



2023年3月期 決算説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.

01. 事業紹介

02. 2023年3月期 連結決算概要

03. 中期経営計画進捗状況

04. 2024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>広告主に対して成果報酬型コンテンツマーケティングを中心としたマーケティングソリューションを提供するとともに、これまでの知見を活かし、コンテンツマーケティング向けメディアに対しても各種ソリューションを提供しています。</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、TVCMメタデータの提供など、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

2023年3月期 連結決算概要

2023年3月期 連結決算のポイント

- 1 1月に発表した修正後の
2023年3月期通期連結業績予想数値を上回って着地
- 2 アドテクノロジー事業は堅調に推移も、マーケティング
ソリューション事業・デジタルソリューション事業の減収
により前年比減収減益
- 3 独自DSP立ち上げサービスやASA海外拠点の営業所開設等、
中期事業計画の達成に向けた新たな取り組みが進捗

決算ハイライト

(単位:百万円)

		第4四半期			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	3,046	▲861	▲22.0%	11,788	▲1574	▲11.7%
	営業利益	208	+1	+0.6%	17	▲110	▲86.4%
	親会社株主に 帰属する 当期純利益	127	+183	-	▲117	+111	-

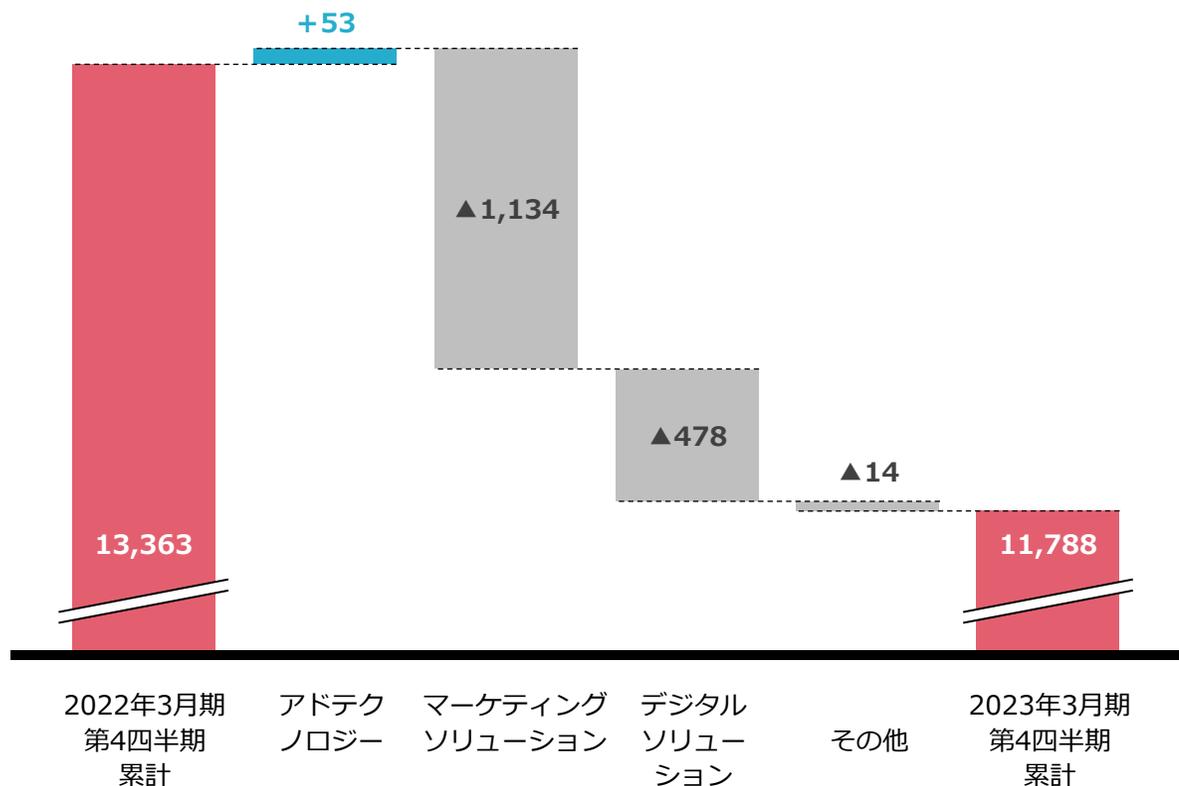
売上内訳

		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	1,970	▲227	▲10.3%	7,083	+53	+0.7%
マーケティング ソリューション	売上	554	▲497	▲47.3%	2,822	▲1,134	▲28.6%
デジタル ソリューション	売上	512	▲132	▲20.4%	1,843	▲478	▲20.6%
(除くルビー・グループ)	売上	254	▲20	▲7.2%	886	▲81	▲8.4%
その他	売上	9	▲3	▲29.2%	40	▲14	▲26.9%

