



株式会社フェイス

FY15（2016年3月期）  
**第2四半期決算説明会**

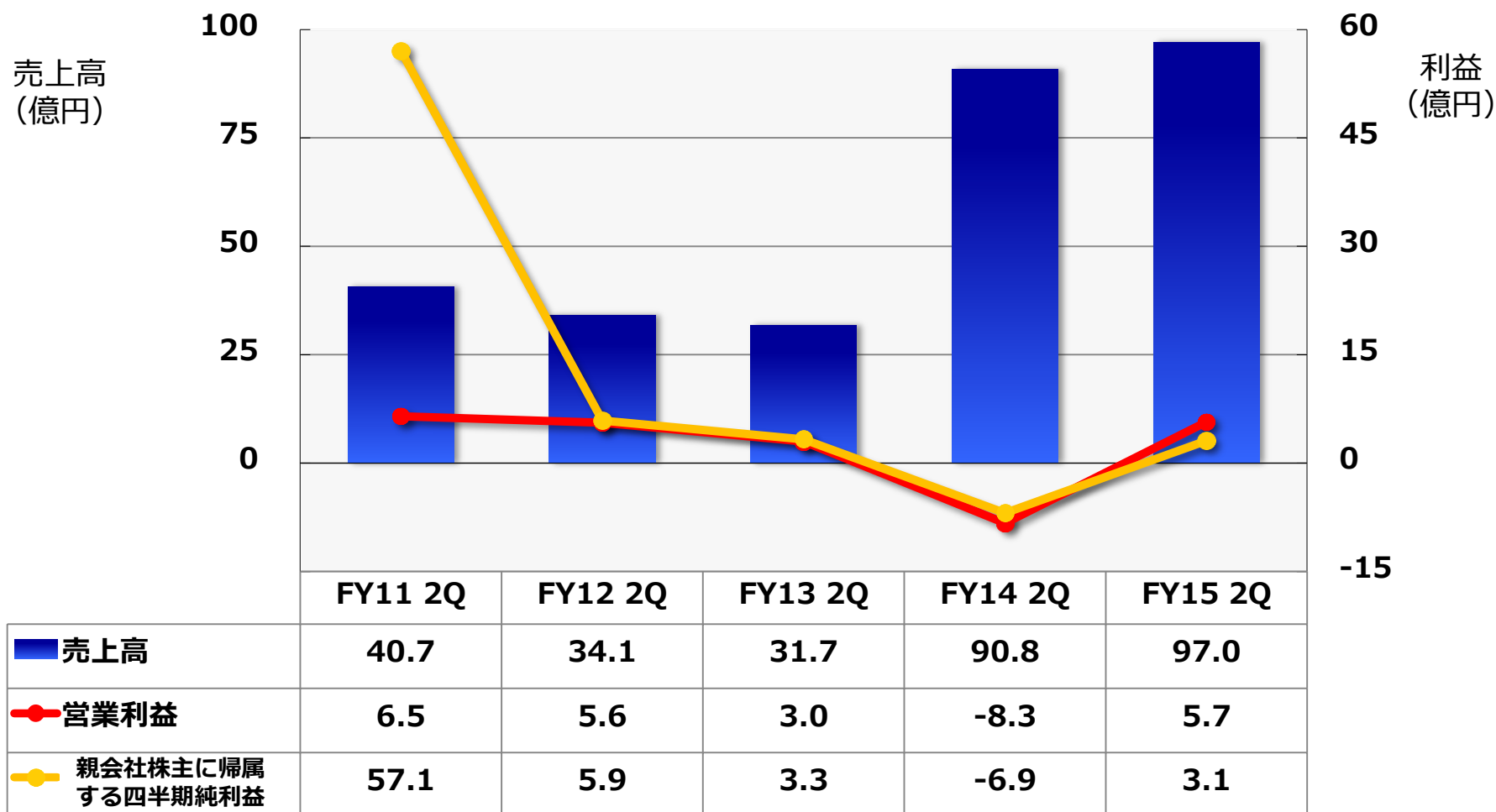
2015年11月19日  
株式会社フェイス

2016年3月期  
第 2 四半期決算概要

# FY15 2Q 連結業績ハイライト



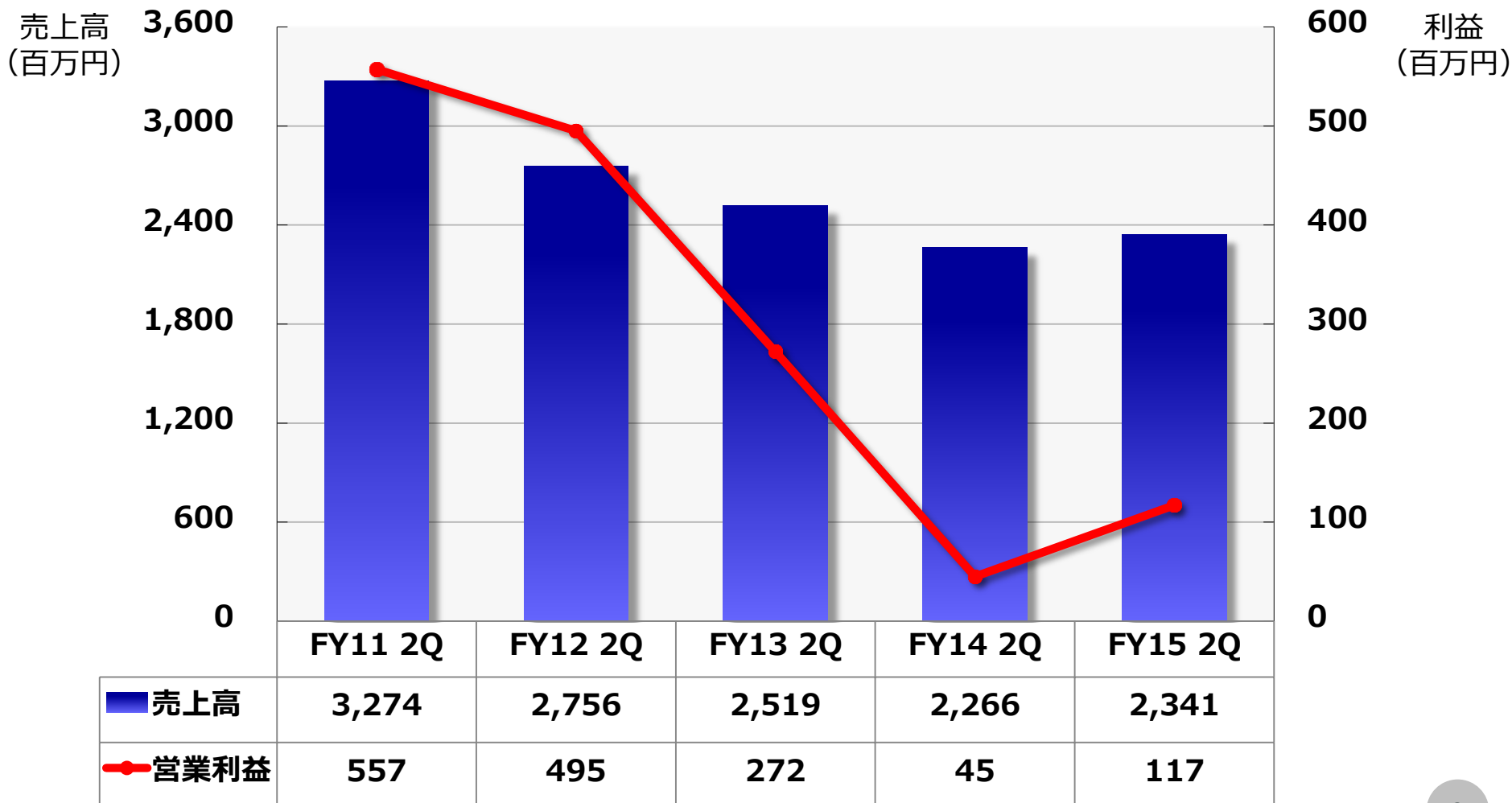
- スマートフォン向けサービスの堅調な伸びと日本コロムビア業績の回復により、売上高は97億円、営業利益は5.7億円。親会社株主に帰属する四半期純利益は3.1億円。



