

2025年6月期

事業計画及び成長可能性に関する事項

---



## 事業計画

三菱電機株式会社  
「コツコツ ワクワク 世界をよくする」

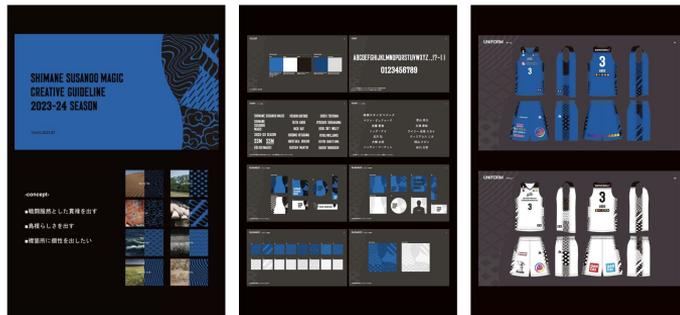


コツコツ ワクワク 世界をよくする

三菱電機株式会社



株式会社バンダイナムコ島根サノオマジック  
「島根サノオマジック2023-24 seasonal creative」



「山陰広告賞2024」グランプリ賞

日立ソリューションズ  
「ハロー、みんなのSX。」



第45回「日本BtoB広告賞」サステナビリティ賞

株式会社NTTドコモ  
KPOP LUXを「Lemino」で国内独占配信



KDDI株式会社  
「ONE,」



株式会社明治  
牛乳でスマイルプロジェクトサンプリング



食フェス  
頂上一食 - TEPPEN ISSHOKU -



# 再生に向けてのスタート元年

過去や将来にわたる負債や膿を出し切った2024年6月期。  
2025年6月期は、再生に向けて新たなスタートを切り出します。

当社創業時からの主力事業である**MX事業**を**徹底的に強化**することで、同事業の増収増益を図ります。

また、2024年6月期に多額の営業損失を計上した**EX事業**については**全面的見直し**を行い、**計画的にリスクコントロール**しながら投資判断を進めて参ります。

今後のEX事業については、「イベントプロデュース」、「IP (Intellectual Property)」を中心に再生に向けて取り組んでまいります。また、新たに2024年11月「新規事業開発部門」を立ち上げ、早期の収益化を目指します。

そのため、2024年9月26日開催の第12回定時株主総会において**経営体制を一新し**、**2025年6月期の黒字化**に向け早期の再生に向け動き出します。

現在、個別の事業毎の計画を策定中のため、現時点において、合理的に業績を算定することが極めて困難であるため、業績予想は未定とさせて頂いております。

今後、合理的な算出が可能となった時点で速やかに公表させて頂きます。

全社一丸となって、信頼の回復に努めてまいります。

# 上場維持基準(純資産基準)への適合に向けた計画(改善期間入り)

当社は、2024年6月期において、株式会社東京証券取引所（以下「東証」と言います。）の定める東証グロース市場の上場維持基準を充たしていなかったことから、2025年6月末時点において上場維持基準を充たす必要がございます。

## 1 当社の上場維持基準の適合状況及び計画期間

当社の2024年6月期における東証グロース市場の上場維持基準への適合状況は、下表のとおりとなっており、「純資産」が基準を充たしておりません。なお、改善期間は、2025年6月末迄であり、2025年6月末時点において、上場維持基準を充たす（純資産の額が正である）必要がございます。

	株主数 (人)	流通株式数 (単位)	流通株式 時価総額 (円)	流通株式比率 (%)	純資産の額 (百万円)
当社の状況 2024年6月末時点	2,440	24,545	2,658,323,136	37.63	△1,446
上場維持基準	150	1,000	500,000,000	25.00	純資産の額が正であること
適合状況	適合	適合	適合	適合	不適合
改善期間					2025年6月末

## 上場維持基準(純資産基準)への適合に向けた計画(改善期間入り)

当社は、2024年6月期において、株式会社東京証券取引所（以下「東証」と言います。）の定める東証グロース市場の上場維持基準を充たしていなかったことから、2025年6月末時点において上場維持基準を充たす必要がございます。

### 2 上場維持基準の適合に向けた取り組みの基本方針、課題及び取り組み内容

現在の当社の収益力では、債務超過を解消することが困難な状況であることから、連結純資産を増強すること、当面の運転資金を確保することを目的とし、第三者割当による増資（新株式及び新株予約権の発行）を実施することで、債務超過の早期解消を行ってまいります。

本日「第三者割当による新株式発行、第8回新株予約権の発行及び主要株主及び主要株主である筆頭株主及びその他の関係会社の異動に関するお知らせ」の適時開示をいたしております。



