



# 2025年3月期 第2四半期決算説明資料

2024年10月31日

SMN株式会社 | 証券コード：6185 |

**01. 2025年3月期 第2四半期連結決算概要**

**02. 施策概要**

**03. TOPICS**

**04. APPENDIX 中長期戦略**

**05. APPENDIX 会社紹介**

01

# 2025年3月期 第2四半期連結決算概要

当第2四半期累計は売上高、各段階利益とも大幅な増収増益を達成。  
 ルビー・グループの株式譲渡に伴い特別利益を1.5億円計上、  
 親会社株主に帰属する当期純利益について通期連結業績予想を上方修正

売上高	営業利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
55.9 億円	▲1.2 億円	▲0.5 億円
〔 前年 同四半期比 +34.9% 〕	〔 前年 同四半期比 +2.4億円 〕	〔 前年 同四半期比 +2.2億円 〕

- ポイント
- ① 今期から本格展開を開始したデジタルハウスエージェンシーが想定を上回る立ち上がりを見せ増収増益に寄与
  - ② これまで取り組んできた営業力強化や商品力強化の各施策が奏功し、DSPの業績が回復基調
  - ③ デジタルソリューションに属するルビー・グループ株式会社の全株式を譲渡し特別利益を1.5億円計上  
中長期戦略で掲げる構造改革の1つ「事業ポートフォリオの再定義」が順調に進捗
  - ④ ③に伴い、当期純利益について通期連結業績予想を上方修正
  - ⑤ 2024年3月期第2四半期累計と比較し、2025年3月期第2四半期累計は売上高、各段階利益とも大幅な増収増益を達成

当第2四半期累計は売上高、各段階利益とも大幅な増収増益を達成  
ルビー・グループの株式譲渡に伴い特別利益を1.5億円計上

	2024年3月期 第2四半期 実績 (百万円)	2025年3月期第2四半期		前年同四半期比 (増減額)	2025年3月期 通期予想*	進捗率
		実績	売上比			
売上高	4,143	5,590	-	+34.9% (+1,447)	10,000	55.9%
営業利益	▲377	▲128	-	- (+248)	150	-
経常利益	▲372	▲189	-	- (+183)	130	-
親会社株主に 帰属する 当期純利益	▲285	▲58	-	- (+226)	40	-

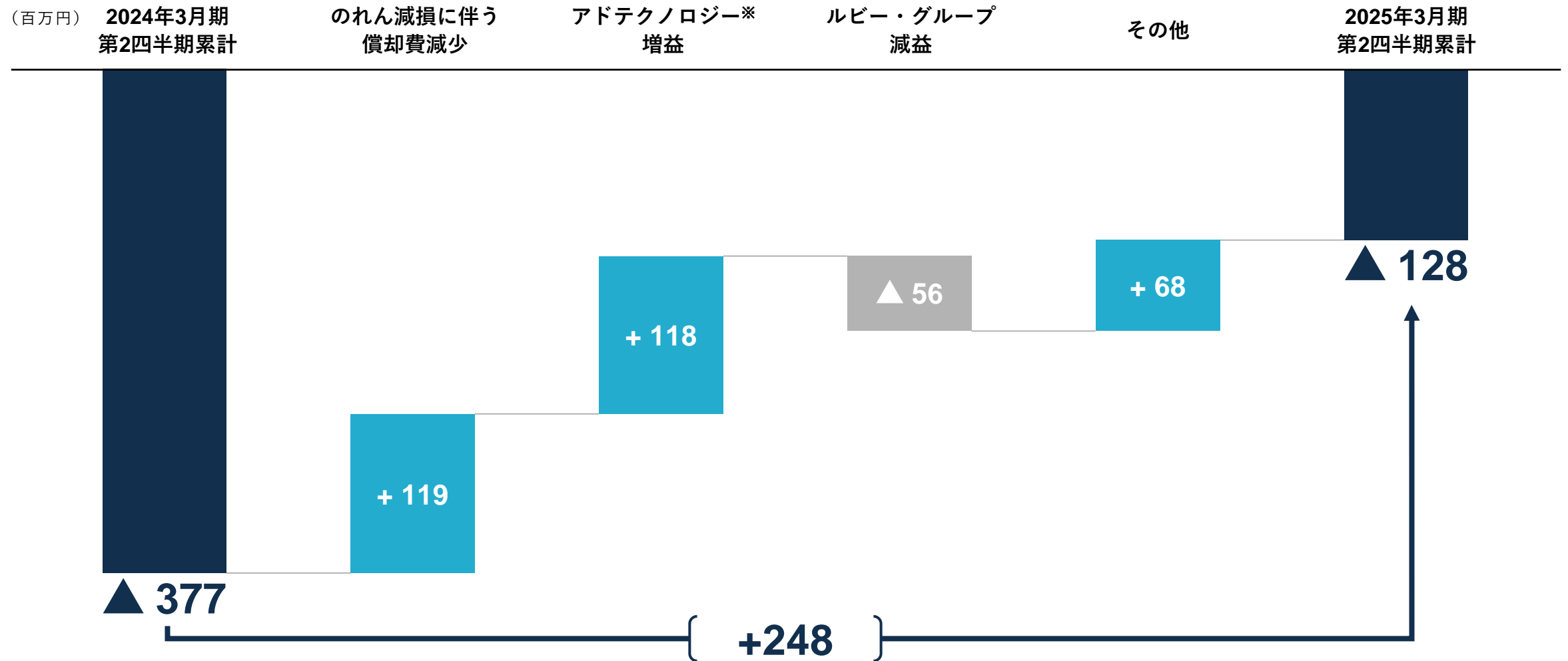
※ 2024年4月30日公表値

今期から本格展開を開始したデジタルハウスエージェンシーが想定を上回る立ち上がりを見せ、アドテクノロジーの売上高伸長に大きく貢献

	2024年3月期 第2四半期 実績		2025年3月期 第2四半期 実績		前年同四半期比 (増減額)
	(百万円)				
売上高	4,143		5,590		+34.9% (+1,447)
アドテクノロジー※	2,792		4,413		+58.0% (+1,620)
マーケティングソリューション	454		298		▲34.2% (▲155)
デジタルソリューション	868		832		▲4.1% (▲35)

※「アドテクノロジー」にデジタルハウスエージェンシーを含みます

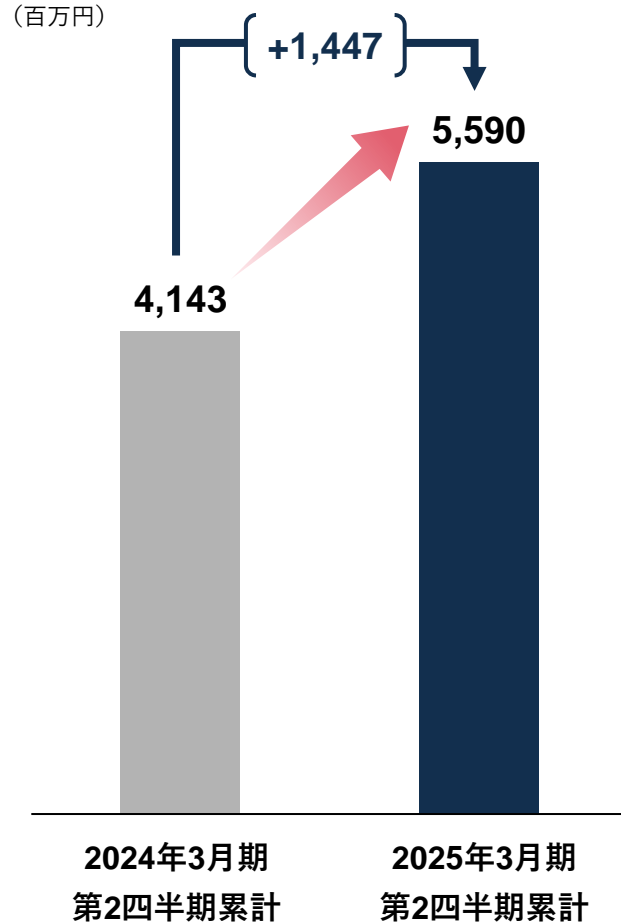
2024年3月期末に実施したのれん減損に伴う償却費減少に加えて、今期から本格展開を開始したデジタルハウスエージェンシーが増益に寄与



