



2024年12月12日

各位

会社名 株式会社地域新聞社
代表者名 代表取締役社長 細谷 佳津年
(コード 2164)
問合せ先 コーポレートコミュニケーション室
執行役員 五十嵐 正吾
(TEL.047-485-1107)

上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について
～事業計画及び成長可能性に関する事項～

当社は、2021年12月20日にグロース市場の上場維持基準への適合に向けた計画を提出し、その内容について開示しております。2024年8月末時点における上場維持基準の適合状況について、以下のとおり作成しましたので、お知らせいたします。

1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の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は、「時価総額」については約12億円と適合していません。「時価総額」については2023年8月末時点の7.8億円から、改善はしておりますが引き続き適合していない項目となります。当社は、「時価総額」に関し、当初計画のとおり、2026年8月期までに上場維持基準を充たすための各種取り組みを実施してまいります。

		株主数	流通株式数	時価総額	流通株式 時価総額	流通株式 比率
当社の 適合状況 及び その推移	2021年 6月末時点	—	—	14.8億円	—	—
	2022年 8月末時点	—	—	8.7億円	—	—
	2023年 8月末時点	1,081人	11,503単位	7.8億円	4.1億円	53.2%
	2024年 8月末時点	1,594人	13,132単位	12.0億円	5.9億円	49.1%

上場維持基準	150 人	1,000 単位	40.0 億円	5.0 億円	25.0%
適合状況	適合	適合	不適合	適合	適合
当初の計画に記載した計画期間	—	—	2026 年 8 月末	—	—

2. 上場維持基準の適合に向けた取り組みの実施状況及び評価(2023年9月～2024年8月)

当社は前期において、上場維持基準の適合に向けた基本方針とその進捗を報告しております(2023年11月22日公表:「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について」)。しかしながら、その後当社は、2024年2月7日に代表取締役社長の異動を含む経営体制の改変を決議し、同時に企業戦略の抜本的見直しに着手いたしました。具体的には、フリーペーパー事業、及びその周辺事業にしばった従来路線にとらわれることなく、企業価値の再定義を通じた新たな成長戦略(Strategic Plan Series I:2024年6月3日公表)を策定し、それにともない業績計画や基本方針、KPIも全面的に刷新いたしました。

新たな成長戦略をベースとした、今後のグロース市場上場維持基準の適合に向けた実施状況及び評価、並びに今後の課題・取組内容については、本日公開の『上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について(Strategic Plan Series IV)』に記載のとおりです。

3. 資金調達及び調達資金の使途について

2024年6月3日付「ノンコミットメント型ライツ・オフリングに関するお知らせ」において公表しておりますノンコミットメント型ライツ・オフリングに関し、当社第7回新株予約権の権利行使期間が2024年9月11日に終了いたしました。調達資金の使途や業務提携先の候補については、2024年10月24日付「2024年8月期決算補足説明資料(Strategic Plan Series III)」に記載のとおりです。

■2024年8月期決算補足説明資料(Strategic Plan Series III)

<https://chiikinews.co.jp/files/StrategicPlan3.pdf>

なお、事業計画及び成長可能性に関する事項のアップデートについては、今後、決算後11月頃を目途として開示を行う予定です。

以上

私とあなたの真ん中に

Chi-iki

株式会社 地域新聞社

証券コード：2164

事業計画及び成長可能性に関する事項

上場維持基準の適合に向けた 計画に基づく進捗状況について

2024.12.12 (Thu) 株式会社地域新聞社

Strategic Plan
~mid-term~
Series **IV**

01 会社概要

02 戦略の転換

03 新戦略と目指すビジネスモデル

04 基本方針・業績計画 ～ EBITDA・EVA（超過利潤）～

05 サステナビリティを支える人的資本経営

06 企業価値（時価総額）向上に向けた取り組み

07 市場環境

08 リスク情報

※参考 Strategic Plan ～ mid-term ～ Series3



Company Profile



会社概要

フリーペーパー事業のビジネスモデル



会社名	株式会社地域新聞社
創業	1984年8月
所在地	千葉県八千代市
資本金	5億1,143万2,720円
経営陣	細谷 佳津年 代表取締役 金箱 義明 取締役 松川 真士 取締役 齋藤 律子 取締役 田中 康郎 社外取締役 色部 文雄 社外監査役（常勤） 小泉 大輔 社外監査役（非常勤） 丸野 登紀子 社外監査役（非常勤）
従業員数	従業員数 274名
ポストメイト [※]	約2,500名
契約ライター	150名
株主数	1,202名→1,763名→2,231名 <small>(2023/8/31現在) (2024/8/31現在) (2024/10/15現在)</small>



※ ポストメイトとはフリーペーパー『ちいき新聞』の配布を業務委託している配布員の呼称
 ※データ数字は2024年10月15日現在

経営理念

「人の役に立つ」

MISSION

地域の人と人をつなぎ、
あたたかい地域社会を創る

私たちは、日々の暮らしの中に、出会い・発見・感動を提供し、
それらが分かち合われ生まれる絆によって人が人を、人が地域を慈しむ社会を創ります。

ちいき新聞とは

千葉県を中心に毎週約 173 万部のフリーペーパーを発行しております。1版あたり4万部ほどのエリアに分け、地域の生活者に密着した情報を発信しています。配布エリア内のカバー率は約 90%と高い到達率が特徴です。

折込チラシは地理統計情報と掛け合わせて約 500 世帯ごとの細かなセグメント配布が可能となります。



Company Profile



会社概要

フリーペーパー事業のビジネスモデル



フリーペーパー事業のビジネスモデル

フリーペーパー「ちいき新聞」への広告掲載やチラシ折込を通して、広く地域住民への販促告知を行い、広告の製作や印刷、配布などの料金を収受するビジネスモデル

私とあなたの真ん中に

Chi-iki

地域新聞社



対価の支払い



プロモーション

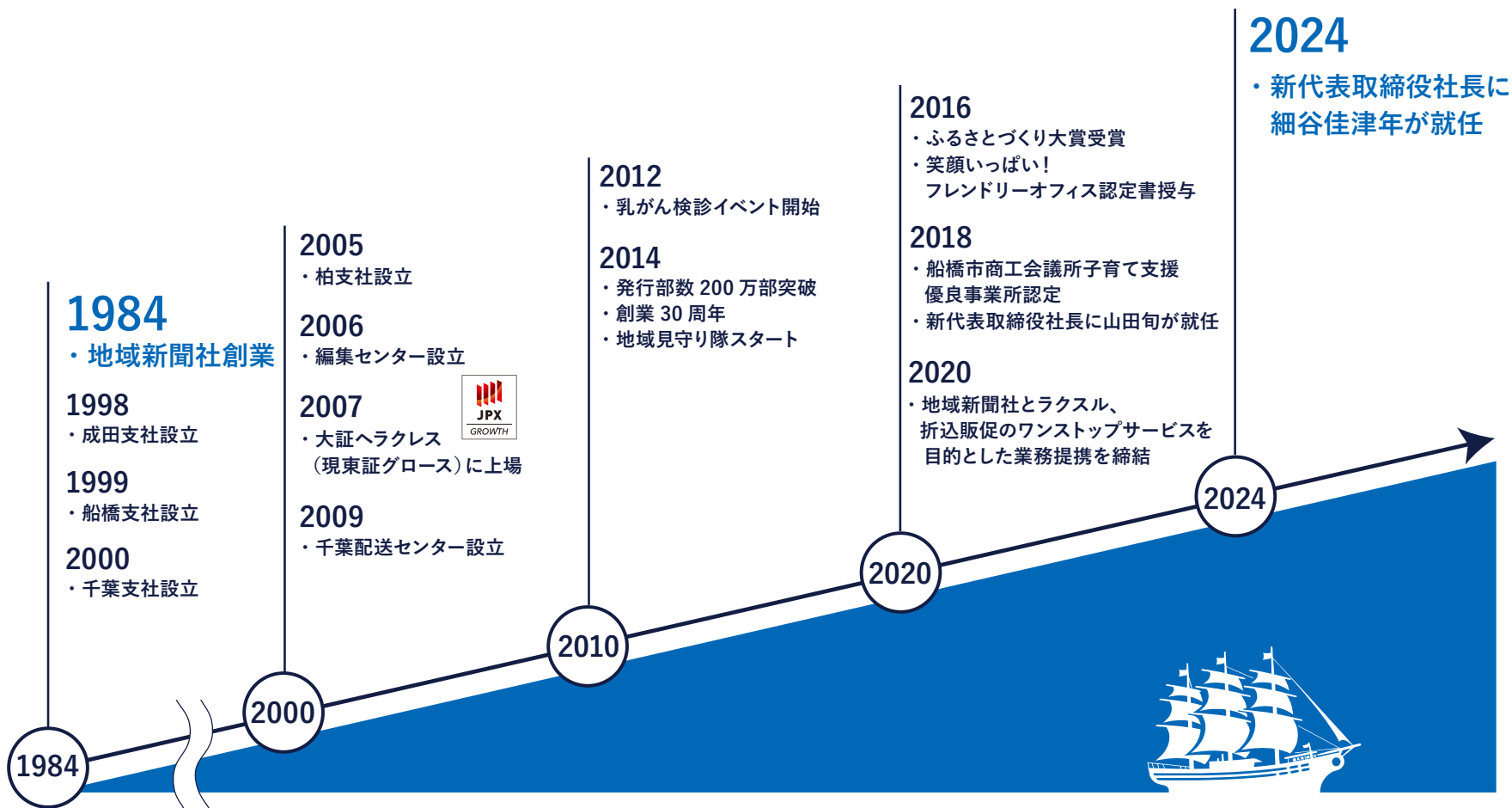


情報の
デリバリー

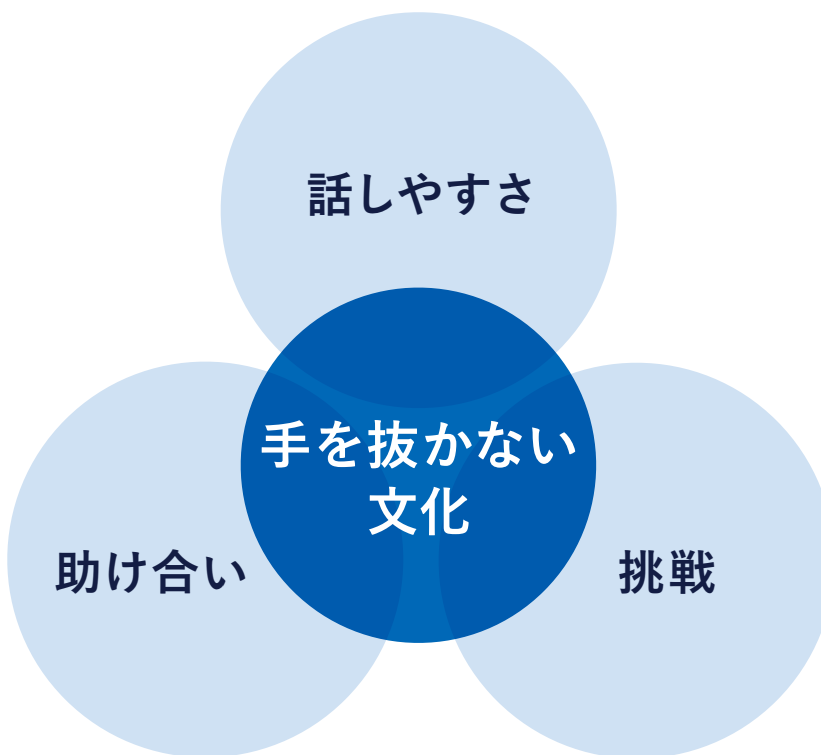
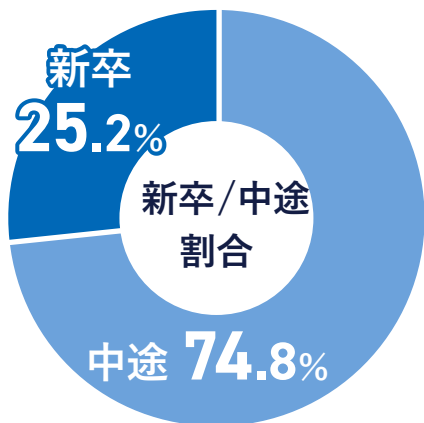
170万世帯



