



株式会社フェイス

**FY14（2015年3月期）
通期決算説明会**

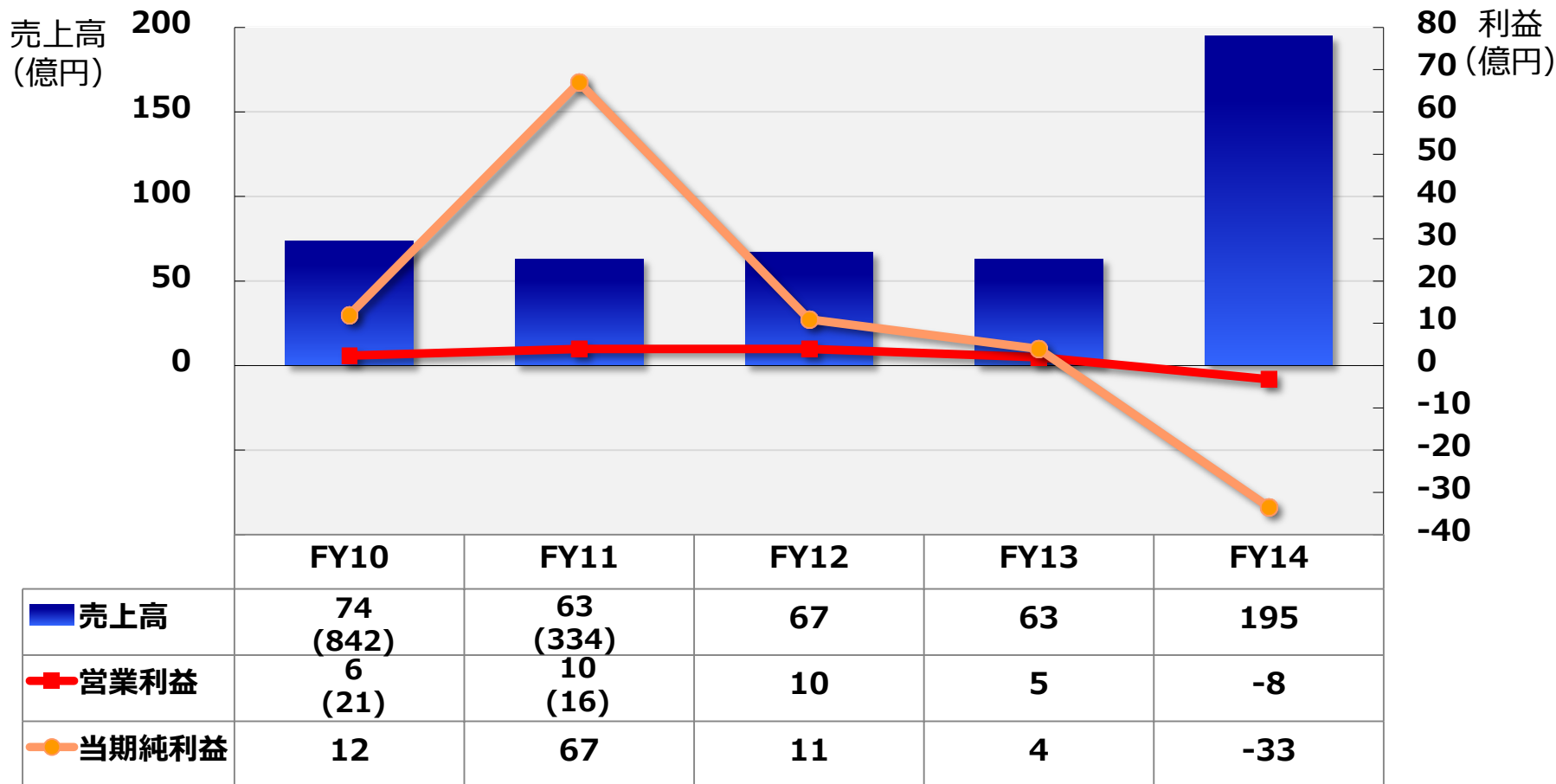
**2015年5月22日
株式会社フェイス**

2015年3月期
通期決算概要

FY14 連結業績ハイライト



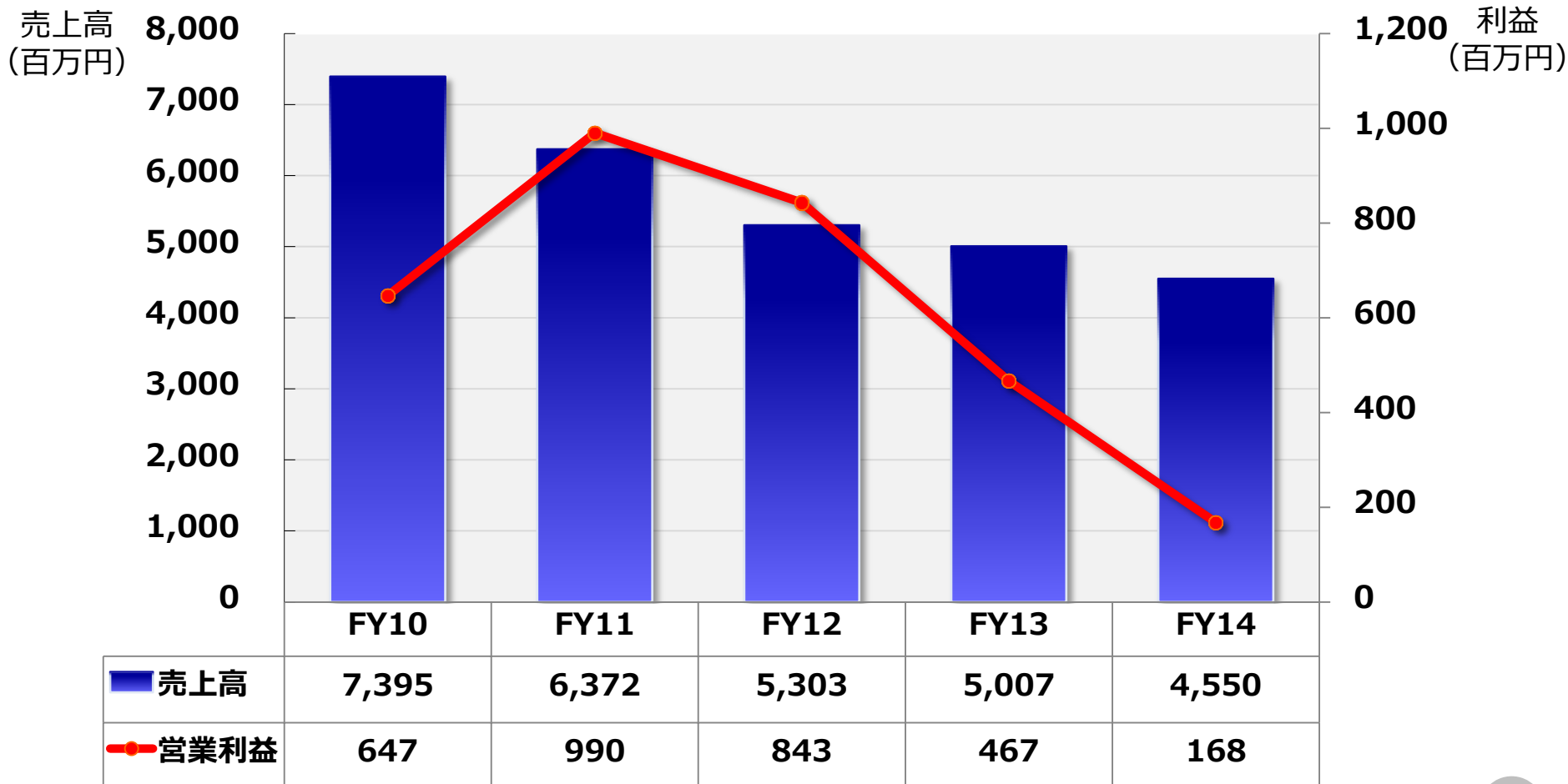
- 当期首よりコロムビア事業が加わり、売上高は195.9億円、営業損失は8.9億円。
- 日本コロムビア、オーケーライフの「のれん」の減損損失を計上し、当期純損失は33.4億円。



