

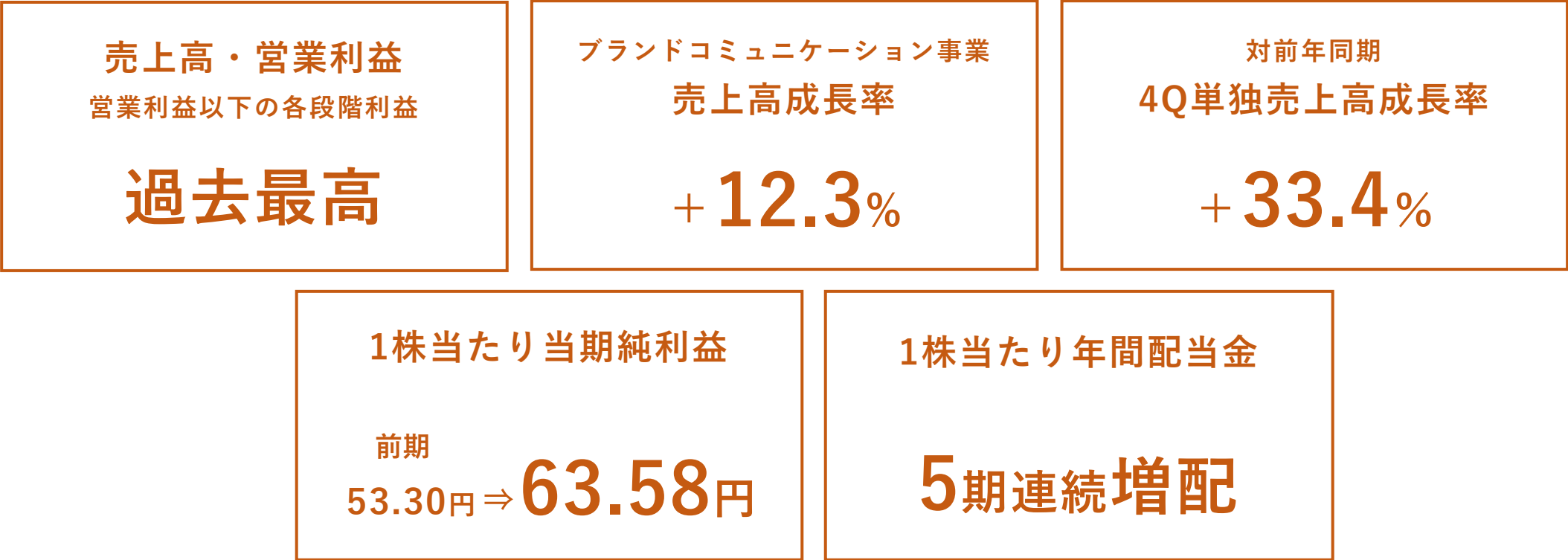


株式会社サニーサイドアップグループ

2025年6月期
決算補足説明資料

連結決算ハイライト

- 売上高は過去最高を更新、主力のブランドコミュニケーション事業が牽引
 - 営業利益は5期連続増益で過去最高を更新
- 第4四半期単独は増収効果で大幅改善、賞与関連費用の平準化による四半期業績への影響軽減も寄与
- 年間配当金は2円増配で5期連続増配を達成、自己株式取得を発表
- ⇒ 中期方針期間の最終年度は収益力の更なる向上を図るとともに、将来の成長を確実にする戦略的布石を打つ

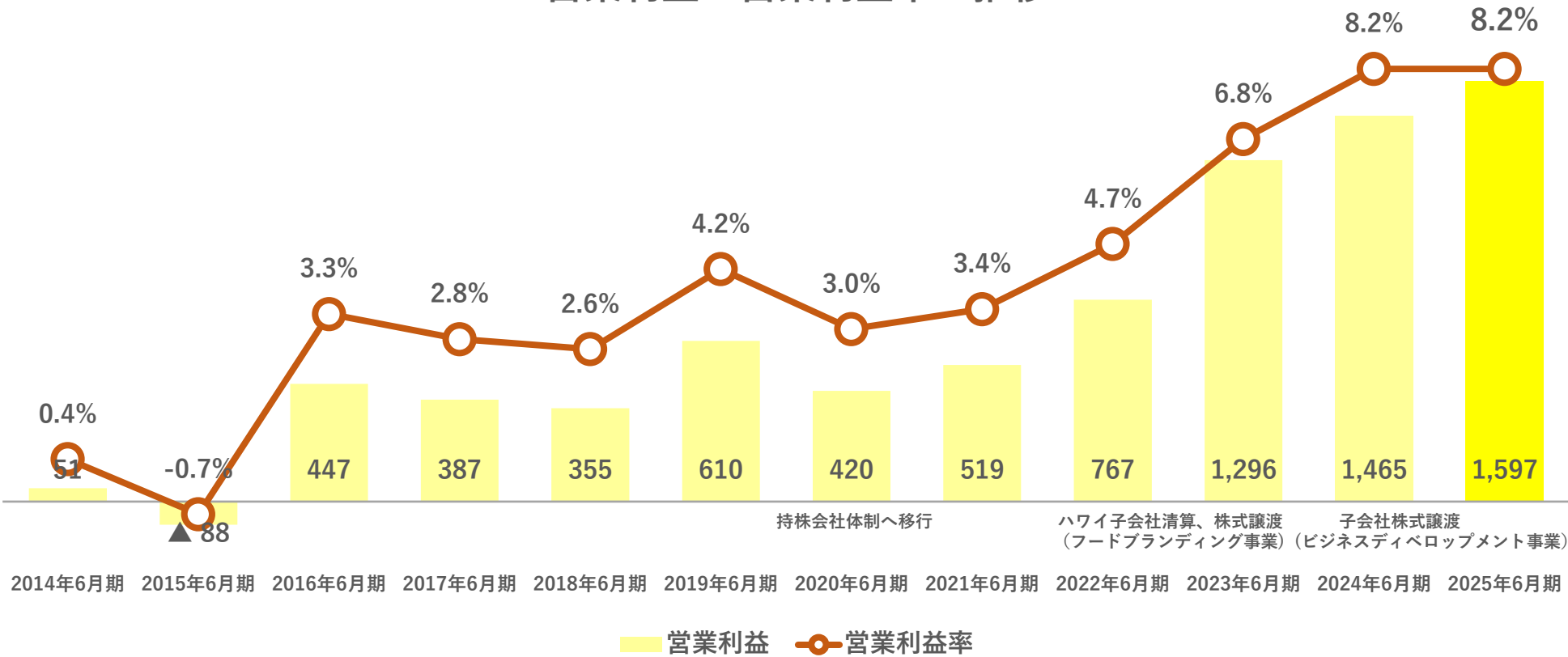


収益力の改善推移

- コロナ禍を経て事業ポートフォリオの改善に着手、2023年6月期までに低採算事業からの撤退完了
 - 2023年5月に中長期経営方針を公表、ブランドコミュニケーション事業の強化で利益改善が進捗
- ⇒ 営業利益は5期連続増益で過去最高を更新、収益性は高水準を維持

営業利益・営業利益率の推移

(単位：百万円)



アジェンダ

1. 2025年6月期 連結決算の概況
2. 2026年6月期 通期業績予想・配当予想
3. 事業状況
4. 中期成長戦略の進捗
5. Appendix

1.

2025年6月期 連結決算の概況

連結業績サマリー

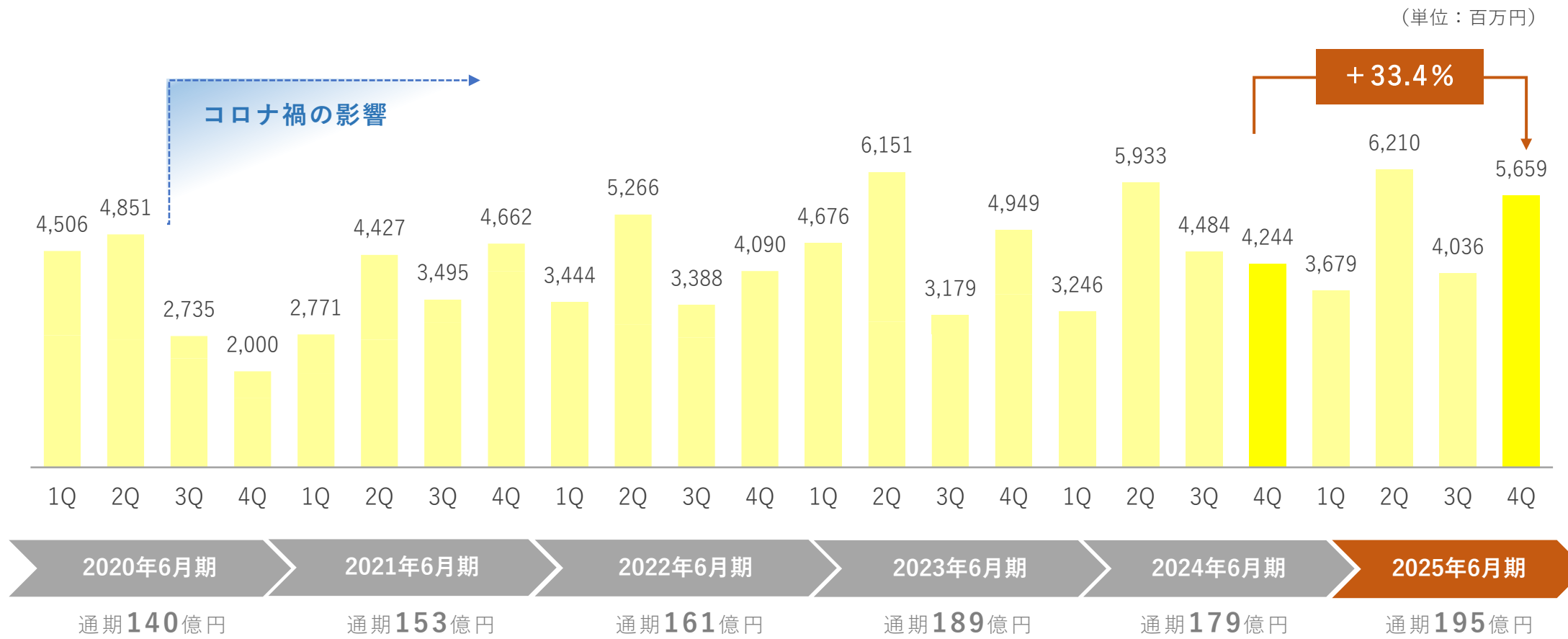
- 売上高は2期ぶりに増収を確保、過去最高を更新
- 営業利益及び経常利益は人件費の増加で期初予想を僅かに下回るも、5期連続増益で過去最高益を達成
- 親会社に帰属する当期純利益は二桁増加、特別損失が前期より減少

(単位：百万円)

	2023年6月期 実績	2024年6月期 実績	2025年6月期 実績	対前期 増減率	2025年6月期 通期業績予想 (期初公表)	予想対比
売上高	18,956	17,908	19,587	+ 9.4%	18,500	+ 5.9%
営業利益 (営業利益率)	1,296 (6.8%)	1,465 (8.2%)	1,597 (8.2%)	+ 9.0% (0.0pt)	1,650 (8.9%)	▲3.2% (▲0.8pt)
経常利益	1,335	1,501	1,635	+ 9.0%	1,660	▲1.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	884	795	948	+ 19.3%	960	▲1.2%
1株当たり 当期純利益	59.28円	53.30円	63.58円	—	64.34円	—

