



株式会社フェイス

FY17（2018年3月期）
第2四半期決算説明会

2017年11月24日
株式会社フェイス

2018年3月期
2Q決算概要

FY17 2Q 連結業績ハイライト



- 好調なアニメ・ゲーム作品の売上、ドリーミュージックの取込により売上高は前年同期比3.5%の増収。
- 営業利益は、コンテンツ、ポイント事業で減益のほか、レーベル事業も音源2次利用の減少で減益。日本コロムビアの完全子会社化により少数株主持分が減少し当期利益は560百万円と増益。

売上高 (百万円)

利益 (百万円)

12,000

1,800

9,000

1,350

6,000

900

3,000

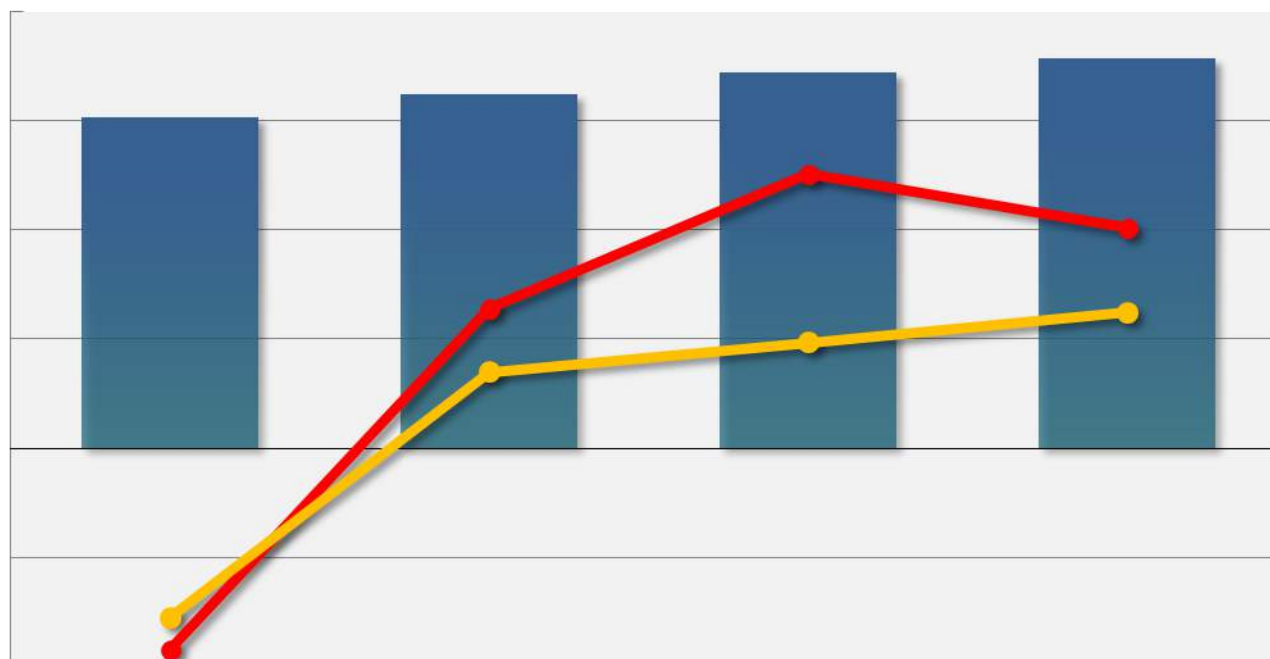
450

0

0

-450

-900



FY14 2Q

FY15 2Q

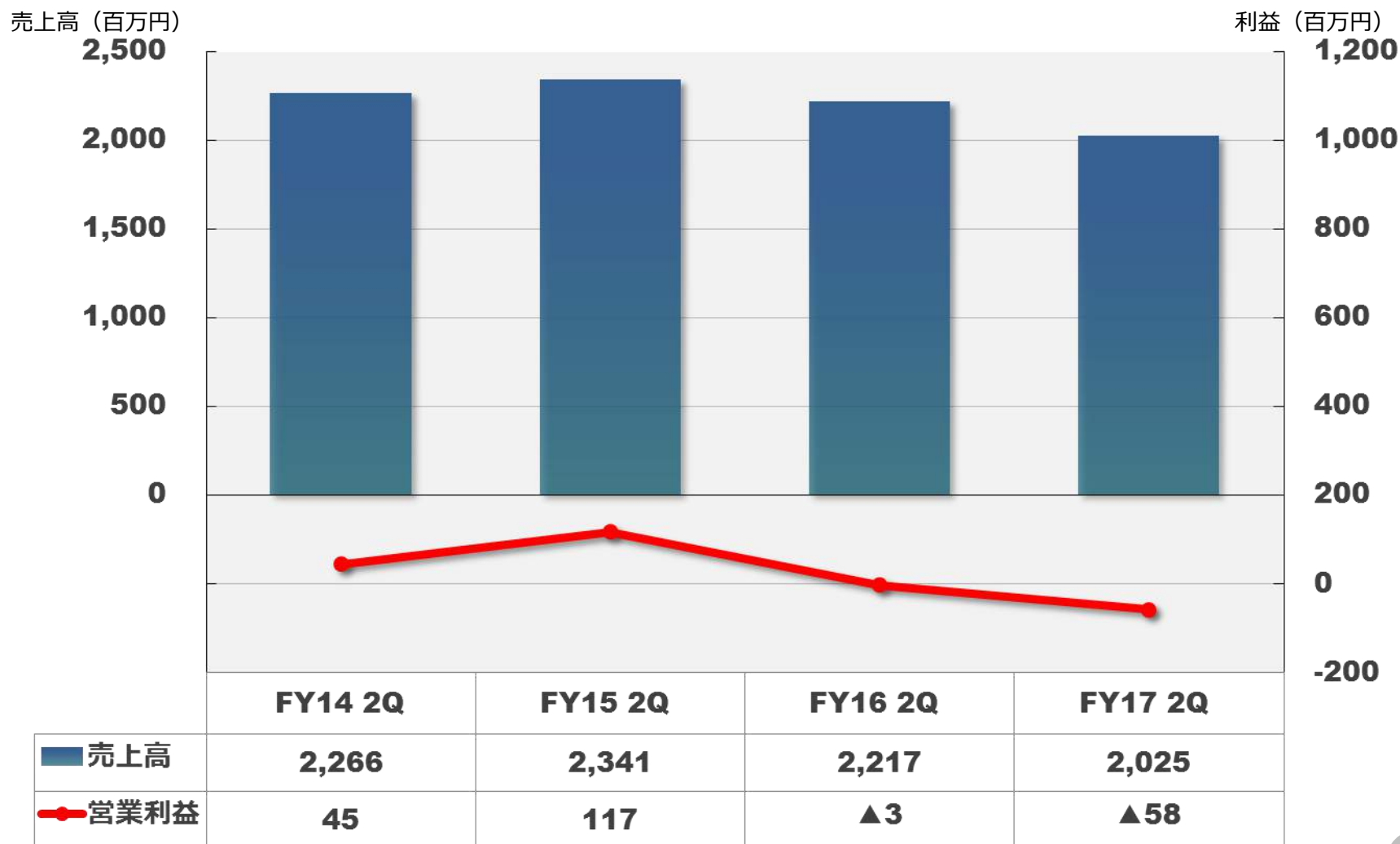
FY16 2Q

FY17 2Q

■ 売上高	9,082	9,709	10,339	10,703
● 営業利益	▲ 830	575	1,129	907
● 親会社株主に帰属する当期純利益	▲ 697	313	434	560

