



株式会社フェイス

# FY16（2017年3月期） 通期決算説明会

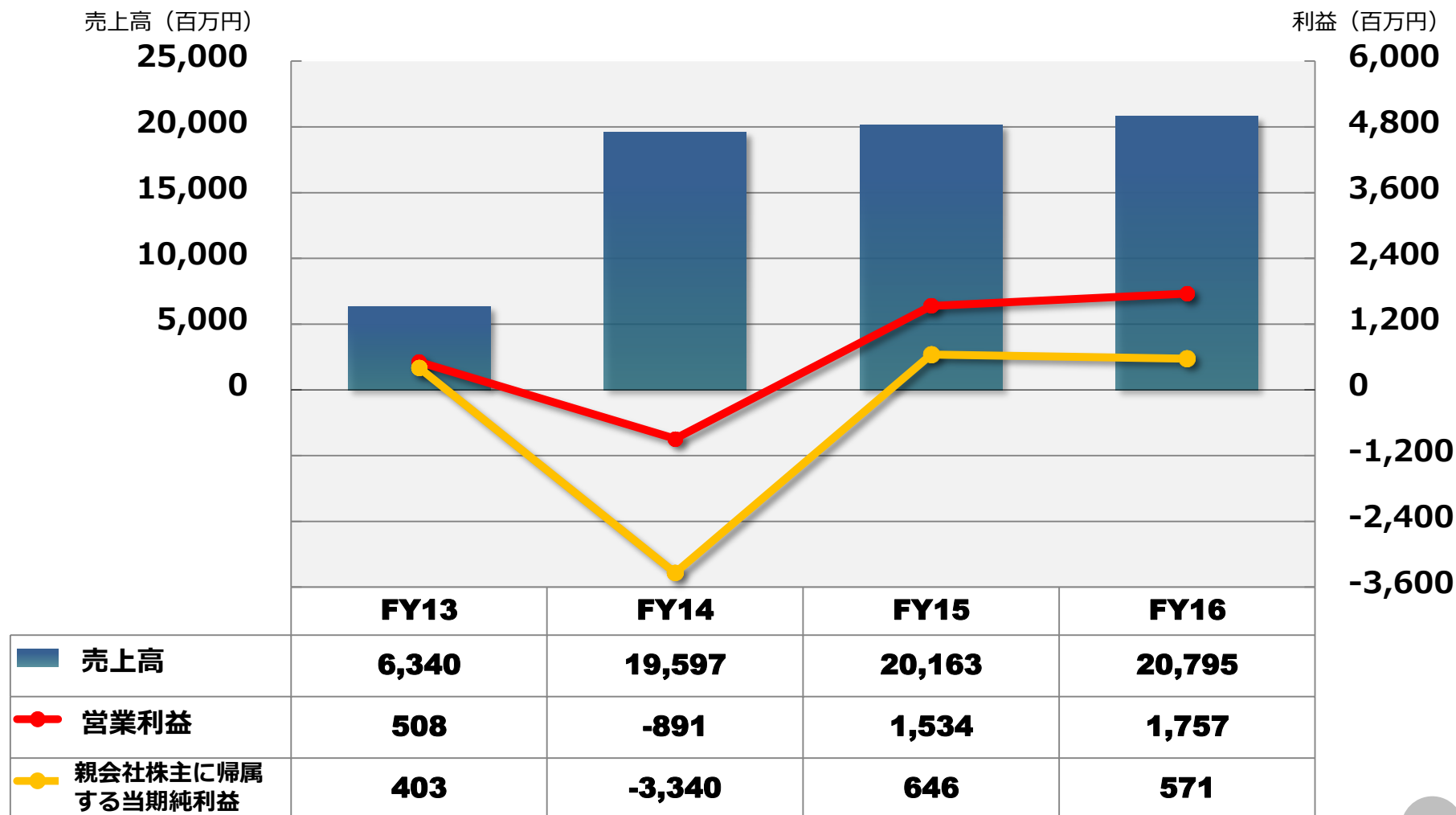
2017年5月25日  
株式会社フェイス

2017年3月期  
通期決算概要

# FY16 連結業績ハイライト

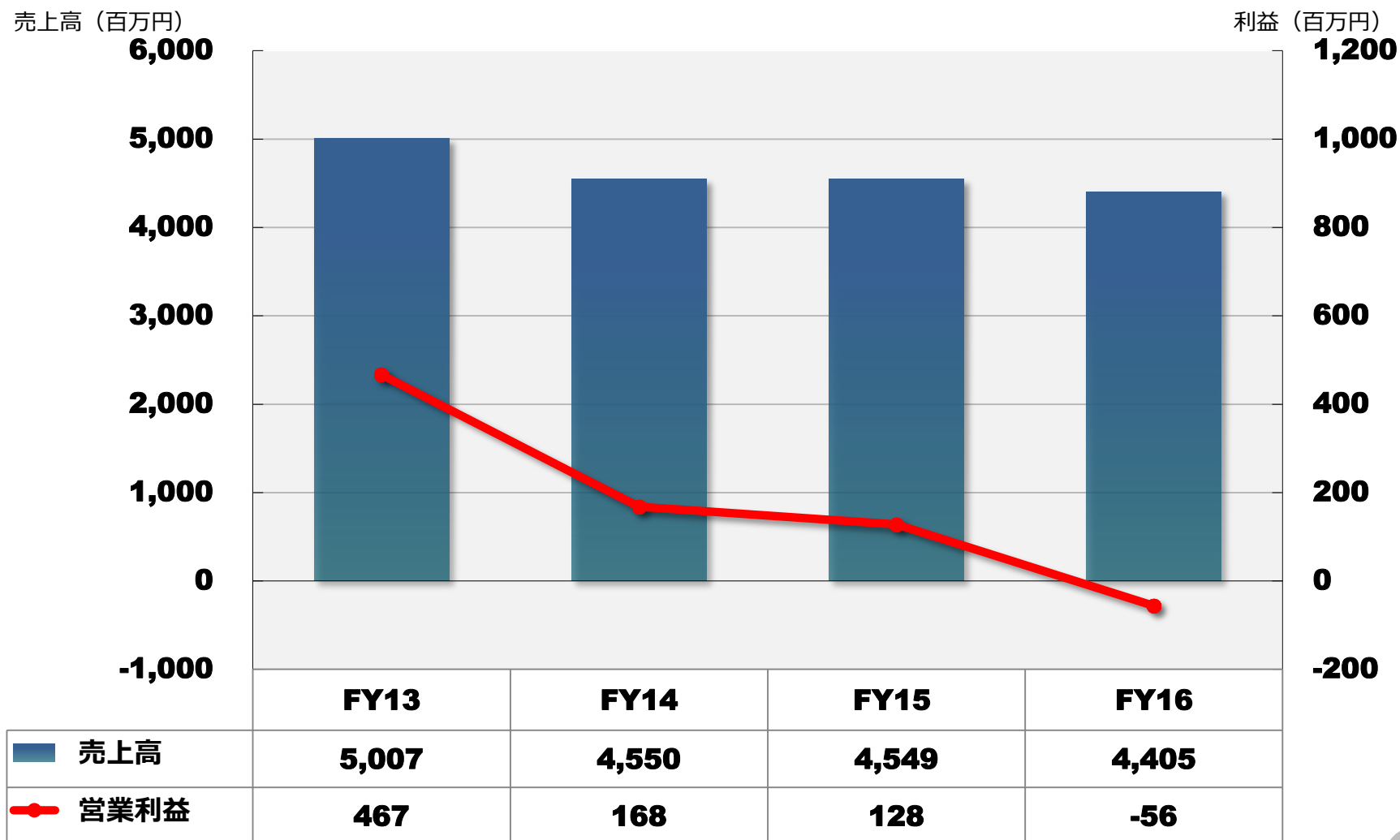


- 日本コロムビアにおいて、アニメ関連・ゲームソフト・マネジメント事業が好調に推移。  
売上高は20,795百万円、営業利益は1,757百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は571百万円。



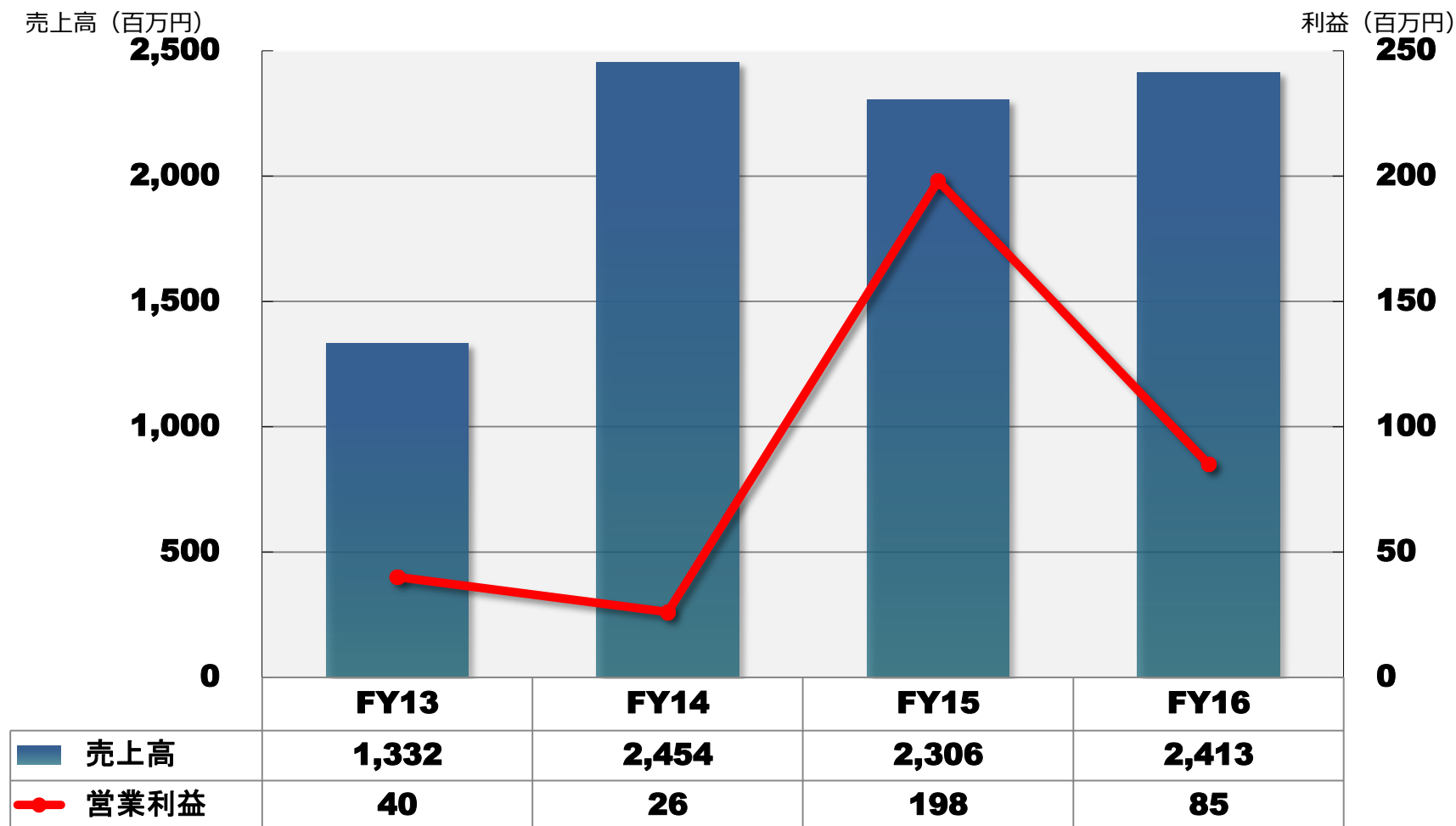
# FY16 コンテンツ事業の業績

- 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3.2%減の4,405百万円。新規連結子会社の損失取込等により営業損失56百万円(前期128百万円)。



