

Birdman

2022年6月期 第3四半期

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3四半期累計期間 サマリー

2022年6月期
第3四半
期累計

第3四半期累計期間における売上高は過去最高額を更新し、売上高26.9億円を計上。
第3四半期累計期間における営業利益と経常利益も過去最高額を更新し、営業利益1.8億円、経常利益1.8億円を計上するまでに成長。

MX事業

当社が開発に関わるプロジェクトが世界的権威のあるクリエイティブ賞を受賞。
新規クライアントからの指名案件が増加、継続して稼働管理とプロジェクト採算管理の徹底を進める。
結果としてMX事業は、売上高17.3億円、セグメント利益3.7億円までに成長。
一方、5D LIVE™案件の受注に伴い、案件を通じたノウハウを蓄積し、サービス化を進める。

EX事業

2021年11月27日から全13会場33公演を約3ヶ月にわたって開催した全国ツアーは、7ORDERツアー史上最大の8万5千人以上を動員。
結果としてEX事業は、売上高9.6億円、セグメント利益1.5億円までに成長。
継続してエンターテインメント業界の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。

1. 新規クライアントからの**指名案件が増加**し、売上貢献に結びついた。
2. プロジェクト採算管理の徹底を進め、一時低下傾向にあった**粗利率が改善傾向**へ。
3. 当社が開発に関わるプロジェクトが**世界的権威のあるクリエイティブ賞を受賞**。*下記参照



「THE TOKYO TOILET」

GOOD DESIGN、CLIO、iF DESIGN AWARDなど受賞
音声認識技術を採用しドアの開閉から便器の操作だけでなく、音楽をかけたたりすることもできるクリーンかつ画期的なトイレ。Birdmanは企画や体験設計から参加し、デザイン/各種機器との連携/ボイスコマンドシステムの実装を担当。



<https://birdman.tokyo/projects/tokyotoilet>



「IG STOCK MUSIC」

株価 × AI × アーティストによる全く新しい音楽体験を提供。
オンライン証券会社のIG証券が様々な企業の株価チャートを音楽へと変えることを試みた世界初の革新的なプロジェクトに参加。
4月11日に公開した。



<https://ig-stockmusic.com/>

1. 引き続き、プロジェクト採算管理の徹底および粗利率の改善に取り組む。
2. グローバルでサービス展開する外資系クライアントの国内プロモーション案件を獲得。
3. 大手クライアントの5D LIVE™案件にまつわる伴走型プロジェクトが進行し、
また、自社サービスとして、アーティスト等と連携した5D LIVE™の企画・開発の検討開始。

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、長妻伶央の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『雨が始まりの合図／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。

2021年11月27日のTACHIKAWA STAGE GARDEN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会場33公演を約3ヶ月にわたって開催した全国ツアー『7ORDER LIVE TOUR 2021-2022 「Date with.....」』は、7ORDERツアー史上最大の8万5千人以上を動員。



@7order_official

140,300 follower



@7ORDER project

193,000 follower



@7order_project_official

166,000 follower



@7order_official

152,000 follower

※2022/4月末時点

TOPICS.1

7ORDER3周年感謝祭

「燦参七拍子」



■概要

2022年5月22日にグループ結成3周年を迎える。
それを記念し『7ORDER 3周年感謝祭 燦参七拍子（さんさんなびょうし）』を
5月21・22日（土・日）に行うことが決定！
1周年、2周年ともに配信イベントを行ってきた7ORDER。
周年記念イベントとしては、今回が初のリアルでの開催を行う！

TOPICS.2

Huluレギュラー配信！

セブオダREBOOOOOOORN！ 7ORDER進化計画



■概要

Huluでは4月29日から7ORDER冠番組
『セブオダ REBOOOOOOORN！ 7ORDER 進化計画』を独占配信！
歌、ダンス、芝居と多彩な才能を見せ人気急上昇中の7ORDERが、
“一流のエンターテイナー”を目指すべく無理難題にチャレンジする
ドキュメントバラエティ番組。
常に成長を続ける7ORDERの“進化計画”を楽しもう。

2022年7月1日に、エンターテインメント事業に特化した子会社
株式会社Entertainment Next(通称：エンタメネクスト)を設立

【設立の目的】

1. 国内に限定せず、海外を含めたアーティストと共に、新たなエンターテインメントの形を創出し、EX事業のさらなる強化
2. 日韓中出身のメンバーからなる韓国発の多国籍アーティストグループ「BLANK2Y (ブランキー)」とグロースパートナーシップ契約を締結し、今後も様々なアーティストと同契約を推進
3. グロースパートナーシップ契約以外にも、日本国内におけるタレント活動のプロデュース業務、ライブ、コンサート、イベントの企画、運営、広告業務、そして5D LIVE™等を推進

