



2022年3月期 決算説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.

01. 事業紹介

02. 2022年3月期 連結決算概要

03. TOPICS

04. 2023年3月期 連結業績予想

05. 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

02

2022年3月期 連結決算概要

決算ハイライト

(単位:百万円)

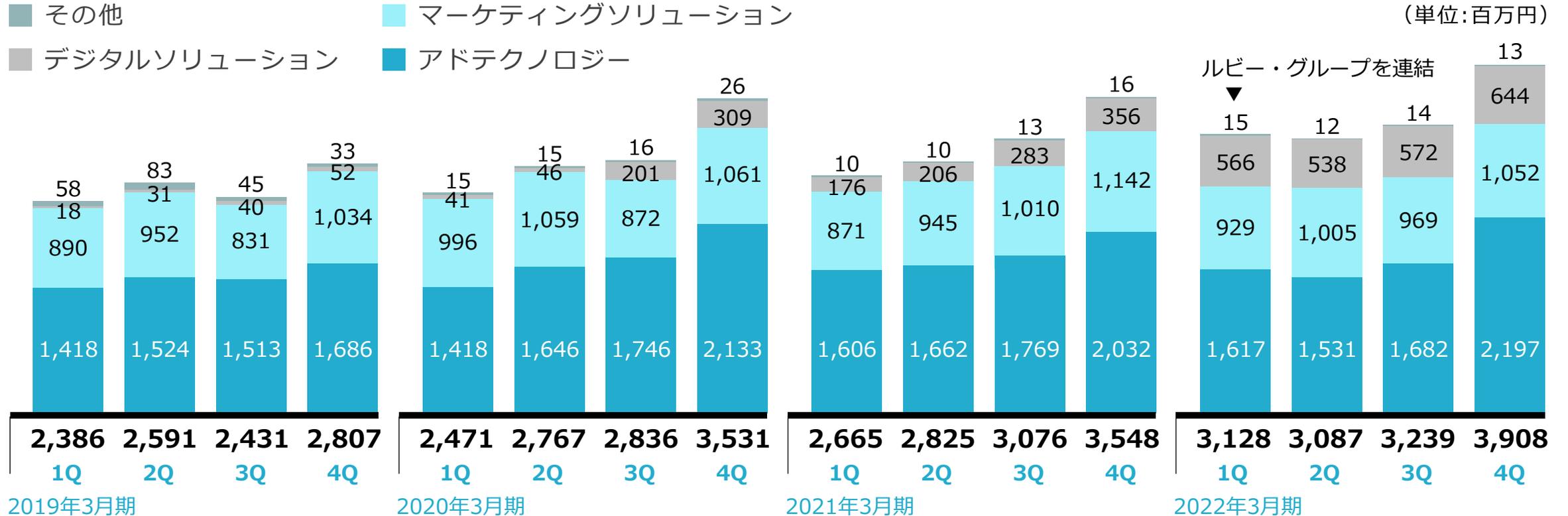
		第4四半期単体			当期累計		
			前年 同四半期差	前年 同四半期比		前年同期差	前年同期比
連結業績	売上	3,908	+359	+10.1%	13,363	+1,247	+10.3%
	営業利益	207	▲27	▲11.8%	127	▲176	▲58.1%
	当期純利益	▲53	▲68	- %	▲223	▲185	- %

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	2,197	+164	+8.1%	7,029	▲41	▲0.6%
マーケティングソリューション	売上	1,052	▲90	▲7.9%	3,956	▲12	▲0.3%
デジタルソリューション	売上	644	+288	+81.0%	2,321	+1,298	+126.9%
(除くルビー・グループ)	売上	274	▲81	▲22.9%	968	▲54	▲5.3%
その他	売上	13	▲3	▲19.7%	54	+3	+6.1%

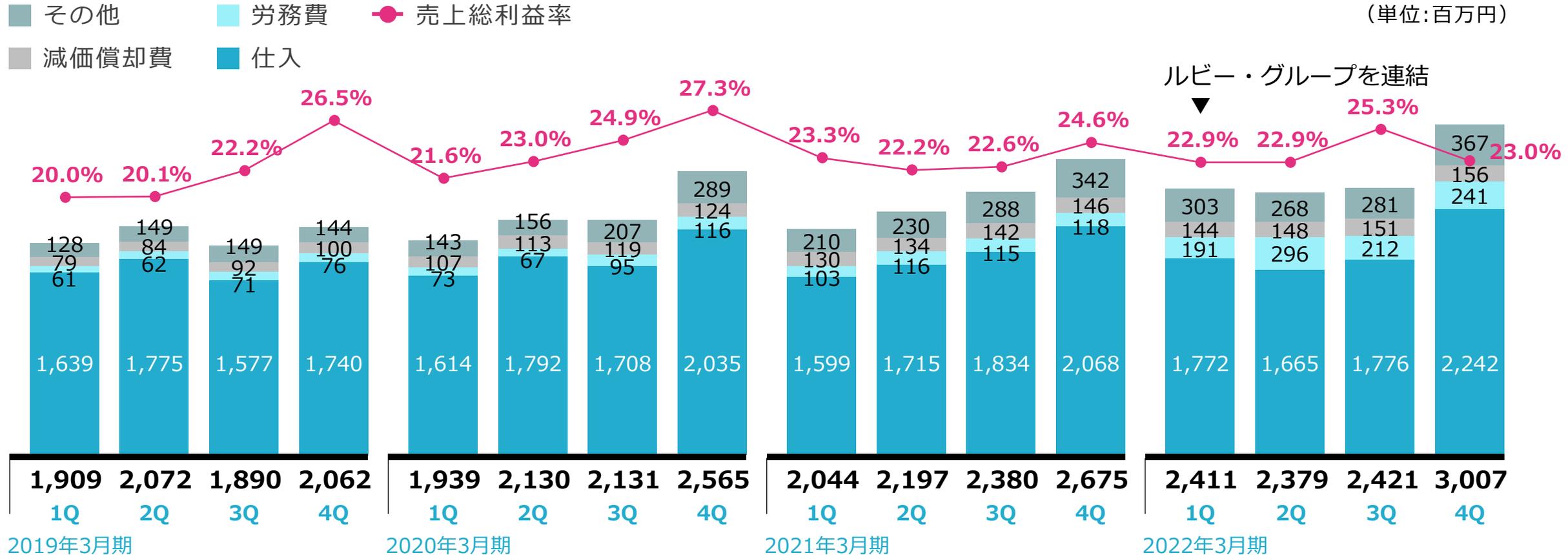
第4四半期業績：売上

第4四半期の全社売上は前年同四半期比+10.1%と伸長。アドテクノロジーは第2四半期・第3四半期は前年同期比がマイナスであったが、第4四半期はソニーグループ、漫画アプリ、大手金融機関からの大型受注もあり復調し、前年同四半期+8.1%を達成。



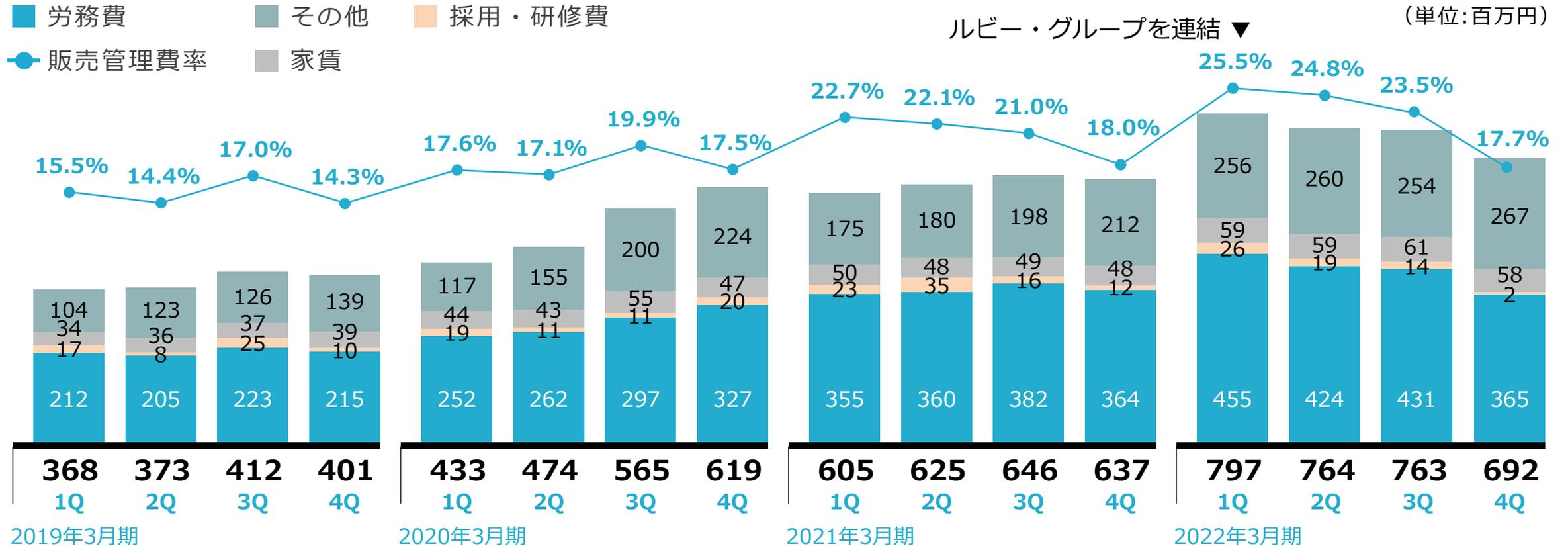
第4四半期業績：売上原価

第4四半期は売上総利益率は23%と第1四半期・第2四半期と同程度に着地。



第4四半期業績：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がる、PMIおよびグループ全体でのコスト効率化を進め、第4四半期の販管費率は前年同期よりも改善。

