

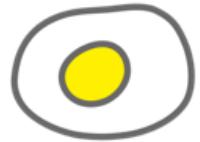


SUNNY SIDE UP
GROUP

株式会社サニーサイドアップグループ
2023年6月期第3四半期決算説明会資料

アジェンダ

- 1 2023年6月期第3四半期連結決算レビュー
- 2 2024年6月期 – 2026年度6月期
成長に向けた戦略方針 **PRIME2025**
- 3 Q&Aセッション



**SUNNY SIDE UP
GROUP**

2023年6月期第3四半期連結業績レビュー

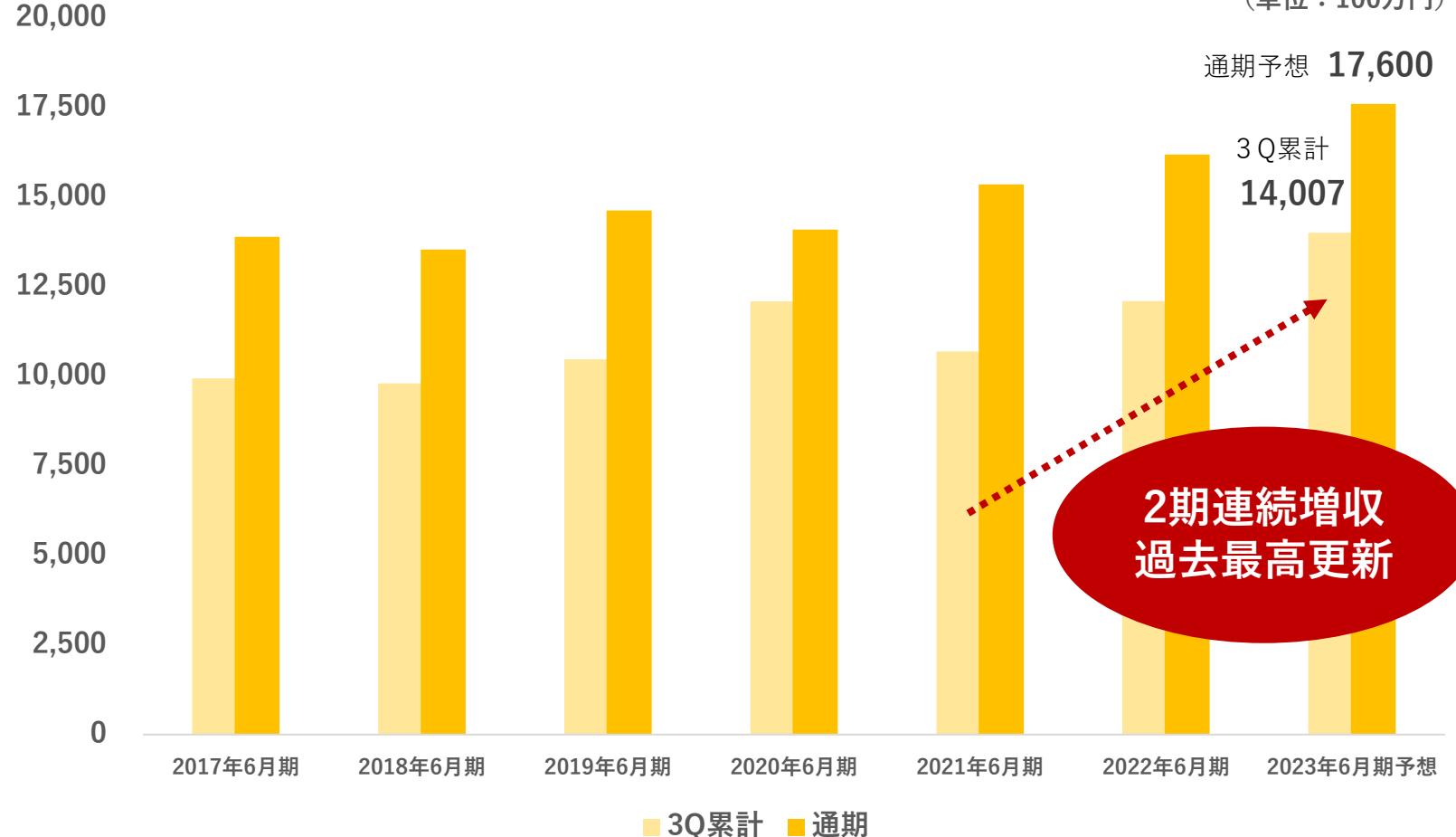
業績推移

- 1985年7月創業、
2020年1月
持株会社体制へ移行
- コロナ禍を経て
3Q累計売上高は
2期連続增收、
過去最高を更新
- 通期売上高も
過去最高を見込む

連結売上高の推移

(2017年6月期～2023年6月期予想)

(単位：100万円)



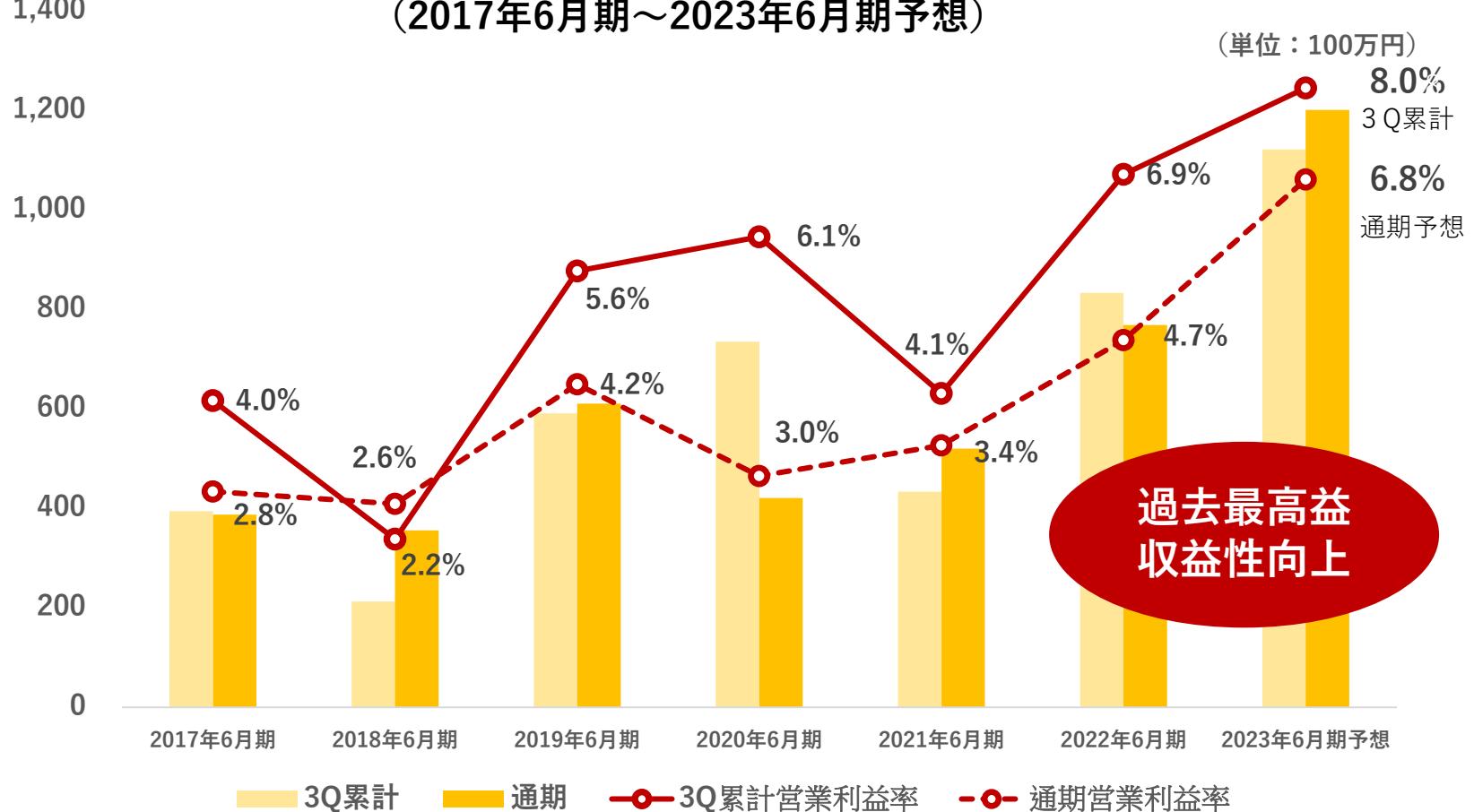
2020年1月持株会社体制へ移行

業績推移

- ・ 持株会社体制移行後、経営の効率化と基幹事業強化を推進
- ・ 上記の推進に向けてフードプランディング事業で改革実施、2023年7月に連結子会社間で吸収合併を予定
- ・ 営業利益はコロナ禍から急ピッチで回復、収益性も向上

