



株式会社フェイス

FY20(2021年3月期) 通期決算説明会

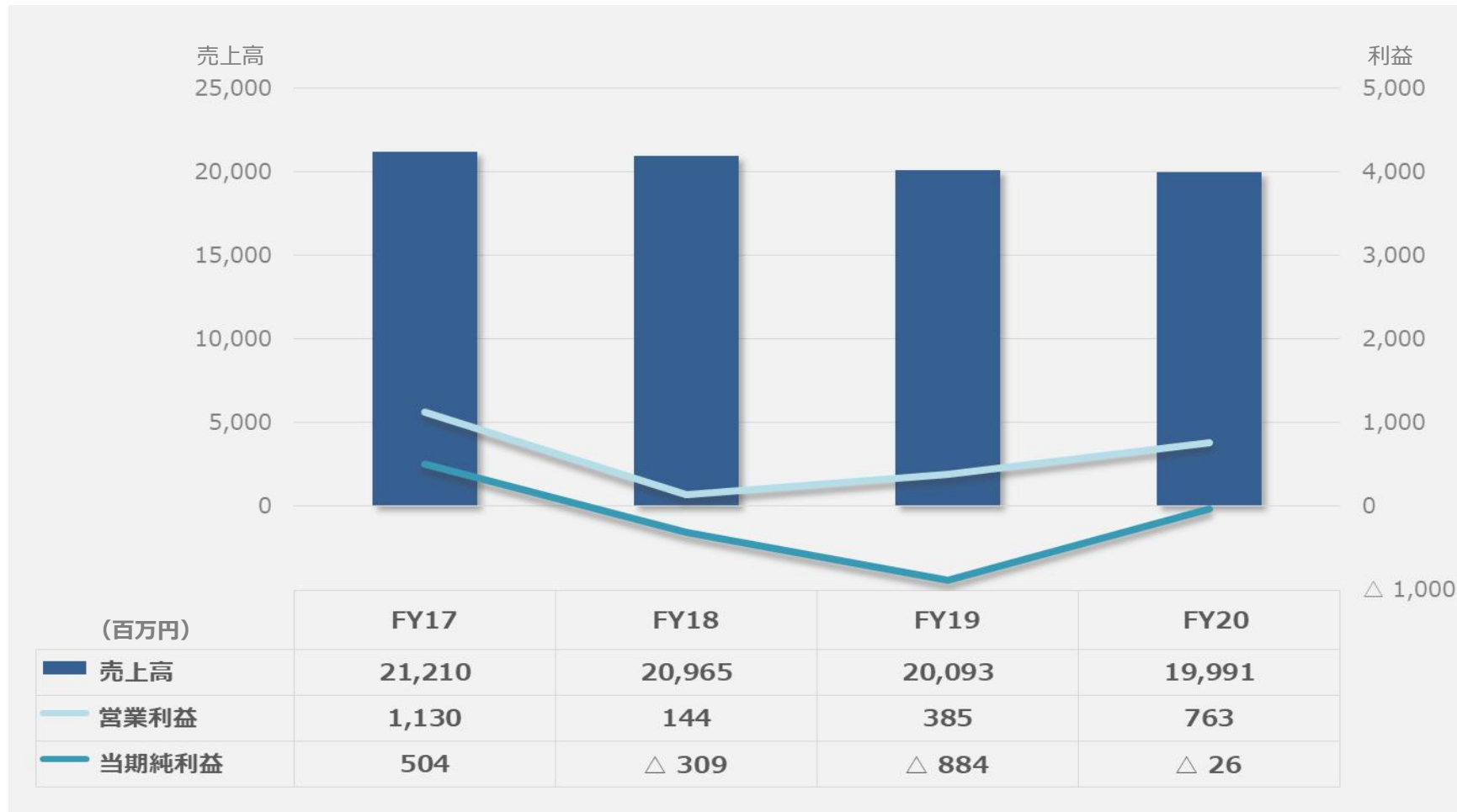
2021年5月26日
株式会社フェイス

2021年3月期
通期決算概要

FY20 連結業績ハイライト

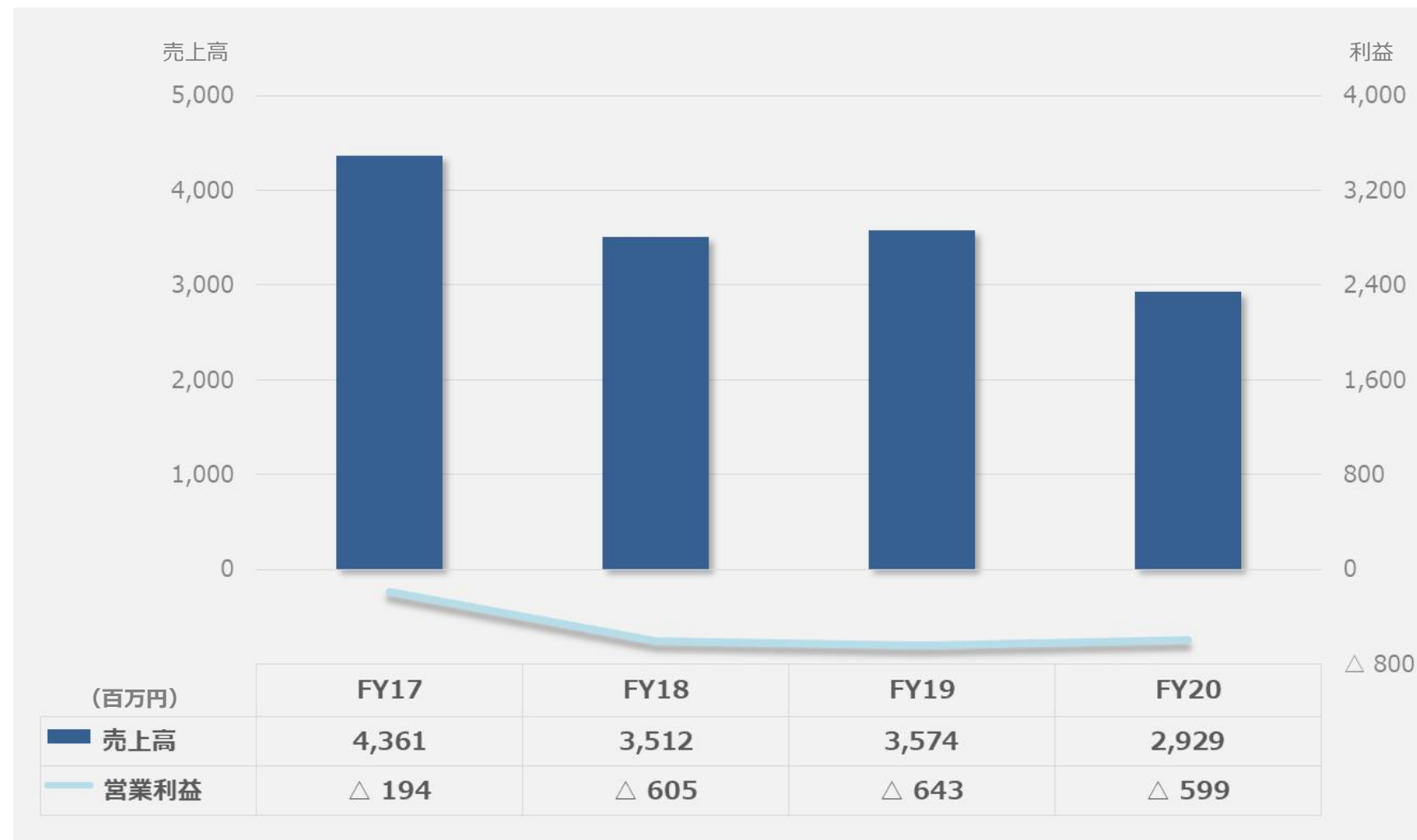


- 売上高 19,991百万円（前期比0.5%減）、営業利益 763百万円（前期比98.2%増）
- 新型コロナウイルス感染防止のための店舗営業休止などロケーションビジネスへの影響等による減収
