2020年8月31日

各　位

会　社　名　株式会社エードット
代 表 者 名　代表取締役社長　伊達　晃洋
（コード番号：7063　東証マザーズ）
問 合 せ 先　取締役経営戦略室長 谷口　翔太郎
（TEL　03－6865－1320）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

記

○開催状況

開催日時	２０２０年8月２８日（金）　１５：３０～１６：００
開催方法	対面による実開催
開催場所	東京都中央区日本橋茅場町２－６－１　日経茅場町別館地下１階 日経茅場町カンファレンスルーム
説明会資料名	２０２０年６月期通期　決算説明資料

【添付資料】 投資説明会において使用した資料

以 上

adot

2020年6月期

決算説明資料

株式会社エードット
（東証マザーズ：7063）

2020年6月期
連結業績サマリー

adot

2020年6月期 通期サマリー

1 新型コロナウイルスの影響があったが、新規クライアント獲得が順調に推移し
通期でクライアント数は増加。既存クライアントを含めた全クライアントの案件単価も回復傾向。

2 新型コロナウイルスの影響により創業以来初の赤字に。

3 2019年11月に(株)BIRDMANを子会社化。
ワンストップソリューション体制をさらに拡大し、「スピード感」&「コスト優位性」を実現。

連結決算概要｜損益計算書（累計）

［単位：百万円］

	2019年6月期 累積実績	2020年6月期 累積実績	前年同期比	主な増減理由
売上高	2,133	2,121	99.4%	・第二四半期までは順調に売上拡大していたが、第三四半期以降の新型コロナウイルスによる影響を大きく受け、前年比で微減
売上総利益	971	※ 835	86.0%	・第3四半期以降の新型コロナウイルスによる売上減少及び原価人件費増加により前年比で▲14.0%
営業利益	170	▲74	-	・売上総利益の減少及び、人件費を中心とした販管費の増加により創業以来初の営業赤字
経常利益	189	▲88	-	・第1四半期に本社移転費用を営業外費用として約22百万円計上
親会社株主に帰属する当期純利益	108	▲591	-	・第3四半期に取引先の取立不能又は取立遅延による貸倒引当金繰入額、第4四半期にのれんの減損等による特別損失を計上

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示
※ 今期より(株)円卓と(株)Sparkの人件費等を、販売費及び一般管理費から売上原価に計上変更したため、売上総利益の押し下げ要因となっている
※ 株式会社BIRDMANの損益計算書は2020年1月より連結

連結決算概要｜損益計算書

［単位：百万円］

	2019年6月期 第4四半期 実績	2020年6月期 第4四半期 実績	増減率	主な増減理由
売上高	599	419	70.0%	・対前年同期比でクライアント数は横ばいであったが、コロナウイルスの影響により案件単価が減少した
売上総利益	356	※ 132	54.6%	・売上高の減少及び、原価人件費の増加により前年同期比で減少
営業利益	18	▲88	ー	・販管費はコロナ禍における適正化を推進し、第3四半期と比較して約3000万円減少
経常利益	19	▲79	ー	ー
親会社株主に帰属する四半期純利益	13	▲294	ー	・のれんの減損損失等による特別損失を約322百万円計上

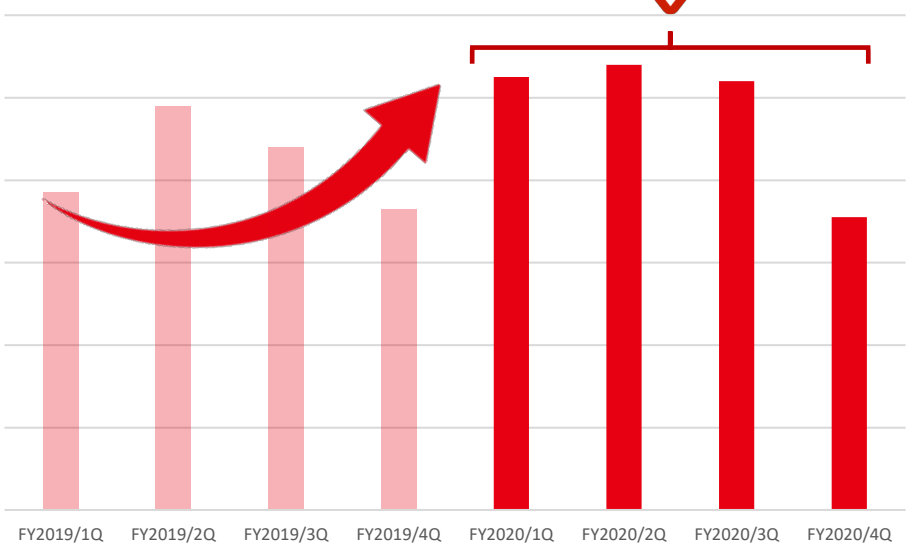
※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示
※ 今期より(株)円卓と(株)Sparkの人件費等を、販売費及び一般管理費から売上原価に計上変更したため、売上総利益の押し下げ要因となっている
※ 株式会社BIRDMANの損益計算書は2020年1月より連結

