

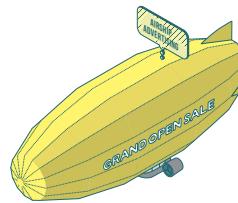


ハッピーメディア®で日本を元気に 株主と中広のコミュニケーション誌

# CHUCO CLUB

第47期報告書

2024.4.1 >>> 2025.3.31



東証・名証 証券コード [2139]  
CHUCO Co., Ltd.

中広



東証 上場

# 4期連続の増収・増益 過去最高の連結売上高を実現

創刊30年を迎え、1,300万部にまで発行部数を伸ばした『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』と、Data Drivenをスローガンに広告反響の集積と分析を推進し、付加価値の高い広告を提案したことで、47期を成功裏に締めくることができました。

株主の皆様には、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。  
また、平素から格別のご支援を賜り、心よりお礼申し上げます。  
ここに中広第47期(2024年4月～2025年3月)の  
事業概要をご報告いたします。



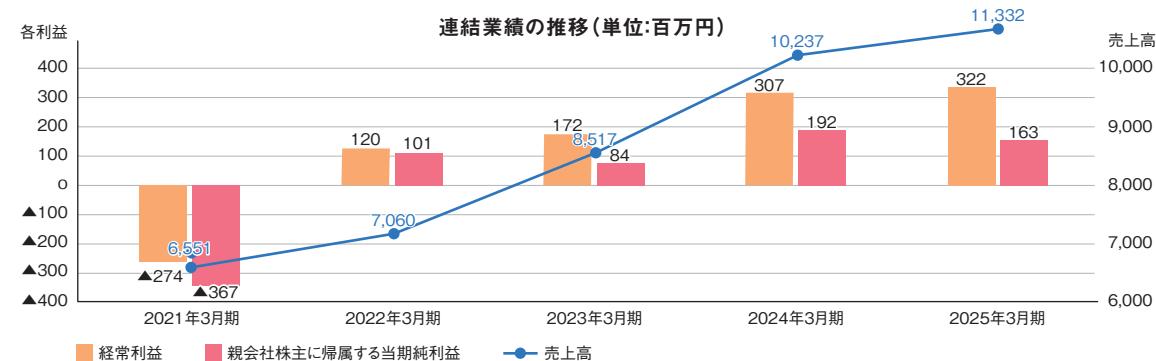
代表取締役社長 **大島 斉**

## 日本の約1/4の世帯に配布 『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』の拡充

第47期、当社主力のハッピーメディア<sup>®</sup>『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』(以下、地域フリーマガジン)は、岐阜県可児市で創刊した「かにさんくらぶ」から30周年を迎えました。この間、「広告業を通して地域社会に貢献する」という理念に基づき、日本中のご家庭に直接お届けすることを経営目標に掲げて事業拡大した結果、2025年3月時点で、34都道府県、180誌、月間総発行部数13,452,941部(VC加盟社※発行含む)と、日本全国の世帯の約1/4に各戸配布(ポスティング)される、比類なき読者リーチを誇る広告メディアとなりました。今期は、直営誌として、北海道で「AO(あお)」「千歳市・恵庭市、月刊61,000部)、愛知県で「オレンジクラブ」(蒲郡市・額田郡幸田町、月刊35,000部)、「フリモかわら」(碧南市・高浜市、月刊42,400部)、和歌山県で「まいとん」(橋本市・かつらぎ町、月刊23,000部)、広島県で初となる「はつカラ」(廿日市市、月刊41,000部)、「えるびん」(福山市、月刊65,000部)を新規創刊しました。また、中広メディアソリューションズが発行する「ARIFT」は、再編も含めて5版(東京北西版、東京北東版、横浜南版、横浜北版、川崎・大田版)増版し、前期末比 376,550部増となりました。

## 膨大な広告反響を集計・分析 AIの活用によって効率化も推進

当社グループは30年のハッピーメディア<sup>®</sup>の歴史に裏付けられた紙媒体の信頼性と、情報量や利便性、双方向性やレスポンスに優れたデジタル媒体のメリットを融合し進化した「ハイブリッド広告」を推進し



