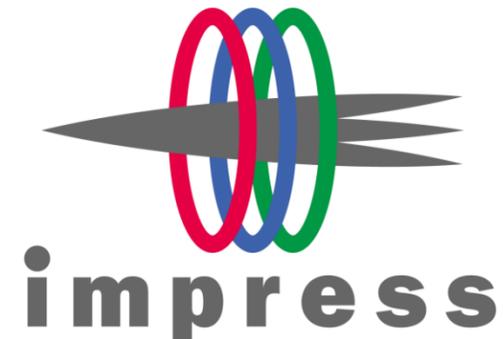


2025年3月期

# 決算補足説明資料

株式会社インプレスホールディングス  
(スタンダード：9479)

2025年5月13日



本資料の取り扱いについて 本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。当社は、本資料の情報の正確性あるいは完全性について、何ら表明及び保証するものではありません。

- 1. 2025年3月期 業績**
- 2. 事業区分・セグメント別業績概要**
- 3. キャッシュ・フローの状況**

(参考資料)当社グループの概要

# 1. 2025年3月期 業績

- **オリジナルマンガ事業撤退等の一時的な費用86百万円の計上もあり、営業利益は▲237百万円も、前期比+246百万円と損失幅は縮小**
  - 当連結会計年度は、出版事業の収益力の低下で営業損失を計上するに至った前連結会計年度の状況を受け、出版事業を中心とした事業構造改革による不採算製品の整理及び固定費の削減をベースに、商品付加価値の向上による収益性の回復に取り組みました。
  - 前期に事業構造改革を実施した出版事業は、約40点の新刊点数の減少をカバーし増収へ転ずるも、デジタル広告の弱含みによるネットメディア事業の減収、加えて前期の大型案件の反動等によるソリューション事業の減収により、連結売上高は14,387百万円（前期比▲0.5%/▲79百万円）。
  - 事業構造改革の実施等で人件費を中心に固定費は大きく減少も、限界利益率は出版事業の収益性の改善をネットメディア事業等の低下で打ち消す形となり、小幅の改善に止まる。また、減収に加えて、第4Qでオリジナルマンガ事業の撤退損等の一時的な費用を86百万円計上した影響で、営業利益は▲237百万円（前期比+246百万円）と損失幅の縮小に留まる。
  - 四半期の経過で見ると、第4Q（3ヶ月）の営業利益は▲160百万円（前期比+43百万円）、一時的な費用計上を除いても▲74百万円（前期比+129百万円）の損失ではあるものの、第2～3Qに続き利益改善傾向を維持。

## ● プラットフォーム事業は堅調、出版・電子出版事業は通期で増収に転ずる

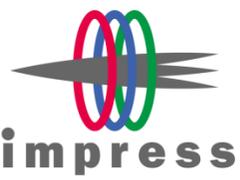
- 出版・電子出版は、下半期増収で上半期の改善の遅れをカバーし増収に転ずる。新刊書籍は下半期で売行きが良化したものの、事業構造改革による刊行点数の減少（▲55点）、前期の大型書籍の反動等で通期では減収。一方、雑誌・ムックは堅調を維持、既刊書籍も第2Qからの返品減少傾向が定着し増収となり、売上高7,611百万円（前期比+0.5%/+40百万円）。
- ネットメディア・サービスは、第3Qで調整局面入りとなり、第4Qも回復せず減収。ITセグメントを中心に、底入れはしたもののGoogleコアアップデートの影響によるPVの減少を起因としたネットワーク広告の減収が響き、売上高1,879百万円（前期比▲2.4%/▲45百万円）。
- ターゲットメディアは、イベント売上は前期並みも、上半期のターゲット広告の弱含みによる減収により売上高1,116百万円（前期比▲1.7%/▲18百万円）。
- プラットフォーム事業は、デジマートの堅調な推移により、売上高2,589百万円（前期比+0.8%/+20百万円）。

## ● 音楽に加え、前期に事業構造改革を実施したデザインも利益が黒字転換

ITは減益幅大、モバイルは第4Qにオリジナルマンガの事業撤退損を計上で減益に転換

山岳・自然、航空・鉄道は、損失幅は大きく縮小も損失を計上

# 2025年3月期 連結業績



単位：百万円

	24/03期	25/03期(当期)		
	実績	実績	前期比	
売上高	14,466	<b>14,387</b>	▲0.5%	▲79
営業利益	▲483	<b>▲237</b>	—	+246
経常利益	▲366	<b>▲122</b>	—	+243
当期純利益	▲1,036	<b>▲105</b>	—	+931

※25/03期（当期）は原価・販管費でオリジナルマンガ事業撤退損等で86百万円を計上。

25/03期（当期）は特別利益（原の小屋売却に伴う関係会社株式売却益等）163百万円を計上。

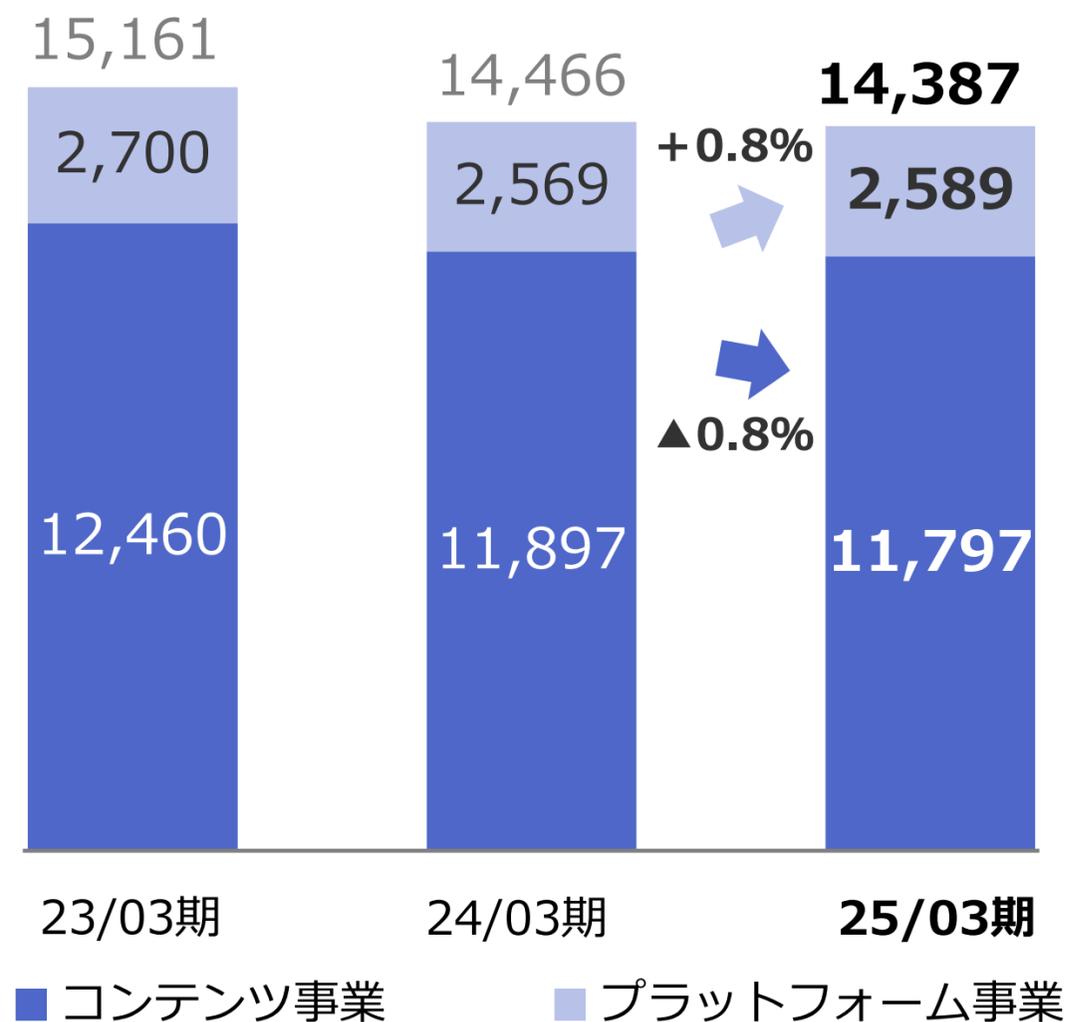
24/03期（前期）は特別損失（事業構造改革費、減損損失等）431百万円を計上。

