

1. 会社概要 - フィールズとは

■ 会社概要 - フィールズとは



⇒ 説明会資料 1ページ

当社の会社概要や企業理念などについて、ご説明します。

■ 会社概要

1.1 会社概要	
(2013年3月31日現在)	
商号	フィールズ株式会社(FIELDS CORPORATION)
設立	1988年6月
本社所在地	東京都渋谷区南平台町16-17
資本金	79億4,803万円
従業員数	1,416名(連結)
事業内容	コンテンツの企画開発及び関連ビジネス 遊技機の企画開発及び販売
グループ会社	株式会社円谷プロダクション 株式会社デジタル・フロンティア、他21社
株主数	8,959名(北海道145名)

(株式情報)
上場年月 2003年3月
上場市場 大阪証券取引所 JASDAQスタンダード 証券コード2767

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved 2

⇒ 説明会資料 2ページ

会社概要は左表の通りです。

1. 会社概要 - フィールズとは

■ 企業理念

1.2 企業理念

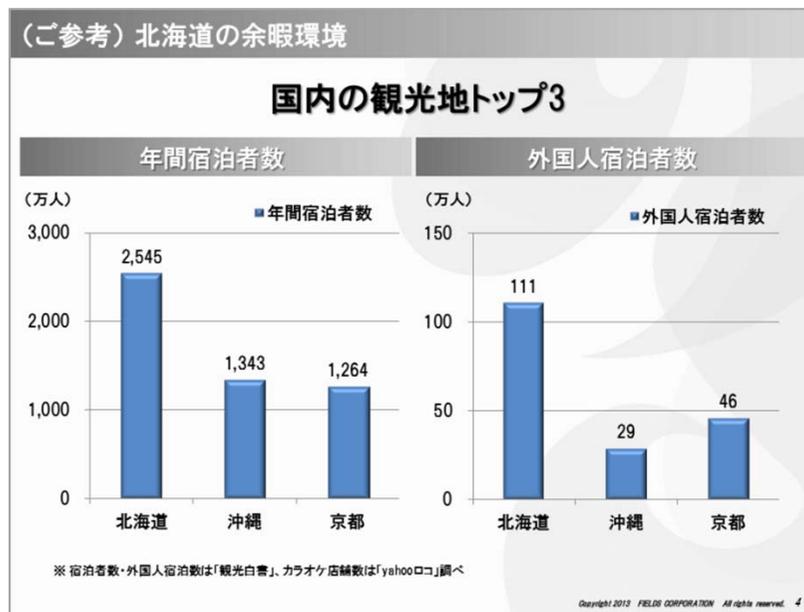
すべての人に最高の余暇を