※FY11 2Qは、連結売上高・連結営業利益・連結四半期純利益から電子マネー事業に係る売上・セグメント利益を控除した数値を表示している。

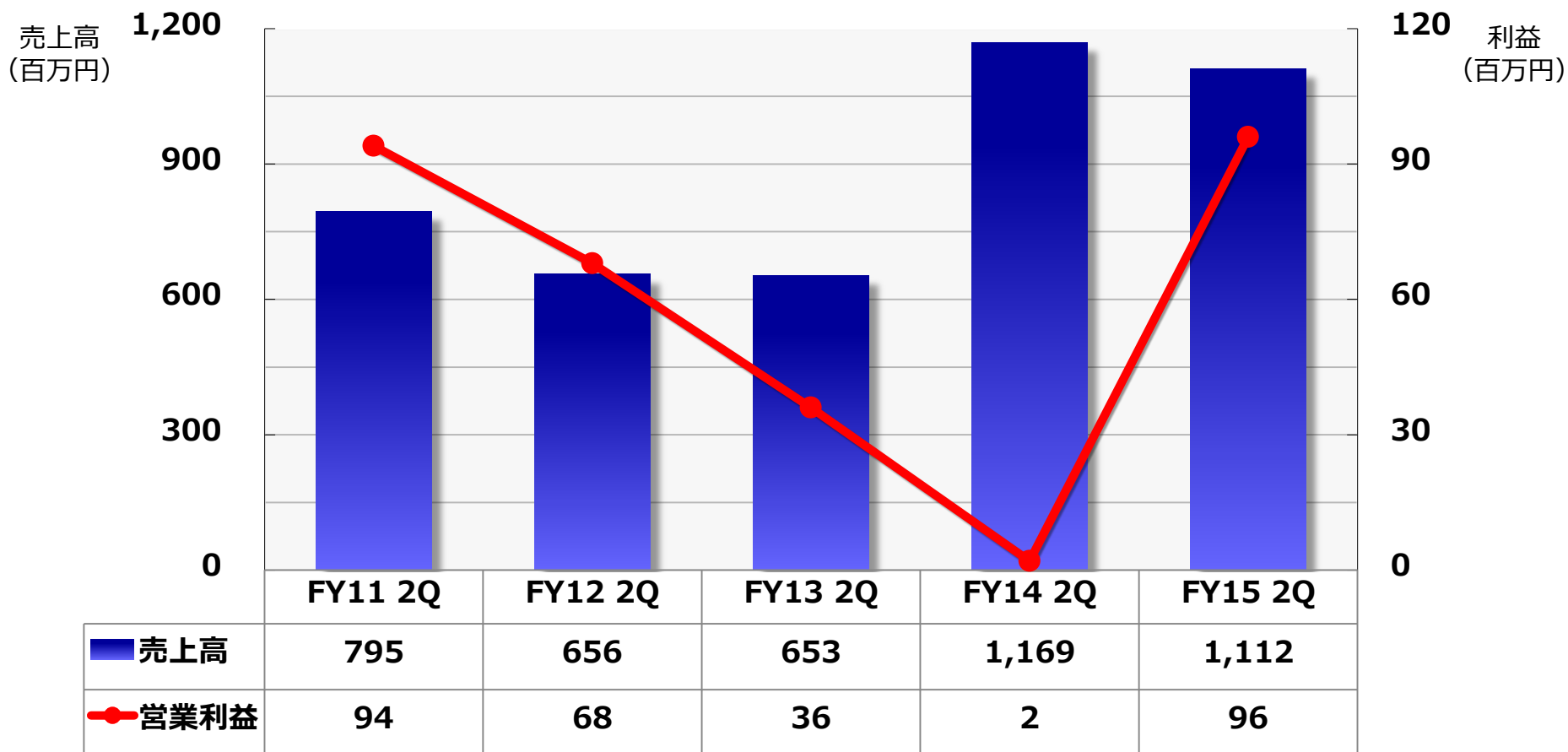
# FY15 2Q コンテンツ事業の業績

- 新たなサービス展開の積極的な取り組みにより売上高は前年同期比3.3%増の2,341百万円。
- 営業利益は、外注費や広告宣伝等のコスト削減を進め、前年同期比156.6%増の117百万円。



