



2023年3月期 通期業績説明及び「avex vision 2027」進捗報告

エイバックス株式会社
東証プライム：7860

2023年5月11日

通期業績



| 連結業績 -概要-

売上高はライブ市場の回復が牽引し、前年比+23.5%の1,215億円として増収
営業利益は前年比+31.1%の33億円と増益

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率	業績予想比*
売上高	98,437	121,561	+23,124	+23.5%	—
営業利益	2,582	3,385	+802	+31.1%	△614
親会社株主に 帰属する当期純利益	919	2,742	+1,823	+198.2%	△557

業績概要

売上高

- ✓ コロナウイルス感染症による行動制限の緩和に伴い、音楽事業におけるライブ等を中心に増収
- ✓ アニメ・映像事業においては制作委員会分配金収入や配給売上等ノンパッケージ売上が増加

営業利益・純利益

- ✓ 利益率の異なる各事業の売上構成が変化したことにより、全社売上総利益率が低下
- ✓ 事業活動の回復に伴う人件費および経費等の増加や、中計達成に向けたIP創出のための投資を強化したことにより売上原価・販管費が増加
- ✓ 投資有価証券の売却等により特別利益を計上

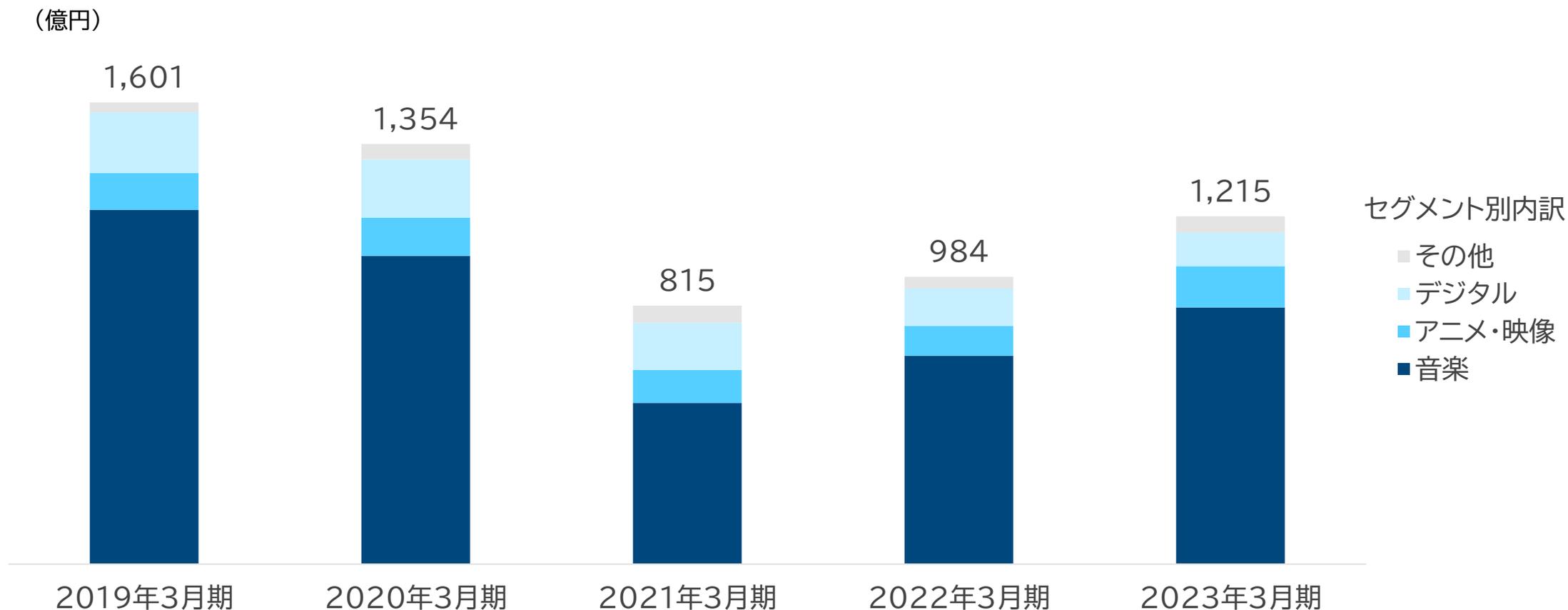
業績予想対比

- ✓ 売上高は想定どおり推移したものの、IP投資を中心とした費用が増加し、業績予想対比では下振れ

*: 2022年11月10日開示:通期連結業績予想(修正)

コロナ前の水準までには至っていないものの、音楽事業、アニメ・映像事業ともに回復傾向で推移

連結売上高推移



注: 2021年3月期以前の売上高内訳は、会計基準変更等の影響を遡及修正せず、現セグメント基準に合わせて組み換えを行った参考値

| 連結業績 -連結損益計算書-

利益率の異なる各事業の売上構成が変化したことに伴い全社売上総利益率が低下し、事業活動の回復に伴い人件費・一般経費等が増加上記の影響を受けつつも、増収が牽引し営業利益は昨年比31.1%の増益

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
売上高	98,437	121,561	+23,124	+23.5%
売上原価	63,209	82,574	+19,365	
売上総利益	35,228	38,987	+3,759	+10.7%
売上総利益率	35.8%	32.1%	△3.7pt	
販管費合計	32,645	35,602	+2,956	
人件費	11,029	12,671	+1,641	
販促宣伝費	7,993	8,354	+361	
一般経費	13,622	14,576	+953	
営業利益	2,582	3,385	+802	+31.1%
営業利益率	2.6%	2.8%	+0.2pt	

| 連結業績 -セグメント別業績-

音楽事業は大型ライブの公演増加、アニメ・映像事業は映画作品等の売上増加により増収

セグメント売上高				
(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
音楽事業	76,529	94,139	+17,610	+23.0%
アニメ・映像事業	11,038	15,253	+4,215	+38.2%
デジタル事業	13,682	12,379	△1,302	△9.5%
その他事業	4,417	6,020	+1,603	+36.3%
消去+全社	△7,229	△6,231	+998	-
合計	98,437	121,561	+23,124	+23.5%

セグメント営業利益				
(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
音楽事業	3,949	2,800	△1,148	△29.1%
アニメ・映像事業	691	609	△81	△11.9%
デジタル事業	△1,640	△546	+1,094	-
その他事業	△423	510	+933	-
消去+全社	5	10	+5	-
合計	2,582	3,385	+802	+31.1%

注: 2023年3月期第2四半期より報告セグメントの一部を変更しており、前年同期数値は変更後のセグメント区分に組み替えて記載

音楽事業

大型ライブの公演増加によりライブ・マーチャンダイジングを中心に増収

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
音楽事業 売上高	76,529	94,139	+17,610	+23.0%
ライブ	14,048	31,746	+17,698	+126.0%
マーチャンダイジング	3,023	5,051	+2,027	+67.1%
マネジメント	9,587	9,218	△368	△3.8%
音楽パッケージ	26,051	23,313	△2,737	△10.5%
音楽配信	11,736	12,790	+1,054	+9.0%
音楽出版	3,260	2,802	△457	△14.0%
E-コマース	12,680	12,841	+160	+1.3%
その他	5,950	5,857	△93	△1.6%
営業利益	3,949	2,800	△1,148	△29.1%
営業利益率	5.2%	3.0%	△2.2pt	—

注1: 2023年3月期第2四半期より報告セグメントの一部を変更しており、

前年同期数値は変更後のセグメント区分に組み換えて記載

注2: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去

	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	
ライブ概況				
公演数合計(公演)	988	1,110	+122	
スタジアム	17	23	+6	
アリーナ	34	141	+107	
ホール/ライブハウス	937	946	+9	
動員数(万人)	101	235	+134	
チケット平均単価(円)	8,415	9,540	+1,125	
音楽パッケージ概況				
アルバム	単価(円)	3,583	2,834	△749
	枚数(千枚)	3,201	3,055	△146
シングル	単価(円)	1,173	1,233	+60
	枚数(千枚)	4,835	5,692	+857
DVD/ Blu-ray	単価(円)	5,493	5,520	+27
	枚数(千枚)	945	1,503	+558

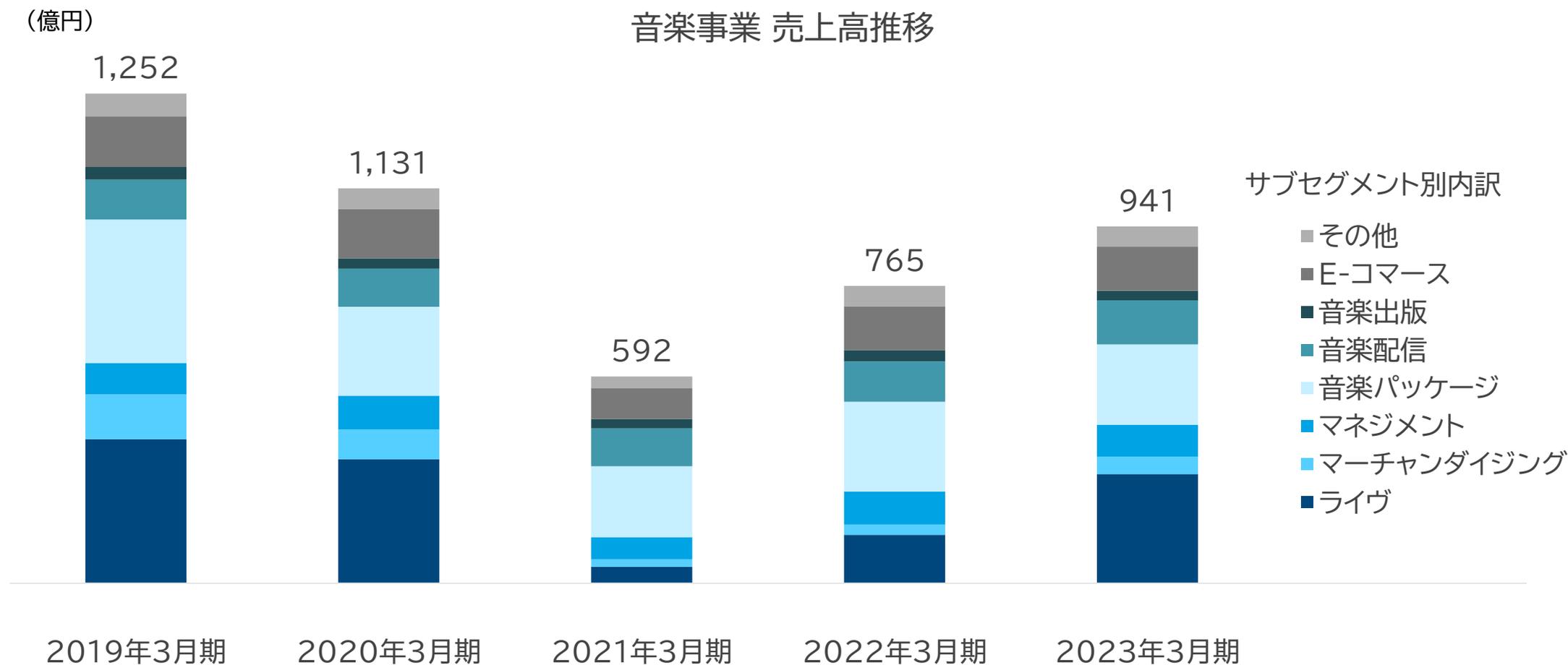
注3: 2023年3月期連結決算よりライブ公演数の掲載基準の見直しを実施したため