営業利益・営業利益率の推移

(2017年6月期～2023年6月期予想)



2020年1月持株会社体制へ移行

2022年7月フードプランディング事業で改革実施

2023年7月連結子会社間で吸収合併(予定)

事業概要

- ・ グループ経営体制、連結子会社11社が4つの事業を展開
- ・ 基幹事業はマーケティング&コミュニケーション事業(PR中心)
- ・ 主要2事業に属する連結子会社間の吸收合併を発表

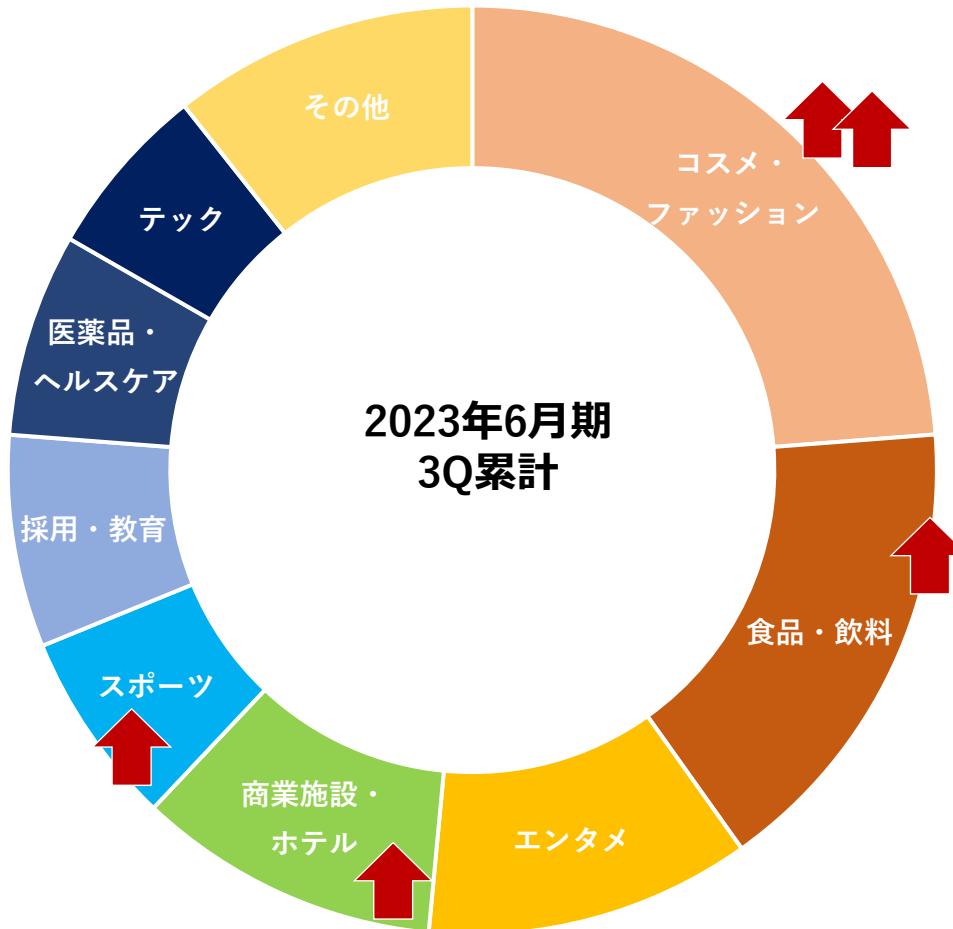
セグメント	マーケティング&コミュニケーション事業	セールスアクティベーション事業	フードプランディング事業	ビジネスディベロップメント事業
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ PRを軸とした各種コミュニケーションサービスの提供	<ul style="list-style-type: none">・ 店頭における購買・契約促進のための戦略施策の提供・ IP（タレントやキャラクター等の知的財産）を活用したセールスプロモーション及び物販施策	<ul style="list-style-type: none">・ 『bills』のプランディング及びライセンシング・ 『bills』の海外店舗のプロデュース、プランディング及び運営	<ul style="list-style-type: none">・ 既存の労働集約型・受託型のビジネス領域に留まらない新規事業の開発推進
構成子会社	 SUNNY SIDE UP  SCRAMBLE  WISE integration  KUM-NAMU ENTERTAINMENT steady study  airside CREATIVE PR AGENCY	 FLYPAN  SUNNY SIDE UP KOREA	 & Good&Co.  Agile Solution Farm	

2023年7月
吸収合併

事業環境

- ・ 特定業種に依存せず、多様な業種に対応、コスメ・ファッションが特に伸長
- ・ 人流回復の影響が大きい業種は堅調、商品発表会などのイベントも活性化
- ・ コスメ、飲料（酒類）など、グローバル企業の日本展開に伴う依頼が増加

クライアント業種別売上構成 (マーケティング&コミュニケーション事業)

