

2022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

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

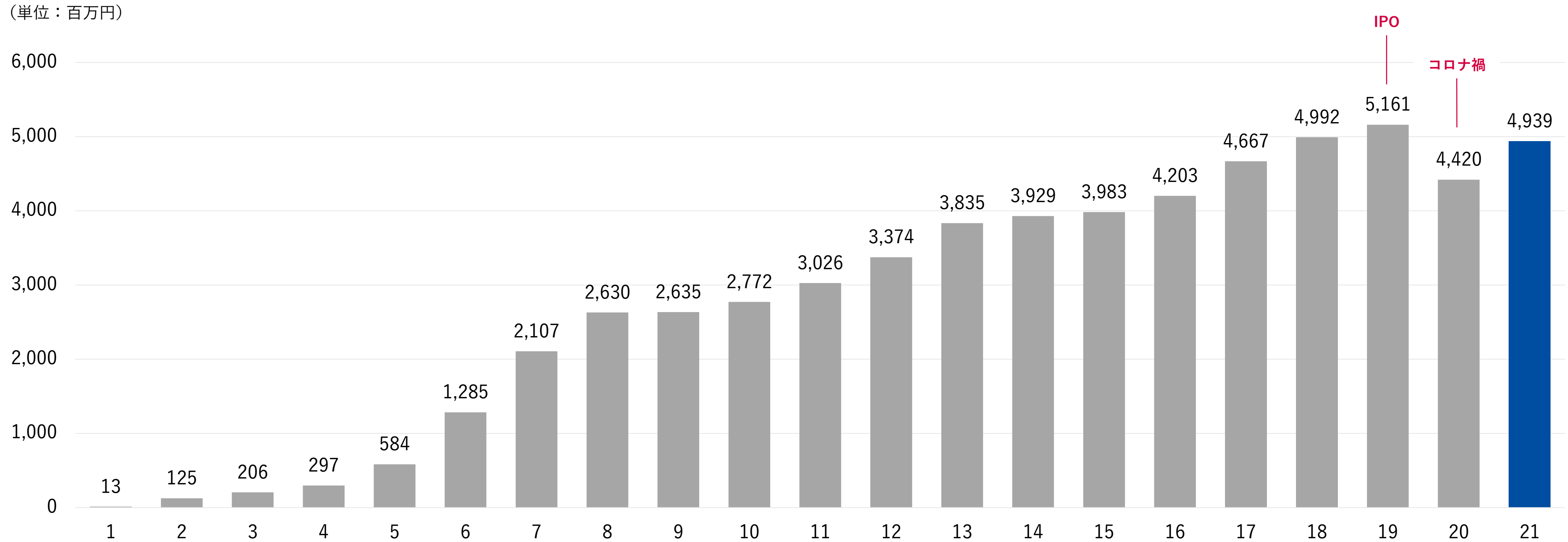
私たちは、中小・地方企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



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期は収益を順調に回復。

(単位：百万円)