創業 40 年、上場企業ならではの信用・信頼



風通しが良く働きやすい企業風土



※2019 年以降

🔍 地域新聞社 note

検索

<https://note.com/chiikishinbun>



平均年齢66.1歳！毎週約173万部の「ちいき新聞」を梱包する配送センターの底力とは

Strategic Shift to Sea Power



戦略の転換

ランドパワーからシーパワーへと戦略の転換

すでに開示済みの適合計画書、中期経営計画※

新戦略 (Strategic Plan ~ mid-term ~ Series IV)



ランドパワー



シーパワー

フリーペーパーやその周辺事業 → 自前主義

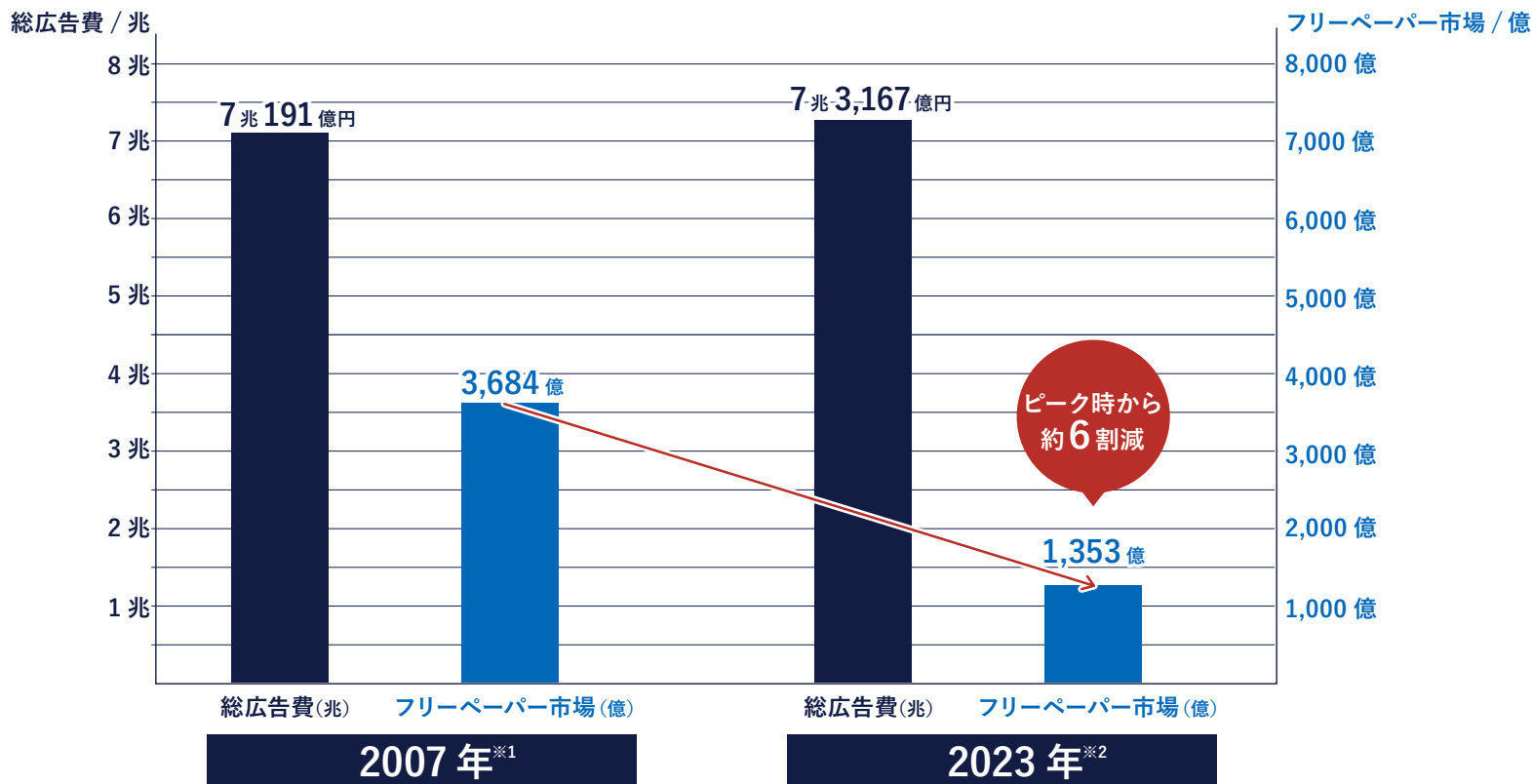


アセット活用型新価値創造 → アライアンス
～ブルーオーシャンの創造～

※「適合計画書」2023年11月22日開示、「中期経営計画」2021年10月13日開示

転換を決断した理由

フリーペーパーの市場の縮小



※1 株式会社電通「2007年日本の広告費」より

※2 株式会社電通「2023年日本の広告費」より

フリーペーパー事業の足跡

■2021年1月8日

連結子会社の解散に関するお知らせ

2014年12月に連結子会社化するも、株式会社ショッパー社を解散することについて公表いたしました

■2023年3月7日

新聞発行事業の一部休止に関するお知らせ

埼玉県における「ちいき新聞」の発行事業を休止することについて公表いたしました

※こういった背景に加えて経営体制も変わったことから、過去の計画やKPIは全て見直し、刷新した新しい戦略を立てることとなりました

New Strategy & Business Model



新戦略と目指すビジネスモデル

具体的提携とポートフォリオ↑の位置付け

① 求人事業（ツナググループ）

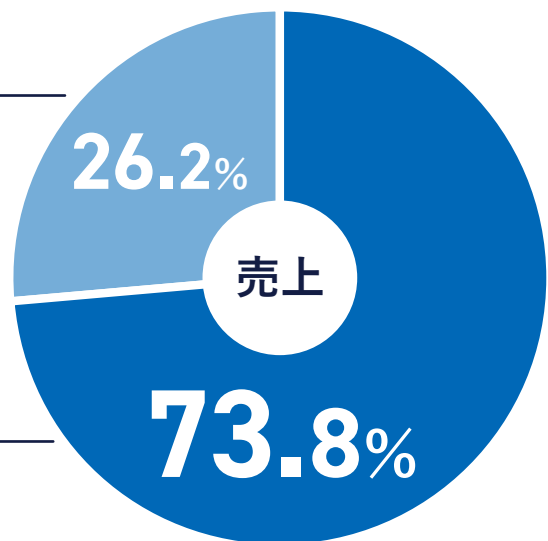
② VC（ボランタリーチェーン）



企業価値の再定義

■ その他の事業

- ・WEB 事業 (チイコミ、LINE など)
- ・求人専門紙「Happiness」発行
- ・人材事業 (紹介、イベントなど)
- ・お手伝いシリーズ (マッチング)
- ・別冊
- ・行政
- ・カルチャー など



■ フリーペーパー事業

- ・「ちいき新聞」発行
- ・折込チラシ

「フリーペーパーを
発行する会社」
というイメージ

アセットに光をあて
企業価値を再定義する

フリーペーパー事業で培った
多くのアセットを活用

数値化されていない強力な当社アセット (無形企業資産)



創業 40 年

1984 年 8 月 28 日に八千代市にて創業。その後、県内を中心にエリアを広げて千葉県 No.1 の発行部数を誇るフリーペーパー会社に。

2007 年上場

2007 年 10 月 31 日に大証ヘラクレスに上場し、2024 年現在は東証グロース市場に上場しています。

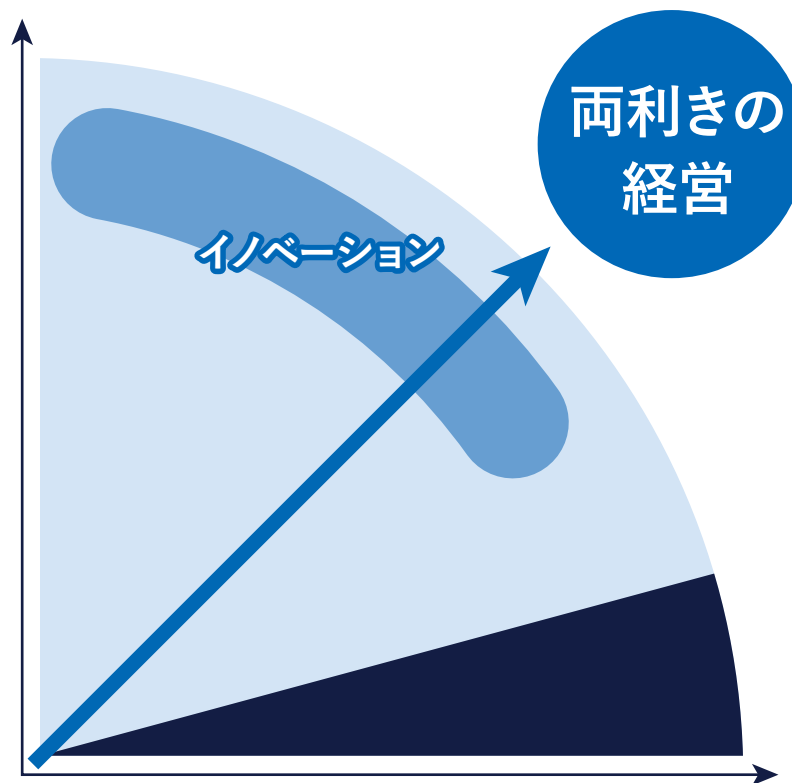
水先案内人としての「知の探索」を追求 (アライアンス先の発掘)

シーパワー

知の探索

分野とイノベーションの
可能性を探る

当社にはない事業やサービスを提供している会社と手を携え、リソースはそのままに当社アセットの提供を通じて新サービスを創出、スピード感を持って数・単価を高める



ランドパワー

知の深化

既存ビジネスの
強化拡大

既存事業や既存サービスの枠内もしくは周辺でリソースを投入しつつ、数・単価をアップする

アセットの部分提供を通じてのアライアンス戦略 ～ブルーオーシャンマーケットの創造～




信頼

創業 40 年

1984 年 8 月 28 日に八千代市にて創業。
その後、県内を中心にエリアを広げて
千葉県 No.1 の発行部数を誇るフリー
ペーパー会社に。

2007 年 上場

2007 年 10 月 31 日に大証ヘラクレスに
上場し、2024 年現在は東証グロース市
場に上場しています。

New Strategy & Business Model



新戦略と目指すビジネスモデル

具体的提携とポートフォリオ上の位置付け

① 求人事業（ツナググループ）

② VC（ボランタリーチェーン）





Star

実績
1

求人媒体の共同販売

WEB と紙の両方で求職者と企業をマッチング

私とあなたの真ん中に

Chi-iki
地域新聞社

TSUNAGU GROUP
HOLDINGS Inc.


