

Birdman

2024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.

2024年6月期 第3四半期業績サマリー

**2024年6月期
第3四半期****【売上高762百万円(前期比▲53.3%)】 【営業利益▲804百万円(前期比-%)】**

2024年1月2日開催の音楽フェスティバル「KROSS vol.3」が当初売上見込額を大幅に下回り、多額の営業損失を計上。売上高は762百万円、営業利益は▲804百万円で着地。

MX事業**【売上高243百万円、セグメント利益48百万円】**

前期から継続して案件獲得能力の組織化、各案件の収益性向上及び社員の生産性向上に取り組み、社員数を抑えつつ、社外パートナーと協力体制を構築することによりサービスを提供。3Qの売上高は2Qと比較して減少となったが、プロジェクトの採算管理の徹底と、スタッフ一人当たりの生産効率向上策により、3Qのセグメント利益率は2Qと比較してより改善した。

EX事業

※エンタメネクスト
除く

【売上高75百万円、セグメント利益▲8百万円】

7ORDERの「7ORDER LIVE [ONE,]- DUAL Endroll」ファイナル公演を2024年1月1日開催の東京国際フォーラムホールにて開催。一方で新規IP「Celest1a」への先行投資が影響したため、利益はマイナスとなった。

**エンタメ
ネクスト****【売上高444百万円、セグメント利益▲777百万円】**

日本発・韓国を中心としたアジアで世界を眺望し飛躍するアーティストが一堂に会する「K-PopMasterz×KROSSvol.3」を開催するも、当初売上見込を大幅に下回り、多額の営業損失を計上することとなった。

※エンタメネクストは、2024年4月1日付「株式会社Live-ad(ライブアンド)」に社名変更いたしました。

1. エンタメ事業×MX事業のシナジー具現化
2. 屋外イベント等のセールスプロモーションの実施
3. PJT採算管理徹底と一人当たり売上高粗利率向上施策を続ける



ナショナルクライアントへの 自社IP Celest1a起用

株式会社明治から2024年4月2日に
関東エリアにて新発売された
「明治まるごとオーツ オーツミルク」
の広告プロモーションに起用。

花王株式会社から発売中の
「SPOTJELLY」にCelest1aが広告タレント
として起用。
WEB動画も担当



DELL Japan 「WELCOME TO THE ZONE」

PCの最大商戦である「新生活」の時期に、学生、若手ビジネスパーソンをコアターゲットとして販売促進を図る体験型イベントを実施。開発したブランドコンセプト「WELCOME TO THE ZONE」は、イベントのタイトル以外にも、DELL PCの日本におけるブランドメッセージとして採用された。イベント企画、全体プロデュースだけでなく、AIで作成したモデルを使用し、KV、動画も担当。



1. 新人発掘プロジェクトに向けて「Birdman Digital Entertainment」を新設
2. 「Birdman Digital Entertainment」を通じて新人発掘オーディションを開始

設立背景

「Birdman Digital Entertainment」

現在、"ファン（≒推し）によるプロデュース力"が増している中、デジタルとリアルエンタメの融合がさらに重要となります。

Birdmanは、デジタルクリエイティブとリアルエンタメの融合を強みとし、未来のアーティストプロデュースの形を目指します。

	過去	現在	未来
	エンタメ1.0	エンタメ2.0	エンタメ3.0
運営主体	従来の芸能事務所	VTuber事務所 ファンによる支援・サポート	Birdman Digital Entertainment
育成方針	ダンスや稽古を中心とした支援	デジタルに特化したサポート	リアルエンタメ
出口戦略	メディア出演やイベント興行などのリアルエンタメ	バーチャル空間ライブ配信	デジタルクリエイティブ (マーケティング)

3Q PROJECT

3月より新人発掘オーディション始動！

日本最大級のK-POPグローバルアーティストのライブイベントを数多く開催してきた経験やグロースパートナーシップで培ったノウハウ/ネットワークを活用。世界で活躍するアーティストやタレント、役者、そしてSNSを駆使したインフルエンサーを0から育成し、新たな才能を発掘するためのオーディションを随時開催。

モデル・アーティスト・役者・アイドル

Birdman
新人発掘オーディション
DIGITAL ENTERTAINMENT

夢の舞台上で輝くスターを大募集!!

1. KPOPボーイズグループメンバープロフィール & グループ名「Celest1a」公開
2. 「Celest1a」デビュー前からの明治様スポンサー契約決定

露出実績

メディア・出演実績

- 1月** | ・プロデューサーインタビュー動画公開
SUPER JUNIORウニョク & 「ボイプラ」出身ONE PACT
ユン・ジョンウ、K-POPボーイズグループプロデュース
へ 熱い想い語る<本人コメント>
- モデルプレス(Yahoo!ニュース転載) 他
- 2月** | ・メンバープロフィール公開
-Kstyle(Yahoo!ニュース転載) 他
- 3月** | ・グループ名「Celest1a」公開 - Kstyle(Yahoo!ニュース転載) 他
・新メンバー「三角章斗」公開 - X投稿96万imp 他
・株式会社 明治様「明治まるごとオーツ オーツ
ミルク」広告プロモーションに「Celest1a」
の起用が決定

4Q以降

各種興行開催・出演

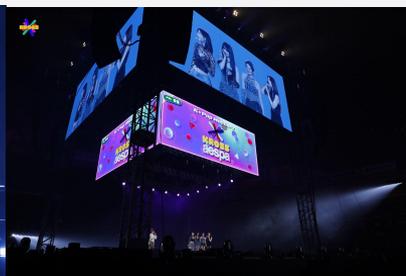
- 4月** : KPOP HOUSE ミニライブ
& 初ファンミーティング開催
- 5月** : Celest1a 「KCON JAPAN 2024 xTOKYO
GIRLS COLLECTION」出演



