

2025年6月期

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社Birdman【7063】

2025年9月30日

©Birdman Inc. All rights reserved.

2025年6月期 業績サマリー

2025年6月期は、2024年8月14日公表の「2024年6月期 決算短信〔日本基準〕（連結）」に記載のとおり、2024年6月期末時点において債務超過となり、2024年9月26日付で「上場維持基準（純資産基準）への適合に向けた計画（改善期間入りについて）」を開示いたしました。

その後、計画に基づき、当社の利益水準では達成が困難なことから、第三者割当（新株式及び新株予約権の発行）による純資産基準の適合に向けて活動してまいりました。しかしながら、新株予約権の権利行使が当初計画に比し、難航することとなり、2025年6月期末ぎりぎりでの基準充足の結果となりました。これに伴い、当社のコア事業であるMX事業で必須の外注費用の資金確保ができず、一定規模の受注が当初予定を大きく下回る結果となり、大幅な売上減少に加え多額の営業損失を計上する結果となりました。今般、新株予約権の権利行使が進んだことに伴い、MX事業資金が確保できたことから、**2026年6月期の黒字化**に向け、全社一丸となり、信頼回復に取り組んでまいります。

売上高

25/6期累計

319百万円

25/6期 予算

-百万円

営業利益

25/6期累計

▲561百万円

25/6期 予算

-百万円

純利益

25/6期累計

▲715百万円

25/6期 予算

-百万円

MX事業、EX事業共に計画を下回り売上高は大幅に減少。

新株予約権の権利行使が進まず、外注費用の資金確保ができず、前期実績を大きく下回りました。

単位：百万円

	24/6期(連結)	25/6期(連結)	増減額	前期比
売上高	2,085	319	▲1,766	▲84.7%
売上総利益	▲447	18	466	—%
販管費	1,392	579	▲812	▲53.9%
営業利益	▲1,840	▲561	—	—%
営業利益率	▲88.2%	▲175.9%	—	—%
経常利益	▲2,021	▲684	—	—%
当期純利益	▲3,028	▲715	—	—%

2025年1月発行の第三者割当により、純資産が正に。

単位：百万円

	24/6期末	25/6期末	増減額
流動資産	302	1,809	1,507
現金及び預金	115	1,721	1,612
売上債権	241	20	▲221
固定資産	73	77	▲3
資産合計	375	1,886	1,511
流動負債	1,405	1,436	30
短期借入金+1年内長期借入金	1,053	791	▲261
固定負債(長期借入金)	417	195	▲221
純資産	▲1,446	255	1,701
負債純資産合計	375	1,886	1,511

セグメント別分析

2025年6月期

【売上高319百万円(前期比▲84.7%)】 【営業利益▲561百万円(前期比－%)】

当社コア事業であるMX事業において、2025年1月実施の第三者割当により発行した新株予約権の権利行使が難航し、事業資金の確保ができなかったことから、受注件数が前期実績を大幅に下回る結果となる。

【売上高315百万円、セグメント利益▲40百万円】**MX事業**

MXの2025年6月期は、同事業に必須となる外注費用の資金確保が進まなかったことに伴い、受注件数が前期実績を大幅に下回る結果となった。

EX事業

※エンタメネクス
ト除く

【売上高3百万円、セグメント利益▲175百万円】

EXの2025年6月期は、コア事業であるMX事業の収益化最優先とする方針から、多額の損失計上となった2024年6月期の処理を行う展開となりました。

Live-ad**【一百万円、セグメント利益一百万円】**

連結子会社である、Live-adのイベント事業における通期の売上・利益は共にありませんでした。

事業計画

再生に向けての本格的スタート

上場維持基準の適合に向けた2025年6月期

2026年6月期は、再生に向けての本格的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。

当社のコア事業である**MX事業**については、2025年1月実施の第三者割当にて発行した新株予約権の権利行使が期末時点で相応に行われたため、同事業を展開するうえで必須の外注費用を確保することができました。**資金確保ができた**ことに伴い、同事業の立て直しの本格化を図ります。

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

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、2024年9月26日付で改善期間入りとなっておりました。

2025年6月期連結会計年度末時点における純資産が255百万円の正となり、上場維持基準に適合いたしました。

当社は、第12期有価証券報告書（自 2023年7月1日 至 2024年6月30日）で公表いたしましたとおり、2024年6月期連結会計年度末の連結純資産において14億46百万円の債務超過となり、改善期間入り銘柄となったことから、2024年9月26日付で「上場維持基準（純資産基準）への適合に向けた計画（改善期間入りについて）」に記載の各取り組みを行ってまいりました。この結果、2025年8月14日に公表いたしました「2025年6月期 決算短信〔日本基準〕（連結）」にてお知らせのとおり、2025年6月期連結会計年度末時点における連結純資産が255百万円の正となり、上場維持基準に適合見込みとなりました。

そして、2025年9月29日に関東財務局へ提出いたしました第13期有価証券報告書（自 2024年7月1日 至 2025年6月30日）において連結純資産の額が正となり、正式に上場維持基準（純資産基準）に適合することが確定し、同日に「上場維持基準（純資産基準）への適合に関するお知らせ」を公表いたしました。