前年度業績説明資料上の開示数値とは一致しない

注4: ライブ概況の公演数・動員数・単価は当社受託制作公演を含み、オンラインライブ・舞台・イベント等は除く

注5: パッケージ概況の単価及び枚数は新譜のみ(販売受託分を含む)

コロナ前の水準までには至っていないものの、ライブを中心に回復傾向で推移



注: 各期売上高の内訳は、会計基準変更等の影響やセグメント内入替・修正等を反映していない参考値

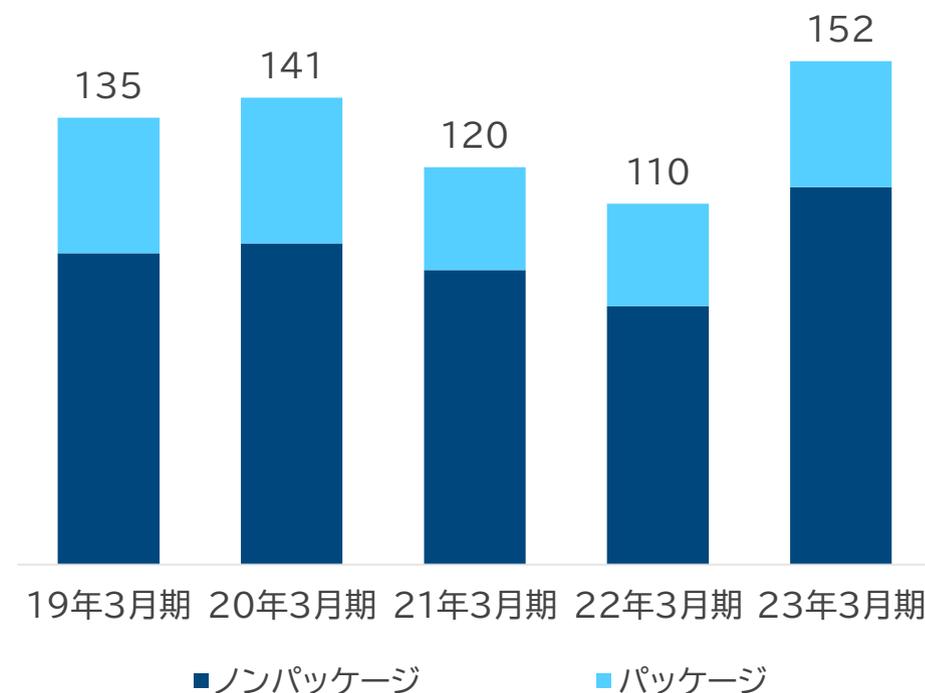
アニメ・映像事業

映画作品の製作委員会分配金や配給収入等のノンパッケージ売上の増加により増収

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
アニメ・映像事業 売上高	11,038	15,253	+4,215	+38.2%
パッケージ	3,141	3,821	+680	+21.7%
ノンパッケージ	7,897	11,431	+3,534	+44.8%
営業利益	691	609	△81	△11.9%
営業利益率	6.3%	4.0%	△2.3pt	—

(億円)

アニメ・映像事業 売上高推移



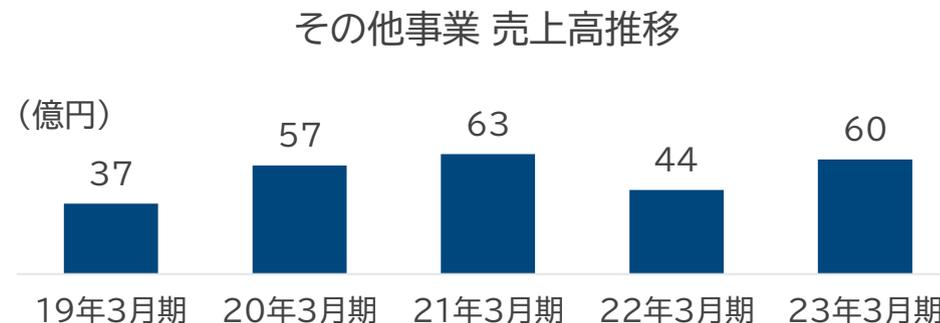
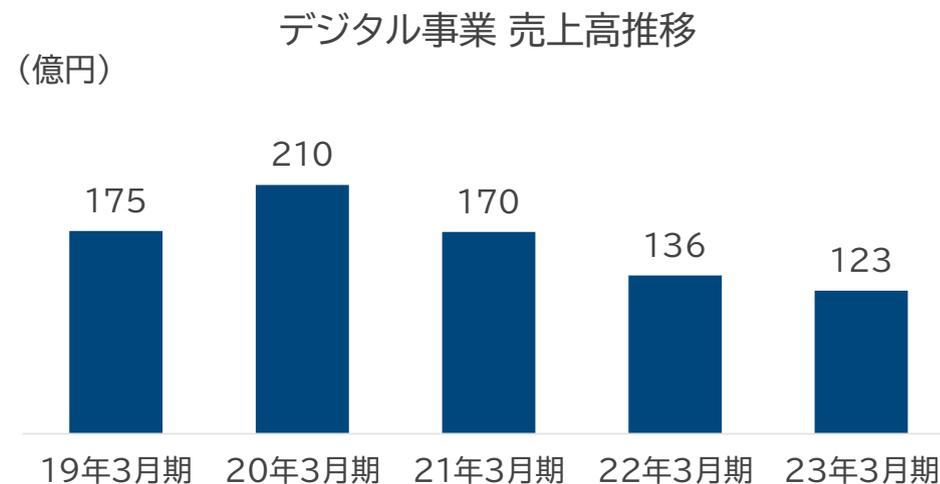
注1: ノンパッケージ売上には製作委員会分配金、映画配給、イベント・ライブ等を含む
 注2: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去
 注3: 21年3月期以前の売上高は会計基準等の変更を反映していない参考値

デジタル事業及びその他事業

デジタル事業は映像配信及びファンクラブ売上の減少等により減収
 その他事業は海外での大型イベント開催等により増収・黒字化

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
デジタル事業 売上高	13,682	12,379	△1,302	△9.5%
映像配信*	11,213	8,626	△2,586	△23.1%
ファンクラブ	1,993	1,601	△392	△19.7%
その他	475	2,150	+1,674	+352.1%
営業利益	△1,640	△546	+1,094	-
営業利益率	-	-	-	-

(百万円)	2022年 3月期	2023年 3月期	前年同期比	増減率
その他事業 売上高	4,417	6,020	+1,603	+36.3%
営業利益	△423	510	+933	黒字化
営業利益率	-	8.5%	-	-



*: 2023年1月31日付で映像配信事業を行う特定子会社(孫会社)であるエイバックス通信放送株式会社の全株式を譲渡し、連結の範囲より除外
 注: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去。21年3月期以前の各事業売上高は会計基準等の変更を遡及修正せず、現セグメント基準に合わせて組み換えを行った参考値

| 2024年3月期業績予想

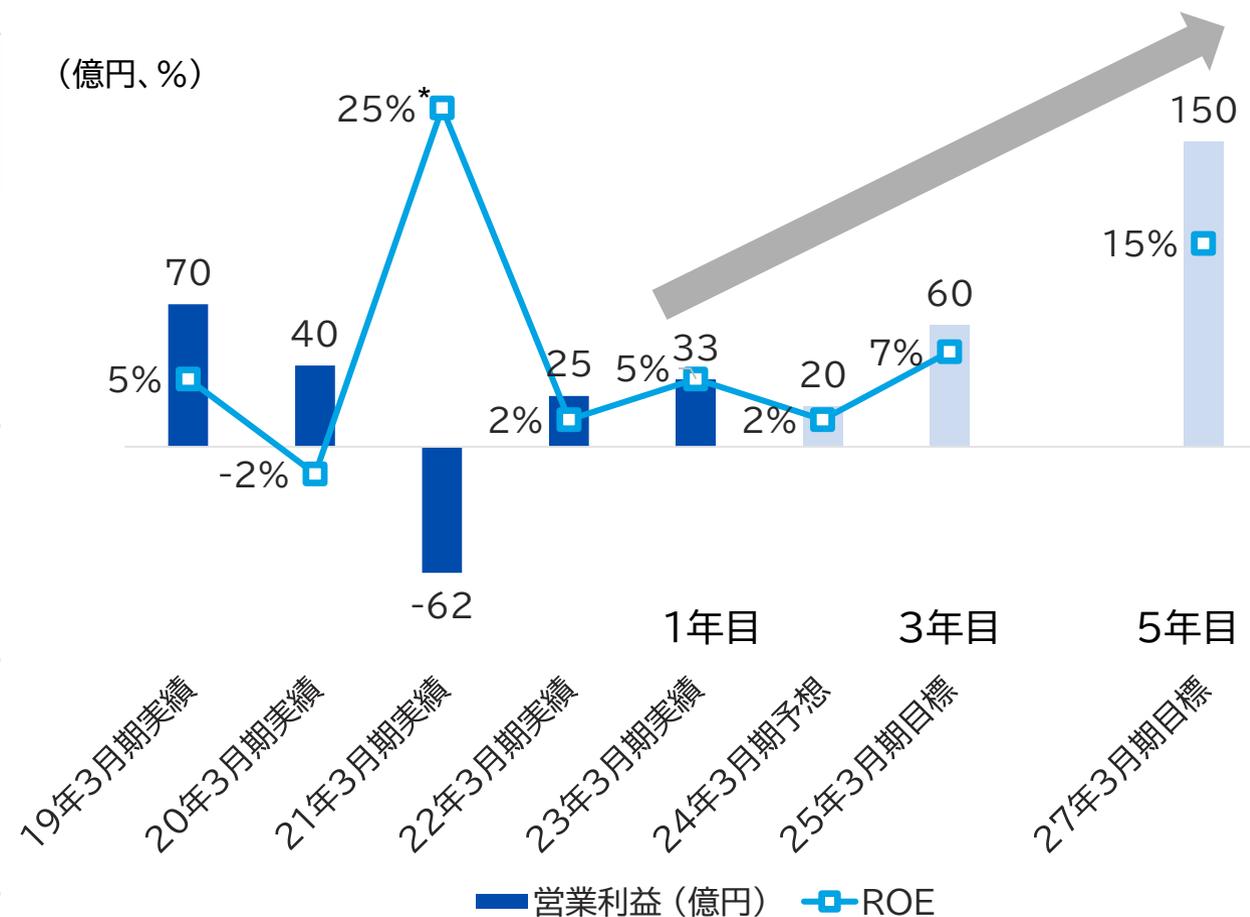
市場環境の回復が通期で貢献することが想定されるも、中期経営計画の達成に向けIP創出への投資を強化
2024年3月期の業績予想は営業利益20億円、当期純利益11億円と設定。配当性向35%、最低年間配当50円は維持

(百万円)	2023年 3月期	2024年 3月期	前年同期比	増減率
売上高 (参考値)	121,561	—	—	—
営業利益	3,385	2,000	△1,385	△40.9%
親会社株主に 帰属する当期純利益	2,742	1,100	△1,642	△59.9%
年間配当金 (円)	50	50	±0	

中期経営計画数値目標

25年3月期において営業利益60億円・ROE7%、27年3月期において営業利益150億円・ROE15%を目指し、投資を継続

	23年3月期 (1年目:実績)	24年3月期 (2年目:予想)	25年3月期 (3年目:目標)	27年3月期 (5年目:目標)
営業利益	33億円	20億円	60億円	150億円
ROE	4.7%	1.9%	7%	15%
売上高 (参考値)	1,215億円	—	1,500億円	2,000億円



