



**2020年6月期 第2四半期  
決算説明資料**

**株式会社エードット  
(東証マザーズ：7063)**

# 2020年6月期 第2四半期 連結業績サマリー

## 【連結決算概要】 損益計算書（累計）

【単位：百万円】

	2019年6月期 第2四半期 累積実績	2020年6月期 第2四半期 累積実績	増減率	主な増減理由
売上高	1,065	1,243	116.6%	・クライアント数の増加に加え、 案件単価の上昇により順調に売上高が増加
売上総利益	504	※ 557	110.5%	・売上総利益は、クライアント数増加及び クライアント平均粗利高も上昇した
営業利益	145	122	83.7%	・更なる成長のため、オフィス移転・(株) BIRDMAN買収に対するM&A費用・ 優秀な人材採用のための採用費等を 計上したため、販管費は増加
経常利益	145	100	69.5%	・第1四半期に本社移転費用を営業外費用として 約22百万円計上
親会社株主に帰属する 四半期純利益	92	55	60.5%	・特別利益、特別損失ともに計上なし

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

※ 今期より(株)円卓と(株)Sparkの人件費等を、販売費及び一般管理費から売上原価に計上変更したため、売上総利益の押し下げ要因となっている

※ 株式会社BIRDMANの損益計算書は2020年1月より連結

# 【連結決算概要】 損益計算書

[単位：百万円]

	2019年6月期 第2四半期 実績	2020年6月期 第2四半期 実績	増減率	主な増減理由
売上高	580	618	106.5%	・クライアント数の増加に加え、 案件単価の上昇により順調に売上高が増加
売上総利益	259	※ 302	116.7%	・売上総利益は、クライアント数増加及び クライアント平均粗利高も上昇したため、 創業以来過去最高となった
営業利益	69	67	97.1%	・更なる成長のため、(株)BIRDMAN買収に対する M&A費用・優秀な人材採用のための採用費を 計上したため、販管費は増加
経常利益	68	67	99.0%	・営業外収益、営業外費用ともに大きな計上は なし
親会社株主に帰属する 四半期純利益	44	36	82.1%	・特別利益、特別損失ともに計上なし

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

※ 今期より(株)円卓と(株)Sparkの人件費等を、販売費及び一般管理費から売上原価に計上変更したため、売上総利益の押し下げ要因となっている

※ 株式会社BIRDMANの損益計算書は2020年1月より連結

## 【連結決算概要】 貸借対照表

[単位：百万円]

	2019年 6月期末	2020年 6月期第2四半期末	前期末比
流動資産	1,168	909	87.2%
固定資産	228	582	239.3%
総資産	1,396	1,491	116.0%
流動負債	364	361	155.7%
固定負債	28	40	186.6%
負債合計	393	401	158.3%
純資産	1,003	1,089	105.6%
負債純資産合計	1,396	1,491	116.0%

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

※ 株式会社BIRDMANの貸借対照表の連結は2019年12月末

第3四半期以降の継続的な拡大成長を見据えて、通期予想は当初予想を据え置く

[単位：百万円]

