



2022年3月期 第2四半期決算説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.



01. 事業紹介

02. 2022年3月期 第2四半期連結決算概要

03. 下期業績伸長に向けて



04. APPENDIX



01

事業紹介

主要事業の概要

事業	概要	主要商品/サービス
<p>アドテクノロジー</p>	<p>機械学習などソニーグループの研究所で長年培った知見を活かし、「見せるべき人」に「見せるべき場所・タイミング」で広告掲載を可能にすることで、企業のマーケティング投資効果を最大化する商品・サービスを展開しています。</p>	
<p>マーケティングソリューション</p>	<p>広告主とメディアの理想的な関係を実現するため、メディアデータを活用した分析を核に、成果報酬型コンテンツマーケティングやメディアタイアップ、コンテンツ流通等を組み合わせたソリューションを広告主、メディア双方に提供しています。</p>	
<p>デジタルソリューション</p>	<p>デジタルコンテンツの制作、QAサービスやラグジュアリーブランド向けECの構築・運営、音声・画像認識技術を活用した課題解決など、デジタル領域における様々なソリューションを提供しています。</p>	

高度な技術力×柔軟な発想力で多様な顧客の課題解決を支援

2022年3月期 第2四半期連結決算概要



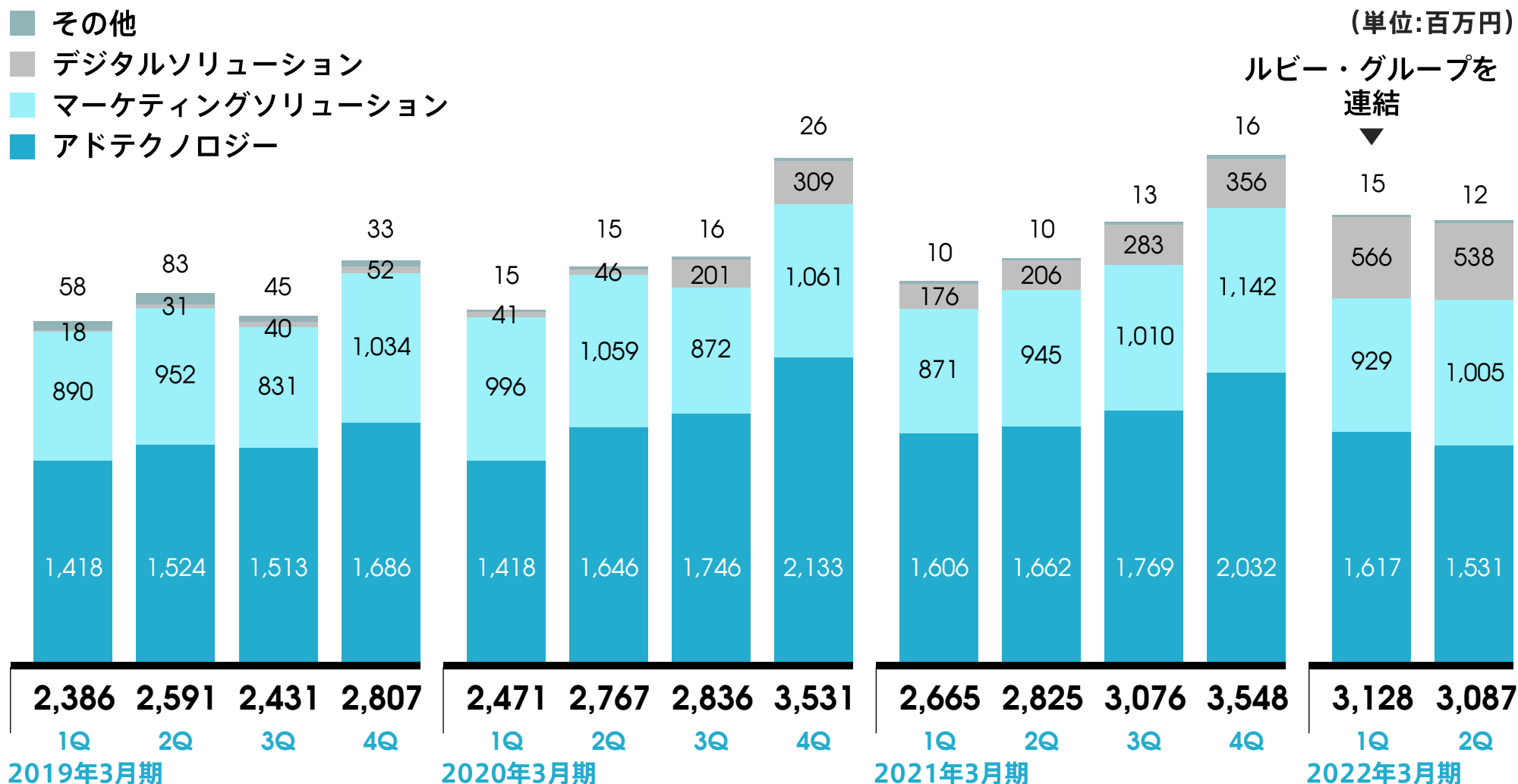
決算ハイライト

		第2四半期			上期累計		
(単位:百万円)			前年 同四半期差	前年 同四半期比		前年同期差	前年同期比
連結業績	売上	3,087	+262	+9.3%	6,216	+725	+13.2%
	営業利益	▲56	△58	- %	▲137	△155	- %
	当期純利益	▲81	△67	- %	▲157	△136	- %

売上内訳			前年 同四半期差	前年 同四半期比		前年同期差	前年同期比
アドテクノロジー	売上	1,531	▲130	▲7.9%	3,149	▲119	▲3.7%
マーケティングソリューション	売上	1,005	+60	+6.4%	1,934	+118	+6.5%
デジタルソリューション	売上	538	+332	+160.5%	1,104	+721	+187.8%
(除くルビー・グループ)	売上	224	+17	+8.4%	449	+65	+17.2%
その他	売上	12	+1	+12.2%	27	+5	+26.8%