- 一方、ポイント事業の好調、レーベル事業における利益幅の大きい作品や音源使用等により増益
- 事務所移転費用および固定資産の減損損失を計上したため、当期純損失は26百万



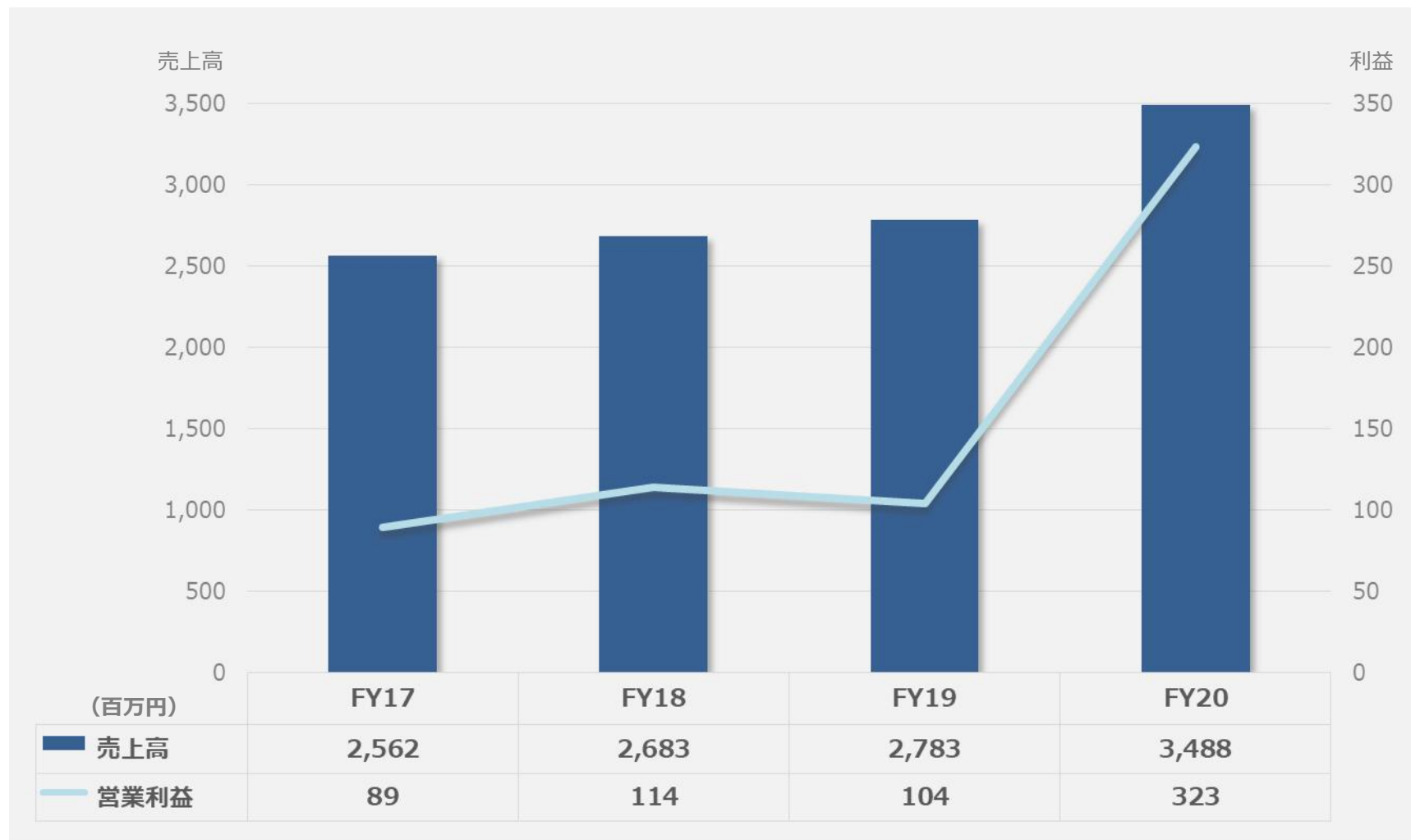
FY20 コンテンツ事業の業績

- 売上高2,929百万円（前期比18%減）、営業損失599百万円（前期は営業損失643百万円）
- 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収