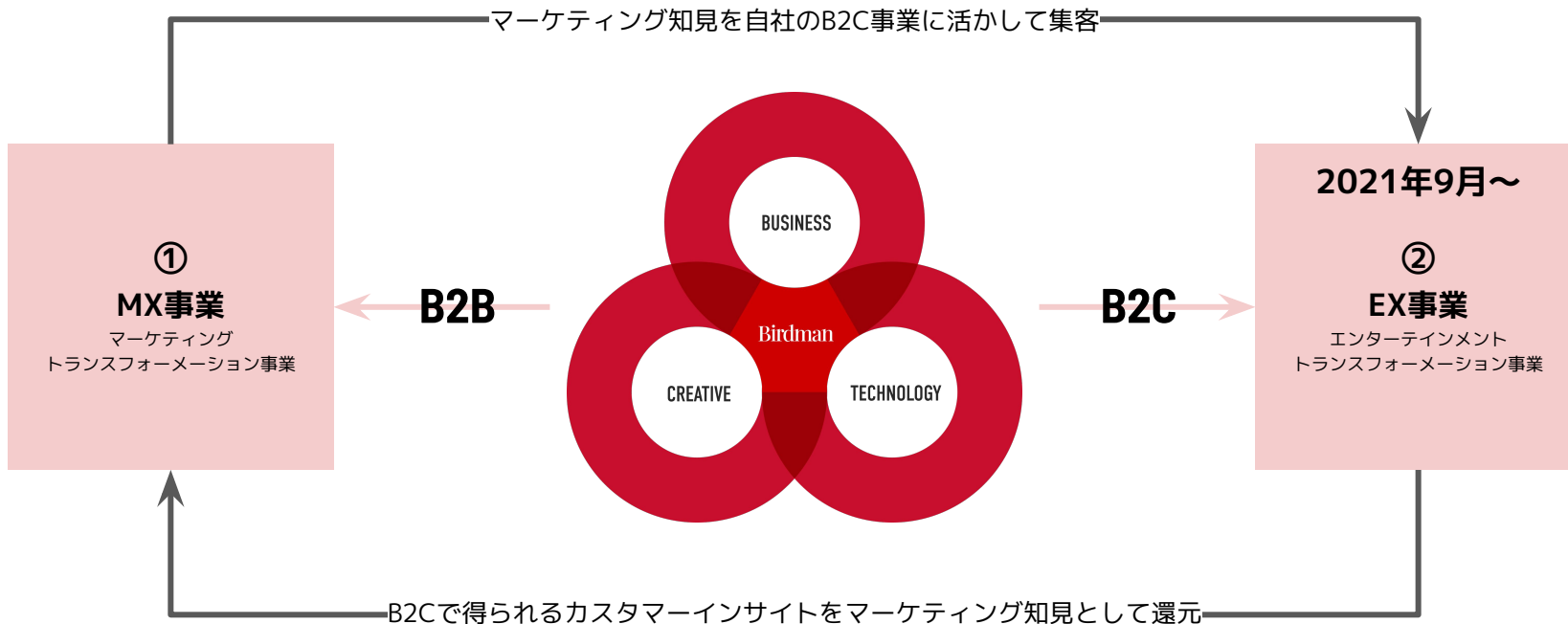
【グロースパートナーシップ契約】



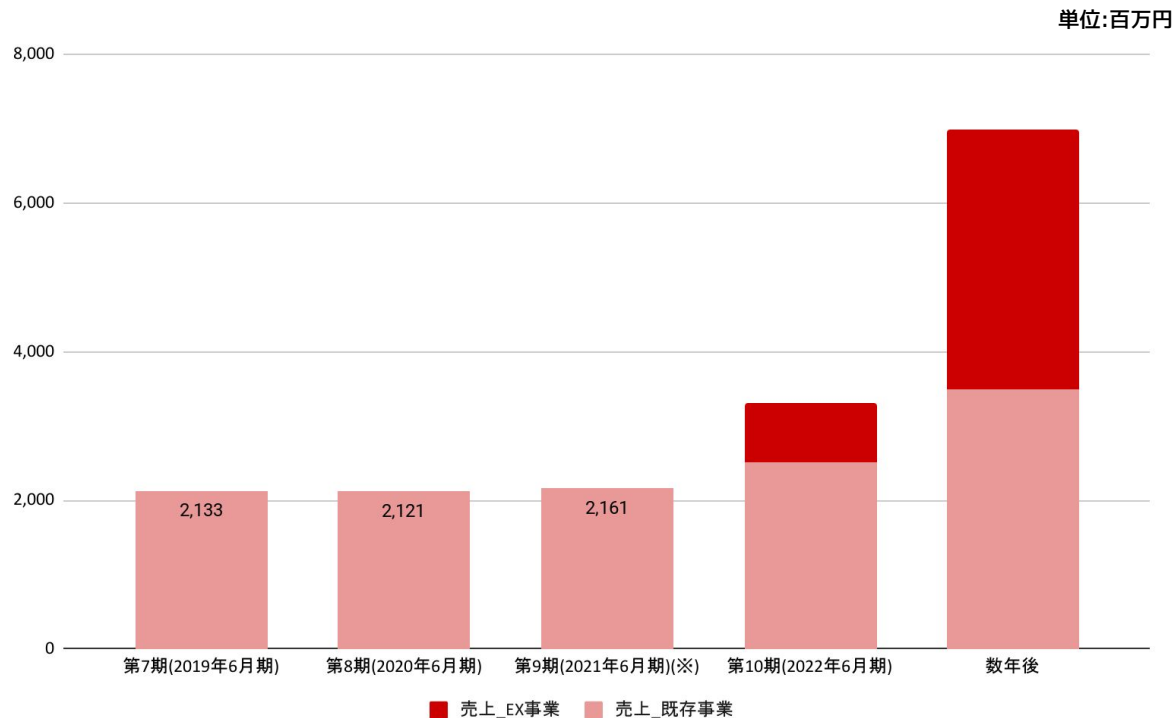
【ライブ興行の実施 ※2022年6月期はBirdmanで実施】



マーケティング・デジタル・クリエイティブ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3四半期業績 サマリー

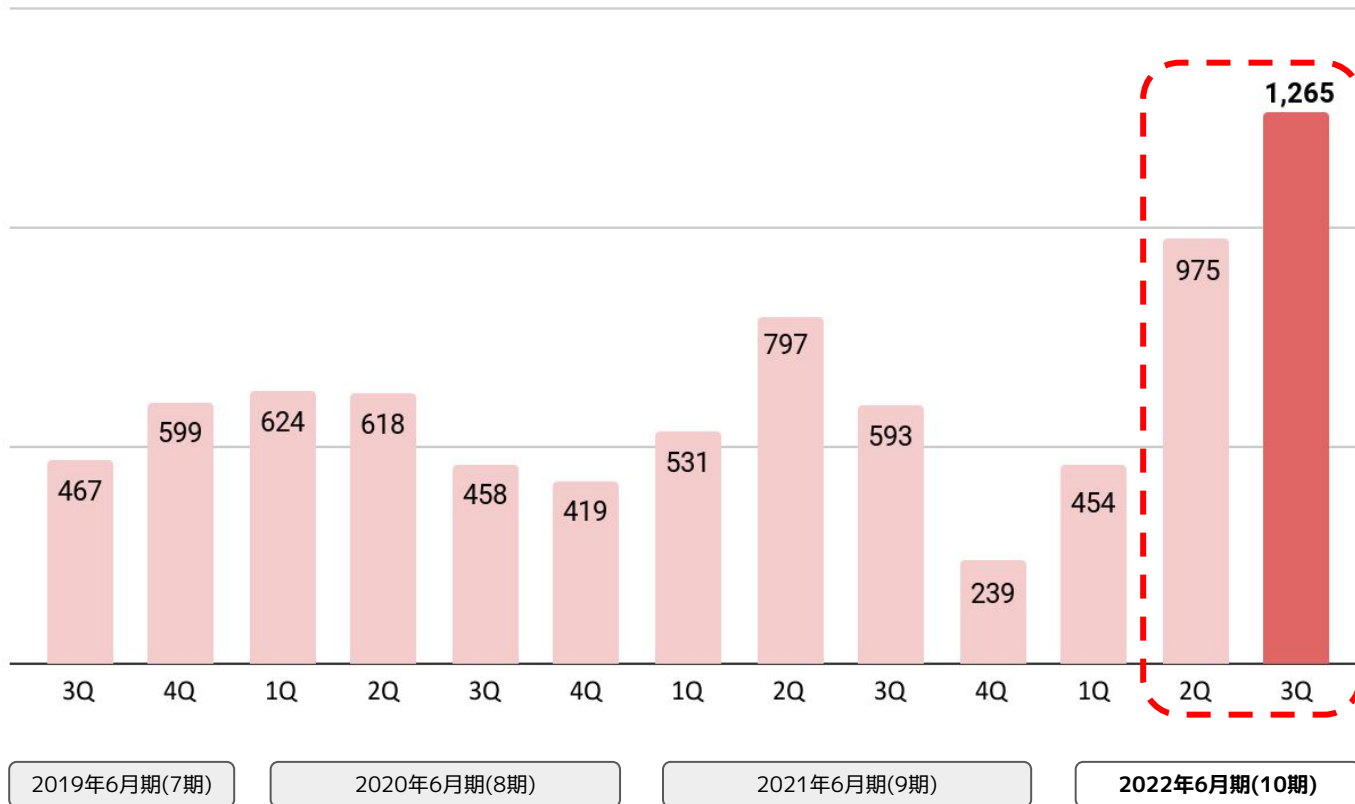
売上高、営業利益、経常利益は、連結・単体含めて、四半期で過去最高額を計上

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			
	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)	3Q (単体)	3Qまで累 計
売上高	467	599	624	618	458	419	531	797	593	239	454	975	1,265	2,695
売上総利益	223	243	255	302	144	132	240	281	139	1	146	225	268	640
営業利益	25	18	55	67	▲107	▲88	7	41	1	▲156	9	63	116	188
経常利益	13	9	33	67	▲110	▲79	12	37	0	▲154	8	62	116	187
四半期利益	3	13	20	36	▲363	▲303	5	25	220	▲239	12	45	89	147