アドテクノロジー事業は増収となるも、事業ポートフォリオ再編等により前年同期比減収

第4四半期累計業績：売上増減要因（当期累計）

（単位：百万円）



ポジティブ

アドテクノロジー

代理店事業において前期受注していた大型案件の影響で、昨対同四半期マイナスとなり増収幅は縮小するも、前年同期比+0.7%の増収。

ネガティブ

マーケティングソリューション

メディアデータを軸としたソリューション事業の売却等に加え、ASP事業における競争環境の変化により、前年同期比▲28.6%の減収

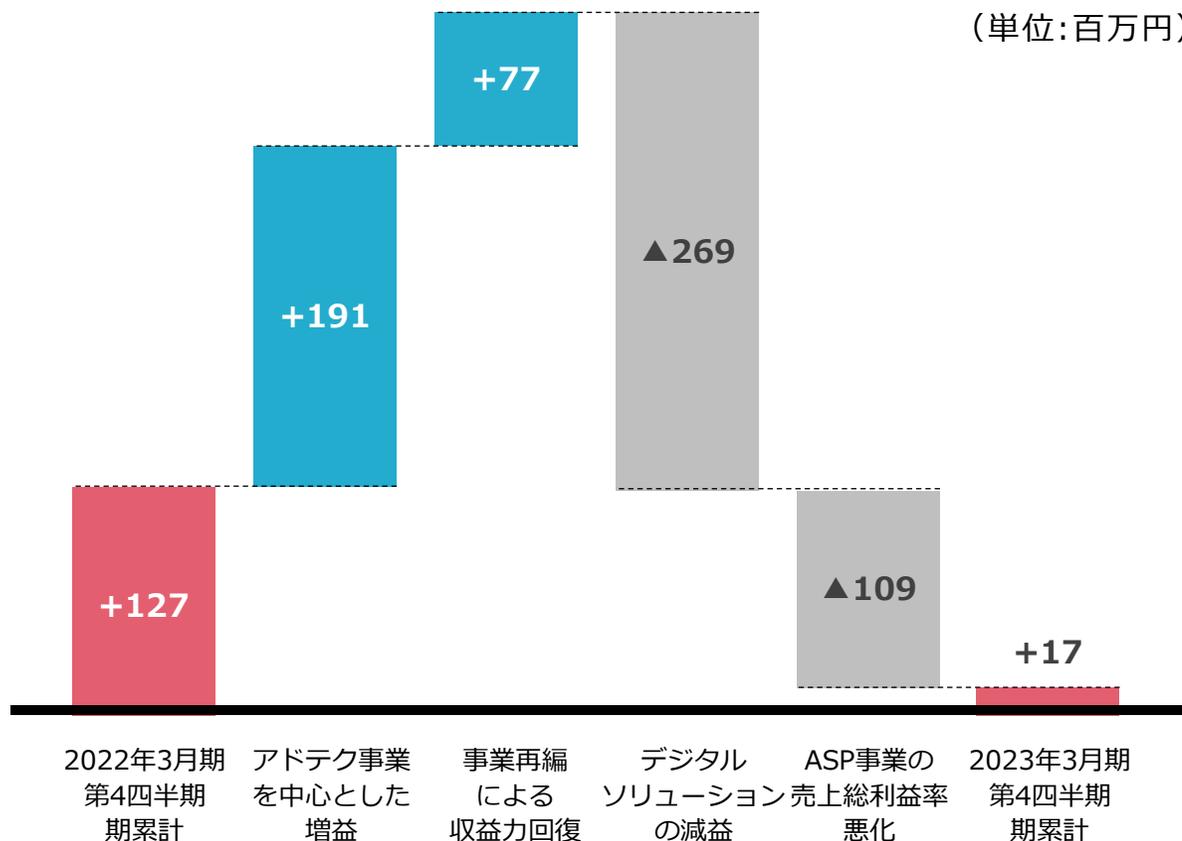
デジタルソリューション

ルビー・グループのEC手数料の減少等の影響により、前年同期比▲20.6%の減収

アドテク事業の増益・事業再編による収益力回復が進むも、デジタルソリューション事業、およびASP事業の減益で増益に至らず

第4四半期累計業績：営業利益増減要因（当期累計）

（単位：百万円）



ポジティブ

アドテク事業を中心とした増益

代理店事業を除き、順調に推移

事業再編による収益力回復

事業ポートフォリオ再編に伴う効果は想定通り推移

ネガティブ

デジタルソリューション

ルビー・グループの減収等に伴う減益

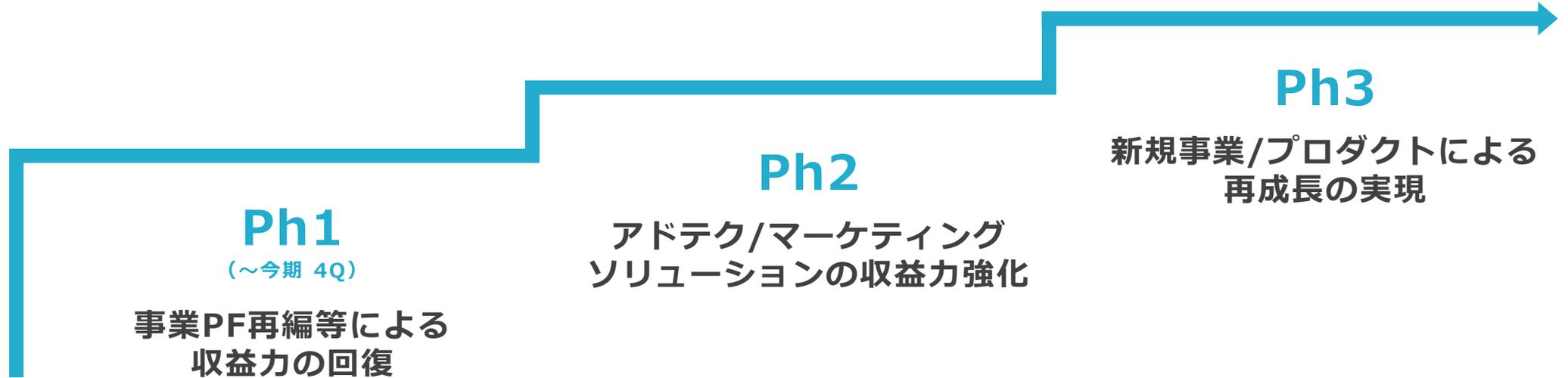
ASP事業の売上総利益率悪化

マーケティングソリューション事業のうち、ASP事業における競争環境の変化に伴い、売上総利益率が悪化

03 中期経営計画進捗状況

事業PF再編は予定を前倒しして完了。既存事業の収益力強化、新規事業/プロダクトによる再成長実現に引き続き注力

中期経営計画達成に向けたロードマップと進捗状況



進捗 状況

- 中期事業計画に対して前倒しで進捗し、今期3Qまでにすべての事業PF再編を完了

- 競合に対して比較優位にあるミドルエイジを対象とした商品を持つ広告主への拡販を強化
- 新生活需要に合わせた年度末案件の獲得

- FY22 1Qから販売を開始した「YxS Ad Platform」は順調に進捗
- 独自DSP立ち上げサービスとして、ドコモの会員基盤を活用した「docomo Ad Network +L」の商品化をサポート