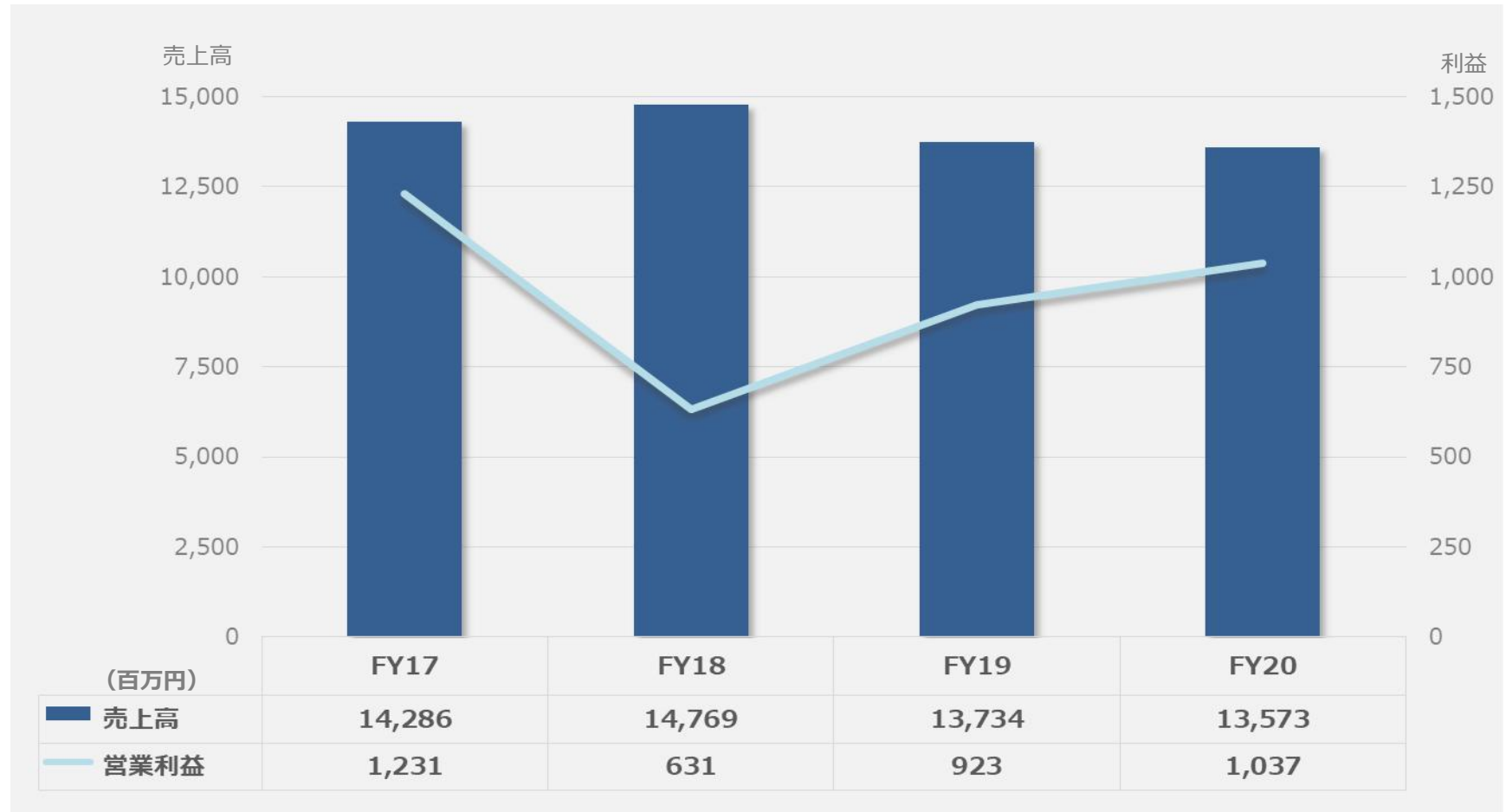
FY20 ポイント事業の業績

- 既存加盟店におけるポイント発行が大幅に増加したため、売上高は前年同期比25.3%増の3,488百万円、営業利益は210%増の323百万円



FY20 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1.2%減の13,573百万円
- アニメ作品の売上が堅調に推移し、利益率の高い作品の売上が増加したため営業利益は前年同期比12.4%増の1,037百万円



