



2021年3月期 決算説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.



01	2021年3月期 連結決算概要	P03
02	第4四半期事業の状況	P14
03	TOPICS	P19
04	2022年3月期 連結業績予想	P25
05	APPENDIX	P32



2021年3月期 連結決算概要



第4四半期ハイライト（1-3月）

1

アドテクノロジーは、コロナ禍でも業績好調なEC領域やVALIS-Engine（AIエンジン）関連商材、新サービス（TV Bridge）が伸長し前四半期比（3Qvs4Q）+14.9%の成長

2

事業領域拡大の為に進めてきたデジタルソリューションは子会社ASAが順調に伸長し前四半期比（3Qvs4Q）+25.8%の成長
3月には、ラグジュアリーブランド向けEC支援大手のルビー・グループを子会社化

3

当期純利益に関しては、O2Oサービスに関するソフトウェアの減損や繰延税金資産を取り崩したためマイナスにて着地

「アドテク新領域への展開」と「アプリDSP立ち上げ」にて
想定通り進まず、
「ソリューション型ビジネスの拡大」は想定通り

アドテク
新領域への展開



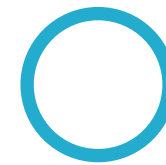
DOOH（屋外型広告）/
コネクテッドテレビ
ともに当初想定より遅延

アプリDSP
立ち上げ



iOSにおけるIDFA（iOS端
末の広告識別子）制限の
方針を受け戦略の見直しへ

ソリューション型
ビジネスの拡大



ラグジュアリーブランド向け
EC支援大手の
ルビー・グループを子会社化

決算ハイライト（総括）

前期比

（単位:百万円）

連結業績	売上	12,115	+508	売上は前期比で増収 営業利益は既存サービス営業力強化の為の人件費や新規サービスへの先行投資が増加した影響で減益 当期純利益は減損等の影響もありマイナスに
	営業利益	303	△443	
	当期純利益	▲38	△522	

売上内訳

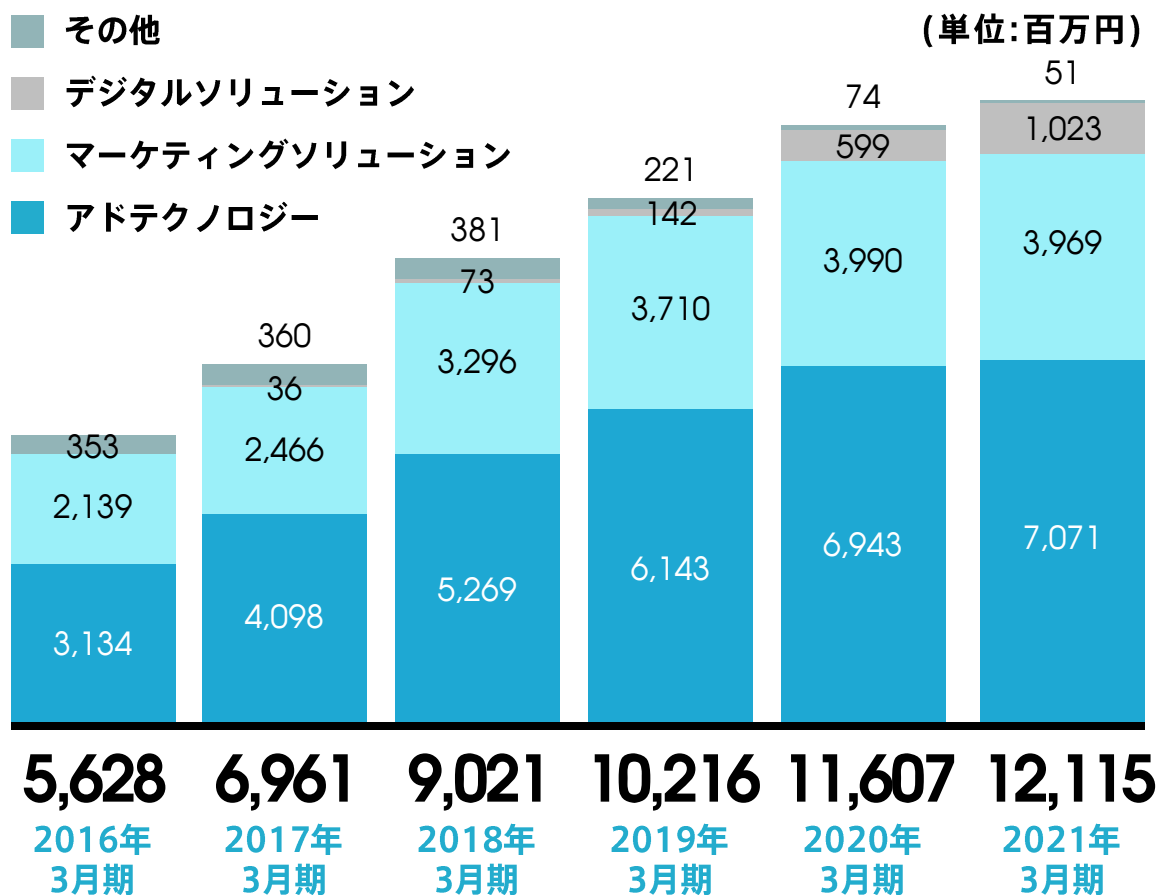
前期比

アドテクノロジー	売上	7,071	+1.8%	VALIS-Engine (AIエンジン) 関連商材や新サービス (TV Bridge) が成長 上期は想定通り進まなかったものの下期は回復傾向
マーケティングソリューション	売上	3,969	△0.5%	4Q (1-3月) では過去最高売上達成 通期では上期の店舗誘導型 (美容等) カテゴリ減少の影響で前年並み
デジタルソリューション	売上	1,023	+70.8%	子会社ASA (ウェブインテグレーション) が順調に成長
その他	売上	51	△30.3%	媒体の広告枠仕入販売が鈍化

※2021年3月期1Qより、サービス名称の「その他」を「デジタルソリューション」と「その他」へと変更したため、前期以前の数値も遡及して修正しております
また、あわせて「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと変更しています

決算ハイライト（売上）

アドテクは2Qを底に回復傾向
VALIS-Engine（AIエンジン）関連商材や
新サービス（TV Bridge）、
デジタルソリューションでカバーし**4%成長**