※グラフは、2011年7月に売却した電子マネー事業を除く業績値。
 FY10、FY11の売上高、営業利益の括弧内の数値は電子マネー事業を含む数値。

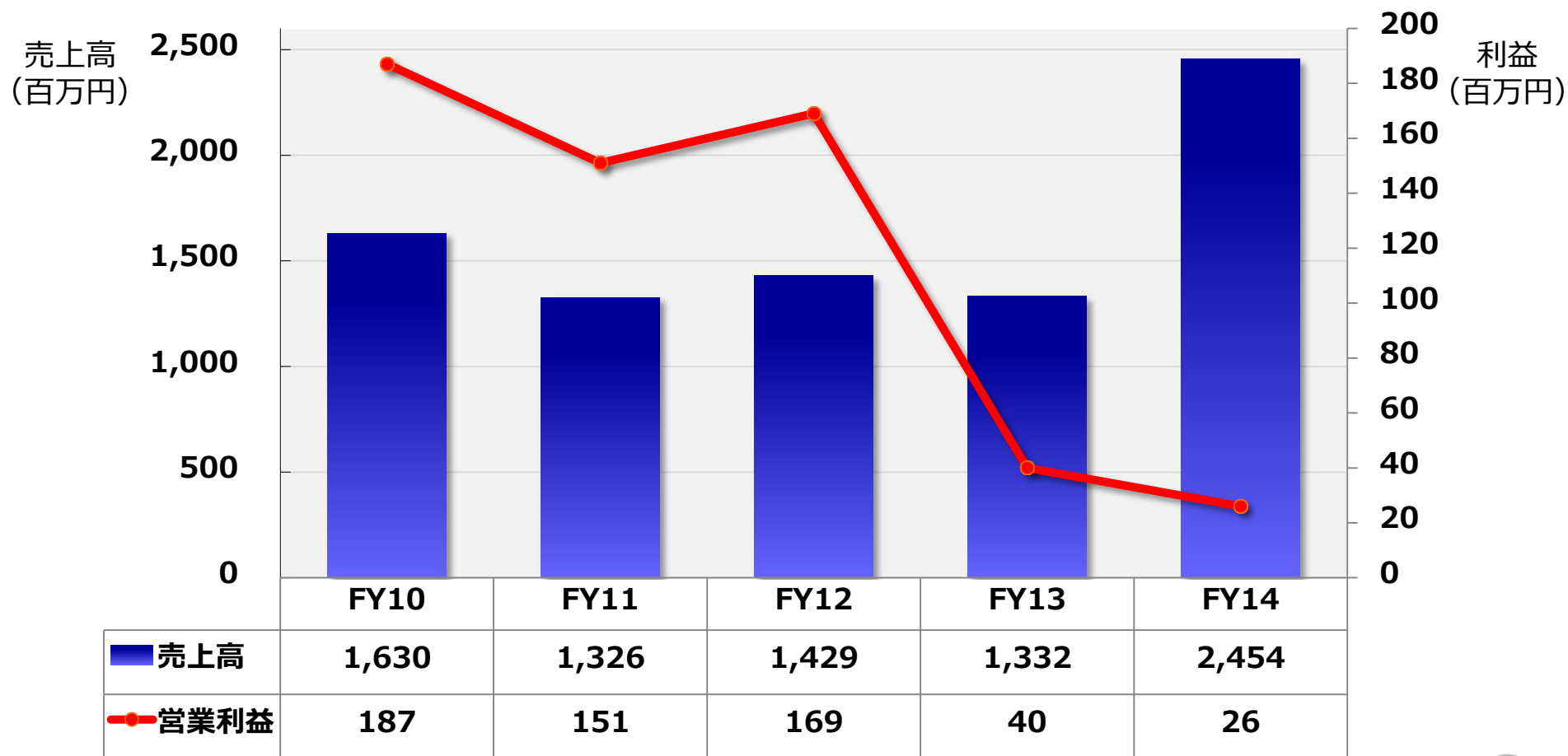
FY14 コンテンツ事業の業績

- 売上高はフィーチャーフォン向けの売上減少により前年同期比9.1%減の4,550百万円。
- 営業利益は、売上減少のほか新規サービス立ち上げに伴うコスト増などにより、前年同期比64.0%減の168百万円。



FY14 ポイント事業の業績

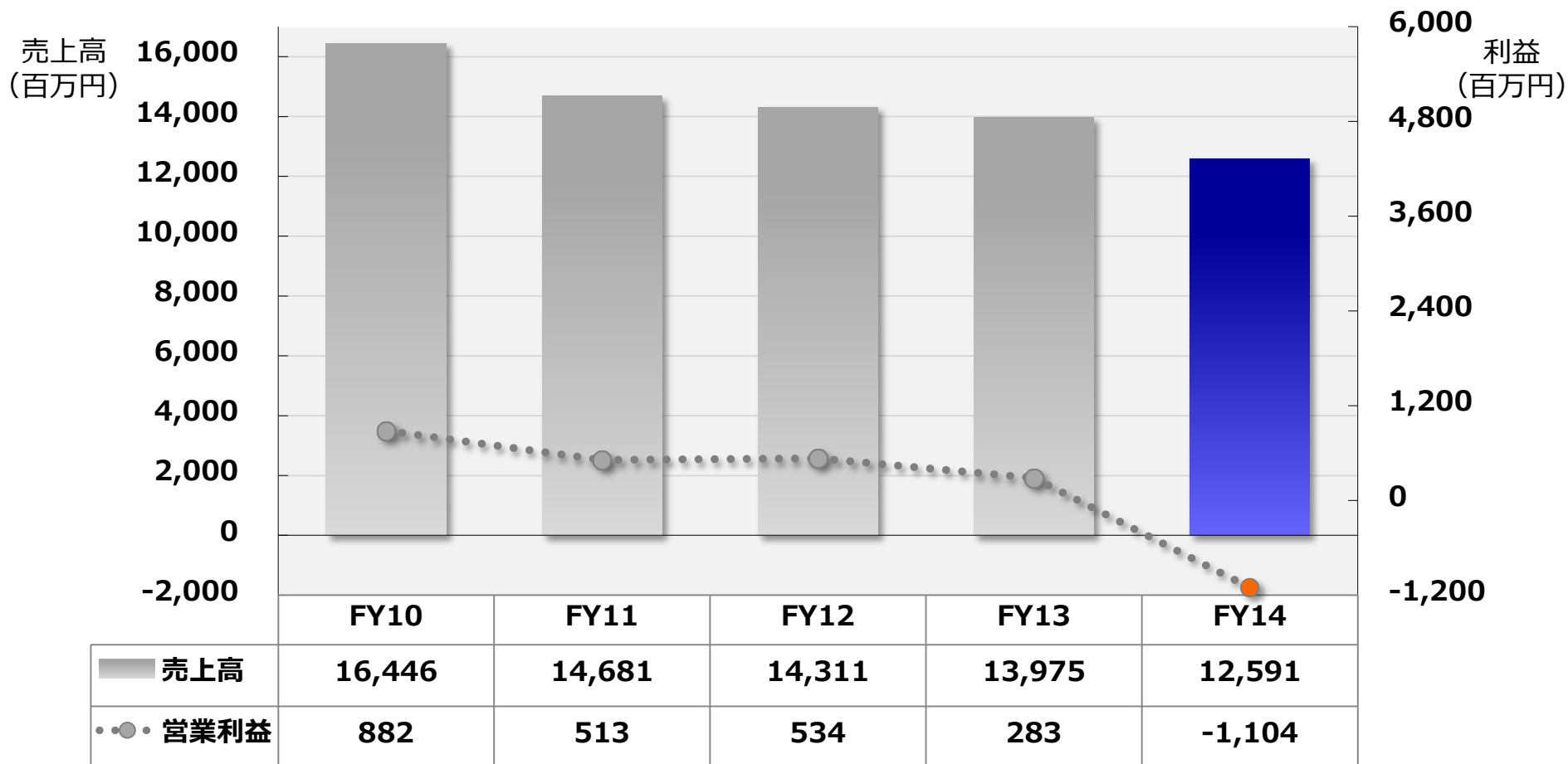
- 加盟店の新規出店、ポイントセールプロモーションの実施によるポイント発行増加を受け、売上高は前年同期比84.2%増の2,454百万円。
- 営業利益は旧ポイント回収による利益率の低下を受け、前年同期比35.6%減の26百万円。



※グッディポイントの決算期変更により、FY14は13か月分の売上高、営業利益を計上。

FY14 コロムビア事業の業績

- 音楽市場規模の縮小による、音楽CD・配信の売上減少により売上高は12,591百万円。
- 利益率の高い旧譜の売上や過去音源の使用にかかる取引の減少が利益水準を押し下げ、営業損失は1,104百万円。