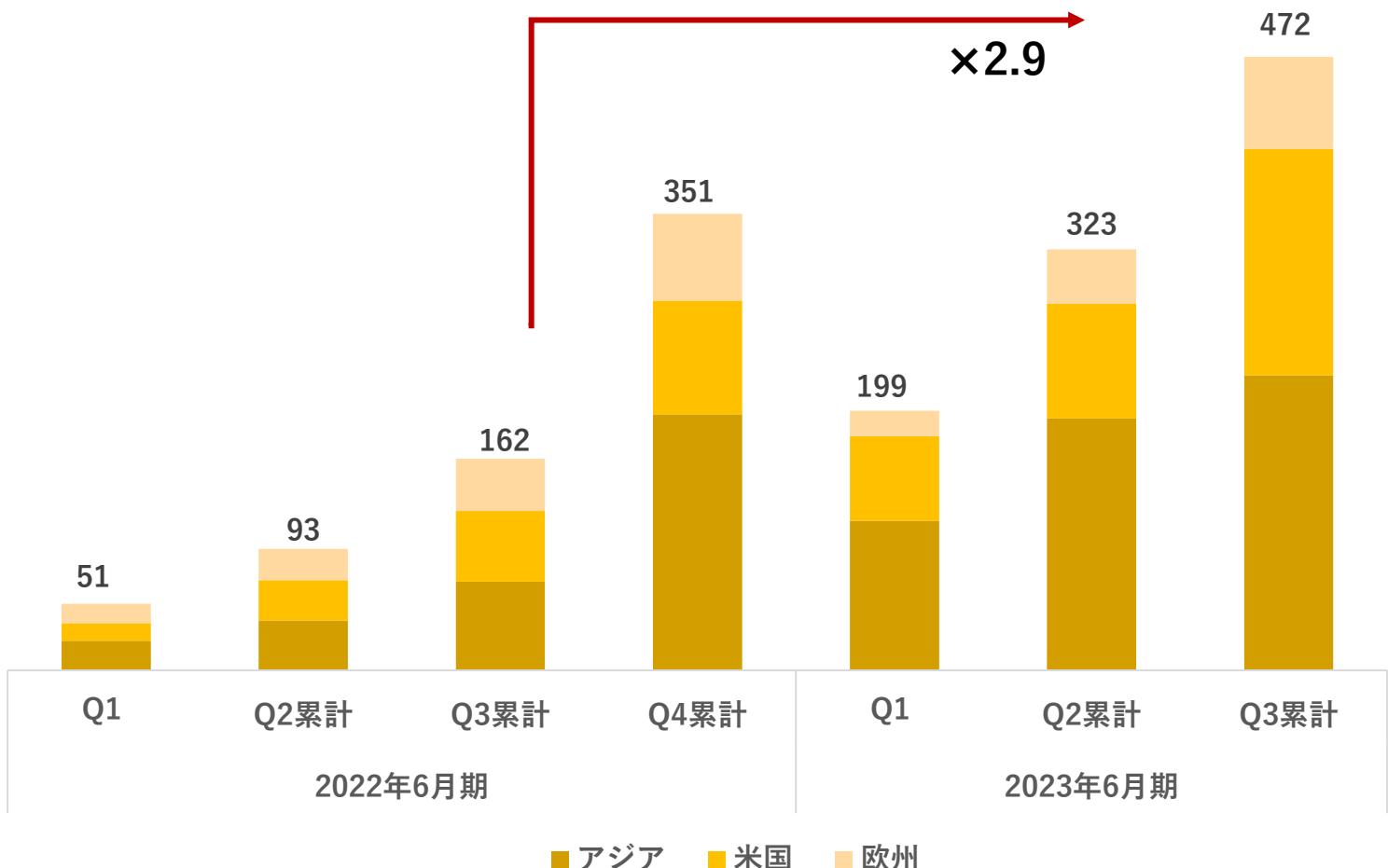


事業環境

- ・ コロナからの回復、円安等を背景に日本展開を検討するグローバル企業が増加
- ・ 提携する海外PRエージェンシー経由の問い合わせが急増、提携が強みとなる
- ・ グローバルクライアント対応組織を組成

クライアント拠点別売上高

(単位：100万円)



連結決算 ハイライト

- ・ 売上高・営業利益ともに過去最高を更新、増収効果と改革効果が寄与
- ・ 営業利益率は中長期的目標(10-12%)に向けて着実に向上
- ・ 期初公表に計画に対して順調な進捗、通期業績予想・配当予想の修正を発表

2023年6月期第3四半期 連結決算ハイライト

(2022年7月1日～2023年3月31日)

3Q累計売上高
前年同期比
+15.8%

3Q累計営業利益
前年同期比
+34.6%

営業利益率
前年同期 6.9%
→ **8.0%**

営業利益
通期計画進捗率
超過

連結業績 サマリー

- 売上高・営業利益は二桁伸長。セールスアクティベーション事業を中心に売上増加、增收効果寄与。想定していたフードブランドディング事業の損失解消も進む
- 経常利益以下は減益、前期に発生した一時的な営業外収益の反動減が影響
- 各段階利益は通期予想を超過

2023年6月期第3四半期 連結業績

(2022年7月1日～2023年3月31日)

(単位：100万円)

	2021年6月期 3Q累計	2022年6月期 3Q累計	2023年6月期 3Q累計	対前年同期 増減率	2023年6月期 通期 業績予想 (期初公表)	進捗率
売 上 高	10,694	12,099	14,007	+15.8%	16,500	84.9%
営 業 利 益	433	832	1,120	+34.6%	1,000	超過
経 常 利 益	501	1,339	1,158	△13.5%	1,020	超過
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 四 半 期 純 利 益	325	792	673	△15.0%	640	超過

セグメント 売上高

- ・ 売上高は主要2事業で8割を構成、2事業増減率△連結
- ・ セールスアクティベーション事業が大幅伸長、CVS向け企画が好調
- ・ フードブランディング事業は国内が復調、3Q単独売上高は前年同期の1.4倍

2023年6月期第3四半期 セグメント売上高

(2022年7月1日～2023年3月31日)

(単位：100万円)

	2021年6月期 3Q累計	2022年6月期 3Q累計	2023年6月期 3Q累計	対前年同期 増減率	2021年6月期 通期実績	2022年6月期 通期実績
①マーケティング&コミュニケーション事業	5,634	5,750	5,645	△1.8%	9,119	7,744
②セールスアクティベーション事業	3,071	4,200	5,836	+39.0%	3,644	5,489
③フードブランディング事業	1,843	1,694	2,104	+24.1%	2,355	2,359
④ビジネスディベロップメント事業	144	454	421	△7.3%	236	596
合 計	10,694	12,099	14,007	+15.8%	15,356	16,190
① ② 単 純 合 計	8,706	9,950	11,481	+15.4%	12,764	13,234

セグメント 利益

- 基幹事業が連結利益を支える構造、主要2事業計 > 連結
- マーケティング&コミュニケーション事業の減益は人的資本等への先行投資が影響
- 前期に損失を計上した2事業の黒字転換は連結業績に大きく寄与

2023年6月期第3四半期 セグメント利益

(2022年7月1日～2023年3月31日)

(単位：100万円)

	2021年6月期 3Q累計	2022年6月期 3Q累計	2023年6月期 3Q累計	対前年同期 増減率	2021年6月期 通期実績	2022年6月期 通期実績*
①マーケティング&コミュニケーション事業	927	1,570	1,468	△6.5%	1,284	1,954
②セルスアクティベーション事業	338	312	308	△1.4%	310	344
③フードブランディング事業	△201	△252	50	黒字転換	△293	△366
④ビジネスディベロップメント事業	65	△84	46	黒字転換	110	△82
調整額	△697	△712	△753	-	△892	△1,082
合計	433	832	1,120	+34.6%	519	767
①②単純合計 (セグメント利益率)	1,266 (14.5%)	1,882 (18.9%)	1,776 (15.5%)	△5.6%	1,595 (12.5%)	2,299 (17.4%)

2023年6月期 通期業績予想

(2022年7月1日～2023年6月30日)

(単位：100万円)

通期業績予想

- ・ 通期業績予想を上方修正、想定を上回ったセールスアクティベーション事業の売上高等を反映
- ・ 4Qにも人的資本等へ投資するほか、来期の企画提案を積み増し。成長へ足固め
- ・ 配当方針を踏まえつつ、株主還元の充実を図り、配当予想を修正

