

たのしい
さわぎを
おこしたい

株式会社サニーサイドアップ
2019年6月期 決算説明会



2019年6月期 ハイライト

過去最高業績 を達成

- グループを牽引するマーケティング・コミュニケーション事業が好調さをさらに増幅
- 活動領域を広げるスポーツ事業が成長を加速
- その他事業については、概ね予算水準をクリア

東証1部へ ステップアップ

- 経営基盤の強化を図り、東証1部へステップアップを実現
- 更なる攻めの経営に向けた基盤を形成

2019年6月期 連結業績ハイライト

	2018年6月期 実績	2019年6月期 実績	前年同期比	2019年6月期 当初予算	2019年6月期 上方修正予算
売上高	13,537	14,627	108.1%	15,000	14,166
営業利益	355	610	171.5%	500	601
経常利益	365	718	196.6%	500	722
親会社株主に 帰属する純利益	380	493	129.8%	323	524
1株当たり 純利益	51円70銭	66円85銭	—	43円83銭	71円09銭

<前年比> 増収増益

<予算比> 当初予算を上方修正（2019年5月13日発表）

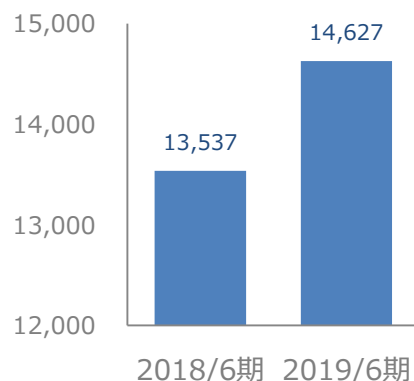
好調なMC事業※およびスポーツ事業がけん引し、当初予算を上回る業績を達成

※MC事業＝マーケティング・コミュニケーション事業

(百万円) 売上高

前年比108.1%

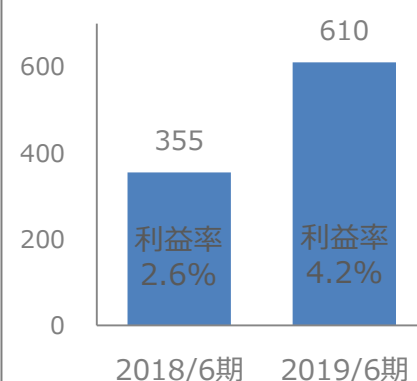
- 基幹事業であるMC事業およびスポーツ事業が当初の計画を上回り推移



(百万円) 営業利益

前年比171.5%

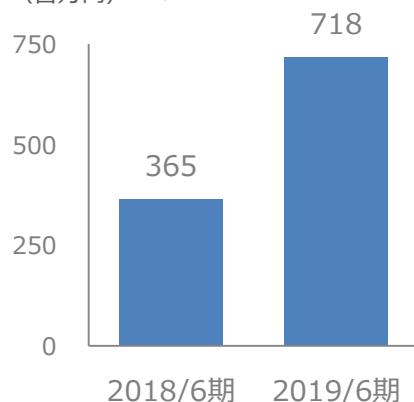
- MC事業およびスポーツ事業が案件構成の変化に伴い利益率が向上
- SP・MD事業の黒字化が利益面の大きく寄与



(百万円) 経常利益

前年比196.6%

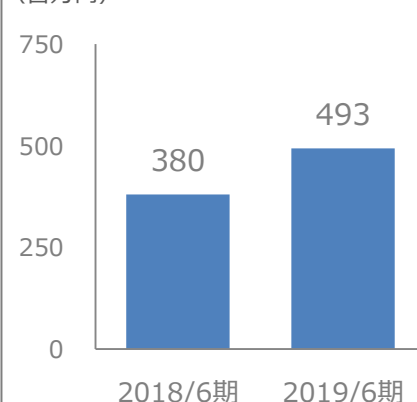
- 一時的な要因として、韓国子会社において営業外収益として匿名組合分配額が発生



(百万円) 当期純利益

前年比129.8%

- 2018年6月においては、賃貸用不動産の売却に伴う固定資産売却益（特別利益）を計上



サニーサイドアップ グループ

マーケティング・コミュニケーション事業	SP・MD事業	スポーツ事業	bills事業	開発事業
● PR、プロモーション、ブランディング等の多彩なサービスを提供 ● 商業施設の開業PR・プロモーションに強み ● グローバル・コミュニケーションサービスの拡充へ	● 店頭における購買・契約促進のための戦略施策の提供 ● キャラクターグッズおよびブランドグッズ等のOEM製造	● スポーツに関連するPR、プロモーションおよびコンテンツサービスの提供 ● 人気スポーツイベントの企画・運営 ● アスリート・文化人等のマネジメント及びマーケティング活動支援	● 『bills』のブランディングおよびライセンスング ● 『bills』の海外店舗のプロデュース、ブランディングおよび運営	● グループ独自の新規ビジネスの創出・育成 ※事業進捗に伴い、他セグメントに適時、変更
  			   	   (ENGAWA社は持分法適用会社)