2Q
PROJECT

2024年1月2日に「K-PopMasterz×KROSSvol.3」をバンテリンドームナゴヤで開催

韓国を中心としたアジアで、世界を眺望し飛躍するアーティストが一堂に会する『KROSS』は、その溢れる才能が交差（クロス）することで、さらなる輝きを放つ“国内最大級のフェスティバル”として、2024年1月2日（火）バンテリンドーム ナゴヤにて再び開催！



2024年1月2日開催の音楽フェスティバル「K-PopMasterz×KROSSvol.3」が、当初売上計画を大幅に下回り、「K-PopMasterz×KROSSvol.3」のみで営業損失761百万円を計上

単位：百万円

	23/6期3Q(連結)	24/6期3Q(連結)	増減額	前期比
売上高	1,631	762	▲869	▲53.3%
売上総利益	183	▲629	▲812	▲443.2%
販管費	146	175	29	20.0%
営業利益	37	▲804	▲841	－%
営業利益率	2.3%	▲105.5%	－	－%
経常利益	34	▲800	▲835	－%
当期純利益	27	▲1,151	▲1,178	－%

積極的に借入金を利用し成長事業であるエンタメ事業への投資を継続

単位：百万円

	24/6期2Q末	24/6期3Q末	増減額
流動資産	2,940	1,904	▲1,035
現金及び預金	164	331	167
固定資産	181	160	▲20
資産合計	3,121	2,065	▲1,056
流動負債	2,200	2,391	190
短期借入金+1年内長期借入金	1,135	1,869	733
固定負債(長期借入金)	581	483	▲97
純資産	339	▲809	▲1,149
負債純資産合計	3,121	2,065	▲1,056

	第10期 22/6期				第11期 23/6期				第12期 24/6期		
	1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)	4Q (連結)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)
売上高	454	975	1,265	672	862	1,000	1,631	989	595	613	762
売上総利益	146	225	268	206	217	217	183	102	71	114	▲629
営業利益	9	63	116	42	71	69	37	▲122	▲90	▲98	▲804
経常利益	8	62	116	41	65	67	34	▲124	▲92	▲102	▲800
四半期利益	12	45	89	39	48	51	27	▲136	▲70	▲101	▲1,151

当社主催音楽フェス「KROSS」における特別損失および営業損失について

- ・当社では、独自イベントとして、韓国を中心としたアジアで飛躍するトップ俳優、女優、次世代を担うアーティストが集結する国内最大級の音楽フェスティバル「KROSS」シリーズを有しております。
- ・2023年9月および10月に、「KROSS」を開催する予定でしたが、アーティストブッキングが順調に行われなかったことや当社イベント実施体制に不足があったことなど複数の要因が重なり、開催を見送りしております。
- ・また2024年1月に「K-PopMasterz×KROSSvol.3」を開催いたしましたが、比較的短期間の告知期間であったことや同様のイベントが増加するタイミングであったことから、イベント単体の収支が想定より下回る結果となっております。
- ・上記の結果を踏まえ、今後につきましては、イベント企画から運営体制までのモデルの確立に努め、パートナー企業選定から見直しを実施いたします。
- ・また、従来型の当社独自IPを中心としたイベント運営を行っていく予定です。

対象イベント	種別	内容	事由	損失金額
KROSS	特別損失	出演費	中止	80,049千円
KROSS	特別損失	制作費	中止	18,700千円
KROSS	特別損失	出演費	中止	251,608千円
K-Pop Masterz× Kross vol.3	営業損失	—	集客不足	761,000千円

セグメント別分析

MX事業では3Qの売上高は2Qと比較して下落したが、プロジェクト採算管理の徹底と、
 スタッフ一人当たりの生産効率向上策により、3Qのセグメント利益率は2Qと比較してより改善した

		第10期 22/6期				第11期 23/6期				第12期 24/6期		
		1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)	4Q (連結)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)
MX事業	売上高	446	684	601	345	512	681	353	239	439	424	243
MX事業	セグメント利益	128	119	123	85	107	106	88	▲89	17	59	48
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318	1,278	750	156	188	519
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47	31	51	▲47	▲95	▲785
全社	全社費用	▲120	▲109	▲106	▲107	▲79	▲83	▲82	▲84	▲61	▲62	▲66
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	116	42	71	69	37	▲122	▲90	▲98	▲804

3Qは2024年1月2日開催の「K-PopMasterz×KROSSvol.3」が当初売上見込額を大幅に下回り、
営業損失761百万円を計上し、大幅なセグメント損失を計上