売上高は、過去最高額であった第2四半期を超えて、過去最高額を計上

単位：百万円



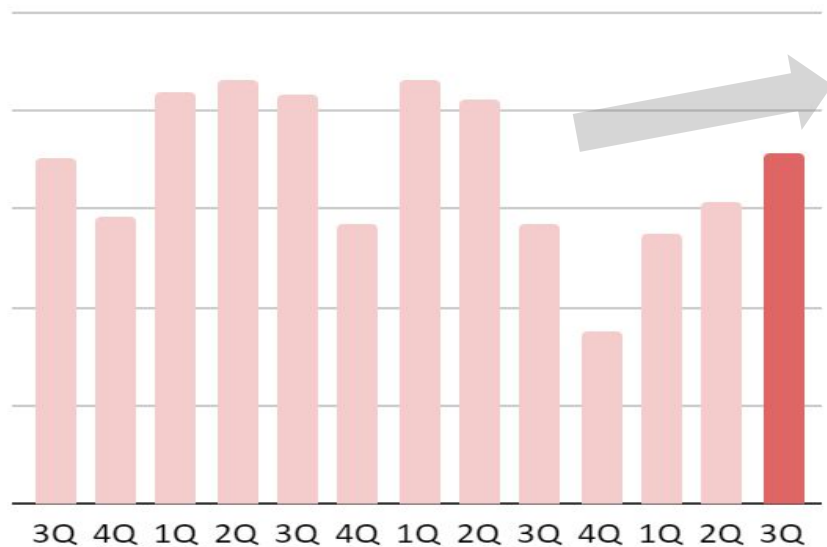
外注費の増加や大型案件の予算外のコスト増加で下落していた粗利率は、2022年1月より稼働スタートした採算管理システムの運用等により、第2四半期と比較し3.1%の粗利率改善。案件利益率の維持やクリエイターの稼働管理を徹底し、今後も継続して粗利率改善を推進。

*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】
 注：粗利率はEX事業を除外した粗利率

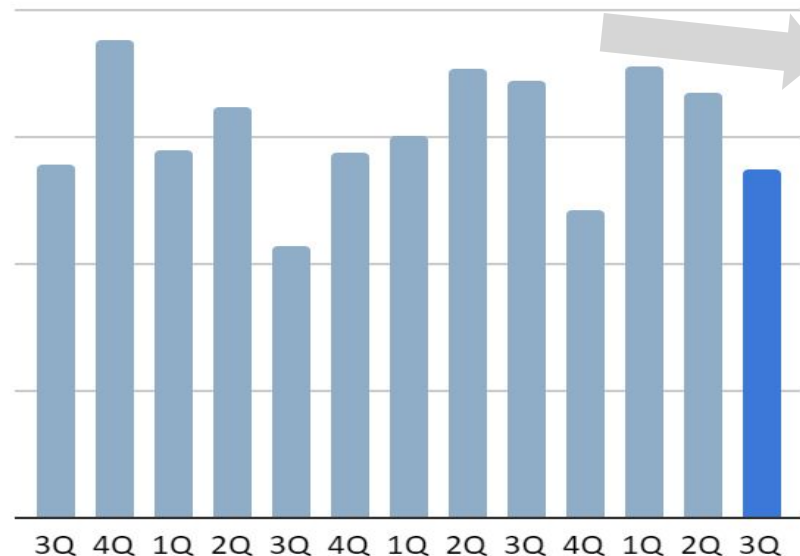


新規クライアントの拡大に伴い大型案件のみならず小型案件も増加、結果としてクライアント平均粗利は減少傾向。継続して新規クライアントの拡大は進めつつ、社内リソースのみならず外部パートナーとも協力して案件対応を進める。

| クライアント数 ※クライアント数はEX事業を除外



| クライアント平均粗利高 ※クライアント平均粗利高はEX事業を除外
※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)

2019年
6月期(7期)

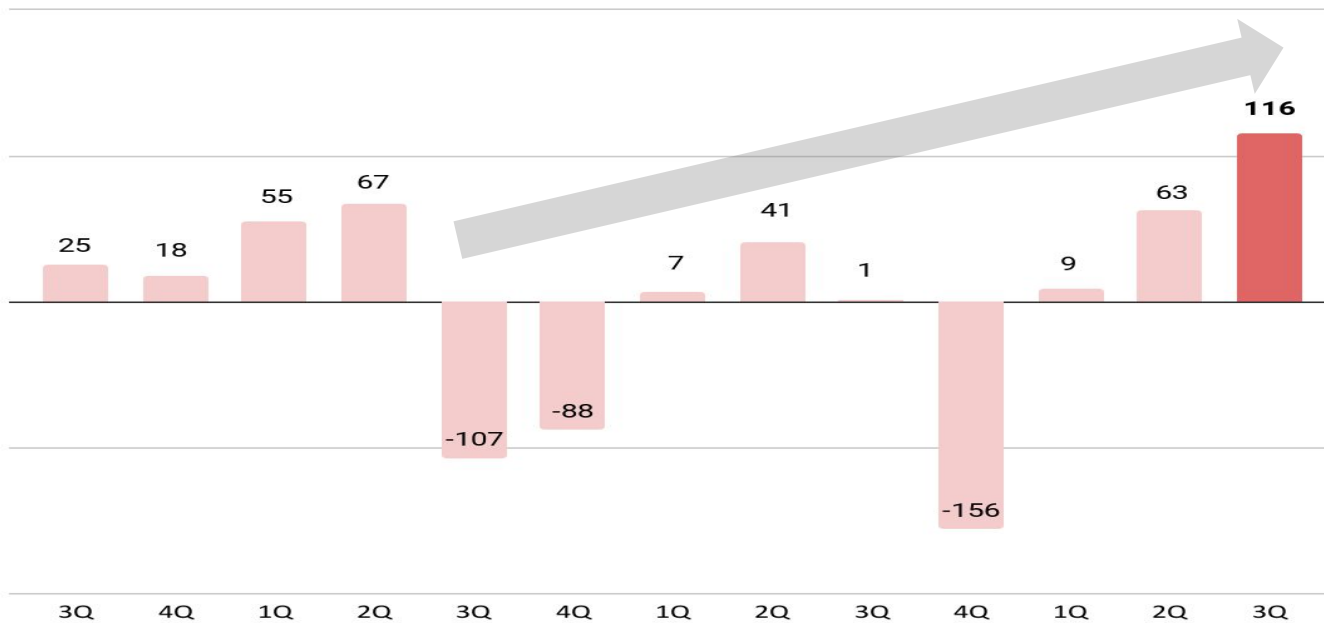
2020年6月期(8期)

2021年6月期(9期)

2022年6月期(10期)

営業利益は回復基調にあり、過去最高額を計上

単位：百万円



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)

MX事業、EX事業共にセグメント利益を計上した一方で、**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)	3Q (単体)	上期累計
MX事業	売上高	446	684	601	1,733
MX事業	セグメント利益	128	119	123	372
EX事業	売上高	7	290	664	961
EX事業	セグメント利益	1	53	99	154
全社	全社費用	▲120	▲109	▲106	▲337
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	116	188

※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3四半期	2022年6月期 第3四半期	前年同期比	主な増減要因
売上高	593	1,265	672	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	139	268	128	売上高と同様の理由に加え、前年同期と比較した場合、原価人件費が抑制されたため
営業利益	1	116	115	売上総利益と同様の理由に加え、全社費用が抑制されたため
経常利益	0	116	115	営業利益と同様の理由
四半期利益	220	89	▲131	営業利益と同様の理由に加え、前年同四半期は抱合せ株式消滅差益196百万円が計上されていたため

単位：百万円

	2021年6月期 第3四半期累計	2021年6月期 第3四半期累計	前年同期比	主な増減要因
売上高	1,518	2,695	1,176	EX事業が第3四半期まで業績に寄与したことに加え、2021年1月に子会社を吸収合併したことにより単体決算に移行し、2020年7月～2020年12月の子会社の数字は、合併後の単体決算に移行した2021年6月期第3四半期累計に計上されないため
売上総利益	447	640	192	売上高と同様の理由に加え、前年同期と比較した場合、原価人件費が抑制されたため
営業利益	▲82	188	271	売上総利益と同様の理由に加え、全社費用が抑制されたため
経常利益	▲53	187	241	営業利益と同様の理由
当期純利益	189	147	▲42	営業利益と同様の理由に加え、前年同期には抱合せ株式消滅差益196百万円が計上されていたため