FY17 2Q コンテンツ事業の業績

- 新たなサービス展開に積極的に取り組むも、フィーチャーフォン向けサービス売上の減少。売上高は8.7%減の2,025百万円、営業損失58百万円(前年同期は▲3百万円)。

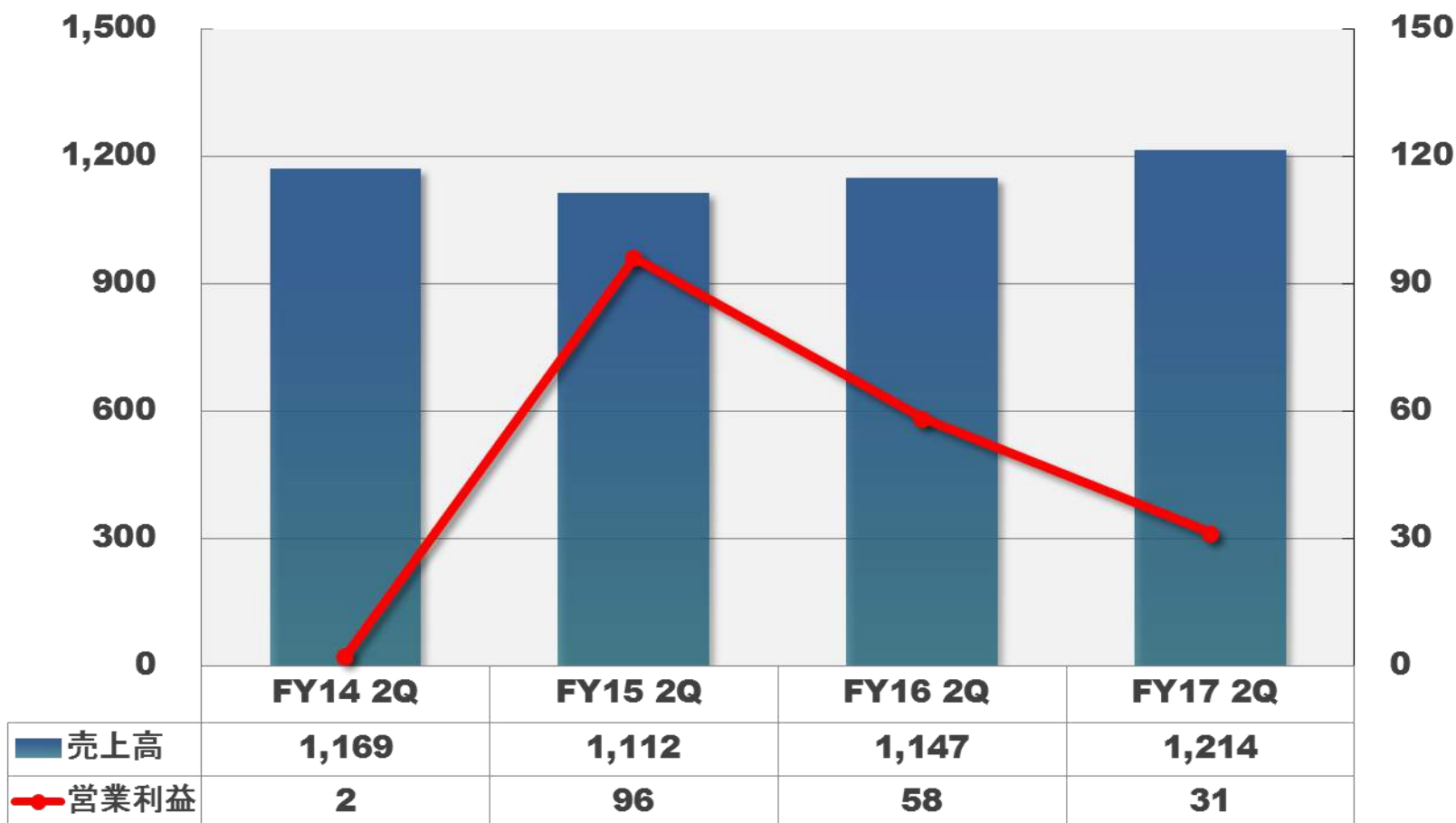


FY17 2Q ポイント事業の業績

- ポイント発行やセルフリキデーション事業*の堅調、新規取引先の獲得により売上高5.8%増の1,214百万円。
- 組織体制の変更に伴う販管費の増加等により、営業利益は45.2%減の31百万円。

売上高 (百万円)

利益 (百万円)



※セルフリキデーション事業：シール等のポイントを貯め、割引価格で商品購入できるキャンペーン

FY17 2Q レーベル事業の業績

- アニメ関連作品、ゲームソフトおよびアーティストマネジメント関連事業の売上が好調に推移、新規連結子会社の売上も加わり、売上高は前年同期比7.0%増の7,464百万円。
- 営業利益は、音源使用の減少等により、前期比13.2%減の931百万円。