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

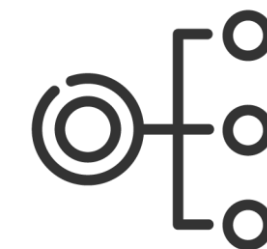
課題に対する解決策

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

1

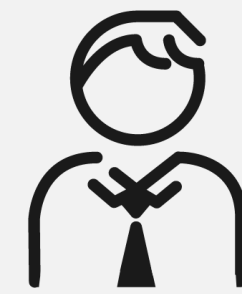


ブランディングバンク

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

データにより再現性を高める

2



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
ブランド×デジタルシフトのプロジェクトを推進

専門人材不足を解消

4

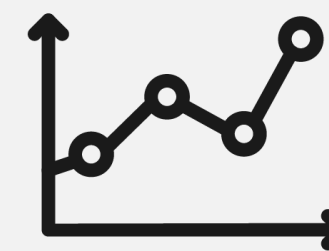


ノウハウ体系化

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

ノウハウ不足を解消

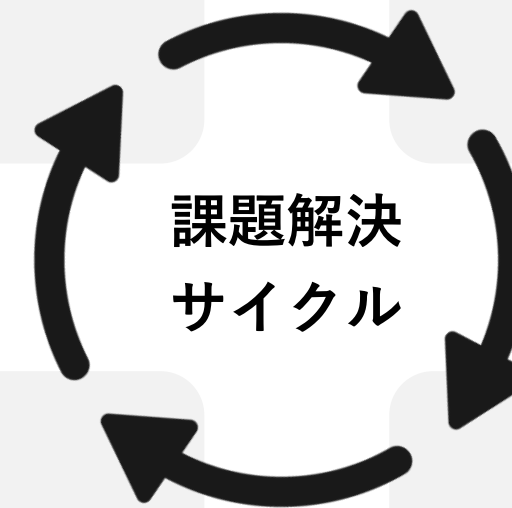
3



カスタマーサクセス

ブランディング及びデジタル・マーケティング投資
の成功体験を提供

少額から成功体験を積み上げる

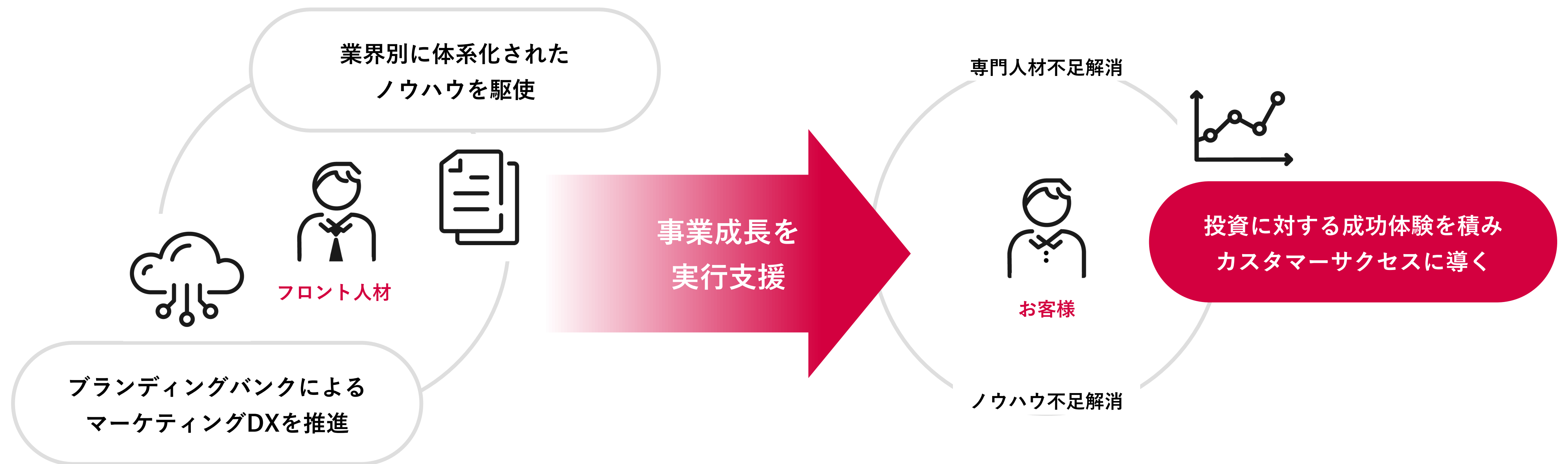


体系化したノウハウを届けるプロフェッショナル人材

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

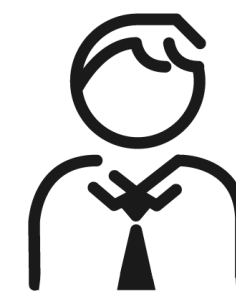
クリエイティブ制作

- ✓ 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

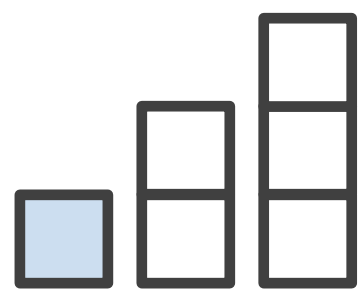
業界・事業特性に合わせた成長支援

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

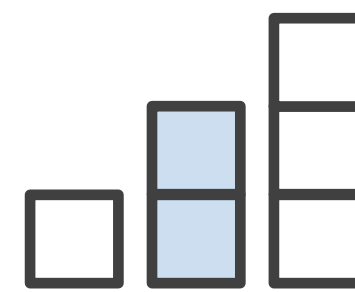


**業界別ノウハウを活用し
成功体験を積むための投資**

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

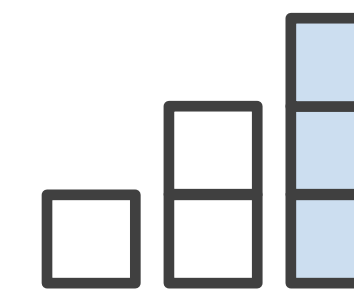


**デジタルシフトを強化し
事業拡大のための投資**

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

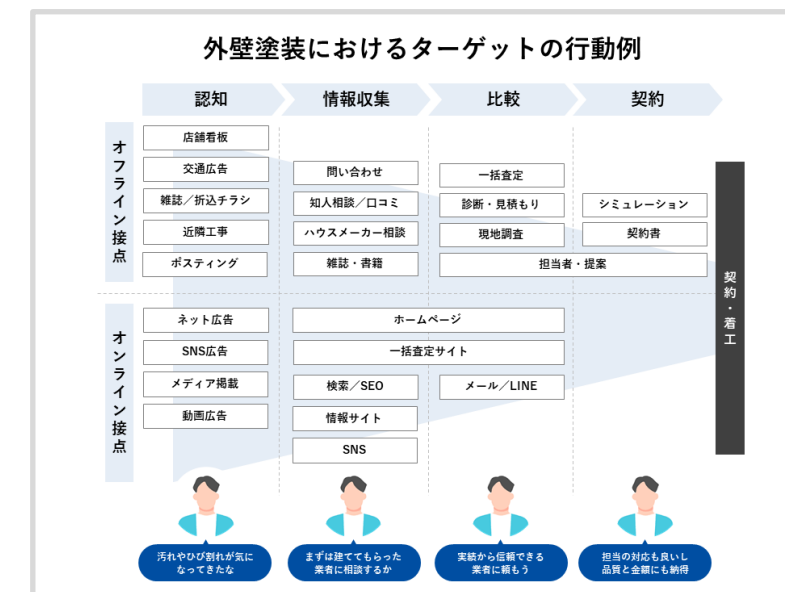
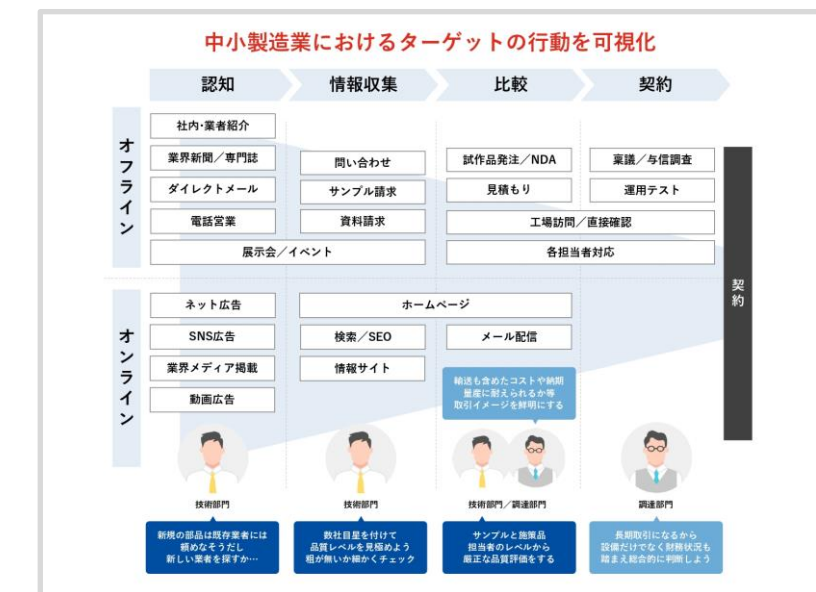
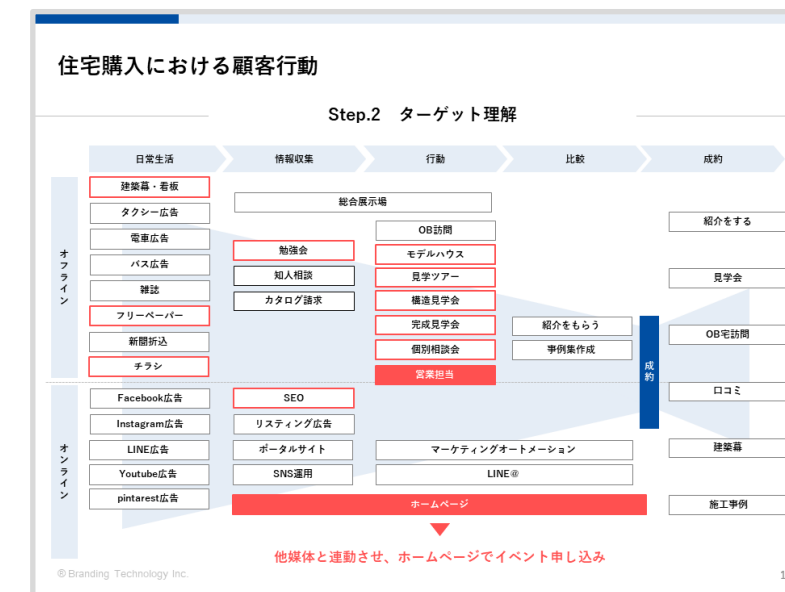


建築・工務店 外壁塗装の自社施工割合3割→6割・利益率130%! 塗装経験者400名アンケートをもとにした集客成功のポイント



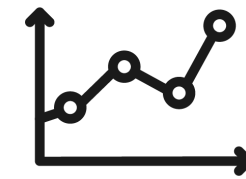
医療・歯科 世界水準の歯科治療を患者目線で表現! 歯科医院が集患するために必要な3つのポイント

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



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



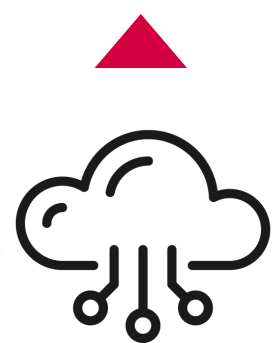
カスタマーサクセス

“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

事業・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>

決算内容

通期決算・予算達成率

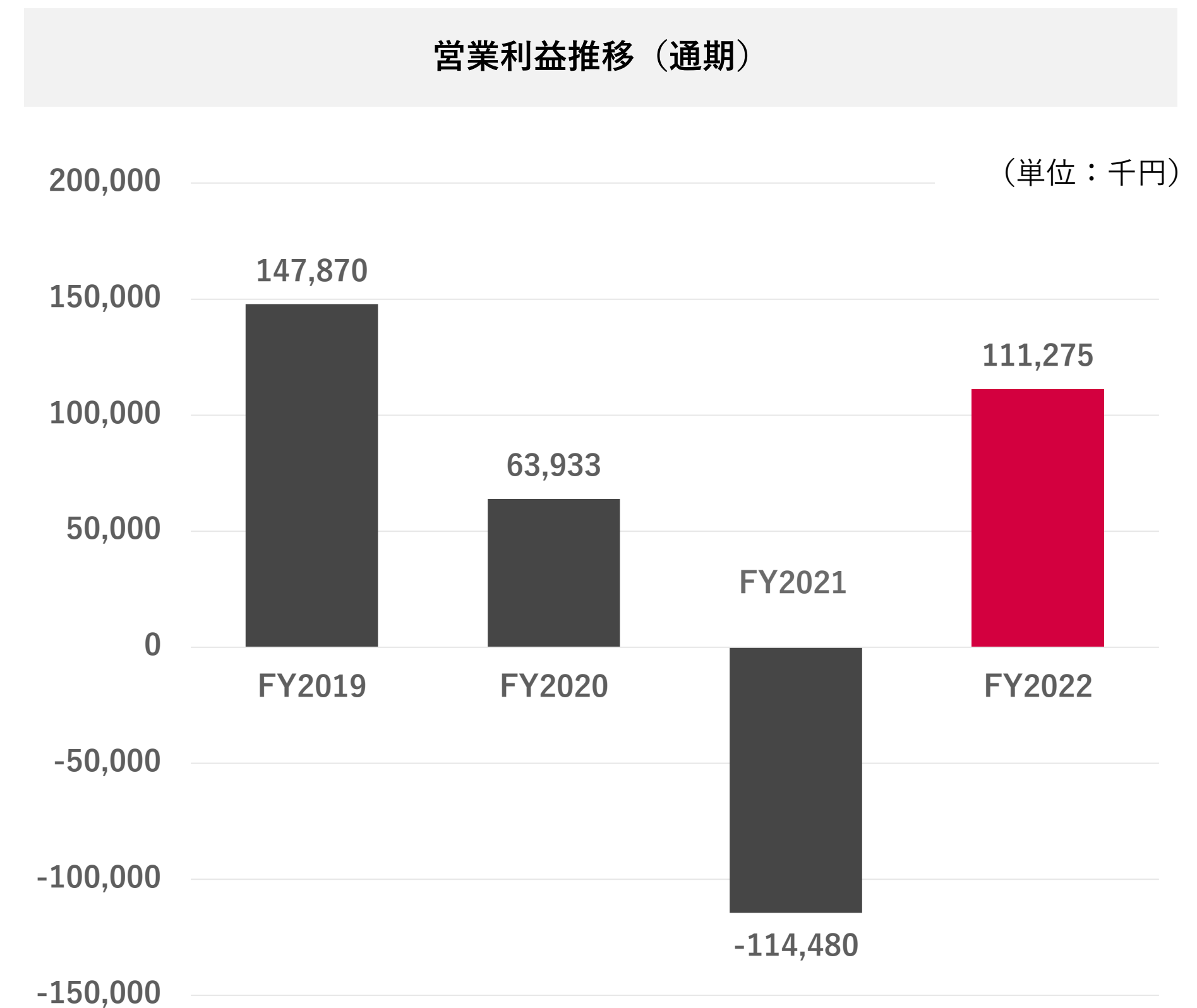
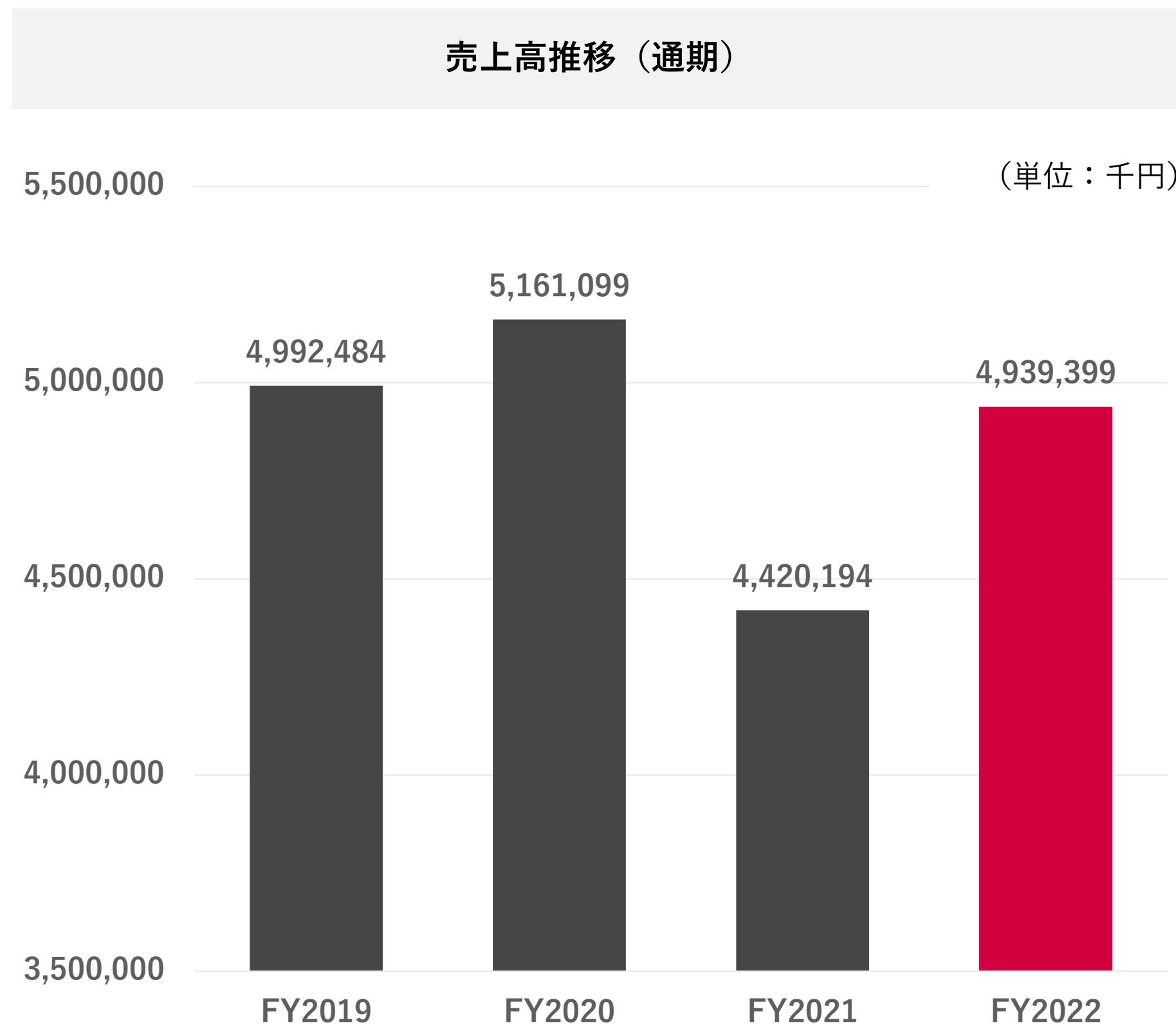
売上高は、概ね予算通りに着地。
営業利益は、マーケティング、営業、カスタマーサクセスの各領域のオンライン最適化や
人員配置の適正化を行うことで達成率222.6%にて着地。

