



サニーサイドアップグループ 決算説明会資料 平成23年6月期(第26期)

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 COO 久貝真次

平成23年8月25日

1. **期中のトピックス**

2. 業績ハイライト

3. 中期経営計画

WIST INTERNATIONAL LIMITEDの買収 (アジアにおける商品製造拠点)



bills大好評!! (2011年7月16日お台場店OPEN)



integrate社との 戦略的業務提携

SP × PR ⇒ SPR

NTV系列番組の企画・製作・販売 「Revalue NIPPON Project- 中田英寿 日本をつなぐ」 (2011年3月5日よりOA開始)



外食関連企業 大型販促キャンペーン 統合コミュニケーション実施

震災関連 危機管理コンサルティング



東日本大震災後に実施したSSUグループとしての「がんばろう東北！がんばろう日本！」

春のセンバツ高校野球大会 東北高校戦を気仙沼の避難所 でパブリックビューイング



海外チャリティーマッチ 「TAKE ACTION in SINGAPORE & THAILAND」



被災地母子支援活動 「マーメイドプロジェクト」



and more...

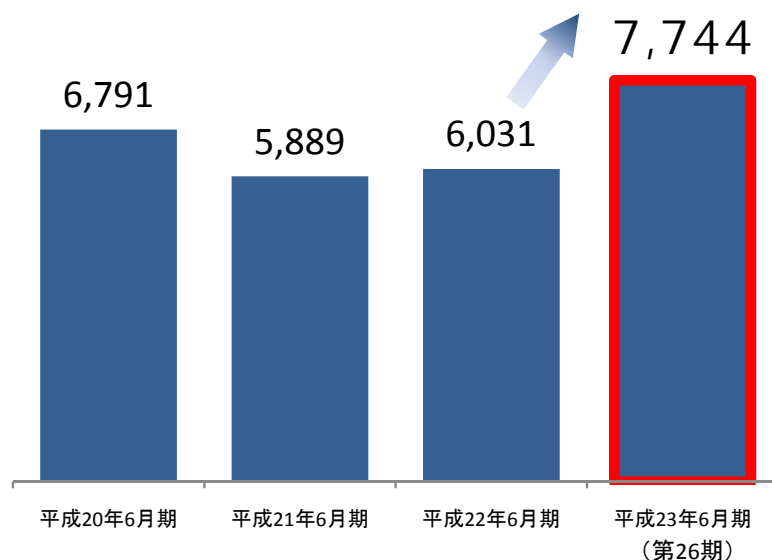
1. 期中のトピックス
2. **業績ハイライト**
3. 中期経営計画

【売上高】 過去最高売上を達成

主な要因: ①グループ間営業連携による大型案件受注
②新規事業(主にbills事業)の伸長

(単位:百万円)

連結売上高推移

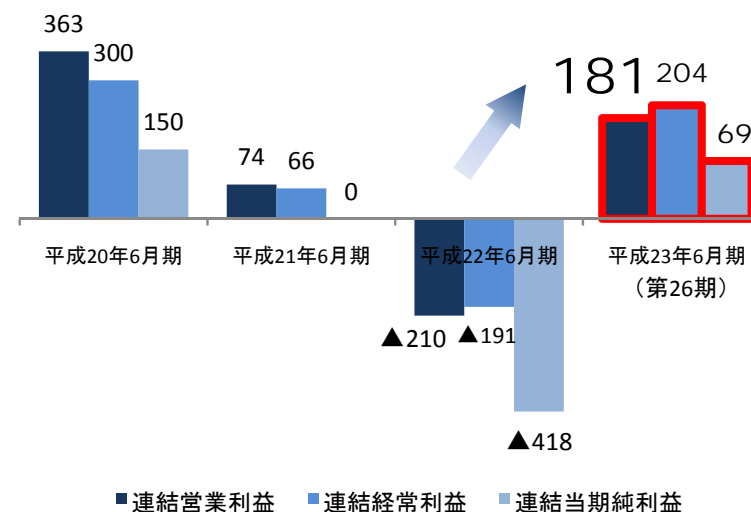


【営業利益】 早期黒字回復を達成

主な要因: 管理部門統合・地代家賃等の経費圧縮、
経営効率化(経営構造改革の実施)

(単位:百万円)

連結利益推移



(単位:百万円)

	平成23年6月期	平成22年6月期	前期比	期首計画	達成率
売上高	7,744	6,031	128.4%	6,632	116.7%
営業利益	181	▲210	黒字化	59	306.7%
経常利益	204	▲191	黒字化	60	340.0%
当期純利益	69	▲418	黒字化	32	215.6%

(単位:百万円)

	売上高	売上総利益	営業利益
コミュニケーション事業	1,688	531 (31.4%)	381 (22.6%)
スポーツ事業	981	146 (14.9%)	76 (7.8%)
bills事業	728	77 (10.5%)	66 (9.1%)
SP・MD事業	4,087	548 (13.4%)	137 (3.3%)
その他事業および調整額 (全社コスト・事業間取引)	-	▲11	▲479
合計	7,744	1,291	181

※コミュニケーション事業、スポーツ事業、bills事業の営業利益:本社費を除いて算出

※bills事業:セグメント間利益を消去する前の利益

(単位:百万円)

	売上高	売上総利益	営業利益
コミュニケーション事業	1,688	531 (31.4%)	381 (22.6%)

※本社費を除いて算出

<topics>

◎クライアントの予算捻出が、レギュラー活動からキャンペーン等のスポット活動への集中投下にトレンドシフトする中、スポット活動ニーズの刈り取りに注力。

◎PR、プロモーション、インタラクティブコミュニケーションの統合提案の強化。

◎震災後、特にニーズが高まっていた広報対応等のPRコンサルティング領域のコミュニケーションサービス提供。

(単位:百万円)