# 連結業績推移 (3期比較)

単位：百万円

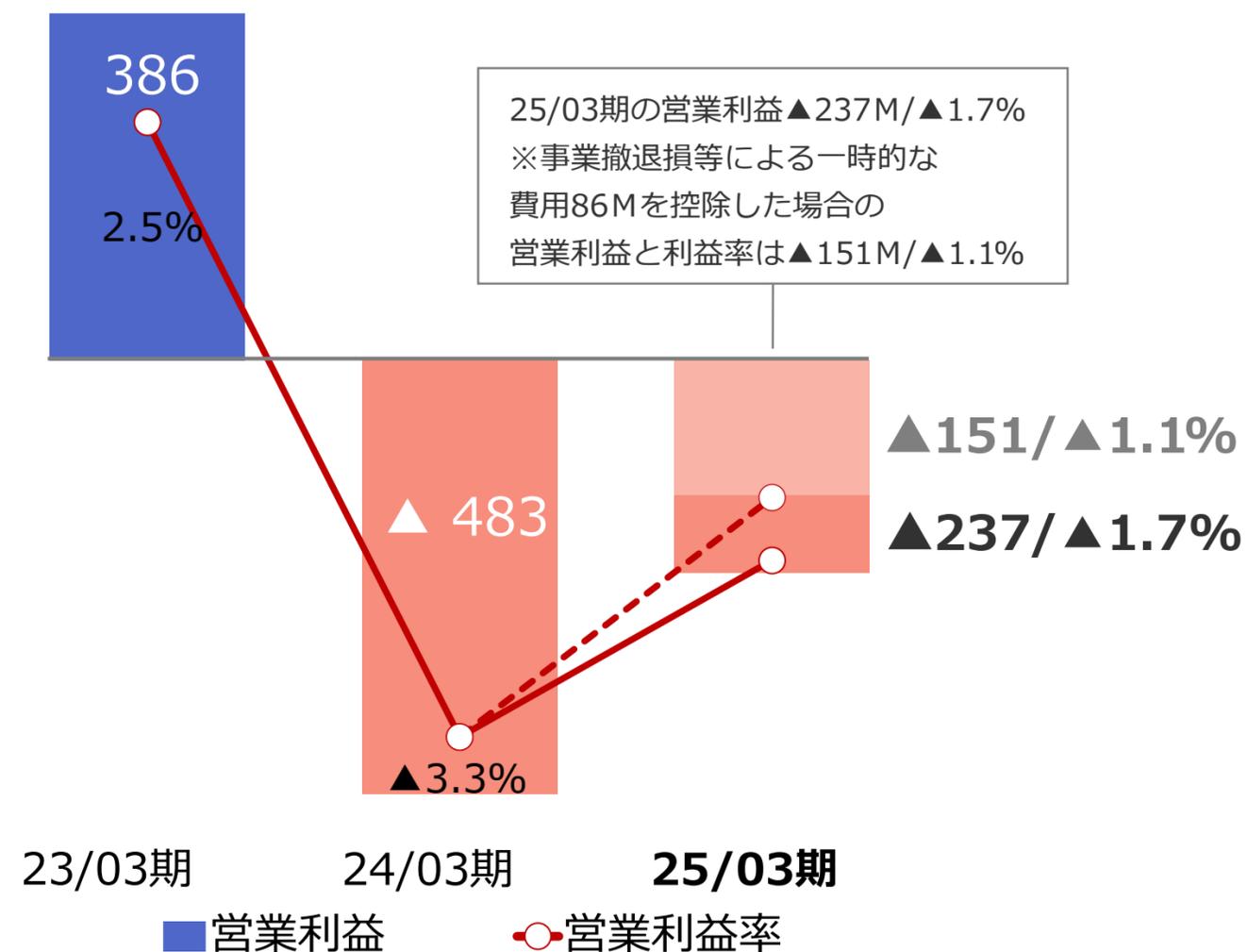
## 売上高

プラットフォーム事業は若干の増収も、ソリューション事業における前期の大型案件の反動やデジタル広告の弱含みによるコンテンツ事業の減収により減収



## 営業利益・営業利益率

減収も、事業構造改革に伴う不採算製品の整理や人件費等の固定費の減少、在庫評価等の改善等により収益性は改善、事業撤退等による一時的な費用の計上はありながらも損失幅は縮小



