



2021年12月14日

各 位

会 社 名 SMN株式会社  
代表者名 代表取締役社長 井宮 大輔  
(コード番号：6185 東証第一部)  
問合せ先 執行役員 鈴木 勝也  
(TEL. 03-5435-7930)

### 新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書

当社は、2022年4月に予定される株式会社東京証券取引所（以下「東証」）の市場区分の見直しに関して、本日、プライム市場を選択する申請書を提出いたしました。当社は、移行基準日時点（2021年6月30日）において、当該市場の上場維持基準を充たしていないことから、下記のとおり、新市場区分の上場維持基準の適合に向けた計画書を作成しましたので、お知らせいたします。

### 記

#### 1. 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の移行基準日時点におけるプライム市場の上場維持基準への適合状況は、以下のとおりとなっており流通株式時価総額については基準を充たしておりません。当社は、流通株式時価総額に関しては2021年12月3日に公表した中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）の達成状況が公表される2026年3月期までに上場維持基準を充たすために各種取組みを進めてまいります。

	株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (億円)	流通株式 比率 (%)	1日平均 売買代金 (億円)	時価総額 (億円)
当社の状況 (移行基準日時点)	—	49,656 単位	39.7 億円	37.7%	2.8 億円	—
上場維持基準	—	20,000 単位	100 億円	35.0%	0.2 億円	—
計画書に記載の事項	—		○			—

※当社の適合状況は、東証が基準日時点で把握している当社の株券等の分布状況等をもとに算出を行ったものです。

## 2. 上場維持基準の適合に向けた取組みの基本方針

当社はプライム市場に移行することが、持続的な成長及び中長期的な企業価値の向上、コーポレートガバナンスの一層の充実に資すると考え、プライム市場を選択いたしました。

2021年12月3日に公表いたしました添付の中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）の実行を通じて持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するとともに、上場維持基準の適合に向けた取組みを実施することによりプライム市場の上場維持基準適合を目指してまいります。

## 3. 上場維持基準の適合に向けた課題及び取組み内容

### (1) 時価総額の向上

以下の取組みを実施することにより2026年3月期までに時価総額285億円以上の達成を目指してまいります。

なお、2021年12月3日に公表いたしました添付の中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）の実行を通じて2025年3月期に売上高200億円、営業利益15億円を達成することで、当社のPERは約30倍の水準となることを見込んでおります。また、当該当社PER水準は過去水準と比較しても達成可能であり、当該当社PER水準と中期経営計画に掲げた2025年3月期の営業利益15億円を達成することにより時価総額285億円以上の達成は可能であると考えております。

決算期	売上高	営業利益	当期純利益
中期経営計画 (2025年3月期)	200.0億円	15.0億円	—
2019年3月期	102.1億円	7.2億円	5.7億円
2020年3月期	116.0億円	7.4億円	4.8億円
2021年3月期	121.1億円	3.0億円	△0.3億円

算出期間	PER※
中期経営計画達成後	約30倍 (見込)
2018年4月2日から2019年3月29日	42.5倍
2019年4月1日から2020年3月31日	18.0倍
2020年4月1日から2021年3月31日	22.9倍

※PERは各算出期間の日々の株価終値の年間平均と各算出期間において開示済みの直前期の当期純利益実績から算出

#### ①中期経営計画の実行を通じた持続的な成長と企業価値向上の実現

2021年12月3日に公表いたしました添付の中期経営計画（2023年3月期～2025年3月期）に基づき、新規事業としてアドテクノロジー事業を中心とした既存事業を統合したワンストップDTCソリューションの提供開始と成長、また、新規事業との相乗効果により既存事業の利益拡大を図ることで持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現に取り組んでまいります。

#### ②改訂コーポレートガバナンス・コード適合に向けたガバナンスの充実

2021年6月に改訂されたコーポレートガバナンス・コードのプライム市場に求める水準を充たすべく、招集通知などのうち必要とされる情報の英訳開示・提供の検討、機関投資家向けに議決権電子行使プラットフォームの採用の検討を進めることでコーポレートガバナンスの一層の充実に取り組んでまいります。

#### ③ESG経営への取組み

環境・社会・ガバナンス（ESG）を重要な経営課題と位置付け、「余剰在庫・廃棄ロスの削減」、「福祉施設への支援」、「経営の効率化・経営の健全性の向上」など、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現に取り組んでまいります。

### (2) 流通株式比率向上

以下の取組みを実施することにより流通株式比率35%以上の安定的な達成を目指してまいります。

#### ①非流通株式の流動化

移行基準日時点（2021年6月30日）において東証が算定を行った流通株式比率は、プライム市場の上場維持

基準を上回っておりますが、流通株式時価総額の基準達成のため、非流通株式に分類される特別利害関係者等の株主に保有株式の縮減を協議させていただくなどにより、流通株式比率35%以上の安定的な達成及び更なる流通株式比率の引き上げにも取組んでまいります。

以上



# 中期経営計画説明資料

Copyright © SMN Corporation All rights reserved.

