



株式会社サニーサイドアップグループ  
2024年6月期第1四半期 決算補足説明資料

---

# Agenda

## アジェンダ

1. 2024年6月期 第1四半期連結決算レビュー
2. 事業状況
3. 中期成長戦略の進捗
4. Appendix

# Executive Summary

## エグゼクティブサマリー

### 1. 2024年6月期 第1四半期 連結決算レビュー

- 減収減益、前年1Q売上を牽引した大手CVS向け販促施策の特需剥落が影響
- 営業利益率は上昇。コア事業としてセグメント集約したブランドコミュニケーション事業で収益構造が変化、収益性の高いPR領域の改善が寄与
- 通期業績予想は据置き。通期業績予想進捗率は前年より低いものの、会社利益計画に対して概ね順調に進捗

### 2. 事業状況

- ブランドコミュニケーション事業のPR領域ではクライアントリレーション強化や効率改善への取組みが進展
- フードブランディング事業は国内収益の改善継続
- ビジネスディベロップメント事業ではXRに着手

### 3. 中期成長戦略の進捗

- 「成長のための事業ポートフォリオ」に基づき、コア事業を強化。「ブランドコミュニケーション」では統合効果創出へ、 $+\alpha$ の付加価値提案に注力
- 中期成長に向けて育成する「ブランドテック」ではXRを用いたソリューションの提供開始
- 長期目線で取り組む「サステナブルテック」として女性のウェルビーイングに特化したファンドに出資

# 1.

2024年6月期 第1四半期 連結決算レビュー

## 連結決算ハイライト

- 前年1Qに売上を牽引した大手CVS向け販促施策の特需が剥落、減収減益
- 通期業績予想に対する進捗率は前年より低いものの、会社利益計画に対して概ね順調に進捗
- コア事業統合を受け、収益性の高いPR領域にリソースを集中する構造転換を推進、営業利益率は上昇

売上高

3,246百万円

前年同期比 ▲30.6%

1Qとしては3年ぶりの減収。大手CVS向けの販促施策の特需剥落が影響

フードブランディング事業は好調継続、32.1%増収

営業利益

278百万円

前年同期比 ▲23.0%

3年ぶりの1Q減益。コア事業として統合したブランドコミュニケーション事業の減収減益が響く

フードブランディング事業は改善継続。ビジネスディベロップメント事業ではXRの費用先行

営業利益率

8.6%

前年同期実績 7.7%

コア事業の収益構造変化、フードブランディング事業の改善が寄与

コア事業ではPR領域の改善が進展、アップセル等施策奏功。リテナー比率も上昇

対通期業績予想進捗率  
(営業利益)

17.8%

前年同期進捗率 36.1%  
(対期初業績予想)

通期業績予想進捗率は前年1Qより低下。但し、会社の利益計画に対して概ね順調に進捗

通期業績予想は据え置き。季節性や案件比重の高い2Q以降加速の見通し

## 連結業績サマリー

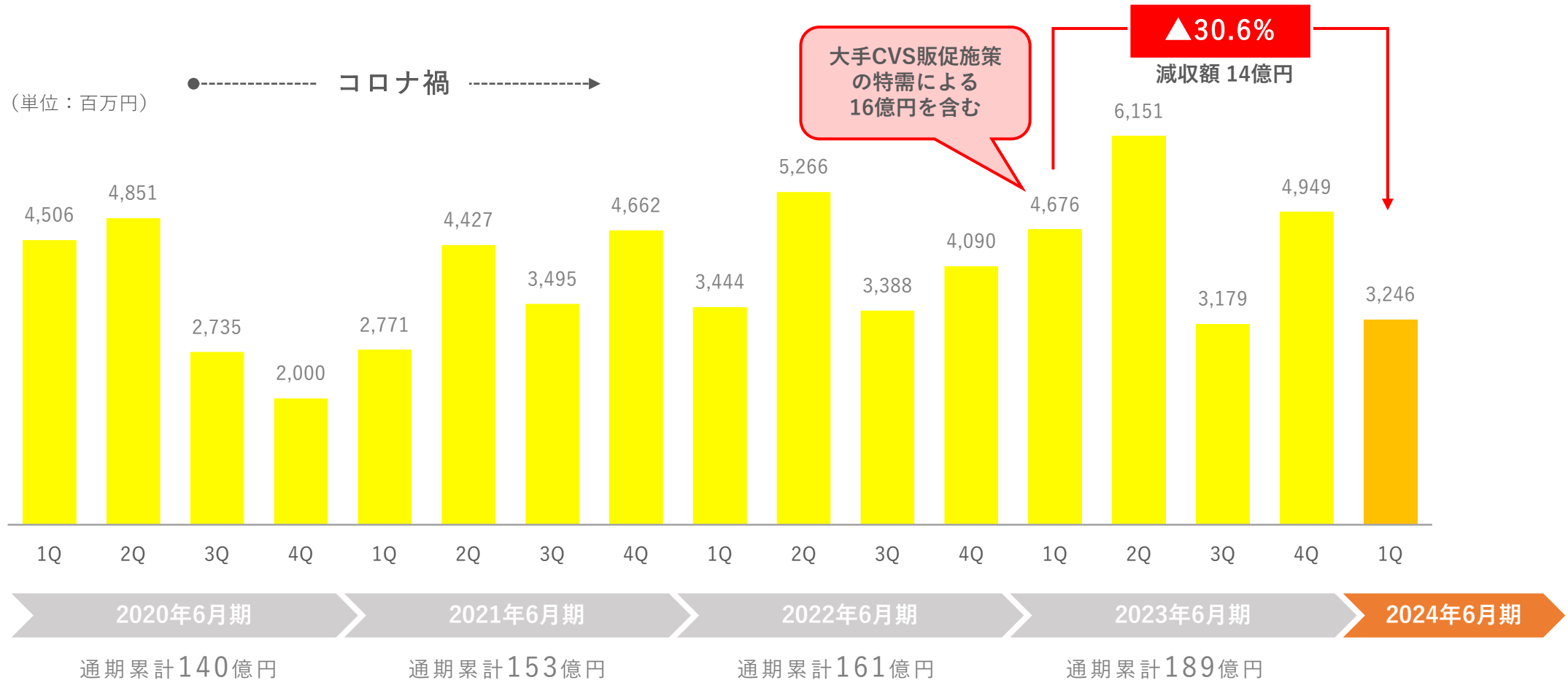
- 前年1Q対比で減収減益となるも、コア事業のPR領域強化によって営業利益率は上昇
- 営業利益以下の段階利益で減益幅が拡大。前年1Qに計上した営業外収益（助成金収入）の減少や特別損失（出資金評価損）計上による

（単位：百万円）

	2022年6月期 第1四半期	2023年6月期 第1四半期	2024年6月期 第1四半期	対前年同期 増減率	2024年6月期 通期業績予想 (2023年8月14日 公表)	進捗率
売上高	3,444	4,676	3,246	▲30.6%	21,000	15.5%
営業利益 (営業利益率)	140 (4.1%)	361 (7.7%)	278 (8.6%)	▲23.0% (+0.8pt)	1,560 (7.4%)	17.8%
経常利益	213	404	286	▲29.0%	1,540	18.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	127	215	96	▲55.0%	930	10.4%
1株当たり四半期純利益	8.48円	14.41円	6.50円	—	62.35円	—