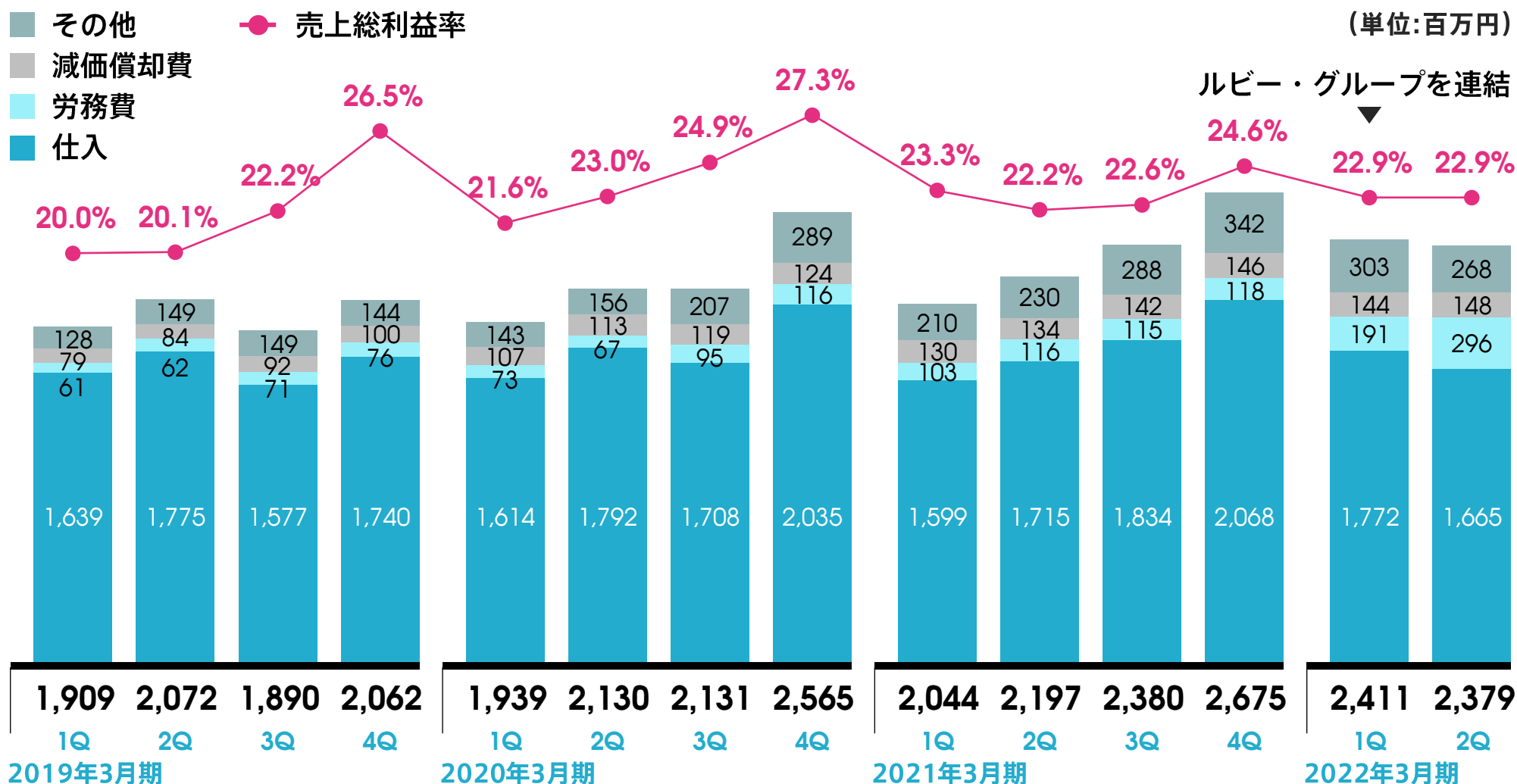
第2四半期業績：売上

需要期が下期に偏重する構造。本年度も同様に推移する見込み。



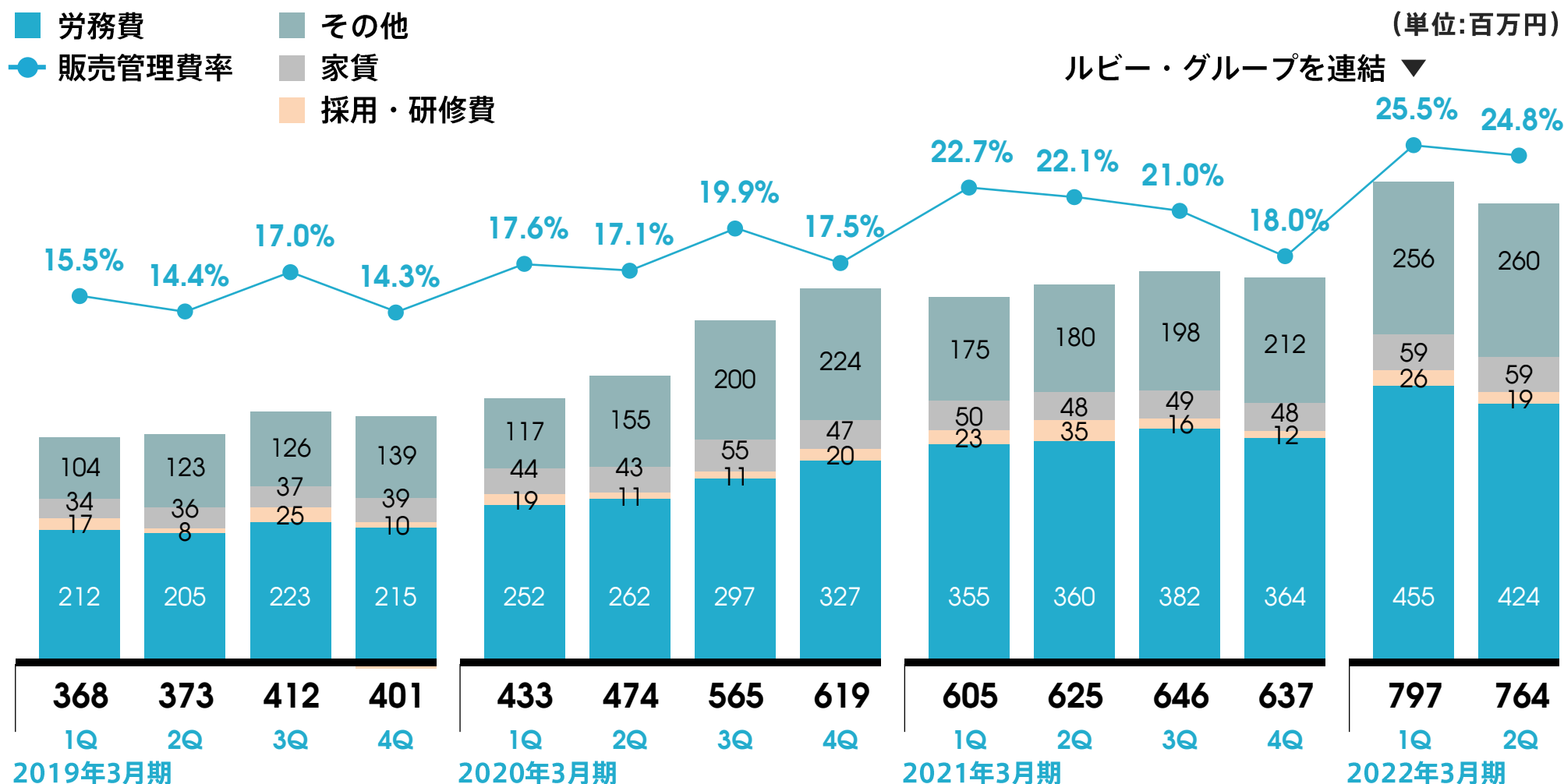
第2四半期業績：売上原価

ルビー・グループ連結後の第1四半期と比較した場合、売上総利益率は同水準で推移。



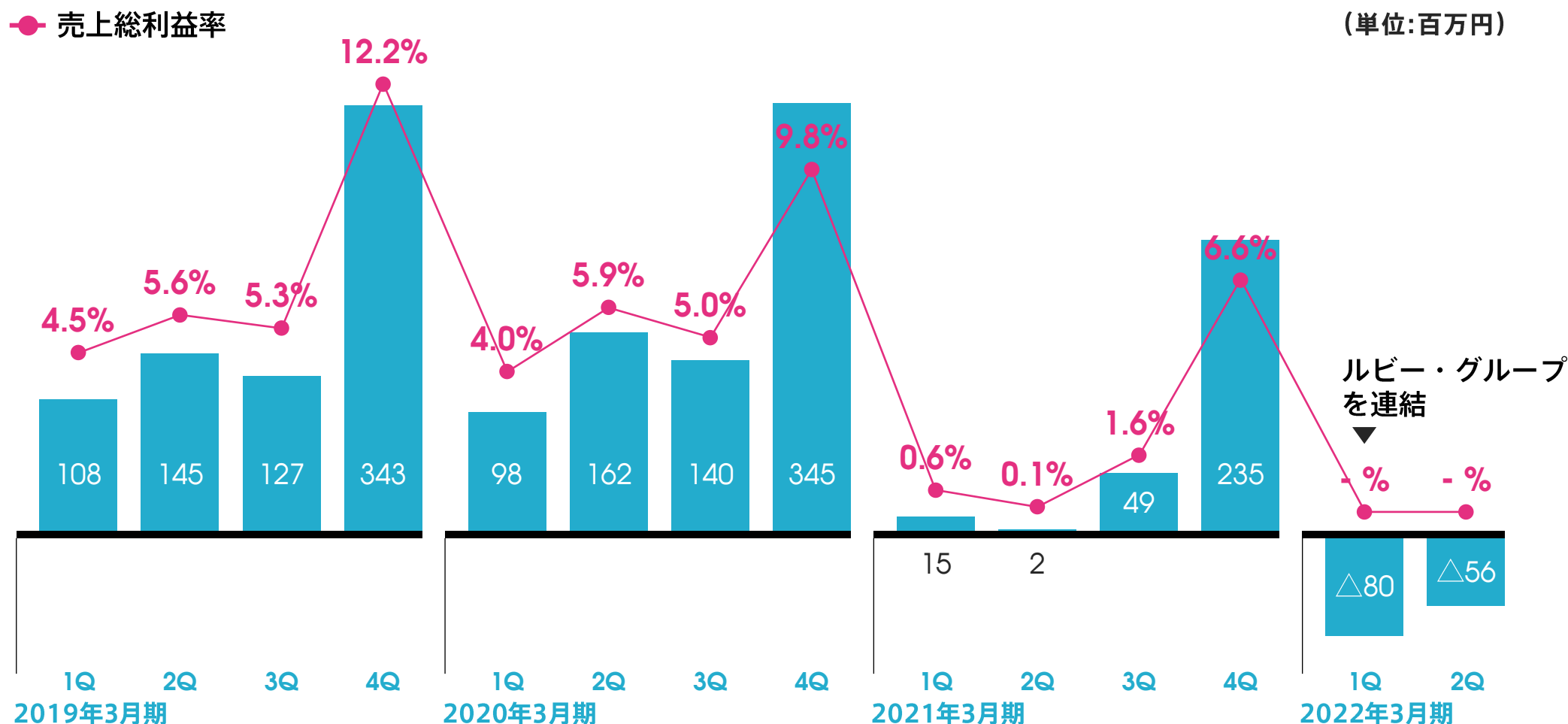
第2四半期業績：販管費

前期実施のM&A（ルビー・グループの子会社化）により第1四半期は一時的に悪化した
 が、販売管理費率は改善。



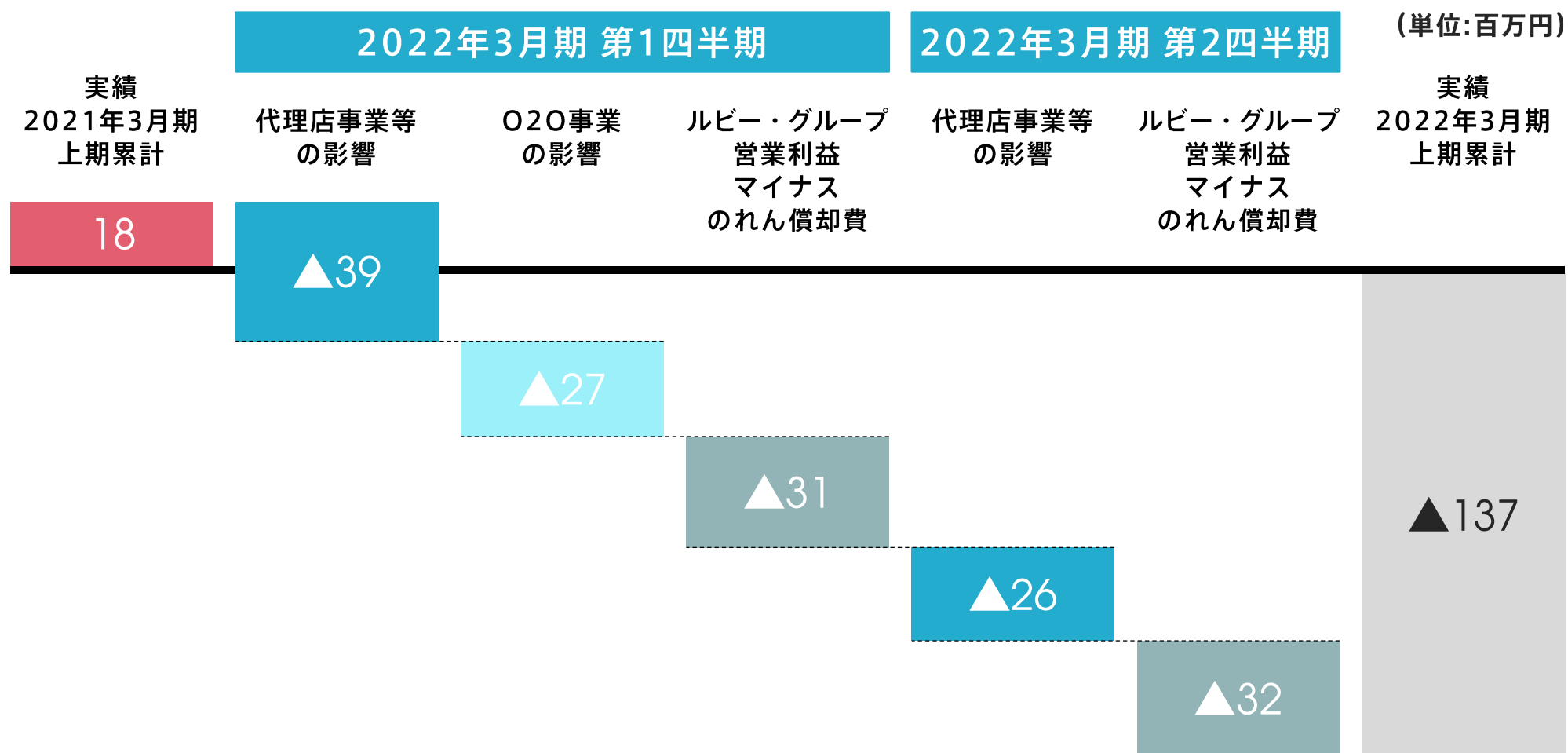
第2四半期業績：営業利益

O2Oの不採算案件の整理が進み、マーケティングソリューション事業の成長もあったことから、第1四半期から営業損失は縮小。



第2四半期業績：営業利益増減要因（上期累計）

O2O事業の不採算案件は解消し、ルビー・グループは第1四半期から引き続き営業黒字を達成するも、同社のれん償却費、代理店事業の影響を補うには至らず。



第2四半期業績：貸借対照表

第4四半期に取引が集中する事業構造上、前期末と比較すると取引の減少により債権・債務が減少しているが、健全性は維持。

(単位:百万円)

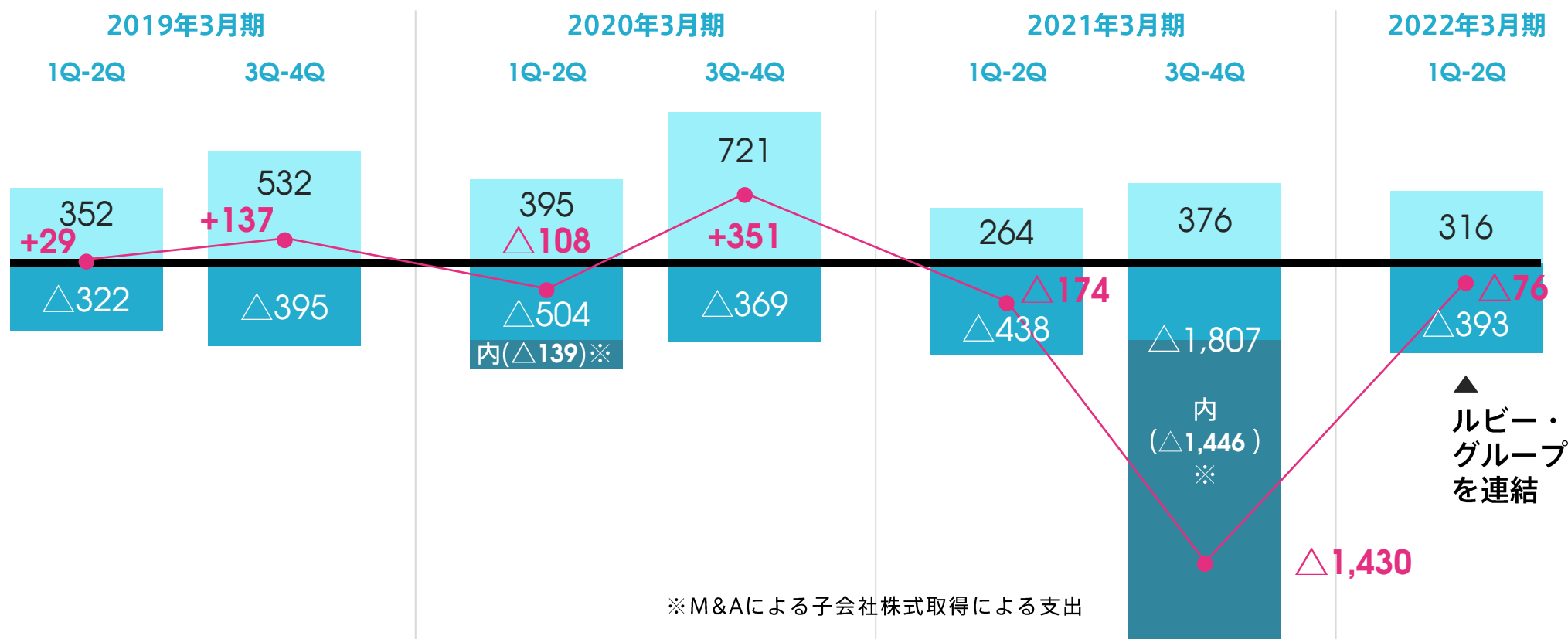
	2020年9月末	2021年3月末	2021年9月末	前期末比
