2021年２月19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　執行役員 管理本部長 三橋 秀一
(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	2021年２月19日（金）　13:30～14:30
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兜町３－３　兜町平和ビル３階
説明会資料名	2021年６月期 第２四半期 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

2021年6月期 第2四半期

決算説明資料

株式会社エードット
（東証マザーズ：7063）

会社概要

adot

adotは、Birdmanに生まれ変わります。

株式会社エードットは、全グループ会社を経営統合して株式会社Birdmanに社名変更をします。
Birdmanは統合をしたグループ会社の名前でもあります。
かつてのグループ会社の名をなぜ新会社の名前にしたのか？不思議に思われる方も多いかもしれません。
この社名には、世界を舞台にクリエイティブ×テクノロジーで活躍してきたBIRDMANのブランドとパワーを旗印に、クライアントのビジネスをより飛躍させる存在になるという意思。さらに、私たち自身もさらなる挑戦と飛躍をしていく決意。想定外の選択肢からあえて発想をするという、新生Birdmanの社員全員が大切にしている戦略的遊び心。そうした三つの想いを込めています。

Birdmanは、戦略的遊び心で夢を社会にインストールする。
日本そして世界のトップカンパニーを目指し、皆様と共に前へ進んでまいります。
今後のBirdmanの活躍に、どうぞご期待ください。

Birdman

※ 社名変更の株主総会決議は2/19を予定しております。

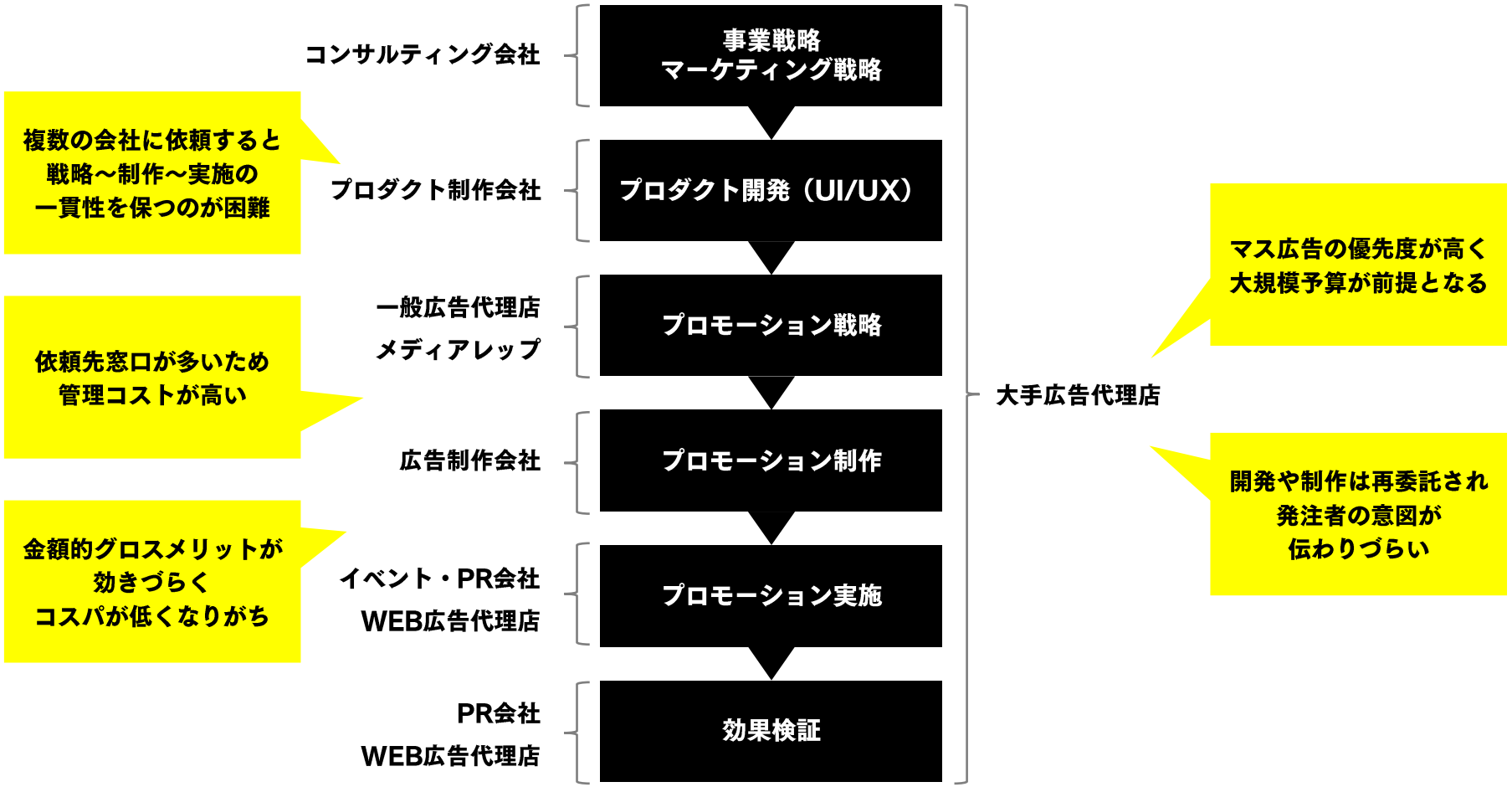
マーケティング×テクノロジー×クリエイティブで
広告業界における第三極を目指す。