決算サマリー①：クライアント

第3四半期以降は新型コロナウイルスの影響を受けたが、
新規クライアントは堅調に獲得が推進、既存クライアントを含めたクライアント単価も回復傾向。

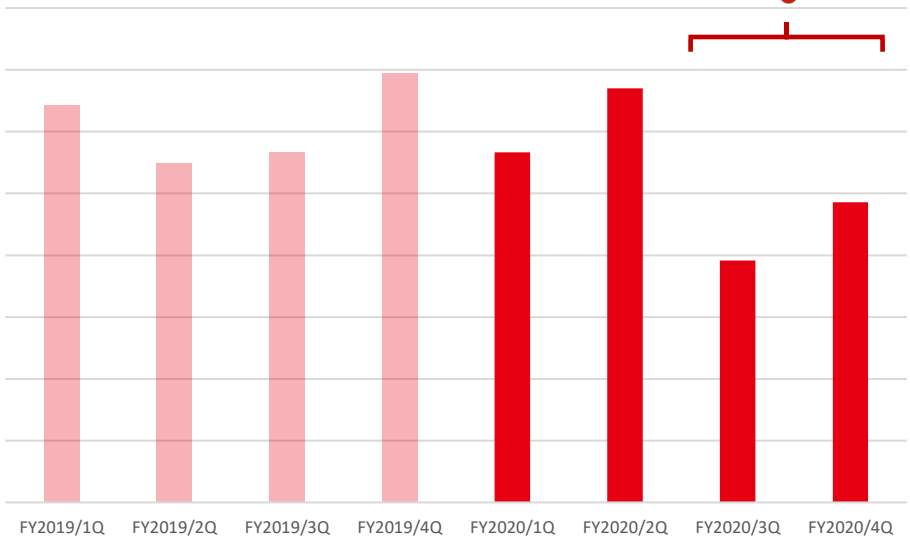
クライアント数

2020年6月期は
対前年比で約15%
クライアントが増加



クライアント平均粗利高

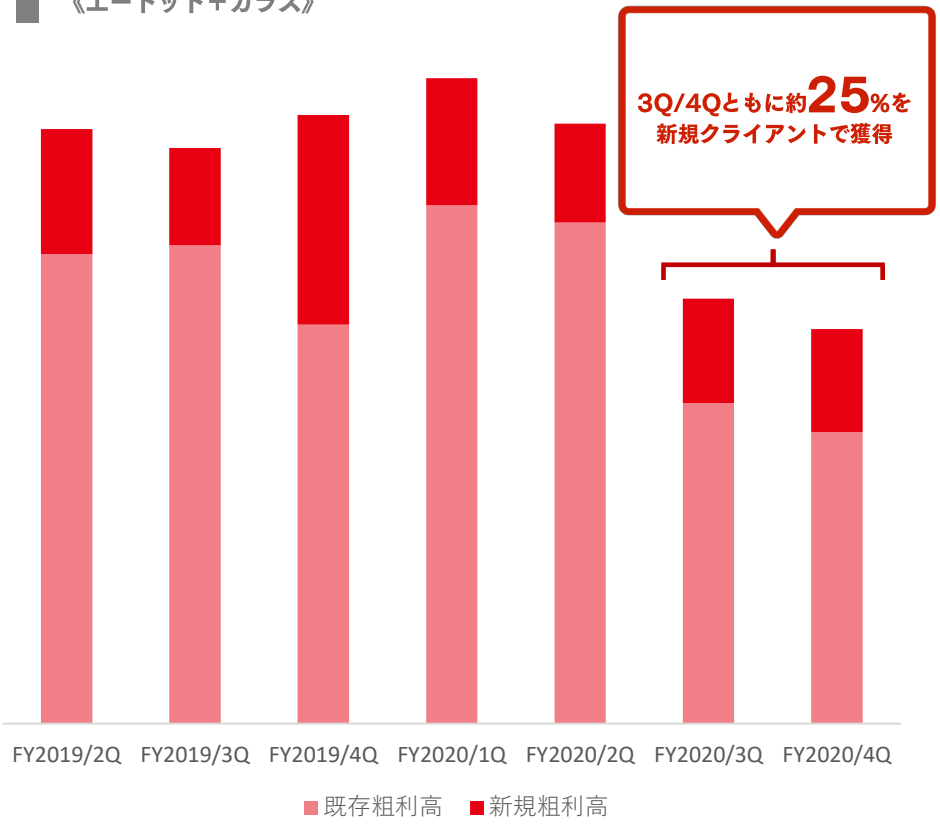
コロナ禍に対応した
プロモーションを実施
したことにより
案件単価は回復傾向



※2020年6月期第３四半期より連結の㈱BIRDMANを除く

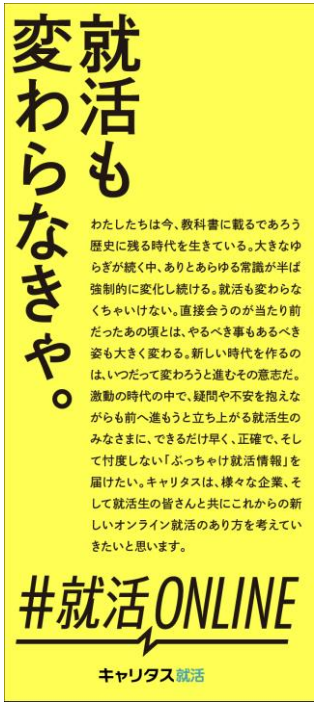
年間を通して新規クライアントを安定的に獲得。
新型コロナウイルスの影響が顕在化した第3四半期以降も新規クライアント開拓を達成。

