

Birdman

2022年6月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社Birdman【7063】

©Birdman Inc. All rights reserved.

WHO WE ARE

Birdmanについて

Strategy & Crazy

Birdman

未来はいつだって不確実だ。

激しい変化の行く末を、楽観する人は少ない。

だからこそ、予想を裏切る何かを、

誰かが創り出さなきゃいけないんだ。

“Strategy & Crazy”

それは予想の斜め上を飛ぶ、戦略的遊び心。

戦略なき遊び心に、スケールはない。

遊び心なき戦略に、夢はない。

心を動かせ。夢を実装せよ。

ストラテジーとクレイジーの両翼で、

世界を、見たことのない景色へ導くんだ。

2022年6月期 第2四半期累計期間 サマリー

2022年6月期
上期業績

売上高・営業利益共に好調。

特に、第2四半期累計期間における売上高は過去最高を更新し、売上高14.2億円を計上。営業利益も第2四半期累計期間で0.7億円を計上するまでに回復。

MX事業

1社当たりの平均粗利高は上昇傾向。一方で、外注費の増加と、大型案件の予算外のコスト発生に伴う粗利減少が発生。稼働管理とプロジェクト採算管理の徹底を進める。

EX事業

2021年9月15日より開始したEX事業は、売上高2.9億円、セグメント利益0.5億円までに成長。ノウハウを積み上げつつ、新たなファンの獲得、ライブやグッズの売上と採算性の向上を進める。

7ORDERとBirdmanがグロースパートナーシップ契約を締結し、EX事業を開始

7ORDER



キーワードを入力

トップ 速報 ライブ 個人 オリジナル みんなの意見 ランキング

主要 国内 国際 経済 エンタメ スポーツ IT 科学 ライフ 地域

岩橋玄樹、7ORDER…「やめジャニ」の躍進が止まらない背景

7/8(水) 13:02 配信 147

FRIDAY DIGITAL

退所後早くもデビューした7ORDERのメンバーは、

オリコンデイリーシングルランキングで初日2位を獲得！

【画像】平野紫耀、7ORDERのメンバーが「やめジャニ」ムショット」公開！

さらに、その公式サイトでの形式やビジュアルが山下智久の公式サイトと似ていること、山下と岩橋がInstagramで相互フォローしていること、どちらも海外志向が強いことなどから、二人の今後のコラボを期待する声もファンの間で出てきている。

なかには、ファーストキッチンで目新しいメニューを始めたのではないかと思った人もいた。親切心で行列に並ぶ人に、近くにあるマクドナルドのほうがいっていると教えてくれる人がいたなどという「珍事」も起きていたらしい。

さらに、7月7日にはメジャーファーストシングル『雨が降り始める合図/SUMMER』をリリースしていたほ

家な人は多いだろうが、阿部や安井、長妻は雑誌「Myojo」毎年恒例の「Jr. 大賞」の「恋人にしたいjr.」部門で上位の常連だったし、諸星翔希は「炎の体育会TV」の「上田ジャニーズ陸上部」でKAT-TUN・上田竜也に「ニヤニヤすんな！」と怒鳴られたバラエティ強者だし、真田佑馬は『笑っていいとも！』16代目いとも青年隊だった。人気メンバーと、お茶の間認知度・タレント性の高いメンバーのいるグループなのだ。

【参考：岩橋玄樹、7ORDER…「やめジャニ」の躍進が止まらない背景】

Profile

2018年に**ジャニーズ事務所を卒業**し、安井謙太郎、真田佑馬、諸星翔希、森田美勇人、萩谷慧悟、阿部顕凰、長妻怜央が、バラエティ番組『イケダマンMAX』をきっかけに2019年5月に始動した7人組のプロジェクト。

「Happyをみんなで作りあげていく」をモットーに、音楽、演劇、アート、ファッションなど、さまざまなジャンルの活動を通して、ファンと“かけがえのない瞬間”を共有している。

オリコン2021年（上半期）の新人ランキングでは、Ado、TREASUREに続き**3位を獲得**し注目を集めている。

About 7ORDER

(セブンオーダー)

安井謙太郎、真田佑馬、諸星翔希、森田美勇人、萩谷慧悟、阿部顕嵐、長妻怜央の7人により2019年5月に始動。「Happyをみんなで作りあげていく」をモットーに、音楽、演劇、アート、ファッションなど、さまざまなジャンルの活動を通して、ファンと“かけがえのない瞬間”を共有していく。2021年1月にアルバム『ONE』でメジャーデビュー後には日本武道館にてワンマンライブを開催。7月に発売したメジャーファーストシングル『雨が始めの合図／SUMMER様様』では、オリコンデイリーシングルランキングにて初日2位を記録するなど、今最も注目される新進気鋭のアーティストです。現在は11月の東京公演を皮切りに、2022年2月の代々木競技場第一体育館で開催されるファイナルまで、全13箇所をめぐる冬の全国ツアー『7ORDER LIVE TOUR 2021-2022 「Date with.....」』を開催中。