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved. 3

⇒ 説明会資料 3ページ

当社は、「すべての人に最高の余暇を」という企業理念を掲げています。

■ (ご参考) 北海道の余暇環境



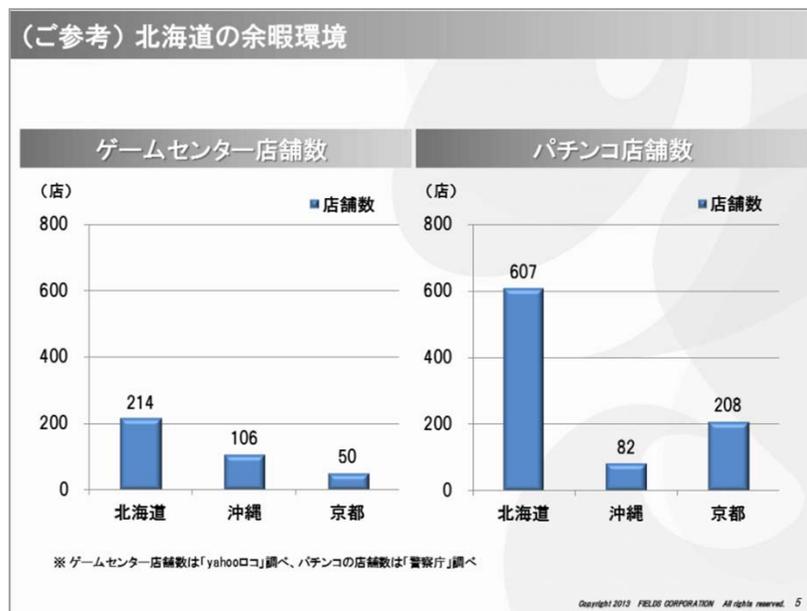
⇒ 説明会資料 4ページ

左のグラフの通り、北海道は国内の人気観光地のトップ3に入ります。

年間宿泊者数は2,545万人、外国人宿泊者数は111万人となっており、観光に適していると考えられます。

1. 会社概要 - フィールズとは

■ (ご参考) 北海道の余暇環境

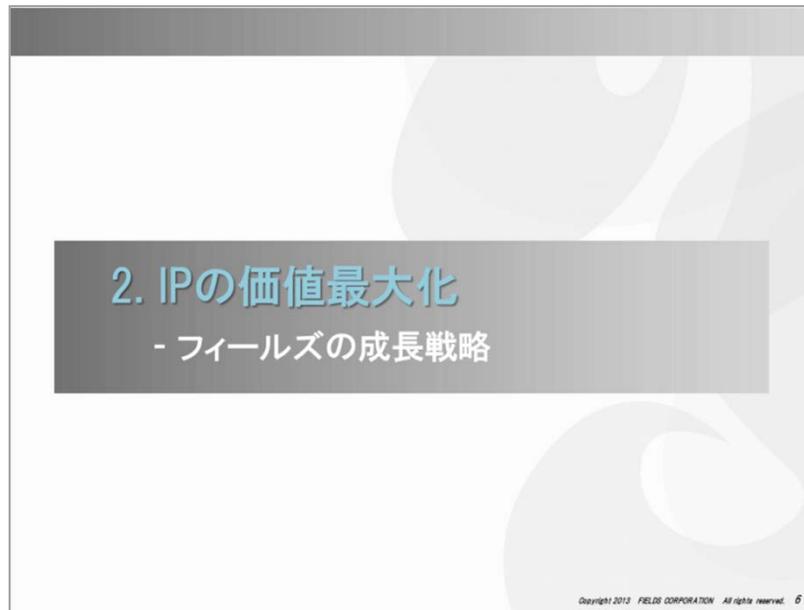


⇒ 説明会資料 5ページ

左のグラフの通り、北海道は観光地と言うだけでなく、
地域の方々が楽しむ余暇も充実していると考えられます。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

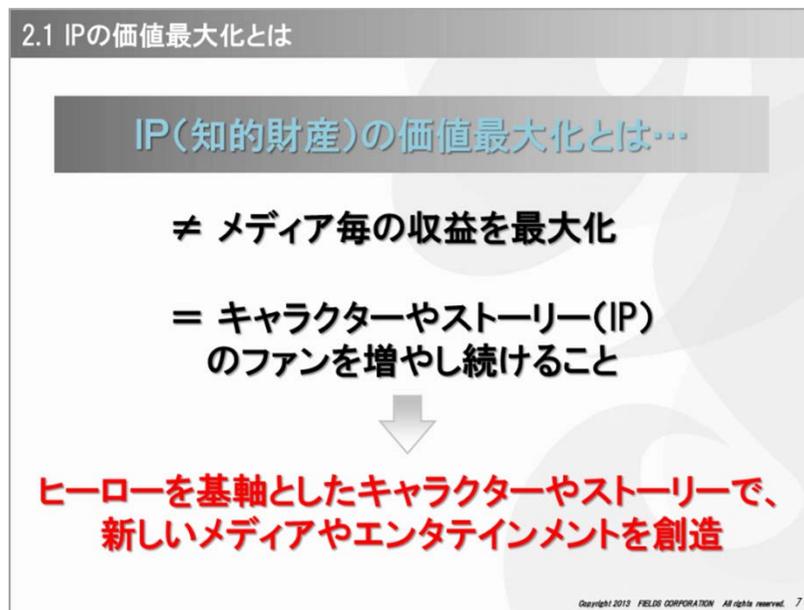
■ IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略