01. 全体像と基本戦略

02. 既存事業の戦略

03. 計画値

04. ESG経営への取り組み

# 01

全体像と基本戦略

# 事業領域の推移

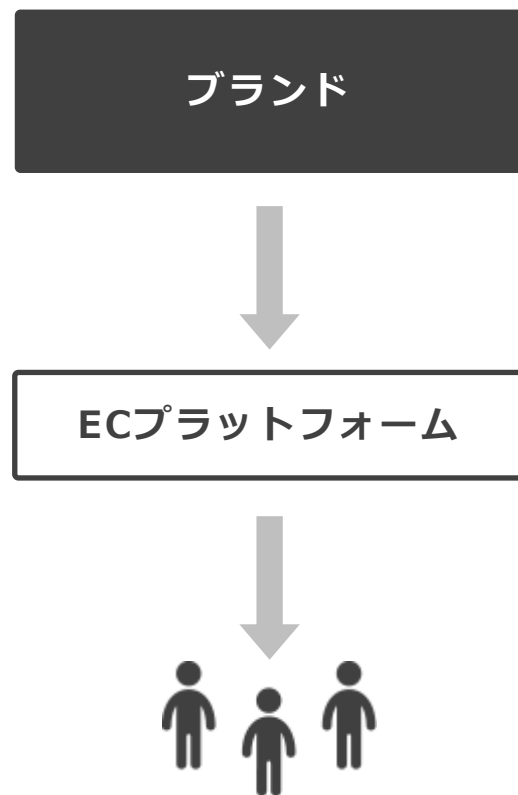
“ブランドと人をつなぐ”

