



株式会社サニーサイドアップグループ

2026年6月期第3四半期

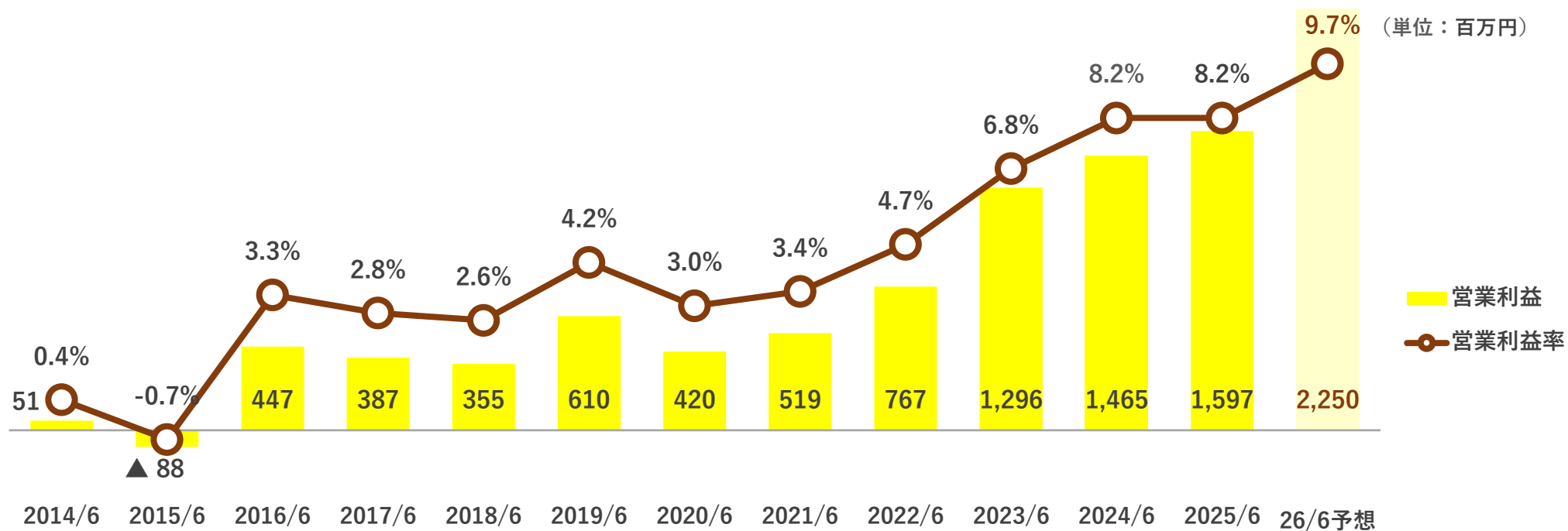
決算補足説明資料

エグゼクティブサマリー

- 中間期以降も受注好調、売上高・営業利益以下の段階利益は第3四半期連結累計期間の過去最高を更新
- 主力のブランドコミュニケーション事業で営業政策の奏功により単価上昇、収益構造の改善が進む
- 2026年3月にPRテック企業のビルコムを子会社化、PRとSaaSとの一体的提案へ営業体制を構築
- 株式会社アカツキによる当社株式等に対する公開買付けに関し、賛同の意見表明／応募推奨を決議
公開買付けと一連の手続きを経て非公開化・経営統合へ、期末配当予想は無配へ修正

<p>売上高・営業利益 営業利益以下の段階利益</p> <p>第3四半期 累計期間比較</p> <p>過去最高</p>	<p>ブランドコミュニケーション事業 売上高成長率</p> <p>+45.3%</p>	<p>ブランドコミュニケーション事業 営業利益率</p> <p>[前年同期] 19.6% [17.9%]</p>
<p>ビルコムのPMI重点課題</p> <p>PR×クラウド型PR効果測定ツール</p> <p>営業体制の構築</p>	<p>株式会社アカツキによる 当社株式への公開買付け</p> <p>経営統合へ</p>	<p>公開買付け公表に伴う 期末配当金予想の修正</p> <p>[前回発表] 無配 [1株当たり15円]</p>

収益性の改善推移



経営体制・戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2020年1月 持株会社体制移行 ・ 2023年5月 中長期経営方針を発表 	<div style="background-color: #8B4513; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">コア事業の強化</div>
M&A	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2020年3月 (株)ステディスタディを子会社化 ・ 2023年7月/9月 連結子会社3社間の経営統合 (株)サニーサイドアップへ吸収合併) ・ 2026年3月 ビルコム(株)を子会社化 	
事業整理	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2022年6月 SUNNY SIDE UP INTERNATIIONAL, INCを清算 ・ 2022年7月 bills Waikiki LLCの全株式持分譲渡 ・ 2023年7月 (株)アジャイルの全株式を譲渡 	

アジェンダ

1. 2026年6月期第3四半期 連結決算の概況
2. 2026年6月期 通期業績予想・配当予想
3. 事業状況
4. 中期成長戦略の進捗
5. 公開買付けとその後の経営体制

1.

2026年6月期第3四半期 連結決算の概況

連結業績の概況

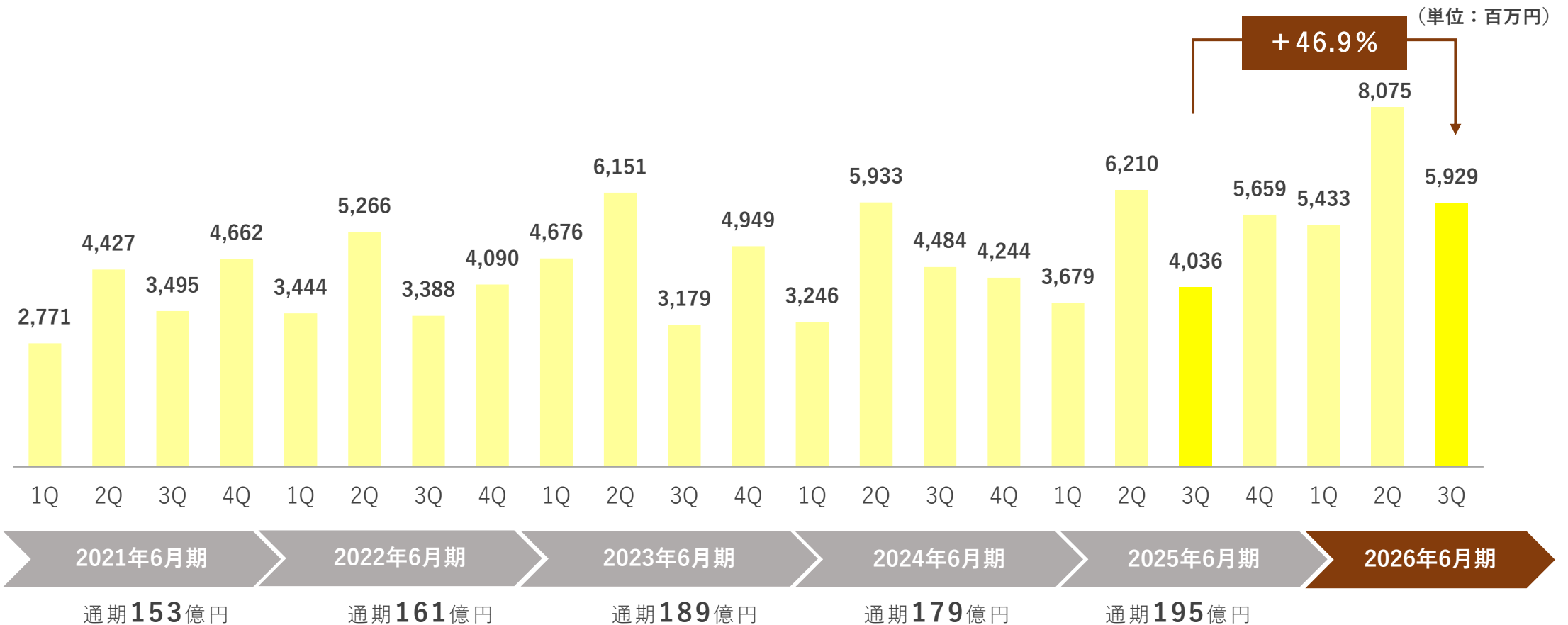
- 売上高は第3四半期累計期間として過去最高を更新
- 営業利益以下の段階利益も同期間における過去最高となり通期予想を超過、収益性も継続して改善
増収効果で人件費・賃借料等の固定費増加を吸収、主力事業でアップセル・案件大型化等が寄与して効率化進む

(単位：百万円)

	2024年6月期 第3四半期 実績	2025年6月期 第3四半期 実績	2026年6月期 第3四半期 実績	対前年同期 増減率	2026年6月期 通期業績予想	進捗率
売上高	13,663	13,927	19,438	+ 39.6%	23,200	83.8%
営業利益 (営業利益率)	1,505 (11.0%)	1,324 (9.5%)	2,422 (12.5%)	+ 82.8% (+ 2.9pt)	2,250 (9.7%)	107.6%
経常利益	1,535	1,353	2,444	+ 80.7%	2,250	108.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	959	863	1,641	+ 90.1%	1,280	128.3%
1株当たり 四半期純利益	64.29円	57.89円	111.43円	—	86.76円	—

四半期別売上高推移

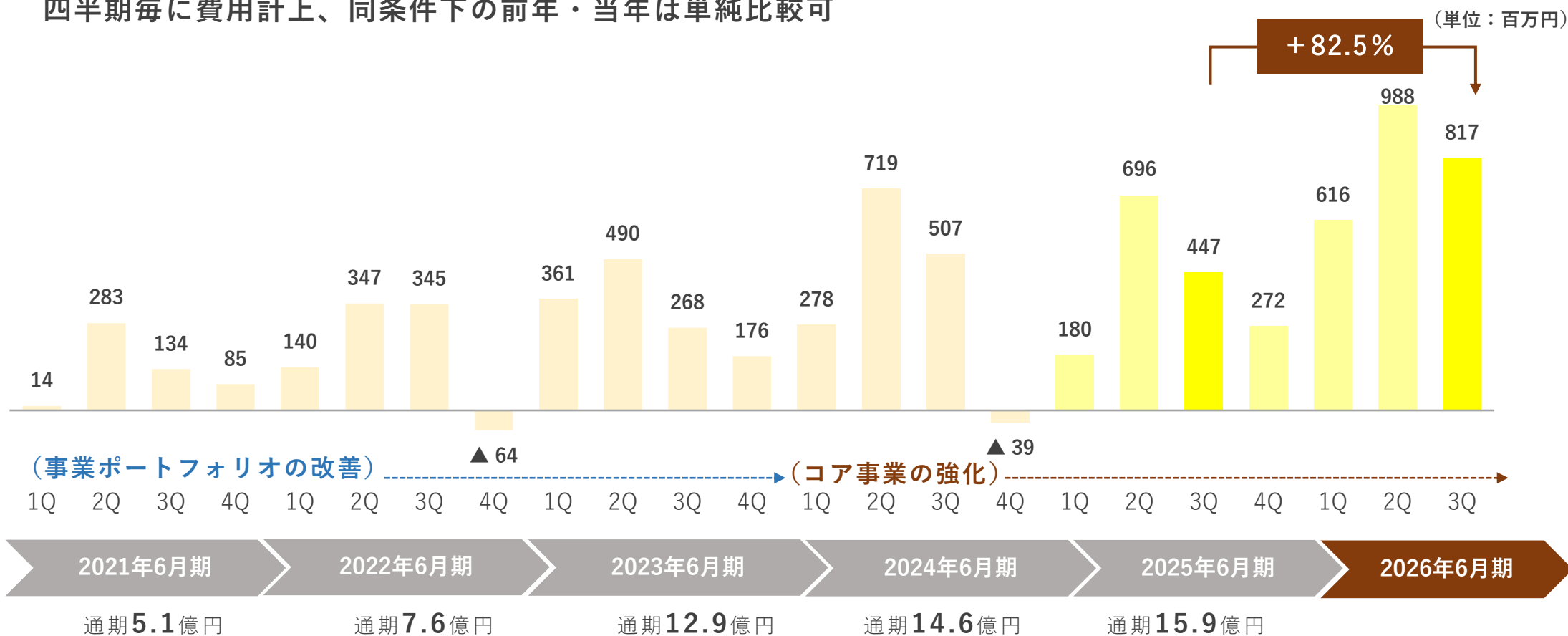
- 第3四半期も前年実績を大幅超過
- 主力事業の売上が好調に推移し、4四半期連続増収達成