⇒ 説明会資料 6ページ

当社は、「IPの価値最大化」という考え方を基幹としています。

■ IPの価値最大化とは



⇒ 説明会資料 7ページ

「IPの価値最大化」とは、様々なメディアを通じてファンを獲得し続けることです。

当社では、ヒーローを基軸に、多様なメディアでIPファンを増やし、その価値を高め、新しいメディアやエンタテインメントの創造につなげていきます。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ 成長するビジネスモデル

2.2 成長するビジネスモデル

2012年5月に発表した「成長するビジネスモデル」



⇒ 説明会資料 8ページ

左図は、2012年5月に発表した「成長するビジネスモデル」です。本モデルの通り、コミックス、アニメーション、映画/テレビ、マーチャンダイジングの分野を通じて、ファン拡大を進め、IPの価値最大化を図ります。

■ IPの価値最大化サイクル

2.3 IPの価値最大化サイクル



⇒ 説明会資料 9ページ

左図の通り、各分野でIPを循環させています。後に、当社でのIP展開例をご紹介します。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ 事例①:メディア(プラットフォーム)とコンテンツの関係性

2.4 事例①:メディア(プラットフォーム)とコンテンツの関係性

(例)ジェットコースター

	ジェットコースターA	ジェットコースターB
スペック (最高速度など)	○	×
面白さ	△	○
差別化	×	○
主要顧客	一部のファン	老若男女
リピーター	×	○
セールスポイント	スペック	ストーリー、キャラクター

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved. 10

⇒ 説明会資料 10ページ

メディア(プラットフォーム)とコンテンツの関係性をジェットコースターを例にご説明します。

プラットフォーム型としてスペックを重視するジェットコースターAは、主要顧客が一部のファンに限られます。しかし、コンテンツ型としてストーリーやキャラクターを重視するジェットコースターBは、幅広いファンから支持されます。

当社では、ジェットコースターBのように、より多くの人々に楽しさや喜びを伝えるビジネスを推進しています。

■ 事例②:ハリウッドにおけるヒーローコンテンツ

2.5 事例②:ハリウッドにおけるヒーローコンテンツ

■:シリーズ・ヒーロー ■:単発ヒーロー

順位	1991年		2001年		2011年	
	作品名	世界興行	作品名	世界興行	作品名	世界興行
1	ターミネーター2	\$520M	ハリリー・ポッターと賢者の石	\$975M	ハリリー・ポッター10: ~Part2	\$1,312M
2	ロビンフッド	\$391M	ロード・オブ・ザ・リング	\$869M	トランスフォーマー3	\$1,112M
3	美女と野獣	\$352M	モンスターズ・インク	\$525M	パイレーツ・オブ・カリビアン4	\$1,039M
4	フック	\$301M	シュレック	\$484M	カンフー・パンダ2	\$ 650M
5	羊たちの沈黙	\$273M	オーシャンズ・イレブン	\$451M	ワイルド・スピード5: MEGA MAX	\$ 607M
6	JFK	\$205M	パール・ハーバー	\$450M	ハング・オーバー2	\$ 562M
7	アダムス・ファミリー	\$192M	ハムナプトラ2	\$433M	カーズ2	\$ 540M
8	ケイブ・ファイア	\$182M	ジュラシックパーク3	\$369M	Rio	\$ 483M
9	ホットショット	\$181M	狼の惑星	\$362M	マイティ・ソー	\$ 484M
10	シティ・スリッカーズ	\$179M	ハンニバル	\$352M	スマーフ	\$ 428M