(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)	5,000	50	46	34
予算(上方修正後) ※2022年2月14日に業績予測修正	5,000	90	88	66
実績(通期)	4,939	111	109	81
達成率 ※上方修正前基準	98.8%	222.6%	237.7%	240.9%

通期売上高・営業利益推移

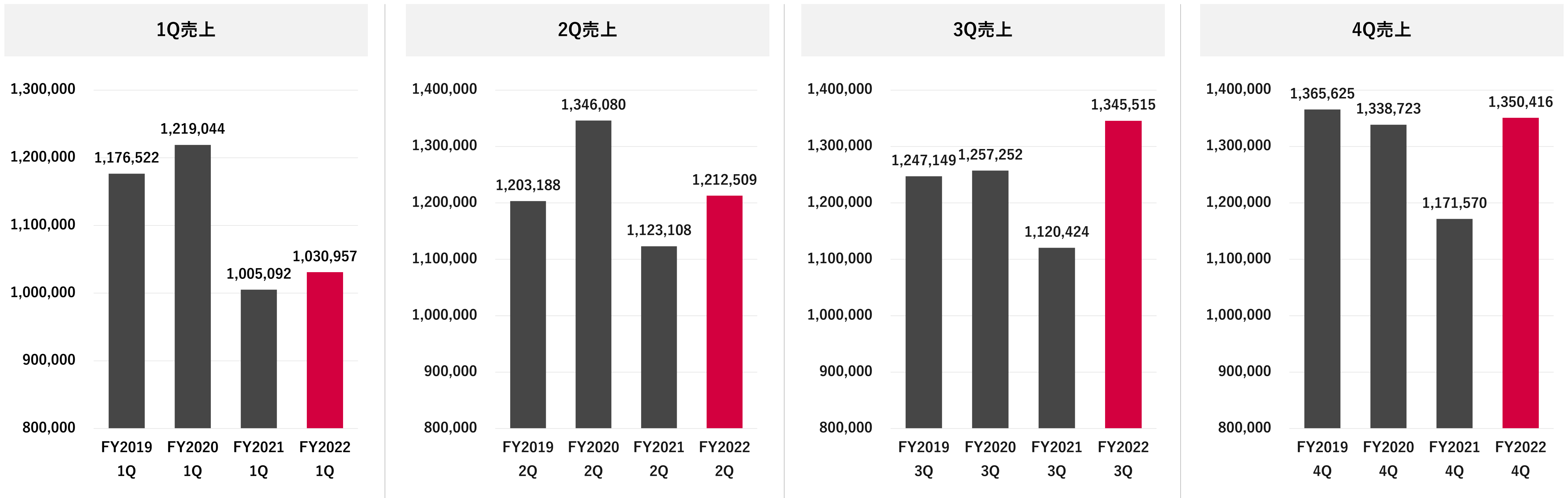
**FY2021は創業以来初の減収・赤字決算となったが、
当期は営業利益1,1億円超の着地となり、順調に収益を回復。**



四半期毎の売上高推移

3Q以降は、中堅企業のデジタルマーケティング需要を獲得することで、売上高は堅調に推移。

(単位：千円)



