

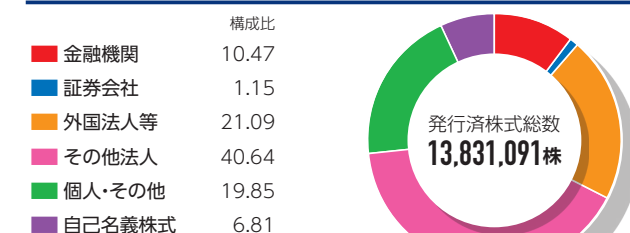
SHAREHOLDERS INFORMATION / SHAREHOLDERS MEMO

株式状況	(2021年9月30日現在)
発行可能株式総数	19,900,000株
発行済株式総数	13,831,091株
株主数	11,650名

大株主(上位10名)	(2021年9月30日現在)	
株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
平澤 創	4,816,338	37.36
RMB JAPAN OPPORTUNITIES FUND, LP.	1,480,810	11.48
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	740,200	5.74
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	438,800	3.40
NOMURA PB NOMINEES TK1 LIMITED	430,060	3.33
株式会社第一興商	367,363	2.85
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	272,926	2.11
吉本興業ホールディングス株式会社	206,870	1.60
NPBN-SHOKORO LIMITED	171,840	1.33
TK1 LTD	138,400	1.07

※当社は自己株式を941,349株所有しておりますが、上記大株主から除いております。
 ※持株比率は自己株式(941,349株)を控除して計算しています。
 ※持株比率は表示単位未満の端数を切り捨てて表示しています。

所有者別分布状況(%)



※発行済株式総数 13,831,091株の構成比率です。
 ※構成比の表示単位未満の端数は、四捨五入して表示しています。


株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月開催
単元株式数	100株

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関
 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所
 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

郵便物送付先
 〒168-0063
 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部

電話照会先
 0120-782-031

電子公告
<https://www.faiith.co.jp/ir/koukoku/>
 ただし、電子公告による公告をすることができない事故その他のやむを得ない事由が生じた場合には、日本経済新聞に掲載して行います。

お知らせ

- 証券会社に口座を開設されている株主様は、住所変更等のお届出およびご照会には、口座のある証券会社宛にお願いいたします。証券会社に口座を開設されていない株主様は、上記の電話照会先にご連絡ください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三井住友信託銀行株式会社が口座管理機関となっておりますので、上記特別口座の口座管理機関にお問合わせください。
 なお、三井住友信託銀行株式会社各支店にてもお取次ぎいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三井住友信託銀行株式会社の本支店でお支払いいたします。
- 配当金の口座振込をご指定の株主様と同様に、「配当金領収証」により配当金をお受け取りになれる株主様宛にも「配当金計算書」を同封いたしております。配当金をお受け取りになった後の配当金額のご確認や確定申告の添付書類としてご利用いただけます。(株式数比例配分方式を選択された場合の配当金のお振込先につきましては、お取引先の口座管理機関(証券会社等)へお問合わせください。)

免責事項

本報告書に記載されている将来に関する予想については、現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。実際の業績は、様々な要因の変化により、異なる場合があることをご承知おきください。
 本報告書に記載している会社名および製品名は、各社の商標または登録商標です。



ウェブサイトのご案内

フェイス・グループ各社のサービスや注目のコンテンツ情報、最新トピックス等を掲載しています。

<https://www.faiith.co.jp/>



「Thumva®」公式ウェブサイトのご案内

オンライングループ視聴が可能な新感覚ライブ配信サービス「Thumva®」(サムバ)の情報を掲載しています。

<https://thumva.com/>



お問合わせ先
 〒604-8171
 京都市中京区烏丸通御池下る虎屋町
 566-1 井門明治安田生命ビル
<https://www.faiith.co.jp/>
TEL. 075-213-3933
FAX. 075-213-3833



Semi Annual Report

2021.4.1 - 2021.9.30

株式会社フェイス | 第30期上半期 営業のご報告

選択の意識と社会の変容が
コミュニケーションのあり方を変える

コロナ禍による行動制限が継続する中で、リモート活用が浸透し、「転勤」や「単身赴任」の廃止が大企業から言及されるようになるなど、ようやく本当の意味での働き方改革が社会全体で動き始めたと思えます。決まった時間に来て、決まった時間にランチに行き、決まった時間に帰る、そうした個々人の作業の集中時間や進捗を無視した、統制的な働き方の時代は終わりつつあるのではないかと感じています。

