



2022年3月期 第3四半期決算説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.

01. 事業紹介

02. 2022年3月期 第3四半期連結決算概要




03. 第4四半期業績改善に向けて

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3四半期連結決算概要

02

決算ハイライト

第3四半期単体

第3四半期累計

(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	3,239	+162	+5.3%	9,455	+887	+10.4%		
	営業利益	56	+6	+13.3%	▲80	▲148	- %		
	当期純利益	▲12	+19	- %	▲170	▲116	- %		

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	1,682	▲87	▲4.9%	4,831	▲206	▲4.1%		
マーケティングソリューション	売上	969	▲40	▲4.0%	2,904	+77	+2.8%		
デジタルソリューション	売上	572	+289	+102.1%	1,677	+1,010	+151.4%		
(除くルビー・グループ)	売上	244	▲38	▲13.7%	694	+27	+4.1%		
その他	売上	14	+0	+5.7%	41	+6	+18.6%		

業績予想の修正

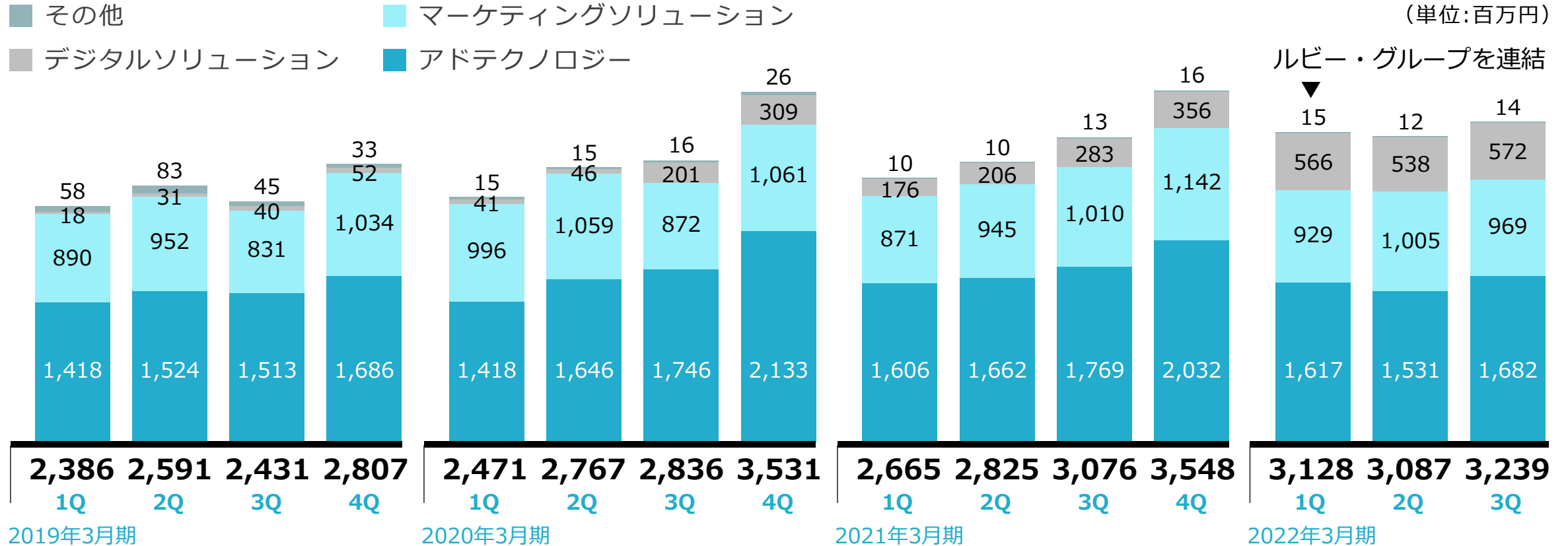
第3四半期はTVBridge等の新商材が堅調に推移し、ソニーグループの受注拡大もあってアドテクノロジー事業は回復傾向。ルビー・グループのPMIも順調に進捗し、コスト効率化も達成した。第4四半期は好調な商材・カテゴリの販売拡大等を進めていくが、上期までの遅れを挽回するには至らないと見込み、今期の業績予想を下方修正する。

(単位:百万円)

連結業績	2021年3月期 実績	前回発表予想 (A)	今回修正予想 (B)	増減額 (B-A)	修正予想 対前期比
売上	12,115	15,100	13,100	△2,000	△13.2%
営業利益	303	400	50	△350	△87.5%
親会社株主に 帰属する当期純利益	△38	110	△110	△220	—