Marketing × Technology × Creative

Birdman

新生Birdmanの事業領域：広告業界が直面するクライアント課題

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



新生Birdmanの事業領域

新生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

adot

- 戦略構築力
- 営業力
- プロモーション制作力
- プロモーション実行力

→ マーケティング プロモーション事業

BIRDMAN

- クリエイティブ力
- テクノロジースキル
- プロダクト開発力

→ テクノロジー クリエイティブ事業

事業戦略
マーケティング戦略

↓

プロダクト開発（UI/UX）

↓

プロモーション戦略

↓

プロモーション制作

↓

プロモーション実施

↓

効果検証

Birdman

一気通貫したサービス提供により
戦略の一貫性が担保される

マス依存しない
クライアントファーストの
手法により効果を最大化

グロスメリットにより
コストパフォーマンスの良い
サービスが提供できる

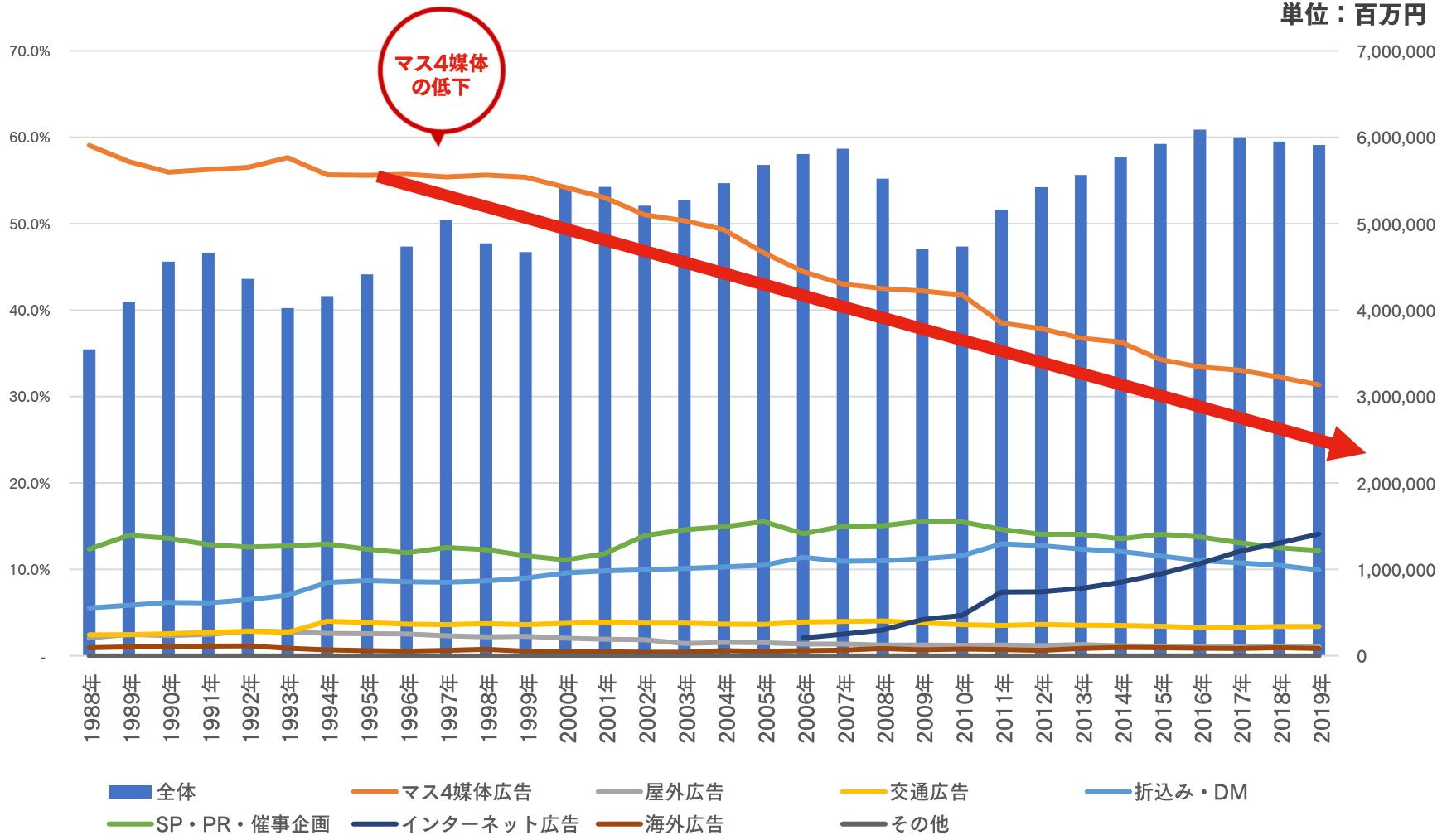
新生Birdmanの魅力

1 **6兆円**の広告市場という巨大な市場

2 巨大な市場をカバレッジする一気通貫した**独自のサービス体制**

3 **世界水準**のテクノロジークリエイティブ力

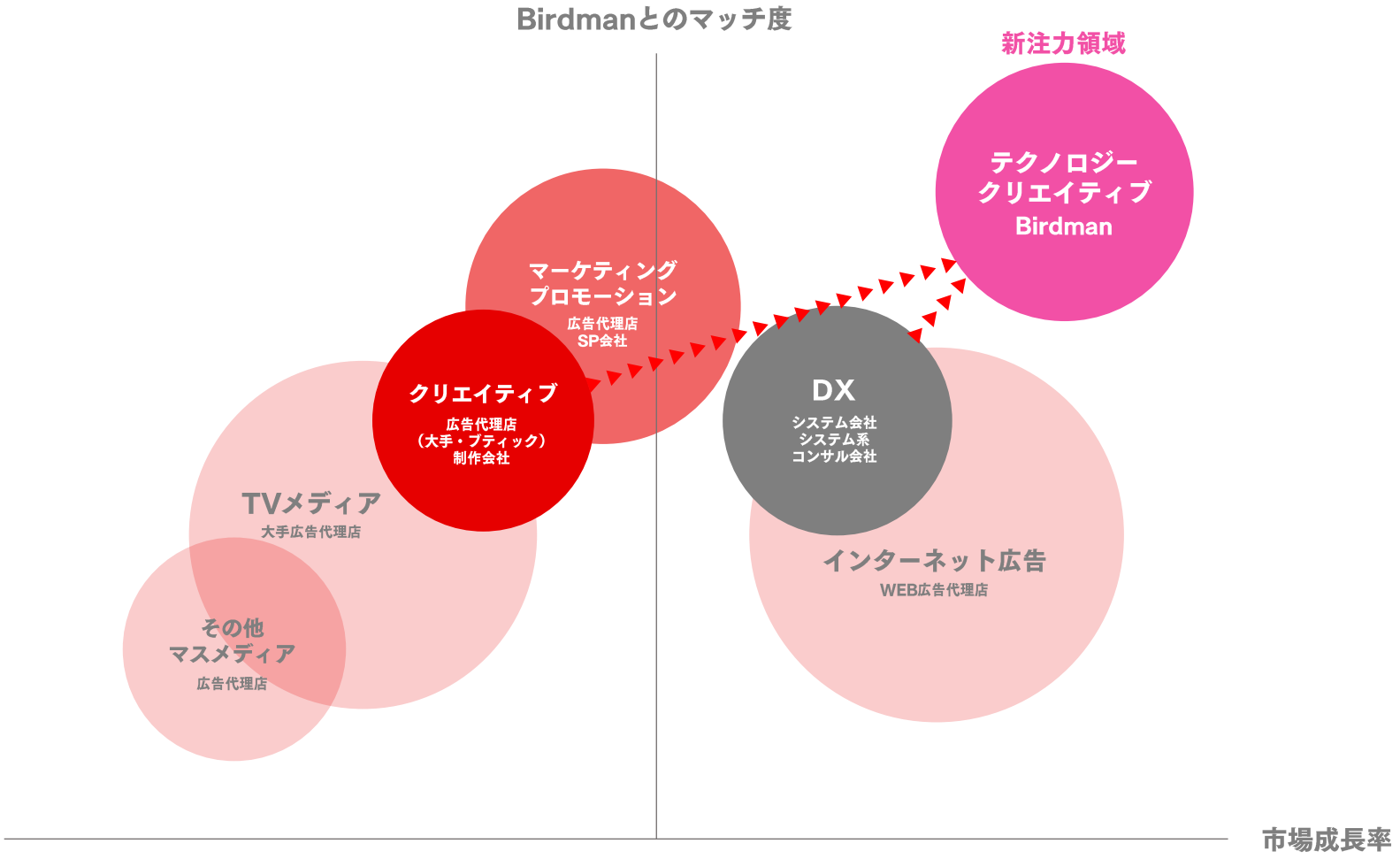
1 6兆円の広告市場という巨大な市場



※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

新生Birdmanの魅力

引き続き、広告市場全体を広くカバレッジしていくが、
新生Birdmanとしては、今後の市場形成・成長が見込まれ、Birdmanの得意領域である
テクノロジークリエイティブ市場においてはトッププレイヤーとしてのポジションを目指す



※経済産業省 特定サービス産業動態統計調査/博報堂DYメディアパートナーズ メディアガイド2020
/富士キメラ総研 2020デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望/各社決算概要 より当社作成