ハピネス（紙媒体）
月間求人数
350 求人
求職者数（応募数）
250 人

+


ユメックスネット
月間求人数
6,482 求人
求職者数（応募数）
10,306 人



リンク

2024 年 8 月 9 日 地域新聞社とツナググループ・ホールディングスの業務提携のお知らせ



■ ツナググループ 求人事業での連携



トランザクション

ユーザー属性

購入履歴

求人広告

6000 件以上の千葉県内の求人を扱うツナググループは、Web 媒体を主軸に業績を伸ばしています。取り扱い件数とエリアの広さから、当社の営業網を活用する相互共同販売を提案中です。また、当社の紙の求人媒体「ハピネス」は好調ですが Web 媒体はまだまだ成長過程。ツナググループの Web 媒体を共に販売することで Web・紙両方の提案を可能とし、顧客にとってのメリットもアップ。当社の HR 事業をスケールアップさせる一歩とします。

New Strategy & Business Model



新戦略と目指すビジネスモデル

具体的提携とポートフォリオ上の位置付け

① 求人事業（ツナググループ）

② VC（ボランタリーチェーン）





Cash Cow

実績
2

全国 1,300 万部 / 月の
媒体ネットワーク



[リンク](#) 2024 年 9 月 12 日 ハッピーメディア® 『地域みっちゃく生活情報誌®』 VC 加盟契約締結のお知らせ

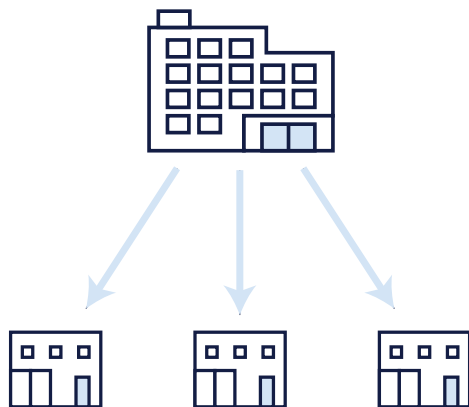


■ 「地域みっちゃく生活情報誌」の VC (ボランティアチェーン)



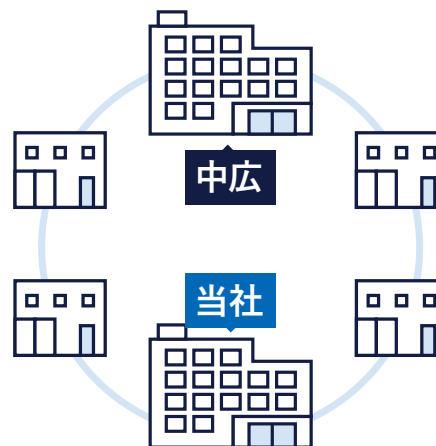
全国のフリーペーパー事業主で構成される組織

FC=フランチャイズ



自由度は低め
本部と加盟店は上下の関係

VC=ボランティアチェーン



複数の仲間が独立性を保ちながら
同じ目的を持って共同で
企画・営業・運営をする

Core Policy , Financials & KSF



基本方針・業績計画 ～EBITDA と超過利潤・EVA～

KSF (キーサクセスファクター)

KSF
1

EBITDA グロース：最重要経営指標

先行投資を除いた正味足もと事業の稼ぐ力の成長度を最重要指標として、EBITDA の増額を実現します

KSF
2

アライアンスによる非連続な収益の獲得

シーパワーストラテジーへの転換による既存アセットの提供で ROIC の飛躍的な向上を実現します

KSF
3

EVA グロース：超過利潤の創出

当社版 EVA (= 投下資本 × ROIC - 調達額 × WACC) をプラスにして超過利潤 (経済的付加価値) を生み出し、増額していきます

KSF
1

PLの分解

	事業活動	先行投資活動	合計
売上高	3,201,475,445		3,201,475,445
売上原価	878,579,678		878,579,678
売上総利益	2,322,895,767		2,322,895,767
販売管理費【A】	2,194,348,344	25,000,000	2,219,348,344
EBITDA	KSF 1 128,547,423	-25,000,000	103,547,423
販売管理費【B】	30,452,912		30,452,912
営業利益	98,094,511	-25,000,000	73,094,511
営業外収支			
経常利益			
当期純利益			
	足元の事業	未来に向けた投資	今期 PL

KSF
1

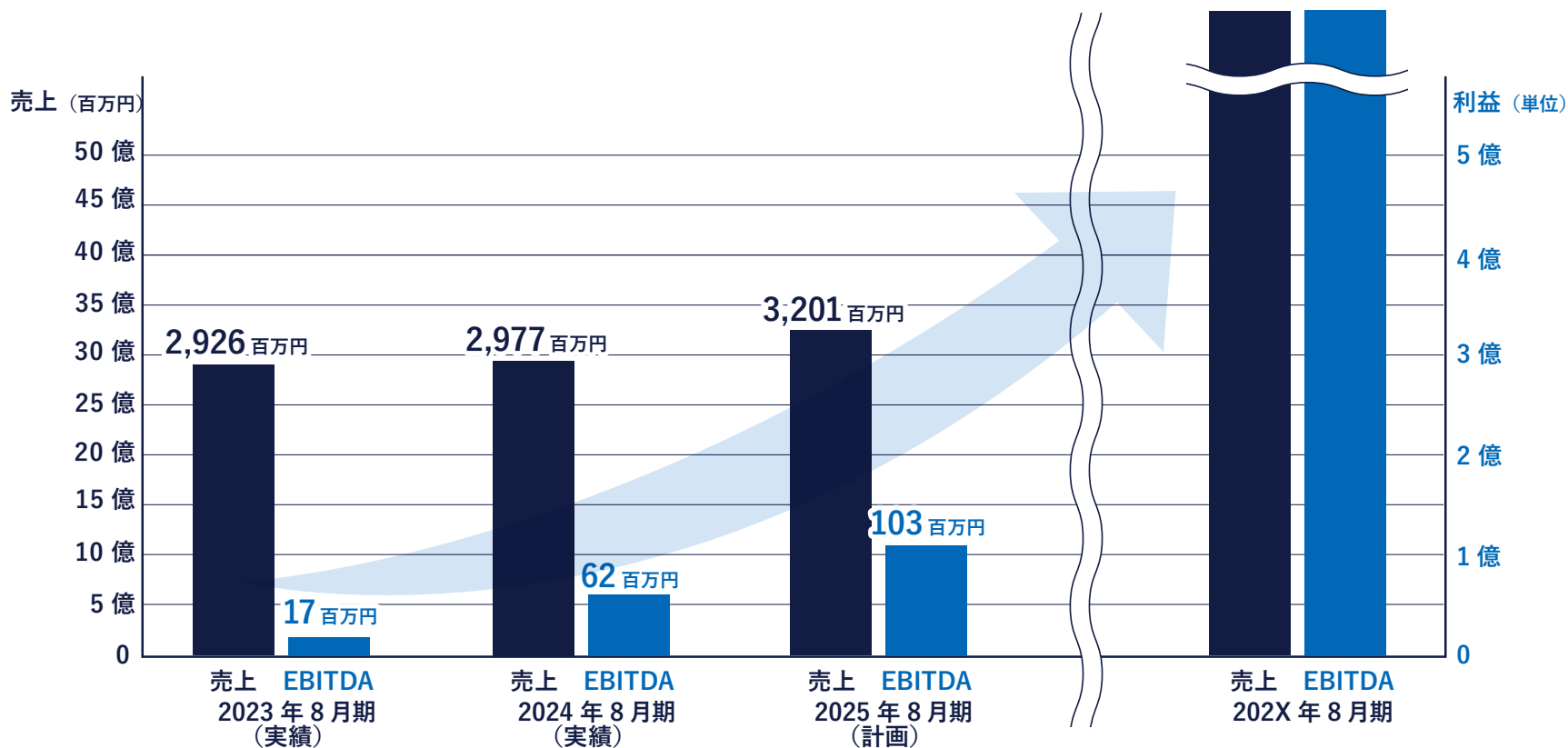
2025 年計画 ～ EBITDA グロース～

※単位：百万円

	2023 年 8 月期実績 (前期)	2024 年 8 月期 (当期)			2025 年 8 月期 (来期)		
		実績	前年差異		計画	前年差異	
			額	%		額	%
売上高	2,926	2,977	50	101.7%	3,201	224	107.5%
EBITDA	17	62	45	EBITDA グロース 357.5%	103	40	EBITDA グロース 164.7%
営業利益	-20	34	55	-	73	38	213.1%
経常利益	-47	16	64	-	-	-	-
当期純利益	-51	3	54	-	-	-	-

