

2023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.

2023年6月期 第2四半期 業績サマリー

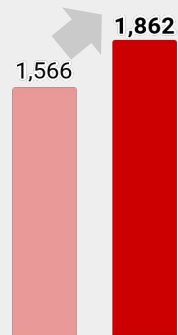
MX事業過去最大となる大規模案件、EX事業とエンタメネクストのライブの成功等により
上期予算に対し売上高、各段階利益共に予算を大幅超過。

売上高

23/6期2Q累計予算
1,566百万円



23/6期 2Q累積実績
1,862百万円
予算比+19.0%



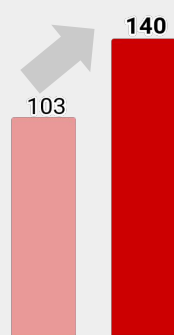
累計予算 累計実績

営業利益

23/6期2Q累計予算
103百万円



23/6期 2Q累積実績
140百万円
予算比+36.8%



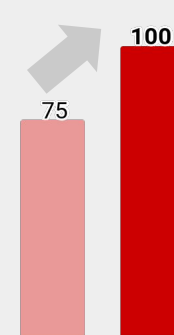
累計予算 累計実績

四半期純利益

23/6期2Q累計予算
75百万円



23/6期 2Q累積実績
100百万円
予算比+34.5%



累計予算 累計実績

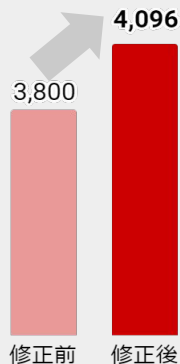
上期予算に対し売上高、各段階利益共に予算の大幅達成に伴い、通期予算を上方修正。
直近の景気状況等の不確実性を総合的に判断して、上期での上振れた金額を加算した保守的な修正に留める。

売上高

23/6期 修正前予算
3,800百万円



23/6期 修正後予算
4,096百万円
増加率 + 7.8%

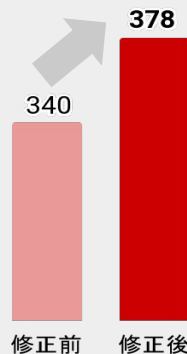


営業利益

23/6期 修正前予算
340百万円



23/6期 修正後予算
378百万円
増加率 + 11.2%

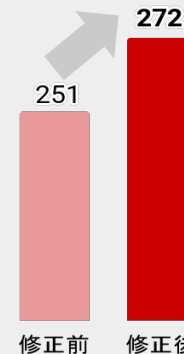


純利益

23/6期 修正前予算
251百万円



23/6期 修正後予算
272百万円
増加率 + 8.4%



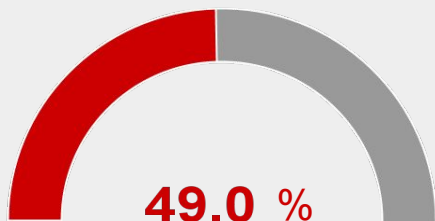
当初より下期編重予算のため修正前予算進捗率は50%を下回る。

売上高

23/6期2Q累計
1,862百万円

23/6期 修正前予算
3,800百万円

売上高



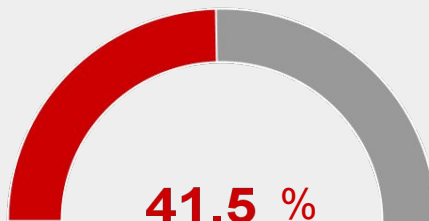
対修正後通期予算進捗率

営業利益

23/6期2Q累計
140百万円

23/6期 修正前予算
340百万円

営業利益



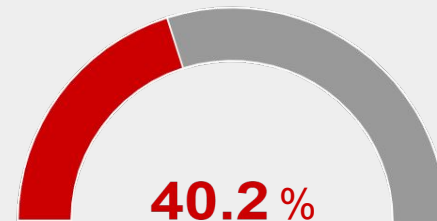
対修正後通期予算進捗率

純利益

23/6期2Q累計
100百万円

23/6期 修正前予算
251百万円

純利益



対修正後通期予算進捗率

当初より下期編重予算のため修正後予算進捗率は50%を下回る。

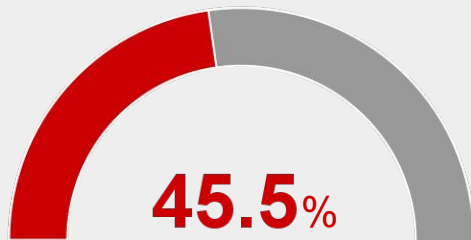
一方で、修正後の通期予算は通期業績修正を上期上振れ額に留めた保守的な予算とし、通期業績達成確度を高める。

売上高

23/6期2Q累計
1,862百万円

23/6期 修正後予算
4,096百万円

売上高



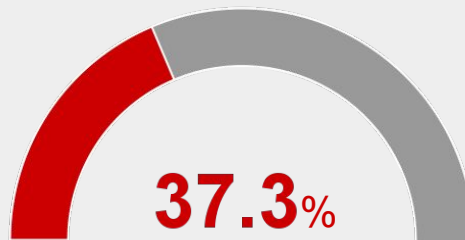
対修正後通期予算進捗率

営業利益

23/6期2Q累計
140百万円

23/6期 修正後予算
378百万円

営業利益



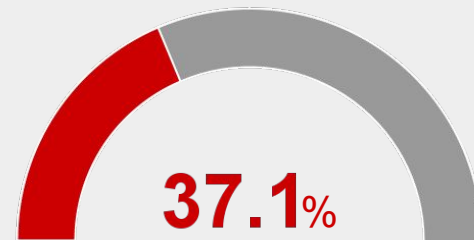
対修正後通期予算進捗率

純利益

23/6期2Q累計
100百万円

23/6期 修正後予算
272百万円

純利益



対修正後通期予算進捗率

**2023年6月期
第2四半期**

【売上高1,000百万円(前期比+2.6%)】 【営業利益69百万円(前期比+10.6%)】 ※
第2四半期として過去最高の売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益を更新。
売上高・営業利益等共に会社計画以上で進捗したことから、通期業績予想を上方修正。
引き続き、通期で過去最高の売上高・営業利益等の更新を目指す。

MX事業

【売上高681百万円、セグメント利益106百万円】
「さわれるライブ 5D LIVE」は開催中止を決定したが、売上高確保とコスト削減等により業績に与える影響を軽微に留めることに成功。継続して、案件獲得能力の強化、稼働管理、プロジェクト採算管理の徹底を進める。

EX事業

※エンタメネクスト
除く

【売上高291百万円、セグメント利益36百万円】
2022年9月14日開催の福岡公演を皮切りに全国10都市を巡った秋のツアー「7ORDER LIVE FACTORY～脱色と着色～」は、2022年11月3日に東京ガーデンシアターで追加公演を開催。

**エンタメ
ネクスト**

【売上高27百万円、セグメント利益10百万円】
日本初開催となる『MBC IDOL RADIO LIVE in TOKYO』を2022年10月20日に東京ガーデンシアターで開催。

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、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。

1. プロジェクト採算管理の徹底とスタッフ一人当たりの売上高・生産効率向上により筋肉質な体制に移行中
2. 上流の戦略パートから関わる大型プロジェクト受注数が上昇傾向
3. 当社が制作に関わるプロジェクトが国内で権威のあるPRアワードでブロンズを受賞

3Q以降についても生産性の向上を目的としたカイゼンを続ける一方、増加する案件を見極めながら、戦略プランナー、クリエイティブディレクターを中心とした採用を強化し、より一層案件規模の拡大を図る。

NEW PROJECT

NBA JAPAN GAMES 2022 NISSAN「Pro PILOT MOP」

NBA JAPAN GAMES 2022でお披露目

「ProPILOT MOP」は、NISSANの運転支援システム「ProPILOT 2.0」に着想を得て開発されたモップ。バスケットコートを手を借りずに清掃していくなかで、車線変更や追い越しなど目的地までの様々な運転アシスト機能のベネフィットをキャッチーに、かつ驚きをもって伝えるパフォーマンスを実施。Birdmanは「ProPILOT MOP」のテクニカルディレクション、デバイス開発を担当した。



NEW PROJECT

三井ダイレクト損保 「強くてやさしいクルマの保険」

新自動車保険のサービスローンチ/ブランドコミュニケーション補償や事故対応に「強い」保険であることに加えて、これからの自動車保険に本当に求められているのは、お客さまが自ら選べて納得感があり、価格もリーズナブルな「やさしい」保険であると定義し、その2つを兼ね備えた新商品として「強くてやさしいクルマの保険」を発売。そのブランドコンセプトや魅力をもれなく伝えるために、シンボルロゴ、ガイドライン、TVCM、WEBコンテンツの企画・開発をした。



1. **7ORDER LIVE FACTORY 「脱色と着色」の完遂を皮切りに、Birdman主導で露出機会を増加!**
2. **CBCテレビやTSKさんいん中央テレビと連携し、地上波の露出を強化。**
3. **Weibo(微博・ウェイボー) Account Festival『Primez Active Award』のアーティスト賞を受賞。**

23年3月にメジャー3枚目となるフルアルバムをリリース! リアル&オンラインを連動させたPR施策を展開予定。

露出実績

メディア・フェス出演実績

VODや地方局への出演、フェス出演など多くの露出を獲得!

