

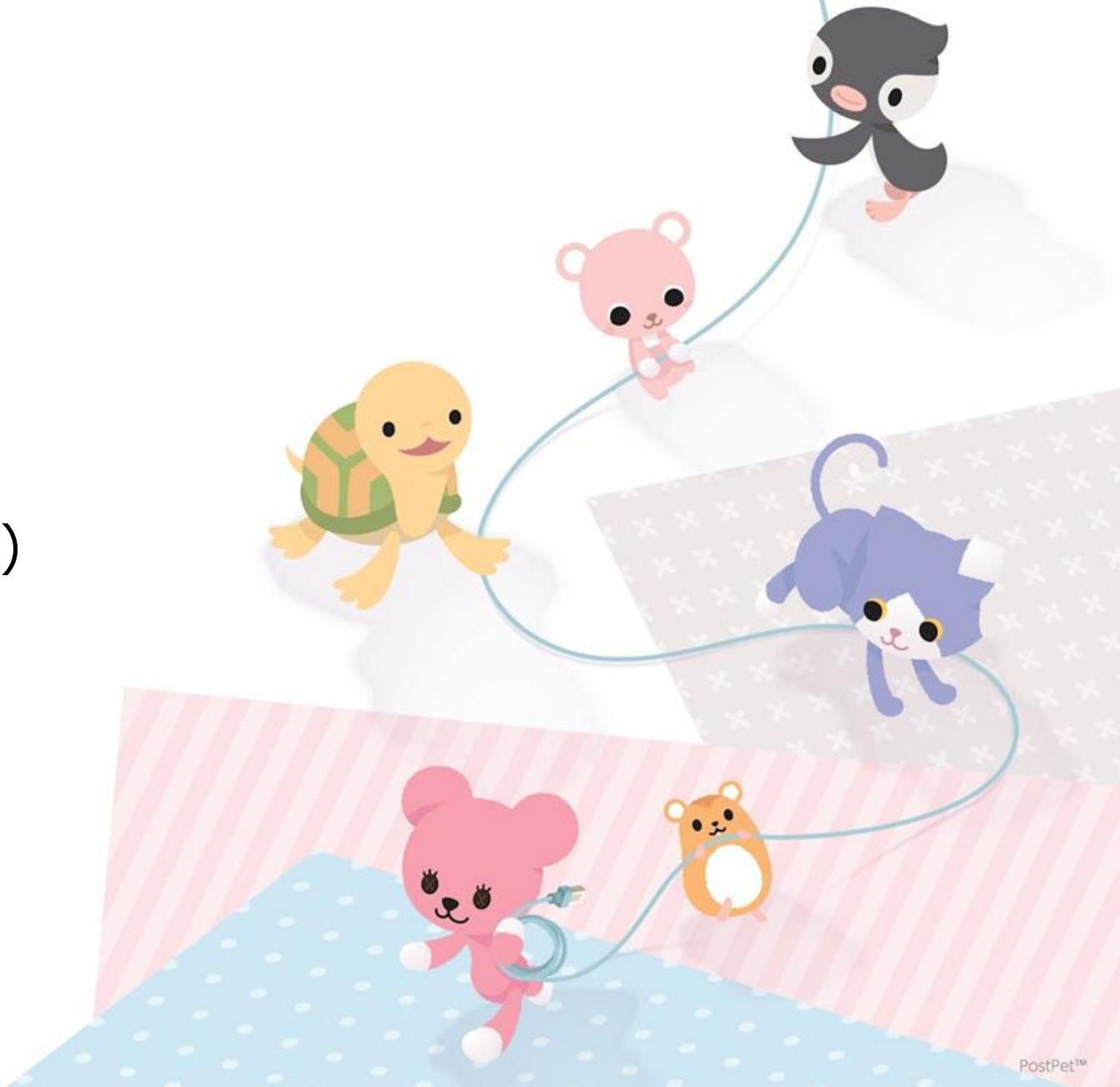


SMN

SMN株式会社

(証券コード：6185)