流動資産	3,367	4,261	3,730	△ 12%
現預金	1,886	2,050	1,978	△ 4%
固定資産	2,799	3,975	4,016	+ 1%
無形固定資産	1,936	3,170	3,157	△ 0%
総資産	6,166	8,237	7,747	△ 6%
流動負債	1,401	3,463	3,104	△ 10%
固定負債	207	209	199	△ 4%
純資産	4,557	4,564	4,443	△ 3%

第2四半期業績：フリー・キャッシュ・フロー

前期実施のM&A（ルビー・グループの子会社化）の影響で、営業CFは前年同期より改善。

- 営業 CF
- 投資 CF
- フリー CF

(単位:百万円)



下期業績伸長に向けて



下期業績伸長に向けて：進行中の施策

商品の
強化

ブランド認知
訴求広告

ターゲティング
広告

販促施策の強化

広告在庫の強化

- ・音声広告の取り扱い開始

広告効果の可視化

- ・ビュースルーサーチの提供開始

TVBridgeのテレビ視聴データ活用

- ・テレビ動画見逃し配信動画ポータルとの連携強化
- ・ABEMAとの協業開始

コンテキストターゲティング

- ・コンテンツマッチ広告の提供開始

パートナーとの連携強化

- ・代理店と連携した販促施策を実行
- ・楽天グループの「Rakuten Marketing Platform」の代理販売・運用を提供中
- ・ソニーグループからの大型案件を受注済み。広告配信中

