

# 2023年3月期 第3四半期決算説明資料

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3四半期決算概況

---

## 2. セグメント別の事業概要・売上利益推移

---

## 3. 第3四半期トピックス

---

## 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。

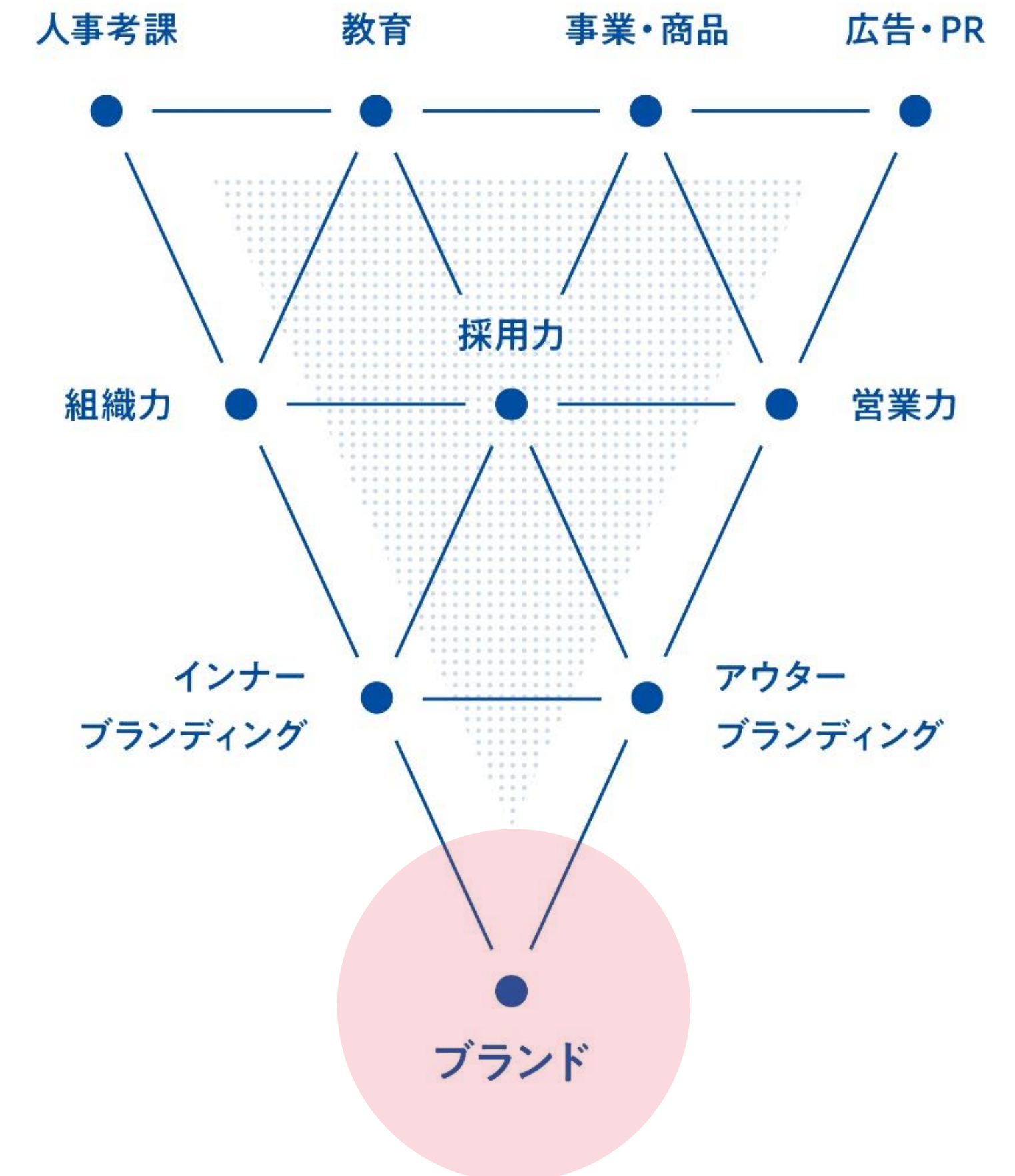




# ブランドファーストの考え方

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。

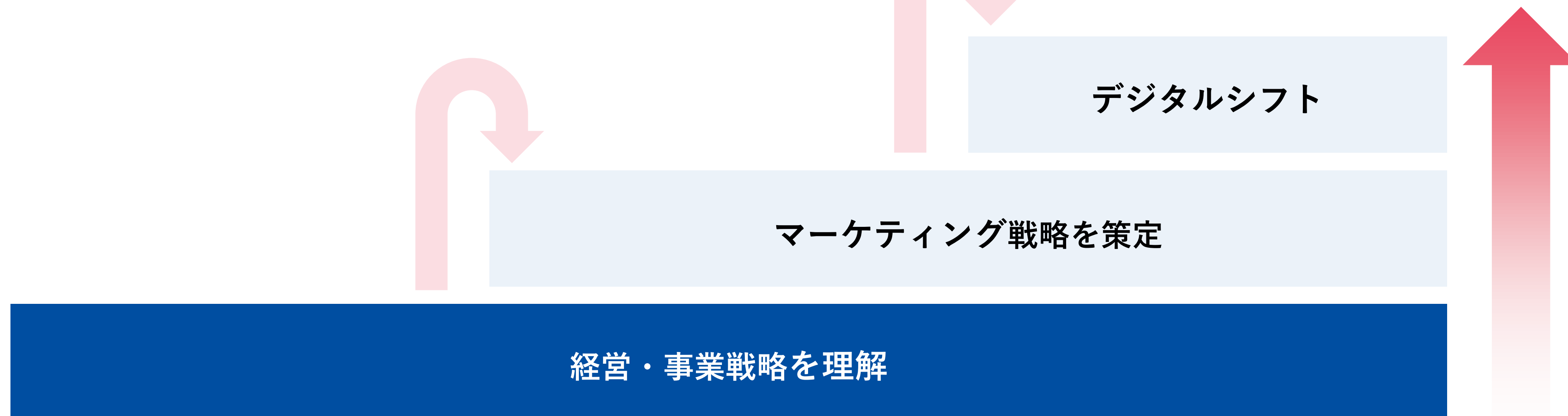


# マーケティング起点のデジタルシフトの考え方

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3四半期決算概況

# 第3四半期累計の損益計算書

デジタルマーケティング事業が売上高、営業利益を牽引し、  
対前年比107%の増収、営業利益は110%の増益にて着地。

(単位：千円)

