

2024年3月期

通期業績説明及び「avex vision 2027」進捗報告

(2023年4月1日～2024年3月31日)

エイベックス株式会社

東証プライム:7860

2024年5月9日



1

連結業績

Financial Highlights

Da-iCE



売上高は音楽事業の伸長に伴い、前年比+9.7%の1,333億円と増収
 営業利益は、売上総利益率の低下により、前年比△51.7%の16億円と減益
 親会社株主に帰属する当期純利益は、前年比△64.0%の9億円

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-------------------------|----------|----------|---------|--------|
| 売上高 | 121,561 | 133,387 | +11,825 | +9.7% |
| 営業利益 | 3,385 | 1,633 | △1,751 | △51.7% |
| 親会社株主に 帰属する 当期純利益 | 2,742 | 987 | △1,755 | △64.0% |

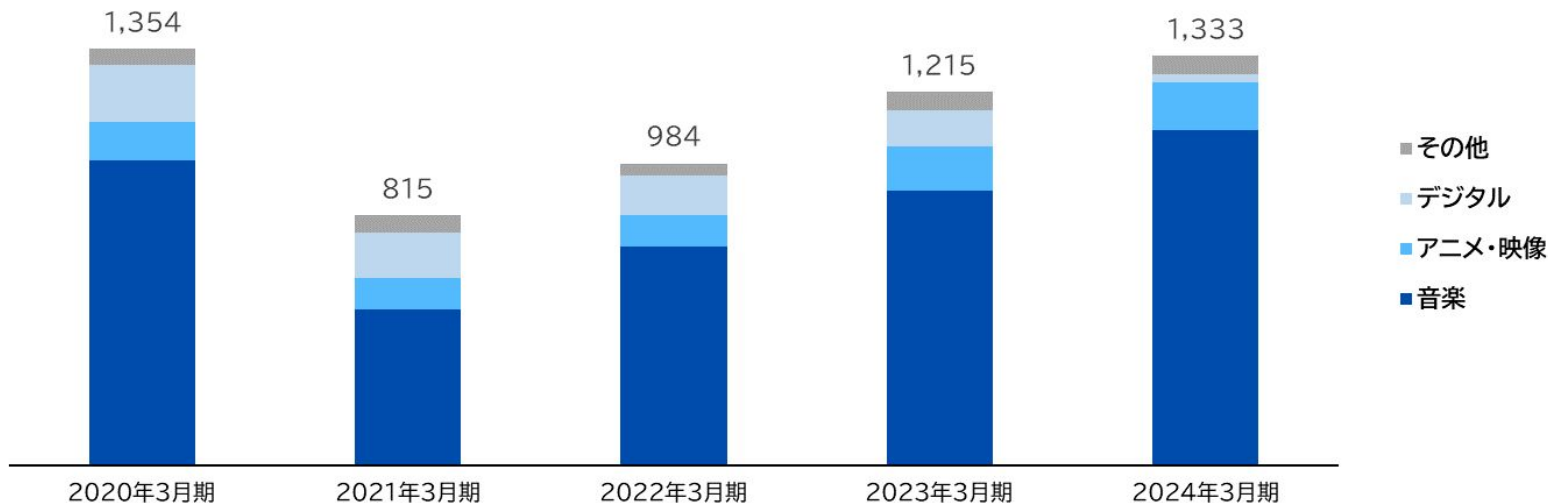
業績概要

- ✓ 音楽事業におけるライブ等を中心に増収
- ✓ 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、全社総利益率が低下
- ✓ IP創出のための投資を継続したことにより、営業利益では減益
- ✓ 営業利益の連動により、当期純利益では減益

音楽事業を中心にコロナ前の水準に回復

連結売上高推移

(億円)



注1: 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ている

注2: グラフ内の各売上高は内部売上高を各セグメントに按分し消去した参考値

売上総利益率の低下及びIP創出のための投資を継続したことに伴う売上原価・販管費の増加により、営業利益は16億円と減益

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|--------|----------|----------|---------|--------|
| 売上高 | 121,561 | 133,387 | +11,825 | +9.7% |
| 売上原価 | 82,574 | 94,097 | +11,523 | |
| 売上総利益 | 38,987 | 39,289 | +302 | +0.8% |
| 売上総利益率 | 32.1% | 29.5% | △2.6pt | |
| 人件費 | 12,671 | 13,421 | +750 | |
| 販促宣伝費 | 8,354 | 8,049 | △305 | |
| 一般経費 | 14,576 | 16,184 | +1,608 | |
| 販管費合計 | 35,602 | 37,655 | +2,053 | |
| 営業利益 | 3,385 | 1,633 | △1,751 | △51.7% |
| 営業利益率 | 2.8% | 1.2% | △1.6pt | |

音楽事業は大型ライブの公演増加等により大きく増収、デジタル事業は2023年3月期における映像配信サービスの合併会社解消に伴い減収

セグメント売上高

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|----------|----------|----------|---------|--------|
| 音楽事業 | 94,173 | 113,195 | +19,022 | +20.2% |
| アニメ・映像事業 | 15,253 | 16,118 | +865 | +5.7% |
| デジタル事業 | 12,345 | 2,935 | △9,409 | △76.2% |
| その他事業 | 6,020 | 6,271 | +250 | +4.2% |
| 消去+全社 | △6,231 | △5,134 | +1,097 | — |
| 合計 | 121,561 | 133,387 | +11,825 | +9.7% |

セグメント営業利益

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|----------|----------|----------|--------|--------|
| 音楽事業 | 2,343 | 1,888 | △455 | △19.4% |
| アニメ・映像事業 | 621 | △129 | △750 | — |
| デジタル事業 | △117 | 83 | +200 | — |
| その他事業 | 526 | △207 | △733 | — |
| 消去+全社 | 10 | △1 | △12 | — |
| 合計 | 3,385 | 1,633 | △1,751 | △51.7% |

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

ライブ、E-コマース及びマーチャндаイジングを中心に増収

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-------------|----------|----------|---------|--------|
| 音楽事業 売上高 | 94,173 | 113,195 | +19,022 | +20.2% |
| ライブ | 31,746 | 44,375 | +12,629 | +39.8% |
| マーチャндаイジング | 5,051 | 6,772 | +1,720 | +34.1% |
| マネジメント | 7,559 | 7,974 | +415 | +5.5% |
| 音楽パッケージ | 23,313 | 24,695 | +1,382 | +5.9% |
| 音楽配信 | 12,790 | 13,007 | +217 | +1.7% |
| 音楽出版 | 2,802 | 2,927 | +124 | +4.4% |
| E-コマース | 12,841 | 15,305 | +2,463 | +19.2% |
| その他 | 7,550 | 8,238 | +688 | +9.1% |
| 営業利益 | 2,343 | 1,888 | △455 | △19.4% |
| 営業利益率 | 2.5% | 1.7% | △0.8pt | — |

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

| | | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 |
|-------------------|-----------------------|----------|----------|--------|
| ライブ 概況 | 公演数合計(公演) | 1,110 | 1,265 | +155 |
| | スタジアム | 23 | 32 | +9 |
| | アリーナ | 141 | 129 | △12 |
| | ホール/ライブハウス | 946 | 1,104 | +158 |
| | 動員数(万人) | 235 | 344 | +109 |
| | チケット平均単価(円) | 9,540 | 12,851 | +3,311 |
| 音楽 パッケージ 概況 | アルバム 単価(円) | 2,834 | 2,615 | △219 |
| | 枚数(千枚) | 3,055 | 4,146 | +1,091 |
| | シングル 単価(円) | 1,233 | 1,080 | △153 |
| | 枚数(千枚) | 5,692 | 6,165 | +473 |
| | DVD/ Blu-ray 単価(円) | 5,520 | 5,409 | △112 |
| | 枚数(千枚) | 1,503 | 2,256 | +753 |

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

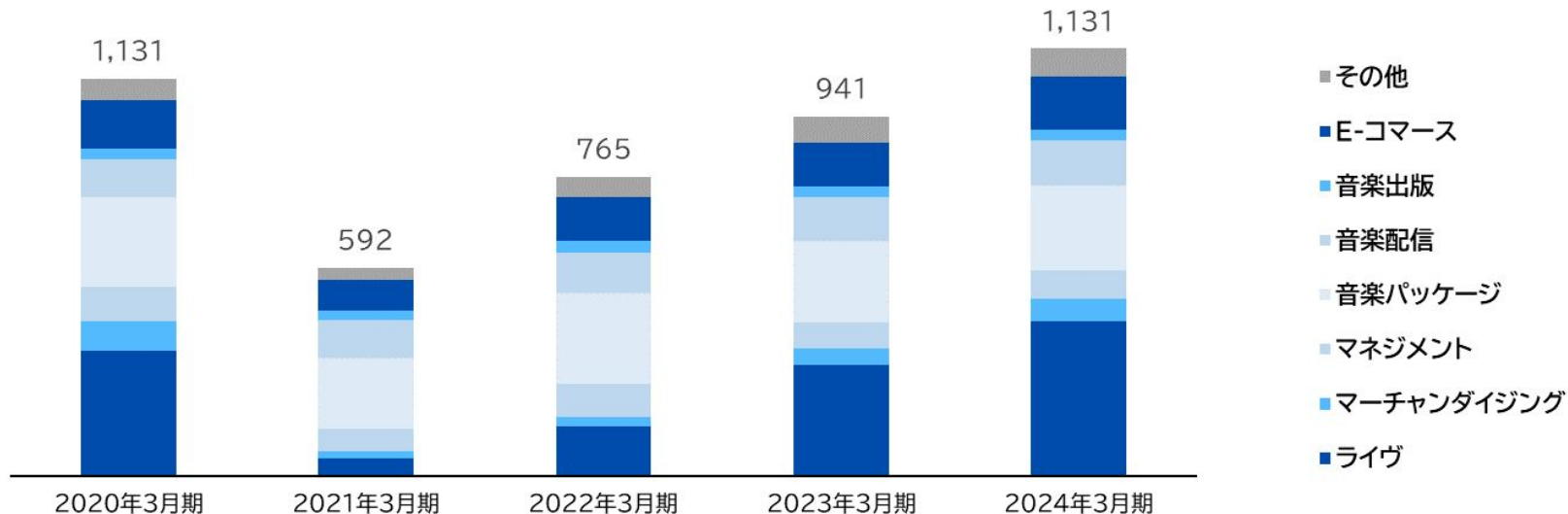
注4: ライブ概況の公演数・動員数・単価は当社受託制作公演を含み、オンラインライブ・舞台・イベント等は除く

