



株式会社サニーサイドアップ.

平成23年6月期【第26期】
第2四半期 決算説明会

代表取締役社長	次原 悦子
代表取締役副社長	渡邊 徳人
取締役	久貝 真次

1. 業績ハイライト

2. 今期トピックス

3. 今後のビジョン

決算業績

●売上高 : **4,396百万円**

前年対比 : **46.7%の増収**

●営業利益 : **264百万円**

前年対比 : 前年は△34百万の営業損失

主な要因

- ①大手外食企業のSP・PR案件の新規受注による増収
- ②管理部門統合、地代家賃等経費圧縮による経営効率化

	平成22年 【第25期】実績	平成23年 【第26期】計画	平成23年 【第26期】実績	前期差異
売上高	2,997	3,754	4,396	+1,399
営業利益	△34	52	264	+298
経常利益	△33	52	267	+300
四半期純利益	△79	45	135	+216

(単位:百万円)

事業別業績

(単位:百万円)

事業別業績		売上高	営業利益
	コミュニケーション事業	808	164
	スポーツ事業	512	72
	SP・MD事業	2,499	217
	bills事業	382	45
	その他	193	0
	調整額 (全社コスト、事業間取引)	—	△235
	合 計	4,396	264

※bills事業はセグメント間利益を消去する前の利益となっています。

費用分析

- 販売管理費：515百万円 前年対比：△103百万円のコスト削減
- 原価製造経費（△37百万円）を合わせると△140百万円のコスト削減

主な要因

売上原価率は材料仕入等の発生するSP・MD事業の規模拡大により上昇
販売管理費は地代家賃・事務用品費・人件費・支払報酬等の削減により減少

		平成22年 【第25期】	平成23年 【第26期】	差異
売上原価 (原価率)		2,413 (80.5%)	3,616 (82.2%)	- (+1.7%)
内 訳	仕入原価 (仕入原価率)	2,013 (67.1%)	3,135 (71.3%)	- (+4.2%)
	製造経費/労務費	437	400	△37
販売管理費 (売上対販管比率)		618 (20.6%)	515 (11.7%)	△103

(単位: 百万円)

通期予想

- 売上高 : **7,154百万円** 前年対比:**18.6%の増収見込**
- 営業利益 : **192百万円** 前年対比:前年度△210百万円から**+402百万円**

通期計画	平成22年 【第25期】 実績	平成23年 【第26期】 期首計画	平成23年 【第26期】 修正計画	前年比
売上高	6,031	6,632	7,154	118.6%
営業利益	△210	59	192	-
経常利益	△191	60	212	-
当期純利益	△418	32	117	-

(単位:百万円)

