



株式会社アミューズ 統合報告書 2022

感動だけが、人の心を撃ち抜ける

AMUSE INC.

AMUSE INTEGRATED REPORT 2022

AMUSE VILLAGE

株式会社アミューズ

本社
山梨県南都留郡富士河口湖町西湖997

東京オフィス
東京都渋谷区桜丘町20番1号

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

株式会社アミューズ 統合報告書



感動だけが、

感動だけが、
人の心を撃ち抜ける。

アミューズの
アーティスト・社員の心に
刻まれた言葉だ

45年の時が流れ
西湖の新本社にも
この言葉が掲げられた

西湖から見上げる富士山は
毎日変わらぬ存在感と
毎日新たな感動を与えてくれる

変わらないものがある
変わるものもある
混在しているから

この世界はいつだって面白い

Web3、メタバース、仮想通貨、NFT…
次々に新しい波が押し寄せている

どんなに世界が変わっても
アミューズの使命は変わらない

感動を、創造すること

地球全体で様々な問題がある今こそ
感動が人と人をつなぎ
世界を未来につないでくれる

私たちは信じている

感動だけが、
人の心を撃ち抜ける。

Kulture

2022

アミューズはテクノロジーの力で新たなエンターテインメントを創造する、
新会社「Kulture」を設立しました。

アミューズは感動体験を創り続けるアーティスト・社員たちとともに、
皆様のおかげで創業45周年を迎えます。

1978

AMUSE

Contents

03	これまでの業績	アミューズの強み	27	戦略上のリスクと軽減策	
05	モノづくりストーリー	21	アーティスト	29	コーポレートガバナンス
07	社長メッセージ	23	マネージャー	33	サステナビリティ
09	成長戦略	25	組織力	37	財務データ
11	トピックス			41	アウトライン
15	戦略のKPI				
17	財務戦略				
19	事業概況				

編集方針

本統合報告書は、株式会社アミューズが持続的な企業価値向上に向け、どのような取り組みを進め、事業ポートフォリオを変革しようとしているかについて理解を深めていただくために発行しています。冒頭で当社の価値創造プロセス、ビジネスモデルを説明しながら、経営戦略に基づく財務情報に加え、事業活動を通じた社会との関わりや、企業価値向上を支えるガバナンス体制など非財務情報についても記載しています。

対象組織

株式会社アミューズおよびグループ会社

対象期間

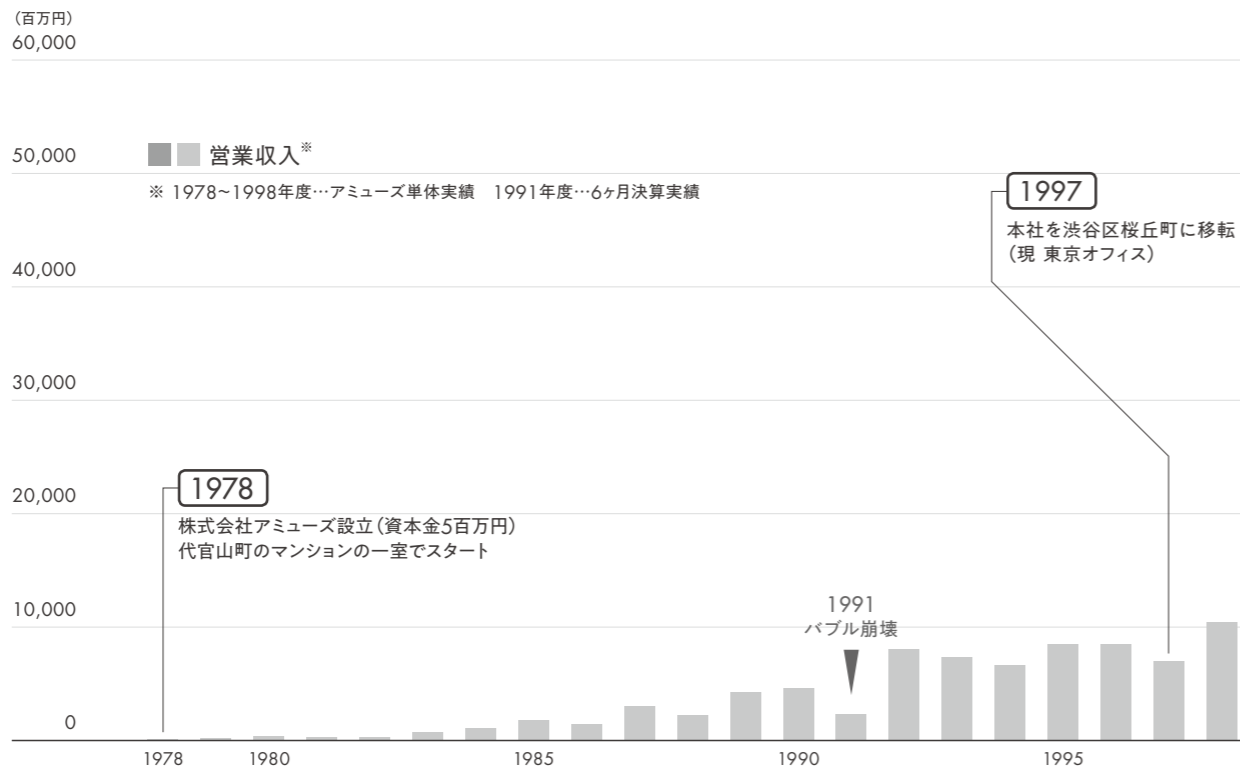
主に2021年度(2021年4月1日~2022年3月31日)を対象としていますが、発行時点の最新情報も可能な限り掲載しています。

将来の見通しに関する注意事項

本統合報告書における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予測であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内在されています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は、見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

これまでの業績

創業以来、着実な成長を重ねています。



アーティストマネジメントモデルの確立

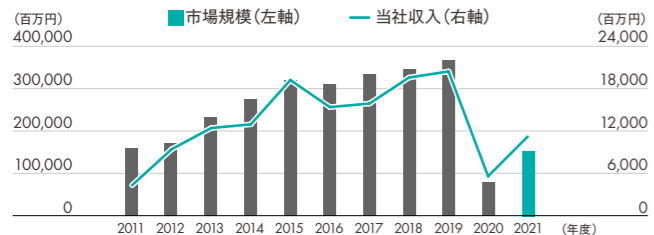
ミュージシャン・俳優・文化人・アナウンサーなどを中心に、アーティストポートフォリオを拡充。

ライブビジネス

ライブ市場は復調傾向

2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大により前期比21.3%と大打撃を受けたライブ市場ですが、2021年度は前期比196%と復調に転じました。当社イベント収入も大型ツアーなどの再開に伴い、前期の約2倍にまで回復しております。オンラインライブのスキームも活用しながら新たなライブエンターテインメントの届け方を追求するとともに、一日も早い業績回復に努めてまいります。

ライブ市場規模／当社イベント収入



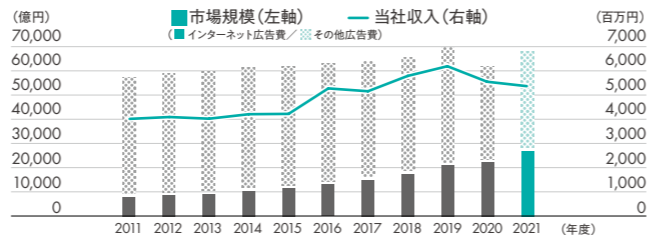
<出典:「コンサートプロモーターズ協会 基礎調査報告書」をもとに当社作成>
 ※当社数値は連結財務諸表数値をもとにしております。
 ※コンサートプロモーターズ協会のデータは、正会員社からのデータになります。

出演・CMビジネス

広告市場はインターネット広告の急伸とともに引き続き拡大

広告市場は中長期的には拡大傾向にあると言えます。中でも成長が顕著なインターネット広告は社会のデジタル化加速が追い風となり、2021年度はマスコミ四媒体(新聞、雑誌、ラジオ、テレビメディア)広告費を初めて上回る結果になりました。当社でも出演・CM収入は堅調に推移しておりますが、今後はデジタル領域においてもさらに期待ができます。

日本の広告費／当社出演・CM収入



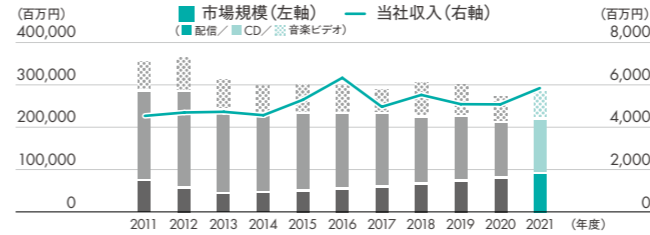
<出典:電通「2021年 日本の広告費」をもとに当社作成>
 ※当社数値は連結財務諸表数値をもとにしております。
 ※「出演・CM収入」にはCM収入の他に、TV映画などの出演料収入が含まれます。

印税ビジネス

音楽販売市場はストリーミングの拡大がキードライバーに

縮小するパッケージ市場に対して存在感を増してきたのが、世界の音楽コンテンツ収益の6割超を占めるまでに成長したストリーミング市場です。日本でもCDは縮小傾向にありますが、ストリーミングを中心とする配信市場は拡大を続けています。特にサブスクリプションの隆盛により、過去楽曲の価値も見直され新たな収益源となるとともに、アーティストの国内外での飛躍のチャンスが広がっています。

楽曲販売市場規模／当社印税収入



<出典:「日本レコード協会 統計情報」をもとに当社作成>
 ※当社数値は連結財務諸表数値をもとにしております。
 ※「印税収入」には、新譜・旧譜の印税収入が含まれます。



2021 本社を山梨県西湖に移転 “アミューズ ヴィレッジ”創設

ライブビジネスの拡大

ライブ市場の成長とともにライブビジネスを拡大。

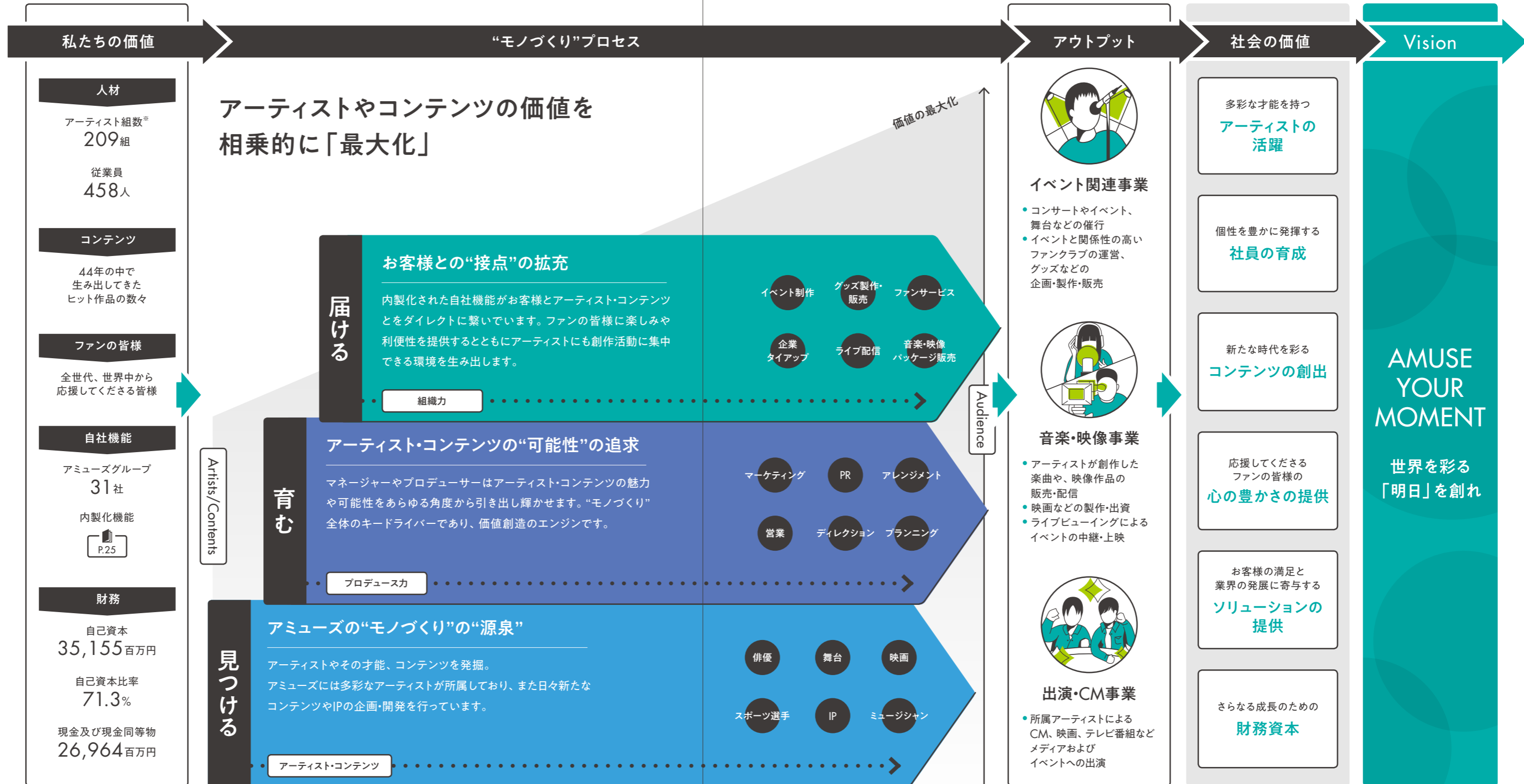
内製化の推進

ファンクラブ機能・グッズ製作に加え、レーベル事業を内製化。

新しい“モノづくり”へ

モノづくりストーリー

アーティストやコンテンツを発掘し、その魅力をあらゆる角度から輝かせ、様々なかたちでファンの皆様にお届けするという“モノづくり”のプロセスを回すことで、私たちは社会的価値を創造し続けています。



* アミューズ単体

感動だけが、 人の心を撃ち抜ける。

中西正樹

代表取締役 社長執行役員

なかにしまさき:

入社以来、音楽系アーティストマネジメントを長年にわたって担当し、アミューズの音楽事業における幅広い基盤をつくる。サザンオールスターズの楽曲配信やライセンスを管理するタイシタレーベルミュージック(株)代表取締役社長を兼務し、2019年6月から当社代表取締役 社長執行役員に就任。



感動だけが、 人の心を撃ち抜ける。

2022年10月、アミューズは創業45周年を迎えます。

新型コロナウイルスにより起こった未曾有の大転換、そして何が起るか分からない混沌とした時代における、私たちの使命とは何か。その問いに対するブレない信念は、これまでずっと大切にしてきたこの言葉です。

現代社会は、多くの情報で溢れ返っています。新たなビジネス、時代を生き抜くための考え方やスキルが日進月歩で更新され、作品性よりも実用性が重視された膨大なコンテンツが消費されています。これらを簡単に発信・入手することを叶えた技術革新は大いに活用すべきものではありますが、日々流れてくる情報とコンテンツは消耗も速く、人々の記憶に残らないばかりか、心を疲弊させてしまっていることも事実ではないでしょうか。今の時代にこそ求められているのは、“心”を揺り動かすモノ、まさしく感動、です。

アミューズは、いつでも人の気持ちを中心に据えてきた企業です。アーティスト、お客様、大衆の心と向き合い、イメージを深め、“そこまでやるか!”と言っていただけのモノづくりを積み重ねてきました。人の心を動かすことができるのは、人の真心だけです。収益性や効率性は言うに及ばず重要な指標ですが、主役ではありません。感動に拘る、感動第一のモノづくりをすれば結果は必ずついてくるはずだと、エンターテインメントを生業とする者としての矜持を持って走り続けてきたからこそ、今日のアミューズがあると考えています。