## 四半期別売上高推移

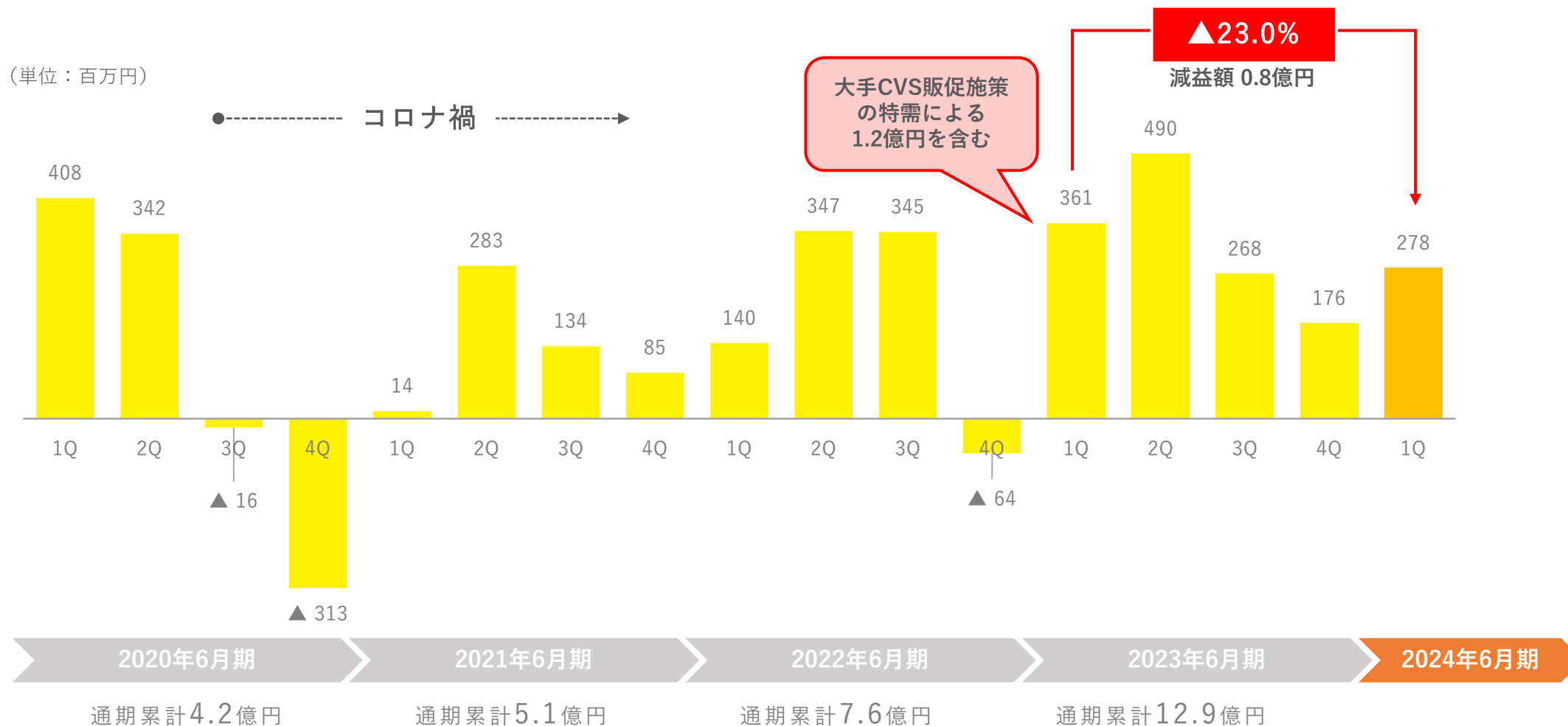
- 3割減収、大手CVS向け販促施策の特需剥落で約16億円影響



(注) 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ます。

## 四半期別営業利益推移

- 2割強減益、前述の販促施策の減収により約1.2億円影響

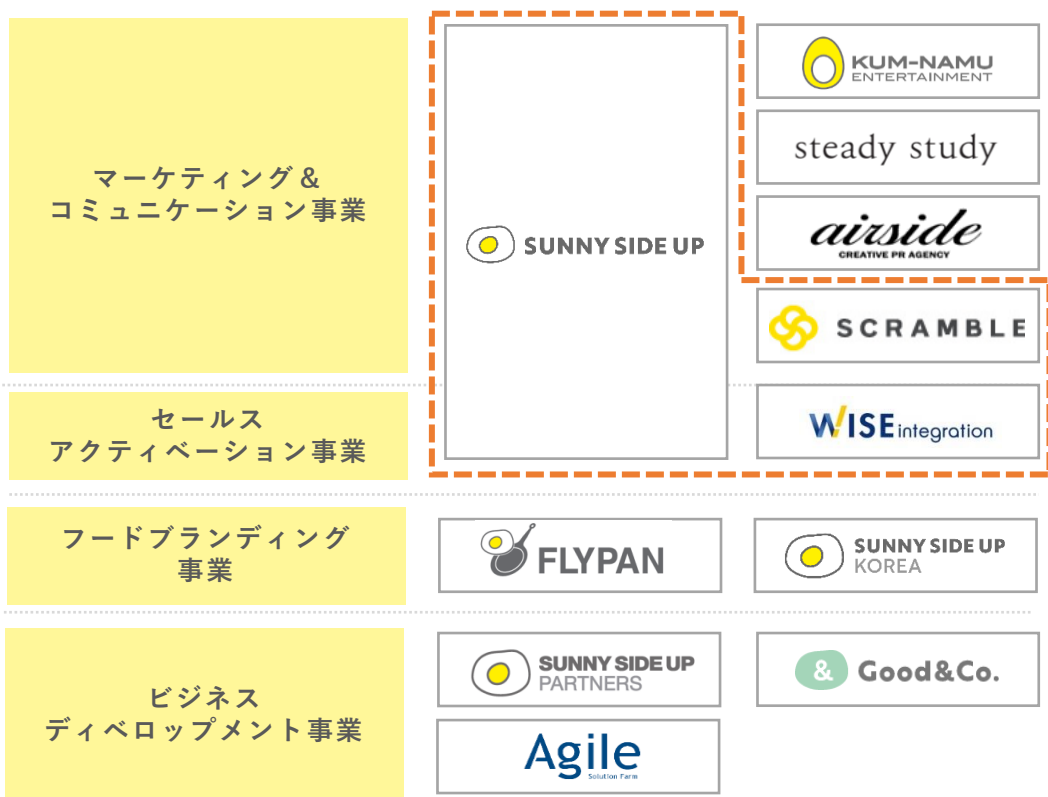




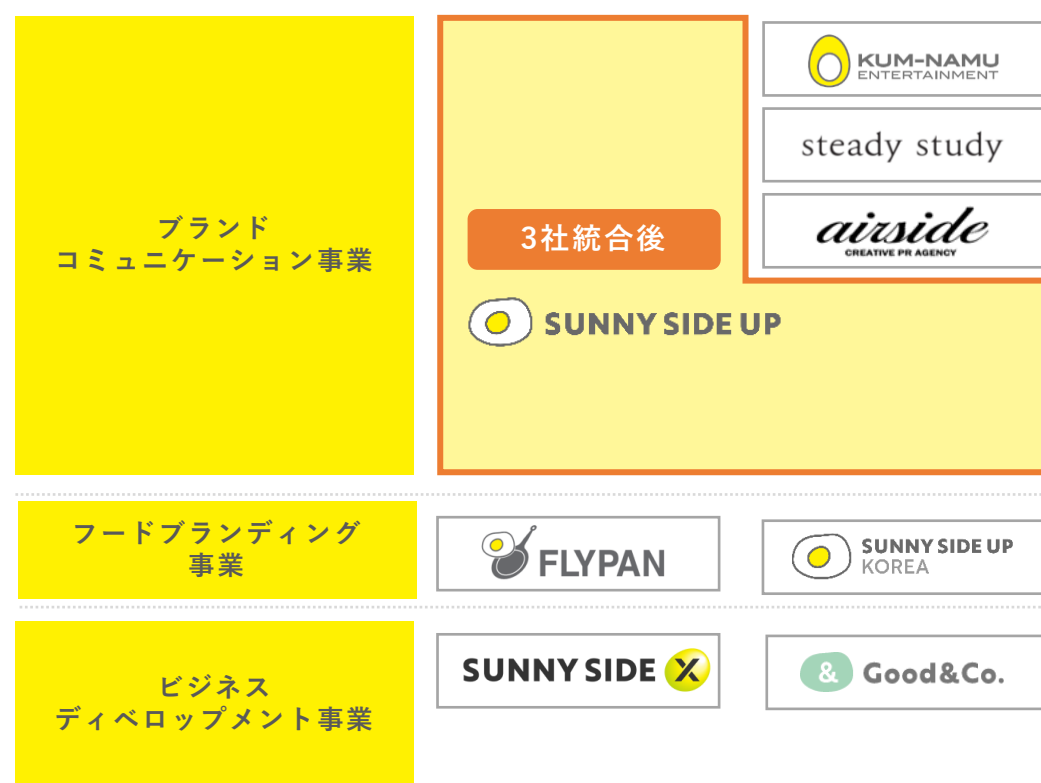
## 報告セグメントの変更

- コア事業の再定義、連結子会社間の吸収合併を契機に、経営管理区分を見直し
- 従来<sup>1)</sup>の2事業を統合し、「ブランドコミュニケーション事業」へ変更

