



adot

2020年6月期 第3四半期

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3四半期
連結業績サマリー**

adot

【単位：百万円】

	2019年6月期 第3四半期 累積実績	2020年6月期 第3四半期 累積実績	前年同期比	主な増減理由
売上高	1,533	1,701	110.9%	・第二四半期までは順調に売上拡大していたが、第三四半期の新型コロナウイルスによる影響が大きく、前年同期比で+10.9%
売上総利益	728	※ 702	96.5%	・第3四半期の売上総利益減少、第3四半期に連結対象となった(株)BIRDMANの人件費が原価に算入されたことにより、前年同期比で減少
営業利益	170	14	8.4%	・売上総利益の減少・人材採用・(株)BIRDMANの連結による販管費の増加により、営業利益が減少
経常利益	158	▲9	-	・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	95	▲296	-	・第3四半期に取引先の取立不能又は取立遅延による、貸倒引当金繰入額266百万円を特別損失として計上

※ 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

[単位：百万円]

	2019年6月期 第3四半期 実績	2020年6月期 第3四半期 実績	増減率	主な増減理由
売上高	467	458	98.0%	・クライアント数は微減であったが、大型案件の失注・延期により、前年同期比で減少
売上総利益	223	* 144	64.9%	・売上総利益減少、第3四半期に連結対象となった(株)BIRDMANの件費が原価に算入されたことにより、前年同期比で減少
営業利益	25	▲107	—	・売上総利益減少及び、人材採用/(株)BIRDMAN連結による販管費の増加により、営業利益が減少
経常利益	13	▲110	—	・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	3	▲352	—	・取引先の取立不能又は取立遅延による、貸倒引当金繰入額266百万円を特別損失として計上

※ 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

[単位：百万円]

	2019年 6月期末	2020年 6月期第3四半期末	前期末比
流動資産	1,168	1,332	114.1%
固定資産	228	593	259.6%
総資産	1,396	1,926	137.9%
流動負債	364	775	212.9%
固定負債	28	420	1456.9%
負債合計	393	1,195	304.1%
純資産	1,003	730	72.8%
負債純資産合計	1,396	1,926	137.9%

※ 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

連結業績予想は現時点では業績予想の算定が困難であり、
新型コロナウイルスの動向を見極めながら合理的な算定が可能となり次第、速やかに開示させていただきます。

[単位：百万円]

	2020年6月期 第3四半期累計実績	2020年6月期修正予想	達成率
売上高	1,701	未定	—
売上総利益	702	未定	—
営業利益	14	未定	—
経常利益	▲9	未定	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲296	未定	—

