

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

ブランディングテクノロジー株式会社（証券コード：7067）

その想いを、たしかな未来へ

▶ Branding Technology

私たちのミッション

# ブランドを軸に 中小・地方企業様の デジタルシフトを担う

私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



# ミッションと戦略

ブランドを軸に  
中小・地方企業様の  
デジタルシフトを担う

## 事業領域

中小・地方企業様向け  
ブランド×デジタルシフト

中堅・中小企業様向け  
デジタルシフト

コンテンツマーケティング  
フリーランスネットワーク

地域産業の振興・SDGs  
オフショア

## 対象グループ

▶ Branding  
▶ Technology

FUNGRY

AZANA  
VieTry

## 課題する解決

各業界ごとの勝ちパターンを構築し  
業界特有の課題を解決します

ノウハウ・人材不足によるデジタルシフトへの遅れ  
を解消しデジタルマーケティング／DXを推進します

企業ごとのらしさをコンテンツで表現し  
競合との差別化をはかります

品質の高いオフショア機能を持つだけでなく  
地場企業の支援を通じ地域課題を解決します

# 事業領域 1 中小・地方企業様向けブランド×デジタルシフト

各業界ごとの勝ちパターンを構築し、業界特有の課題を解決

## 事業内容

### ノウハウ

不動産／歯科・医療／建築／製造業

**業界特化ノウハウ開発**

歯科タウン／イエジン等の業界特化メディア運営

### 実績

経営サポート会員

**約3,000社**

### 体制

経営／事業／ブランド／マーケティング戦略  
業界特化ノウハウを活かし戦略立案



**フロント人材**

業界別ユーザー調査／勝ちパターン体系化  
成功事例・ノウハウ発信

**業界別研究会**

### ソリューション

中小・地方企業様のブランドを明確化し、業界ごとの集客勝ちパターンから施策を実施

**ブランディング × デジタルシフト**

## 中小・地方企業様における課題解決



同業界における地域内での差別化を実現

データ化・オンライン化による集客の効率化

事業承継後のブランド課題（※）を解決

（※）ブランドの再構築や発信、内部統制など

# 事業領域 2 中堅・中小企業様向けデジタルシフト

ノウハウ・人材不足によるデジタルシフトへの遅れを解消

## 事業内容

### 実績

デジタルマーケティング顧客数

**約400社**

(中堅・中小企業様に特化)

Google/Yahoo認定パートナー



### 体制

事業戦略を理解しデジタルマーケティング/  
DX課題を解決する

**専属コンサルタント**



広告/SEO/SNS/アクセス解析などを  
ワンストップで行う

**デジタルマーケティング総合支援**

### ソリューション

事業戦略上のDX課題を解決し、デジタルマーケティングで集客効率・成果の最大化をはかる

**デジタルマーケティング × DX**

## 中堅・中小企業様における課題解決



ノウハウ・リソース不足の解消

担当者負担軽減・デジタルマーケティング推進

DX課題解決による集客効率の改善

# 事業領域 3 コンテンツマーケティング／フリーランスネットワーク

企業ごとのブランド「らしさ」をコンテンツで表現

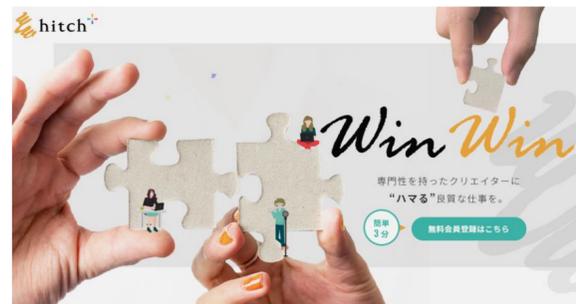
## 事業内容

企画・編集／ライター／動画・Web制作チームが社内にいるため様々なコンテンツ施策が可能  
**コンテンツプロデュース体制**



## 体制

社外にも専門性の高いクリエイターの独自ネットワークを構築  
**社内外の豊富なクリエイター**



フリーランスネットワーク『hitch+』

## ソリューション

豊富なクリエイターネットワークで様々なコンテンツ表現を実現  
**コンテンツマーケティング×フリーランスネットワーク**

## 中堅・中小企業様における コンテンツ課題解決



独自性の高いコンテンツで差別化を実現

動画などトレンドに合わせた継続施策が可能に

クラウドソーシングにおける品質課題の解消

# 事業領域 4 地域産業の振興・SDGs／オフショア

地場企業の支援を通じて地域振興・地域課題の解決に取り組む

## 事業内容

### 体制



【アザナ】沖縄を拠点に地域振興を行う  
広告運用や制作のオフショアも持つ



【ベトライ】ベトナムを拠点に地場企業の支援を行う  
制作・システム開発のオフショアも持つ

### 取り組み



有性生殖・サンゴ再生支援協議会への参画



コロナ差別を無くす「ゆいマスクプロジェクト」支援

### ソリューション

オフショアで培ったノウハウで地場企業を支援。地域・自治体を巻き込み地域課題解決する

**地域産業の振興 × SDGs**

## 地域・地場企業様における課題解決



地域・自治体・企業三位一体の施策を実現

クリエイティブ機能を活かした地域課題の解決

雇用創出と地方人材の育成

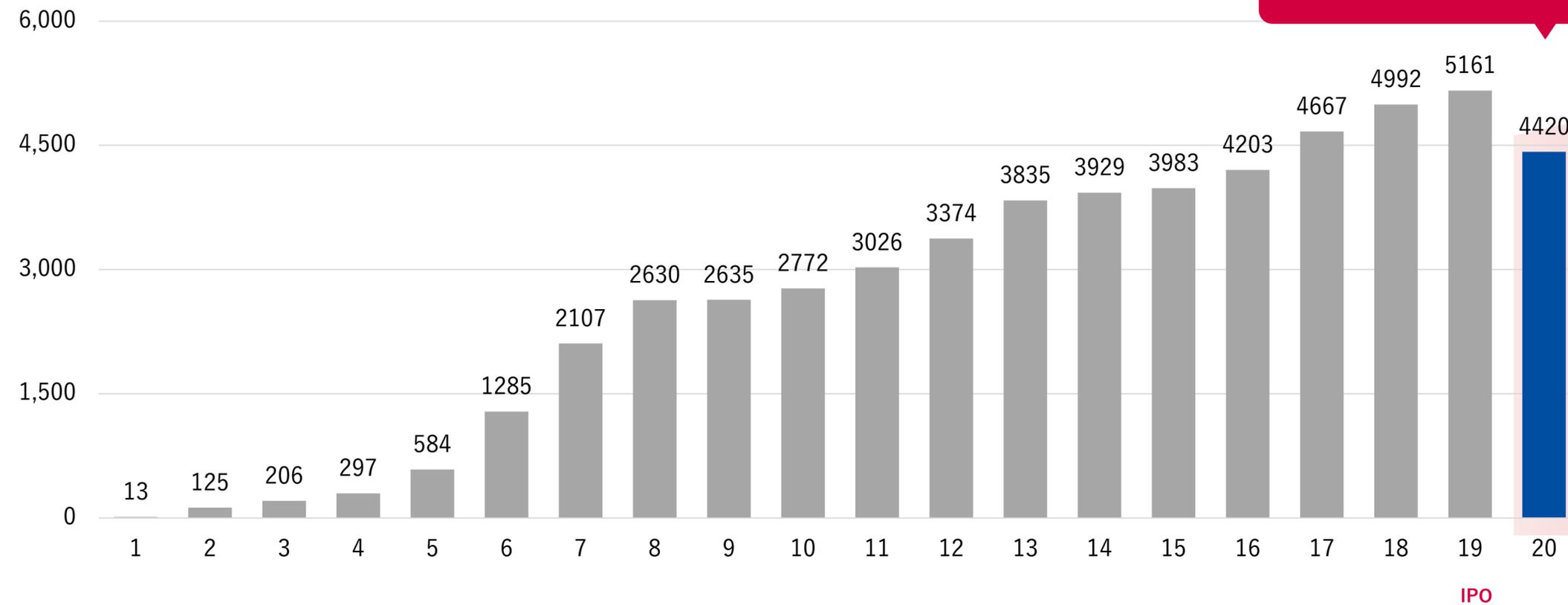
# 業績・成長ストーリー

19期連続増収し、上場するも、20期はコロナ禍により創業来初の減収・赤字決算を経験。

1年(2020年4月~2021年3月)の投資期間を経て、ニューノーマルでの成長に向けた対応が完了。

組織のコスト構造の見直し、成長戦略を描き直し「リ・スタート」

(単位：百万円)