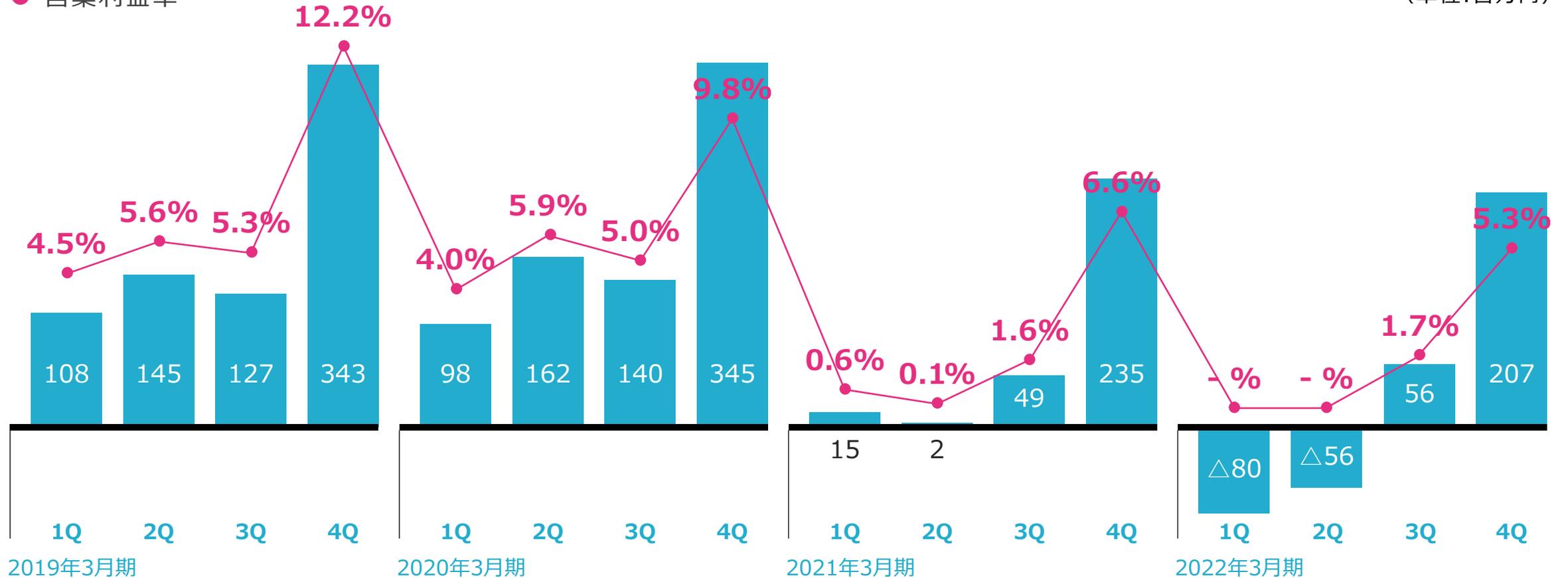


第4四半期業績：営業利益

コスト効率化推進と売上回復により、第4四半期は207百万円まで営業利益は回復。

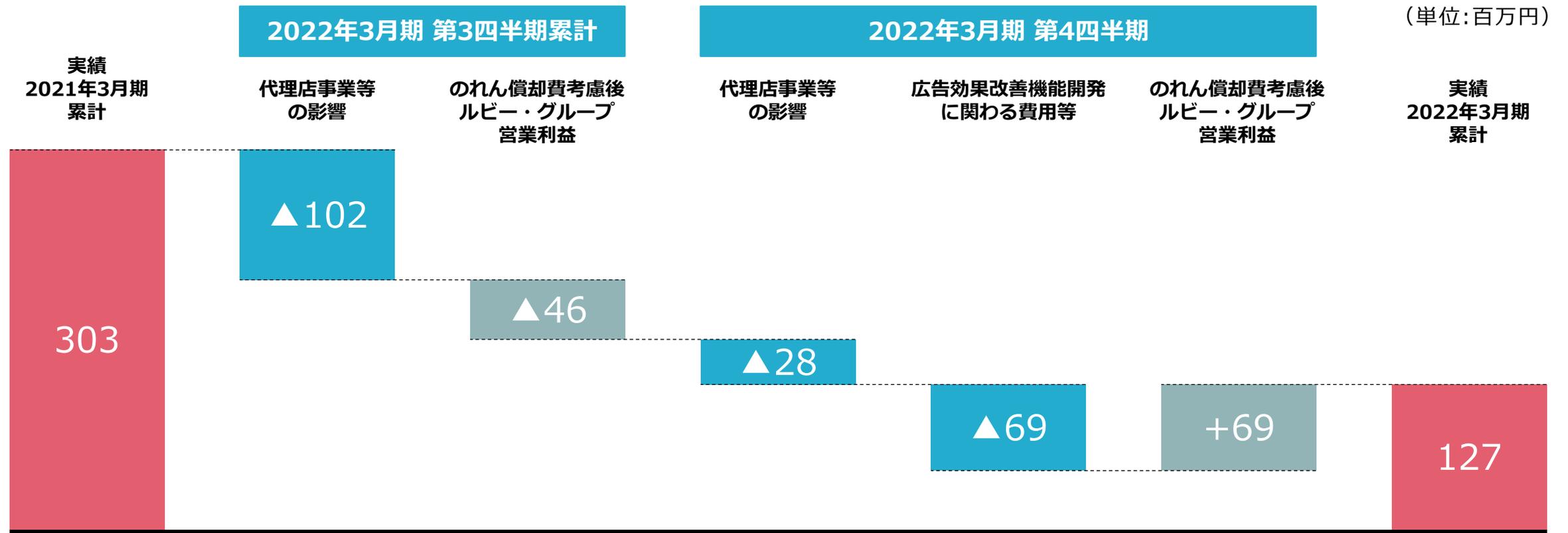
● 営業利益率

(単位:百万円)



第4四半期業績：営業利益増減要因（当期累計）

ルビー・グループは第4四半期もPMI推進によりのれん償却費を上回る営業利益を達成したが、広告効果改善機能開発に係る費用等が増加したことにより、営業利益は127百万円で着地。



第4四半期業績：貸借対照表

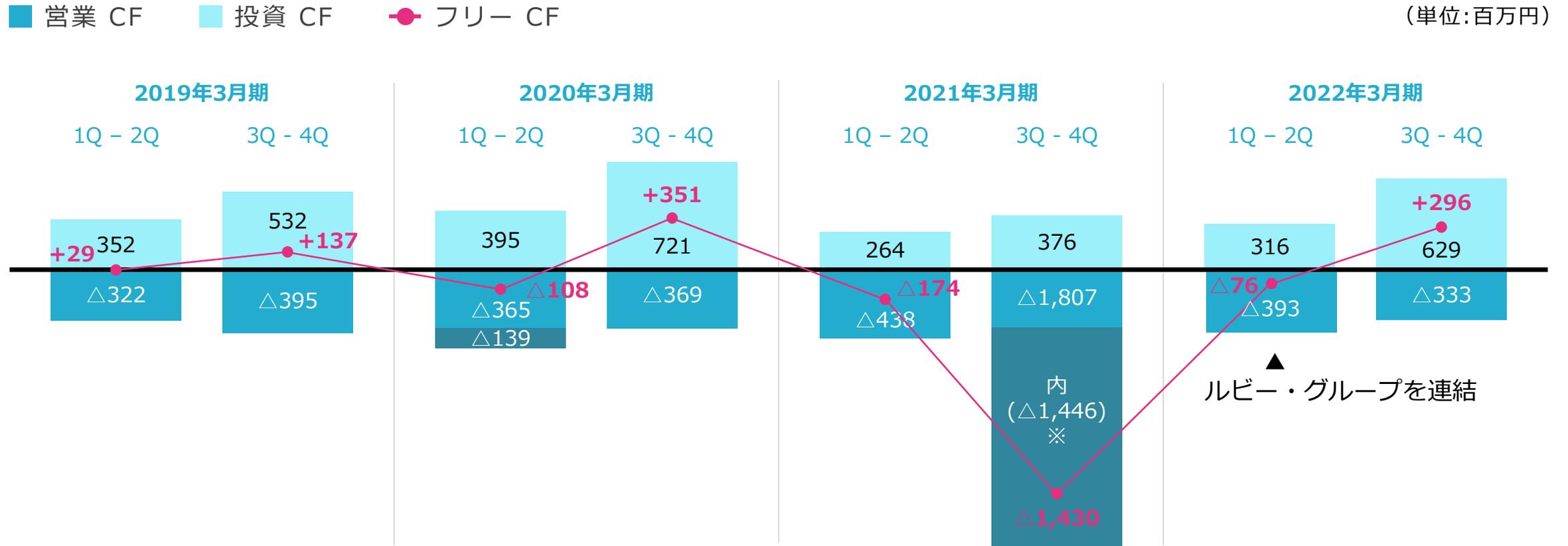
ルビー・グループ株式会社の株式取得資金として実施した借入金1,600百万円について、
長期借入金に借り換えを実行

(単位:百万円)

	2020年3月末	2021年3月末	2022年3月末	前期末比
流動資産	3,932	4,261	4,590	+ 8%
現預金	2,109	2,050	2,277	+ 11%
固定資産	2,677	3,975	3,728	△ 6%
無形固定資産	1,830	3,170	2,948	△ 7%
総資産	6,610	8,237	8,319	+ 1%
流動負債	1,813	3,463	2,199	△ 36%
固定負債	226	209	1,724	+ 725%
純資産	4,570	4,564	4,395	△ 4%

第4四半期業績：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、営業キャッシュ・フローは前年同期より改善し、フリー・キャッシュ・フローはプラスに



TOPICS

今期の取り組み

新たな媒体・パートナー連携

新たな媒体の獲得

- ・ 音声広告の取り扱い開始

パートナー連携

- ・ Rakuten Marketing Platformの代理販売の開始
- ・ TVBridgeのテレビ視聴データを活用したABEMAとの協業
- ・ ソニーグループからの大型案件受注

商品強化

動画・ブランド認知訴求広告の拡大

- ・ TV視聴データを活用したTVBridgeの需要拡大
- ・ DOOHの再開

cookieレス対応

- ・ UnifiedID対応
- ・ コンテンツマッチ広告のリリース

アドテク以外の領域の拡大

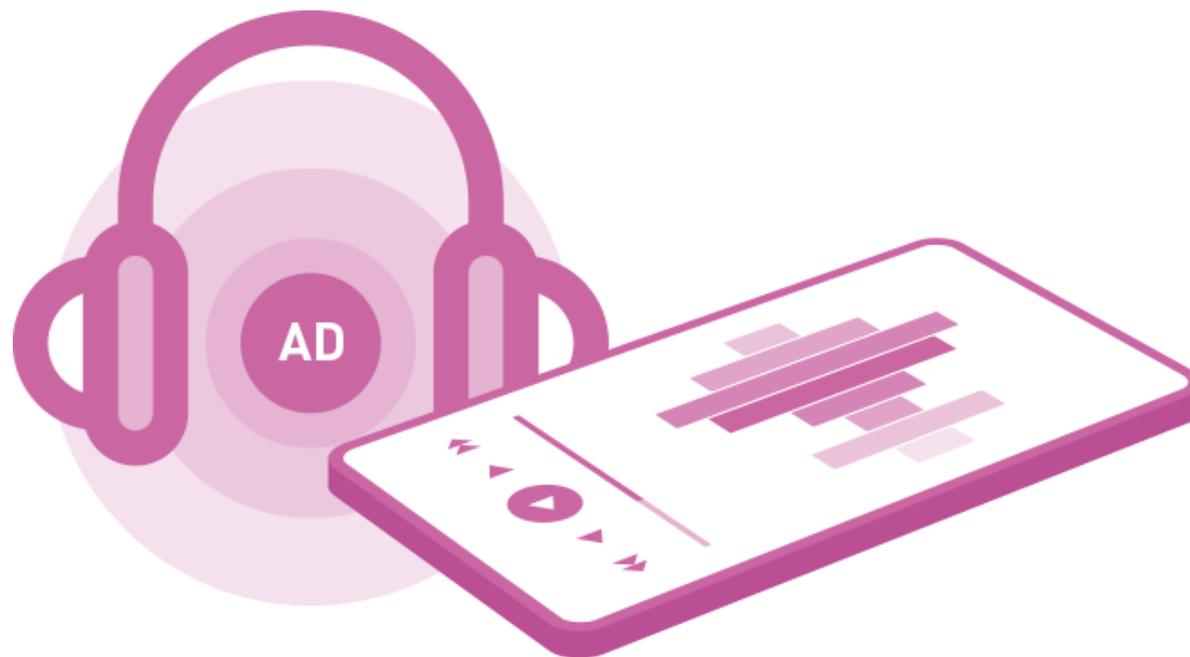
デジタルソリューションの強化

- ・ ASAの外資クライアントの売上拡大
- ・ ルビー・グループのPMIの推進

第2四半期：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16億円となることが見込まれたうえ、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）。



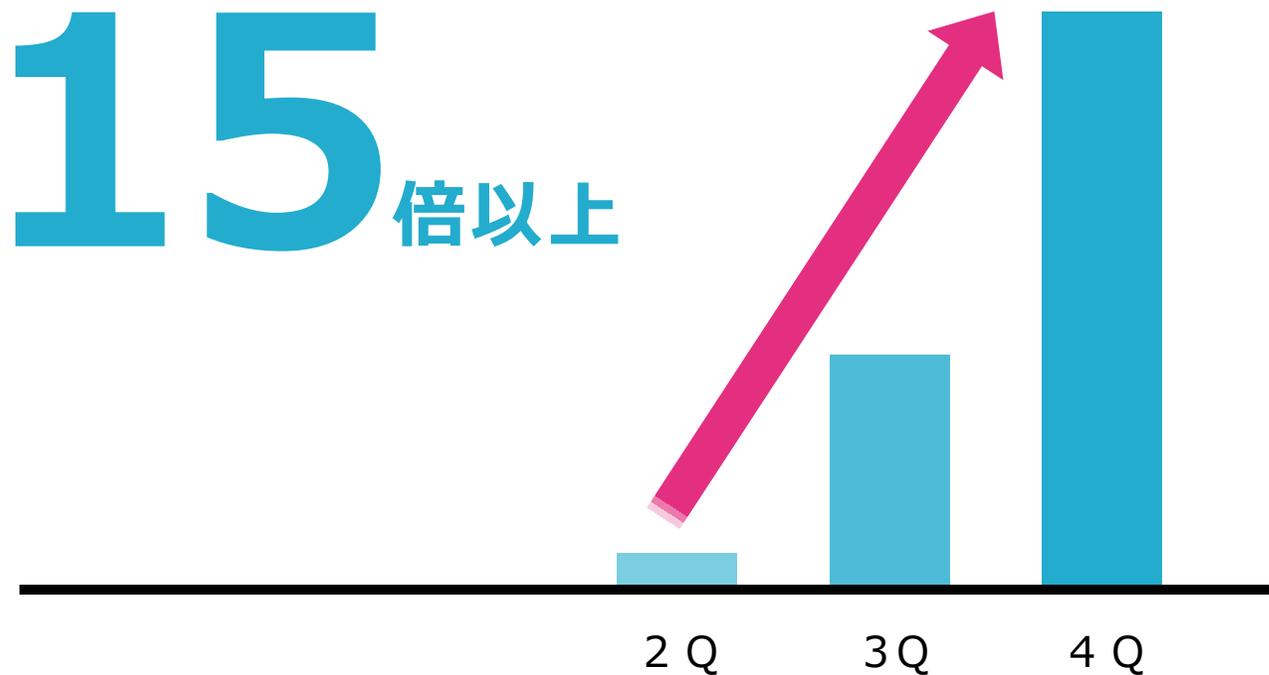
*1) 2020年3月デジタルインファクト調べ (<https://digitalinfact.com/release200330/>)

第2四半期：Rakuten Marketing Platformの代理販売の開始

楽天グループ株式会社が提供する
マーケティングソリューション
「Rakuten Marketing Platform」
の販売パートナーとして代理販売・
運用開始。