新本社 「アミューズ ヴィレッジ」

2020年、山梨県・西湖への本社移転構想を立ち上げました。世界遺産にも指定されている富士山を臨む西湖は、静謐な山々に囲まれ、希少種も生息する、とても自然豊かで静かな場所です。都心から本社を移すことは、当時の世の中の人々の想像を超えたアクションだったと思いますが、アーティスト、社員、そしてその家族が、

健やかな心身と自由な創造力を解放できる場所を創りたい、言葉を交わすだけでなく心を通わせ、アーティスト、スタッフ一人ひとりが個性を尊重し、お互いの理解を深め、より濃度の高い人間関係を育める環境を創りたい、そんな強い想いのもと、時代に先んじて大きな決断をしました。

あれから2年ほどの時が経ちましたが、アミューズ ヴィレッジには、現在までに実に多くのアーティストと社員が日々訪れています。都心の喧騒からあえて距離を置き、雄大な自然の中でコミュニケーションをすることで、都会の会議室やリモートでは決して享受することのできない心が通じ合う感覚を実感することができます。ある種の小旅行ではないですが、西湖で過ごした体験が、お互いが面白がれるアイデアや志を共にする人間関係を育み、実りある産物として携え帰っていくのです。

現在もまだ、新型コロナウイルスの影響が続くばかりか、ウクライナ危機をはじめとする様々な問題が、世界中で起こっています。子どもたちに安心して未来を繋いでいくために、この時代を生きる者として、アミューズがやれることは山ほどあります。争いのない未来を願い、世界中の様々な問題に対してアミューズが「ひとつ」になれる場所にしていきたいと考えています。

未来のために、 アミューズができること

エンターテインメントは多様性の象徴的存在であり、その根底にあるのは、人々の幸せを願う気持ちです。昨今においてはSDGsに対する社会的な関心がますます高まっていますが、アミューズがこれまで行ってきた事業活動そのものが、持続可能な社会づくりに直結してきたと言えるでしょう。

私たちだからこそできることは、“感動体験”を通じたきっかけづくりです。企業単位で持続可能性を追い求めたとしても、生活する人々、一人ひとりの意識と行動が変わっていかねば、人類に課された数々の“課題”を完遂することはできません。アーティストの影響力を魅力的に広げながら、様々な問題をエンターテインメント

で表現することで、大衆が意識と関心を持ち、より良い社会づくりに向かう機運を高めることができます。それこそが、この混沌とした世界においてアミューズが担うべき役割であると考えています。

新本社のもとで私たちが新たに始めた社会循環型アクティビティ事業「FUN OUT!」は、“心と身体の健康”をコンセプトにしています。人と自然が共鳴する感動体験は、人間が生来持つ五感と感性を呼び戻し、私たちがこのかけがえのない地球の一員であることを実感させてくれます。人と人、人と地域、人と地球を繋げながら、既存事業とのシナジーを起こす新たな事業柱に成長させてまいります。是非、今後の動きにご注目ください。

創業50周年を目指して

2022年4月に、新会社「Kulture」を設立しました。NFTやメタバースといったWeb3にまつわる最先端技術をエンターテインメントと掛け合わせて、新時代の感動体験を創り出すことを目的としています。これまででもPerfumeやBABYMETALがいち早く新技術を活用してきましたが、アーティストの表現の場をさらに広げるとともに、デジタル領域での新しいIPやサービスの開発を加速させていきます。さらにあらゆるデジタル領域の情報や知見を結集させるために「KultureFUND」というスタートアップ企業への投資ファンドも設立しました。

これらの最先端技術にはとても大きな可能性を感じていますが、その技術の素晴らしさに魅了され、“使用すること”が目的とならないようにしたいと心がけています。これらは、アミューズの中心であるアーティストの才能を広げていく手法の一つに過ぎません。繰り返しになりますが、アミューズにとっての主役は“人”です。この“人”起点での発想をしっかりと共有できる方々とともに、テクノロジー領域に限らず、積極的な資本業務提携や協業を通じてアミューズグループを飛躍させていきたいと考えています。

“深化”と“進化”。皆様との輪を一層強く大きいものとしながら、人々の生活の原動力となる感動を届け続けてまいります。アミューズが生み出す新しい未来に、どうぞご期待ください。

成長戦略

「見つける」「育む」「届ける」

3つの領域を通じて“モノづくり”を強化していきます。

「見つける」「育む」「届ける」の3つのプロセスが、私たちの“モノづくり”です。

それぞれの過程において、長年蓄積してきたノウハウと経験を活かし、既存の枠組みを深掘りする「深化」、そして時代の変化や新技術を取り入れ、新たな領域へと踏み出し新しい枠組みを拓ける「進化」を続けることで、“モノづくり”を常にアップデートします。

また、「進化」と「深化」が相互に影響し合い生み出す好循環によって、さらなる新しい価値創造を目指します。



見つける

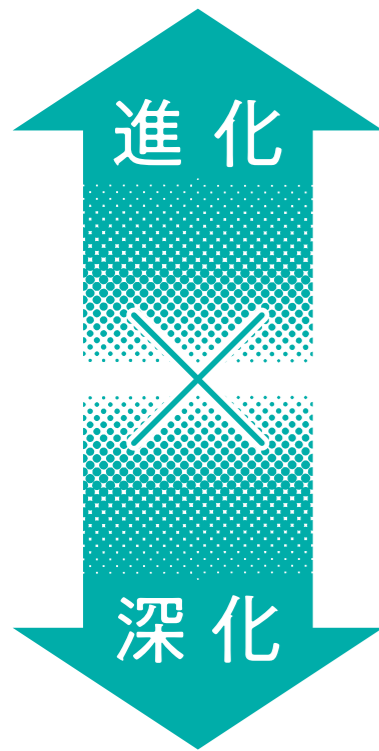


育む



届ける

目指す姿



新たなことに挑戦する
新しい枠組みをつくり出す
開拓する

自らの原点を深める
既存の枠組みを深掘りする
極めていく

新たなIP・コンテンツ企画
自社および他社との協業による
原作・コンテンツ企画

**アーティスト・コンテンツ
ポートフォリオ強化**

▶アミューズの強み:アーティスト P.21

アーティストの才能発掘
様々な切り口でのオーディション
新たな契約形態による活動支援

**開発機能の組織化・
人員拡充**
コンテンツプロデューサーの活性化・育成

プロデュース力強化

▶アミューズの強み:マネージャー P.23

長期視点でのマネジメント
信頼関係にもとづく強いパートナーシップ
持続的なキャリア・ブランド形成

新規チャネルの開拓
新たなプラットフォームの創出
新規メディアとの協業

ファンエンゲージメント強化

▶アミューズの強み:組織力 P.25

**自社プラットフォームによる
ダイレクトなサービス提供**
機能連携によるマーケティング
外部への機能提供



土壌

戦略を実行するための基盤づくり

人材育成

働き方改革

組織整備

サポート体制強化

KPI P.15

- 短時間勤務者数 (増減率)
- 管理職における女性比率
- アーティスト・社員の健康を守るための福利厚生費 (増減率)

- アーティスト組数
- 権利保有楽曲の数

- マネージャーの人数
- 新人アーティストの成長

- イベント動員数 (増減率)
- AI-ID会員数 (増減率)
- 自社機能の外部提供

トピックス “モノづくり”の進化と深化は様々なかたちで進み始めています。

アドベンチャー・ライフカルチャー事業



2022年4月に立ち上げたアドベンチャー・ライフカルチャー事業では、富士山麓の大自然を舞台にしたアウトドア・アクティビティプロジェクトが続々と始動しています。自然環境や地域の資産を活かして新たな販売を生み出すとともに、心と体の健康に寄与する新たなライフスタイルを提案していきます。

HOBIE

新しいウォーターアクティビティを提供するHOBIE CAT COMPANY(本社:アメリカ合衆国カリフォルニア州)の国内独占販売権を取得し、「HOBIE JAPAN」として製品の販売およびレンタルサービス展開を2022年4月よりスタートしました。

ペンギンが泳ぐときの羽の動きに着想を得た、HOBIE社独自の足漕ぎ装置「Hobie MirageDrive」は腕よりも強く耐久性のある脚力を使うことで、燃料を使わずに効率的な推進力を生むだけでなく、水中の生き物に恐怖心を与えたり、海藻を巻き込んで自然を壊すことがないような自然界への配慮もされています。HOBIE社の理念、製品コンセプトに共感したことで事業化が決定いたしました。事業を通じて、自然と共存するライフスタイルを提案すると同時に、今後HOBIE製品を楽しめる拠点を全国に広げ、日本の水辺に新たな文化を創造していきます。



FUN OUT! PARK FUJI

エンターテインメント・キャンプ場を中心とした施設「FUN OUT! PARK FUJI」を2022年7月より期間限定でオープンしました。

FUN OUT! PARK FUJIは、河口湖にほど近いテーマパーク「富士すばるランド」内に広がる芝生エリアを中心とした、キャンプやピクニックが楽しめるエンタメ・キャンプ場です。「手ぶらでお泊り キャンプ・プラン」など、ファミリーで気軽に楽しめるキャンプ・フィールドを展開するとともに、子どもたちには、富士山の大自然を活用したアドベンチャー教育プログラム「Adventure Club」を開校。ワークショップやここでしか体験できないプログラムを実施しました。また、8月末までの週末には富士すばるランド横のガーデンエリアにて映画を観ながらピザとクラフトビールが楽しめるイベント「PIZZA CINEMA」を開催しました。



ナイトウォーク～クライの森と6つの星～

2022年7月30日～10月30日までの期間、「富士すばるランド」にて体験型アドベンチャー「ナイトウォーク～クライの森と6つの星～」を開催しました。

脚本、キャラクターデザイン、音楽までを全編オリジナルで制作した本作は、ストーリーにそってARを使ったミッションをクリアしながら閉園後の富士すばるランド内を巡る新感覚のナイト・エンターテインメントです。夜のエンターテインメントがあまりないという地域の課題を受け、閉園後のテーマパークとアミューズが得意とするコンテンツ制作を掛け合わせた新たなアトラクションが誕生しました。夜の園内は本格的な照明や音響、イルミネーションなどによって昼間とは全く異なる幻想的な雰囲気。子どもから大人まで、県内外の多くのお客様にお楽しみいただきました。



山梨県との包括連携協定締結

2022年6月、山梨県と地域経済の活性化に向けて、「スポーツやアドベンチャー・ツーリズムを軸としたアウトドアアクティビティ、文化、観光の振興に関する包括連携協定」を締結いたしました。

アミューズでは2021年7月の本社移転以来、地域の事業者や団体と連携しながら、自然環境を活かしたコンテンツ・サービスの開発、施設やエリアの再生などの共創事業を展開してきました。

今回の包括連携協定締結により、総合エンターテインメント企業として培ってきた「見つける・育む・届ける」のモノづくりのノウハウやプロデュース経験を活かし、スポーツやアドベンチャー・ツーリズム、文化、観光振興を通じて山梨県のさらなる発展をともに目指します。



VOICE

地域に持続可能なサイクルをつくる

もともとプロアスリートとして活動していましたが、引退後はスポーツの価値をより多くの人に知ってもらおうビジネスがしたいと思い、アミューズに入社しました。入社以来手掛けたいと思っていたのが「エリアプロデュース」。海外ではスポーツが地域とより密着していて、ともに収益を上げるエコシステムができています。日本でも地域の魅力を高めることでスポーツの関心人口を増やしたいと考えていましたが、アミューズの幅広いコンテンツ制作力やプロデュース力は大きな武器になると確信していました。

そのようななか、山梨県との出会いがありました。

かねてより山梨には大きな可能性を感じていました。スポーツ施設が多くあり、自然環境も世界有数、都心からのアクセスの良さも魅力です。そのような山梨で、自然を活かしたアクティビティを、ライフ

スタイルとして提案したいという思いから、「アドベンチャー・ライフカルチャー事業」を立ち上げました。

私たちが目指すのは、点としてのコンテンツ提供に留まらない、面となる文化の創造です。そのため、初心者でも参加できる気軽さを重視しています。コアファンの方々だけでなく、より多くの方が地域に集まることで文化となり、収益も生まれる。例えば「FUN OUT! PARK FUJI」で手ぶらで参加できるキャンププランを展開したのもこのような理由からです。

私は、事業のゴールは地域に持続可能なサイクルをつくることだと考えています。自社が収益を上げることは当然ですが、課題解決によって地域が活性化し、得られた収益で新たな魅力が磨かれ、さらなる賑わいが生まれる。そのためには地元へ寄り添いながらも、まだ気づかれていない課題や価値を見出し、新しいアイデア



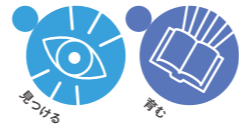
アドベンチャー事業部/スポーツ事業部 執行役員 坂田 淳二

とかけ合わせる「外からの目」が重要です。特に、再開されるであろう外国人観光客への施策には、その視点を取り入れ強化していきたいと思っています。

最近は農業や街づくりなど、地元から多様な相談をいただくようになり、一緒にやりたいと言ってくれる県内外の企業も増えてきました。関係する方々と大きな循環をつくりながら、次の文化を創造できればと思っています。

アーティスト・IP開発

モノづくりの源泉であるアーティストやIPを見つけ、その可能性を磨き続けることは私たちの事業にとって欠かすことのできないものです。従来の枠組みに留まらない方法での才能発掘や、他社との協業など、時代に即したアーティスト・IPの開発により、アミューズのアーティスト・コンテンツのポートフォリオはさらに強いものになっています。



AMUSE CAMP α

Z世代からα世代の可能性をもった若いアーティストを強化育成していくプログラム「AMUSE CAMP α」がスタートしました。

このプログラムでは、アーティスト育成に長けた熟練の講師陣による演技・ダンス・ヴォーカルをはじめとした様々なレッスンを実施するほか、ダンスパフォーマンスグループ s*+kingzのshoji、ドラマや舞台で活躍するソニン、Skoop On SomebodyのヴォーカルTAKEなど、アミューズ所属の先輩アーティストも特別講師として参加しています。プログラムの参加メンバーはアミューズ所属の新人アーティストで、小学生から大学生までの39名が、切磋琢磨しながらその才能を磨いています。

Perfume、村川絵梨、田野アサミや BABYMETAL、三吉彩花、松井愛莉など、様々な新人育成プロジェクトから次世代の才能を輩出してきたアミューズだからこそできる育成プログラムとして、新たなアーティストの発掘と育成を強化します。



おにばん!