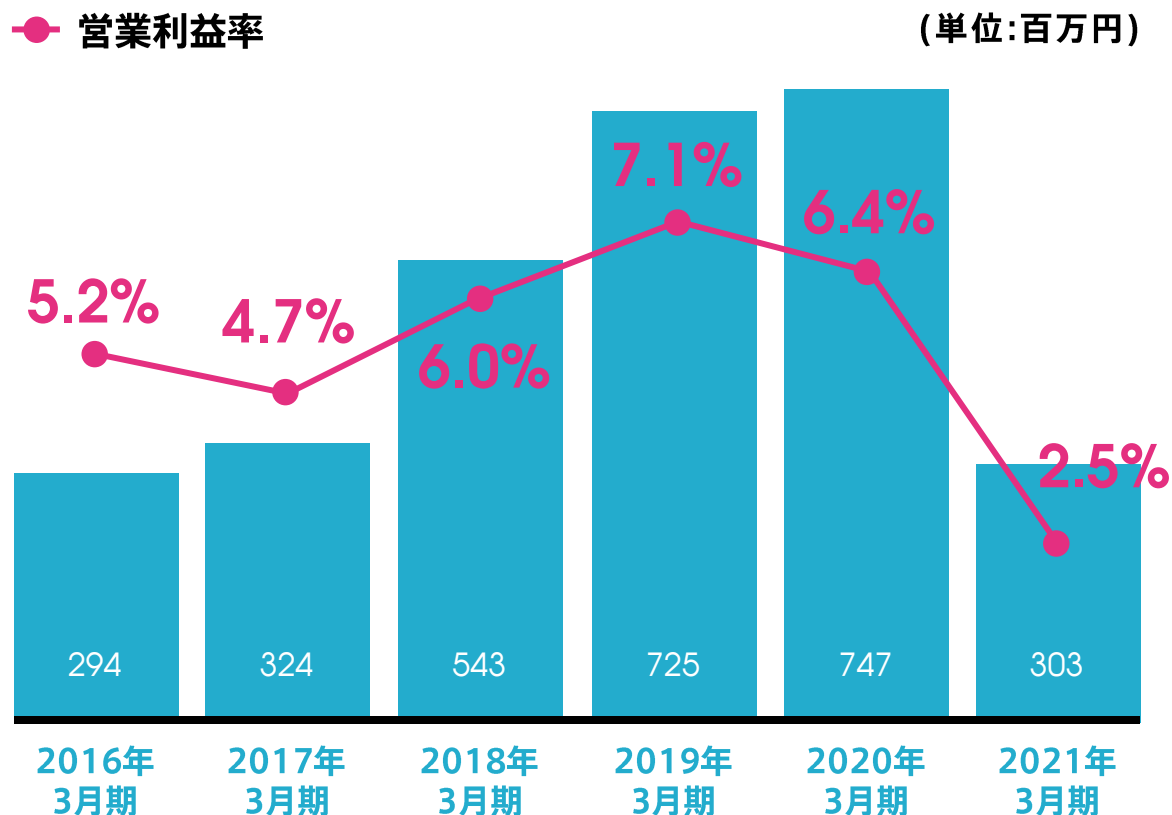


前期比

+4%

決算ハイライト（営業利益）

既存事業の為の体制強化やポストクッキーに向けた新規サービスの開発などで固定費が増加し前期比で減益

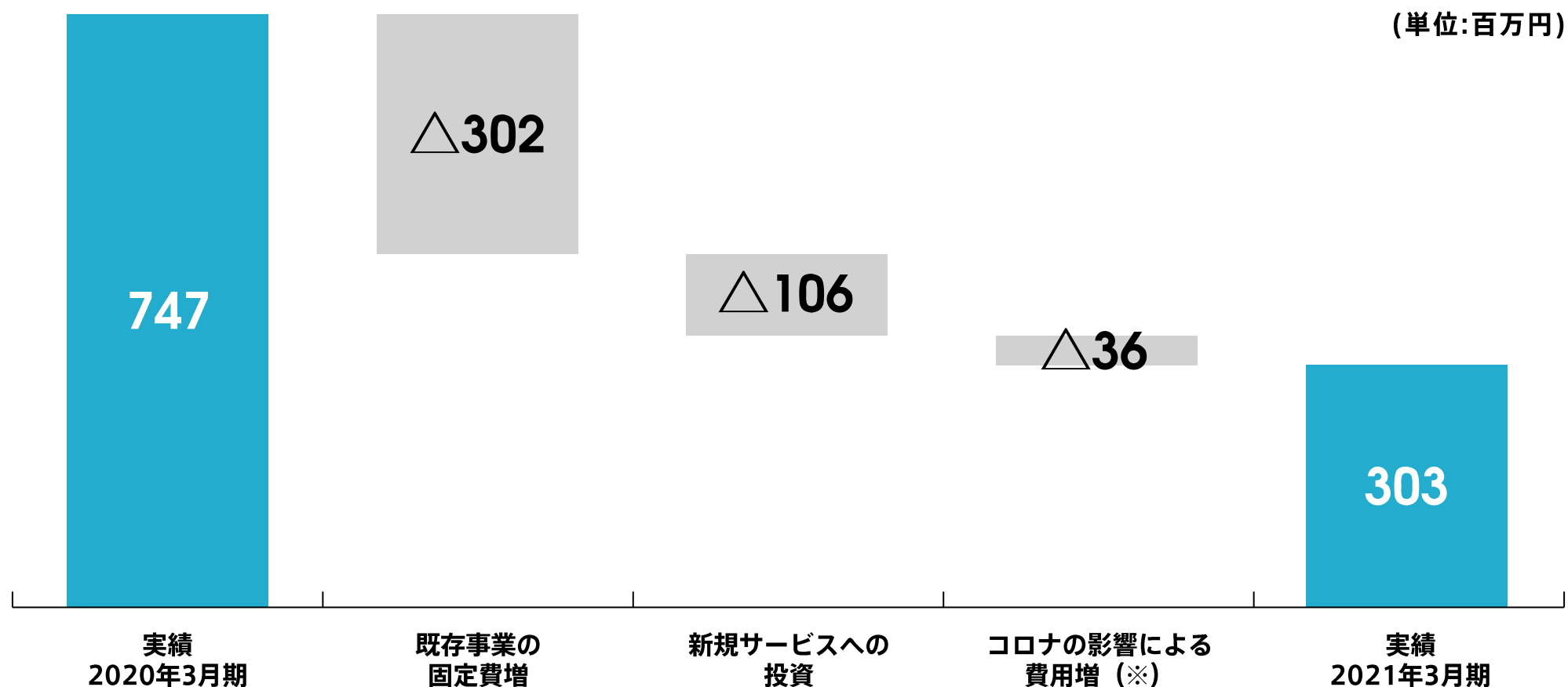


前期比

△59%

決算ハイライト(営業利益増減)

既存事業の営業力強化の為の person 費等の増加やポストクッキー時代の成長に向けた新規サービスへの投資により **減益**

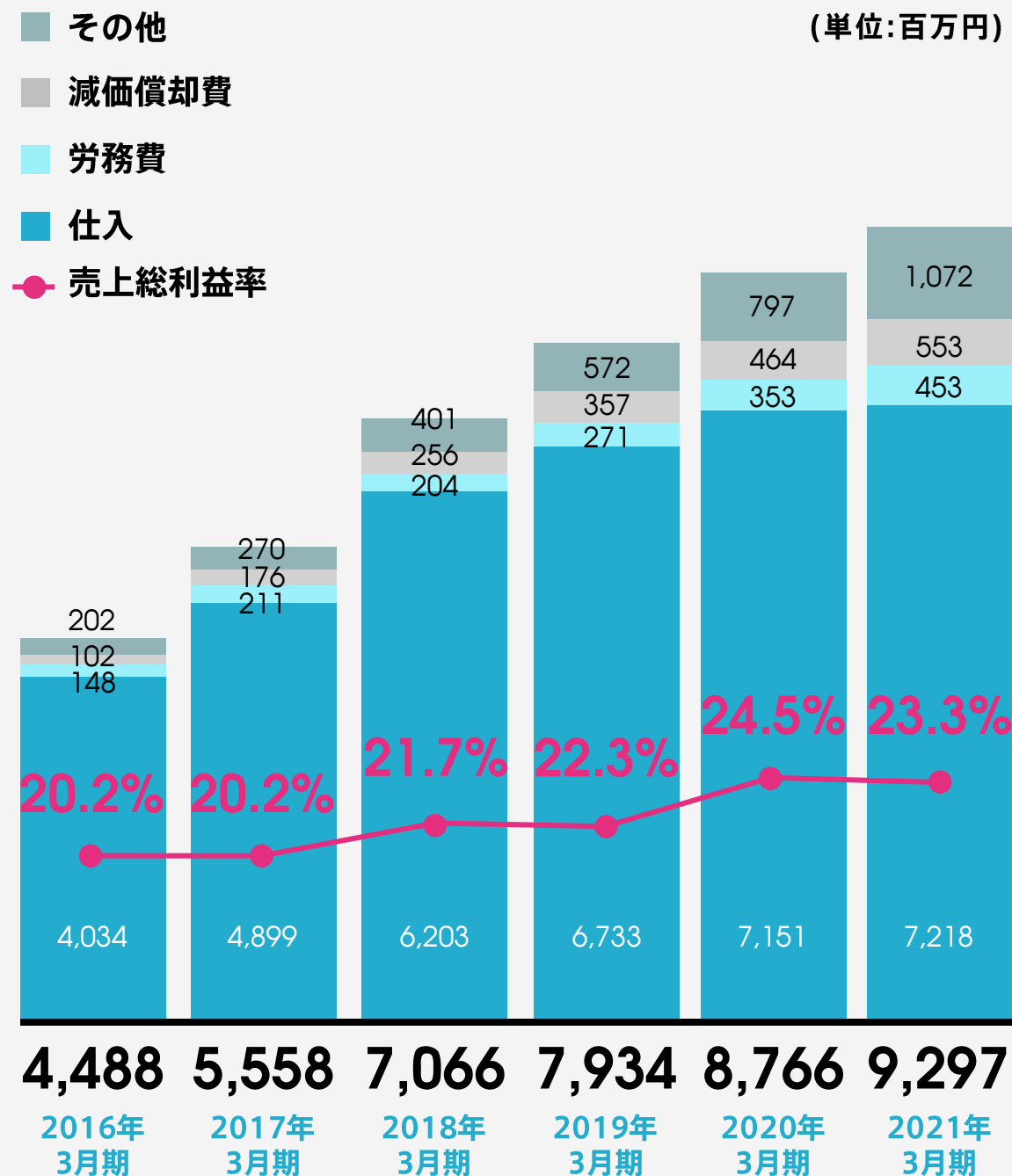


費用の増加は利益に対してマイナスインパクトのため△で表示

※在宅勤務手当(一時金)や在宅勤務に必要な備品等

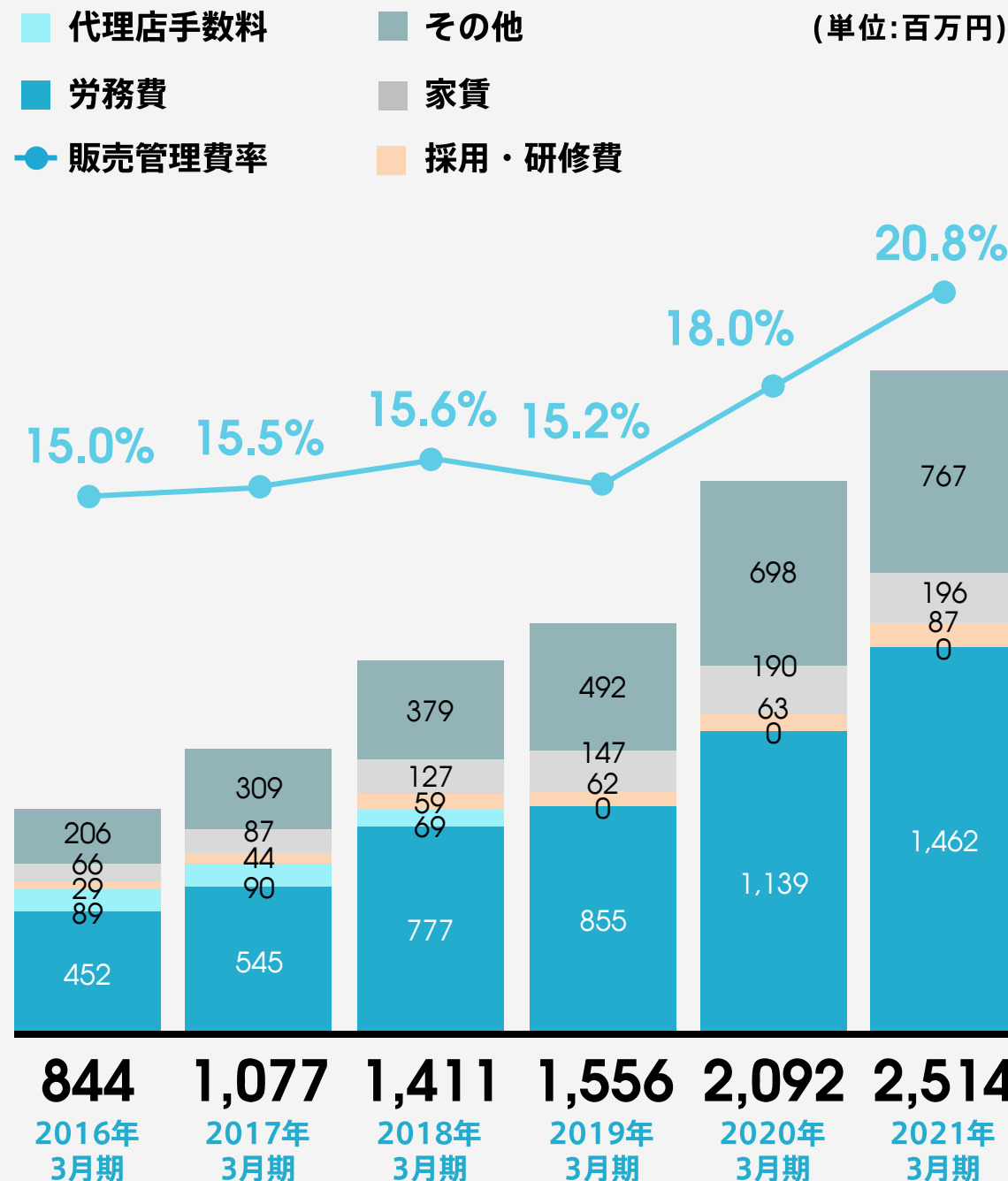
決算ハイライト (売上原価)

