たのしい
さわぎを
おこしたい

SSU
Movement
Party

株式会社サニーサイドアップ

2019年6月期 中間決算説明会

Index

SUNNY SIDE UP

決算サマリー	P.3～P.11
セグメント別サマリー	P.12～P.26
今後の成長戦略について	P.27～P.34

決算サマリー

SUNNY SIDE UP

2019年６月期 第２四半期連結累計期間のハイライト

増収増益 （前年同期比）	● 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

決算サマリー

SUNNY SIDE UP

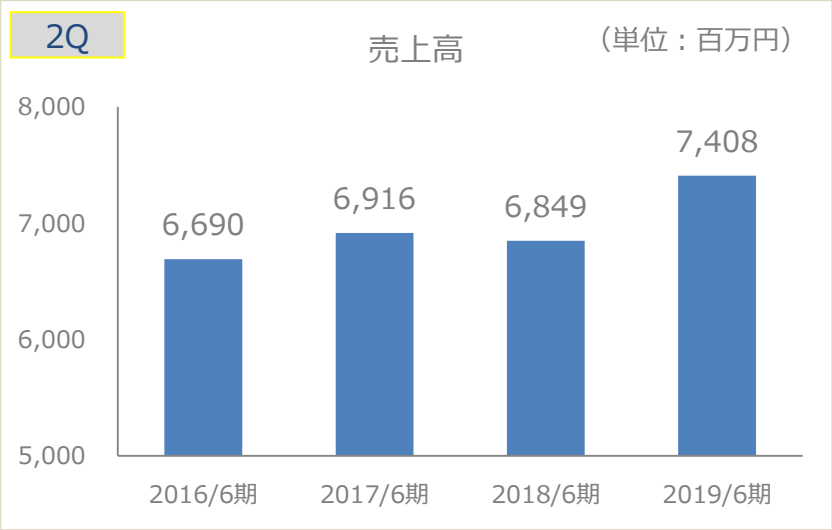
業績ハイライト

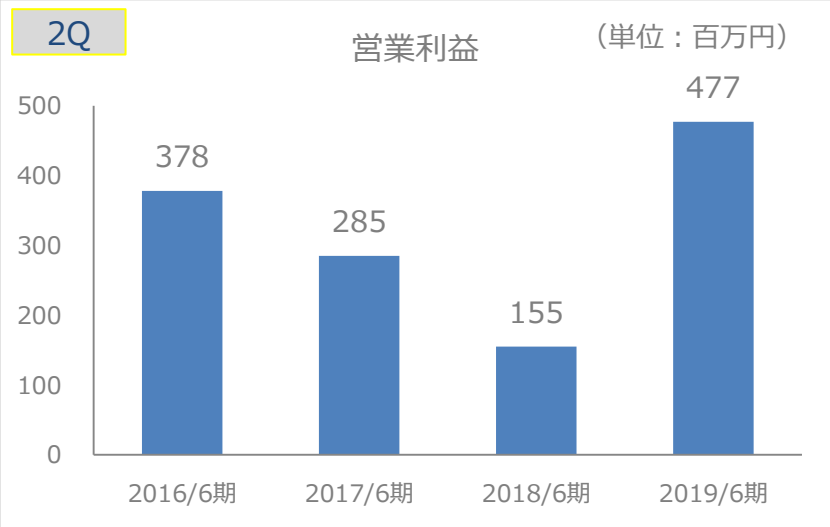
	18年6月期 2Q実績	19年6月期 2Q実績	前年同期比	19年6月期 2Q予算	予算比
売上高	6,849	7,408	108.2%	7,670	96.6%
営業利益	155	477	305.8%	240	198.8%
経常利益	154	568	367.5%	239	237.7%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	48	413	858.0%	148	279.1%
1株当たり 四半期純利益	6円54銭	56円02銭	—	20円09銭	—

