



株式会社フェイス

# FY20(2021年3月期) 第2四半期決算説明資料

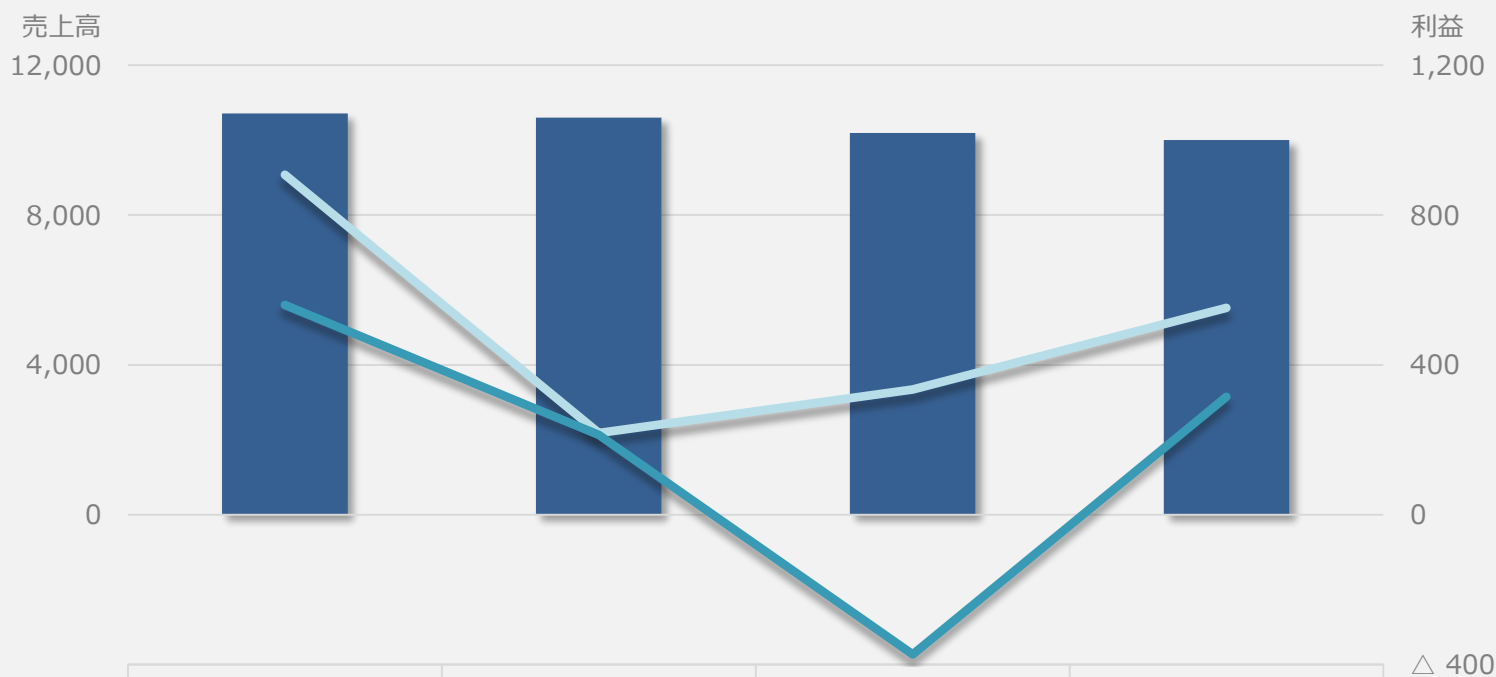
2020年11月30日  
株式会社フェイス

2021年3月期  
第 2 四半期決算概要

# FY20 2Q 連結業績ハイライト



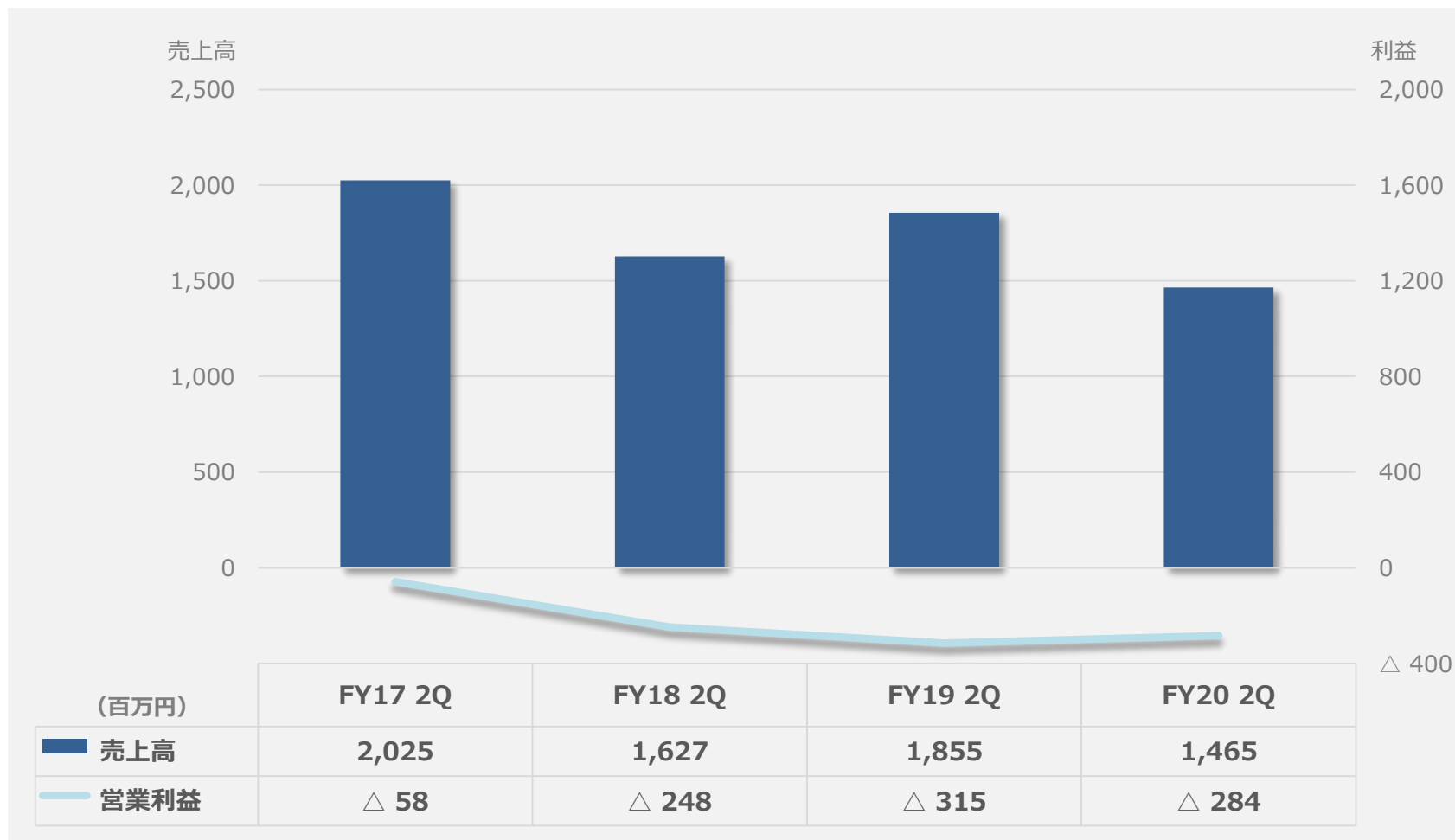
- 売上高 10,000百万円（前期比1.8%減）、営業利益 552百万円（前期比65.0%増）
- 新型コロナウイルス感染防止のための店舗営業休止などロケーションビジネスへの影響等による減収
- 一方、レーベル事業における利益幅の大きい作品や音源使用等により増益