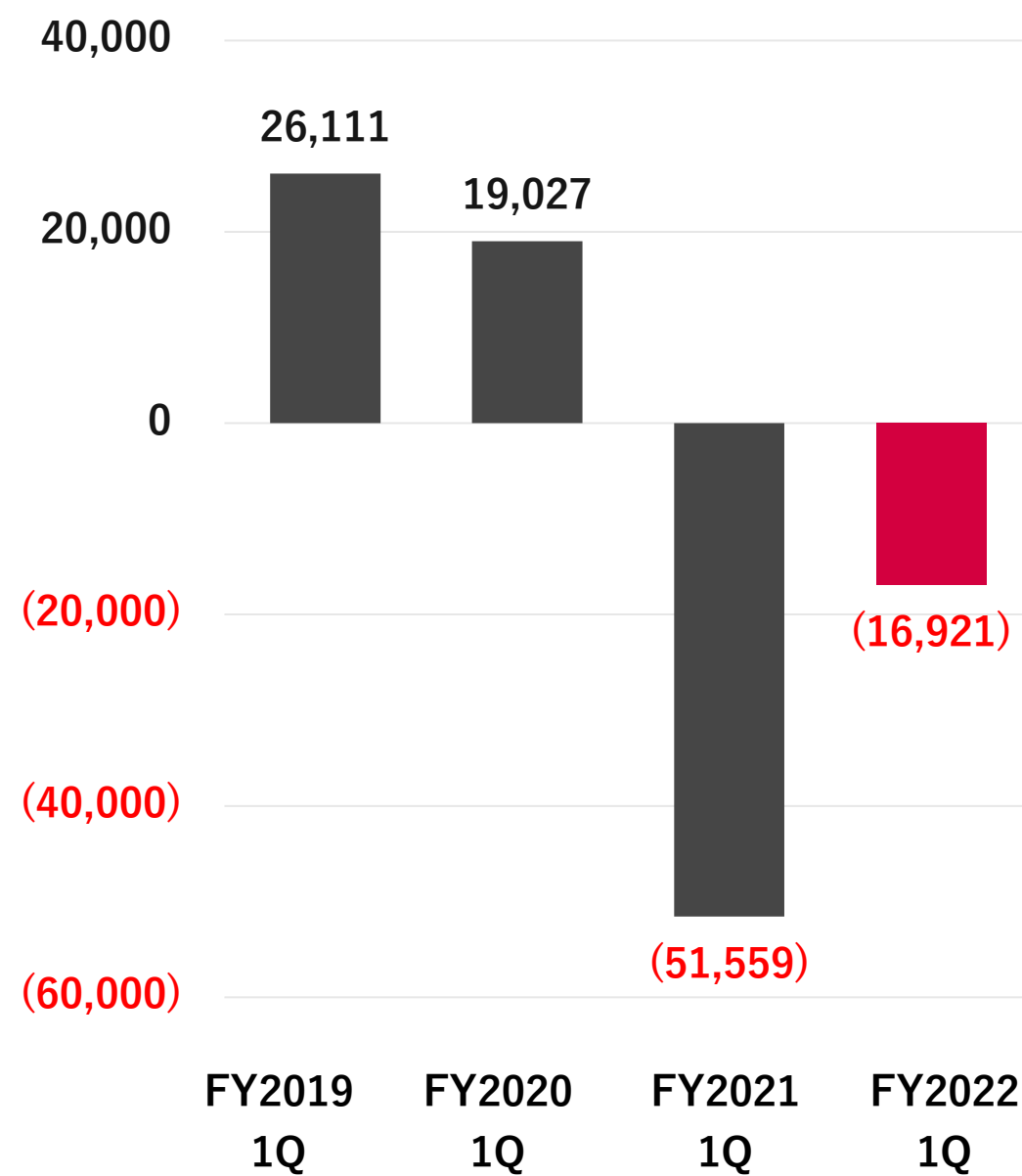
四半期毎の営業利益推移

2Q以降は、顧客獲得効率の向上、営業利益は堅調に推移。

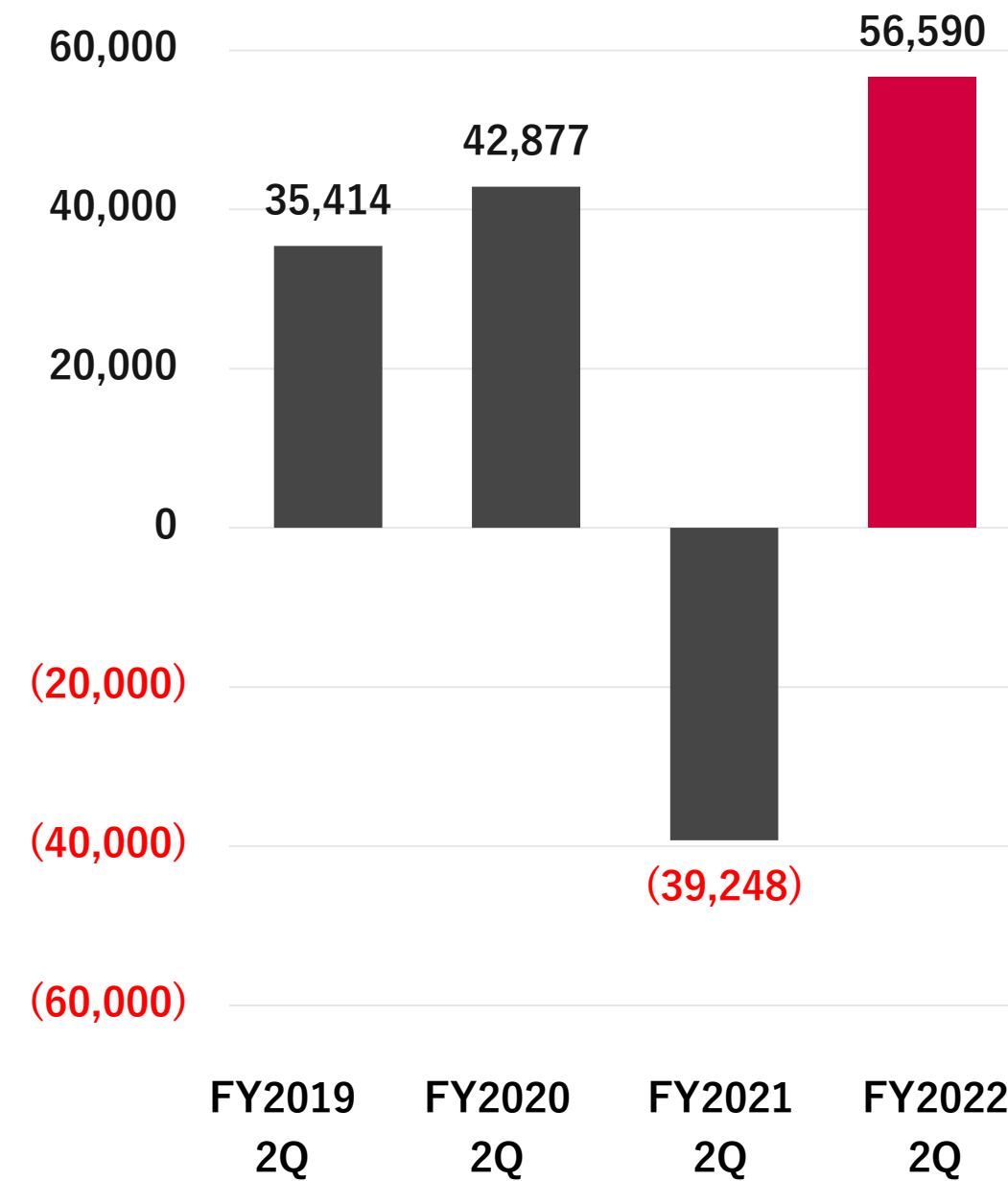
4Qは、さらなる成長に向けた投資を実行。

(単位：千円)