@7order_official

140,000 follower



@7ORDER projectl

194,000 follower



@7order_project_official

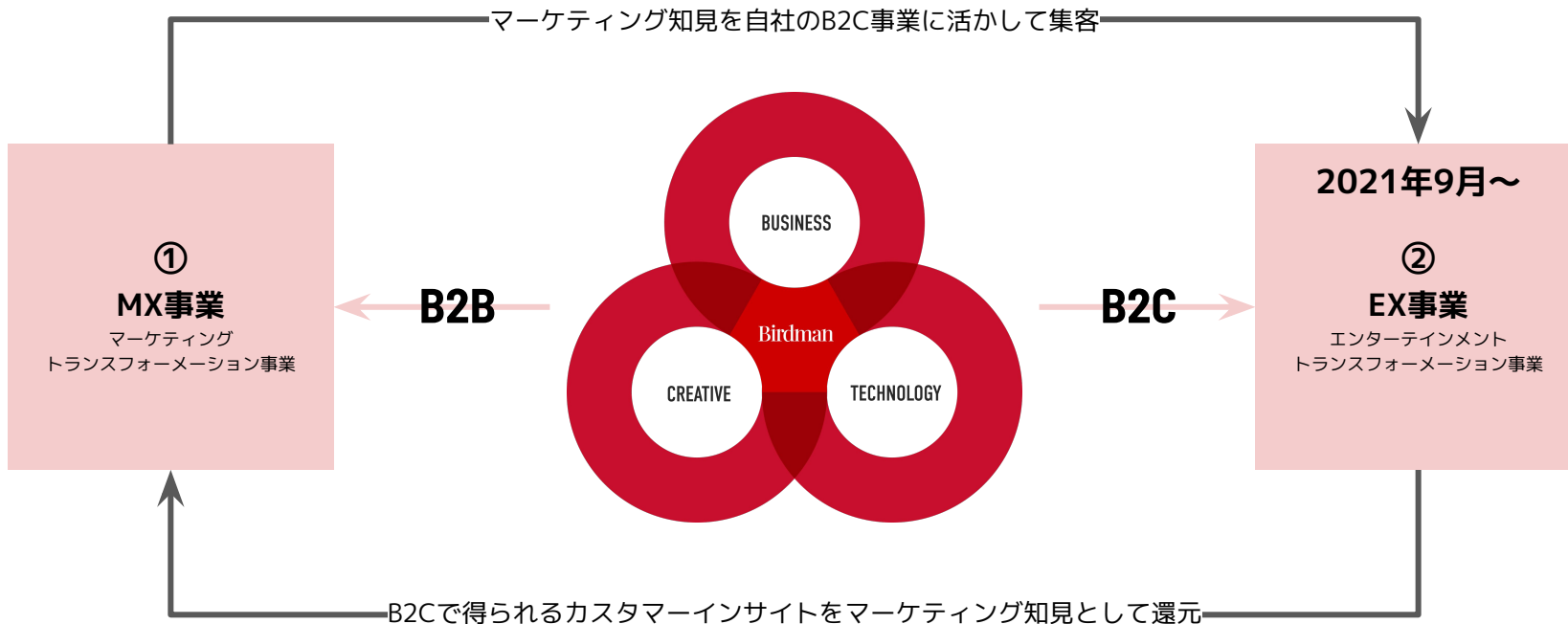
173,000 follower



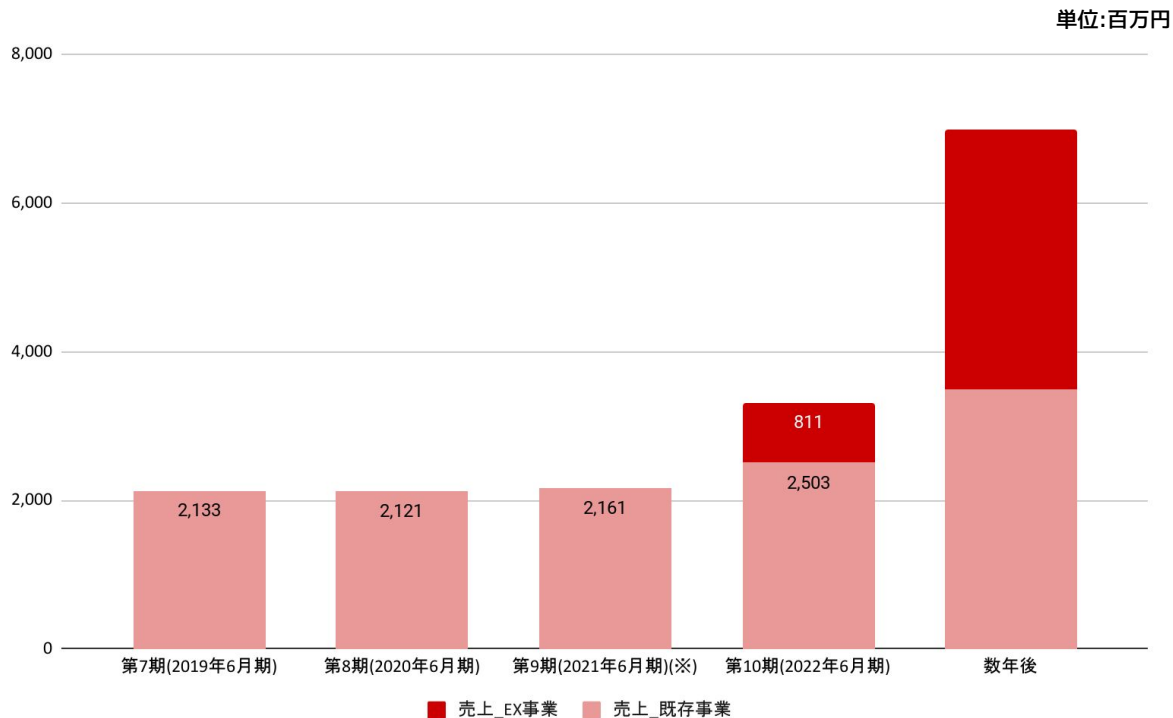
@7order_official

135,000 follower

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。



第10期よりEX事業を開始。
数年後にMX事業と同等レベルの事業規模を目指す。

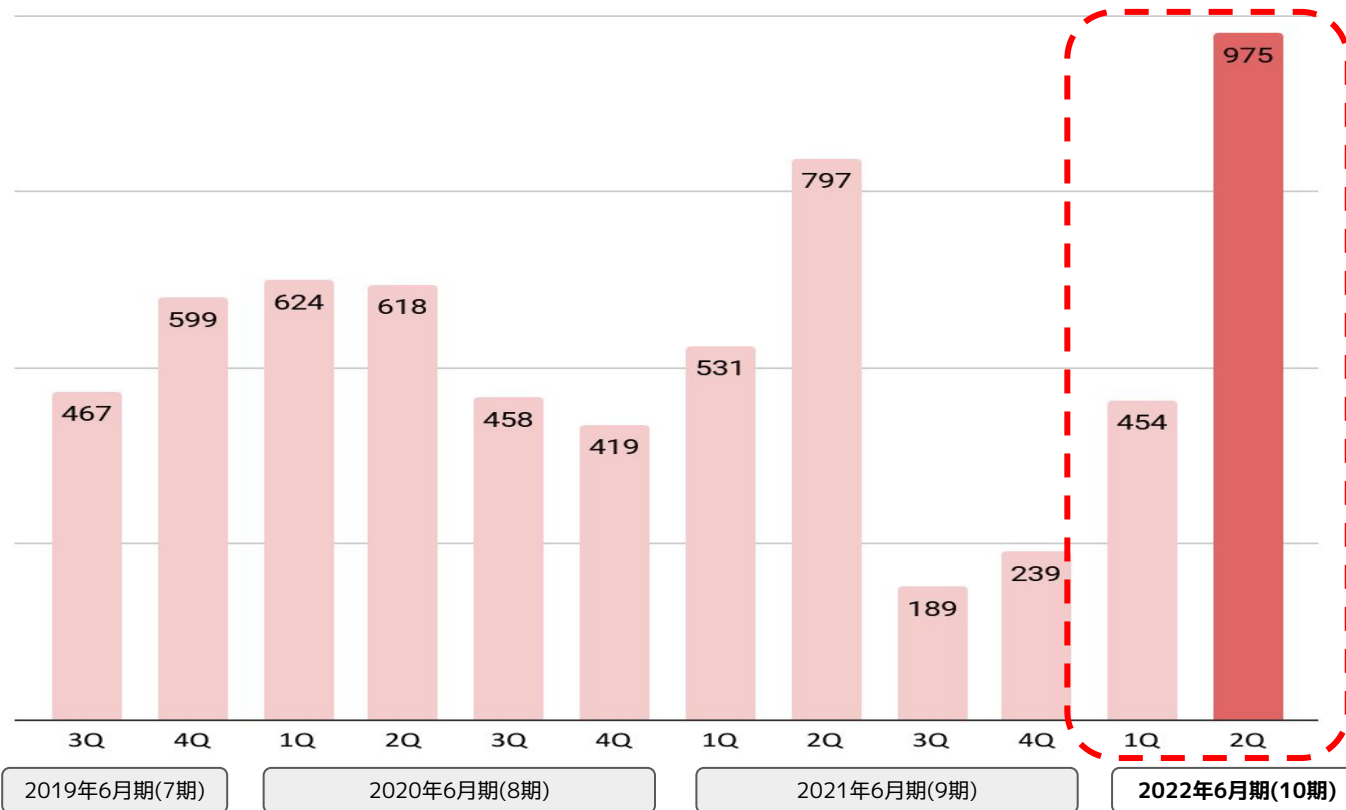


※2021年1月1日に全ての子会社を吸収合併し連結財務諸表非作成会社となったが、経済的実態は従前の連結財務諸表作成会社と差異は無し(以降同様)