### 従来<sup>1)</sup>のセグメント（2023年6月期）



### 変更後のセグメント（2024年6月期）



- (注) 1. 株式会社サニーサイドアップを存続会社とする連結子会社間の吸収合併により、株式会社ワイズインテグレーション、株式会社スクランブルを統合。  
 2. 株式会社アジャイルは2023年7月に全株式を譲渡したため、2024年6月期より連結対象外。  
 3. 2023年7月に株式会社サニーサイドアップパートナーズは株式会社サニーサイドエクスへ商号変更。

## セグメント別業績

- ブランドコミュニケーション事業：特需剥落の影響をPR領域で補うも4割減収、1割減益
- フードブランディング事業：国内の収益改善が継続
- ビジネスディベロップメント事業：減収減益、子会社株式譲渡、XR投資など事業転換による

(単位：百万円)

	売上高			
	2022年 6月期 第1四半期	2023年 6月期 第1四半期	2024年 6月期 第1四半期	増減率
ブランド コミュニケーション事業	2,713*	3,878	2,360	▲39.1%
フードブランディング事業	526	634	838	+32.1%
ビジネス ディベロップメント事業	204	162	47	▲71.1%
調整額	—	—	—	—

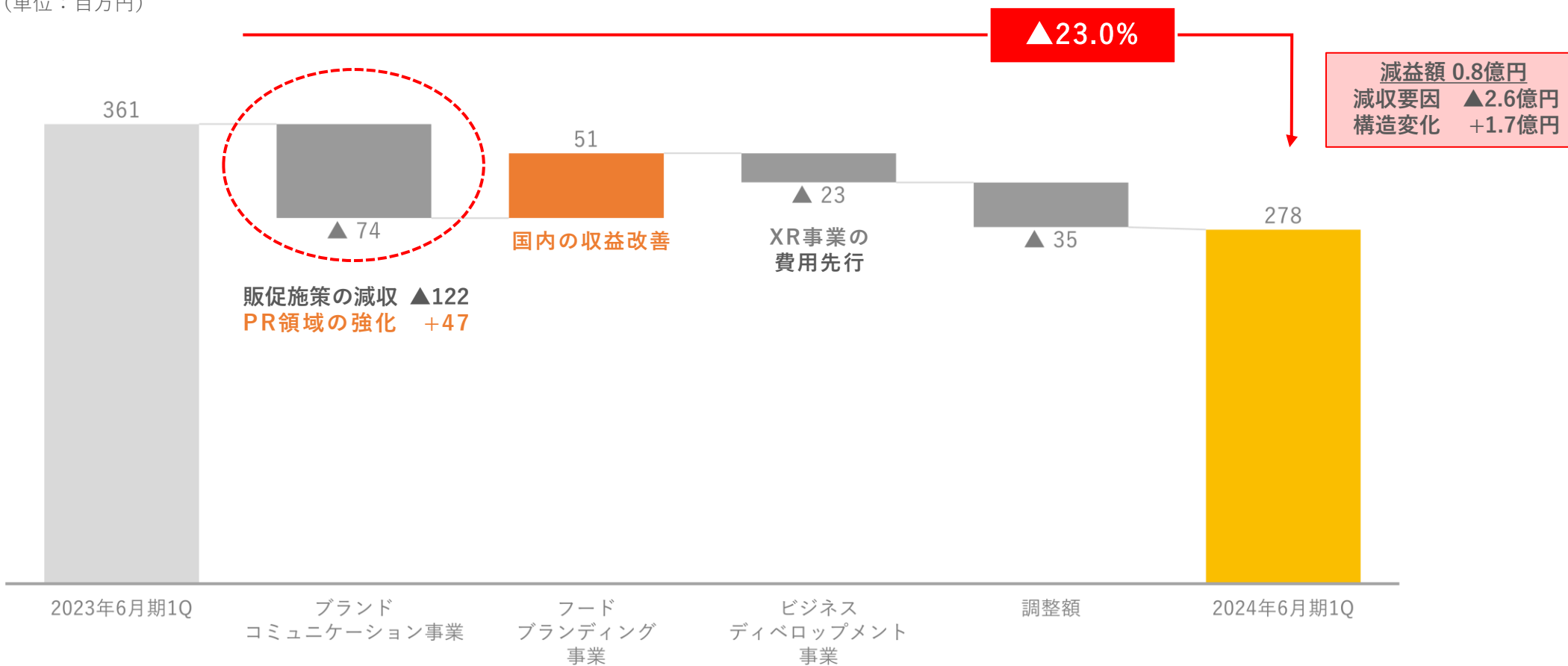
	セグメント利益 (営業利益率)			
	2022年 6月期 第1四半期	2023年 6月期 第1四半期	2024年 6月期 第1四半期	増減率
	539* (19.9%)	566 (14.6%)	491 (20.8%)	▲13.2%
	▲110	▲2	49 (5.9%)	黒字転換
	▲43	27 (16.8%)	3 (7.5%)	▲87.0%
	▲245	▲230	▲266	—

(注) 1. 2022年6月期1Q実績は旧区分の2事業を合計して参考値(\*)として表示しております。  
2. 2023年6月期1Q実績は変更後のセグメントに組み替えて表示しております。

## 営業利益変動要因

- フードブランディング事業で改善が継続したものの、ブランドコミュニケーション事業の減収が響く
- 但し、PR領域の強化により、ブランドコミュニケーション事業の減益幅は縮小

(単位：百万円)



## 2024年6月期 通期業績予想

- 通期業績予想は据え置き
- ブランドコミュニケーション事業の統合効果はこれから本格化。例年2Qの売上高が最大となる傾向にあり、3Q以降も拡大余地があるため、統合効果を結実できるよう、PR領域を中心に積極攻勢

(単位：百万円)

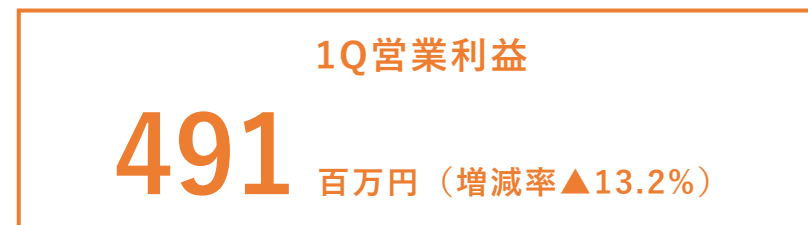
	2023年6月期 実績	2024年6月期 予想値	対前年同期 増減率
売上高	18,956	<b>21,000</b>	<b>+10.8%</b>
営業利益率 (営業利益率)	1,296 (6.8%)	<b>1,560 (7.4%)</b>	<b>+20.3%</b> <b>(+0.6pt)</b>
経常利益	1,335	<b>1,540</b>	<b>+15.3%</b>
親会社株主に帰属する当期純利益	884	<b>930</b>	<b>+5.1%</b>
1株当たり当期純利益	59.28円	<b>62.35円</b>	—
1株当たり年間配当金 (うち中間配当金)	15円 (—)	<b>20円 (5円)</b>	—

2.