2 一気通貫した独自のサービス体制

クライアントへの一気通貫したサービスを提供できるとともに
広告市場を広くカバレッジすることにより成長ポテンシャルを確保

Birdmanが解決できるクライアント課題

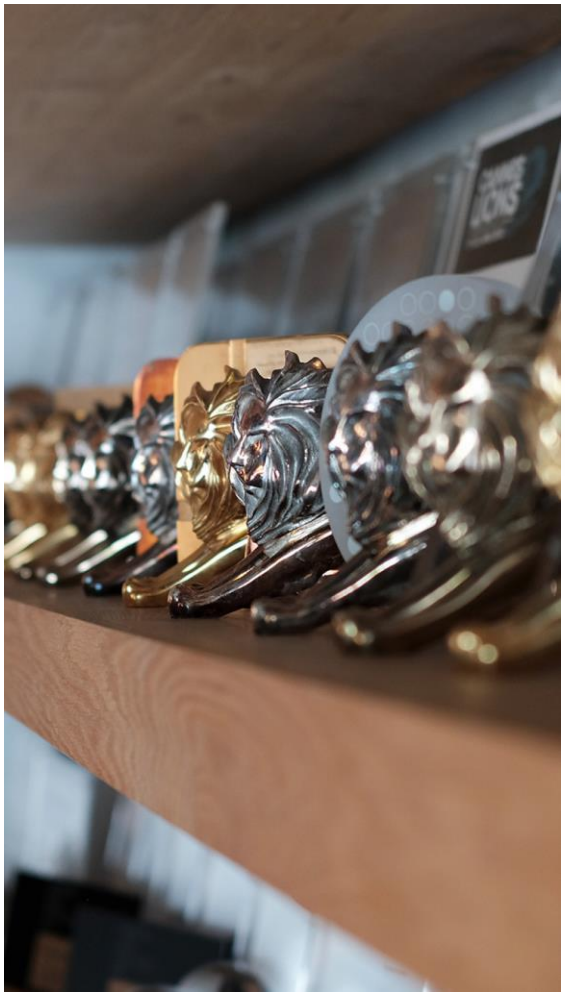
- 戦略設計とクリエイティブ制作の依頼先が分かれているため、戦略とクリエイティブの一貫性が崩れる
- 依頼会社の窓口が多くなり管理工数がかかる
- 事業を一気通貫して伴走してくれるパートナーがいない

Birdmanのメリット

- ６兆円の広告市場を広くカバレッジすることにより、成長ポテンシャルを確保できる
- 専門会社にはない、事業全体に関わる仕事が多いため優秀で多様な人材が集まる

3 世界水準のテクノロジークリエイティブ力

Cannes Lionsをはじめ、国内外400件以上の広告・デザインアワードの受賞実績
Birdman独自の強みである世界水準のテクノロジークリエイティブ力を今後も武器に



CANNES LIONS
D&AD
THE ONE SHOW AWARDS
ADFEST
Spikes Asia
FWA
CLIO AWARDS
THE WEBBY AWARDS
+MORE

テクノロジークリエイティブ力を活かした過去事例

Panasonic, Google
PA!GO



Google、パナソニックとともに開発した、スマホに代わる知育デバイス「PA!GO」。花や動物などを内蔵カメラで撮ると、それらが何かを音声で教えてくれます。

Googleの機械学習ライブラリや、画像認識、Googleナレッジグラフによる情報探索を活用しています。

MTG
SIXPAD STATION



EMS（筋電気刺激）を使った近未来型トレーニングジム。そこでの体験の核となる「Digital Training Mirror」を、BIRDMANが提案・開発しました。

ゲーミフィケーションによりトレーニングを楽しくするUX、ミラーに映る自分に重ねて表示されるトレーニングUIなどを独自開発し、約2年の時間をかけて実現しました。

P&G SK-II
SK-II Bottle Recycler



デジタル×インタラクティブなユーザー体験プロモーションとして、SK-IIの空きボトルをセットすると、カメラでロゴを認識した後、アクチュエーターが作動し、ボトルが格納されるプロダクトを開発。

全体の企画提案、UX設計、クリエイティブ・ディレクション、アート・ディレクション、コンセプト開発、ネーミング、システム設計開発、実機制作、全て行なっています。

新生Birdmanの魅力

直近の受賞例

| 受賞Award

iF DESIGN AWARD / Gold Award

| 作品名

PA!GO



Google、パナソニックとともに開発した、スマホに代わる知育デバイス「PA!GO」。花や動物などを内蔵カメラで撮ると、それらが何かを音声で教えてくれます。

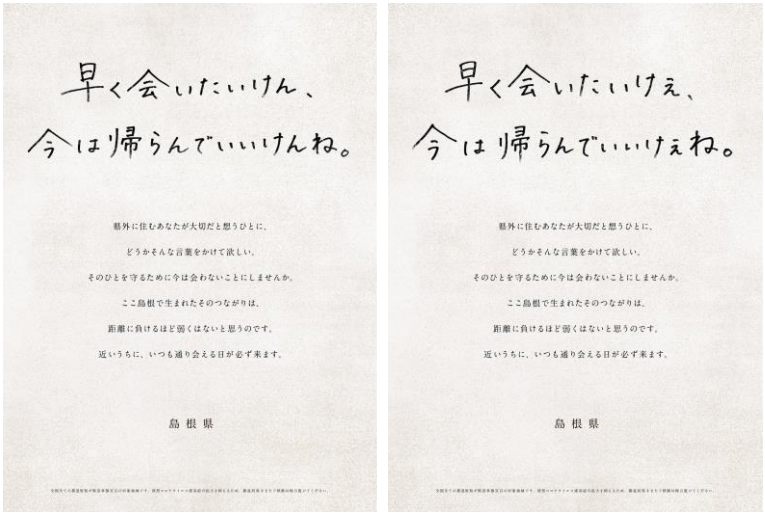
Googleの機械学習ライブラリや、画像認識、Googleナレッジグラフによる情報探索を活用しています。

| 受賞Award

新聞広告賞 / 広告主部門 新聞広告賞

| 作品名

島根県広報「早くあいたいけん、今は帰らんでいいけんね。」
「早く会いたいけぇ、今は帰らんでいいけぇね。」



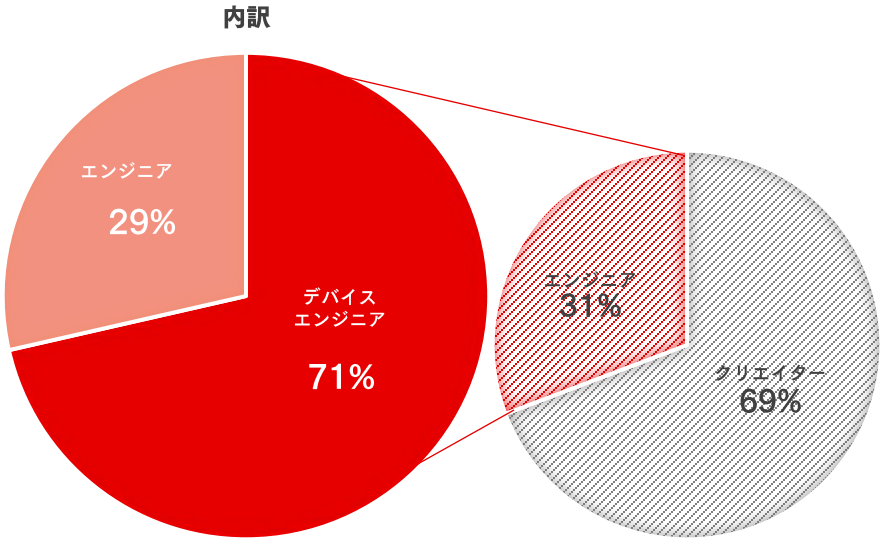
島根県が遠方に住む県出身者らに大型連休中の帰省を自粛するよう呼び掛けてもらうための広告を山陰中央新報の29日付朝刊に掲載。