全セグメントで黒字を達成

セグメント

マーケティング・
コミュニケーション

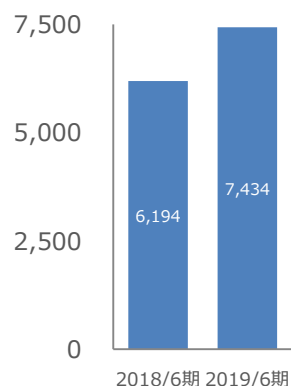
S P・MD

スポーツ

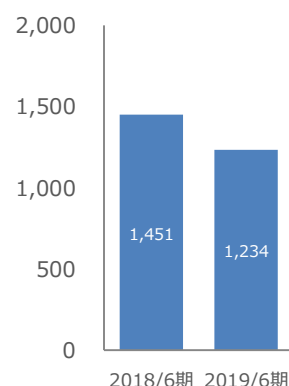
bills

開発

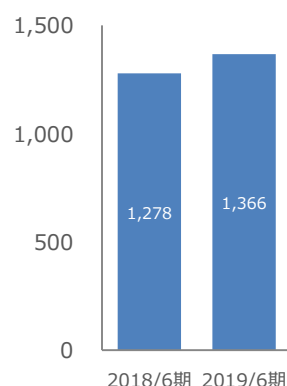
売上高



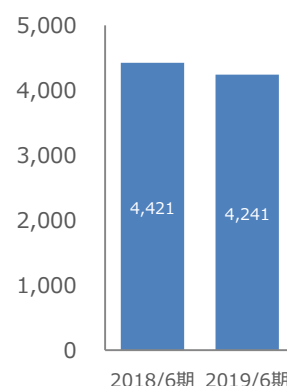
売上高
7,434百万円



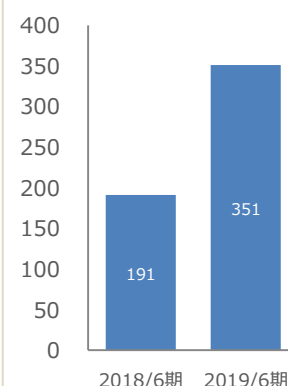
売上高
1,234百万円



売上高
1,366百万円

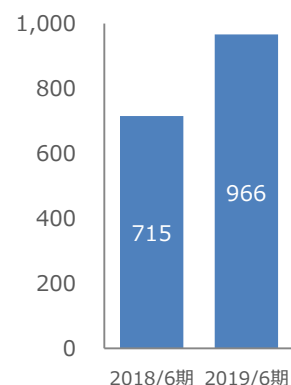


売上高
4,241百万円

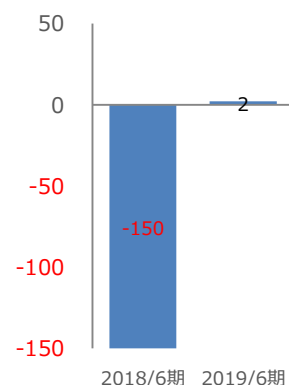


売上高
351百万円

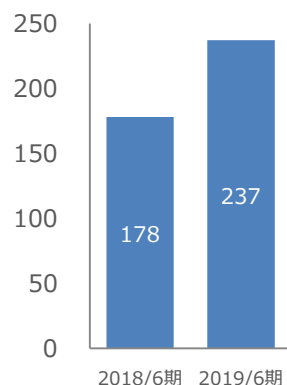
営業利益



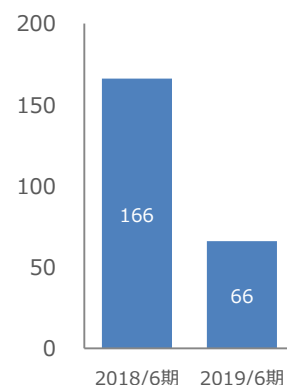
セグメント利益
966百万円



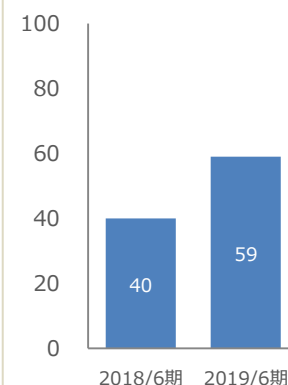
セグメント利益
2百万円



セグメント利益
237百万円

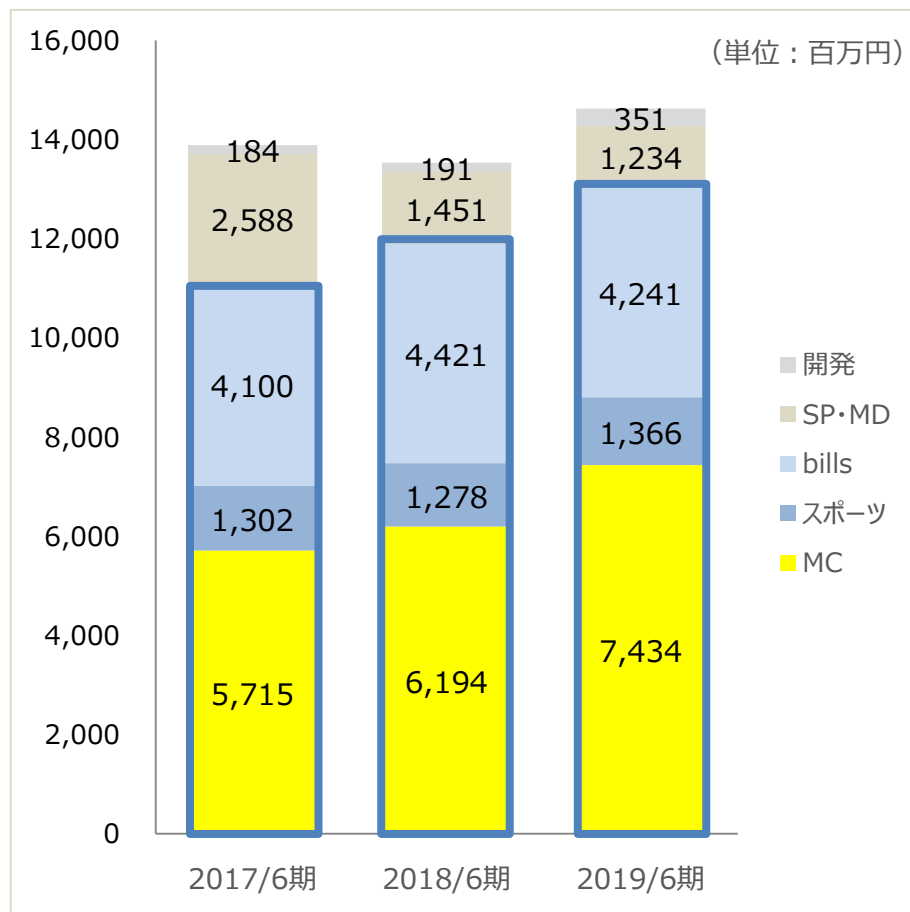


セグメント利益
66百万円

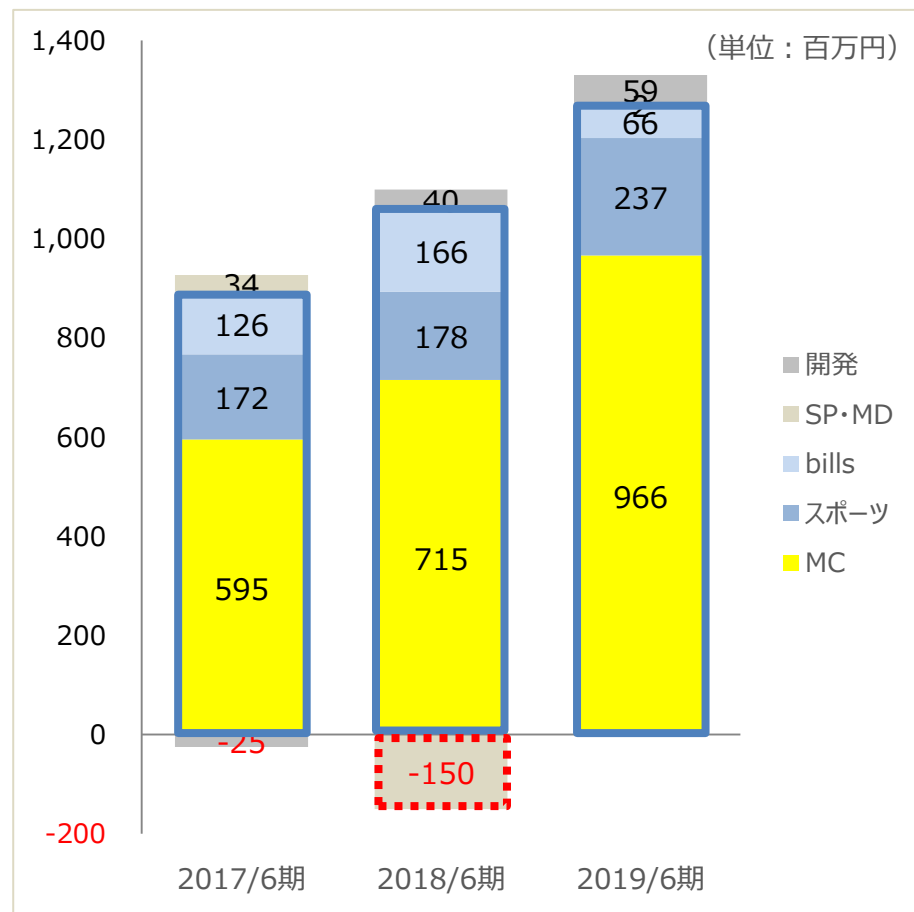


セグメント利益
59百万円

セグメント業績推移



- マーケティング・コミュニケーション、スポーツ、billsの3事業が売上を牽引



- 好調なマーケティング・コミュニケーション、スポーツに加え、SP・MD事業の黒字化により連結業績利益が大幅に拡大

連結キャッシュ・フローおよび連結財政状態

(単位：百万円)

連結キャッシュ・フローの状況	2018年6月期	2019年6月期
営業活動による キャッシュ・フロー	757	529
投資活動による キャッシュ・フロー	738	△336
財務活動による キャッシュ・フロー	△794	△338
F C F (営業CF + 投資CF)	1,495	193
現金及び現金同等物 期末残高	1,696	1,559
連結財政状態	2018年6月期	2019年6月期
純資産	1,888	2,397
自己資本比率	33.4%	39.7%

2020年6月期 連結業績予想

	2018年6月期 実績値	2019年6月期 実績値	2020年6月期 通期予想	前期比 2019年6月期との比較
売上高	13,537	↑ 14,627	↑ 14,650	100.2%
営業利益	355	↑ 610	↑ 720	118.1%
経常利益	365	↑ 718	↑ 786	109.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	380	↑ 493	↑ 526	106.6%
1株当たり 当期純利益	51円70銭	66円85銭	35円05銭※	—

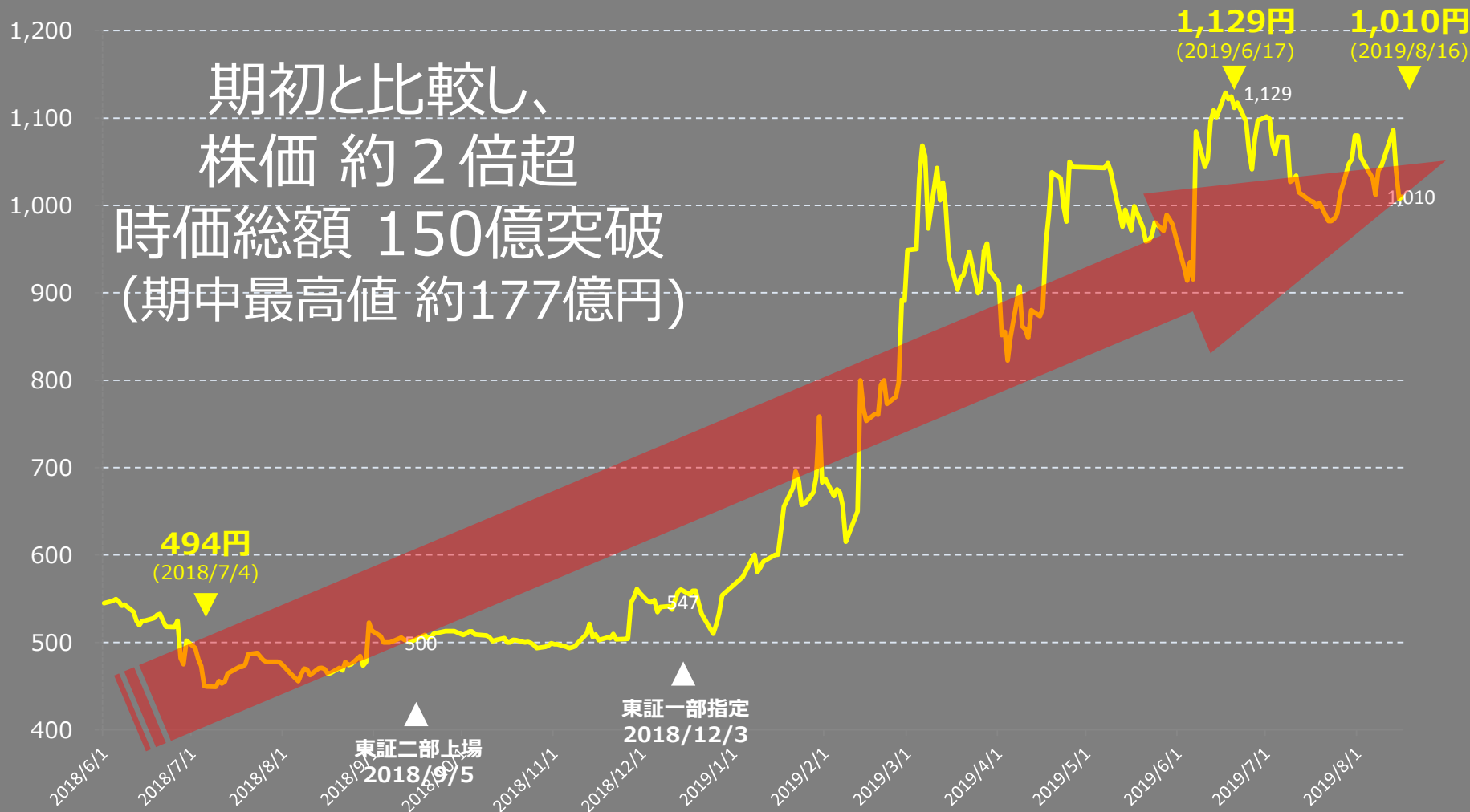
2期連続の増収増益（最高業績）を予想

※2019年7月11日を効力発生日として1株あたり2株の株式分割を実施した影響により前年より減少

株価推移



株価推移 2018/6/1～2019/8/16



※調整後株価でグラフを作成。2019年7月11日を効力発生日とした株式分割（1株あたり2株）を加味

安定的な配当の実施

2010年以降、継続的に配当を実施しております。

	2018年6月期 (実績)	2019年6月期 (実績)	2020年6月期 (予想)
1株あたり 年間配当額	10円	10円	5円※
配当総額	73百万円	75百万円	75百万円

※2019年7月11日を効力発生日として1株あたり2株の株式分割を行っているため、
進行期（2020年6月期）の1株あたりの実質的な配当金額に変更はありません

株式分割の実施

2019年7月11日を効力発生日として1株あたり2株の株式分割を実施

株式分割の目的

当社の中長期計画における事業規模拡大に備え、個人投資家をはじめとする投資家の皆様に、より投資しやすい環境を整えるため、投資単位当たりの金額を引き下げることにより、当社株式の流動性の向上及び投資家層の拡大を図る

株式分割の効果＝流動性の大幅な向上

株式分割発表後における1日の平均出来高は前年同期間に比べて6倍超で推移



集計期間：2018/6/7-2018/8/16



集計期間：2019/6/7-2019/8/16

株主優待制度の拡充を実施

株主分割に伴い、株式分割後の株主優待制度の内容を拡充※

	変更前（1株→2株の分割前）	変更後（1株→2株の分割後）
対象となる株主様	・2019年6月末日現在の株主名簿に記載された株主様	・2020年6月末日現在の株主名簿に記載された株主様
優待内容	・100株（1単元）以上 オールデイダイニング「bills」において利用可能なご優待券	・200株（2単元）以上 オールデイダイニング「bills」において利用可能なご優待券 2枚 ・500株（5単元）以上 オールデイダイニング「bills」において利用可能なご優待券 5枚
ご優待券 1枚あたりの内容	・2名様相当分のお食事を無償提供 （「bills」の指定メニューから2皿＋ソフトドリンク2杯を選択）	・1名様相当分のお食事を無償提供 （「bills」の指定メニューから1皿＋ソフトドリンク1杯を選択）

※2020年6月末時点より変更が反映される予定です。

指定メニュー・イメージ



リングイーネ



チョップサラダ



セグメント別サマリー

セグメント別ハイライト（詳細は次頁以降）

マーケティング・コミュニケーション事業

- 順調な拡充をし続けるPR&プロモーションは、食品・飲料といった従来の得意分野だけでなく、コスメ、PCなど幅広い領域で案件を多数受注
- 東京オリンピック・パラリンピック開催を目前に控えて次々にオープンする大規模商業施設・ホテルの開業PRおよびプロモーションを数多く受注
- 大手コンビニチェーンで実施される人気キャンペーンの物販施策、地域や自治体と連動した大規模イベント等、話題の案件を多数手掛ける
- (株)クムナムエンターテインメントが展開するコンテンツマーケティングサービスは引き続き好調に推移
- リテナー案件の増加に加え、業務効率化およびマネジメント強化により、売上高の伸長のみならず、営業利益率が大幅に向上
- グローバル・コミュニケーションサービスの本格稼働。SGDs達成に向けたマーケティングコミュニケーションサービスを提供