# FY16 ポイント事業の業績

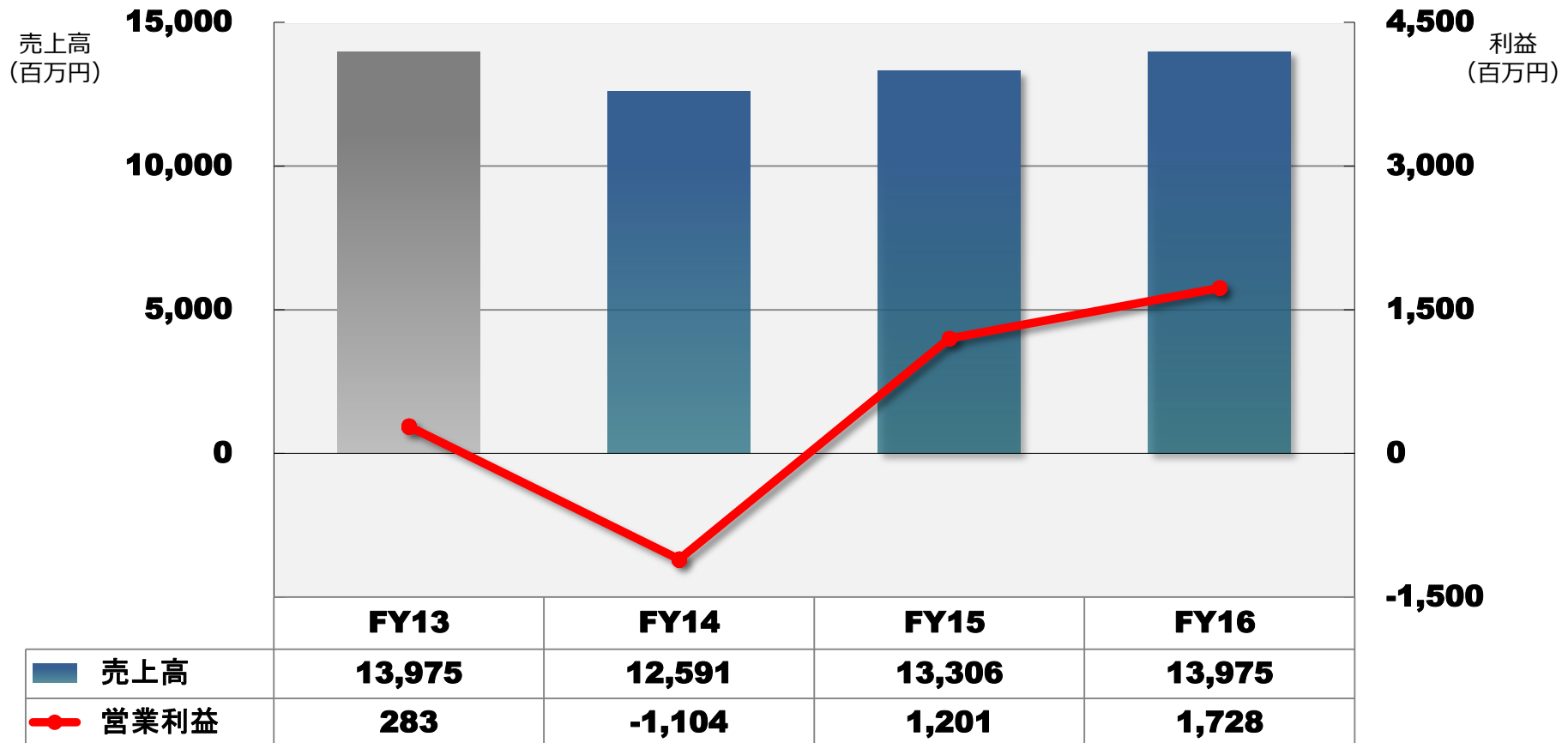
- ポイント発行の堅調な推移およびセルフリキレーション事業\*の好調より、売上高4.6%増の2,413百万円。
- 組織体制の変更に伴う販管費の増加等により、営業利益は56.8%減の85百万円。



※セルフリキレーション事業：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

# FY16 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、売上高は前期比5.0%増の13,975百万円。
- 営業利益は、売上高の増加および音源2次利用の堅調な推移により、前期比43.8%増の1,728百万円。



※レーベル事業の売上高及び営業利益は、FY14より当社グループの業績に算入。FY13は比較のため日本コロムビア(株)の業績を記載。

# FY16 セグメント別連結業績（前期との比較）

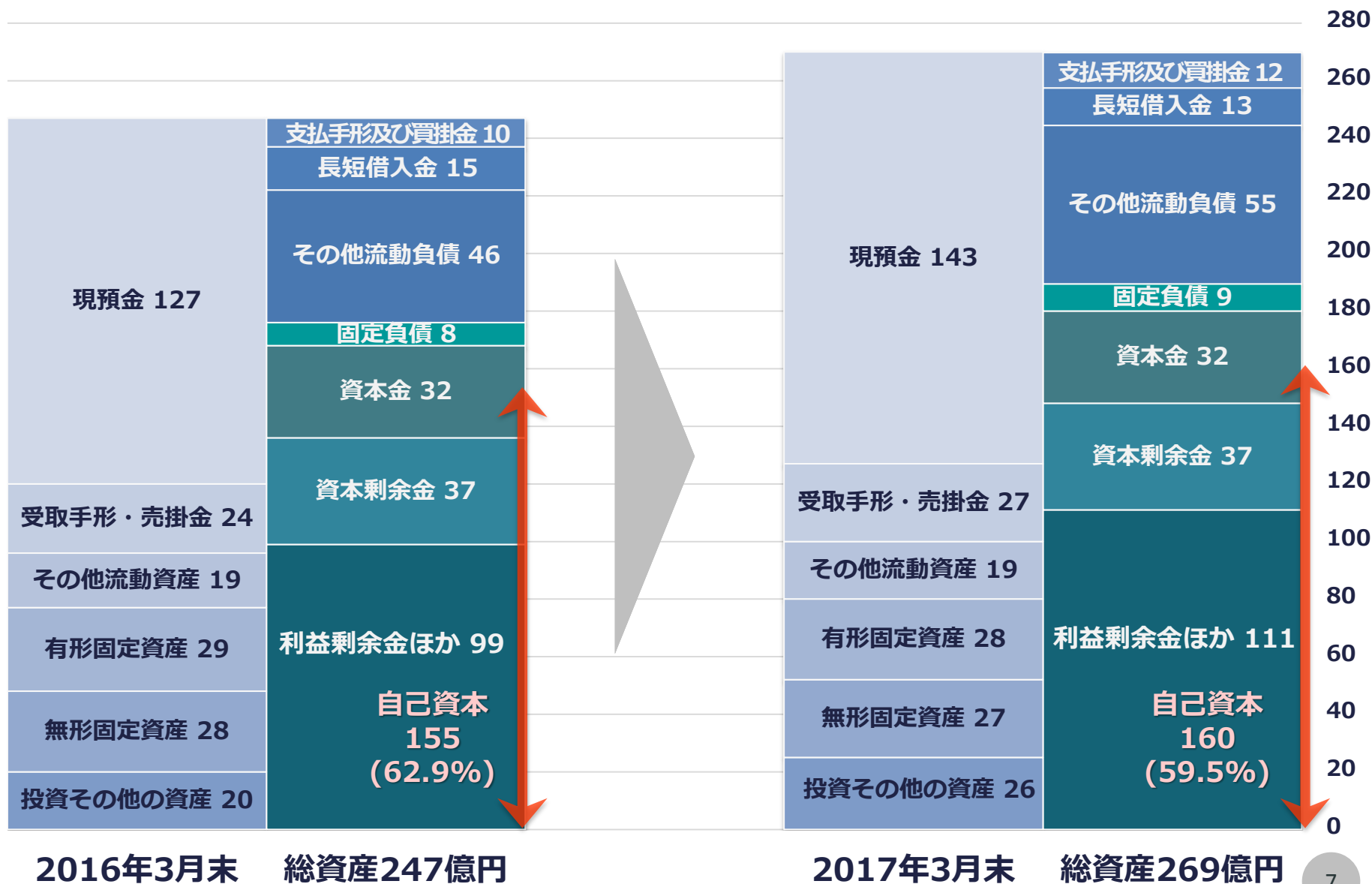


(単位：百万円)

	FY15	FY16	対前期	同左
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	<b>20,163</b>	<b>20,795</b>	<b>+631</b>	<b>+3.1%</b>
コンテンツ事業	4,549	4,405	△ 144	△ 3.2%
ポイント事業	2,306	2,413	+106	+4.6%
レーベル事業	13,306	13,975	+669	+5.0%
<b>営業利益</b>	<b>1,534</b>	<b>1,757</b>	<b>+223</b>	<b>+14.6%</b>
コンテンツ事業	128	△ 56	△ 184	—
ポイント事業	198	85	△ 112	△ 56.8%
レーベル事業	1,201	1,728	+526	+43.8%
調整額※	5	0	△ 5	—
<b>経常利益</b>	<b>1,529</b>	<b>1,539</b>	<b>+9</b>	<b>+0.6%</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>646</b>	<b>571</b>	<b>△ 74</b>	<b>△ 11.5%</b>

