

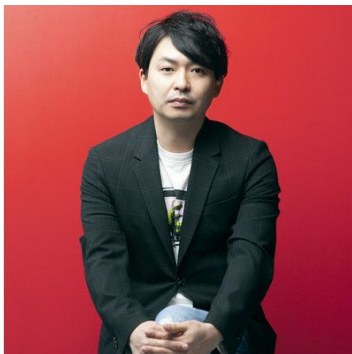
事業計画および成長可能性に関する事項

2021.12.20

1. 会社概要
2. ビジネスモデル
3. 市場環境
4. 競争力の源泉
5. 事業計画
6. リスク情報

1. 会社概要

【会社名（英文名）】	株式会社Birdman（Birdman Inc.）
【設立】	2012年7月26日
【資本金】	390,763千円（2021年6月30日現在）
【代表取締役】	代表取締役社長 伊達 晃洋
【従業員数】	87名（2021年6月末現在）
【本店所在地】	東京都渋谷区松濤一丁目5番3号
【電話番号】	03-6865-1320（代表）
【事業内容】	<ul style="list-style-type: none">- アウトプットまで見据えた戦略立案・コンサルティング- 事業企画・開発- ブランド提供価値の規定およびブランディング- IoT、AI、機械学習、深層学習などテクノロジーを活用したデバイス・PoC開発- 各種デザイン・クリエイティブ制作- 顧客体験価値（UI/UX）デザイン- 社会課題解決を目的としたコミュニケーション- 広告キャンペーンおよび戦略的PRの企画・遂行- スタートアップ投資、アクセラレータープログラム



代表取締役 / CEO

伊達 晃洋 Akihiro Date

1984年、鳥根県生まれ。鳥根県立松江東高校卒業。2005年、株式会社アーヴァンネット南十字社入社。2007年、株式会社ワイズインテグレーション入社。2010年、株式会社アップクオリティ入社。以上3社で広告・プロモーションの経験を積み、2012年、株式会社エードットを設立。2019年3月東証マザーズ上場。2021年、グループを統合し、株式会社Birdmanの代表へ。



取締役 / CCO

布施 優樹 Yuki Fuse

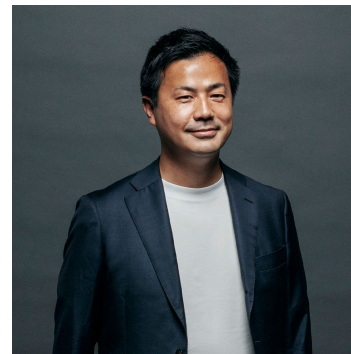
電通Y&R在籍中に獲得したCannesLions、Spikes Asia 2つのグランプリをはじめ、国内外で多数の受賞歴を持つ。2016年に大型資金調達で話題になっていたロボティクススタートアップ、GROOVE Xに単独自主プレゼンを敢行し、翌年同社に参画。同社の家族型ロボット「LOVOT」のブランドパーパス、CI、マーケティング、異業種コラボレーションなどを担い、LOVOTの出荷を見届けて退社。現職では、事業企画、コミュニケーション戦略、クリエイティブ、PRまで一気通貫で手掛ける。



取締役

伊藤 統彦 Motohiko Ito

デジタル×マーケティングを軸にキャリアアップ。前職はビューティーナビ株式会社にて、伊藤忠商事グループから独立後に参画。月間1,000万トラフィックを保有するサイトのCMO兼CSOとして3部門を管掌。出口戦略のプロジェクトを推進後、現職へ。また2019年からマーケティング顧問会社を運営しており、シリーズ調達したスタートアップを複数社支援。



取締役 / CFO兼CHRO
公認会計士 税理士

三橋 秀一 Shuichi Mitsuhashi

監査法人トーマツからキャリアをスタートし、リクルートで中国・香港・インド等の企業のM&A~PMIや国内外の子会社経営支援の推進、障害福祉・児童福祉ベンチャー企業で管理職としてマザーズ上場。デザイン&テックベンチャー企業や医療福祉ベンチャー企業で取締役CFOや取締役事業戦略本部長を経て、取締役としてジャスダック上場を実現。その後、株式会社エードット(現株式会社Birdman)に参画し、人事・財務・経理・法務・IR等を管掌。