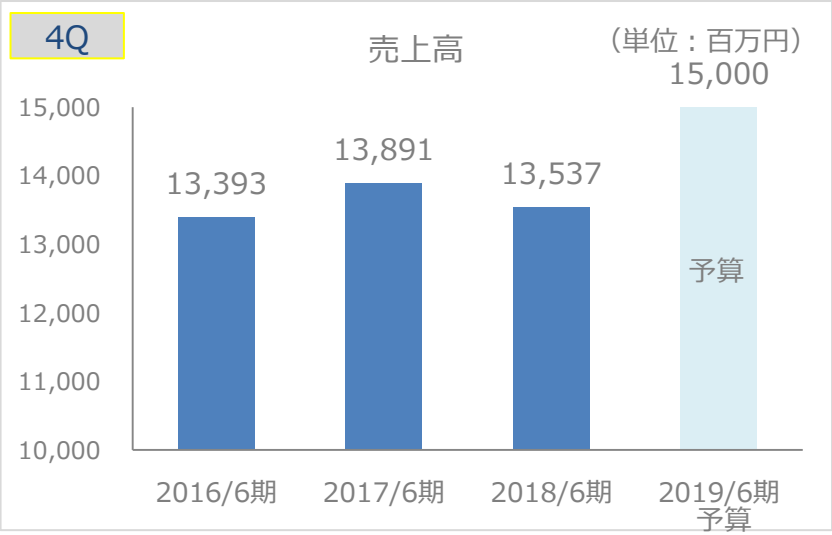
【前年同期比】増収増益
【２Ｑ予算比】利益ベースで大幅超過

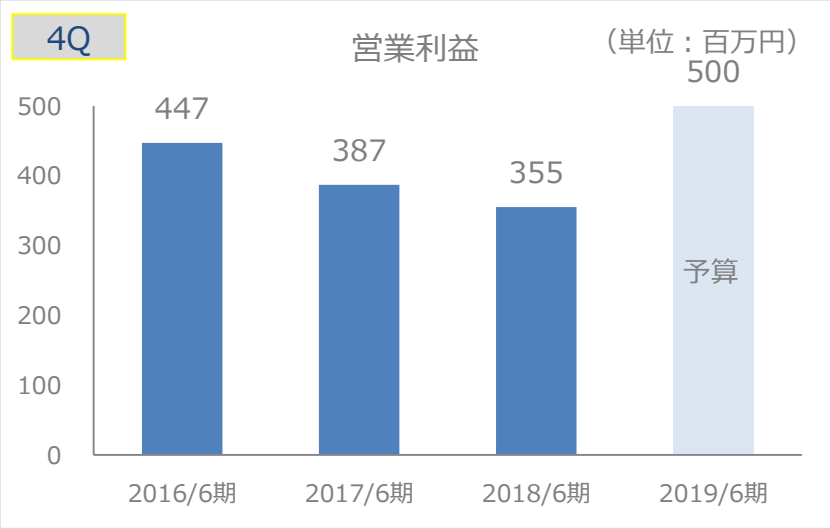
決算サマリー

SUNNY SIDE UP









決算サマリー

SUNNY SIDE UP

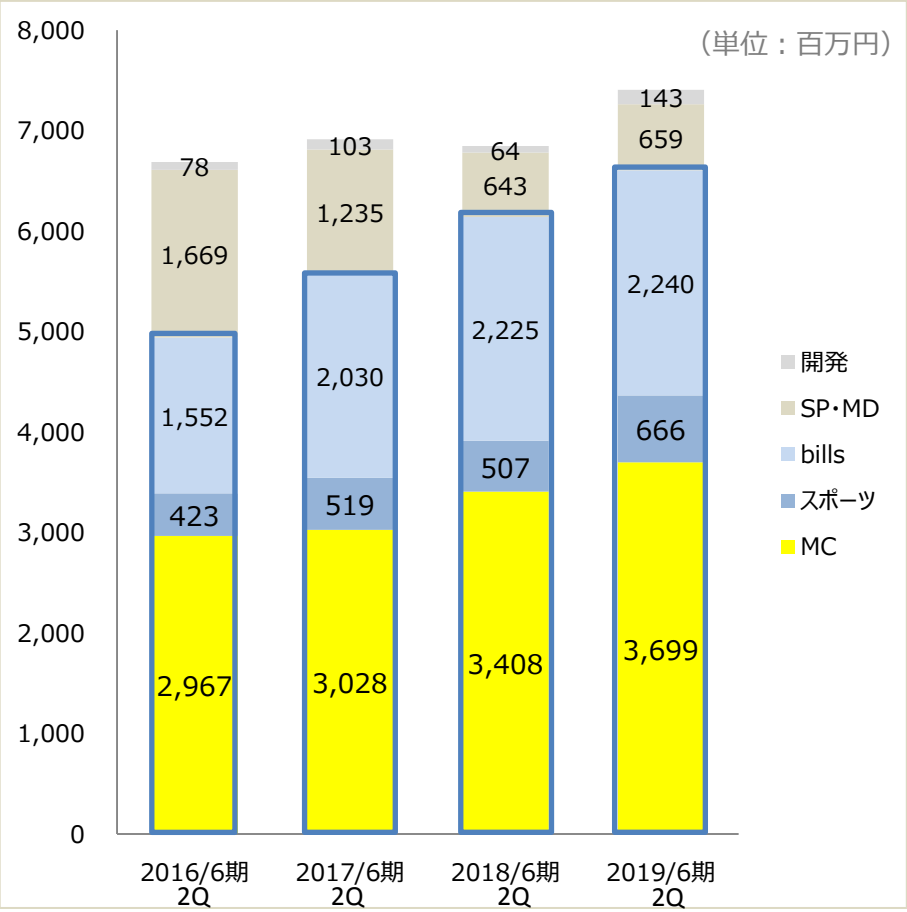
サニーサイドアップ グループ

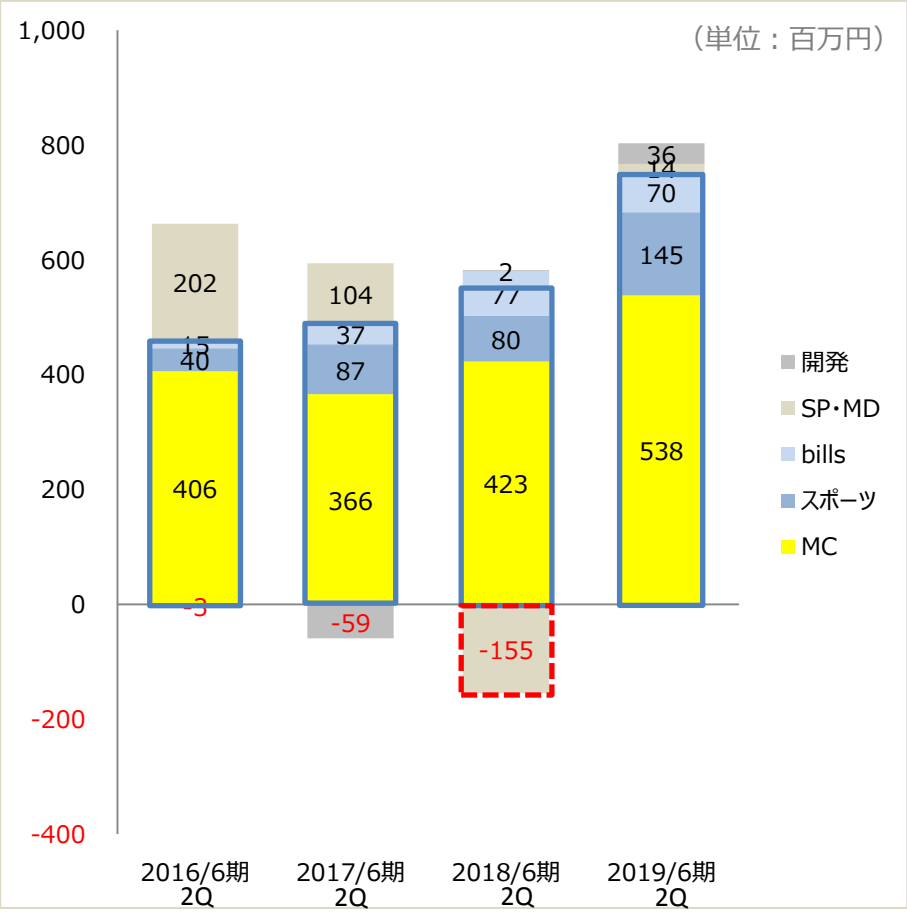
マーケティング・コミュニケーション事業	SP・MD事業	スポーツ事業	bills事業	開発事業
● PR、プロモーション、ブランディング等の多彩なサービスを提供 ● 商業施設の開業PR・プロモーションに強み ● グローバル・コミュニケーションサービスの拡充へ	● 店頭における購買・契約促進のための戦略施策の提供 ● キャラクターグッズおよびブランドグッズ等のOEM製造	● スポーツに関連するPR、プロモーションおよびコンテンツサービスの提供 ● 人気スポーツイベントの企画・運営 ● アスリート・文化人等のマネジメント及びマーケティング活動支援	● 『bills』のブランディングおよびライセンシング ● 『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 ● 新規ビジネスの立ち上げ、シナジー投資を推進
SUNNY SIDE UP KUM-NAMU ENTERTAINMENT SCRAMBLE	WISE integration	SUNNY SIDE UP	SUNNY SIDE UP FLYPAN SSU HAWAII SUNNY SIDE UP KOREA	SUNNY SIDE UP CAREER airside CREATIVE PR AGENCY ENGAWA Building Shared Perspectives （ENGAWA社は持分法適用会社）

決算サマリー

SUNNY SIDE UP

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拡大

決算サマリー

SUNNY SIDE UP

予算進捗

	19年6月期 2Q予算	19年6月期 2Q実績	予算比	19年6月期 通期予算	進捗率
売上高	7,670	7,408	96.6%	15,000	49.3%
営業利益	240	477	198.8%	500	95.4%
経常利益	239	568	237.7%	500	113.6%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	148	413	279.1%	323	127.9%
1株当たり 四半期純利益	20円09銭	56円02銭	—	43円83銭	—