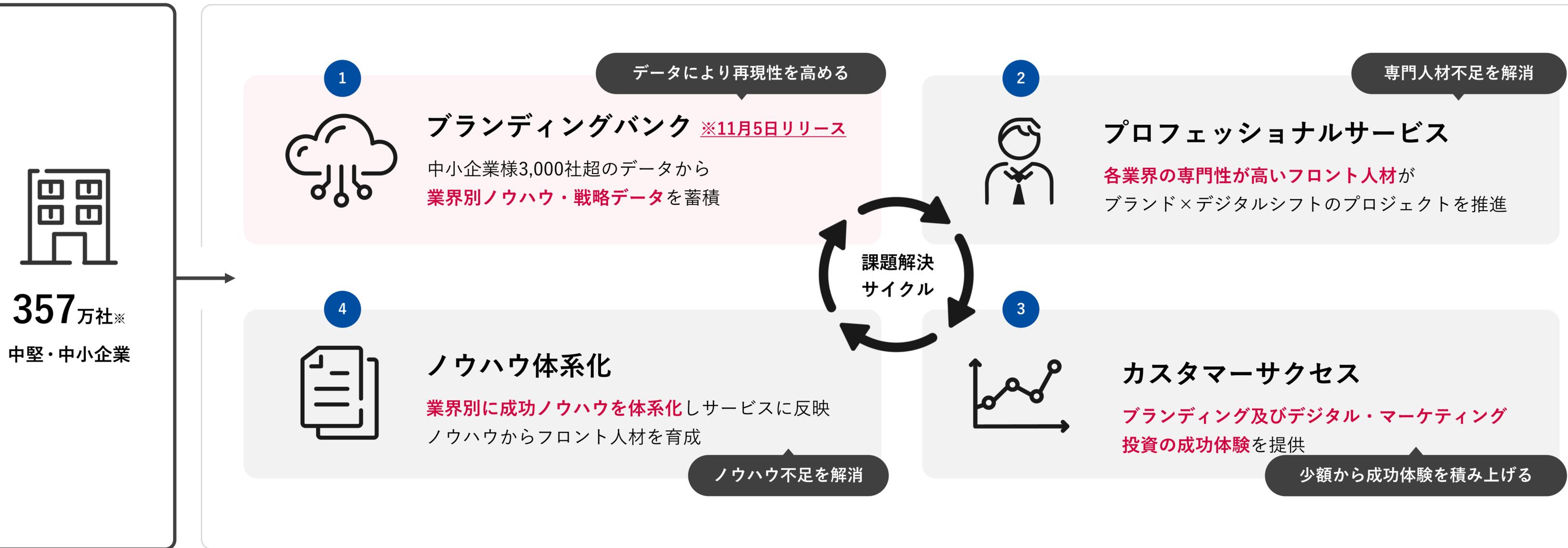


コロナ禍により初の減収を経験  
早期に事業のDXを行い対応

ニューノーマルに  
対応した事業で  
再び成長軌道に

# ニューノーマルに対応した事業の全体像

中小企業様3,000社超のデータベースから業界別に成功パターンを導き出しノウハウを体系化。  
⇒事業活動を通じてデータを蓄積し、カスタマーサクセスの再現性が上がる仕組みに。



※参考：中小企業庁（平成28年経済センサス-活動調査）

# 事業の内容

# 中小企業様が抱える課題

## 課題

デジタル投資、マーケティング投資の成功体験が積めていない

### 2大課題と具体例

## 人材不足

- ・ CMO（マーケティング責任者）
  - ・ CDO（デジタル責任者）
- などの人材を採用したり専門部署を設けることができない

## ノウハウ不足

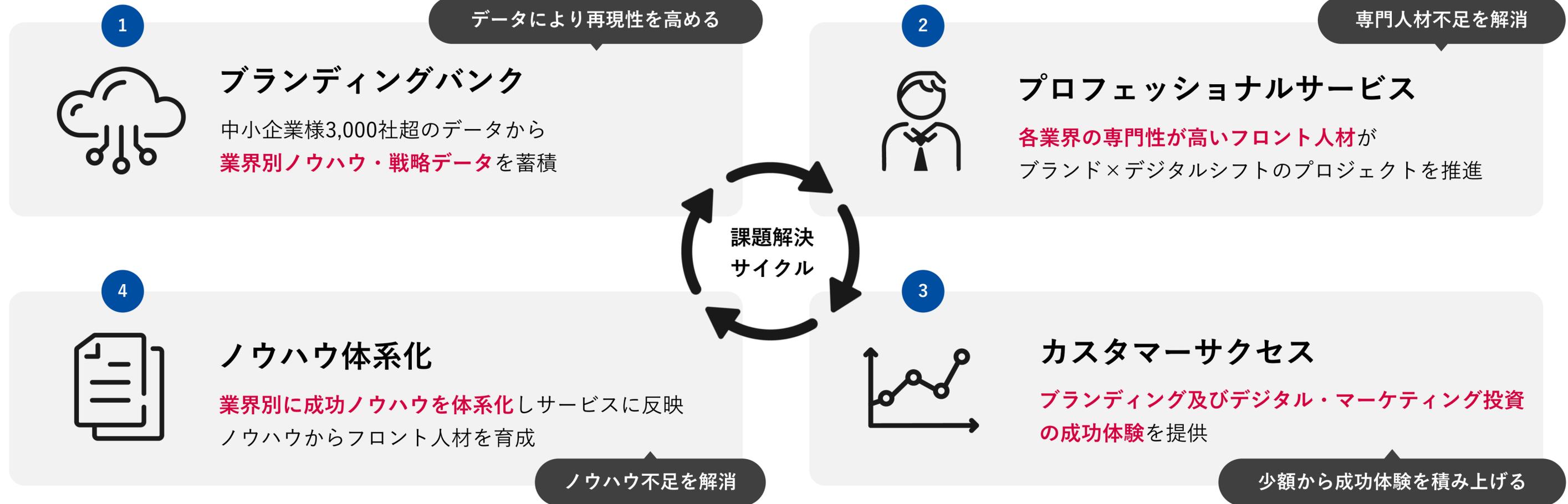
DX推進やデジタルマーケティングの一般論はわかるが自分たちの規模や業界に適した取り組みがわからない

# 課題に対する解決策

解決策

## 中小企業様の事業成長に再現性を持たせるためのマーケティングDXの仕組み

※マーケティングDXの全体像



## ブランディングバンクについて

ブランディングバンク活用によって、中小企業様3,000社超のデータベースから業界別に成功パターンを導き出しノウハウを体系化。  
⇒ブランド×デジタルシフトのプロジェクトを推進し、事業成長の再現性を高める。



