

2023年3月期 第2四半期決算説明資料

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

目次

1. 第2四半期決算概況

2. セグメント別の事業概要・売上・営業利益推移

3. 第2四半期トピックス

4. 市場背景・ESG方針

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

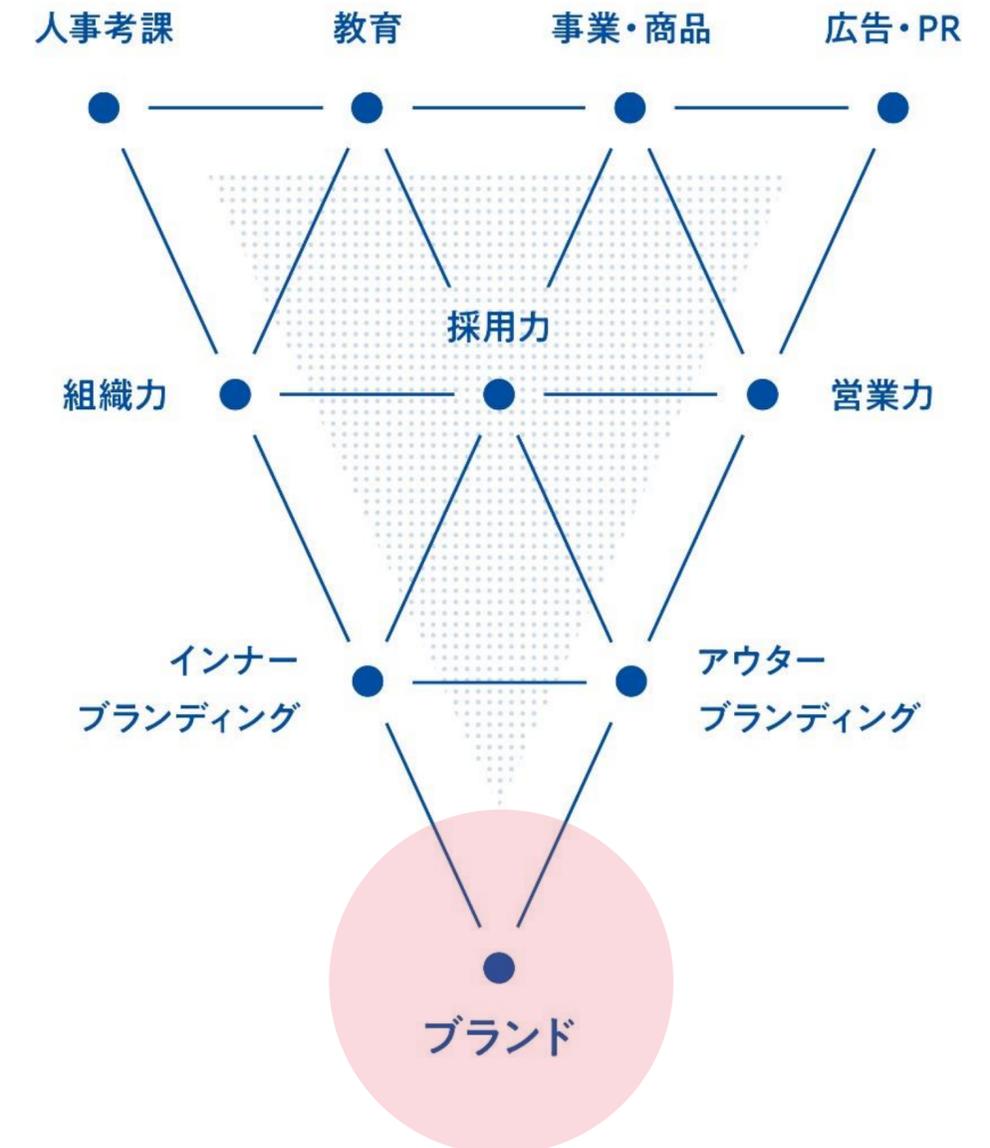
私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



ブランドファーストの考え方

中小企業様だからこそ、まずブランドを明確にする必要があると考えています。

企業のブランドである「らしさ」を明確にすることで差別化、魅力化に繋がり、USP（競合優位性）を軸に営業や採用、組織など含む経営・事業戦略を考えることで、企業価値向上に貢献します。

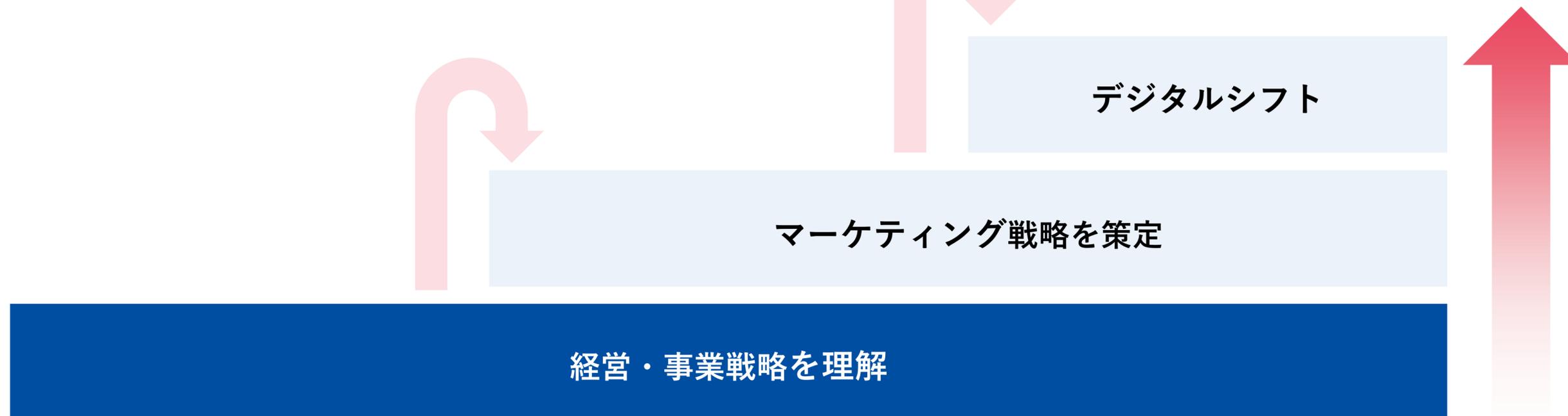


マーケティング起点のデジタルシフトの考え方

中小企業様におけるデジタルシフトは、経営・事業戦略を理解した上でマーケティング戦略を考え、局所的なデジタル化や効率化ではなく、企業価値向上を目的としたデジタルシフトを行うことが重要だと考えます。

ブランドを軸にデジタルシフトを行い
中小企業様の課題を解決する

企業価値向上
(売上／採用力／組織力など)



第2四半期決算概況

第2四半期累計の損益計算書

デジタルマーケティング事業が好調に推移し、
対前年比113%の増収、営業利益は147%の増益にて着地。

(単位：千円)