エードットは企画・コピー開発・グラフィック制作を担当。フェイスブックでも情報を発信し、1日で1100件超の「いいね」を集めました。

新生Birdmanの魅力

新生Birdnanのテクノロジー領域は、引き続き旧BIRDMANの経営陣が中心的役割を担う
他の広告会社/制作会社とは異なり、クリエイター人員におけるエンジニア比率が高く、
またその中でもデバイスエンジニアを抱える特徴を持つ

| エンジニア比率/デバイスエンジニア比率



| 旧Birdman経営陣

BIRDMAN

旧BIRDMAN代表取締役社長
Chief Creative Officer



旧BIRDMAN
Chief Tchnology Officer



旧BIRDMAN
Chief Design Officer



新生Birdmanの注力領域

1 テクノロジークリエイティブ力を活かした**DX案件**の獲得

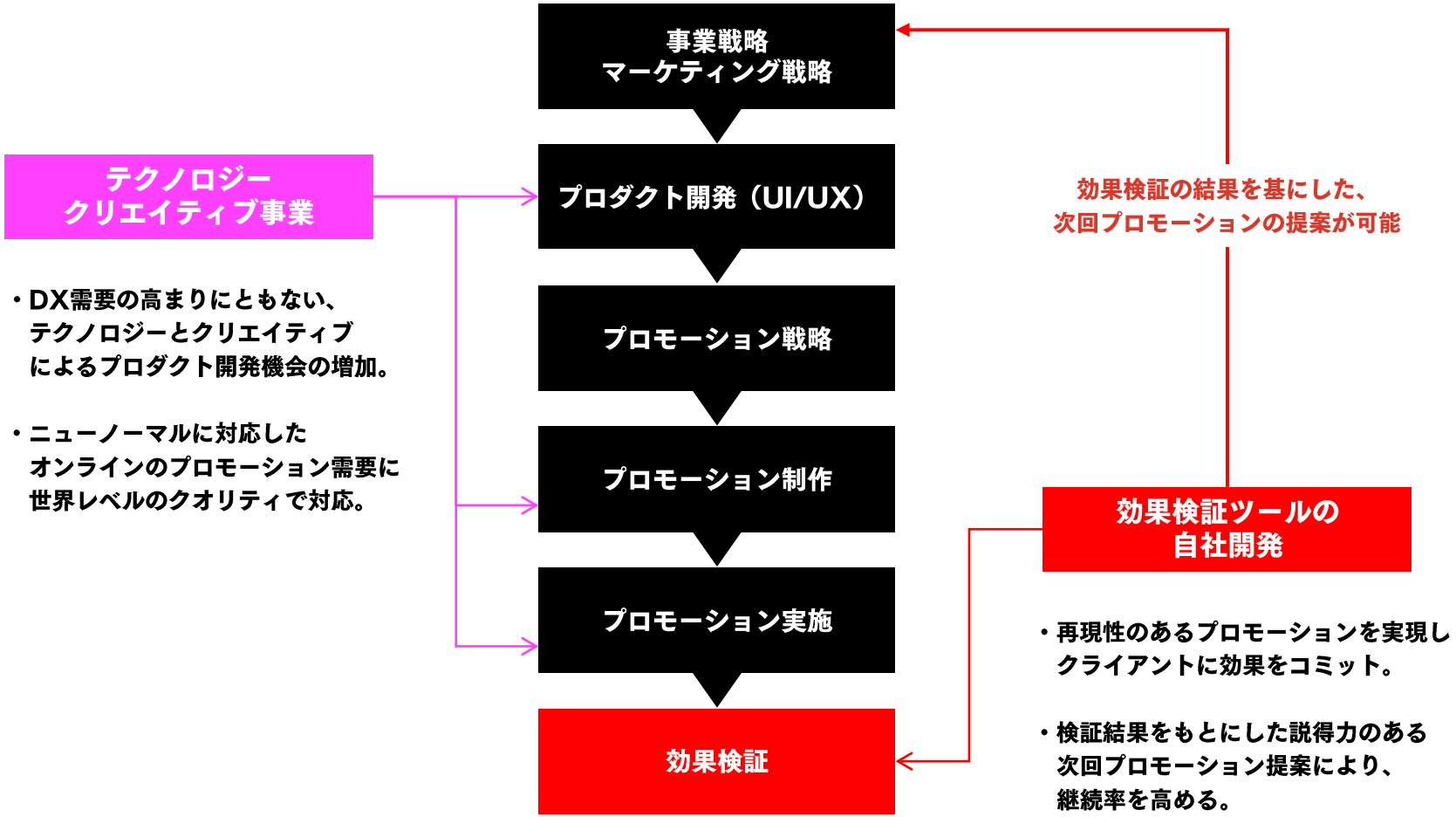
2 **効果検証ツール**の自社開発、およびサービス提供

3 アフターコロナ後を見越した**リアルプロモーション案件**の営業推進

4 **海外大型案件**の獲得推進

新生Birdman 今後の注力領域

さらなる需要が予想されるテクノロジークリエイティブ事業と、継続伴走に必須な効果検証サービスを強化
今までの強みである一気通貫サービスをアップデートする



・DX需要の高まりにともない、
テクノロジーとクリエイティブ
によるプロダクト開発機会の増加。

・ニューノーマルに対応した
オンラインのプロモーション需要に
世界レベルのクオリティで対応。

・再現性のあるプロモーションを実現し
クライアントに効果をコミット。

・検証結果をもとにした説得力のある
次回プロモーション提案により、
継続率を高める。

注力領域：テクノロジークリエイティブ事業の事業環境

社会の潮流

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

今後のDX領域

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

Technology
ITシステムのことを理解し、最新テクノロジーを活用しながら、
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

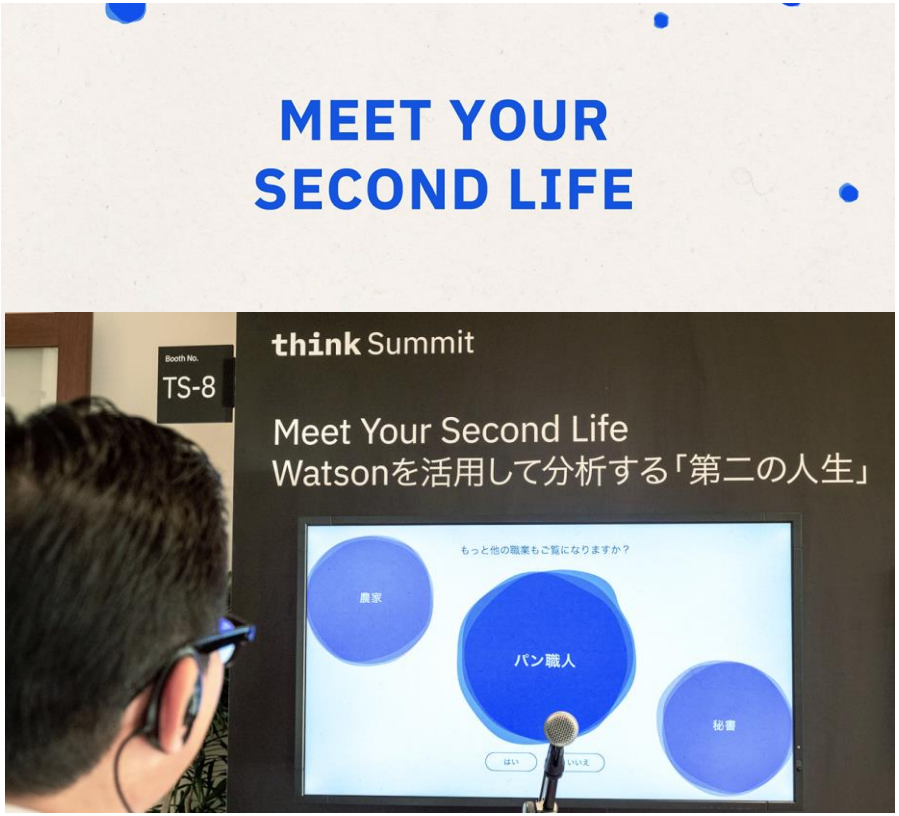
提供価値

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 × Technology × Creative = Birdman