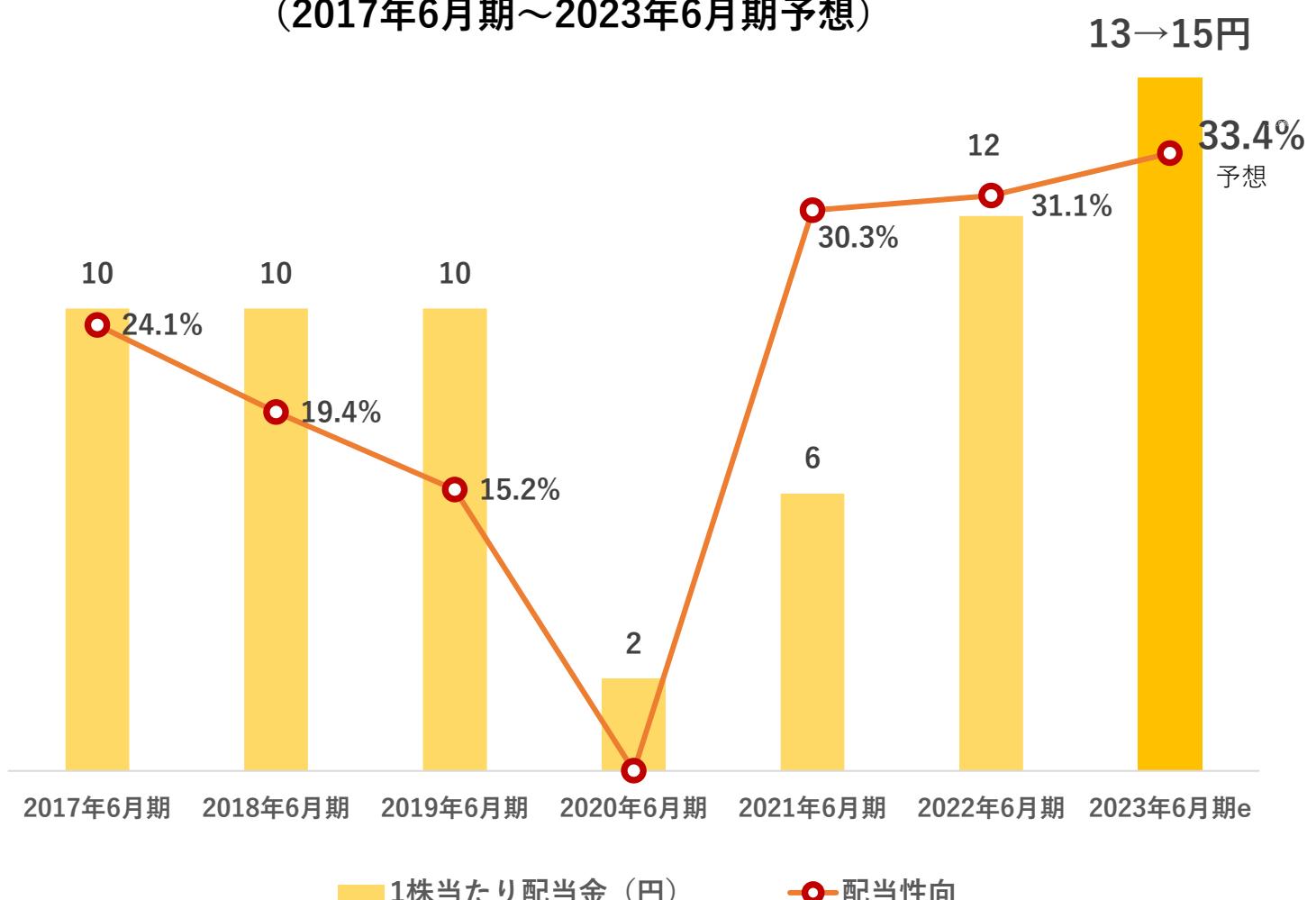
	2022年6月期 通期連結実績	2023年6月期 通期業績予想 (期初公表)	2023年6月期 通期業績予想 (2023/5/15公表)	増減額 (対期初公表値)
売 上 高	16,190	16,500	17,600	+1,100
営 業 利 益	767	1,000	1,200	+200
経 常 利 益	1,284	1,020	1,230	+210
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益	581	640	670	+30
1株当たり年間配当金	12円	13円	15円	+2円

株主還元

- 当期末配当予想は1株当たり15円へ修正、3期連続増配
- 当期(予想)を含む3年間の配当性向は還元方針に基づき30%程度を維持

1株当たり配当額・配当性向の推移

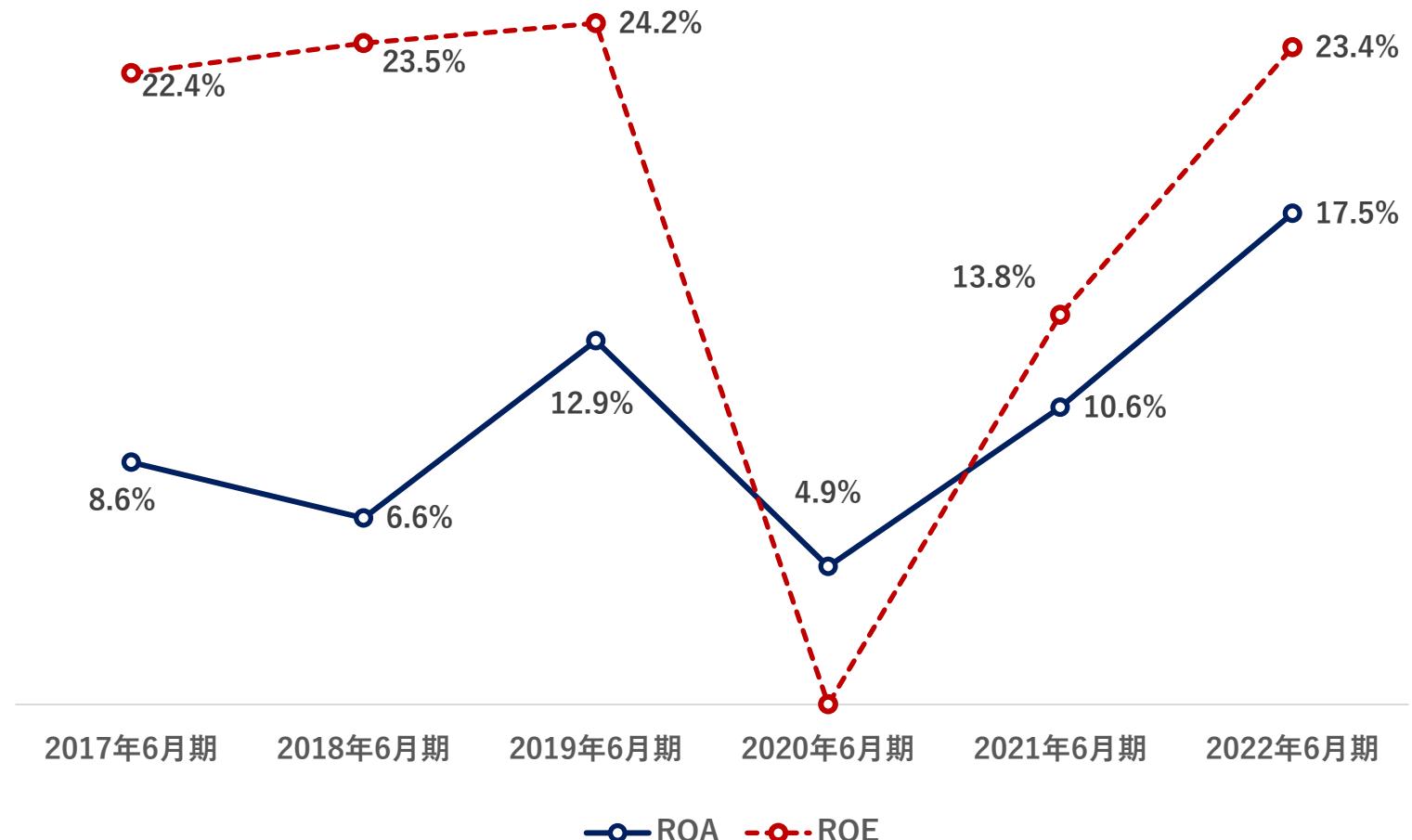
(2017年6月期～2023年6月期予想)



経営効率

- ・コロナ禍を経て、経営効率は着実に改善
- ・ROEは前期に20%台へ回復

ROA・ROEの推移 (2017年6月期～2022年6月期)



【Appendix】 連結業績推移

連結業績推移

(2017年6月期～2022年6月期)

(単位：100万円)

	2017年6月期 通期実績	2018年6月期 通期実績	2019年6月期 通期実績	2020年6月期 通期実績	2021年6月期 通期実績	2022年6月期 通期実績*
売 上 高	13,891	13,537	14,627	14,094	15,356	16,190
當 業 利 益	387	355	610	420	519	767
經 常 利 益	494	365	718	275	666	1,284
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 利 益	304	380	493	△210	298	581
總 資 產 額	5,706	5,327	5,788	5,462	7,163	7,548
純 資 產 額	1,555	1,888	2,397	2,087	2,340	2,820
1 株 当 た り 当 期 純 利 益 (円)	41.57	25.85	33.42	△13.97	19.83	38.58
1 株 当 た り 純 資 產 額 (円)	198.20	120.72	153.13	135.17	151.30	178.92