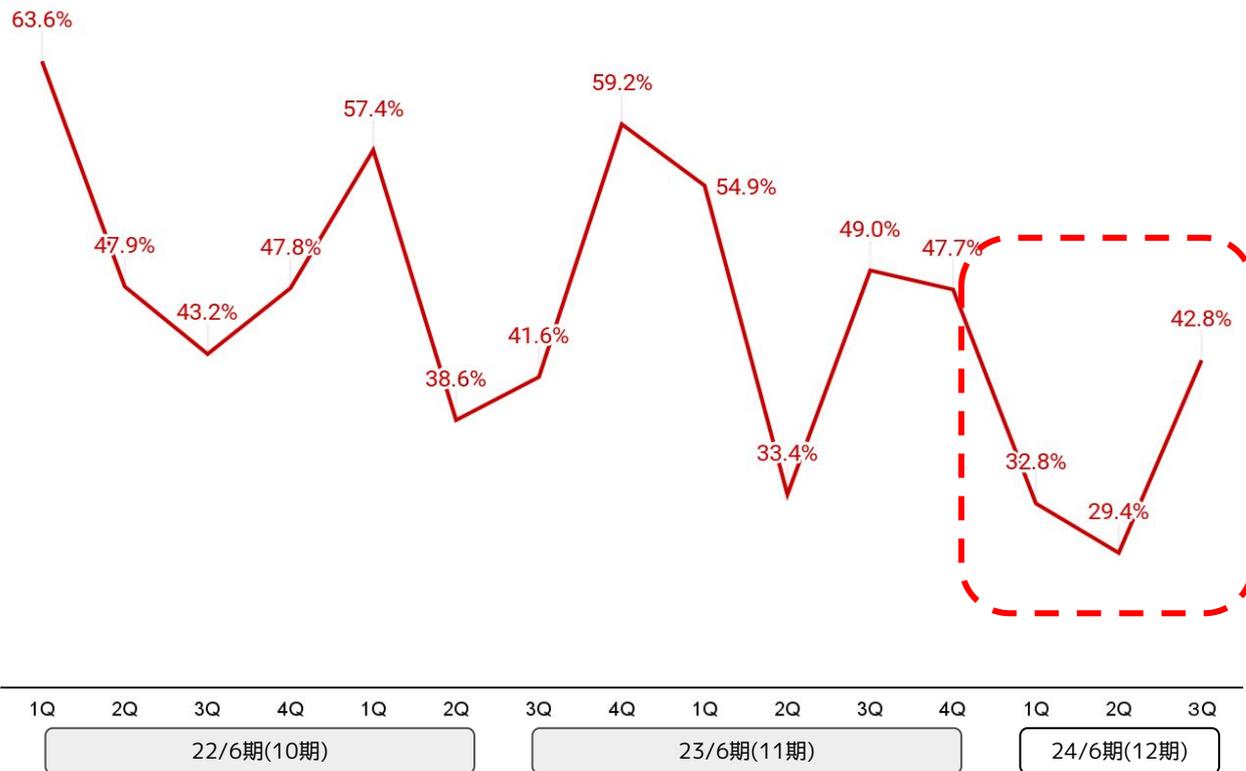
単位：百万円

		第10期 22/6期				第11期 23/6期				第12期 24/6期		
		1Q (単体)	2Q (単体)	3Q (単体)	4Q (単体)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)	4Q (連結)	1Q (連結)	2Q (連結)	3Q (連結)
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318	1,278	750	156	188	519
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47	31	51	▲47	▲95	▲785
(内訳)												
EX	売上高	7	290	664	327	216	291	108	567	111	188	75
EX	セグメント利益	1	53	99	64	29	36	▲3	39	▲21	▲18	▲8
エンタメ ネクスト	売上高	—	—	—	—	133	27	1,169	182	44	—	444
エンタメ ネクスト	セグメント利益	—	—	—	—	13	10	34	11	▲25	▲77	▲777