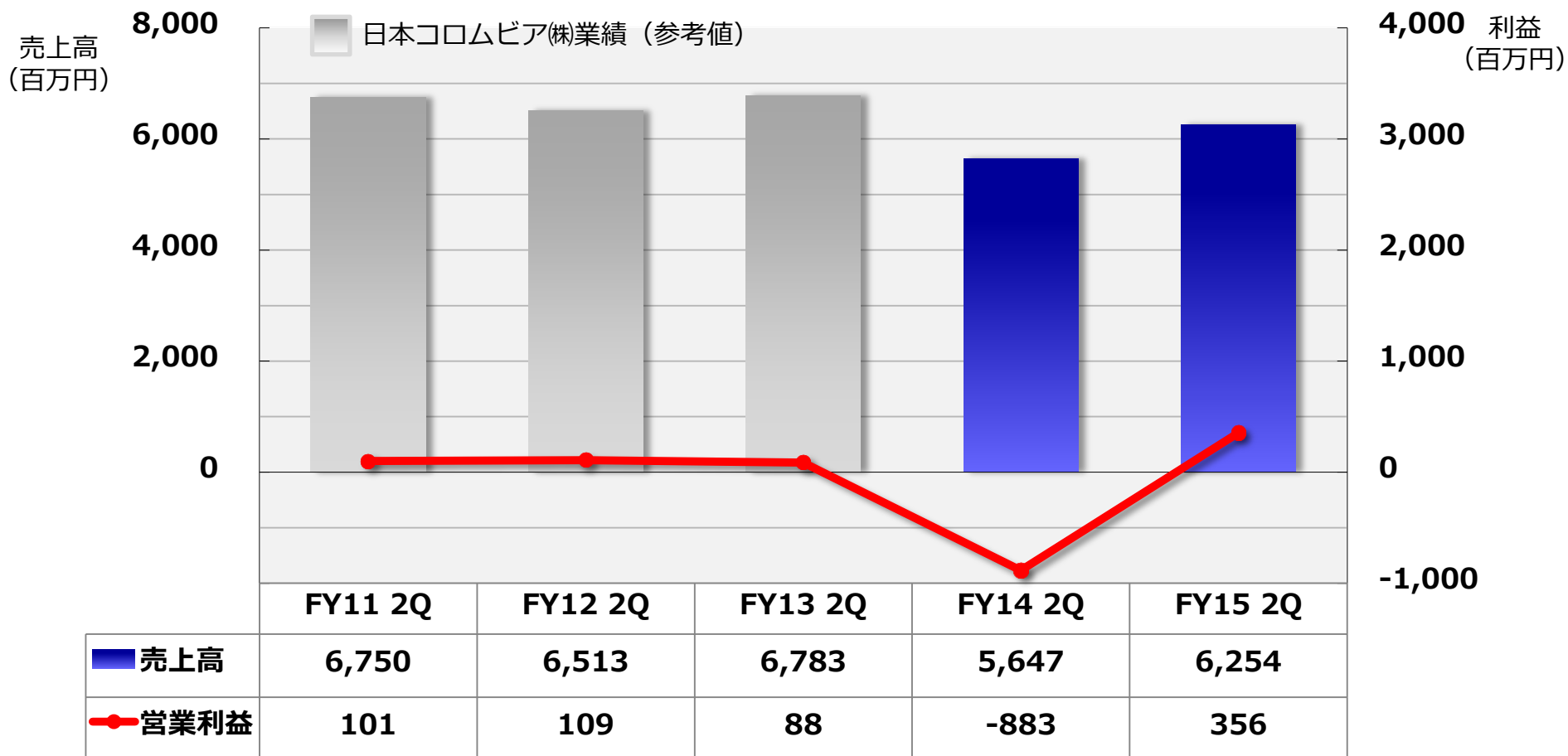
# FY15 2Q ポイント事業の業績

- ポイント発行は堅調に推移するも、エコポイントの制度終了等による売上減少により、売上高は前年同期比4.8%減の1,112百万円。
- 営業利益は、サーバー管理型への移行に伴う一時費用の負担減少、販売費及び一般管理費抑制等により、前年同期比94百万円増の96百万円。



# FY15 2Q コロムビア事業の業績

- アニメ関連作品の市販・配信好調及び特販・通販の全般的売上増により、売上高は前年同期比10.8%増の6,254百万円。
- 営業利益は、売上の好調推移及び構造改革による固定費の大幅削減により、1,239百万円増の356百万円。



※コロムビア事業の売上高及び営業利益は、FY14 2Qより当社グループの業績に算入。

# FY15 2Q セグメント別連結業績 (前年同期との比較)



(単位：百万円)

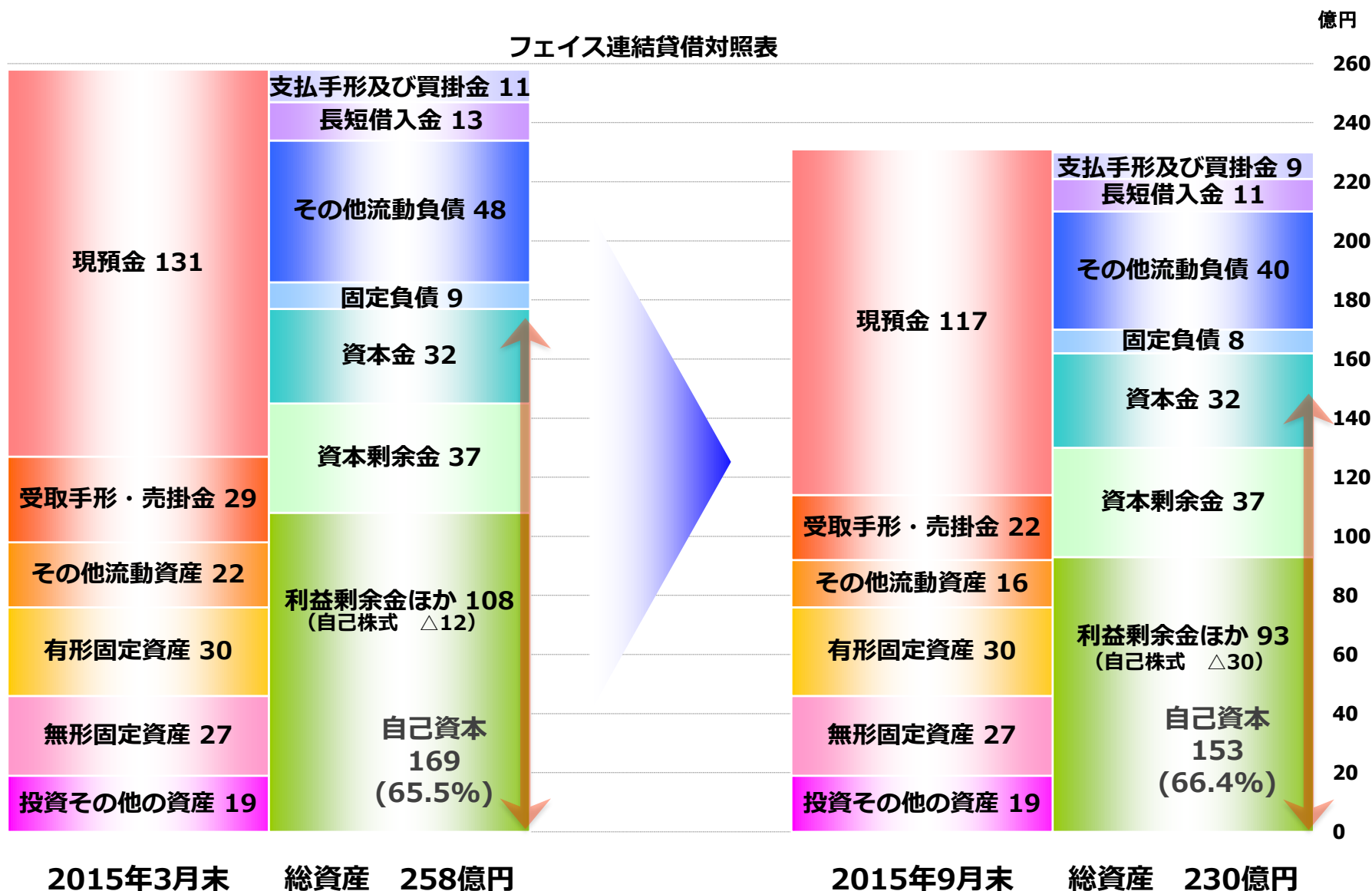
	FY14 2Q	FY15 2Q		
			対前期増減額	同左増減率
<b>売上高</b>	<b>9,082</b>	<b>9,709</b>	<b>+626</b>	<b>+6.9%</b>
コンテンツ事業	2,266	2,341	+75	+3.3%
ポイント事業	1,169	1,112	△ 56	△ 4.8%
コロムビア事業	5,647	6,254	+607	+10.8%
<b>営業利益</b>	<b>△ 830</b>	<b>575</b>	<b>+1,406</b>	<b>-</b>
コンテンツ事業	45	117	+71	+156.6%
ポイント事業	2	96	+93	+4,204.6%
コロムビア事業	△ 883	356	+1,239	-
調整額※	5	5	+0	-
<b>経常利益</b>	<b>△ 791</b>	<b>580</b>	<b>+1,372</b>	<b>-</b>
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>△ 697</b>	<b>313</b>	<b>+1,010</b>	<b>-</b>