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

**2020年6月期第3四半期
ハイライト**

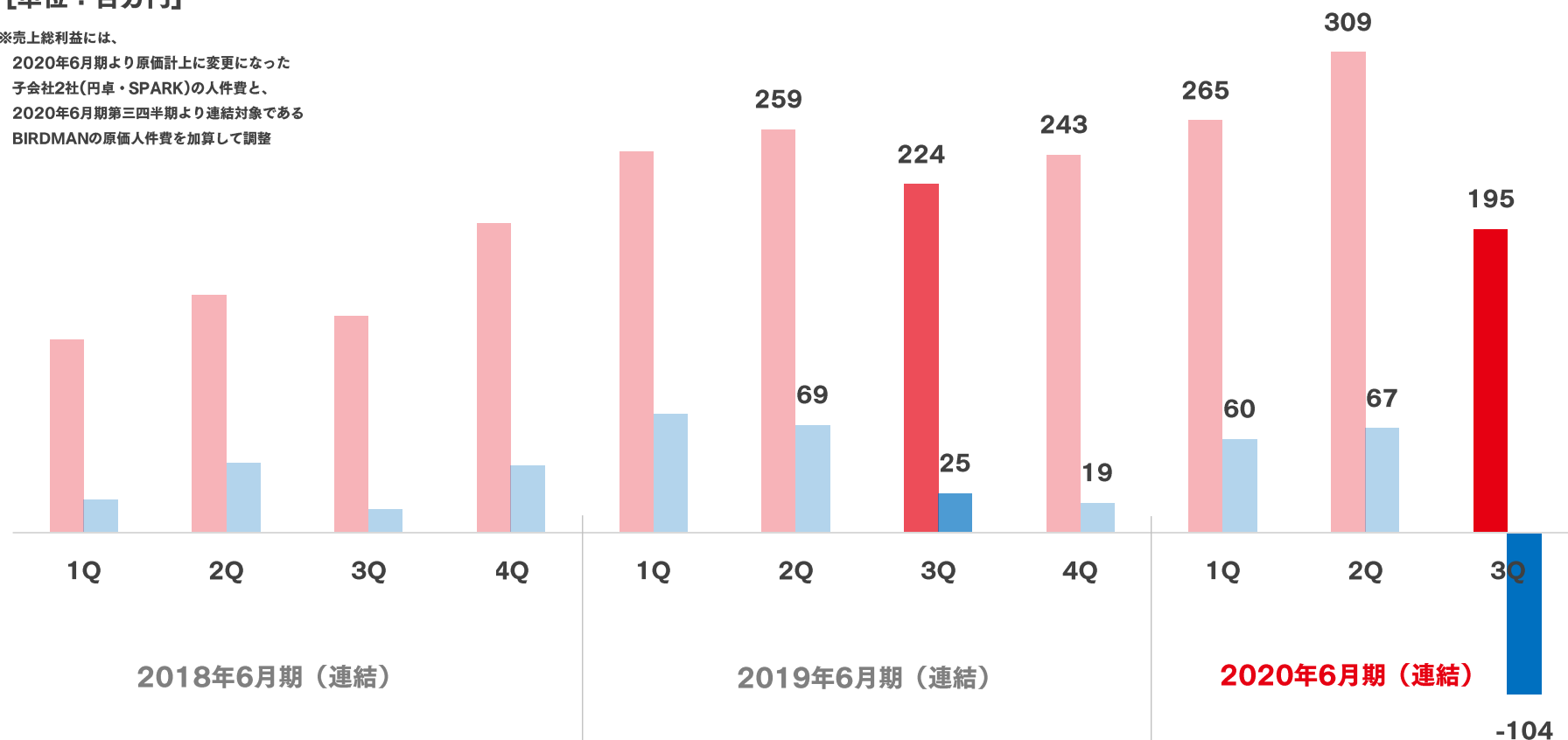
adot

新型コロナウイルスの影響により、複数の案件失注/延期が発生。
創業以来初の営業赤字に。

■ 売上総利益 ■ 営業利益

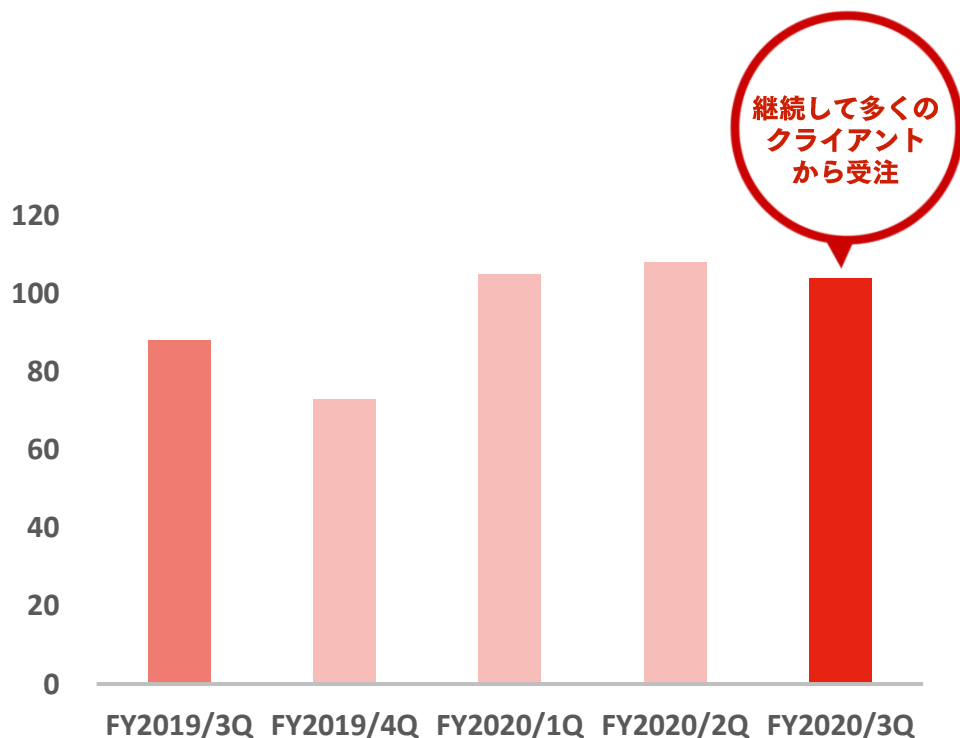
[単位：百万円]

※売上総利益には、
2020年6月期より原価計上に変更になった
子会社2社(円卓・SPARK)の人件費と、
2020年6月期第三四半期より連結対象である
BIRDMANの原価人件費を加算して調整

