

2023年3月期 通期決算説明資料

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. 2023年3月期通期決算概況

2. セグメント別の事業概要／売上・利益推移

3. 通期トピックス

4. 成長戦略

5. 市場背景

6. 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

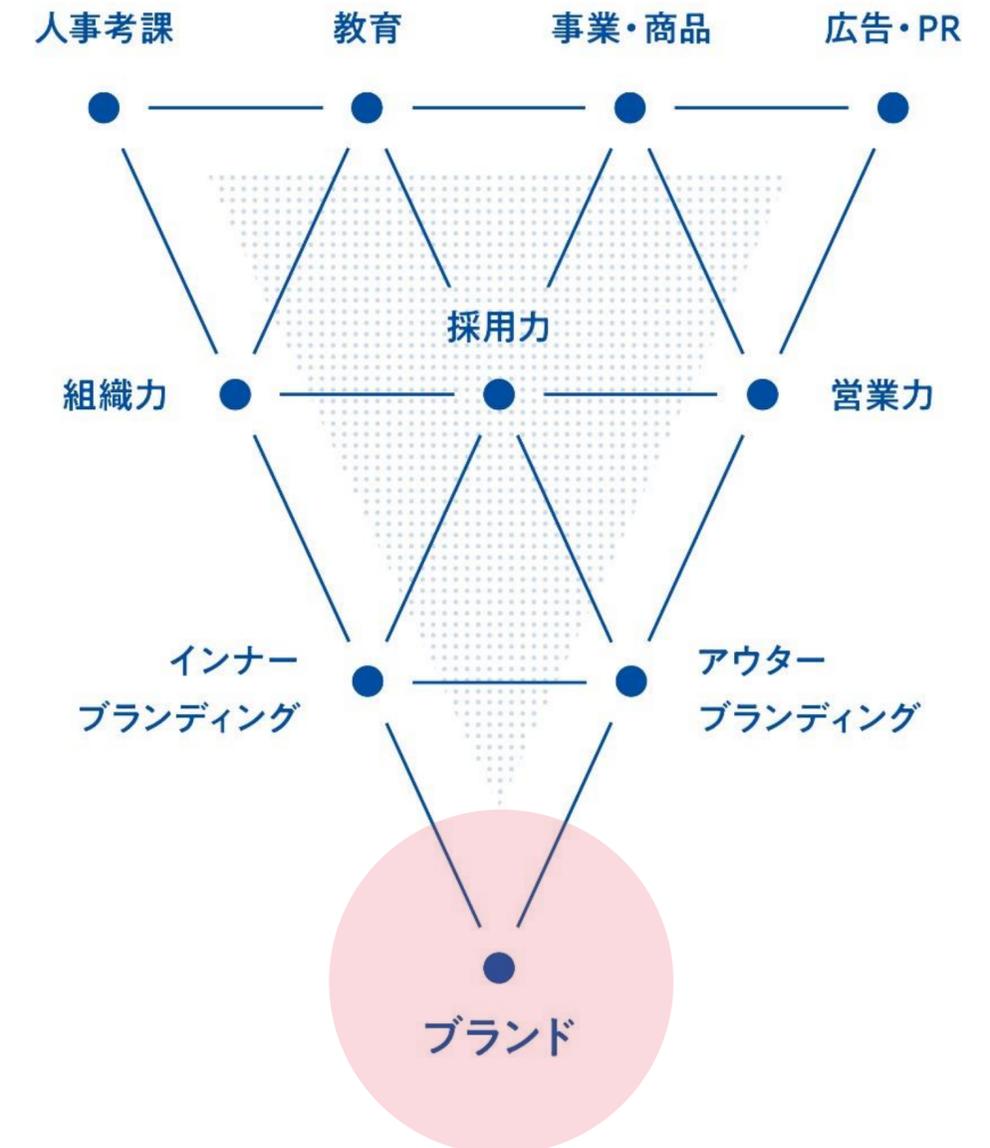
私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



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。

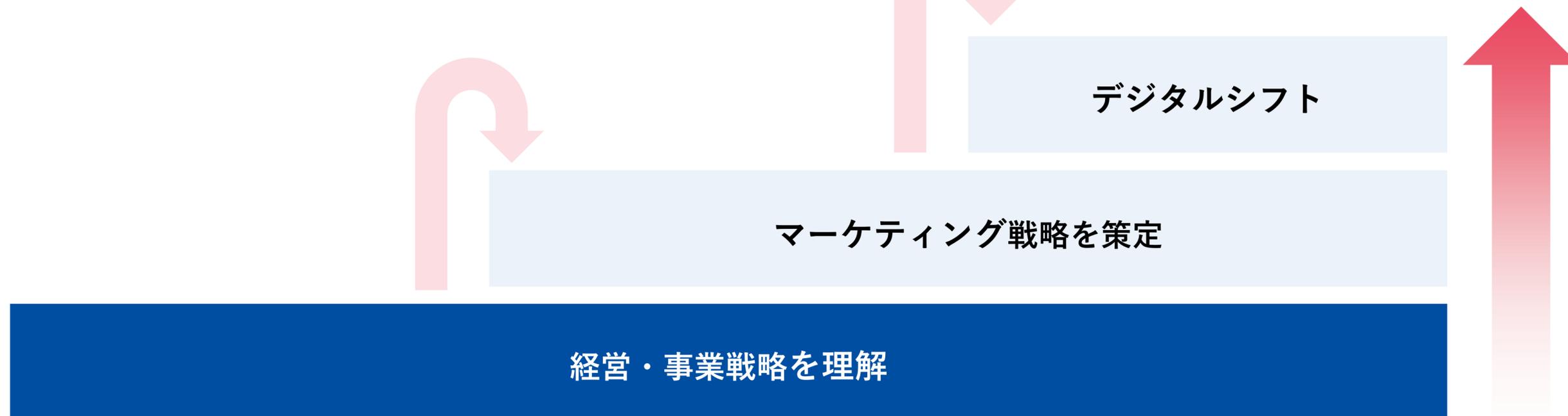


マーケティング起点のデジタルシフトの考え方

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)



通期決算概況

通期決算・予算達成率

売上高の達成率は98%、営業利益の達成率は76%にて着地。

ブランド事業のセグメント利益の減少と大型プロジェクトの減額が予算未達成要因となる。

※別ページ（大型プロジェクト減額15.16P ブランド事業31P）にて原因と対策を解説

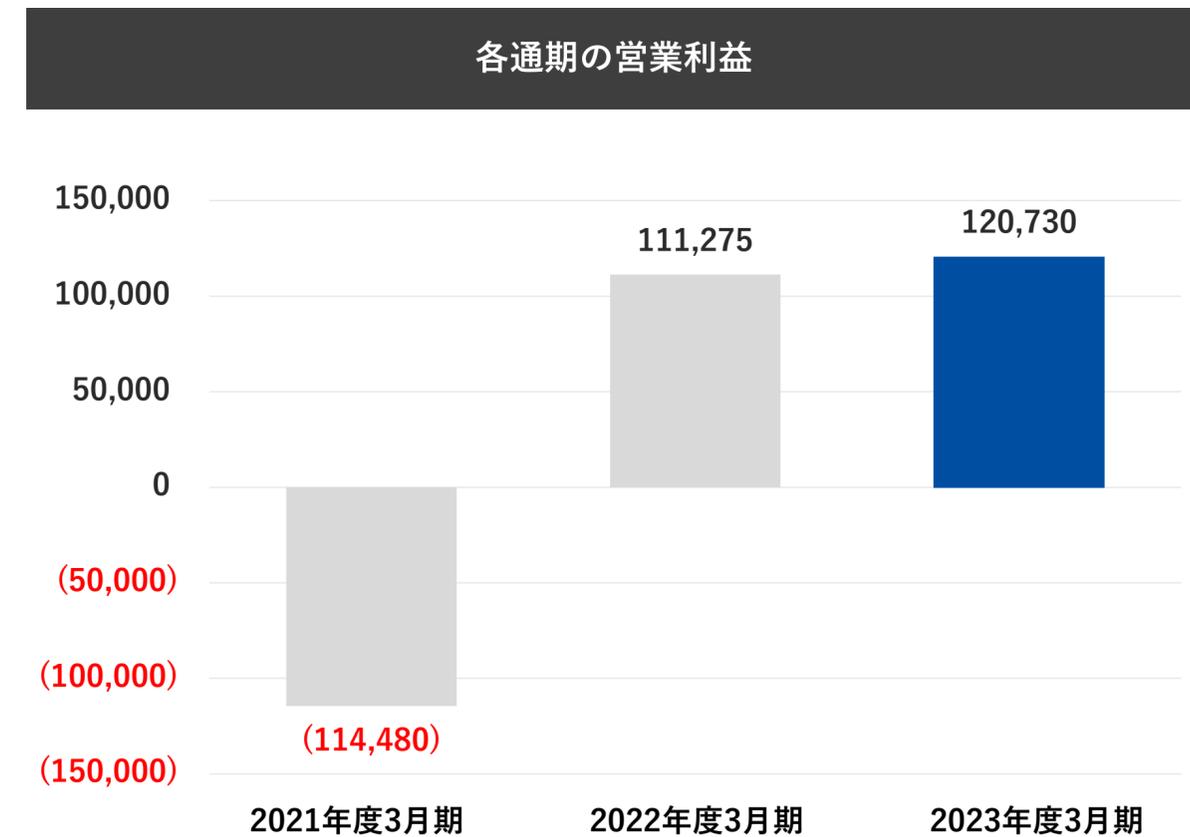
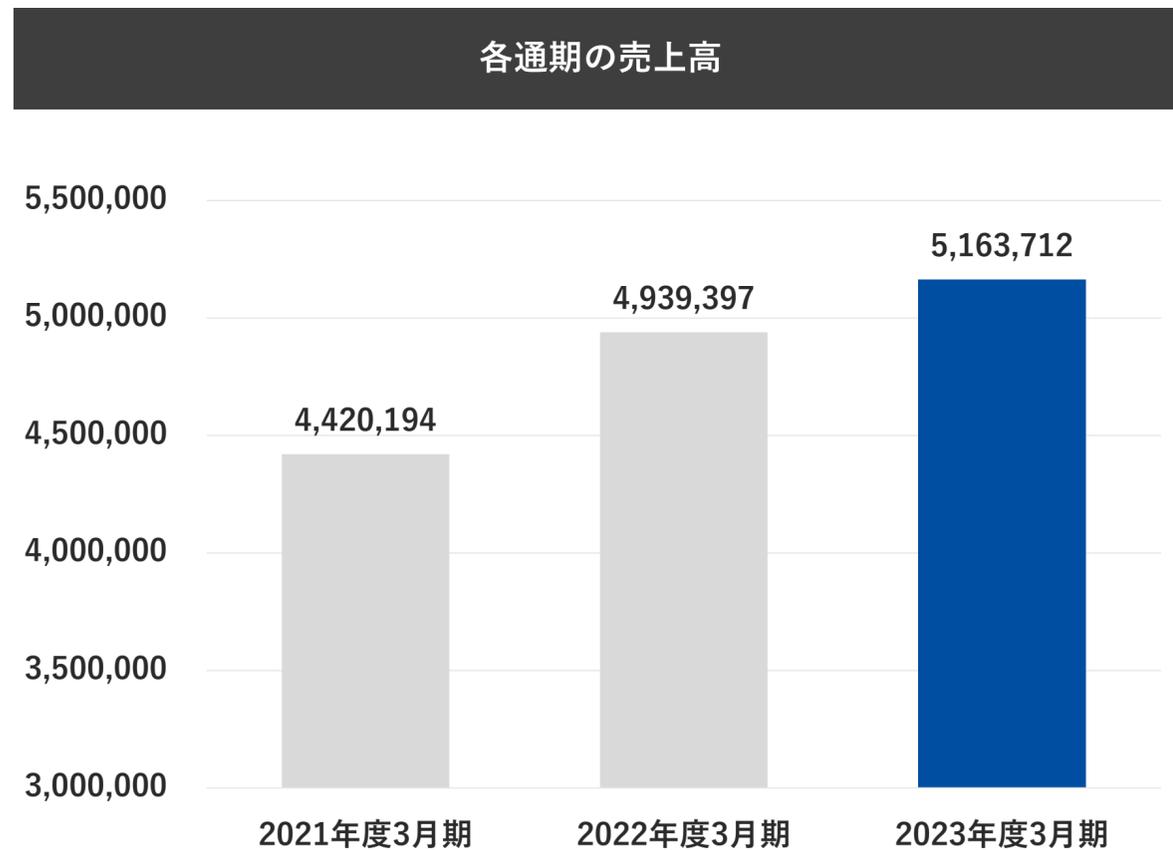
（単位：百万円）