一方で、どれだけリモートで提供されることが豊富になっても、すべて解決するわけではありません。これまで以上に「人と会う」「人と集う」ことが貴重になる中で、中途半端に薄利多売な消費を数多く体験する意向は影を潜め、その時々を豊かに満たすラグジュアリーな「特別な体験」を志向する意識も高まった気がしています。つまり、仕事に対する価値

観、人や物事との接し方、機会や道具の使い分けなど、これまで何年もかかってきた、選択的に行動を区別する意識の変化がこの1-2年で明らかに加速しており、今後さらにコミュニケーションの仕方に変化が見られるようになってくるのではないかと感じています。

未来のエンタテインメント創造に向け
醸成され始めた次代の「空気」

エンタテインメントの世界では、「リアルに集うことの特別感」が味わえるライブへの希求はますます高まるとの確信

があります。100年前のスペイン風邪のパンデミック時にはレコードが普及し、今回はライブ配信サービスが広がりました。とはいえ、レコードやライブ配信はライブの置き換えになるものではなく、むしろリアルな機会への動機づけを生む、その力、価値に注視すべきです。

コンテンツ流通という視点から見れば、今後は「ブティック化」が進むと見えています。ファッションの世界でも、商店街の個人専門店からスタートし、薄利多売的な大型スーパー、何でも揃う総合的な百貨店が重用された時代を経て、個性や特徴を放つ専門店へのブティック化が

進み、金融や資産管理の世界でも同様の流れが起こりました。

また、新しいコミュニケーションツールの台頭もあり発信者がますます多様となる中で、受け手の視点からは、何でも見聞きできる価値より、無意識ながらも自分が求めるセンスやクオリティにリーチできるメディアとしてのキュレーション力に価値を見出す流れも顕著です。それは「どこかの誰か」の個性ではなく、自分につながりたい「その人」の個性に触れたいという意識の顕れであり、それはまさに「D2C×キュレーション」の本質的価値が示すことに他なりません。



代表取締役社長

平澤 創

時流の先に見え始めた
「ないもの」の創造へ
つながりのクオリティを意識した挑戦を加速

本来、キュレーターは、絵画をはじめとする美術の世界から始まりました。ワインのエキスパートであるソムリエが料理とワインのペアリングをすることもキュレーションの1つです。つまり、キュレーションとは、エキスパートが自らを軸とした価値判断で、収集した情報を分類し、クオリティを極めてつなぎ合わせ、新しい価値を持たせて共有する力だと言えます。

ブランドやセレクトショップは、その判断にブレない軸があるからこそ、そこに信頼が生まれ、価値となります。エンタテインメントの世界も同様に、ブティック化された個性をキュレーションして発信する、そこで配信されるコンテンツは、自分にとってすべてが面白い価値があると感じられる、そうした本物のキュレーション力を持ったメディアの存在が求められるようになると思います。

インターフェースがリアルでもオンラインでも、その先につながりたい「人」がいると感じられることが大事であり、そこにリーチしたいという原動力をいかに喚起させるか、そこにエキスパートのキュレーション力が発揮されるべきです。

もちろん創作活動や発信できる場は広がった方がいいことに疑う余地はありません。さまざまな意味合いで体系的に整理されてくると、次なるメディア、次なるコンテンツが数多く芽吹き、大きい潮流を作っていくことになるはず

時流の先にある想いを形づくる
新たな取り組みに挑戦し続ける

今回、ライブ配信プラットフォームサービス「Thumva® (サムバ)」から派生させた、オンライン店舗運営サービス「Thumva BIZ (サムバビズ)」をリリースしました。コロナ禍を経て、店舗運営の在り方が変化していく中、時間的・空間的な制約を超えた新しい店舗の形、接客体験を提供するサービスとして、業務提携を発表した株式会社日本旅行の公式サイトの新サービス「オンライン旅行相談」ほか、すでに活用数が拡大しています。

従前のアウトバウンドセールスが極端に難しくなった一方で、お客様相談センターやインバウンドセールスの窓口、あるいはIRや広報、採用説明会といった能動的にコミュニケーションを求める行動はなくなることはなく、オンライン活用への慣れとともに、注目が高まるサービスになるのではないかと見ています。

