

2022年6月期

## 決算説明資料

(事業計画及び成長可能性に関する事項)

---

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 業績サマリー
- 事業計画
- 会社概要
- 市場環境
- 競争力の源泉
- リスク情報
- 今後の展開

2022年6月期 業績サマリー

## 2022年 6月期

2022年6月期における売上高、営業利益、経常利益は過去最高額を更新。  
売上高33.6億円、営業利益2.3億円、経常利益2.2億円を計上するまでに成長。

## MX事業

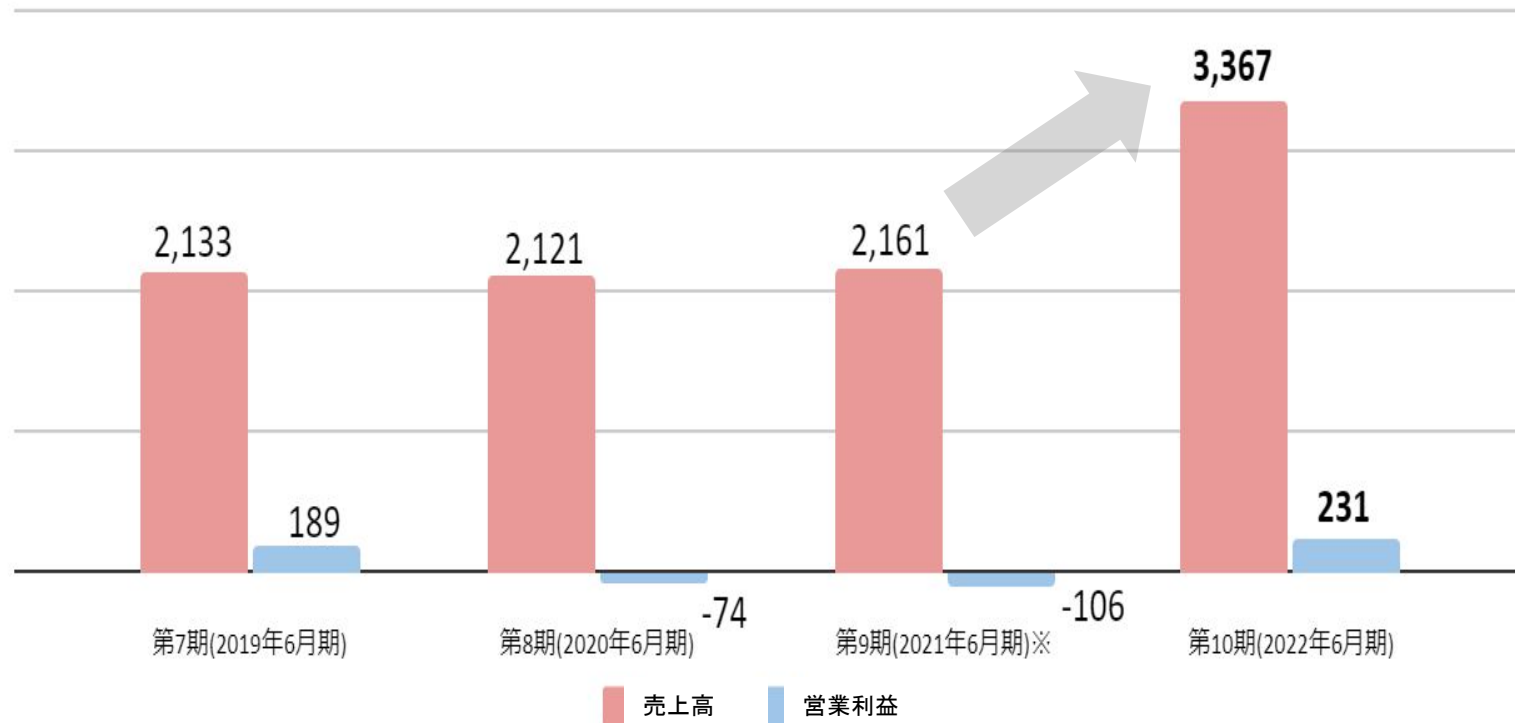
当社が開発に関わるプロジェクトが世界的権威のあるクリエイティブ賞を受賞。  
新規クライアントからの指名案件が増加、継続して稼働管理とプロジェクト採算管理の徹底を進める。  
結果としてMX事業は、売上高20.7億円、セグメント利益4.5億円までに成長。  
11期も10期に続き、5D LIVE®案件を通じたノウハウを蓄積し、サービス化を進める。

## 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。  
2022年5月21日と22日には幕張メッセにてグループ結成3周年イベントとして『7ORDER 3周年感謝祭「燦参七拍子（さんさんななびょうし）」』を開催。  
結果としてEX事業は、売上高12.8億円、セグメント利益2.1億円までに成長。  
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。

2022年6月期は、過去最高額であった2019年6月期を超えて、  
**売上高・営業利益ともに過去最高額を更新**

単位:百万円



※第9期の2020年7月1日から2020年12月31日は連結実績(以降同様)

10期実績は、**営業利益・経常利益・当期純利益は約10%を上回り着地**

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
10期実績	3,367	231	229	187
10期予算	3,315	210	208	164
実績対予算比率	+1.6%	+9.8%	+10.1%	+13.9%

4Qとしての売上高、営業利益、経常利益は、連結・単体含めて過去最高額を計上

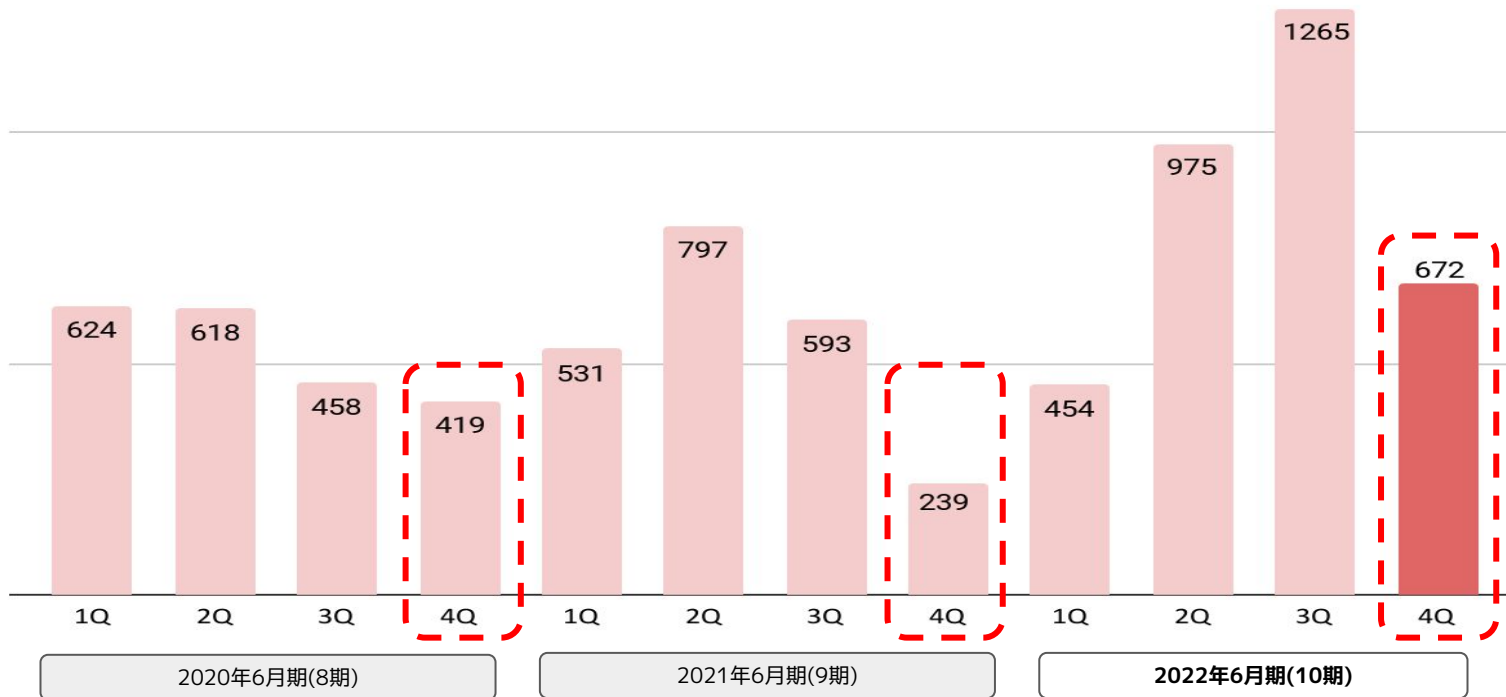
単位：百万円

	第8期 2020年6月期				第9期 2021年6月期				第10期 2022年6月期			
	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)	4Q (単体)
売上高	624	618	458	419	531	797	593	239	454	975	1,265	672
売上総利益	255	302	144	132	240	281	139	1	146	225	268	206
営業利益	55	67	▲107	▲88	7	41	1	▲156	9	63	116	42
経常利益	33	67	▲110	▲79	12	37	0	▲154	8	62	116	41
四半期利益	20	36	▲363	▲303	5	25	220	▲239	12	45	89	39