	売上高	売上総利益	営業利益
スポーツ事業	981	146 (14.9%)	76 (7.8%)

※本社費を除いて算出

<topics>

- ◎従来の肖像権ビジネスに留まらず新たな収益モデル確立のため、スポーツマーケティング領域のサービス提供開始。
- ◎中田英寿が続けてきた日本の旅を多角的にコンテンツ展開すべく番組制作（日本テレビ系列「Revalue NIPPON Project 中田英寿 日本をつなぐ」）及び番組放映枠の販売を実施。
- ◎震災後早急に、海外でのチャリティーマッチ「TAKE ACTION」を実施。

(単位:百万円)

	売上高	売上総利益	営業利益
bills事業	728	77 (10.5%)	66 (9.1%)

※本社費を除いて算出
※セグメント間利益を消去する前の利益

<topics>

◎既存店舗が計画以上の伸長。

◎震災発生後は、すぐに客足回復。

◎新店舗のOPEN準備。

(2011年7月16日、日本第3号店を台場にOPEN。OPEN後は連日行列)

(単位:百万円)

	売上高	売上総利益	営業利益
SP・MD事業	4,087	548 (13.4%)	137 (3.3%)

<topics>

- ◎ **アジアにおける商品およびノベルティの製造拠点WIST INTERNATIONAL LIMITED(以降WIST)を買収、連結子会社化。コスト競争力強化、クオリティ向上、納期短縮を実現。**
- ◎ **コミュニケーション事業との統合提案により外食企業の大型販促キャンペーンの受注獲得。**
- ◎ **国内における新規顧客の開拓活動を積極化した結果、大手広告代理店経由の受注が拡大。**

2.業績ハイライト／平成23年6月期連結業績／コスト

(単位:百万円)

連結	平成22年6月期	平成23年6月期	前年対比	備考
売上高	6,031	7,744	128.4%	
売上原価	4,981	6,453	129.5%	<p>・SP・MD事業における大型案件受注獲得により売上伸長に伴う仕入原価(直接材料費)の増加。</p> <p>・高収益化が課題。</p>
売上原価率	82.5%	83.3%	+0.8ppts	
販売管理費	1,259	1,110	88.1%	<p>経営構造改革の一環として、高コスト体質からの脱却として、</p> <p>・グループ管理本部統合 ・本社費圧縮 ・個人諸経費総見直し などを遂行し、コスト圧縮を実現。</p>
販売管理費対売上比率	20.8%	14.3%	▲6.5ppts	
営業利益率	-3.4%	2.3%	+5.7ppts	早期黒字回復を達成

2.平成24年6月期・連結業績予想及び配当性向予想

(単位:百万円)

	平成23年6月期 実績	平成24年6月期 予想	前年対比	備考
売上高	7,741	8,236	106.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・bills新店舗OPEN(台場店7月OPEN済、期中に第4号店OPEN計画)。 ・買収したWISTの業績寄与。
営業利益	181	123	67.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・WISTのガバナンス強化を目的としたコンサルティングフィー支払いを見込む。 ・SP事業におけるプラスチック製品輸入において新たな関税付与を見込む。
営業利益率	2.3%	1.4%	▲0.9ppts	・イレギュラーなコスト発生による利益率低下を見込むも、今期から事業構造の高収益化を目指す。
経常利益	204	151	74.0%	(営業利益項目同)
当期純利益	69	76	110.1%	・平成23年6月期に赤字事業撤退に伴う特別損失63千円計上。
配当金額 (年間配当)	15円00銭	20円00銭 見込み	+5円00銭 見込み	今後の新たな成長戦略に向けた内部留保や経営環境等を勘案し、株主の皆様への配当性向の向上を図るため増配を見込む。

1. 期中のトピックス
2. 業績ハイライト
3. **中期経営計画**

中期経営計画

- (i) 市場環境とSSUグループ現状
- (ii) 事業構想
- (iii) 定量目標
- (iv) 競争優位性
- (v) 注力事業
- (vi) ステークホルダーのメリット

国内市場の成熟化に伴い国内広告市場の成長性は鈍化
SSUグループがブレイクスルーするためには新たな収益モデルの確立に挑戦する必要がある

市場環境

- ◎広告市場：国内市場の成熟に伴う広告市場の成熟、乏しい成長性
- ◎PR市場：契約形態がレギュラー契約(固定費)からスポット契約(変動費)へ競争激化に伴う単価下落

SSUグループ現状

◎営業利益率：過去最高は平成20年6月期で5.3% 低収益性が課題。

	平成20年6月期	平成21年6月期	平成22年6月期	平成23年6月期
売上高	6,791,804	5,889,564	6,031,062	7,744,702
営業利益	363,721	74,077	-210,050	181,055
営業利益率	5.3%	1.2%	-3.4%	2.3%

企業としてブレイクスルーし更に大きな飛躍を目指すには、
 市場の成長が見込めない中で労働集約型の既存コミュニケーション事業に資源を投下するのではなく、
 (受託型ビジネスにおける収益改善・拡大への注力に留まらず)
 これまで培った経営資源を活かした新たな事業への挑戦、事業ポートフォリオの再構築が必須であると考える。

高利益率の新規事業開発強化

既存事業及び経営資源を活かした新規事業開発への挑戦

既存コミュニケーション事業強化

サービスの高利益化、高付加価値化を目指す

創立30年に向けて、当該中期経営期間である第27・28・29期において
SSUグループは「創造型PR商社」へ事業構造転換する

◎企業理念
(全ての企業行動の軸)

■“たのしいさわざをおこしたい”

◎経営基盤
(全ての企業行動の土台)

■改革を経た筋肉質な経営体質
■グループ間の強固な連携

◎独自の経営資源
(企業競争力の源泉)

■情報ネットワーク
■コミュニケーション・ソリューション

◎広告市場環境
(外部環境)

