

Birdman

2023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.

2023年6月期 第3四半期 業績サマリー

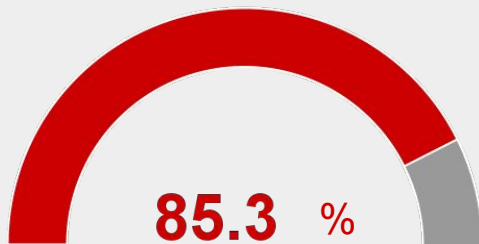
第3四半期はKROSS vol1,vol2といった大型ライブの開催により過去最高の四半期売上高となる16.3億円を計上し、売上高予算進捗率は85%を超える結果となった。第4四半期以降も売上伸長と利益積み上げを図り、通期業績達成を目指す。

売上高

23/6期3Q累計
3,494百万円

23/6期 予算
4,096百万円

売上高



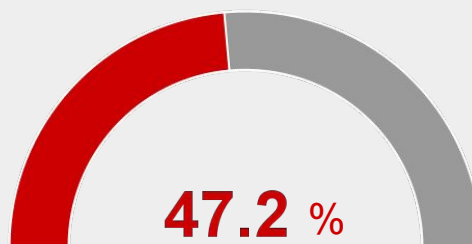
対修正後通期予算進捗率

営業利益

23/6期3Q累計
178百万円

23/6期 予算
378百万円

営業利益



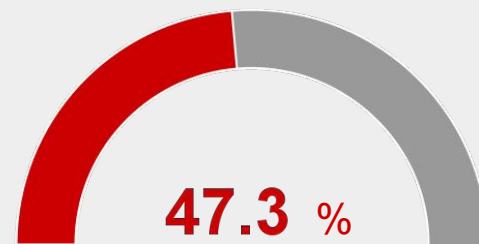
対修正後通期予算進捗率

純利益

23/6期3Q累計
128百万円

23/6期 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3四半期

【売上高1,631百万円(前期比+28.9%)】 【営業利益37百万円(前期比▲68.0%)】 ※
四半期として過去最高の売上高を計上。しかし、KROSSに対する積極投資のため営業利益は37百万円に留まる。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353百万円、セグメント利益88百万円】

予算上過去の実績を鑑みてMXの下期数字は大きく取っていないため、概ね想定通りの進捗で着地。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。現状、大型案件の競合プレゼンにおける案件獲得率は高い状況にあるため、組織として継続して案件を獲得していくためにも、事業部を横断したナレッジの共有、案件を通じた社員教育等を推進中。

EX事業

※エンタメネクスト
除く

【売上高108百万円、セグメント利益▲3百万円】

予算上EXの下期数字は4Qのツアーが大部分を占める中で、3Qはコスト削減等を進めたため、想定以上の進捗で着地。2023年4月9日の宮城・仙台サンプラザホール公演を皮切りにスタートした全国ホール&アリーナツアー「7ORDER LIVE TOUR 2023 DUAL」は、より多くのファンの皆様に7ORDERのパフォーマンスを届けるために、2023年6月3日(土)・4日(日)に武蔵野の森総合スポーツプラザにて追加公演を開催することを決定。

エンタメ
ネクスト

【売上高1,169百万円、セグメント利益34百万円】

予算上エンタメネクストは、3Qに計画していなかったライブの開催もあり、想定以上の進捗で着地。「KROSS vol.1-kpop masterz-」を2023年1月2日にバンテリンドームナゴヤにて開催し、加えて、2023年2月25日と26日には「KROSS vol.2」を有明アリーナにて開催。そして、2023年4月1日と2日に「MBC IDOL RADIO LIVE in JAPAN」を幕張メッセ国際展示場展示ホールにて開催。さらに、韓国の夏を代表する大型音楽フェス「WATERBOMB」の日本版「WATERBOMB JAPAN 2023」を、大阪・名古屋・東京にて公演を決定。

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（継続事項）
2. 上流の戦略パートから関わる大手企業の大型プロジェクト件数が上昇傾向

4Q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、伸長するエンタメ事業とのシナジーで、協賛プランや特殊プロモーションなどパッケージ商品を開発し提案力を強化。両事業の規模拡大を図る。

3Q
PROJECT

資生堂 ANESSA「DORAEMON」

国民的キャラクターを活用したブランドコミュニケーション

『ドラえもん』デザインのワクワク感とともにアネッサの機能性を伝えるプロダクトムービーを制作。WEBから店頭・イベントに至るまで、グローバルで展開される幅広いクリエイティブを手がけた。



4Q以降
PROJECT

三井ダイレクト損保 × 7ORDER エンターテインメントプロモーション

「強くてやさしいクルマの保険」の新しいマーケティング施策
7ORDERライブツアー「DUAL」開催中、ライブ演出のほかYouTube、SNSなどにおいて、様々な7ORDERファンとのコミュニケーションを実施。新たなマーケティング施策を導入いただいた。



1. 「7ORDER LIVE TOUR 2023 DUAL」の券売に向け、露出機会を強化！
2. 個人⇄グループ間の多方面の出演で、相乗的に露出を強化

23年4月から全国のアリーナ・ホールを巡る、「7ORDER LIVE TOUR 2023 DUAL」がスタート！

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

個人での出演やグループ初の試みの路上ライブを実施！

1月 | KROSS Vol.1 出演

(出演者：ジェジュン、パクソジュン、チャウヌ)

3月 | 阿部顕嵐『潜入！リアルスコープ』出演

| 長妻怜央主演「犬、回転して逃げる」公開

| 3rd ALBUM「DUAL」発売

| 3rd ALBUM「DUAL」渋谷タワレコ展示会

| 道頓堀船上ライブ実施 & Youtube展開

4Q以降
PROJECT

「7ORDER LIVE TOUR 2023 DUAL」4月9日～開始

「DUAL」のアルバムを引っ提げた全国のアリーナホールツアーが開始！



1. 規模の大きいライブ興行を収益軸とする方針で順調に伸長
2. 1月/2月に続けて、バンテリンドームナゴヤ「KROSS vol.1-kpopmasterz-」/有明アリーナ「KROSS vol.2」を開催
3. ヨーロッパ最大規模となるK-POPコンサート「K.FLEX」の姉妹フェス「KPOP LUX」の日本国内興業権を取得



「K-POP ライブ興行開催」

1月のバンテリンドームでの「KROSS vol.1-kpopmasterz-」に続き2月に有明アリーナにて「KROSS vol.2」と連続した開催であったが、いずれも成功裏に収め、当社の機動力の高さを証明した。また3月にはキムヒョンジュンの単独ライブも主催し、コンスタントに主催興行を開催できている。

1月 | KROSS vol.1-kpopmasterz-

2月 | KROSS vol.2

3月 | 22/23 KIM HYUN JOONG WORLD TOUR
"The end of a dream" in Japan

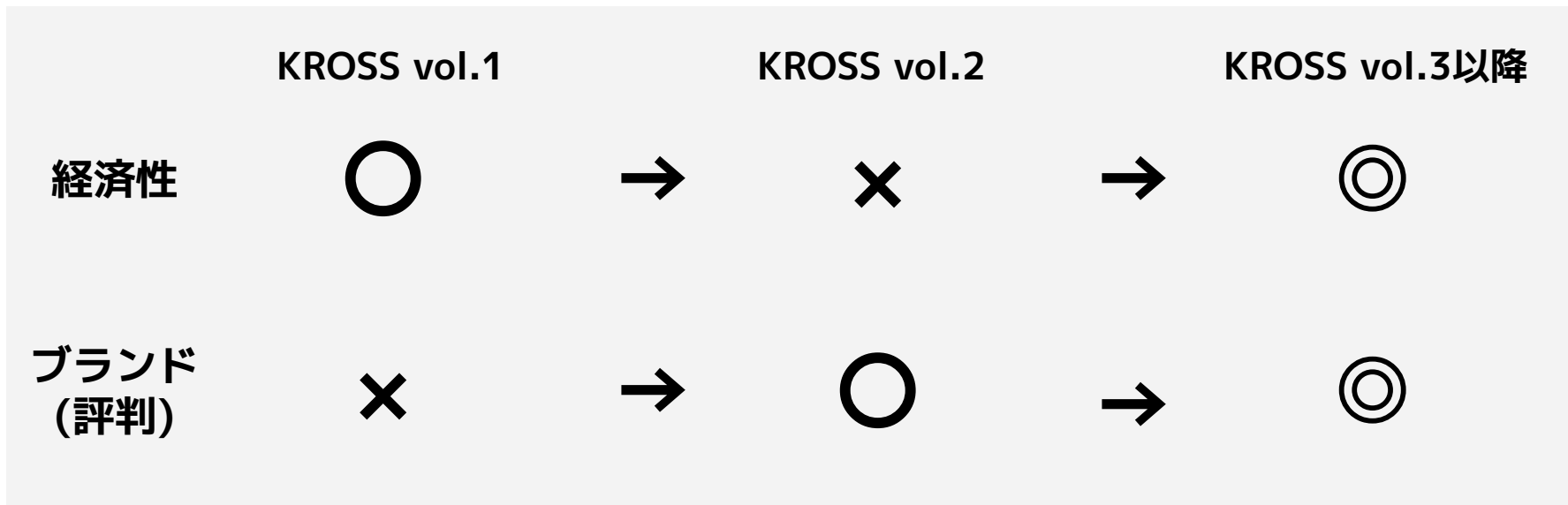


「KPOP LUX」日本初開催

ヨーロッパ最大規模を誇る、K-POPコンサート「K.FLEX」の姉妹フェス「KPOP LUX」の日本興行権を「Live Company Group」の一部門である「KPOP LUX Limited」と4年間に渡る契約を獲得。ヨーロッパにて圧倒的な人気を誇るK-POPコンサートの開催により、当社の主力となる興行として、現在計画を進行中。