ポストクッキーを見据えた
新サービスへの
開発投資の強化などで
売上総利益率は**前期並み**



決算ハイライト（販管費）

既存事業の営業力強化、
新規サービスへの投資、
前期M&A(ASA子会社化)
したことにより
人件費等の固定費が
増加し販管費率は**増加**



決算ハイライト（貸借対照表）

ソフトウェア開発及び子会社（ルビー・グループ）株式取得による
のれん計上のため無形固定資産**増加**

子会社株式取得のための短期借入金（流動負債）**増加**

（単位：百万円）

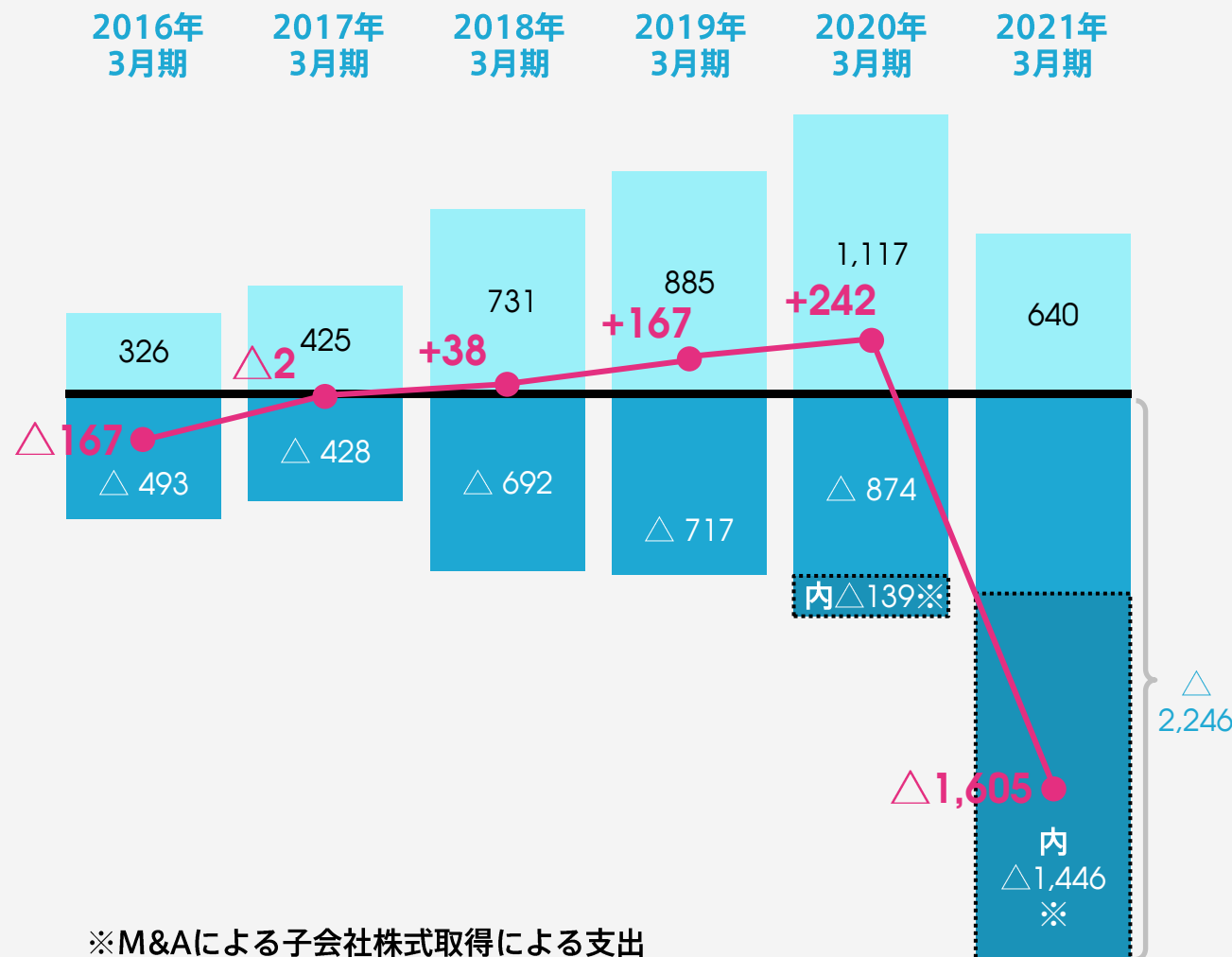
	2019年3月末	2020年3月末	2021年3月末	前期末比
流動資産	3,554	3,932	4,261	+ 8%
現預金	2,066	2,109	2,050	△ 3%
固定資産	2,044	2,677	3,975	+ 48%
無形固定資産	1,263	1,830	3,170	+ 73%
総資産	5,599	6,610	8,237	+ 25%
流動負債	1,382	1,813	3,463	+ 91%
固定負債	55	226	209	△ 8%
純資産	4,162	4,570	4,564	△ 0%

決算ハイライト
(フリー・キャッシュ・フロー)

M&Aによる
子会社株式取得により
投資CFが大幅に
増加したこと等で
フリーCFはマイナスに

■ 営業 CF
■ 投資 CF
● フリー CF

(単位:百万円)



第4四半期事業の状況

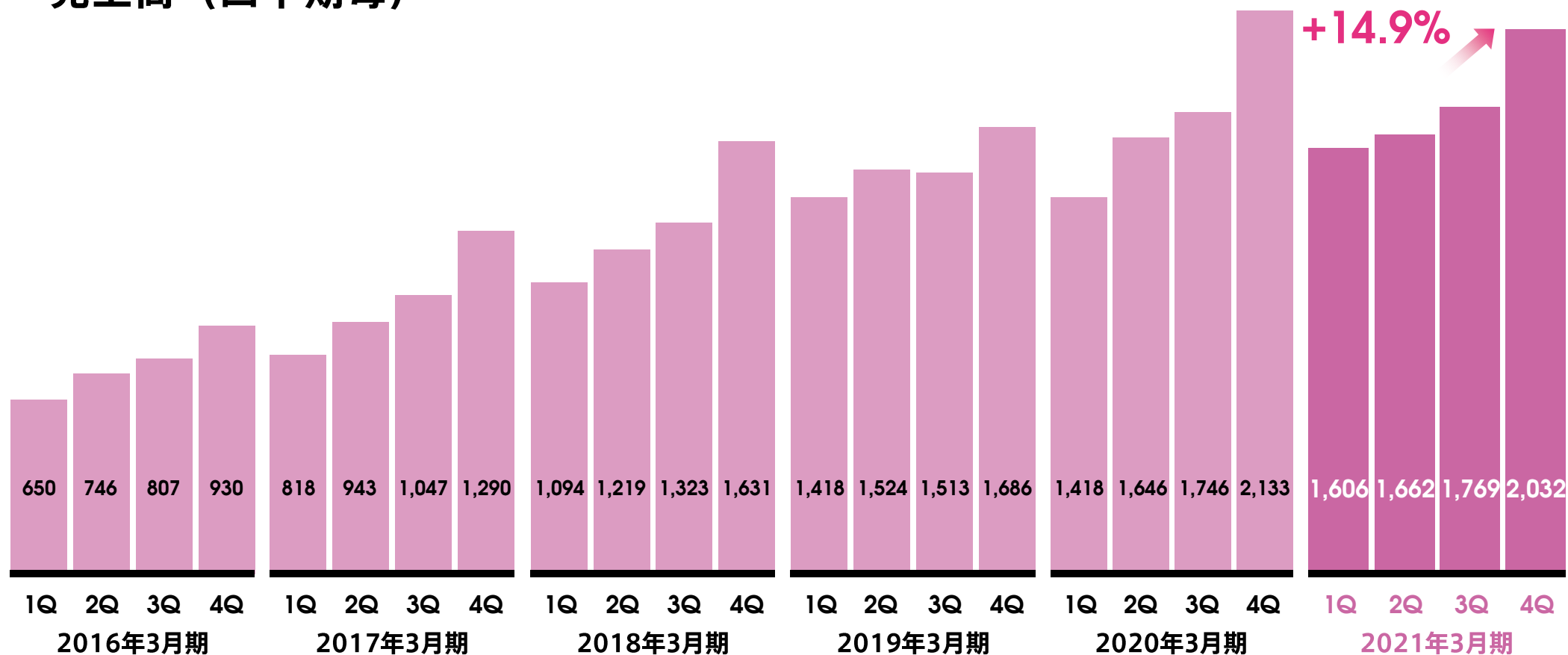


アドテクノロジー

コロナ禍でも業績好調な業種への営業強化による広告主増加や新サービス(TV Bridge)が成長し、四半期比(3Qvs4Q)では**+14.9%**

売上高 (四半期毎)

(単位:百万円)