2025年11月21日



本日は、当社の
「強み」「稼ぐ力」「未来」を
ご説明します

01 SMNの全体像

02 事業紹介

03 業績進捗

04 成長戦略

05 株主還元

06 結び

登壇者紹介



– 代表取締役 執行役員社長
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

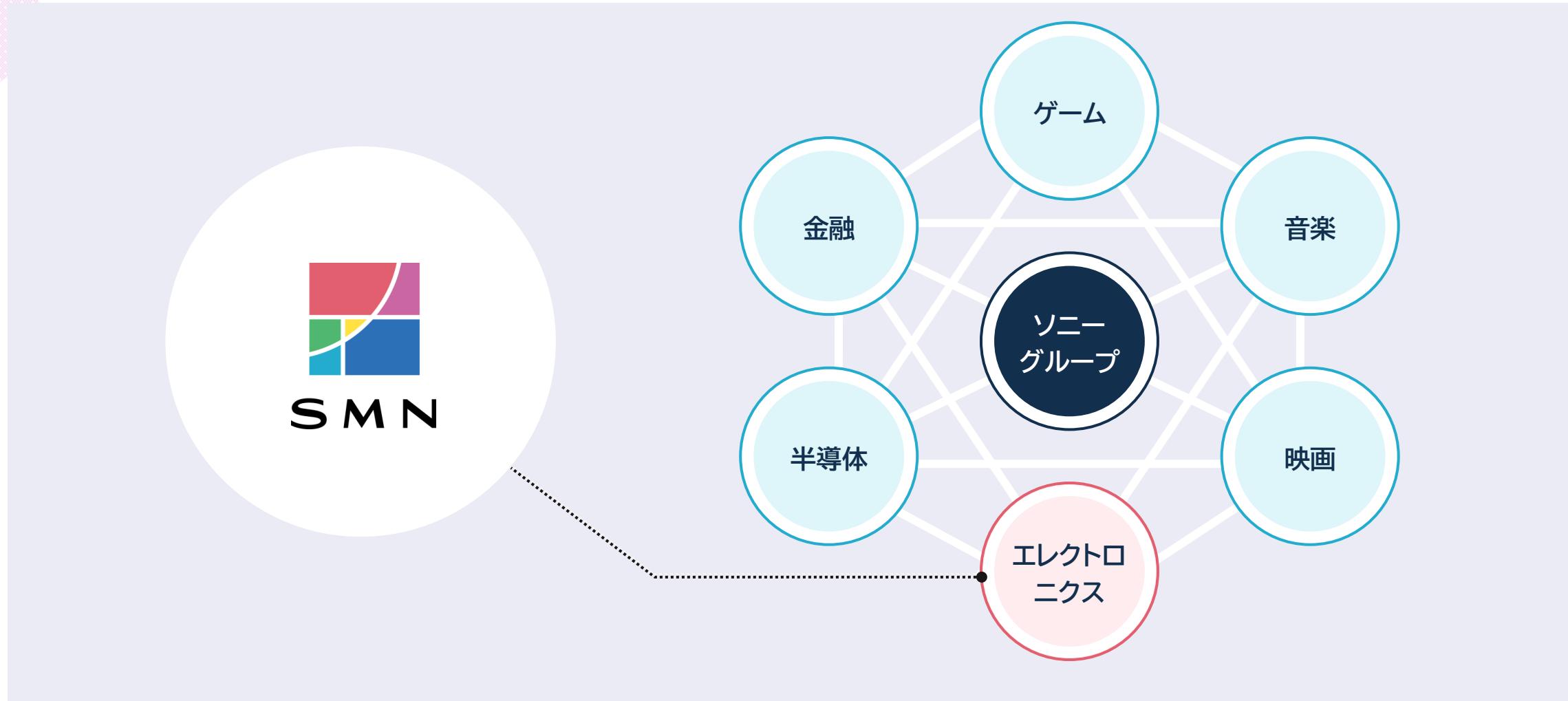
2022 SOULA株式会社 取締役

2023 当社 執行役員副社長
当社 取締役副社長

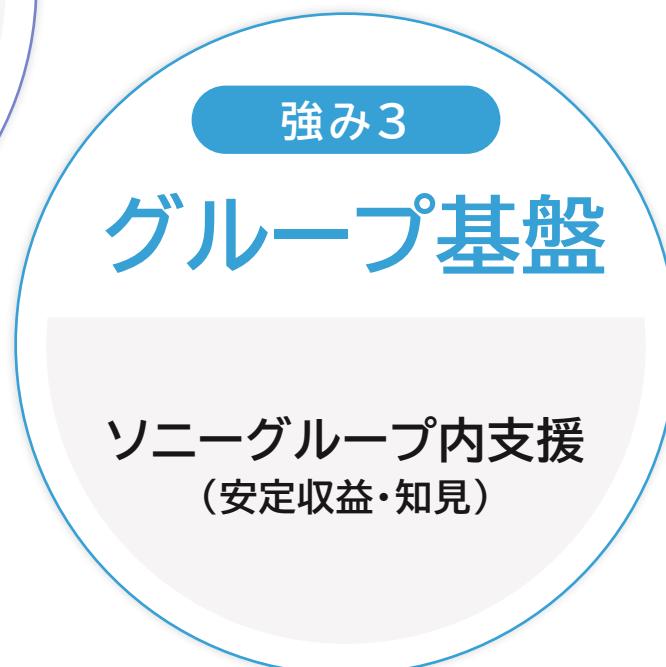
2024 当社 代表取締役社長

01 SMNの全体像

ソニーグループの「マーケティング技術専門集団」



「ソニーの技術」と「独自のデータ」が収益の源泉



ソニーR&Dの先端技術(AIなど)が当社の強みの中核

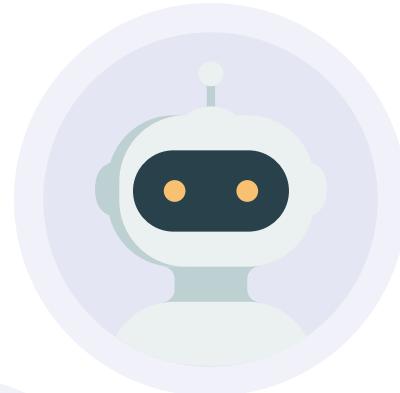
SMN

高度処理技術/AI(感性分析)

Logicad / SENZAI

ソニーR&D

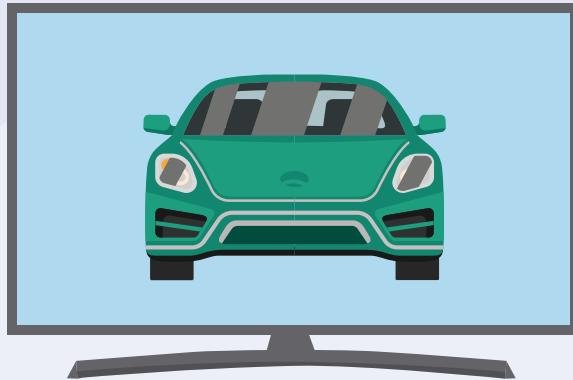
先端技術



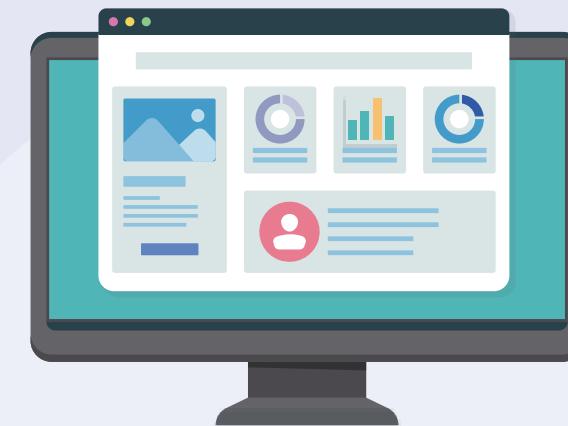
他社にはない独自データを持っている

独自データ

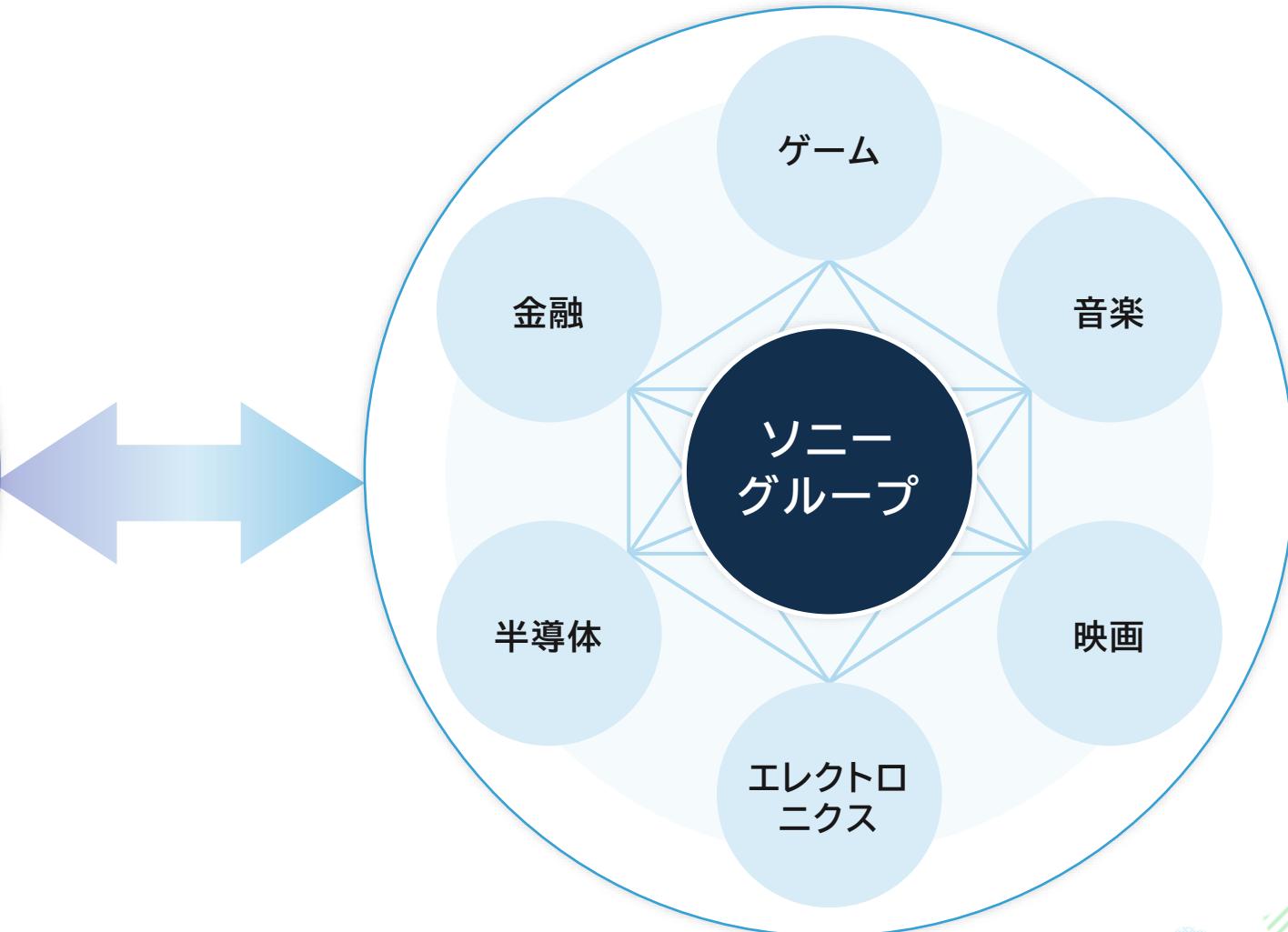
テレビ視聴データ
(TVBridge)