	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（通期）	5,163	120	122	79
達成率	98%	76%	79%	76%

通期売上高・営業利益推移

デジタルマーケティング事業が堅調に推移、2023年度3月期の売上高は昨年度比104%成長。
営業利益予算は未達成も、2期連続の増収増益となる。

(単位：千円)



2023年3月期損益計算書（通期累計）

昨年度比で売上高は104%、営業利益は108%で推移。

（単位：千円）

	2022年3月期	2023年3月期	増減
売上高	4,939,399	5,163,712	104.5%
売上総利益	1,178,988	1,183,477	100.4%
営業利益	111,275	120,729	108.5%
経常利益	109,339	122,248	111.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	81,919	79,846	97.5%

2023年3月期貸借対照表

借入金を滞りなく返済していることにより、現金及び預金が減少。
伴い自己資本比率も前期末時点の47.4%から55.6%に向上。

(単位：千円)

	2022年3月31日	2023年3月31日	増減
流動資産	2,179,557	1,945,023	-234,534
現金及び預金	1,537,838	1,318,549	-219,289
固定資産	215,360	213,822	-1,538
総資産	2,394,918	2,158,845	-236,073
流動負債	928,601	808,399	-120,202
固定負債	324,857	139,683	-185,174
純資産	1,141,459	1,210,762	69,303