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

# 連結貸借対照表（前期末との比較）



フェイス連結貸借対照表



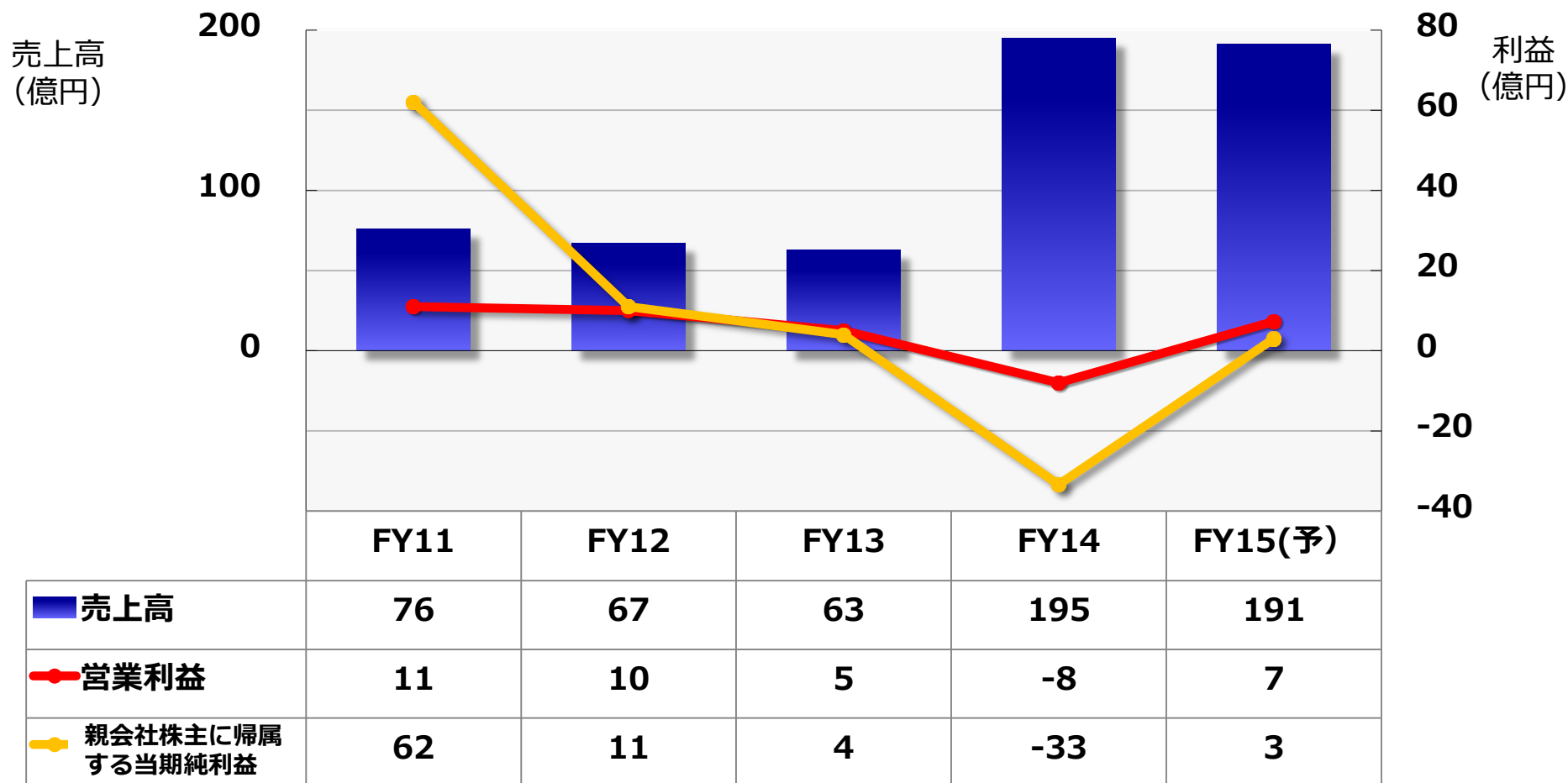


2016年3月期通期  
業績予想

# FY15 通期業績予想



- ▶ コロムビア事業の売上増加を見込むものの、コンテンツ事業の音楽配信サービス売上が当初の計画を下回る見込みであること等により、売上高は期首予想を下回る見通し。
- ▶ 音源2次利用にかかるコロムビア事業の売上増加、構造改革等によるコロムビア事業の利益率向上により、営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益ともに期首予想を大きく上回る見通し。



※FY11は、連結売上高・連結営業利益・連結四半期純利益から電子マネー事業に係る売上・セグメント利益を控除した数値を表示している。

# FY15 セグメント別 業績予想



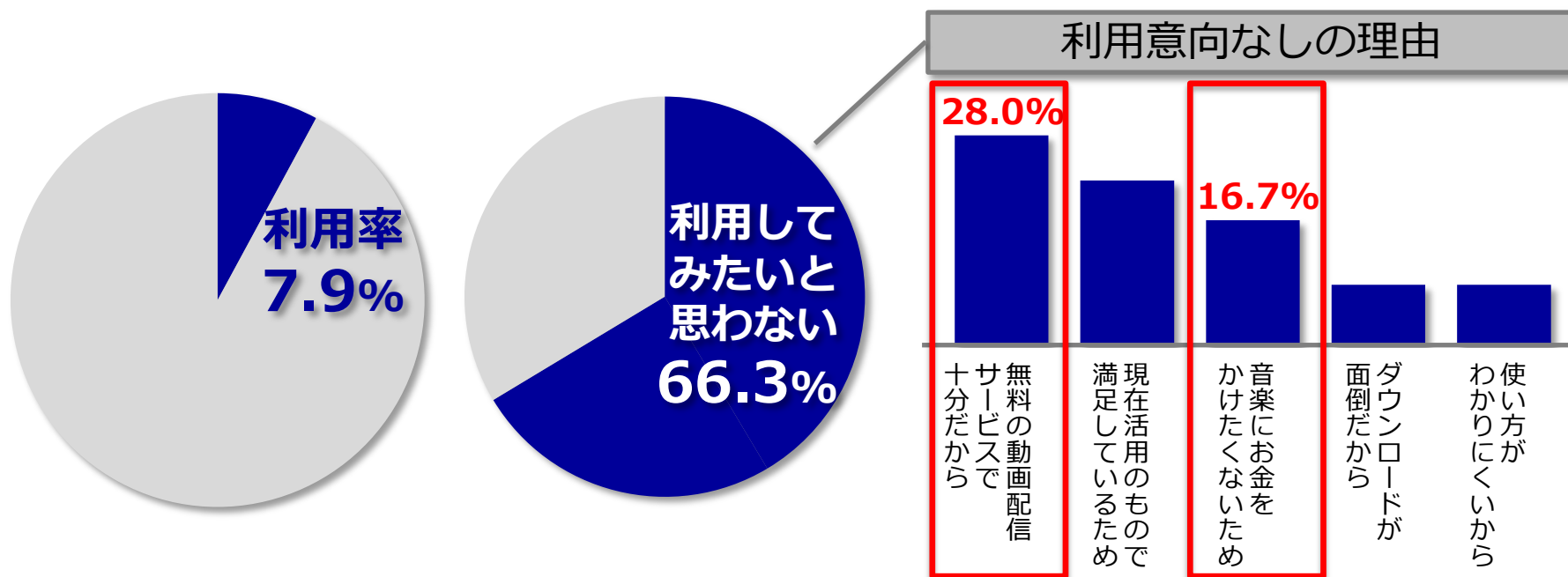
(単位：百万円)