Web行動履歴データ
(Logicad)



ソニーグループ基盤



SMNの事業全体像



アドテクノロジー 事業

Logicad、TVBridge、YxSなど

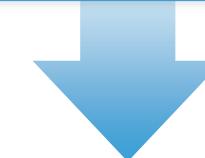


当社の大黒柱、中核事業



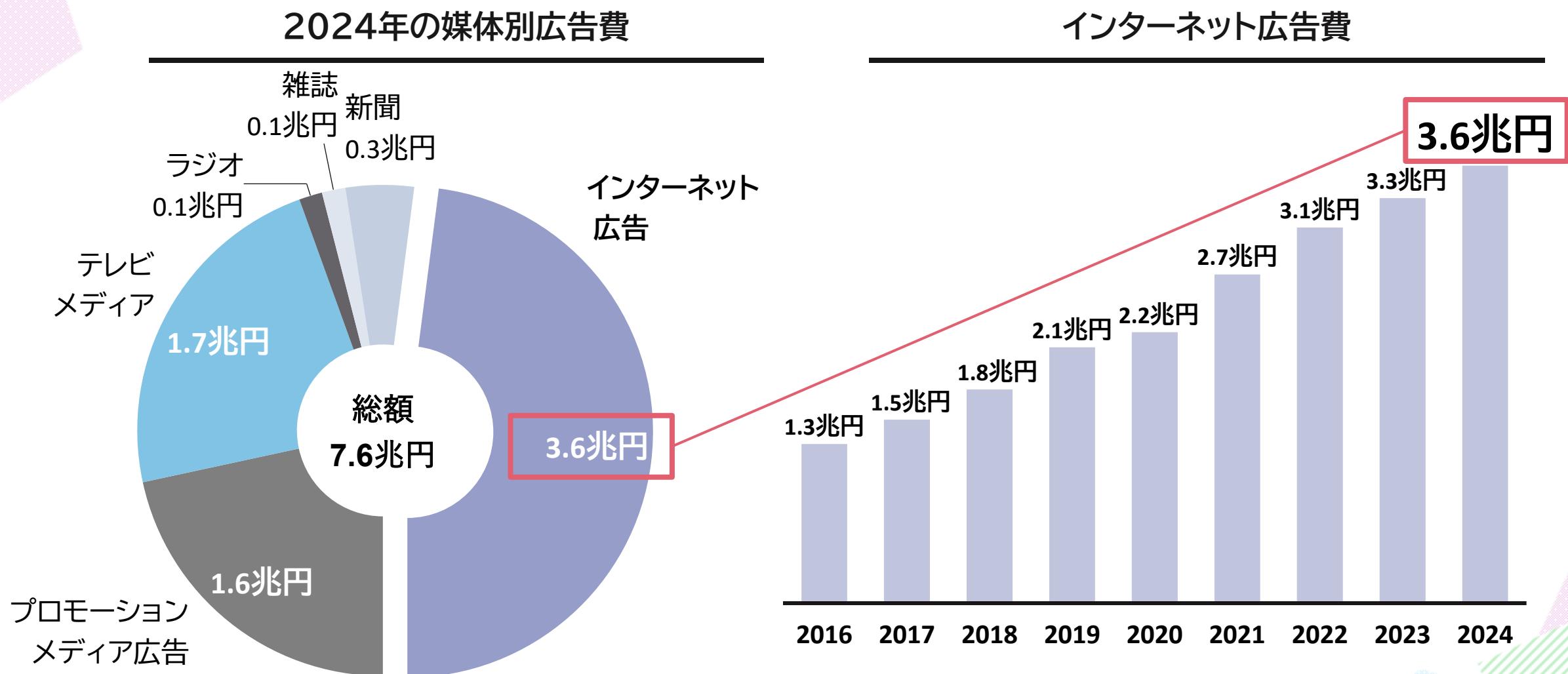
マーケティング 支援事業

ソニーグループ向け支援など



新たな収益基盤

当社が戦う「ネット広告市場」はテレビを超える巨大市場

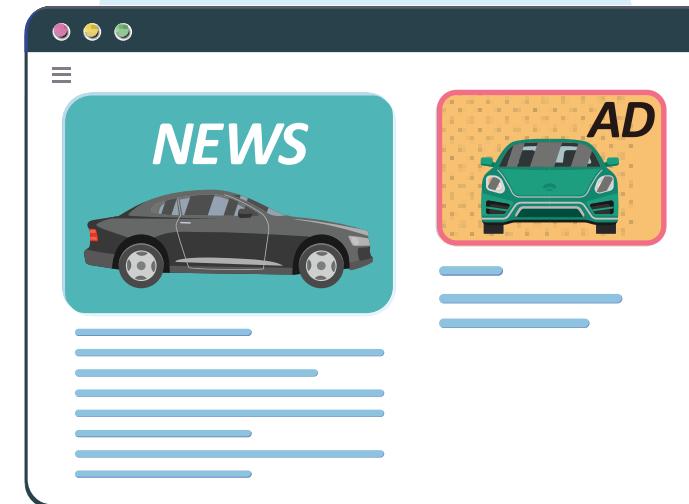
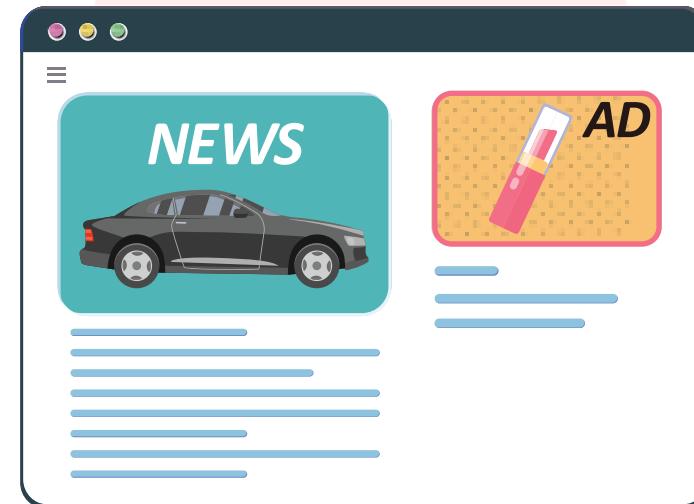