広告在庫の強化：音声広告の取り扱い開始

「Logicad」の「Spotify」、「radiko」への広告配信を開始。
音声広告配信機能の拡充を図る。

2020年のデジタル音声広告市場規模は前年比229%の16億円となることを見込まれたうえ、2022年の急成長を経て、2025年のデジタル音声広告市場は420億円規模に達すると予測されている（*1）。



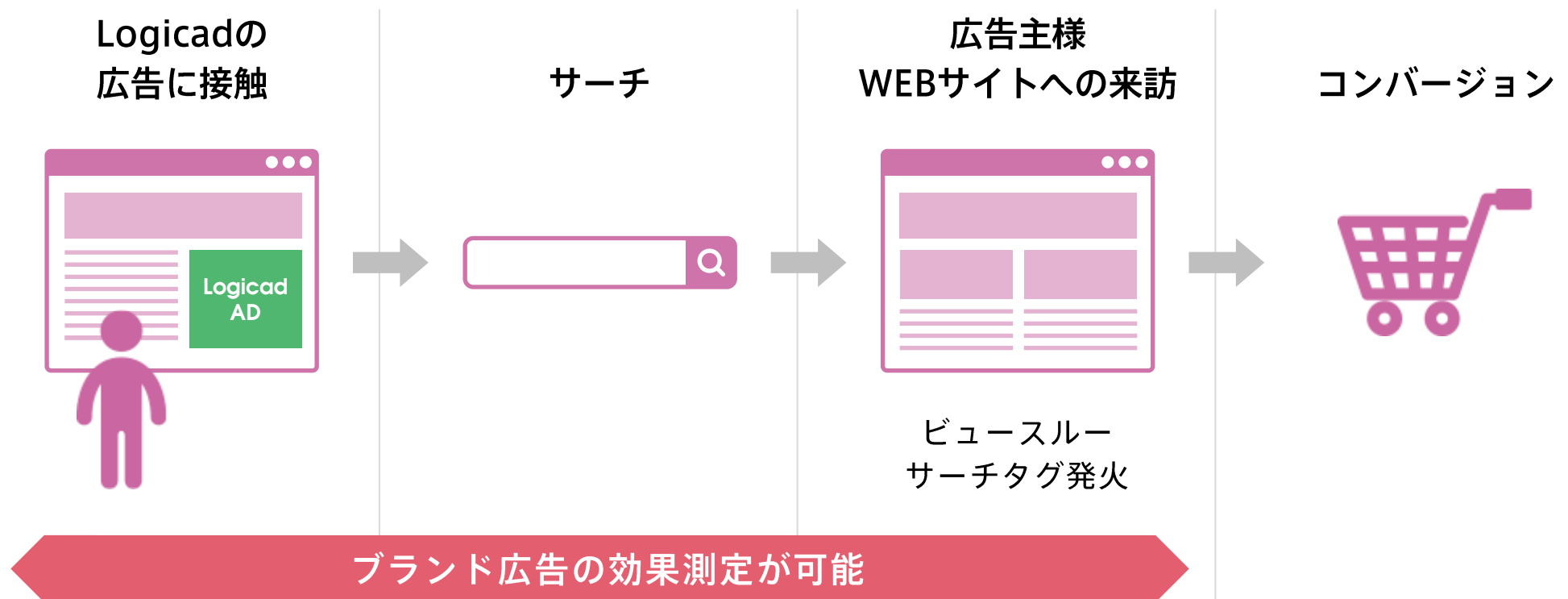
*1) 2020年3月デジタルインファクト調べ (<https://digitalinfact.com/release200330/>)

広告効果の可視化：ビュースルーサーチの提供開始

Logicad広告接触後、検索エンジンから流入した数を可視化できるツールの提供を開始。

広告を視聴したユーザーのうち、興味関心をもって検索に至った数が可視化できるため、ブランド広告の効果測定が可能となる。

デジタルマーケティング活動をより広く把握できることから、代理店からご好評いただいている。

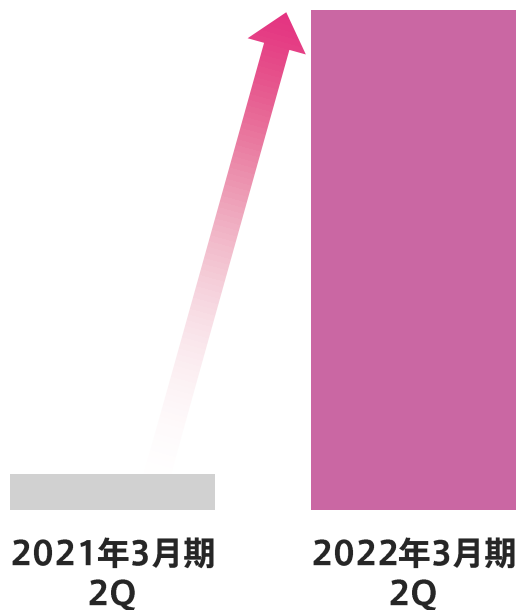


TVBridgeのテレビ視聴データ活用： テレビ動画見逃し配信動画ポータルとの連携強化

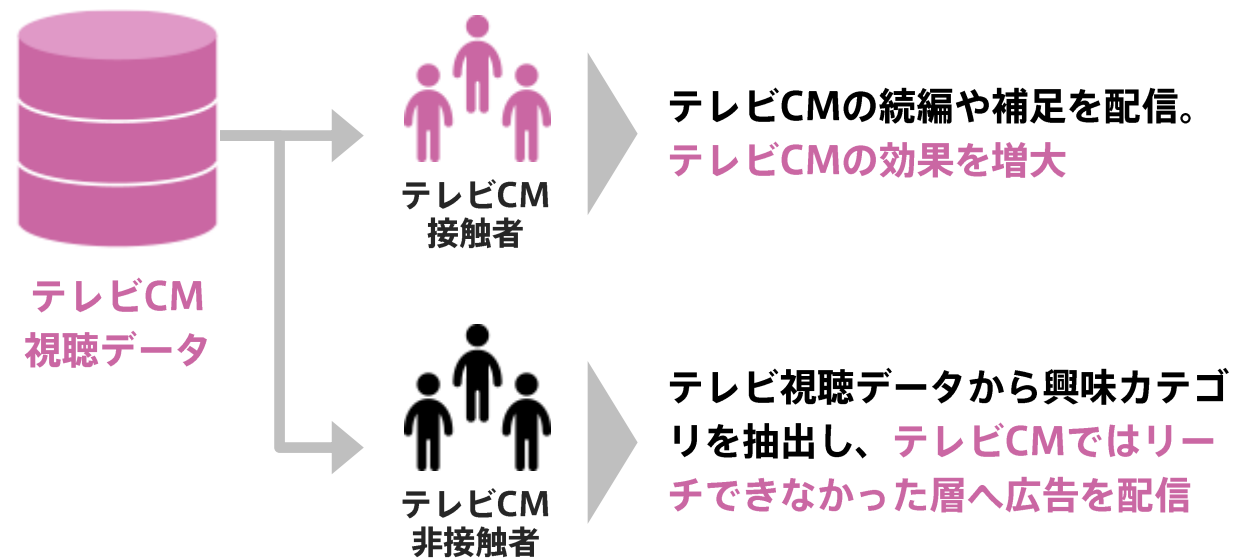
テレビ番組見逃し配信動画ポータルにおける動画広告は好調。

「TVBridge」のテレビ視聴データと連携することで、
テレビCMを補完する広告の販売を拡大していく。

テレビ番組見逃し配信動画
ポータルにおける売上



TVBridgeのデータ活用例



TVBridgeのテレビ視聴データ活用：ABEMAとの協業開始

コネクテッドテレビ領域のターゲティング広告効果の最適化
および広告効果測定強化を目的とした協業を開始。

SMNが提供する「TVBridge」の日本最大級のテレビ視聴データをもとに、コネクテッドテレビに対して、動画広告のターゲティング配信を「ABEMA」にて実施。各テレビの実視聴データをベースにテレビCMや番組視聴の有無を判定するため、より精度の高い配信と効果測定が期待できる。