*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、従来の方法と比べて、売上高は2,189百万円減少しております。

【Appendix】
連結キャッシュフロー推移

連結キャッシュフロー推移

(2017年6月期～2022年6月期)

(単位：100万円)

	2017年6月期 通期実績	2018年6月期 通期実績	2019年6月期 通期実績	2020年6月期 通期実績	2021年6月期 通期実績	2022年6月期 通期実績
営業活動による キャッシュフロー	352	757	529	549	339	1,185
投資活動による キャッシュフロー	△325	738	△336	△685	△311	△274
フリーリー キャッシュフロー	27	1,495	193	△135	27	910
財務活動による キャッシュフロー	△92	△794	△338	705	423	△294
現金及び現金同等 物の期末残高	995	1,696	1,559	2,135	2,587	3,214
減価償却費 (CF)	127	141	161	143	106	94
設備投資額	291	236	256	28	164	48
現預金	1,011	1,712	1,575	2,151	2,603	3,230
有利子負債 (リース債務含む)	1,716	1,020	720	1,506	1,915	1,722

2024年6月期 – 2026年度6月期

成長に向けた戦略方針 **PRIME 2025**

2023.5.19





たのしいさわぎをおこしたい

テクノロジーの爆発的進化、
新たな価値観や社会常識、新世代の台頭、
メディアやブランドと消費者との関係性…。

さまざまなものごとが目まぐるしく変化、
多様化していくこの時代に、

サニーサイドアップグループは、
そこにあるべき、頼られる、

ブランドコミュニケーション企業

です。

今は、 頼れるPR会社 No.1

- ・週刊東洋経済
2022年11月19日号
- ・約200社の企業広報
担当者にPR会社への
満足度をアンケート

PR会社の満足度・総合 TOP 10

順位	社名	平均点	複数寄せられたコメント
1	サニーサイドアップ	3.41	受け身でなく、顧客や報道機関のニーズを踏まえた提案に積極的
2	アドバイス	3.40	丁寧な対応と豊富な知識
3	東洋経済コンサルティング	3.39	専門性と実績に基づいたアドバイス
4	PRコンサルタント	3.38	効率的なコミュニケーション戦略
5	マーケティングコンサルタント	3.37	最新のマーケティング動向を踏まえたアドバイス
6	PR会社	3.36	丁寧な対応と豊富な知識
7	アドバイス	3.35	丁寧な対応と豊富な知識
8	アドバイス	3.34	丁寧な対応と豊富な知識
9	アドバイス	3.33	丁寧な対応と豊富な知識
10	アドバイス	3.32	丁寧な対応と豊富な知識

※2位以降の企業名については弊社でモザイク処理をしています。

許諾番号:2023-025 東洋経済新報社が使用を許諾しています。

©東洋経済新報社 無断複写転載を禁じます。

6兆円の広告市場に染み出す新勢力の正体

Weekly Toyo Keizai 週刊 東洋経済 11/19 2022 定価750円

氾濫する
PR

情報流通の
主導者は替わった

売れる・広がる
「オウンドツール」徹底活用術
報道人材が「続々流出」で変わる力関係
約200社が評価「本当に頼れるPR会社」

許諾番号:2023-025 東洋経済新報社が使用を許諾しています
©東洋経済新報社 無断複写転載を禁じます。

PRIME2025

成長への3大方針

- ・主軸は、コア事業の極限までの収益可能性の実現
- ・テクノロジー領域への布石も打つ
- ・DEI時代の先進的な人的資本経営を優位性に

1

コア事業“ブランドコミュニケーション”領域の極限までの収益可能性の実現（フルポテンシャル化）

2

未来へ向けた、コア事業周辺テクノロジーへの戦略投資

3

DEI（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン*）をリードする組織づくり

*多様性・公平性・包括性

次の時代へ、 まず構造改革を 断行

- 2023年7月、
グループ企業3社を
統合
- 3社の顧客基盤と
ソリューションを
活かした総合ブランド
コミュニケーション
企業へ進化

グループ企業**3**社を統合



SUNNY SIDE UP

マーケティング&
コミュニケーション事業（PR） /
セールスアクティベーション事業

WISE integration

セールス
アクティベーション事業



SCRAMBLE

マーケティング&
コミュニケーション事業
(インフルエンサーマーケティング)



2023年7月
誕生



SUNNY SIDE UP

売上規模：**105億円**（2022年6月実績）
社員数 : **214人**（2023年3月末時点）

総合ブランドコミュニケーション企業へ

更なるグループシナジーの発揮

- ・ 統合3社に限らず、企業間連携を強化し、グループシナジーを発揮
- ・ ホールディングスは更なるシナジー創出へ体制を強化



steady study



SUNNY SIDE UP
PARTNERS



Good&Co.