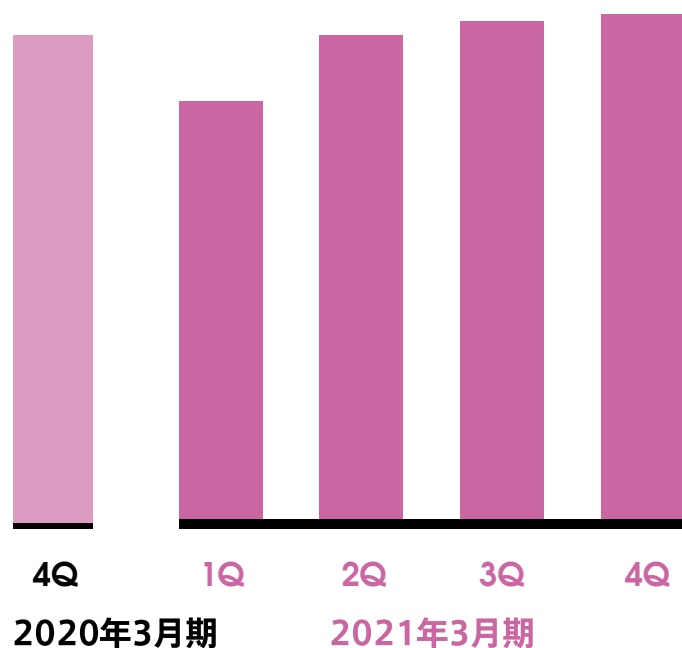


※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

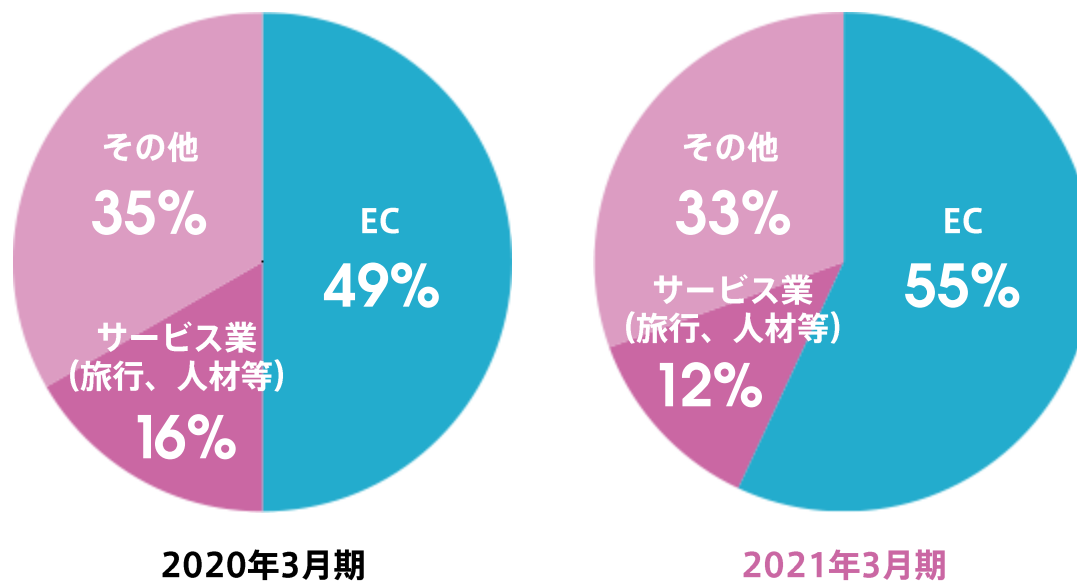
アドテクノロジー

広告主数は、序盤新型コロナウイルスの影響で減少も
前期からの営業力強化により、前年同四半期比を上回る
売上構成比は、今後成長余地があるECの比率が増加

広告主数（四半期毎）



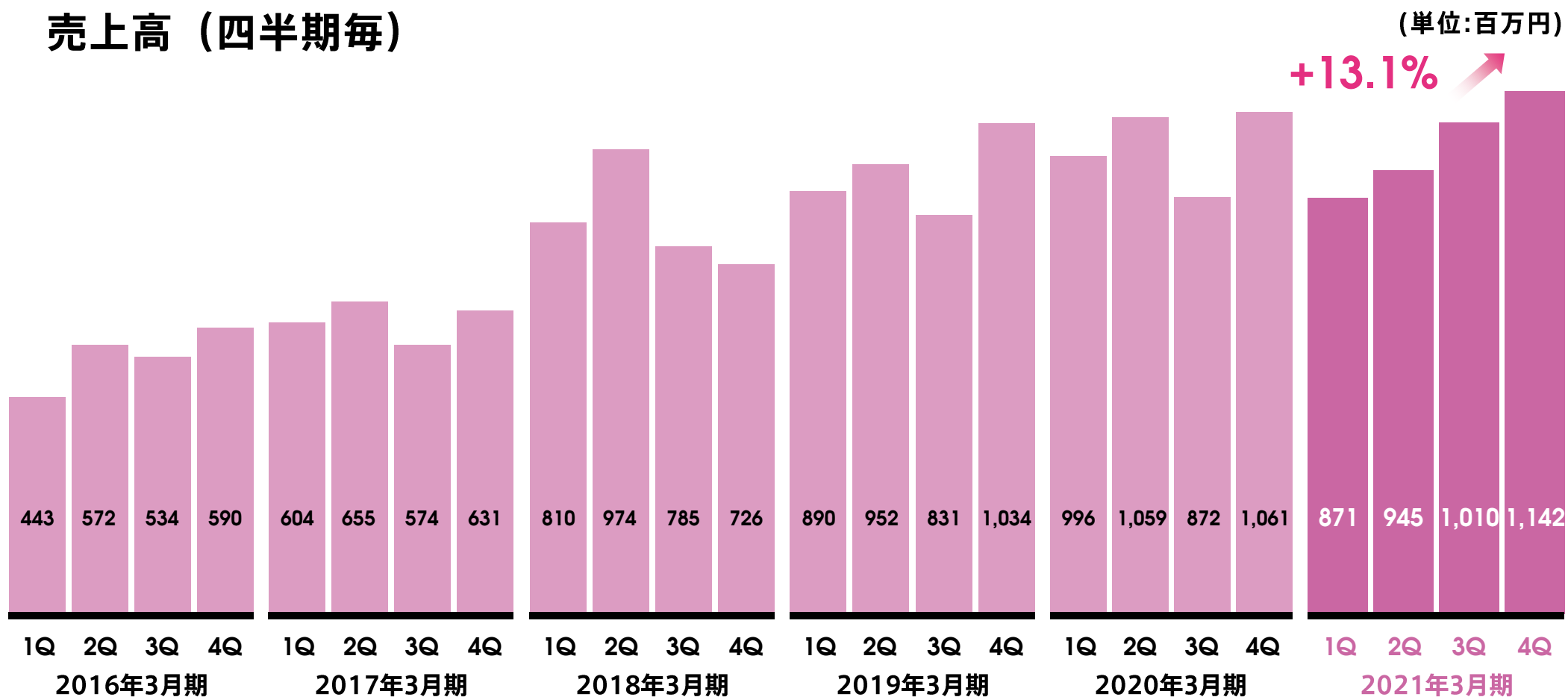
売上構成比



マーケティングソリューション

新型コロナウイルスの影響を受けづらいカテゴリが伸長し、
過去最高売上更新

売上高（四半期毎）



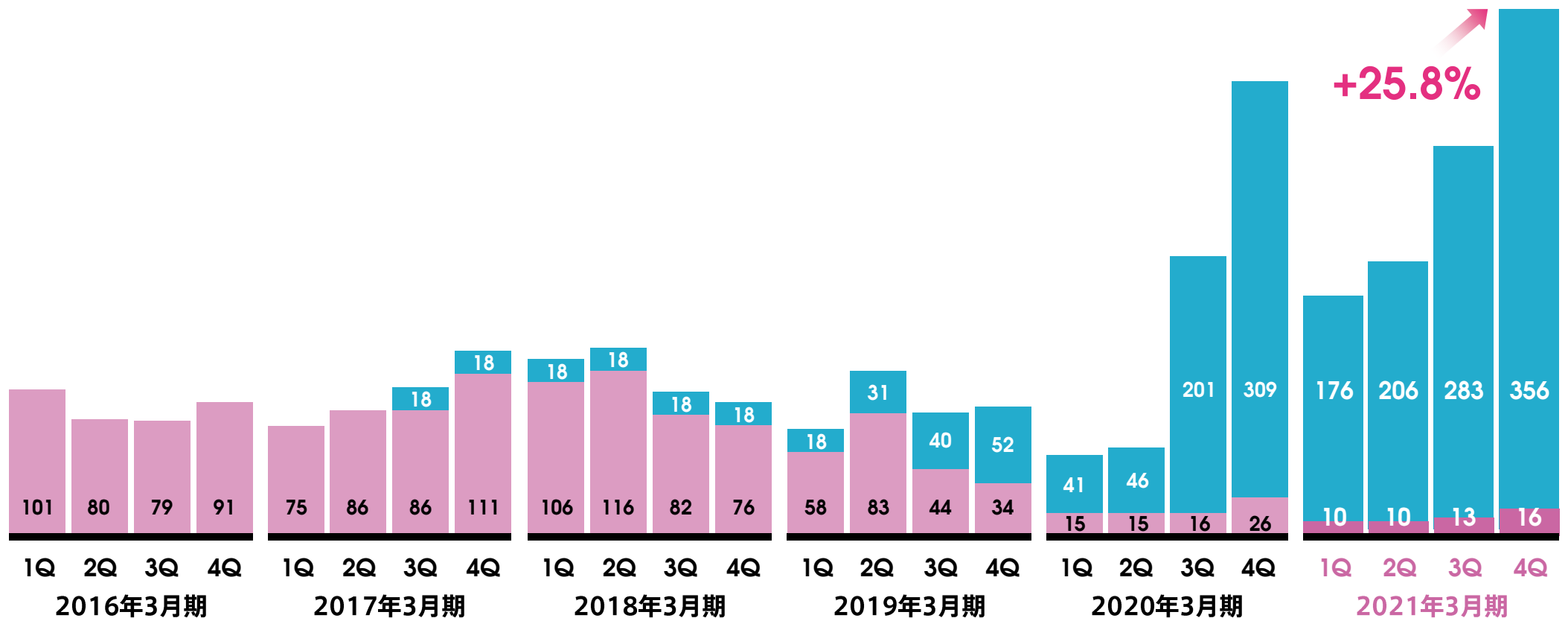
デジタルソリューション、その他

子会社ASA（ウェブインテグレーション）サービスが 順調に成長し、四半期比（3Qvs4Q）では+25.8%

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）

■ その他 ■ デジタルソリューション



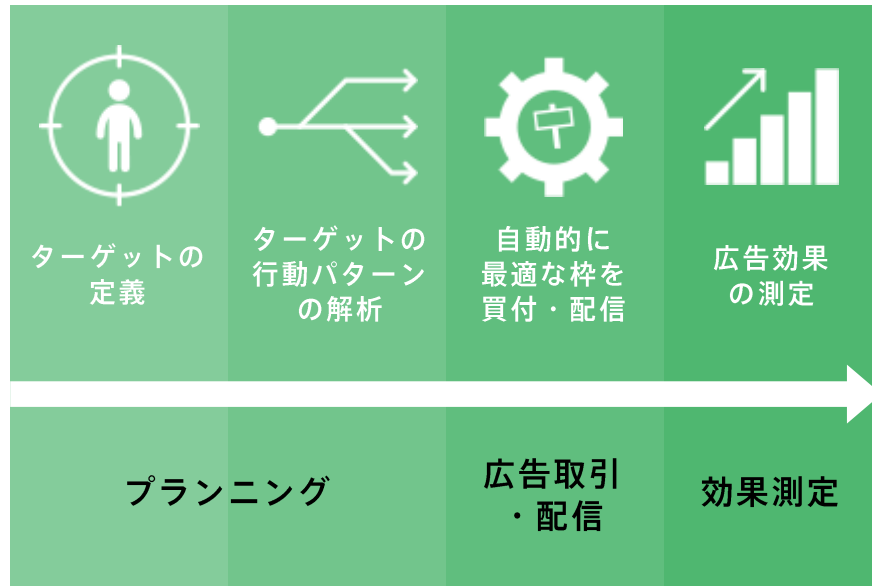
※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

TOPICS



DOOH（屋外型広告）やテレビ視聴データ活用サービスを**拡充**

「Logicad DOOH」、
「インタレストターゲティング」を開始
国内DSPとして初めて、人の行動を
起点とした興味・関心層への配信を実現



「Logicad Video Ads」、
キャッチアップ放送向け広告配信機能を拡充
テレビ視聴データを活用した
広告配信との連携も可能に



ラグジュアリーブランド向けEC支援大手、ルビー・グループを子会社化



会社名	ルビー・グループ株式会社
事業内容	ラグジュアリーブランドEコマース構築、運営、コンサルティングなど
設立	2011年1月

目的

アドテク業界の課題であるポストクッキーに向けた事業領域の拡大を加速させ、クライアントにマーケティング業務を一気通貫で提供できるバリューチェーンの拡大を図る

シナジー

保有するサービスや顧客接点を事業戦略へ反映することで、更なる事業規模の拡大を目指す

TOPICS その他 新規事業

自社メディア第2弾として「MANEKU (マネク)」がスタート

「おうち時間」やちょっと素敵な暮らしのアイデアを紹介しあう、
ライフスタイルコミュニティメディア



TOPICS その他

健康経営優良法人に

3年連続

認定



An infographic titled "SMN 健康経営フレーム" (SMN Health Management Framework) for the year 2021. At the top left is a logo consisting of red and orange wavy lines. To the right of the logo, the text reads "2021 健康経営優良法人 Health and productivity". Below the title is a diagram showing the relationship between organizational and individual health management. The top part, "健康経営・組織のシアワセ" (Health Management / Organization's Happiness), features silhouettes of business people. Below it, "個人のシアワセ" (Individual Happiness) is divided into three categories: "カラダ" (Body) with an image of a hand holding a red apple, "ココロ" (Mind) with an image of a hand holding a red heart, and "ショク" (Diet) with an image of fresh vegetables. At the bottom, a green semi-circle labeled "カンキョウ" (Environment) is set against a background of stylized buildings and green circles.