※FY10～FY13は、比較のため、日本コロムビアの業績を記載。

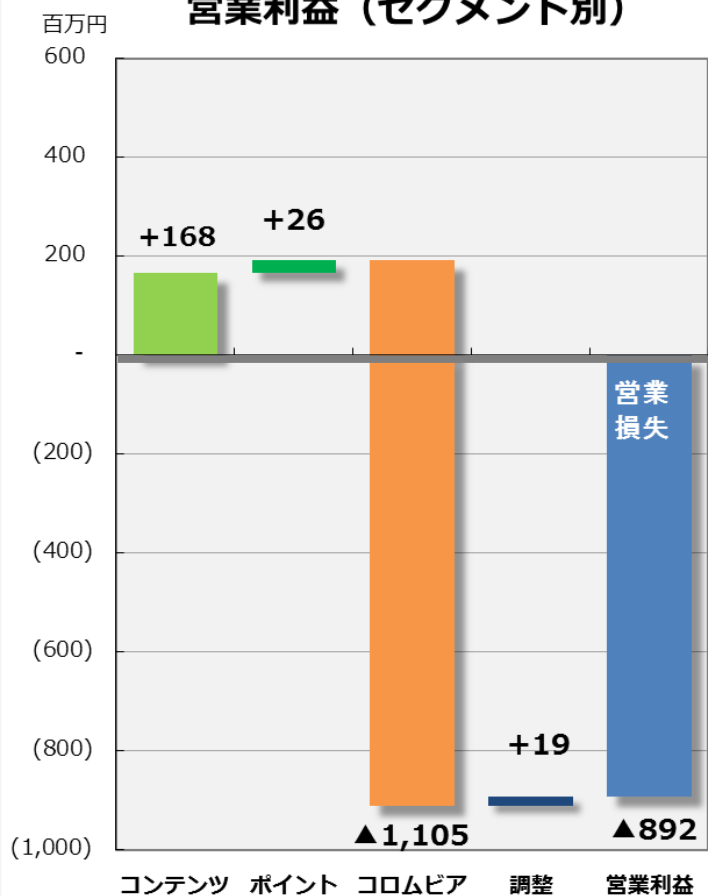
営業利益・当期利益

収益力強化に向けて構造改革に伴う損失を計上。

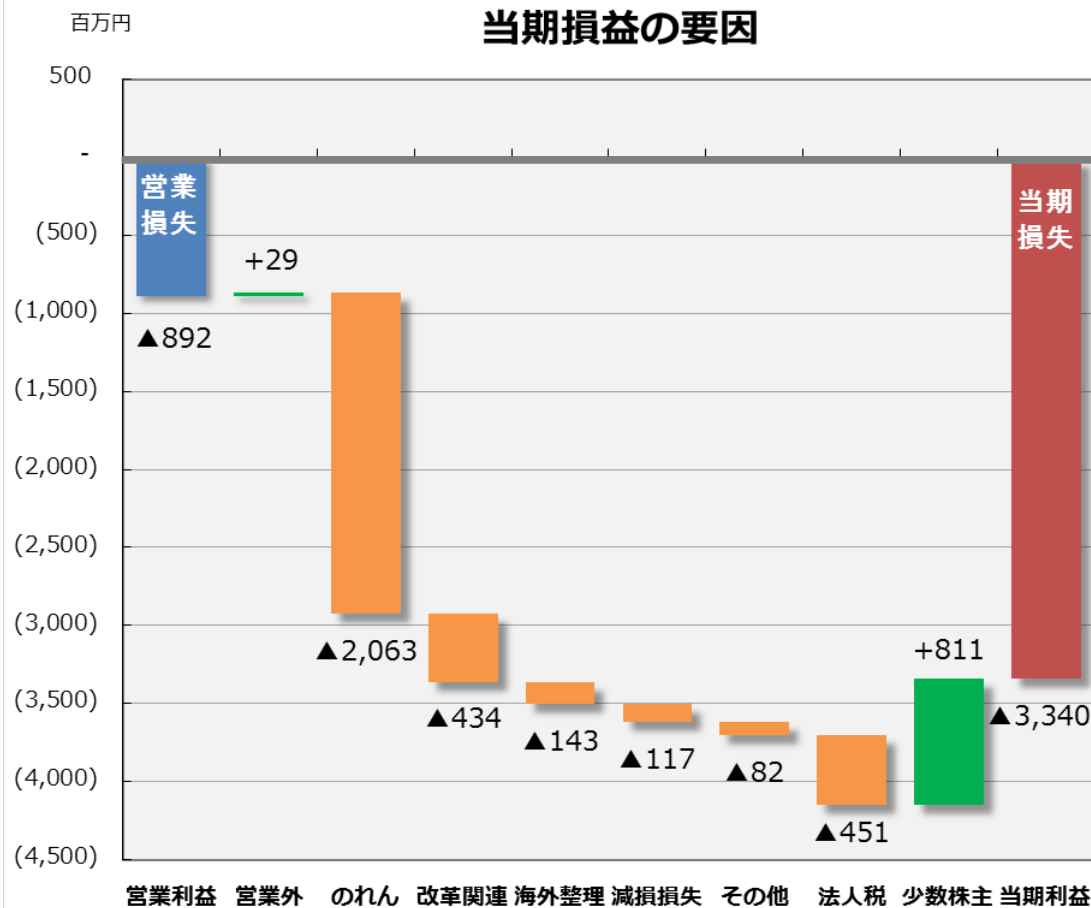


- コロムビア事業の赤字により営業損失▲9億円
- のれん減損21億、組織改革4億、海外整理1億などの特別損失を計上。
当期損失▲33.4億

営業利益（セグメント別）



当期損益の要因



FY14 セグメント別連結業績 (前年同期との比較)

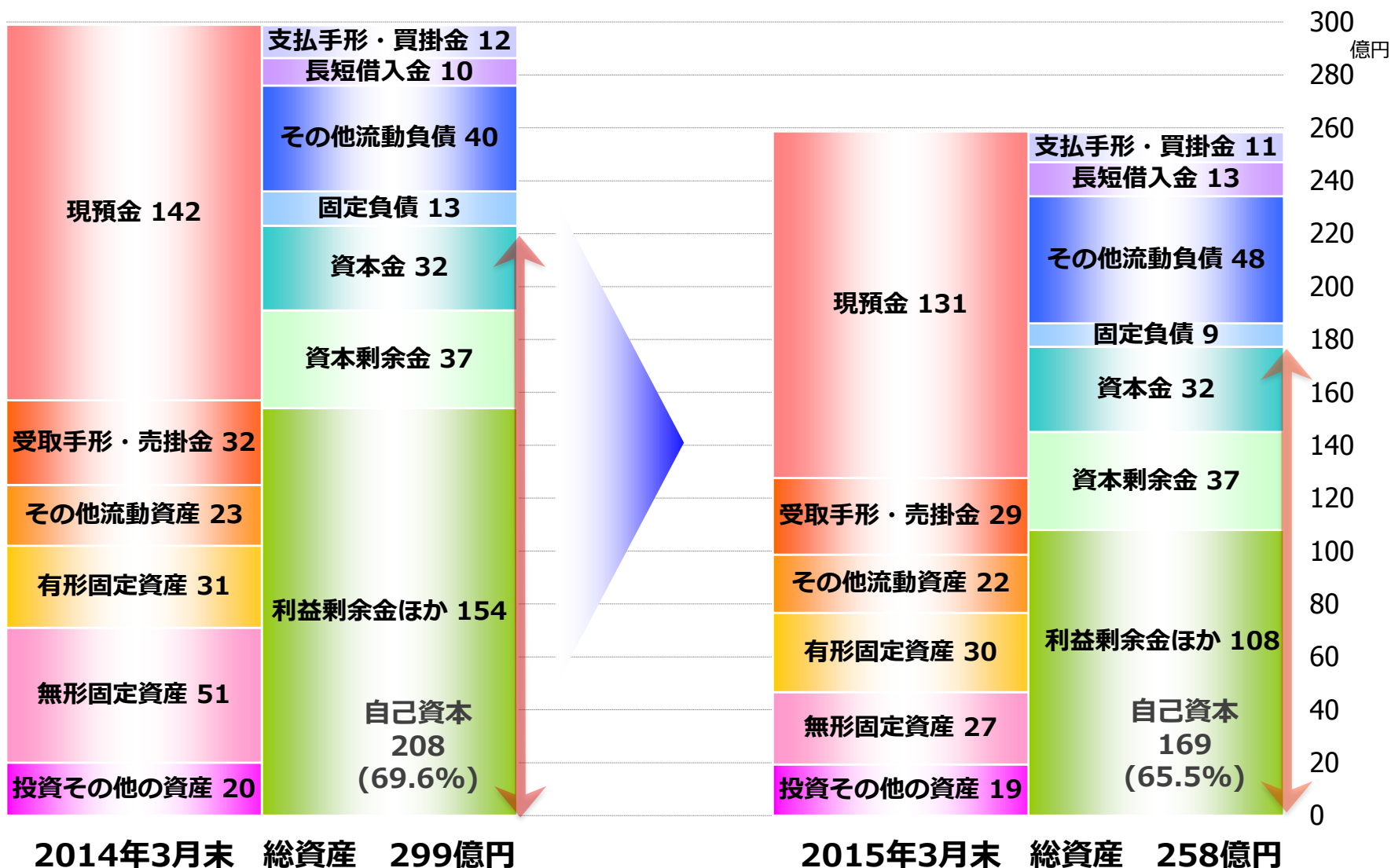


(単位：百万円)

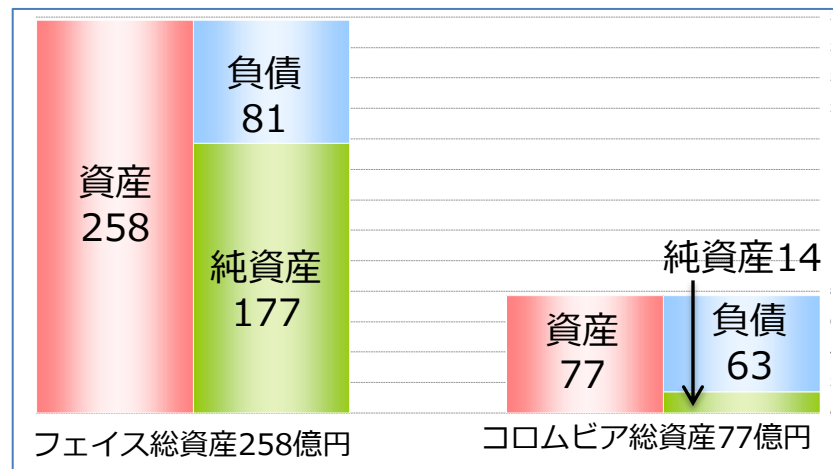
	FY13	FY14	対前年同期	同左
			増減額	増減率
売上高	6,340	19,597	+13,256	+209.1%
コンテンツ事業	5,007	4,550	△ 457	△ 9.1%
ポイント事業	1,332	2,454	+1,122	+84.2%
コロムビア事業	—	12,591	+12,591	—
営業利益	508	△ 891	△ 1,400	—
コンテンツ事業	467	168	△ 299	△ 64.0%
ポイント事業	40	26	△ 14	△ 35.6%
コロムビア事業	—	△ 1,104	△ 1,104	—
調整額※	1	18	+17	—
経常利益	586	△ 862	△ 1,448	—
当期純利益	403	△ 3,340	△ 3,744	—