また9月には、ドリーミュージックを完全子会社化しました。レーベルの独自性は担保しつつ、バックヤード業務の共通化・共有化を加速させ、経営の効率化を図ることが最大の狙いです。

危機をプラスに転じる強さと
生まれた変化を原動力に
未来創造に邁進する

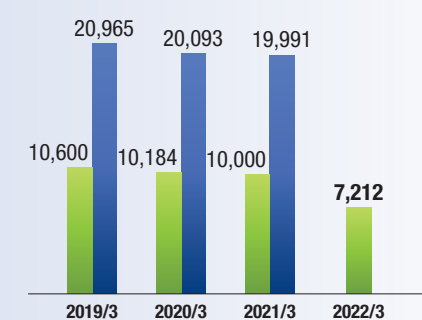
未来のエンタテインメントの創造に向け、次代の「空気」が醸成されつつある中、変わらず粛々々と、できるだけ多くかつ深く、新たな取り組みに挑戦し続けることが、フェイス・グループのミッションであると改めて認識しています。

さまざまな挑戦を加速させるタイミングにある今、若い世代の育成、さらには次世代を担う人材へのアプローチを一層実りあるものとする工夫の必要性も感じています。また、フェイス・グループという1つの可能性の中だけで探求していく選択をしては、網羅できる領域が狭くなってしまふことから、近年は若い発想を重視したコラボレーションをはじめ、シナジーを意識したベンチャー投資の動きも積極化させています。

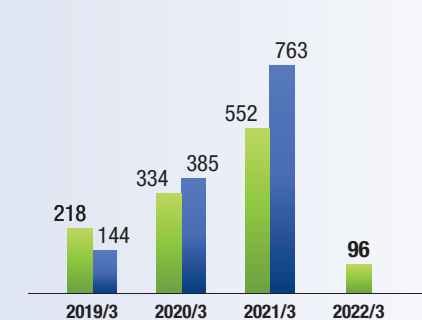
今回のパンデミックにより、人間は状況に応じて強くなるということを改めて感じました。ここで起きた変化は、事業をプラスに変えていく原動力となっており、今後さらにあらゆる面でプラスに昂じる可能性が広がっております。その波が形となって具体的に立ち上がり始めるタイミングによいよ差し掛かったとの感触も得て、次代を創り上げる意識もさらに高まっており、さらなる挑戦を加速させていきます。株主の皆様におかれましては引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

連結財務ハイライト

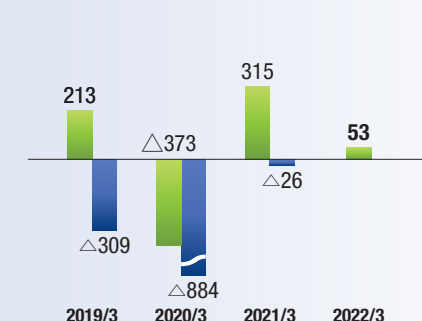
連結売上高 (単位:百万円)



連結営業利益 (単位:百万円)



親会社株主に帰属する
四半期(当期)純利益 (単位:百万円)





ライブ配信サービス「Thumva®」が 総公演数280回、登録者数15万人を突破

2020年6月に開始したライブ配信プラットフォームサービス「Thumva®(サムバ)」が総公演数280回、登録者数15万人(2021年9月現在)を突破いたしました。当社が培ってきた技術と経験を活かし、高品質で安定した配信やグループ視聴など、オンラインライブのための特別な機能を提供。「Thumva Greet」や、ミュージックラウンジ「PLUSTOKYO」、音楽専門メディア「BARKS」「OKMusic」などグループ各社とも連携し、今後も多様なラインナップのライブ配信を予定しております。

新たなサービスを追加

詳しくはこちらから▶



Thumva BIZ

Web上にオンライン店舗を開設し、実店舗と変わらない接客環境の提供を可能にする「Thumva BIZ(サムバビズ)」を、2021年7月にリリースいたしました。Web上での問い合わせや相談を希望する顧客に対し、1クリックで商談が開始できる

対面接客業種に特化したオンライン商談サービスです。各種SNSやバナーから直接見込み客を誘引し、商談を開始いただけます。



おもな機能

- ✔ 1クリックで来店できるオンライン店舗
- ✔ SNSからの直接集客
- ✔ 3種類の相談受付(即時相談・時間予約・指名予約)
- ✔ スタッフ稼働を最適化する通知機能

「Thumva BIZ」で オンライン接客を実現!