KSF
1

売上と EBITDA

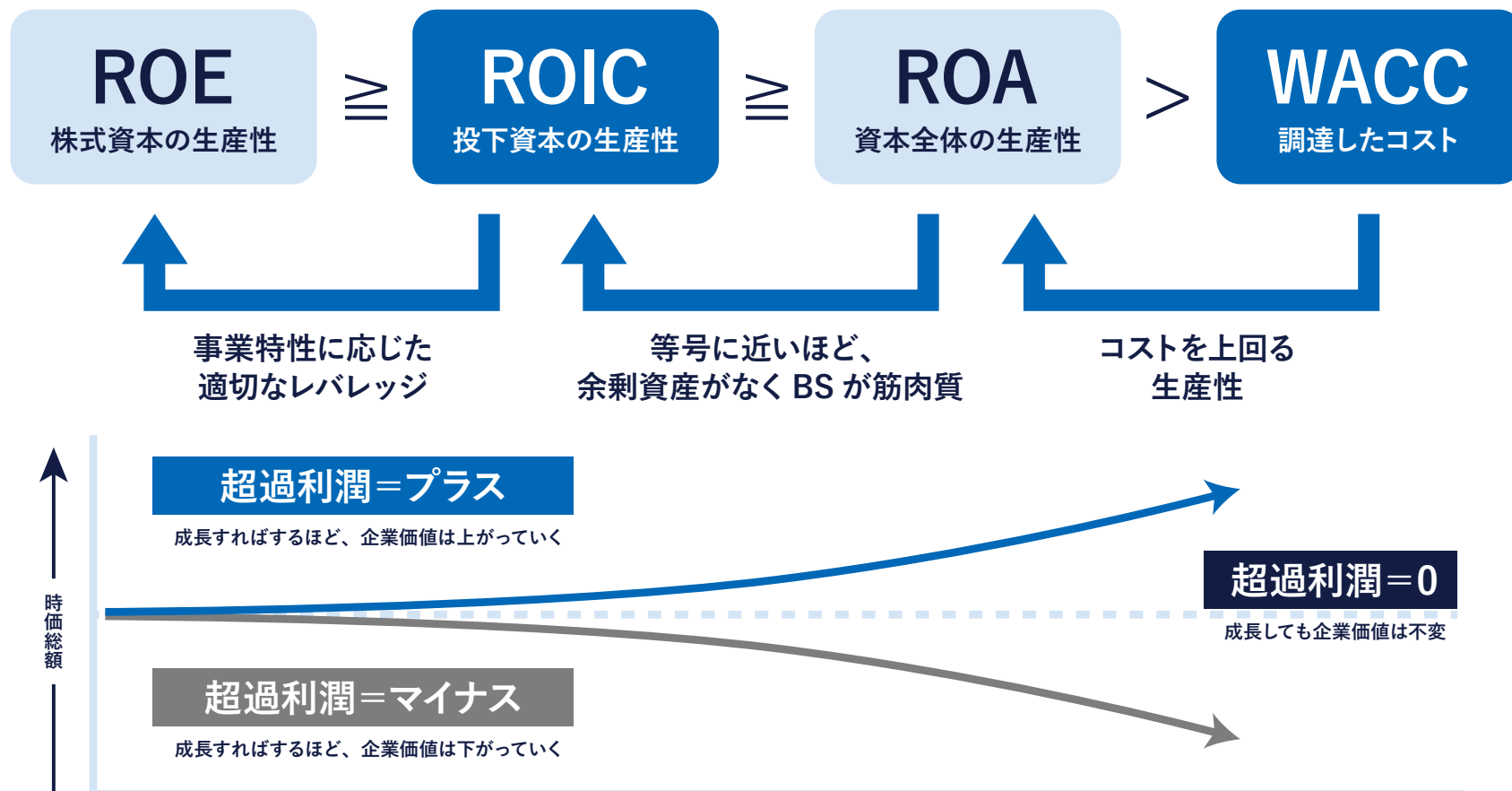


2025年計画

長期目標

KSF
3

超過利潤と時価総額の相関

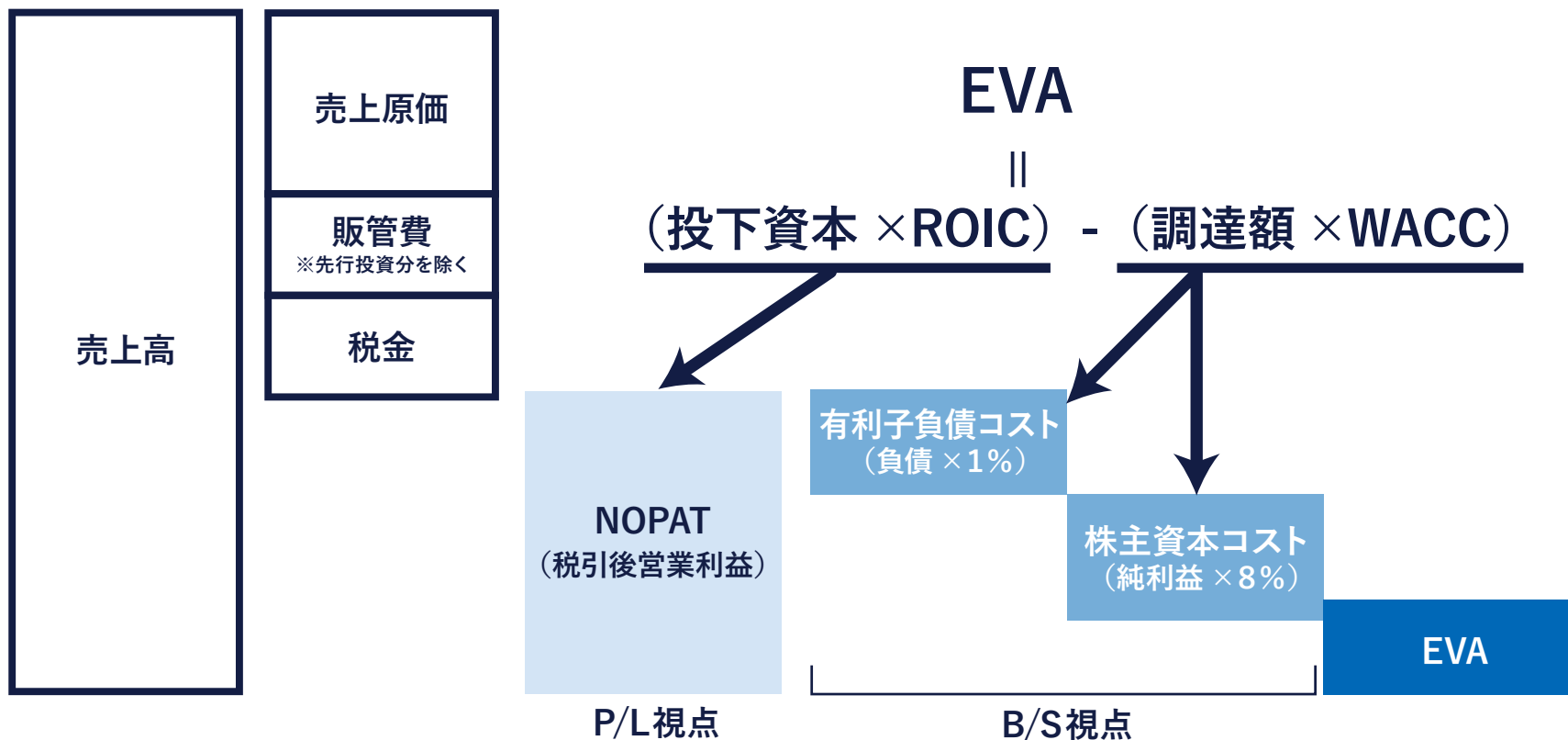


※出典：『三位一体の経営』みさき投資株式会社 著：中神康議（みさきの黄金比）

KSF
3

当社版 EVA (超過利潤) の考え方

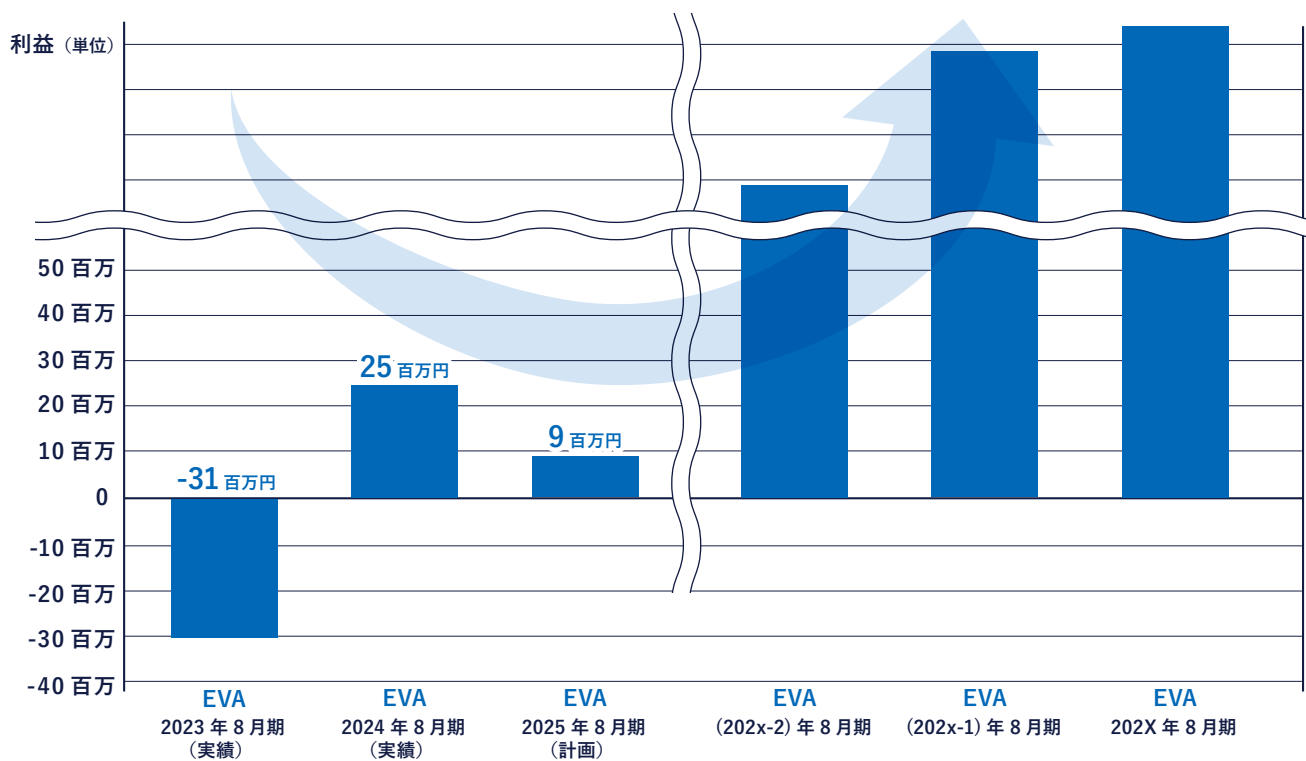
下記の考え方で当社版 EVA を算出し、投資家の期待を上回る超過利潤 (経済的価値) を生み出していきます。



KSF
3

EVA

ライツ・オフリングによる純資産の増加によって株主資本コストが上昇しました。結果、EVAは一時的に減少しましたが、ROICの高いアライアンスで上昇トレンドに変化させます。