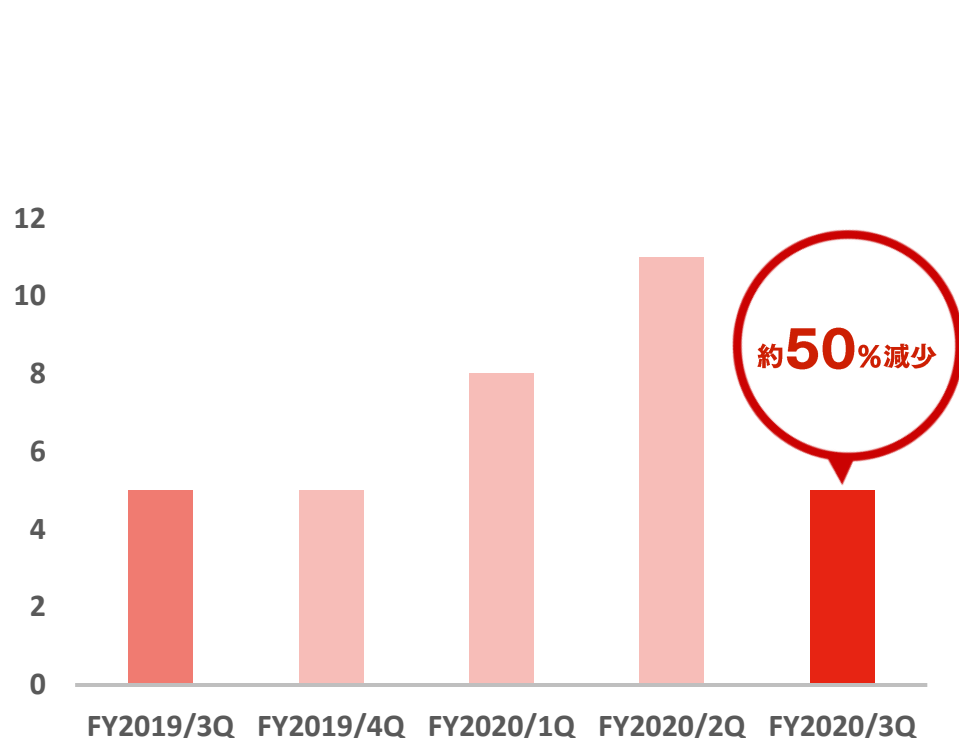


クライアント数はほぼ横ばいで推移し、引き続き案件受注は堅調であったが、3月実施予定であった大型のイベント・プロモーション案件の多くが延期・中止となり大口案件を見込んでいたクライアントの売上が大きく減少した。