立ち上げ期の第2四半期に対し第4四
半期は15倍以上の売上を達成。

Rakuten Marketing Platform 売上



第2四半期：TVBridgeのテレビ視聴データを活用した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を最適化

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

通期：TVBridgeの需要拡大

ウェビナーを積極的に開催し、見込み顧客を開拓。第4四半期売上は第1四半期に対し2.2倍以上に伸長。

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

SMN

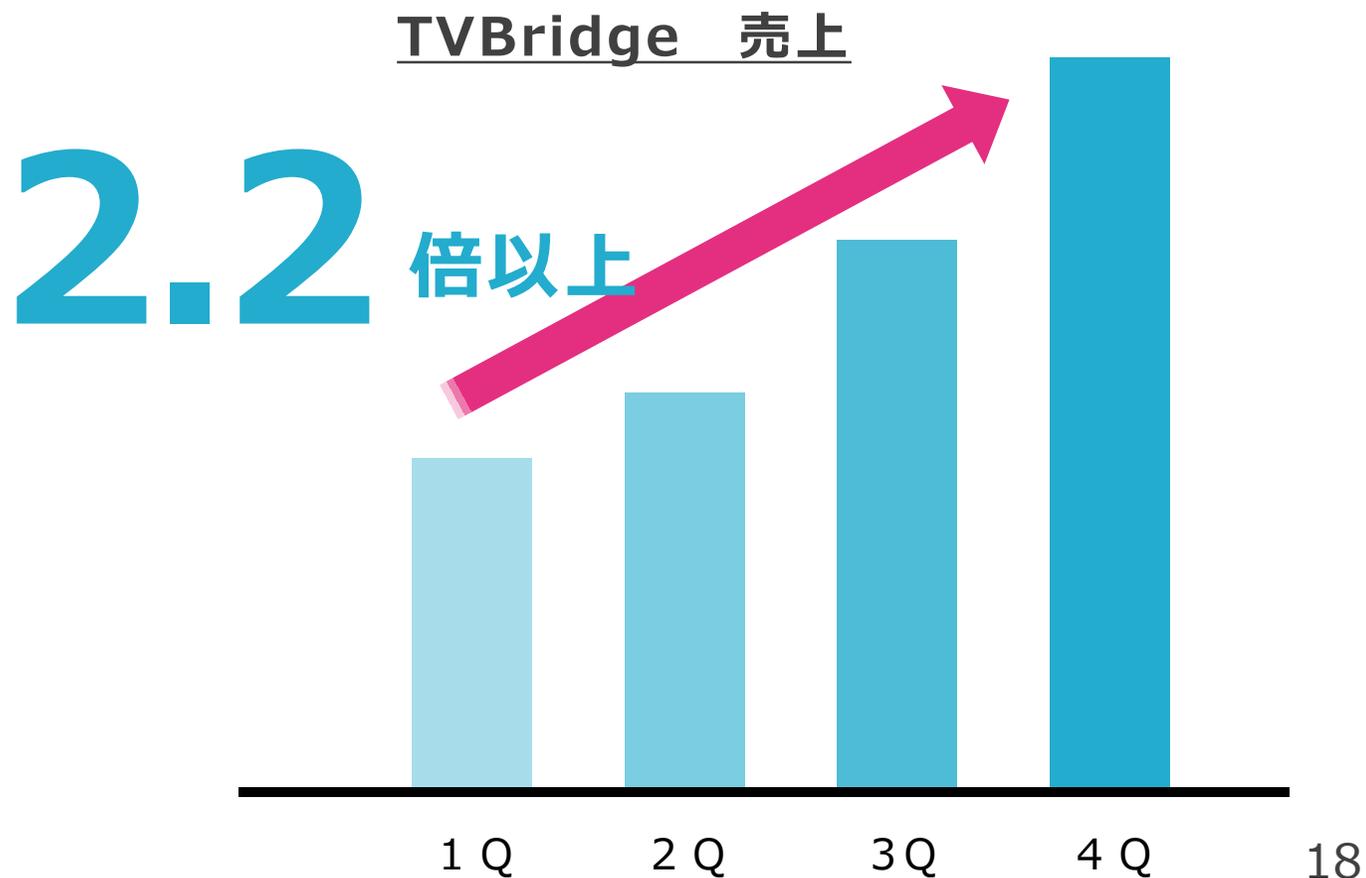
放送局における、テレビ番組宣伝の
Web広告効果と番組実視聴の分析について

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

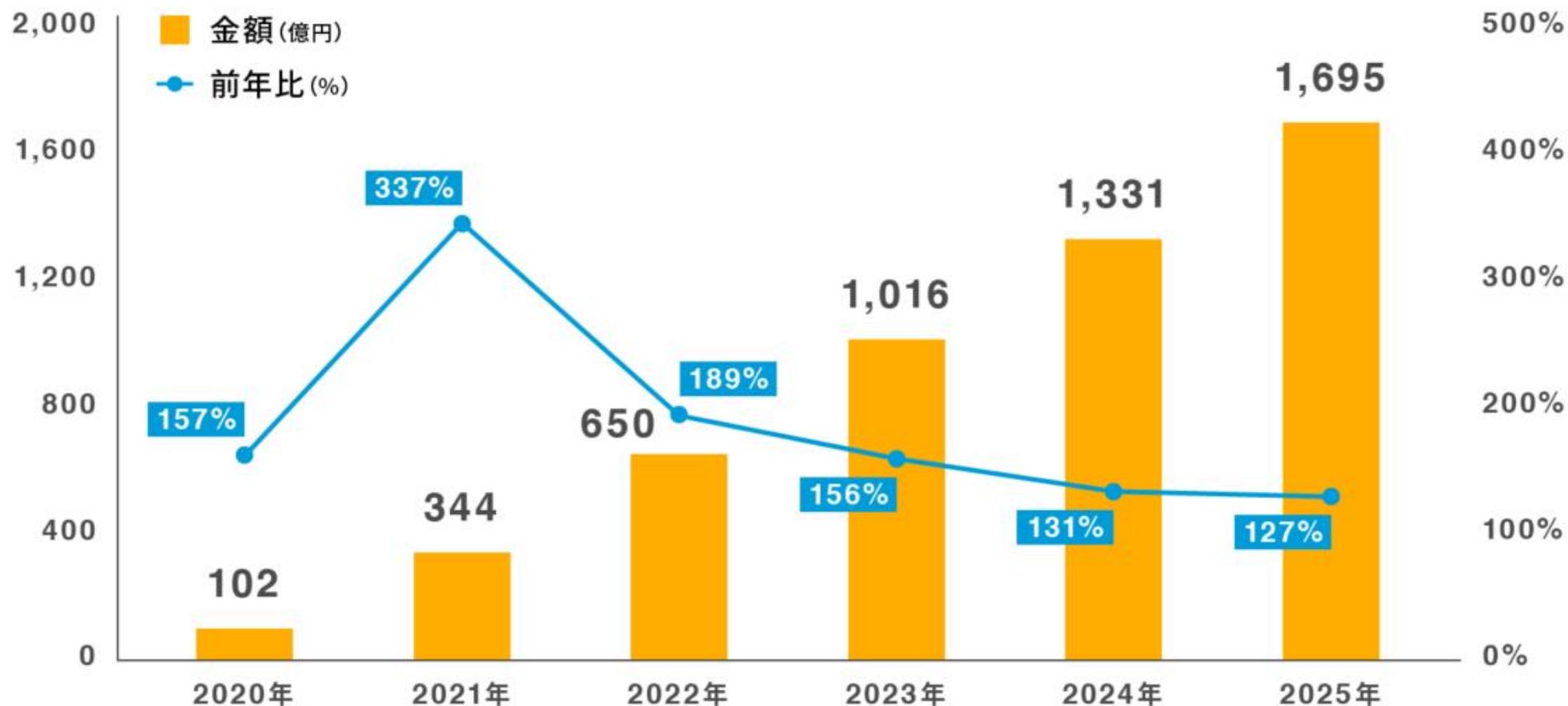
SMN



参考：国内コネクテッドテレビ広告市場規模

コネクテッドテレビ広告市場は2025年には1,695億円にまで成長すると推測。

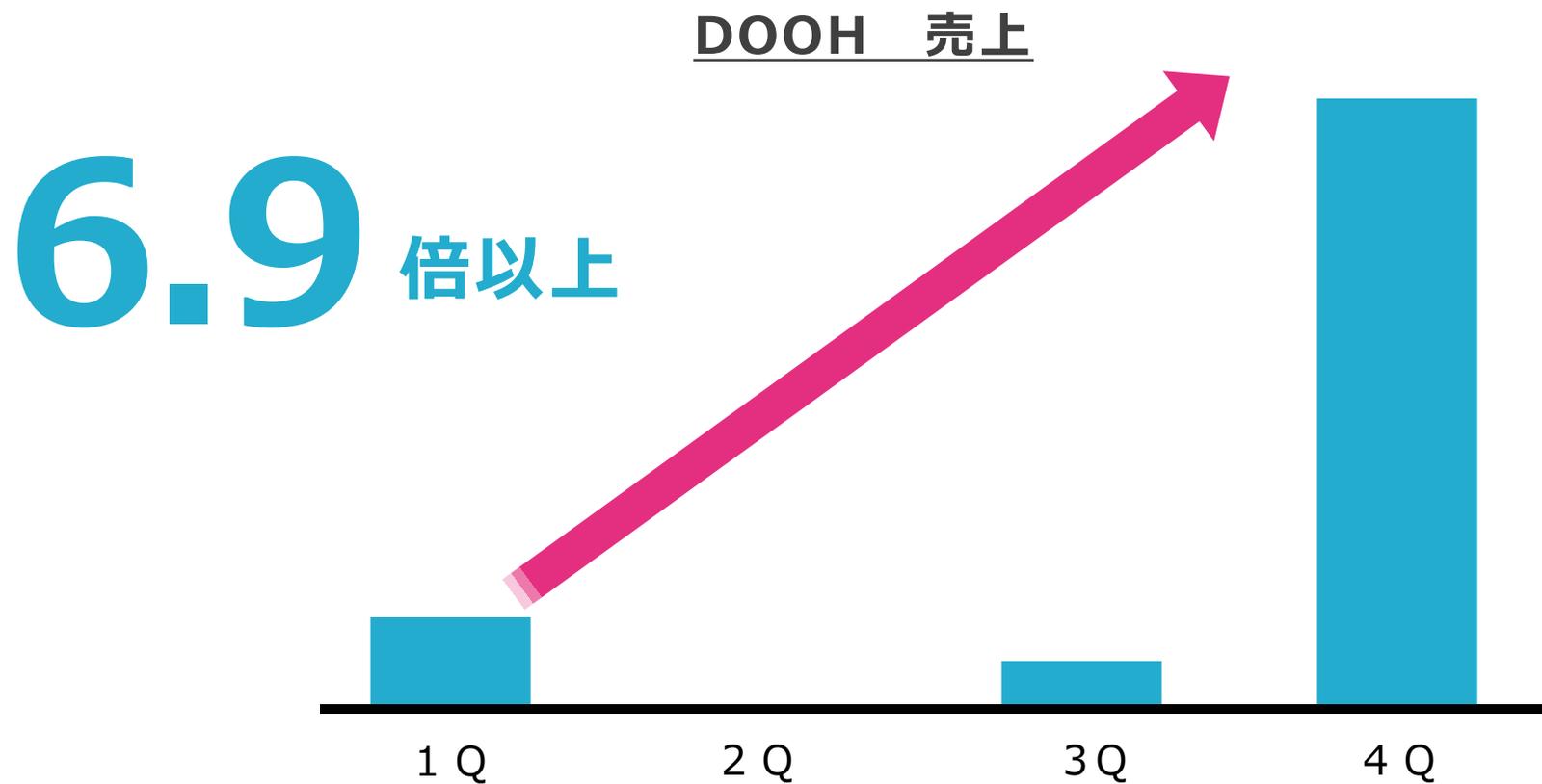
TVBridgeをフックに引き続き注力していく。



第2四半期：DOOHの再開

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、第1四半期の6.9倍の売上を達成。



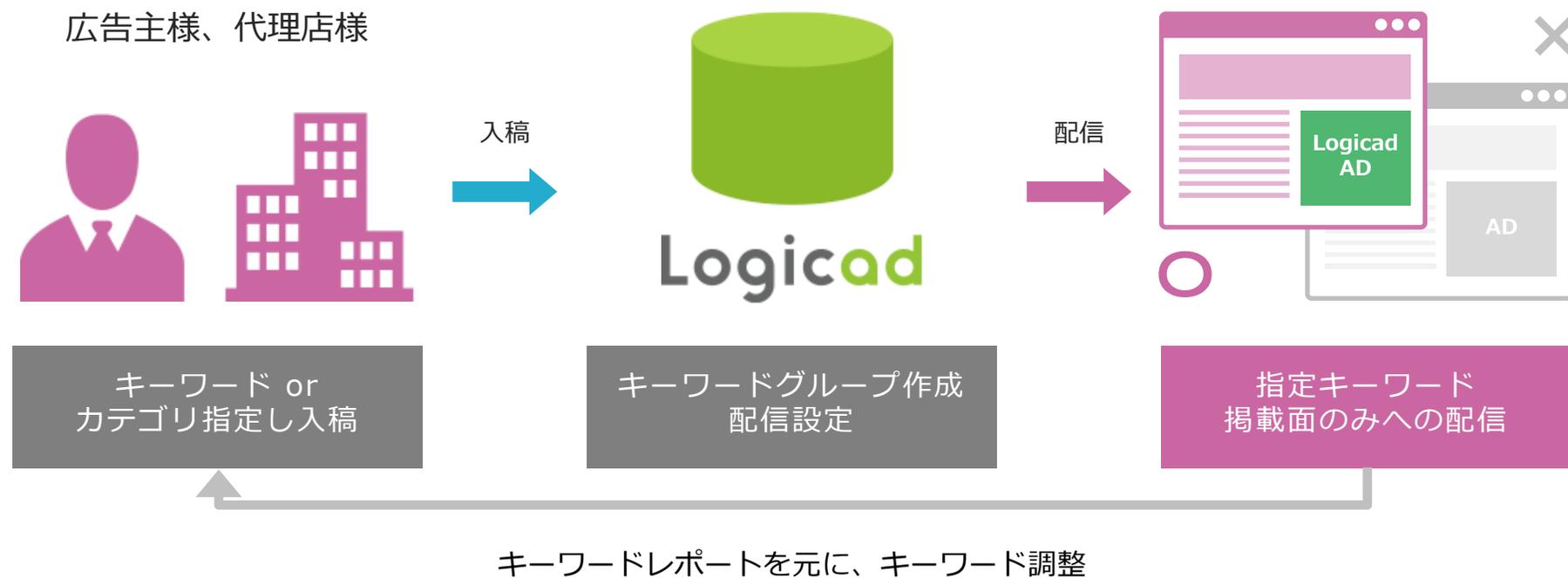
第1四半期 : IDソリューション「Unified ID 2.0」に対応

「Unified ID 2.0」に対応することで、cookieレスの譲許においても、広告チャネル全体を横断して機能
ストリーミングTV、ブラウザー、モバイル、オーディオ、アプリ及びデバイス全体の広告キャンペーンパ
フォーマンスを単一のIDで管理・分析が可能に

Logicad × Unified iD^{2.0}

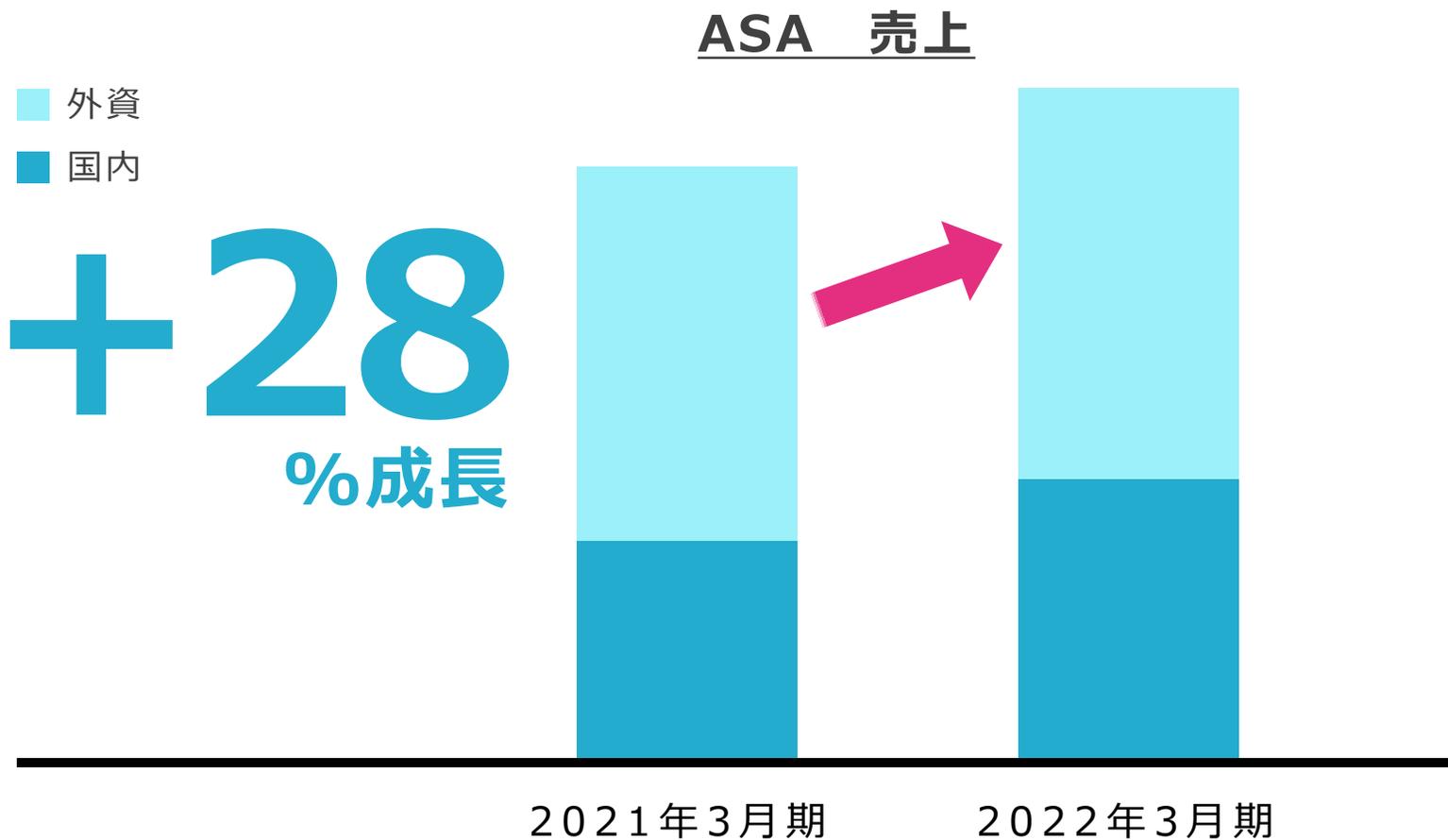
第2四半期 : コンテンツマッチ広告の提供開始