WHO WE ARE

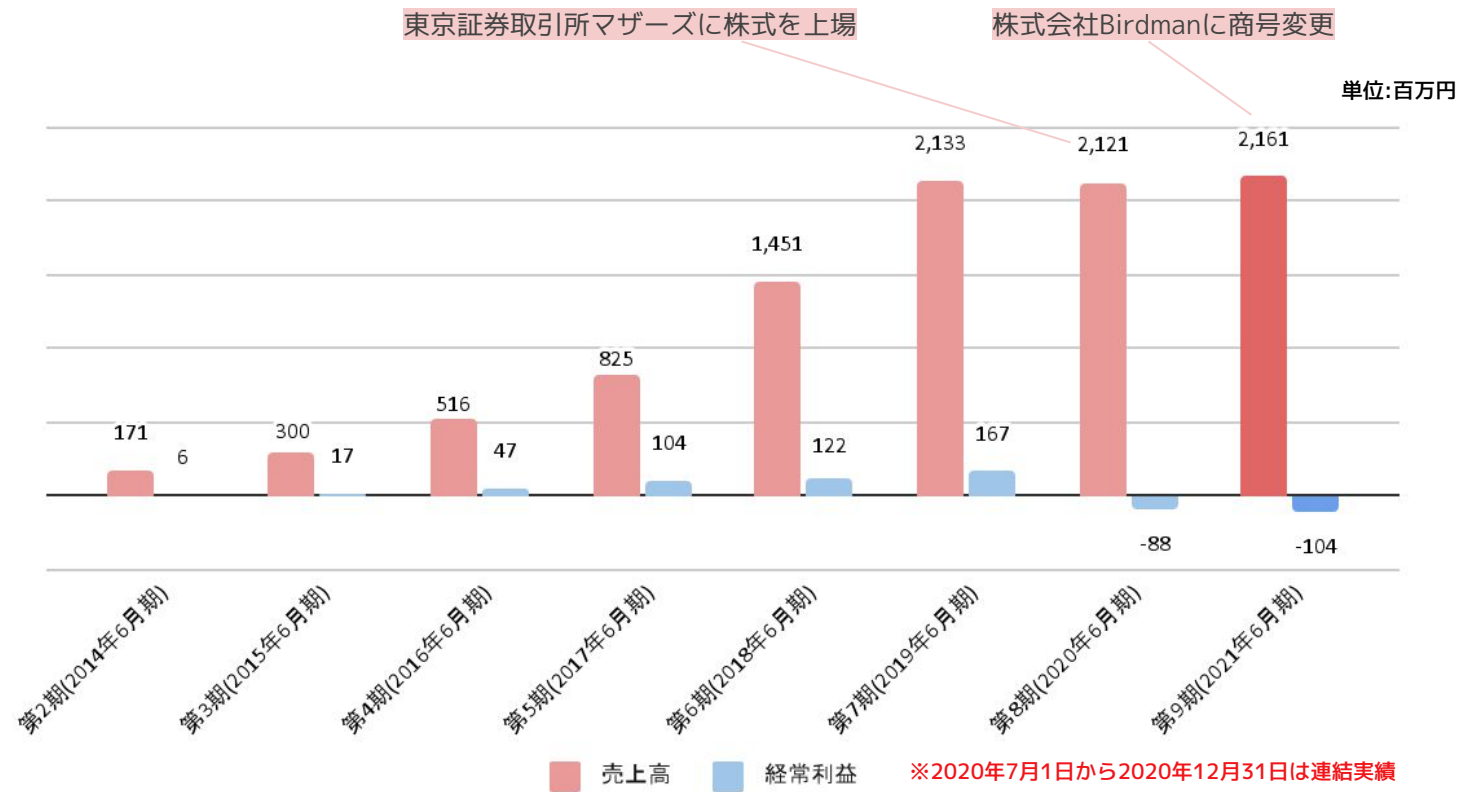
Birdmanについて

Strategy & Crazy

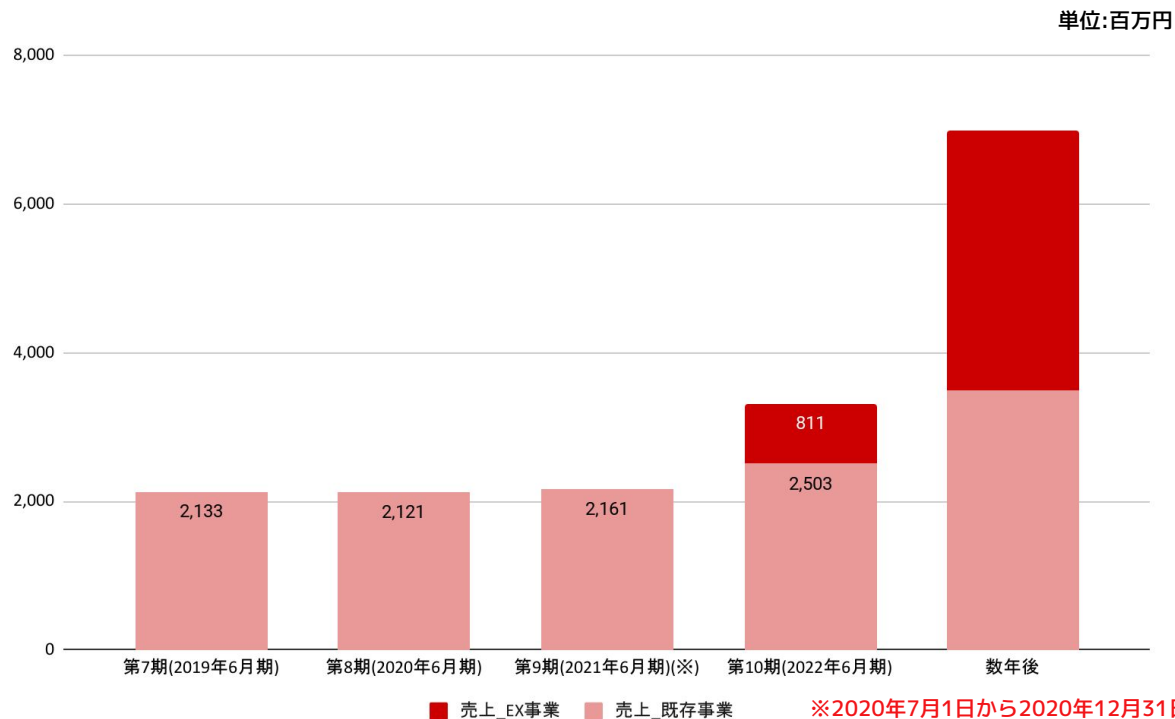
戦略的遊び心で、事業と社会の課題を解決する

人々の価値観も、メディアも、
すべてが急速に変化し続けています。
社会課題の重要性はますます高まり、
ビジネスにおいて無視できなくなっています。
従来の正攻法が通用しない時代に、人を動かすものとは。
それは、鋭いインサイトに裏付けられた戦略と、
予想を超えるクレイジーな創造力であると信じます。
私たちは、戦略的遊び心で社会と事業の課題を解決する、
Strategy&Crazyカンパニーです。

年月	概要
2012年7月	イベントプロモーション運用サービスを軸としたセールスプロモーションサービスの提供を目的として、東京都中央区日本橋に(株)エドットを設立（資本金3,000千円）
2019年3月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2019年11月	クリエイティブサービスの提供を目的として、(株)BIRDMANの株式を取得
2021年1月	(株)カラス、(株)噂、(株)円卓、(株)Spark、(株)arca及び(株)BIRDMANを吸収合併
2021年2月	(株)Birdmanに商号変更
2021年9月	事業領域を広告・プロモーションからエンターテインメント市場まで拡張させることを目的として、エンターテインメント・トランスフォーメーション事業(EX事業)を新設



第10期より、エンターテインメント・トランスフォーメーション事業(EX事業)を始動。
数年後に既存のマーケティング・トランスフォーメーション事業(MX事業)と同等レベルの事業規模を目指す。



MX事業は、外注費とクリエイター人材の人件費が主な費用であり、EX事業は、ライブに要する費用とグロースパートナーシップによる費用が主なコストとなるため、両事業でコスト構造は異なる。

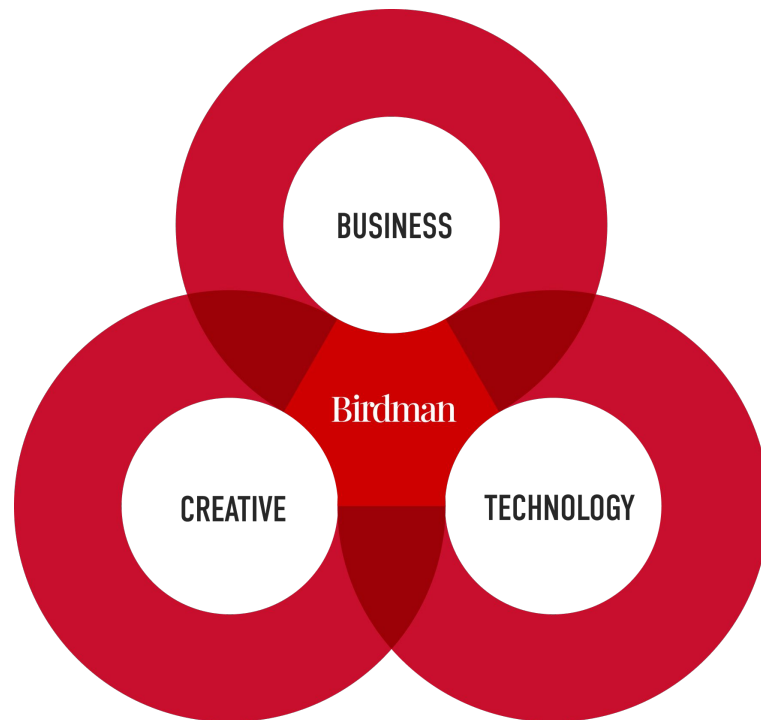
<p style="text-align: center;">MX事業</p> <p style="text-align: center;">マーケティング・トランスフォーメーション事業</p>	<p style="text-align: center;">EX事業</p> <p style="text-align: center;">エンターテインメント・トランスフォーメーション事業</p>
<p style="text-align: center;"><主なコスト></p> <p style="text-align: center;">案件に応じて外部に業務を委託する際に発生する外注費</p> <p style="text-align: center;">クリエイター人材の人件費</p>	<p style="text-align: center;"><主なコスト></p> <p style="text-align: center;">ライブ実施時に要する会場代や演出等に要する費用</p> <p style="text-align: center;">グロースパートナーシップ契約に伴いパートナーに払う費用</p>