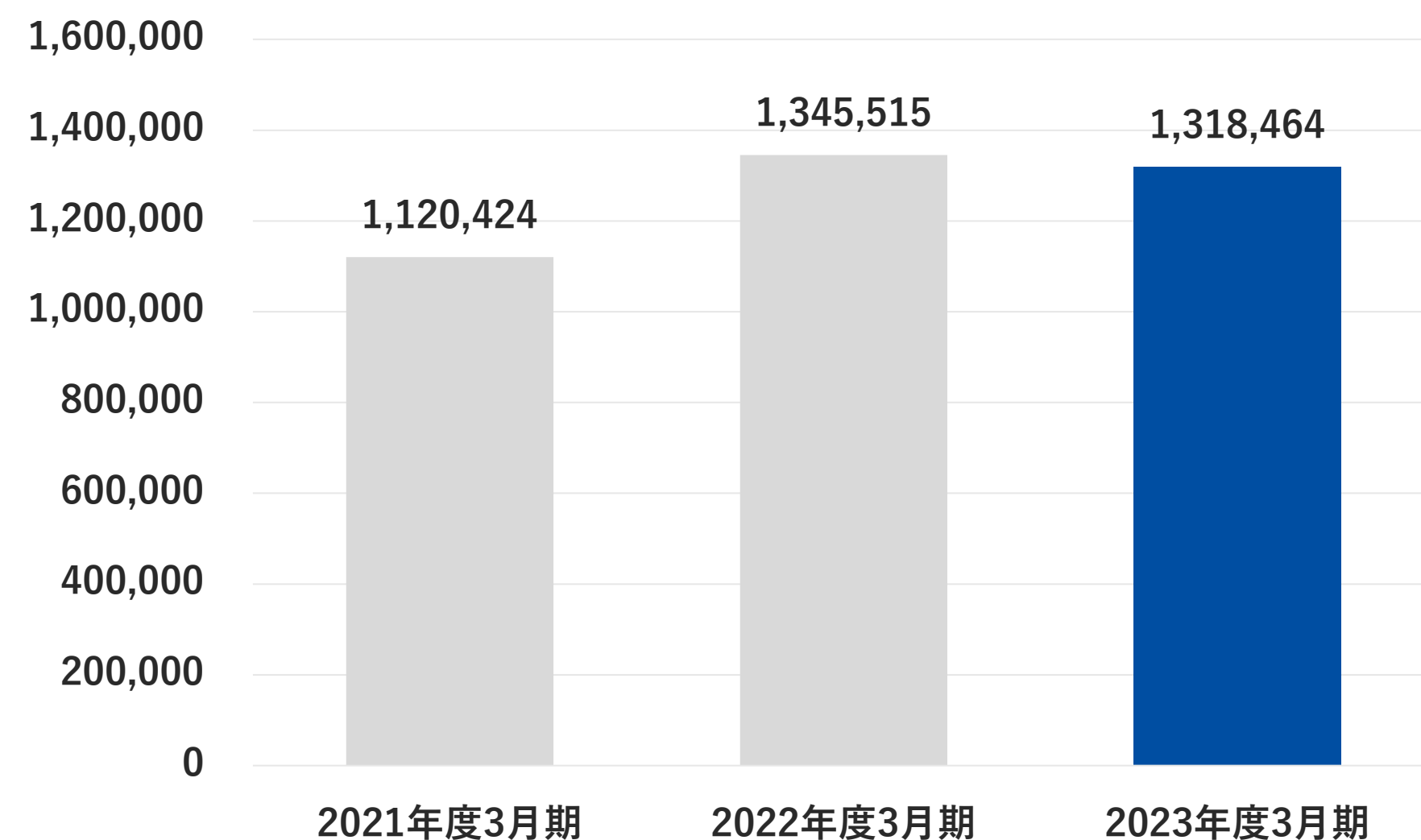
	2022年3月期第3四半期	2023年3月期第3四半期	増減
売上高	3,588,982	3,864,108	107.7%
売上総利益	867,525	893,415	103.0%
営業利益	81,126	89,416	110.2%
経常利益	80,336	91,418	113.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	65,111	57,527	88.4%

# 第3四半期単体の売上高・営業利益推移

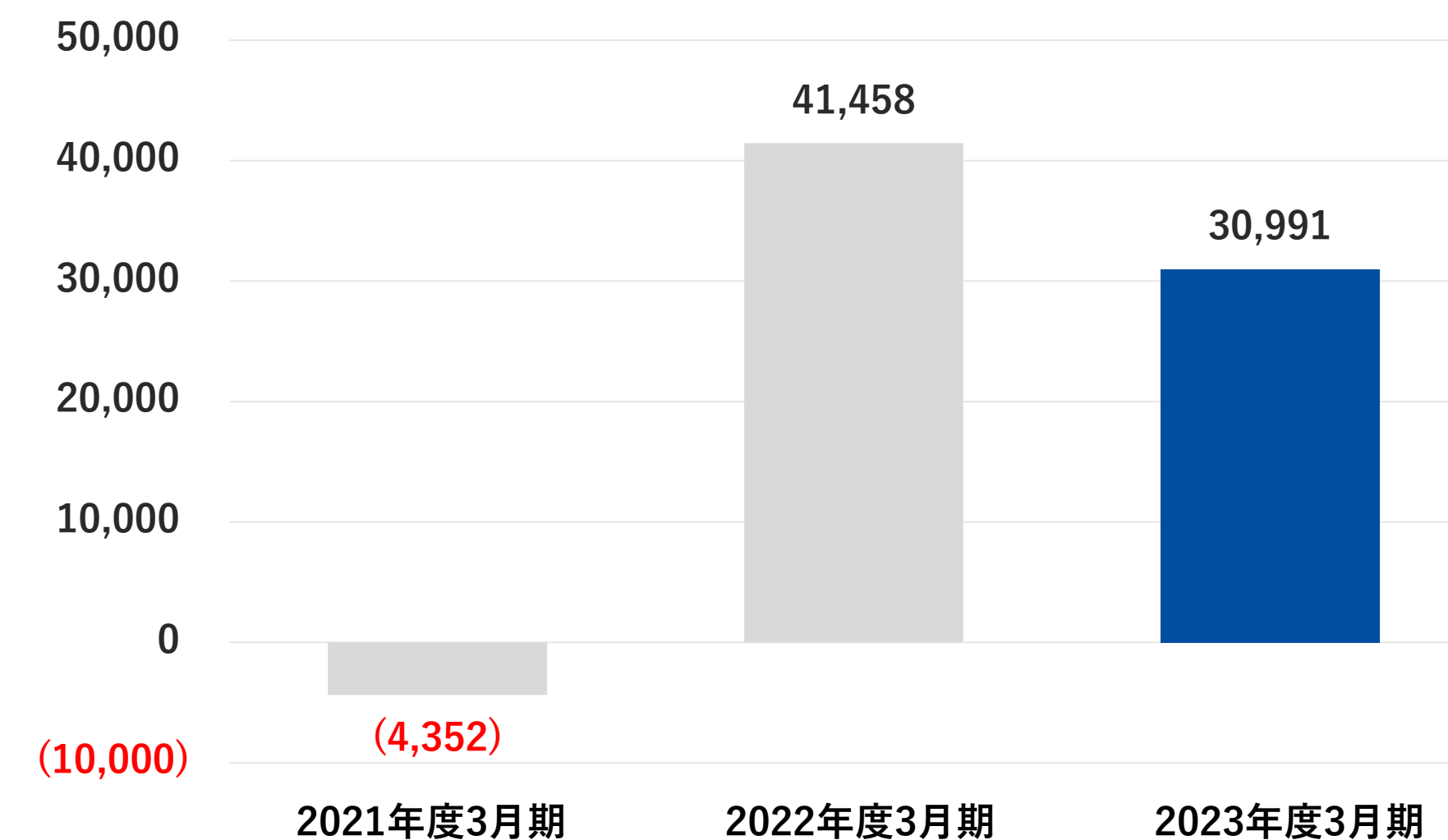
第3四半期単体での売上高は、対前年比で97.9%、営業利益は74.7%にて推移。  
ブランド事業が対前年比増収減益となり、第3四半期の粗利が低下したことが要因。

(単位：千円)

