

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。

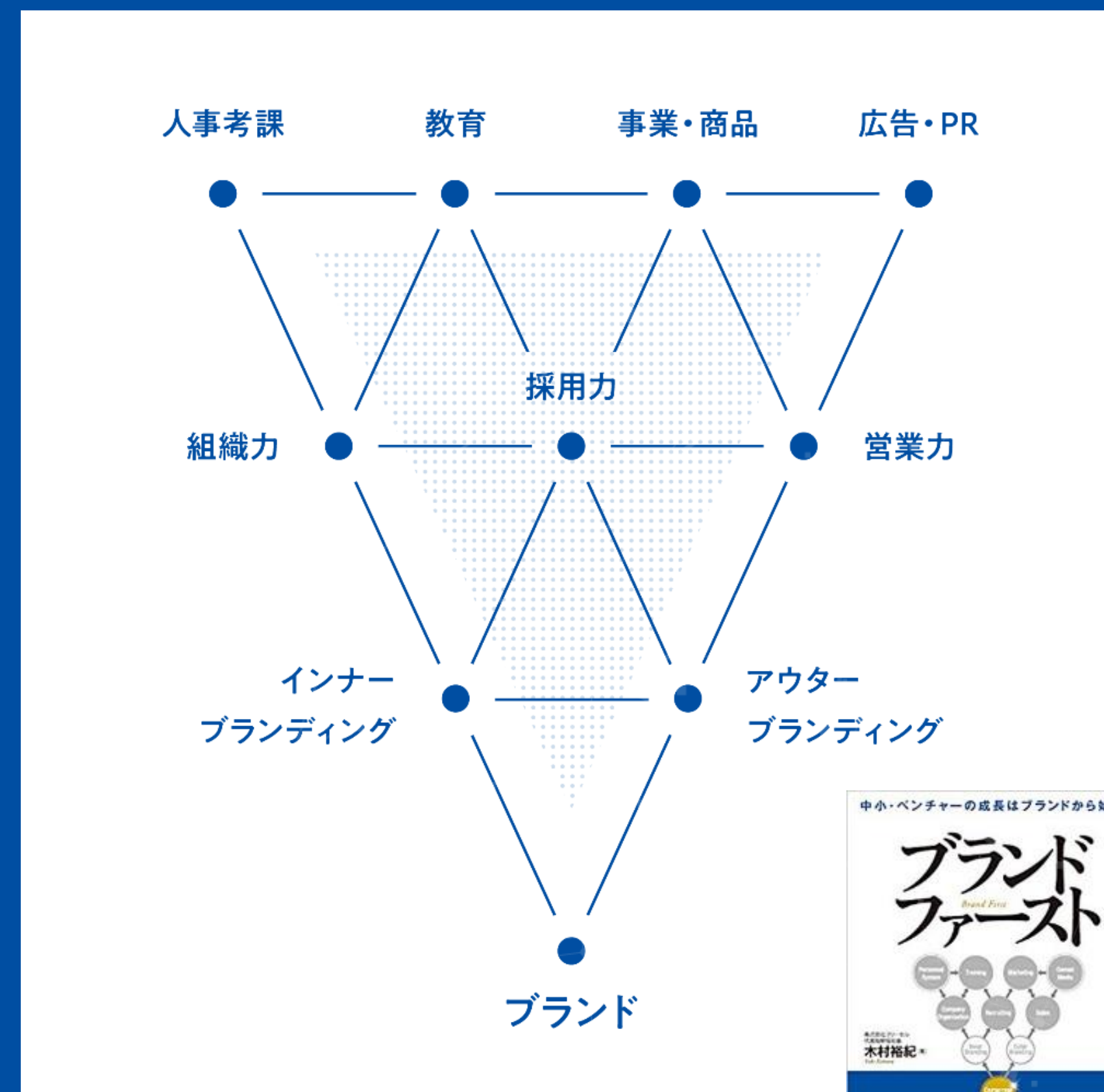


ビジョンと中核コンセプト

ブランドファースト

ブランド（らしさ）を大切に、
ミッション、ビジョン、バリューをもち活躍できる
企業、個人を増やし、彩り溢れる社会を創造することで
社会に貢献する。

大手総合広告代理店がカバーしていない、
中小・地方企業様の市場に対して、
ブランドファーストの考え方を広め実行支援をする。



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2,900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