四半期毎の売上高推移

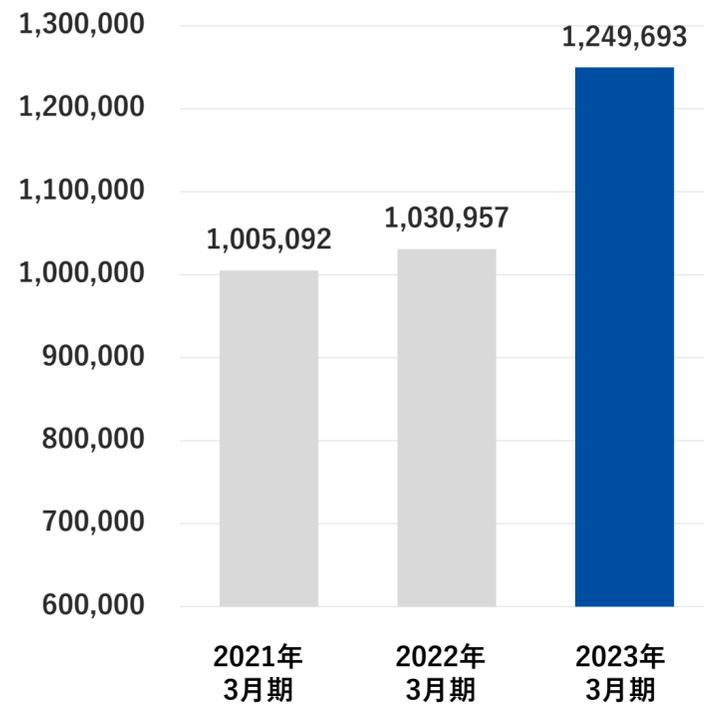
上半期までは売上高は昨年度を上回るペースで推移。

第4四半期は前年度比で96%と減少傾向。

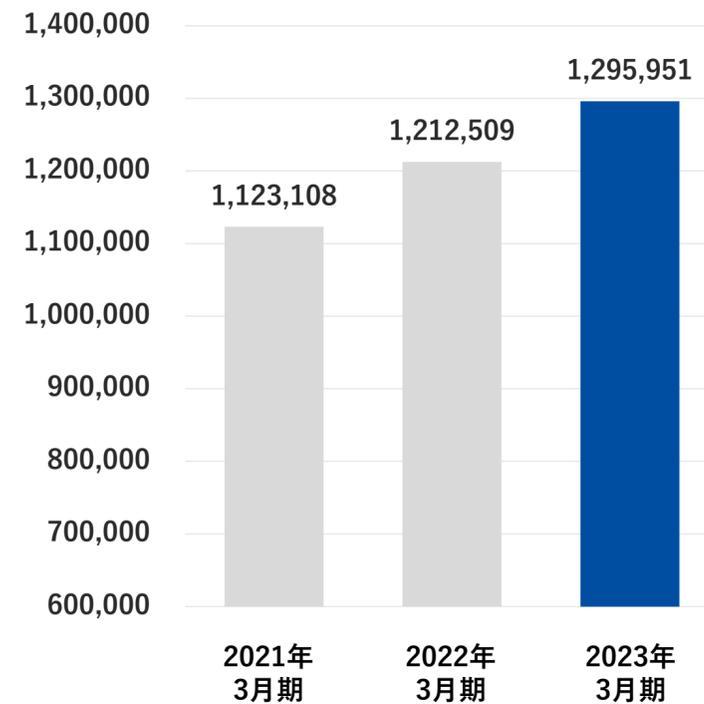
※原因は別ページ（15.16P）にて解説

（単位：千円）

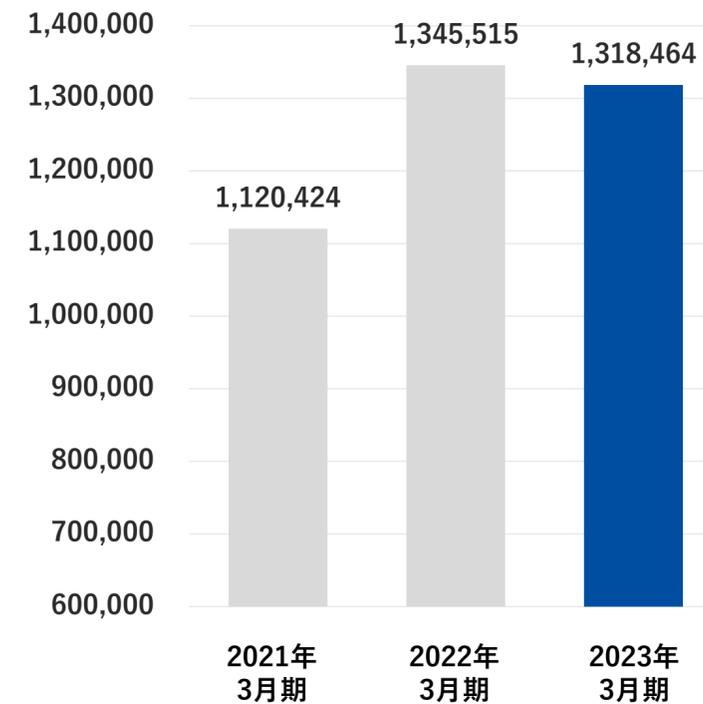
各期の第1四半期売上高



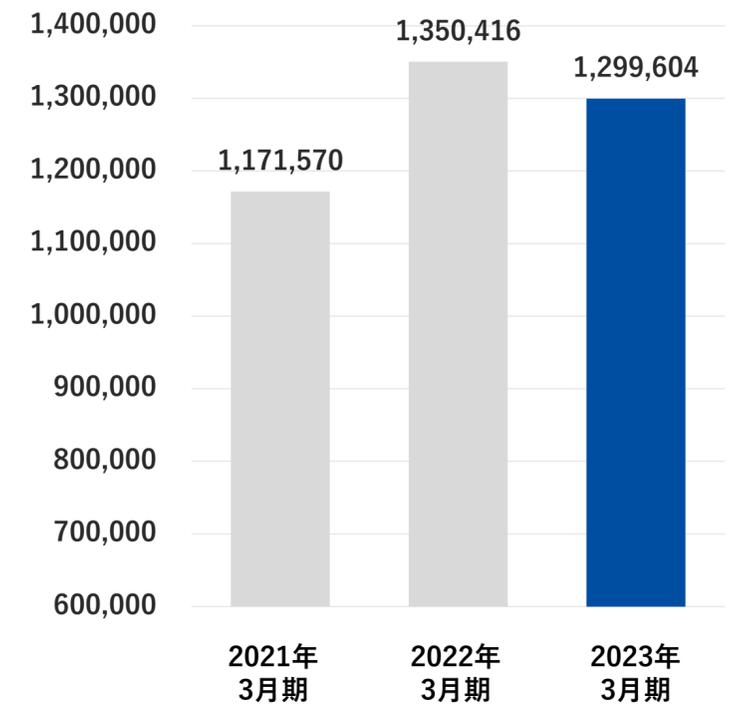
各期の第2四半期売上高



各期の第3四半期売上高



各期の第4四半期売上高

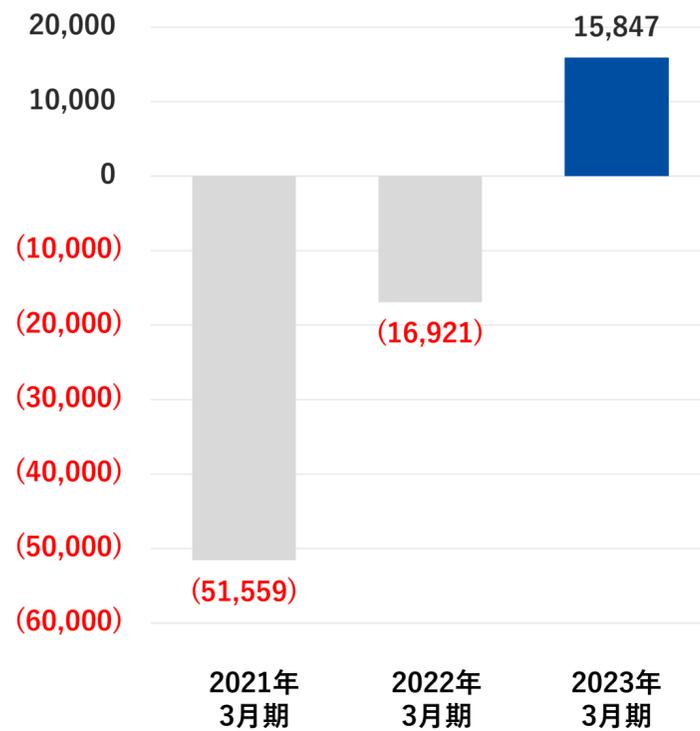


四半期毎の営業利益推移

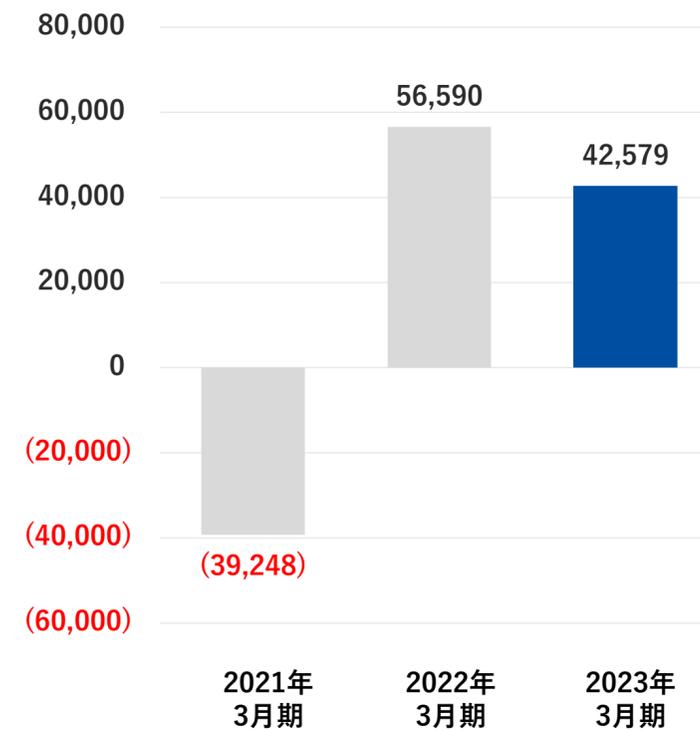
四半期毎に安定して営業利益を積み重ねる組織体制を構築。
営業利益は108%成長

(単位：千円)

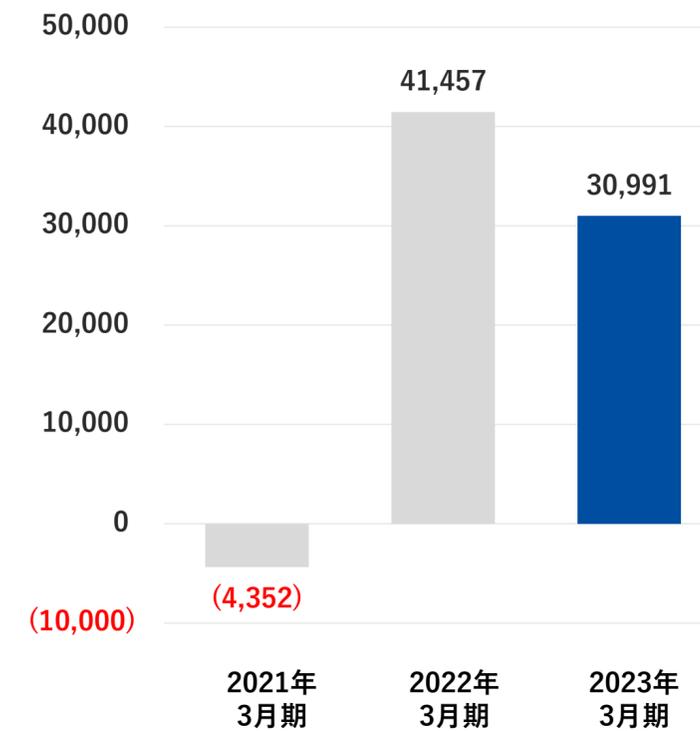
各期の第1四半期営業利益



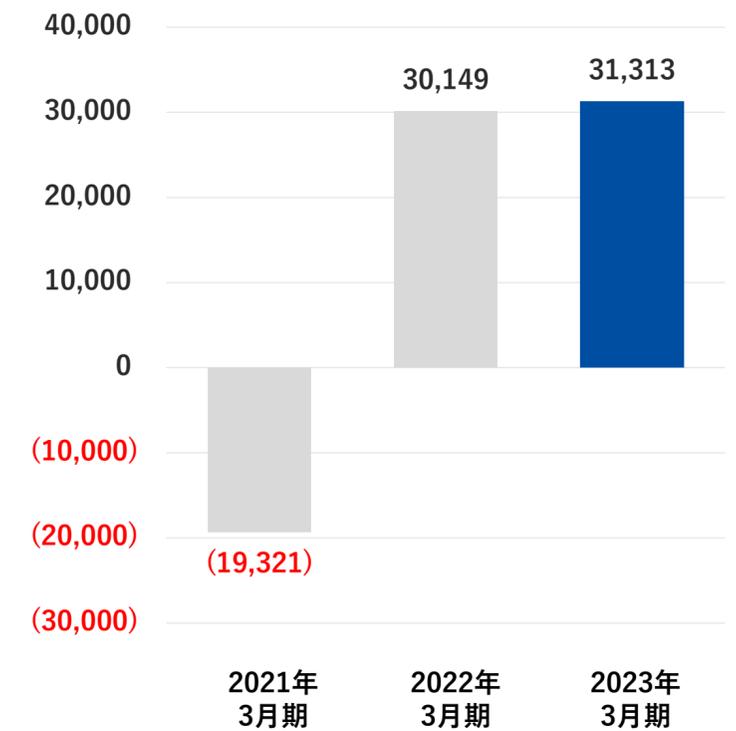
各期の第2四半期営業利益



各期の第3四半期営業利益



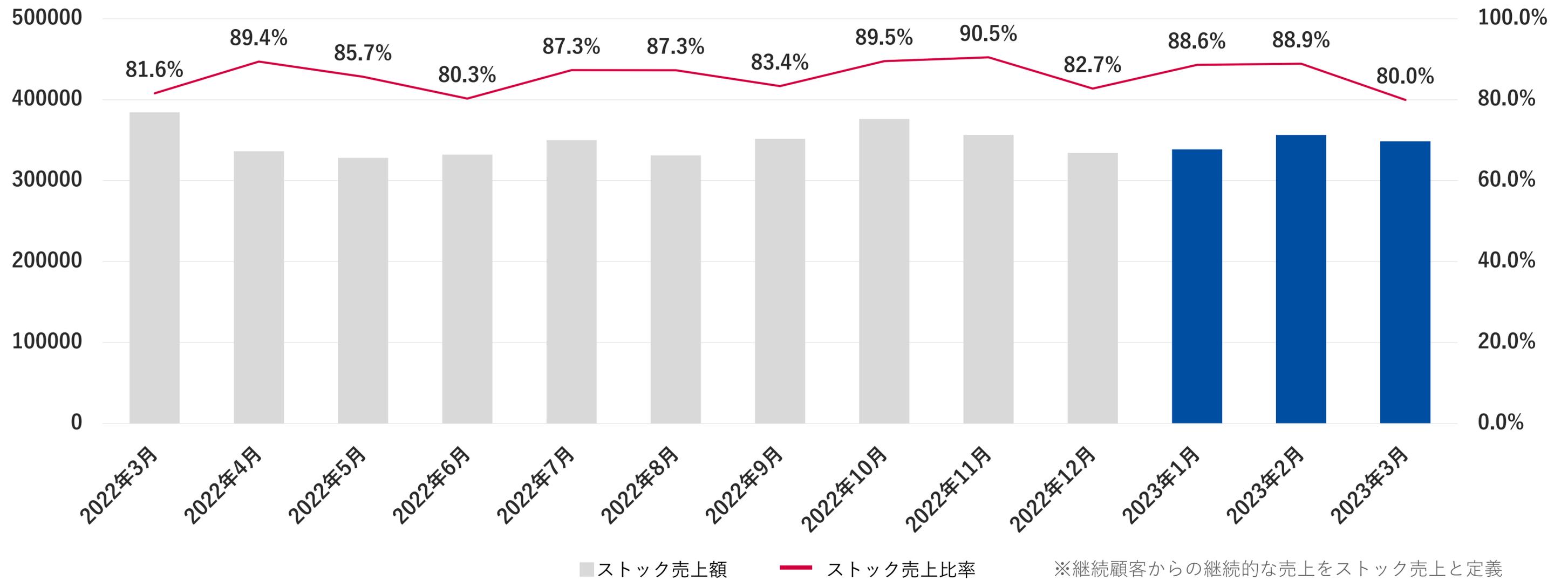
各期の第4四半期営業利益



ストック売上比率の推移

ストック比率は通期平均で86.1%と高い水準を維持。

(単位：千円)