クライアント数



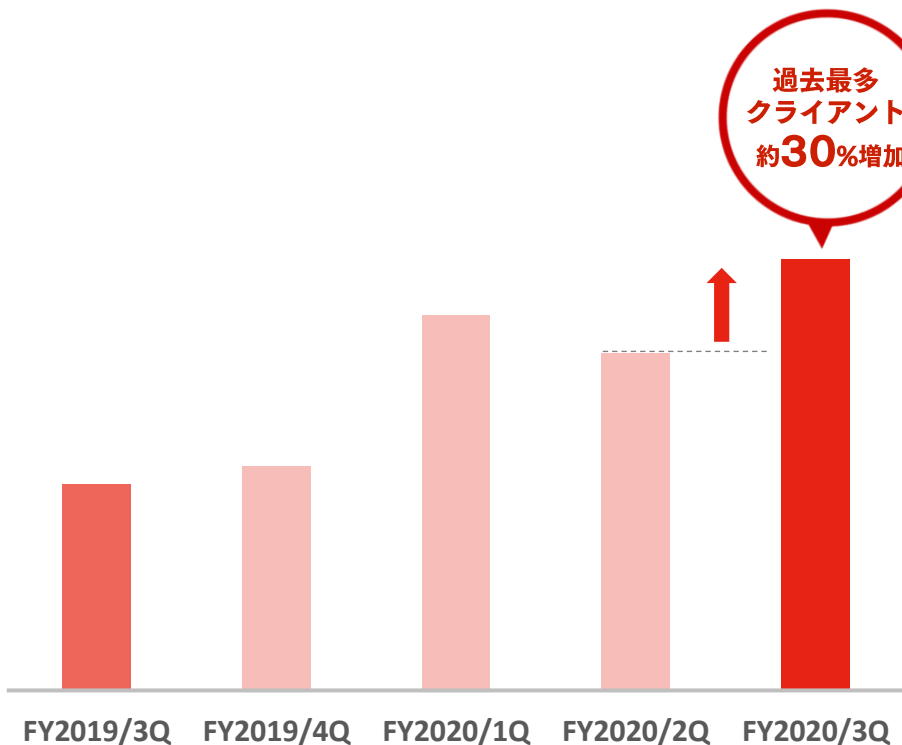
売上総利益1000万円以上クライアント数



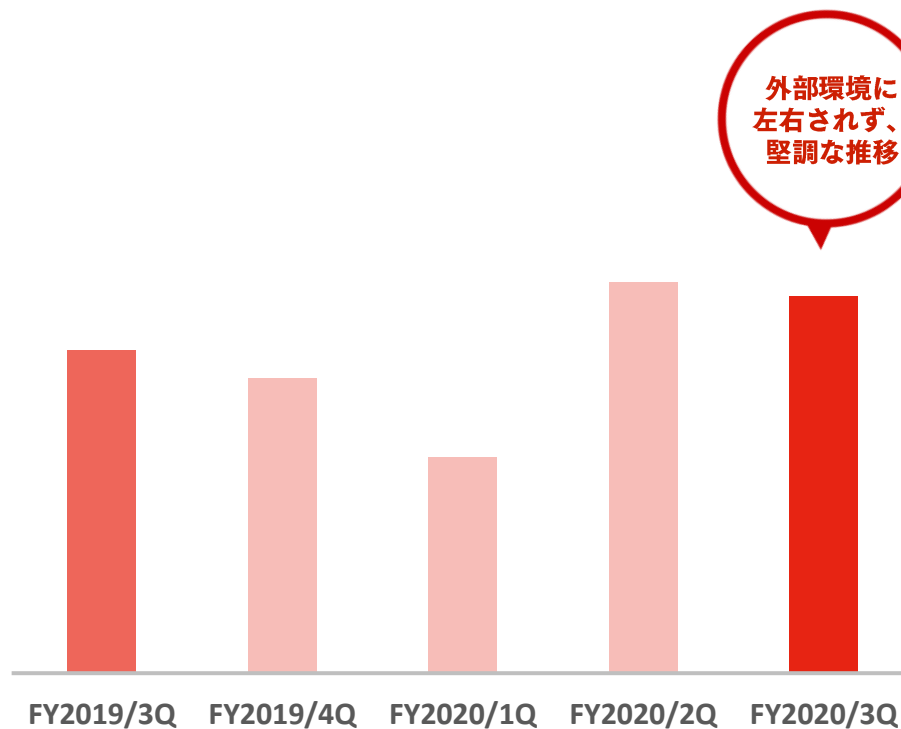
※2020年6月期第3四半期より連結の(株)BIRDMANを除く

リアルイベント・リアルプロモーション等の新型コロナウイルスの影響を受けづらい
 クリエイティブ事業が主体の子会社である(株)カラスは大きく成長を実現。

クライアント数 (株式会社カラス単体)



クライアント平均売上総利益(株式会社カラス単体)



