

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

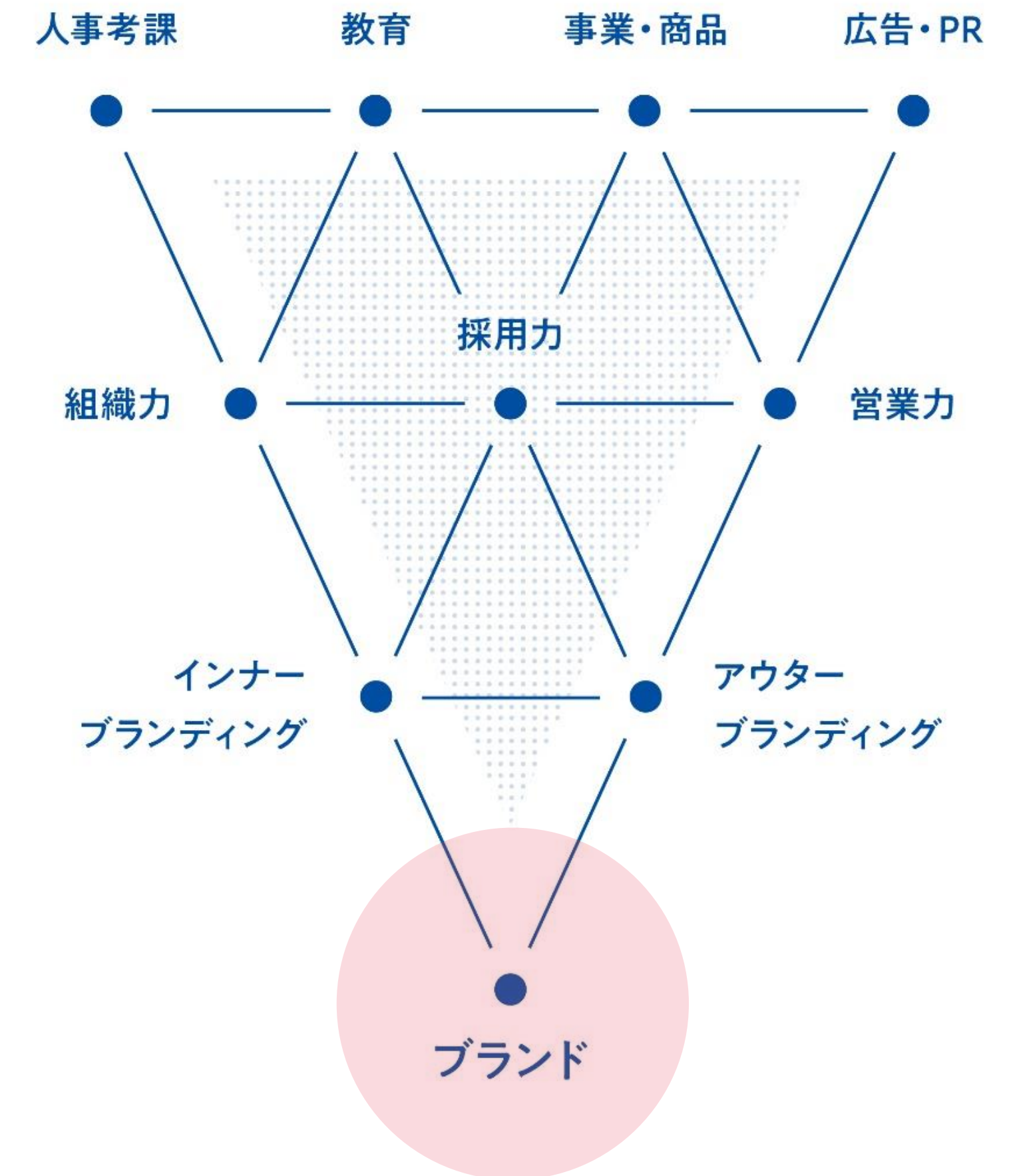
私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