2022年6月期の売上高は、4Qとして過去最高額を計上するまでに成長

単位：百万円

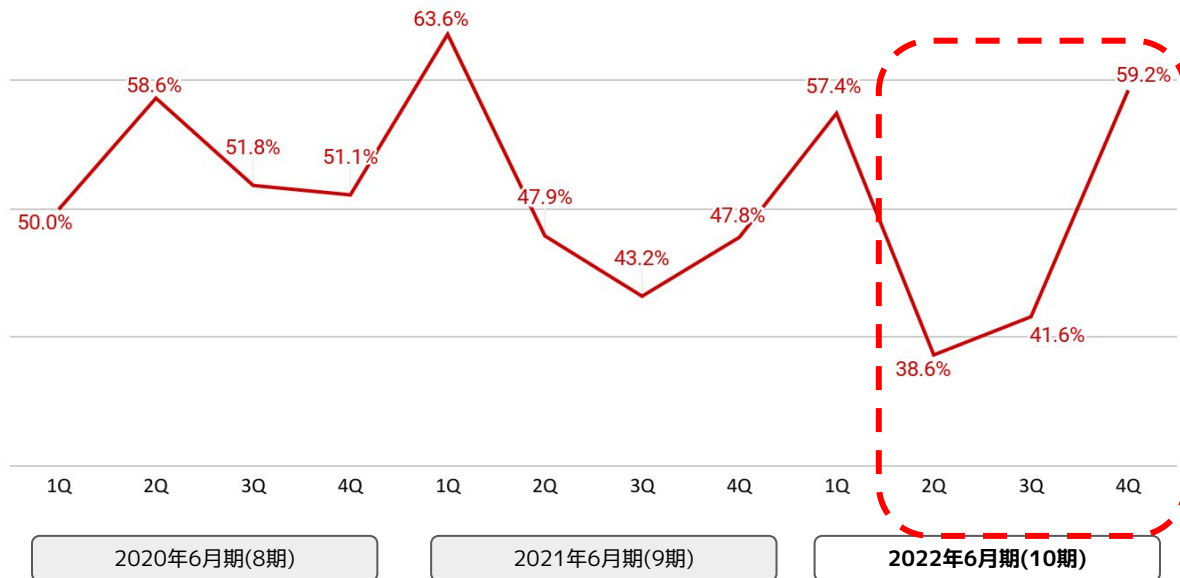


外注費の増加や大型案件の予算外のコスト増加で下落していた粗利率は、2022年1月より稼働スタートした採算管理システムの運用、社内クリエイターで対応可能な案件増加等の影響もあり、59.2%まで改善。今後も案件利益率の向上やクリエイターの稼働管理を徹底し、粗利率をコントロールする。

\*粗利率 = (売上総利益 - 外注費) / 売上高

注：2022年6月期1QからはMX事業のみ計算

注：比較可能性の観点から収益認識に関する会計基準の影響は除外



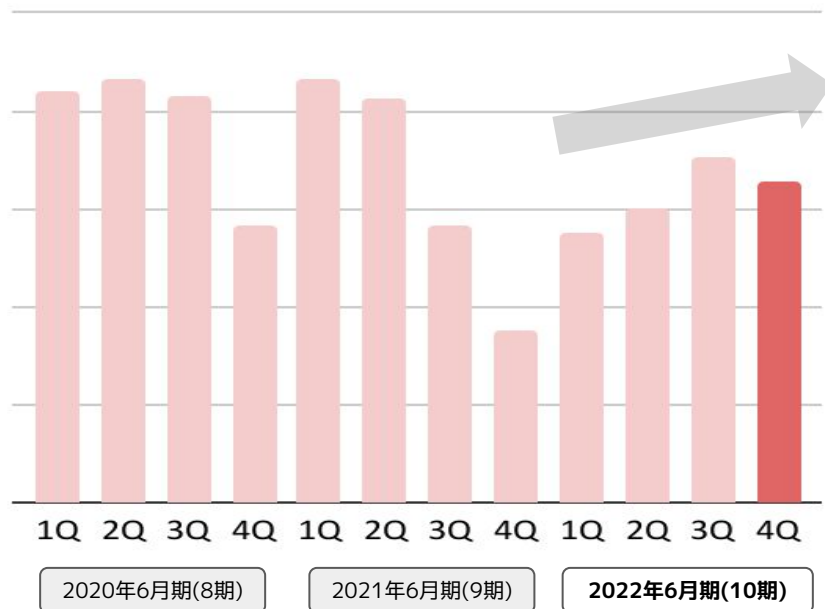
新規クライアントの拡大に伴い大型案件のみならず小型案件も増加、結果としてクライアント平均粗利は減少傾向。  
 継続して新規クライアントの拡大は進めつつ、社内リソースのみならず外部パートナーとも協力して案件対応を進める。

※2022年6月期1QからはMX事業のみ計算

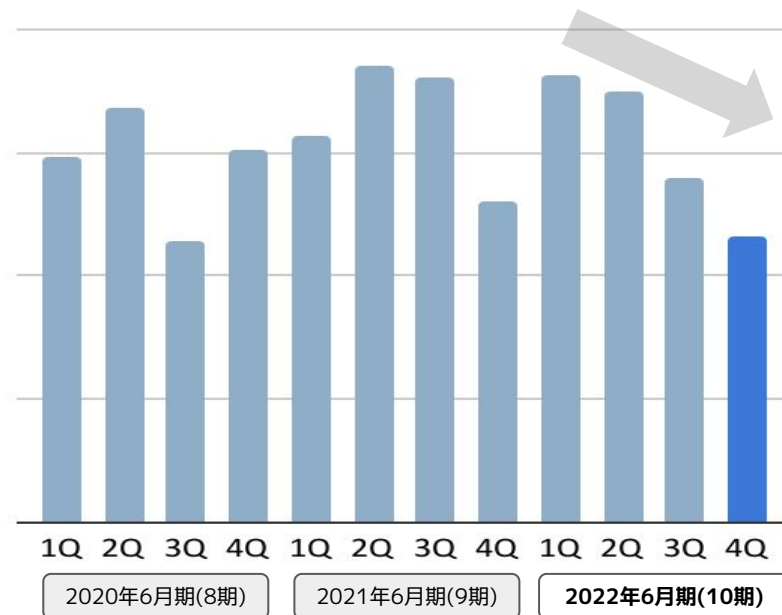
※粗利高 = 売上総利益 - 外注費

※比較可能性の観点から収益認識に関する会計基準の影響は除外

| クライアント数

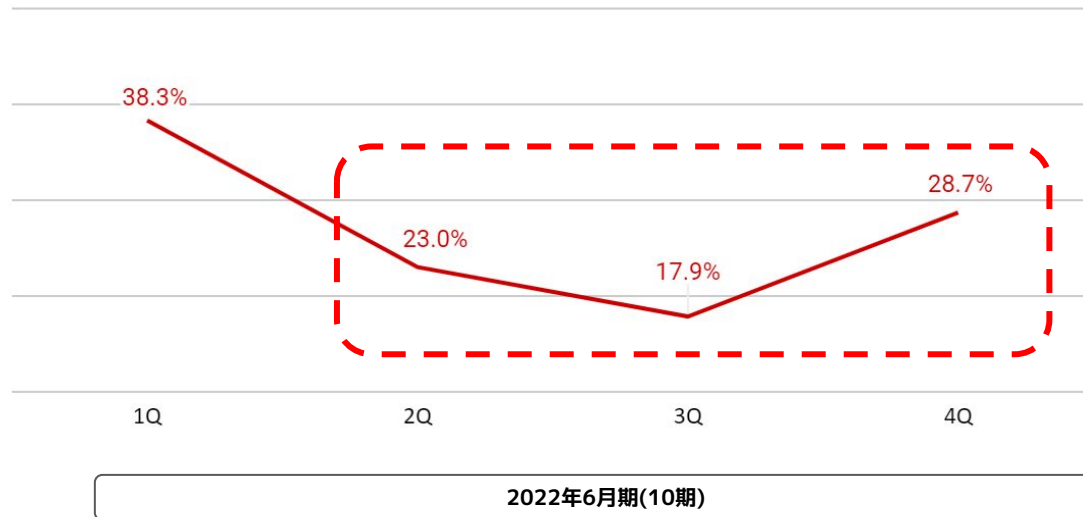


| クライアント平均粗利高



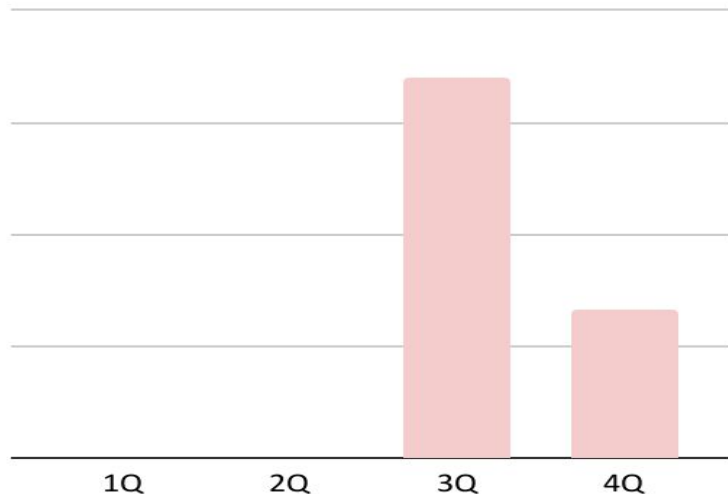
粗利率はツアーやイベントの開催に伴い変動。  
 エンタメに関するノウハウを積み上げながら、売上80%超を占めるツアーやイベントの収益性を改善し、  
 今後も継続して粗利率改善を推進する。

\*粗利率 = (売上総利益 - 外注費(含むグロースパートナーシップに伴う費用)) / 売上高  
 注：EX事業は2022年6月期1Qから開始。  
 2023年6月期以降のEX事業はエンタメネクストも含む



10期は、7ORDER史上最大の全国ツアーを2Qと3Qで開催し※、グループ結成3周年イベントを4Qに開催。  
**2つのイベント合計で10万人超を動員。**

| ライブ・イベント動員数



※動員数は3Qが多いため、グラフ上簡便的に3Qとして表示

2022年6月期(10期)