※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

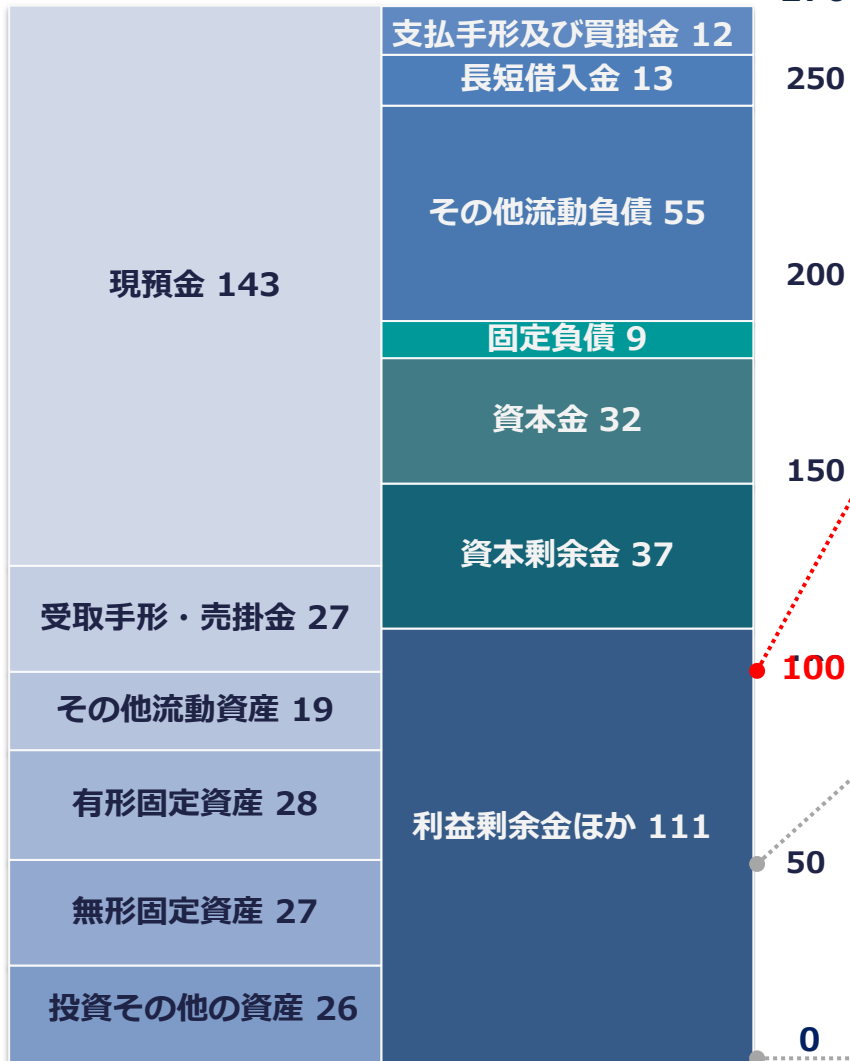
# 連結貸借対照表（前期末との比較）





# 貸借対照表（フェイス/コロムビア）

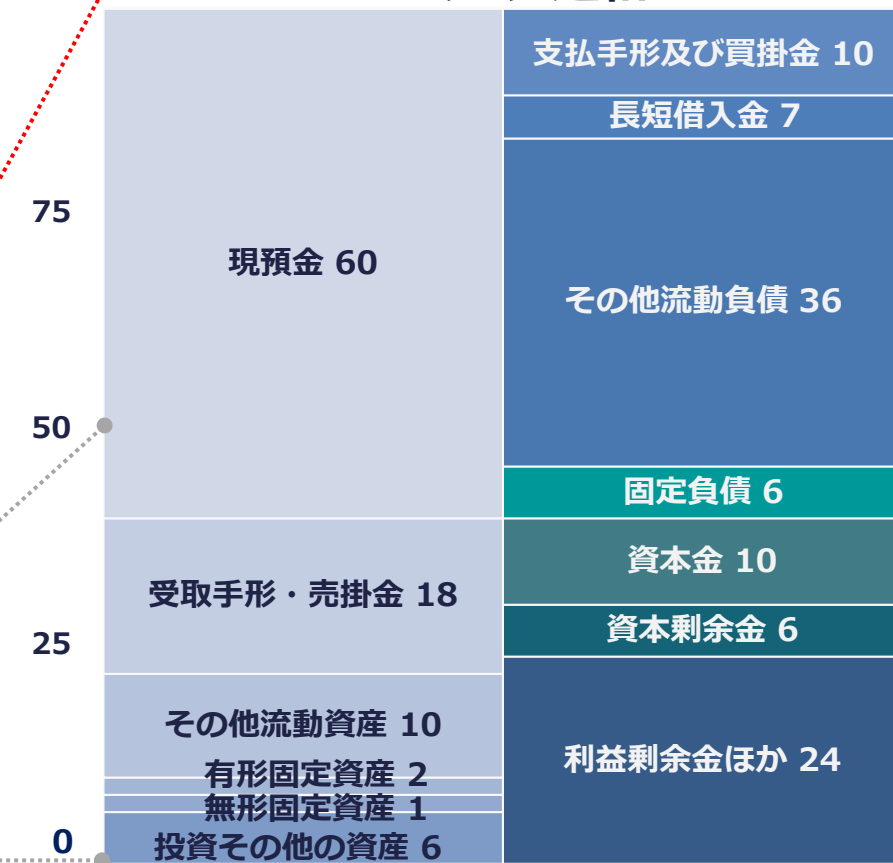
## フェイス連結BS



2017年3月末

総資産269億円

## コロムビア連結BS



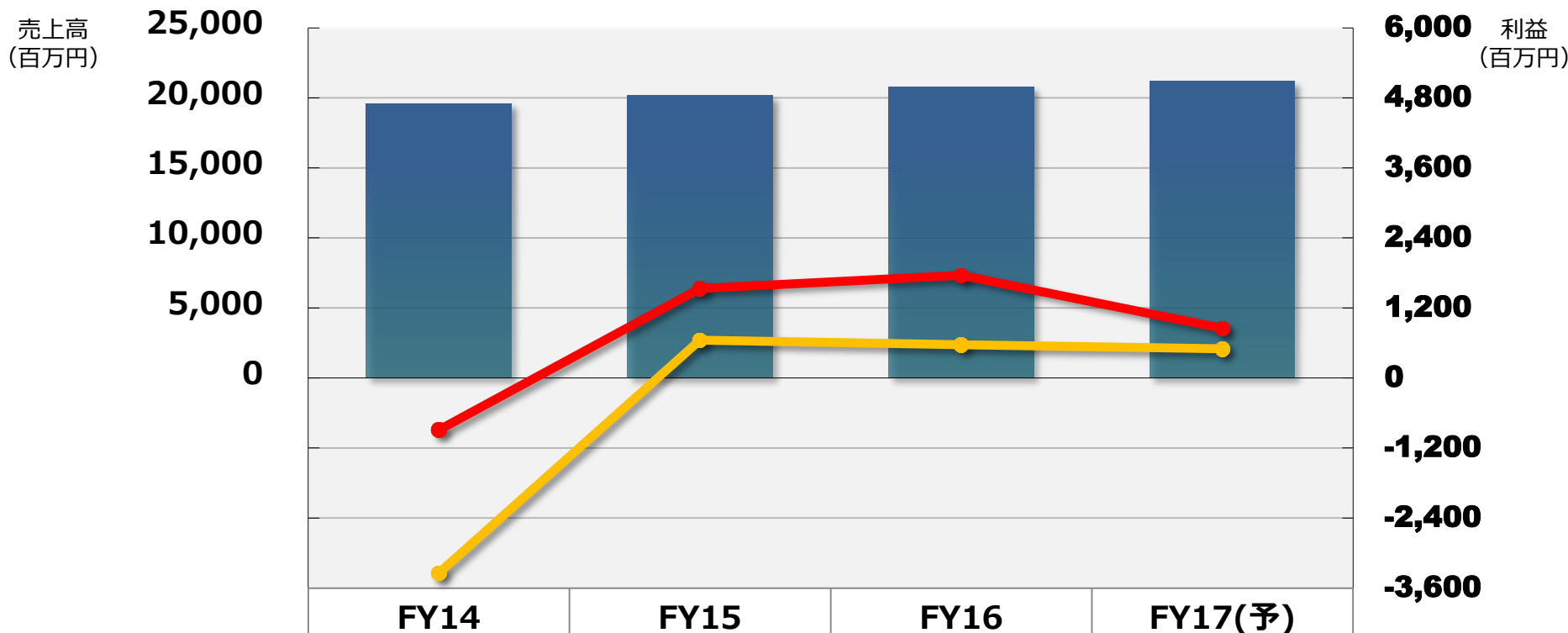
2017年3月末

総資産97億円

2017年3月期  
業績予想

# FY17 通期業績予想

- 新規連結子会社による増収を見込むが、レーベル事業でアニメ関連作品等が減収の見込みのため減益。売上高1.9%増の21,200百万円、営業利益51.6%減の850百万円、当期純利益12.4%減の500百万円。



■ 売上高	19,597	20,163	20,795	21,200
● 営業利益	-891	1,534	1,757	850
● 親会社株主に帰属する当期純利益	-3,340	646	571	500

# FY17 セグメント別 業績予想



(単位：百万円)

	FY16	FY17 (予想)	対前期	同左
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	<b>20,795</b>	<b>21,200</b>	<b>+404</b>	<b>+1.9%</b>
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	13,100	△ 875	△ 6.3%
<b>営業利益</b>	<b>1,757</b>	<b>850</b>	<b>△ 907</b>	<b>△ 51.6%</b>
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	550	△ 1,178	△ 68.2%
調整額※	0	0	-	-
<b>経常利益</b>	<b>1,539</b>	<b>860</b>	<b>△ 679</b>	<b>△ 44.1%</b>
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>571</b>	<b>500</b>	<b>△ 71</b>	<b>△ 12.4%</b>