(百万円)	FY17 2Q	FY18 2Q	FY19 2Q	FY20 2Q
■ 売上高	10,703	10,600	10,184	10,000
— 営業利益	907	218	334	552
— 当期純利益	560	213	△ 373	315

# FY20 2Q コンテンツ事業の業績

- 売上高1,465百万円（前期比21.0%減）、営業損失284百万円（前期は営業損失315百万円）
- キャリア公式サイトサービスの売上減少、新型コロナウイルスの感染防止のための店舗営業等により減益



## Thumva グループ視聴ができる新感覚のライブ配信サービス「Thumva (サムバ)」

- 6月2日より、グループビデオチャット機能を有するライブ配信プラットフォームサービス「Thumva™」(サムバ)の提供を開始
- ライブ配信を視聴しながら、グループビデオ通話やクローズドなチャットコミュニケーションができ、アーティストに対してギフティングが可能
- アーティストは、「Thumva™」内および外部サービスで有料チケット販売やギフト機能を利用して収益を上げることができ、開演前・終演後の宣伝告知、各イベントのグッズ情報掲載など、実際のライブコンサートに近いアプローチが可能



## 登録者数10万人突破 (2020年10月現在)

6月のサービス開始から10月現在で、登録者数が10万人を突破

## 総配信数120公演以上 (2020年10月現在)

今後も多種多様なジャンルのアーティストライブを配信予定



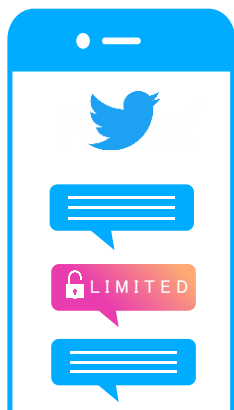
# FY20 2Q コンテンツ事業の業績



Fans'

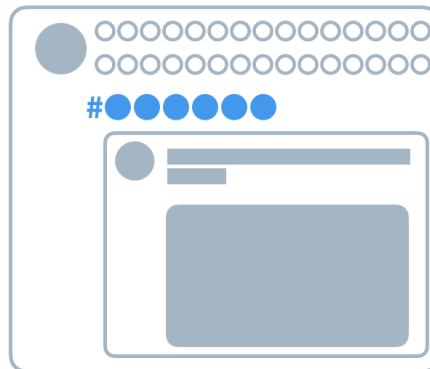
今後拡大が期待される「D2C」のビジネスモデルによるアーティスト向けプラットフォーム「ツイッター」と連携したファンクラブを作成することで、従来のクローズドなものとは異なりファンの囲い込みと育成を同時に行うことが可能(2019年6月リリース)

※「D2C」とは自社で企画・製造したサービス・商品を直接ユーザーに届けるビジネス形態、Direct to Consumerの略



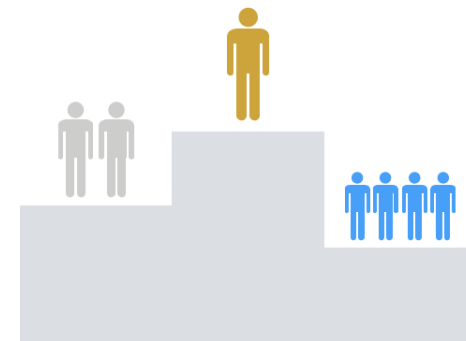
## 今まで通りツイートするだけ

Fans'からの投稿はツイッターと連動しているのでFans'からこれまで通りツイッターの更新をしながら、定期的にファン限定情報をポストするだけで簡単に運営ができます。



## ファンがアンバサダーになる

ファンがアンバサダーとなり、クリエイターの投稿をツイッターで拡散してくれます。その際、アーティストが指定するハッシュタグが自動でつくので、より拡散されやすくなります。



## 独自のアンバサダープログラム

アンバサダーとしてのアクション数や期間、影響範囲などを数値化することで、貢献度が高いアンバサダーを可視化ができるようになる独自のプログラムが、Fans'にはあります。

クリエイター  
利用料

**無料**

ファンクラブ  
会費

**300**円/月

クリエイター  
還元率

**70%**

※税別  
※クレジットカード決済

## Fans' オンラインでのスペシャルイベント開催

- ④ **多彩なジャンルのクリエイターがスペシャルイベントを開催**  
プロ野球開幕前夜のスペシャルトーク配信や、ラグビー選手たちとのオンラインファンミーティングを開催するほか、オンライントレーニングが可能なエクササイズチャンネルの生配信を実施



## Fans' オンラインサロン「ベイシカ・クリエイターズギルド」オープン

- ④ **クリエイター育成オンラインサロンをオープン**  
「ベイシカ・クリエイターズギルド」では、オンラインで実際に活躍するクリエイターがワークショップやテクニクなどプロの技術を公開し、場所を問わず学び・情報を得る事が可能