- 2019年6月期第２四半期連結累計期間については利益ベースで予算を大幅に上回る業績を達成
- 通期業績予想については、変動要因を見据えて当初予算を維持

決算サマリー

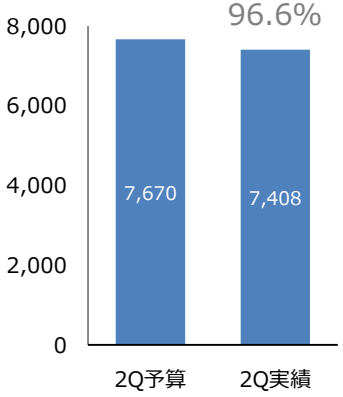
SUNNY SIDE UP

好調ＭＣ事業およびスポーツ事業がけん引し、予算を大幅に上回る利益を獲得

MC事業＝マーケティング・コミュニケーション事業

売上高

予算比 96.6%

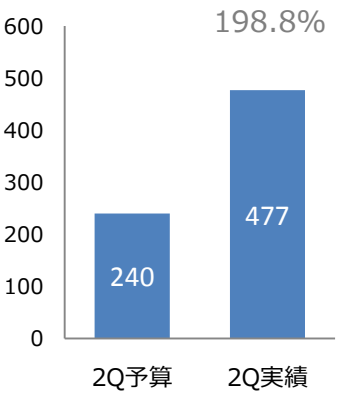


【プラス要因】
- 基幹事業であるMC事業およびスポーツ事業が当初の計画を上回り推移

【マイナス要因】
（bills事業）
- 国内既存店の営業が夏場の天候不良の影響を受けたこと
- 2018年9月にオープンした韓国3号店の本格稼働が予定より遅れたこと

営業利益

予算比 198.8%



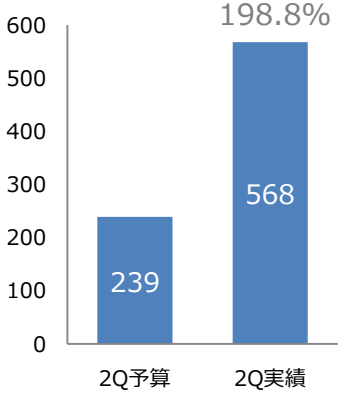
【プラス要因】
（ＭＣ事業）
- リテーナー案件の比率増加に伴って、相対的に収益性が向上したこと
- 業務効率化・マネジメント体制の強化により、セグメント利益率が向上

（スポーツ事業）
- 新規案件獲得による売上高増加に加え、MC事業と同様に業務効率化に取り組んだことでセグメント利益率が向上

（その他）
- 全社費用の削減効果

経常利益

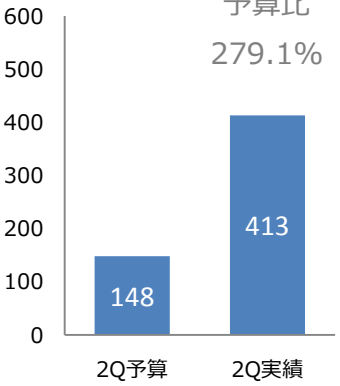
予算比 198.8%



【プラス要因】
- 営業利益の増加
- 連結子会社であるSUNNY SIDE UP KOREA, INC.において、当初計画では見込んでいなかった匿名組合の持分譲受に伴う営業外収益105百万円を計上

親会社株主に帰属する四半期純利益

予算比 279.1%



【プラス要因】
- 営業利益、経常利益の増加

決算サマリー

SUNNY SIDE UP

- 好調な業績を後押しに、来期以降を見据えた成長戦略を策定中
- 下期業績における変動要因の見通しがつき次第、修正する方針

- マーケティング・コミュニケーション事業およびスポーツ事業の事業伸長により、利益ベースでは当初の計画を大幅に超過
- SUNNY SIDE UP KOREA, INC.において当初見込んでいなかった、匿名組合の持分譲受に伴う営業外収益を計上

将来を見据えた仕込み
- 来期を見据えた成長戦略を策定中
- 新規プロジェクトの立ち上げ準備

変動要因 ＳＰ・ＭＤ事業
- 当初の計画通りに収益性が改善中
- 引き続き安定的な収益モデルを再構築に取り組んでおり、通期の業績見込みについては現在、精査中

変動要因 bills事業
- 「bills 蚕室（チャムシル）」が入居している商業施設の設備故障により、店舗の運営が2019 年１月から５月頃まで臨時休業する見込み
- 補償面、再開予定など確認中

予算を超過　２Ｑ　変動要因を精査中　４Ｑ

（ご参考）株価推移

SUNNY SIDE UP

株価推移　2016/7～2019/2

約2年半の間で
株価　3.4倍
時価総額　110億円突破

セグメント別サマリー

セグメントサマリー

SUNNY SIDE UP

（参考資料）セグメント別ハイライト

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
- ㈱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
- リテー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
- 2020年をターゲットにした案件獲得を目的とした部署を編成。将来の売上高増加に向けた取り組みにも着手

ＳＰ・ＭＤ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
- ＳＰ・ＭＤ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

- 2020年に向けて活況を迎えるスポーツ関連市場において幅広い領域の案件を獲得することで、着実な成長を達成
- 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スポーツ関連案件等、多数の案件を手掛ける
- ＰＲ発想を活用したスポーツマーケティングビジネスとして、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）ファッションブランド「MAISON KITSUNE」や全日本空輸のホノルル線とのコラボレーションによるブランド力・集客力強化に取り組む
  （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