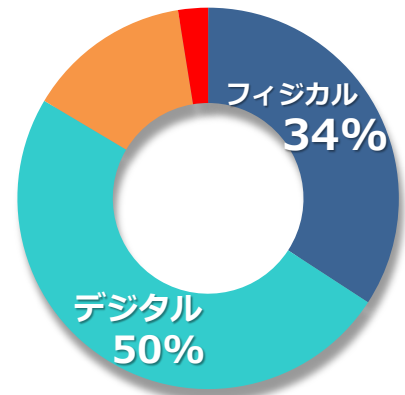
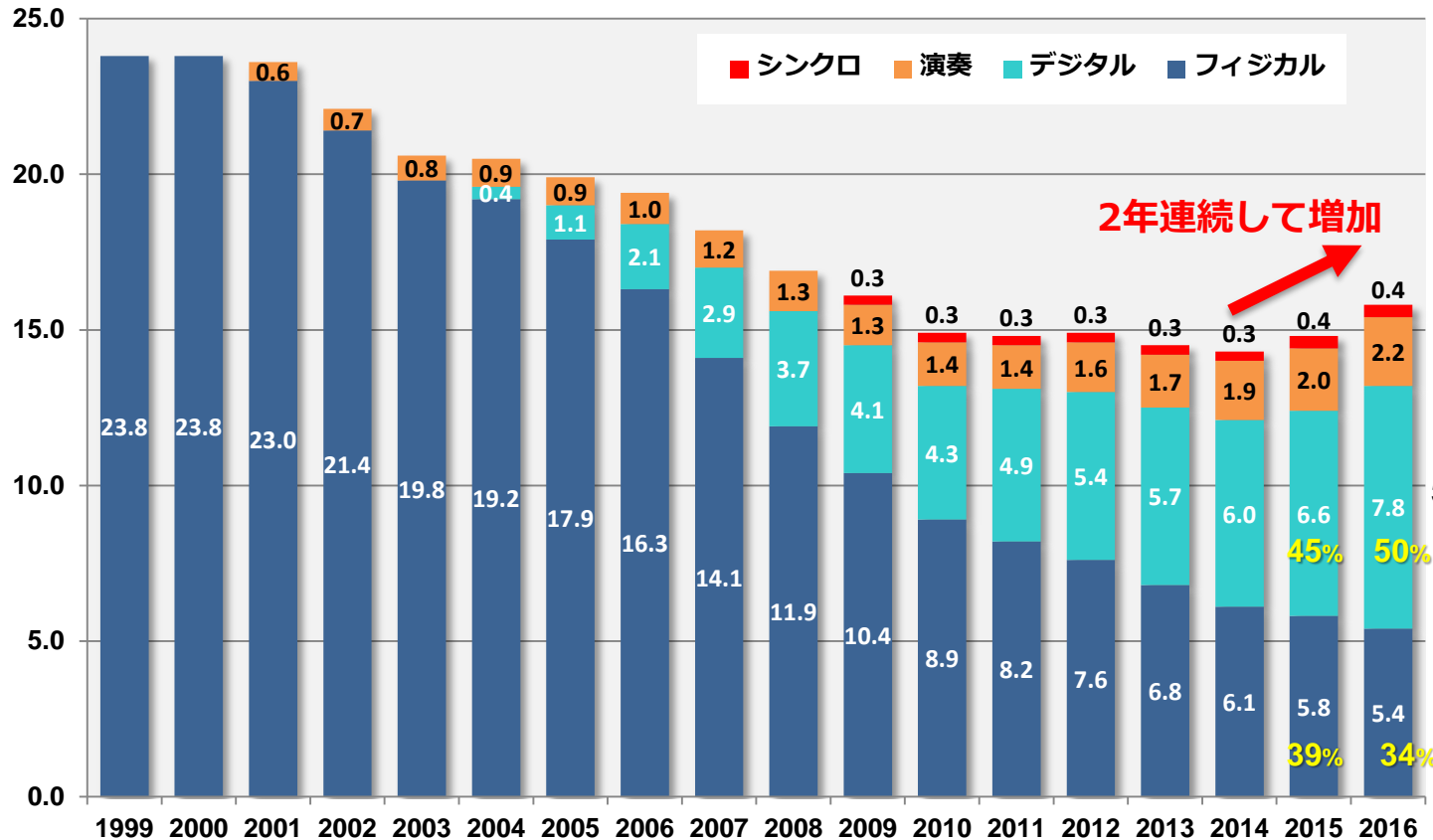
※調整額はセグメント間取引の消去によるもの。

# 市場環境と事業戦略

# 世界の音楽市場推移

- 前年比+5.9%の約1.75兆円(157億ドル)
- 2年連続の増加
- 2015年以降、デジタル売上がフィジカル売上を上回る
- デジタルの売上は市場の50%に達する

10億USドル



50% ◀ **デジタル 78億ドル**  
(前年比+17.7%)

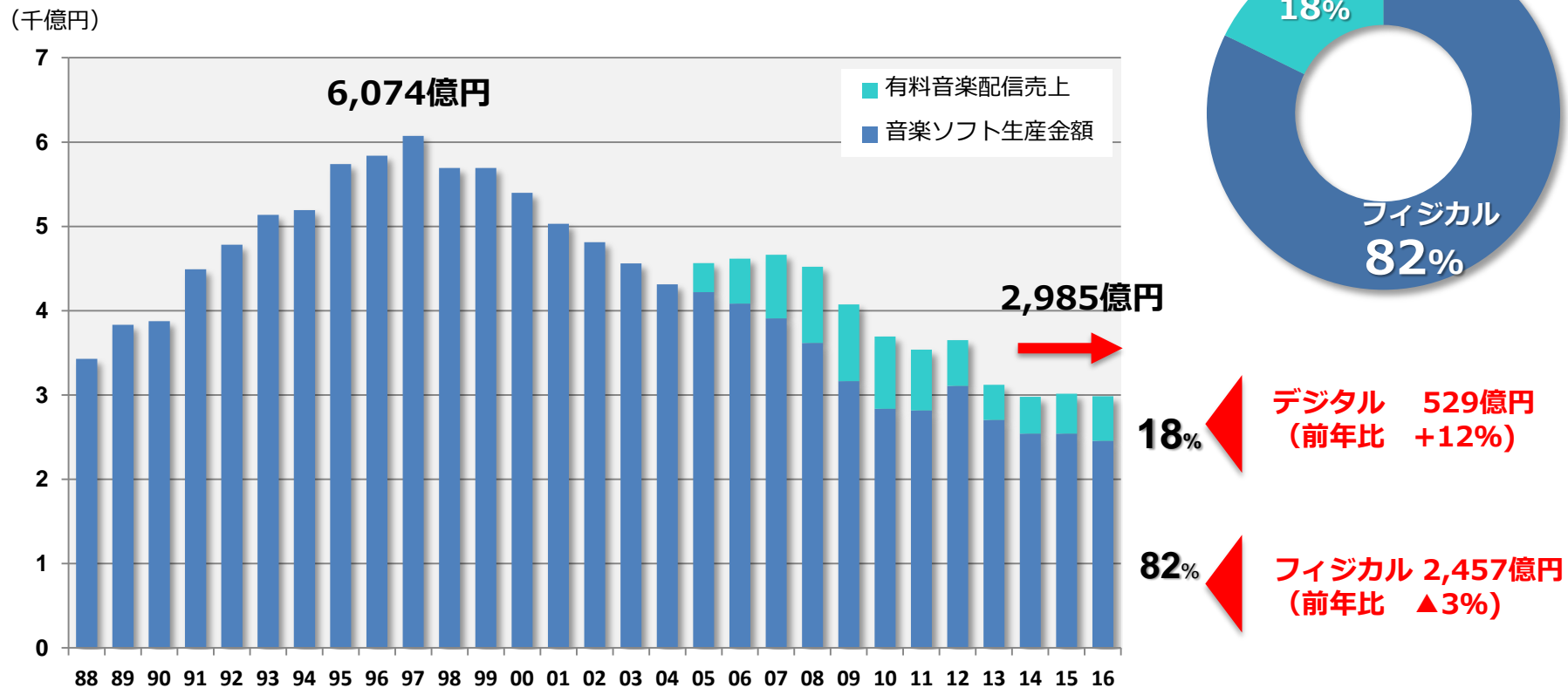
34% ◀ **フィジカル 54億ドル**  
(前年比 -7.6%)

出典：国際レコード産業連盟 (IFPI) 「GLOBAL MUSIC REPORT 2017」

※) 「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

# 日本の音楽市場推移

- 音楽市場の合計は、前年比 99%の 2,985億円
- 1997年のピークの49%の規模
- パッケージは、前年比 97%の 2,457億円
- 音楽配信売上、前年比 112%の 529億円、3年連続の増加