売上総利益構成：新規/既存クライアント
《エードット＋カラス》



新規獲得クライアント事例

株式会社ディスコ／キャリタス就活　＃就活オンライン

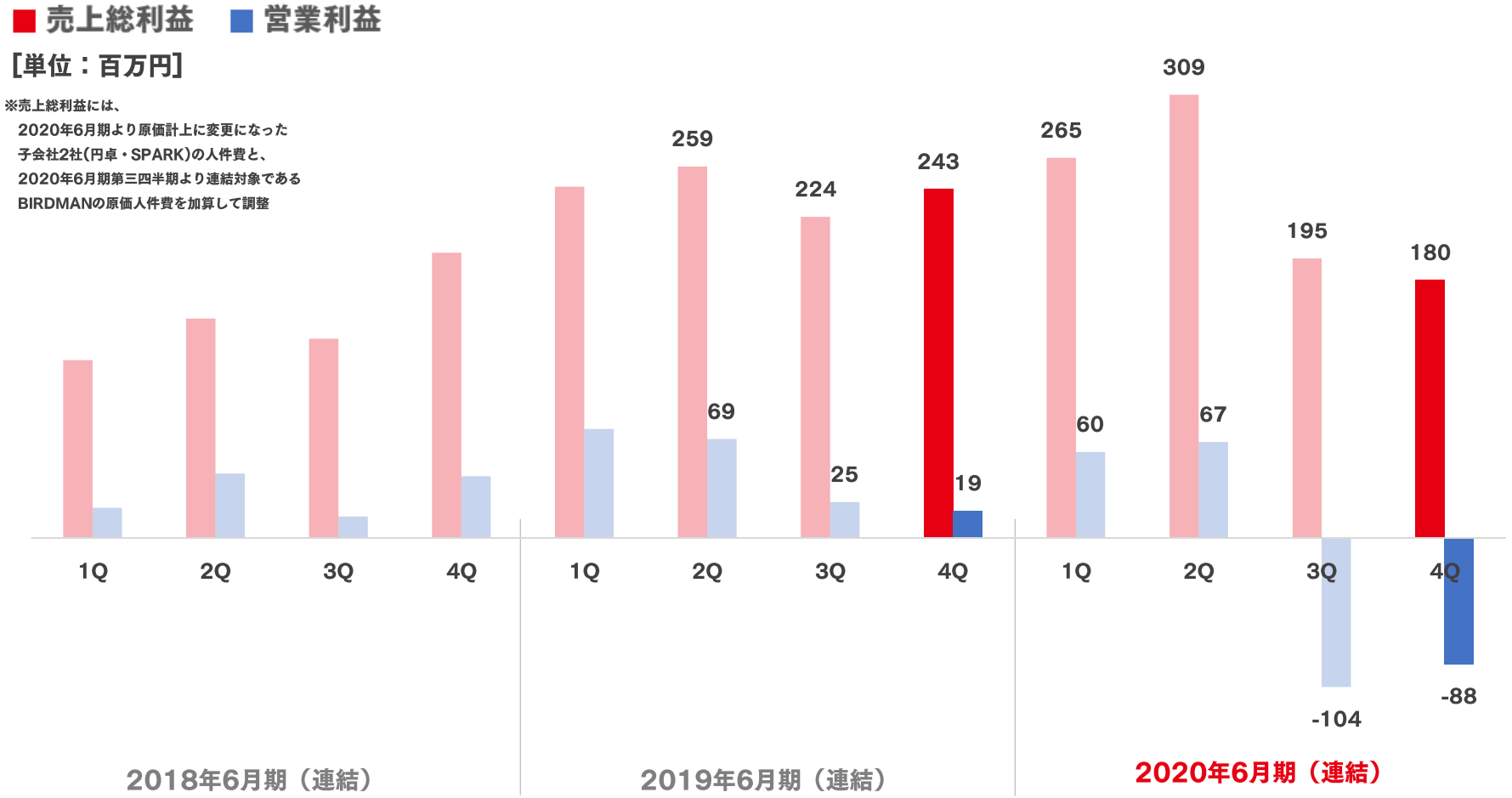