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。



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

注力テーマ

- ✓ 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

※2022年10月3日、ブランディングテクノロジーの子会社として「株式会社シンフォニカル」を設立



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

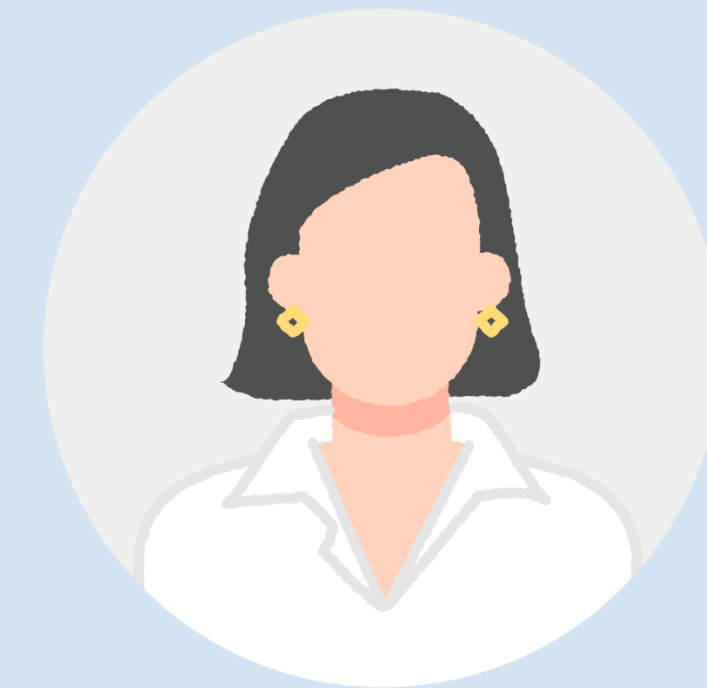
歯科医院様のブランド価値を明確化し、

ブランディング×デジタルシフトによる事業成長を実現

注力テーマ

- ✓ 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

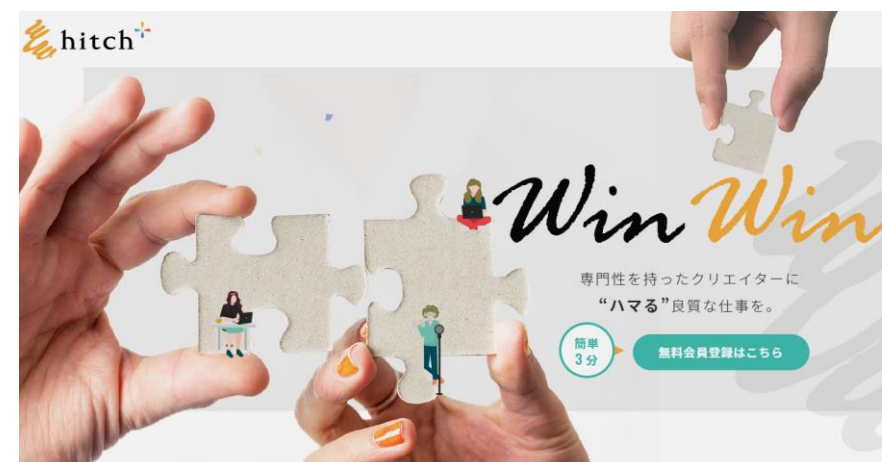
事業内容

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+』

注力テーマ

- ✓ 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

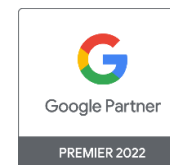
実績

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

注力テーマ

- ✓ 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

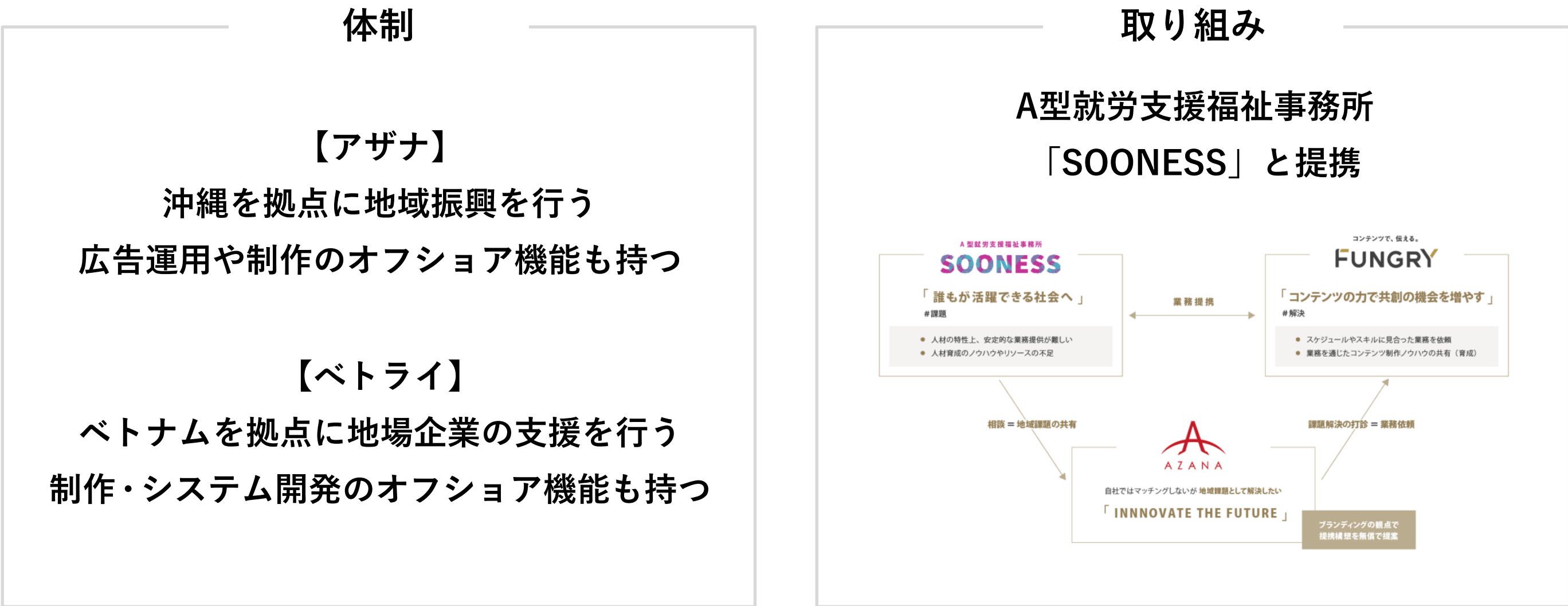
担当者負担軽減・デジタルマーケティング推進

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



- ### 注力テーマ
- ✓ 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

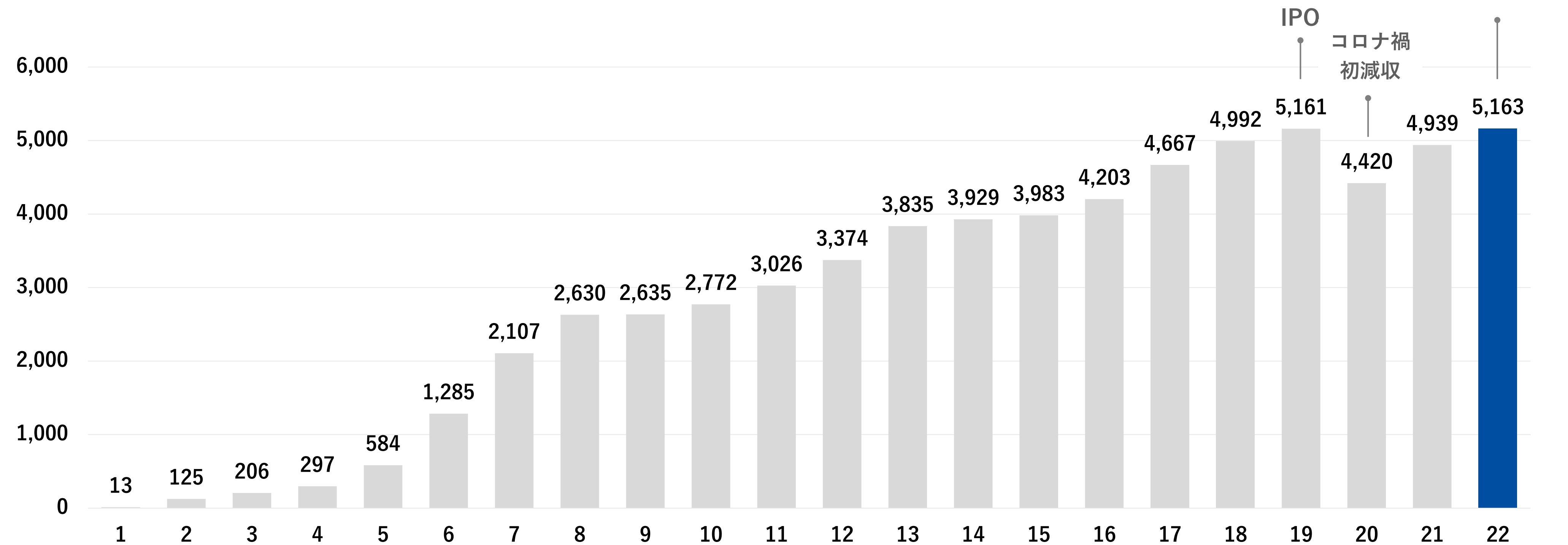
地域・地場企業様における課題解決

- 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期の上場翌期、コロナ禍により初の減収赤字を経験。

21期にはV字回復を遂げ、22期は増収、増益にて連続成長を達成しました。



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

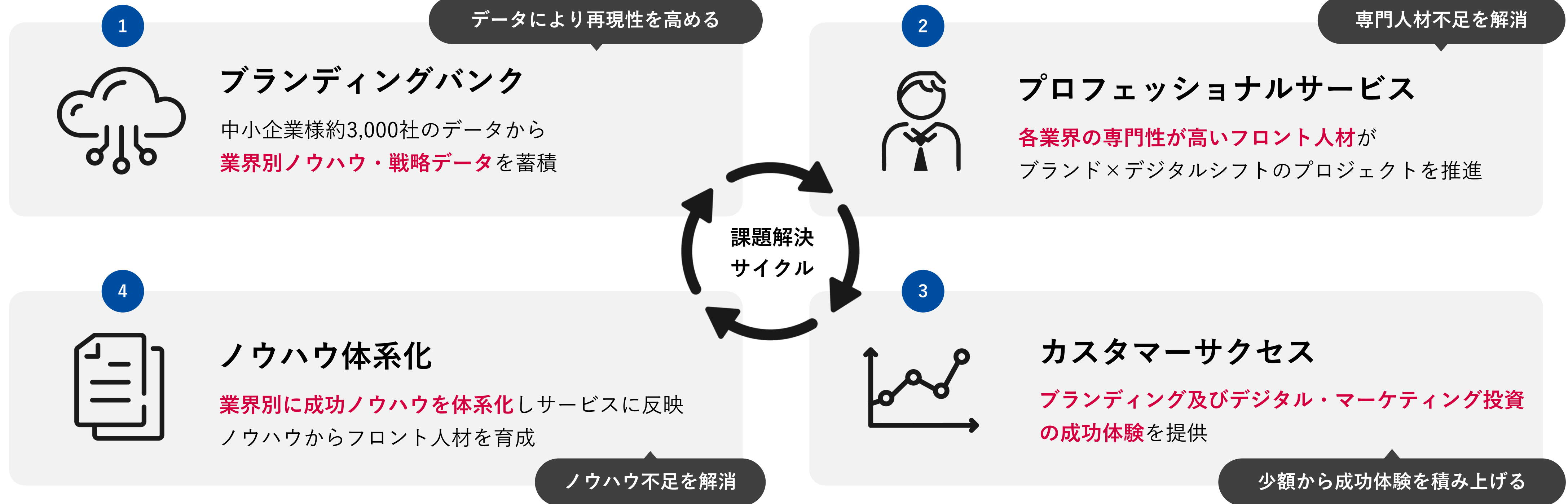
DX推進やデジタルマーケティングの一般論はわかるが自分たちの規模や業界に適した取り組みがわからない