(注) 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

四半期別営業利益推移

- 第3四半期は8割増益達成、中長期経営方針に沿って注力してきた「コア事業の強化」の成果が顕在化
- 前年より、第4四半期の業績変動の一因でもあった賞与関連費用を計画段階で平準化、業績進捗を勘案して四半期毎に費用計上、同条件下の前年・当年は単純比較可



(注) 2025年6月期より賞与関連費用を計画段階で四半期ごとに平準化し、四半期の業績進捗を勘案して計上するよう変更しております。

セグメント別業績

- 全セグメントで増収増益達成、ブランドコミュニケーション事業の好調な業績が持続
- フードブランディング事業では秋冬メニュー改定を機に上昇した客単価を維持、利益改善が進展
ビジネスディベロップメント事業ではコンサルティングの受注が増加

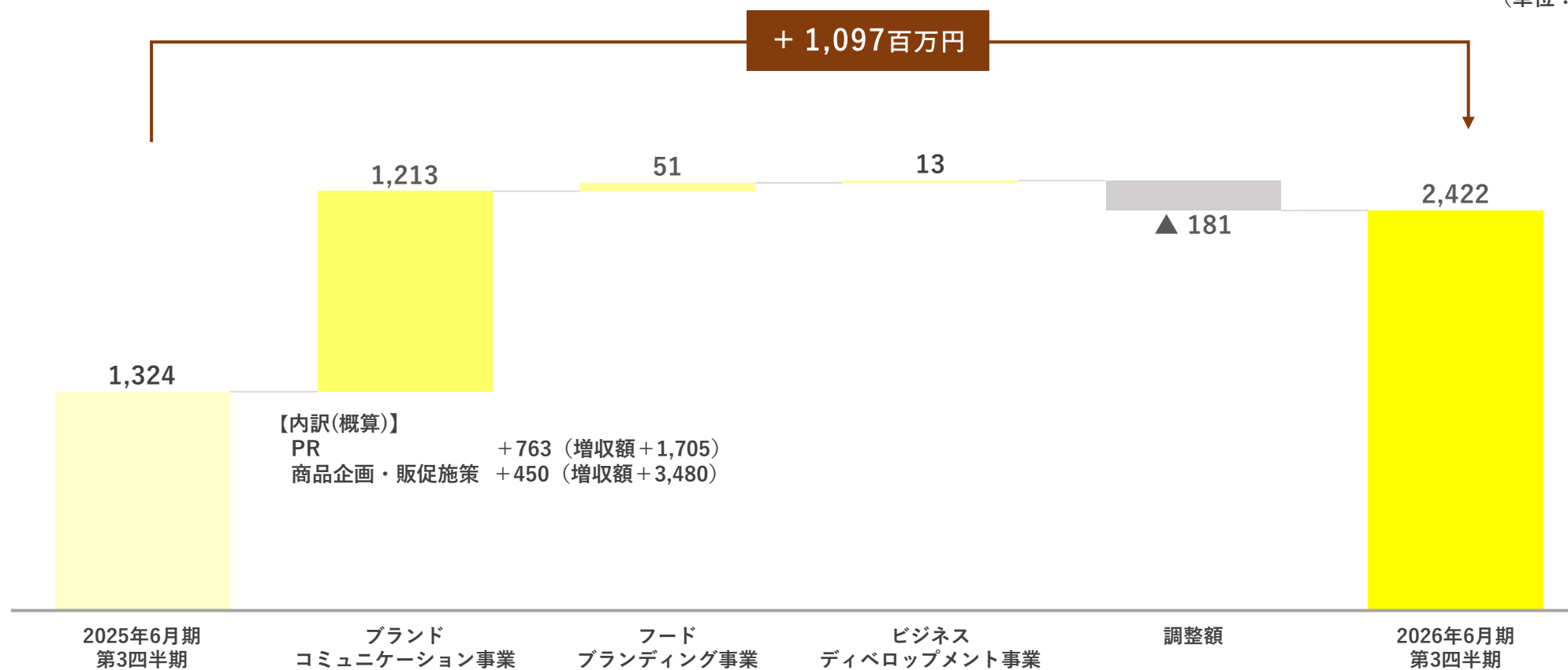
(単位：百万円)

	売上高				セグメント利益 (営業利益率)			
	2024年 6月期 第3四半期	2025年 6月期 第3四半期	2026年 6月期 第3四半期	対前年 同期 増減率	2024年 6月期 第3四半期	2025年 6月期 第3四半期	2026年 6月期 第3四半期	対前年 同期 増減率
ブランド コミュニケーション事業	11,113	11,436	16,622	+45.3%	2,223 (20.0%)	2,049 (17.9%)	3,263 (19.6%)	+59.2% (+1.7pt)
フード ブランディング事業	2,416	2,450	2,723	+11.1%	78 (3.3%)	72 (2.9%)	123 (4.5%)	+71.0% (+1.6pt)
ビジネス ディベロップメント事業	133	40	93	+130.4%	▲2 (-)	20 (50.2%)	33 (36.1%)	+65.5% (▲14.1pt)
調整額 (全社費用ほか)	—	—	—	—	▲795	▲817	▲998	—

営業利益変動要因

- ブランドコミュニケーション事業が利益改善を牽引
PRは受注拡大・効率改善で利益積み上げ、商品企画・販促施策は増益維持も為替変動・一時的な費用が影響

(単位：百万円)



連結財務諸表

	2025年3月末		2025年6月末		2026年3月末		
	百万円	構成比	百万円	構成比	百万円	構成比	前期末差異
流動資産	7,360	79.4%	8,626	82.9%	9,271	74.5%	644
現金及び預金	3,697	39.9%	4,655	44.7%	3,467	27.9%	▲1,188
売掛金	2,598	28.0%	2,979	28.6%	4,547	36.6%	1,567
未成業務支出金	491	5.3%	486	4.7%	877	7.1%	391
その他の流動資産	572	6.2%	504	4.8%	378	3.0%	▲126
固定資産	1,905	20.6%	1,783	17.1%	3,168	25.5%	1,385
のれん	203	2.2%	193	1.9%	1,347	10.8%	1,153
その他の固定資産	1,701	18.4%	1,590	15.3%	1,821	14.6%	231
資産合計	9,265	100.0%	10,409	100.0%	12,439	100.0%	2,029
負債合計	4,589	49.5%	5,708	54.8%	6,617	53.2%	908
買掛金	2,450	26.4%	2,883	27.7%	2,741	22.0%	▲142
有利子負債	796	8.6%	787	7.6%	1,782	14.3%	995
その他の負債	1,341	14.5%	2,037	19.6%	2,092	16.8%	55
純資産合計	4,676	50.5%	4,701	45.2%	5,822	46.8%	1,121
資産・負債合計	9,265	100.0%	10,409	100.0%	12,439	100.0%	2,029

ビルコムの子株
取得の影響(取得
で加算された
のれんはPPA
完了前のため
暫定値)

2.

2026年6月期 通期業績予想・配当予想

2026年6月期 通期業績予想

- 好調な受注環境や収益構造の改善が持続すると想定されるも、通期業績予想を据え置き
- 第4四半期には公開買付けへの対応及び今後の手続きに係るアドバイザー費用のほか、将来的な事業成長に向けた人財投資の追加を見込む

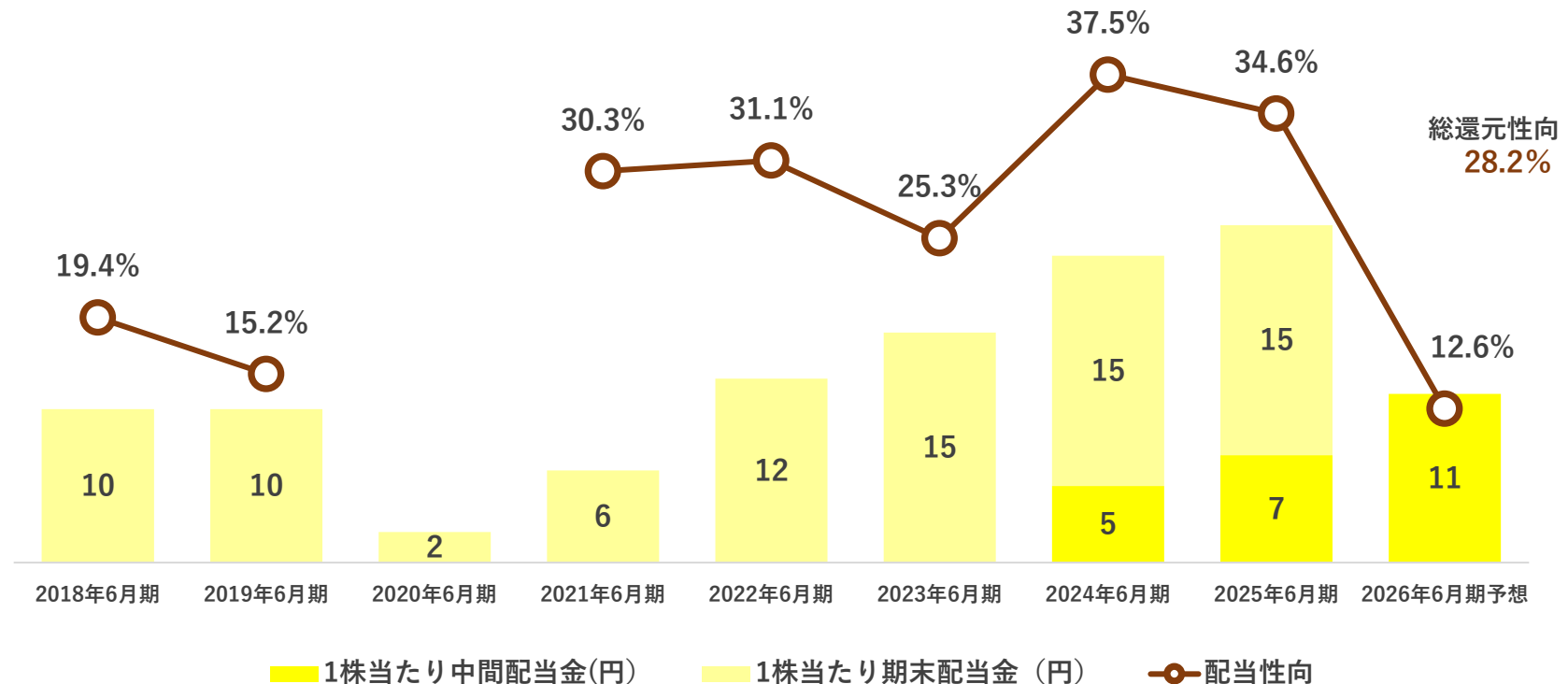
(単位：百万円)