新型コロナウイルスの影響によるイベント等の自粛に伴う大型案件中止・延期が発生。

案件例1

Client | 大手化粧品メーカー

3月実施予定のキャンペーンが新型コロナウイルスによる業績懸念を考慮した予算削減に伴い中止。

案件例2

Client | 大手小売チェーン

春の新商品のための販促イベント（3月予定）が中止。（ただしWEB施策は実施）

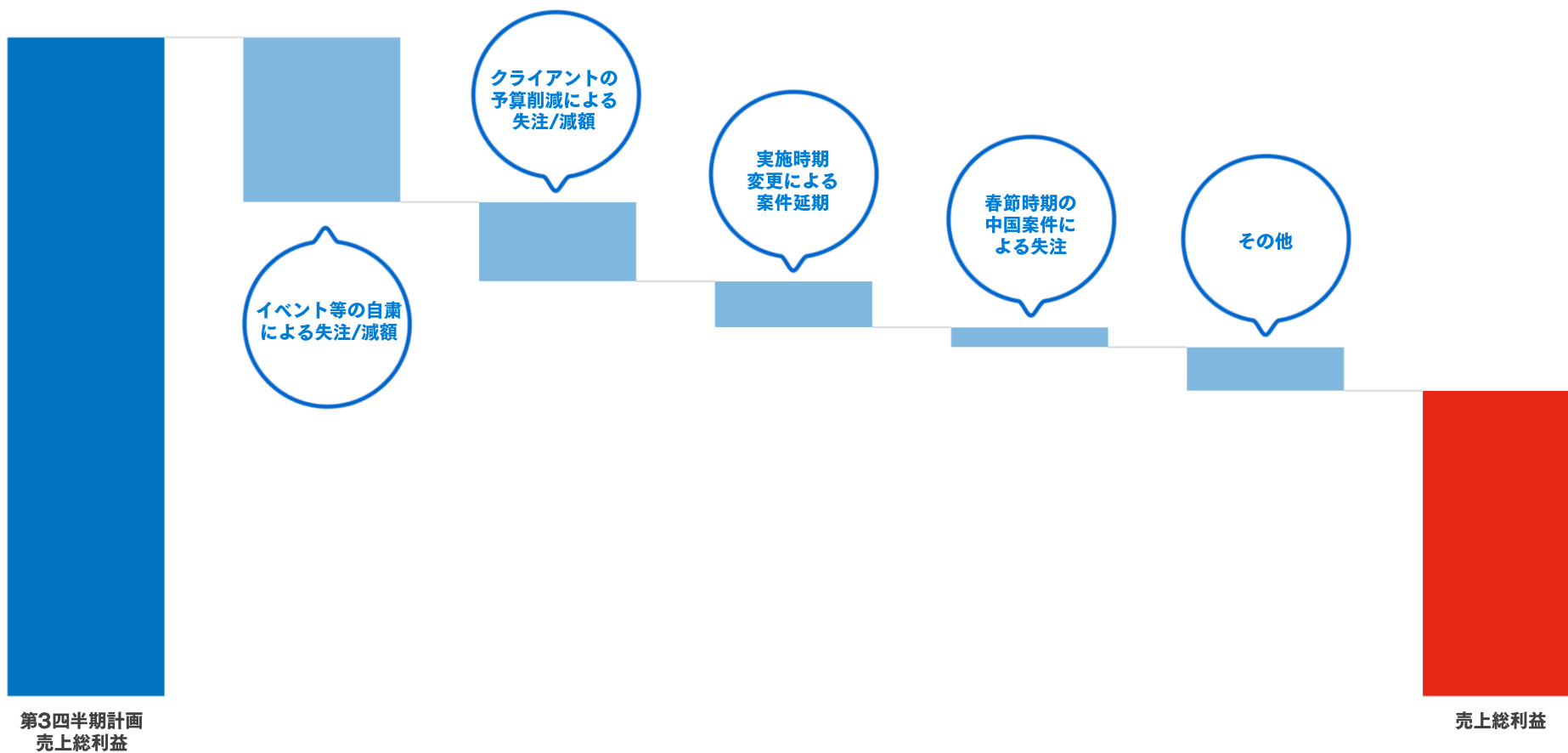
案件例3

Client | 大手スポーツメーカー

予定していたプロモーションリアルイベントを新型コロナウイルスの情勢を鑑み、実施中止。

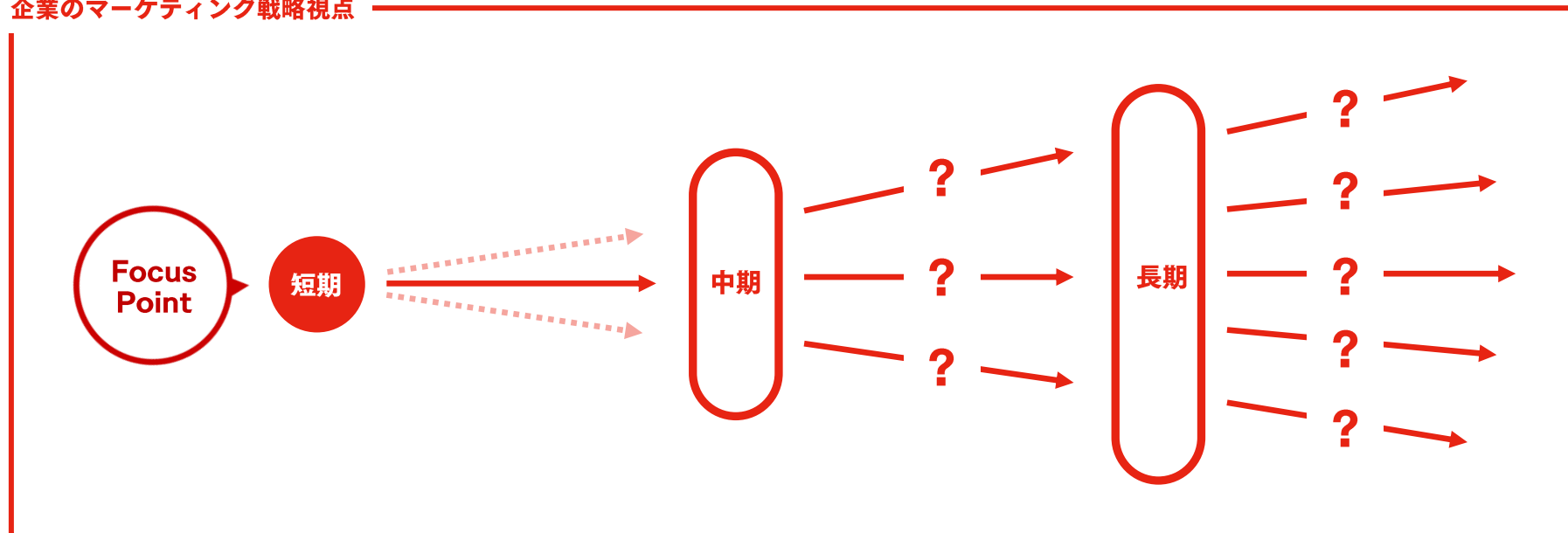
第3四半期の新型コロナウイルスの影響額は、
イベント自粛による案件の失注・減額が最も大きな要因であった。

新型コロナウイルスによる影響額イメージ



コロナ禍で先行き不透明な状況の長期化が予想される中で
 クライアント企業のマーケティングプランは、中長期的（1年以上）な戦略構築が困難となり、
短期スパンでもピポット可能な戦略構築が増加すると予想。

企業のマーケティング戦略視点



多くの企業において、中長期的に戦略を策定し、スピーディーな対応を自社のみで実施していくことは
 困難な状況であると考えられる。その課題に対してエドットの強みを生かしたソリューションを提供していく。

リアルイベントや店頭施策などのSP事業は今後も自粛傾向が続くと想定される等
新型コロナウイルスの影響による事業環境は引き続き不透明であるが、
ワンストップ体制による、企業課題の解決をスピーディーにサポートする新サービスおよび
堅調であるクリエイティブ事業を活かしたWEBプロモーションでの受注件数増加など、
エードットグループの強みを最大限活用し営業活動を再加速させる。

掲げる4つの対策

抜本的対策

応急的対策

1
新サービス開始

エードットのクリエイティブカ
を活用した「月額制パートナー
サービス」などの開始
※現在、大手EC会社など複数社で実施中
※P14参照

2
With /Afterコロナ期
に求められる
ソリューション提供

エードットの強みである企画力
を活用した「今だからこそ」
必要とされる企画を実施
※P15参照

3
WEBプロモーション
案件獲得推進

引き続き受注堅調な
クリエイティブ事業を活かした
WEBプロモーションの
案件増加

4
業務効率化に
よる経費削減

業務効率化の推進による
費用削減対策を敢行

NEW

Cross-border Creation.