Driving Sustainability through Human Capital Mgmt



サステナビリティを支える人的資本経営

企業に求められること

利益のために環境 (ESG) や
人を犠牲にする企業



~~サステナブル~~



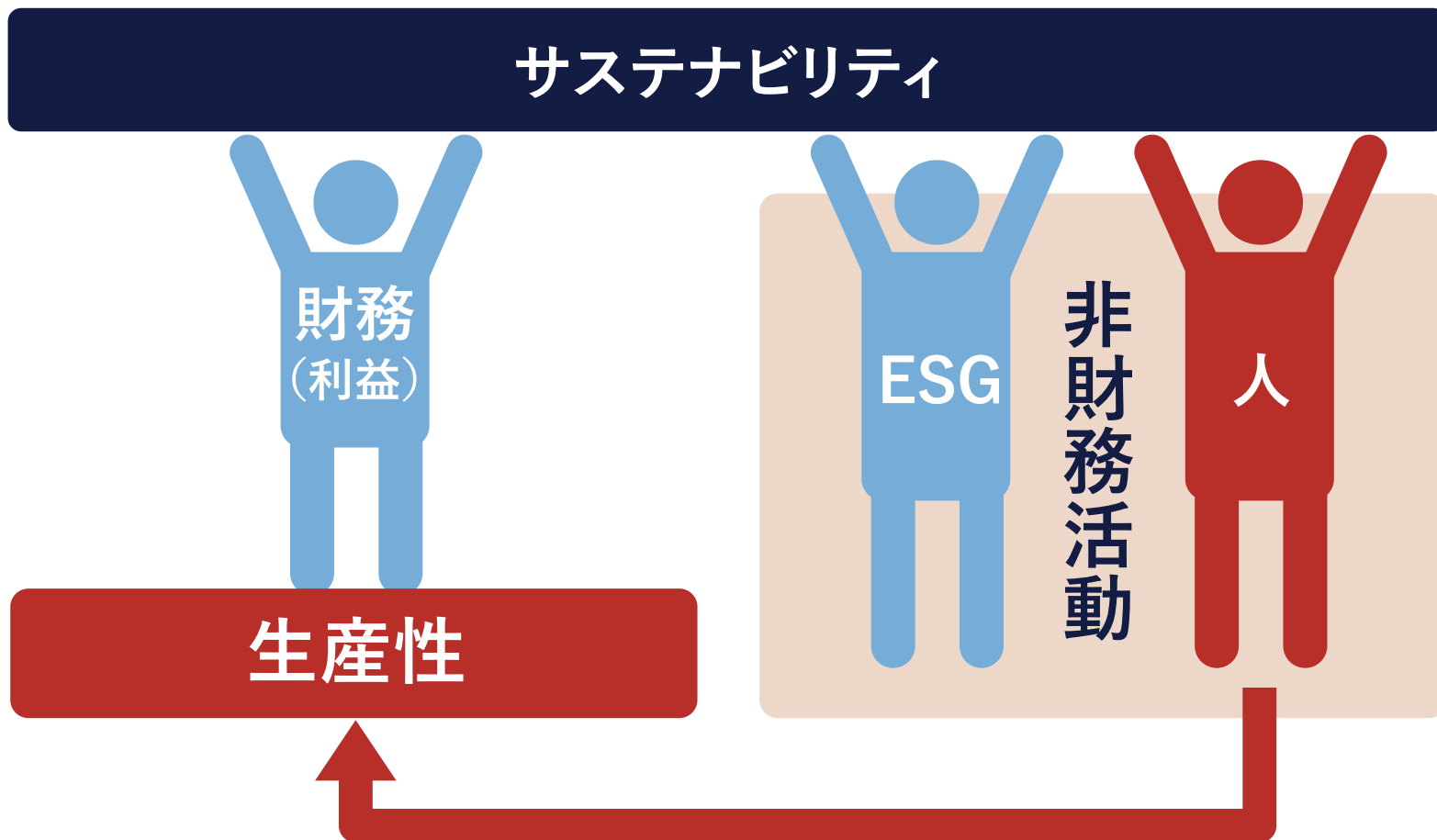
START

財務 (利益)
環境 (ESG)
人的資本

サステナビリティの
達成



人的資本経営の方針（非財務活動）



人的資本経営の方針（非財務活動）

「人を犠牲にしない経営」

Q. 何のためにここで働いているのですか？

A. 地域新聞社で働いている自分のことが私は大好きなんです

当社の持続的な成長や事業価値の向上において、人材は最も重要な経営資源であると考えております。当社が考える人的資本経営とは、「人を犠牲にしない」経営です。「もしお金と時間に余裕があれば、本当は他のことがしたい」と思うのであれば、それは自分の人生を犠牲にしていることとなります。従業員が当社で働く意義を見出すことを理想とし、評価されるために働くのではなく、一人一人が自らの幸せのために働ける、やりがいのある環境づくりに努め、エンゲージメント向上をイノベーション創出の原動力としてまいります。

「生産性」と「人の心」の関係性

人の心

従業員満足度

従業員幸福度

エンゲージメント

≠

?

