

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

ブランディングテクノロジー グループについて

企業理念

共存共栄の精神で 世の中に新たな価値と 笑顔を創出します

私たちは、全てのステークホルダーと共存共栄し、
新たな価値と笑顔を創り出すプラットフォームを
目指しています。



ミッション

ブランドを軸に 中堅・中小企業様の デジタルシフトを担う

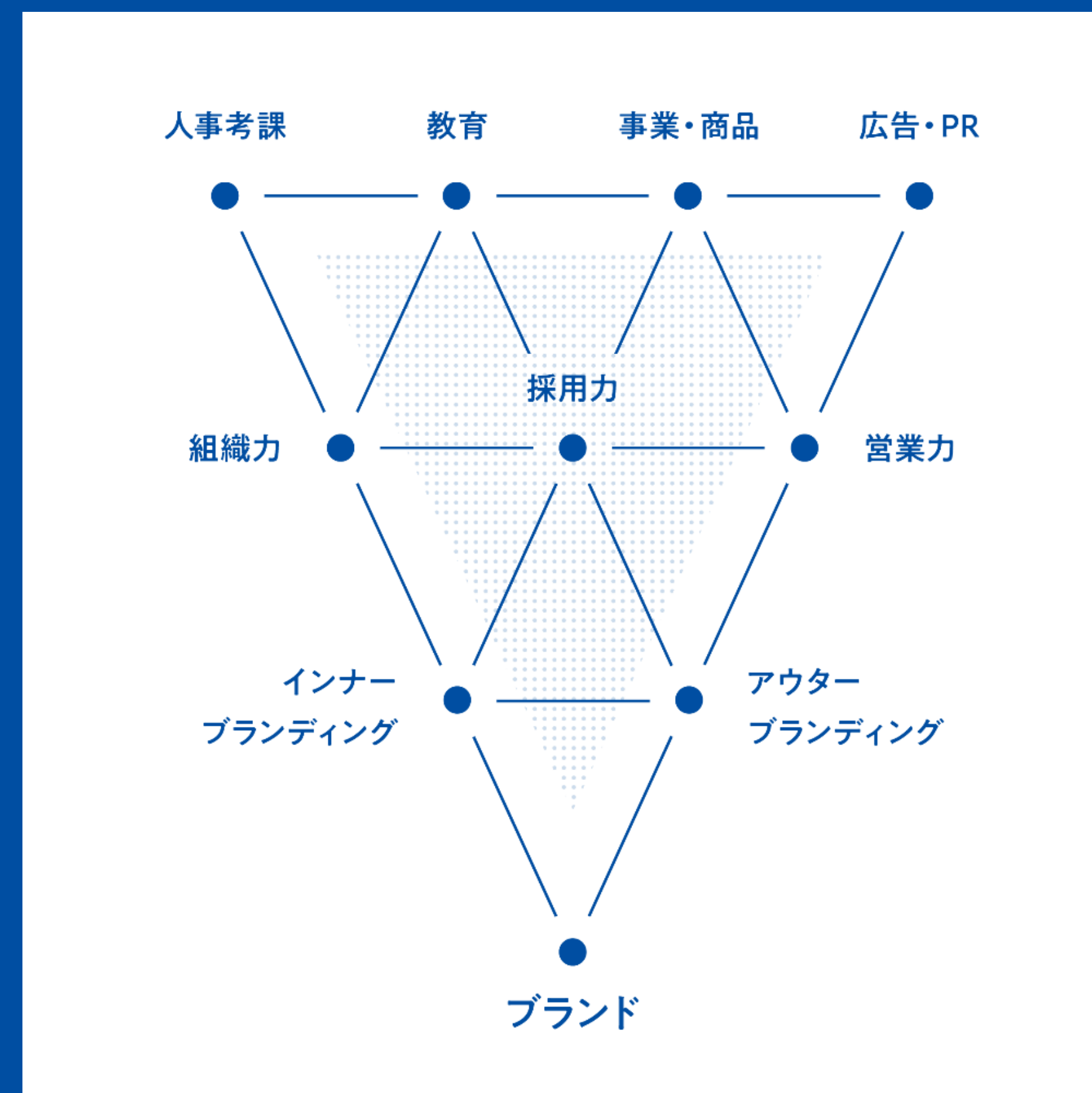
私たちは、中堅・中小企業様に対し、“らしさ”をブランドとして形づくり、デジタルシフトを推進します。これにより、各業界における営業、採用、組織の課題を解決します。



