

2023年3月期 第1四半期決算説明資料

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

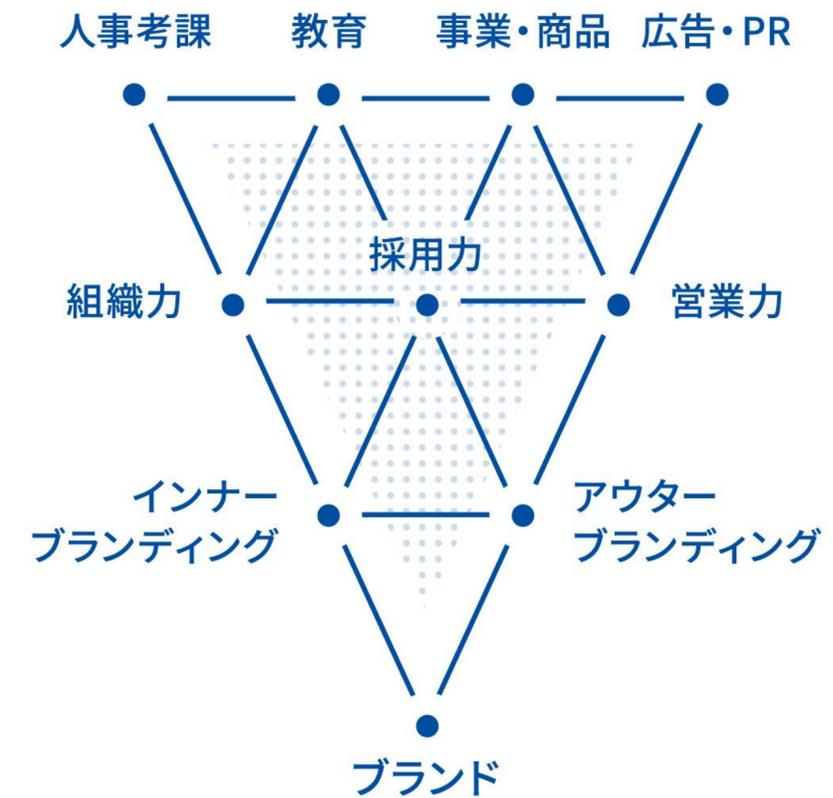
私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



私たちのビジョン

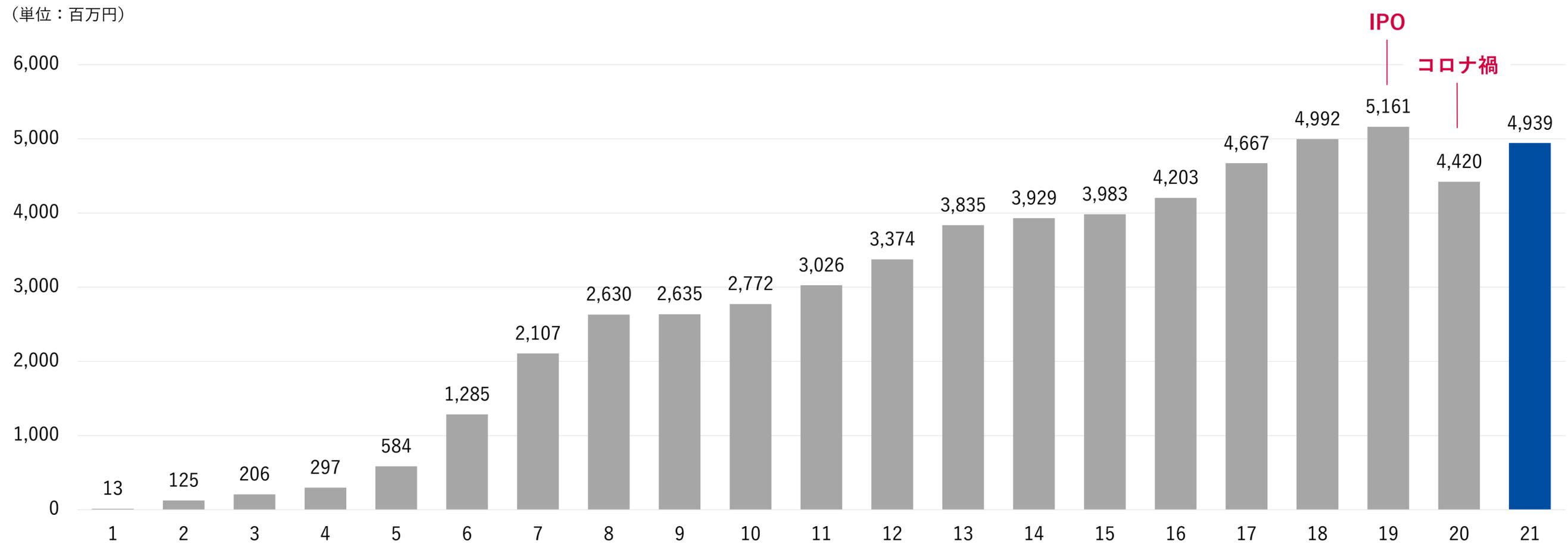
ブランドファースト

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。



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。
ニューノーマルでの成長戦略が整い、21期はV字回復を実現。