2. ビジネスモデル

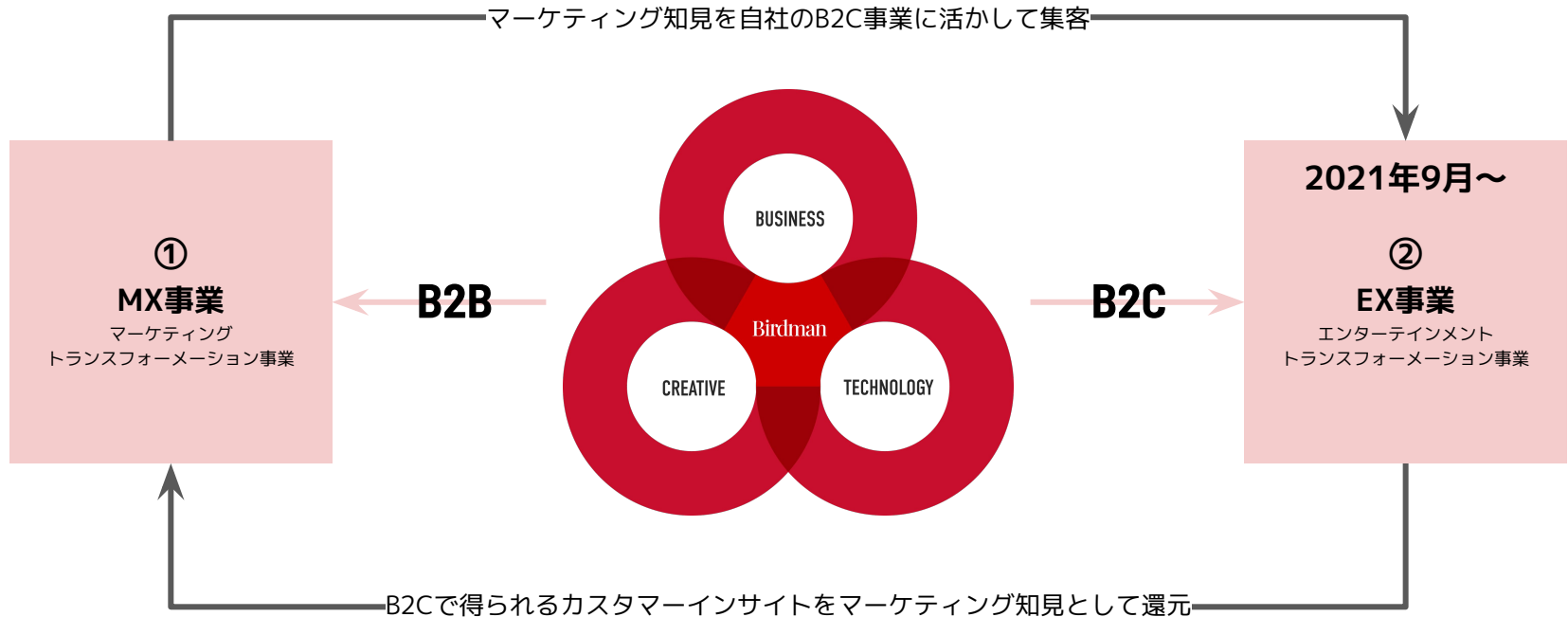
Cross-Boarder Creation.

ビジネスとクリエイティブと
テクノロジーを掛け合わせ
"壁"をともに越えていく。

ビジネスと、クリエイティブと、テクノロジーを掛け合わせて、
既成概念にとらわれない解決策を生み出すこと。
それが、私たちBirdmanの強みです。
クレイジーなアイデアを先端技術で実現することで、
DXやマーケティングに立ちはだかる"壁"を跳躍し、事業を成功へと導きます。



ビジネス・クリエイティブ・テクノロジーのコアアセットを生かして、
B2B=マーケティング、B2C=エンターテインメントのそれぞれに変革(トランスフォーメーション)を起こす。



WHAT WE DO

Birdmanの強み

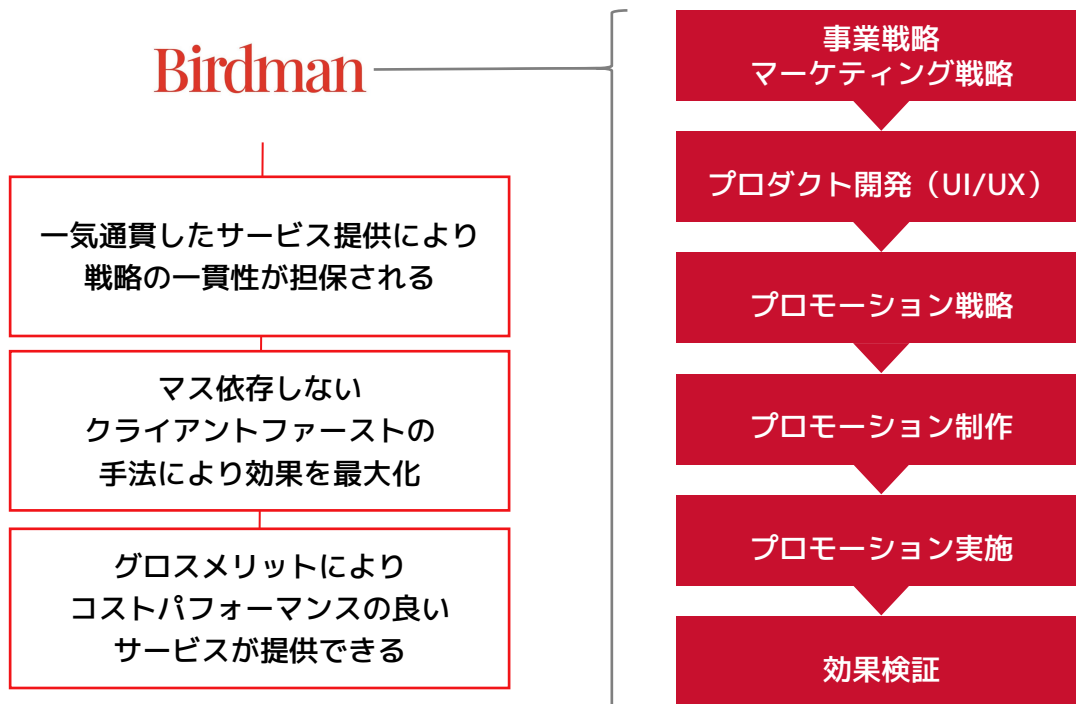
一貫通貫且つアジャイルなサービス体制

一貫通貫したサービス体制を有するため、戦略の一貫性の担保・迅速でアジャイルな対応・クライアント側の管理コストの削減を達成できる。

Strategy & Crazy



Birdmanは、マーケティングプロモーション+クリエイティブテクノロジーで、ハイパフォーマンスでコストメリットのある一貫通貫ソリューションを実現できる体制を有する。