注力領域：テクノロジークリエイティブ事業事例

IBM
MEET YOUR SECOND LIFE Case Study



日本IBMのWatsonを活用した、シニアのための「第二の人生」の
適職診断「MEET YOUR SECOND LIFE」。スキル、性格、趣味に関するAIからの質問に、
マイクに向かって答えるだけで、自分では想像のつかない意外な適職がわかります。
Watsonを活用し、高齢化問題を解決するサービスとして、
プロトタイプ開発から参画しました。

クライアント課題

高齢化問題をAIを活用して解決したい

マーケティング

シニアが第二の人生として
自分では気づかない「意外な適職」に
どう出会ってもらい、
AIというシステムを
どのようにすればスムーズに体験してもらえるか
という全体戦略を企画・設計

×

テクノロジー

IBMのAIであるWatsonを活用し、
意外な適職との出会いへと導く
アルゴリズムの自社開発

×

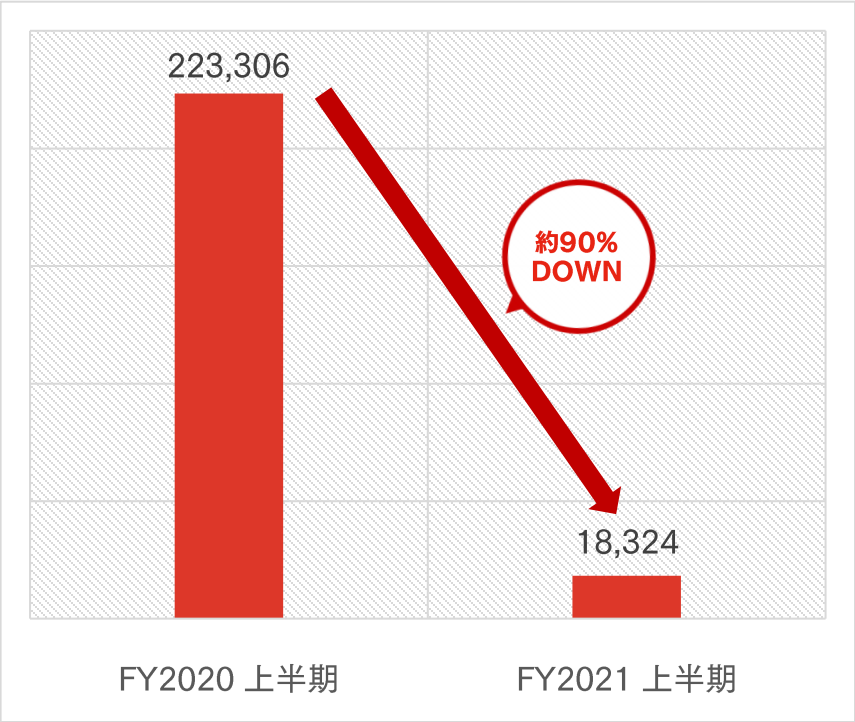
クリエイティブ

シニアにわかりやすく、伝わりやすい
UI/UXを開発

注力領域：リアルプロモーション

アフターコロナにおいては、
もともとの得意領域であるリアルプロモーション領域とオンライン配信を組み合わせた案件獲得が回復すると予想されるため、業績の上振れ余地は大きい

｜リアルプロモーション粗利高｜



1

新型コロナウイルスの影響でリアルプロモーションの案件は大幅に減少

2

案件をWEBプロモーション等のオンライン完結型にシフトした結果、FY2021 2Qで過去最高売上を実現

3

アフターコロナにおいては、リアルプロモーションを活用したリッチな顧客体験とオンライン配信を融合したプロモーションへのニーズが高まると予想される

4

新型コロナウイルスの収束の時期は読めないもののアフターコロナを見越し、Birdmanの得意領域であるリアルプロモーションの営業活動は継続して実施する

※粗利高は原価人件費除外前
※リアルプロモーション＝リアルイベント＋リアルサンプリング＋店頭ツール開発
※買収前の㈱Birdmanの実績含む

注力領域：リアルプロモーション

過去事例

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。

The Postcard Challenge – 日本郵便（2019）



はがチャレ『声援で書ける年賀状』。日本郵便が実施した、はがチャレキャンペーン施策のひとつ。メガホンに向かって「日本頑張れ！」などの声援を送るだけで、オリジナルの年賀はがきを作る体験が可能です。
その人の声の大きさや声質によって、パーティクルやフォントを変化させることで、世界でひとつだけの年賀はがきを生成しています。
BIRDMANでは体験のYXフロー開発に始まり、音声入力/解析プログラムと、生成テキストの自然言語処理、演出などを担当しました。