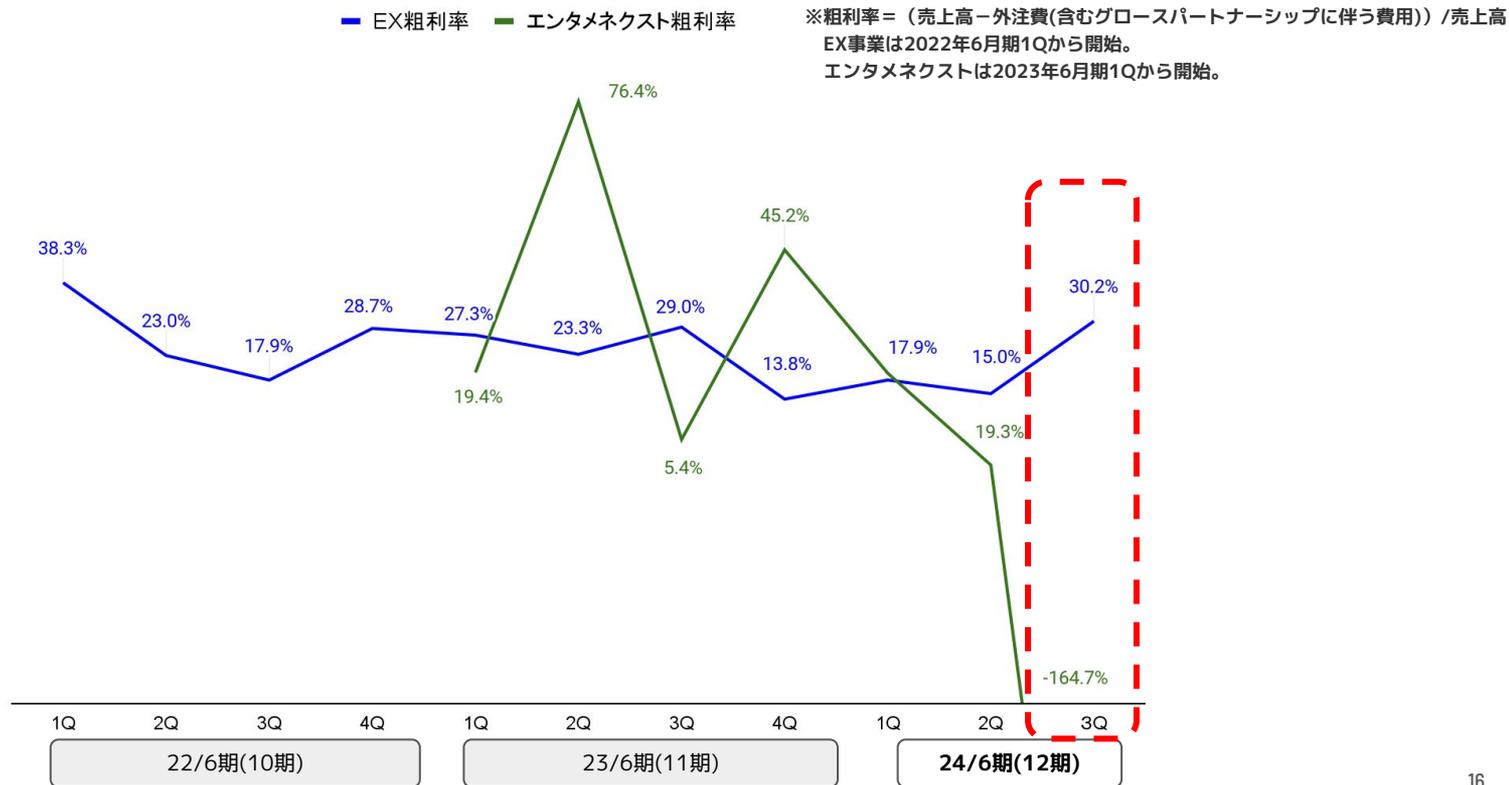
外部パートナーの利用のコスト管理の徹底したことから粗利率は改善

※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



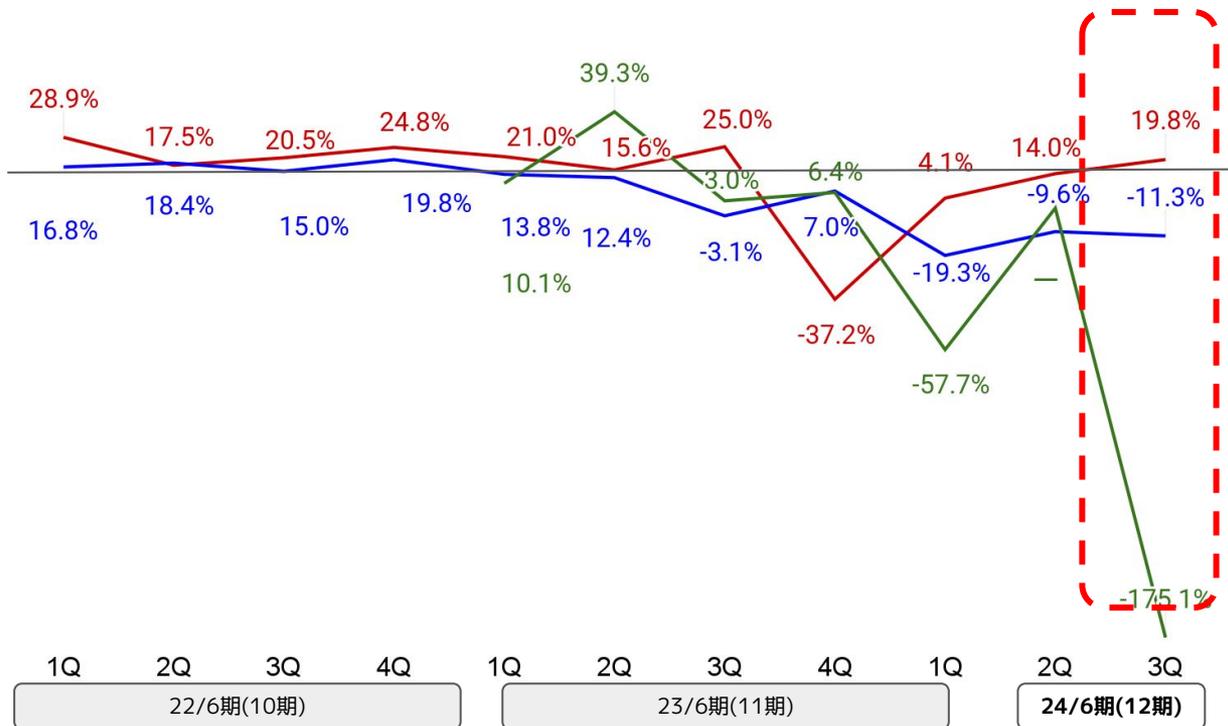
EXは7ORDERのライブを開催し粗利率は30.2%で着地。
 エンタメネクストは2024年1月2日開催「K-PopMasterz×KROSSvol.3」を開催するも、
 当初売上見込を大幅に下回り、多額の営業損失を計上することとなった。



MXは、継続してコスト管理の徹底により、セグメント利益率は改善。
 EXは、新規IP「Celest1a」への先行投資により、マイナス傾向。
 エンタメネクストは2024年1月2日開催「K-PopMasterz×KROSSvol.3」が
 当初売上見込を大幅に下回り、多額の営業損失を計上することとなった。

— 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。





会社概要

WHO WE ARE

Birdmanの事業

Birdman

企業と人の

「変わりたい。」を実現し、

共創するプロデュースカンパニー

「変わりたい」と願う、すべての企業や人と共に。
新しい可能性を見つけ、クリエイティビティと
エンターテインメントの力で具現化する。
誰も体験したことのない未来を創り上げていく。

成功のカタチは一つじゃなく、WILLの数だけあるはず。
そう考える私たちは、フィールドや手段を問うことなく、
時代の声を聞きながら、一つひとつの「変わりたい」を
実現させていきます。