四半期別売上高推移

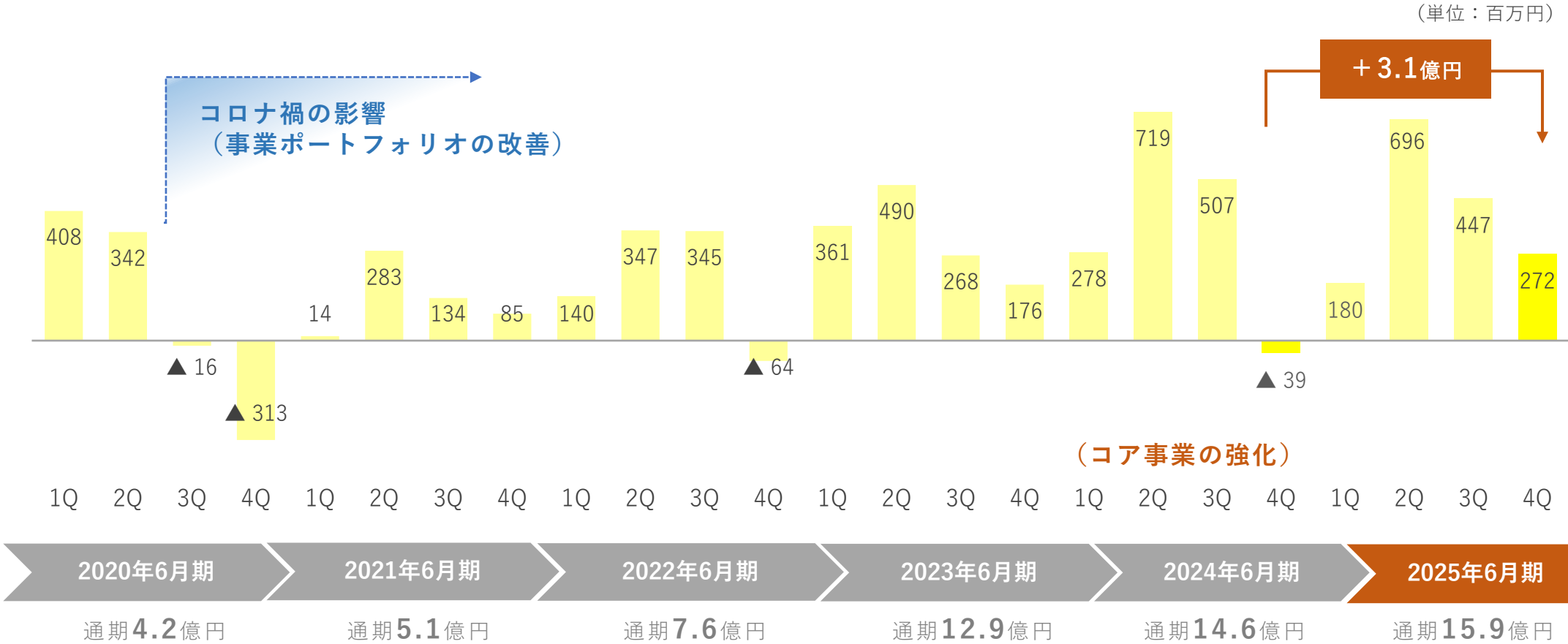
- 第4四半期単独は3割増収達成（1Q +13.4%、2Q +4.7%、3Q ▲10.0%）
主力のブランドコミュニケーション事業が4割伸長、PR・販促施策ともに提案案件の受注が積み上がる



(注) 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

四半期別営業利益推移

- 第4四半期は3.1億円改善
内訳は増収効果2.9億円、販管費低減0.2億円（賞与関連費用の四半期業績への影響軽減は1.4億円寄与）

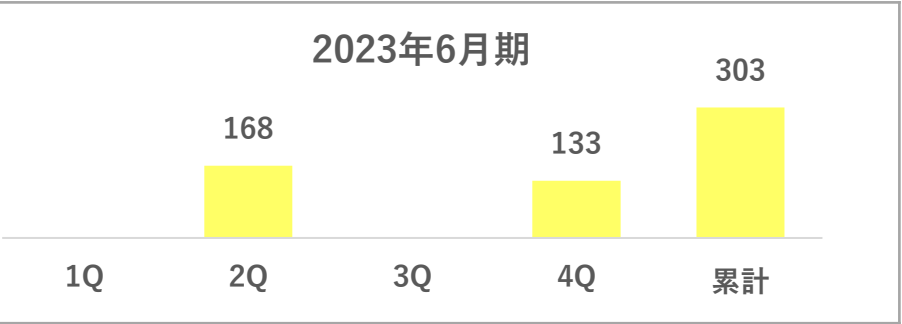


従業員賞与関連費用の平準化に伴う四半期業績への影響

従業員賞与関連費用 (単位：百万円)
(販管費における賞与及び引当金繰入額、賞与に係る法定福利費)

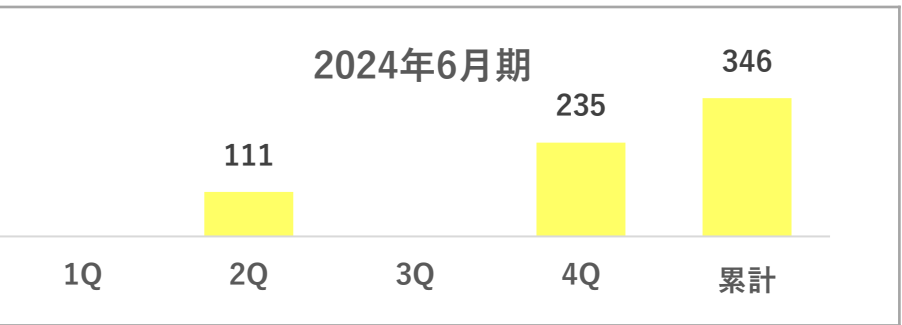
従来

- ・業績目標達成度合いに応じてインセンティブ賞与を支給
- ・業績進捗を基に、2Q・4Qに賞与関連費用計上
- ・期末までに個別通知、支給額確定



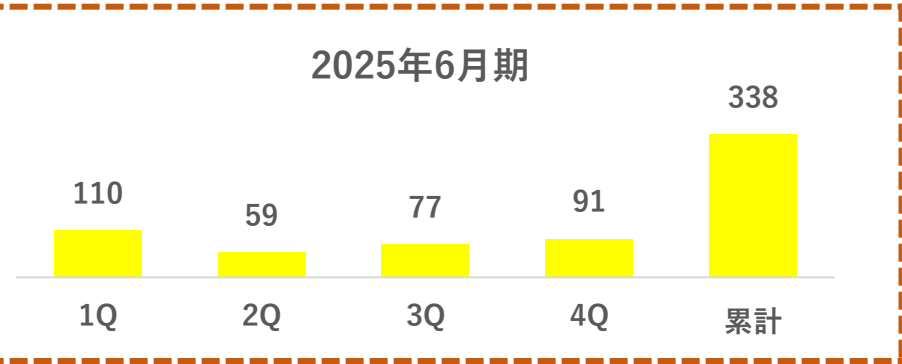
前期

- ・業績進捗を基に、2Q・4Qに賞与関連費用計上
 - ・個別通知時期を変更
- ※通知時期変更に伴い損金不算入、法人税等が増加



当期

- ・会社計画段階で四半期毎の賞与関連費用を平準化
 - ・四半期毎に予算進捗を勘案して計上
- 4Q91百万円、累計338百万円
- ⇒ 前期比較では2Q、4Q業績への影響軽減



セグメント別業績

- ・ ブランドコミュニケーション事業は増収増益、子会社オフィス移転費用を吸収、販促好調で収益性に変化
- ・ フードブランディング事業は増収減益、原材料費やメンテナンス費用が増加
- ・ ビジネスディベロップメント事業は減収減益、1社の主力事業転換より収益性は改善

(単位：百万円)

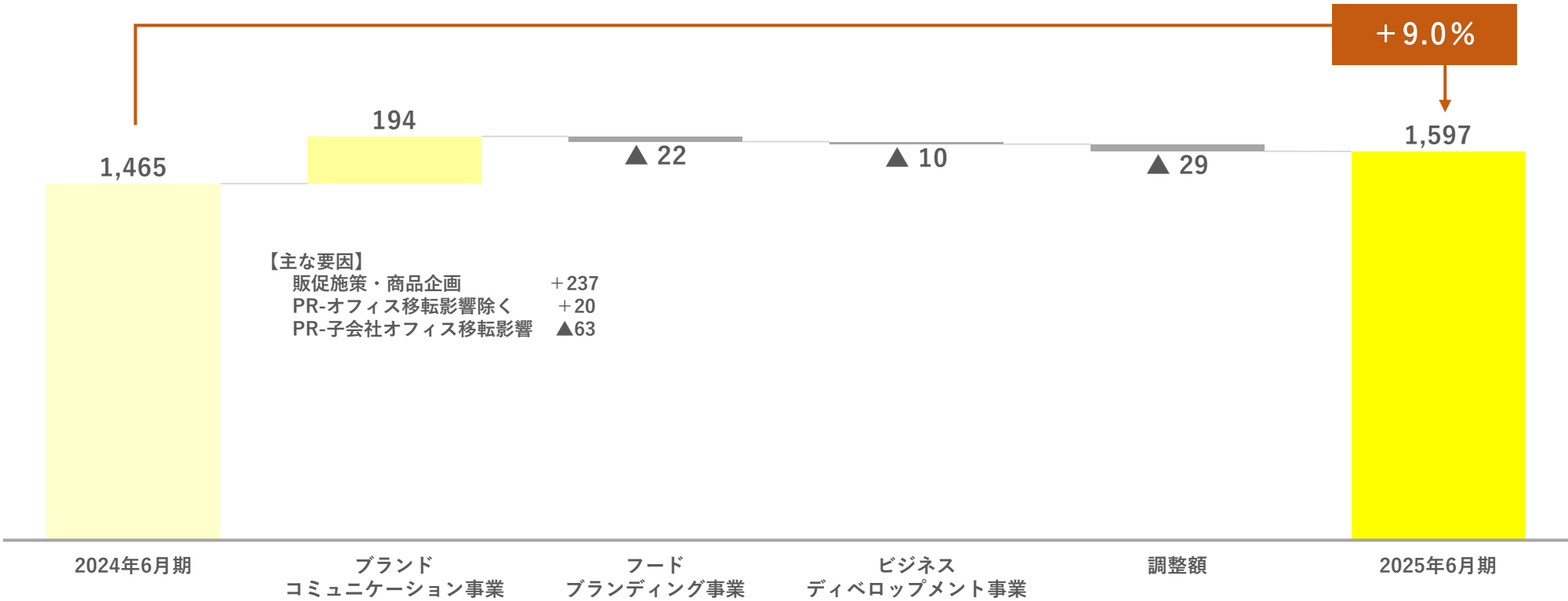
	売上高				セグメント利益 (営業利益率)			
	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期	対前期 増減率	2023年 6月期	2024年 6月期	2025年 6月期	対前期 増減率
ブランド コミュニケーション事業	15,385	14,447	16,225	+12.3%	2,297 (14.9%)	2,532 (17.5%)	2,727 (16.8%)	+7.7% (▲0.7%)
フード ブランディング事業	2,901	3,268	3,295	+0.8%	76 (2.6%)	116 (3.5%)	93 (2.8%)	▲19.8% (▲0.7%)
ビジネス ディベロップメント事業	669	192	66	▲65.4%	88 (13.2%)	26 (13.9%)	16 (24.3%)	▲39.3% (+10.5%)
調整額（全社費用ほか）	—	—	—	—	▲1,166	▲1,209	▲1,238	—

(注) 2023年6月期実績は変更後のセグメントに組み替えて表示しております。

営業利益変動要因

- 営業利益の改善は主にブランドコミュニケーション事業が寄与
- 同事業のPRでは人員増により、子会社オフィスの移転影響を除いても小幅改善にとどまる
一方、IPコンテンツを活用した販促施策では大幅増収に伴い利益改善が進む

(単位：百万円)