ブランド・マーケティング資産を  
フレームワークを活用しデータ化



データを元に企業や事業成長に  
向けた戦略・戦術を明確化



データベースから成功パターンを  
導き出し成果の再現性を高める

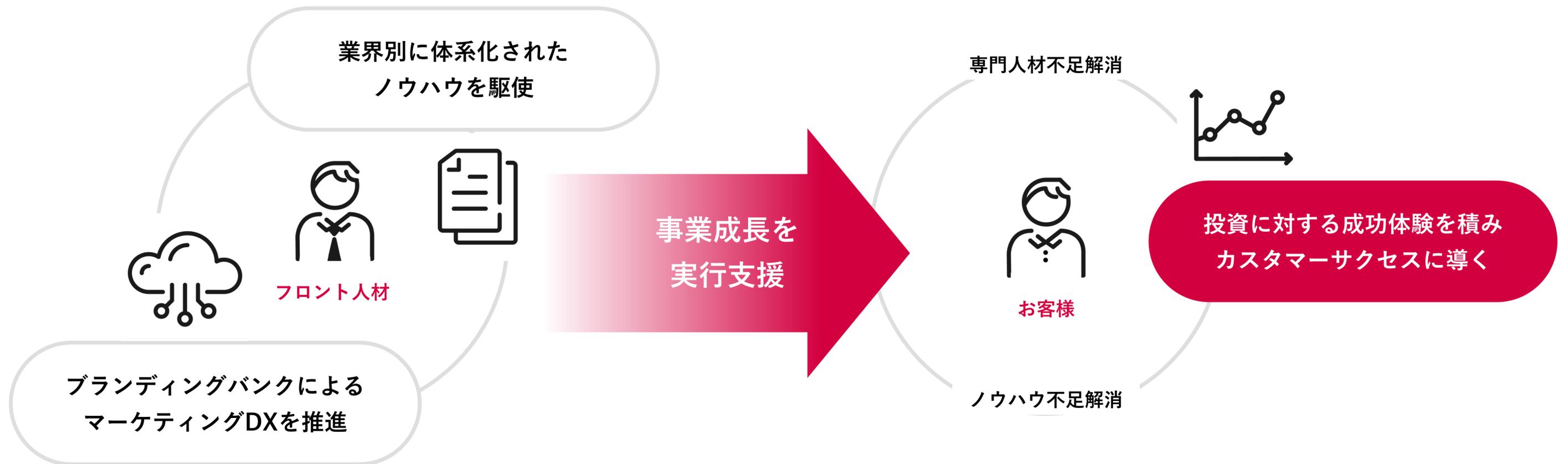


戦略を基にフロント人材が各社の  
デジタルシフト戦略を提言し実行

## プロフェッショナルサービスについて

業界特化ノウハウを有するフロント人材を育成し、ブランディングバンクを活用しながら、お客様のブランディング及びデジタル・マーケティング領域のプロジェクトを推進。

フロント人材によるプロフェッショナルサービス



# 豊富な実行支援領域

## 豊富なブランド×マーケティング実行支援メニュー

### 戦略コンサルティング

- ✓ ブランド戦略立案／アドバイザリー
- ✓ マーケティング戦略立案／アドバイザリー
- ✓ DXコンサルティング／実行支援

### WEBコンサルティング

- ✓ メディア運営コンサルティング
- ✓ アクセス解析／広告施策レポート
- ✓ UI・UX分析／ヒートマップ分析
- ✓ SNSアカウント運用改善アドバイザリー
- ✓ エンゲージメント調査／マーケット分析
- ✓ ファンユーザー分析

### 各種デジタル広告

- ✓ リスティング広告（検索連動型広告）
- ✓ ディスプレイ広告
- ✓ リマーケティング/リターゲティング広告
- ✓ YouTube/動画広告
- ✓ 各種SNS広告
- ✓ Indeed広告
- ✓ DSP広告
- ✓ 記事広告
- ✓ 純広告
- ✓ アフィリエイト広告

### SEO対策

- ✓ 内部・外部施策
- ✓ MEO対策
- ✓ コンテンツSEO

### クリエイティブ制作

- ✓ WEBサイト制作／採用サイト制作
- ✓ 動画制作／動画広告制作
- ✓ 記事／コンテンツ制作
- ✓ LP制作／広告バナー制作
- ✓ タレントキャスティング
- ✓ Webドラマ撮影／WebCM撮影
- ✓ 業務システム開発

業界・事業フェーズから優先施策を導く



ブランディングバンク



フロント人材

業界ノウハウを有するフロント人材が提案

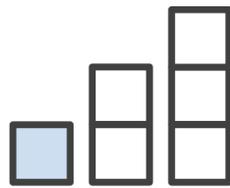
**ブランディングバンク×フロント人材で事業成長に伴走する**

## カスタマーサクセスについて

### 「最小限の投資」からマーケティング・デジタルシフトの成功体験を積むことが可能に

※通常投資額が少ないと⇒「大手広告代理店に依頼ができない」「依頼をしても十分なサポートを受けられない」などの課題が発生しやすい

#### Step.1

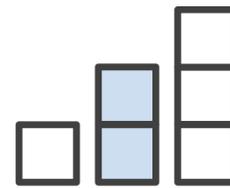


#### 業界別ノウハウを活用し 成功体験を積むための投資

業界別の成功パターンから集客手法を見直し、成果への再現性が高い施策を優先的に行う。



#### Step.2

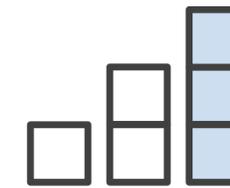


#### デジタルシフトを強化し 事業拡大のための投資

顧客体験全体をデジタル化することで、投資対効果を高め更なる事業成長につなげる。



#### Step.3



#### 粗利率・コスト効率 向上のための投資

デジタル投資への成功体験を積むことで更なる投資を生み、効率的にポジション・優位性を確立していく。



### ブランディングバンク

戦略データを蓄積しカスタマーサクセス（事業成長）の**再現性**を高めていく

## ノウハウ体系化について

### 業界別の成功事例から共通パターンを抽出しノウハウ化



**不動産** 不動産売却専門のホームページで成約率70%！純利益120%増加できた営業ノウハウとは



**建築・工務店** 外壁塗装の自社施工割合3割→6割・利益率130%！塗装経験者400名アンケートをもとにした集客成功のポイント

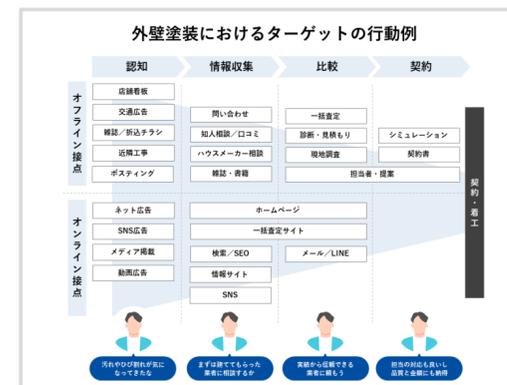
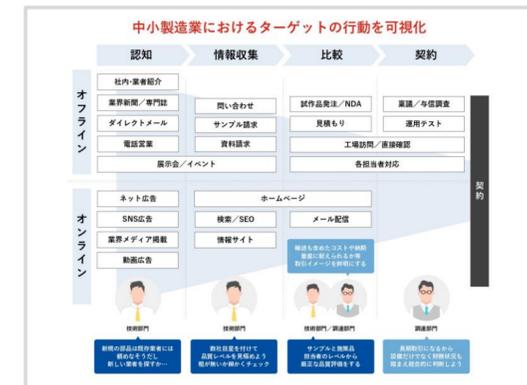
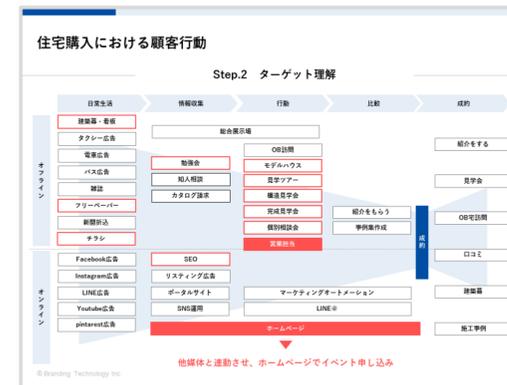