※当社調べ

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved. 11

⇒ 説明会資料 11ページ

当社が、IPのなかでヒーローを基軸にする理由について、ハリウッドにおけるヒーローコンテンツを例に説明します。

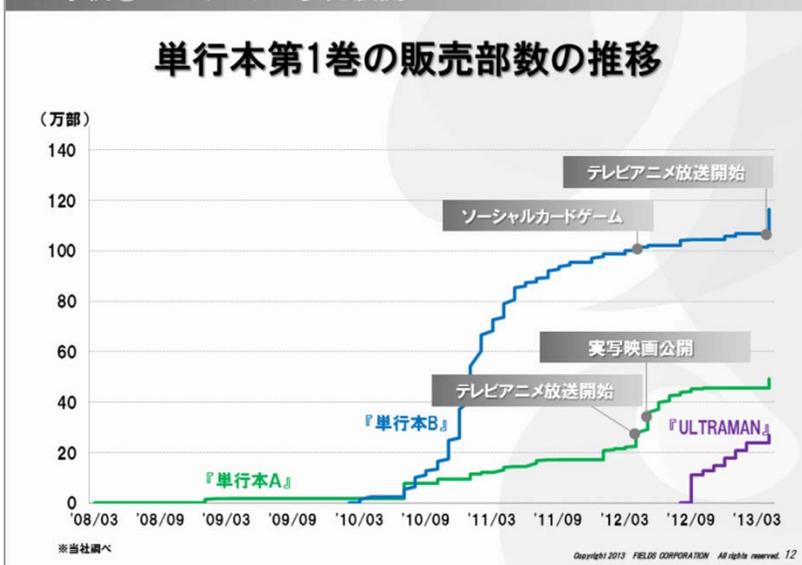
1991年は、世界興行収入のトップ10のうち2作品がヒーローものでした。しかし、2001年には6作品、2011年には6作品かつトップ5がヒーローものとなりました。

当社では、国内においてもヒーローが渴望されると考え、人々を幸せにするヒーローIPの創出を推進しています。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ 事例③:コンテンツの多元展開

2.6 事例③:コンテンツの多元展開



⇒ 説明会資料 12ページ

多様なメディアでIPを展開する意味を、単行本の販売部数を例にご説明します。

事例のコミックスA及びBは大型作品とされていますが、単行本第1巻の発売当時、販売部数はかなり少ない状況でした。しかし、テレビアニメ化や実写映画などによって、より多くのファンを獲得し、販売部数を大きく伸ばしました。

当社が発刊する「ULTRAMAN(ウルトラマン)」も、多元展開によって、将来的に大きなIPに育成していきたいと考えています。

■ 『銀河機攻隊 マジェスティックプリンス』

2.7 『銀河機攻隊 マジェスティックプリンス』



⇒ 説明会資料 13ページ

当社は、新世代のヒーローの創造を目指し、「銀河機攻隊 マジェスティックプリンス」のアニメーション化を進めています。2013年4月よりテレビ放送を開始しており、順調に推移しています。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ 『ベルセルク』



⇒ 説明会資料 14ページ

当社は、コミックス「ベルセルク」を、最先端の技術を活用し、映像化を進めました。
2012年2月より3部作シリーズとして劇場公開するとともに、ソーシャル・ゲームなど多メディア展開に向けた準備を進めています。

■ 『ウルトラマン』シリーズ



⇒ 説明会資料 15ページ

当社は、2010年4月に、「ウルトラマン」シリーズを有する円谷プロダクションをグループに迎え入れました。
現在は、世界中の人々にウルトラマンの良さを知って頂くため、パートナーと連携した様々な施策を推進しています。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ マーチャンダイジング(インタラクティブ・メディア)



⇒ 説明会資料 16ページ

当社は、IPを活用したソーシャル・ゲームの企画開発を進めています。

現在は、有力IPを活用した複数のタイトルを投入しています。

■ マーチャンダイジング(パチンコ・パチスロ)