TOPICS その他

ESGに関する取り組みをIRサイト内へ追加



ENVIRONMENT



SOCIAL



GOVERNANCE

ESG

2022年3月期 連結業績予想



2022年3月期 経営方針

アドテク
既存サービス強化

アドテク
新領域での
サービス展開

事業領域の拡大

今期、アドテクノロジーはポストクッキー時代に向け
事業環境の変化に左右されないEC領域や
非ターゲティング/クッキーレス領域に向けたサービスの強化を図ります

また、テレビ視聴データを活用した新領域でのサービス展開により
更なる成長を目指します

そして、子会社化したルビー・グループとSMNが保有する技術やサービスを掛け合わせ
事業領域の拡大を目指します

業績予想(サマリー)

前期比

(単位:百万円)

連結業績	売上	15,100	+24.6%	売上は継続的な成長 営業利益、当期純利益は 既存サービスの成長により 増益を目指す
	営業利益	400	+31.6%	
	当期純利益	110	-	

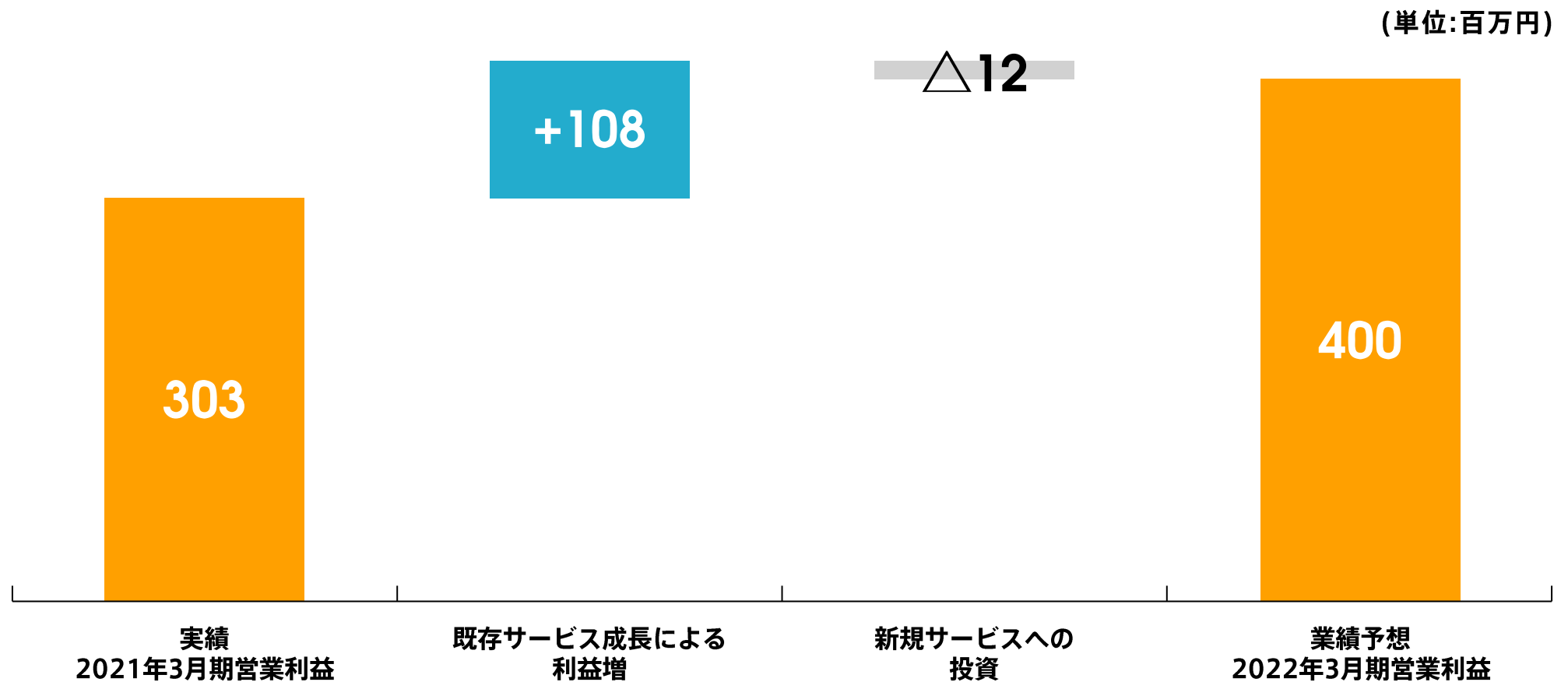
売上内訳

前期比

	売上		前期比	
アドテクノロジー	売上	8,000	+13.1%	EC領域及び非ターゲティング領域等の強化 テレビ視聴データを活用したサービス展開
マーケティング ソリューション	売上	4,500	+13.4%	既存カテゴリを中心に継続的な成長を図り 周辺領域サービスの収益化を急ぐ
デジタル ソリューション	売上	2,500	+144.3%	子会社化したルビー・グループを中心として 事業領域の拡大を目指す
その他	売上	100	+93.5%	メディアでの新規事業を模索

業績予想(営業利益)

既存サービス成長による利益増 新規サービスへの投資は今期並みのため増益



費用の増加は利益に対してマイナスインパクトのため△で表示

既存サービス（ECや非ターゲティング領域）の強化

EC領域



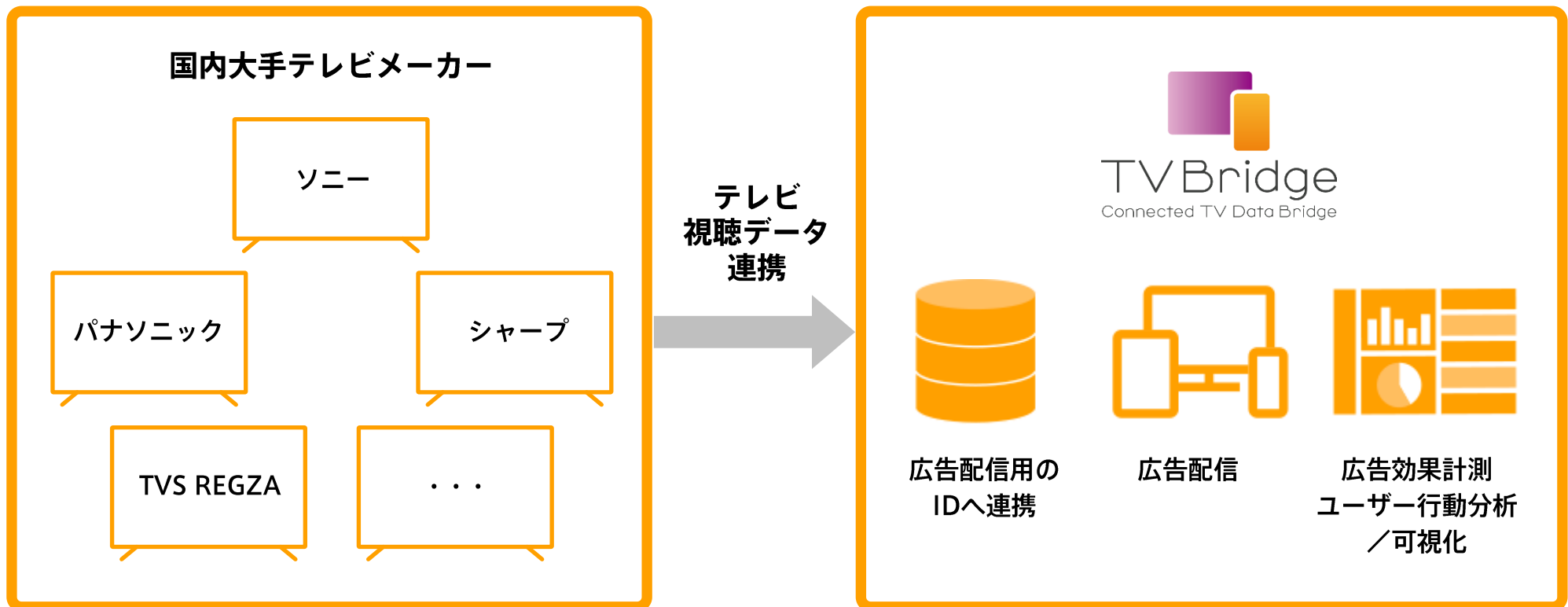
非ターゲティング
(クッキーレス)領域



アドテクノロジー 重点施策②

新領域（テレビ視聴データを中心とした）サービス展開

大手テレビメーカーと連携し、国内最大級のテレビ視聴データをワンプラットフォームで広告配信に活用
ソニー、パナソニック、シャープ、TVS REGZA (※)のテレビ視聴データ×SMNの広告配信技術



※各社の正式名称は以下のとおりです。

ソニー：ソニーホームエンタテインメント&サウンドプロダクツ株式会社/ソニーマーケティング株式会社

パナソニック：パナソニック株式会社

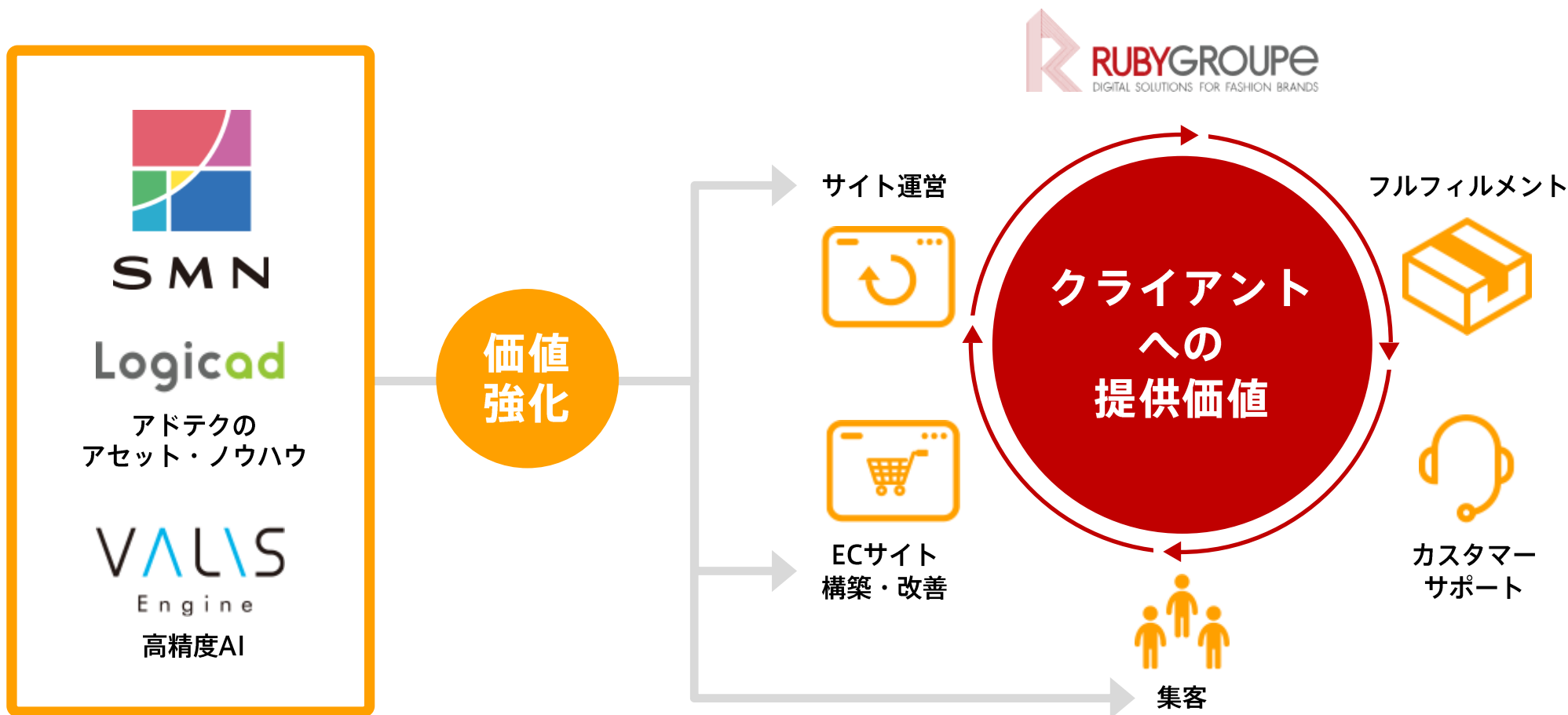
シャープ：シャープ株式会社

TVS REGZA：TVS REGZA株式会社

デジタルソリューション 重点施策


事業領域の拡大を目指し デジタルソリューション領域の強化

SMNが保有するサービスや技術×子会社化したルビー・グループのサービスにより価値強化を図る



05

APPENDIX

A small, pink, cartoon-style teddy bear is sitting on the bottom curve of the number 5. The bear has black eyes, a small black nose, and a simple smile. It has white paws and a white belly.