ております。これは、読者のレスポンスを地域や部数、広告の時期や連載回数などのタイミング、業種や求人等の広告内容、サイズや位置・色・写真・キャッチコピーなどの編集内容、クーポンの有無やその特典内容など多数のファクターで分析、「広告を科学」するものです。毎月、広告に対する百万件以上のレスポンスを瞬時に集計・分析し、読者の傾向を踏まえた最新の広告提案営業を実現。地域の自治体や商工事業者等の広告主に、読者の傾向を踏まえた付加価値の高い広告を提案、提供してまいりました。

今期のスローガンを「Data Driven(データドリブン)」とし、当社グループの媒体等から集積した実践データの解析により、広告主の特性や目的に最適化した広告提案を推進しました。また、自社独自で開発した広告制作およびCRMシステム「C-Brain」に、AIによる効果的な広告制作機能を追加したシステム「CAI(解)」を実装し、訴求力の高い広告制作や営業活動の効率化を図りました。

## 全国1,000カ所以上の賛同を得て サステナビリティに寄与

日本各地で展開する地域フリーマガジンは、社会貢献活動にも発展させています。かねてより啓発に取り組んでいる児童虐待防止の一環として展開している「#にっぽんオレンジシンボル運動」プロジェクトは、2024年11月の児童虐待防止推進月間に、日本全国1,000カ所以上の施設から賛同を集め、地域シンボリックなランドマーク、公共施設や商業施設、事業所等をオレンジ色にライトアップしました。また岐阜駅前の織田信長像にオレンジ色のマントを制作し着用いただくなど、当社メディアだからできる社会貢献活動に取り組んでまいりました。

## 革新による飛躍を見据え 5期連続の増収増益を目指す

当連結会計年度の売上高は、積極的なハッピーメディア<sup>®</sup>の拡充や前年度下半期に連結対象となった株式会社関西西どこの通期貢献により、過去最高の連結売上高11,332,980千円(前期比10.7%の増加)となりました。

利益面では、グループ一体となった事業推進による経営効率の向上により、原価率は改善(55.6%、前期比△0.1%)し、販売費及び一般管理費は、人件費の増加やシステム開発など、販管費率が悪化(41.7%、前期比+0.3%)したものの、営業利益は309,792千円(前期比1.9%の増加)となり、経常利益は322,594千円(前期比4.8%の増加)となりました。

第48期、当社グループのスローガンを「Data Driven Innovation(データドリブイノベーション)」としました。当社グループが収集したリアル実践データの分析・解析と「CAI(解)」によるAIの活用で、さらなる反響のでる広告を作る集団を目指します。また、経営テーマを「生産性向上」とすることで従業員一人ひとりが経営者の感覚を持ち、「Data Driven Innovation」と、さらなる「実践知」の集積と機動により世の中にイノベーションを起こすことで付加価値を高め、地域経済の活性化や地域課題の解決を継続して推進してまいります。

※VC契約とはVoluntary Chain(ボランタリーチェーン)契約。お互いの経営を尊重し発行元責任を持ちつつ、全世代の読者に安心・安全な各戸配布型の無料情報誌を、ハッピーメディア<sup>®</sup>「地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>」ブランドで発行します。この契約により、当社はVC加盟契約先企業より、商標使用料及びシステム使用料を得ております。VC契約を推進する目的は、当社のフリーマガジンの考え方(地域密着・厳格な掲載基準・正確な配布部数・レスポンス重視)に賛同する企業と共同してフリーマガジン事業を全国展開することで、広告事業を通じて地域経済の活性化に貢献するとともに、全国規模の良質なフリーメディア広告インフラを迅速に整備することです。

