖離がある。

10 月末を基準日として、1:2 の株式分割を実施した。株式の流動性を高めて、投資家層の拡大を図っていくことを狙った。

2026 年 8 月期の 4Q(6～8 月)の株価次第

時価総額 40 億円の算定基準は、決算期ごとの最後の 3 か月の平均株価がベースとなる。ここで維持基準をクリアしていれば問題ない。2026 年 8 月期で、その基準が満たせなかつた場合には、上場廃止に向けた整理ポストに入ることになろう。その場合、どのような有余があるかはもう少し状況を見る必要がある。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

今後の展開について

今後の事業展開については、2つの局面に分けて考える必要がある。当社は従来の本業を好転させつつ、新規事業の収益を上乗せさせようとしている。その面からみると、営業利益 2 億円は十分射程にあろう。その後 3~5 億円を目指すには、この 1~2 年の新規事業開拓がどこまで進むかに依存する。

今のところ 3~4 年でみれば、累損を一掃して、新しい経営基盤を固めることは十分期待できよう。一方で、グロース市場での上場維持を図るには、一連の経営革新をもう 1 年で進める必要がある。通常の企業よりもスピードが求められる。そのための布石をテキパキと進めている。

株式市場が当社の将来について早めに有望と判断してくれればよいが、実績をみてから判断するということになると、時間が足らないかもしれない。その時は、次の方策も検討されよう。

市場性の確保

東証グロース市場の上場維持基準をいかにクリアするか。もしクリアが難しいとなった時のリスクマネジメントとして、名証ネクスト市場への重複上場は有効な手段であろう。

いつでも実行可能なので、市場での株式取引に支障が出ることはないので、今後とも心配はいらない。

株主優待の充実

株主分割に伴う株主優待については、分割後の 1 単元（100 株）をベースに優待を実施する。11 月 1 日効力発生ベースで 100 株を所有する株主にも追加で臨時の株主優待を発行する。

2025 年 1 月に株主優待を充実させ、7 月にさらに強化した。1000 株以上保有する株主の優待を充実させた。内容は、100 株以上で、1) 「ちいきの逸品」1 万円以上購入で、3000 円割引となる割引券 3 枚。また、2) 千葉県の 10 店舗で使える総額 1 万円の割引券が付く。

1000 株以上で、1) 「ちいきの逸品」1 万円以上購入で、5000 円割引となる割引券 3 枚。また、2) 千葉県の 10 店舗で使える総額 1 万円の割引券が付く。さらに、3) 地元のジェフ市原・千葉（サッカー）の練習見学付観戦チケットが抽選で当たる内容を加えた。1000 株以上の株主を対象とする。株主作りに一段と力を入れている。

100 株以上所有の株主が対象で、株価を 700 円とすると、1.9 万円割引は 27.1% の利回りに相当する。実際、お得感は高い。

株主数は、2023 年 8 月末の 1202 名に対して、2025 年 8 月末で 3018 名へ増えている。細谷社長の経営改革に対する応援株主が増えているとみてよい。

本レポートは、独自の視点から書いており、基本的に会社側の立場に立つものではない。本レポートは、投資家の当該企業に対する理解促進をサポートすることを目的としており、投資の推奨、勧誘、助言を与えるものではない。内容については、担当アナリストが全責任を持つが、投資家の投資判断については一切関知しない。本レポートは上記作成者の見解を述べたもので、許可無く使用してはならない。

株主の期待はいかに

昨年のライツ・オファリングによるファイナンスに応じてくれた個人株主の主力は、千葉県在住で地域新聞社をよく知っている人たちであった。

一方で、従来の大株主はライツ・オファリングに応じなかつた。そして株式を譲渡した。これは1つの経営判断である。一方で、それを引き受けた投資家もいる。現在の多くの株主は、細谷社長の経営手腕に期待している。

AI企業のトップは、普通の企業の1年が、AI企業にとっては1四半期であるという。そのくらいスピードが違う。まさに、アジャイル（迅速）で、レジリエントな（しぶとい）経営が求められている。

地域新聞社の人材は揃っている。アドバイザリーボードもその見識を発揮しよう。上場維持基準のクリアについて、そのハードルは高いが、正々堂々とやり遂げる意気込みを見せてはいる。くれぐれも小手先の戦術にとらわれないようにしてほしい。今後のシーパワー戦略の連射に注目したい。

株価は上下しながらも水準を切り上げている。細谷社長の多面的なIR活動が功を奏している。従来の本業に加えて、新事業開拓が期待を集めている。具体的な事業がどこまで、どんなペースで積み上がってくるか。大いに注目したい。