FY17 2Q セグメント別連結業績（前期との比較）

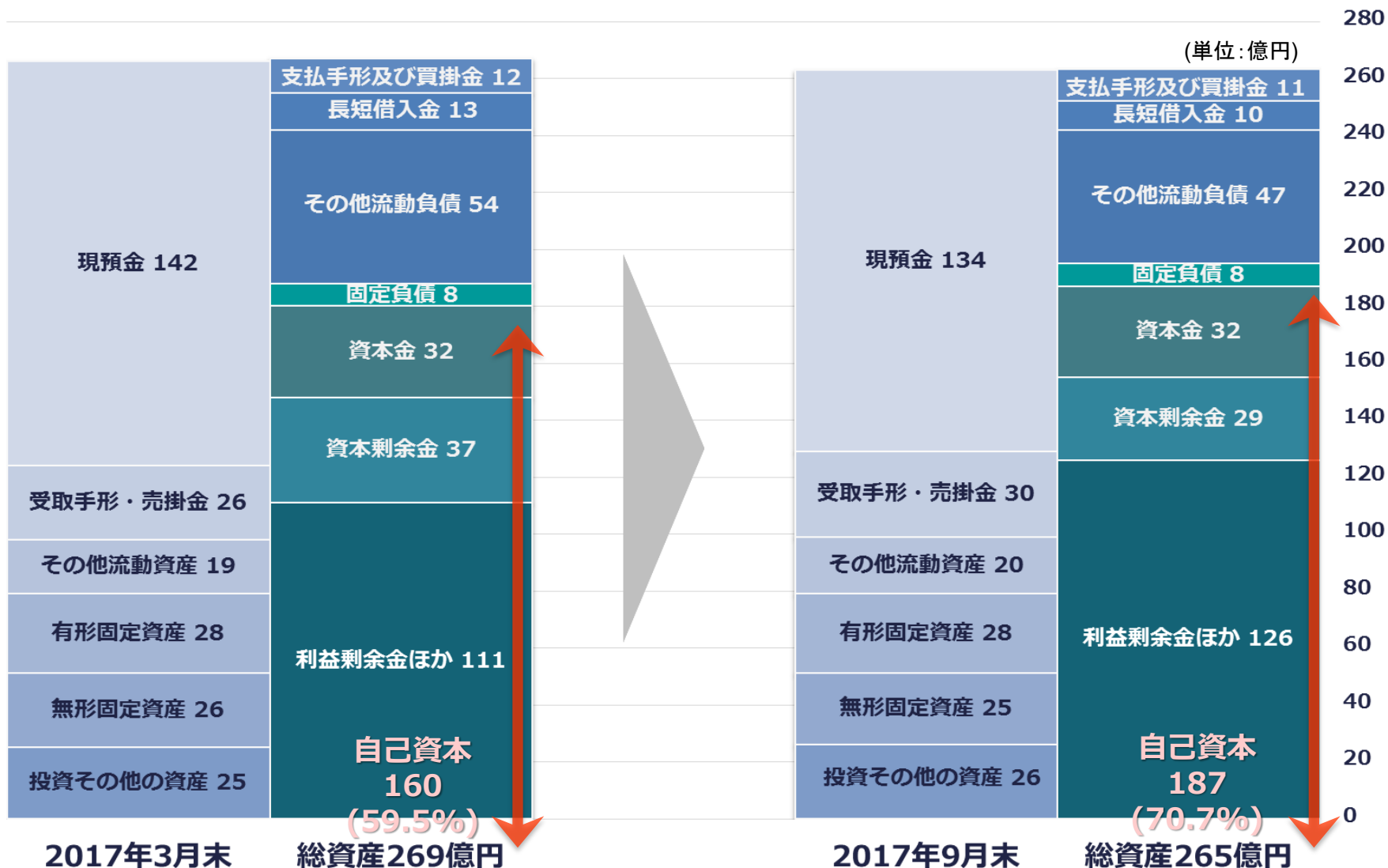


(単位：百万円)

	FY16 2Q	FY17 2Q	対前期 増減額	同左 増減率
売上高	10,339	10,703	+364	+3.5%
コンテンツ事業	2,217	2,025	△ 192	△ 8.7%
ポイント事業	1,147	1,214	+66	+5.8%
レーベル事業	6,974	7,464	+490	+7.0%
営業利益	1,129	907	△ 221	△ 19.6%
コンテンツ事業	△ 3	△ 58	△ 54	-
ポイント事業	58	31	△ 26	△ 45.2%
レーベル事業	1,074	931	△ 142	△ 13.2%
調整額※	691	2	△ 688	-
経常利益	1,083	852	△ 230	△ 21.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	434	560	+126	+29.1%

※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）



2018年3月期
業績予想

FY17 セグメント別 業績予想



(単位：百万円)

	FY16	FY17 (予想)	対前期 増減額	同左 増減率
売上高	20,795	22,100	+1,304	+6.3%
コンテンツ事業	4,405	5,400	+994	+22.6%
ポイント事業	2,413	2,700	+286	+11.9%
レーベル事業	13,975	14,000	+24	+0.2%
営業利益	1,757	1,310	△ 447	△ 25.5%
コンテンツ事業	△ 56	100	+156	-
ポイント事業	85	200	+114	+132.6%
レーベル事業	1,728	1,010	△ 718	△ 41.6%
調整額※	0	0	-	-
経常利益	1,539	1,300	△ 239	△ 15.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	571	800	+228	+39.9%

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

今後の事業戦略と
各セグメントの展望

世界の音楽市場

ストリーミングの成長・国別の売上構成

百万USDドル

世界の音楽市場：国別上位10位まで（2016年）

順位	国名	卸売価格ベース			売上構成シェア			
		売上高 百万米ドル	現地通貨 百万	前年比	パッケージ 売上高	有料音楽 配信売上	演奏権 収入	シンクロ 収入
1	アメリカ	5,318	5,318	+6.4%	18%	70%	8%	4%
2	日本	2,746	298,709	+12.2%	73%	20%	6%	1%
3	イギリス	1,251	926	-7.6%	32%	47%	19%	2%
4	ドイツ	1,212	1,091	-7.5%	52%	32%	16%	1%
5	フランス	850	765	+5.0%	38%	30%	29%	3%
6	カナダ	368	475	+9.6%	27%	63%	9%	0%
7	オーストラリア	357	497	+4.2%	23%	64%	11%	2%
8	韓国	330	384,524	+17.4%	35%	59%	5%	0%
9	イタリア	264	237	-0.7%	41%	34%	22%	3%
10	オランダ	243	207	NA	28%	43%	29%	1%
世界市場		15,700		+5.9%	34%	50%	14%	2%

出典：日本レコード協会 The Record 2017年6月。シンクロ収入は音楽を映像に同期させる権利についての収入

世界の音楽売上

- 総売上は2年連続プラス成長
- 50%を音楽配信が占める傾向

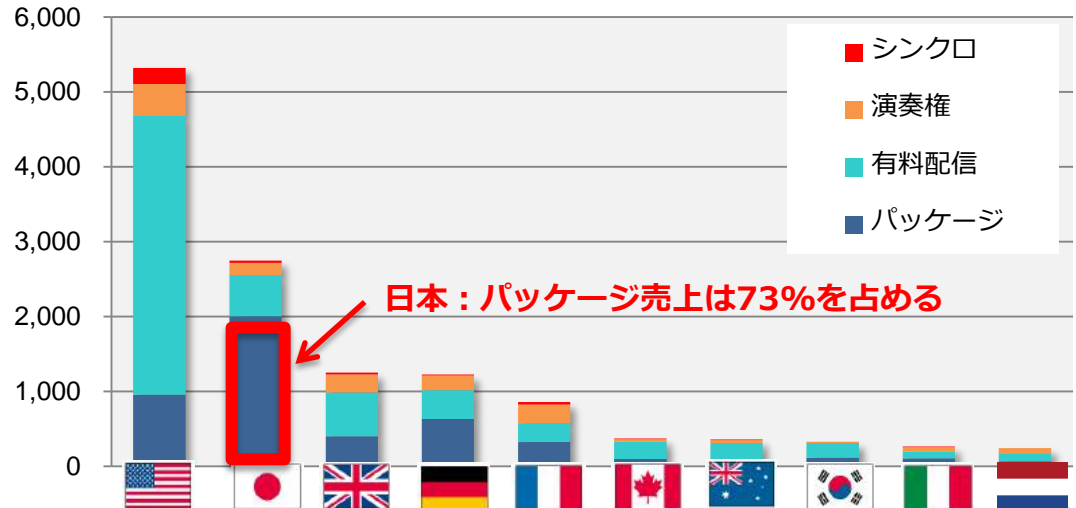
	2015	2016	前年比
パッケージ	5,800	5,400	▲7.6%
配信	6,600	7,800	+17.7%
演奏権	2,000	2,200	+7.0%
シンクロ	400	400	+2.8%
合計	14,800	15,700	+5.9%