マーケティング領域においてサービスを拡大

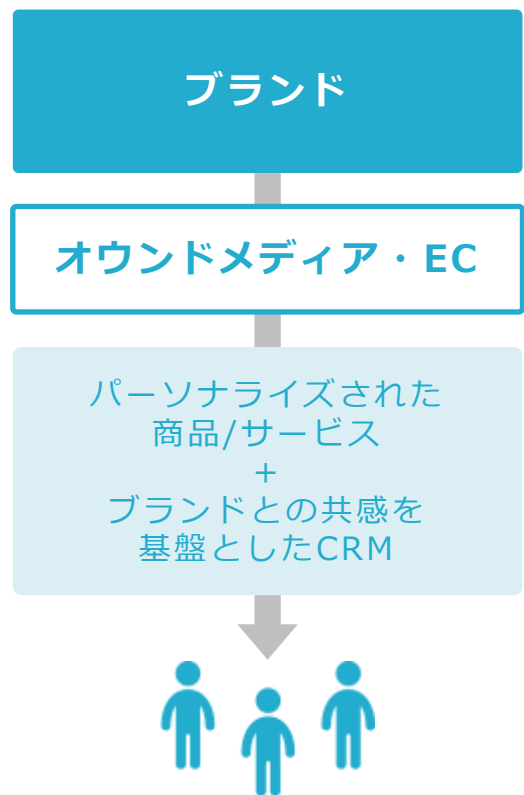


# ブランドと人のつながりの変化

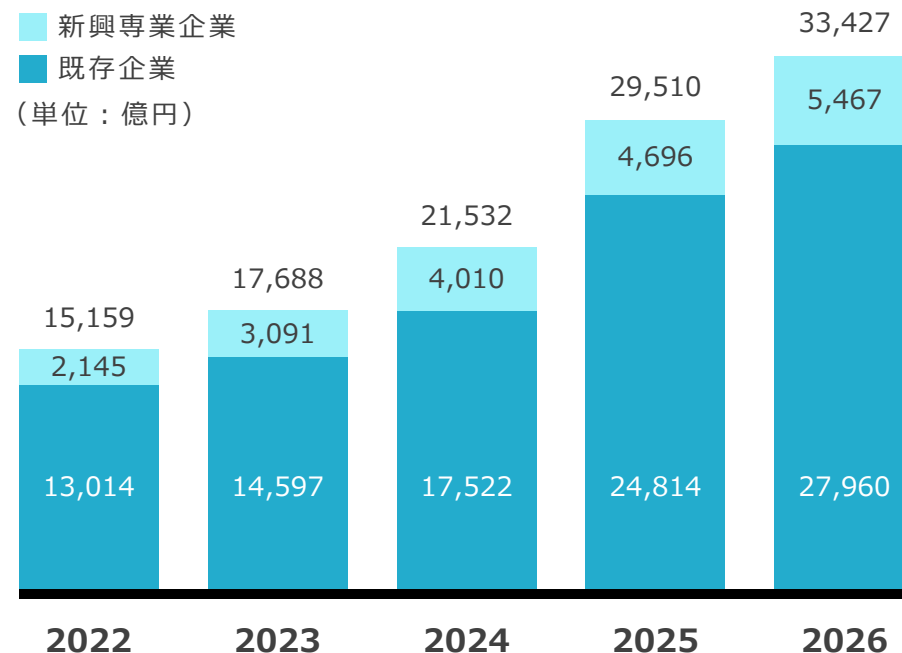
ECプラットフォームを  
通した  
人とブランドのつながり



ブランドと人の  
直接のつながり  
Direct To Consumer



DTC市場規模は  
2026年に約3.3兆円と推計



出典：経済産業省令和2年度電子商取引に関する市場調査等から  