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

STRATEGY

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

COMMUNICATION

PRODUCTS

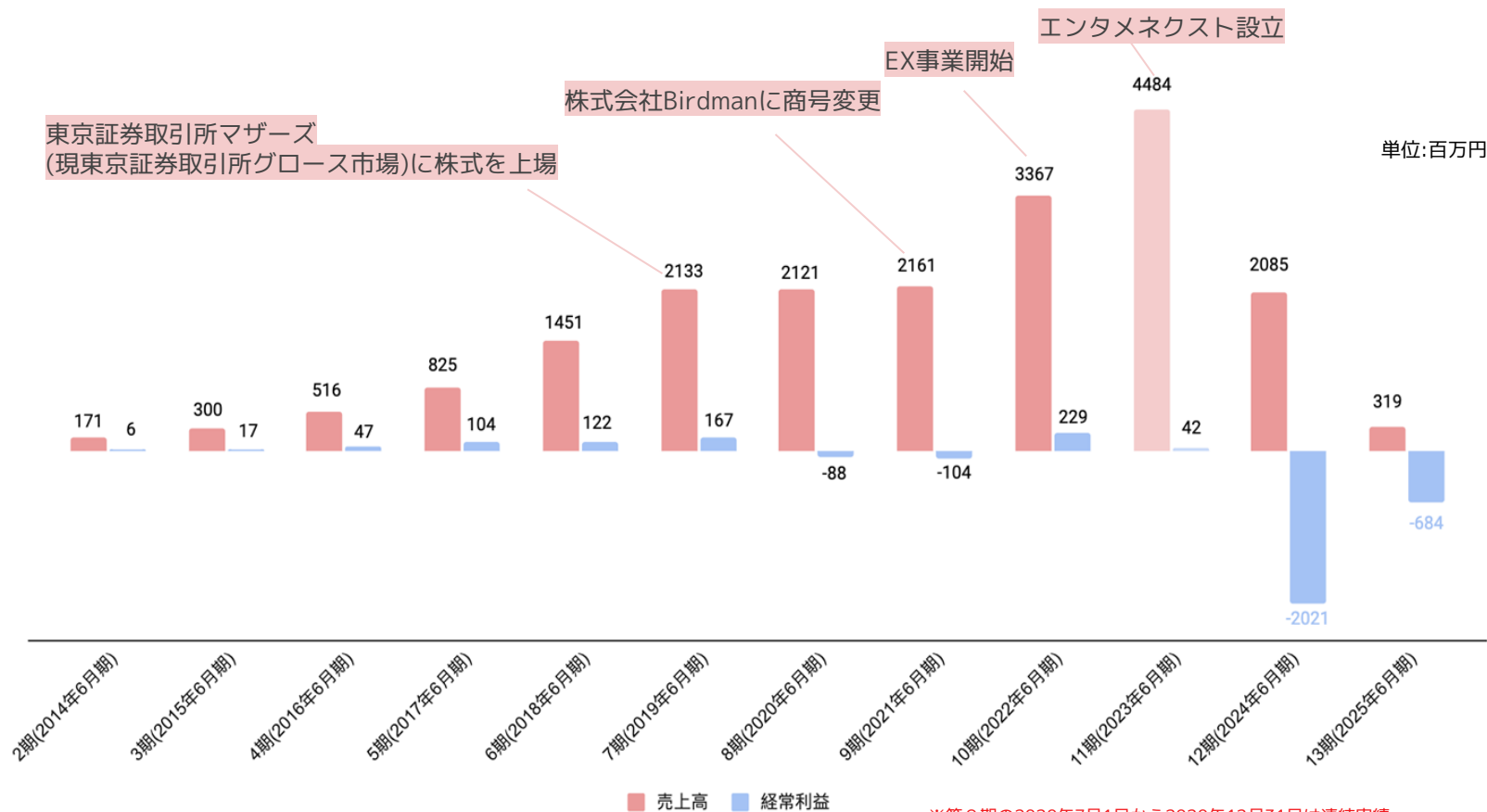
ユーザー体験設計
コンセプトメイキング
UI/UXデザイン
技術アーキテクチャー
プロトタイピング
ハードウェア開発
ソフトウェア開発

ENTERTAINMENT

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

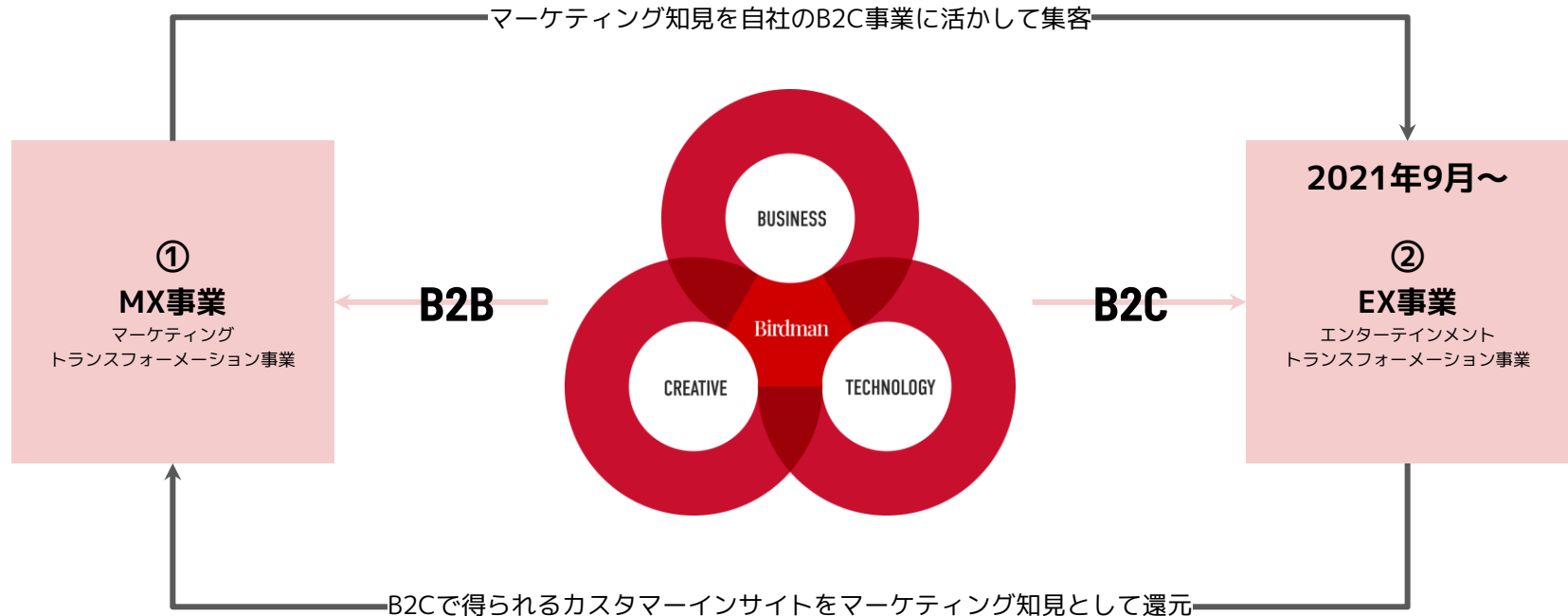
Birdman

【会社名（英文名）】	株式会社Birdman（Birdman Inc.）
【設立】	2012年7月26日
【資本金】	2,125,422千円（2025年6月30日現在）
【代表取締役】	代表取締役社長 吉川 元宏
【従業員数】	10名（2025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】	【MX事業】 ・ 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™」 【EX事業】 ・ 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。