日本

- 米国に次ぎ世界第2位の市場
- パッケージの比率は高いが、年々減少傾向

	2014	2015	2016
パッケージ	78%	75%	73%
配信	17%	18%	20%

百万USDドル



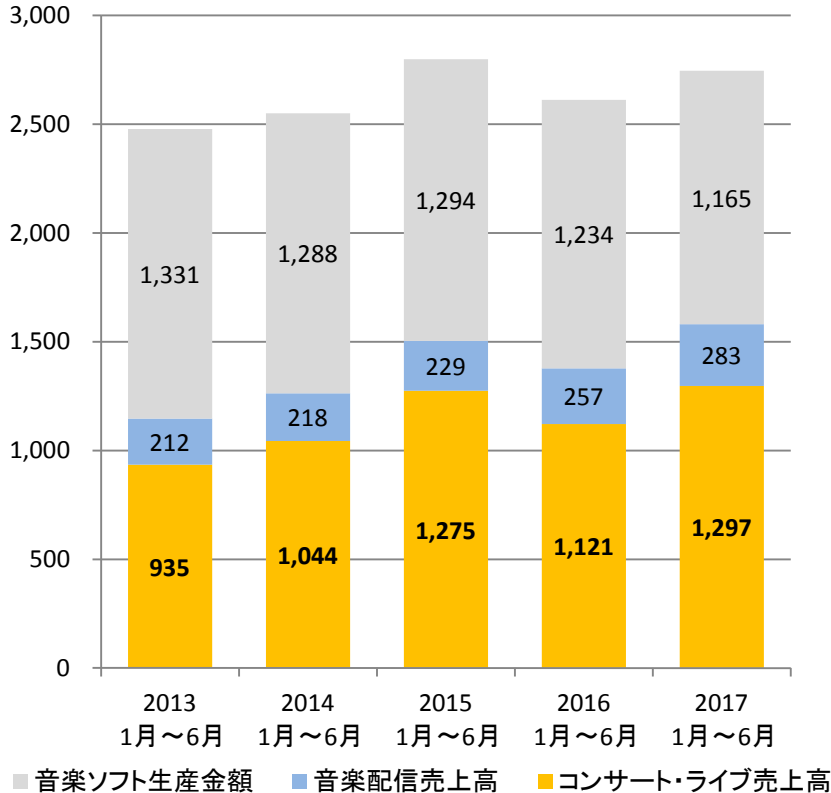
出典：IFPI GLOBAL MUSIC REPORT 2017

上半期日本の音楽市場

独自性の強い日本市場。CD売上比率は以前高い。コンサート・ライブ売上は回復。



日本の音楽産業売上推移（億円）



音楽ソフト生産高、音楽配信売上高、コンサート・ライブ売上高の合計、暦年、単位：百万円

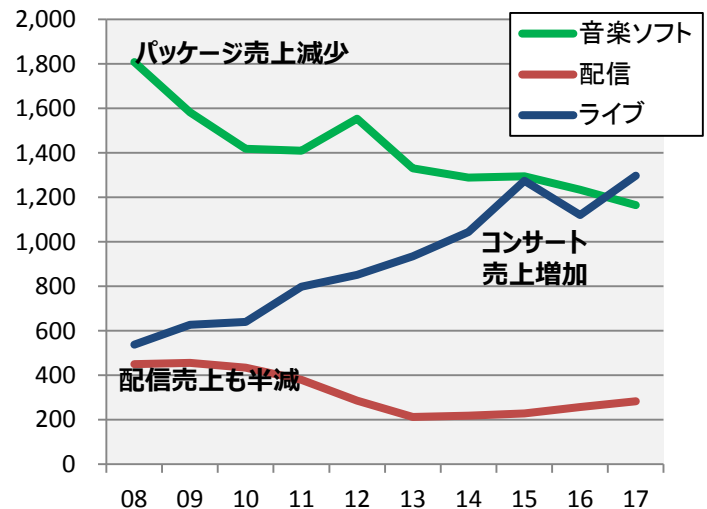
2017年上半期における日本の音楽産業市場

⇒ **2,745**億円 +5%

- ・パッケージ売上は減少続く
- ・配信は定額配信の増加により10%増
- ・コンサート・ライブ売上については、2016年は会場の改修により減少したが、興行回数増加により回復

