

SM  
ENTERTAINMENT  
JAPAN

## 2025年第2四半期決算説明資料

# 目次

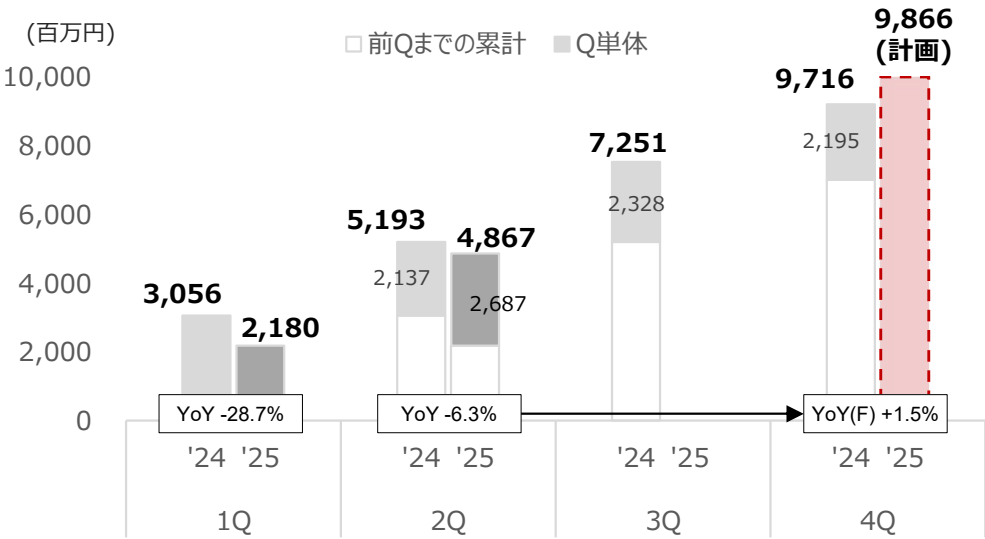
---

|                      |            |
|----------------------|------------|
| 1. 2025年第2四半期の業績     | ..... P 3  |
| 2. 第2四半期セグメント別トピック   | ..... P 6  |
| 3. 第3四半期以降セグメント別トピック | ..... P 10 |
| 4. その他               | ..... P 13 |