1. KROSS vol.1においては**経済性は良かったが、ブランド(評判)に課題があった**ことを認識
2. KROSS vol.2においては**ブランド価値向上のため一定の投資を実施**
結果として**経済性に課題が出たが、ブランド(評判)回復に一定の効果があった**ことを認識
3. KROSS vol.3以降においては今回のvol1,vol2の経験を踏まえて、ファンの皆様に満足頂けるイベントを提供し、
売上の向上はもとより**コスト最適化による利益率の向上を図ることで、経済性とブランド(評判)の両立を目指す**



前述のKROSSシリーズ同様、予定しているKPOP LUX、WATERBOMBといった大型イベントの定期開催とブランド価値向上に努め、国内外有力IPの調達力を高めることで競争力を獲得していく。



欧州・アジアで人気K-POPコンテンツの独占契約

グローバルにK-POPコンサートの企画、プロモートを展開する「Live Company Group (以下LVCG、会長：David Ciclitira)」の一部門である「KPOP LUX Limited (以下KPL)」と、2023年2月10日にパートナーシップを締結。

これにより、当社とKPLは、欧州・アジアで人気を博しているK-POPコンサート「KPOP LUX (呼称：ケーポップラックス)」の日本上陸を皮切りに、4年間にわたってK-POPイベントを共同開催いたします。

The logo for WATERBOMB consists of the word 'WATERBOMB' in a bold, white, sans-serif font, centered within a black rectangular box with a white border.

韓国最大級、体感型エンタメの国内上陸支援

2018年～韓国ではチケット完売が続き、女性Z世代を中心にムーブメントを巻き起こしている「ウォーターボム」の日本上陸を当社が全面支援。

アーティストライブのほか、水大砲や特殊効果を使ったまるでテーマパークのような体感型イベントを2023年7月から開催いたします。

エンタメネクストのライブ開催により四半期過去最高の売上高を達成。
一方で売上高の増加に対して販管費の抑制に成功し効率的な経営を推進。

単位：百万円

	22/6期3Q(単体)	23/6期3Q(連結)	増減額	前期比
売上高	1,265	1,631	365	128.9%
売上総利益	268	183	▲85	68.3%
販管費	152	146	▲6	96.0%
営業利益	116	37	▲79	32.0%
営業利益率	9.2%	2.3%	—	▲6.9%
経常利益	116	34	▲82	29.5%
四半期純利益	89	27	▲62	31.0%

※2022年6月期 第3四半期は単体決算、2023年6月期 第3四半期は連結決算。単体決算と連結決算の差異はあるが比較計算を実施

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

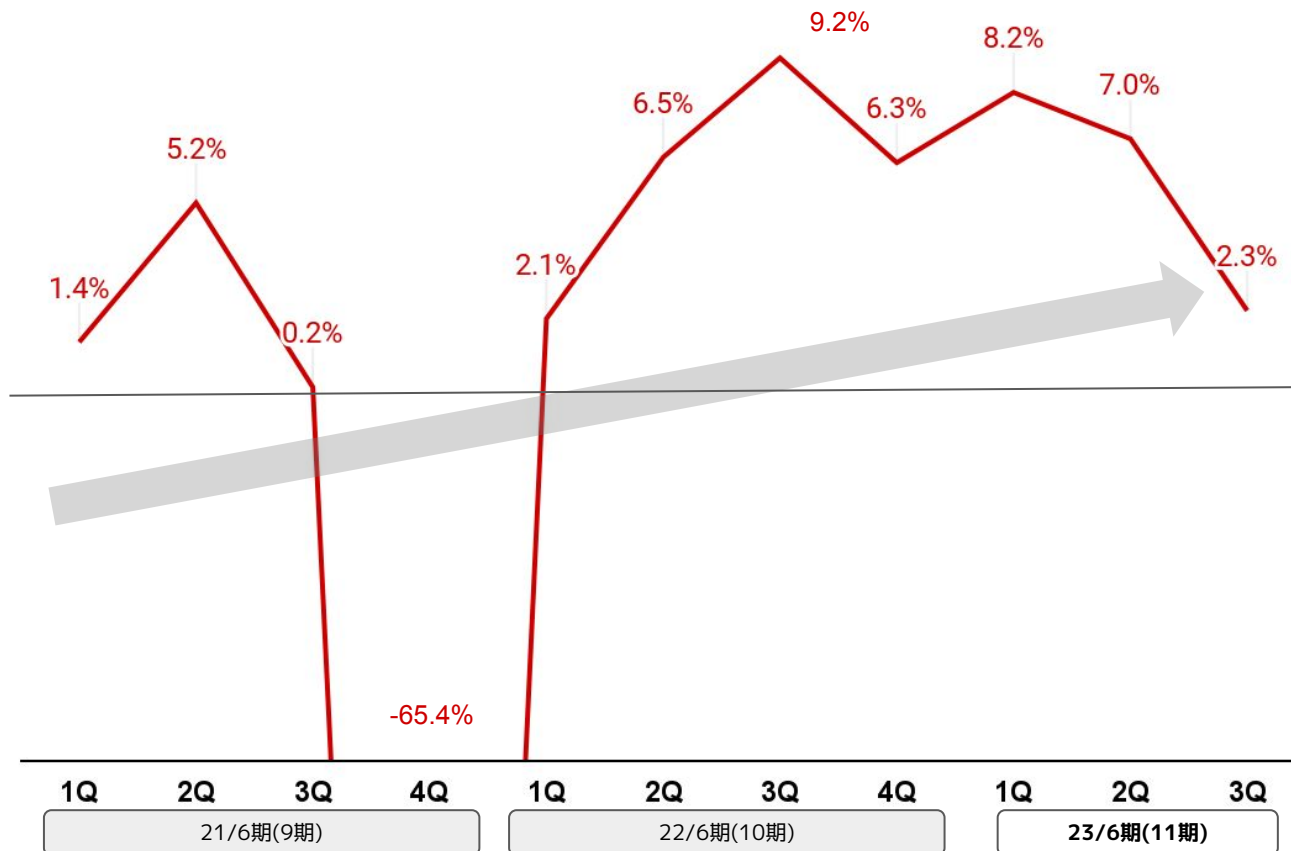
	23/6期2Q末	23/6期3Q末	増減額
流動資産	2,459	2,123	▲335
現金及び預金	712	1,082	369
売上債権	961	520	▲441
固定資産	309	283	▲26
資産合計	2,769	2,407	▲361
流動負債	1,419	1,109	▲310
短期借入金+1年内長期借入金	775	777	2
固定負債(長期借入金)	729	650	▲78
純資産	620	647	27
負債純資産合計	2,769	2,407	▲361

四半期として過去最高の売上高を計上。

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)	3Q (連結)
売上高	531	797	593	239	454	975	1,265	672	862	1,000	1,631
売上総利益	240	281	139	1	146	225	268	206	217	217	183
営業利益	7	41	1	▲156	9	63	116	42	71	69	37
経常利益	12	37	0	▲154	8	62	116	41	65	67	34
四半期利益	5	25	220	▲239	12	45	89	39	48	51	27

売上高は四半期過去最高の一方で、KROSSへの投資によりコストが高んだため営業利益率は低下している。



セグメント別分析

四半期におけるEX事業セグメントとして、過去最高の売上高かつ初の売上高10億円超を計上。

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)	3Q (連結)
MX事業	売上高	446	684	601	345	512	681	353
MX事業	セグメント利益	128	119	123	85	107	106	88
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318	1,278
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47	31
全社	全社費用	▲120	▲109	▲106	▲107	▲79	▲83	▲82
全社	セグメント利益 (=営業利益)	9	63	116	42	71	69	37

※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KROSS vol1とvol2の開催があり、**過去最高の売上高かつ初の売上高10億円超を計上。**

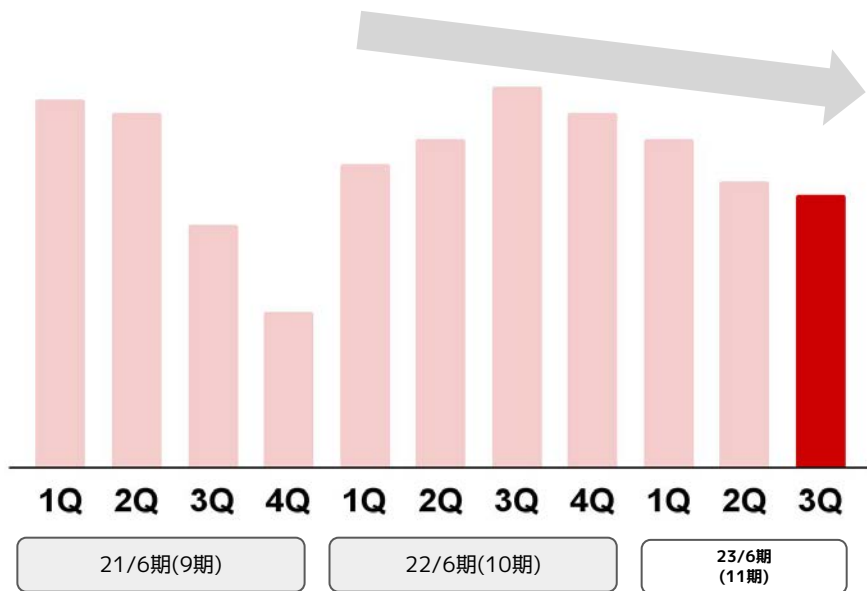
単位：百万円

		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)	3Q (連結)
EX事業	売上高	7	290	664	327	349	318	1,278
EX事業	セグメント利益	1	53	99	64	43	47	31
(内訳)								
EX	売上高	7	290	664	327	216	291	108
EX	セグメント利益	1	53	99	64	29	36	▲3
エンタメ ネクスト	売上高	—	—	—	—	133	27	1,169
エンタメ ネクスト	セグメント利益	—	—	—	—	13	10	34