CD売上は世界トップ。新たな音楽メディアへの過渡期
ライブ好調⇒「**アーティスト自体**」を売る現象が鮮明

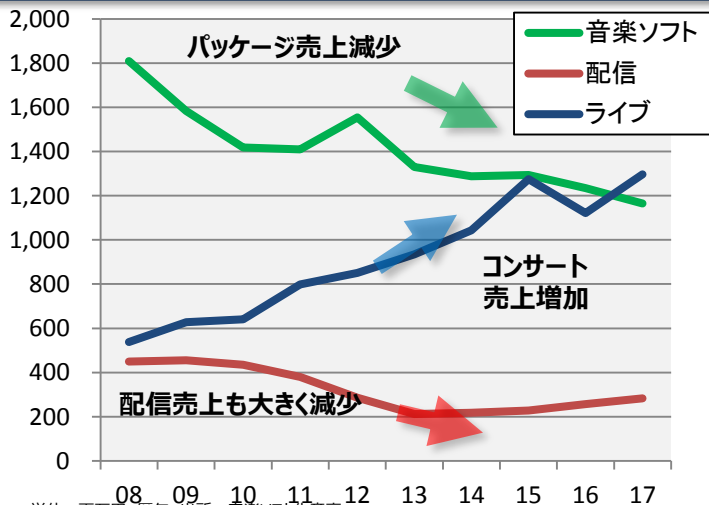
日本の音楽産業の売上の構成（億円）



2017年上半期における日本の音楽市場

配信市場においては 近年定額配信が増加

日本の音楽産業の売上の構成（億円）

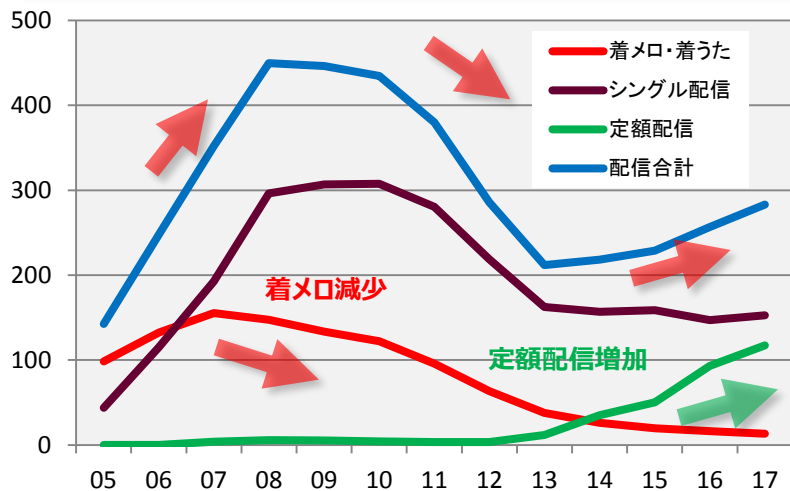


単位：百万円、暦年、出所：音楽ソフト生産高、音楽配信売上高は日本レコード協会、コンサート・ライブ売上高はコンサートプロモーターズ協会

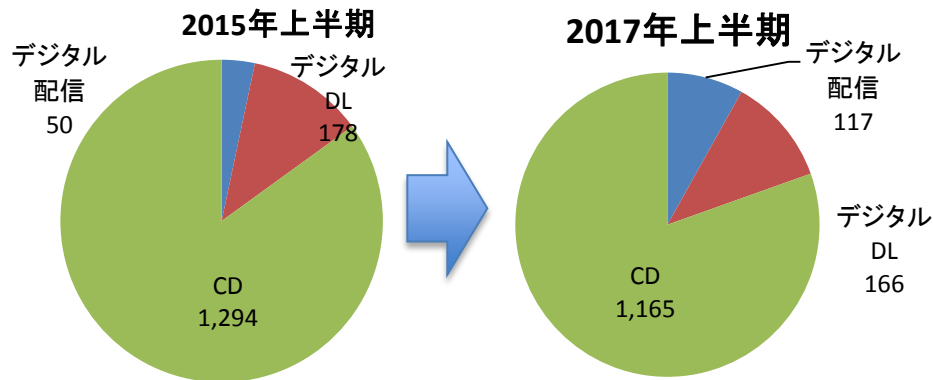
- 2015年：サブスク元年
- 定額配信は2017年上半期においては2015年上期に比べ倍増(50億円⇒117億円)
- サブスク売上増加も市場としては依然小さい：アーティスト中心の音楽消費が一因か



日本の音楽配信市場（億円）



デジタル配信の増加（億円）



デジタル定額配信は 50億円から117億円に増加

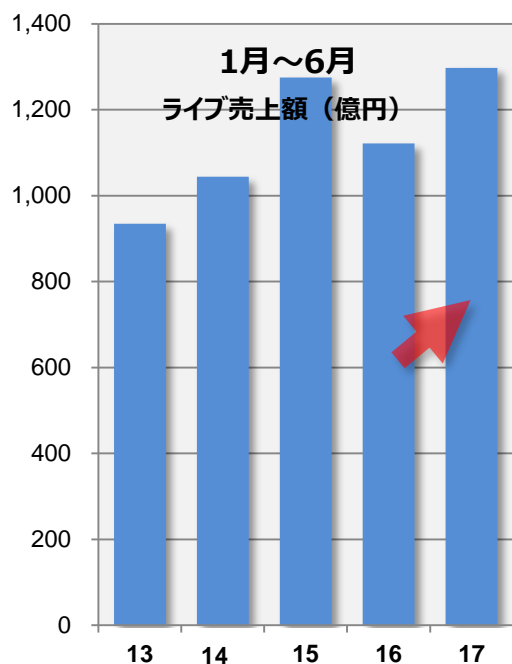
単位：億円、出所：日本レコード協会

上半期国内ライブ市場動向

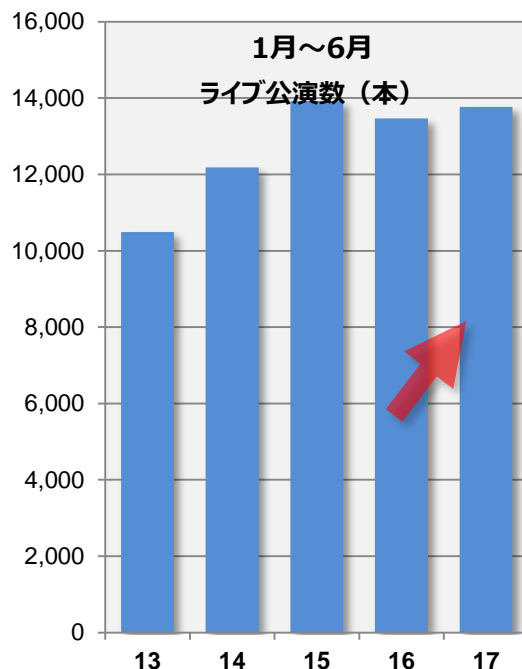
アーティストを支持するファン層がライブを下支え



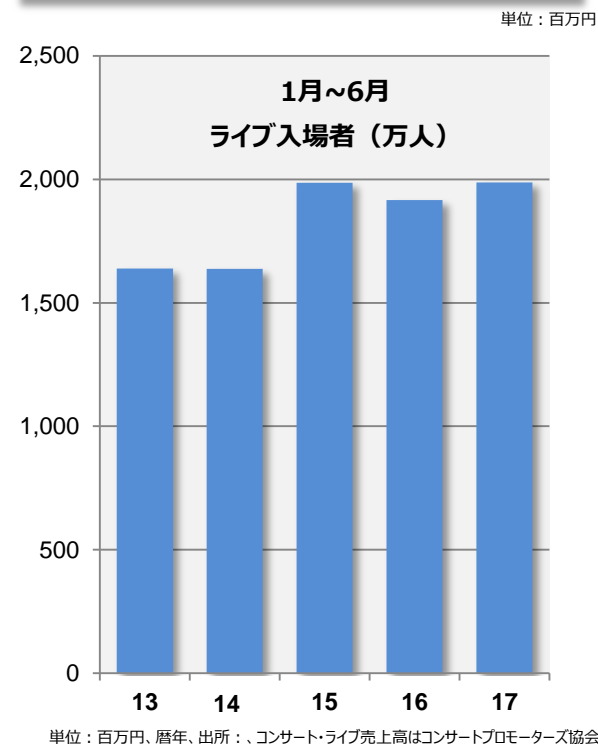
ライブ売上額
1,297億円
(前年比 115.7%)



ライブ公演数
13,767本
(前年比 102.3%)