■市場成熟化
■旧来型ビジネスモデル崩壊

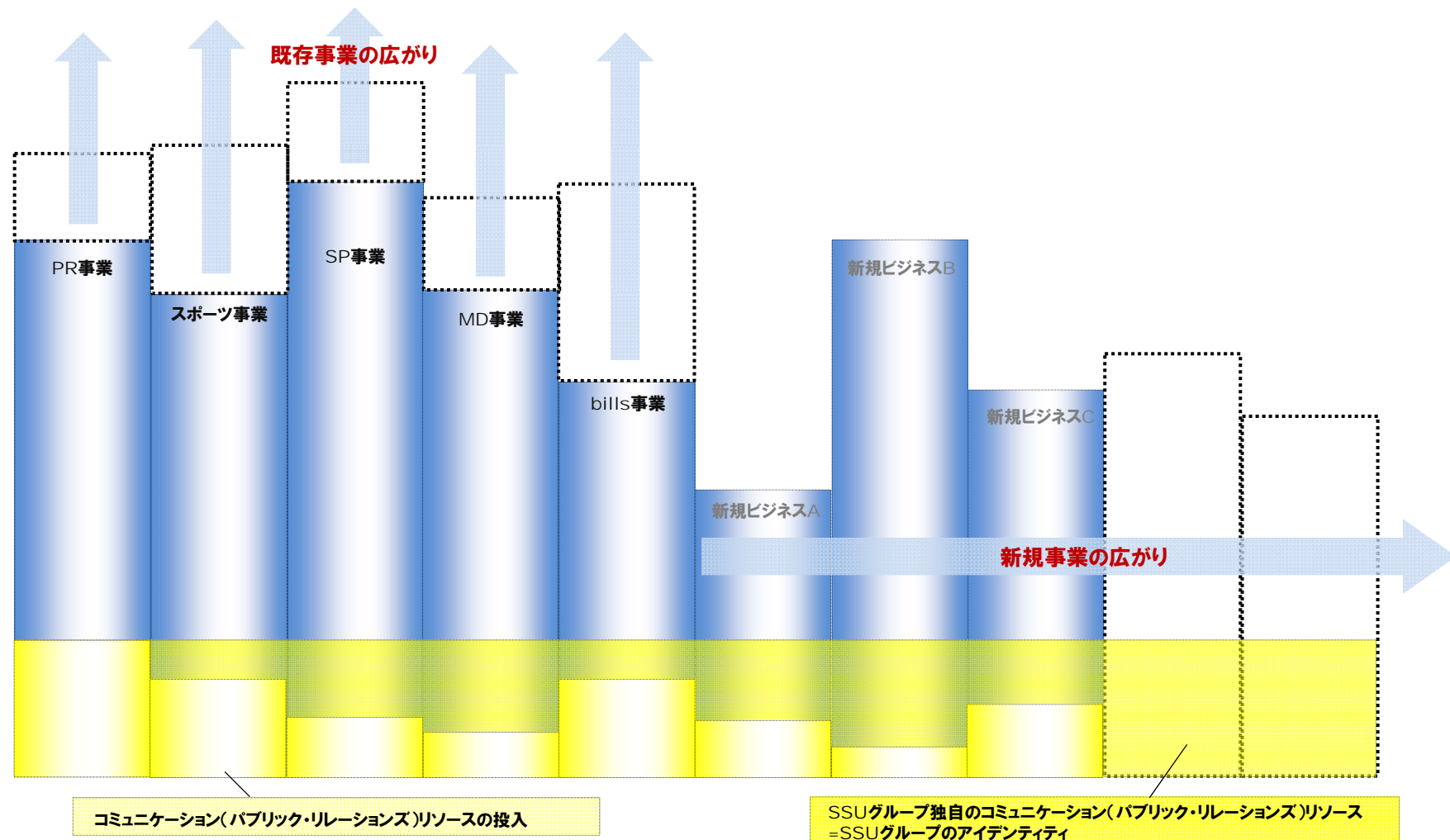
「創造型PR商社」

へと事業構造転換を目指し、当該中期経営計画期間を、
従来のビジネスモデルからの重要な移行期間と位置づけます。

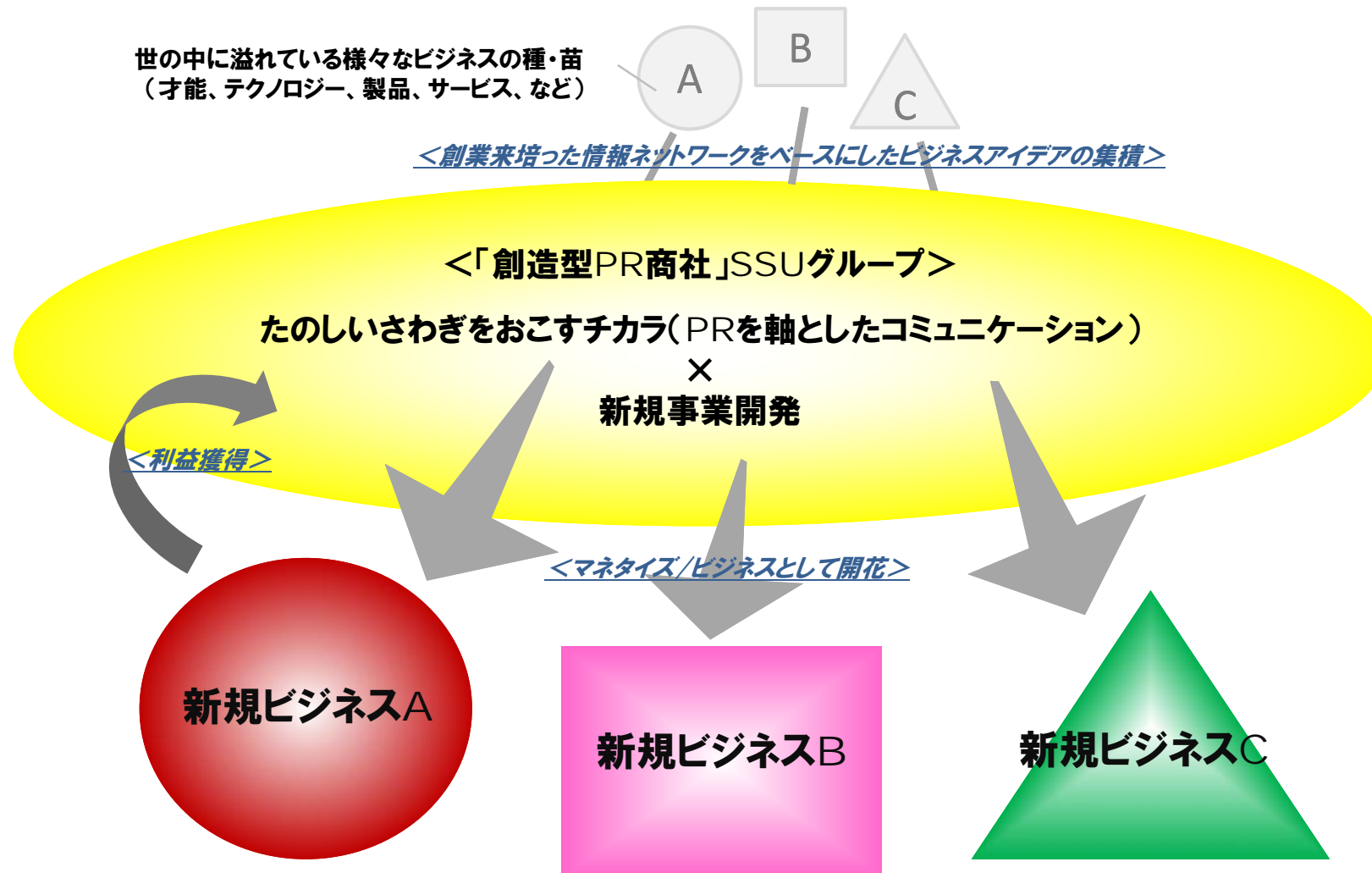
SSUグループの事業全体像

既存事業での成長
(一事業あたりの利益を伸長させていく)

新規事業での成長
(SSUグループのアイデンティティを土台に、
複数の事業を立ち上げて、利益獲得できる事業を増やしていく)



「創造型PR商社」概念図



「創造型PR商社」としての理念・ビジョン・ゴール

当該中期経営計画3ヵ年の 理念と位置づけ

私たちは創業来26年間で培った理念・人財・ブランド・情報ネットワーク・ノウハウ等を活用して、世の中に新たな「たのしいさわぎをおこしたい」と考えています。
それを達成する事業体を「創造型PR商社」と呼びます。
当該中期経営計画3ヵ年は「創造型PR商社」へと転換する重要な期間だと位置づけます。

創造型PR商社としての ビジョン

私たちは創業来26年間で培った人財・理念・ブランド・情報ネットワーク・ノウハウ等を活用し、世界中に点在するビジネスチャンスや才能の“種・苗”を発見し、育て、“花”を咲かせるビジネスに挑戦します。
お客様からご依頼いただいた商品やサービスを生活者に知ってもらう「ムーブメント製造業」だけでなく、そのSSUグループならではの強みを活かしながら私たち自身でリスクをとり実行権を持ち意思決定を行う新規事業開発を仕掛けていきます。