**製造業** 新規取引先企業が7社増え累計で3,000万円強の売上をWebサイトから達成！中小製造業様の集客成功事例



**不動産** 「査定サイト×自社サイト×追客の仕組み」で売却を安定的に獲得！超激戦区・大阪市エリアで成果が出せる理由とは

### 業界別にリサーチを行い顧客行動を可視化し成功パターンを導き出す



# 課題に対する解決策まとめ

中小企業様の“人材不足・ノウハウ不足”を解消し「再現性」ある事業成長を実現



## カスタマーサクセス

“限られた予算”でデジタル・マーケティング投資の成功体験を提供

デジタルを前提とした  
「戦略の再定義」

デジタル接点を中心とした  
「顧客体験の見直し」

デジタルを活用した  
「利益率・コスト効率の向上」



## ブランディングバンク

中小企業様3,000社超のデータから  
業界別ノウハウ・戦略データを蓄積

×



## ノウハウ体系化

業界別に成功ノウハウを体系化しサービスに反映  
ノウハウからフロント人材を育成

×

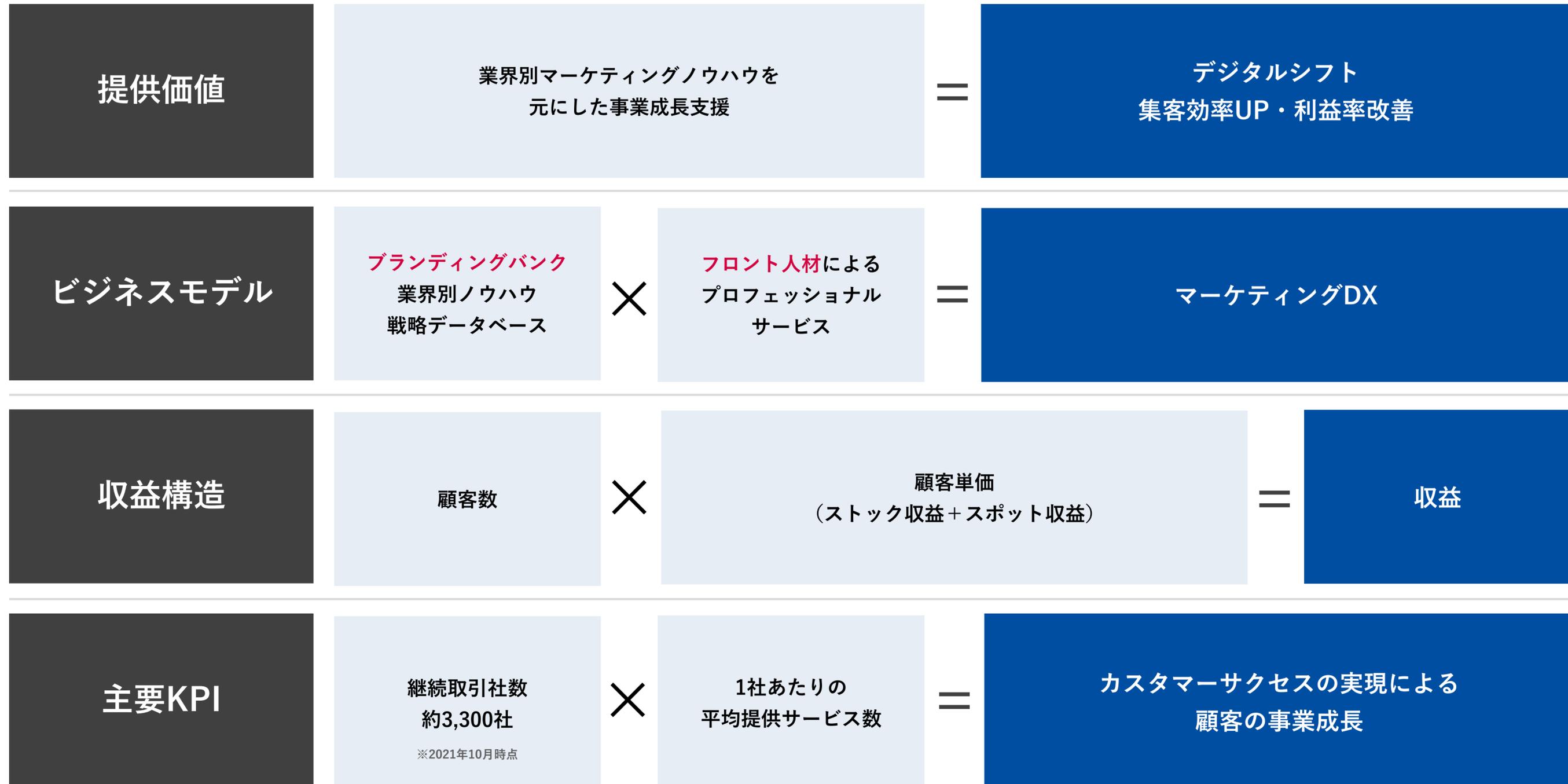


## プロフェッショナルサービス

各業界の専門性が高いフロント人材が  
デジタル・マーケティングのプロジェクトを推進

# ビジネスモデル・収益構造

# 事業・収益構造の全体像



# 顧客セグメント別の関わり方

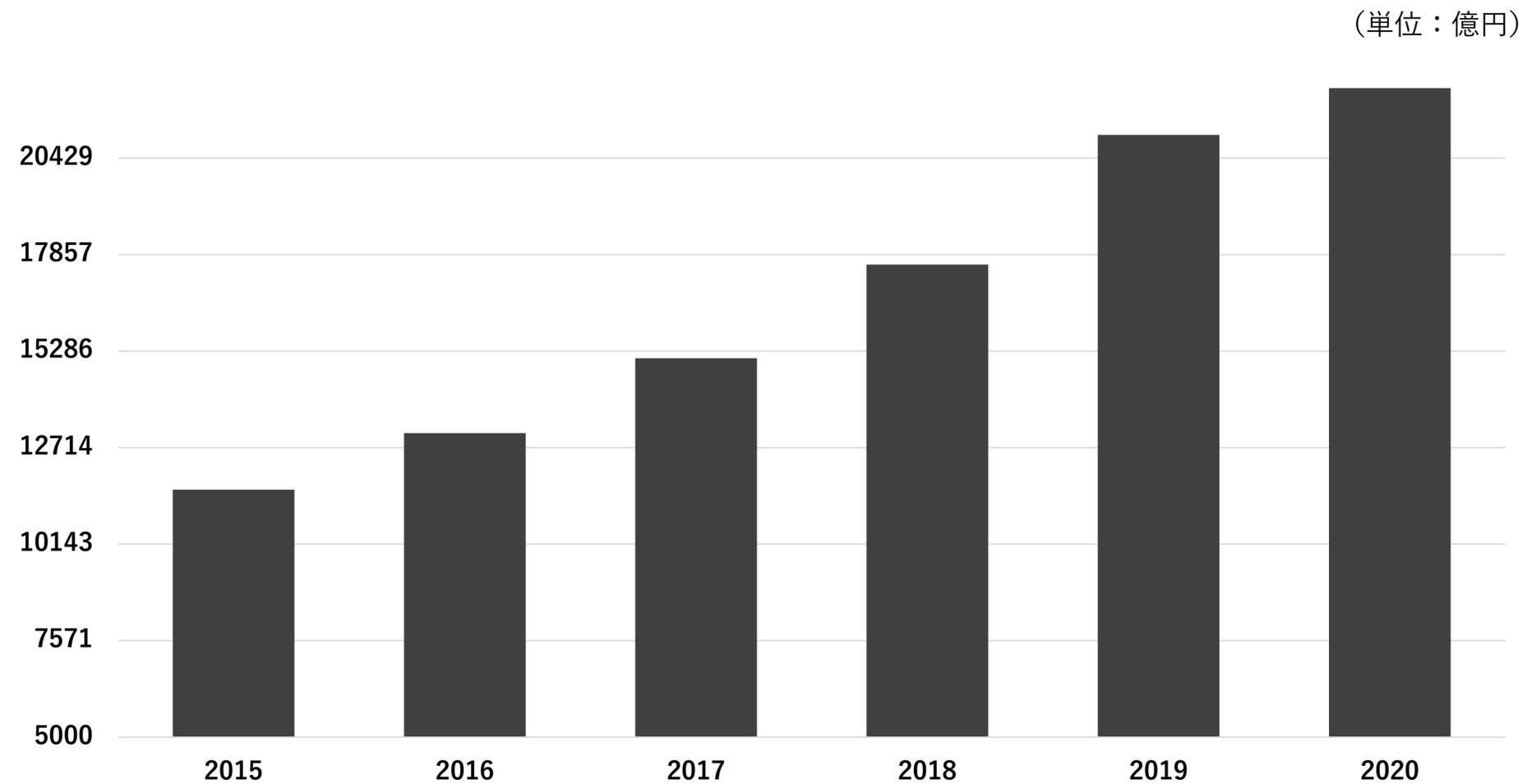
セグメント	ニーズ（例）	関わり方	高効率化⇒LTV向上
 <p><b>中小企業様</b> マーケティング予算 1万～50万円/月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 業界特徴×事業規模にあったデジタル・マーケティングの打ち手を知りたい</li> <li>✓ 予算をあまり割けないので少額の投資からマーケティングを強化したい</li> <li>✓ デジタルやマーケティングの専任担当や組織がないため動けていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>ブランディングバンク</u>により業界・事業規模ごとの成功パターンを提供する</li> <li>✓ パッケージ化することでサービス品質を安定化させる</li> <li>✓ オンラインで完結させ効率的にプロジェクトを行う</li> </ul>	<p>限られた予算の中で 再現性・効率性の高い サービスを提供する</p>
 <p><b>中堅企業様</b> マーケティング予算 50万～1,000万円/月</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自社の戦略にカスタマイズされたデジタル・マーケティングの打ち手を知りたい</li> <li>✓ 大手代理店では予算が合わなかったが現予算でも手厚くサポートをして欲しい</li> <li>✓ 担当はいるがリソースが足りず施策が後手になっているのを解消したい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <u>ブランディングバンク</u>により顧客ごとの戦略データから最適なデジタルマーケティング施策を実行する</li> <li>✓ 施策とコンサルティングを平行し継続的に成果の改善を行う</li> </ul>	<p>高単価化⇒LTV向上</p> <p>顧客の事業に深く関わり 複合的にサービスを提供 全体予算を上げていく</p>