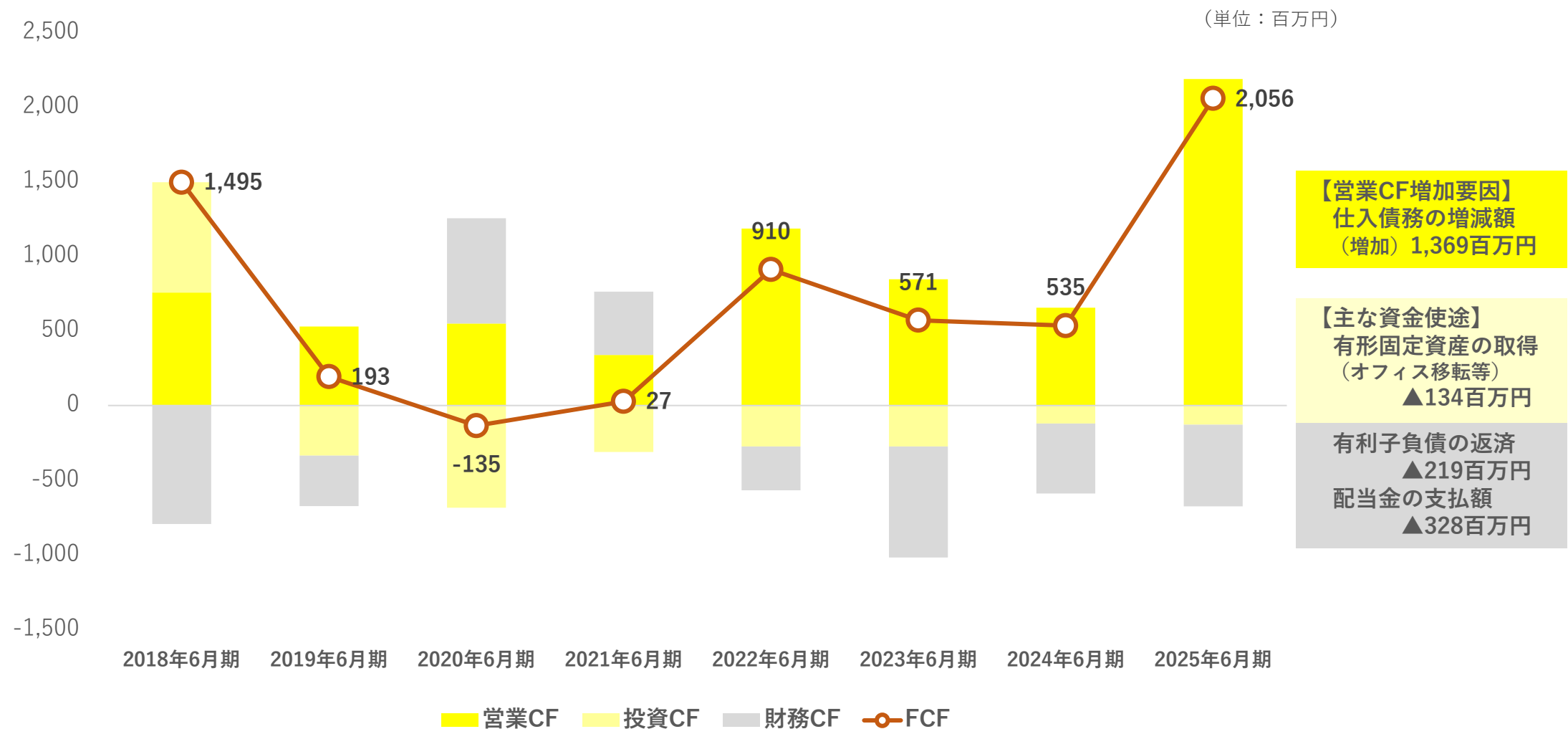
(注) 子会社オフィス移転費用は資産除去債務の会計処理等により、2025年6月期第3四半期連結決算補足資料に記載の額より減少しております。

連結財務諸表

	2023年6月末		2024年6月末		2025年6月末		
	百万円	構成比	百万円	構成比	百万円	構成比	前期末差異
流動資産	6,622	77.0%	6,549	77.3%	8,626	82.9%	+2,076
現金及び預金	3,089	35.9%	3,185	37.6%	4,655	44.7%	+1,470
売掛金	2,620	30.5%	2,494	29.4%	2,979	28.6%	+485
未成業務支出金	551	6.4%	306	3.6%	486	4.7%	+179
その他の流動資産	360	4.2%	563	6.6%	504	4.8%	▲58
固定資産	1,972	23.0%	1,923	22.7%	1,783	17.1%	▲139
資産合計	8,595	100.0%	8,472	100.0%	10,409	100.0%	+1,936
負債合計	4,867	56.6%	4,336	51.2%	5,708	54.8%	+1,372
買掛金	1,989	23.1%	1,515	17.9%	2,883	27.7%	+1,368
有利子負債	1,218	14.2%	991	11.7%	787	7.6%	▲203
その他の負債	1,659	19.3%	1,829	21.6%	2,037	19.6%	+207
純資産合計	3,728	43.4%	4,136	48.8%	4,701	45.2%	+564
資産・負債合計	8,595	100.0%	8,472	100.0%	10,409	100.0%	+1,936

買掛金の増加分
とほぼ同額の
現預金を確保、
将来の支払いに
備える

キャッシュ・フローの状況



2.

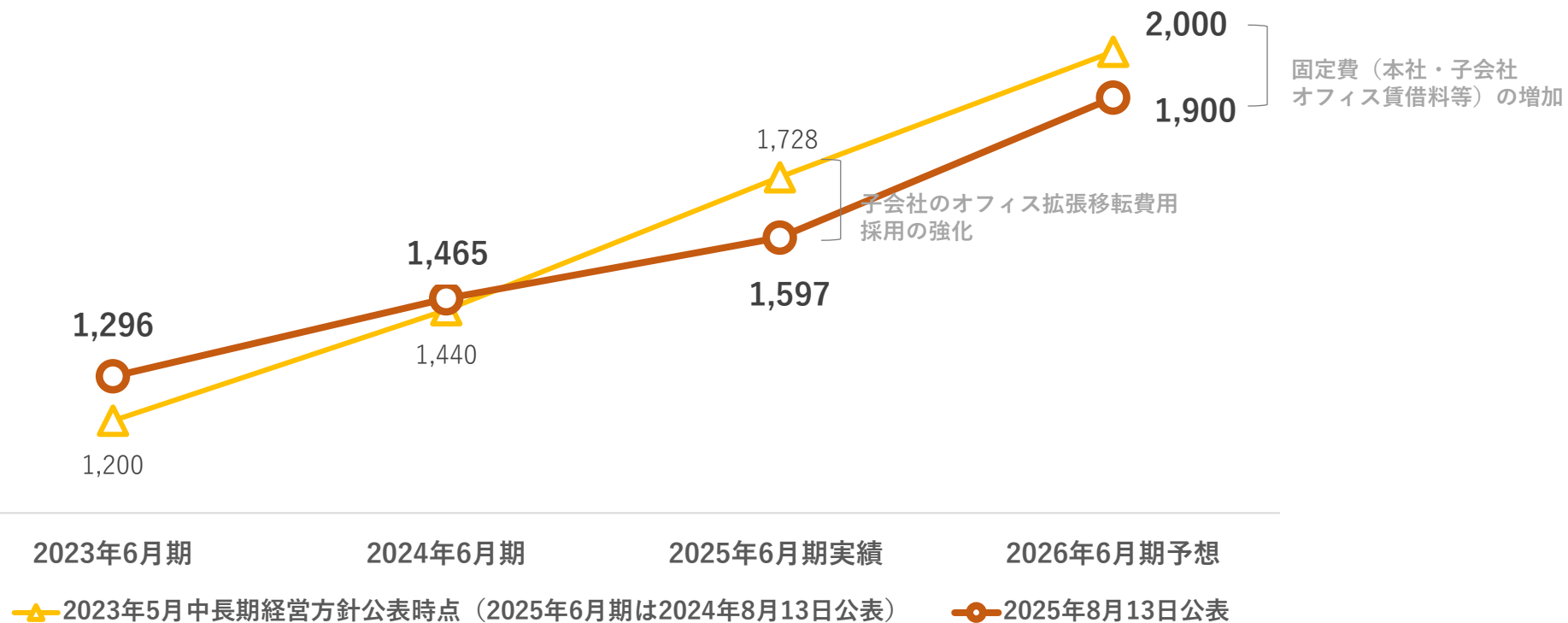
2026年6月期 通期業績予想・配当予想

2026年6月期連結営業利益目標達成プロセスと差異

- 2023年5月に公表した中長期経営方針では年平均20%増益、連結営業利益20億円を目標に設定
 - 方針策定時に織り込んでいなかった固定費増加も影響し、2026年6月期業績予想は当初目標を下回るものの、主力のブランドコミュニケーション事業を中心に改革が進捗、収益力の更なる向上を図る
- ⇒ 現在直面する課題は売上高の成長スピード、次期成長戦略では課題を踏まえて具体的な検討を進める

連結営業利益目標達成プロセスと差異

(単位：百万円)



2026年6月期 通期業績予想

- 連結営業利益目標19億円に設定、中期方針期間の最終年度として収益力の向上を図る
- 主力のブランドコミュニケーション事業は概算で5.0%増収、営業利益率17.8%を想定
- 採用強化や職場環境整備に注力してきた人財投資は教育拡充・制度改定等へシフト、生産性の向上を図る

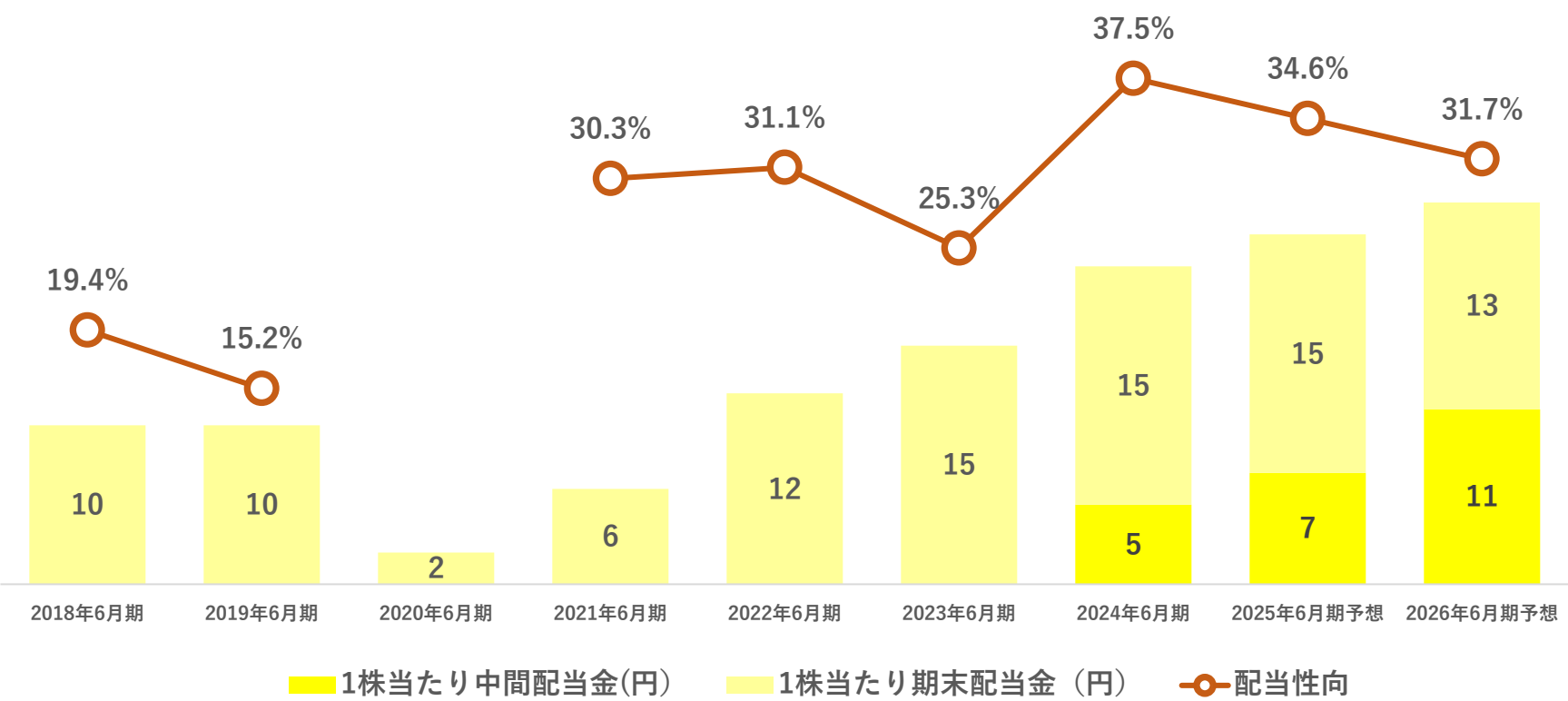
(単位：百万円)

	2025年6月期 実績	2026年6月期 業績予想	対前年同期 増減率
売上高	19,587	20,500	+4.7%
営業利益率 (営業利益率)	1,597 (8.2%)	1,900 (9.3%)	+18.9% (+1.1pt)
経常利益	1,635	1,900	+16.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	948	1,130	+19.1%
1株当たり当期純利益	63.58円	75.73円	—

2026年6月期 配当予想

- 親会社株主に帰属する当期純利益の増加を前提に、配当性向30%以上を維持する方針
- 2026年6月期の1株当たり年間配当金は、2円増配の24円を予想（中間11円、期末13円）
安定的な株主還元へ、中間・期末配当金の均等化を目指す

1株当たり年間配当金と配当性向の推移



自己株式の取得

- 次期成長戦略を見据えた機動的な資本政策・株主還元の拡充を目的として、自己株式取得を発表
- 総還元性向は48.9%を予定（中間配当金支払基準日までに予定数の半分を取得した場合）

【自己株式取得の概要】

取得対象株式の種類	当社普通株式
取得し得る株式の総数	300,000株（上限） ※発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合2.0%
株式の取得価額の総額	200,000,000円（上限）
自己株式取得の日付	2025年8月14日～2026年2月28日
取得方法	東京証券取引所における市場買付
(2025年6月30日時点) 発行済株式総数（自己株式除く）	14,920,144株
自己株式数	277,456株

3.