SMN経営企画部推計



# DTCの課題と解決

SMNは、ブランドのDTCの課題をデジタルマーケティングのノウハウで解決していく

## 課題

- ・ブランドのオウンドメディアの認知
- ・顧客の拡大

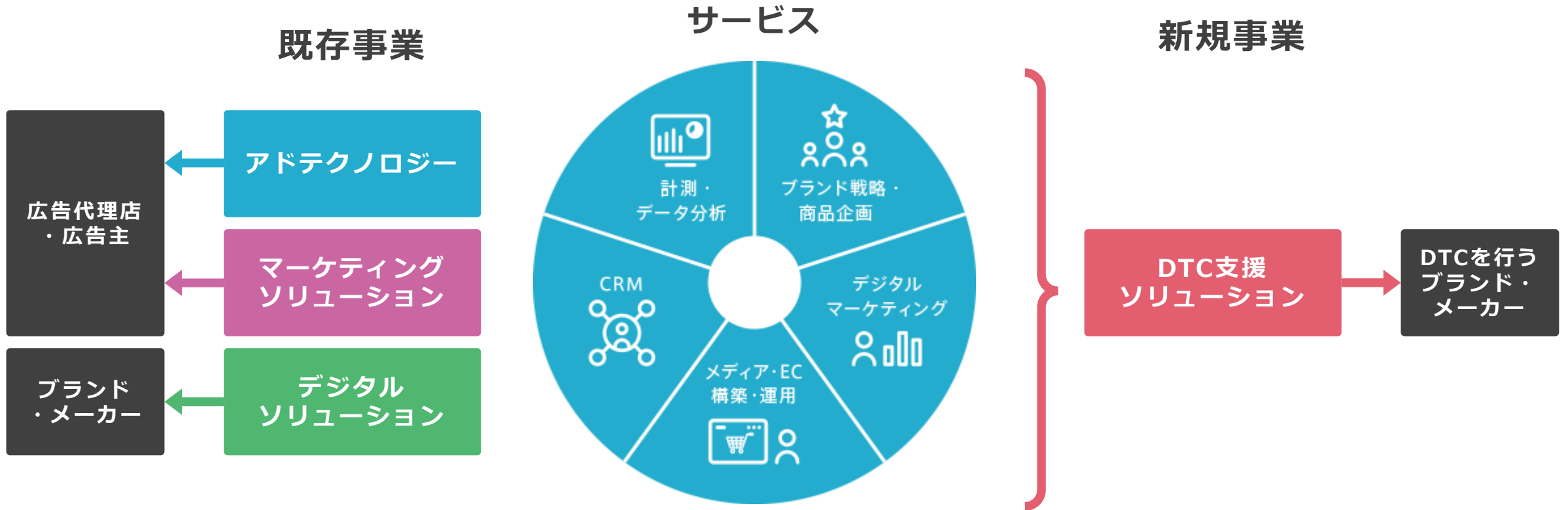


## 解決

- ・デジタルマーケティングのノウハウ

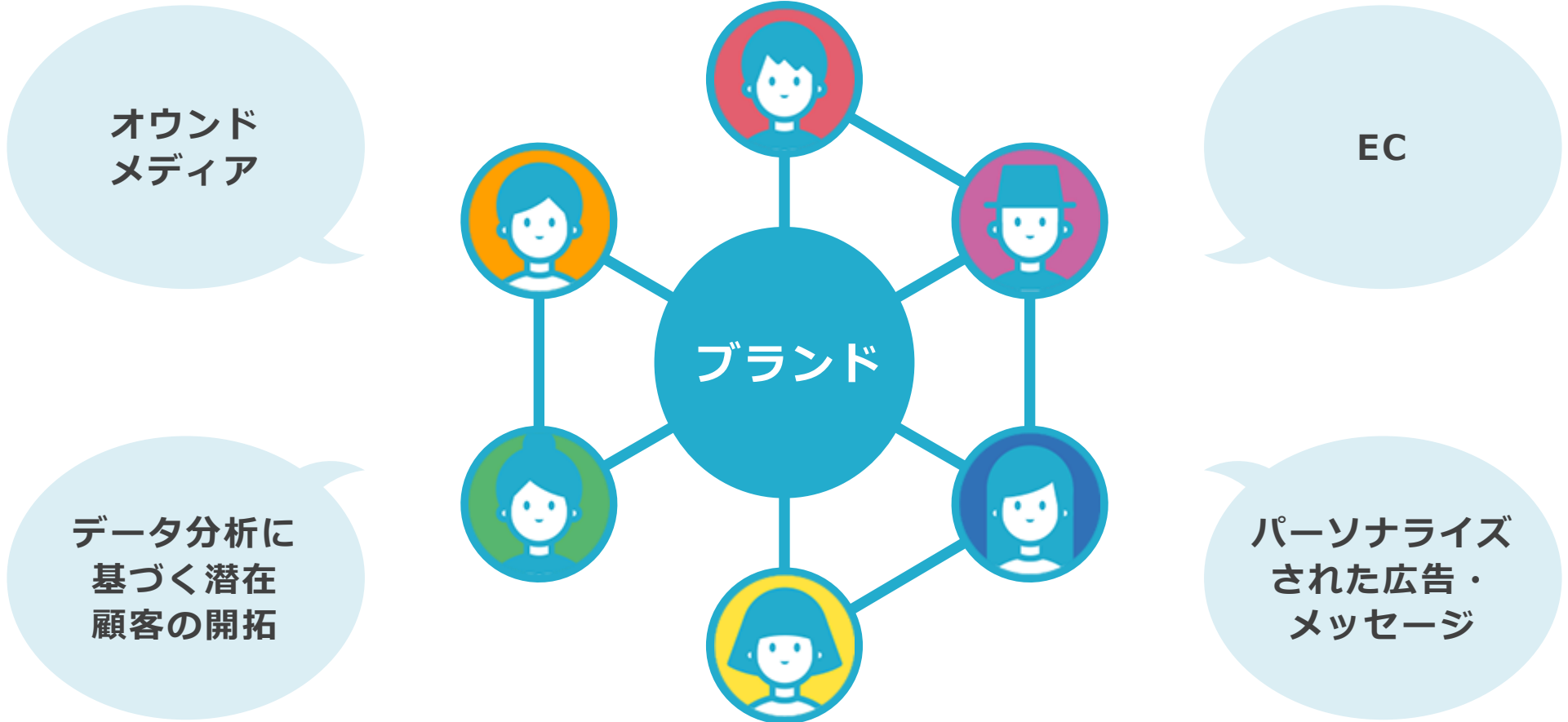
# 基本戦略

新たにサービスを統合した**ワンストップのDTC支援ソリューション**を提供する事で  