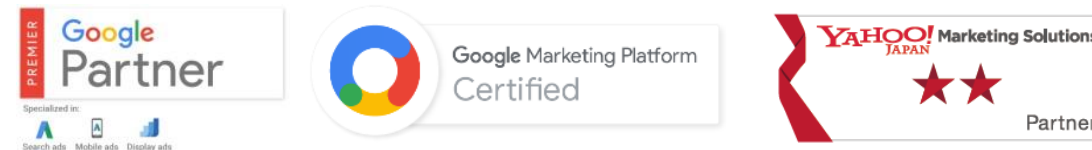
実績

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

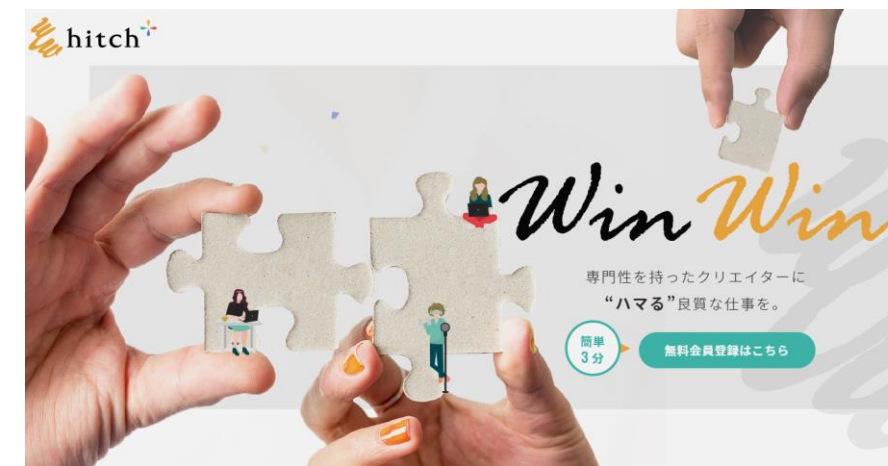
事業内容

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



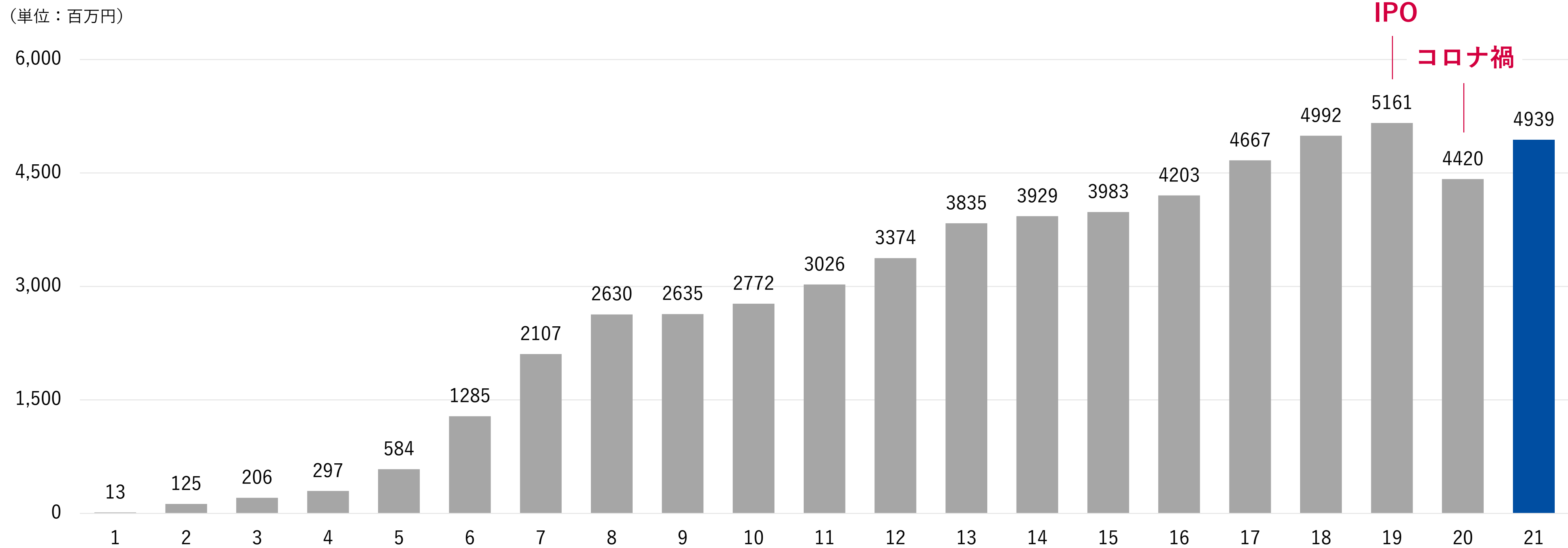
地域・自治体・企業三位一体の施策を実現

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

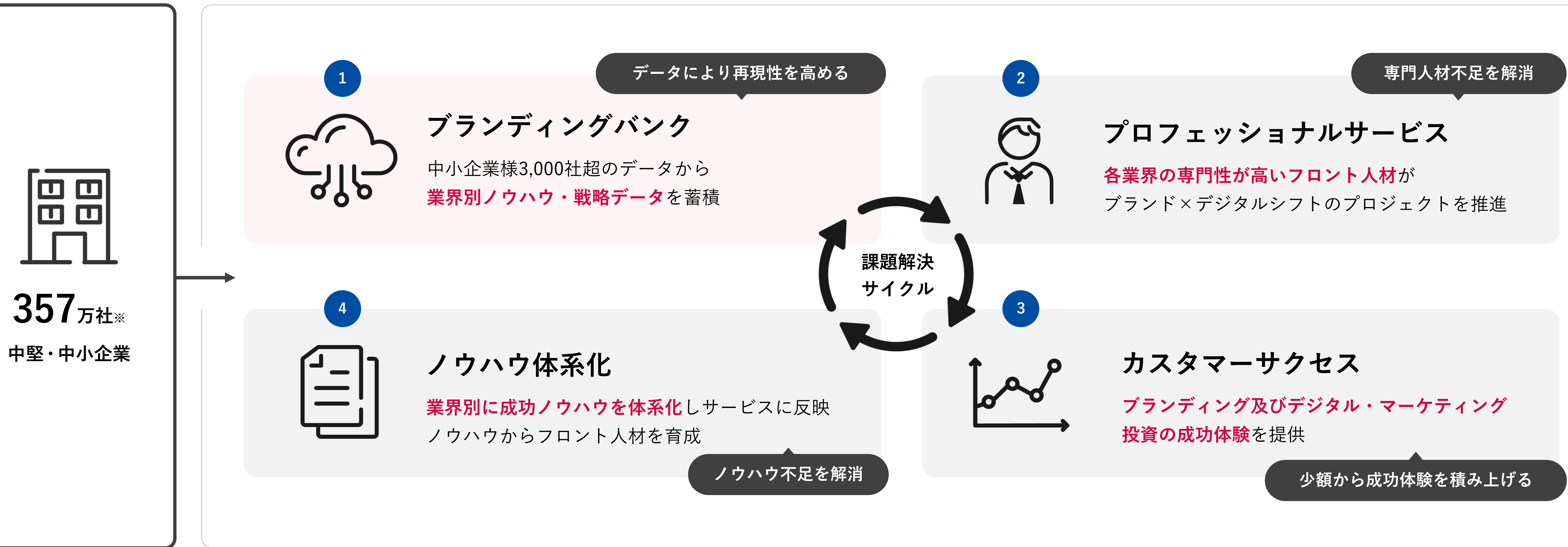
業績・成長ストーリー

19期連続増収し、上場するも、2021年3月期はコロナ禍により創業来初の減収・赤字決算を経験。
ニューノーマルでの成長戦略が整い、2022年3月期は収益を順調に回復。



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

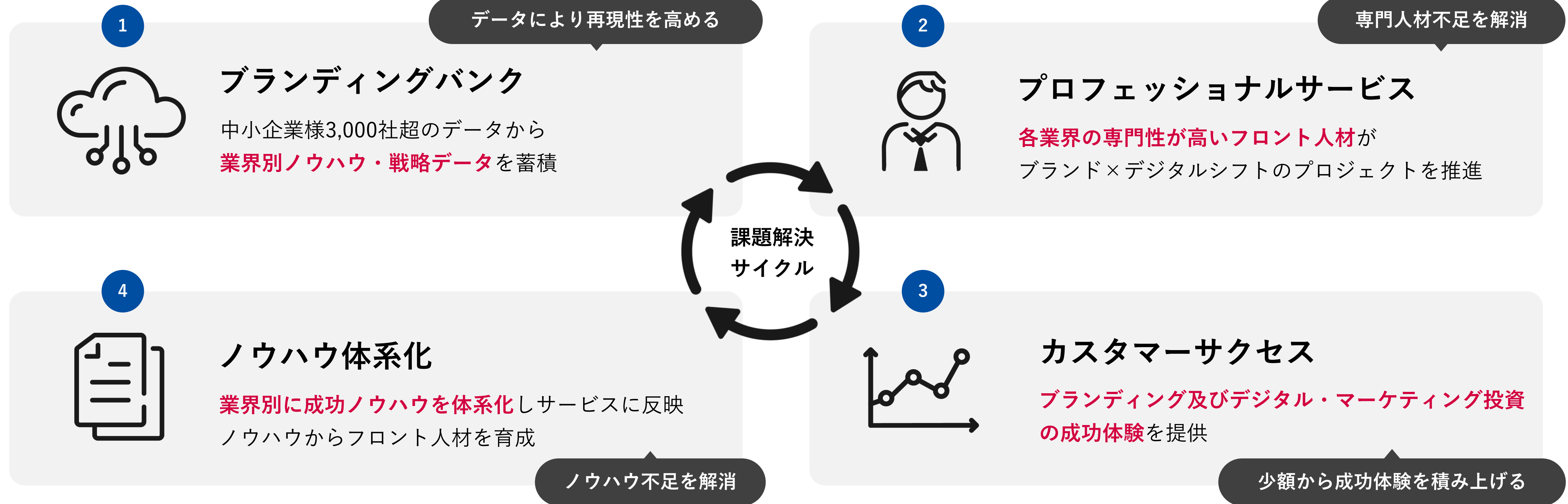
DX推進やデジタルマーケティングの一般論はわかるが自分たちの規模や業界に適した取り組みがわからない

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

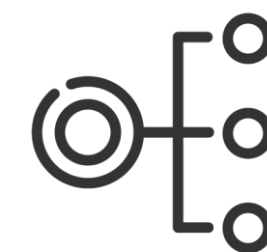


ブランディングバンクについて

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

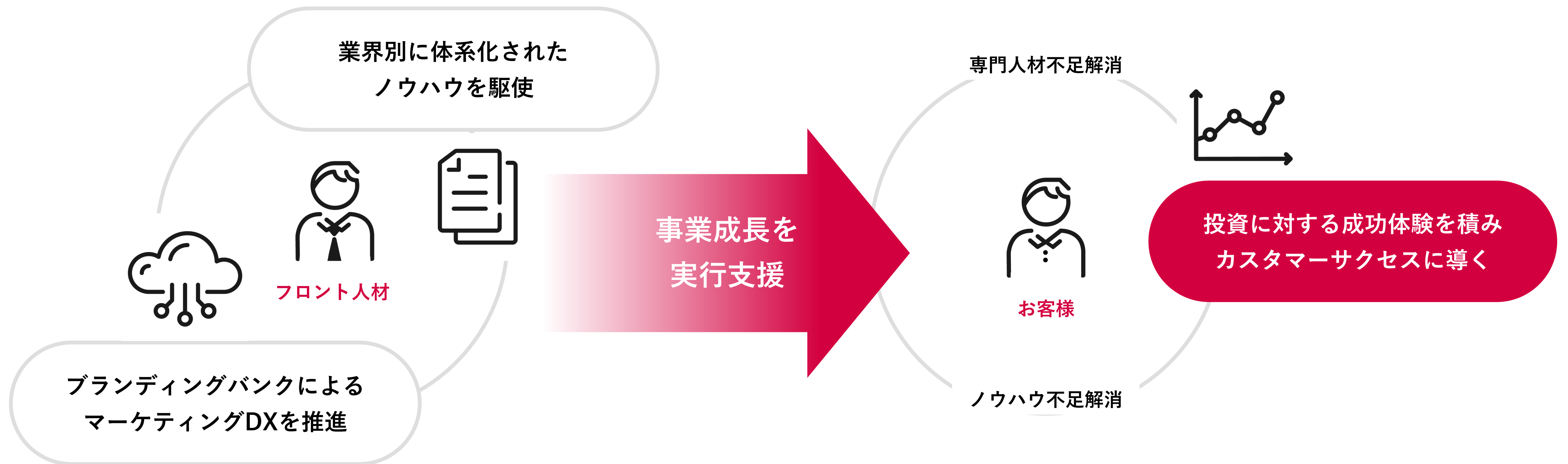


戦略を基にフロント人材が各社の
デジタルシフト戦略を提言し実行

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／アドバイザー
- ✓ マーケティング戦略立案／アドバイザー
- ✓ 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