2022年6月期 第2四半期業績 サマリー

第2四半期累計期間における売上高は過去最高を更新。

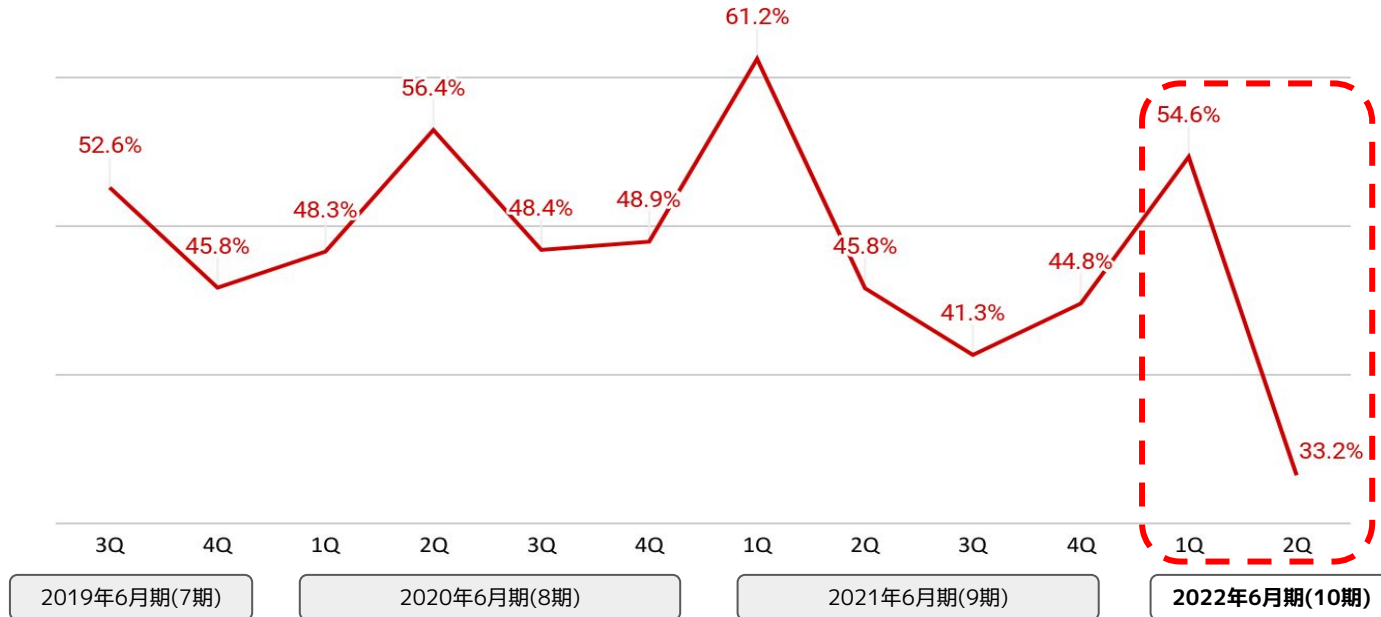
単位：百万円



当第2四半期の粗利率が低い理由としては、**外注費費の増加**、**大型案件にて予算外のコストの増加**に加えて、**EX事業のライブ開催に伴う費用**、**グロースパートナーシップ契約に伴う費用等**が四半期を通して寄与したことが要因。

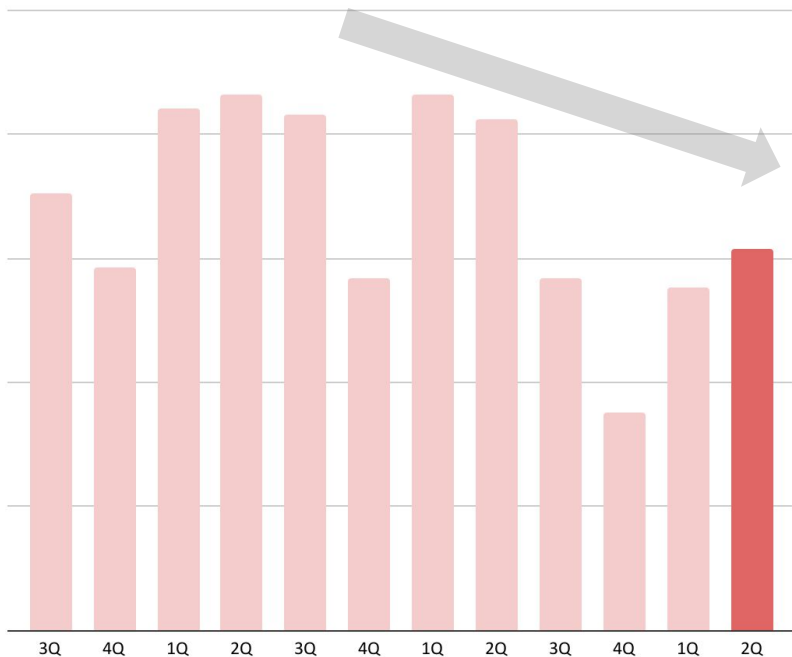
参考：EX事業を除外した粗利率は次の通り【1Q:54.6%→55.0%、2Q:33.2%→37.7%】

*粗利率 = (売上総利益 + 原価人件費) / 売上高
 会計上の売上総利益は、【売上高 - 外注費 - 原価人件費等】



前期同時期との比較において、クライアント数は減少し、クライアント平均粗利高は上昇。
1社当たりの平均粗利高は上昇傾向。

| クライアント数



2019年6月期(7期)

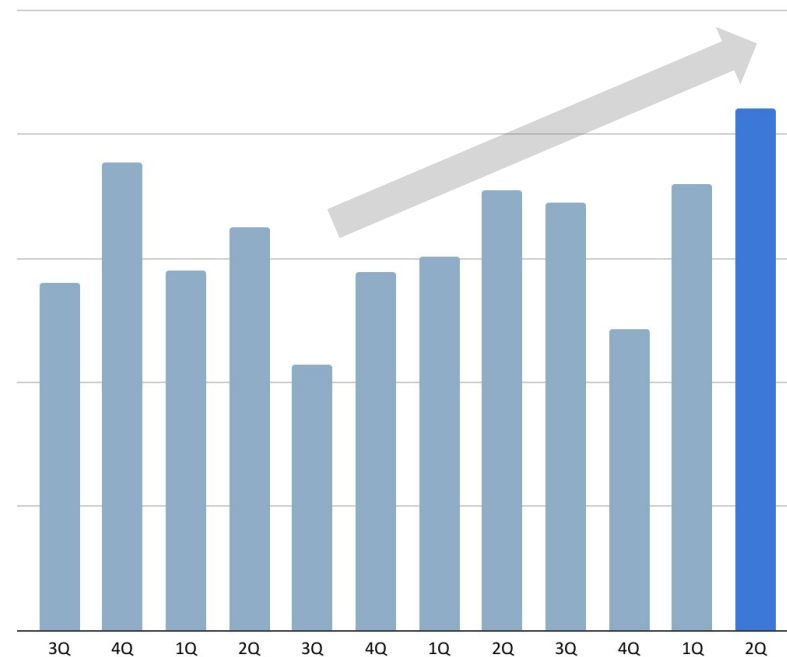
2020年6月期(8期)

2021年6月期(9期)

2022年6月期(10期)

| クライアント平均粗利高

*粗利高 = 売上総利益 + 原価人件費



2019年6月期(7期)

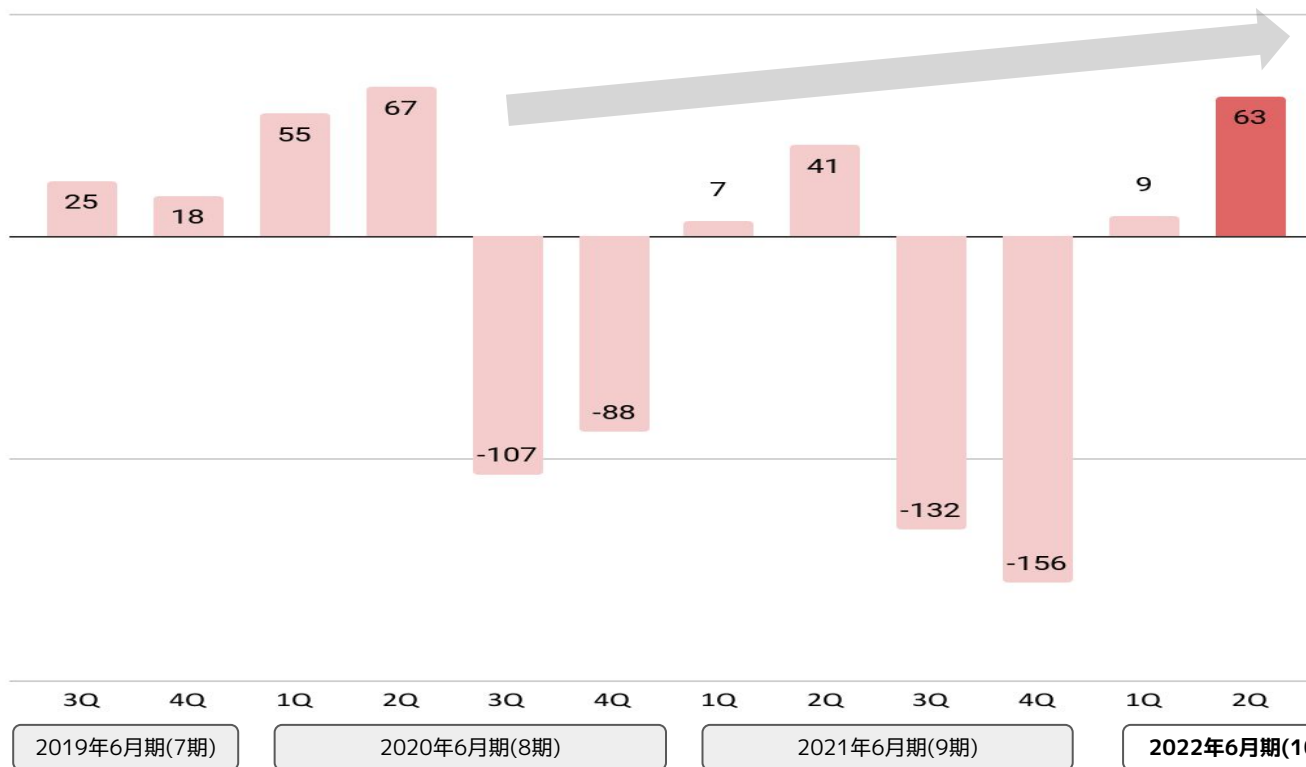
2020年6月期(8期)