通期決算サマリー

1. 昨年度比の成長率

売上高で104%成長、営業利益は108%成長

2. 営業利益の創出は安定傾向

営業利益を安定して積み重ねる組織体制を構築

ブランド事業はセグメント利益が減少 * 31Pにて原因と対策を説明

3. 4Q以降の売上高が減少

大型プロジェクトの解約により、第4四半期より売上高が減少

* 15.16Pにて原因と対策を説明

22期下半期及び23期業績予想に影響を与えた重要な事項について

**グループ唯一の大型プロジェクトである、3顧客から成る特定顧客群の取引額が、
下記要因により2023年3月期の4Qより取引額が減少**

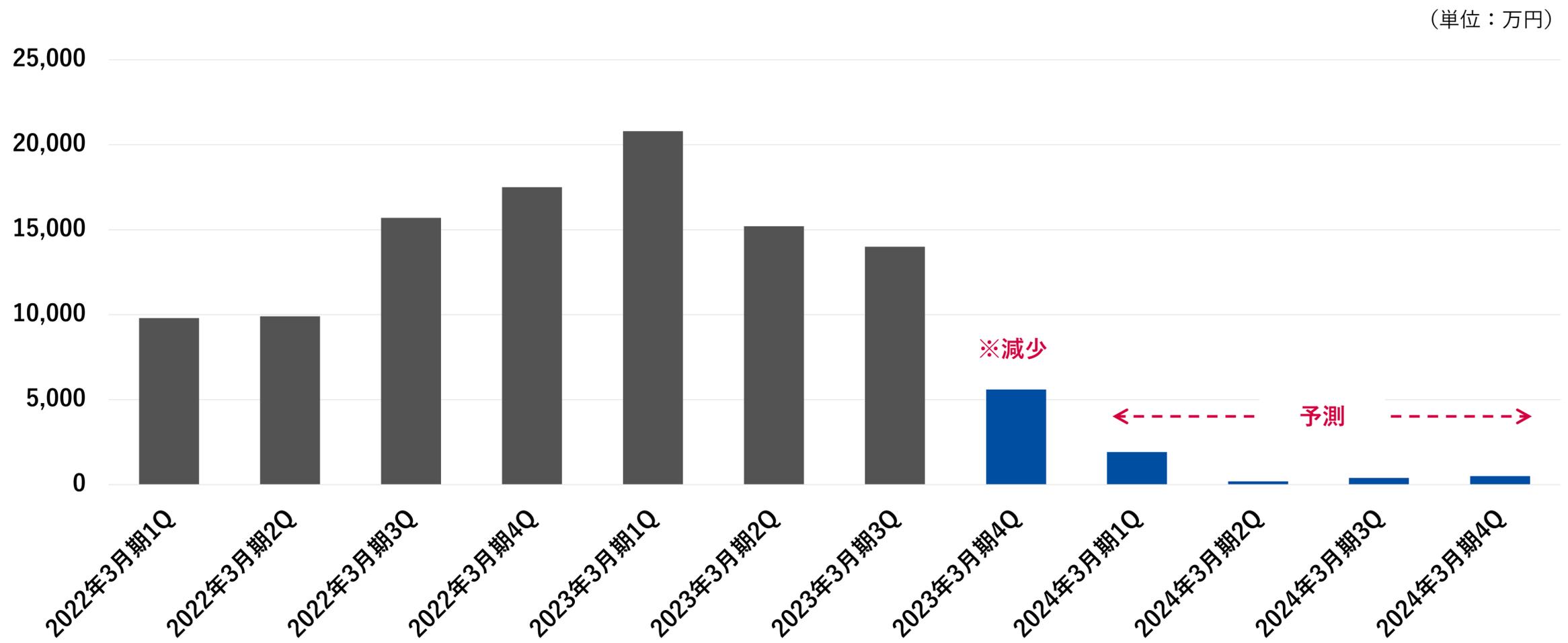
※当社グループの定義する大型プロジェクトとは、恒常予算で月額3,000万以上の顧客群

業績への影響	2023年3月期4Qの売上、営業利益予算未達成、2024年3月期の減収予算
要因	広告運用体制の内部化（インハウス化）
背景	大型予算を恒常的に使用するEC事業者等で、広告運用体制を内部にもつインハウス化を推進する動きが発生している。 ※今回は、唯一の大型プロジェクトにてインハウス化により当社との取引額が減少
対策	中堅・中小企業様へのサービス提供を強化。今後も大型プロジェクトの獲得を推進する方針はなく、 当社が創業当時から向き合い続けている中堅・中小企業様へのサービス提供に集中する
補足	粗利額については、通常は広告費の手数料20%のところ本案件は10%と利益率が低いプロジェクトではあった
2024年3月期の 予算への影響	売上は47億円と減収になるものの、前期営業利益1.2億着地⇒当期1.75億の増益になる予算であり、 事業毎に収益性を高め、46%の増益予算となっている。

22期下半期及び23期業績予想に影響を与えた重要な事項について

該当プロジェクトにおける四半期毎の取引額推移 22期から23期で約52,600万円の減収予測の予算となる

22年3月期（21期）：約53,100万円 / 23年3月期（22期）：約55,600万円 / 24年3月期（23期予想）：約3,000万円



2024年3月期の業績予測

大型プロジェクト解約の影響により、売上高予測は-9%の47億、
営業利益は他プロジェクトにおける補完とブランド事業の収益課題を解決することで+46%の成長見込み

(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
2023年3月期（実績）	5,163	120	122	79
2024年3月期（予想）	4,700	175	173	110
増減	-9%	+46%	+42%	+39%

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

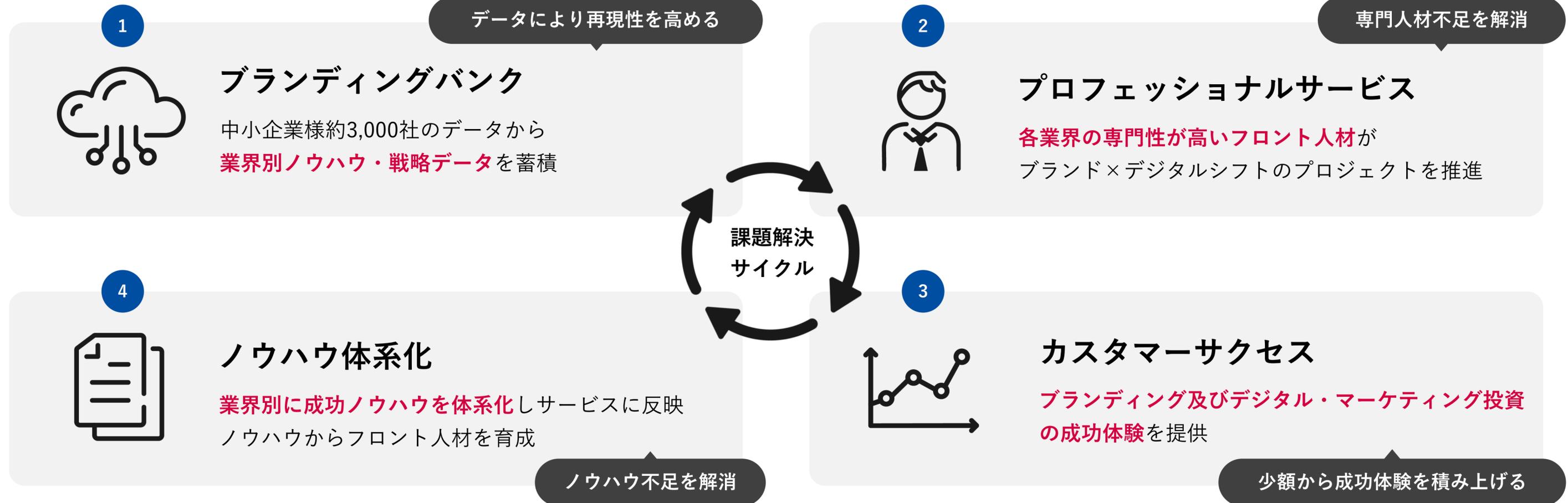
DX推進やデジタルマーケティングの一般論はわかるが自分たちの規模や業界に適した取り組みがわからない

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

×

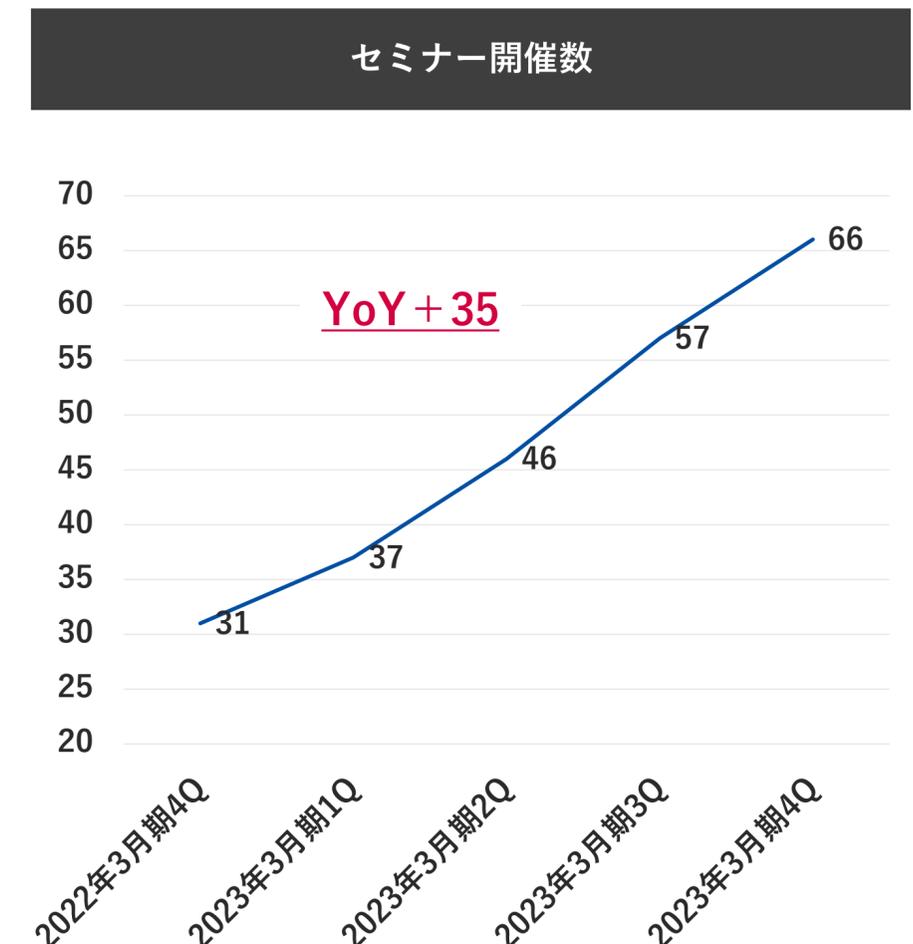
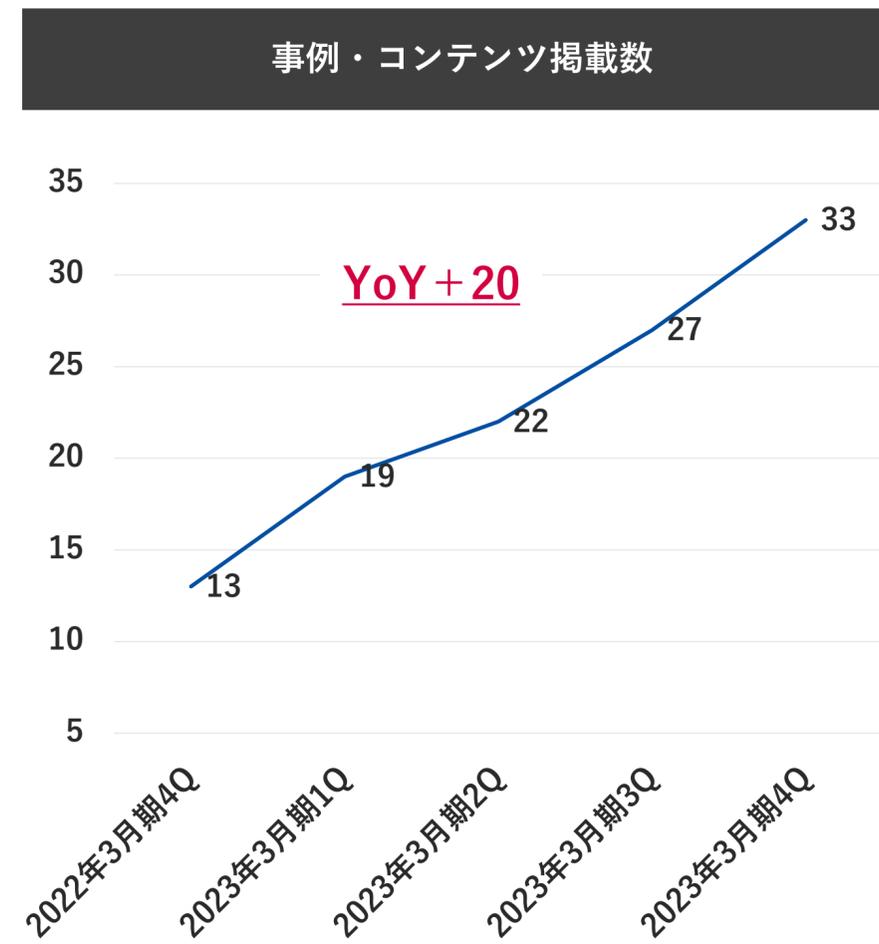
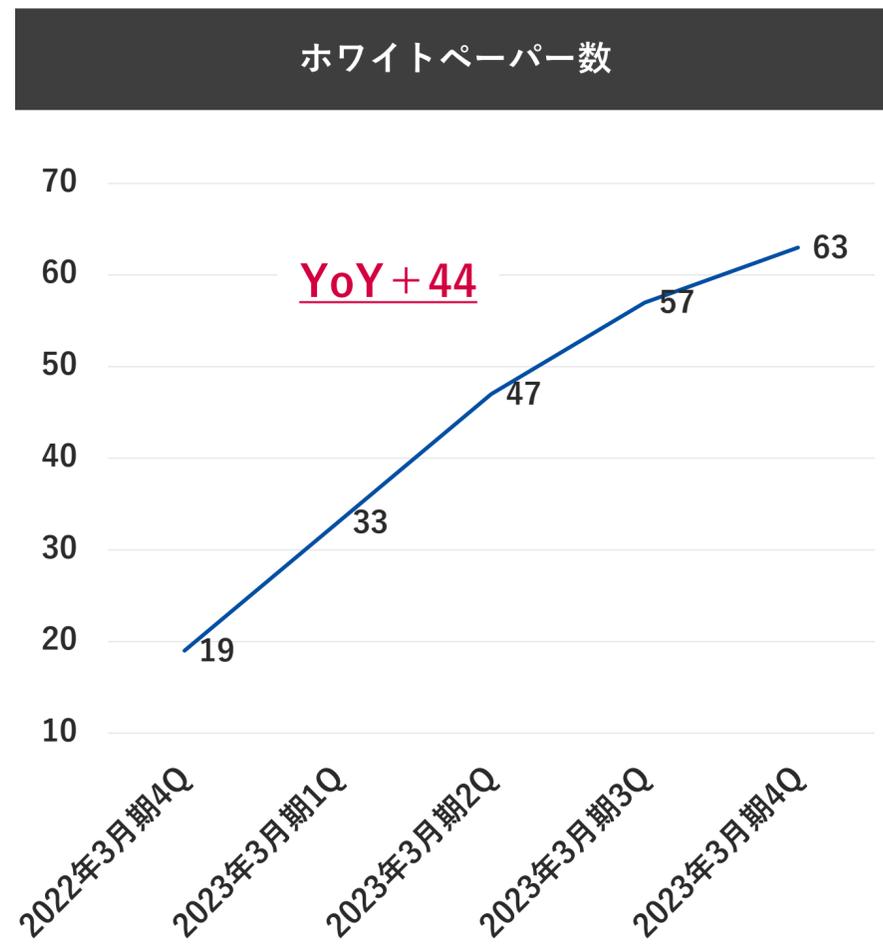