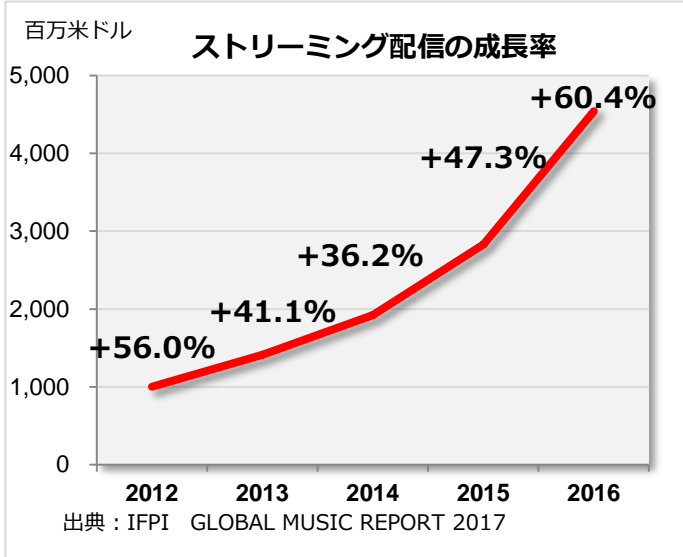


出典：日本レコード協会「日本のレコード産業 2017」をもとに会社作成

# 世界の音楽市場

## ストリーミングの成長・国別の売上構成

### ストリーミング配信

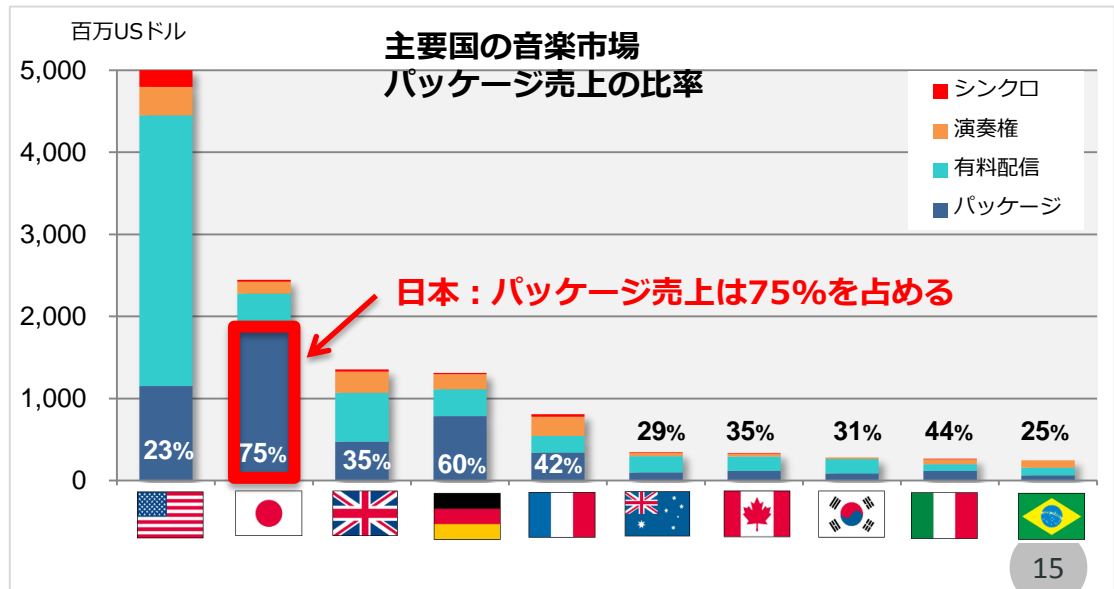


- **ストリーミング**  
世界の有料会員 1.12億の規模  
2012年以降 年2桁%以上増加
- **日本**
  - ・ 米国に次ぎ世界第2位の市場
  - ・ パッケージ 75% 配信 18%

### 世界の音楽市場：国別上位10位まで（2015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	4,997	4,997	+1.0%	23%	66%	7%	4%
2	日本	2,447	296,224	+3.0%	75%	18%	6%	1%
3	イギリス	1,354	880	+0.6%	35%	44%	19%	2%
4	ドイツ	1,310	1,179	-0.3%	60%	25%	14%	1%
5	フランス	809	728	-2.2%	42%	25%	29%	4%
6	オーストラリア	343	456	+6.1%	29%	57%	12%	2%
7	カナダ	336	430	+8.3%	35%	52%	11%	2%
8	韓国	281	318,882	+12.4%	31%	62%	7%	0%
9	イタリア	266	239	+25.1%	44%	31%	22%	3%
10	ブラジル	247	825	-1.8%	25%	38%	37%	0%
世界市場		15,000		+3.2%	39%	45%	14%	2%

出典：日本レコード協会 The Record 2016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

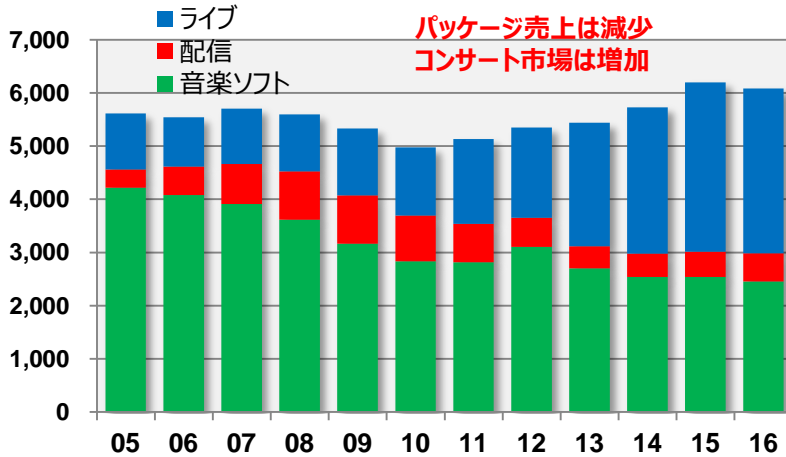




# 日本の音楽市場

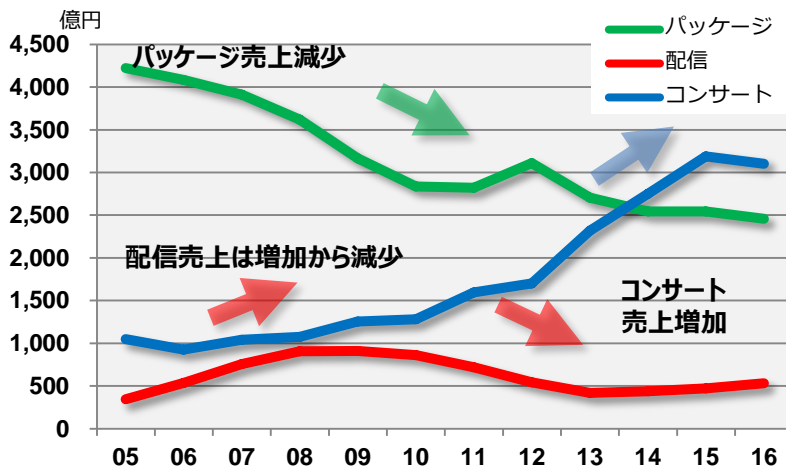
独自性の強い日本市場。CD売上比率高い。サブスクリプション普及は緩やか。

## 日本の音楽産業の売上高（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

## 日本の音楽産業の売上の構成（億円）



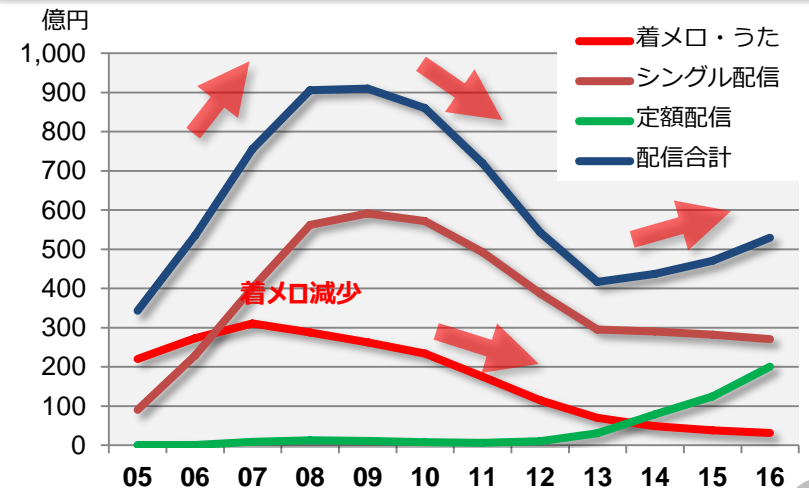
単位：百万円、暦年、出所：音楽ソフト生産高、音楽配信売上高は日本レコード協会、コンサート・ライブ売上高はコンサートプロモーターズ協会

日本の音楽産業市場 **6,087**億円 ▲2%

- ・パッケージ売上は微減
- ・配信は定額配信の緩やかな増加により微増
- ・近年、ライブ売上が伸長するが、会場の改修が影響

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

## 日本の音楽配信市場



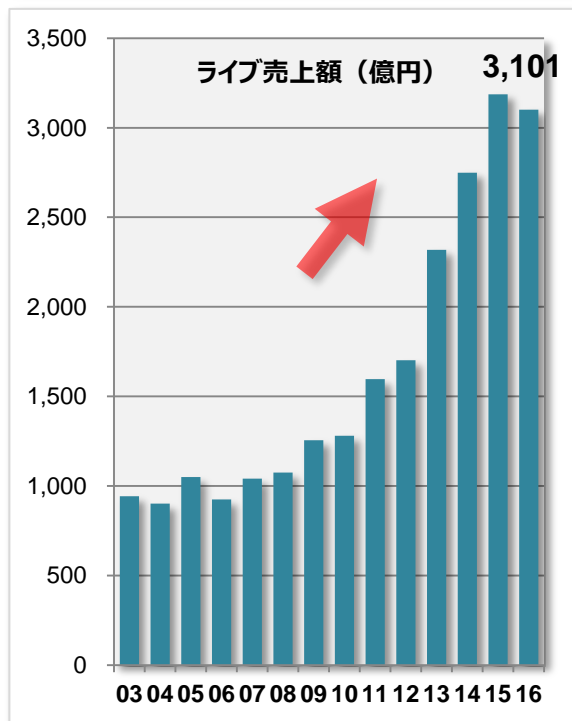
単位：百万円、出所：日本レコード協会

# 国内ライブ市場動向

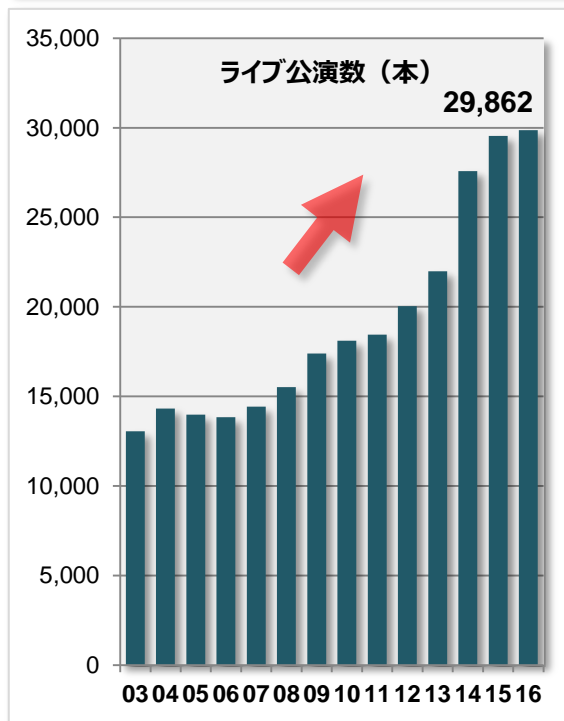
ライブ会場改修に伴う閉鎖が影響。閉鎖影響を除外すると増加傾向続く。



**ライブ売上額**  
**3,101億円**  
(前年比 97.3%)



**ライブ公演数**  
**29,862本**  
(前年比 101.0%)



**ライブ入場者数**  
**4,768万人**  
(前年比 100.3%)



**3会場の閉鎖の影響：市場規模 100億円 116公演、入場者数 131万人**

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。

# 2016年 世界の音楽市場

音楽配信が主流。1999年以降減少も下げ止まり、再成長の兆し



**+5.9%**

## 世界音楽市場の増加

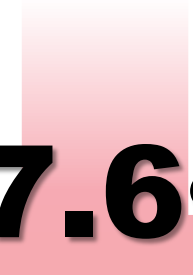
- 約1.75兆円(157億ドル)
- 2年連続の増加
- しかし15年前から4割減少