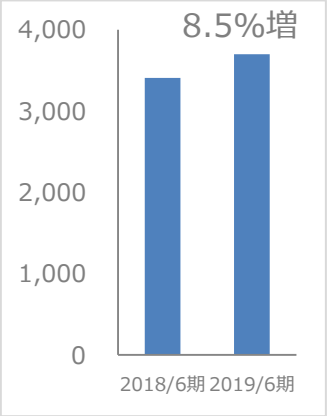
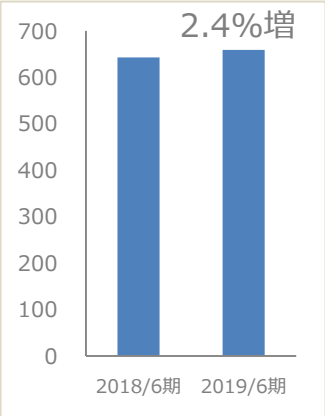
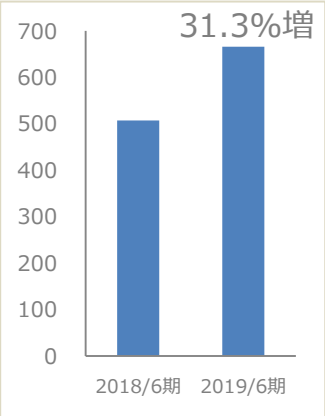
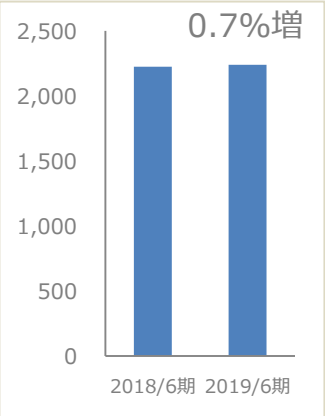
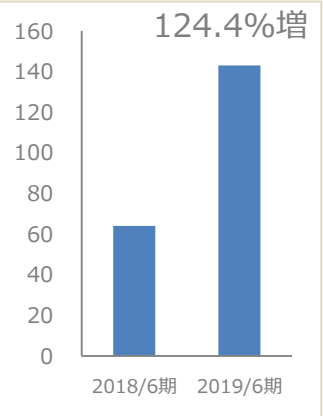
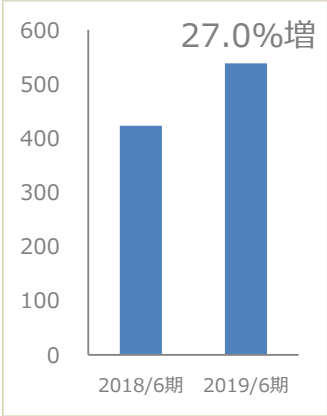
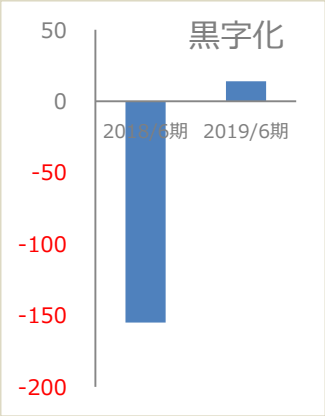
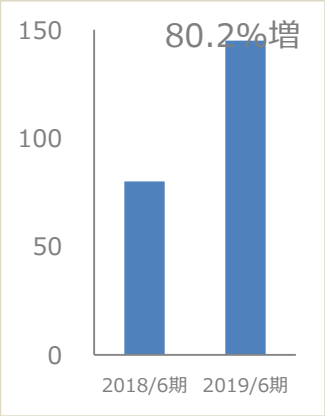
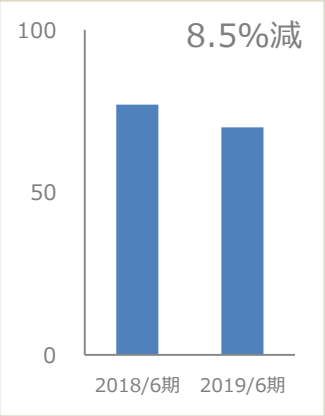
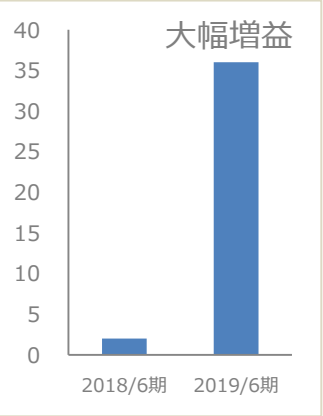
開発事業

- 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ＰＲ案件を多数受注したことで、当事業の業績を牽引

セグメントサマリー

SUNNY SIDE UP

（参考資料）セグメント別業績一覧

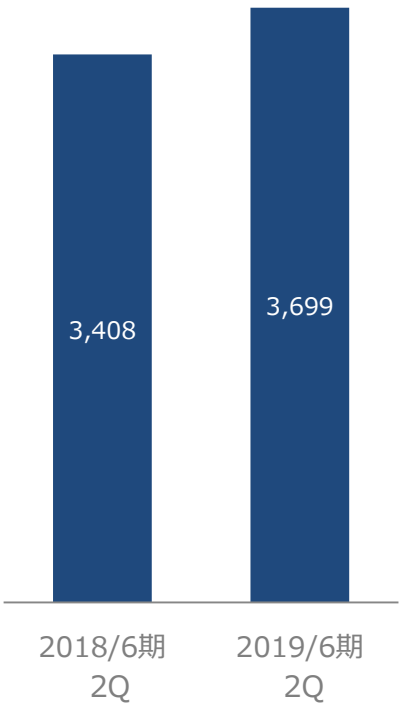
セグメント	マーケティング・コミュニケーション	ＳＰ・ＭＤ	スポーツ	bills	開発
売上高					
	売上高 3,699百万円	売上高 659百万円	売上高 666百万円	売上高 2,240百万円	売上高 143百万円
営業利益					
	セグメント利益 538百万円	セグメント利益 14百万円	セグメント利益 145百万円	セグメント利益 70百万円	セグメント利益 36百万円

マーケティング・コミュニケーション事業

SUNNY SIDE UP

セグメント売上高

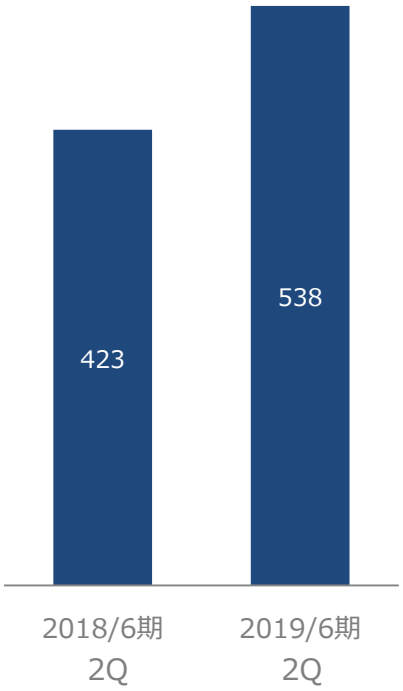
36億9,900万円
前年比8.5%増



単位：百万円

セグメント利益

5億3,800万円
前年比27.0%増



単位：百万円

増収増益

＞増収の要因

- 問い合わせの増加

＞増益の要因

- リテーナー案件の増加
- 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

マーケティング・コミュニケーション事業

SUNNY SIDE UP

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し、高い露出を獲得

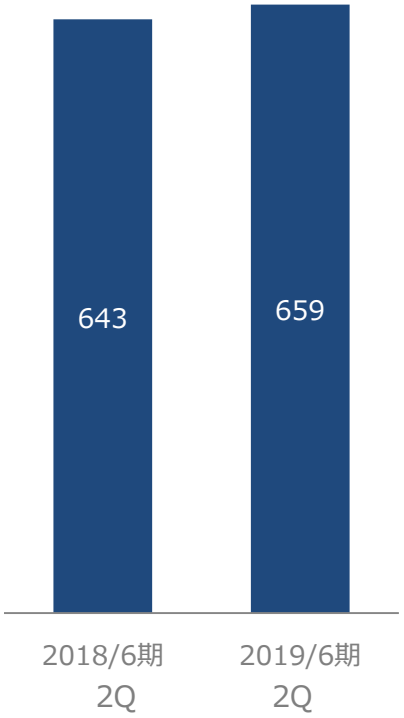
- 今まで以上の幅広い案件を手掛けることで基幹事業としてグループの業績を牽引
  ＞食品・飲食業界、小売業、コスメなど
  ＞商業施設の開業PR・プロモーション
  ＞大手コンビニチェーンでの人気キャンペーンや物販施策
  ＞地域や自治体と連動した大規模イベント
  ＞企業ブランディング