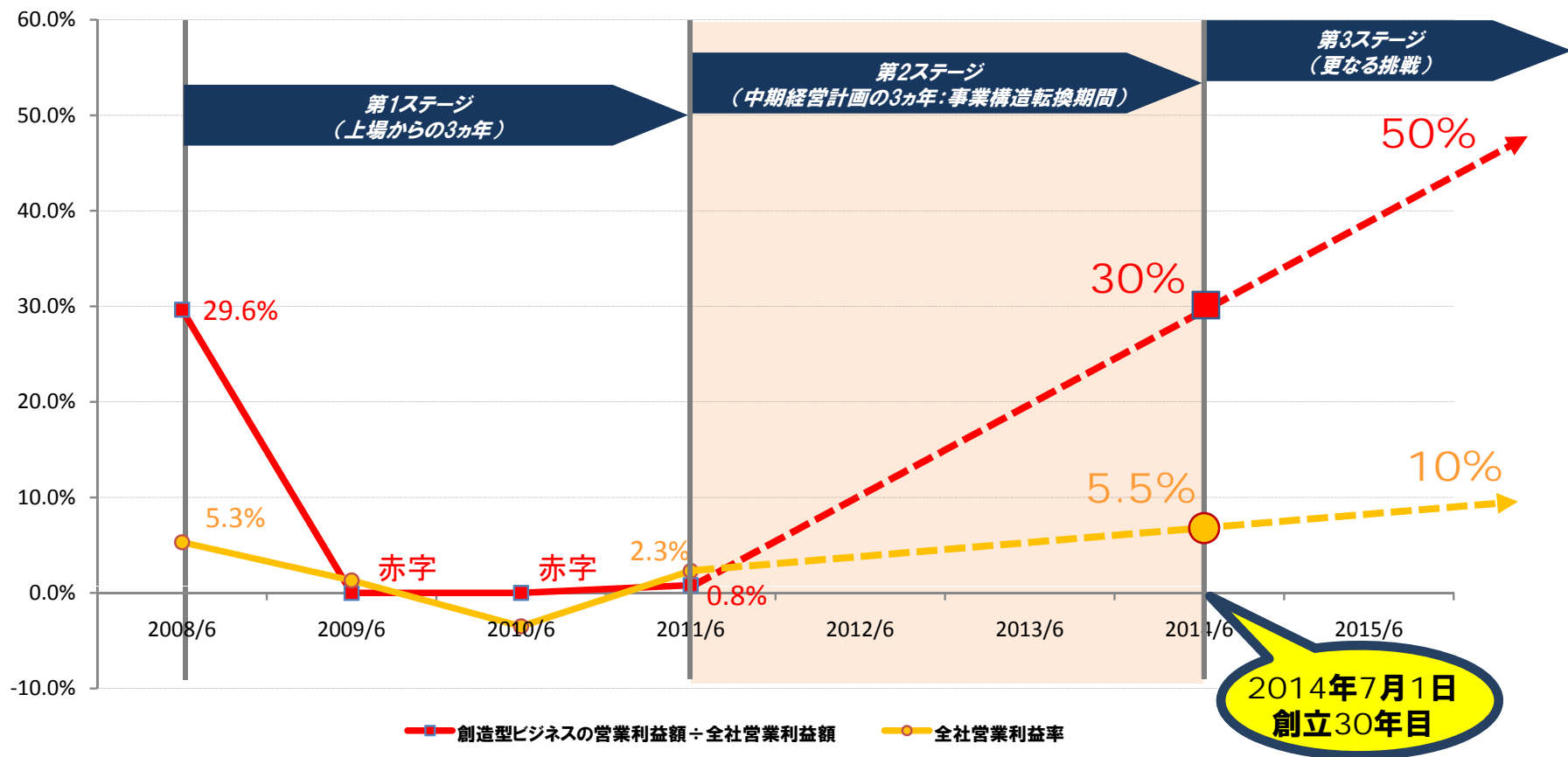
創造型PR商社としての ゴールイメージ

- ①利益モデルを変え、高収益事業体へと転換します。
- ②創造型ビジネスの“種・苗”を見つけ出して育て“花”にします。
- ③社員への投資を重んじたグループの成長を通じて、株主の皆さまには利益還元を、顧客の皆さまには新たな価値を提供します。

**SSUグループのアイデンティティは不変。
「たのしいさわぎ」を社会に提供し続けていきます。**

新たな事業体「創造型PR商社」として目指す経営指標は
①全社営業利益に占める創造型ビジネスの割合50% ②**全社営業利益率10%**であり、
 当該中期経営計画期間は、そのマイルストーンである。

＜①全社営業利益に占める創造型ビジネスの割合＞目標である50%へのマイルストーンとして、中期経営計画期間では30%を目指す。
 ＜②全社営業利益率＞目標である10%へのマイルストーンとして、中期経営計画期間では5.5%を目指す。