AOI Pro.、オリガミクスパートナーズとの共同IP開発・プロデュースプロジェクト「AAO Project」より、「おにばん!」がテレビアニメになりました。AAO Projectによる原作企画の開発事業のTVアニメーション化は今回が初です。

あわせて主人公3人の声を務める所属アーティストの野崎結愛、野中ここな、根岸実花がユニット<おにばんず!>を結成、テーマ曲を2022年6月にアミューズ自社レーベルよりCDリリースしました。同曲の作詞・作曲・編曲を手掛けるサウンドクリエイター辻村有記や、声優として協を固める前田佳織里、富田美憂など、多くの場面でアミューズのアーティストたちが作品に花を添えています。また、2022年11月にはBlu-rayがアミューズソフトより発売されます。

魅力的なIPに開発段階から参画することで、豊かなアーティストポートフォリオや楽曲・イベント制作能力といった当社の強みをより多面的に活かすことが可能となります。引き続き良質なIPを積極的に開発・プロデュースし、幅広い事業展開を目指すとともに、国内外問わず多くのファンの皆様に愛される様々なジャンルの作品を提供していきます。



©2022 おにばん!製作委員会

テクノロジー開発

社会全体のDX化を受け、デジタルでのエンターテインメントの楽しみ方は加速度的に広がっています。コンテンツ開発からお客様との接点創出、さらにはアーティストやスタッフの働き方のサポートまで、モノづくり全体を新たな技術でアップデートするとともに、強いアーティストやIPを持つアミューズならではのテクノロジーの可能性を追求していきます。



Kulture / KultureFUND

2022年4月、テクノロジーと融合したエンターテインメント創出を目的とした新会社「株式会社Kulture」、およびWeb3・メタバース特化ファンド「KultureFUND」を設立いたしました。

今後のエンターテインメントの発展には、これまで以上に積極的に新たな技術トレンドを活かすことが不可欠です。Kultureで既存事業にWeb3やメタバース等の技術を取り入れ、新しいサービスや事業、IPの開発を一層加速させるとともに、KultureFUNDを通して国内外のスタートアップへの投資および連携を強化することで、アミューズが保有しているIP・コンテンツとのシナジーを生み出していきます。

アミューズはコロナ禍で実施した、サザンオールスターズによる国内初となる複数プラットフォームでの同時有料オンライン配信ライブや、PerfumeのNFTアート「Imaginary Museum "Time Warp" - Reconstruction」、BABYMETALのNFTトレーディングカードやNFTバーチャルスニーカー施策の実施など、常に時代の変化をいち早く取り入れ、新たなチャレンジをしてきました。テクノロジーとの融合によりアミューズが強みとするアーティスト、IPの新たな魅力を開拓するとともに、次世代のエンターテインメントを世界に向けて創出していきます。



未来ボックス

WEBシステム開発・サイト制作等の事業を行う「株式会社未来ボックス」の全株式を取得し、子会社化いたしました。未来ボックスはコンサルティング・企画提案・開発・運用保守と、ワンストップでトータルデジタルソリューションを提供している企業です。また、WEBシステム、WEBサイトの制作のほか、AR/VRなどの最新技術を用いたアプリやゲームの開発においても幅広い開発実績を有しています。

アミューズでは10年以上前より、eコマース、ファンクラブ、映像配信等のお客様向けサービスのDX化および内製化を進めてきており、それらは当社の大きな強みとなっています。また、生産性と効率性を向上させるための社内システムの構築・DX化も強化してきました。

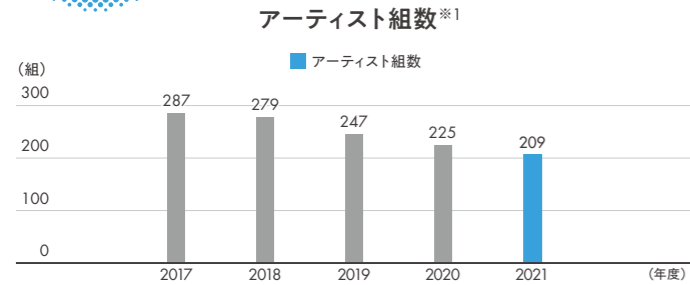
今回の未来ボックス社の株式取得によって生まれる、開発規模の拡大、開発スピードの向上、サービスの高付加価値化など、テクノロジードリブンのサービス開発におけるシナジーを、さらなる企業価値向上に繋げていきます。



戦略のKPI

市場環境の変化に適切に対応し継続的成長に繋がるよう、重要となる指標を注視しています。

見つける

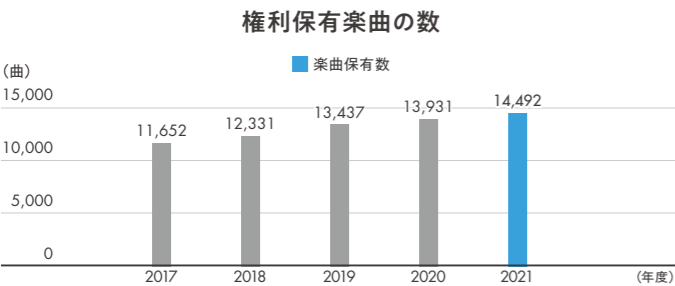


指標解説と選定理由

各年度3月末時点での契約アーティスト数です。アーティストは「モノづくり」の源泉ですが、数だけに拘ったものではありません。才能や可能性を見極めながら、その価値を最大化することを基本方針としています。

当期の状況

それぞれのアーティストとより丁寧に向き合うマネージメント体制を強化しております。



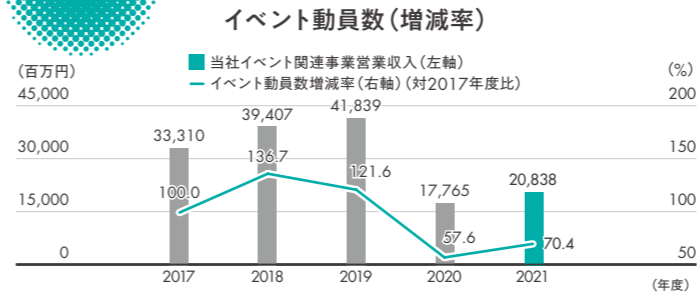
指標解説と選定理由

アーティストが著作権を保有する楽曲数です。CDからサブスクリプションへと音楽の楽しみ方が変わりつつある中で、それぞれの時代を影射してきた権利保有楽曲がさらなる価値を生み出すことが期待されています。

当期の状況

2022年3月末時点で権利保有する楽曲は約14,500曲となりました。

届ける

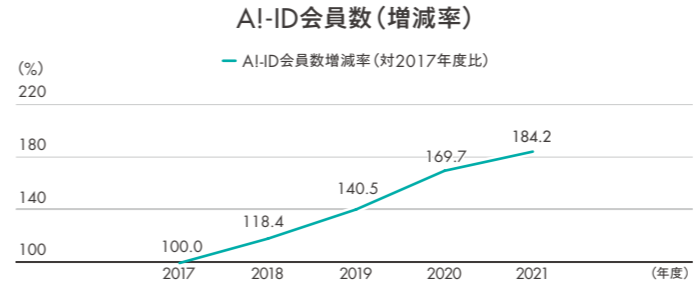


指標解説と選定理由

イベントの動員数は、ファンクラブ入会やグッズの売上のみならず、楽曲の配信売上などにも影響します。「ライブ・イズム」を掲げる当社においては、自らのアイデンティティとも言える指標の一つです。

当期の状況

9月以降、感染症対策を徹底した上で桑田佳祐、福山雅治、ホルノグラフィティなど各アーティストの大型音楽ツアーがスタート。動員数の増加がイベント関連事業の業績をけん引しました。

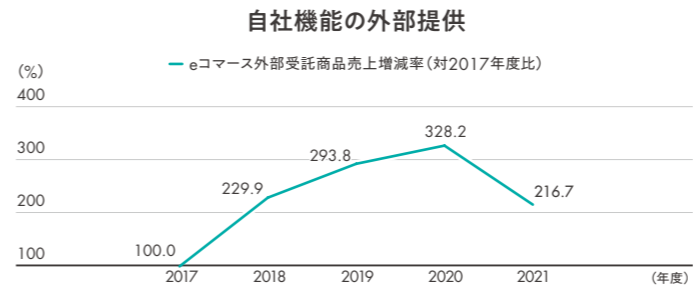


指標解説と選定理由

AI-IDはファンクラブやeコマースに加え、ライブ配信サービスなど、アーティストの様々なサービスに共通で利用できるIDです。アーティストを応援してくださるお客様との、直接的な繋がりを測る指標です。

当期の状況

堅調に推移しています。特に8月を中心に登録者数の増加が見られましたが、9月以降の各アーティストのツアー再開に先立ちファンクラブやeコマースが活性化したことにより起るかと考えられます。

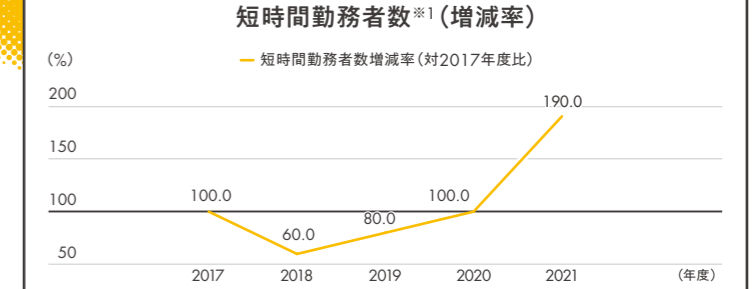


指標解説と選定理由

eコマースにおけるグループ外からの受託商品売上は、外部アーティストへの機能提供の状況を示す指標になります。自社機能の外部提供により、業界全体の発展の一助となるとともに、一層の事業強化を図ります。

当期の状況

新型コロナウイルスの影響などにより、外部大型アーティストのイベント開催状況やグッズ展開が縮小し、売上が減少しました。

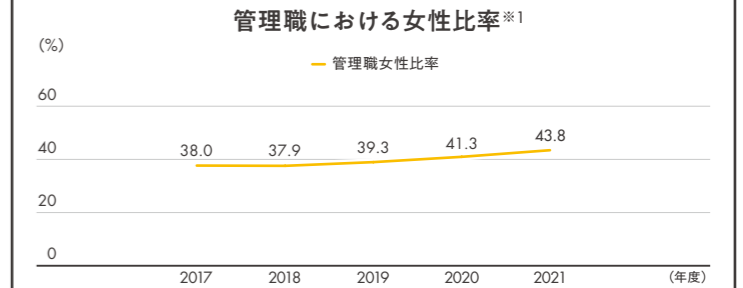


指標解説と選定理由

当社では全社的にリモートワークを取り入れるとともに、ライフステージなどに応じたより自由な働き方を推進しています。

当期の状況

産休・育休取得者は増加傾向にあり、2021年度も復職時に短時間勤務を選択するケースが多く見られました。なお、2021年度の産休・育休復帰率は昨年引き続き100%となりました。

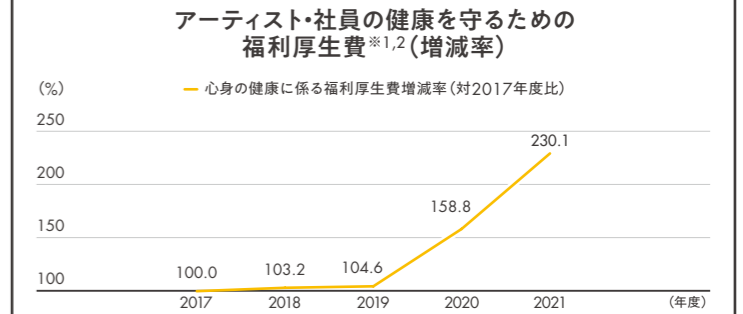


指標解説と選定理由

当社では性別を問わず、意欲と能力を伴った優秀な人材が活躍しております。6割近い女性社員比率、また、社会全体ではまだまだ女性がライフステージの変化の影響を受けやすい立場にあるという状況を踏まえ、定期的に制度等の見直しを行ってまいります。

当期の状況

子育てをしながら管理職を務める女性社員も多く、引き続き高い水準で推移しています。



指標解説と選定理由

アーティストと社員に向けた、健康維持・促進のための費用です。当社ではアーティストと社員の心身の健康を、事業を行っていく上での最も重要な礎と位置付けております。

当期の状況

リアルイベント再開に伴い、アーティスト、社員の抗原検査など、新型コロナウイルス感染症対策を強化しました。

※1: アミューズ単体 ※2: 算出方法を昨年度統合報告書より一部変更しました。

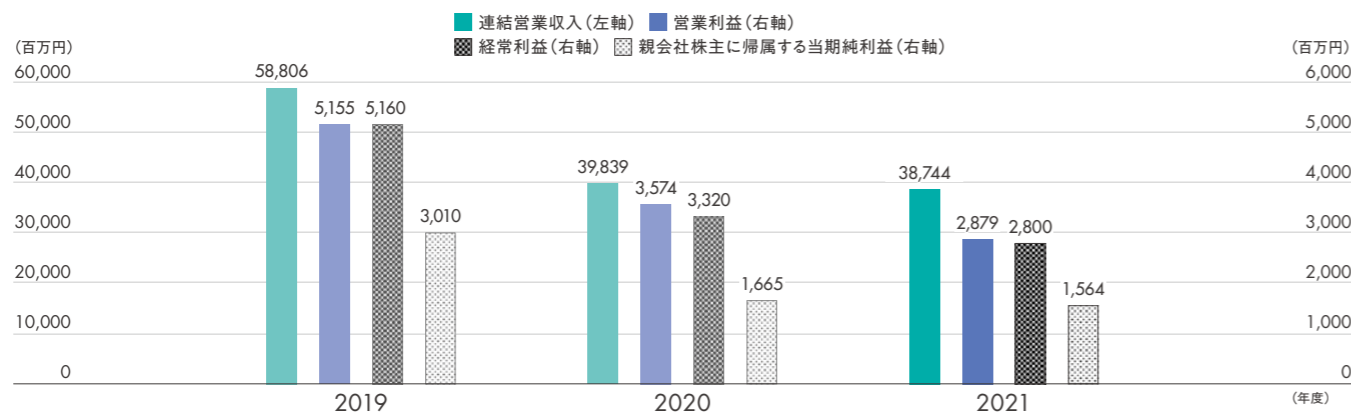
財務戦略

新型コロナウイルス感染症の影響を受けながらも、イベントの再開により、実質的には増収増益に

2021年度(2022年3月期)は、新型コロナウイルス感染症に関するイベント開催制限が緩和され、1年半ぶりに大型コンサートツアーが再開したことによりイベント収入が増加に転じました。連結営業収入は387億4千4百万円、営業利益28億7千9百万円、経常利益28億円

となりましたが、収益認識会計基準の適用に伴う影響(営業収入▲24億3千万円、営業利益▲8億8千7百万円)を勘案すると、連結営業収入は411億7千4百万円、営業利益37億6千6百万円、経常利益36億8千7百万円と実質的に増収増益となりました。

業績ハイライト



コロナ禍でのイベント開催が関連事業を活性化

イベント関連事業においては、感染症対策を講じた上でのライブイベントや舞台公演の開催が、イベント収入やファンクラブ・商品売上収入をけん引しました。また前年より比率は下がったものの、エンターテインメントの「新しい生活様式」となったオンライン配信は、リアルでのイベント開催と共存する形で安定的に実施されました。

音楽・映像事業では前年に比べると大型作品の減少が影響し減収となりましたが、音楽配信は堅調に推移しており、発売・販売作品の構成による収入の変動を低減させております。今後のデジタル社会の進展、消費行動の変化に対しては、良質なコンテンツの制作、保有が継続されることで収益化に貢献すると思われま

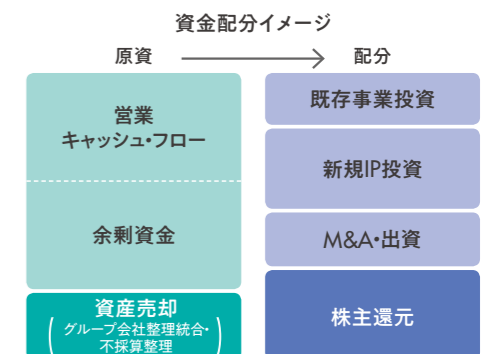
また、出演・CM事業では、出演料収入においてはコロナ禍の影響を受けながらも、コマース収入が好調だったことにより、前年と同程度の堅調さを示し全体の収益の下支えとなりました。これは、アーティストポートフォリオの拡充がメディアの多様化に対応した結果であり、今後も事業収入の多様化が進むと思われま

さらに、ファンクラブ、eコマース、ライブ配信などにおいては、外部アーティストの利用も増加しており、内製化を図ってきた機能群の収益化が進みました。今後もDXの推進と新しいテクノロジーの開発により新規の事業スキームを生み出し、周辺事業の成長に繋げてまいります。