ブランドと人のコミュニティの構築を支援する



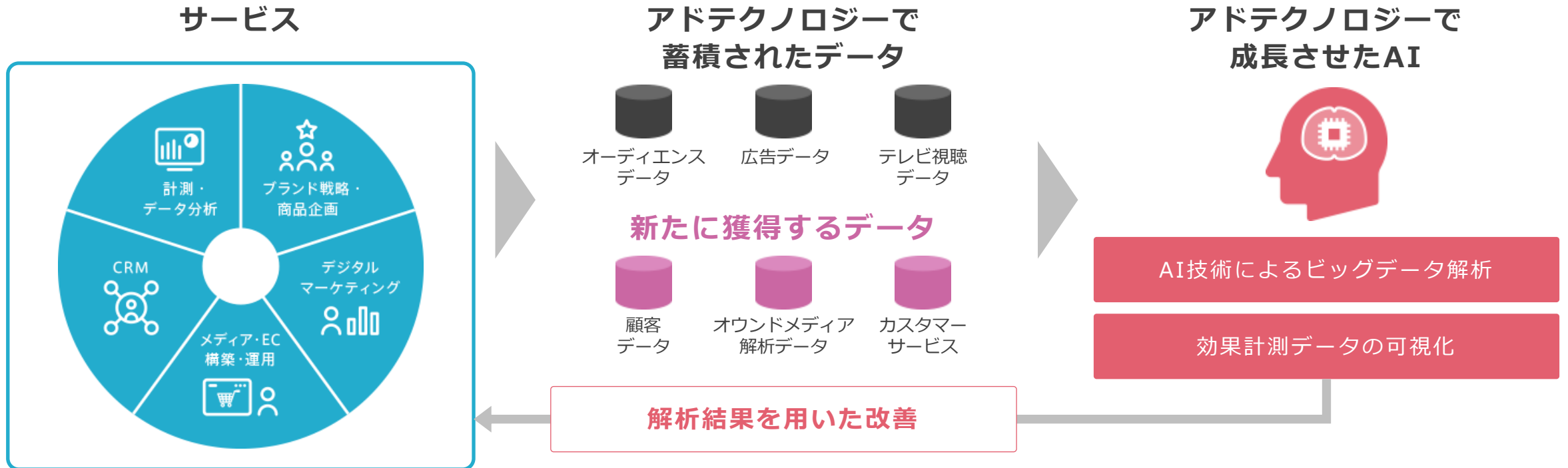
# ブランドと人のコミュニティ

SMNはブランドのコミュニティ形成と拡大に寄与していく



# DTC支援ソリューション～強み～

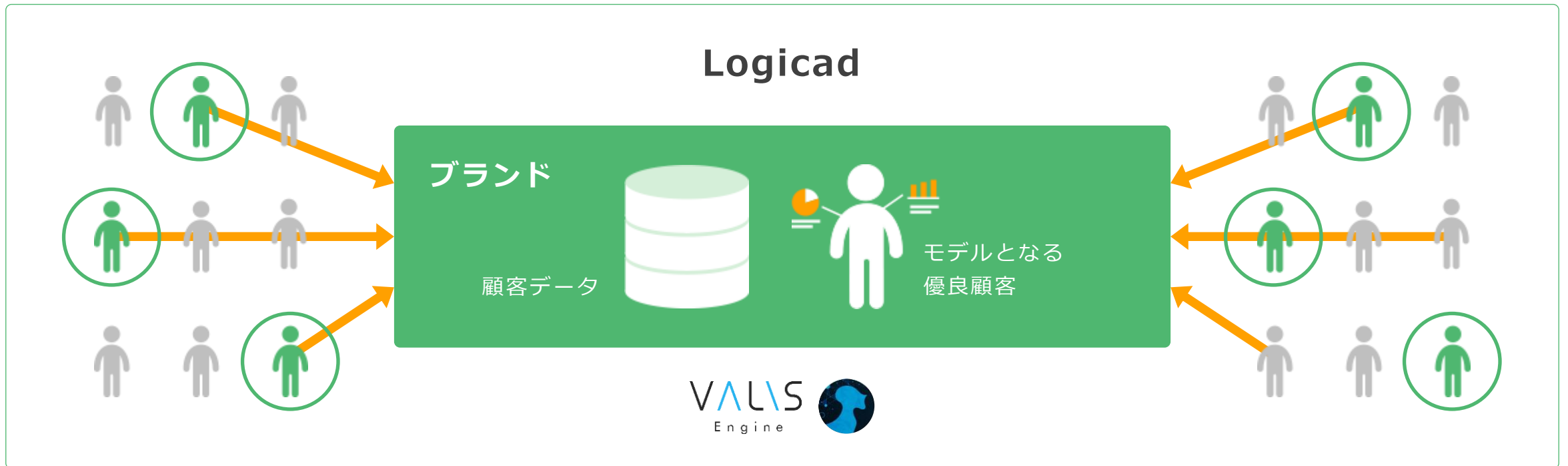
アドテクノロジーで蓄積されたデータと新たに獲得するデータを合わせてAIで解析  
解析結果を用いた改善によりブランドのDTCを成功に導く