# 圧倒的到達力で伸長する

## 『地域みっちゃく生活情報誌』



『地域みっちゃく生活情報誌』は、

全国 **34** 都道府県で **180** 誌

**13,452,941** 部

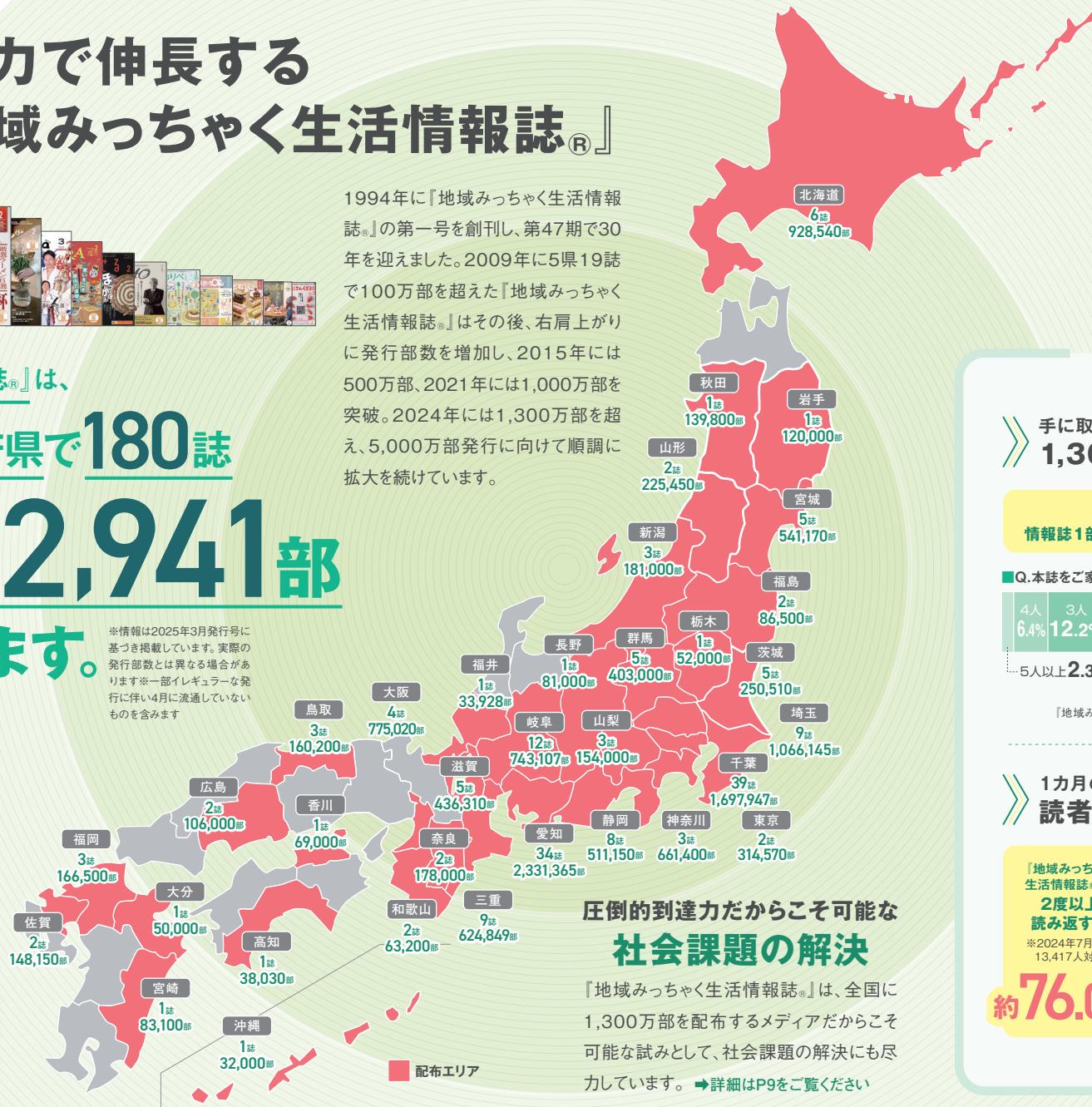
発行しています。

※情報は2025年3月発行号に基づき掲載しています。実際の発行部数とは異なる場合があります※一部イレギュラーな発行に伴い4月に流通していないものを含みます

**動画**でわかる！  
情報誌の意外な強み



1994年に『地域みっちゃく生活情報誌』の第一号を創刊し、第47期で30年を迎えました。2009年に5県19誌で100万部を超えた『地域みっちゃく生活情報誌』はその後、右肩上がりに発行部数を増加し、2015年には500万部、2021年には1,000万部を突破。2024年には1,300万部を超え、5,000万部発行に向けて順調に拡大を続けています。