事業環境

マス4媒体は3年ぶりに前年越え。

2024年、日本の総広告費は、3年連続で過去最高の7兆6,730億円に

マスコミ四媒体

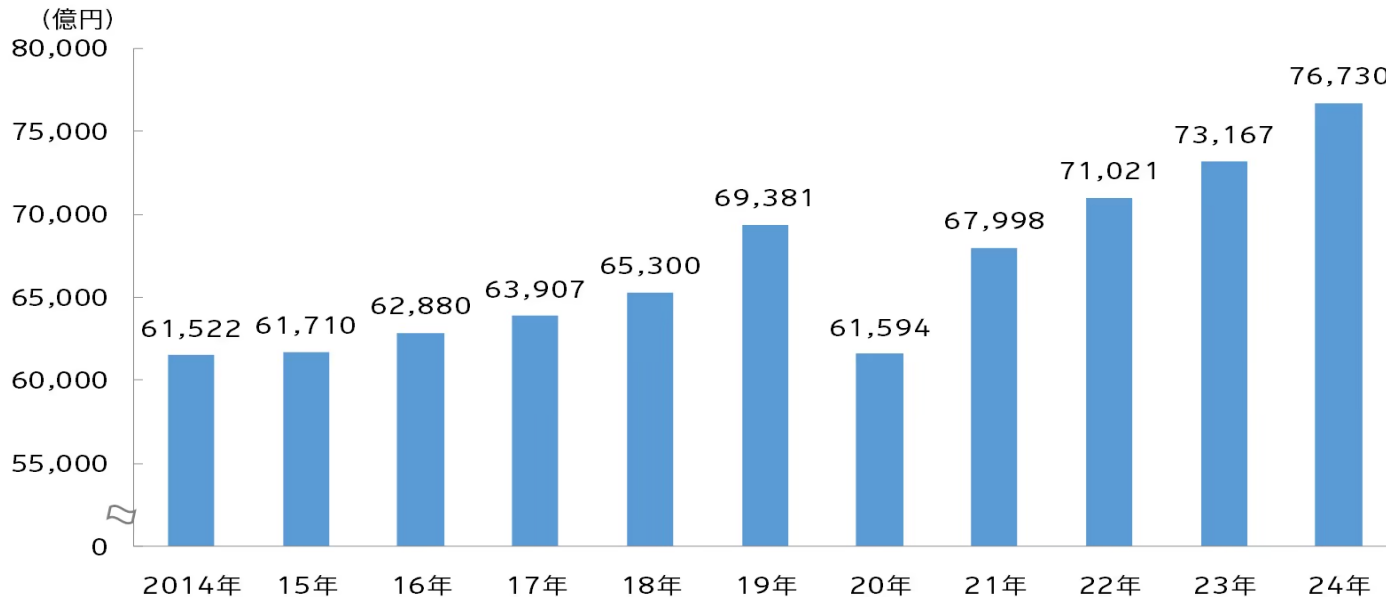
2兆3,363億円 前年比100.9% ↑

インターネット

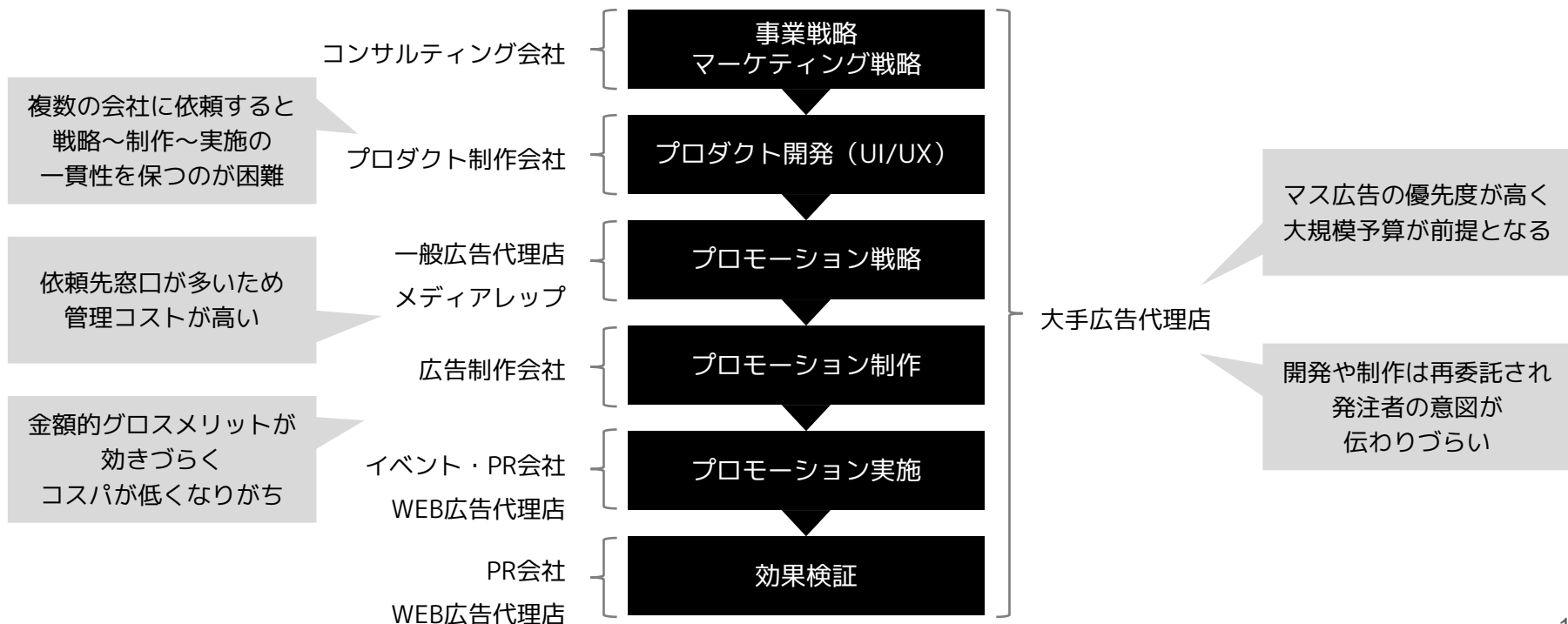
3兆6,517億円 前年比109.6% ↑