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。



通期：ASAの外資クライアントの売上拡大

外資クライアントへの案件が好調。売上拡大により、外資クライアントの売上は通期で前年比+28%成長。



通期：ルビー・グループのPMIの推進

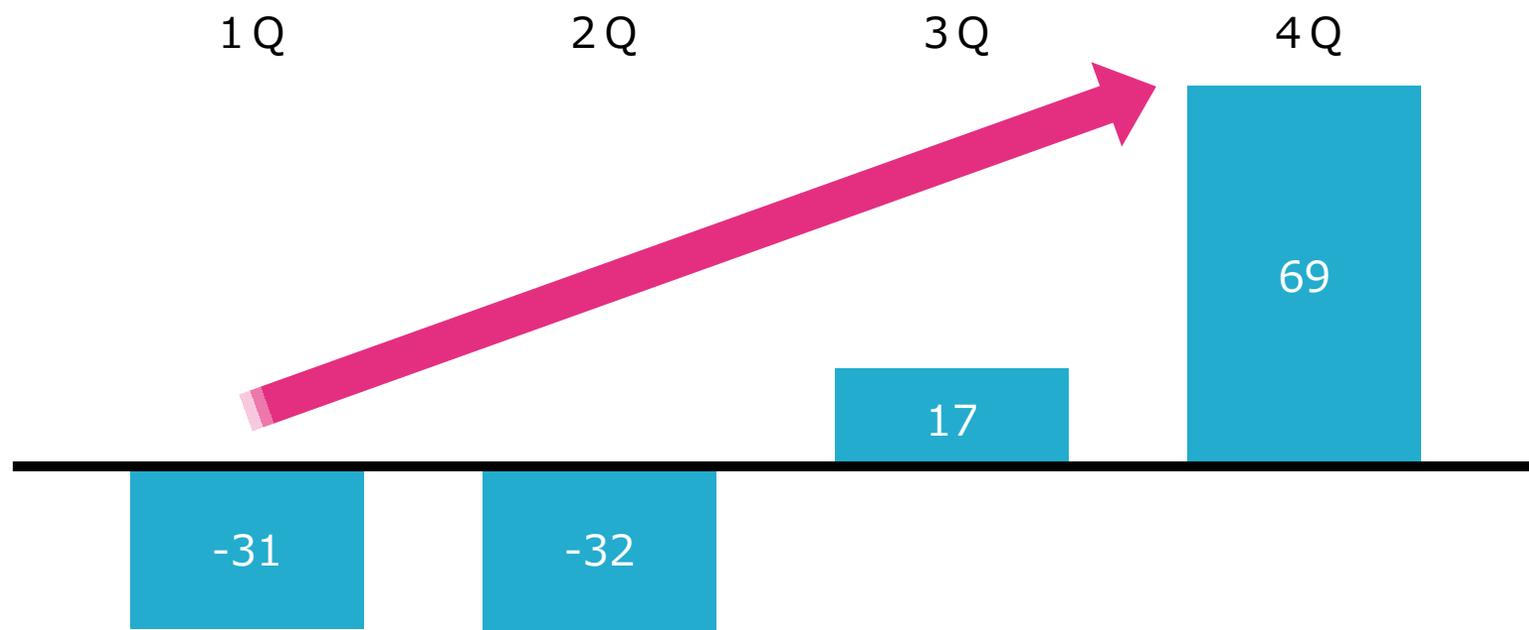
PMIの推進によりコスト効率化が進み営業利益は順調に改善。

第3四半期以降はのれん償却費を上回る利益を達成。



のれん償却費考慮後ルビー・グループ営業利益

(単位:百万円)



まとめ

1

第4四半期においてアドテクノロジーはVALIS-CPXやTV Bridgeに加えて既存商材が伸長し復調。ルビー・グループもPMIが順調に進み、利益を拡大。全社的なコスト効率化も進み通期の営業利益は127百万円を達成した。

2

TVBridgeは1年を通して好調を維持。独自保有するテレビ視聴データを活用し、成功事例を横展開するなどして売上を拡大できた。デジタルソリューションについてもASAが順調に拡大。

3

来期については、今期の好調商材・領域を引き続き拡大しつつ、ポートフォリオ再編による構造改革を進めていく。並行して他社とのデータ連携・cookieレス対応をやりきることで、売上・利益を伸ばしていく。

2023年3月期 連結業績予想

2023年3月期 経営方針

データ連携の拡大

- ・読売新聞東京本社と提携し、ID連携により協業でビジネスを展開

デジタルソリューションの事業拡大/DTCの立ち上げ

- ・ASA：国内事業成長の堅持と海外展開の拡大
- ・ルビー・グループ：翌年度を見据えたシステム開発の着手
- ・DTC：今年度中での体制構築・クライアント獲得を目指す

アセット強化による
事業拡大の基盤作り

構造改革の完了

- ・事業ポートフォリオの再編とコスト削減継続により、筋肉質な経営基盤を構築

アドテク・マーケティングソリューションの提供価値の拡大

- ・アドテクノロジーは、広告運用・クリエイティブ制作も受注し、1顧客当たりの売上を拡大。
TVBridgeを活用したブランディング広告にも注力
- ・マーケティングソリューションは、これまでの成果報酬型広告の枠にとらわれず、パートナーメディアの多様化に注力