Cross-border Creationと称し、今回新たに打ち立てる9つの新事業ドメイン（P17参照）および、ドメインを最大限に生かす2つの新サービスをスタートさせます。

Cross-border Creation. Member



Service1

Cross-border Creation.チームの 月額定額制コンサルサービス

国内外で最高水準の実績を持つクリエイター・マーケターが中心となり、マーケティング課題の発見やコミュニケーションアイデアの開発の他、テクノロジーやファイナンスまで。幅広い分野にわたって、「壁打ち相手」となります。

Service2

コロナ禍に特化した パートナープログラム・ ソーシャルアクションサービス

- 「withコロナ社会」における、新たなマーケティングを提案、実現していきます。
1. Withコロナ社会のリブランディング(ビジョン・メッセージの確立と発信)
 2. 上記に紐づくWEBサイト等のリニューアル
 3. 経営リソースを活用した新たなソーシャルアクションの実施とPR
 4. 「新規事業戦略」の立案と実行（特にEC戦略）
 5. 撮影をしないCGやアニメーションの制作

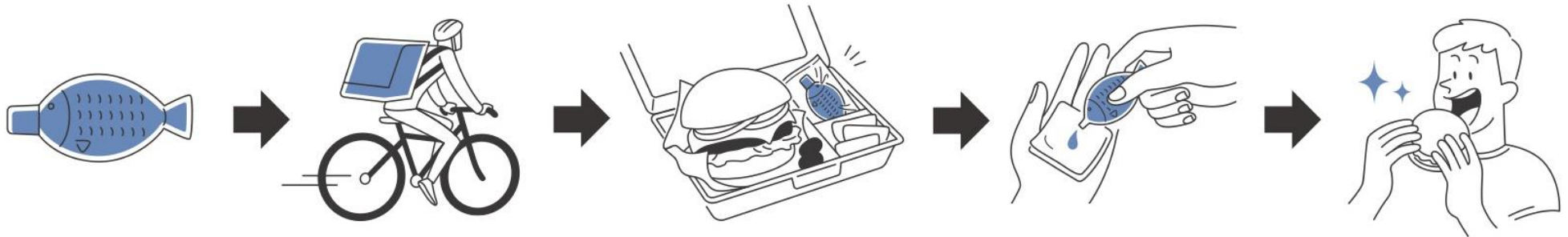
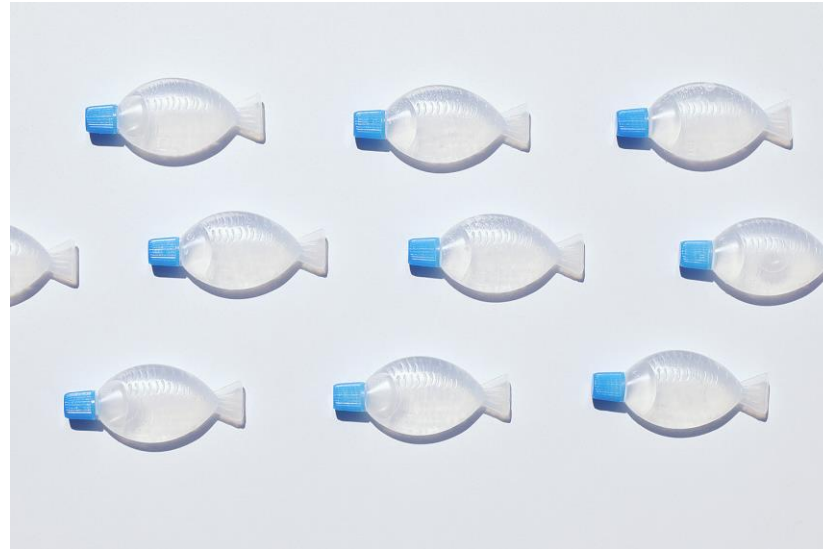
#SafeHandFish

#SafeHandFish”プロジェクトは、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による世界的な影響を受けて、その対策を促進すべく、100%天然素材の除菌抗菌液「クリアンスEX」を販売するクリア電子株式会社、調味料の小型容器の製造・充填を行う株式会社大石屋、企画とクリエイティブを担当する弊社が協働し、プロジェクトを発足しました。

プロジェクト概要

#SafeHandFish“は、中身を醤油から除菌液に変えた「魚の醤油さし」が、フードケータリングや中食の店舗を通して食事とともに生活者のもとへ届けられるプロジェクトです。

食事前に気になるところをサッと除菌する使い切りサイズで、清潔な状態での食事が可能です。



■参考情報

“#SafeHandFish”プロジェクト WEBサイトURL : <http://cleanseex.com/safehandfish/>

“#SafeHandFish”プロジェクト概要ムービー Youtube URL : <https://youtu.be/DfIPKoKitm8>

会社概要

adot

OUR MISSION

MAKE ADVENTURE

エドットは人々の「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。

BUSINESS DOMAIN

1 STRATEGY / CONSULTING

戦略構築 / コンサルティング

多様な課題に、“アウトプットが見える戦略”を。マーケティングやブランディングにおいて、リサーチからストラテジー、クリエイティブまでを統合的にサポート。

2 BUSINESS DEVELOPMENT

事業企画・開発

事業者側の目線と、ターゲットユーザー側の目線、その両方からビジネスの本質的価値を見極め、計画から実行までを支援します。

3 BRAND MAKING

ブランド構築

そのブランドは、ユーザーにとってどんな価値を、社会に対してどんな意義を持つのか。送り手だけでは見えない視点にもフォーカスし、ブランド構築を支援。

4 PRODUCT INNOVATION

プロダクト企画・開発

アプリからデバイスまで、新しいUI/UXの企画・開発・プロトタイピングを、ワンストップで実践。ディープラーニングやセンシングといった先端技術駆使して、新商品開発から既存品の革新まで支援します。