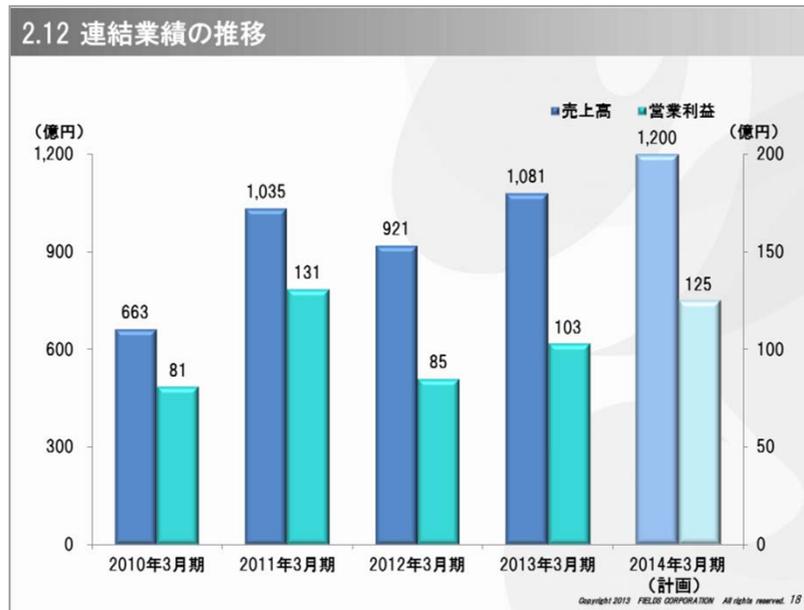
⇒ 説明会資料 17ページ

当社は、「エヴァンゲリオン」をはじめ、多様なIPを活用したパチンコ・パチスロを展開しています。

今後は、当社が創出・育成したIPを活用し、IPのファン拡大を進めていきます。

2. IPの価値最大化 - フィールズの成長戦略

■ 連結業績の推移



⇒ 説明会資料 18ページ

左のグラフは、2010年3月期からの連結業績推移になります。2011年3月期は大幅な増収増益となりました。全体的には、右肩上がりで業績が推移しています。

3. さいごに

■ さいごに



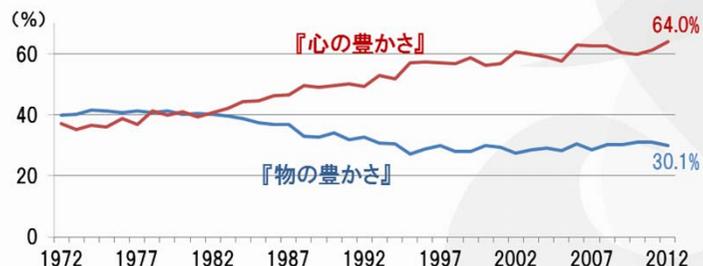
■ 国民生活に関する世論調査

3.1 国民生活に関する世論調査

今後の生活における『心の豊かさ』『物の豊かさ』についての考え方

『心の豊かさを重視する』64.0%

『物の豊かさを重視する』30.1%



※ 内閣府「国民生活に関する世論調査」2012年より

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved. 20

⇒ 説明会資料 19-20ページ

さいごに、当社の事業活動の根幹について、ご説明します。

現在は、工業化や情報化によって、物質的な満足度が向上し、人々の物に対する欲求が低下を続けています。

「人々の生活における豊かさ」についての調査においては、1972年以降、物の豊かさを重視する人は減少し、心の豊かさを重視する人が増加を続けています。

当社では、社会の皆様に、心を豊かにする商品やサービスを提供し、多くの人々に喜んで頂きたいと考えています。

3. さいごに

■ さいごに

3.2 さいごに

**私たちフィールズは
人々の心を豊かにすることに
真剣に挑戦していきます**

Copyright 2013 FIELDS CORPORATION All rights reserved. 21



⇒ 説明会資料 21ページ

当社は、これからも人々の心の豊かさに資することに、真剣に挑戦していきます。今後とも、ご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

本日は、ご清聴頂き、誠にありがとうございました。

〈お問い合わせ先〉
フィールズ株式会社
コーポレートコミュニケーション室IR課
TEL: 03-5784-2109
E-mail: ir@fields.biz

〈スピーカー〉

(札幌会場)
代表取締役社長 大屋高志

(小樽会場)
執行役員
コーポレートコミュニケーション室長 畑中英昭