資金配分

事業活動に伴う営業キャッシュ・フローと不採算事業の整理統合による資金を原資とし、良質なコンテンツとIPの開発、デジタルソリューション事業を強化するためのシステム開発や人材確保、これらの戦略事業の実現のためのM&A、良質な事業環境とサステナビリティを実現するための設備投資、配当方針に基づく配当等の株主還元配分してまいります。資本政策については、資本コストを把握した上で、事業ポートフォリオの見直し、成長が期待される事業への投資、ESG投資等、取締役および執行役員による株主との建設的な対話を

通じて経営方針や経営戦略をご説明するとともに、皆様のご期待に応えられるよう努めてまいります。



成長が期待される事業への投資を加速させます

先行き不透明な新型コロナウイルス感染症の影響は一過性のものではないと認識しており、集客を前提としている基幹事業のリスクに鑑み一定水準の現預金をこれまで確保してまいりましたが、コロナ禍の2年間の状況を踏まえると、そのリスクは一定程度に抑えることができるものと見込んでおります。コンテンツ制作やIP開発に資金とリソースを継続的に投下するとともに、新たな技術を各スキームに取り入れることが、当社の持続的な成長のための最優先事項と捉え、投資を加速いたします。

また、アーティストの才能開発や新規の事業領域開発のためのアドベンチャー・ライフカルチャー事業にも投資いたします。直接投資に加え、構造転換のスピードを高めるM&Aも実施してまいります。また、「モノづくり」環境の変革と働き方改革の実現のため、本社に対する設備投資も継続いたします。

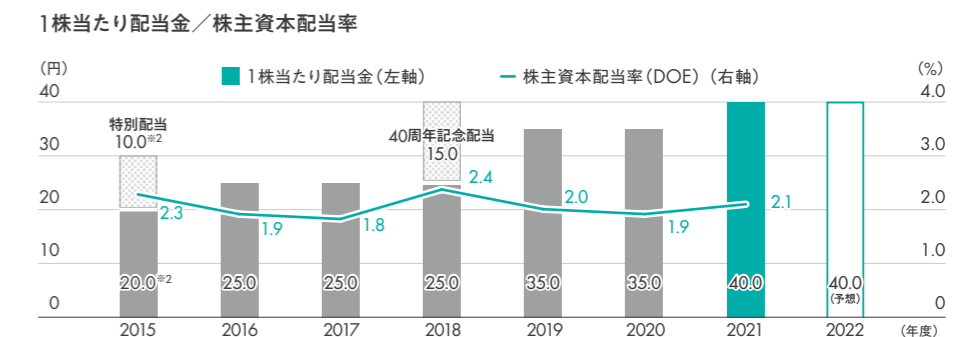
株主還元

株主還元については、直接的な利益還元と中長期的な株価上昇による総合的な株主還元を目指しております。配当金については、事業環境の変動とヒットビジネスの特性による業績の変動に鑑み、安定配当を第一とし株主資本配当率(DOE)2%を目途とした長期安定的かつ継続的な還元を実施しております。

5月より自己株式の取得を実施しました。今後も財務状況に鑑み機動的な実施を検討いたします。

配当については、2021年度は1株当たり通期40円の配当を実施いたしました。2022年度においても配当方針と業績予想をもとに、1株当たり通期40円^{*1}の配当を予定しております。

また、中長期の余剰資金を勘案し2022年



^{*1}: 2022年5月16日公表予想 第2四半期末20.00円、期末20.00円
^{*2}: 2016年4月1日付けで普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施いたしました。2015年度につきましては便宜上、0.5株当たりの配当金として記載しております。

事業概況

事業内容

アミューズグループは、才能あるアーティストを発掘・育成し、様々なかたちでの創作活動を行う機会と場所を整え、ともにコンテンツを創出しています。

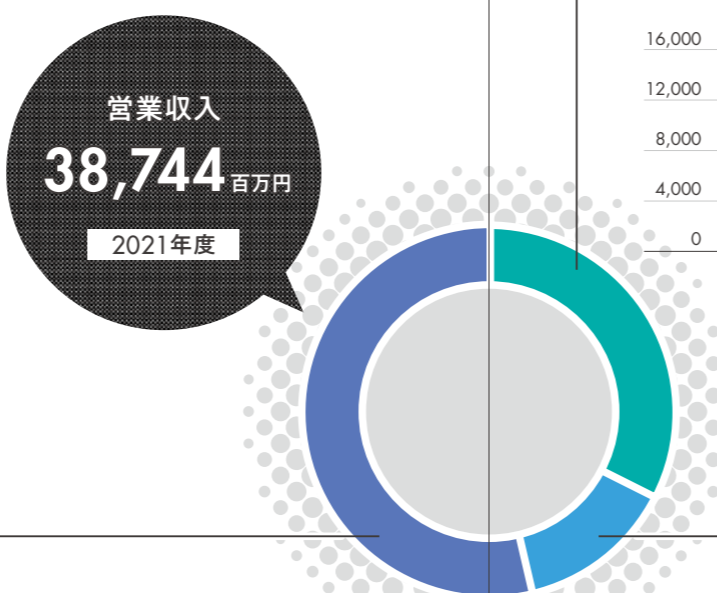
アーティストとの間でそれぞれ個別にマネージメント専属契約を締結し、この専属契約に基づいてアーティストの創作活動を支え、一般的な活動をマネージメントしております。契約期間中のアーティストがコンサート、映画、演劇、テレビ、コマーシャル、講演、取材、写真撮影などの出演、レコーディング、音楽著作物その他の著作物の創作、その他の活動を行うことで発生する様々な権利全てを、アミューズグループが適切に管理しています。また、それに並行して外部の優良なコンテンツ

の権利も継続的に発掘し、展開しています。

2019年度までは4つのセグメントで事業区分しておりましたが、過去3期にわたりアーティストマネージメント事業が営業収入・営業利益いずれも合計の80%超を占め、また複数のセグメントを跨ぐ事業が生まれていたことで、従来区分では事業を適切に表現することが困難となりました。そこで、3つのセグメントに分け、管理することといたしました。

良質なコンテンツを多く保有し、その内容に応じて「イベント関連事業」「音楽・映像事業」「出演・CM事業」の各事業で適切に活用し、価値を最大化して事業展開することが、アミューズグループの基本方針です。

※2018年度以前の営業収入は、変更後のセグメントに組み替えた概算を表示しており、数値は会計監査人による監査を受けたものではありません。



■ イベント関連事業

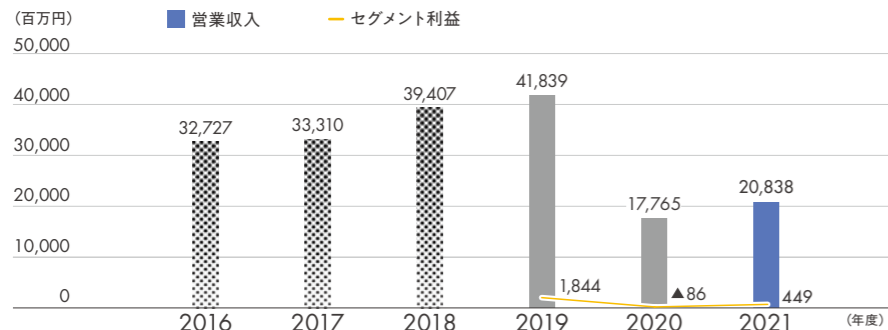
53.8%

営業収入構成比

コンサートや舞台などのイベント収入や、イベントと連動して動くことが多いファンクラブ、マーチャンダイジングなどが主な収益です。

収益認識会計基準等の適用に伴いファンクラブ収入および商品売上収入は減少しましたが、主に第3四半期以降の音楽アーティストによる大型ツアー再開によりイベント収入が増加。前期比で営業収入3,072百万円増、セグメント利益535百万円増の増収増益となりました。

営業収入推移



桑田佳祐
LIVE TOUR 2021「BIG MOUTH, NO GUTS!!」

営業収入構成比

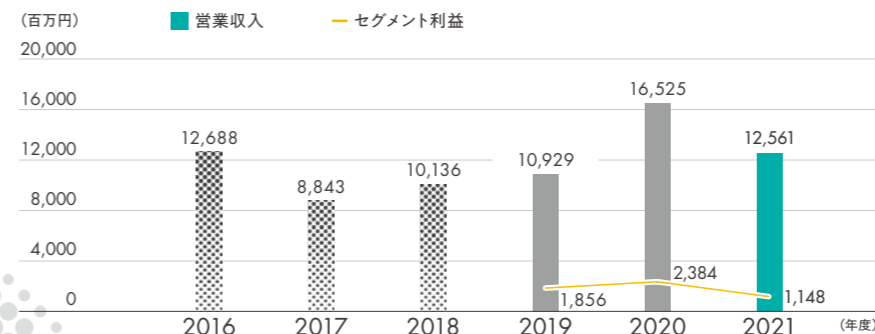
32.4%

■ 音楽・映像事業

音楽や映像作品を製作することにより生まれる印税収入、出資分配、それらの作品の発売・販売収入などが主な収益です。

福山雅治やBABYMETALのライブBlu-rayや映画「るろうに剣心」の好調が業績に貢献しましたが、大型レーベル作品やヒット作品に恵まれた前期と比較して減収減益。営業収入は収益認識会計基準等適用の影響も受け3,963百万円減、セグメント利益は1,235百万円減となりました。

営業収入推移



福山雅治
Blu-ray&DVD
『FUKUYAMA MASA HARU
30th Anniv. ALBUM LIVE「AKIRA」』
2021年7月28日リリース

営業収入構成比

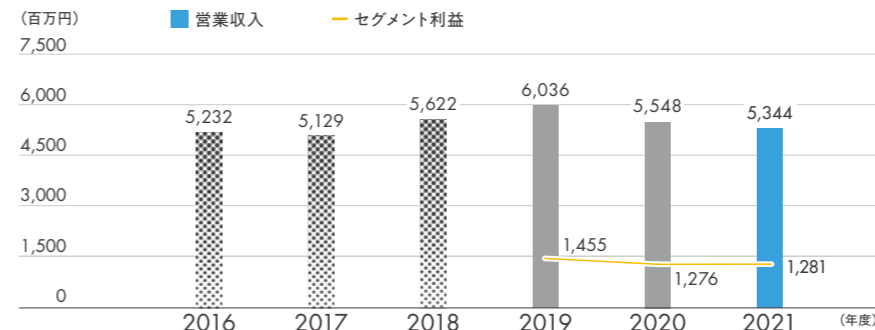
13.8%

■ 出演・CM事業

アーティストが放送局（ドラマ、音楽、バラエティ番組など）、新聞、雑誌（執筆、インタビューなど）、その他インターネット等あらゆる種類のメディアおよびCM、映画などに出演することにより得る出演料収入が主な収益です。

コマーシャル収入は減少しましたが、アーティストの出演機会の回復により出演収入は増加。前期比で営業収入204百万円減、セグメント利益4百万円増の減収増益となりました。

営業収入推移



仲里依紗 / 大泉洋 / 安田顕 / 吉高由里子 / 清原果耶 / 桜田通 / 吉沢亮 / 堀田真由

01 アミューズの強み

AMUSE'S STRENGTHS

ARTIST アーティスト

アーティストとの長期的な関係性

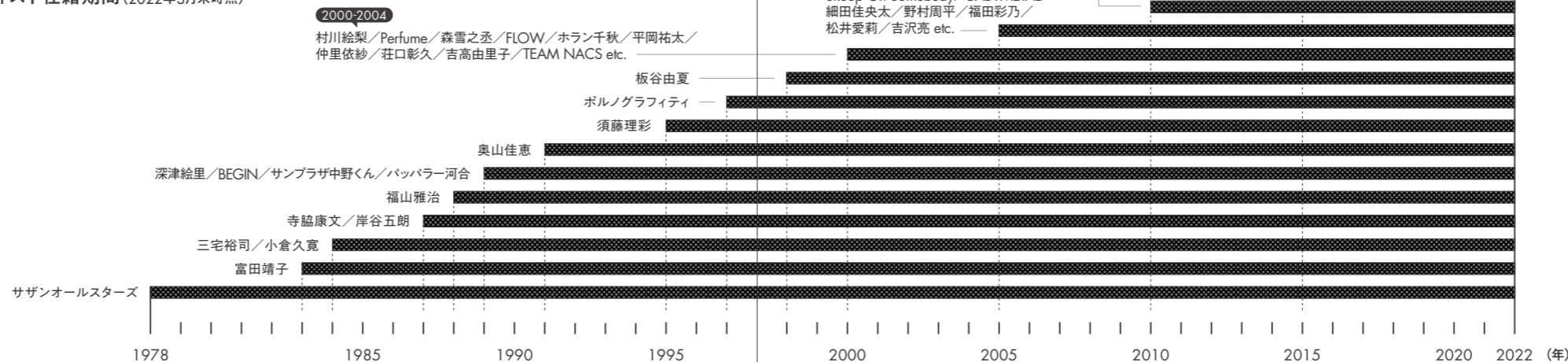
アミューズでは所属する一人ひとりを、そのクリエイティビティに対する敬意を表し「アーティスト」と呼んでいます。現在、アミューズでは200組を超える多彩なアーティストが活躍しています。

アーティストとは原則として年に一度の契約の見直し、更新を行っておりますが、それにもかかわらず所属年数の長いアーティストが多数在籍していることが特徴的です。これはアミューズのマネージメントが短期的な利益追求ではなく、アーティストの長期的な活躍を念頭に置いた上で、アーティストの意向を尊重しながら実践されているためです。

才能豊かなアーティストと長期的な関係性を築くことは、コンテンツを持続的に生み出すことを可能にし、顧客基盤をより強固なものとし

ます。才能あるアーティストと、その結び付きの強さこそが、アミューズの事業の礎です。

アーティスト在籍期間 (2022年3月末時点)



アーティストポートフォリオ

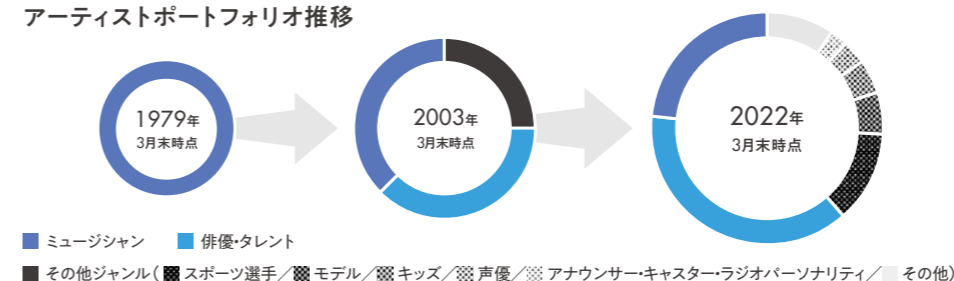
1978年にミュージシャンのマネージメントからスタートしたアミューズは、時代に合わせ新たなジャンルや、様々な個性を持ったアーティストと出逢い、成長し続けてきました。アミューズのアイデンティティは、アーティストの個性と才能の集積です。

ジャンル、年齢や活動歴、バックボーンなど、豊かな構成要素から成るアーティストのポートフォリオは、変化し続ける社会において多様な

コンテンツを創り届ける上での大きな強みとなります。また、アーティストに寄り添う長期視点でのマネージメントが可能であるのも、一時の流行や目先の収益に左右されない強い体制であってこそです。

アミューズのアーティストを応援して下さるファンの方々の幅広さは、アミューズアーティストの個性の豊かさそのものを示しています。多彩な才能とともに、より多様な方々の日常を彩ります。

