



2020年3月16日

各位

会社名 ブランディングテクノロジー株式会社  
代表者名 代表取締役社長 木村 裕紀  
(コード：7067 東証マザーズ)  
問合せ先 執行役員経営管理本部長 黒澤 友貴  
(TEL. 03-6455-3117)

### 2020年3月期 通期業績予想の修正に関するお知らせ

2019年6月21日に公表しました2020年3月期通期の業績予想値と、本日決定した2020年3月期着地予想を比較し、その差異が適時開示の基準に達する見込みとなったため、通期業績予想を下記の通り修正しましたので、お知らせいたします。

#### 記

#### 1. 業績予想の修正について

2020年3月期通期 連結業績予想数値の修正 (2019年4月1日～2020年3月31日)

	連結売上高 (百万円)	連結営業利益 (百万円)	連結経常利益 (百万円)	親会社株主に 帰属する当期 純利益 (百万円)	1株当たり 連結当期純利益 円 銭
前回発表予想 (A)	5,300	180	175	116	73.35
今回修正予想 (B)	5,185	80	73	53	42.68
増減額 (B-A)	△114	△99	△101	△62	—
増減率 (%)	△2.2	△55.3	△57.8	△53.9	—
(ご参考) 前期実績 (2019年3月期)	4,992	147	152	95	64.41

#### 2. 修正の理由について

上場後におきまして、順調に新規大口顧客の獲得や既存顧客の取引額が伸長しており、とりわけデジタルマーケティング事業は想定を上回る成長率で推移しておりました。しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年3月期第4四半期の受注案件の減少や納期遅延、インターネット広告の出稿停止や出稿額の減少が発生している状況です。

また、オフショア関連事業におきまして、大口顧客の売上債権に関する貸倒引当金繰入額 6 百万円が発生する見込みです。

以上の事象を鑑み、2019 年 6 月 21 日に公表しました 2020 年 3 月期の通期業績予想を修正いたします。

#### (売上高)

##### ① ブランド事業

オウンドメディア構築・運用については、フロント人材の育成効果や、広告宣伝効果による知名度向上、信用力向上の実現から契約案件が月単位 5 件程度増えることを見込んで、前期より 75 百万円の増収となる 1,112 百万円で計画しておりました。

また、コンテンツマーケティング市場が成長していることから、契約案件数が月単位 10 件程度増えることを見込んで、前期より 119 百万円の増収となるコンサル系商材で 594 百万円を計画しておりました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の影響により、打合せの中止等の案件獲得機会の減少や納期遅延が起きており、2020 年 3 月期第 4 四半期において、受注案件の減少や納期遅延が起きており、月単位の契約件数が 14%程度想定を下回る見込みとなっております。

以上の結果、ブランド事業の売上高は、前期より 46 百万円下回り、予想より 241 百万円下回る 1,464 百万円を見込んでおります。

##### ② デジタルマーケティング事業

前期は約 9%の成長を実現し、市場も成長しているものの、2020 年 3 月期は、インターネット広告運用におけるシステム投資を行い、業務効率化と体制整備に注力することから、前期比で成長率 3%に留まるとし、3,446 百万円を計画しておりましたが、上場後において、想定より新規大口顧客の獲得や既存顧客の取引額が伸長しました。ただし、第 4 四半期においては、新型コロナウイルス感染症の影響により、取引先がインターネット広告の出稿を停止する等の事象が発生しており、当該事象発生前より伸長率が鈍化する見込みとなっております。

以上の結果、デジタルマーケティング事業の売上高は、前期より 241 百万円上回り（成長率 7.2%）、予想より 137 百万円上回る 3,583 百万円を見込んでおります。

##### ③ オフショア関連事業

外部売上について、主に沖縄の優良企業の案件獲得を見込んでおり、2019 年 3 月期より 8 百万円の増収を見込み、147 百万円を計画しておりましたが、子会社アザナの売上が想定より伸び悩みました。