中小・地方企業様が抱える 課題と解決策

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

ブランディングバンクについて（2021年11月リリース）

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



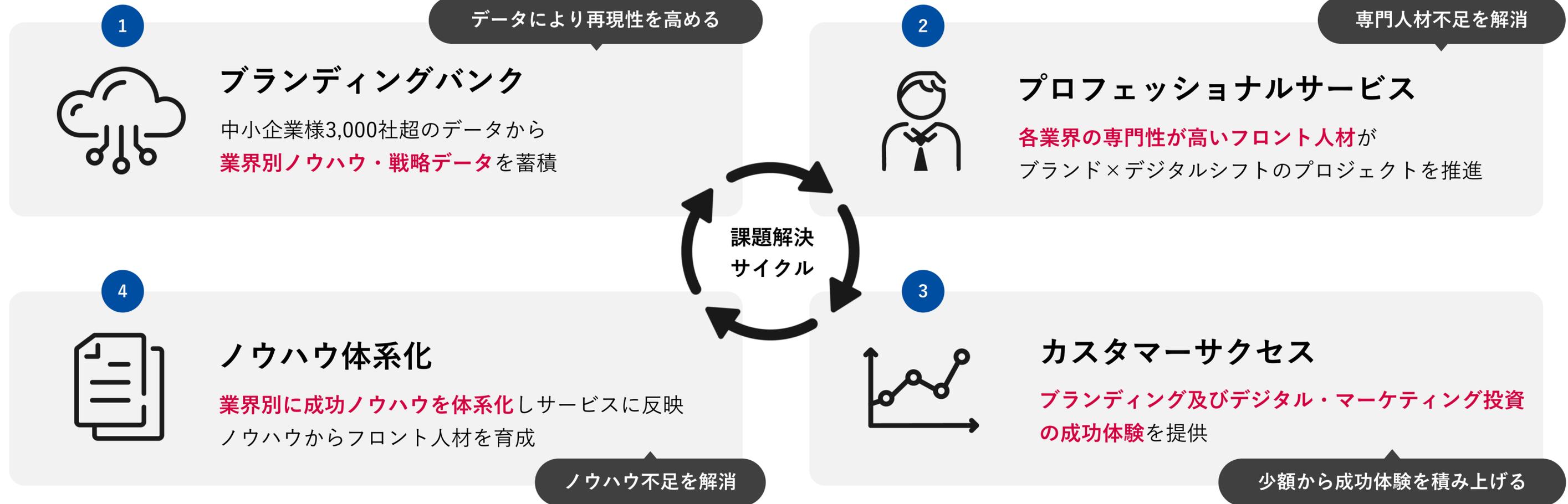
戦略を基にフロント人材が各社の
デジタルシフト戦略を提言し実行

マーケティングDXの全体像

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

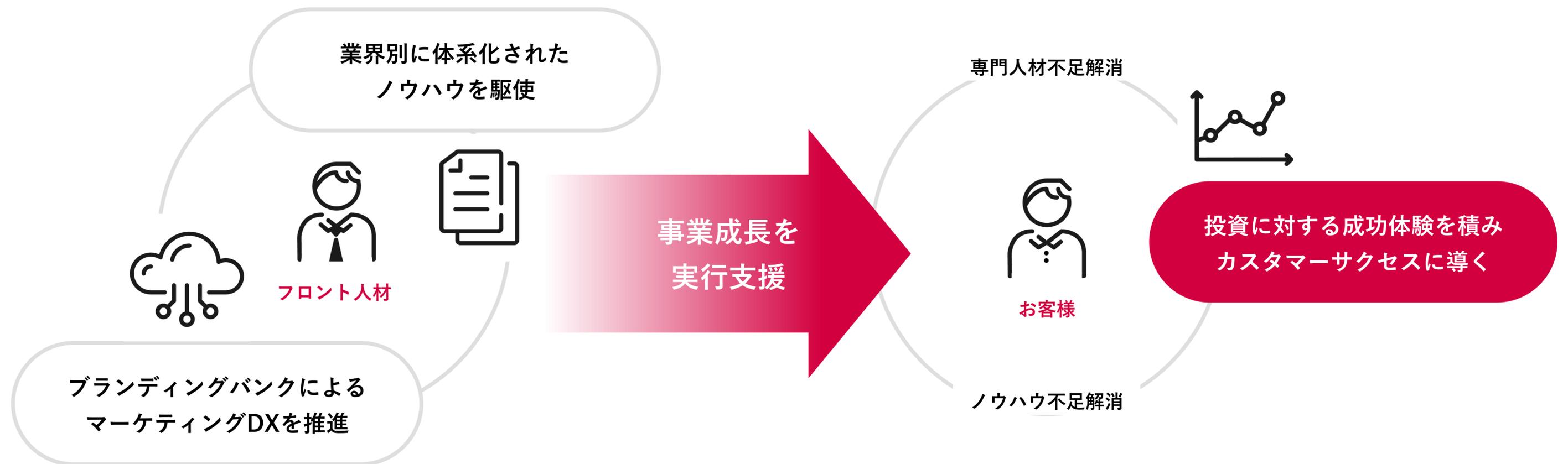


体系化したノウハウを届けるプロフェッショナル人材

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

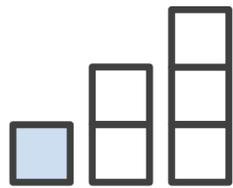
業界・事業特性に合わせた成長支援

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

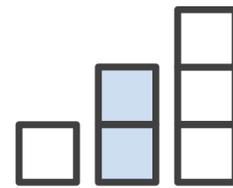


**業界別ノウハウを活用し
成功体験を積むための投資**

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

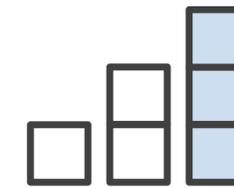


**デジタルシフトを強化し
事業拡大のための投資**

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

成功事例に共通する要素を抽出してノウハウ化

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



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

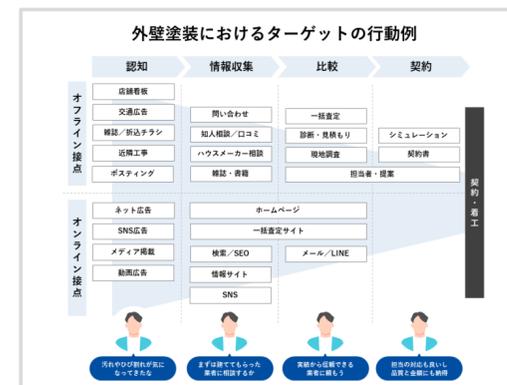
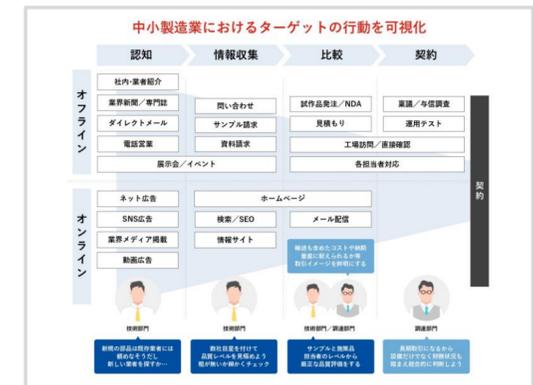
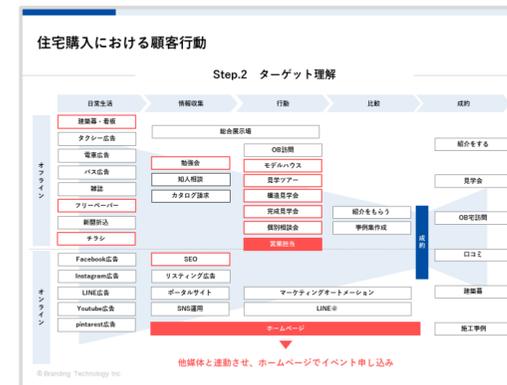


建築・工務店 外壁塗装の自社施工割合3割→6割・利益率130%！塗装経験者400名アンケートをもとにした集客成功のポイント



医療・歯科 世界水準の歯科治療を患者目線で表現！歯科医院が集患するために必要な3つのポイント

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



トピックス：工務店向けの業界別ノウハウリリース

顧客リサーチを基にレポート作成

中小工務店向け調査レポート

住宅購入アンケートからわかった
コロナ前後の変化

For Builder Report 2022

工務店 注文住宅の**施主900人**アンケート
ホームページでの住宅会社の選び方

ホームページ制作

集客改善ポイント



成功事例を取材し成功要因を分析



建築・工務店 リブランディングにより注文住宅の受注単価が向上！創業100年に向けた三代目工務店社長の決意

[詳細へ >](#)



建築・工務店 注文住宅のイベントが集客数2倍！チラシ⇄ホームページ連動強化で年間棟数180%増加できた工務店様事...

[詳細へ >](#)



ブランディングバンク

ノウハウを体系化しリリース







注文住宅購入におけるデジタル接点

フェーズ	未認知	情報収集	比較検討	最終決定
指標	まだ住宅購入を検討していない	住宅購入に興味を持ち始める	注文住宅購入を検討し始める	プランや会社を比べ始める
指標	認知/想起率	リード獲得数	接触回数	商談数・契約数
デジタル接点	テレビCM、看板、口コミ、建築系、交通広告(電車/バス)	展示場/モデルハウス/見学会、(9)SEO、(10)リスティング広告、(3)バナー・動画広告	(1)ホームページ、(2)ポータルサイト、(8)ランディングページ、(7)SNS運用	(4)Google口コミ地図検索、(5)メルマガ、(6)マーケティングオートメーション
その他接点				来店相談、オンライン相談、OB顧客向け情報
アクション	日常生活から第一想起を得るために、単純接触回数を増やし、ブランドイメージの刷り込みを行う。	購入すべき物件種別が何か、いつ頃どのようになり進めるべきかなど、様々な住宅知識を提供し、注文住宅を検討しているリード獲得を狙う。	リード獲得後、メルマガやSNS等で接点を持ちつつ、見学会や勉強会に参加してもらい、本格的な商談獲得のための情報提供を徹底し続ける。	最終候補として選べたら、個別相談にて商談を進める。契約後はOB顧客向けにメール等で継続接触し、リフォームなどのアップセルや紹介を促す。

事業フェーズごとに推奨アクションを定め 成果の再現性を高めている

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

トピックス

新サービスについて

新サービスについて

※2022年4月～7月リリースの新サービス／計5本のサービスをリリース

新サービス

初期費用0円 月額費用0円～ 1リード1,000円～

オープンβ版リリース

BtoB資料ダウンロードプラットフォーム「エンプレス」

FUNGRY enpreth

エンプレスβ版

BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム。サービス導入を検討されている担当者様と、自社のサービスを利用していただきたい企業様をマッチングするメディア。