## 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

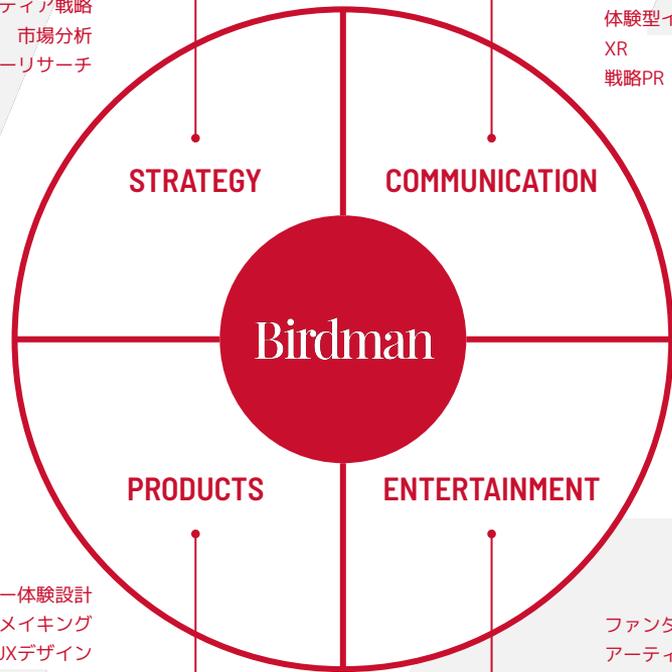
「変わりたい」と願う、すべての企業や人と共に。  
新しい可能性を見つけ、クリエイティビティと  
エンターテインメントの力で具現化する。  
誰も体験したことのない未来を創り上げていく。

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。

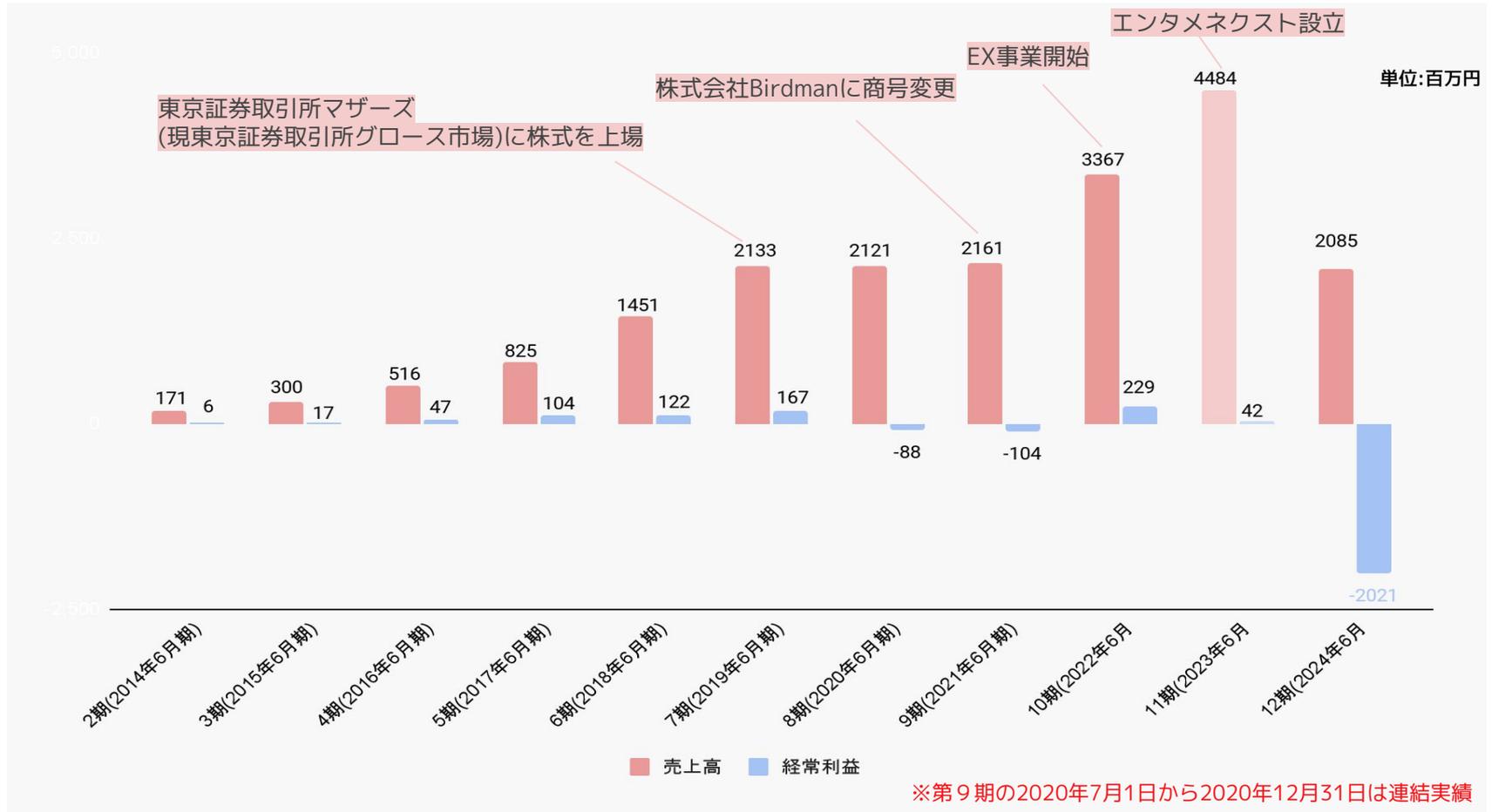
事業戦略  
マーケティング戦略  
コミュニケーション戦略  
メディア戦略  
市場分析  
ユーザーリサーチ