*21年3月期には本社ビル売却による伴う特別利益が含まれています。

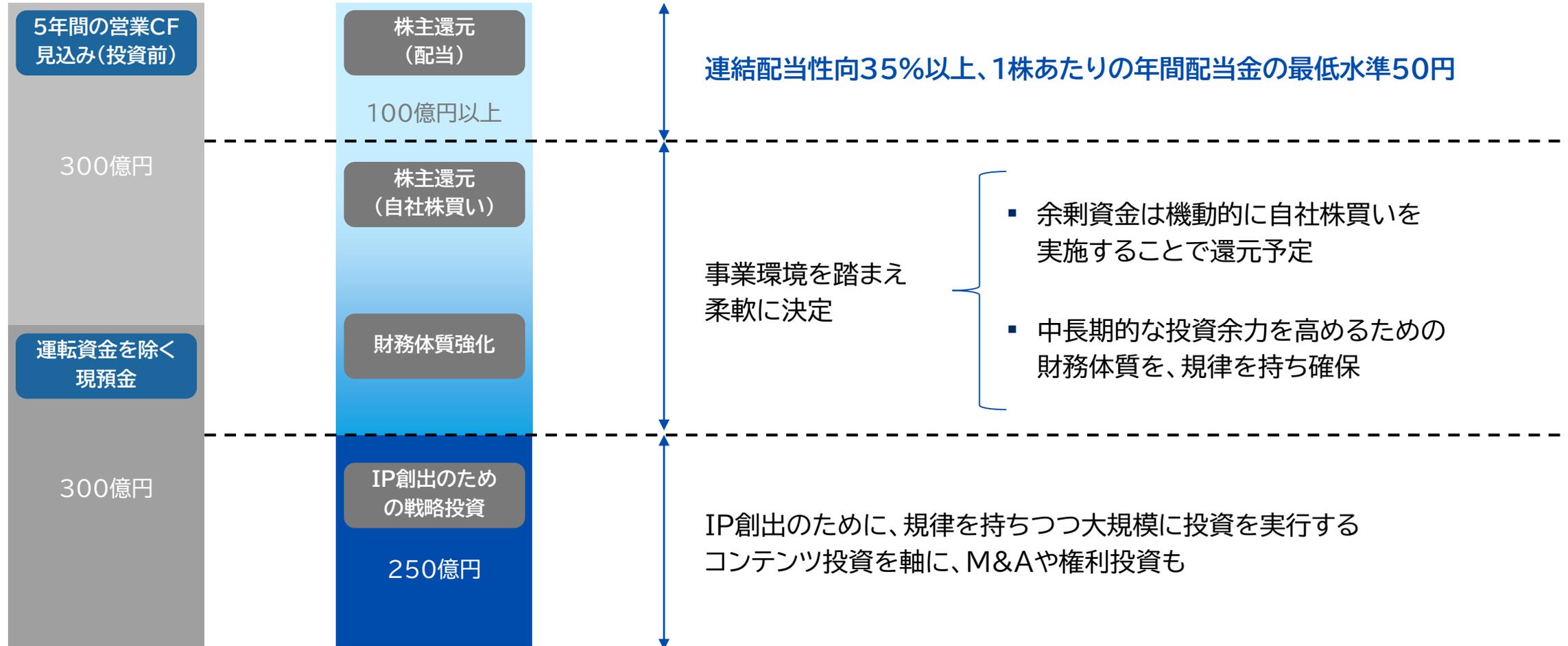
IPの種類やマネタイズの手法、ヒットのばらつき等により利益率が大きく変わるため、売上高は参考値とさせていただきます。

注: 24年3月期予想ROEは23年3月末の自己資本をもとに算定した概算値

| キャピタル・アロケーション

※中期経営計画説明資料
(2022年5月11日発表)より再掲

IP創出に向けた戦略投資を行い、余剰資金は事業環境を考慮しつつ機動的な自社株買いを通し還元予定。
中計期間におけるキャピタル・アロケーションについて、今回修正に伴う変更はないが営業CF見込み等を踏まえ検討を行っていく。



「avex vision 2027」の進捗報告



企業の活動目的、社会的な存在意義の明確化を目的に新たに「企業理念」を定義(2022年7月施行)

<企業理念>

エンタテインメントの可能性に挑みつづける。

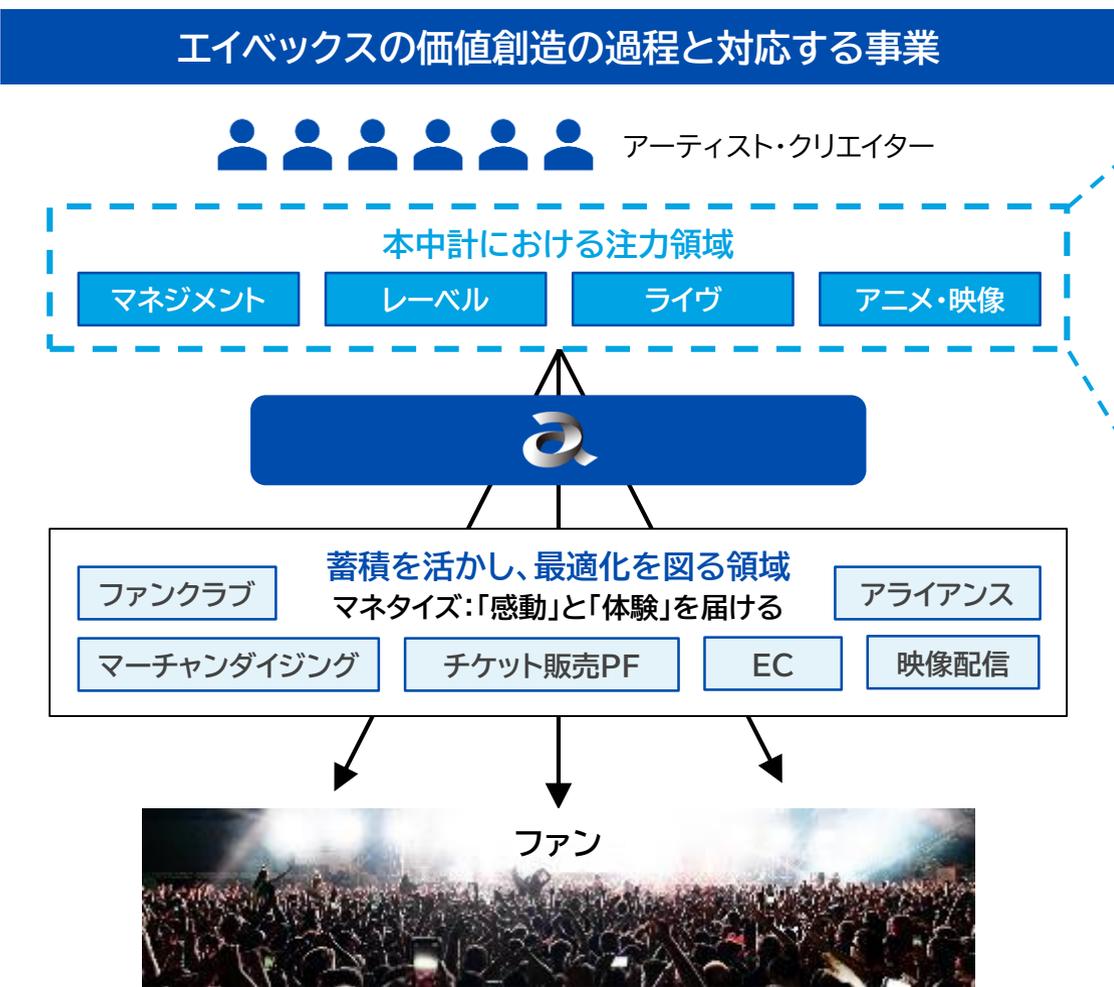
人が持つ無限のクリエイティビティを信じ、多様な才能とともに世界に感動を届ける。

そして、豊かな未来を創造する。

<タグライン>

Really! Mad+Pure

エイバックスの価値創造の起点となる「才能と出会い、育てること」を重点に積極的投資を行い、長期的な成長を目指せる体制構築を目指す
また、花開きつつあるIPポートフォリオを踏まえ、海外市場における価値創造に向けた戦略的な取組を開始



<重点戦略>

多様な地域・多様な分野で
“愛される”
IPの発掘・育成を目指す

<主要施策>

1. グローバルを見据えた連続性のあるオリジナルIP開発
2. 市場環境に沿った多様なIP開発・発掘とヒットの創出
3. IP価値を持ったフェス・イベントの開発
4. 長く愛されるアニメ・映像作品のためのIP開発・IP獲得



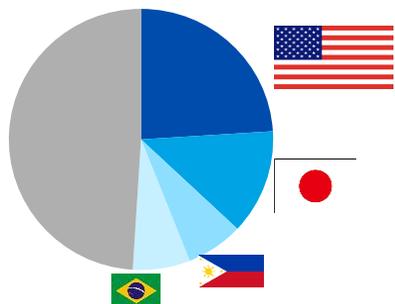
エイバックスの価値創造の場を
海外市場に向けて拡大

マネジメントにおけるIP開発 - XGALX Project 進捗報告

XGは2023年3月期を通して楽曲のリリース等を重ね、加速度的な成長を遂げる各ストリーミングサービスを通してグローバルでの認知度は大きく拡大。海外において日本人アーティスト初の実績を多く達成

グローバルにおけるプレゼンスを更に拡大

3rd シングル「Shooting Star」の Spotifyにおけるリスナー分布



3rd シングル「Shooting Star」のMVは公開後73日で3,600万再生
日本発グローバルIPを目指すXGに
米国クリエイティヴが楽曲を提供する
体制でUSでの再生数が大きく拡大

YouTubeチャンネル再生数及び登録者数推移



3rd シングルを経て登録者数は100万人を突破し200万人に迫る勢い

海外実績

- ✓ アメリカで最も権威のあるラジオチャート Mediabase Top 40 Radio Airplay Chart で日本人アーティスト初の8週連続ランクインの快挙
- ✓ Shooting Star / LEFT RIGHT の2曲が Spotify の「今SNSで最も話題になっている曲」をランキングにしたバイラルチャート Viral Top 100 において46か国の国・地域でランクイン



▲ Spotify, Amazon Music による NYタイムズスクエア街頭ビジョン展開

✓ SpotifyのPop Rising カバー写真に日本人ガールズグループとして初選出

様々な海外メディアにおいて個別に取り上げられるケースが増加
海外における認知度は急上昇

マネジメントにおけるIP開発 - XGALX Project 進捗報告

引き続き世界でのヒット創出の旗頭としてコンテンツ等への投資を継続
また、ファン基盤の拡大と共に公式ファンクラブ『ALPHAZ』を始動。強力なファンダム形成を目指す