# 市場環境

# デジタル広告市場の伸長

## 中堅・中小市場向けのデジタルシフトがさらに加速する機会を捉え事業成長を狙う

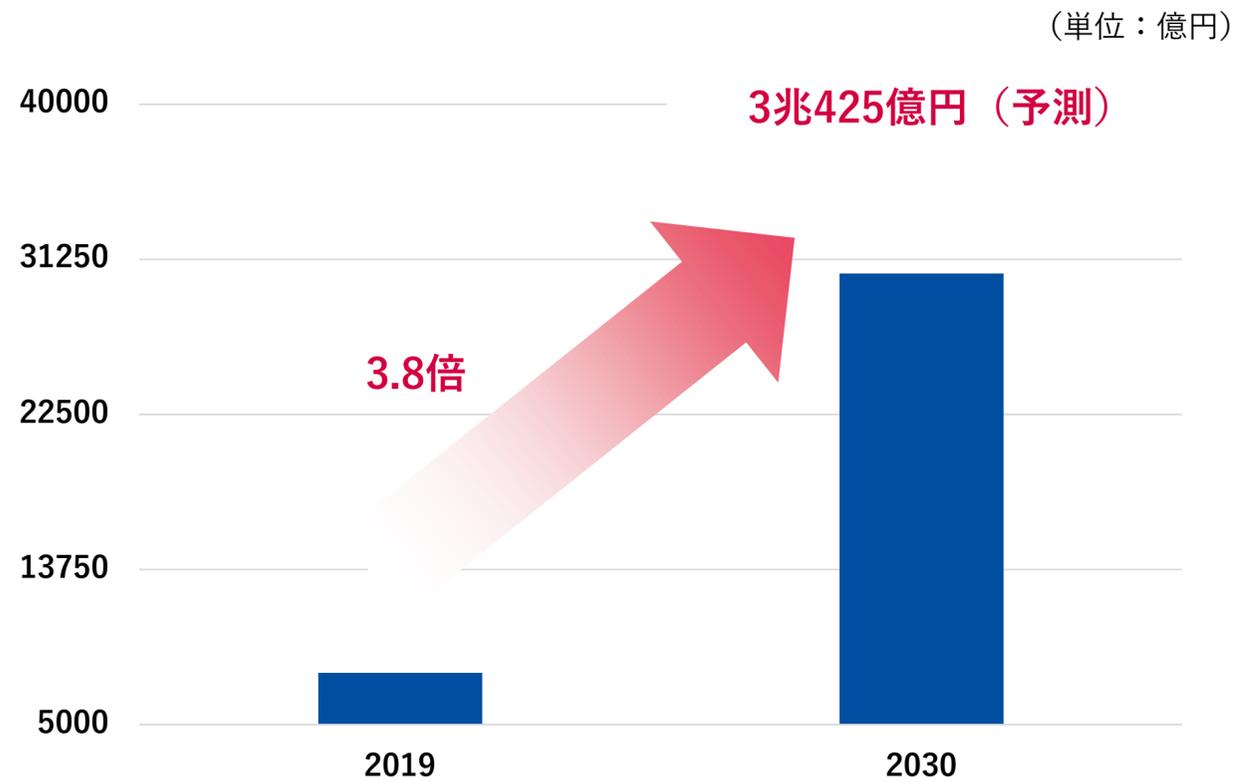
新型コロナウイルス感染症の影響により総広告費は6兆1,594億円（前年比88.8%）と落ち込んだものの、インターネット広告費は7年連続のプラス成長である2兆2,290億円（前年比105.9%）となった。



出展：電通「日本の広告費」

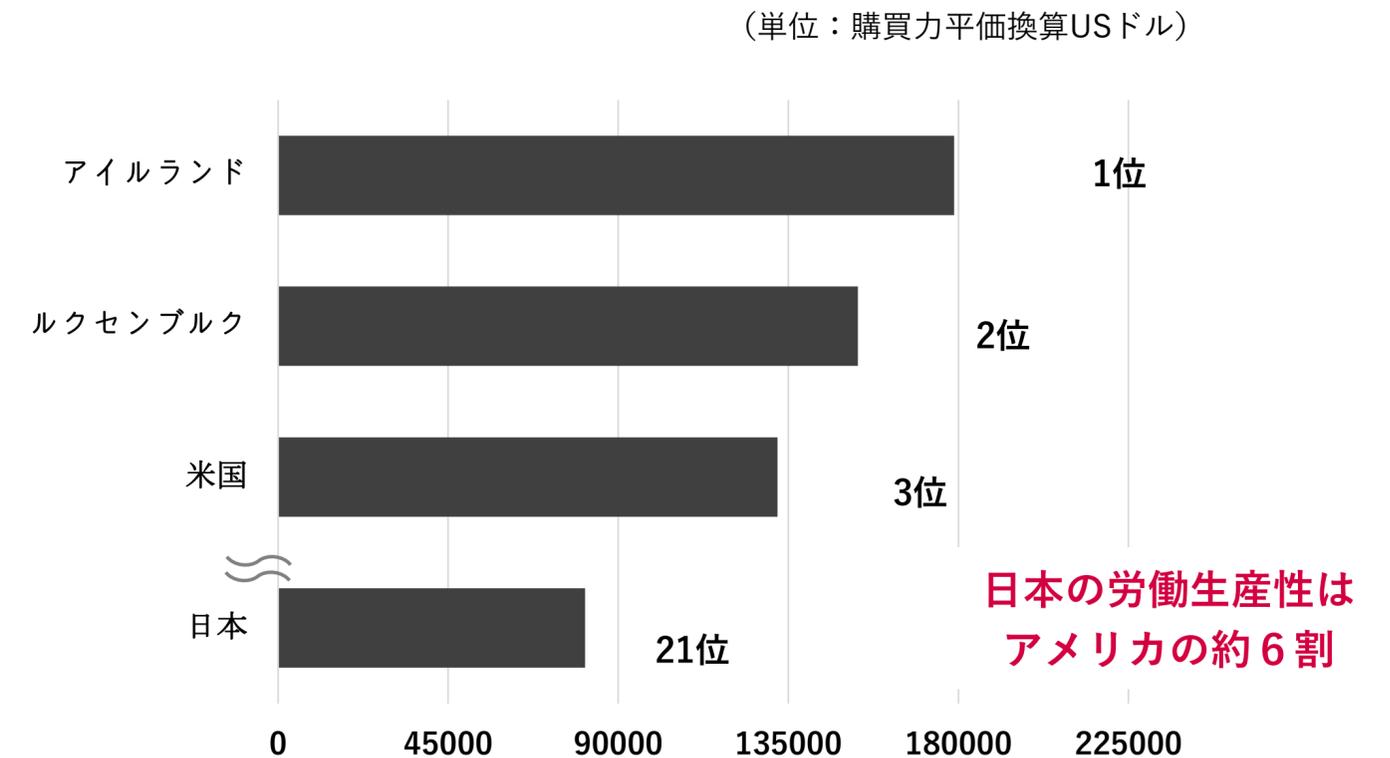
# 中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