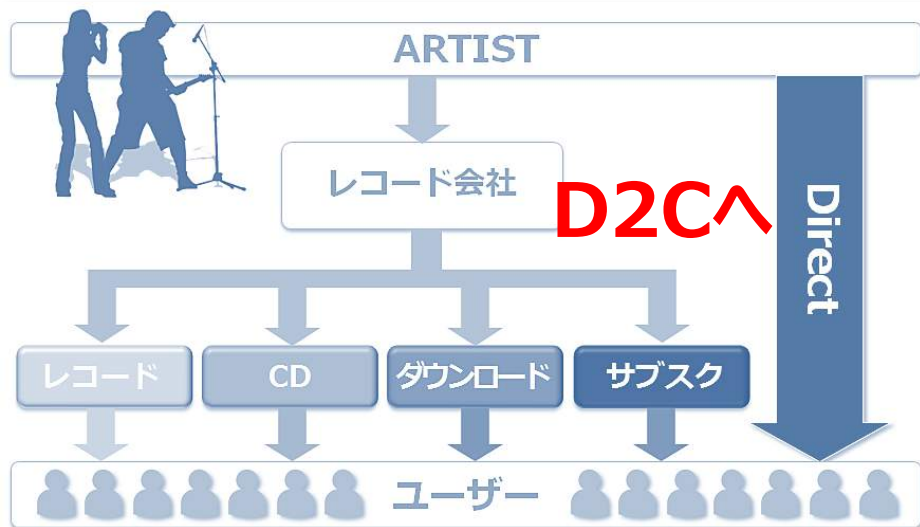
ライブ入場者数
1,987万人
(前年比 103.7%)



2016年は、大阪城ホール、横浜アリーナ、さいたまスーパーアリーナの改修に伴う閉鎖のため、売上・公演数等に影響。

将来の音楽ビジネスモデル

Artist・Userの双方向の多機能Platform



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。



従来： CD・ダウンロード・定額配信もレコード会社が介在。
将来： 情報通信技術の発展。Artistがユーザーに直接、リーチ

Direct to Consumer

パッケージ型ビジネスと併存しつつ、将来を見据えたビジネスへ転換

- Fans'： Artistに必要な機能を提供するPlatform
アーティストとユーザを直接的につなぐ仕組み
アーティストサイト、CD、アーティストグッズの販売、ファンクラブ運営、ソーシャル連携、ライブ情報・Eチケット販売、カード型音楽配信
- 従来の4マスからプロモーションも変容
TV・ラジオ・雑誌・新聞のマスメディア から
SNSなど共感型プロモーション重視へ
- マネジメントビジネス
ハイリスク・ハイリターンを修正
Platform上で一定のファンがついたArtistと契約
- レコード（記録）・キュレーションの重視
著作権管理、著作権活用
嗜好の多様化、細分化⇒レコメンド重視
- 体験型ビジネス（コト消費）
コンサート、イベントの企画

フェイス・グループ事業



コア・コンピタンスである“音”を柱に、社会にとって価値ある市場・文化の創造を目的とした各種ソリューション、サービスを提供しています。

	コンテンツ配信事業	D2Cソリューション事業	メディア事業
コンテンツ事業	<ul style="list-style-type: none"> • GIGA • Indiesmusic.com • VIDEO Clipper • Rightsscale • JOYSOUND * 	<ul style="list-style-type: none"> • Fans'® • ARTIST CROWD® • Fans' Music • with9® • PRO Match® • CLOUD CASTING 	<ul style="list-style-type: none"> • OKMusic®  <ul style="list-style-type: none"> • BARKS 

店舗ソリューション事業	<ul style="list-style-type: none"> • Fans' Shop 店内BGM、ポイントサービス、キャスティング 福利厚生向けリゾート紹介サービス、 光ボックス+サービス、Fans' Business サービス
-------------	--



レーベル事業	<ul style="list-style-type: none"> • アーティストマネジメント • 音源制作、宣伝販売 • 著作権管理
--------	--



※記載のサービス名は、各社および各団体の商標または登録商標です 運営会社 / * 株式会社エクシング

「アーティスト」の活動をフルサポートするサービスを展開





等々

コンテンツ事業 ~アーティストとファンをより強固に繋ぐ~

ファン・マーケティング活動に最適な機能をすべて提供



Fans'



アーティスト活動・プロモーション手法が多様化

セルフブランディング、セルフマーケティングを
可能にするプラットフォーム

- ・音楽プレイヤーアプリ「Fans'Player」をリリース
CDを購入したユーザーがデータ取り込みなしにスマホで簡単に収録曲を視聴できる“パスコード発行機能”を提供
- ・ファンに直接ミュージックサブスクリプションを提供できるApp連携サービスを5月より提供開始