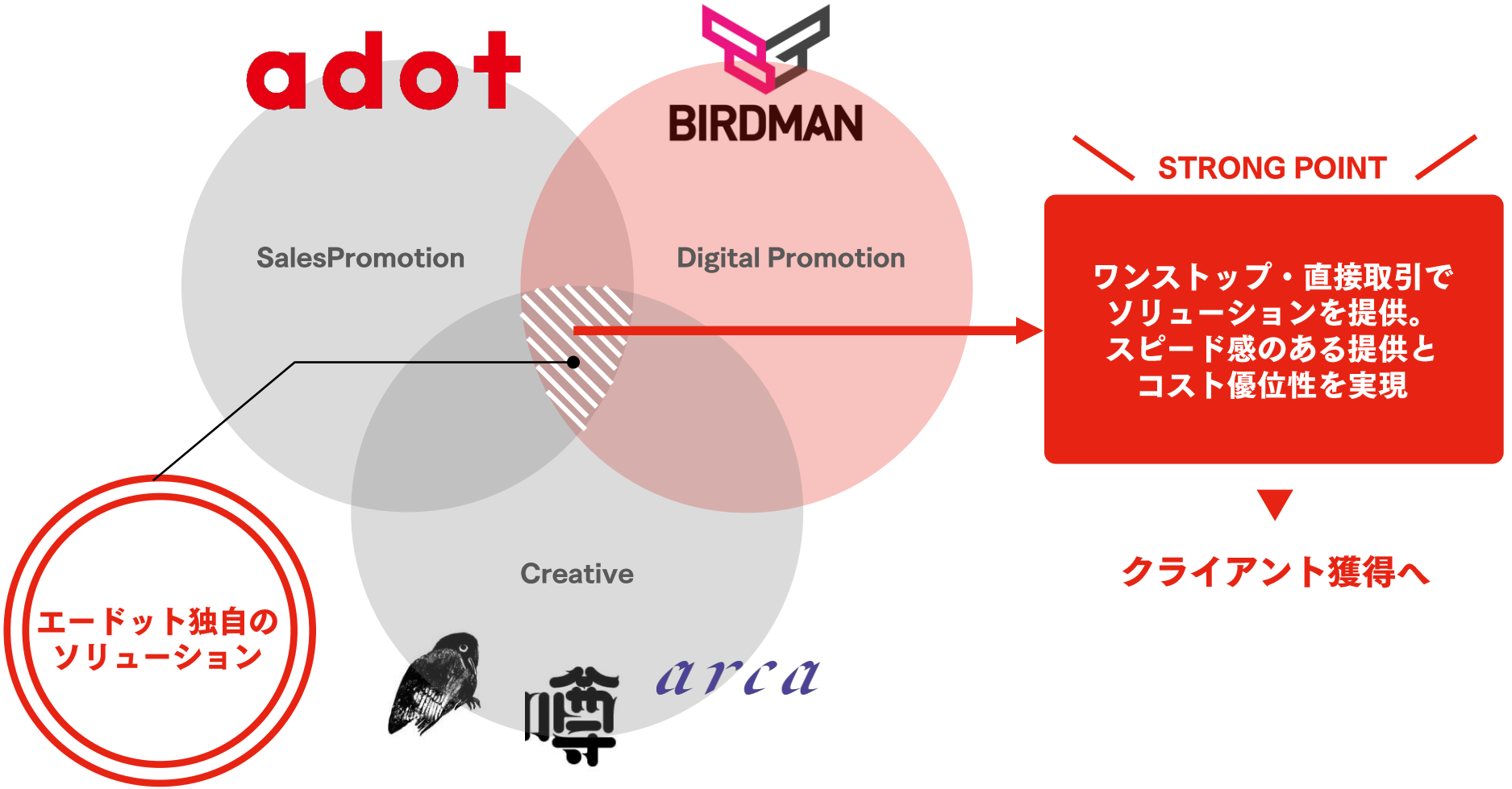
株式会社ディスコが運営するキャリタス就活の企画として、コロナ禍における新しい就活スタイル「＃就活オンライン」のコンセプトメイク、クリエイティブ制作、オンラインイベントの運営まで一括で担当。これまで全７回を実施し、今後も定期開催予定。