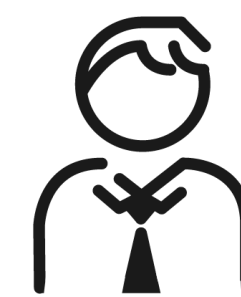
クリエイティブ制作

- ✓ 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

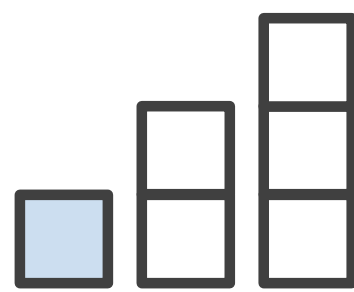
ブランディングバンク×フロント人材で事業成長に伴走する

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

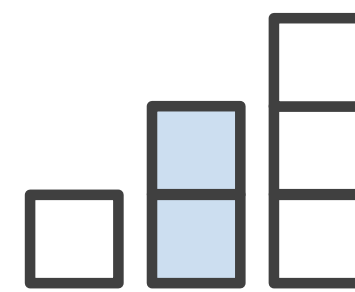


業界別ノウハウを活用し 成功体験を積むための投資

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

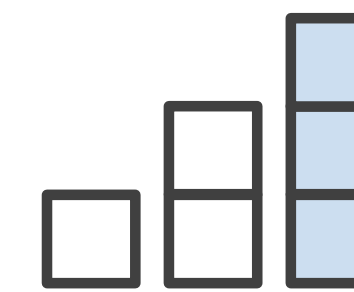


デジタルシフトを強化し 事業拡大のための投資

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

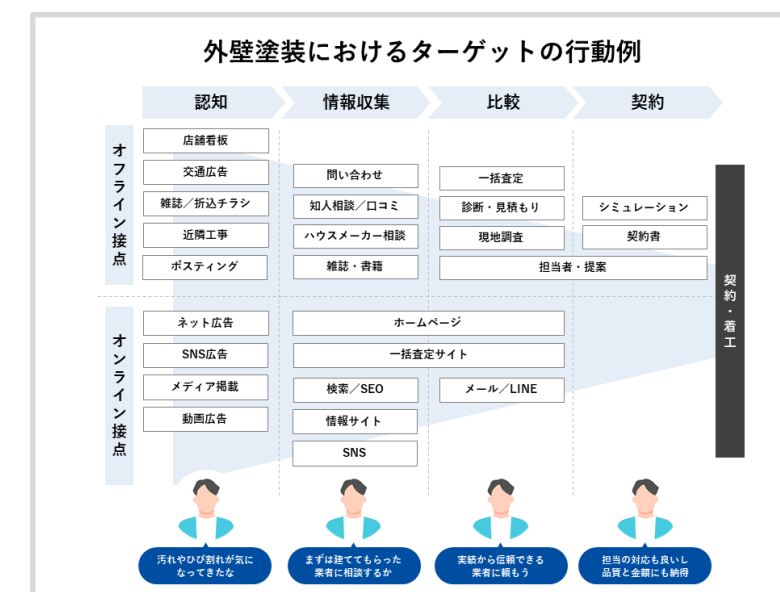
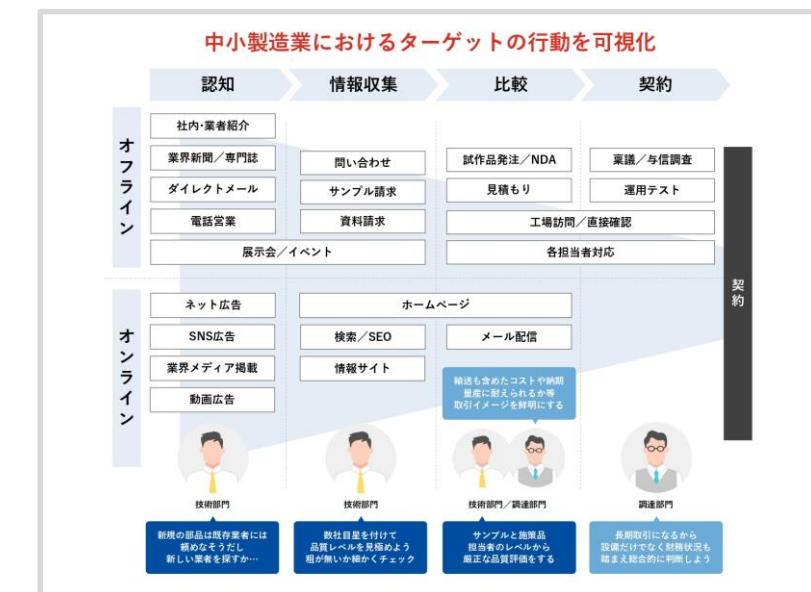
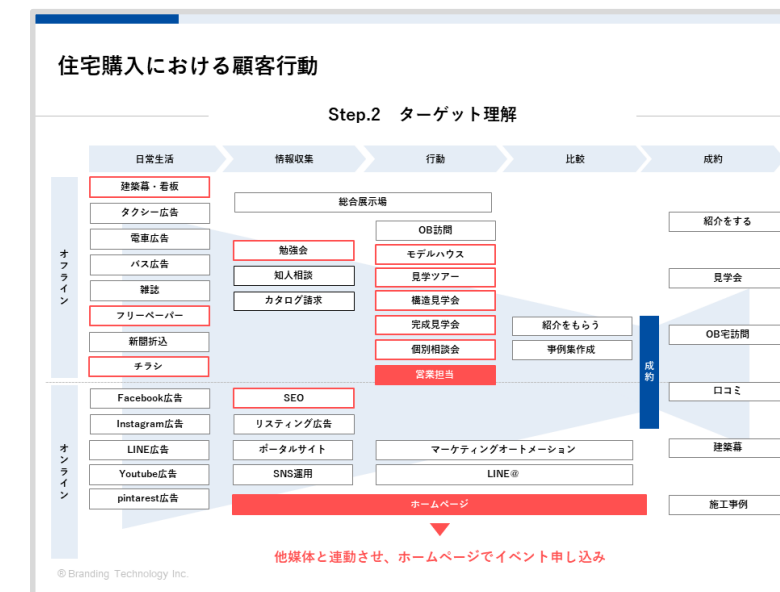


製造業 新規取引先企業が7社増え累計で3,000万円強の売上をWebサイトから達成！中小製造業様の集客成功事例



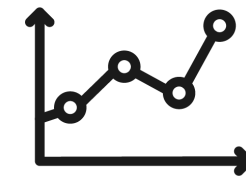
不動産 「査定サイト×自社サイト×追客の仕組み」で売却を安定的に獲得！超激戦区・大阪市エリアで成果が出せる理由とは