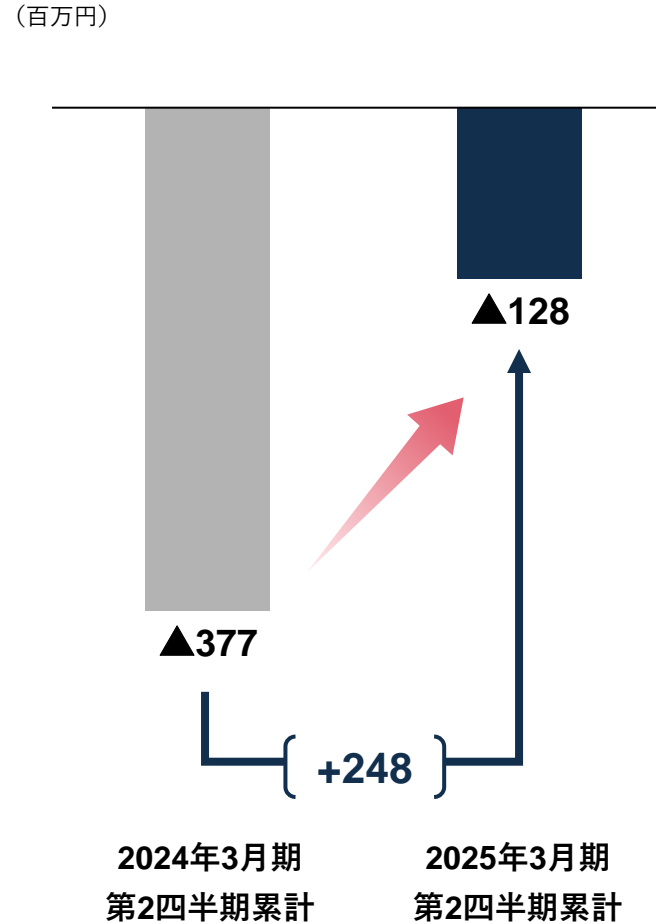
※「アドテクノロジー」にデジタルハウスエージェンシーを含みます

当第2四半期累計で、売上高・営業利益・親会社株主に帰属する当期純利益ともに前年同期比で大幅に伸長

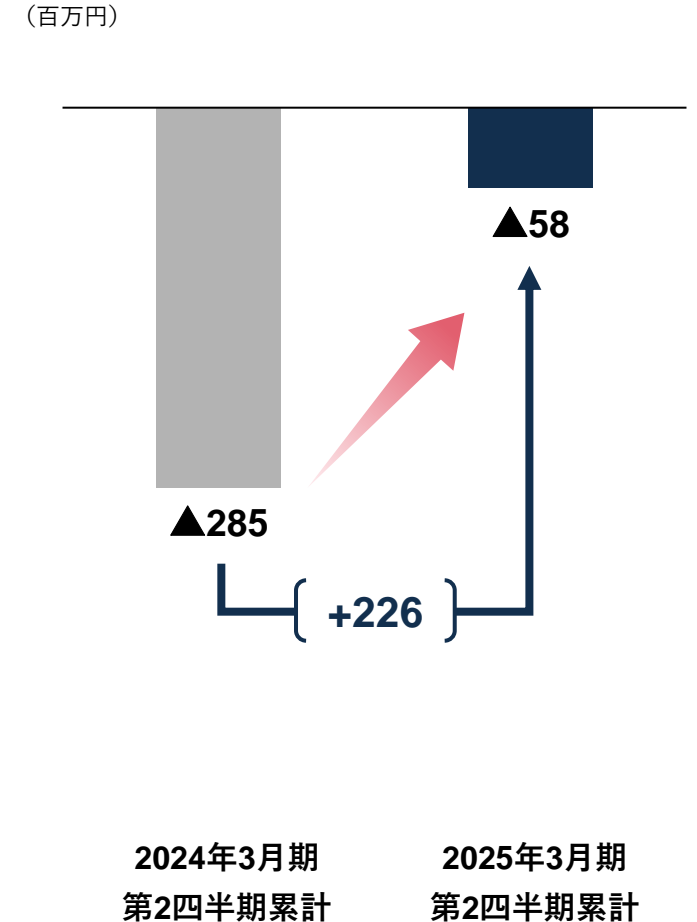
## ■ 売上高



## ■ 営業利益



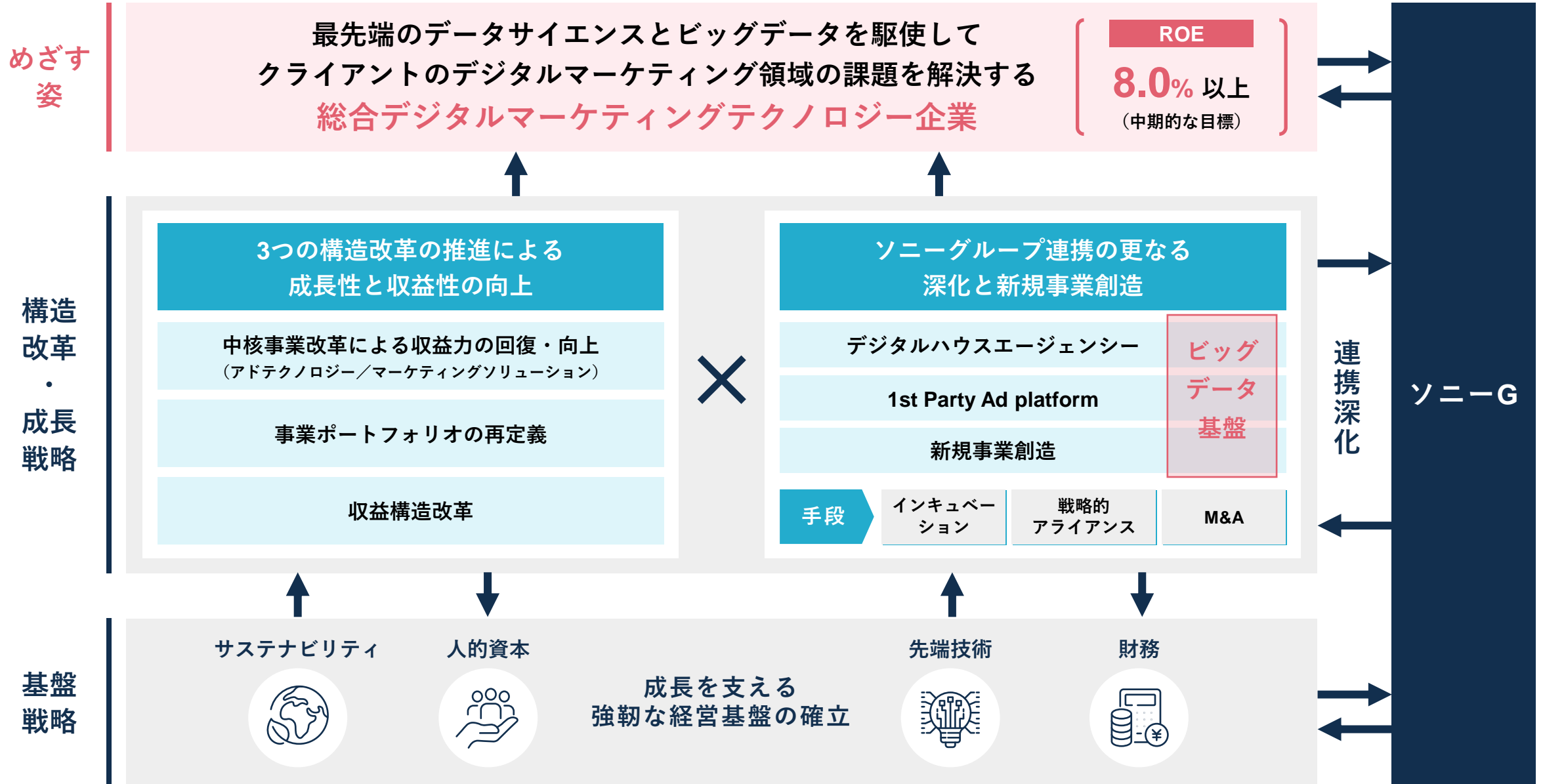
## ■ 親会社株主に帰属する当期純利益





02

# 施策概要



めざす姿

最先端のデータサイエンスとビッグデータを駆使して  
クライアントのデジタルマーケティング領域の課題を解決する  
**総合デジタルマーケティングテクノロジー企業**