### 圧倒的到達力だからこそ可能な社会課題の解決

『地域みっちゃく生活情報誌』は、全国に1,300万部を配布するメディアだからこそ可能な試みとして、社会課題の解決にも尽力しています。→詳細はP9をご覧ください

## 圧倒的到達力が生み出すWEBとのシナジー

WEBメディアは消費者の検索という行動によって初めて機能するブルメディア。一方、発行エリアの各ご家庭に情報を届ける『地域みっちゃく生活情報誌』はプッシュメディアです。圧倒的到達力を持つプッシュメディアで広く認知を生み出し、誌面QRを介して、消費者と企業を繋げる、さらに有限の紙からWEBに繋げることで情報の拡張を行う。紙とWEBの確かなシナジーは、地域の隅々まで各戸配布する『地域みっちゃく生活情報誌』だから可能な特長です。

今の時代だからこそ。

## 『地域みっちゃく生活情報誌』が支持される理由

手に取る人を「待つ」のではなく「届ける」  
**1,300万世帯に手配り**

情報誌1部=1世帯につき **約2.02人** が読んでいます

Q.本誌をご家族何人が読みますか？



1冊あたりの平均読者数は**約2.02人**

『地域みっちゃく生活情報誌』2025年1月号読者アンケートより(回答数:14,245人)

生活に関係する情報として読むことが習慣化  
**非興味層への認知に繋がる**

市内・近隣の市外の  
情報が欲しい人 **約81.8%**

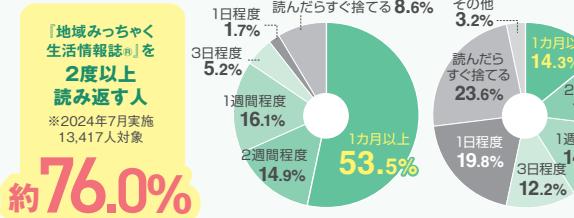
読者が知りたい情報範囲



県内全域の情報が欲しい **11.1%** | 全国の情報が欲しい **1.0%**  
近隣の県外も含む情報が欲しい **5.7%** | その他 **0.4%**

『地域みっちゃく生活情報誌』2025年1月号読者アンケートより(回答数:14,245人)

1カ月の間に何度も読まれる情報誌  
読者の**53.5%**が1カ月以上保存



『地域みっちゃく生活情報誌』を2度以上読み返す人 **約76.0%**

※2024年7月実施 13,417人対象

『地域みっちゃく生活情報誌』2025年1月号読者アンケートより(回答数:14,245人)

ポスティング媒体の中でもエリアカバー率が高い！  
新聞を購読していない世帯にも届く

『地域みっちゃく生活情報誌』の読者「新聞の定期購読なし」の割合 **約68.3%**

※2025年1月実施 14,245人対象

1世帯あたりの新聞部数 **約0.45%**

※2024年10月、新聞協会経営業務部調べ

## 『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』を支える 技術進化

30年の歴史を持つ『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』は、人の手による各戸配布、地域という専門性を堅持した昔ながらの紙メディアですが、中身は様々な革新技術の投入による進化によって支えられています。

### データ収集・集積・分析・解析

当社の基幹システムであるC-Brainでは様々な業務のDX化と同時に、月間約100万件のアプリ・サイト利用データ、月間約10万回の情報誌QRコード読み取りデータ、月間約1万回答のプレゼント応募・アンケートデータを集積し、データサイエンスによって解析しています。これにより、今どんな広告が反響を得ているか、消費者は何を求めているのかを可視化し、顧客と読者に最適な企画、原稿を可能にしています。