11月 | Abema特番「7ORDERのSU・PONPON」

12月 | 7ORDER×ナタリー Happy Jack!

(出演者: the telephones、SHE'S)

| CBC「地名しりとり～旅人ながつの挑戦～」

(人気番組のワッキーの「地名しりとり」が約20年ぶりに復活!)

| Weibo Account Festival 出演

(東京・有明アリーナで、俳優の佐藤健、女優の黒木瞳、アイドルグループの乃木坂46も受賞!)

| ASIA EMOTIONAL MUSIC FES2022出演

(天月・JO1・乃木坂46・MIYAVI・櫻坂46・Da-iCE・Liella!他出演)

| TSK『結び農縁 MUSUBI KNOW EN』

(地上波特番がTSKさんいん中央テレビで放送!)

| Hulu 独占ライブ配信『BOW!! 年会』2022

3Q
PROJECT

3rd ALBUM「DUAL」3月8日(水)に発売決定

メンバー出演の作品の主題歌などを収録!



1. 流動性の高いライブ興行を収益軸とする中で、1Qに続き、セグメント利益10百万円を確保
2. 直近1月2日には主催者としてバンテリンドームナゴヤで「KROSS vol.1-kpopmasterz-」を初開催
3. KROSSを皮切りに、単発興行で終わらない継続した自社の顔となる「興行コンテンツ」を複数計画中

PROJECT

「K-POP ライブ興行開催」

1Qに続き、主催となるライブ興行を続けて開催。MBC IDOL RADIOに
関しては特に大盛況となる興行になり、即時ソールドアウトを記録。
今後にも期待できる手応えのある内容となった。

10月 | OnlyOneOf 2nd Japan live 2022

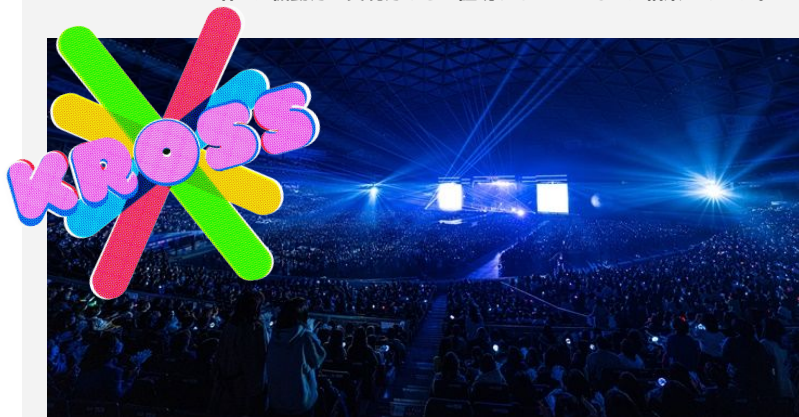
10月 | MBC IDOL RADIO LIVE in TOKYO

https://birdman.tokyo/news/20220906_mbc_en

3Q
PROJECT

「KROSS vol.1-kpopmasterz-」

1日2回公演でのべ約85,000人を動員し、韓流人気俳優やアーティストが
複数出演。2022年7月の設立から約半年で、ドームクラスの大規模フェス
を開催、そして成功を収め、親会社であるBirdmanのMX事業/EX事業に
て培った機動力/実現力などを証明することができた結果となった。



https://birdman.tokyo/news/2023_0106_kross_en

MX事業過去最大の大規模案件、EX事業とエンタメネクストのライブ開催により増収を達成。
一方で売上高の増加に対して販管費を削減し、効率的な経営を推進。

単位：百万円

	22/6期2Q(単体)	23/6期2Q(連結)	増減額	前期比
売上高	975	1,000	25	102.6%
売上総利益	225	217	▲8	96.2%
販管費	162	147	▲15	90.6%
営業利益	63	69	6	110.6%
営業利益率	6.5%	7.0%	—	0.5%
経常利益	62	67	4	107.8%
四半期純利益	45	51	5	113.0%

※2022年6月期 第2四半期は単体決算、2023年6月期 第2四半期は連結決算。単体決算と連結決算の差異はあるが比較計算を実施

借入金により成長事業であるエンタメ事業への投資を継続。

2Q末時点では1月2日に開催した「KROSS vol.1」の前払のため、流動資産が積み上がっている。

単位：百万円

	23/6期1Q末	23/6期2Q末	増減額
流動資産	1,748	2,459	711
現金及び預金	777	712	▲64
売上債権	865	961	95
固定資産	299	309	10
資産合計	2,047	2,769	721
流動負債	934	1,419	484
短期借入金+1年内長期借入金	443	775	332
固定負債(長期借入金)	550	729	179
純資産	562	620	57
負債純資産合計	2,047	2,769	721

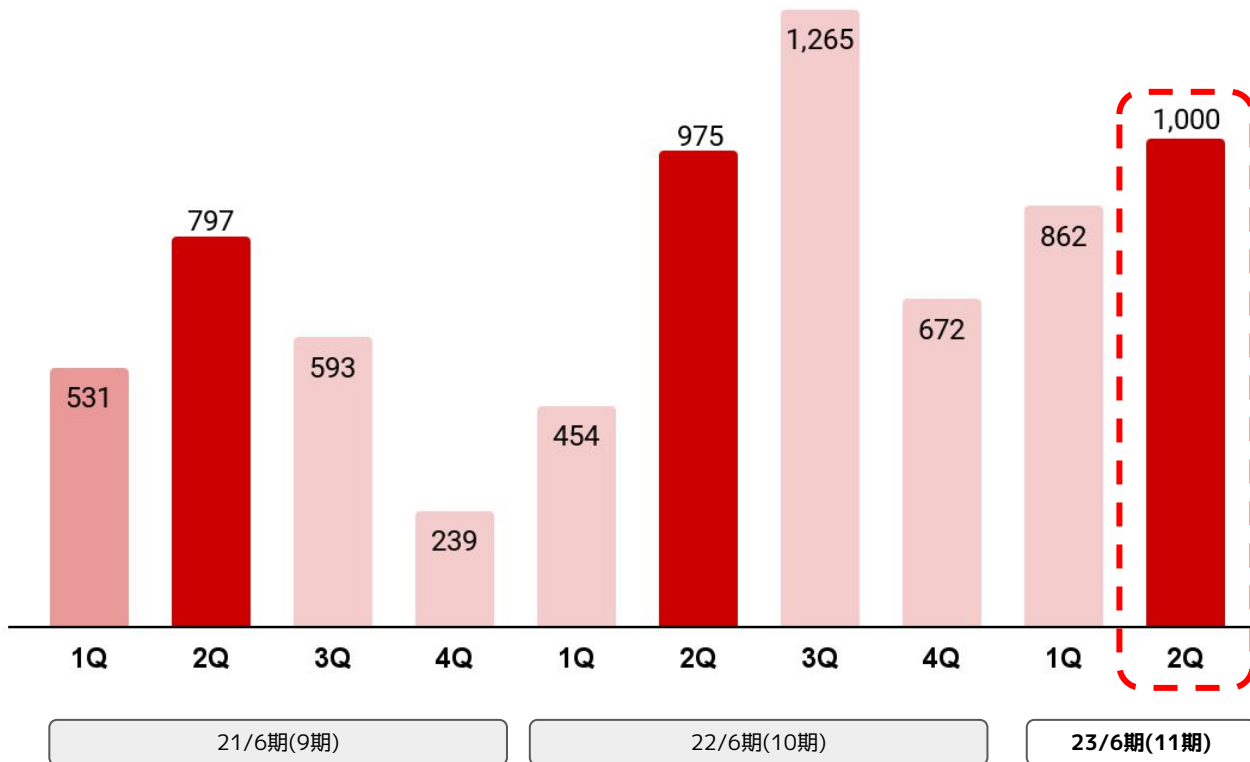
2Qとしての売上高、営業利益、経常利益、四半期利益は、連結・単体含めて過去最高額を計上。