∞

生産性
イノベーション

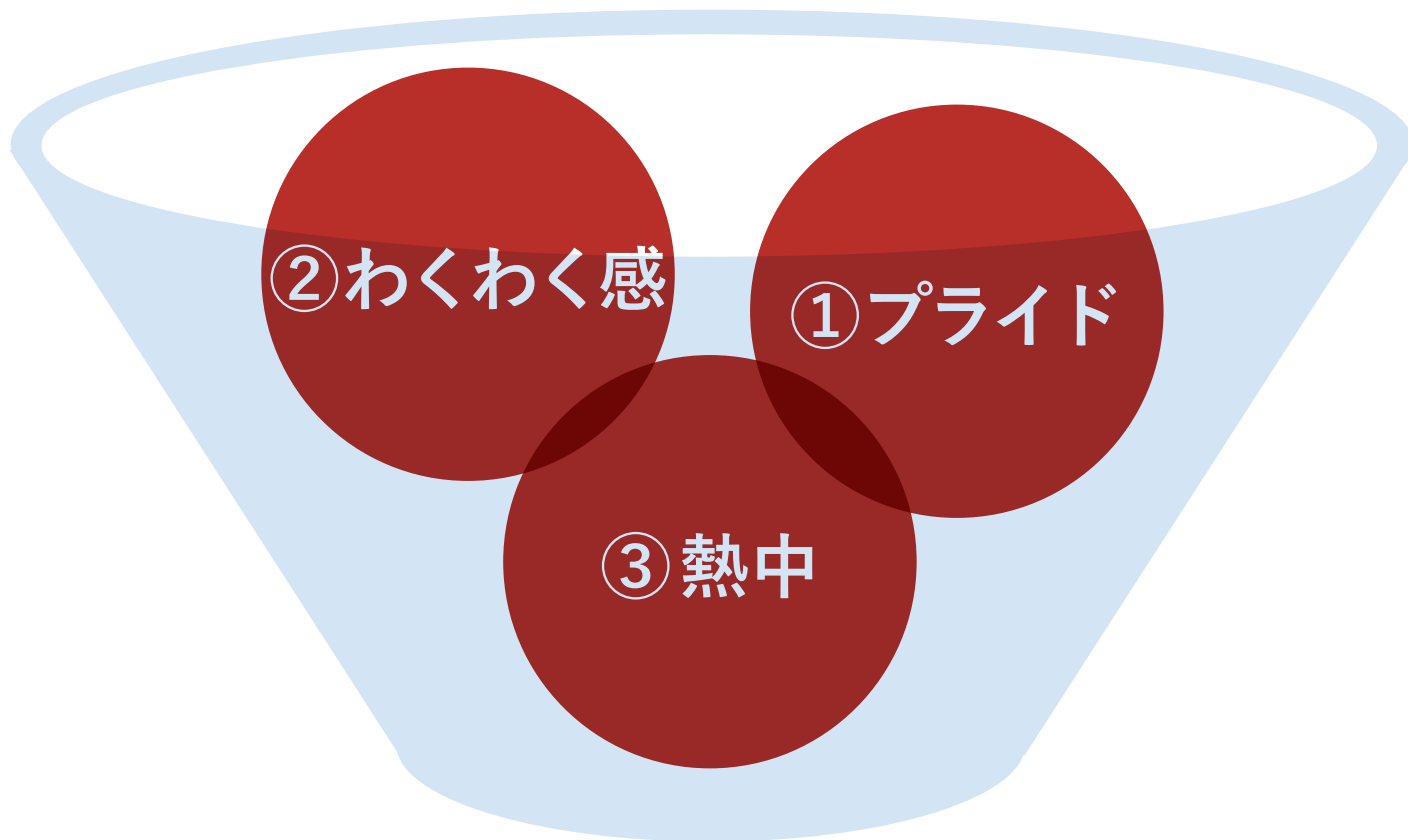
エンゲージメント向上に欠かせない風土

心理的安全性

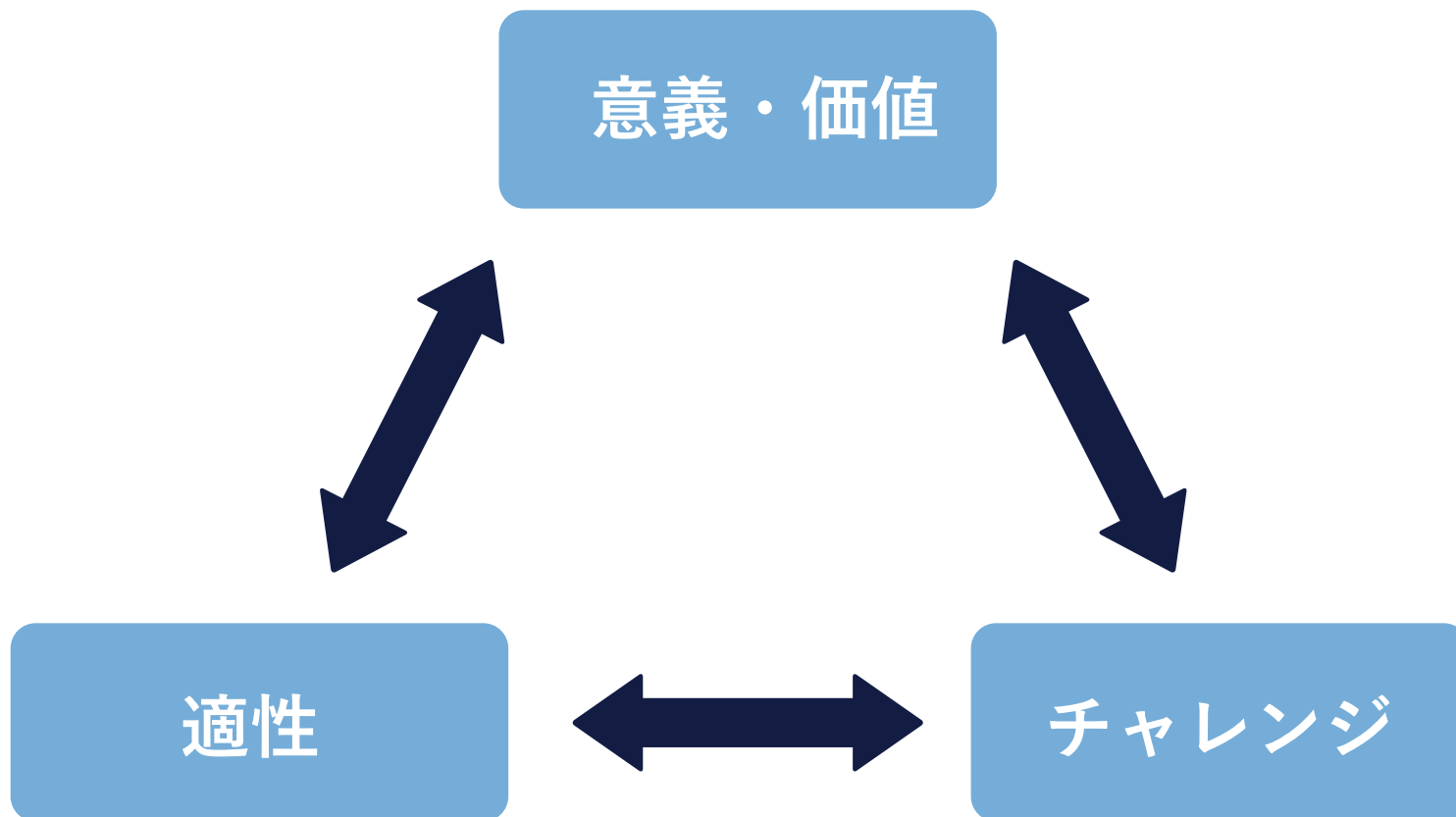
※「十分条件」ではないが「必要条件」



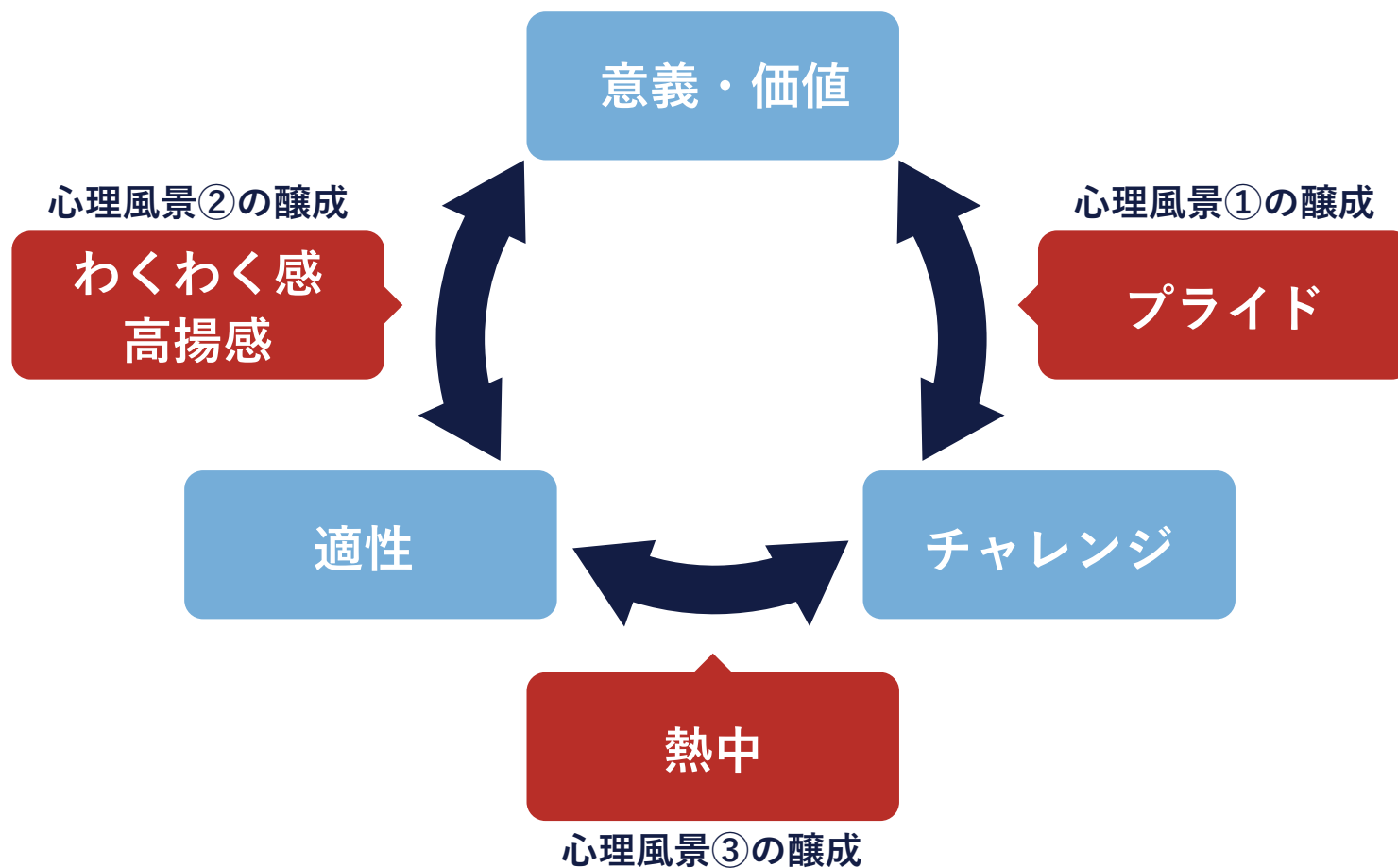
エンゲージメントの心理風景



人的資本経営のアクションプランターゲット (APT)



エンゲージメントと人的資本経営 (APT) の関係図



エンゲージメントサーベイ

eNPS と勤続意向を結果指標とし、その要因を 8 つの項目に分けて調査

結果指標	説明因子	わくわく感	熱中	プライド	衛生因子	
<p>eNPS</p> <p>勤続意向</p>	①経営	<ul style="list-style-type: none"> 理念、ビジョンに対する共感度 経営への信頼 	●		●	
	②事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> 戦略浸透、意味づけ 事業戦略に対する満足度 	●	●	●	
	③働き方	<ul style="list-style-type: none"> 働く時間、場所の柔軟さ 設備、オフィス環境 				●
	④上司	<ul style="list-style-type: none"> 上司による仕事のマネジメント 上司による人のマネジメント 上司のリーダーシップ 	●	●	●	●
	⑤同僚	<ul style="list-style-type: none"> 同僚に対する尊敬度合い つながりの醸成 ポジティブコミュニケーション 	●			
	⑥仕事	<ul style="list-style-type: none"> 仕事の負荷 仕事の質 		●	●	●
	⑦成長機会	<ul style="list-style-type: none"> 気づきを得る機会の有無 挑戦する機会の有無 	●		●	
	⑧評価	<ul style="list-style-type: none"> 評価制度 制度の運用 				●

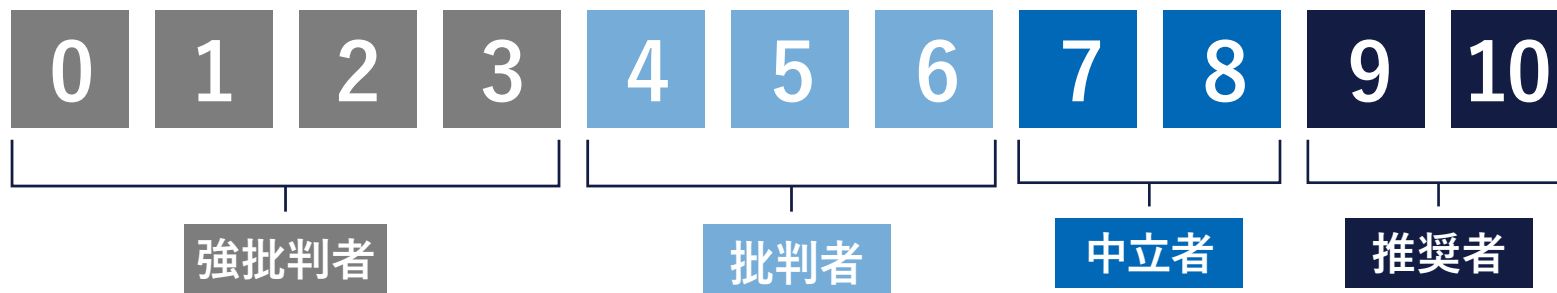
※衛生因子（要因）とは…満たされなくなるとエンゲージメントの低下をもたらす要素のこと

eNPS とは…

eNPS は「Employee Net Promoter Score」の略で、従業員のエンゲージメントを数値化する手法の一つ。「あなたは現在の職場を親しい友人や知人にどの程度お勧めしたいと思いますか？」という質問に対して、0～10 点の 11 段階評価で回答。

この eNPS の値が大きいほど、従業員のエンゲージメントが高いことを示す。

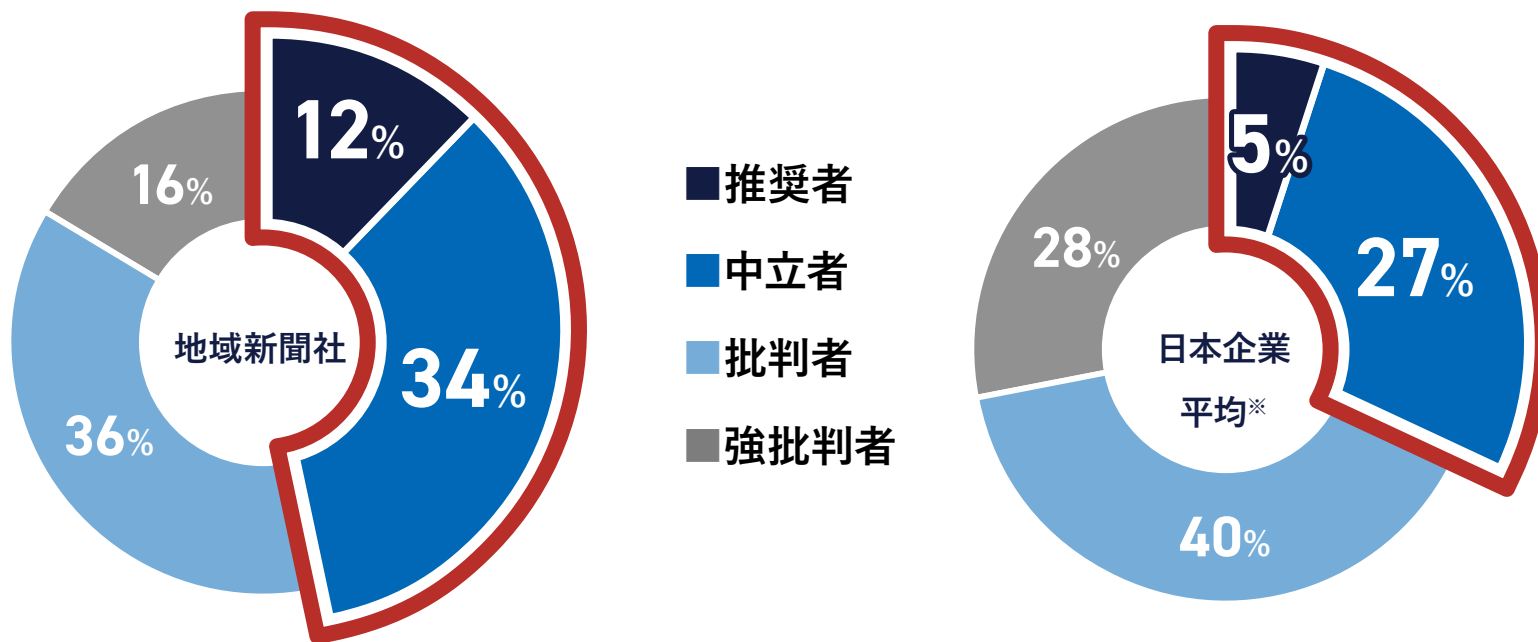
※eNPS は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの登録商標。