国内におけるDX市場は2030年度に3兆425億円を予測  
2019年度対比で3.8倍に成長



出展：富士キメラ総研 デジタルトランスフォーメーションの国内市場

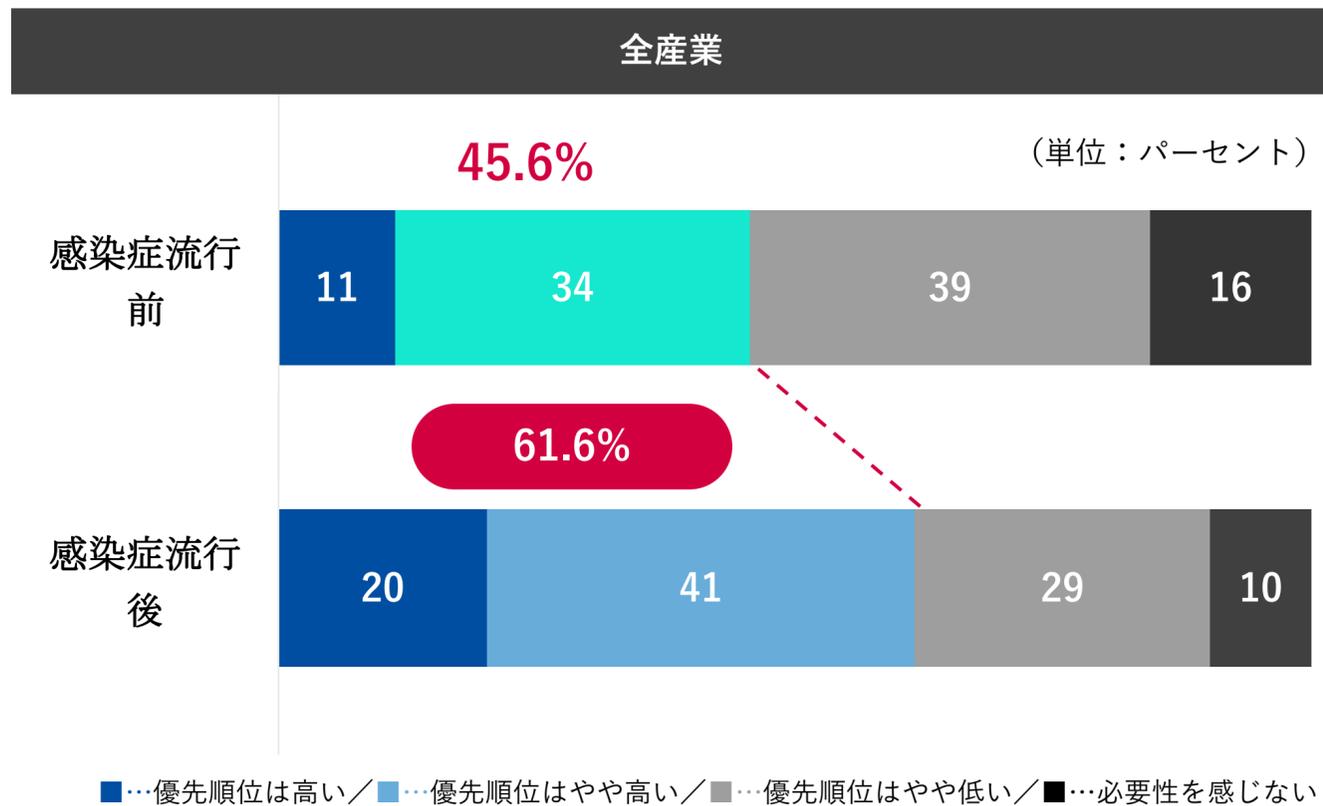
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり  
DX化による生産性向上がより急務に



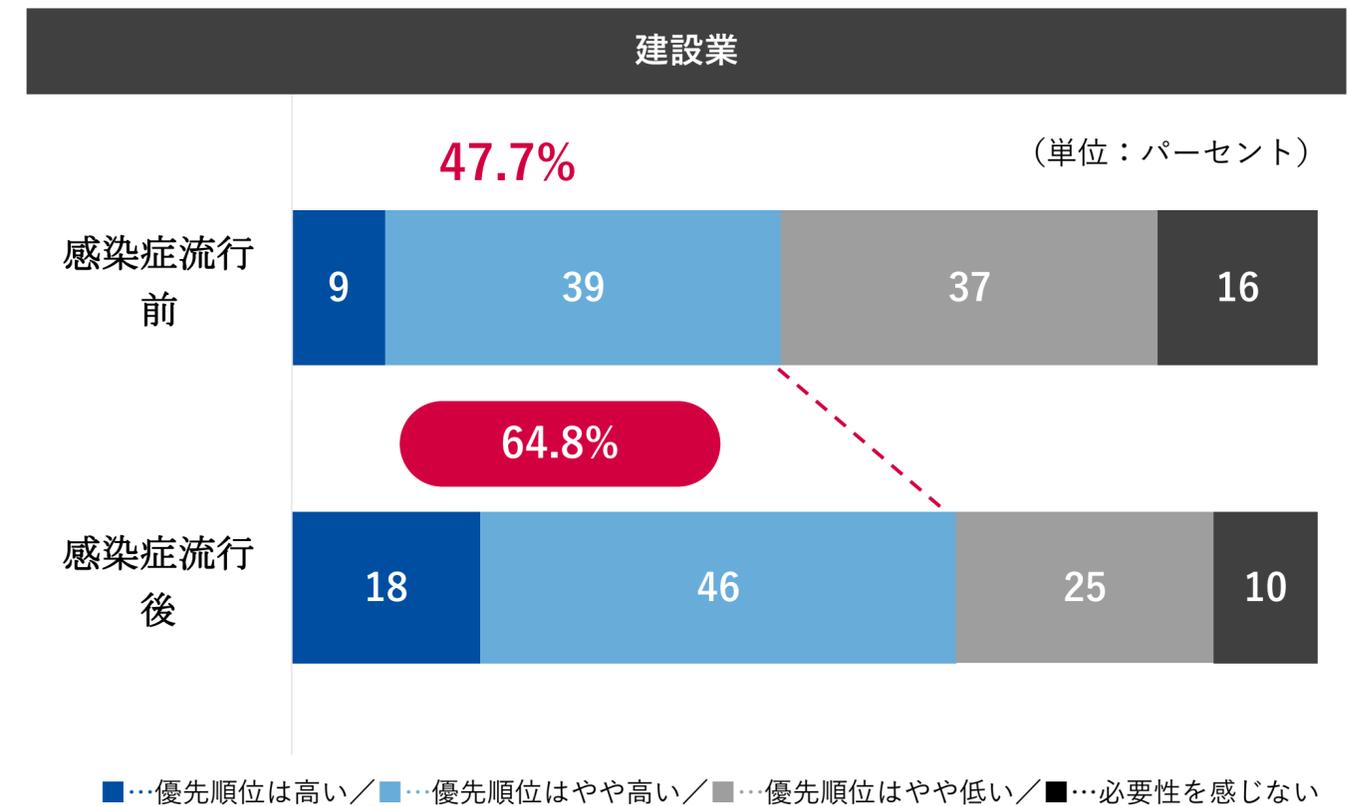
出展：経済産業省「中小企業白書」OECD加盟国の労働生産性  
※全体の労働生産性は、GDP÷就業者数として計算し、購買力平価（PPP）によりUSドル換算している