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

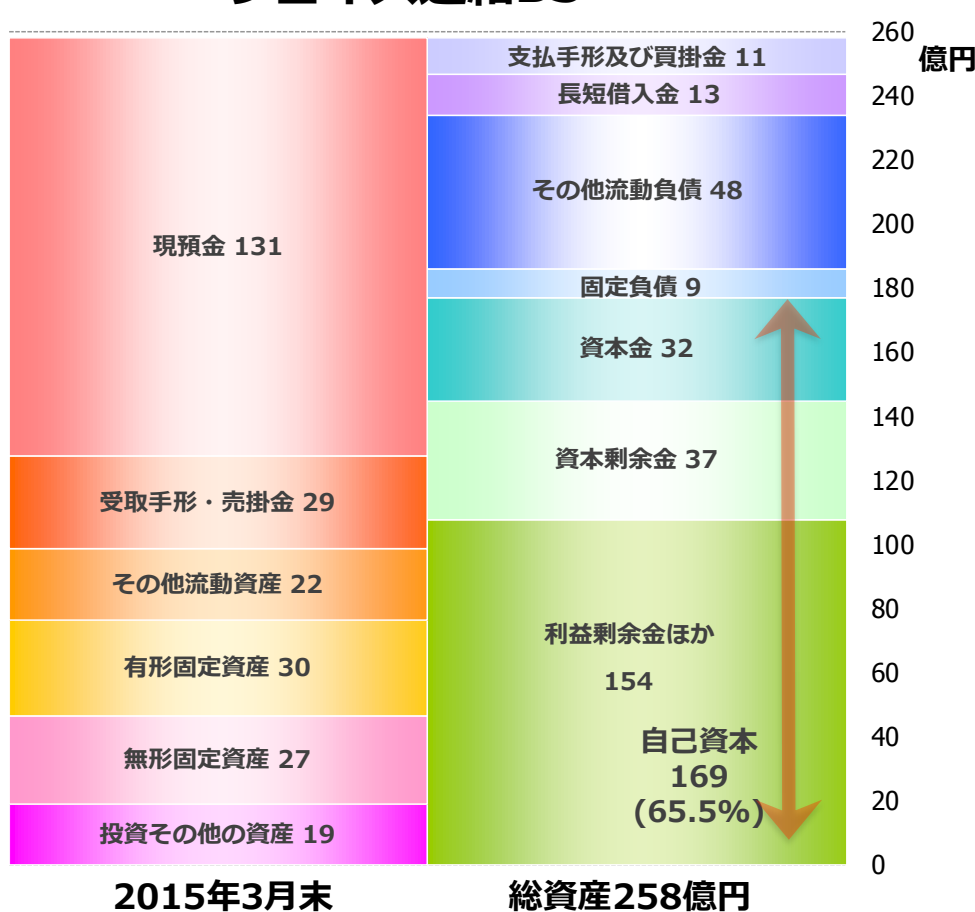
連結貸借対照表（前期末との比較）



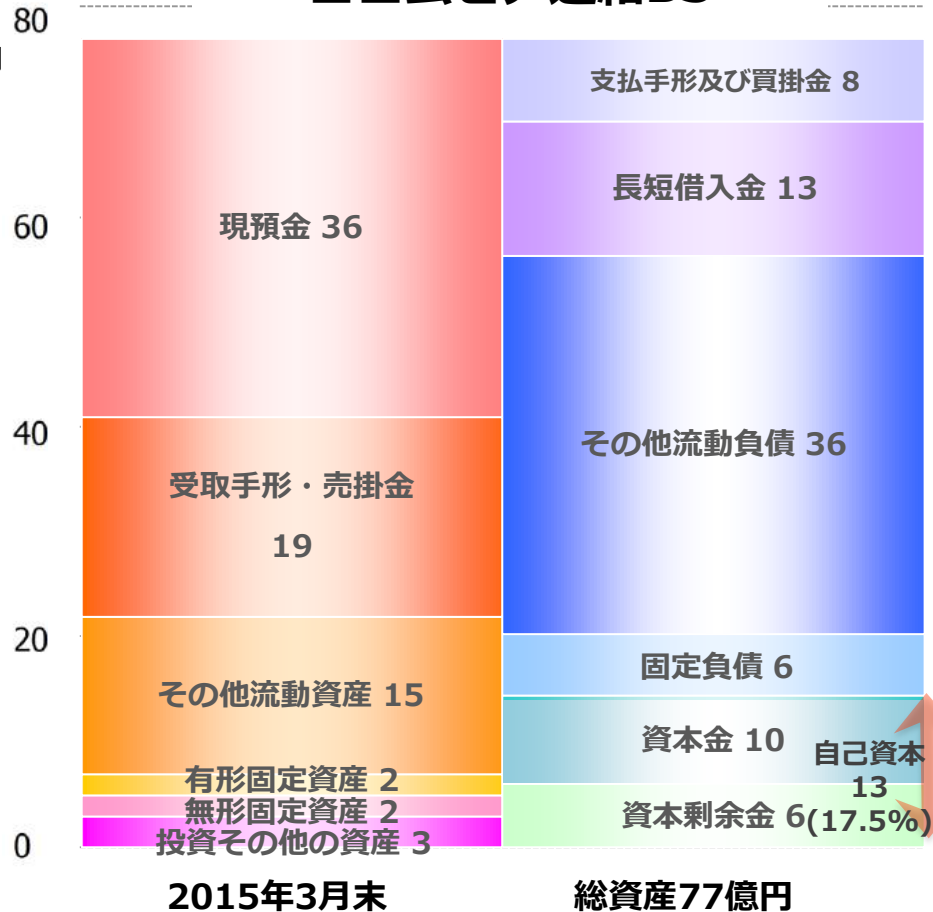
貸借対照表 (フェイス、コロムビア)



フェイス連結BS



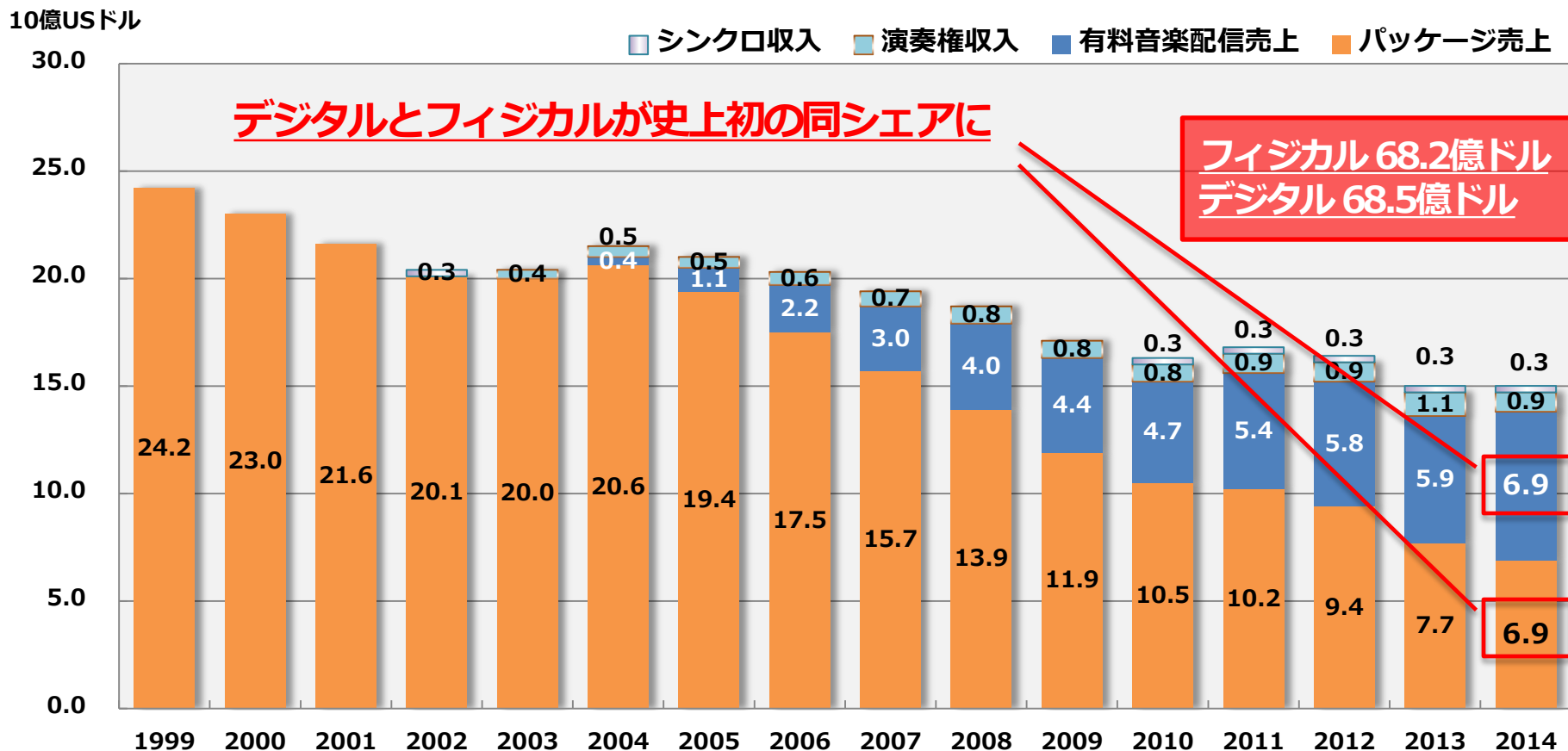
コロムビア連結BS



市場環境

世界の音楽市場推移

配信の増加により0.4%減の149億7千万ドル。
減少傾向から下げ止まり、横ばいに。



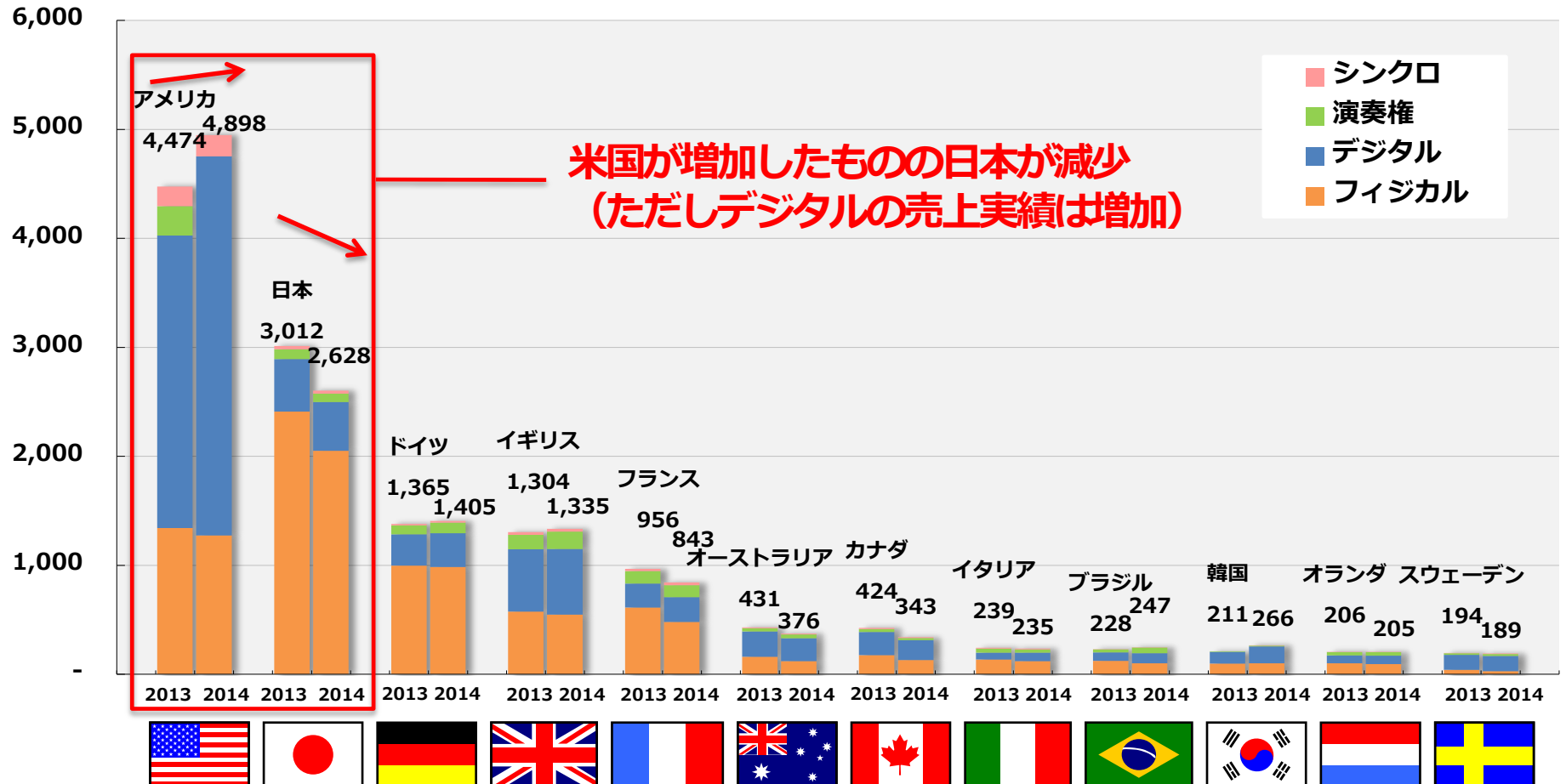
出典：一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2015」