- 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

ＳＰ・ＭＤ事業

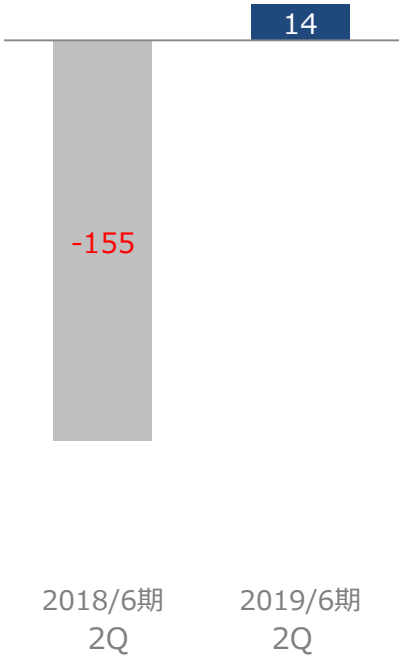
SUNNY SIDE UP

セグメント売上高
６億５,９００万円
前年比２.４％増



単位：百万円

セグメント利益
１，４００万円
前年同期は▲1.5億



単位：百万円

黒字化

＞増益の要因

- 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
- 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

ＳＰ・ＭＤ事業

SUNNY SIDE UP

業績の安定化を最優先テーマに、ＳＰ・ＭＤ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。当第２四半期連結累計期間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
キャンペーンおよびノベルティグッズの製造ノウハウを活かした人気テーマパーク等向けの雑貨商品のOEM

国際支援団体のマーケティングサポート
消費者を購買活動に促すノウハウを活かした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
小学校のプログラミング必修化を見据えた教材の開発・販売

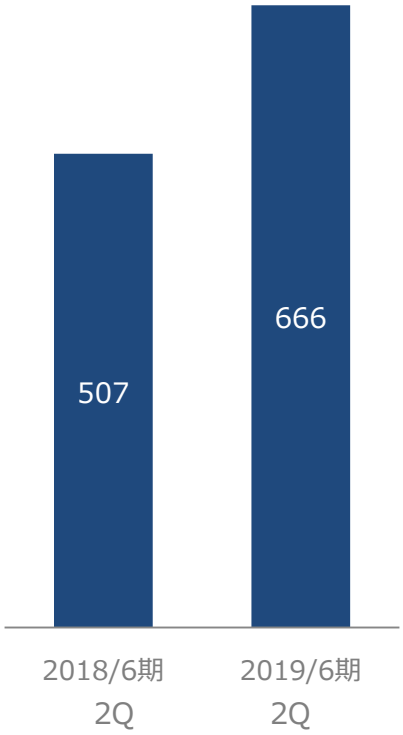
大手飲食チェーンの販促キャンペーン
大手飲食チェーンで実施される販促キャンペーン