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

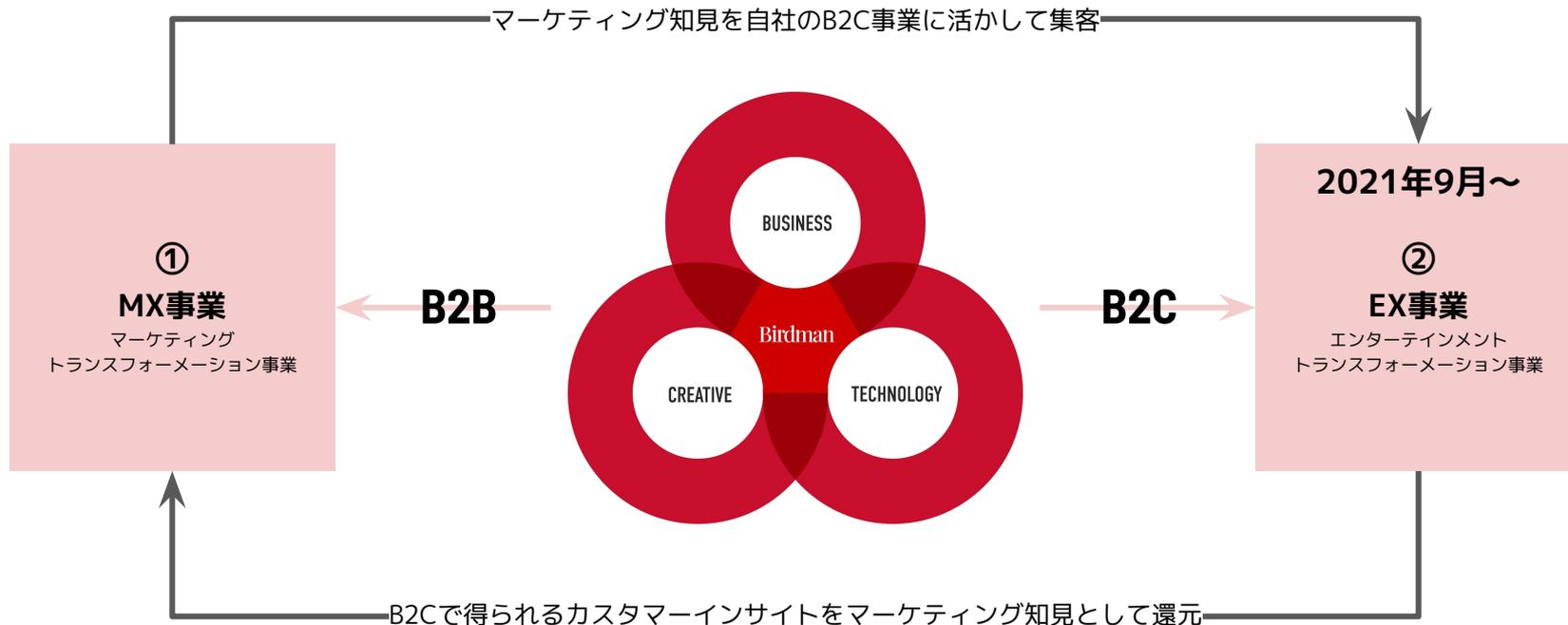


【会社名（英文名）】	株式会社Birdman（Birdman Inc.）
【設立】	2012年7月26日
【資本金】	1,102,134千円（2024年9月30日現在）
【代表取締役】	代表取締役社長 嶋津 宗成
【従業員数】	28名（2024年9月末現在）※アルバイト・契約社員含む
【本店所在地】	東京都渋谷区松濤一丁目5番3号
【電話番号】	03-6865-1320（代表）
【事業内容】	<p><b>【MX事業】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実行まで見据えたデジタルコアな戦略立案や事業企画</li> <li>・ 広告キャ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>

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
2024年4月	子会社 株式会社Entertainment Nextを「株式会社Live-ad(ライブアンド)」へ商号変更
2024年7月	SUPER JUNIORウニョク氏プロデュースのK-POPグループ「Celest 1 a」デビュー