共に成長し、世界を前進させ、ワクワクする未来を。

事業戦略
マーケティング戦略
コミュニケーション戦略
メディア戦略
市場分析
ユーザーリサーチ

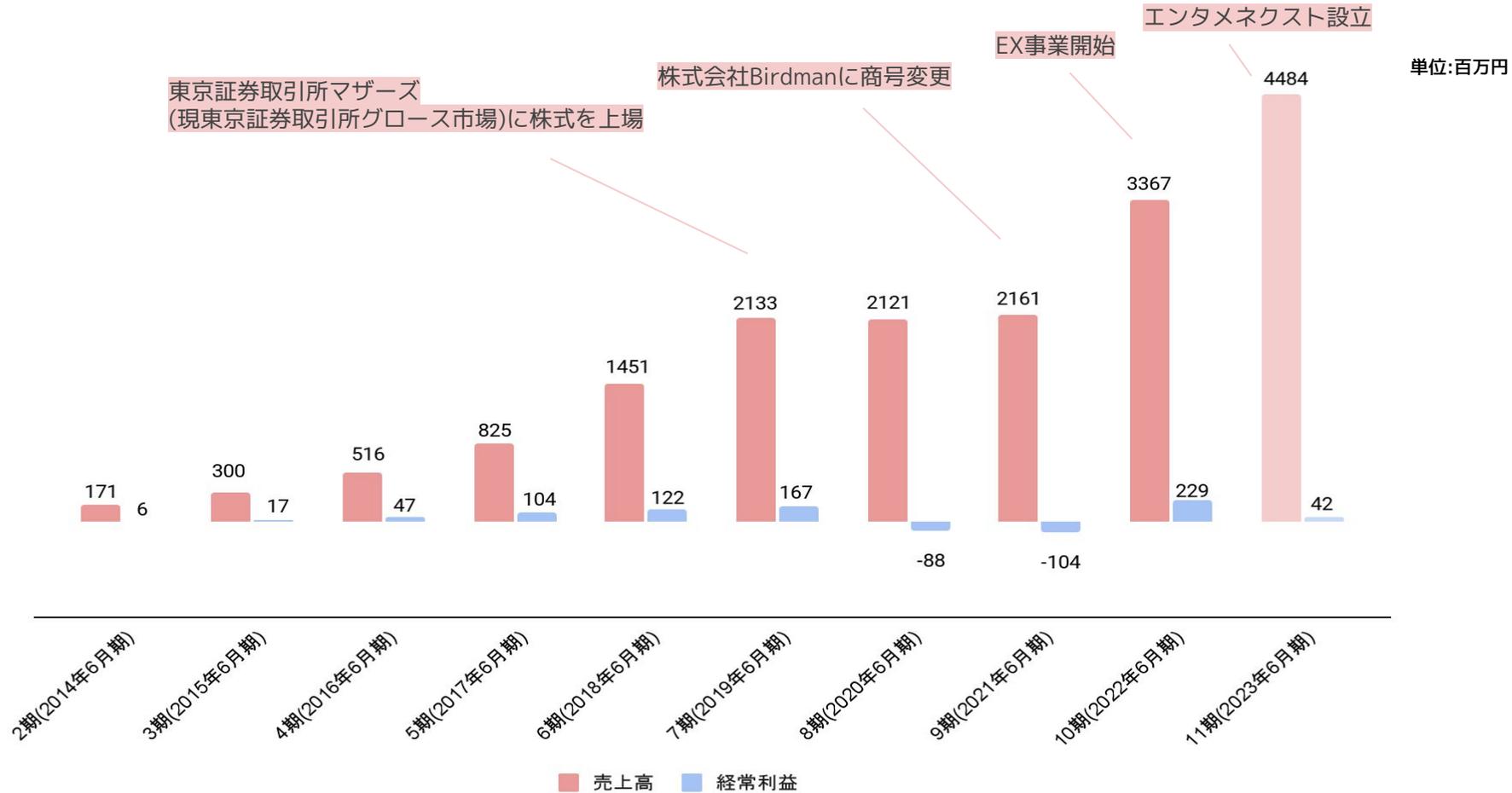
ブランディング
各種広告クリエイティブ
SNSマーケティング
メディアバイイング
体験型イベント
XR
戦略PR



ユーザー体験設計
コンセプトメイキング
UI/UXデザイン
技術アーキテクチャー
プロトタイピング
ハードウェア開発
ソフトウェア開発

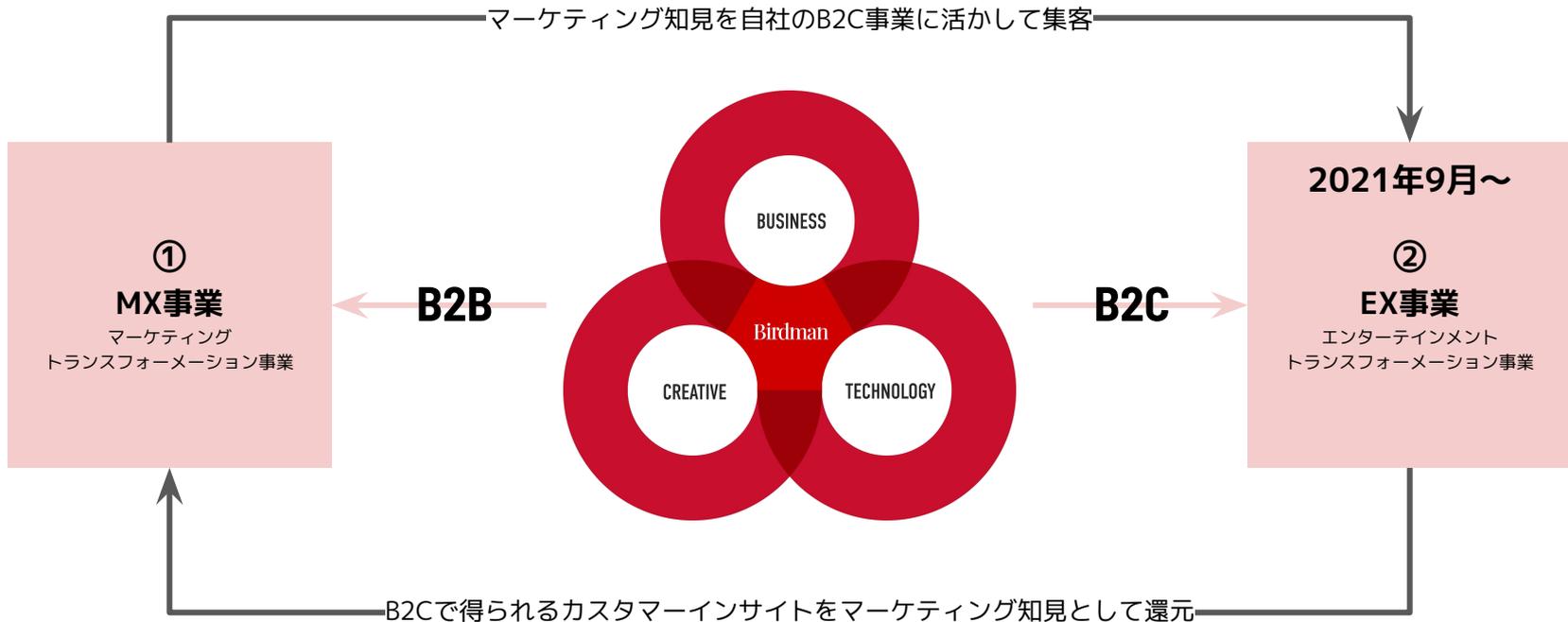
ファンダムマーケティング
アーティストタイアップ
ライブイベント興行
バーチャルライブイベント興行
エンターテインメントコンテンツ