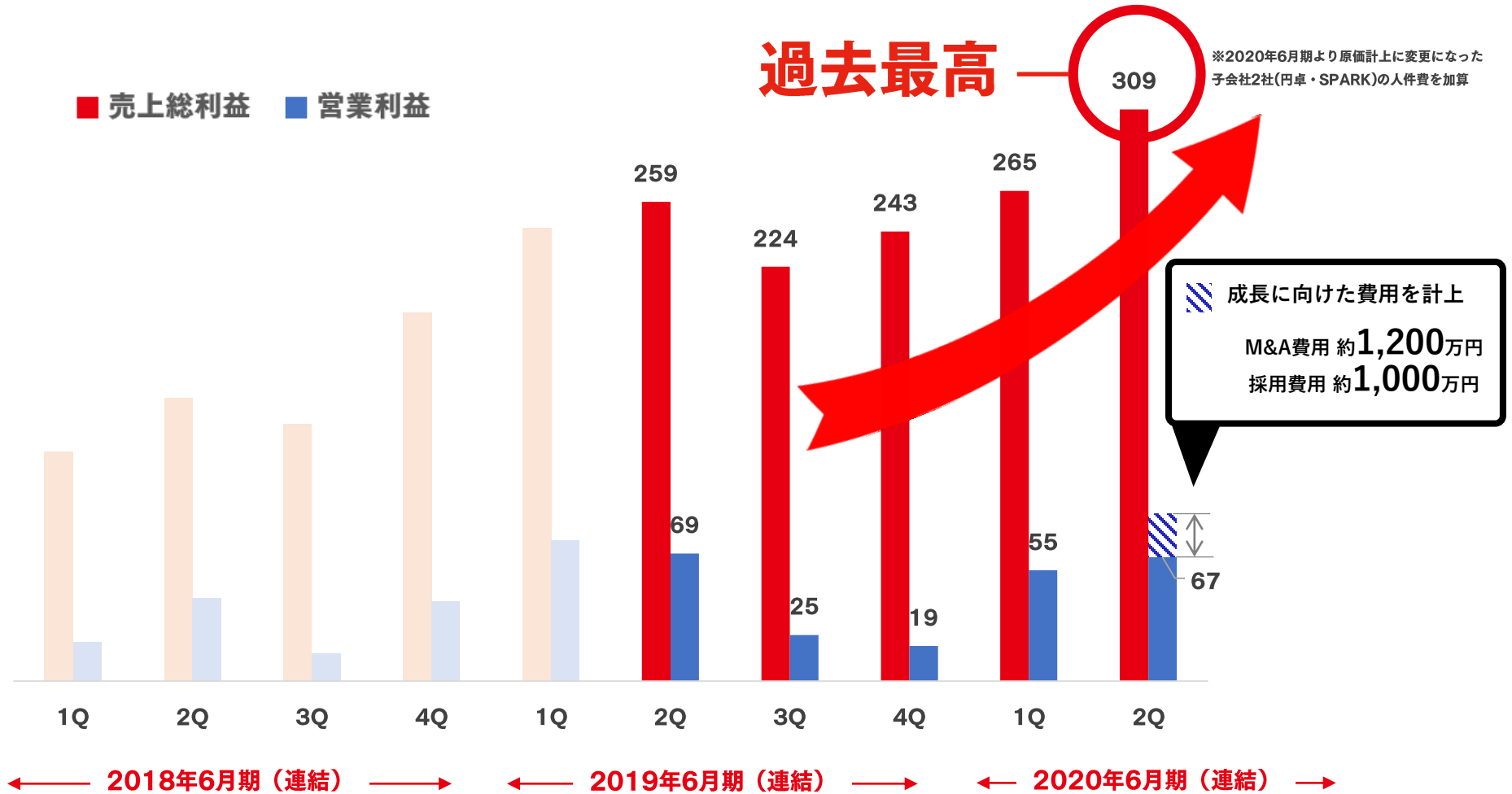
	2020年6月期 第2四半期累計実績	2020年6月期予想	達成率
売上高	1,243	2,752	45.2%
売上総利益	557	1,066	52.3%
営業利益	122	290	42.1%
経常利益	100	273	36.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	55	170	32.6%

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

# 2020年6月期第2四半期 ハイライト

成長に向けた投資によるコスト増があったが、  
 売上総利益（前期と同条件）は、創業以来で過去最高の約309百万円を達成

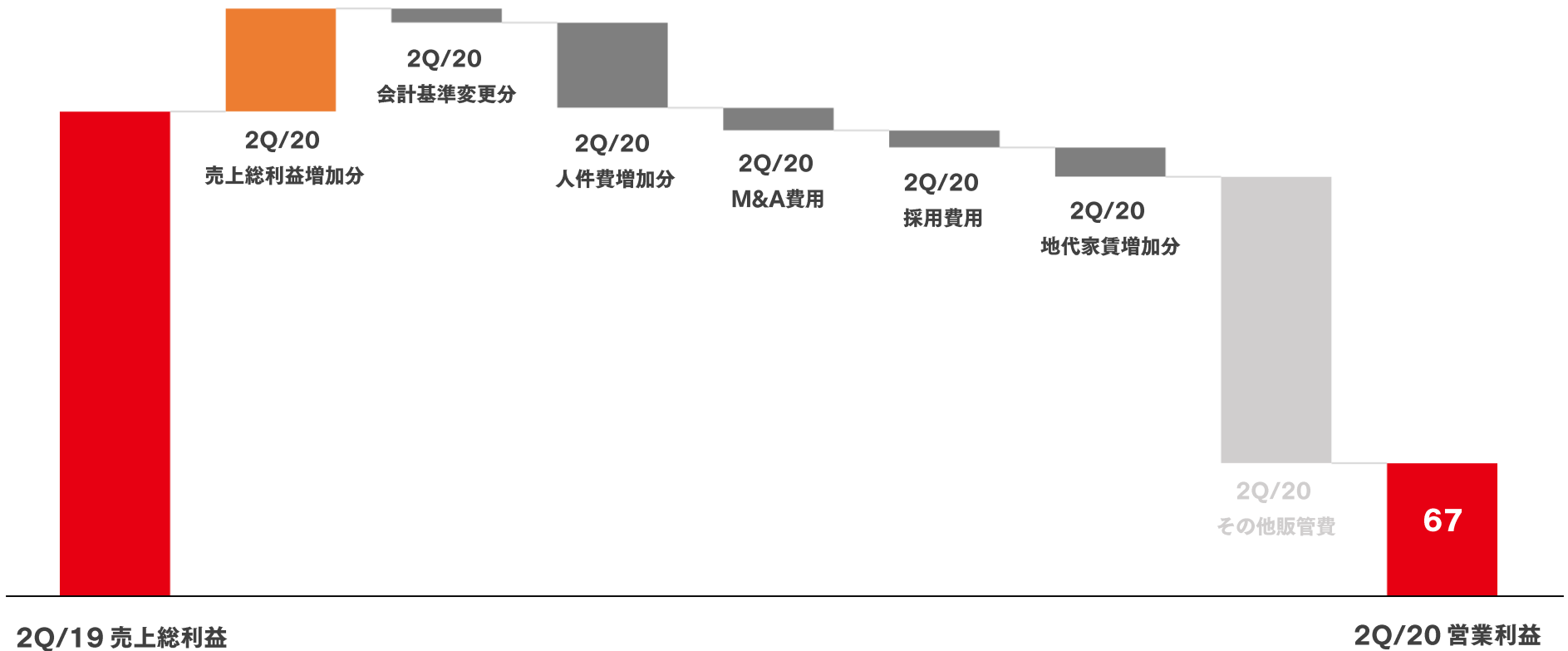
[単位：百万円]