2024年3月期 連結業績予想

2024年3月期 経営方針

既存事業のたゆまぬ改善によるキャッシュの創出力強化と適切な投資キャッシュフロー投下による「新たに柱となる事業の育成」を両輪とする中期経営計画を着実に実行



既存事業改善によるキャッシュ創出力強化

1. 新アルゴリズム導入による効果改善
2. ASP市場におけるポジションチェンジの推進
3. ASA海外拠点展開による売上拡大

新たに柱となる事業の育成による再成長

1. 独自DSP立ち上げ支援サービス強化
2. AIを活用したDTC支援ソリューション

04

①

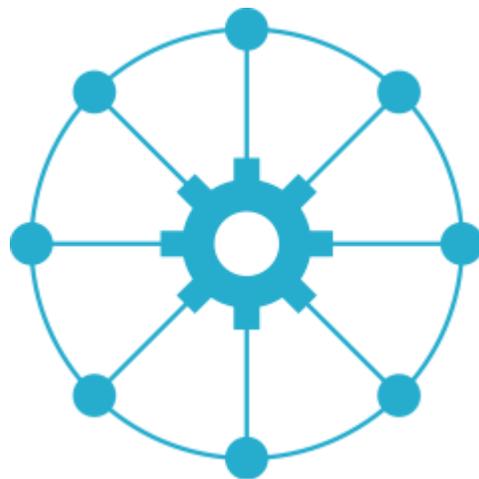
既存事業改善によるキャッシュ創出力強化

新アルゴリズム導入による効果改善

開発を続けてきた新アルゴリズムを2024年3月中に導入し、
広告主/代理店の広告キャンペーンの効率改善のサポート力を強化する



VALIS-Engine



新規アルゴリズムの導入

新アルゴリズムの導入により、広告効果で比較優位にある商品をさらに増やし、より多くの広告主への拡販を強化

新たなアルゴリズムの導入により
従来ターゲットとしていなかった製品を
対象とした広告パッケージを組成



VALIS-Engine

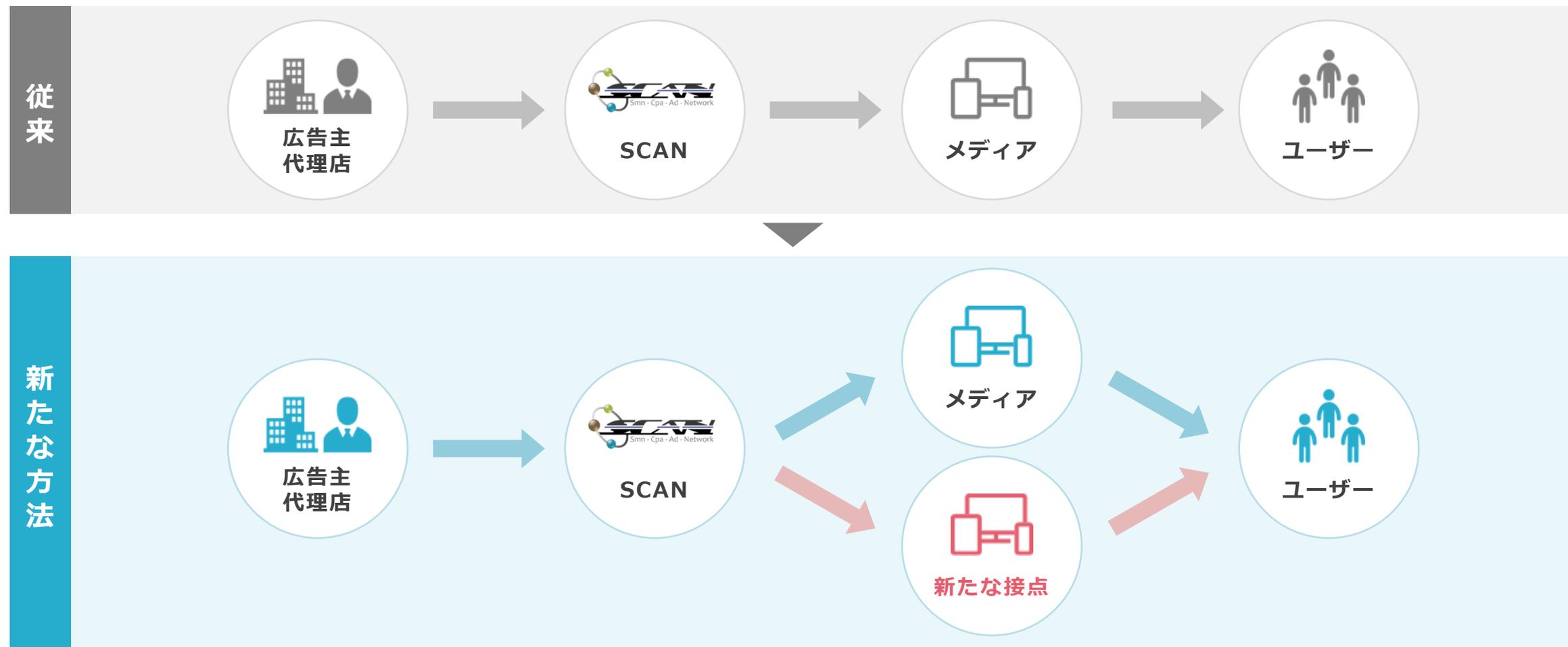


新規アルゴリズムの導入



ASP市場におけるポジションチェンジの推進

ASP市場の競争環境の変化に対応するため、新たな方法でのユーザーとの接点構築を模索する



ASA海外拠点展開による売上拡大

昨年度設立した米国拠点を中心に既存米国顧客の深耕、および新規開拓を実施。

あわせて仙台本社での制作/QA部門を拡充し、コスト優位性をベースとした競争力強化を図る



ポスト3rd Party Cookie対応の継続

検証協力企業として、来期以降も引き続きPrivacy Sandbox導入に向けた活動をGoogleと連携して推進

1Q	2Q	3Q	4Q
テスト期間 実証実験参加・検証		移行期間：第1段階 ※ Chrome上で、各ユースケースに関連する全ての技術が公開予定	

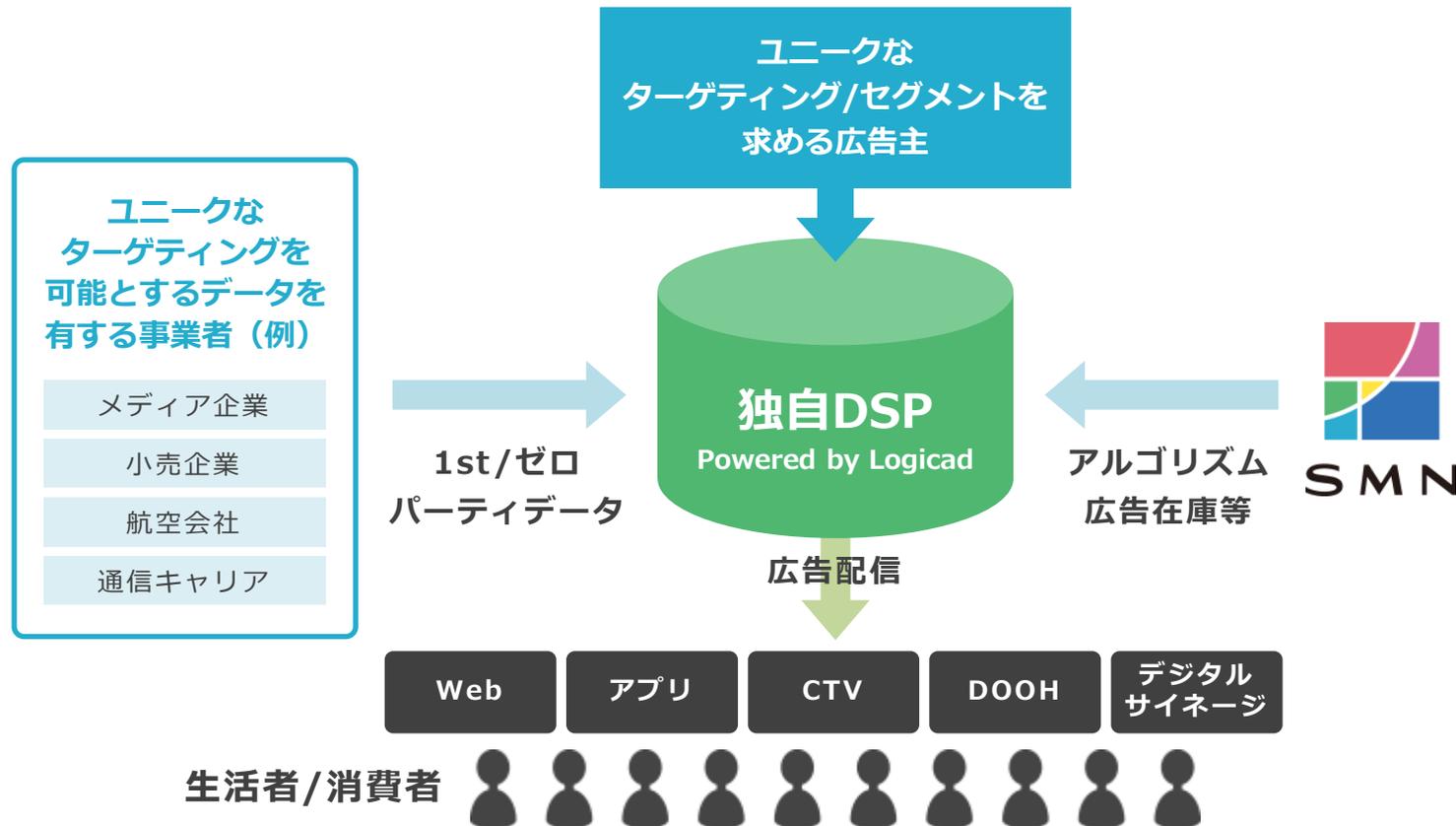
04 ②

新たに柱となる事業の育成による再成長

独自DSP立ち上げ支援サービス強化

特徴あるデータを持つ事業者が当社の広告配信PFを活用して独自DSPを立ち上げることができるサービスを強化、提供範囲を拡大

サービスの概要と主なサービス提供先



主なサービス提供先

読売新聞 DNP

Marketing & Creativity 宣伝会議 D2C

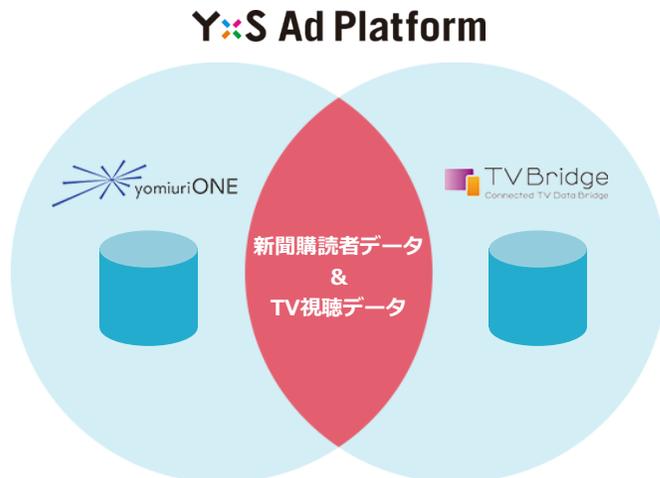
SMN

来期以降もさらなる
パートナー追加を図る

FY22 1Qから販売開始した「YxS Ad Platform」は順調に進捗。 今後も読売新聞東京本社との連携により拡大を図る

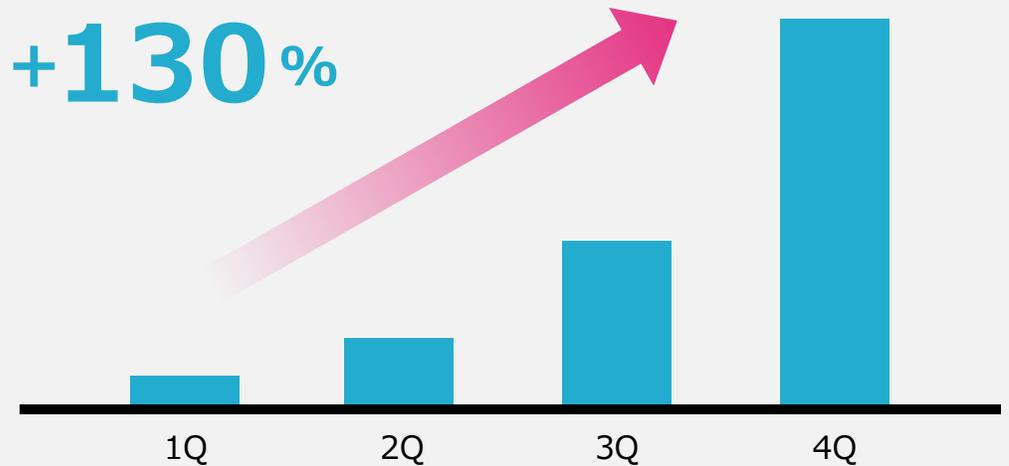
YxS Ad Platform概要

読売新聞グループの保有する新聞読者をベースとした約420万IDのデータ基盤「yomiuri ONE」とSMNの保有するインターネット接続テレビ900万台の視聴データ「Connected TV Data Bridge (TVBridge)」を連携させ、新聞とテレビの2大マスメディアの接触データを連携した広告配信プラットフォーム



YxS Ad Platformを中心とした
読売新聞東京本社との連携による売上は
順調に成長中

+130%



「docomo Ad Network +L」 サービス開始（2023年2月～）

「Logicad」で培った技術力や数多くのSSP接続による多種多様な配信先へ広告出稿が可能なことを活かしたSMNの広告配信基盤を、D2Cが販売している「docomo Ad Network」（以下dADNW）と連携し、2023年2月より「docomo Ad Network +L」のサービス提供を開始。本連携により、D2Cが扱うdADNWのディスプレイ広告において、ドコモが保有するメディア以外への外部配信（一部）が可能となり、配信先が拡張され、多様な配信フォーマットにも対応することで、広告主の更なる要望への対応が可能に。今後も両社の強みを活かした連携深化を予定