今後は地域ごとの特性や季節要因の精度を高め、当社にしかできない、圧倒的な地域データに基づいた、高品質な地域マーケティングの領域に踏み出します。

※各種データ量は第47期単体実績です。



### AIによる「実践知」の集積で 生産性向上・発展的成長

第47期は当社独自の生成AIシステム「CAI(解)」をリリースしました。CAIは簡単な指示を出すだけで、顧客ごとに適切な広告原稿を作り出す生成AIであり、これによって原稿の制作時間は従来よりも平均96.1%短縮されるなど、非常に高い生産性向上を実現しています。CAIは今後、C-Brainで収集・解析したデータに接続することで、季節要因や地域ごとの特性まで加味して高反響が期待できる原稿を生成するなど、従来の広告業界にはない革新的なシステムへの成長を見据え、バージョンアップを重ねてまいります。



CHUCO Artificial Intelligence 解  
CHIKI Artificial Intelligence

文章生成AI + 高反響ワード



## 『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』以外の 各種商材

当社では『地域みっちゃく生活情報誌<sup>®</sup>』以外にも、ターゲティングされた情報誌、アプリ、イベント運営、エンターテインメント事業、企業様や行政の各種プロモーション、ECサイト運営など、多彩な商材によって地域や広域の問題解決に尽力しています。

HAPPY MEDIA WEB

### 「フリモ」アプリ

最寄りの店舗やお出かけ先で使えるクーポン。また、地域の店の最新情報やおトクな情報も、随時お届け!利用状況を解析できるので効果測定にも有効です。



HAPPY MEDIA 紙

### 『Start!』

高校生の就職活動を応援するためのフリーマガジン。地元で活躍する企業を知ってもらうことで地元の人材確保にも寄与し、地域の活性化に繋げていくことを目的としています。



HAPPY MEDIA 紙

### 『ままこっこと<sup>®</sup>』

発行エリアの幼稚園・保育園・こども園に配布し、園児からママパパへ直接手渡しされる地域密着型の子育て応援マガジン。子育てを社会全体で応援することを目的としています。



HAPPY MEDIA イベント

### 講演会インフォ

講演会や研修会、コンサート、イベントの講師や出演者の紹介をするウェブサイト。キャスティングに限らず、企画から当日の運営まで一貫した提案が可能です。



HAPPY MEDIA 紙&WEB&イベント

### 誌面連載企画が書籍や舞台に エンターテインメントを生む HAPPY MEDIA

前作の好評を受け、情報誌連載企画から始まった「女子大小路の名探偵 新章」が、書籍になり、舞台公演(東京 銀座博品館劇場)へと発展。名古屋や岐阜市など、地元の雰囲気を生かしたエンターテインメントが全国に飛躍しました。



【死は、ど真ん中に転げ落ちて】 兼 建日子(著) / 河出文庫

©2025 舞台「死は、ど真ん中に転げ落ちて」 製作委員会

### そのほか

- イベント
- TV、ラジオ
- ノベルティー
- 印刷物
- 採用管理システム
- 屋外看板、ビジョン
- 研修
- SNS
- 小説、映画
- EC

### 経費削減提案商品

メディアやSPツールで売上アップするのに併せて、出費を抑え、利益を確保するご提案も可能です。

### 【ラインナップ】

- 電気代
- 携帯料金
- 除菌・消臭液
- 業務用エアコン
- LED照明レンタル
- コピー機・複合機
- 勤怠管理システム
- ビジネスチャットツール

### 連結貸借対照表 (単位:百万円)

科目	前期	当期
<b>(資産の部)</b>		
流動資産	3,759	3,613
固定資産	1,425	1,455
<b>資産合計</b>	<b>5,185</b>	<b>5,068</b>
<b>(負債の部)</b>		
流動負債	2,500	2,351
固定負債	674	603
<b>負債合計</b>	<b>3,174</b>	<b>2,955</b>
<b>(純資産の部)</b>		
資本金	404	404
資本剰余金	63	63
利益剰余金	1,470	1,553
自己株式	△15	△15
<b>株主資本合計</b>	<b>1,922</b>	<b>2,005</b>
<b>その他の包括利益累計額合計</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
<b>非支配株主持分</b>	<b>69</b>	<b>90</b>
<b>純資産合計</b>	<b>2,010</b>	<b>2,113</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>5,185</b>	<b>5,068</b>