注力領域：海外大型案件

世界的広告賞を数々受賞してきたBirdmanの海外での認知を活かし、
アフターコロナ後には海外大型案件の受注も推進する

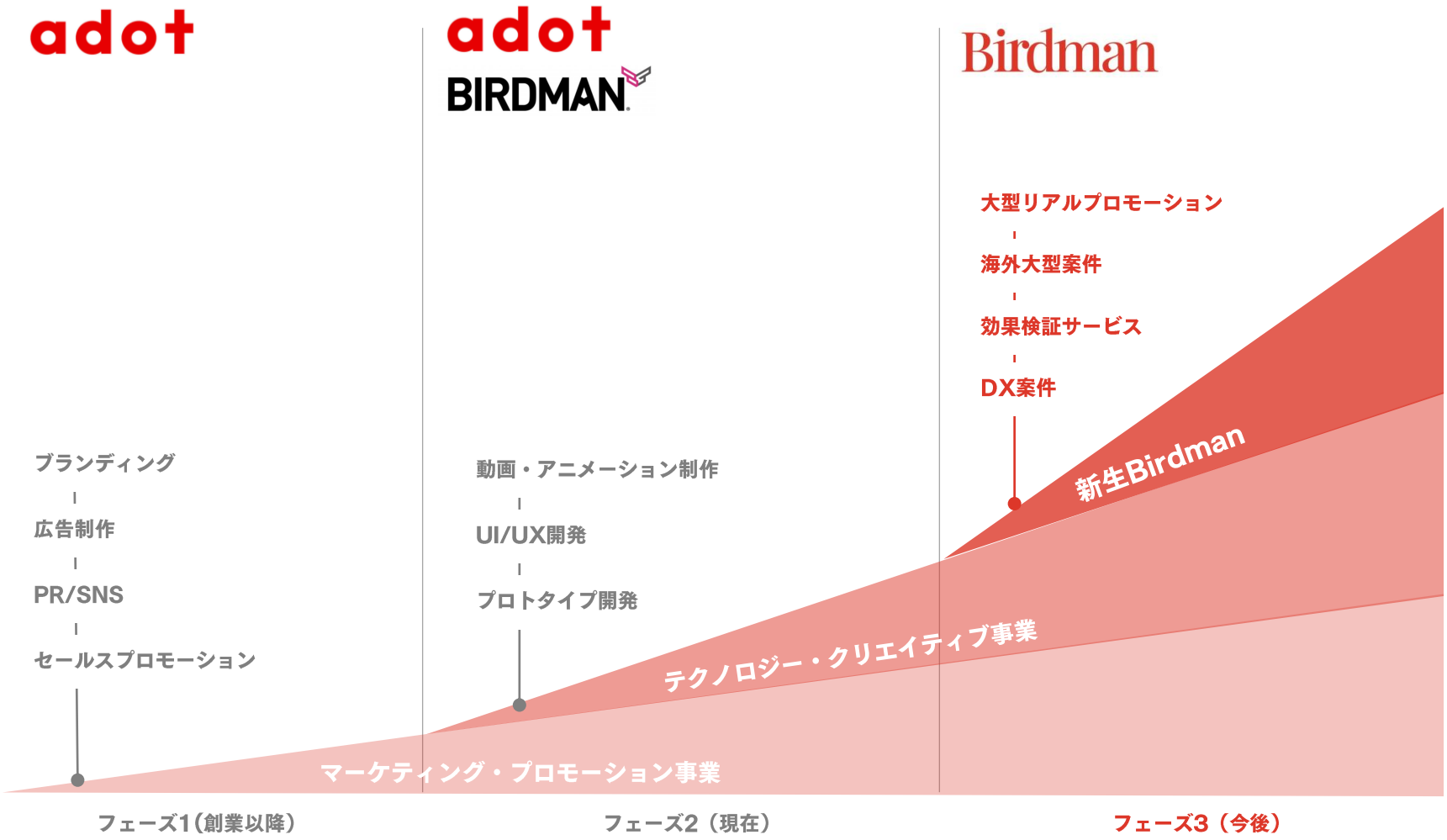
CANNES LIONS / D&AD / THE ONE SHOW AWARDS / ADFEST
Spikes Asia / FWA / CLIO AWARDS / ADC
THE WEBBY AWARDS / iF / G / + MORE

▼

新型コロナウイルスの影響により落ち込んでいた海外クライアントからの引合が増加傾向
来期以降案件として提案・企画が進行中

今後の事業方向性

これまで培ってきた既存事業をベースとして、
新生Birdmanとして注力領域を定め、事業拡大を図っていく



2021年6月期 第2四半期
連結業績サマリー

adot

2021年6月期 第2四半期サマリー

1 第2四半期において、四半期・半期累計ともに創業以来で過去最高の売上高を達成

2 クライアント数・平均粗利高ともに高水準に回復

3 WEBプロモーションを中心として、競合案件を含む大型案件の受注も進む

連結決算概要｜損益計算書（第2四半期）

［単位：百万円］

	2020年6月期 第2四半期 実績	2021年6月期 第2四半期 累積実績	前年同期比	主な増減理由
売上高	618	797	128.9%	・クライアント数・平均単価も高水準に回復し、四半期で過去最高売上を達成
売上総利益	302	281	93.0%	・クリエイター等の人件費を原価人件費に算入しているため、売上総利益はYoYで93.0%だが、原価人件費を除く売上総利益率では高水準を維持
営業利益	67	41	62.2%	・販管費の大きな増加もなく、過去最高売上を達成
経常利益	67	37	54.7%	・持分法による投資損失で約4,064千円を計上
親会社株主に帰属する四半期純利益	36	22	60.7%	・特別利益に貸倒引当戻入益、特別損失に債務免除損を計上

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

連結決算概要｜損益計算書（累計）

［単位：百万円］

	2020年6月期 第2四半期 累計実績	2021年6月期 第2四半期 累積実績	前年同期比	主な増減理由
売上高	1,243	1,329	106.9%	・第2四半期の売上拡大が寄与し、上半期で過去最高売上を達成
売上総利益	557	521	93.6%	・引き続きWEBプロモーション案件を中心に受注が進み、 原価人件費を除く売上総利益率では高水準を維持
営業利益	122	49	40.4%	・人件費を含む販管費も一定水準を維持
経常利益	100	49	48.9%	・助成金収入、持分法による投資損失等を計上
親会社株主に帰属する当期純利益	55	26	47.6%	・第1四半期、第２四半期ともに黒字を確保

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

連結決算概要｜貸借対照表

第1四半期、第2四半期ともに純利益を計上した結果、純資産は前期末比20.2%増加

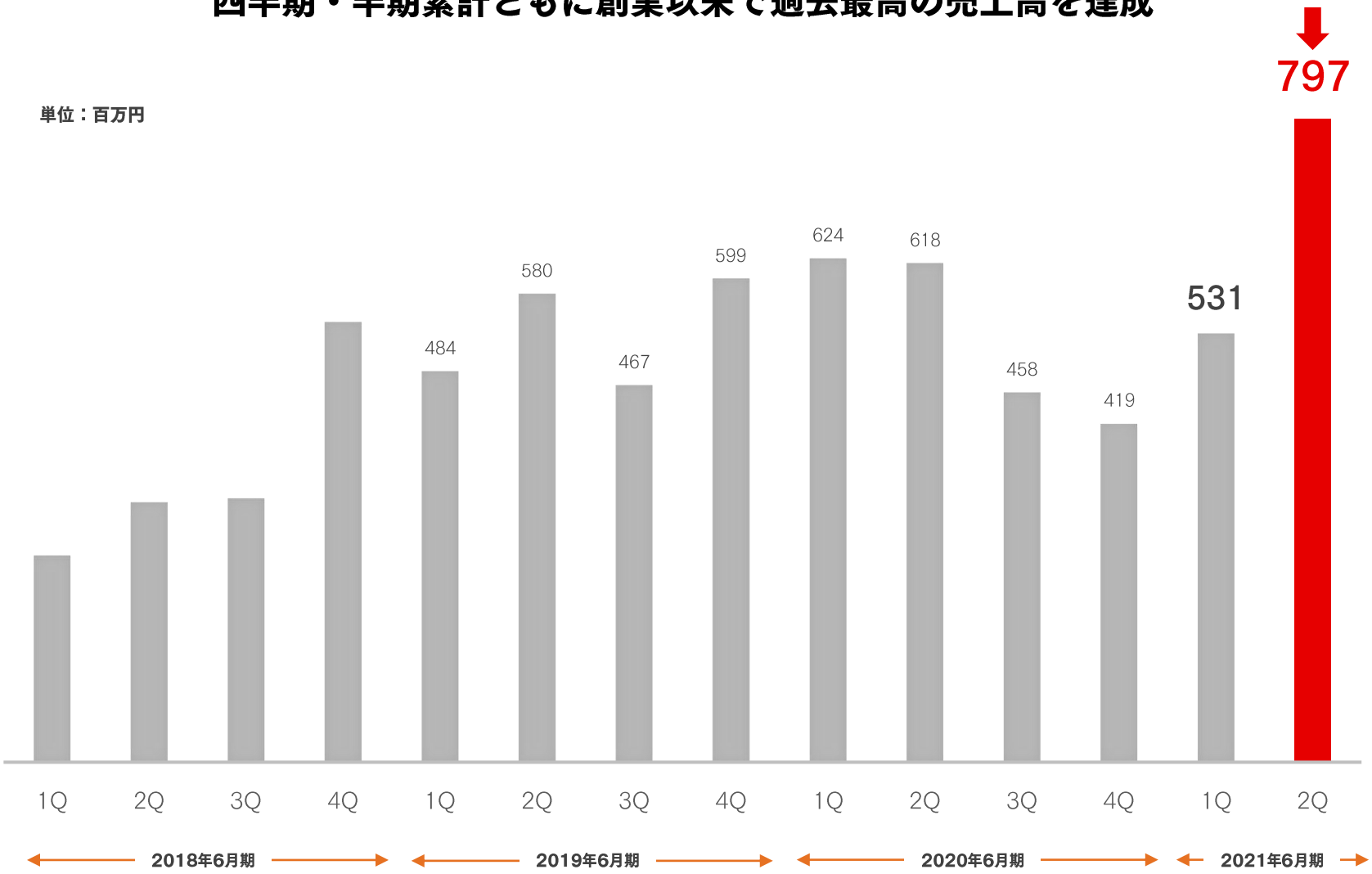
[単位：百万円]