出典:電通「2024年の日本の広告費」

02 事業紹介

02 事業紹介①アドテクノロジー事業

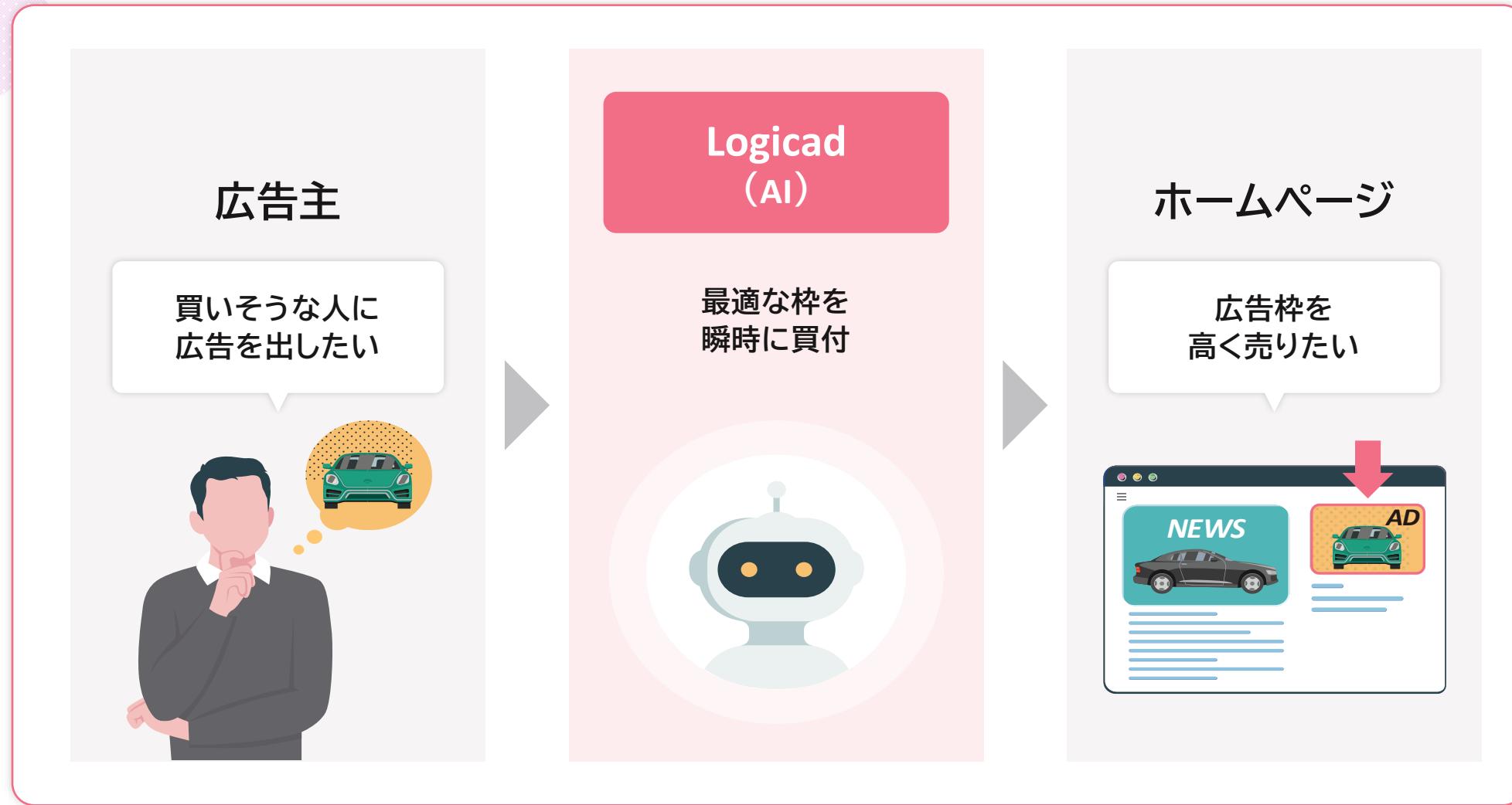
同じホームページを見ても人によって広告が違うのはなぜ？



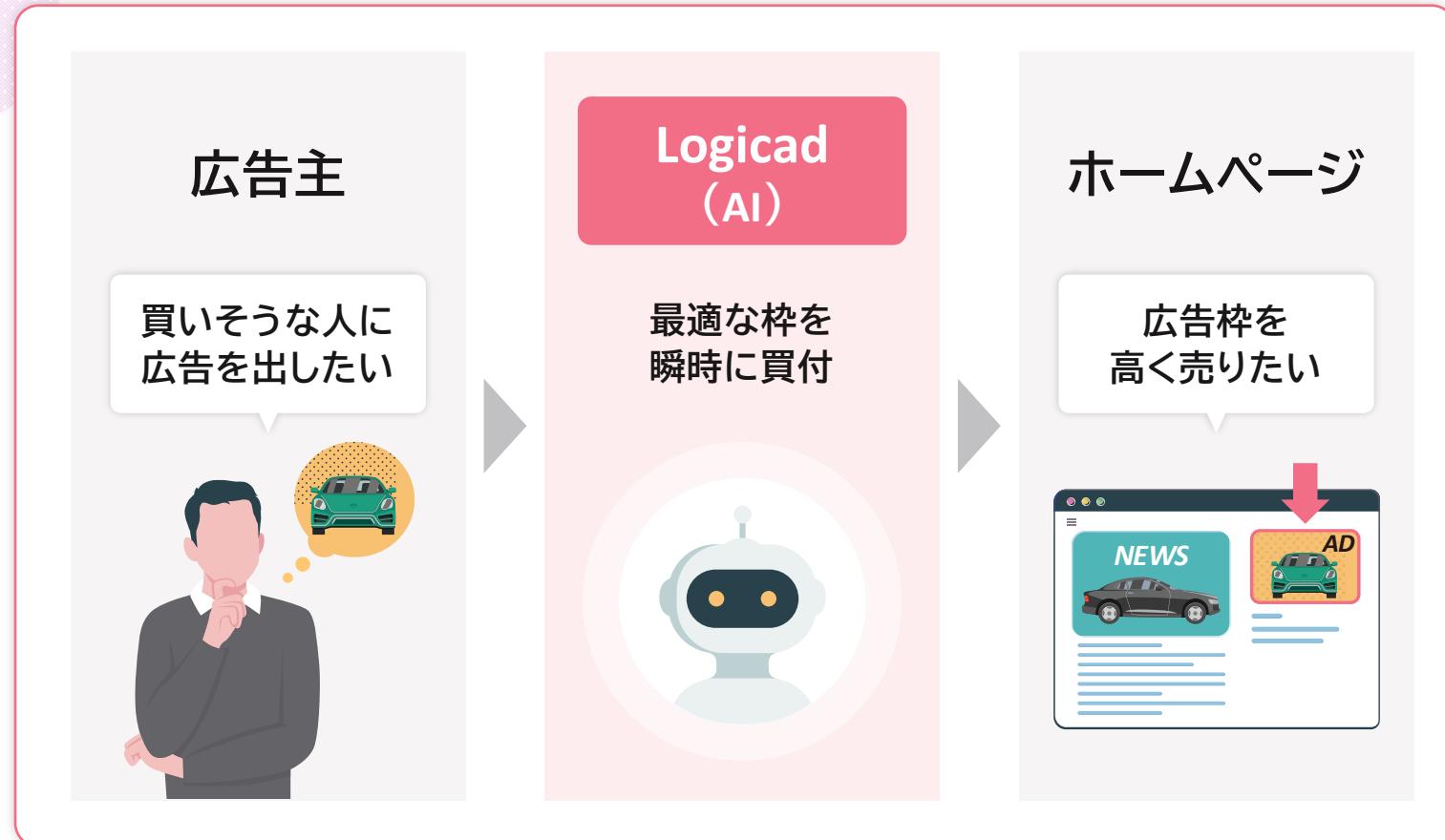
瞬時に最適な広告を選んでいるから



広告主のために「最も効果的な広告枠」をAIが自動で買付



見る人に興味のある広告が表示される



全体にとって最適化を実現

ホームページ、広告主、見る人、三方良し



Logicad

AIによる超高速・高安定な処理が広告効果を最大化



高速

0.003秒

優良な広告枠の入札を逃さない



安定

1兆469億回※

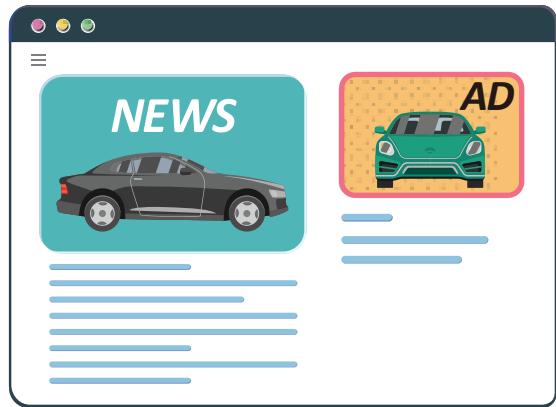
大量の広告配信でも機会損失ゼロ

※2025年3月末現在