		FY14 実績	FY15 予想		
				対前期増減額	同左増減率
<b>売上高</b>		<b>19,597</b>	<b>19,100</b>	<b>△ 497</b>	<b>△ 2.5%</b>
	コンテンツ事業	4,550	4,965	+414	+9.1%
	ポイント事業	2,454	2,135	△ 319	△ 13.0%
	コロムビア事業	12,591	12,000	△ 591	△ 4.7%
<b>営業利益</b>		<b>△ 891</b>	<b>730</b>	<b>+1,621</b>	<b>—</b>
	コンテンツ事業	168	220	+51	+30.9%
	ポイント事業	26	100	+73	+283.2%
	コロムビア事業	△ 1,104	400	+1,504	—
	調整額※	18	10	△ 8	—
<b>経常利益</b>		<b>△ 862</b>	<b>720</b>	<b>+1,582</b>	<b>—</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>		<b>△ 3,340</b>	<b>360</b>	<b>+3,700</b>	<b>—</b>

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

# フェイス・グループの事業戦略

## 日本：多くの定額制サービスが立ち上がるが市場に浸透しているとは言い切れない



## 米国：定額制での分配に不満を持つ一部アーティストが楽曲提供を拒否

日本で定額制サービスが根付かない理由

**音楽を無料で聴くスタイルが定着**

**サービス内の楽曲ラインナップ不足**

**レンタルショップの充実**

**米国は車社会、日本は電車社会**

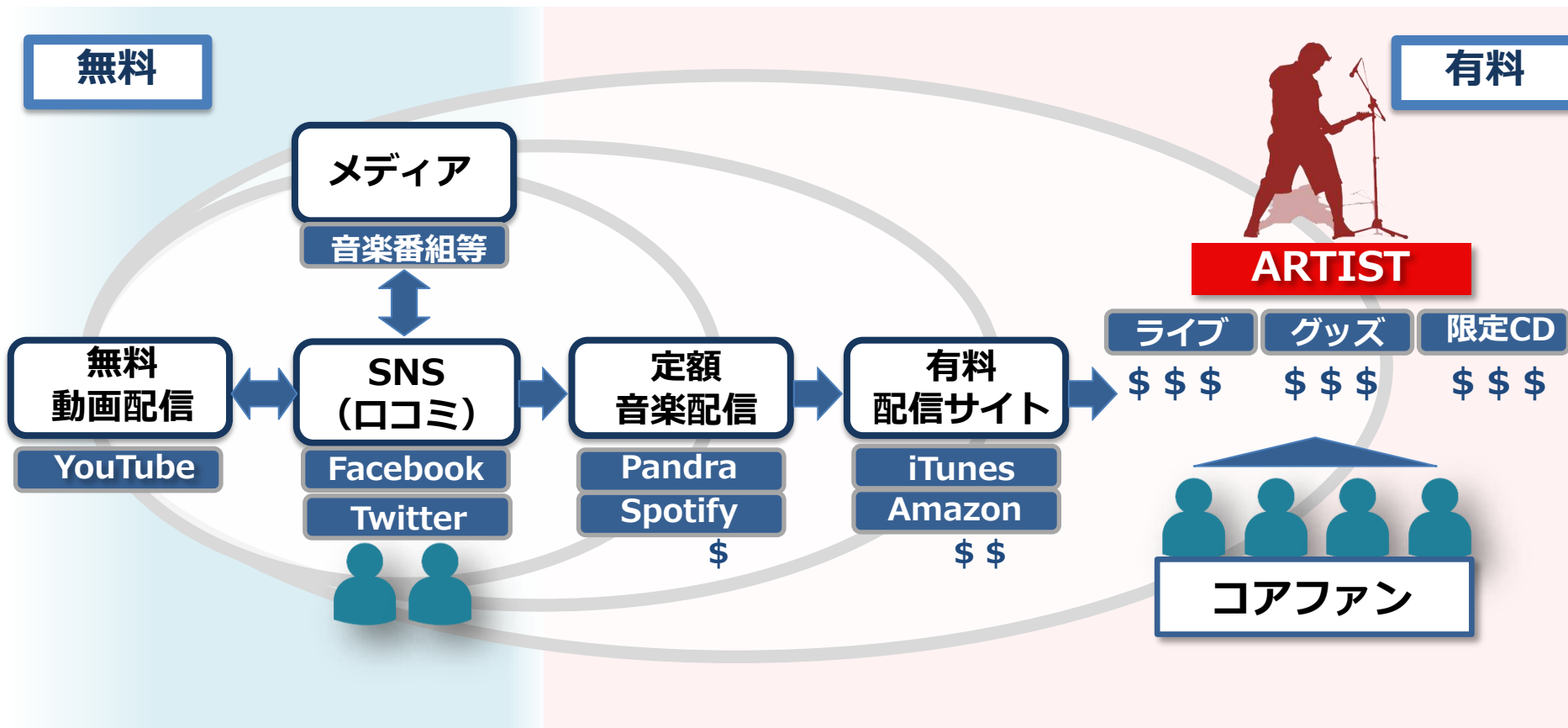
# 音楽の値段とアーティスト収入

米国アーティストが定額制に反対する理由は、分配の少なさにある。

アメリカの月額最低賃金1160ドルを達成する枚数は？

メディア	売価	アーティスト利益	
アルバムCD (自費出版)	1枚 \$ 9.99	\$ 8.00	143枚
アルバムCD (レーベル経由)	1枚 \$ 9.99	\$ 1.00 <small>※レーベルとの利益配分2:1の場合</small>	1161枚
iTunes	1枚 \$ 9.99	\$ 0.94	1129枚
Amazon	1曲 \$ 0.99	\$ 0.09	1033枚 <small>※12曲入りアルバムで換算</small>
Spotify	月額 \$ 9.99	\$ 0.00043 <small>※1回再生当たり</small>	4,549,020再生