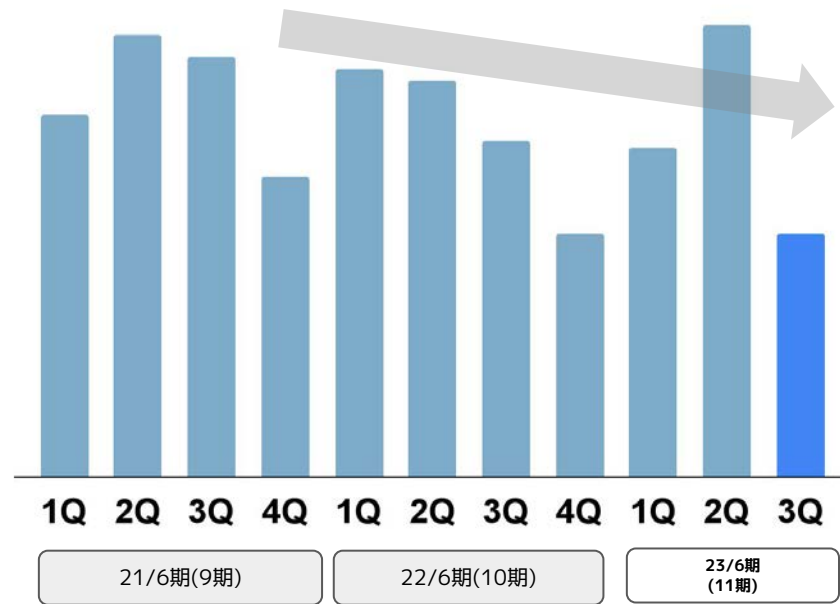
3Qは2Qと同様のクライアント数に留まったが、大型案件も無いためクライアント平均粗利高は減少。
 現状、大型案件の競合プレゼンにおける案件獲得率が高い状況にあるため、クライアント平均粗利高向上を目指す。

※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

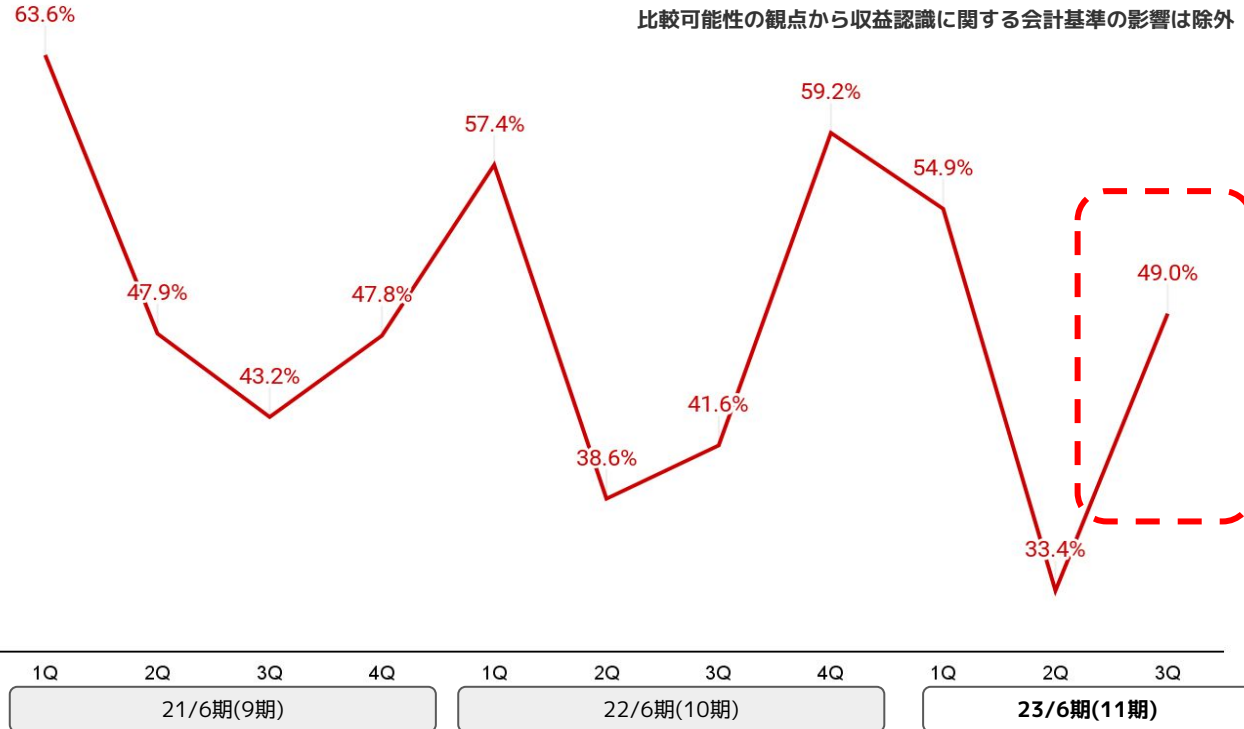


| クライアント平均粗利高



2Qは過去最高の売上高を計上した案件等により粗利率が下がったが、
3Qは大型案件がなく案件数も多くなかったため、**内製比率を上げて外注費を効率化したことにより粗利率が改善した。**

