



株式会社サニーサイドアップグループ

2026年6月期

決算補足説明資料

エグゼクティブサマリー

- 2期連続増収、営業利益は6期連続で増益を達成、いずれも過去最高を更新
- 中期方針期間の定量目標を超過達成、主力のブランドコミュニケーション事業の成長と効率改善が寄与
- 子会社化したPRテック企業ビルコムの子会社化による将来事業計画を見直し、のれんを含む固定資産の減損損失13.9億円計上
PRとSaaSとの一体的提供を目指し、営業支援体制の更なる強化を図る
- 株式会社アカツキによる当社株券等に対する公開買付けが成立、経営統合へ実務協議・手続きが本格化

連結売上高・営業利益

過去最高

ブランドコミュニケーション事業
売上高成長率

+ 36.0% [3期平均
+12.8%]

ビルコムのPMI重点課題
PR×クラウド型PR効果測定ツール

営業体制の強化へ

中計方針期間の定量目標
連結営業利益20億円

超過達成

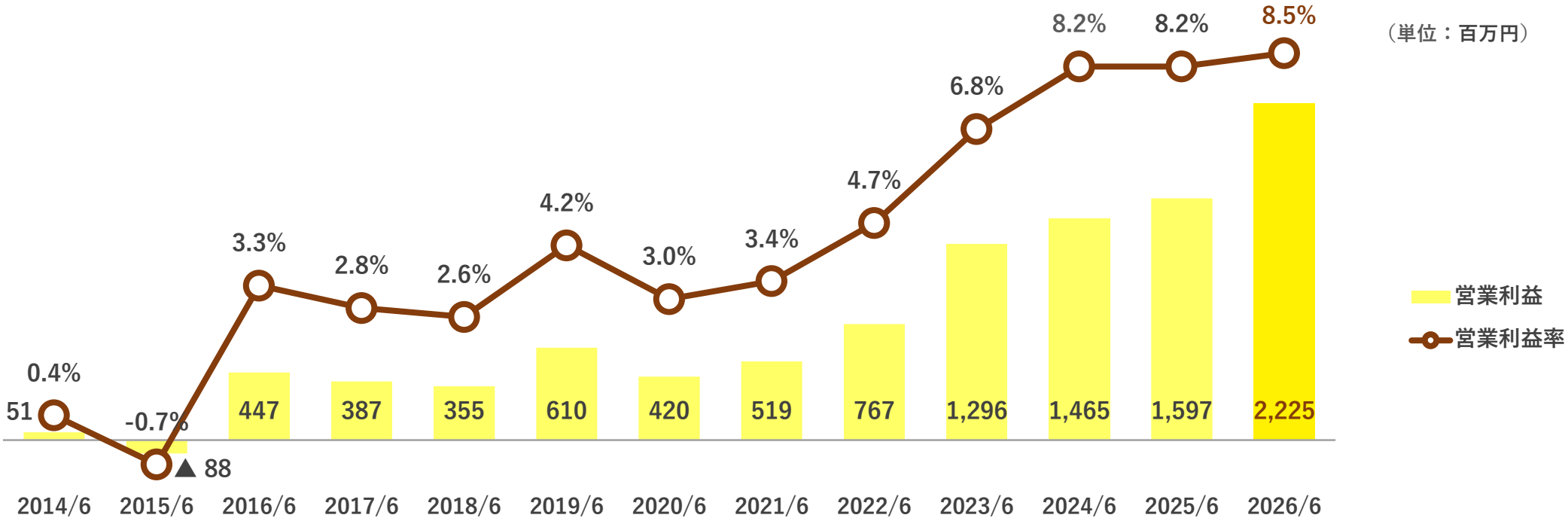
ブランドコミュニケーション事業
営業利益率

16.3% [3期平均
16.8%]

株式会社アカツキによる
公開買付け成立

経営統合の本格化

収益性の改善推移



経営体制・戦略	・ 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	コア事業の強化
M&A	・ 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 ・ 2026年6月 (株)アカツキによる公開買付け成立	
事業整理	・ 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 連結決算の概況
2. 事業状況
3. 中期方針期間の総括
4. 公開買付けの成立と経営統合の本格化

1.

2026年6月期 連結決算の概況

連結業績の概況

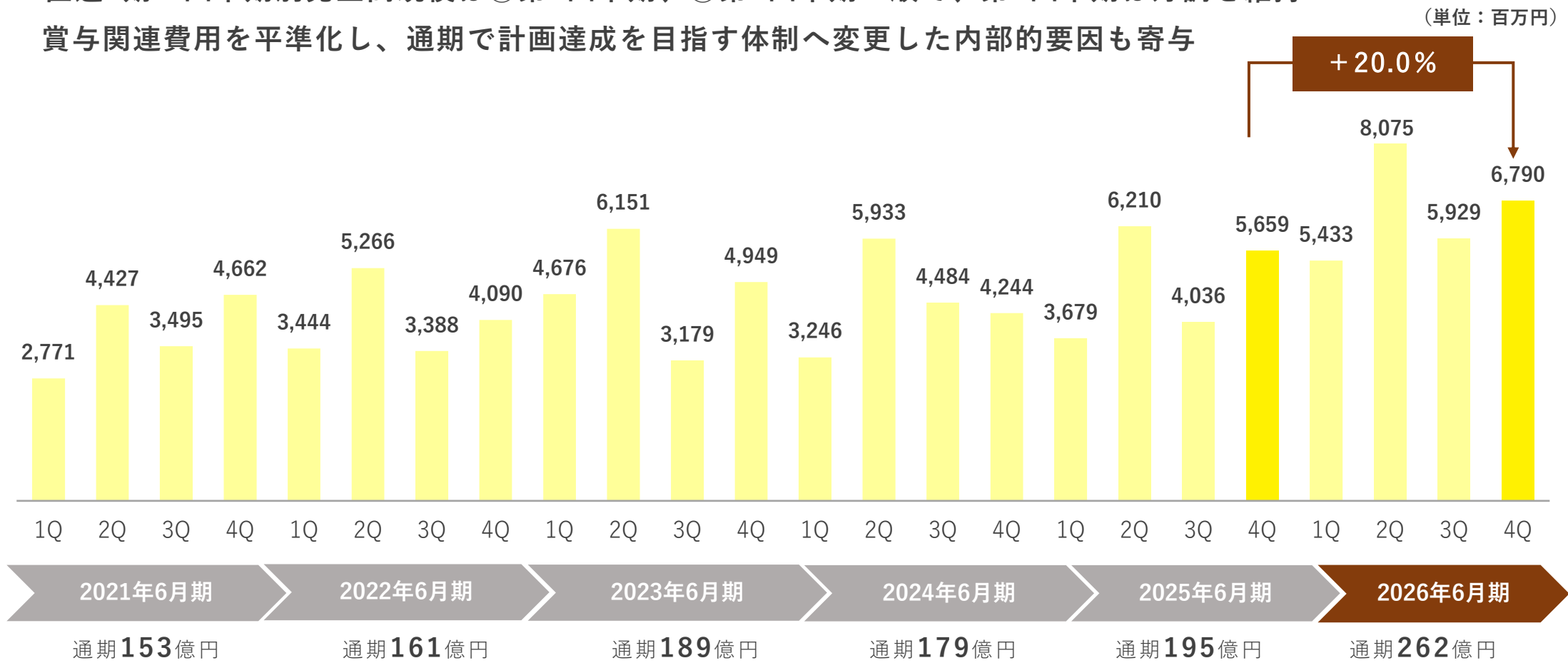
- 売上高は2期連続増収、前回発表の予想値を超過、主力事業の好調な受注が持続
 - 営業利益は6期連続増益、増収効果により人件費等のコスト増を吸収、主力事業では施策効果で受注単価が上昇
 - 経常利益まで過去最高を更新するも、特別損失20.7億円計上の影響により、当期純損失を計上
- 主な内訳は公開買付関連費用6.3億円、のれんを含む固定資産の減損損失14.2億円（ビルコム関連13.9億円）

（単位：百万円）

	2024年6月期 実績	2025年6月期 実績	2026年6月期 実績	対前年同期 増減率	2026年6月期 通期業績予想 （2026年2月13日公表）	業績予想に 対する差異率
売上高	17,908	19,587	26,229	+ 33.9%	23,200	+ 13.1%
営業利益 （営業利益率）	1,465 (8.2%)	1,597 (8.2%)	2,225 (8.5%)	+ 39.3% (+ 0.3pt)	2,250 (9.7%)	▲ 1.1%
経常利益	1,501	1,635	2,220	+ 35.7%	2,250	▲ 1.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	795	948	▲ 369	—	1,280	—
1株当たり 当期純利益	53.30円	63.58円	▲ 25.05円	—	86.76円	—

四半期別売上高推移

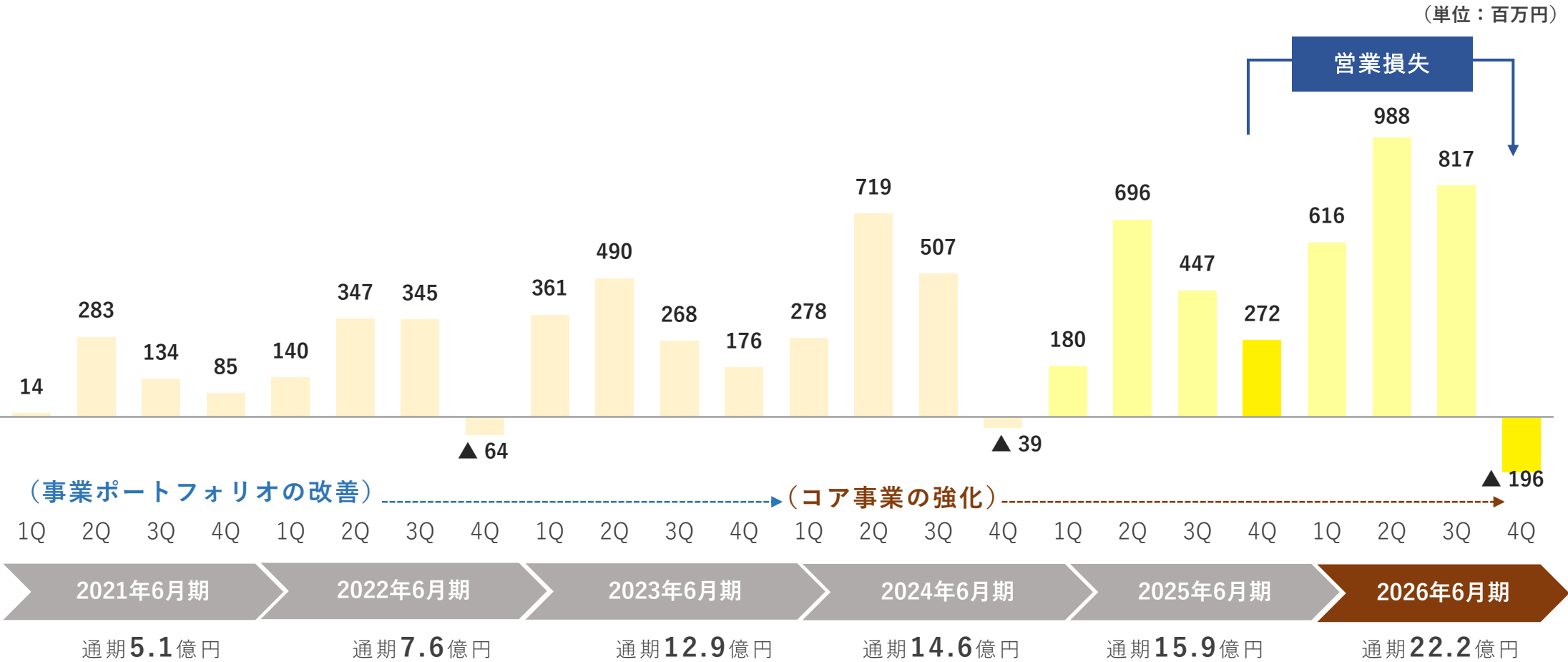
- 第4四半期は2割伸長、5四半期連続で増収達成
- 直近2期の四半期別売上高規模は①第2四半期、②第4四半期の順で、第4四半期は好調を維持
賞与関連費用を平準化し、通期で計画達成を目指す体制へ変更した内部的要因も寄与