# デジタル化に対する優先度が向上

感染症流行前後でのデジタル化に対する優先度が全産業で大きく高まっている



その中でも建設業の変化は顕著でデジタル化への対応が急務になっている

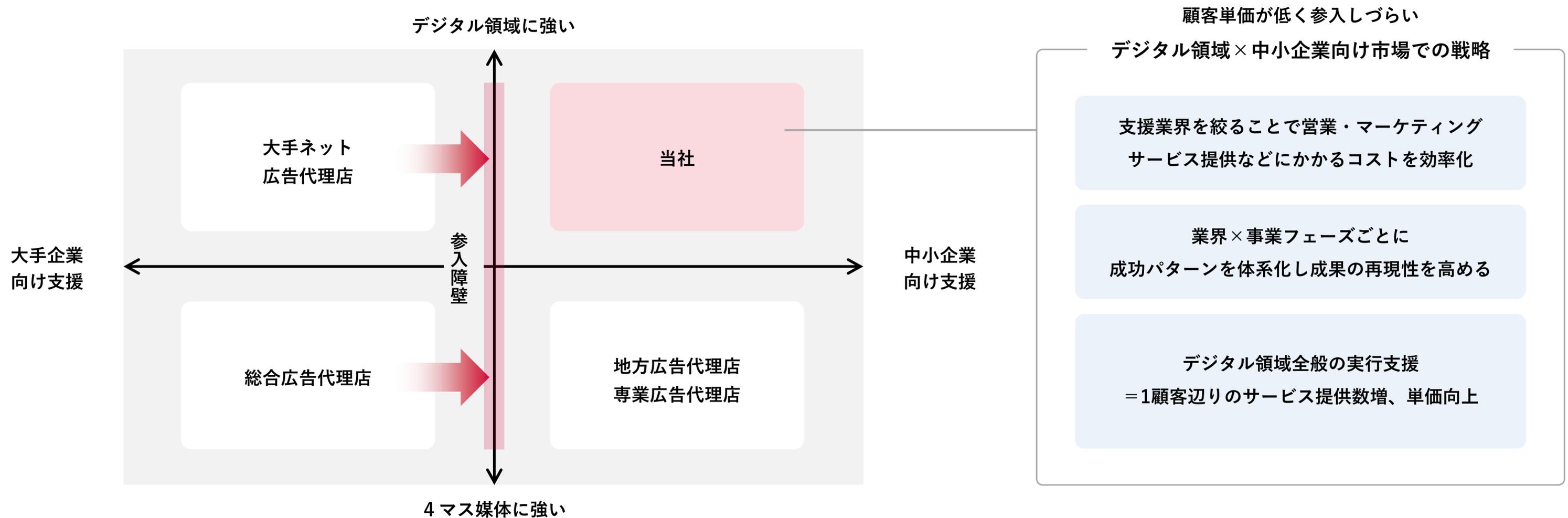


出典：中小企業庁（事業継続力と競争力を高めるデジタル化）  
デジタル化に対する優先度の変化（感染症流行前後）

# 競合環境

中小企業は日本の事業者数の約99%※を占めている中で  
総合広告代理店・大手ネット広告代理店は、1顧客当たりの単価が低く参入しづらい市場

※参考：中小企業白書2021年版



# 経営指標

# FY2022 Q2の損益計算書

上半期前期比較で105%増収を実現し、黒字転換。

(単位：千円)

	FY2021 2Q	FY2022 2Q	増減額
売上高	2,128,201	2,243,467	115,266
営業利益	-90,807	39,668	130,475
営業利益率	-4.27%	1.77%	
経常利益	-92,509	37,498	130,008
親会社株主に帰属する 当期純利益	-67,586	31,515	99,101

# FY2022 Q2の貸借対照表

豊富な現預金により、経営の安定性は高い状態を維持。

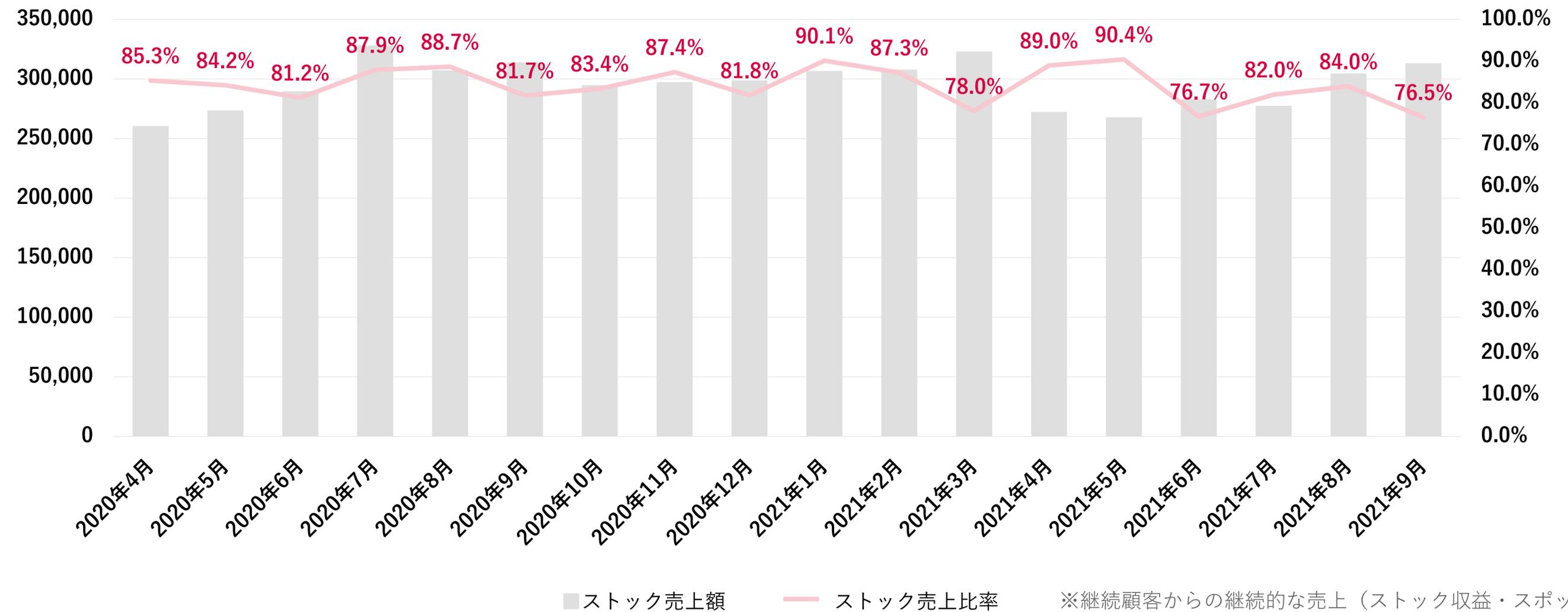
(単位：千円)

	FY2021 2Q	FY2022 2Q	増減額
流動資産	1,982,877	2,011,313	28,436
現金及び預金	1,476,354	1,438,145	-38,209
固定資産	285,115	224,910	-60,205
総資産	2,267,992	2,236,223	-31,769
流動負債	714,193	756,517	42,324
固定負債	528,095	394,782	-133,313
純資産	1,025,703	1,084,923	59,220

# ストック売上比率の推移

上半期前期比較で105%の増収を実現するも、  
ストック売上比率は高い水準をキープ。（上半期平均で83.1%）

（単位：千円）



※継続顧客からの継続的な売上（ストック収益・スポット収益）  
をストック売上と定義]

# 成長戦略

# 1.顧客獲得チャネルのオンライン化

実施済み・強化中

※MQL…マーケティング活動による獲得リード / SQL…営業見込みがあるリード

## マーケティング、営業、カスタマーサクセスの各領域をオンライン最適化

職種	 マーケティング	 セールス	 ディレクター／コンサルタント	 カスタマーサクセス
ノウハウ	業界特化型のメソッド発信	業界特化ノウハウを活かした課題解決		1社1社に合わせた経営サポート
オンライン接点	オンラインセミナー開催	オンラインでの企画・提案		オンラインでのカスタマーサクセス支援
優位性	ブランディングバンクのデータベースをもとに連携＋成果の再現性が高い施策を実行			
指標	MQL※数 見込み顧客獲得数	SQL※（商談）数 新規顧客獲得数		既存顧客数

# 1.顧客獲得チャネルのオンライン化

実施済み・強化中

※MQL…マーケティング活動による獲得リード

業界別に成功パターンを体系化しオンラインでの発信を強化

今後はマーケティング投資を強化することにより、MQL（見込み顧客獲得数）は昨年度比の2倍を目指す

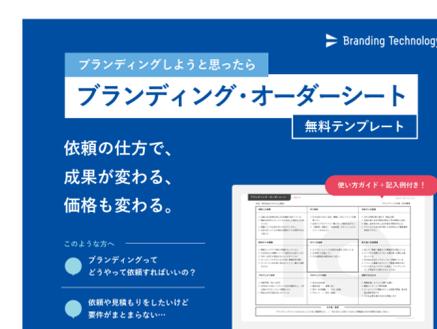
※マーケティング投資は2020年4月より専門組織を立ち上げて投資を開始

## 業界別ノウハウを活用した オンラインセミナー開催



MQL申込者数：404名  
(2021.4.1～2021.9.30)

## アフターコロナ時代の 業界別成功パターン体系化



MQLダウンロード数：621件  
(2021.4.1～2021.9.30)