MX事業、EX事業共に毎四半期安定してセグメント利益を計上。

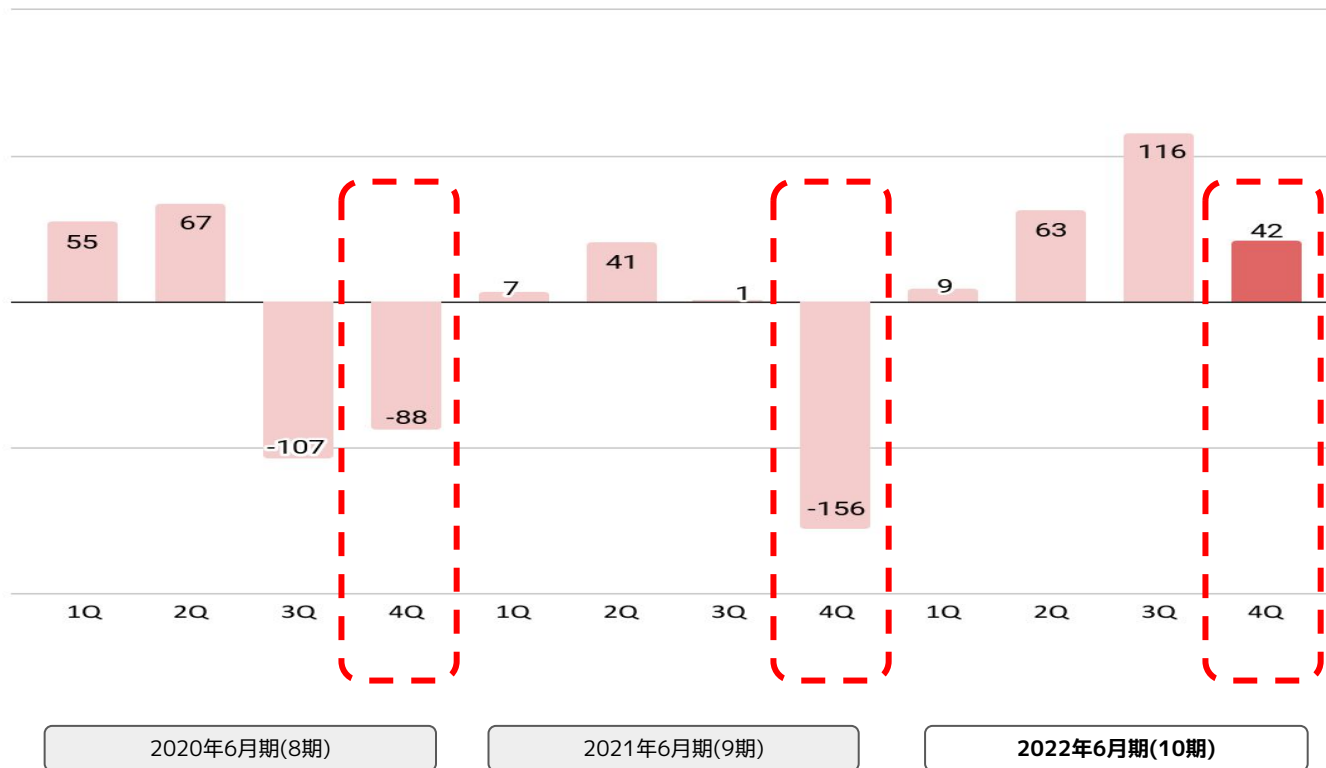
単位：百万円

		第10期 2022年6月期				
		1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	4Qまで 累計
MX事業	売上高	446	684	601	345	2,078
MX事業	セグメント利益	128	119	123	85	457
EX事業	売上高	7	290	664	327	1,289
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	219
全社	全社費用	▲120	▲109	▲106	▲107	▲445
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	116	42	231

※セグメント情報は、2022年6月期第1四半期より開示

2020年6月期4Qと2021年6月期4Qの営業利益は、コロナウイルスの影響もありマイナスであったが、2022年6月期は、4Qとしては過去最高額を計上するまでに成長

単位：百万円



単位：百万円

	2021年6月期 第4四半期	2022年6月期 第4四半期	前年同期比	主な増減要因
売上高	239	672	433	2021年6月期第4四半期はコロナウィルス等の影響もあり案件数が少なかったこと、2022年6月期は案件数の回復とともに、EX事業を開始し初年度から安定した業績を計上することが出来たため
売上総利益	1	206	204	同上
営業利益	▲156	42	199	同上
経常利益	▲154	41	196	同上
当期純利益	▲239	39	278	上記理由に加え、前期4Qは固定資産除却損や繰延税金資産の取崩等もあり、業績が悪化していたため



単位：百万円

	2021年6月期 通期 ※	2022年6月期 通期	前年同期比	主な増減要因
売上高	2,161	3,367	1,206	2021年6月期第4四半期はコロナウィルス等の影響もあり案件数が少なかったこと、2022年6月期は案件数の回復とともに、EX事業を開始し初年度から安定した業績を計上することが出来たため
売上総利益	662	846	183	同上
営業利益	▲106	231	337	同上
経常利益	▲104	229	334	同上
当期純利益	11	187	175	同上

※2020年7月1日から2020年12月31日は連結数値を利用して2021年6月期通期としている

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6月末	前期末比
流動資産	823	1,468	644
固定資産	337	374	36
総資産	1,161	1,842	681
流動負債	322	797	474
固定負債	506	519	12
負債合計	829	1,316	486
純資産	332	526	194
負債純資産合計	1,161	1,842	681



## 事業計画

11期の業績予想は、売上高は10%超の増加、営業利益と経常利益は45%超の増加を予定

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
11期予算_第2四半期累計	1,566	103	100	75
11期予算_通期	3,800	340	335	251
10期実績_第2四半期累計	1,429	72	71	58
10期実績_通期	3,367	231	229	187
10期上期実績対11期予算比率	+9.6%	+42.1%	+40.2%	+28.8%
10期通期実績対11期予算比率	+12.8%	+46.9%	+45.8%	+34.2%

11期の業績予想は、上期と比較して下期に編重している。  
 下期に大規模なツアーやイベントを想定していることが要因。

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
11期予算_第2四半期累計	1,566	103	100	75
11期予算_通期	3,800	340	335	251
対通期上期割合	41.2%	30.3%	29.9%	29.9%
対通期下期割合	58.8%	69.7%	70.1%	70.1%

MX事業は業績に与える大きなイベントは年間を通して想定していない。  
 一方、EX事業は下期に大規模なイベントを想定しているため、下期に編重している。

業績に与える  
インパクト



	1Q	2Q	3Q	4Q
MX事業				他の四半期と比較すると売上・利益共に下がる
EX事業 (Birdman EX事業+ エンタメネクスト)		【中規模】 ライブツアー		【大規模】 ライブツアー
		【小規模】 新規イベント		【大規模】 新規イベント

11期以降の報告セグメントは、MX事業とEX事業の2セグメント。  
EX事業セグメントには、エンタメネクスト社も含む。

# Birdman

MX事業  
セグメント

## MX事業



EX事業  
セグメント

## EX事業



100%子会社

ENTER  
TAINMENT  
NEXT



粗利率(※1)を重要指標と位置づけて進捗管理。

11期のMX事業は、5D LIVE案件等に伴う外注費を増額させるため、粗利率は下がる見込み。

EX事業は、エンタメネクストでの事業も含め、粗利率は改善する見込み。

全社的に人件費や販管費等を適正化することにより、利益体質な経営を目指す。

		第9期(※2) (2021年6月期)	第10期(※3) (2022年6月期)	第11期(予想) (2023年6月期)
MX事業 (※4)	粗利率(※1)	50.4%	46.8%	46.0%
EX事業 (※5)	粗利率(※1)	—	21.9%	24.0%

※1：粗利率=MX事業とEX事業毎に「(売上高-外注費)/売上高」で算定

※2：2020年7月1日から2020年12月31日は連結実績

※3：比較可能性の観点から収益認識に関する会計基準の影響は除外

※4：セグメント開示は10期から開始。9期は現在のMX事業と同様の事業のため、簡便的にMX事業として比較。

※5：EX事業には、BirdmanのEX事業と子会社のエンタメネクスト両事業を含む



MX事業は、**クライアント平均粗利高とクライアント数**  
EX事業は、**ライブ・イベント動員数**※  
上記に加えて、**重要経営指標である粗利率等**を用いて売上高を算定

## MX事業

- **クライアント平均粗利高**
- **クライアント数**

## EX事業

- **ライブ・イベント動員数**

※従来はファンクラブ会員数を重要経営指標と記載していた。しかし、2023年6月期のEX事業の売上に占めるライブ・イベントの割合が80%超であること、そして、ファンクラブ会員数はライブ・イベント動員数に影響があることから、EX事業としては、ライブ・イベント動員数を重要経営指標として設定。

MX事業は、**外注費とクリエイターの人件費が主な費用**  
EX事業は、**ライブの会場費等とグロースパートナーシップによる支払等が主な費用**  
両事業でコスト構造は異なる