**50%**

## 世界音楽市場でのデジタル売上シェア

- 約8,700億円(約78億ドル)
- 市場全体の50%



**-7.6%**

## CD等パッケージ売上の減少

- 約6022億円(54億ドル)
- 急激に減少中



**+17.7%**

## デジタル売上の増加

- ダウンロード減少も成長中
- ストリーミング増加が牽引



**+60.4%**

## ストリーミング売上の増加

- 世界の有料会員 1.12億の規模
- 2012年以降 年2桁%以上増加



**-20.5%**

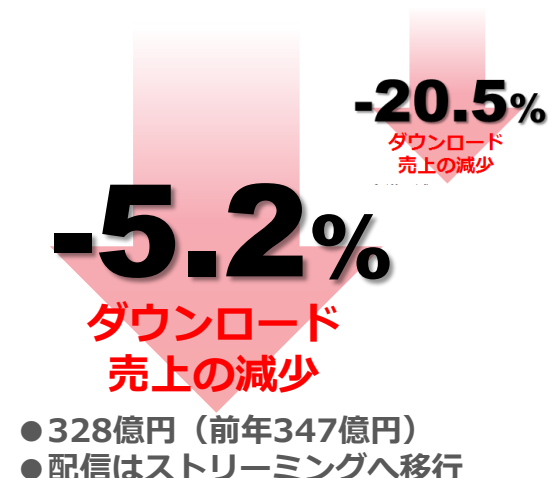
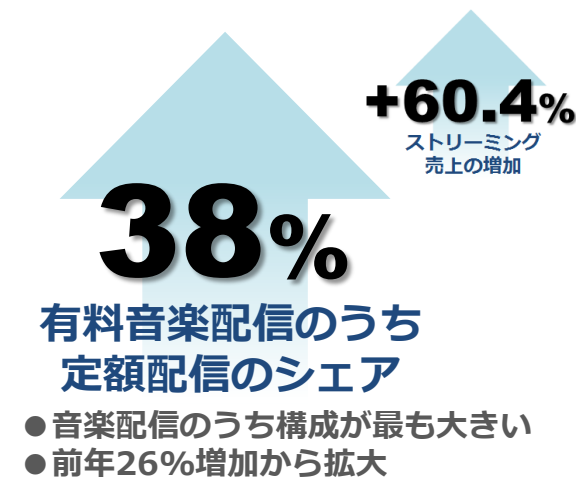
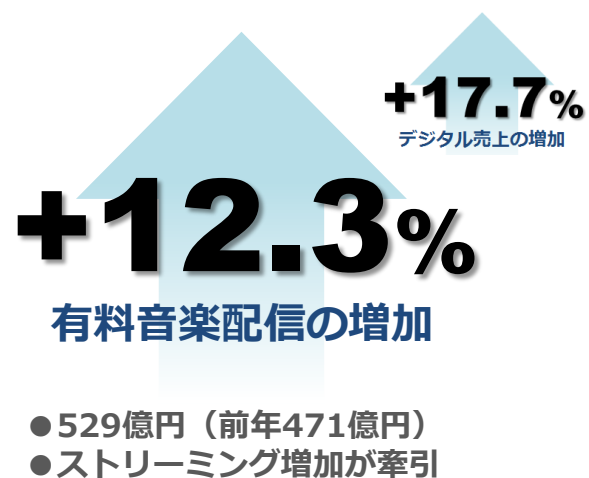
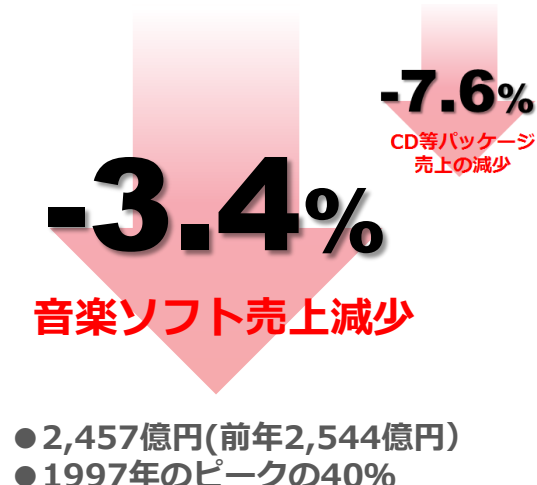
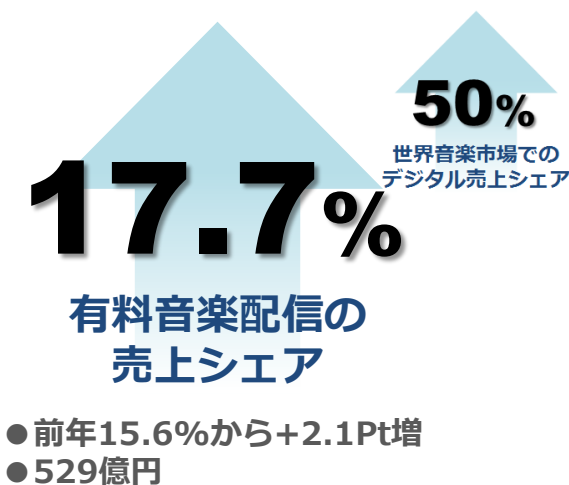
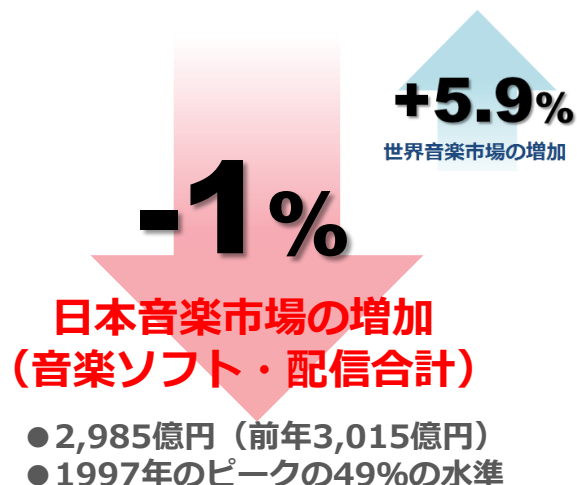
## ダウンロード売上の減少

- 急激に減少中
- 配信はストリーミングへ移行

出典：GLOBAL MUSIC REPORT 2017 国際レコード産業連盟 (IFPI)