S P・M D事業

- 前期より取り組んでいる業績安定化に向けた施策の成果が顕在化。当初の予定通りに2019年6月期は黒字で着地
- S P・M D事業の強みを最大限に活かしつつも、特定のクライアントのみに依存しない事業ポートフォリオの再構築を継続中

スポーツ事業

- 「中田英寿」、「白井健三など当社所属のアスリート・文化人の肖像権ビジネス・関連イベント、日本ラグビーフットボール協会の年間活動サポート、プロ野球・Jリーグ等のプロスポーツチームのマーケティングサポート、eスポーツ大会のP R等、多種多数の案件を手掛ける
- 「東京マラソン」、「ブルームバーグ・スクエア・マイル・リレー」などの人気スポーツイベントのPR及び企画・運営サポートを手がける
- P R発想を活用したスポーツマーケティングビジネス、コンテンツマーケティングなど、活動領域を広げることで事業成長を図る

bills事業

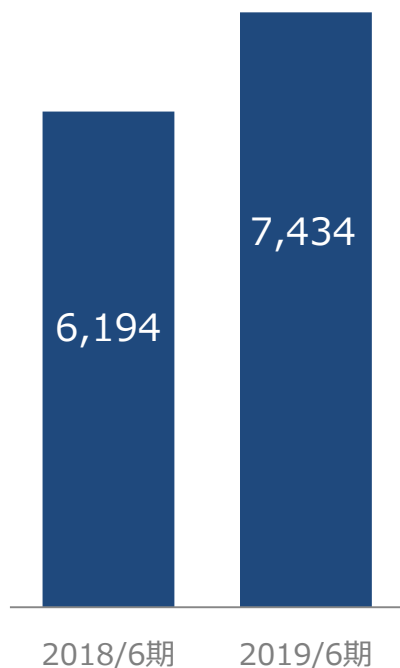
- 新規出店および既存店強化により、収益基盤の拡大と強化が進む
（日本）「bills 銀座」を中心としたインバウンド需要の取り込み。新メニューの導入等による集客力強化の施策が奏功
（ハワイ）全日本空輸（ANA）のホノルル線とのコラボレーションを展開。2019年5月24日よりbills監修の機内食を提供開始
（韓国）「bills 蚕室」、「bills 光化門」に続く、韓国3号店となる「bills 江南」を2018年9月にオープン

開発事業

- PRブティック・エアサイド社がエンターテインメント業界のP R案件を多数受注することで業績を牽引

セグメント売上高

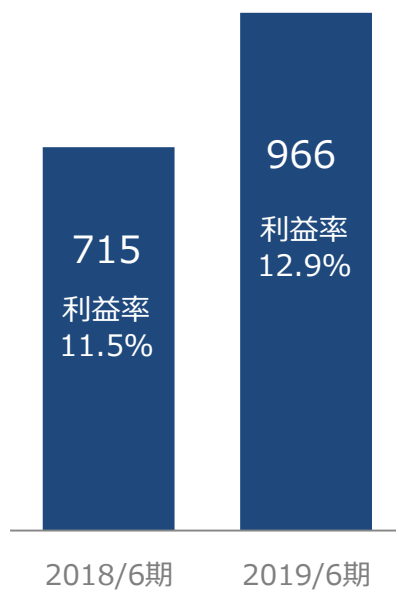
74億3,400万円
前年比20.2%増



単位：百万円

セグメント利益

9億6,600万円
前年比39.3%増



単位：百万円

増収増益

多種多様な案件を手掛け業績を牽引

> 増収の要因

- 問い合わせの増加

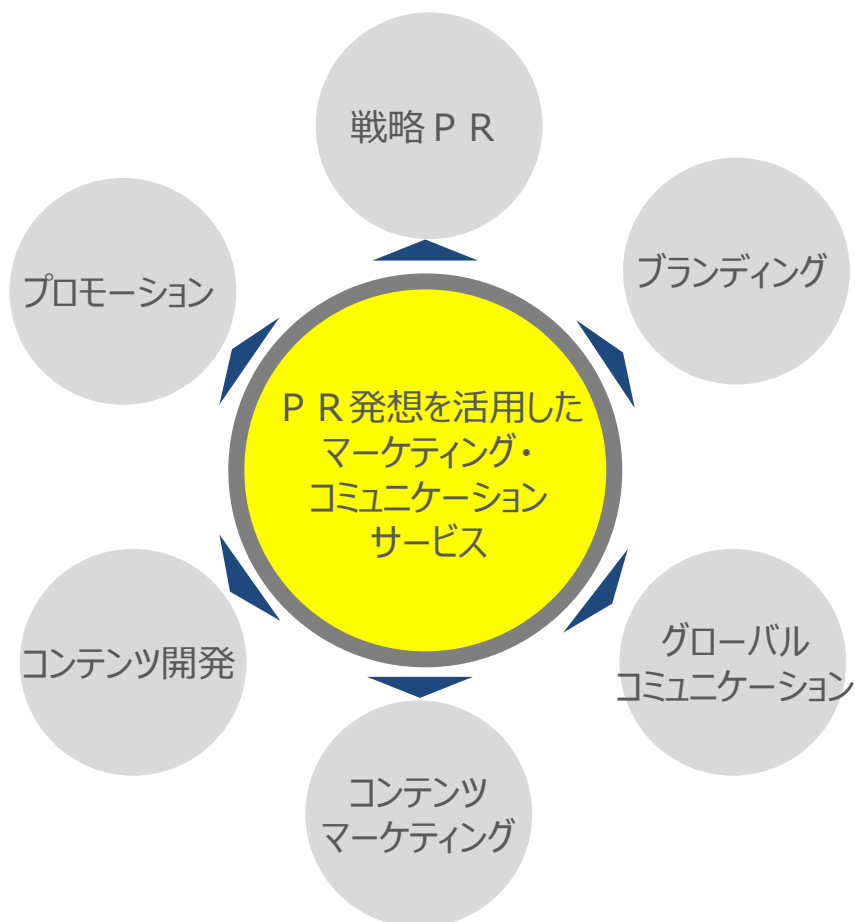
> 増益の要因

- リテナー案件の増加
- 費用及び労務配分の適正化

> その他

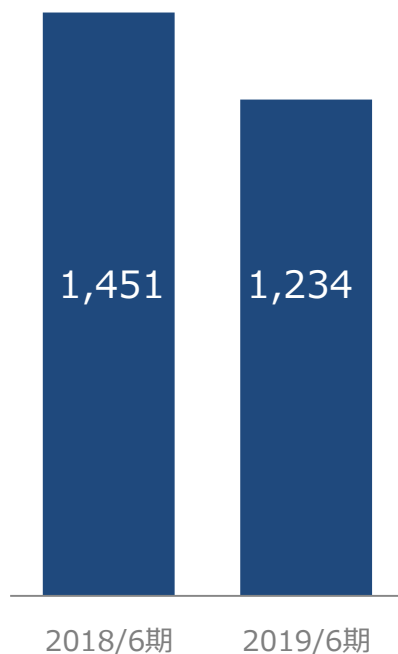
- 業務効率化＋マネジメント強化
- 2020年をターゲットにした取り組み
- グローバル・コミュニケーションサービスの稼働開始

PR発想を用いて時代のニーズに沿ったマーケティング・コミュニケーションサービスを提供



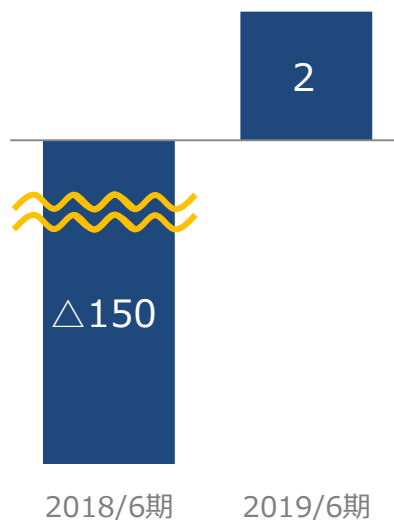
- 大きな話題を創出する企画力と強力なメディアネットワークを活用。高い露出を獲得
- 今まで以上の幅広い案件を手掛けることで基幹事業としてグループの業績を牽引
 - ＞ 食品・飲食業界、小売業、コスメなど
 - ＞ 商業施設の開業PR・プロモーション
 - ＞ 大手コンビニチェーンでの人気キャンペーンや物販施策
 - ＞ 地域や自治体と連動した大規模イベント
 - ＞ 企業ブランディング
- 商業施設関連案件に強み
 - ＞ 渋谷駅南側エリアの大規模再開発の象徴の一つである「渋谷ストリーム」や「渋谷ブリッジ」の開業PR等を手掛ける

セグメント売上高
12億3,400万円
前年比14.9%減



単位：百万円

セグメント利益
200万円
前年同期は▲1.5億



単位：百万円

当初の計画通り

黒字化を達成

> 増益の要因

- 2018年6月期より取り組んでいる業績安定化に向けた施策の成果が顕在化
- 特定のクライアントのみに依存しない事業ポートフォリオを再構築中

> 今後の課題

- 引き続き、収益安定化に注力

業績の安定化を最優先テーマに、S P・M D事業の強みを活かしながら、特定のクライアントに依存しない新たなビジネススキームへの転換に着手。2019年6月期では施策の成果が顕在化