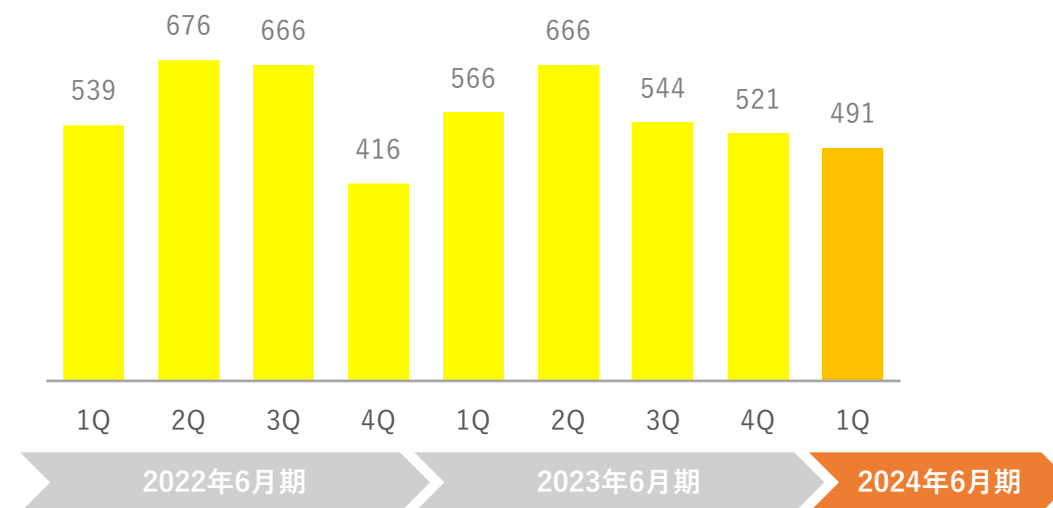
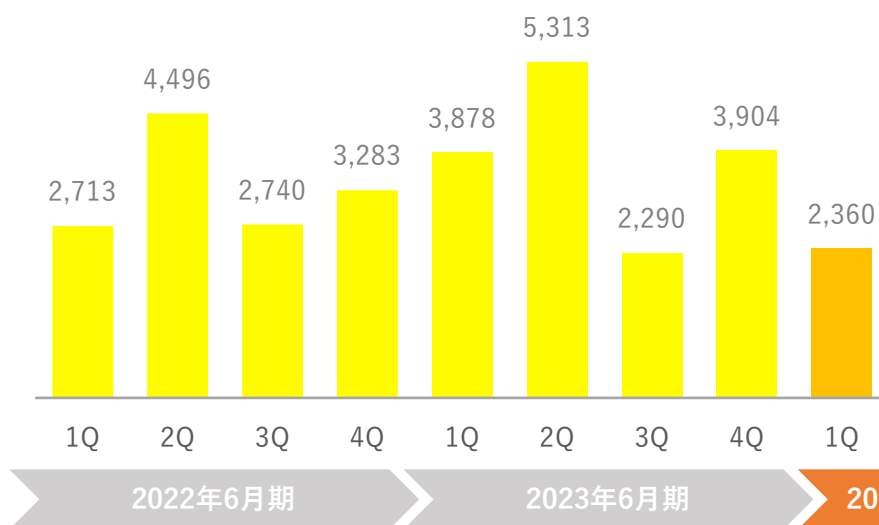
事業状況

## ブランドコミュニケーション事業 業績推移

- 大手CVS向け販促施策の特需剥落の影響により、減収減益
- 子会社3社間の吸収合併が完了。重複領域は統合し、PR領域のクライアントリレーション強化や収益性改善の取組みが寄与し始める



(単位：百万円) 旧2事業合計による参考値



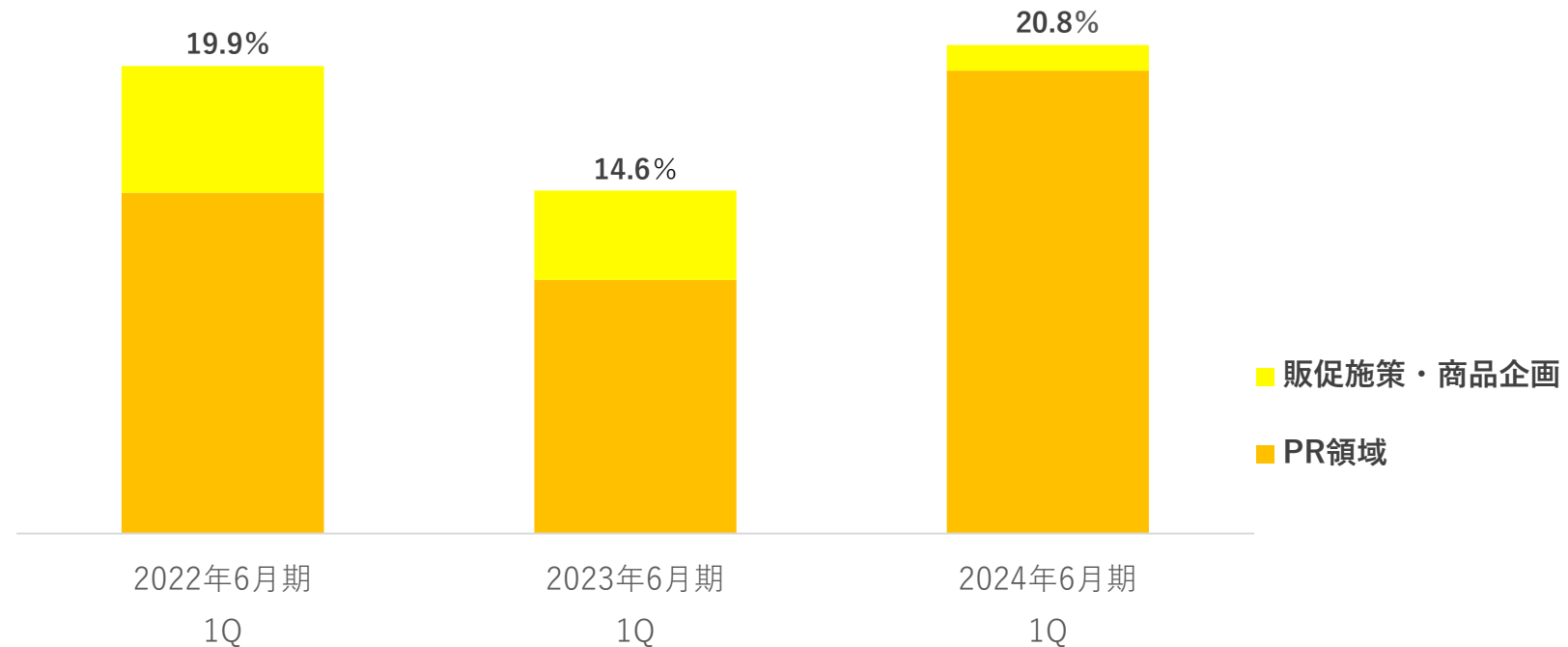
(注) 1. 旧区分のマーケティング&コミュニケーション事業とセールスアクティベーション事業を合計して参考値として表示しております。  
2. 2023年6月期1Q実績は変更後のセグメントに組み替えて表示しております。

## ブランドコミュニケーション事業 収益構造

- 営業利益率が改善、収益性の高いPR領域が寄与
- 吸収合併後のサニーサイドアップでは新たな経営体制の下、クライアントリレーションを強化
- クロスセル・アップセルを通じ、クライアント当たり売上高が増加。リテナー比率も上昇

## 当事業営業利益率に対する寄与度

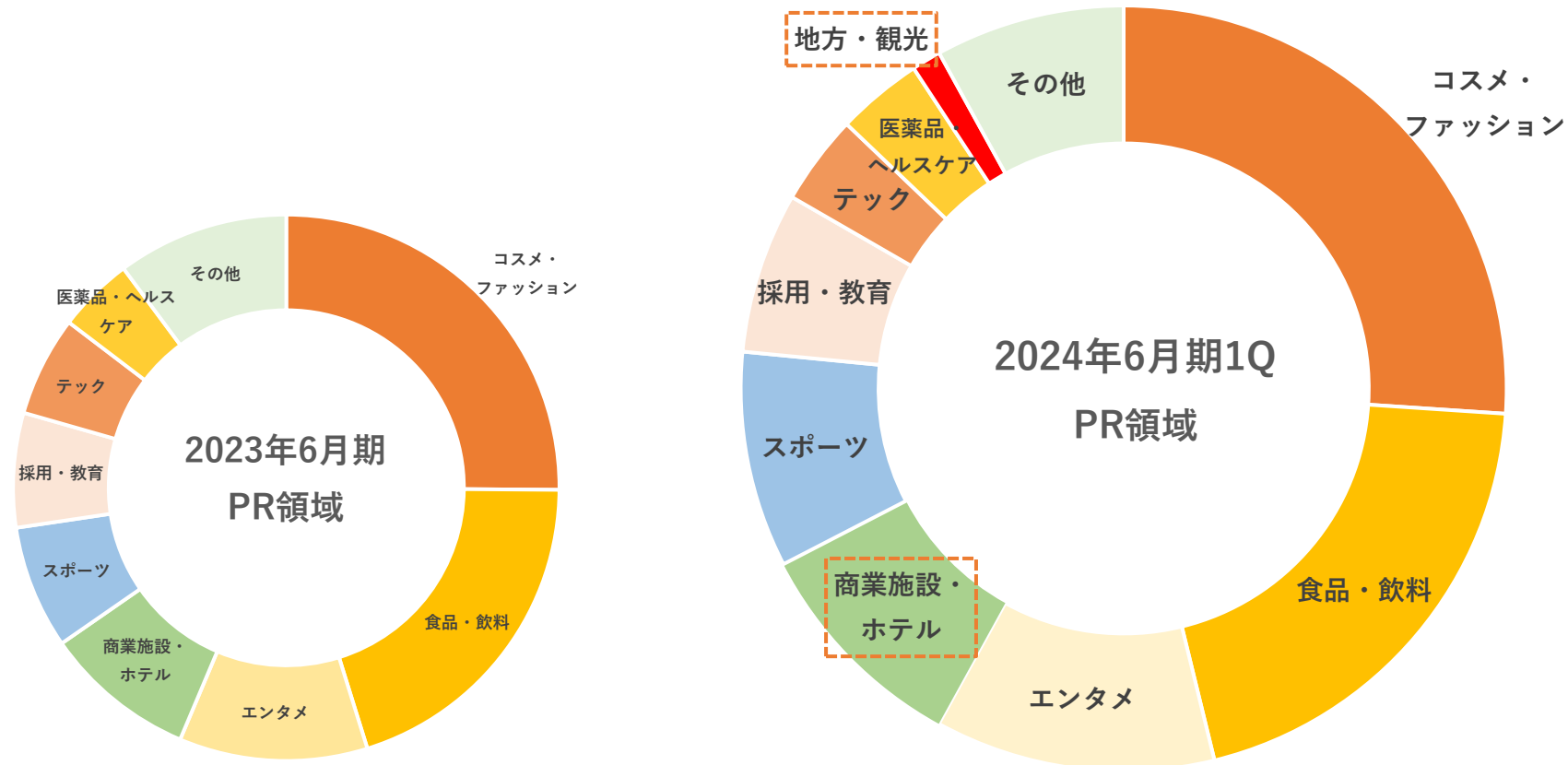
(サービス別売上構成比×営業利益率)