流動資産と流動負債の増加要因は、新規エンタメ事業に機動的に投資出来るように手元資金を厚くしていることに加え、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。

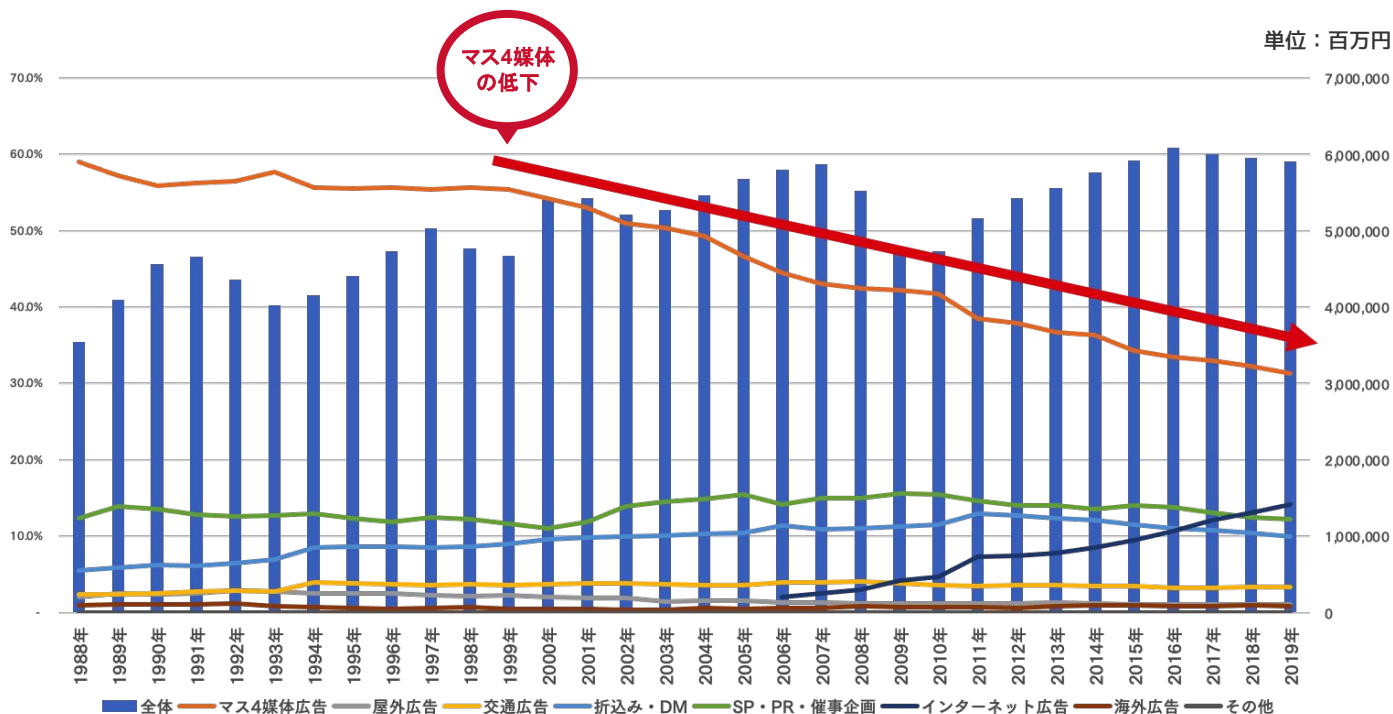
単位：百万円

	2021年6月末	2022年3月末	前期末比
流動資産	823	1,611	788
固定資産	337	363	25
総資産	1,161	1,974	813
流動負債	322	932	609
固定負債	506	556	50
負債合計	829	1,489	660
純資産	332	485	153
負債純資産合計	1,161	1,974	813