	2024年6月期 実績	2025年6月期 実績	2026年6月期 通期業績予想	対前年同期 増減率
売上高	17,908	19,587	23,200	+18.4%
営業利益 (営業利益率)	1,465 (8.2%)	1,597 (8.2%)	2,250 (9.7%)	+40.8% (+1.5pt)
経常利益	1,501	1,635	2,250	+37.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	795	948	1,280	+34.9%
1株当たり当期純利益	53.30円	63.58円	86.76円	—

2026年6月期 期末配当予想の修正

- 公開買付けの公表に伴い、期末配当は前回予想の1株当たり15円より無配に修正
 期末配当が行われないことを前提に当社株式の公開買付け価格が判断・決定されたことを受けたもの

1株当たり年間配当金と配当性向の推移



3.

事業状況

事業概要

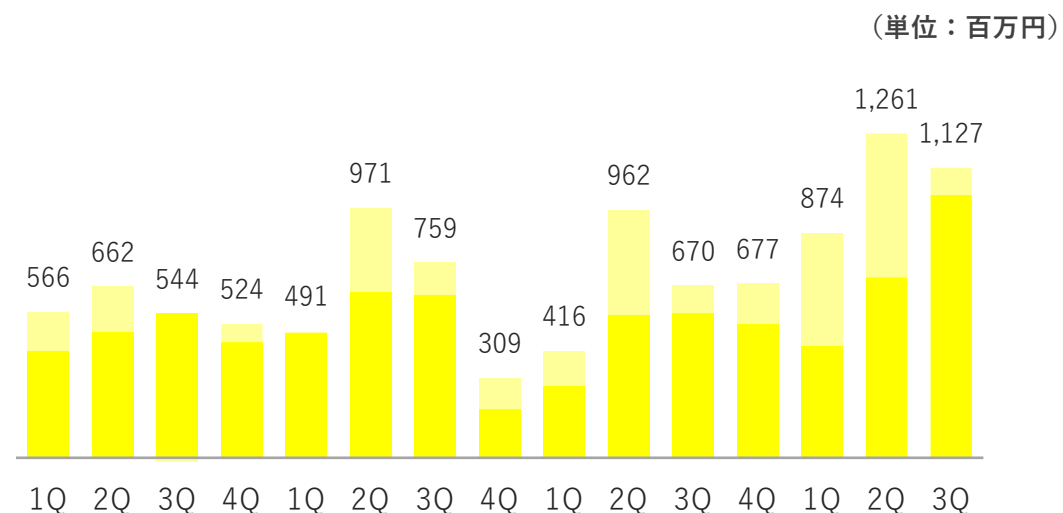
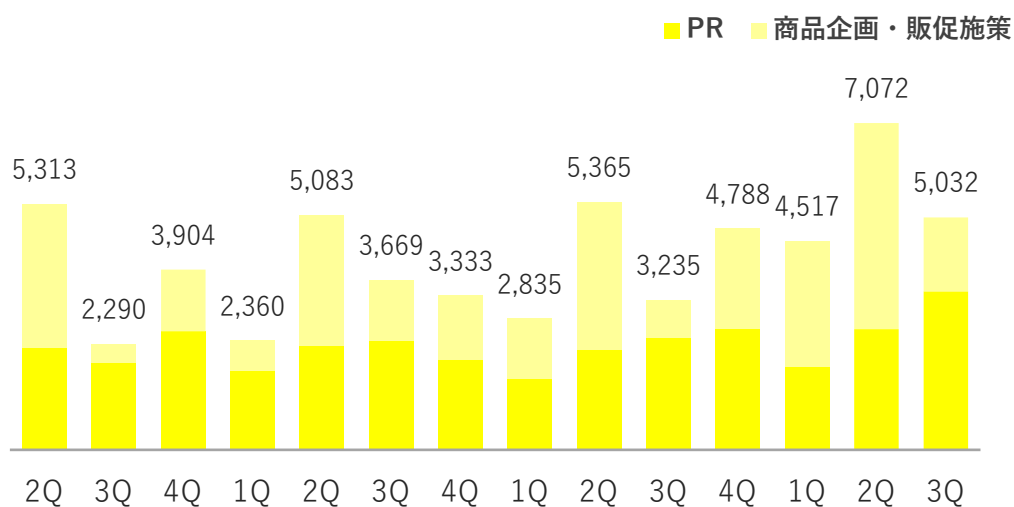
- 2つの事業とグループの事業領域を拡充する新規事業の3事業で構成
- 2023年5月に中長期経営方針を発表、コア事業と位置づけるブランドコミュニケーション事業を強化
- ビルコムはSaaSの機能拡張へ更新投資を必要とするため、ビジネスディベロップメント事業に区分
2026年3月31日をみなし取得日として貸借対照表のみ連結、第3四半期のセグメント業績に影響せず

報告セグメント

<p>ブランド コミュニケーション事業</p>	   steady study	<ul style="list-style-type: none"> • 企業・団体等の活動や商品・サービスの価値を広く伝えるコミュニケーションサービスを展開 • PR戦略策定・施策立案のほか、キャラクター等のIPコンテンツを活用した商品企画、商品キャンペーン等の販促施策を手掛ける • 2020年3月に株式会社ステディスタディを子会社化 • 2023年9月に株式会社サニーサイドアップを存続会社とする連結子会社3社間の吸収合併が完了、報告セグメントを統合
<p>フードブランディング 事業</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> • オールデイダイニング「bills」の日本・韓国のブランディング、ライセンス管理、店舗展開（直営店舗：日本7、韓国2）
<p>ビジネス ディベロップメント事業</p>	  	<ul style="list-style-type: none"> • 新規事業の開発・創出を通じてグループの事業領域を補完 • 社会課題解決に資するコンサルティングサービスを展開 ブランドコミュニケーション事業と連携強化
<p>持分法適用関連会社 株式会社AnyUp／株式会社KEI CONCEPT Japan</p>		

ブランドコミュニケーション事業 業績推移

- PRは5四半期連続で増収達成、第3四半期は大幅増収と効率改善によって増益幅が拡大
アップセル、マーケティング戦略包括支援の受注に伴う案件大型化など、営業政策の奏功で単価が上昇
- 商品企画「Happyくじ」はさらに伸長するも、販売施策では第3四半期の急激な為替変動が利益に影響



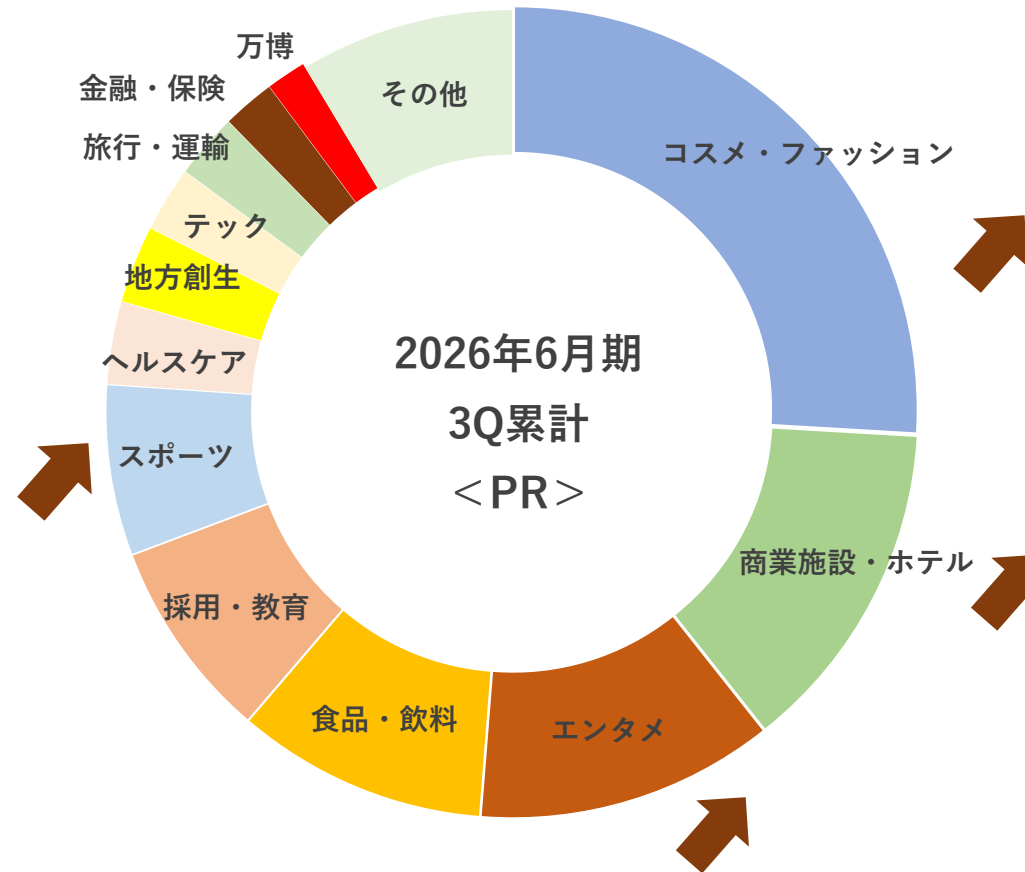
ブランドコミュニケーション事業 四半期別売上高

(単位：百万円)