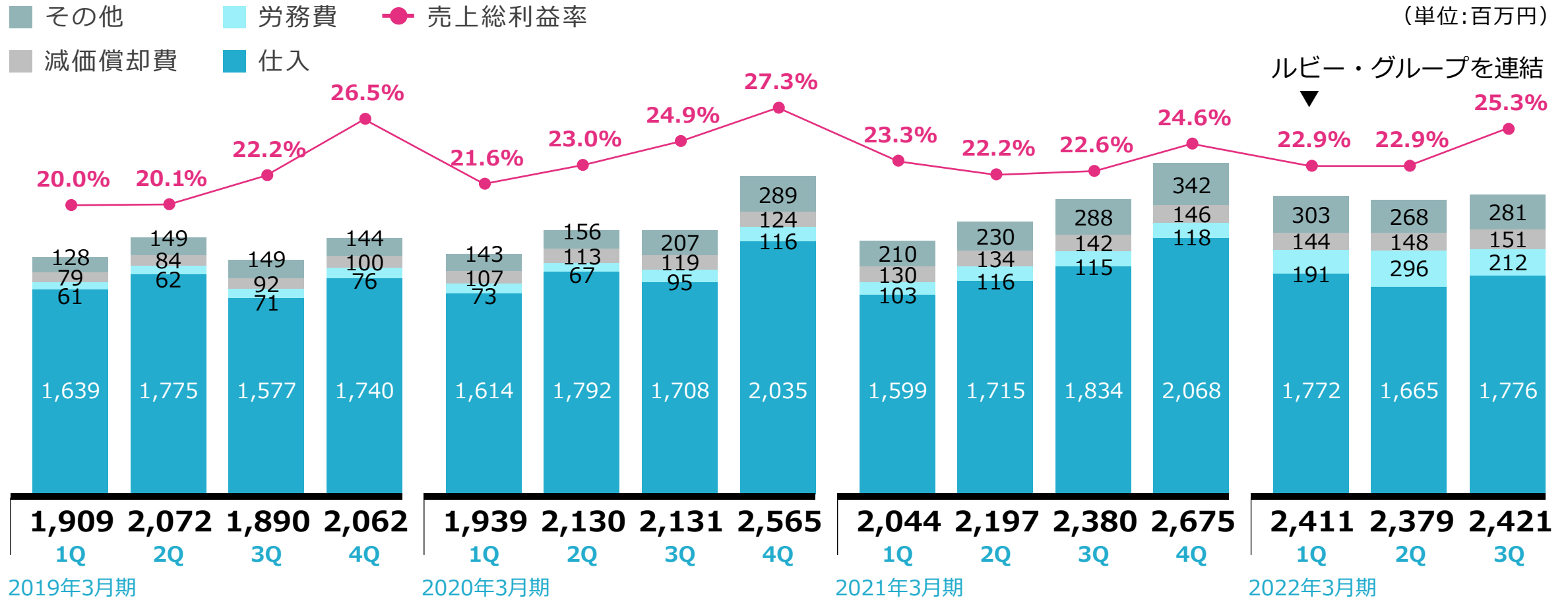
第3四半期業績：売上

第3四半期はデジタルソリューションを除き昨対比でマイナス成長であるものの、アドテクノロジーは第3四半期は回復傾向にあり、商戦期の第4四半期に注力していく。



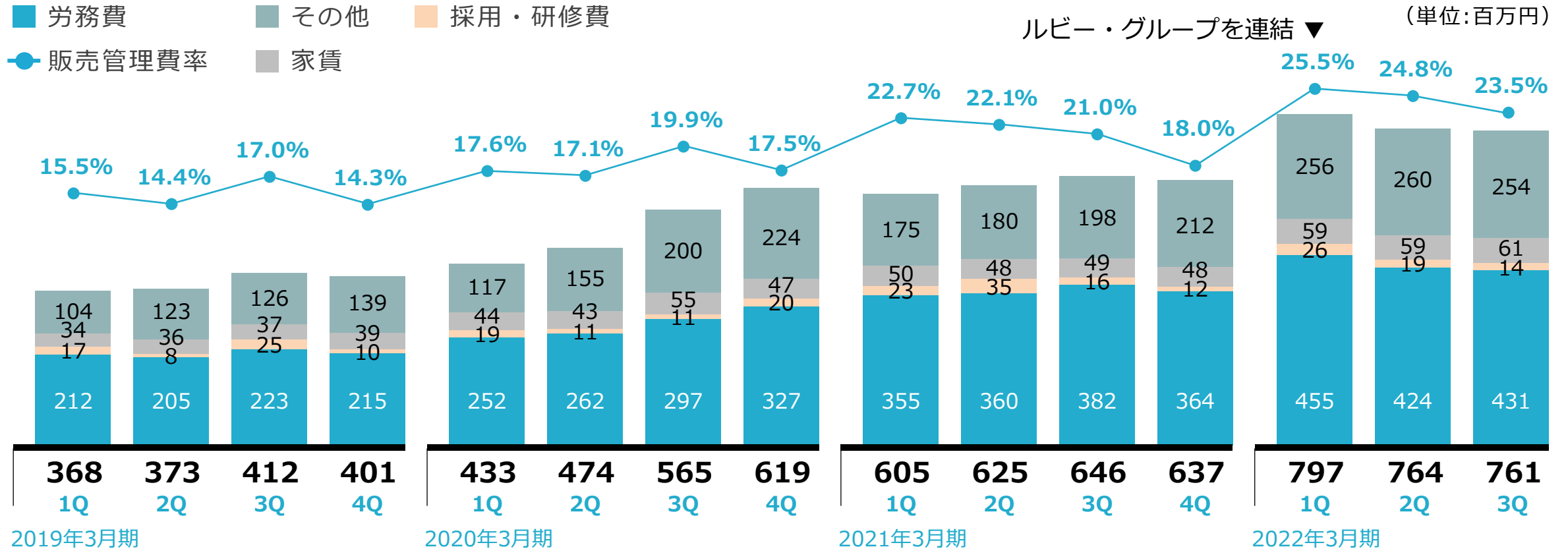
第3四半期業績：売上原価

ルビー・グループのコスト効率化を推進し、第2四半期と比較して売上総利益率は大きく改善。



第3四半期業績：販管費

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
第3四半期は第2四半期からさらに販売管理費率を改善。

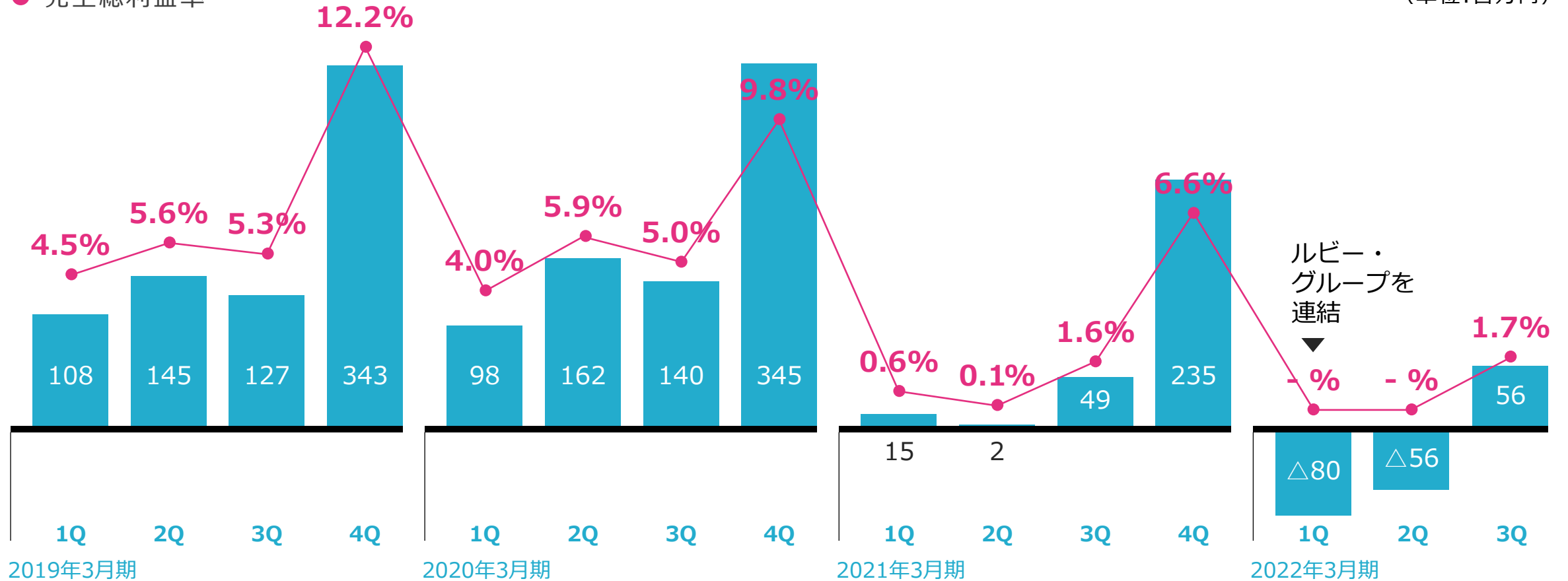


第3四半期業績：営業利益

全社的なコスト効率化推進により、第3四半期は黒字化を達成。

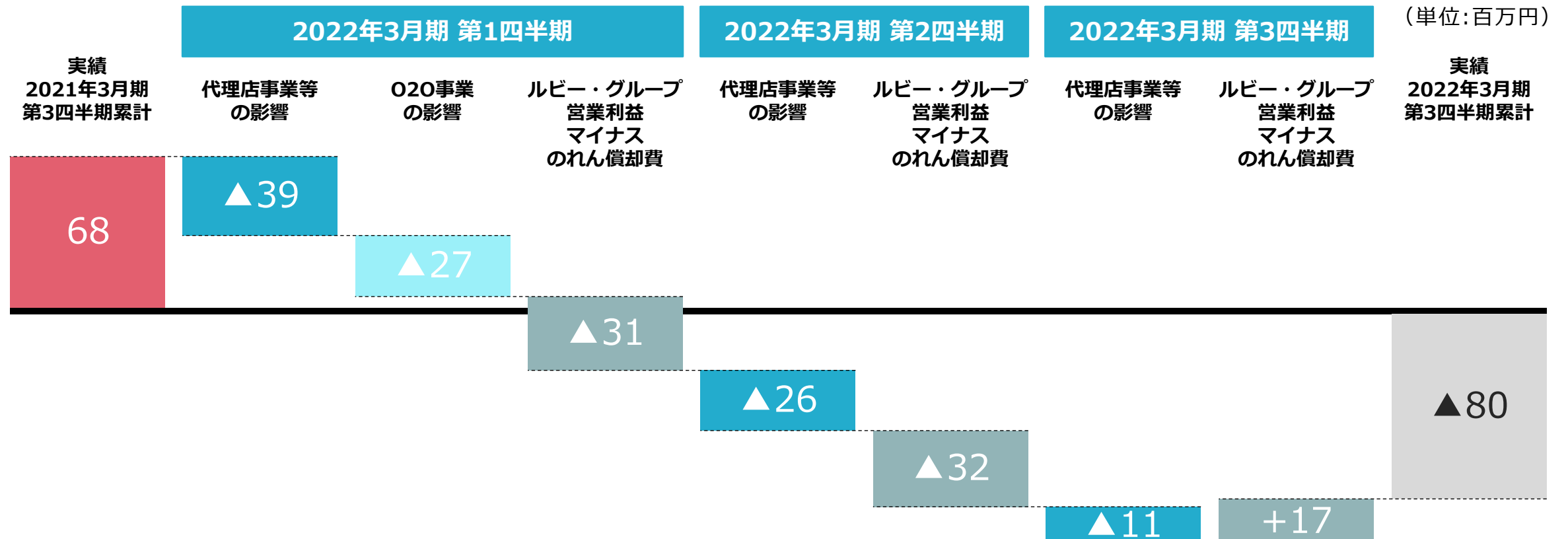
● 売上総利益率

(単位:百万円)



第3四半期業績：営業利益増減要因（累計）

ルビー・グループはPMI推進により、のれん償却費を上回る営業利益を達成。
 代理店事業等のマイナスも縮小。



第3四半期業績：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12月末	2021年3月末	2021年12月末	前期末比
流動資産	3,932	4,261	3,933	△ 8%
現預金	2,109	2,050	1,928	△ 6%
固定資産	2,677	3,975	3,924	△ 1%
無形固定資産	1,830	3,170	3,122	△ 2%
総資産	6,610	8,237	7,858	△ 5%
流動負債	1,813	3,463	3,228	△ 7%
固定負債	226	209	185	△ 11%
純資産	4,570	4,564	4,443	△ 3%

第4四半期業績改善に向けて

第4四半期業績改善に向けて

第3四半期の取り組み

第4四半期施策

顧客 カテゴリ

- ・ ソニーグループの大型案件を受注
- ・ 代理店と連携した販促施策が奏功
- ・ ソニーグループの通信カテゴリに加え、電子書籍カテゴリが好調

商品 カテゴリ

- ・ 10月にリリースしたコンテンツマッチ広告は第3四半期は想定の倍以上の売上を計上
- ・ 「Rakuten Marketing Platform」は順調に成長
- ・ TVBridgeも計画以上の受注を維持。
- ・ 人流の回復に伴い、DOOHを12月より再開