※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



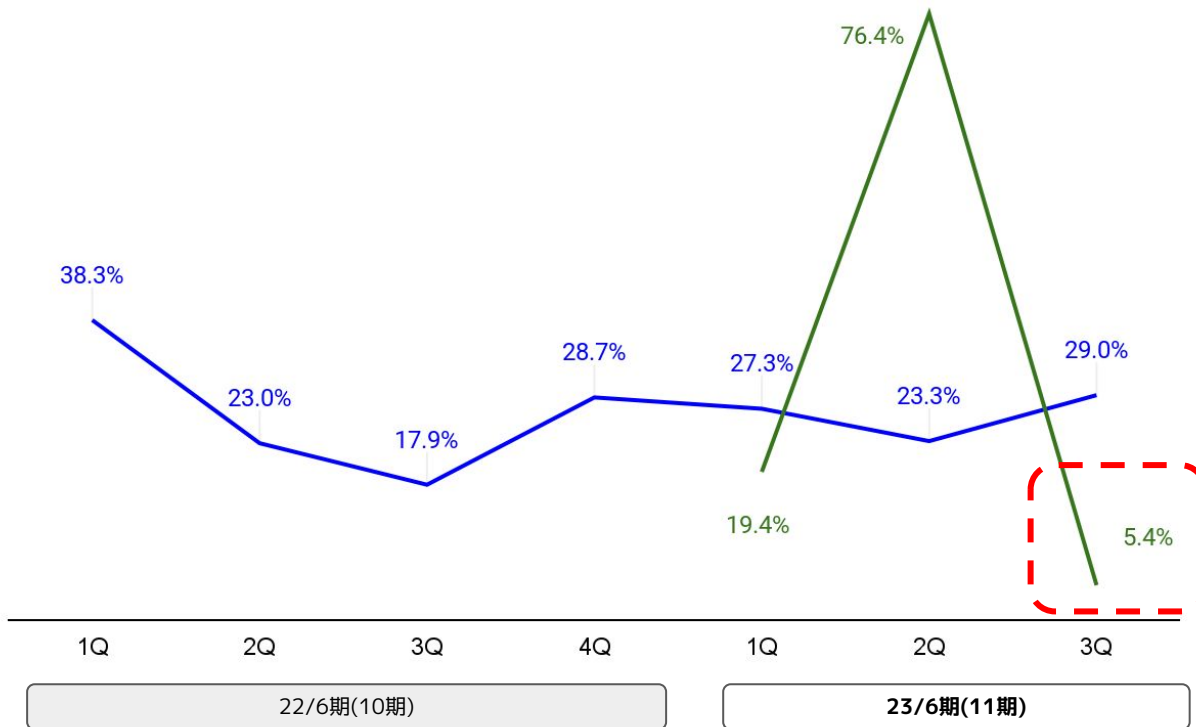
エンタメネクストは、KROSSへの積極投資を実施したため粗利率は下落している。

※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。

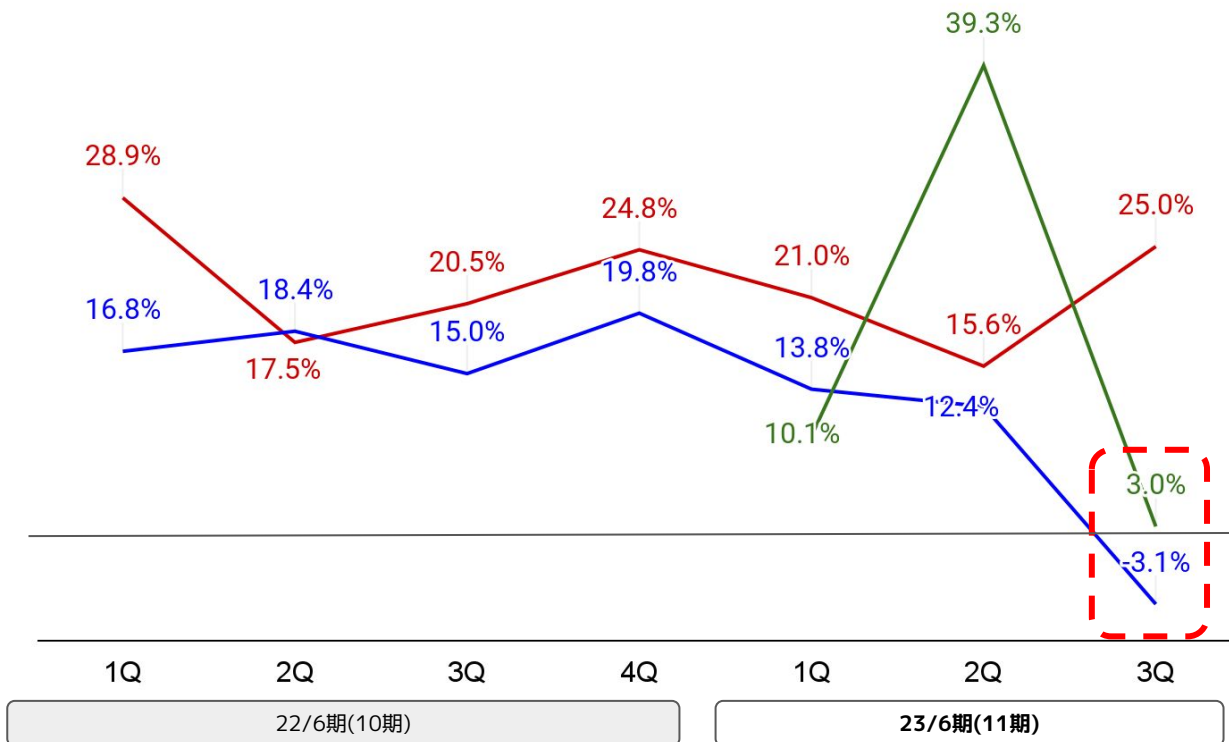
■ EX粗利率 ■ エンタメネクスト粗利率



EXは4Qのツアーに向けて稼働しており、ライブがない3Qの数字は当初の想定通り低くなっている。
 エンタメネクストはKROSSへの積極投資を実施したため粗利率と共にセグメント利益率は低下している。

— 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。

単位：百万円

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
11期予算_通期	4,096	378	364	272
対通期下期割合	54.5%	62.7%	63.4%	62.9%

	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</p> <p>※3</p>	 <p>※4</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

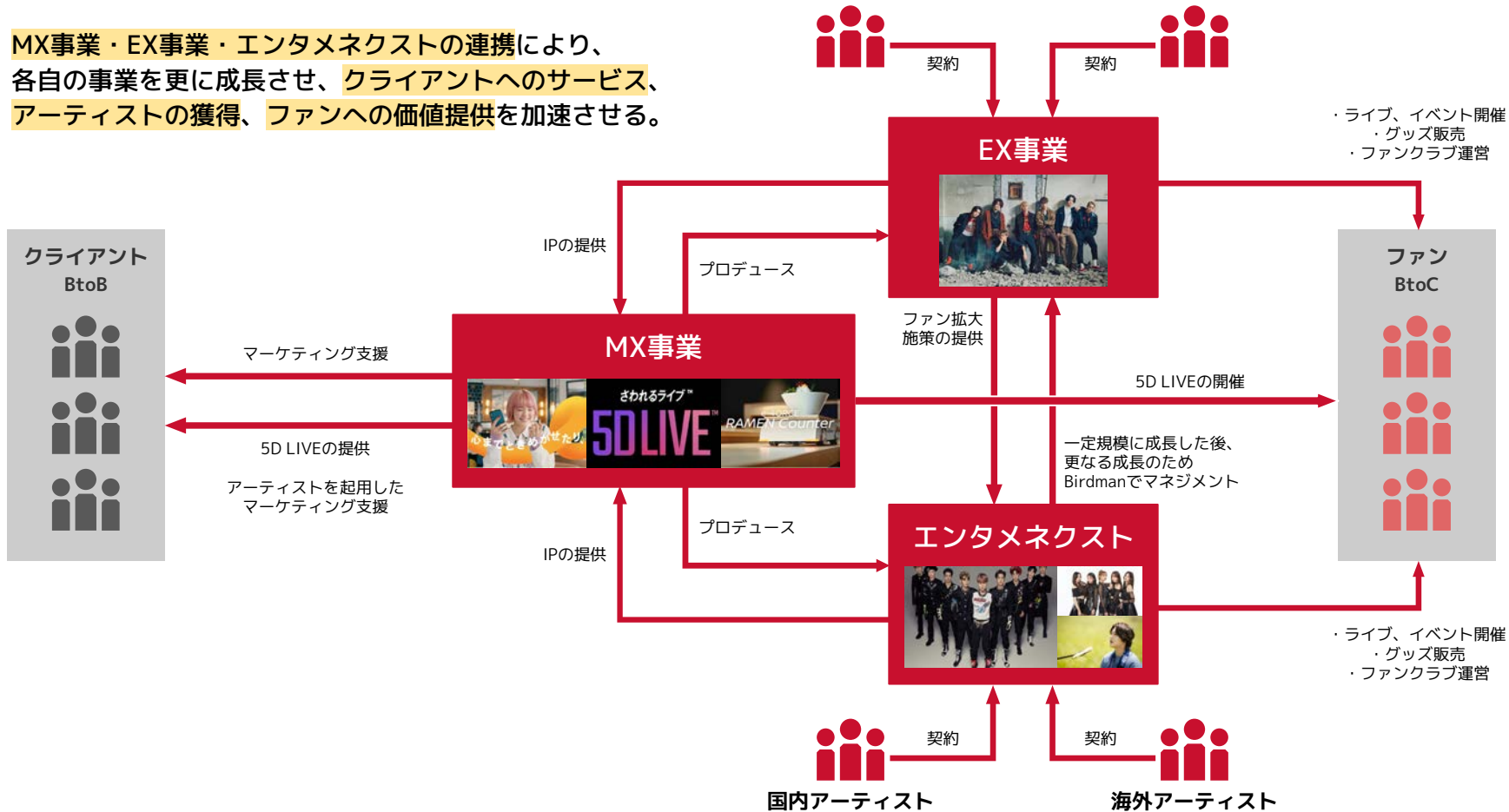
※2：開催:バンテリンドーム ナゴヤ_ライブ収容人数:約40,000人

※3：開催:有明アリーナ_ライブ収容人数:約15,000人

※4：開催:幕張メッセ国際展示場展示ホール1~3:約14,000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。



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

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

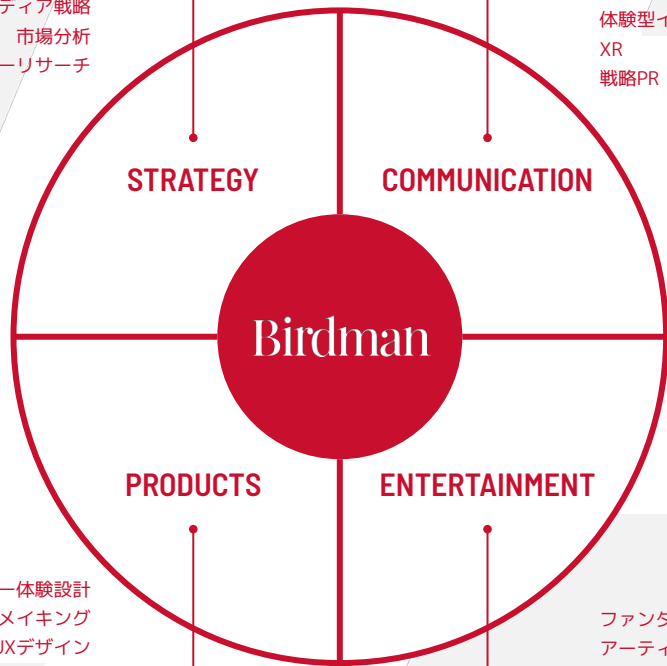
「変わりたい」と願う、すべての企業や人と共に。
新しい可能性を見つけ、クリエイティビティと
エンターテインメントの力で具現化する。
誰も体験したことのない未来を創り上げていく。

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】	397,089千円（2023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】	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。