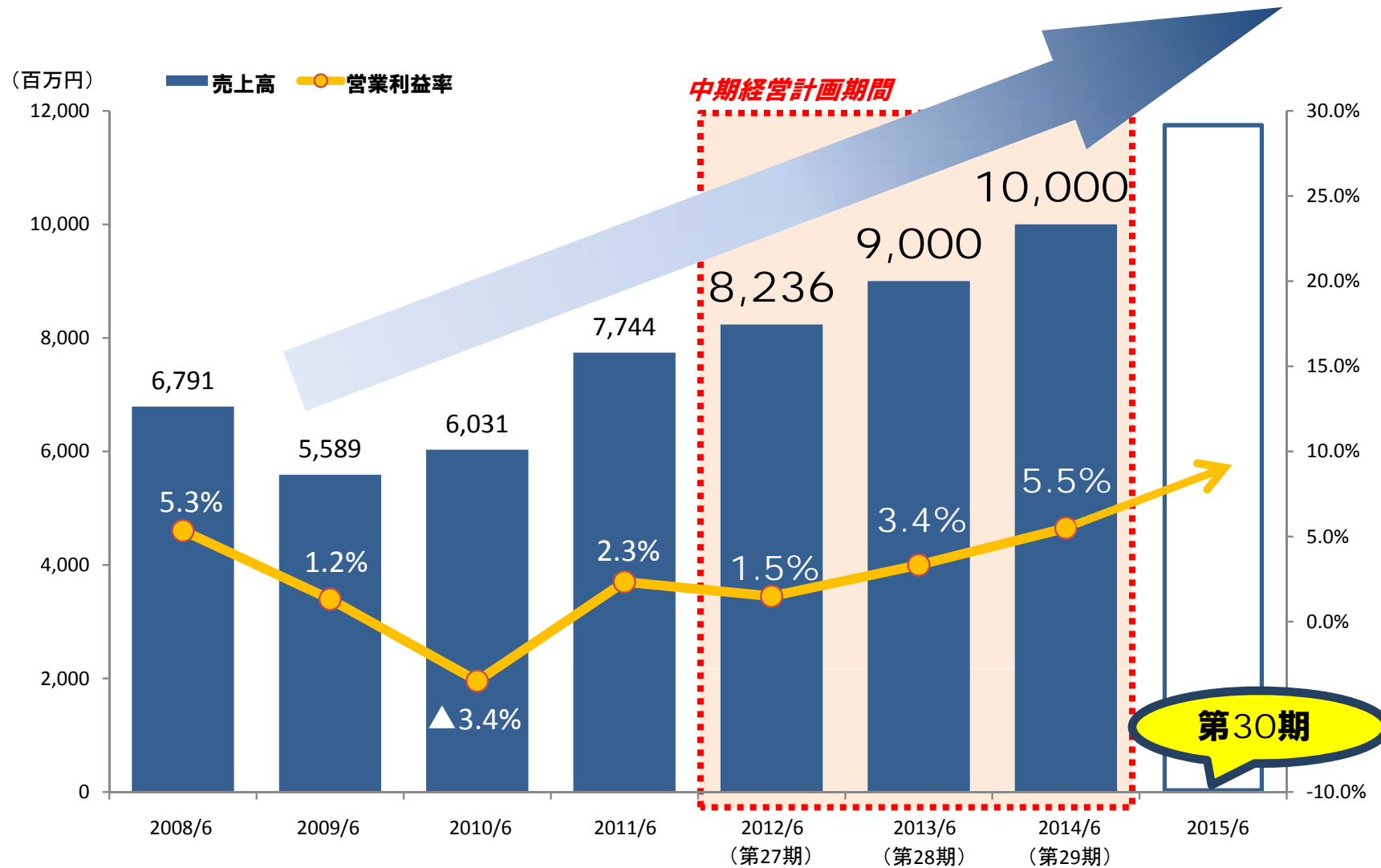
※数値算出に関して

創造型ビジネスの営業利益は、開示している決算短信上の下記対象セグメントのセグメント利益(損失)に全社費を配賦し算出した金額である。

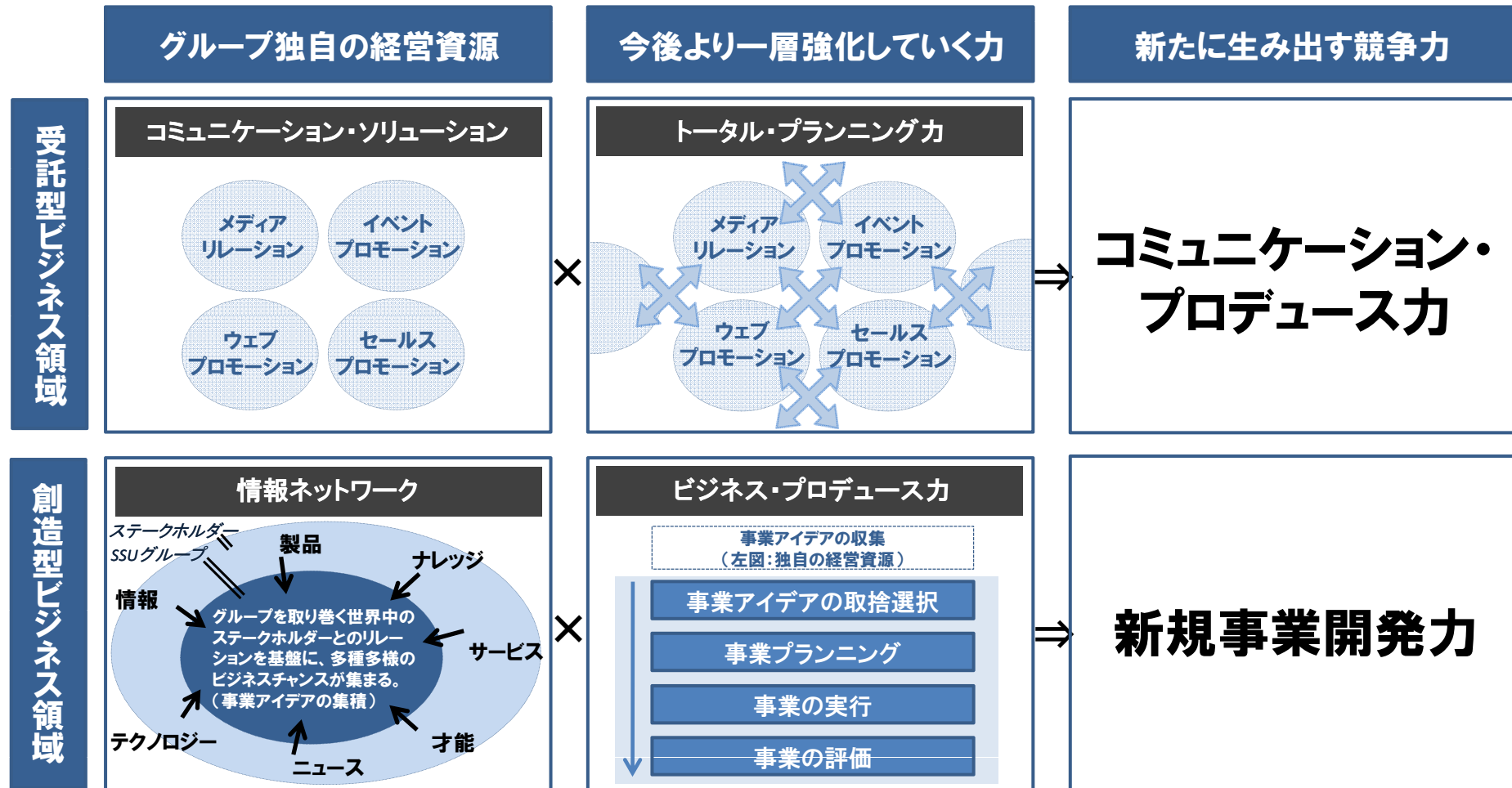
＜～2010/6＞: 決算短信で開示しているセグメント「コンテンツ開発事業」が対象