だから、広告主に選ばれ、当社の収益の柱となっています

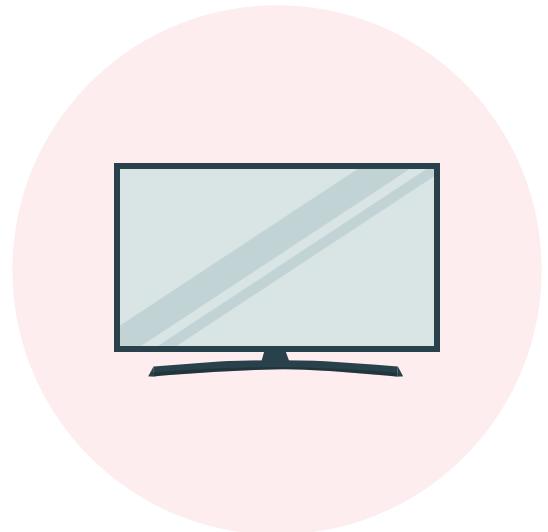
最大の強みはネット広告と「リアルな生活データ」の連携

Logicad
(ネット)



+

テレビ
視聴データ



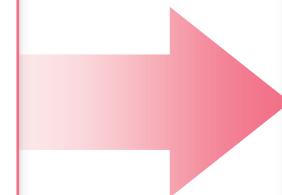
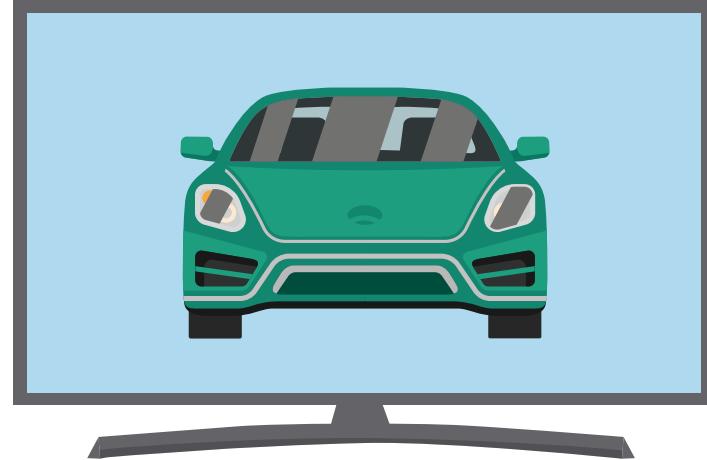
+

新聞
購読者データ

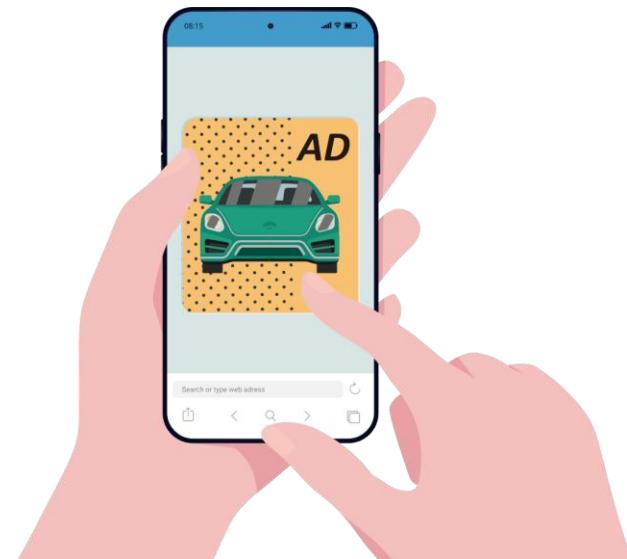


TVBridge 国内最大級1,300万台のテレビ視聴データを保有

① 家で
テレビCMを見る



② 外でスマホに
関連広告が表示される

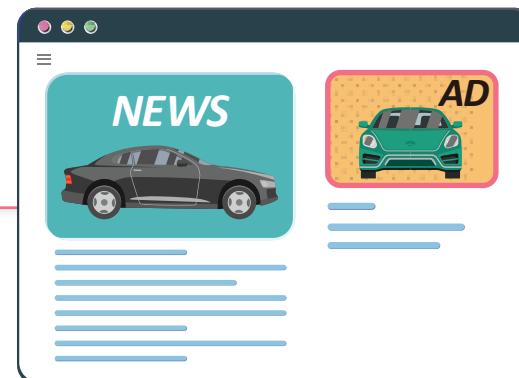


「CMを見た人」を狙い撃ち、広告の“無駄撃ち”を無くす

CMを見た人



ネット広告を配信する
(狙い撃ち)