(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4四半期は売上好調も営業損失を計上、業績進捗を踏まえてインセンティブ賞与等の人財投資を拡充
将来的な事業成長を見据えて行ったIPコンテンツの開拓等のマーケティング費用も影響



(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

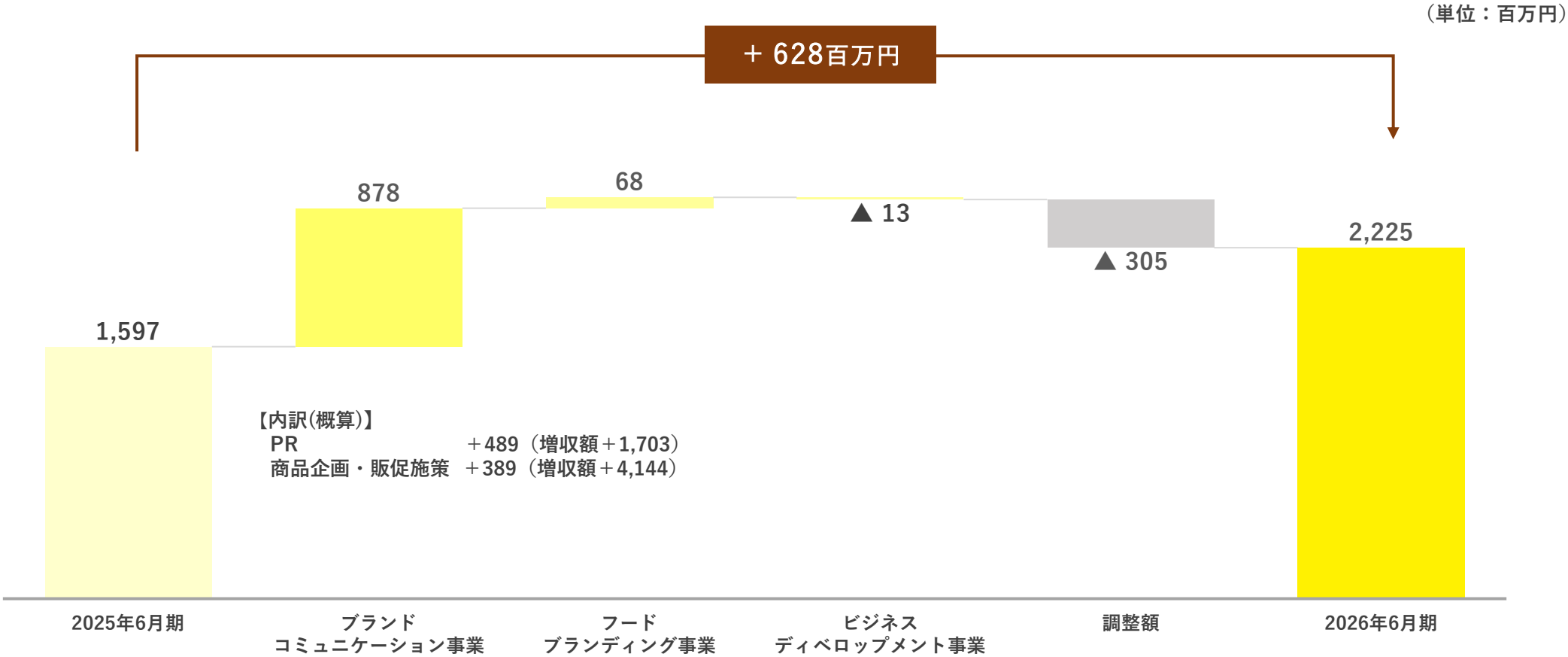
- 全セグメントで増収達成、ビジネスディベロップメント事業ではビルコムの損益3か月分の連結が寄与
 - ブランドコミュニケーション事業、フードブランディング事業ともに二桁増益を達成
- 一方、ビジネスディベロップメント事業は減益、ビルコムの株式取得に伴うのれんの償却等が影響

(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	2025年 6月期	2026年 6月期	対前年 同期 増減率	2024年 6月期	2025年 6月期	2026年 6月期	対前年 同期 増減率
ブランド コミュニケーション事業	14,447	16,225	22,072	+ 36.0%	2,532 (17.5%)	2,727 (16.8%)	3,605 (16.3%)	+ 32.2% (▲0.5pt)
フード ブランディング事業	3,268	3,295	3,634	+ 10.3%	116 (3.5%)	93 (2.8%)	161 (4.4%)	+ 73.6% (+ 1.6pt)
ビジネス ディベロップメント事業	192	66	523	+ 685.6%	26 (13.9%)	16 (24.3%)	2 (0.5%)	▲83.5% (▲23.8pt)
調整額（全社費用ほか）	—	—	—	—	▲1,209	▲1,238	▲1,544	—

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
商品企画・販促施策では増収効果を楽しむ、PRでは営業政策の奏功により効率化が進展



連結財務諸表

	2024年6月末		2025年6月末		2026年6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	6,549	77.3%	8,626	82.9%	8,369	80.4%	▲256
現金及び預金	3,185	37.6%	4,655	44.7%	3,906	37.5%	▲749
売掛金	2,494	29.4%	2,979	28.6%	3,896	37.4%	+ 916
未成業務支出金	306	3.6%	486	4.7%	237	2.3%	▲249
その他の流動資産	563	6.6%	504	4.8%	330	3.2%	▲174
固定資産	1,923	22.7%	1,783	17.1%	2,043	19.6%	+ 260
のれん	234	2.8%	193	1.9%	151	1.5%	▲41
その他の固定資産	1,688	19.9%	1,590	15.3%	1,891	18.2%	+ 301
資産合計	8,472	100.0%	10,409	100.0%	10,413	100.0%	+ 3
負債合計	4,336	51.2%	5,708	54.8%	6,607	63.4%	+ 898
買掛金	1,515	17.9%	2,883	27.7%	1,423	13.7%	▲1,460
有利子負債	991	11.7%	787	7.6%	1,691	16.2%	+ 903
その他の負債	1,829	21.6%	2,037	19.6%	3,492	33.5%	+ 1,455
純資産合計	4,136	48.8%	4,701	45.2%	3,806	36.6%	▲894
資産・負債合計	8,472	100.0%	10,409	100.0%	10,413	100.0%	+ 3

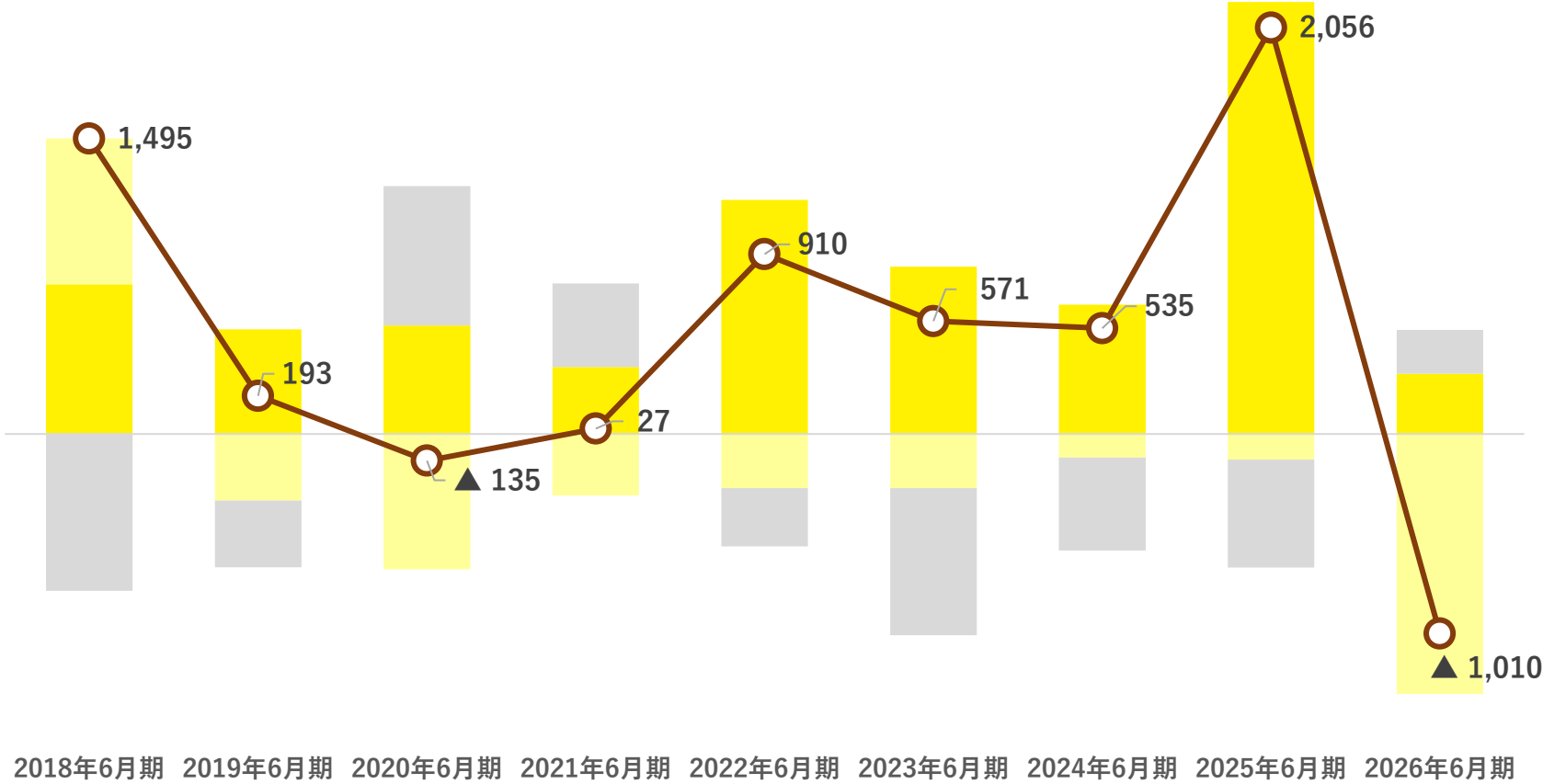
ビルコムの子会社取得と減損損失の影響のれんの未償却残高を減損処理、前期末に対する変動額は限定的

有利子負債増加要因ビルコムの子会社取得資金として長期借入金8.7億円増加

純資産の減少要因配当支払額3.8億円と当期純損失▲3.6億円計上により、利益剰余金が減少

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)