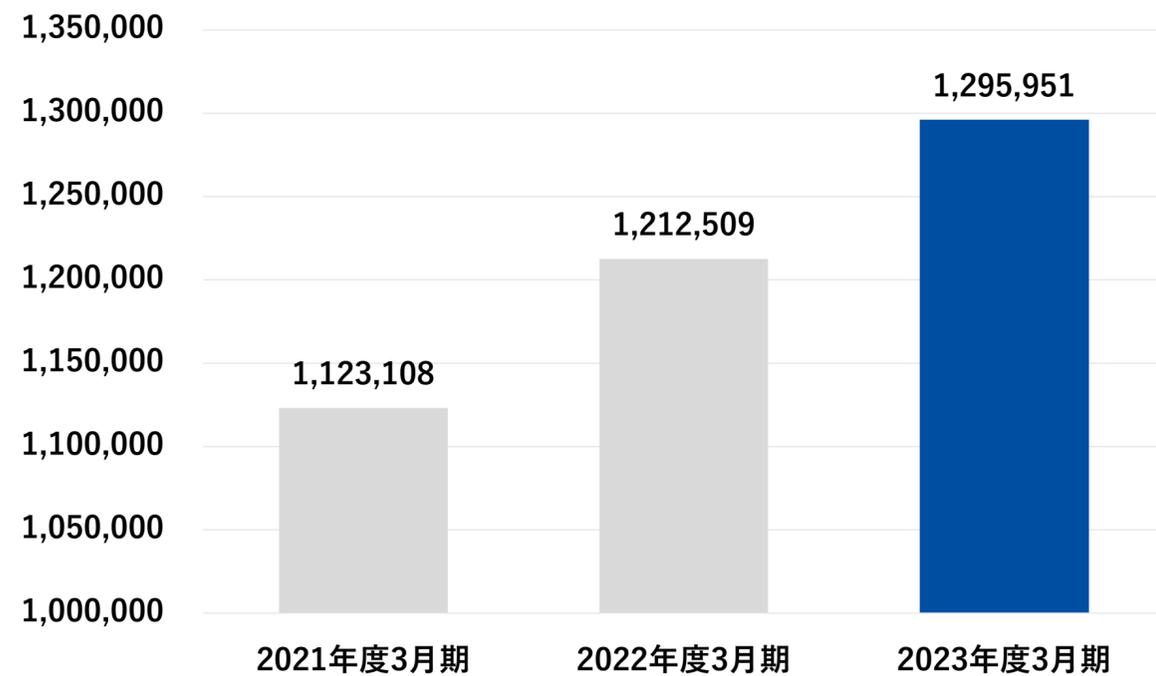
	2022年3月期第2四半期	2023年3月期第2四半期	増減
売上高	2,243,467	2,545,644	113.5%
売上総利益	565,100	592,429	104.8%
営業利益	39,668	58,425	147.3%
経常利益	37,498	58,004	154.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	31,515	36,640	116.3%

第2四半期単体の売上高・営業利益推移

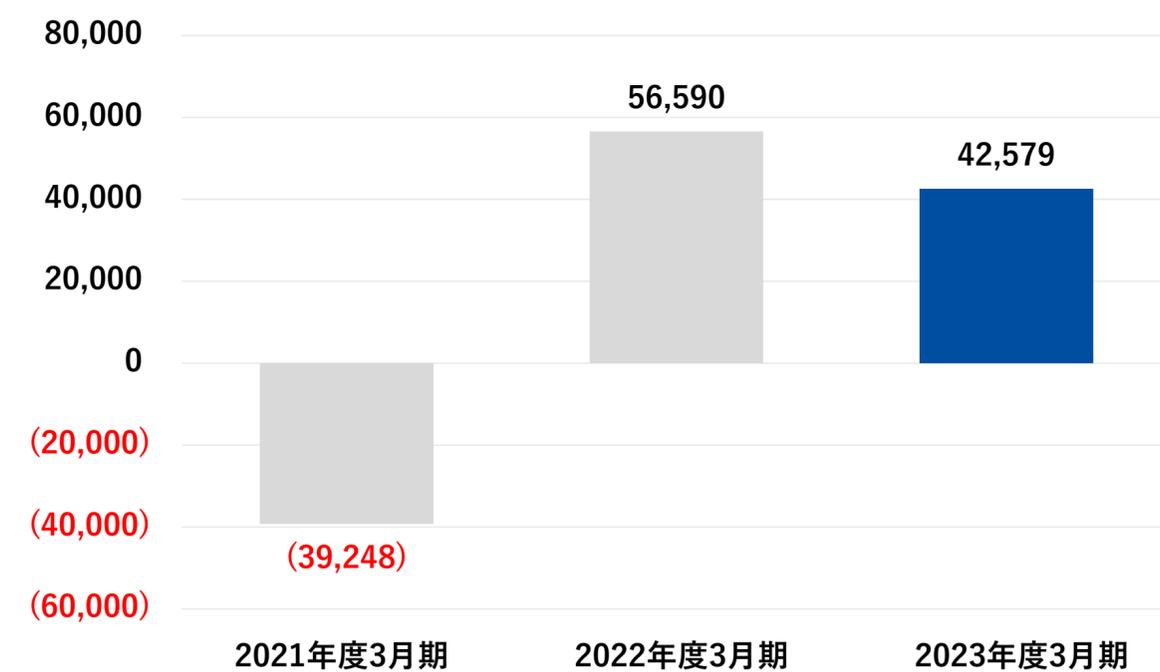
売上高、営業利益ともに計画通り順調に推移。

(単位：千円)

各期の第2四半期単体の売上高



各期の第2四半期単体の営業利益



第2四半期の貸借対照表

流動比率は248%、自己資本比率は51%
経営の安定性は、変わらず高い状態を維持。

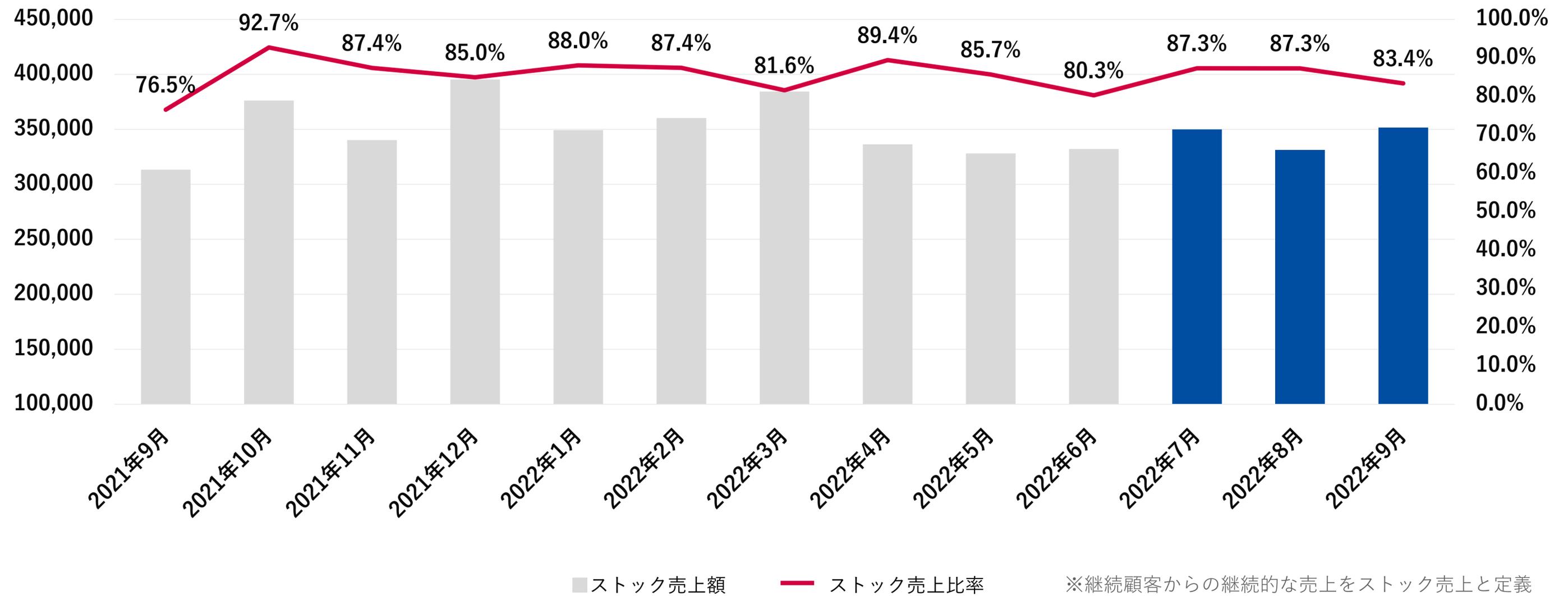
(単位：千円)