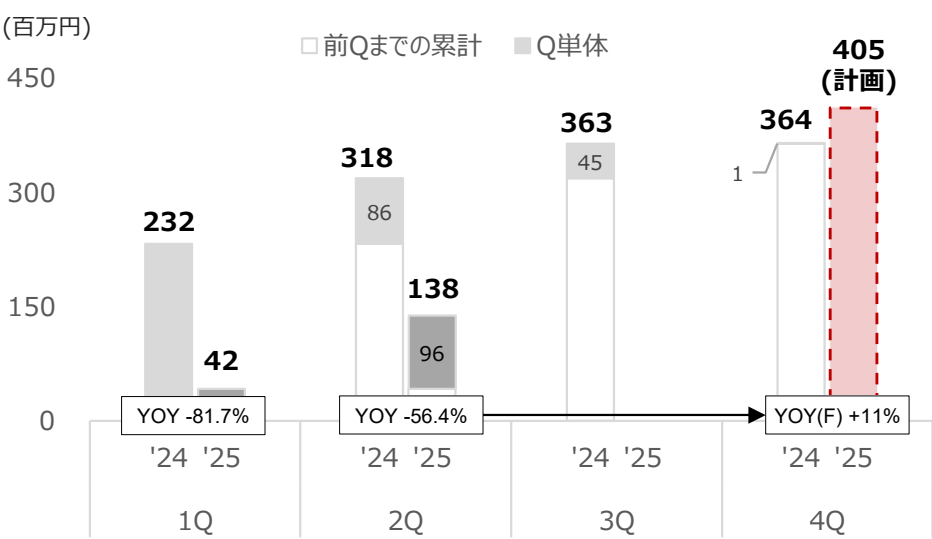
# 1. 2025年第2四半期の業績

# 1) 2025年第2四半期累計の業績

## 売上高



## 営業利益



## セグメント別業績

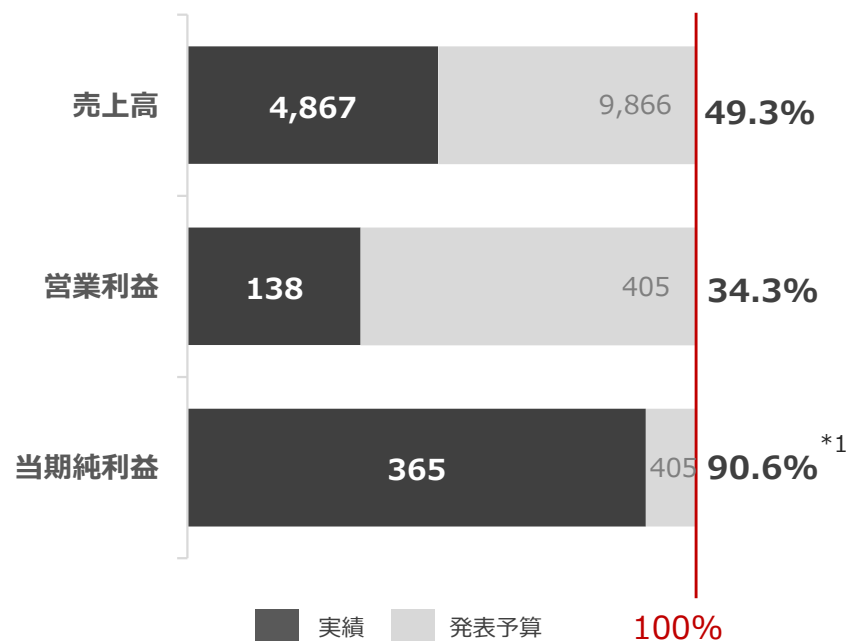
| 区分                | 売上高      | YoY                | 営業利益   | YoY                 | 前期比較                                                                                                                                        |
|-------------------|----------|--------------------|--------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| FY2025 2Q<br>業績合計 | 4,867百万円 | -327百万円<br>(-6.3%) | 138百万円 | -180百万円<br>(-56.4%) | 今期はコンサートの開催時期等により <u>下期偏重の計画</u> のため、 <u>前期比では減収減益</u> だが、 <u>2Q単体の前期比は増収増益</u> 。                                                           |
| エンターテインメント        | 3,673百万円 | -298百万円<br>(-7.5%) | 273百万円 | -195百万円<br>(-41.7%) | 下期偏重の計画のため、コンサートの動員数は減少したことに加え、当社オリジナルIPに対する積極的な投資を行ったため減収減益。一方で、 <u>計画外のコンサート開催やコンサート以外の事業が2Q単体の業績に寄与</u> 。                                |
| ライツ&メディア          | 1,193百万円 | -28百万円<br>(-2.3%)  | 134百万円 | -29百万円<br>(-18.0%)  | 映像コンテンツ市場縮小による厳しい環境のもと、減収減益となったものの、新しい販売方式により収益力を強化、 <u>徹底したコストコントロール</u> による事業全体の効率化を継続。<br><u>2Q単体では増収増益</u> 。('24:売584/利74、'25:売637/利75) |

## 2) 2025年第2四半期サマリー

**今期は下期偏重の計画**であるため、第2四半期累計の業績は前年同期比で**減収減益**となりましたが、**エンターテインメント事業及びライツ&メディア事業ともに計画を上回る着地**となりました

### ■ 2025年第2四半期業績予想及び進捗推移

(単位：百万円)