単位：百万円

	第9期 21/6期				第10期 22/6期				第11期 23/6期	
	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)
売上高	531	797	593	239	454	975	1,265	672	862	1,000
売上総利益	240	281	139	1	146	225	268	206	217	217
営業利益	7	41	1	▲156	9	63	116	42	71	69
経常利益	12	37	0	▲154	8	62	116	41	65	67
四半期利益	5	25	220	▲239	12	45	89	39	48	51

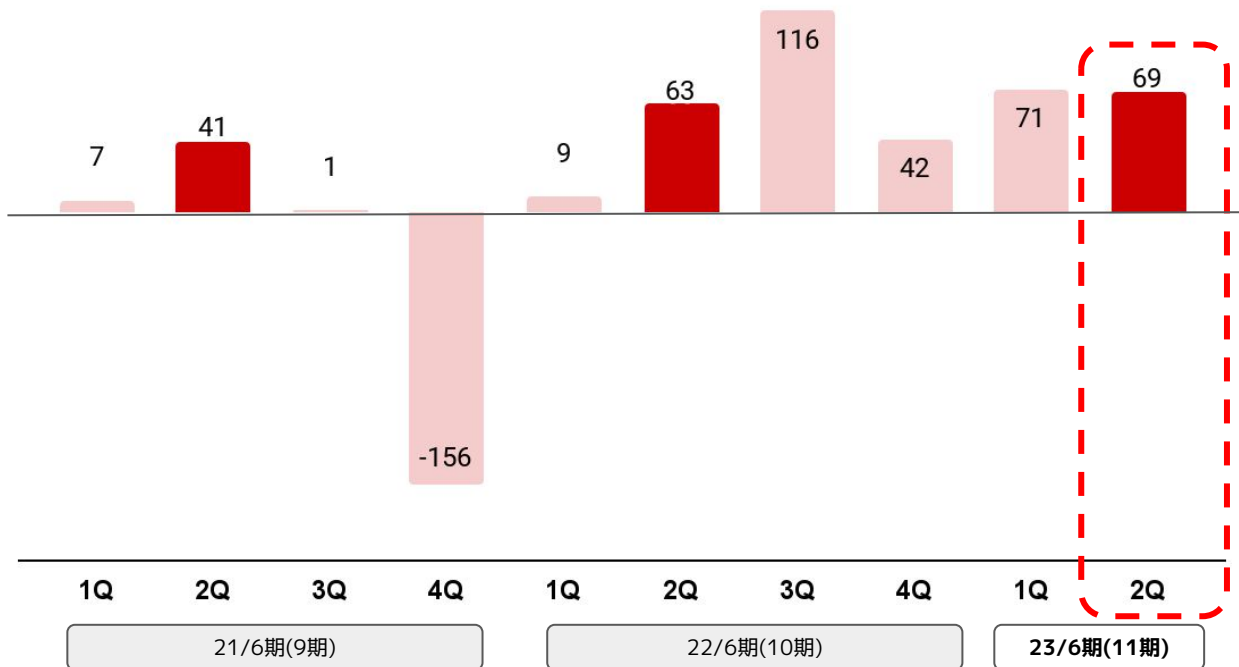
売上高は2Qとして過去最高額を計上。

単位：百万円

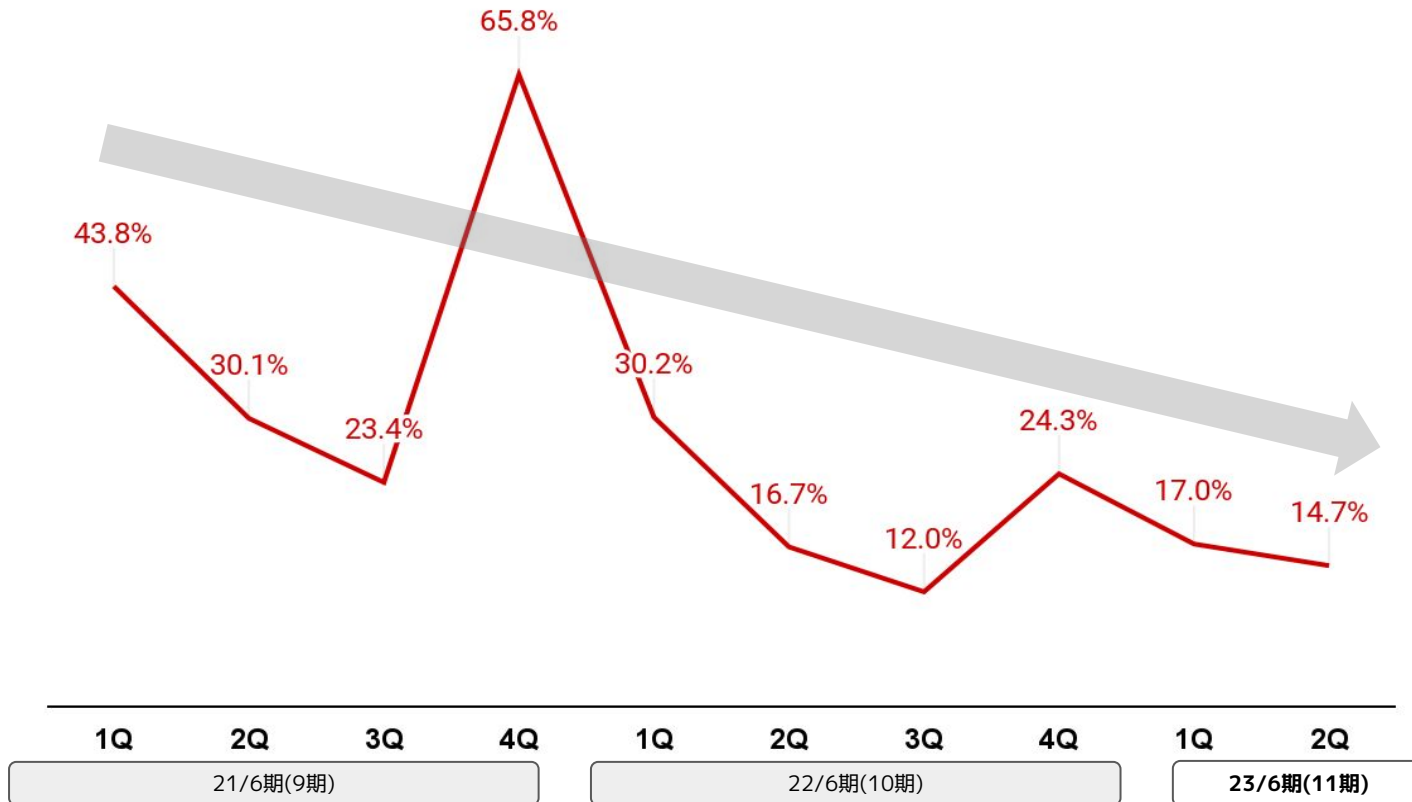


営業利益は2Qとして過去最高額を計上。

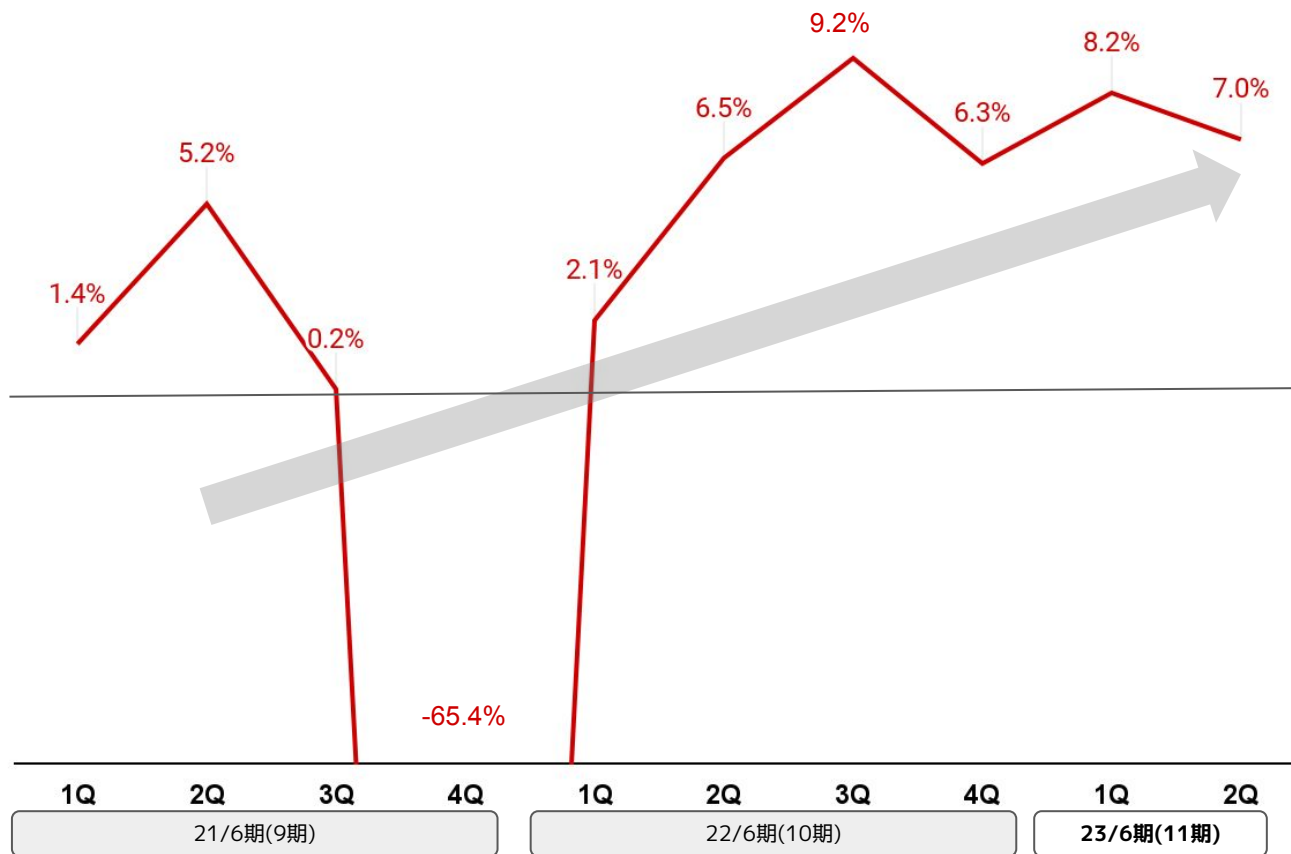
単位：百万円



賃料を含めた固定費の削減や社員の効率的な稼働等により販管費比率は下落傾向。



売上高等の増加に比して販管費を抑制しているため**営業利益率は改善傾向**。



セグメント別分析

EX事業、エンタメネクスト共にライブを開催したことにより、
2QのEX事業セグメントとして過去最高の売上高を計上。

単位：百万円

		第10期 22/6期				第11期 23/6期	
		1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)