例

テレビCMと「ABEMA」 コネクテッドテレビ広告のリーチ最適化



テレビCM非接触者に「ABEMA」のコネクテッドテレビ
広告を
配信することでリーチの最適化

例

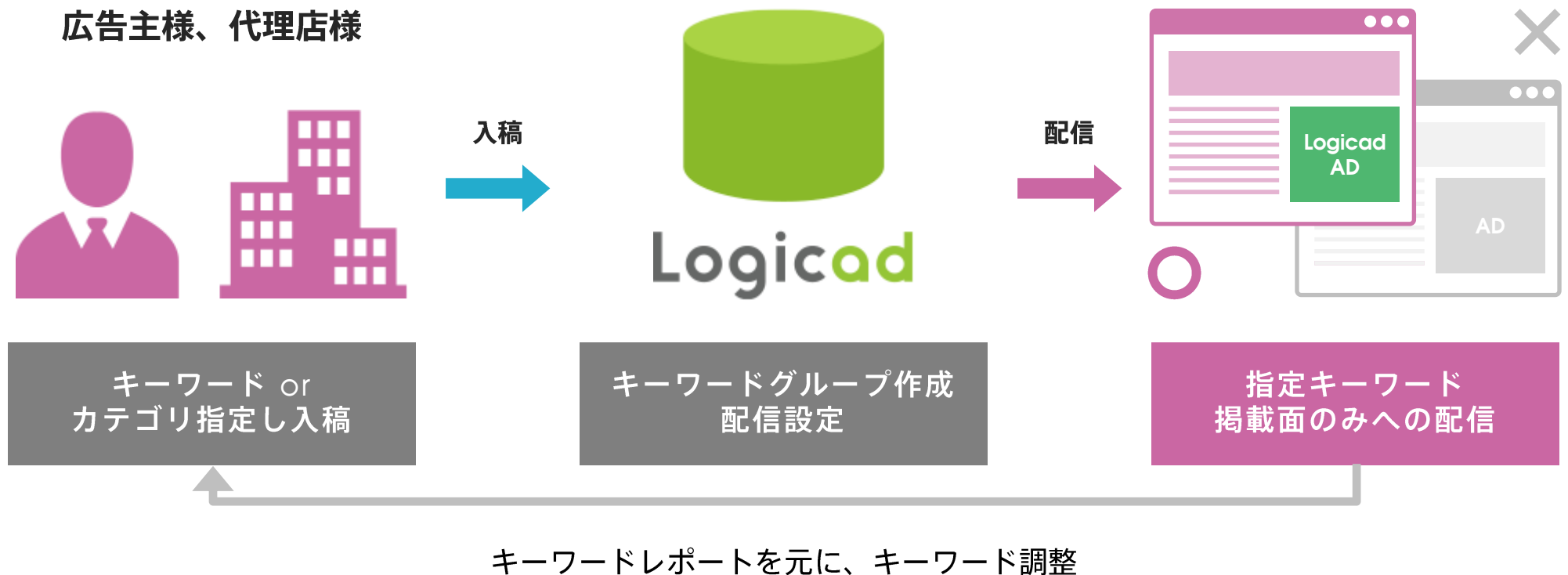
コネクテッドテレビ広告接触の評価



テレビCM接触者/「ABEMA」の
コネクテッドテレビ広告接触者/非接触者での
ブランドリフト比較

コンテキストターゲティング：コンテンツマッチ広告の提供開始

cookieを使わずとも、指定キーワードorキーワードカテゴリを元に、配信面を調整することで訴求商材とマッチする配信面に絞ったターゲティングが可能になるサービスを提供開始。



まとめ

1

第2四半期は、O2Oの不採算案件の整理が進むもアドテクノロジー事業の売上は前年同四半期比でマイナスとなり、ルビー・グループのれんの影響もあって、営業利益は第1四半期よりも改善したがマイナスとなった

2

ルビー・グループのコスト効率化を進めるとともに、アドテクノロジー事業を中心に繁忙期である下期の伸長を確実にするために、各種施策を実行中

3

中長期的な経営方針等については、年内を目途に公表させていただく

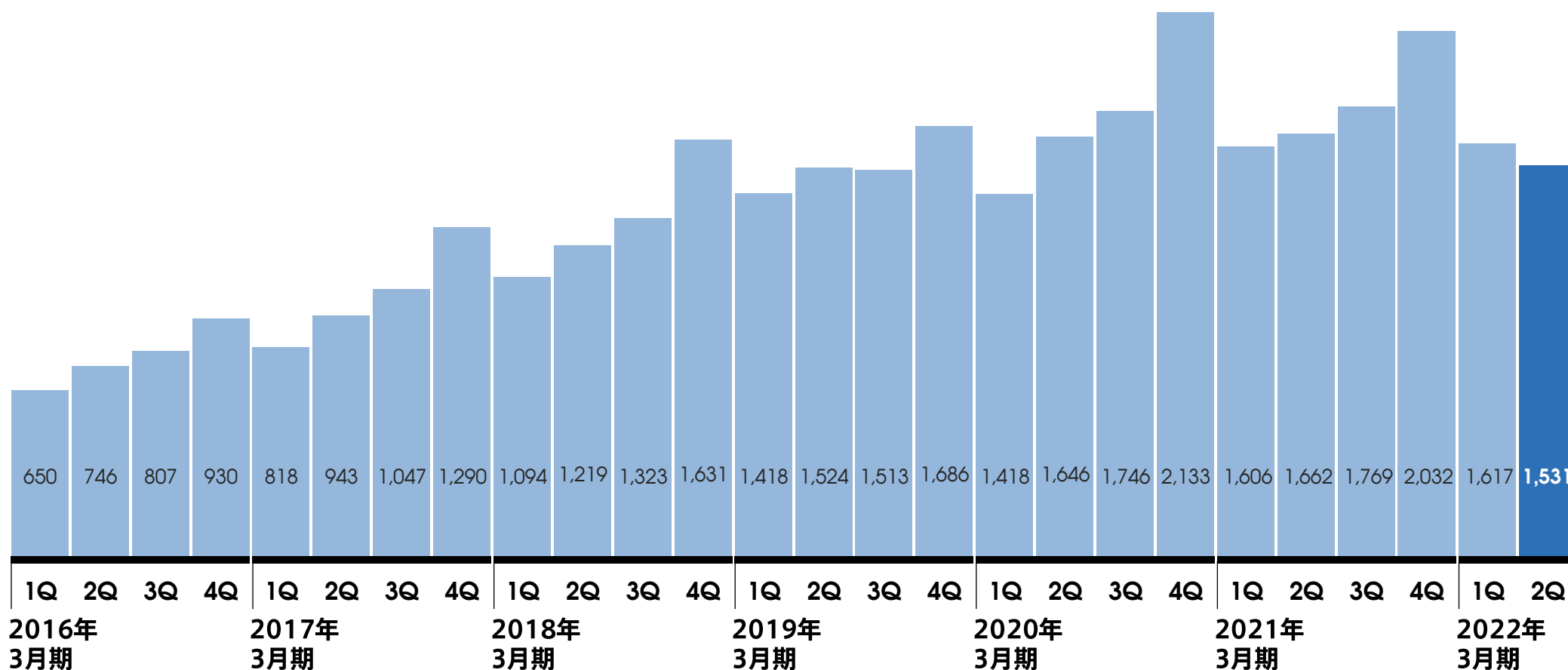


アドテクノロジー：第2四半期業績（売上）

TVBridge等の新商材の販売は好調だったが、
代理店事業の販売不振の影響により、前年同四半期比▲7.9%。

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



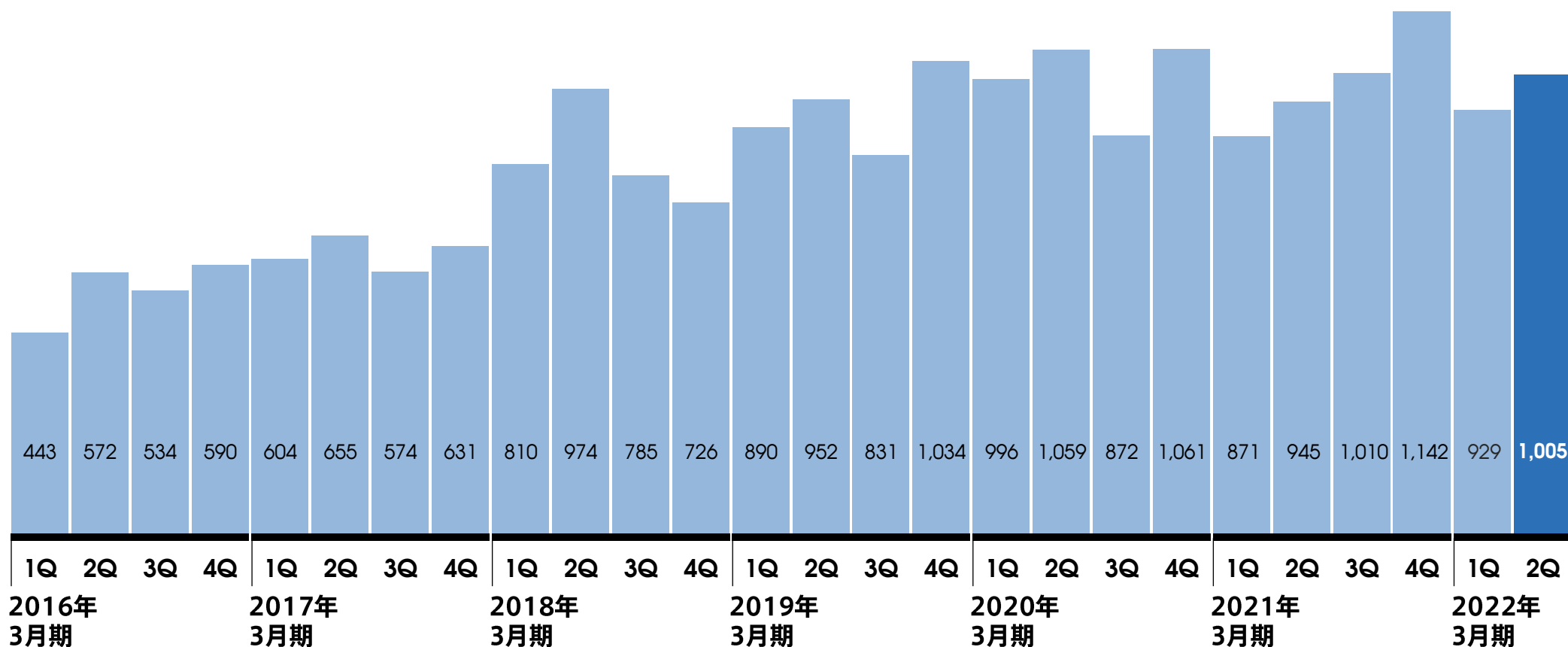
※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