概要

ブランディングテクノロジーの「現役人事」が実行支援する

採用ブランディングサービス

採用サイト・動画制作 採用インタラクティブ動画制作

人事領域伴走支援 ソーシャルリクルーティング支援 求職者調査 など対応可能

Branding Technology

採用ブランディングサービス

新卒や中途、インターン採用に課題を感じている企業様に向け、当社の現役人事担当が実行支援する採用ブランディングサービス。

Marketing Enablement Service

マーケティングイネーブルメントサービス

マーケター・Next CMOを育成し、持続成長可能なマーケティング組織をつくる。

マーケター人材定義 育成プログラム提供 自走する仕組み構築

Branding Technology

マーケティングイネーブルメントβ版

マーケティング責任者の育成に課題を抱えられている企業様向けにNext CMO人材の育成を行うサービス。

※Next CMO…未来のマーケティング責任者

関連サービス

Z世代の採用をお考えの方へ

TikTok・Instagram 動画投稿の依頼し放題！

TikTok・Instagram・YouTube

SNS発信×採用動画

SNS動画制作運用支援パッケージ

Branding Technology

SNS動画制作運用支援

新卒採用に課題を感じている企業様に向けたSNS動画制作と運用代行を行うサービス。

人事コンサルタントと映像プロ集団が提供する

採用インタラクティブ動画サービス

初期費用のみ月額費用無し

Branding Technology

採用インタラクティブ動画

動画内で視聴者自らが能動的に選択しながら視聴することで、理解を促進し志望度向上に繋げる動画サービス。

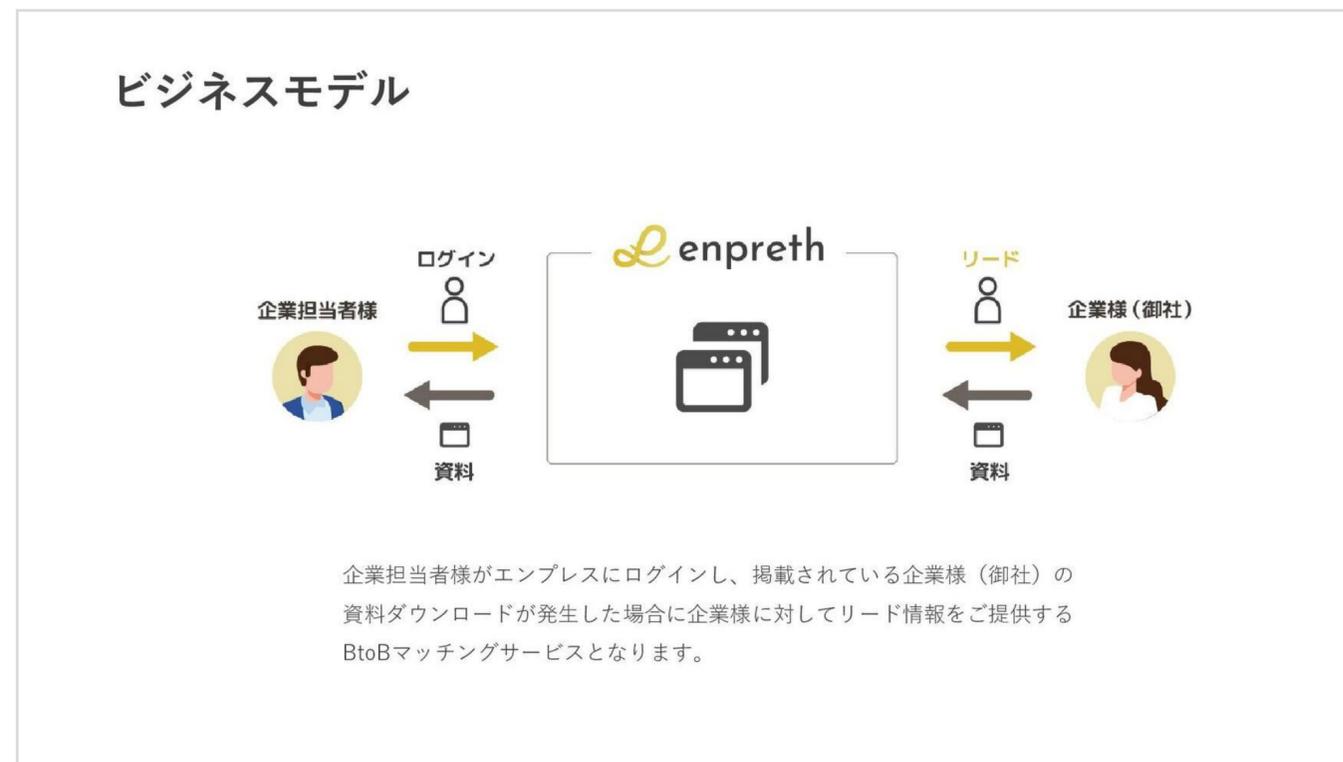
新サービスについて



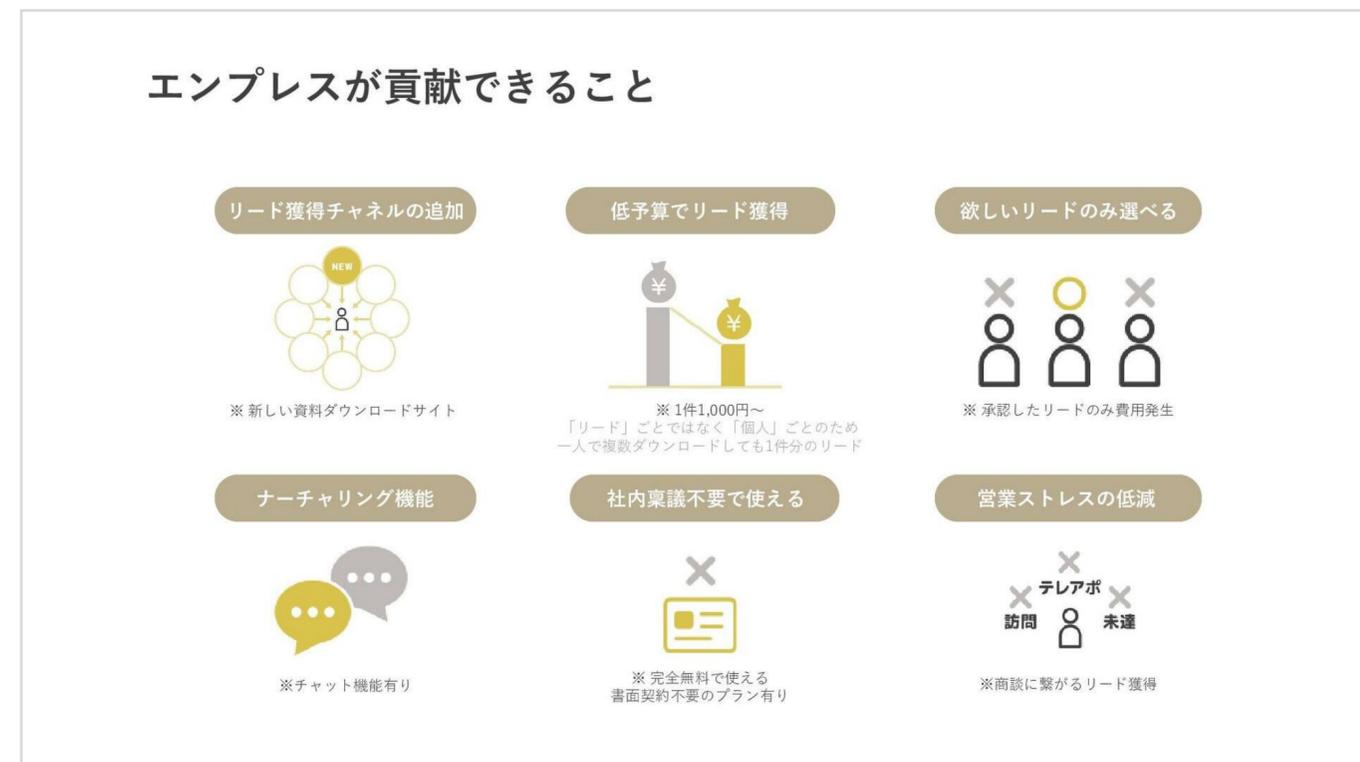
エンプレスβ版

BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム。サービス導入を検討されている担当者様と、自社のサービスを利用していただきたい企業様をマッチングするメディア。

資料掲載者と資料ダウンロード者を繋ぐ



低価格で欲しいリードのみ取得することが可能



新サービスについて



採用ブランディングサービス

新卒や中途、インターン採用に課題を感じている企業様に向け、当社の現役人事担当が実行支援する採用ブランディングサービス。

採用に関する制作からコンサルティングまで網羅



インタラクティブ動画やSNS運用サービスを続々追加



新サービスについて

新サービスにより既存事業とのシナジーを生み出す (クロスセル/顧客開拓)

✓ 初期費用0円 ✓ 月額費用0円~ ✓ 1リード1,000円~

オープンβ版リリース

BtoB資料ダウンロードプラットフォーム 「エンプレス」



FUNGRY enpreth



コンテンツマーケティング事業
(ファングリー)