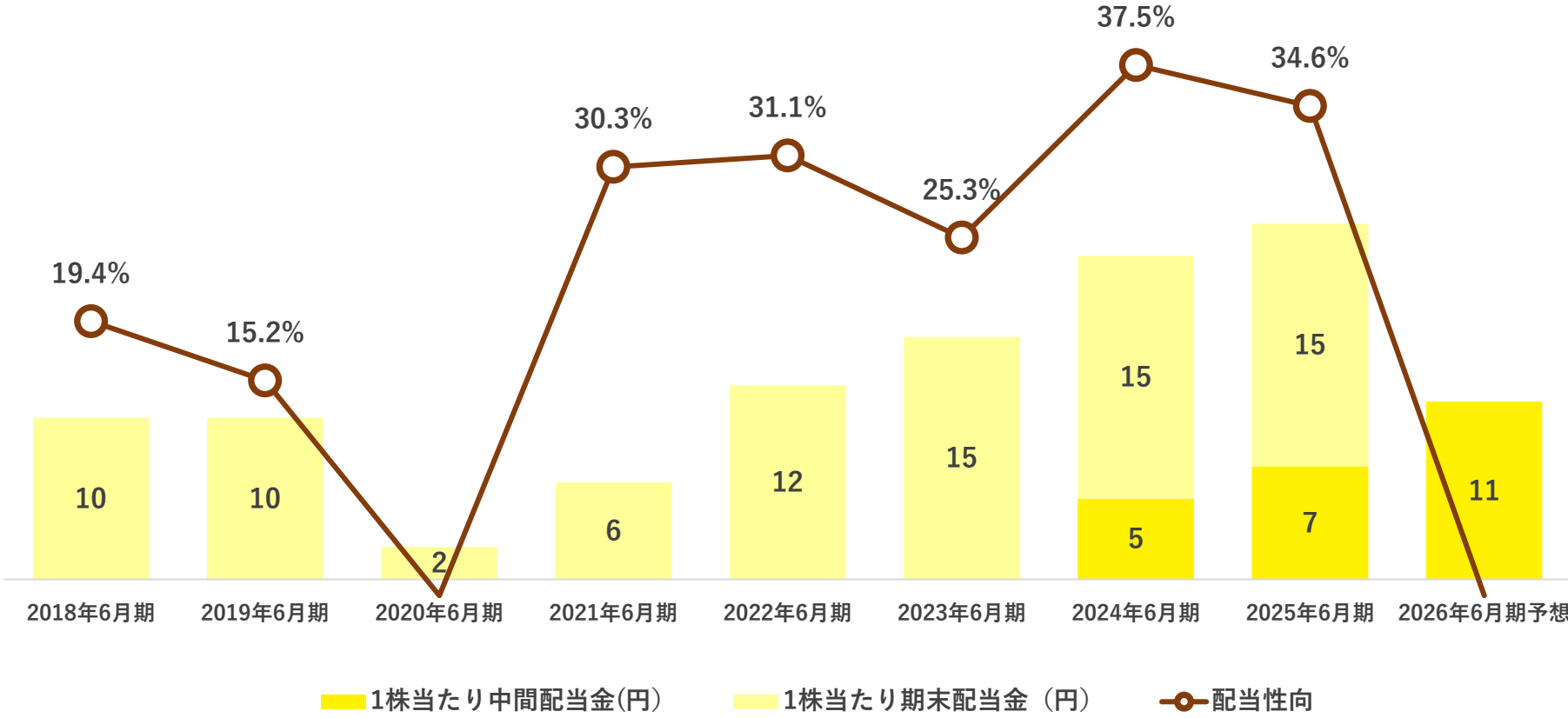
【財務CF：主な要因】	
長期借入れ	+1,200
(ビルコム株式取得資金)	
配当金の支払	▲385
自己株式の取得	▲199
有利子負債の返済	▲393
財務CF	+221
【営業CF：主な要因】	
税金等調整前当期純利益	257
営業CF	+305
【投資CF：主な使途】	
ビルコム株式取得	▲1,188
投資CF	▲1,316

営業CF 投資CF 財務CF FCF

配当の状況

- 年間配当は11円（中間配当11円）、2026年5月の意見表明プレスリリース公表時に期末配当を無配へ修正
当社株券等の公開買付価格が期末配当を行わないことを前提に判断・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



2.

事業状況

事業概要

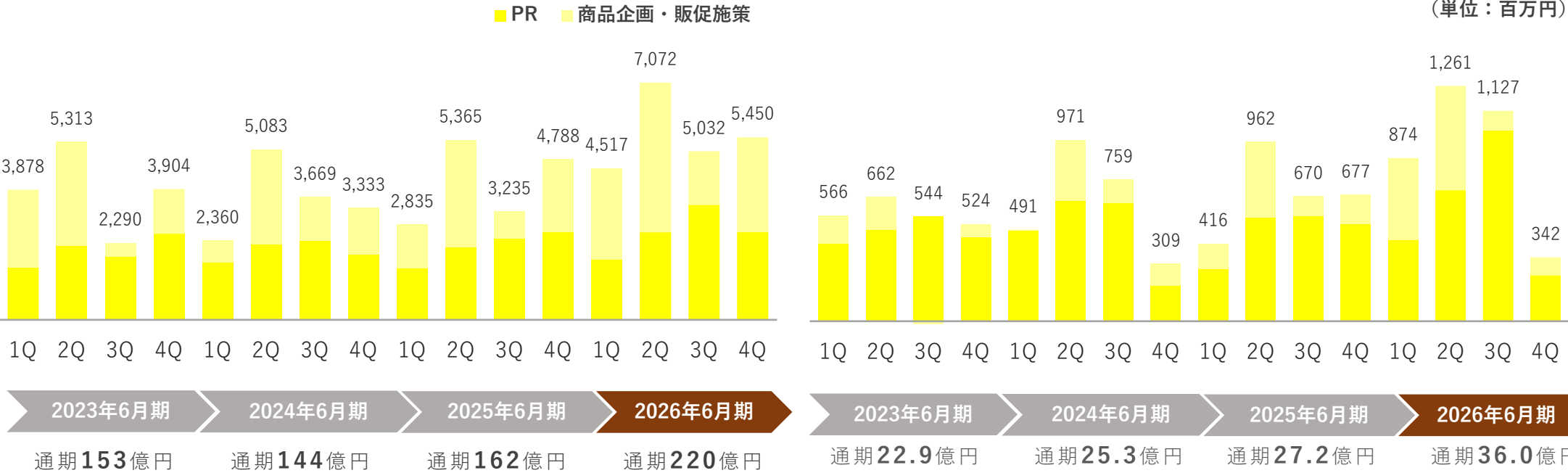
- 2つの事業とグループの事業領域を拡充する新規事業の3事業で構成
- 2023年5月公表の中長期経営方針において、ブランドコミュニケーション事業をコア事業と位置づけ
- ビルコムはSaaSの機能拡張へ更新投資を必要とするため、ビジネスディベロップメント事業に区分

報告セグメント

ブランド コミュニケーション事業	 SUNNY SIDE UP		・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
			
	steady study		
フードブランディング 事業			・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）
ビジネス ディベロップメント事業	TKG CONSULTING		・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
			
持分法適用関連会社		株式会社AnyUp／株式会社KEI CONCEPT Japan	

ブランドコミュニケーション事業 業績推移

- PRは第4四半期に僅かに減収となるも、大幅増収に転じた前年同期並みの売上高を確保
アップセルの推進、マーケティング戦略支援の受注により案件が大型化、受注単価が上昇して効率改善が進展
- 商品企画・販促施策は5四半期連続増収、第4四半期にIPコンテンツの開拓等のマーケティング費用を計上



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	2,619
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	2,830
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	5,450
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	10,458
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	11,614
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	22,072