注5: 音楽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)

ライブを中心にコロナ前の水準を超過

音楽事業 売上高推移

(億円)



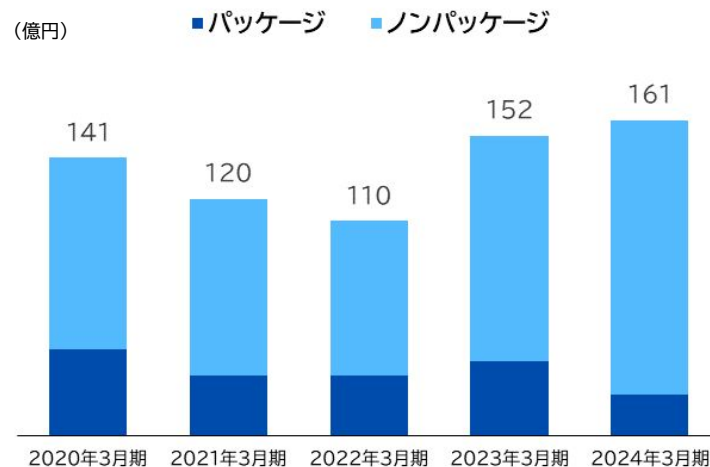
注: 2021年3月期以前の売上高は会計基準変更等の影響やセグメント内入替・修正等を反映していない参考値

海外向けセールス及びイベント等のノンパッケージ売上は増加したものの、
売上総利益率の低下及び販管費の増加により赤字着地

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|--------------|----------|----------|--------|--------|
| アニメ・映像事業 売上高 | 15,253 | 16,118 | +865 | +5.7% |
| パッケージ | 3,821 | 2,158 | △1,663 | △43.5% |
| ノンパッケージ | 11,431 | 13,960 | +2,529 | +22.1% |
| 営業利益 | 621 | △129 | △750 | — |
| 営業利益率 | 4.1% | — | — | — |

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: 2021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

アニメ・映像事業 売上高推移



デジタル事業及びその他事業

デジタル事業は、映像配信サービスの合併会社解消に伴い減収となったものの、同サービスの業務受託収入を計上したことにより増益
 その他事業は増収減益

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|------------|----------|----------|--------|--------|
| デジタル事業 売上高 | 12,345 | 2,935 | △9,409 | △76.2% |
| 映像配信* | 8,626 | — | △8,626 | — |
| ファンクラブ | 1,601 | 1,322 | △279 | △17.4% |
| その他 | 2,116 | 1,613 | △503 | △23.8% |
| 営業利益 | △117 | 83 | +200 | — |
| 営業利益率 | — | 2.8% | — | — |
| その他事業 売上高 | 6,020 | 6,271 | +250 | +4.2% |
| 営業利益 | 526 | △207 | △733 | — |
| 営業利益率 | 8.7% | — | — | — |

デジタル事業 売上高推移



その他事業 売上高推移



*: 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1: デジタル事業その他売上にはエイバックス通信放送株式会社の運営業務の受託収入を含む(2023年6月末で終了)

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。2021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

2025年3月期 通期連結業績予想

2025年3月期の業績予想は営業利益20億円、当期純利益33億円と設定。配当性向35%、最低年間配当50円は維持

| (百万円) | 2024年3月期 (実績) | 2025年3月期 (予想) | 前年同期比 | 増減率 |
|---------------------|------------------|------------------|--------|---------|
| 売上高 (参考値) | 133,387 | - | - | - |
| 営業利益 | 1,633 | 2,000 | +367 | +22.4% |
| 親会社株主に 帰属する当期純利益 | 987 | 3,300 | +2,313 | +234.3% |
| 年間配当金 (円) | 50 | 50 | ±0 | - |

2024年5月9日付けで45億円の自己株式取得枠の設定を決定

「avex vision 2027」にて開示したキャピタルアロケーション方針に基づき、事業環境、業績の見通しを踏まえ、中長期的な投資余力を確保しつつ、機動的な株主還元により資本効率性の向上を図る

自己株式取得の概要(2024年5月9日決議)

| | |
|-----------|-------------------------------------|
| 取得する株式の総数 | 上限 300万株 (発行済株式総数(自己株式を除く)の6.6%) |
| 取得価額の総額 | 上限 45億円 |
| 取得期間 | 2024年5月10日～2025年4月30日まで |
| 取得方法 | 東京証券取引所における市場買付け(立会外取引を含む) |
| 取得理由 | 株主還元および資本効率の向上を図るため |

ガバナンスの強化及び中期経営計画の推進のため、新たな体制を導入

新任取締役候補者の選任

新たに2名の取締役候補者を選任(2024年6月21日開催予定の第37期定時株主総会に付議)

取締役会の職歴・年齢・ジェンダー・スキル等の多様性が向上

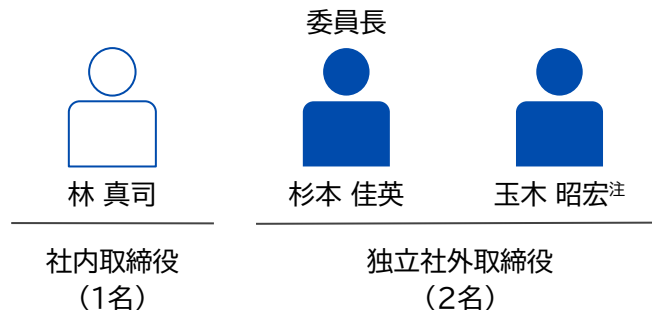
| | | | | | |
|-----------------|--------|----------------|----|----|----|
| 取締役 | 松浦 勝人 | 代表取締役会長 | 再任 | | |
| | 黒岩 克巳 | 代表取締役社長 CEO | 再任 | | |
| | 林 真司 | 代表取締役CFO | 再任 | | |
| | 見城 徹 | 取締役(非常勤) | 再任 | | |
| | 瀧口 友里奈 | - | 新任 | 社外 | 独立 |
| 監査等委員 である取締役 | 小林 伸之 | 取締役常勤監査 等委員 | 再任 | | |
| | 杉本 佳英 | 社外取締役監査 等委員 | 再任 | 社外 | 独立 |
| | 安田 恵 | - | 新任 | 社外 | 独立 |

注: 現在の監査等委員である大久保社外取締役、玉木社外取締役は、定時株主総会の終結の時をもって退任予定

指名・報酬委員会の導入

2012年3月期より運用中の「報酬委員会」に取締役の指名に関する役割を追加した「指名・報酬委員会」を設置(2024年5月9日付)

指名・報酬委員会は当社取締役の選解任・報酬に係る審議を行い、決定プロセスの透明性及び合理性を確保



注: 2024年6月21日開催予定の定時株主総会終結の時をもって退任予定。取締役候補者である安田 恵氏が社外取締役として選任された場合、同日開催される取締役会の決議により安田氏を委員として選定予定

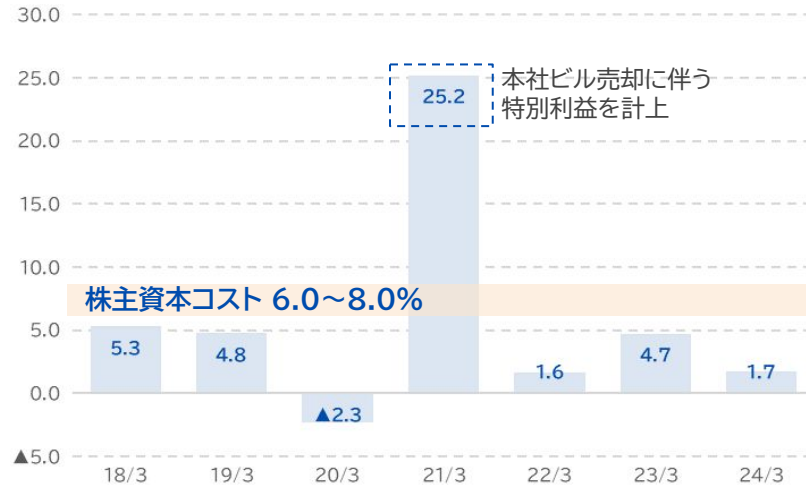
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応:現状評価

PBRは1倍を上回るものの、ROEは本社ビル売却による影響を除き、株主資本コストを下回る水準が継続

PBR(倍)



ROE・株主資本コスト(%)



株主資本コスト
(推定値)

リスクフリーレート
約0.9%

+

ベータ
0.7~0.9

×

市場リスクプレミアム
7%~8%

=

6.0%~8.0%

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応:対応方針

方針

- 中期経営計画「avex vision 2027」に基づく新たなIPの創出に向けた取り組みを継続し、収益性向上を図る
- 中期経営計画目標:2027年3月期営業利益90億円、ROE10.0%