FLYPAN

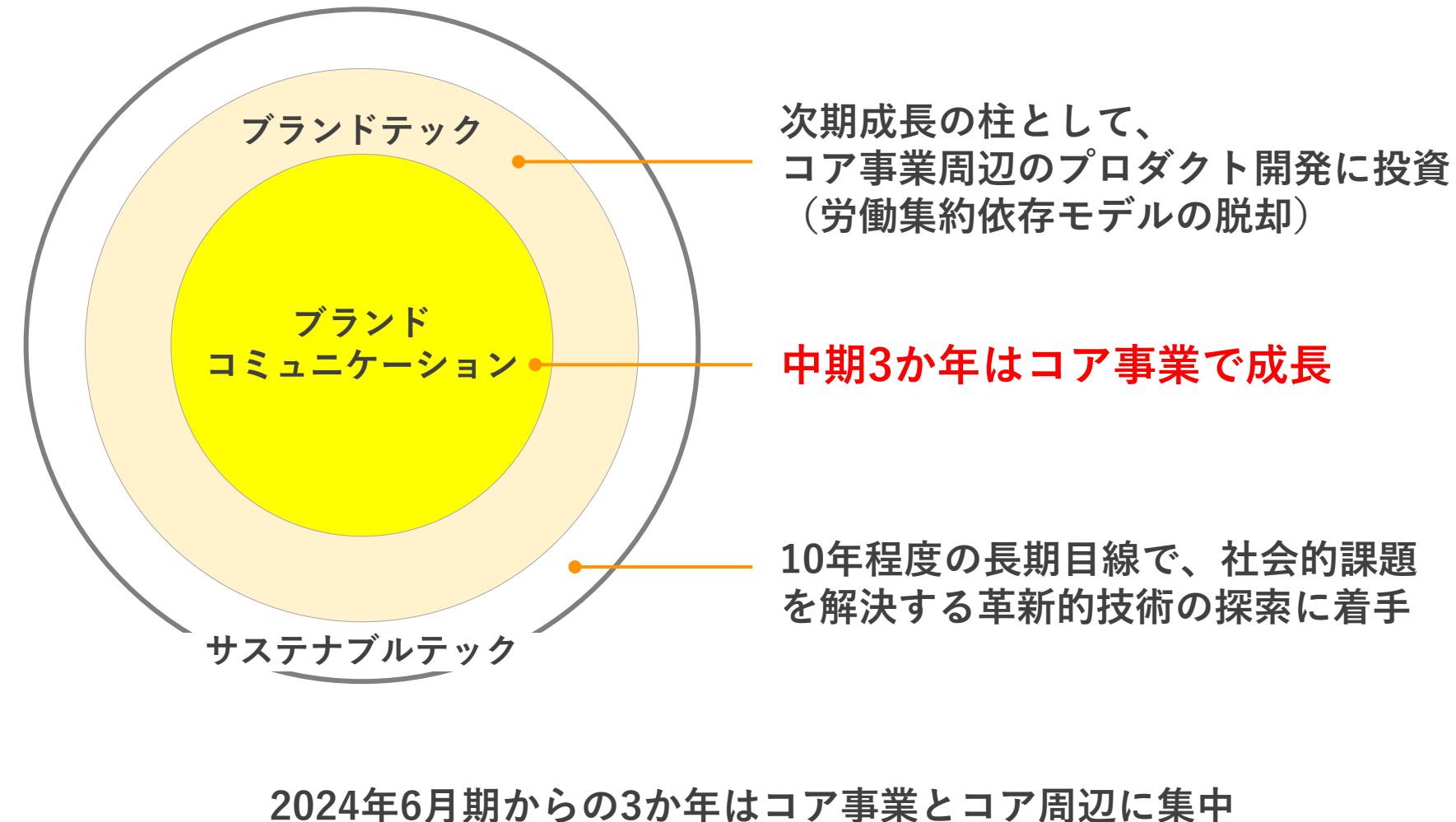


SUNNY SIDE UP
KOREA



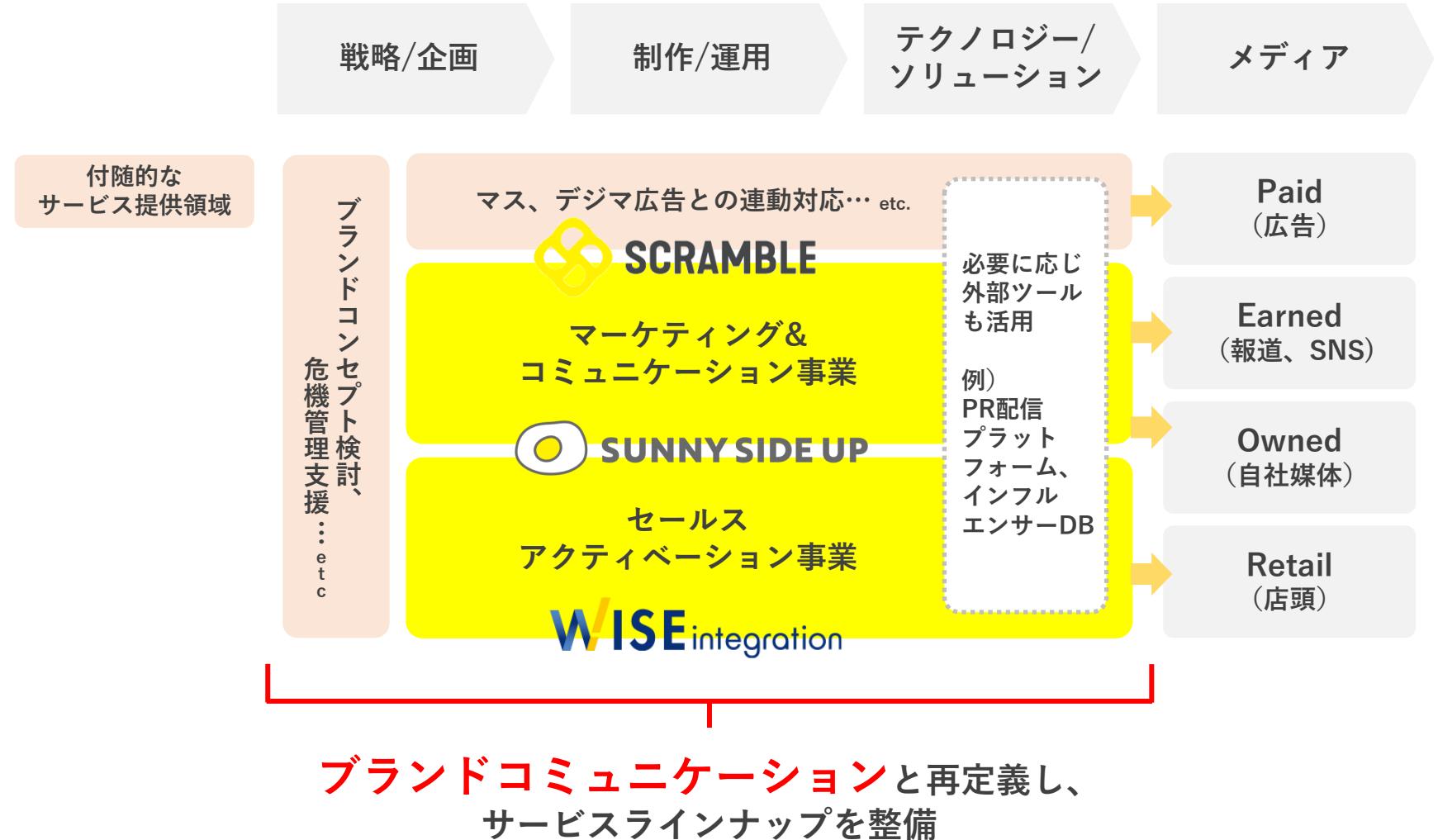
成長のための 事業ポートフォリオ

- ・ ブランド
コミュニケーション
領域で3か年は
大きな成長が可能
- ・ 同時に、テクノロジー
(テック) 投資なく
して、将来成長なし
という危機感も
- ・ 中期・長期の時間軸で
コア事業周辺より
戦略投資を進める