## Fans' クリエイター数の増加

- ④ **登録クリエイター数が4,490名を突破 (2020年10月現在)**  
2019年6月のリリースから16ヶ月が経ち、登録しているクリエイター数は4,490名を突破。クリエイターは多岐にわたり、アーティストやタレントだけにとどまらずスポーツコーチや映像クリエイター、ファッションコーディネーターにまで多岐にわたる

# FY20 2Q コンテンツ事業の業績



## ロケーションビジネス

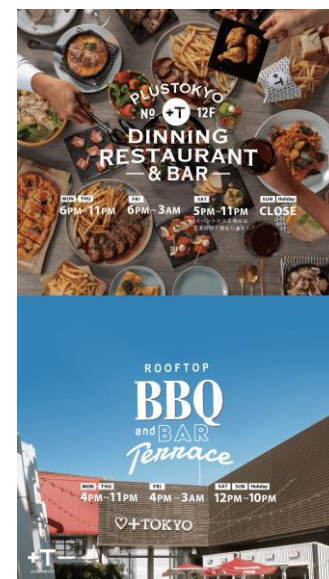
音楽を軸としたアート、フード、エンタテインメントの要素を合わせ持つ空間として新しいライフスタイルを提案

今後の政府指導等による方針や行動計画に基づき、感染拡大の防止と安全確保を最優先に、段階的に営業再開

### PLUSTOKYO (銀座一丁目)



2018年にオープンした都内最大級の2フロアからなるミュージックラウンジ  
東京都感染症拡大防止ガイドラインに沿って必要な対策を講じたうえで、7月から開始したルーフトップフロアでのBBQに続き、12階メインフロアにおいても段階的に営業を再開



### CROCKET MIMIC TOKYO (六本木)



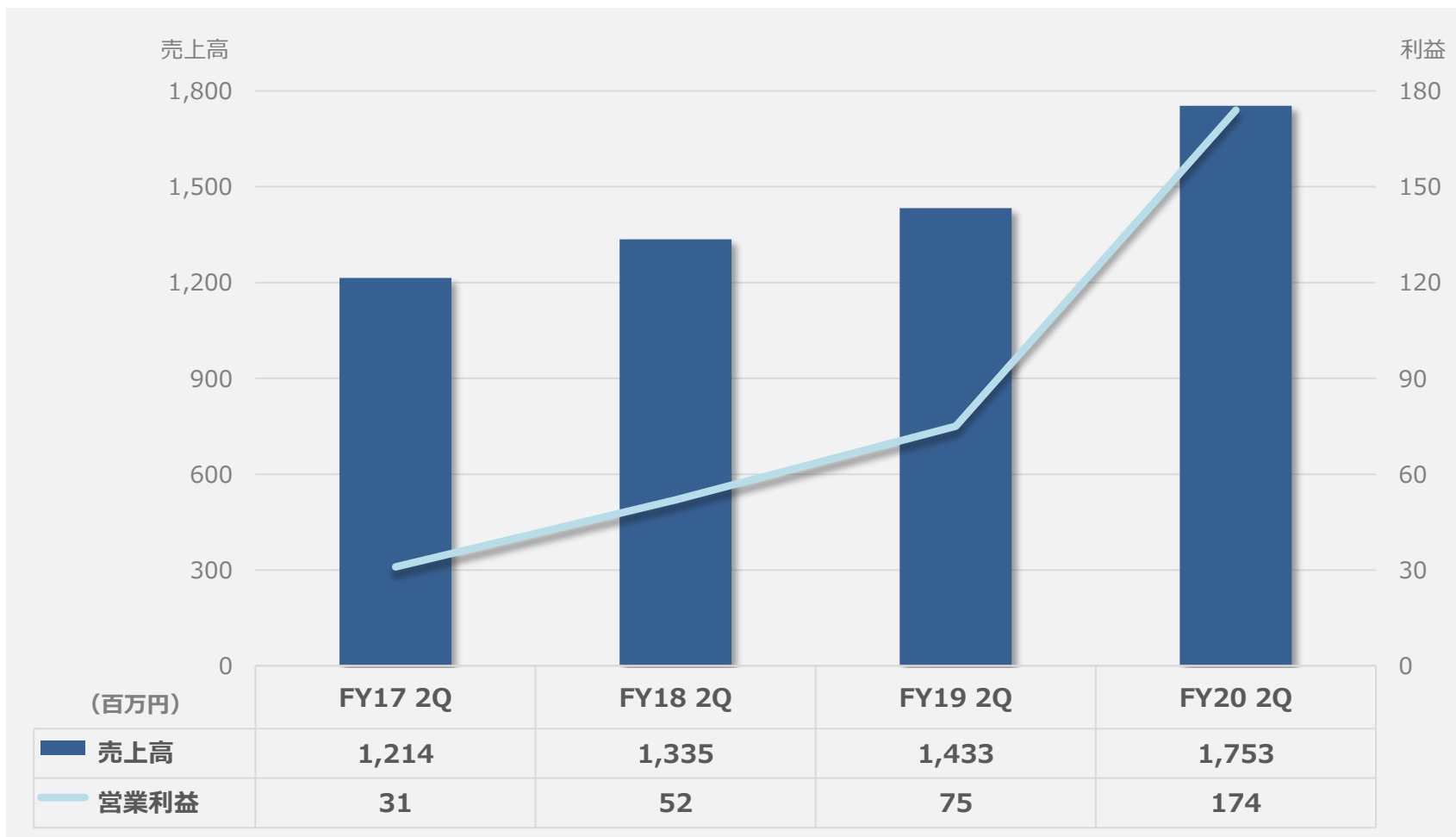
2019年にオープンした、ものまねタレントのコロケ氏がプロデュースするライブ・エンタテインメント施設  
ものまねを中心とした世界の一流パフォーマンスを提供するナイト・エンタテインメントのユニークベニューとして事業を開始  
3月下旬から営業を休止中、7月からはオリジナルコンテンツである「ミライステージ」の配信を開始