プロモーションメディア

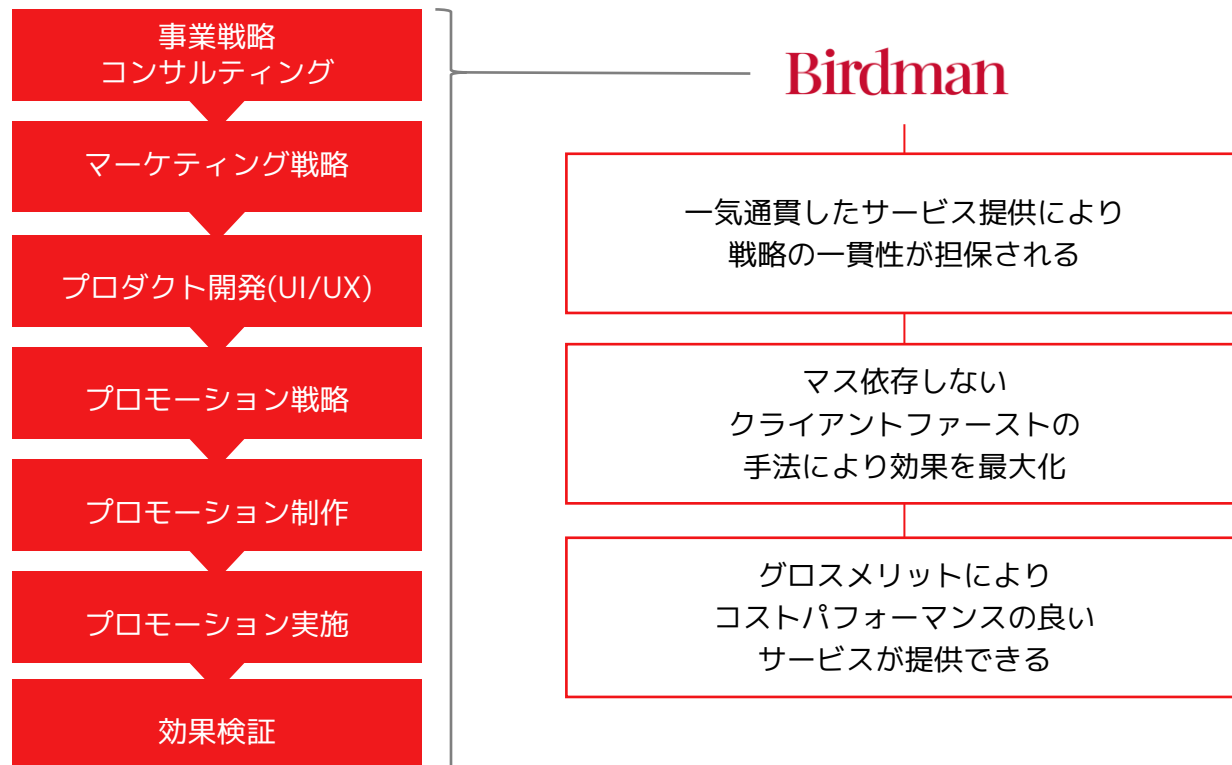
1兆6,850億円 前年比101.0% ↑



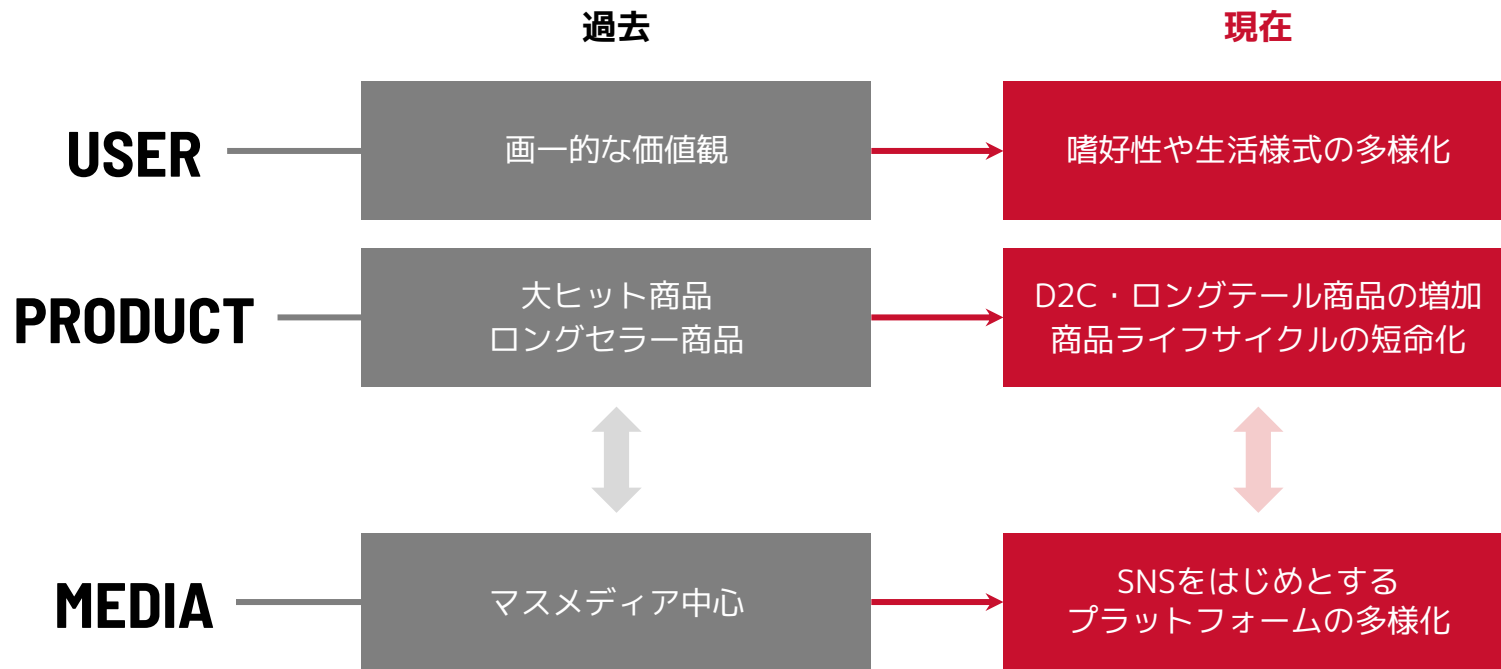
広告業界においてクライアントが一つのプロジェクトを実施するためには、
多くの専門代理店/制作会社に依頼するか、大規模予算で大手代理店に依頼するか、
という選択肢に限られてしまっている状況。