サマリー②：新型コロナウイルスの影響について

第3四半期以降に新型コロナウイルスの影響により、
第3四半期以降の新型コロナウイルスの影響により複数の案件失注/延期が発生。
また、「のれんの減損損失」及び「新規取引先の取立不能又は遅延による損失」を計上した。



2019年11月に(株)BIRDMANを子会社化。
ワンストップソリューション体制をさらに拡大し、「スピード感」＆「コスト優位性」を実現。



直近でのグループシナジー活用による受注／制作事例

Case1/大手共同組合組織

担当機能	営業/PM	クリエイティブ統括	企画/制作
担当会社	adot	KARASU	BARDMAN

TVCM制作を受注し、映像制作をバードマンにて担当、フルCGという高度なスキルが求められる制作物もすべてグループ社内にて対応。

Case2/大手化粧品メーカー

担当機能	営業/PM	クリエイティブ/企画/制作	中国向けプロモーションサポート
担当会社	adot	BARDMAN	ENTAKU

中国国内でのアウトバウンド施策として、デジタルデバイスを活用した店頭什器を開発。円卓とも連携し中国側とも円滑な取り組みが進んでいる。

Case3/大手保険会社

担当機能	営業/PM	クリエイティブ統括	企画/制作
担当会社	adot	KARASU	BARDMAN

通年でのブランディングプロジェクトを受注。バードマンにてプロジェクトサイトおよびプロジェクトの要となるサイトコンテンツを現在開発中。

エードットグループ事例紹介(2020年6月期)

SALES PROMOTION

adot

日本生命
あの日から2020へキャンペーン（2019）



東京オリンピックを控えた2019年12月～2020年3月の間で実施された日本生命の営業促進キャンペーンを実施。キャンペーン企画およびデザイン制作を担当しました。
東京オリンピックが開催された1964と今を比較したクリエイティブで、営業職員の方とお客様の話題作りとしても活用いただけるキャンペーンになりました。

DESITAL PROMOTION

BIRDMAN

TOKYO MOTOR SHOW 2019 –
MITSUBISHI FUSO（2019）



「東京モーターショー2019」における、三菱ふそうのブースクリエーション全体を手掛けました。議論し尽くし、たどり着いたコンセプトは「CHALLENGE THE CHANGES」。ブランドのメッセージをコンセプトとして明文化し、体感できる形にデザイン・実装して安定稼働させること。BIRDMANが持つリソースを結集して臨んだプロジェクトであり、コンセプトメイクから、ブースデザイン、LEDビジュアルアートのデザインと実装、インタラクションシステム開発、空間BGM、ムービー制作、車体デザインにいたるすべてを手掛けました。