事業状況

事業概要

- 2つの事業とグループの事業領域を拡充する新規事業の3事業で構成
 - ブランドコミュニケーション事業：PR戦略策定・施策立案、販促施策・商品企画の立案・支援を担当
 - フードブランディング事業：オールデイダイニング「bills」の国内のブランディング、韓国展開
 - ビジネスディベロップメント事業：マーケティング戦略支援、社会課題解決支援のコンサルティング

報告セグメント

ブランド
コミュニケーション事業

 **SUNNY SIDE UP**

 **KUM-NAMU ENTERTAINMENT**

 **airside**
CREATIVE PR AGENCY

steady study

- 企業・団体等の活動や商品・サービスの価値を広く伝えるコミュニケーションサービスを提供
- タレント、キャラクター等のIPを活用した販促施策、商品キャンペーンの企画等を手掛ける
(2023年9月の(株)サニーサイドアップを存続会社とする子会社3社間の吸収合併完了に伴い、セグメント変更)
- 2020年3月に(株)ステディスタディを子会社化、(株)サニーサイドアップに次ぐ成長牽引役に育成するため、採用強化とオフィス拡張移転を実施

フードブランディング
事業

 **FLYPAN**

 **SUNNY SIDE UP KOREA**

- オールデイダイニング「bills」の国内のブランディング、韓国におけるライセンス管理と店舗運営を担う（直営店舗：国内7、韓国2）

ビジネス
ディベロップメント事業

 **TKG CONSULTING**

 **& Good&Co.**

- (株)TKG Consulting（2024年10月1日付で(株)サニーサイドエックスより商号変更）は主力事業をコンサルティングへ転換

ブランドコミュニケーション事業 業績推移

- 第4四半期単独は4割増収で前年同期の2倍の利益を確保
- 販促施策・商品企画では人気キャラクター等のIPコンテンツを活用した施策が好調に推移
PRではアップセルやグループ共同提案等の取り組みが奏功、第3四半期単独より増収に転じる

売上高

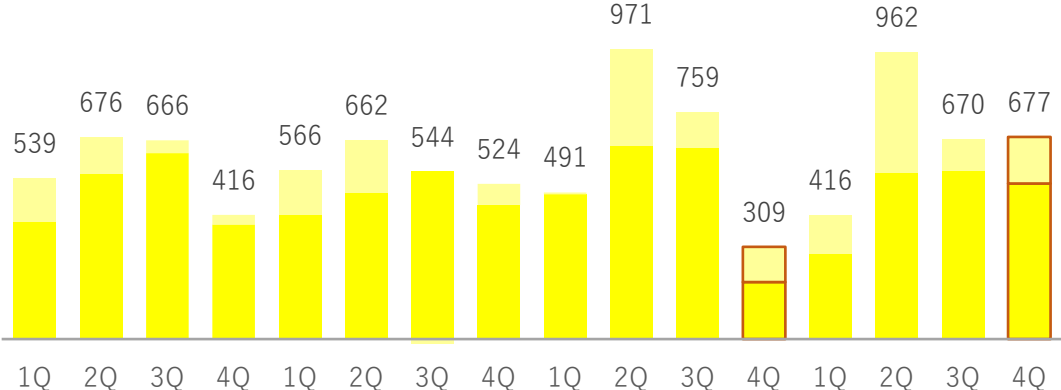
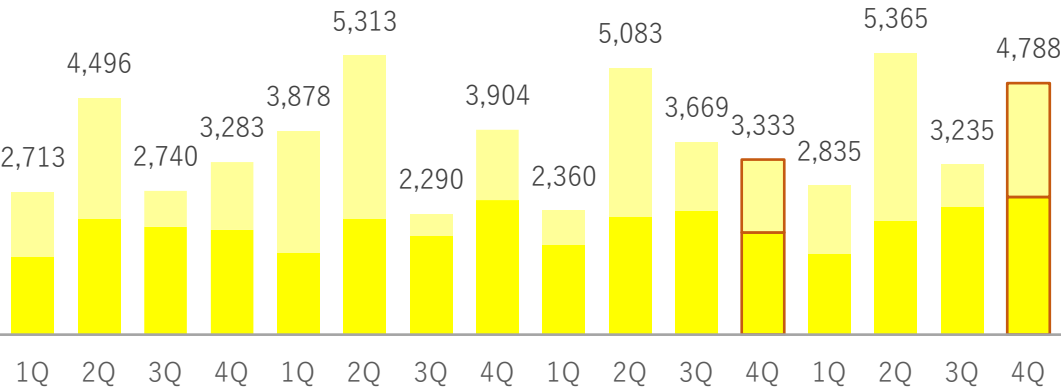
4Q **4,788**百万円／累計 **16,225**百万円

営業利益

4Q **677**百万円／累計 **2,727**百万円

■ PR ■ 販促施策・商品企画

(単位：百万円)



2022年6月期

2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

通期132億円

通期153億円

通期144億円

通期162億円

2022年6月期

2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

通期22.9億円

通期22.9億円

通期25.3億円

通期27.2億円

(注) 2022年6月期は旧区分のマーケティング&コミュニケーション事業をPR、セールスアクティベーション事業を販促施策・商品企画として表示しております。

ブランドコミュニケーション事業 四半期別売上高

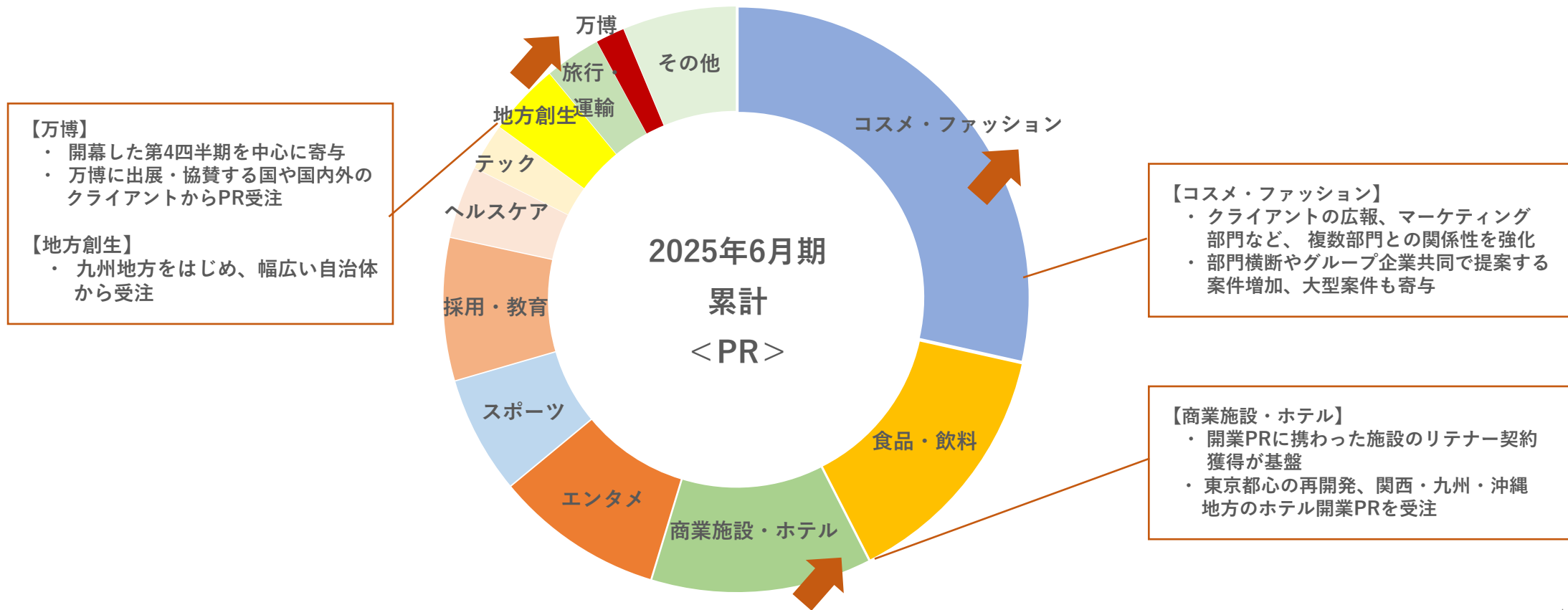
(単位：百万円)

	2022年6月期				2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高（四半期）																
PR	1,485	2,211	2,052	1,994	1,562	2,198	1,884	2,562	1,707	2,249	2,360	1,945	1,534	2,167	2,431	2,621
販促施策・商品企画	1,227	2,285	687	1,289	2,316	3,114	405	1,341	653	2,834	1,308	1,388	1,301	3,198	803	2,167
計	2,713	4,496	2,740	3,283	3,878	5,313	2,290	3,904	2,360	5,083	3,669	3,333	2,835	5,365	3,235	4,788
売上高（累計）																
PR	1,485	3,697	5,750	7,744	1,562	3,760	5,645	8,207	1,707	3,956	6,317	8,263	1,534	3,702	6,133	8,755
販促施策・商品企画	1,227	3,512	4,200	5,489	2,316	5,431	5,836	7,178	653	3,487	4,796	6,184	1,301	4,499	5,302	7,470
計	2,713	7,210	9,950	13,234	3,878	9,191	11,481	15,385	2,360	7,444	11,113	14,447	2,835	8,201	11,436	16,225

(注) 1. 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。
2. 旧区分のマーケティング&コミュニケーション事業をPR、セールスアクティベーション事業を販促施策・商品企画として表示しております。

ブランドコミュニケーション事業 業種別売上構成

- 多種多様な業種に対応、伸長業種は①コスメ・ファッション、②商業施設・ホテル、③地方創生・旅行・万博
- 商業施設・ホテルは、これまで開業PRに携わった施設からのリテナー契約獲得を基盤に、東京都心の再開発や関西・九州・沖縄地方のホテルの開業PRを新たに受注
- 地方創生も伸長、2023年8月発足の「地方創生ユニット」を中心に地域の食や観光資源の魅力を伝える



ブランドコミュニケーション事業 ハイライト【施設開業PR】

- 2025年3月にJR東日本による国内最大規模の街「TAKANAWA GATEWAY CITY」（東京都港区、高輪ゲートウェイ駅直結）がまちびらき
- 開業PR支援として、コミュニケーション戦略設計や、メディアアプローチ、PRイベント等を担当
「100年先の心豊かなくらしのための実験場」という街が目指す姿とその実現に向けたビジネス・テクノロジー・文化・くらしの共創を伝える

TAKANAWA GATEWAY CITY

2025年3月 まちびらき

- THE LINKPILLAR 1 開業
- 高輪ゲートウェイ駅 全面開業

2026年春 グランドオープン

- その他の棟（THE LINKPILLAR 2・文化創造発信拠点・住居）及び各棟周辺エリア開業（予定）



フードブランディング事業 業績推移

- 第4四半期単独は僅かに減収となるも通期で増収確保、大阪店・銀座店でインバウンド需要が継続
- 客単価は高水準を維持、年2回のメニュー改編やディナータイムの提案が奏功
- 第4四半期・通期とも減益、原材料費やブランド価値維持に向けた店舗メンテナンス費用が増加