各期の第3四半期単体の売上高



各期の第3四半期単体の営業利益





# 第3四半期の貸借対照表

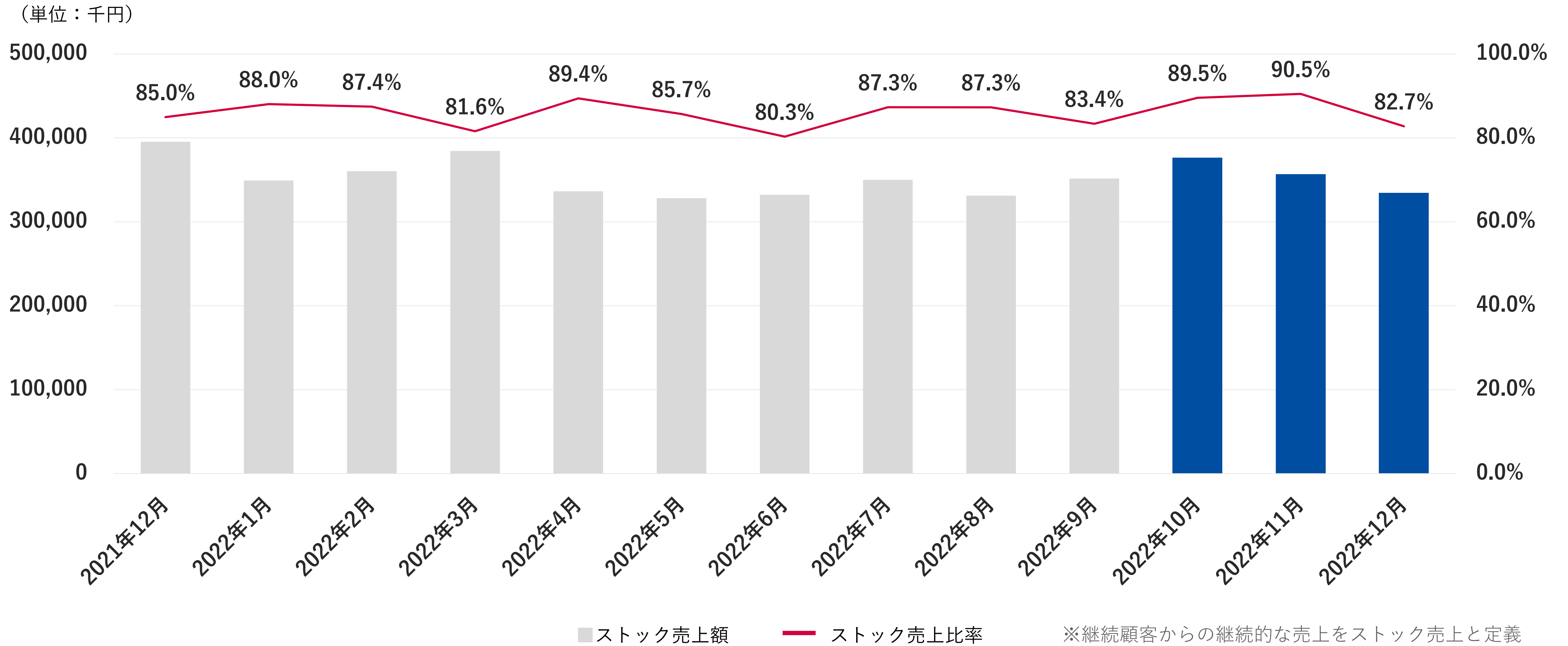
流動比率258%、自己資本比率53.6%と、  
経営の安定性は変わらず高い状態を維持。

(単位：千円)

	2022年3月期末	2023年3月期第3四半期	増減
流動資産	2,179,557	1,987,485	-192,072
現金及び預金	1,537,838	1,393,302	-144,536
固定資産	215,360	211,374	-3,986
総資産	2,394,918	2,198,859	-196,059
流動負債	928,601	769,271	-169,329
固定負債	324,857	243,182	-71,676
純資産	1,141,459	1,186,406	44,947

# ストック売上比率の推移

第3四半期も平均87.5%と高いストック売上比率を維持。





# 予算進捗率

売上高の進捗率は74%、営業利益の進捗率は56%にて推移。

期初予算の達成に向け、第4四半期のブランド事業の納品活動及び、粗利確保に注力。

(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3四半期)	3,864	89	91	57
進捗率	74%	56%	59%	55%

# 第3四半期決算サマリー

## 決算サマリー

対前年比107%の増収、営業利益は110%の増益にて着地

## 成長戦略について

1. 中堅企業様向けのデジタルマーケティング、コンテンツマーケティング領域の支援を拡大し、売上のトップラインを伸ばす
2. 中小企業様向けの業界別ノウハウを強化し、マーケティング、営業活動からの新規顧客獲得数を拡大
3. 各事業ユニット毎に、既存顧客の追加デジタル投資需要を獲得し、プロジェクト単価の向上