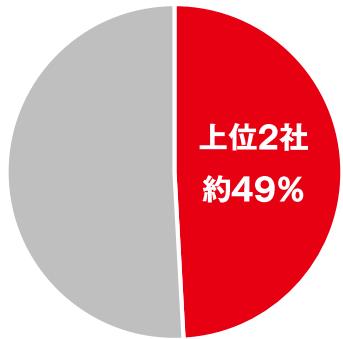
2019年6月期2Qと比較し、売上総利益が着実に拡大してきている  
 本四半期は「M&A費用」・優秀な人材確保のための「採用費」に積極的に投資  
 今後は獲得したリソースを活かした更なる利益拡大を目指す

[単位：百万円]

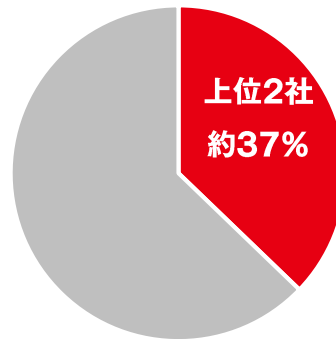


新規クライアント開拓を引き続き積極的におこなった結果、  
上位顧客への依存度が低下し、さらに安定的な業績向上への顧客基盤を確立

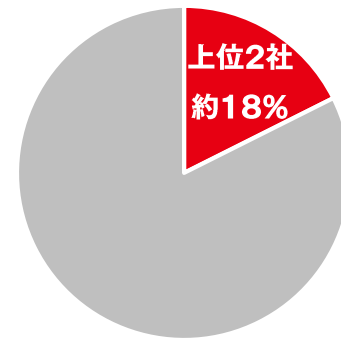
2019/6月期  
上半期上位顧客2社  
売上総利益割合



2019/6月期  
下半期上位顧客2社  
売上総利益割合



2020/6月期  
上半期上位顧客2社  
売上総利益割合

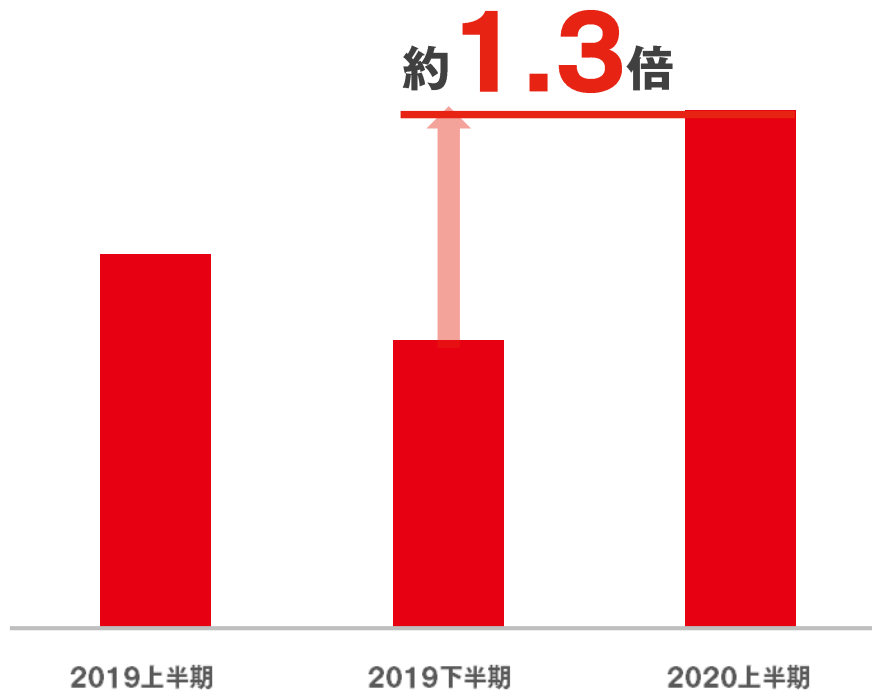
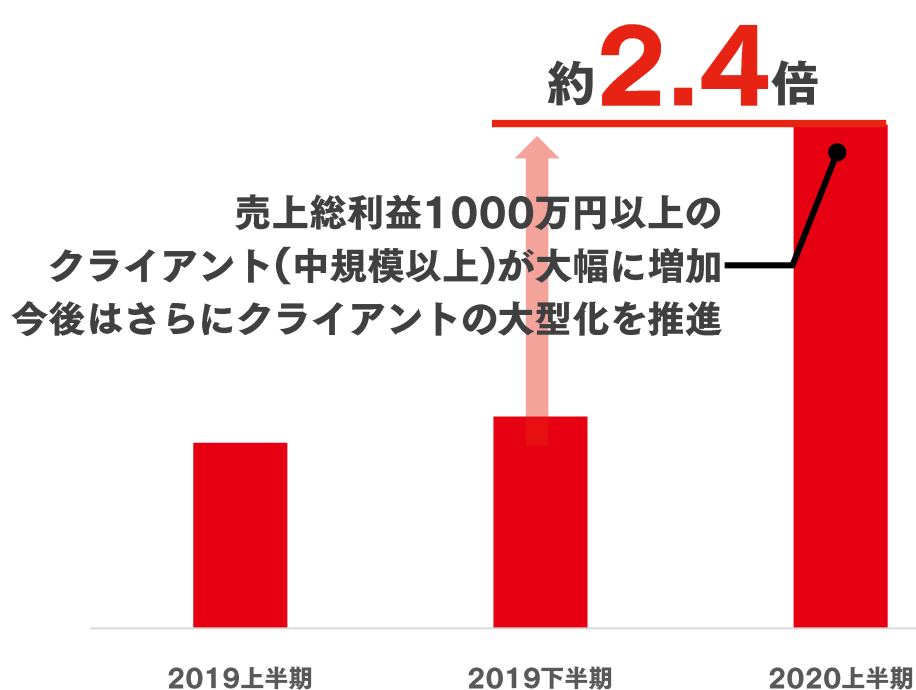


※ 上半期全体の売上総利益のうち、売上総利益上位2社の割合

案件規模拡大に注力した結果、  