特定のクライアントに依存した従来のビジネススキーム＝ボラティリティ（業績振れ幅）が大きい

特定の大型販促キャンペーン案件

その他事業

特定のクライアントに依存しない新たなビジネススキーム＝収益の安定化

OEM事業

国際支援団体の
マーケティングサポート

プログラミング用
教材の開発事業

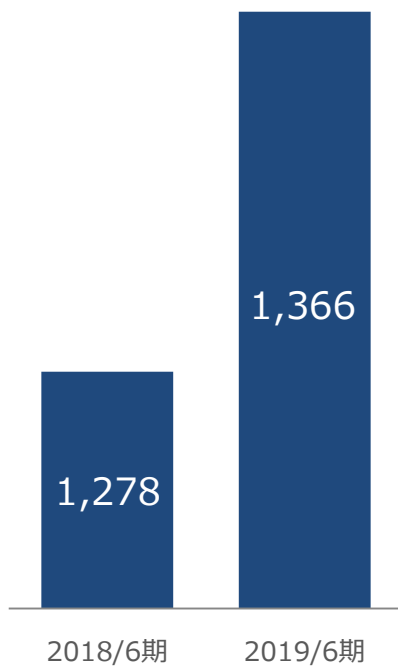
大手飲食チェーンの
販促キャンペーン

企業の
販促キャンペーン

※従来、実施してきた
販促キャンペーンも引き
続き、獲得する予定

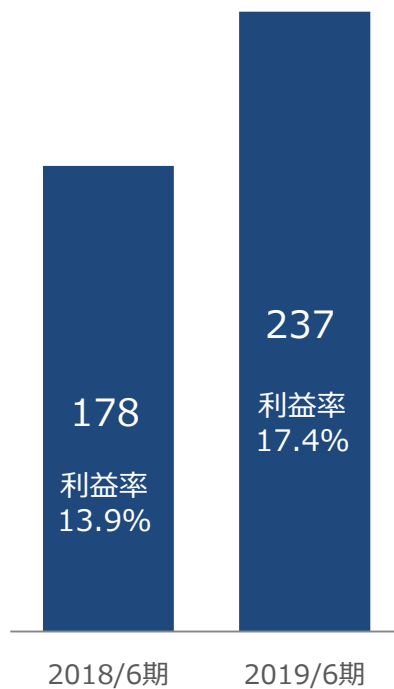
当初の計画通り、2019年6月期は黒字で着地

セグメント売上高
13億6,600万円
前年比%6.9増



単位：百万円

セグメント利益
2億3,700万円
前年比33.3%増



単位：百万円

増収増益

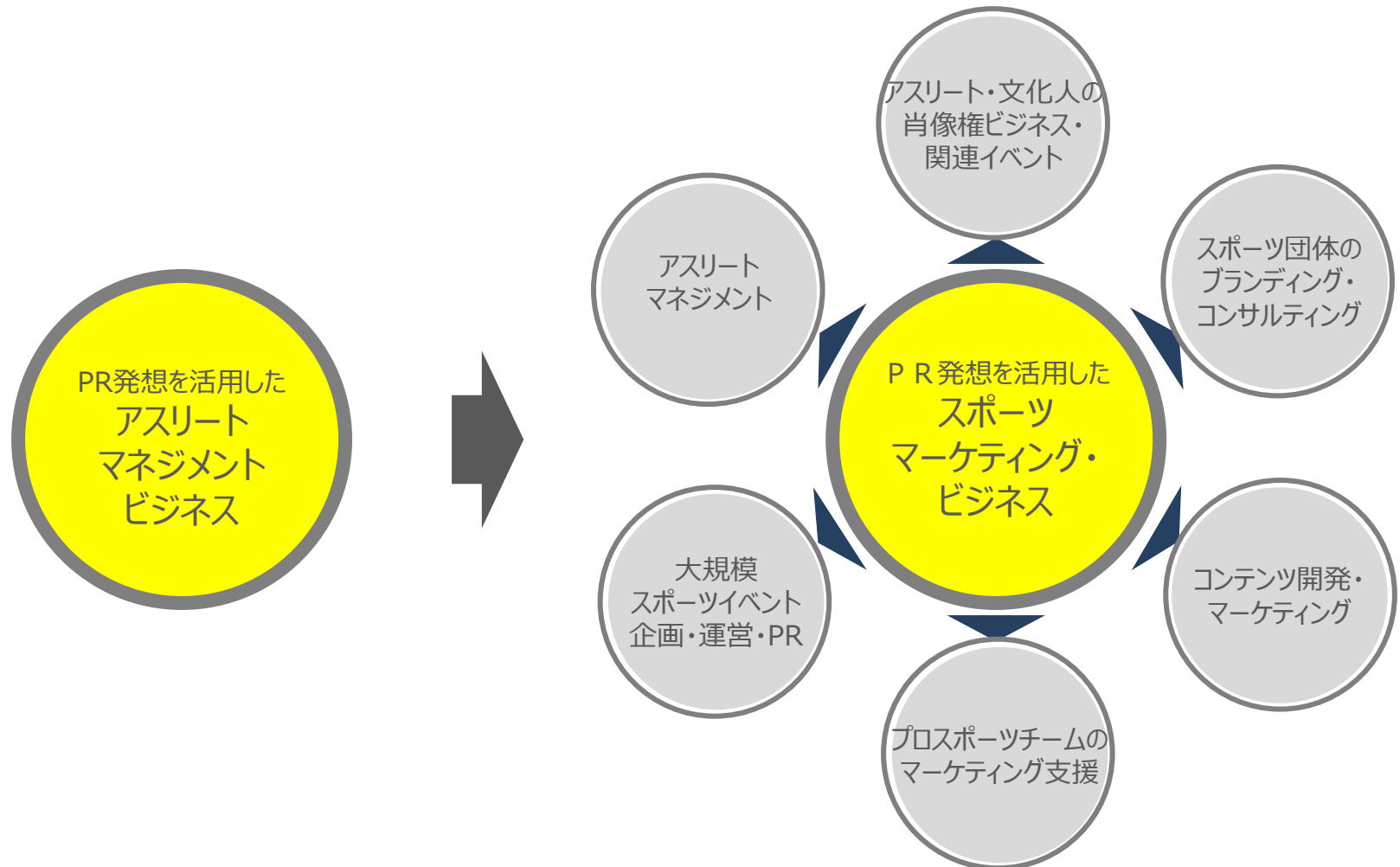
> 増収の要因

- 事業領域の拡大に伴う新規案件の獲得

> 増益の要因

- 業務効率化＋マネジメント強化

アスリートのマネジメント業務に留まらないP R 発想を活用した スポーツマーケティングビジネスを展開

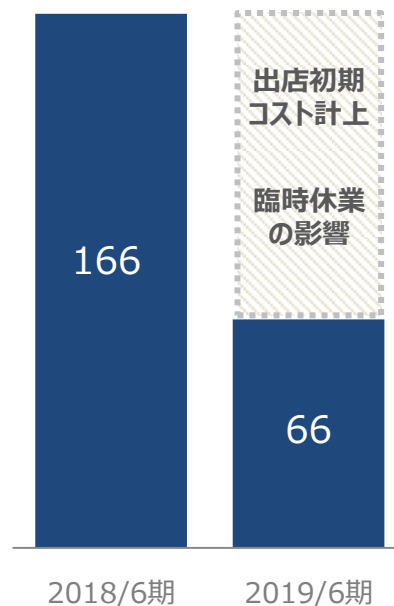


セグメント売上高
42億4,100万円
前年比 4.1%減



単位：百万円

セグメント利益
6,600万円
前年比 59.8%減



単位：百万円

売上横ばい 一時的な減益要因の発生

> 売上減の要因

- 商業施設における事故による「bills 蚕室」の臨時休業の影響※
- 既存店は概ね予算水準をクリア

> 減益の要因

- 新規店舗(韓国3号店「bills 江南」)の出店関連の初期コストの計上
- 商業施設における事故による「bills 蚕室」の臨時休業の影響※

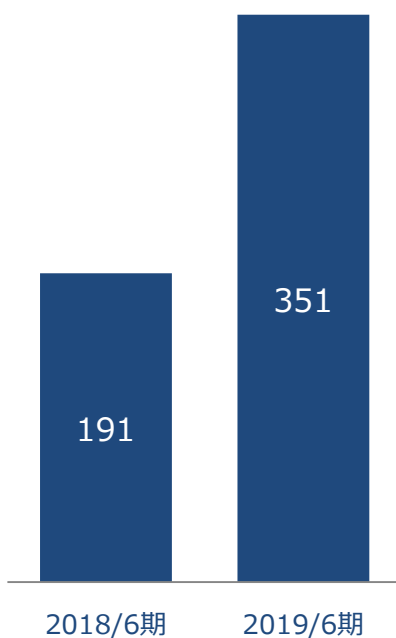
※2019年1月中旬～4月中旬まで臨時休業
※臨時休業に伴う損失および店舗の営業再開にかかる費用については、商業施設側により補填されますが、一時的な費用の発生が先行しました

新規出店および既存店の強化により、収益基盤の拡大と強化が進む エリア別ハイライト

日本	8 店舗 七里ヶ浜、横浜赤レンガ倉庫、 お台場、表参道、福岡、銀座 大阪、二子玉川（ライセンス店）	<u>日本初上陸から10年 集客力強化の施策が奏功し、安定的な収益を実現</u> ● 「bills 銀座」を中心としたインバウンド需要の取り込み ● アフタヌーンティーセットなど新メニューの導入
ハワイ	1 店舗 Waikiki	<u>更なるグローバル展開は見据えたブランディング</u> ● パリ発祥アパレルブランド「MAISON KITSUNE（メゾンキツネ）」とのコラボレーションによるポケットストアの展開（2017年12月～） ● 大型機材A380を導入するANAとのコラボレーションを展開予定 2019年5月よりホノルル線で「bills」が監修した限定メニューを提供
韓国	3店舗 蚕室、光化門、江南	<u>新規店舗オープンによるグローバル展開の推進</u> ● 韓国 3 号店となる「bills 江南（カンナム）」を2018年9月にオープンしたことで、初期の出店コストを計上 ● 「bills 蚕室」が入居している商業施設の水漏れ事故により、2019年1月中旬から2019年4月中旬まで臨時休業となりました。

セグメント売上高

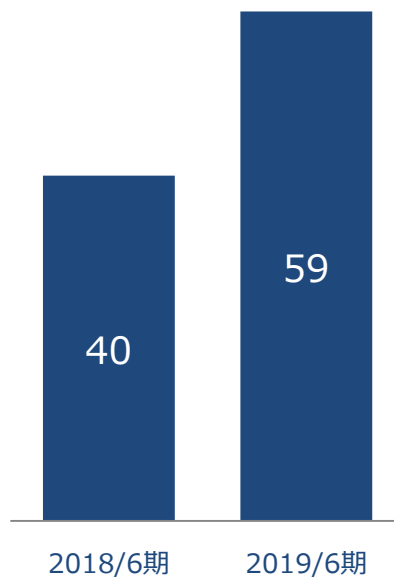
3億5,100万円
前年比 83.6%増



単位：百万円

セグメント利益

5,900万円
前年比 44.5%増



単位：百万円

増収増益を達成

> 増収増益の要因

- PRブティックであるエアサイド社がエンターテインメント業界案件を多数受注

PR発想を活用すること新規ビジネスを創出

開発事業

- PR発想を活用すること「bills」や「クムナムエンターテインメント」などの新規ビジネスを創出
- 現在では、広告・マーケティング業界を中心に成長を目指す転職エージェントであるサニーサイドアップキャリア、および少数精鋭で特化した領域における高い専門性を発揮するサービスを提供するPRブティックであるエアサイドの2社が新たな収益源の注力

SUNNY SIDE UP
CAREER

airside
CREATIVE PR AGENCY

現在の開発事業

bills

bills事業に成長



KUM-NAMU
ENTERTAINMENT

MC事業に変更



ENGAWA
Building Shared Perspectives

持分法適用会社に変更

過去に創出してきた新規ビジネス

事業成長に応じてセグメント等を変更

トピックスのご紹介

社会的に大きな話題となる ムーブメントを次々と創出



SSUの強み = 社会や地域と連携 + 価値観の創造 + ムーブメントの創出

渋谷盆踊り大会



渋谷の新たな夏の風物詩

3年連続3回目の開催

活動内容

PR事務局として、PRコミュニケーションプランの立案やイベント当日のメディア・コントロールを担当

渋谷カウントダウン



約12万人が
カウントダウンイベントに参加

3年連続3回目の開催

活動内容

官民が一体となった実行委員会のPR事務局として、PRコミュニケーションプランの立案や当日のメディア・コントロールを担当

STAR ISLAND



究極の未来型花火
エンターテインメント

3年連続3回目の開催

活動内容

PRコミュニケーションプランの立案・実施を担当。TV、新聞、雑誌、WEB等多くのメディア露出を獲得。イベント自体の話題最大化はもちろん、チケットセールスにおいてもPRとして貢献