エードットグループ事例紹介(2020年6月期)



adot

#SafeHandFish

クリア電子

除菌液と醤油差しをコラボレーション。
コロナ禍の大きな話題をつくったソーシャルアクション。

新型コロナウィルスの拡散を防ぐため、国連の「クリエイティブ産業の協力を求めるグローバルな呼びかけ」に対し、クリア電子様とともにアクションしたプロジェクト「#SafeHandFish」。宴会やイベントの中止・自粛により、大量に余っていた調味料容器に除菌抗菌液を充填することで、使い切りサイズの「ケータイする除菌」として再活用。これにより、相次ぐ注文キャンセルで困っていた容器メーカーの救済と「買いたいけど売ってない」という需要と供給のミスマッチ改善を実現した。

エードットグループ事例紹介(2020年6月期)



adot

Oisix × しんちゃん

春日部駅一箇所から、マスへと拡散。
ブレーンにて「読者が選ぶ広告」のトップに選ばれた。

食品宅配サービスの「Oisix」のブランドアクティベーションとして、「クレヨンしんちゃん」とコラボした交通広告を埼玉県の春日部駅に出稿。Twitter上での個人発信から情報が拡散し、Yahoo!トップやテレビを含む多数メディアに取り上げられ、「Oisix」の利用者増に大きく貢献した。

エードットグループ事例紹介(2020年6月期)







BIRDMAN

NISSAN

Pro Pilot GOLFBALL

日産の新型運転支援システム「propilot2.0」に着想を得た、「必ずカップインするゴルフボール」。俯瞰カメラでボールとカップの位置を検知し、カップに向かってボールをコントロールするシステムを独自開発しました。メディア露出は世界69ヵ国以上、1万4000媒体以上に掲載。企画からテクニカルディレクション、ソフトウェア開発をBIRDMANが担当しました。

エードットグループ事例紹介(2020年6月期)



arca

Ladyknows FES 2019

By NISSAY

健康診断をデザインでアップデート。
若年層女性を中心に大きな話題をつくった。

若年女性の「健康」は、社会にとって大切なテーマであるにも関わらず、20代・30代の健康診断受診率は、全世代の中でもっとも低い数字です。健康や自分について、「楽しみながら知る」ためのミュージアムとエンターテイメント性のある健康診断を1週間にわたって開催。大きなニュースとSNSでの話題を生み出した。Ladyknowsは、女性にまつわる「知」を通じ、これからを生きる女性の輝きをエンパワメントしていく。

新型コロナウイルスの長期化に備え、
複数の金融機関から総額7億円の借入れを実施し、運転資金を厚く確保。

［単位：百万円］

	2019年 6月期末	2020年 6月期末	前期末比
流動資産	1,168	1,026	87.8%
固定資産	228	362	158.4%
総資産	1,396	1,388	99.4%
流動負債	364	448	122.9%
固定負債	28	512	1776.0%
負債合計	393	960	244.2%
純資産	1,003	428	42.7%
負債純資産合計	1,396	1,388	99.4%