2021年6月期(9期)

2022年6月期(10期)

全社コストの適性化を進めることにより、営業利益は2020年6月期2Qと同水準まで回復。

単位：百万円



四半期利益は、2020年6月期の水準まで回復。

単位：百万円

	第7期 2019年6月期		第8期 2020年6月期				第9期 2021年6月期				第10期 2022年6月期		上期累計
	3Q (連結)	4Q (連結)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)	4Q (連結)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (単体)	2Q (単体)	
売上高	467	599	624	618	458	419	531	797	189	239	454	975	1,429
売上総利益	223	243	255	302	144	132	240	281	▲74	1	146	225	372
営業利益	25	18	55	67	▲107	▲88	7	41	▲132	▲156	9	63	72
経常利益	13	9	33	67	▲110	▲79	12	37	▲103	▲154	8	62	71
四半期利益	3	13	20	36	▲363	▲303	5	25	158	▲239	12	45	58

MX事業、EX事業共にセグメント利益を計上し、**全社費用は減少傾向。**

単位：百万円

		第10期 2022年6月期		
		1Q (単体)	2Q (単体)	上期累計
MX事業	売上高	446	684	1,131
MX事業	セグメント利益	128	119	248
EX事業	売上高	7	290	297
EX事業	セグメント利益	1	53	54
全社	全社費用	▲120	▲109	▲230
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	72

※セグメント情報は、2022年6月期第1四半期より開示

単位：百万円

	2021年6月期 第2四半期 連結実績※	2022年6月期 第2四半期 (単体)実績	前年同期比	主な増減要因
売上高	797	975	177	EX事業が四半期を通じて業績に寄与したため
売上総利益	281	225	▲55	クライアント数の増加に伴い外注費費の増加、大型案件にて予算外のコストの増加が主な要因
営業利益	41	63	21	全社コスト適正化の効果が顕在化しはじめていることが主な要因
経常利益	37	62	25	営業利益と同様の理由
四半期利益	25	45	20	営業利益と同様の理由

※2021年6月期第2四半期の単体決算は開示していないため、同時期の連結決算と比較

単位：百万円

	2021年6月期 上期累計 連結実績※	2021年6月期 上期累計 (単体)実績	前年同期比	主な増減要因
売上高	1,329	1,429	99	EX事業を9月より開始し、第2四半期は四半期を通じて業績に寄与したため
売上総利益	521	372	▲149	クライアント数の増加に伴い外注費費の増加、大型案件にて予算外のコストの増加が主な要因
営業利益	49	72	23	全社コスト適正化の効果が顕在化しはじめていることが主な要因
経常利益	49	71	22	営業利益と同様の理由
当期純利益	30	58	27	営業利益と同様の理由

※2021年6月期第2四半期の単体決算は開示していないため、同時期の連結決算と比較

流動資産と流動負債が2020年12月末と比較して増加した要因は、EX事業部のライブ開催に伴う債権と債務が発生しているため。一方、前期末と比較し利益剰余金が厚くなり、財務安全性に問題はない。

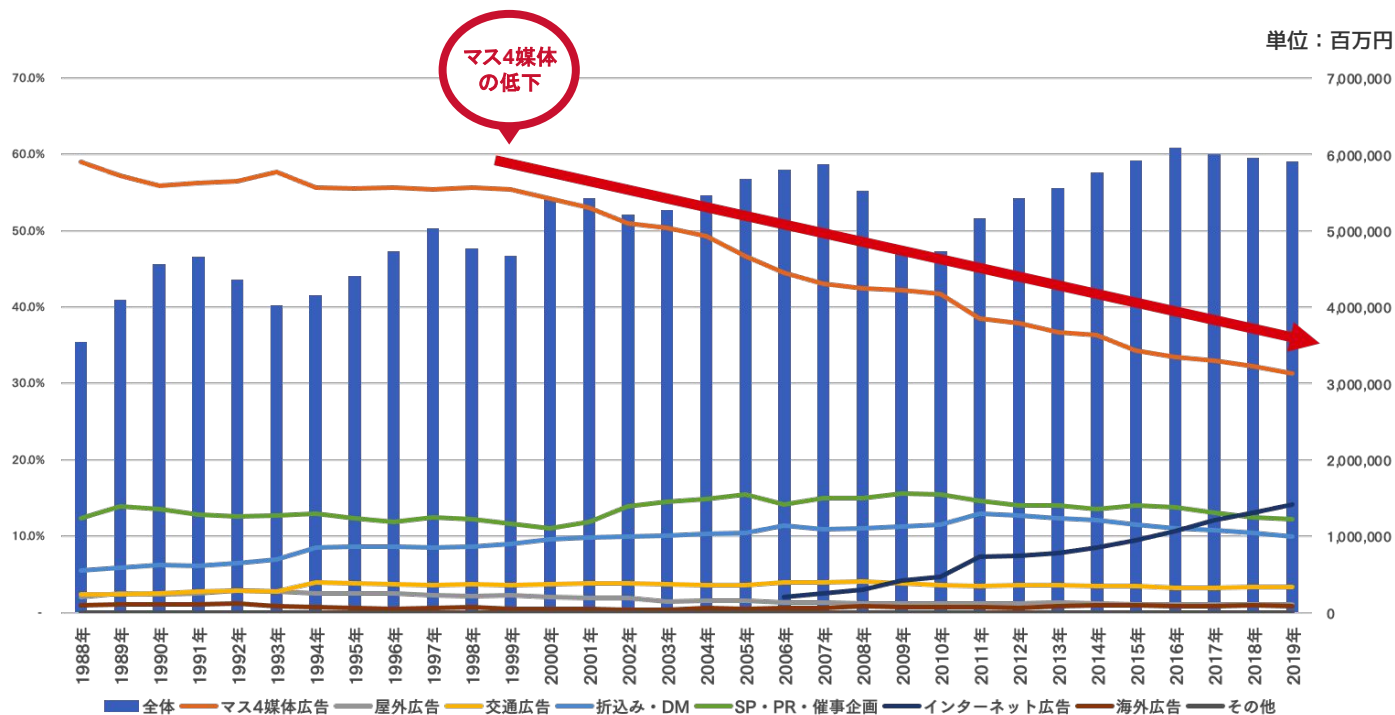
単位：百万円

	2021年6月末	2021年12月末	前期末比	参考2020年12月末
流動資産	823	1,289	466	1,126
固定資産	337	367	29	346
総資産	1,161	1,656	495	1,473
流動負債	322	659	336	528
固定負債	506	606	99	429
負債合計	829	1,265	436	958
純資産	332	390	58	514
負債純資産合計	1,161	1,656	495	1,473