ROE  
**8.0% 以上**  
(中期的な目標)

構造改革  
・  
成長戦略

① 3つの構造改革の推進による  
成長性と収益性の向上

中核事業改革による収益力の回復・向上  
(アドテクノロジー/マーケティングソリューション)

事業ポートフォリオの再定義

収益構造改革

② ソニーグループ連携の更なる  
深化と新規事業創造

デジタルハウスエージェンシー

1st Party Ad platform

新規事業創造

データ  
基盤

手段

インキュベーション

戦略的  
アライアンス

M&A

連携深化

ソニーG

基盤戦略

サステナビリティ



人的資本



成長を支える  
強靱な経営基盤の確立

先端技術



財務



成長基盤、収益基盤固めに向けた3つの構造改革が順調に進捗

## 構造改革

中核事業改革による収益力の回復・向上

事業ポートフォリオの再定義

収益構造改革



## 成果

営業力強化や商品力強化の各施策が奏功し、  
DSPの業績が回復基調

EC支援事業を展開するルビー・グループ株式  
会社の株式譲渡が完了

オフィス集約化による賃料の削減・  
システムインフラコストの最適化を推進

これまで継続的に取り組んできた営業力や商品力などに関する競争力強化施策が奏功し、アドテクノロジー事業に属するDSPの広告案件数が増加基調へ

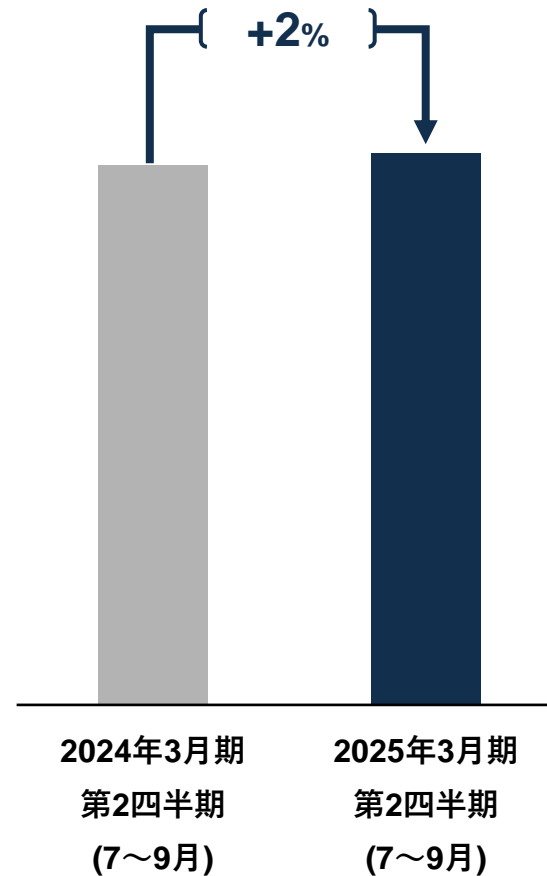
## 営業力 強化施策

- ▶ 営業組織改編、営業人財の採用・育成強化
- ▶ 営業支援ツールを活用した与件管理、行動管理の徹底による行動量アップ

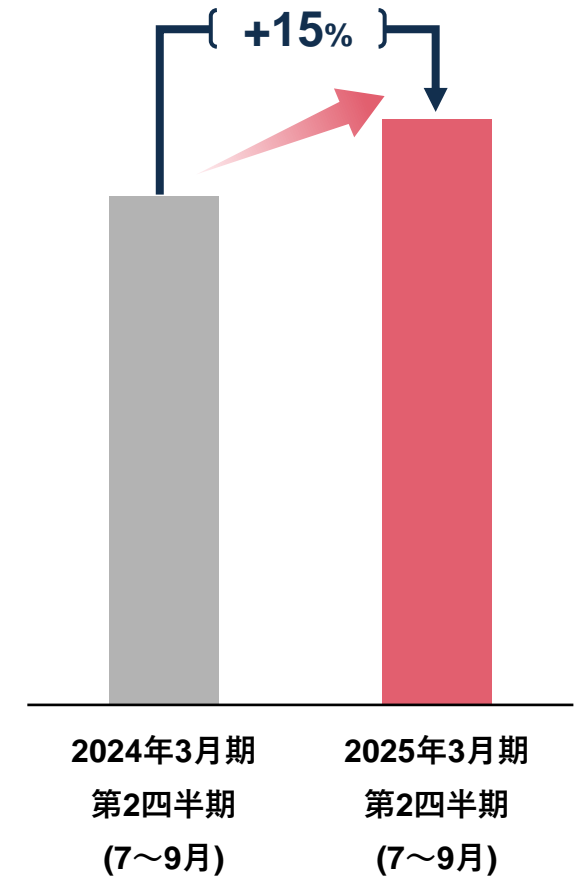
## 商品力 強化施策

- ▶ 株式会社インティメート・マージャーの共通IDソリューション「IM-UID」を導入、Safariへ広告配信が可能になり、リーチ数が大きく増加
- ▶ TVBridge Ads 各種機能をアップデート。配信面拡大により、配信ボリュームが拡大
- ▶ 入札最適化エンジン「VALIS-Trader」において新アルゴリズムの導入を開始。広告配信効果の改善に寄与

### ■ 広告案件数の推移（全案件）




### ■ 広告案件数の推移（新規案件）



2024年9月30日、連結子会社ルビー・グループ株式会社の株式の100%譲渡が完了、特別利益1.5億円を計上

## ■ 異動する子会社

名称	ルビー・グループ株式会社	
事業内容	ラグジュアリーブランド向けEコマースの構築、運営、コンサルティング	

## ■ 株式譲渡概要

異動前の所有株式数	147,375株（議決権所有割合：100.0%）
株式譲渡の相手先名称	株式会社イルグルム
譲渡株式数	147,375株
譲渡価額	4.8億円
異動後の所有株式数	0株（議決権所有割合：0.0%）
株式譲渡実行日	2024年9月30日

同社株式譲渡に伴う  
特別利益

**1.5億円**を計上

ルビー・グループ株式会社の株式譲渡による特別利益計上に伴い、親会社株主に帰属する当期純利益の通期連結業績予想を上方修正

	前回公表予想 (24年4月30日公表)	今回修正予想 (24年10月31日公表)	増減額
(百万円)			
売上高	10,000	<b>10,000</b>	-
営業利益	150	<b>150</b>	-
経常利益	130	<b>130</b>	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	<b>150</b>	<b>+110</b>