docomo Ad Network

9100万人の会員基盤

+

当社広告配信基盤

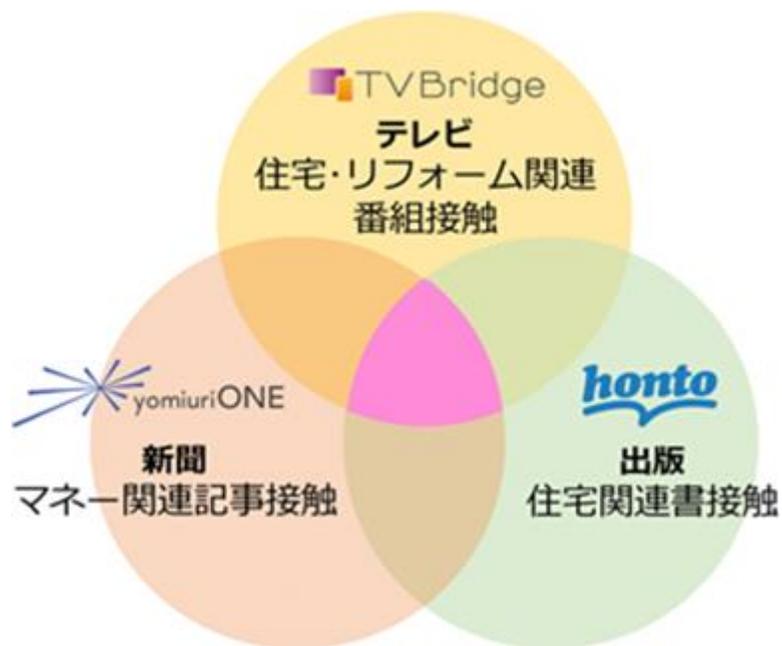
+ VALIS
Engine

「docomo Ad
Network +L」
をリリース

「Media X」サービス開始（2023年3月～）

読売新聞グループの新聞読者をベースとした420万IDのデータ基盤「yomiuri ONE」と、SMNが活用可能なインターネット接続テレビ約900万台の視聴データ「TVBridge」を連携させた「YxS Ad Platform」に、会員数760万人のDNPグループのハイブリッド型総合書店「honto」のアクセスデータを新たに連携させ、新聞・テレビ・出版物（雑誌等）の3種類のマスメディアを横断するデータマーケティングの実現を目指す「Media X（メディア エックス）」を2023年3月から開始

住宅の取得に興味・関心がある世帯をターゲットとした場合のイメージ

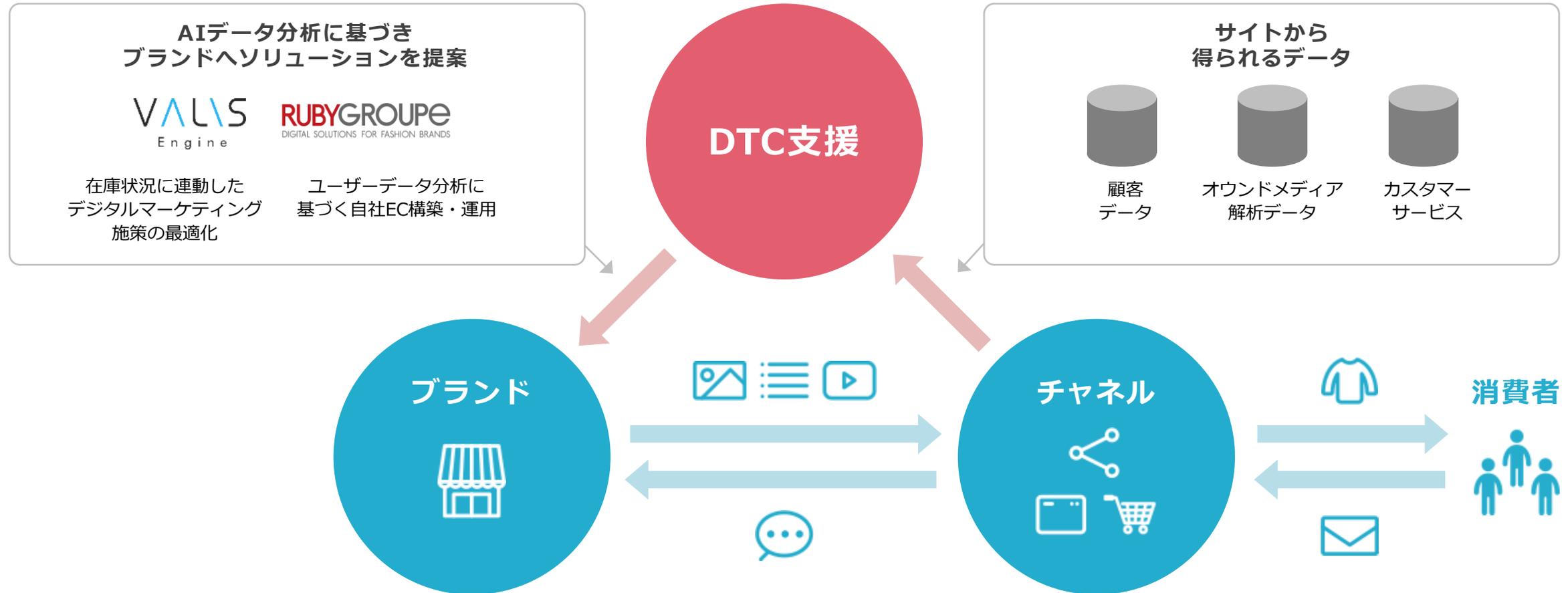


マス3媒体のユーザーデータを連携し、
生活者の「関心が高まるタイミング」に広告配信

AIを活用したDTC支援ソリューションの立ち上げ

新規領域へのチャレンジ事業の第一弾として、DTC支援ソリューション事業を設定

ブランドの蓄積されたデータに対し、AI使った分析を行い、最適なソリューションを提案



業績予想（サマリー）

(単位:百万円)

前期比

連結業績	売上	12,500	+6.0%	既存事業のたゆまぬ改善によるキャッシュの創出力強化と適切な投資キャッシュフロー投下による「新たに柱となる事業の育成」を両輪とする中期経営計画を着実に実行
	営業利益	100	+479.4%	
	親会社株主に帰属する 当期純利益	45	-	

売上内訳

前期比

アドテクノロジー	売上	7,325	+3.4%	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	2,707	▲4.1%	事業ポートフォリオ再編により売上減も、本影響を除くと増収
デジタルソリューション	売上	2,120	+15.0%	ASA海外拠点展開による売上拡大
その他	売上	348	+769.4%	DTC支援ソリューションの立ち上げによる成長