# 日本の音楽市場 世界市場との比較

音楽ソフト市場 ▲3%の2,457億円。有料音楽配信は+12%の529億円

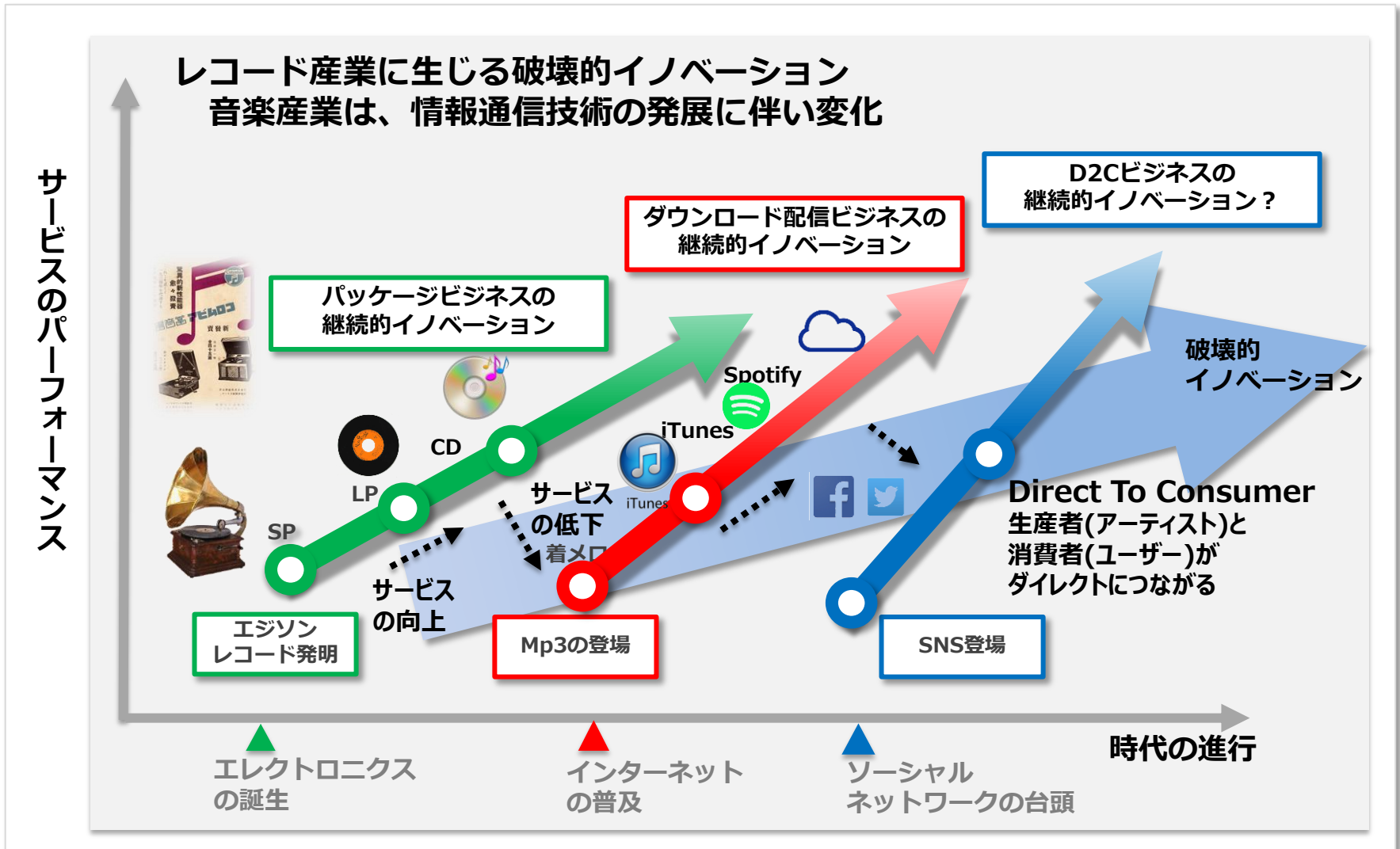


出典：日本レコード協会「日本のレコード産業2016」

# 今後の事業戦略と展望

# 音楽産業の変化 イノベーション

制作・流通・メディアに亘るビジネスモデルの変化



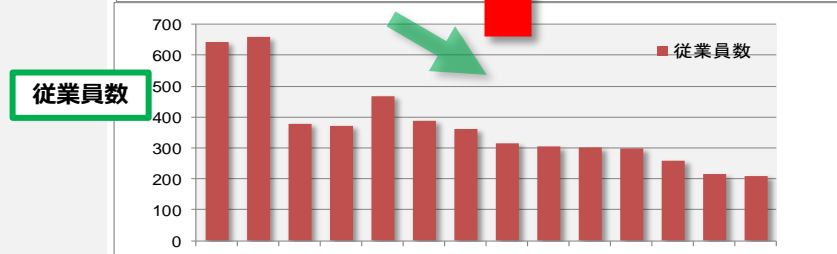
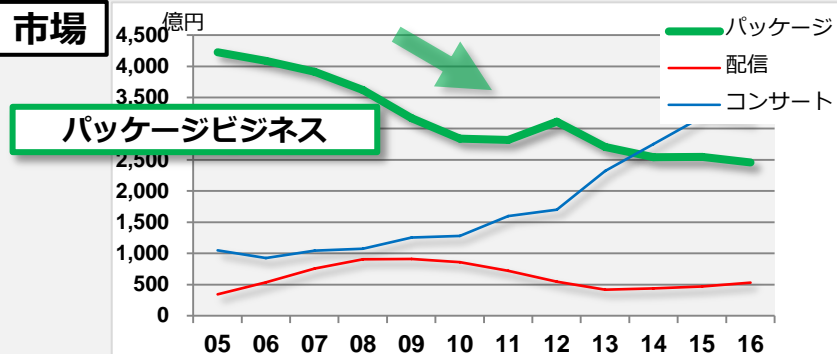
# 音楽市場動向と両社の売上・利益

コロムビア：パッケージビジネス、

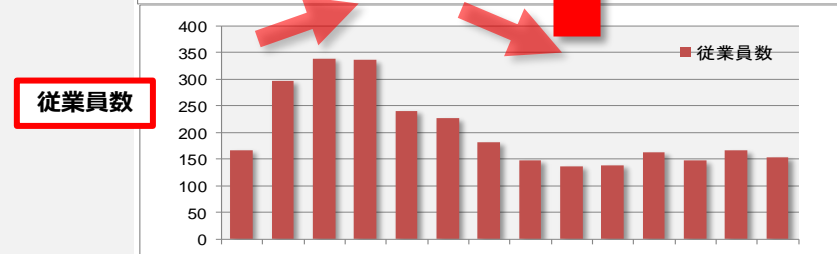
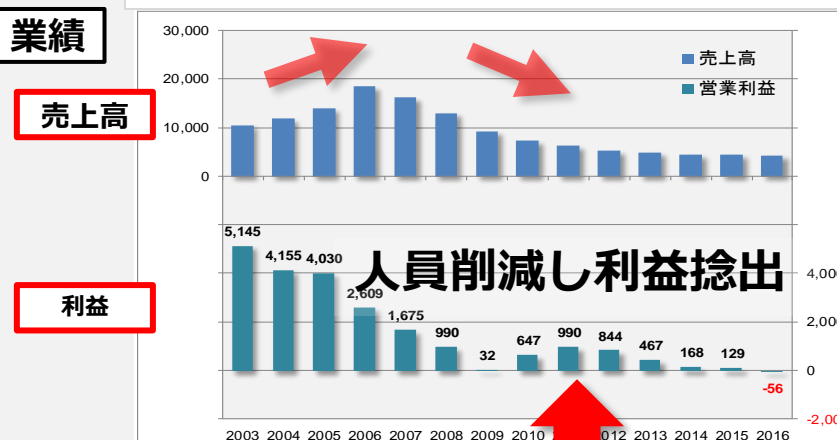
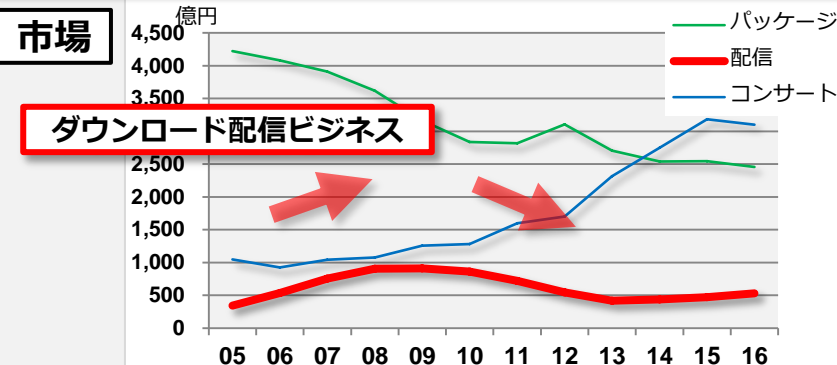
フェイス：ダウンロード配信ビジネス



## 市場動向とコロムビアの売上・利益

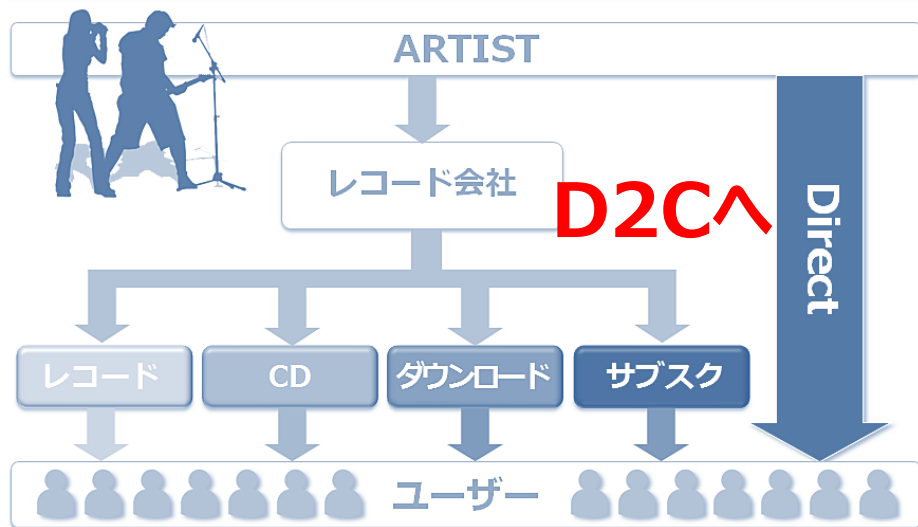


## 市場動向とフェイスの売上・利益 コンテンツ部門



# 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



## 新規事業の状況



## NTT西日本と共同開発の光BOX+

NTT西日本コールセンターからの個店開拓  
(東海地区に続き、九州地区を予定)

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)

- 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
- 主要代理店と共同イベント出展、大型チェーン店営業の同行等強化
- カワサキプラザ新規リニューアルにあたってのBGM面でのブランディング協力
- 既に店舗と接点を持つサービス、機器への提供を前提としたアライアンス先の新規開拓強化

【防犯カメラ】



【サイネージ】



リアルタイムにユーザーへアプローチ（販売促進、商品誘導）  
本部からの店内監視、人材教育、陳列商品管理など



## 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  
公共施設に加え、順次フランス国内の飲食店などにBGM提供  
店舗ソリューション事業や音楽サービスを展開



## 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

- ・ 東南アジアでは最大の約2.6億人の人口
- ・ 堅調な内需拡大を背景に、経済は継続的なプラス成長の見込
- ・ 中間所得層の拡大に伴い小売店舗や商業施設は増加
- ・ 法改正による著作権使用料徴収の適正化、透明化が進行



# アーティストプラットフォーム「Fans'」

アーティストのファン・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が  
でき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収録曲がスマホで簡単再生できる“パスコード発行機能”を提供  
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
- ・音楽プレイヤーアプリ「Fans'Player」をリリース
- ・ファンに直接にミュージックサブスクリプションが  
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

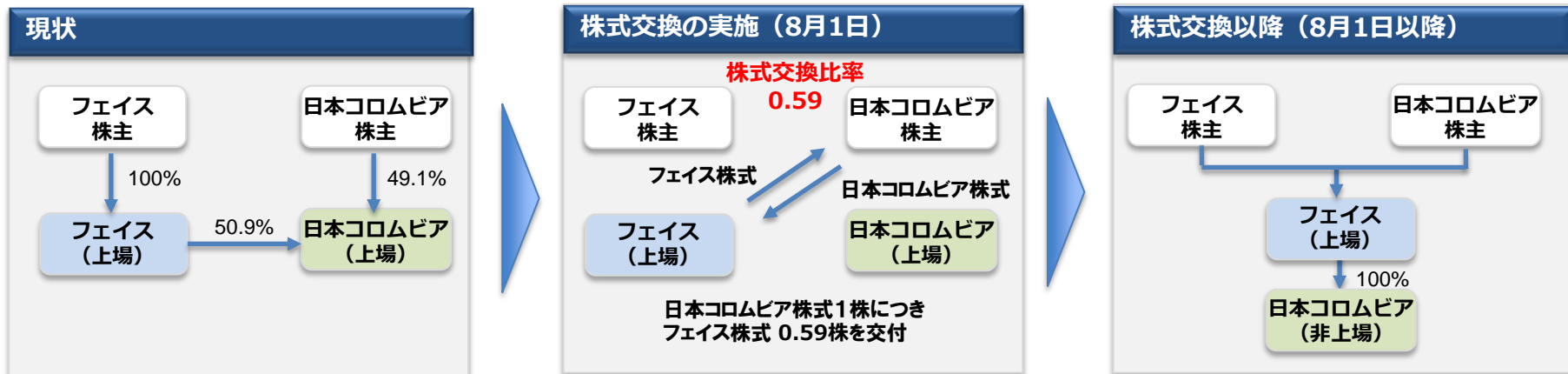
# 業界再編と今後の投資

# 株式交換による日本コロムビアの完全子会社化

交換比率 1:0.59 プレミアム16.4% (1ヶ月平均株価比)