YouTube内のコンテンツに積極投資



「Shooting Star」 MV



「LEFT RIGHT」 MV



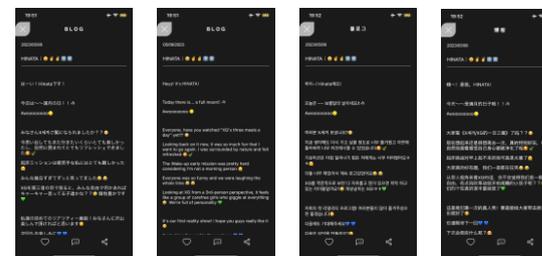
その他関連動画コンテンツ

楽曲1曲でも多数のMVやトレーニング映像等を複数制作することで
コンテンツの充実と様々な方面でのアピールに繋げる

XGへの積極的な投資は継続

動画コンテンツの充実を通して更なるIP価値の拡大に取り組む

ALPHAZ始動



▲ コンテンツは多言語に対応



▲ ブログや動画などファンクラブ
だけのコンテンツを多数配信
ファン同士のみならず時にメンバー達とも
コミュニケーションが可能

XG OFFICIAL FUNCLUB『ALPHAZ』始動
コミュニティを介した多角的なコミュニケーションを通し
強力なファン基盤の形成に取り組む

マネジメントにおけるIP開発 - WARP's 進捗報告

WARP's においては第1弾メンバーのSANTA, RIKIMARUがINTO1を卒業し次のフェーズへ第2弾以降の発掘・育成も着実に進んでおり、連続性のあるアーティストの開発に向けて投資を継続

WARP's Project について

WARP'S SYNDICATE

アジア各地のクリエイティブ企業と連動して
ボーイズグループを産み出していくプロジェクト



INTO1



SANTA

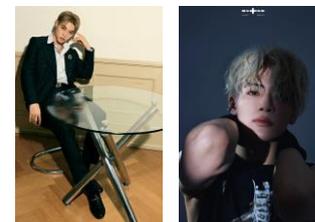


RIKIMARU

2021年 中国の人気オーディション番組『創造營2021』(テンセントビデオ)にてWARP's Project第1弾メンバーのSANTA, RIKIMARUの2人がそれぞれ第2位と第3位で合格し、INTO1としてデビュー

INTO1は海外で大きな実を結び、第2弾以降のプロジェクトも継続

予定されていた2年間の活動期間を終えINTO1は2023年4月末に解散
中国の上海メルセデスベンツアリーナ (11,000人×2 DAYS)公演を満員にする大きな成果



SANTA, RIKIMARUはINTO1の活動終了後も中国を中心に継続的な活動を予定

WARP's Project では第2弾以降の開発も継続

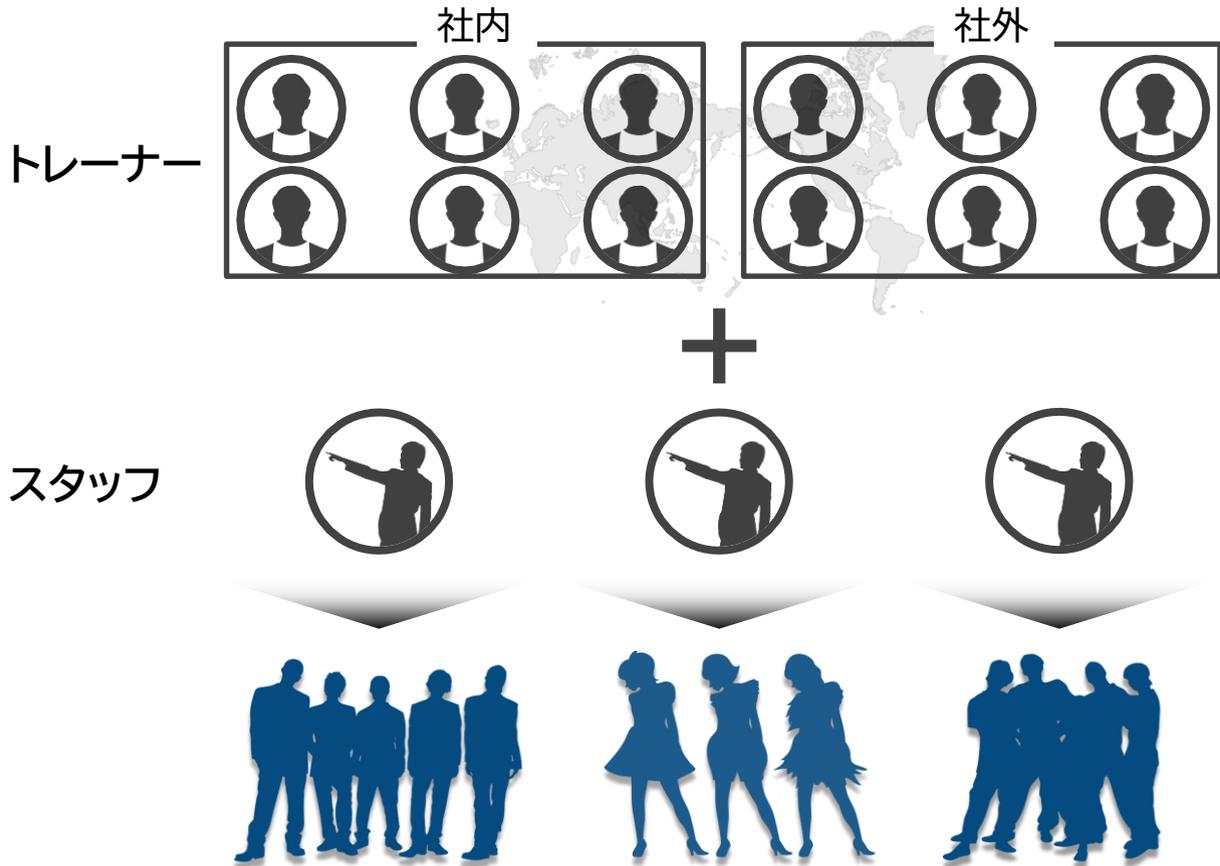


2022年4月から1年かけて行われたオーディションプログラム「WARP's DIG」を通し次世代のWARP'sメンバーを選出
12~15歳の次々世代の育成も進む



マネジメントにおけるIP開発 - avex Youth に関する取り組み

世界でのヒット創出を念頭に置き、発掘・育成に関するソフト・ハードともに成長投資を継続
グローバルで活躍するアーティストを手掛けた実績を持つスタッフ・トレーナーなどを配備すると共に自社スタジオなどの環境整備に取り組む



プロジェクトごとにキーマンとなるスタッフを設置
内部・外部のトレーナーを招聘し最適な育成体制を構築



徹底的なトレーニングが可能な
avex Youth生専用スタジオ

ネット配信や、小規模の観客を伴う
ショーケースも実施可能な環境



スタッフやトレーナー、クリエイターなど様々な
関係者がコミュニケーションを取りやすい環境



Youth生が徹底してトレーニング可能な
自社スタジオを都内に設立 (2024年1月予定)

マネジメントにおけるIP開発 - avex Youth に関する取り組み

発掘・育成、デビューからスターに成長するまでのプロセスを一気通貫で推進する体制の整備が完了
今期は25,000人以上へのアプローチを通し1期生を約100名選出 4月から取り組みスタート

avex Youthが目指すエコシステム

初めからグローバルを視野に入れた
プロジェクト主導型のIP開発

Project XGALX

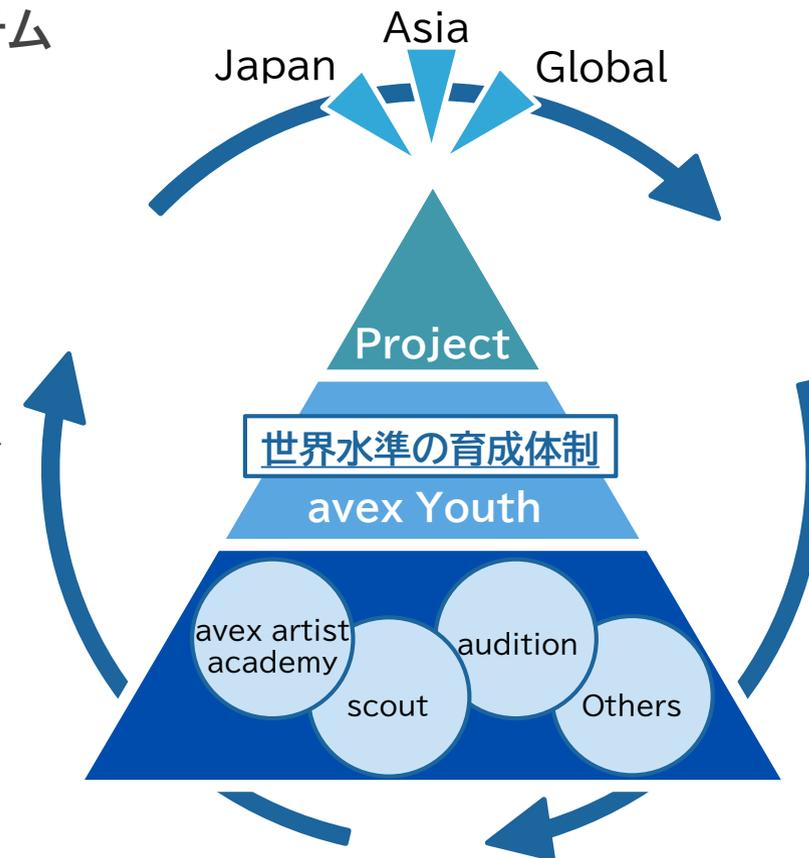


蓄積されたノウハウを活かした
継続的なヒットの創造

「エイベックス」を目指す
原石の更なる増加



avex Youth



原石の発掘のための2.5万人以上へのアプローチ



レールにおけるIP開発 - 音楽事業の取り組みについて

アーティストの聴かれ方・売れ方は時代や技術の進歩とともに多様化
エイベックスは時にパートナーと協力しながら市場に合ったアーティストを発掘し、楽曲とともに届けることを目指す

時代や技術の進歩とともに
アーティストとファンを繋ぐ媒体は多様化し拡大する



エイベックスは市場やデバイスの変化と音楽や映像のクリエイティブトレンドに沿って
アーティストを開発・発掘し良質な楽曲を届けることを目指す

「レール」におけるIP開発 - 次世代アーティスト開発の取り組みについて

パートナーとの提携を通し様々な次世代を担うアーティストの大型プロジェクトが進行中
24年3月期以降におけるデビューを目指し投資を継続

× 秋元康
乃木坂46 公式ライバル



「AKB48」「乃木坂46」等の国民的アイドルグループを手掛けた秋元康氏がプロデュース
今夏デビュー予定

× WACK
BiSH THE NEXT



6月の解散を発表しているBiSHのメンバー達による第2のBiSH創出のためのオーディション企画
今夏デビュー予定

× LDH
WOLF HOWL HARMONY



LIL LEAGUEを輩出したLDH史上最大オーディション「iCON Z」の第2章から生まれた新グループ
今夏デビュー予定

× SM Entertainment
NCT TOKYO(仮称)