- ・ ソニーグループからの更なる大型案件の拡大
- ・ 販促施策を活用した新規案件開拓
- ・ 好調カテゴリの予算追加獲得

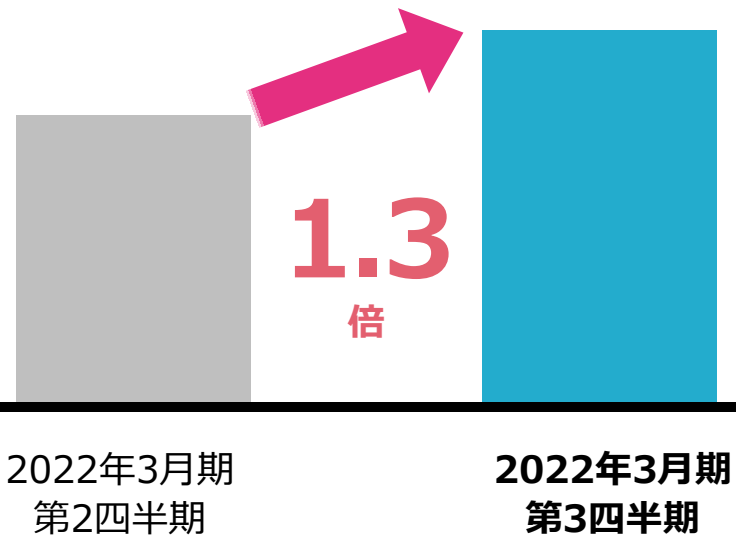
- ・ 需要の強い商材をフックとした販売を引き続き拡大
- ・ TVBridge・DOOHを活用したブランディング広告（動画広告）の強化

TOPICS : TVBridge好調

TVBridgeの第3四半期の売上は第2四半期の1.3倍を達成するなど好調。

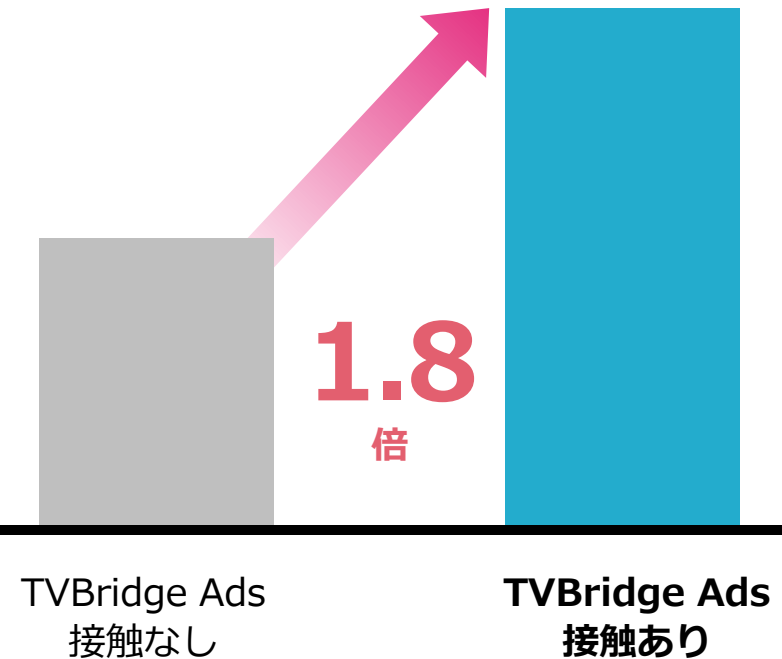
テレビ局からも新番組の宣伝等にニーズがあり、今後もテレビとデジタルを統合した広告宣伝を推進していく。

<TVBridge売上>



<テレビ局の受注事例：某情報番組の訴求>

番組のコア視聴ユーザーに対する視聴実績



TOPICS : TVBridgeの 顧客開拓

TVBridgeのウェビナーを積極的に開催し、見込み顧客を開拓。

無料ウェビナー開催

700万台のTV視聴データを用いた 広告活用法を課題別に解説

～普及する見逃し配信広告へ効果的な活用方法もご紹介～

 TVBridge
Connected TV Data Bridge



土井 さくら
SMN株式会社
事業戦略室

2021.11.09 TUE 12:00 START



放送局における、テレビ番組宣伝の Web広告効果と番組実視聴の分析について



 TVBridge
Connected TV Data Bridge



SMN株式会社
事業戦略室
チーフプランナー
黒澤 菜奈子

2021.12.07 TUE 12:00~13:00
ZOOM によるオンライン開催

TOPICS : DOOHを再開

人流の回復をとらえ、12月よりDOOHを再開。第4四半期は大型案件を受注しており、位置情報等を基に性別や年代、天気をフックにした広告を配信していく。



※OOHは、交通広告や屋外広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称。

DOOHは、交通広告、屋外広告および店舗などに設置されたデジタルサイネージを活用した広告媒体を指します。

面数は2022年3月末の予定値となります。

まとめ

1

第3四半期は、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るもTVBridge等の新商材は堅調に推移し、ソニーグループの受注拡大もあって回復傾向。ルビー・グループのPMIは順調に進捗し、営業利益は前年同四半期比で+13%を達成。