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

スポーツ事業

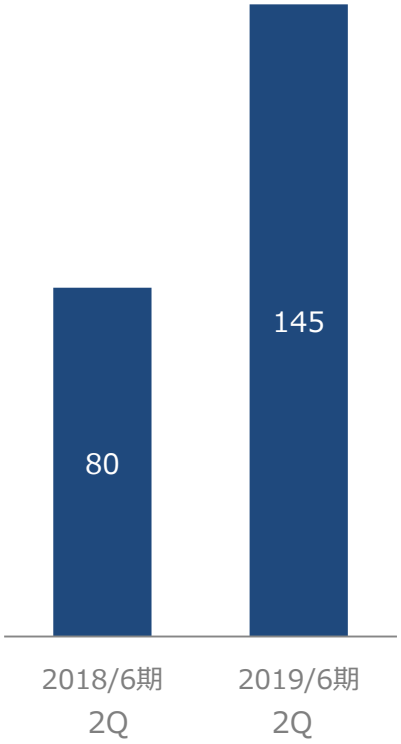
SUNNY SIDE UP

セグメント売上高
6億6,600万円
前年比31.3%増



単位：百万円

セグメント利益
1億4,500万円
前年比80.2%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

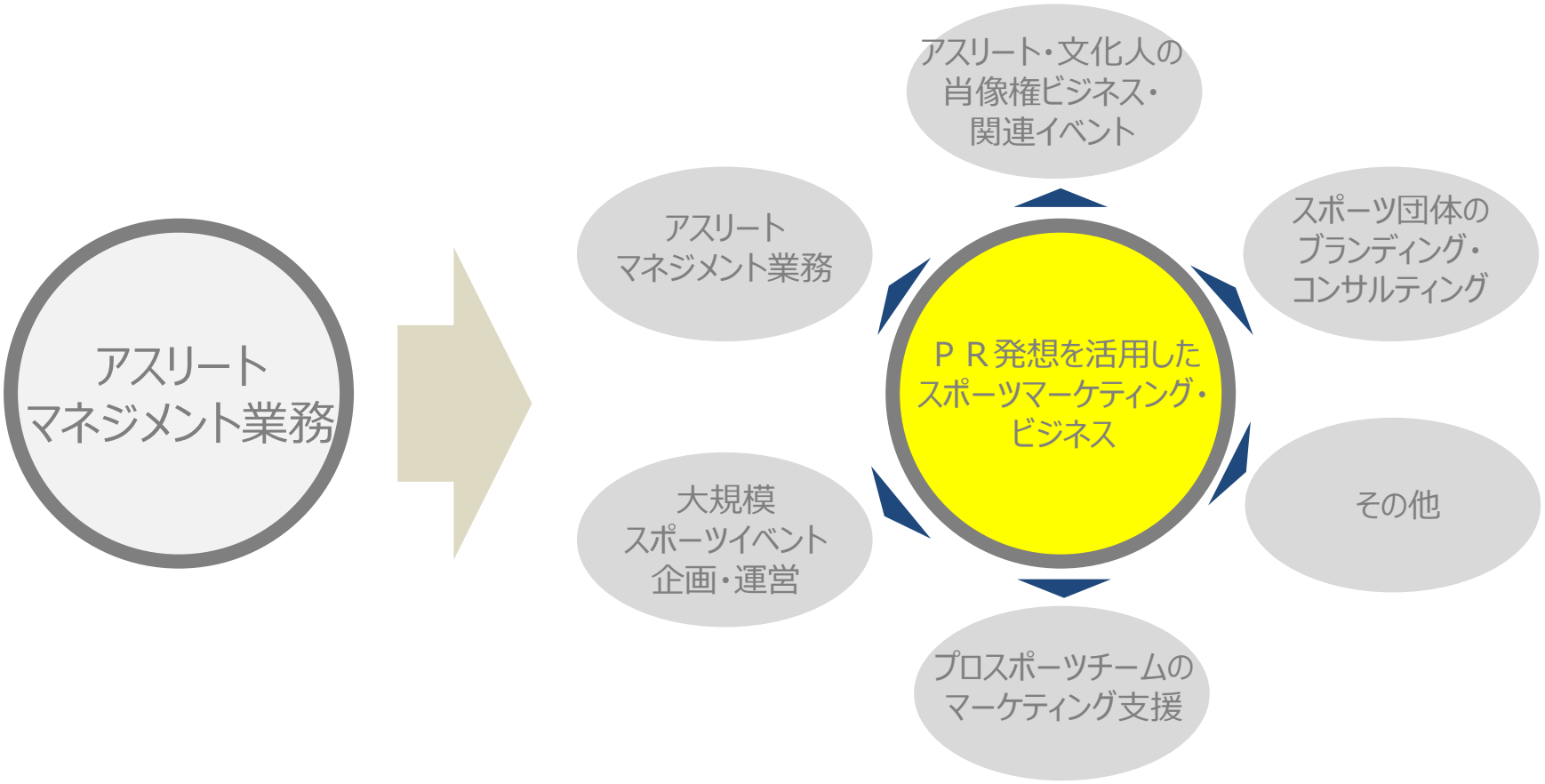
＞増益の要因

- 業務効率化＋マネジメント強化

スポーツ事業

SUNNY SIDE UP

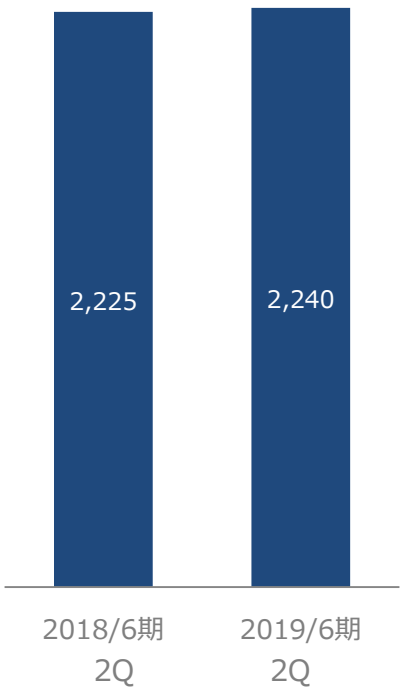
アスリートのマネジメントに留まらないＰＲ発想を活用したスポーツマーケティングビジネスを展開



bills事業

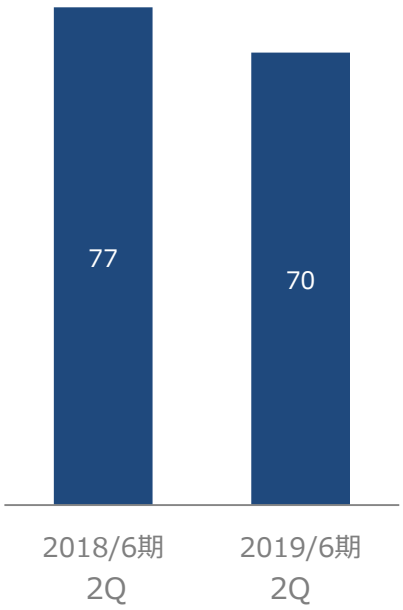
SUNNY SIDE UP

セグメント売上高
22億4,000万円
前年比0.7%増



単位：百万円

セグメント利益
7,000万円
前年比8.5%減



単位：百万円

増収減益

＞増収の要因

- 新規出店（韓国3号店「bills 江南」）による店舗数の増加

＞減益の要因

- 新規店舗の出店関連コストの計上

bills事業

SUNNY SIDE UP

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さらに進捗

エリア別ハイライト

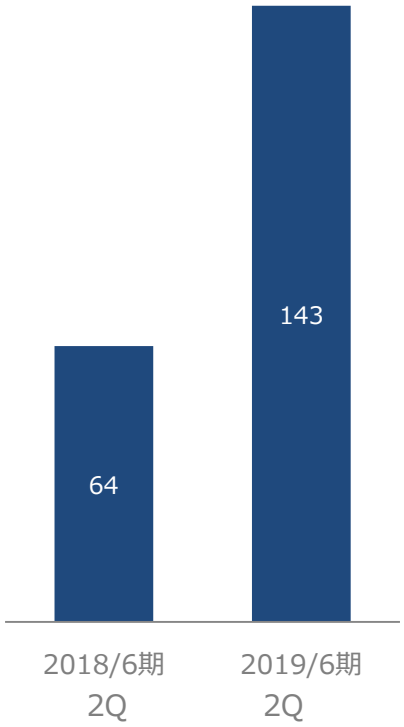
日本	8店舗 七里ヶ浜、横浜赤レンガ倉庫、お台場、表参道、福岡、銀座 大阪、二子玉川（ライセンス店）	集客力強化 ● 2017年11月に「bills 大阪」を出店。店舗全国展開により知名度が向上 ● 「bills 銀座」を中心にとしたインバウンド需要の取り込み ● アフタヌーンティーセットなど新メニューの導入
ハワイ	1店舗 Waikiki	ブランディング・集客力強化 ● パリ発祥アパレルブランド「MAISON KITSUNE（メゾンキツネ）」とのコラボレーションによるポケットストアの展開（2017年12月～） ● 大型機材A380を導入するＡＮＡとのコラボレーションを展開予定 2019年5月よりホノルル線で「bills」が監修した限定メニューを提供予定
韓国	3店舗 蚕室、光化門、江南	新規店舗のオープン ● 「bills 蚕室（チャムシル）」および「bills 光化門（カンファムン）」の既存2店舗が出店投資の回収期を迎える ● 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