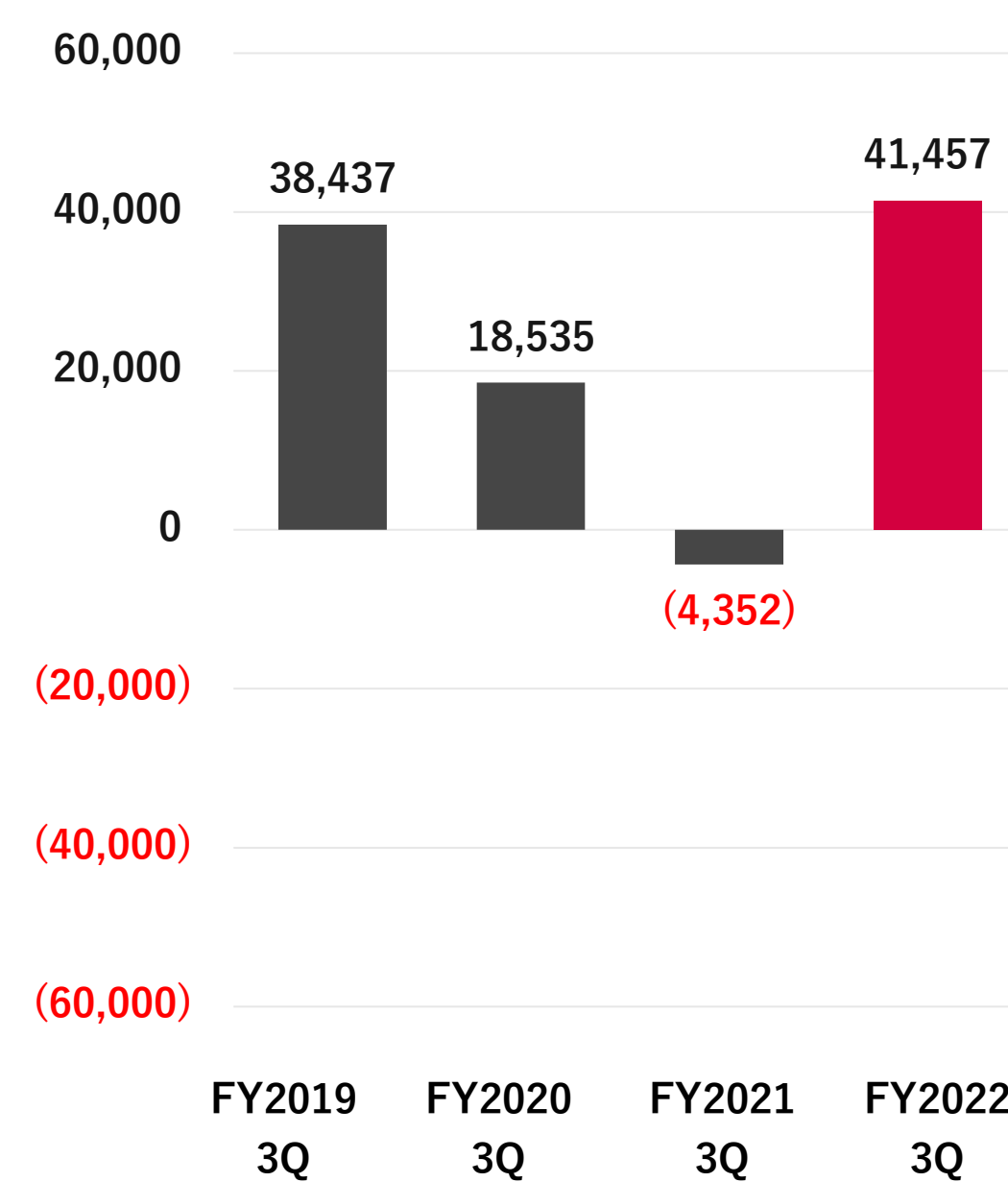
1Q営業利益



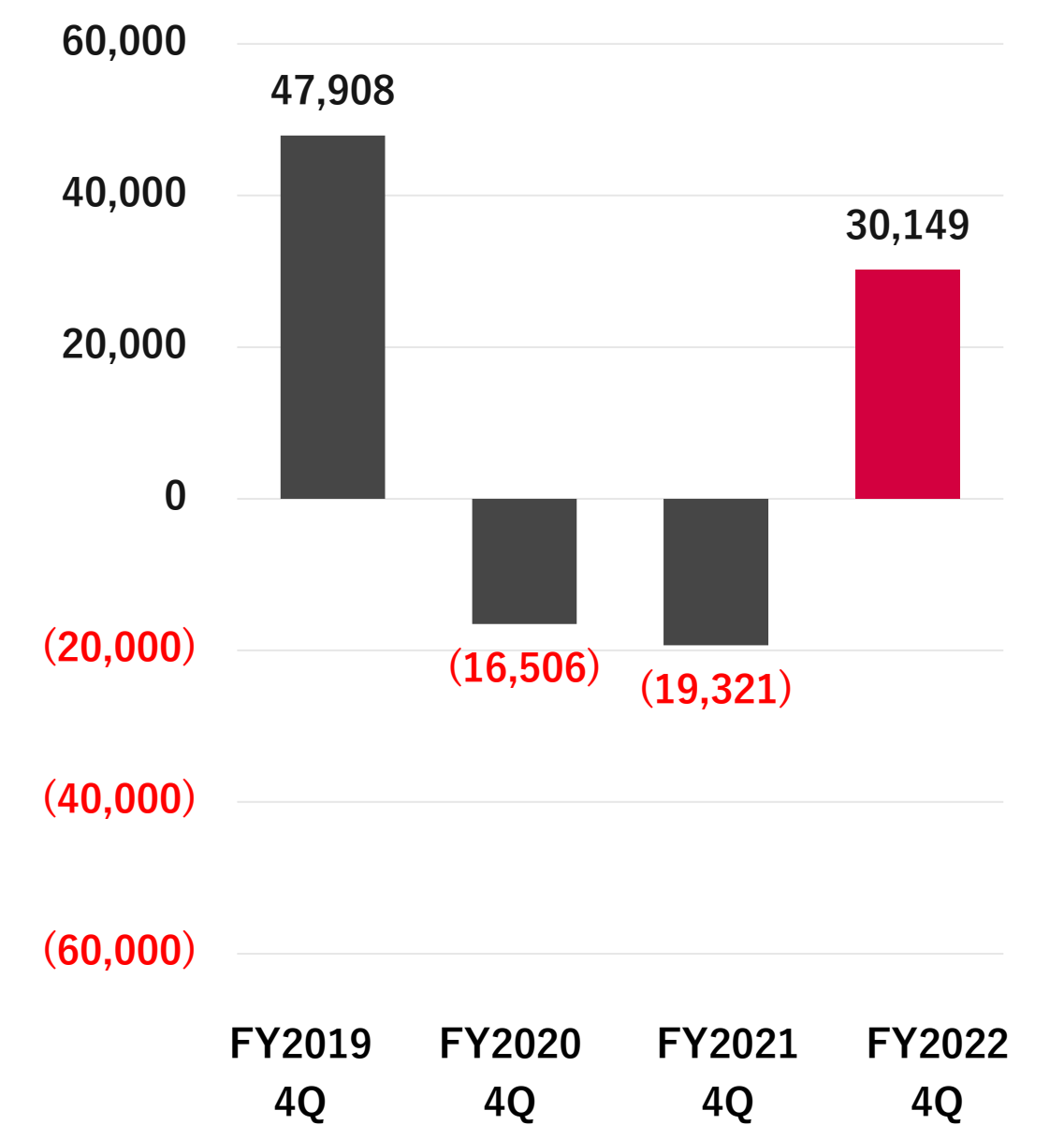
2Q営業利益



3Q営業利益



4Q営業利益



FY2022の損益計算書

創業以来の減収・赤字決算を経験したFY2021年から回復。

(単位：千円)

	FY2021	FY2022	増減
売上高	4,420,196	4,939,399	519,203
営業利益	-114,481	111,275	225,756
営業利益率	-2.59%	2.25%	-
経常利益	-116,176	109,339	225,515
親会社株主に帰属する 当期純利益	-42,104	81,919	124,023

FY2022の貸借対照表

ニューノーマルに適応した経営体制の確立により収益性が向上した結果、財務健全性も向上。

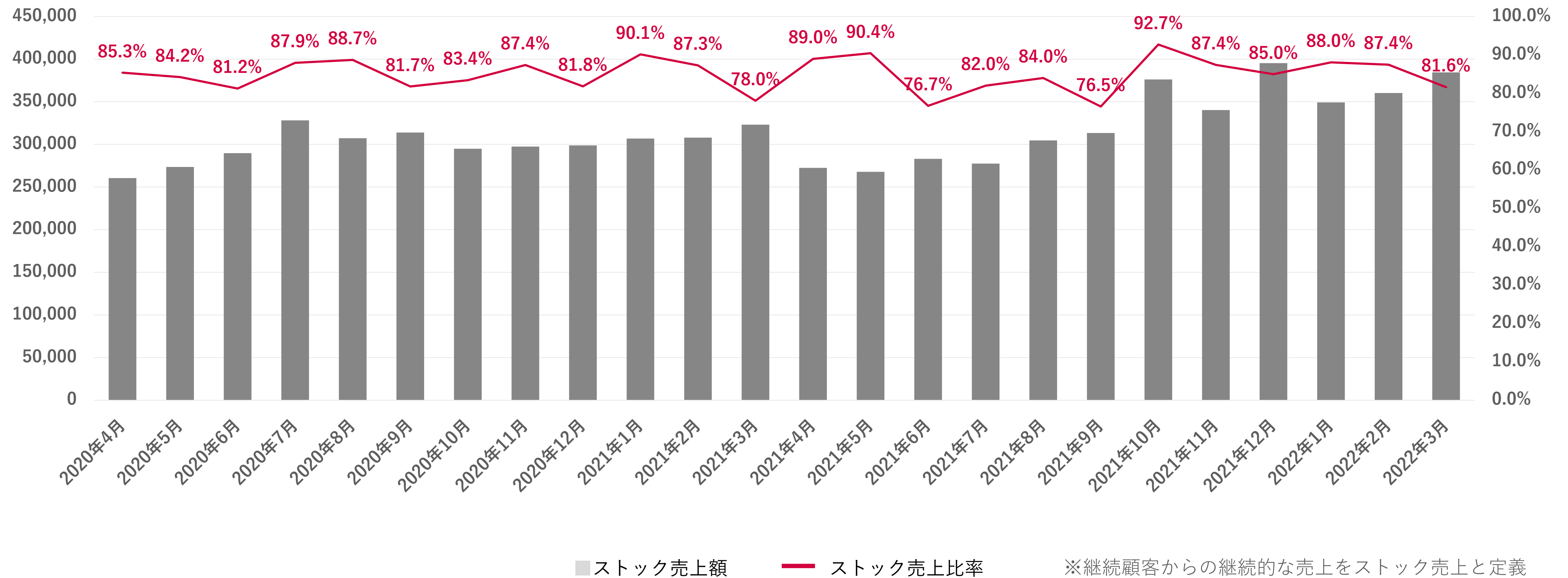
(単位：千円)

	FY2021	FY2022	増減
流動資産	2,096,403	2,179,557	83,154
現金及び預金	1,529,072	1,537,838	8,766
固定資産	227,551	215,360	-12,191
総資産	2,323,954	2,394,918	70,964
流動負債	809,700	928,601	118,901
固定負債	461,438	324,857	-136,581
純資産	1,052,815	1,141,459	88,644

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。(FY2022通期平均で85.1%)

(単位：千円)



FY2023の業績予想

**FY2023は、売上高は5,250百万円（当期比6.3%増）、営業利益は158百万円（当期比42.3%増）
経常利益は154百万円（当期比41.2%増）、当期純利益は104百万円（当期比26.8%増）を計画。**

（単位：百万円）

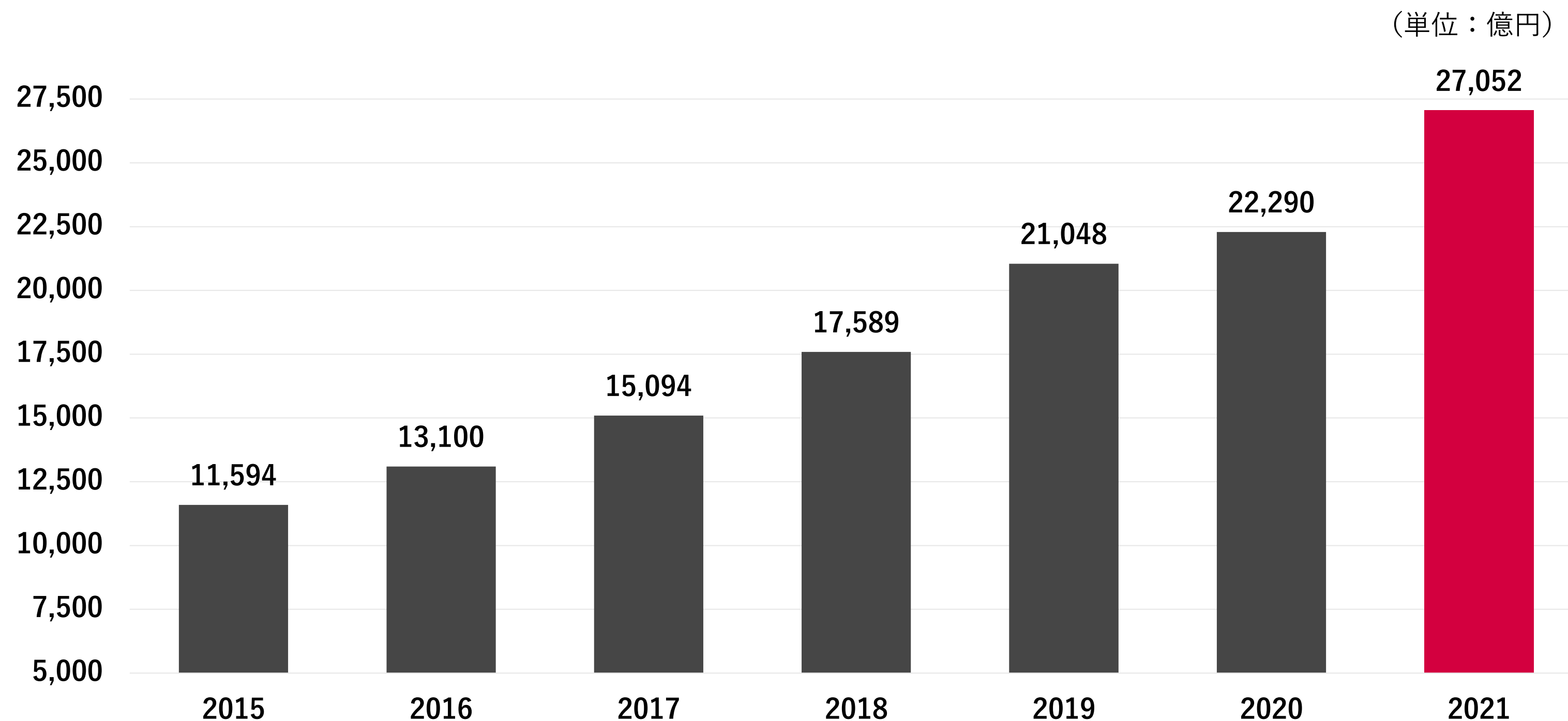
	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益
FY2022（実績）	4,939	111	109	81
FY2023（予想）	5,250	158	154	104
増減率	106.3%	142.3%	141.2%	126.8%