	2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期				2026年6月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高（四半期）																
PR	1,562	2,198	1,884	2,562	1,707	2,249	2,360	1,945	1,534	2,167	2,431	2,621	1,796	2,612	3,429	—
商品企画・販促施策	2,316	3,114	405	1,341	653	2,834	1,308	1,388	1,301	3,198	803	2,167	2,720	4,460	1,602	—
計	3,878	5,313	2,290	3,904	2,360	5,083	3,669	3,333	2,835	5,365	3,235	4,788	4,517	7,072	5,032	—
売上高（累計）																
PR	1,562	3,760	5,645	8,207	1,707	3,956	6,317	8,263	1,534	3,702	6,133	8,755	1,796	4,409	7,838	—
商品企画・販促施策	2,316	5,431	5,836	7,178	653	3,487	4,796	6,184	1,301	4,499	5,302	7,470	2,720	7,180	8,783	—
計	3,878	9,191	11,481	15,385	2,360	7,444	11,113	14,447	2,835	8,201	11,436	16,225	4,517	11,589	16,622	—

ブランドコミュニケーション事業 業種別売上構成【PR】

- 主力業種を中心に伸長継続（①コスメ・ファッション、②商業施設・ホテル、③エンタメ、④スポーツ）
- 伸長要因は主に①コスメ大型案件の継続受注（クムナムなど）、ファッションイベント支援・SNS施策の受注増（ステディ・スタディ）、②開業支援の増加、開業時のスポット契約から開業後のリテナー契約への切替、③展覧会・アートイベント支援の増加、④世界的なイベント開催に伴う需要拡大（サニーサイドアップ）

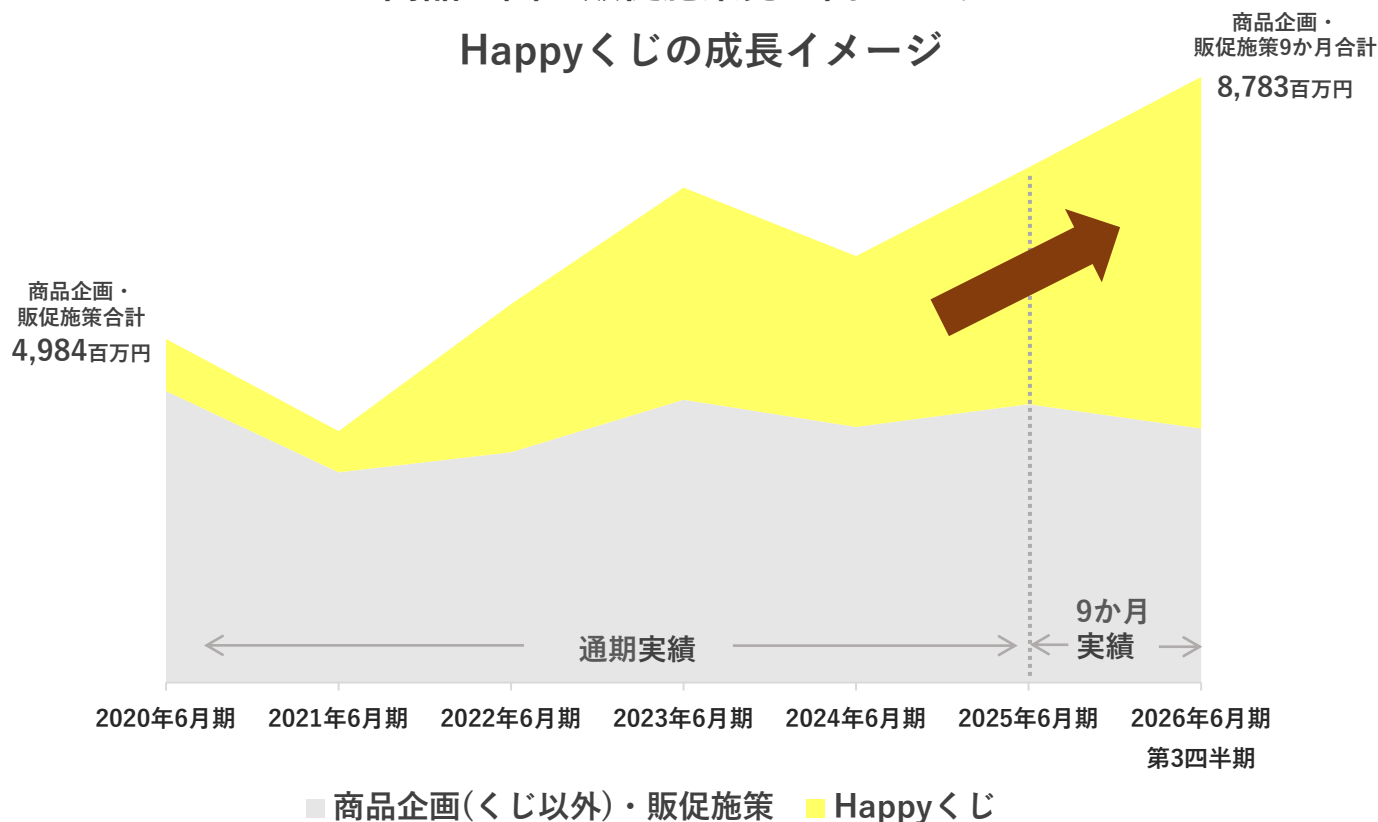


（ご参考）次のHPに主要会社の事例を記載しております。<https://www.ssu.co.jp/works/>

ブランドコミュニケーション事業 ハイライト【商品企画「Happyくじ」】

- 「Happyくじ」は商品企画・販促施策の6割弱の売上を構成、前年同期の2.4倍の規模へ成長
- 長年携わってきたIPコンテンツに加え、企業ブランドや映画・TV連動など、新規IPを活用した企画も展開
受注件数・規模が拡大して効率化が進む

商品企画・販促施策売上高における
Happyくじの成長イメージ



- 2012年6月より展開、人気キャラクターのオリジナルグッズが必ず当たる企画
- 株式会社サニーサイドアップは企画元としてヒットしそうなコンテンツを発掘、著作権元と共同で商品を企画して販売先（コンビニエンスストア等）へ提案、グッズ制作を手掛ける
- スポット契約中心で受注変動はあるものの、コロナ禍を経て市場が拡大

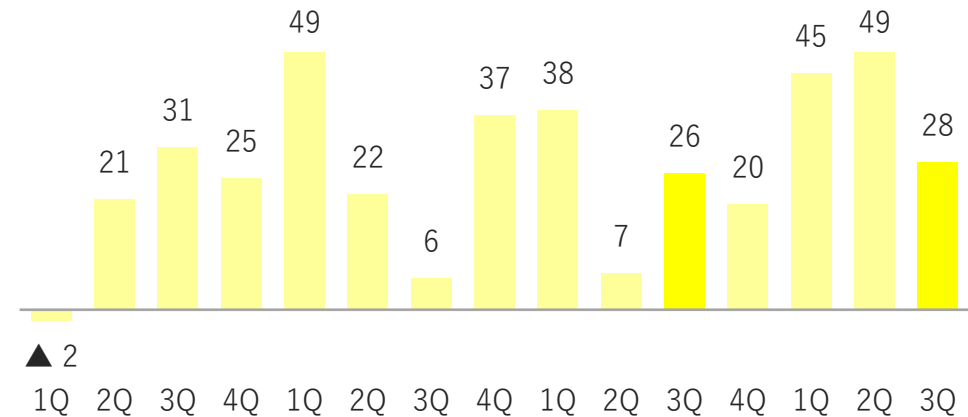
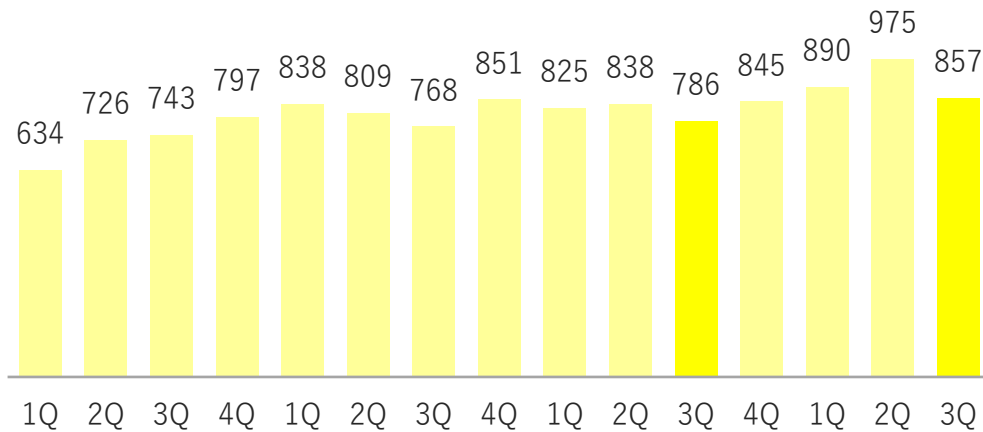
（ご参考）次のHPにHappyくじの概要を記載しております。
<https://www.h-kuji.com/>

フードブランディング事業 業績推移

- 増収増益を達成、bills銀座店・表参道店は二桁増収継続、大阪店は万博閉幕の影響を受けるも堅調に推移
- 通常年2回メニュー改定を実施、特に秋冬メニュー導入以降は客単価が上昇、利益改善に寄与
- ブランディングに関する知見・ノウハウを活かし、韓国で日本食(味噌煮込みうどん)のFC展開として1号店出店



(単位：百万円)



2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

2026年6月期

通期**29**億円

通期**32**億円

通期**32**億円

2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

2026年6月期

通期**0.7**億円

通期**1.1**億円

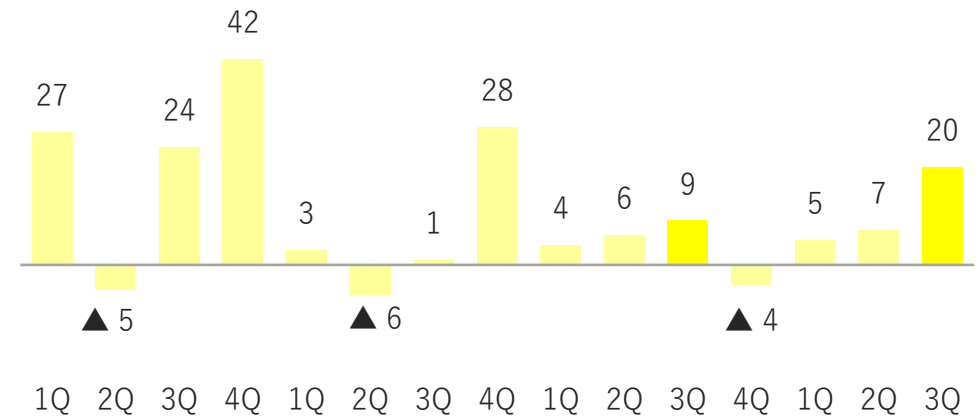
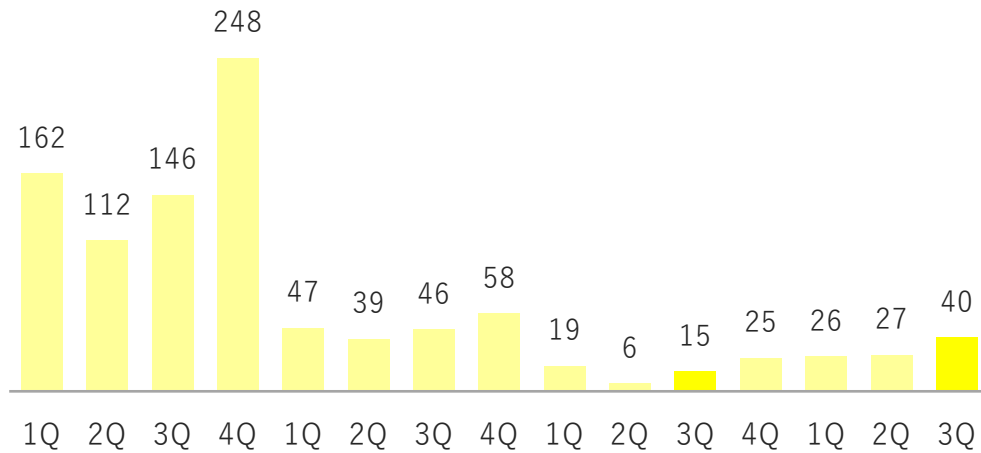
通期**0.9**億円