2

顧客開拓とコスト効率化は進んでおり、第4四半期で売上および利益の拡大を図っていくが、上期での遅れを取り戻すまでには至らないと見込み、今期の業績予想を売上13,100百万円、営業利益50百万円に下方修正する。

3

第4四半期はTVBridge等の好調な商材をフックに、ソニーグループおよび好調カテゴリの販売拡大を進めていく。

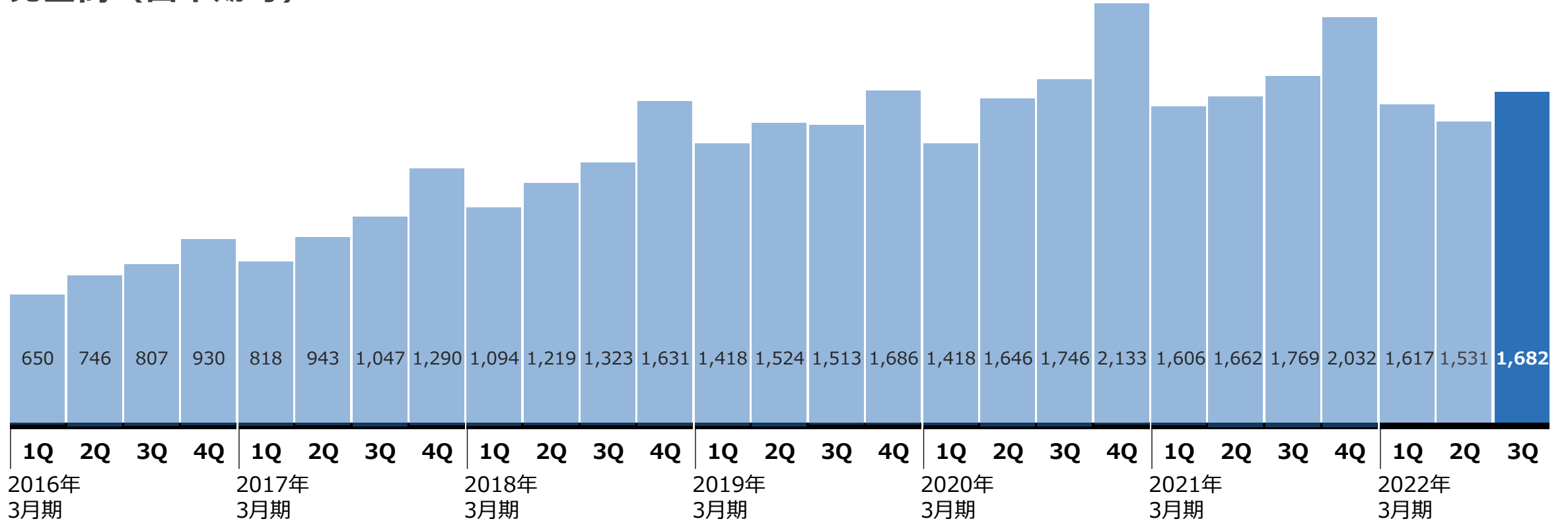
04 APPENDIX

アドテクノロジー：第3四半期業績（売上）

ソニーグループの大型案件を受注しTVBridge等の新商材の販売は好調だったが、代理店事業は前年並みの売上には至らず、前年同四半期比▲4.9%。

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



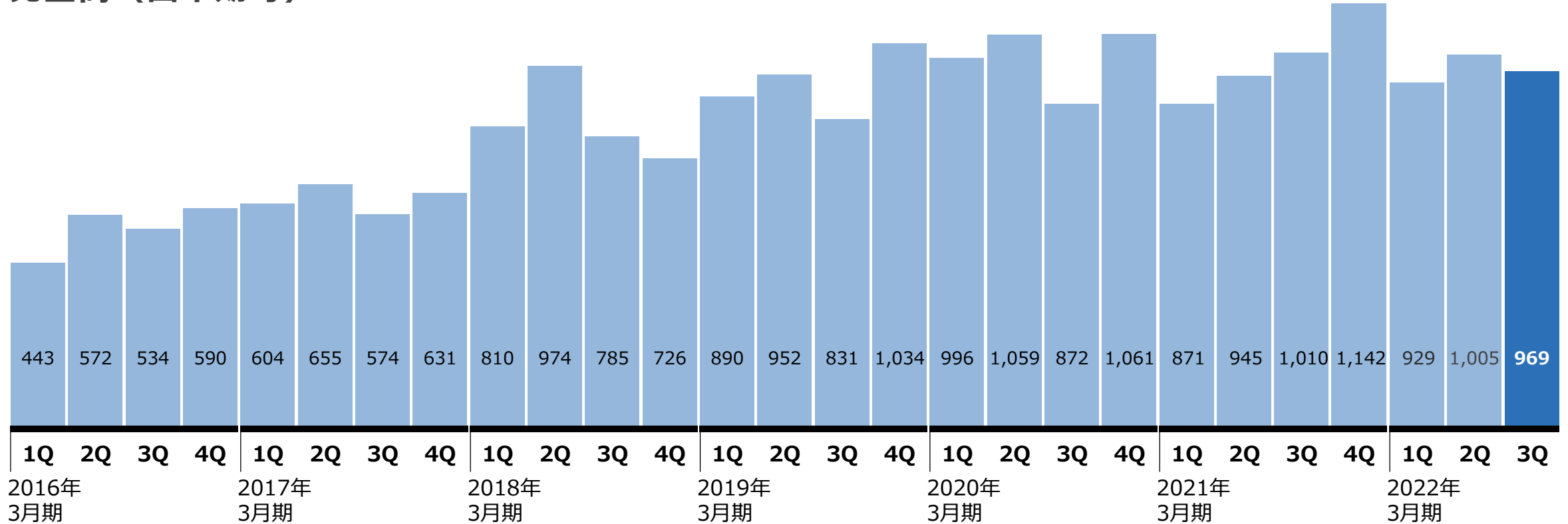
※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