MX事業	売上高	446	684	601	345	512	681
MX事業	セグメント利益	128	119	123	85	107	106
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47
全社	全社費用	▲120	▲109	▲106	▲107	▲79	▲83
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	116	42	71	69

※セグメント情報は、2022年6月期第1四半期より開示

エンタメネクストは協賛金等のチケット売上以外の収入があり、セグメント利益10百万円を確保。

単位：百万円

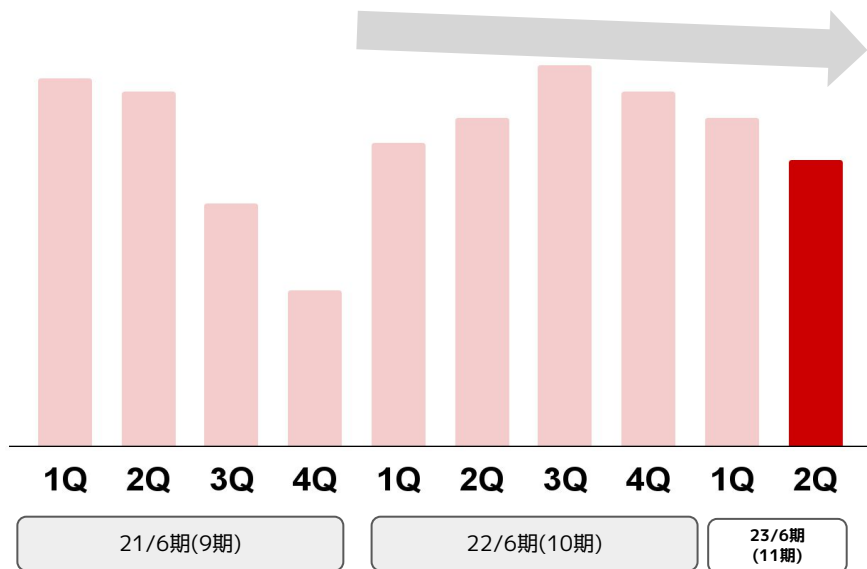
		第10期 22/6期				第11期 23/6期	
		1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47
(内訳)							
EX	売上高	7	290	664	327	216	291
EX	セグメント利益	1	53	99	64	29	36
エンタメ ネクスト	売上高	—	—	—	—	133	27
エンタメ ネクスト	セグメント利益	—	—	—	—	13	10

過去最高の売上高を計上した案件や複数の大型案件の影響もあり、クライアント数は減少したがクライアント平均粗利は増加。継続して新規クライアントの拡大を進め、固定費を抑制しつつ外部パートナーとも協力して案件対応を進める。