国際PRアワードの最高峰をW受賞！

当社が取り組んだプロジェクト「Indeed Japan PR活動」と「国際女性デー PR活動」が、国際PR協会（IPRA）が主催する国際PRアワードの最高峰「ゴールデン・ワールド・アワーズ（以下、GWA）」において、最優秀賞を受賞

Indeed Japan PR活動



(c) indeed Japan

コーポレートブランディングを始め、国内外で人気の漫画とのコラボレーションによるCMやイベントのPR、ユーザーを増やす検索連動施策など年間を通じた様々なPR施策を実施
PR活動を通して、日本国内の人材業界内におけるブランドの認知度や利用意向を国内トップまで押し上げた点が評価され、「コンシューマーPR」部門において最優秀賞を受賞

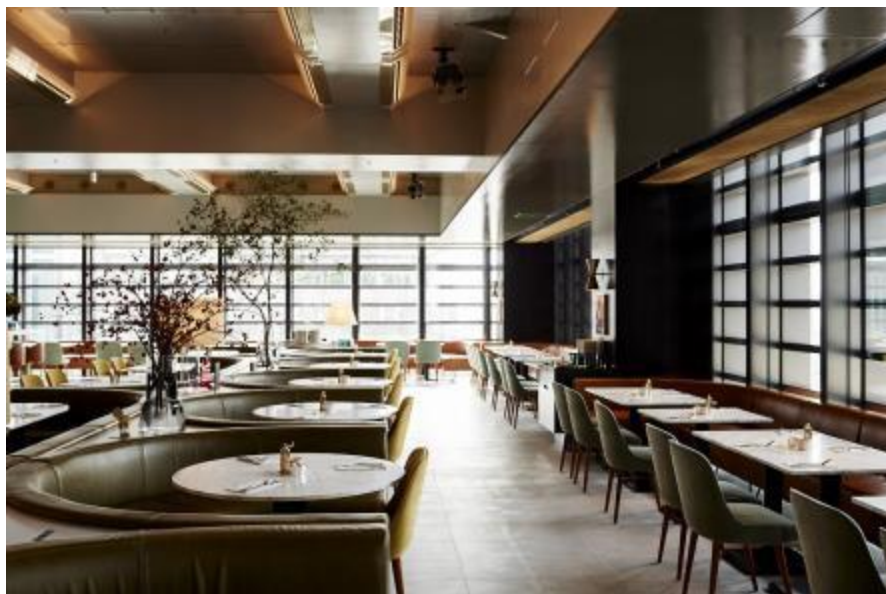
国際女性デー PR活動



SDGs（持続可能な開発目標）の認知拡大・活動推進を掲げる当社が、国内における「国際女性デー」の認知度の低さに着目し、その認知拡大を目的としたPR活動を実施
国内で最も大きな「国際女性デー」関連イベントを運営する一般社団法人ウーマンイノベーションのPR活動をサポートするとともに、当社独自の福利厚生「32の制度」の一つとして同日を「プレミアムウーマンデー」と制定。クライアント企業をはじめとした複数社を巻き込んだPR活動を行い、認知拡大に寄与した点が評価され、「パブリック・アフェアーズ」部門において最優秀賞を受賞

一休.com レストラン アワード 2019(東日本版)ティータイム部門 TOP10が発表※ 『bills 銀座』が数ある有名ホテルを抑え、3位を受賞

※株式会社一休が2018年1月1日～12月31日で集計



「bills 銀座」内観
(C)Mikkel Vang



「BILL'S HIGH TEA SET」
(C)Mika Suzue

「bills 銀座」は2016年10月に、銀座二丁目の「Okura House」の最上階12Fにオープン。内装もそれまでのbillsとは一線を画し、銀座の雰囲気に合わせてラグジュアリーな空間が広がっています。世界中のbillsで初めて提供を開始したアフタヌーンティーセット「BILL'S HIGH TEA SET(¥7,800 税込/2名様分)」はそれまでリコッタパンケーキやスクランブルエッグなどのイメージが強かったbillsのイメージを大きく変える、「bills 銀座」のシグネチャーメニューとなりました。「bills 銀座」でしか提供していないメニューも多く取り揃え、多くのお客様に愛される店舗に成長してまいりました。

韓国3号店※「bills 江南（カンナム）」を2018年9月8日にグランドオープン 韓国における「bills」のブランドバリューの更なる向上による収益基盤強化

※2014年オープン「bills 蚕室（チャムシル）」、2016年オープン「bills 光化門（カンファムン）」に次ぐ3店舗目



物件の特徴

「Arc Place」は、外資系企業や話題のベンチャー企業が数多く入居する江南エリアを象徴するオフィスビルです。当物件のコンセプトワーク当初から、ビルの顔であるエントランスに「bills」を出店して欲しいというオファーがあり、慎重な精査を重ねた結果、韓国3号店となる「bills 江南（カンナム）」実現に至りました。

エリアの特徴

国内外の有名企業が入居する「江南ファイナンスセンター」やビジネスオフィスからショッピングモールまでが入居する韓国最大級の複合施設「COEX」があり、オフィスビルが立ち並ぶ韓国を代表するビジネス街です。また、流行に敏感な若者が集まる商業施設も多く、女性に人気のトレンドスポットであるカロスキルや、高級百貨店やブランドショップが立ち並ぶアックションなど、韓国屈指のショッピングエリアでもあります。江南エリアは、ビジネスとトレンドの中心地でありながら、高級住宅も立ち並ぶ、韓国においても最もハイクラスなエリアのひとつと言えます。

シドニー発のオールデイダイニング「bills」と全日本空輸株式会社「ANA」のコラボ
2019年5月24日より東京発ホノルル線エコノミークラスにて
bills監修の機内食を提供開始



1日最大766食、
1ヶ月で16,852食提供、
1年間で202,224食提供

2019年6月期の新たな取り組み 「アセットメディアビジネス」



世界中の注目を集める2020年を機にショーケース化する日本において
ショーケースの箱となるアセット(物件)そのものをメディア化する事業を開始

(2020年を機にショーケース化する日本)

増大するメディア需要

不動産物件の潜在価値

アセットメディアの商機拡大

当社 P R 発想によるソリューション
で単なる場所や建物にはない
新たな価値や魅力の創出

当社ネットワークによるグローバルクラス
のイベントプロデュース、仮設建設ノウ
ハウやメディア技術の提供

S S U アセットメディアソリューション

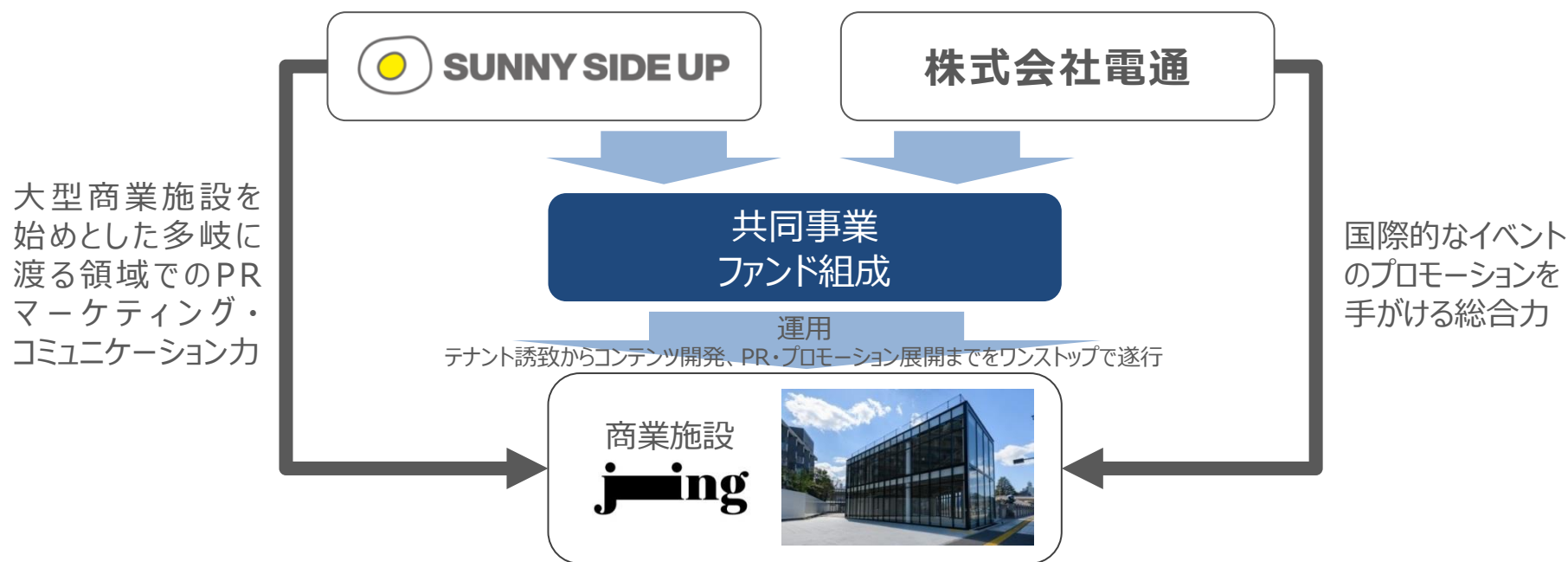
アセットメディアビジネス 商業施設「jing」の共同運用を開始



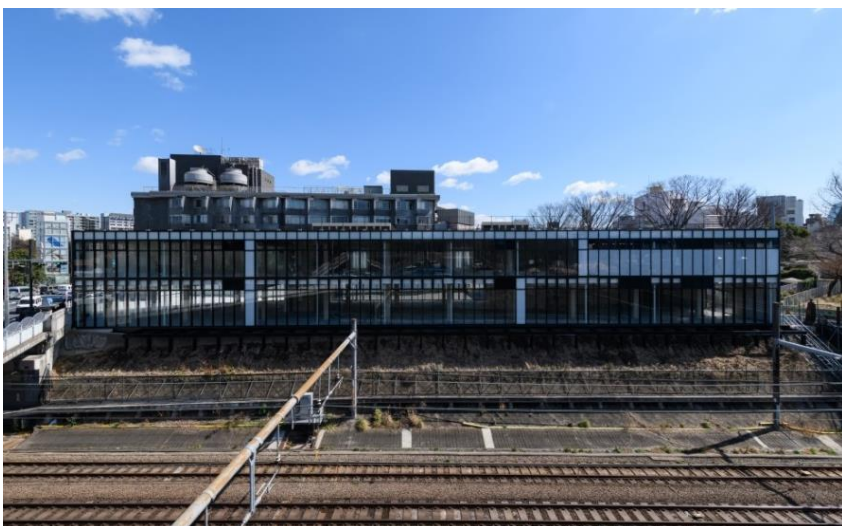
PR会社と広告会社が手がける商業施設「jing」

ファッション、スポーツ、音楽、グルメの中心地である原宿駅前の一等地の物件をマスターリース
商業施設「jing」として株式会社電通と共同運用開始

テナント企業の誘致とリーシングを担うと共に、施設全体のPRとブランディングを行い、世界の注目が日本に
集まる2020年を軸に、様々な文化を世界に向けて発信する“次世代の日本文化のショーケース”を創出