初期費用・基本利用料

Free



ファンクラブ・グッズ販売

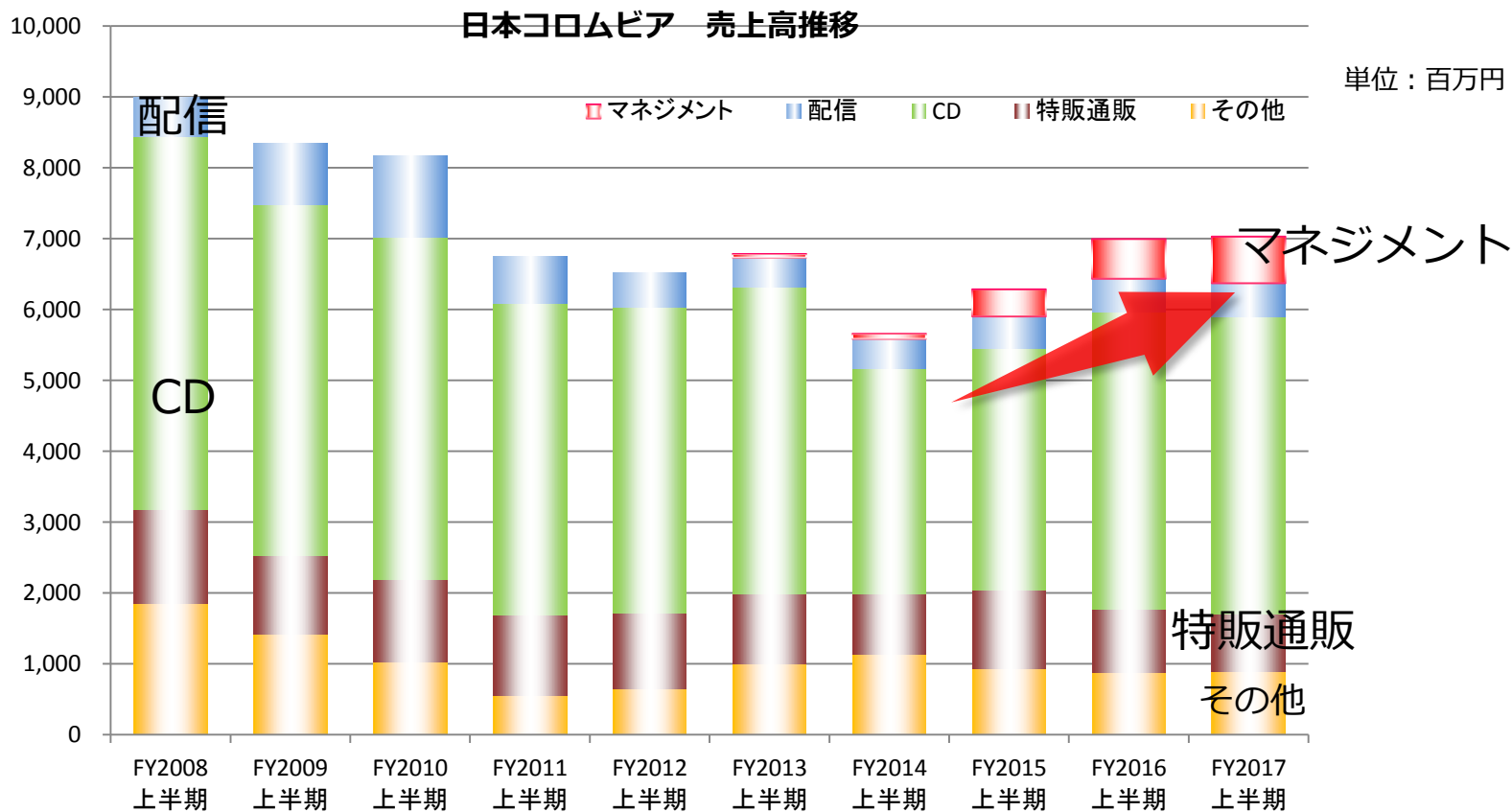
課金額に対して
レベニューシェア

レーベル事業

2017年8月日本コロムビアを完全子会社化



マネジメント事業の成長は続いており、 コロムビアの売上の約10%までを占めるまでに成長



ポイント事業

Fans' Shop へブランドを一本化し、お店のファン作りをサポート



- ✓ 集客からファンの育成まで一気通貫でご提案
- ✓ 快適な店舗の演出で居心地よい環境をご提供
- ✓ 売上アップの様々な店舗ソリューション

ハウスポイントによる顧客囲い込み、ファンの育成を筆頭に、店舗運営に欠かせない様々なソリューションサービスをワンストップでご提供いたします。

01

集客施策

CASE.



業種や業態に合わせた最適な集客施策をご提案します。イベントから閑散期の集客まで幅広くご相談頂けます。

02

お客様情報分析

CASE.



お客様の属性やニーズを分析、店舗の課題を洗い出すことで、改善のご提案を致します。

03

お客様のリピーター化

CASE.



来店頻度や利用額に応じて割引率変更・ボーナス付与等の、再来店につながるご提案を致します。

04

店内環境快適化

CASE.