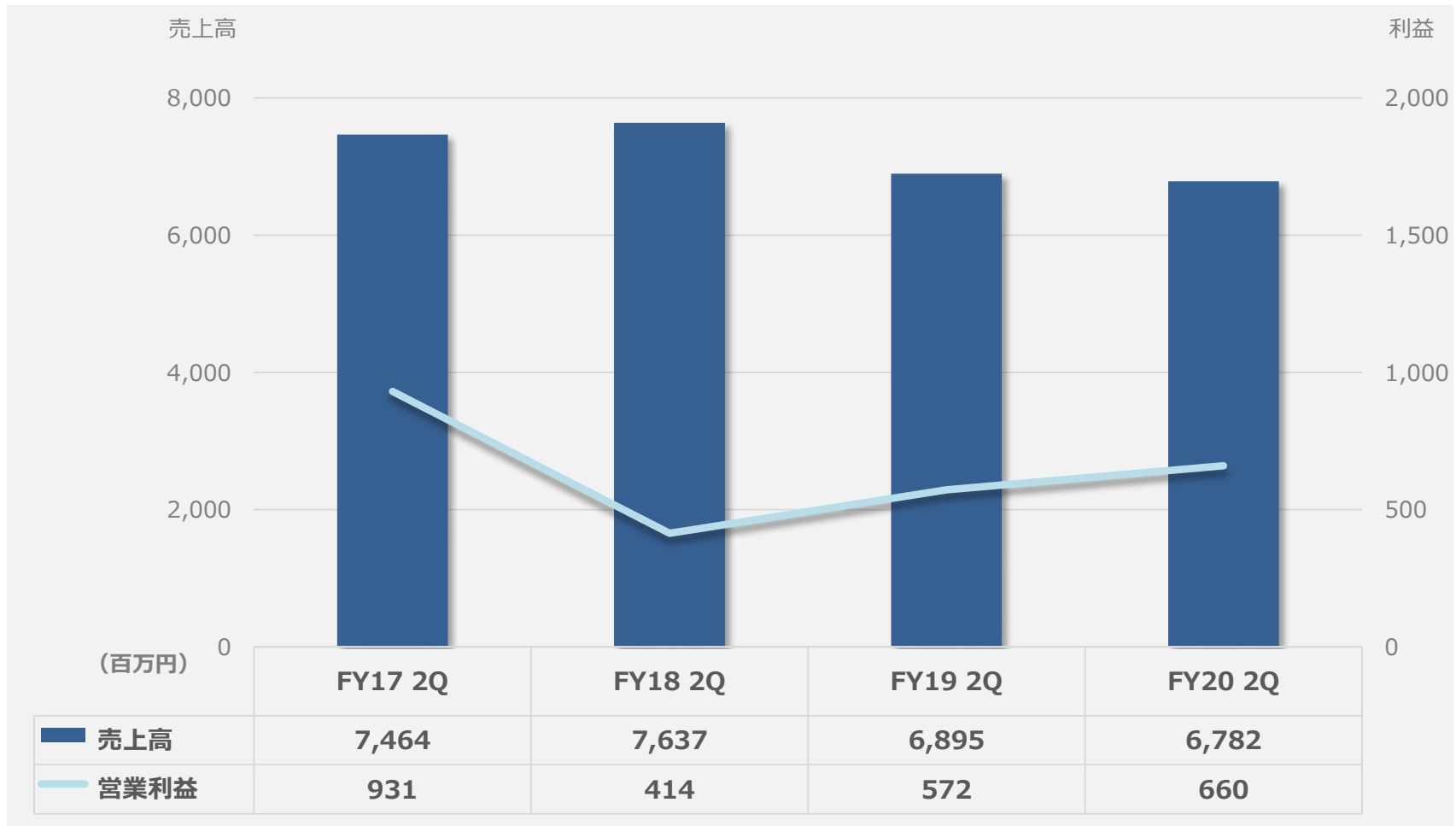
# FY20 2Q ポイント事業の業績

- 販売促進施策の展開により、既存加盟店のポイント発行が堅調に推移
- 売上高は前年同期比22.3%増の1,753百万円、営業利益は32.1%増の174百万円



# FY20 2Q レーベル事業の業績

- タイトルの発売延期、新型コロナウイルス感染防止による所属アーティスト活動の減少により売上高は前年同期比1.6%減の6,782百万円
- アニメ作品の売上が堅調に推移し、利益率の高い過去の過年度作品の売上が増加したため営業利益は前年同期比15.4%増の660百万円



# FY20 2Q レーベル事業の業績

新型コロナウイルスの影響により売上高は減少したが、カタログ商品やアニメ作品の収益により、利益は増加

## カタログ商品（利益率の高い過年度作品）

NHK連続テレビ小説「エール」の題材となった作曲家：古関裕而  
関連タイトルなど

## アニメ作品タイトル

## 新型コロナウイルスの影響

タイトルの発売延期  
主カアーティストの活動中止または延期

# FY20 2Q レーベル事業の業績

## 主要なリリース

### 音楽ソフト

- ・「THE IDOLM@STER」シリーズ
- ・「Papillon (パピヨン) -ボヘミアン・ラブソディー」 氷川きよし
- ・「あなたが選んだ古関メロディーベスト30」
- ・「年中模索」スターダスト☆レビュー
- ・「東映・スーパー戦隊シリーズ」
- ・「So Sweet Dolce」 諏訪ななか
- ・「母」 氷川きよし
- ・「行く先、手羽先」 手羽先センセーション
- ・「岡本真夜 25th Anniversary BEST ALBUM ～Thanks a million～」 岡本真夜



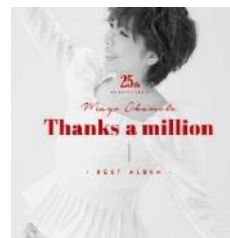
氷川きよし



古関メロディーベスト30



スターダスト☆レビュー



岡本真夜



THE IDOLM@STER  
CINDERELLA GIRLS



安全地帯

### 映像ソフト

- ・「THE IDOLM@STER CINDERELLA GIRLS 7thLIVE TOUR Special 3chord♪ Glowing Rock! @KYOCERA DOME」
- ・「THE IDOLM@STER CINDERELLA GIRLS 7thLIVE TOUR Special 3chord♪ Funky Dancing! @NAGOYA DOME」
- ・「THE IDOLM@STER CINDERELLA GIRLS 7thLIVE TOUR Special 3chord♪ Comical Pops! @MAKUHARI MESSE」
- ・「NHKいないいないばあっ！」シリーズ
- ・「安全地帯 IN 甲子園球場 さよならゲーム」 安全地帯

### ゲームソフト

- ・「わんニャンどうぶつ病院 ペットを助けるだいじなお仕事」 Nintendo Switch
- ・「げっし〜ず 森の小さななかまたち」 Nintendo Switch