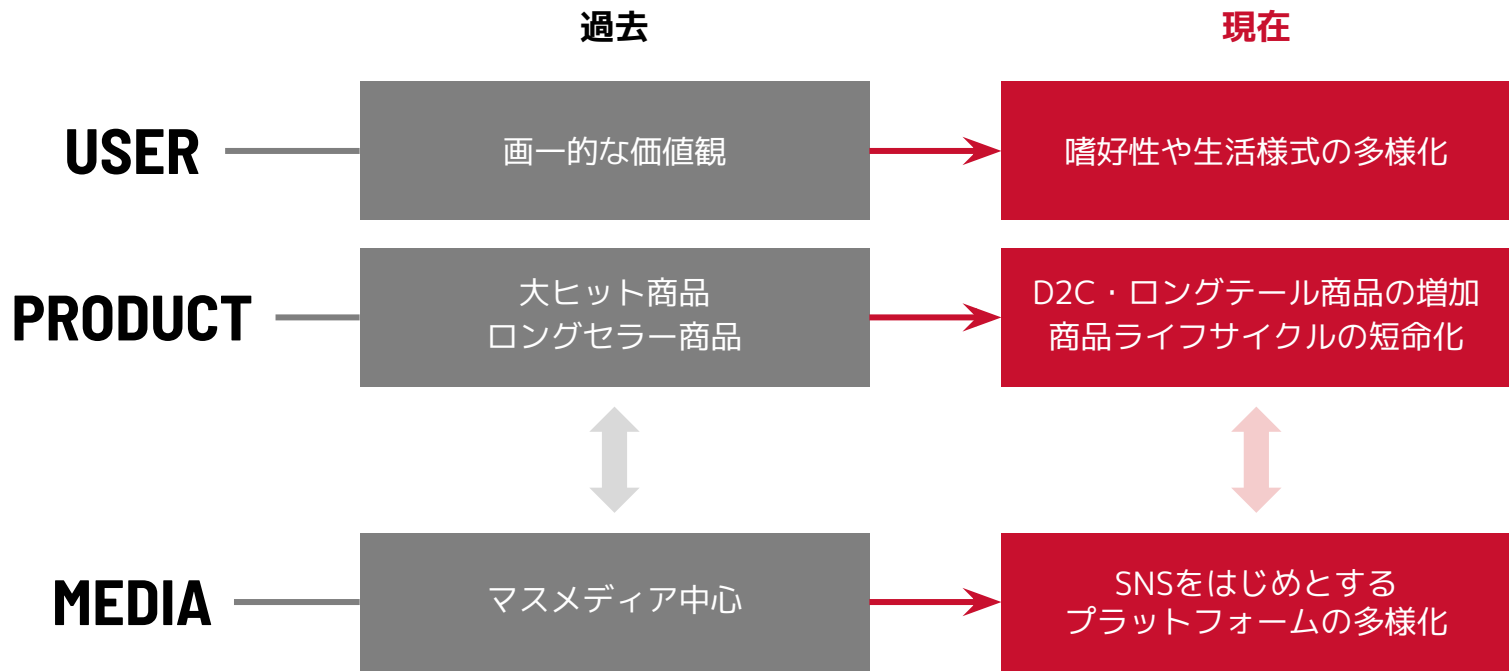
事業環境

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

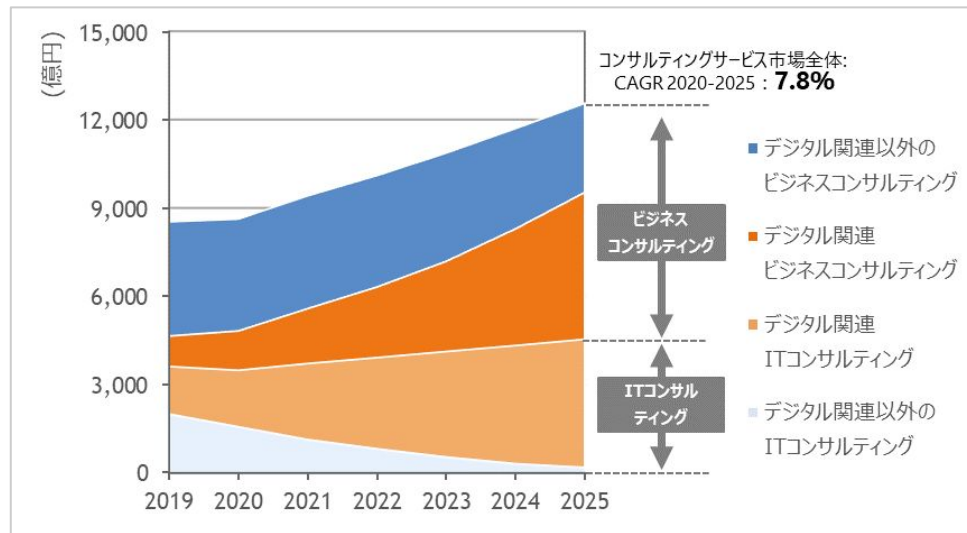
「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



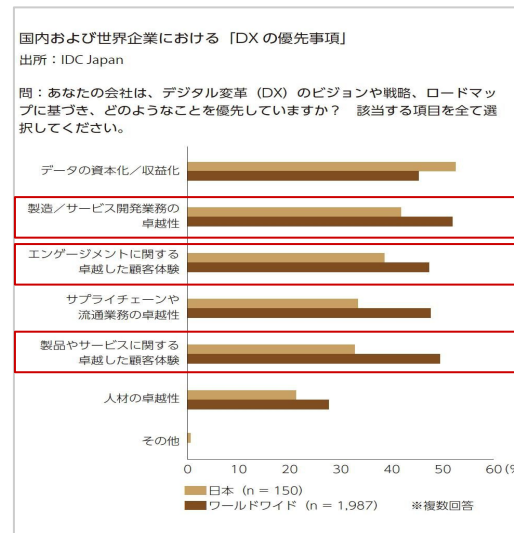
2025年に向けて、顧客体験創造に関する領域のDXにおいて著しい成長が見込まれる。

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。

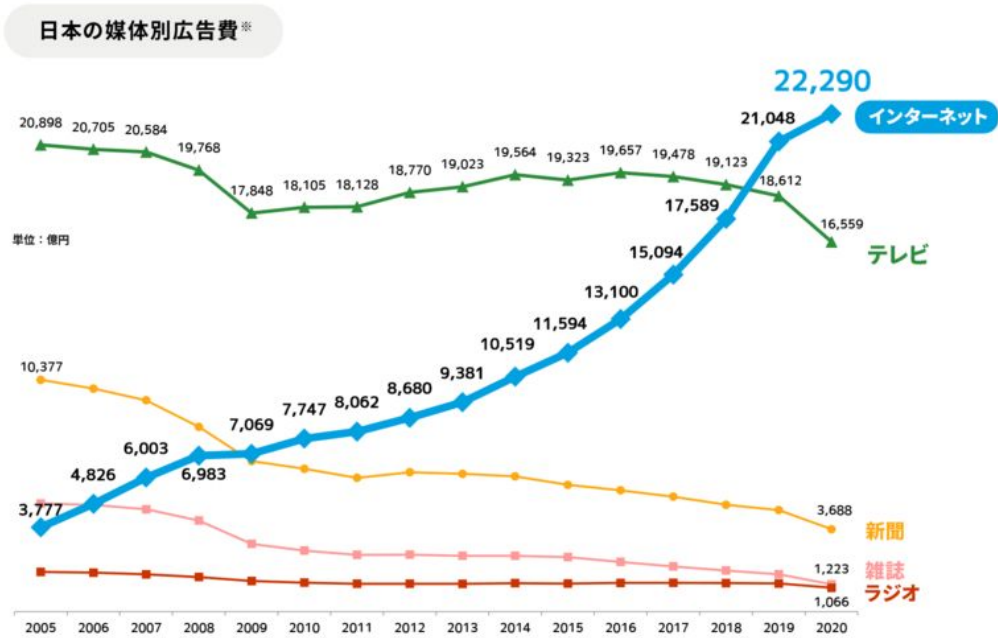


出典：IDC Japan国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年



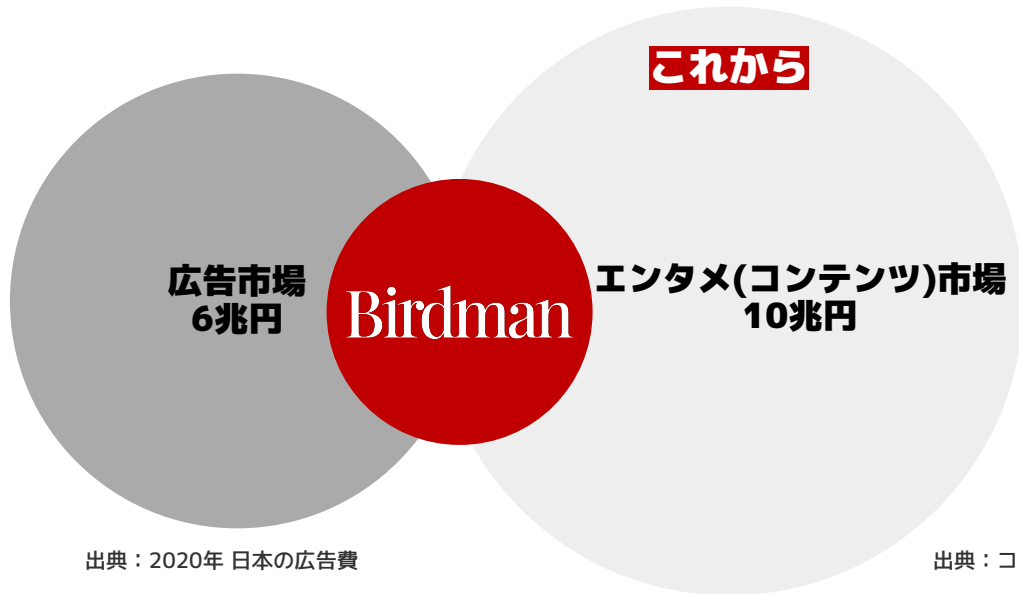
出典：IDC Japan 国内および起業における「DXの優先事項」

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

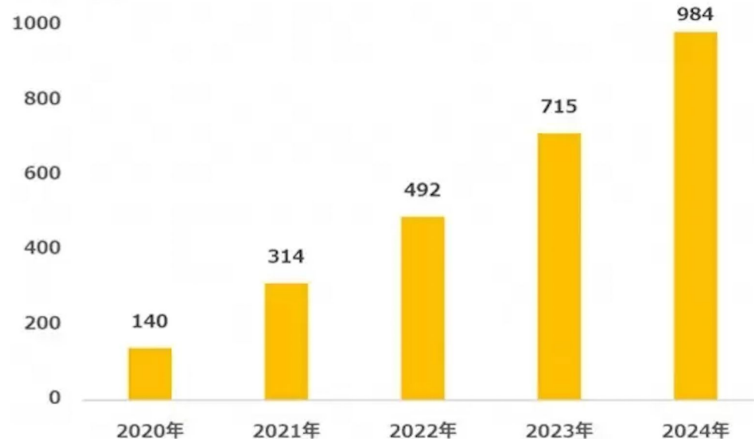


国内

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)