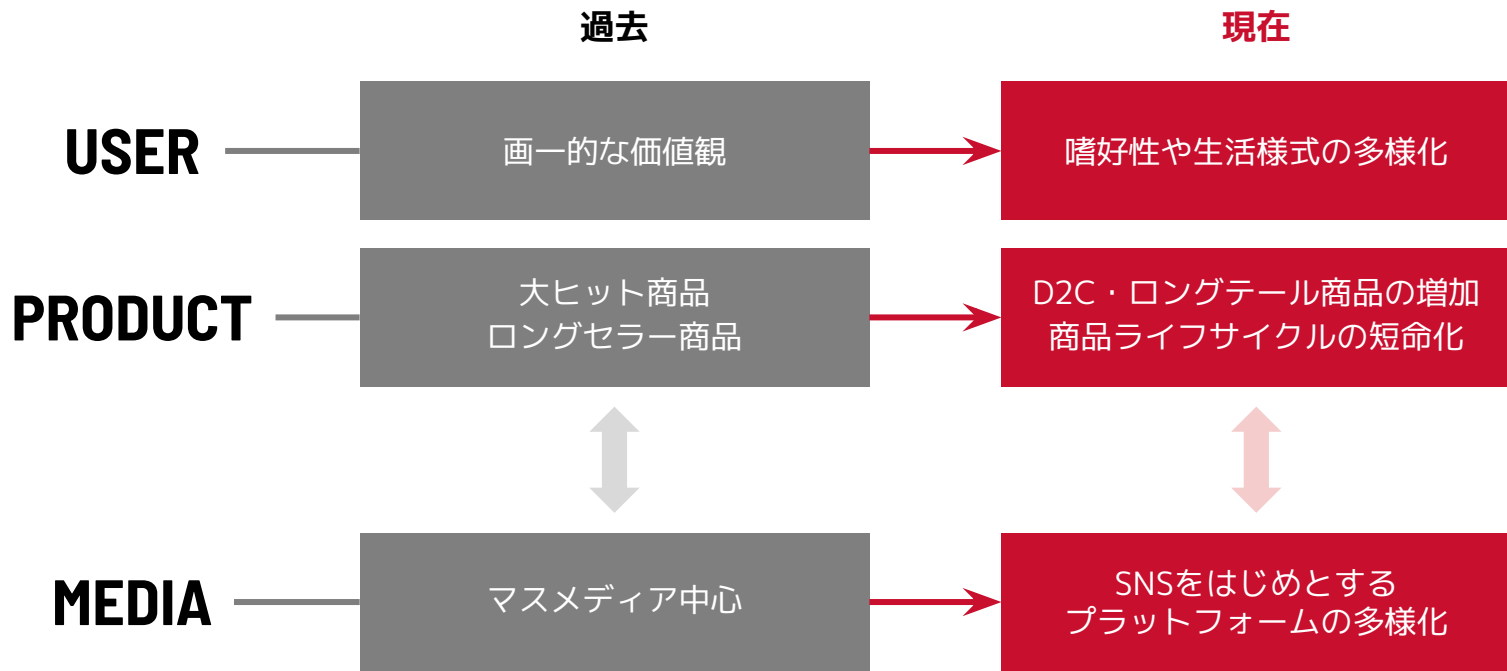
事業環境

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

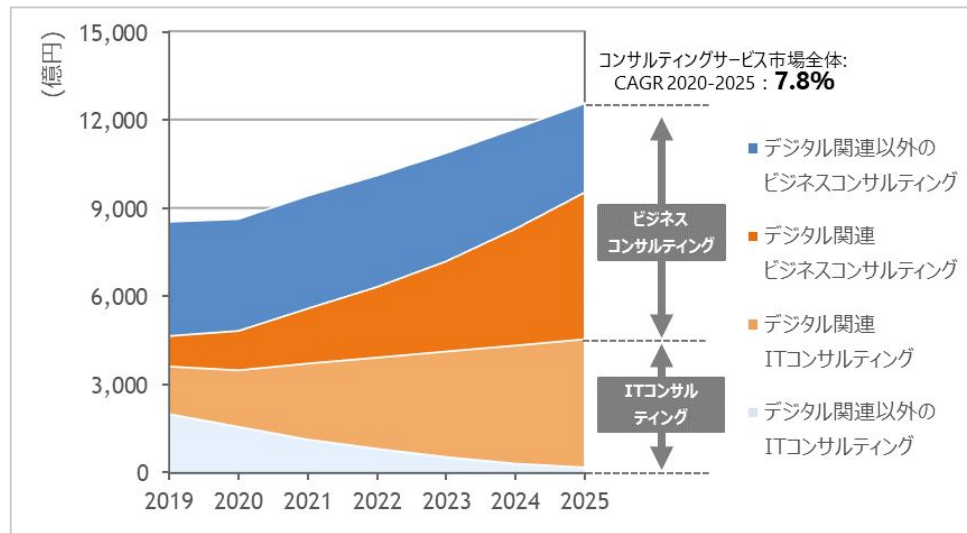
「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



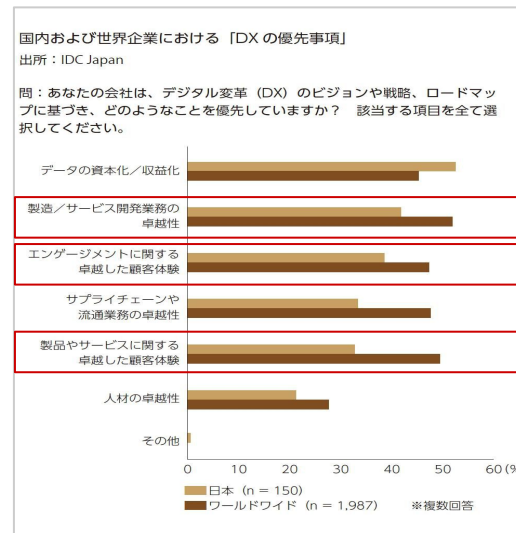
2025年に向けて、顧客体験創造に関する領域のDXにおいて著しい成長が見込まれる。