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



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。

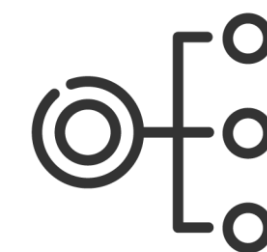
ブランド・マーケティング資産を蓄積する



ブランディングバンク



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

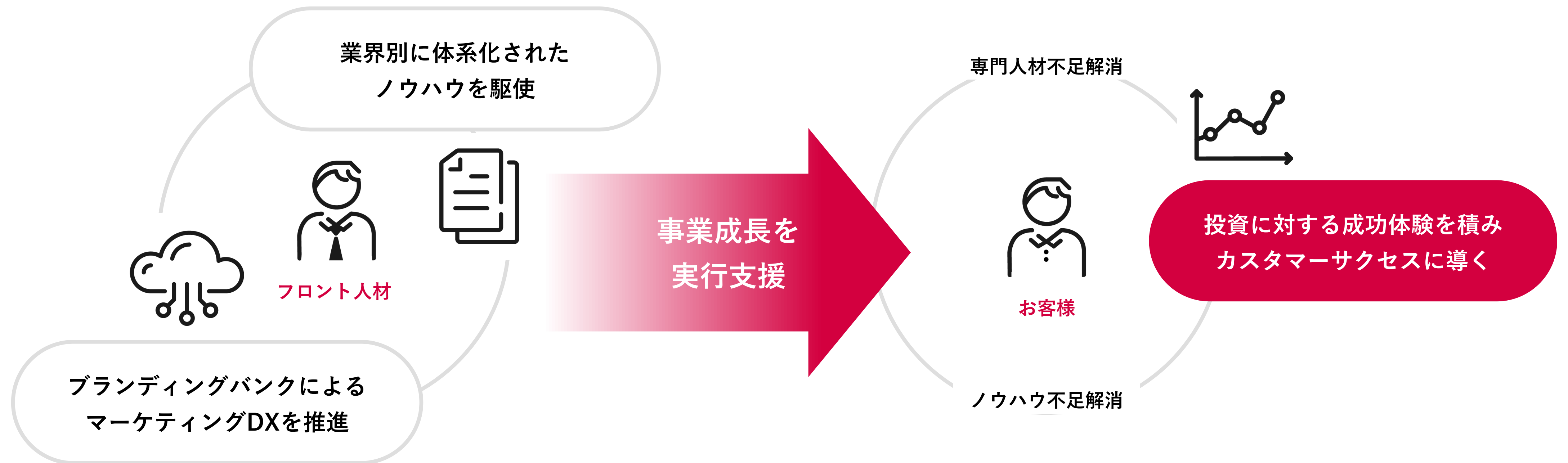


戦略を基にフロント人材が各社の
デジタルシフト戦略を提言し実行

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

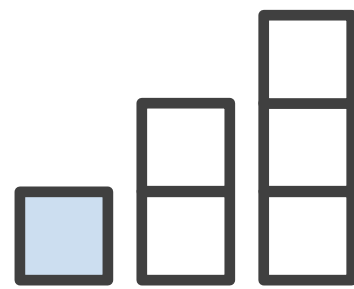


カスタマーサクセスについて

「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

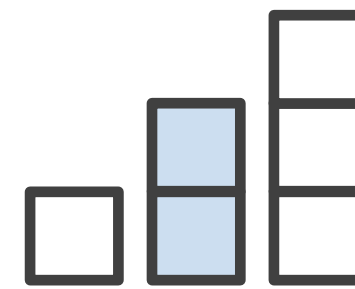


業界別ノウハウを活用し 成功体験を積むための投資

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

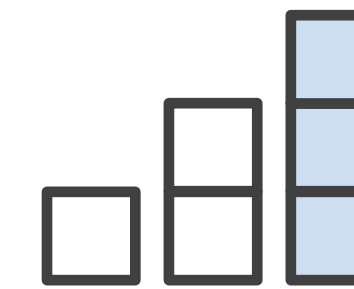


デジタルシフトを強化し 事業拡大のための投資

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

課題に対する解決策

マーケティングDXの全体像：

ブランディングバンク

プロフェッショナルサービス

カスタマーサクセス

ノウハウ体系化

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



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

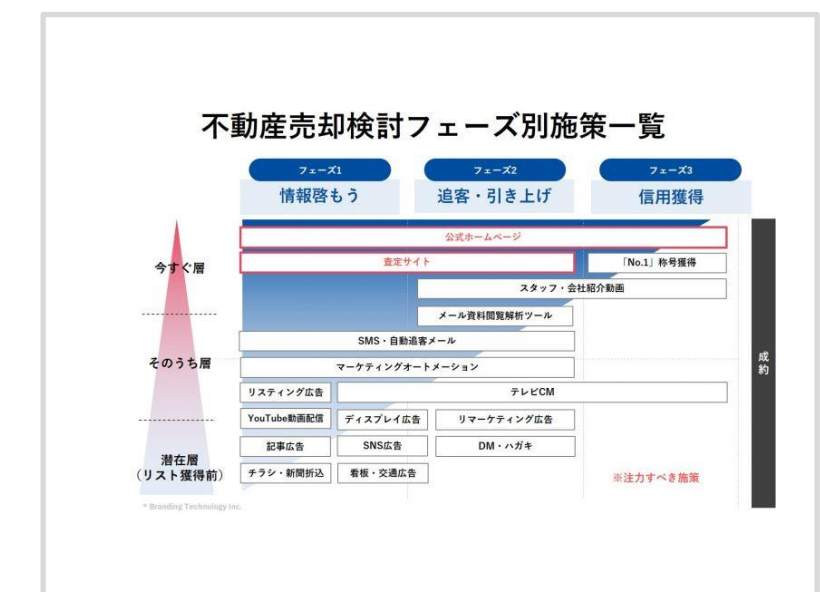
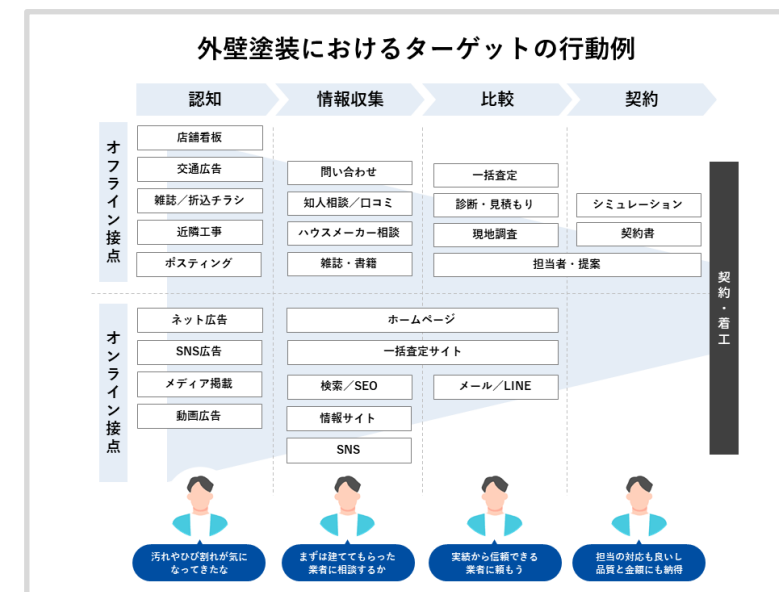
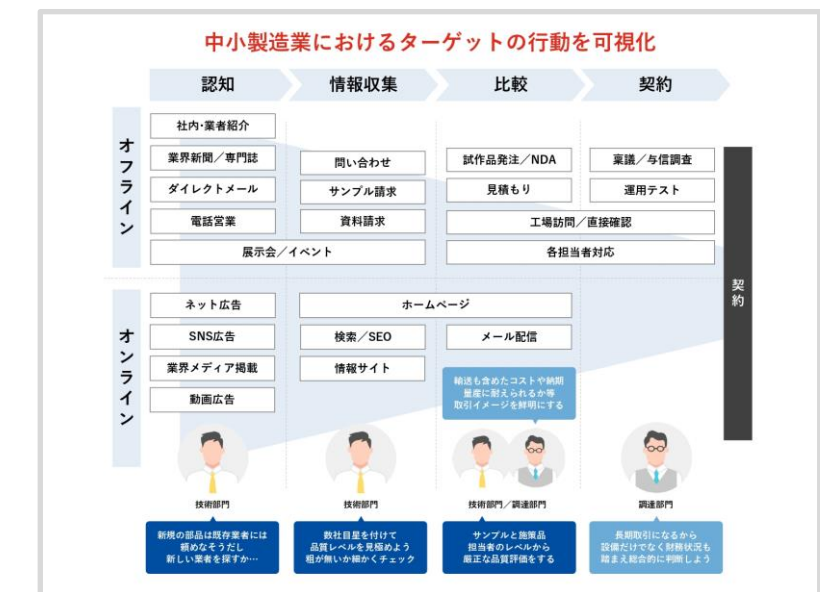
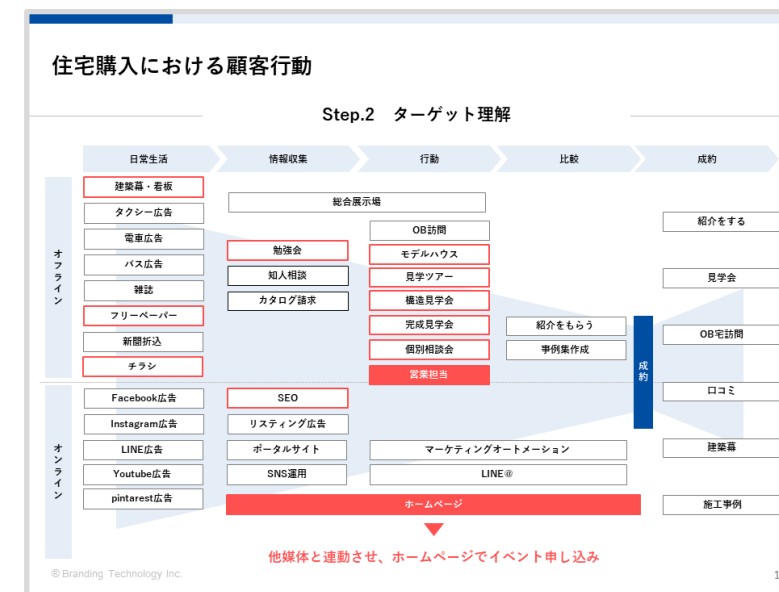


製造業 新規取引先企業が7社増え累計で3,000万円強の売上をWebサイトから達成！中小製造業様の集客成功事例



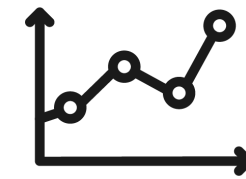
不動産 「査定サイト×自社サイト×追客の仕組み」で売却を安定的に獲得！超激戦区・大阪市エリアで成果が出せる理由とは