プロフェッショナルサービス

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）

通期で業界別ノウハウのホワイトペーパー、セミナー数を大幅に増加。



2023年3月期にリリースした主要ノウハウ資料



ブランディング初期要件を整理するためのシートを作成



Cookieレスに対応したデジタルマーケティング戦略の要諦を資料化



工務店の事業フェーズ毎のブランディング手法を示した



不動産の顧客事例から成功プロセスを体系化し推奨施策をサービス化



全国規模の意識調査からブランディングにおける課題と障壁を明確化



マーケティング組織立ち上げ・CMO育成に関する人材定義方法を資料化



工務店の事業フェーズ毎のデジタルマーケティング手法を示した



調査に基づきタレント活用におけるデジタルマーケティングの施策方法を資料化

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

通期トピック

- ✓ ブランド、外壁リフォーム、不動産の主力ユニットの営業マーケティング体制を強化
- ✓ 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

通期トピック

- ✓ 歯科・医療に特化したサービス提供からサポート体制の構築
- ✓ 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+』

通期トピック

- ✓ 同じ中堅向けのBCユニットの事業統合を行い新体制を構築
- ✓ 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

通期トピック

- ✓ 採用による人員強化と、自治体予算の獲得に向けた新チームを設立
- ✓ 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

通期トピック

- ✓ 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つつ、原価抑制・人材配置の見直し等を実施

事業セグメント別の通期累計売上高・利益推移

ブランド事業のセグメント利益が前期比で84%に減少。
デジタルマーケティング事業は売上高・営業利益ともに堅調に成長。

(単位：千円)

		2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
ブランド事業	売上高	1,292,697	1,446,428	1,442,898
	利益	260,378	334,016	283,677
デジタルマーケティング事業	売上高	3,022,998	3,348,162	3,555,260
	利益	110,791	222,758	262,358
オフショア関連事業	売上高	104,500	144,807	165,553
	利益	9,726	20,175	16,594

※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

補足：ブランド事業のセグメント利益減少について

ブランド事業のセグメント利益 334,016千円から283,677千円への減少要因

1. グループ内オフショア関連事業への支払い 売上原価 26,000千円の増加（主に円安の影響、連結損益には影響なし）
2. サービス提供部門人員の補強 売上原価 11,000千円の増加
3. ブランド事業の諸費用 販売管理費 15,000千円の増加（主に採用費及び人件費）

上記の人材投資等を事業成長に繋げることができず予算未達となる

2023年3月期 スポット・ブランディング支援 “計画”
売上高 単価1,900千円×380案件=722,000千円
売上総利益 722,000千円×利益率42%=303,240千円



2023年3月期 スポット・ブランディング支援 “実績”
売上高 単価1,922千円×320案件=615,040千円
売上総利益 615,040千円×利益率42%=258,316千円

売上総利益ベースでの
計画と実績の差異
44,924千円

安定的にスポット受注・納品を行い利益を確保できるよう、下記の施策を実行中

1. 営業体制の再構築、営業人員の稼働効率の最適化を行う
2. マーケティング活動による見込み顧客の創出はさらなる強化を行う
3. 業界特化ノウハウやテンプレートを活用したサービス提供による、品質と効率性の両立を行う

トピックス

提携パートナーとの取り組みと サービスに関するトピックス

2023年3月期の活動トピック／主要リリース

主要トピック：新サービスのリリースや子会社設立、「健康経営優良法人2023」認定など

リリース日	活動リリース内容	サマリー
2022年6月29日	地方創生サミット2022に出展決定。『地方中小企業様がSDGsブランディングすべき理由とは』を講演	中小・地方企業様のブランドに関する戦略や情報を蓄積・運用するツール「ブランディングバンク」、グループ会社のアザナ「地方中小企業がSDGsブランディングすべき理由とは」についての講演
2022年7月8日	現役人事が実行支援する「採用ブランディングサービス」をリリース	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」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
2022年10月26日	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リリース	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
2023年2月13日	品川美容外科、品川スキンクリニック、品川近視クリニックのデジタルマーケティングを支援	全国39院を展開する品川美容外科、品川スキンクリニック、全国5院を展開する品川近視クリニックのデジタルマーケティングを支援を開始
2023年2月15日	インタビュー軸のマーケティングコンテンツ企画制作サービス「オーソライズ」をリリース	独自の有識者・専門家ネットワーク（キャスティング実績：200名以上）を活用したマーケティングコンテンツの企画制作サービス「オーソライズ」を正式にリリース
2023年3月10日	「健康経営優良法人2023」認定のお知らせ	経済産業省が制度設計し日本健康会議が選定する健康経営優良法人2023（大規模法人部門）に認定されました

提携パートナーとの取り組みについて

提携パートナーとのノウハウ開発と業界内への発信を強化

業界別パートナー9社と共催セミナーを開催

中小工務店様向け 2022.7.26 @zoom

地域の工務店が取り組むべき
デジタル集客とお客情報活用

今後の事業成長のカギは「営業効率」
無料オンラインセミナー

Knowledge Suite × Branding Technology

見込み客との接点強化

質の高い査定依頼の増やし方と
自動化営業の仕組み

digima × Branding Technology

9.08 THU 13:00-14:00
9.26 MON 16:00-17:00

森本 昌昭 × 森山 裕基

外壁塗装向け無料オンラインセミナー

一括見積サイト × 自社サイトで
元請け集客 大成功!!

～成功した塗装会社の集客ノウハウとは?～

2022年12月6日 18:00-

久賀航己 × 小川義貴

年間20～50棟を目指す工務店向け

低コストで始める**集客DX・営業DX**
デジタル集客からLINE集客

ギバー・イクォール 河野 清博 × ブランディングテクノロジー 吉田 聖也

集客強化セミナー Branding Technology × PropoCloud

売買仲介担当を疲弊させない
3年後も成長するためのデジタル戦略

～ホームページ・動画・顧客管理～

一般臨床歯科医師 おすすめ

手間をかけずに 患者様もスタッフも笑顔に!
時代に取り残されない新患獲得セミナー

～LINE予約とマウスピース矯正導入～

5.24 [火] 5.25 [水]
20:00-21:30 ONLINE 無料

宮崎 貴士 × 林 美奈

中小工務店様向け 2022.8.8 @zoom

広告費40万円で
一棟受注するためのWeb戦略

成功事例から学ぶノウハウ
無料オンラインセミナー

town life × Branding Technology

もう一括査定サイトには頼らない!?
自社サイトへの集客強化で査定反響2倍!

誰もが知っておいて損はない
ネット集客
ノウハウ最新版

SREホールディングス マーケティング責任者 長澤 × ブランディングテクノロジー 営業責任者 森山

【歯科限定】無料オンラインセミナー

知っているようで知らない
集患強化の方法と患者エンゲージメント

2022年10月18日 19:00-20:00

上島 大季 × MEDLEY × Symfonical × 澤田 祐介

テーマ別パートナー5社と共催セミナーを開催

Cookieに依存しない
デジタルマーケティング施策

申込後すぐに視聴可能!