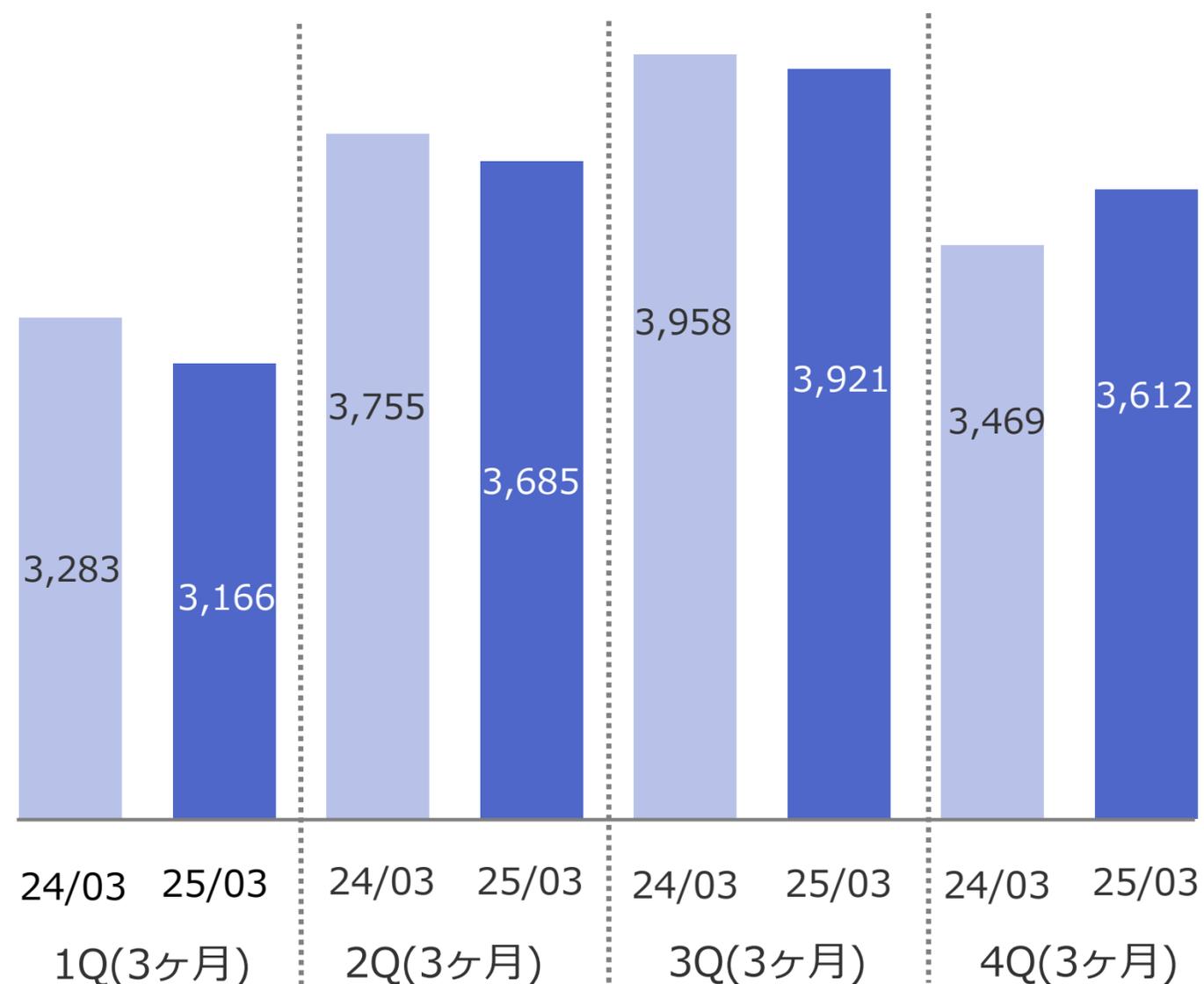
# 連結業績推移（四半期比較）



単位：百万円

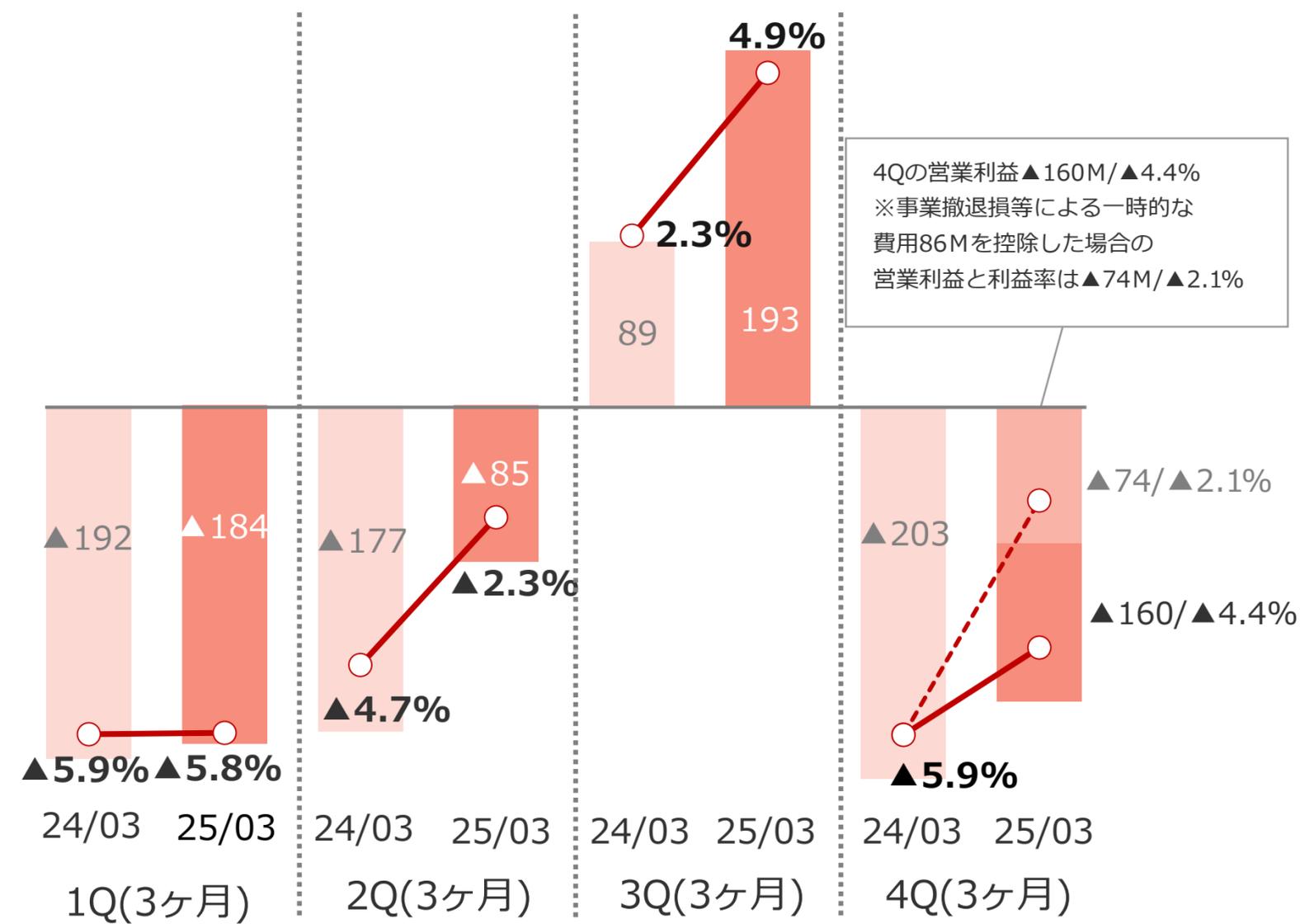
## 売上高

第4Qは、出版及びターゲットメディア事業等の堅調な推移により、当期中の増収に転じる

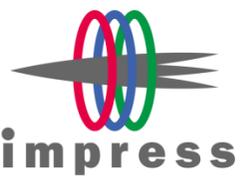


## 営業利益・営業利益率

第1Qは前期並みと出遅れたものの、第2Q以降は利益改善の動きを継続。第4Qはネットメディア事業等のマイナスを出版でカバー、事業撤退等による一時的な費用86Mの計上も吸収し、損失が縮小