05

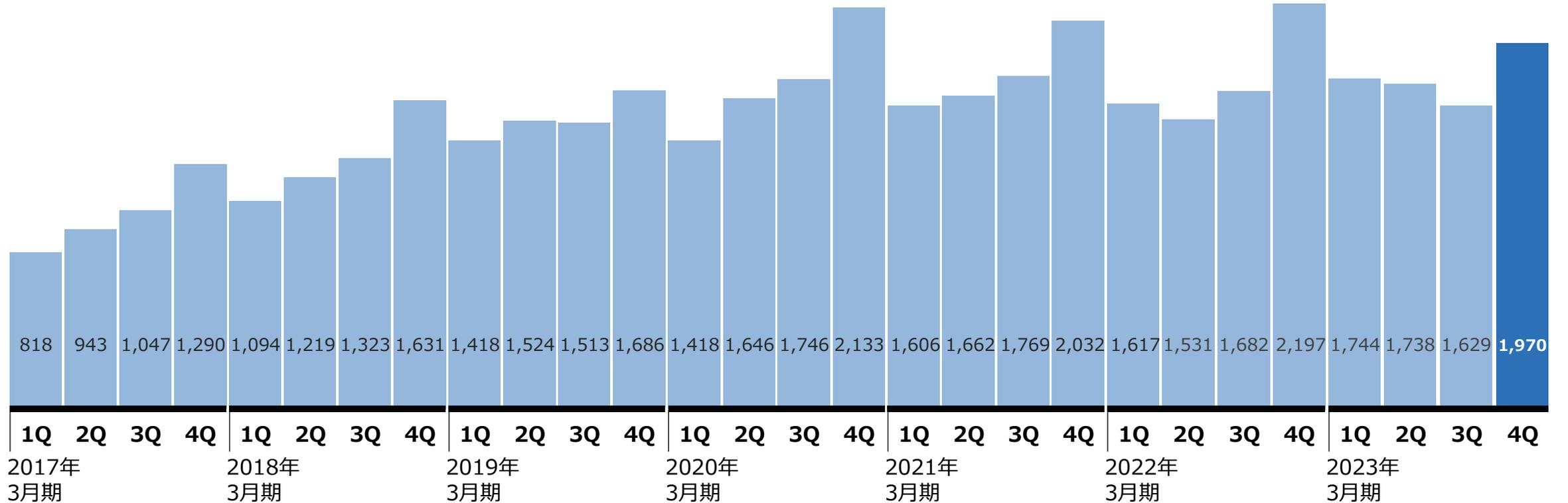
APPENDIX

アドテクノロジー：第4四半期業績（売上）

代理店事業において前期受注していた大型案件の影響で、前年同四半期比▲10.3%

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）



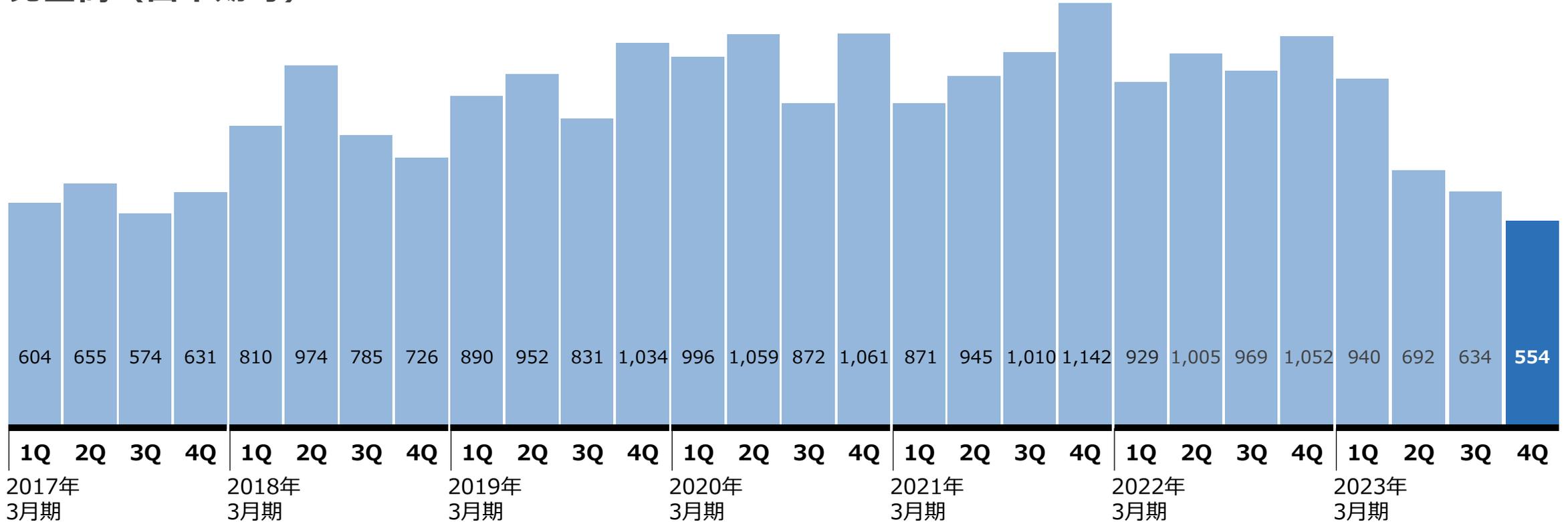
※「アドテクノロジー」の一部の商材を「デジタルソリューション」へと遡及して修正しています