※) 「シンクロ収入」とは、テレビ、広告、映画、ブランド・パートナーシップ等からの原盤ライセンス料収入

主要国 音楽市場の構成

米国は増加するも、世界第2位の日本の減少が影響。

US\$ million

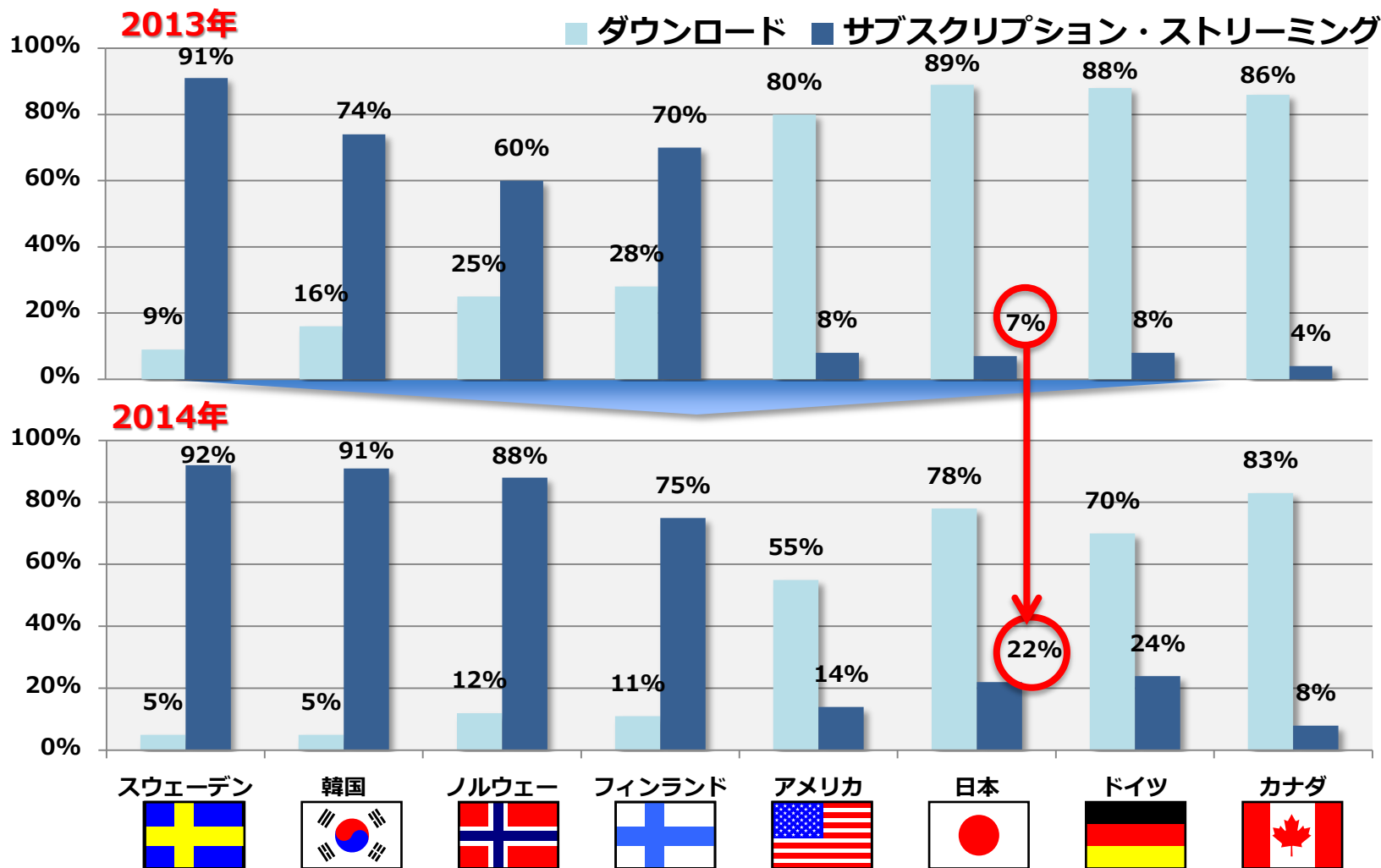


出典：一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2015」

※) 「シンクロ」とは、テレビ、広告、映画、ブランド・パートナーシップ等からの原盤ライセンス

市場はサブスクリプション・ストリーミングに移行

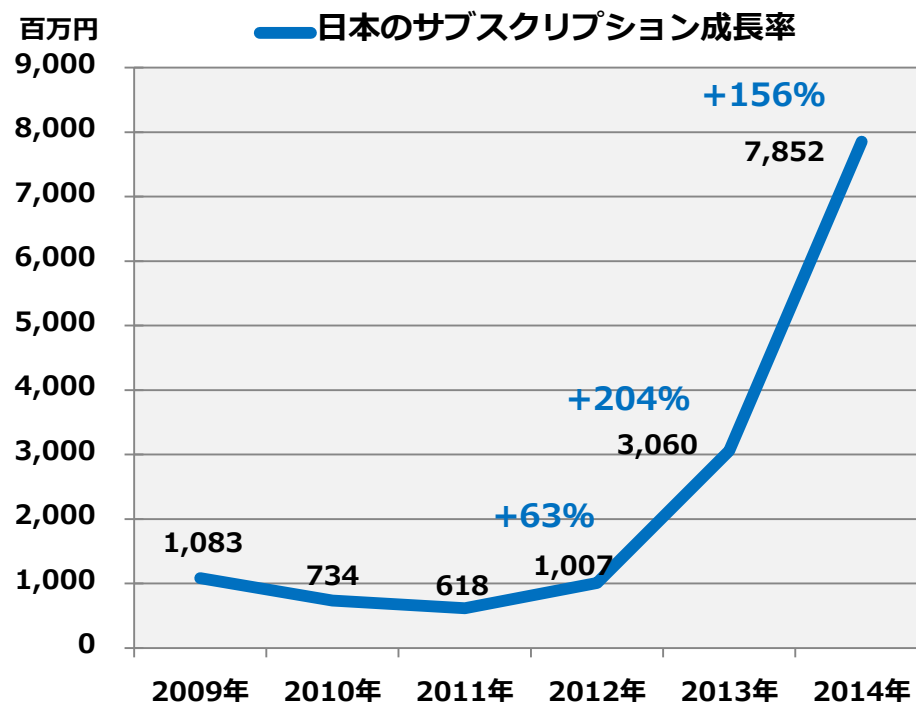
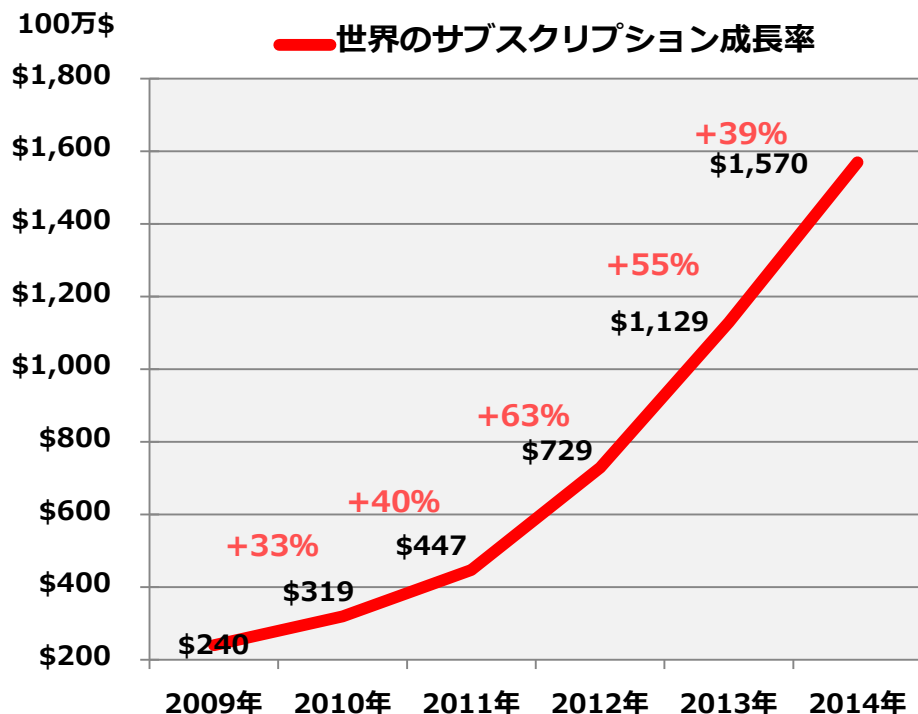
各国では定額配信が増加。日本も7%から22%へと伸長。



出典：一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2015」とIFPI「Digital Music Report 2015」をもとにフェイス作成