01 お客様エントランスを 自由にカスタマイズ

業種や業態に合わせ、お客様エントランス(相談窓口)を自由にカスタマイズいただけます。

02 顧客の入室に応じた 呼び出し機能

顧客のエントランス入室でPC及びスマホにアラートが届くので、通常業務を行いながら対応が可能です。

03 SNSやチラシ・カタログから 直接集客・商談が可能

公式サイトへの誘導や招待コードを発行する必要がなく、SNSや外部サイトから1クリックで見込み顧客を誘導し、対面クロージングすることができます。

TOPIC

日本旅行と業務提携 新たなサービスの共創を目指す

株式会社日本旅行と、当社が提供するサービスの営業販売に関する業務提携に合意いたしました。2021年9月から開始された日本旅行の新サービス「オンライン旅行相談」は、「Thumva BIZ(サムバビズ)」を活用したオンラインでシームレスに旅行相談ができるサービスです。今後も産官学に対して「リアル」と「オンライン」を融合したパッケージの共創を目指し、新たな価値の創造を実現してまいります。



きゃりー ぱみゅぱみゅ

「やりすぎぐらいがちょうどいい」を
常に意識しながら、これからも挑戦を

10周年は「振り返る」だけではなく「突き進む」
——インパクトのあるデビューから10年を迎えました。今の率直な気持ちを教えてください。

デビュー当時18歳だった私がもう28歳。「早いわ!」という衝撃があります。大人になっている部分はもちろんあると思いますが、気持ちは高校卒業時のままかもしれません。アーティストデビュー時は「私でいいんですか!?!」そんなラッキーなことあるんですか?という感じでしたから、現在の状況がいまだに信じられないところもあります。——2021年1月に新レーベル「KRK LAB」を立ち上げました。このネーミングにはどんな思いが?

Kは「きゃりーぱみゅぱみゅ」と本名に共通する頭文字で、その間にあるRは「リバーシブル」を意味しています。アーティスト活動は「きゃりーぱみゅぱみゅ」として取り組んでいますが「KRK LAB」として行っているプロデュース業はありのままの自分で挑戦したいとも思っていて、素の自分らしさも出していければと思って決めました。

——8月に配信リリースしたシングル「原点回避」のMVは、大きなリボンに追われるストーリーが印象的でした。

10周年という節目は、これまでを振り返り自分の原点を見つめ直すのにはいい機会。でもそれだけでは終わらず、前に突き進むきっかけにもしたいというイメージが私の中にあって。それをプロデューサーの中田ヤスタカさんに伝えたとこ、「じゃあ原点「回帰」ではなく、「回避」でいこう」と。MVもそれをイメージしてもらっています。私の原点といえば、頭につけた大きなリボン。実は8年くらいリボンはつけていないのですが、そのイメージで覚えてもらっていることがやっぱり多いんです。それを打ち合わせで監督に伝えたとこ、私が巨大なリボンに追いかけて、でも最後は振り切り「回避」するストーリーを提案してくださったんです。

新作はコロナ禍でのライブも想定しながら制作

——10月には「KRK LAB」からの初となるアルバム『キャンディーレーサー』を発売。2022年1月からはアルバムを携えての「きゃりーぱみゅぱみゅ 10th ANNIVERSARY JAPAN TOUR 2022」が予定されています。

『キャンディーレーサー』の制作では、自分から「雰囲気を変えたい」と中田さんにリクエストしました。それで2、3曲目にダンスチューンの曲が入ることになり、これまでとは違う印象の作品に仕上がったと思います。

またコロナ禍では、ライブに来てくださった方が思うように声を出せないの、これまでと同じように盛り上がるのは難しいだろうとも考えました。それで、10曲目の『夏色フラワー』のようなじっくり聴いてもらえる曲が収録されたのですが、私のなかでは新しい挑戦になりましたね。

ツアーは、今の状況でどのようなエンタテインメントができるのかを日々考えながらプランを練っていますが、

初めてディズニーランドに行ったときに感じた、こんなに楽しい場所があるんだという驚きや、帰りたくなるような感覚を味わってもらえるライブにしたいですね。大変なことも多い毎日ですが、ライブに来てくれたその日は心から楽しんでいただけるように感染対策をしっかりして、最高のライブができるよう準備しています。

——コロナ禍では、活動に多くの制限があったかと思えます。どんなことを考えていましたか?