マーケティングソリューション：第3四半期業績（売上）

一部カテゴリの販売不調が影響し、新たなカテゴリの広告主及び媒体運営業者の開拓に努めたが、前年同四半期比▲4.0%。

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



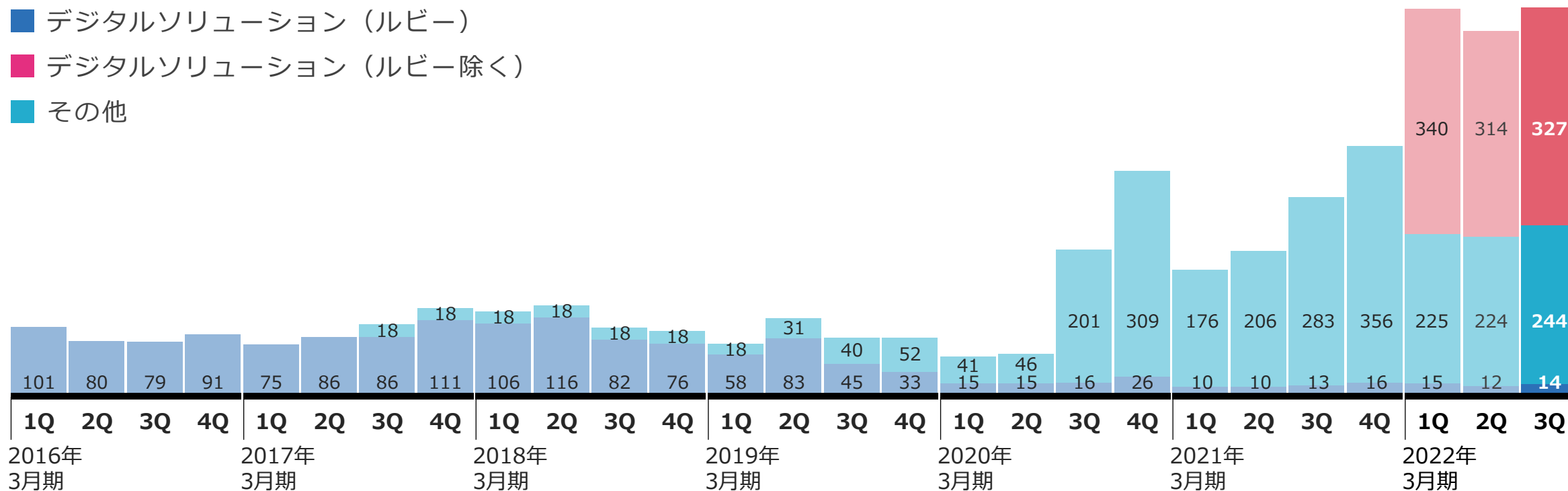
デジタルソリューション、その他：第3四半期業績（売上）

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+102.1%。

ASAは好調だったが不採算案件の撤退による売上減の影響が大きく、ルビーを除いた場合は前年同四半期比▲13.7%。

売上高（四半期毎）

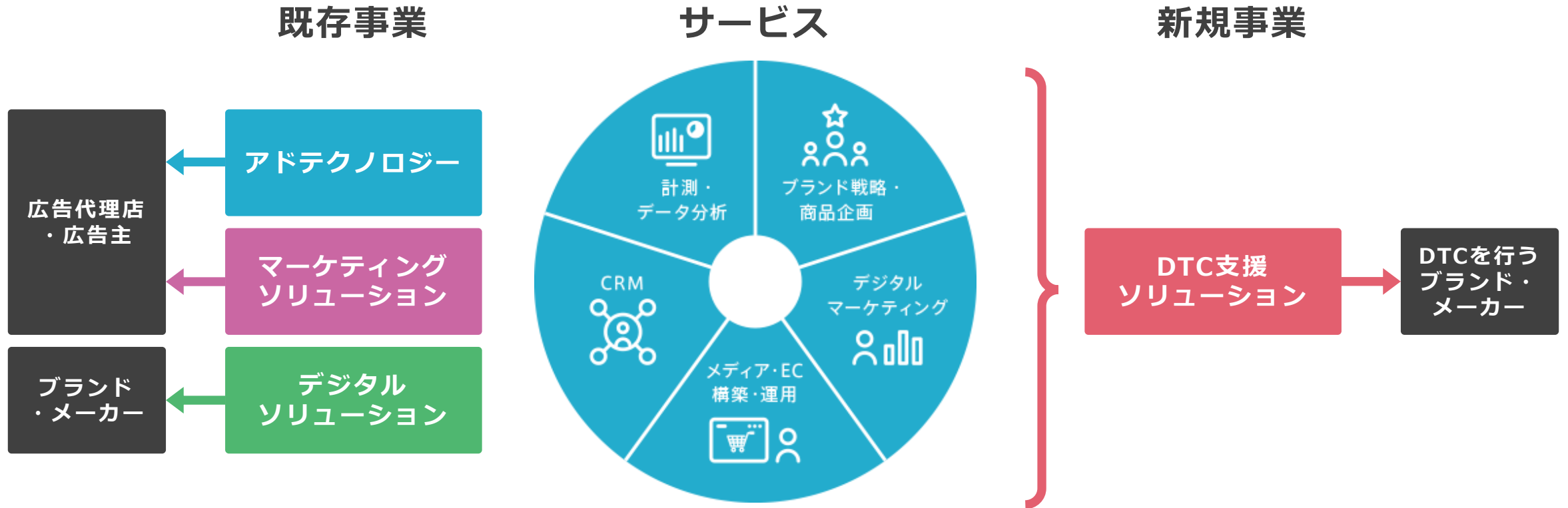
（単位：百万円）



※「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

中期経営計画基本戦略

新たにサービスを統合したワンストップのDTC支援ソリューションを提供する事で
ブランドと人のコミュニティの構築を支援する



会社概要

会社名	S M N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	10億3,476万円 (2021年12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：60.11% (2021年9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