Strategy = コンテンツビジネスとストック型収益を実現。
Crazy = 既存エンタメをアップデートし、次世代アーティストをスター育成する。

Concept



Strategy

コンテンツビジネス

&

一部ストック型収益

Crazy

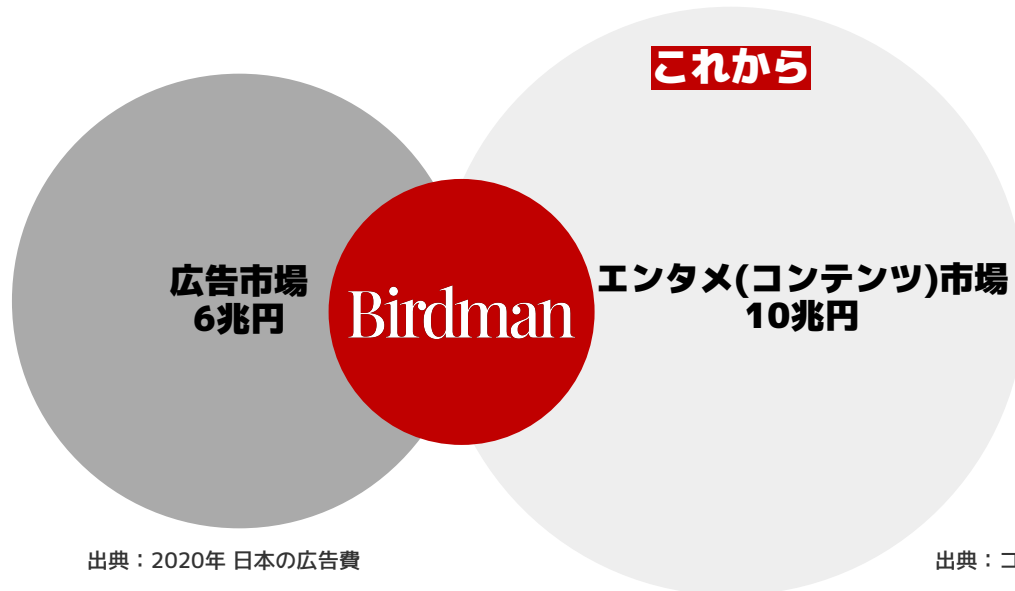
既存エンタメのアップデート

&

次世代アーティストのスター育成

3. 市場規模

同じようにイノベーションが遅れている芸能プロダクション業界において、
新たなエンタメの形を創出。



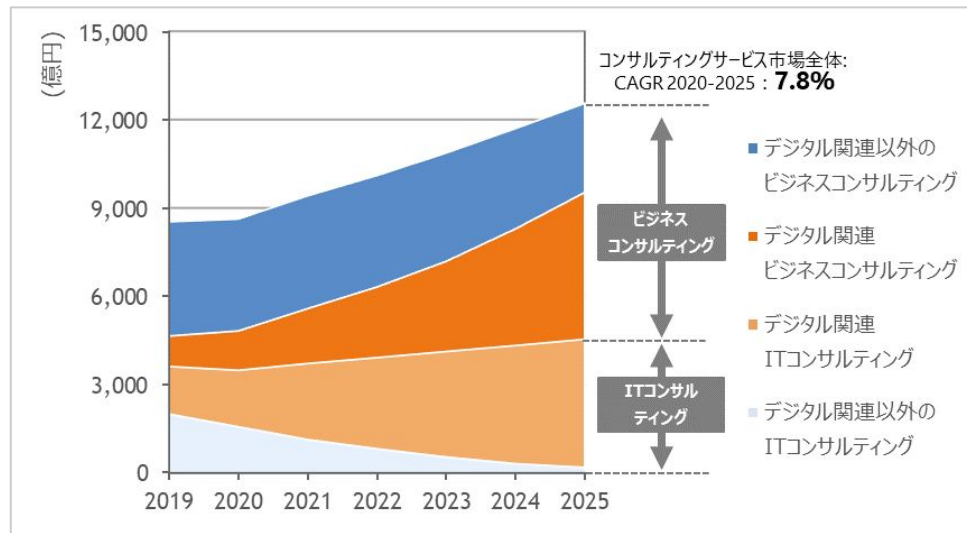
コンテンツビジネス（非労働集約型）を保有し、

更なる飛躍・企業価値の向上を目指す！

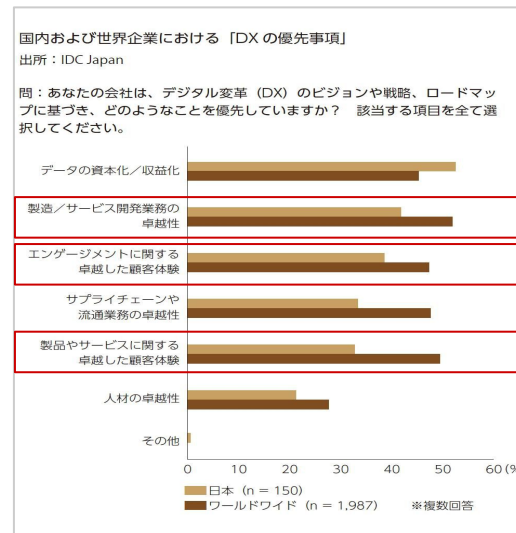
2025年に向けて、顧客体験創造に関する領域のDXにおいて著しい成長が見込まれる。

顧客体験創造に関するDXへの期待の高まり

- 「デジタル関連」の支援（コンサルティング）の年平均成長率は2019から右肩上がりと予測される。
- 国内外の企業が重要視する「DXの優先事項」に、“製品/サービス開発”や“顧客体験”が挙がる。