取り組み

- IP創出、海外戦略を見据えた戦略的投資の実行
- 連結配当性向35%、1株あたり年間最低配当金50円の水準は維持。これに加え、事業環境を考慮しつつ、機動的な株主還元を実行することにより資本効率性を向上(2024年5月9日付で自己株式取得を決議)
- 中期経営計画の営業利益及びROEを目標数値として定め、その達成度に応じて当社株式を交付する役員報酬制度の導入(2022年導入済)
- 取締役会の多様性向上、指名・報酬委員会の導入等を通じたガバナンス体制の強化
- 非財務情報等、開示の充実

2 「avex vision 2027」の進捗

Progress of avex vision 2027

STAR ISLAND



全体戦略

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、長期的な成長を実現す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り組みを開始

エイバックスの価値創造の過程と対応する事業



本中計における注力領域

マネジメント レーベル ライヴ アニメ・映像



蓄積を活かし、最適化を図る領域
マネタイズ:「感動」と「体験」を届ける

ファンクラブ

アライアンス

マーチャンダイジング

チケット販売PF

EC

映像配信

ファン



<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

avex vision 2027 の2年目を終え、将来の成長に向けたIPの発掘・育成における各取り組みは各領域で概ね順調に進捗一方でマネタイズにおいては自社IP開発における費用超過やマネタイズの遅れ、アニメ・映像領域のビッグヒット創出の遅れに課題があるという認識

| トピック | 取組・施策 | マネタイズ | 状況 |
|-----------------------------|-------|-------|--|
| グローバルを見据えた連続性のあるオリジナルIP開発 | | | |
| IPの発掘・育成 | 順調 | 遅延 | avex Youthを中心に候補生の発掘とグローバル水準の育成体制の整備が進捗。自社IP開発についてもファン基盤の構築は順調に進む。一方でマネタイズ面での遅れや投資額の想定超過により業績面では下振れに。 |
| グローバルIP創出 | 順調 | | |
| 市場環境に沿った多様なIP開発・発掘とヒットの創出 | | | |
| IPの開発・発掘 | 順調 | 順調 | パートナーシップ等を通じたIPの開発・発掘が進み、将来の成長に向けた兆しのアーティストが順調に成長。また既存IPのファン基盤の盛り上がりも利益を押し上げ、実績面は計画を超過。ムーブメントを起こすようなヒットを目指す。 |
| ヒットの創出 | 途上 | | |
| IP価値を持ったフェス・イベントの開発 | | | |
| 自社IPの創出 | 順調 | 順調 | 海外アーティストの活動活発化に伴い、ツアーなど多くの案件を受託。自社開催のフェス・イベントも成長。FY24/3業績は集大成的に計画を超過。 |
| 大型イベントの開催 | 順調 | | |
| 長く愛されるアニメ・映像作品のためのIP開発・IP獲得 | | | |
| IPの開発及び獲得 | 途上 | 下振れ | アニメ領域、映像領域においては幾つかのヒットの創出や360°展開、アニメタイムズの成長などはあったが、強力な外部IPの獲得とビッグヒットの創出が計画を下回り、業績面で下振れ。 |
| ヒット作品の創出 | 途上 | | |
| エイバックスの価値創造の場を海外市場に向けて拡大 | | | |
| IPの開発及び獲得 | 順調 | 順調 | STAR ISLANDなどグローバルで活躍できる自社IPの開発の他、国内パートナーIPの海外展開のサポートについても実績を積み。米国においては様々なクリエイターとのネットワークを構築し、米国企業との連携によるグローバル展開も始まる。 |
| ネットワーク構築 | 順調 | | |

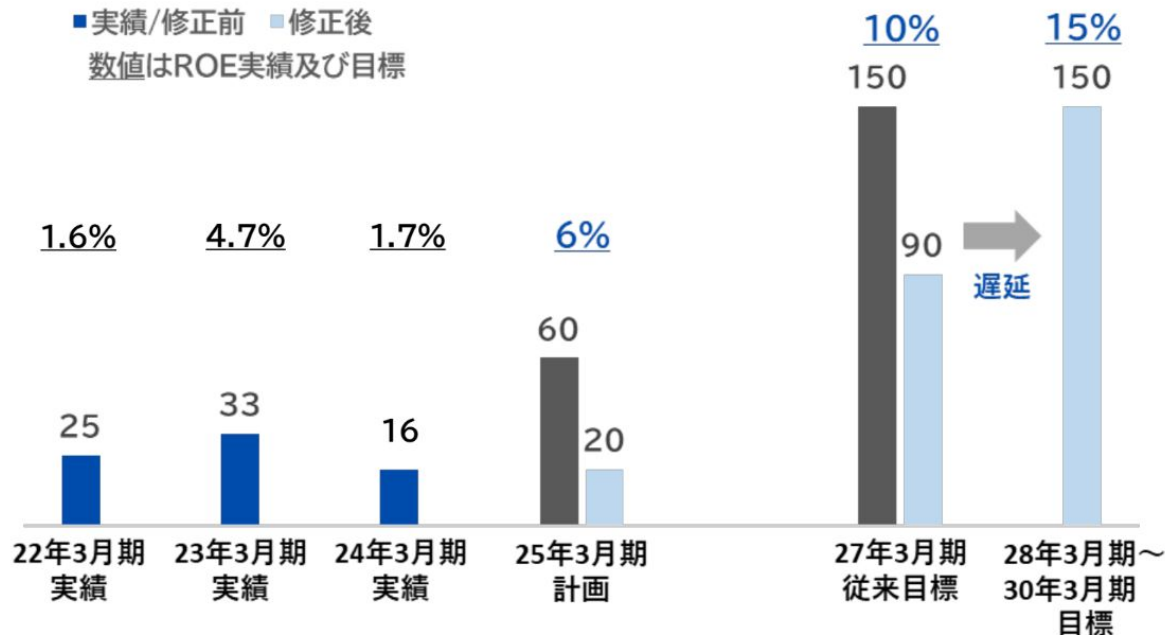
中期経営計画目標数値の修正

24年3月期までの状況を踏まえて中期経営計画における目標数値を見直し

25年3月期の業績計画を従来目標より引き下げ、27年3月期目標として掲げていた営業利益150億円は28年3月期以降での達成を目指す

営業利益・ROEの推移及び目標

■実績/修正前 ■修正後
数値はROE実績及び目標



今回における修正事項

- 25年3月期営業利益計画 60億円→20億円
- 27年3月期営業利益目標 150億円 →「28年3月期以降の達成」に修正
→「27年3月期目標」は90億円に修正

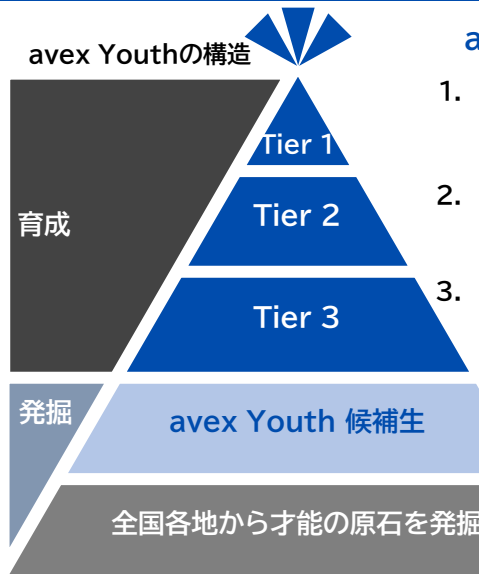
主要な修正の背景

- 自社IP開発におけるマネタイズ面の遅延や先行投資費用の上振れを反映
- 外部アーティストの活動の波を踏まえ、業績の見込みを修正
- 一方でアーティストの開発は順調であり、将来に向けた取り組みの方向性は維持
営業利益150億円を目指し引き続きIP開発投資を継続

マネジメントにおけるIP開発 -発掘・育成進捗報告-

中期経営計画初めの2年間を通じ、グローバルIPの開発のための発掘・育成体制の整備が進む
25年3月期以降から現体制をベースとした自社アーティスト・タレントのデビューが進む想定

avex Youth を軸とした発掘・育成の体制の整備を完了



avex Youth における達成事項

1. 当初想定の3万人を大きく
超える8万人超へのアプローチ
2. 候補生を含め250人超の
才能の原石を選抜
3. avex Youth より25年3月期に
プロジェクト（出口）と連続性を意識した1~2グループの
デビューを計画

25年3月期以降は次世代の育成に加え
継続的なデビューとエコシステムの構築を意識

桜新町新スタジオが4月末より稼働開始



新スタジオの効果

1. 1,200㎡以上の大型スタジオ施設 / ダンス・ヴォーカルのスタジオ、
レコーディングルームなど世界水準の育成環境を構築
2. 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
3. スタジオのレンタル費用の削減