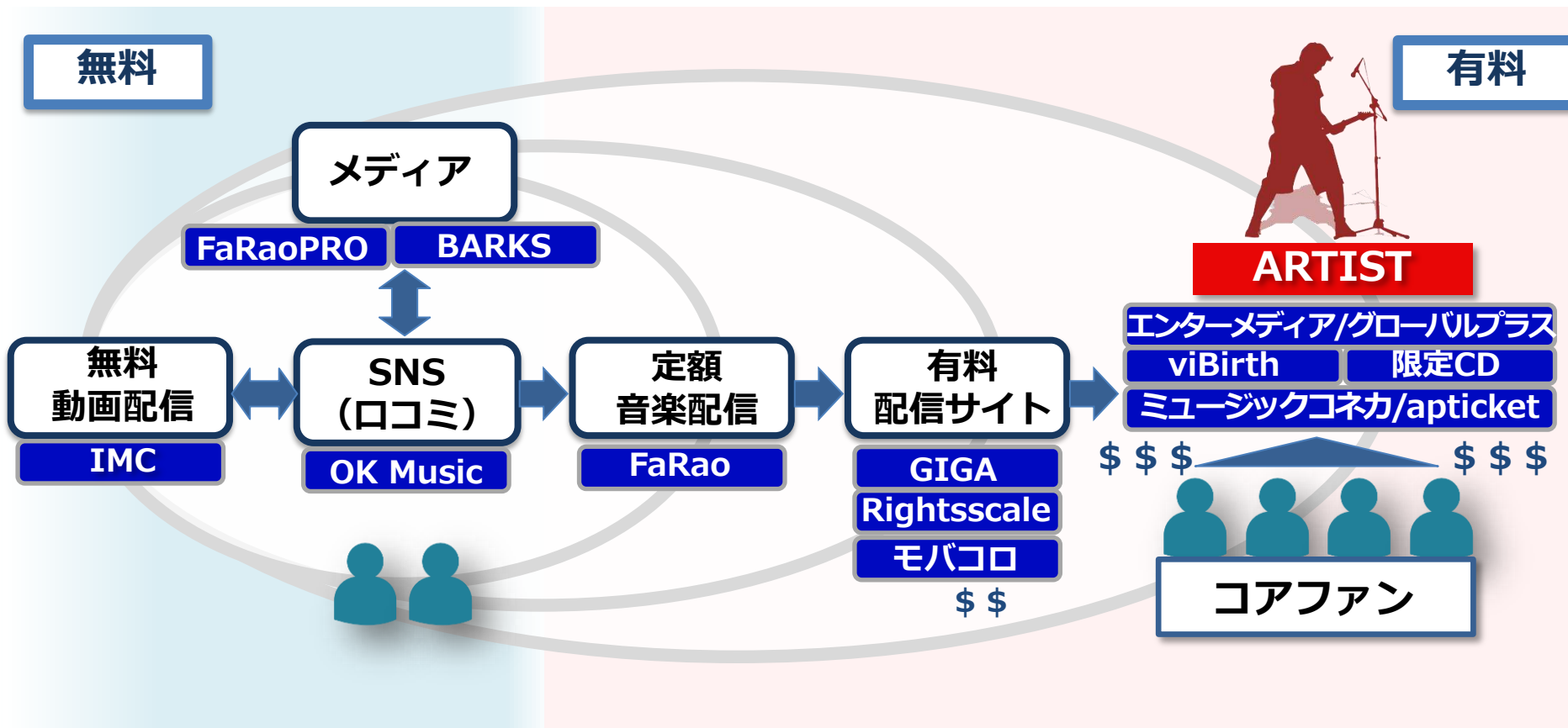
# 近年の音楽コンテンツのマネタイズモデル



出典：みずほ銀行産業調査部「コンテンツ産業の展望」をもとにフェイス作成



# 近年の音楽コンテンツのマネタイズモデル

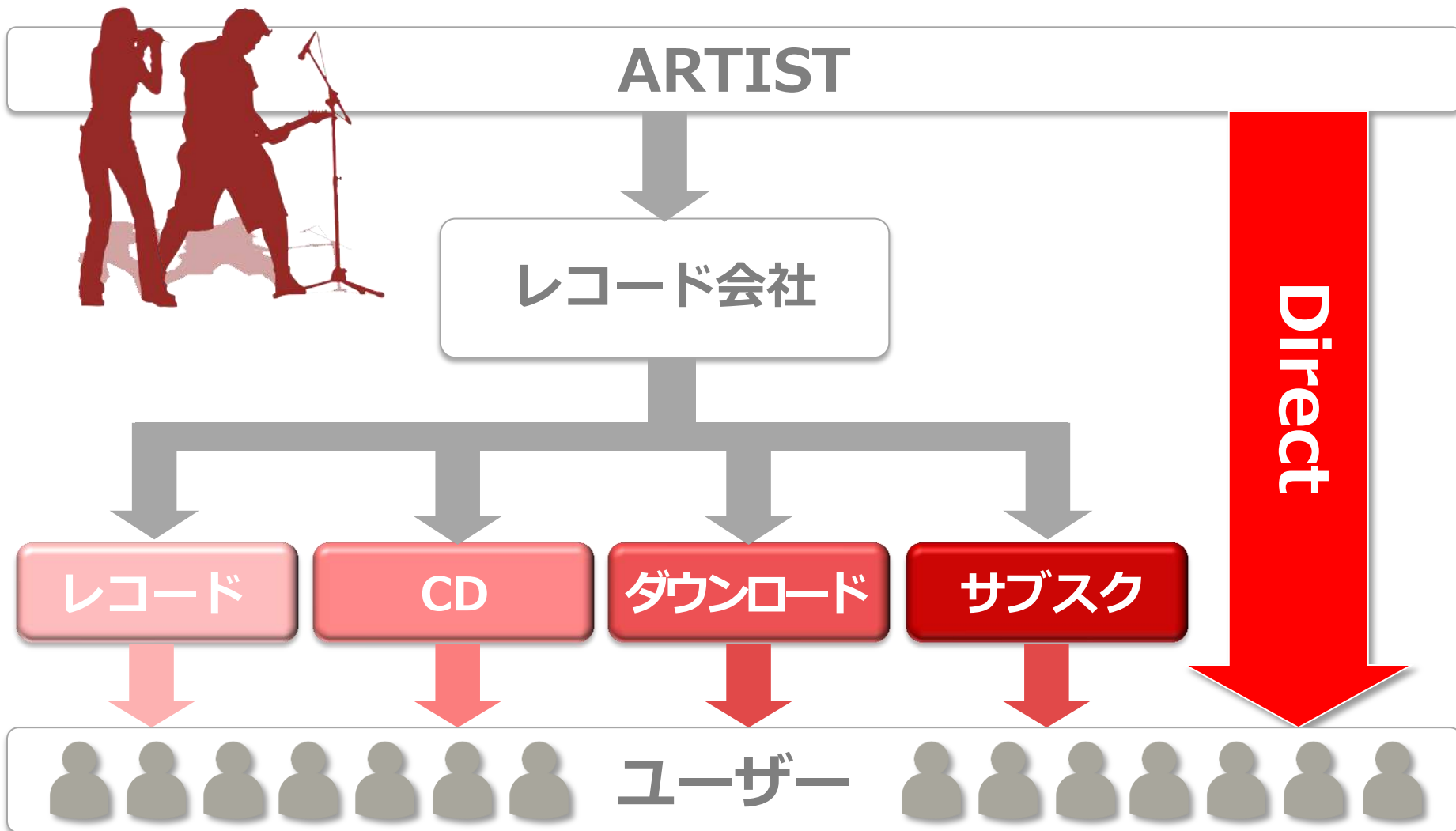


フェイス・グループは、ライトユーザーからコアファンまで  
囲い込むコンテンツモデルのサービス機能を全て備えている。

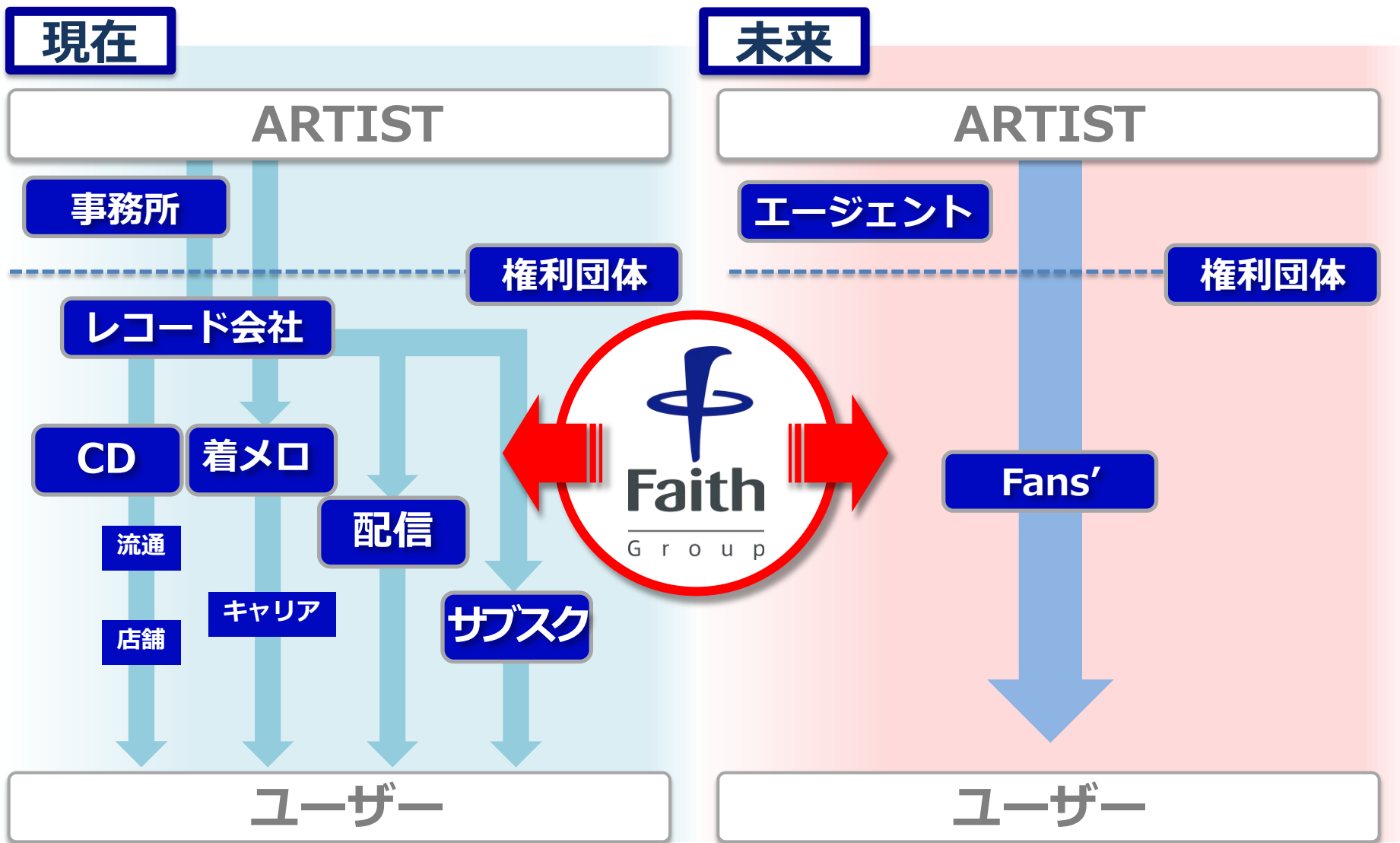
出典：みずほ銀行産業調査部「コンテンツ産業の展望」をもとにフェイス作成

# 音楽コンテンツ流通の現在と未来

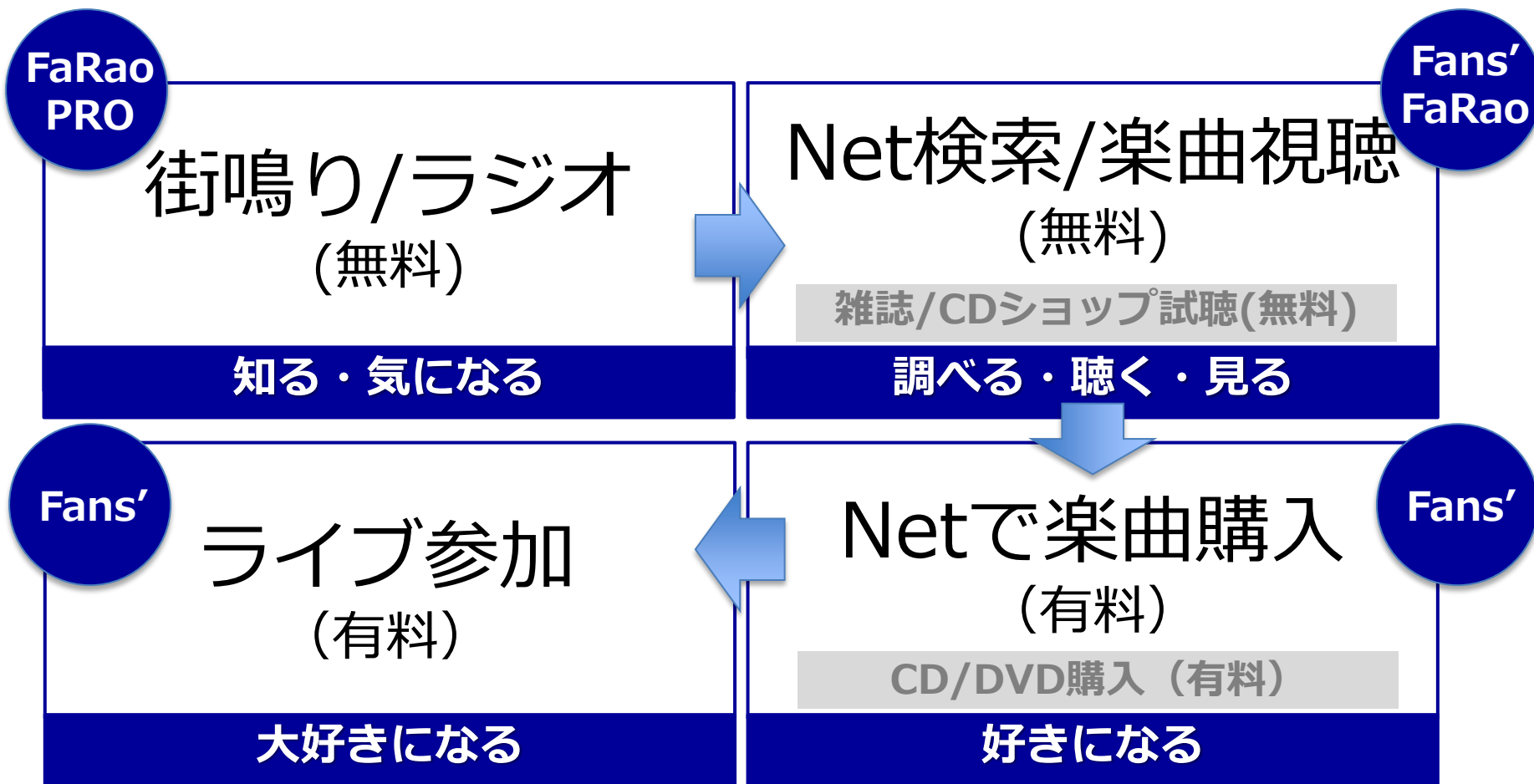
ここまでの音楽市場の変化は、流通経路の多様化にしか過ぎない。



# 音楽流通の現在と未来両方を見据えて展開



# 音楽の購入からライブ参加までの動機



音楽と出会い、ファンになるまでの経路すべての循環を網羅するのがフェイスのポートフォリオビジネス

# アーティストプラットフォーム「Fans'」



アーティスト/プロダクションのニーズに合わせた展開が可能な  
多機能プラットフォームサービス。

Digital Activities

オフィシャル

オフィシャルサイト  
ファンクラブサイト  
オフィシャルショップ

ミュージック

音楽や映像の  