 売上総利益1000万円以上(半期ベース)の件数が大幅に増加し  
 案件の大口化に成功してきている

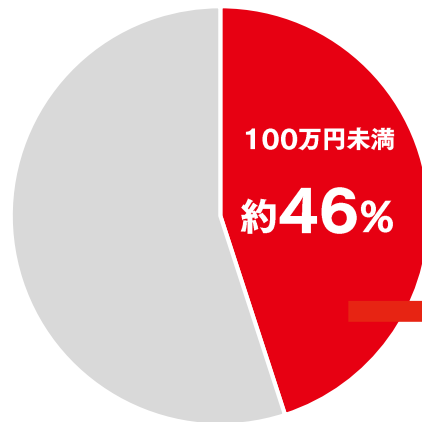
売上総利益1000万円以上クライアント数

総クライアント数

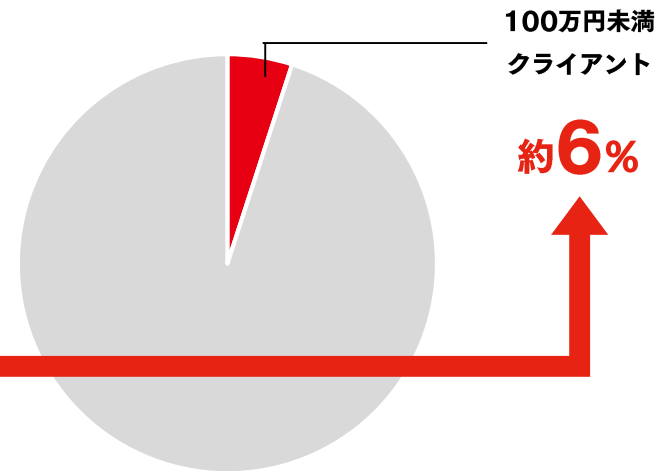


現状の課題としては、引き続き小規模クライアントの割合も多く  
利益貢献につながりにくいプロジェクトに  
リソースが割かれている状況は引き続き課題として残る

2020/6期 2Q  
売上総利益別 クライアント件数割合



2020/6期 2Q  
クライアント別 売上総利益寄与割合



売上総利益が100万円未満のクライアントが約46%と約半数であるが、利益への貢献度は低いため改善が必要

# 会社概要

adot

OUR MISSION

# MAKE ADVENTURE

エードットは人々の「夢」を応援します。クライアントの夢や、社員が抱く夢を、保有する力を使ってサポートしていきます。企画、デザイン、コンサルティング、PR。そして知恵と技術と情熱をもち、「夢を応援する社会」づくりに貢献します。