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

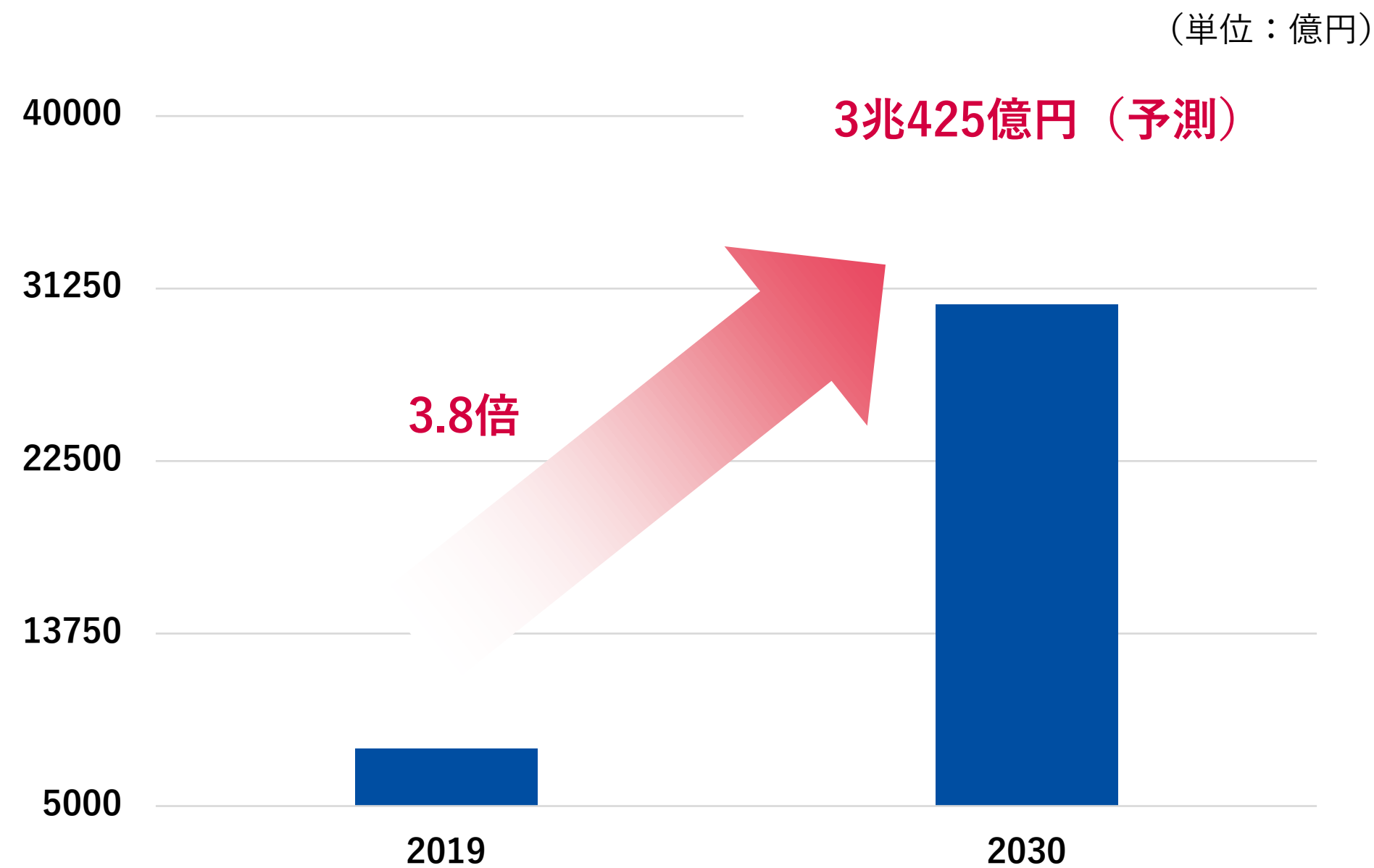
インターネット広告費は継続して高い成長率を保ち、2兆7,052億円（前年比121.4%）に達した。



出展：電通「日本の広告費」

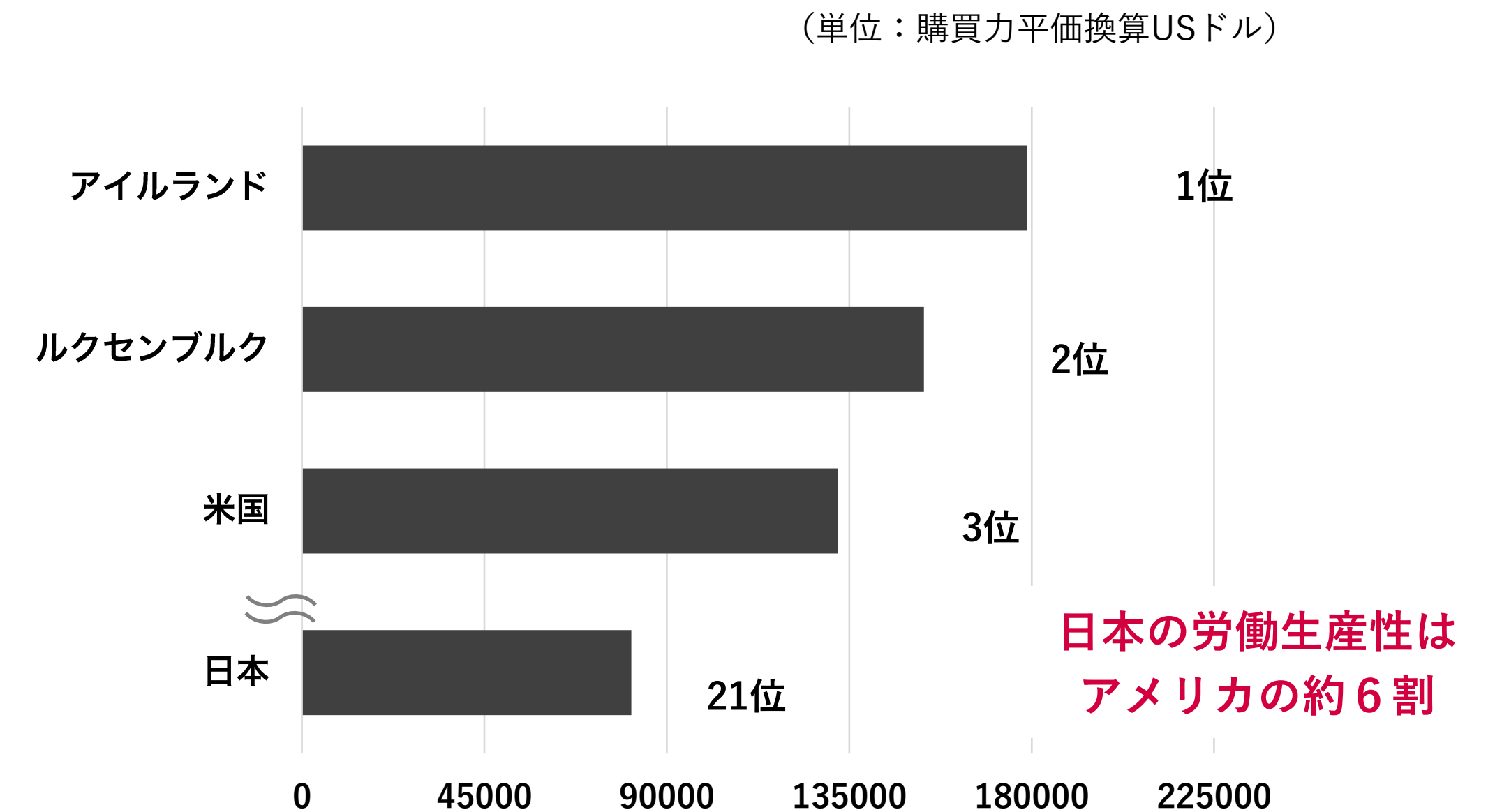
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