ダウンロードや  
ストリーミング

eコマース

アーティストグッズ  
CD販売等

ミュージック  
カード

カード型音楽配信

Fans'®

Future Artist  
Network Service

ファンクラブ

ファンクラブ運営

ライブ

ライブ情報や  
Eチケットの販売

ソーシャル

ソーシャルアカウント  
連携

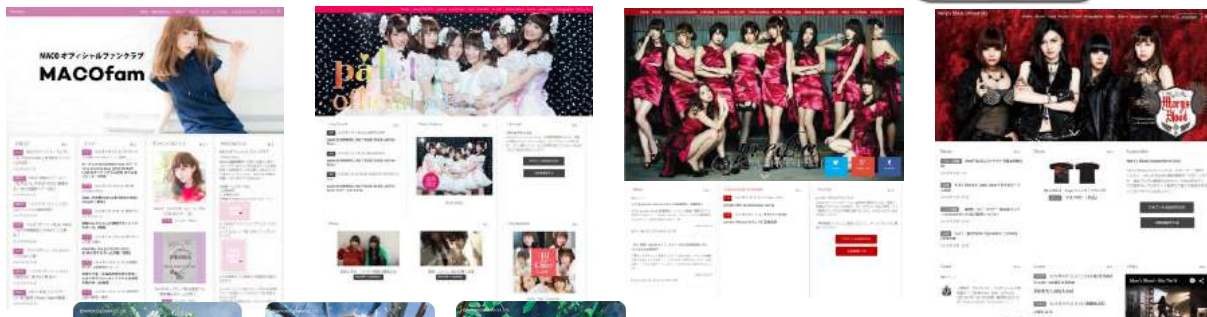
Real Activities

Social Activities

# アーティストプラットフォーム「Fans」®



グループ・アーティスト、他社アーティストが積極的な展開を進めている。

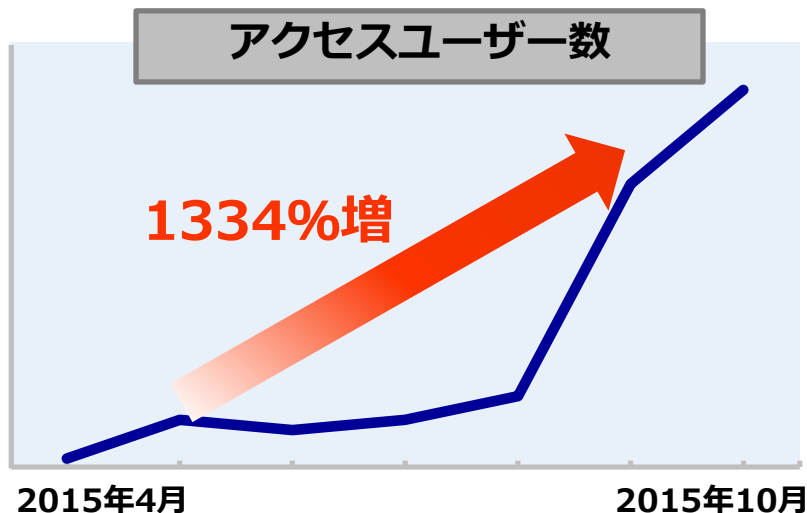
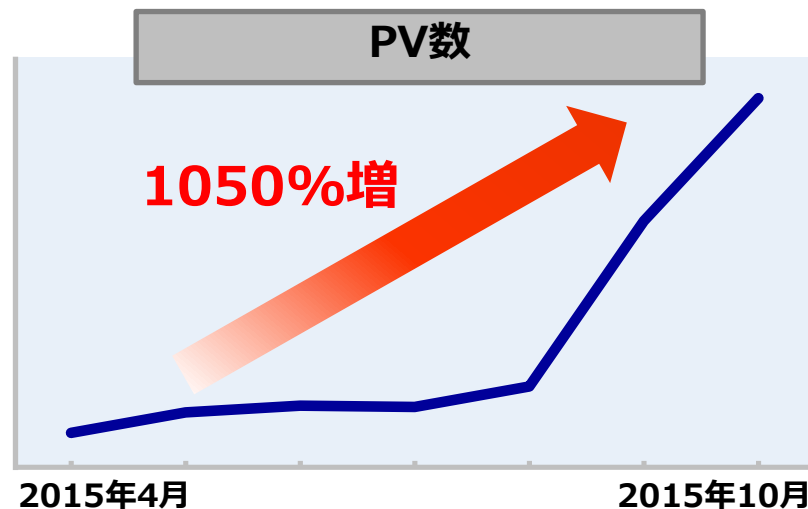
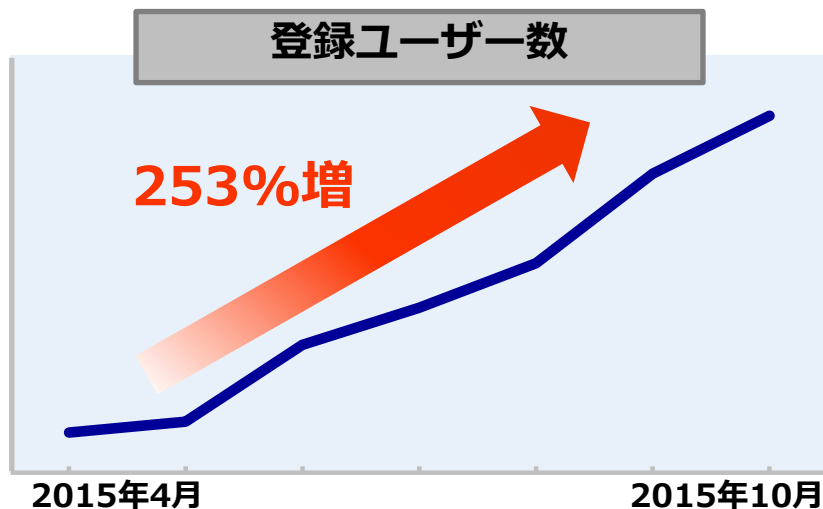


MOSHI MOSHI NIPPON  
FESTIVAL 2015 in TOKYO  
11月6日～8日 東京・東京体育館  
25,500人来場

アクセスユーザー数※：約100万人

# 現在の「Fans'」の成長

アーティストの利用が増えるとともにユーザーが増加。



# Smart Shop Device 「FaRao PRO」



スマートデバイス時代の業務用BGMサービスとしてスタート。  