## MX事業

### 主なコスト

- 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
- クリエイター人材の人件費

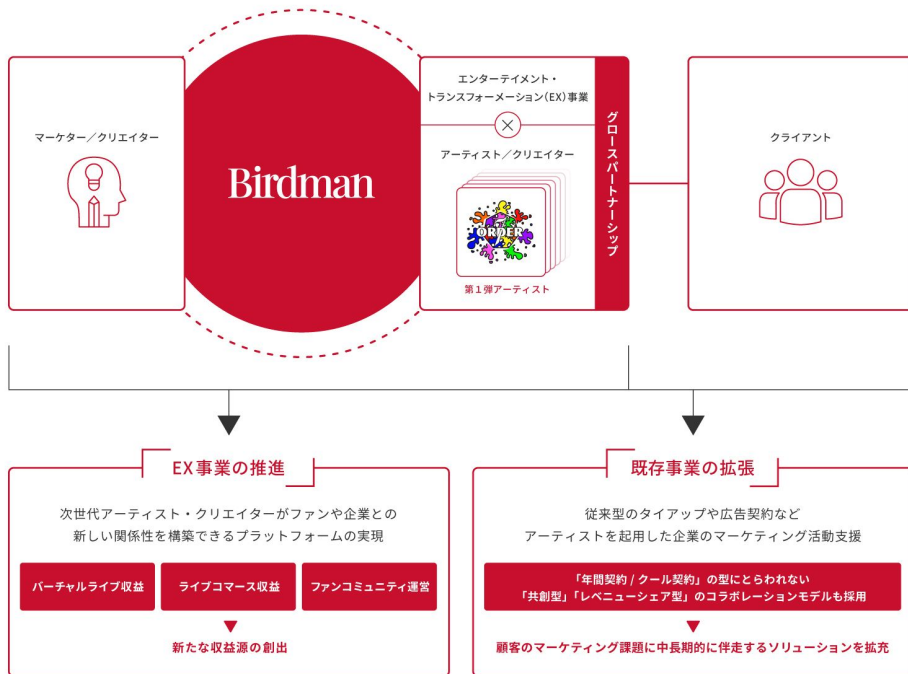
## EX事業

### 主なコスト

- ライブを実施する際に要する会場代や演出等に要する費用
- グロースパートナーシップ契約に伴いパートナーに支払う費用
- 契約に伴い社外協力者に支払う費用

第11期以降も、継続してMX事業とEX事業のシナジーの創出、EX事業の安定運営を推進する

- ・MX事業：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は10期で実施済み。  
11期以降は既存アーティストに加え、エンタメネクストで契約するアーティストも起用する予定。
- ・EX事業：ファンクラブ会員は10期で一定増加。  
11期は更にファンを増加させる仕組みを構築し、他のアーティストにも提供予定。  
アーティストを起用したライブコマースやバーチャルライブの開催は11期で実施予定。





## 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】	392,951千円（2022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】	79名（2022年6月末現在）※アルバイト・契約社員含む
【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】	<p><b>【MX事業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実行まで見据えたデジタルコアな戦略立案や事業企画</li> <li>・ 広告キャンペーンおよび戦略的PRの企画遂行</li> <li>・ 社会課題解決を目的としたコミュニケーション</li> <li>・ メタバース型バーチャルプラットフォーム「さわれるライブ™ 5D LIVE™」</li> </ul> <p><b>【EX事業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ アーティストのマネジメント及びプロデュース</li> <li>・ マーチャンダイジング及びコンサートやイベントの企画・制作・運営</li> <li>・ ファンクラブ運営</li> <li>・ デジタルコンテンツの企画・制作・販売・配信</li> </ul>



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

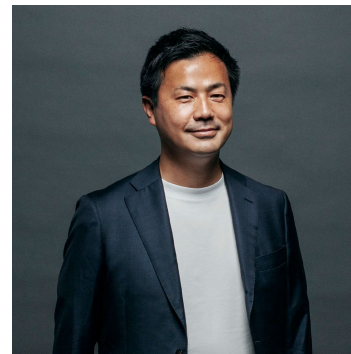
電通Y&R在籍中に獲得したCannesLions、Spikes Asia 2つのグランプリをはじめ、国内外で多数の受賞歴を持つ。2016年に大型資金調達で話題になっていたロボティクススタートアップ、GROOVE Xに単独自主プレゼンを敢行し、翌年同社に参画。同社の家族型ロボット「LOVOT」のブランドパーパス、CI、マーケティング、異業種コラボレーションなどを担い、LOVOTの出荷を見届けて退社。現職では、事業企画、コミュニケーション戦略、クリエイティブ、PRまで一気通貫で手掛ける。



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。

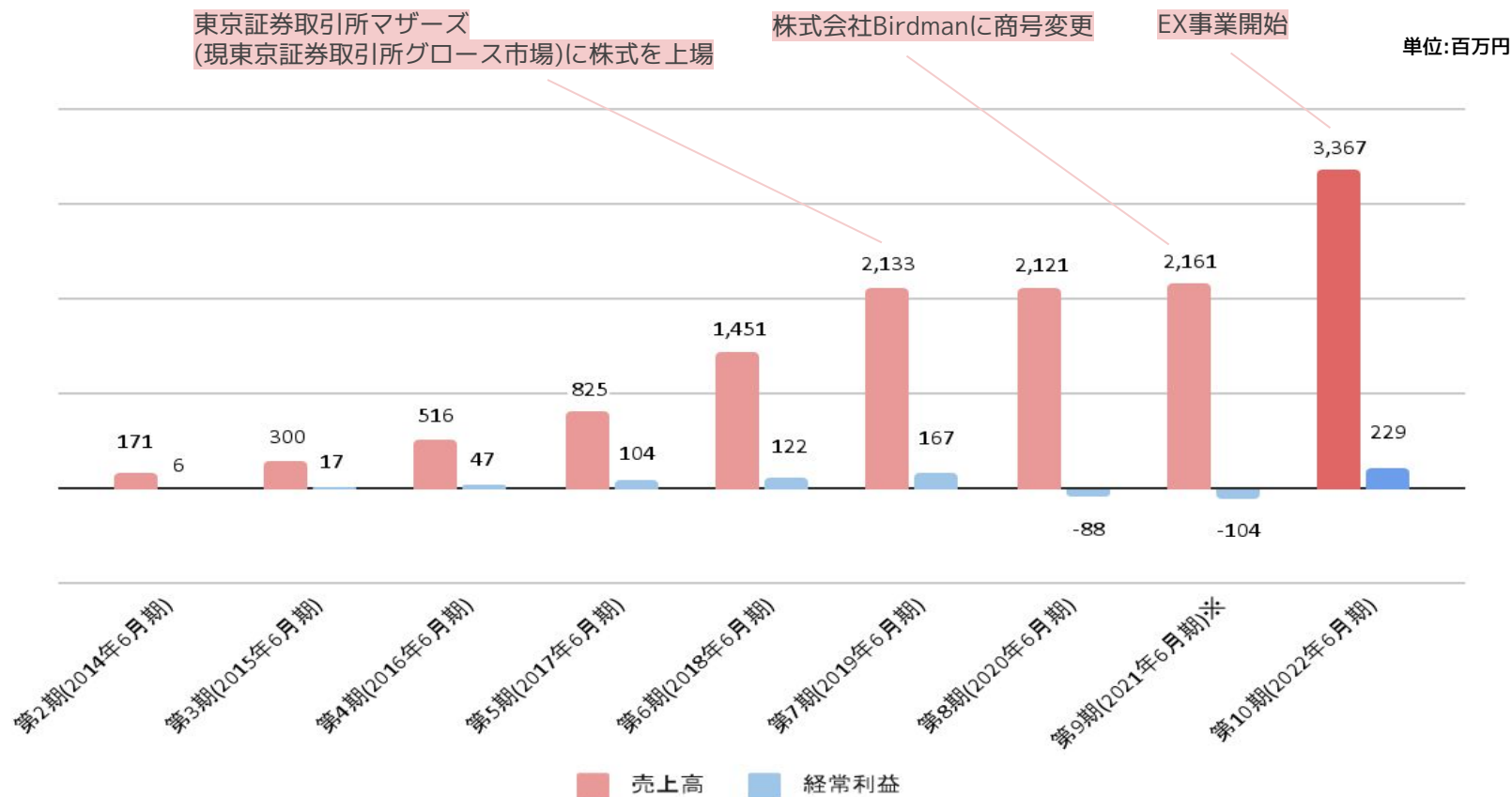


取締役 / CFO兼CHRO

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トダック上場を実現。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。

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ポ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)エードットを設立（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
2022年7月	国内に限定せず海外を含めたアーティストと新たなエンターテインメントの形を創出しするために、エンターテインメント事業に特化した子会社である株式会社Entertainment Nextを設立



※第9期の2020年7月1日から2020年12月31日は連結実績



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の定義  
広告・エンターテインメント業界の慣習となっている「年間契約/クール契約」ではなく、利益を一定の比率で按分する「レベニューシェア型」の契約