	2020年 6月期末	2021年 第2四半期末	前期末比
流動資産	1,026	1,126	109.7%
固定資産	362	346	95.8%
総資産	1,388	1,473	106.1%
流動負債	448	528	117.9%
固定負債	512	429	84.0%
負債合計	960	958	99.8%
純資産	428	514	120.2%
負債純資産合計	1,388	1,473	106.1%

※ 数値は百万円未満を切り捨てて表示

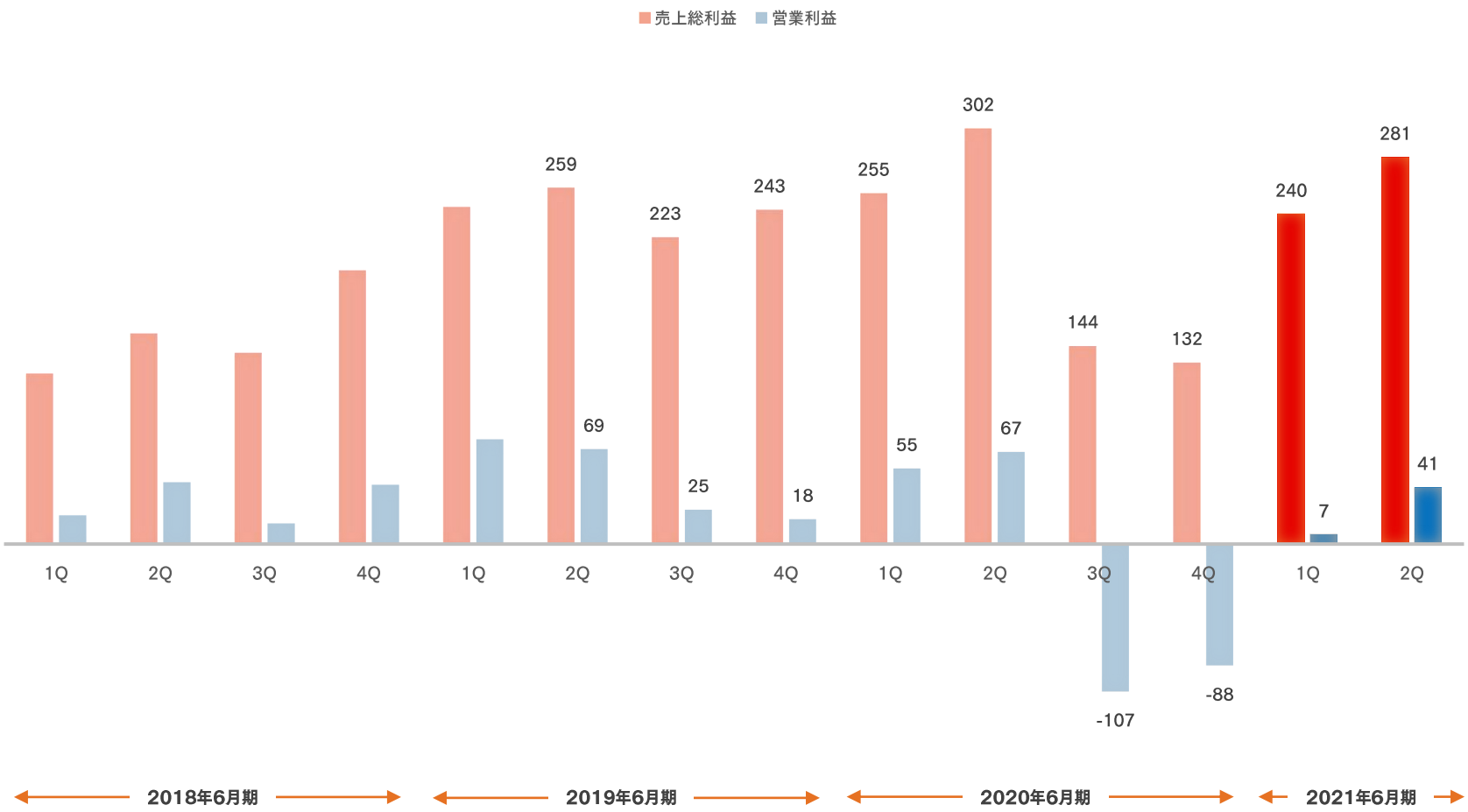
決算サマリー：売上高推移

四半期・半期累計ともに創業以来で過去最高の売上高を達成



決算サマリー：売上総利益/営業利益

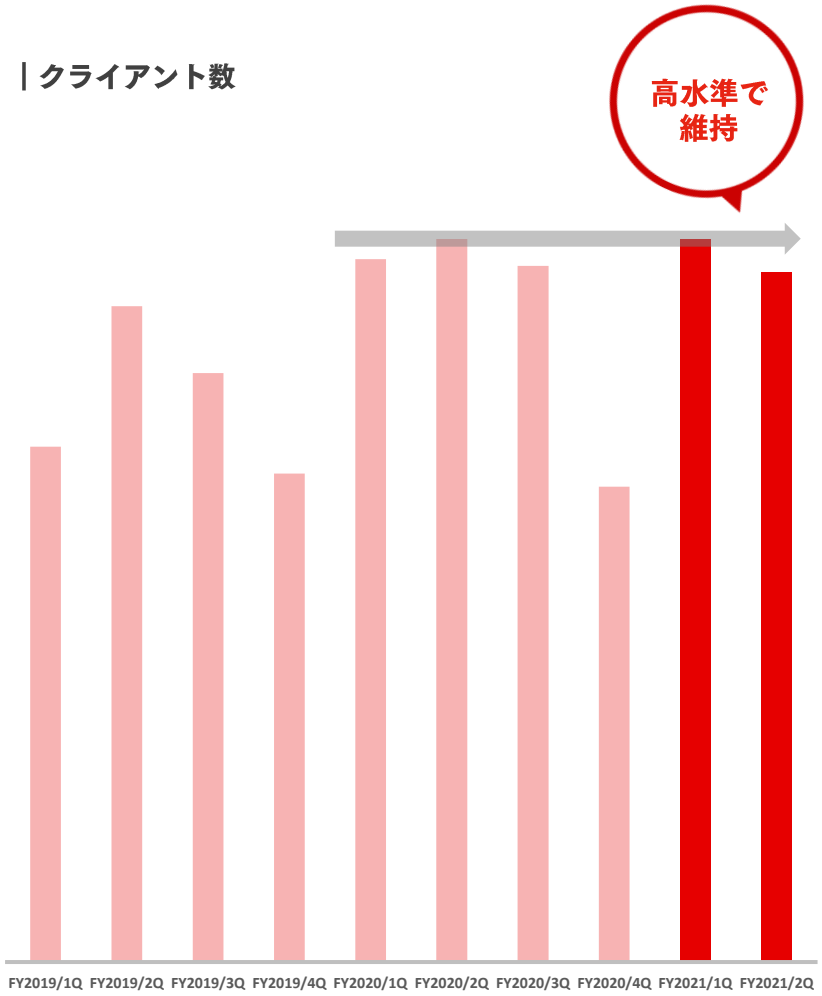
WEBプロモーション案件を中心に獲得が進み、売上総利益/営業利益ともに順調に回復