集中管理, O2O, 多言語対応, etc. 業界最高レベルのパフォーマンスを実現。

## FaRao<sup>📶</sup> PRO

### POINT 1 多彩な音楽チャンネル

- 業界最多の3,000+チャンネル
- 最新ヒット曲は日々更新
- メンタルヘルスBGMでリラックス

### POINT 2 店内放送を自由にデザイン

- タイマー設定でオリジナル編成
- 録音再生機能で広がる用途

### POINT 3 お客様を音楽でつなぐ

- 来店客だけもらえるプレゼント
- お得情報をプッシュ通知



### POINT 4 センター管理サービス

- BGMでブランディング
- 複数店舗を一括管理

### POINT 5 最先端の安心設計

- いつでも高音質&最新システム
- 工事不要でらくらく設置
- ネットがあればどこでも使える

### POINT 6 お役立ちアプリ満載

- いろいろ使える店舗ソリューション  
クーポンアプリ / エンタテインメントアプリ /  
バックオフィスアプリ etc.



# Smart Shop とは？ 「FaRao PRO」

IoE (Internet of Everything) をベースに、店舗ニーズに応える様々なサービスを提供する“Smart Shop”プラットフォームです。



# グローバル展開



サービス/プラットフォームの海外展開を積極的に推進。





Faith

Group

100年に1度の変革期