# セグメント別の事業概要

## 売上・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

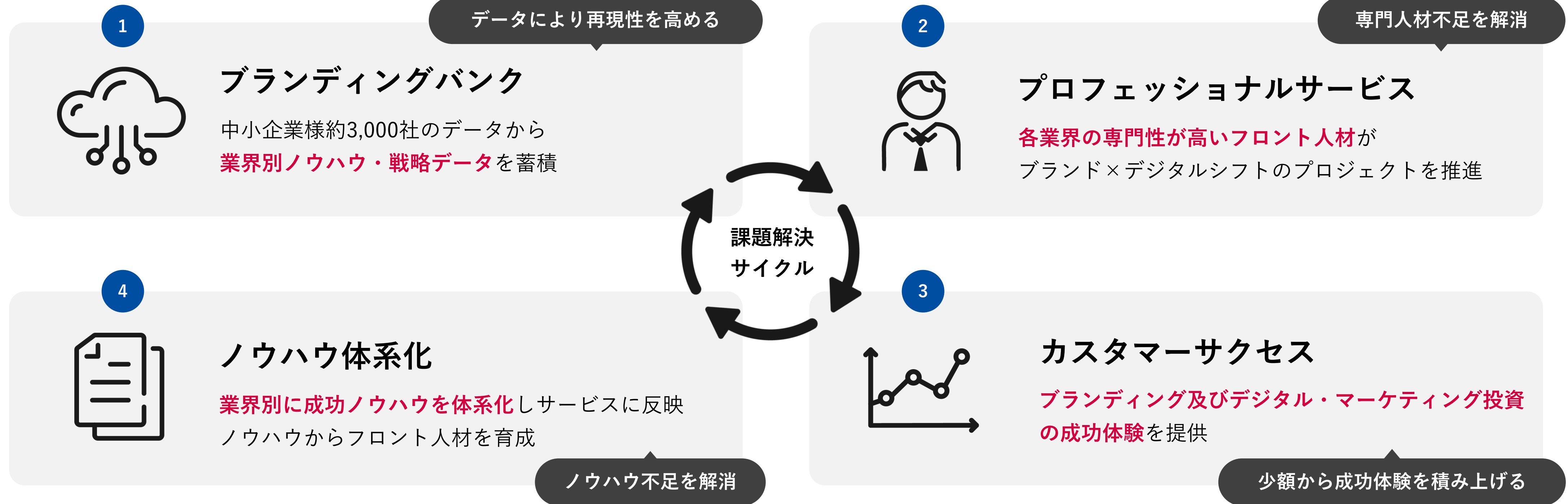


# マーケティングDXの全体像

解決策

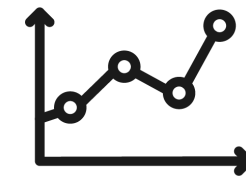
## 中小企業様の事業成長に再現性を持たせるためのマーケティングDXの仕組み

※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



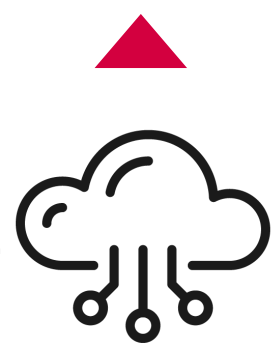
## カスタマーサクセス

“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

中小企業様約3,000社のデータから  
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

×



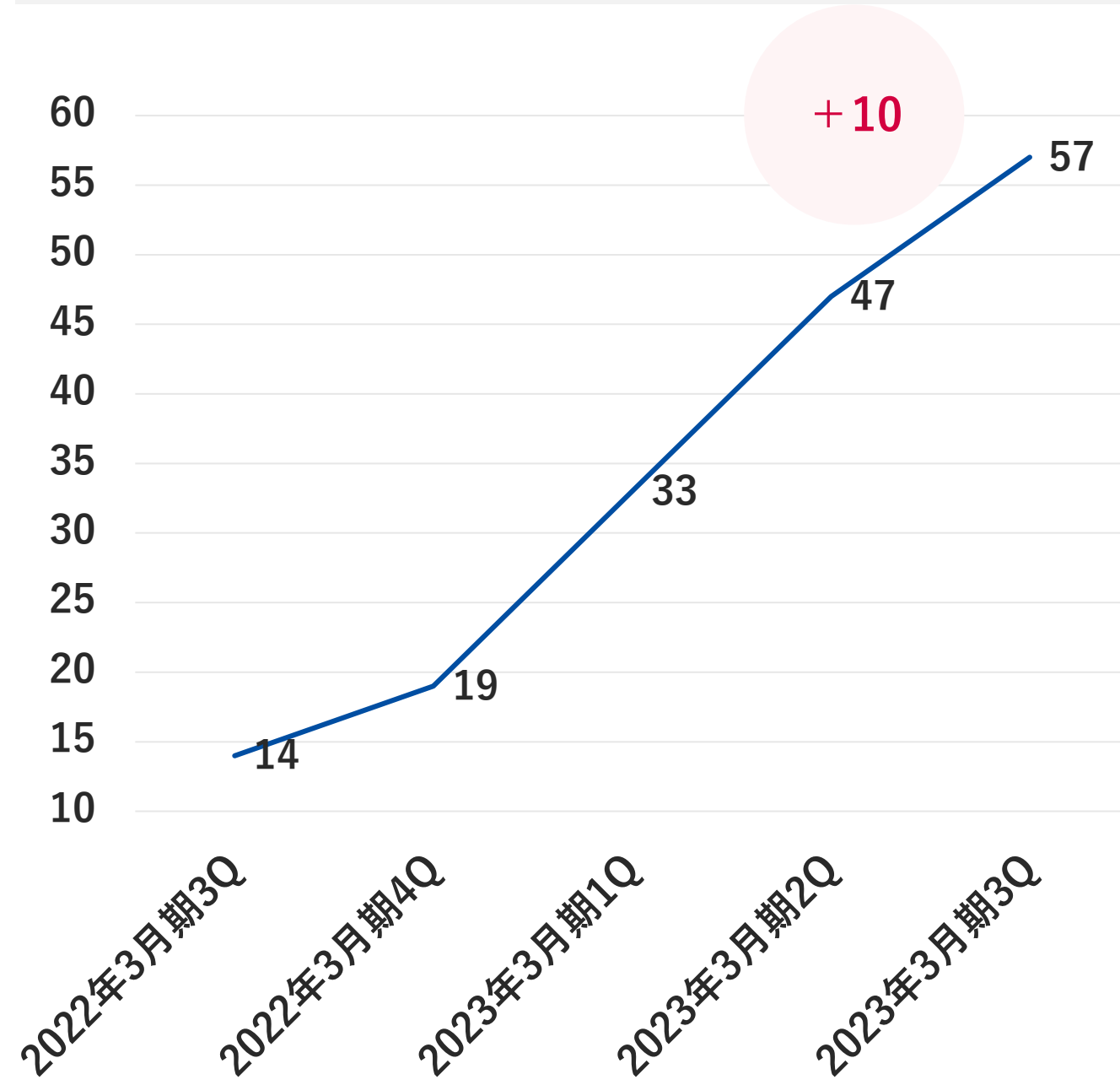
### プロフェッショナルサービス

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

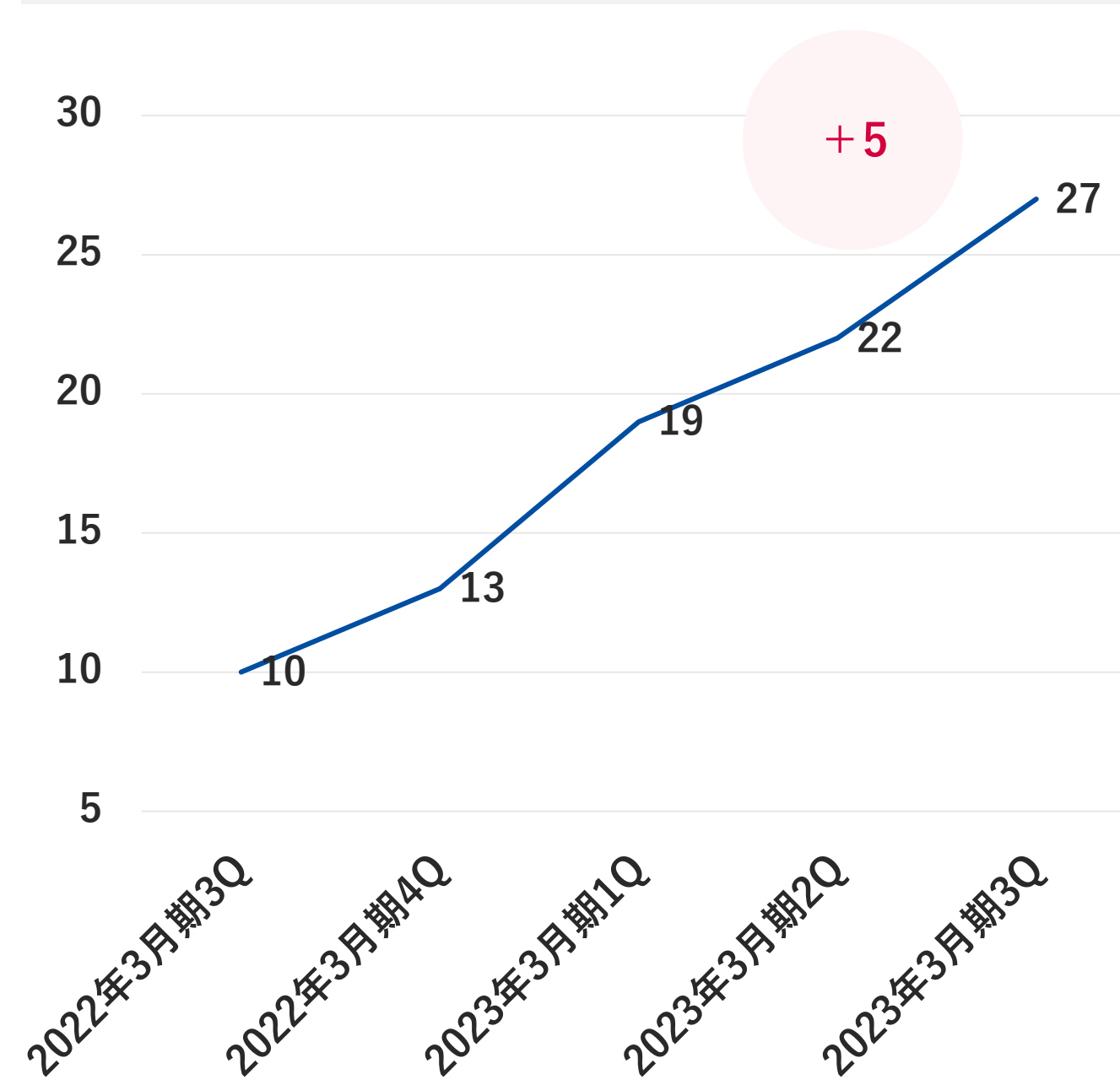
# 優位性を支えるKPI指標：ノウハウ数推移（累計）

上期に続き業界別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。

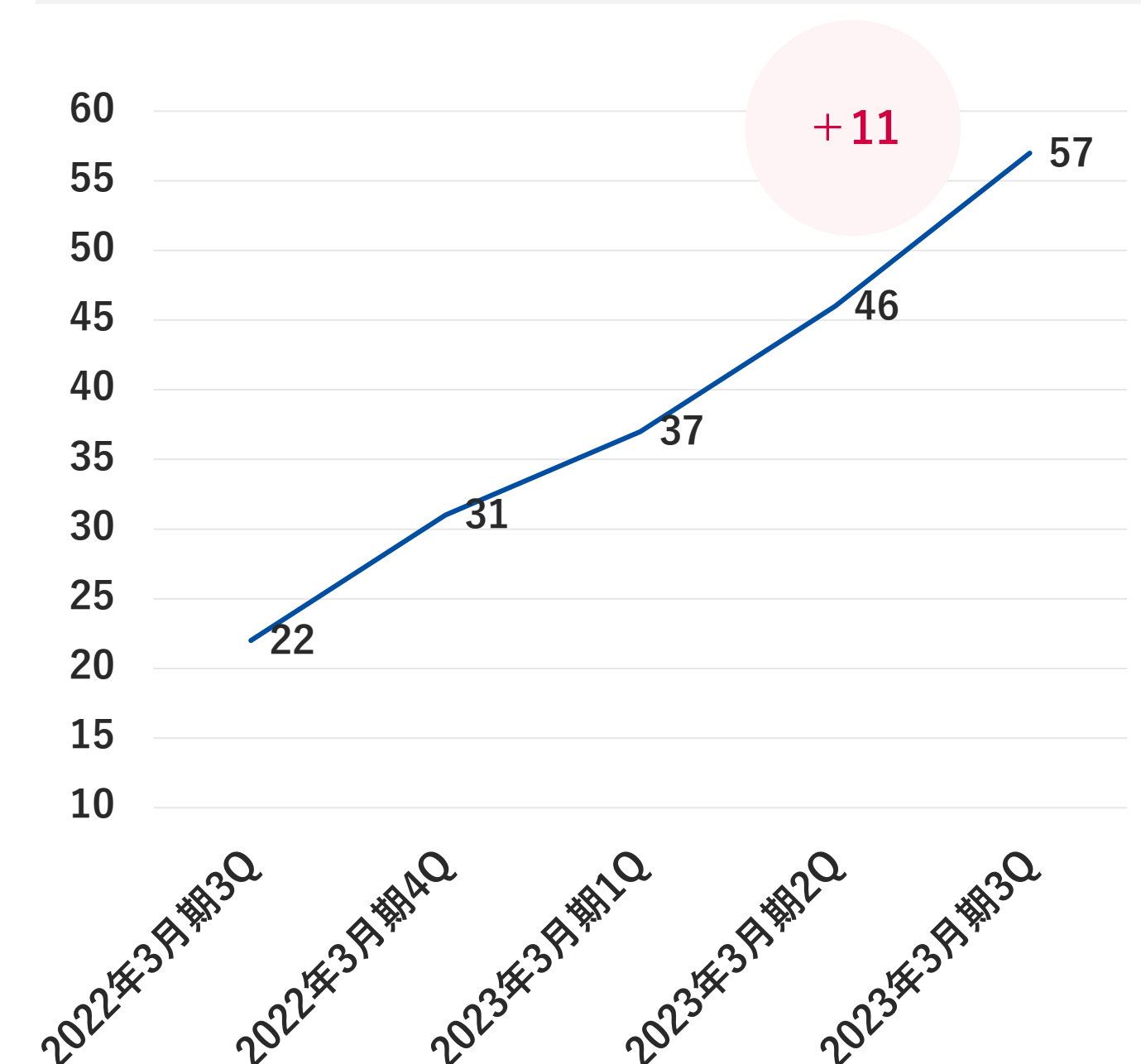
ホワイトペーパー数



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

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



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3四半期トピック

- ✓ **外壁塗装の顧客を中心にタレントアンバサダーサービスの契約を獲得**
- ✓ 業界別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（継続）

## 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

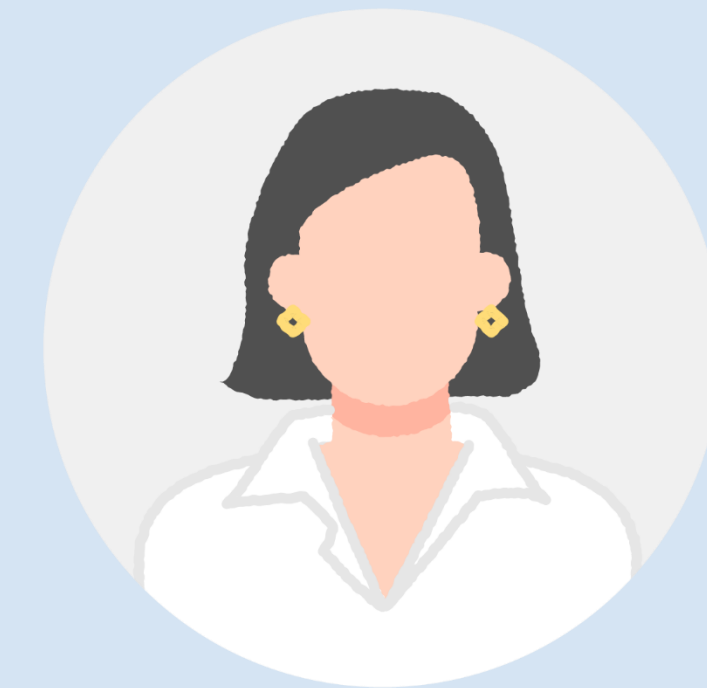
歯科医院様のブランド価値を明確化し、

**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3四半期トピック

- ✓ 分社化後、歯科・医療に特化した既存顧客のサポート体制を強化
- ✓ 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（継続）

## 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

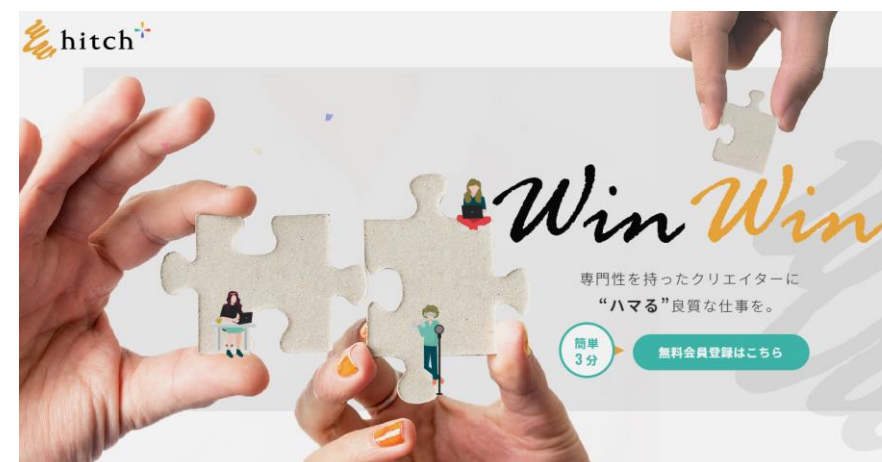
企画・編集／ライター／動画・Web制作チームが社内にいるため様々なコンテンツ施策が可能

### 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3四半期トピック

- ✓ 採用と人員の再配置により生産効率を高め、大型案件の納品サイクルを改善
- ✓ 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（継続）

## 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

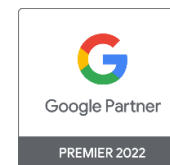
### 実績

デジタルマーケティング継続顧客数