## ■ 株式交換スキーム



## ■ 株式交換日程

株式交換契約締結日 (両社)	平成29年3月28日 (火)
株式交換契約承認株主総会 (コロムビア)	平成29年6月23日 (金)
株式交換契約承認株主総会 (当社)	平成29年6月29日 (木)
最終売買日 (コロムビア)	平成29年7月26日 (水)
上場廃止日 (コロムビア)	平成29年7月27日 (木)
株式交換の実施予定日 (効力発生日)	平成29年8月1日 (火)



## ■ 株式交換比率・プレミアム

評価手法	野村証券の算定結果
市場株価平均法	0.500~0.520
類似会社比較法	—
D C F 法	0.480~0.630

本株式交換で  
合意した比率  
1 : 0.59  
総合的に判断

評価手法	プルータスの算定結果
市場株価平均法	0.504~0.530
類似会社比較法	0.456~0.804
D C F 法	0.347~0.614

	フェイス	日本コロムビア
株式交換に係る割当比率	1	0.59
株式交換により交付する株式数	フェイス普通株式:	3,900,834株 (予定)

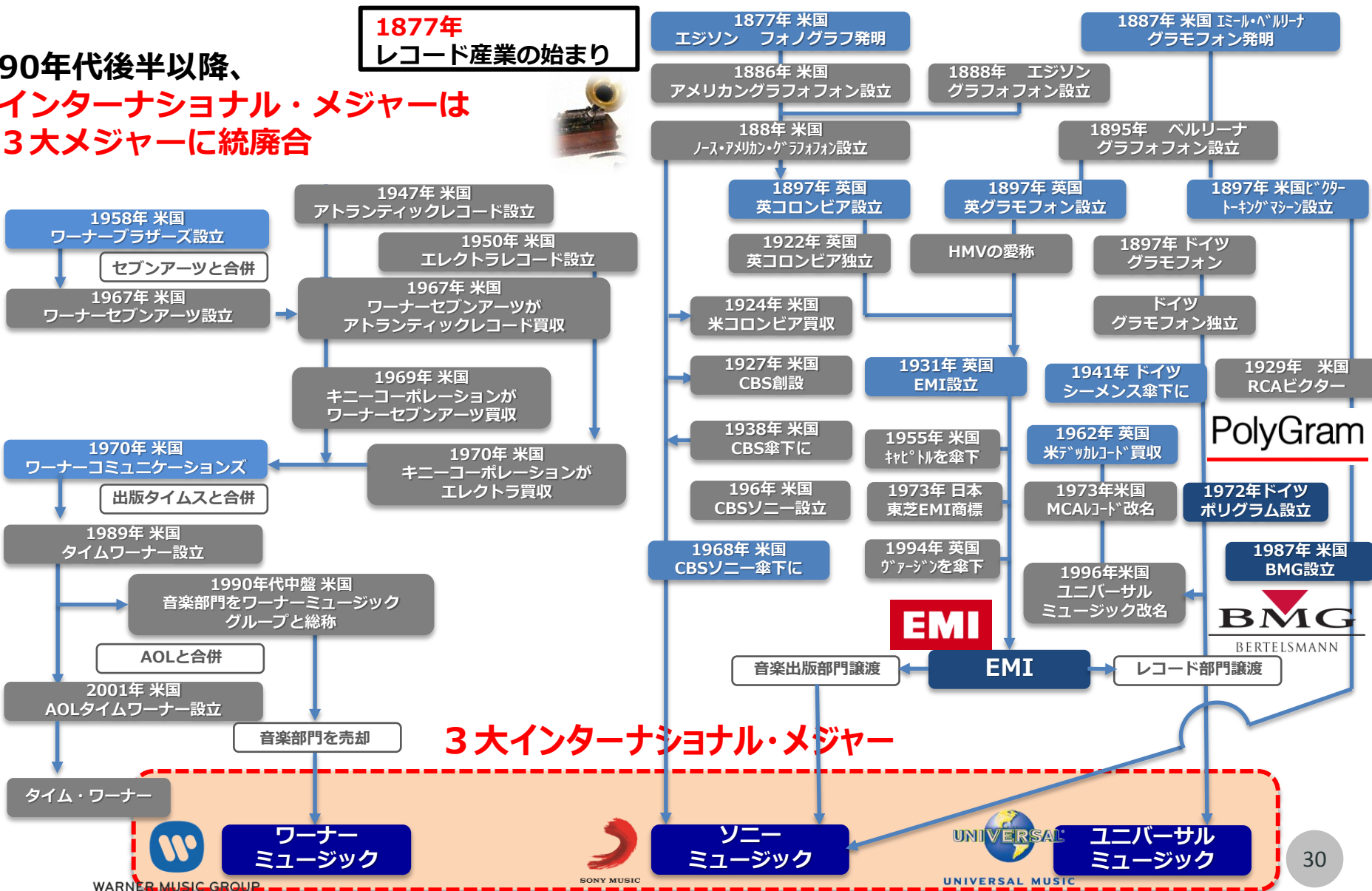
- 当社保有のコロムビア株式 (6,875,916株) について株式割当は行わない。
- コロムビアの自己株式は全て消却、新株予約権は全て放棄の予定。
- 当社自己株式2,082,520株の一部を株式交換で割当する株式に充当。
- コロムビア株170株未満を保有の株主はフェイス単元未満株主となる。

# 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

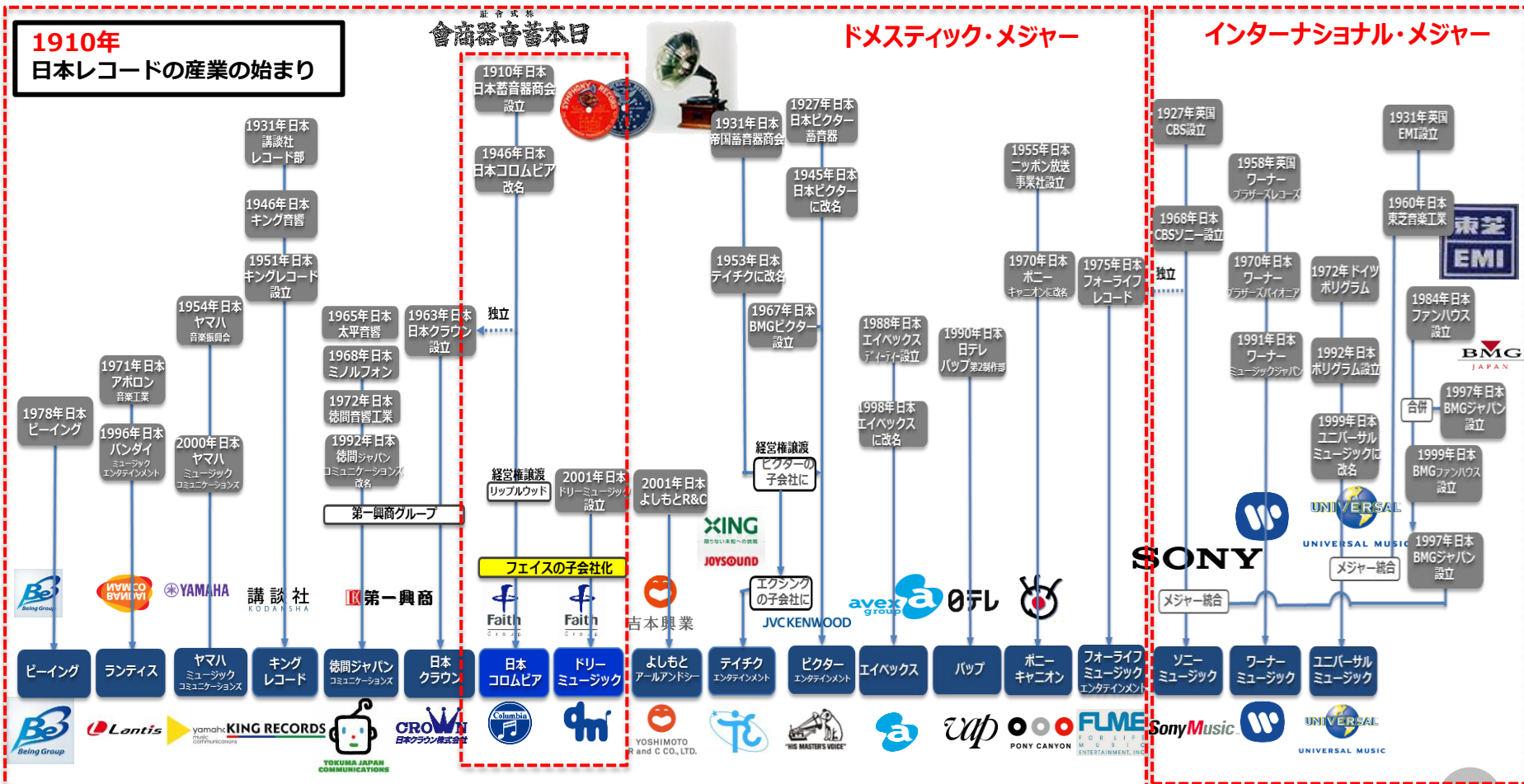


# 日本のメジャーレコード会社

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



# コーポレート・ガバナンスの強化

取締役任期を2年から1年に短縮。社外取締役を2名体制。

## 2017年6月29日開催予定の定時株主総会に付議

### ■ 取締役の任期を2年以内から1年以内に短縮

取締役の経営責任を明確にし、コーポレート・ガバナンスを一層強化  
経営環境の変化に迅速に対応できる経営体制を構築

### ■ 別所 哲也 氏を社外取締役に選任し社外取締役を2名体制に変更 独立社外取締役も2名体制とする予定。



#### 【別所 哲也 (べっしょ てつや) 氏プロフィール】 1965年8月31日 生まれ (51歳)

慶應義塾大学法学部法律学科卒業。同大学在学中、ミュージカル「ファンタスティックス」で俳優としてデビュー。1999年に、日本発の国際短篇映画祭「アメリカン・ショートショートフィルムフェスティバル (現・ショートショートフィルムフェスティバル&アジア)」を主宰。2009年に、これまでの国際短篇映画祭への取り組みから、観光庁「VISIT JAPAN 大使」に任命され、文化庁から文化発信部門の長官表彰を受けるなど、多岐にわたり活躍されています。



**Faith**

---

G r o u p