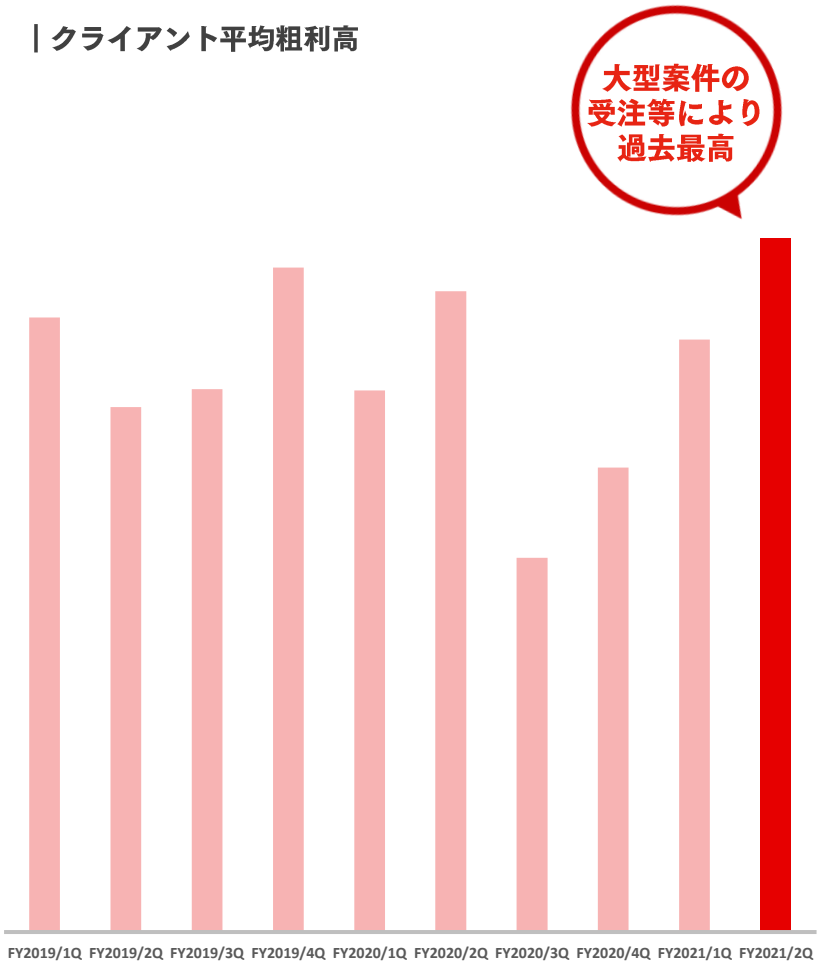
決算サマリー：クライアント数/クライアント平均粗利高

クライアント数は新型コロナウイルスの影響前の水準をキープ
クライアント平均粗利高は大型案件の受注等により過去最高を達成

｜クライアント数



｜クライアント平均粗利高



※平均粗利高における粗利高は原価人件費を原価に算入せず計算

案件事例紹介

花王
ニュービーズ ／ #毎日が洗濯日和

| 担当領域

プロモーション企画および制作



日々のタスクになりがちな洗濯を少しでも前向きな行為にしていきたいという思いから、洗濯への感謝を啓蒙するサイト「#毎日が洗濯日和」を公開。

年間を通じて継続的にコンテンツやキャンペーンを展開予定。第一弾は、アニメーション動画「ポケットストーリー」篇を公開中。

エードットは企画・制作を担当。

日本生命
みんなの手紙プロジェクト

| 担当領域

プロジェクト企画・デザイン/WEB/ジェネレーター制作・コンセプト動画企画・制作



プロジェクトの企画・デザイン/WEB/ジェネレーター制作・コンセプト動画の企画から制作まで、プロジェクト全体を一貫して担当。

日本生命のコーポレートスローガンである「“大切な人を想う”のいちばん近くで。」を体現し、いつでも会えることが当たり前でなくなった今だからこそ、普段は言いそびれていた感謝や愛情を大切な人へ手紙で届けることを手助けできれば、という想いから立ち上がったプロジェクトです。

案件事例紹介

TBCグループ株式会社
「エステティックTBC」ブランド広告

| 担当領域

ブランドテレビCM・キービジュアルおよびグラフィック制作

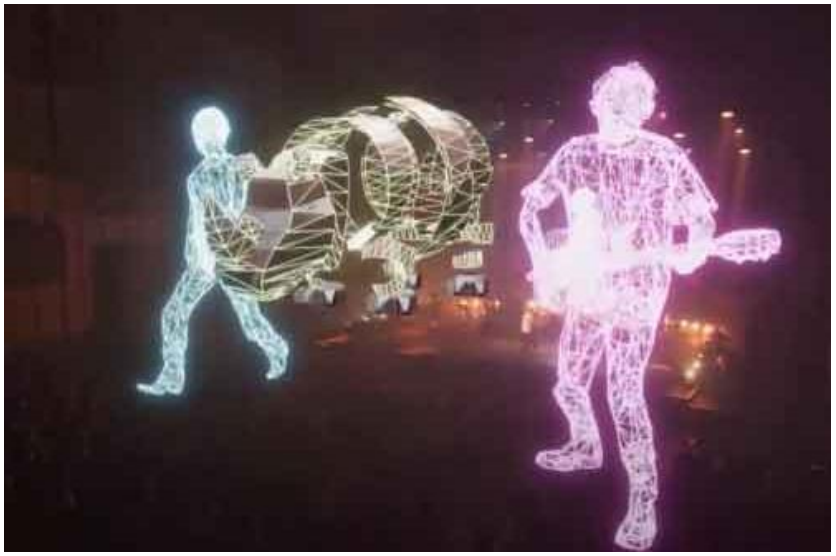


TBCブランド広告のテレビCM・グラフィック制作を担当。
キーメッセージは、「ゴールがあるから美しい。」。 キレイを求める気持ちには終わりがないものですが、TBCエステティシャンは、人々の「キレイになりたい。」と思う気持ちに寄り添い、美しさを発見する存在になります。 CMでは美しさの「発見」をゴールに見立て、そのゴールにたどり着いた時の達成感、多幸感を描いています。
2020年12月12日～2021年1月11日全国地上波でオンエア。

株式会社アミューズ（ポルノグラフィティ）
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

| 担当領域

ARを利用した配信ライブの演出・制作



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～」にて、テクノロジーを利用した新しいエンターテインメント演出制作の取り組みとして、ARを利用した配信ライブの演出・制作を担当。

コロナ禍の昨今の状況で、今までとは違った新しい方法でライブという同じ時間を一緒に楽しんでほしいというポルノグラフィティの考えのもと、ライブとしては約1年3ヶ月ぶりの、そしてリアルな会場での観客動員と生配信で実施するハイブリッド型ライブとしてはポルノグラフィティ初の取り組みとなりました。

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。