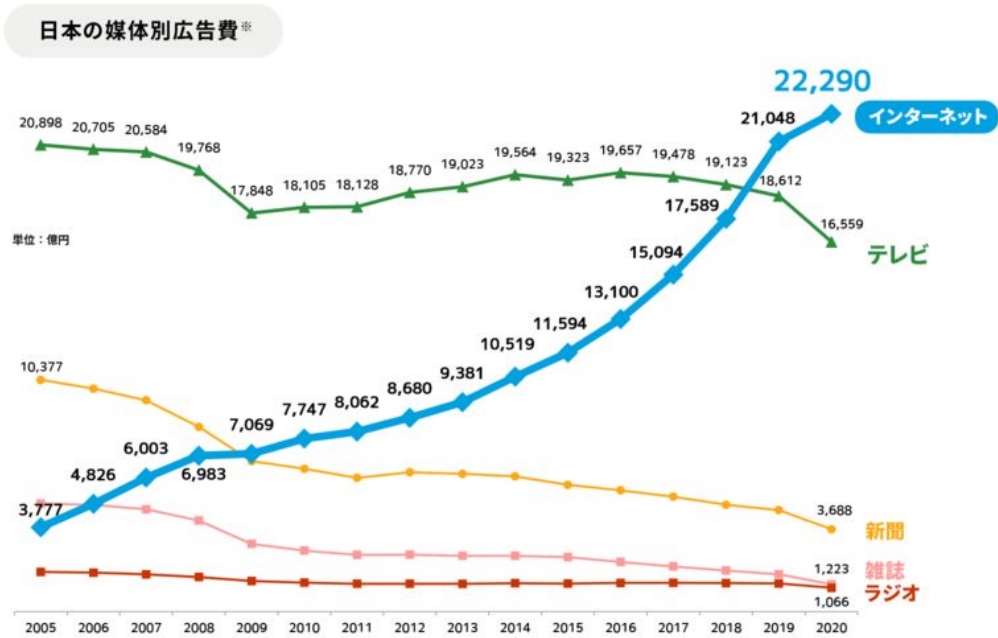


出典：IDC Japan国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年



出典：IDC Japan 国内および起業における「DXの優先事項」

コロナ禍においてもデジタル領域（インターネット広告）は伸長。



出典：電通、日本の総広告費2020年、2021年3月

マーケット状況からも「エンタメDX」に取り組むべき絶好の好機。

海外

デジタルを上手く活用し、
多様なチャンネルで収益化を図る
プロダクションが注目を集めている

【HYBE (KRX: 352820)】

日本経済新聞

K-POP「BTS」所属事務所が上場 時価総額、一時1兆円

【ソウル=細川幸太郎】K-POPの筆頭格「BTS（防弾少年団）」が所属する芸能事務所、ビッグヒットエンターテインメントが15日、韓国取引所に上場した。取引開始直後に公募価格（13万5千ウォン）の2.6倍にあたる35万1千 ...
2020/10/15



10、11日に開催した有料オンラインコンサートには191カ国・地域から計99万人が視聴した=ビッグヒットエンターテインメント提供

【Endeavor (EDR)】

米大手タレント事務所が上場へ ネットが加速するエンタメ再編=志村一隆

Yahoo!ニュース

【UFC】 UFCの親会社エンデバーが新規株式公開で5億ドル

...
McGregor 2」 UFCの親会社であるエンデバー・グループ・ホールディングスが4月29日（日本時間30日）、ニューヨーク証券取引所に新規株式公開（IPO）した。1株24ドルで市場スタートし、終値は25.20ドルで取引、初日
2021/04/30

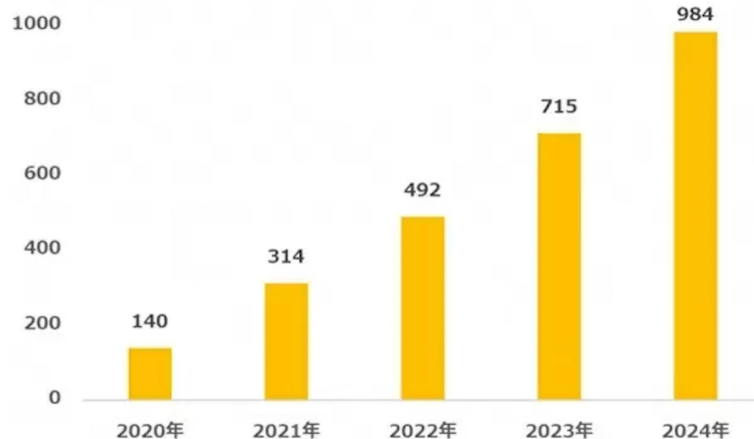


国内

エンタメ(コンテンツ)DXの市場が拡大しており、
利用者獲得の時期として適している。

デジタルライブエンターテインメント市場は2024年には約1000億円へ

【デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年—2024年】
(単位：億円)



出典：国内デジタルライブエンターテインメント市場に関する市場動向調査

Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.

4. 競争力の源泉

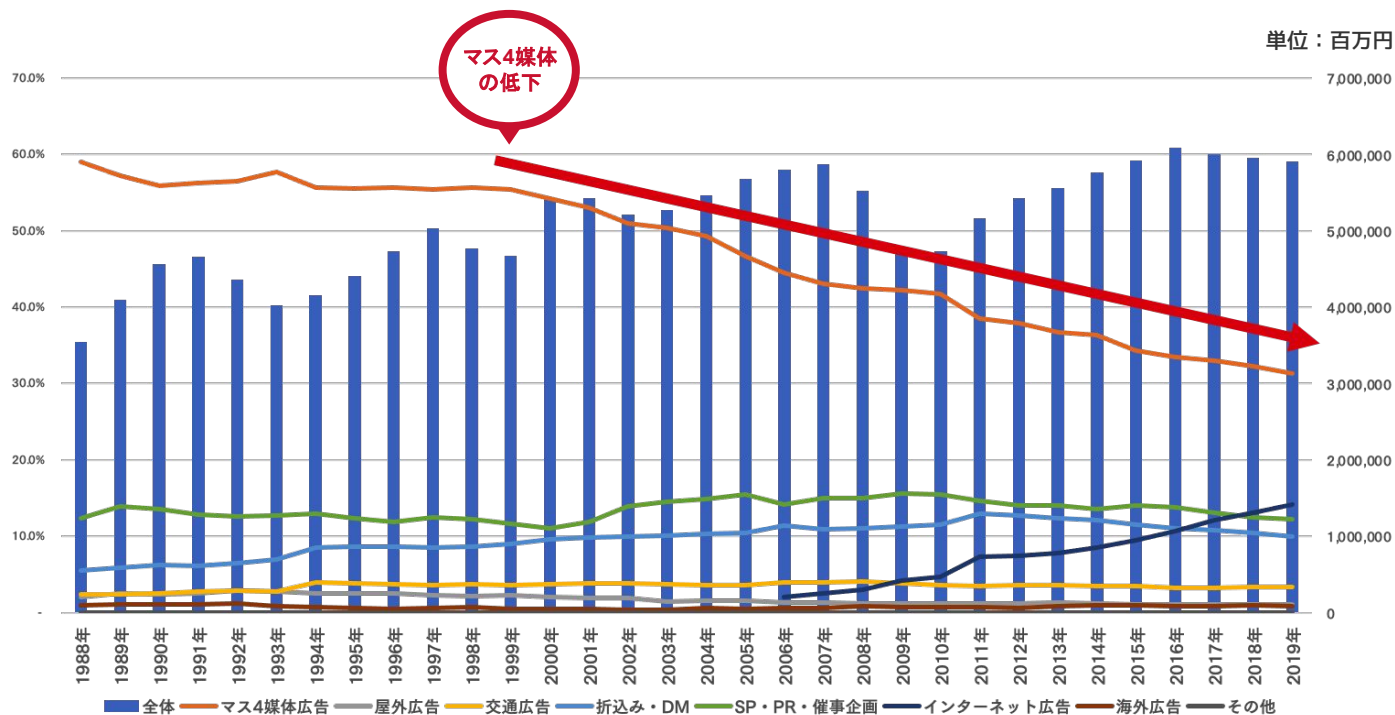


マーケティング・トランスフォーメーション事業の強み

“既存の方法では越えられない壁”に直面しているクライアントに
メディアありきではなく、
マーケティング×テクノロジー×クリエイティブで、
世界水準のクオリティのソリューションを提供する
新しい形の広告・クリエイティブ会社です