\*1：新株予約権(有償ストックオプション)の消滅及び新株予約権戻入益（特別利益）計上の影響

### ■ 2025年第2四半期の業績トピック

#### 【エンターテインメント事業】

- 計68回のコンサートを開催し、約64万人を動員

|      | 公演数(内ドーム公演数) |       | 動員数(万人) |    |
|------|--------------|-------|---------|----|
|      | 1Q           | 2Q    | 1Q      | 2Q |
| 2024 | 16(10)       | 15(5) | 55      | 30 |
| 2025 | 25(2)        | 43(5) | 30      | 34 |

<2Qトピック>

- 東方神起（約15万人\*2）、NCT 127（約8万人）等
- NCT 127のYUTA等のソロ活動による小規模公演を33公演実施

- コンサート以外の事業が好調 ※**前年同期比売上18%増**
  - POPUPストアや写真展の開催
  - 輸入グッズが好調に推移
  - アーティストの広告起用増加

#### 【ライツ&メディア事業】

- ライツ事業：独占先行配信を戦略的に展開し、収益構造の転換を推進
- メディア事業：グループシナジーを活用したプレミアムコンテンツの放送強化と徹底したコストコントロールによる事業効率化

\*2：東方神起のコンサートは2024年11月よりスタートし、11月～6月まで累計22公演、約35万人を動員

## 2. 第2四半期セグメント別トピック

## 1) エンターテインメント | 主要スケジュール及び実績

東方神起の追加公演やNCT 127のドーム公演などの開催に加え、POPUPの開催や、輸入グッズの販売、広告起用などを通じて、アーティストのさらなるブランド価値向上を図りました



**東方神起**  
東方神起 20th  
Anniversary LIVE TOUR  
~ZONE~



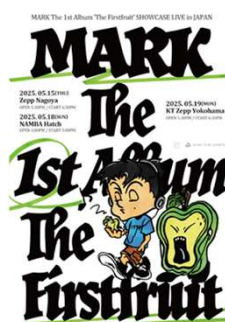
**NCT 127**  
NCT 127 4TH TOUR  
'NEO CITY : JAPAN  
- THE MOMENTUM'



**SUPER JUNIOR  
YESUNG**  
『2025YESUNG  
CONCERT  
[It's Complicated]  
in TOKYO』



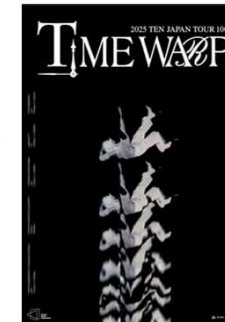
**SUPER JUNIOR  
L.S.S.**  
『SUPER JUNIOR-L.S.S.  
JAPAN FAN CONCERT  
いっちゃいませ』



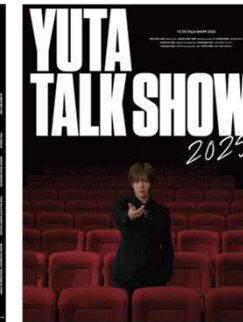
**NCT\_MARK**  
『MARK The 1st Album  
'The Firstfruit' SHOWCASE  
LIVE in JAPAN』