5 DESIGN / CREATIVE

各種デザイン / クリエイティブ

思わず手に取りたくなるパッケージから、シェアせずにいられないコンテンツまで。プロダクトの価値を可視化するデザイン、ブランドのメッセージを最大化するクリエイティブを提供します。

6 EXPERIENCE DESIGN

体験の企画・演出・デザイン

最先端のテクノロジーを駆使したイベントやインスタレーション、ストア。そのUX設計から開発、実行までをトータルでサポートします。

7 SOCIAL COMMUNICATION

社会課題解決型コミュニケーション

ビジネスと社会を、ブランドと社会を結びつけるコミュニケーション戦略をご提案します。また、自社開発による社会課題解決プロジェクトも積極的に推進し、得られた知見をソリューションに還元しています。

8 ADVERTISING / STRATEGIC PR

広告 / 戦略PR

見たことのないデバイスで、ニュースを巻き起こす。社会課題を貫くメッセージで、SNSを席巻する。手法にとらわれない、ユニークな切り口で、新たな“広告”のあり方を追求します。

9 FUNDING / ACCELERATOR

投資 / アクセラレーター

スタートアップへの投資から、大手企業の新規事業支援、さらにはその両者のマッチングまで。自らのスタートアップとしての知見を活かし、投資やアクセラレーションを通じて、夢の実現をバックアップします。



**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、常識にとらわ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。



**Interactive Company
BIRDMAN**

クレイジー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。



**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。



**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**

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。



**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

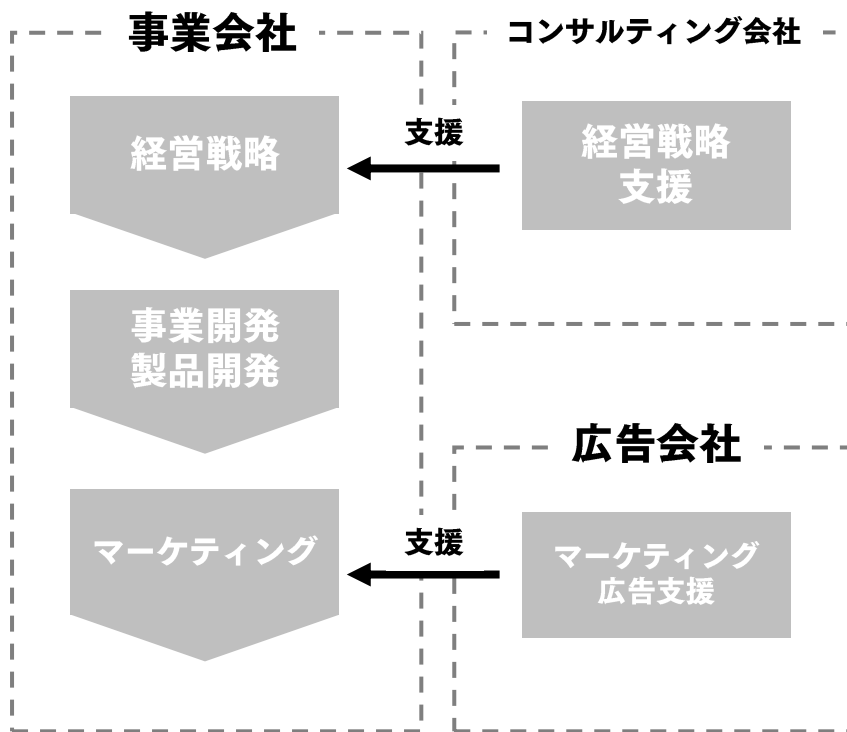
No.1の地位を確立する

日本を代表する「プロデュースカンパニー」へ

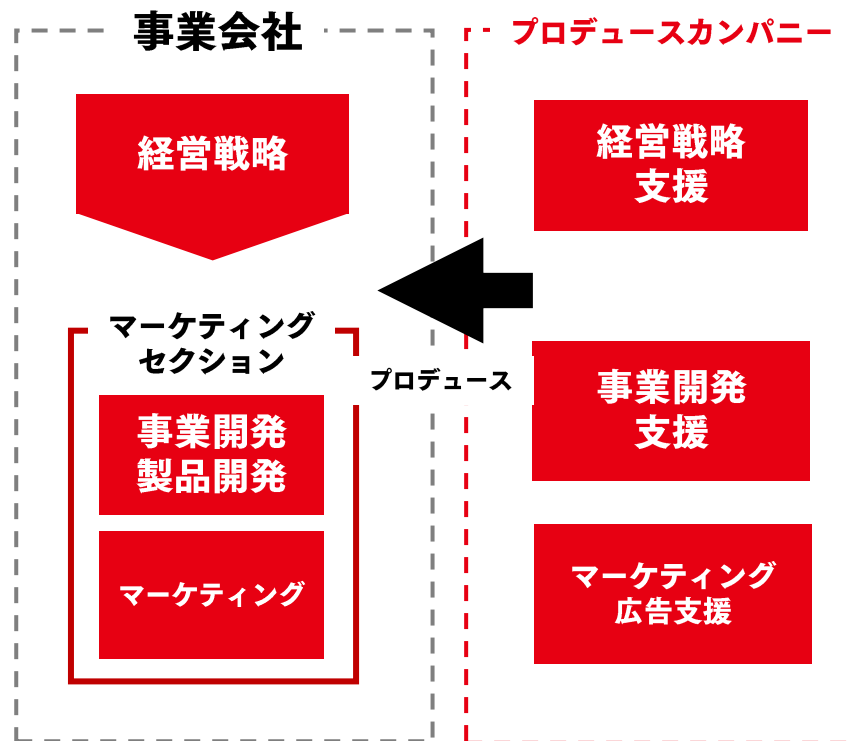
消費者ニーズが多様化している中で、既存のマス広告媒体に依存せず、
クライアントの商品／サービスを「魅せる」だけでなく、
「共に創る」フルオーダーメイド型ソリューションの提供を目指す