ストリーミング配信市場が急成長

デジタル販売の売上増はサブスクリプション・ストリーミングがけん引。
販売収益15.7億ドル。（対前年比 +39%）



出典：一般社団法人日本レコード協会「日本のレコード産業 2015」とIFPI「Digital Music Report 2015」をもとにフェイス作成

世界的にフィジカルとデジタルは半々
フィジカルの減少をデジタルが補い、音楽市場の推移は横ばいに

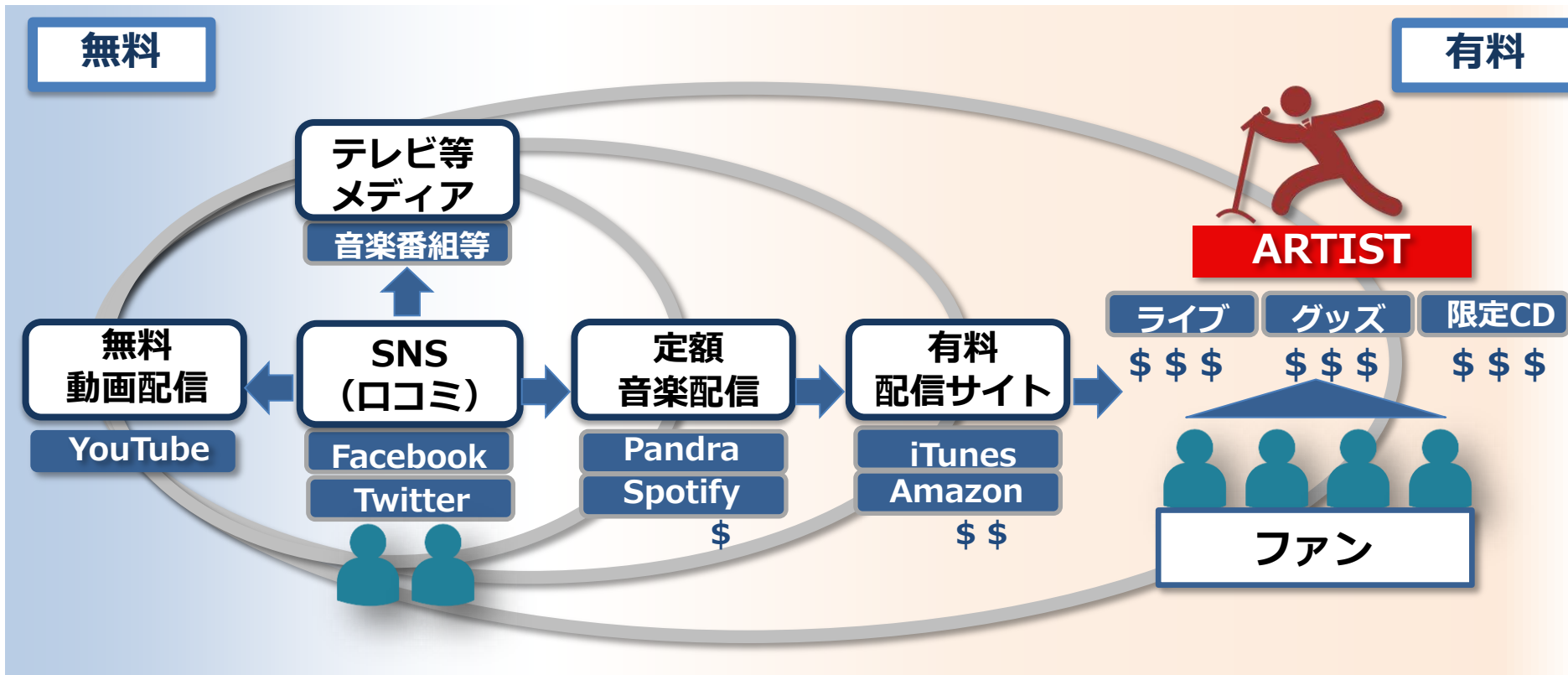
世界2位の日本でもデジタル音楽市場が増加
未だCDが圧倒的シェアを持つが、デジタル市場に大きなポテンシャル

サブスクリプション時代が本格到来
急激に増加し、デジタル市場への移行の原動力となる

フェイス・グループの事業戦略

近年の音楽コンテンツモデル

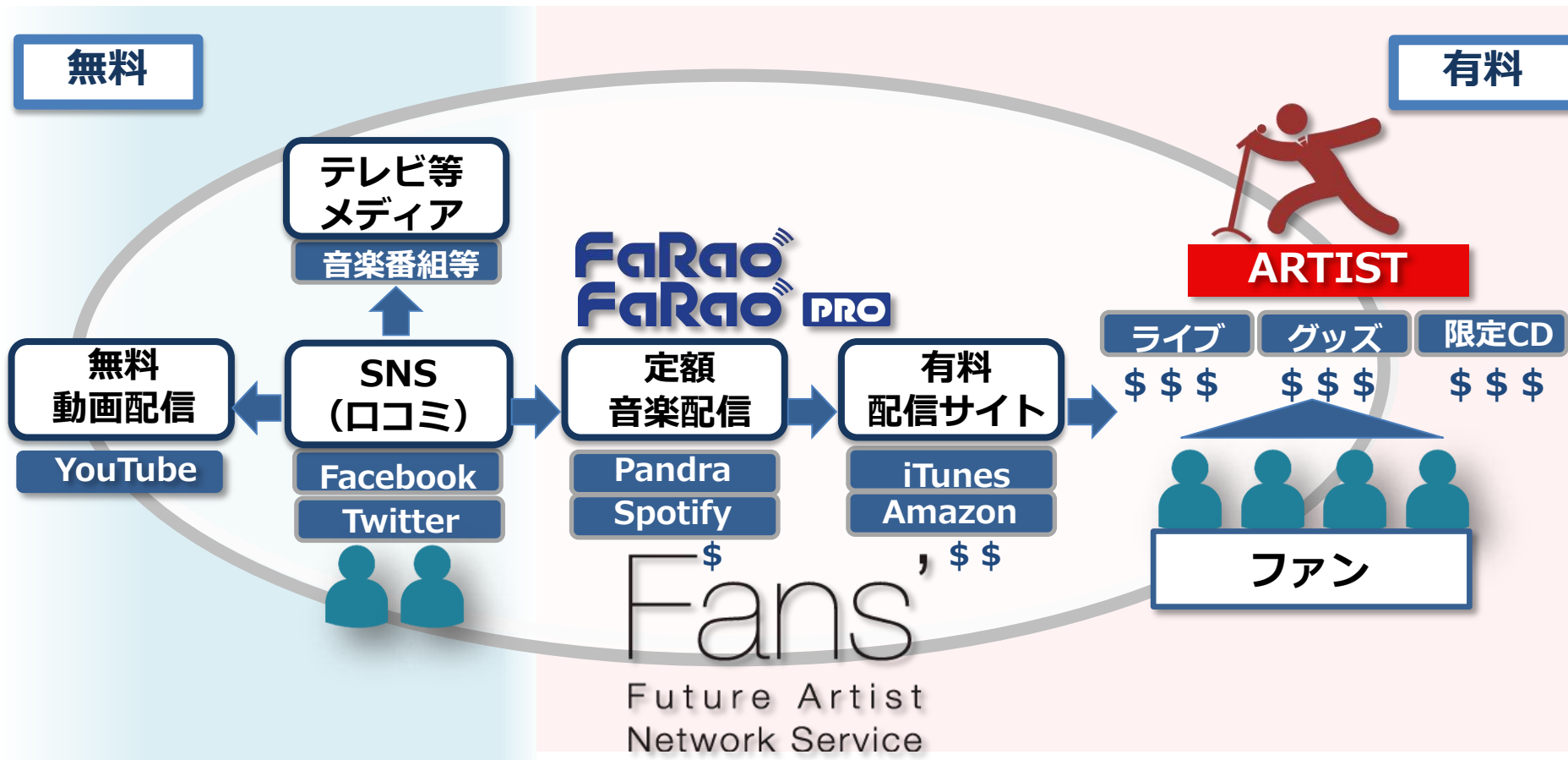
アーティストは無料メディア等で認知を広げ、
定額・有料配信、コンサート、グッズなど多様な収益源を獲得。