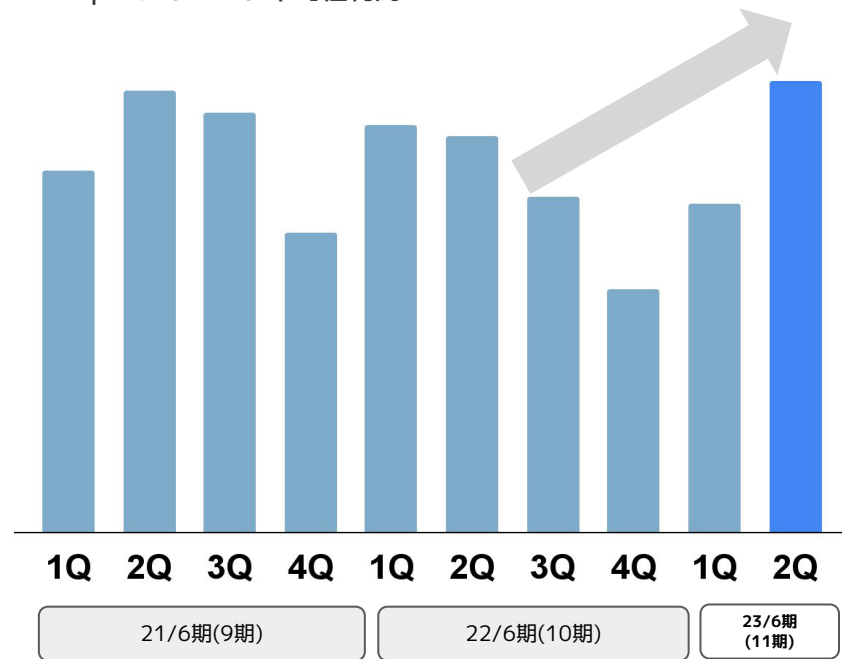
※粗利高 = 売上高 - 外注費

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

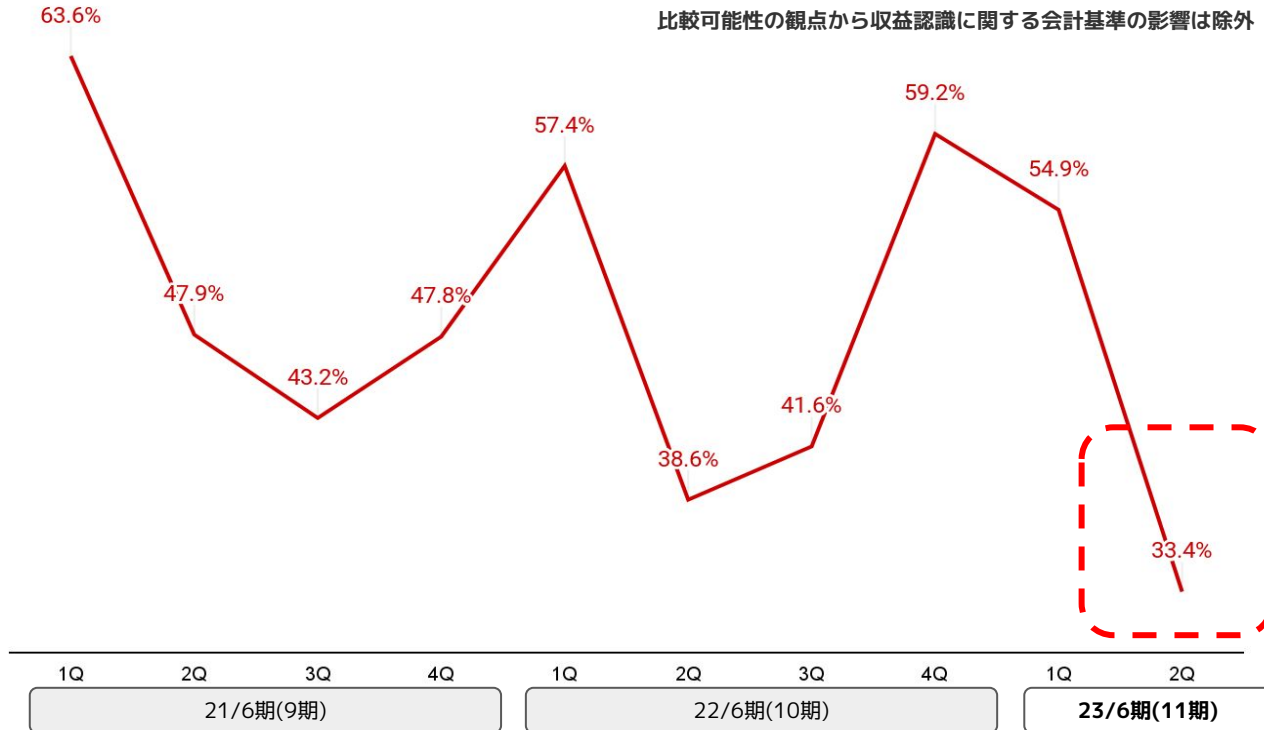


| クライアント平均粗利高



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により粗利率は改善傾向。
 過去最高の売上高を計上した案件や複数の大型案件が発生したが、
 タレントキャスティング等の外注費が高額となるため、粗利率が一時的に下落。

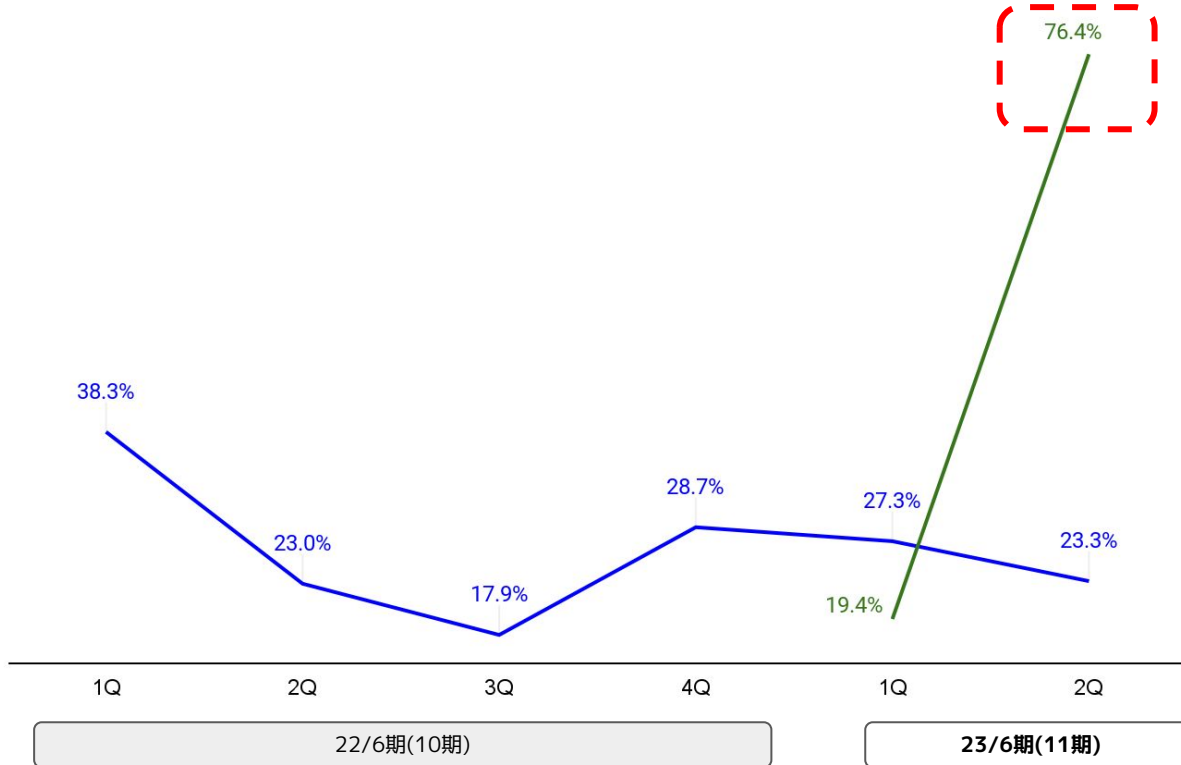
※粗利率 = (売上高 - 外注費) / 売上高
 比較可能性の観点から収益認識に関する会計基準の影響は除外



エンタメネクストは協賛金等のチケット売上以外の収入が発生したため、粗利率は一時的に上昇。

※粗利率 = (売上高 - 外注費(含むグロスパートナーシップに伴う費用)) / 売上高
 EX事業は2022年6月期1Qから開始。
 エンタメネクストは2023年6月期1Qから開始。

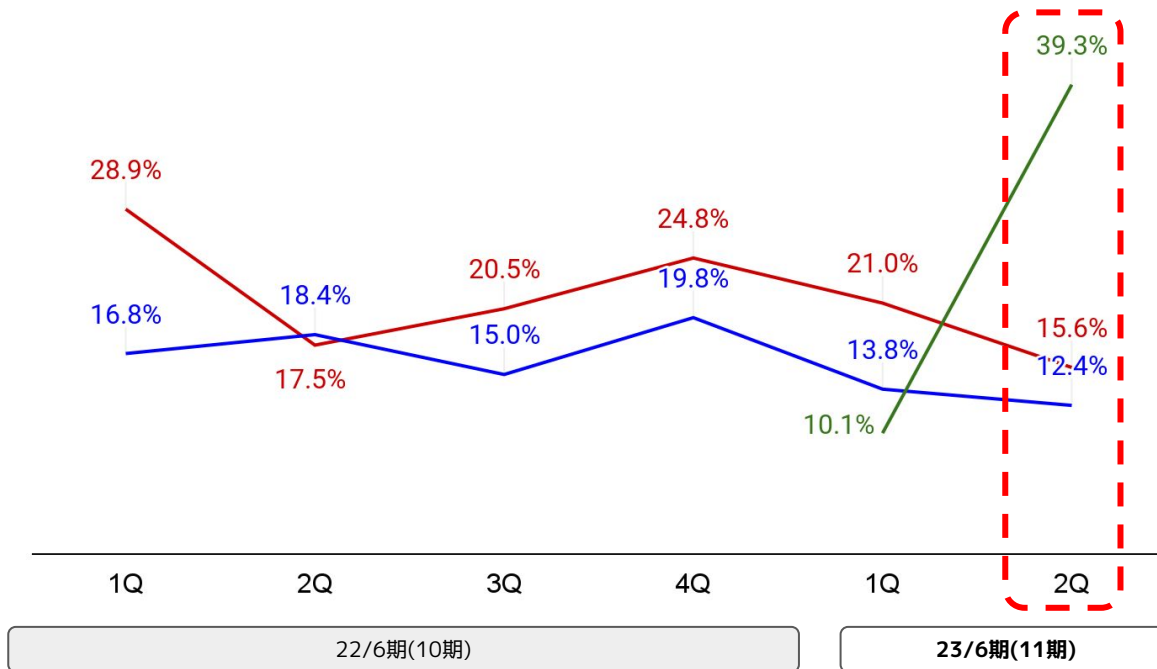
■ EX粗利率 ■ エンタメネクスト粗利率



MX、EX、エンタメネクスト共に、各事業で要する販管費を抑えることにより、**10%超のセグメント利益率を確保。**

— MX — EX — エンタメネクスト

※エンタメネクストはEX事業セグメントに含まれるが、説明のために、EXセグメントをEXとエンタメネクストに分解。





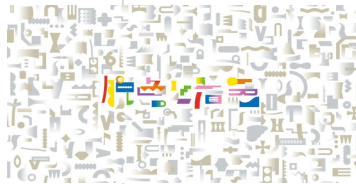




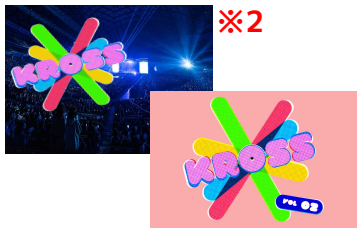


事業計画

下期に大規模なツアーやイベントを想定しているため、11期の業績予想は下期編重。
 通期業績修正を上期上振れ額に留めたことによる下期偏重比率の低下にともない、通期業績達成確度を高める。