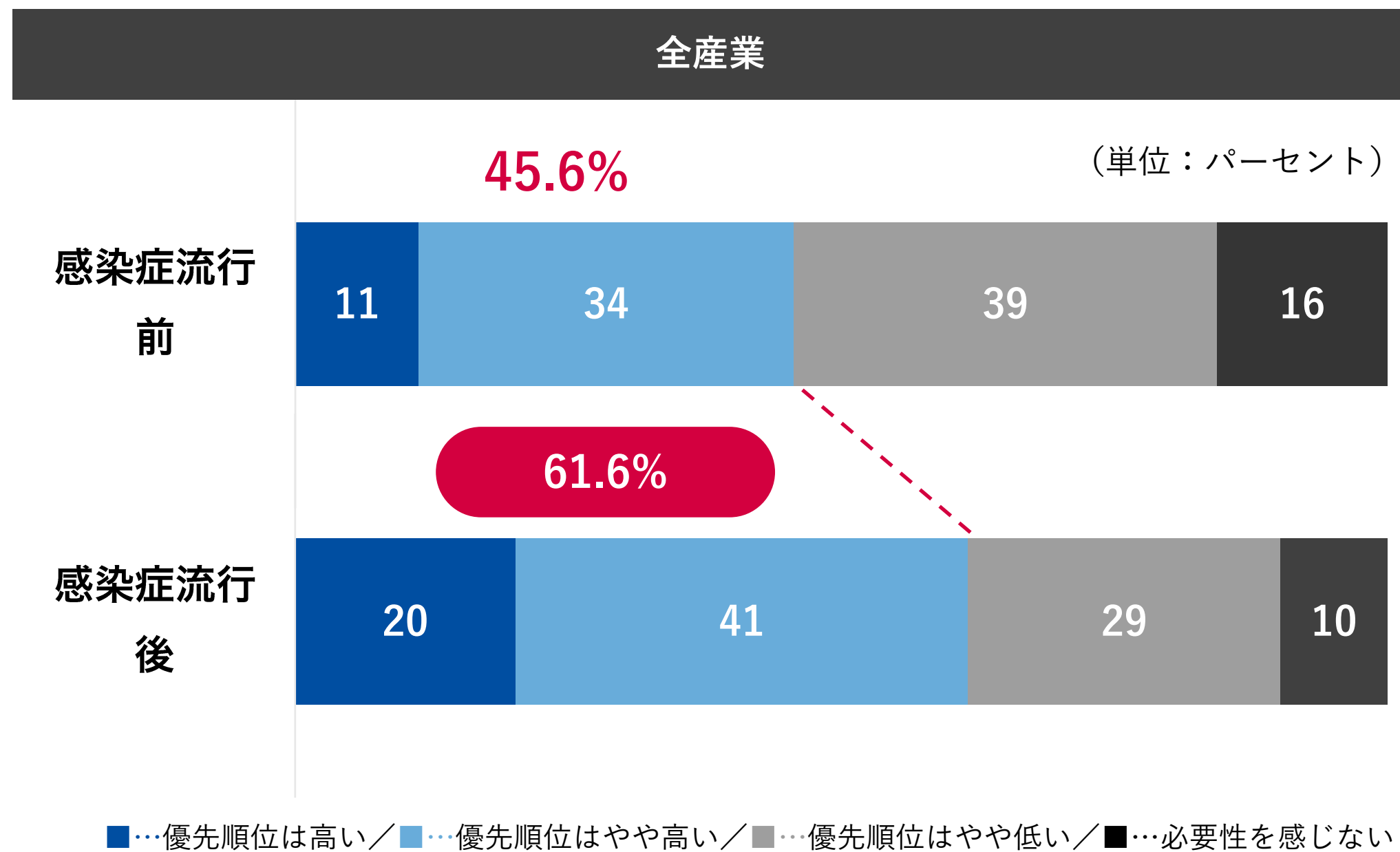
日本の中小企業の生産性はアメリカの約6割に留まり
DX化による生産性向上がより急務に



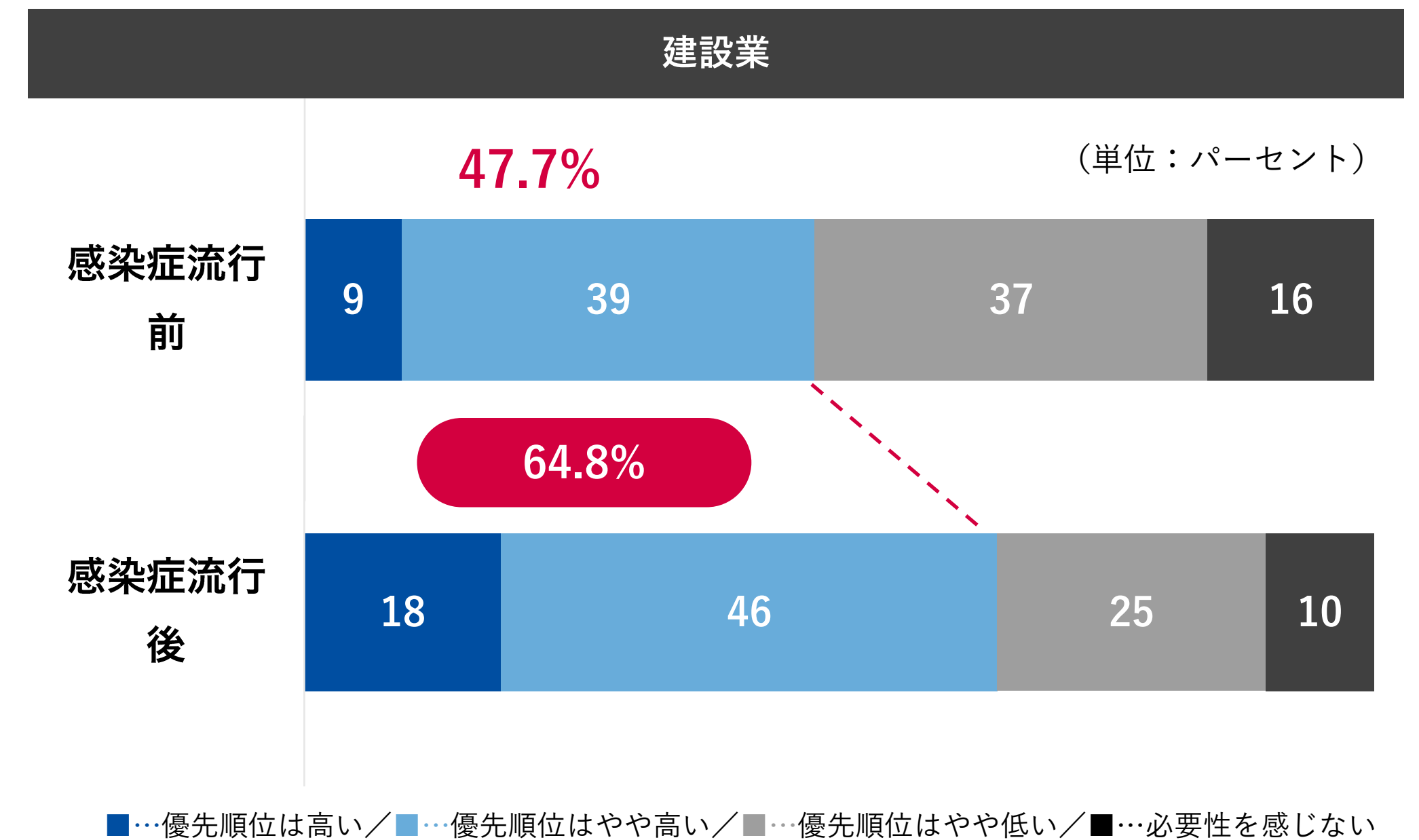
出展：経済産業省「中小企業白書」OECD加盟国の労働生産性
※全体の労働生産性は、GDP÷就業者数として計算し、購買力平価（PPP）によりUSドル換算している

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）

成長戦略

1.顧客獲得チャネルのオンライン化

※MQL…マーケティング活動による獲得リード / SQL…営業見込みがあるリード

マーケティング、営業、カスタマーサクセスの各領域をオンライン最適化

職種	 マーケティング	 セールス	 ディレクター／コンサルタント	 カスタマーサクセス
ノウハウ	業界特化型のメソッド発信	業界特化ノウハウを活かした課題解決		1社1社に合わせた経営サポート
オンライン接点	オンラインセミナー開催	オンラインでの企画・提案		オンラインでのカスタマーサクセス支援
優位性	ブランディングバンクのデータベースをもとに連携＋成果の再現性が高い施策を実行			
指標	MQL※数	SQL※（商談）数 新規顧客獲得数		既存顧客数

1.顧客獲得チャネルのオンライン化

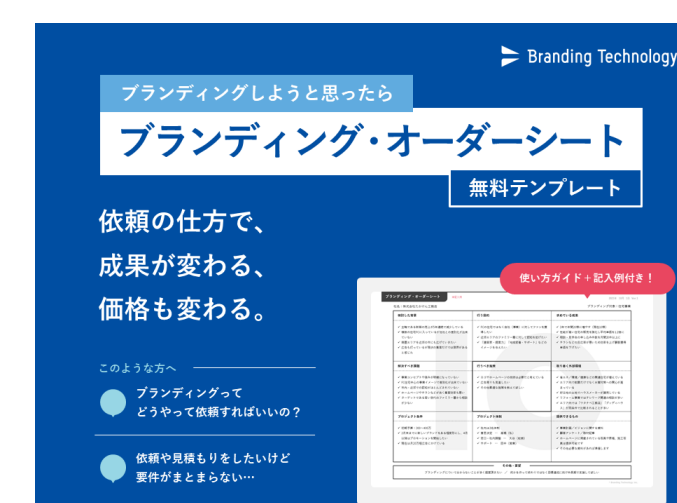
業界別に成功パターンを体系化しオンラインでの発信を強化

業界別ノウハウを活用した オンラインセミナー開催



申込者数：858名
(2021.4.1～2022.3.31)

アフターコロナ時代の 業界別成功パターン体系化



ダウンロード数：1,393件
(2021.4.1～2022.3.31)

2.ブランディングバンクの強化による顧客1社当たりのタスク数拡大

カスタマーサクセスと同時にタスク数拡大の再現性を高める

※記載タスクは一例となります

データに基づいてステップごとにやるべき施策を明確化することでタスク数拡大の再現性を高める。



3.提携パートナー（業界別）の強化

業界及びテーマ別の提携パートナーとの取り組みを強化し、**計16社と共同でのコンテンツ開発やセミナー開催を実施。**
 業界内での認知を獲得し新規プロジェクトの獲得に繋げる。

業界別パートナー10社

A grid of 10 posters for industry-specific seminars. Each poster includes the target audience, date, time, and key topics. The seminars cover areas such as marketing & DX for small businesses, branding strategies for various industries, digital marketing for real estate, and hospital management. Partners like iYell, Funoi Soken, Trust Lead, and CLUS are featured.

テーマ別パートナー6社

A grid of 6 posters for theme-based seminars. These focus on broader topics like marketing efficiency for those in charge of marketing, strategies for increasing new customers and video ad usage, digital marketing strategy, business succession, and organizational improvement. Partners include Yahoo!, Marketo Engage, BES, and Recruit.