**aespa**  
『MY-J presents aespa  
JAPAN FAN MEETING  
2025 "To MY  
WORLD"』



**WayV\_TEN**  
『2025 TEN JAPAN  
TOUR 1001 'TIME  
WARP'』



**NCT\_YUTA**  
『YUTA TALK SHOW  
2025』

2025年4月

6月



**東方神起**  
TOHOSHINKI 20th Anniversary  
POP-UP STORE ~ZONE~ at  
MIYASHITA PARK



**NCT**  
『2025 NCT CHARACTER POP  
UP 'NCT CCOMAZ NATION'』



**NCT WISH**  
『NCT WISH THE 1ST PHOTO  
EXHIBITION [ONE SUMMER  
WISH] @ TOKYO』



**SHINee\_KEY**  
『HELLO KITTY x KEY POP-UP  
STORE』



**NCT WISH**  
New Balance 「SUMMER Tee」  
新キャンペーンアンバサダー

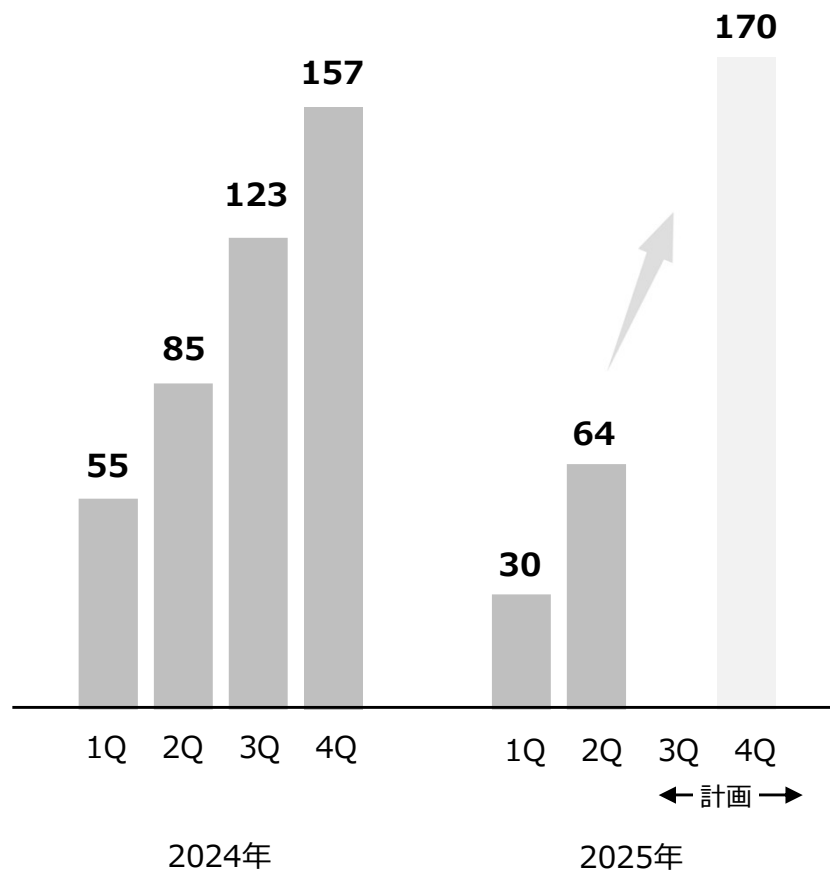
## 2) エンターテインメント | 第2四半期の実績及び成長戦略の進捗状況

コンサートは計68公演開催、約64万人を動員し、計画を上回る進捗となりました  
強力なアーティストのIPを活用したビジネス展開を強化し、コンサート以外のビジネス売上の割合は計画通りに伸長しています

### ■ KPI進捗状況

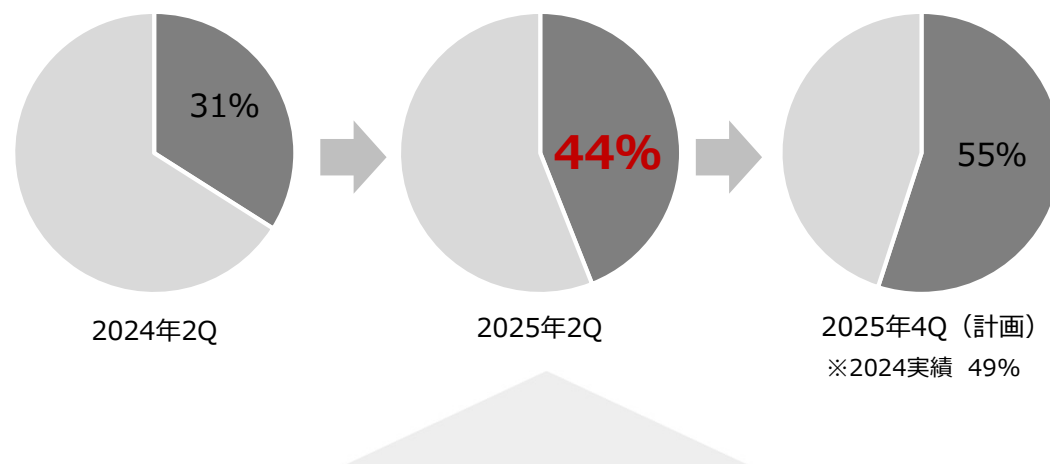
#### オフラインコンサート動員数(累計)