	2022年3月期末	2023年3月期第2四半期	増減
流動資産	2,179,557	2,038,105	-141,452
現金及び預金	1,537,838	1,441,027	-96,811
固定資産	215,360	214,336	-1,024
総資産	2,394,918	2,252,441	-142,477
流動負債	928,601	819,189	-109,412
固定負債	324,857	266,514	-58,343
純資産	1,141,459	1,166,737	25,278

ストック売上比率の推移

第2四半期も平均86%と高いストック売上比率を維持。

(単位：千円)



予算進捗率

売上高の進捗率は48%、営業利益の進捗率は37%にて推移。

(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2四半期)	2,545	58	58	36
進捗率	48%	37%	38%	35%

第2四半期決算サマリー

決算サマリー

1. 売上高、営業利益ともに計画通り順調に推移
2. 予算進捗率は、売上高の進捗率は48%、営業利益の進捗率は37%にて推移

売上向上のための打ち手

1. 市場全体のデジタルシフト化の流れに適応し、新規顧客獲得・既存顧客からのアップセルを強化
2. 業界特化ノウハウ発信を中心としたマーケティング強化による新規顧客獲得効率を向上

利益向上のための打ち手

1. 上半期に立ち上げた新規サービスの提供を強化
2. 既存顧客への新規サービス・蓄積したノウハウを活かした提案によりプロジェクト毎の粗利率を改善

セグメント別の事業概要

売上・営業利益推移

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

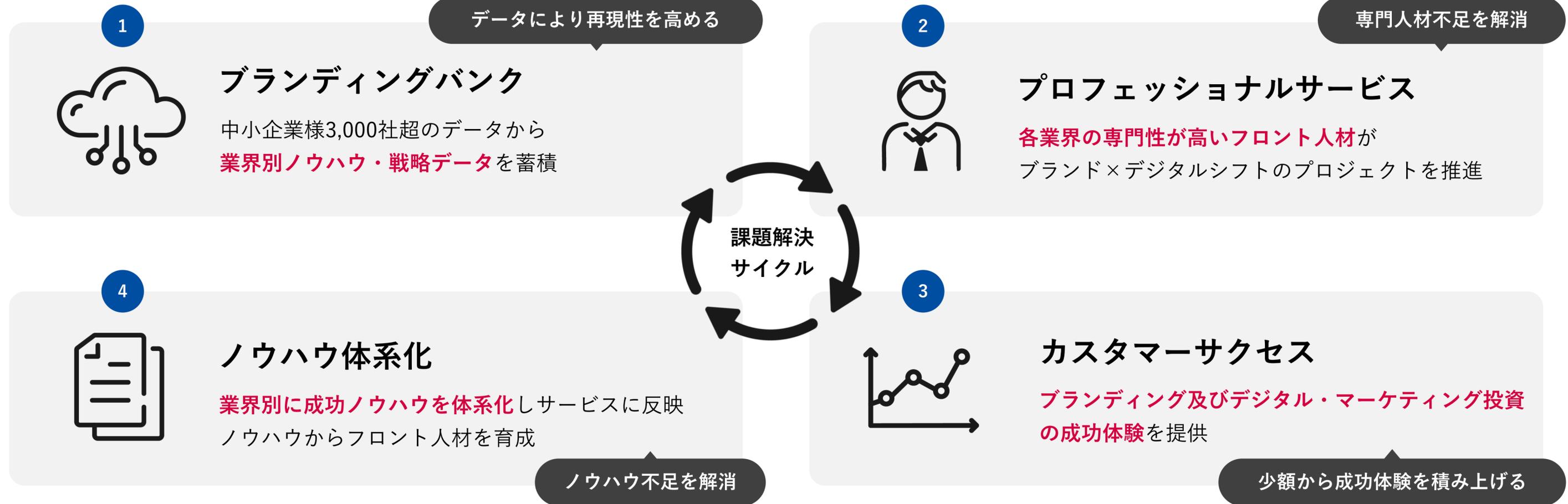
DX推進やデジタルマーケティングの一般論はわかるが自分たちの規模や業界に適した取り組みがわからない