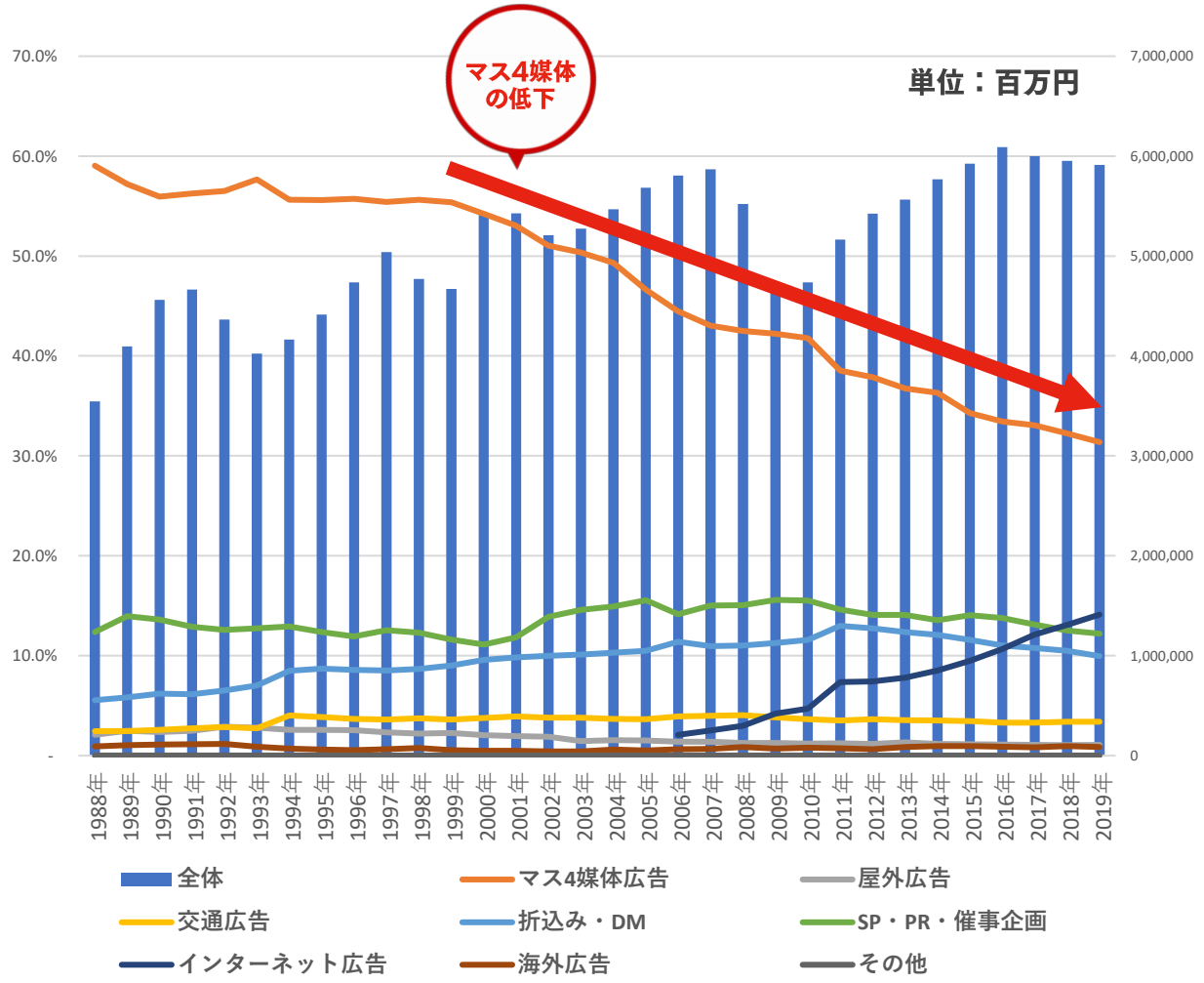
※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示　※ 株式会社BIRDMANの貸借対照表の連結は2019年12月末