次なる成長領域の確立に向けた各戦略が順調に進捗。ソニーグループとの連携深化も進む

### 成長戦略

デジタルハウスエージェンシー

1st Party Ad Platform

新規事業創造



### 成果

親会社ソニーネットワークコミュニケーションズのデジタル広告・マーケティングのインハウス化支援を今期から本格展開し、想定を上回る成長を実現

読売新聞東京本社と進めるYxS Ad Platformの拡販を推進

新規事業創造に向け、ソニーグループのR&Dチームとの検討を継続

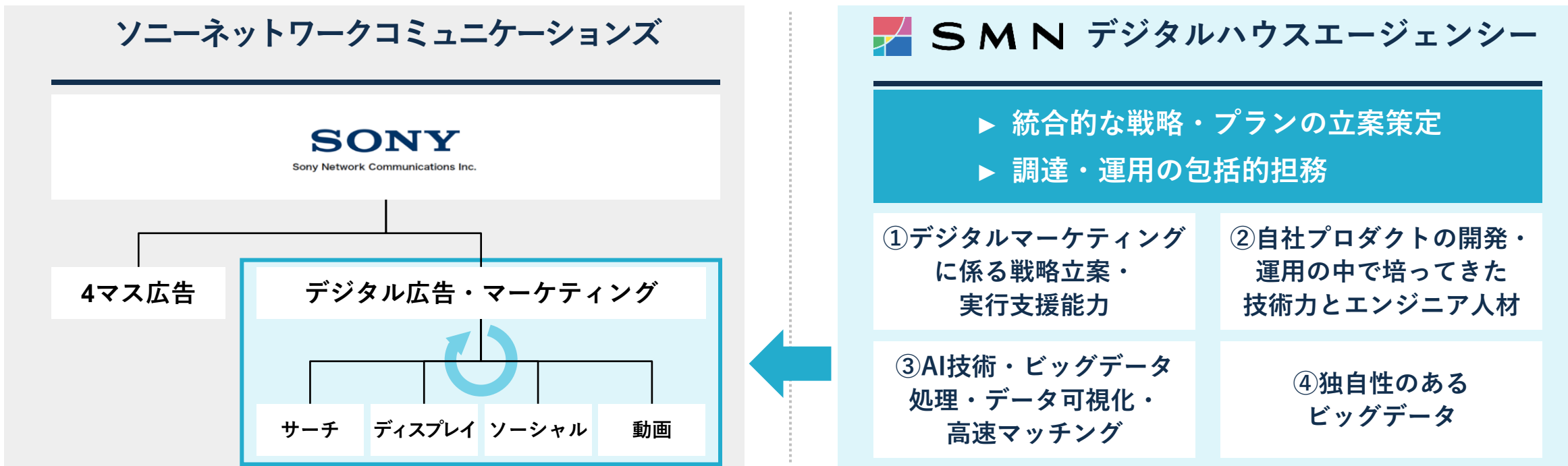


当社が培ってきたケイパビリティを活用したデジタル広告・マーケティングのインハウス化を支援するデジタルハウスエージェンシーが想定を上回る立ち上がりを見せ、中核サービスに成長しつつある

## デジタル広告・ マーケティング課題

- デジタルマーケティングプロセスの細分化とオペレーションツールの多様化により、アウトソーシングに伴うオペレーションのブラックボックス化が進んでいる
- ユーザーデータ取得・保持の難化による戦略の空洞化が進んでいる
- ▶上記2点の解決にはデジタルマーケティングのインハウス化が求められる一方、その難易度は高い

## SMNによるソニーネットワークコミュニケーションズに対するデジタル広告・マーケティングのインハウス化支援スキーム





### 連結業績

- ▶ 2024年3月期第2四半期と比較して、売上高、各段階利益とも大幅な増収増益を達成
- ▶ ルビー・グループ株式会社の株式譲渡による特別利益計上に伴い、親会社株主に帰属する当期純利益の通期連結業績予想を上方修正



### 3つの構造改革の推進による成長性と収益性の向上

- ▶ 中核事業改革による収益力の回復・向上
  - ➔ DSPの業績が回復基調
- ▶ 事業ポートフォリオの再定義
  - ➔ ルビー・グループ株式会社の全株式の譲渡が完了
- ▶ 収益構造改革
  - ➔ オフィス集約化により賃料を削減・システムインフラコストの最適化を推進



### ソニーグループ連携の更なる深化と新規事業創造

- ▶ デジタルハウスエージェンシー
  - ➔ 今期から本格展開し、想定を上回る成長を実現
- ▶ 1st Party Ad Platform
  - ➔ YxS Ad Platformの拡販を推進
- ▶ 新規事業創造
  - ➔ ソニーグループのR&Dチームとの検討を継続

▶ 修正後の通期連結業績予想の達成に向け、引き続き各改革を推進してまいります

ルビー・グループ株式会社の株式譲渡に伴う連結除外の影響により各数値が変動するも、引き続き財務体質の健全性を維持

	2024年3月期 第2四半期 実績	2024年3月期末 実績	2025年3月期 第2四半期 実績	前年同四半期比	前年度末比
(百万円)					
流動資産	3,992	4,788	<b>3,991</b>	▲1	▲796
固定資産	3,385	1,886	<b>1,639</b>	▲1,745	▲247
資産合計	7,378	6,674	<b>5,631</b>	▲1,746	▲1,043
流動負債	1,599	1,845	<b>1,872</b>	+273	+27
固定負債	1,330	1,129	<b>129</b>	▲1,200	▲1,000
純資産	4,448	3,700	<b>3,629</b>	▲819	▲70
負債・純資産合計	7,378	6,674	<b>5,631</b>	▲1,746	▲1,043
自己資本比率	59.8%	54.9%	<b>64.4%</b>	+4.7pt	+9.5pt
D/Eレシオ	30.8%	33.9%	<b>17.4%</b>	▲13.4pt	▲15.5pt

当第2四半期累計は営業キャッシュフローの大幅増に加え、ルビー・グループ株式会社の株式譲渡の影響もあり、フリーキャッシュフローが大幅に増加。借入金返済の影響を相殺し、現金及び現金同等物が増加

	2024年3月期		2025年3月期		前期比	
	第2四半期	実績	第2四半期	実績		
営業活動による キャッシュ・フロー	(百万円)	163	738	+ 574		- 売上債権の増減
投資活動による キャッシュ・フロー		▲269	92	+ 361		- ルビー・グループの株式譲渡による収入
フリー・キャッシュ・フロー		▲105	830	+ 935		
財務活動による キャッシュ・フロー		▲114	▲620	▲505		- 借入金の返済
現金及び現金同等物に係る 換算差額		6	▲0.4	▲6		
現金及び現金同等物		2,384	2,643	+ 259		

03

# TOPICS

---

## Google社の公表 (2020年1月)

### 3rd Party Cookie 将来的な廃止

Chromeの3rd Party Cookieの将来的な廃止を公表。3rd Party Cookieの代替技術として「Privacy Sandbox」※を提唱、ユーザーのプライバシー保護と広告効果の両立を目指す

## SMNの対応 (2020年1月～2024年7月)

### Privacy Sandboxの 効果検証

- ・ポスト 3rd Party Cookie対応を継続的に実施
- ・ Privacy Sandbox Market Testing Grantsプログラムに参加、「Privacy Sandbox」の効果検証を実施

## Google社の公表 (2024年7月)

### 3rd Party Cookie 廃止撤回

Chromeの3rd Party Cookie 段階的廃止方針を撤回。Privacy Sandbox を含む「プライバシー保護の代替手段」を継続開発し、「ユーザーが選択できる新しいアプローチ」の提案予定を公表

## 今後のSMNの方針

### 継続的な 技術開発対応

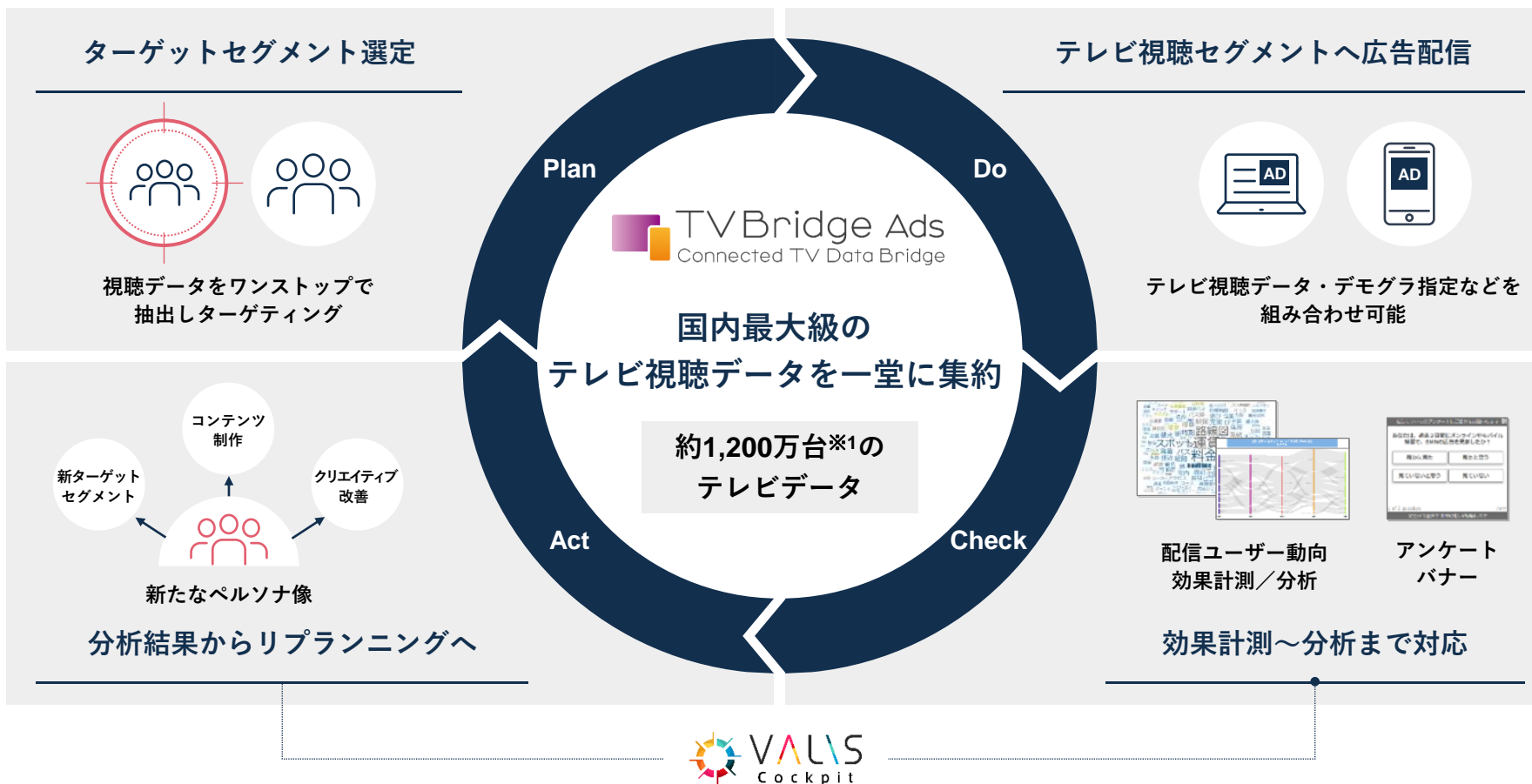
Chrome等のWebブラウザのプライバシーに関わる変化に対応しながら、技術の開発対応は引き続き継続、今後もより良い広告配信を実現していく方針