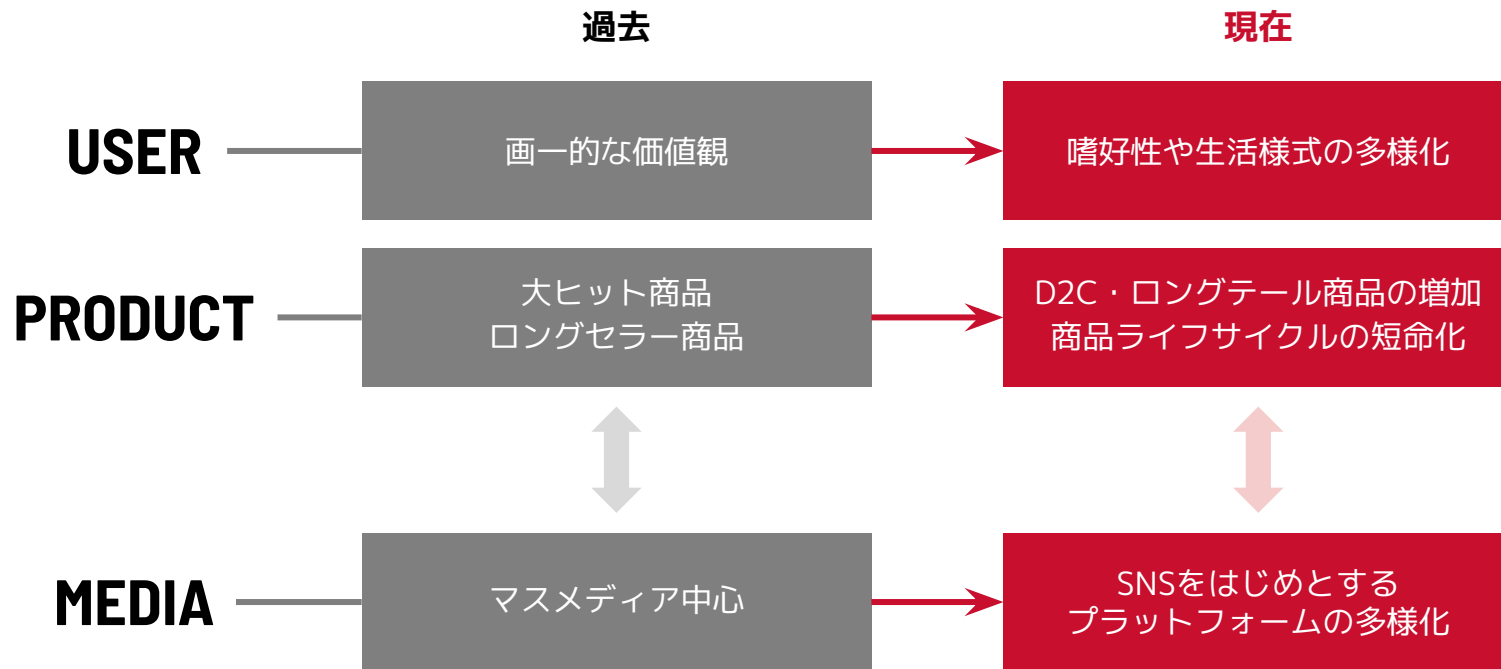
Strategy & Crazy

広告市場は巨大かつ成長傾向だが、マス4媒体はダウントレンドになっている。



※経済産業省特定サービス産業動態統計調査より当社作成

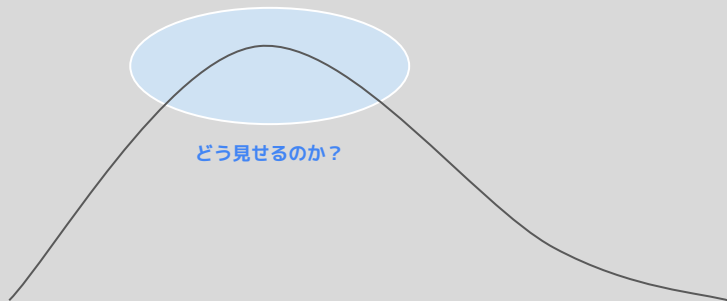
「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



商品やサービスのライフサイクルが早い現代において、
従来の広告代理店が果たしづらい領域を、Birdmanの得意領域としている。

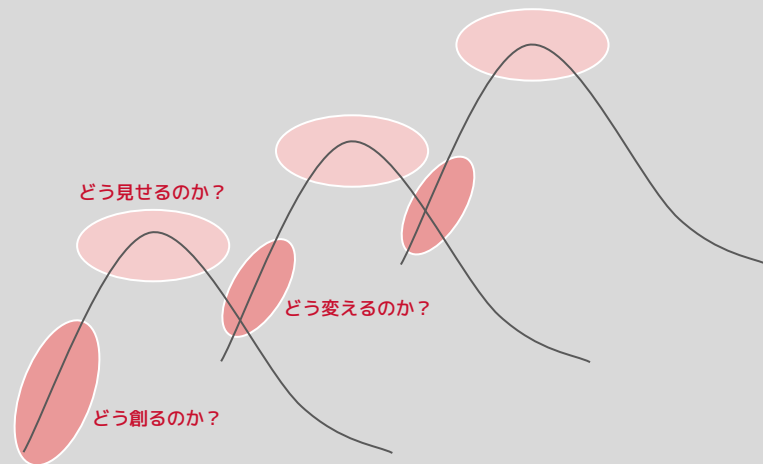
伝統的に広告代理店が対象とする領域

導入期 成長期 成熟期 飽和期 衰退期



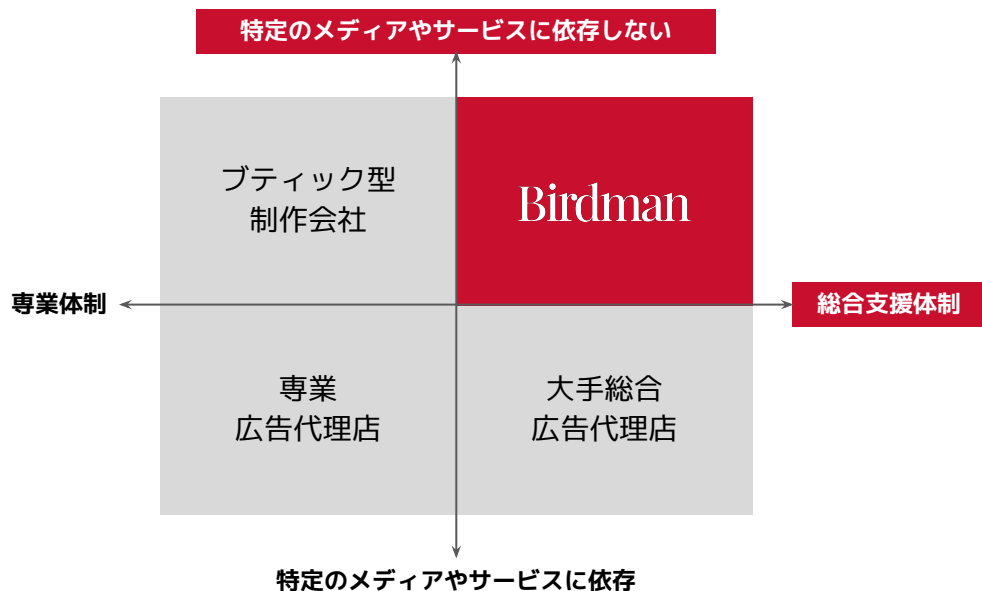
サービスのライフサイクルは緩やかで、成長期から成熟期にかけての
マス広告展開が、従来型広告代理店の主な事業領域だった。