GA4 ファインド広告 CDP
など重要キーワードを解説

b-dash × Branding Technology × ブランディングテクノロジー 仲松 佑希

マーケティング担当者様向け (()) Online Seminar

脱「検索広告」依存!
デジタル広告成果を加速させる
“動画広告戦略”とは

Video x Promotion

リチカ 本田 佳佑 × RICHKA × Branding Technology × ブランディングテクノロジー 片山 健

中小企業様必見! 申込後すぐに視聴可能!《無料》

新規事業の立ち上げ前に知っておきたい
補助金活用とデジタルマーケティングのヒント

事業の0→1フェーズを
効率良く進めるポイントを大公開

80&Company × Branding Technology × ブランディングテクノロジー 仲松 佑希

無料オンラインセミナー 2022.8.22 Mon 11:00

成長企業2社の採用責任者が語る
「採用ブランディング」における本当の話

中小・地方企業様の生き残りは
採用ブランディングにある

株式会社識学 × Branding Technology × ブランディングテクノロジー 内山 一真

無料
オンライン
セミナー

見込み顧客を獲得し育成する
コンテンツマーケティング

メルマガ戦略

6/16 14:00～15:00

株式会社タスク・イクワッド Webマーケティングリーダー 森神 佑希 × ブランディングテクノロジー 営業責任者 田島 泰

サービスに関するトピックス

マーケティング・イネーブルメントサービス 正式版リリースと提供開始

宮崎県新富町の地域商社「こゆ財団」と提携
組織内でのCMO人材育成講座を開始



自治体様向け、ふるさと納税寄附額を伸ばす SNS広告運用サービスで成功事例を創出

佐賀県の有田町役場様への支援でふるさと納税寄附額、
前年度比1.8億円の増加を達成

自治体様向け

ふるさと納税寄附額を伸ばす
SNS広告運用サービス

- ✓ 4,200件以上の運用実績に基づく知見・ノウハウ
- ✓ 初期設定から運用・改善施策の実施までまるごと代行
- ✓ 動画クリエイティブを無償制作（適用条件有り）

前年度比
寄附額
1.8億円増
実績あり

ARITA TOWN
有田町

サービスに関するトピックス

住宅業界応援プロジェクト導入事例で 導入後2カ月で売上2倍を達成

埼玉県吉川市を中心に展開をされているリフォーム会社様
で地域内認知を獲得し、売上アップに貢献。

イケショウリフォーム様

エリア	埼玉県吉川市
業種	外壁塗装業・リフォーム業
サイト	https://www.ikesyo-reform.com/

導入2か月目で、売り上げが2倍を達成！？

埼玉県吉川市を中心に展開をされている外壁塗装・リフォーム会社様になります。ご導入のタイミングでは、川口市に新規で店舗を出店されており、地域内での集客力に課題を感じておられました。住宅業界応援プロジェクトに参加していただき、タレントの集客力とインパクトをうまくご活用いただき、売り上げを大きく伸ばされております。



ファンダリー、専門家キャスティング×コンテンツ企画制作サービスをリリース

独自の有識者・専門家ネットワークを活用したマーケティングコンテンツの企画制作サービス「オーソライズ」を開始

独自の有識者・専門家
キャスティング

専門家の知見をコンテンツの独自性に

Authorize
オーソライズ

インタビュー軸のマーケティング

オーソライズ

- 独自のキャスティングネットワーク
- コンテンツマーケティング支援会
- 多彩なコンテンツアウトプット
- 取材撮影から各種コンテンツ制作

キャスティング実績

大塚 真子 YouTuber	藤田 真由 経営者/起業家				
大塚 真子 YouTuber	藤田 真由 経営者/起業家				
大塚 真子 YouTuber	藤田 真由 経営者/起業家				
大塚 真子 YouTuber	藤田 真由 経営者/起業家				

成長戦略

ノウハウ開発と進化

新セグメント、自治体向けふるさと納税増額に向けたサービスノウハウを開発。

新サービス領域、マーケティングイネーブルメント※のノウハウをセグメント横断で開発。

これまでの顧客セグメントに自治体を加え、新サービス領域のマーケティングイネーブルメントをセグメント横断で提供していく。

ふるさと納税の受入寄付金額の推移2021年の実績は、約8,302億円（対前年度比：約1.2倍） ※出所：総務省

		業界特化のセグメント				業界を問わないセグメント		
		不動産	建築・工務店	外壁・リフォーム	歯科・医療	自治体	中小企業	中堅企業
サービス領域	ブランディング		○		○		○	○
	デジタルマーケティング	○	○	○	○	○	○	○
	マーケティングイネーブルメント		○		○	○	○	○

※マーケティングイネーブルメントの内容 … 組織立ち上げ・CMO育成支援

人的資本経営の推進

取り組みを評価され「健康経営優良法人2023」に認定、今後更に健康経営を推進。

当社では2021年に健康経営を推進するためのプロジェクトを発足し、取り組みを続けてきました。

そして2023年3月10日、経済産業省が制度設計し日本健康会議が選定する健康経営優良法人2023（大規模法人部門）に認定されました。

2021年度	人事・総務部門を中心に健康経営推進チームを発足。 健康経営優良法人制度の水準から、これまでの取り組みや制度、環境面などを見直し。 不足要素の可視化と強化すべきアクションプランを策定。
2022年度	健康経営の基準として経済産業省の認定制度「健康経営優良法人認定」と、健康保険組合連合会が主催している「健康優良企業認定（銀の認定）」の取得に向けた改善施策を実施。 2023年2月に健康優良企業「銀の認定」を取得 2023年3月に「健康経営優良法人2023」に認定
目指す姿	スタッフが心身ともに健康で、グループ各社、各スタッフのブランドを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になることで、グループミッションである「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」を体現できるスタッフを増やす。



フロント人材の育成とDX推進

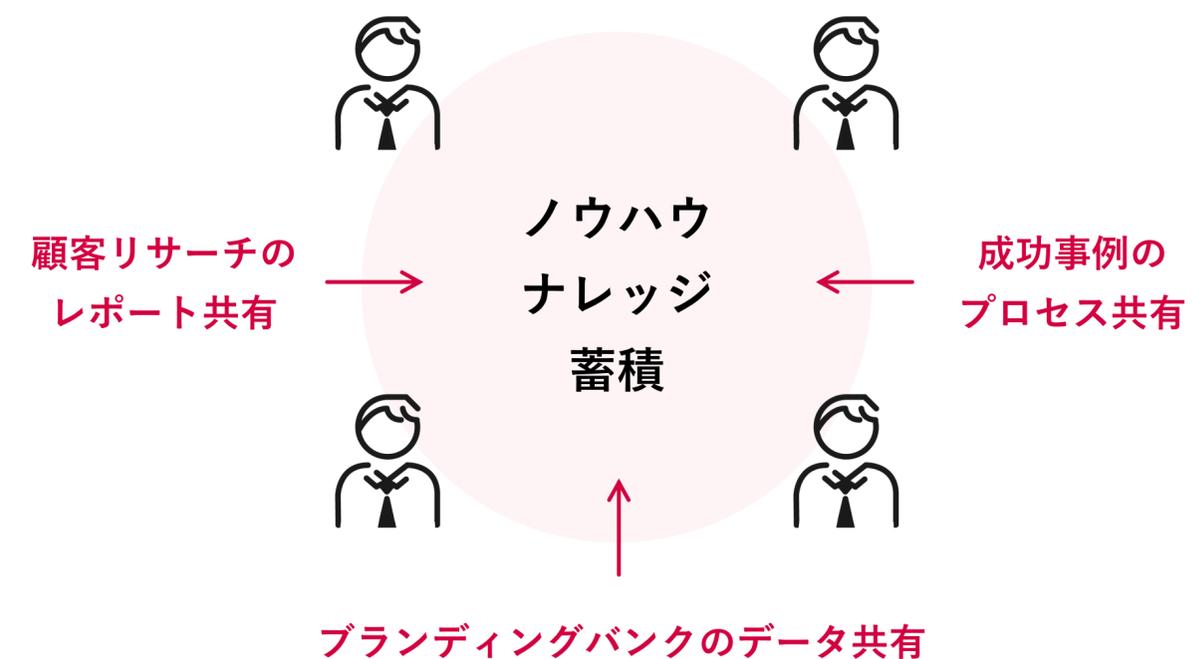
DX推進によるパフォーマンス向上

データドリブン経営によるフロント人材の属人化解消とパフォーマンス向上

- ✓ 部門別KPIのダッシュボード化、モニタリングによるデータドリブン経営の推進
- ✓ 非コア業務の自動化・省人化によるフロント業務へのリソース集中
- ✓ セールス、サービス提供におけるプロセス管理によるパフォーマンスの向上
- ✓ マーケティング活動における顧客データと調査データ活用による集客の効率化

人材レベルの向上

成功事例のプロセス共有と表彰制度と連動させ、ノウハウとナレッジの共有を促進



AI活用による生産性と顧客体験向上

リサーチ業務の効率化や戦略情報の要点抽出などにAI活用を開始。

マーケティング戦略策定における関連データからの要点抽出や要約などの業務をChatGPTを活用しながら半自動化をしていきます。
これにより、お客様に戦略・企画提案をするフロント人材がより創造性の高い業務に集中出来る環境を構築します。

New

ChatGPT活用を開始

リサーチ業務の効率化 + 戦略要点の抽出

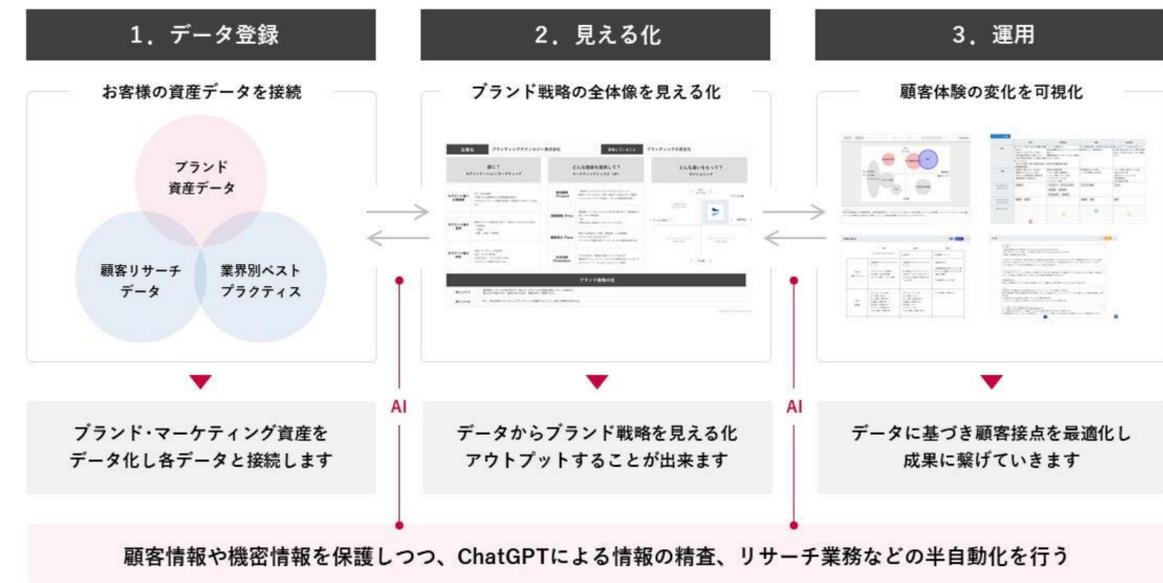


ブランディングバンク

ブランド・マーケティング資産を蓄積する

Marketing DX

ブランディングバンク × ChatGPT活用の流れ



© Branding Technology Inc.