※「Privacy Sandbox」とはGoogleが提唱したユーザーのプライバシー保護と広告による収益を両立させるための取り組み

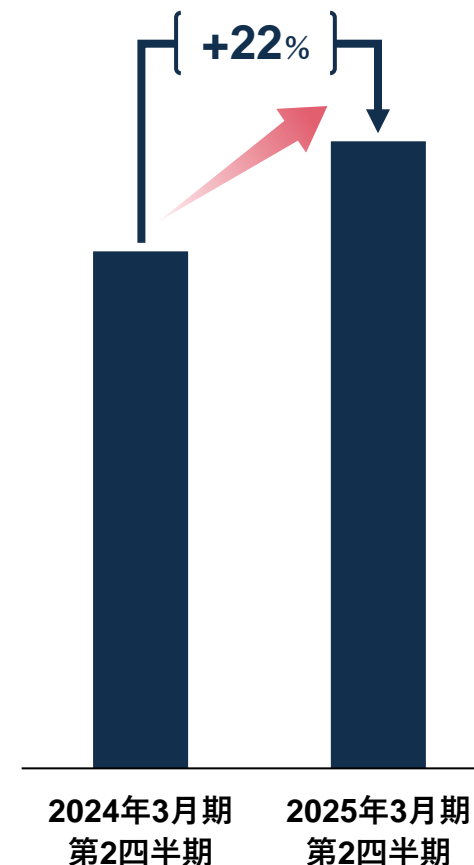
コネクテッドテレビ広告市場への関心が高まる中で、TVBridge Adsが順調に伸長。アドテクノロジー事業伸長に貢献

## TVBridge Adsとは

国内最大級のテレビ視聴データを用いたデジタルマーケティングのPDCAサイクルを実現する独自DSP



## TVBridge 売上高



※1 2024年6月現在

04

APPENDIX  
中長期戰略



## 経営与件として特に重要な外部環境変化

デジタルマーケティング  
プロセスの高度化／  
複雑化と専門人材への  
ニーズの高まり

インターネット広告における  
プライバシー保護や  
透明性への要求水準向上

デジタルマーケティング  
領域における  
新たな有望市場の形成

(1st Party Dataの活用、リテールメディア、  
CTV広告、インフルエンサーマーケティング、  
ライブコマース、デジタルマーケティングの  
インハウス支援など)

## 強み

- ▶ ソニーグループの有する「ブランド・技術・人材・リード」などの経営資源へのアクセス
- ▶ デジタルマーケティング領域のコア・ケイパビリティ「AI技術」「ビッグデータ処理」「データ可視化」「高速マッチング」
- ▶ 自社プロダクトの開発/運用の中で培ってきた技術力、技術を支える高度な専門性を有するエンジニア人材
- ▶ 独自性のあるビッグデータ（1,000万台超の接続TV視聴データなど）

## 課題

中核事業の再成長

高収益体質への転換

次の成長を牽引する  
新たな事業の創造

▶ **中長期戦略の再定義により変革を加速**



3つの構造改革（「中核事業改革」・「事業ポートフォリオの再定義」・「収益構造改革」）の推進による収益性の向上



ソニーグループ連携の更なる深化と新規事業創造による成長



成長を支える強靱な経営基盤の確立

めざす姿

① 最先端のデータサイエンスとビッグデータを駆使して  
クライアントのデジタルマーケティング領域の課題を解決する  
**総合デジタルマーケティングテクノロジー企業**

ROE  
**8.0% 以上**  
(中期的な目標)

構造改革  
・  
成長戦略

② 3つの構造改革の推進による  
成長性と収益性の向上

中核事業改革による収益力の回復・向上  
(アドテクノロジー/マーケティングソリューション)