マーケティングソリューション：第4四半期業績（売上）

メディアデータを軸としたソリューション事業の売却等に加え、ASP事業における競争環境の変化により、前年同四半期期比▲47.3%

売上高（四半期毎）

（単位：百万円）

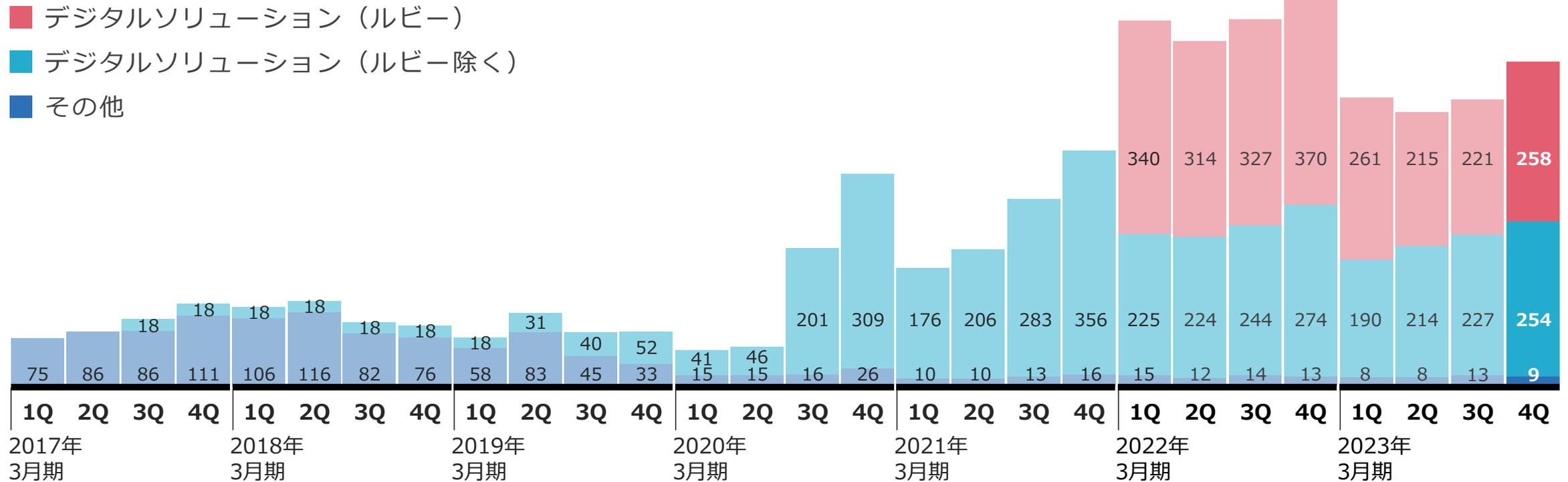


デジタルソリューション、その他：第4四半期業績（売上）

子会社のルビー・グループ株式会社のEC手数料の減少等の影響により、前年同四半期比▲20.4%

売上高（四半期毎）

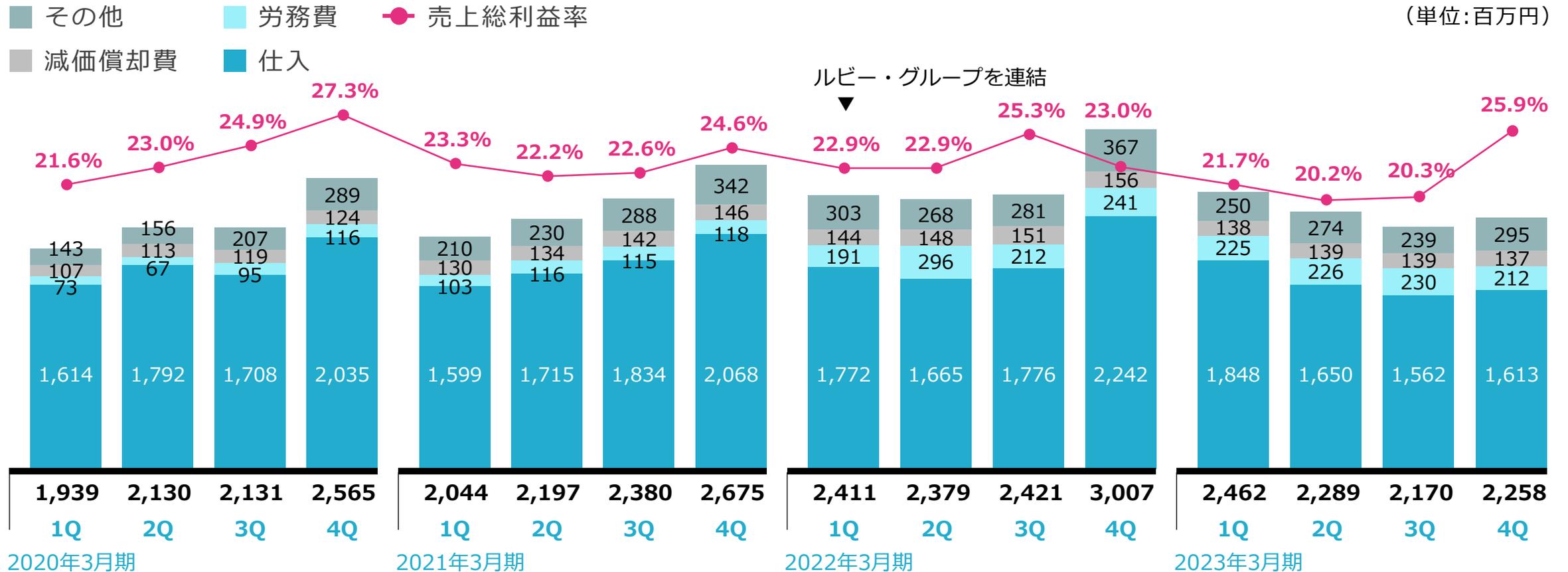
（単位：百万円）



※「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

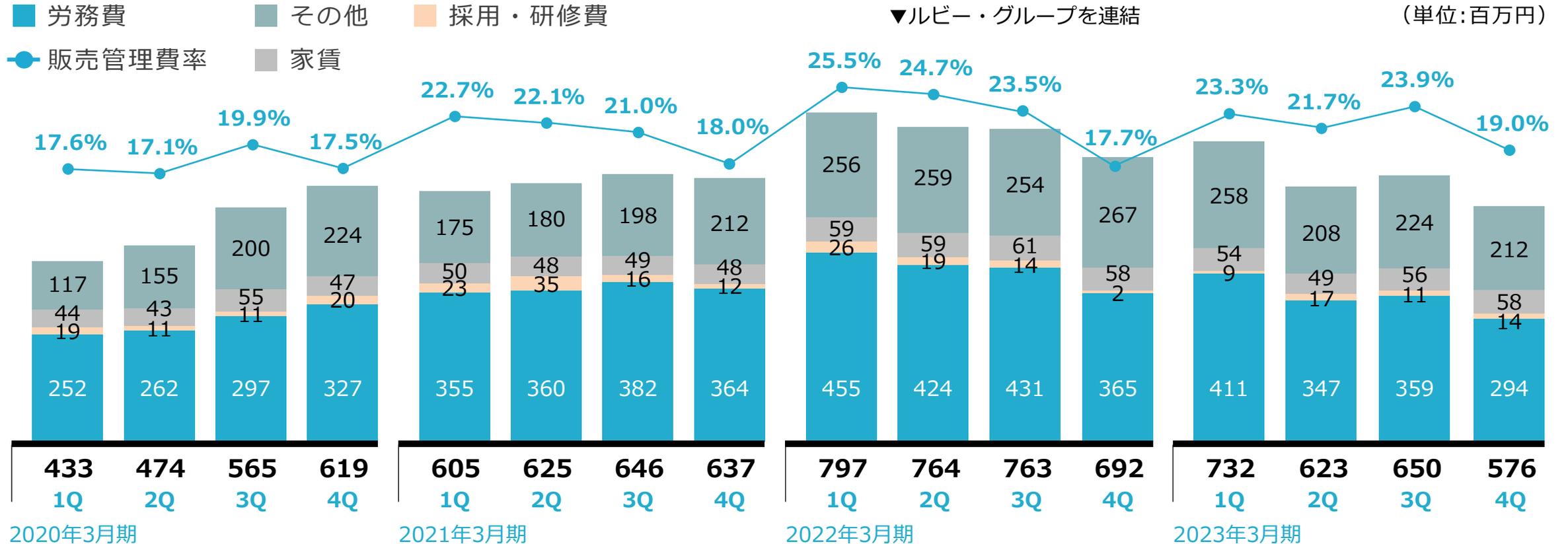
第4四半期業績：売上原価

売上総利益率は、期末のスポット案件の影響により前年同四半期より改善



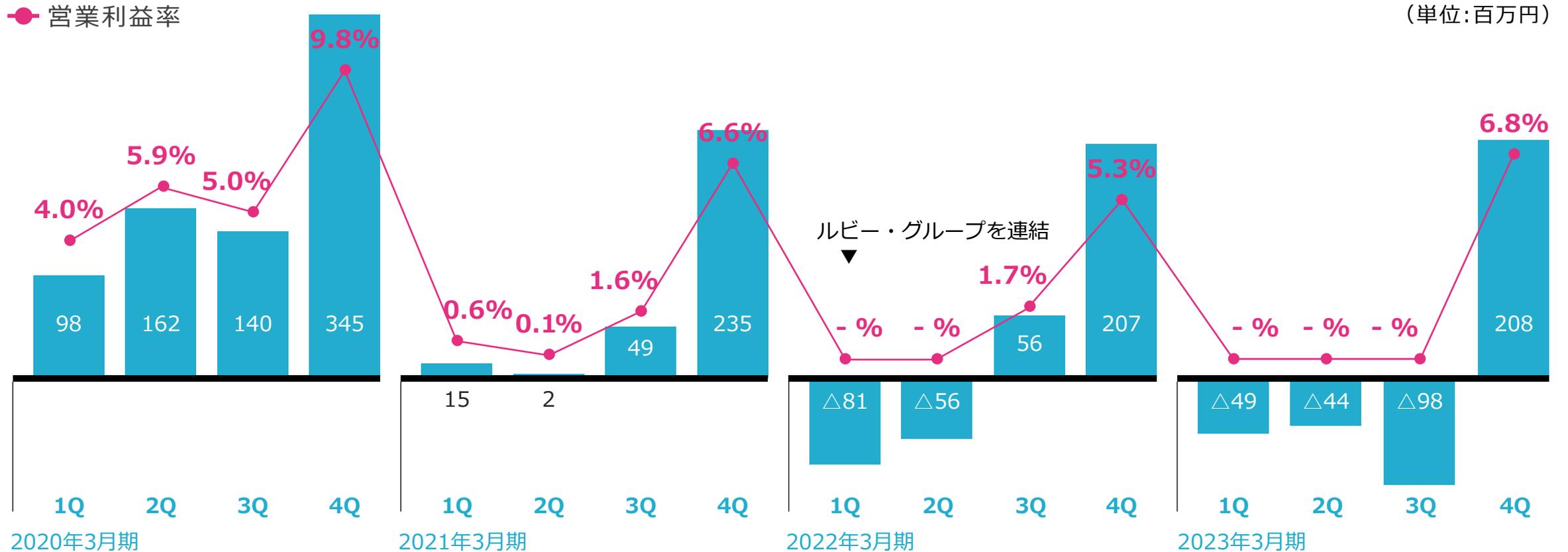
第4四半期業績：販管費

マーケティングソリューション領域を中心に組織再編等により労務費の最適化を継続して進めたことで、販管費は減少するも、デジタルソリューションの減収により販管費率は19.0%と前年同四半期より悪化



第4四半期業績：営業利益

既存事業の増益や不採算事業の撤退等の組織再編によりコスト削減を進めるも、デジタルソリューション領域の減収に伴う減益となったことで前年同期と同水準で着地



第4四半期業績：貸借対照表

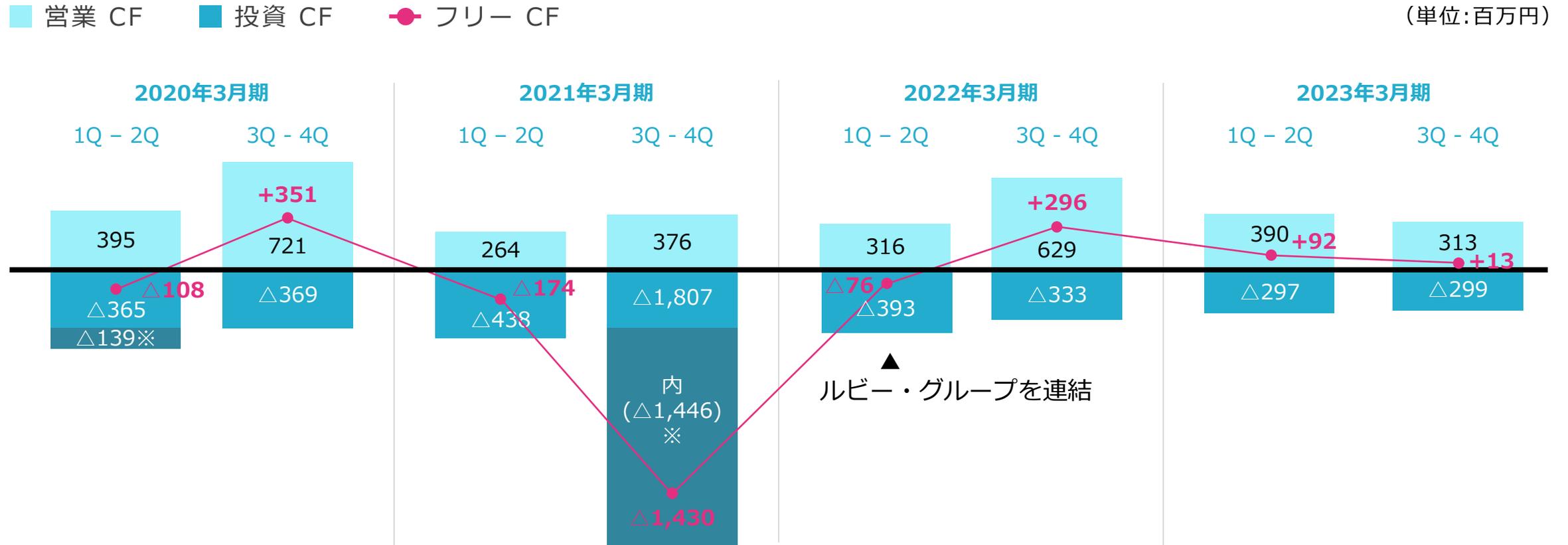
事業再編の実施等による取引の減少により債権・債務が減少しているが、引き続き健全性は維持

(単位:百万円)

	2022年3月末	2023年3月末	前年同四半期比
流動資産	4,590	4,696	+ 2%
現預金	2,277	2,597	+ 14%
固定資産	3,278	3,440	△ 8%
無形固定資産	2,948	2,783	△ 6%
総資産	8,319	8,137	△ 2%
流動負債	2,199	1,944	△ 12%
固定負債	1,724	1,465	△ 15%
純資産	4,395	4,727	+ 8%