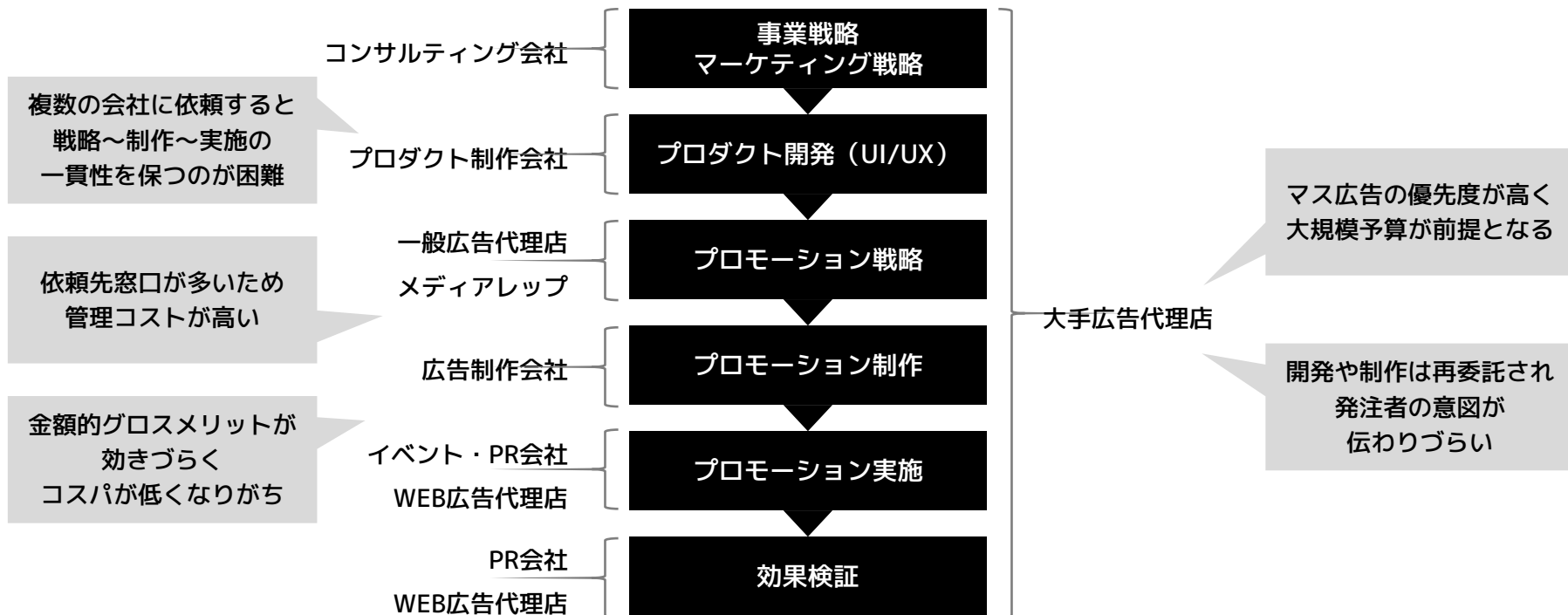
出典：国内デジタルライブエンターテインメント市場に関する市場動向調査

Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.

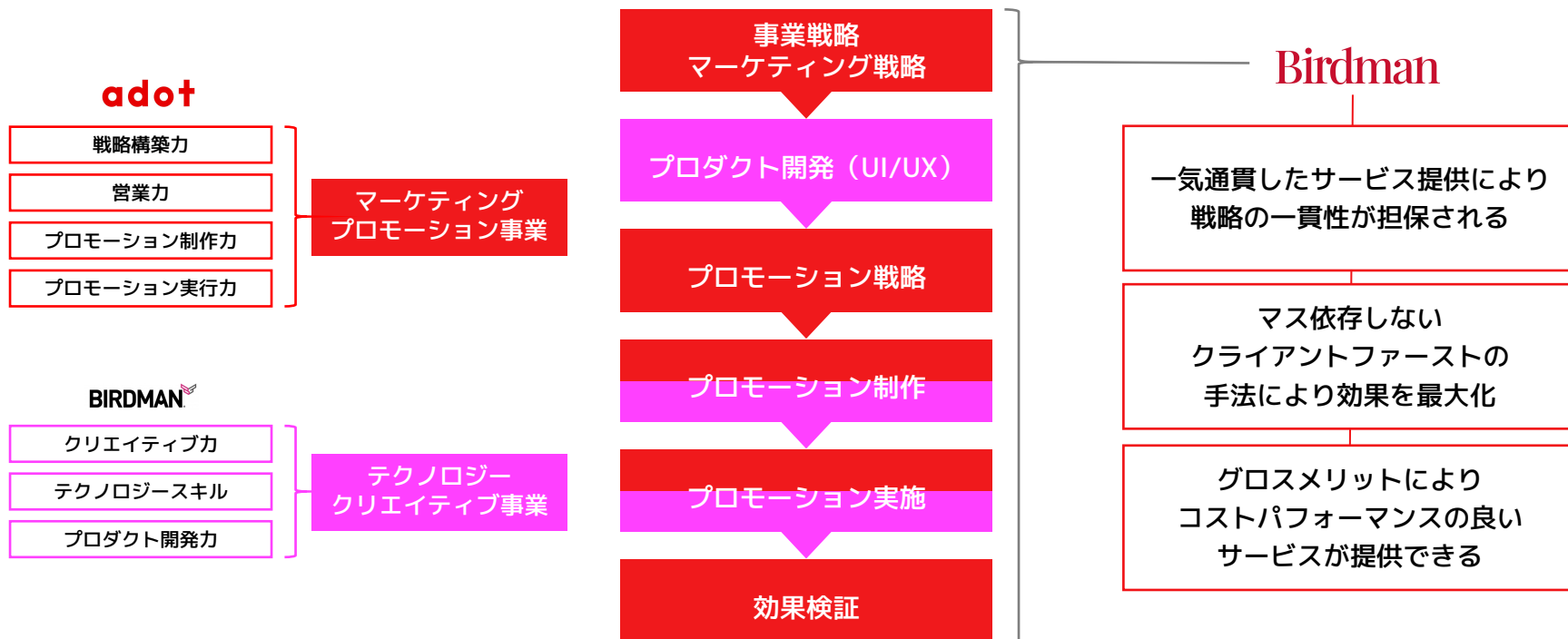


Birdmanの強み MX事業

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。



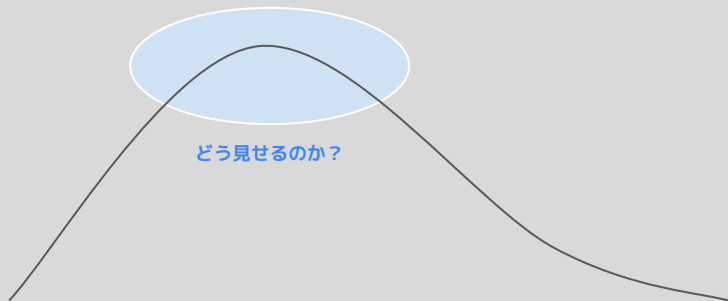
Birdmanは、マーケティングプロモーション事業+クリエイティブテクノロジー事業で、
ハイパフォーマンスでコストメリットのある一気通貫ソリューションを実現できる体制を有する