(単位：万人)



### ■ コンサート以外のビジネスの拡張

■ コンサート以外 ■ コンサート



ファンミーティングやPOPUPの開催、広告出演等が増加

| MD                                                                        | POPUP                                                                                        | 広告                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>輸入グッズ<br/>aespa、RIIZEなど</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>東方神起</li> <li>NCT WISH</li> <li>SHINee_KEY</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>WayV_TEN<br/>「SNIDEL BEAUTY」</li> <li>NCT WISH<br/>「New Balance」</li> </ul> |

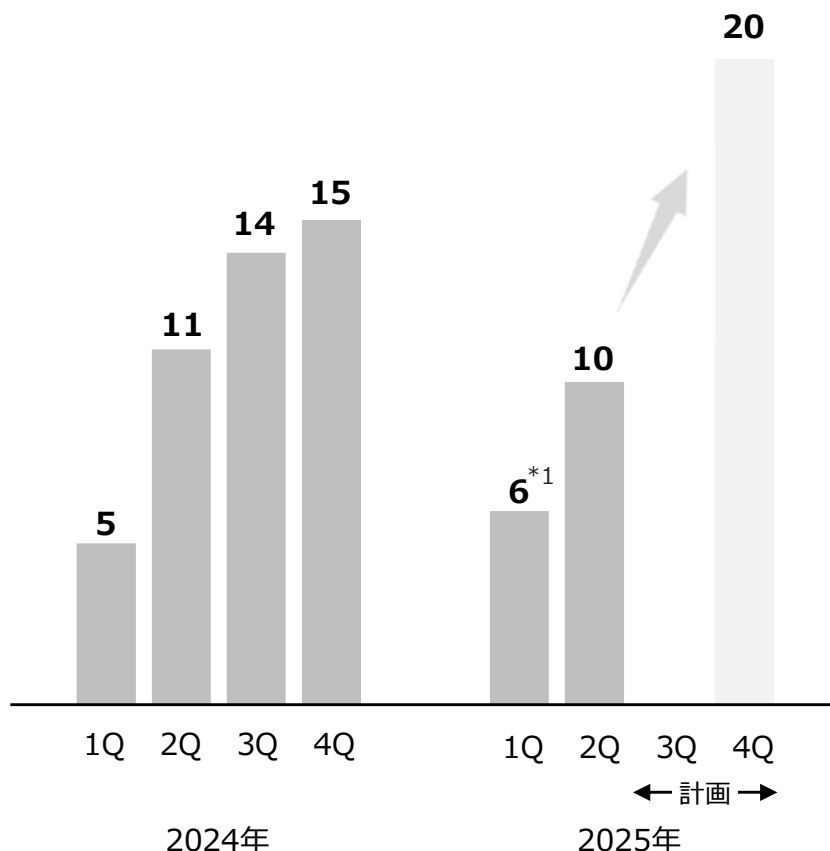
### 3) ライツ&メディア | 第2四半期の実績及び成長戦略の進捗状況

KNTVはプレミアムコンテンツ計4作品を放映し、新規の視聴者数の増加および解約の防止に努めました  
 ライツ事業ではOTT事業者との連携をより強化し、独占先行配信を戦略的に展開することで、収益構造の転換を推進しています