AI技術はソニーグループのR&Dセンターと引き続き連携を継続

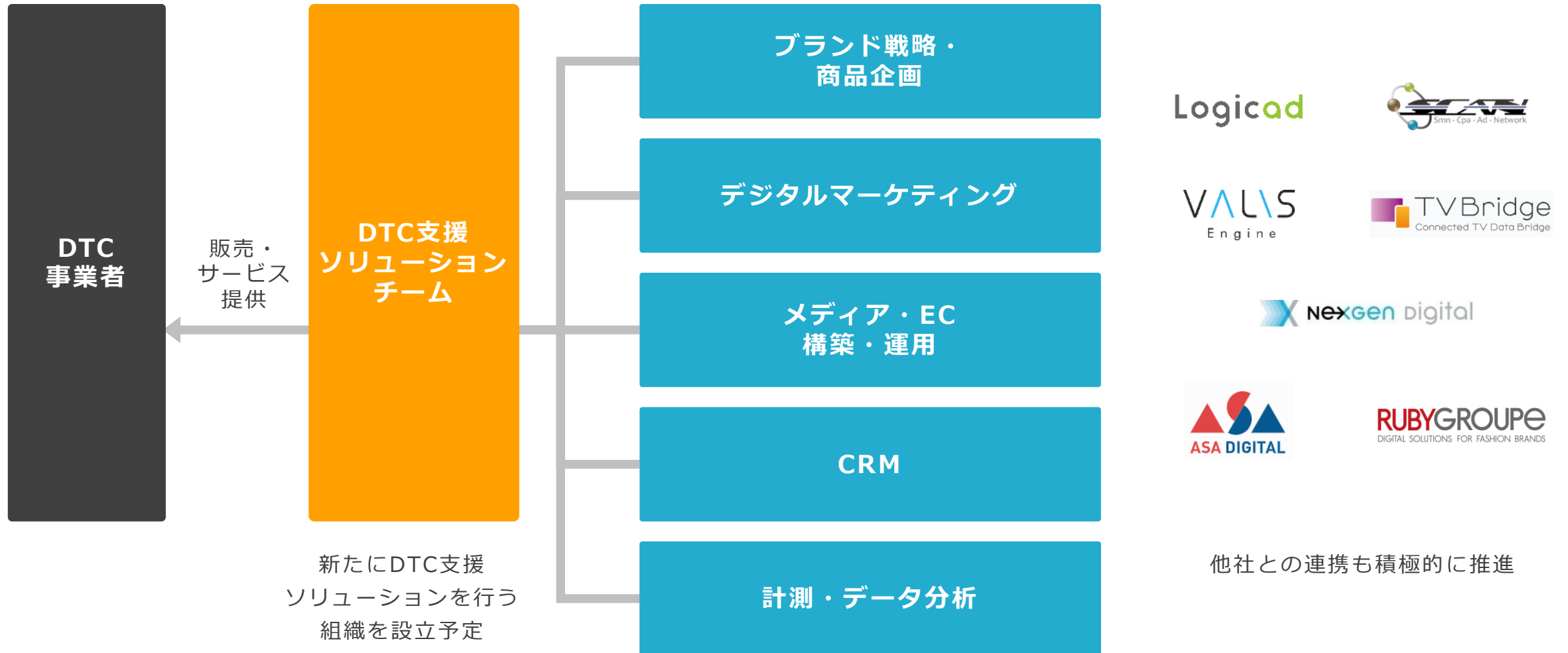
# DTC支援ソリューション ～AIによる改善の例～

AIを用いてブランドの優良顧客の属性のユーザーに広告配信を行う事で  
ブランドの顧客拡大を効率的に行う



アドテクノロジーの蓄積データ x 顧客データ x AI

# DTC支援ソリューション ～ビジネススキーム～



# ロードマップ

2025年3月期にDTC支援の  
特定領域における業界リーダーとなることを目指す

2025年3月期