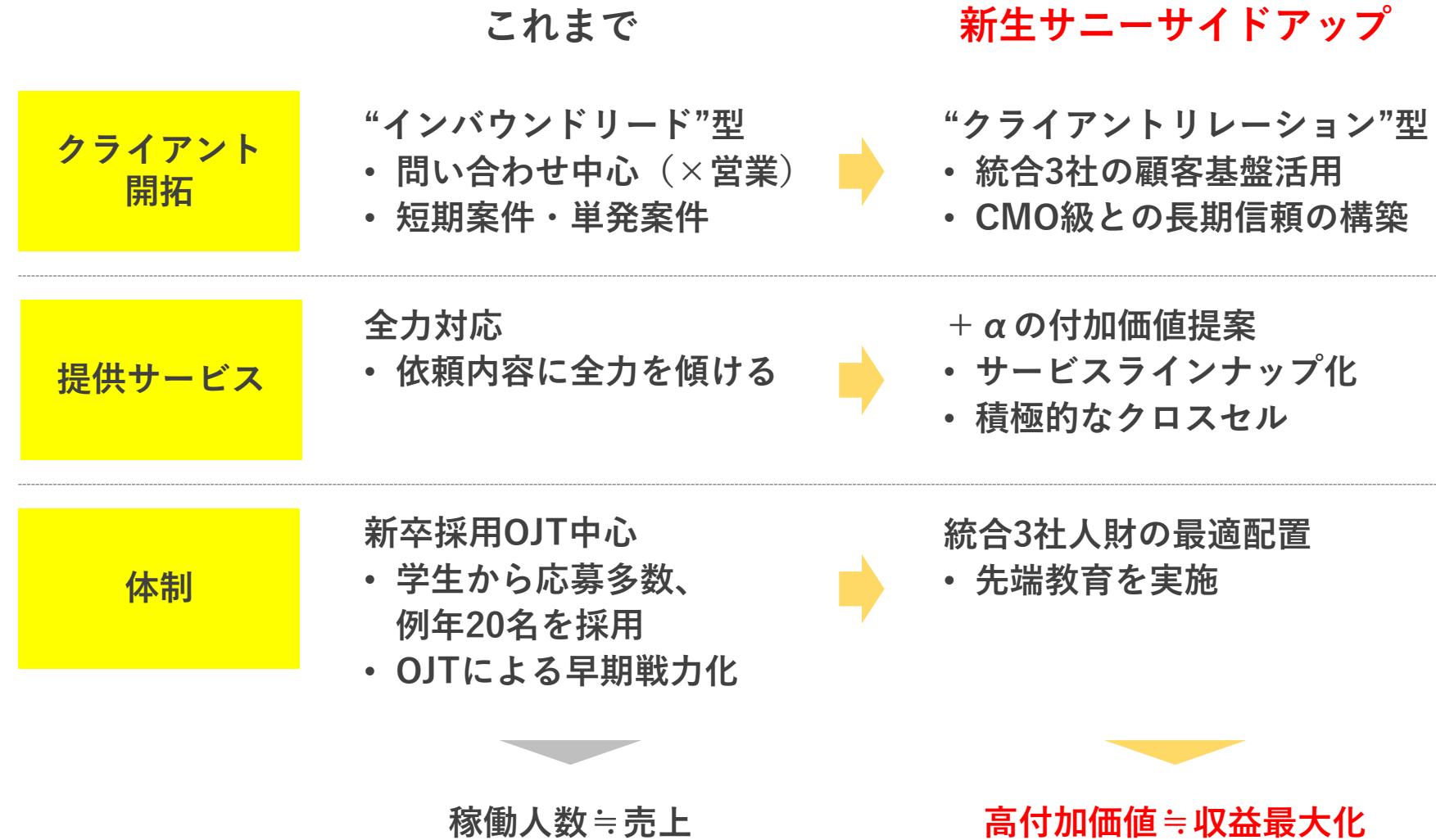
コア事業の再定義

- ・統合3社が属する
2事業セグメントでは、
狭義のPRを枠を越え
戦略からメディア連動
幅広いサービスを展開
- ・統合を機に
“ブランド
コミュニケーション”
とコア事業を再定義



コア事業の 極限までの成長

- 2024年6月期からの3か年は極限までコア事業を強化
- 問い合わせへの全力対応から脱却、クライアントとの長期的な関係構築へ
- コア事業には巨大な潜在的な収益機会が存在



ブランドテックを 次の成長の柱に

- ・ 次期中計期間に
ブランドテックを
成長の柱に位置付け
られるよう育成
- ・ 来期からの3か年は
コア事業周辺で
手堅く投資
- ・ エキスパート招聘に
による事業開発組織を
設置

ブランドテック投資戦略

時間軸

次期中期経営計画（2027年6月期以降）の成長の柱に育成
・ 2024年6月期からの3か年で収益化へ道筋

対象

コア事業周辺でニーズが見込める技術に手堅く投資

体制

ビジネスディベロップメント専属組織の立ち上げ
・ 技術エキスパートの外部招聘



注：上記画像はイメージであり、投資対象を明示するものではありません。



テクノロジーで 社会課題に 向き合う

- ・社会課題にいち早く取り組んできた私たちにとって、サステナブルな社会の実現は存在意義そのもの
- ・性急な収益化を追わず、外部連携も駆使し、10年規模の長期目線で技術発掘と普及に努める

サステナブルテック投資戦略

時間軸

サステナブルな社会を実現する技術の普及へ、
10年規模の長期目線で取り組む

- ・ 2024年6月期からの3か年は探索フェーズ

対象

社会イノベーションを起こせる技術を、世界中から発掘

体制

外部アライアンスも活用したネットワークの構築



注：上記画像はイメージであり、投資対象を明示するものではありません。

先進的な 人的資本経営へ

- 性別・国籍・宗教・LGBTQを越えて、全員が活躍する組織、まず女性活躍を更に推進
- 3社統合直後に全社員のエンゲージメントスコアを把握、設定KPIへの改善活動
- クライアントへ更なる価値を創出するため、教育投資を計画

人的資本経営ガイドライン

ホールディングス
取締役女性比率

30%超

22年9月

33.3%

グループ全社
管理職女性比率

50%目途

22年9月

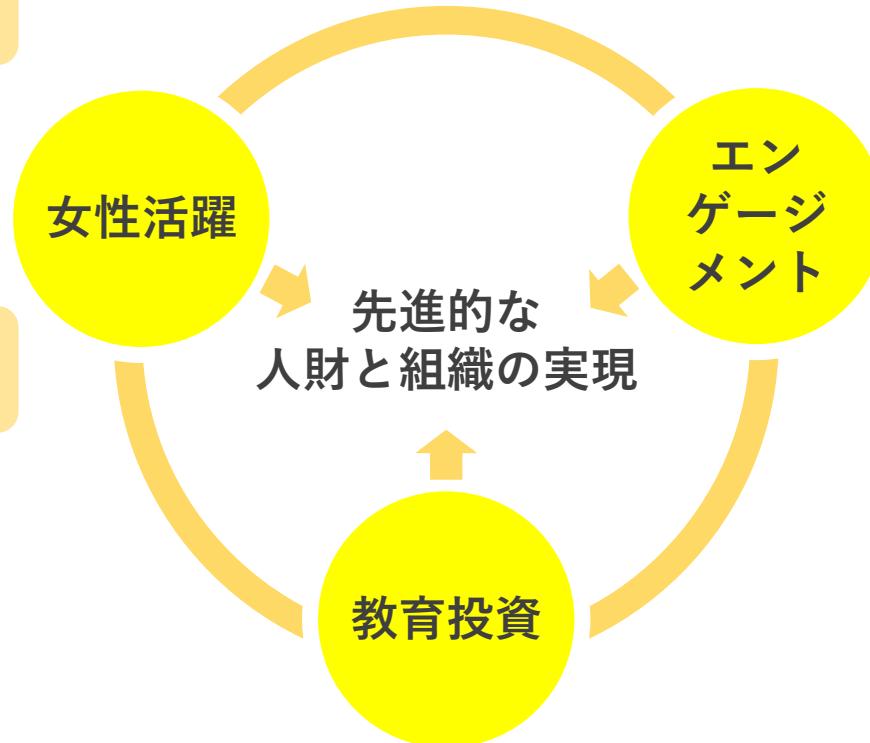
44%

教育投資含む
人財投資額

5億円以上

エンゲージメント
スコア

2024年6月期Q1に
全社員対象に調査実施、
複数KPIを設定
(150%~200%の
改善を目指す)



総額5億円の 本気の人財投資

- ・全社経営力向上のため、外部からCxOを複数名招聘
- ・クライアントリレーションの強化、先端知見の習得のため、人財教育を抜本強化
- ・これら人財強化のための投資として、5億円を計画