(注) 1. 2022年6月期1Q実績は旧区分の2事業を合計して参考値として表示しております。  
2. 2023年6月期1Q実績は変更後のセグメントに組み替えて表示しております。

## ブランドコミュニケーション事業 業種別売上構成

- 事業環境は前年より変わらず。特定業種に依存することなく、多様な業種に対応
- コスメ・ファッション、食品・飲料、商業施設等の「場」やスポーツイベントに関するPRに強み
- 都心を中心に開業が続く大型施設・ホテルのPRを順調に受注、地方創生プロジェクトも始動





## ブランドコミュニケーション事業 第1四半期ハイライト

- ・ 商業施設の開業PR、持続可能な観光産業のサポートなど、幅広い領域でサービスを提供

### 麻布台ヒルズ、虎ノ門ヒルズステーションタワー開業PR

2023年10月6日開業の虎ノ門ヒルズステーションタワーと  
2023年11月24日開業の麻布台ヒルズの開業PRを担当



### 地方自治体・企業などコミュニティの課題を解決する 専門ユニット、「地方創生ユニット」を発足

コンサルティング業務のほか、PRプランニング、メディアプロモート、  
プレスツアー、ファクトブック制作、デジタルマーケティングなど提供



## フードブランディング事業 業績推移

- 国内収益の改善が続き、前年2Qから4四半期連続で黒字を達成
- インバウンド需要の本格回復、前年改装休業店舗の営業、季節メニュー導入等による客単価上昇が寄与

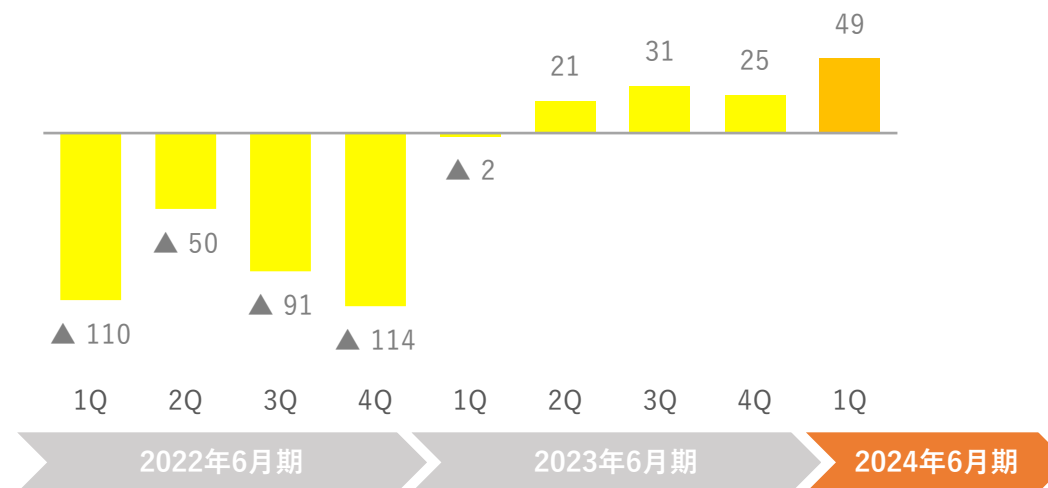
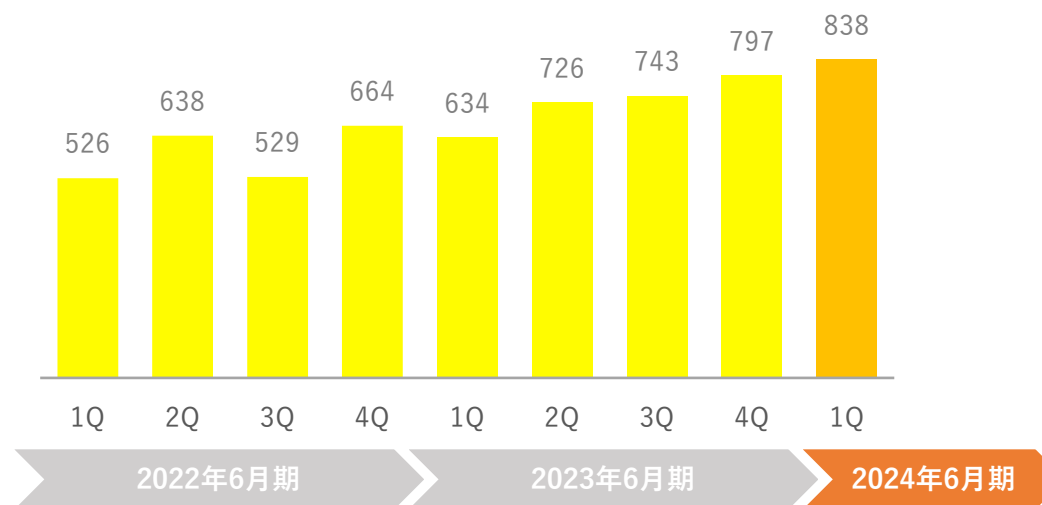
1Q売上高

**838** 百万円 (増減率+32.1%)

1Q営業利益

**49** 百万円 (黒字転換)

(単位：百万円)



## ビジネスディベロップメント事業 業績推移

- 2023年7月に子会社の全株式譲渡、1Qは約1億円の減収影響
- 2023年9月にXRスタジオ開設、XR映像を用いた新たなソリューション提供を開始
- ウェルビーイングや女性活躍推進等、社会課題の解決に資するコミュニケーションサービスも継続展開