総括

1. 業界、セグメント別ノウハウ開発の数を増やし、MQL、SQL増加
2. ウェルビーイング人的資本経営推進による社員満足度、働きがいの創造
3. 知財体系化とDX推進でフロント人材の生産性向上
4. AI活用によるフロント人材の創造性向上によるカスタマーサクセスの実現

3事業セグメント、6事業ユニット毎に実行すべき

成長戦略、戦術は整ってきているため、

社員の個々のブランド力、生産性、創造性、現場力を高め、人的資本をベースとした競争優位性の創出を実現していく！

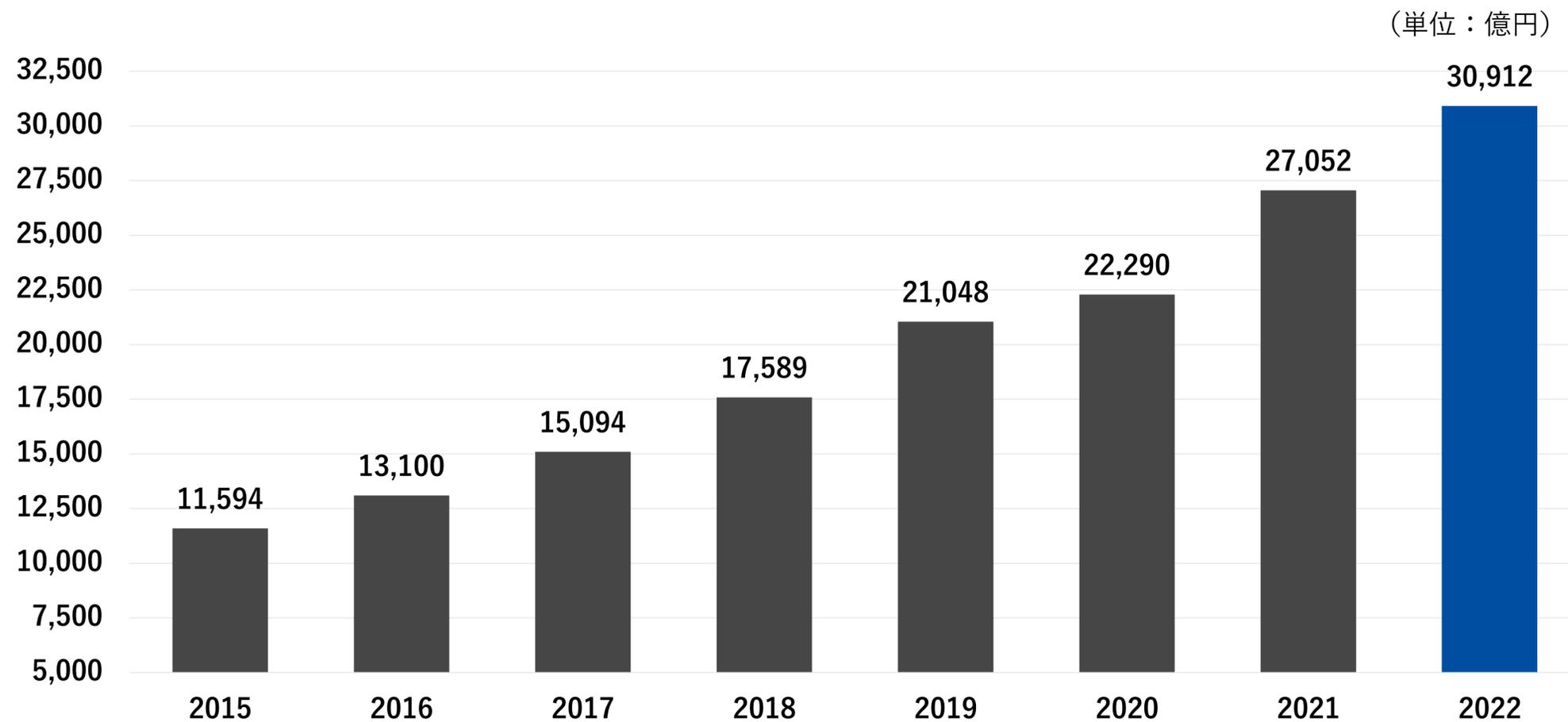
Appendix

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

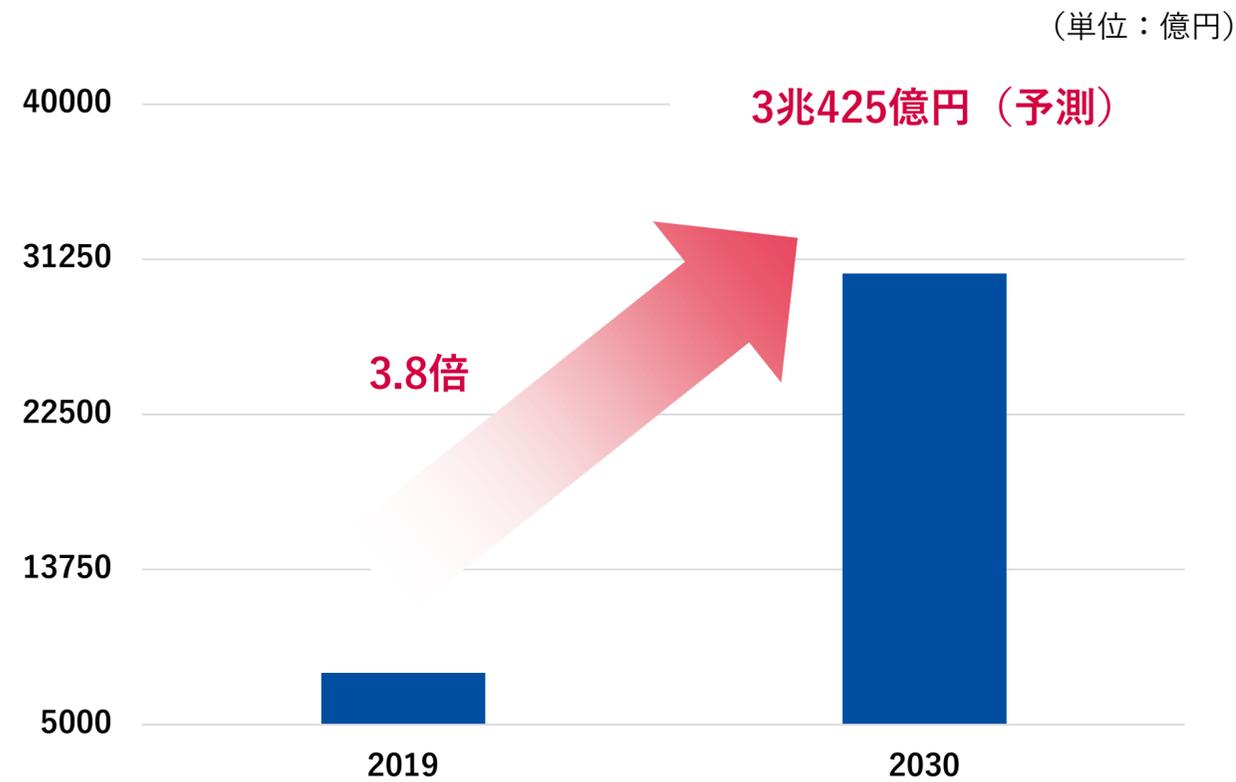
インターネット広告費は、3兆912億円（前年比114.3%）となり、2兆円を超えた2019年からわずか3年で約1兆円増加した。



出典：電通「日本の広告費」

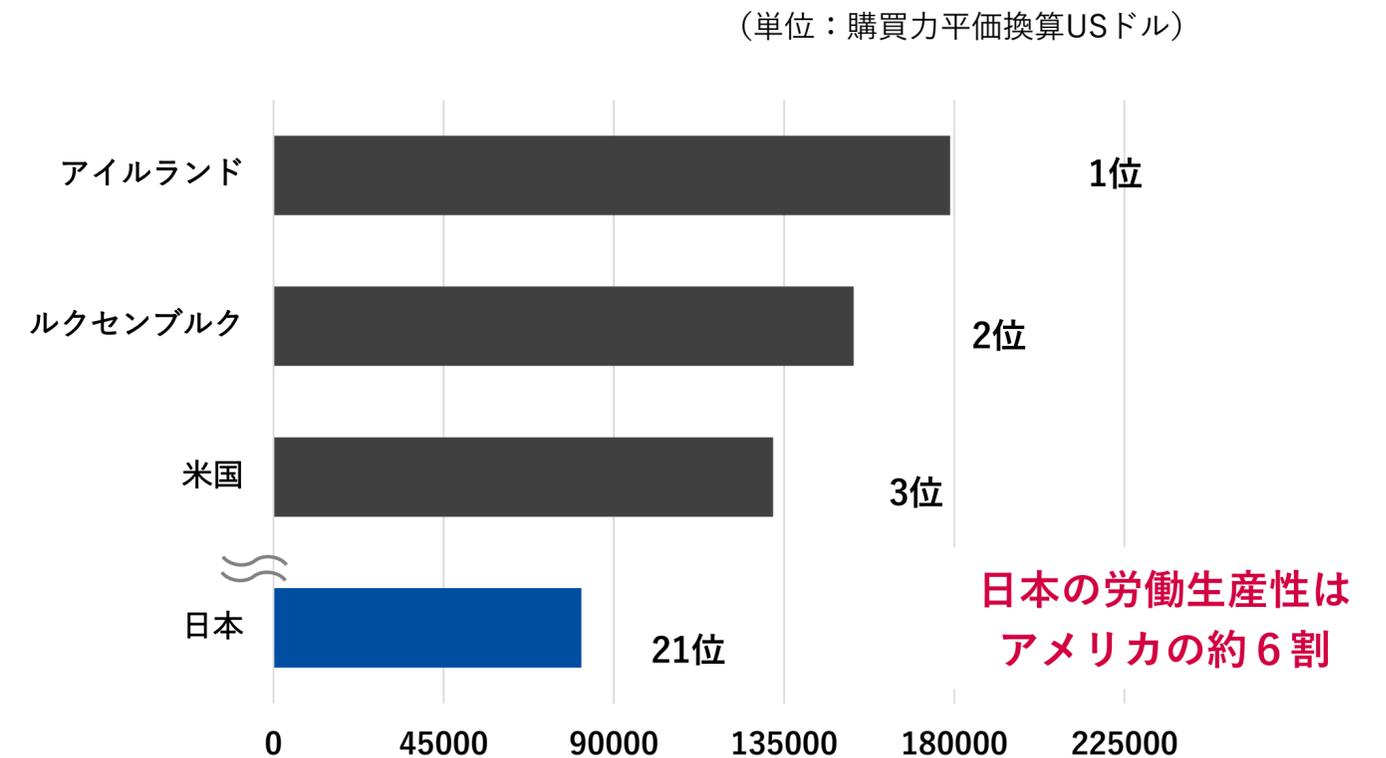
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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