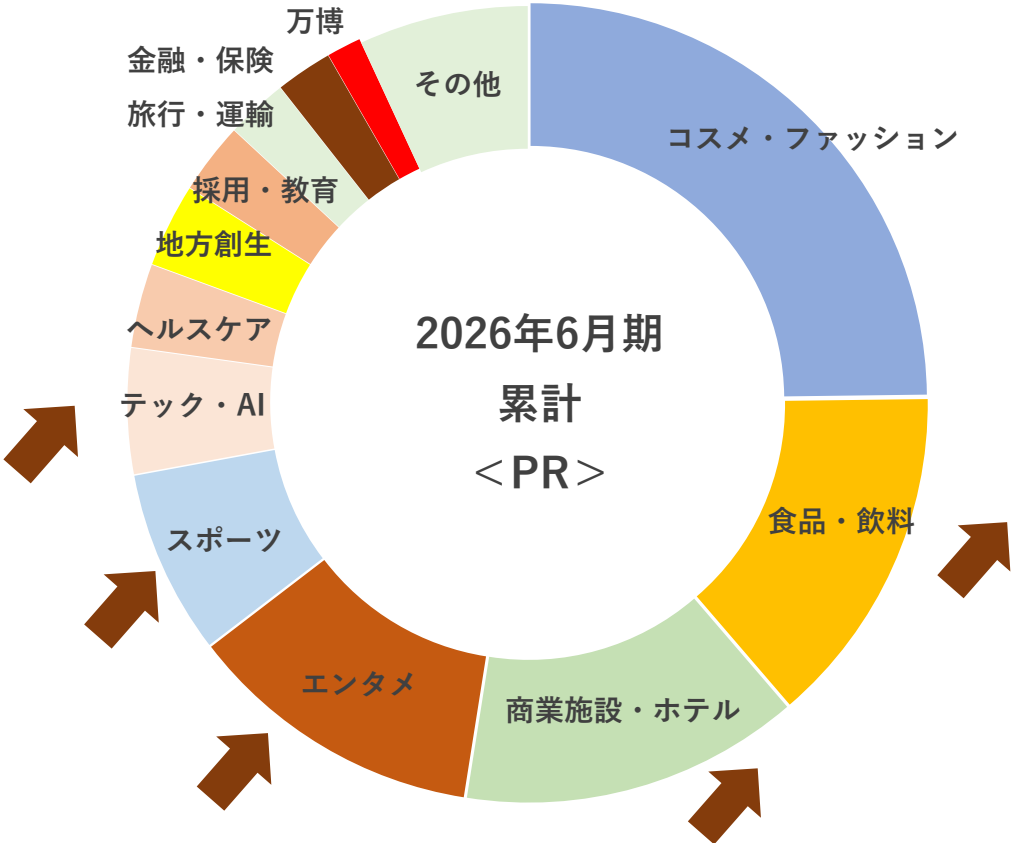
ブランドコミュニケーション事業 PR業種別売上構成

【主力業種】 ①コスメ・ファッション、②食品・飲料、③商業施設・ホテル、④エンタメ、⑤スポーツ

【大幅伸長】 ②食品・飲料：アップセルの推進、マーケティング戦略支援の受注獲得

③商業施設・ホテル：開業支援が好調、開業時のスポット支援から通常時のリテナー契約への移行も進む

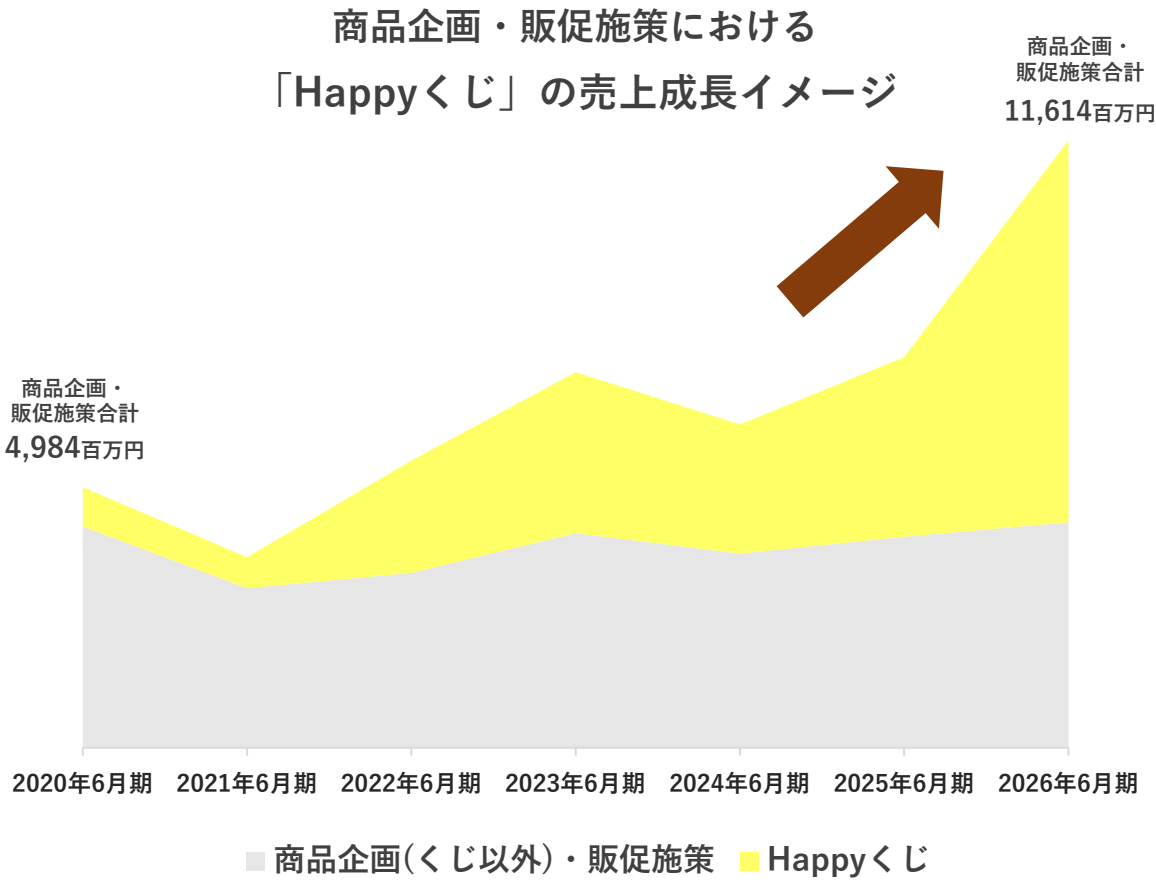
④エンタメ：イベント・展覧会の開催支援、⑤スポーツ：世界的なイベント開催に伴う需要拡大



(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 商品企画「Happyくじ」

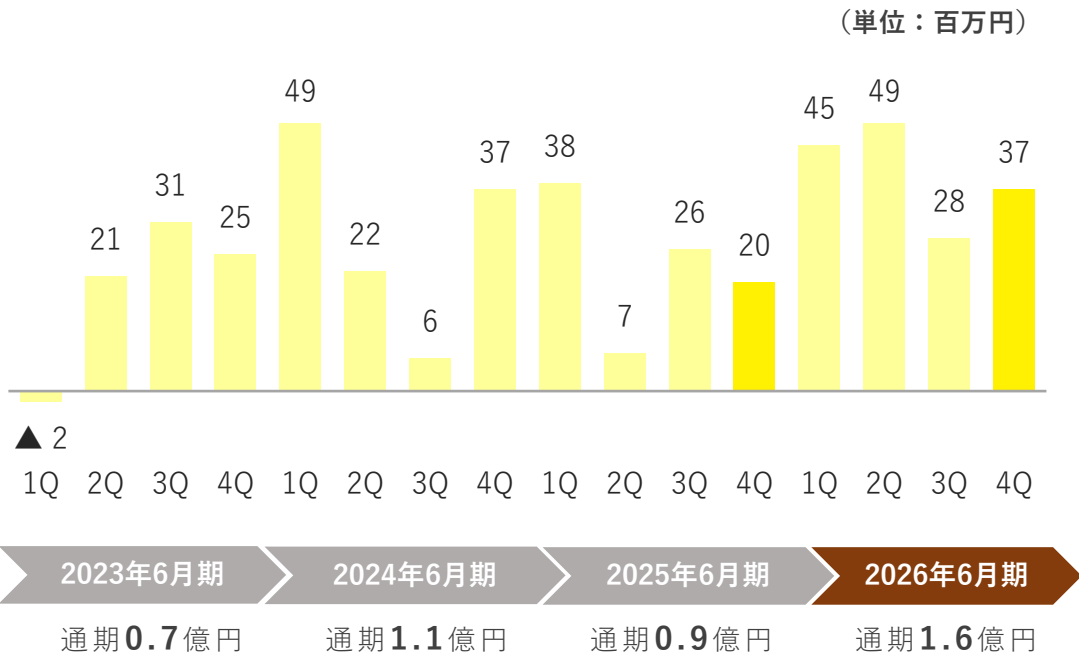
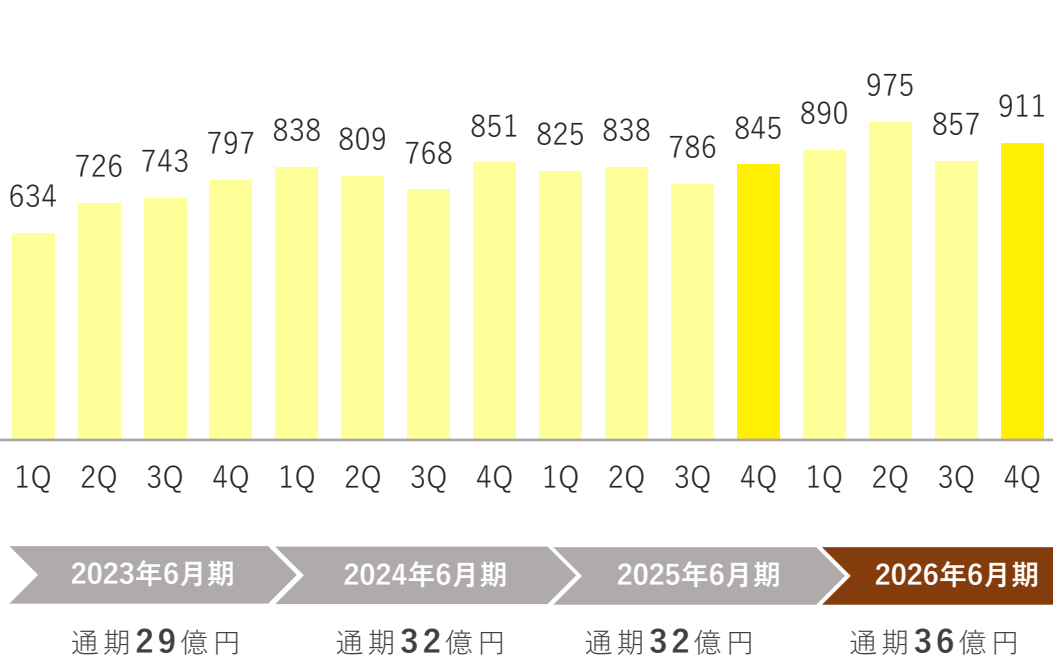
- 商品企画・販促施策の売上高の約6割を構成する「Happyくじ」は、前年の2倍超の規模に成長
受注件数の増加、企画規模の大型化により、効率化が進展
- 長年携わってきたIPコンテンツに加え、企業ブランドや映画・TV連動など、新規IPを活用した企画も好調



- 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

- 4四半期連続増収、銀座店・表参道店が好調持続、国内billsはコロナ前の通期売上高を7期ぶりに上回る
- 営業利益もコロナ前水準に回復、年2回のメニュー改定を機に上昇した客単価を維持し、利益改善が進展
- 2026年6月末現在の国内店舗数は直営6店舗（定期建物賃貸借契約期間満了に伴う福岡店の営業終了による）

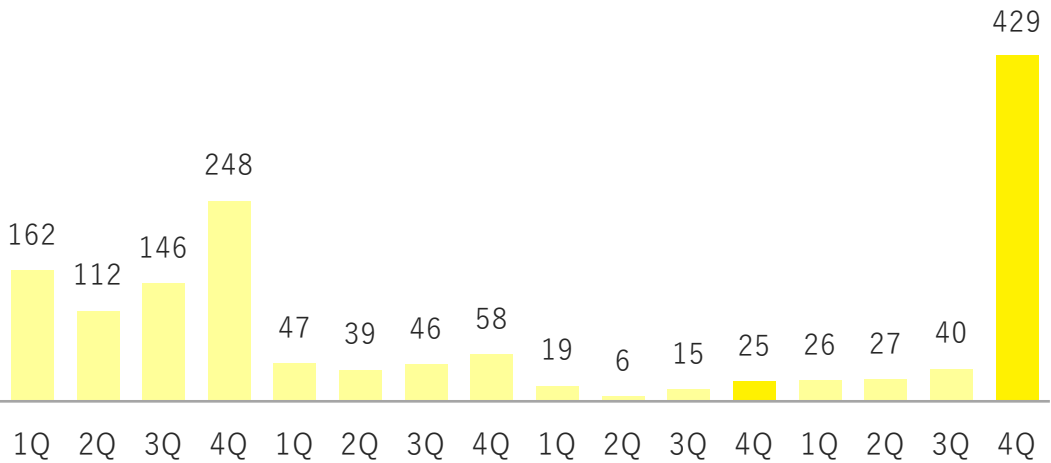


ビジネスディベロップメント事業 業績推移

- 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
- 大幅増収を達成、ビルコムの損益連結が寄与、女性活躍推進や環境関連のコンサルティング受注も拡大
- 第4四半期は営業赤字、ビルコムの株式取得に伴うのれんの償却額・減価償却費の計0.6億円が影響

売上高

4Q **429**百万円／累計 **523**百万円



2023年6月期

通期6.6億円

2024年6月期

通期1.9億円

2025年6月期

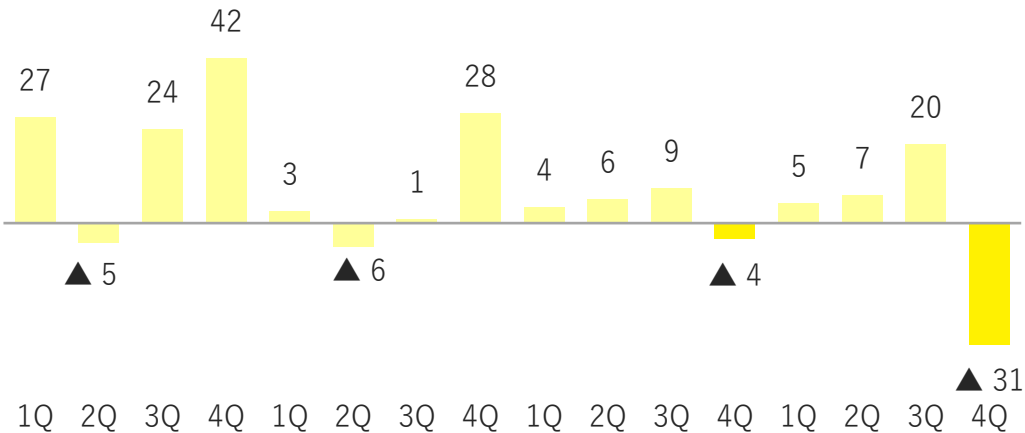
通期0.6億円

2026年6月期

通期5.2億円

営業利益

4Q **▲31**百万円／累計 **2**百万円



(単位：百万円)