FY20 セグメント別連結業績（前期末との比較）

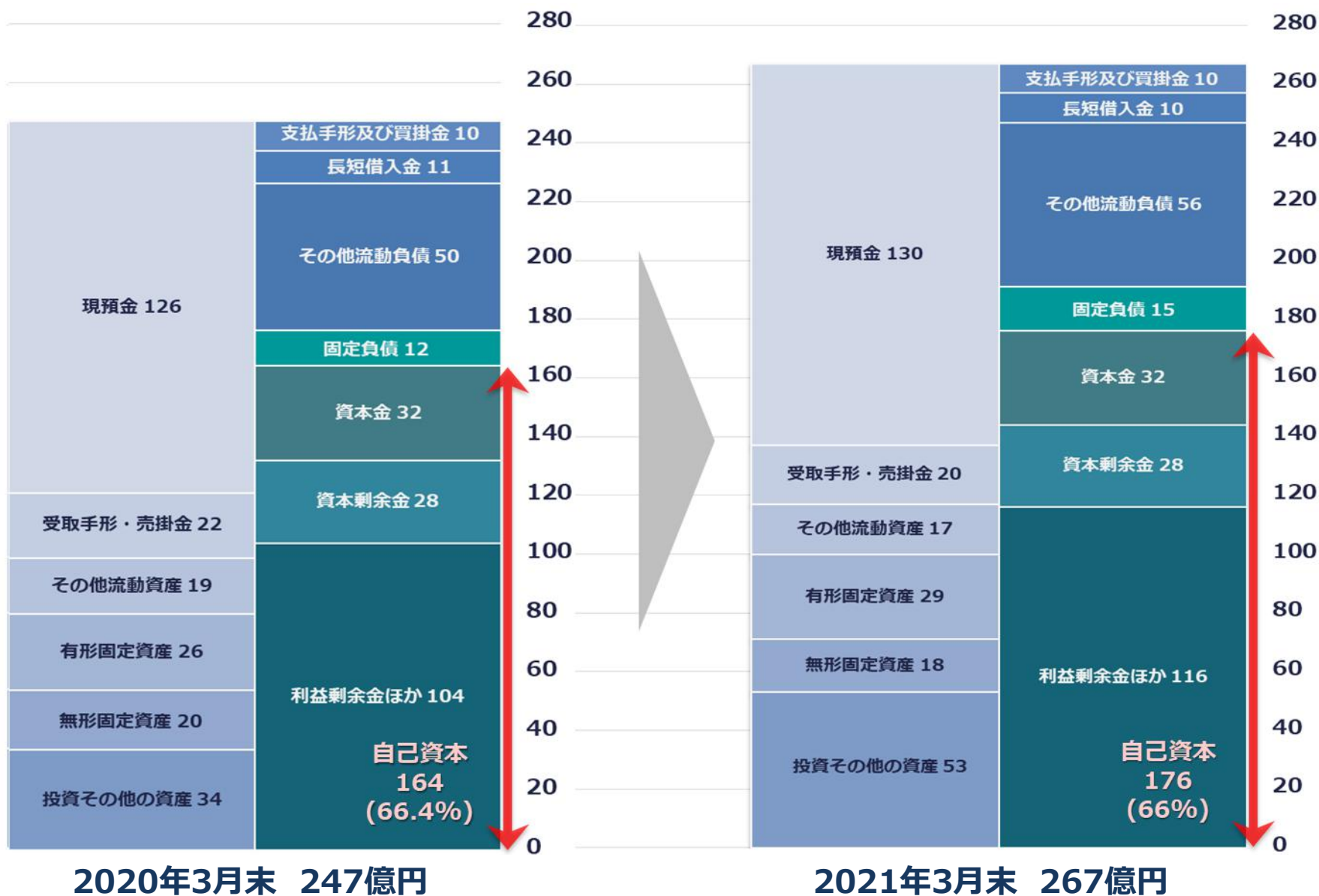


(百万円)

	FY19	FY20	増減額	増減率
売上高	20,093	19,991	△ 101	△ 0.5%
コンテンツ事業	3,574	2,929	△ 644	△ 18.0%
ポイント事業	2,783	3,488	+704	+25.3%
レーベル事業	13,734	13,573	△ 160	△ 1.2%
営業利益	385	763	+378	+98.2%
コンテンツ事業	△ 643	△ 599	+44	-
ポイント事業	104	323	+219	+210.0%
レーベル事業	923	1,037	+114	+12.4%
調整額※	1	1	+0	+32.6%
経常利益	471	821	+349	+74.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 884	△ 26	+857	-

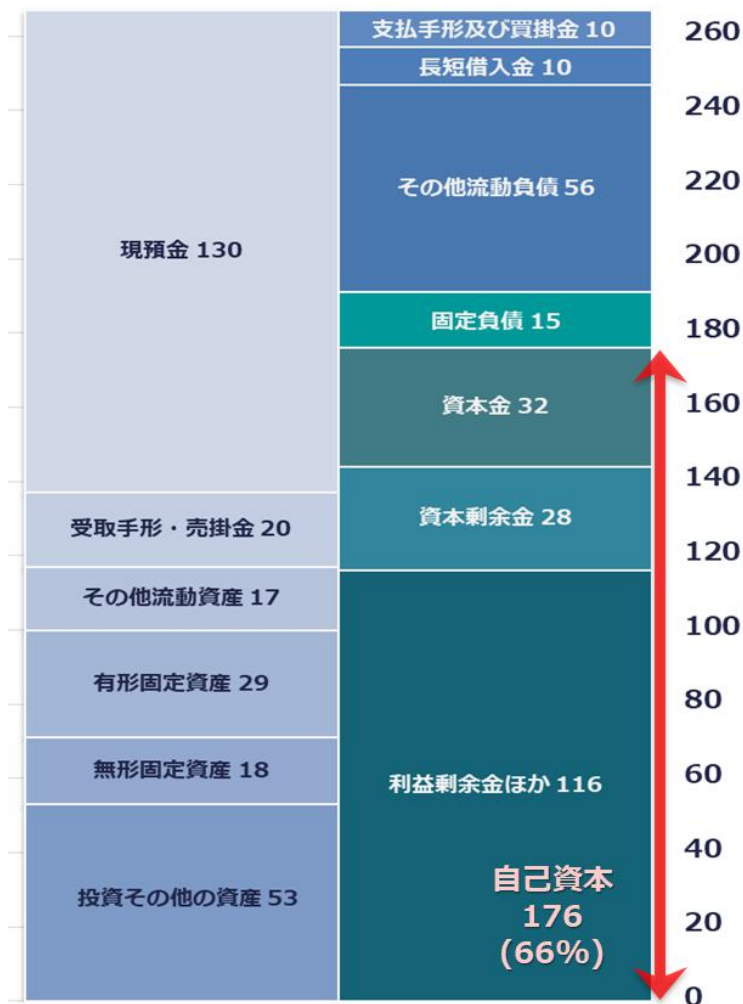
※調整額はセグメント間取引消去によるもの

連結貸借対照表（前期末との比較）



財務基盤について

当社グループの財務基盤について



2021年3月末 267億円

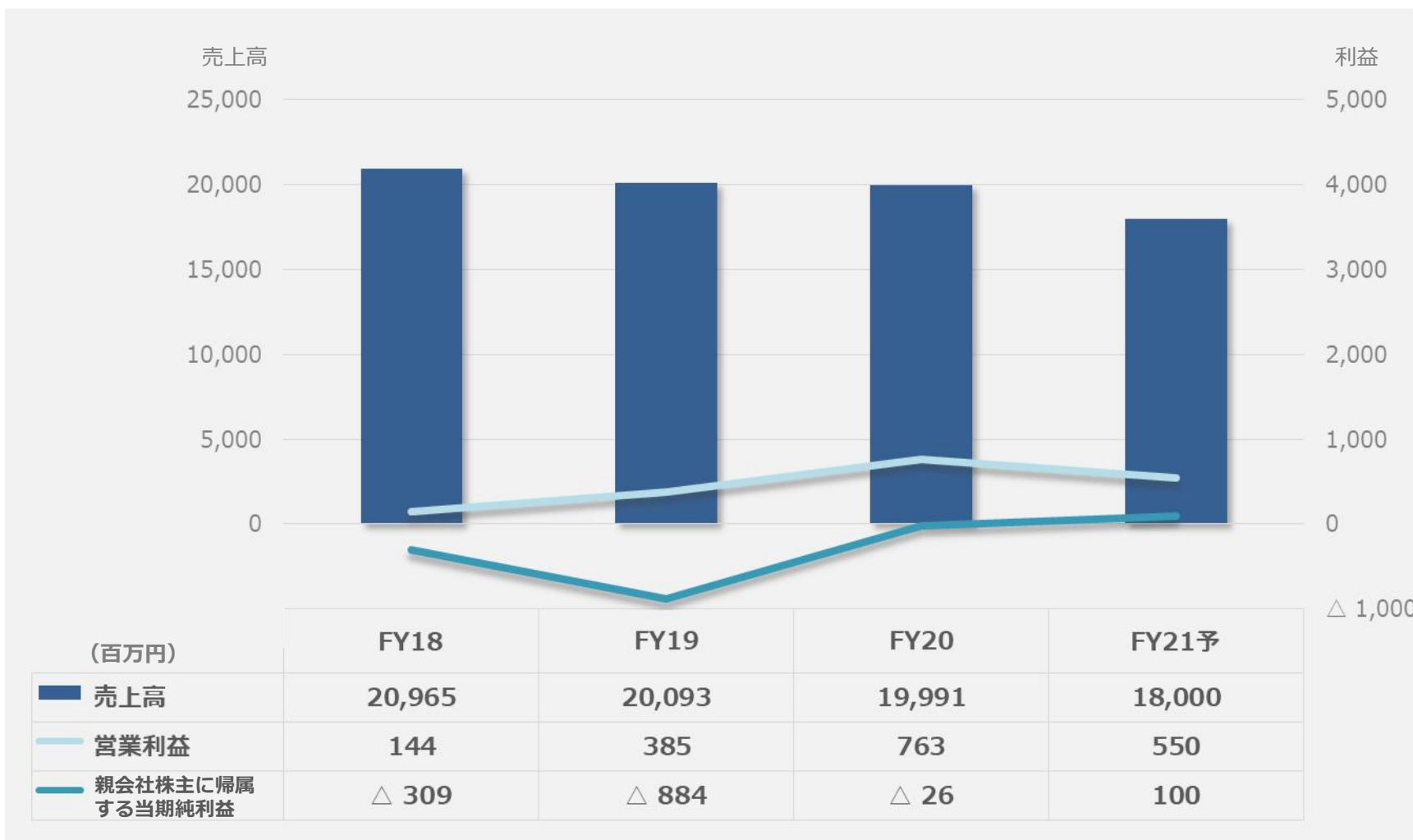
- 堅実なビジネスモデル及びレーベル事業における長期的な業績維持により、潤沢なキャッシュポジションを確立
- 現預金 保有残高12,946百万円
- 自己資本比率 66.0%
- 今後もエンタテインメント業界において戦略的・機動的な投資を行い、事業環境の変化に迅速かつ柔軟に対応