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モデル

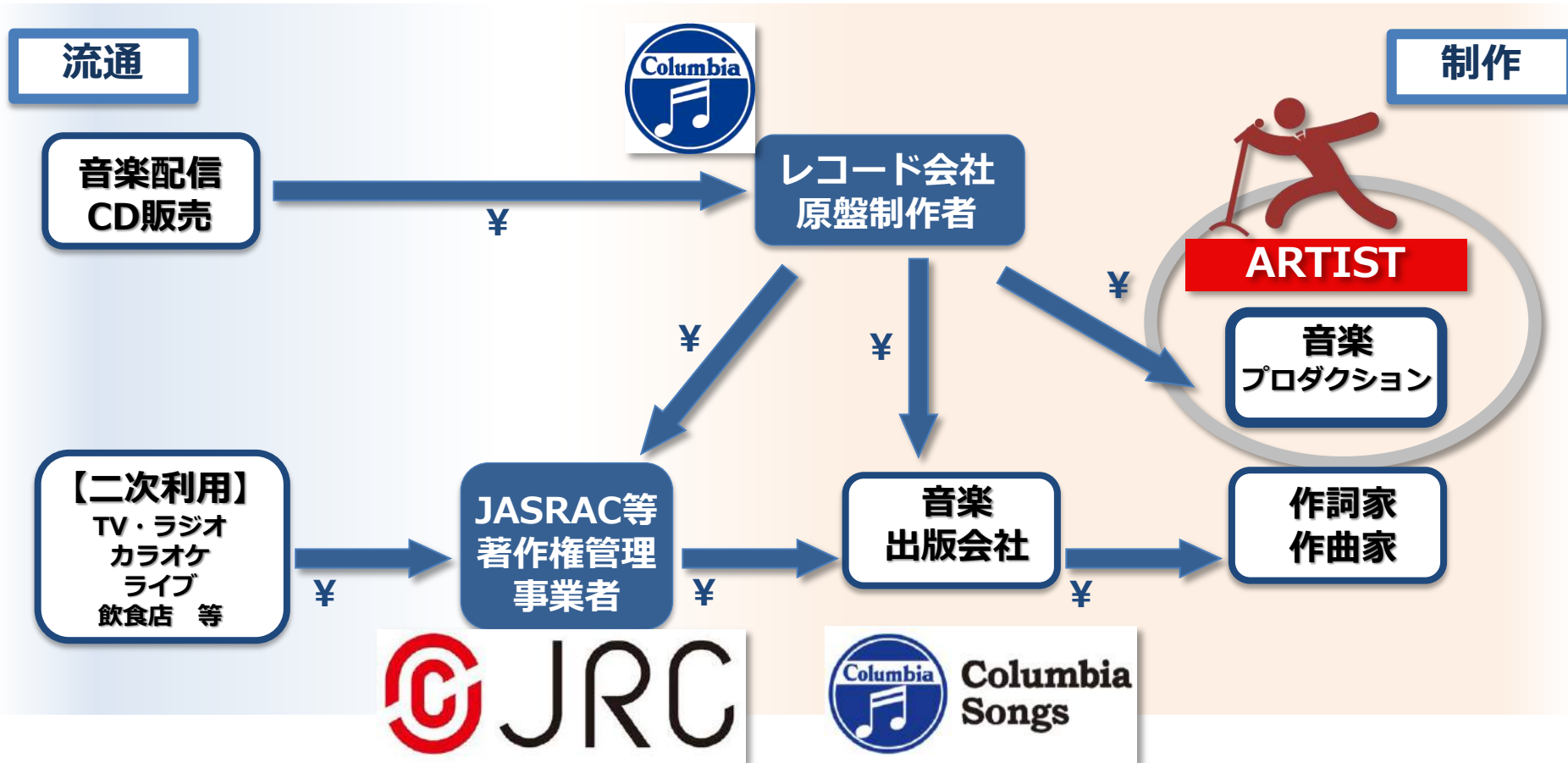
フェイス・グループでは、コンテンツモデルのサービスの全ての機能を備えている。



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

権利を軸にした日本の音楽事業モデル

多様化した音楽ビジネスの根幹は著作権。日本特有の著作権・原盤権収入も自社で保有。



出典：経済産業省「音楽産業のビジネスモデル研究会報告書」を基にフェイス作成

アーティストプラットフォーム「Fans」

アーティストとファン・ユーザーを繋ぐ
=アーティストプラットフォーム「Fans」の提供を開始。



The diagram illustrates the 'Fans' platform's ecosystem. At the top, four activity categories are listed: Social Activity, Digital Activity, Real Activity, and Next Activity. The central focus is on connecting artists and fans, represented by silhouettes of a performer and a fan. Surrounding this are eight key services:

- Social**: ソーシャル連携 (Social networking)
- e-Ticket**: eチケット・販売 (e-tickets and sales)
- Store**: CD・グッズ等・商品販売・流通 (CD, goods, etc. sales and distribution)
- Live Event**: ライブ・イベント (Live events)
- ArtistSite Build**: アーティストサイトの構築 (Artist site construction)
- Fanclub**: ファンクラブ (Fan club)
- Music Connecting Card**: ミュージック・カード型音楽商品 (Music connecting cards)
- Music Video**: 楽曲・映像の配信 (Music and video distribution)

On the left side of the diagram, the text reads: 'Fans' Future Artist Network Service. アーティストの活動に最適な機能を提供し、アーティストをフルサポートするサービスです。' (Providing the best functions for artists' activities, a service that fully supports artists.)

<http://www.futureartist.net/>

店舗ソリューションサービス「FaRao PRO」



音楽と出会える環境づくり。
業務用BGMサービス業界最大級3,000以上の音楽チャンネル。

FaRaoⁱⁱⁱ PRO



業界最大級*
3,000+
チャンネル

*国内業務用BGMサービス業界
において。2014年8月現在

納得のサウンド
**安定性と
高音質**

集客率アップ
**スマホで
来店促進**

専用リモコンアプリ
**スマホで
簡単操作**

インターネットラジオ「FaRao」

レコメンド型のサブスクリプションサービスFaRao。
FaRao PRO導入店では来店客のスマホを使い、音楽でつなげる新たなO2Oの仕組みも展開。

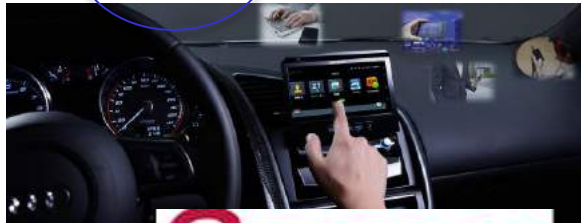
ミュージック
ソーシャルメディア



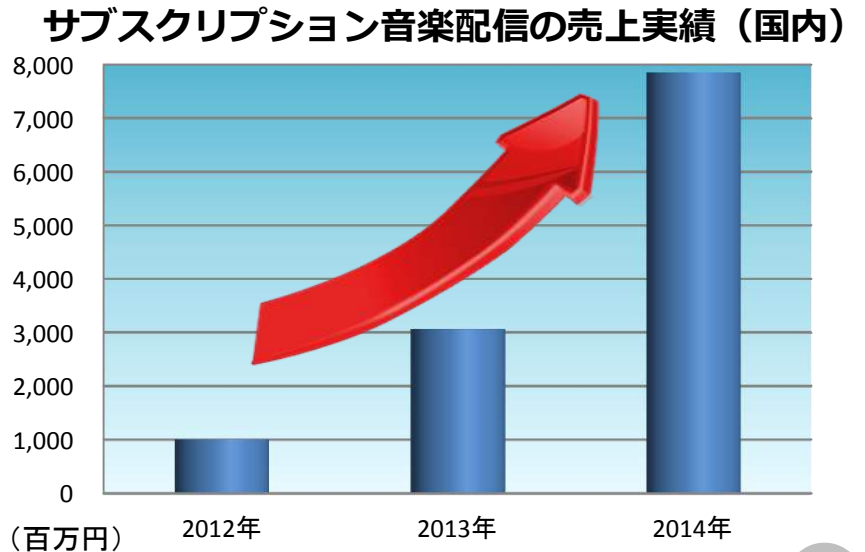
FaRaoとFaRao PROが対象とするサブスクリプション有料配信市場は、前年比で約**257%**の急激な伸張