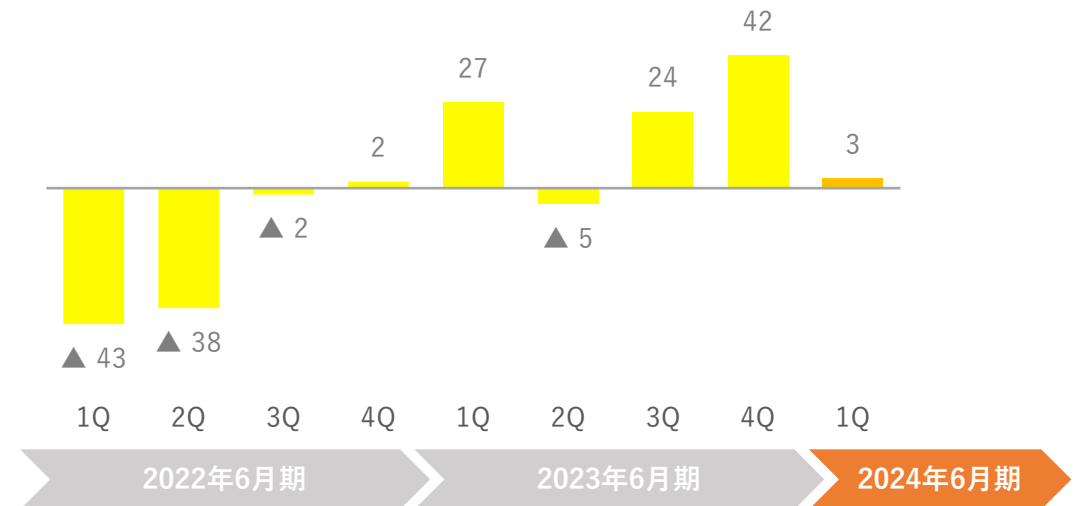
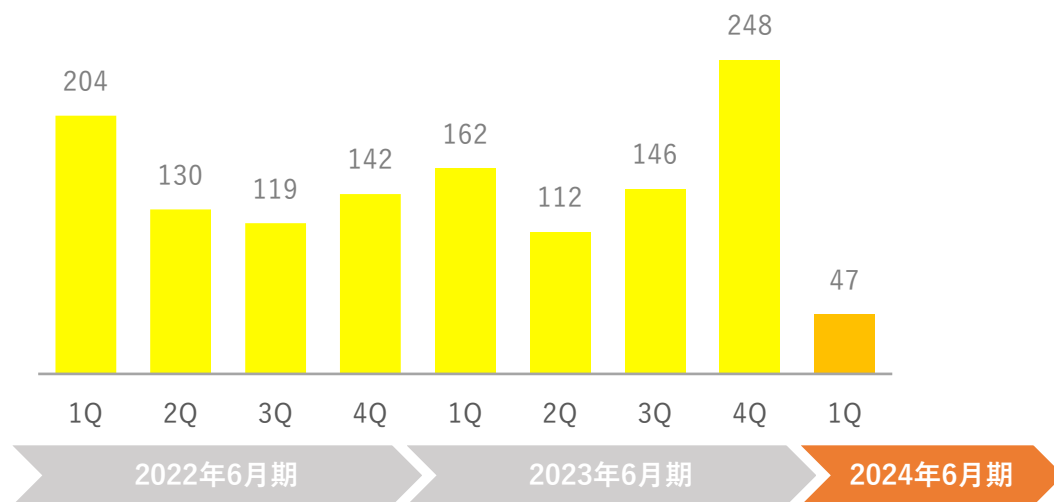
1Q売上高

**47** 百万円 (増減率▲71.1%)

1Q営業利益

**3** 百万円 (増減率▲87.0%)

(単位：百万円)

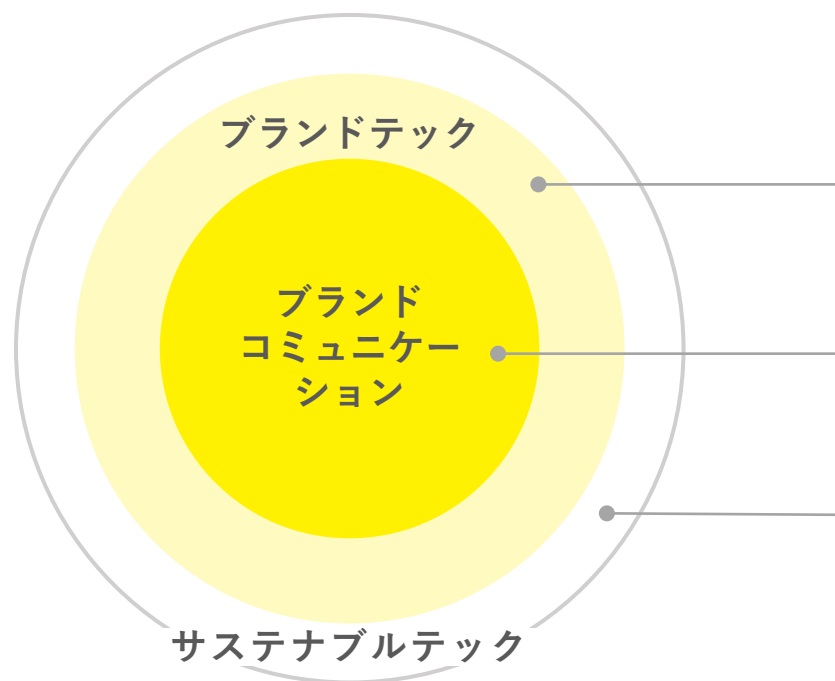


# 3.

## 中期成長戦略の進捗

## 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、2024年6月期からの3か年は大きな成長が可能
- 同時に、テクノロジー（テック）領域へも、中長期の時間軸でコア事業周辺から戦略投資を進める



次期成長の柱として、  
コア事業周辺のプロダクト開発に投資  
（労働集約依存モデルの脱却）

**中期3か年はコア事業で成長**

10年程度の長期目線で、社会的課題を解決する  
革新的技術の探索に着手

**2024年6月期からの3か年はコア事業とコア周辺に集中**

（注）2023年8月14日公表 「2023年6月期決算説明資料」より抜粋

## 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
- 短期・単発案件の対応で終わらず、顧客基盤を活用して、クライアントとの長期的な関係構築へ



(注) 2023年8月14日公表 「2023年6月期決算説明資料」より抜粋

## 新生サニーサイドアップ 統合変革の進捗

- 統合3社の顧客基盤、強みを融合し、クロスセル提案ができる組織体制を構築
- 高収益案件にリソースを集中、さらに企業マーケティング責任者との関係強化にも着手

### クライアント 開拓

- 案件収益管理を徹底し、高収益案件にリソースを集中
- 統合した3社の顧客基盤を全社活用
- CMO、マーケティング責任者と役員メンバーとの交流会を実施
- 来年2月にはCMOらを集めたクローズドカンファレンスを自社開催予定

### 提供 サービス

- 統合した3社各社の強み（PR、商品企画、インフルエンサーマーケ）を融合
- クライアントに、より広範囲なクロスセル提案を加速

### 体制

- 3社統合を受けて、全社横断の提案体制に組織改編を実施
- 社員向けに、高度なマーケティングトレーニングを開始（P28ご参照）

## 提供サービス トピックス

- ・ +  $\alpha$  の付加価値提案に向け、外部プロデューサーを招聘、また企業とのパートナーシップ契約も締結

### 大平修蔵氏が SNSマーケティングプロデューサーに就任

インフルエンサーマーケティングを強化し  
さらに進化した「たのしいさわぎ」を



自身のSNS総フォロワー数が858万人を超えるソーシャルメディアインフルエンサーの大平修蔵氏の参画により、デジタル領域を含むさらに広域なブランドコミュニケーション事業を展開。

### 音声プラットフォームを提供する 「Voicy」と パートナーシップ契約を締結

“音声系”インフルエンサーマーケティングを強化



Voicyのボイステクノロジーと、多様なインフルエンサーによる「音声」を活用した情報発信により、ブランドコミュニケーションにおけるサービス領域を広げ、企業・団体の信頼性の構築、及び愛されるブランドづくりをサポート。

### 福祉実験カンパニー「ヘラボルニー」と コンテンツパートナーシップを締結

DE&Iを軸とした地域活性化の取り組みを強化



地域性とDE&Iの視点を取り入れた幅広い提案を提供することにより、地域企業や団体のブランディングに寄与しながら、日本全国の地域活性化を目指す。



## ブランドテックの進捗

- XRスタジオを自社内に開設。企業主催のイベント・セミナーから、個人クリエイターが発信するTikTokやYouTubeの撮影・配信まで、幅広いニーズに対応するソリューションを提供開始

### XR※ スタジオを23年9月に開設

- 23年9月、最先端のXRスタジオを自社内に開設
- 3D空間と映像コンテンツをリアルタイムで合成する新ブランドコミュニケーションのサービス提供を開始

XRスタジオ



ソリューションイメージ



### グリーン電力証明書付きパッケージ提供開始

- XR映像の撮影時に発生する電力を全て環境に優しいグリーン電力で提供する新サービス『X-GREEN』を開始

『X-GREEN』パッケージイメージ




(注) ※現実世界と仮想世界を融合することで、現実にはないものを知覚できる技術の総称

## サステナブルテックの進捗

- アジア初、女性のウェルビーイングにフォーカスした新設ファンド「NEXTBLUE」へLP出資を実施
- 「NEXTBLUE」への参画を機に、教育やテクノロジーをはじめとした幅広い領域への出資を通じて、個人が自分らしく活躍できる社会の実現を目指す