2022年3月期
業績予想

FY21 通期業績予想



■ 2022期年3月期の見通しは売上高 18,000百万円、営業利益 550百万円、当期純利益 100百万円の通期予想



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

主要なオフィス機能を南青山オフィスに集約

南青山オフィスを全面的にリニューアル
経営の効率化と収益性の向上を目指した事業活動を推進

アクティビティ・ベースド・ワーキング(ABW)

仕事内容に合わせて、作業するスペースやスタイルなどを選ぶこと
のできる働き方を実現可能にした新オフィス

アクティブフロア「集うエリア」



掘りごたつスペース



Webブース



「ファミレス」ゾーン

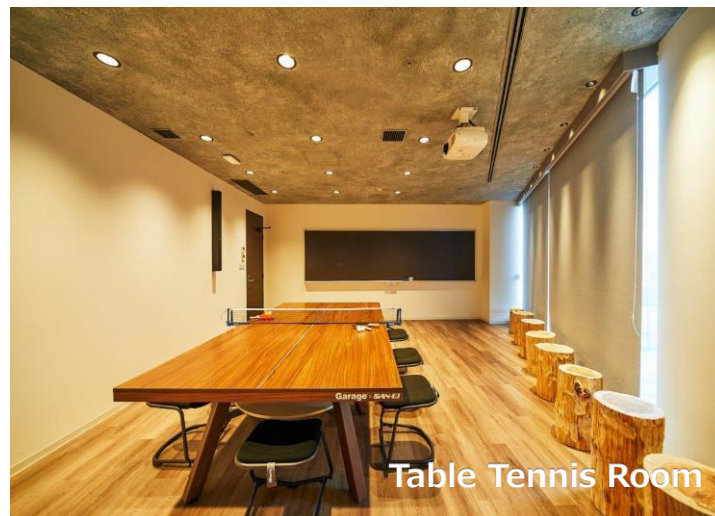


小上がりスペース

南青山オフィス 新オフィス竣工

サイレントフロア「静かエリア」

目的別ルーム



市場環境

世界の音楽市場

- 前年比+7.4%の約2兆3千億円(202億ドル)⇒6年連続の増加
- ストリーミングの増加は19.9%の増加(2019年 114億ドル⇒ 2020年 134億ドル)
- デジタルの売上は市場の68%に到達