Birdmanが得意とする領域



サービスのライフサイクルは短く、変化が激しくなった。その結果、
「見せる」だけでなく「創る・変える」にも課題解決ニーズが広がり、
Birdmanの得意領域となっている。

特定のメディアやサービスに依存しない総合支援体制により、
従来型の広告代理店・制作会社とは異なるポジショニングを実現している。



- 01 特定のメディアやサービスに依存しない事業モデル
- 02 インサイトの発見→制作までを一気通貫支援
- 03 商材の差別化を実現する世界水準のクリエイティブ
- 04 クライアントの「挑戦」「変化」を先端技術で実現

世界レベルのクリエイティブアワードを400以上受賞。 2017年はアジアで最多のアワード受賞者となった。

Cannes Lions、One Show、CLIO Awardsを始め国内外400件以上の広告、デザインアワードの受賞実績がある。2017年にはアジアでグランプリを含む最多のアワード受賞を成し遂げるなど、その実績は国内外において高く評価され、世界水準ともいえるクリエイティブ力を有している。

2021年度においてもCannes Lionsを複数受賞、Cannes Lions、Clio Award、The One Showの世界3大広告賞全てで受賞など、大きな実績を上げている

AWARDS



ADFEST



CLIO
AWARDS

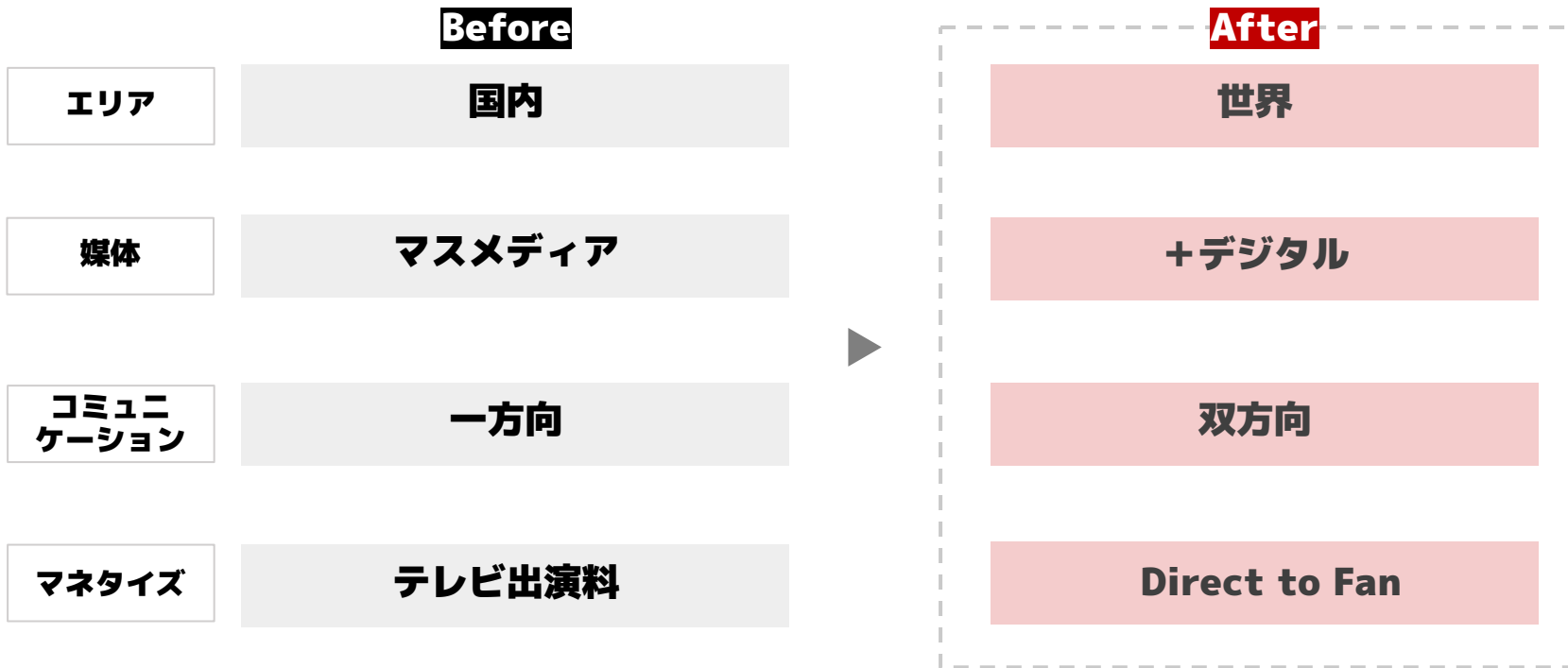


+ MORE



エンターテインメント・トランスフォーメーション事業の強み

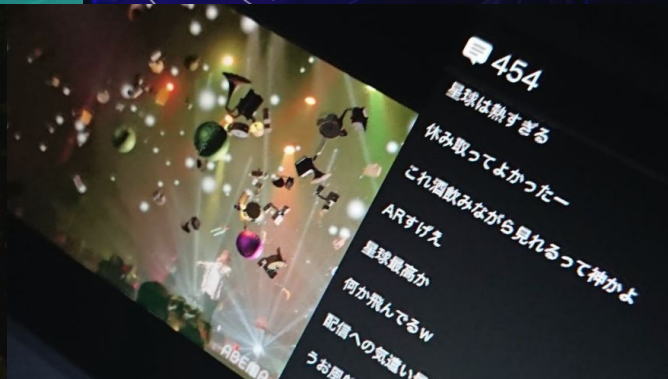
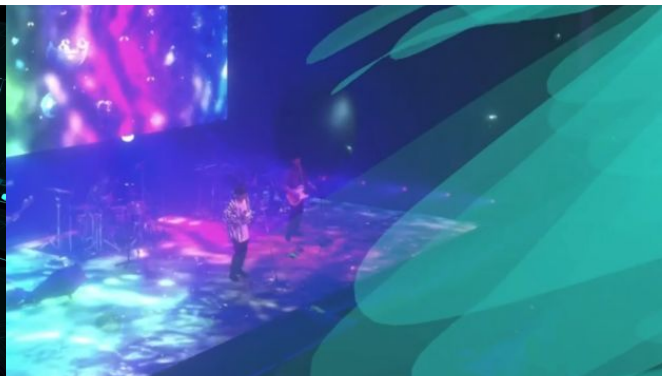
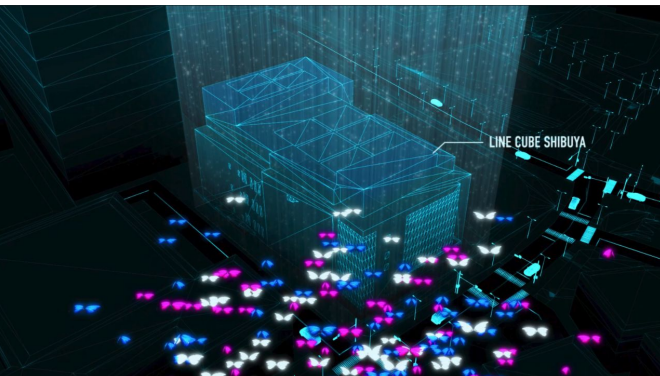
今後のエンタメ業界は、デジタルを軸にファンとの新たなコミュニケーションを構築していく潮流。