cookieレス対応

- ・Privacy Sandbox対応
- ・コンテンツマッチ広告の強化

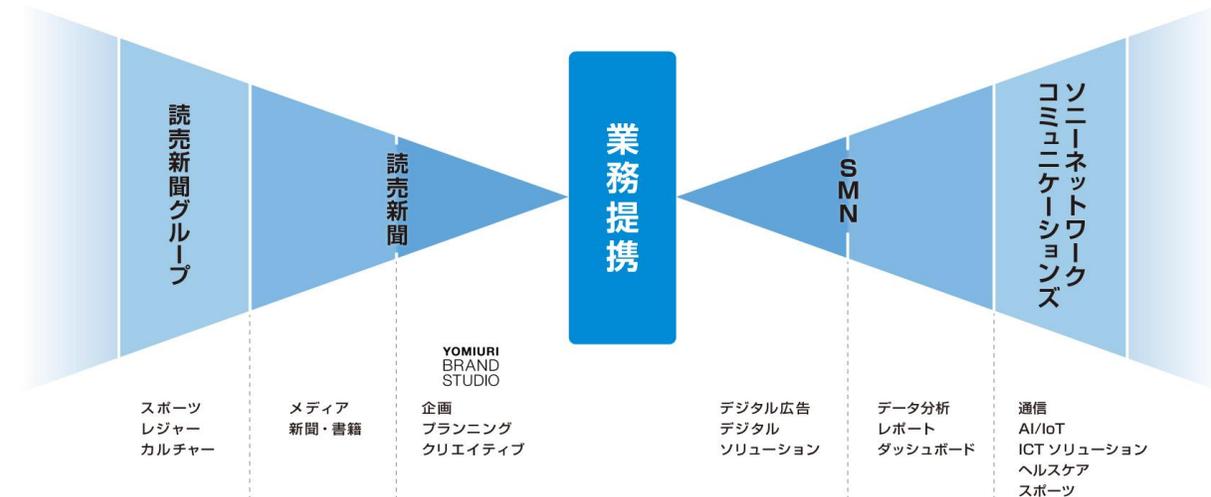
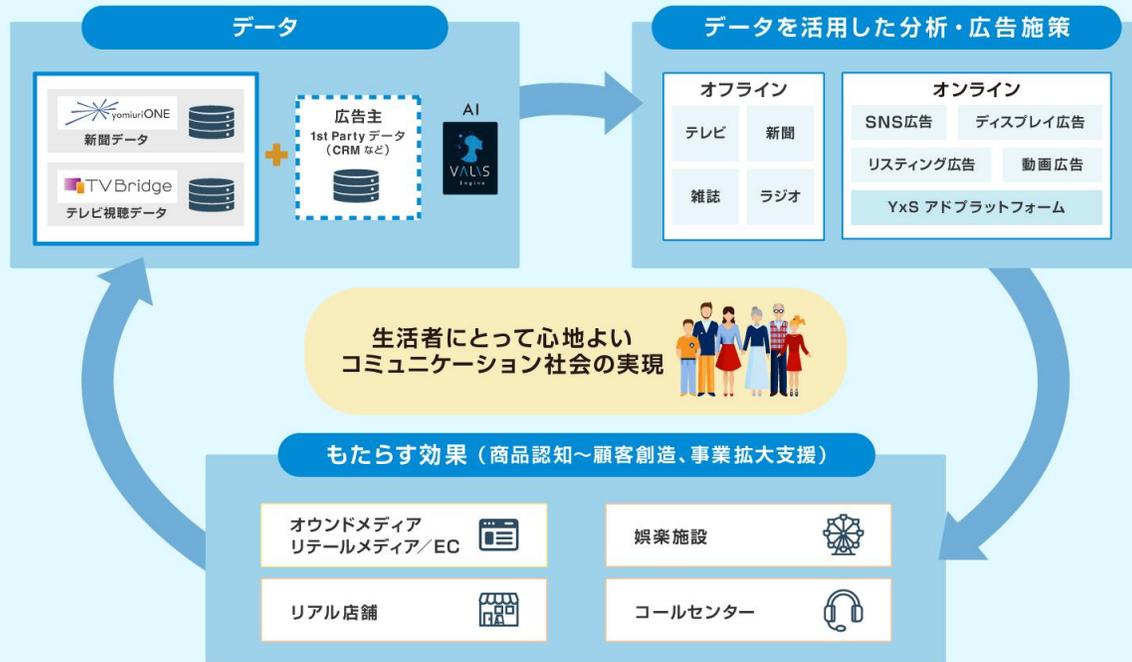
データ連携の拡大：読売との資本業務提携について

4月27日に読売新聞東京本社とデジタルを軸とした広告ビジネスで協業していくことで合意。

読売新聞グループの保有する、新聞読者をベースとした370万IDのデータ基盤「yomiuri ONE」とTVBridgeのテレビ視聴データを連携させ、新聞とテレビの接触データを掛け合わせたデータマーケティングを初めて実現することで、広告主や企業にとって最適なソリューションの提供と、生活者にとって心地よいコミュニケーション社会の実現を目指す。

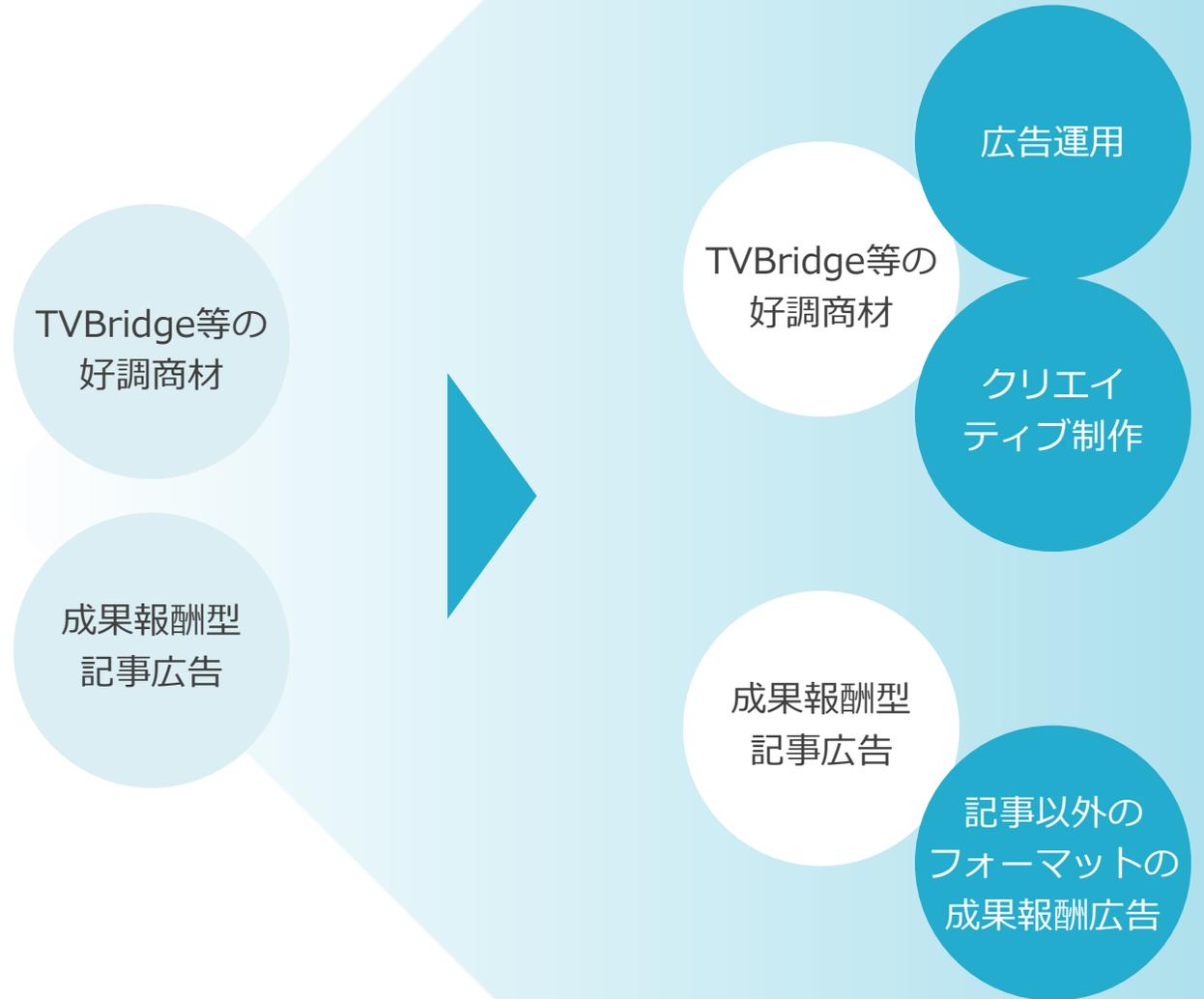
さらに、資本提携に向けた覚書も締結。今後、両社のパートナーシップを懸け橋にして、読売新聞グループとソニーグループのSMNが多種多様なリソースを組み合わせた新たな協業の可能性を探っていく。

オフラインとオンラインマーケティングを統合した
プランニング&効果分析ダッシュボード (→ 360°IMC)



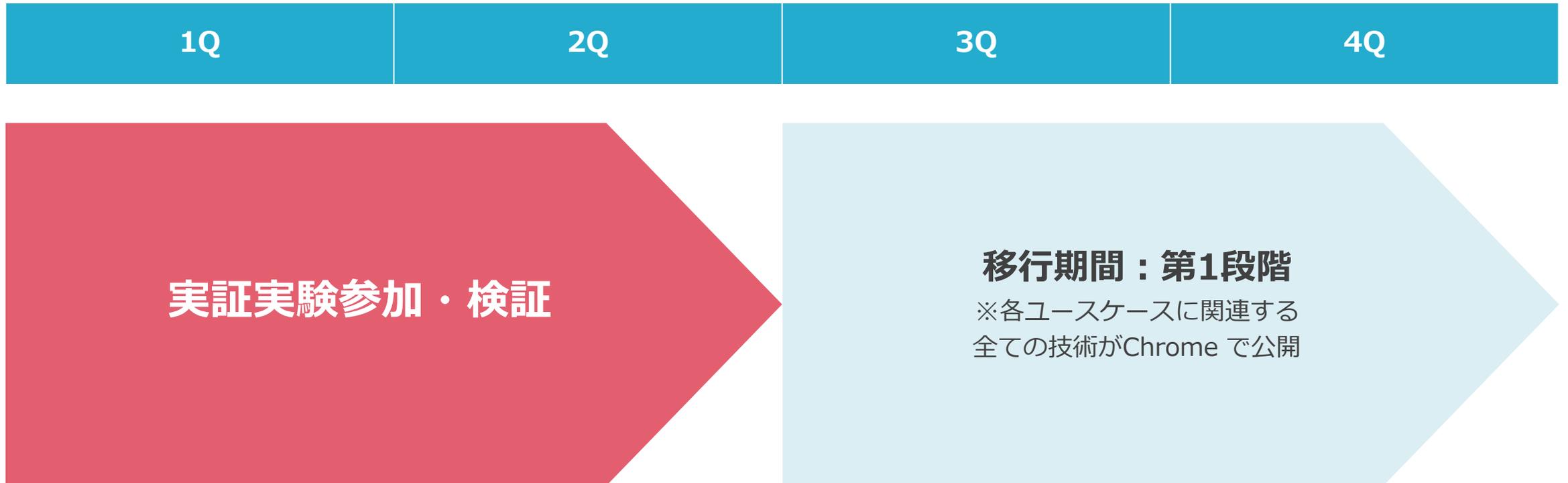
アドテク・マーケティングソリューションの提供価値の拡大

- ・アドテクノロジーは、
広告運用・クリエイティブ制作も受注することで、
提供価値の向上と1顧客当たりの売上を拡大。
同時に、TVBridge等の好調なプロダクトを拡販していく。
- ・マーケティングソリューションは、
これまでの成果報酬型広告の枠にとらわれず、
パートナーメディアの多様化に注力していく