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。





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。

2023年、日本の総広告費は、過去最高の7兆3,167億円に

マスコミ四媒体  
2兆3,161億円 前年比96.6% ↓

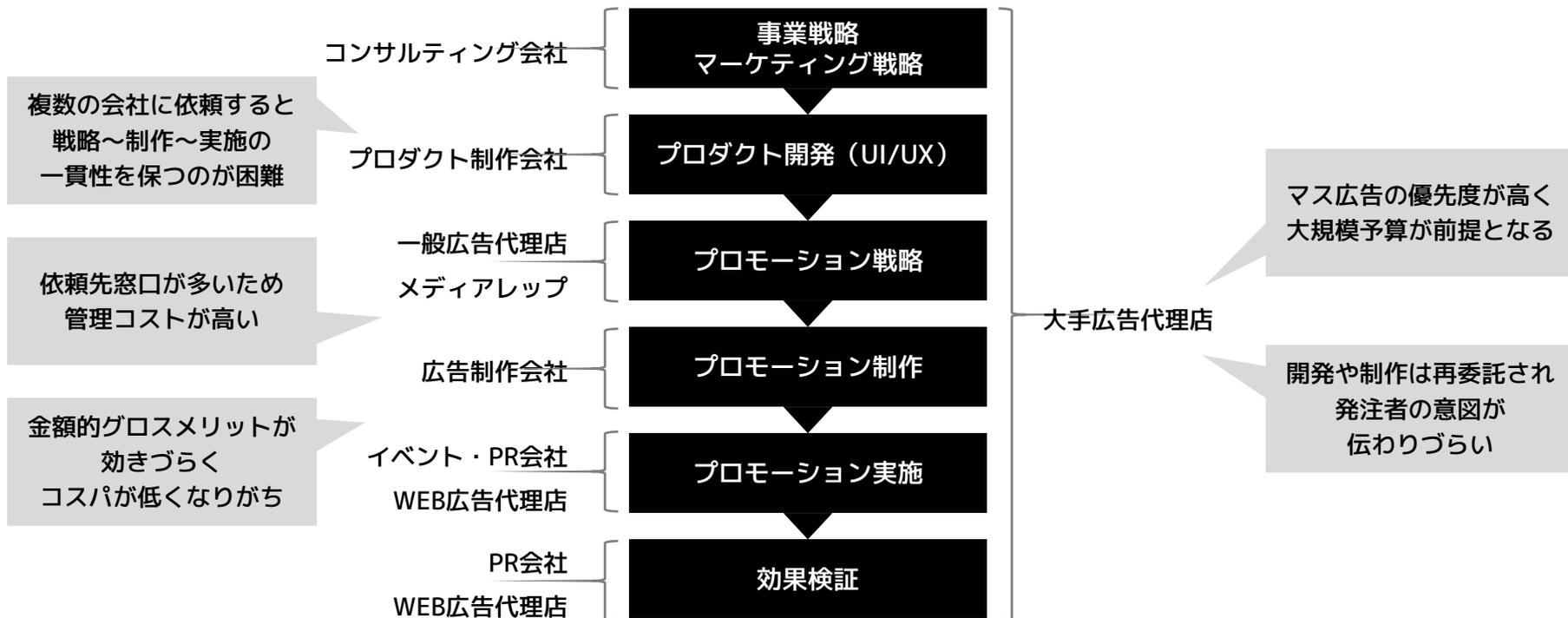