10億USドル

25.0

20.0

15.0

10.0

5.0

0.0

2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

08

09

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

シンガ

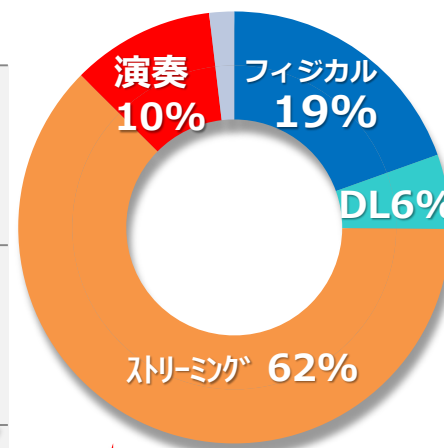
ストリーミング

パッケージ

演奏

ダウンロード

6年連続して増加



68%

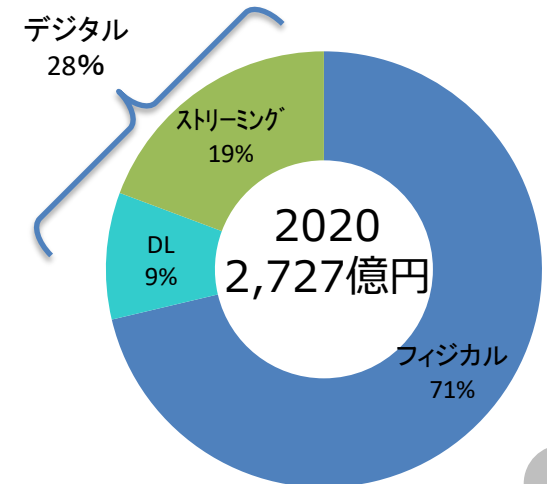
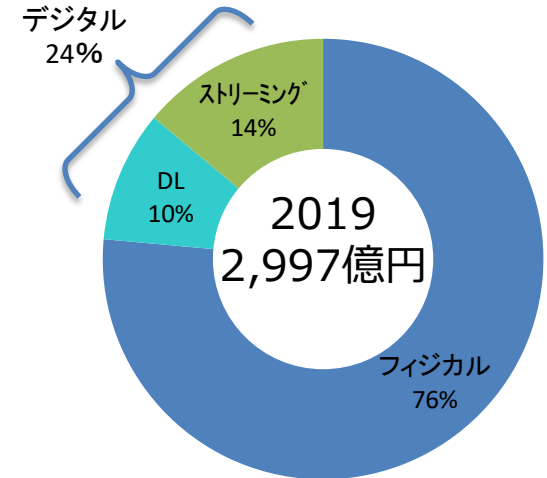
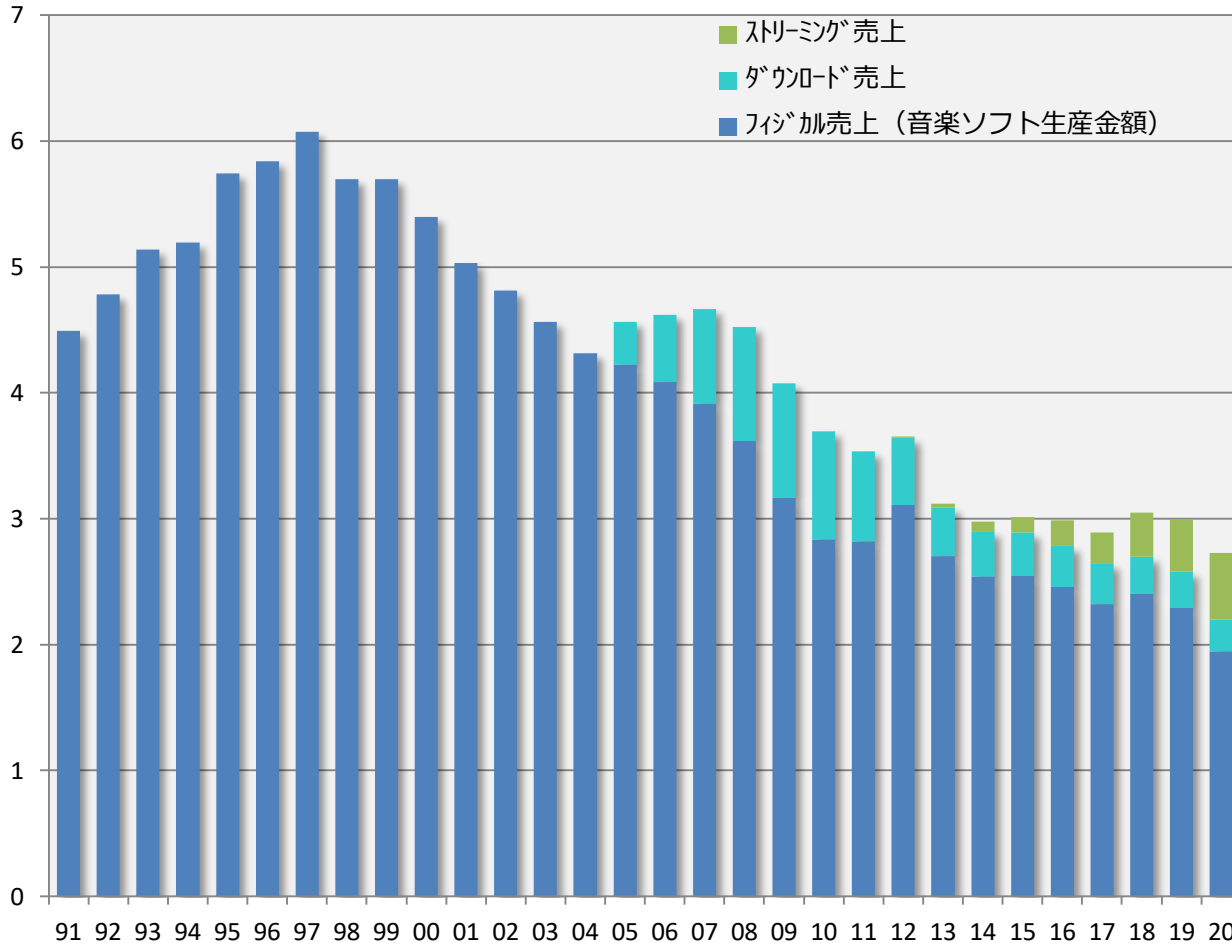
デジタル
(ストリーミング + DL)
134億ドル
(前年比 +19.9%)

19%

フィジカル 42億ドル
(前年比 -4.7%)

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2,727億円(前年比91%)、フィジカル売上は71%
- 音楽配信売上は783億円(前年比111%)⇒7年連続の増加
- デジタル売上は28%、特にストリーミング売上の増加が顕著であり19%を占める



出典：日本レコード協会「日本のレコード産業 2021」をもとに会社作成

©2021 Faith, Inc. All Rights Reserved.