今後のエードットグループについて

adot

今後のエードットグループについて：成長可能性

エードットの主領域である国内広告市場は依然として巨大なポテンシャル。
広告市場におこる地殻変動を捉えることにより大きな成長を実現する。



市場の変遷

スマートフォンの普及等により生活者の情報接点が変化

↓

4マス媒体への広告出稿が伸び悩み

↓

運用型広告であるインターネット広告へ大きくシフト

↓

効率重視のインターネット広告の限界が見えてくる

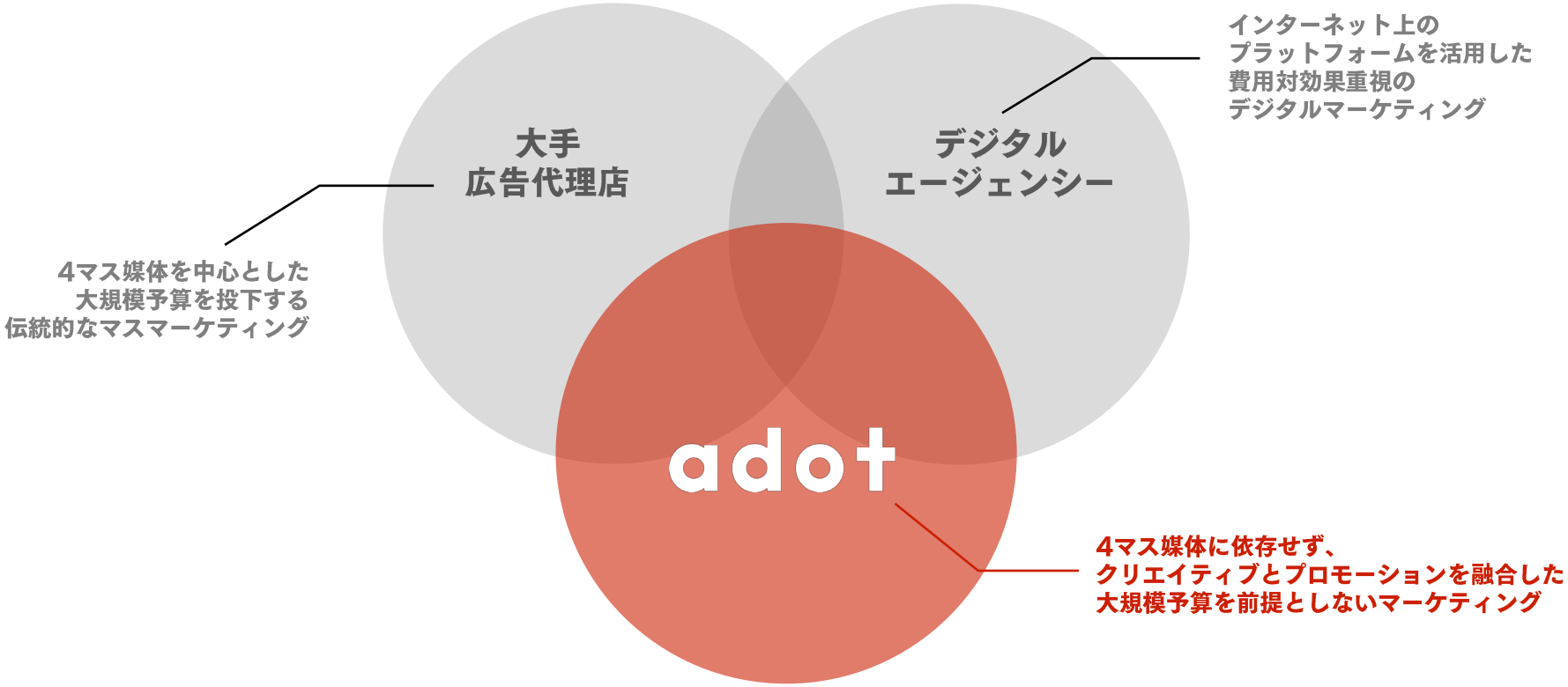
↓

**情報量の急増、顧客ニーズの多様化のなかで
企業側には既存広告媒体にとらわれない
新しいマーケティングが求められている**

※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

今後のエードットグループについて

エードットグループは
大手広告代理店とデジタルエージェンシーがリーチできていない新たな市場を開拓し、
BTL※新分野でのNo.1の地位を確立する。



※BTL：セールスプロモーション、販促施策など「4マスメディア以外」の広告や施策

エードットが目指すビジョンを達成するために、
「DX支援サービスの拡充」「案件獲得能力の組織的強化」「経営体制強化」を通じて
「グループとしてのブランド力の向上」を推進していく。

1

DX(デジタルトランスフォーメーション)支援サービスの拡充

コロナ禍において、今まで以上に求められいる企業のDXをエードットとして支援を拡充していく
現在も扱っているEC化支援をはじめとした各種サービスの開発・営業を積極的に推進

2

案件獲得能力の組織的強化

個人能力に依存せず、案件獲得を組織的に仕組化・強化することにより、早期に広告市場における
新分野を確立していく

3

経営体制強化（ガバナンス強化）

経営体制を強化することにより、現在のような不確実性の高い状況においてもスピーディーに
適切な経営判断を行える体制を構築する

4

エードットグループとしてのブランド力の向上

グループとしてのブランド力の向上により、優秀な人材の確保/案件の高単価化/案件受注率の
向上を目指す



エードットは広告市場の新成長分野で

No.1の地位を確立する

日本を代表する「プロデュースカンパニー」へ

消費者ニーズが多様化している中で、既存のマス広告媒体に依存せず、

クライアントの商品／サービスを「魅せる」だけではなく、

「共に創る」フルオーダーメイド型ソリューションの提供を目指す

本資料の取り扱いについて

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。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、
当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。
投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

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の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。