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

×

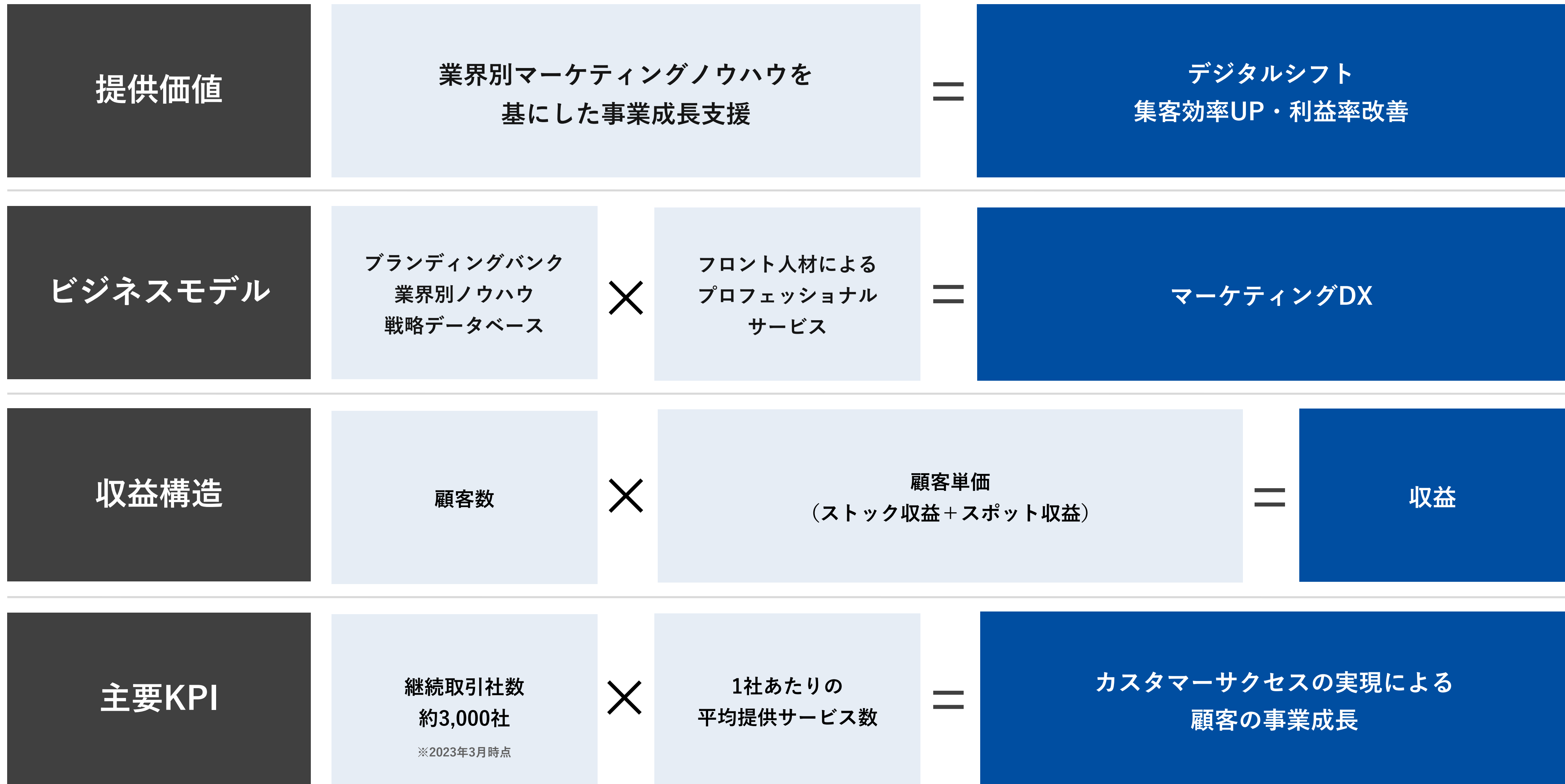


プロフェッショナルサービス



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

ビジネスモデル・収益構造

事業・収益構造の全体像



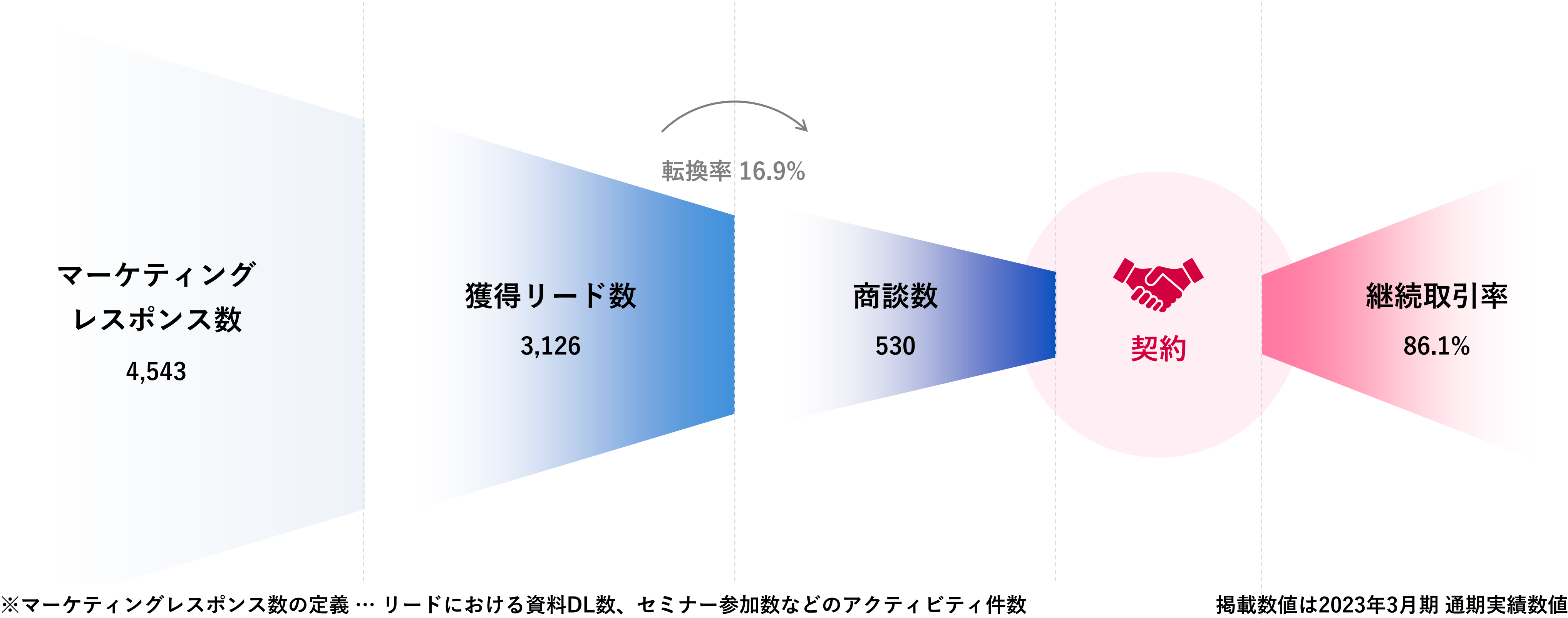
顧客セグメント別の関わり方

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>

提供価値のコアになるノウハウ数を増やし新規顧客を獲得

ノウハウの露出⇔レスポンス数※を増加させ、新規顧客を効率的に獲得。
高い継続取引率からLTV向上を目指す。

ノウハウのコンテンツ化



マーケティング活動の実績と目標値（累計）

コンテンツ開発数とレスポンス数をYoY113%で積み上げる。

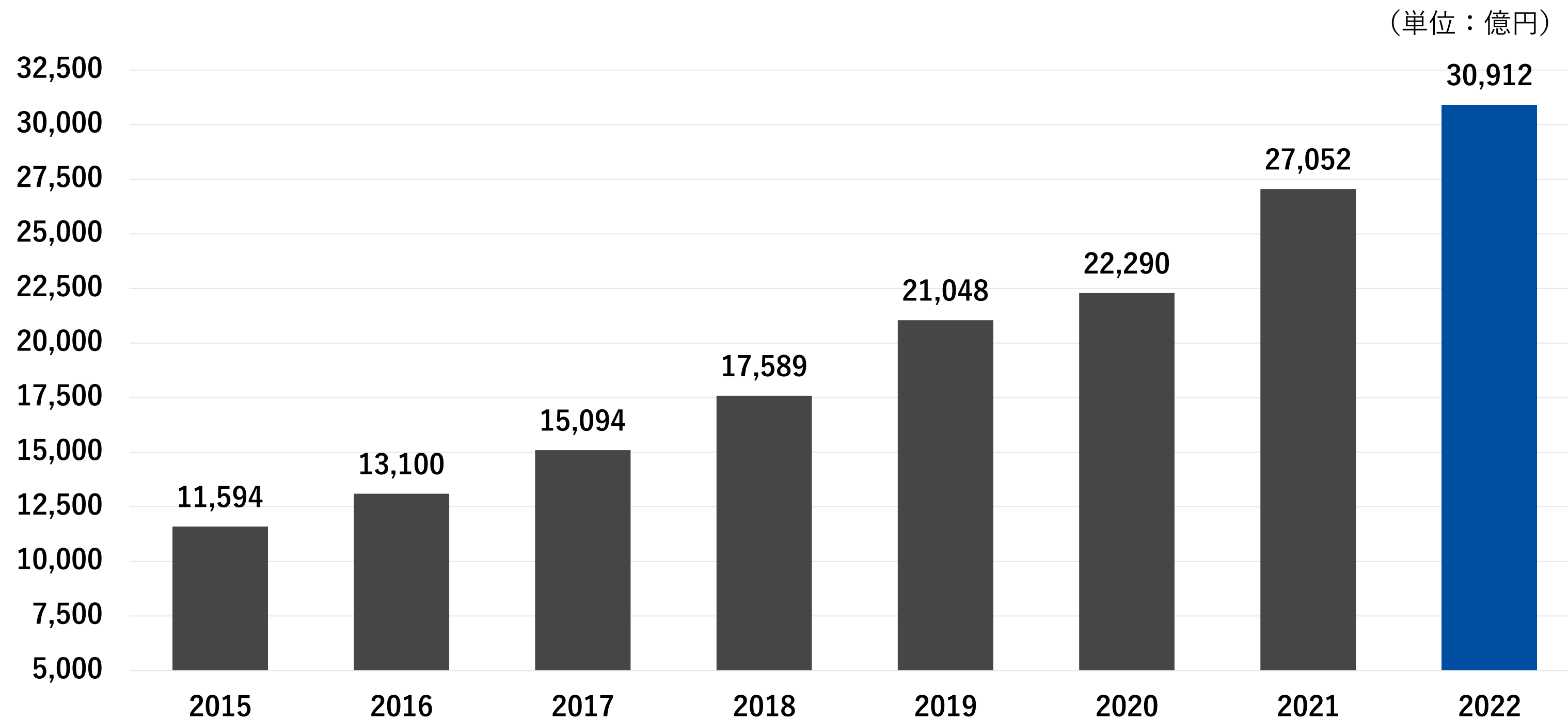
		2023年3月期実績	2024年3月期目標	増減
コンテンツ開発数	ホワイトペーパー数	44	53	120%
	事例コンテンツ掲載数	20	22	110%
	セミナー開催数	35	39	110%
	合計	99	113	113%
レスポンス数	ホワイトペーパーDL数	2,892	3,470	120%
	セミナー参加数	1,000	1,100	110%
	その他	651	716	110%
	合計	4,543	5,287	113%
獲得リード数	3,126	3,751	120%	
商談数	530	636	120%	