日本の音楽市場

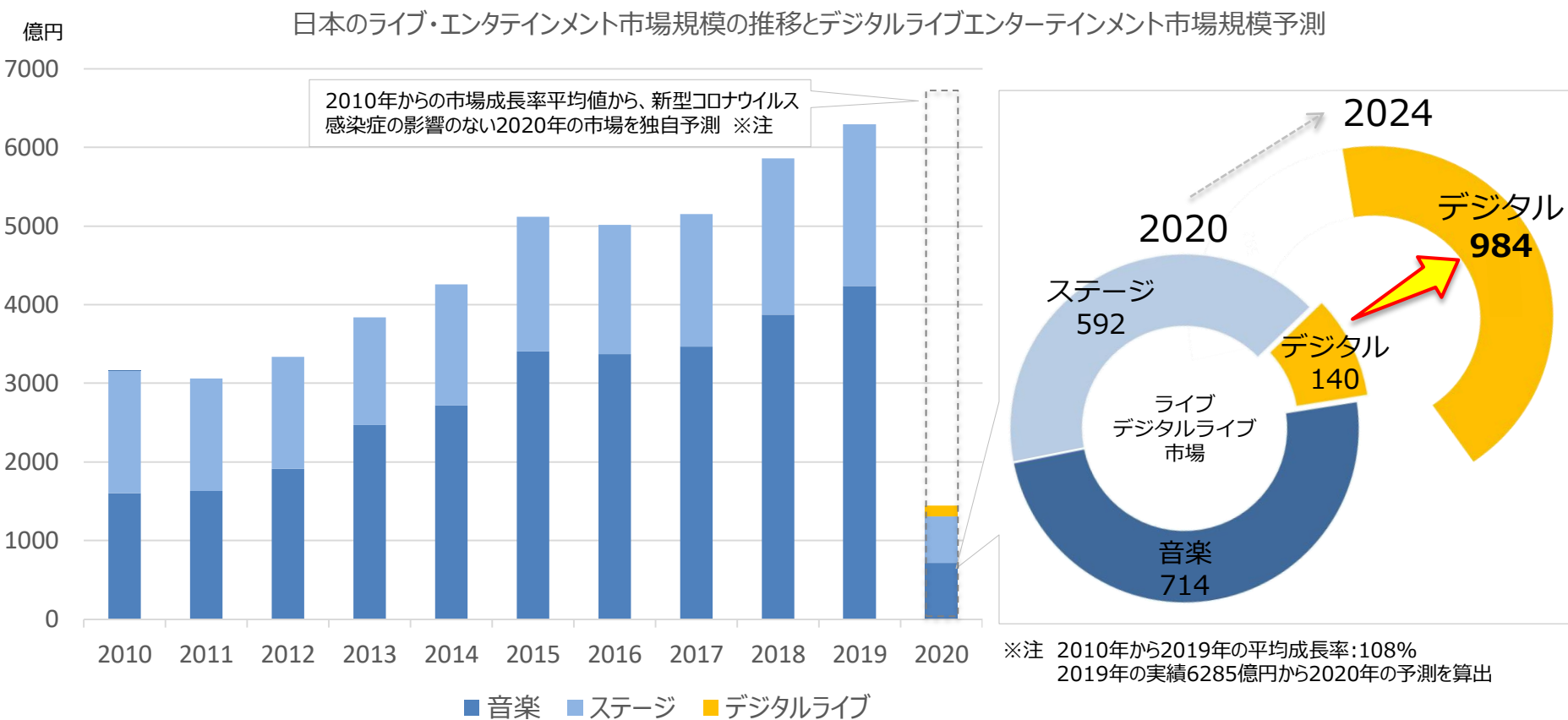
- 音楽デジタル配信売上は7年連続増加し、783億円（前年比111%）
- 2013年386億円より増加に転じる
- ストリーミング売上の増加は前年比127%となり、配信売上の75%を占める

億円



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

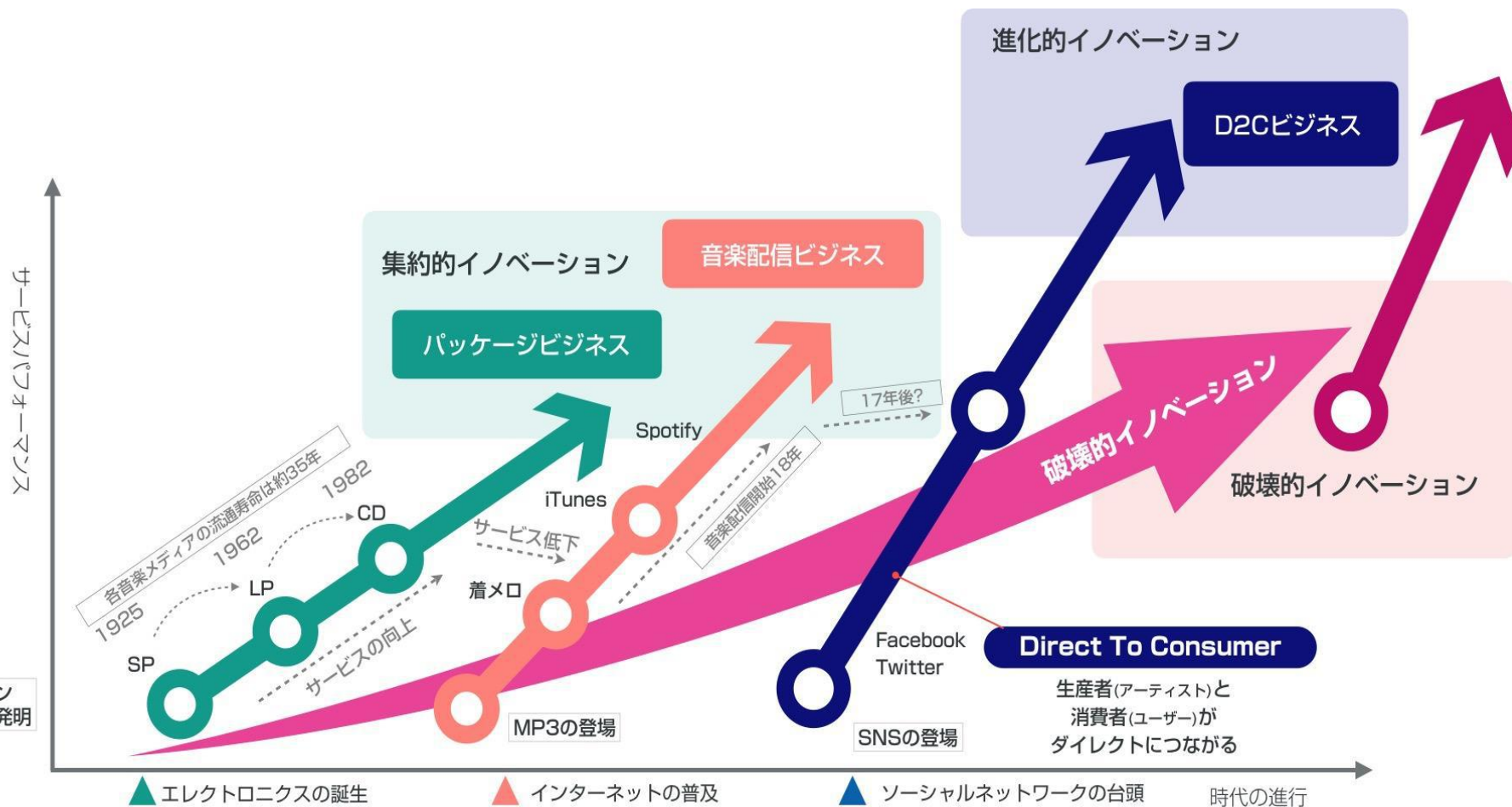


事業戦略

事業戦略概要：ビジネスモデルの変化

感染症の拡大と長期化
新たな生活様式の浸透

制作・流通・メディアに亘るビジネスモデルの変化



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）」

- 2020年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トが可能
- 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 14万人突破 (2021年3月現在)