**約200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3四半期トピック

- ✓ 年末にかけて季節要因に合わせ、アプローチを行いスポット予算を獲得
- ✓ 既存顧客へのクロスセル強化により利益率向上を狙う (継続)

## 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3四半期トピック**

- ✓ **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県内の優良顧客を獲得
- ✓ **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3四半期累計の売上高・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。  
第4四半期は、対前年比増収減益となっているブランド事業の納品活動及び、粗利確保に注力。

(単位：千円)

		2021年3月期第3四半期	2022年3月期第3四半期	2023年3月期第3四半期
ブランド事業	売上高	951,531	1,079,780	1,086,359
	利益	191,157	245,544	195,564
デジタルマーケティング事業	売上高	2,223,629	2,399,154	2,656,111
	利益	73,918	153,117	200,214
オフショア関連事業	売上高	73,465	110,047	121,638
	利益	4,432	21,261	7,441

※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

# 独自パートナーネットワークの強化と 上半期リリースのサービスについて

# 第3四半期の活動トピック／リリース一覧

## パートナープラットフォーム（hitch+／DeBo）を強化し、独自のネットワークを拡大

リリース日	活動リリース内容	サマリー
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
2022年10月19日	<b>ファンگریー、「hitch+（ヒッチプラス）」会員向けのサポートプログラムとして「スマート脳ドック」を優待価格で提供開始</b>	「スマート脳ドック」を提供するスマートスキャン株式会社と連携し、hitch+会員及び向けにスマート脳ドックを優待価格で受診する機会を提供
2022年10月26日	<b>ファンگریー、BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム【エンプレス】月額制のライトプランを正式リリース</b>	BtoB向け資料ダウンロードプラットフォーム「エンプレス」の月額制ライトプランを正式リリースし、所定期間内のご契約で月額費用が1年間割引になるキャンペーンも実施
2022年11月1日	<b>ファンگریー、「hitch+」会員にフリーランス・自営業者向け「働くあなたの所得保障保険」の紹介を開始</b>	アフラック生命グループのSUDACHI少額短期保険株式会社と提携し、hitch+会員及び向けに「働くあなたの所得保障保険」の紹介を開始
2022年11月22日	<b>フリーランス・副業・ダブルワーク向けクリエイティブ制作の仕事紹介サービス『DeBo(ディーボ) for BUSINESS』をリリース</b>	Web制作の品質やリソースに課題を感じている企業と在宅ワーカーを自社ディレクターが繋ぐ新サービス『DeBo for BUSINESS』の提供を開始
2022年12月8日	<b>ファンگریー、ブランド・プランナー協会と提携、「hitch+」会員の“リスクリング”をサポート</b>	実践的企業ブランディング資格講座を展開する一般社団法人ブランド・プランナー協会と提携し、hitch+会員及び向けの“リスクリング”をサポート
2022年12月21日	中小企業の「社名認知不足」の課題解決に向け、タレントを活用したプロモーションに関する調査レポートをリリース	タレントキャスティングによる影響力調査を行いレポート化。中小企業様のタレント活用に関するノウハウを提供。