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



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

×



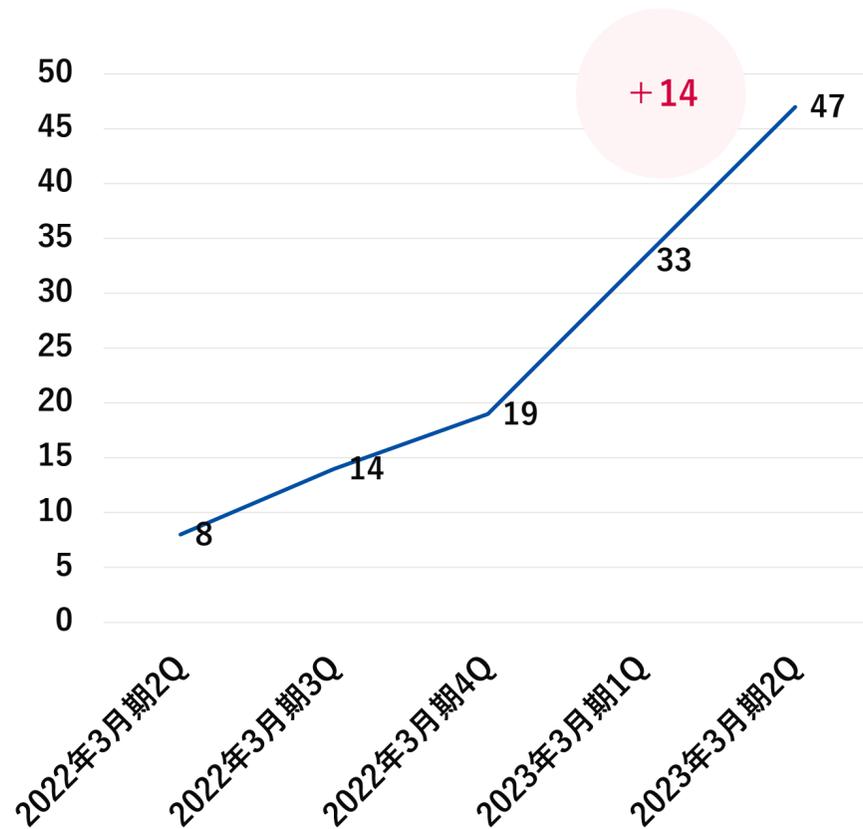
プロフェッショナルサービス

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

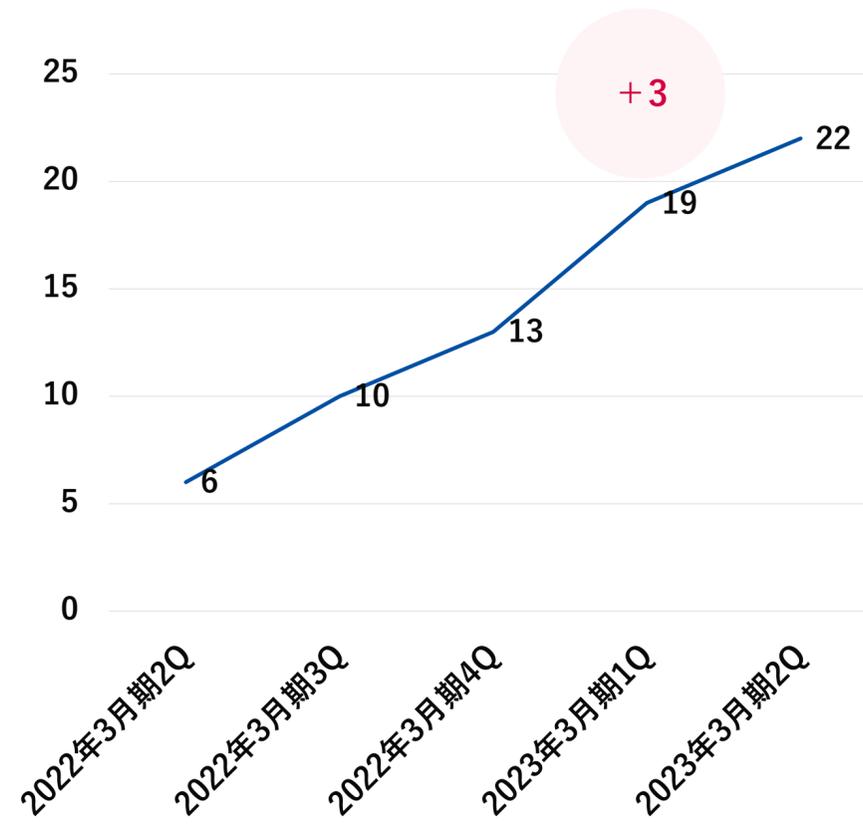
優位性を支えるKPI指標：ノウハウ数推移（累計）

業界特化・マーケティングノウハウのホワイトペーパー、セミナー数を重点的に強化。

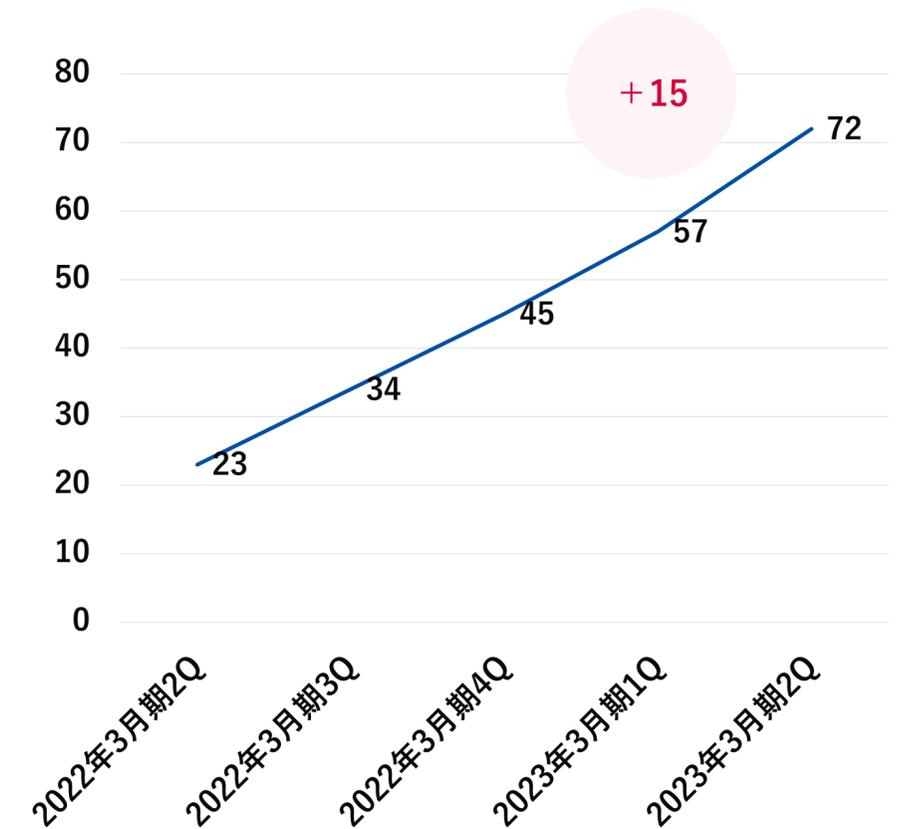
ホワイトペーパー数



事例・コンテンツ掲載数



セミナー開催数



セグメント・ユニット事業構造

	事業3セグメント	事業6ユニット	主な活動
ブランド事業		中小・地方企業様向け ブランド×デジタルシフト	不動産／工務店／製造を中心に 業界特化ノウハウを活かした ブランド・デジタルシフト支援
		医療業界向け ブランド×デジタルシフト	歯科・医療業界に特化した ブランド・デジタルシフト支援
		中堅・中小企業様向け コンテンツマーケティング・メディア制作	中堅・中小企業様の デジタルコンテンツやメディア制作支援
デジタルマーケティング事業		中堅・中小企業様向け デジタルマーケティング支援	中堅・中小企業様の デジタルマーケティング領域の課題に対し ワンストップ支援
オフショア関連事業		沖縄ニアショア・地域振興	ニアショア機能 沖縄県内企業のブランド・マーケティング支援
		ベトナムオフショア	オフショア機能 オフショア開発のソリューション提供

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

各業界ごとの勝ちパターンを構築し、業界特有の課題解決に取り組む



事業内容

特長

不動産／建築／製造業を中心とした
業界別ノウハウ開発

解決課題

中小・地方企業様のブランド価値を明確化し、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×デジタルシフトによる事業成長を実現

第2四半期トピック

- ✓ **住宅業界向けタレントアンバサダーサービスを中心に、新規顧客獲得・既存顧客のクロスセル強化**
- ✓ **業界特化ノウハウの発信を軸としたマーケティング強化により、新規顧客獲得の効率向上**

中小・地方企業様における主な課題解決



各業界における地域内での差別化を実現

Webを軸とした集客効率化を実現

ブランドの見直しによる発信力の強化

歯科・医療業界に特化して、医院経営の課題解決に取り組む



事業内容

特長

創業当初から積み重ねてきた

歯科・医療業界における実績・ノウハウ・ネットワーク

解決課題

歯科医院様のブランド価値を明確化し、

ブランディング×デジタルシフトによる事業成長を実現

第2四半期トピック

- ✓ 分社化による組織整備が完了し、顧客獲得のためのサービス開発・マーケティング投資を強化
- ✓ 学会を中心とした業界イベントなど、独自の顧客獲得チャネルを強化

医療業界における主な課題解決



医院様の地域内での差別化を実現

アナログ経営を脱却しデジタルシフトを実現

採用強化や業務効率化を実現

企業ごとのブランド「らしさ」をコンテンツで表現

FUNGRY

事業内容

特長

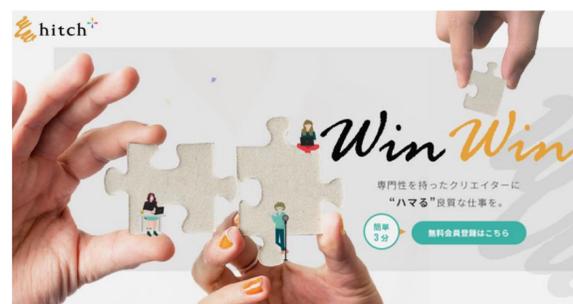
企画・編集／ライター／動画・Web制作チームが社内にいるため様々なコンテンツ施策が可能