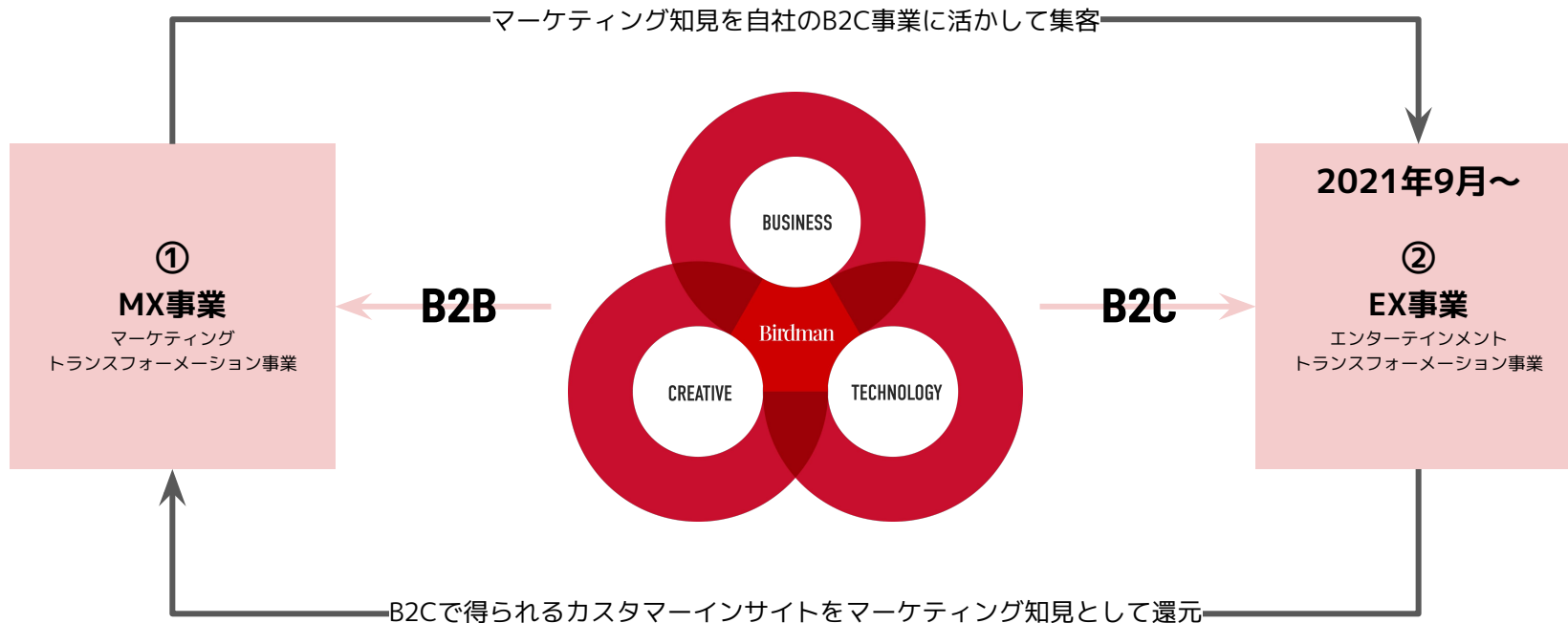
【グロースパートナーシップ契約】



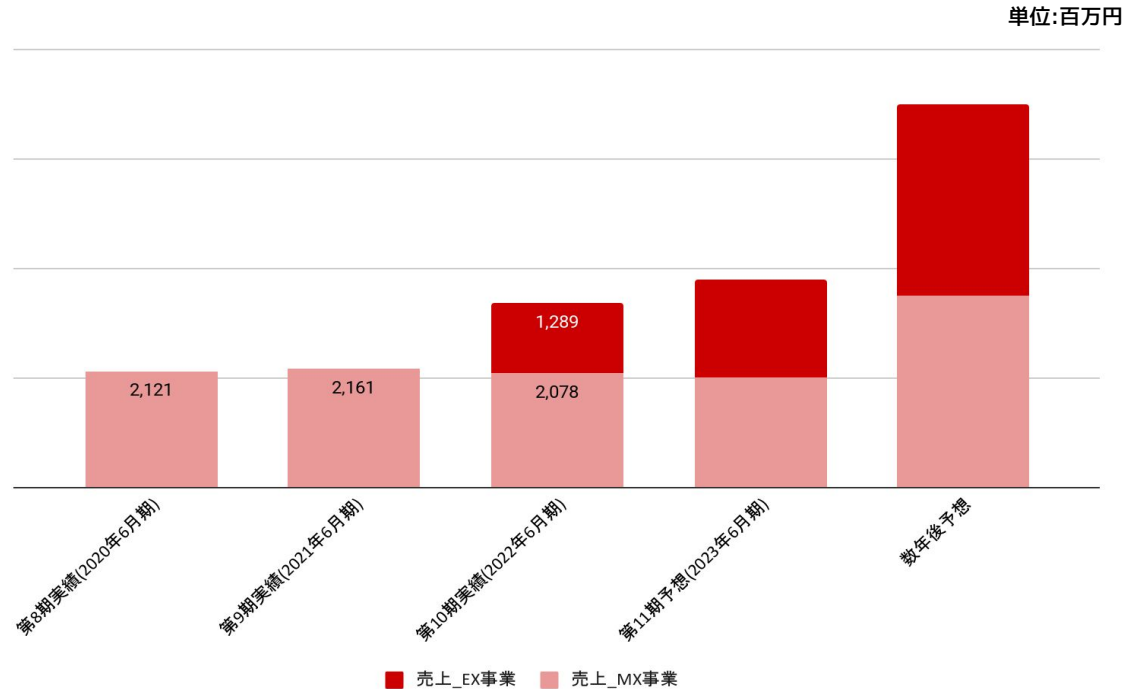
【ライブ興行の実施 ※2022年6月期はBirdmanで実施】



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。  
2022年7月に設立したエンタメネクストを加えたEX事業は、  
数年後にMX事業と同等レベルの事業規模を目指す。

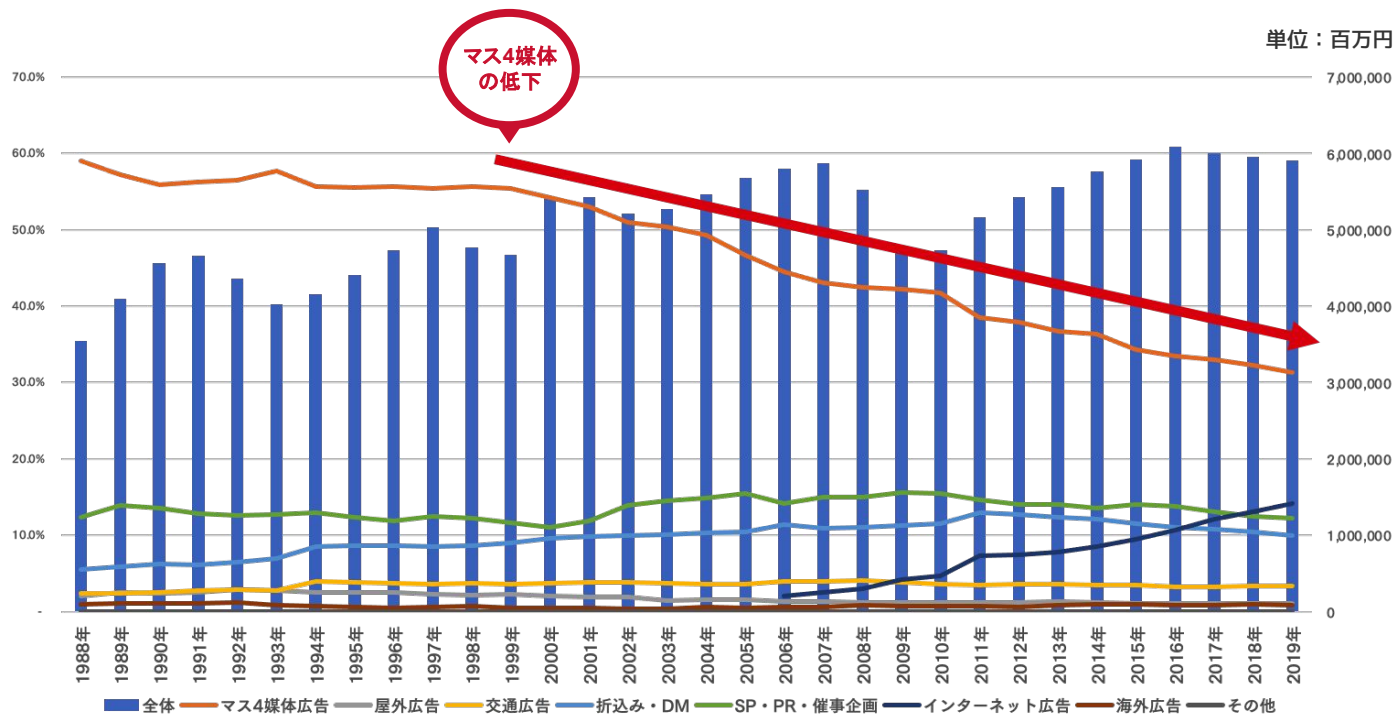


※2021年1月1日に全ての子会社を吸収合併し連結財務諸表非作成会社となったが、経済的実態は従前の連結財務諸表作成会社と大きな差異は無し  
※セグメント開示は10期から開始。9期以前は現在のMX事業と同様の事業のため、簡便的にMX事業として比較。