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

従来



今後



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



約 **6.9** 兆円市場*

adot

〈既存〉 広告領域

〈新規〉 事業開発領域



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。

* 2019年 電通「日本の広告費」参照

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、インタラクティブシステム開発、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。

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。

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

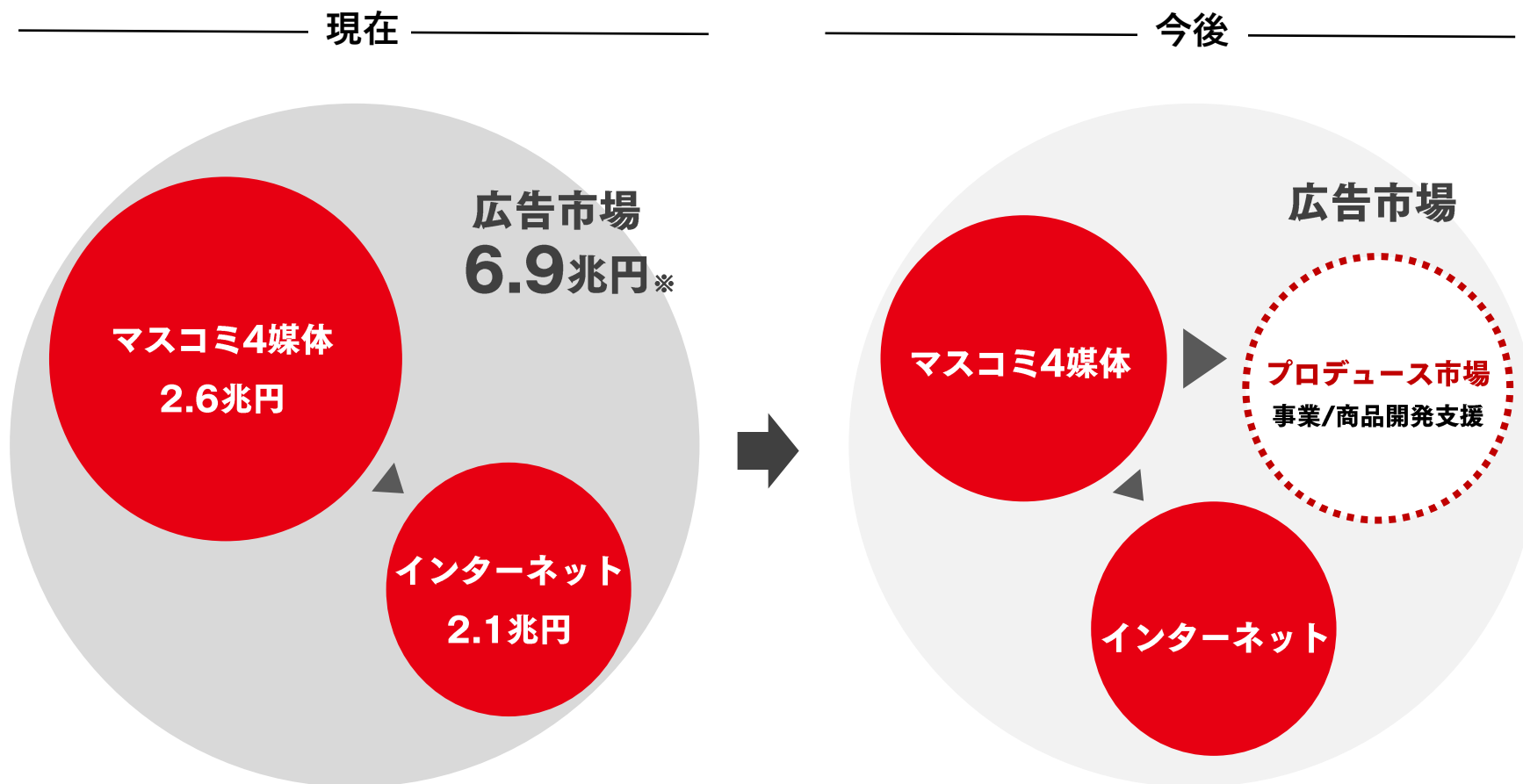
今後提供
ソリューション

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



※ 2019年 電通「日本の広告費」参照

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。