コンテンツプロデュース体制



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+』

第2四半期トピック

- ✓ 大型案件のストック化・継続取引からのアップセル・クロスセルを強化
- ✓ 地方代理店との協業により、新規顧客獲得チャネルを強化

中堅・中小企業様における主な課題解決



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

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する



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



特長

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

第2四半期トピック

- ✓ 非コア業務の外部化を進め、フロント人材が
付加価値高い仕事ができる体制を強化
- ✓ 既存顧客へのクロスセル強化により利益率向上を狙う

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

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機能も持つ

【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機能も持つ



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

第2四半期トピック

- ✓ アザナ：ネットワークを活かした営業・マーケティング活動により、新規顧客獲得を強化
- ✓ ベトライ：円安進行で積極的な投資は控えるフェーズ。原価抑制・人材配置の見直し

事業セグメント別の第2四半期累計の売上高・営業利益推移

全セグメント共通で、中堅・中小企業様のデジタルシフトニーズを獲得し成長性を高めていく。

(単位：千円)

		2021年3月期第2四半期	2022年3月期第2四半期	2023年3月期第2四半期
ブランド事業	売上高	613,936	736,524	721,017
	営業利益	106,904	195,129	149,952
デジタルマーケティング事業	売上高	1,471,702	1,434,251	1,741,922
	営業利益	47,417	79,528	133,821
オフショア関連事業	売上高	42,562	72,690	82,704
	営業利益	-1,791	14,544	69

※各期のセグメント売上は内部取引消去前数値／セグメント利益は連結営業利益との調整額消去前数値を掲載

トピックス

グループ会社の設立と 新サービスリリース

今期の活動トピック／リリース一覧

中堅・中小企業様のブランド・マーケティング課題を解決するための提携・サービス開発を強化

リリース日	活動リリース内容	サマリー
2022年5月7日	不動産の企画・開発・マネジメントを行う エスポアと業務提携	両社の事業領域を掛け合わせ、中小不動産会社様の事業の効率化及び、デジタルマーケティングを強化
2022年5月19日	グループ会社のファンگری、BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム「エンプレス」のオープンβ版の提供を開始。	BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム「エンプレス」のオープンβ版の提供を開始。β版のローンチにあわせて、最大で2ヶ月分のダウンロード課金の費用が無料になるチャレンジプログラムを実施
2022年6月10日	グループ会社のファンگریとアザナが連携して、A型就労支援福祉事務所「SOONESS」と業務提携	インクルージョンカンパニーの株式会社SOONESSと業務提携し、障がい者の社会参画機会の創出を目的に継続して就労移行サポートを行っていくことを発表
2022年7月15日	採用に特化したインタラクティブ動画パッケージサービスをリリース。タッチスポット、ファンگریと3社共同開発	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、採用インタラクティブ動画のパッケージサービスの提供を開始
2022年7月22日	ブランディングテクノロジー、採用を目的としたSNS動画制作運用支援パッケージサービスをリリース	若手人材の採用に課題を感じている企業様に向け、TikTok・Instagram・YouTubeを活用したSNS動画制作運用支援サービスの提供を開始
2022年7月26日	Next CMO人材育成支援サービス「マーケティング・イネーブルメント」β版をリリース	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新サービス「マーケティング・イネーブルメント」の提供を開始
2022年9月1日	月5万円からの“定額制”フリーランスクリエイター活用サービス「hitchコンシェルジュ」の提供を開始	フリーランスクリエイターネットワーク「hitch+」の法人向けサービスとして、月額定額制でWeb制作やコンテンツ制作をプロクリエイターに依頼できる「hitchコンシェルジュ」の提供を開始
2022年10月3日	子会社「株式会社シンフォニカル」設立	連結子会社として株式会社シンフォニカルを設立
2022年10月17日	新サービス『住宅業界応援プロジェクト』をリリース。 住宅業界の活性化を支援	公式アンバサダーである竹原慎二さん（元WBAミドル級チャンピオン）の肖像を自社WEBサイト、広告・宣伝ツール、営業用資料など幅広い範囲で活用することが可能に