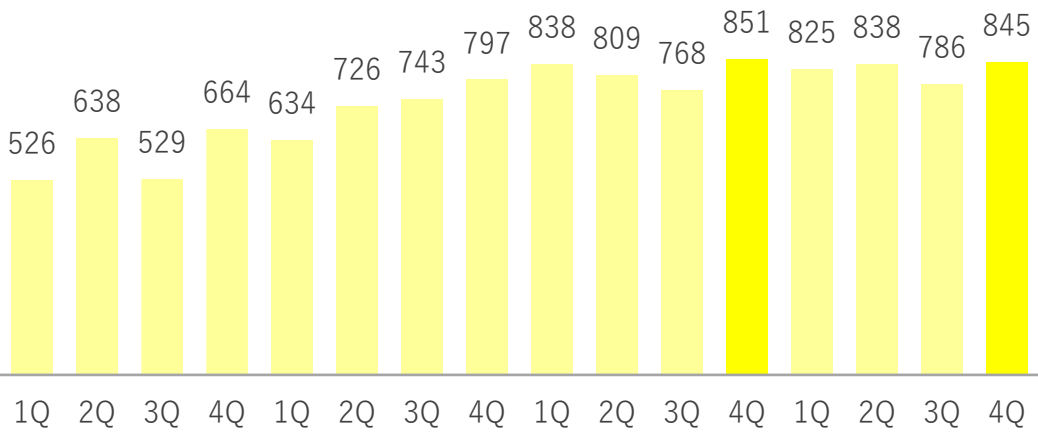
売上高

4Q **845**百万円／累計 **3,295**百万円

営業利益

4Q **20**百万円／累計 **93**百万円

(単位：百万円)



2022年6月期

通期 **23**億円

2023年6月期

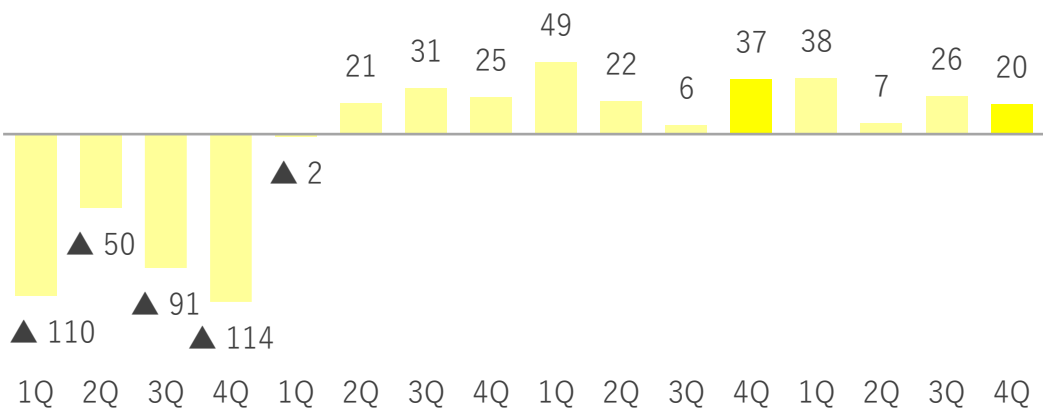
通期 **29**億円

2024年6月期

通期 **32**億円

2025年6月期

通期 **32**億円



2022年6月期

通期 **▲3.6**億円

2023年6月期

通期 **0.7**億円

2024年6月期

通期 **1.1**億円

2025年6月期

通期 **0.9**億円

ビジネスディベロップメント事業 業績推移

- 新規事業の開発・創出を通じてグループの事業領域を拡充、現在はコンサルティングで主力事業と連携強化
- 2023年7月に子会社1社の株式譲渡、2024年10月に1社の主力事業転換で減収継続
- 2期連続減益、減収と前第4四半期のXR事業譲渡による一時的な収益要因剥落による

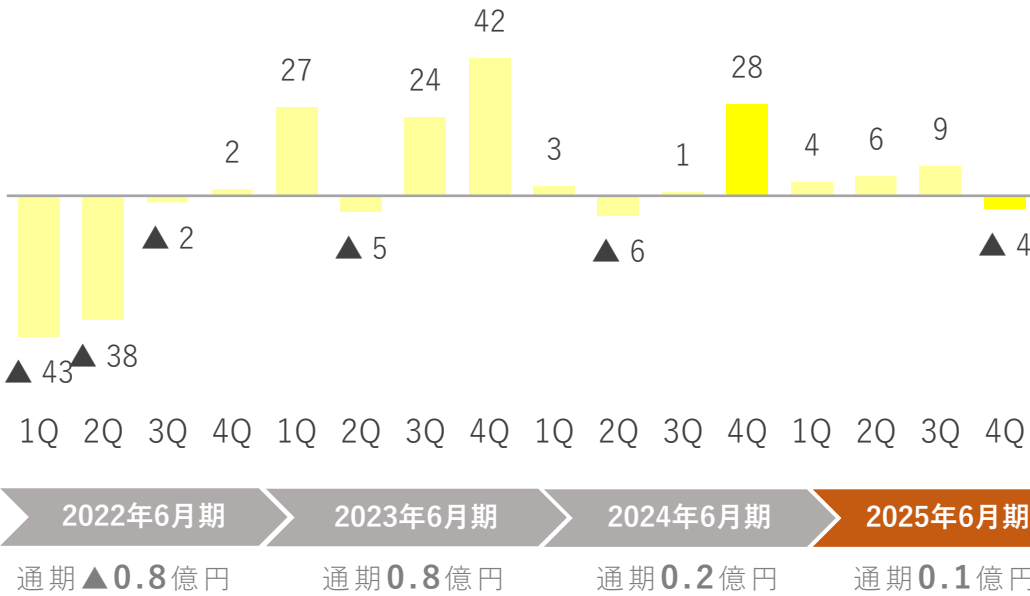
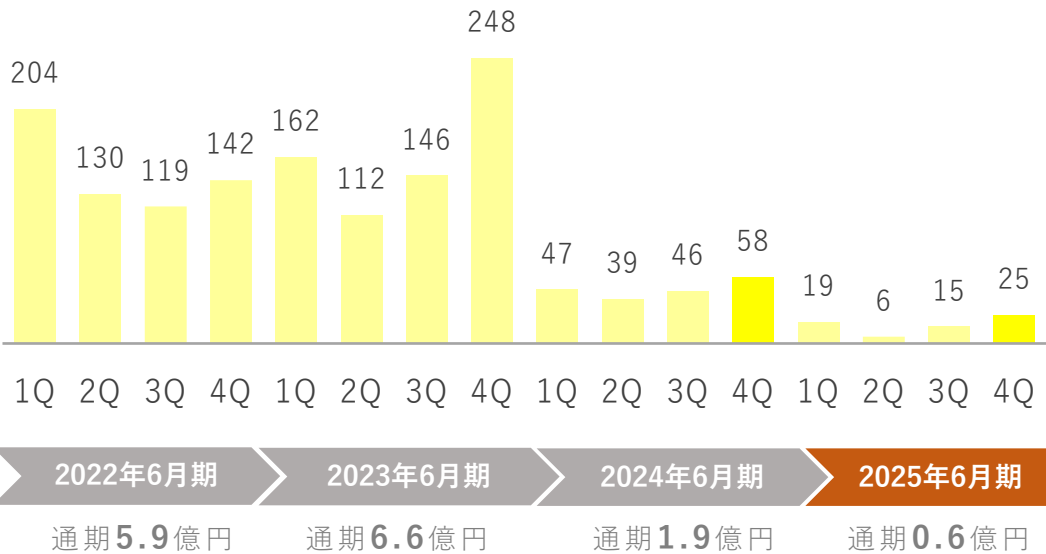
売上高

4Q **25**百万円／累計 **66**百万円

営業利益

4Q **▲4**百万円／累計 **16**百万円

(単位：百万円)

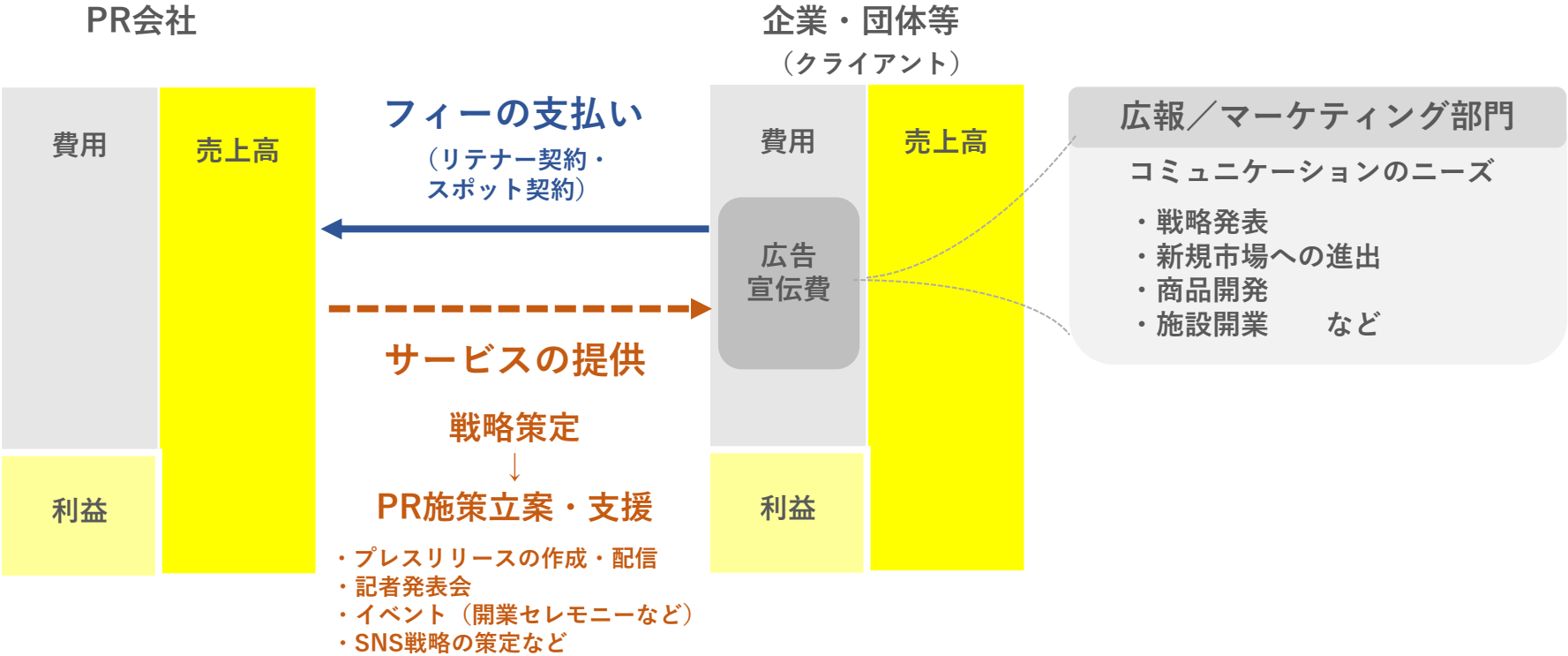


4.