### 新設ファンドの概要

名称	<b>NEXTBLUE</b>  NEXTBLUE2号投資事業有限責任組合
設立	2023年5月
事業内容	起業家支援、投資事業有限責任組合の運営管理、欧州企業の日本への誘致、日本企業の欧州への誘致。

### 出資の背景と狙い

女性特有の体調不良による経済損失年間約**4,900億円**※1  
 に対し、アジアで女性ウェルビーイング特化ファンドはまだない。

アジア初の女性のウェルビーイングにフォーカスした  
 新設ファンドを通じ、幅広い領域への出資を実施。  
 個人が自分らしく活躍できる社会の実現を目指す。

#### 今後想定される女性向けサービス出資領域

フェムテック※2

教育、金融  
サービス

転職、  
リスキング支援  
※3

(注) ※1 出典 健康経営における女性の健康の取り組みについて（平成31年3月経済産業省ヘルスケア産業課）

※2 フェムテック：女性が抱えるヘルスケアの課題をテクノロジーで解決する商品やサービス

※3 新しい職業に就くために、あるいは、今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために、必要なスキルを獲得する／させること

## 人的資本経営ガイドライン

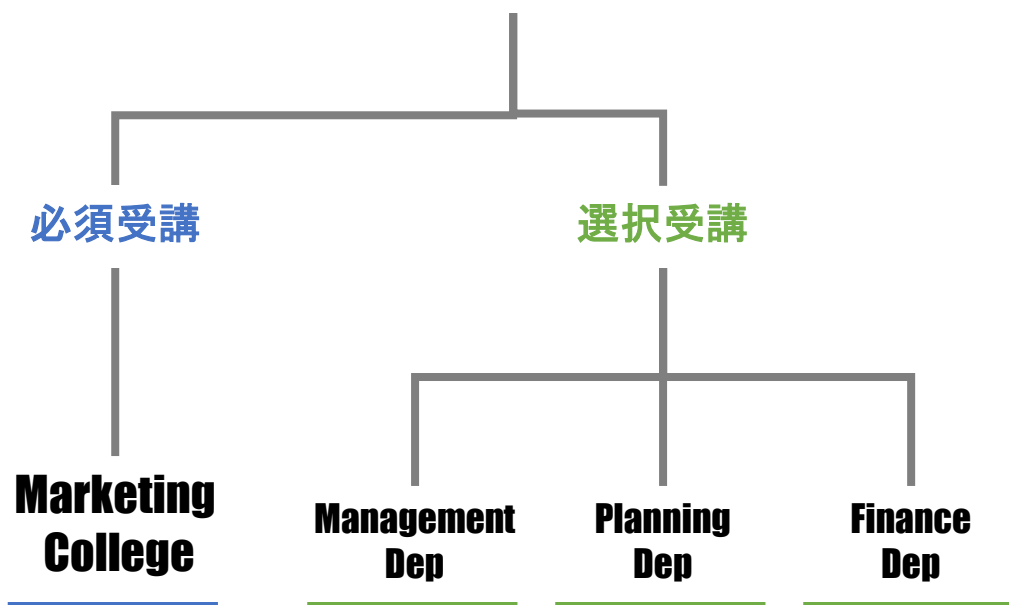
- 性別・国籍・宗教・LGBTQを越えて、全員が活躍する組織、まず女性活躍を更に推進
- 3社統合直後に全社員のエンゲージメントスコアを把握、設定KPIへの改善活動
- クライアントへ更なる価値を創出するため、教育投資を計画



## 人財教育 トピックス

- ・ コーポレート大学「SUNNY UNIVERSITY」を立ち上げ、教育カリキュラムを刷新
- ・ 各領域のトップエキスパートを講師として招聘、先端かつ実践的なトレーニングを全社員に提供中

# SUNNY UNIVERSITY



### 実施済みカリキュラム

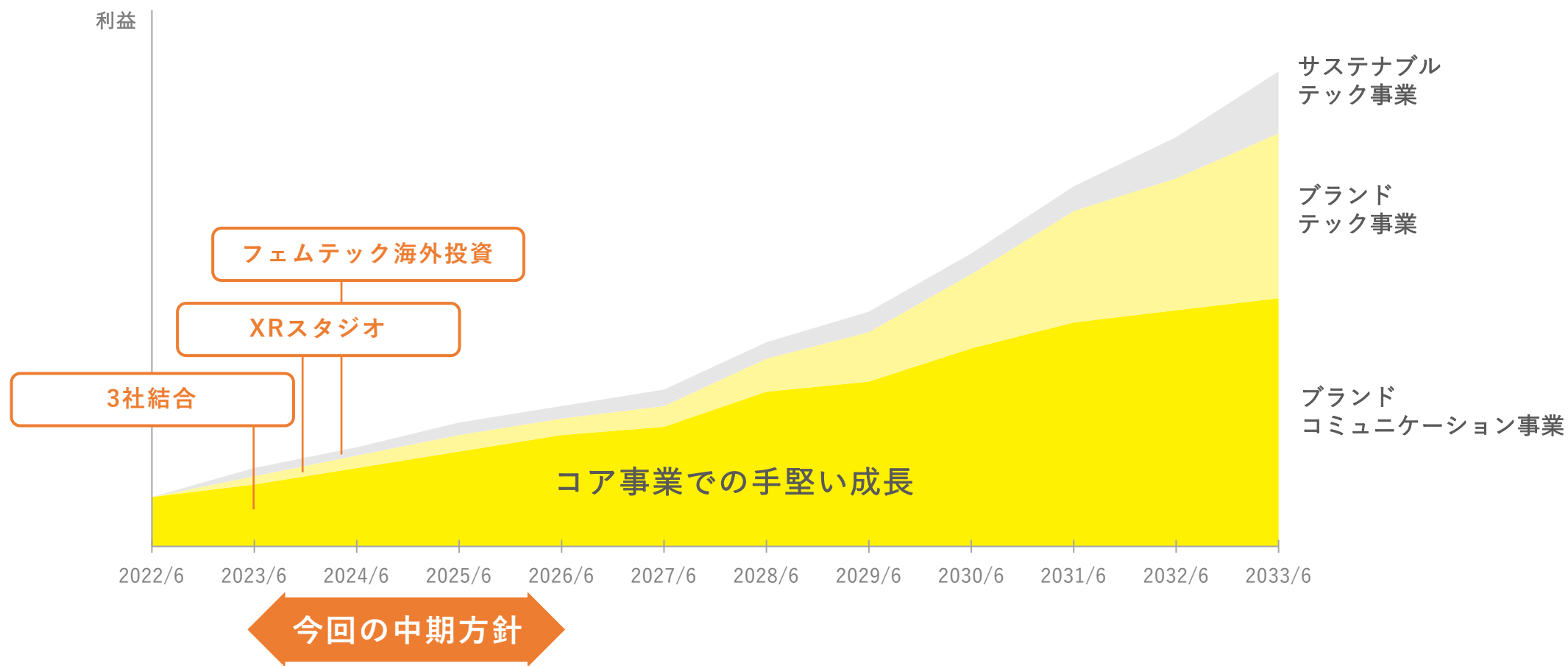
テーマ	講師
チームメンバー育成	グローバルIT企業 日本法人 COO
マーケティングプロセス	グローバル飲料メーカー 日本法人 元社長
戦略プランニング	急成長デジタル企業 日本法人 執行役員、他複数

### 2023年11月以降予定カリキュラム

サニーサイドアップ社長リュウ シーチャウによる  
全3回のロールプレイ式のマーケティングなど複数講座を計画

## 中長期の事業成長イメージ

- 今回の中期方針期間においては、コア事業での手堅い成長に注力
- コア事業周辺への戦略投資も行い、次期中期方針以降の新しい事業成長の柱を創造していく



(注) 2023年8月14日公表 「2023年6月期決算説明資料」より抜粋

4.