ブランディングテクノロジーの
「現役人事」が実行支援する

採用ブランディングサービス

採用サイト・動画制作 採用インタラクティブ動画制作

人事領域伴走支援 ソーシャルリクルーティング支援 求職者調査
など対応可能



RECRUIT BRANDING

Branding Technology



ブランド事業

Branding Technology

ME マーケティング イネーブルメントサービス

Marketing Enablement Service

マーケター・Next CMOを育成し、
持続成長可能なマーケティング組織をつくる。

- マーケター
人材定義
- 育成プログラム
提供
- 自走する
仕組み構築



デジタルマーケティング事業

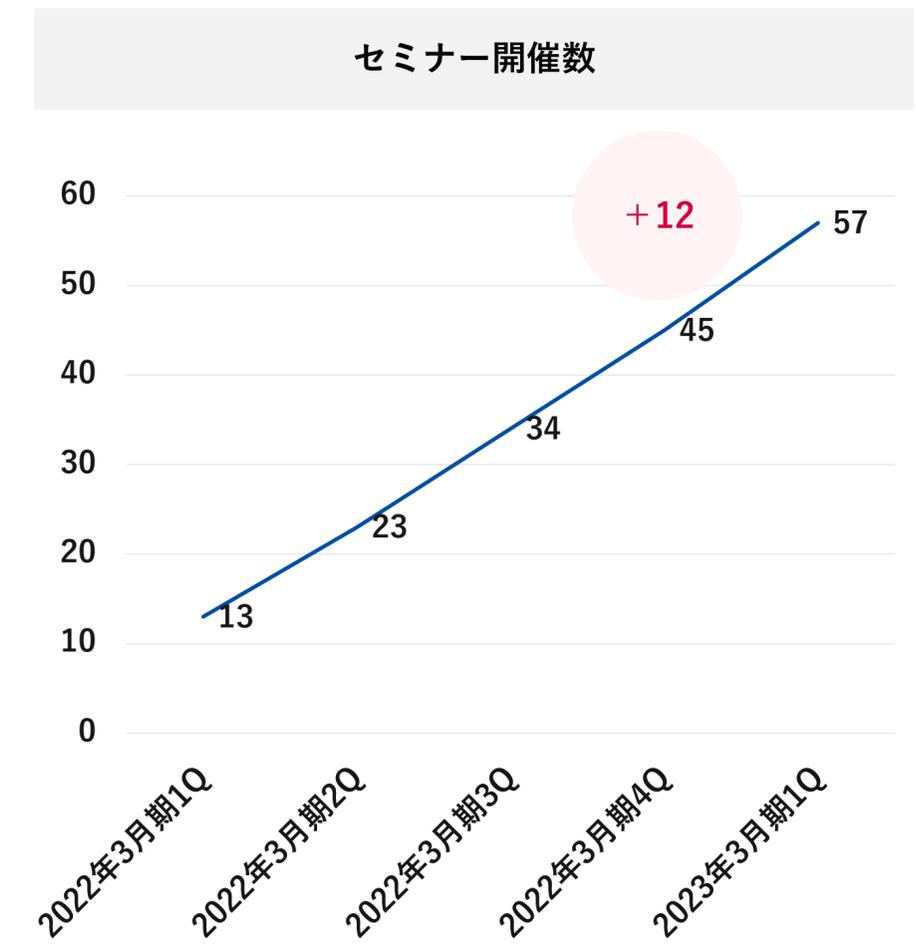
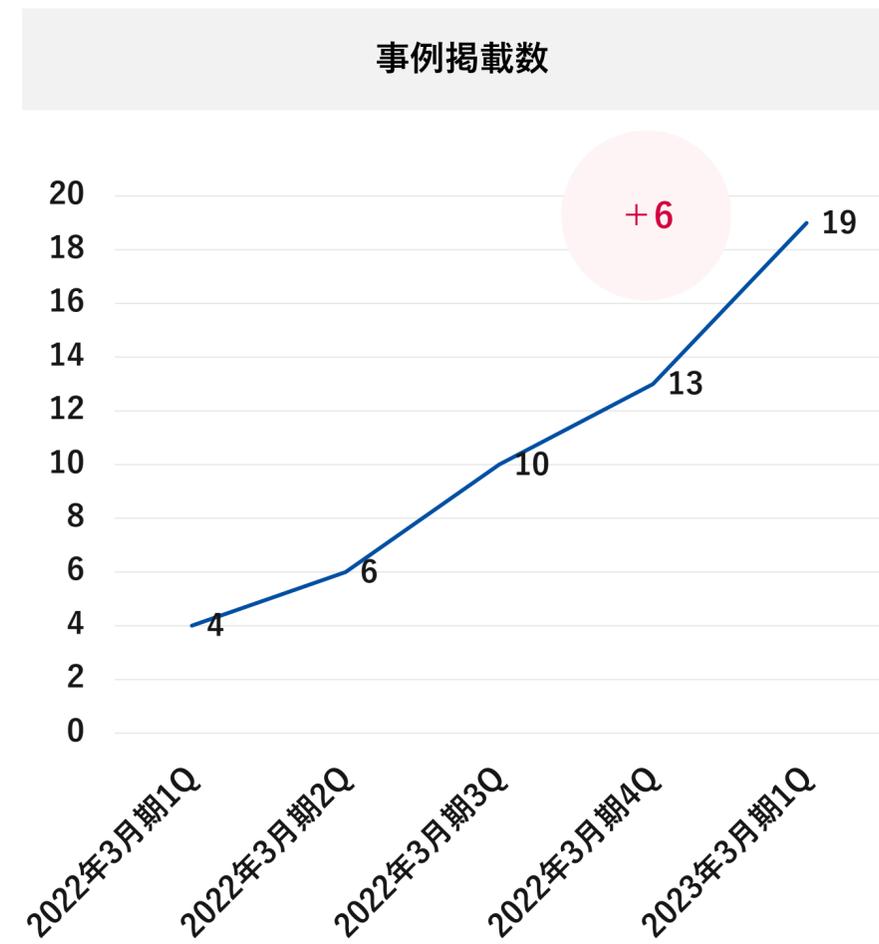
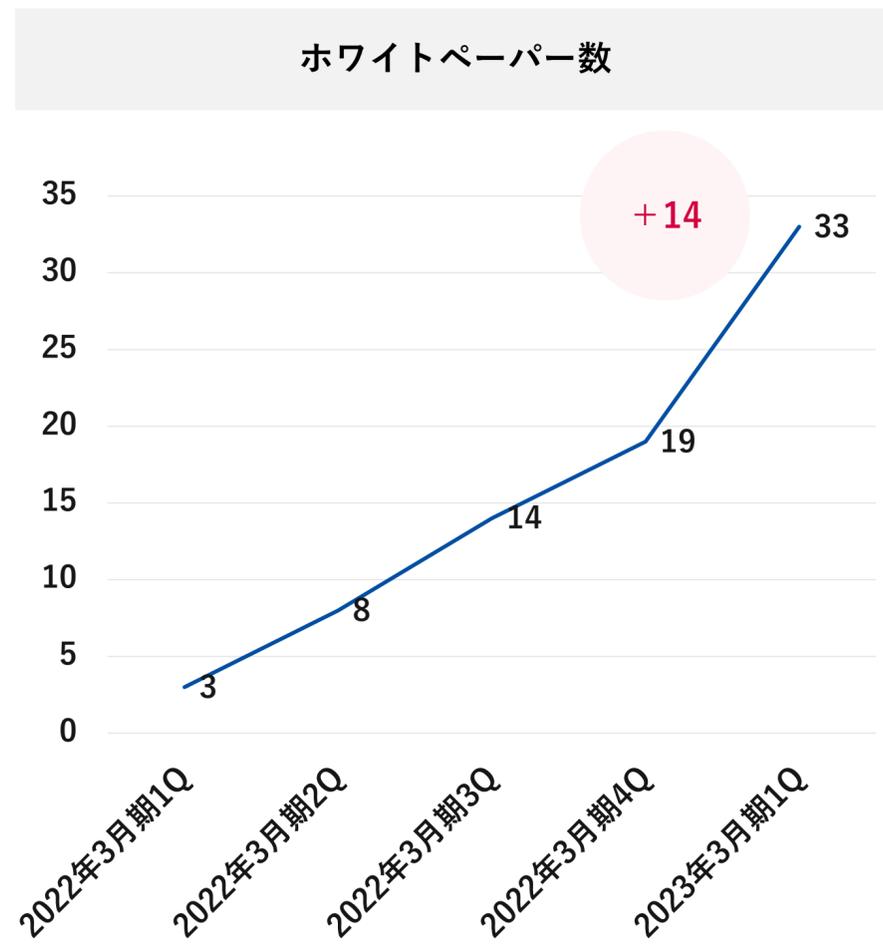
事業・収益構造

事業・収益構造の全体像



コンテンツ・ノウハウ数推移（累積）

独自ノウハウ開発数・発信数をKPIにおき積み上げを実行。



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	
 <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>高効率化⇒LTV向上</p> <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>

第1四半期決算内容

第1四半期の損益計算書

オンライン営業・マーケティング効率の高まり、販管費の最適化が進み
2022年3月期比較で売上高は2.1億円の増、営業利益は3.2千万円の増となる。

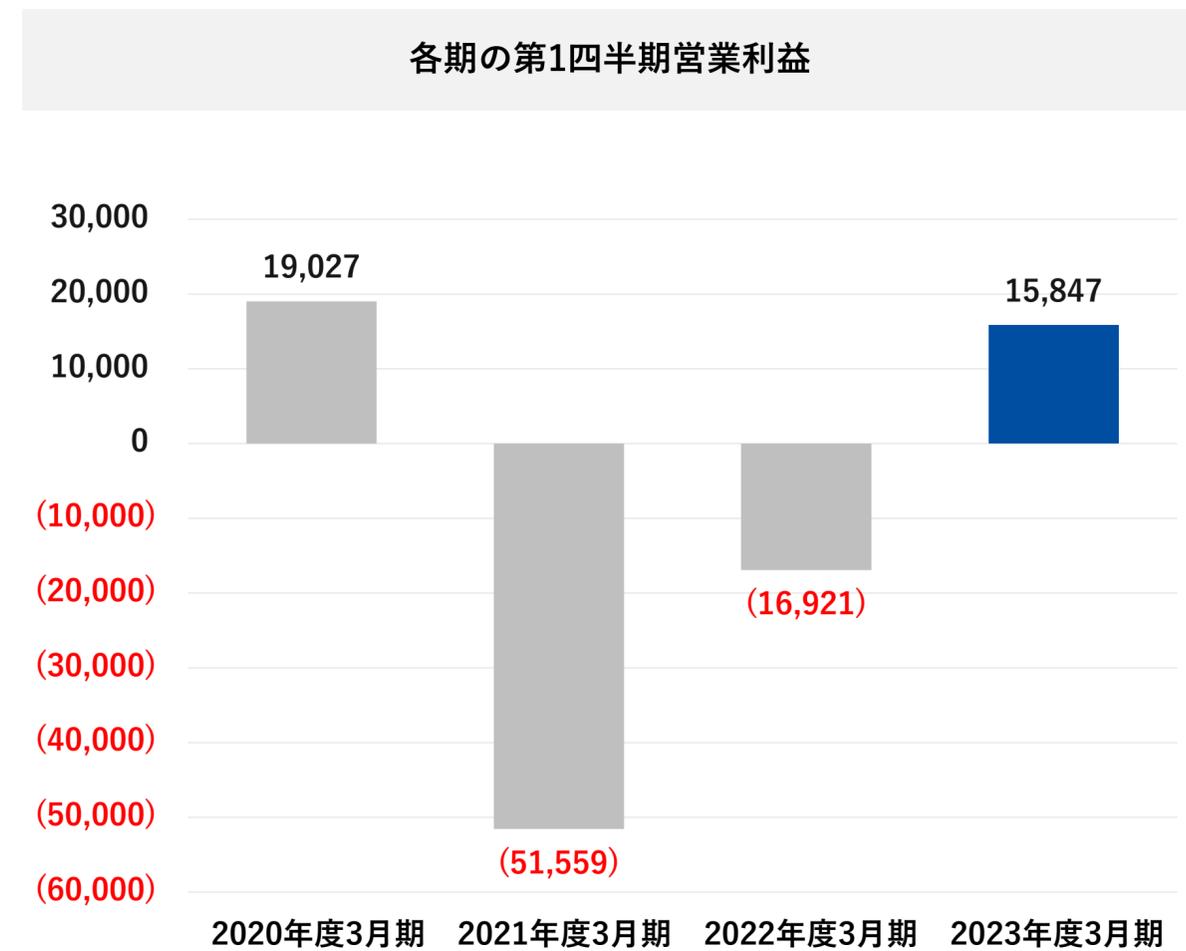
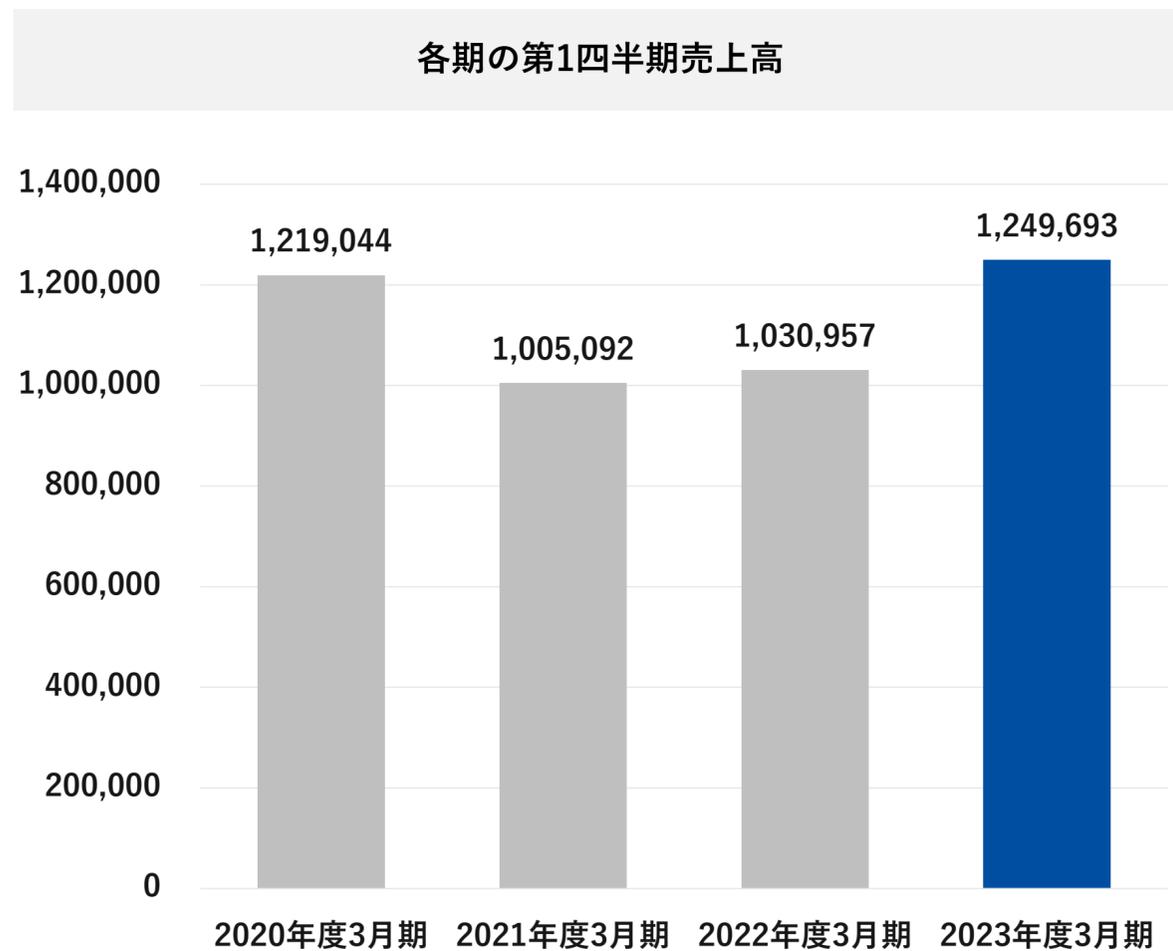
(単位：千円)