2023年6月期

通期0.8億円

2024年6月期

通期0.2億円

2025年6月期

通期0.1億円

2026年6月期

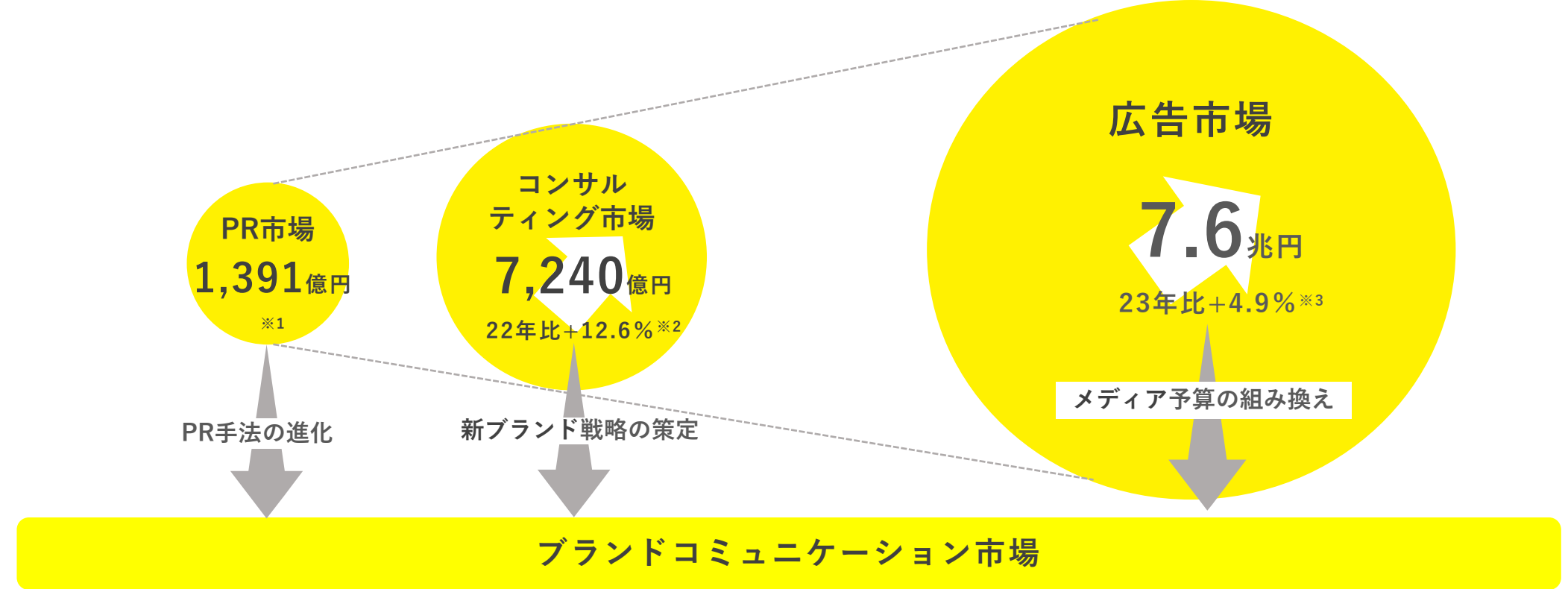
通期0.02億円

3.

中期方針期間の総括

中長期経営方針における事業成長イメージ

- 中長期経営方針において、価値観の変容とブランドへの共感重視、メディアの多様化、AI活用等の事業環境の変化、PR市場動向を背景に、より大きな市場を対象に事業機会の獲得を目指すことを公表
- 現方針期間は、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の構築に注力



(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://prs.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)

業績改善を牽引した3つのドライバー

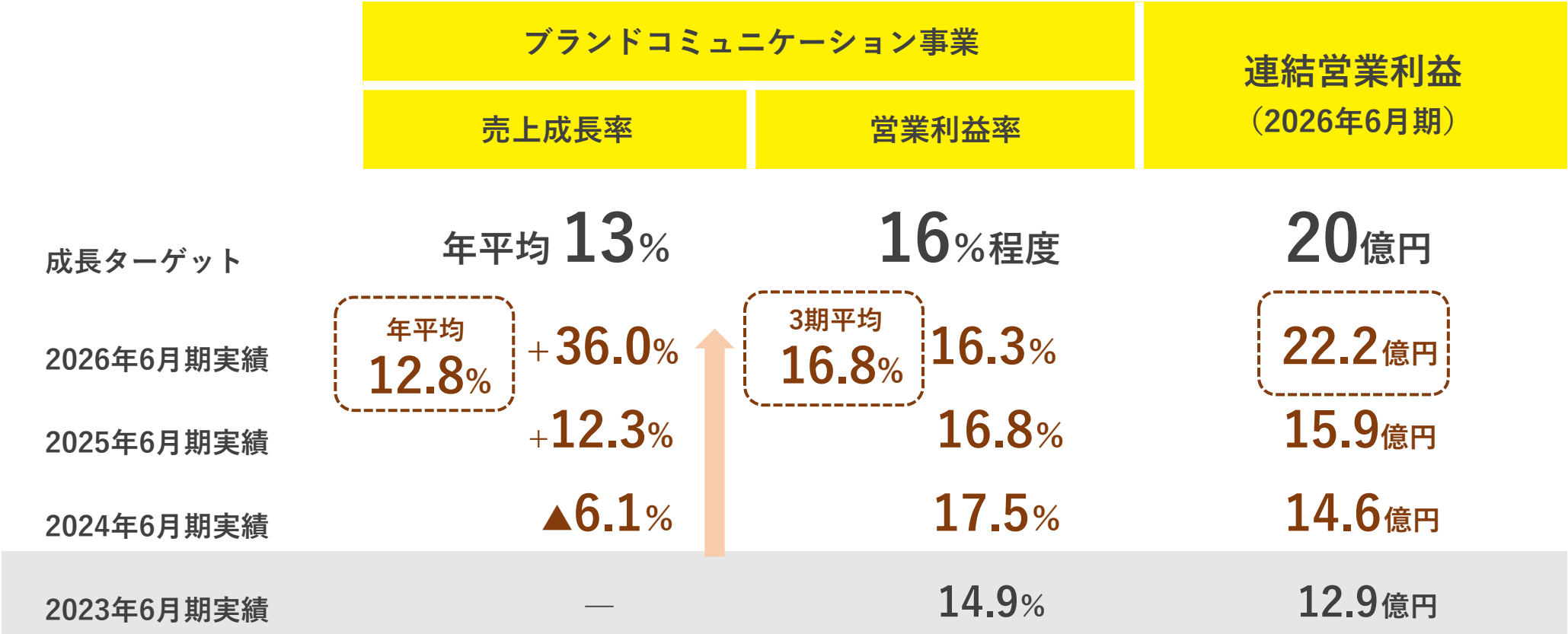
- 2026年6月期を最終年度とする中期方針期間が終了、定量目標の連結営業利益20億円を超過達成
- 【選択と集中】事業ポートフォリオの見直し完了とブランドコミュニケーション事業の強化
- 【施策効果】主力事業における営業政策の刷新と重点施策の加速
- 【基盤の強化】戦略的投資による人財投資の積極化、M&Aによる機能補完

	2023年6月期（開始前）		2026年6月期（最終年度）		増加率（年平均成長率）	
	ブランドコミュニケーション事業	連結	ブランドコミュニケーション事業	連結	ブランドコミュニケーション事業	連結
売上高	153億円	189億円	220億円	262億円	+ 43.5%（+12.8%）	+ 38.4%（+11.4%）
営業利益	22.9億円	12.9億円	36.0億円	22.2億円	+ 56.9%（+16.2%）	+ 71.6%（+19.7%）
営業利益率	14.9%	6.8%	16.3%	8.5%	+ 1.4pt	+ 1.6pt
従業員数	256人	347人	310人	509人	+21.1%（+6.6%）	+46.7%（+13.6%）
純資産／総資産	37億円／85億円		38億円／104億円		+2.1% ／ + 21.2%	
連結子会社数	11社		9社		吸収合併▲2社、株式譲渡▲1社、株式取得+1社	
時価総額	100億円	(4-6月終値平均)	140億円	(2-4月終値平均)	+ 40.1%（意見表明プレスリリース公表前）	
			170億円	(4-6月終値平均)	+ 70.7%（意見表明プレスリリース公表後）	

（注）時価総額は自己株式を除いて算出しています。なお、2026年5月13日付で意見表明プレスリリースを公表したため、公表前後で比較しています。 ©2026 SUNNY SIDE UP GROUP Inc. | 24

主力事業における成長ターゲットの達成

- 【施策効果】・中期方針期間の初年度終了時点では売上成長に課題、2年目後半より持ち直し
- ・PRではアップセルの推進等の重点施策が浸透して受注単価が上昇、効率改善が進展
- 比較的原価率の高い商品企画・販促施策の大幅伸長で構成が変化するも、収益性ターゲットを達成



サニーサイドアップの改善推移

- 【選択と集中】・主力事業の中核を担うサニーサイドアップは2023年7月に経営体制を変更、同9月に3社間統合完了
- 【施策効果】・営業政策を刷新、クライアントとの関係性構築やサービスの高付加価値化に注力
- ・1年目(効率化)低採算案件・稼働体制見直し、2年目(高付加価値化)アップセル・グループ共同提案
 - ・3年目(高付加価値化・案件大型化) アップセルの推進、マーケティング戦略支援等の提案を強化
- 【基盤の強化】・採用強化と専門教育プログラムの拡充

営業政策と基盤の強化

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、イベント活用
- ・ 営業対象を広報からマーケティング部門へ拡大