中期成長戦略の進捗

【従来】PR会社の一般的な収益モデル

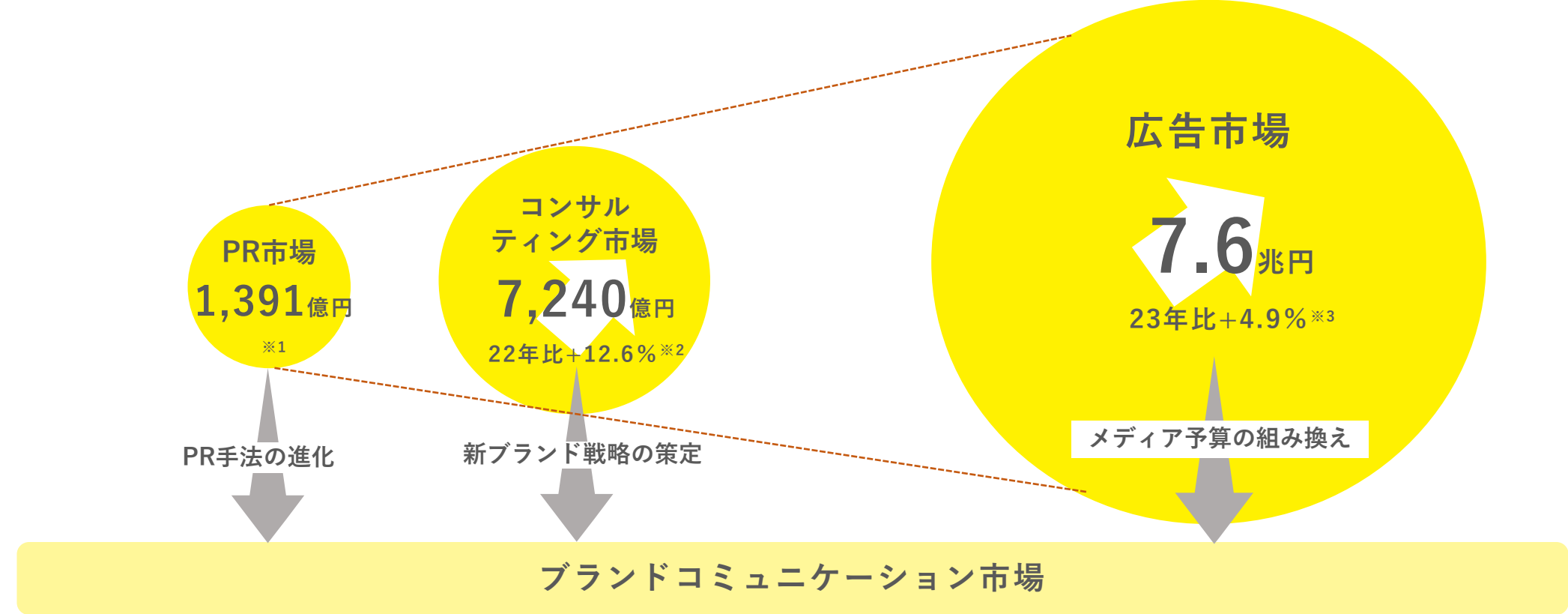
- PRとはパブリックリレーションズの略
- PR会社は企業・団体等を取り巻く様々な関係者と良好な関係性を構築するコミュニケーションサービスを提供
- 外部環境の変化や事業活動の活発化を背景に、企業・団体等でコミュニケーションに係るニーズが発生
- PR会社が戦略策定、施策立案・支援を提案・受注、サービス提供後にフィーを受領



(参考資料) 当社HPにPR会社のビジネスモデルの解説を掲載しております。
<https://navi.funda.jp/quiz/pr-business?ref=ssugir>

中長期の事業成長イメージ

- 価値観が変容するなか、ブランドへの共感重視やメディアの多様化、AI活用など、事業環境が大きく変化
 - 従来のPRからコンサルティング、より規模の大きな広告を包含した市場を対象に事業機会を獲得
- ⇒コミュニケーションに係る領域を網羅したサービスを一気通貫で提供



(参考資料) ※1 25年の推計値 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「2025年 PR事業調査報告書」 https://prs.or.jp/association/wp-content/uploads/2025/06/PR_Companies_report2025.pdf (2025年6月25日)

※2 23年の推計値 IDC Japan株式会社「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2024年～2028年」 <https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prJPJ52854324> (2025年5月2日)

※3 24年の推計値 株式会社電通「2024年 日本の広告費」 <https://www.dentsu.co.jp/news/item-cms/2025020-0227.pdf> (2025年2月27日)

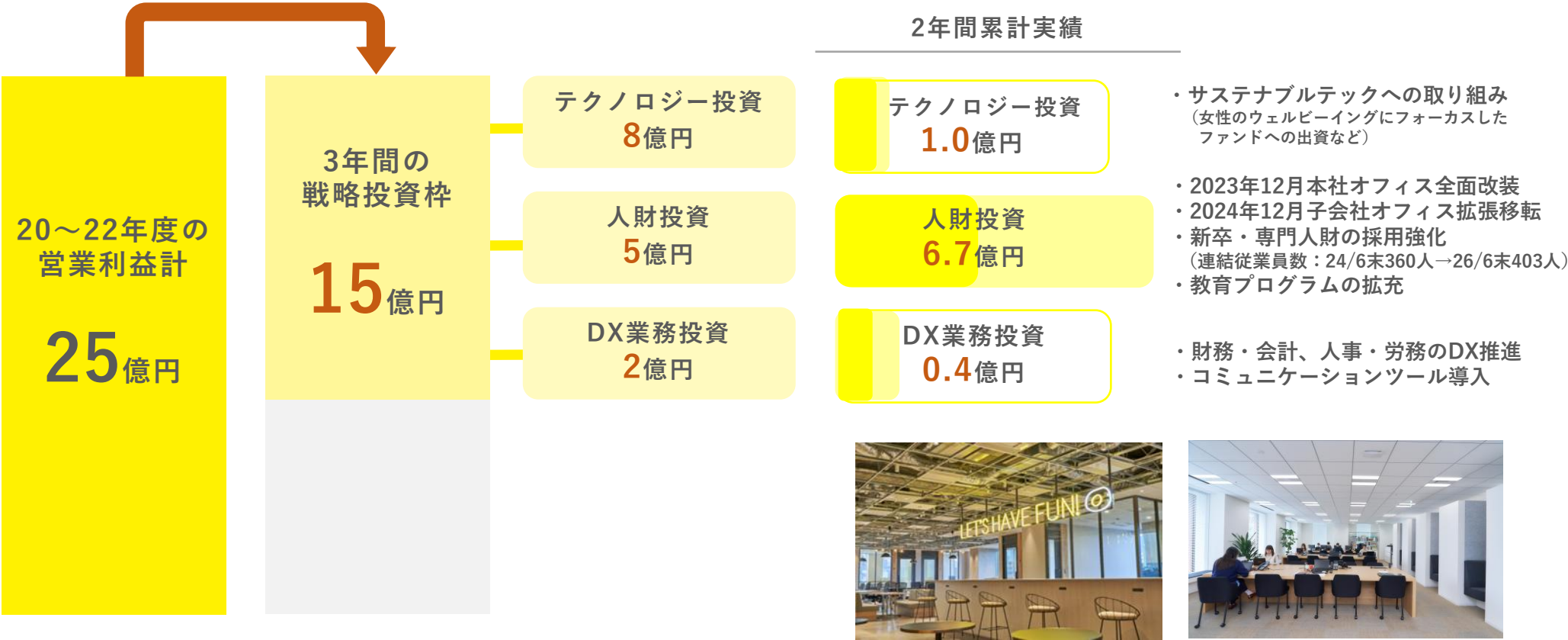
中期方針期間 成長ターゲット

- 中長期経営方針策定時、2026年6月期の連結営業利益目標を20億円に設定
 - ブランドコミュニケーション事業で、売上成長と収益性向上の双方を狙う
- ⇒ 通期連結業績予想は営業利益19億円（1億円の乖離は方針策定時に想定していなかった固定費増加が影響）
- ブランドコミュニケーション事業では売上成長率に課題を残す一方、営業利益率は超過達成を目指す

ブランドコミュニケーション事業		連結営業利益 (2026年6月期)
売上成長率	営業利益率	
年平均13%	16%程度	20億円
(2026年6月期予想)	(年平均+3.4%) 概算+5.0%	19.0億円
(2025年6月期実績)	+12.3%	15.9億円
(2024年6月期実績)	▲6.1%	14.6億円
(2023年6月期実績)	—	12.9億円

成長への戦略投資

- 2023年6月期までの3年間に創出した営業利益の6割に当たる15億円を戦略投資枠として設定
⇒人財投資に重点配分、採用と職場環境整備を推進、次期は教育拡充・制度改定等に注力、生産性向上を図る





クライアントとの関係性とサービスの方向性

- ・ブランドコミュニケーション事業の中核を担う(株)サニーサイドアップは、2023年7月の経営体制変更、同9月の子会社3社間の吸収合併完了を経て、クライアントとの関係性や提供サービスを大きく見直す
- ・2024年6月期は低採算案件や稼働体制の見直しで効率を改善、クライアントとの関係性構築にも着手
2025年6月期はアップセルの推進や部門横断・グループ共同提案を積極化

統合後の変化

クライアント
開拓

“クライアントリレーション”型を志向

- ・CMO級との関係性構築強化、イベントを活用
- ・広報からマーケティング部門へアプローチ拡大

提供サービス

アップセルの推進と組織連携による提案

- ・PR施策にSNS戦略・商品企画を付加して提案
- ・グループ企業共同提案事例も増加

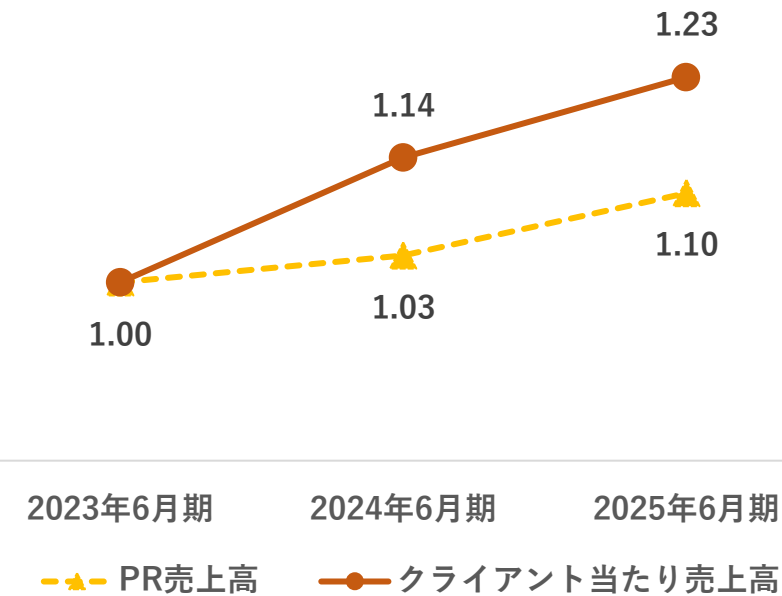
体制

専門人財の採用と教育プログラム拡充

- ・新卒の継続採用に加え、専門人財の採用強化
- ・若手営業職移行者育成プログラムを開始
- ・マーケティング専門講座を拡充

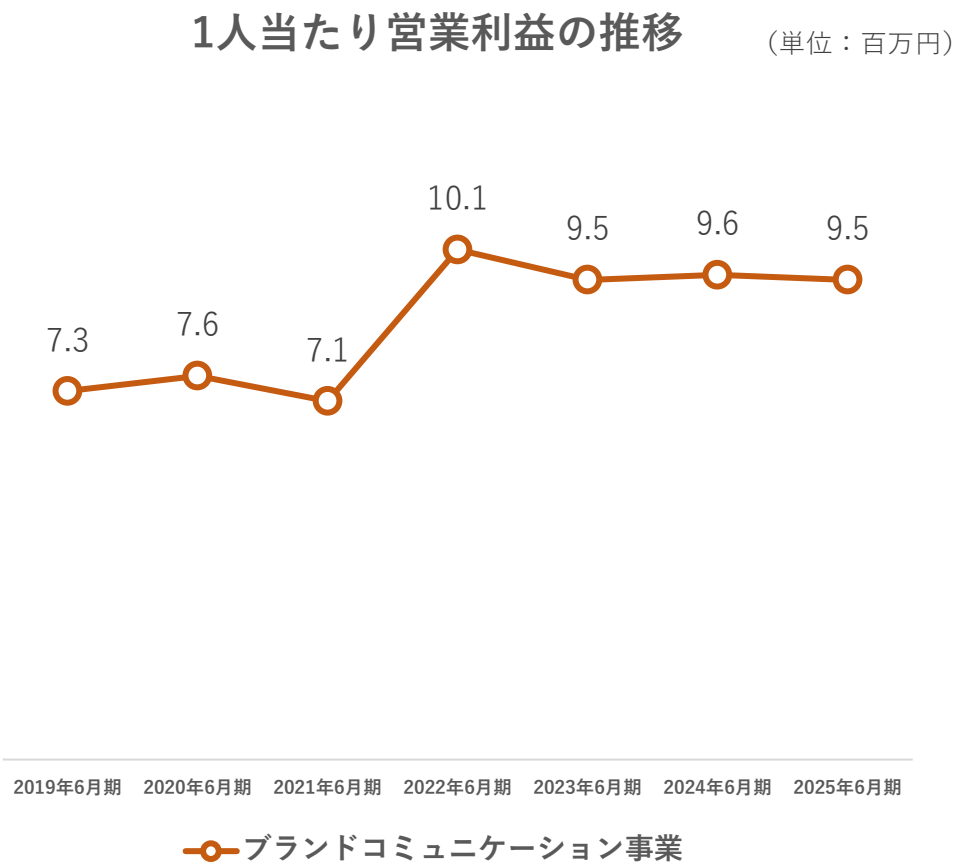
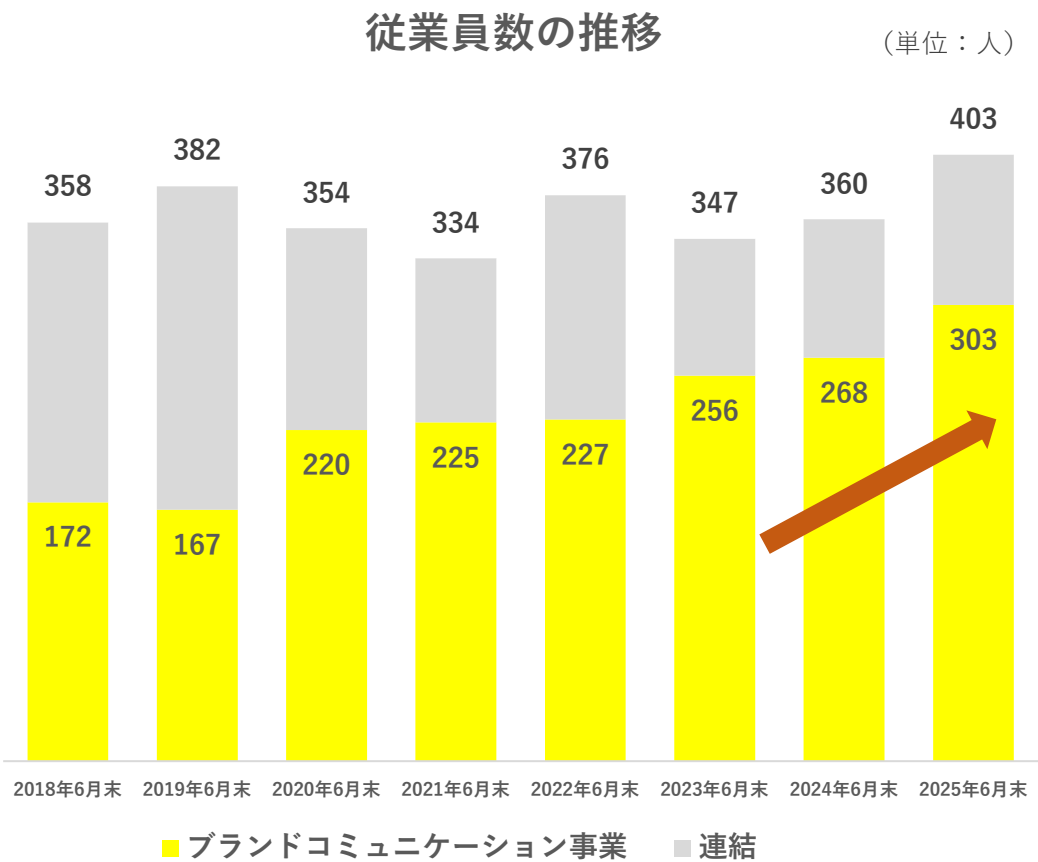
(株)サニーサイドアップのPR売上高推移