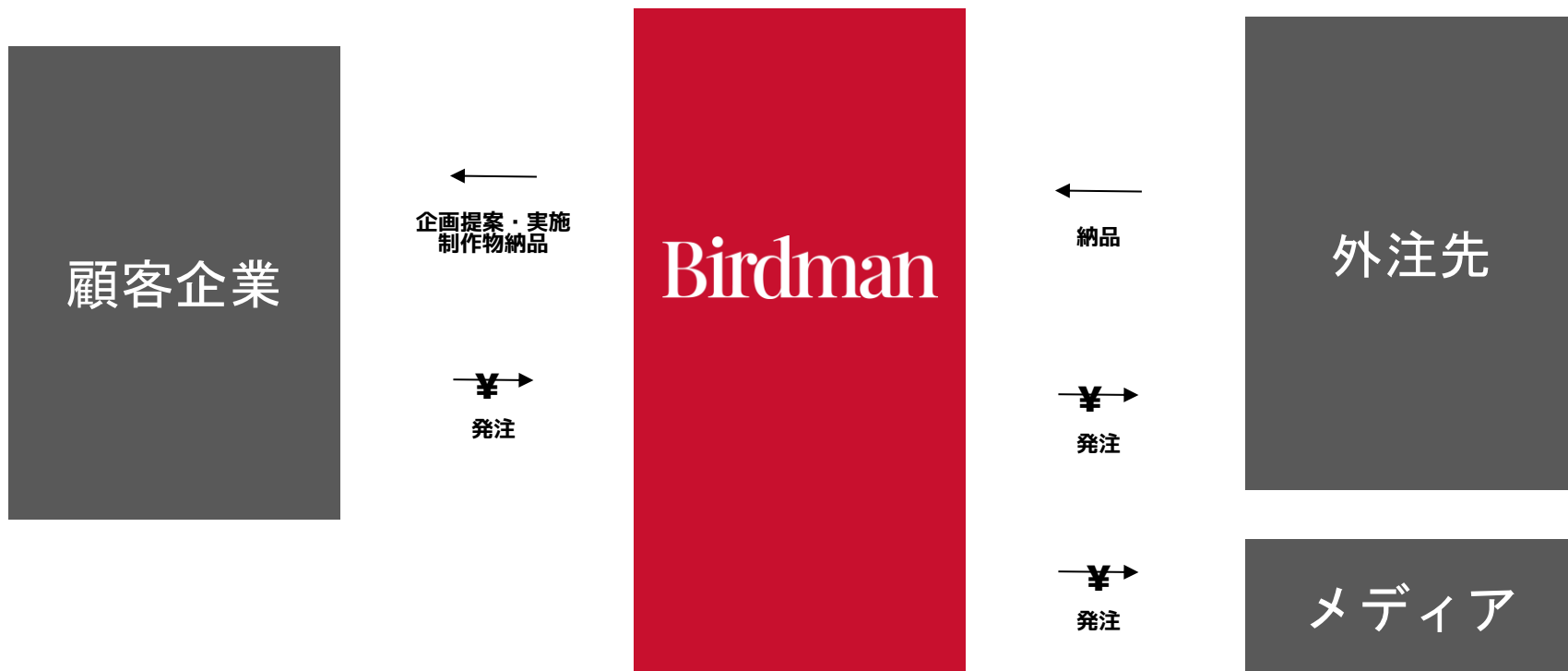


Birdmanは、マーケティングプロモーション事業+クリエイティブテクノロジー事業で、
ハイパフォーマンスでコストメリットのある一気通貫ソリューションを実現できる体制を有する