ライブ活動が全くできなかったの、ファンの方と会えない日々が続く孤独を感じたこともありました。「私のことを忘れてしまうんじゃないか……」と落ち込んだこともあります。でもその分、来年からのツアーでファンの方に会えるのが、今から本当に待ち遠しいんです。

——年々活動の幅をひろげている印象があります。まさに今、関心があることがあれば教えてください。

マンションやインテリアに興味があり、見て回ったりしています。素敵な物件はたくさんあるのですが、どれも「ここが惜しい!」というところがあるんですよね。だから、「自分の中で完全に納得のいくデザイナーズマンションを建ててみたい!」なんて思っています。

——最後に株主の皆様へのメッセージをお願いします。

今年はレーベルの立ち上げ、約3年ぶりのアルバムの発表。来年はツアーと前向きに活動できています。自分のテーマの「やりすぎぐらいがちょうどいい」という言葉とともに挑戦を続けます。応援よろしく願いいたします。



通常盤



初回限定盤

「キャンディーレーサー」

2021年10月27日発売
【CD(初回限定盤)】¥4,180(税込)【CD】¥3,300(税込)
メジャーデビュー10周年を迎えたきゃりーぱみゅぱみゅの3年ぶりとなる5thフルアルバム。プロデュースは中田ヤスタカ。全11曲のカラフルなトラックが詰め込まれ、様々なきゃりーぱみゅぱみゅを楽しめる「キャンディーアソート」のような作品となっている。

PROFILE 高校を卒業した2011年の夏にメジャーデビュー。2012年5月リリースの1stフルアルバム「ぱみゅぱみゅレボリューション」がヒットしNHK紅白歌合戦に出場。その後、アーティスト活動とファッション面での活動を掛け合わせた「HARAJUKU」のアイコンとして全世界から注目を集める存在となる。2021年、世界中を巻き込んだ新たな企みの発信地として新レーベル「KRK LAB」を発足。様々な活動に取り組んでいる。

第29期定時株主総会を 竣工後初の新南青山オフィスにて開催



2021年6月25日に、当社第29期定時株主総会を東京・南青山オフィスにて開催いたしました。新型コロナウイルス感染症拡大の状況を受け、今年4月の竣工後初となる新オフィス2階の特設会場エリアでの開催となりました。当エリアは、“アクティブフロア「集うエリア」”をコンセプトとし、従業員の目的に沿ったワークスペースとして活用しています。多くの株主様のご協力とご理解により質疑および採決を行い、無事すべての議案が可決し終了いたしました。ライブ配信での視聴、書面またはインターネットによる事前の議決権行使などにご協力を賜り感謝申し上げます。今後も、当社ならではの株主総会を目指してまいります。

12月に依田巽氏が レーベル事業の 統括最高顧問に就任



2021年12月に、音楽業界、映画業界に永年にわたり、革新的かつ多大なる貢献をし続けている依田巽氏（ギャガ株式会社代表取締役社長CEO、株式会社ティーワイ リミテッド代表取締役会長）を当社レーベル統括最高顧問に迎え入れました。今後も、2021年9月に完全子会社化した株式会社ドリーミュージック取締役最高顧問として引き続きご尽力いただくとともに、当社グループ内におけるレーベル事業の一層の強化に寄与していただきます。

NEW RELEASE 新作紹介

ゴダイゴがデビュー45周年記念アルバムをリリース

ゴダイゴがデビュー45周年を記念し、『西遊記』を新たにデジタルミックスした『西遊記～シン・ミックス～』をリリース。CD2枚（シン・ミックス盤、1978年オリジナル盤）に加えて、1979年に豪雨の中開催された日比谷野外音楽堂での伝説のライブより7曲のライブ映像を完全収録したDVDの豪華3枚組です。

ゴダイゴ『西遊記～シン・ミックス～』
2021年11月24日発売／【UHQCD（2枚）+DVD】6,600円（税込）



人気絶頂の中での解散から8年、ファンモン再始動！

2013年人気絶頂の中での解散ライブから8年。TBS「音楽の日」をきっかけにファンキー加藤とモン吉の2人でFUNKY MONKEY BABY'Sと表記を改めて再始動したファンモンのニューシングル。“頑張り”の言葉を伝えにくい今の世の中に、ど直球のタイトルから溢れる渾身の“応援歌”に仕上がっています。