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。

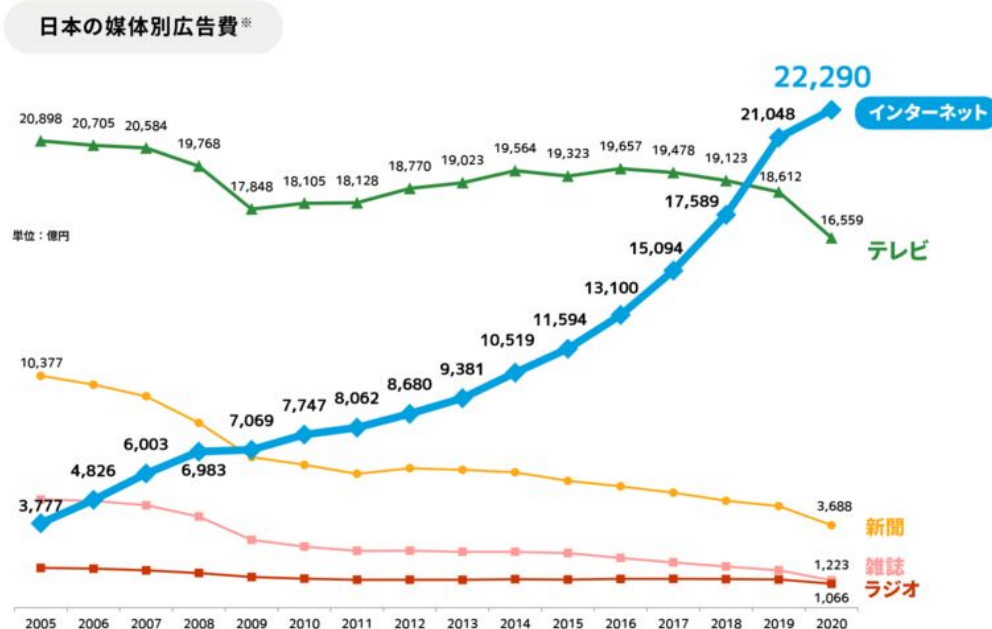


出典：IDC Japan国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年



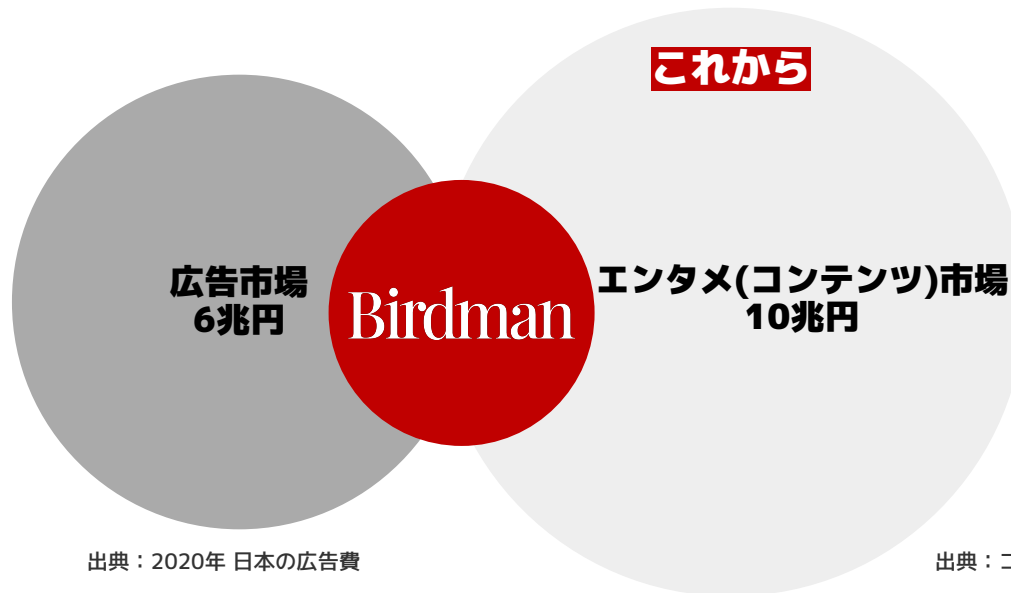
出典：IDC Japan 国内および起業における「DXの優先事項」

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

広告市場は6兆円、エンタメ市場は10兆円。
巨大な市場に属する。



出典：2020年 日本の広告費

出典：コンテンツの世界市場・日本市場の概観 経済産業省

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

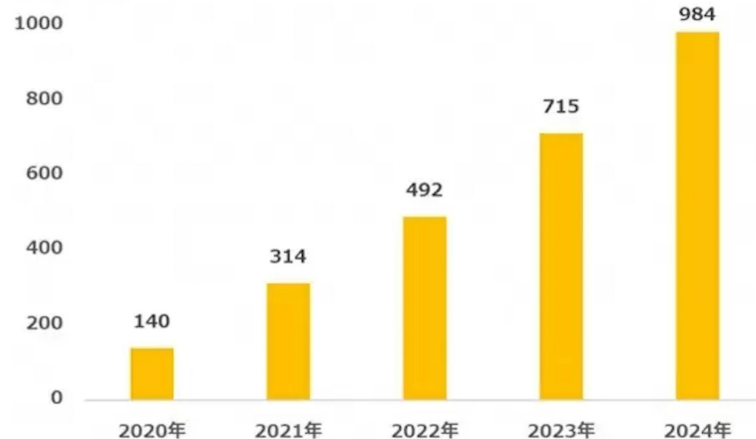


国内

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.

Birdmanの強み

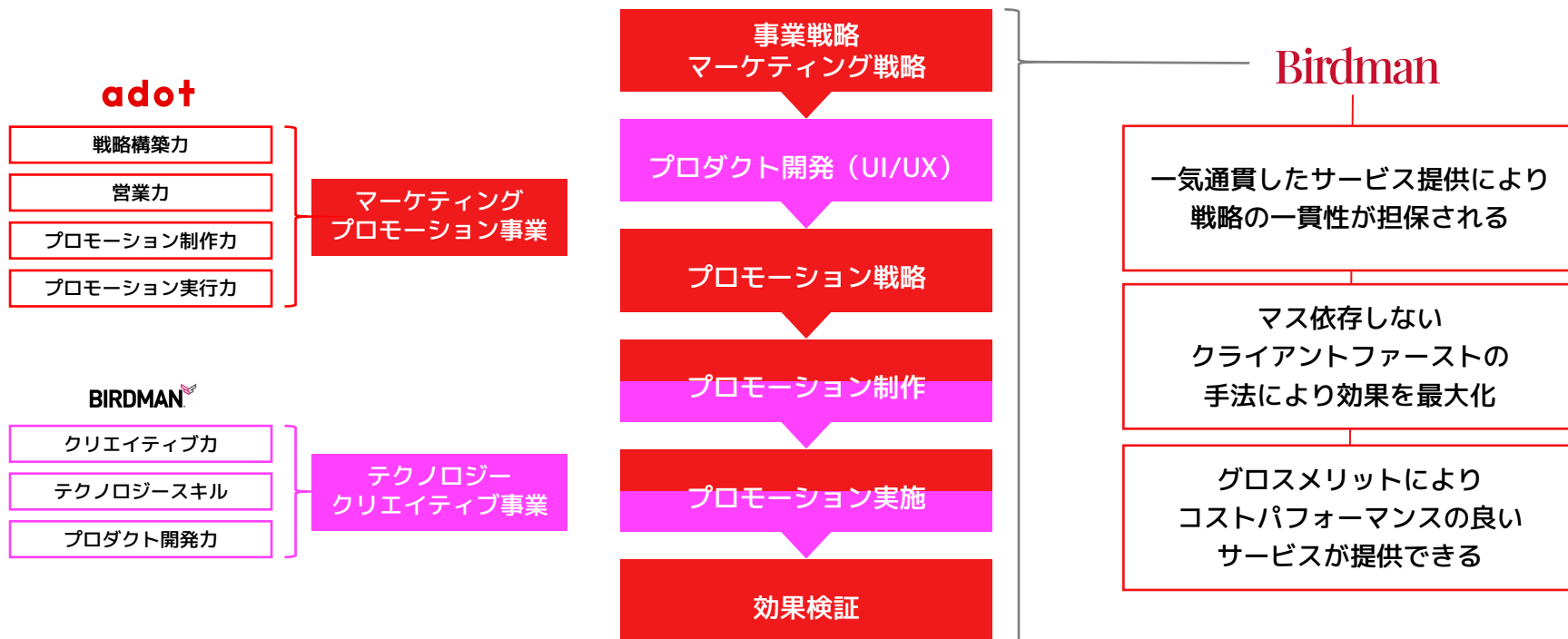


Birdmanの強み MX事業

広告業界においてクライアントが一つのプロジェクトを実施するためには、
多くの専門代理店/制作会社に依頼するか、大規模予算で大手代理店に依頼するか、
 という選択肢に限られてしまっている状況。



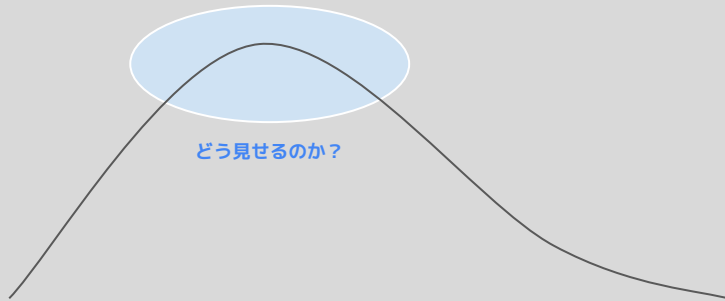
Birdmanは、マーケティングプロモーション事業+クリエイティブテクノロジー事業で、
ハイパフォーマンスでコストメリットのある一気通貫ソリューションを実現できる体制を有する