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



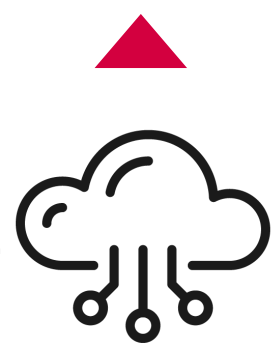
カスタマーサクセス

“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

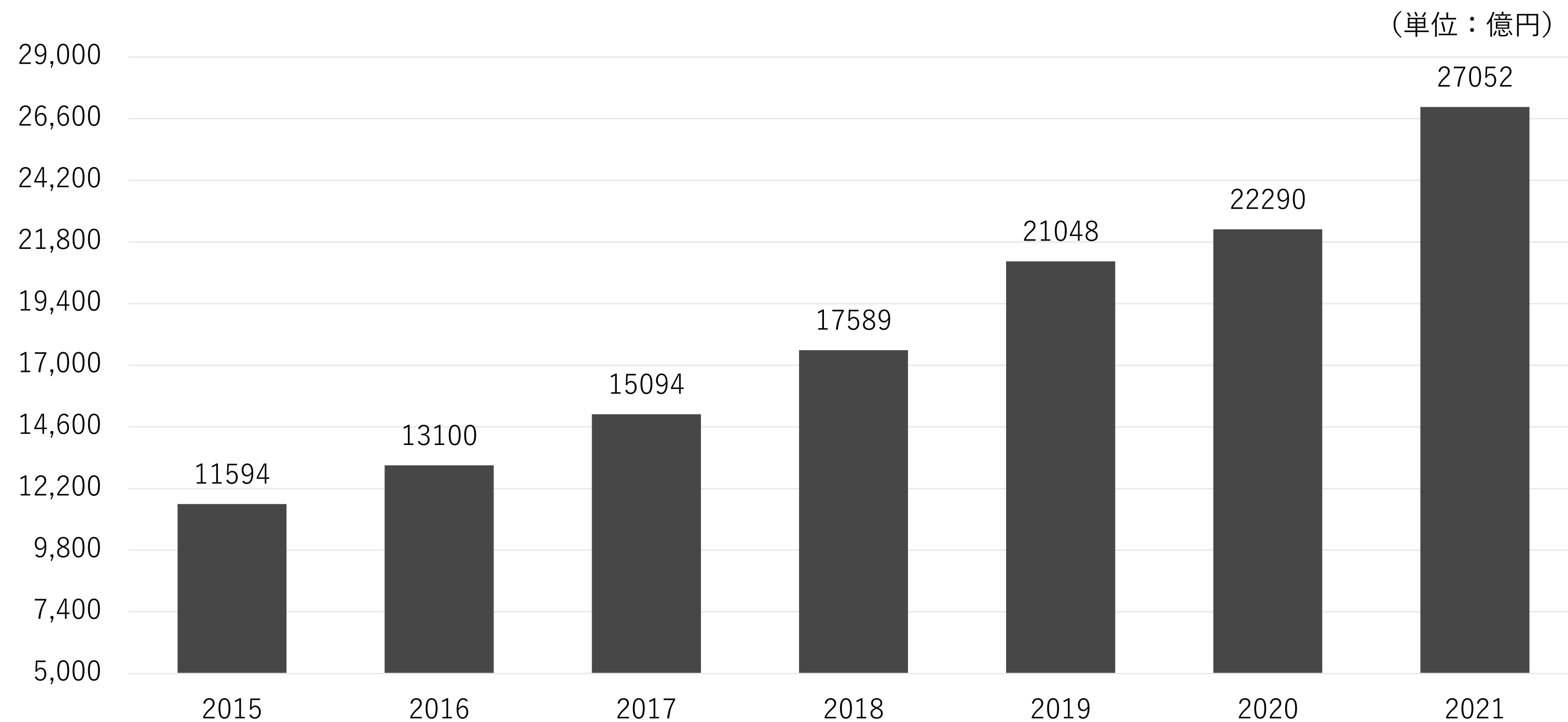
セグメント	ニーズ（例）	関わり方	高効率化⇒LTV向上
 <p>中小企業様 マーケティング予算 1万～50万円/月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 業界特徴×事業規模にあったデジタル・マーケティングの打ち手を知りたい ✓ 予算をあまり割けないので少額の投資からマーケティングを強化したい ✓ デジタルやマーケティングの専任担当や組織がないため動けていない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <u>ブランディングバンク</u>により業界・事業規模ごとの成功パターンを提供する ✓ パッケージ化することでサービス品質を安定化させる ✓ オンラインで完結させ効率的にプロジェクトを行う 	<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>中堅企業様 マーケティング予算 50万～1,000万円/月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 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 ✓ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <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 ✓ 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 	<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

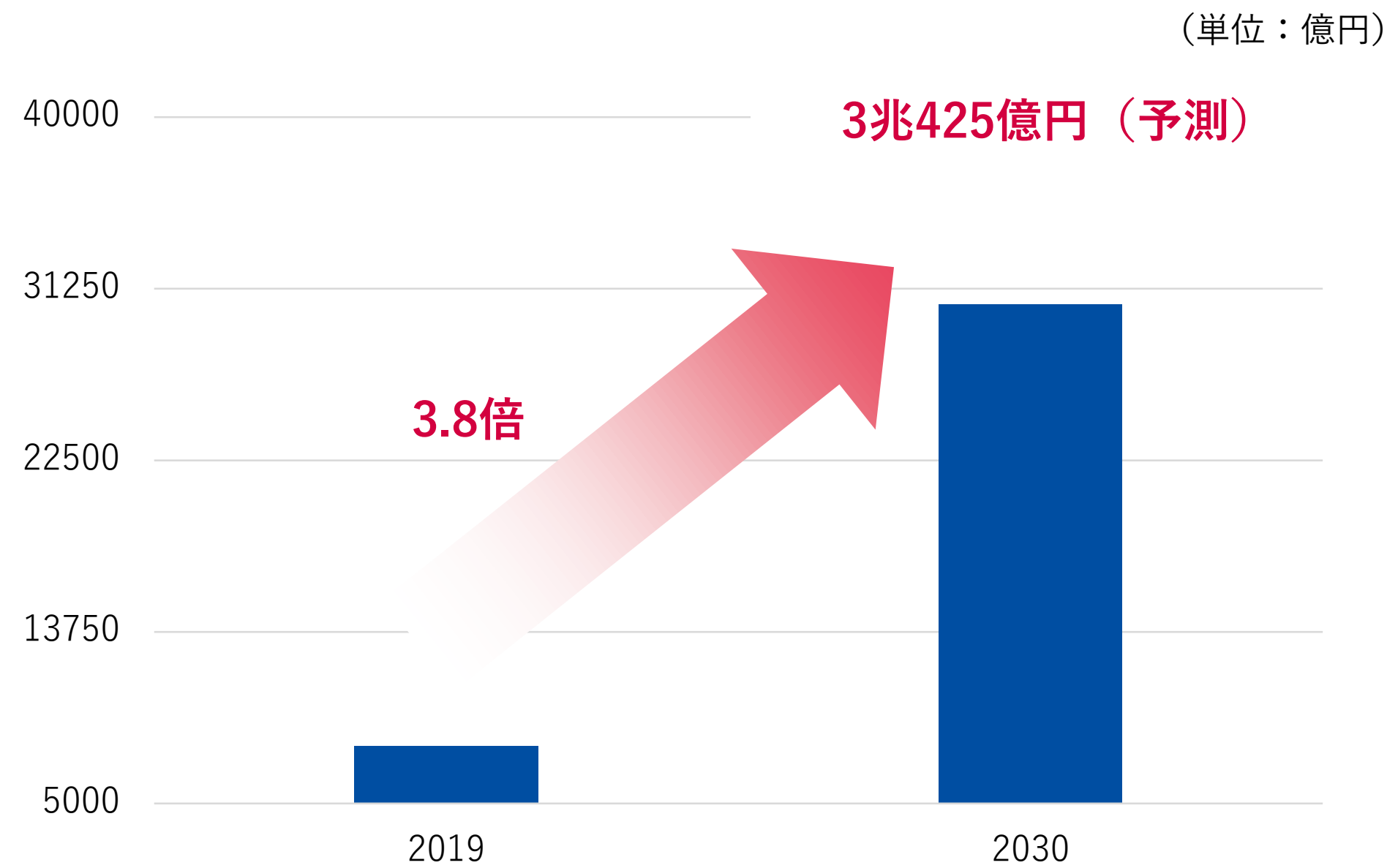
インターネット広告費は継続して高い成長率を保ち、2兆7,052億円（前年比121.4%）に達した。