ビジョン

ブランドファースト

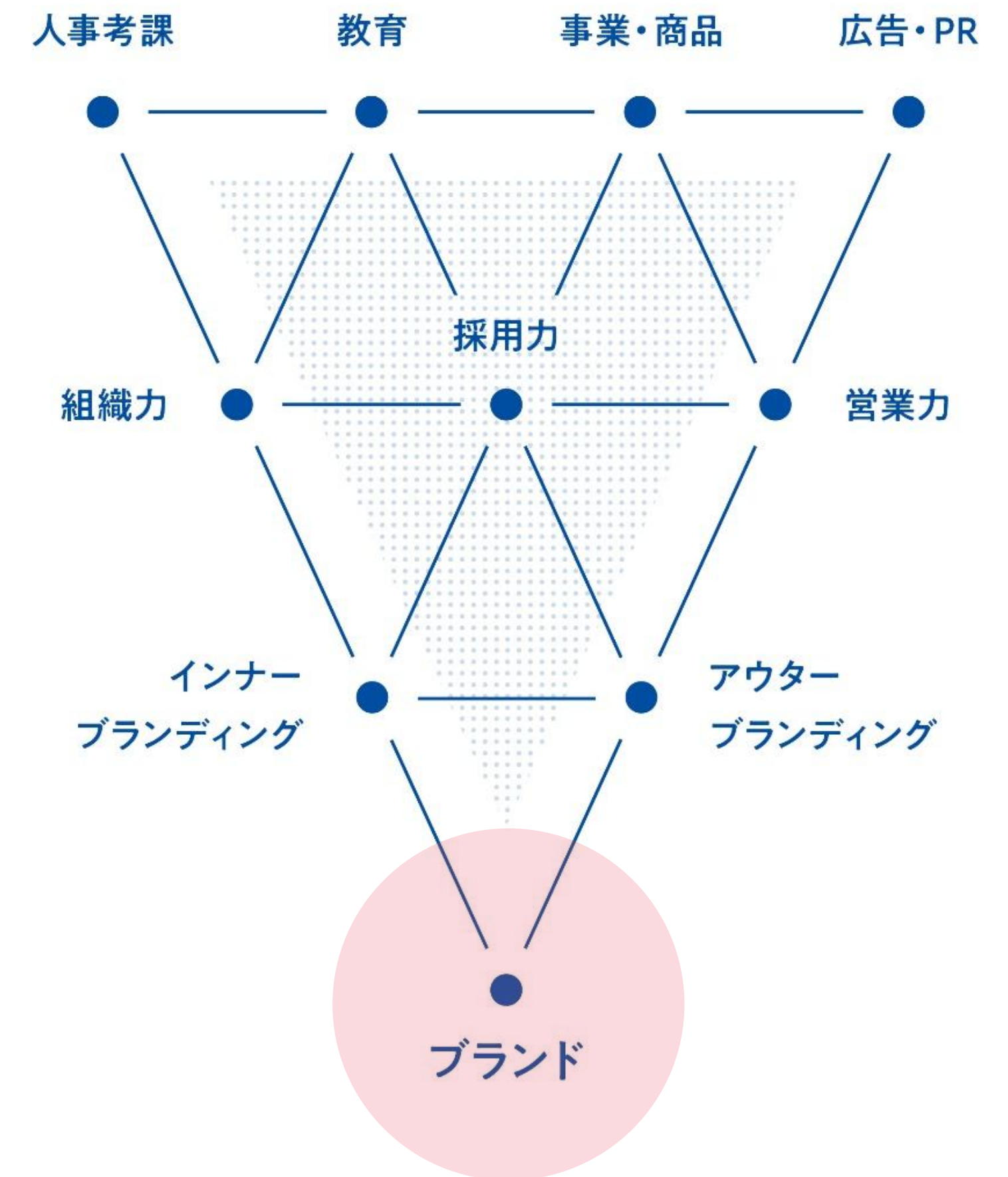
ブランド（らしさ）を大切に、ミッション、ビジョン、バリューをもち活躍できる企業、個人を増やし、彩り溢れる社会を創造することで社会に貢献する。