# 2025年3月期連結業績 限界利益比較



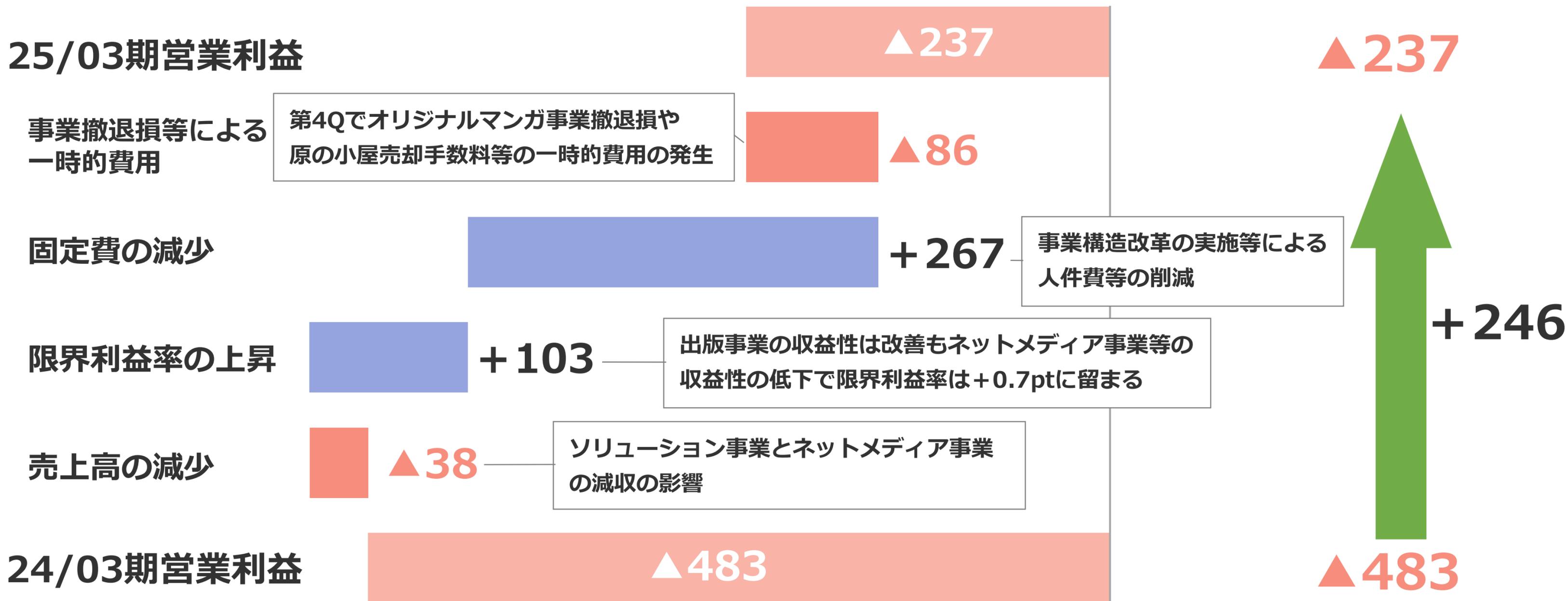
単位：百万円

	24/03期	25/03期(当期)		
	実績	実績	前期比	
売上高	14,466	<b>14,387</b>	▲0.6%	▲79
変動費 ※1	7,514	<b>7,369</b>	▲2.0%	▲144
限界利益	6,951	<b>7,017</b>	+0.9%	+65
固定費 ※2	7,435	<b>7,168</b>	▲3.7%	▲267
事業撤退等による一時的費用 ※3	—	<b>86</b>	—	+86
営業利益	▲483	<b>▲237</b>	—	+246
限界利益率	48.1%	<b>48.8%</b>		+0.7pt

※1変動費は売上原価（材料費及び外注費等）と販売費等を集計  
 ※2固定費は売上原価（労務費と経費等）と一般管理費等を集計  
 ※3売上原価や一般管理費等に含まれる当該費用を集計