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。

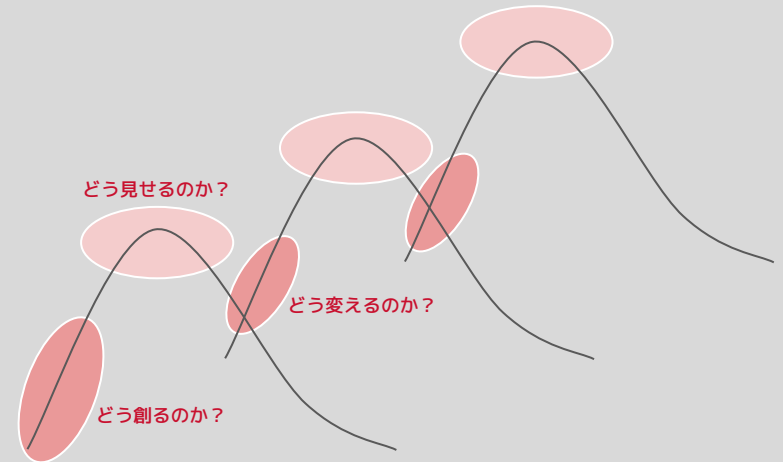
伝統的に広告代理店が対象とする領域

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。

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

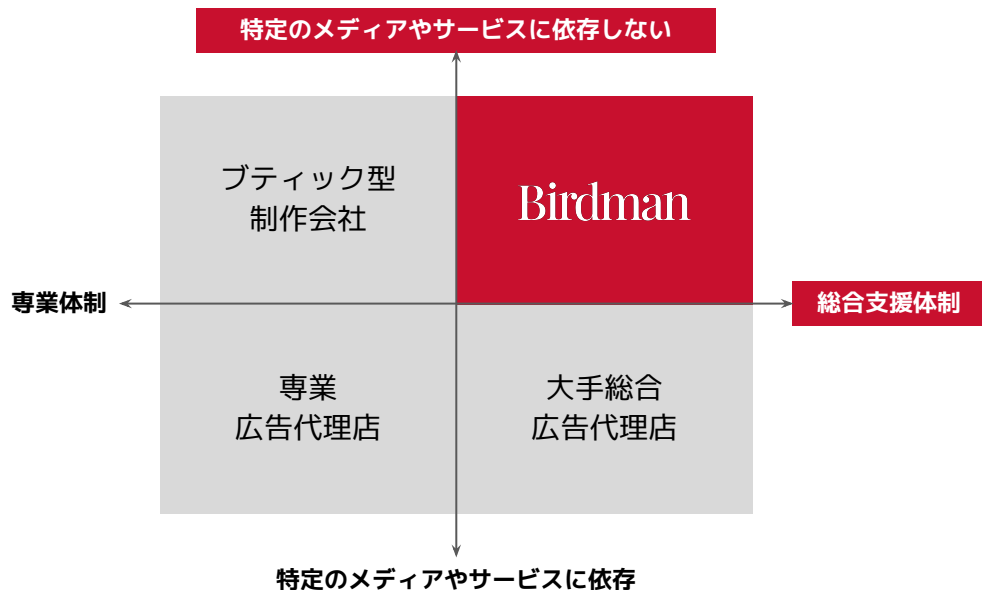


CLIO
AWARDS



+ MORE

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

社会の
潮流

DX化がトレンドとなり、システム等バックオフィスのDX化は進む

今後の
DX領域

Marketing

製品やサービスが溢れている社会において
ユーザー視点に立って、どのように顧客体験の全体設計をするか

Technology

ITシステムのことを理解し、最新テクノロジーを活用しながら、
どのように顧客体験を向上させていくのか

Creative

どのようにユーザーに伝えると効果的にベネフィットを伝えられるのか、
拡散できるのか

提供
価値

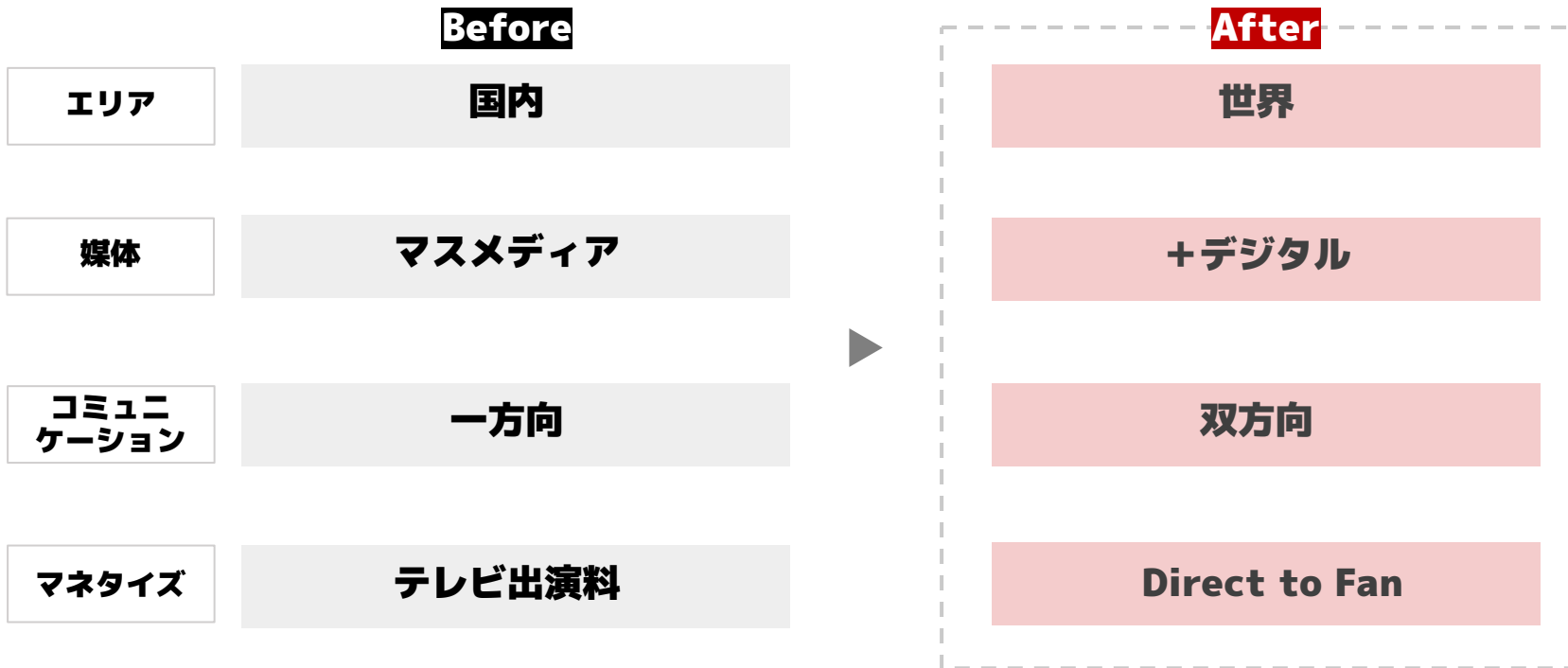
今後求められるのは3つの領域を一気通貫で支援できる会社・チーム

Marketing × Technology × Creative = Birdman



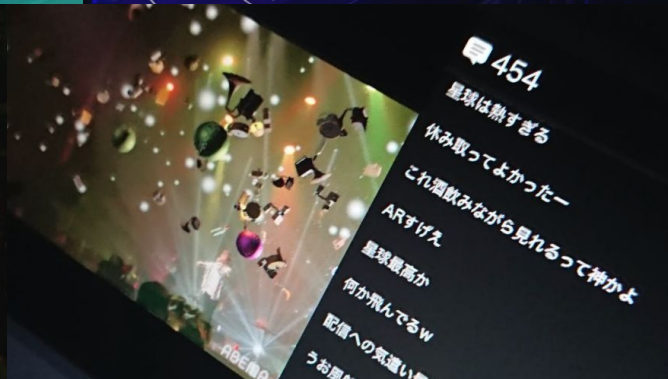
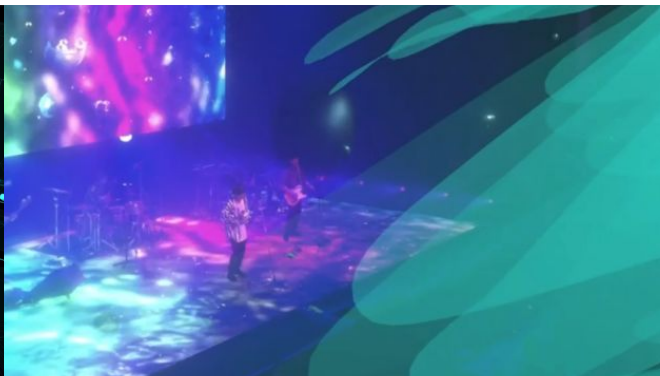
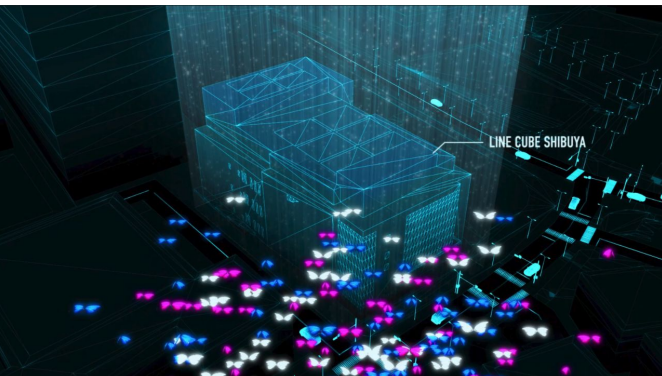
Birdmanの強み EX事業

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)



7ORDERとBirdmanがグロースパートナーシップ契約を締結し、EX事業を開始

7ORDER



キーワードを入力

トップ 速報 ライブ 個人 オリジナル みんなの意見 ランキング

主要 | 国内 | 国際 | 経済 | エンタメ | スポーツ | IT | 科学 | ライフ | 地域

岩橋玄樹、7ORDER…「やめジャニ」の躍進が止まらない背景

7/8(木) 13:02 配信 147

FRIDAY DIGITAL

退所後早くもデビューした7ORDERのメンバーは、

オリコンデイリーアルバムランキングで2位を獲得!