NCT U, NCT 127, NCT DREAM, WayV等続くNCTの新グループ
国内テレビ局と連携
今秋デビュー予定

× K-POP

× 国内大手事務所

× 集英社

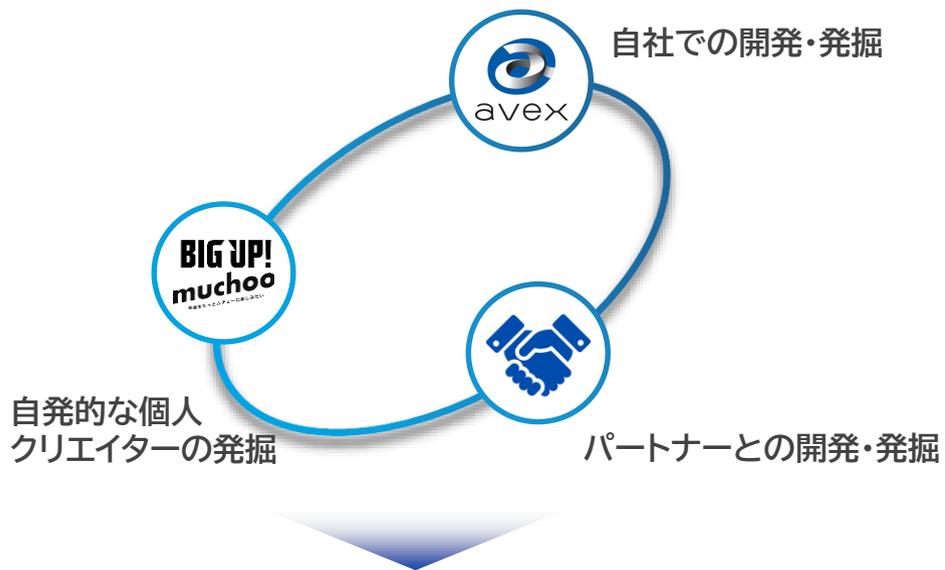
× THINKR

等のプロジェクトも予定

音楽事業における中長期的な体制

音楽事業において「市場に合わせたアーティストの開発・発掘力」と「360度でのマネタイズ」がこれまで以上に相互に作用し合うことで長期的な優位性を備えたより強固なビジネスが実現されるような体制を作ること念頭に取組んでいく

市場に合わせたアーティストの開発・発掘

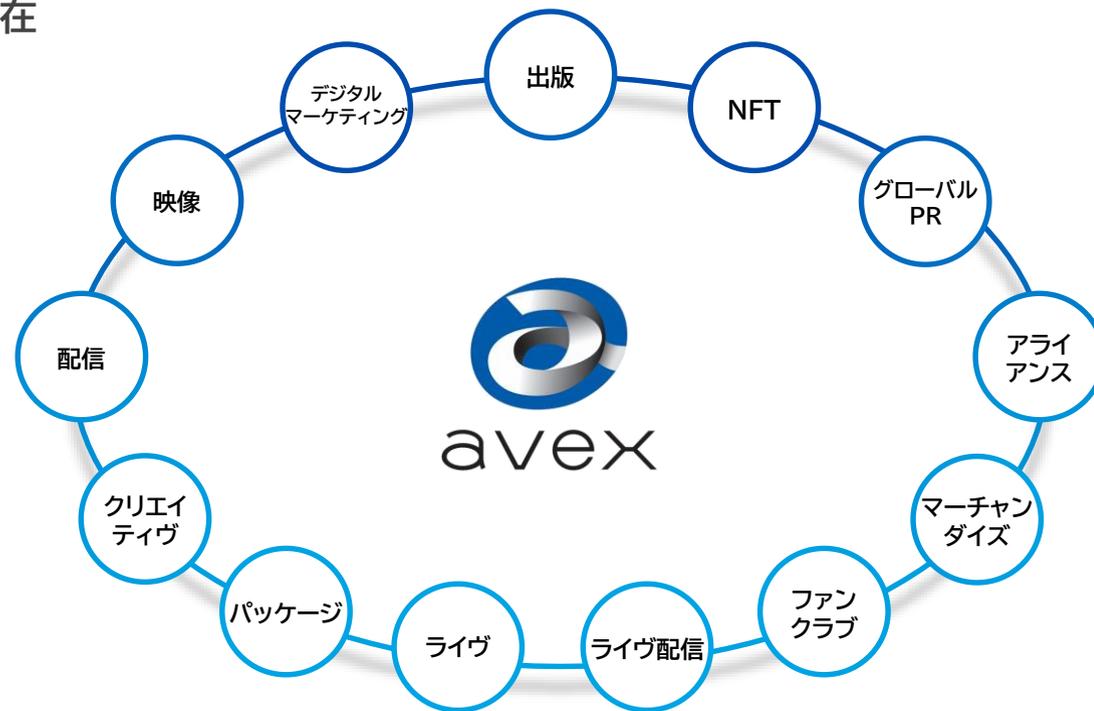


次世代のスターやヒットの創出

多様な機能を備えた
パートナーに選ばれる存在
スターを多く輩出する
人々が憧れる存在



360度の機能を備え アーティストに合わせソリューションを提供



価値の最大化

ライブにおけるIP開発 - 海外アーティストの取り込みやイベント開発の進捗

中期経営計画の実現に向け海外アーティストのライブ受託やフェス・イベントIPの開発が進捗

海外プロダクションからの大型案件受託



BLACK PINK
(YG Entertainment)
WORLD TOUR JAPAN



NCT DREAM
(SM Entertainment)
初来日ツアー

国内プレーヤーとして様々な韓国アーティストのライブを受託

海外プロダクションとの連携を高め
有力アーティストの獲得に取り組む

IP価値のあるフェス・イベントの開発

THE HOPE



国内最大級ヒップホップ・フェスティバル
『THE HOPE』を新しく開催

RAGE



国内最大級e-Sportsイベント『RAGE』は
過去最大級の集客を実現

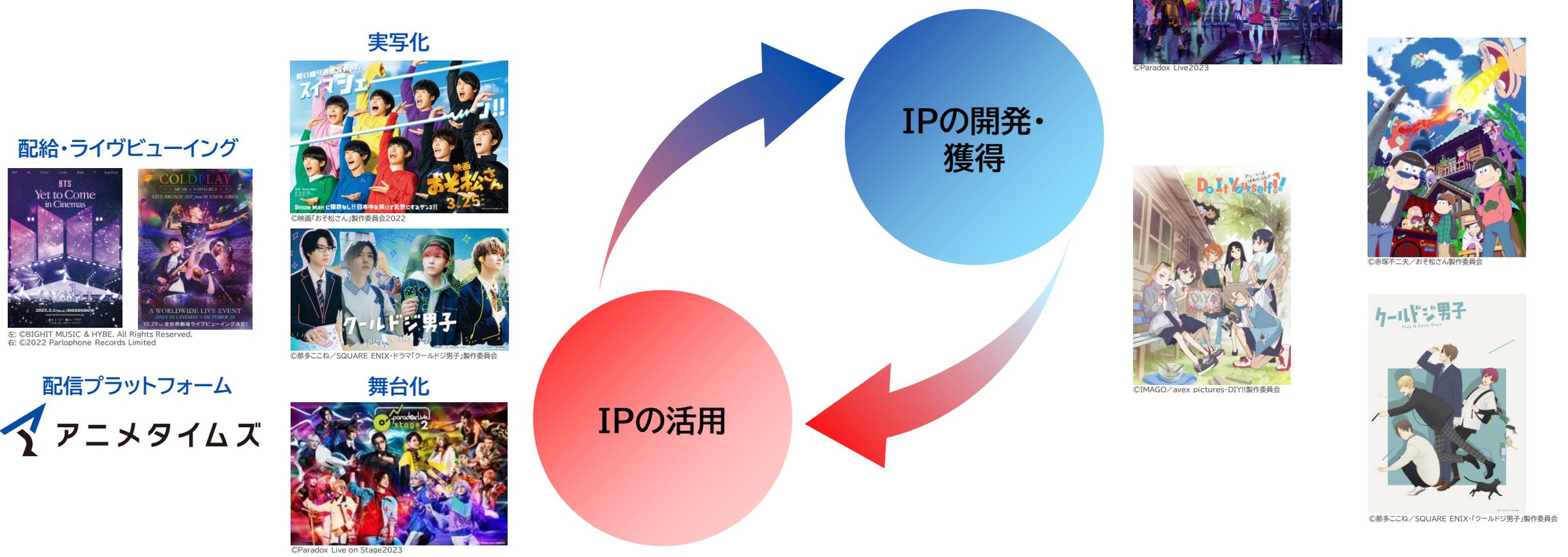
IP価値のあるフェス・イベントの開発に注力

今後は国内外のアーティストを招聘する大型のフェスなども検討

アニメ・映像領域における戦略の全体感

今期は実写化やライブビューイング、音楽映画配給の実施など様々な分野で既存IPの活用を提案。IPホルダーに向けエイバックスの力を示す
来期以降も自社開発に加えて、これら様々な実績を元に更なる有力なIP獲得に取り組む

アニメ・映像事業において目指す体制



アニメ・映像におけるIP開発 - ヒット創出に向けたIP投資を継続

2023年3月期に関わったアニメ作品は21作品。引き続き継続的な開発や提携に取り組み、IPポートフォリオの拡大を目指す
 原作保有作品 Paradox Live は2024年3月期にアニメ化が決定。既に多様な展開に成功しているIPであり、IP価値の一層の強化に期待

2023年3月期も幅広いラインナップで展開



©赤塚不二夫・おそ松さん製作委員会



©いそふらぼん財団・一迅社 / 「神クス☆アイドル」製作委員会



©原泰久 / 集英社・キングダム製作委員会



©那多こね / SQUARE ENIX・「ワールドジ男子」製作委員会



©2021 たかしげ宙、吉川亮二・小学館 / スプリガン Project



©IMAGO / avex pictures・DIY!!!製作委員会



©芝浦アンドロイド研究室 / TECHNO-OM Project



©四葉タト・小川亮・講談社 / 「Paradox Live」製作委員会



©今井哲也・講談社 / 2022「ぼくらのよあけ」製作委員会



©ANCHOR / オルタネイティブ第三計画

ヒット創出に向け継続的な開発を実施

来期以降もラインナップの幅を意識したタイトルリリースを予定

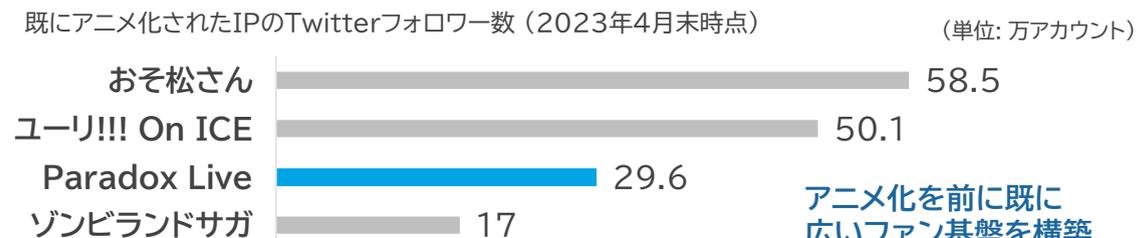
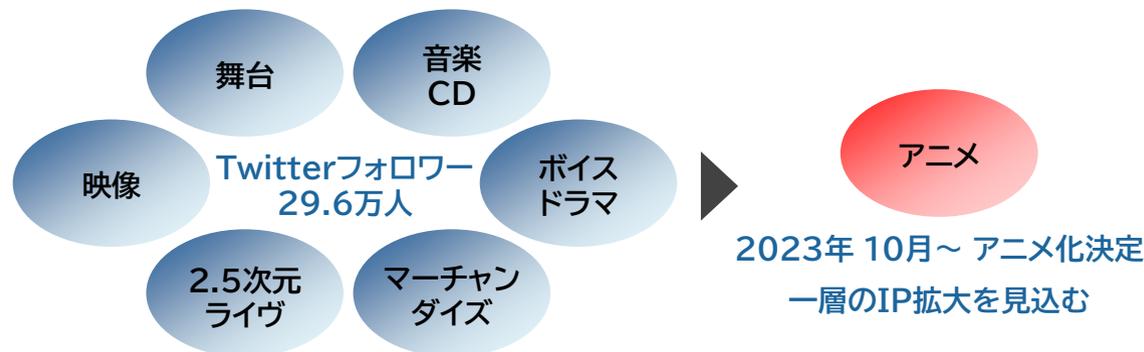
原作保有作品 Paradox Live が2023年10月にアニメ化

Paradox Live



©Paradox Live2023

エイベックスとジークレスト（サイバーエージェントグループ）によるメディアミックスプロジェクトとして2019年にスタート
 楽曲CDに始まり映像・舞台・ボイスドラマなど
 様々な方面での展開を通し、既に一定のファン基盤を構築



アニメ・映像におけるIP開発 - IP活用を軸とするIP獲得は着実に進捗

映像においてはライブビューイング分野に加え、音楽映画配給分野が拡大。アニメと連動した実写映像開発にも注力。アニメタイムズは順調に配信作品数を増やしており、会員数の伸びは堅調

映像分野におけるIP活用の実績が蓄積

23年3月期の音楽映像作品
(ライブビューイング・配給)は11作品

24年3月期は更に多くの
国内・海外アーティスト案件を
獲得することを目指す



左から1枚目: ©PLEDIS Entertainment / HYBE JAPAN. All Rights Reserved. 2枚目: ©avex
3枚目: ©BIG HIT MUSIC & HYBE. All Rights Reserved. 4枚目: ©DREAM MAKER ENTERTAINMENT LIMITED.