会社概要

会社名	SMN株式会社 (SMN Corporation)
所在地	本社：東京都品川区 営業所：大阪市北区、福岡市中央区 国内連結子会社：SMT(株)、SMNベンチャーズ(株)、ネクスジェンデジタル(株)、 (株)ゼータ・ブリッジ、(株)ASA、SMNメディアデザイン(株)、ルビー・グループ(株) 海外連結子会社：SMN台湾
設立	2000年3月
資本金	10億1,164万円 (2021年3月末現在)
事業内容	マーケティングテクノロジー事業
従業員数	372名 (2021年3月末現在)
主要株主	ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社：60.5% (2021年3月末現在)
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部
証券コード	6185

会社概要 経営陣

代表取締役社長

石井 隆一

1965年5月生

- 2000年1月 ソニー株式会社入社
- 2008年9月 So-net Entertainment Taiwan,Ltd.執行長
- 2014年1月 ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社
代表取締役 執行役員社長
当社取締役
- 2017年1月 当社代表取締役社長

取締役

石井 隆一
中川 典宜
高垣 浩一
金川 裕一
佐渡島 庸平

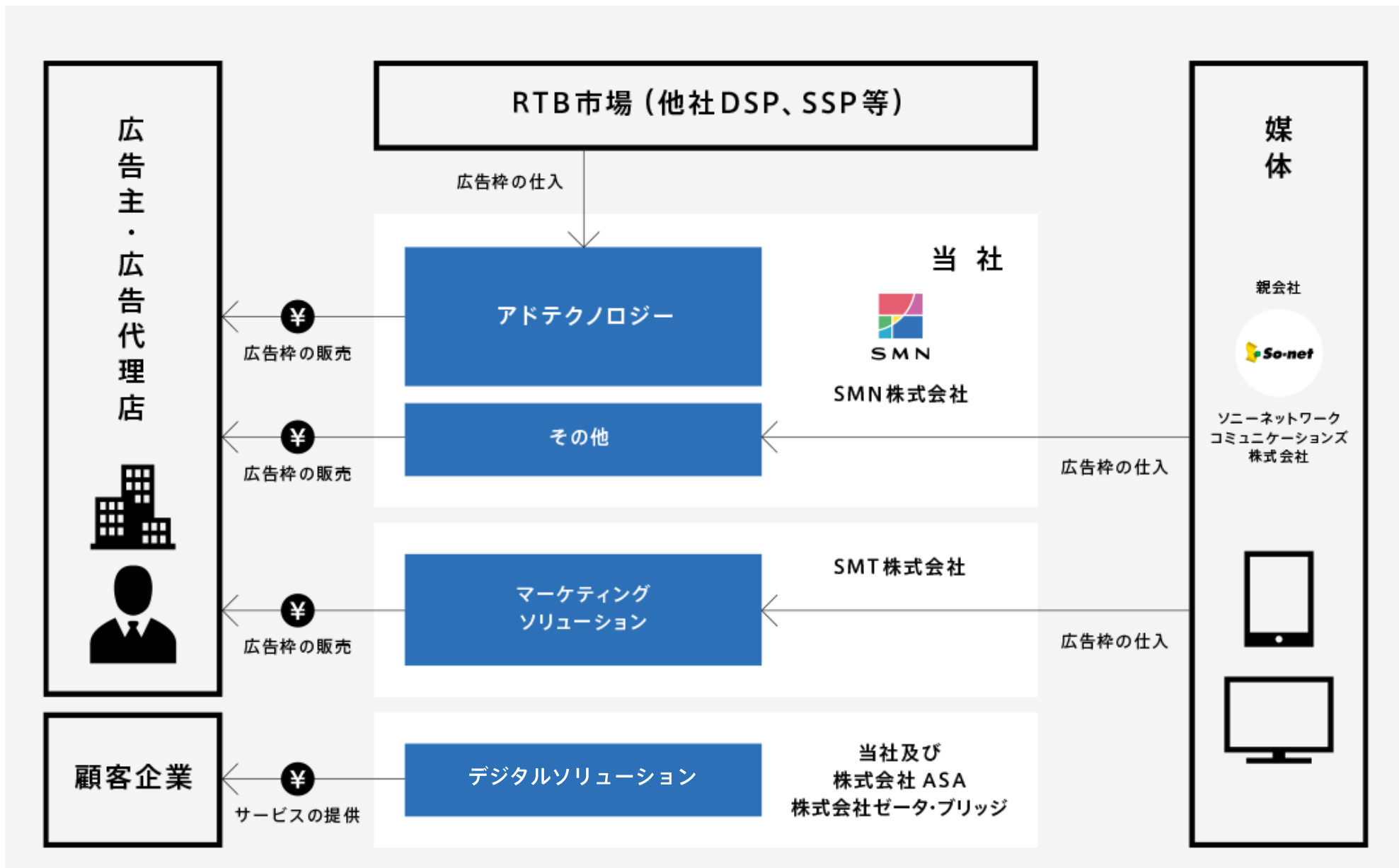
取締役（監査等委員）

吉村 正直
相内 泰和
本間 俊之

執行役員

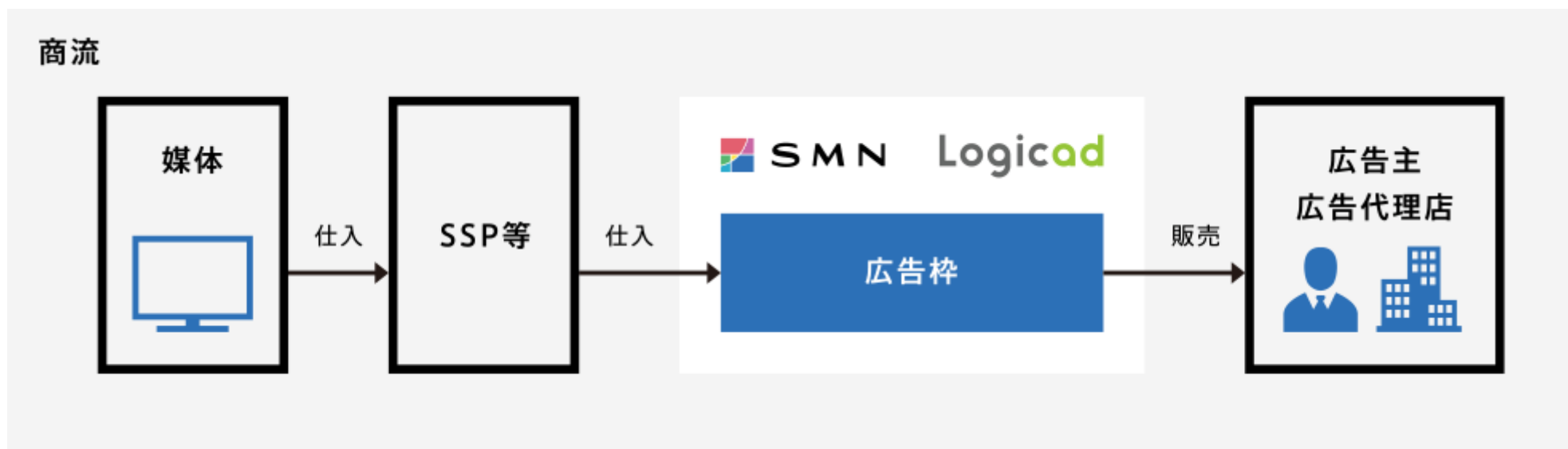
石井 隆一
中川 典宜
中尾 嘉孝
内藤 剛人
大野 豊
安田 崇浩
谷本 秀吉

会社概要 事業概要



オークション形式でリアルタイムに広告買付を行う プラットフォームDSP「Logicad（ロジカド）」を提供

「Logicad」は、独自のアルゴリズムにより、それぞれの広告主に応じて最適なターゲット、タイミング、場所（掲載面）」で、広告リーチする自社開発のDSP(Demand Side Platform)です。独自開発のAI「VALIS-Engine」を搭載し、潜在顧客層に対して高精度なターゲティング広告配信を実現し、広告効果を最適化します。
現在、プログラマティック広告の各種ソリューションとの連携により更なる進化を遂げています。



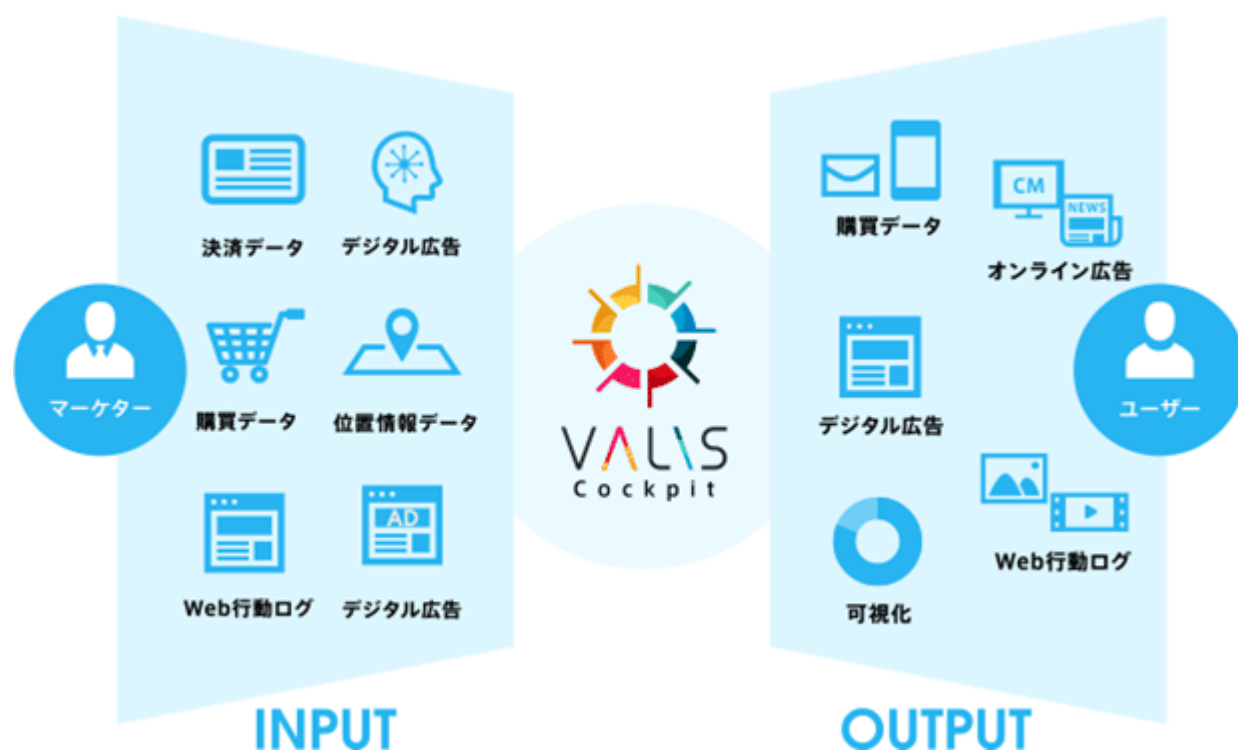
人・物・情報の価値判断を超高速・高精度に実現するAI

ソニーの研究所で培った機械学習の知見をシーズとして、当社データサイエンティスト・AIエンジニアがフルスクラッチで研究・開発したAIエンジンです。「VALIS-Engine」のテクノロジーを商品やサービスに導入することで、「貰って嬉しい広告」「機会損失の最小化」の実現を目指しています。