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。

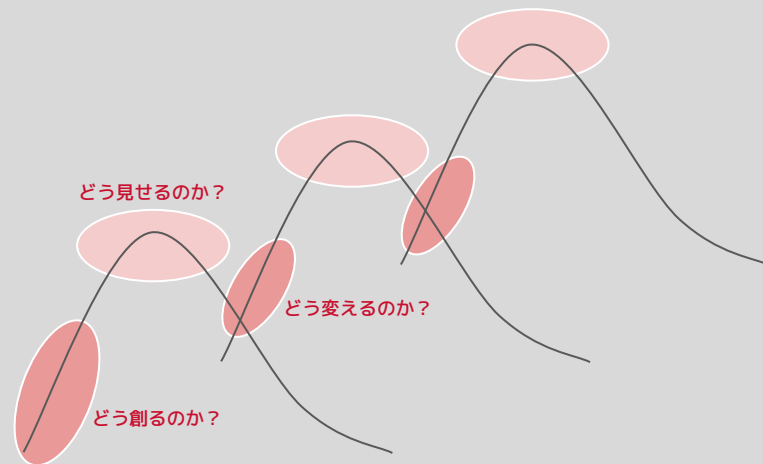
伝統的に広告代理店が対象とする領域

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

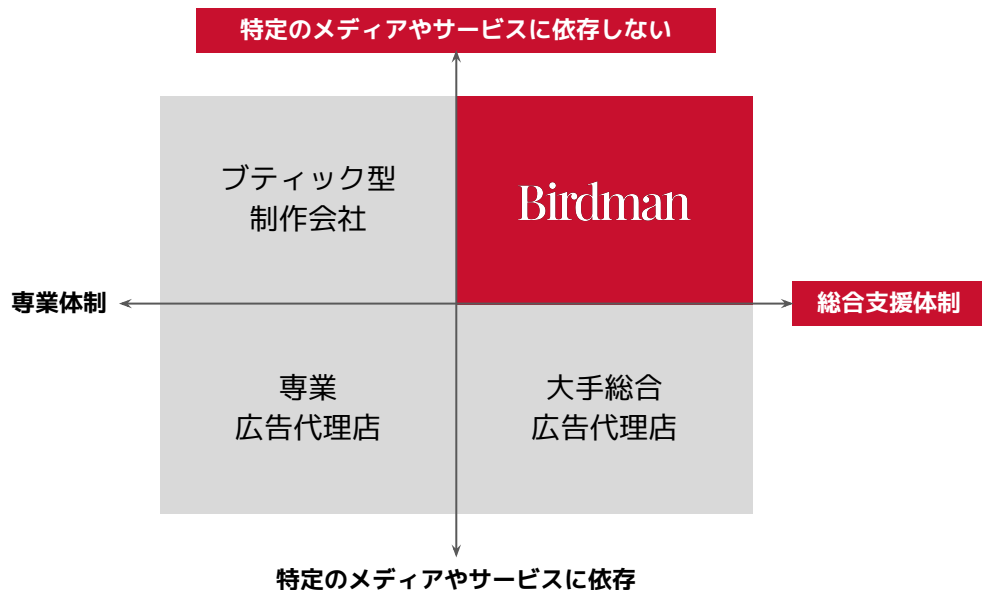


CLIO
AWARDS

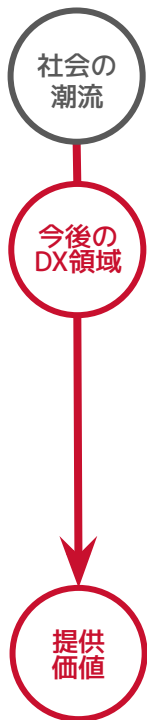


+ MORE

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



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

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

Digital

デジタルテクノロジーの特徴・利用価値を理解し、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

今後に求められるのは3つの領域を一気通貫で支援できる会社・チーム

Marketing × **Digital** × **Creative** = **Birdman**



Birdmanの強み EX事業

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

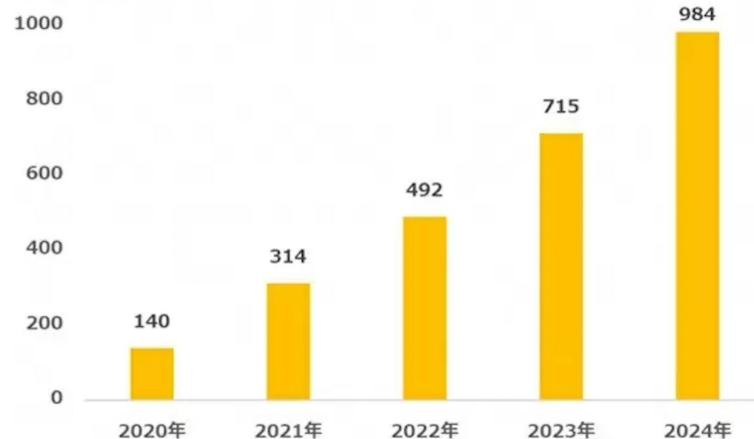


国内

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

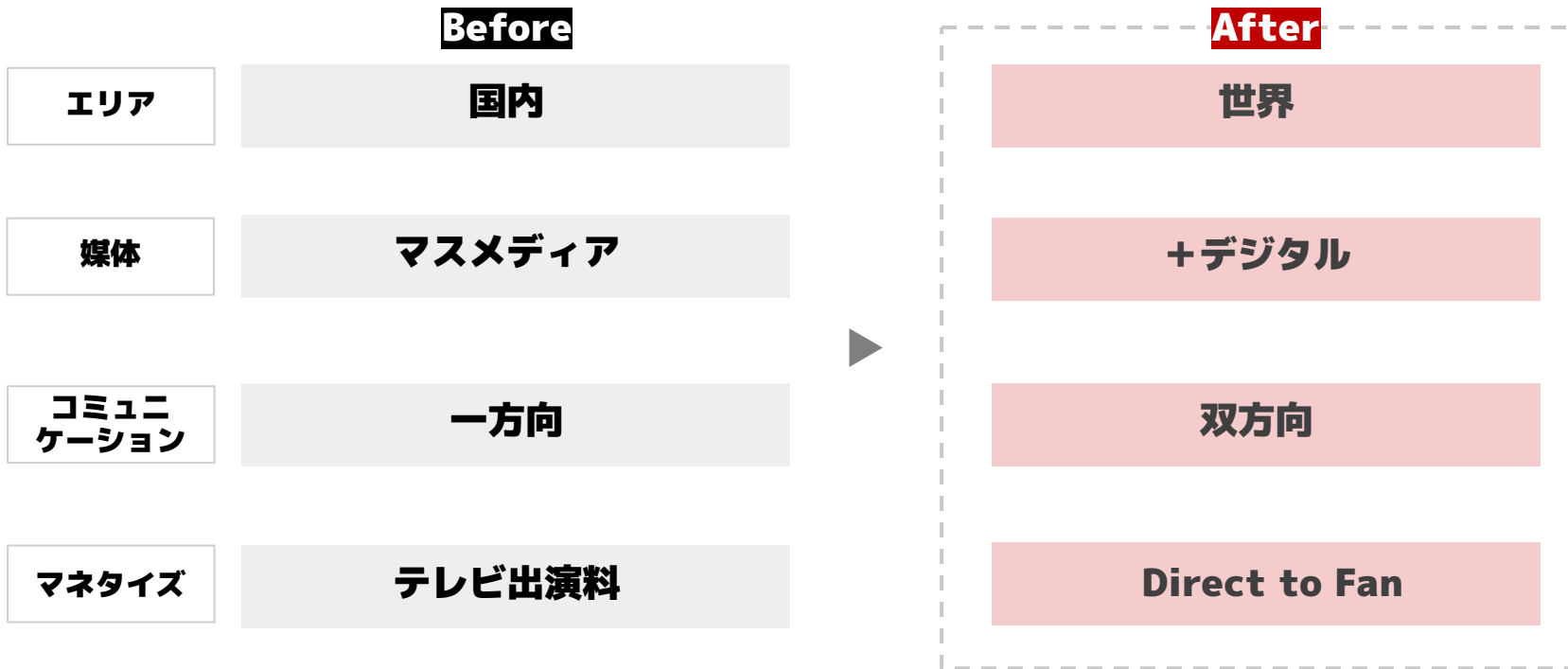
【デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年—2024年】
(単位：億円)