特定領域での地位確立

2024年3月期

クライアントベースの拡大

- 特定領域において  
DTC支援業界でのポジショニングを確立
- ノウハウが横展開できる領域へ  
クライアントベースを拡大

2023年3月期

DTC支援ソリューションの確立

- 確立されたソリューションをベースに  
新規営業を強かに展開
- 他事業からの人員移動も含め体制を拡充

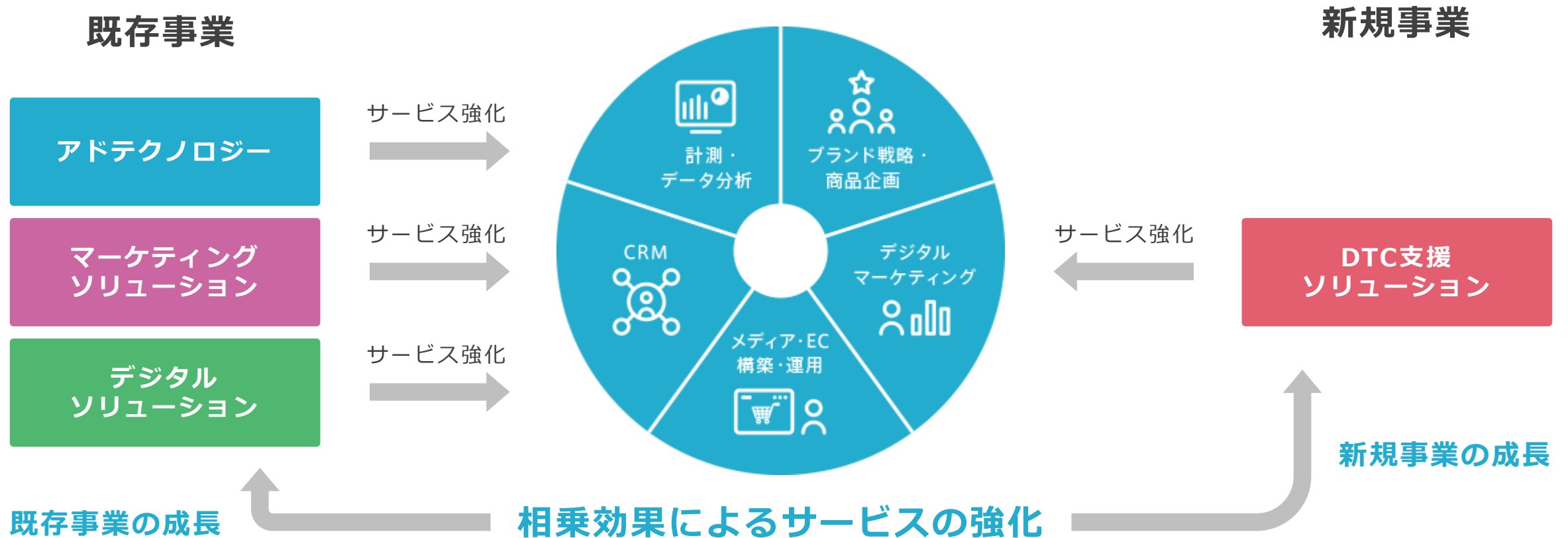
- デジタルマーケティングを軸に  
一気通貫の支援ができる体制を構築
- ルビー・グループ既存/見込み顧客を  
核に拡販