インターネット  
3兆3,330億円 前年比107.8% ↑

プロモーションメディア  
1兆6,676億円 前年比103.4% ↑

マス4媒体の低下



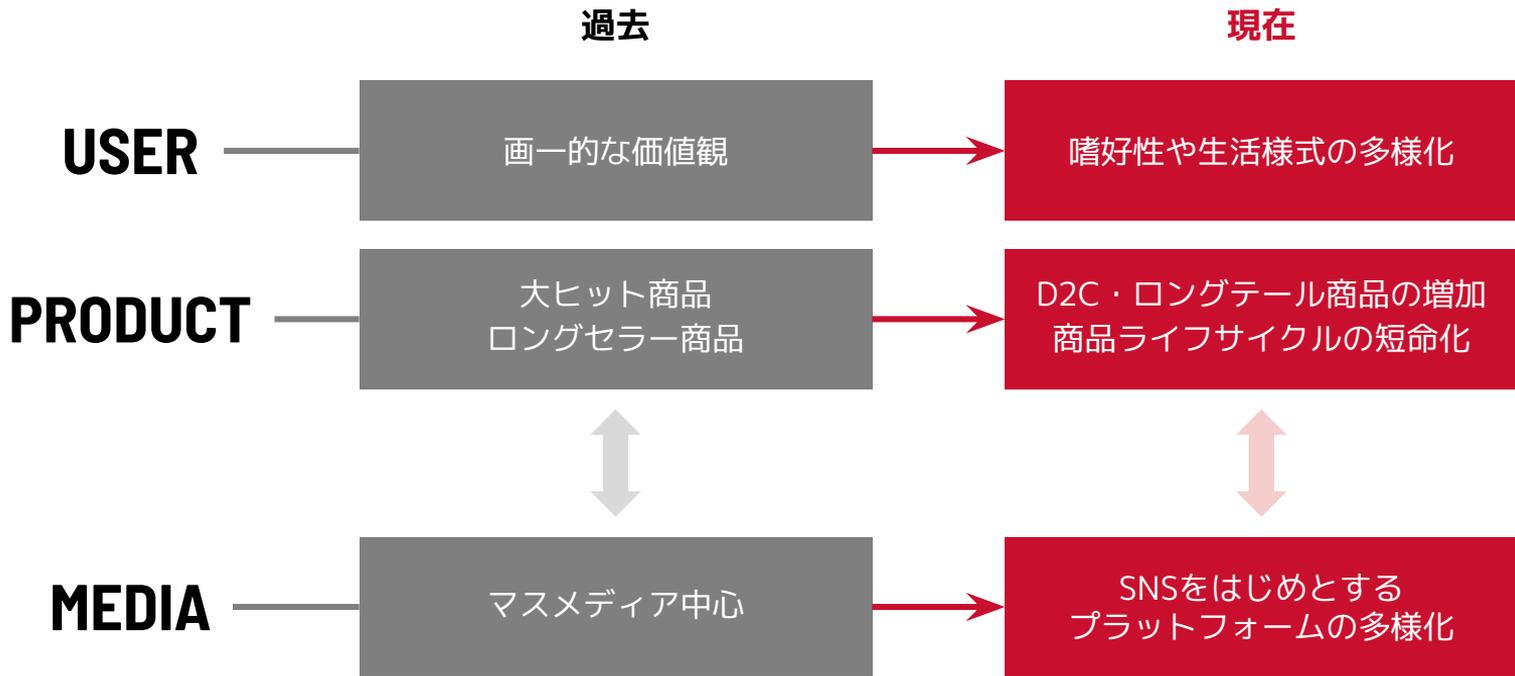
広告業界においてクライアントが一つのプロジェクトを実施するためには、  
**多くの専門代理店/制作会社に依頼するか、大規模予算で大手代理店に依頼するか、**  
 という選択肢に限られてしまっている状況。