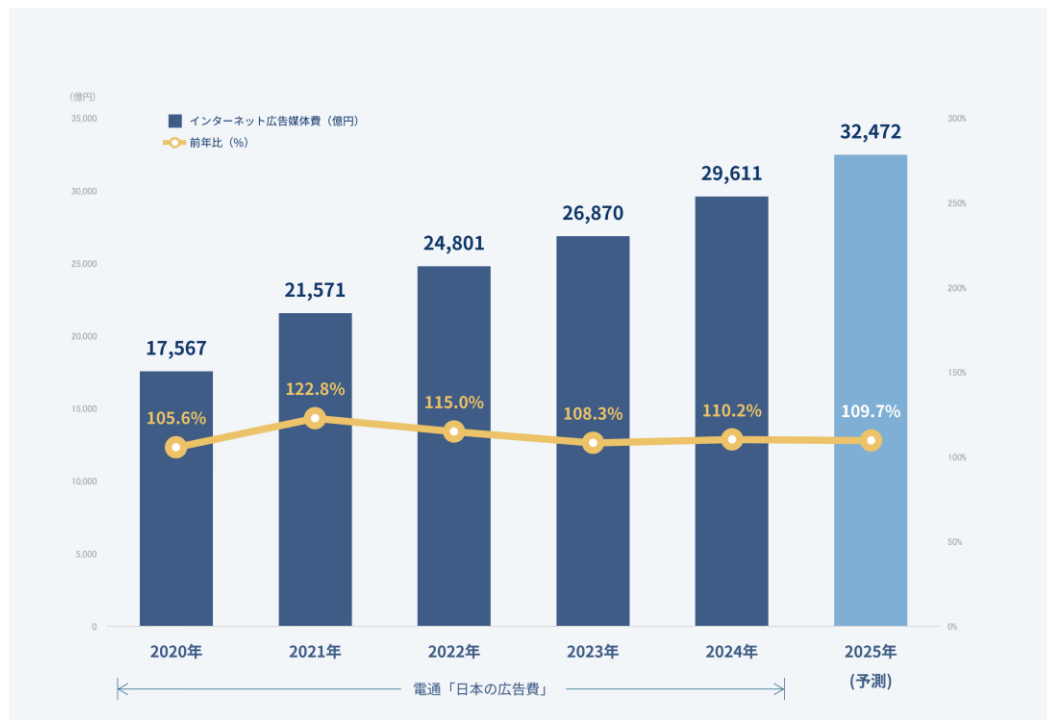


「マス4媒体の低下」は、ユーザーの価値観の多様化と商品ライフサイクルの変化と密接に関連している。



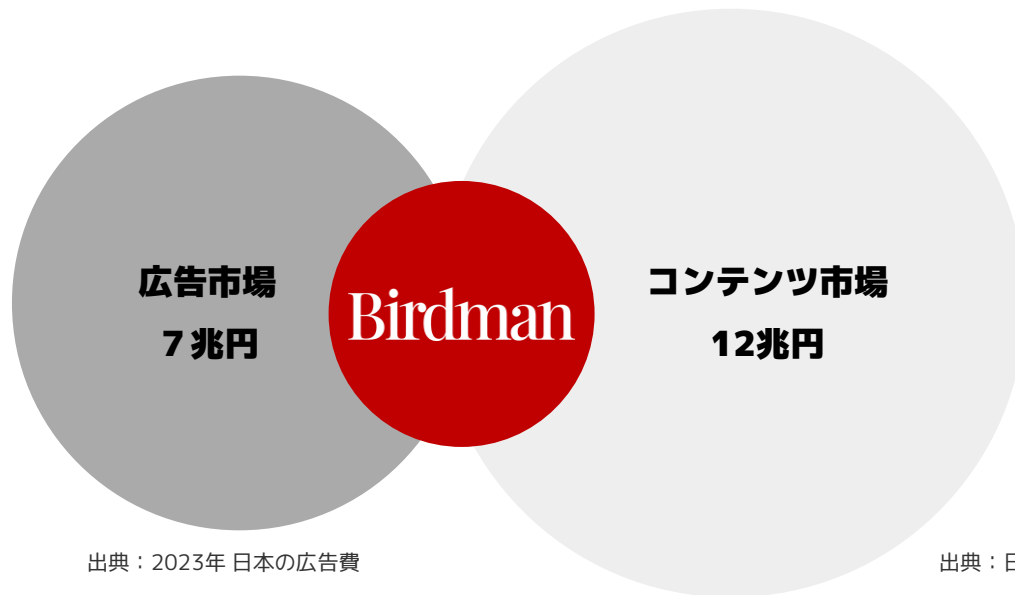


デジタル領域（インターネット広告）は伸長。

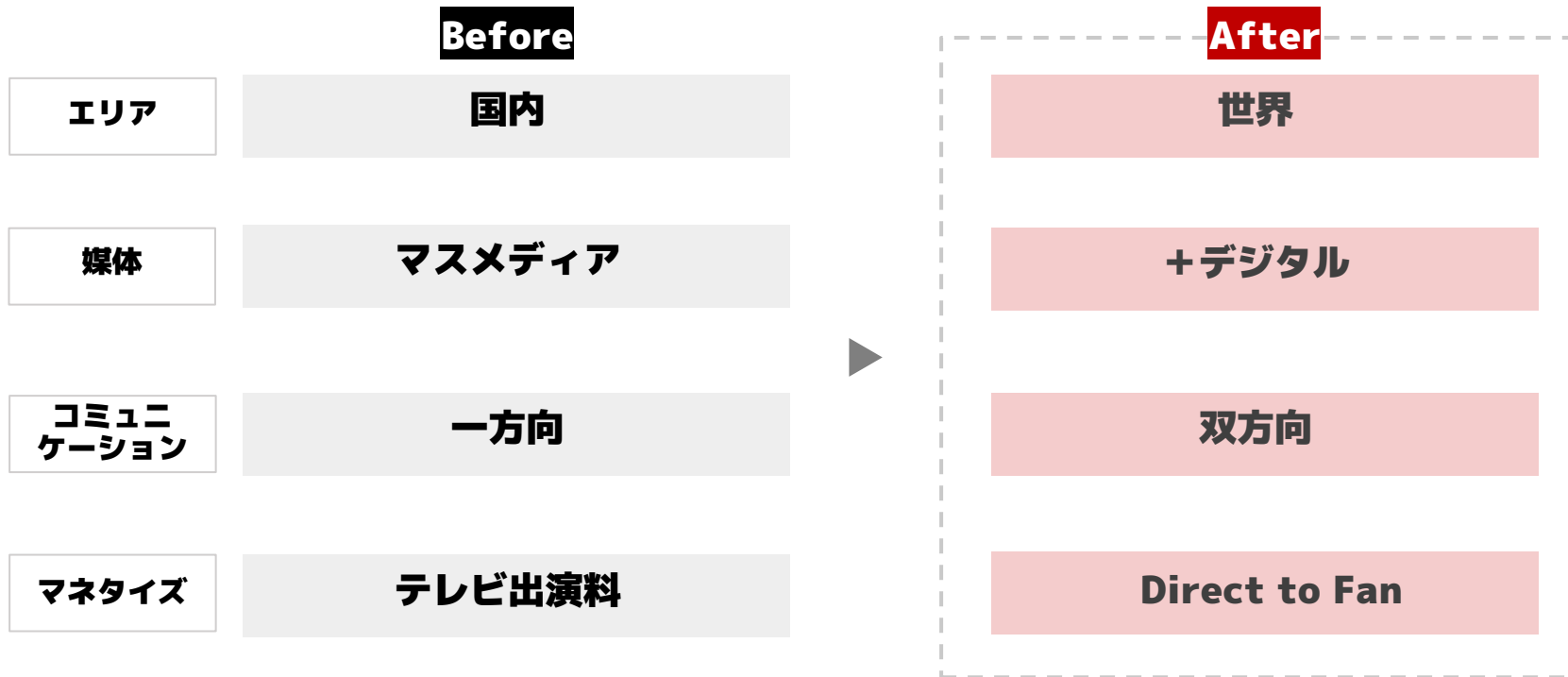


広告市場は7兆円、コンテンツ市場は12兆円。

巨大な市場に属する。



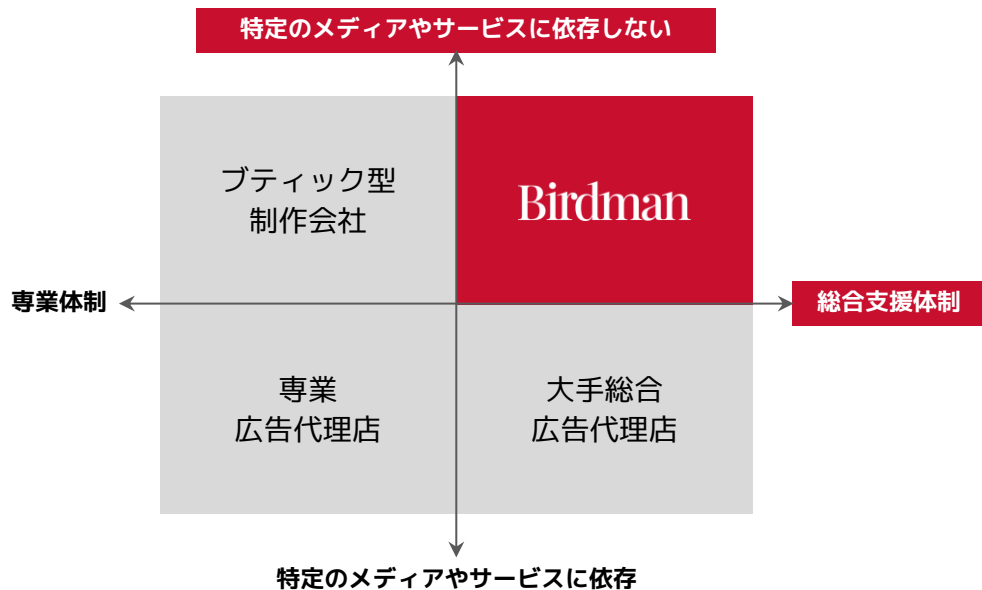
今後のエンタメ業界は、デジタルを軸にファンとの新たなコミュニケーションを構築していく潮流。