1. 業績ハイライト

2. 今期トピックス

3. 今後のビジョン



トピックス

香港法人TCN TECHNOLOGY LIMITED. グループ化

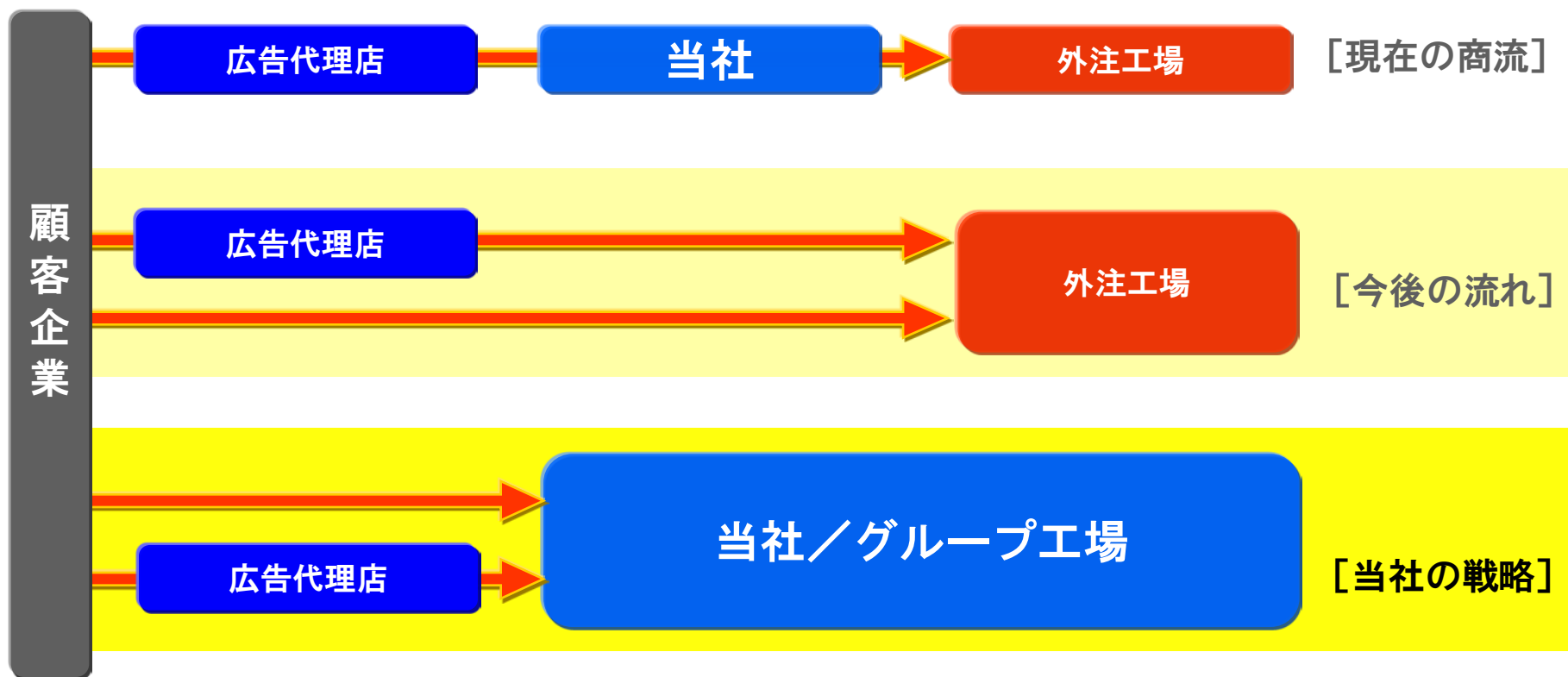
平成22年12月24日に香港法人TCN TECHNOLOGY LIMITED社の60%の持分を取得する株主間契約を締結。今後、中国本土にて外商独資企業を設立し、工場を運営していく予定です。



SUNNY SIDE UP

背景

大手広告代理店のS P機能内制化
プレミアムノベルティ製造の商流が変化していく可能性





〔既存事業領域〕

SP (sales promotion)

価格・品質面での優位性

〔新規事業領域〕

OEM (他社ブランド製造)

安定した製造業務の受託

〔新規事業領域〕

自社商品開発

PR発想を生かした商品開発

既存事業の強化と新規事業への拡大へ



トピックス

「bills日本3号店」7月オープン

当社所属スペシャリスト ビル・グレンジャーのプロデュースする「世界一の朝食を食べられる店」
として人気のレストラン「bills」の日本3号店を、
2011年7月中旬、お台場（デックス東京ビーチ内）にオープンいたします。



SUNNY SIDE UP

billsとは

世界の“エッグマスター”と称されているビル・グレンジャー監修のレストラン
「世界一の朝食を食べられる店」として、1993年オーストラリア・シドニーにオープン
「オーストラリアの朝食文化を変えた」とも言われる人気店。

現在、シドニーには3店舗、
2008年3月には、海外初店舗として、鎌倉・七里ヶ浜に日本1号店がオープン。
2010年3月には横浜赤レンガ倉庫に日本2号店がオープン

両店舗では、「世界一の卵料理」と評価されたシグネチャーメニューの「オーガニックスクランブル
エッグw/ トースト」や、「リコッタパンケーキw/ フレッシュバナナ、ハニーコームバター」をはじめ、
多くの人気料理を提供中。



(C)Masahiro Okamura

billsお台場概要

年間約4,800万人が訪れる都内屈指の観光地・台場に進出

子ども連れのファミリー層による食事や、結婚式二次会等のパーティー、アジア圏からの観光客といった新たな需要の取込

店舗名	:	billsお台場
所在地	:	東京都港区台場1-6-1 (デックス東京ビーチ内)
オープン日	:	2011年7月中旬予定
座席数	:	約200席予定
延べ床面積	:	160.22坪 (529.65平方メートル)