©IMAGO / avex pictures・DIY!!製作委員会

実写ドラマ化企画発表
(4/11)



©那多こね / SQUARE ENIX・「ワールドジ男子」製作委員会



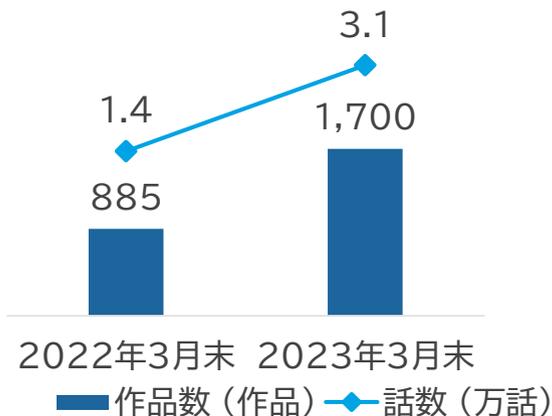
©那多こね / SQUARE ENIX・ドラマ「ワールドジ男子」製作委員会

テレビ東京にて実写ドラマ化
4/14より毎週金曜日深夜1時

手掛けたアニメ2作品が
実写ドラマに展開

幅広いIP活用力を
今後のIP獲得に繋げる

アニメタイムズの配信作品は順調に増加 会員数獲得継続



アニメタイムズは作品数の増加と
ともに堅調に会員数が伸長

今後は国内と同程度の市場である
海外への拡大も視野に入れて活動

国内海外アニメ市場 (億円)



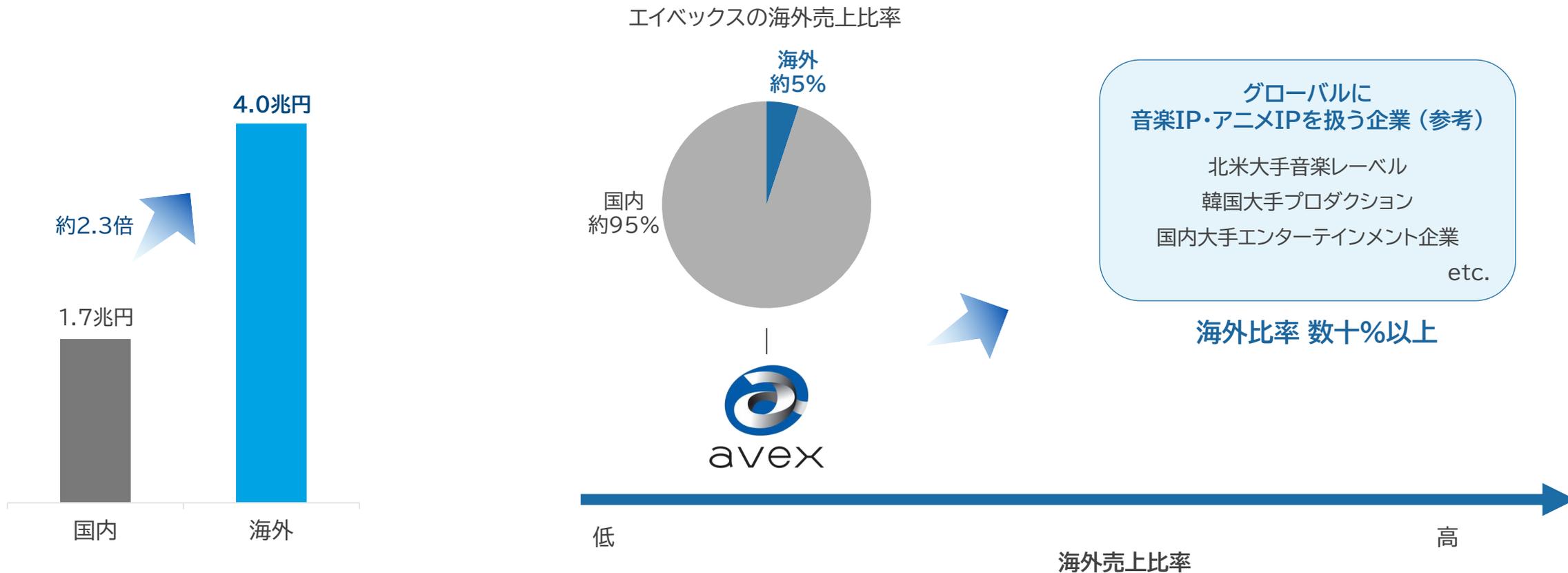
出所: 一般社団法人日本動画協会

海外戦略



海外戦略 -現状-

グローバルに音楽IPやアニメIPをマネタイズするプレイヤーの売上の内数十%が海外を占める一方、当社の海外売上比率は一桁%に留まり、市場規模の差と比較して大きなポテンシャルがある



海外の音楽・アニメ市場は国内の約2.3倍

市場規模の差に比してエイベックスの海外事業はまだ小さく、
発展の余地が大きい

海外戦略 -現在の海外事業-

近年では国内で蓄積したネットワークや経験を活かし、海外拠点を通して幾つかのプロジェクトを成功裏に収める
特に、多種多様な国内パートナーのIPについて「海外における旗振り役」としてマネタイズを実現する点には他社に対しても優位な強み

アニメビレッジ (サウジアラビア)

日本IPビジネスが未進出であった
サウジアラビアにいち早く進出
現地パートナーとのコネクションを構築



WARPs / INTO1 (中国)

テンセントビデオによる
グローバルアイドルオーディション
『創造営2021』を通して
WARPs PJ メンバーがアジアデビュー



Avex USA を通じた ネットワーク開拓 (北米)

グローバル第一線の音楽作家との
出版契約拡大や、ヒット楽曲の出版権・
原盤権の構築、CVCによる音楽テック・
スタートアップ投資



STAR ISLAND (シンガポール)

日本の文化である花火を各地域に合わせた
未来型花火エンターテインメントとして開催
2022年末の開催では2万人を集客



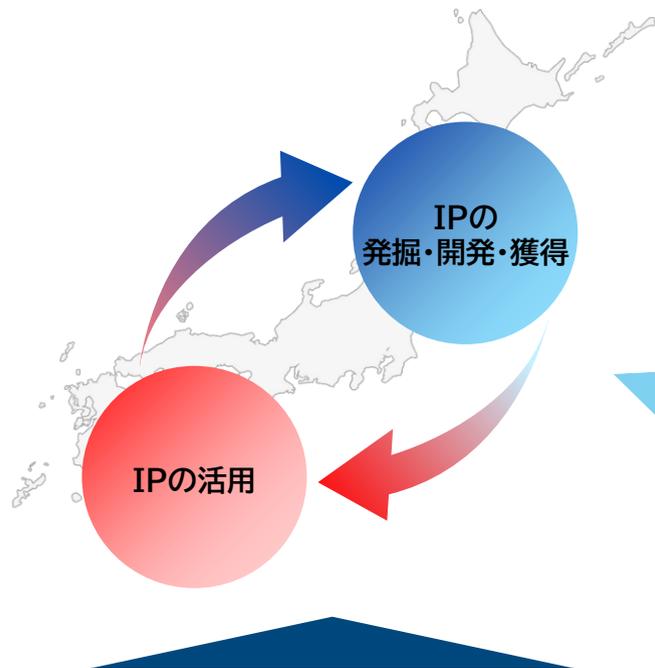
国内パートナーのIPの展開支援 (東南アジア)

独自の営業網を生かし、各国の政府・企業と
IPオーナーとのライセンス契約の締結支援や
合弁会社を通じた360度でのIP価値拡大を支援



(左)
©2023 Pokémon. ©1995-2023 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.
TM, ®, and character names are trademarks of Nintendo.
(右)
©2022 SANRIO CO., LTD. 著作:株式会社サンリオ
STAR ISLAND SINGAPORE COUNTDOWN EDITION 2022-2023 にて

国内において実現しているIPの発掘・開発・獲得とIPの活用との循環を強みとするエイバックスのビジネスのベースとして
今後は近年の海外成功事例を土台に、それぞれの市場に合わせた形で海外の各地域におけるビジネスモデルの構築に本格的に取り組む



- 360度の機能
- IP活用の実績
- パートナーとのネットワーク
- 既存の強力なIP
- 人材や拠点等の事業基盤
- エイバックスのブランド



海外戦略基本方針

国内で実現出来ているビジネスモデルをベースに
それぞれの市場の特色に合わせた形で
海外各地域におけるビジネスモデルを構築する



| 海外戦略 - 施策及び目標 -

IPの創造・獲得とIPの活用との両面で実績を構築すると共に機能を拡充し、IPを軸に循環するビジネスモデルの構築に取り組む方針
まずは案件を推し進めるための組織・人材への投資を行い、中計最終年度には全社売上の15%の海外売上比率の実現を目指す

組織・人材の強化



外部エキスパートの活用や
新たな組織体制による
IP開発やマネタイズ機能の集約化



アップデートされた人事制度を通じて
グローバル人材の採用を加速

国内パートナーのIPの 海外輸出の強化 (ex: アニメビレッジ)

日本IPの海外発信を通し
マネタイズの実績の蓄積と
機能の拡張に取り組む

海外ローカルにおける ネットワーク構築 (ex: アメリカ拠点)

IPオーナーやクリエイティブ、
テクノロジー企業等との連携を
通した機能拡充とIP獲得

グローバルで活躍出来る 自社オリジナルIPの開発 (ex: XG, STAR ISLAND)

XG, STAR ISLAND等の
エイベックスによる
グローバルIPの開発強化

IPを軸とするビジネスモデルをグローバルでも構築

IPの活用

IPの
発掘・開発・獲得

海外事業における数値目標

全社売上の約15%

2027年3月期
中期経営計画における
売上参考値は2,000億円

全社売上の
約5%

2023年3月期

2027年3月期
(本中計最終年度)

※海外セグメントの売上に、海外以外の事業セグメントにおける
日本国内以外の売上を合算して推計

中計最終年度において海外売上比率15%の実現を目指す

総括



各領域でIPの発掘・育成や開発・獲得に向けた取り組みが進捗。中期計画達成に向けた種蒔きは順調

マネジメント

- ✓ 日本発グローバルIPを目指すXG は着実に成長
- ✓ IP育成の起点となるavex Youthを整備。グローバル水準のエンタテインメントを目指した発掘・育成体制へ

レーベル

- ✓ 市場に合わせたアーティストの発掘や楽曲の創出を継続。一定の影響力を備えたアーティストの数は大きく増加
- ✓ 多方面とのネットワークを活かした次世代アーティストの開発が進み、多様なIPパイプラインを積み上げ

ライブ

- ✓ 市場の回復とともにパートナーの海外アーティストの国内ライブ受託や独自のフェス・イベントの開発が進捗
- ✓ 海外まで巻き込むような大型のフェス・イベントIPの開発に向け、レーベルとも連携し外部アーティストの取り込みを継続

アニメ・映像

- ✓ マネタイズ機能を軸としたIP獲得が継続。自社中心のIP開発についても継続的な投資を実施
- ✓ アニメタイムズが引き続き堅調に推移。海外展開等次のステージに向けた議論を開始

海外

- ✓ 海外における全体戦略を整理。国内で展開するビジネスモデルを海外でも構築することを目指し、人材採用を含む体制強化とパートナーのIP活用実績の蓄積、海外でのネットワーク構築、グローバルを志向したIP開発に取り組む
- ✓ 中計最終年度における海外売上比率の目標を15%と設定

**2027年3月期 営業利益 150億円の目標に向け様々な施策が進捗
引き続き中長期の成長に向けた投資を継続予定**

Appendix.