	2022年3月期第1四半期	2023年3月期第1四半期	増減
売上高	1,030,957	1,249,693	218,735
営業利益	-16,921	15,847	32,769
経常利益	-18,876	13,897	32,774
親会社株主に帰属する 当期純利益	-5,231	8,208	13,439

四半期毎の売上高・営業利益推移

直近4期で最高売上を更新。利益は2020年3月期と同水準に。

(単位：千円)



第1四半期の貸借対照表

流動比率は246.7%、自己資本比率50.2%
経営の安定性は、変わらず高い状態を維持。

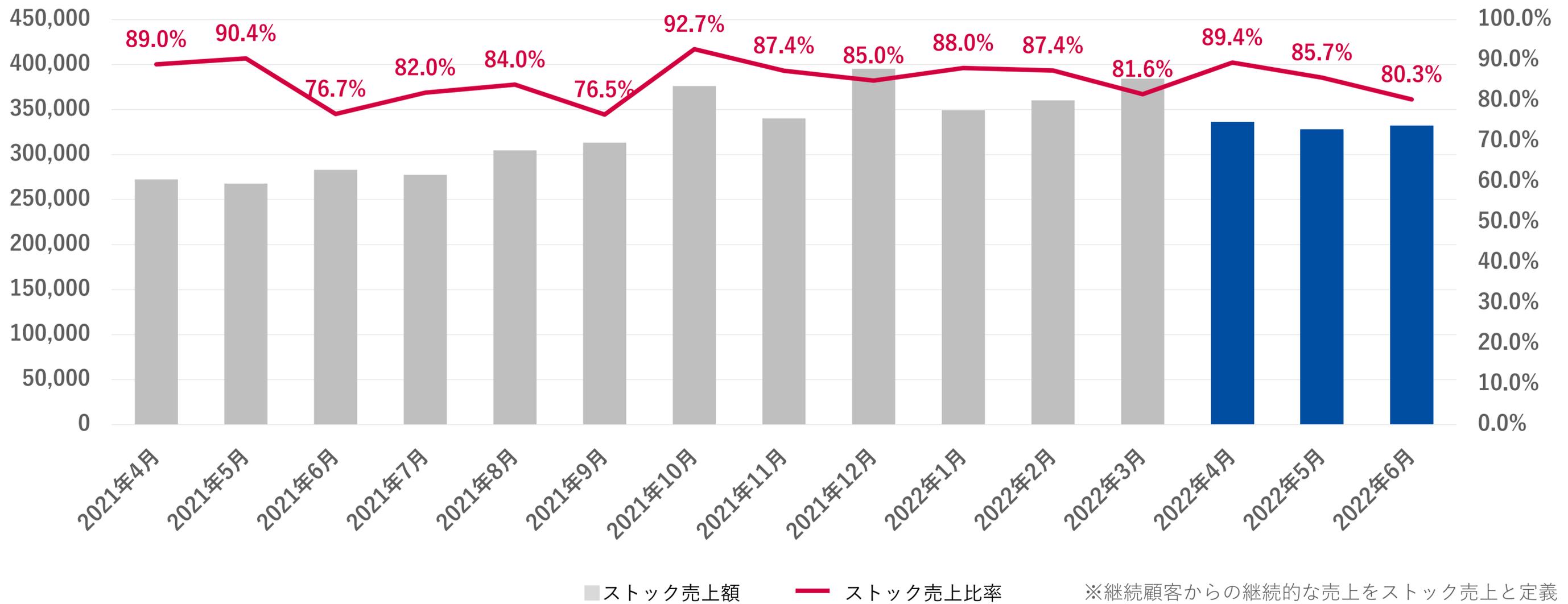
(単位：千円)

	2022年3月期第4四半期	2023年3月期第1四半期	増減
流動資産	2,179,557	2,030,927	-148,630
現金及び預金	1,537,838	1,459,219	-78,618
固定資産	215,360	218,247	2,886
総資産	2,394,918	2,249,174	-145,743
流動負債	928,601	823,185	-105,415
固定負債	324,857	291,509	-33,348
純資産	1,141,459	1,134,479	-6,979

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4月~6月平均で85.1%)

(単位：千円)



予算進捗率

売上高は想定通りの進捗。営業利益、経常利益は、
利益率の高いスポットサービスの納品遅延が影響し進捗に遅れ。

(単位：百万円)

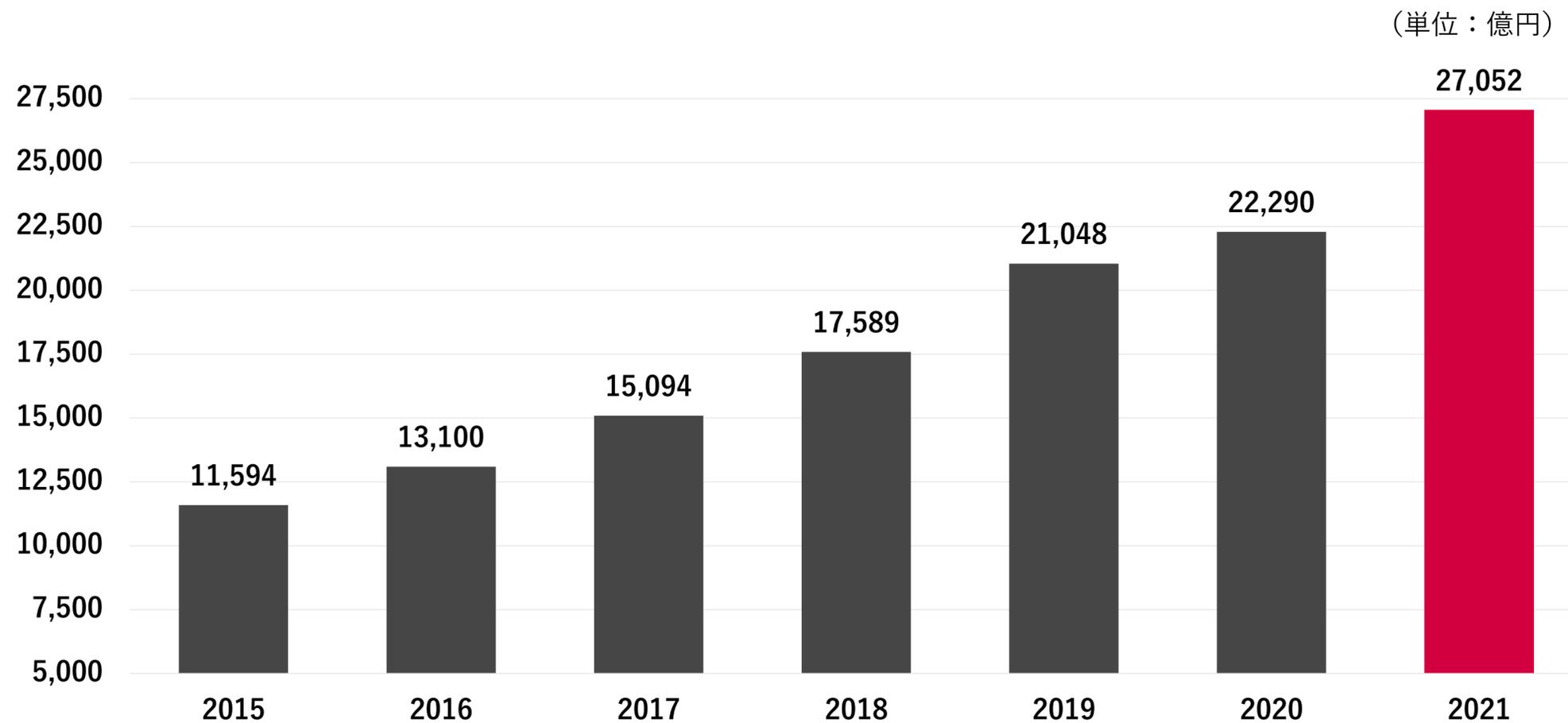
	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
予算(通期)	5,250	158	154	104
実績(第1四半期)	1,249	16	14	8
進捗率	24%	10%	9%	8%