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

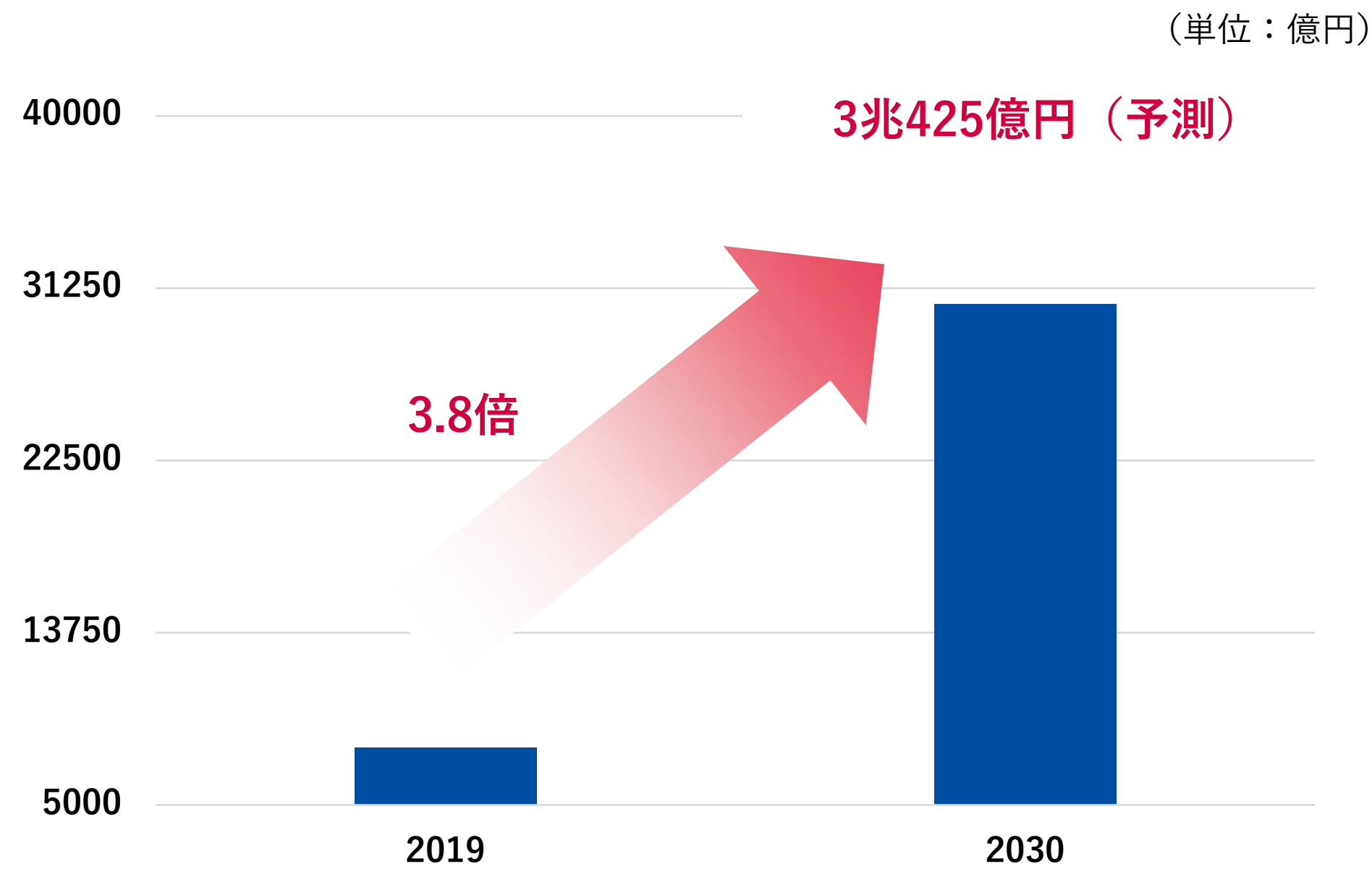
インターネット広告費は、3兆912億円（前年比114.3%）となり、2兆円を超えた2019年からわずか3年で約1兆円増加した。



出典：電通「日本の広告費」

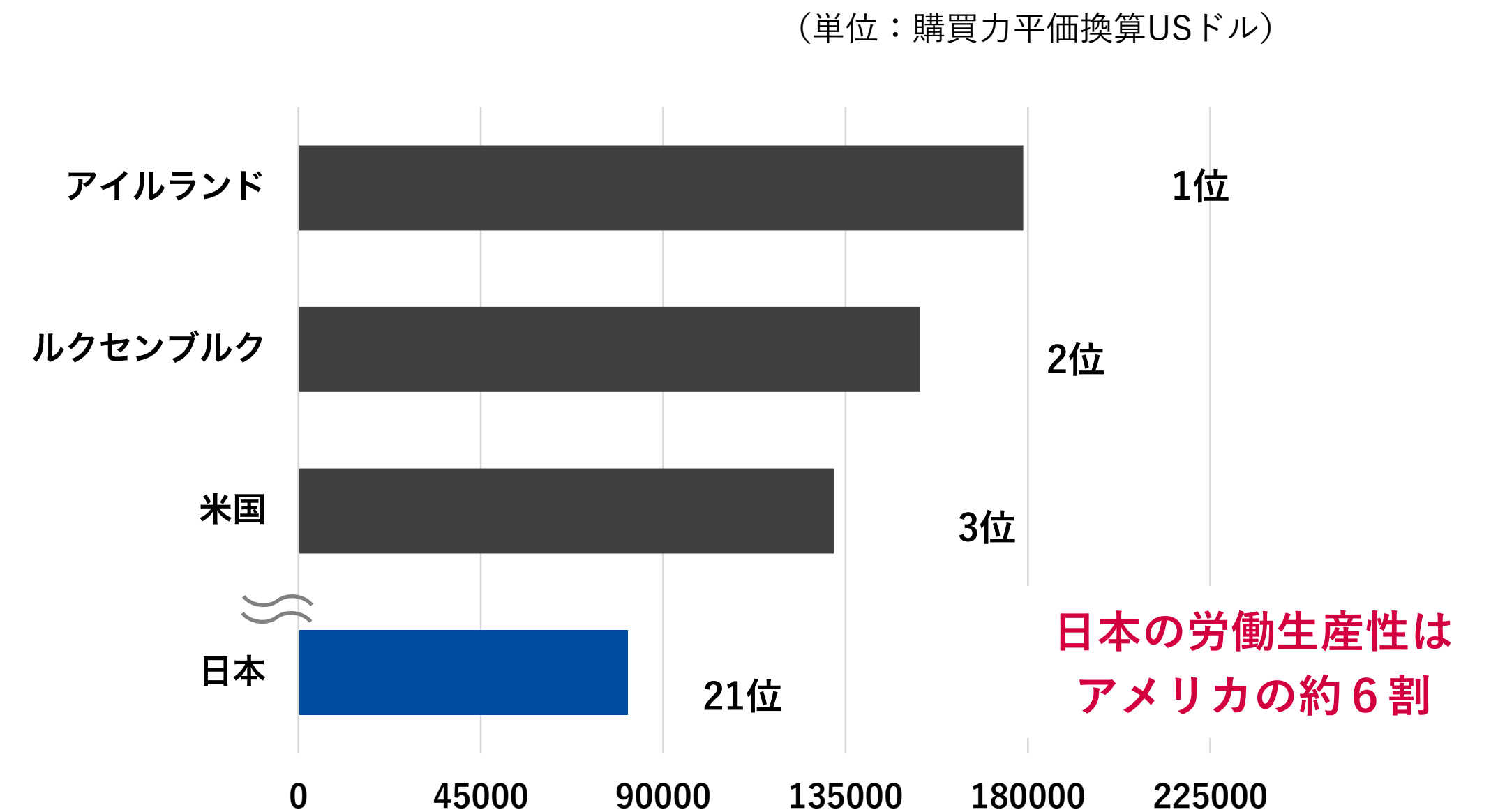
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