世界水準の育成・自主練習が可能なスタジオを通じ
更なるグローバルIPの開発・育成へ

マネジメントにおけるIP開発 -XG Project(※)進捗報告-

※from JAKOPS

ファン基盤構築は順調に進行しており、2025年3月期にはワールドツアーの開催を決定・発表済み
費用が先行する初期の開発段階を終え、次の段階への移行を始めた認識

継続的な楽曲リリースを通しファン基盤を拡大

FC会員は堅調増 / SNS海外フォロワー70%超

2025年3月期は初のワールドツアー開催



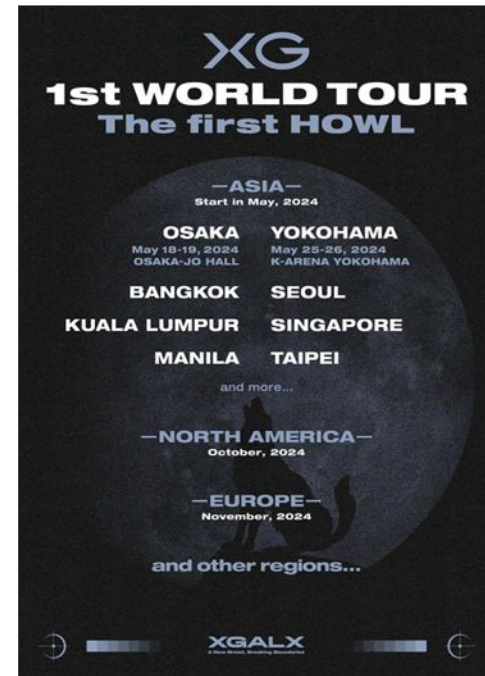
4th Single (2023/12/8)
“WINTER WITHOUT YOU”



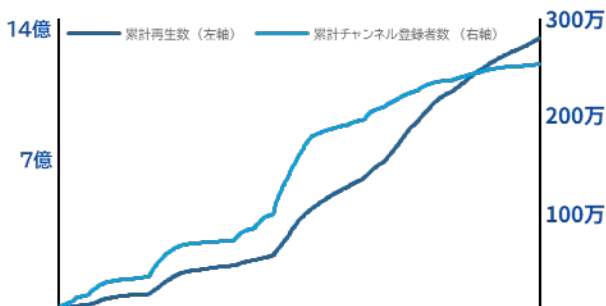
5th Single (2024/5/21予定)
“WOKE UP”



SNS総フォロワー数は
800万人超
(YouTube,
Instagram,
X, TikTok等)
うち7割以上を
海外フォロワーが占める



YouTubeチャンネルデータ



ALPHAZ 会員数推移

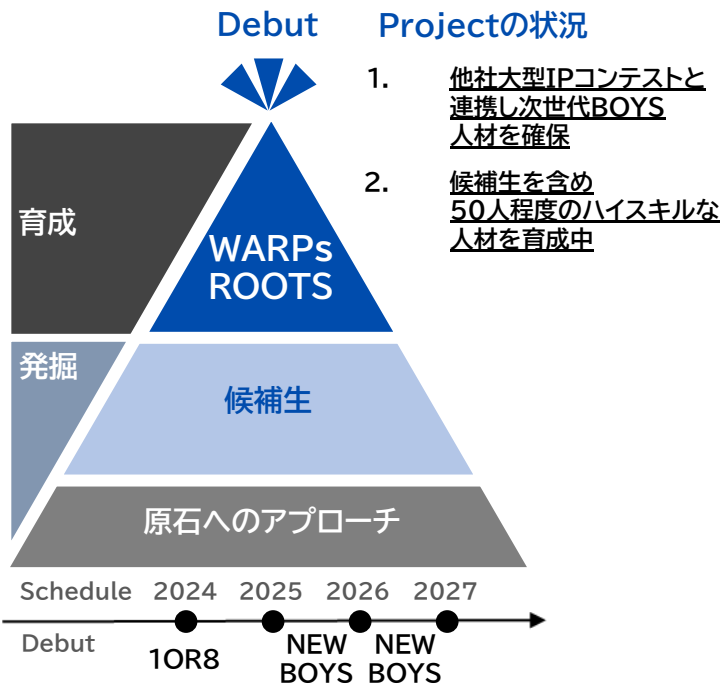


マネジメントにおけるIP開発 -WARPs Project 進捗報告-

次世代ボーイズグループの輩出を目指すWARPs Projectにおいても発掘・育成からグローバルIPのデビュー・開発へ繋げる体制を構築
2024年夏に新グループ ONE OR EIGHT のデビューが決定 米国チームとの連携を通し最初から世界を狙う座組を構築

BOYSにおける自社グローバルIP開発体制の構築が進む

WARPs Project 概観



WARPs Project から ONE OR EIGHT が今夏グローバルデビュー



2022年

365日に及ぶオーディション
『WARPs DIG』を経て選ばれた7人+
追加メンバー1人の計8人で結成

2023年

1年間に渡る韓国でのトレーニングや
テスト撮影・Rec育成プログラム

2024年夏デビュー

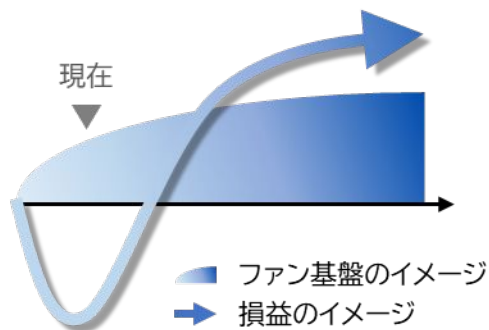
『デビュー時よりグローバル展開を見据えた挑戦』を掲げ、戦略を構築

- ◆ 直近グラミー賞のノミネートや2023年を代表する大ヒット曲の提供実績等、今最も旬なグローバルのトップクリエイター達による楽曲制作を実現
- ◆ デビュー当初より、第一線で活躍する米国企業達と、現地でのプロモーションを中心とした強力なパートナーシップを実現

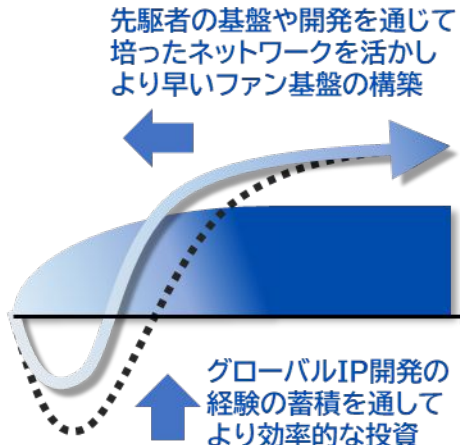
グローバルIP開発の業績貢献イメージ

グローバルIPが当社業績を大きく伸ばすドライバーとなる見込みは不変
想定超の投資費用などの課題はあれど、グローバルIP開発の経験蓄積を通じて第2弾、第3弾はより効率的かつ迅速なIP開発に繋げる

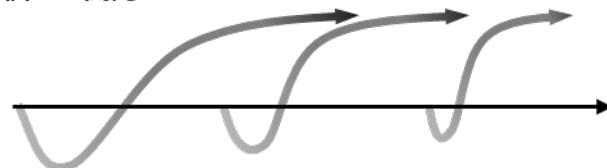
XG (第1世代のグローバルIP)



ONE OR EIGHT Next Global IP



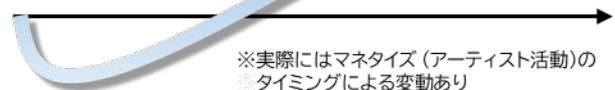
個々の開発



築いた基盤や経験を活かしながら開発を効率化し
継続的な自社IP開発を行う

IP合計の業績イメージ

初期の投資期を乗り越え
中長期的に業績を
大きく伸ばすドライバーに



マネジメントにおけるIP開発 -他主要アーティスト・俳優/タレント

その他についても、育成・成長を続けてきたアーティストやタレントが収益に貢献
グローバルIP開発と同様に、彼ら/彼女らの開発経験を次に活かし、国内IPについても同様の拡大に取り組む

貢献の大きなアーティスト・タレントに見る開発・育成の流れ

Da-iCE



2014年

メジャーデビュー 以降全国のライブハウスなどを巡り活動基盤を作る

2017年

日本武道館公演を成功

2020年

『CITRUS』のヒット、日本レコード大賞受賞

2021年

『CITRUS』に続き『スターマイン』がヒット
日本レコード大賞優秀作品賞を受賞

2023年

全国6都市を巡るアリーナツアー
過去最大の動員数を記録

2024年

デビュー10周年記念の
日本武道館公演即日完売
その他発表済みツアーも完売

生見愛瑠



2015年

Popteen専属
モデルとして活動開始

活躍の場の拡大の流れ

モデル稼働や
ファッションショー
などのイベント

2019年

地上波バラエティ
番組などでブレイク

2021年

俳優として
活躍開始

ファッションショー
などのイベント増
バラエティを中心に
TV出演本数増加

2023年

『2023年今年の顔』選出
2023年上半期ブレイク
俳優ランキング1位

バラエティに加え
ドラマの出演の増加
様々なCMにも出演

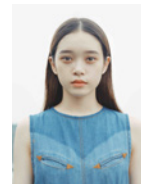
次世代のアーティスト/俳優も成長中

GENIC



デビュー4年目にしてアルバム「N.G」が
グループ初となるチャート1位を獲得
今期はホールツアーも控える

高石あかり



主演「ベイビーわるきゅーれ」
シリーズ好調
今秋シーズン3の公開も決定

上坂樹里



出演作「生理のおじさんとその娘」が
東京ドラマアワード作品賞受賞
今期も多数作品出演予定

レーベルにおけるIP開発

レーベルにおいてはパートナーシップを通じた次世代IPの開発が進捗しており、2024年からの拡大を期待
また、既存アーティストについてもファン基盤を盛り上げる楽曲等が利益を押し上げ