#### ■ KPI進捗状況

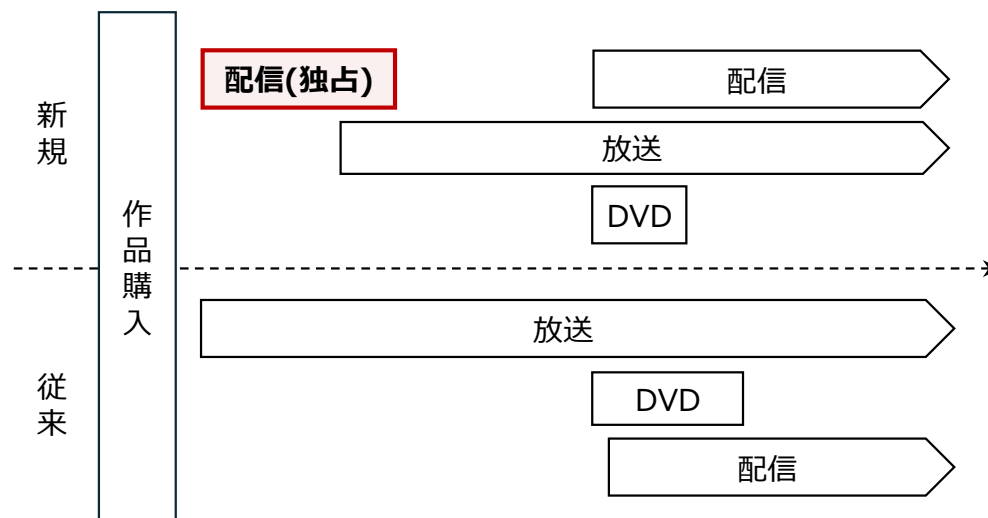
KNTVのプレミアムコンテンツ放送タイトル数(累計)

(単位：作品)



\*1：2025年5月2日に発表しました「第1四半期決算説明資料」において、プレミアムコンテンツの放映数を「5」と報告しておりましたが、正しくは「6」となります。

#### ■ ライツ事業の販売方法（収益構造の転換）



#### ■ ライツ獲得作品



初々しいロマンス

© (C) Danal Entertainment Co.,  
 Ltd. / YOGURT STUDIO /  
 CONTACT MEDIA



メスを持った狩人

©STUDIO X+U



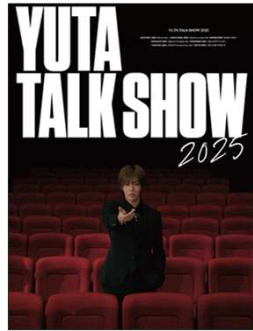
目覚ましSuper TV

© SM ENTERTAINMENT. ALL RIGHTS  
 RESERVED.

### 3. 第3四半期以降セグメント別トピック

## 1) エンターテインメント | 第3四半期以降の主要トピック

所属アーティスト達が一堂に会する「SMTOWN」やaespa、RIIZEのアリーナ公演など複数のコンサートを計画していることに加え、年内には日本オリジナルIPのデビューを予定しています



NCT\_YUTA  
『YUTA TALK SHOW  
2025』



RIIZE  
『2025 RIIZE  
CONCERT TOUT  
[RIIZING LOUD] IN  
JAPAN』



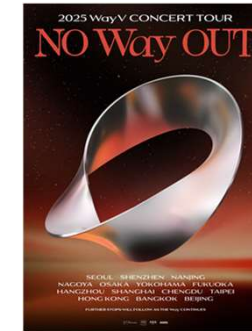
NCT\_DOYOUNG  
『2025 DOYOUNG  
CONCERT [ Doors ]  
in JAPAN』