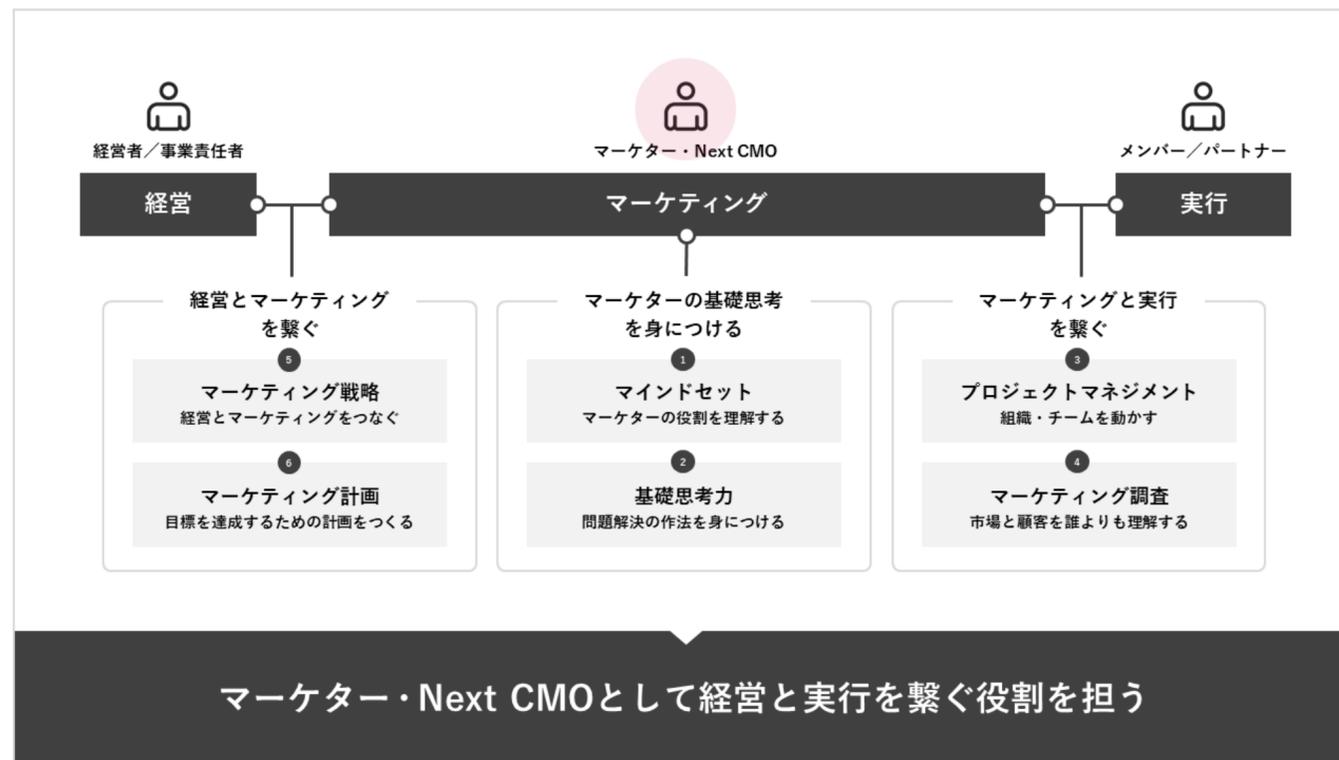
新サービス「マーケティングイネーブルメントβ版」をリリース



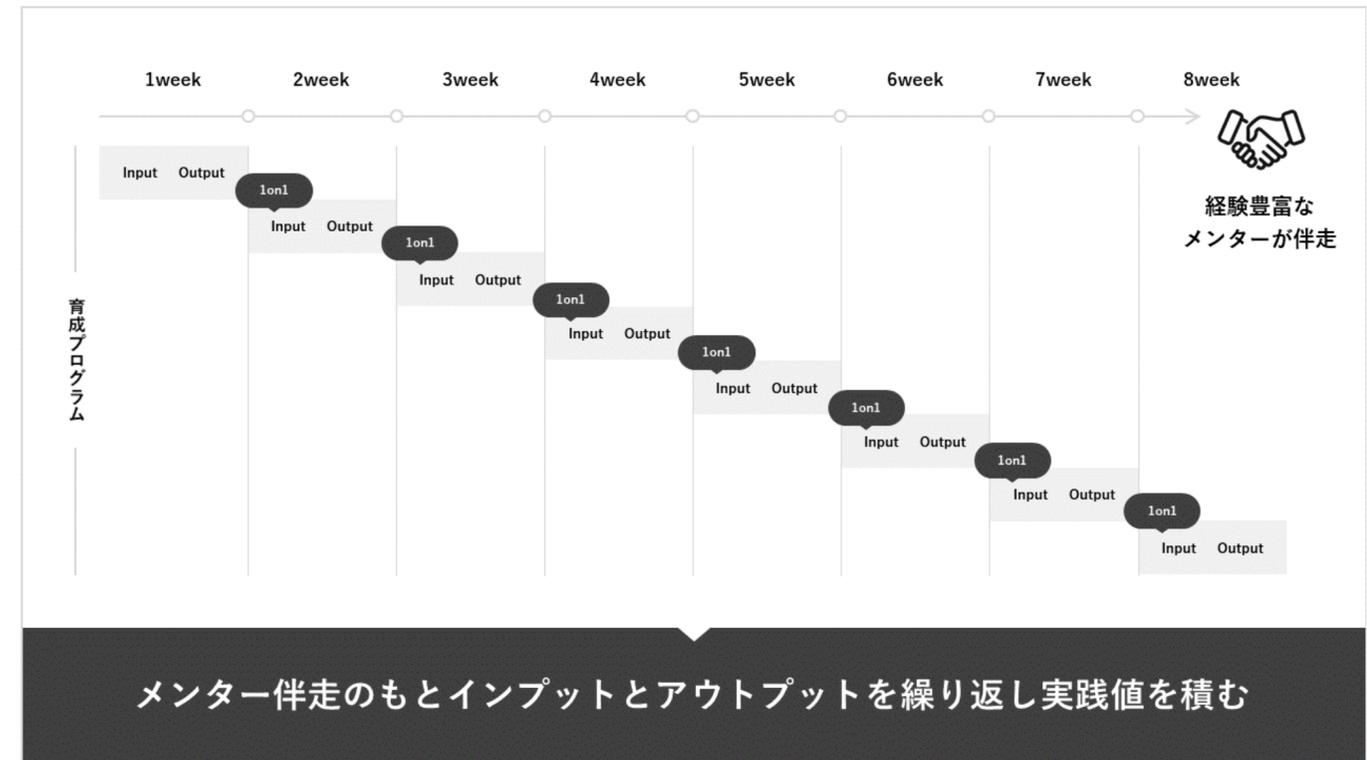
マーケティングイネーブルメントβ版

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

Next CMOを育成する教育プログラムを提供



メンターが伴走しながら学習し自走できる状態にする



グループ会社「株式会社シンフォニカル」設立

**歯科・医療業界に特化したカンパニーを設立し、
独自のブランドを構築、選択集中することで競争力を強化。**

中核事業であるブランド事業のうち、今後の市場成長が見込まれる医療機関・医療関連ビジネスにおけるブランディング及びデジタルシフトに関する事業をシンフォニカル社に承継することで、経営責任の明確化を図るとともに、意思決定の迅速化、機動的な組織運営、経営資源の選択と集中を実現することで競争力の強化。

2022年10月3日設立



ミッション

ブランドとデジタルで医療に関わる
“ひと”の成長を支える

ビジョン

すべての“ひと”のQOLが向上する社会づくり

バリュー

Principle / Passion / Human First
Professional / Achievement

新サービス「住宅業界応援プロジェクト」をリリース

プロジェクト参加企業様の自社メディアに、
タレントアンバサダーを起用することで参加企業様のブランド力強化に貢献。

プロジェクト参加企業に対して、アンバサダーの肖像を自社メディアなどで活用することで、
タレントの持つイメージや好感度から参加企業様を力強く、魅力的に支援することが可能です。
タレントアンバサダー起用により、参加いただく住宅業界の企業様のブランド力強化に貢献します。