単位：百万円

※()は修正前数値	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
11期実績値_第2四半期累計	1,862 (1,566)	140 (103)	133 (100)	100 (75)
11期修正後予算_通期	4,096 (3,800)	378 (340)	364 (335)	272 (251)
対通期上期割合	45.5% (41.2%)	37.3% (30.3%)	36.6% (29.9%)	37.1% (29.9%)
対通期下期割合	54.5% (58.8%)	62.7% (69.7%)	63.4% (70.1%)	62.9% (70.1%)

	1Q	2Q	3Q	4Q
MX事業	 <p>第20回「JPMプランニング・ソリューション・アワード2022」金賞</p>			
EX事業			 <p>3rdアルバムリリース</p>	 <p>ホール&アリーナツアー開催</p>
エンタメ ネクスト			 <p>※1</p>	 <p>※2 ※3</p>

※1：開催:東京ガーデンシアター_ライブ収容人数:約8,000人

※2：開催:バンテリンドーム ナゴヤ_ライブ収容人数:約40,000人

※3：開催:有明アリーナ_ライブ収容人数:約15,000人

今後の展開

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。

国内著名アーティスト

海外著名アーティスト



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



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>【MX事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 実行まで見据えたデジタルコアな戦略立案や事業企画 ・ 広告キャンペーンおよび戦略的PRの企画遂行 ・ 社会課題解決を目的としたコミュニケーション ・ 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™」 <p>【EX事業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アーティストのマネジメント及びプロデュース ・ 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 ・ ファンクラブ運営 ・ デジタルコンテンツの企画・制作・販売・配信



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 / COO

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。

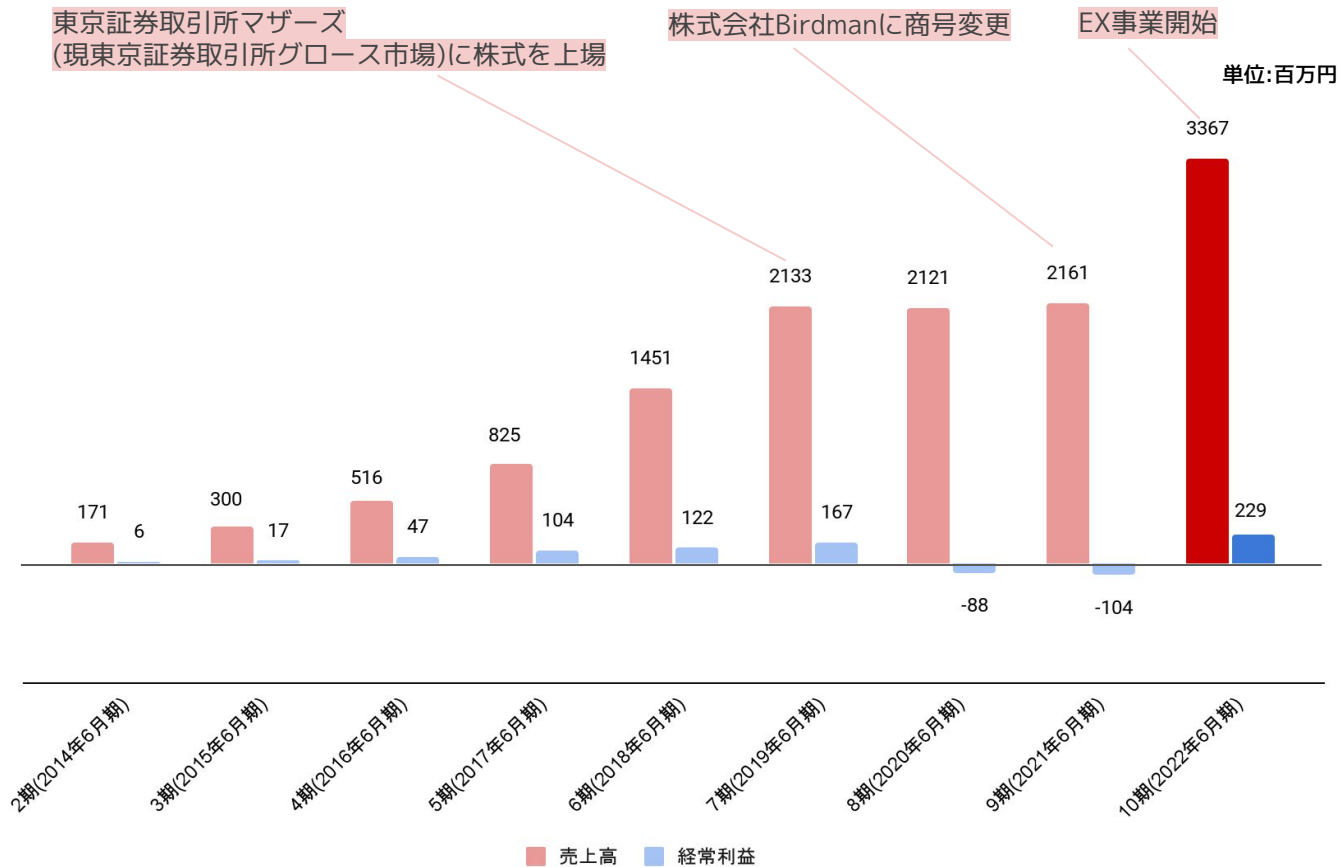


取締役 / CFO兼CHRO

三橋 秀一 Shuichi Mitsuhashi

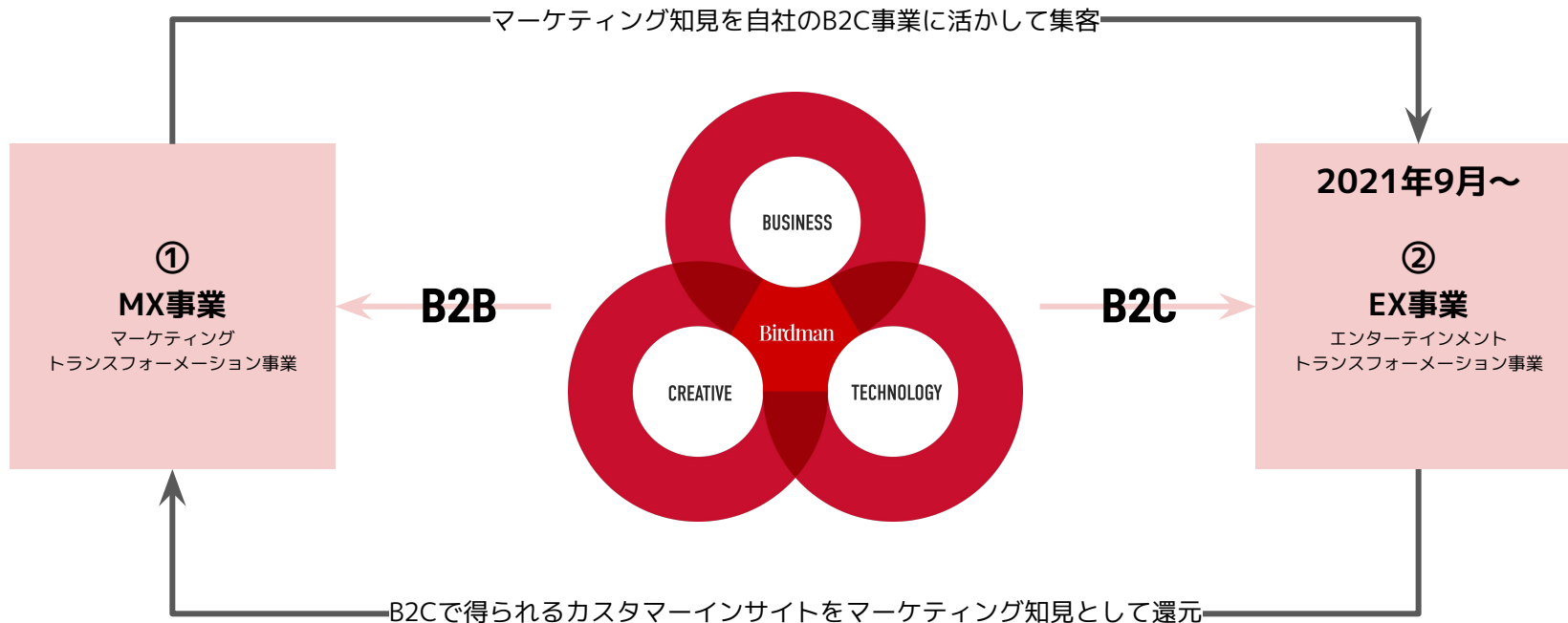
監査法人トーマツからキャリアをスタートし、コンサルティング会社でベトナム企業のM&A、上場企業や医療法人の再生案件を推進。リクルートでは中国・香港・インド等の企業のM&A~PMI、国内外の子会社経営支援を推進。その後、障害福祉企業でマザーズ上場を実現し、医療介護企業で取締役CFOを経て取締役事業戦略本部長に就任しジャスダック上場を実現。2020年8月に当社に参画し、2021年9月に取締役CFO兼CHROに就任。
公認会計士/税理士