# 独自パートナーネットワークの強化について

クリエイター、ディレクターの独自パートナーを拡大し、グループ内の生産性、サービス品質の向上に繋げる。

フリーランスクリエイターネットワーク「hitch+」  
会員向けのサポートを充実化し新規会員獲得に繋げる



## 会員サポート



### 働くあなたの所得保障保険

病気やケガで就労困難となった場合の生活費をサポートするフリーランス・自営業者向けの就労所得保障保険です。

業務中だけでなく業務外の病気やケガで働けなくなった場合も保障します。

※引受少額短期保険業者：SUDACHI少額短期保険株式会社

※詳細は、引受少額短期保険業者作成の契約概要・注意喚起情報・約款などをご確認ください

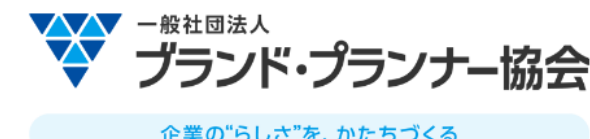
AFHC D—2022-0083 10月24日



### スマート脳ドック

自覚症状のない脳の異常を早期発見できる頭部MRIおよび頭部・頸部MRAの検査です。ネット予約が可能で受診結果もネット上で確認できるため医療施設の滞在時間は約30分と従来の受診と比較して大幅に時間短縮した脳ドックです。

※hitch+会員の方で受診希望の方はお申し出があれば割引クーポンを発行



### ブランド・プランナー協会

クリエイティブ職向けの実践的な企業ブランディングの資格・インターネット講座です。学習コンテンツを通じてブランド・プランナー（企業ブランディングにおける知識・スキルを要し、企業のブランディングを推進する中核的役割を担う存在）の育成を目的に運営されています。

※hitch+会員の方は10%割引での受講が可能です

Webディレクターのパートナー拡大に向け、特設サイトを公開。未経験者に対する養成講座も実施



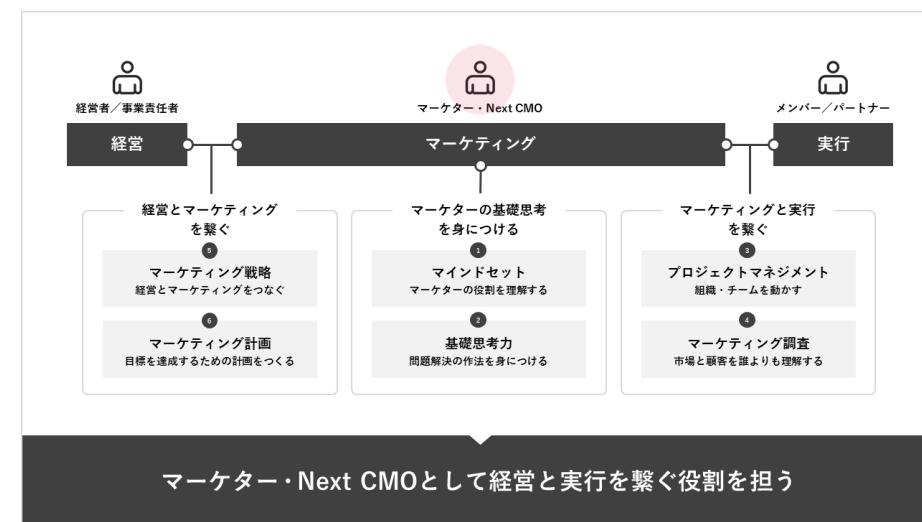


# 上半期リリースのサービスについて

2022年7月26日リリース

## マーケティング・イネーブルメントサービスβ版

ベータ版サービスを提供開始し、サービスのブラッシュアップが完了。本サービスのリリースを4Qに行う予定。



※サービスに関連するメディアを立上げ

2022年10月17日リリース

## 住宅業界応援プロジェクト

外壁塗装の顧客を中心にタレントアンバサダーサービスの契約を獲得。タレントを軸にしたプロモーションを実施。

株式会社 NINE 様

エリア 静岡県（磐田市・袋井市）  
業種 外壁塗装業・リフォーム業  
サイト <https://www.kabenuru.com/>

「壁塗（かべぬる）さん」という屋号を掲げ、静岡の磐田市・袋井市エリアで外壁塗装業・リフォーム業を展開されています。1級塗装技能士による高品質施工を良心価格で提供されている「壁塗さん」は、お客様からの信頼も厚く、地域で3つのNo.1を取得されました。施工は全て保証付きというアフターフォローの万全さ、リフォーム全般の工事も対応可という対応力の高さ、雨漏り解決実績100件以上という解決力の高さが魅力のポイントです。