第4四半期業績：フリー・キャッシュ・フロー

営業キャッシュ・フローは減収に伴う減益により減少、投資キャッシュ・フローは事業再編の実施等により改善したものの、フリー・キャッシュ・フローは前期比マイナス



※M&Aによる子会社株式取得による支出

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、札幌市中央区、名古屋市中区 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)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：ASA America Inc.、KIMEI GLOBAL COMPANY LIMITED
設立	2000年3月
資本金	12億6,056万円 (2023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	326名 (2023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：54.1% (2023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

井宮 大輔
中川 典宜
田村 正

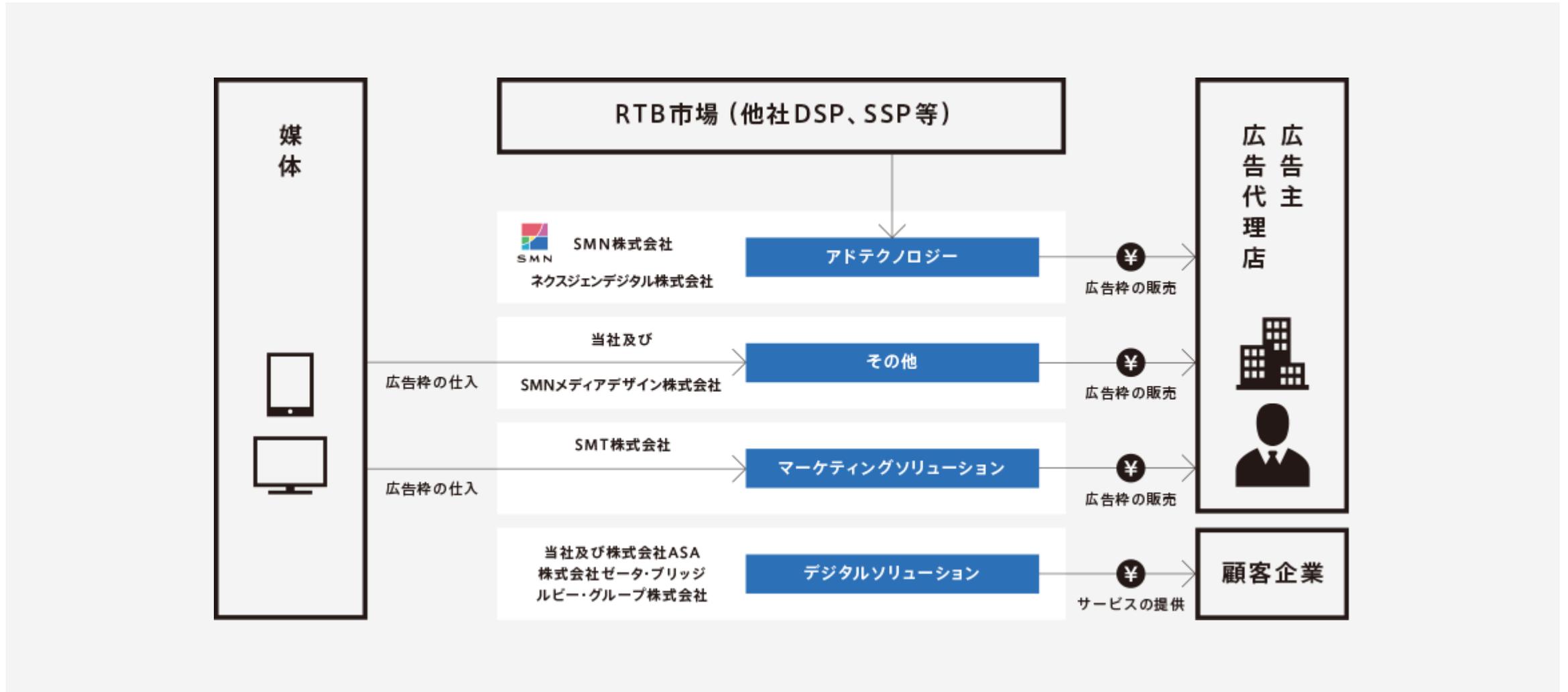
取締役（監査等委員）

本間 俊之
吉村 正直
相内 泰和

執行役員

井宮 大輔
原山 直樹
安田 崇浩
鈴木 勝也