# 02 既存事業の戦略



# 既存事業と新規事業の相乗効果

既存事業および新規事業の両サイドで事業を展開することで  
中心となるサービスが強化され、相乗効果により既存・新規事業の成長につなげる

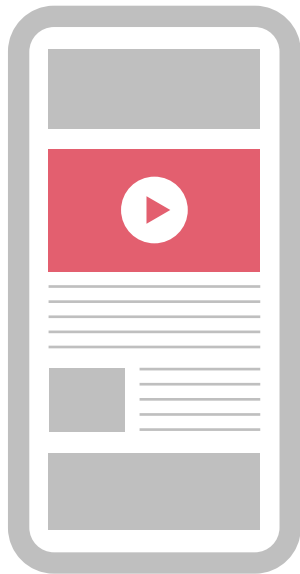


# アドテクノロジー事業の戦略

動画によるブランド認知訴求広告を様々なメディア・デバイスを通してリーチ  
メディア・デバイスを統合した効果計測ツールを展開する事で広告効果を最大化

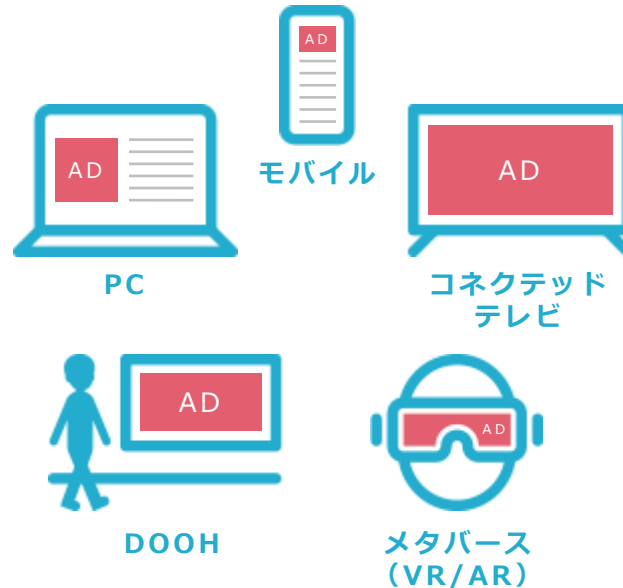
## 動画広告の強化

ブランド認知訴求に有効な  
インストリーム動画広告を中心に強化



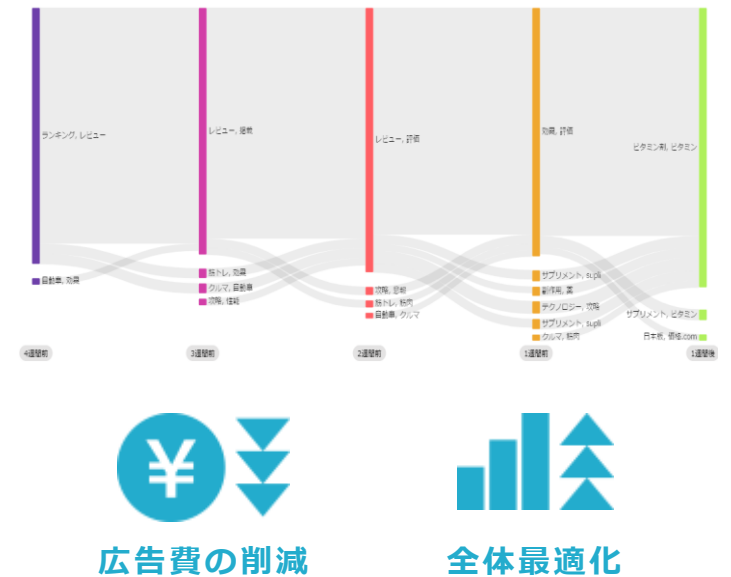
## メディア・デバイス

様々なメディア・デバイスを通  
して効果的にリーチ



## 統合的な計測

広告の効果を  
統合的に効果計測・分析



# 国内ファッション業界では初となる マルチアングルライブコマース配信を実施

※2021年11月5日に実施

Forget me nots

FW21 Collection 360° Live  
Commerce with Blinky



# デジタルソリューションの戦略

DTC支援ソリューションの中核を担いつつ個々の事業を成長させる



## ルビー・グループ

### デジタルマーケティングの強化

CRMの1st Party Dataと  
Logicadによるデジタルマーケティング強化

CRM

×

Logicad

### 顧客拡大

- アパレルブランド以外の顧客開拓
- ベトナムの開発子会社KIMEIの  
コスト優位性の活用



# 03 計画値

# 中期経営計画 数値目標

2025年  
3月期  
目標

売上

200 億円

営業利益

15 億円

# ESG経営の取り組み

# ESG経営への取り組み



## 余剰在庫・廃棄ロスの削減

DTC支援ソリューションにおいて、顧客拡大および需要予測機能を提供する事でブランドの余剰在庫・廃棄ロスに貢献



## 社会貢献活動

「こども食堂」などの福祉施設への無農薬野菜寄付による支援や「地方創生SDGs官民連携プラットフォーム※」に参画



## コーポレート・ガバナンス

経営の効率化を図ると同時に、経営の健全性、透明性及びコンプライアンスを高めていくことにより長期的に企業価値を向上

※ <https://future-city.go.jp/platform/>



既存事業

環境変化への適応

DTC支援  
ソリューション

新たな事業軸の構築

継続的成長