SOLUTION

## CONSULTING

経営・事業・ブランドのコンサルティング業務です。課題に応じたチーム編成を行い、現状の把握・分析から、マーケティング/ブランディングの戦略を立案します。また、数多のクライアントネットワークを活用して、新しいビジネス機会を創出し、成長に貢献するアクションまでを担います。

## BRANDING

企画・デザイン・コピーライティングを武器に、具体的な「制作業務」を行います。CI・VIの構築から、Webの企画及び制作、プロダクトデザインまで。常に新しく大胆なアイデアと、細部をこだわるデザイン技術を駆使し、企業・人・事業のブランド開発と成長に貢献します。

## PR&PROMOTION

メディアの「パブ」とWEB上の「バズ」を生み出すための、戦略とプロモーションを行います。自発的に拡散する企画の開発から、テレビ、雑誌、WEB、全ての精通したプロモーション活動により、低コストでブランドの成長をうみだしていきます。



BRAND STUDIO  
**KARASU**

カラスは、デザインを武器に、さまざまなブランドの開発や成長をうみだすブランドスタジオです。一過性の広告やキャンペーンではなく、常識にとられないアイデアと長期的な視点で、ブランドを育てる活動をしていきます。



Become a Bridge  
**BEIJING ITO  
TRADE**

伊藤商貿有限公司は中国北京に拠点を置く「日本と中国の架け橋となり、日本・中国社会へ貢献する」ことをミッションとした会社です。私たちは中国現地の強力なネットワークを生かして、『インバウンド・アウトバウンド事業』『コンサルティング事業』を手掛けてまいります。



humor & rumor  
**UWASA**

株式会社噂は、世の中で噂になるようなコンテンツ、イベント、キャンペーンなどを企画します。キャッチコピーとデザインを武器に、SNSでもリアルでも、思わずツッコミを入れたり、誰かに伝えたくなくなったり、噂になるモノをつくります。



Creative Company  
**ARCA**

※201910月設立

広告コミュニケーション戦略PR / SNSマーケティングなどのパートナー事業にとどまらず、自社資産とクライアント資産を掛け合わせて相乗効果を生み出す事業サービス開発、女性をエンパワメントする自社事業を展開しています。



INNOVATION for HR  
**SPARK**

Mission「社会・個人に活力を与え誰もが輝き続ける未来を創造する」を掲げ、世の中に価値あることを提供しています。

「NEWGATE～採用の新しい扉～」 「大学生へのキャリア支援事業」 「人事コンサルティング事業」の3事業を中心に企業・学生・社会の発展に貢献していきます。



Interactive Company  
**BIRDMAN**

クリエイティブなアイデアを先端技術で実現する、デジタルデザインスタジオです。“まさか”な体験で驚きと感動を呼び、世の中を動かし、企業やブランドのコミュニケーション課題を解決していきます。ソフトウェアからハードウェア開発まで、さまざまな分野のプロフェッショナルがそろっているからこそ実現できるデジタル・エクスペリエンスを、世界へ発信していきます。



Creation for asia  
**ENTAKU**

円卓では、アジアを中心とした事業・サービス・プロダクト・文化のインバウンドやアウトバウンドを総合的サポートしています。市場調査、戦略構築、販路拡大、ライセンス購入、広告など、全てのご要望をワンストップで支援します。