2023年3月期 コンテンツハイライト -音楽事業-

音楽事業			
期間	アーティスト	タイトル	
22年5月～6月	東方神起	「Bigeast FANCLUB EVENT 2022 TOHOSHINKI The GARDEN ～TOURS～」	ライブ・イベント
22年5月～6月	NCT 127	「NCT 127 2ND TOUR 'NEO CITY:JAPAN - THE LINK」	
22年7月, 10月	iKON	「iKON JAPAN TOUR 2022～FLASHBACK～」	
22年7月～8月	Da-iCE	「Da-iCE ARENA TOUR 2022 -REVERSi-」	
22年10月～23年3月	Nissy	「Nissy Entertainment 4th LIVE ～DOMESTIC TOUR～」	
22年11月～23年2月	NCT DREAM	「NCT DREAM TOUR 'THE DREAM SHOW2 : In A DREAM' - in JAPAN」	
22年11月～23年1月	TREASURE	「TREASURE JAPAN ARENA TOUR 2022-23-HELLO～」	
22年12月	—	「STAR ISLAND SINGAPORE COUNTDOWN EDITION 2022-2023」	
1月	TREASURE	「TREASURE JAPAN TOUR 2022-23 ～HELLO～SPECIAL in KYOCERA DOME OSAKA」	
2月～6月	東方神起	「東方神起 LIVE TOUR 2023 ～CLASSYC～」	
3月	SUPER JUNIOR	「SUPER JUNIOR WORLD TOUR -SUPER SHOW 9 : ROAD in JAPAN」	

音楽事業				
形態	発売月	アーティスト	タイトル	
シングル	22年7月	Snow Man	「オレンジkiss」	パッケージ
	22年10月	SKE48	「絶対インスピレーション」	
	2月	NCT DREAM	「Best Friend Ever」	
	3月	Snow Man	「タバストリー / W」	
	3月	TREASURE	「Here I Stand」	
アルバム	22年6月	吉田拓郎	「ah-面白かった」	
	22年8月	BE:FIRST	「BE:1」	
	22年9月	Snow Man	「Snow Labo. S2」	
	22年9月	NCT 127	「The 4th Album '2 Baddies」	
	22年11月	TREASURE	「THE SECOND STEP : CHAPTER TWO」	
DVD/Blu-ray	22年4月	V6	「LIVE TOUR V6 groove」	
	22年5月	Snow Man	「Snow Man LIVE TOUR 2021 Mania」	
	22年6月	AAA	「AAA DOME TOUR 15th ANNIVERSARY -thanx AAA lot-」	
	3月	Kis-My-Ft2	「Kis-My-Ft2に逢える de Show 2022 in DOME」	

2023年3月期 コンテンツハイライト -アニメ・映像事業-

アニメ・映像事業

ライブ・イベント	ジャンル	期間	タイトル
	映画	22年4月	「SEVENTEEN POWER OF LOVE : THE MOVIE」
	ライブ	22年5月	「Paradox Live Dope Show-2022.5.28 PACIFICO Yokohama National Convention Hall-」
	ライブ	22年12月	「プリパラ&キラッとプリ☆チャン&ワッチャプリマジ! Winter Live 2022」
	映画	2月	「BTS:Yet To Come in Cinemas」

パッケージ	形態	発売月	タイトル
	DVD/ Blu-ray	22年6月	「『フルーツバスケット -prelude-』Blu-ray」
		22年6月～8月	「パリピ孔明 Blu-ray 第一計、第二計、第三計」
		22年10月	「映画『おそ松さん』」
		3月	「映画『ヘルドッグス』」

2023年3月期コンテンツ

ライブ・イベント



NCT 127



©Paradox Live2023

「Paradox Live Dope Show 2022」



Nissy



TREASURE

パッケージ



AAA
「AAA DOME TOUR 15th ANNIVERSARY
-thanx AAA lot-」



BE:FIRST
「BE:1」



©映画「おそ松さん」製作委員会 2022

「映画『おそ松さん』」



Snow Man
「タノチノW」

| 2024年3月期 コンテンツハイライト -音楽事業-

音楽事業			
期間	アーティスト	タイトル	
4月, 6月	BLACKPINK	「BLACKPINK WORLD TOUR [BORN PINK] JAPAN」	ライブ・イベント
5月	Red Velvet	「Red Velvet 4th Concert : R to V in JAPAN」	
5月~6月	-	「ジャンポール・ゴルチエ『ファッション・フリーク・ショー』」	
5月~6月	SKY-HI	「SKY-HI ARENA TOUR 2023 -BOSSDOM-」	
5月	LUNA SEA	「THE BEST OF LUNA SEA 2023」	
6月~9月	Da-iCE	「Da-iCE ARENA TOUR 2023 -SCENE-」	
6月	SUPER JUNIOR-YESUNG	「SUPERJUNIOR-YESUNG LIVE TOUR『君という桜の花びらが僕の心に舞い降りた。』」	

音楽事業				
形態	発売月	アーティスト	タイトル	
シングル	4月	FANTASTICS from EXILE TRIBE	PANORAMA JET	パッケージ
	4月	BE:FIRST	Smile Again	
	5月	THE RAMPAGE from EXILE TRIBE	16BOOSTERZ	
アルバム	5月	平井大	LOVE+PEACE	
	5月	Snow Man	i DO ME	
	5月	Da-iCE	SCENE	
	6月	BiSH	BiSH THE BEST	
DVD/ Blu-ray	4月	GENERATIONS from EXILE TRIBE	GENERATIONS LIVE TOUR 2022 "WONDER SQUARE"	
	4月	三浦大知	DAICHI MIURA DOCUMENTARY 2019-2023 + SINGLE COLLECTION 2018-2023 "COLOR_S"	
	6月	BE:FIRST	BE:FIRST 1st One Man Tour "BE:1" 2022-2023	

| 2024年3月期 コンテンツハイライト -アニメ・映像事業-

アニメ・映像事業

	ジャンル	期間	タイトル
ライブ・イベント	映画	5月	「宇宙人のあいつ」
	ライブ	5月	「Paradox Live Dope Show 2023」
	映画	5月	「SEVENTEEN 2023 JAPAN FANMEETING 'LOVE' ライブビューイング」
	形態	発売月	タイトル
パッケージ	DVD/ Blu-ray	6月～8月	「僕の心のヤバイやつ Blu-ray 第1巻、第2巻、第3巻」
		6月	「NCT LIFE inチュンチョン&ホンチョン」

2024年3月期コンテンツ

ライブ・イベント



BLACKPINK



©映画「宇宙人のあいつ」製作委員会

「宇宙人のあいつ」



「ファッション・フリーク・ショー」



SKY-HI

パッケージ



BE:FIRST
「Smile Again」



GENERATIONS from EXILE TRIBE
「GENERATIONS LIVE TOUR 2022 "WONDER SQUARE"」



Da-iCE
「SCENE」



©桜井のりお(秋田書店)/僕ヤバ製作委員会

「僕の心のヤバイやつ」
Blu-ray 第1巻、第2巻、第3巻

連結損益計算書

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	増減率
売上高	98,437	121,561	+23,124	+23.5%
売上原価	63,209	82,574	+19,365	
売上総利益	35,228	38,987	+3,759	+10.7%
売上総利益率	35.8%	32.1%	-3.7pt	
人件費	11,029	12,671	+1,641	
販促宣伝費	7,993	8,354	+361	
一般経費	13,622	14,576	+953	
販管費合計	32,645	35,602	+2,956	
営業利益	2,582	3,385	+802	+31.1%
営業利益率	2.6%	2.8%	+0.2pt	
営業外収益	136	972	+835	
営業外費用	368	301	-66	
経常利益	2,351	4,055	+1,704	+72.5%
特別利益	326	1,666	+1,339	
特別損失	446	1,070	+623	
税金等調整前当期純利益	2,231	4,651	+2,420	+108.5%
法人税等	1,148	1,626	+478	
非支配損益	162	281	+119	
親会社株主に帰属する当期純利益	919	2,742	+1,823	+198.2%

連結貸借対照表および連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期
資産の部		
流動資産	75,326	86,217
現金・預金	44,671	48,143
売掛金等	13,855	22,206
棚卸資産	6,536	4,196
その他	10,263	11,670
固定資産	22,475	22,697
有形・無形固定資産	8,511	8,057
投資有価証券	8,564	9,228
その他	5,399	5,411
資産合計	97,801	108,915
負債の部		
流動負債	35,451	48,104
買掛金等	2,556	3,434
未払金	16,052	25,679
未払法人税等	264	1,482
返金負債	2,446	2,168
その他	14,131	15,338
固定負債	1,655	1,972
負債合計	37,106	50,076
純資産の部		
純資産合計	60,694	58,838
負債及び純資産合計	97,801	108,915

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期
キャッシュ・フロー計算書		
営業活動によるCF	△4,464	+9,192
投資活動によるCF	△3,387	△3,131
財務活動によるCF	△314	△2,493
連結キャッシュ・フロー	△8,166	+3,567
現金及び現金同等物に係る換算差額	+183	△95
現金及び現金同等物の増減額	△7,983	+3,472
現金及び現金同等物の期首残高	52,654	44,671
現金及び現金同等物の期末残高	44,671	48,143
フリー・キャッシュ・フロー	△7,851	6,060

音楽事業セグメント業績

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	増減率
売上高	76,529	94,139	+17,610	+23.0%
ライブ	14,048	31,746	+17,698	
マーチャндаイジング	3,023	5,051	+2,027	
マネジメント	9,587	9,218	△368	
音楽パッケージ	26,051	23,313	△2,737	
音楽配信	11,736	12,790	+1,054	
音楽出版	3,260	2,802	△457	
E-コマース	12,680	12,841	+160	
その他	5,950	5,857	△93	
売上原価	48,488	64,332	+15,843	
売上総利益	28,040	29,807	+1,767	+6.3%
売上総利益率	36.6%	31.7%	-4.9pt	
人件費	6,266	7,386	+1,120	
販促宣伝費	5,614	6,458	+844	
一般経費	6,659	7,188	+529	
GMF (グループ運営負担金)	5,550	5,973	+422	
販管費合計	24,091	27,007	+2,916	
営業利益	3,949	2,800	-1,148	△29.1%
営業利益率	5.2%	3.0%	-2.2pt	