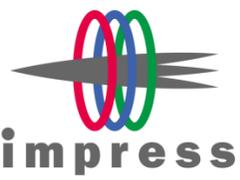
# 2025年3月期 営業利益の増加要因

単位：百万円



## 2. 事業区分・セグメント別業績概要

# 2025年3月期 事業区分別売上高

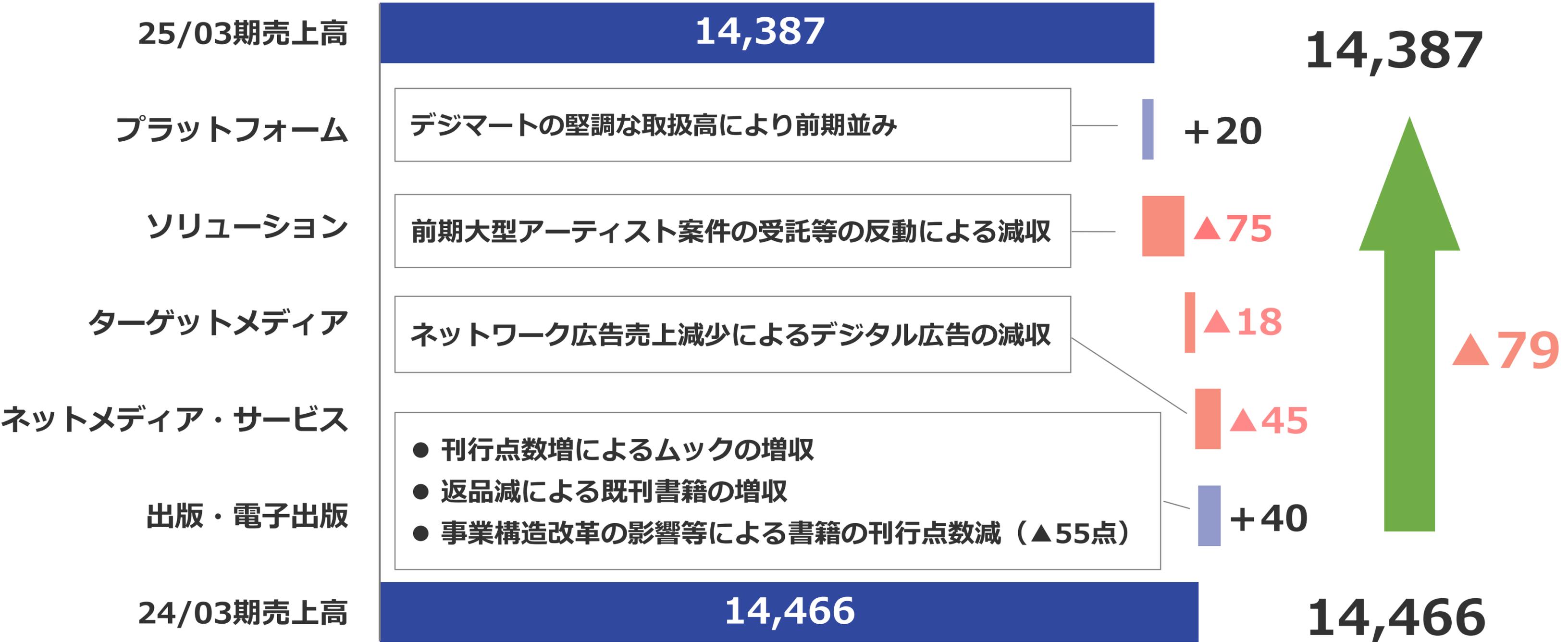


単位：百万円

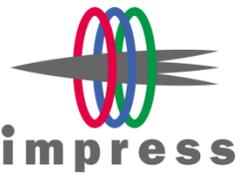
事業区分	24/03期	25/03期(当期)		
	実績	実績	前期比	
コンテンツ事業	11,897	<b>11,797</b>	▲0.8%	▲99
出版・電子出版	7,571	<b>7,611</b>	+0.5%	+40
ネットメディア・サービス	1,925	<b>1,879</b>	▲2.4%	▲45
ターゲットメディア	1,135	<b>1,116</b>	▲1.7%	▲18
ソリューション	1,265	<b>1,189</b>	▲6.0%	▲75
プラットフォーム事業	2,569	<b>2,589</b>	+0.8%	+20
<b>合計</b>	14,466	<b>14,387</b>	▲0.5%	▲79

# 2025年3月期 事業区分別売上高のサマリー

単位：百万円

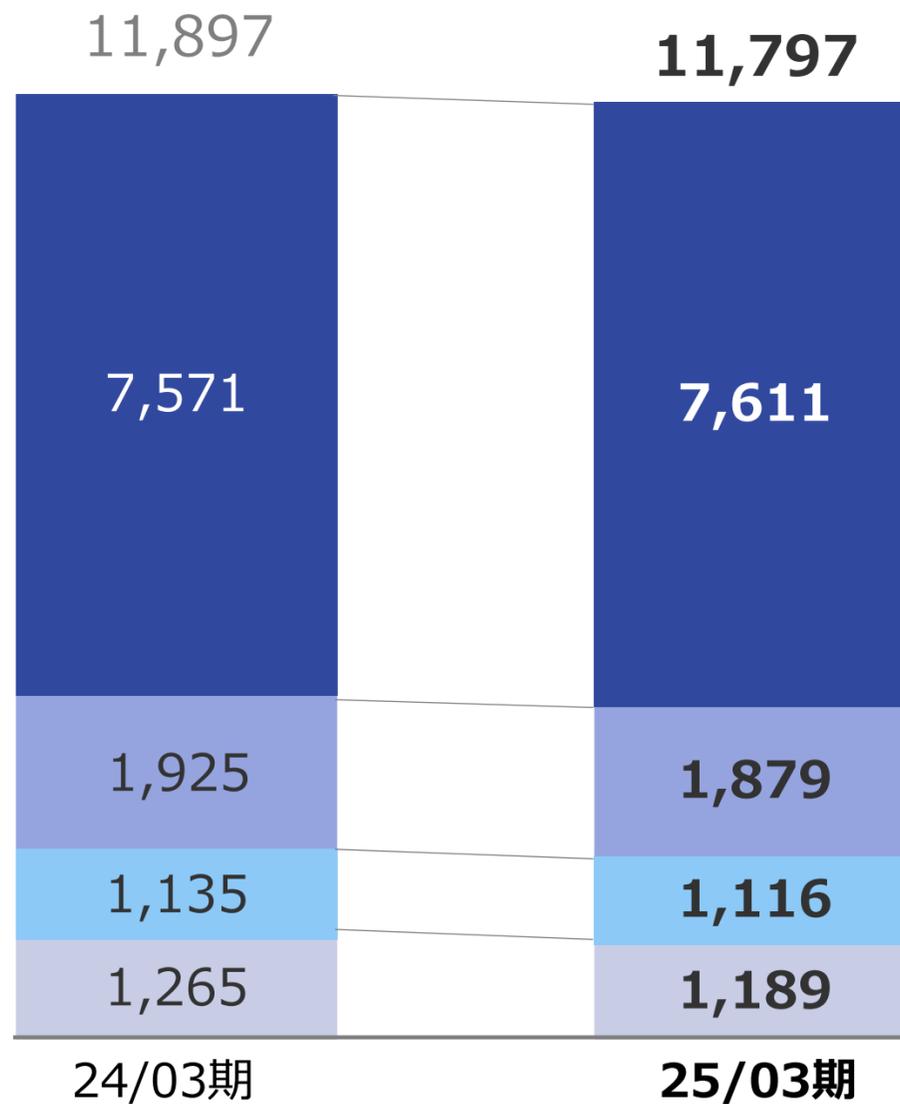


# 2025年3月期 事業区分別売上高：コンテンツ事業



## コンテンツ事業売上高

単位：百万円



## コンテンツ事業：▲0.8%（▲99M）の減収

### 出版・電子出版：+0.5%（+40M）の増収

- 新刊書籍は下半期で売行きが良化したものの、事業構造改革に伴う刊行点数の減少や前期の大型書籍の反動で大きく減収。一方、雑誌・ムックは堅調を維持、既刊書籍も第2Qからの返品減少傾向が定着し、全体では4Qで増収に転じた。