わんニャン動物病院

# FY20 2Q セグメント別連結業績(前期との比較)

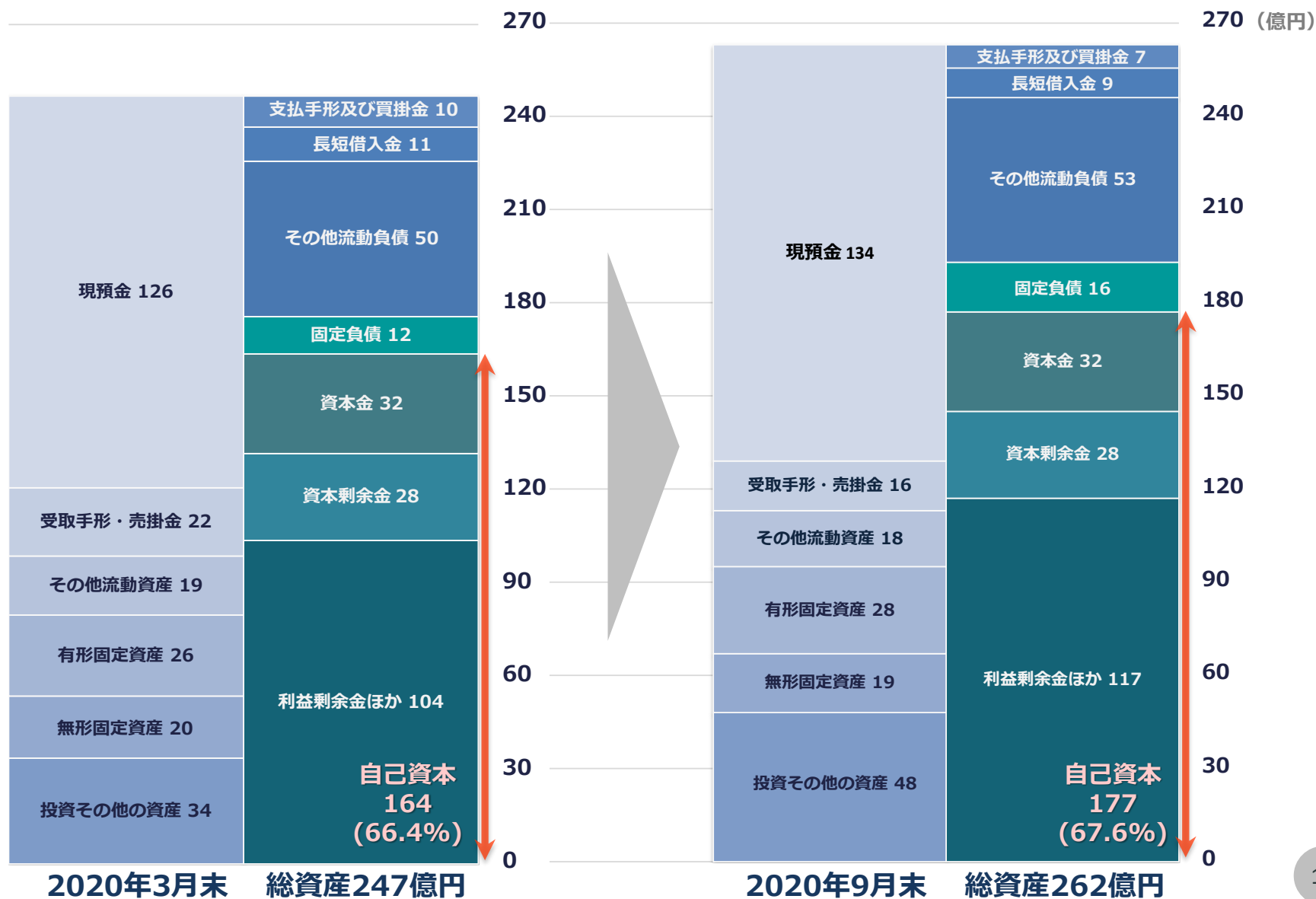


(百万円)

	FY19 2Q	FY20 2Q	増減額	増減率
<b>売上高</b>	<b>10,184</b>	<b>10,000</b>	<b>△ 183</b>	<b>△ 1.8%</b>
コンテンツ事業	1,855	1,465	△ 390	△ 21.0%
ポイント事業	1,433	1,753	+319	+22.3%
レーベル事業	6,895	6,782	△ 113	△ 1.6%
<b>営業利益</b>	<b>334</b>	<b>552</b>	<b>+217</b>	<b>+65.0%</b>
コンテンツ事業	△ 315	△ 284	+31	-
ポイント事業	75	174	+99	+132.1%
レーベル事業	572	660	+87	+15.4%
調整額※	2	2	△ 0	△ 24.0%
<b>経常利益</b>	<b>383</b>	<b>667</b>	<b>+284</b>	<b>+74.1%</b>
<b>親会社株主に帰属する 当期純利益</b>	<b>△ 373</b>	<b>315</b>	<b>+688</b>	<b>-</b>