出典：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

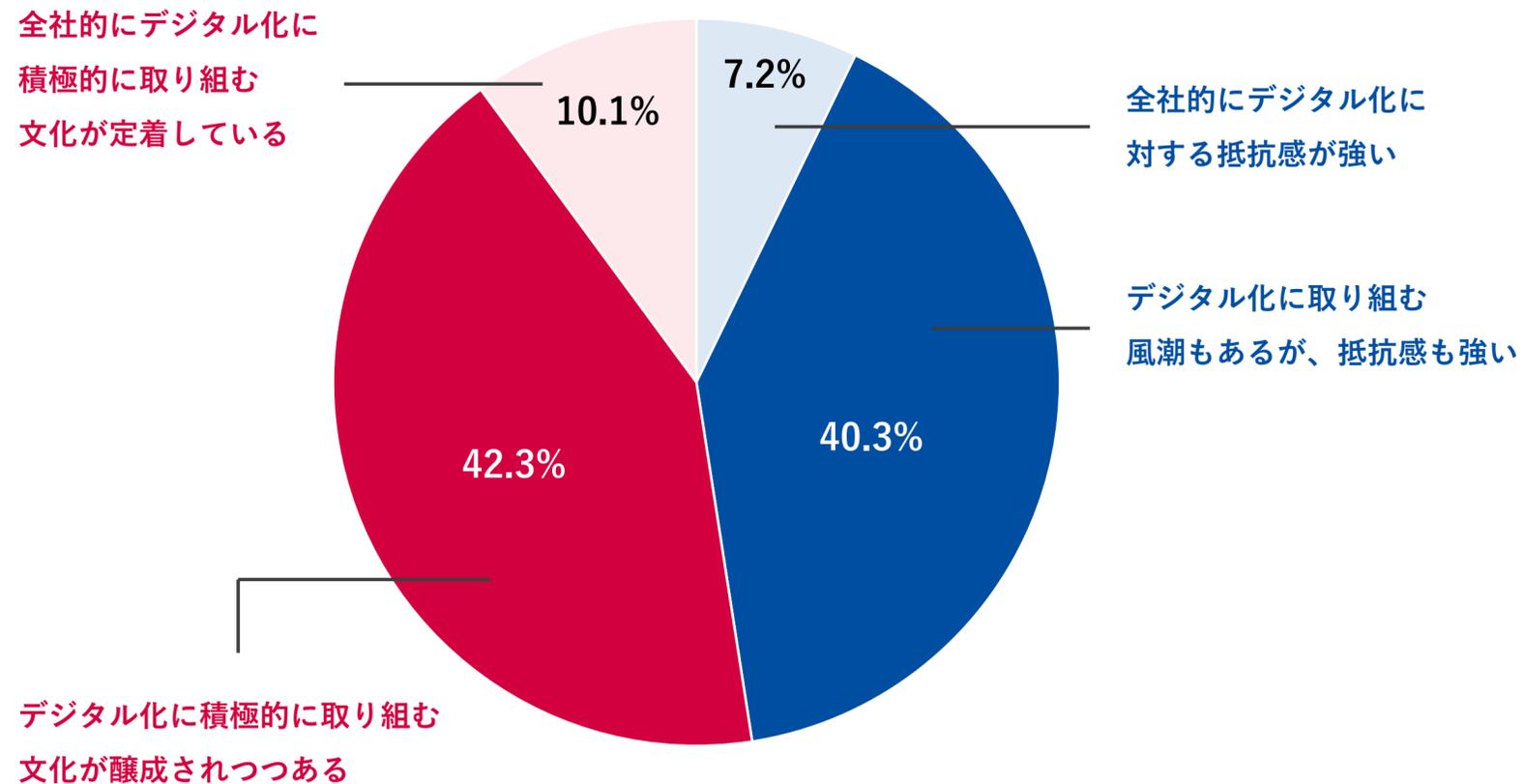
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



出典：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

「強い地域経済づくりを支える」

以下3つの支援領域から、地域継続を強くする循環をつくります。

1. 地域の人を「育てる」

地域に関わる組織・人が"自分たちの力で地域をより良くできる"ための活動

例) ブランド・プランナー協会、マーケティングイネーブルメント、啓蒙活動

2. 地域のらしさを「発見する」

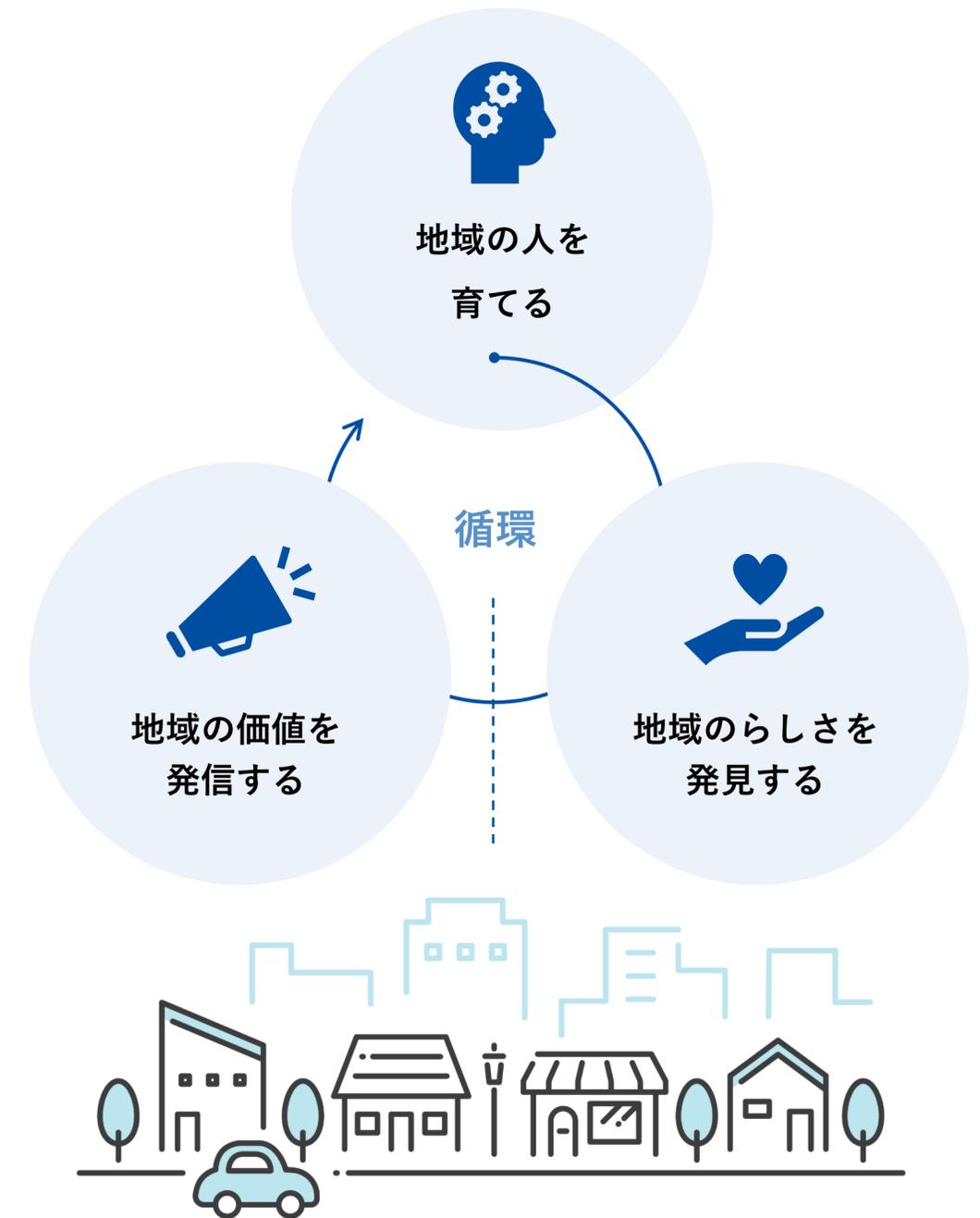
地域に関わる組織・人の"らしさ"を惹き出すための活動

例) アザナの取り組み、本業のブランディング支援

3. 地域の価値を「発信する」

地域の"価値を定義し、多くの人に届ける"ための活動

例) ふるさと納税支援、本業のマーケティング支援



地域経済・産業への貢献

以下3つの支援領域の具体的な活動例をご紹介します。

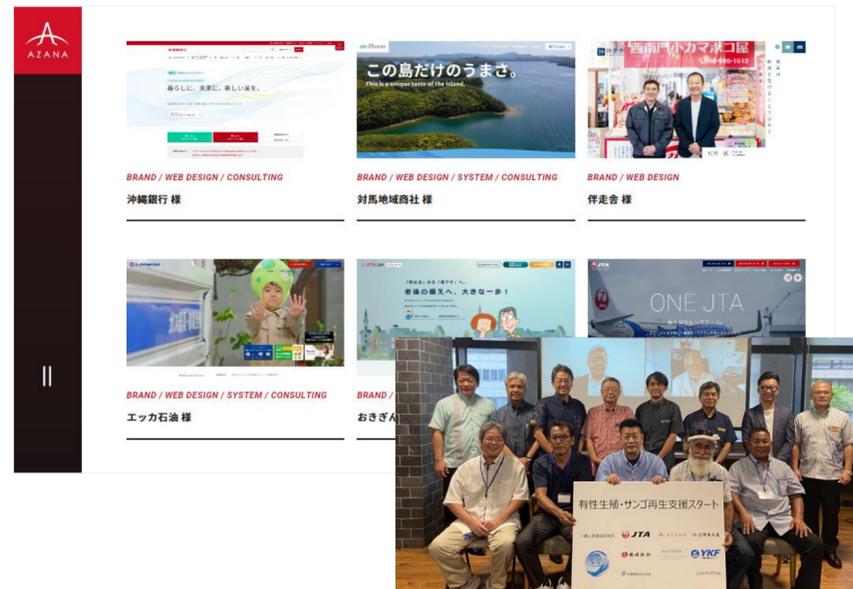
1. 地域の人を「育てる」



ME Marketing Enablement

宮崎県新富町の地域商社「こゆ財団」と業務提携。マーケティングイネーブルメントサービスの提供を通じて、組織内にCMO人材の育成支援を開始しました。

2. 地域のらしさを「発見する」

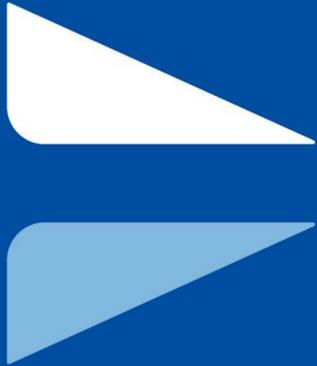


グループ会社のアザナでは、沖縄県内の企業のブランディング支援や、地元企業との連携から地域課題の解決に取り組んでいます。

3. 地域の価値を「発信する」



自治体向けのふるさと納税PRサービスを通じ、寄附額の増加による財源確保や関係人口の増加など、地域経済の活性化に向けた支援を行っています。



Branding
Technology

www.branding-t.co.jp