エンゲージメントスコア 2024年11月18日現在

平均よりも23pt高い結果となりましたが、当社の目指す数値と実現のためのアクションプランを策定して、エンゲージメントスコアをKPIとして設定します

■eNPS



※株式会社リクルートが提供する「Geppo 組織サーベイ」より ※記名制にて集計 ※株式会社リクルート調べ

Initiatives to Improve Corporate Value



企業価値（時価総額）向上に向けた取り組み

- ① 個人版バリュー投資家
- ② 個人版グロース投資家

訴求したい投資家



個人版
バリュー
投資家



個人版
グロース
投資家

Initiatives to Improve Corporate Value



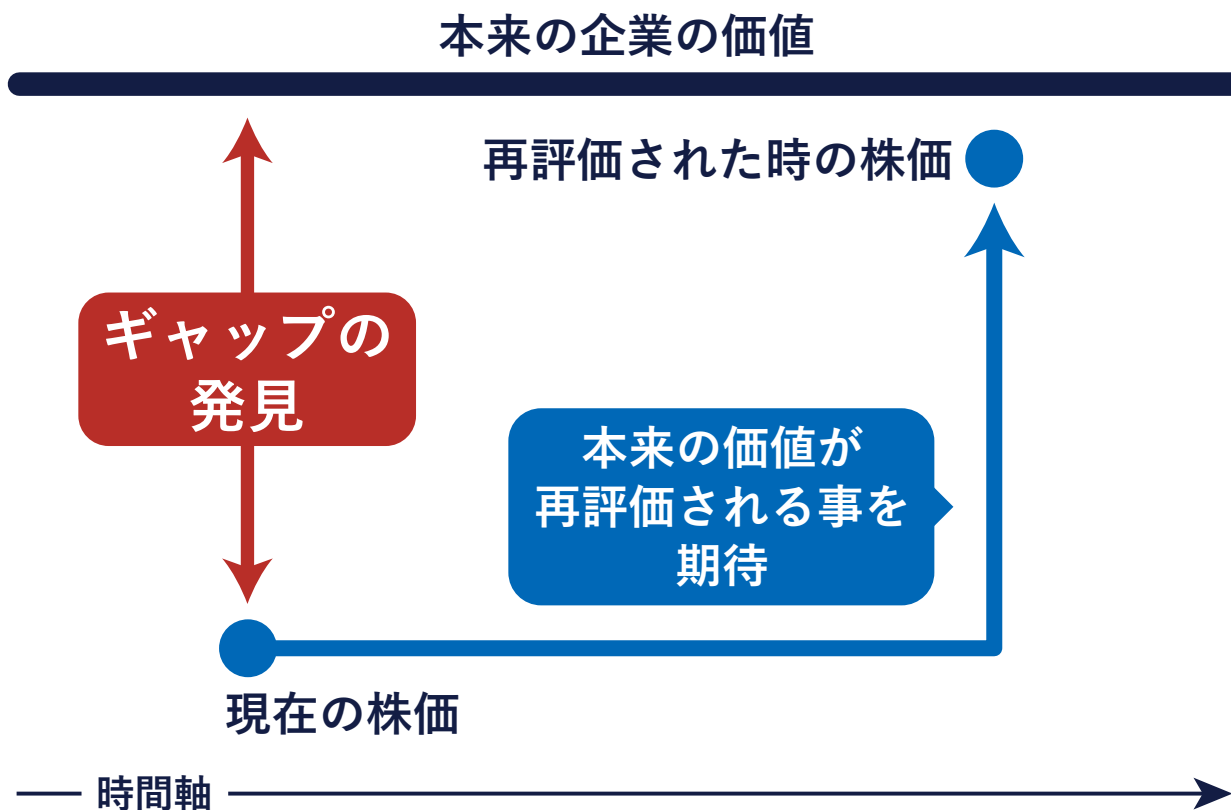
企業価値（時価総額）向上に向けた取り組み

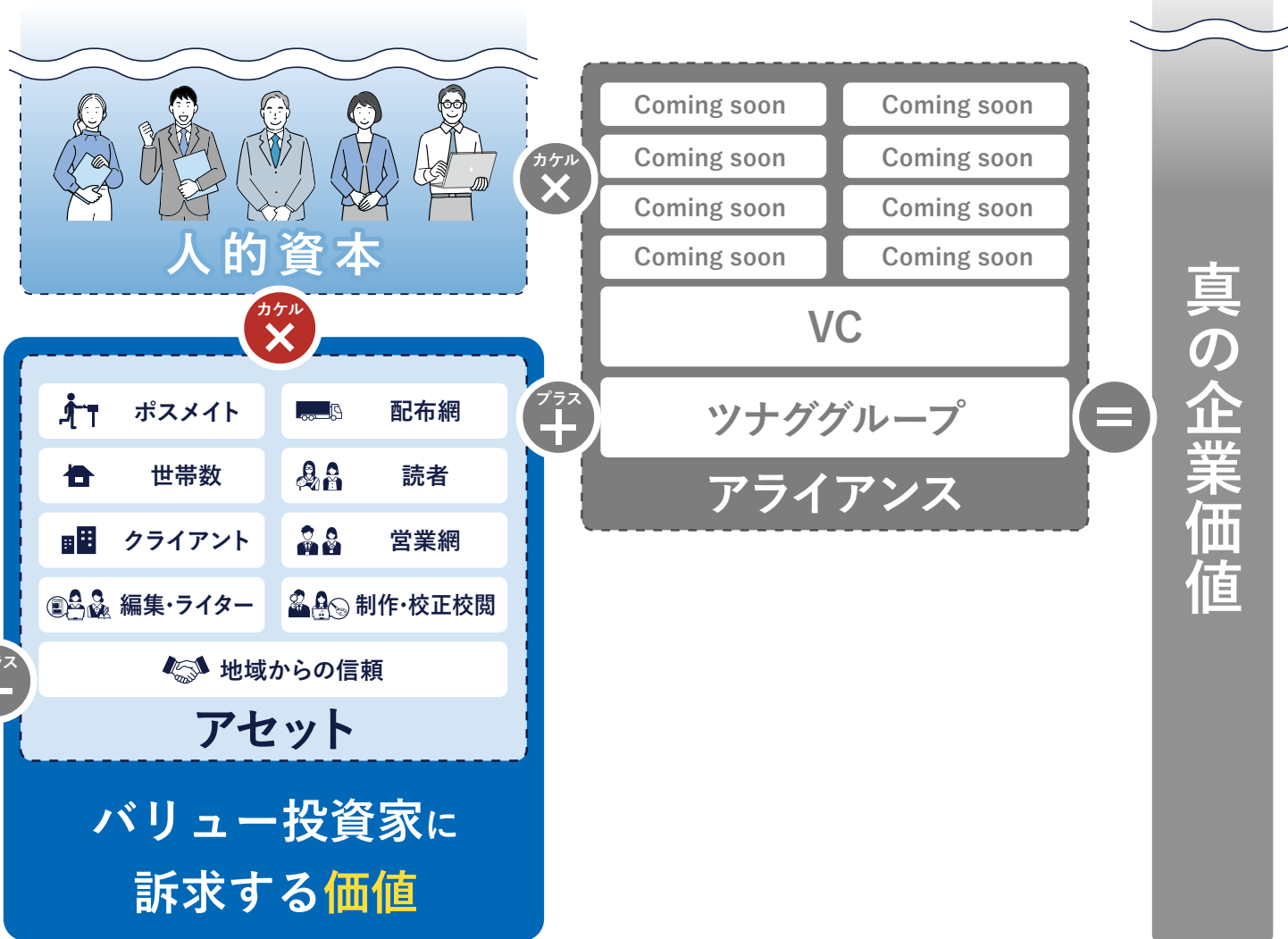
①個人版バリューストック投資家



②個人版グロース投資家

バリュー投資家





Initiatives to Improve Corporate Value

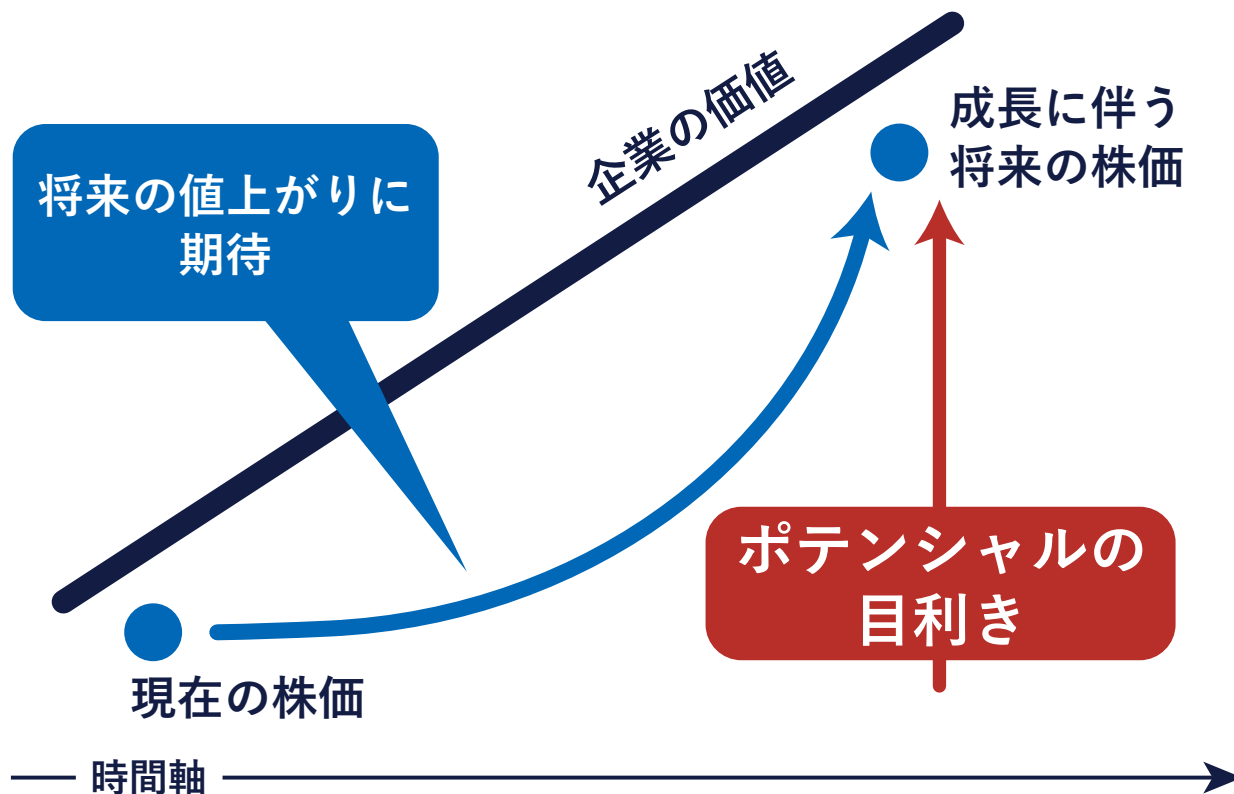


企業価値（時価総額）向上に向けた取り組み

- ①個人版バリュー投資家
- ②個人版グロース投資家



グロース投資家





カケル
X



純資産
6億円

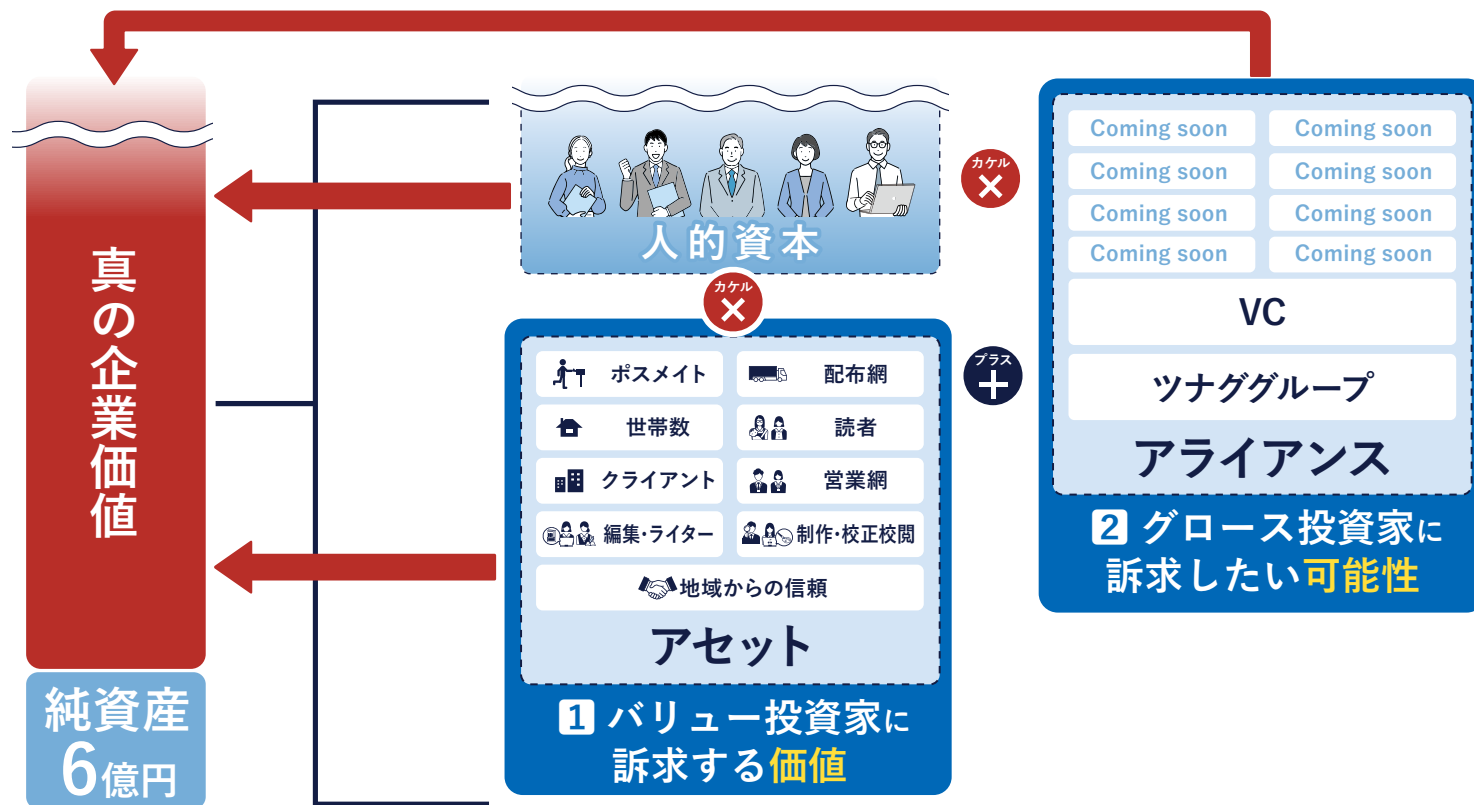
プラス
+



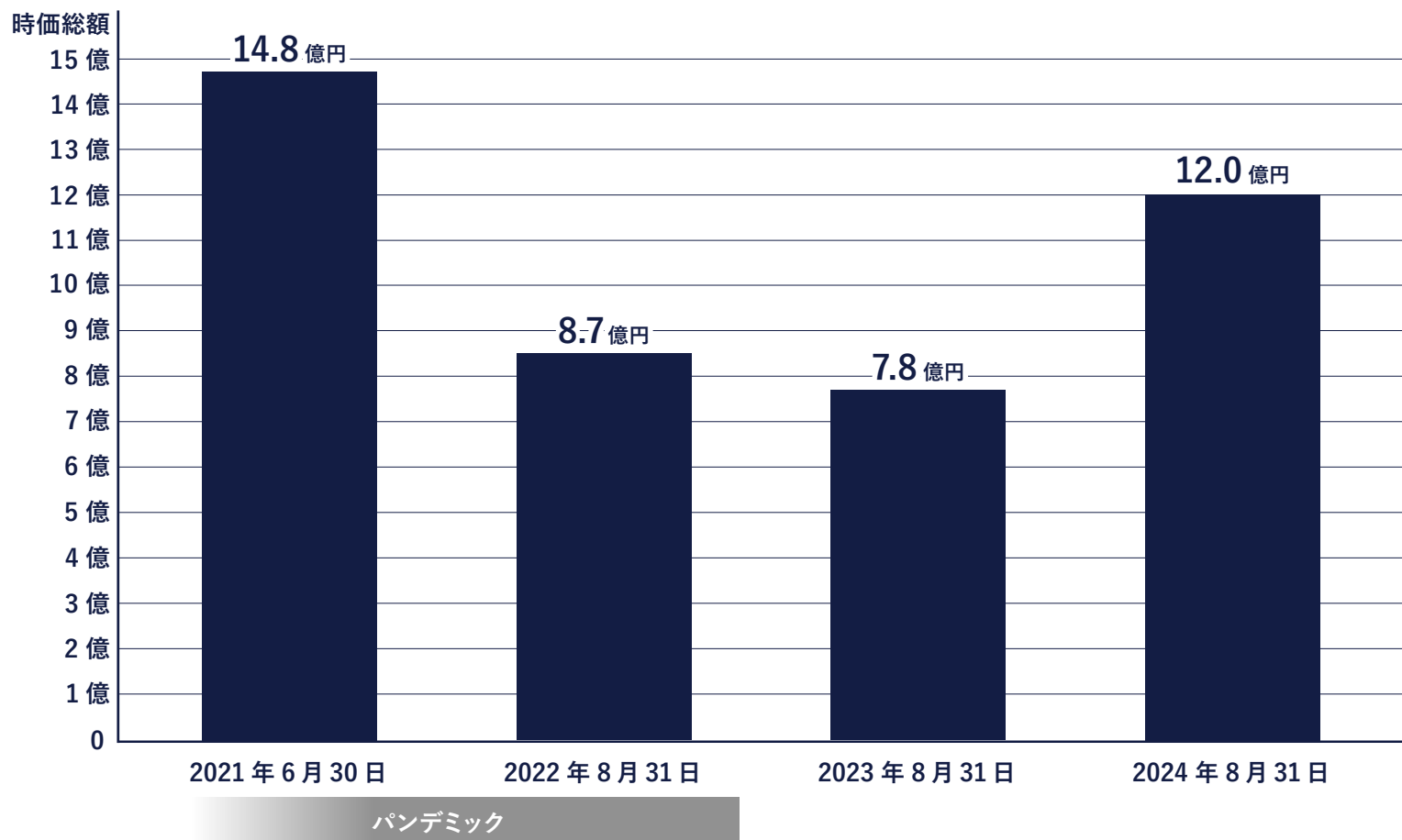
真の企業価値

BackCasting アプローチ

アセットやアライアンス (12) を訴求することで現在の株価に反映・織り込ませることで



時価総額の推移



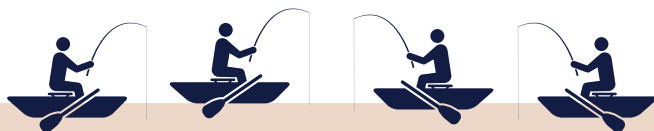
Market , Blue Ocean Shift



市場環境

KSF
2

ブルーオーシャン市場の希求

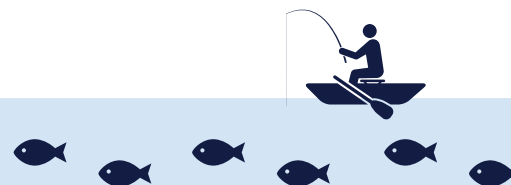


レッドオーシャン
(競争戦略)

競争相手が**多い**



- ・ 競争排除
- ・ 低価格、高付加価値



ブルーオーシャン

競争相手が**少ない**



- ・ 新たなマーケットを見つける
- ・ マーケットを創造する

KSF
2

M. ポーター教授の「競争戦略」 ※レッドオーシャンでの戦い方

排除（大企業による低価格 or 高付加価値競争）→独占市場指向型

レッド



ピンク



ブルー

シェアを独占するのに体力が必要。大きなリソースがある企業のみとれる戦略

W.C. キム教授の「ブルーオーシャン戦略」

発見・創造（参入障壁が低いケース）→先行者利益型

ブルー



ピンク



レッド

競争優位性が持続しないため、大企業による駆逐が起こる

W.C. キム教授の「ブルーオーシャン戦略」

発見・創造（参入障壁が高いケース）→当社のアセット活用型アライアンス戦略

ブルー



ブルー



ブルー

希少性、模倣困難性→競争優位性の維持・担保

時間軸



KSF
2

9つ全て揃っていることによる 参入障壁の確立



アセットの
希少性

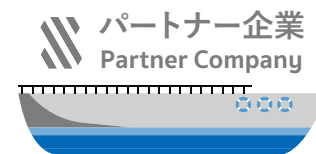
模倣
困難性

競争
優位性

KSF
2

当社アセットの提供を通じた新サービスの創出 非連続な拡大に向けて

他社の強みと当社の強みを掛け合わせ、お互いにサービスを補完することで、1+1 が 2 ではなく 3 にも 4 にも、あるいは α や β のような全く別の化学反応的新価値を創造し得ると考えています。



KSF
2

新しいマーケットの創造 (ブルーオーシャンマーケット)

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Seaching for

Coming soon

Coming soon

Coming soon

Coming soon



アライアンス

KSF
2

実現化に向けたアドバイザリーボード構想

企業価値向上戦略を絵空事にせず、ハイレベルで確実に実行するため、各分野の著名なスペシャリストによるアドバイザリーボードの組成を構想。



生成 AI の
研究開発
(産学連携)



戦略
ディスクロージャー
(投資家エンゲージメント)



社員
エンゲージメント
(CHRO 機能)



コーポレートガバナンス