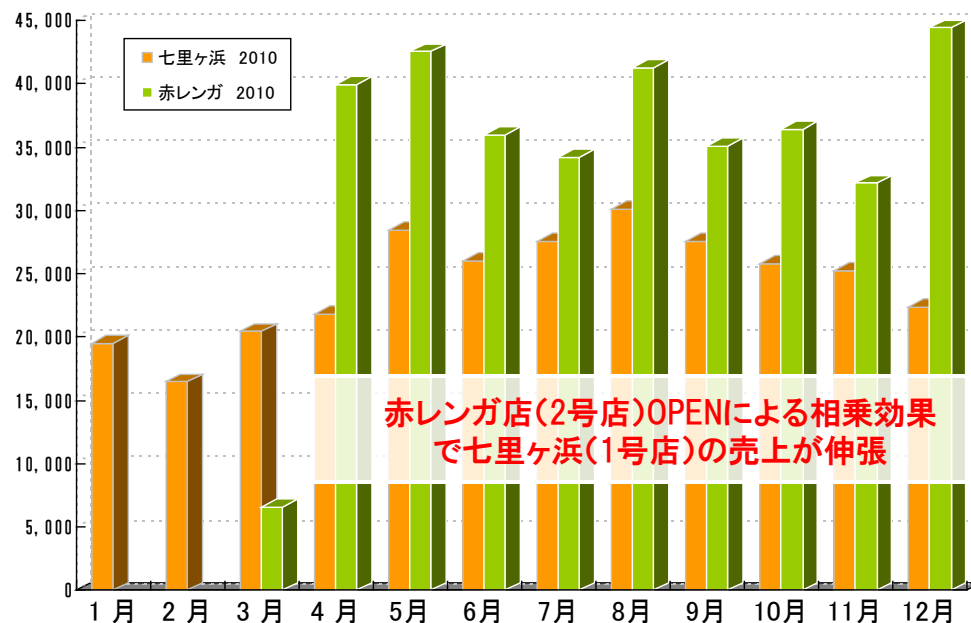
既存店比較

既存店である七里ヶ浜(日本1号店)、横浜赤レンガ倉庫(日本2号店)と比べて、
最大の座席数、最大の延べ床面積を誇る大型店舗となる予定



店舗	七里ヶ浜	横浜赤レンガ倉庫	お台場
平均月商(円) ※平成23年6月期実績	26百万	37百万	—
座席数	90	120	200予定
延べ床面積(坪)	76	95	160.22
オープン日	2008年3月22日	2010年3月27日	2011年7月中旬予定
住所	神奈川県鎌倉市七里ヶ浜1-1-1 WEEKEND HOUSE ALLEY 2F	神奈川県横浜市中区新港1-1-2 横浜赤レンガ倉庫2号館1F	東京都港区台場1-6-1 (デックス東京ビーチ内)

既存店来店推移





トピックス

社会貢献事業への取り組み

当社は多くの企業や団体様とのパートナーシップのもと、様々な社会貢献活動に積極的に取り組むとともに、それらの活動の大切さや普及啓発を社会に発信しています。





サニーサイドアップグループ
今後のビジョン

中期経営計画策定に向けて

サニーサイドアップを取り巻くビジネス環境は変化しています。

業界の環境変化

メディアの変化

- ・インターネットメディアを中心としたメディアの多様化
- ・消費者のメディア接触機会はマス広告(テレビ)中心から多岐に変容

消費者の変化

- ・情報の内容・量の変化による消費スタイル・嗜好の変化
- ・マス発信の情報<消費者間のレビュー・情報

顧客／クライアントの変化

- ・マス媒体中心から非マス媒体へ。マーケティング態様の変化・多様化
- ・宣伝・販売促進費用のシフト(マス媒体から多様なメディアへ)



当社事業モデルの転換期へ

ではサニーサイドアップの事業環境においてどのような変化が迫られているか？



当社事業モデルの転換期へ

当社基幹事業である「PR」、「スポーツ」、「SP」各領域においても変化を迫られる現状にあります。

CHANGE !

PRビジネスにおける変化

マスメディアの媒体価値減少と共に、多様化する消費者の嗜好や興味関心を喚起するためにPRパブリシティ一辺倒でのコミュニケーションでは困難になっている。

CHANGE !

SPビジネスにおける変化

人件費の高騰 世界的な市況の変化を受け、競合各社、価格競争が激化。これまでのような利幅を確保していくことが困難になる

CHANGE !