### 連結損益計算書 (単位:百万円)

科目	前期	当期
<b>売上高</b>	<b>10,237</b>	<b>11,332</b>
売上原価	5,698	6,297
<b>売上総利益</b>	<b>4,539</b>	<b>5,035</b>
販売費及び一般管理費	4,235	4,725
<b>営業利益</b>	<b>304</b>	<b>309</b>
営業外収益	45	32
営業外費用	41	20
<b>経常利益</b>	<b>307</b>	<b>322</b>
特別利益	23	—
特別損失	11	24
<b>税金等調整前当期純利益</b>	<b>319</b>	<b>297</b>
法人税、住民税及び事業税	98	126
法人税等調整額	21	△13
法人税等合計	119	112
<b>当期純利益</b>	<b>200</b>	<b>184</b>
<b>非支配株主に帰属する当期純利益</b>	<b>7</b>	<b>21</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>192</b>	<b>163</b>

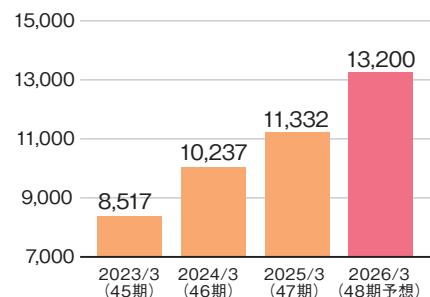
### 連結株主資本等変動計算書 (単位:百万円)

科目	株主資本					その他の包括利益累計額		非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	その他の包括利益累計額合計		
<b>2024年4月1日残高</b>	404	63	1,470	△15	1,922	18	18	69	2,010
当期中の変動額									
剰余金の配当			△81		△81				△81
親会社株主に帰属する当期純利益			163		163				163
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						△0	△0	21	20
<b>当期中の変動額合計</b>			82		82	△0	△0	21	102
<b>2025年3月31日残高</b>	404	63	1,553	△15	2,005	18	18	90	2,113

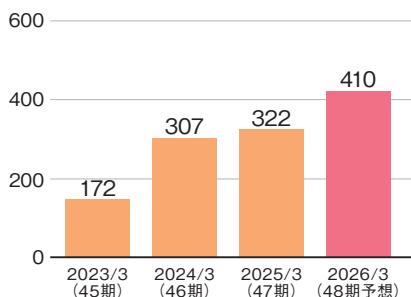
### 連結キャッシュ・フロー計算書 (単位:百万円)

科目	前期	当期
営業活動によるキャッシュ・フロー	505	7
投資活動によるキャッシュ・フロー	53	△246
財務活動によるキャッシュ・フロー	△408	△22
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	150	△261
現金及び現金同等物の期首残高	649	800
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	1
現金及び現金同等物の期末残高	800	540

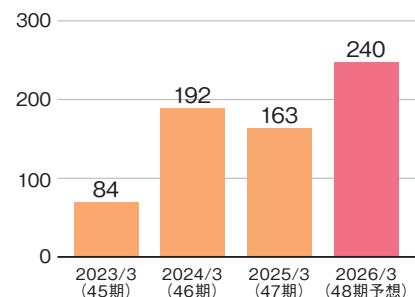
#### 連結売上高 (単位:百万円)