※調整額はセグメント間取引消去によるもの。

# 連結貸借対照表（前期末との比較）



## 当社グループの財務基盤について



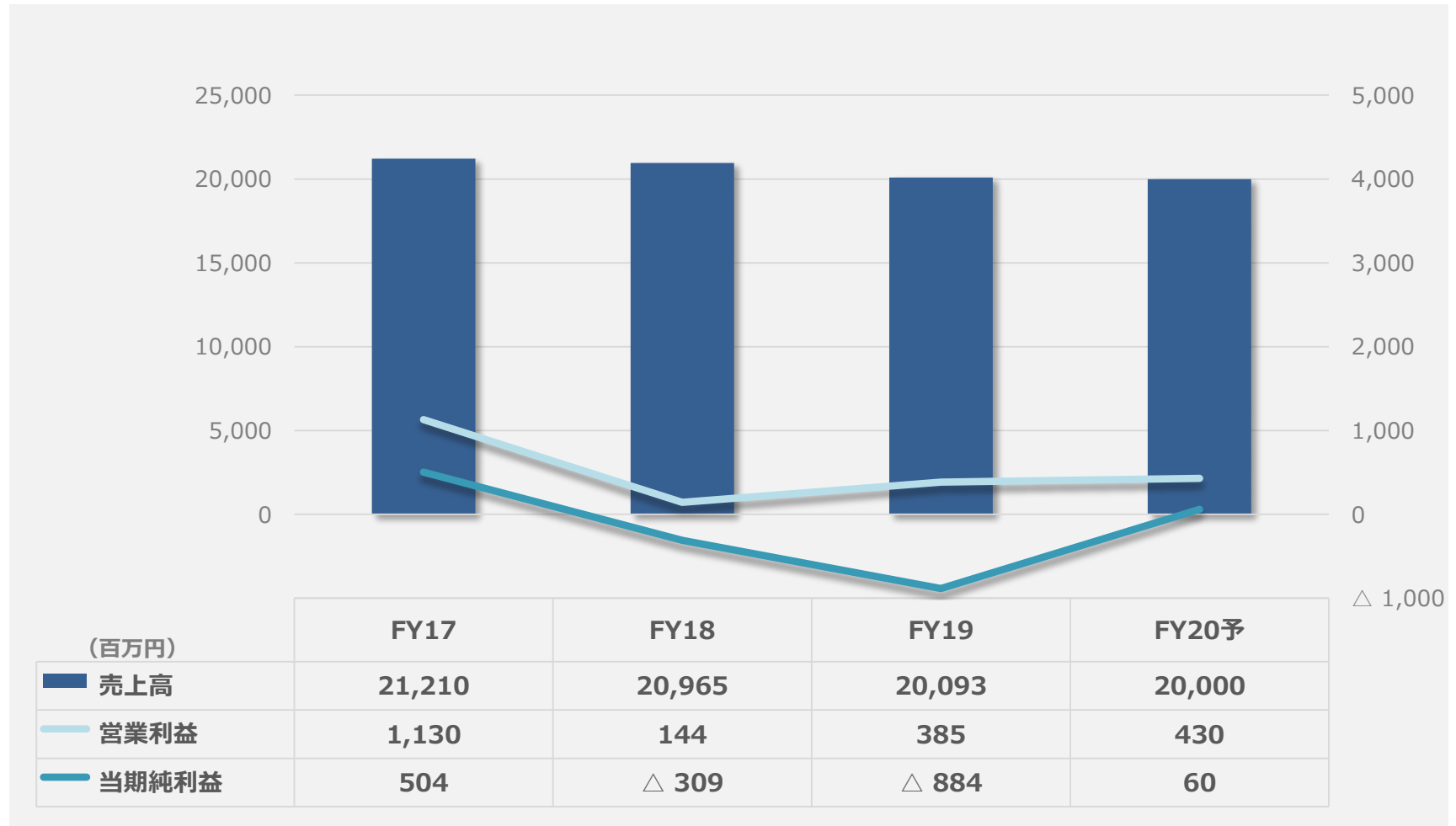
- 堅実なビジネスモデル及びレベル事業における長期的な業績維持により、潤沢なキャッシュポジションを確立
- 現金 保有残高13,383 百万円
- 自己資本比率 67.6%
- 今後もエンタテインメント業界において戦略的・機動的な投資を行い、事業環境の変化に迅速かつ柔軟に対応

2021年3月期  
業績予想



# FY20 通期業績予想

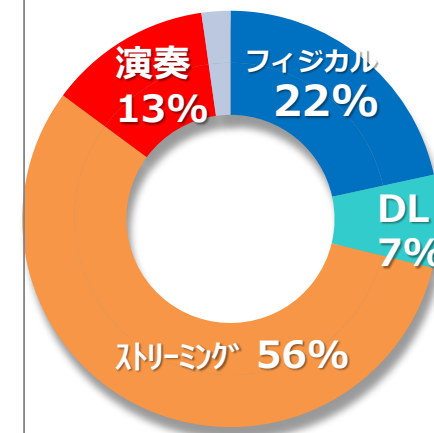
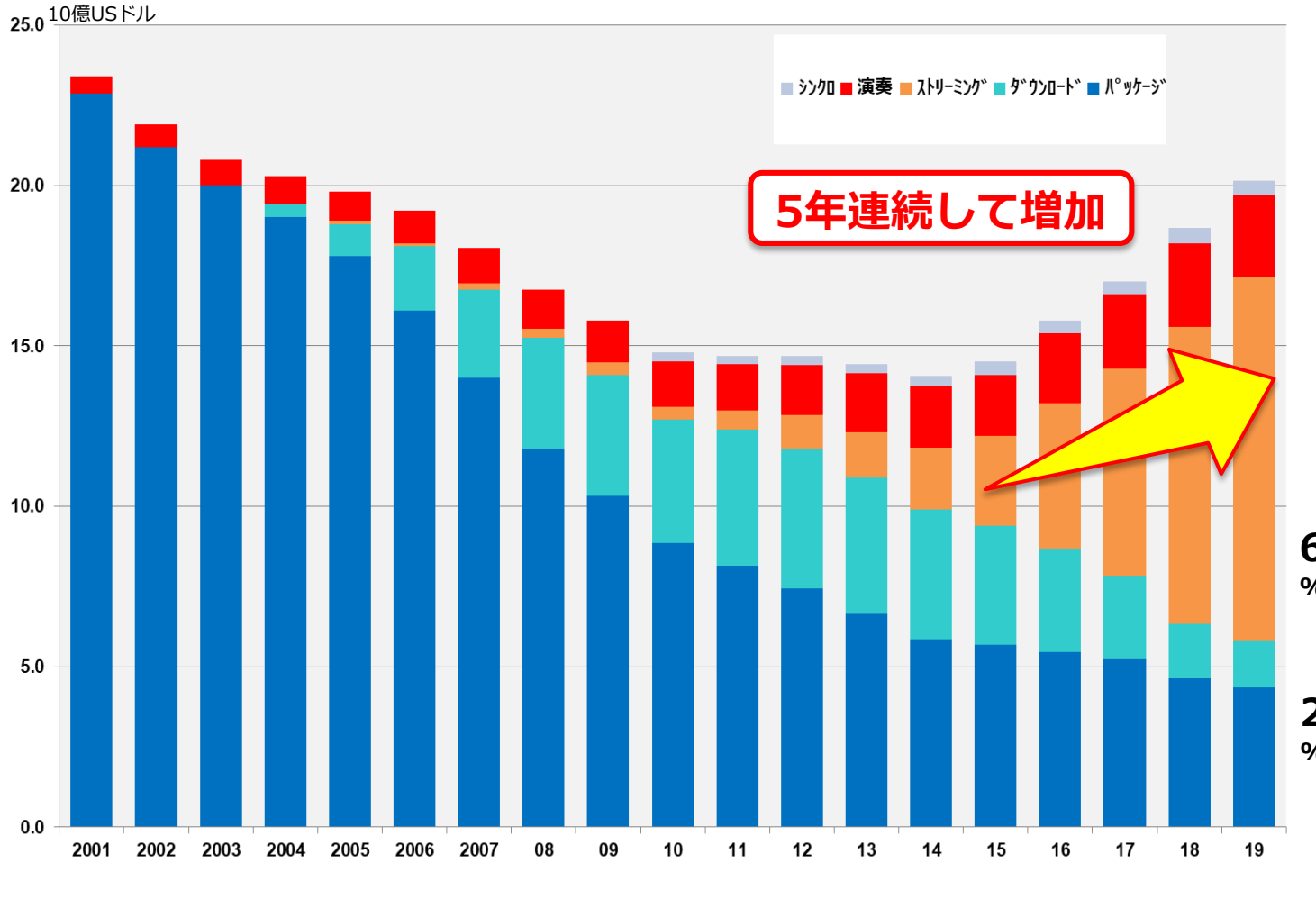
- 新型コロナウイルス感染症拡大の状況により、下期の見通しは不透明なため、当初業績予想と同等水準である売上高 20,000百万円、営業利益 430百万円、当期純利益 60百万円の通期予想
- テレワークの本格導入に伴う働き方改革関連費用などが増加する見込み