NCT WISH  
『NCTzen WISH-JAPAN  
FANMEETING  
2025"WISH祭"』



EXO\_KAI  
『2025 KAI SOLO CONCERT  
TOUR <KAION> IN JAPAN』



WayV  
『2025 WayV Concert  
Tour [NO Way OUT]  
in JAPAN』



東方神起\_ CHANGMIN  
『CHANGMIN from 東方  
神起 CONCERT TOUR  
2025』

2025年7月



SHINee\_MINHO  
『MINHO PHOTO  
EXHIBITION 『MEAN :  
on sight』 in JAPAN』



『SMTOWN LIVE  
2025 in TOKYO』  
POP-UP STORE



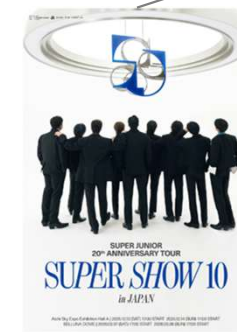
『SMTOWN LIVE  
2025 in TOKYO』



Red Velvet-  
IRENE & SEULGI  
『2025 IRENE & SEULGI  
Concert Tour  
[ BALANCE ] in JAPAN』



aespa  
『2025 aespa LIVE TOUR  
- SYNK : aeXIS LINE -  
in JAPAN』



SUPER JUNIOR  
『SUPER JUNIOR 20th  
Anniversary TOUR <SUPER  
SHOW 10> in JAPAN』



2025年年内

## 1) ライツ&メディア | 第3四半期のトピック

ライツ事業では、新作ドラマ「メン監督と悪質コメント」、「労務士ノ・ムジン」など複数獲得済です  
メディア事業では、SMTOWNなどのプレミアムコンテンツを含む、日本初放送の作品を複数放送予定です

### ■ KNTVの主要放送スケジュール

#### プレミアムコンテンツ(生放送)



SUPER JUNIOR 20th Anniversary  
TOUR <SUPER SHOW 10> in  
SEOUL]  
©2025 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL  
RIGHTS RESERVED.



SMTOWN LIVE 2025 in TOKYO  
©2025 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. ALL  
RIGHTS RESERVED.

#### 韓国ドラマ日本初放送



労務士ノ・ムジン  
©2025MBC



サロンド・ホームズ  
© KT ENA All rights reserved

### ■ ライツ事業のトピック

#### 新規獲得作品



メン監督と悪質コメント  
©2025 MBC



労務士ノ・ムジン  
©2025MBC

#### アーカイブ作品販売



「夫婦の世界」  
© © JTBC studios & Jcontentree  
corp All rights reserved Based upon  
the original series "Doctor Foster"  
produced by Drama Republic for the  
BBC, distributed by BBC Worldwide.



「朝鮮心医ユ・セパン」  
© STUDIO  
DRAGONCORPORATION



「朝鮮弁護士 (原題)」  
©2023 MBC

## 4. その他

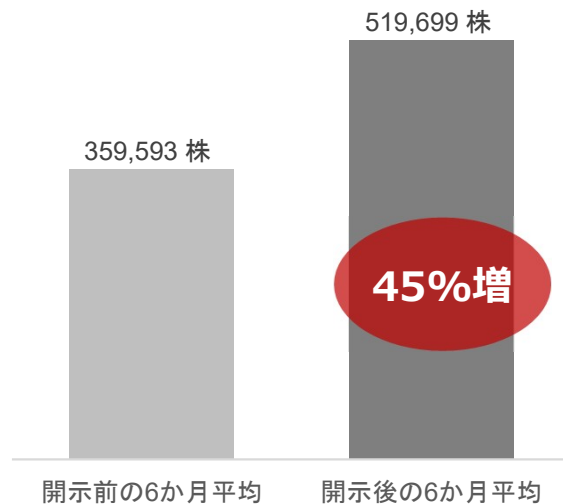
## 1) その他の報告事項

### ■ 商号変更

更なる成長を目指すため、SM ENTERTAINMENTグループであることを明確にし、持続可能な成長と中長期的な企業価値の向上を目指すことを目的として、「株式会社 SM ENTERTAINMENT JAPAN」へ商号変更を行いました。

(商号変更開示日：2025年2月5日、商号変更日：2025年6月1日)