マーケティングソリューション：第2四半期業績（売上）

消費者の実店舗回帰に伴い、成果報酬型コンテンツマーケティングサービスがEC向けで鈍化も、来店誘導型は堅調に推移し、前年同四半期比+6.4%。

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



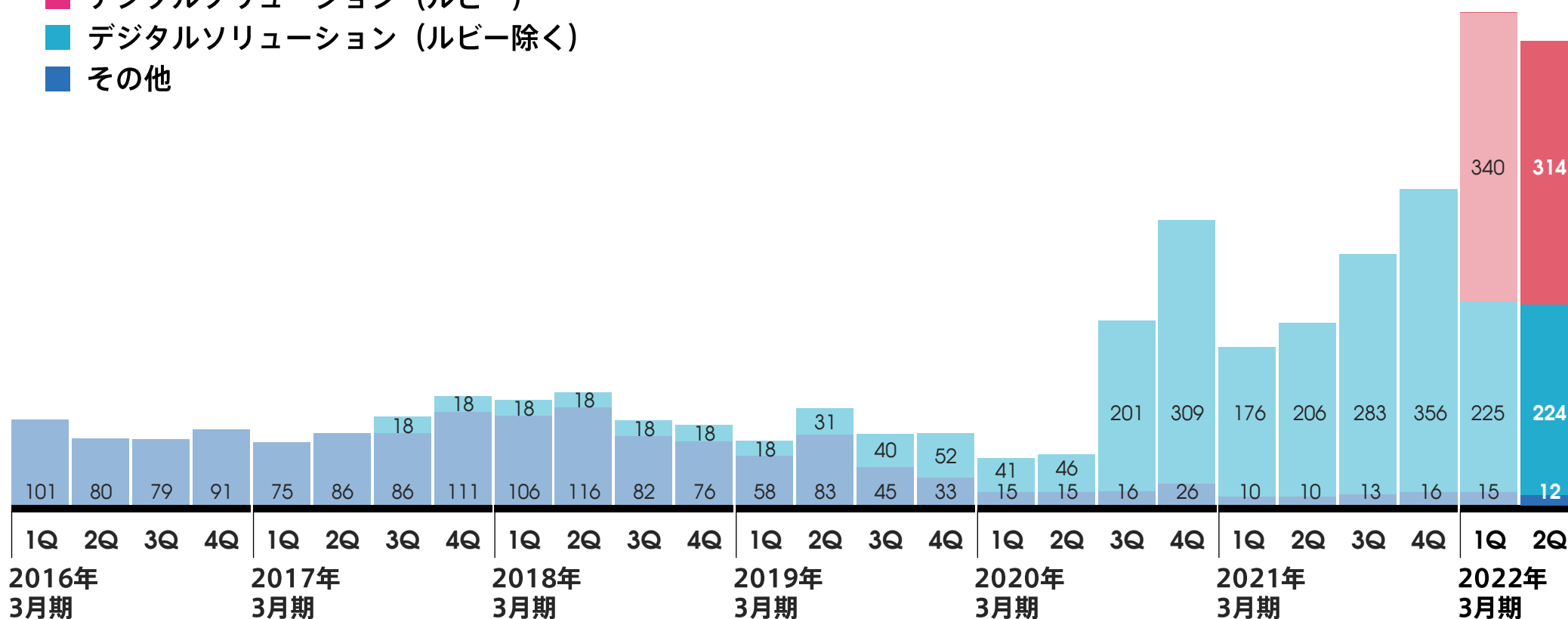
デジタルソリューション、その他：第2四半期業績（売上）

ルビー・グループを子会社化したため、デジタルソリューションは前年同四半期比+160.5%。ルビーを除いた場合でも前年同四半期比+8.4%。

売上高（四半期毎）

（単位:百万円）

- デジタルソリューション（ルビー）
- デジタルソリューション（ルビー除く）
- その他



※「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

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	10億2,920万円 (2021年9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

代表取締役会長

石井 隆一

代表取締役社長

井宮 大輔

1976年5月生

2000年4月 ソニーグループ株式会社入社（旧：ソニー株式会社）

2012年8月 ソニー株式会社（旧：ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社）

2017年8月 Qrio株式会社 取締役（非常勤）

2018年4月 ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社

2020年4月 ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社
IoT事業部・ビジネスプラットフォーム部 部長