マーケティングAIプラットフォーム

マーケティングの上流から設計する、フルファネルでの広告アプローチを人工知能「VALIS-Engine」を用いてサポートし、マーケターの課題解決に貢献します。



「VALIS-Cockpit」の特徴

- 1 Web行動解析などの結果を可視化、潜在顧客層の発見に貢献
- 2 コミュニケーションメッセージを最適化するための情報も可視化
- 3 当社プラットフォーム「Logicad」と連携し、最適なメディアへ配信

アドテクノロジー

マーケティングエージェンシー事業子会社 ネクスジェンデジタル株式会社

AIや機械学習などの情報処理技術を応用し、最先端のアドテクノロジーに精通した
コンサルタントがマーケティング課題の解決を図ります。

ユーザー理解から戦略・施策立案、施策実行、効果検証に至る

統合マーケティング支援によって、投資対効果の最適化を実現します。

分析

ビッグデータとAIを用いて可視化



ペルソナ分析



カスタマージャーニー分析



ステージフロー分析



SNSデータ



1st, 3rd party データ



オフラインデータ

施策立案／実施

態度変容を促進し投資効果を最適化



クリエイティブ
設計



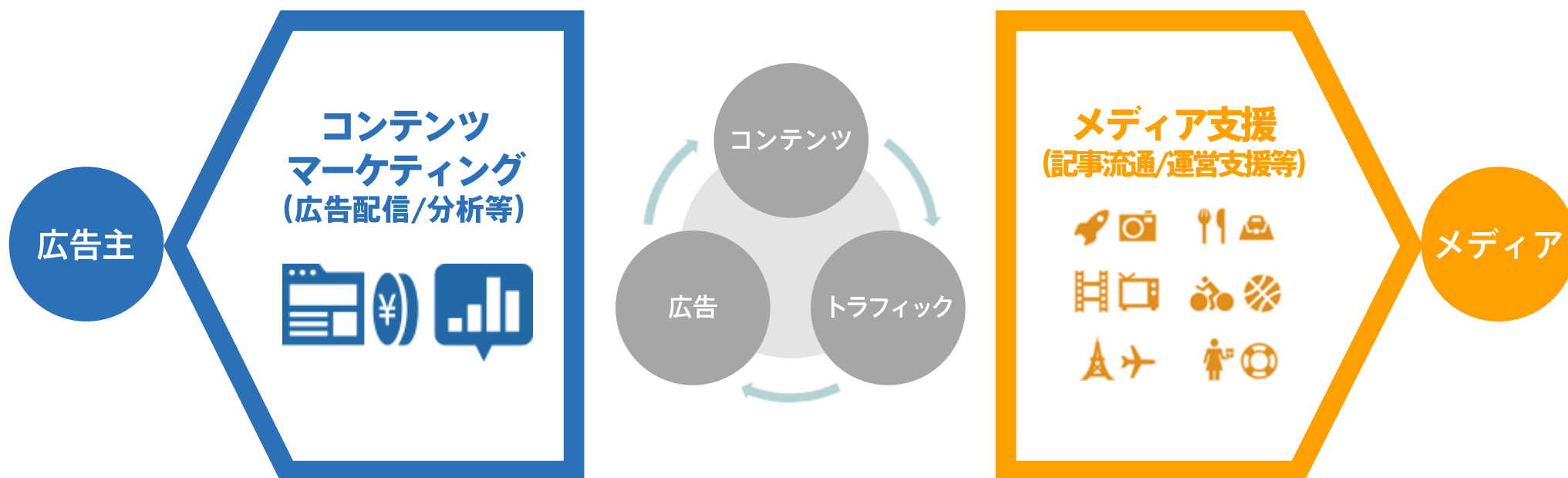
メディアプ
ランニング



ブランド
コミュニケーション設計

メディア、広告主双方から求められるソリューションを提供することで、良質なコンテンツマーケティング環境を構築

マーケターにとって効果的なコンテンツマーケティングを実現するためには、メディアが健全に運営されていることが必須であるとの考えから、メディア・広告主双方に向けた各種ソリューションを展開



マーケティングソリューション

成果報酬型コンテンツマーケティングサービス

信頼できるパートナーサイトに限定して成果報酬型のコンテンツマーケティングを展開することで、質を担保しながら効果的な顧客獲得施策の実施が可能



デジタルソリューション

マーケティングプラットフォーム「Marketing Touch」

「ウェブ行動履歴」とリアル「購買/位置/時間データ」を融合させた、実店舗向けサービス

マーケティングデータ

SNSや自社コンテンツなどあらゆるコミュニケーションツールで来店訴求



来店データ、購買データ

電子スタンプ設置やPOSレジ連携のみでカンタンに実店舗をデジタル化し、ウェブ施策から来店・購買分析を可能とする



MARKETING TOUCH

実店舗とネットを融合させ、
収益最大化に向けた
販促施策を実現



AIによる分析・レポート

「マーケティングデータ」及び「来店データ、購買データ」を人工知能「VALIS-Engine」が分析し、インサイトの発見、ターゲットの特定、コミュニケーションの最適化など様々な戦略立案を支援

デジタルソリューション

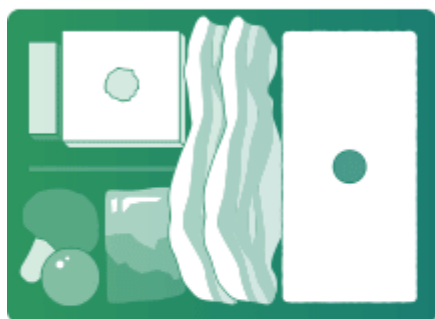
技術子会社ゼータ・ブリッジ

ゼータ・ブリッジは音声・画像認識技術に強みを持ち、全国各地のテレビCMデータの販売など、多彩なサービスを提供しています。

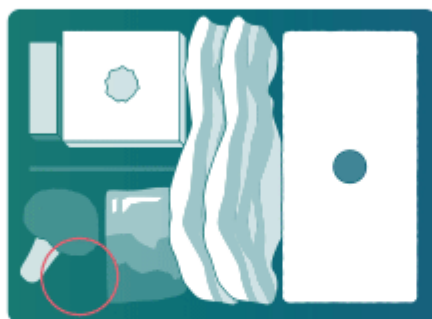
新サービス「フォトナビ・目視レス」は、人間が目で見えて脳で判断する感覚に近い独自開発の画像認識アルゴリズムで、画像の中から特定の条件に当てはまる領域を検出し、類似する色・形・模様などを瞬時に自動検出するものです。

画像認識技術を適用した「フォトナビ・目視レス」

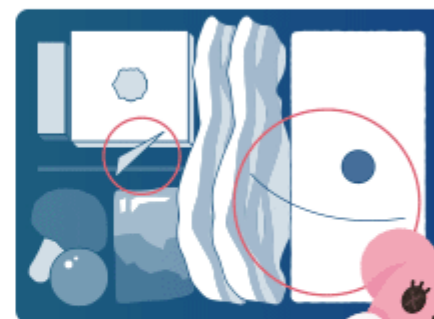
SCAN 01 異常なし



SCAN 02 欠品(トマト)