# Appendix

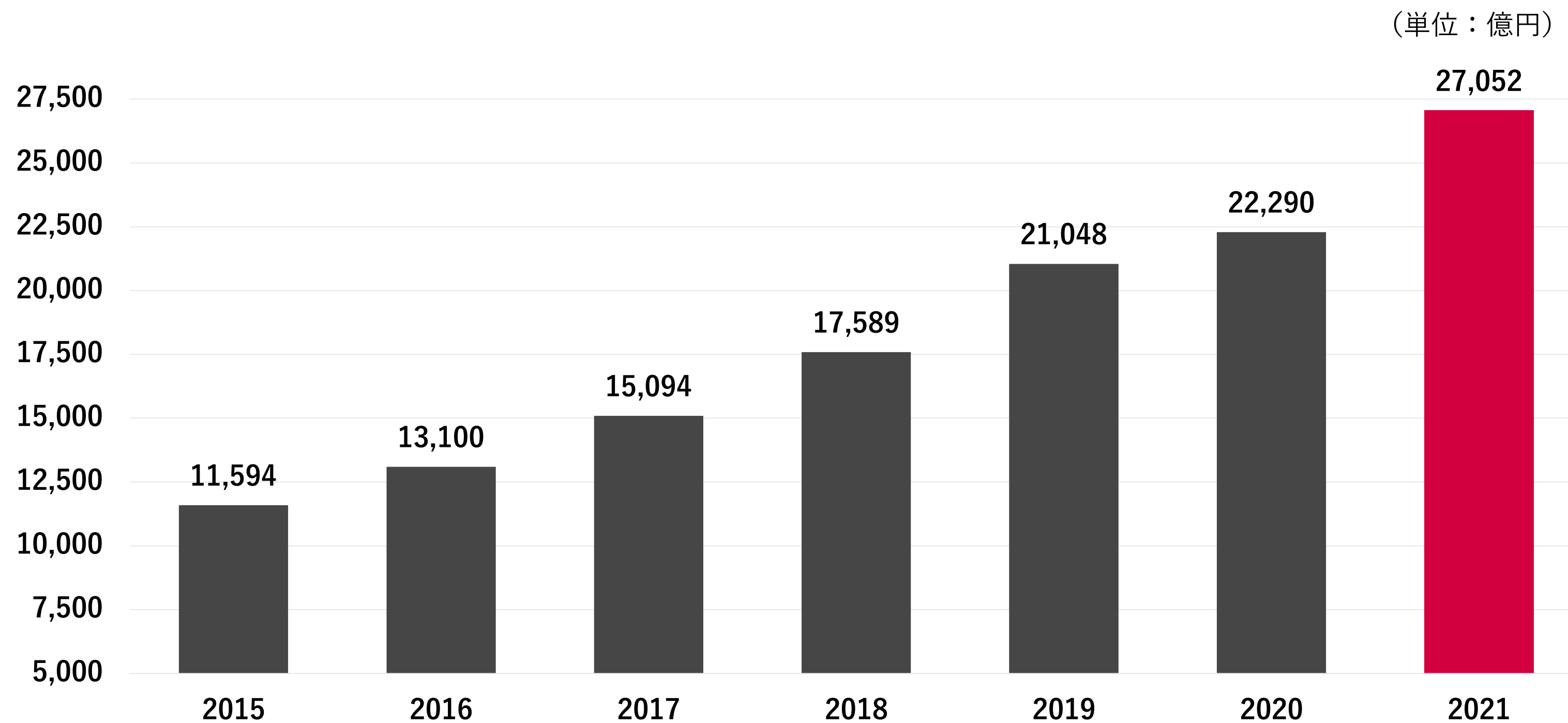
# 市場背景



# 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

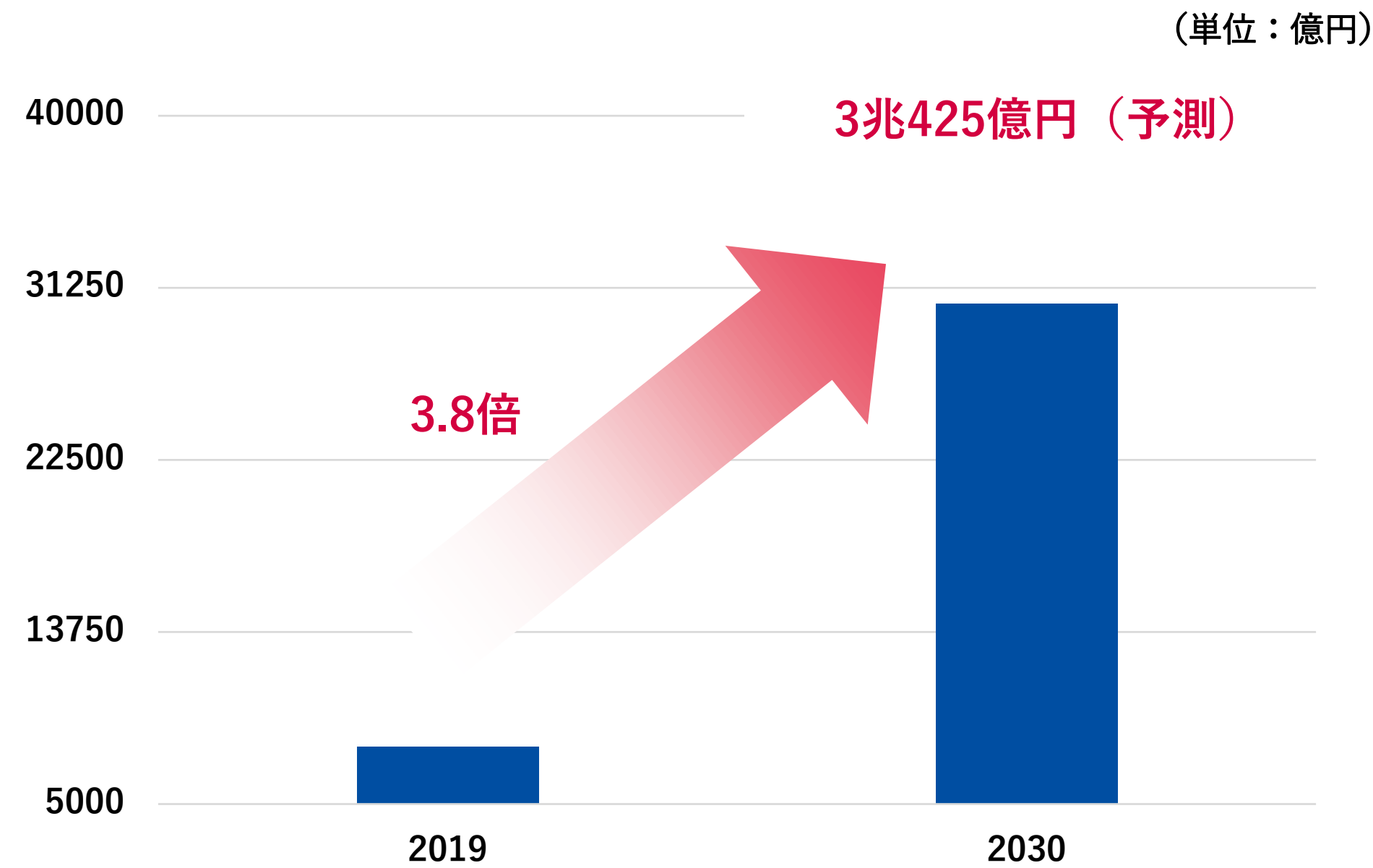
インターネット広告費は継続して高い成長率を保ち、2兆7,052億円（前年比121.4%）に達した。



出展：電通「日本の広告費」

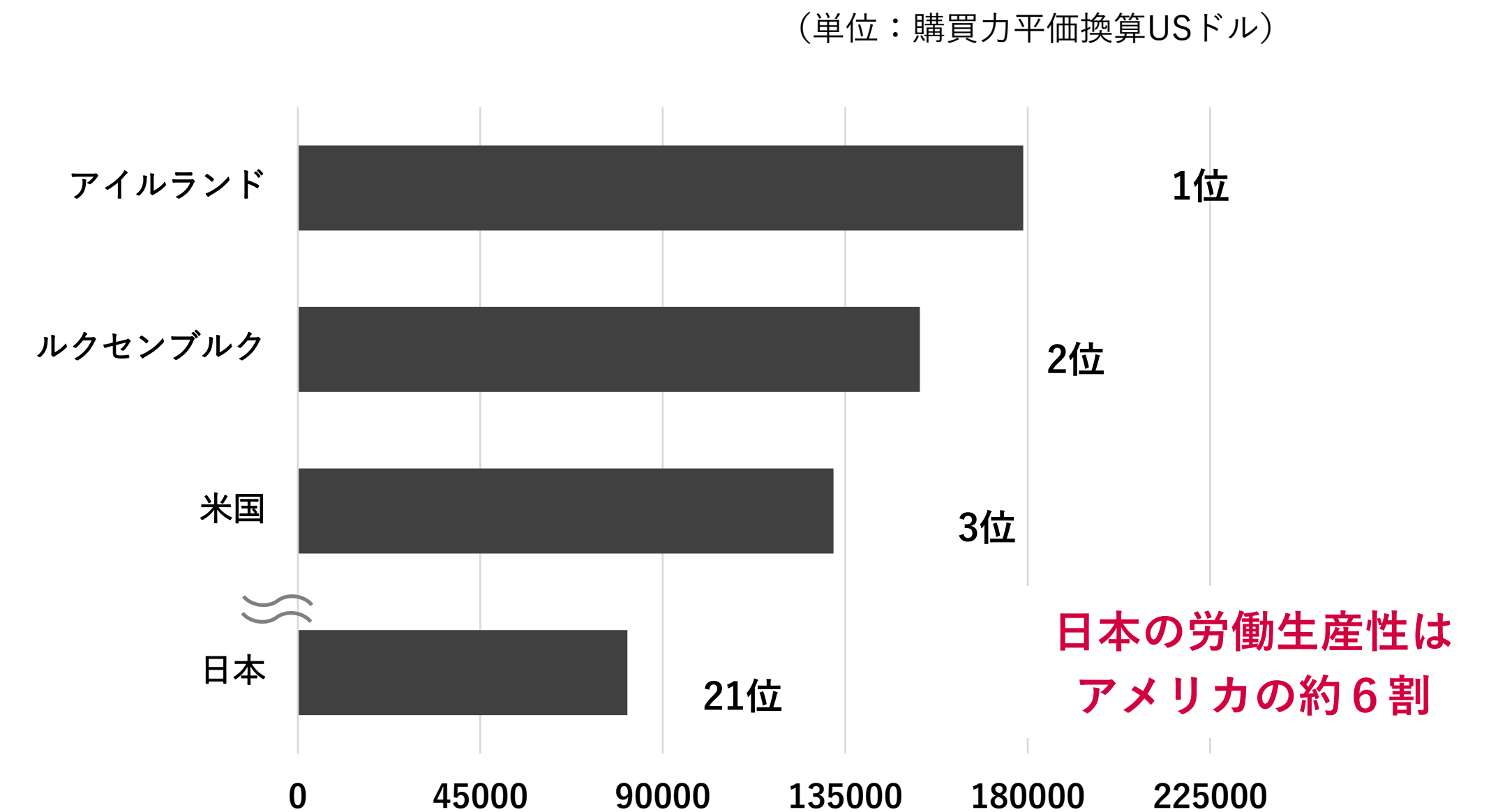
# 中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