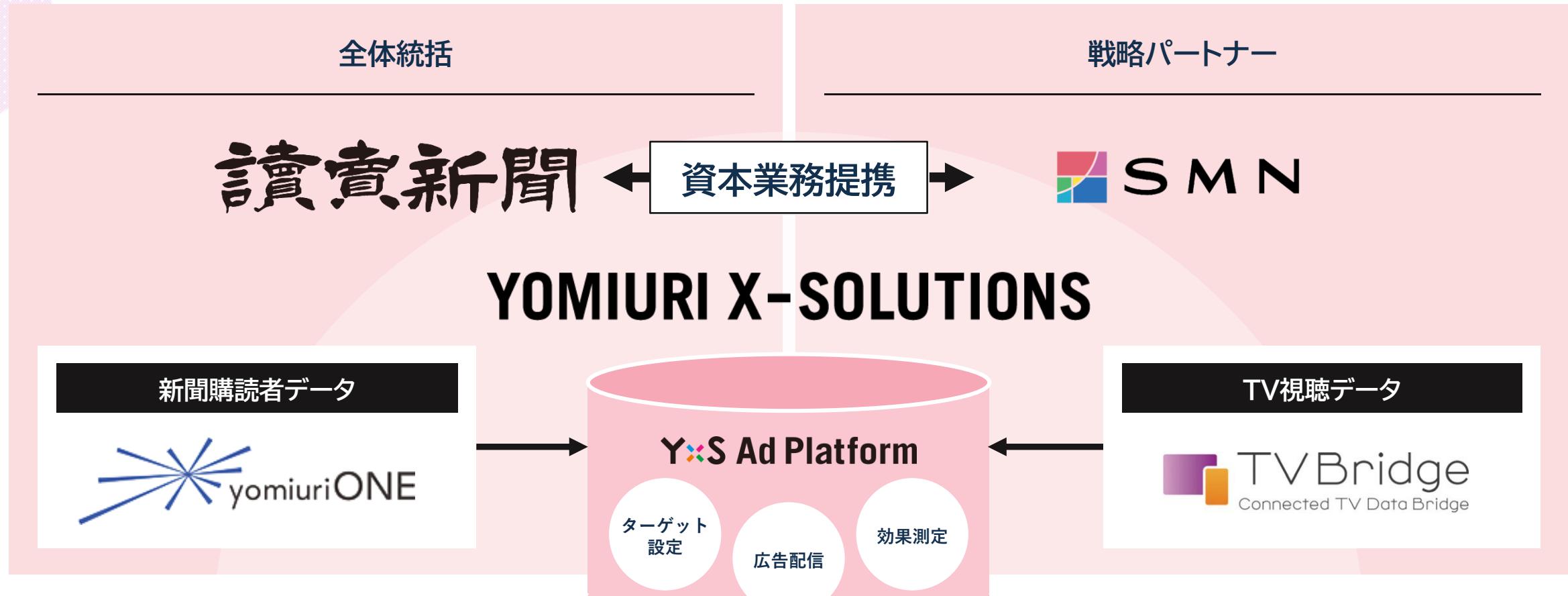
CMを見ていない人



ネット広告を配信しない
(無駄撃ちを削減)



読売新聞社と連携、新聞×テレビの日本唯一のデータを扱う



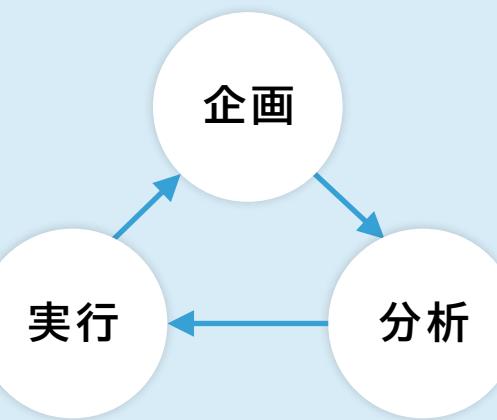
新聞とテレビの接触データを活用したデータマーケティングを実現

02 事業紹介②マーケティング支援事業

ソニーグループ内のマーケティング支援が新たな収益基盤

マーケティングプロセス

お客様企業マーケティング部門



メディア

TVC



新聞広告



ネット広告



生活者



 SMN プロセス全体を企画、実行、分析まで包括支援

マーケティング支援 競争優位性



Logicad運用を通じて
培った広告配信実績の
強み



ソニーグループの
会員情報などを用いた
高度なデータマーケティング

03 業績進捗

2026年3月期(今年度)上半期実績

売上高

56.8億円

(前年比 +1.6%)

営業利益

1.8億円

(前年比 +3.0億円)

中間純利益

1.2億円

(前年比 +1.7億円)

好調を受け、今年度の通期業績予想を「上方修正」

売上高

122.0 億円

(前回比 +2.0 億円)



前回公表予想

120.0 億円

営業利益

5.5 億円

(前回比 +1.5 億円)



前回公表予想

4.0 億円

当期純利益

4.3 億円

(前回比 +1.1 億円)



前回公表予想

3.2 億円

今年度の通期業績予想、前期実績との比較

売上高

122.0 億円

(前年比 +5.5 億円)



前期実績

116.4 億円

営業利益

5.5 億円

(前年比 +3.1 億円)



前期実績

2.3 億円

当期純利益

4.3 億円

(前年比 +1.3 億円)