【会社名（英文名）】	株式会社Birdman（Birdman Inc.）
【設立】	2012年7月26日
【資本金】	398,554千円（2024年3月31日現在）
【代表取締役】	代表取締役社長 伊達 晃洋
【従業員数】	38名（2024年3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

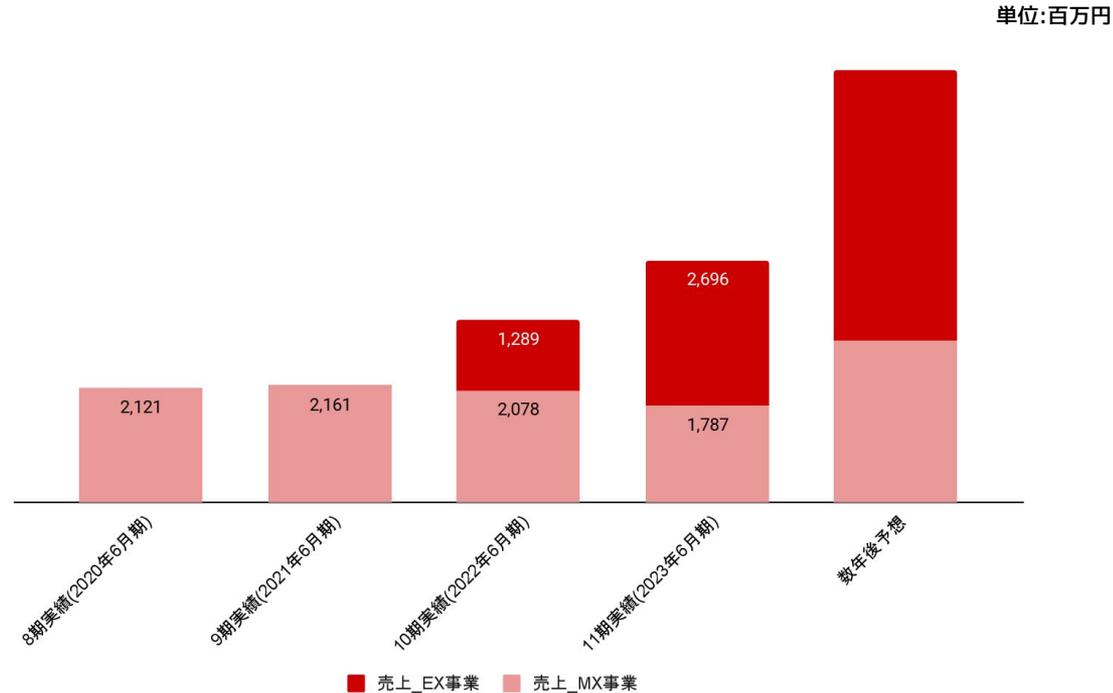


※第9期の2020年7月1日から2020年12月31日は連結実績

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。

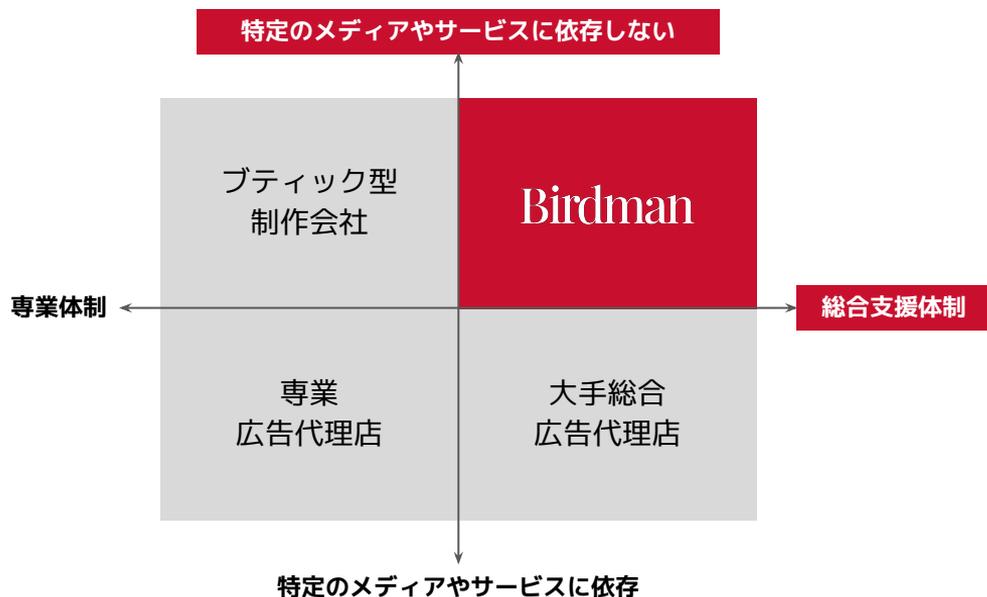


第10期よりEX事業を開始。
2022年7月に設立したエンタメネクスト（Live-ad）を加えたEX事業は、
11期にはMX事業の売上を超える規模に成長。



※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。

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。

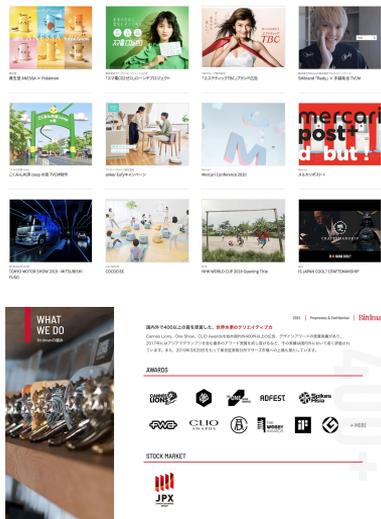


- 01 特定のメディアやサービスに依存しない事業モデル
- 02 インサイトの発見→制作までを一気通貫支援
- 03 商材の差別化を実現する世界水準のクリエイティブ
- 04 クライアントの「挑戦」「変化」を先端技術で実現