**a. VISION**



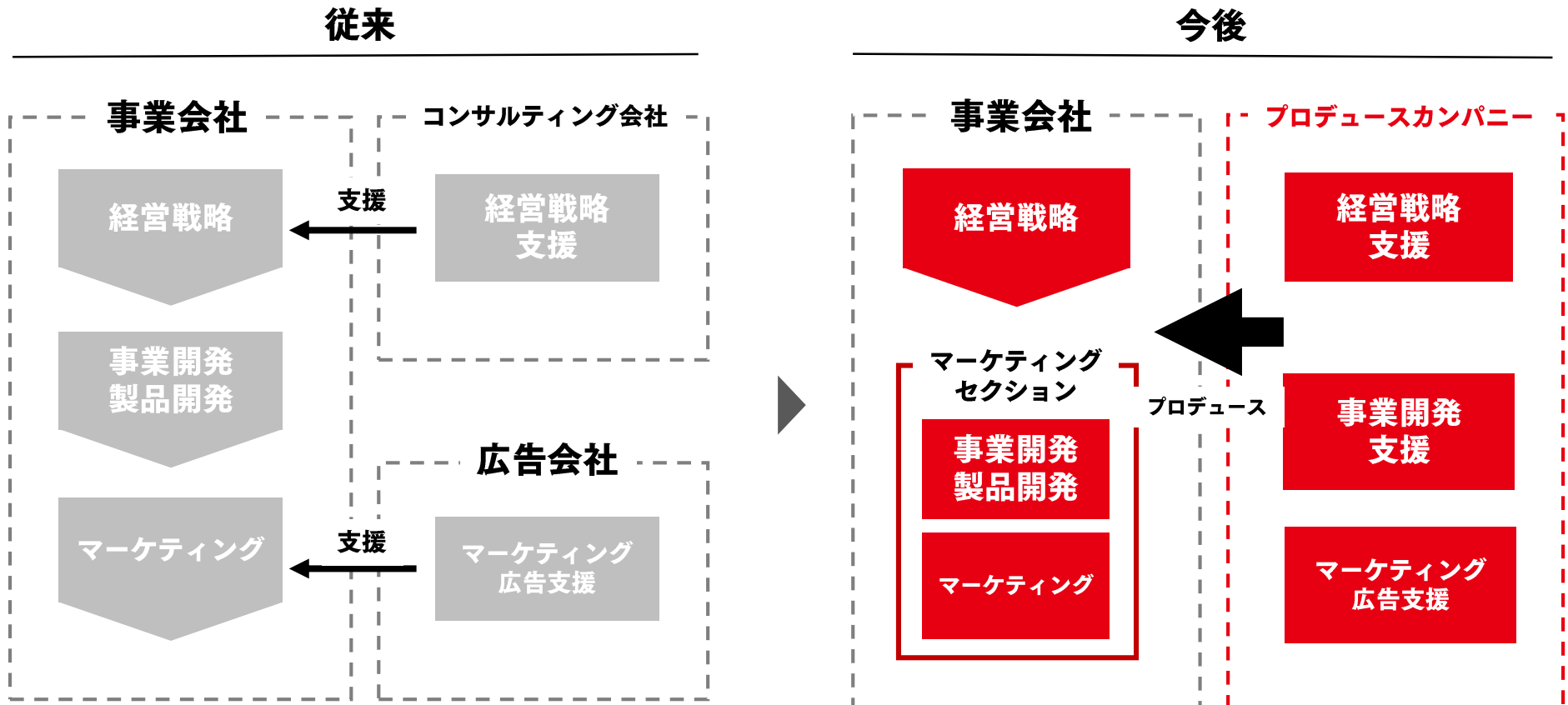
**エドットは広告市場の中の新成長分野で**

**No.1の地位を確立する**

**日本を代表する「プロデュースカンパニー」へ**

消費者ニーズが多様化している中で、既存のマス広告媒体に依存せず、  
クライアントの商品／サービスを「魅せる」だけでなく、  
「共に創る」フルオーダーメイド型ソリューションの提供を目指す

今後の広告会社は、局所的なコミュニケーション提案だけではなく  
 事業全体をマーケティング視点で支援/共創できる  
 「プロデュースカンパニー」への飛躍が求められている



2019年10月に株式会社BIRDMANの子会社化を発表  
BIRDMANの圧倒的な事業開発能力を活用し  
グループ全体で新たなソリューションを提案していく

# 事業領域拡大



〈新規〉事業開発領域



約 **6.5** 兆円市場\*

**adot**

〈既存〉広告領域

広告領域から事業開発領域へと進出し、新しいソリューション提案によるさらなる収益化を図る。

\* 2018年 電通「日本の広告費」参照 ※ (株)BIRDMANの連結は2019年12月末

## BIRDMAN事例紹介

### スマート仏壇「コハコ」 (2019)



BIRDMANと映像制作の「二番工房」による共同プロジェクト。故人を身近に感じられるスマート仏壇「コハコ」は、呼びかけると遺影が現れたり、遺族へメッセージを遺すことが可能。2019年8月にコンセプトモデルを公開後、TVでは民放全局・合計9番組で取り上げられ、WebやSNS上でも大きな話題になるなど、注目を集めている。

### NISSAN Pro Pilot GOLFBALL (2019)



ドライバーのミスが減り、交通事故の少ない未来へ。進化し続ける自動運転技術。日産は新たにpropilot2.0を開発した。新型スカイラインに搭載された、車線変更の際に自動でハンドルを操作し、ドライバーをサポートする新型運転支援システム「propilot2.0」。そこから着想した、子どもでも、初心者でも、誰でもどこに打っても必ずカップインする「Pro Pilot GOLFBALL」を開発。BIRDMANは企画段階から参加し、テクニカルディレクション、ソフトウェア開発を担当。

### TOKYO MOTOR SHOW 2019 – MITSUBISHI FUSO (2019)



「東京モーターショー2019」における、三菱ふそうのブースクリエイション全体を手掛けました。議論し尽くし、たどり着いたコンセプトは「CHALLENGE THE CHANGES」。ブランドのメッセージをコンセプトとして明文化し、体感できる形にデザイン・実装して安定稼働させること。BIRDMANが持つリソースを結集して臨んだプロジェクトであり、コンセプトメイクから、ブースデザイン、LEDビジュアルアートのデザインと実装、インタラクションシステム開発、空間BGM、ムービー制作、車体デザインにいたるすべてを手掛けました。