2021年6月 当社代表取締役社長

取締役

石井 隆一

井宮 大輔

中川 典宜

金川 裕一

佐渡島 庸平

取締役（監査等委員）

本間 俊之

吉村 正直

相内 泰和

執行役員

井宮 大輔

内藤 剛人

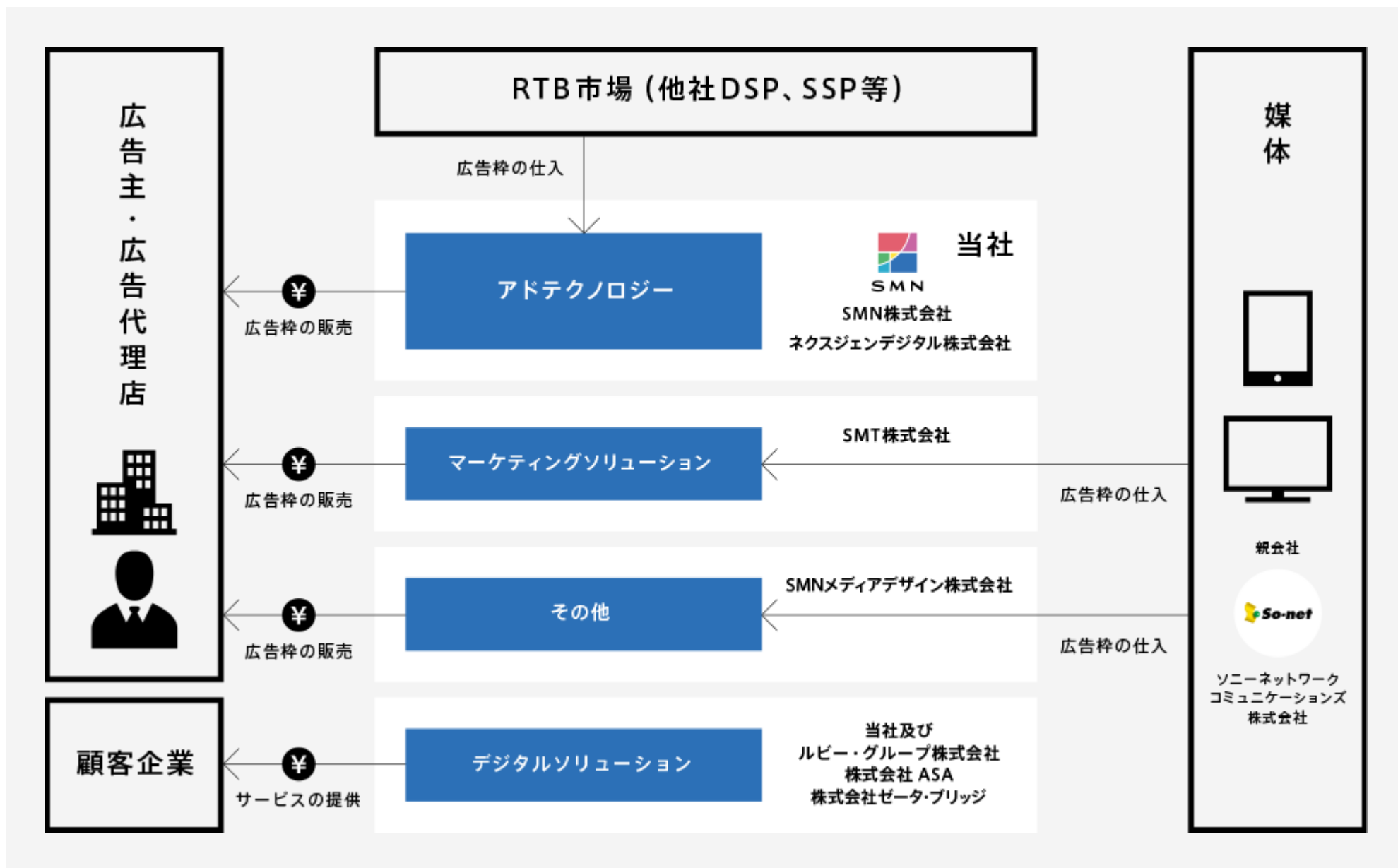
大野 豊

安田 崇浩

谷本 秀吉

鈴木 勝也

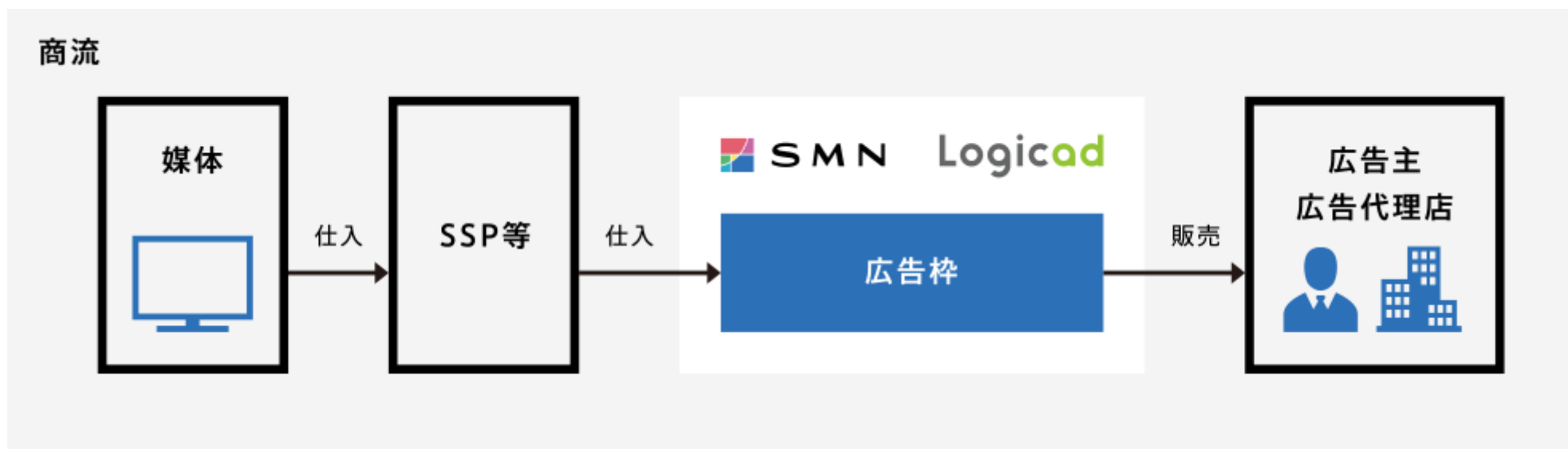
会社概要 事業概要



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。



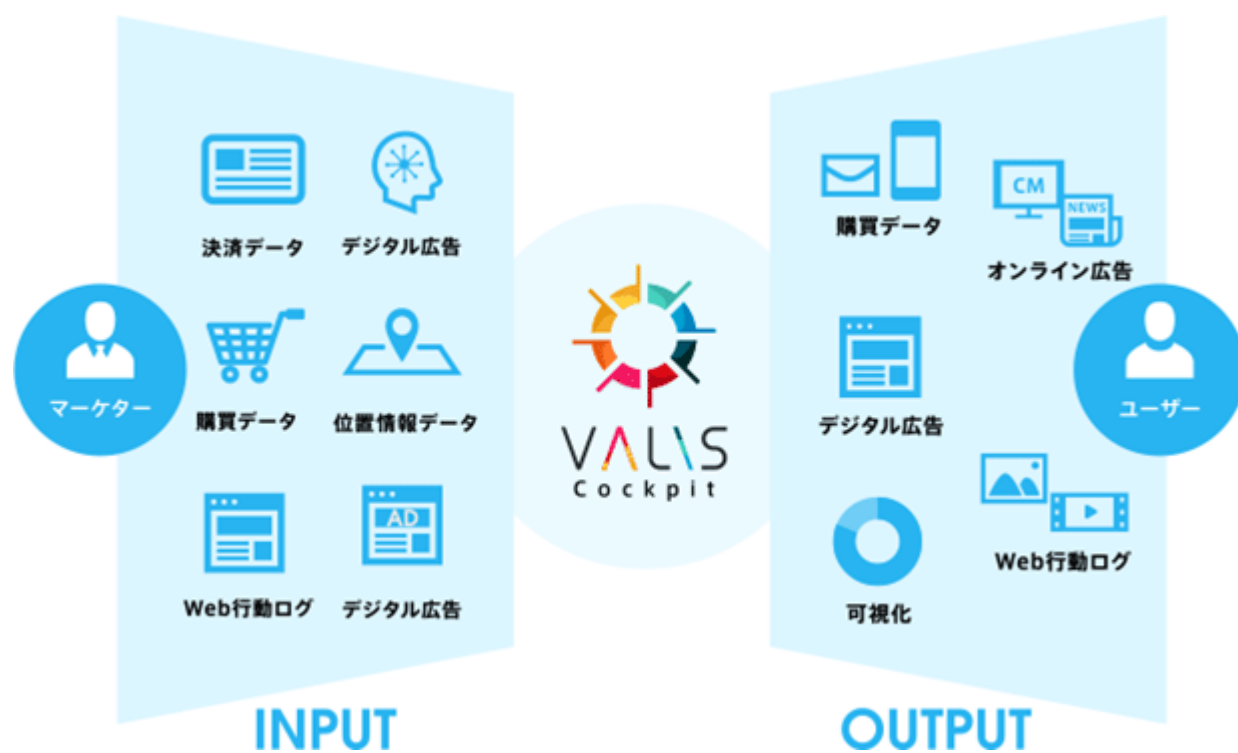
人・物・情報の価値判断を超高速・高精度に実現するAI

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



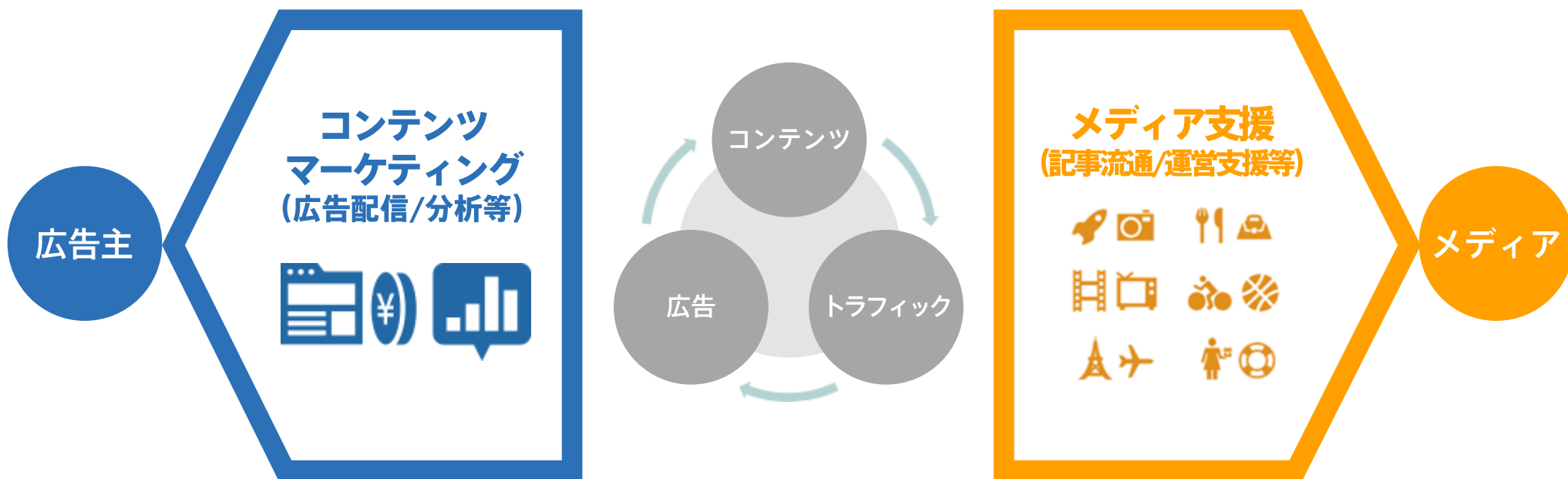
メディアプ
ランニング



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

メーカ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

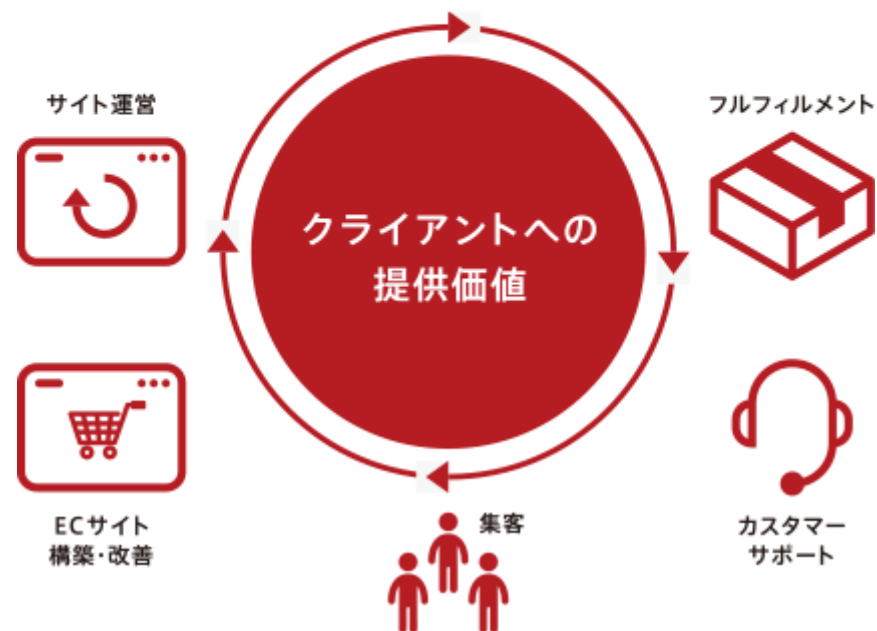


デジタルソリューション

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」