サービスの
高付加価値化

アップセルの推進と組織連携による提案

- ・ PRにSNS戦略・販促施策等を追加提案
- ・ グループ企業との共同提案事例も増加

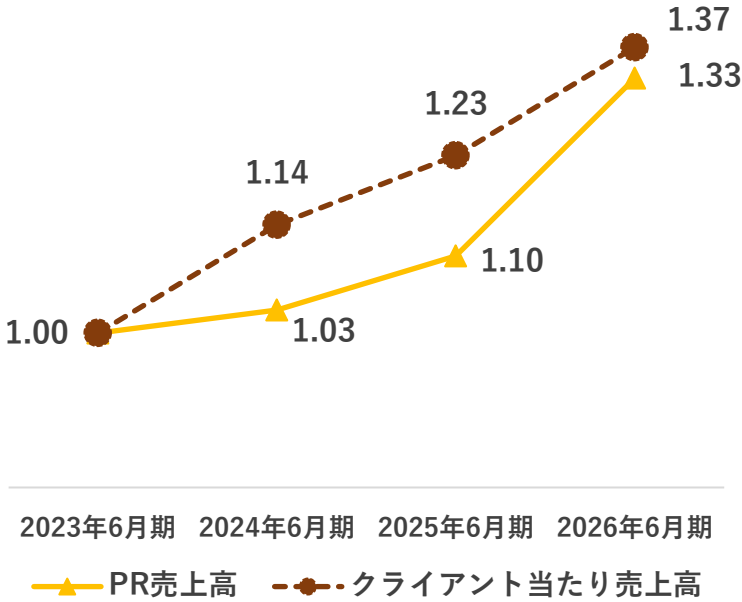
採用・教育

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

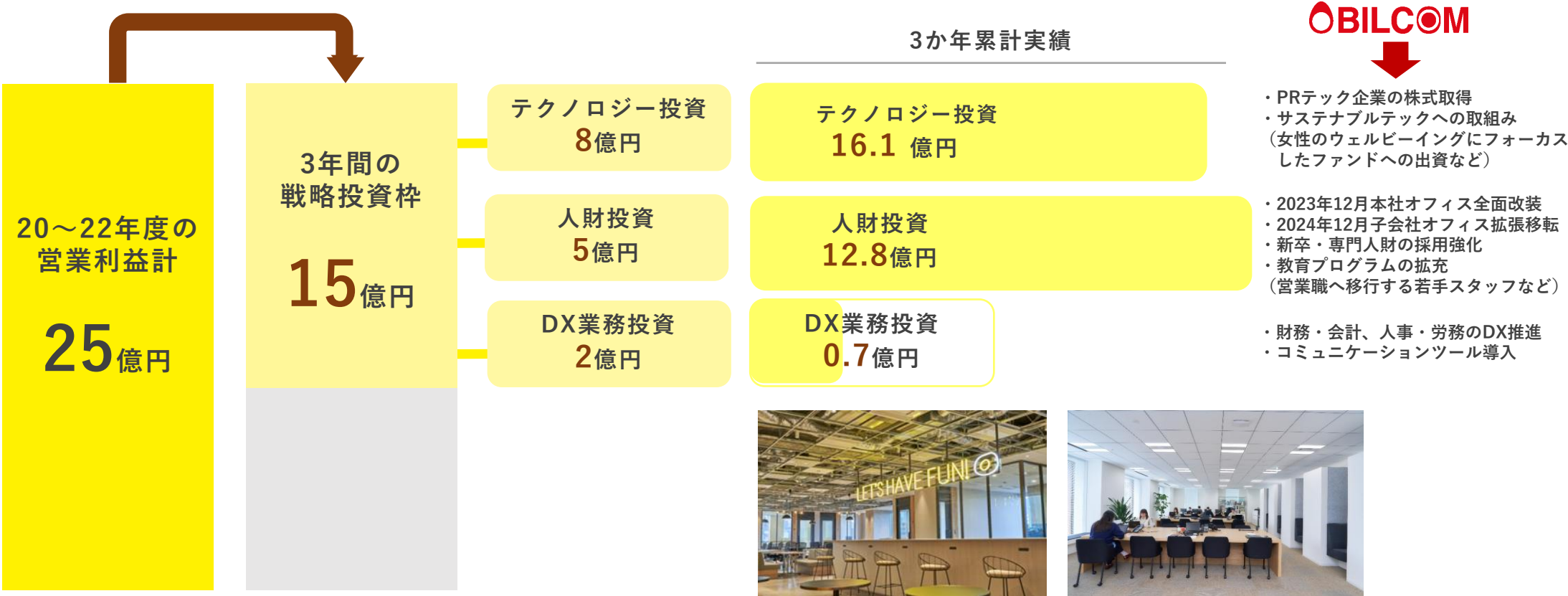
(統合前の2023年6月期＝1とした場合)



成長への戦略投資

成長に向けた戦略方針

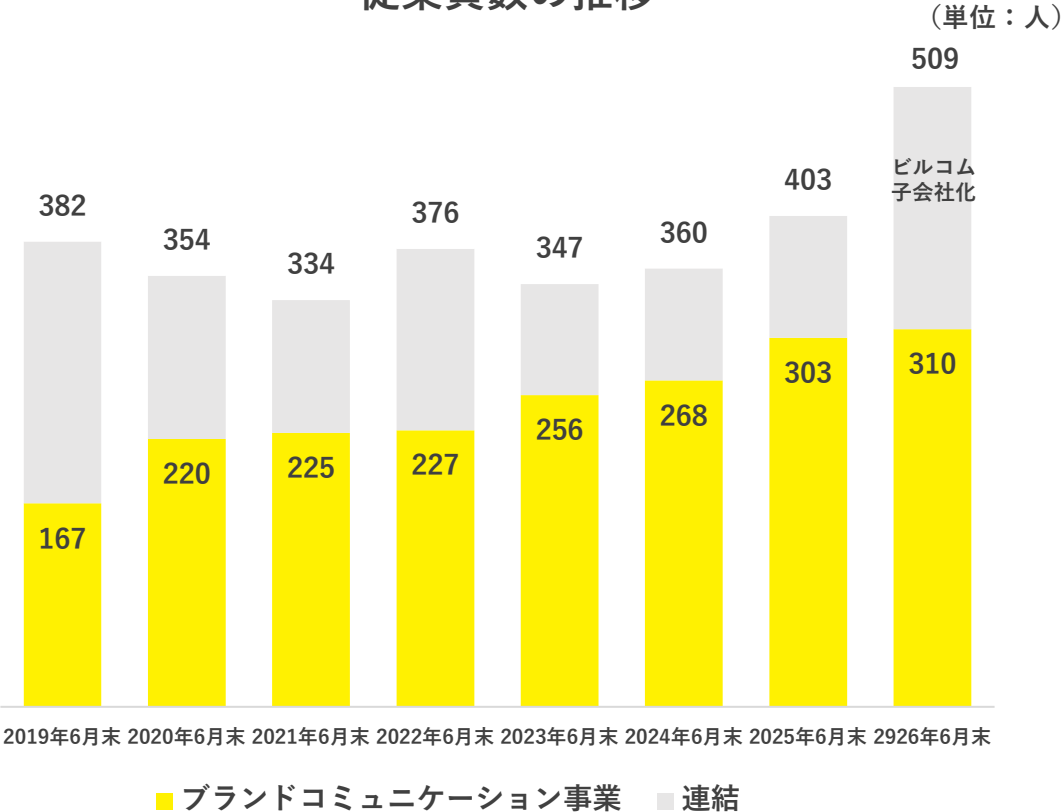
- 【基盤の強化】・3か年を対象に総額15億円を「成長への戦略投資枠」に設定、当初計画した事項は概ね完了
- ・人財投資に重点配分、採用の強化・教育拡充・オフィス整備に注力
 - ・課題としていたテクノロジー領域ではM&Aを通じて必要な機能を補完



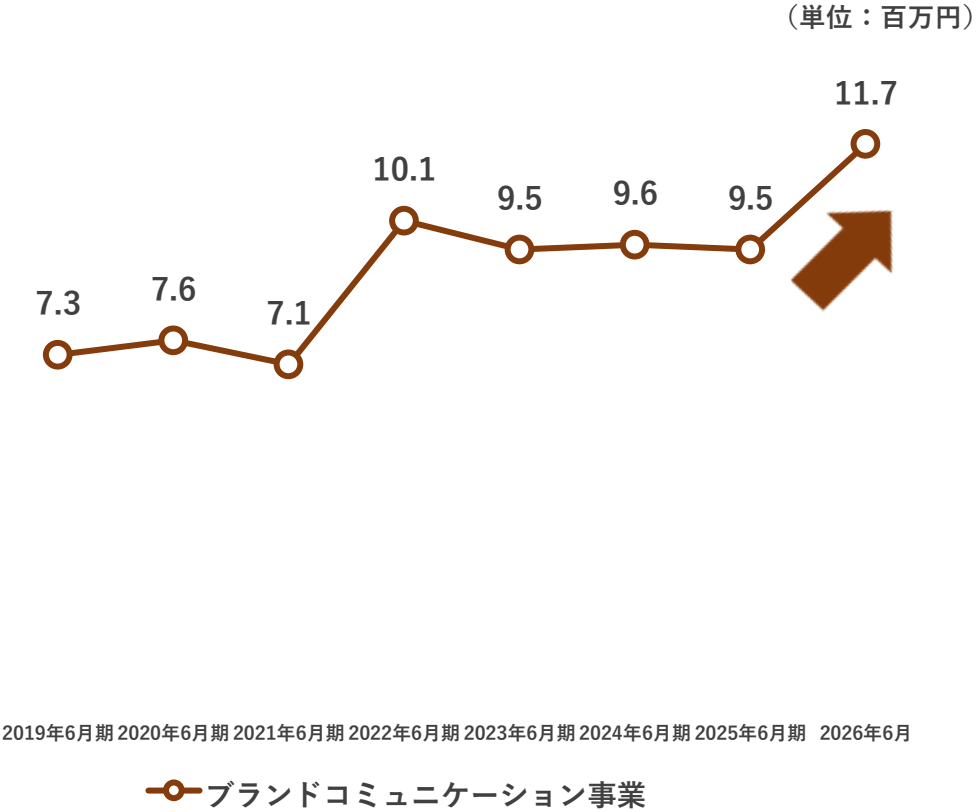
人財投資の加速と生産性の向上

- 【基盤の強化】・ブランドコミュニケーション事業を中心に新卒・専門人財の採用を強化
- ・メディア担当から営業職へ移行する若手社員教育を拡充、生成AI活用も定着し、生産性が向上

従業員数の推移



1人当たり営業利益の推移

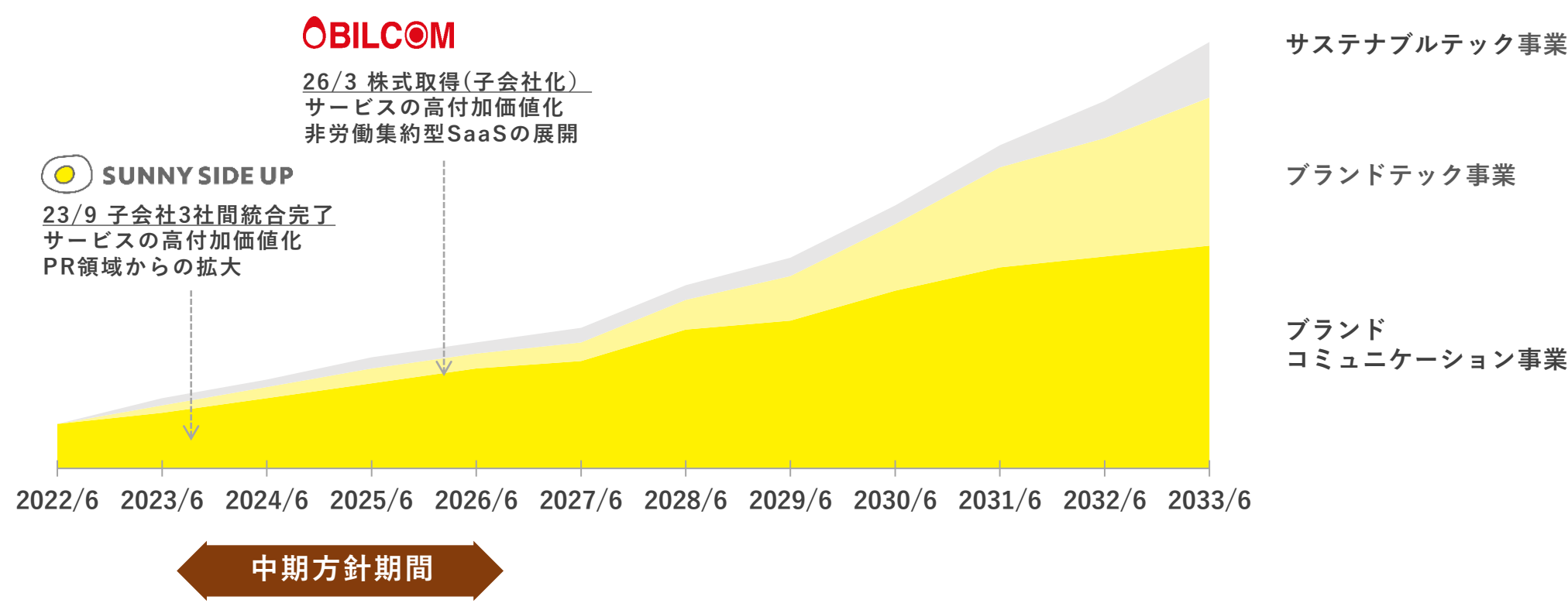


(注) 1人当たり営業利益は期中平均従業員数を基に算出しております。ブランドコミュニケーション事業の2022年6月期以前の営業利益は、旧区分を単純合算して算出しております。