パートナーシップを通じた次世代アーティストの発掘・育成

×秋元康 僕が見たかった青空



2023年

乃木坂46公式ライブとしてデビュー
第65回日本レコード大賞新人賞

2024年

1月にリリースした2nd シングル
「卒業まで」はBillboard Japanの
Top Singles Sales で首位獲得

6月に結成1周年ワンマンライブ開催予定
7月に3rd シングル発売予定

×SM Entertainment NCT WISH



2023年

全世界で人気を誇る”NCT”の
最後のグループとして日韓同時デビュー

NCT NEW TEAMとしてプレデビューし、
ツアーでは日本全国2万人超を動員

2024年

2月にリリースしたデビューシングル
「WISH」はオリコン週間ランキング、
Billboard Japan Hot 100共に3位を獲得

既存アーティストの活躍が利益を押し上げ

アイナ・ジ・エンド

TBS系ドラマ日曜劇場主題歌「宝者」
東宝映画『変な家』主題歌「Frail」
など話題作を連続リリース中

本年9月、初の武道館公演を予定



BE:FIRST

デビューから2年4ヶ月という
スピードでドーム公演を開催

4月22日ニューシングル
「Masterplan」をリリース



FANTASTICS

デビュー5周年日に発売の最新アルバム
「FANTASTIC ROCKET」が
11.7万枚と自身の過去最高枚数を記録

初のアリーナツアーを
全8箇所15公演で開催中



Snow Man

24年2月発売10thシングルは
自身単独初となる
オリコン初週ミリオンを突破

男性アーティスト史上4組目の快挙



TREASURE

23年7月リリースのミニアルバム
「REBOOT」が全世界で自身初の
ミリオンセラー達成



超ときめき♡宣伝部、友成空などもヒットの兆しが現れ、続々とヒットコンテンツを生み出していく

大型ライブの受託、フェス・イベントの開催など様々な案件が稼働し、目標を上回る実績に

海外アーティストのライブが好調



海外アーティストのグローバルな活動再開に伴い
国内のプレーヤーとして大型案件を受託

自社IPとなるフェス・イベントの育成が進む

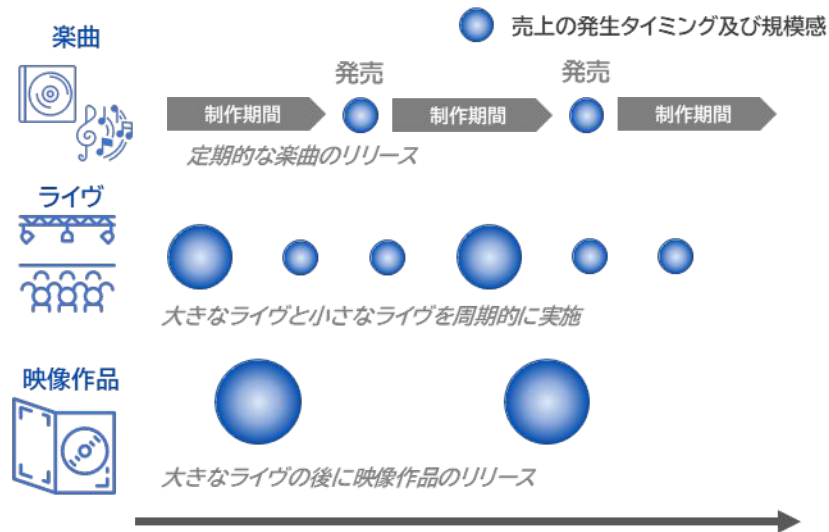


STAR ISLANDの国内向け展開や
THE HOPEなど当社によるフェス・イベントの展開が進む

パートナーIPのビジネスにおける業績貢献イメージ

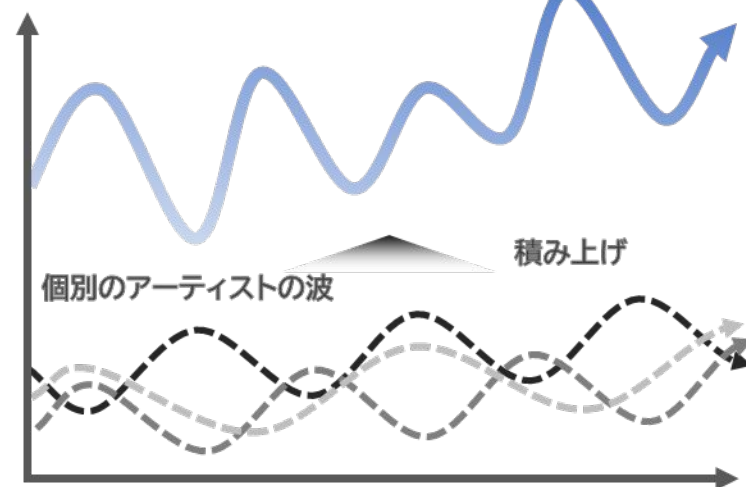
アーティスト活動には波があることを踏まえた上で、受け入れられるだけの体制を構築し、波に応じた案件の受託を継続
短期的な業績変動はあるが、パートナーからの信頼獲得や体制の拡充・強化を通して長期的な成長を描いていく

個々のアーティスト活動の波のイメージ



アーティストの活動には波があり
特に外部パートナーのIPである場合は
当社がコントロール出来るものではない

パートナーIPビジネス全体の業績イメージ



IPホルダーに選ばれるマネタイズ機能を備えた体制を構築
アーティスト活動の波に応じた案件を獲得しながらも
パートナーからの信頼獲得を通じて長期的な成長を描く

アニメ・映像におけるIP開発 -アニメ-

市場の変化に加え、ヒット創出の遅れや制作側のコスト高騰・キャパシティ不足が計画対比での下振れの一因
IP獲得力や既存IPの強化という方向性は変わらず重要だが、計画対比での遅れを踏まえて見通しを引き下げ

| 要素 | 当初想定 | 結果 | 課題 | 今後の取り組み |
|-----|------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| 市場面 | アニメ市場の堅調な成長 | 中国市場の想定外の変化に加え、海外・配信・映画興行の市場への移行が加速 | 海外・配信・映画興行を主体とする収益の安定化及び最大化 | 早期からの海外・配信・映画市場に向けた展開 |
| 制作面 | 外部スタジオとの連携強化による制作力強化 | 制作費の高騰と制作遅延が発生 | 制作力の慢性的な不足という課題は変わらず | 外部スタジオとのパートナーシップ及び自社制作力の更なる強化 |
| 作品面 | 自社オリジナルIPの創出と強力な外部IPの獲得によるヒット作品の創出 | 幾つかのヒットを創出も突き抜けた大ヒット作品は得られず | 強力な外部IPの獲得及び大ヒット作品の創出 | 強力な外部IP獲得のための競争力の強化 |
| 業績 | 継続的なヒット作品の創出と長期継続展開による積み上げ | 売上の下振れとコストの増加 | 長期継続展開可能な大ヒット作品の創出と安定的収益作品の増加 | 長期継続展開と収益の最大化が可能な大ヒット作品の創出をより意識して取り組み |

アニメ・映像におけるIP開発 -アニメ-

2024年3月期においては「MFゴースト」や「天国大魔境」などのヒットを創出
2025年3月期に向けても有力なIP原作作品を控えており、計画達成に向けた大ヒット創出を狙う

24年3月期におけるアニメ作品のヒット



©しげの秀一・講談社/
MFゴースト製作委員会



©石黒正数・講談社/天国大魔境製作委員会



©Paradox Live THE ANIMATION

MFゴースト

2023年10月より
TVアニメ放送/配信

国内外で話題となり
2024年に
第2期が放送決定

天国大魔境

2023年4月より
TVアニメ放送/配信

「Anime Trending Awards」
にてアニメ オブ ザ イヤー
(年間最優秀賞)受賞
ほか各部門で5冠達成

Paradox Live THE ANIMATION

2023年10月より
TVアニメ放送/配信

原作保有作品
「Paradox Live」
がTVアニメ化

25年3月期に予定しているTVアニメ作品



©しげの秀一・講談社/
MFゴースト製作委員会



©梶影・チーコ/マイクロマガジン社/
「嘆きの亡霊は引退しぬ」製作委員会



©しよたん/小学館/
君は冥土様。製作委員会

25年3月期に予定している劇場アニメ作品



©藤本タツキ/集英社
©2024「ルックバック」製作委員会



©API-81P/
Full Energy!!製作委員会



©T-ARTS/syn Sophia/
エイベックス・ピクチャーズ/
タツノコプロ/KING OF PRISM Project

アニメ・映像におけるIP開発 -実写映像-

自社・他社のIPを扱い、一定量の作品を輩出する、という観点では2年間の取り組みとして実績を残す一方でヒット創出による利益の積み上げについては不安定さを克服し切れず、24年3月期において興収10億超を達成する作品数が不足

映像の編成本数は想定超も会計年度内で10億超の作品が不足

2年間における映像領域の実績

最終興行収入
25億円突破



© BIGHIT MUSIC & HYBE. All Rights Reserved.

大ヒットの
不足



23年3月期

24年3月期

23年3月期はヒット創出により計画対比で好調
一方、24年3月期はヒットはあったものの期を跨いだため
会計年度内で興行収入10億超達成の作品が不足

計画達成に向け、より事業の安定化とヒットの創出が課題

24年3月期の実写映像作品



©那多ここね/SQUARE ENIX・ドラマ「ワールドジ男子」製作委員会



©B-ME & CJ 4DPLEX All Rights Reserved.

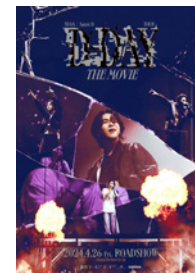


©「きのう何食べた? season2」製作委員会
©よしながふみ/講談社

25年3月期に予定している実写映像作品



©2024 SM ENTERTAINMENT CO., Ltd. All Rights Reserved.



© BIGHIT MUSIC & HYBE. All Rights Reserved.