ビジネスディベロップメント事業 業績推移

- 新規事業の開発・創出を通じてグループの事業領域を拡充、ブランドコミュニケーション事業と連携強化
- 増収増益を達成、女性活躍推進や環境関連のコンサルティング受注が寄与
- ビルコムは当事業に区分、第3四半期は貸借対照表のみ連結のため、セグメント業績に影響せず



(単位：百万円)



2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

2026年6月期

通期 **6.6** 億円

通期 **1.9** 億円

通期 **0.6** 億円

2023年6月期

2024年6月期

2025年6月期

2026年6月期

通期 **0.8** 億円

通期 **0.2** 億円

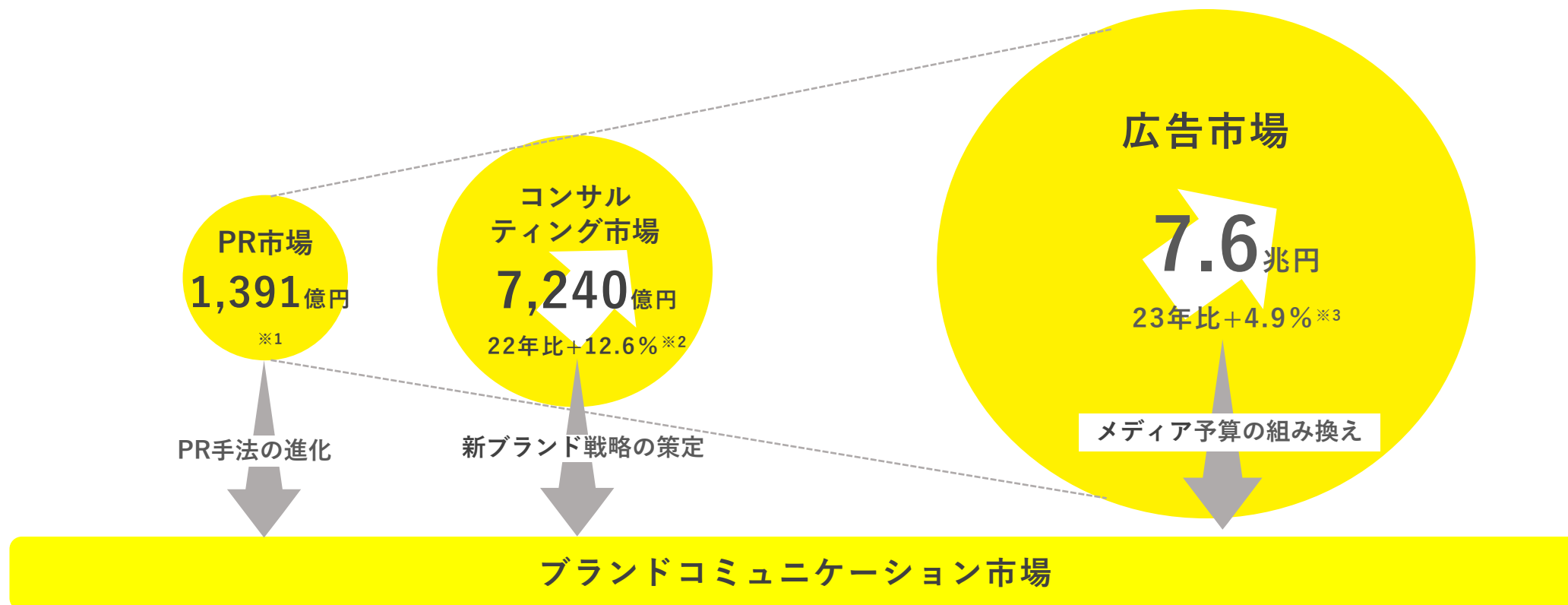
通期 **0.1** 億円

4.

中期成長戦略の進捗

中長期の事業成長イメージ

- 価値観が変容するなか、ブランドへの共感重視やメディアの多様化、AI活用など、事業環境が大きく変化
- 従来のPRからコンサルティング、より規模の大きな広告を包含した市場を対象に事業機会の獲得を目指す
- その実現に向けて、コミュニケーションに係る領域を網羅したサービスを一通貫で提供する体制を構築



(参考資料) ※1 25年の推計値 公益社団法人日本パブリックリレーションズ協会「2025年 PR事業調査報告書」 https://prsj.or.jp/association/wp-content/uploads/2025/06/PR_Companies_report2025.pdf (2025年6月25日)

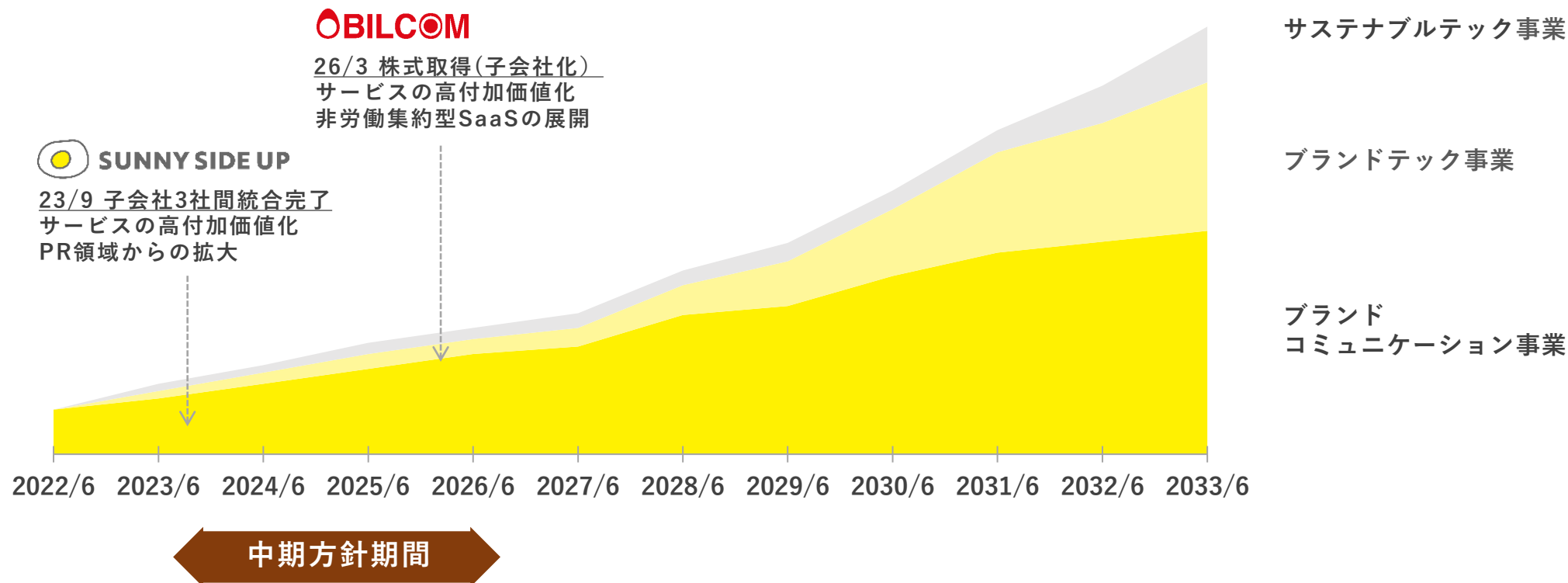
※2 23年の推計値 IDC Japan株式会社「国内ビジネスコンサルティング市場予測、2024年～2028年」 <https://my.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prJPJ52854324> (2025年5月2日)

※3 24年の推計値 株式会社電通「2024年 日本の広告費」 <https://www.dentsu.co.jp/news/item-cms/2025020-0227.pdf> (2025年2月27日)

M & Aの戦略的位置づけ

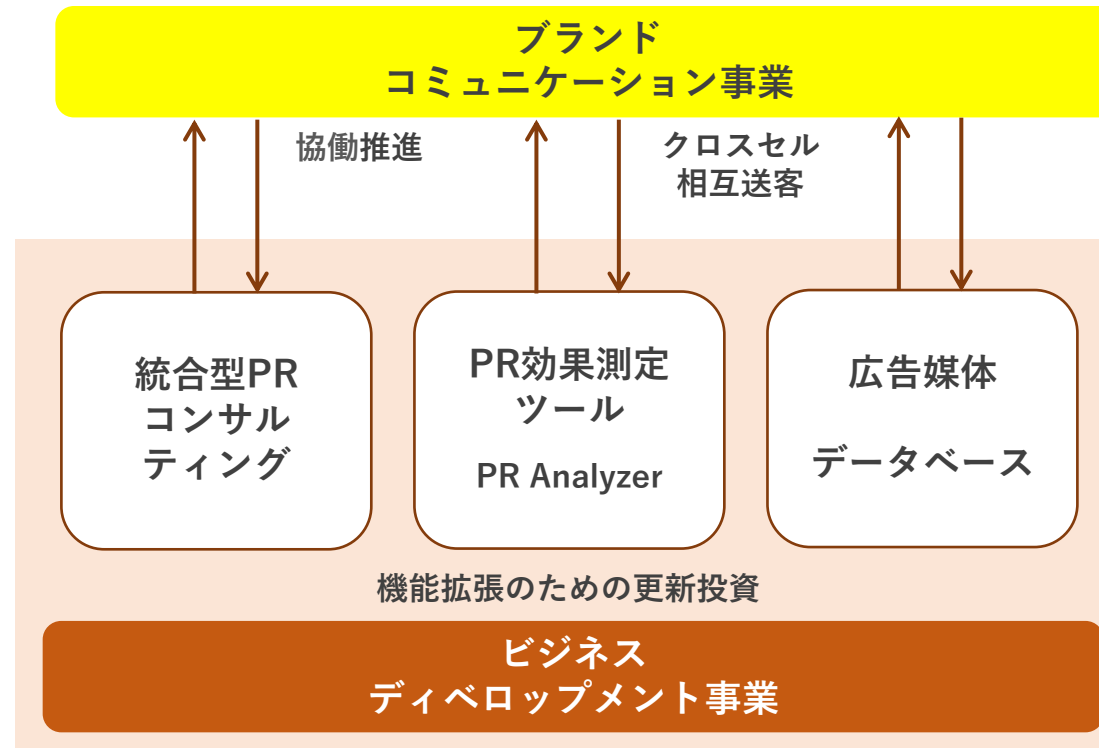
- M&Aは中長期経営方針で企図する事業成長に向けて、機能を補完・強化する役割を担う
- 2023年9月に完了した子会社3社間統合はブランドコミュニケーション事業の改革を加速
- 2026年3月にビルコムを子会社化、同社のSaaSとのシナジーを創出し、サービスの高付加価値化を図る