### ネットメディア：▲2.4%（▲45M）の減収

- ITセグメントを中心にネットワーク広告の失速により、4Qで減収に転じた。

### ターゲット事業：▲1.7%（▲18M）の減収

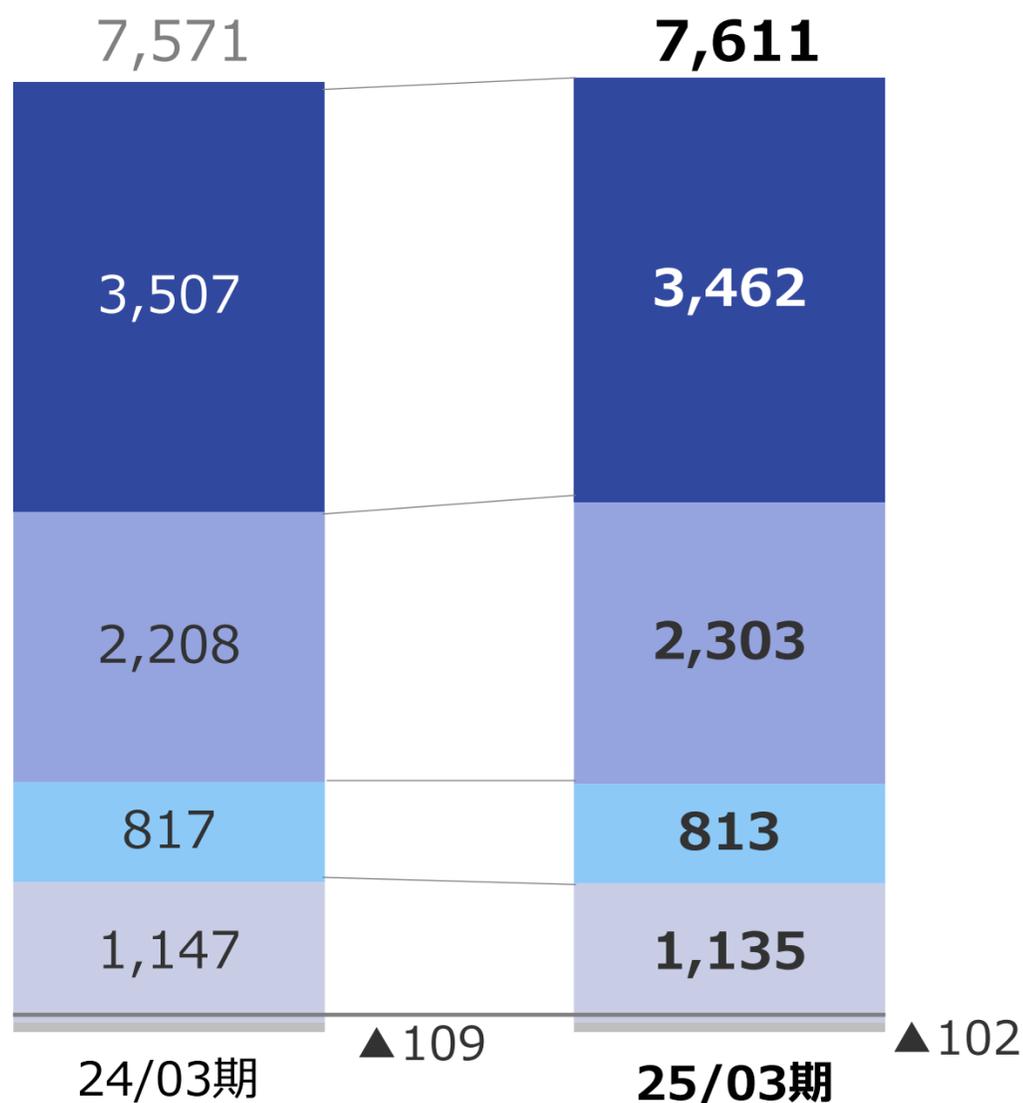
- イベント売上は前期並みも、上半期のターゲット広告の不調により減収。

### ソリューション事業：▲6.0%（▲75M）の減収

- 前期に音楽セグメントで大型のアーティスト案件があったことによる反動等で減収。

## コンテンツ事業：出版・電子出版売上高

単位：百万円



### 出版・電子出版：+0.5%（+40M）の増収

#### 書籍：▲1.3%（▲45M）の減収

- ・新刊は下半期で売行きが良化したものの、事業構造改革の影響等で刊行点数減（▲55点）、前期ITセグメントのChatGPT関連の大型書籍の反動も重なり減収。
- ・既刊は出荷が弱含みも、第2Qからの返品減少傾向が定着し増収。

#### 雑誌・ムック・広告：+4.3%（+95M）の増収

- ・ムックは音楽分野等の刊行点数の増加に加えて、山岳・自然でのフィギュアスケート関連の大型刊行も貢献して増収。
- ・雑誌は価格を引上げながら販売堅調も、不採算製品の整理等による刊行点数の減少（▲14点）をカバーできず減収ではあるが、想定通り採算は改善。