# 市場環境

# 世界の音楽市場

- 前年比+8.2%の約2兆2千億円(202億ドル)⇒5年連続の増加
- ストリーミングの増加は23%の増加(2018年 92億ドル⇒ 2019年 114億ドル)
- デジタルの売上は市場の64%に到達

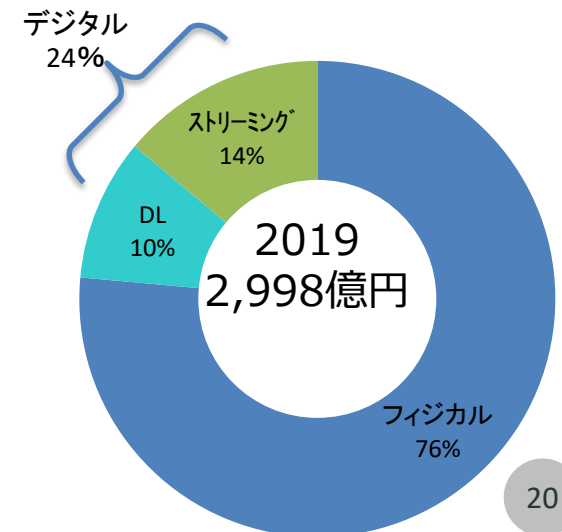
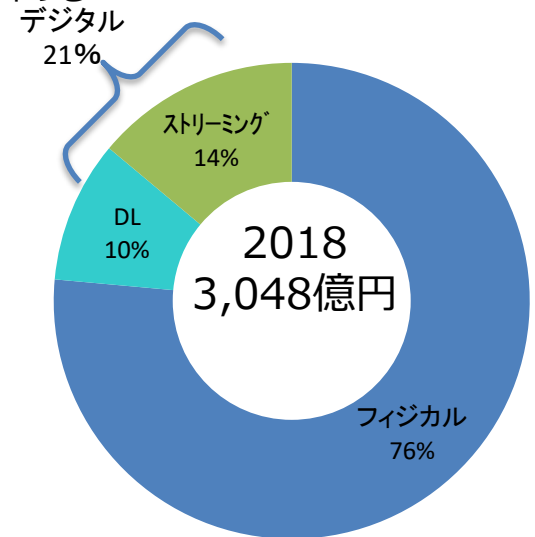
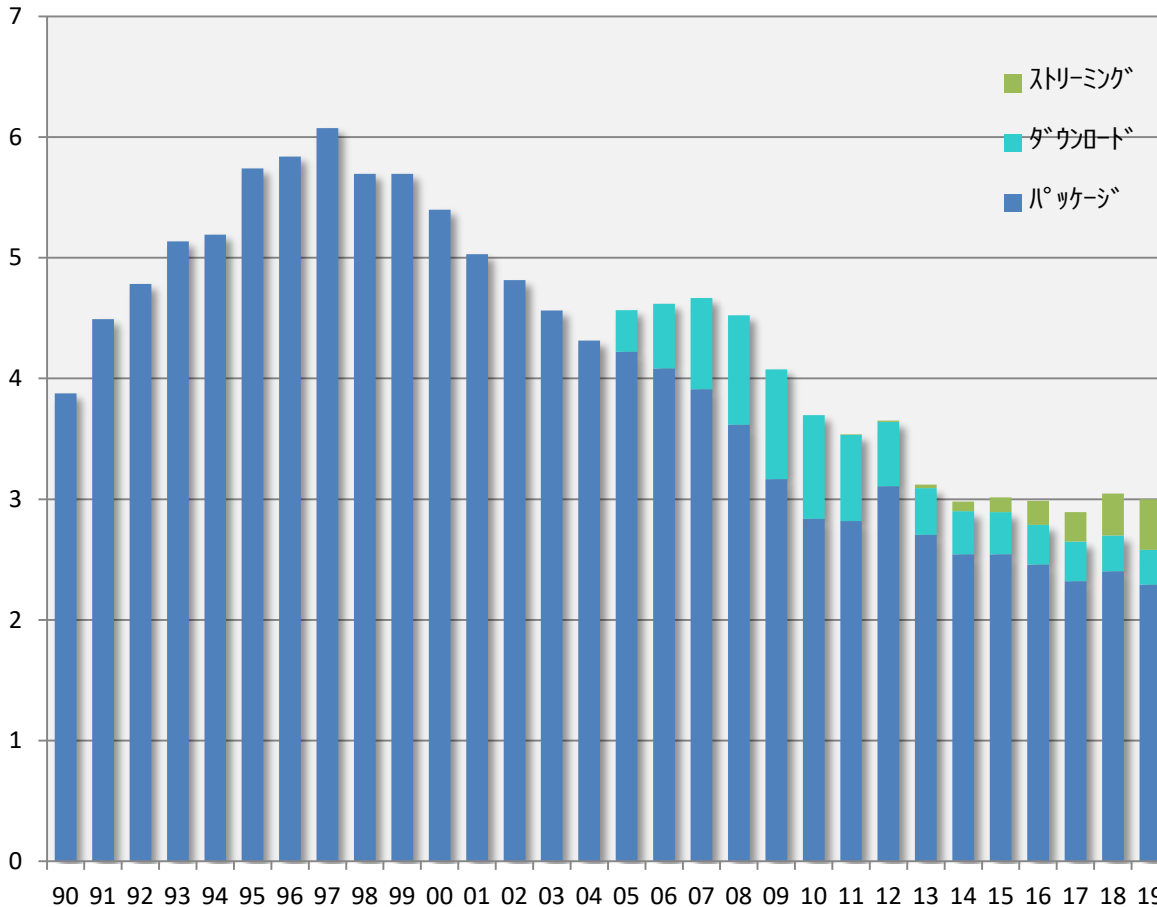