GENKI WAHASHI

【画像】平野紫耀、中島健人…「やめジャニ」の躍進が止まらない背景

7月1日にオープンした岩橋玄樹のオフィシャルサイトより

さらに、その公式サイトでの形式やビジュアルが山下智久の公式サイトと似ていること、山下と岩橋がInstagramで相互フォローしていること、どちらも海外志向が強いことなどから、二人の今後のコラボを期待する声もファンの間で出てきている。

なかには、ファーストキッチンで目新しいメニューを始めたのではないかと考えた人もいた。親切心で行列に並ぶ人に、近くにあるマクドナルドのほうがいいてくれると教えてくれる人がいたなどという「珍事」も起きていたらしい。

さらに、7月7日にはメジャーファーストシングル『雨が降り始める合図/SUMMER様』をリリースした。このシングルは、7月7日にリリースされた。このシングルは、7月7日にリリースされた。

もピンと来ない人は多いだろうが、阿部や安井、長妻は雑誌「Myojo」毎年恒例の「Jr. 大賞」の「恋人にしたいjr.」部門で上位の常連だったし、諸星翔希は「炎の体育会TV」の「上田ジャニーズ陸上部」でKAT-TUN・上田竜也に「ニヤニヤすんな!」と怒鳴られたバラエティ強者だし、真田佑馬は『笑っていいとも!』16代目이기도な青年隊だった。人気メンバーと、お茶の間認知度・タレント性の高いメンバーのいるグループなのだ。

【参考：岩橋玄樹、7ORDER…「やめジャニ」の躍進が止まらない背景】

Profile

2018年にジャニーズ事務所を卒業し、安井謙太郎、真田佑馬、諸星翔希、森田美勇人、萩谷慧悟、阿部頌風、長妻怜央が、バラエティ番組『イケダマンMAX』をきっかけに2019年5月に始動した7人組のプロジェクト。

「Happyをみんなで作りあげていく」をモットーに、音楽、演劇、アート、ファッションなど、さまざまなジャンルの活動を通して、ファンと“かけがえのない瞬間”を共有している。

オリコン2021年（上半期）の新人ランキングでは、Ado、TREASUREに続き3位を獲得し注目を集めている。

About 7ORDER

(セブンオーダー)

安井謙太郎、真田佑馬、諸星翔希、森田美勇人、萩谷慧悟、阿部顕嵐、長妻怜央の7人により2019年5月に始動。「Happyをみんなで作りあげていく」をモットーに、音楽、演劇、アート、ファッションなど、さまざまなジャンルの活動を通して、ファンと“かけがえのない瞬間”を共有していく。2021年1月にアルバム『ONE』でメジャーデビュー後には日本武道館にてワンマンライブを開催。7月に発売したメジャーファーストシングル『雨が始めりの合図／SUMMER様様』では、オリコンデイリーシングルランキングにて初日2位を記録するなど、今最も注目される新進気鋭のアーティストです。現在は11月の東京公演を皮切りに、2022年2月の代々木競技場第一体育館で開催されるファイナルまで、全13箇所をめぐる冬の全国ツアー『7ORDER LIVE TOUR 2021-2022 「Date with.....」』を開催中。



@7order_official

140,000 follower



@7ORDER projectl

194,000 follower



@7order_project_official

173,000 follower



@7order_official

135,000 follower

冬ツアー (11月中旬~2月末) では、**総動員数 約7.5万人を見込**

2021年11月27日(土)~2022年2月27日(日)

START



2月
開催



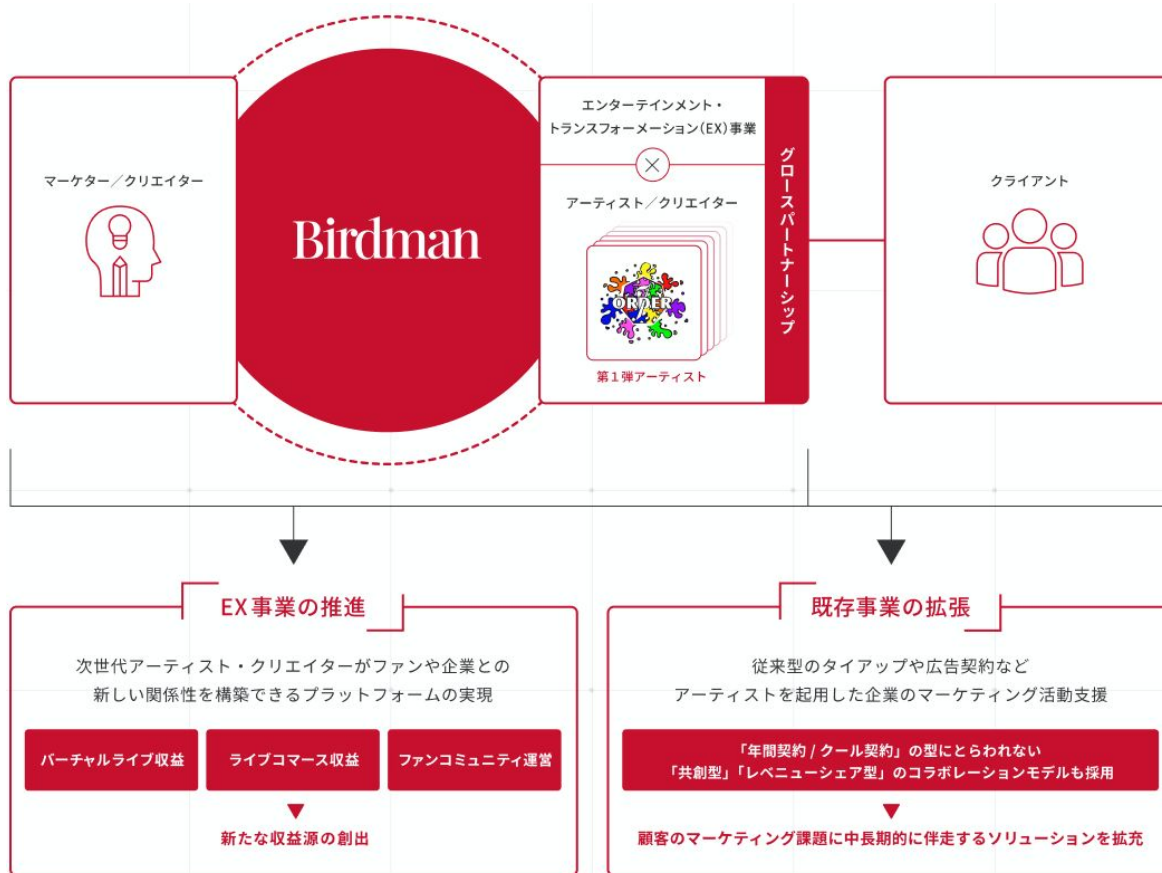
GOAL

2月
開催

EX事業は、既存のMX事業との親和性は高い



MX事業とEX事業のシナジーの創出のイメージは以下の通り



今後の展開

第3Q以降の注力領域

MX事業

- 採算管理システムの本格稼働による、生産性向上と採算管理の徹底による利益率の向上
- 独自のポジショニングと強みによる案件獲得能力の強化
- パートナーである7ORDERと協力した企業のマーケティング支援

EX事業

- 7ORDERを主とするEX事業における、ライブ収入、グッズ販売収入、そして、ファンクラブ収入の安定的な創出と利益率の向上
- MX事業と協力し、7ORDERの認知率向上と魅力を広く伝えることを通じたファンの拡大

新規事業

- 既存のEX事業に留まらず、エンターテインメント領域の新規事業を2023年6月期に開始するためにも、現在、準備が進行中

MX事業とEX事業で利益と実績を積み上げ、
エンターテインメント領域の**新規事業**を立ち上げる



Birdman

Marketing × **Entertainment** × **Technology**

新規事業

EX事業

MX事業

Birdman Showreel 2015-2021



<https://www.youtube.com/watch?v=Ahe9KC1TQAq>



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。

THANKS

Birdman inc.

1-5-3 Shoto Shibuyaku Tokyo 1500046

+81-3-6865-1320

birdman.tokyo