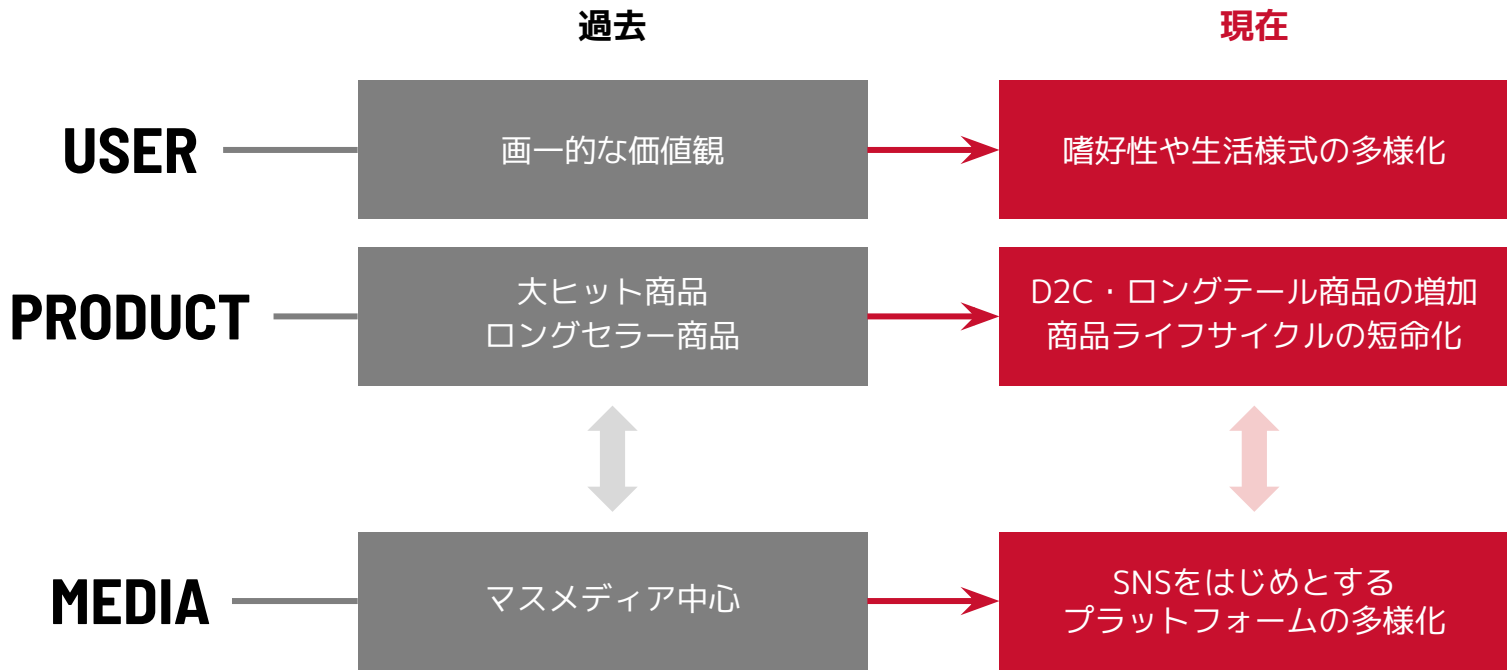
## 事業環境

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

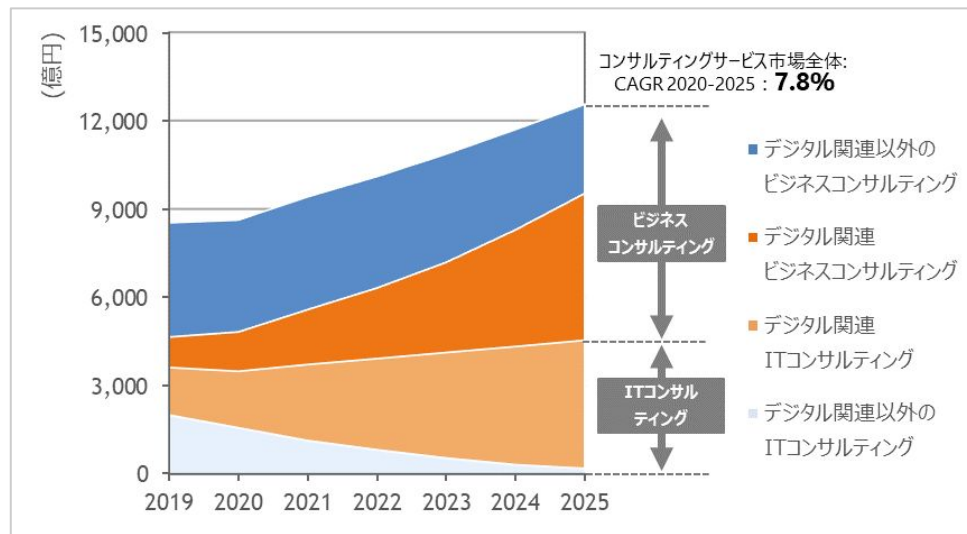
「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



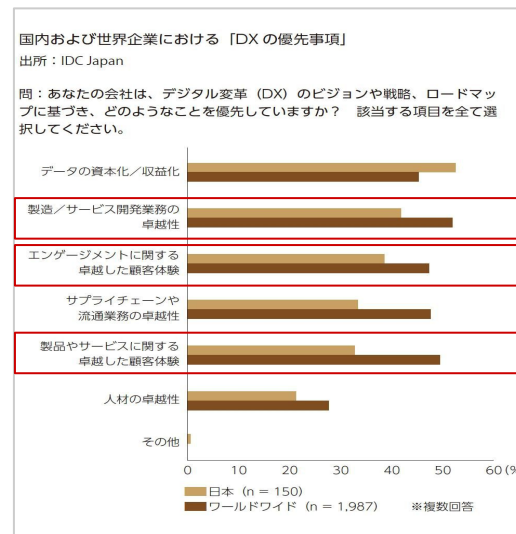
2025年に向けて、顧客体験創造に関する領域のDXにおいて著しい成長が見込まれる。

### 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。

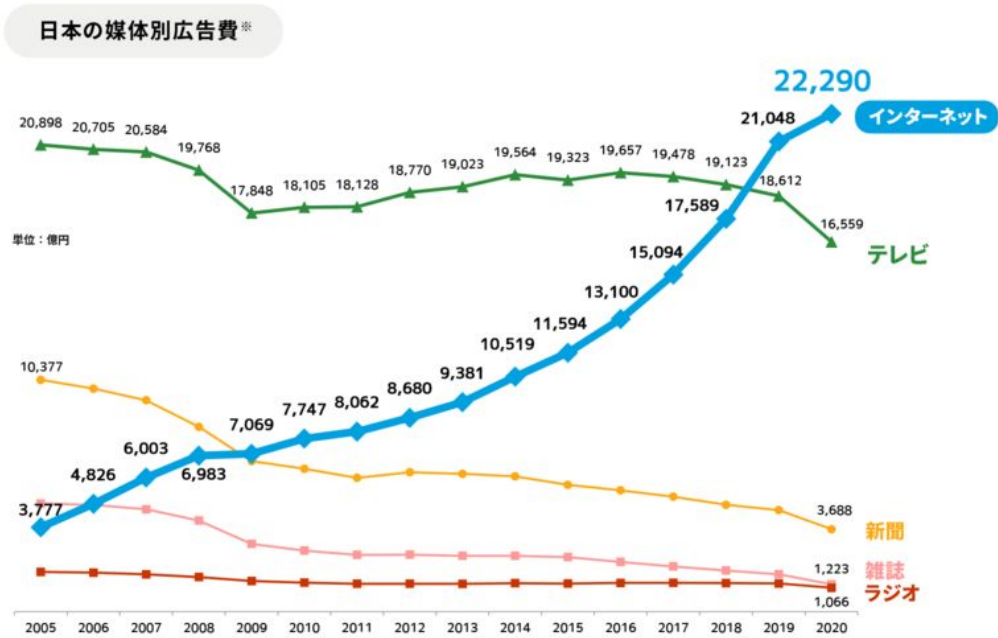


出典：IDC Japan国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年



出典：IDC Japan 国内および起業における「DXの優先事項」

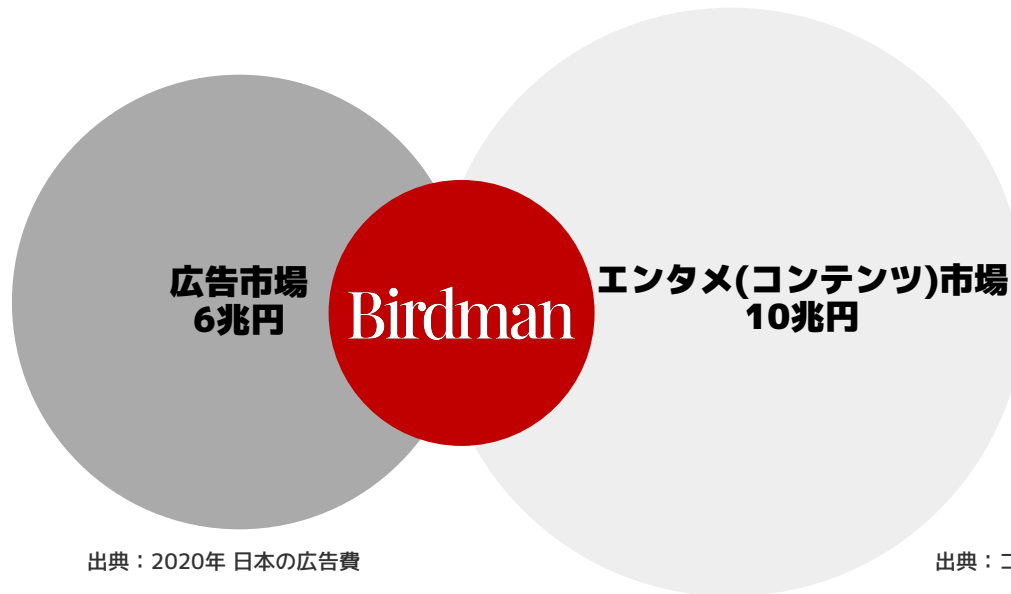
コロナ禍においてもデジタル領域（インターネット広告）は伸長。



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。



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

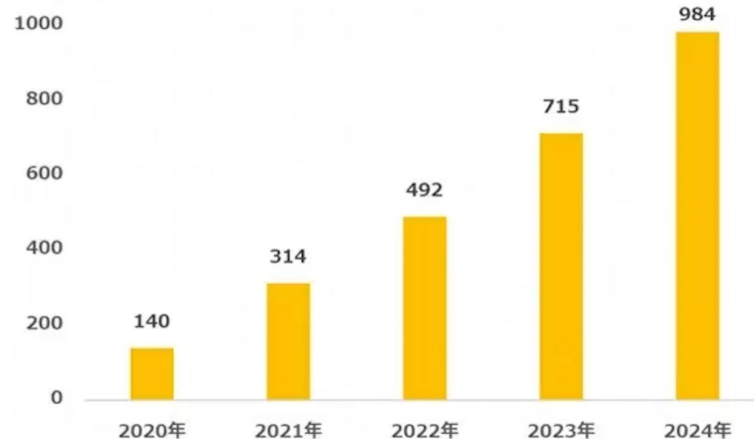


国内

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.