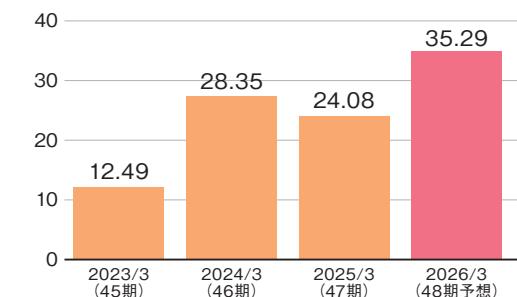
#### 連結経常利益 (単位:百万円)



#### (親会社株主に帰属する) 当期純利益 (単位:百万円)



#### 1株当たり当期純利益 (単位:円)



#### 純資産・総資産額 (単位:百万円)



## CSV(共通価値の創造)・CSR(企業の社会的責任)

### ハッピーメディア®の発行網を活用した啓発活動

#### 中広グループ児童虐待防止運動

情報誌において、児童相談所虐待対応ダイヤル「189」番の周知や相談事例、子育てのヒントなど、虐待防止に繋げる情報発信を続けて約10年。47期はこの取り組みに加え、プロモーションをさらに拡充。そのひとつが、「#にっぽんオレンジンボル運動」です。こども家庭庁が11月に実施している「オレンジリボン・児童虐待防止推進キャンペーン」に合わせ、日本全国のシンボリックな建物を児童虐待防止のイメージカラーであるオレンジ色にライトアップするもので、目にした方々が気づきを得て理解を深めるだけでなく、SNSなどでの拡散も狙っています。

前期から続く取り組みですが、今期は前期の約10倍となる1,105カ所をオレンジ色に染めることが叶いました。北海道から沖縄まで、全国各地で多くの方がオレンジの光を眺め、「189」番や児童虐待防止について考える時間をもっていただけたのではないのでしょうか。

今期新たに開始した活動が「小学生向け189番周知プロモーション」です。子ども自身が虐待から身を守るよう、小学校の校内放送を通して「189」番を伝える取り組みで、啓発用音源を制作し、無償で提供しています。

これら3つの活動が評価され、中広グループ児童虐待防止運動は、文部科学省とこども家庭庁から後援をいただく取り組みへと成長しました。これは、社会課題の解決に向けた、大きな一歩です。今後も当社がもつメディア会社としての発信力と、広告会社としてのプロモーション力を活かし、賛同者の輪を広げ、日本から児童虐待を根絶すべく、尽力してまいります。



### 地域の一員としてかかわる奉仕活動

#### 地域支援活動

発行エリアの環境保全活動(清掃等)や、地域イベントへの参加・運営補助等により、地域の方と同じ目的に向かう活動を通じ、地域への理解や愛着をより深めています。継続することで、地域に必要な情報誌になることを目指します。

#### 教育補助活動

未来を担う次世代の地域愛を育む存在でありたいと、学校や行政機関で地元企業を代表して仕事内容の紹介や情報誌制作のワークショップの実施、中高生の職場体験や大学生のインターンシップの受け入れ等を行っています。

### 会社概要 (2025年6月24日現在)

会社名	株式会社 中広
本社所在地	岐阜本社 / 岐阜県岐阜市東興町27番地 名古屋本社 / 愛知県名古屋市中村区 名駅1丁目1番1号 JPタワー名古屋24階
設立	1978年5月1日
資本金	4億430万円
代表者	代表取締役会長 後藤 一俊 代表取締役社長 大島 斉
従業員数	449名(2025年5月末現在) グループ全体700名