Appendix

## 連結財務諸表

	2022年9月末		2023年6月末		2023年9月末		
	百万円	構成比	百万円	構成比	百万円	構成比	前期末差異
流動資産	6,680	80.1%	6,622	77.0%	5,661	76.4%	▲ 960
現金及び預金	2,446	29.3%	3,089	35.9%	2,216	29.9%	▲ 873
売掛金	3,047	36.5%	2,620	30.5%	1,846	24.9%	▲ 773
未成業務支出金	617	7.4%	551	6.4%	919	12.4%	367
その他の流動資産	568	6.8%	360	4.2%	678	9.2%	318
固定資産	1,664	19.9%	1,972	23.0%	1,749	23.6%	▲ 223
資産合計	8,344	100.0%	8,595	100.0%	7,411	100.0%	▲ 1,183
負債合計	5,507	66.0%	4,867	56.6%	3,872	52.2%	▲ 995
買掛金	1,443	17.3%	1,989	23.1%	1,567	21.1%	▲ 421
有利子負債	2,643	31.7%	1,218	14.2%	1,069	14.4%	▲ 148
その他の負債	1,420	17.0%	1,659	19.3%	1,235	16.7%	▲ 424
純資産合計	2,837	34.0%	3,728	43.4%	3,539	47.8%	▲ 188
資産・負債合計	8,344	100.0%	8,595	100.0%	7,411	100.0%	▲ 1,183

## 11年間の連結業績ハイライト

	単位	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6
業績の状況												
売上高	百万円	13,018	12,443	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	15,356	16,190	18,956
営業利益	百万円	438	51	-88	447	387	355	610	420	519	767	1,296
経常利益	百万円	558	153	83	236	494	365	718	275	666	1,284	1,335
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	353	-7	-330	-216	304	380	493	-210	298	581	884
キャッシュ・フローの状況												
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	822	-377	37	24	352	757	529	549	339	1,185	846
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-376	-85	-91	-159	-325	738	-336	-685	-311	-274	-274
フリー・キャッシュ・フロー	百万円	446	-462	-54	-135	27	1,495	193	-135	27	910	571
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-491	551	-90	212	-92	-794	-338	705	423	-294	-744
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	875	996	902	1,045	995	1,696	1,559	2,135	2,587	3,214	3,074
資産の状況												
総資産	百万円	4,751	5,613	5,291	5,773	5,706	5,327	5,788	5,462	7,163	7,548	8,595
純資産	百万円	1,949	1,906	1,423	1,402	1,555	1,888	2,397	2,087	2,340	2,820	3,728
有利子負債	百万円	1,228	1,676	1,684	1,833	1,716	1,020	720	1,506	1,915	1,722	1,218
設備投資・減価償却の状況												
設備投資額	百万円	351	416	105	143	291	236	256	28	164	48	141
減価償却費	百万円	105	112	170	149	127	141	161	143	106	94	85

(注) 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ます。



## 11年間の連結業績ハイライト

	単位	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6
株式の状況												
発行済株式総数	株	3,534,400	3,542,400	3,611,200	3,697,600	7,417,200	7,434,400	7,569,800	15,191,600	15,191,600	15,191,600	15,191,600
1株当たり配当金	円	20	20	10	30	10	10	10	2	6	12	15
配当性向	%	20.0%	-	-	-	24.1%	19.4%	15.2%	-	30.3%	31.1%	25.3%
1株当たりの状況												
1株当たりの当期純利益額	円	102.54	-2.18	-93.76	-60.43	41.57	25.85	33.42	-13.97	19.83	38.58	59.28
1株当たりの純資産額	円	515.76	501.30	371.66	343.55	198.20	120.72	153.13	135.17	151.30	178.92	238.78
経営指標												
営業利益率	%	3.4%	0.4%	-0.7%	3.3%	2.8%	2.6%	4.2%	3.0%	3.4%	4.7%	6.8%
ROE	%	20.5%	-	-	-	22.4%	23.5%	24.2%	-	16.1%	23.4%	28.3%
ROA	%	11.6%	3.0%	1.5%	4.3%	8.6%	6.6%	12.9%	4.9%	11.4%	17.5%	16.5%
自己資本比率	%	38.4%	31.6%	25.1%	21.8%	25.5%	33.4%	39.7%	37.3%	31.8%	35.7%	41.4%
D/Eレシオ	倍	0.7	0.9	1.3	1.5	1.2	0.6	0.3	0.7	0.8	0.6	0.3
従業員の状況												
従業員数	人	197	186	196	260	273	358	382	354	334	376	347

(注) 1. 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ます。

2. 2017年5月30日付で普通株式1株につき2株の割当で株式分割を行っております。

3. 2019年7月11日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行い、1株当たりの状況(\*)は有価証券報告書に基づきます。

## 11年間のセグメント別業績

	単位	2013/6	2014/6	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6		
売上高		2020/6までの報告セグメント								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント			
コミュニケーション事業①	百万円	3,019	5,081	5,789	5,429	5,715	6,194	7,434	8,158	5,818	9,119	7,744	8,207	マーケティング& コミュニケーション事業①
スポーツ事業②	百万円	960	923	804	1,068	1,302	1,278	1,366	1,080					
SP・MD事業③	百万円	5,960	3,930	2,313	3,531	2,588	1,451	1,234	1,389	4,984	3,644	5,489	7,178	セールスアクティベーション事業②
bills事業	百万円	2,252	2,385	2,930	3,120	4,100	4,421	4,241	3,259	3,259	2,355	2,359	2,901	フードブランディング事業
開発事業	百万円	826	121	102	244	184	191	351	205	31	236	596	669	ビジネスディベロップメント事業
計	百万円	13,018	12,443	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	14,094	15,356	16,190	18,956	計
【合計】①+②+③	百万円	9,940	9,935	8,907	10,029	9,606	8,924	10,035	10,629	10,803	12,764	13,234	15,385	【合計】①+②
セグメント利益		2020/6までの報告セグメント								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント			
コミュニケーション事業①	百万円	529	550	694	666	595	715	996	1,162				1,917	マーケティング& コミュニケーション事業①
スポーツ事業②	百万円	99	76	73	140	172	178	237	288	968	1,284	1,954		
SP・MD事業③	百万円	63	-111	-110	294	34	-150	2	2	514	310	344	380	セールスアクティベーション事業②
bills事業	百万円	161	-102	-155	28	126	166	66	-210	-210	-293	-366	76	フードブランディング事業
開発事業	百万円	23	136	-72	-71	-25	40	59	-4	-40	110	-82	88	ビジネスディベロップメント事業
調整額	百万円	-439	-499	-516	-611	-515	-594	-753	-817	-810	-892	-1,082	-1,166	調整額
計	百万円	438	51	-88	447	387	355	610	420	420	519	767	1,296	計
【合計】①+②+③	百万円	692	516	656	1,101	802	743	1,237	1,452	1,482	1,595	2,299	2,297	【合計】①+②

(注) 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ます。

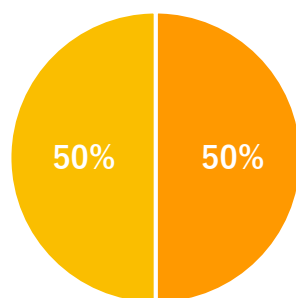
## コーポレートガバナンス

- 当社の女性取締役比率は50.0%、執行役員を含む女性役員比率は40.0%
- 社外取締役比率は50.0%



### 取締役 / 執行役員 女性比率

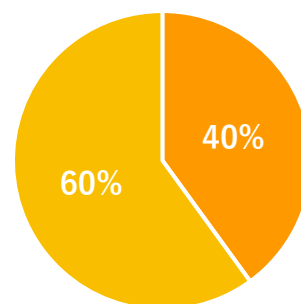
#### 取締役比率



■ 女性 ■ 男性

#### 役員比率

(執行役員を含む)



■ 女性 ■ 男性

### 連結子会社



steady study

*airside*  
CREATIVE PR AGENCY



(注) 2023年9月26日現在

## グループ経営体制



### 当社

取締役	代表取締役社長	次原 悦子
	代表取締役副社長	渡邊 徳人
	社外取締役	長井 亨
	取締役(監査等委員)	白井 耀
	社外取締役 (監査等委員)	藤井麻莉
	社外取締役 (監査等委員)	服部景子
	<hr/>	
執行役員	上級執行役員 最高執行責任者	植野 大輔
	執行役員	小林 伸也
	執行役員	谷村 江美
	執行役員	大竹 貴也

### 連結子会社

株式会社サニーサイドアップ	代表取締役社長	リュウ シーチャウ
株式会社クムナムエンターテインメント	代表取締役社長	大塚 晴義
株式会社ステディスタディ	代表取締役社長	神出 瑞代
株式会社エアサイド	代表取締役社長	中居 進
株式会社グッドアンドカンパニー	代表取締役社長	谷村 江美
株式会社サニーサイドエックス	代表取締役社長	西谷 大蔵
SUNNY SIDE UP KOREA, INC	代表取締役社長	渡邊 徳人
株式会社フライパン	代表取締役会長	渡邊 徳人

# 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 経営管理部経営管理グループ

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