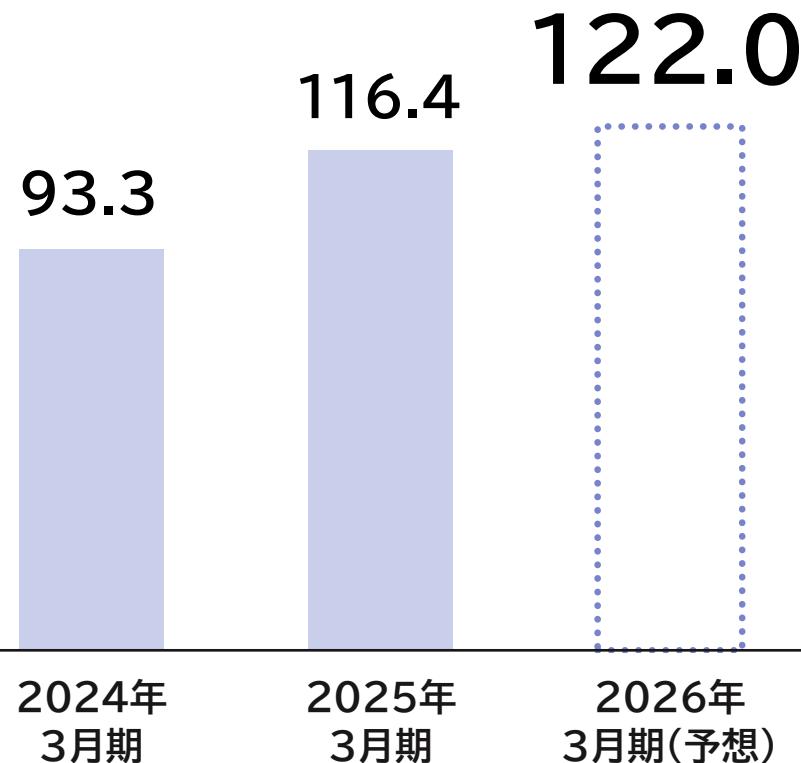


前期実績

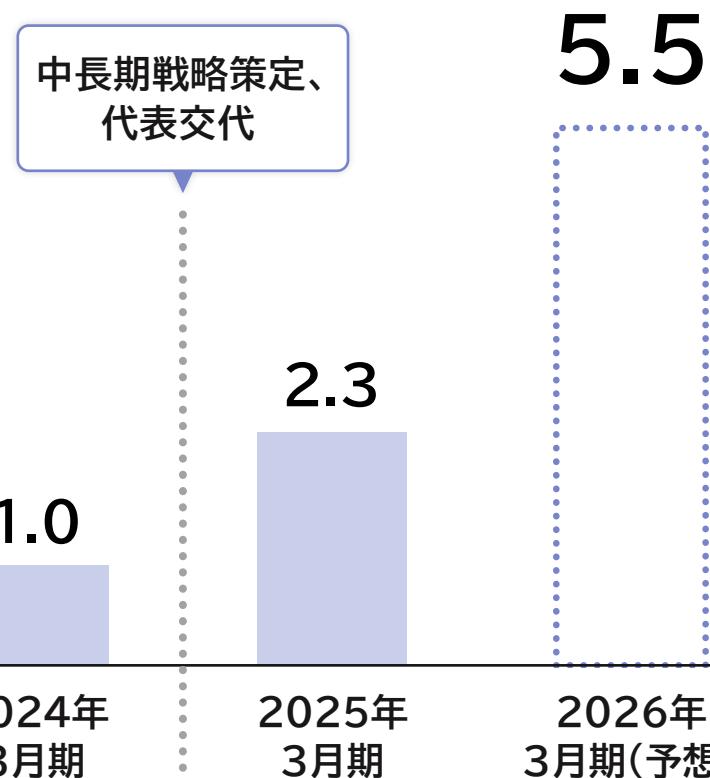
2.9 億円

技術力の回復と、独自データの成長が牽引

売上高(億円)



営業利益(億円)



中長期戦略策定、
代表交代

株主資本コストを上回るROE 10%以上を中期目標とします

- 今後も資本コストや株価を意識した経営を推進し当社の企業価値向上をめざす

重点指標

ROE(Return On Equity)

目標水準
(中期的)

ROE 10.0 % 以上(エクイティ・スプレッド※がプラス)

重点投資
領域

人的資本

先端技術
(AI・データ基盤)