＜2011/6～＞: 決算短信で開示しているセグメント「開発事業」+「bills事業」が対象

中期経営計画期間において 売上高100億・営業利益5.5億(営業利益率5.5%)達成を見込む



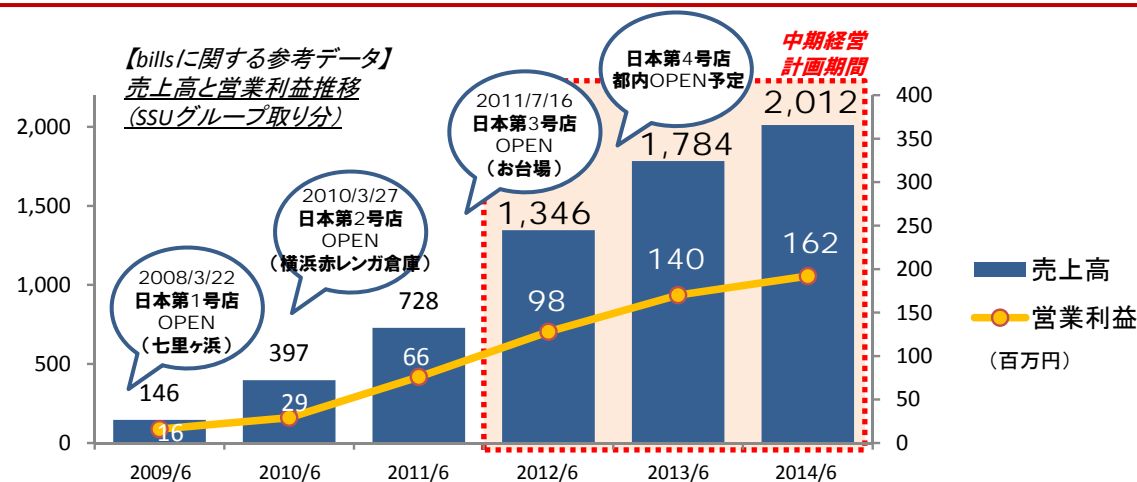
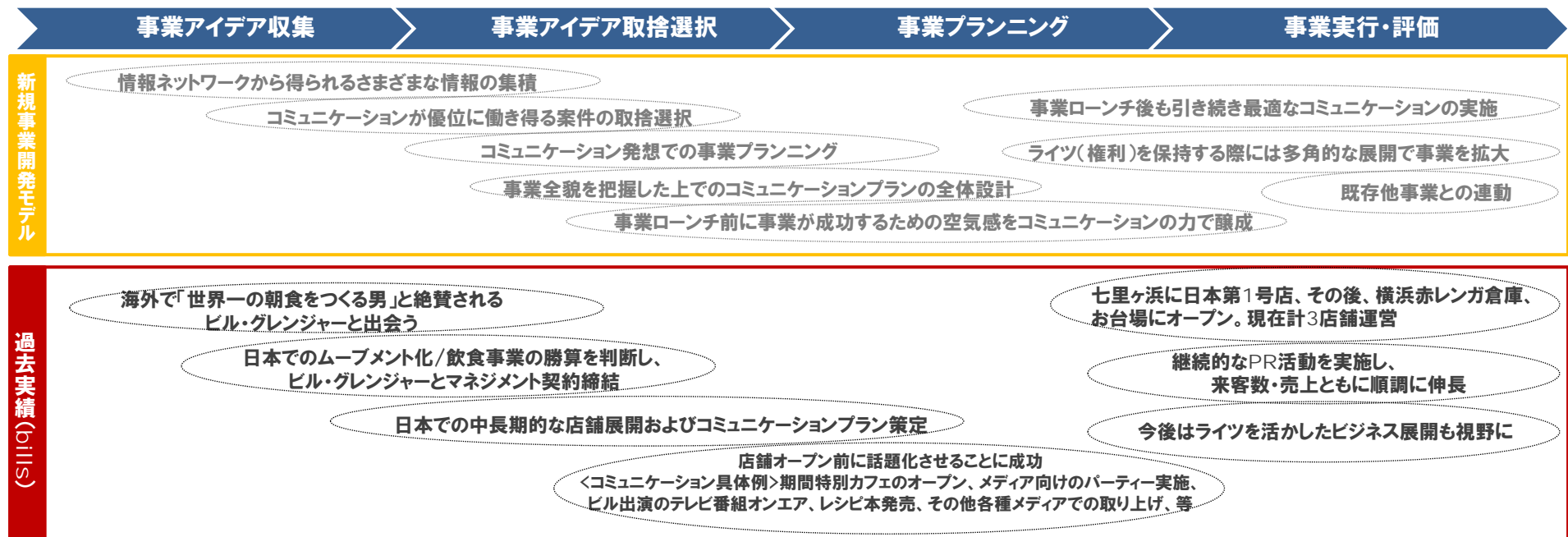
- SSUグループが保持する独自の経営資源と新たに生み出す競争力
- ①コミュニケーション・ソリューション⇒コミュニケーション・プロデュース力
- ②情報ネットワーク⇒新規事業開発力



SSUグループの強みは受託型ビジネス・創造型ビジネス領域において
主に以下のように定義できる

	受託型ビジネス領域	創造型ビジネス領域
市場	マーケティング・コミュニケーション	事業開発
独自の経営資源 と新たに生み出す競争力	<div> <div>◎情報ネットワーク</div> <div>◎コミュニケーション・ソリューション</div> <div>▼</div> <div>◎新規事業開発力</div> <div>◎コミュニケーション・プロデュース力</div> </div>	
強み	<ul style="list-style-type: none"> ◎部分最適ではない全体最適のトータル・コミュニケーション設計 ◎着地力のあるワンストップ・ソリューション ◎自社コンテンツとの柔軟な掛け算 ◎創業期から培ってきたメディアとの強固なリレーション ◎ビジネス開発・収益化視点からのマーケティングの全体設計 	<ul style="list-style-type: none"> ◎培ってきた情報ネットワークから得られる多様な情報(アイデアの集積) ◎コミュニケーション優位な事業開発 ◎事業ローンチ後、社内リソースでの最適なコミュニケーションの実現 ◎ライセンスビジネス(権利ビジネス)経験を活かした多角的展開力 ◎アジアにおける自社リソースとしての商品製造能力

事業が成功するための土台をコミュニケーションの力で醸成し、その環境下で事業を優位に展開する。
レストラン「bills」での成功フローをモデルとする。



**スポーツビジネスは既存のアスリートマネジメントだけでなく、
スポーツプロモーション領域に注力。**

今後のスポーツ事業における注力領域(ビジネスモデルのシフト)についての考え方

旧モデル：アスリートマネジメント業務

PRのノウハウを活かして、契約したアスリートの戦略的なメディア露出を通じたブランディングを行いアスリートの価値を高めた結果として、企業・団体との広告契約やメディア出演等を果たし、そこで獲得する報酬のマーヅンを事業の収益の柱とする。