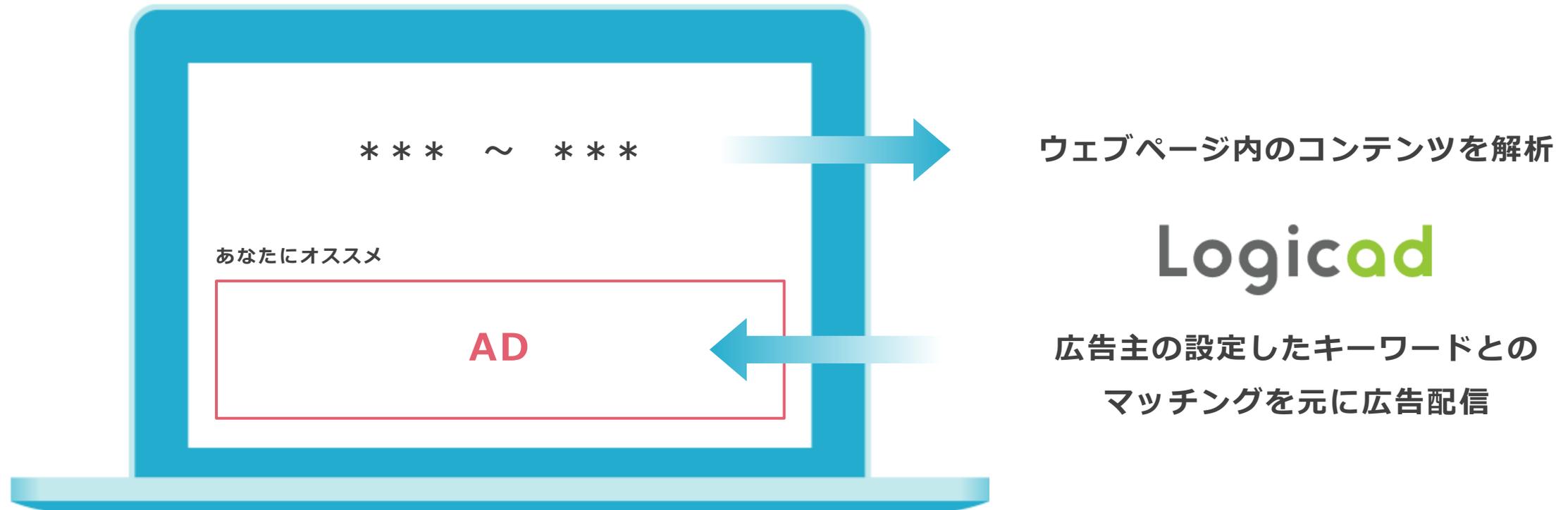
cookieレス対応 : Privacy Sandbox対応の推進

2022年上半期にGoogleが提供する実証実験に参加し、検証を行いながら、
同年下半期を予定している移行期間に向けて具体的な開発を進めていく



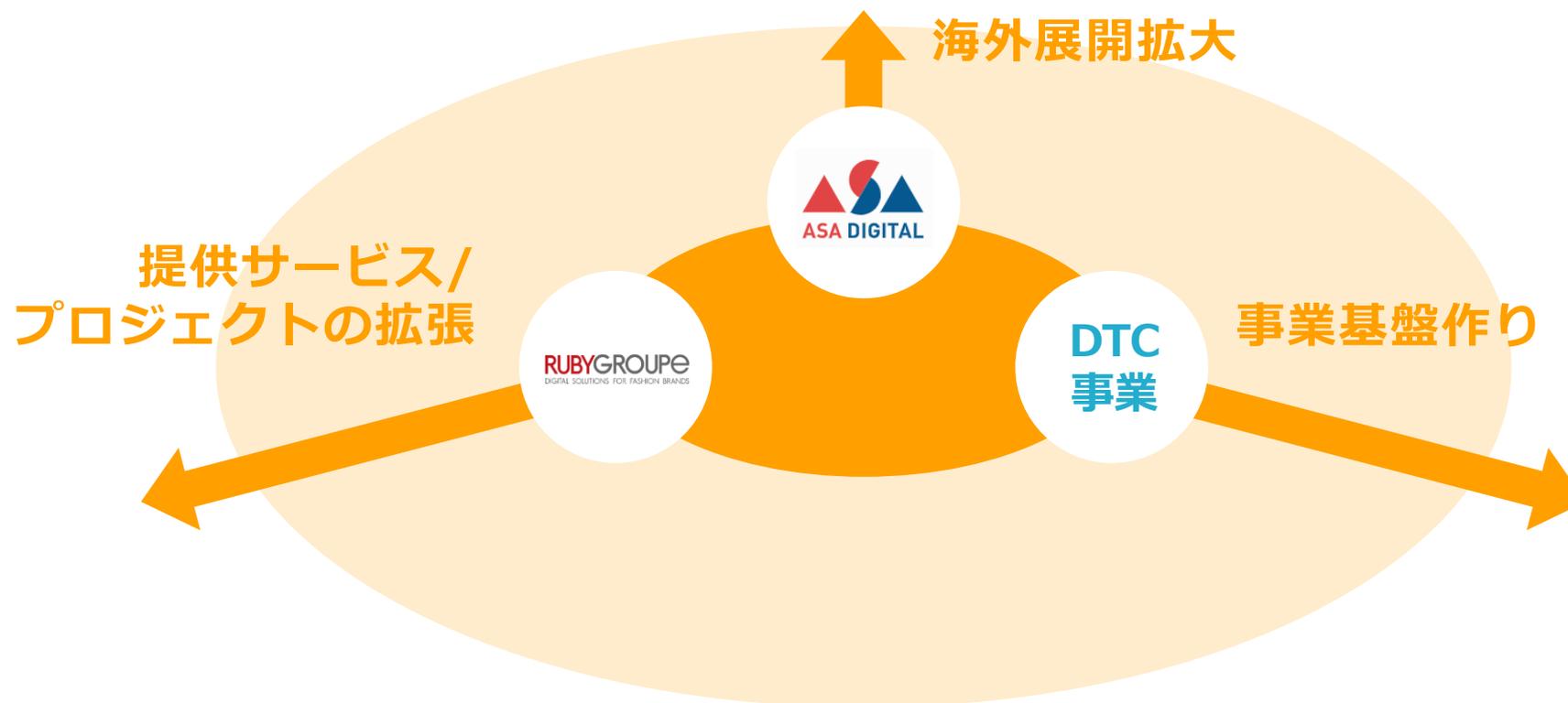
cookieレス対応：コンテンツマッチ広告の強化

現在のコンテンツマッチ広告では、メタデータを元に訴求商材とマッチするサイトに対して広告を配信している。これを強化し、Webサイト内の本文をAIで解析しキーワードの抽出を行うことで、本文中のキーワードもターゲティング対象となり、より精度の高い配信を可能とする機能の実現を目指す。



デジタルソリューションの事業拡大/DTCの立ち上げ

- ・ ASAにおいては、国内事業の成長に加え、米国事務所設立による海外売上拡大を図る
- ・ ルビー・グループにおいては、提供サービス/プロジェクトの拡張を図る
- ・ DTCは基盤作りの1年とし、今期中での体制構築・クライアント獲得を目指す



デジタルソリューション～ASA～

国内事業は顧客が増え順調に拡大。外資クライアントへのQAも大きく成長し、2023年3月期には米国に事務所を設立して拡大予定。



デジタルソリューション～ルビー・グループ～

2024年3月期での提供を目標に商品情報システム、在庫管理システムの開発を開始。ECシステムのバックエンド情報を提供することで、クライアントへの提案の範囲を広げ、売上拡大を目指す。



業績予想（サマリー）

(単位:百万円)

前期比

連結業績	売上	14,000	+4.8%	事業ポートフォリオの見直しにより売上は前期並みの推移となるが、コスト削減による大幅な増益を目指す
	営業利益	460	+261.4%	
	親会社株主に帰属する当期純利益	220	-	

売上内訳

前期比

アドテクノロジー	売上	8,426	+19.9%	提供役務の拡大と好調商材の拡販により売上拡大
マーケティングソリューション	売上	3,262	▲17.5%	事業ポートフォリオ再編により売上減も、アフィリエイトを中心とした再編対象外サービスは売上拡大を計画
デジタルソリューション	売上	2,215	▲4.6%	ルビー・グループは利益率の高い事業にリソースを集中。ASAは海外展開と国内事業の拡大を目指す。
その他	売上	96	+76.0%	テレビ王国等の成長を維持

05

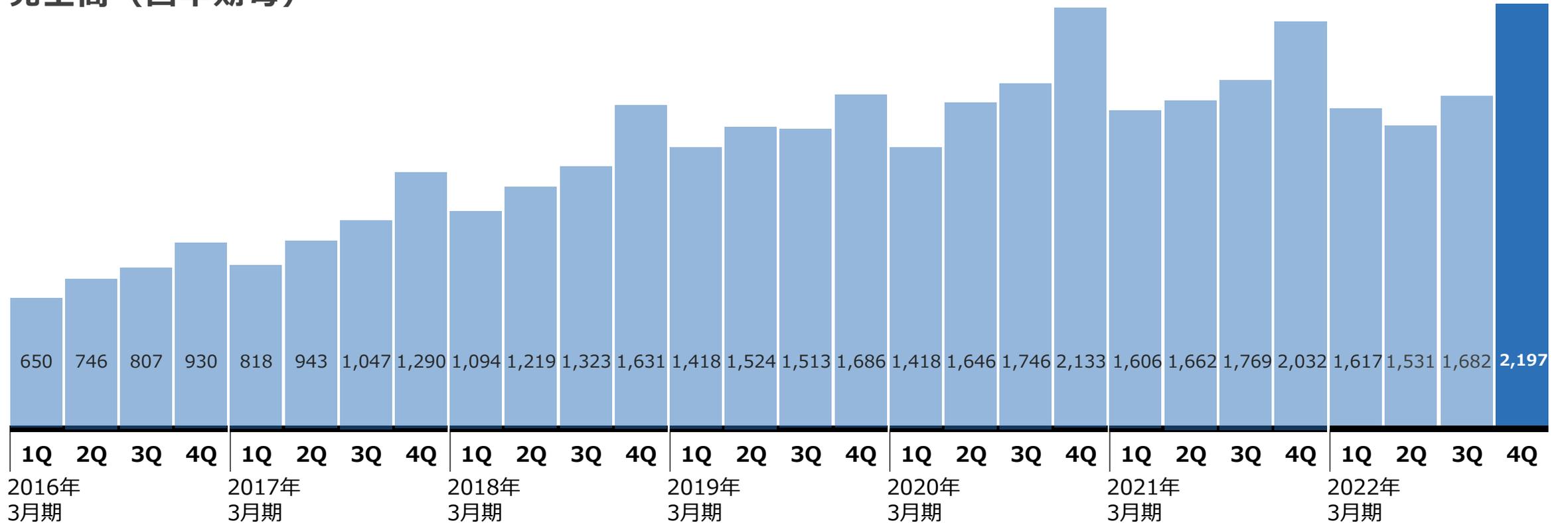
APPENDIX

アドテクノロジー：第4四半期業績（売上）

ソニーグループ、漫画アプリ、大手金融機関からの大型受注もあり盛り返し、
前年同四半期比+8.1%

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



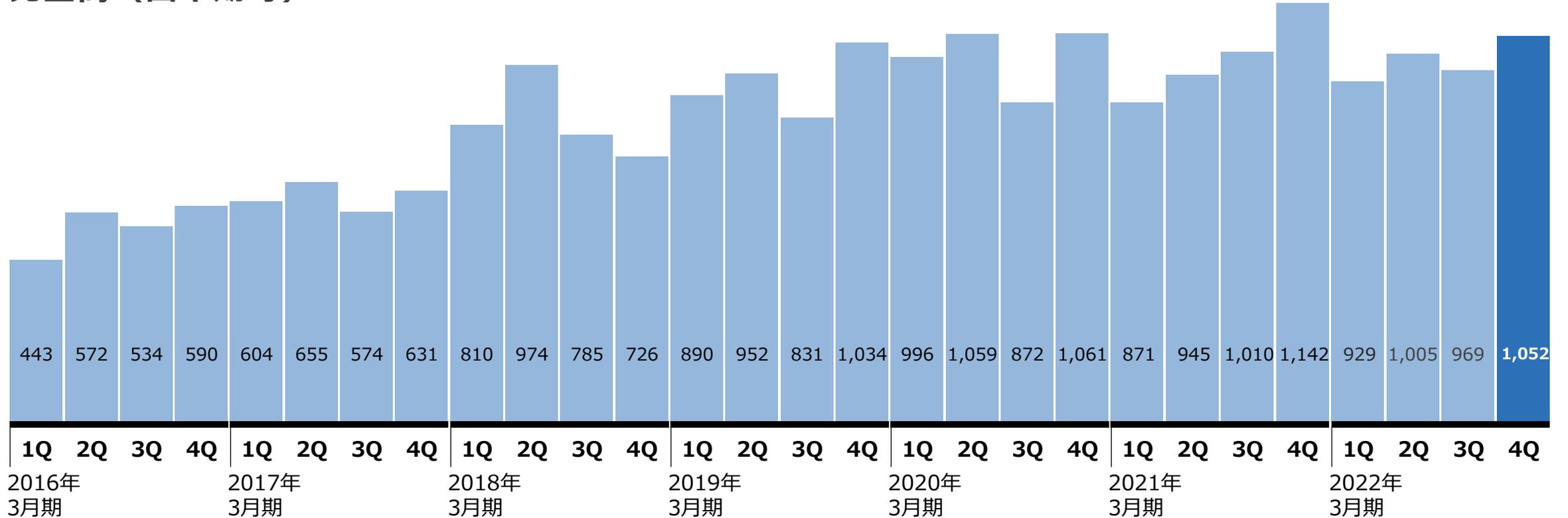
※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