#### 電子出版：▲0.6%（▲4M）の減収

- ・開発中のオリジナルマンガの成果は限定的、全体的に弱含みな推移。

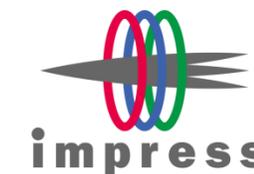
#### 季節商品：▲1.0%（▲11M）の減収

- ・カレンダーは刊行点数の増加（+17点）で増収も、年賀状ムックは刊行点数を絞り製造・出荷規模を圧縮も返品率の改善には至らず、全体では減収。

#### その他：+6Mの増収

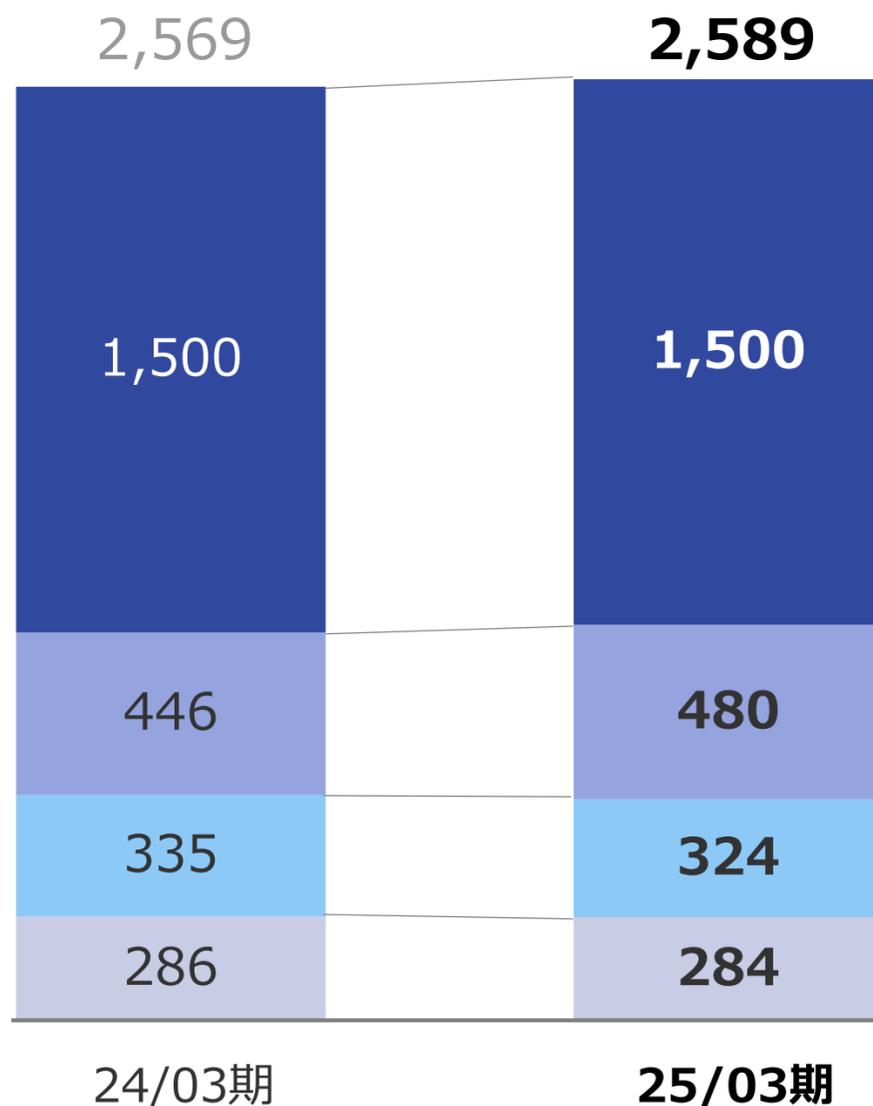
- ・山岳・自然のイベント、物販、編集協力金等の収入増。

# 2025年3月期 事業区分別売上高：プラットフォーム事業



## プラットフォーム事業売上高

単位：百万円



## プラットフォーム事業：+0.8%（+20M）の増収

### 電子コミックPF：▲0%（▲0M）で前期並み

- 海外案件の増収に加え主力サービスの堅調な推移も、前期の大型開発案件の反動等により前期並み。

### デジマート：+7.6%（+33M）の増収

- 取引高が堅調に推移、DtoCの事業モデル開発の取り組みも本格的にスタートし、楽器店からの決済サービス収入が増加。

### POD出版：▲3.4%（▲11M）の減収

- 個人向けPOD出版サービスにおいて、ヒット作が少なく減収。

### 出版・電子出版PF：▲0.7%（▲1M）の減収

- ITセグメントの電子出版PFの減収。

# 2025年3月期 セグメント別売上高・セグメント利益



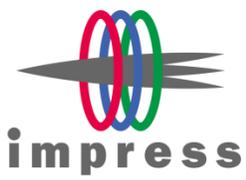
単位：百万円

セグメント区分	売上高		セグメント利益	
	金額	前期比	金額	前期比
IT	5,997	▲3.3%	307	▲167
音楽	2,052	+6.8%	29	+144
デザイン	686	▲8.1%	7	+153
山岳・自然	1,788	+8.8%	▲81	+59
航空・鉄道	1,256	▲8.6%	▲90	+95
モバイルサービス	1,671	+0.6%	291	▲52
その他	1,651	▲0.0%	▲153	▲19
全社 + 消去	▲718	—	▲547	+31
<b>合計</b>	<b>14,387</b>	<b>▲0.5%</b>	<b>▲237</b>	<b>+246</b>

- **音楽に加え、前期に事業構造改革を実施したデザインもセグメント利益（営業利益）が黒字転換  
ITは減益幅大、モバイルは第4Qにオリジナルマンガの事業撤退損73Mを計上で減益に転換  
山岳・自然、航空・鉄道は、損失幅は大きく縮小も損失を計上**
  - デザイン、航空・鉄道は前期に実施した事業構造改革に伴う刊行点数の減少等で減収も、収益性の改善や固定費の減少により損失が縮小。デザインについては、第4Qで大きく改善し黒字に転換。
  - 音楽は、前期大型アーティスト関連の受託等の反動を書籍・ムックの刊行点数増加やデジマートの好調がカバー、固定費の減少等による収益性の改善も貢献し、第4Qで黒字に転換。
  - 山岳・自然は、雑誌広告は弱含んだものの、雑誌販売は堅調に推移、フィギュアスケート関連のムックで大型の刊行、書籍は刊行点数増等で大幅増収、収益性は改善も、損失の縮小に留まる。
  - ITは、全事業区分で減収。特に書籍の刊行点数の減少や前期の大型書籍（ChatGPT関連書籍）の反動等による出版事業及びデジタル広告苦戦によるネットメディア事業の減収に加え、ネットワーク広告の減少等によるネットメディア事業の収益性の低下等が影響し、減益幅が拡大。
  - モバイルサービスは、売上は前期並みも、第4Qでオリジナルマンガの事業撤退損の原価計上（73M）により、第4Qで減益に転換。

# 3. キャッシュ・フローの状況

# 2025年3月期 キャッシュ・フローの状況



単位：百万円

	24/03期	25/03期(当期)	
	実績	実績	前期比
営業キャッシュ・フロー	▲513	<b>897</b>	+1,411
投資キャッシュ・フロー	▲265	<b>▲276</b>	▲11
財務キャッシュ・フロー	▲290	<b>▲935</b>	▲645
現金同等物の増減額	▲1,069	<b>▲314</b>	+754
現金同等物の期首残高	5,983	<b>4,914</b>	▲1,069
現金同等物の期末残高	4,914	<b>4,600</b>	▲314

- **営業キャッシュ・フローは、売掛金の回収ずれによる入金を除いてもプラスを維持**
  - 営業キャッシュ・フローの増加は、損失計上も24/03期期末が休日だったことによる売掛金7.5億円程度が当期に回収がずれ込んだことや仕入れ債務の増加等により897百万円。売掛金の回収ずれの要因を除いても、当期は実質的に営業キャッシュ・フローはプラスを維持。
  - 投資キャッシュ・フローは、有形・無形固定資産の取得による支出は減少したものの、有価証券の取得による支出（正しくは取得と償還の収支）の増加などにより、▲276百万円と前期並み。
  - 財務キャッシュ・フローは、自己株式の取得（主に2024年11月13日に実施した677百万円）のほか、配当金の支払いや長期借入金の返済等により▲935百万円。
  - 現金同等物の残高は、期首から▲314百万円減少し4,600百万円。