マーケティングとエンタメの事業シナジーにより、素早く規模を拡大

Birdman

マーケティング事業



エンタメ事業



①ファイナンス力

事業収支の徹底管理。大型フェス買付のための資金調達能力。

②マーケティング力

アーティストやイベント集客増加のための、
マーケティング戦略立案。
協賛スポンサー集めなど。

③企画・クリエイティブ力

デジタルを軸にした、戦略実行。

④スポンサー獲得機会の創出（アーティストタイアップやイベント協賛）

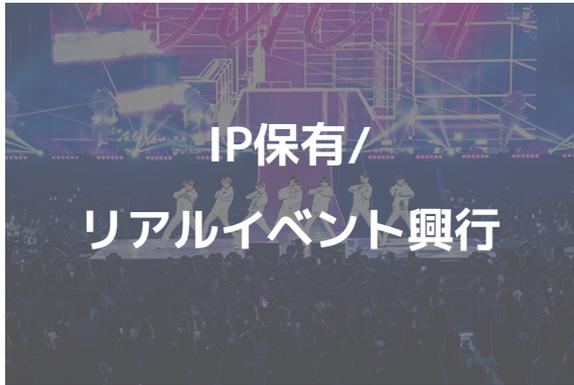
スピード感あるプロデュースで、自社エンタメ事業を1.5年で垂直立ち上げ。

また、XRなどデジタルへの知見と次世代エンタメへのナレッジを保有。

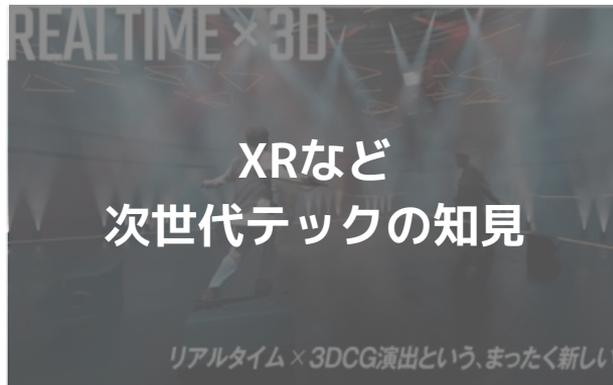
エンタメ領域において、上流から下流までビジネスを手掛けています。



大物アーティストブックイングから
海外の“黒船的”大型フェスの興行権買付。



アリーナ規模のアーティストから、
ドーム規模のイベントIPの自社保有。
ホール/アリーナ規模の
自社開催の興行を50回超開催。



5G普及時代を見据えたXR、バーチャルラ
イブなど次世代エンタメテックの知見。

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、Live-ad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

中長期のブランディングや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。

アーティスト/イベントと連携した当社ならではのタイアップ企画などエンタメを組み込んだ提案力の強化でクライアントを獲得する。

EX事業

当社契約アーティストのライブ収入、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改善。

**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
発掘、育成。**

Live-ad

国内外問わず、**新たなアーティスト・IPを獲得、
大型イベント事業を中心に
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。

新人発掘プロジェクト
Birdman Digital Entertainment
の新設

LIVE-adにて
アーティストとエンターテインメント
を新たなライブイベントの形で創出

MX事業とEX事業で利益と実績を積み上げ、
Live-ad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