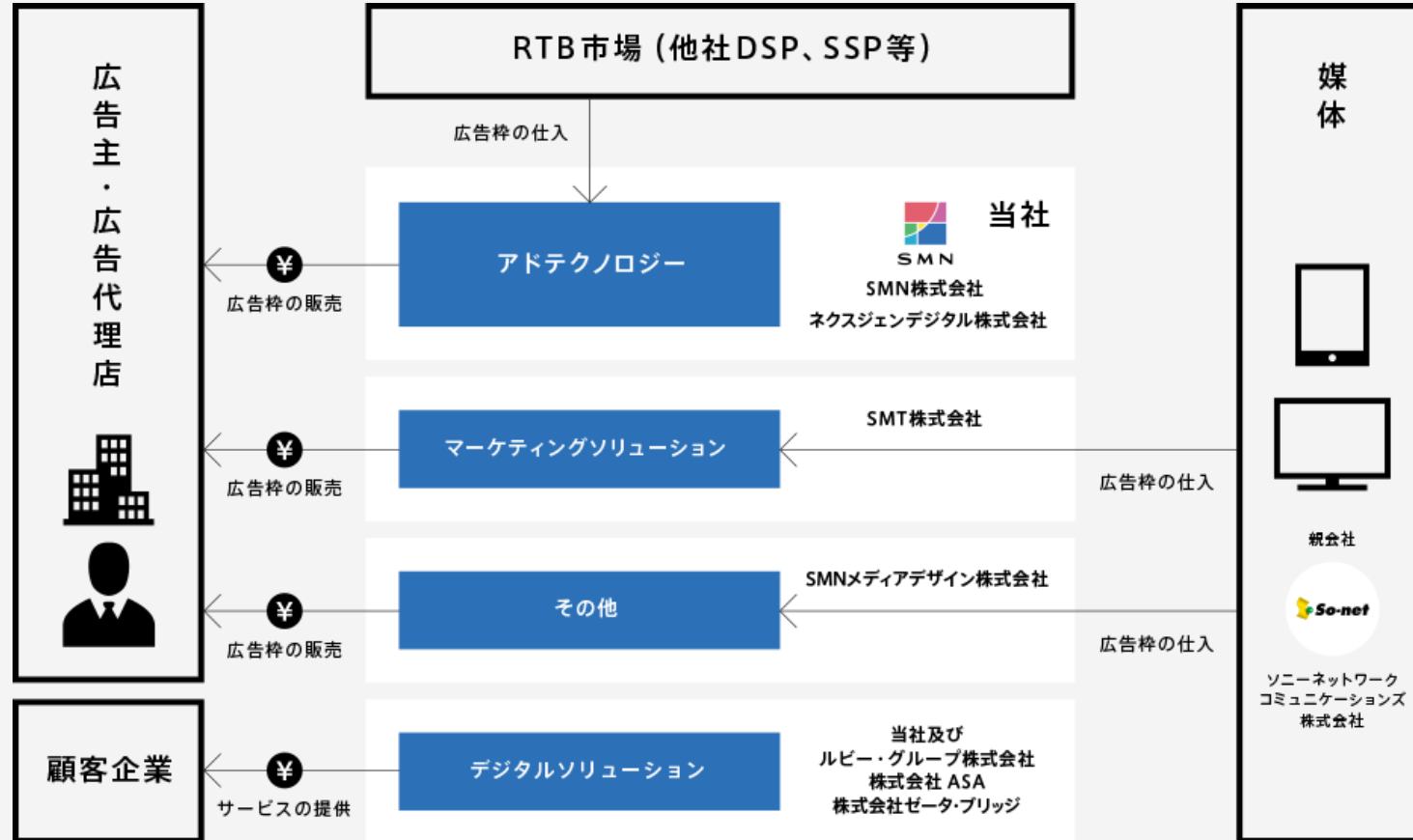
取締役（監査等委員）

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

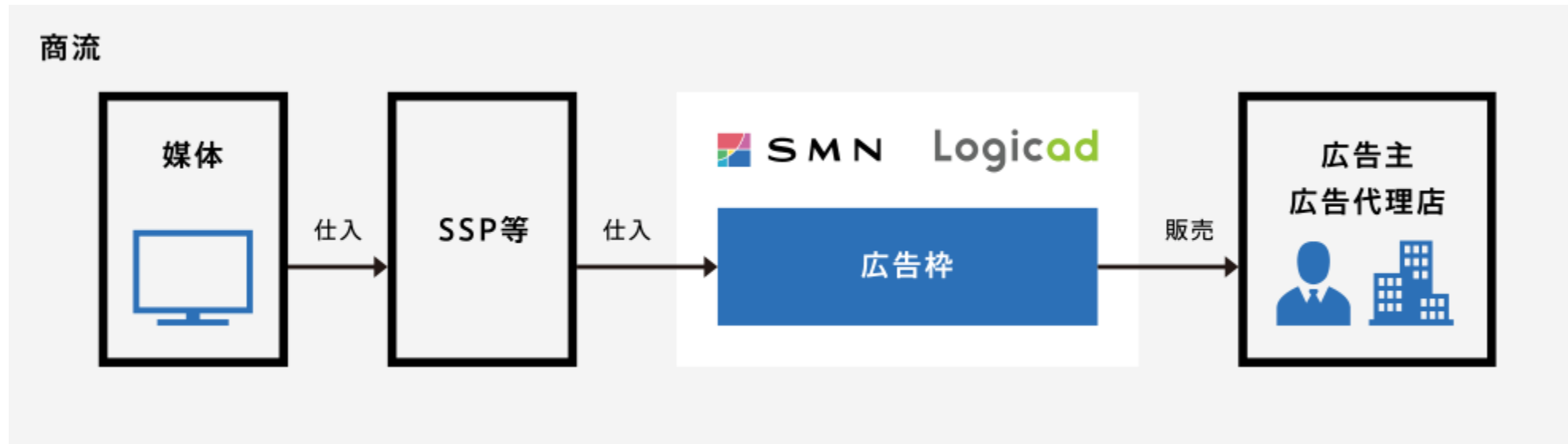
会社概要 事業概要



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。



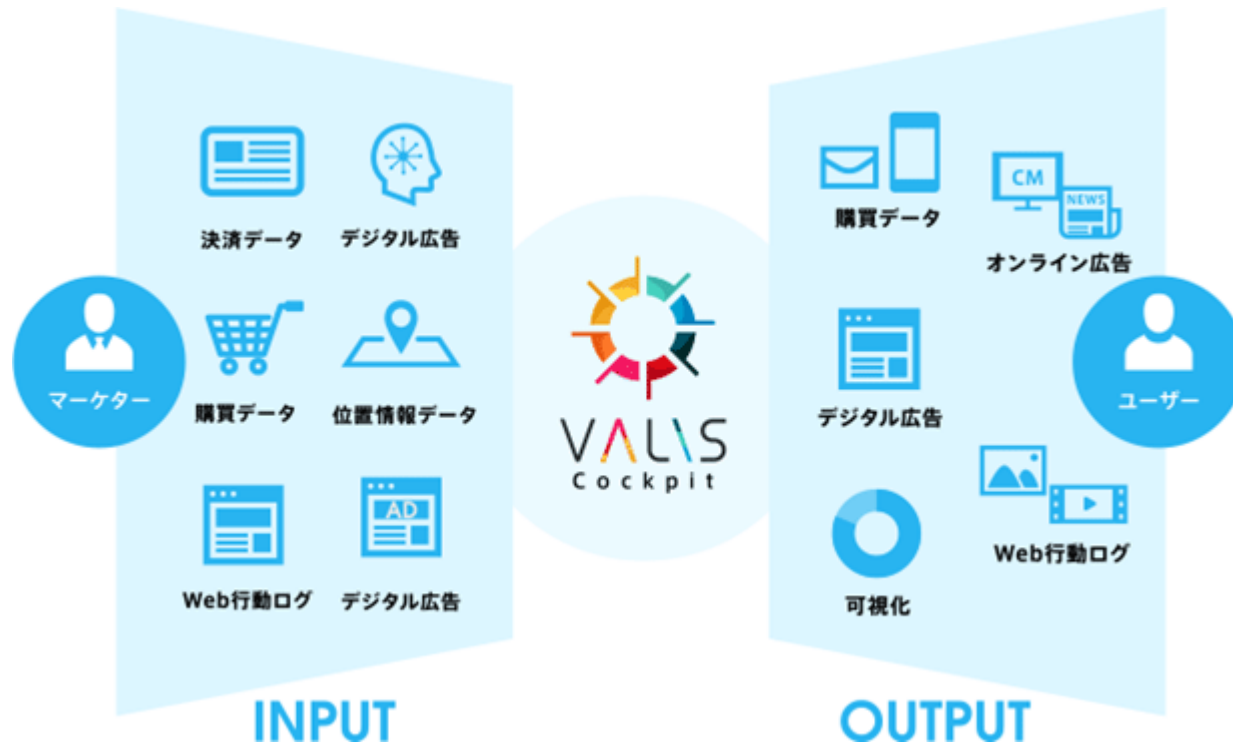
人・物・情報の価値判断を超高速・高精度に実現するAI

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。

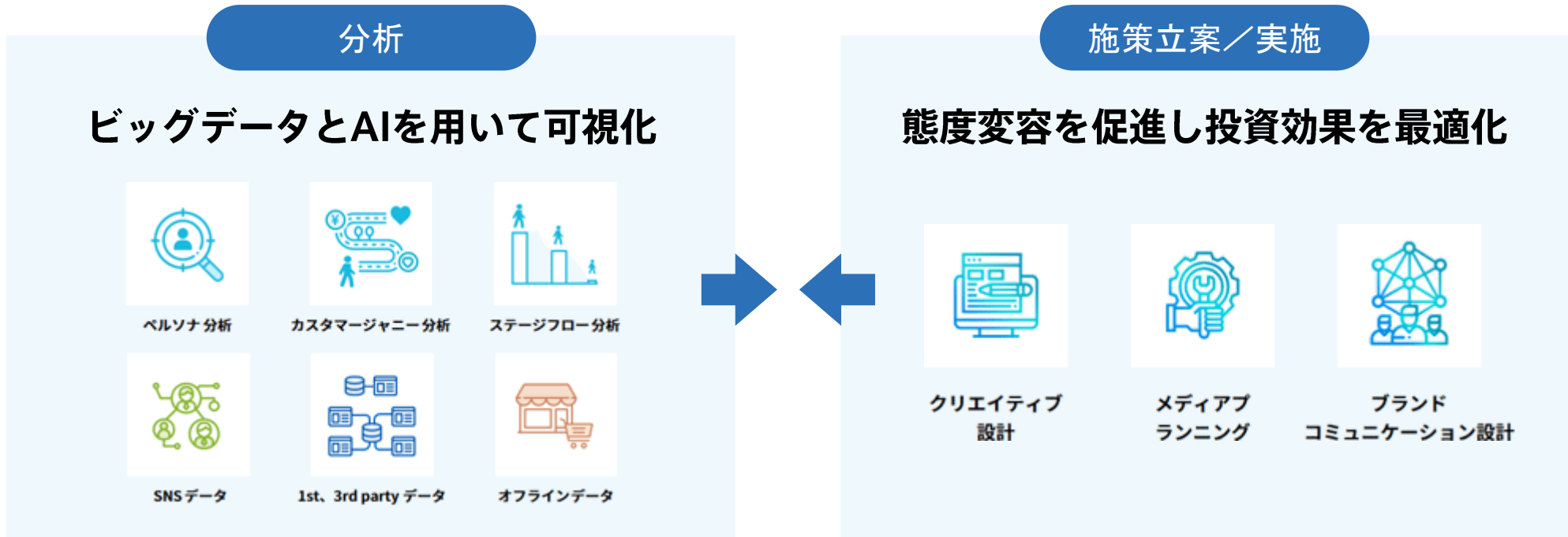


「VALIS-Cockpit」の特徴

- 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

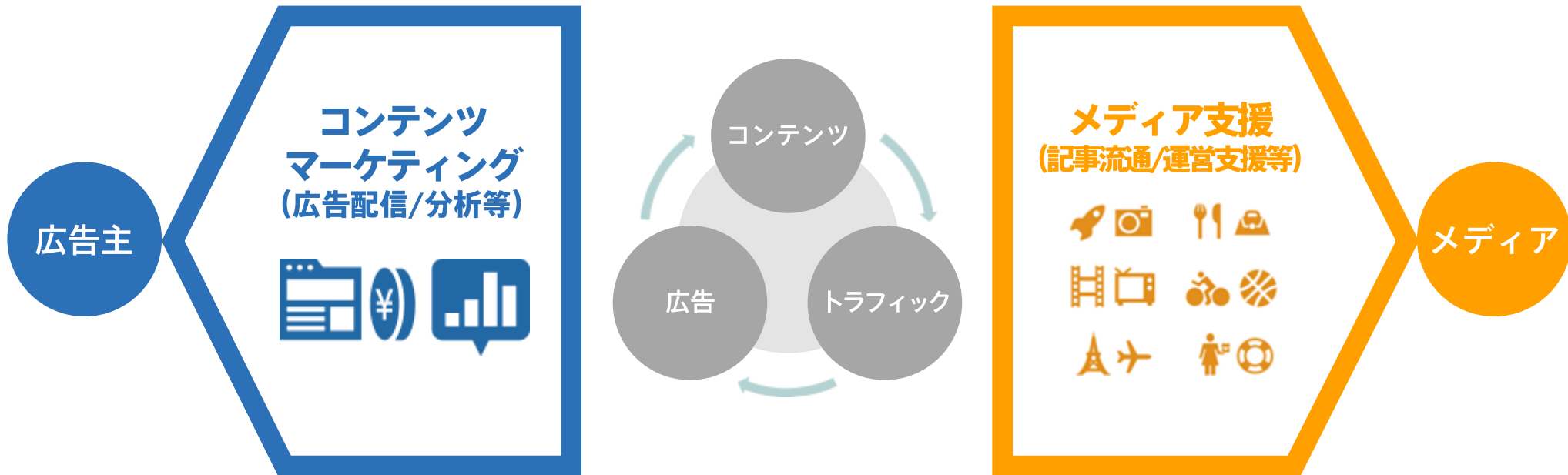
ネクスジェンデジタル株式会社