アーティストポートフォリオ推移



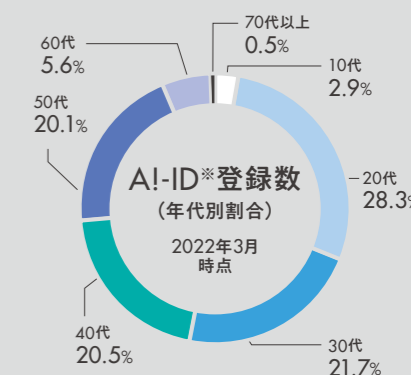
TOPICS

多様なファンの皆様

アミューズのアーティストは実に多様なファンの皆様に応援いただいています。

老若男女幅広い世代のお客様がアミューズのアーティスト関連サービスを利用して下さっており、なかには親子二代、三代でライブに参加して下さるファンの方も多くいらっしゃいます。

メディアやライフスタイルが多様化した現代においては、個人の多様な価値観にマッチするクリエイティブを提供できるかどうかが問われるとともに、世代を超えて共通の話題となるようなアーティストが長く愛され続けることも大きな意味を持っています。



※AI-IDとはファンクラブやeコマースなど、アミューズが提供するアーティスト関連サービスの共通IDです。

02 アミューズの強み

AMUSE'S STRENGTHS

MANAGER

マネージャー

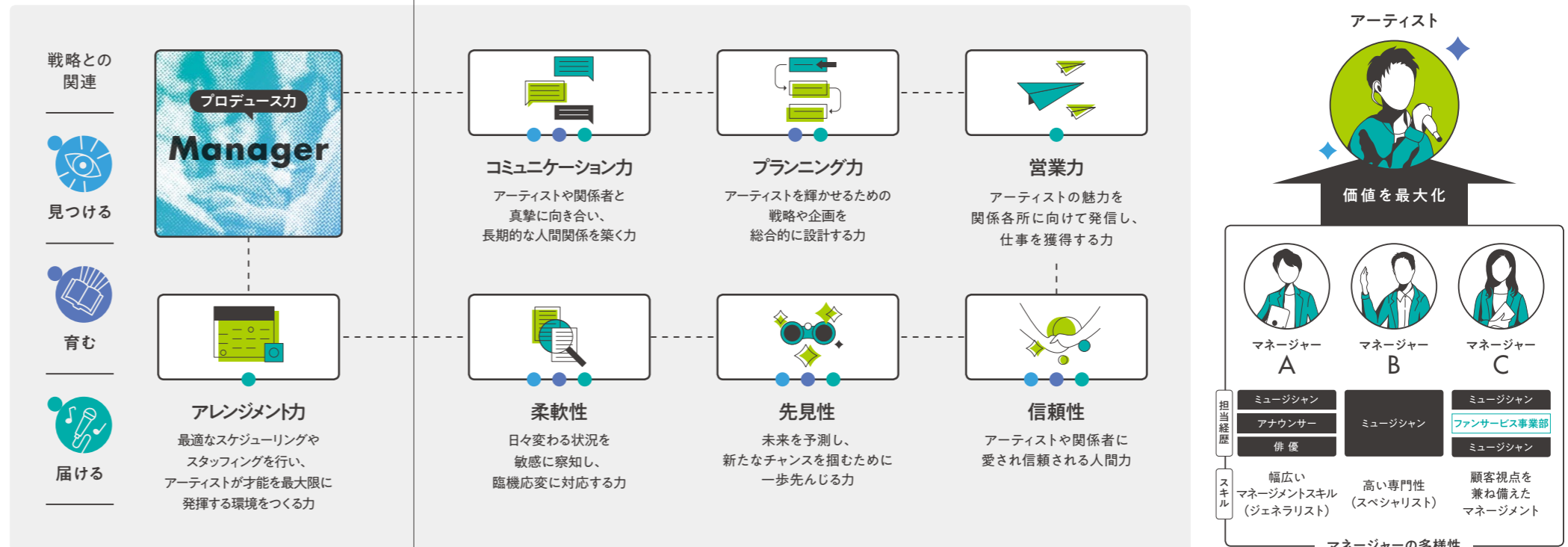
アーティストの価値を最大化

アミューズの価値創造の礎、エンジンとなるのは、ほかでもなく「マネージャー」です。それではマネージャーとは一体どのような存在でしょうか。

例えば音楽アーティストのマネージャーは、アーティストが想い描くライブを実現するために、照明や、映像など外部の専門スタッフと協力し合いながら、ステージ演出を主導します。また、俳優のマネージャーは担当アーティストの成長のために、映画や番組を自ら企画することもあります。アミューズは創立当初「プロデュースハウス」と自らを称していましたが、

その名が示す通り、アミューズのマネージャーはアーティストとともに「モノづくり」全体をデザインする存在であり、まさにプロデューサーなのです。

多くの人の心を動かすヒットは、アーティストやコンテンツとそれを届けるメディアさえあれば生まれる、というわけではありません。SNSなどの普及により、アーティストが一人で発信し、コンテンツを創り届けることが可能になった今、アーティストに寄り添い、その価値を最大化させる、プロデューサーとしてのマネージャーの真価が問われています。



独自の育成方法

アーティストの可能性を拓くためには、有能なマネージャーを多く育てる必要があります。そのために、アミューズではマネージャーの経験を重視した人材育成を実施しています。同じアーティストに長年関わることで強い信頼関係や専門性を育むことと同時に、異なるアーティストや部門での経験を積むことで、様々なスキルと視点を養うことも大切にしています。多彩なアーティストがマネージャーを育み、また、マネージャーの多様性がアーティストの魅力を最大化することで、当社の持続的な成長をもたらしています。

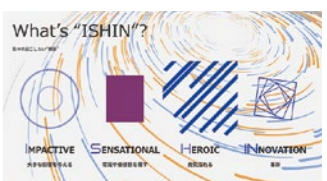
マネージャー育成プロジェクト

アミューズでは、マネージャーの育成・成長環境づくりを目的とした「七五三プロジェクト」が進行中です。入社3年目、5年目、7年目のマネージャーが、自らの「やりたいこと」を企画・プレゼンテーションする場を設け、プレゼン力・分析力・企画力やモチベーションの向上など、プロデューサーとしての成長を積極的に促しています。多くの社員が集まる中で行われたプレゼンテーションでは、各発表者に対して経営陣から様々な意見やアドバイスがあり、新規事業に繋がる企画も出てきました。アミューズはこれからも、会社全体で人材を「育む」体制を強化していきます。



AMUSE ISHIN採用

様変わりする市場、より多様になる消費者行動など、激変の潮流はエンターテインメント業界においても例外ではありません。新たな時代や環境に合わせ、採用のあり方も常にアップデートしていく必要があります。現在、アミューズでは新時代の幕開けを推し進めた明治「維新」のように、新卒一括採用における従来の様式を廃止し、ルールや慣習に縛られない「AMUSE ISHIN採用」を実施しています。30歳未満(長期勤続によるキャリア形成のため)であれば学歴、経験、国籍は不問で誰でも応募可能です。次世代のエンターテインメントを担う人材採用を行っていきます。(2021年度採用活動では、7名を採用しました)



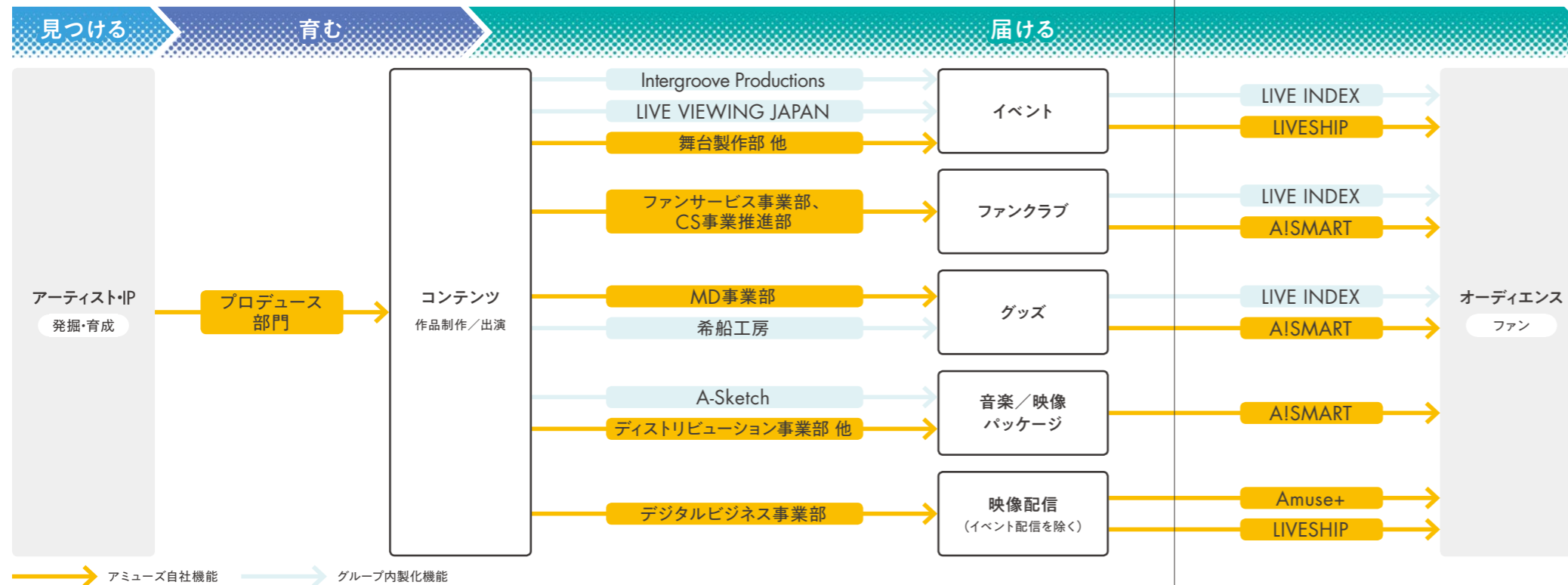
03 アミューズの強み

AMUSE'S STRENGTHS

ORGANIZATIONAL STRENGTH

組織力

アミューズのバリューチェーンと内製化機能



お客様のエンターテインメント体験価値を最大化

内製化により各種の機能を充実させることで、お客様がコンテンツをより楽しめる環境を提供しています。

コロナ禍において急速に普及したライブ配信など、新たなサービスや技術が次々と登場していく中においては、アーティストを応援していただくための便利で分かりやすい環境づくりが不可欠です。例えば、2020年にローンチした自社開発のライブ配信サービス「LIVESHIP」では、配信ライブ中のグッズ販売や投げ銭機能など、利便性の向上に努めています。ファンの皆様にエンターテインメントを快適により楽しんでいただくために、私たちは時代の変化に迅速に対応し、常に進化していくことが求められています。

アーティストとお客様を繋ぐ接点となることは、ファンクラブの運営やグッズの製品開発などにおいて、ファンの皆様の声や需要を直接聞き、細やかにお応えすることを可能とします。

より多面的にアーティストの魅力に触れていただくための架け橋の役割を担っています。



ライブ配信サービス「LIVESHIP」ではアーティストごとにデザイン機能を自由にカスタマイズすることが可能。

ワンストップ・ソリューション

アミューズのワンストップ・ソリューションは、アーティストが創作活動に集中できる状況をつくり出すと同時に、利便性のみならず品質保証やマーケティングなど、様々な付加価値を提供しています。

また、これらの機能は、すでに他社アーティストにも利用いただいています。これまで自社アーティストによって培ったノウハウを活かした、ファンクラブ運営からグッズ販売、ライブ配信等トータルソリューションの外部提供によりさらなる収益基盤の強化を図るとともに、業界全体の発展の一助となるよう努めてまいります。

アミューズが持つ機能

- **イベント制作**
イベントや各アーティストのワンマンツアー等ライブの企画・制作
→プロデュース部/
Intergroove Productions (連結子会社)
- **ファンクラブ運営**
会報誌やファンクラブイベント、ファンクラブ限定グッズなどの企画・制作
→ファンサービス事業部・CS事業推進部/LIVE INDEX (連結子会社)/AISMART (eコマースサービス)
- **舞台制作**
「地球ゴージャス」をはじめとするオリジナル作品の企画・制作や、海外作品の招聘など
→舞台製作部
- **グッズ製作・eコマース**
商品の企画提案・製作進行・販売管理
また、工場開拓や生産管理、物流サポートなど
→MD事業部/希船工房(連結子会社)/AISMART (eコマースサービス)
- **ライブビューイング**
コンサート、舞台、イベント等の映画館などの中継、およびインターネット配信
→LIVE VIEWING JAPAN (連結子会社)
- **ライブソリューション**
会場施策、チケット運営、セキュリティ、入退場管理、在庫、トランスポートなど
→LIVE INDEX (連結子会社)
- **ライブ配信**
アーティストのライブイベントなどのインターネット配信
→LIVESHIP (ライブストリーミング配信サービス)
- **パッケージ販売**
音楽作品では楽曲制作からマーケティング、店舗への営業など。映像作品では自社アーティスト作品をメインとしたパッケージ化および販売・流通
→ディストリビューション事業部/A-Sketch (連結子会社)/AISMART (eコマースサービス)
- **映像配信ほかデジタルサービス**
アーティストのオリジナルコンテンツの配信や、チケット先行、最新情報提供など
→デジタルビジネス事業部/Amuse+ (デジタルファンサービス)