### 事業内容

フリーマガジン事業	『地域みっちゃん生活情報誌』や『ままここと』、『Start(スタート!)]』『住もーね』など、自社媒体の企画・編集・発行を行っています。
セールスプロモーション事業	広告戦略・広告計画・販売促進計画を立案する総合広告会社として、広告主の要望に応える媒体の選択、デザイン提案、販売促進策、企画運営を行っています。
VC事業(ボランティア・チェーン)	他社と共同で、かつ独立性を保ちながら当社媒体を扱う組織(VC=ボランティアチェーン)を展開。『地域みっちゃん生活情報誌』『講演会インフォ』を企画、制作、運営する仲間を全国に増やしています。
イベント・セミナー事業	行政・企業・各種団体等に、研修会・講演会・コンサート・イベント等の企画立案から実施運営まで、地域に密着した質の高いサービスを提供しています。インターネットで簡単講師検索ができる『講演会インフォ』も運営しています。
ネット通信販売事業	インターネット通信販売サイトのわくわく生活(楽天)、わくわく家具(楽天)、M3(楽天)、いいしなこだわる通販ストア(Yahoo!ショッピング)、わくわくファニチャー(Yahoo!ショッピング)、カウマ(auPAYマーケット)の6サイトを運営しています。
IT事業	『地域みっちゃん生活情報誌』と連動した、ご近所クーポンアプリ「フリモ」などの運営を行っています。またハッピーメディア®の読者会員を対象に、生活意識調査も実施しています。

### 役員一覧 (2025年6月24日現在)

代表取締役会長	後藤 一俊
代表取締役社長	大島 斉
取締役	倉橋 誠一郎
取締役	池戸 武志
取締役	渡邊 泰宏 (注1)
常勤監査役	水谷 竜治
監査役	三井 栄 (注2)
監査役	安田 和広 (注2)

(注1) 渡邊泰宏氏は社外取締役であり、東京証券取引所及び名古屋証券取引所に対し、独立役員として届け出ております。

(注2) 三井栄氏及び安田和広氏は社外監査役であり、東京証券取引所及び名古屋証券取引所に対し、独立役員として届け出ております。

### 株式の状況 (2025年3月31日現在)

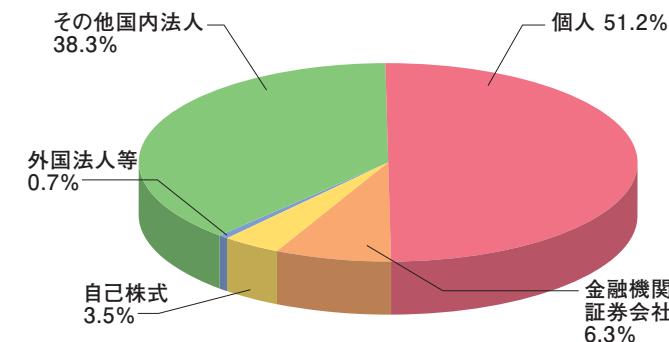
発行済株式数	7,044,000株
株主数	13,479名

### 大株主 (2025年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
有限会社オリベ興産	2,292	33.7
後藤 一俊	768	11.2
岐阜信用金庫	334	4.9
中広従業員持株会	232	3.4
中島 永次	196	2.8
株式会社トーヨーキッチンスタイル	180	2.6
服部 正孝	160	2.3
大島 斉	111	1.6
ハット・ユナイテッド株式会社	100	1.4
松田 卓也	65	0.9

(注) 持株比率は、自己株式(243,976株)を控除して計算しております。

### 所有者別株式分布状況 (2025年3月31日現在)



# 株主メモ

(2025年3月31日現在)

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会 毎年3月31日 期末配当 毎年3月31日
株主名簿管理人	〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
同事務取扱場所	〒460-8685 名古屋市中区栄三丁目15番33号 三井住友信託銀行株式会社 名古屋証券代行営業部
郵便物送付先 (電話照会先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 電話:0120-782-031 (フリーダイヤル) 取次事務は三井住友信託銀行株式会社の全国本支店
住所変更、単元未済株式の買取のお申出先について	株主様の口座がある証券会社にお申出ください。 なお、証券会社に口座がないため特別口座を開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
未払い配当金の支払いについて	株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
単元株式	100株
公告方法	電子公告につきましては、当社ホームページ <a href="https://www.chuco.co.jp/">https://www.chuco.co.jp/</a> に掲載いたします。 ただしやむを得ない事由により、電子公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載いたします。
上場証券取引所	東京証券取引所スタンダード市場・名古屋証券取引所プレミアム市場
証券コード	2139