Birdmanは、既存事業においてすでにエンタメ×デジタルにおける実績が豊富。
自社事業としてもスピーディーに実践・実装していく環境が整っている。

ポルノグラフィティライブ／CYBERロマンスポルノ'20 ～REUNION～（AR演出）



5. 事業計画

粗利率(※1)を重要指標として位置づけて進捗管理。
9期でコロナ禍の影響を受けるも10期は復調の見込み。

単位：百万	第7期 (2019年6月期)	第8期 (2020年6月期)	第9期(※2) (2021年6月期)	第10期(予測) (2022年6月期)
売上	2,133	2,121	2,161	3,315
粗利率(※1)	49.6%	46.9%	50.4%	48.0%

※1：粗利率= (売上高－外注費) / 売上高

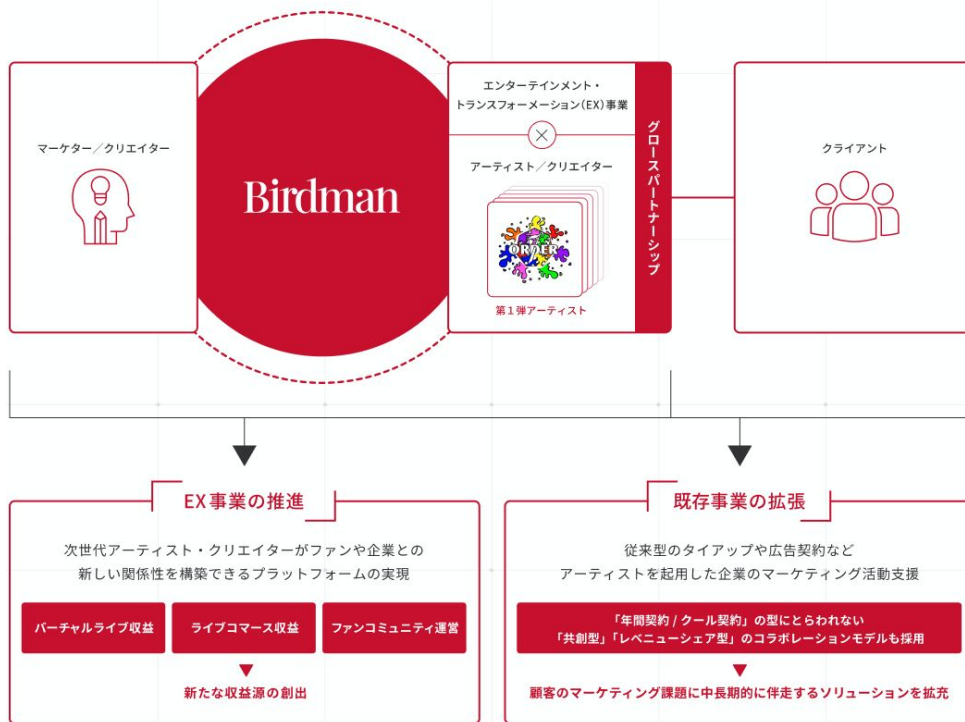
※2：2020年7月1日から2020年12月31日は連結実績

BtoB事業であるMX事業は、クライアント平均粗利高とクライアント数、
BtoC事業であるEX事業は、ファンクラブ会員数とライブ動員数が重要経営指標。

<p style="text-align: center;">MX事業</p> <p style="text-align: center;">マーケティング・トランスフォーメーション事業</p>	<p style="text-align: center;">EX事業</p> <p style="text-align: center;">エンターテインメント・トランスフォーメーション事業</p>
<p style="text-align: center;">< 重要経営指標 ></p> <p style="text-align: center;">クライアント平均粗利高</p> <p style="text-align: center;">クライアント数</p>	<p style="text-align: center;">< 重要経営指標 ></p> <p style="text-align: center;">ファンクラブ会員数</p> <p style="text-align: center;">ライブ動員数</p>

第10期以降の成長ドライバーとなるのは、既存事業とEX事業のシナジーの創出、EX事業の安定運営。

- ・ 既存事業の成長 : 2021年6月期中に、アーティストを起用した、企業のマーケティング活動支援の実施
- ・ EX事業の成長 : 2021年6月期中に、ファンクラブ会員の増加を図り、ファンの皆様に向けたライブコマースやバーチャルライブ収入を確立



6. リスク情報

	リスクの内容	対応策
景気の変動	<p>企業の広告宣伝・広報関連予算は企業の景況に応じて調整されやすく、景気動向に影響を受けやすい傾向にあります。当社の売上は、当該予算に依拠する傾向が強いことから、今後景況感が悪化した場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>【顕在化する可能性：中、時期：常時、影響度：中】</p>	<p>当該リスクへの対応策として、短期的な不況に耐えうる財務体質の強化を目指しております。</p>
業績の変動要因	<p>当社は、顧客ニーズに応じて価格や利益率の異なる複数のサービスを組み合わせて提案しており、受注する案件ごとに提供するサービスや収益性が異なります。従って、実際の受注案件の内容によっては、当社の売上高や売上総利益率が想定した水準から乖離する可能性があります。</p> <p>また、顧客のニーズによっては、収益性の低いサービスの提供を余儀なくされる場合があります。そうしたケースが多く発生した場合、想定した売上高から十分な売上総利益を確保できず、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>【顕在化する可能性：低～中、時期：常時、影響度：低～中】</p>	<p>当該リスクへの対応策として、当社は、利益の確保を重視した営業活動を展開しており、目標の売上総利益を確保できるよう案件の組成に努めております。</p>
人材の確保	<p>当社は、サービス領域の拡大により多様な顧客ニーズに対応した最適な提案が可能になり、顧客からの高い評価を得られております。顧客への迅速な対応と顧客にとってのコストメリットを得られるため、サービス領域を内製化する方針であることから、人材が最も重要な経営資源であると認識しております。従って、当社が今後も事業を拡大し、成長を続けていくためには、優秀な人材のさらなる確保や定着が重要課題となります。しかしながら、人材マーケットの環境変化等により、優秀な人員の適時確保が困難になった場合や、人材が流出してしまう場合、当社の事業展開及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>【顕在化する可能性：中、時期：常時、影響度：低～中】</p>	<p>当該リスクへの対応策として、当社では、中途採用を積極的に実施するとともに、人事制度の整備に注力することで、優秀な人材の確保や定着に努めております。</p>

※当社の事業特性上、特筆すべき事項のみを抜粋しています。その他のリスクについては、有価証券報告書に記載の「事業等のリスク」をご参照ください。

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。

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。

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期 (2022年8月)を目途として開示を行う予定です。

THANK YOU.

Birdman inc.

1-5-3 Shoto Shibuyaku Tokyo 1500046

birdman.tokyo