カーナビ

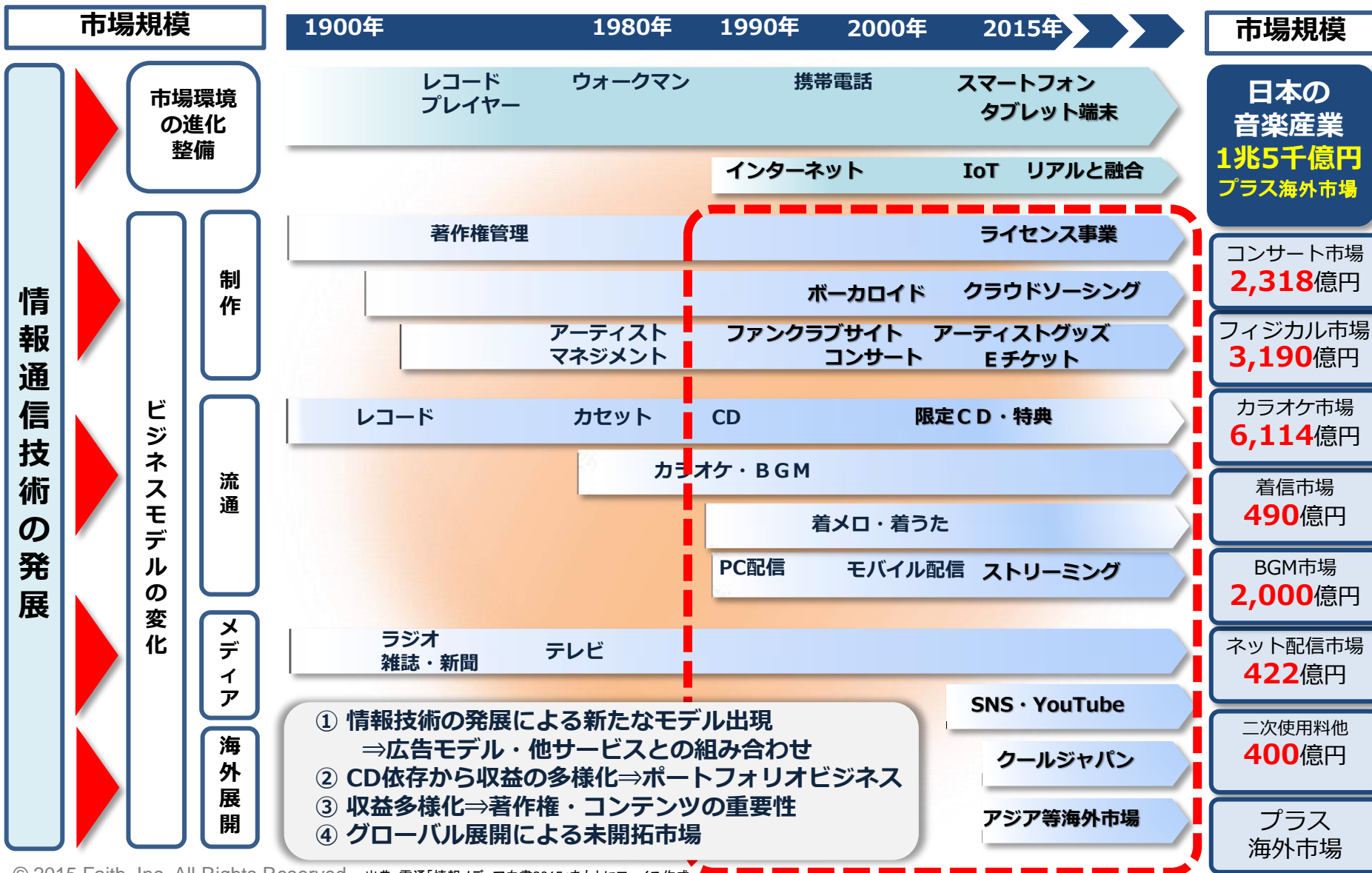


TV



音楽市場の変化と市場規模

移行への対応とポートフォリオビジネス化



音楽市場の変化と市場規模

移行への対応とポートフォリオビジネス化

市場規模

市場環境
の進化
整備

日本の音楽産業
1兆5千億円 プラス海外市場

情報通信技術の発展

ビジネスモデルの変化

制作

流通

メディア

海外展開

コンサート市場
2,318億円

フィジカル市場
3,190億円

カラオケ市場
6,114億円

着信市場
490億円

BGM市場
2,000億円

ネット配信市場
422億円

二次使用料他
400億円

プラス
海外市場



ライセンス事業

バーカロイド クラウドソーシング



ストグッズ
チケット

限定CD・特典



カラオケ・BGM

着メロ・着うた



配信 モバイル配信

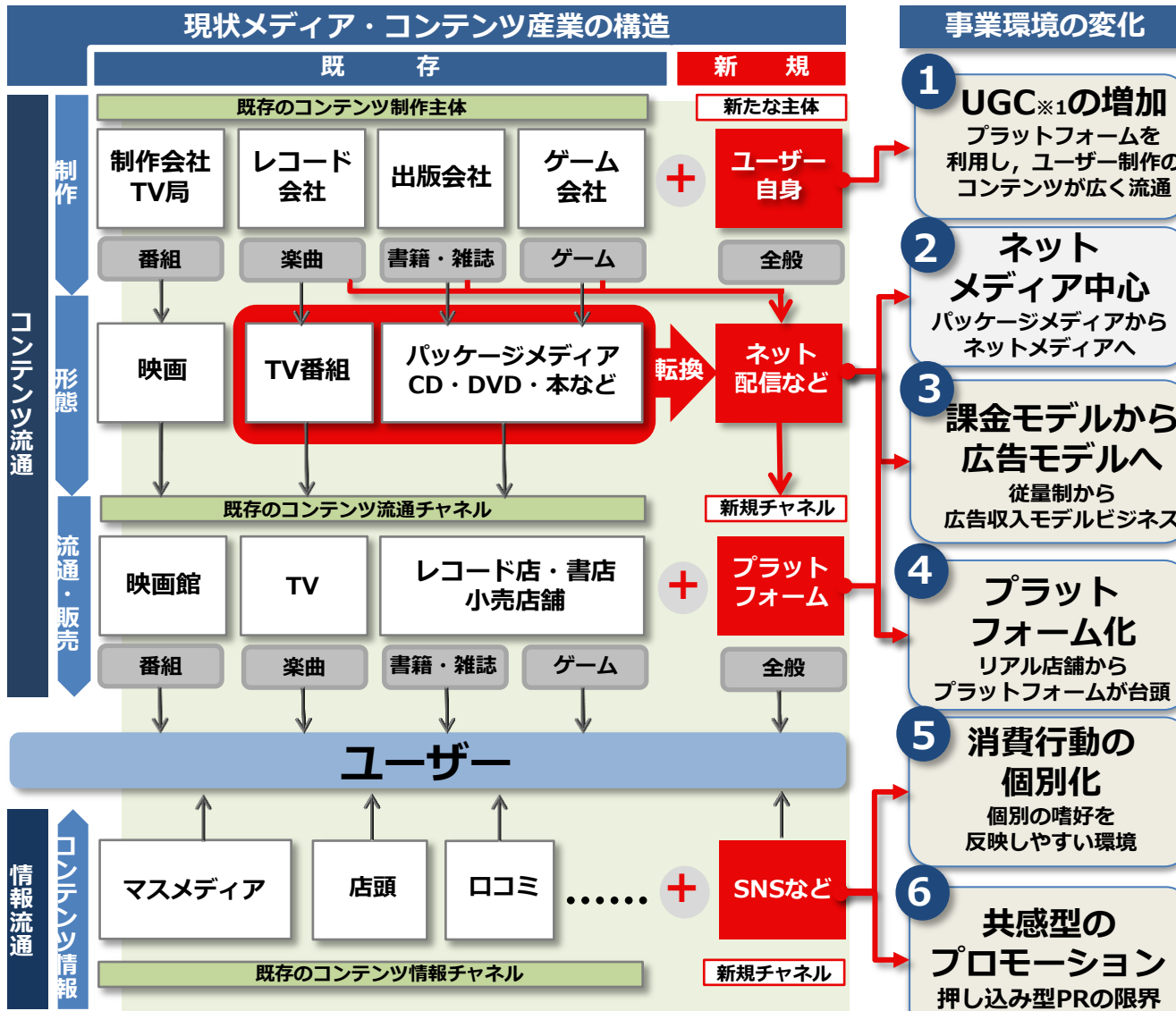
Fans'
Future Artist
Network Service



クールジャパン

アジア等海外市場

フェイス・グループの事業戦略



- 事業環境の変化**
- 1 UGC※1の増加**
プラットフォームを利用し、ユーザー制作のコンテンツが広く流通
 - 2 ネットメディア中心**
パッケージメディアからネットメディアへ
 - 3 課金モデルから広告モデルへ**
従量制から広告収入モデルビジネス
 - 4 プラットフォーム化**
リアル店舗からプラットフォームが台頭
 - 5 消費行動の個別化**
個別の嗜好を反映しやすい環境
 - 6 共感型のプロモーション**
押し込み型PRの限界

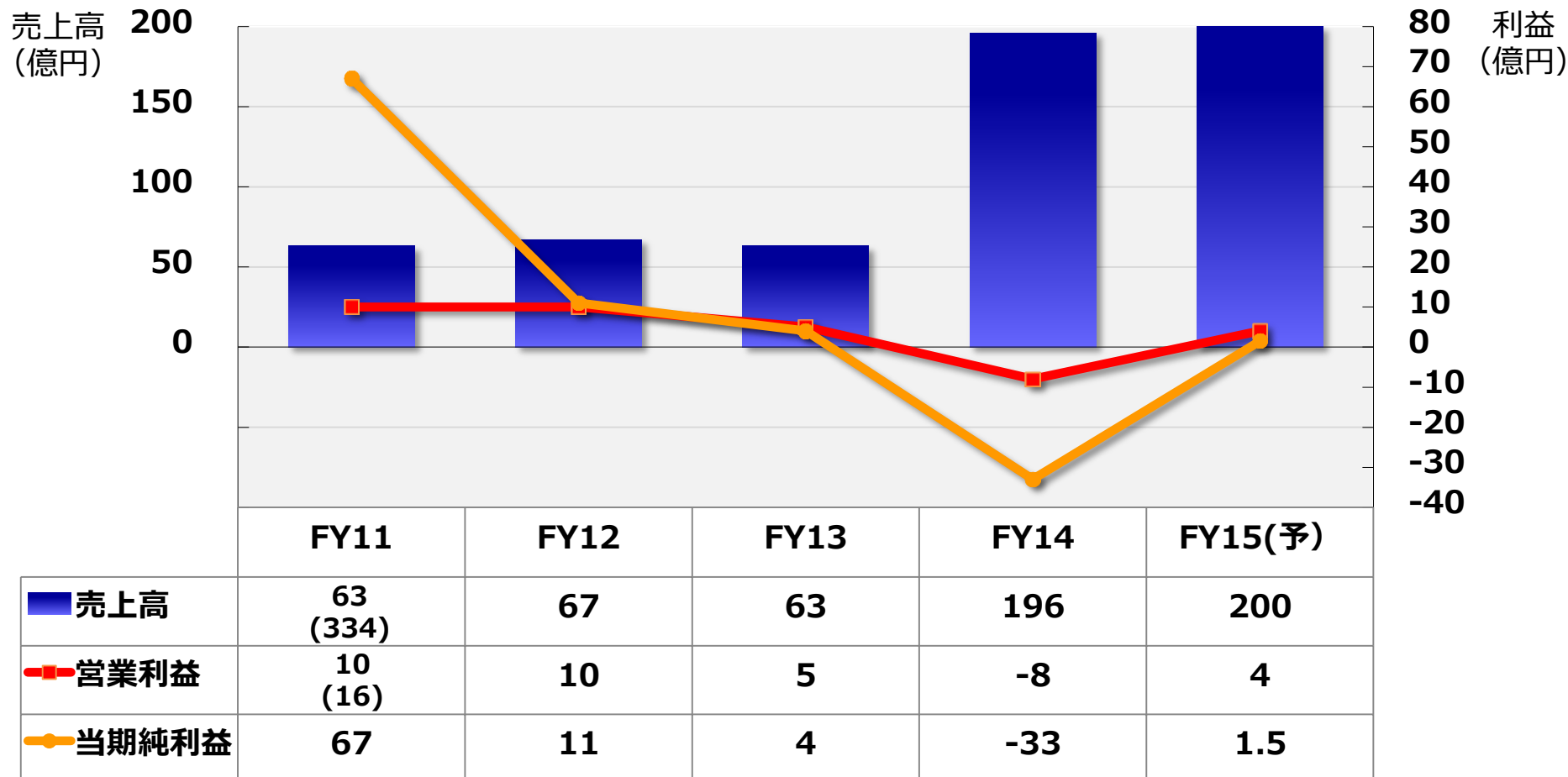
フェイスの取り組み

- Fans' Future Artist Network Service
- ARTISTCROWD
- MUSIC Connecting Card
- 楽曲配信
FaRao PRO
Rightscale
- eチケット販売
opticket
- CD・グッズ販売
indiesmusic.com
- ファンクラブサイト
ENTERMEDIA
- ライブ中継
Faith SEVEN
- ソーシャル連携
OKMusic
with Musician's Site

2016年3月期
業績予想

FY15 通期業績予想

- 既存事業売上の減少続くが、新規サービスの拡大、売上高は2.1%増の200億円を見込む。
- 構造改革によるコロムビア事業の黒字化、新規事業の収益化により、
営業利益4億円、当期利益は1.5億円を予想。



※グラフは、2011年7月に売却した売却した電子マネー事業を除く業績値。
FY11の売上高、営業利益の括弧内の数値は電子マネー事業を含む数値。

FY15 セグメント別 業績予想



(単位：百万円)

	FY14	FY15 (予想)	対前期	同左
			増減額	増減率
売上高	19,597	20,000	+402	+2.1%
コンテンツ事業	4,550	6,400	+1,849	+40.7%
ポイント事業	2,454	2,100	△ 354	△ 14.5%
コロンビア事業	12,591	11,500	△ 1,091	△ 8.7%
営業利益	△ 891	400	+1,291	—
コンテンツ事業	168	335	+166	+99.3%
ポイント事業	26	55	+28	+110.8%
コロンビア事業	△ 1,104	10	+1,114	—
調整額※	18	15	△ 3	—
経常利益	△ 862	380	+1,242	—
当期純利益	△ 3,340	150	+3,490	—

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