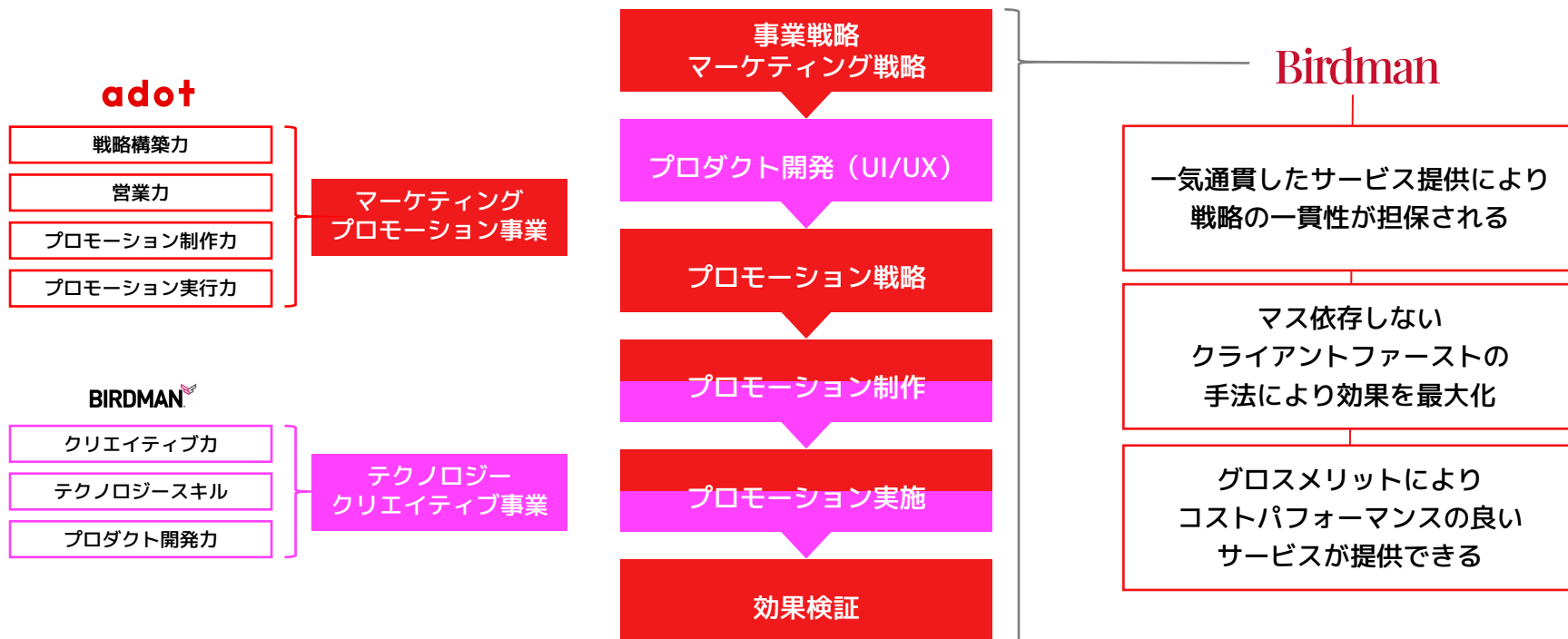
競争力の源泉

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。



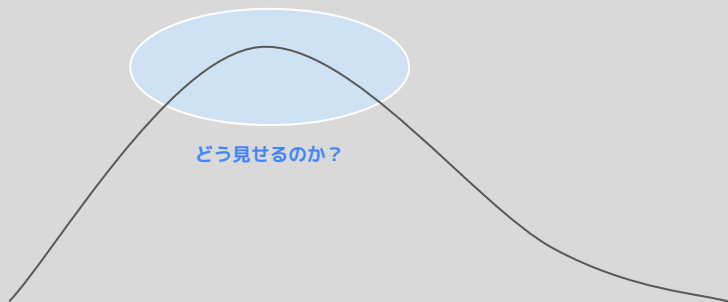
Birdmanは、マーケティングプロモーション事業+クリエイティブテクノロジー事業で、  
ハイパフォーマンスでコストメリットのある一貫通貫ソリューションを実現できる体制を有する



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。

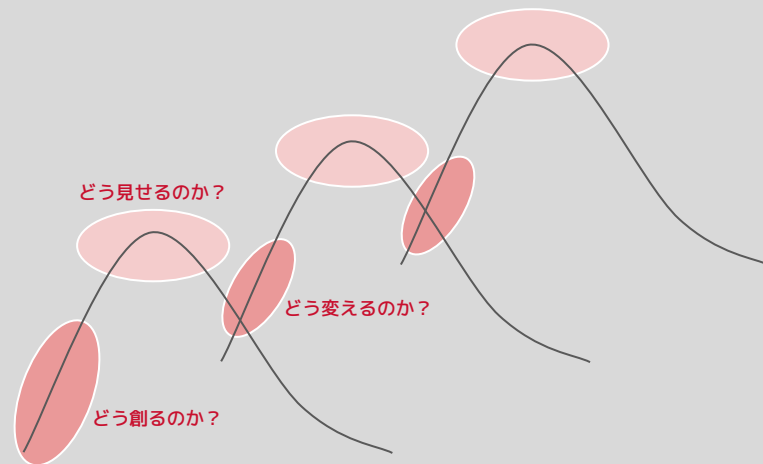
### 伝統的に広告代理店が対象とする領域

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

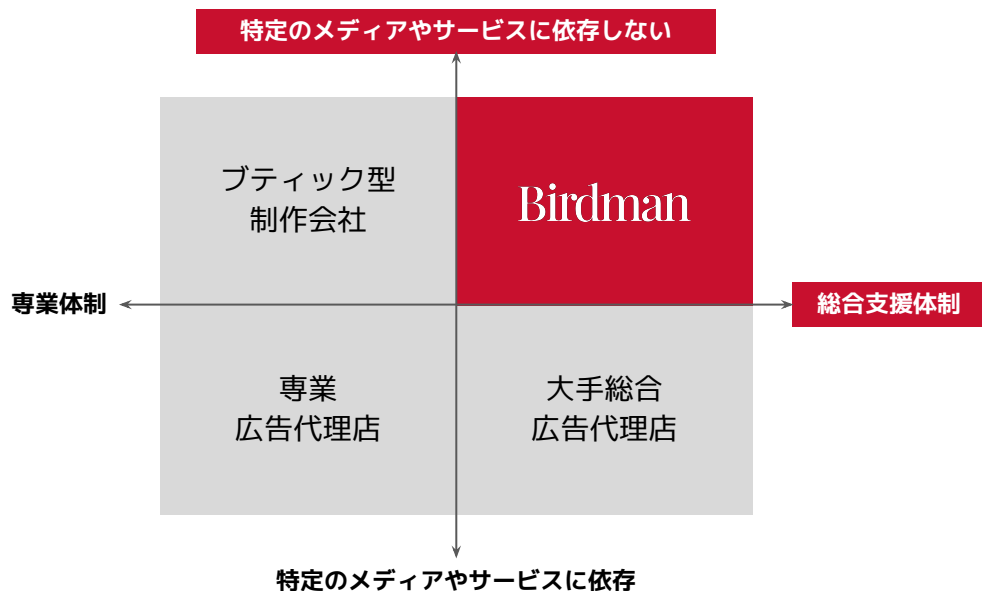


CLIO  
AWARDS



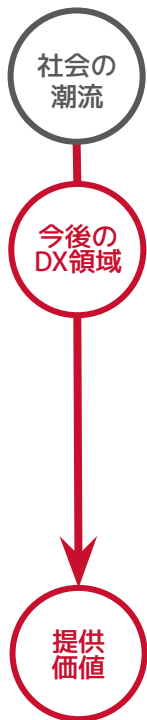
+ MORE

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

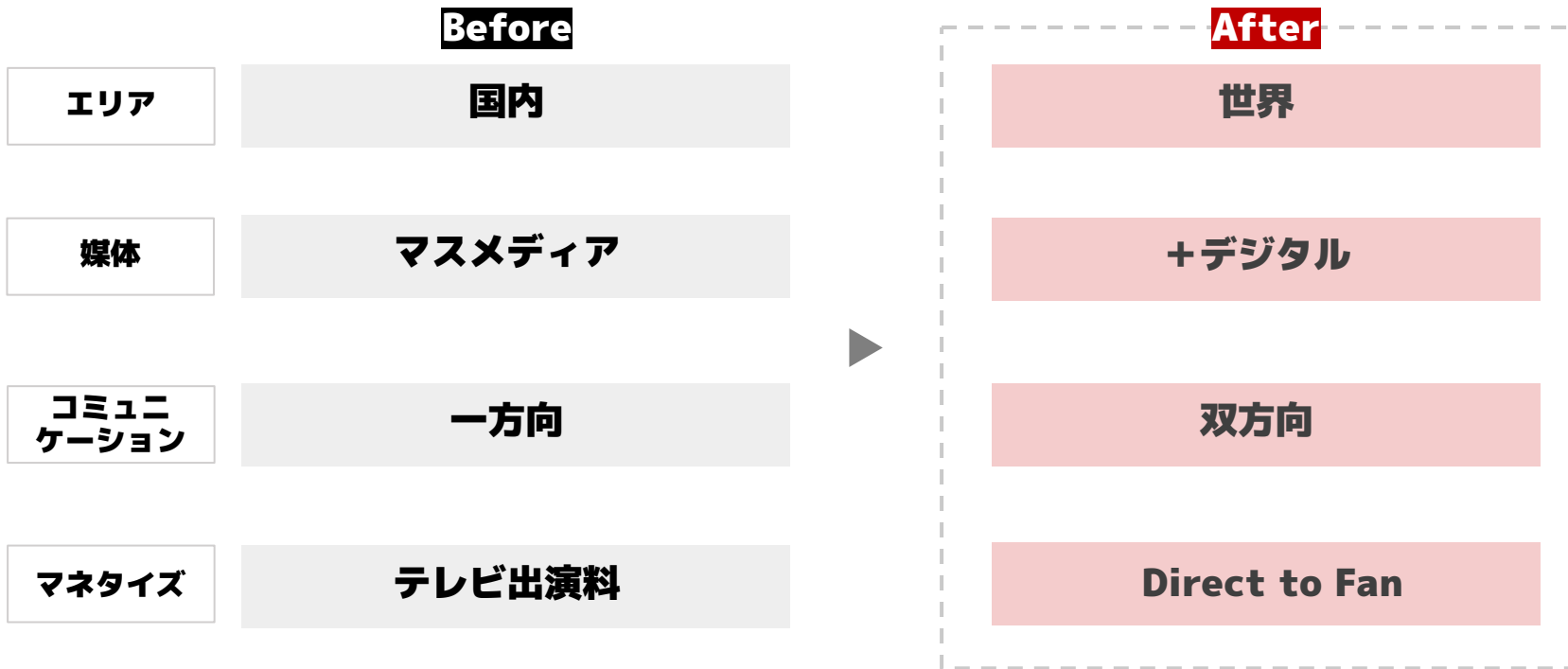
**Marketing** × **Digital** × **Creative** = **Birdman**