出展：電通「日本の広告費」

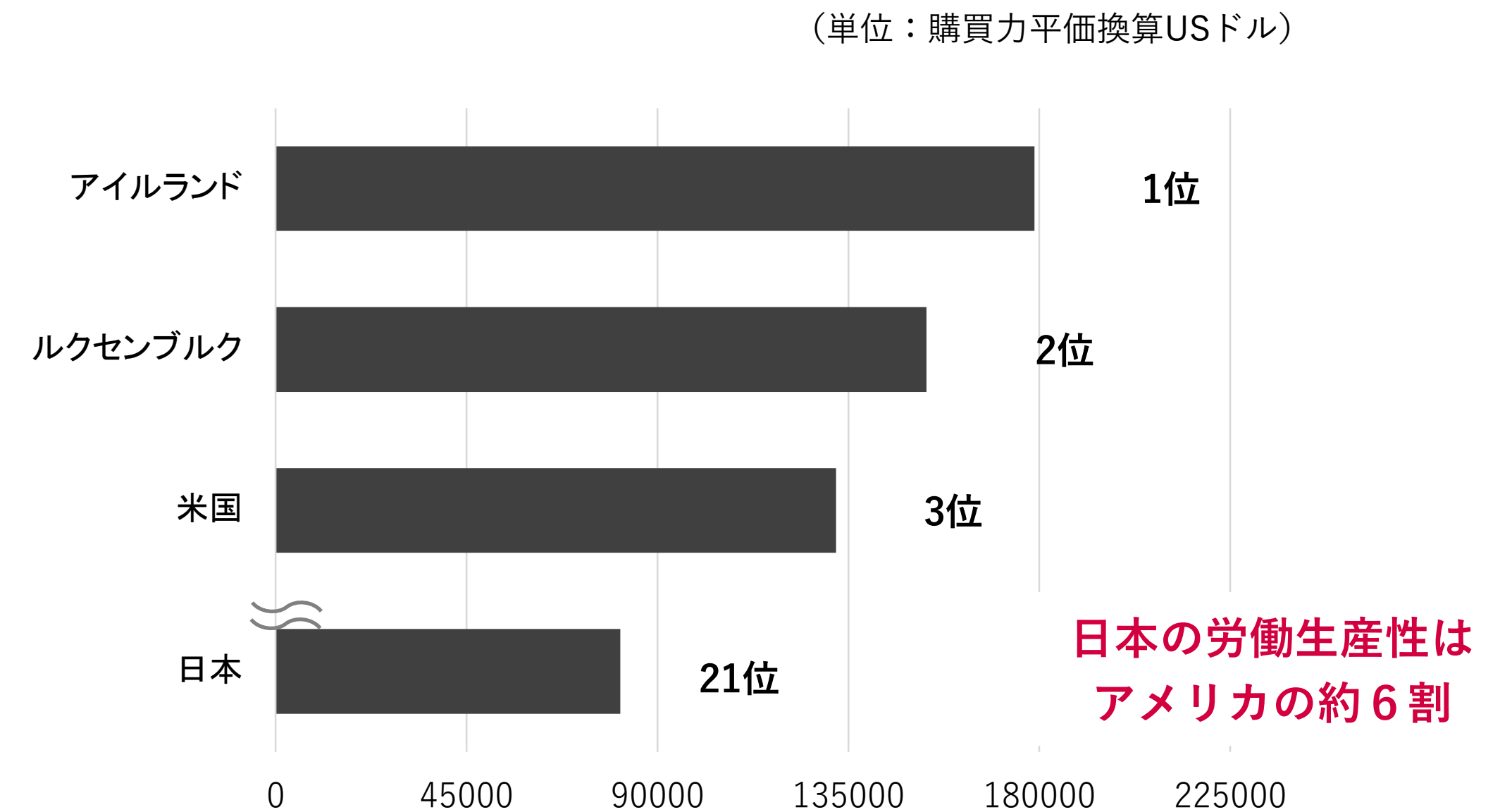
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

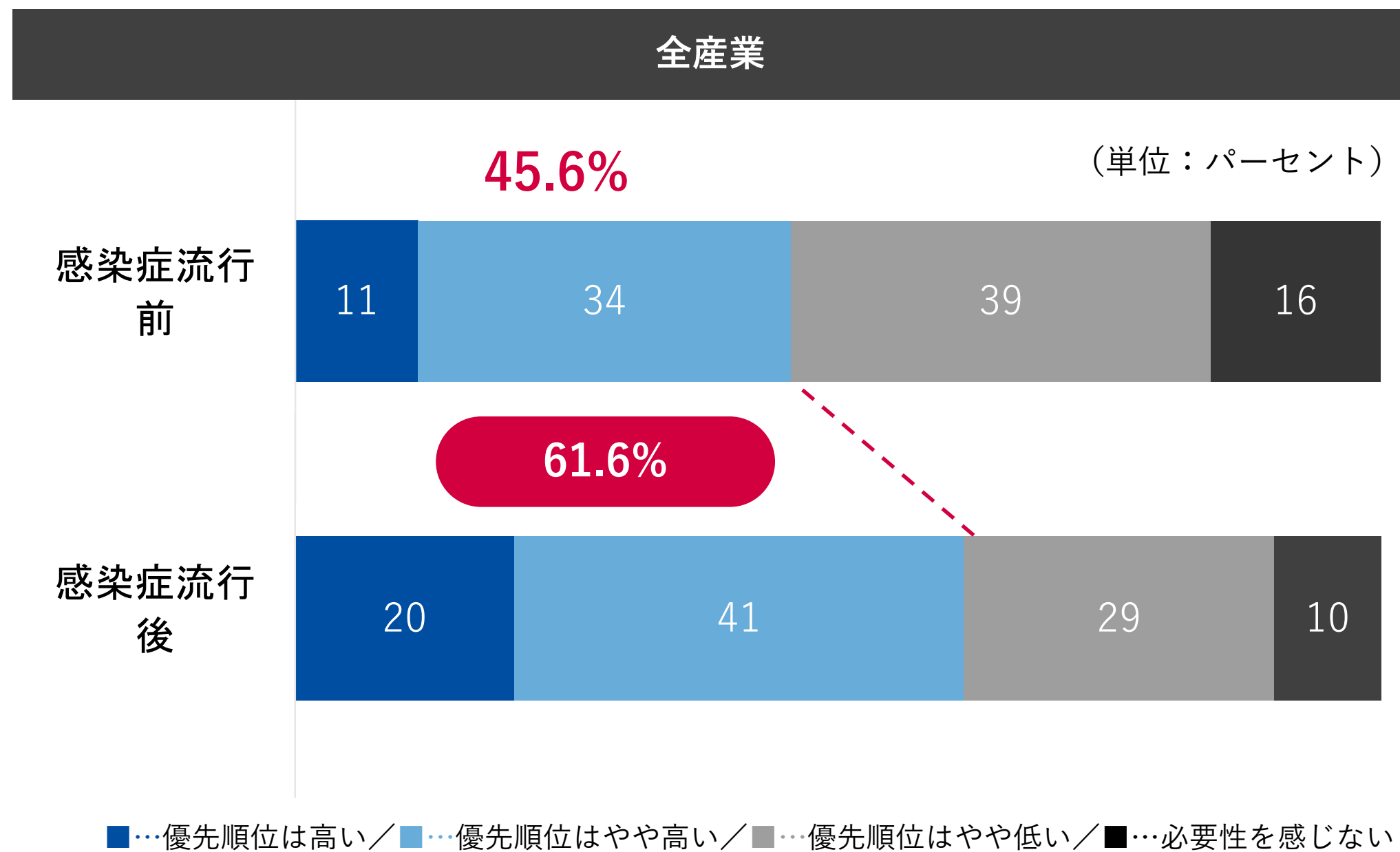
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