市場背景

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

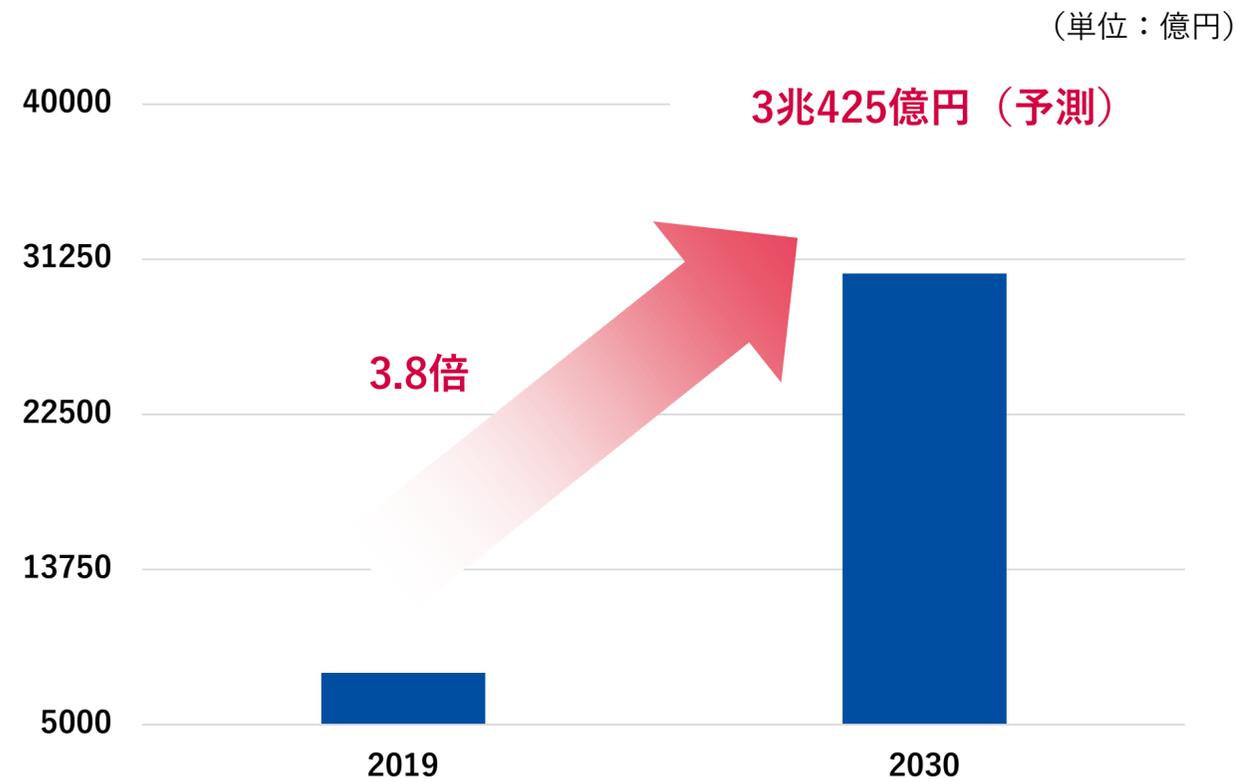
インターネット広告費は継続して高い成長率を保ち、2兆7,052億円（前年比121.4%）に達した。



出展：電通「日本の広告費」

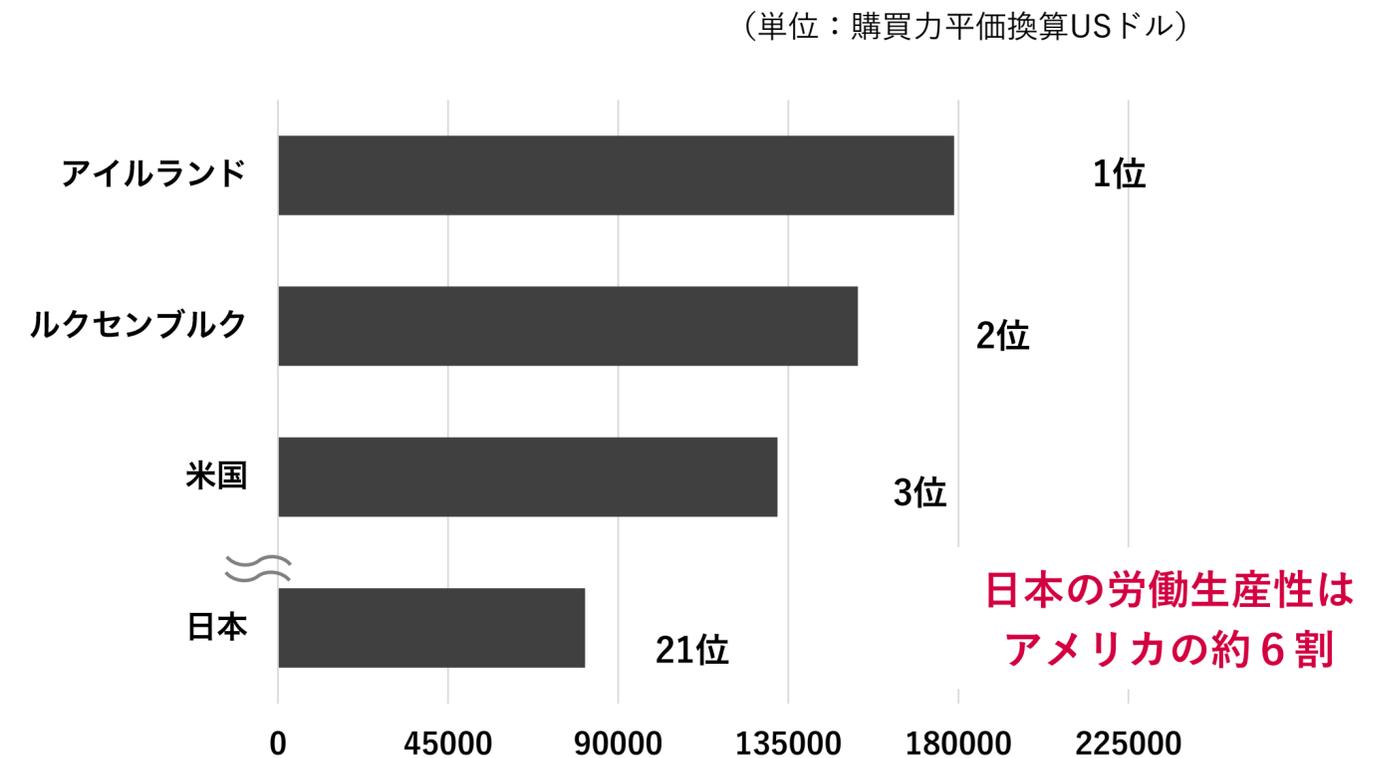
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

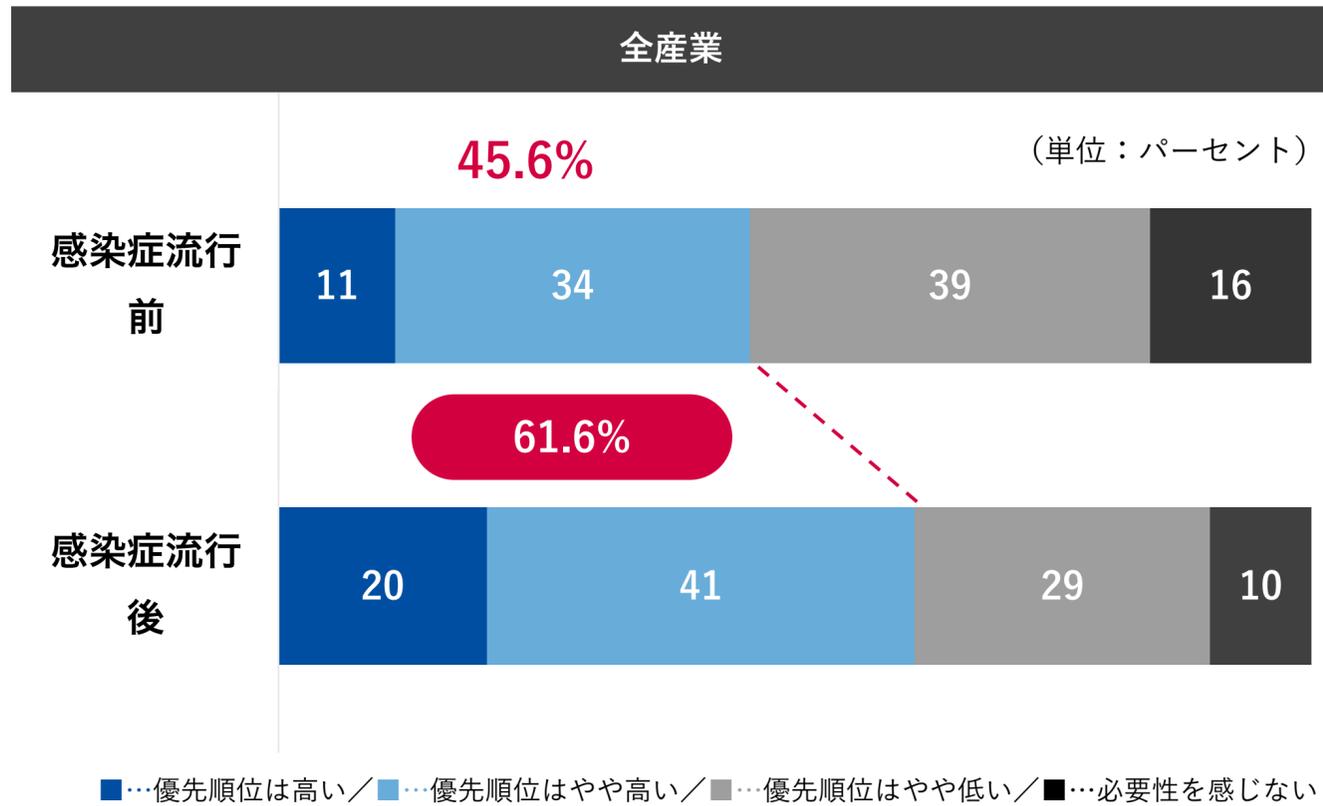
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