SCAN 03 異物発見



異物混入の発見をはじめ、パーツや具材の過不足を自動判定



デジタルソリューション

デジタルコンテンツ制作およびQA子会社ASA

大手クライアントと直取引を持ち、広告主の1st Partyデータ×SMNによる分析で他社にない付加価値を提供

PRODUCTION

Web

App

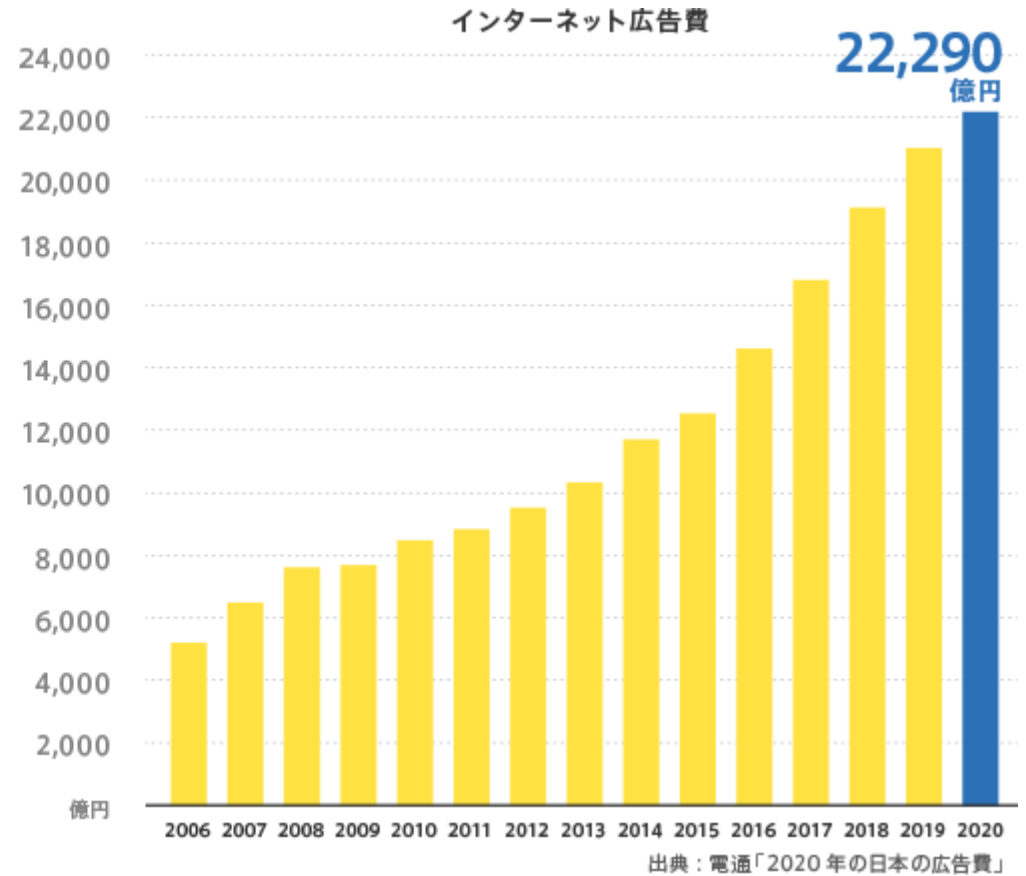
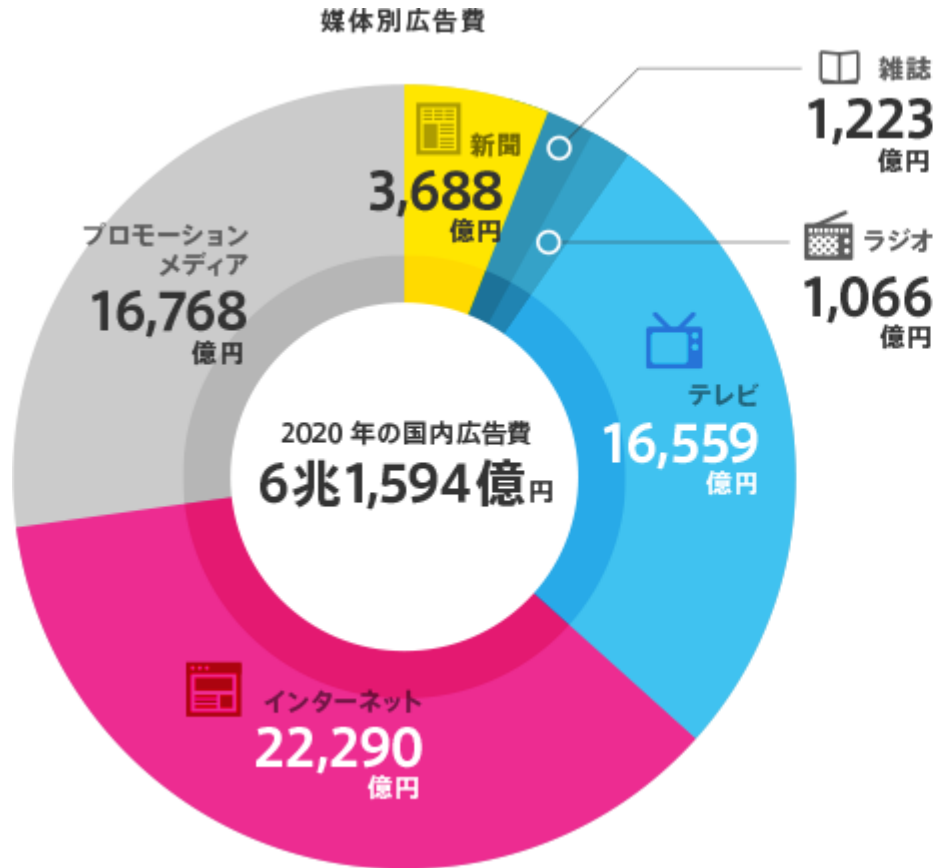
Movie

QA

VR/AR

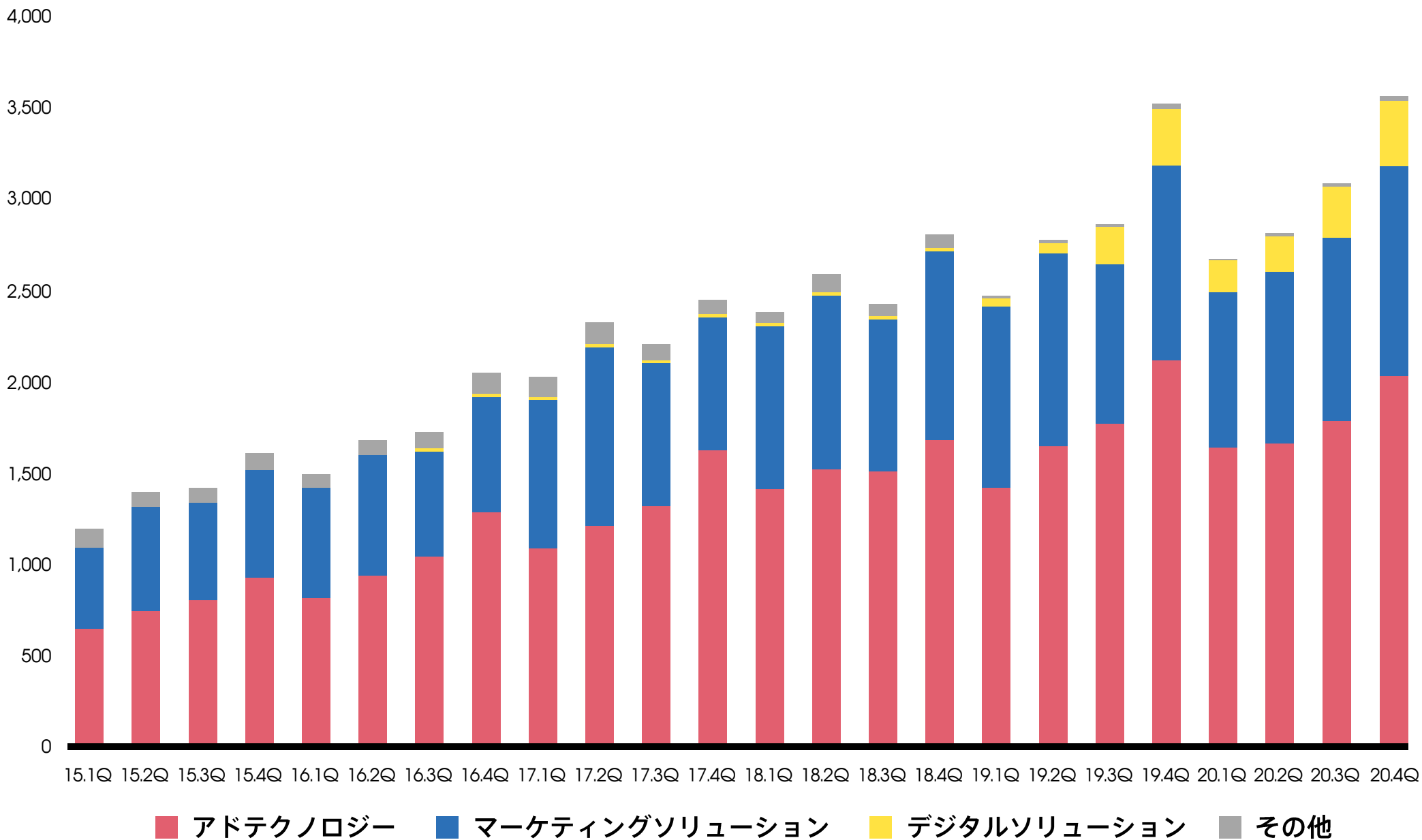
Web

国内のインターネット広告市場



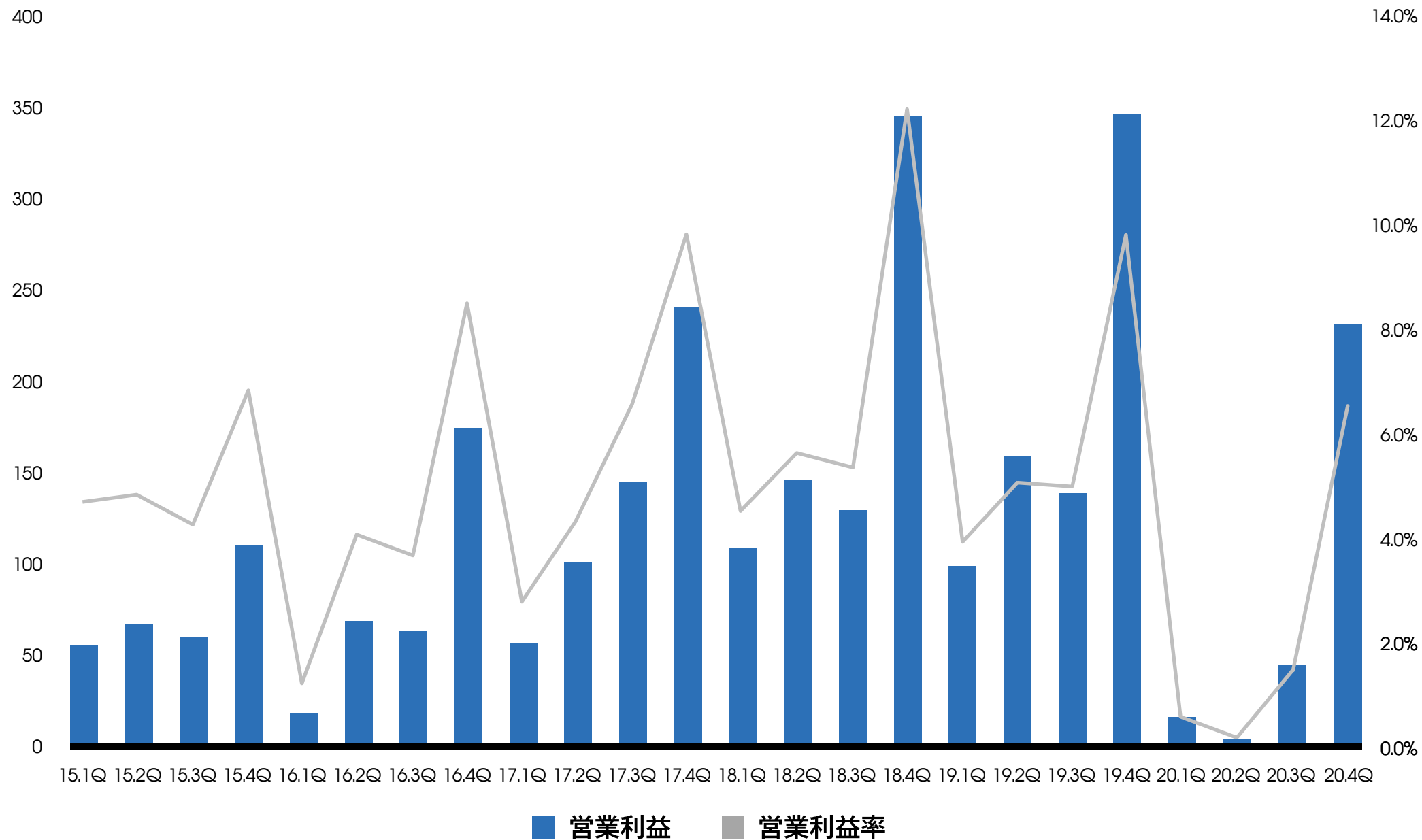
会社概要 売上推移

(単位:百万円)



会社概要 営業利益推移

(単位:百万円)



**発想力と技術力で
社会にダイナミズムをもたらす
ユニークな事業開発会社になる**