事業ポートフォリオの再定義

収益構造改革

③ ソニーグループ連携の更なる  
深化と新規事業創造

デジタルハウスエージェンシー

1st Party Ad platform

新規事業創造

ビッグ  
データ  
基盤

手段

インキュベーション

戦略的  
アライアンス

M&A

連携深化

ソニーG

基盤戦略

サステナビリティ



人的資本



④ 成長を支える  
強靱な経営基盤の確立

先端技術



財務



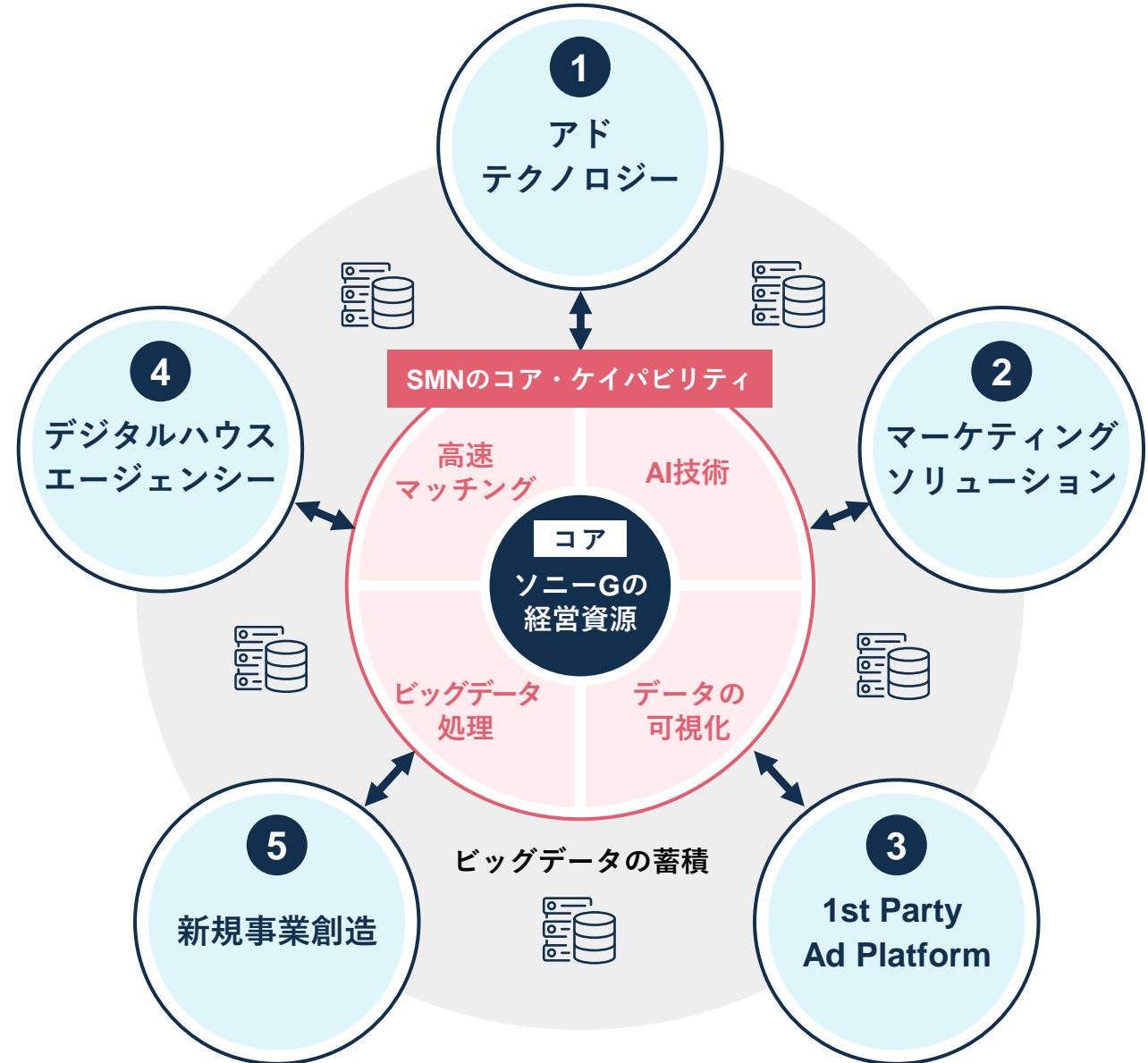
## めざす事業構造

最先端のデータサイエンスとビッグデータを駆使して  
クライアントのデジタルマーケティング領域の課題を解決する  
総合デジタルマーケティングテクノロジー企業



ソニーグループの経営資源・SMNのコア・ケイパビリティ  
・蓄積したビッグデータを基盤として、各事業を有機的に連携させ高い成長性と収益性を実現

- ① アドテクノロジー
- ② マーケティングソリューション
- ③ 1st Party Ad Platform
- ④ デジタルハウスエージェンシー
- ⑤ 新規事業創造



### － 概要

「中核事業改革」「事業ポートフォリオの再定義」「収益構造改革」の  
3つの構造改革の加速により収益性を向上し、  
成長領域に配分する投資原資を創出

### 重点施策

#### 中核事業改革

- ▶ アドテクノロジー・マーケティングソリューションの成長性と収益性の向上
  - － 営業体制・人材の強化
  - － Post Cookie環境における先行者利益の獲得
  - － TVBridgeをはじめとした独自性・差別性のある商品の強化・開発推進