# 今期の経営方針

## 今期の経営方針は

着実な業績拡大と、来期以降のさらなる飛躍に向けた大口案件獲得の両立である

### 経営方針

#### 方針1

着実な業績拡大

#### 注力分野

既存  
| 広告分野

#### 戦略

クライアント数増加  
案件の大口化

#### 方針2

来期年間予算5億円規模のクライアントを  
5件以上獲得

#### 注力分野

既存  
| 広告分野  
新規  
| 事業開発分野

#### 戦略

リーチ力を活かした  
新しい広告手法の提案

## 今期の経営方針である大型案件獲得にむけて優秀な人材採用を強化 各業界から複数名の有望人材を獲得

人材1

大手消費財メーカー出身  
マーケッター

宣伝/広報/ブランディング等の幅広い  
マーケティング業務および事業部 部長を経験

人材2

スタートアップTech系企業出身  
事業開発プロデューサー

大手広告代理店にて、数々の広告賞を受賞歴を持ち、その後  
進行スタートアップ企業にてマーケティング業務等を経験

人材3

大手広告代理店出身  
クリエイティブディレクター

大手広告代理店にてプロデューサーからクリエイティブディレクター  
までこなす幅広い業務と様々な業種のクライアント案件を経験

人材4

大手広告代理店出身  
アートディレクター

大手クライアントの案件にてアートディレクターとして従事  
様々な広告賞の受賞実績を持つ

様々な業界から、幅広い経験を持つハイレイヤー人材を採用し、  
より強いシナジーを生むことで、大型案件受注へ結びつけます。

当社の競争優位性は、変化の激しい広告業界において  
フルオーダーメイドでソリューションを提供できる人材/組織と  
直取引が可能なクライアントへのリーチ力である

クライアント

売上高の90%以上を  
クライアントとの直接取引で獲得。  
大手広告代理店の下請けではなく  
直接取引を行うことができる  
リーチ力により、中間マージンを  
排除し「高マージンでの受注」  
を達成している。

ソリューション

クライアントとの直接取引により  
大手代理店の意向にとらわれない  
「従来の広告手法に依存しない提案」  
が可能となる。それにより、  
クライアントから唯一無二の存在として  
継続したお取引につながっている。

人材 / 組織

広告手法等の変化が激しい広告業界  
において  
新しく価値のあるソリューションを  
提案することができる  
多様性があり、柔軟な人材/組織  
を確保/構築している。  
優秀な人材の確保は  
今後も積極的に実施していく予定。



## 世代を代表するクリエイティブディレクターである 弊社従業員の辻愛沙子が新会社「株式会社arca」を設立(2019年10月)



辻愛沙子（つじあさこ） F0/F1層を得意としたブランド・企画クリエイター。

2017年大学在学中にエドットに入社。以降、店舗デザインや、スイーツ等の商品開発、そしてSNSでの拡散を生む企画設計など、ブランドや企画の中で首尾一貫した全体設計・世界観作りを行う。社会性のある事業作りと、アート性の強いコンテンツ作りの両軸で、ナイトプール、飲食店、コンビニ商品、アイドルなど、幅広い領域の企画を手がける。今この春、女性のエンパワメントや健康促進を目指す「LadyKnows」プロジェクトを発足。

2019年10月より日本テレビ系ニュース番組のレギュラーコメンテーターも務めている。



6.5兆円を超える広告市場では、  
 SNSを中心とする新しい市場も形成されはじめており、  
 エードットは自社プロジェクトなどを通して新しい広告の形を提案している

弊社事例：Ladyknows FES 2019

LADYKNOWS  
 FES 2019 @TRUNK  
 by Shoto Gallery  
 2019.10.7-11



2019年10月11日の国際ガールズ・デーにむけ、「女性の健康と生き方をアップデートする」ための『Ladyknows Fes 2019』1週間限定で開催。普段はあまり意識しなかったり、遠ざけてしまいがちの「健康」をテーマに、ミュージアム、クリニック、シンポジウムを開催し、自身の体のことや生き方を「楽しみながら知る」ことのできる体験を届けるコンテンツを提供。多くの企業から協賛をいただき実施した。