&
クライシスマネジメント



マーケティング
(戦略コンサルティング)



プライベート
エクイティファンド
(Board3.0)



企業価値向上

Risk Management



リスク情報

当社は 2024 年 11 月にリスク管理委員会を立ち上げ、
アドバイザリーボードの白井氏と連携してダウンサイドリスクの低減に着手いたしました。

■ リスク対応の流れ

【第 1 フェーズ】	a リスク管理態勢の確立
	b リスク管理方針の制定
【第 2 フェーズ】	c リスクサーベイの企画・発信
	d (本部各部による) リスクの洗出し・評価作業
	e リスクの分類・整理、リスクマップの作成
	f 上位組織 (リスク委員会等) への中間報告
【第 3 フェーズ】	g リスクの分類・整理 (カテゴリー別)
	h リスク管理戦略案策定
	i リスク管理戦略審議
【第 4 フェーズ】	j コントロール活動の企画・実施
【第 5 フェーズ】	k 自己評価
	l 監査部による内部監査
【第 6 フェーズ】	m リスク管理プロセスの改善

アドバイザーリーボードの参画

■ コーポレートガバナンス&クライシスマネジメント

白井 邦芳 さん

早稲田大学教育学部卒。AIU 保険会社（現 AIG 損害保険株式会社）に入社し、危機管理コンサルティングの第一人者として活躍後、2017年にゼウス・コンサルティング株式会社代表取締役社長兼 CEO に就任。

「リスクの神様」（2015 フジテレビ）は、同氏がコンサルタントとして実際に解決や指導した事件・事故をドラマ化したもので、原案提供及び監修を担当しました。



社内における重大なリスクにおいては優先事項と位置付け、
2025年1月を目標に重大リスクの管理方法までを決定し公表する予定です。

■リスク対応の流れ

優先事項 1	リスクの削除と追加	済
優先事項 2	各リスクの定義の修正	済
優先事項 3	リスク評価者選定	済
優先事項 4	リスク基準の決定	済
優先事項 5	リスクの評価	済
優先事項 6	重大リスクの選定	
優先事項 7	重大リスクの管理方法の決定	

有価証券報告書では下記のリスクについて対策を記載しております。詳細は有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

広告関連事業の動向の影響について

競合について

「ちいき新聞」の発行遅延、不発行等について

印刷代及び印刷用紙の調達価格の変動について

広告関連事業に係る法的規制等について

その他の事業に係る法的規制等について

「ちいき新聞」の発行エリア（版）の
展開及び撤退の方針について

広告媒体の多様化への対応について

人材の獲得及び育成について

知的財産権について

個人情報等の管理について

業務管理システムについて

感染症の流行による影響について

全 200 項目以上のリスク一覧を1つ1つ検証し、重大なリスクを優先にダウンサイドリスクの低減を実施してまいります

リスク項目	リスク内容	対応策
1. 経営方針	経営方針の不明確化	経営方針を明確化し、従業員に周知徹底させる。
2. 経営体制	経営体制の脆弱化	経営体制を強化し、意思決定の迅速化を図る。
3. 経営戦略	経営戦略の不明確化	経営戦略を明確化し、従業員に周知徹底させる。
4. 経営資源	経営資源の不足	経営資源を確保し、効率化を図る。
5. 経営環境	経営環境の変化	経営環境の変化に対応し、柔軟な対応を図る。
6. 経営リスク	経営リスクの増加	経営リスクを低減し、安定した経営を実現する。
7. 経営成果	経営成果の悪化	経営成果を改善し、業績向上を図る。
8. 経営評価	経営評価の低下	経営評価を向上し、信頼性を高める。

私とあなたの真ん中に



お問い合わせ先

株式会社 地域新聞社 コーポレートコミュニケーション室

TEL:047-485-1100 Mail: c.c@chiikinews.co.jp



本資料は当社に関してご理解いただくために作成したものであり、当社への投資勧誘を目的としておりません。また、本資料に含まれる将来の見通しや戦略に関する部分は、現時点で入手可能な情報や進捗に基づき判断したものであり、不確定な要素を多分に含んでおります。実際の業績や連携等は、さまざまな要因の変化等により、現時点での見通しから変更になる場合がありますことをご了承ください。本資料に記載されたデータには、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した公開情報の引用が含まれておりますが、当社がその内容の正確性・確実性を保証するものではありません。