# 2.ブランディングバンクの強化による顧客1社当たりのタスク数拡大

実施済み・強化中

## カスタマーサクセスと同時にタスク数拡大の再現性を高める

※記載タスクは一例となります

データに基づいてステップごとにやるべき施策を明確化することでタスク数拡大の再現性を高める。



# 3.提携パートナー（業界別）の強化

実施済み・強化中

業界別の提携パートナーとの取り組みを強化し、共同でのコンテンツ開発やセミナー開催を実施。  
業界内での認知を獲得し新規プロジェクトの獲得に繋げる。

## 建築・不動産業界パートナー

リビン・テクノロジーズ	ミカタストア
COMVEX	iYell（イエール）
新大陸	LIFULL



業界パートナーと当社のお客様を招き  
共催セミナーを開催し業界認知を向上



# 4.組織内部の強化（DX推進／フロント人材育成）

実施済み・強化中

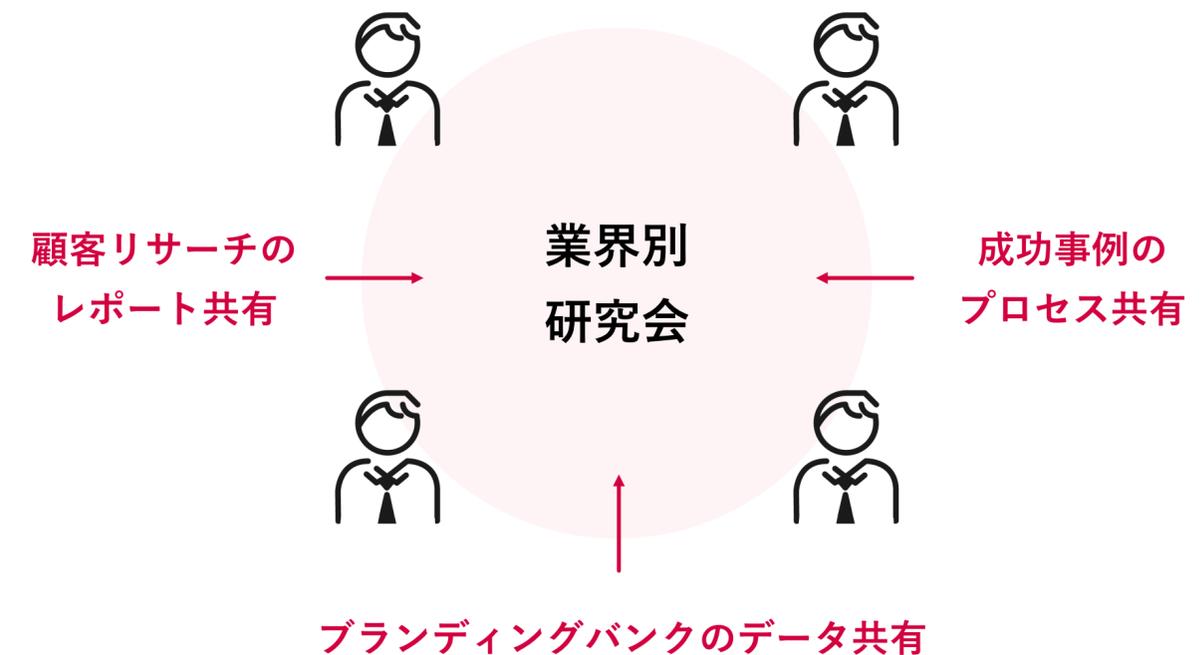
## DX推進

全社のDX基盤を構築した上で、事業部ごとにDX担当を立て細分化したDXニーズに対応していく。

- ✓ 部門別KPIのモニタリング、**データドリブン経営へシフト**するためのデータ基盤構築
- ✓ 各事業部門内にDX担当を擁立・教育
- ✓ 非デジタルな社内業務プロセスのデジタル化による働き方の多様化への対応
- ✓ **ブランディング／マーケティング支援活動における定性データの構造化**とデータ利活用の促進

## フロント人材育成

事業部ごとに業界別ノウハウの共有と「業界別研究会」を実施し体系化＋非属人化を行う。



# 5. 中小・中堅企業のデジタルシフトニーズに対応

2022年度より強化

効率化、省人化、経営データの可視化を目的とした守りのDXだけではなく、「攻め」のDX領域支援を強化

得意とする「集客手法のDX」に留まらず、ブランディングバンクのデータを活用することで、ビジネスモデル全体のDX化支援に取り組む。

## 攻めのDX領域

### 集客手法のDX

マーケ・営業・顧客接点のデジタル化

⇒ブランディングバンクを軸に  
業界毎にマーケティングDX推進

### 商材のDX

商材・サービスのデジタル化

⇒ブランディングバンクを軸に  
コンサルティング  
マーケティングDX推進

### 事業のDX

ビジネスモデルの変革

⇒ブランディングバンクを軸に  
コンサルティング

# リスク要因

下記は、事業成長を阻害する重要要素と考えており、各対応方針を検討。

リスク要因	内容	対応策
<b>検索エンジンの仕様変更</b>  発生可能性：中 発生時期：中長期 影響度：高	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Yahoo!、Google等の検索エンジンやSNSプラットフォームのアルゴリズム変更</li> <li>✓ 取引依存度が高い事業者の営業方針変更</li> </ul>	検索エンジンのアルゴリズムに関しては最新動向を収集をするとともに、特定取引先の依存度を下げる
<b>法的規制の変更</b>  発生可能性：高 発生時期：中期 影響度：中	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 企業におけるデータ取り扱いに関連する規制強化</li> <li>✓ インターネット関連分野における「景品表示法」「著作権法」「医療法」等の規制強化</li> </ul>	データ分析や広告表現に関する法的知識を備えた専門人材育成
<b>災害や障害の発生</b>  発生可能性：中 発生時期：中期 影響度：中	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ システム障害、自然災害、テロ等によりコンピューターシステムの停止</li> <li>✓ 中小企業様の経営に悪影響を与える経済活動規制が発生</li> </ul>	災害やシステムリスクに関するマニュアル整備

※その他の事項については、有価証券報告書を参照下さい。

# 成長のための投資方針

成長戦略に紐付き、下記3つの領域を主要な投資領域とする

## 投資方針

### 人材投資

フロント人材の育成・採用

業界特化ノウハウ  
ブランディング・マーケティング戦略  
の立案ができる人材を増加

### DX投資

ブランディングバンクの開発

ブランディングバンクの  
データベース強化により  
サービス品質の向上

### マーケティング投資

コンテンツ開発と広告・PR発信

開発したノウハウを中小企業様に  
届けるための発信強化  
MQL・SQL（お問い合わせ数）を増加

# ESG方針

Sustainability

# ESG経営の方針

## 社会性を第一に考え関わるすべての ステークホルダーの皆様と成長していきます

当社グループではつねに社会性を第一に考え、関わるすべてのステークホルダーの皆様と成長していきます。共存共栄の経営理念に則り、ESG及びSDGsに配慮しながら、経営を行なって参ります。

- ✓ 中小・地方企業様への支援を通じて、地域社会及び地方創生に貢献していきます
- ✓ グループ経営において、グループ各社、各スタッフのブランドを研鑽できる環境創り、副業人材の活用等を含むダイバーシティを推進していきます
- ✓ ESGへの積極的な配慮と適切な情報開示を進めていきます
- ✓ SDGsへの取り組みを通じて、社会問題の解決に努めます



# SDGsの取り組み

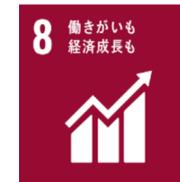
当社グループの事業活動を通じ、各目標の達成に貢献できているSDGsの取り組みをご紹介します。



民間で沖縄の緊急医療支援を行う「ゆいマスクプロジェクト」に参加



集客ノウハウやブランディングにおける学習コンテンツを提供



スタッフ一人ひとりの「ブランド」を尊重し公私両面の充実を両立した働き方を推進



業界別の集客ノウハウを開発しコンテンツやサービスとして提供



コロナによる差別を無くすための啓蒙活動に参加し支援を行う



沖縄銀行と連携し「NPOももやま子ども食堂」の持続的活動を支援



地域の異業種連携によるフードロス軽減の取り組みに参加



豊かな海を次世代に引き継ぐための「有性生殖・サンゴ再生支援協議会」に参画



地方創生SDGs官民連携プラットフォームへの参画と新経済連盟への加入

# 免責事項

## 将来見通し等に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

今後、本資料のアップデートは、当社グループ本決算(3月期)の発表時期を目途として開示を行う予定です(5月中旬から6月末まで)。これよりも早い時期に再策定及び開示を行った場合は、本資料の内容に大きく影響を与えるため、その時点で本資料もアップデートの上、開示する可能性があります。

Brand Planning  
CI / Product / Service  
Inner Branding  
Outer Branding  
Communication Design  
Contents Creative



# Branding Technology

Digital Marketing  
Ad Technology  
AI / IoT / RPA  
HR Tech  
Marketing Automation