FUNKY MONKEY BABY'S [エール]
2021年9月22日発売／【CD】1,100円（税込）



トップチェリスト宮田大がピアノを奏でる

日本人初のロストロポーヴィチ国際チェロコンクール優勝。2021年にはOPUS KLASSIK賞を受賞するなど、国際的な評価を高めるチェリスト・宮田大が、山中淳史、ウェールズ弦楽四重奏団、三浦一馬らを迎えて作曲家ピアソラの作品を収録。唯一無二の音色と、クラシックの固定概念を超越する説得力溢れる1枚。

宮田大 [Piazzolla]
2021年11月3日発売／【UHQCD】3,300円（税込）



「おしりたんてい」がNintendo Switchに登場

累計発行部数900万部を超える大ヒットシリーズ「おしりたんてい」が、ゲーム用オリジナルストーリーでNintendo Switchに登場。名探偵「おしりたんてい」が、カメラを活用して写真と聞き込みで謎に迫り、数々の難事件をプッと解決。多彩な迷路ゲームが楽しめるなど、ファンが喜ぶ仕掛けが満載です。

Nintendo Switch「おしりたんてい プブック みらいのめいたんていとうじょう！」
2021年11月4日発売／6,380円（税込）



© トロル・ポプラ社／おしりたんてい製作委員会
© 2021 NIPPON COLUMBIA CO., LTD.

会社概要

2021年9月30日現在

株式会社フェイス

事業内容 コンテンツ配信プラットフォームの開発
およびビジネスモデルの構築

設立 1992年10月9日

資本金 32億1,800万円

上場取引所 東証1部（証券コード4295）

従業員数 104名（連結433名）※2021年3月31日現在

取締役および監査役

代表取締役社長 平澤 創

取締役副社長 吉田 眞市

専務取締役 中西 正人

社外取締役 別所 哲也

社外取締役 正宗 エリザベス

社外取締役 水戸 重之

社外取締役 瀧口 匡

常勤監査役 長吉 晋

社外監査役 清水 章

社外監査役 菅谷 貴子

アドバイザー・ボードを構成する社外有識者

島田 精一 元日本ユニシス株式会社 代表取締役社長／株式会社お金のデザイン 社外監査役／熊澤合同事務所 顧問／株式会社ISE 最高顧問／学校法人津田塾大学 理事長／国立大学法人千葉大学 経営協議会委員・学長選考会委員／学校法人根津育英会武蔵学園 評議員／武蔵学園後援会 会長／内閣官房 産業適産に関する有識者会議 委員／公益財団法人国立劇場おきなわ運営財団 評議員／一般社団法人グローバル教育推進プロジェクト 特別顧問／公益財団法人日伊協会 会長／公益財団法人日本フィルハーモニー交響楽団 評議員／日本ヴェルディ協会 理事／

大八木 成男 帝人株式会社 相談役／一般社団法人日本経済団体連合会 常任幹事／株式会社みどり会 非常勤取締役／JFEホールディングス株式会社 社外監査役／公益財団法人日本生産性本部 理事／経団連 日タイ貿易経済委員会 委員長／KDDI株式会社 社外取締役／株式会社三菱UFJ銀行 取締役監査等委員／東京電力ホールディングス株式会社 社外取締役／

堀 裕 堀総合法律事務所 代表弁護士／日本ローエイシア友好協会 常務理事／前内閣府 公益認定等委員会 委員／みずほグループ各社 顧問弁護士／株式会社バソナグループ 特別顧問／フィデアホールディングス株式会社 社外取締役／JUKI株式会社 社外取締役／在日ロイヤル・ダッチ・シェルグループ各社 監査役／国立大学法人千葉大学 理事・副学長、経営協議会委員／サハリンLNGサービス株式会社 監査役／公益財団法人国連大学協力会 監事／公益財団法人医療系大学間共同試験実施評価機構 理事／公益財団法人渋沢栄一記念財団 理事／日本郵政グループ各社 顧問弁護士／

フェイス・グループ

コンテンツをユーザーに届けるためのあらゆる機能を有し、ワンストップサービスとしてプラットフォーム化できる企業グループです。



ジャパンミュージックネットワーク株式会社

音楽情報メディアの運営、メディアコンサルティング、国内外のイベント企画制作

※本文書に記載されている商品・サービス名は株式会社フェイスの日本またはその他の国における商標または登録商標です。