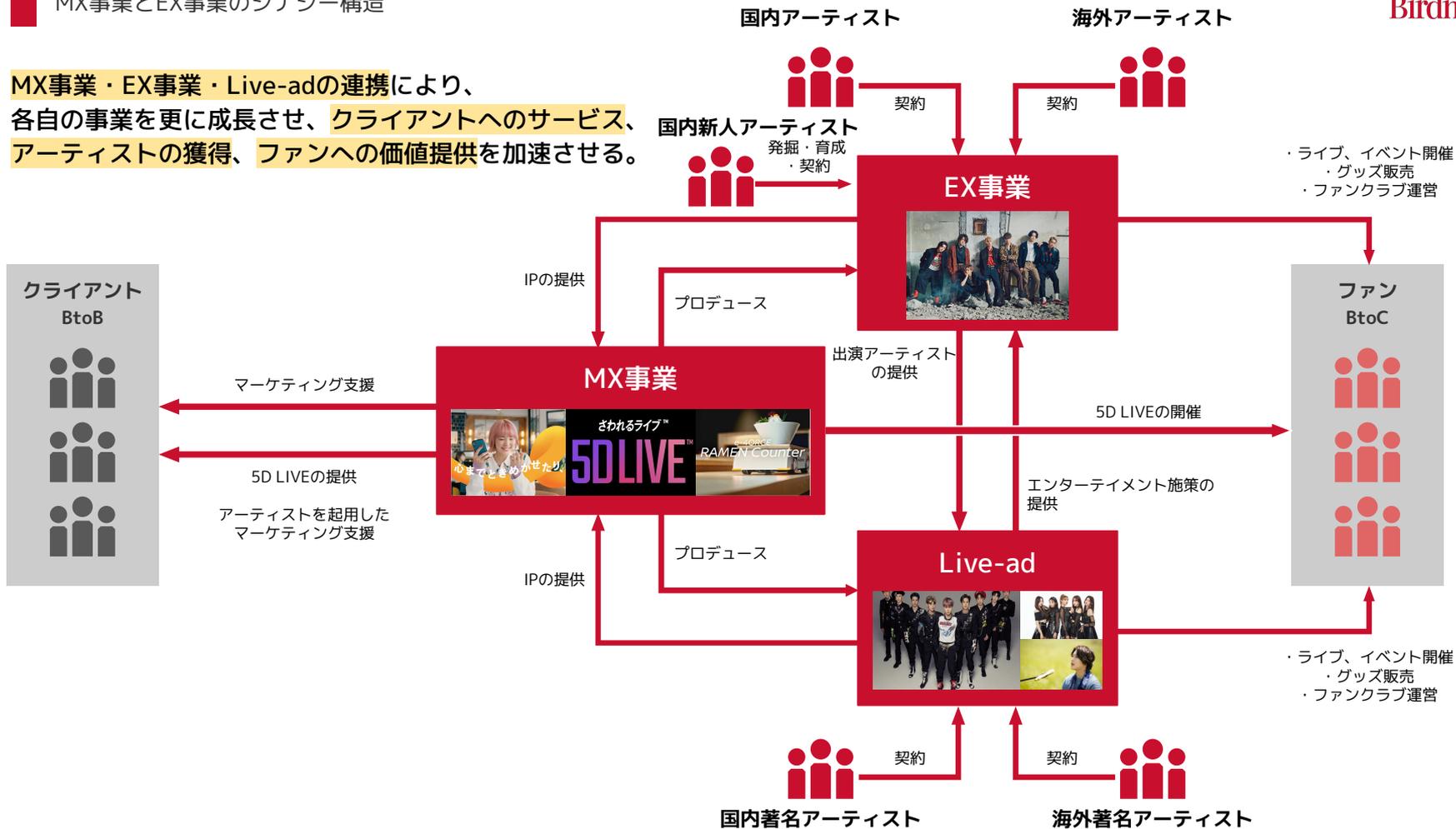
Live-ad

EX事業

MX事業

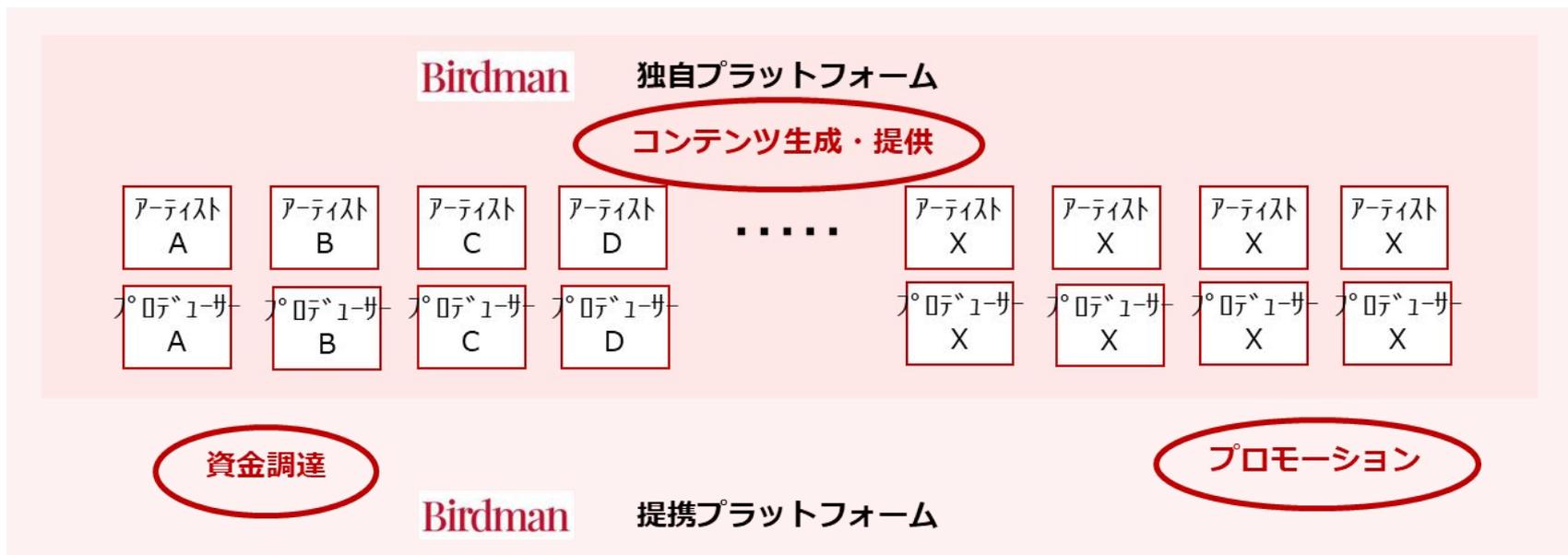


MX事業・EX事業・Live-adの連携により、
各自の事業を更に成長させ、クライアントへのサービス、
アーティストの獲得、ファンへの価値提供を加速させる。



MX事業・EX事業・Live-adの連携と知見を活かし、
 各自の事業を更に成長・連携を強化させ、エンターテインメント業界のプラットフォーマーを目指す。

*Birdmanは、プロデューサーを発掘し、プロデューサーが得意なジャンルでのアーティストの育成を行う。この組み合わせのポートフォリオを組成、事業運営のリスク分散を行う。



*Birdmanは、アーティスト育成・プロモーションの資金調達・メディア開拓を行い、独自プラットフォームで組成した各コンテンツが飛躍する場の提供を行う。

THANK YOU.

Birdman inc.

1-5-3 Shoto Shibuyaku Tokyo 1500046

birdman.tokyo