戦略上のリスクと軽減策

戦略との関連 見つける 育む 届ける

リスク	内容	軽減策	2021年度の動向
感染症の流行 災害や異常気象	イベントの中止・延期、動員人数の縮小などにより、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・お客様、公演関係者への感染症対策の徹底 ・オンラインライブの活用 ・開催経費の一部を補助する制度等の活用	<ul style="list-style-type: none"> ● 9月以降、桑田佳祐、福山雅治、ポルノグラフィティなど、音楽アーティストによる大型ツアーが再開しました。 ● リアルライブに加えて、自社プラットフォーム「LIVESHIP」などオンラインライブも活用いたしました。
アーティスト	活動の休止や、専属契約の内容に異動が生じた場合、また、万が一、法令違反や信用失墜行為等を起こしてしまった場合には、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・アーティストポートフォリオの拡充 ・定期的なコンプライアンス研修の実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 中長期的な視点に立つマネジメント方針を継続しました。なお、全アーティストの平均所属年数は約10年でした。 ● 法務部が、新規契約アーティストを中心に、アーティストに対するコンプライアンス研修を行っているほか、注意すべき法改正や社会の動向についてもマネージャーに注意喚起等を行っています。
活動計画による 業績の変動性	アーティスト・作品・お客様にとっての最良のタイミングを念頭にプランニングをしているため、コンサートの実施や作品のリリース等の時期に偏りが生じ、四半期・事業年度ごとの業績の変動が大きくなる可能性があります。	・ストック収入モデルの拡充	<ul style="list-style-type: none"> ● 2022年3月末時点で権利保有する楽曲は約14,500曲となりました。 ● 声優・富田美憂のファンクラブが新たにオープンしました。
ヒットビジネス	予測が困難なヒットビジネスであるため、計画通りにアーティストへの投資が回収できない場合、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・アーティストの才能を発掘し、最大化する機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 専属契約を結んでいない新人アーティストをサポートしながら将来的なマネジメント契約を目指す「DIプロジェクト」や、雑誌・JUNONとの初の共同開催となるオーディションにより新たな才能を獲得しました。
人材	人材の採用が計画通りに進まなかった場合や、人材が退社した場合、事業活動に影響が生じる可能性があります。	・定期的な新卒採用の実施 ・働きかた改革や研修等による環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ● 2021年度定期採用活動では、7名を採用しました。 ● 柔軟な働きかたをさらに推進するため、外部貸し会議室の利用を本格導入しました。 ● 産休・育休取得者の職務復帰率は、引き続き100%となりました。
コンテンツへの 出資・製作・買付	良質なコンテンツを獲得できなかった場合や、投資した資金の回収期間が予想に反して長期にわたる場合などにおいて、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・映像化権やインターネット配信権等による収益性の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 出資映画「るろうに剣心 最終章 The Final」「るろうに剣心 最終章 The Beginning」がヒット。アミューズソフトエンタテインメントより発売したBlu-ray&DVDも大きく業績に貢献しました。
SNS等による情報拡散	真意に関わらずネガティブな情報として拡散した場合、事業活動に影響が生じる可能性があります。	・ガイドラインの策定 ・定期的な研修の実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 2020年に開設した法務部公式ツイッターアカウントにおいて、引き続き誹謗中傷等に関する注意喚起等を行っています。 ● SNS戦略の専門部署がSNSの積極活用や、リスク回避についてのアドバイスを行っています。
知的財産権の侵害	保有する知的財産権を第三者により侵害される、または当社が意図せず第三者の知的財産権を侵害してしまった場合、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・公式サイト内での権利侵害報告フォームの設置 ・専門部署による権利管理の徹底 ・定期的な研修の実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 報告された案件に対して、法務部が適時対応を行いました。 ● 著作権についての研修を実施するとともに、日々の業務においても各種権利に対する意識啓蒙を推進しております。
海外事業展開	法規制や国際関係等の影響により、当社が期待する収入を保つことができない可能性があります。	・海外拠点より提供された現地情報に基づく迅速な対応	<ul style="list-style-type: none"> ● 新型コロナウイルスに関する現地情報を収集し、感染拡大の想定シナリオに基づく海外戦略の見直しを行いました。
新規事業	事業環境の急激な変化や、予測困難な問題により難航した場合、業績に影響を及ぼす可能性があります。	・新規事業の推進・管理を行う部門の設置	<ul style="list-style-type: none"> ● 新規の事業やサービス等、当社が取り組むべき重要プロジェクトの推進を強化するため、プロジェクト推進部を新設しました。
サイバー攻撃	サイバー攻撃によって関連システムのセキュリティを脅かされた場合、事業活動に影響が生じる可能性があります。	・ICT機器、社内システムの一元管理 ・情報セキュリティレベルの確保	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人情報管理部署を中心としたISO27001認証を継続運用いたしました。 ● CSIRTチーム（AMUSE-SIRT）を継続運用いたしました。 ● 情報セキュリティについての研修を実施いたしました。 ● 各システムの常時監視を順次導入いたしました。

アミューズグループの事業活動において認識している主要なリスクは以下の通りです。引き続き、リスクの内容を適切に管理・把握するとともに、軽減に努めてまいります。

イベント開催に伴う 感染症リスクについて

2021年度後半は、桑田佳祐、福山雅治、ポルノグラフィティ、Perfume、宮本浩次、DEAN FUJIOKA、SEKAI NO OWARIなど、多くの音楽アーティストが1年半以上ぶりに大型ツアーを開催しました。感染防止安全計画を提出し、自治体の確認を受けた場合は従来通りの動員が可能となったことで、動員数が拡大しイベント関連事業の売上に大きく貢献しました。

一方で、開催にあたっては公演関係者のPCR検査や抗原検査、来場者の感染症対策が必須となり、コストが増大したことで利益を圧迫しました。さらには変異株の流行等による公演自粛に加え、アーティストや共演者、スタッフの新型コロナウイルス感染に伴う公演の中止・延期も発生しています。特に、多くのアーティストが出演する舞台公演では振替が難しく、多くの公演が中止を余儀なくされました。

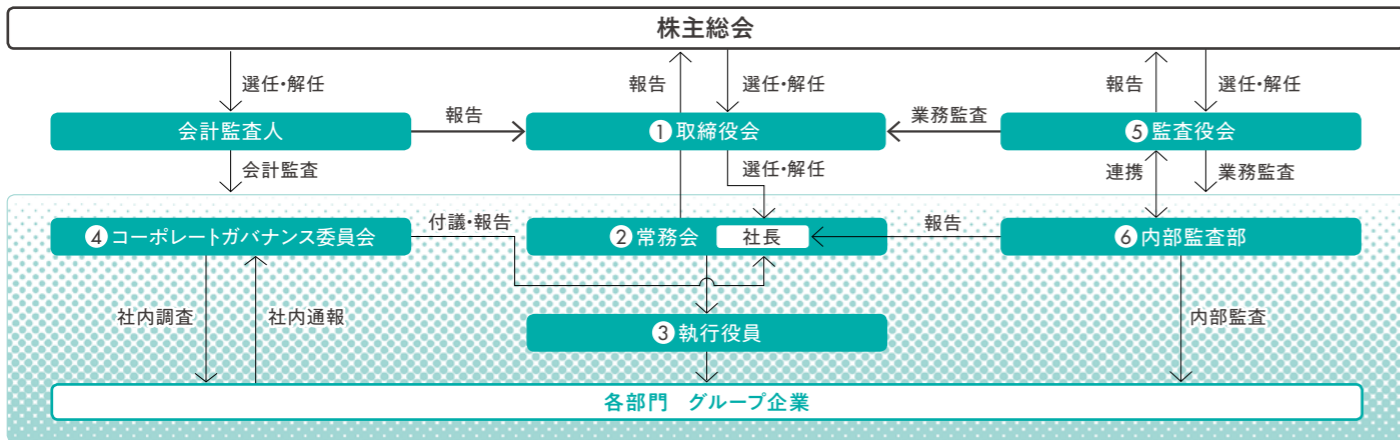
ウィズコロナが定着してきたとは言え、私たち興行主にとって、いまだに新型コロナウイルスの影響は不透明であり、大きな脅威です。しかし、イベントは私たちの強みであると同時に、何よりアーティストにとって大切な表現の場、ファンの皆様との接点であることにかわりありません。イベントの開催継続を基本方針とし、コロナ禍で得たオンラインライブのスキームの活用や、ファンクラブ・商品販売との連動などにより、業績へのインパクトを最小限にとどめ、業績の安定化に努めてまいります。

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

アミューズグループの事業は多岐にわたっており、かつ事業環境の変化も急速である状況において、迅速かつ明確な意思決定や法令遵守の徹底を行うとともに、株主をはじめとする当社グ

ループを取り巻く関係者の権利を尊重し、経営の透明性を図ることで、企業価値を高めていくことが重要であると認識し、このことをコーポレートガバナンスの基本方針としております。



1 取締役会
代表取締役 社長執行役員である中西正樹を議長とし、社内取締役5名と社外取締役3名により構成。月1回の定例会に加え、必要に応じ随時臨時取締役会を開催しています。2021年度における取締役会は13回開催しました。

2 常務会
代表取締役 社長執行役員である中西正樹を議長とし、代表取締役および常務執行役員以上の執行役員で構成。業務執行に関する重要案件協議機関であり、重要プロジェクトに加え、社内の広範な課題の協議を行っております。月2回程度開催されています。

3 執行役員
経営責任の明確化と業務執行の迅速化、取締役会の活性化や経営の透明性を図るために、執行役員制度を導入。職務権限規程に定める権限のもとで業務を執行しております。

4 コーポレートガバナンス委員会
企業倫理、法令遵守体制についての協議・統括、社内通報制度の運営を行っております。代表取締役 社長執行役員である中西正樹を委員長、内部監査部長を事務局長とし、委員長により選任された取締役、執行役員、各管理部門長を委員として構成されています。

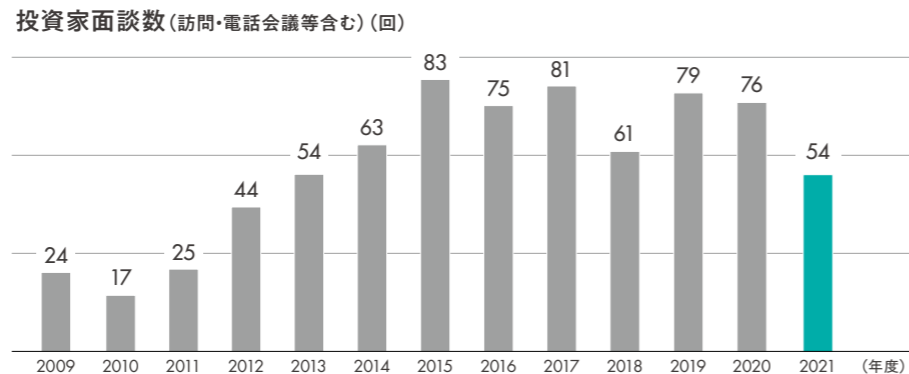
5 監査役会
当社は監査役会設置会社であり、常勤監査役1名と社外監査役4名の5名で構成。取締役会、グループ経営会議をはじめ重要な会議へ出席し、業務および財産の状況を調査することで、取締役の職務遂行を監視・監査しております。

6 内部監査部
内部監査部は社長直轄の組織であり、当社およびグループの重要な子会社に対して内部監査を実施しております。

株主・投資家の皆様と創る企業価値

アミューズは株主・投資家の皆様との積極的な対話を通じて、経営方針や戦略、ビジョンへの理解促進を図るとともに頂戴したご意見やアドバイスを経営陣と共有し、企業経営および価値創造に活かしています。過去13年間(2009~2021年度)で

国内外の機関投資家・アナリストとの個別面談数は訪問、電話会議等を含め736回になります。なお、定時株主総会については第42期(2019年度)よりインターネット中継なども取り入れ、適切な感染拡大防止対策を講じて開催しております。

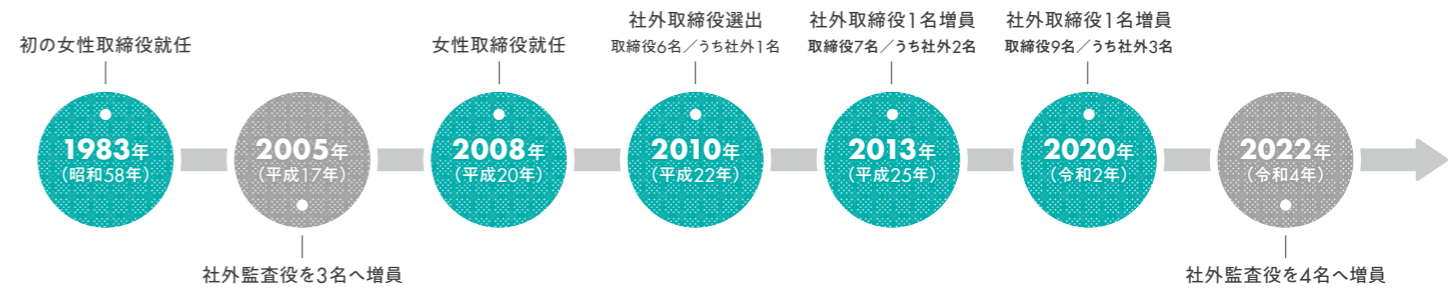


ガバナンス体制の強化

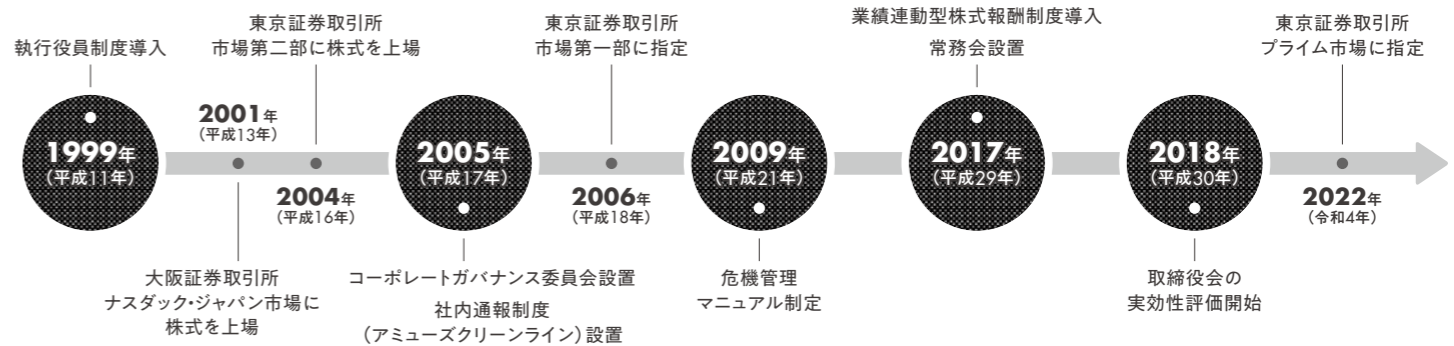
当社では1999年より執行役員制度を採用し、経営責任の明確化と業務執行の迅速化を図るとともに、取締役会の活性化、経営の透明性の向上を目指しております。また、2005年には社長直轄の統括・推進機関としてコーポレートガバナンス委員会や、社内通報制度

(アミューズクリーンライン)を設置しております。今後も業務内容の拡大等を見据えた上で、様々な観点からコーポレートガバナンスの充実を図り、株主の皆様をはじめ広く社会から信頼される企業を目指して、継続的に管理組織の整備・充実に努めてまいります。

役員体制の強化



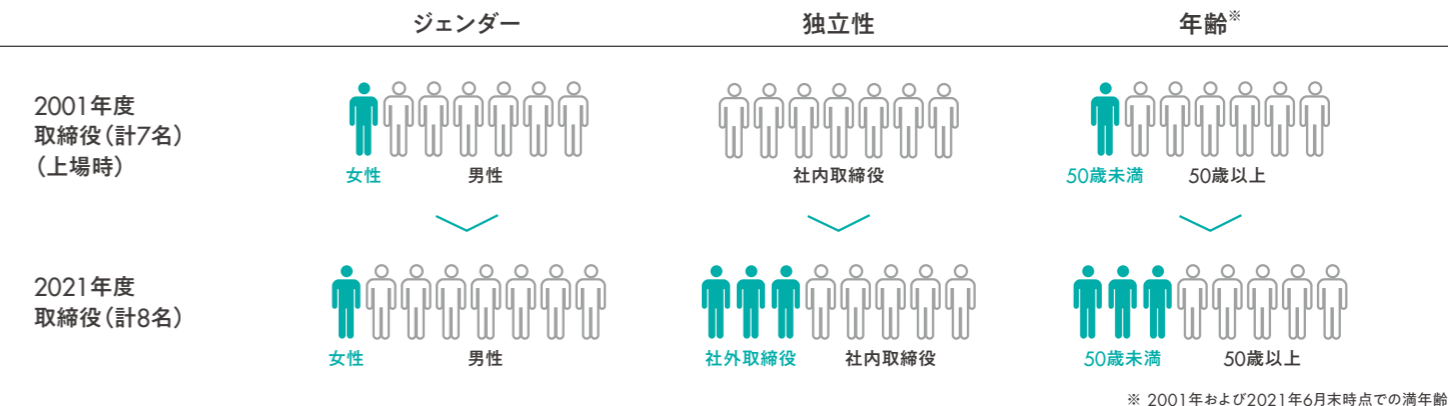
ガバナンス関連の制度強化



取締役会の多様性の確保

当社グループの事業内容や社員、所属アーティスト、お客様、展開地域などの多様化が急速に進んでいます。取締役会においても多様性を確保し、環境の変化へも柔軟に対処できる体制

を築くことは、当社の持続的かつ長期的な成長に不可欠であると考えています。取締役会においては今後もダイバーシティをさらに推進していく方針です。



※ 2001年および2021年6月末時点での満年齢

取締役

(2022年6月26日現在)