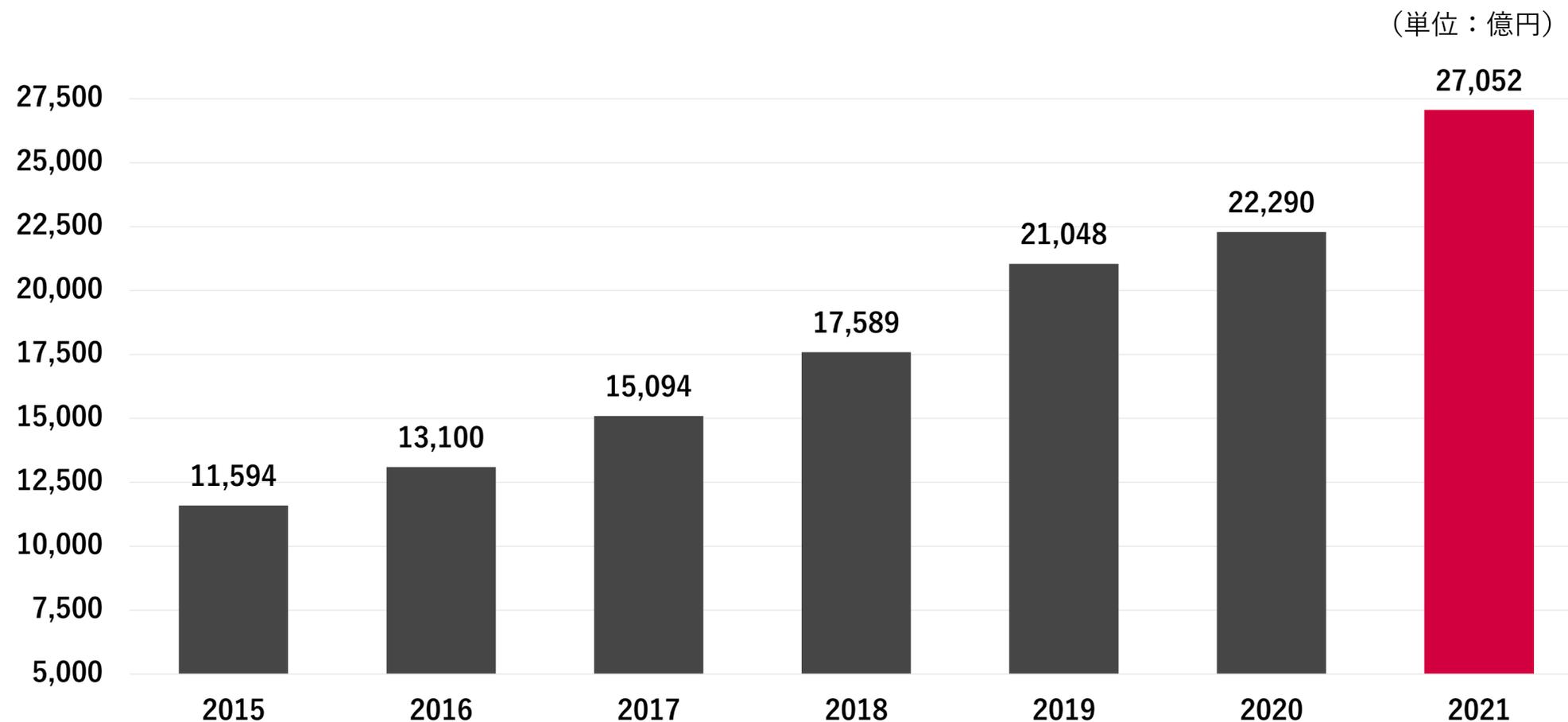
Appendix

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

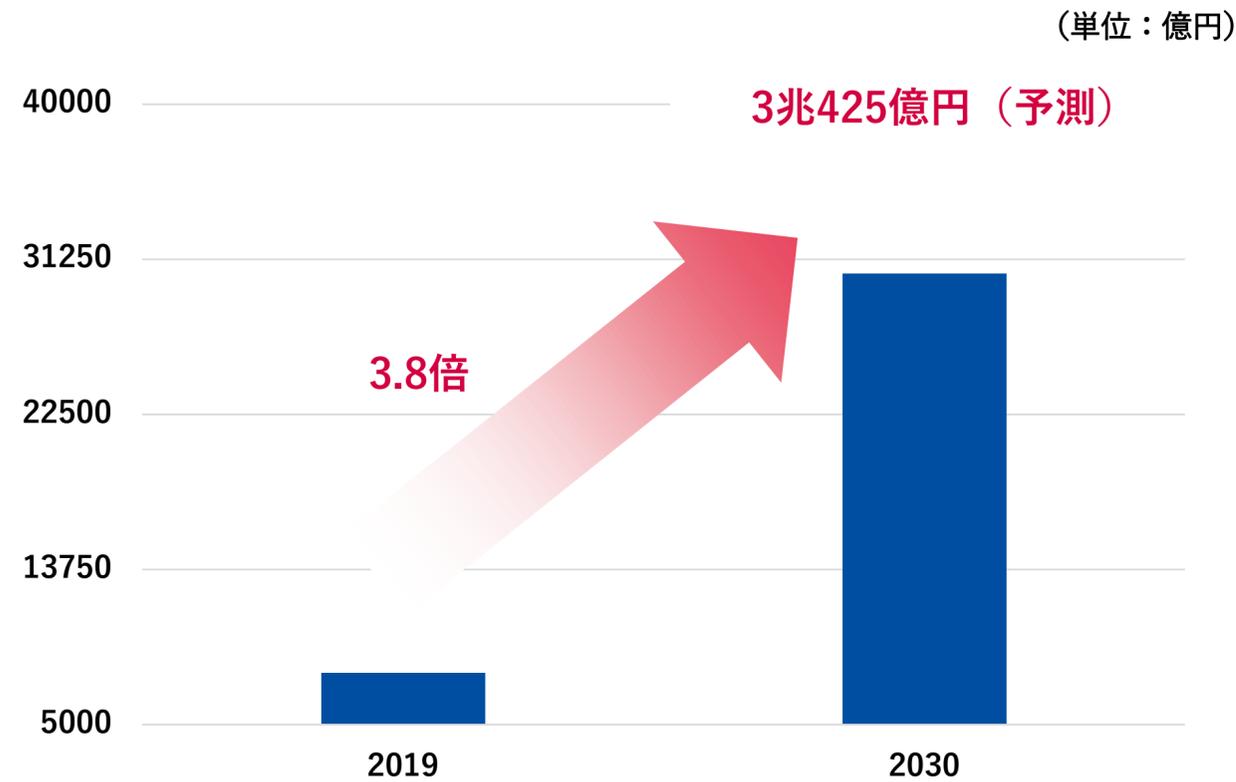
インターネット広告費は継続して高い成長率を保ち、2兆7,052億円（前年比121.4%）に達した。



出展：電通「日本の広告費」

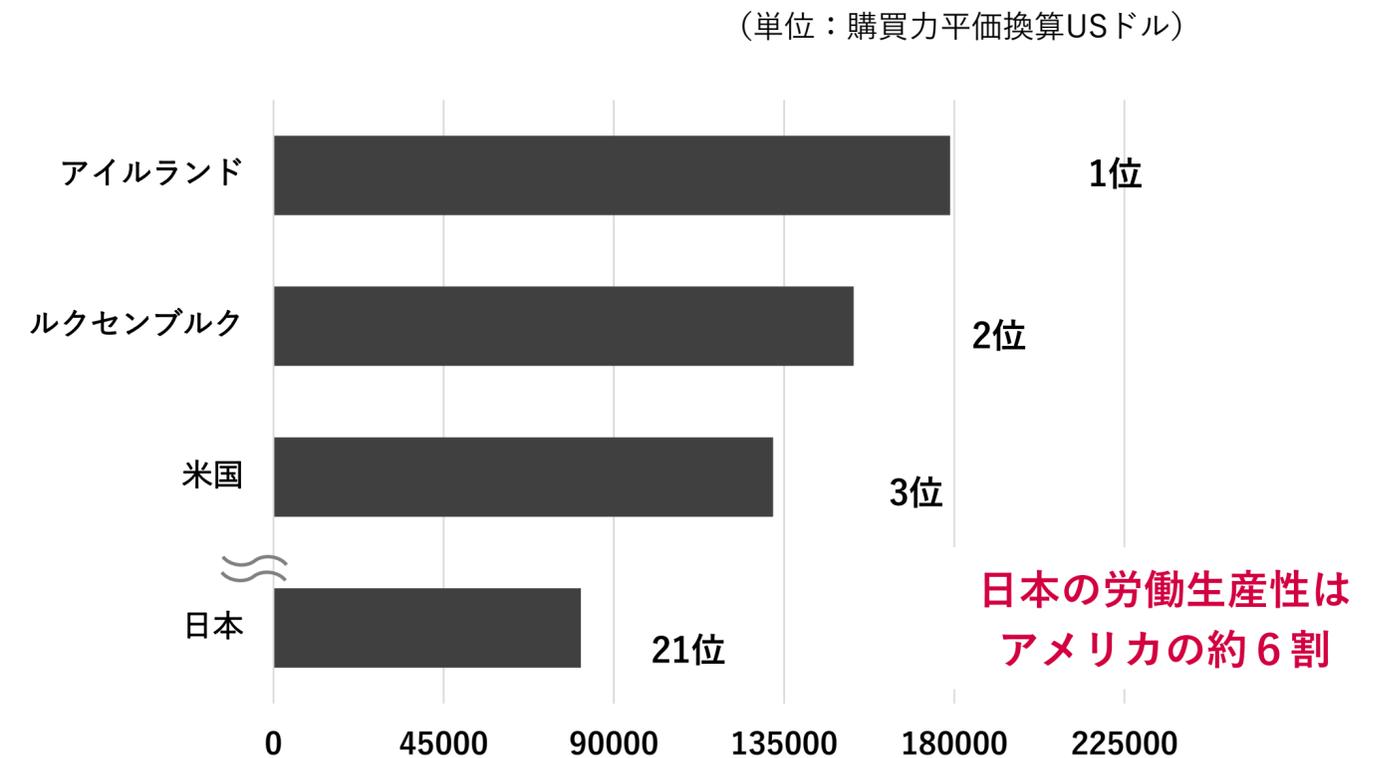
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