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

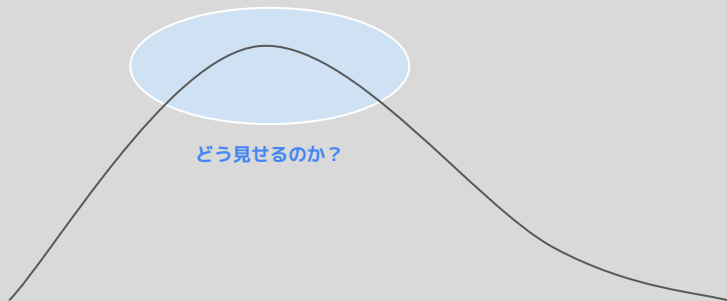
03 商材の差別化を実現する世界水準のクリエイティブ

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。

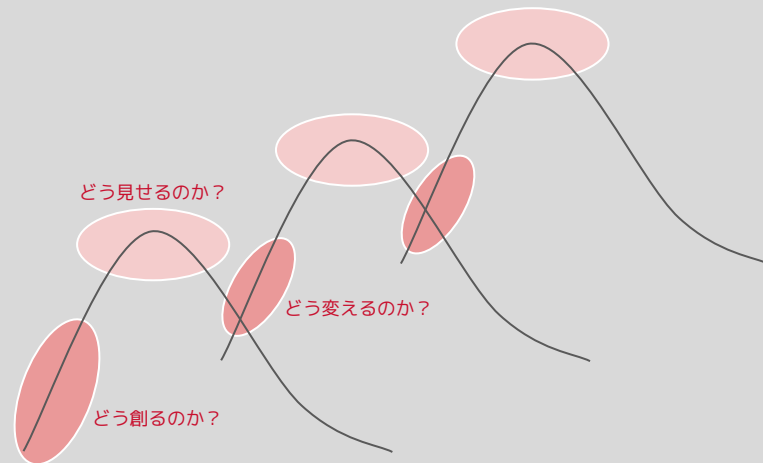
伝統的に広告代理店が対象とする領域

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



CLIO
AWARDS



リスク情報

	リスクの内容	対応策
景気の変動	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ことから、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。 【顕在化する可能性：中、時期：常時、影響度：中】	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。
災害・事故等に関わるリスク	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。 【顕在化する可能性：低～中、時期：常時、影響度：低～中】	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。
業績の変動要因	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て提案しており、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。 【顕在化する可能性：低～中、時期：常時、影響度：低～中】	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。 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。

※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



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

本取り組みの目的

- 現体制のもとで**構造改革と信頼性**の再構築を図る
- MVVに基づいた**中長期戦略**の明文化と実行力の可視化
- **リブランディング**によりブランド価値と採用力を向上
- 各事業部の**役割明確化と収益モデル**の再設計
- 持続可能な財務構造と事業成長の**基盤確保**

MX本部

広告・制作



マーケティングソリューション事業本部

NX本部

新規事業開発
※新たな事業領域の構築



新規事業開発本部

EX本部

イベント
エンターテインメント



エンターテインメント事業本部

管理部を含め各本部が行う対応事業の明確化と対外的な情報発信を踏まえ、分かりやすさのある本部名称へ変更



1

財務健全化

- 1.1 債務超過の解消
- 1.2 コスト構造の最適化
- 1.3 キャッシュフロー改善

2

事業構造の見直し

- 2.1 不採算事業の見直し
- 2.2 新規事業開発

3

収益基盤の強化

- 3.1 既存顧客の深耕
- 3.2 新規顧客の獲得

4

中長期的な戦略

- 4.1 ブランド価値の向上
- 4.2 テクノロジーの活用

2024年12月時点で掲げていた事項

1

財務健全化

- ~~1.1 債務超過の解消~~
- ~~1.2 コスト構造の最適化~~
- ~~1.3 キャッシュフロー改善~~

2

事業構造の見直し

- ~~2.1 不採算事業の見直し~~
- 2.2 新規事業開発

3

収益基盤の強化

- 3.1 既存顧客の深耕
- 3.2 新規顧客の獲得

4

中長期的な戦略

- 4.1 ブランド価値の向上
- 4.2 テクノロジーの活用

2025年6月時点で完了済み事項および今後着手していく事項



※チームビルディング：チームメンバーそれぞれの能力やスキルを最大限に発揮し、チーム全体で目標を達成するための取り組みです。

行動計画の実現に向けた組織組成と各部門のパフォーマンス最大化及び横断的取り組みにより成長を図る。

2024年 7月-12月

- 社内人員体制(新生MX本部)の整備(ミニマム)
- 過去案件の引き合い案件対応
- 継続案件対応
- クリエイティブ制作営業(社内リソース活用・外部企業活用)

2025年 7月 - 2026年 6月

- 新体制を明示するコーポレートサイトへ刷新 (上半期中にフルリニューアル)
- 営業売上案件の戦略的獲得 (過去実績リストアタック→獲得→継続案件化)
- 新規ビジネスの計画的進行と拡大計画の策定
- 事業規模に応じた計画的な人員体制の強化 (社内対応による利益率の向上)
- 四半期毎の事業計画の修正・改善 (PDCAによる予実精査の徹底)
- 評価制度の見直しと導入 (上半期中に導入)

2025年 1月-6月

- 過去案件の引き合い案件対応
- 既存クライアントへの新規案件の営業アプローチ
- 事業計画と事業簡易PLの作成 (中長期視点)
- 新規受託案件の営業強化
- 新規ビジネス計画の策定と予算化