マーケティングソリューション：第4四半期業績（売上）

前期の反動から一部カテゴリで販売不調が影響し、前年同四半期期比 ▲7.9%

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



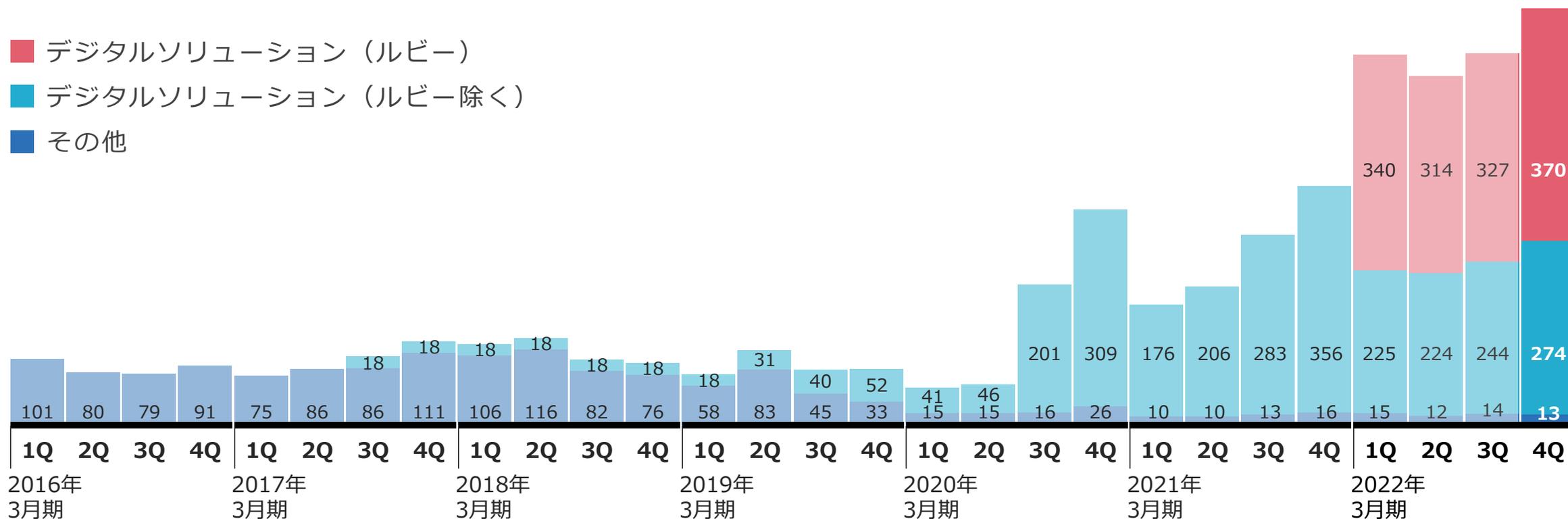
デジタルソリューション、その他：第4四半期業績（売上）

ルビー・グループを子会社化したことにより、デジタルソリューションは前年同四半期比+81.0%。

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）

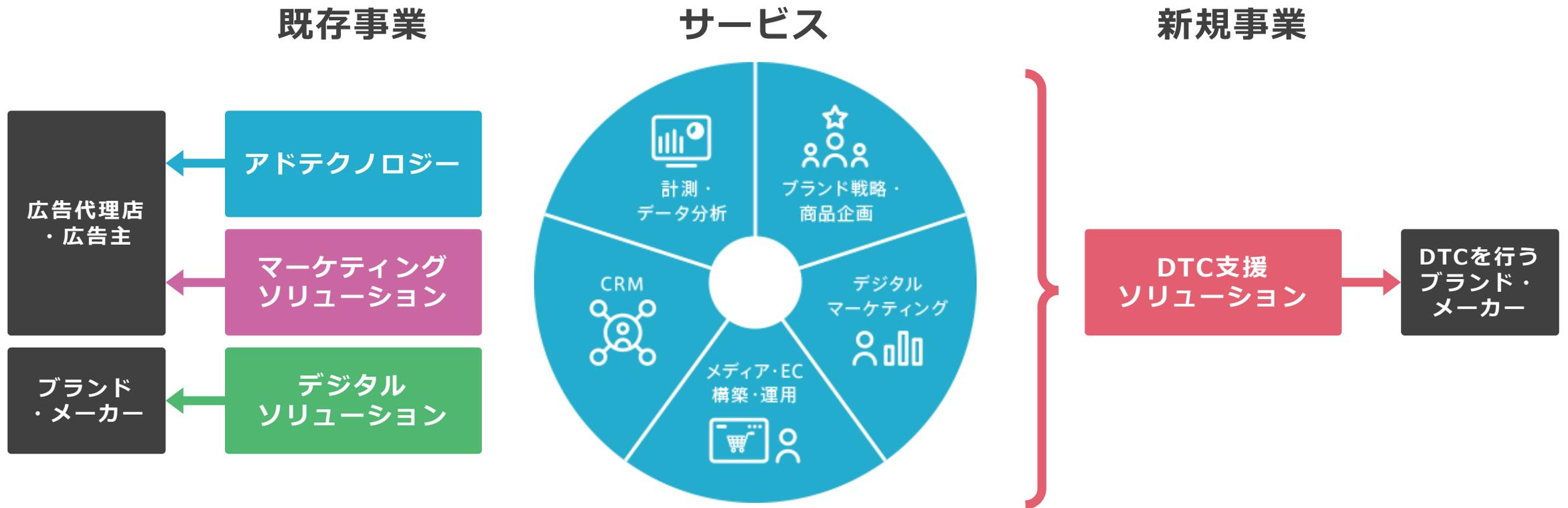
- デジタルソリューション（ルビー）
- デジタルソリューション（ルビー除く）
- その他



※「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

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	10億3,704万円 (2022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	363名 (2022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：59.4% (2022年3月末現在)
上場証券取引所	東京証券取引所プライム市場
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