「成長に向けた戦略方針」における中長期成長イメージ



ビルコム の PMI 重点課題

- PMIの初動として、サニーサイドアップ代表取締役社長リュウ・シーチャウがビルコム社取締役に就任
- サニーサイドアップとビルコムが連携し、クラウド型PR効果測定ツールの営業支援体制を構築
ビルコムはツール導入企業増加に伴う限界利益の拡大と機能拡張への再投資、サニーサイドアップはPRとの一体的な提案によるサービスの高付加価値化を目指す



中期方針期間 成長ターゲット

- 方針策定時に連結営業利益20億円を定量目標に設定、主力事業の売上成長と収益性改善の双方を目指す
- 課題としていた売上成長は2年目後半より持ち直し、収益性も改善続く（2026年2月通期予想上方修正）
- 主力事業ではIPを活用した商品企画「Happyくじ」が想定以上に伸長、PRは3年目に収益構造の転換加速

	ブランドコミュニケーション事業		連結営業利益 (2026年6月期)
	売上成長率	営業利益率	
当初ターゲット	年平均 13%	16% 程度	20 億円
(2026年6月期Q3実績)	+ 45.3%	19.6%	24.2 億円
(2025年6月期実績)	+ 12.3%	16.8%	15.9 億円
(2024年6月期実績)	▲ 6.1%	17.5%	14.6 億円
(2023年6月期実績)	—	14.9%	12.9 億円

※通期予想 22.5億円

クライアントとの関係性とサービスの方向性

- 主力事業の中核を担うサニーサイドアップは、2023年7月の経営体制変更、同9月の子会社間統合を経て、営業政策を見直し、クライアントとの新たな関係性構築や提供サービスの高付加価値化を目指す
- 1年目は低採算案件・稼働体制の見直しによる効率化、2年目はアップセル・グループ共同提案の積極化
3年目はアップセルの推進とマーケティング戦略包括支援の提案に注力、単価上昇に寄与

統合後の変化

クライアント 開拓

“クライアントリレーション”型を志向

- CMO級との関係性構築強化、イベントを活用
- 対象を広報からマーケティング部門へと拡大

提供サービス

アップセルの推進と組織連携による提案

- PR施策にSNS戦略・販促施策を付加して提案
- グループ企業共同提案事例も増加

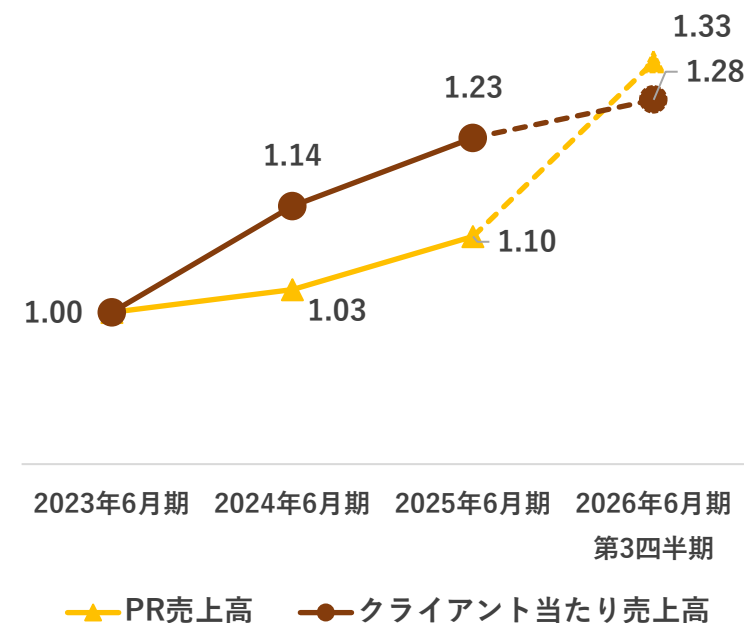
体制

専門人財の採用と教育プログラム拡充

- 新卒の継続採用に加え、専門人財の採用強化
- 若手営業職移行者育成プログラムを実施
- マーケティング専門講座を拡充（AI・法改正）

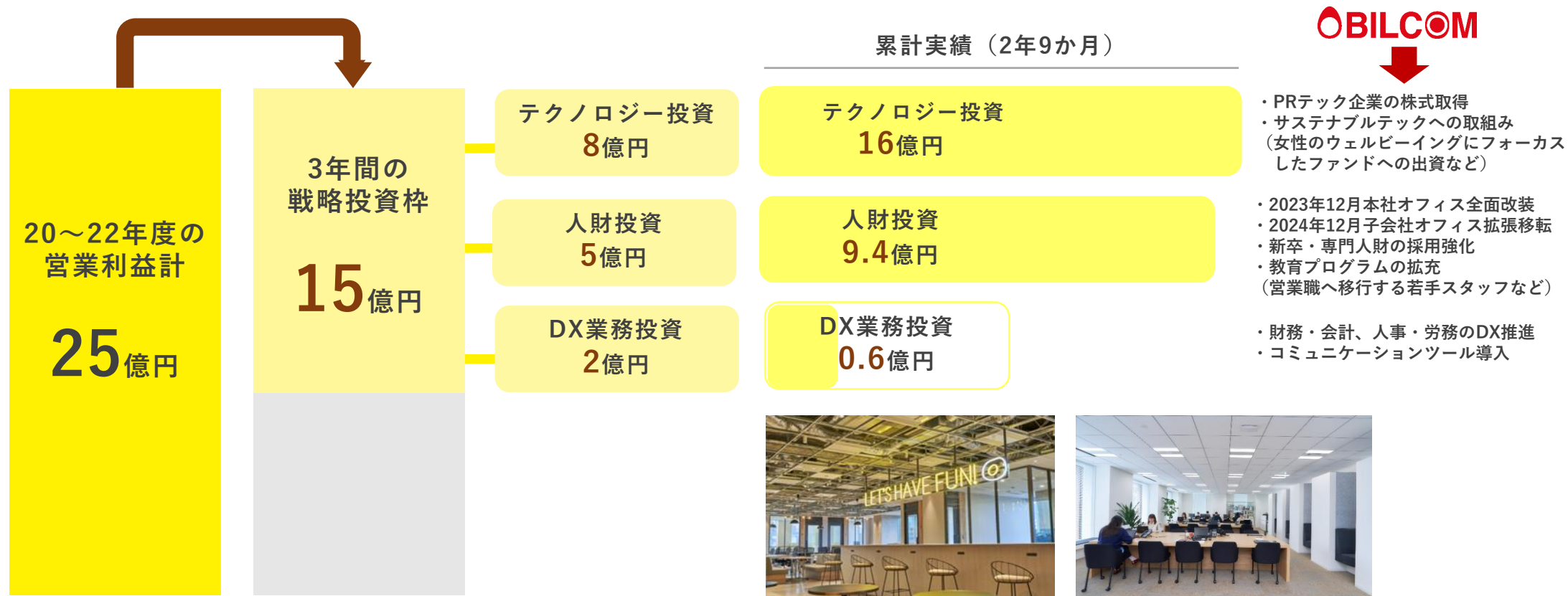
サニーサイドアップのPR売上高推移

（統合前の2023年6月期=1とした場合）



成長への戦略投資

- 現方針期間前3か年の営業利益の6割に相当する15億円を戦略投資枠として設定
 - 3つの領域のうち、人財投資に重点配分、採用・教育拡充・オフィス整備に注力
- 課題としていたテクノロジー領域はM&Aで必要な機能を補完、3か年で計画していた事項は概ね実施

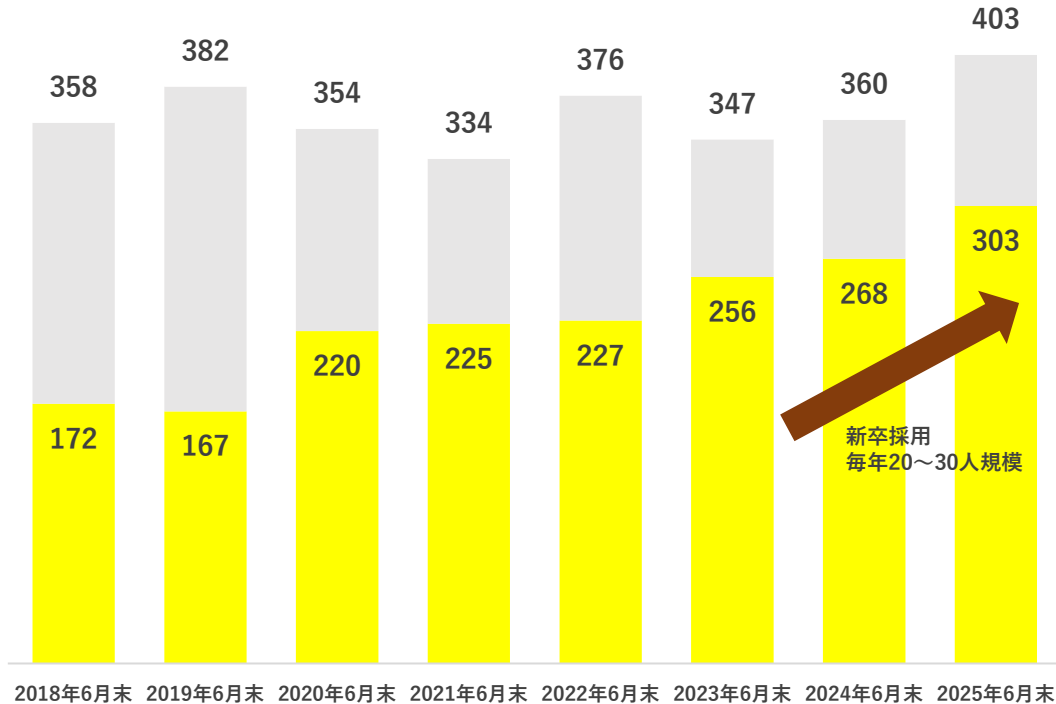


人財投資の加速と生産性の向上

- ・ 新卒・専門人財の採用を強化し、ブランドコミュニケーション事業を中心に従業員数が増加
- ・ メディア担当から営業職へ移行する若手社員への教育拡充、生産性改善を全体波及へ