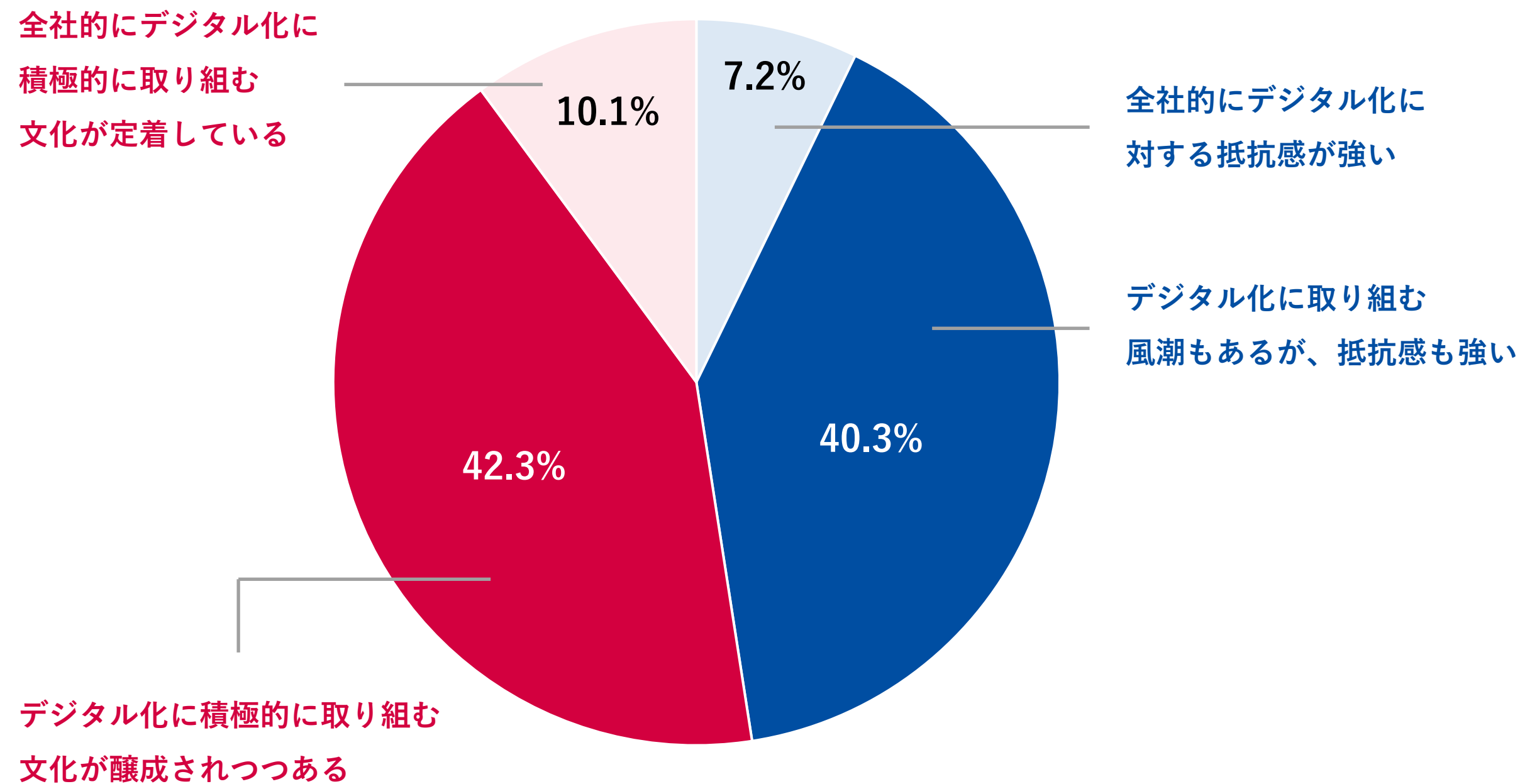
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



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。

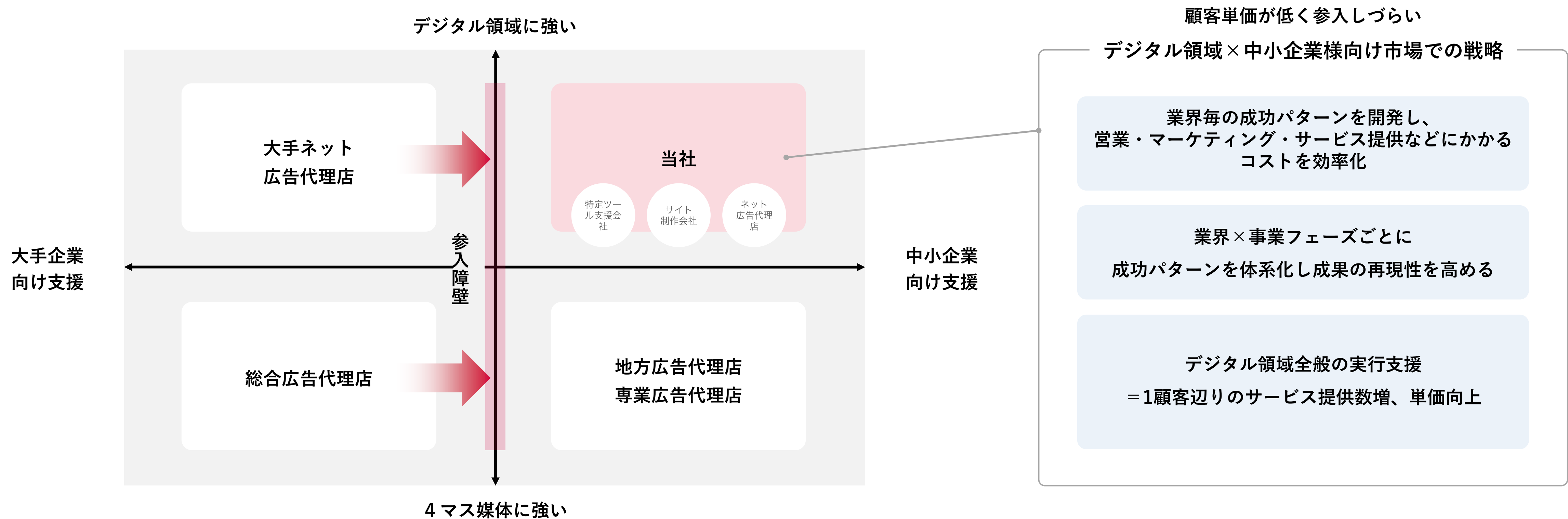
積極的にデジタル化に取り組む意識をもつ中堅、中小企業は増えているが、CMO、CDO不在の恒常的課題が存在。

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。

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！

●…体制・機能がある ▲…体制・機能がないことが多い

	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策定	▲	●	▲	●
クリエイティブ制作	▲	▲	●	●
デジタル広告運用	●	▲	▲	●
市場調査・データ分析	●	▲	▲	●

経営指標

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月期は、デジタルマーケティング事業において、地方自治体及び公共団体のデジタルマーケティング支援に注力し、顧客層の拡大を行った結果、セグメント売上高は3,555,260千円（前期比6.2%増）、セグメント利益は262,358千円（前期比17.8%増）となった。
一方、想定利益率の高い商材を取り扱うブランド事業において、事業成長に向けた人材投資等の成果が表れておらず、セグメント売上高は1,442,898千円（前期比0.2%減）、セグメント利益は283,677千円（前期比15.1%減）となった。以上により、グループ全体で上記の業績結果となった。

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。
に伴い自己資本比率も前期末時点の47.4%から55.6%に向上。

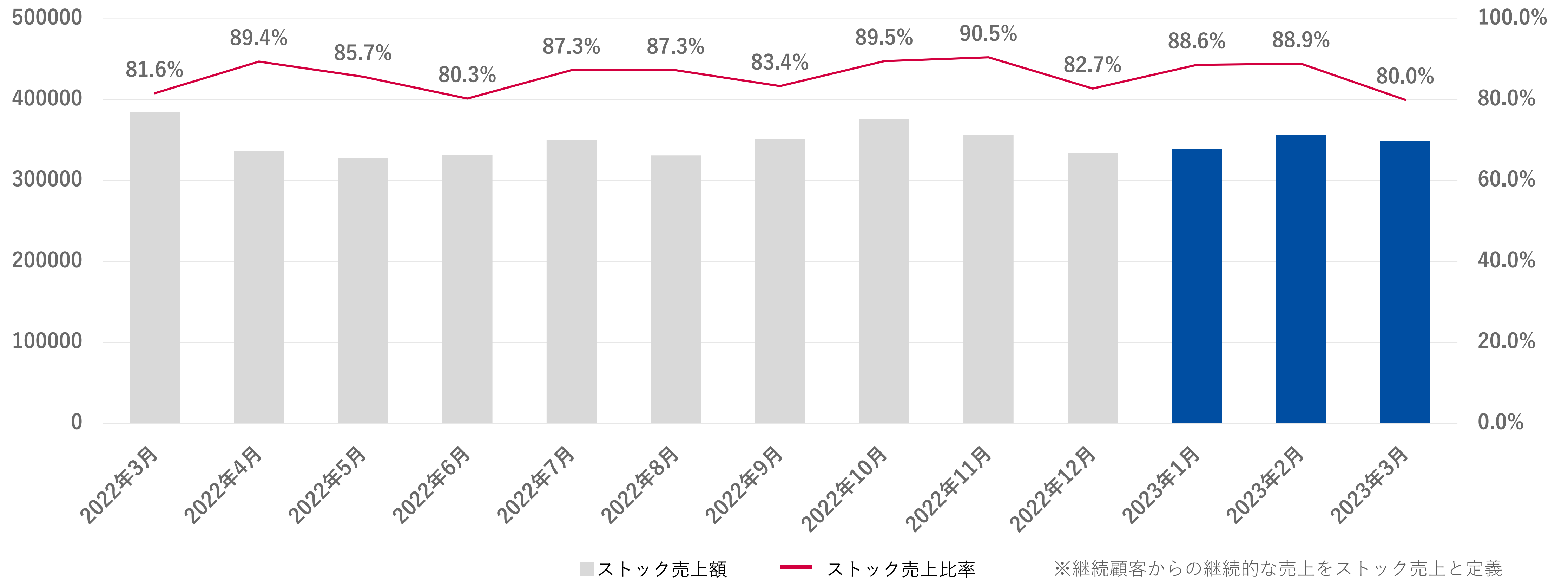
(単位：千円)

	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

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)