2020年6月のサービス開始から3月現在で、登録者数が14万人を突破

総配信数 200公演以上 (2021年3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



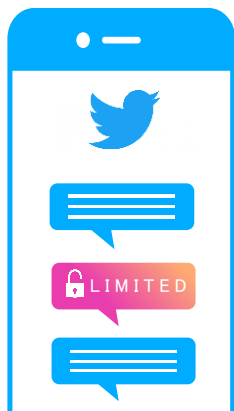
FY20 コンテンツ事業の業績



Fans'

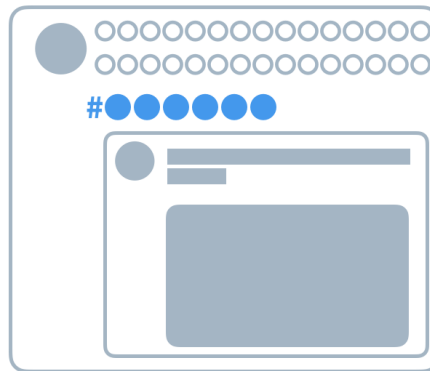
今後拡大が期待される「D2C」のビジネスモデルによるアーティスト向けプラットフォーム「ツイッター」と連携したファンクラブを作成することで、従来のクローズドなものとは異なりファンの囲い込みと育成を同時に行うことが可能(2019年6月リリース)

※「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



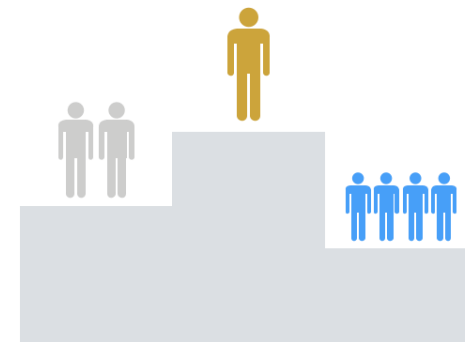
今まで通りツイートするだけ

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

FY20 コンテンツ事業の業績

Fans' クリエイター登録数 No.1※



- 2019年6月のリリースから1年9ヶ月が経ち、登録しているクリエイター数は6,000名を突破
- Twitterがあれば誰でもファンクラブを開設できる手軽さが好評を博し、ファンクラブ開設者数No.1※に至るまで成長
- クリエイターは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

※2021年4月当社調べ

Fans' 「Fans' Dream Project」 開始



- 次世代のエンタテインメント業界のスターを育成する『Fans' Dream Project (#ファンドリ)』 1期生を募集開始
- 芸能事務所社長や、大人気バラエティ番組を手掛ける放送作家、タレント・先輩クリエイターなど、エンタメ界の表と裏の豪華講師が直接指導、育成をバックアップ
- ファン獲得数により、大手芸能プロダクションからの契約オファーを確約叶えたい夢を実現するステージへ進む第一歩を全面サポート

FY20 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

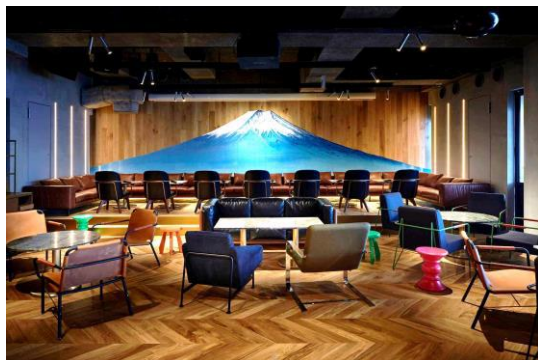


PLUSTOKYO

PLUSTOKYO

- ・2018年にオープンした都内最大級のミュージックラウンジ
- ・アソビシステムホールディングス株式会社との合併会社、株式会社ワクワクワークスにより、東京・銀座一丁目の商業施設「キラリトギンザ」の12階および屋上階に誕生した「オトナの社交場」
- ・欧米ブティックホテルの“ロビー”をテーマに300坪のフロアと180坪のルーフトップの2フロアで構成され、さまざまなフュージョンが楽しめる空間を提供

〒104-0061 東京都中央区銀座 1 丁目 8-19 キラリトギンザ 12F/RF



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運営

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、ルーフトップフロアに続き、12階メインフロアにおいても段階的に営業を再開したが、3度目の緊急事態宣言の発出に伴い、4月末より臨時休業

FY20 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、主力アーティストの活動中止または延期

主要なリリース

音楽ソフト

- ・「THE IDOLM@STER」シリーズ
- ・「7ORDER」ONE
- ・「あなたが選んだ古関メロディーベスト30」
- ・「生々流転」氷川きよし
- ・「Into the A to Z」ATEEZ
- ・「Chocolate cosmos」玉置浩二
- ・「MOTHER MUSIC REVISITED」鈴木慶一
- ・「弾き語りライブ」松山 千春
- ・「モン吉3」モン吉
- ・「DAILY BOP」Lucky Kilimanjaro

映像ソフト

- ・「THE IDOLM@STER CINDERELLA GIRLS 7thLIVE TOUR Special 3chord♪ Glowing Rock! @KYOCERA DOME」
- ・「UNORDER」7ORDER
- ・「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
- ・「NAOKO ETERNAL SONGS」河合奈保子
- ・「YON EXPO'20」04 Limited Sazabys



氷川きよし



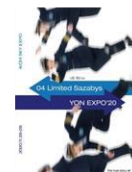
古関メロディーベスト30



7ORDER



THE IDOLM@STER
CINDERELLA GIRLS



04 Limited Sazabys



おうちでリラックマ

ゲームソフト

- ・「すみっコぐらし おへやのすみでたびきぶんすごろく」 Nintendo Switch

- ・「おうちでリラックマ リラックマがおうちにやってきた」 Nintendo Switch



松山千春



玉置浩二



モン吉

プラットフォーム開発

次世代プラットフォームの創出

新たなプラットフォーム

- ・ライブ配信 (Thumva)
- ・D2C (Fans')
- ・C2C (CLOUDCASTING)
- ・DX (Thumva BIZ)

既存のプラットフォーム

- ・音楽配信 (JOYSOUND / GIGA / Rightsscale)
- ・メディア (JAPAN MUSIC NETWORK)
- ・著作権管理 (MDB)

コンテンツ(レーベル)戦略

アーカイブ資産の活性化

IP領域の拡大・創出

原盤ビジネス

マネジメント
360°

オリジナルIP開発

ライセンスビジネス

次世代音楽ビジネスに適合する
アーティストコンテンツの開発・育成

海外展開

新たな エンタテインメント の創出

イノベーションの追求

コンテンツ戦略

プラットフォーム開発