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

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。



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】

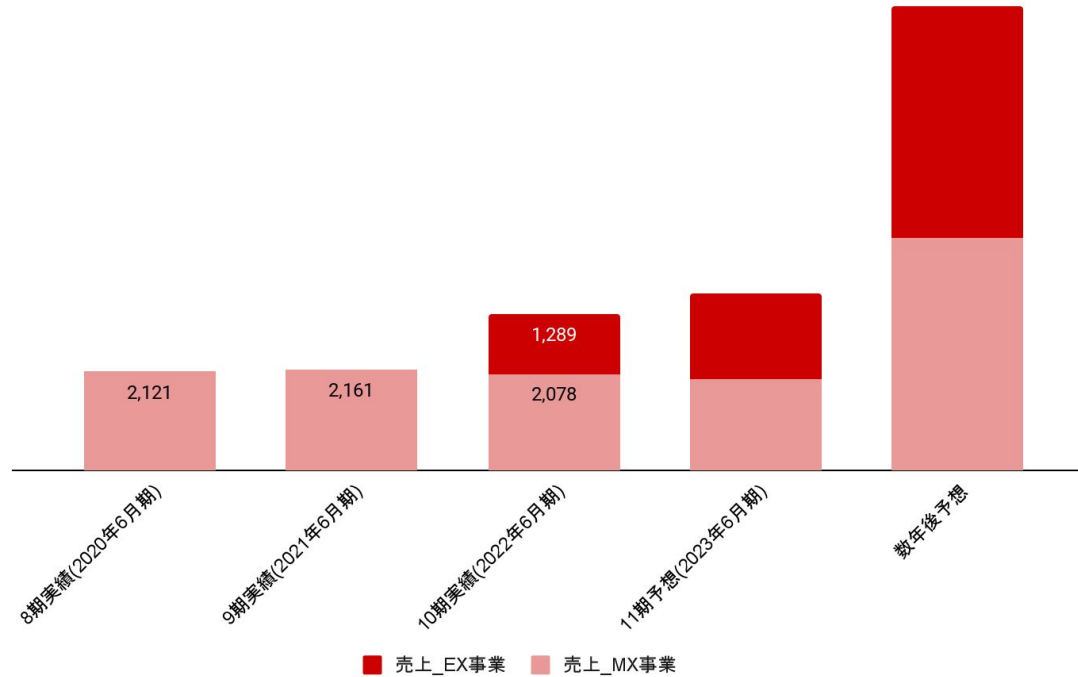


【ライブ興行の実施】



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。

単位:百万円



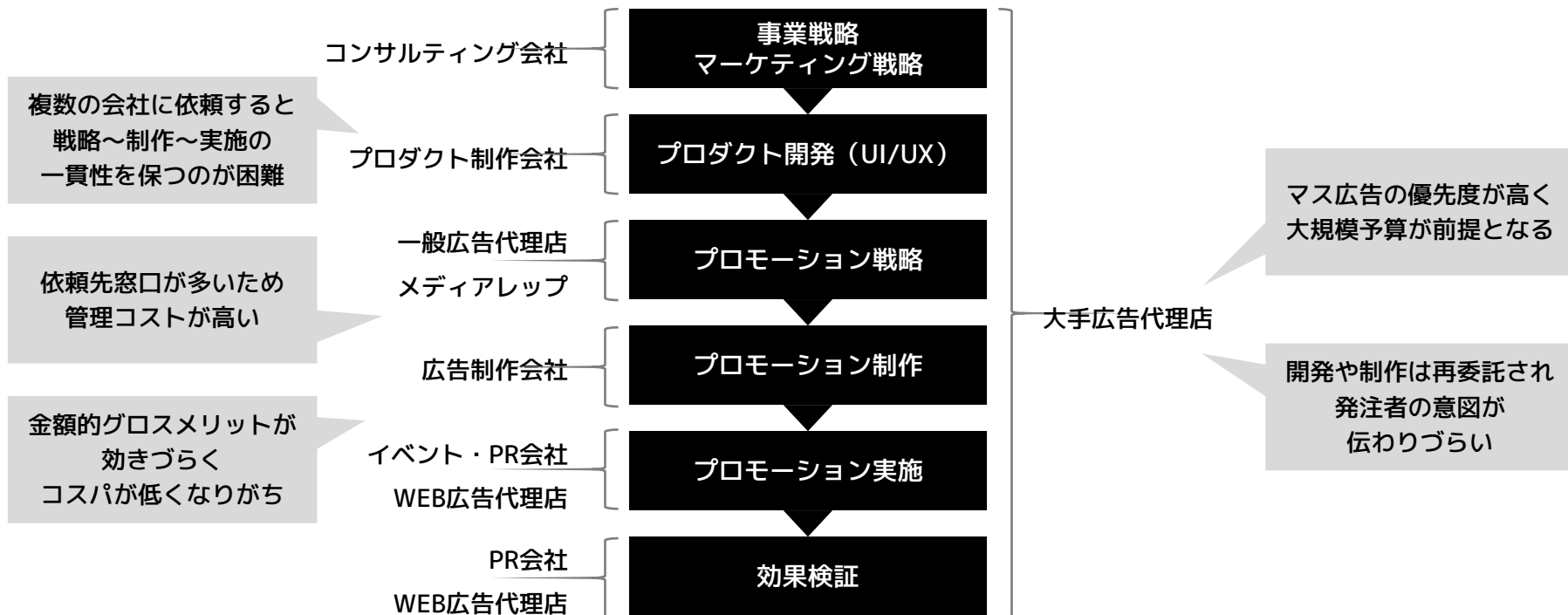
※2021年1月1日に全ての子会社を吸収合併し連結財務諸表非作成会社となったが、経済的実態は従前の連結財務諸表作成会社と大きな差異は無し
※セグメント開示は10期から開始。9期以前は現在のMX事業と同様の事業のため、簡便的にMX事業として比較。



競争力の源泉

MX事業

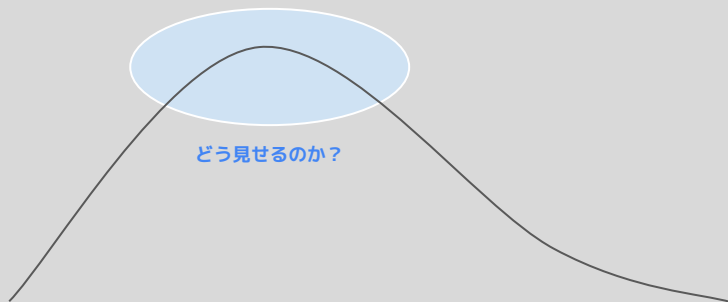
広告業界においてクライアントが一つのプロジェクトを実施するためには、
 多くの専門代理店/制作会社に依頼するか、大規模予算で大手代理店に依頼するか、
 という選択肢に限られてしまっている状況。