M & Aの戦略的位置づけ

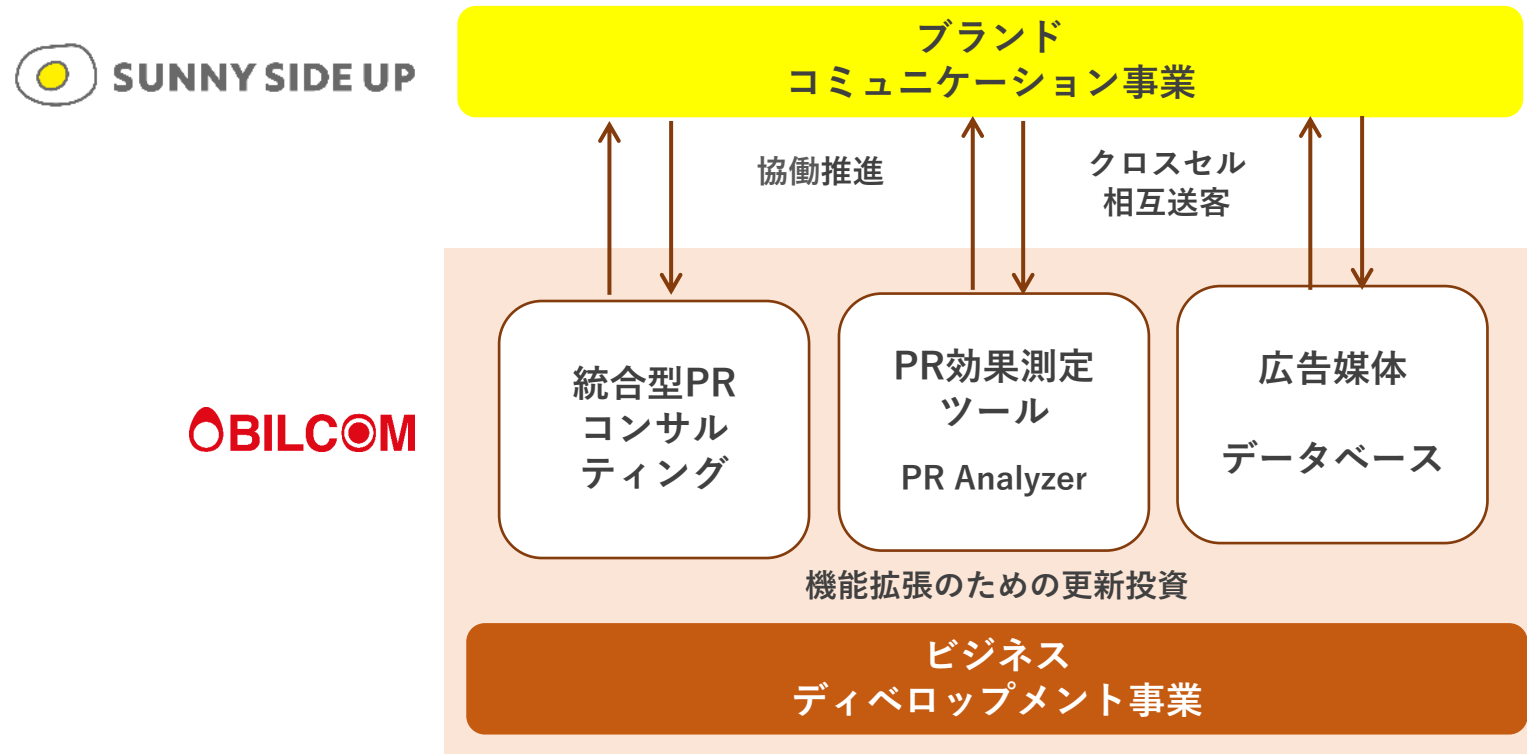
- 中長期経営方針に沿って事業成長を目指すなかで、M&Aを戦略的に活用
 - 【選択と集中】2023年9月に子会社3社間統合を完了、ブランドコミュニケーション事業を強化・効率改善
 - 【基盤の強化】2026年3月にビルコムを子会社化、テクノロジー領域を機能補完

「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

- ビルコムはサービス導入企業数増加による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との一体的な提供によるサービスの高付加価値化を目指す
- 【基盤の強化】・サニーサイドアップとビルコムが連携、クラウド型PR効果測定ツールの営業支援体制を構築
⇒将来事業計画を見直し、のれんを含む固定資産の回収可能性を検討した結果、減損損失13.9億円を計上
PMI重点課題に掲げる営業支援体制の一層の強化を図る



4.

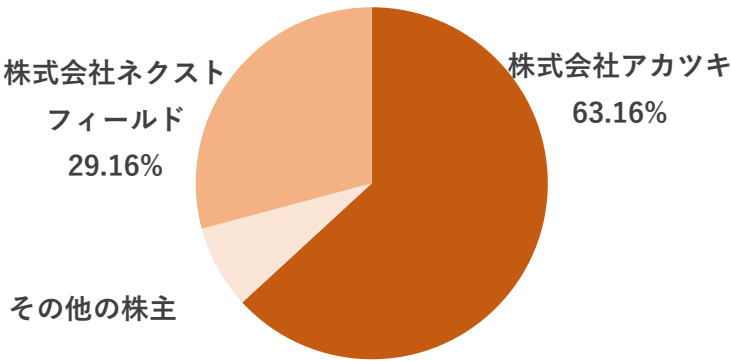
公開買付けの成立と経営統合の本格化

公開買付けの成立と経営統合の本格化

- 株式会社アカツキによる当社株券等に対する公開買付けが成立、経営統合へ実務協議・手続きが本格化
- 8月28日開催の臨時株主総会の承認を条件として株式併合の効力が発生、当社株式は9月16日に上場廃止予定

	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 ※公開買付けが成立
7月1日	公開買付けの決済開始日 ※親会社及び筆頭株主である主要株主の異動
8月28日	臨時株主総会の開催（決議事項：株式併合、定款の一部変更）（予定）
9月16日	東京証券取引所スタンダード市場において上場廃止（予定）
9月18日	株式併合の効力発生日（予定） ※臨時株主総会承認を条件
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予定
	不応募株主（株式会社ネクストフィールド）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

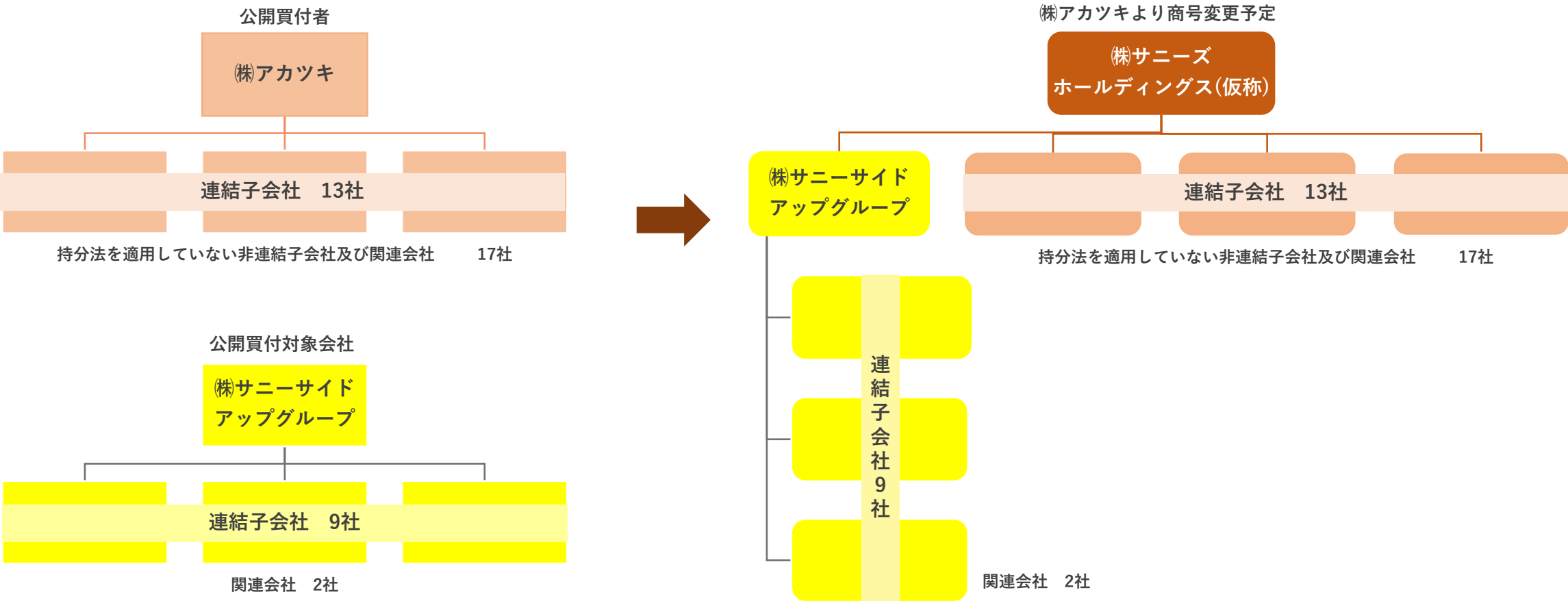
株主構成（2026年7月10日時点）



(注1) 持株比率は自己株式を除いて算出しております。
(注2) 株式併合の効力発生後、その他の株主が保有する株式数が1株未満となるため、裁判所の許可を得て株式会社アカツキに当該株式を売却、2026年12月下旬を目途に売却代金を交付予定です。

今後の経営方針

- 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
- 今後、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