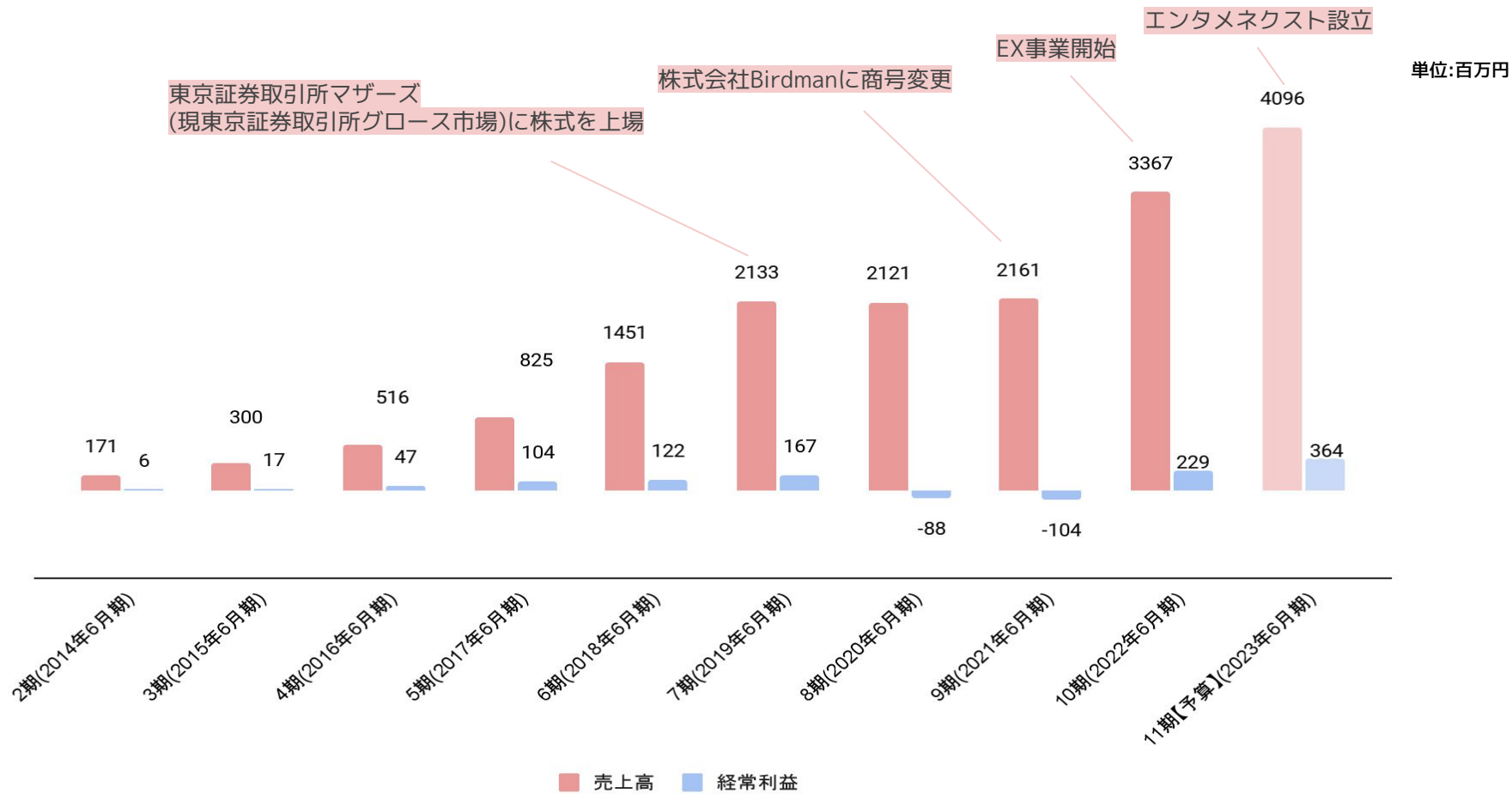


取締役 / CFO兼CHRO

三橋 秀一 Shuichi Mitsuhashi

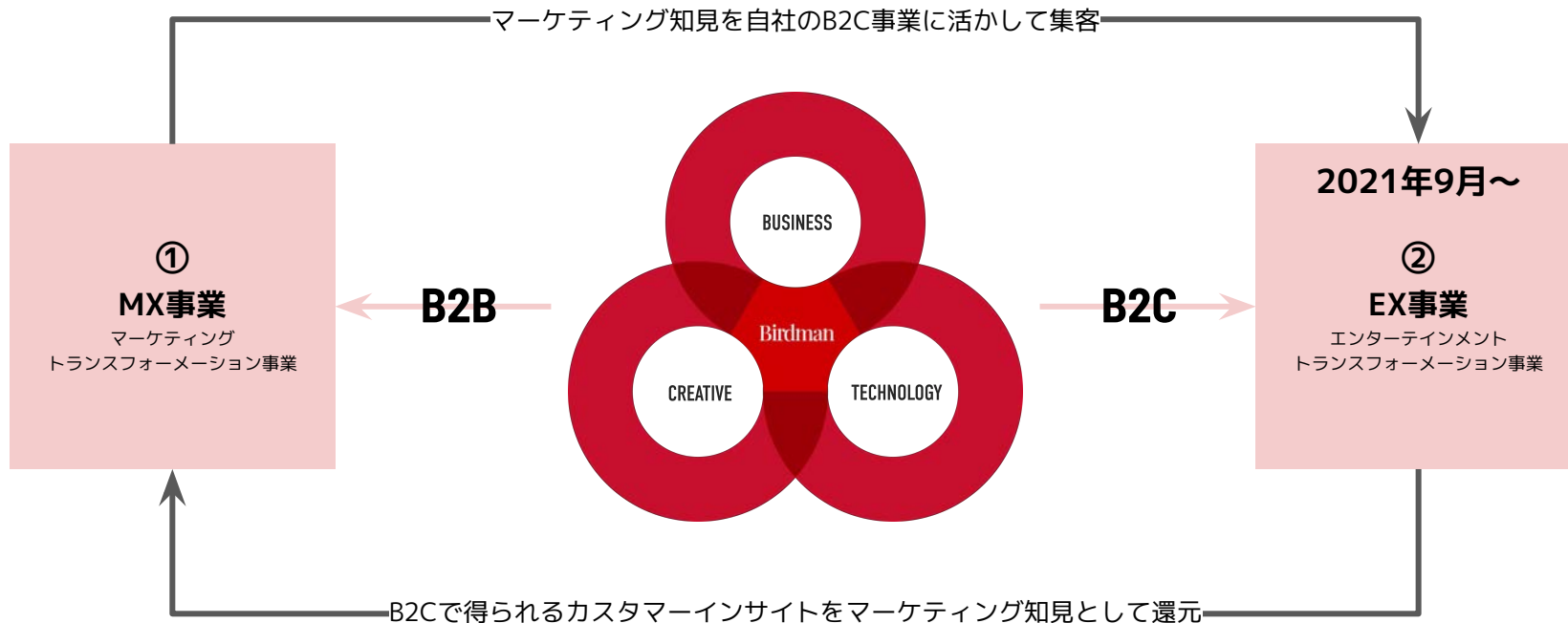
監査法人トーマツからキャリアをスタートし、リクルートでは中国・香港・インド等の企業のM&A~PMI、国内外の子会社経営支援を推進。その後、障害福祉企業でマザーズ上場を実現し、医療介護企業で取締役CFOを経て取締役事業戦略本部長に就任しジャスダック上場を実現。2020年8月に当社に参画し、2021年9月に取締役CFO兼CHROに就任。公認会計士/税理士