従業員数の推移

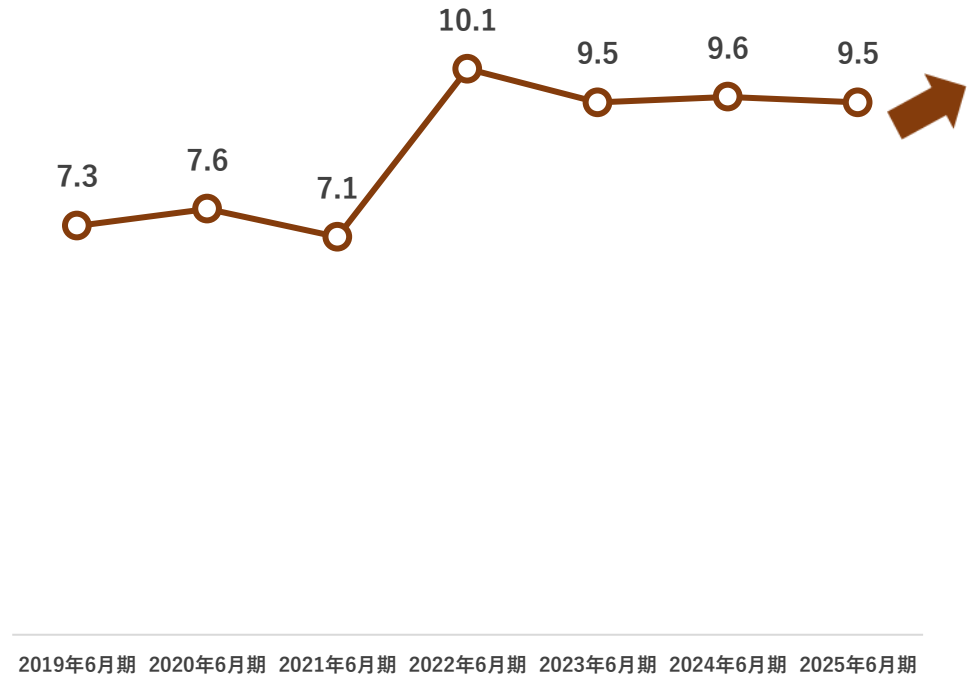
(単位：人)



■ ブランドコミュニケーション事業 ■ 連結

1人当たり営業利益の推移

(単位：百万円)



○- ブランドコミュニケーション事業

(注) 1人当たり営業利益は期中平均従業員数を基に算出しております。ブランドコミュニケーション事業の2022年6月期以前の営業利益は、旧区分を単純合算して算出しております。

5.

公開買付けとその後の経営体制

公開買付けに対する賛同の意見表明／応募推奨

- ・ 株式会社アカツキによる公開買付けに賛同、企業価値向上に資する取引、かつ価格等の諸条件が妥当と判断
- ・ 本取引で想定するシナジーは①強固な財務基盤を活用した戦略投資の加速、②IP事業でのノウハウ融合、③デジタル・テック領域の競争優位性の再構築

	今後のスケジュール（予定）
2026年5月13日	公開買付けに対する賛同の意見表明／応募推奨を決議、公表
5月14日	公開買付け開始
6月24日	公開買付け終了
	※株式の全てを取得できなかった場合、当社株式を公開買付者と不応募予定株主のみとし、当社株式を非公開化するためのスクイーズアウト手続きを実施
	（公開買付けの決済完了）
8月下旬	臨時株主総会の開催（株式併合決議）
	※公開買付けが成立し、スクイーズアウト手続きが実施される場合、上場廃止基準に該当、所定の手続きを経て当社株式は上場廃止
9月中旬	（株式併合の効力発生）
スクイーズアウト手続きの完了後	株式会社アカツキを株式交換完全親会社、当社を株式交換完全子会社として、株式会社アカツキの株式を対価とする株式交換を実施
	不応募予定株主は合意された算定方法に基づき、株式会社アカツキの株式を取得

公開買付者と株主7名（計4,169,420株、所有割合28.15%）との間で公開買付応募契約を締結

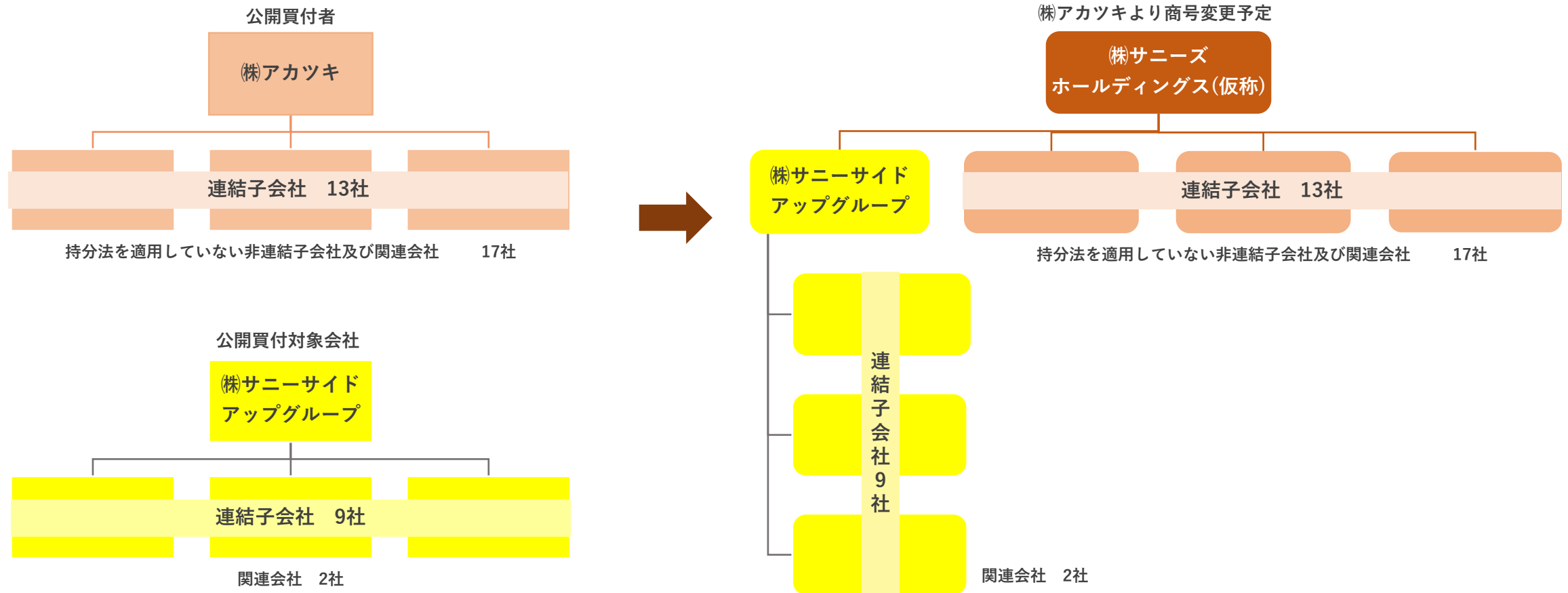
当社筆頭株主の(株)ネクストフィールド（当社代表取締役次原悦子の資産管理会社）が所有する株式の一部（4,322,880株、29.19%）について、公開買付者との間で不応募契約を締結

スクイーズアウト手続きとして株式併合を実施する際、株主総会決議が必要となるため、公開買付け後に公開買付者及び不応募予定株主を合計して議決権総数の3分の2以上を所有するよう設定

（注）所有割合とは、2026年3月31日現在の発行済株式総数15,197,600株から、自己株式386,256株を控除した株式数14,811,344株に対する割合

公開買付け・株式併合後の経営方針

- 公開買付け・株式併合後、株式会社アカツキの商号を「株式会社サニーズホールディングス(仮称)」へ変更予定
 - グループ全体のシナジー最大化と戦略実行の高度化を目的とした経営体制を構築
- 双方の代表取締役社長が共同代表を務め、グループ企業の現経営陣は事業運営に主導的な役割を果たす想定