© 2024 映画「傲慢と善良」製作委員会

アニメタイムズの成長

アニメタイムズにおいては様々な施策の結果、計画を超えるペースで会員獲得を伸長
今後は国内における拡大を継続するとともに、既に展開を始めたインドなど広大な海外市場の開拓に向け取り組みを進めていく方針

24年3月期における取組



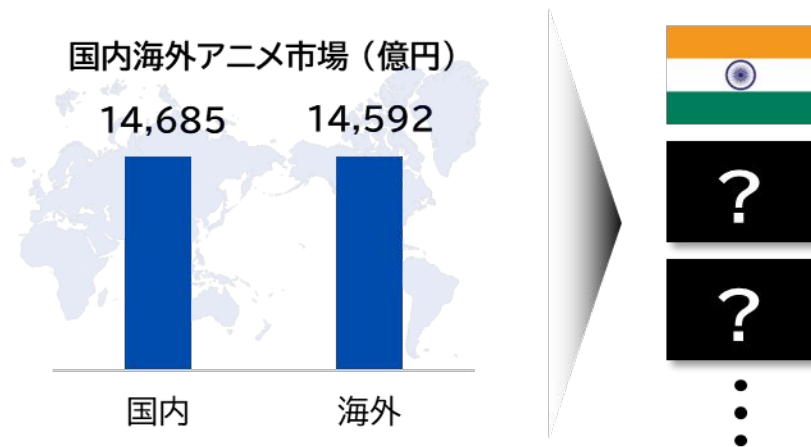
インドのPrime Video
チャンネルでも展開を開始
日本発アニメ専門チャンネルの
開設及び配信はアニメタイムズが初



アニメタイムズが展開する
初のECのショップ
「アニメタイムズストア」オープン
世界約120の国や地域で日本の
アニメグッズが購入可能に

ユーザーニーズの高い作品の編成を継続し、
アニメタイムズの会員獲得は引き続き順調

国内と同程度の市場を持つ海外市場への展開を開始



インドを含む海外市場に向けた展開をスタート
360°展開のための大きなチャネルとして意識

アニメ・映像ビジネスの業績イメージ

強力なIPを開発・獲得し、映画やゲーム、実写作品に加えて他部門まで波及するような大ヒット作品まで成長させることで収益が拡大継続した開発を続け、複数の大ヒット作品が重なることで目標の達成へとつながる見込み

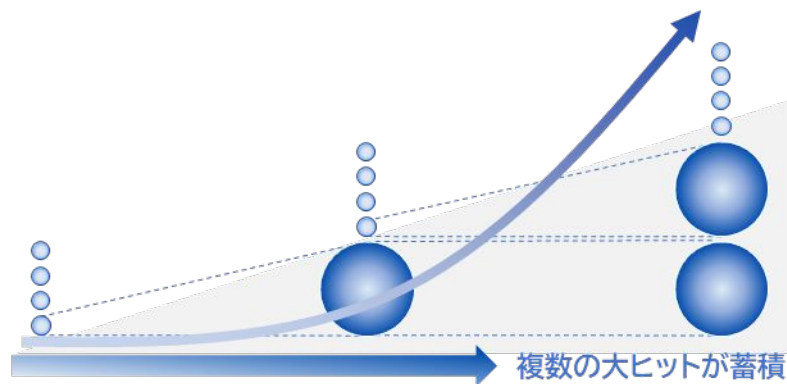
アニメ作品の波及のイメージ



マネタイズの規模を拡大

IPを起点としてアニメ等を各所に展開
ヒットの創出から更に映画やゲームなど、
より規模の大きなマネタイズを行い大ヒット作品へ成長させる

アニメビジネス全体の業績イメージ



複数のヒット創出から大ヒット作品まで繋げることで
収益の最大化を目指す

海外展開における進捗

2023年5月に発表した海外戦略に基づき、体制の整備やIP開発が順調に推移
中長期的な海外ビジネスの拡大に向けて、IPを軸とするビジネスモデルの構築をグローバルでも実現する

国内パートナーのIPの海外展開をサポート



© 2024 SANRIO CO., LTD.
著作 株式会社サンリオ



©2024 Pokémon. ©1995-2024 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK Inc.
TM, ®, and character names are trademarks of Nintendo.



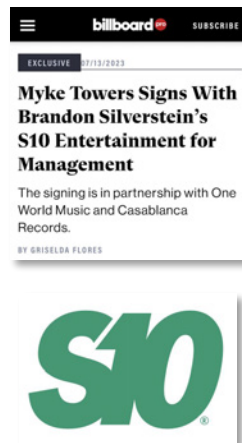
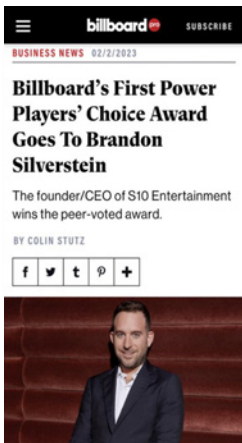
© Nintendo



© 講山創・講談社/「進撃の巨人」The Final Season製作委員会

国内パートナーIPを拡充しながら、
アジア・中東エリアを中心に展開をサポート

海外ローカルにおける 事業基盤・ネットワーク構築



戦略投資を通じて米国マネジメント事業に参画
当社アーティストの海外展開の加速を目指す

グローバルで活躍するIPの開発

XG

※from JAKOPS



STAR ISLAND



イベント、アーティストなど
連続的なIP開発を継続

中長期的な企業価値の向上に向け、経営体制の整備や機動的な株主還元に取り組む

株主還元

自己株式取得枠を設定
(P12ご参照)

コーポレート・ガバナンスの 強化

新任取締役候補者を選任
指名・報酬委員会を導入
(P13ご参照)

「資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応」 方針の策定

株主資本コストの算出を含む現状評価及び
対応方針を策定
(P14ご参照)

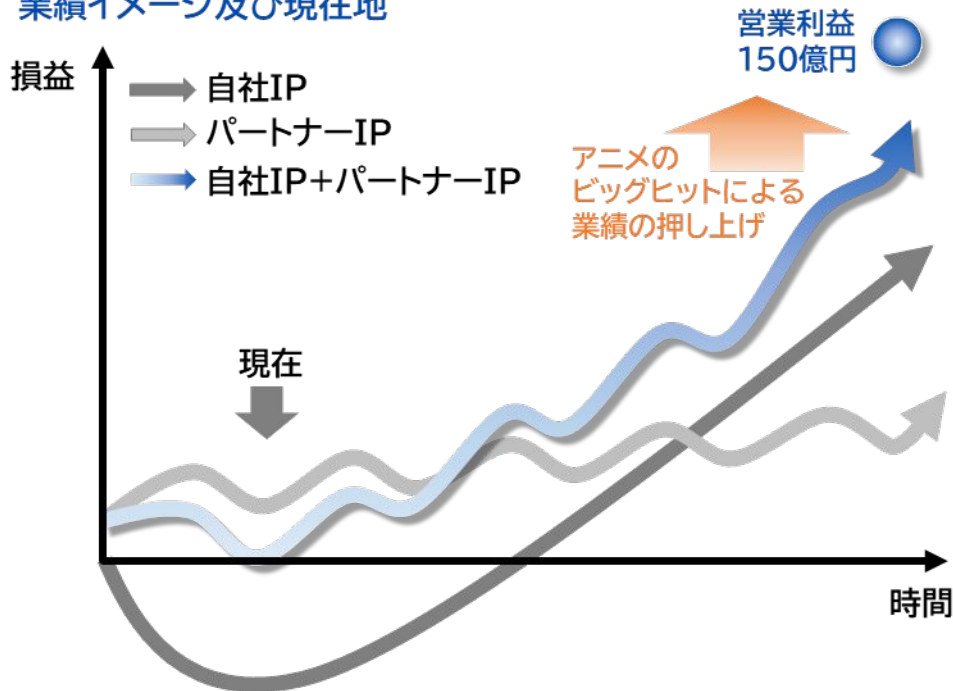
総括

2022年発表の中期経営計画について今回様々な状況を踏まえ数値目標を引き下げ、営業利益150億円/ROE15%の達成時期を延期一方でIPを創出するという取り組みについては順調に進んでいると捉えており、引き続き現状の方向性を継続

2024年3月期末時点における中期経営計画総括

- ✓ グローバルIP開発に向けた取り組みは順調
- ✓ 一方マネタイズのタイミングの遅れや、計画対比での投資費用の超過などの影響で実現時期について想定よりも後ろにズれる見通し
- ✓ 25年3月期についてはパートナーIPビジネスの波とグローバルIP開発の遅れが影響し当初計画を下回る見通し
- ✓ 一方で取り組みの方向性については正しい認識
パートナーIPに由来するビジネスの波に取り組みつつグローバルIP開発に向けた投資を継続予定

業績イメージ及び現在地



Appendix.