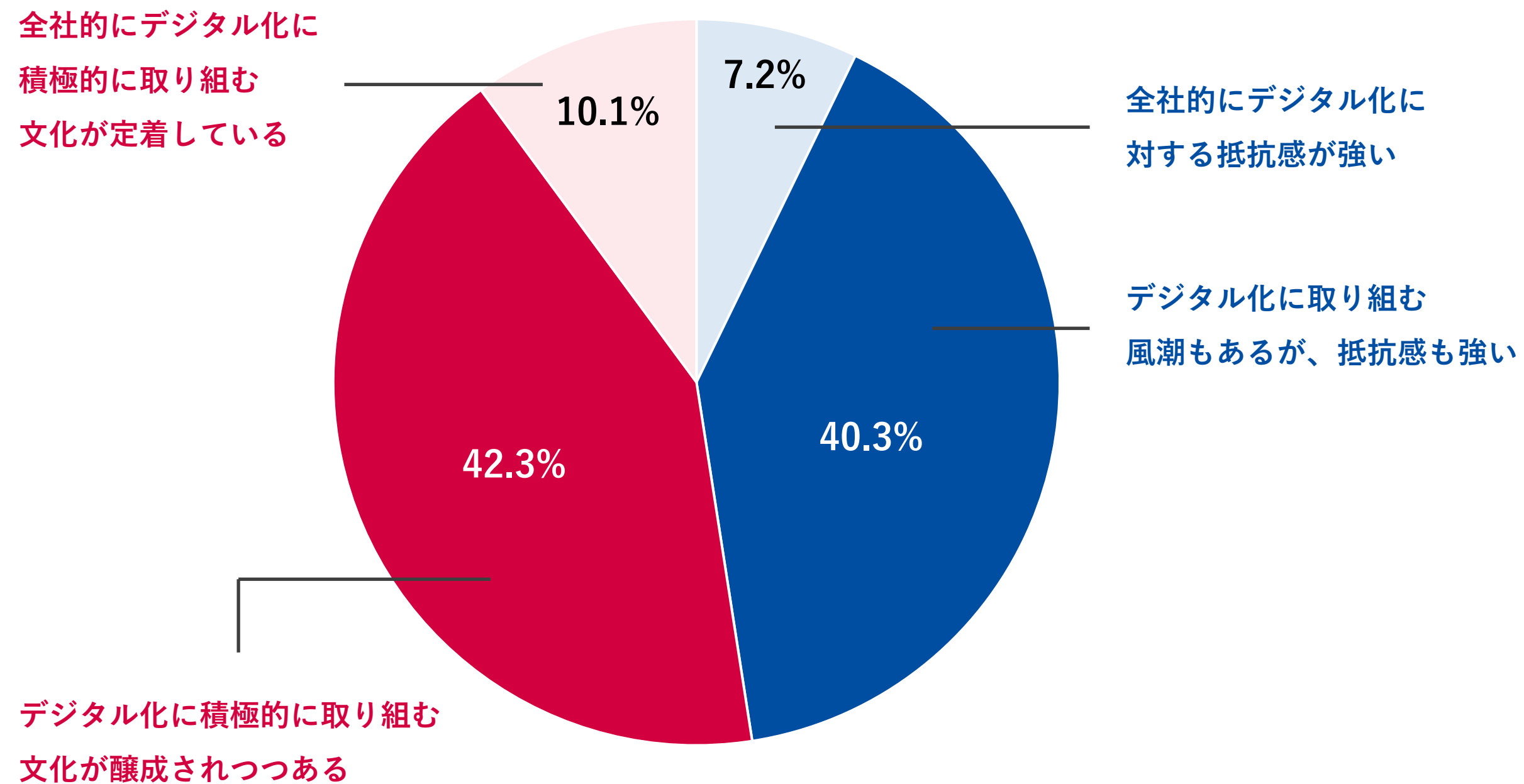
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり  
DX化による生産性向上がより急務に



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。





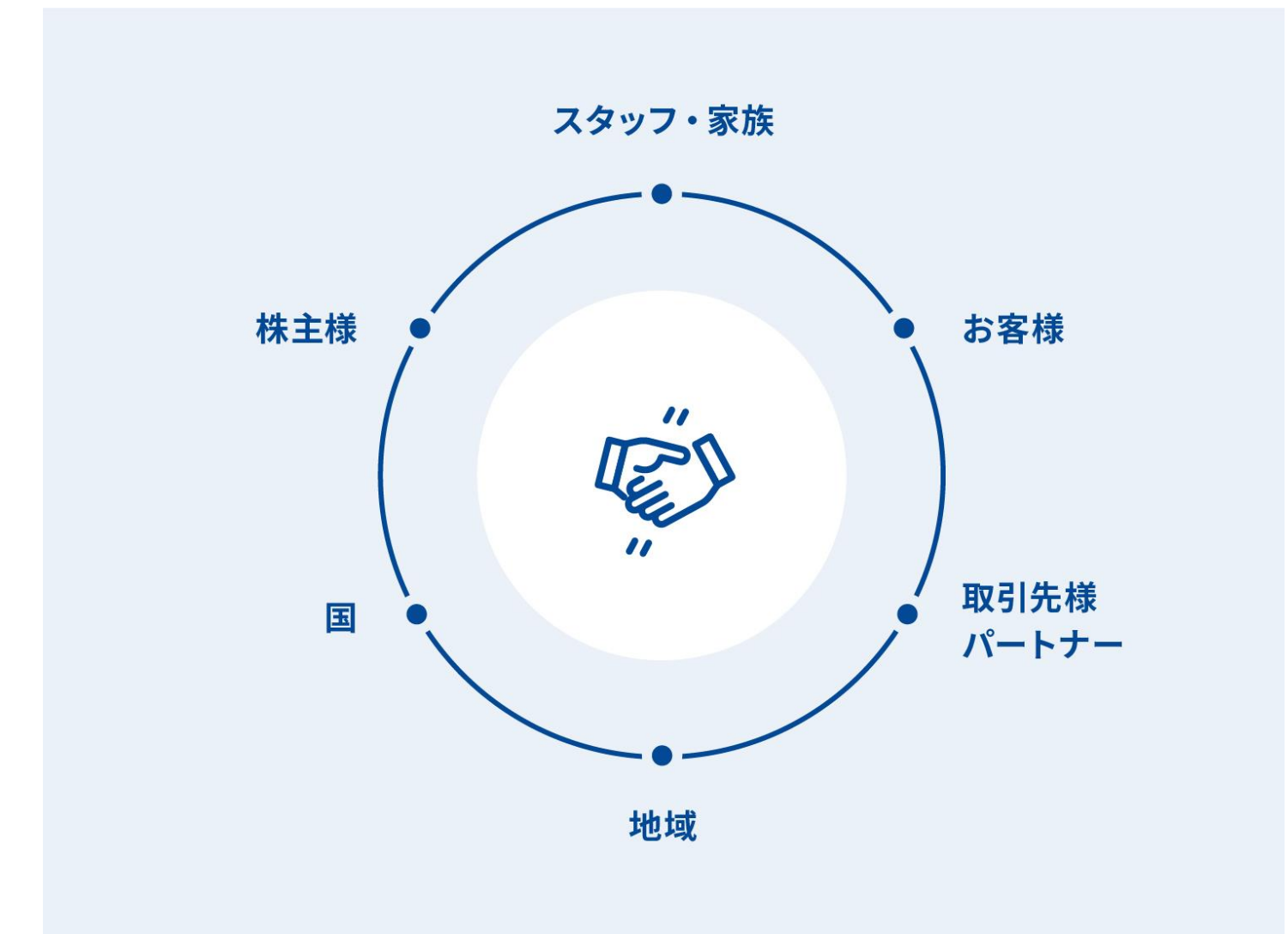
Appendix  
ESG方針

# 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](http://www.branding-t.co.jp)