2026年 7月 - 2027年 6月

- 事業基盤の拡張 (主戦場の拡大)
- アライアンスやM&Aによる会社全体の収益力拡大
- 長期事業計画の策定と勝ち筋の明確化

3.1億円

2024年度

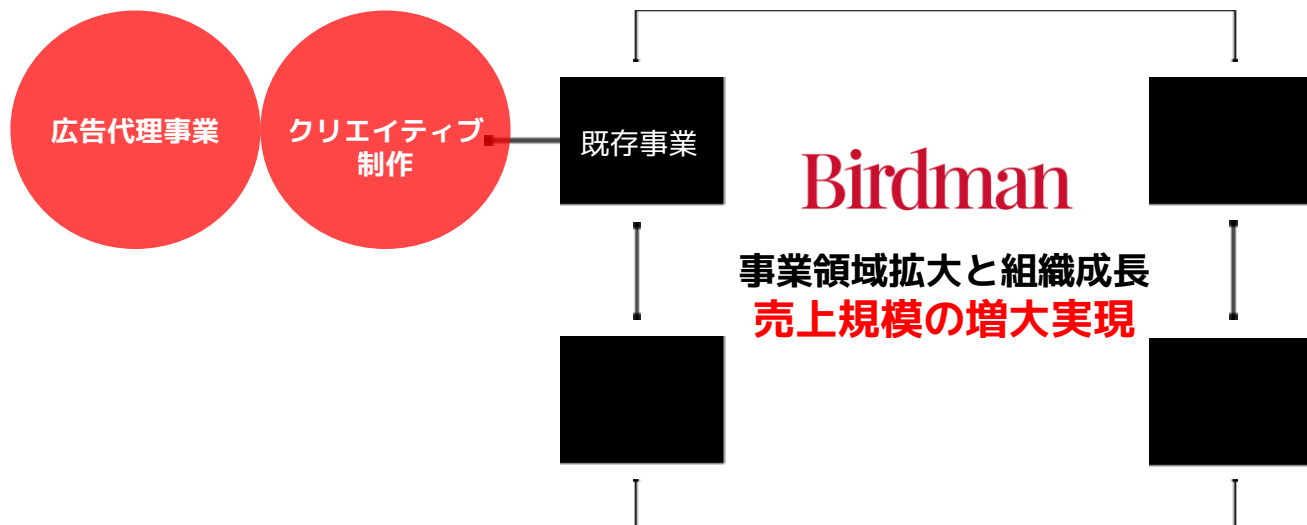
5億円

2025年度

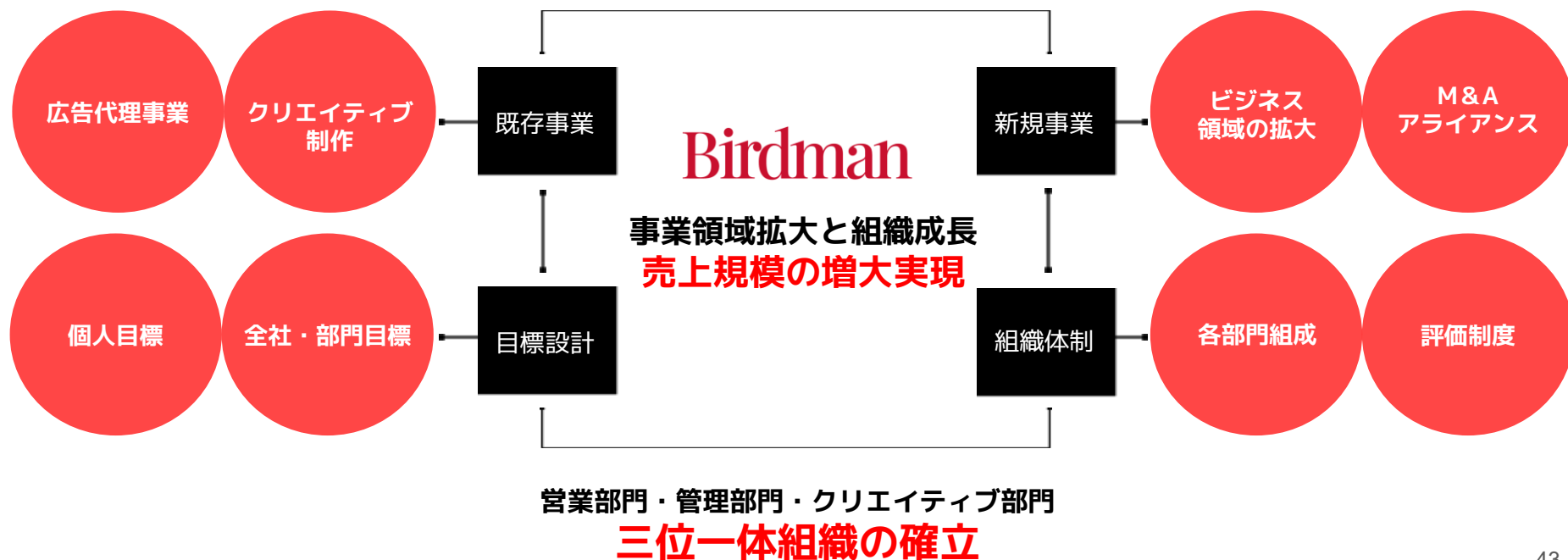
10億円

2026年度

MX本部の主軸事業であるマーケティングやクリエイティブ制作領域にプラスして新規事業による主戦場拡大を今期から図り中長期的成長を実現。
その為に外部リソースの活用を始め、組織横断的なチームを組成したプロジェクト単位でのチームビルディングの構築を会社全体のテーマとする。



MX本部の主軸事業であるマーケティングやクリエイティブ制作領域にプラスして新規事業による主戦場拡大を今期から図り中長期的成長を実現。
その為に外部リソースの活用を始め、組織横断的なチームを組成したプロジェクト単位でのチームビルディングの構築を会社全体のテーマとする。



業務に対応する人員リソースへの最適な環境整備や部門配置を実施。公平性のある評価制度と対価により会社帰属意識を高めた組織戦略を構築

組織体制

- ①各部門の位置づけ明確化と横断的なプロジェクト組成及びリレーシヨンの強化
- ②各レイヤーに応じた権限委譲の明確化と管理
- ③部門間における定例会議の設置・運営（情報共有・課題共有・協力体制構築）

取り組みの狙い

業務
効率化

生産性
向上

※生産性向上：限られた資源（時間、労働力、資金、設備など）を最大限に活用し、サービスの量や質を向上させること
 ※業務効率化：非効率を無くし少ない時間やコストで、より多くの成果を出すこと

目標設計

- ①部門別目標予算の設定と全社目標予算の設定（定量と定性での目標値）
- ②評価制度の見直しと導入・実践運用
- ③目標設定に対する予実管理の徹底とPDCAサイクル化

取り組みの狙い

達成感と
危機意識

会社
帰属意識

appendix

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り、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、本決算発表後（2026年9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