2024年3月期ハイライト

主な
ニュース
リリース

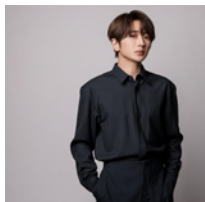
| | | |
|----------|---------|---|
| 4月26日 | お知らせ | 代表取締役社長CEOの黒岩が米ビルボード「Billboard's 2023 International Power Players」に選出 |
| 5月17日 | プレスリリース | エイベックス・ピクチャーズがアジア最大規模のドラマスタジオ・スタジオドラゴンと戦略的業務提携協定を締結 |
| 5月25日 | IR | 特別利益の計上及び業績予想の修正に関するお知らせ |
| 6月23日 | IR | 当社子会社によるサウジアラビア王国における新会社(孫会社)設立に関するお知らせ |
| 6月23日 | IR | 当社及びグループ各社の組織再編並びに業務執行体制変更に関するお知らせ |
| 6月23日 | IR | 譲渡制限付株式報酬としての新株式発行に関するお知らせ |
| 9月25日 | IR | 株主優待「チケット優先予約制度」に関するお知らせ |
| 11月1日 | IR | エイベックス株主専用サイトリニューアルのお知らせ |
| 11月9日 | IR | 孫会社の代表取締役の異動に関するお知らせ |
| 24年1月9日 | お知らせ | 「令和6年能登半島地震」被災地への支援について |
| 24年2月15日 | プレスリリース | エイベックスが「FC町田ゼルビア」とトップパートナー契約を締結 |
| 24年3月21日 | IR | 当社連結子会社における事業の譲渡に伴う子会社の設立並びに会社分割及び当社子会社株式の譲渡に関するお知らせ |
| 24年3月25日 | IR | 社外取締役候補者の選任に関するお知らせ |
| 24年3月28日 | プレスリリース | エイベックス、従業員を対象にジョブ型の新人事制度を開始 |

2024年3月期ハイライト

音楽事業

ライブ・イベント

| 期間 | アーティスト/ジャンル | タイトル |
|----------|-------------|---|
| 2月～6月 | 東方神起 | 「東方神起 LIVE TOUR 2023 ～CLASSYC～」 |
| 4月～6月 | BLACKPINK | 「BLACKPINK WORLD TOUR [BORN PINK] JAPAN」 |
| 6月～9月 | Da-iCE | 「Da-iCE ARENA TOUR 2023 -SCENE-」 |
| 7月～24年4月 | 浜崎あゆみ | 「ayumi hamasaki 25th Anniversary Live Tour」 |
| 8月～24年3月 | Nissy | 「10th Anniversary LIVE VIEWING TOUR 2023 -Nissy Meets You-」 |
| 9月 | NCT | 「NCT STADIUM LIVE 'NCT NATION : To The World-in JAPAN'」 |
| 9月 | フェス | 「ULTRA JAPAN 2023」 |
| 11月 | XG | 「XG 'NEW DNA' SHOWCASE in JAPAN」 |
| 24年1月～3月 | TREASURE | 「2024 TREASURE TOUR [REBOOT] IN JAPAN」 |
| 24年1月～3月 | NCT 127 | 「NCT 127 3RD TOUR 'NEO CITY : JAPAN - THE UNITY'」 |



Nissy



「ULTRA JAPAN 2023」



TREASURE

| | 形態 | 発売月 | アーティスト | タイトル |
|-------|-------------|-------|----------|--|
| パッケージ | シングル | 7月 | SKE48 | 「好きになっちゃった」 |
| | | 9月 | Snow Man | 「Dangerholic」 |
| | | 24年2月 | Snow Man | 「LOVE TRIGGER / We'll go together」 |
| | アルバム | 5月 | Snow Man | 「i DO ME」 |
| | | 7月 | TREASURE | 「REBOOT」 |
| | | 9月 | XG | 「NEW DNA」 |
| | | 10月 | NCT 127 | 「Fact Check」 |
| | DVD/Blu-ray | 6月 | BE:FIRST | 「BE:FIRST 1st One Man Tour "BE:1" 2022-2023」 |
| | | 7月 | Snow Man | 「Snow Man LIVE TOUR 2022 Labo.」 |
| | | 12月 | Snow Man | 「Snow Man 1st DOME tour 2023 i DO ME」 |



Snow Man



NCT 127



BE:FIRST

| | ジャンル | 期間 | タイトル |
|----------|-------------|---------|---|
| ライブ・イベント | ライブ | 5月 | 「Paradox Live Dope Show 2023」 |
| | 舞台 | 8月 | 「ミュージカル『ヴィンチェンツォ』」 |
| | 舞台 | 11月～12月 | 「おそ松さん on STAGE～SIX MEN'S SHOW TIME～2nd SEASON」 |
| | 形態 | 発売月 | タイトル |
| パッケージ | DVD/Blu-ray | 6月 | 「『ONE PIECE FILM RED』映画連動特別編」 |
| | | 8月 | 「頭文字D Stage Series Complete Blu-ray」 |
| | | 9月 | 「Paradox Live Dope Show 2023 Blu-ray」 |
| | | 24年3月 | 「BE:the ONE-STANDARD EDITION-」 |



© 2021 Studio Dragon Corporation/MUSICAL VINCENZO 2023
ミュージカル「ヴィンチェンツォ」



©赤塚不二夫/「おそ松さん」on STAGE製作委員会2023
舞台「おそ松さん on STAGE
～SIX MEN'S SHOW TIME～2nd SEASON」



©しげの秀一/講談社・エイベックス・ピクチャーズ・オービー企画
©しげの秀一/講談社・ウェッジリンク
「頭文字D Stage Series Complete Blu-ray」

ライブ・イベント

| 期間 | アーティスト/ジャンル | タイトル |
|--------|-------------|---|
| 4月～9月 | 倅田來未 | 「KODA KUMI LIVE TOUR 2024 ～BEST SINGLE KNIGHT～」 |
| 5月～6月 | 舞台 | 「女の友情と筋肉 THE MUSICAL -幸せの上腕二頭筋-」 |
| 5月～6月 | NCT DREAM | 「2024 NCT DREAM WORLD TOUR <THE DREAM SHOW 3 : DREAM()SCAPE> in JAPAN」 |
| 5月～6月 | イベント | 「STAR ISLAND 2024」 |
| 5月～9月 | ハラミちゃん | 「ハラミちゃん生音コンサート2024 ～極上生肉の調べ～」 |
| 5月～11月 | XG | 「XG 1st WORLD TOUR “The first HOWL”」 |
| 6月 | NCT DOYOUNG | 「2024 DOYOUNG CONCERT [Dear Youth,] in JAPAN」 |



倅田來未



NCT DREAM



STAR ISLAND

| | 形態 | 発売月 | アーティスト | タイトル |
|-------|-------------|-----|------------------|---|
| パッケージ | シングル | 4月 | BE:FIRST | 「Masterplan」 |
| | | 5月 | 超ときめき♡宣伝部 | 「最上級にかわいいの！」 |
| | | 6月 | NCT DREAM | 「Moonlight」 |
| | アルバム | 4月 | 倅田來未 | 「UNICORN」 |
| | | 5月 | Kis-My-Ft2 | 「Synopsis」 |
| | | 6月 | EXILE THE SECOND | 「THE FAR EAST COWBOYZ」 |
| | DVD/Blu-ray | 5月 | 宇野実彩子 (AAA) | 「UNO MISAKO 5th ANNIVERSARY LIVE TOUR -PEARL LOVE-」 |
| | | 6月 | Chilli Beans. | 「Chilli Beans. “Welcome to My Castle” at Budokan」 |



超ときめき♡宣伝部



EXILE THE SECOND



宇野実彩子 (AAA)

| | ジャンル | 期間 | タイトル |
|----------|------|-------|---|
| ライブ・イベント | ライブ | 4月 | 「プリパラフレンドシップメモリー」 |
| | 舞台 | 4月～8月 | 「i☆Ris 9th Live Tour 2024 愛たくて…Full Ener9y!!」 |
| | 舞台 | 5月 | 「舞台『パリピ孔明』」 |
| | ライブ | 5月 | 「Paradox Live Dope Show 2024」 |

| | ジャンル | 発売月 | タイトル |
|-------|-------------|-------|-----------------------------|
| パッケージ | DVD/Blu-ray | 4月～5月 | 「『僕の心のヤバイやつ』Blu-ray第5巻・第6巻」 |
| | | 4月 | 「『怪物の木こり』Blu-ray&DVD」 |



©四葉タト・小川亮・講談社／舞台『パリピ孔明』製作委員会
舞台「パリピ孔明」



©Paradox Live2024
「Paradox Live Dope Show 2024」



©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」

連結損益計算書

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-----------------|----------|----------|---------|--------|
| 売上高 | 121,561 | 133,387 | +11,825 | +9.7% |
| 売上原価 | 82,574 | 94,097 | +11,523 | |
| 売上総利益 | 38,987 | 39,289 | +302 | +0.8% |
| 売上総利益率 | 32.1% | 29.5% | △2.6pt | |
| 人件費 | 12,671 | 13,421 | +750 | |
| 販促宣伝費 | 8,354 | 8,049 | △305 | |
| 一般経費 | 14,576 | 16,184 | +1,608 | |
| 販管費合計 | 35,602 | 37,656 | +2,053 | |
| 営業利益 | 3,385 | 1,633 | △1,751 | △51.7% |
| 営業利益率 | 2.8% | 1.2% | △1.6pt | |
| 営業外収益 | 972 | 337 | △634 | |
| 営業外費用 | 301 | 465 | +163 | |
| 経常利益 | 4,055 | 1,506 | △2,549 | △62.9% |
| 特別利益 | 1,666 | 2,031 | +365 | |
| 特別損失 | 1,070 | 773 | △296 | |
| 税金等調整前当期純利益 | 4,651 | 2,764 | △1,886 | △40.6% |
| 法人税等 | 1,626 | 1,584 | △42 | |
| 非支配損益 | 281 | 193 | △88 | |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 2,742 | 987 | △1,755 | △64.0% |