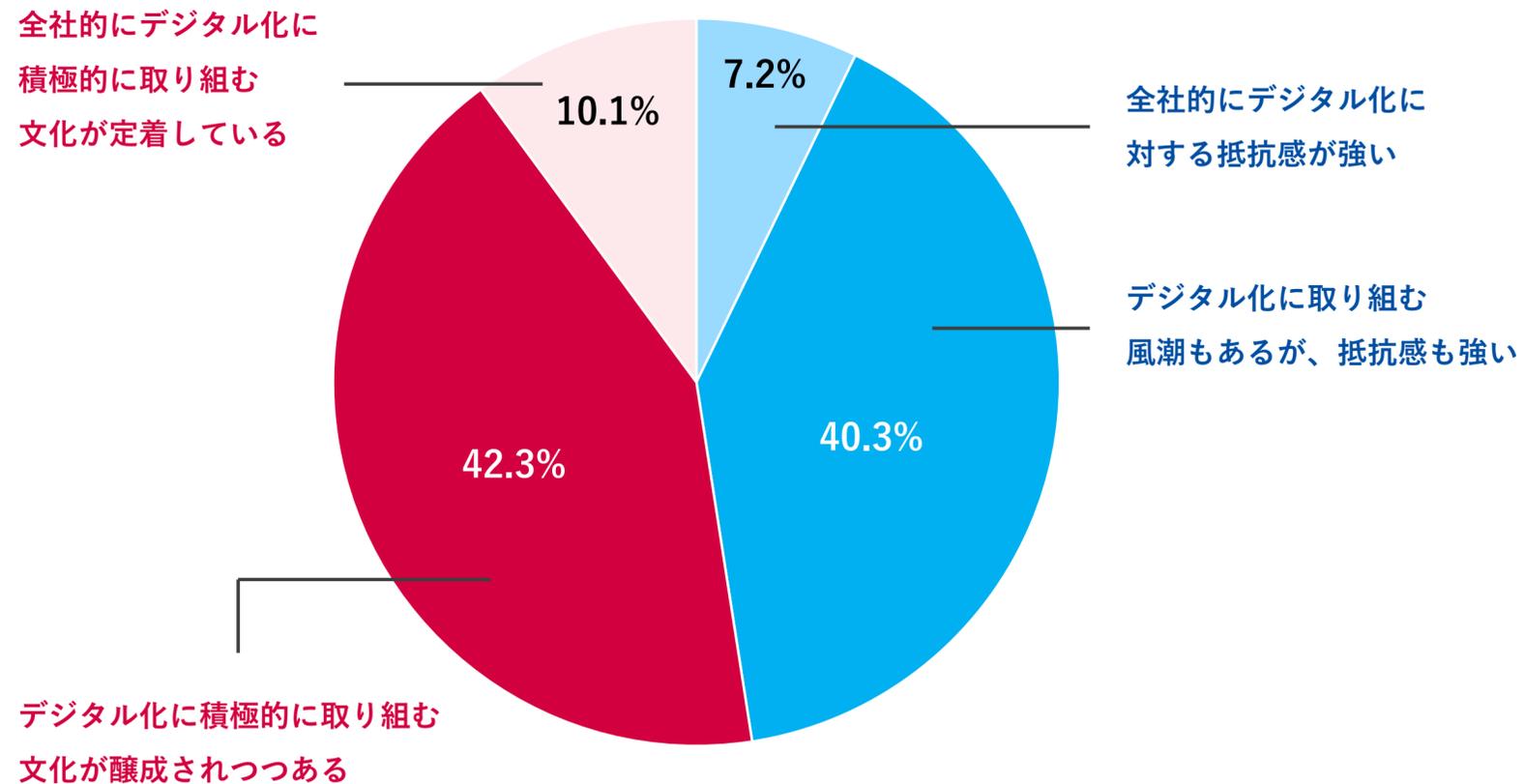
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



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

各産業においてデジタル化に対する優先度が向上

デジタル化に対する社内の意識



(n=4,756)

資料：野村総合研究所「中小企業のデジタル化に関する調査」より作成

52.4%の企業ではデジタル化に積極的に取り組む文化が定着・醸成されつつあり市場機会に。

積極的にデジタル化に取り組む意識をもつ中堅、中小企業は増えているが、CMO、CDO不在の恒常的課題が存在。

この課題解決に引き続き注力し、各業界のブランド×デジタルシフトを推進していく。



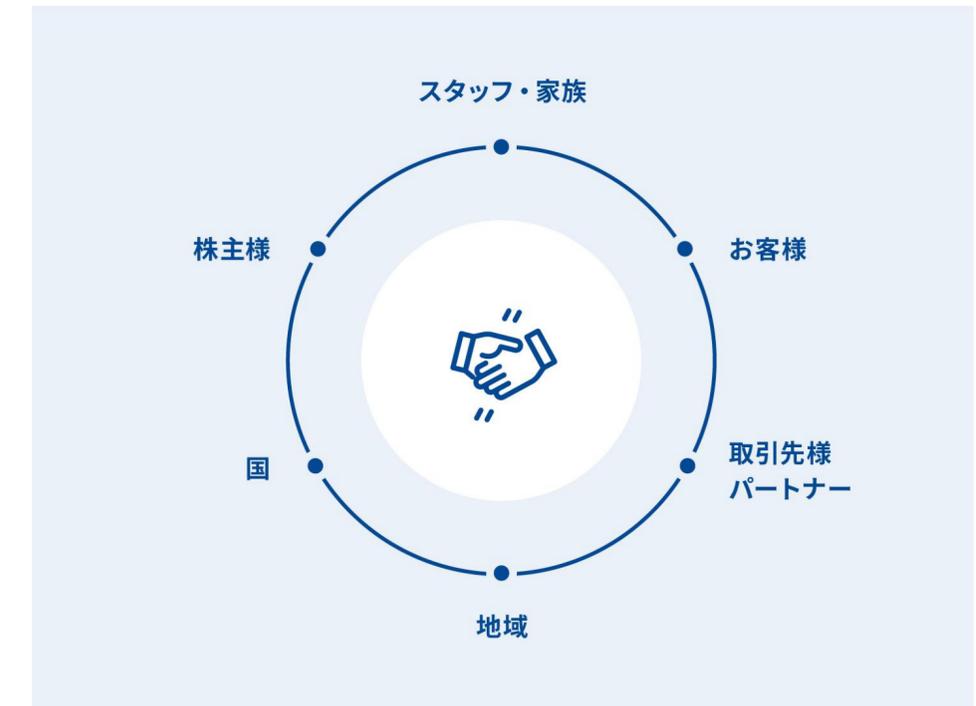
Appendix
ESG方針

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



ESG経営の重要テーマ

事業活動はさまざまな地球の恵みやステークホルダーに支えられています。

当社グループは、環境、社会、ガバナンス（ESG）に対応した持続可能な経営基盤を構築して参ります。



1. 行政や金融機関、地方企業との連携

SDGsの取り組みとして、事業活動で蓄積したブランディング・マーケティングノウハウを活かし、地域課題の解決を進めて参ります。

今後は、地方コミュニティとの連携、行政や地方銀行との連携などを通じて、活動を強化していく予定です。



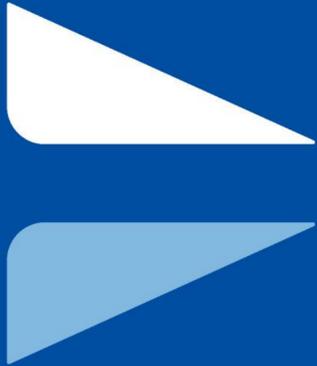
2. コーポレート・ガバナンスの強化

企業としての社会的責任を自覚し、持続的に企業価値を高めていくことを基本とし、企業経営の透明性と公正性を高め、持続的な成長、発展を遂げ、かつ社会的な責任を果たしていくことが重要であると考えています。



3. 健康経営の推進

ウェルビーイング（心身の幸福）を推進していくために、スタッフの健康を経営的な視点でとらえ計画的に実行していきます。推進テーマに合わせ継続的な施策を実施し、スタッフが心身ともに健康で、自己研鑽できる環境を創り、いきいきと生産性高く働き続けられる、働きがいのある会社を目指しております。



Branding
Technology

www.branding-t.co.jp