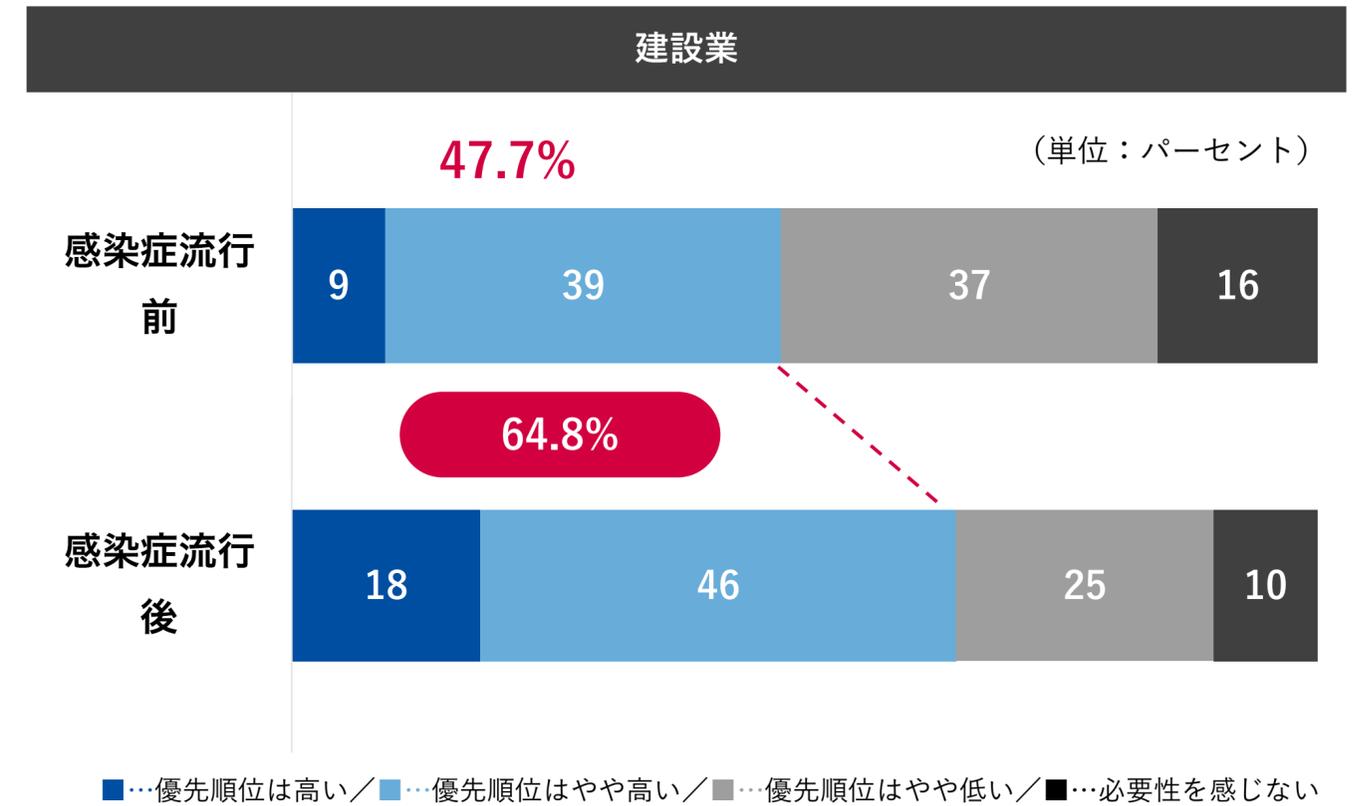
出展：経済産業省「中小企業白書」OECD加盟国の労働生産性
※全体の労働生産性は、GDP÷就業者数として計算し、購買力平価（PPP）によりUSドル換算している