開発事業

SUNNY SIDE UP

セグメント売上高

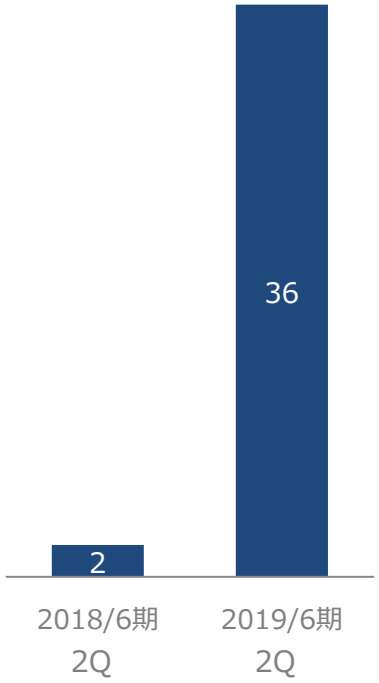
１億４,３００万円
前年比124.4%増



単位：百万円

セグメント利益

３，６００万円
前年同期は２百万円



単位：百万円

増収増益

＞増収増益の要因

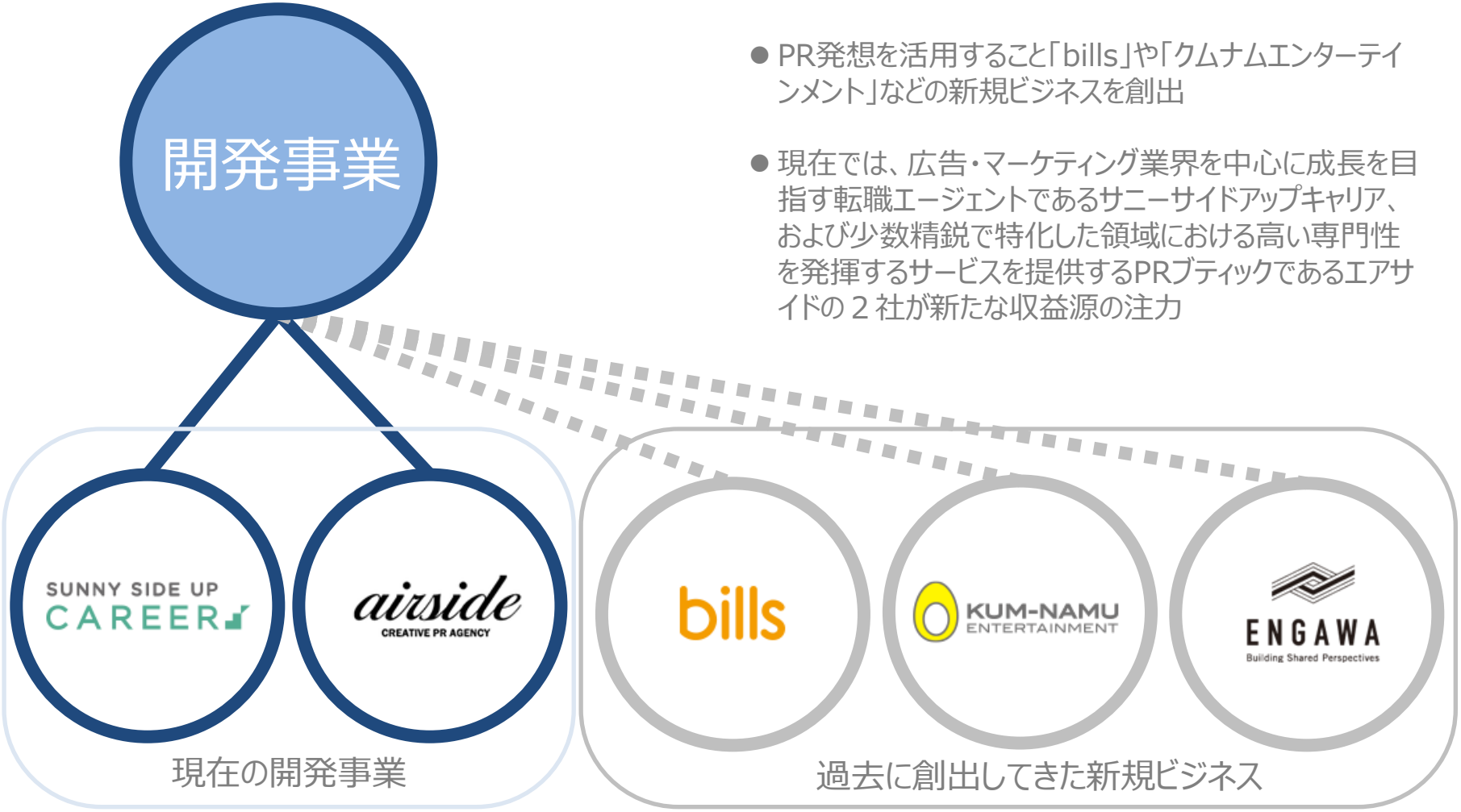
- PRブティックであるエアサイド社がエンターテインメント業界案件を多数受注

開発事業

SUNNY SIDE UP

PR発想を活用した新規ビジネスを創造

- 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



成長に応じてセグメント等を変更

グローバル戦略の本格稼働

SUNNY SIDE UP

グローバルコミュニケーションサービスの強化・拡充

海外PRエージェンシーとの提携

海外イベント会社との提携

海外マーケティング会社との提携

著名な海外PRアワードを多数獲得

国際ＰＲ協会ボードメンバーに選出

ＳＳＵ

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

グローバル戦略の本格稼働
（事例紹介）海外イベント会社との提携

SUNNY SIDE UP

フランス・ＧＬイベンツ社との共同事業を開始

- GLイベンツ社の企画・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までを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

フランス・ＧＬイベンツ社について

- 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

協業事業開始

SUNNY SIDE UP

GL events

両国で次々と開催される世界規模のイベントをターゲットとする

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

今後の成長戦略について

今後の成長戦略

SSU Value UP

ROE ＝ 効率性　利益 ＝ 付加価値　ブランド ＝ 社会的地位

たのしいさわぎ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

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

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

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

Our Current Value
bills New Activities

SUNNY SIDE UP

エアバスA380を導入する全日本空輸とのコラボレーションを展開

【プレスリリース】 bills

2018年11月27日
発表ＰＲリリース

billsとANAのコラボが決定！
2019年5月よりホノルル線に導入する
エアバス A380でbills初の機内食を提供！

©Anson Smart

bills × ANA

この度、オーストラリア・シドニー発のオールデイカジュアルダイニング「bills」は、全日本空輸株式会社（以下、ANA）とコラボレーションし、オリジナルの機内食を提供することを決定いたしました。「bills」は、日本でもハワイでも多くの人に愛され続けるダイニングであることから、今回新しくなったANAのホノルル線とのコラボレーションパートナーに選ばれました。

「bills」のコラボレーション機内食は、ANAの東京発⇒ホノルル便のエコノミークラス限定で提供いたします。ハワイへの旅をより一層お楽しみいただけるよう、機内でのお食事からもハワイを感じることができるbillsオリジナルの機内食を開発中です。また、現地では「bills waikiki」の店舗とも連携したサービスを予定しています。ホノルル空港から車で約20分の距離にある「bills Waikiki」では、着陸後からホテルへのチェックインまでの時間を有意義にお過ごしいただけます。ANAのホノルル線限定で提供する、bills初の機内食にどうぞご期待ください。

■「bills」コラボレーション機内食に関する詳細

・対象路線：東京発（成田／羽田）⇒ホノルル便
・対象クラス：エコノミークラス
・提供期間：2019年5月24日(金)～2020年5月末まで(予定)

■「bills」について

1993年にオーストラリア・シドニー郊外のダーリンハーストに1号店をオープンして以来、今年で25周年を迎える。朝食からディナーまで、一日中楽しめるダイニングとして多くの美食家たちに愛され、今では世界5ヵ国に19店舗を展開。2014年3月29日にはアメリカ初出店となる「bills Waikiki」をハワイ・ワイキキにオープンし、ローカルお客様はもちろん世界中からの観光客が訪れるダイニングとなる。観光客で賑わうワイキキビーチに続くビーチウォークに店を構え、天井が高く開放感溢れる店内は、明るい陽射しと爽やかな風を感じる心地よい空間が特徴。ローカルの食材を使ったハワイならではのメニューも提供。

報道関係者様からのお問い合わせ

bills japan 広報チーム（株式会社サニーサイドアップ.内）
担当：吉澤（080-4112-2778）／一瀬（070-3115-6995）／網岡（080-4794-0672）
Email: bills_pr@issu.co.jp TEL: 03-6894-3331 FAX: 03-5413-3051
HP: billsjapan.com @billsjapan