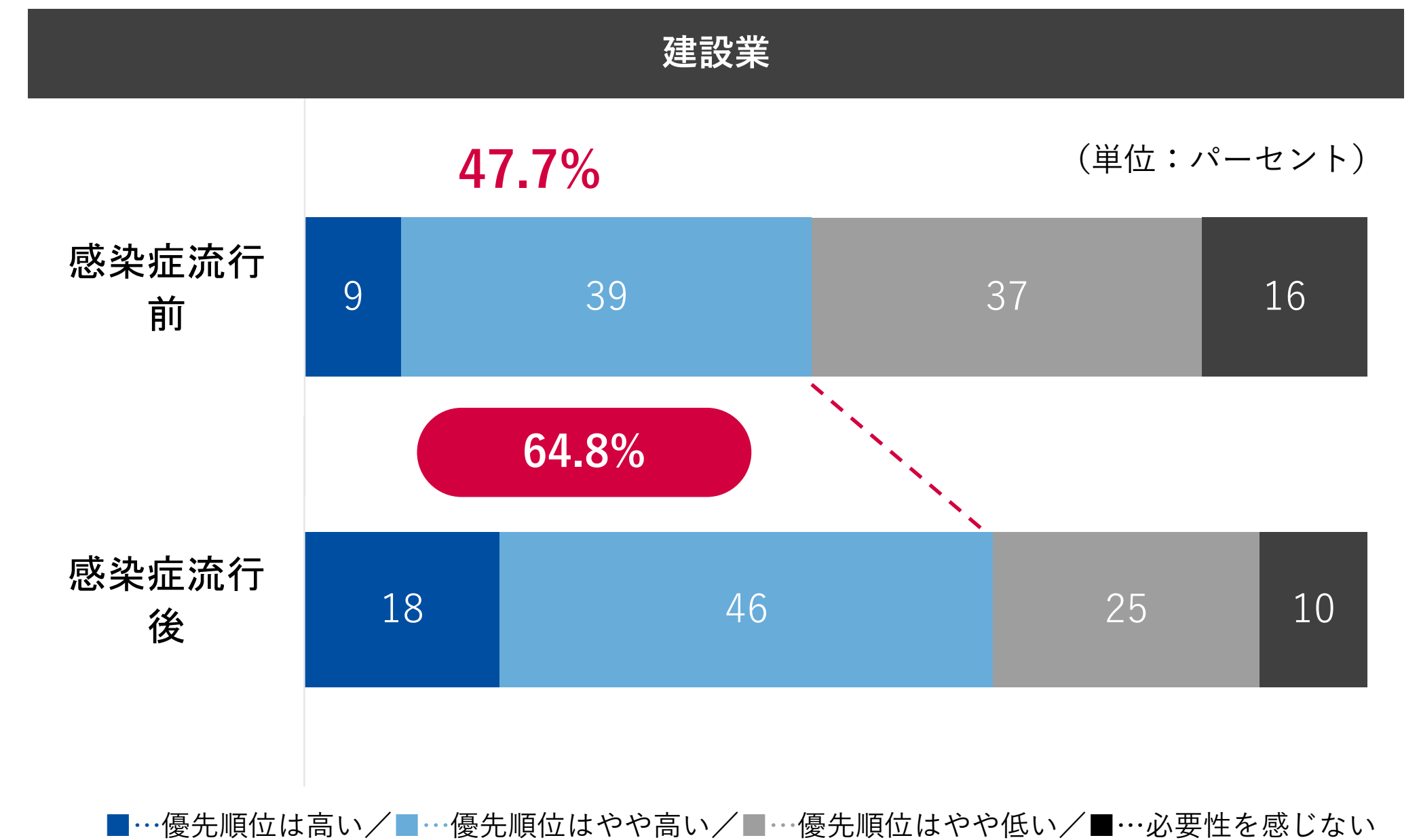
出展：経済産業省「中小企業白書」OECD加盟国の労働生産性
※全体の労働生産性は、GDP÷就業者数として計算し、購買力平価 (PPP) によりUSドル換算している

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

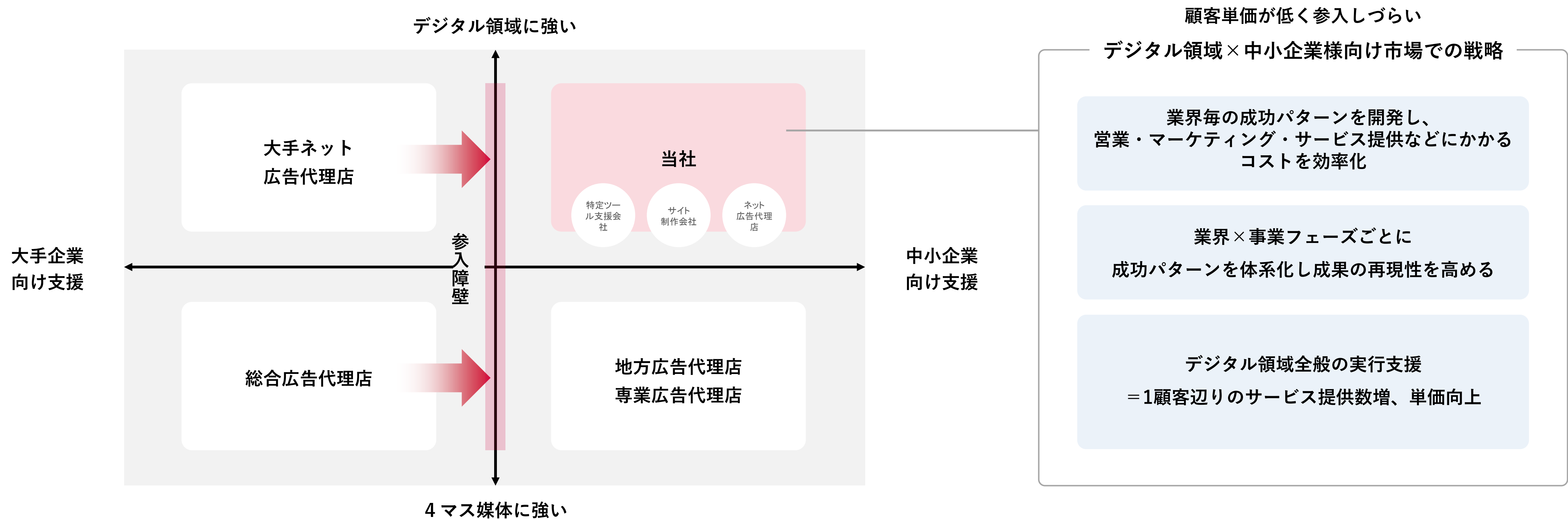


出典：中小企業庁（事業継続力と競争力を高めるデジタル化）
デジタル化に対する優先度の変化（感染症流行前後）

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



競合比較時の弊社の優位性

ブランド・マーケティング戦略を構築した上で、デジタル領域の運用支援まで一気通貫で支援できることが特徴
 中小企業様のブランド×デジタルに特化することで、総合的に対応し、顧客との長期的な取引を実現！

○…得意 △…得意ではない

	Web広告代理店	経営コンサル会社	Web制作会社	ブランディングテクノロジー
ブランド構築	△	○	△	○
マーケティング戦略立案	△	○	△	○
クリエイティブ制作	△	△	○	○
デジタル広告運用	○	△	△	○
データ分析	○	△	△	○

経営指標

2022年3月期の損益計算書

創業以来の減収・赤字決算を経験した2021年3月期から回復。

(単位：千円)

	2021年3月期	2022年3月期	2022年3月期 (予算)	増減
売上高	4,420,196	4,939,399	5,000,000	519,203
営業利益	-114,481	111,275	50,000	225,756
営業利益率	-2.59%	2.25%	1.00%	-
経常利益	-116,176	109,339	46,000	225,515
親会社株主に帰属する 当期純利益	-42,104	81,919	34,000	124,023

売上高は、企業の広告宣伝費の投資傾向がデジタル施策に流れる動きが加速していること等を背景に順調に推移しており、概ね予想とおりに着地。

利益は、セールスマックスの変動により売上総利益率が改善したこと、リモートワークやオンライン商談等を基本とした働き方へシフトしたこと等により人員配置の適正化、生産性の向上、コスト削減が実現した結果、前回発表予想を上回る結果で着地。