以上の結果、オフショア関連事業の売上高は、前期より 2 百万円下回り、予想より 10 百万円上回る 136 百万円を見込んでおります。

以上により、売上高については、前期より 192 百万円上回り、予想より 114 百万円下回る 5,185 百万円で見込んでおります。

(売上原価、売上総利益)

① ブランド事業

ブランド事業全体の売上原価は、主に人件費、外部パートナーに対する業務委託費及びその他の経費で構成されております。ブランド事業全体の売上総利益は、前期より 3 ポイント高い 50.3%の粗利率を計画し、858 百万円を見込んでおりました。

想定より売上が下回っている一方で、オウンドメディア構築の大型案件において、顧客対応に注力した結果、予定労務工数の超過により複数の赤字案件が発生したため、人件費は想定通りで推移しております。そのため、粗利率が想定より 5.5 ポイント下回る 44.8%の粗利率で見込んでおります。

以上の結果、ブランド事業の売上総利益は、前期より 55 百万円下回り、予想より 203 百万円下回る 655 百万円を見込んでおります。

② デジタルマーケティング事業

デジタルマーケティング事業全体の売上原価は、主に運用型広告出稿費用及びその他の経費で構成されております。売上の大半を占める運用型広告の手数料率が出稿額の 20%であるため、粗利率は概ね 16%前後となる傾向にあります。したがって、デジタルマーケティング事業全体の売上総利益は、前期と同水準の粗利率 15.5%で計画し、533 百万円見込んでおりました。

業績予想の修正にあたって、粗利率は 15.7%と予想と概ね同水準で見込んでおりますが、当初より売上が上回ると見込んでおります。

以上の結果、デジタルマーケティング事業の売上総利益は、前期より 44 百万円上回り、予想より 28 百万円上回る 562 百万円を見込んでおります。

③ オフショア関連事業

オフショア関連事業全体の売上原価は、主に人件費、外部パートナーに対する業務委託費及びその他の経費で構成されております。前期は高単価案件が目立ったことから、2020 年 3 月期は粗利率 25.0%を計画しており、売上総利益は 36 百万円を見込んでおりました。

しかしながら、子会社アザナの売上が想定を下回ったものの、人件費と外部パートナーに対する業務委託費については想定通りであったことにより、粗利率が想定より 5.6 ポイント下回る 19.4%の粗利率で見込んでおります。

以上の結果、オフショア関連事業の売上総利益は、前期より 14 百万円下回り、予想

より 10 百万円下回る 26 百万円を見込んでおります。

以上により、売上総利益については、前期より 25 百万円下回り、予想より 185 百万円下回る 1,244 百万円を見込んでおります。

(販売費及び一般管理費、営業利益)

当社の販売費および一般管理費につきましては、主に営業部門と管理部門の人件費及びその他の経費で構成されております。人件費につきましては 614 百万円、その他の経費については 634 百万円、販売費及び一般管理費全体としては 1,249 百万円を見込んでおりました。

しかしながら、中途社員の採用を想定より差し控えたことにより、人件費を予想より 60 百万円下回る 554 百万円で見込んでおります。

また、その他の経費全体としては、想定通り推移しておりますが、採用を控えたことにより採用費が想定より 6 百万円減少する一方で、オフショア関連事業において大口顧客の売上債権に関する貸倒引当金繰入額 6 百万円が発生する見込みです。

以上の結果、販売費及び一般管理費は予想より 85 百万円下回る 1,163 百万円、営業利益は予想より 99 百万円下回る 80 百万円を見込んでおります。

(営業外損益、経常利益)

営業外損益につきましては、予想から大きな変更はありません。

以上の結果、経常利益は予想より 101 百万円下回る 73 百万円を見込んでおります。

(特別損益、当期純利益)

特別利益につきましては、保険金の解約により、予想より 23 百万円多く見込んでいます。

特別損失につきましては、2020 年 3 月期第 2 四半期において、ブランド事業のソフトウェアに関する減損損失を 4 百万円計上しております。

以上の結果、親会社株主に帰属する当期純利益は予想より 62 百万円下回る 53 百万円を見込んでおります。

(注) 上記の予想は、現時点において入手可能な情報に基づいて作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる結果となる可能性があります。

以 上