アセットメディアビジネス 商業施設「jing」の共同運用を開始



jing

■ 施設概要

名称：jing（ジング）

所在地：東京都渋谷区神宮前6丁目35-6

最寄駅：JR山手線「原宿」駅徒歩2分

東京メトロ千代田線・副都心線「明治神宮前」駅直結）

建物：地上2階建て

建物用途：店舗（物販・飲食）、イベントスペース、ショールーム

賃貸借延べ床面積：2,605.12㎡（788.05坪）

本施設が位置するのは、JR原宿駅に隣接し、東京メトロ明治神宮前駅が直結する好アクセスの場所です。明治神宮と代々木公園の豊かな自然に囲まれながらも、若者を中心としたファッション&グルメカルチャーの発信地（表参道・原宿）、スポーツ&音楽イベントの拠点（国立代々木競技場）、そして海外からのインバウンドといった様々な文化が融合する、いわば“文化の交差点”として、2020年に向けて最も注目が集まります。施設自体からの視認性も高く、日本文化を世界にプレゼンテーションする格好の場所とも言えます。

今後の事業戦略について

SSU Value UP

ROE = 効率性 利益 = 付加価値 ブランド = 社会的地位

たのしいさわざで明日の希望をつくるサニーサイドアップらしい企業価値の創出

効率性



Management

経営基盤をより強固にするため
収益構造や組織体制を見直し

- 経営判断
- 収益構造の改善
- 投資（人・時間・金）
- 資産の有効配分（人・時間・金）
- 関連会社/事業部門の見直し
- 各種リスクマネジメント
- コスト管理

新しい価値

Our New Value



PR会社という概念を超えた
領域でのビジネス開発および
プロデュース事業の展開

- 包括プロデュース事業の推進とマネジメント
- ネットワークや経験を活かした事業体の組成
- SSUならではの新しいプロデュース形態の開発
- 新しいメディア事業の開発

収益力

Our Current Value



既存事業の最適化と
新しいビジネススキームの構築で
事業を加速させていく

- 既存ビジネスの強化
- 新しいビジネスモデルの実現と知見の蓄積・共有
- サービス対価の多様化

社会的地位

Our Social Value



SDGsマーケティングの実行を推進
することでESG銘柄のシンボルとなり、
社会的地位と価値を向上させる

- SDGsマーケティングの実行
- 今までにない新しいコミュニティの創出
- 新しい働き方の提唱
- 社会を変える個性・才能の発掘と発信

企業価値の最大化に向けた
グループの「持続的」かつ「飛躍的成長」を目指した経営に取り組みます

持続的
成長

- グループの基幹事業であるマーケティング・コミュニケーションを中心に、人的リソースの質・量的強化と利益性の向上
- ソリューション・ラインナップを拡充
- 新規クライアントの獲得・既存クライアントの深掘り

×

飛躍的
成長

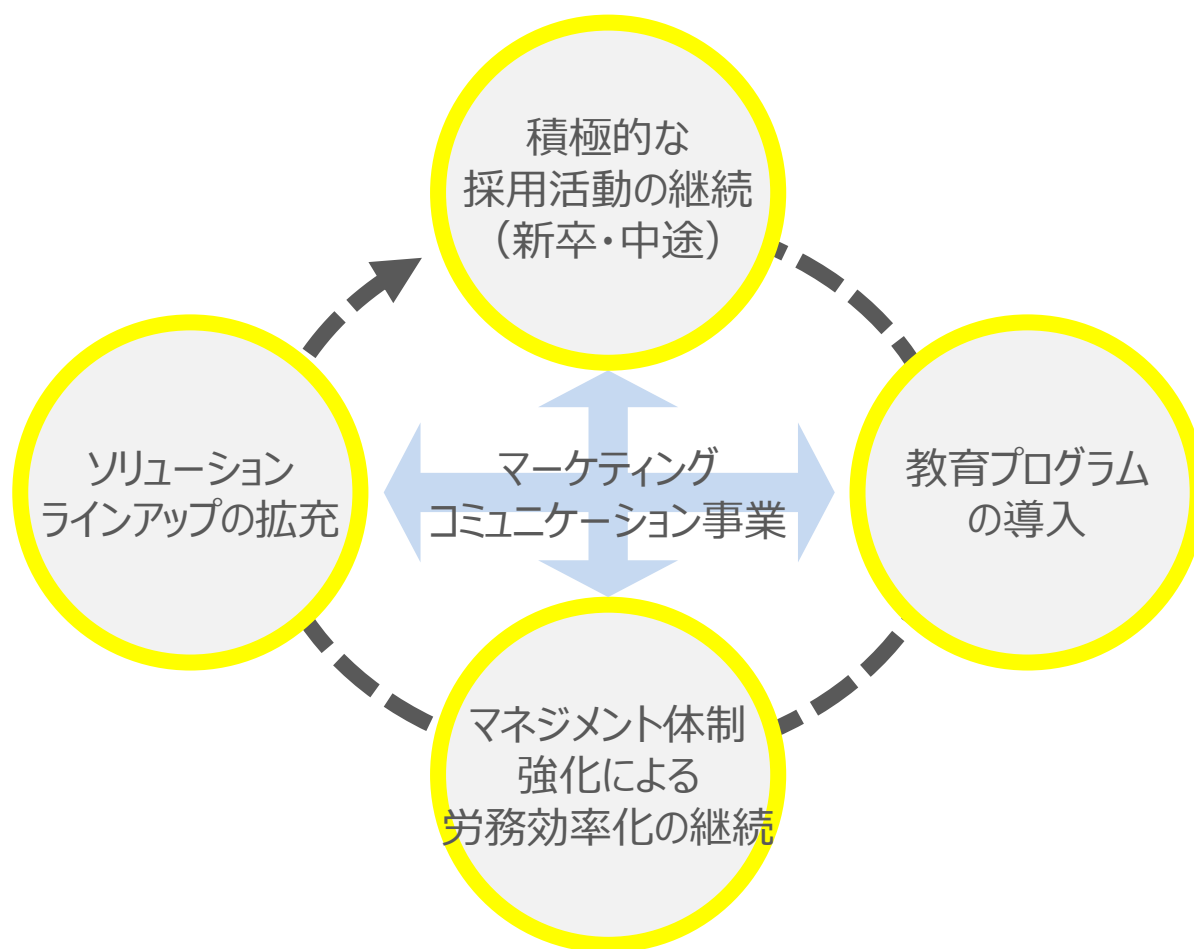
- グループの成長エンジン確立を目指した新規事業の開発推進
- ビジネスパートナーの開拓、ジョイントベンチャーの設立など、アライアンスの強化

Our Current Value

既存ビジネスの強化による「持続的成長の実現」



マーケティング・コミュニケーションを中心とした既存ビジネスの強化



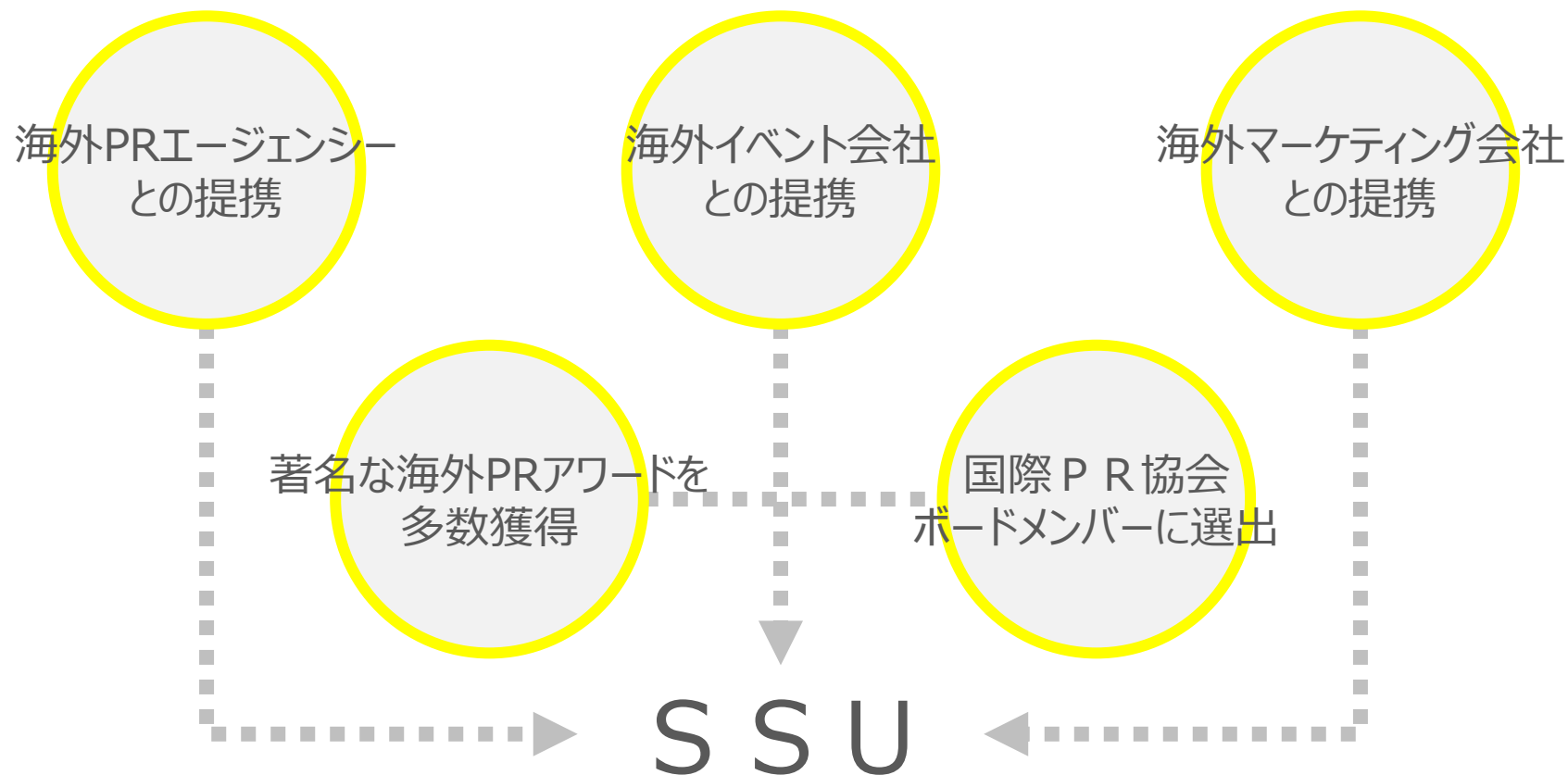
新規顧客の獲得 + 既存顧客との関係強化 = 持続的成長

Our Current Value

グローバル戦略の本格稼働



グローバルコミュニケーションサービスの強化・拡充



専門部署としてグローバルコミュニケーション部を稼働

①海外案件の獲得 + ②フランスGLイベントとの協業 + ③2020案件の獲得

グローバル戦略の本格稼働

フランス・G L イベントス社との共同事業

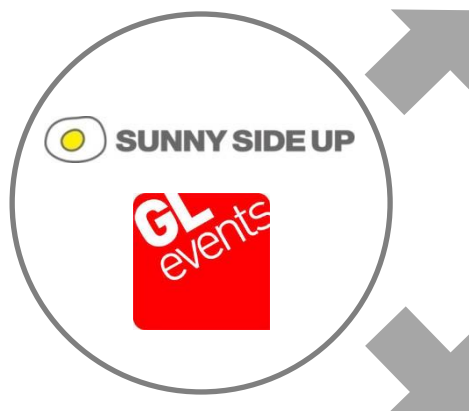


フランス・G L イベントス社※との共同事業を開始

GLイベントス社の企画・開発・施工・運営の総合力とSSUのPRマーケティング・コミュニケーション力の相乗効果で、グローバルイベントの開発・運営からPRまでカバーするフルパッケージでのサービスを効率的に提供するソリューションが実現