#### 事業ポートフォリオの再定義

- ▶ デジタルソリューションの再定義と変革の推進

#### 収益構造改革

- ▶ コスト構造のリーン化
- ▶ 投資対効果の高い投資

## 概要

ソニーグループの有する経営資源とSMNの培ってきた  
コア・ケイパビリティを最適融合させた  
新たな成長の柱となる事業を創造

### 重点施策

#### デジタルハウス エージェンシー

- ▶ ソニーネットワークコミュニケーションズ（SNC）のデジタル広告・マーケティング領域におけるインハウス支援事業の確立を目指す

#### 1st Party Ad Platform

- ▶ 1st Party Data を活用した広告・マーケティング支援の更なる強化
- ▶ リテールメディア支援事業への参入準備

#### 新規事業創造

- ▶ ソニーグループのR&Dチーム等との連携による新規事業の創造

### 手段

インキュベーション

戦略的アライアンス

M&A

## 広告主が直面している課題

背景

デジタルマーケティング  
プロセスの細分化と  
オペレーションツール  
多様化

3rd Party Cookie  
廃止による、サービス  
事業者によるユーザー  
データ取得の難化

課題

アウトソーシングに  
伴うオペレーションの  
ブラックボックス化

ユーザーデータを取得  
保持できない事による  
戦略の空洞化

課題解決にはインハウス化が必要となるが、  
以下の機能を社内に揃える必要があり、  
難易度が高い

データ分析



情報収集能力



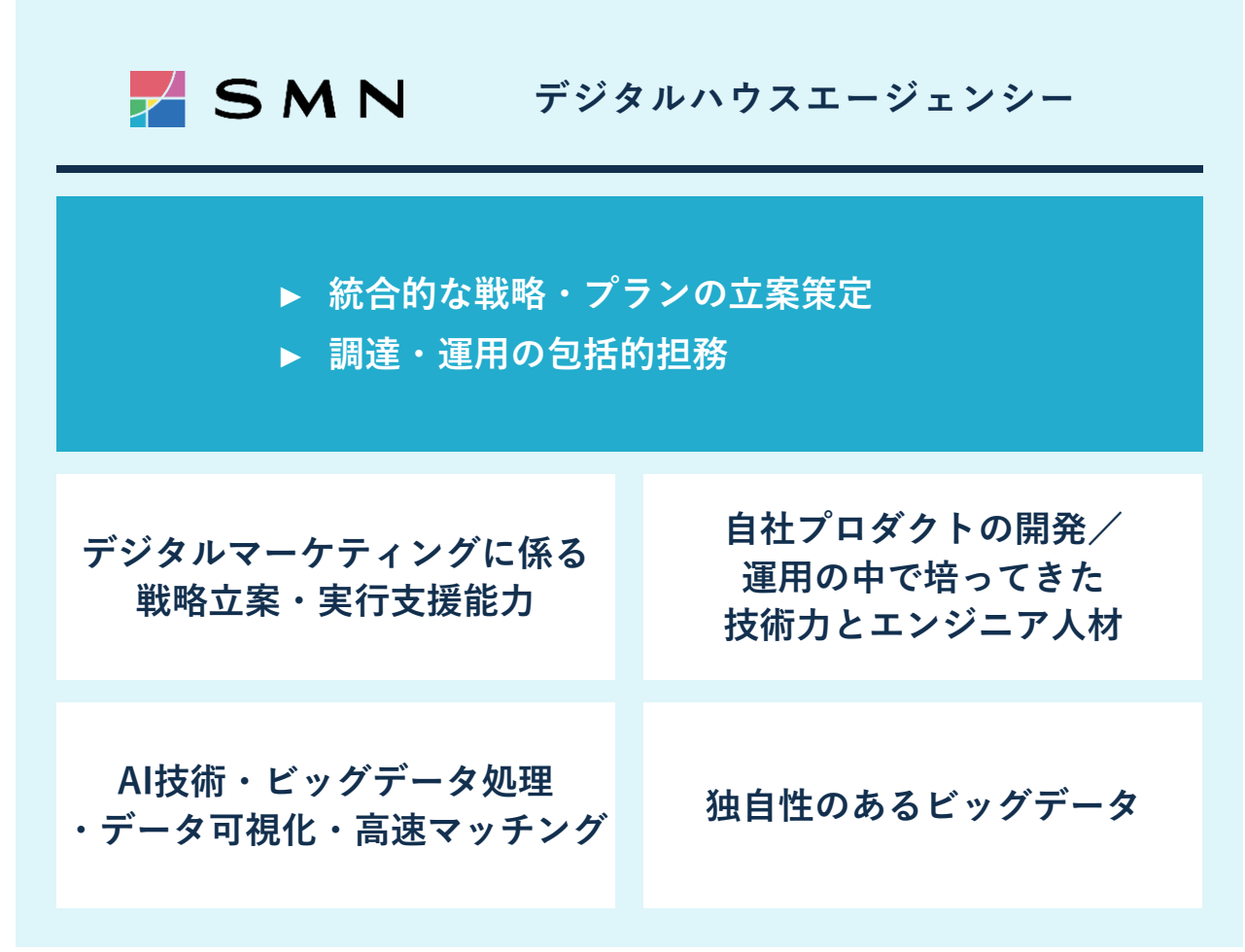
データプラットフォーム  
開発／運用



広告の調達・  
運用・戦略立案







▶ SMNのケイパビリティを活用したデジタルハウスエージェンシーとしてSNCのデジタル広告・マーケティングのインハウス化を支援



人的資本経営・先端技術投資・  
サステナビリティを推進し  
SMNの成長を支える  
強靱な**経営基盤**を確立

構造改革で創出した原資を重点投資領域に傾斜配分することにより持続的な成長を実現し、株主資本コストを上回るROE水準を実現して企業価値を創造



※エクイティ・スプレッド = ROE - 株主資本コスト

05

APPENDIX  
会社紹介



ソニーグループのマーケティング・テクノロジー会社として  
確かな技術力と豊かな発想力で、最先端の広告配信サービスを提供



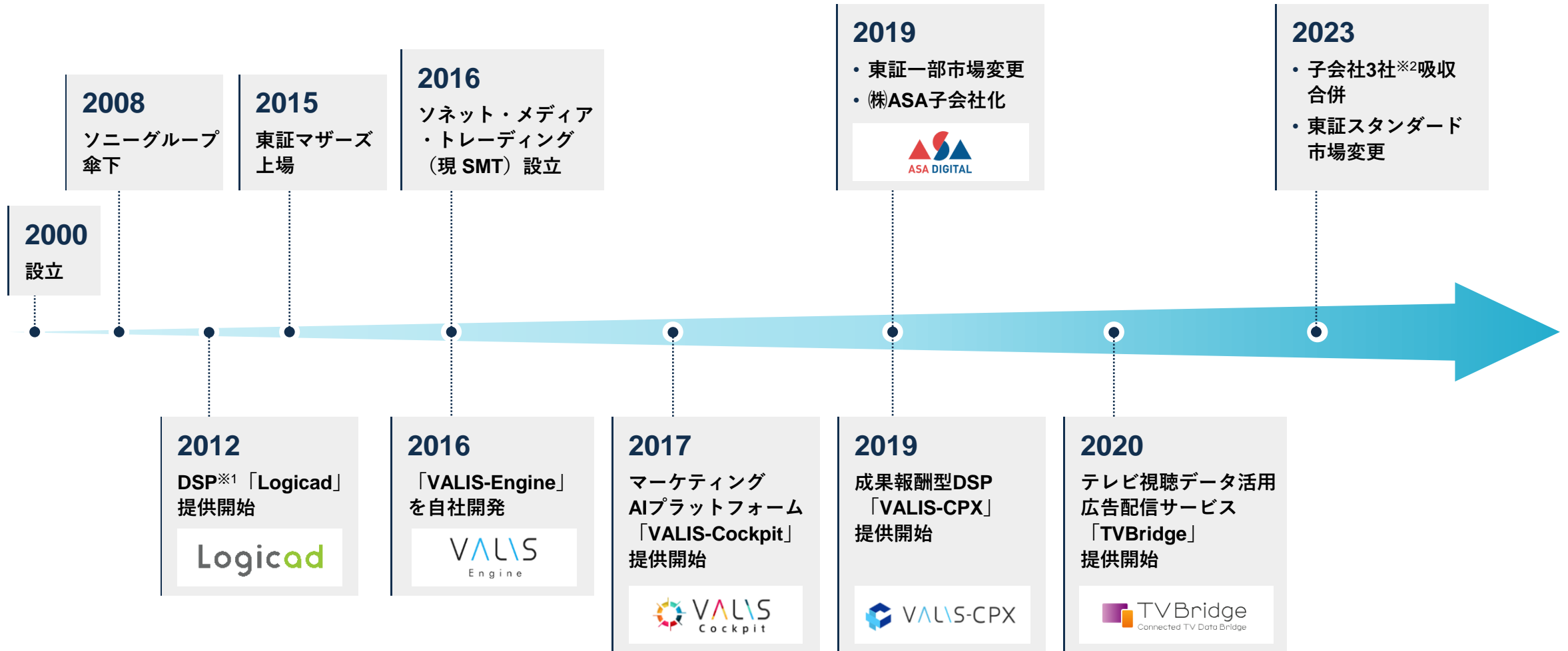
Mission

情報通信技術の進歩を人に優しいかたちにして、愉快なる未来を創る

Vision

発想力と技術力で社会にダイナミズムをもたらすユニークな事業開発会社になる

2008年にソニーグループに参画。広告・デジタルマーケティング関連のプロダクトやサービスを展開し、技術力で顧客のマーケティング課題の解決を図る



※1 Demand-Side Platformの略。広告主側の収益を最大化するためのプラットフォーム

※2 株ゼータ・ブリッジ、ネクスジェンデジタル株、SMNメディアデザイン株

マーケティングテクノロジー事業の単一セグメントのもと、3つのサービス領域を保有。ソニーグループとして培った高度な技術に、マーケティングに精通した人材の発想力を組み合わせることで、顧客のマーケティング投資対効果を最大化

- 2024年3月期 売上高

**9,336**百万円

売上高比率※

事業内容

〔 主力商品／サービス 〕

主要顧客

マーケティングテクノロジー事業



アドテクノロジー

**71.2%**

機械学習のナレッジを活かし「見せるべき人」に「見せるべき場所・タイミング」で広告を掲載

Logicad

TVBridge  
Connected TV Data Bridge

VALIS  
Cockpit

- ソニーグループ
- 広告代理店・広告主 等



マーケティングソリューション

**8.8%**

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の提供



- ASA :
- 広告代理店・広告主
- ルビー・グループ :
- ラグジュアリーブランド



デジタルソリューション

**19.2%**

デジタルコンテンツの制作、QAサービスやECの構築・運営、TVCMメタデータの提供など

(連結子会社)

ASA DIGITAL

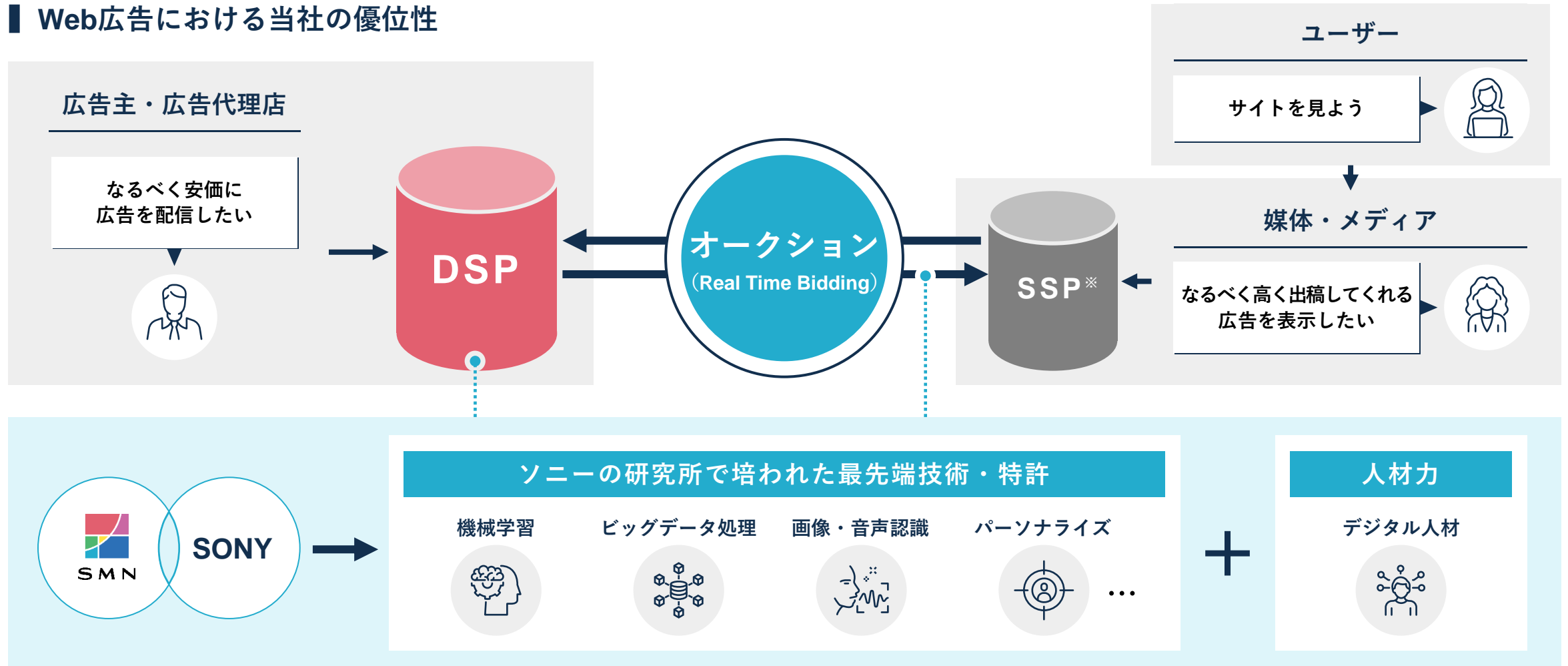
RUBY GROUPE  
DIGITAL SOLUTIONS FOR FASHION BRANDS