4.組織内部の強化（DX推進／フロント人材育成）

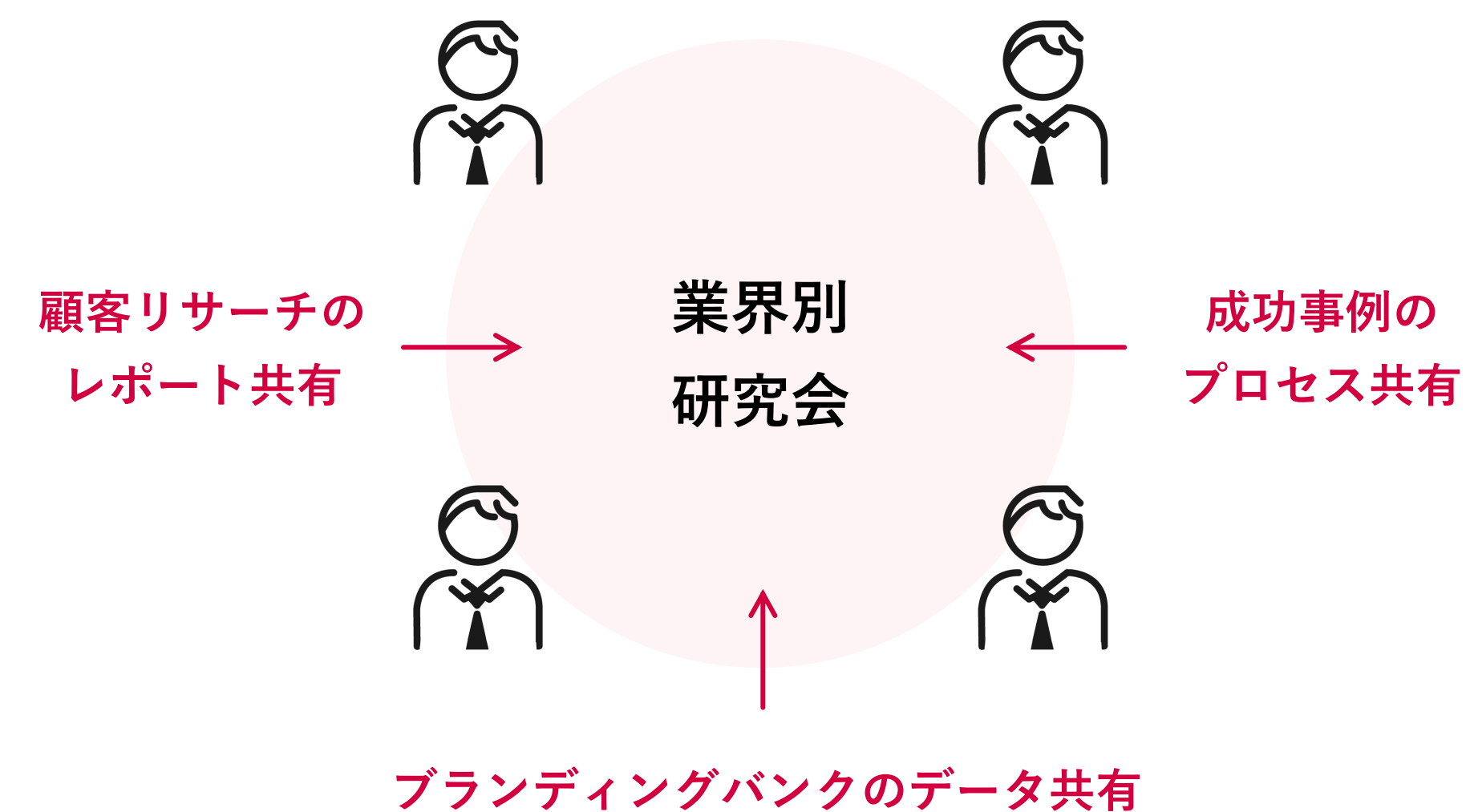
DX推進

全社のDX基盤を構築した上で、事業部ごとにDX担当を立て細分化したDXニーズに対応していく。

- ✓ 部門別KPIのモニタリング、**データドリブン経営へシフト**するためのデータ基盤構築
- ✓ 各事業部門内にDX担当を擁立・教育
- ✓ 非デジタルな社内業務プロセスのデジタル化による働き方の多様化への対応
- ✓ **ブランディング／マーケティング支援活動における定性データの構造化**とデータ利活用の促進

フロント人材育成

事業部ごとに業界別ノウハウの共有と「業界別研究会」を実施し体系化＋非属人化を行う。



5. 中小・中堅企業のデジタルシフトニーズに対応

効率化、省人化、経営データの可視化を目的とした守りのDXだけでなく、「攻め」のDX領域支援を強化

得意とする「集客手法のDX」に留まらず、ブランディングバンクのデータを活用することで、ビジネスモデル全体のDX化支援に取り組む。⇒結果、中堅企業様のデジタルシフトニーズを獲得

攻めのDX領域

集客手法のDX

マーケ・営業・顧客接点のデジタル化

⇒ブランディングバンクを軸に
業界毎にマーケティングDX推進

商材のDX

商材・サービスのデジタル化

⇒ブランディングバンクを軸に
コンサルティング
マーケティングDX推進

事業のDX

ビジネスモデルの変革

⇒ブランディングバンクを軸に
コンサルティング

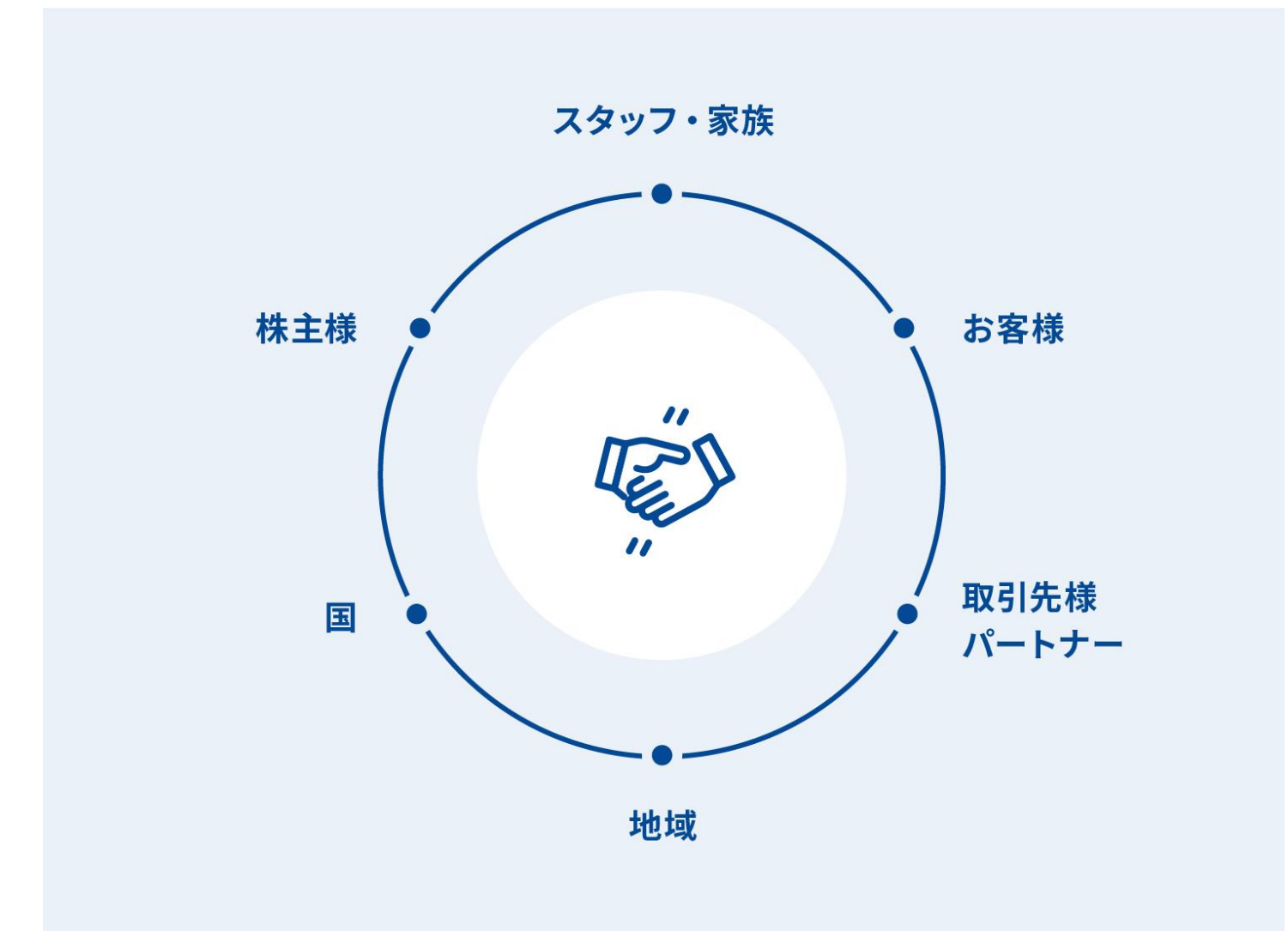
ESG方針

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

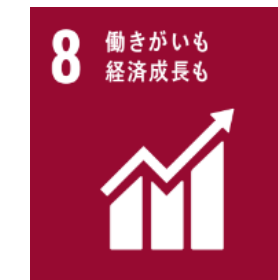
当社グループの事業活動を通じ、各目標の達成に貢献できているSDGsの取り組みをご紹介します。



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



Branding
Technology

www.branding-t.co.jp