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



「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。





←  
企画提案・実施  
制作物納品

→ ¥  
発注



←  
納品

→ ¥  
発注

→ ¥  
発注



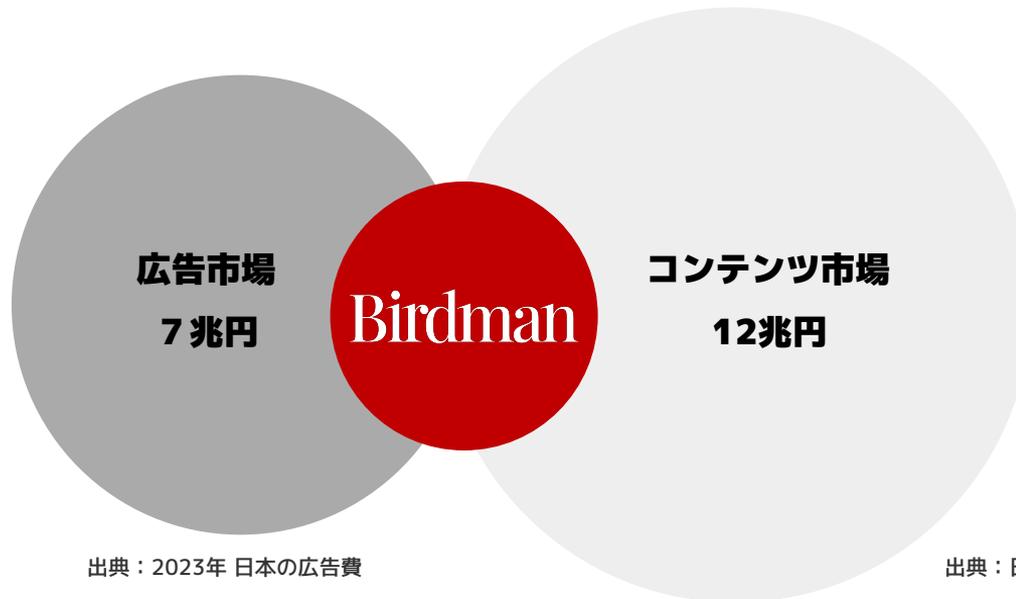
## デジタル領域（インターネット広告）は伸長。

インターネット広告媒体費総額の推移（予測）



出典：電通、日本の広告費2023年

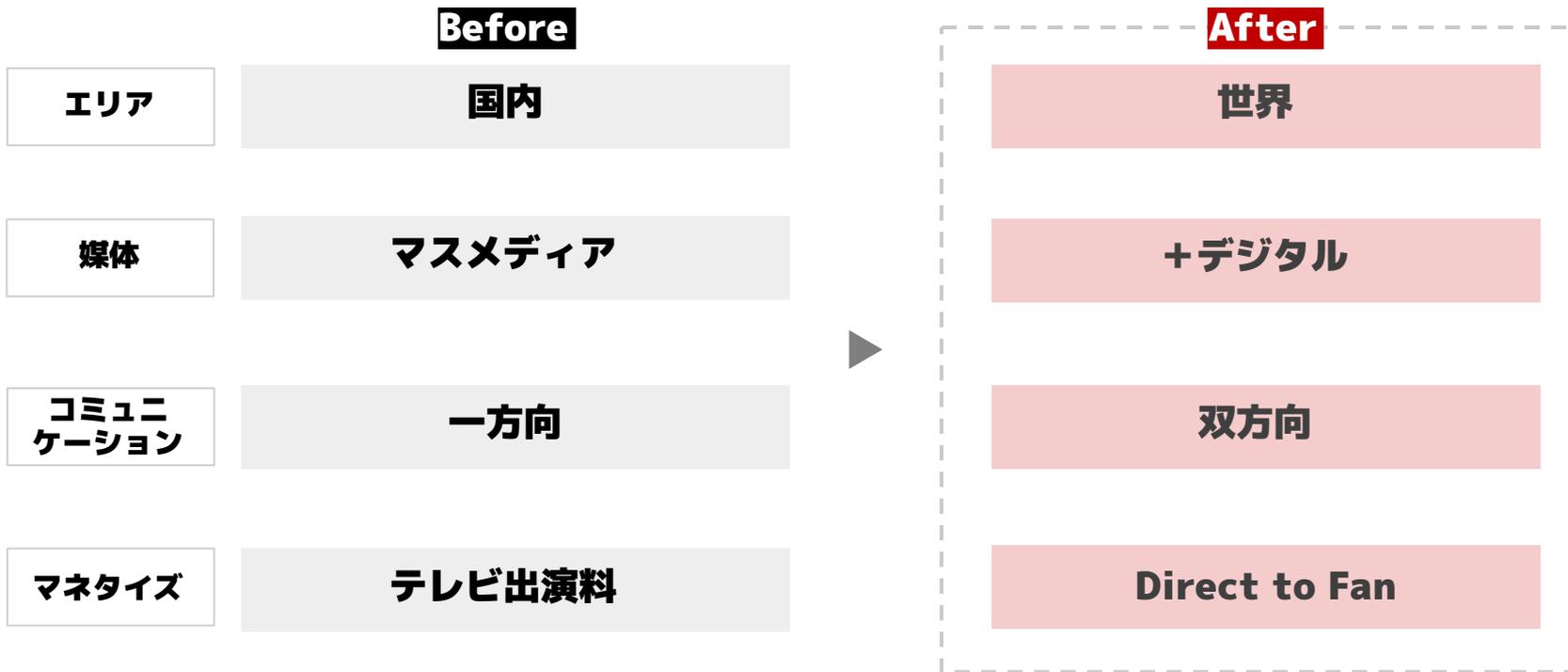
広告市場は7兆円、コンテンツ市場は12兆円。  
巨大な市場に属する。



出典：2023年 日本の広告費

出典：日本のコンテンツ市場の規模 総務省

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。

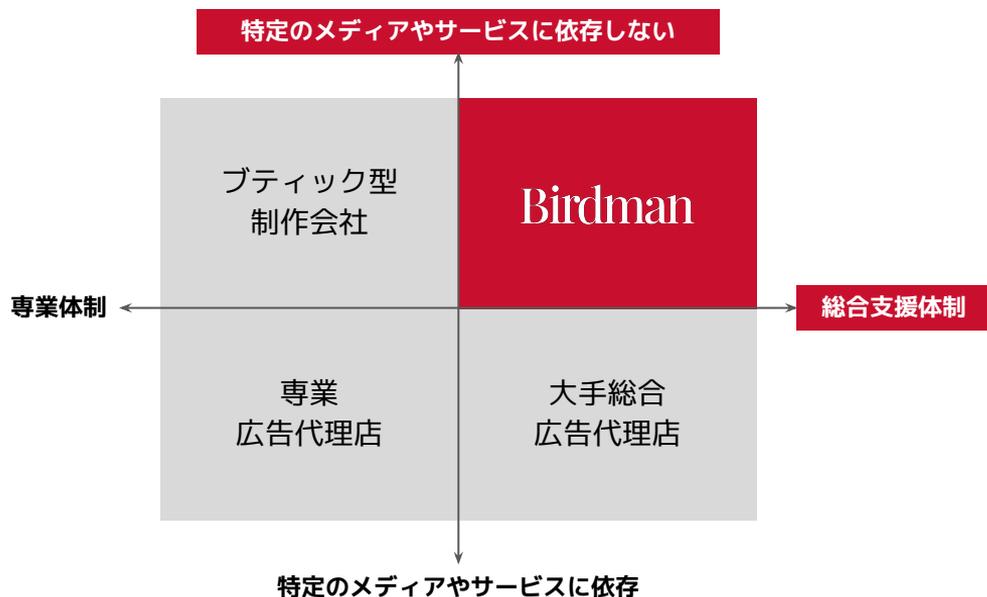






## 競争力の源泉

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。