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

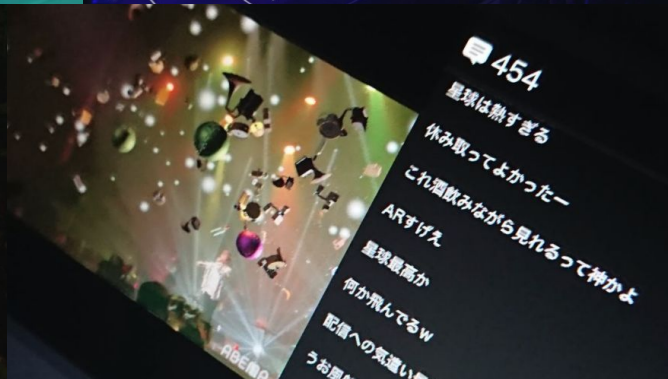
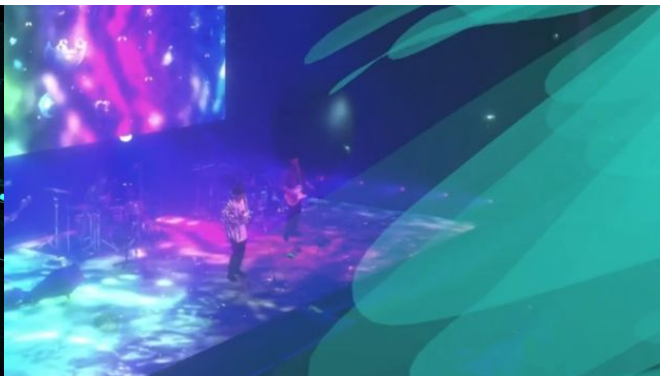
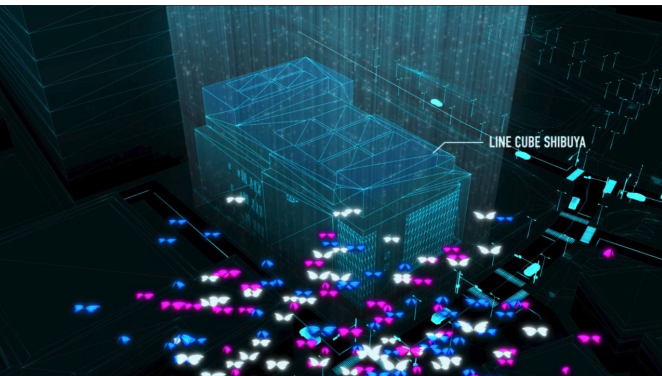
Copyright © CyberAgent, Inc. All Rights Reserved.

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「ムショット」公開!

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

さらには、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『雨が始まるの合図/SUMMER様』をリリースした。このシングルは、デビュー前から話題を呼んでいた。また、このシングルは、デビュー前から話題を呼んでいた。

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。

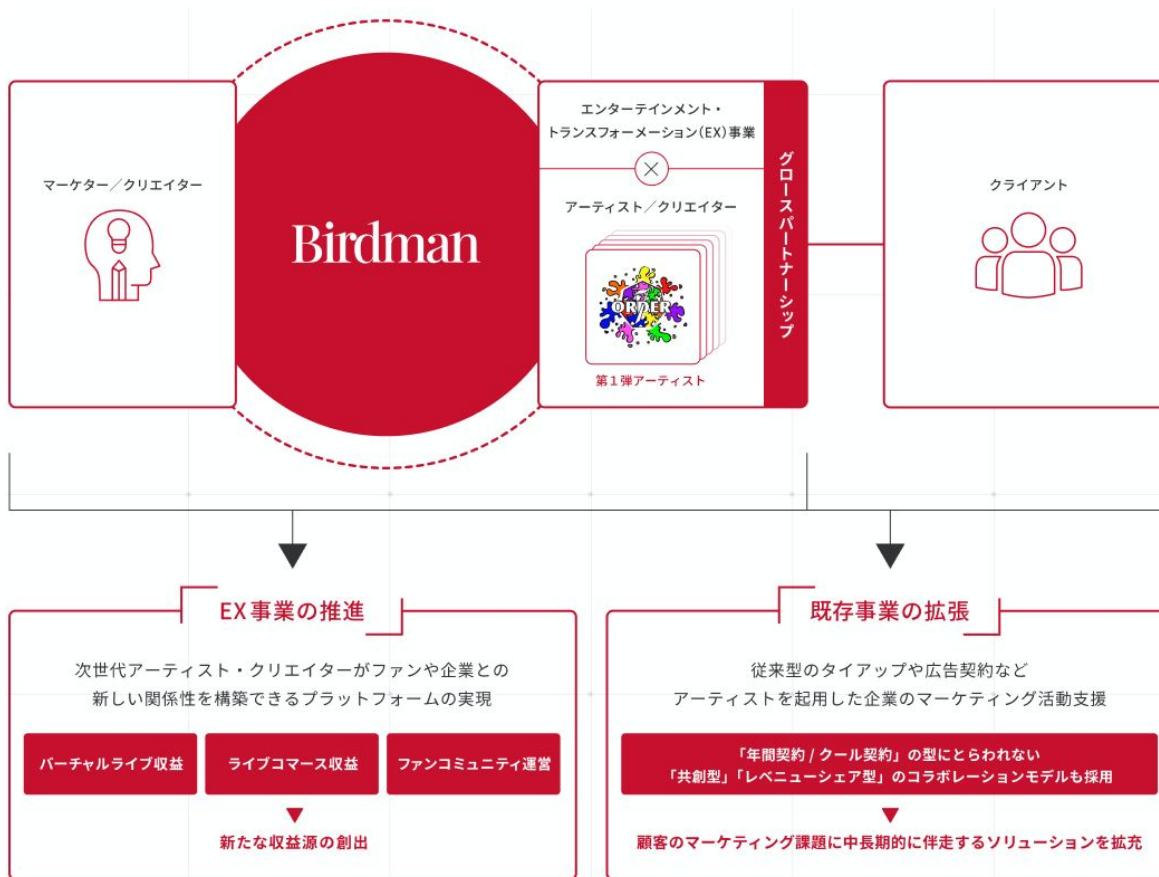
「Happyをみんなで作りあげていく」をモットーに、音楽、演劇、アート、ファッションなど、さまざまなジャンルの活動を通して、ファンと“かけがえのない瞬間”を共有している。

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。

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4Q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デジタルを強みとした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
- 案件を通じて5D LIVE™に関するノウハウを蓄積し、自社サービス化を推進

EX事業

- 7ORDERを主とした、ライブ収入、グッズ販売収入、そして、ファンクラブ収入等の安定的な収入の創出と利益率の向上
- 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拡大施策を推進
- ファン拡大施策を、7ORDER以外のアーティストにも提供することを目指し、ファン拡大施策の型化を推進

エンタメ ネクスト

- 100%子会社として、柔軟かつスピード感持った経営を推進
- BLANK2Yの日本国内の活動をプロデュースし、安定的な収入を創出
- BLANK2Yに限らず、ライブ開催、アーティストのプロデュース、イベントの企画運営等、エンターテインメント領域の新規事業を創出

MX事業とEX事業で利益と実績を積み上げ、
エンタメネクストで、エンターテインメント領域の
新規事業を推進する



Birdman

Marketing × Entertainment × Digital

エンタメ
ネクスト

EX事業

MX事業



Birdman Showreel 2015-2022



<https://vimeo.com/672691224>



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