2022年3月期の貸借対照表

ニューノーマルに適応した経営体制の確立により収益性が向上した結果、財務健全性も向上。

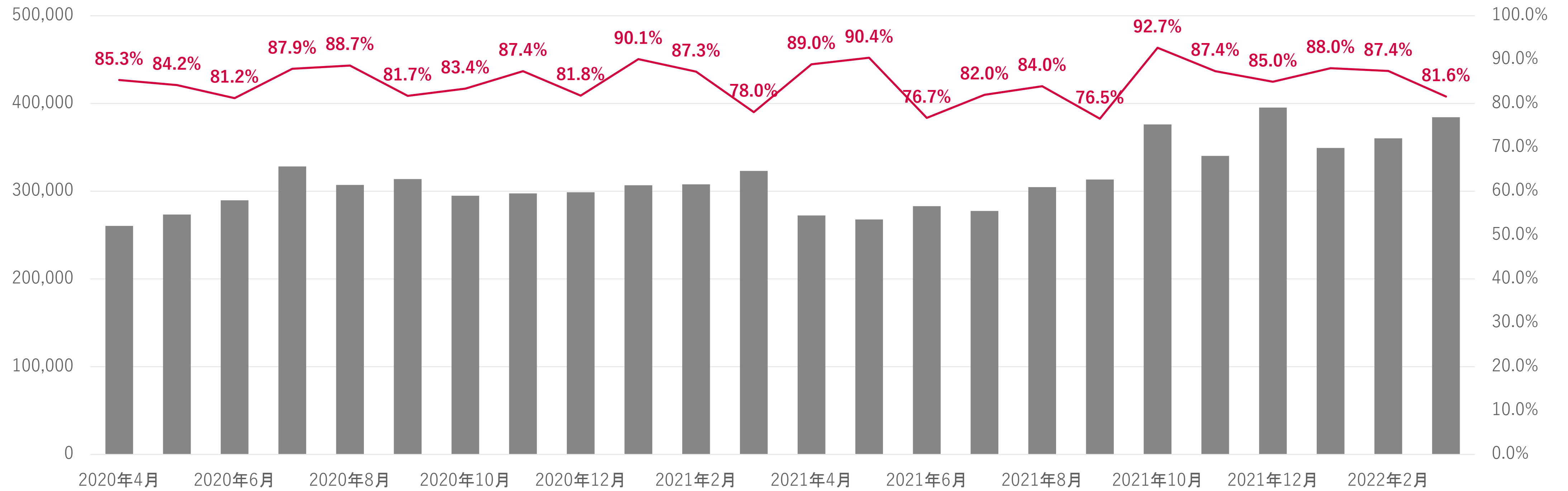
(単位：千円)

	2021年3月期	2022年3月期	増減
流動資産	2,096,403	2,179,557	83,154
現金及び預金	1,529,072	1,537,838	8,766
固定資産	227,551	215,360	-12,191
総資産	2,323,954	2,394,918	70,964
流動負債	809,700	928,601	118,901
固定負債	461,438	324,857	-136,581
純資産	1,052,815	1,141,459	88,644

ストック売上比率の推移

ストック売上比率は高い水準をキープ。（2022年3月期の通期平均で85.1%）

（単位：千円）



■ ストック売上額

— ストック売上比率

※継続顧客からの継続的な売上をストック売上と定義

2023年3月期の業績予想

2023年3月期は、売上高は5,250百万円（当期比6.3%増）、営業利益は158百万円（当期比42.3%増）
経常利益は154百万円（当期比41.2%増）、当期純利益は104百万円（当期比26.8%増）を計画。

（単位：百万円）

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
FY2022（実績）	4,939	111	109	81
FY2023（予想）	5,250	158	154	104
増減率	106.3%	142.3%	141.2%	126.8%

予算は、事業セグメント別に2022年度3月期の顧客数、顧客単価の傾向値を踏まえて算出しております。

売上高は、中小企業様のデジタルシフトニーズが高まりを背景に、新規顧客の獲得効率が高まっていることを踏まえて106.3%の増を計画。

営業利益は、セールスマックスの改善、人員配置の最適化を進め142.3%の増を計画。

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	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

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
特に共催ウェビナー開催は注力し、新規顧客の獲得に貢献

※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

中小不動産会社様向け
2021.11.11 16:00 Start @Online
不動産仲介の成約を
最少人数で最大化させるための
マーケ&DXセミナー
Marketing & DX Seminar
iYell Branding Technology
イメール 井筒 将文 | ブランディングテクノロジー 原口 拓郎

不動産売却依頼を増やすための
Webサイト構築ノウハウ
無料オンラインセミナー
成約率70% | 利益120%増 | 査定依頼数5倍

予約数2倍の事例から学ぶ！
成功医院の共通点とは
歯科医院
ブランディング
セミナー
Dental Clinic Branding Seminar

年間100棟以上のビルダー様向け
新規顧客を増やすための
動画広告活用ポイント
イベント申込
来場予約数
UP!
2021.10.28 Thu 16:00 - 17:00
Branding Technology | YAHOO! JAPAN

MQL申込者数
2021.4.1～2021.9.30：404名
2021.10.1～2022.3.31：454名

アフターコロナ時代の 業界別成功パターン体系化

GOOD例 & BAD例つき
注文住宅イベント集客のための
ホームページ改善17の施策集
施主900人アンケートをもとにした
中小工務店向け集客改善ポイント
Branding Technology

中小工務店向け
個別相談会を倍増させるための
動画・ホームページの活用方法
成功事例と施主アンケート
からのエビデンスを基に
成功法をご紹介します！
Branding Technology

ブランディングしようと思ったら
ブランディング・オーダーシート
無料テンプレート
依頼の仕方、
成果が変わる、
価格も変わる。
このように
●ブランディングって
どうやって依頼すればいいの？
●依頼や見積もりをしたいけど
要件がまとまらない...

外壁塗装特化！
新規顧客獲得チャレンジ
テンプレート
パワーポイントデータ無料配布！編集可能ですぐに使える！
顧客リサーチを基にテンプレート化！
ウチも
そろそろかな
一歩踏み
してみるか

MQLダウンロード数
2021.4.1～2021.9.30：621件
2021.10.1～2022.3.31：772件

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

業界及びテーマ別の提携パートナーとの取り組みを強化し、年間（2021年度）で計16社と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。

業界別パートナー10社

A grid of 10 posters for industry-specific seminars. The posters include:

- 2021.11.25**: 中小工務店様向け。年間30棟達成に向けて受注を最大化させるためのマケ&DXセミナー。
- 2022.1.13**: 中小工務店様向け。チラシに頼らない！集客効率最大化セミナー。
- 年間30棟を目指す工務店向け**: 認知から反響創出まで叶えるブランディング戦略。
- 2021.12.9**: 中小不動産会社様向け。毎月あと3件売主様のアポを増やす方法。
- 2021.5.20**: 中小不動産会社様向け。媒介契約増加のためのデジタル活用セミナー。
- 2021.9.21**: 建築業界向けセミナー。地方50棟越えビルダーが語る！効率よく年間棟数を増やすために行うべきデジタルシフト。
- 無料オンラインセミナー**: 住宅不動産の来場率を上げる集客とオンライン営業強化。
- 2021.05.26**: 医院課題に2面から向き合う。予約システムとホームページのそれぞれの活用法。
- CLIU × Branding Technology**: 理念経営に必要なブランド構築とWEB集客の実践方法を学ぶ。医院経営セミナー。

テーマ別パートナー6社

A grid of 6 posters for theme-specific seminars. The posters include:

- マーケティング担当者様向け**: オンラインアシスタントを活用してマーケティング・集客業務を効率化！
- 年間100棟以上のビルダー様向け**: 新規顧客を増やすための動画広告活用ポイント。
- 2021.5.11**: SNS×オウンドメディアを起点としたビジネス展開とブランド強化法。
- Marketo Engage WEBINAR**: マーケティングトレースで学ぶ、デジタル時代のマーケティング戦略立案。
- 後継者不在の経営者様向け**: 事業承継に向けて知っておきたい事業承継前の課題対策セミナー。
- 組織・営業の改善をお考えの方へ**: 激動の時代に、負けない組織になる。

2021.10.1～2022.3.31：新規パートナー9社と取り組みを開始

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

ブランディングバンクを活用し、成功事例や業界特有の成功パターンを体系化を進める
ダッシュボードにより主要KPIをモニタリングする仕組みを構築し、データを活用した意思決定、組織の最適化に取り組む