デジタルマーケティング、Eコマースシステムの構築・運用、フルフィルメント業務（倉庫管理、在庫管理、受発注など）、カスタマーサポートを含むオペレーションをワンストップで提供

SMNのDX領域ノウハウを併せ、ブランドのロイヤリティそのままをネットで体験する顧客価値を創出



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。

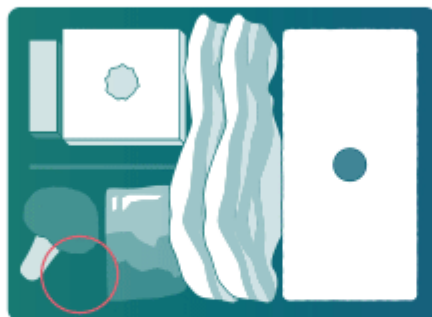
新サービス「フォトナビ・目視レス」は、人間が目で見えて脳で判断する感覚に近い独自開発の画像認識アルゴリズムで、画像の中から特定の条件に当てはまる領域を検出し、類似する色・形・模様などを瞬時に自動検出するものです。

画像認識技術を適用した「フォトナビ・目視レス」

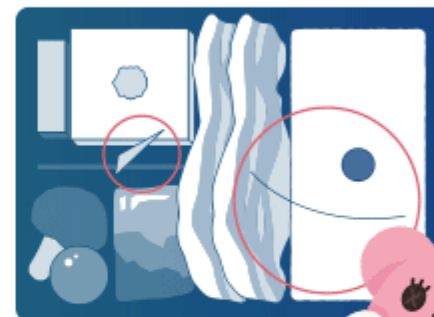
SCAN 01 異常なし



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

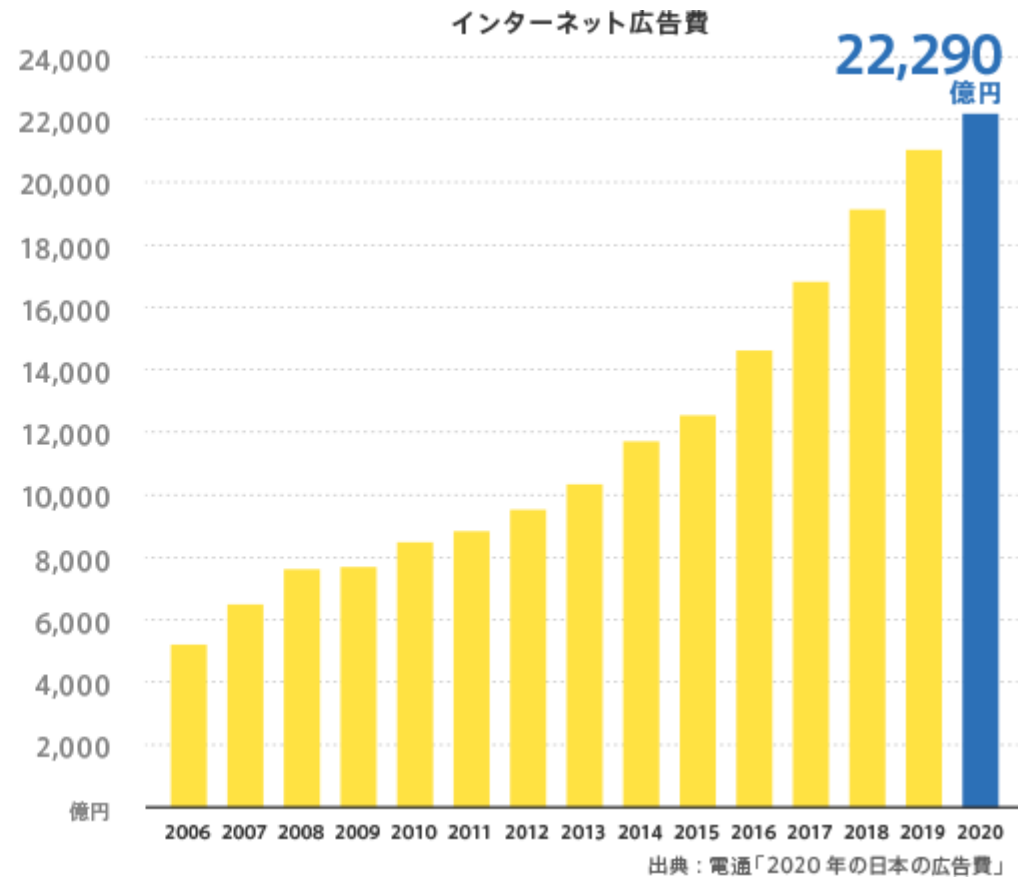
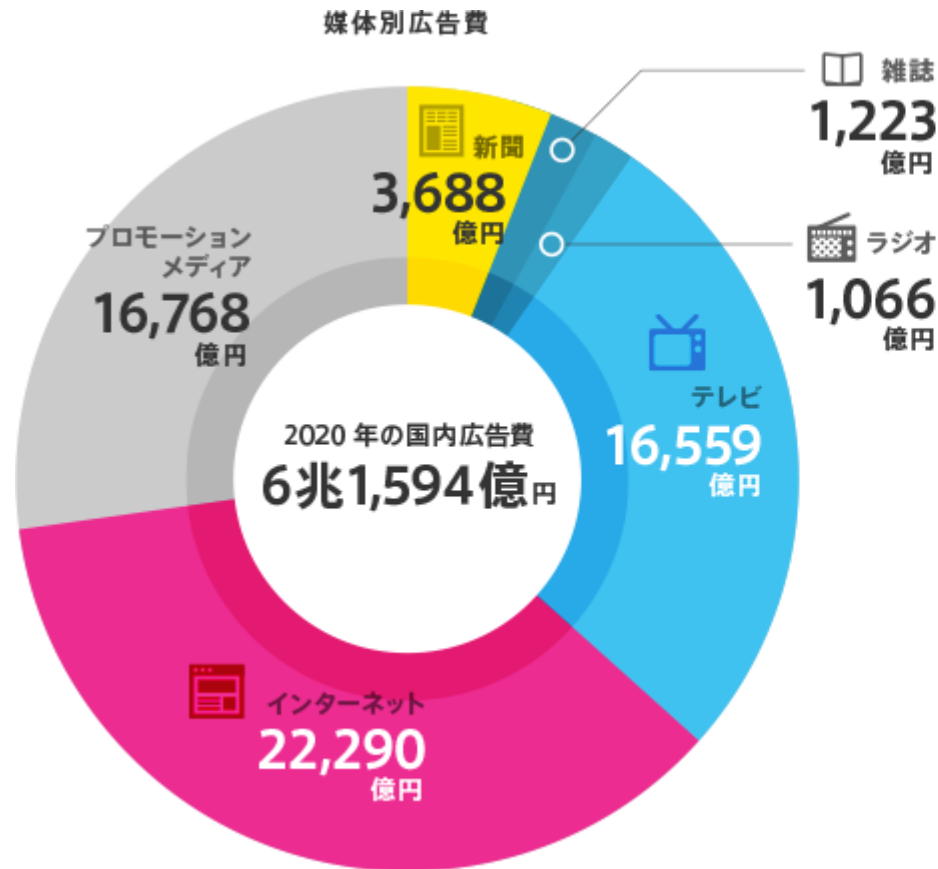
Movie

QA

VR/AR

Web

国内のインターネット広告市場



**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**