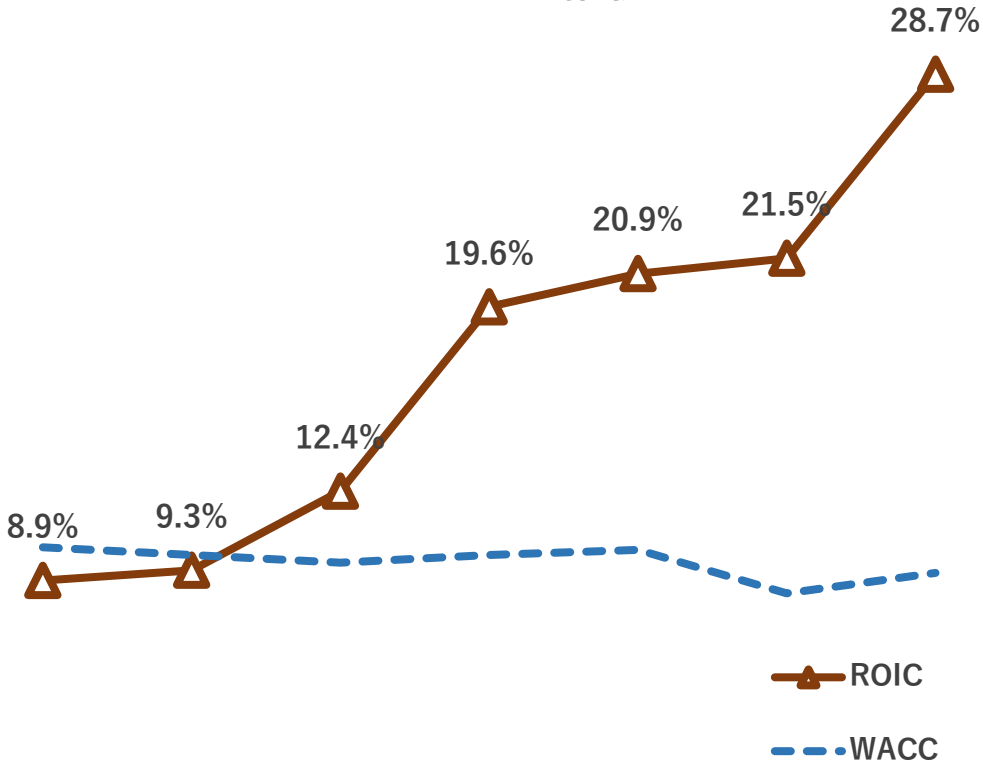


Appendix

資本収益性と資本コストの比較

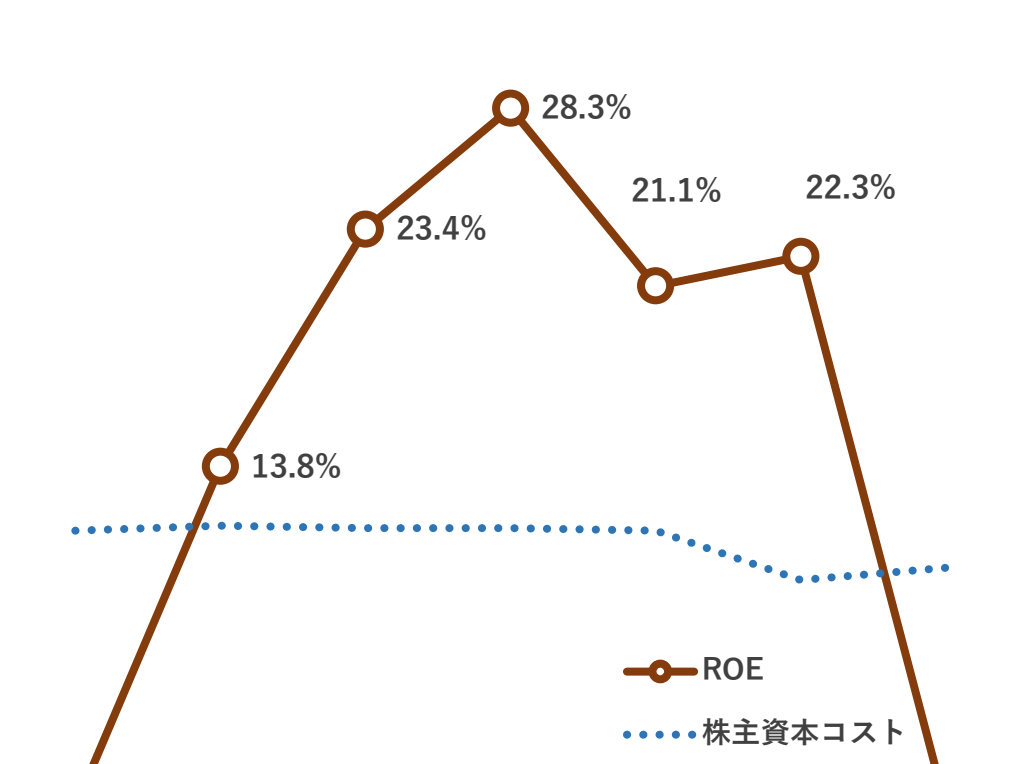
資本コストと株価を意識した経営の実現に向けて

ROICとWACCの推移



2020年6月期 2021年6月期 2022年6月期 2023年6月期 2024年6月期 2025年6月期 2026年6月期

ROEと株主資本コストの推移



2020年6月期 2021年6月期 2022年6月期 2023年6月期 2024年6月期 2025年6月期 2026年6月期

(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	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	2026/6
業績の状況												
売上高	百万円	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587	26,229
営業利益	百万円	447	387	355	610	420	519	767	1,296	1,465	1,597	2,225
経常利益	百万円	236	494	365	718	275	666	1,284	1,335	1,501	1,635	2,220
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	-216	304	380	493	-210	298	581	884	795	948	-369
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	24	352	757	529	549	339	1,185	846	655	2,186	305
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-159	-325	738	-336	-685	-311	-274	-274	-120	-129	-1,316
フリー・キャッシュ・フロー	百万円	-135	27	1,495	193	-135	27	910	571	535	2,056	-1,010
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	212	-92	-794	-338	705	423	-294	-744	-470	-547	221
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	1,045	995	1,696	1,559	2,135	2,587	3,214	3,074	3,169	4,639	3,890
資産の状況												
総資産	百万円	5,773	5,706	5,327	5,788	5,462	7,163	7,548	8,595	8,472	10,409	10,413
純資産	百万円	1,402	1,555	1,888	2,397	2,087	2,340	2,820	3,728	4,136	4,701	3,806
有利子負債	百万円	1,833	1,716	1,020	720	1,506	1,915	1,722	1,218	991	787	1,691
設備投資・減価償却の状況												
設備投資額	百万円	143	291	236	256	28	164	48	141	124	163	79
減価償却費	百万円	149	127	141	161	143	106	94	85	92	114	141

(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	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	2026/6
株式の状況												
発行済株式総数	株	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	15,197,600
1株当たり配当金	円	30	10	10	10	2	6	12	15	20	22	11
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	-60.43	41.57	25.85	33.42	-13.97	19.83	38.58	59.28	53.30	63.58	-25.05
1株当たりの純資産額	円	343.55	198.20	120.72	153.13	135.17	151.30	178.92	238.78	266.20	304.55	252.64
経営指標												
営業利益率	%	3.3%	2.8%	2.6%	4.2%	3.0%	3.4%	4.7%	6.8%	8.2%	8.2%	8.5%
ROE	%	-	22.4%	23.5%	24.2%	-	13.8%	23.4%	28.3%	21.1%	22.3%	-
ROA	%	4.3%	8.6%	6.6%	12.9%	4.9%	10.6%	17.5%	16.5%	17.6%	17.3%	21.3%
自己資本比率	%	21.8%	25.5%	33.4%	39.7%	37.3%	31.8%	35.7%	41.4%	46.9%	43.7%	35.9%
D/Eレシオ	倍	1.5	1.2	0.6	0.3	0.7	0.8	0.6	0.3	0.2	0.2	0.4
従業員の状況												
従業員数	人	260	273	358	382	354	334	376	347	360	403	509
生産性の状況（期中平均）												
1人当たりの売上高	千円	58,744	52,127	42,909	39,535	38,299	44,640	45,607	52,439	50,659	51,342	57,521
1人当たりの営業利益	千円	1,962	1,453	1,127	1,648	1,143	1,509	2,163	3,587	4,145	4,187	4,881

(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。

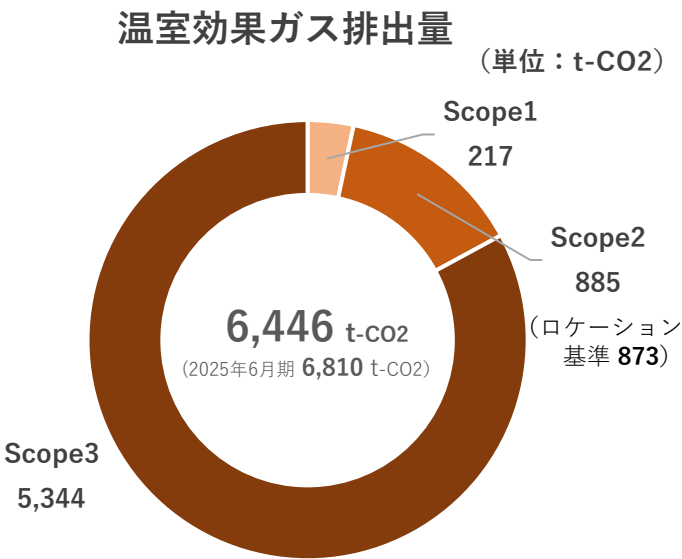
11年間のセグメント別業績

	単位	2016/6	2017/6	2018/6	2019/6	2020/6	2021/6	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	2026/6		
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			現セグメント		（現セグメント）	
コミュニケーション事業①	百万円	5,429	5,715	6,194	7,434	8,158	5,818	9,119	7,744	8,207	14,447	16,225	22,072	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) ②セールス アクティベーション
スポーツ事業②	百万円	1,068	1,302	1,278	1,366	1,080								
SP・MD事業③	百万円	3,531	2,588	1,451	1,234	1,389								
bills事業	百万円	3,120	4,100	4,421	4,241	3,259	3,259	2,355	2,359	2,901	3,268	3,295	3,634	フードブランディング事業
開発事業	百万円	244	184	191	351	205	31	236	596	669	192	66	523	ビジネス ディベロップメント事業
計	百万円	13,393	13,891	13,537	14,627	14,094	14,094	15,356	16,190	18,956	17,908	19,587	26,229	計
【小計】①+②+③	百万円	10,029	9,606	8,924	10,035	10,629	10,803	12,764	13,234	15,385	14,447	16,225	22,072	【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			現セグメント			
コミュニケーション事業①	百万円	666	595	715	996	1,162	968	1,284	1,954	1,917	2,532	2,727	3,605	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) ②セールス アクティベーション
スポーツ事業②	百万円	140	172	178	237	288								
SP・MD事業③	百万円	294	34	-150	2	2								
bills事業	百万円	28	126	166	66	-210	-210	-293	-366	76	116	93	161	フードブランディング事業
開発事業	百万円	-71	-25	40	59	-4	-40	110	-82	88	26	16	2	ビジネス ディベロップメント事業
調整額	百万円	-611	-515	-594	-753	-817	-810	-892	-1,082	-1,166	-1,209	-1,238	-1,544	調整額
計	百万円	447	387	355	610	420	420	519	767	1,296	1,465	1,597	2,225	計
【小計】①+②+③	百万円	1,101	802	743	1,237	1,452	1,482	1,595	2,299	2,297	2,532	2,727	3,605	【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	2022/6	2023/6	2024/6	2025/6	2026/6
取締役会の構成						
計	名	6	6	6	6	6
うち男性取締役	名	4	3	3	3	3
女性取締役	名	2	3	3	3	3
女性取締役比率	%	33.3	50.0	50.0	50.0	50.0
うち取締役（社外取締役を除く）	名	3	3	3	3	3
社外取締役	名	3	3	3	3	3
社外取締役比率	%	50.0	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	18	26
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	22	18	20	18	17
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	47.4
労働者に占める女性労働者比率	%	-	62.8	61.8	62.0	60.5
男性労働者の育児休業取得率	%	-	100.0	0.0	28.6	100.0
労働者の男女の賃金差異（全労働者）	%	-	76.6	79.7	81.0	82.3



Scope3 計	5,344
1 購入	2,906
2 資本財	1,157
3 その他燃料	208
4 輸送（上流）	355
5 事業廃棄物	12
6 従業員の出張	582
7 従業員の通勤	116
8 リース資産（上流）	7.3

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