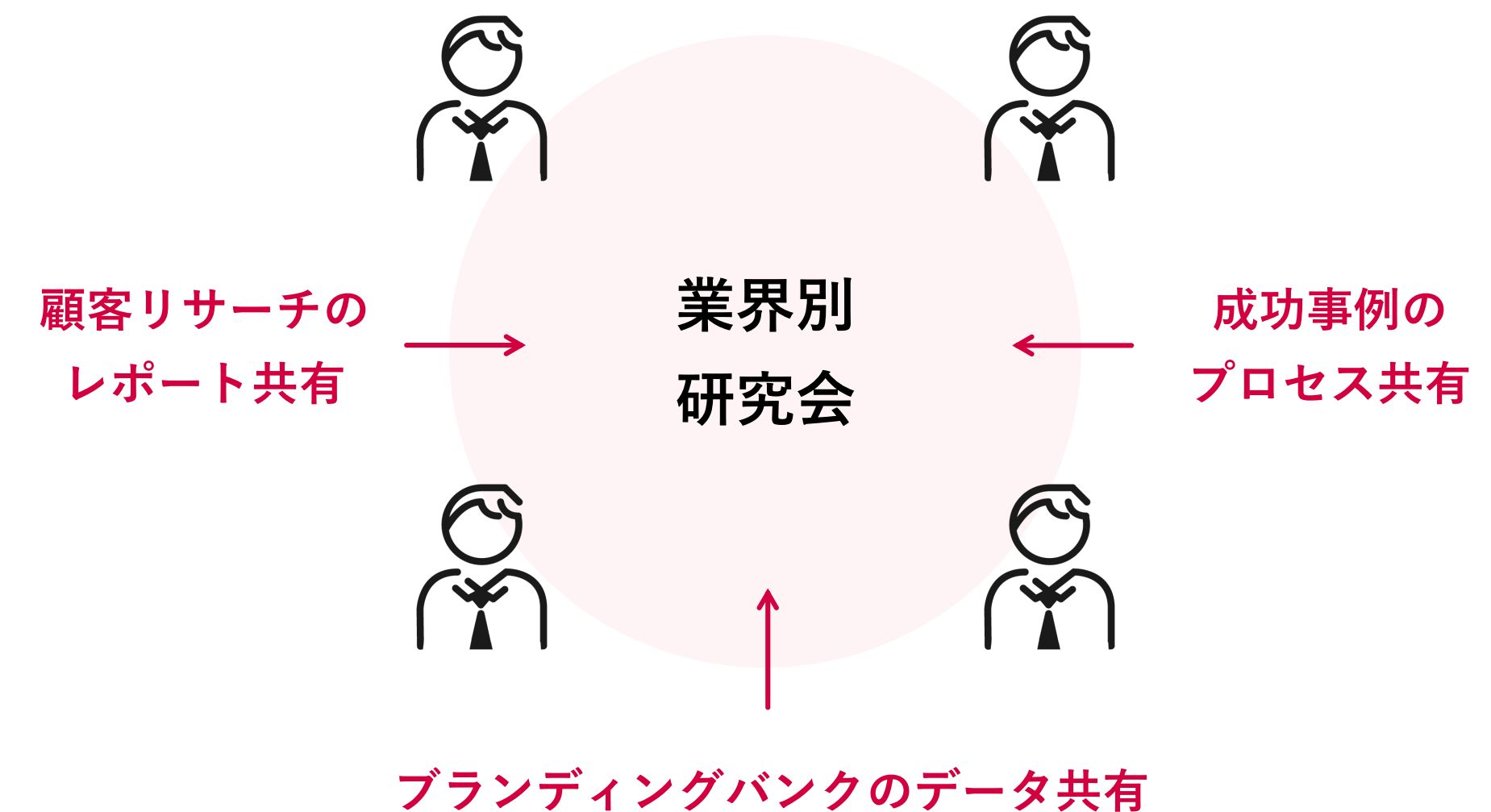
DX推進

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

強化中

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。⇒結果、中堅企業様のデジタルシフトニーズを獲得

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
検索エンジンの仕様変更 発生可能性：中 発生時期：中長期 影響度：高	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 取引依存度が高い事業者の営業方針変更 	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
法的規制の変更 発生可能性：高 発生時期：中期 影響度：中	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 企業におけるデータ取り扱いに関連する規制強化 ✓ 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 	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を育成
災害や障害の発生 発生可能性：中 発生時期：中期 影響度：中	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 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 	災害やシステムリスクに関するマニュアル整備

※その他の事項に関しましては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

ESG方針

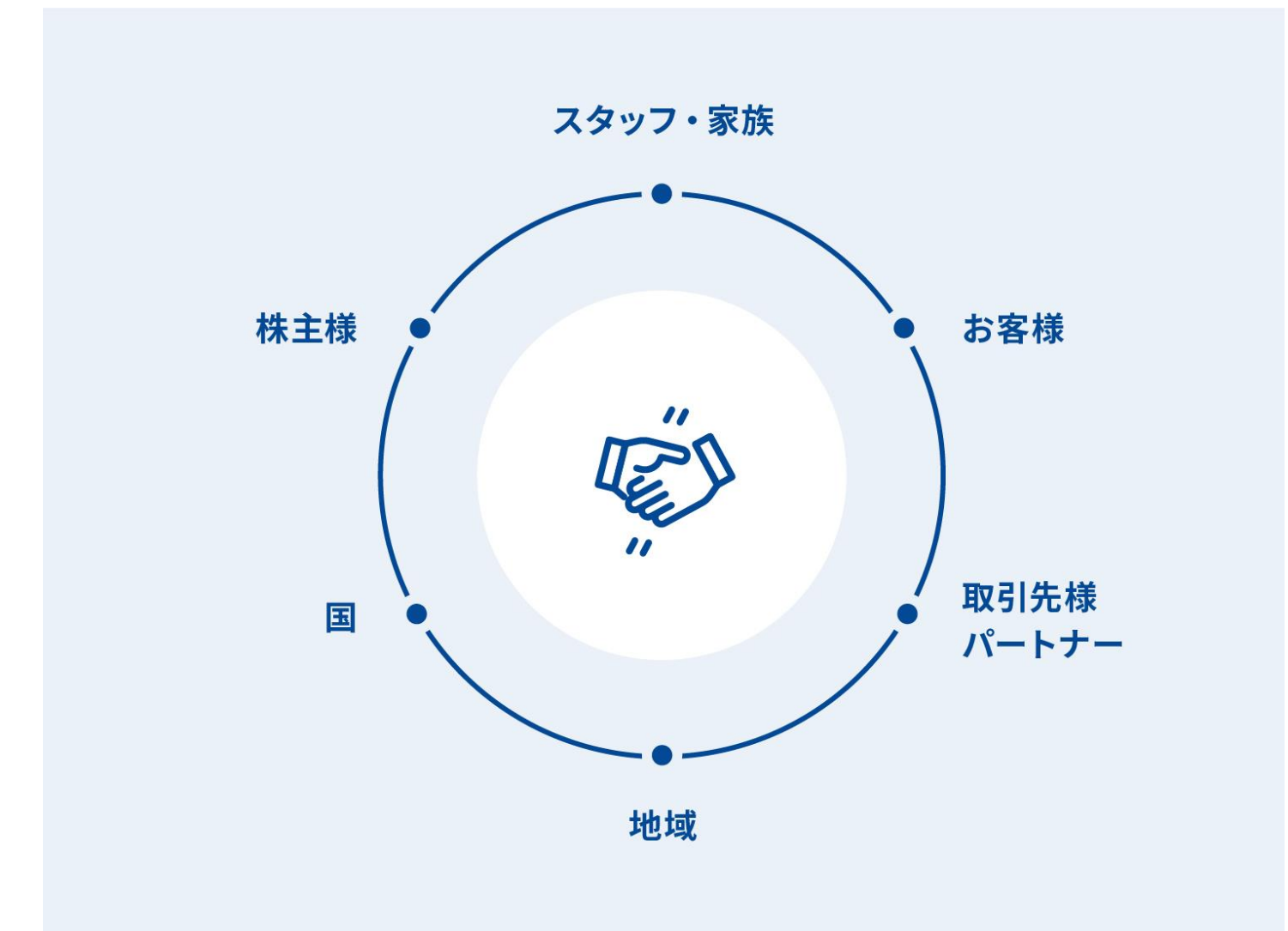
Sustainability

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

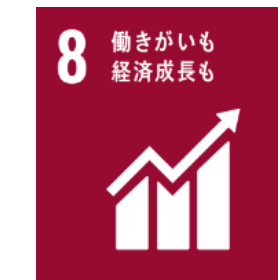
当社グループの事業活動を通じ、各目標の達成に貢献できているSDGsの取り組みをご紹介します。



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。

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。



Branding
Technology

www.branding-t.co.jp