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】

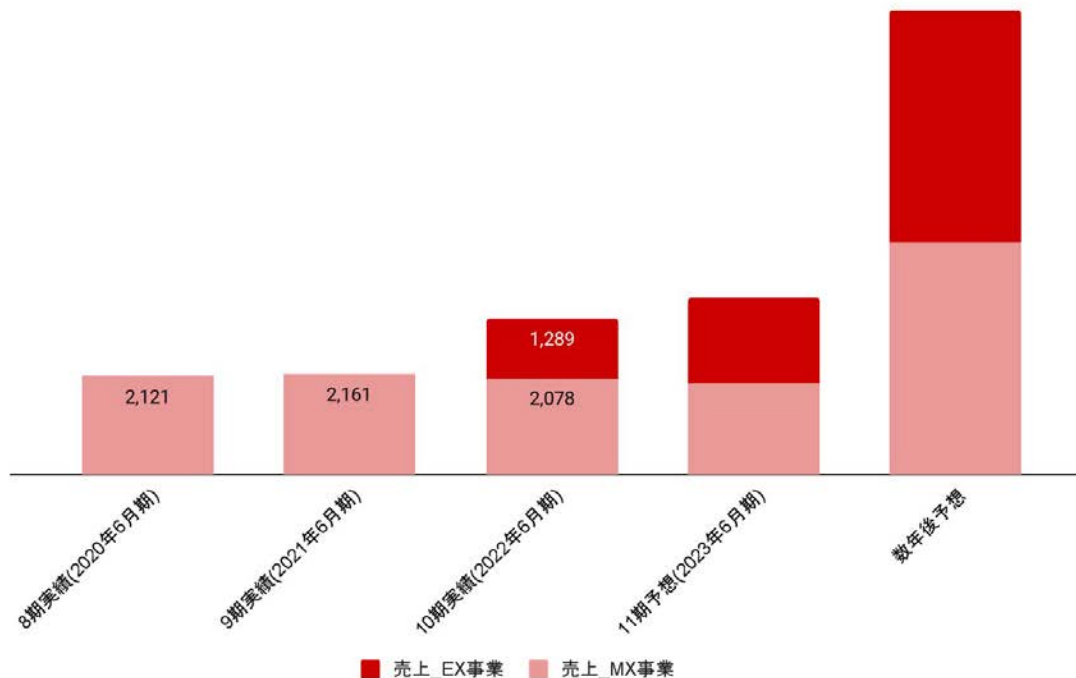


【ライブ興行の実施】



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

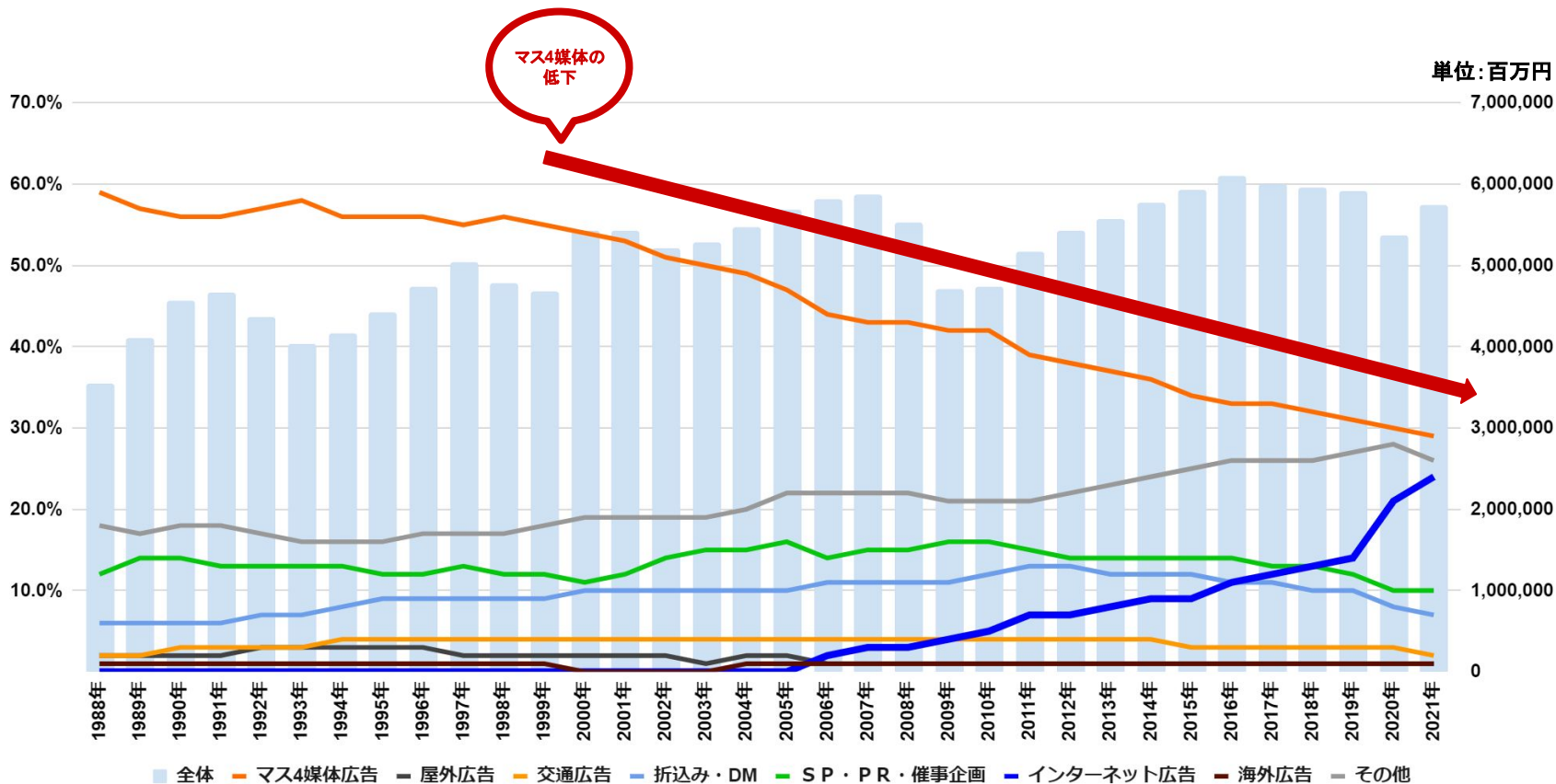


※2021年1月1日に全ての子会社を吸収合併し連結財務諸表非作成会社となったが、経済的実態は従前の連結財務諸表作成会社と大きな差異は無し
※セグメント開示は10期から開始。9期以前は現在のMX事業と同様の事業のため、簡便的にMX事業として比較。



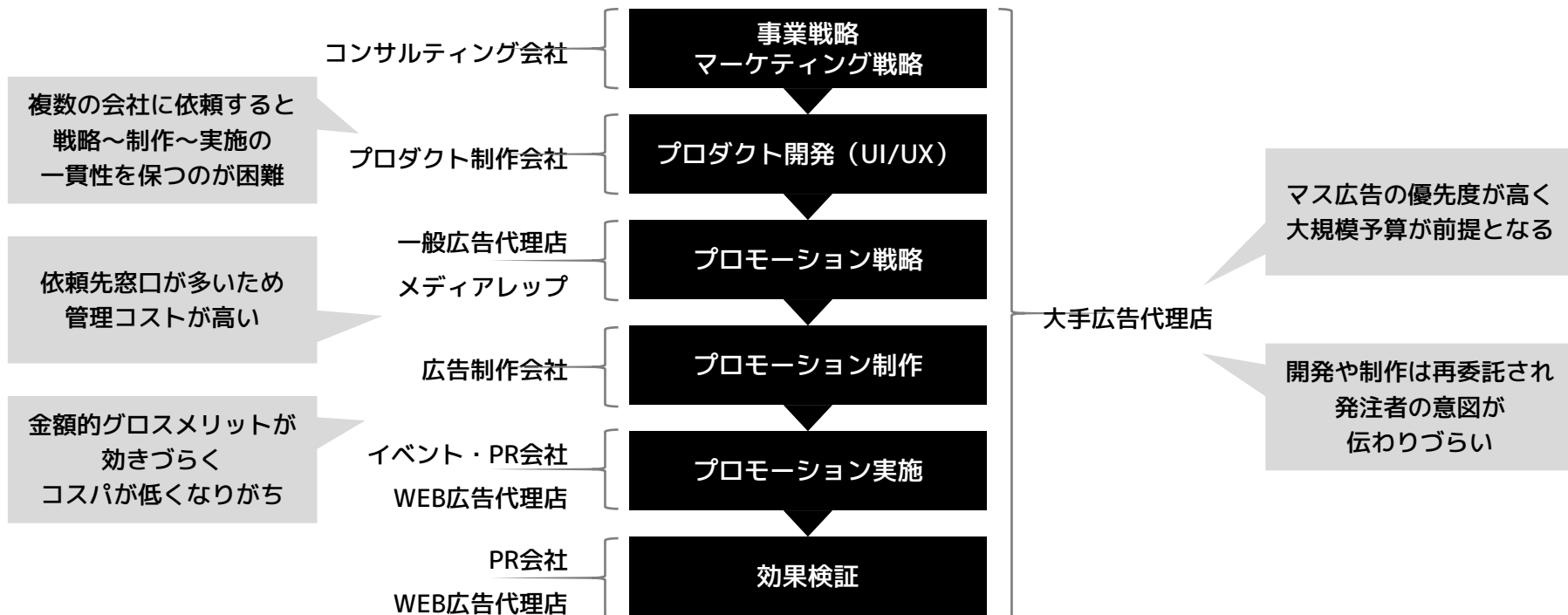
事業環境

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。

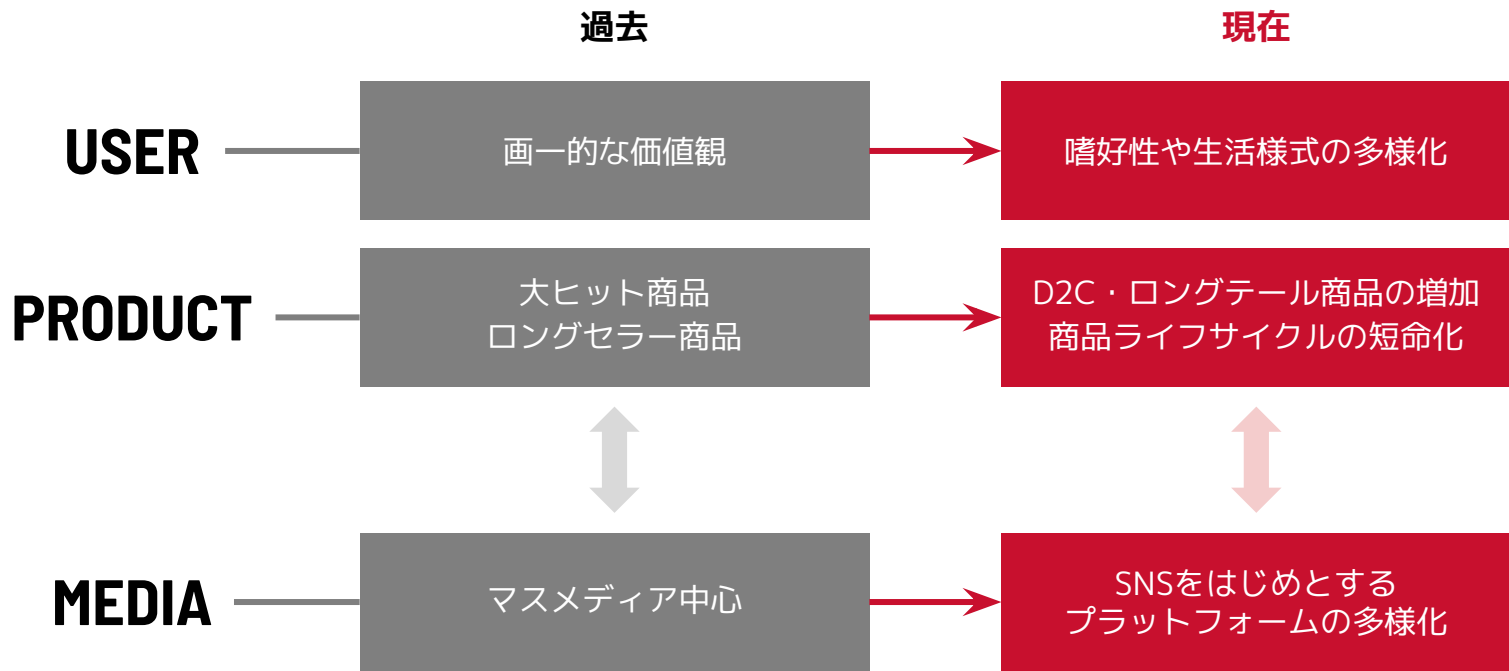


※経済産業省 特定サービス産業動態統計調査より当社作成

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。



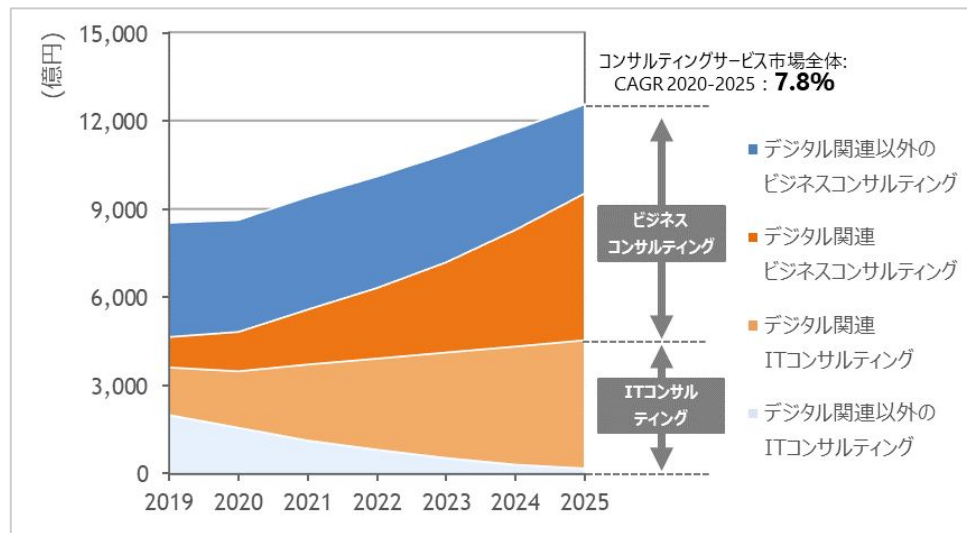
「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