※ 報告セグメントに含まれない「その他」の売上高比率：0.8%

※ 2024年9月30日ルビー・グループ株式会社の全株式を譲渡。ルビー・グループは2025年3月期第2四半期末をもって当社の連結の範囲から除外となります。

ソニーグループをバックグラウンドに持つことによる、特許を含む先端技術や開発環境、人材力が源泉となり、Web広告表示をめぐる高速のリアルタイム入札取引を中心に、Webマーケティング領域において高い競争優位性を発揮

## Web広告における当社の優位性

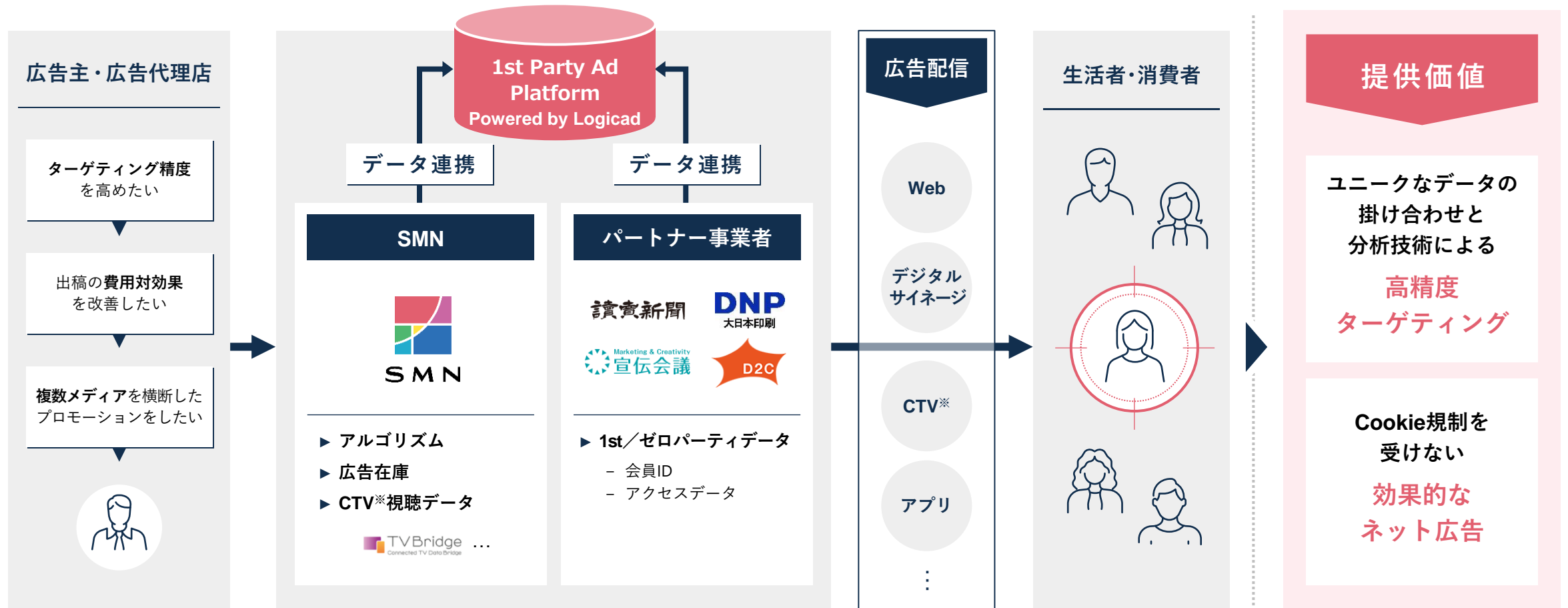


※ Supply-Side-Platformの略称。媒体社・メディアの広告効果を最大化するためのプラットフォーム



競争優位の源泉であるビッグデータやAI技術に加え、戦略的パートナーシップを活用することで、独自性ある模倣困難なサービスを創出。広告主の収益最大化に貢献

## 1st Party Ad Platformの仕組み

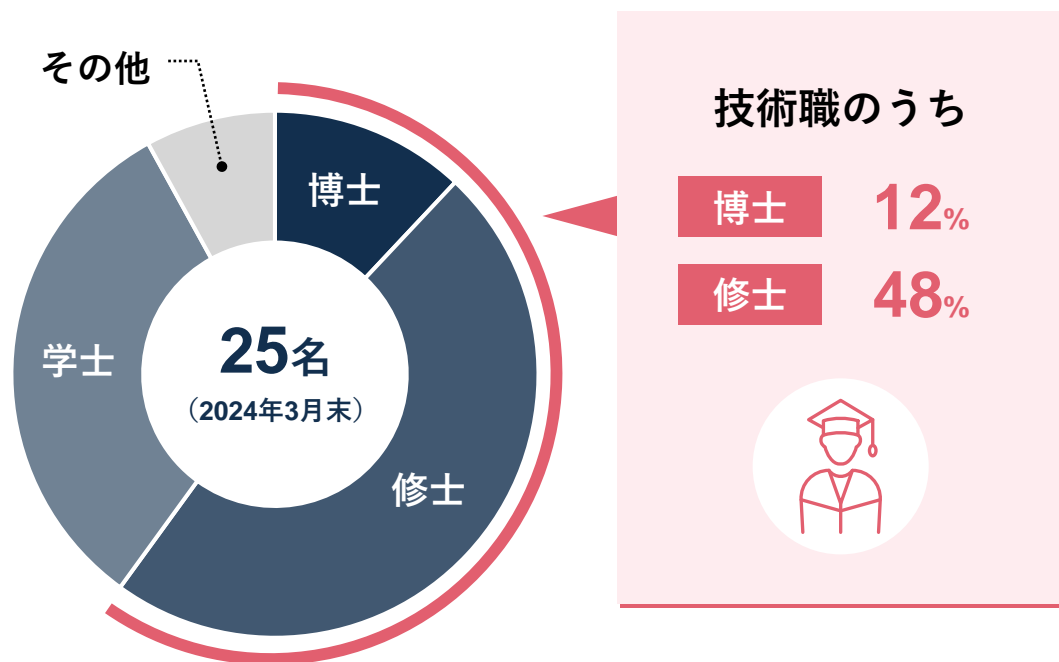


※ インターネット接続テレビ

情報・通信やAIなどの専門知識を有する人材が、高度な技術の実装や研究開発をけん引。ソニーグループならではの共同開発や特許活用により、最先端技術の開発や社会実装のリードが可能

## ■ 最先端技術に深い知見をもつエンジニア社員

### 技術・開発部門の社員構成※



※ SMN株式会社単体ベース

## ■ 様々な開発事例

### 人工知能の 独自開発



- ▶ ソニー研究所でパーソナライゼーション・機械学習を行っていたチームが、当社でマーケティングの視点を得て人工知能「VALIS-Engine」を開発
- ▶ ユーザー行動等の多様なデータをもとに、行動解析・予測・誘引することで、広告効果の最大化が可能

### 広告効果改善 に向けた 研究開発



- ▶ ECサイトの商品レコメンデーション技術の開発
- ▶ DOOH広告におけるセンシング技術を活用した広告効果測定の研究



— 代表取締役社長  
**原山 直樹**  
 Naoki Harayama

- 1991** 沖電気工業株式会社 入社
- 2001** ソニー株式会社（現ソニーグループ株式会社）入社
- 2016** ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社（現ソニー株式会社）転籍
- 2018** ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社 出向
- 2021** ソニーネットワークコミュニケーションズライフスタイル株式会社 取締役
- 2022** SOULA株式会社 取締役
- 2023** 当社 執行役員副社長  
当社 取締役副社長
- 2024** 当社 代表取締役社長

## — 役員一覧

代表取締役社長執行役員	原山 直樹
取締役	安田 崇浩
	中川 典宜
取締役 (監査等委員)	本間 俊之※
	吉村 正直※
	相内 泰和※
執行役員	鈴木 勝也
	阿部 正人
	井戸坂 智祐

※ 社外取締役

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。