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

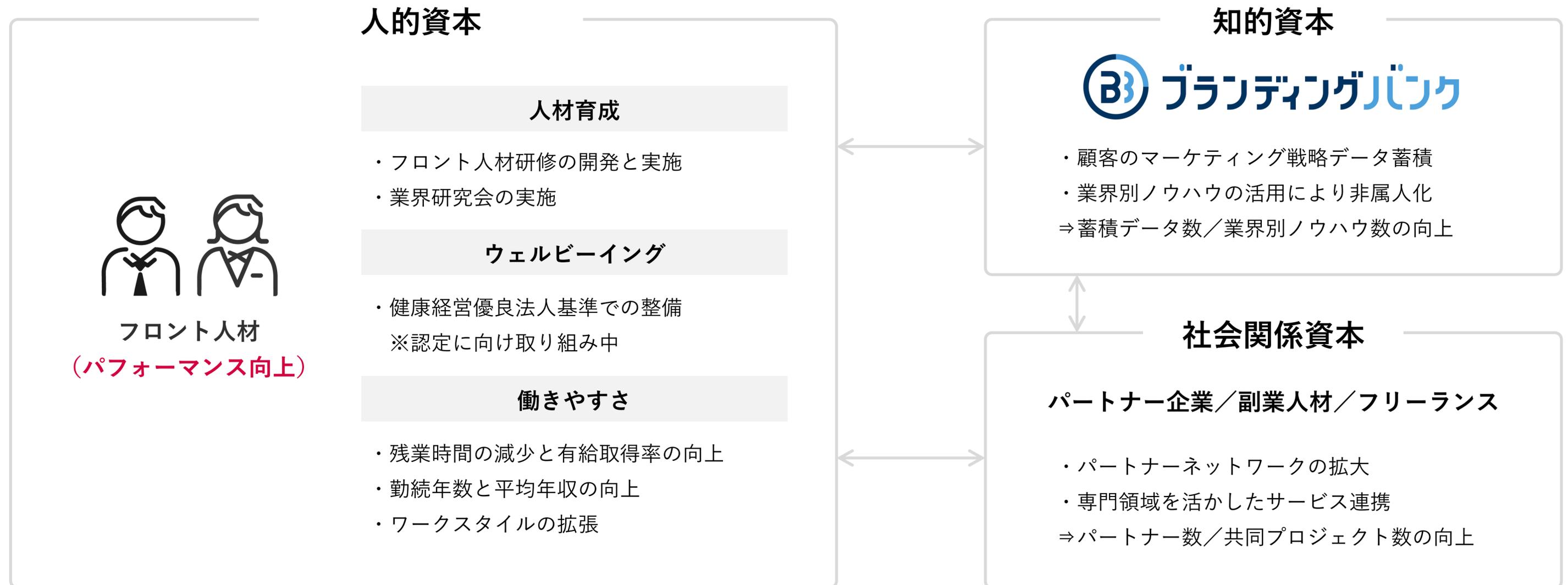


出典：中小企業庁（事業継続力と競争力を高めるデジタル化）
デジタル化に対する優先度の変化（感染症流行前後）

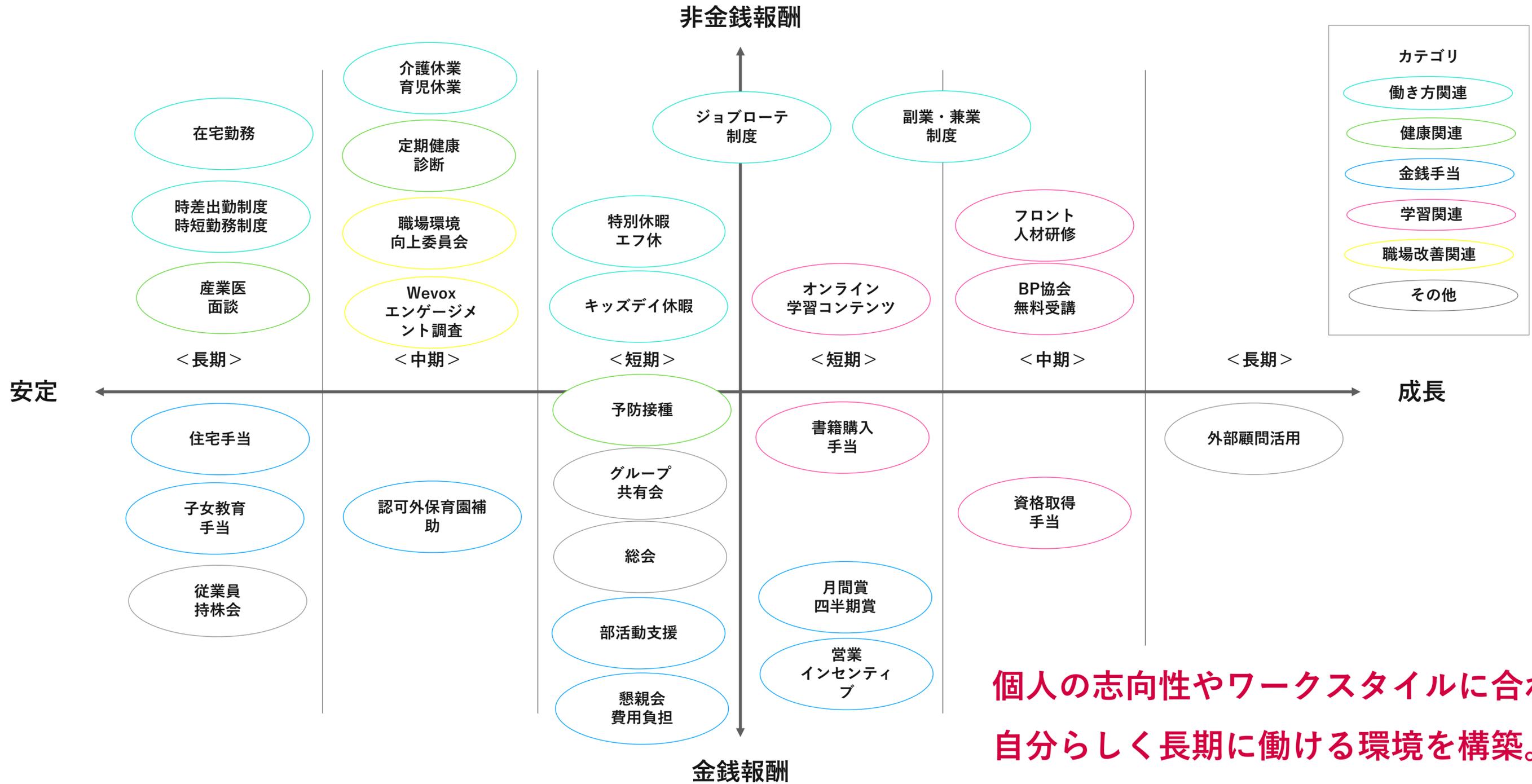
人的資本経営について

人的資本経営について

個人もブランドファーストを大切にし、長所伸展で自分らしく長期のキャリア形成ができ、公私共に幸せで豊かな人生を形成できるプラットフォームを目指す。



人事領域における取り組み



個人の志向性やワークスタイルに合わせ、自分らしく長期に働ける環境を構築。

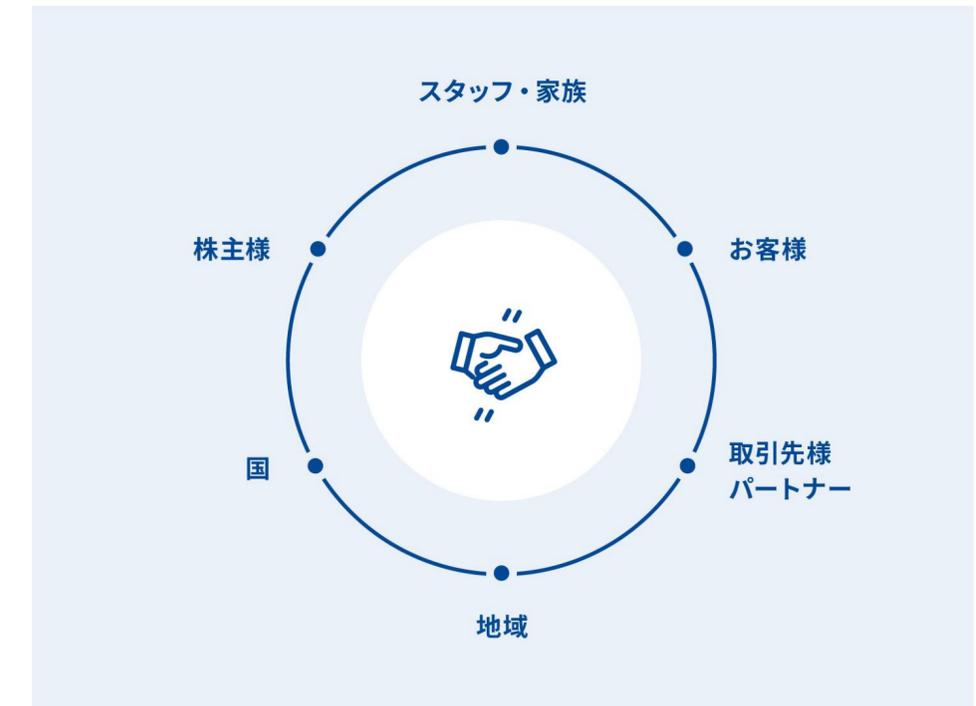
ESG方針

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

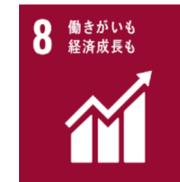
当社グループの事業活動を通じ、各目標の達成に貢献できているSDGsの取り組みをご紹介します。



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



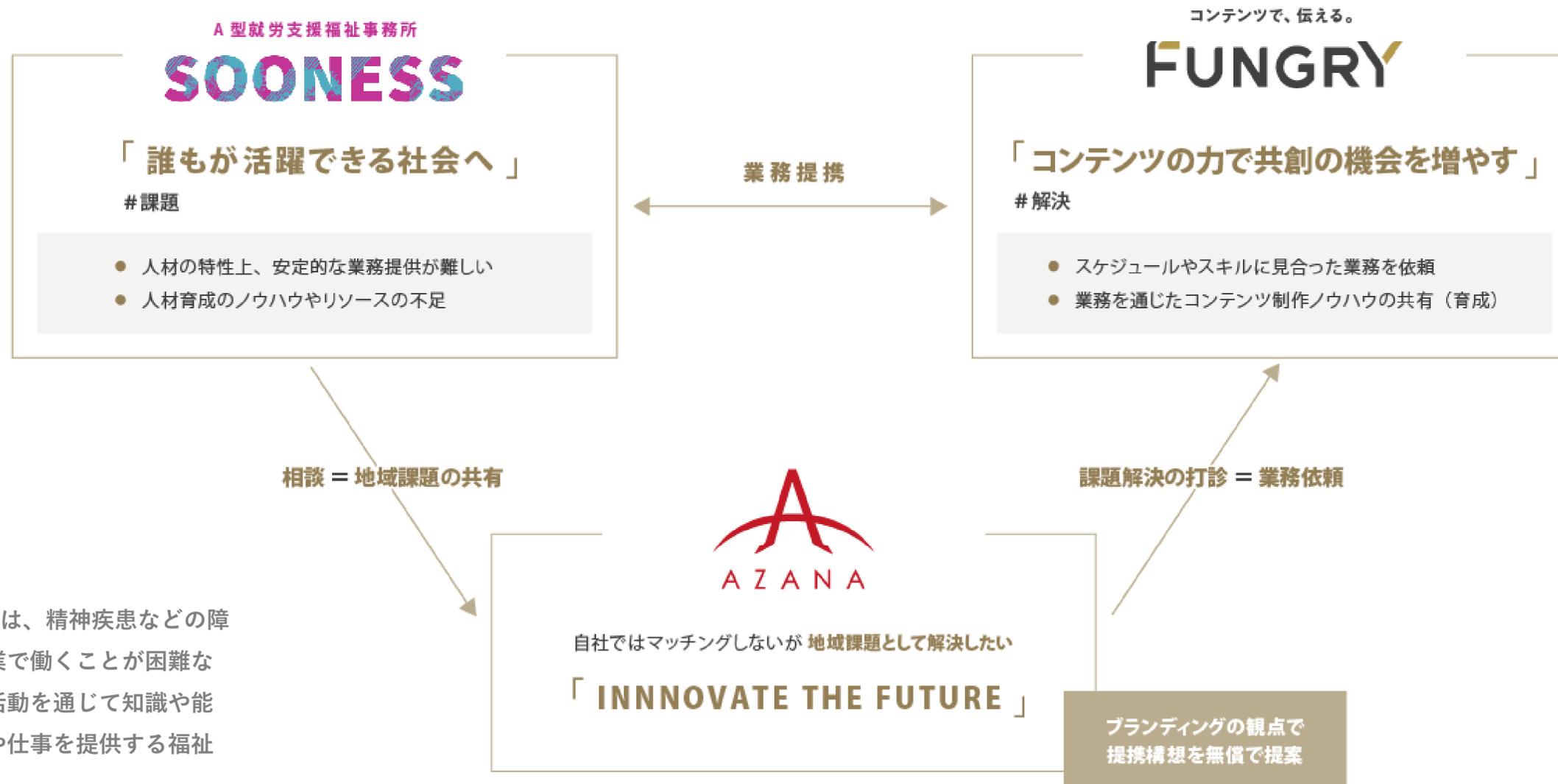
豊かな海を次世代に引き継ぐための「有性
生殖・サンゴ再生支援協議会」に参画



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

トピックス：A型就労支援福祉事務所「SOONESS」と業務提携

障がい者の社会参画機会の創出を目的に就労移行サポートを行うことを発表



※就労継続支援A型事務所とは、精神疾患などの障害・病気によって一般の企業で働くことが困難な方と雇用契約を結び、生産活動を通じて知識や能力の向上に必要な就労訓練や仕事を提供する福祉サービス（事務所）のこと

トピックス：地方創生サミット2022に出展

SDGsの一環となる「地方創生」を主題とし、企業や団体、地方自治体がどのような関わりや取り組みが行われているのかを発信するイベント「地方創生サミット2022」に出展しました。

⇒中小・地方企業様がSDGsブランディングをすべき理由について解説し啓蒙

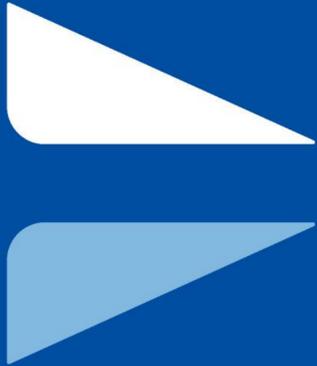
「活力のある地域社会×ビジネス」の可能性を探る1週間

地方創生サミット2022

Amazonギフト券
特典あり

参加無料
オンライン展示会

2022.7.11 Mon ▶ 15 Fri 13:00~16:30



Branding
Technology

www.branding-t.co.jp