新規事業創造

戦略的
アライアンス
／M&A

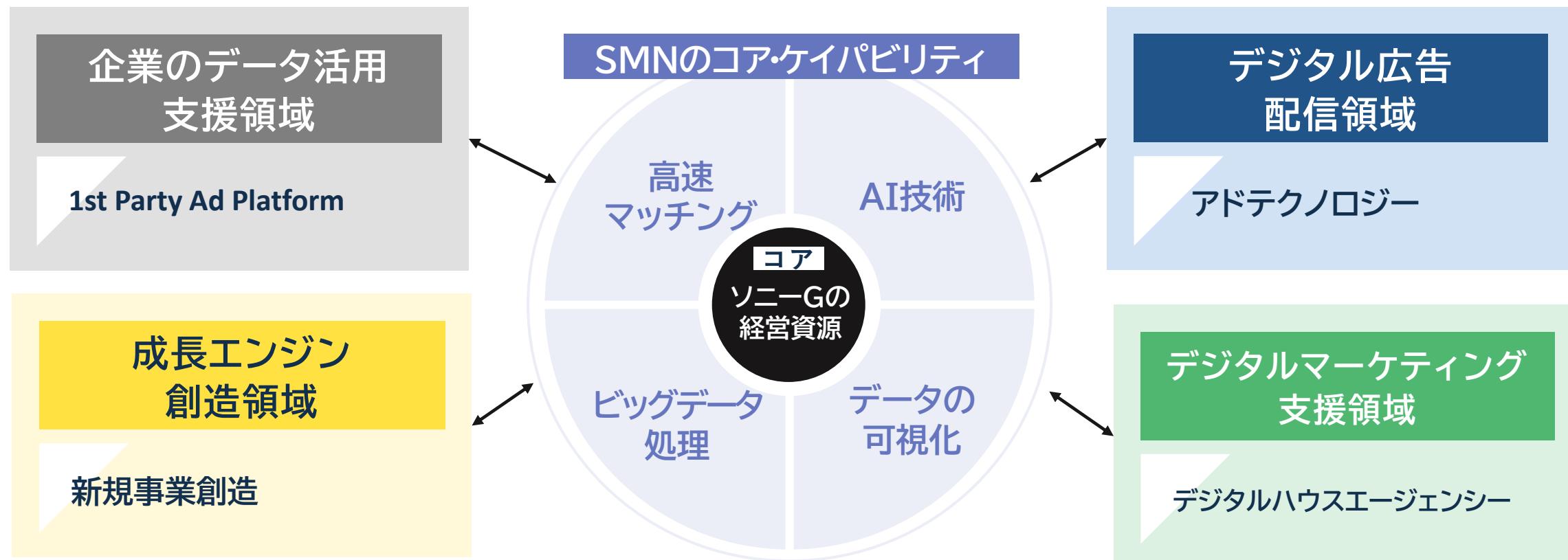
※エクイティ・スプレッド=ROE-株主資本コスト

04 成長戰略

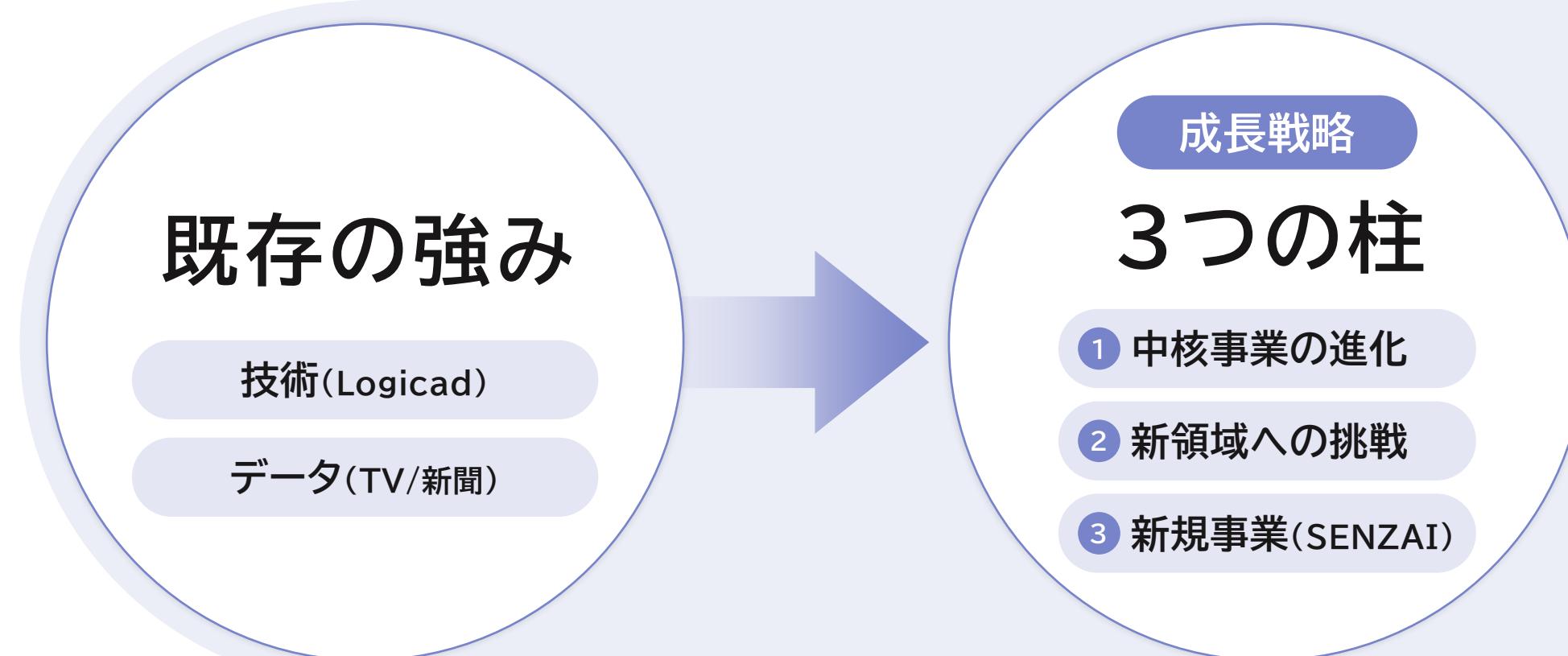
SMNがめざす姿(2025年4月更新)

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



培った「技術」と「データ」をテコに事業を拡張



「ブランド広告」や「小売店広告」へ領域を拡大



中核

獲得広告+ブランド広告



TVデータ等を活用し、
認知目的の広告領域
(ブランド広告)も強化



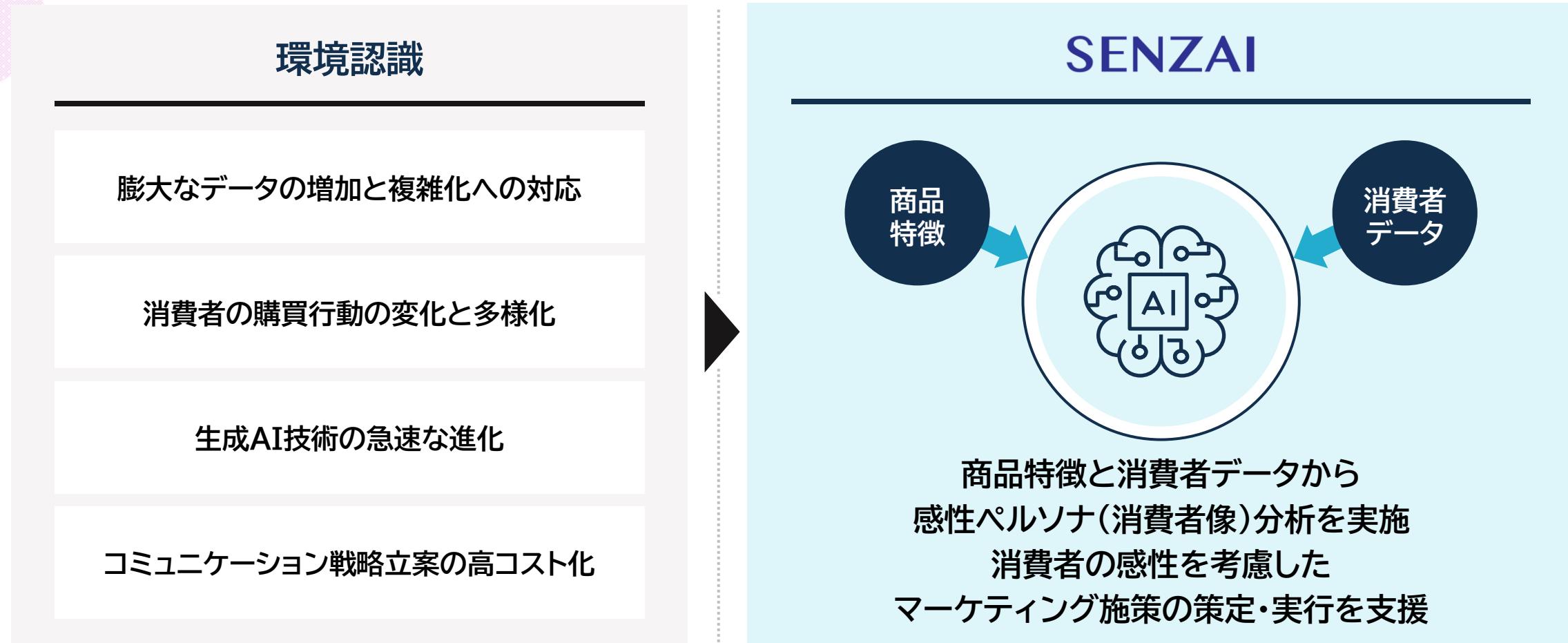
新領域

リテールメディア



小売企業の持つ
購買データを活用した、
新たな広告領域へ進出

新規事業「SENZAI」はソニーのAI技術で”感性”を分析



SENZAIはこんなサービス



消費者の感性を捉えてプランニングのスピードと質を向上

05 株主還元

株主様への感謝と投資魅力向上のため株主優待制度を新設

SMNプレミアム優待俱楽部

対象者

2026年3月31日時点において
**1,000株以上を
保有されている株主様**

- ◆ 株主優待制度詳細は
2025年10月31日公表の
適時開示をご参照ください



企業価値向上を目指し株主の皆様にとって魅力的な会社であり続けるべく努めてまいります

06 結び

「技術」と「独自データ」を強みに「未来」を創ります

1

ソニーの技術と
「TV・新聞」の
独自データが強み



2

主力事業が回復し、
成長戦略を加速
させている



3

強みを活かし
「SENZAI」など
未来の事業を創造



将来見通しに関する注意事項

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。

Appendix

Q. 不適切な広告を配信していないか？



厳格なポリシーのもと、
ガイドラインに基づき不適切広告を排除

- ガイドラインに基づき、不適切なコンテンツの広告掲載を
チェックし排除
- デジタル広告の品質に関するお墨付き「JICDAQ認証」を取得
- 広告主のご要望に応じて、ブラックリストや
ホワイトリスト機能も提供

Q. 個人情報は大丈夫ですか？



統計化されたデータのみ利用し、
個人を特定する情報は一切扱いません

- 「テレビ視聴データ」「新聞購読者データ」は統計処理され、「Aさん」のような個人情報は含まれません
- プライバシー保護の国際基準等に準拠した運用を徹底しています

3つの急回復ポイント

急回復
ポイント1

中核事業の
収益性を
大きく改善

急回復
ポイント2

新たな
収益基盤の
獲得

急回復
ポイント3

不採算領域の
見直し、撤退