両国で次々と開催される世界規模のイベントをメインターゲットとする

協業事業開始



日本開催



ラグビーW杯
2019
日本大会

東京
オリンピック・
パラリンピック

大阪万博
2025

フランス開催



ラグビーW杯
2023
フランス大会

パリ
オリンピック・
パラリンピック

2018

2019

2020

2023

2024

2025

※フランス・G L イベントス社について

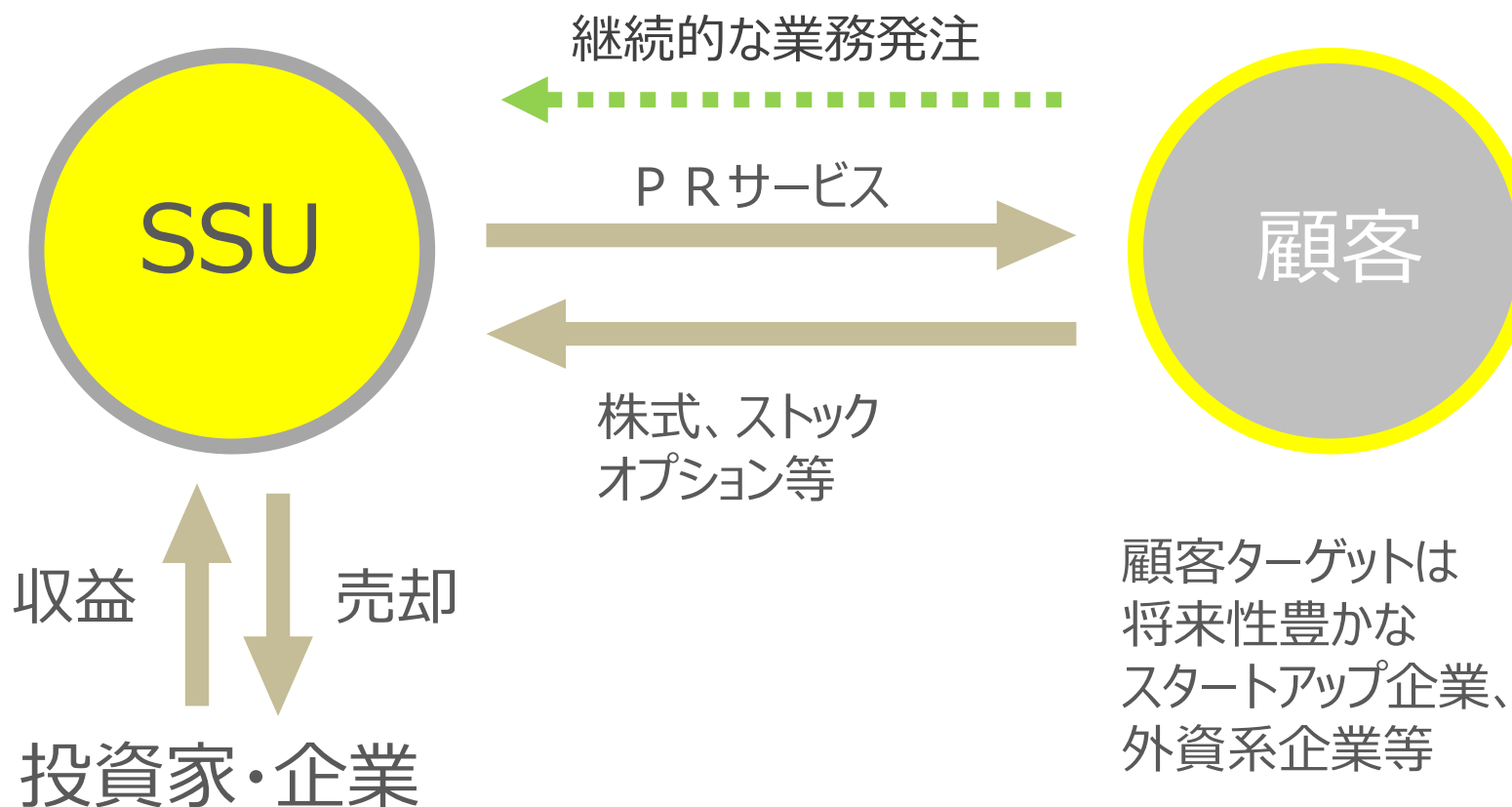
フランス・リヨンに本社を置く世界規模のイベント企画制作会社であり、様々な大規模イベントに対する統合的なソリューションやサービス提供を手掛ける。1978年の創立以来、世界各国の大規模イベントの企画開発から施工・運営までを多数手がけ、リオデジャネイロオリンピックでは、仮設施設・仮設スタンドの7割以上の設営と運営を担っている

Our New Value

資本参加型 P R サービス



将来性のある新しい企業やサービスに欠かせない P R 発想の価値を最大化
「受ける」から「仕掛ける」に変わる新たな時代を先読みした P R サービス

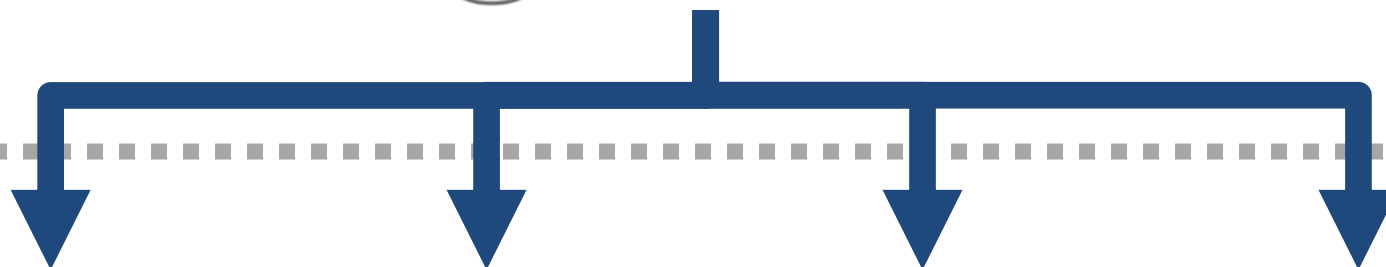


Our New Value

資本参加型 P R サービス



受託型ビジネスモデルに留まらない新たな収益機会創出に向けた施策の一つとして
「資本参加型 P R サービス」の提供を開始



新たなビジネスモデルやテクノロジーを保有する国内外のベンチャー企業とのリレーション強化

資本参加型 P R サービス 事例紹介) Jetset



シャンプーとブローに特化した“髪を切らない美容室”「Jetset」
忙しい女性に新しいライフスタイルを提案



2019年4月に新業態1号店が銀座1丁目の商業施設「キラリトギンザ」内にオープン、7月には表参道店がオープン
月額定額制(サブスクリプション)16,000円で通い放題など、新たな料金体系を導入
総合広告代理店の電通、B Dash Venturesが運営するファンド等から総額約3.2億円の第三者割当増資

資本参加型 P R サービス GROOVE X



家族型ロボット『LOVOT（らぼっと）』を手掛けるロボットベンチャー



「Pepper」の元開発メンバーである林要氏が立ち上げたGROOVEX社は、3年間の開発期間を経て、人の役には立たないけれど、癒しを与えてくれる、家族型ロボットLOVOT「らぼっと」を12月18日に発表
発表会ではキャパシティ80名ほどの会場に140名近いメディアを誘致
産業革新機構、未来創成ファンドなどから計80億円を調達済