- ◎肖像権の提案・管理
- ◎メディアやイベントへの出演アレンジ
- ◎エージェント機能
- ◎法務、財務のコンサルティング、など

新モデル：スポーツプロモーション業務

マネジメント業務に留まらず、企業や団体のマーケティング活動においてソリューションとしてのスポーツ活用の企画提案や、スポーツ自体・スポーツ大会のPR/プロモーション業務、事業開発力を活かしたスポーツ商品企画など、マネタイズの幅を拡大。

- ◎スポーツマーケティング
- ◎スポーツ関連のPR/プロモーション
- ◎スポーツ関連のコンテンツ企画開発
- ◎スポーツ関連のソーシャルビジネス
- ◎コンサルティング
- ◎キャスティング
- ◎肖像権の提案・管理、など
(現在、スポーツ研修ビジネスに取り組み中)

**スポーツビジネスの他に以下の新規事業に注力。
その他数件の新規事業を進行中。**

マーチャンダイジング

◎ヒット商品開発

買収した香港・中国における商品・ノベルティの製造拠点WIST INTERNATIONAL LIMITEDにおける低コスト高クオリティでの商品製造能力と、SSUグループ内のPRやSPを中心とするコミュニケーションリソースを活用。

インターネット領域におけるメディア開発

◎ウェブマーケティングプラットフォーム「ママゴト」に続く 第2、第3のメディア開発

bills

◎国内第4号・第5号店舗のOPEN計画、アジア展開も視野に ◎billsのライツビジネス(権利ビジネス)

ソーシャルビジネス

現在各種企画進行中。平成23年6月期における社会貢献活動として東日本大震災後の支援として以下等を実施。

- ◎海外チャリティーマッチ「TAKE ACTION」(シンガポール及びタイ)
- ◎選抜高校野球大会・東北高校戦の被災地におけるパブリックビューイング
- ◎被災地母子支援活動「マーメイドプロジェクト」

既存コミュニケーション事業において、 ①組織強化 ②新サービス開発を実施し、高収益化を目指す

《組織強化》 メディアネットワークの 全社共有資産化

これまでPR本部に内在していたメディアリレーション(メディアネットワーク機能)を独立事業部として切り出し、他事業部が有効且つ最大限に活用できるように位置づけた。

旧組織概略

PR	メディアリレーション
SP	
インタラクティブコミュニケーション	
スポーツ	
...	
事業開発	

新組織概略

PR	メディアリレーション
SP	
インタラクティブコミュニケーション	
スポーツ	
...	
事業開発	

《新サービス開発》 インテグレート社との業務提携による 戦略的SPRパッケージの開発

コミュニケーション戦略領域に長けたインテグレート社と、SPおよびPRの企画力・実行力に長けたSSUグループの協業スキームを構築。

戦略的SPR(話題づくりをするPRと店頭で売りにつなげるSPを掛け合わせたコミュニケーションサービス)パッケージを開発し、顧客に販売。

インテグレート社との協業実績

- ◎新たなアラフォー女性のトレンド情報を調査・発信するプロジェクト「美価値創造研究所」を立ち上げた。
- ◎BIGLOBEの女性向けサイト「キレイスタイル」内に、アラフォー女性向け新企画「キレイトレンドボイス」・「美力向上委員会」の2コンテンツをスタート。



《新サービス開発》 アイチケツ社との業務提携による ウェブマーケティングプラットフォームの開発

エムスリー社傘下でママ向けの病院予約ウェブサービス「アイチケツ広場」を展開するアイチケツ社との協業で、企業が子育て中のママと直接コミュニケーションを取ることができる新しいプラットフォーム「ママゴト」を「アイチケツ広場」内に開発。ユーザーリーチ/商品開発/販売支援といった企業向けのPR・マーケティングソリューションを提供。

ビジネススキーム概要

- ◎アイチケツ社とSSUの2社で売り上げをシェア。
- ◎当該サービスはSSUの1社専売の商品として販売。
- ◎主婦向けのPR(マスメディアへの露出)と合わせたパッケージでのクロスセルを検討。

既存コミュニケーション事業の新たな進化へ

**「創造型PR商社」へ事業構造転換することで、
社会・株主・顧客・社員に以下のようなメリットを提供する。**

社会

◎「たのしいさわざ」の創出

「たのしいさわざをおこしたい」、この言葉を胸に、
人の心を豊かにする出来事をつくっていくことを約束します。

株主

◎配当性向:30%目標

高利益体質へと転換し、利益を生み出し、
株主の皆さまに利益還元していきたいと考えています。

顧客

◎新たな付加価値提供

コミュニケーション優位な新規事業開発のノウハウを培うことで、
既存のコミュニケーション事業パートナーに留まらず、
新たな事業開発パートナーとしての付加価値提供を目指します。

社員

◎才能豊かな人財への積極的な報酬提供

◎新規事業開発に経営資源を重点的に投入することでの成長機会提供

「創造型PR商社」をドライブさせるための最重要事項の一つは、人財投資だと考えます。
「SSUグループの理念に共感していただく人財を採用し、成長機会を提供し、実績に見合う報酬を提供する」
このサイクルを生み出した結果として、グループをとりまく株主の皆さま・顧客の皆さまをはじめとする
ステークホルダーの皆さまに利益や新たな価値を還元していきたいと考えています。

**「創造型PR商社」SSUグループの
新たなステージにおける
たのしいさわぎに
ご期待ください。**

- ・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 広報IR部

TEL : 03-6894-3233 / FAX : 03-5413-3052 / mail : ir@ssu.co.jp