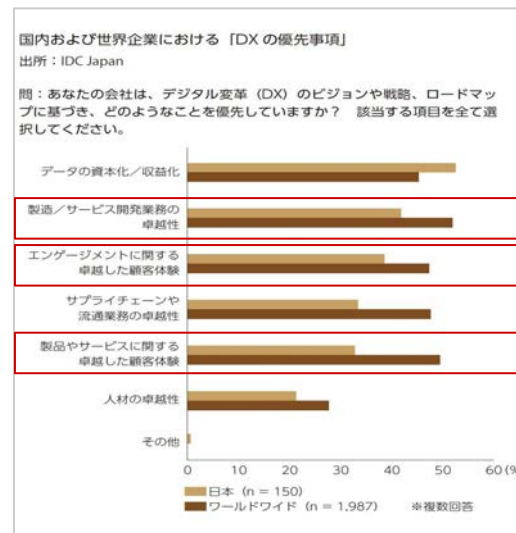
2025年に向けて、顧客体験創造に関する領域のDXにおいて著しい成長が見込まれる。

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。

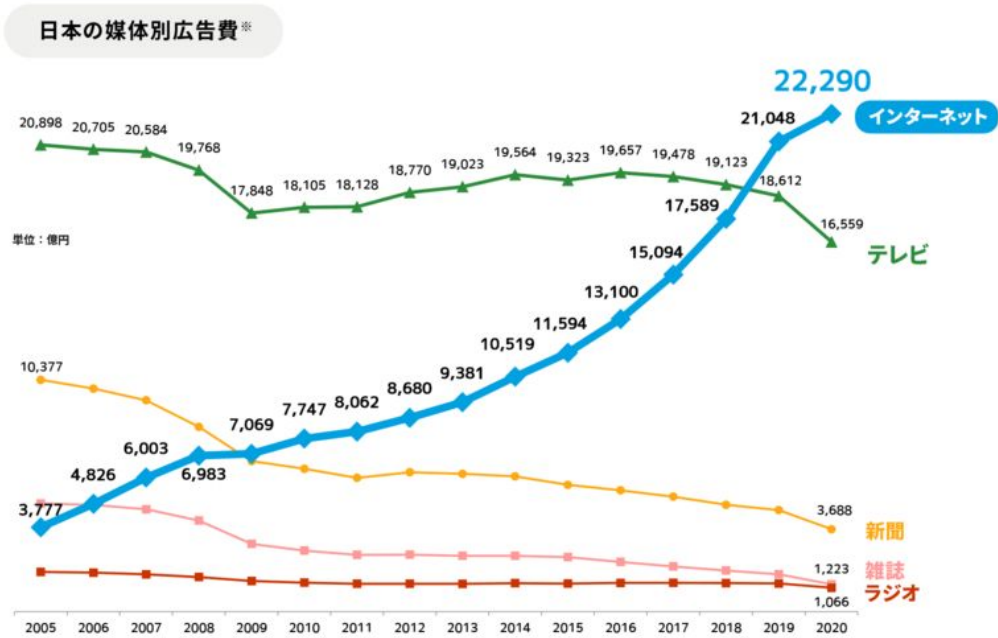


出典：IDC Japan国内コンサルティングサービス市場 支出額予測：2019年～2025年



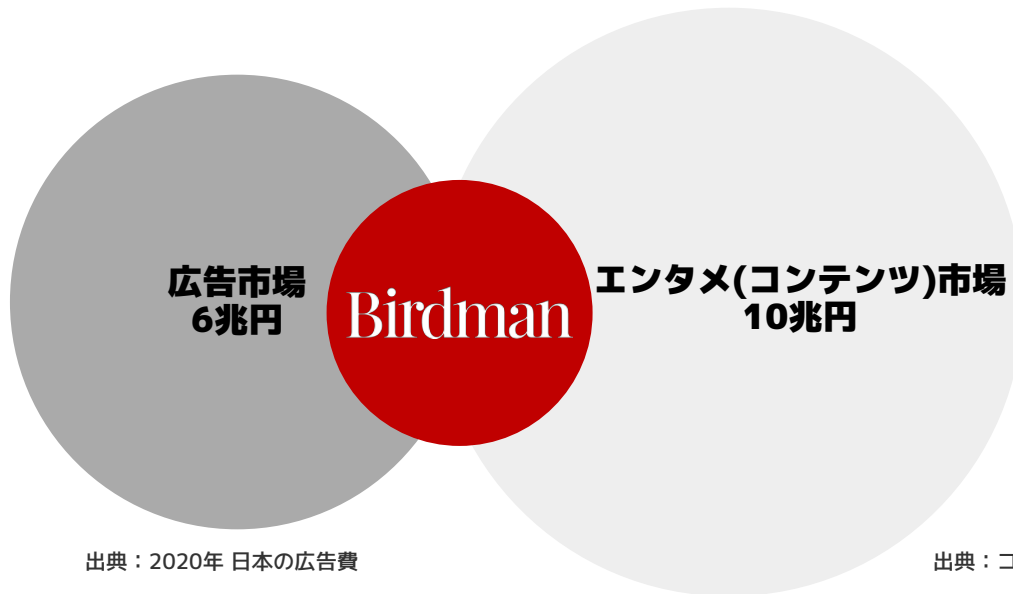
出典：IDC Japan 国内および起業における「DXの優先事項」

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

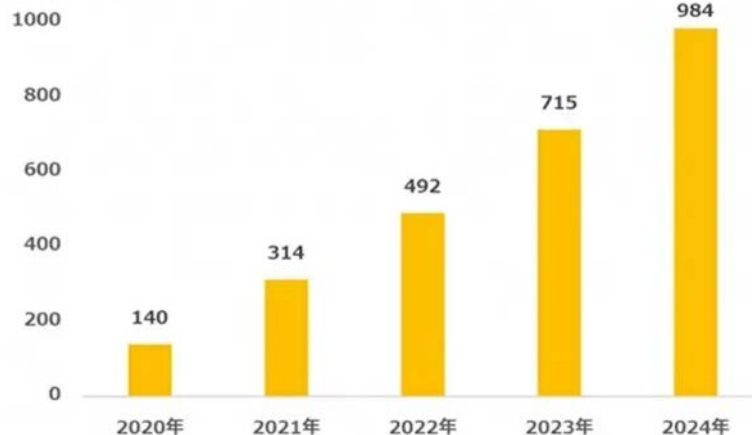


国内

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

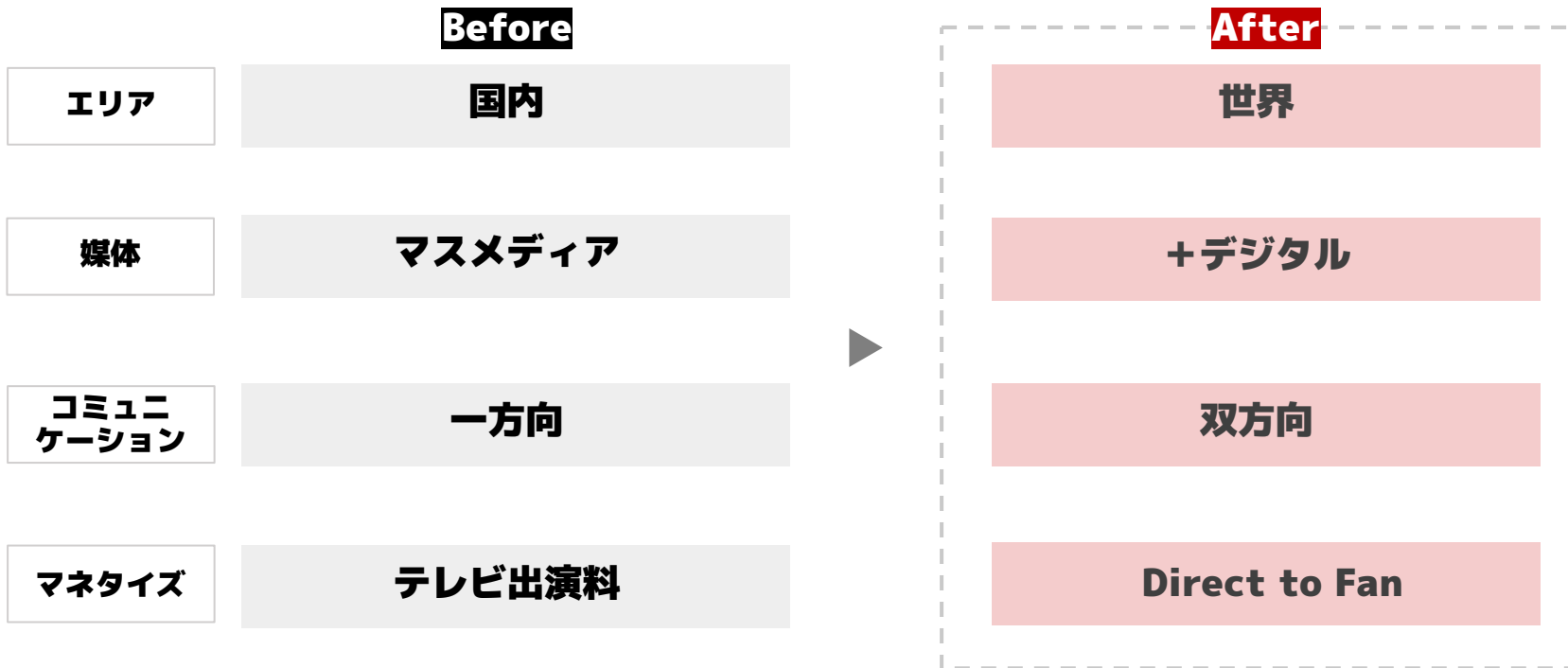
【デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年—2024年】
(単位：億円)



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.