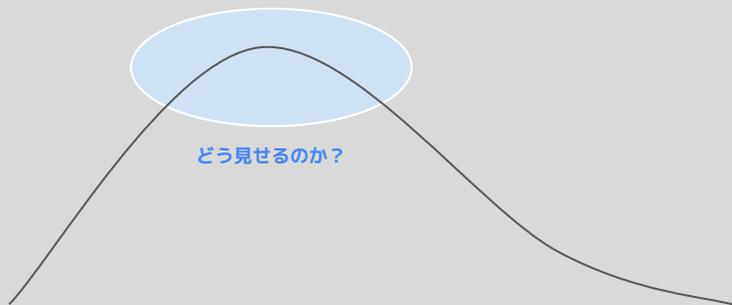


- 01 特定のメディアやサービスに依存しない事業モデル
- 02 インサイトの発見→制作までを一気通貫支援
- 03 商材の差別化を実現する世界水準のクリエイティブ
- 04 クライアントの「挑戦」「変化」を先端技術で実現

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。

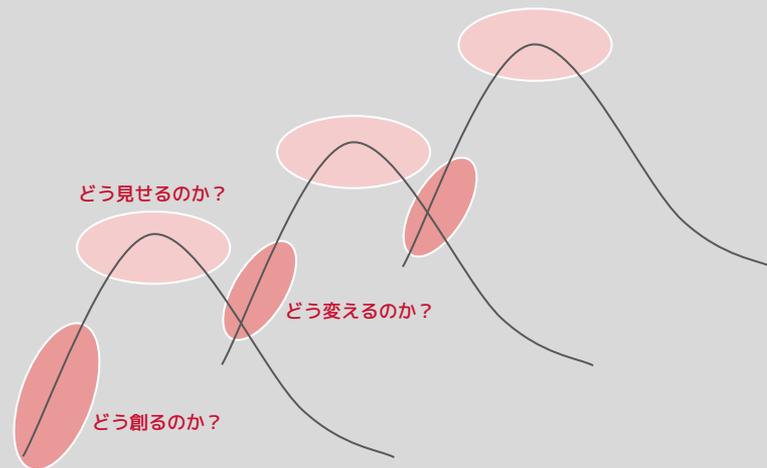
### 伝統的に広告代理店が対象とする領域

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。

マーケティング・コミュニケーション領域において  
国内外で450以上の賞を受賞した、世界水準のクリエイティビティ

Cannes Lions、One Show、CLIO Awardsを始め国内外450件以上の広告、デザインアワードの受賞実績があり、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ています。