代表取締役会長
大里 洋吉
Yokichi OSATO

1946年8月22日生
取締役在任年数 11年
保有する株式 451,060株

創業前から当業界における幅広い知見・経験を有し、1978年当社設立。当社グループ全般にわたる豊富な業務経験を有し、多くの新規事業創出に努めるなど、長年にわたり当社グループをけん引。



代表取締役 社長執行役員
中西 正樹
Masaki NAKANISHI

1973年11月9日生
取締役在任年数 3年
保有する株式 6,888株

1998年当社入社。2019年代表取締役 社長執行役員に就任。入社以来、音楽系アーティストマネジメントおよびチーム運営に手腕を発揮。また、新しい市場環境に適応し、当社音楽事業の幅広い基盤を築いた実績と知見を有する。



社外取締役
増田 宗昭
Muneaki MASUDA

社外
独立

1985年カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社設立、代表取締役社長就任(現任)。2010年当社社外取締役就任。エンターテインメントビジネスに深く精通し、また多くの企業の社外取締役を歴任するなど、豊富な知識と経験を有する。

1951年1月20日生 取締役在任年数 12年
保有する株式 0株



社外取締役
安藤 隆春
Takaharu ANDO

社外
独立

1972年警察庁入庁。2016年当社社外取締役就任。在官中は警察庁長官など要職を歴任。退官後は多くの企業の取締役を歴任、とりわけコンプライアンスについて豊富な経験と幅広い見識を有し、ガバナンスの強化に貢献。

1949年8月31日生 取締役在任年数 6年
保有する株式 0株



社外取締役
麻生 要一
Yoichi ASO

社外
独立

2006年株式会社リクルート入社。2020年当社社外取締役就任。新規事業立ち上げに精通し、多くの新規事業の統括実績を有する。また、スタートアップ企業のインキュベーション支援などを数多く経験。

1983年4月6日生 取締役在任年数 2年
保有する株式 0株

監査役

常勤監査役
横沢 宏明
Hiroaki YOKOZAWA

1982年当社入社。以来、総務部部長、経営監査室担当部長などを歴任し、2008年常勤監査役就任。当社業務全般を深く理解し、豊富な経験と幅広い見識を有する。

1956年7月5日生 監査役在任年数 14年
保有する株式 0株

社外監査役
石川 順道
Yorimichi ISHIKAWA

社外
独立

1981年石川・堤法律会計事務所(現 石川法律事務所)入所。2004年同所所長就任。2013年当社社外監査役就任。弁護士資格を有しており、企業法務に関する相当程度の知見を有する。

1948年5月1日生 監査役在任年数 9年
保有する株式 0株

社外監査役
大野木 猛
Takeshi ONOGI

社外
独立

1985年KPMG監査法人(現 有限責任あずさ監査法人)入所。1995年大野木公認会計士事務所開設。2013年当社社外監査役就任。公認会計士の資格を有しており、財務および会計に関する相当程度の知見を有する。

1961年3月24日生 監査役在任年数 9年
保有する株式 0株

社外監査役
灰原 芳夫
Yoshio HAIBARA

社外
独立

1993年灰原公認会計士事務所開設。2008年株式会社ヤマンホールディングス社外監査役就任。2014年当社社外監査役就任。公認会計士の資格を有しており、財務および会計に関する相当程度の知見を有する。

1955年12月14日生 監査役在任年数 8年
保有する株式 0株

社外監査役
藤森 純
Jun FUJIMORI

社外
独立

2008年白石総合法律事務所入所。2019年東京スプラウト法律事務所開設。2022年当社社外監査役就任。弁護士の資格を有しており、特にエンターテインメント法務についての専門的な見識を有する。

1976年4月27日生 監査役在任年数 0年
保有する株式 0株

※ 在任年数は連続して在任した期間を表します。



取締役 副社長執行役員
市毛 るみ子
Rumiko ICHIGE

1978年当社入社。2020年取締役 副社長執行役員就任。役者系アーティストマネジメントを主体とした豊富な業務経験と知見を有し、独自の視点で当社グループの事業に多様化をもたらす。

1958年6月7日生 取締役在任年数 2年
保有する株式 118,520株



取締役 専務執行役員
荒木 宏幸
Hiroyuki ARAKI

1994年当社入社。2019年取締役就任。幅広いアーティストマネジメント経験やテレビ番組制作などにおいても実績と知見を有する。IPコンテンツの開発など新規領域開拓も推進、社員教育・育成にも手腕を発揮。

1970年9月15日生 取締役在任年数 3年
保有する株式 2,300株



取締役 常務執行役員
大野 貴広
Takahiro ONO

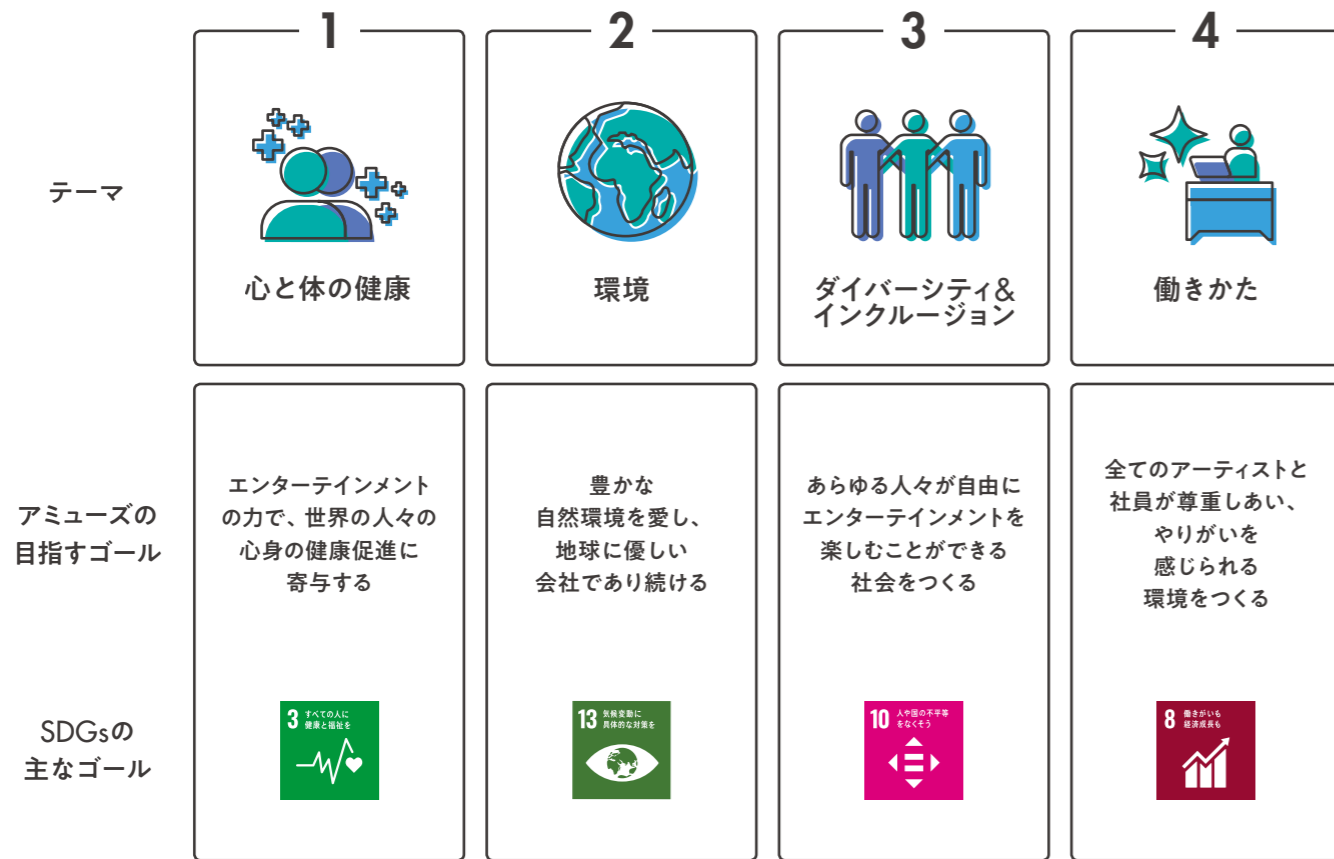
1995年当社入社。2020年取締役就任。音楽出版部、総務部などを経て、デジタルビジネス全般を担当し幅広い経験を有する。特にデジタル分野全般、権利関連の知見を活かし、新規事業の立ち上げや支援に貢献。

1973年1月3日生 取締役在任年数 2年
保有する株式 4,400株

サステナビリティ

大切にしたい4つのこと

アミューズでは様々な社会課題を、事業やステークホルダーへのインパクトの観点から評価し、持続可能な世界のために私たちが優先的に取り組むべき4つのテーマを策定しました。2022年度より部門横断のサステナビリティ委員会を立ち上げ、できることから一つひとつ取り組んでいきます。



サステナビリティ委員会

サステナビリティ委員会は、社長を委員長として、グループ会社を含む部門横断でサステナビリティを推進させる組織としてスタートしました。委員会では大切にしたい4つのテーマのもと、具体的な目標ごとに7つのチームが発足。外部専門家のアドバイスのもと課題の洗い

出しや、年度ごとのゴール設定を行い、アクションに向けてそれぞれ動きはじめています。これまで部門や事業単位で行っていた取り組みを横串で議論、実施することで、サステナビリティの取り組みをさらに加速させていきます。

TOPICS

心身の健康に寄与するアドベンチャー・ライフカルチャー事業スタート



山梨の大自然のもと、人々の健康促進に寄与するアクティビティプロジェクトが続々とスタートしています。燃料を使わず、環境にも配慮したつくりのウォーターアクティビティブランド「HOBIE」や、初心者でも気軽に楽しめるエンタメ・キャンプ場「FUN OUT! PARK FUJI」など、自然と触れ合いながら心と体を解き放つ新たなライフスタイルを提案します。

アートでダイバーシティ&インクルージョンを発信「TENNESSEE LOVELESS展」

2022年6月より、世界的現代ポップアーティスト、テネシー・ラブレスの日本初となる展示・販売会「TENNESSEE LOVELESS展」がスタートしました。先天的に重度の視覚障害があるテネシーにとって、「ダイバーシティ&インクルージョン」は創作活動の重要なテーマです。テネシーのエネルギーに満ちたアートを通じて、多様性のメッセージを日本全国に発信いたします。



ウクライナ危機に関する取り組みについて

深刻化するウクライナ危機を受け、ウクライナおよび近隣国で厳しい状況におかれた子どもたちとその家族の人道支援に活用していただくべく、アミューズグループ内での募金を実施しました。アーティストと社員から寄せられた寄付に、当社からの寄付を加えた総額500万円を、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンへお送りさせていただきました。

東京オフィスの使用電力を実質再エネ電力へ

アミューズは、同じく渋谷インフォスタワーに入居する株式会社ココナラ、株式会社ワンキャリアとともに、東京オフィスの使用電力を「実質再エネ電力」へと切り替えました。非化石証書を活用した今回の電力切替えにより、渋谷インフォスタワーにおけるテナント使用電力の約17%が実質的に再エネ電力に置き換わり、年間でおよそ300tのCO₂削減が見込まれます。



アミューズ サステナビリティラボ「S-Labo」

サステナビリティについて考える社内プログラム「S-Labo」がスタートしました。外部講師による社会課題に関する勉強会や、山梨の豊かな自然を活かしたアクティビティを通して、社員が気づきを得ることで、日々の業務や新たなクリエイティブ創出に活かすことを目的としています。同時に、社員同士のコミュニケーションを深める場にもなっています。



継続的な取り組み

17年にわたり活動してきた「Act Against AIDS」や、東日本大震災の復興支援プロジェクト「チーム・アミューズ!!」など、私たちはエンターテインメント企業として自分たちにできることを模索し、発信し続けてきました。より良い明日のためにアミューズが継続している主な取り組みをご紹介します。

Society 社会のために



一人の感動から明日を変える

私たちが創り届けるエンターテインメントを通じて、人々が色々なことを考え、気づききっかけをつくることも、アミューズが社会に対してできる貢献だと考えています。アーティストとお客様とともに、より良い社会の実現を目指します。

社会課題への取り組み



Act Against Anything

1993年より12月1日の世界エイズデーに実施してきたエイズ啓発チャリティイベントAct Against AIDS「THE VARIETY」。その活動を通して、飢餓や貧困など、世界にはエイズ以外にも向きあわなければならない様々な問題、課題、守っていくべき子どもたちの未来があることを実感した岸谷五朗が新たに立ち上げたチャリティプロジェクトです。AAAの想いを受け継ぎつつ、2020年12月1日、日本武道館で再スタートを切りました。

復興支援



アミューズ募金

東日本大震災の際、ファンの方々の声をきっかけに開設した災害復興支援などの募金窓口です。2020年5月～2021年12月に実施した「新型コロナウイルス感染症対策支援金」募金では、総勢120組のアーティストによるチャリティグッズ企画「AMUSE HEART FES. in AISMART」をはじめとしたチャリティ企画に多くのアーティストが参加しました。

寄付総額

901,170,457円

※アミューズおよびアーティストによる寄付を含む
※2021年12月15日時点

Customer / Stockholder お客様・株主様のために



全ての人に文化を届ける

私たちは創業以来、多くの人の心を豊かにしたいという想いで、良質なエンターテインメント作品の創出に取り組んできました。夢や感動をより多くの方々にお届けし、あらゆる人々の人生を彩ることこそが、私たちアミューズの社会に対する責任と目指すべき姿です。

障害のあるお客様、LGBTQ+のお客様への対応強化



アミューズダイバーシティガイドライン(バリアフリー編/LGBT編)

障害のある方やLGBTQ+の方に対する、イベントなどでの具体的な対応ポイントについてまとめた「アミューズダイバーシティガイドライン」バリアフリー編、LGBT編を作成し、それぞれについての社内研修を実施しました。社員一人ひとりの知見・意識向上により、より良いサービスに繋げることを目的としています。

定時株主総会における情報保障

2018年度定時株主総会より聴覚障害のある株主様向けの情報保障を導入しております。2018年度は音声自動変換システム、また、オンラインとのハイブリッド開催となった2019年度からは手話通訳を取り入れ、一人でも多くの株主様にストレスなくご出席、ご視聴いただける株主総会運営に努めています。



Staff 社員のために



それぞれの「色」を発揮し、より良く成長する

知見を広げ、感性を磨いてもらうことで、エンターテインメントの次世代を担う社員の成長をサポートしています。また、多様なライフステージにおいて、安心して働くことのできる環境を整備しています。

個性・能力を磨く教育サポート

One Young Worldへのアーティスト・社員派遣

次世代リーダー育成と国際交流を目的とした世界規模のサミット「One Young World」に若手社員やアーティストを派遣しています。様々な課題に当事者意識を持ち、解決のための発想力と実行力を身につける機会を提供しています。

2021年度のドイツ・ミュンヘン大会には俳優・モデルの石田ニコルと社員3名を派遣。気候変動やジェンダー平等などの社会課題について学びを深めました。

多様な働きかたを支援する人事制度

Amuse Family Care制度

提携する託児所、ベビーシッター、介護サービスの料金を補助する制度です。育児・介護との両立を支援することで、多様なライフステージを迎える社員が安心して働くことのできる環境の用意に努めています。

Environment 環境のために



“自然に優しい”を当たり前

持続的な企業成長の礎は、持続的な社会、そして自然環境にほかなりません。事業活動による環境負荷低減を目的として、まずは身近な「ムダ」や「もったいない」を洗い出し、できることから一つずつ変えていきます。本社移転をきっかけに、“自然に優しい”を当たり前でできるアミューズを目指します。