2024年3月期の業績予測

2024年3月期は、売上高は4,700百万円（当期比9%減）、営業利益は175百万円（当期比46%増）
経常利益は173百万円（当期比42%増）、当期純利益は110百万円（当期比39%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
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%

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%の成長見込みとなる。

成長戦略

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

オンラインによる顧客獲得の強化

実施済み・強化中

セミナー発信

成功事例と時流に乗せたノウハウ基に
共催セミナーの開催を強化



セミナー申込数 … 1,000件 (2023年3月期累積)
2022年3月期 851件 / YoY 117%

ホワイトペーパー作成

ノウハウのコンテンツ化だけでなく
顧客リサーチからのエビデンスも強化



資料ダウンロード数 … 2,892件 (2023年3月期累積)
2022年3月期 1,396件 / YoY 207%

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

※2022年3月期 10社

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

株式会社コンベックス
コンサルティング/システム/ソリューション
部長 塚本 昌昭

ブランディングテクノロジー株式会社
ブランドチーム/マネージャー
部長 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-

株式会社パルテック
インフラ/セールス/マネージャー
久賀航己

めろマッチ × Branding Technology

ブランディングテクノロジー株式会社
マネージャー
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追客

キバーティクオール
河野 清博

Give Take All × Branding Technology

ブランディングテクノロジー株式会社
宮田 聖也

集客強化セミナー

売買取引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～

Branding Technology × PropoCloud

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

エキサイト制作
宮崎 貴士

excite × Branding Technology

ブランディングテクノロジー株式会社
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**

【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

株式会社メドレー/Deeds事業部
上島 大季

MEDLEY × Symfonical

株式会社シンフォニカル/代表取締役
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

※2022年3月期 6社

Cookieに依存しない
デジタルマーケティング施策

GA4 ファインド広告 CDP
など重要キーワードを解説

データ
福井 和典

b-dash × Branding Technology

ブランディングテクノロジー
仲松 佑弥

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 × 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

SSG Company
堀池 広樹

80 & Company × Branding Technology

ブランディングテクノロジー
仲松 佑弥

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
相澤 真樹

識学 × Branding Technology

ブランディングテクノロジー
片山 健

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

株式会社クラウド
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株式会社
ブランド/クリエイティブ/マネージャー
田島 泰

～ 今日からできるコンテンツマーケティングの成功法 ～

※2023年3月期実績数

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。



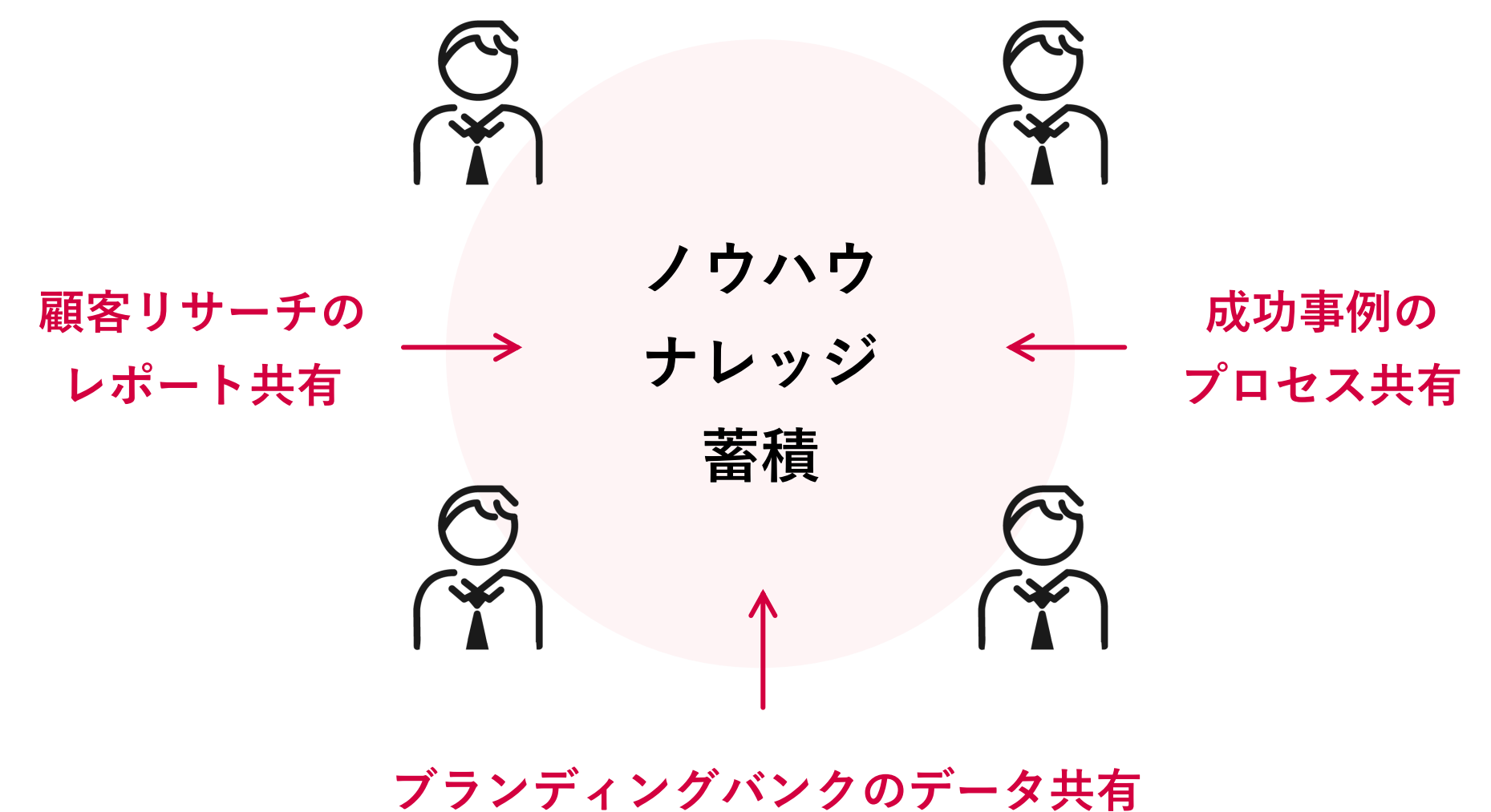
DX推進によるパフォーマンス向上

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



マーケティング支援領域におけるAI活用を開始、今後AI活用の領域を広げていく。

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

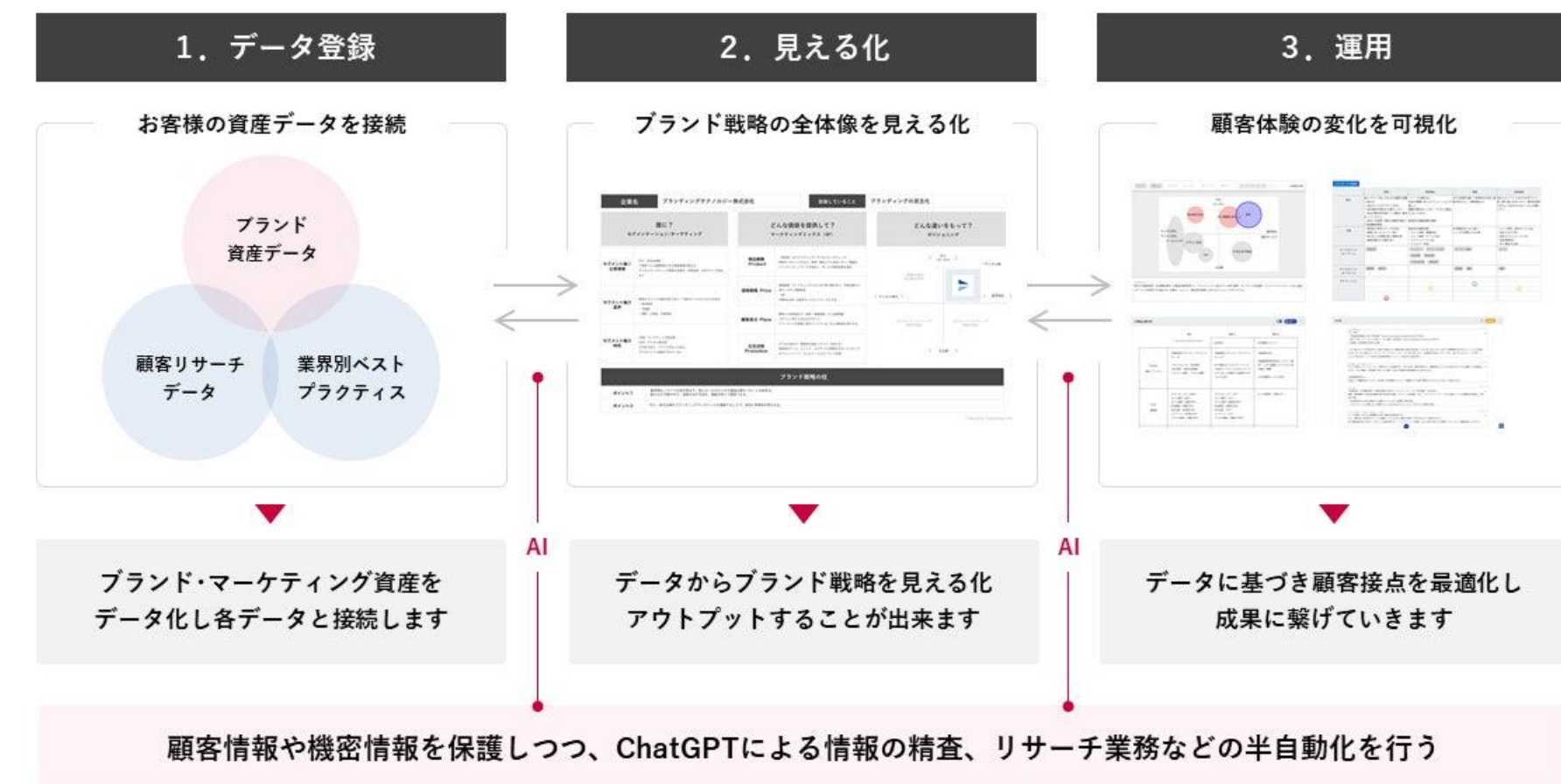
リサーチ業務の効率化 + 戦略要点の抽出

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.