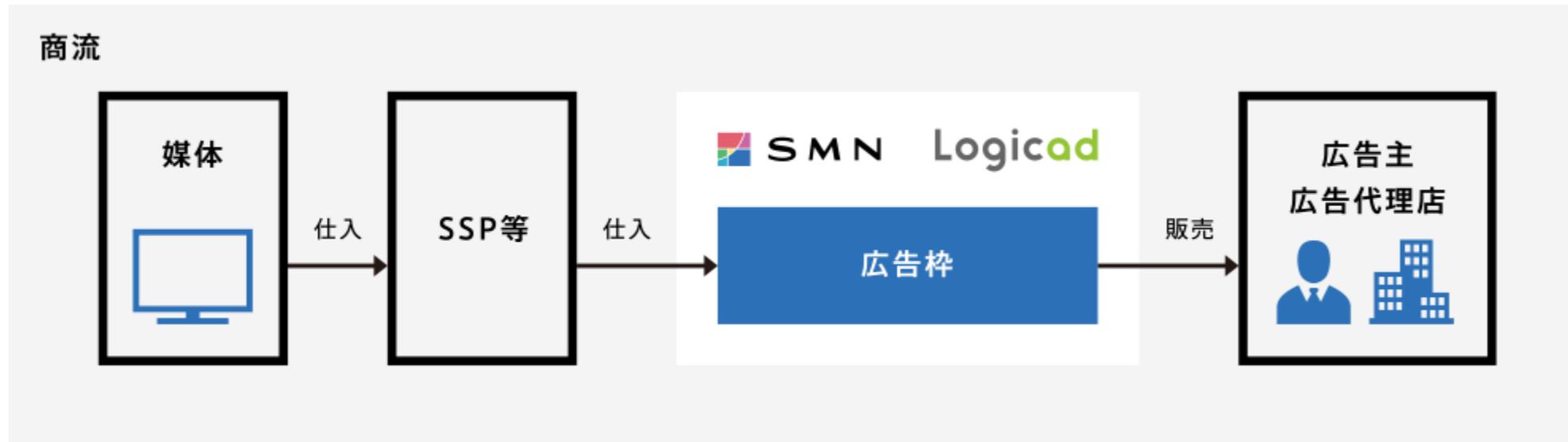
会社概要 事業概要



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。



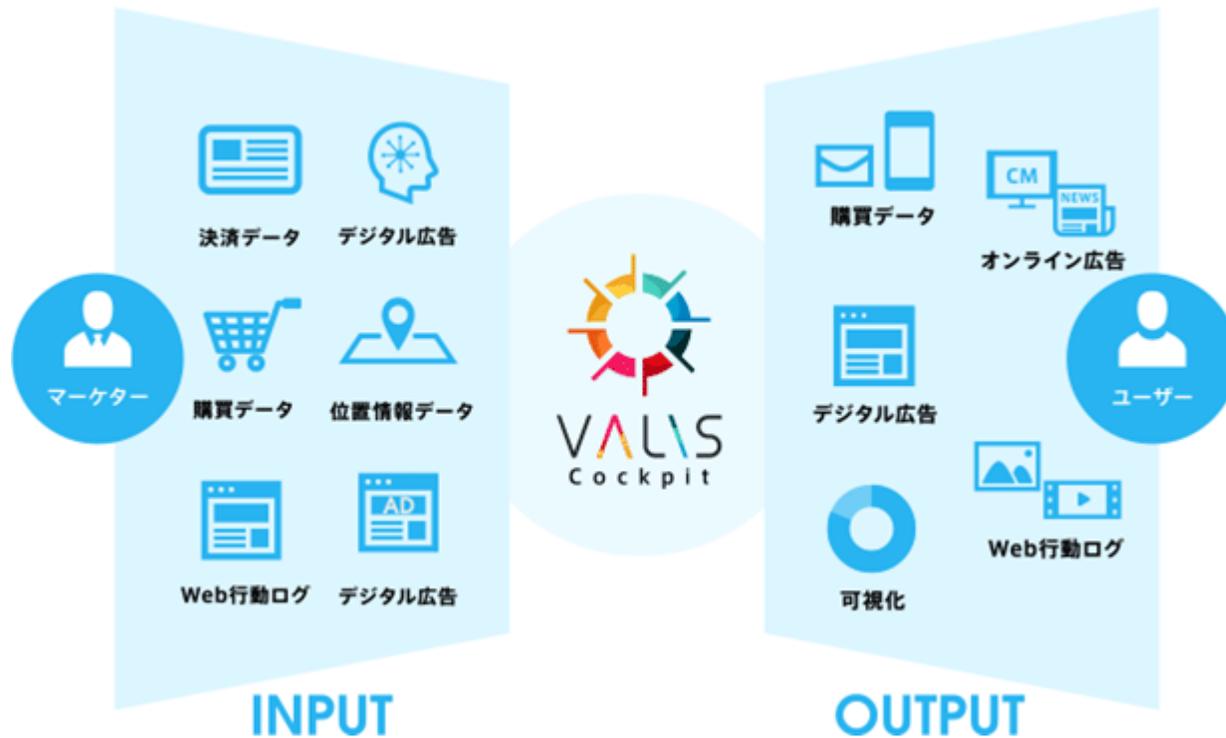
人・物・情報の価値判断を超高速・高精度に実現するAI

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。

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

成果報酬型コンテンツマーケティングサービス

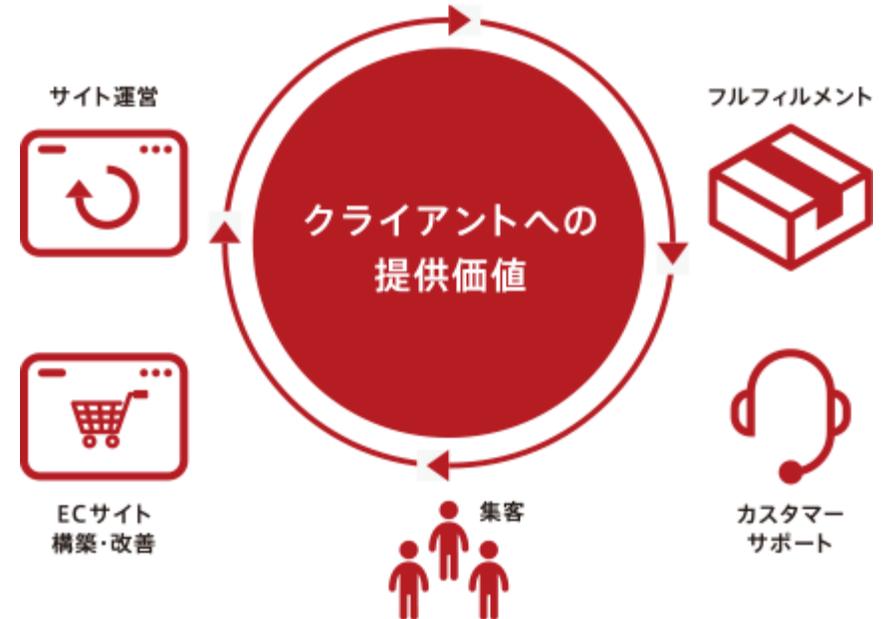
信頼できるパートナーサイトに限定して成果報酬型のコンテンツマーケティングを展開することで、質を担保しながら効果的な顧客獲得施策の実施が可能



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

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

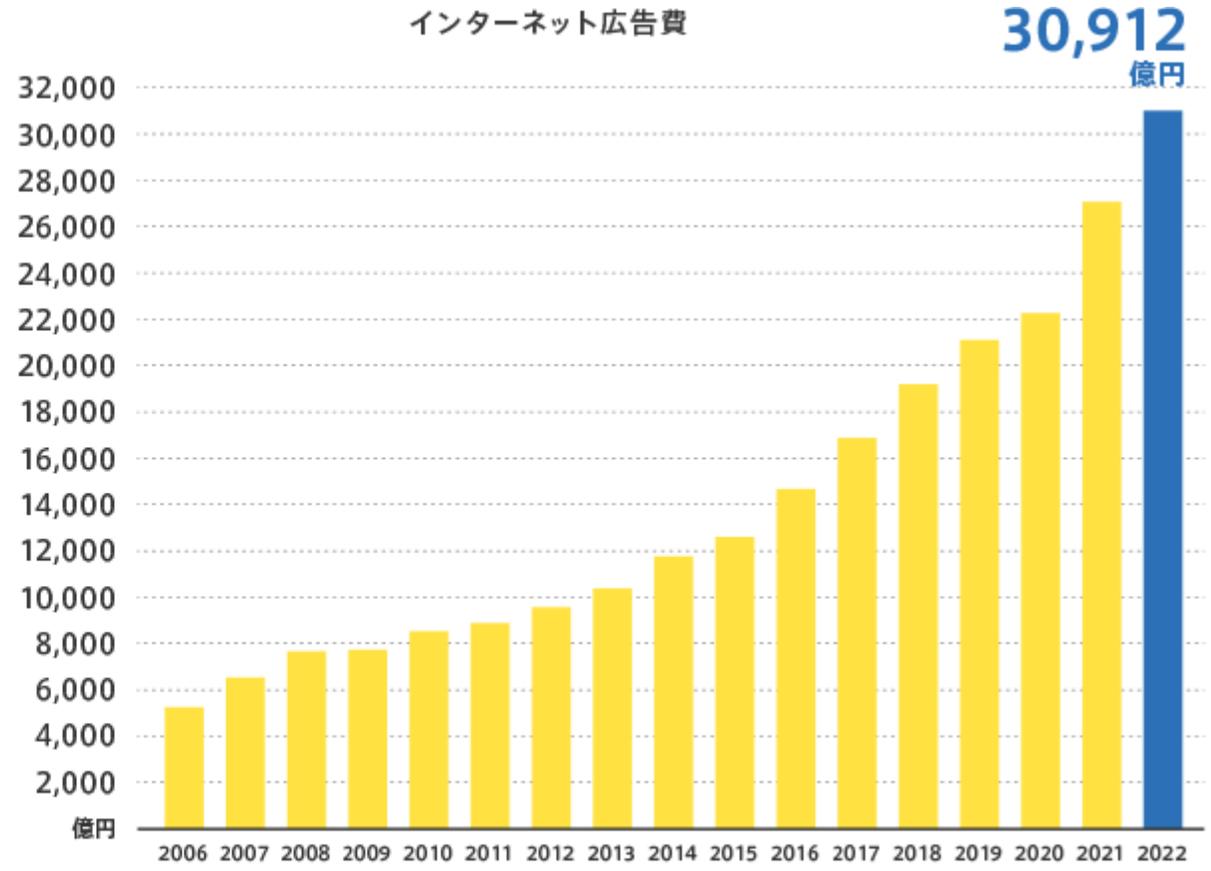
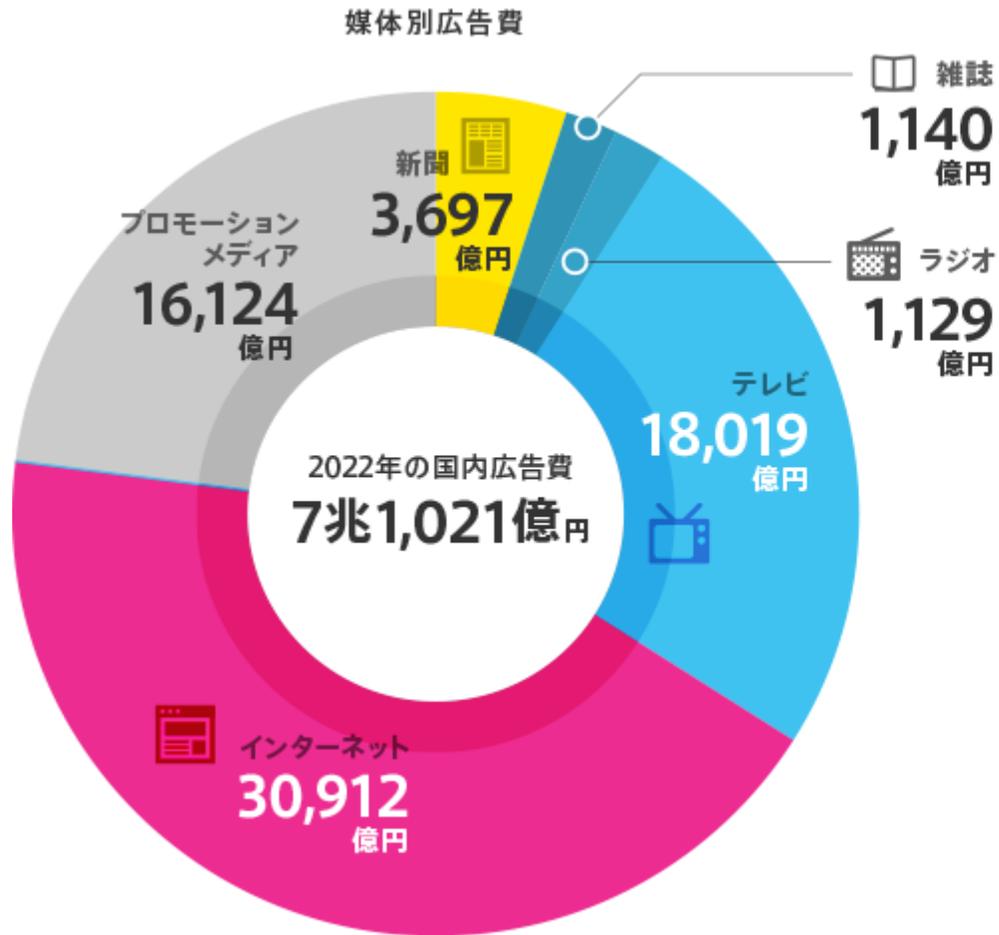
Movie

QA

VR/AR

Web

国内のインターネット広告市場



出典：電通「2022年の日本の広告費」