(統合前の2023年6月期＝1とした場合)



人財投資の加速と生産性の向上

- 新卒・専門人財の採用を強化、ブランドコミュニケーション事業を中心に従業員数が増加
- 生産性の向上へ、営業職へ移行する若手スタッフ対象の教育を拡充、主力事業の改善を全体に波及させる



(注) 1人当たり営業利益は期中平均従業員数を基に算出しています。
2022年6月期以前のブランドコミュニケーション事業の営業利益は、旧区分を単純合算して算出しております。

中期方針期間 2年目の評価

成長に向けた戦略方針

- ブランドコミュニケーション事業の収益力向上と人財投資が進展、課題は生産性向上と成長投資

		定量・定性目標 (2026年6月期)	2年目実績 (2025年6月期)		1年目実績 (2024年6月期)
事業成長	ブランド コミュニケーション事業	成長性：売上成長率 年平均13%	2.7%（年平均） + 12.3%（単年度）	×	▲6.1%
		収益性：営業利益率 16%程度	16.8%	○	17.5%
		【営業政策】 ・クライアントリレーション型 ・付加価値ソリューション提案 【組織体制】 ・連結子会社3社吸収合併 ・専門的な教育プログラム拡充	【営業政策】 ・統合3社クライアント当たり売上高 1.23（2023年6月期=1） 【組織体制】 ・事業全体の従業員数 +35人 ・専門教育への参加 1人当たり4.1回 ・営業職移行対象プログラム新設	△ ○	【営業政策】 1.14 【組織体制】 +12人 1人当たり3.5回 専門講座新設
	ブランドテック事業	次期成長の柱として育成	—	×	XR事業は2024年3月に他社へ機能移管
	サステナブルテック事業	10年程度の長期目線で育成	ウェルビーイング領域への投資継続	×	投資開始
成長投資の実施	成長への戦略投資枠	2026年6月期までの3か年 15億円 ・テクノロジー投資 8億円 ・人財投資 5億円 ・DX業務投資 2億円	累計 計8.1億円 1.0億円 6.7億円 0.4億円	△	初年度 計3.4億円 0.7億円 2.5億円 0.2億円
人的資本 経営の実現	女性活躍推進 教育投資の拡充 エンゲージメントの向上	当社取締役女性比率 30%超 教育を含む人財投資 5億円(3か年) エンゲージメントスコアの改善	50.0% 子会社オフィスの拡張移転、制度改定 【3年のスコア推移】※年1回調査 当社 1→0.87→1.01 主要子会社 1→1→1	△	50.0% 本社オフィス改装、 教育拡充 重点課題の設定

（注）2年目実績の○△×は自己評価（○目標に沿って進捗、△進捗するも一部遅れ、×進捗に遅れ）

5.

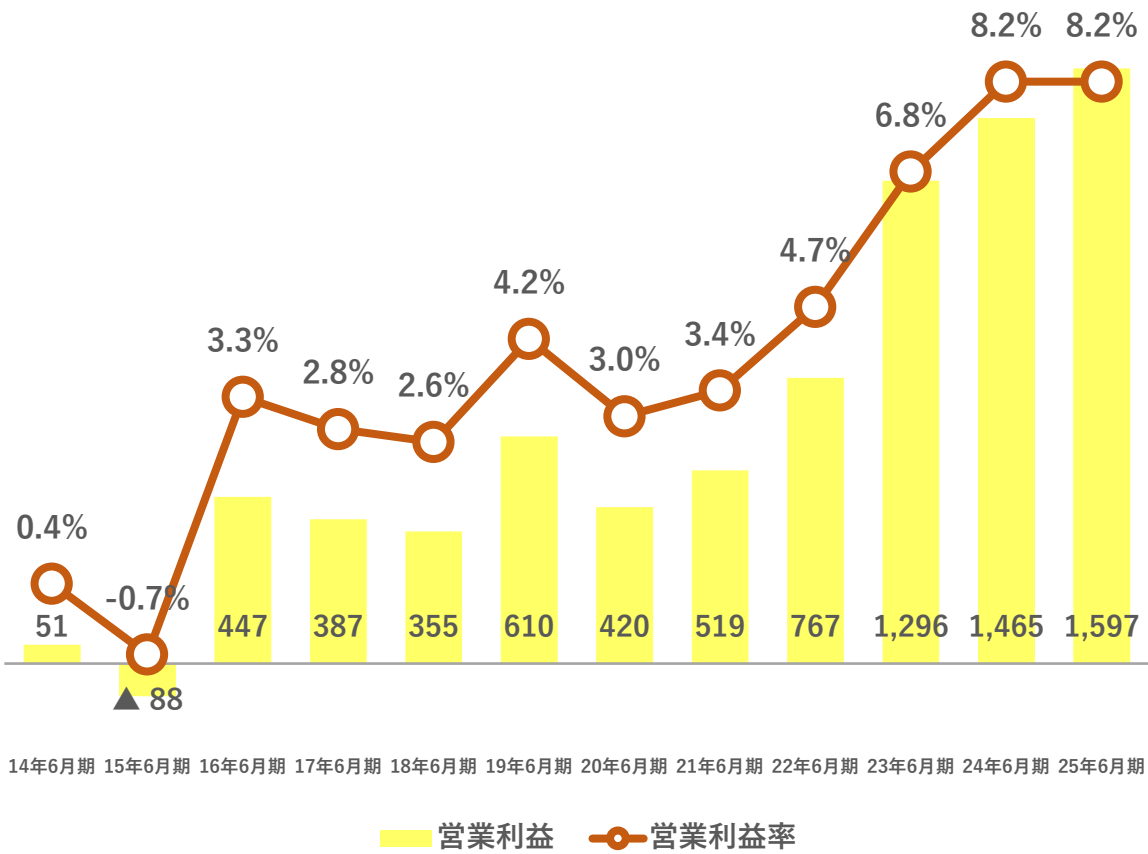
Appendix

事業ポートフォリオの改善

資本コストと株価を意識した経営の実現に向けて

営業利益・営業利益率の推移

(単位：百万円)



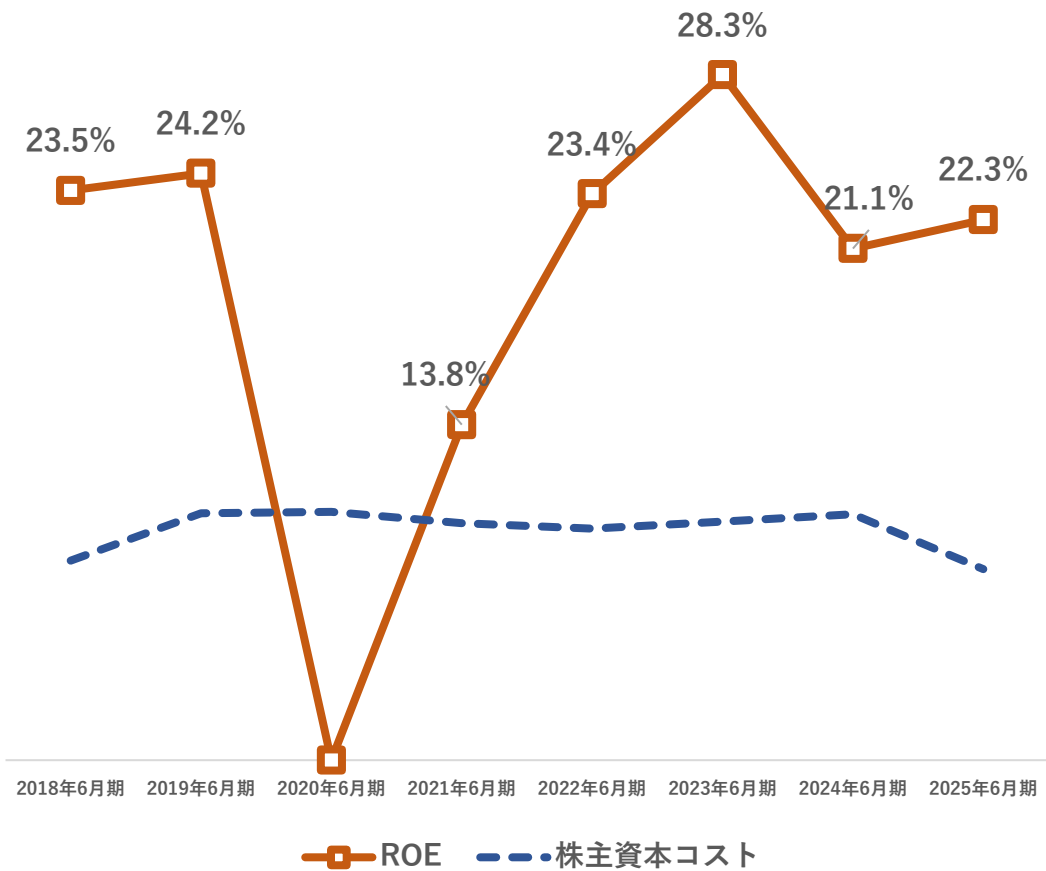
事業ポートフォリオの改善実績

2020年1月	持株会社体制へ移行	
2020年3月	(株)ステディスタディを子会社化	ブランド コミュニケーション事業
2022年6月	SUNNY SIDE UP INTERNATIONAL, INCを清算	フード ブランディング事業
2022年7月	bills waikiki LLCの全出資持分を譲渡	
2023年5月	中長期経営方針「成長に向けた戦略方針」策定（コア事業をブランドコミュニケーション事業として再定義）	
2023年7月	(株)アジャイルの全株式を譲渡	ビジネス ディベロップメント事業
	(株)スクランブルを (株)サニーサイドアップに吸収合併	ブランド コミュニケーション事業
2023年9月	(株)ワイズインテグレーションを (株)サニーサイドアップに吸収合併	