お客様のニーズに合わせて快適な空間を演出、また来たくなるお店作りをご提案いたします。

業界再編と今後の投資

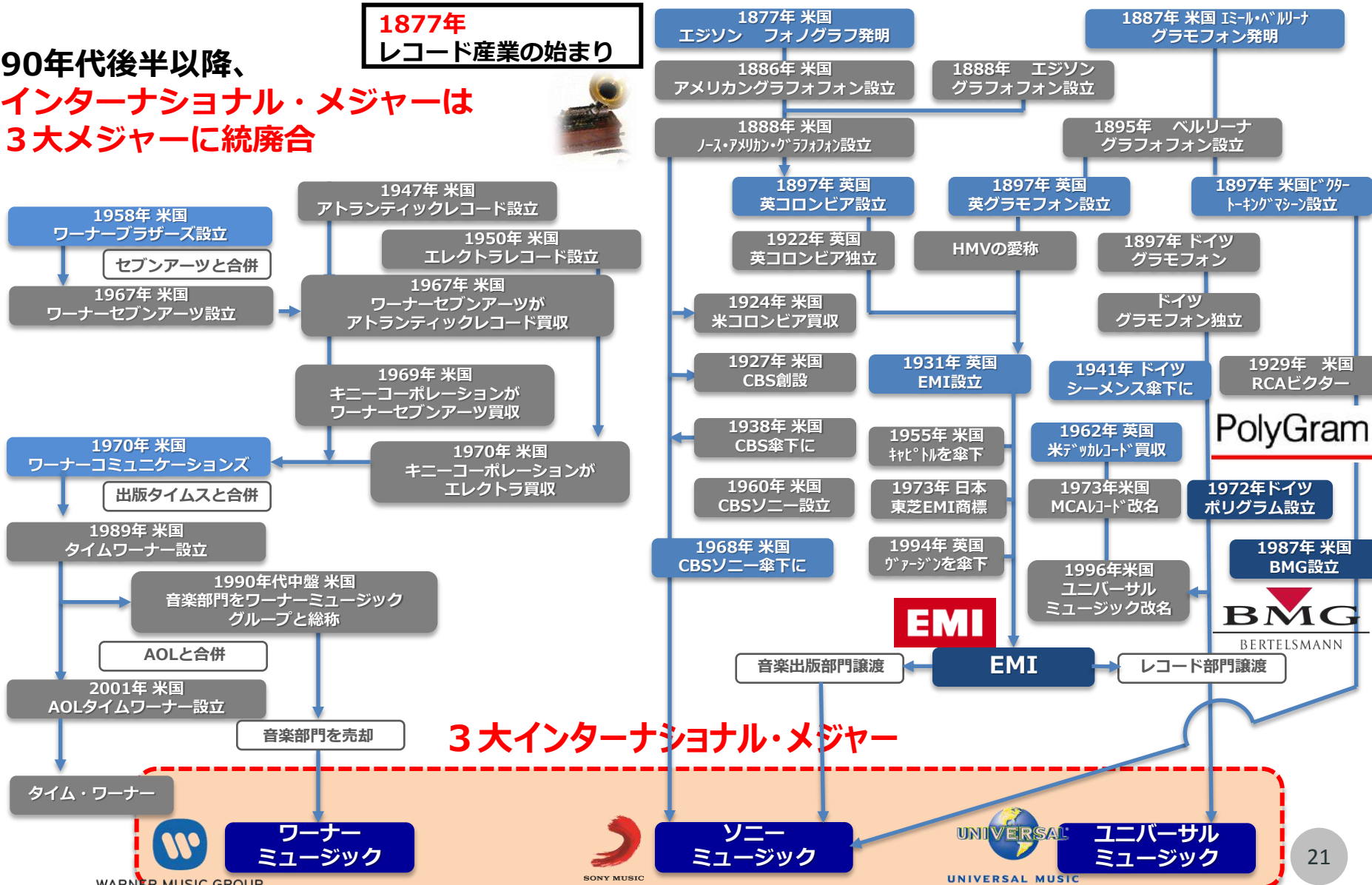
世界的には、音楽業界の再編・統廃合が進展

フィジカル減少・配信へ移行が日本より先行。再編が進む



90年代後半以降、 インターナショナル・メジャーは 3大メジャーに統廃合

1877年
レコード産業の始まり



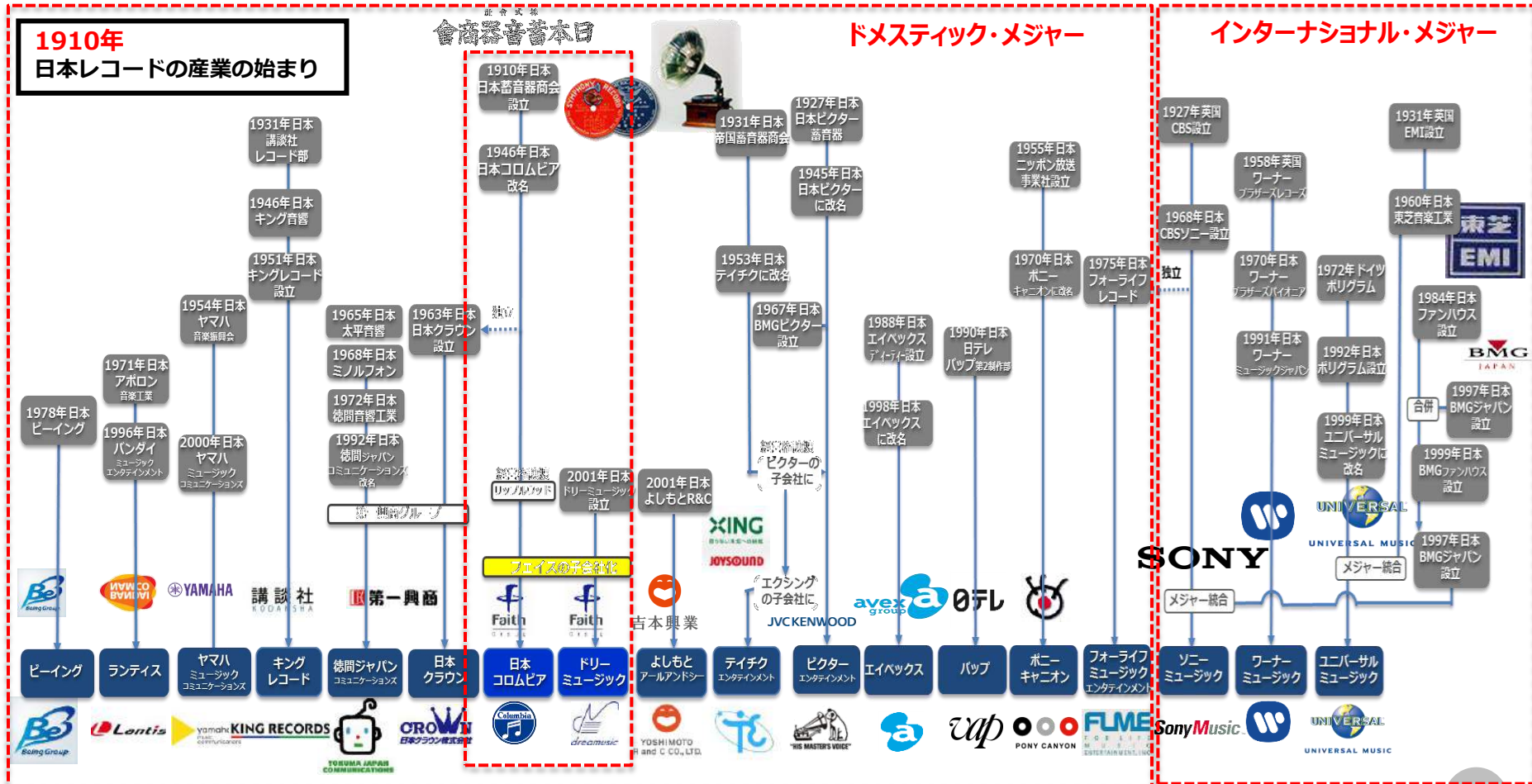
日本のメジャーレコード会社

日本レコード協会 正会員18社、準会員20社、賛助会員22社



インターナショナルメジャー統合による合併
はあるものの、日本のレコード会社の再編・
統廃合は進まず

- 世界メジャーの統廃合による合併
- 電機メーカーは傘下のレコード会社を売却
松下：ビクター、東芝：EMI、日立：日本コロムビアの売却
- フェイスによる日本コロムビア、ドリーミュージックの子会社化
- 第一興商によるクラウンの買収。エクシングによるテイチクの買収



新ビジネスモデルのための積極投資

制作・流通・メディアに亘るビジネスモデルの確立

音楽事業の新ビジネスモデル確立のため、積極的な投資を継続的に実施
・音楽業界再編、新規領域への投資、海外展開など



新規事業の状況

BIJIN&Co.(株)との資本業務提携



Cloudcastingサービスへの参入



会社概要

会社名 : BIJIN&Co.株式会社
設立 : 2010年2月
代表取締役 : 田中 慎也

主な事業 : インターネットメディア事業、インターネットサービス企画、開発等に関する事業
デジタルコンテンツの企画、制作、配信等に関する事業
広告、宣伝、販売促進、リサーチならびに代理業



NTT西日本との共同開発の光BOX+

- 光BOX+ : サイネージと防犯カメラを搭載した総合ソリューションとして圧倒的なコストメリットを出せる商品として営業を展開中
- NTT西日本コールセンターからの個店開拓、NTTの直接紹介による地場チェーン店舗開拓（九州、関西地域）

Fans' Shop BGM by FaRao PRO



アプリ版の展開を実施

- アプリタイプの「Fans' Shop BGM by FaRao PRO」 2017年11月より稼働
- 様々な端末での利用が可能のため、より柔軟なサービス提供が可能

海外展開 フランス・インドネシア



Faith France, SAS

フランス・アンジェに設立。2016年6月より営業開始
アンジェ: IT推進都市“French Tech”に選定、IT化推進

当社はアンジェ市と連携
市役所、ホール等の市営施設にFaRao PRO導入
アンジェ市開催のWEFにおいてサウンドデザインを実施
公共施設に加え、順次フランス国内の飲食店、
ファッションブランドなどにBGM提供



PT. Faith Neo Indonesia

インドネシア・東南アジアでの音楽サービス提供を目指し
ジャカルタ首都特別州に現地法人を設立
BGMを核とした店舗ソリューションサービスFaRao PRO事業を
開始しプラットフォーム展開を推進

- ・インドネシア国内大手財閥系ホテルチェーンへのグループへの一括導入に成功
- ・ショッピングモール、飲食チェーンへの導入も積極的に営業中