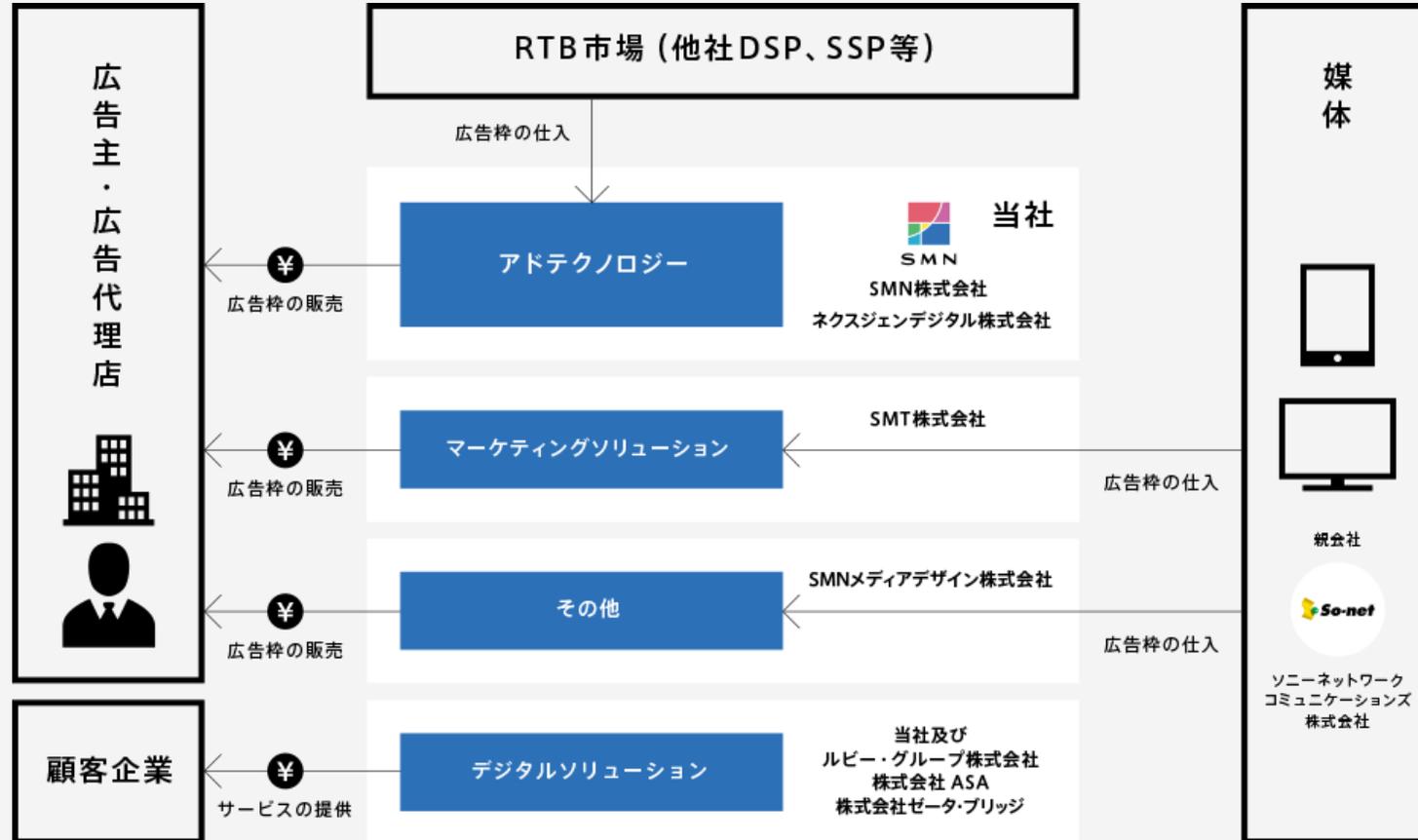
取締役（監査等委員）

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
鈴木 勝也

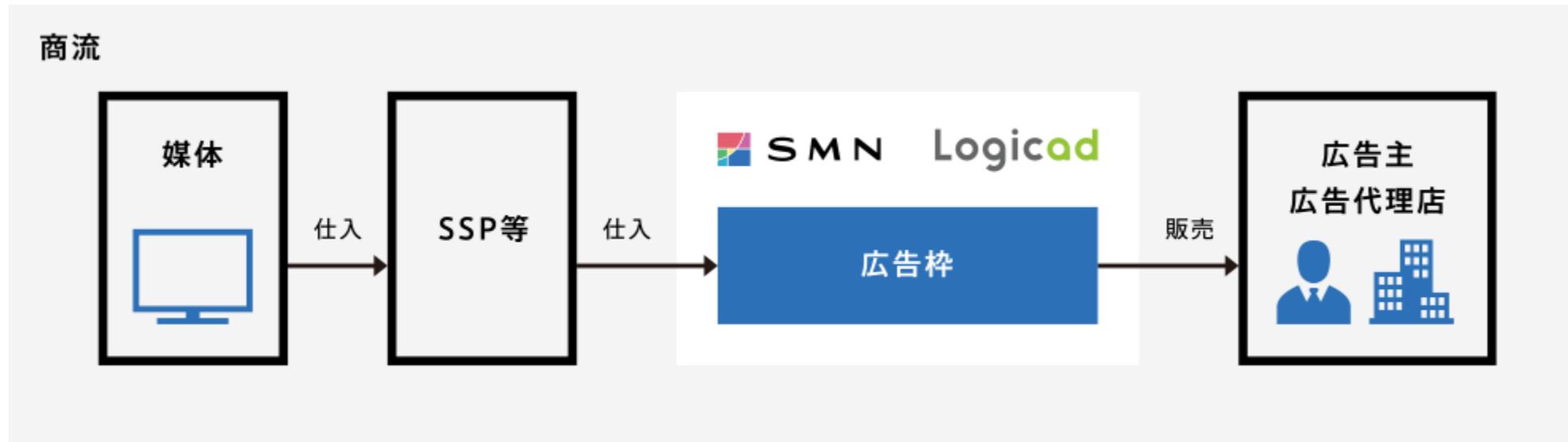
会社概要 事業概要



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。



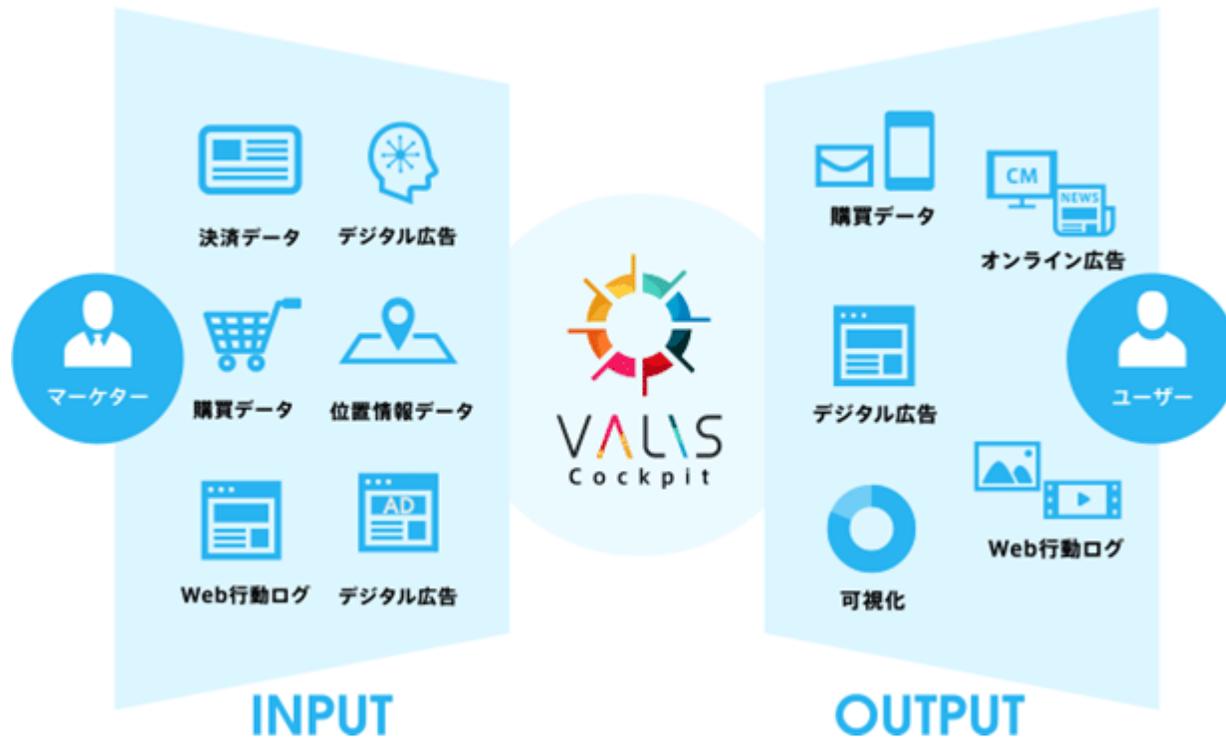
人・物・情報の価値判断を超高速・高精度に実現するAI

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。



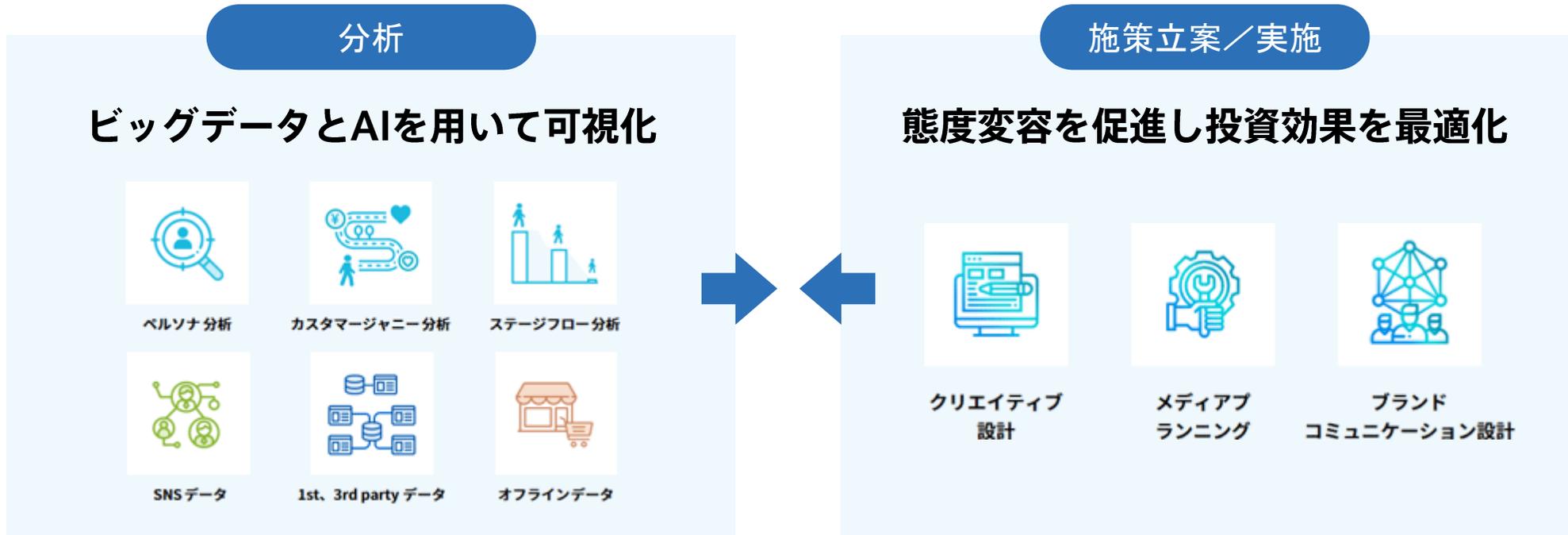
「VALIS-Cockpit」の特徴

- 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。



成果報酬型コンテンツマーケティングサービス

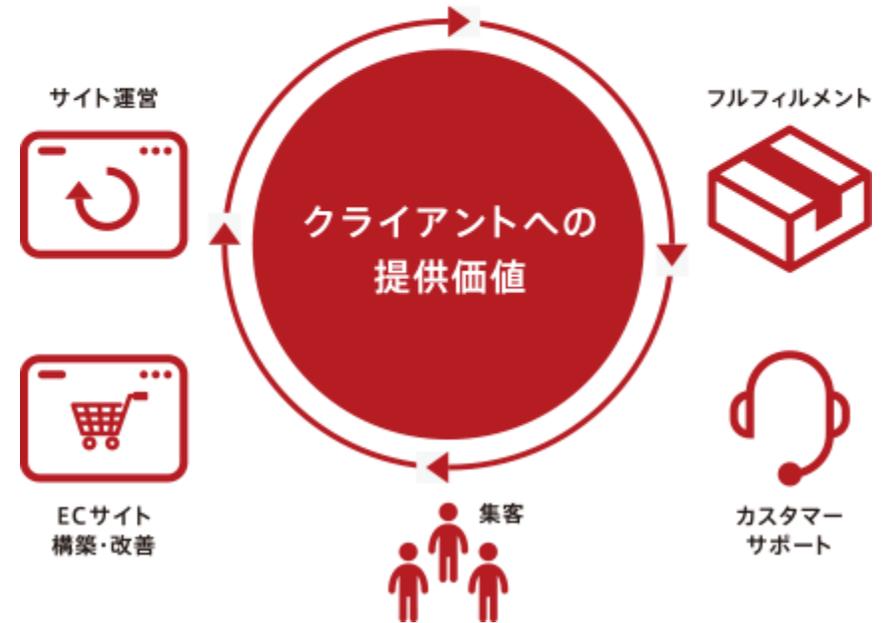
信頼できるパートナーサイトに限定して成果報酬型のコンテンツマーケティングを展開することで、質を担保しながら効果的な顧客獲得施策の実施が可能



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。

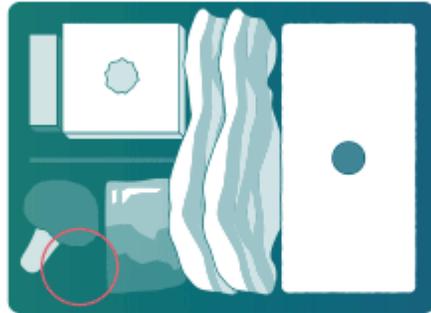
新サービス「フォトナビ・目視レス」は、人間が目で見えて脳で判断する感覚に近い独自開発の画像認識アルゴリズムで、画像の中から特定の条件に当てはまる領域を検出し、類似する色・形・模様などを瞬時に自動検出するものです。

画像認識技術を適用した「フォトナビ・目視レス」

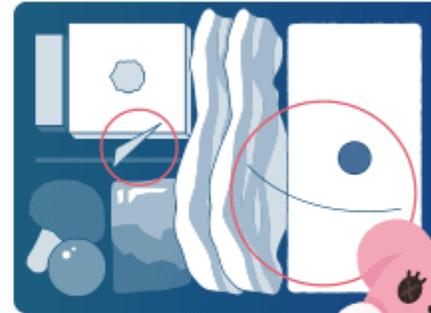
SCAN 01 異常なし



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

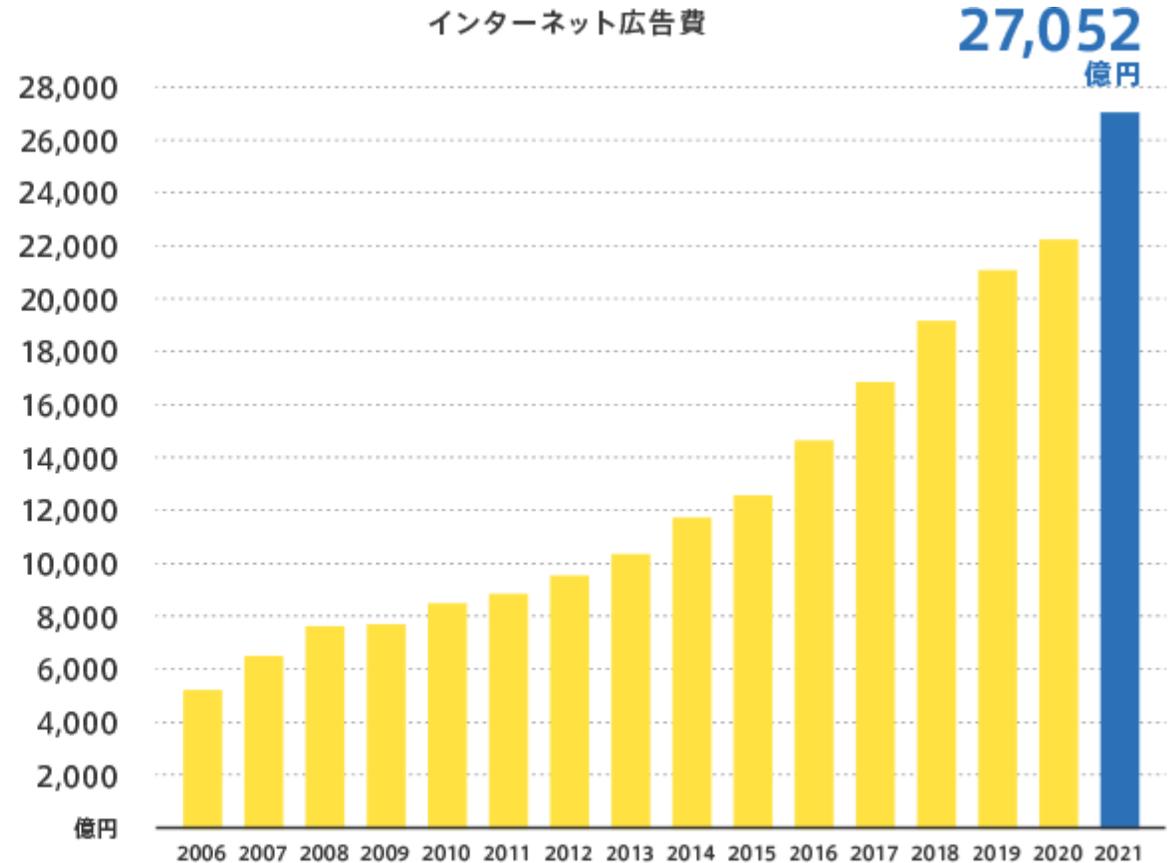
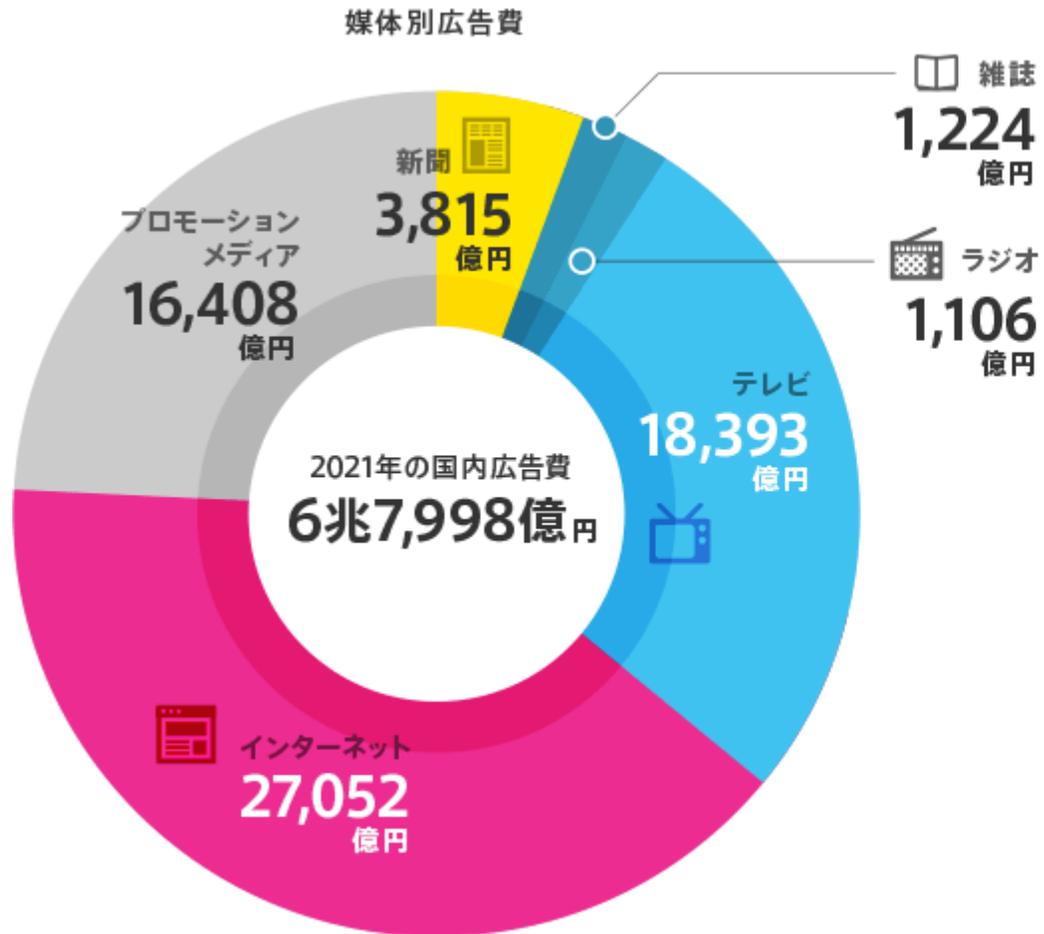
Movie

QA

VR/AR

Web

国内のインターネット広告市場



出典：電通「2021年の日本の広告費」