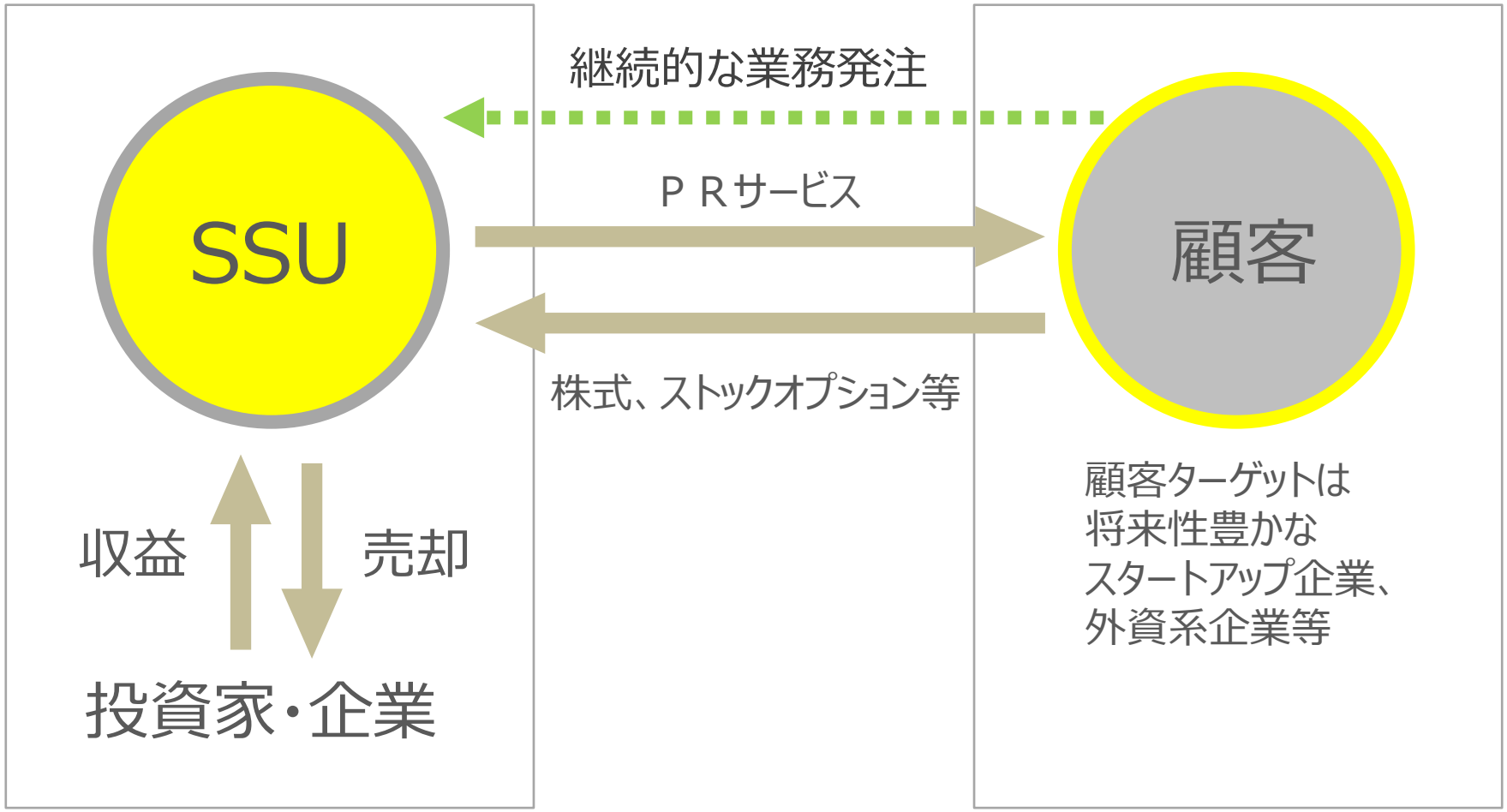
- A380型機の就航に合わせてホノルル線の機内サービスを一新するＡＮＡの一大プロジェクトに「bills」が参画
- 2019年5月より「bills」が監修した限定メニューをホノルル線で提供することはメディアでも大きな話題に
- 1日最大766食、1ヶ月で16,852食提供、1年間で202,224食提供
  (2019年7月以降、A380が週10便運用されたケースで算出)

コラボレーションの詳細については
後日、発表予定

Our New Value
資本参加型ＰＲサービス

SUNNY SIDE UP

将来性のある新しい企業やサービスに欠かせないＰＲ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ＰＲサービス



Our New Value
資本参加型ＰＲサービス

SUNNY SIDE UP

将来性のある新しい企業やサービスに欠かせないＰＲ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ＰＲサービス

ポートフォリオ例

事例

UMAMI BURGER JAPAN

- LAで大人気「UMAMI BURGER]

2017年3月 日本1号店オープン

事例

HOMMA

- シリコンバレー発、住宅イノベーター

HOMMA

（会社HP）https://www.hom.ma/

予定

JET SET

- NYやLAで大人気、
  女性のライフスタイルを変える、
  髪を切らない美容室

Jetset
your shampoo & blowdry specialist

新業態１号店をキラリトギンザに出店予定

予定

GROOVE X

- 次世代家庭用ロボット「ＬＯＶＯＴ」の開発ベンチャー
- 未来創生ファンドや産業革新機構から約80億円を調達済

（会社HP）https://groove-x.com/

予定

社名非開示

- シリコンバレー発、AIベンチャー

進捗に応じて適宜、
発表予定

Our New Value
アセットメディアソリューション

SUNNY SIDE UP

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スタート

（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ＰＲ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

ＳＳＵアセットメディアソリューション

Our New Value
神宮前6丁目プロジェクト（仮）

SUNNY SIDE UP

2020年を機に世界中の注目を集め、世界のショーケースとなる日本において施設そのものをメディア化する事業を電通をパートナーに開始
SSUのアセットメディアソリューションの最初のケースとして、2019年春より商業施設を共同運用開始

- 大型商業施設のＰＲを手がけてきたノウハウを最大限に活用
- 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をマスターリース
- 施設のプレオープンとしてルイ・ヴィトンによるポップアップストア「Louis Vuitton Men's SS19 Pop-Up Store」を展開
（2019年1月10日～1月31日）

名称：神宮前6丁目プロジェクト（仮称）
所在地：東京都渋谷区神宮前6丁目35-6
建物：地上2階建て
賃貸借延べ床面積 ：2,605.12㎡（788.05坪）

Our Social Value
SDGsに対する当社の取り組み

SUNNY SIDE UP

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて
記載された2016年から2030年までの国際目標「SDGs」の実現に取り組みます。

（当社独自の社会貢献活動の数々）

「ほっとけない世界のまずしさ」キャンペーン
ホワイトバンドプロジェクト

“LGBT” 性の多様性を普及啓発
TOKYO RAINBOW PRIDE

世界中で14万人が参加する新ムーブメント、
日本開催を実現！Rock Corps

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

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