AWARDS



ADFEST



+ MORE



マーケとエンタメの事業シナジーにより、素早く規模を拡大

Birdman

MX事業



©2024 Birdman Inc. All rights reserved. | Privacy Policy | Birdman

AWARDS



STOCK MARKET



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。

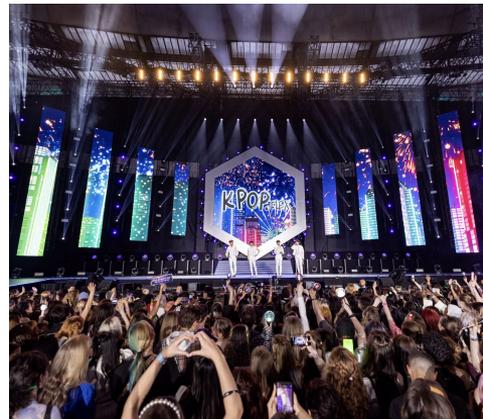
②マーケティング力

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。

IP・イベントプロデュース事業



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）

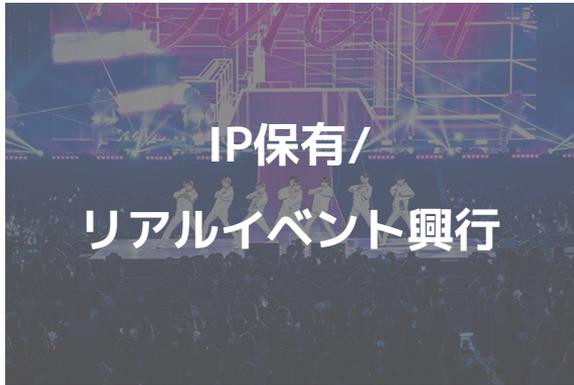
スピード感あるプロデュースで、自社エンタメ事業を1.5年で垂直立ち上げ。

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。

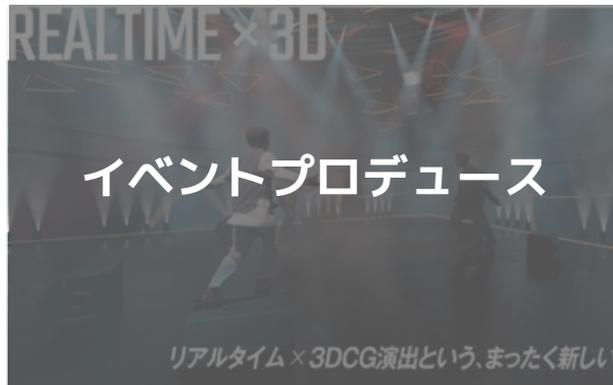
エンタメ領域において、上流から下流までビジネスを手掛けています。



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。



## 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る財務体質の強化を目指しております。</p>
災害・事故等に関するリスク	<p>企業の広告宣伝・広告関連予算は、自然災害、電力その他の社会的インフラの障害、通信・放送の障害、流通の混乱、大規模な事故、伝染病、戦争、テロ、政情不安、社会不安等が発生した場合、その影響を受けやすい傾向にあります。したがってこれらの災害・事故等が発生した場合、当社グループ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、当社は緊急時連絡網体制を整えるとともに、テレワーク制度の導入を含め、従業員の安全と健康を最優先した対応を徹底することにより、当該リスクの最小化を図っております。</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ることで提案しており、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。また、大型イベント開催においては、想定を大幅に下回る集客になった場合、多額の損失を計上する場合があります。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、当社の業績に重大な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> <p>また、リスクの伴う大型イベントにつきましては、その投資判断についてより一層のリスク管理の徹底を行います。</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

## 安定した収益を確保するため、コア事業であるMX事業の売上高の向上

### 1

#### 再構築

- プロジェクト採算管理の徹底
  - スタッフ一人当たりの売上高・生産効率の向上
  - 大手企業の大型プロジェクトの獲得（そのためのプロデューサー3名の新規確保）
- 2025/6期は30～150百万円規模の受注17件を目標

### 2

#### MA及び資本業務提携

コア事業である広告事業及び同事業に関連する企業及び事業をターゲットとして、  
1件あたり4-5億円程度の出資するための資本増強を行う

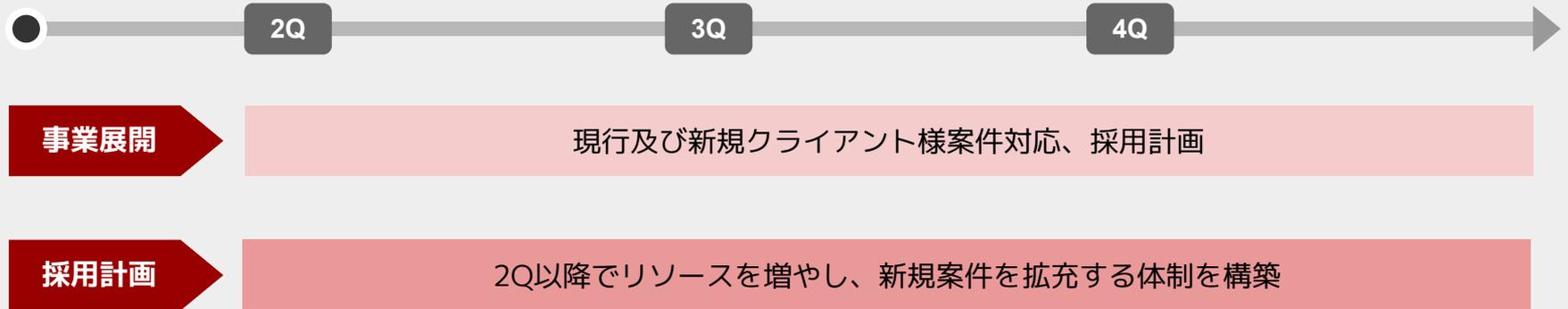




新生Birdmanとしてクライアント様、お客様、社会に付加価値を提供

※MVV及び事業内容の詳細に関しては今後発表予定

- 2Q～4Q：現行及び新規クライアント様案件対応、採用計画
- 採用計画：2Q以降でリソースを増やし、新規案件を拡充する体制を構築





**Birdman Showreel 2015-2024**



<https://vimeo.com/791754317>



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(2025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)