連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

| (百万円) | 2023年3月末 | 2024年3月末 |
|------------------|----------------|----------------|
| 資産の部 | | |
| 流動資産 | 86,217 | 86,463 |
| 現金・預金 | 48,143 | 47,075 |
| 売掛金等 | 22,206 | 22,700 |
| 棚卸資産 | 4,196 | 4,502 |
| その他 | 11,670 | 12,184 |
| 固定資産 | 22,697 | 23,424 |
| 有形・無形固定資産 | 8,057 | 8,809 |
| 投資有価証券 | 9,228 | 8,214 |
| その他 | 5,411 | 6,400 |
| 資産合計 | 108,915 | 109,887 |
| 負債の部 | | |
| 流動負債 | 48,104 | 51,587 |
| 買掛金等 | 3,434 | 1,762 |
| 未払金 | 25,679 | 31,163 |
| 未払法人税等 | 1,482 | 1,050 |
| 返金負債 | 2,168 | 1,705 |
| その他 | 15,338 | 15,905 |
| 固定負債 | 1,972 | 2,200 |
| 負債合計 | 50,076 | 53,787 |
| 純資産の部 | | |
| 純資産合計 | 58,838 | 56,099 |
| 負債及び純資産合計 | 108,915 | 109,887 |

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 |
|----------------------|--------------|--------------|
| キャッシュ・フロー計算書 | | |
| 営業活動によるCF | 9,192 | 3,691 |
| 投資活動によるCF | △3,131 | △2,399 |
| 財務活動によるCF | △2,493 | △2,360 |
| 連結キャッシュ・フロー | 3,567 | △1,114 |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | △95 | △142 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 3,472 | △1,210 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 44,671 | 48,143 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 48,143 | 46,933 |
| フリー・キャッシュ・フロー | 6,060 | 1,245 |

音楽事業セグメント業績

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| 売上高 | 94,173 | 113,195 | +19,022 | +20.2% |
| ライヴ | 31,746 | 44,375 | +12,629 | |
| マーチャндаイジツグ | 5,051 | 6,772 | +1,720 | |
| マネジメツト | 7,559 | 7,974 | +415 | |
| 音楽パッケージ | 23,313 | 24,695 | +1,382 | |
| 音楽配信 | 12,790 | 13,007 | +217 | |
| 音楽出版 | 2,802 | 2,927 | +124 | |
| E-コマース | 12,841 | 15,305 | +2,463 | |
| その他 | 7,550 | 8,238 | +688 | |
| 売上原価 | 64,524 | 81,143 | +16,618 | |
| 売上総利益 | 29,649 | 32,052 | +2,403 | +8.1% |
| 売上総利益率 | 31.5% | 28.3% | Δ3.2pt | |
| 人件費 | 7,594 | 7,370 | Δ223 | |
| 販促宣伝費 | 6,458 | 7,248 | +789 | |
| 一般経費 | 7,280 | 7,384 | +104 | |
| GMF (グループ運営負担金) | 5,971 | 8,160 | +2,188 | |
| 販管費合計 | 27,305 | 30,164 | +2,858 | |
| 営業利益 | 2,343 | 1,888 | Δ455 | Δ19.4% |
| 営業利益率 | 2.5% | 1.7% | Δ0.8pt | |

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) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-----------------|---------------|---------------|-------------|--------------|
| 売上高 | 15,253 | 16,118 | +865 | +5.7% |
| パッケージ | 3,821 | 2,158 | △1,663 | |
| ノンパッケージ | 11,431 | 13,960 | +2,529 | |
| 売上原価 | 11,296 | 12,324 | +1,027 | |
| 売上総利益 | 3,957 | 3,794 | △162 | △4.1% |
| 売上総利益率 | 25.9% | 23.5% | △2.4pt | |
| 人件費 | 1,059 | 1,207 | +148 | |
| 販促宣伝費 | 816 | 855 | +38 | |
| 一般経費 | 605 | 671 | +65 | |
| GMF (グループ運営負担金) | 854 | 1,189 | +335 | |
| 販管費合計 | 3,335 | 3,923 | +587 | |
| 営業利益 | 621 | △129 | △750 | — |
| 営業利益率 | 4.1% | — | — | |

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) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| 売上高 | 12,345 | 2,935 | △9,409 | △76.2% |
| 映像配信 | 8,626 | — | △8,626 | |
| ファンクラブ | 1,601 | 1,322 | △279 | |
| その他 | 2,116 | 1,613 | △503 | |
| 売上原価 | 9,190 | 1,544 | △7,645 | |
| 売上総利益 | 3,155 | 1,390 | △1,764 | △55.9% |
| 売上総利益率 | 25.6% | 47.4% | +21.8pt | |
| 人件費 | 835 | 620 | △215 | |
| 販促宣伝費 | 1,092 | 51 | △1,041 | |
| 一般経費 | 661 | 214 | △447 | |
| GMF (グループ運営負担金) | 682 | 422 | △260 | |
| 販管費合計 | 3,272 | 1,307 | △1,965 | |
| 営業利益 | △117 | 83 | +200 | — |
| 営業利益率 | — | 2.8% | — | |

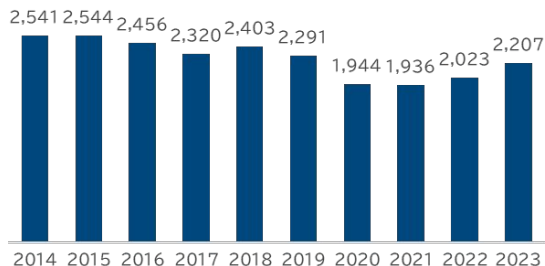
注: 各サブセグメント売上高はサブセグメント内取引を未消去

その他事業セグメント業績

| (百万円) | 2023年3月期 | 2024年3月期 | 前年同期比 | 増減率 |
|-----------------|----------|----------|--------|--------|
| 売上高 | 6,020 | 6,271 | +250 | +4.2% |
| 売上原価 | 3,240 | 3,781 | +541 | |
| 売上総利益 | 2,780 | 2,490 | △290 | △10.4% |
| 売上総利益率 | 46.2% | 39.7% | △6.5pt | |
| 人件費 | 982 | 1,057 | +75 | |
| 販促宣伝費 | 65 | 77 | +11 | |
| 一般経費 | 652 | 797 | +145 | |
| GMF (グループ運営負担金) | 554 | 764 | +210 | |
| 販管費合計 | 2,254 | 2,697 | +442 | |
| 営業利益 | 526 | △207 | △733 | — |
| 営業利益率 | 8.7% | — | — | |

(億円)

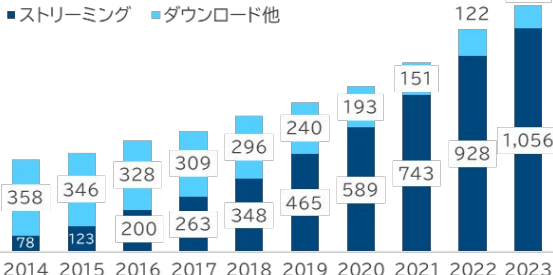
■ 音楽パッケージ市場推移



出典：一般社団法人日本レコード協会

前年比9.1%増と2年連続で堅調に推移

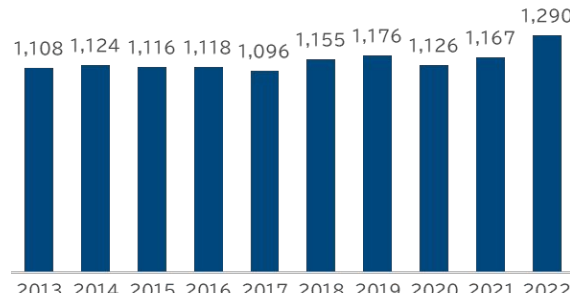
■ 有料音楽配信市場推移



出典：一般社団法人日本レコード協会

ストリーミング市場が前年比13.8%増で有料音楽配信市場の成長をけん引

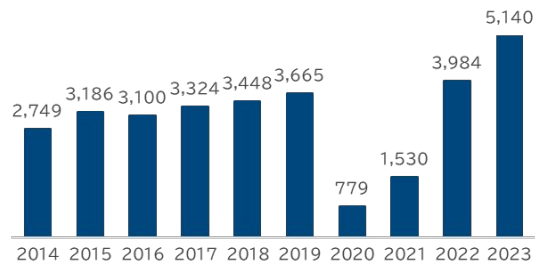
■ JASRAC著作権使用料徴収額推移



出典：一般社団法人日本音楽著作権協会

配信サービスやライブ市場の拡大に伴い、過去最高

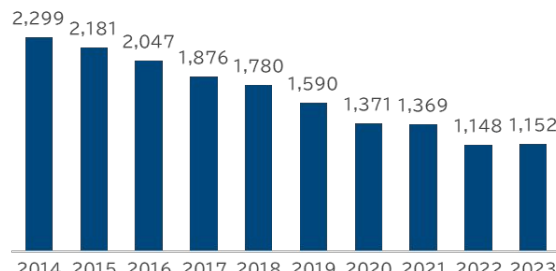
■ ライブ市場推移



出典：一般社団法人コンサートプロモーターズ協会

関東圏に新設されたアリーナの営業開始により前年比29.0%増と大幅に増加

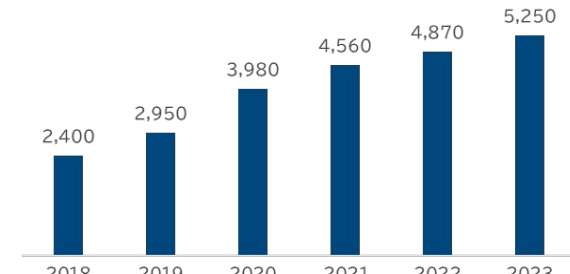
■ 映像ソフト市場推移



出典：一般社団法人日本映像ソフト協会

前年比0.4%増と同水準で推移

■ 国内動画配信サービス市場推移



出典：一般社団法人デジタルコンテンツ協会

前年比7.8%増と引き続き成長

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ください。

本資料に関するお問い合わせ先

エイバックス株式会社
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/>