3年間で総額5億円の人財投資を計画

CxOクラスの 外部招聘

- ・今後、戦略・HR・技術が重要領域に
- ・高い専門性を持つ複数名の外部招聘を計画中
- ・PRに強い人財だけでは対応が難しい領域

CMO講師による 実践トレーニング

- ・経営視座を学び、クライアントリレーション強化へ
- ・講師には、大手ブランドCMOクラスを起用（複数名）
- ・MBAを越える実践的プログラムを独自開発

若手女性リーダーシッププログラム

- ・キャリア中断が起こりうる女性社員
- ・男性社員に先行し、経営幹部育成研修を実施
- ・会社として自由なライフ＆キャリアプランを全面支援

教育プログラムの一例
先進的な教育プログラムを充実させる

最高執行責任者 (COO)の外部招聘

- ・当戦略方針を強固に執行するため、グループに最高執行責任者を招聘
- ・ホールディングスCOOの立場で、サニーサイドアップグループ全体の成長への変革を担う



2023年7月1日付

上級執行役員 COO（最高執行責任者）

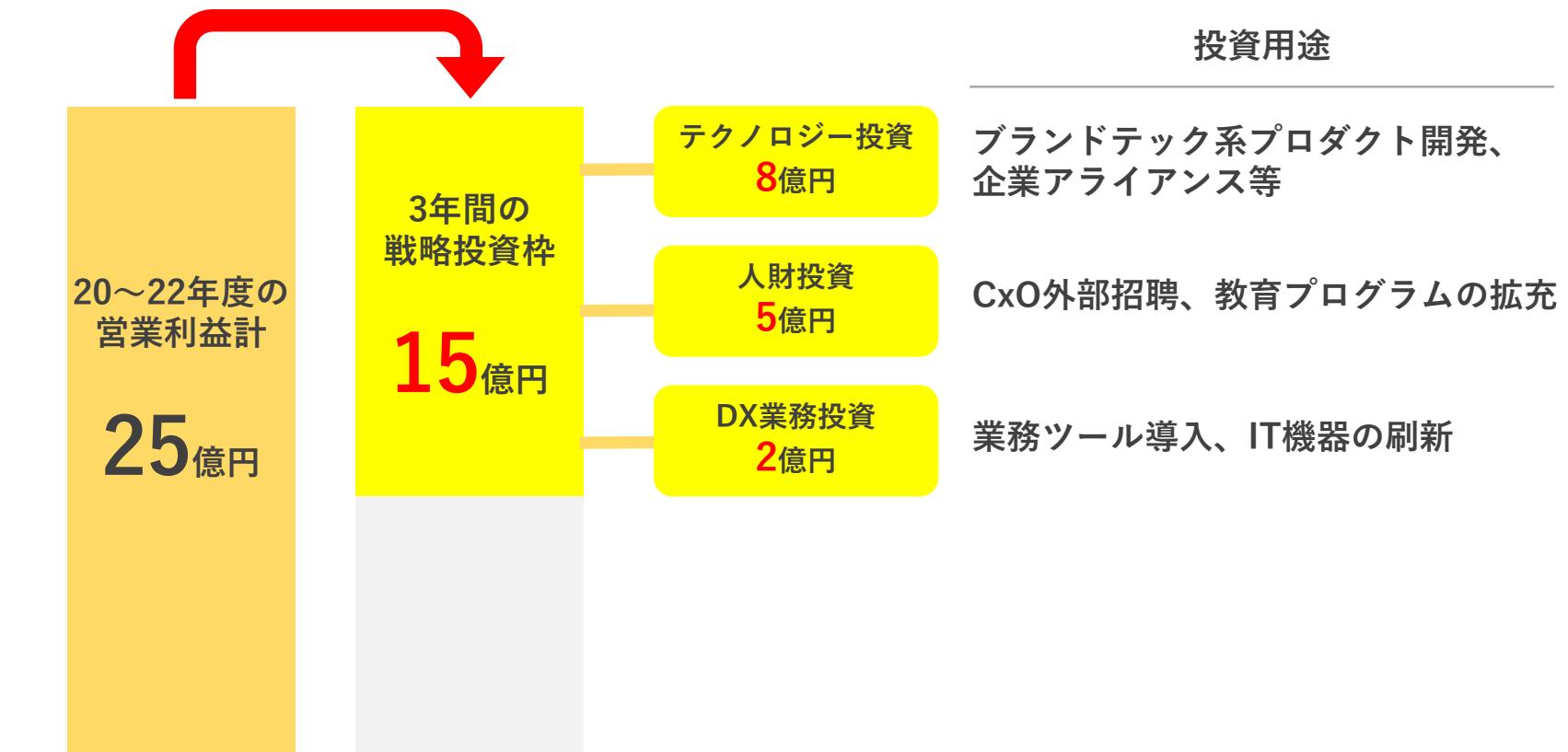
植野 大輔

- ・早稲田大学政経学部卒、同大学MBAを経て、商学研究科博士後期課程修了
- ・三菱商事、ボストンコンサルティンググループ（BCG）、ファミリーマート、スタートアップ企業において変革責任者、CMO等を歴任

総額15億円の戦略投資を実施

- 当期までの3年に創出した営業利益の6割に当たる15億円を戦略投資
- 15億円計画内訳：
テクノロジー8億円
人財5億円、
DX業務2億円

当期までの3年に創出した
営業利益の6割相当額を、
戦略分野に再投資



株主還元方針

- ・3年間で15億円のアグレッシブな戦略投資を行うが、配当性向30%程度の還元方針は維持継続
- ・収益目標の早期達成が見込める場合は、還元充実を検討

配当性向の推移

2020年度

2021年度

2022年度

2023年度

2024年度

2025年度

30.3%

31.1%

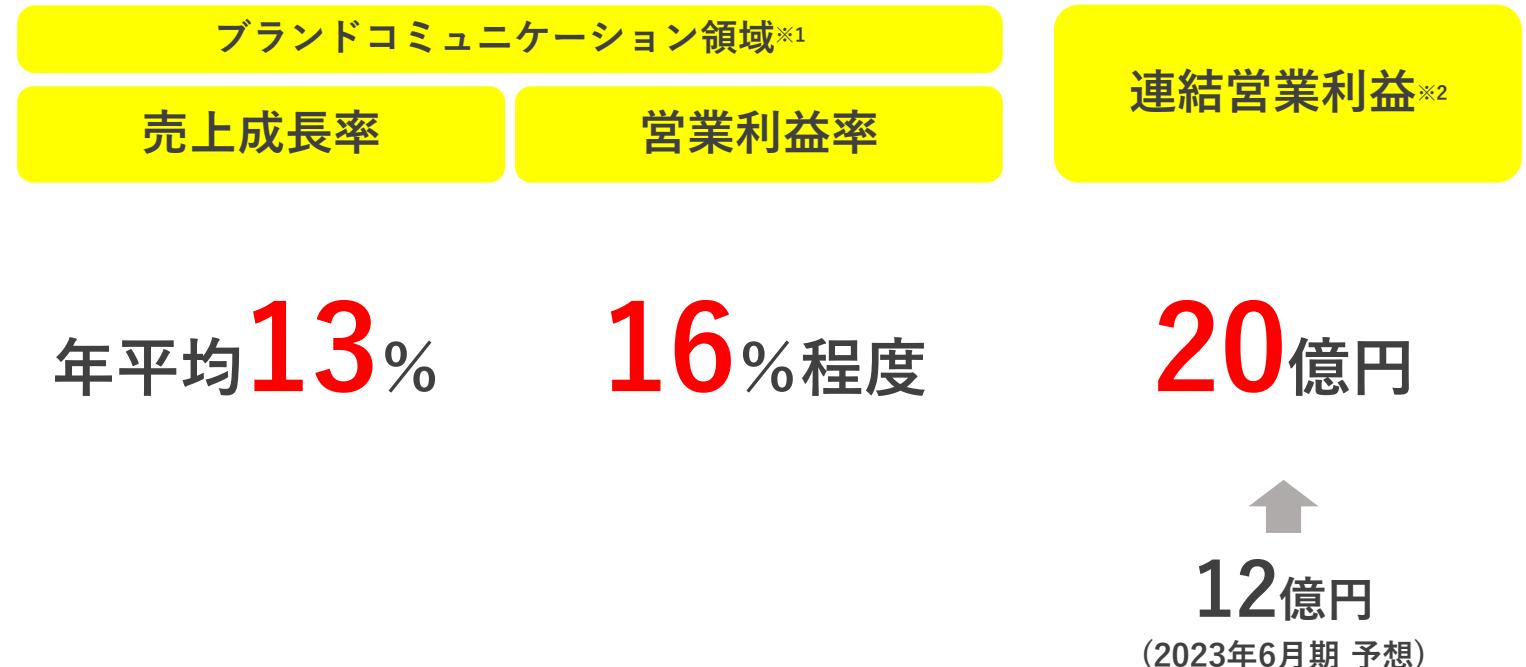
33.4%
(予想)

収益目標の早期達成が見込める場合は、還元充実を検討

15億円の戦略投資と同時に
30%程度の還元ポリシーの維持

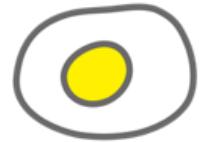
成長ターゲット

- ・コア事業において、売上成長率と収益性の向上の双方を狙う
- ・連結営業利益は**20億円**を計画



※1 マーケティング&コミュニケーション事業、セールスアクティベーション事業の合計

※2 フードブランディング事業は、中期3年間において当期実績程度を安定的に維持・改善する方針



SUNNY SIDE UP
GROUP

Q&Aセッション

CHANGE THE WORLD.

たのしいさわぎで、世界を変える。

- ・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 コーポレート本部 経営管理部経営企画グループ

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