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。

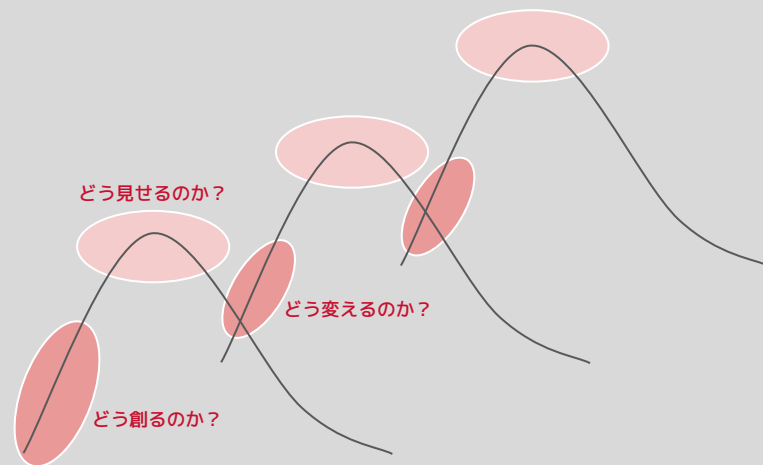
伝統的に広告代理店が対象とする領域

導入期 成長期 成熟期 飽和期 衰退期



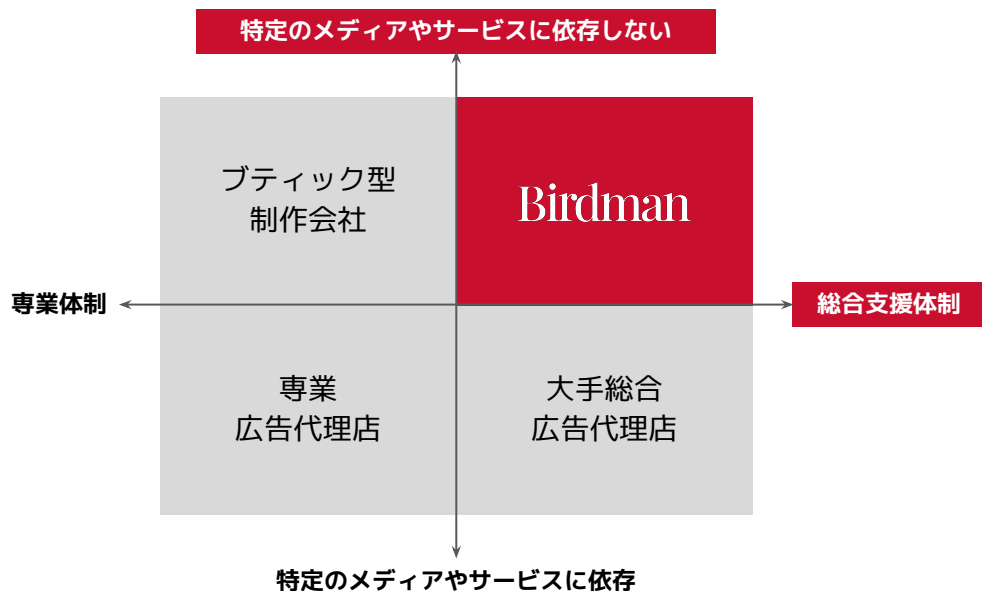
サービスのライフサイクルは緩やかで、成長期から成熟期にかけてのマス広告展開が、従来型広告代理店の主な事業領域だった。

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



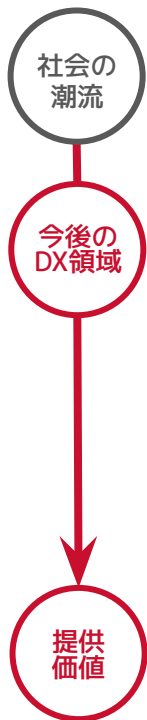
ADFEST



CLIO
AWARDS



+ MORE



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

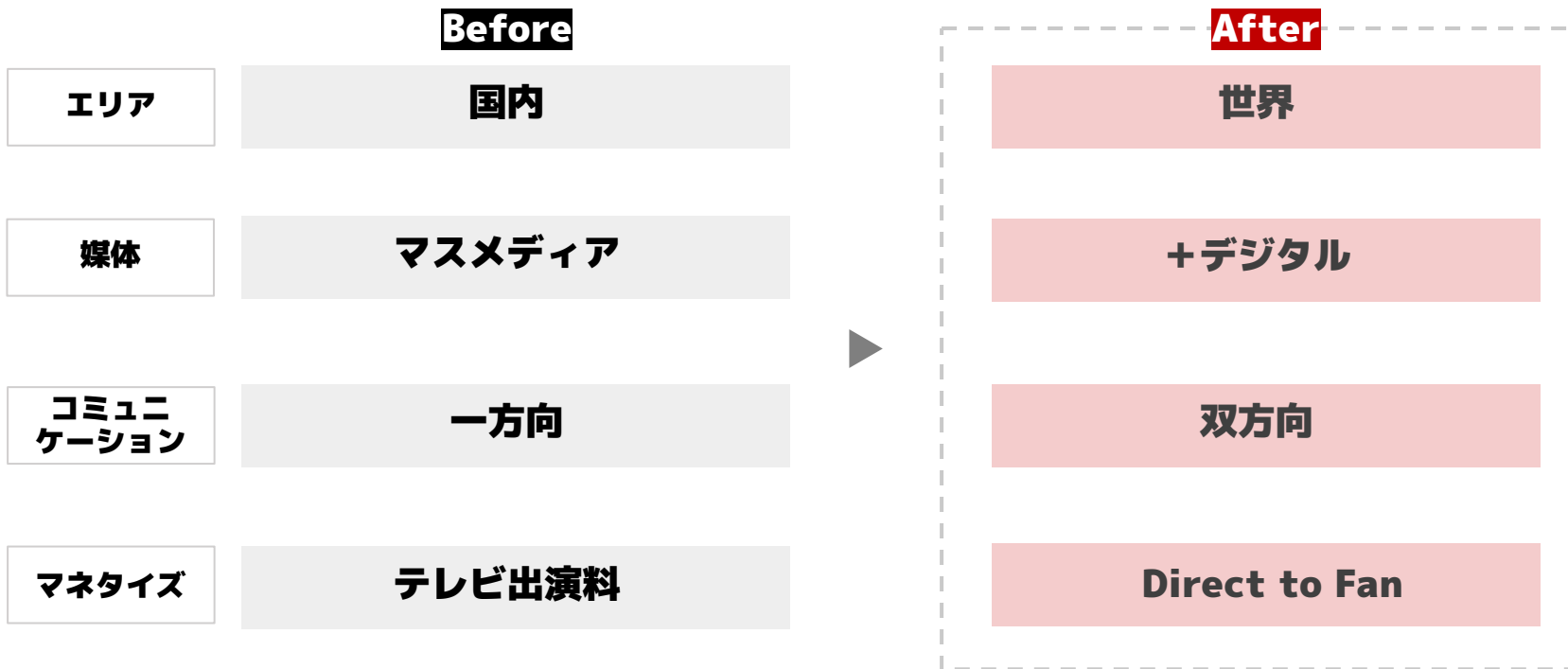
Marketing × **Digital** × **Creative** = **Birdman**



競争力の源泉

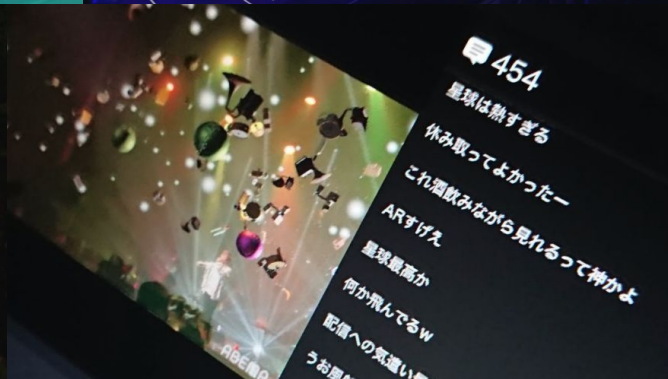
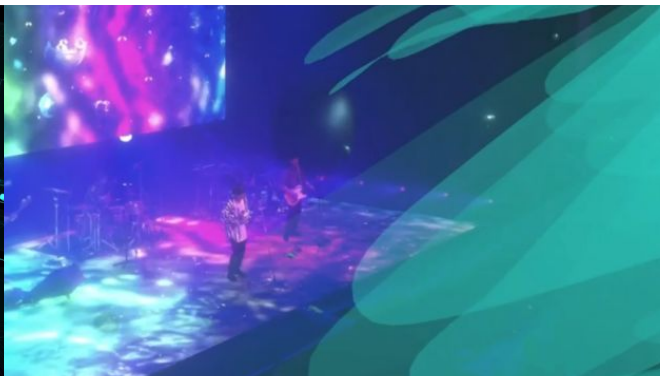
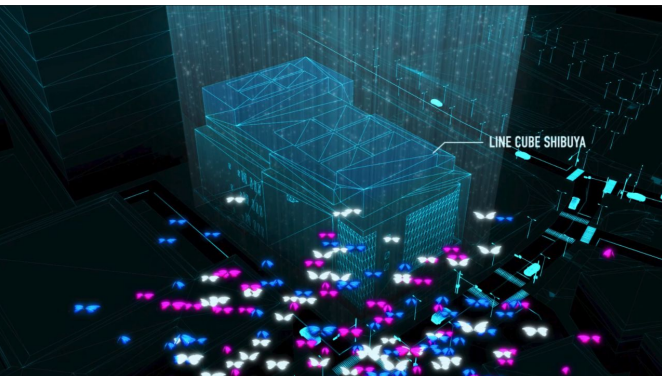
EX事業

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

オリコンデイリーアルバムランキングで2位を獲得!

【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



Birdman Showreel 2015-2023



<https://vimeo.com/791754317>



THANK YOU.

Birdman inc.

1-5-3 Shoto Shibuyaku Tokyo 1500046

birdman.tokyo