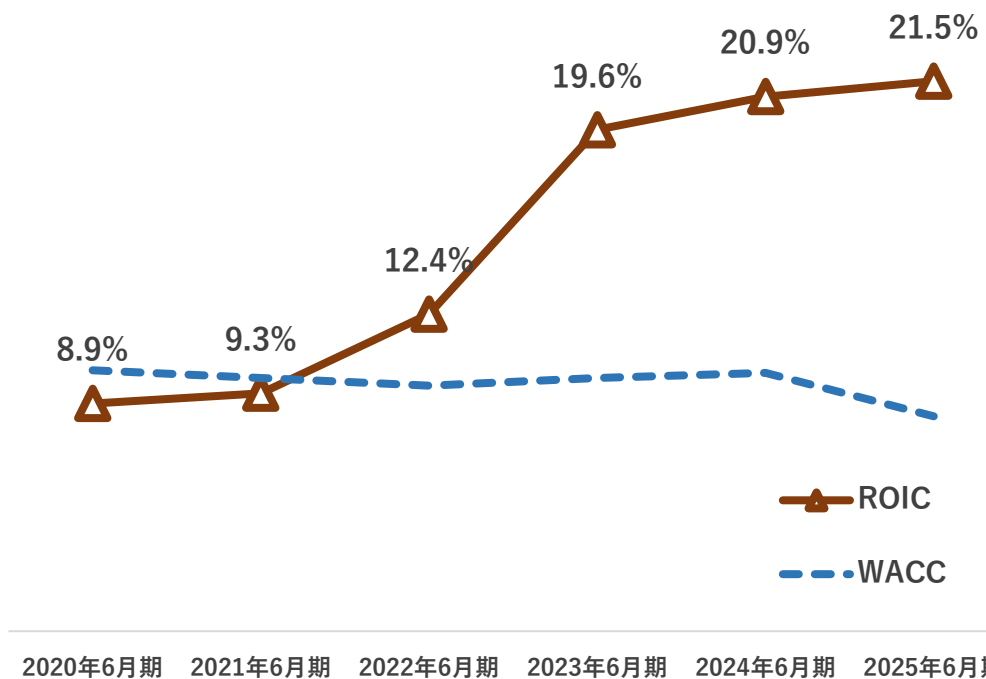


Appendix

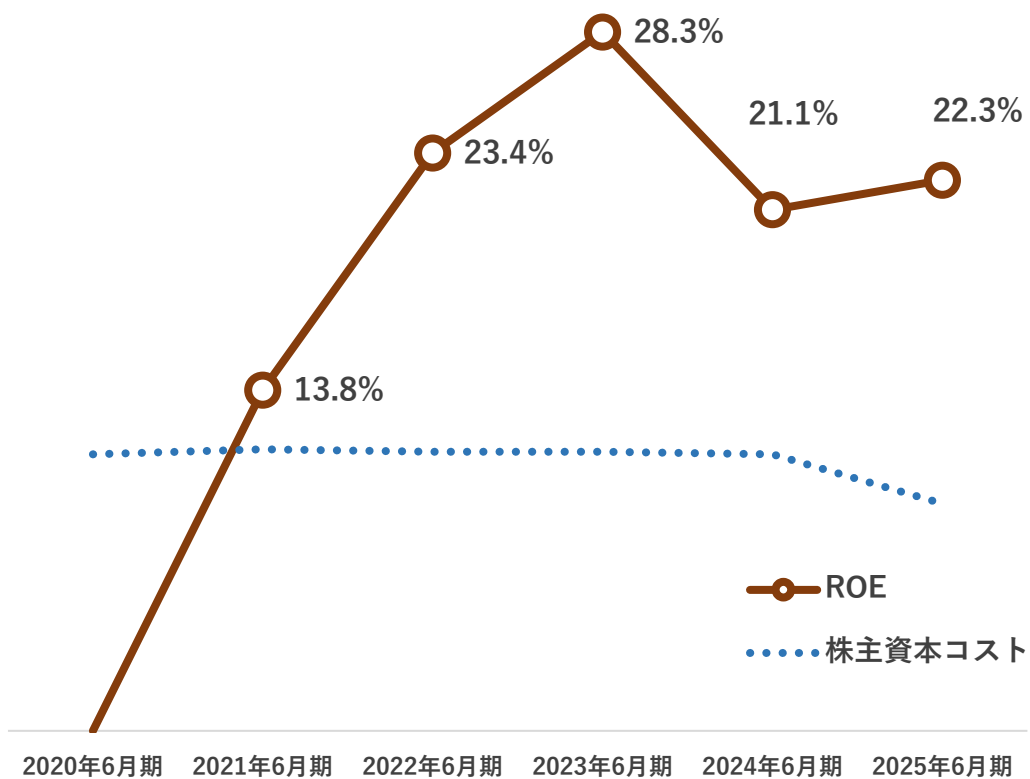
資本収益性と資本コストの比較

資本コストと株価を意識した経営の実現に向けて

ROICとWACCの推移



ROEと株主資本コストの推移



(注) ROICはNOPAT(営業利益×(1-法定実効税率))÷(有利子負債+株主資本、期中平均)で算出しております。

11年間の連結業績ハイライト

	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6
業績の状況												
売上高	百万円	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587
営業利益	百万円	-88	447	387	355	610	420	519	767	1,296	1,465	1,597
経常利益	百万円	83	236	494	365	718	275	666	1,284	1,335	1,501	1,635
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	-330	-216	304	380	493	-210	298	581	884	795	948
キャッシュ・フローの状況												
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	37	24	352	757	529	549	339	1,185	846	655	2,186
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-91	-159	-325	738	-336	-685	-311	-274	-274	-120	-129
フリー・キャッシュ・フロー	百万円	-54	-135	27	1,495	193	-135	27	910	571	535	2,056
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-90	212	-92	-794	-338	705	423	-294	-744	-470	-547
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	902	1,045	995	1,696	1,559	2,135	2,587	3,214	3,074	3,169	4,639
資産の状況												
総資産	百万円	5,291	5,773	5,706	5,327	5,788	5,462	7,163	7,548	8,595	8,472	10,409
純資産	百万円	1,423	1,402	1,555	1,888	2,397	2,087	2,340	2,820	3,728	4,136	4,701
有利子負債	百万円	1,684	1,833	1,716	1,020	720	1,506	1,915	1,722	1,218	991	787
設備投資・減価償却の状況												
設備投資額	百万円	105	143	291	236	256	28	164	48	141	124	163
減価償却費	百万円	170	149	127	141	161	143	106	94	85	92	114

(注) 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

11年間の連結業績ハイライト

	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6
株式の状況												
発行済株式総数	株	3,611,200	3,697,600	7,417,200	7,434,400	7,569,800	15,191,600	15,191,600	15,191,600	15,191,600	15,197,600	15,197,600
1株当たり配当金	円	10	30	10	10	10	2	6	12	15	20	22
配当性向	%	-	-	24.1%	19.4%	15.2%	-	30.3%	31.1%	25.3%	37.5%	34.6%
1株当たりの状況												
						*	*					
1株当たりの当期純利益額	円	-93.76	-60.43	41.57	25.85	33.42	-13.97	19.83	38.58	59.28	53.30	63.58
1株当たりの純資産額	円	371.66	343.55	198.20	120.72	153.13	135.17	151.30	178.92	238.78	266.20	304.55
経営指標												
営業利益率	%	-0.7%	3.3%	2.8%	2.6%	4.2%	3.0%	3.4%	4.7%	6.8%	8.2%	8.2%
ROE	%	-	-	22.4%	23.5%	24.2%	-	13.8%	23.4%	28.3%	21.1%	22.3%
ROA	%	1.5%	4.3%	8.6%	6.6%	12.9%	4.9%	10.6%	17.5%	16.5%	17.6%	17.3%
自己資本比率	%	25.1%	21.8%	25.5%	33.4%	39.7%	37.3%	31.8%	35.7%	41.4%	46.9%	43.7%
D/Eレシオ	倍	1.3	1.5	1.2	0.6	0.3	0.7	0.8	0.6	0.3	0.2	0.2
従業員の状況												
従業員数	人	196	260	273	358	382	354	334	376	347	360	403
生産性の状況（期中平均）												
1人当たりの売上高	千円	62,515	58,744	52,127	42,909	39,535	38,299	44,640	45,607	52,439	50,659	51,342
1人当たりの営業利益	千円	-460	1,962	1,453	1,127	1,648	1,143	1,509	2,163	3,587	4,145	4,187

(注) 1. 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

2. 2017年5月30日付で普通株式1株につき2株の割当で株式分割を行っております。

3. 2019年7月11日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行い、1株当たりの状況(*)は有価証券報告書に基づきます。

11年間のセグメント別業績

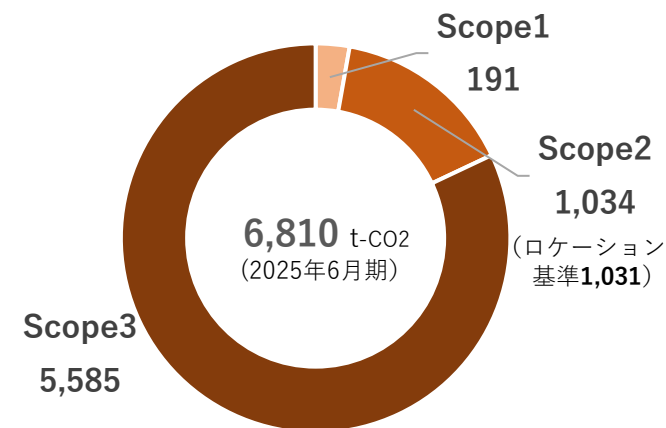
	単位	2015/6	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6		
売上高 (旧セグメント)								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント		3事業体制		(現セグメント)	
コミュニケーション事業①	百万円	5,789	5,429	5,715	6,194	7,434	8,158						ブランドコミュニケーション事業 ①マーケティング& コミュニケーション(PR)	
スポーツ事業②	百万円	804	1,068	1,302	1,278	1,366	1,080	5,818	9,119	7,744	8,207	14,447		16,225
SP・MD事業③	百万円	2,313	3,531	2,588	1,451	1,234	1,389	4,984	3,644	5,489	7,178		②セールス アクティベーション	
bills事業	百万円	2,930	3,120	4,100	4,421	4,241	3,259	3,259	2,355	2,359	2,901	3,268	3,295	フードブランディング事業
開発事業	百万円	102	244	184	191	351	205	31	236	596	669	192	66	ビジネス ディベロップメント事業
計	百万円	11,940	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587	計
【小計】①+②+③	百万円	8,907	10,029	9,606	8,924	10,035	10,629	10,803	12,764	13,234	15,385	14,447	16,225	【小計】①+②
セグメント利益								過年度遡及	2023/6までの報告セグメント		3事業体制			
コミュニケーション事業①	百万円	694	666	595	715	996	1,162							ブランドコミュニケーション事業 ①マーケティング& コミュニケーション(PR)
スポーツ事業②	百万円	73	140	172	178	237	288	968	1,284	1,954	1,917	2,532	2,727	
SP・MD事業③	百万円	-110	294	34	-150	2	2	514	310	344	380			②セールス アクティベーション
bills事業	百万円	-155	28	126	166	66	-210	-210	-293	-366	76	116	93	フードブランディング事業
開発事業	百万円	-72	-71	-25	40	59	-4	-40	110	-82	88	26	16	ビジネス ディベロップメント事業
調整額	百万円	-516	-611	-515	-594	-753	-817	-810	-892	-1,082	-1,166	-1,209	-1,238	調整額
計	百万円	-88	447	387	355	610	420	420	519	767	1,296	1,465	1,597	計
【小計】①+②+③	百万円	656	1,101	802	743	1,237	1,452	1,482	1,595	2,299	2,297	2,532	2,727	【小計】①+②

(注) 収益認識会計基準等を2022年6月期の期首より適用しております。

コーポレート・ガバナンス／サステナビリティ

	単位	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6
取締役会の構成（該当年度の株主総会決議後）						
計	名	8	6	6	6	6
うち男性取締役	名	7	4	3	3	3
女性取締役	名	1	2	3	3	3
女性取締役比率	%	12.5	33.3	50.0	50.0	50.0
うち取締役（社外取締役を除く）	名	5	3	3	3	3
社外取締役	名	3	3	3	3	3
社外取締役比率	%	37.5	50.0	50.0	50.0	50.0
取締役会の開催状況						
取締役会の開催数	回	20	20	20	20	18
うち取締役の平均出席率（社外取締役を除く）	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
社外取締役の平均出席率	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
監査等委員会の開催状況						
監査等委員会の開催数	回	21	22	18	20	18
監査等委員の平均出席率	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
女性活躍推進に関する取組状況（連結）						
管理職に占める女性労働者比率	%	-	-	44.7	44.4	44.3
労働者に占める女性労働者比率	%	-	-	62.8	61.8	62.0
男性労働者の育児休業取得率	%	-	-	100.0	0.0	28.6
労働者の男女の賃金差異（全労働者）	%	-	-	76.6	79.7	81.0

温室効果ガス排出量

(単位：t-CO₂)

Scope3 計	5,585
1 購入	3,084
2 資本財	1,346
3 その他燃料	222
4 輸送（上流）	345
5 事業廃棄物	3.56
6 従業員の出張	462
7 従業員の通勤	115
8 リース資産（上流）	7.13

Good Vibes. Good Future.

たのしいさわぎで明日の希望をつくる

- ・本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- ・本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- ・本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。
- ・本資料中の予想・予測などは、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、実際の業績は、事業環境の変化等の様々な要因により、記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることがあります。

< 本件に関するお問い合わせ >

株式会社サニーサイドアップグループ グループ経営管理部経営管理チーム

<https://www.ssu.co.jp/ir/> mail : keiki@ssu.co.jp