**64%** ← **デジタル**  
(ストリーミング + DL)  
128億ドル  
(前年比 +17.0%)

**22%** ← **フィジカル** 44億ドル  
(前年比 -6.3%)

# 日本の音楽市場

- 音楽ソフト生産金額と音楽配信売上金額の合計は2,998億円(前年比98%)、フィジカル売上は76%
- 音楽配信売上は706億円(前年比110%)⇒6年連続年連続の増加
- デジタル売上は24%、特にストリーミング売上の増加が顕著であり14%を占める



出典：日本レコード協会「日本のレコード産業 2020」をもとに会社作成

©2020 Faith, Inc. All Rights Reserved.

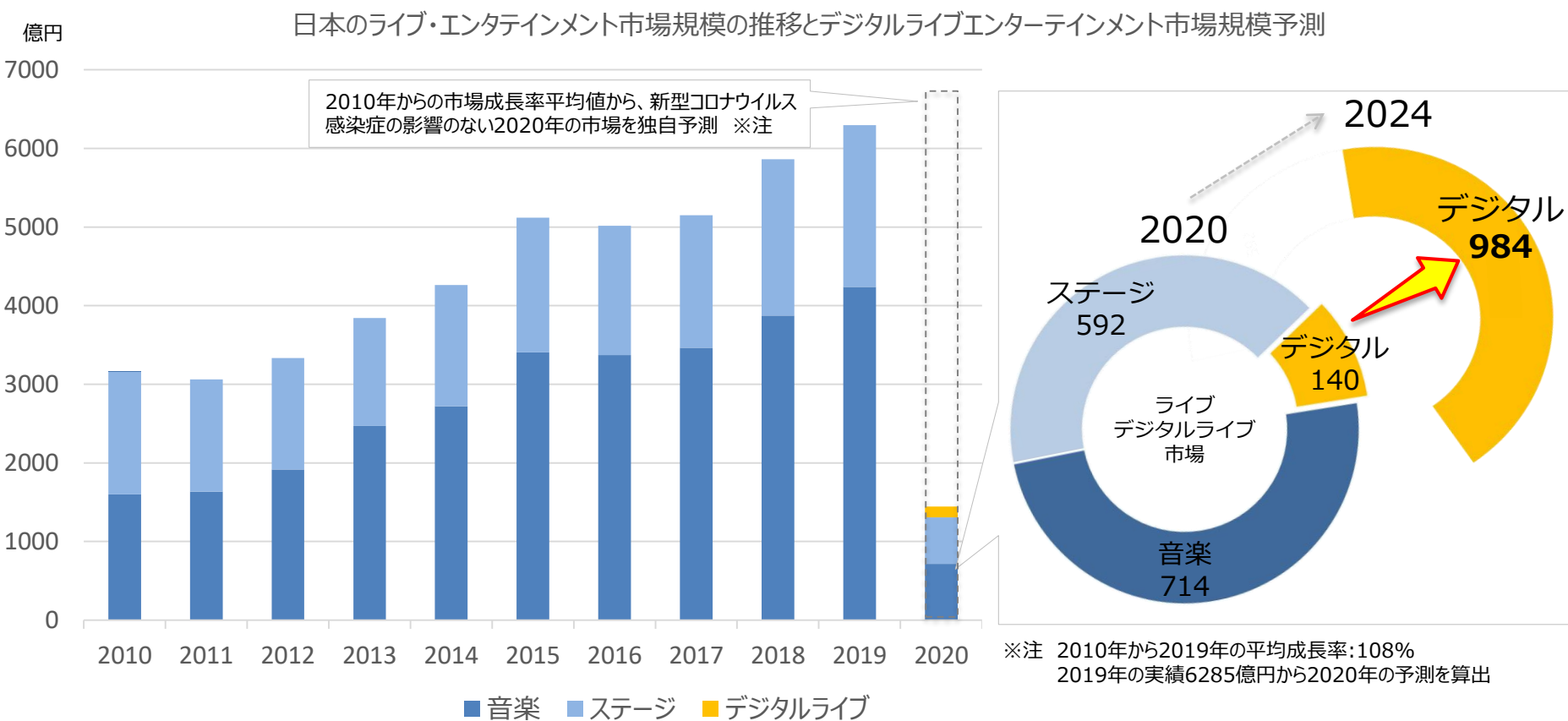
# 日本の音楽市場

- 音楽デジタル配信売上は6年連続増加し、706億円（前年比110%）
- 2013年386億円より増加に転じる
- ストリーミング売上の増加は前年比134%となり、配信売上の67%を占める
- 2020年第1四半期、有料音楽配信売上のうちストリーミングの売上は前年同期比28%増加



# 日本の音楽市場

- 2020年のライブ・エンタテインメント市場規模は1,306億円と試算され、過去最高を更新した2019年から一転、前年比約8割の減少を予測
- 一方で、国内のデジタルライブ市場規模は2020年に140億円に達し、2021年には前年比約2.2倍の314億円規模へ急拡大、2024年には約1,000億円の市場へ成長すると予測され、今後「新しいライブ・エンタテインメントの楽しみ方」として浸透



# フェイス・グループの 働き方改革について

## テレワークによる勤務体制を本格導入

2020年10月1日より、フェイス・グループはテレワークによる勤務体制を本格導入

**行動様式の変化や新たな価値観の定着を見据えるとともに  
多様で効率的な働き方を実現**

- 2020年 4月 緊急事態宣言の発令を受け、在宅勤務、オンライン会議、外出の自粛を徹底
- 2020年 5月 緊急事態宣言の発令解除後も、上記自粛の徹底を継続して実施
- 2020年10月 テレワークによる勤務体制を本格導入し、常態化