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。



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



成果報酬型コンテンツマーケティングサービス

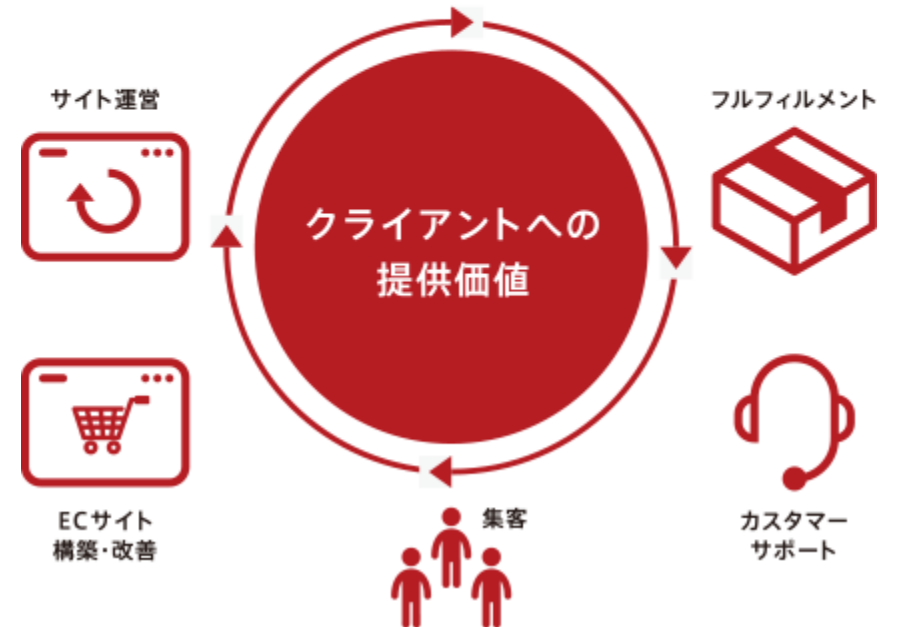
信頼できるパートナーサイトに限定して成果報酬型のコンテンツマーケティングを展開することで、質を担保しながら効果的な顧客獲得施策の実施が可能



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



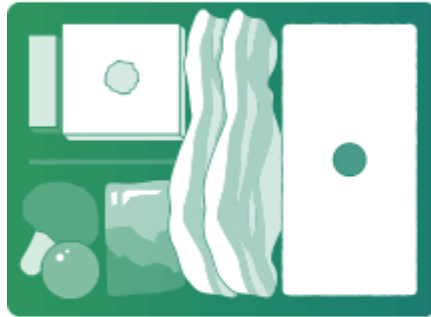
技術子会社ゼータ・ブリッジ

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。

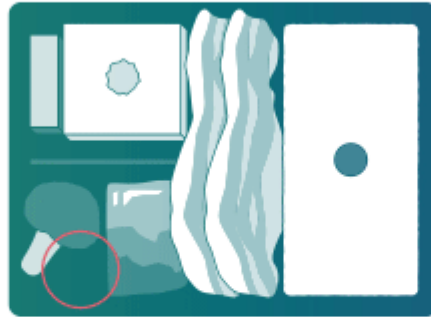
新サービス「フォトナビ・目視レス」は、人間が目で見えて脳で判断する感覚に近い独自開発の画像認識アルゴリズムで、画像の中から特定の条件に当てはまる領域を検出し、類似する色・形・模様などを瞬時に自動検出するものです。