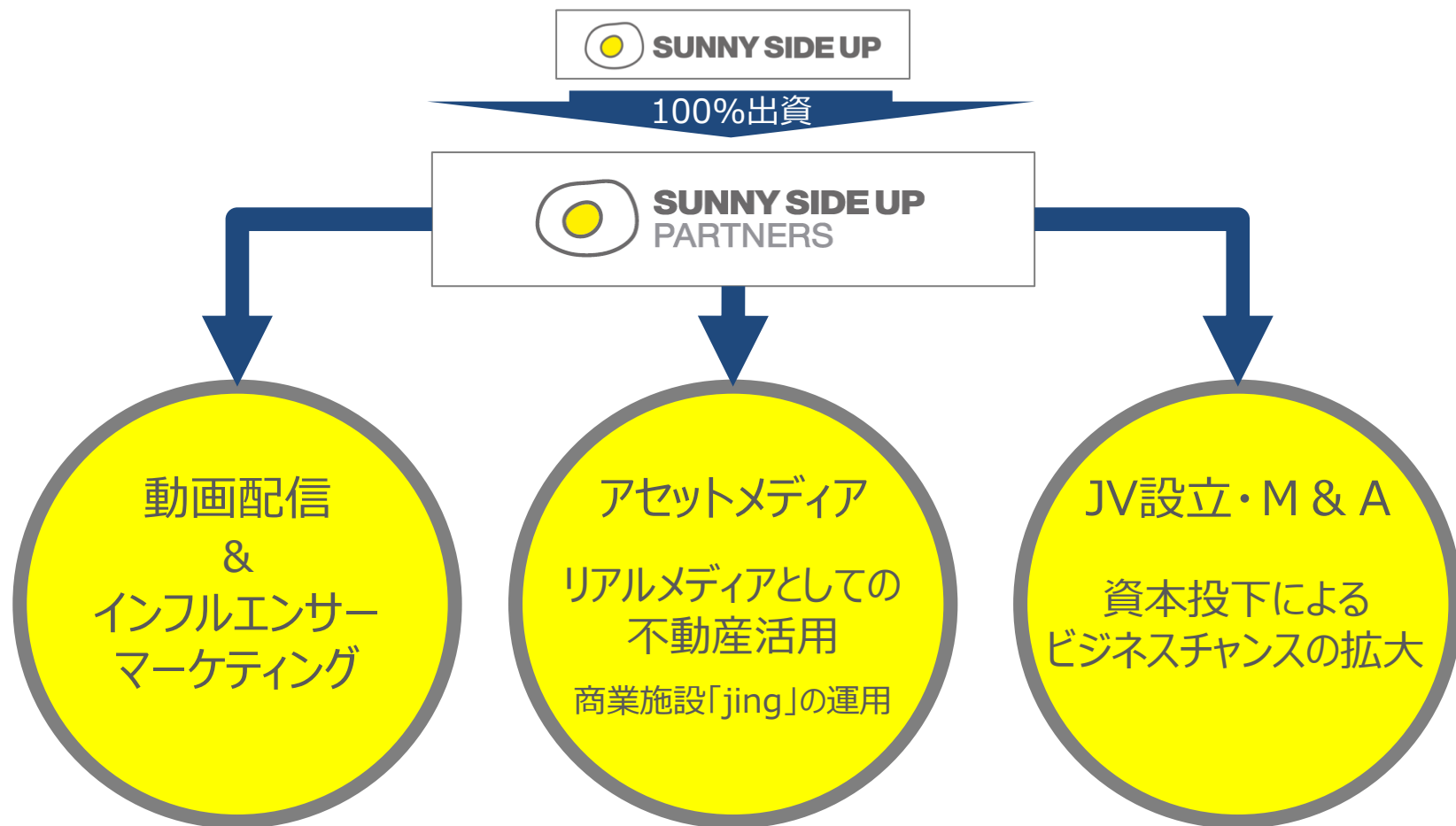
Our New Value

飛躍的成長に向けた施策



株式会社サニーサイドアップパートナーズの設立

各分野に特化した専門家やビジネスパートナーと連携を図りながら新規事業を開発推進します

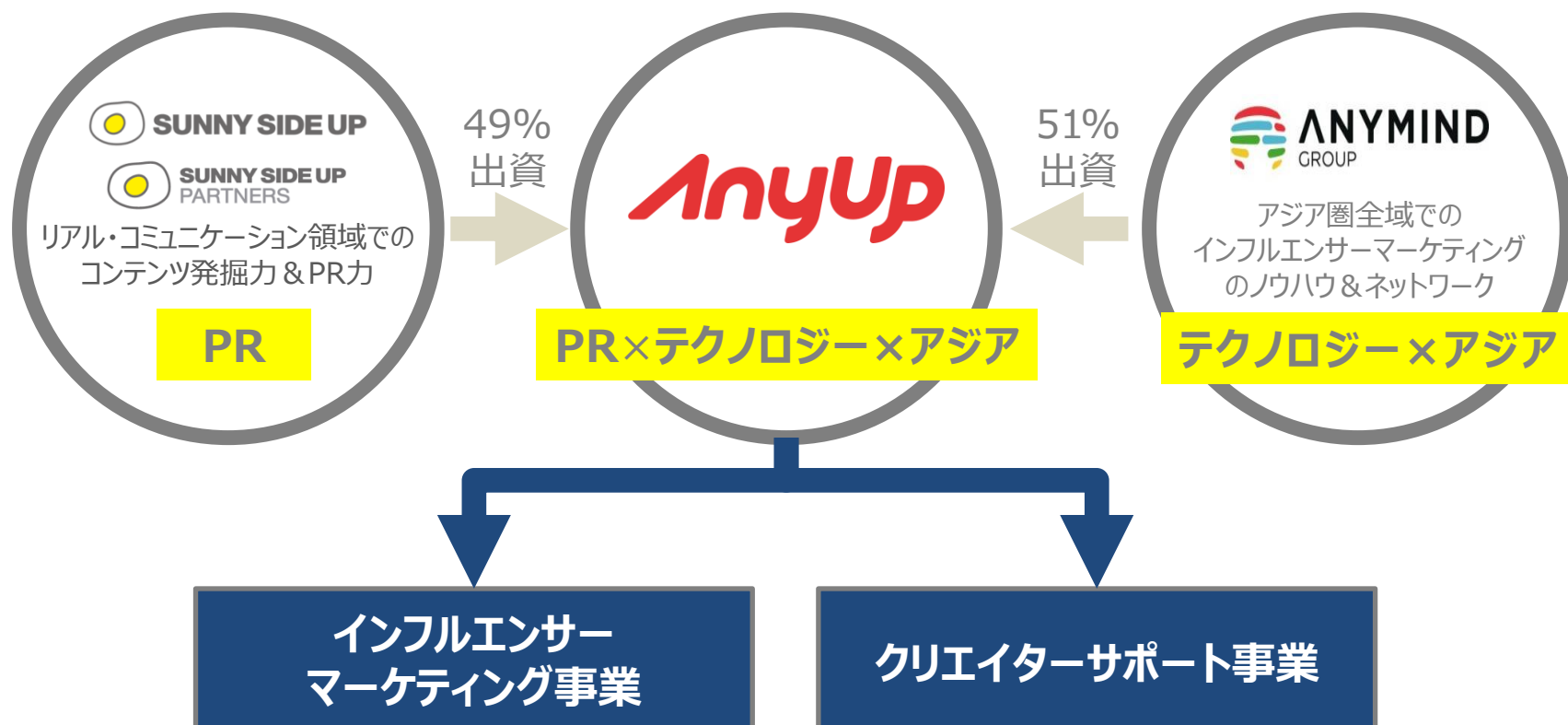


Our New Value

新たな事業領域への進出



テクノロジーソリューションカンパニーのAnyMind Groupと
インフルエンサーマーケティング・クリエイターサポート事業などを主事業とする
新合併会社「株式会社AnyUp（エニーアップ）」を設立



インフルエンサーマーケティングや動画配信のドメインに本格進出
AnyMind Groupの約3.6万人のインフルエンサーネットワークを活用したアジア圏への展開加速

Our New Value

新たな事業領域への進出



企業・団体のニーズに合わせて、インフルエンサーを活用したPR企画の立案・インフルエンサーの選定・コンテンツ制作・レポート分析などのサービスをワンストップで提供することが可能



アジア圏全域での
インフルエンサーマーケティング
のノウハウ&ネットワーク

テクノロジー×アジア

アジア圏インフルエンサーマーケティング市場の
トップランナー

シンガポール発のテクノロジーソリューションカンパニー

2016年に創業した、アジア圏全域でのインフルエンサーマーケティングやプラットフォーム事業(CastingAsia)を主事業のひとつとして、デジタルマーケティングやHRテック事業を展開するテクノロジーソリューションカンパニー

YouTuberをはじめとしたクリエイターやインフルエンサー向けに、マネジメント業務や動画の企画・撮影・編集サポートサービスなどを展開し、アジア圏のインフルエンサー市場の成長とあわせて事業規模を拡大しております。

3.6万人以上のインフルエンサーネットワークを保有

現在ではグループ全体の従業員数が550名を超え、アジア圏13拠点より、17地域3.6万人以上のインフルエンサーネットワーク(総フォロワー：1億8千万人以上)を有して事業を展開する“アジア圏インフルエンサーマーケティング市場のトップランナー”に成長しています。



PR×テクノロジー×アジア

AnyMind Groupのインフルエンサーネットワークおよびプラットフォームを活かし、下記の2事業を軸に展開します

①インフルエンサーマーケティング事業

企業・団体のPR & プロモーションをインフルエンサーの領域からサポート。AnyUpのインフルエンサーネットワークを最大限活用し、企業・団体のニーズに合わせて、企画立案・インフルエンサーの選定・コンテンツ制作・レポート分析などのサービスをワンストップで提供します。また、PRノウハウとテクノロジーを活用し、プレスリリースやニュースなどの情報発信の際にインフルエンサーを活用することで、さらに効率的な情報拡散を図るPRTechの機能も今後、拡充予定です。

②クリエイターサポート事業

タレントやアスリートといった著名人のYouTubeチャンネル開設及び運営を支援するサービスを提供します。YouTubeをはじめとした動画プラットフォーム上での活動におけるマネジメント業務(撮影・編集、制作支援、マネタイズ支援、広告主とのマッチングサポートなど)を行います。

Our Social Value

SDGsの達成に向けた新プロジェクト発足



SDGs達成をマーケティングコミュニケーションサービスで支援

SSU's Social Action 3.2 for SDGs

SDGs達成に向けた私たちの取り組み



国連で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けた新プロジェクト「SSU's Social Action 3.2 for SDGs」を発足。当社のマーケティング・コミュニケーションノウハウを活かし、SDGsの達成に貢献することを目的とした活動を実施・サポートします

2019年6月期の取り組み

世界の女性トップリーダーが集結！ 「W20 JAPAN 2019」への参画

「W20（Woman 20）」とは、G20（主要国首脳会議に参加する7か国、EU、ロシア、および新興国11か国の計20か国・地域からなる組織体）のエンゲージメント・グループのひとつであり、女性に関する政策提言をG20リーダーに対して行うことで、新たな国際経済秩序の形成に影響を与えています。

当社代表取締役社長の次原悦子がW20の委員に就任。また、世界各国からトップリーダーが参加し、日本および世界における女性の活躍促進のための取り組みについて議論がなされる「W20 JAPAN 2019」が、3月23（土）と24日（日）の二日間、日本で初開催され、同イベントのPR及び運営のサポートを行いました。

運営サポートおよびPR



「国際女性デー」普及活動
国際PRアワードで最優秀賞を受賞

Our Social Value

SDGs達成に向けた取り組み



「Social Action 3.2」では、これまで手がけてきた様々な活動のノウハウを十分に活かし、SDGs達成に取り組む企業・団体・プロジェクト等のPR支援を行います

ホワイトバンドプロジェクト



「カーボンオフセット年度はがき」
をフルサポート

寄附金付お年玉付年賀状書 カーボンオフセット年賀



社会貢献×音楽イベント ロック・コープス



bills全店舗にて紙ストロー導入



東京レインボーパレード



TAKE ACTION FOUNDATION
FOOTBALL MATCH



SSU Value UP

ROE = 効率性 利益 = 付加価値 ブランド = 社会的地位

たのしいさわざで明日の希望をつくるサニーサイドアップらしい企業価値の創出

効率性



Management

経営基盤をより強固にするため
収益構造や組織体制を見直し

- 経営判断
- 収益構造の改善
- 投資（人・時間・金）
- 資産の有効配分（人・時間・金）
- 関連会社/事業部門の見直し
- 各種リスクマネジメント
- コスト管理

新しい価値

Our New Value



PR会社という概念を超えた
領域でのビジネス開発および
プロデュース事業の展開

- 包括プロデュース事業の推進とマネジメント
- ネットワークや経験を活かした事業体の組成
- SSUならではの新しいプロデュース形態の開発
- 新しいメディア事業の開発

収益力

Our Current Value



既存事業の最適化と
新しいビジネススキームの構築で
事業を加速させていく

- 既存ビジネスの強化
- 新しいビジネスモデルの実現と知見の蓄積・共有
- サービス対価の多様化

社会的地位

Our Social Value



SDGsマーケティングの実行を推進
することでESG銘柄のシンボルとなり、
社会的地位と価値を向上させる

- SDGsマーケティングの実行
- 今までにない新しいコミュニティの創出
- 新しい働き方の提唱
- 社会を変える個性・才能の発掘と発信

今後の事業戦略を加速させる施策

2020年1月より持株会社体制に移行予定



新たなグループ体制のポイント

①既存事業の領域拡大・②新規事業の開発促進・③海外事業の促進

移行後のグループ体制について近日、発表予定

持株会社体制に移行する目的

1

次世代に向けた経営人財育成のための機会創出

2

成長に欠かせない優れた経営資源獲得の容易化

3

効率的な経営を可能にする迅速な経営判断の実現

持株会社体制に移行する目指すゴール
「持続的成長」かつ「飛躍的成長」の加速度的に実現

持続的
成長



飛躍的
成長

効率的なグループ経営体制の構築

免責事項



- ・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、言及または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。

以上、ご承知おきください。

＜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 グループ管理本部 経営企画部 TEL：03-6894-2241 FAX：03-5413-3052 mail：ir@ssu.co.jp