競争力の源泉

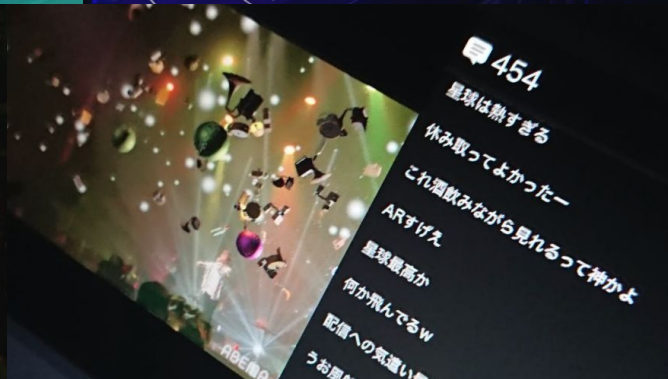
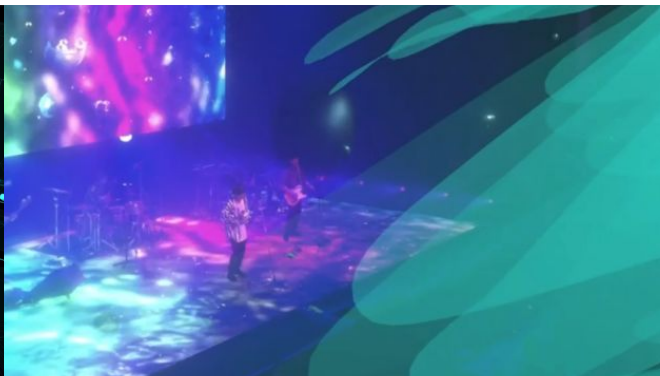
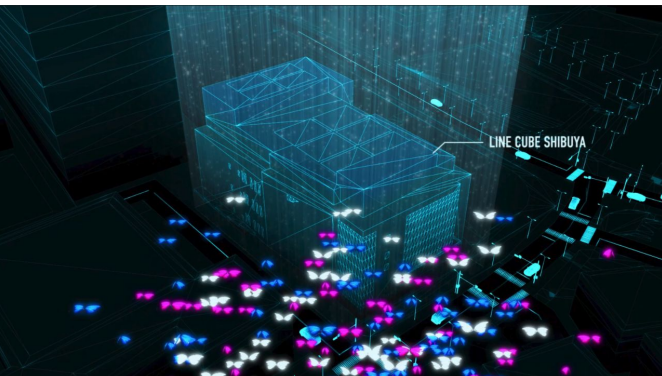
EX事業

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



※グロースパートナーシップ契約の定義

広告・エンターテインメント業界の慣習となっている「年間契約/クール契約」ではなく、利益を一定の比率で按分する「レベニューシェア型」の契約

キーワードを入力

トップ 音楽 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のオフィシャルサイトより

GENKI WASHI

【画像】平野紫耀、中島健人「MUSHOOTS」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、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っているか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。こちらも、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っているか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。こちらも、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っているか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。

【画像】平野紫耀、中島健人「MUSHOOTS」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。

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。

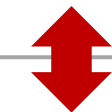
EX事業は、既存のMX事業との親和性は高い

契約アーティスト

7ORDER



⋮



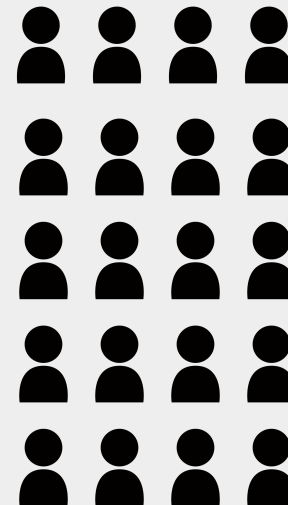
広告主



キャスティング  
/ 広告費用  
--¥-->



ファン





## 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ため、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>
新型コロナウイルス感染症の流行による業績変動について	<p>新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、政府または自治体からの要請が発出された場合等は、コンサート等の開催を中止せざるを得ません。新型コロナウイルス感染症については、現時点では完全な終息時期を見通すことは困難であり、今後とも、イベントやコンサート会場等において営業時間短縮または臨時休業等の措置が取られる事態などが生じ得ます。</p> <p>当社は、上記について可能な限りの事前対策は講じておりますが、チケットの払戻しや、製作費や諸費用の負担等により当社の業績等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：中～大】</p>	<p>当該リスクへの対応策として、アーティストや従業員等の感染予防対策の実施に努めております。また、オンラインライブや、費用の一部を補助する国の公的制度などを活用することで、影響の軽減に努めております。</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。



今後の展開

現状の基盤収益源である広告・マーケティング、エンタメマーケットにおいて、各事業がマーケットの成長領域に挑戦。

それらを強く推進することで、来期以降の新たな成長源泉を創り出す期と位置付ける。

MX事業、EX事業、エンタメネクストは事業間のシナジーも生みやすく、Birdmanグループとして更なる成長を目指す。

## MX事業

既存のマーケティング支援領域に加え、DX、Web3といった“トレンド”を活用したデジタルマーケティング支援領域の拡張。

対クライアント（toB）に加え、対ファン（toC）における「5D LIVE®」の収益化。

## EX事業

ライブ収入、グッズ販売収入、ファンクラブ収入等の収入の創出と利益率の向上。

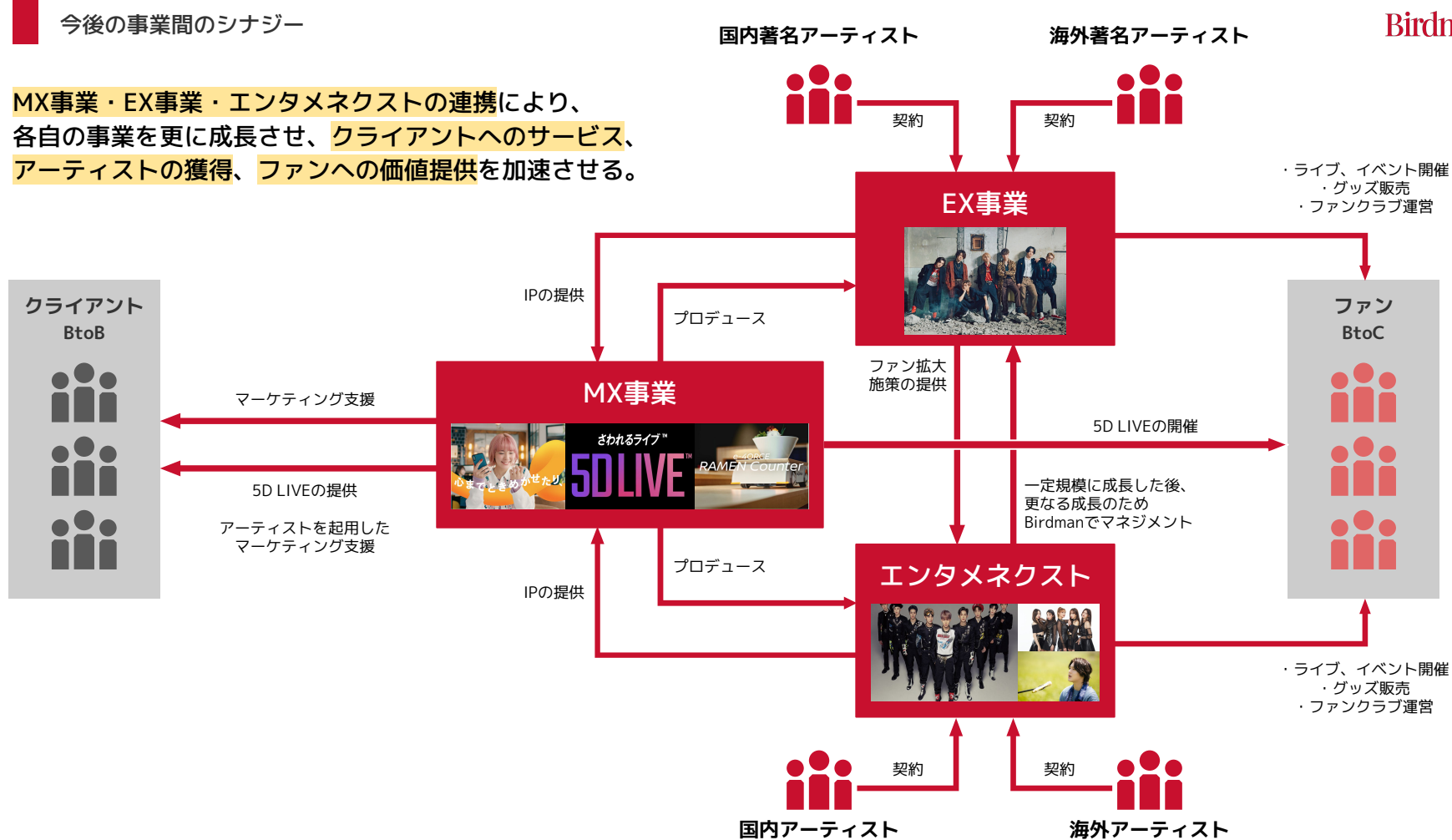
デジタルマーケティング知見を活かして当社契約アーティストのファン拡大。その型化による外販強化。

## エンタメネクスト

国内外問わず、新たなアーティスト・IPの獲得。エンタメマーケットにおける存在感の強化。

他のエンタメ企業とのアライアンス推進による新規事業および成長機会の創出。

MX事業・EX事業・エンタメネクストの連携により、  
各自の事業を更に成長させ、クライアントへのサービス、  
アーティストの獲得、ファンへの価値提供を加速させる。



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

2022年6月末時点

**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。

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（2023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](http://birdman.tokyo)