弊社のクライアントである日本の事業会社は  
時代の変化にともない、自社のみでは解決できない多くの課題を感じている

課題例 1

マス広告に依存してきたため、若年層などマス広告でリーチできない層への新たなリーチ手法が分からない

提供済み  
ソリューション

課題例 2

メガヒット商品に依存してきたため、スピーディーに新商品/サービスを開発するケイパビリティがない

今後提供  
ソリューション

課題例 3

社内が縦割り組織なため、消費者視点に立った部署横断的な事業/商品開発ができない

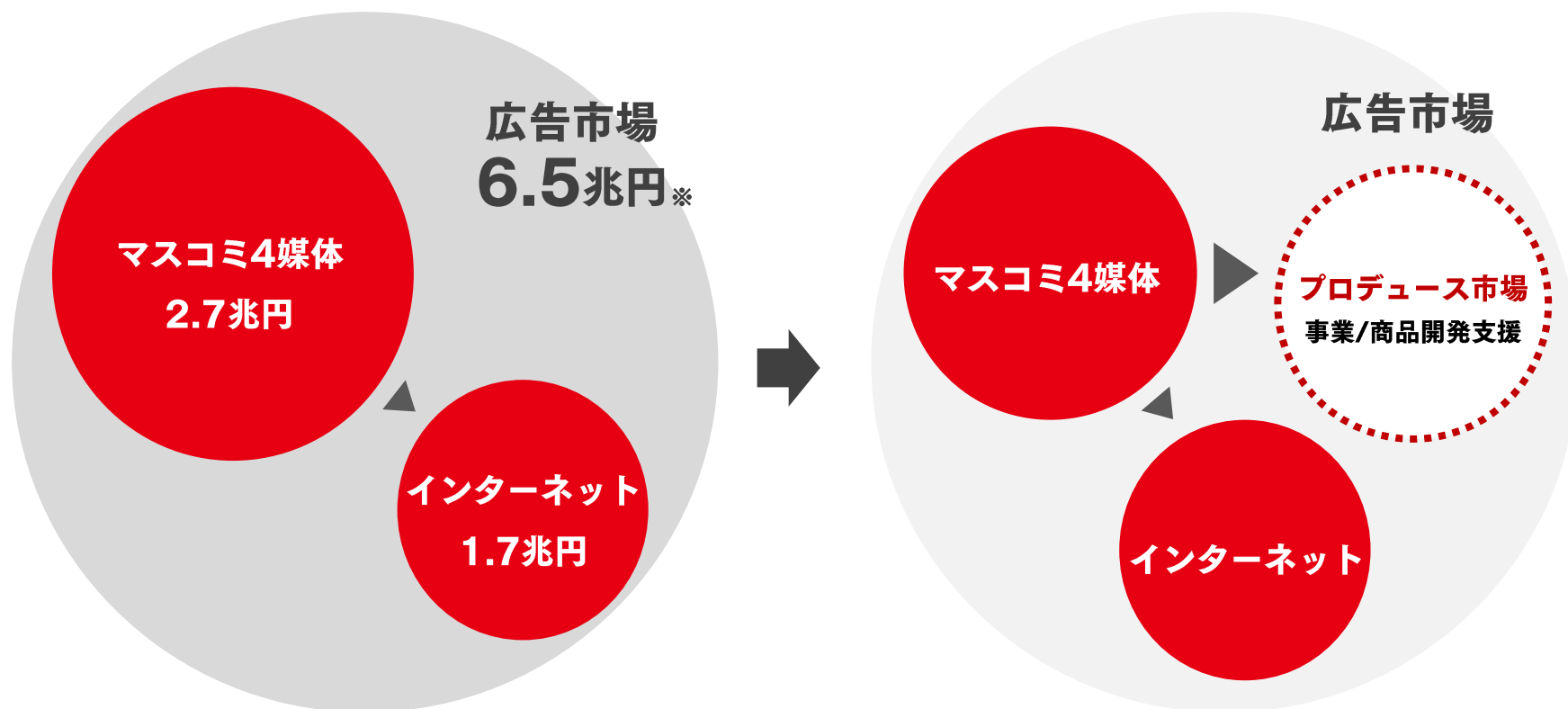
今後提供  
ソリューション

さらに今後の広告市場の中では、

事業/商品開発を消費者視点で支援するプロデュース市場が形成されると考える

現在

今後



エードットグループのプロデュース力を活用し、  
将来性のある企業に資本参加しながら、継続的な関係を構築  
提携によるサービス拡充やクライアント相互紹介を実施

## SUPER STUDIO

EC基幹システムとD2Cコンサルティング事業を行う「SUPER STUDIO」に資本参加  
エードットのブランディング・クリエイティブ能力とSUPER STUDIOの販売支援能力を掛け合わせて、  
クライアントにフルパッケージで提案予定 ※すでに複数個の共同プロジェクトが稼働中

今後も優良ベンチャー企業への  
資本参加をとまなうブランディング支援は積極的に実施していく

エードットグループは皆様のご期待に応えるべく、  
四半期毎の成長ではなく、通期での成長をしっかりと実現しつつ  
更なる中長期的な成長を実現していくことを目指してまいります

## 中長期的な成長視点を重要視する要因

### Factor.1

**BIRDMANをグループ化**

BIRDMANは長期・大規模案件が  
大部分を占めるため  
四半期ごとの決算では実態が掴みにくい。

### Factor.2

**プロデュース事業の特性**

プロデュース事業はプロジェクト単位受注が  
大部分を占めるため、長期案件が多く  
会計上の期ズレが起こりやすい。

### Factor.3

**中長期的な成長への投資**

今後もM&Aや優秀な人材の採用など  
中長期的な大きな成長へ向けて  
投資を継続していく。

通期での成長をしっかりと実現しつつ、  
更なる中長期的な成長を重要視し、引き続き大きな成長を目指して参ります

本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。