スポーツビジネスにおける変化

企業の宣伝広告費削減の流れを受けて、選手の肖像権利用による大型広告契約は減少傾向に。縮小するマーケット規模に対する投資対効果が見合わなくなっている。

サニーサイドアップ成長のベクトル

ベクトル1

PRを中心とした 包括的コミュニケーション

PR単体によるパブリティ活動だけでなく、SP・イベント・WEBを効果的に設計しクライアントニーズに応えられるコミュニケーションプランの企画と実現。

ベクトル2

自社開発リソースの 保有と積極的転用

自ら製造開発機能を持つことによって、コスト競争での優位性保持。
他ビジネスへの積極的転用によるリソースの有効活用

ベクトル3

スポーツビジネス メソッドのオープン化

従来のTVCM主体の肖像ビジネスに留まらず、選手の価値を中心とした積極的な事業展開を強化。
その他契約外選手にも、成功ノウハウを用いることでビジネスチャンスを拡大。



PR発想力を機軸に創造型のビジネスへ転換
→受託型から提案型へ →自社企画・商品開発

さらに獲得したノウハウを応用し選手、スペシャリストの
才能や個性を活かした事業開発⇒マネタイズ収益化



ビル・グレンジャー billsプロデュース



東京ストリート陸上イベント開催



上田桃子「桃犬プロジェクト」



北島康介「FLOG TOWN MEETING」

そしてこれからは…

『ナレツジのオープン化』

弊社所属に留まらずそれ以外の選手・タレント・アーティスト・ミュージシャン等、
世界中あらゆる可能性を秘めた人をコアにした新たなコンテンツ事業を企画提案



サニーサイドアップは新たな事業を創出しビジネスチャンスをもさらに拡大

既存

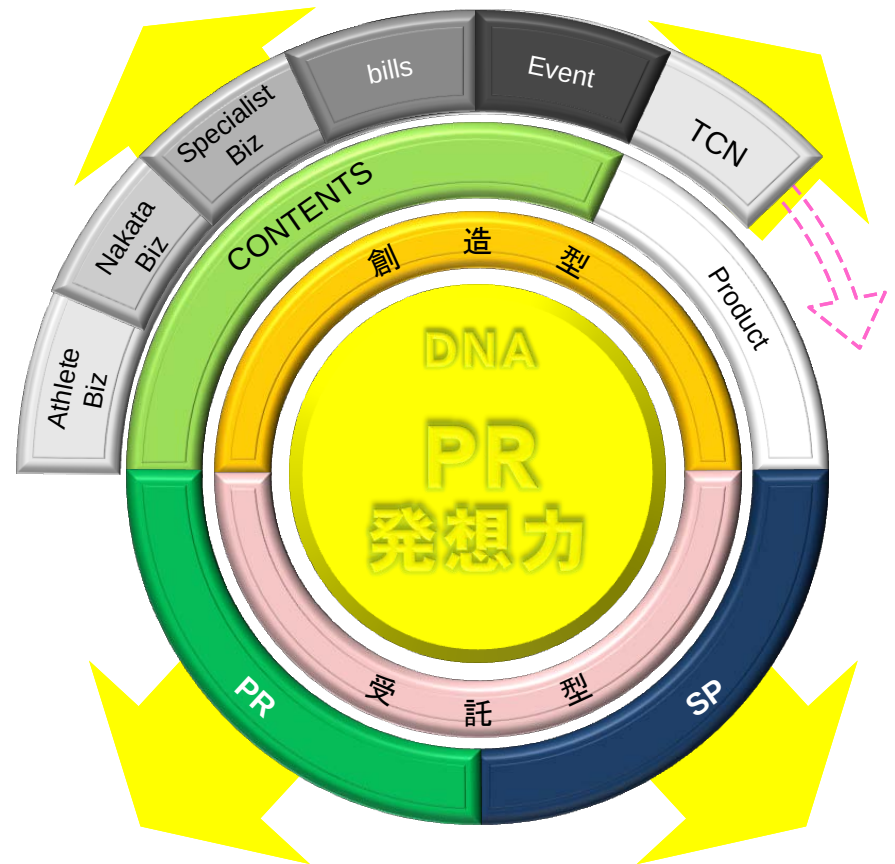
サニーサイドアップの3つの成長ベクトル
『PR』、『SP』、『コンテンツ』事業の
受注拡大ベクトル

既存の受託型ビジネスは強みの保持
→ 工場の保有 → ソリューションの統合提案



NEW

新たな成長ベクトル
『ビジネス創造ベクトル』



サニーサイドアップは創造型のPR商社へ

サニーサイドアップの更なる成長にご期待ください。

to be continued・・・

本資料お取り扱い上の注意

- ・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、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は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。
- ご承知おきください。

本件に関するお問い合わせ

グループ管理本部 広報IR部

TEL : 03(6894)3233

FAX : 03(5413)3052

mail : ir@ssu.co.jp