#### ＜商号変更の前後出来高比較＞



- 当社は**流通株式比率および出来高の向上**をIR活動の主要な目的とし、これにより中長期的な企業価値の持続的な向上を図っています。
- 流通株式比率については、親会社と協議し、協力を得ながら段階的な引き上げに努めた結果、目標の比率まで達成いたしました。
- また、**出来高向上施策の一環として、この度商号変更を実施**しました。
- この変更は、当社の認知度向上に大きく貢献し、結果として**出来高および売買代金の向上**に繋がっています。

### ■ 新株予約権(有償ストックオプション)の消滅及び特別利益の計上

2020年7月21日開催の臨時株主総会において、発行を決議した新株予約権の全てが権利行使期間満了に伴い消滅することとなりました。

本新株予約権の消滅により、2025年12月期第2四半期において**新株予約権戻入益 226,000,000円を特別利益に計上**しました。

## 2) 業績の概況

### ■ 売上高(年度別累計)

(単位：百万円)

| セグメント      | 2022         |              |              |              | 2023         |              |              |              | 2024         |              |              |              | 2025         |              |              |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|            | 1Q           | 2Q           | 3Q           | 4Q           | 1Q           | 2Q           | 3Q           | 4Q           | 1Q           | 2Q           | 3Q           | 4Q           | 1Q           | 2Q           | 4Q<br>(計画)   |
| エンターテインメント | 277          | <b>1,279</b> | 2,972        | 3,712        | 2,001        | <b>3,405</b> | 5,507        | 6,330        | 2,419        | <b>3,971</b> | 5,668        | 7,264        | 1,623        | <b>3,673</b> | 7,391        |
| ライツ&メディア   | 892          | <b>1,810</b> | 2,528        | 3,360        | 746          | <b>1,458</b> | 1,992        | 2,579        | 637          | <b>1,221</b> | 1,852        | 2,451        | 557          | <b>1,193</b> | 2,495        |
| 全社         | <b>1,174</b> | <b>3,094</b> | <b>5,506</b> | <b>7,078</b> | <b>2,747</b> | <b>4,864</b> | <b>7,499</b> | <b>8,910</b> | <b>3,056</b> | <b>5,193</b> | <b>7,521</b> | <b>9,716</b> | <b>2,180</b> | <b>4,867</b> | <b>9,866</b> |

### ■ 営業利益(年度別累計)

(単位：百万円)

| セグメント      | 2022        |             |             |             | 2023       |             |            |            | 2024       |             |            |            | 2025      |             |            |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-----------|-------------|------------|
|            | 1Q          | 2Q          | 3Q          | 4Q          | 1Q         | 2Q          | 3Q         | 4Q         | 1Q         | 2Q          | 3Q         | 4Q         | 1Q        | 2Q          | 4Q<br>(計画) |
| エンターテインメント | -55         | <b>-12</b>  | 138         | 73          | 235        | <b>363</b>  | 596        | 541        | 305        | <b>468</b>  | 599        | 679        | 130       | <b>273</b>  |            |
| ライツ&メディア   | 66          | <b>146</b>  | 177         | 148         | 115        | <b>271</b>  | 293        | 328        | 90         | <b>164</b>  | 227        | 261        | 59        | <b>134</b>  |            |
| 全社費用       | -126        | <b>-262</b> | -405        | -561        | -153       | <b>-339</b> | -493       | -656       | -160       | <b>-310</b> | -460       | -573       | -147      | <b>-269</b> |            |
| 全社         | <b>-124</b> | <b>-147</b> | <b>-118</b> | <b>-381</b> | <b>188</b> | <b>276</b>  | <b>366</b> | <b>181</b> | <b>232</b> | <b>318</b>  | <b>363</b> | <b>364</b> | <b>42</b> | <b>138</b>  | <b>405</b> |

※各セグメントの合算と「全社」の差分はその他となっております

## 【本資料についての注記事項】

本資料に記載されている意見や予測などは、資料作成時点での当社の見解であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。

**ご覧いただき、ありがとうございました。  
今後とも変わらぬご愛顧とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。**