注: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去

アニメ・映像事業セグメント業績

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	増減率
売上高	11,038	15,253	+4,215	+38.2%
アニメノンパッケージ	7,897	11,431	+3,534	
アニメパッケージ	3,141	3,821	+680	
売上原価	7,322	11,296	+3,974	
売上総利益	3,716	3,957	+240	+6.5%
売上総利益率	33.7%	25.9%	△7.8pt	
人件費	959	1,059	+99	
販促宣伝費	783	816	+32	
一般経費	506	605	+99	
GMF (グループ運営負担金)	774	866	+91	
販管費合計	3,024	3,347	+322	
営業利益	691	609	△81	△11.9%
営業利益率	6.3%	4.0%	△2.3pt	

注: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去

デジタル事業セグメント業績

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	増減率
売上高	13,682	12,379	△1,302	△9.5%
映像配信	11,213	8,626	△2,586	
ファンクラブ	1,993	1,601	△392	
その他	475	2,150	+1,674	
売上原価	10,885	9,374	△1,511	
売上総利益	2,796	3,004	+208	+7.4%
売上総利益率	20.4%	24.3%	+3.9pt	
人件費	1,126	994	△131	
販促宣伝費	1,637	1,092	△545	
一般経費	739	708	△30	
GMF (グループ運営負担金)	933	755	△178	
販管費合計	4,437	3,550	△886	
営業利益	△1,640	△546	+1,094	-
営業利益率	-	-	-	

注: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去

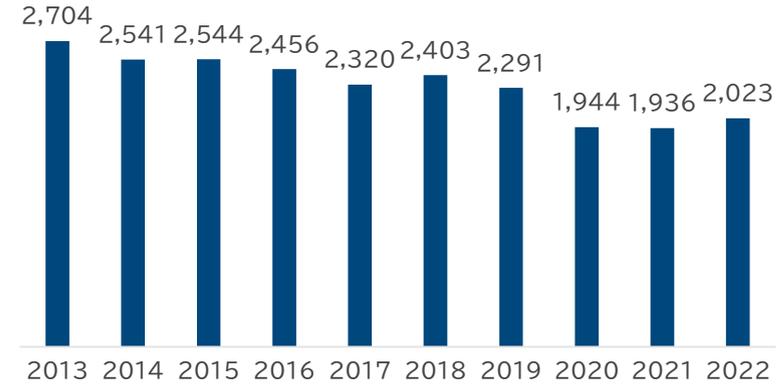
| その他事業セグメント業績

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	前年同期比	増減率
売上高	4,417	6,020	+1,603	+36.3%
売上原価	3,142	3,247	+104	
売上総利益	1,274	2,773	+1,498	+117.5%
売上総利益率	28.9%	46.1%	+17.2pt	
人件費	716	982	+265	
販促宣伝費	63	65	+2	
一般経費	466	652	+185	
GMF (グループ運営負担金)	451	562	+111	
販管費合計	1,697	2,262	+565	
営業利益	△423	510	+933	—
営業利益率	—	8.5%	—	

関連市場データ

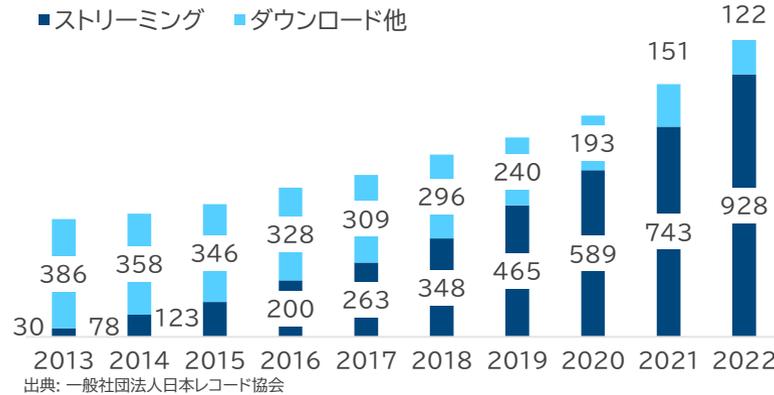
(億円)

音楽パッケージ市場推移



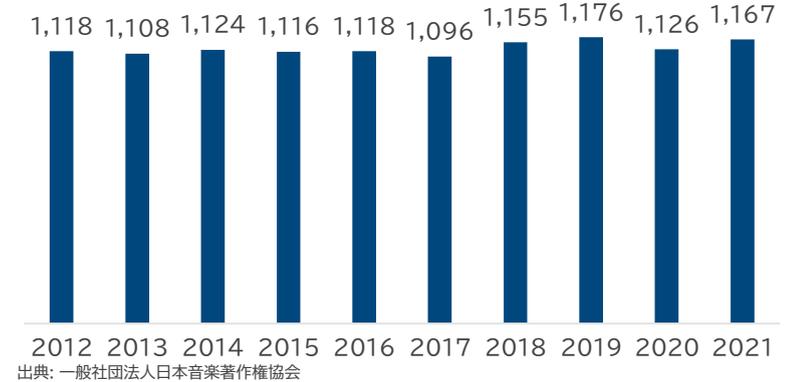
音楽パッケージ市場は前年比4.5%増で3年ぶりの2,000億円台

有料音楽配信市場推移



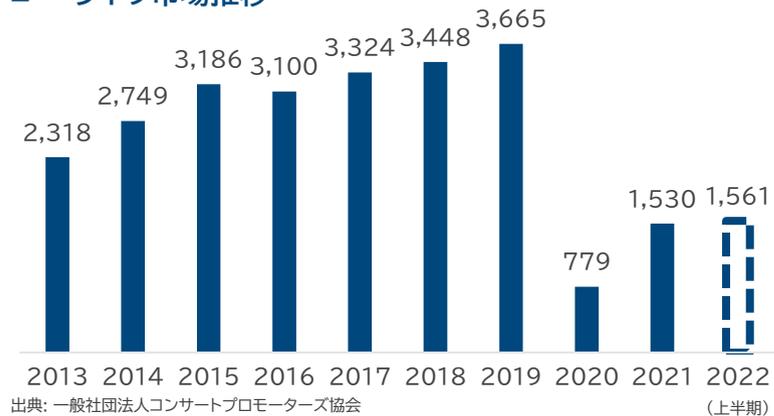
ストリーミング市場が前年比24.9%増で有料音楽配信市場の成長をけん引。有料音楽配信市場全体は前年比17.4%の成長

JASRAC著作権使用料徴収額推移



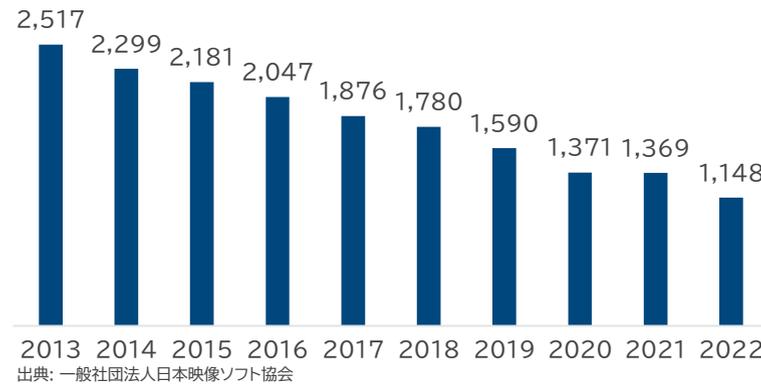
引き続き1,100億円前後で安定推移

ライブ市場推移



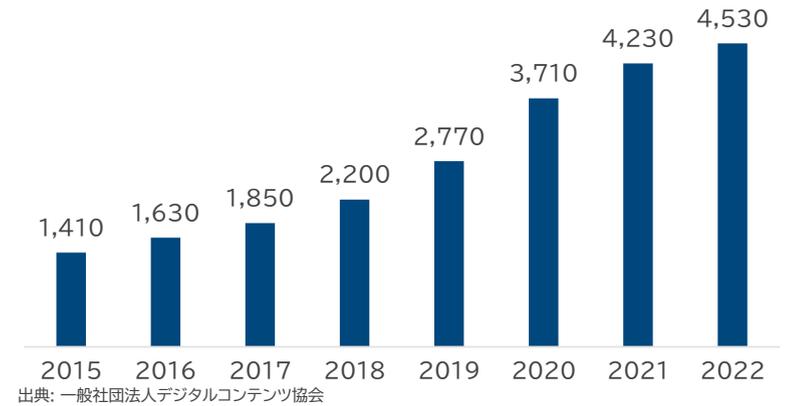
新型コロナウイルス影響は大きいものの足元の規制緩和により回復の兆し

映像ソフト市場推移



映像ソフト市場は前年比16.1%減と減少トレンドが継続

国内動画配信サービス市場推移



前年比7.1%増と引き続き成長

サステナビリティ

エンタテインメント企業としてのサステナビリティについて検討を重ね、3つの主要テーマ・7つの個別項目からなるマテリアリティを特定し、サステナビリティポリシーを策定

<サステナビリティポリシー>

未来の才能と、未知の感動への貢献

私たちは多様な才能と感動が創り出す豊かな未来を信じ、エンタテインメント企業として持続可能な社会に貢献する新たな価値モデルの創造を目指します。

<マテリアリティ>

主要テーマ	個別項目
「無形の豊かさ」を創る、届ける	才能や作品を通じた人々への感動や生きる活力の提供
	ダイバーシティ&インクルージョン(多様性と包摂性)の推進
「次世代」を創る、届ける	「次世代」人材の発掘・育成
	「サステナブルな世界」に向けた多様なパートナーシップ
「無形の豊かさ」と「次世代」を創るための土台となる組織作り	経済・社会・環境を調和するイノベーション
	ビジネス倫理を確保するガバナンス 働きがいと人権の尊重

サステナビリティ推進を目的とした専門部署の設立

2022年7月にサステナビリティ推進室を新設。

「次世代を創る、届ける」というマテリアリティへの取り組みの一環として、多様な視点を持つ大学生・大学院生とのコラボレーションを実施。



◀ サステナビリティ推進室
学生メンバー

教育プログラム「avex class」の実施

アーティスト・タレント・クリエイターが全国の教育機関に訪問し、自身の体験談を通じて子供たちに「才能や夢を信じる力」の大切さを伝えるプログラム「avex class」を実施。



「avex class」実施の様子

免責事項

本資料に記載されている将来に関する内容は、当社グループが資料作成時点において入手可能な情報に基づいたものであり、潜在的なリスクや不確実性を含んでおります。

特に当社グループの事業領域は、一般的な経済状況以外にも業績に影響を与えうる要因が数多く存在しているため、実際の業績等は、様々な要因により将来の見通しと異なる場合があることをあらかじめご承知おき下さい。

本資料に関するお問い合わせ先

エイベックス株式会社
経営管理本部 経営管理グループ
お問い合わせ:

<https://avex.com/jp/ja/contact/ir/>



2023年3月期 通期業績説明及び「avex vision 2027」進捗報告 終

エイバックス株式会社
東証プライム：7860

2023年5月11日