画像認識技術を活用した「フォトナビ・目視レス」

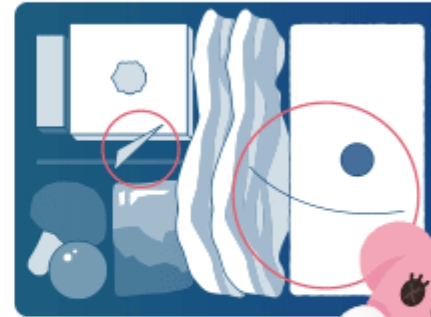
SCAN 01 異常なし



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

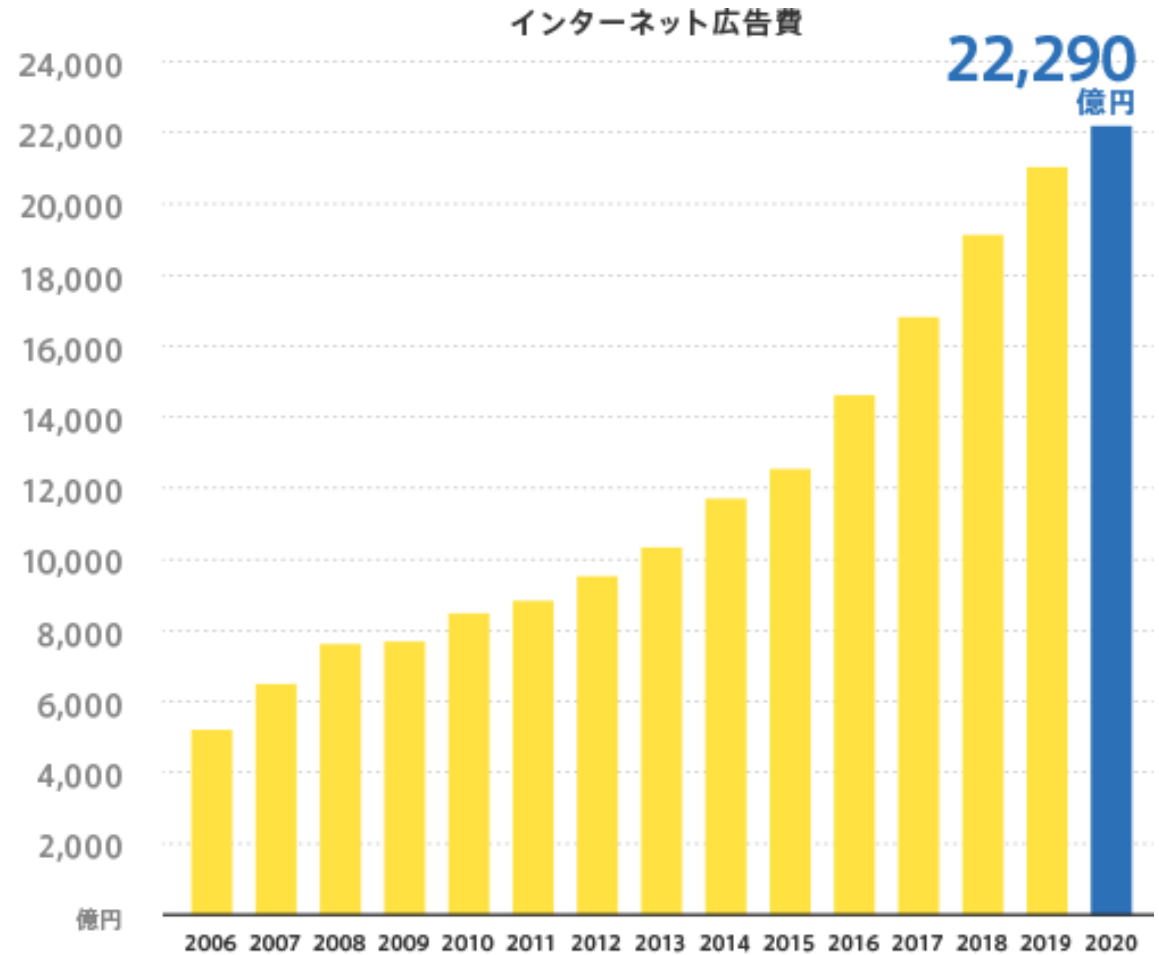
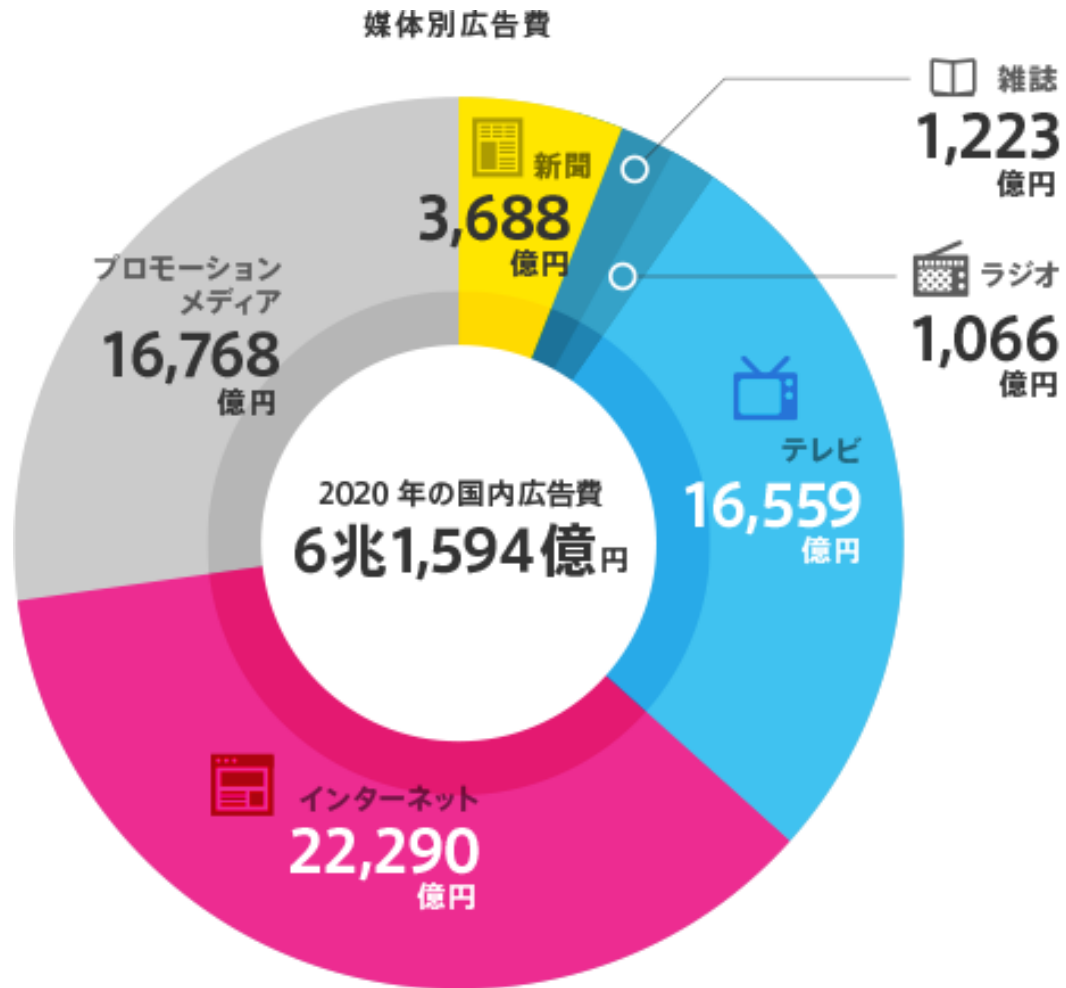
Movie

QA

VR/AR

Web

国内のインターネット広告市場



出典：電通「2020年の日本の広告費」