グッズに関する環境負荷低減

eコマース商品発送時資材の見直し

自社eコマース「AISMART」では、2020年度より商品発送時のポリエチレン製のプラスチック緩衝材を段階的に紙緩衝材に移行、これにより年間で8割にあたる約6tのプラ緩衝材の削減を実現しました。今後も限りある資源を有効活用するべく、順次発送時資材の見直しを行っていきます。

グッズ製造数の最適化

グッズの過剰製造は、廃棄コストの観点で事業上の課題でもありました。お客様の需要に十分に答えながら、かつ環境負荷およびコストの削減を実現できるよう、2020年度より新たな分析システムを導入。また、製造数決定のフローを厳格化することにより、2020年度から金額として年間約5割の廃棄削減に繋がりました。

アミューズ ヴィレッジの取り組み



サステナブルなオフィス運営と情報発信

新本社アミューズ ヴィレッジでは、使い捨てプラスチックの削減やコンポストの導入、地産無農薬野菜を取り入れた食事、宿泊エリアでの環境に配慮した寝具・アメニティの導入など、サステナブルなオフィス運営を行っています。

そのほか、近隣商業施設にてサステナブルなアイテムを取り揃えたセレクトショップ「PLANET&ME ~地球と共に生きる~」をオープンするなど、人と自然に優しい取り組みを実践・発信しています。

やまなしSDGsプロジェクト

アミューズは2021年より山梨日日新聞社、山梨放送などを中核とする山梨YBSグループが主催している「やまなしSDGsプロジェクト」に加盟しました。このプロジェクトは、誰もが安心して暮らせる社会の実現に向けて、産学官民ともにSDGsに繋がる様々な活動を県内で推進することを目的としています。

アミューズも強みである発信力を活かし、山梨からSDGsの輪を広げていきます。



11年間財務データ(連結)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (年度)
営業収入(百万円)	31,776	30,871	33,770	39,208	48,924	50,647	47,283	55,166	58,806	39,839	38,744
営業利益(百万円)	3,564	4,092	3,644	3,924	5,983	5,361	3,342	4,479	5,155	3,574	2,879
経常利益(百万円)	3,438	4,245	3,769	4,067	5,855	5,233	3,237	4,611	5,160	3,320	2,800
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	1,930	2,480	2,205	2,671	3,543	2,023	1,887	4,442	3,010	1,665	1,564
減価償却費(百万円)	212	210	192	246	697	726	287	306	317	581	340
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	3,752	2,554	628	3,598	8,252	5,504	△813	5,505	3,214	△272	1,654
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△891	△2,098	△943	△407	△2,718	△1,173	184	664	2,112	△1,720	△1,280
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△610	△373	△800	1,086	△403	△738	△537	△561	△908	△229	△657
純資産額(百万円)	13,435	15,680	17,215	21,174	24,223	25,102	26,604	30,445	34,057	36,839	37,761
総資産額(百万円)	21,588	23,043	24,791	29,572	35,848	38,206	39,076	45,599	52,074	48,490	49,313
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	210.41	280.04	250.16	154.75	205.29	117.24	109.29	256.95	173.69	95.75	89.74
1株当たり純資産額(BPS)(円)	1,478.91	1,722.80	1,940.83	1,114.32	1,291.93	1,366.09	1,448.00	1,668.99	1,817.62	1,967.58	2,017.09
営業収入営業利益率(%)	11.2	13.3	10.8	10.0	12.2	10.6	7.1	8.1	8.8	9.0	7.4
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	15.5	17.5	13.8	14.8	17.1	8.8	7.8	16.5	10.0	5.1	4.5
総資産経常利益率(ROA)(%)	17.3	19.0	15.8	15.0	17.9	14.1	8.4	10.9	10.6	6.6	5.7
自己資本比率(%)	60.7	66.2	67.6	65.0	62.2	61.7	64.0	63.3	60.6	70.7	71.3
1株当たり配当金(円) ^{※1}	35.00	30.00	45.00	40.00	60.00 ^{※2}	25.00	25.00	40.00 ^{※2}	35.00	35.00	40.00
配当性向(%)	16.6	10.7	18.0	12.9	14.6	21.3	22.9	15.6	20.2	36.6	44.6
株価収益率(PER)(倍)	5.3	6.8	7.5	10.9	11.3	21.2	27.6	9.1	13.1	26.6	21.8
株主資本配当率(DOE)(%)	2.3	1.7	2.3	1.8	2.3	1.9	1.8	2.4	2.0	1.9	2.1
従業員数 ^{※3} (人)	248	255	265	277	336	385	434	477	499	469	458

※ 当社は、2016年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合をもって株式分割を実施しております。これに伴い、2014年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して1株当たり当期純利益および1株当たり純資産額を算定しております。

※1 1株当たり配当金につきましては、株式分割前の金額を記載しております。
 ※2 2015年度の配当金は特別配当(1株当たり20.00円)、2018年度は40周年記念配当(1株当たり15.00円)を含みます。
 ※3 アミューズグループ。契約社員、アルバイトは含んでおりません。

連結貸借対照表 (単位:百万円)

資産の部	前期	当期
	2021年3月31日現在	2022年3月31日現在
流動資産		
現金及び預金	27,661	27,481
受取手形及び営業未収入金	5,863	—
営業未収入金	—	4,887
商品及び製品	1,514	1,321
仕掛品	1,310	1,282
原材料及び貯蔵品	207	190
未収入金	1,799	3,271
その他	791	1,172
貸倒引当金	△128	△153
流動資産合計	39,019	39,454
固定資産		
有形固定資産		
建物(純額)	1,113	1,821
土地	922	996
リース資産(純額)	21	14
その他(純額)	508	549
有形固定資産合計	2,566	3,381
無形固定資産		
のれん	104	—
その他	531	431
無形固定資産合計	635	431
投資その他の資産		
投資有価証券	4,639	4,606
繰延税金資産	360	518
その他	1,426	1,054
貸倒引当金	△158	△135
投資その他の資産合計	6,268	6,045
固定資産合計	9,470	9,858
資産合計	48,490	49,313

負債の部

負債の部	前期	当期
	2021年3月31日現在	2022年3月31日現在
流動負債		
営業未払金	6,454	6,707
リース債務	7	7
未払法人税等	623	241
役員賞与引当金	20	31
従業員株式給付引当金	0	20
返品調整引当金	0	—
ポイント引当金	28	—
その他	2,928	2,961
流動負債合計	10,064	9,970
固定負債		
長期借入金	100	122
リース債務	16	12
役員株式給付引当金	65	58
退職給付に係る負債	1,314	1,373
その他	89	14
固定負債合計	1,585	1,581
負債合計	11,650	11,551

純資産の部

純資産の部	前期	当期
	2021年3月31日現在	2022年3月31日現在
株主資本		
資本金	1,587	1,587
資本剰余金	2,239	2,284
利益剰余金	30,205	31,149
自己株式	△1,269	△1,249
株主資本合計	32,763	33,772
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,571	1,318
為替換算調整勘定	△104	13
退職給付に係る調整累計額	42	50
その他の包括利益累計額合計	1,509	1,382
非支配株主持分	2,566	2,606
純資産合計	36,839	37,761
負債純資産合計	48,490	49,313

連結損益計算書 (単位:百万円)

	前期	当期
	2020年4月1日~2021年3月31日	2021年4月1日~2022年3月31日
営業収入	39,839	38,744
営業原価	30,440	30,665
営業総利益	9,399	8,078
返品調整引当金戻入額	0	—
差引営業総利益	9,399	8,078
販売費及び一般管理費	5,824	5,199
営業利益	3,574	2,879
営業外収益	264	64
営業外費用	518	143
経常利益	3,320	2,800
特別利益	62	13
特別損失	702	691
税金等調整前当期純利益	2,679	2,122
法人税、住民税及び事業税	1,078	469
法人税等調整額	△163	△53
法人税等合計	915	415
当期純利益	1,764	1,707
非支配株主に帰属する当期純利益	99	143
親会社株主に帰属する当期純利益	1,665	1,564

連結キャッシュ・フロー計算書 (単位:百万円)

	前期	当期
	2020年4月1日~2021年3月31日	2021年4月1日~2022年3月31日
営業活動によるキャッシュ・フロー	△272	1,654
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,720	△1,280
財務活動によるキャッシュ・フロー	△229	△657
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△2,202	△184
現金及び現金同等物の期首残高	29,351	27,148
現金及び現金同等物の期末残高	27,148	26,964

会社概要

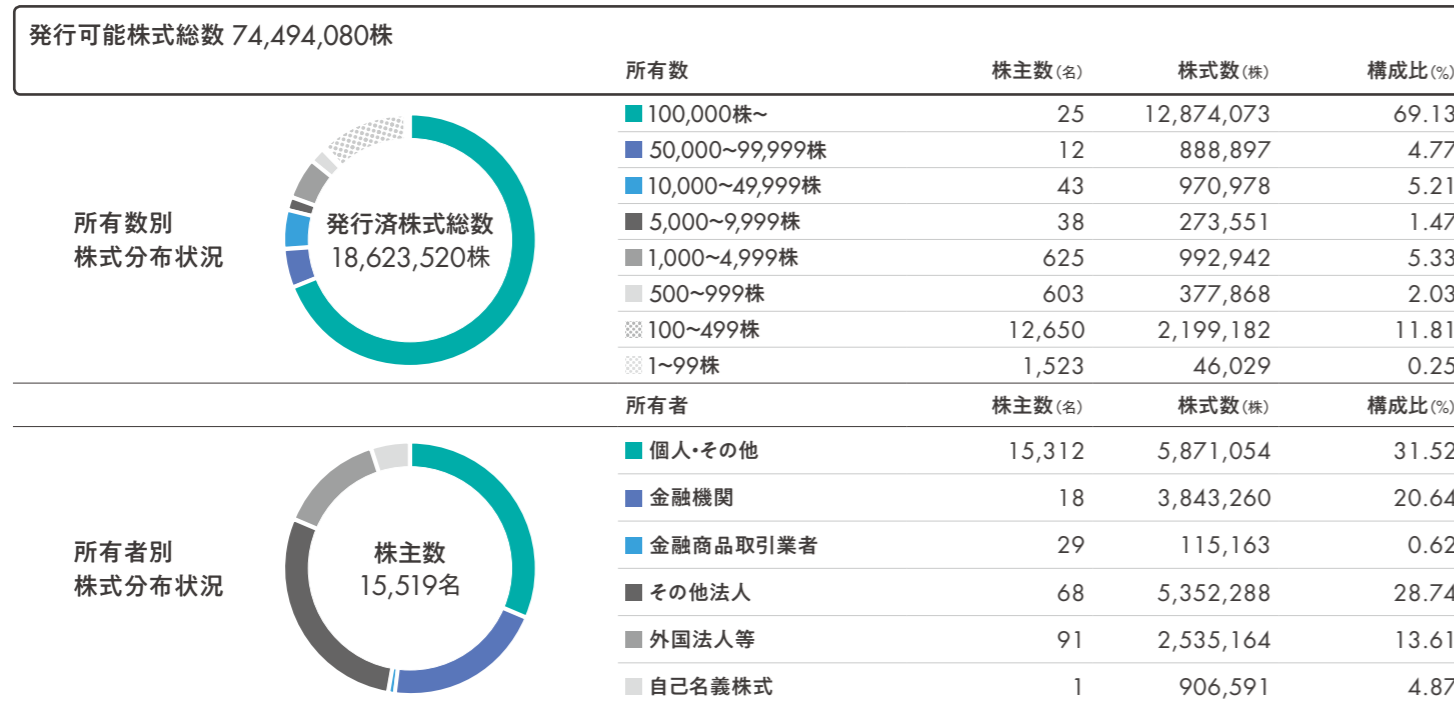
(2022年3月31日現在)

商号	株式会社アミューズ	資本金	1,587,825,000円
本社	山梨県南都留郡富士河口湖町西湖997	従業員数	333人(アミューズグループ458人)
東京オフィス	東京都渋谷区桜丘町20番1号	上場市場*	東京証券取引所 市場第一部
設立	1978年(昭和53年)10月16日	証券コード	4301

* 東京証券取引所の市場区分見直しに伴い、2022年4月4日から第一部よりプライムへ市場区分を変更しました。

株式の状況

(2022年3月31日現在)



* 2022年3月31日現在の期末自己株式数には、「役員報酬BIP信託」が保有する当社株式141,280株および「株式付与ESOP信託」が保有する当社株式146,880株は含まれておりません。

大株主 (上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社オオサト	4,670,200	26.36
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,113,800	11.93
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	521,200	2.94
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL(常任代理人 ゴールドマン・サックス証券株式会社)	474,800	2.68
大里洋吉	451,060	2.55
アミューズアーティスト持株会	444,540	2.51
大里久仁子	437,220	2.47
GOLDMAN,SACHS&CO.REG(常任代理人 ゴールドマン・サックス証券株式会社)	369,100	2.08
株式会社三菱UFJ銀行	259,200	1.46
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社	237,600	1.34

* 当社は自己株式を906,591株保有しておりますが、上記大株主から除外しております。なお、自己株式数906,591株には、「役員報酬BIP信託」が保有する当社株式141,280株および「株式付与ESOP信託」が保有する当社株式146,880株は含まれておりません。

* 持株比率は自己株式(906,591株)を控除して計算しております。

グループ会社

連結子会社 日本

タイシタレーベルミュージック株式会社
サザンオールスターズ関連の楽曲配信、ライセンス管理 等

株式会社A-Sketch
楽曲配信およびレコード制作、楽曲管理、アーティストマネージメント 等

株式会社TOKYO FANTASY
株式会社アミューズと株式会社ラストラム・ミュージックエンタテイメントで設立した「SEKAI NO OWARI」のマネージメント会社

株式会社インターグループプロダクションズ
国内外におけるライブ・イベントに関わる業務
企画/制作/ツアー・アテンド業務/コンサルティング業務 等

株式会社希船工房
アーティストグッズ事業/アパレルブランド事業

株式会社ライブ・インデックス
グッズ製作・販売・管理・通販/ファンクラブ運営/チケット/
会場施策/ソリューション全般

株式会社ライブ・ビューイング・ジャパン
コンサート、舞台、イベント等のライブエンターテインメントを国内外の映画館等に中継、およびインターネット配信/映画やコンサートフィルム、ドキュメンタリー等の収録物の企画、配給/アニメ、ゲーム等の新規IPの企画開発、ならびにマネージメント

子会社 日本

株式会社S KAKERU
「s*t kingz」のマネージメント会社

株式会社Athlete Solution
アスリートのエージェントおよびマネージメント業務 等

株式会社Kulture
Web3・メタバース等を活用したサービス開発/IPマーケティング/IP開発/
「KultureFUND」による投資事業

株式会社未来ボックス
Webシステム開発/Webサイト制作/サーバ構築/アプリ開発/運用保守

関連会社 日本

株式会社MASH A&R(A-Sketch関連会社)
マネージメント・音源制作

株式会社Global Step Academy
グローバル教育関連コンサルティング、海外留学支援、英会話教育/Tutoring支援、
オンライン・グローバル教育プラットフォームの販売

株式会社ジェイフィール
良い感情の連鎖を起こすことで、人と組織の変革を支援するコンサルティング会社

連結子会社 海外

Kirei Inc. <カリフォルニア州>

Amuse Group USA, Inc. <カリフォルニア州>

AMUSE ENTERTAINMENT INC. <ソウル>

雅慕斯娛樂股份有限公司 <台北>

Amuse Hong Kong Limited <香港>

艾米斯传媒(上海)有限公司 <上海>

子会社 海外

北京芸神演芸芸術制作有限公司 <北京>

Amuse Sports Holdings <カリフォルニア州>

Amuse Sports USA Inc. <カリフォルニア州>