# (参考資料) 当社グループの概要

# 当社グループの「セグメント」と「事業」





専門書籍・雑誌



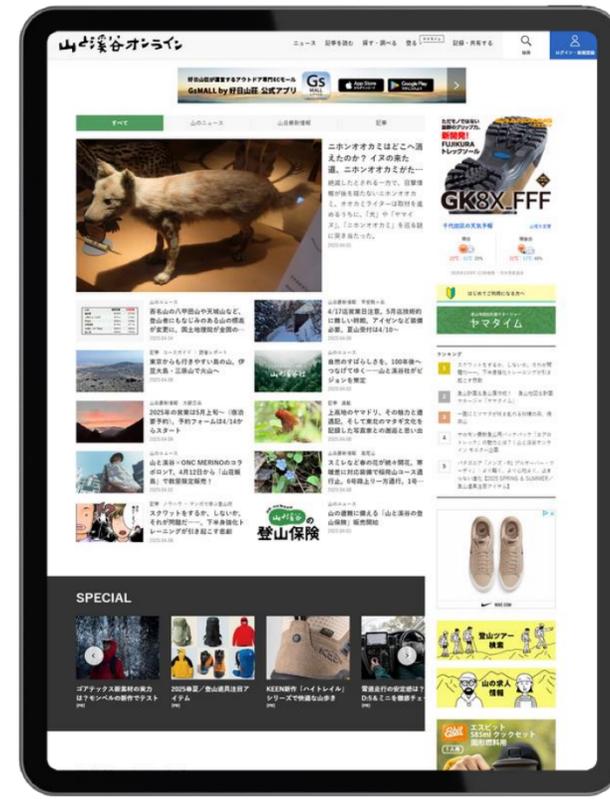
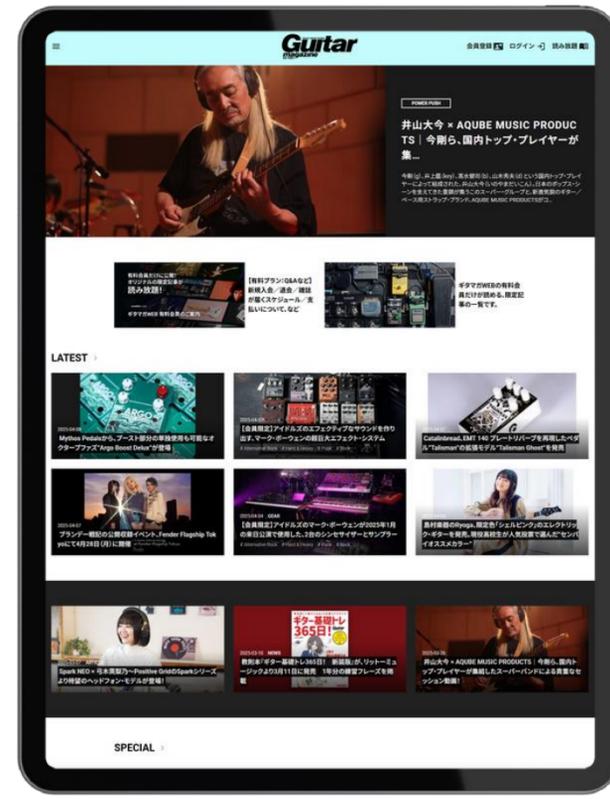
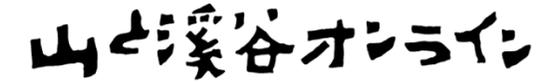
電子書籍



年賀状ムック  
カレンダー

# コンテンツ事業 [メディア&サービス事業]

# ネットメディア・サービス





ビジネスメディア

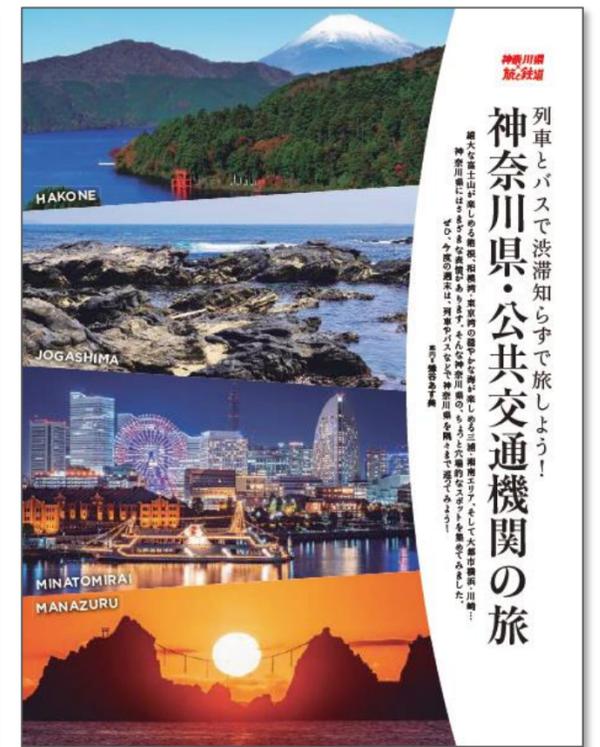
調査報告書

イベント・セミナー

# コンテンツ事業 [ソリューション事業]



東武鉄道(株)



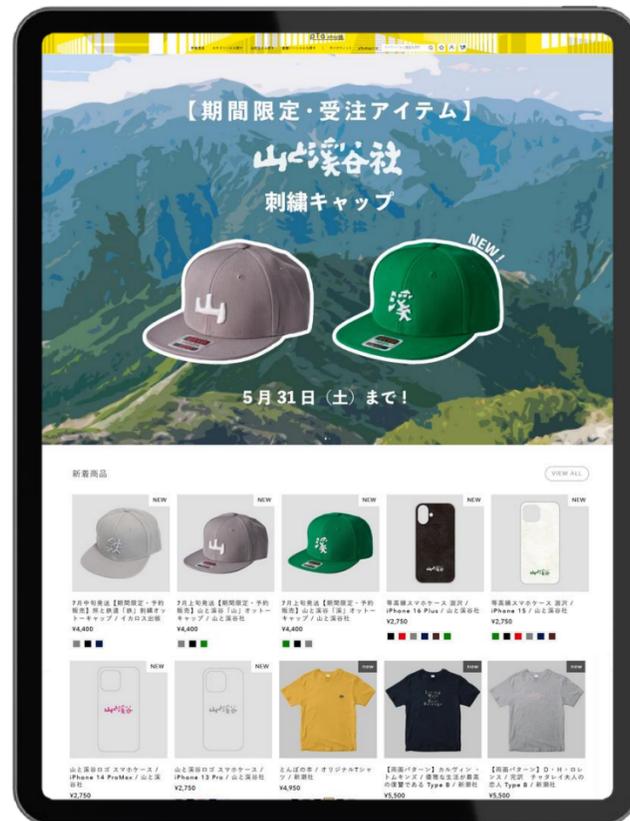
(公社) 神奈川県観光協会

企業・自治体等のSP・PRツール、Webサイト等の制作受託

# プラットフォーム事業

pTa.shop

楽器探そう!  
デジポト



PUBFUN



EC  
プラットフォーム

電子コミック  
プラットフォーム

POD出版  
プラットフォーム