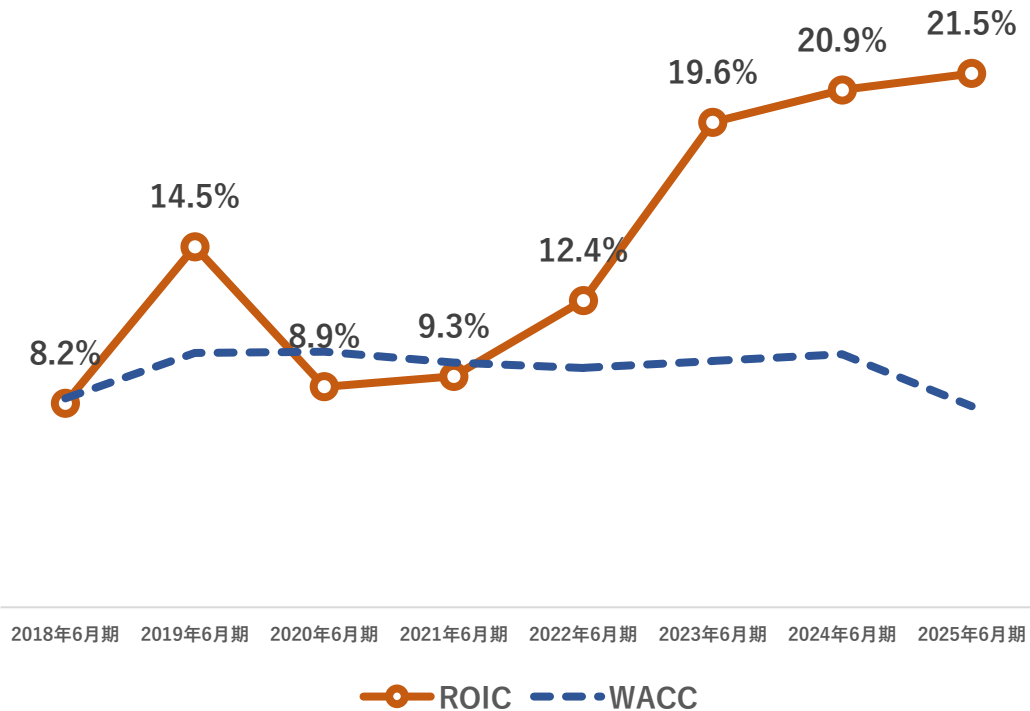
資本コストと株価を意識した経営の実現に向けて

資本収益性と資本コストの比較

ROEと株主資本コストの推移



ROICとWACCの推移



(注) ROICはNOPAT（営業利益 × （1 - 法定実効税率）） ÷ （有利子負債 + 株主資本、期中平均）で算出しております。

11年間の連結業績ハイライト

	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6
業績の状況												
売上高	百万円	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587
営業利益	百万円	-88	447	387	355	610	420	519	767	1,296	1,465	1,597
経常利益	百万円	83	236	494	365	718	275	666	1,284	1,335	1,501	1,635
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	-330	-216	304	380	493	-210	298	581	884	795	948
キャッシュ・フローの状況												
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	37	24	352	757	529	549	339	1,185	846	655	2,186
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-91	-159	-325	738	-336	-685	-311	-274	-274	-120	-129
フリー・キャッシュ・フロー	百万円	-54	-135	27	1,495	193	-135	27	910	571	535	2,056
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-90	212	-92	-794	-338	705	423	-294	-744	-470	-547
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	902	1,045	995	1,696	1,559	2,135	2,587	3,214	3,074	3,169	4,639
資産の状況												
総資産	百万円	5,291	5,773	5,706	5,327	5,788	5,462	7,163	7,548	8,595	8,472	10,409
純資産	百万円	1,423	1,402	1,555	1,888	2,397	2,087	2,340	2,820	3,728	4,136	4,701
有利子負債	百万円	1,684	1,833	1,716	1,020	720	1,506	1,915	1,722	1,218	991	787
設備投資・減価償却の状況												
設備投資額	百万円	105	143	291	236	256	28	164	48	141	124	163
減価償却費	百万円	170	149	127	141	161	143	106	94	85	92	114

(注) 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

11年間の連結業績ハイライト

	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6
株式の状況												
発行済株式総数	株	3,611,200	3,697,600	7,417,200	7,434,400	7,569,800	15,191,600	15,191,600	15,191,600	15,191,600	15,197,600	15,197,600
1株当たり配当金	円	10	30	10	10	10	2	6	12	15	20	22
配当性向	%	-	-	24.1%	19.4%	15.2%	-	30.3%	31.1%	25.3%	37.5%	34.6%
1株当たりの状況						*	*					
1株当たりの当期純利益額	円	-93.76	-60.43	41.57	25.85	33.42	-13.97	19.83	38.58	59.28	53.30	63.58
1株当たりの純資産額	円	371.66	343.55	198.20	120.72	153.13	135.17	151.30	178.92	238.78	266.20	304.55
経営指標												
営業利益率	%	-0.7%	3.3%	2.8%	2.6%	4.2%	3.0%	3.4%	4.7%	6.8%	8.2%	8.2%
ROE	%	-	-	22.4%	23.5%	24.2%	-	13.8%	23.4%	28.3%	21.1%	22.3%
ROA	%	1.5%	4.3%	8.6%	6.6%	12.9%	4.9%	10.6%	17.5%	16.5%	17.6%	17.3%
自己資本比率	%	25.1%	21.8%	25.5%	33.4%	39.7%	37.3%	31.8%	35.7%	41.4%	46.9%	43.7%
D/Eレシオ	倍	1.3	1.5	1.2	0.6	0.3	0.7	0.8	0.6	0.3	0.2	0.2
従業員の状況												
従業員数	人	196	260	273	358	382	354	334	376	347	360	403
1人当たりの状況（期中平均）						*	*					
1人当たりの売上高	千円	62,515	58,744	52,127	42,909	39,535	38,299	44,640	45,607	52,439	50,659	51,343
1人当たりの営業利益	千円	-460	1,962	1,453	1,127	1,648	1,143	1,509	2,163	3,587	4,145	4,187

(注) 1. 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。
2. 2017年5月30日付で普通株式1株につき2株の割当てで株式分割を行っております。
3. 2019年7月11日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行い、1株当たりの状況(*)は有価証券報告書に基づきます。

11年間のセグメント別業績

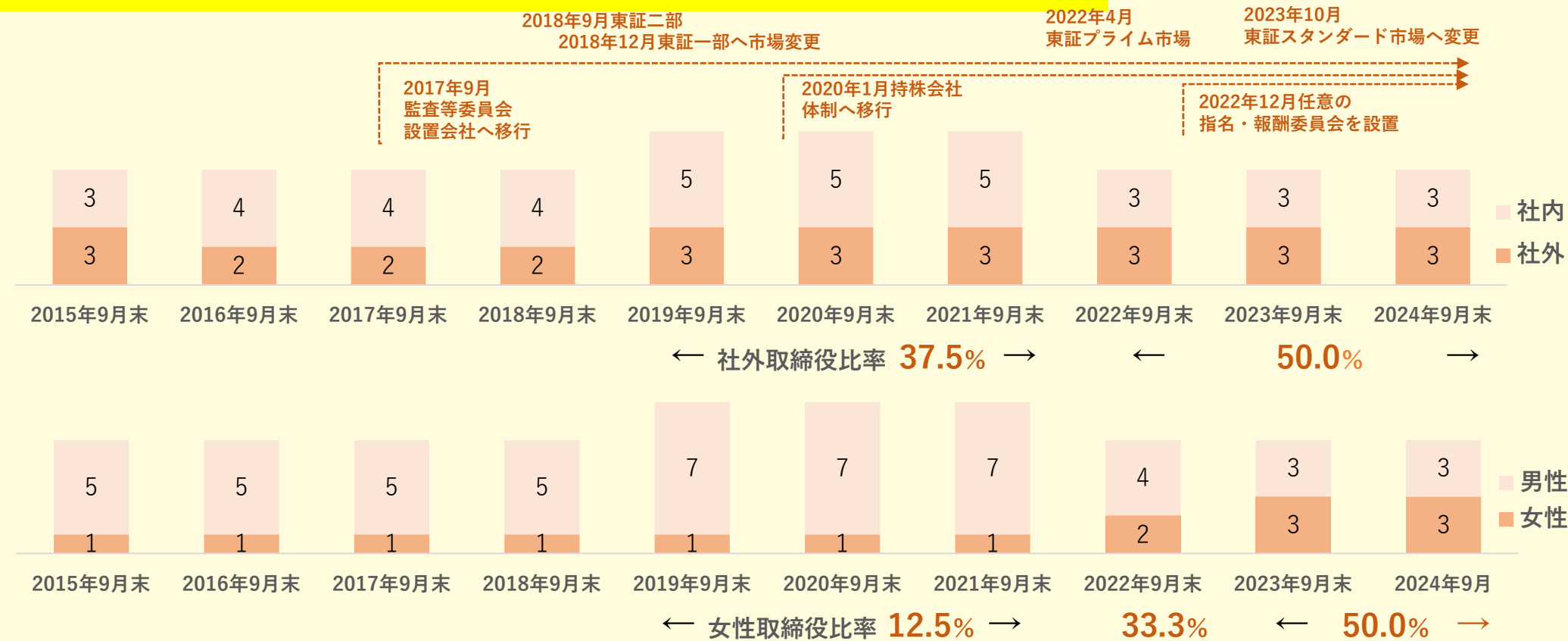
	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6		2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	
売上高（旧セグメント）								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント			3事業体制	（現セグメント）	
コミュニケーション事業①	百万円	5,789	5,429	5,715	6,194	7,434	8,158	5,818	9,119	7,744	8,207	14,447	16,225	ブランドコミュニケーション事業
スポーツ事業②	百万円	804	1,068	1,302	1,278	1,366	1,080							①マーケティング＆ コミュニケーション(PR)
SP・MD事業③	百万円	2,313	3,531	2,588	1,451	1,234	1,389							②セールス アクティベーション
bills事業	百万円	2,930	3,120	4,100	4,421	4,241	3,259	3,259	2,355	2,359	2,901	3,268	3,295	フードブランディング事業
開発事業	百万円	102	244	184	191	351	205	31	236	596	669	192	66	ビジネス ディベロップメント事業
計	百万円	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587	計
【合計】①+②+③	百万円	8,907	10,029	9,606	8,924	10,035	10,629	10,803	12,764	13,234	15,385	14,447	16,225	【合計】①+②
セグメント利益								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント			3事業体制		
コミュニケーション事業①	百万円	694	666	595	715	996	1,162	968	1,284	1,954	1,917	2,532	2,727	ブランドコミュニケーション事業
スポーツ事業②	百万円	73	140	172	178	237	288							①マーケティング＆ コミュニケーション(PR)
SP・MD事業③	百万円	-110	294	34	-150	2	2							②セールス アクティベーション
bills事業	百万円	-155	28	126	166	66	-210	-210	-293	-366	76	116	93	フードブランディング事業
開発事業	百万円	-72	-71	-25	40	59	-4	-40	110	-82	88	26	16	ビジネス ディベロップメント事業
調整額	百万円	-516	-611	-515	-594	-753	-817	-810	-892	-1,082	-1,166	-1,209	-1,238	調整額
計	百万円	-88	447	387	355	610	420	420	519	767	1,296	1,465	1,597	計
【合計】①+②+③	百万円	656	1,101	802	743	1,237	1,452	1,482	1,595	2,299	2,297	2,532	2,727	【合計】①+②

（注）収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

コーポレート・ガバナンス

- ガバナンス強化に向けて、独立社外取締役の比率を高めるとともに、任意の指名・報酬委員会を設置・機能強化
- 多様性の確保にも取り組み、女性取締役比率は50%に上昇

取締役会の機能発揮と多様性の確保（構成人数 上段：社外・社内、下段：女性・男性）



Make World Better

たのしいさわぎで明日の希望をつくる

- ・本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- ・本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- ・本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- ・本資料中の予想・予測などは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、実際の業績は、事業環境の変化等の様々な要因により、記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることがあります。

< 本件に関するお問い合わせ >

株式会社サニーサイドアップグループ グループ経営管理部経営管理チーム

TEL : 03-6894-2241 mail : keiki@ssu.co.jp