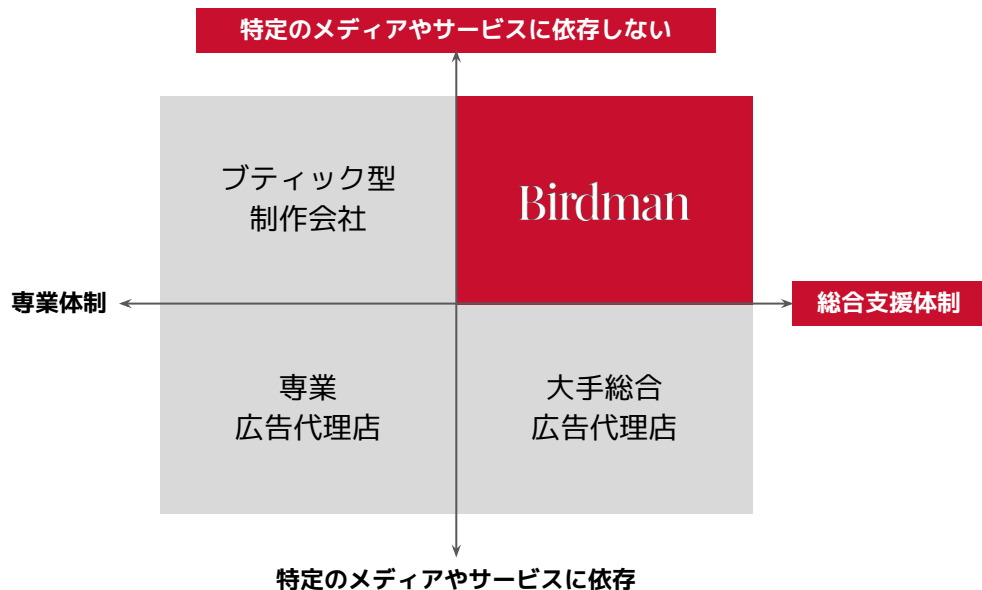
今後のエンタメ業界は、デジタルを軸にファンとの新たなコミュニケーションを構築していく潮流。





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。

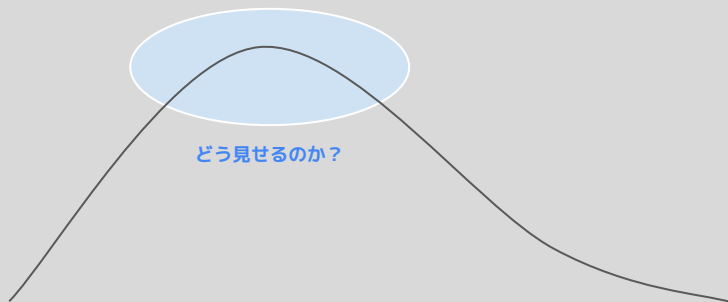


- 01 特定のメディアやサービスに依存しない事業モデル
- 02 インサイトの発見→制作までを一気通貫支援
- 03 商材の差別化を実現する世界水準のクリエイティブ
- 04 クライアントの「挑戦」「変化」を先端技術で実現

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。

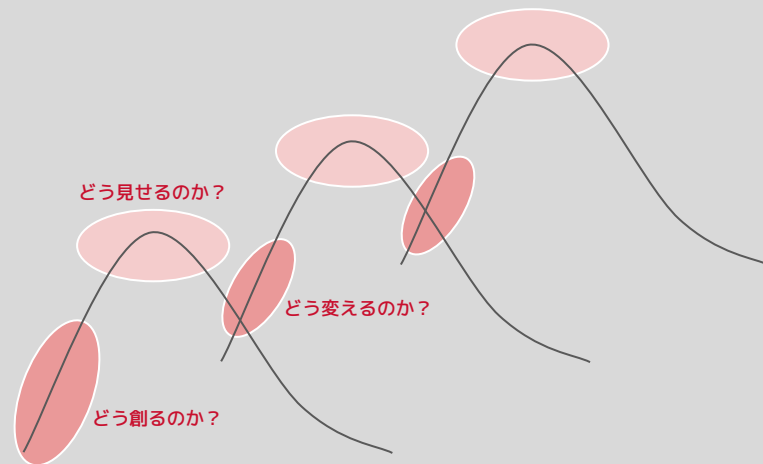
伝統的に広告代理店が対象とする領域

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



CLIO
AWARDS

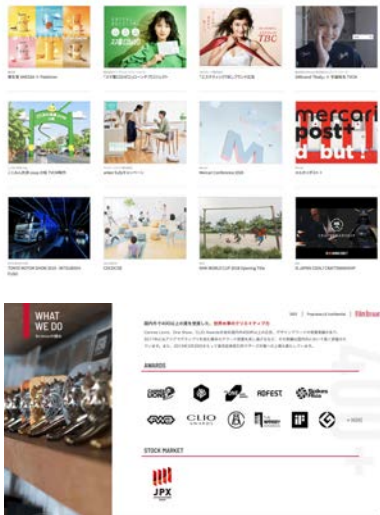


+ MORE

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。



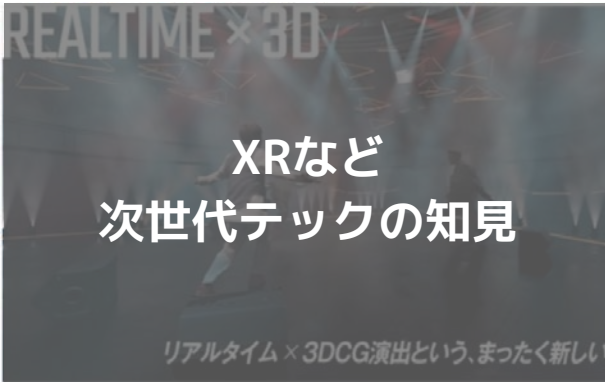
流行コンテンツの調達力

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。



IP保有/ リアルイベント興行

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。



XRなど 次世代テックの知見

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。

流行コンテンツの調達力



WATERBOMB

欧州・アジアで人気K-POPコンテンツの独占契約

グローバルにK-POPコンサートの企画、プロモートを展開する「Live Company Group（以下LVCG、会長：David Ciclitira）」の一部門である「KPOP LUX Limited（以下KPL）」と、2023年2月10日にパートナーシップを締結。

これにより、当社とKPLは、欧州・アジアで人気を博しているK-POPコンサート「KPOP LUX（呼称：ケーポップ ラックス）」の日本上陸を皮切りに、4年間にわたってK-POPイベントを共同開催いたします。

[弊社リリース](#)

韓国最大級、体感型エンタメの国内上陸支援

2018年～韓国ではチケット完売が続き、女性Z世代を中心にムーブメントを巻き起こしている「ウォーターボム」の日本上陸を当社が全面支援。

アーティストライブのほか、水大砲や特殊効果を使ったまるでテーマパークのような体感型イベントを2023年7月から開催いたします。

[WEBサイト](#)

IP保有/
リアルイベント興行



『KROSS -kpop masterz-』シリーズを自主開催

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国内最大級のフェスティバルブランド『KROSS -kpop masterz-』シリーズを自主開催。

2023年1月2日に記念すべき1回目をバンテリンドームナゴヤで興行した後、2月25-26日には第2回を東京・有明アリーナにおいて開催。好評を博した。

[弊社リリース](#)

グロースパートナーシップ アーティスト「7ORDER」

新進気鋭のアーティストやクリエイターと連携し、次世代型エンターテインメントを共創する「グロースパートナーシップ (GPS)」。

2021年9月には第1弾契約アーティストとして、「7ORDER」とGPS契約を締結し、動員数8.5万人規模のライブ興行を開催。

今後も、自社IPを拡充していく。

[WEBサイト](#)



次世代エンタメライブの企画・制作実績

デビュー21周年を迎えたポルノグラフィティのライブ「CYBERロマンスポルノ'20 ～REUNION～」において、テクノロジーを利用した新しいエンタメ演出に挑戦し、ARを利用した配信ライブの演出・制作を担当。

[事例紹介サイト](#)

大手広告主の次世代テック活用マーケ支援実績

大手ナショナルクライアントのメタバース系、AI、最新WEBテクノロジーを活用したマーケティング支援など、次世代テックを活用したプロジェクトを多数実施。

[当社実績サイト](#)

Birdman Showreel 2015-2023



<https://vimeo.com/791754317>



THANK YOU.

Birdman inc.

1-5-3 Shoto Shibuyaku Tokyo 1500046

birdman.tokyo