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。

主要なリスク	発生時期	発生可能性	影響度	主要なリスクへの対応策
検索エンジンの仕様変更 生成型AIの台頭による検索ユーザーの用途の変化	短期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> ✓ AI技術の動向を監視しデジタルマーケティング戦略に適用する ✓ SEOの最新トレンドについての定期的な研修と更新を行い、専門的なSEOコンサルタントを採用する
人材の獲得競争が激化 採用市場、外部の人材パートナーにおける人材獲得の競争激化	短期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 定期的に顧客レビューを実施し、コストとサービスレベルのバランスを保つ ✓ 人材開発に適切な投資をし、個人にあった労働条件とキャリアパスを提供する
法的規制の変更 企業におけるデータ取り扱いに関連する規制強化 「景品表示法」「著作権法」「医療法」等の規制強化	中長期	高	高	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 法規制の変更を注視し適切なプライバシーポリシーとデータ保護措置を維持する ✓ データ管理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 システム障害、自然災害、テロ等によるシステムの停止 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	中長期	中	中	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 災害やシステムリスクに関するマニュアル整備

ESG方針

Sustainability

「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」

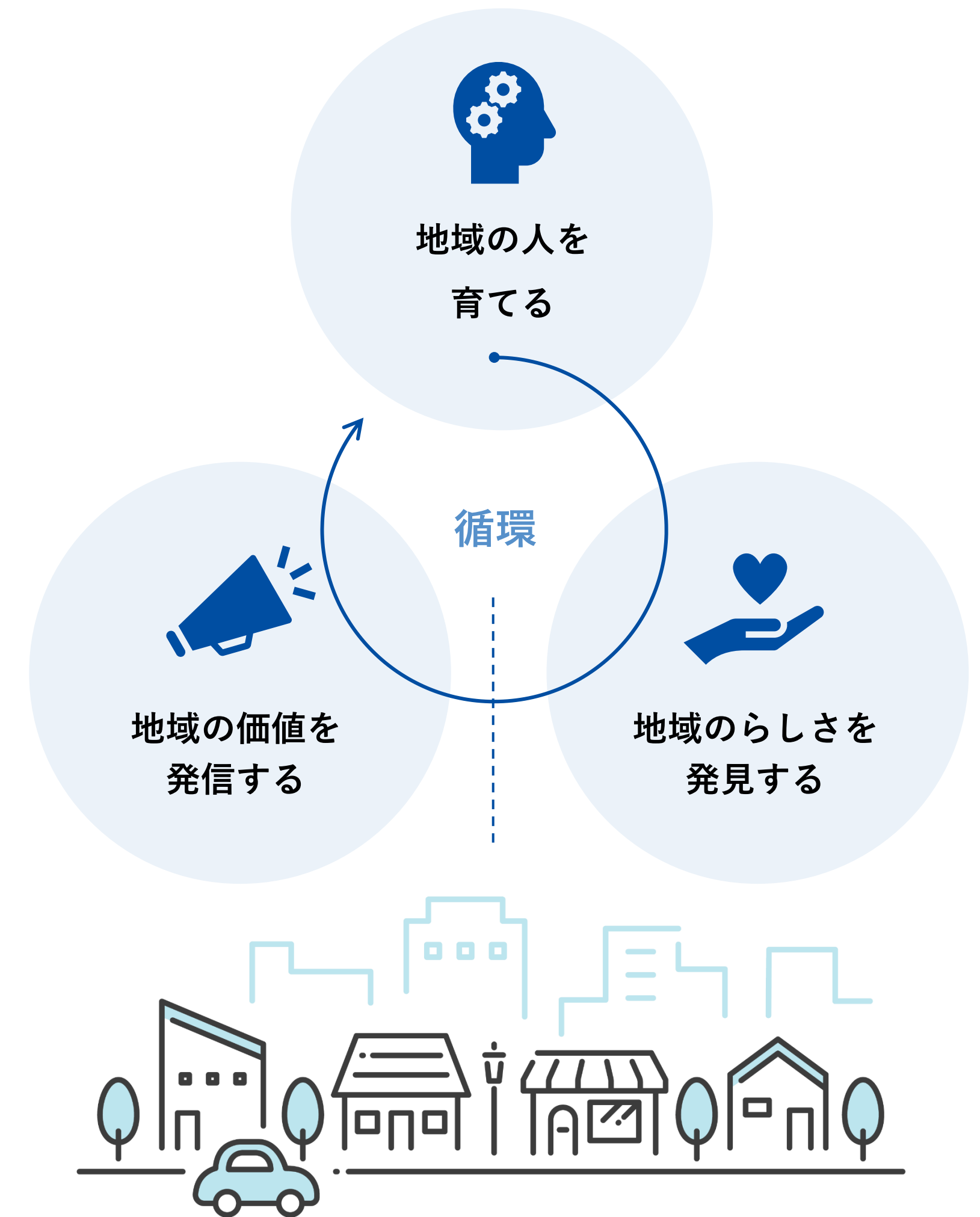
地域に関わる組織・人の"らしさ"を惹き出すための活動

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。

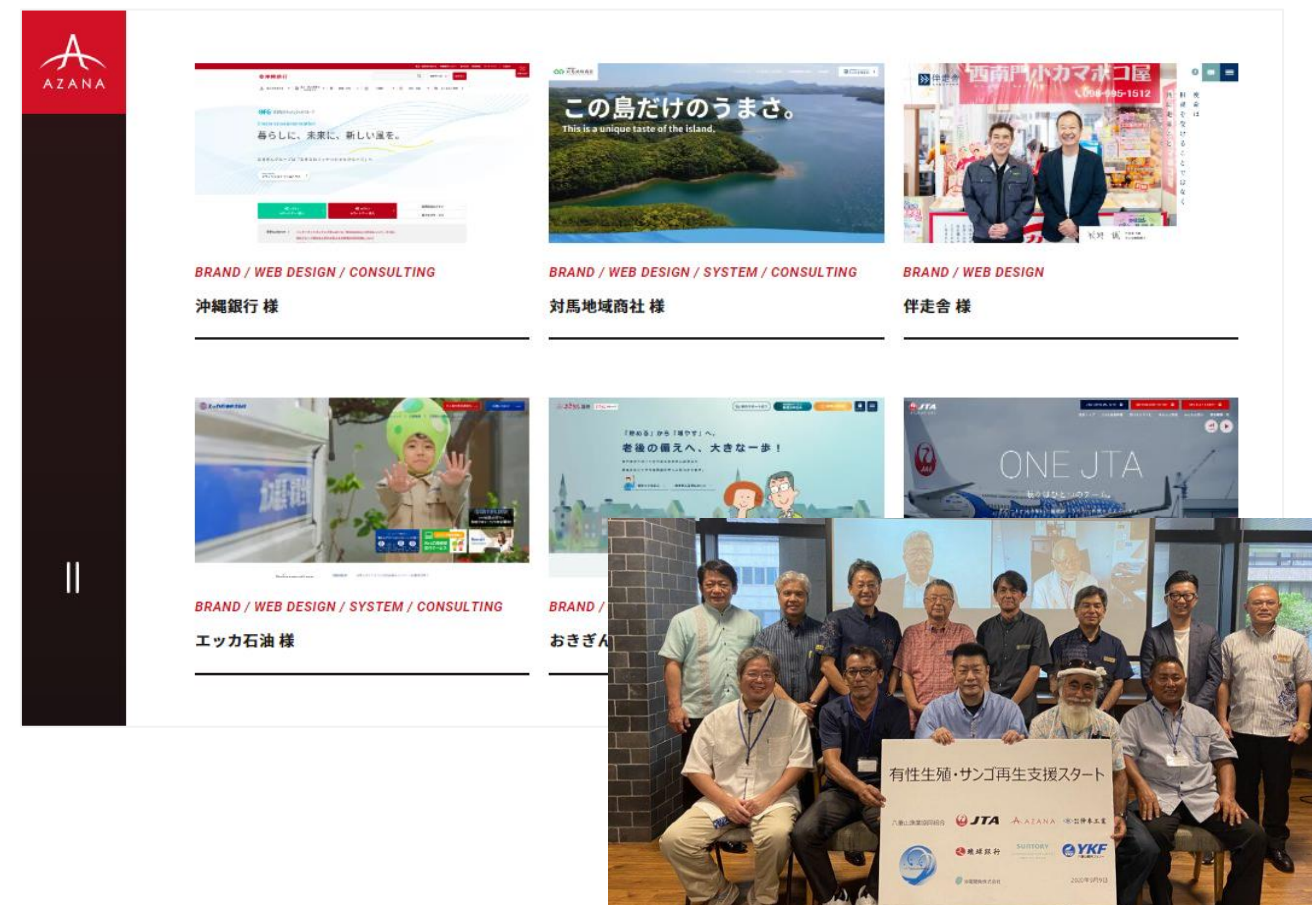
1. 地域の人を「育てる」



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。

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