ブランドファーストの考え方

企業のブランドを起点に、企業価値を向上していく。

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。



戦略コンセプト ～当グループの目指す在り方～

日本を代表する中堅、中小企業、開業医向け ブランディング、マーケティング伴走支援会社

日本企業の99.7%を占める中堅、中小企業様に対し

Why

何故やるのか

日本の経済発展には
中堅・中小企業の事業成長が
必要不可欠

How

どのように行うのか

継続的な事業成長を支える
伴走支援

What

何をするのか

ブランディング
(社会的価値向上・差別化・魅力化)
マーケティング
(価値伝達・成長の仕組みづくり)

グループ事業概要

事業構造（2セグメント／6ユニット）

事業2セグメント

事業6ユニット

主な活動

ブランドを軸に
中堅・中小企業様の
デジタルシフトを担う

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

中堅企業様向けサイト構築
コンテンツマーケティング支援

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

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

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

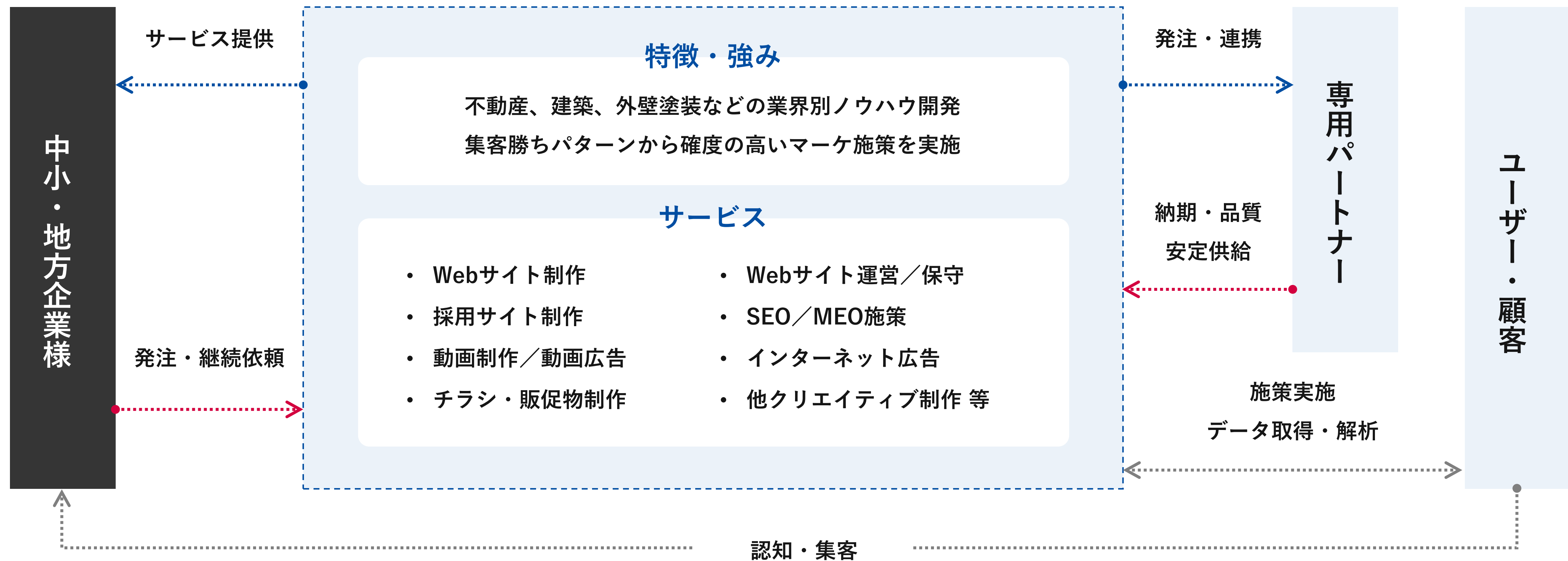
デジタルマーケティング事業

中堅企業様向け
デジタルマーケティング支援

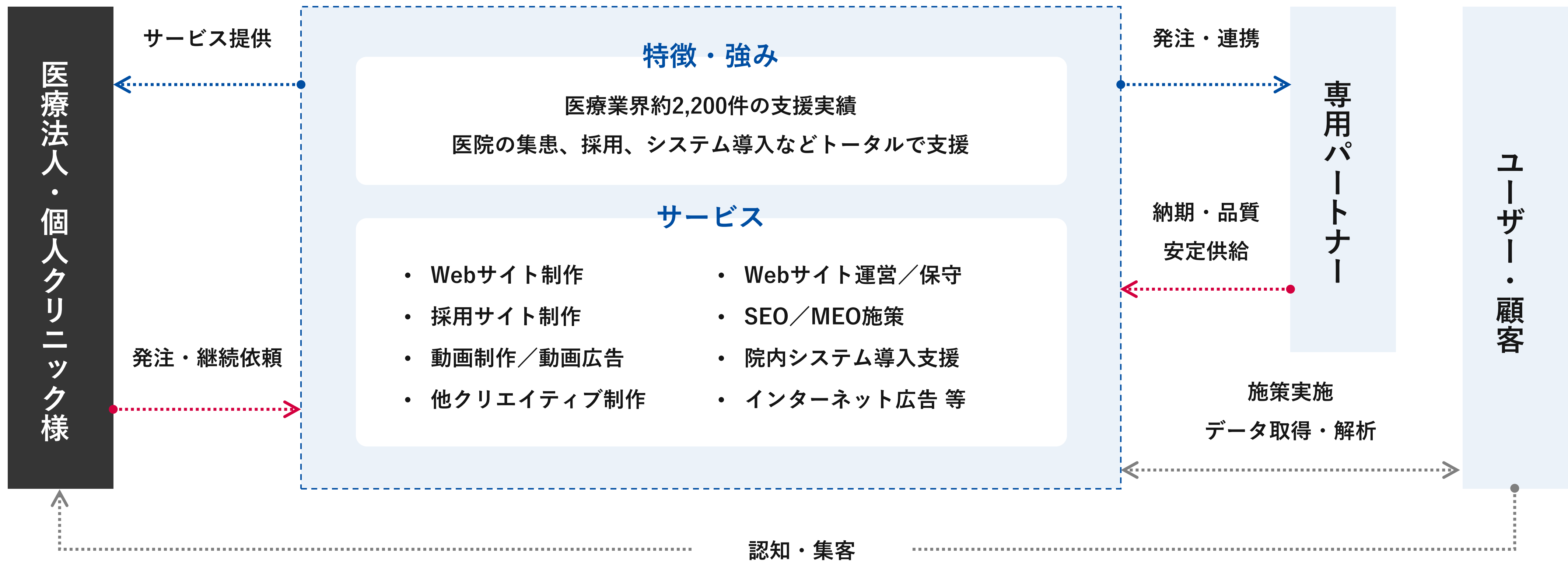
中堅・中小企業様の
デジタルマーケティング領域の課題に対し
ワンストップ支援

業界別ノウハウを基にしたWebブランディング×マーケティング実行支援

▶ Branding Technology



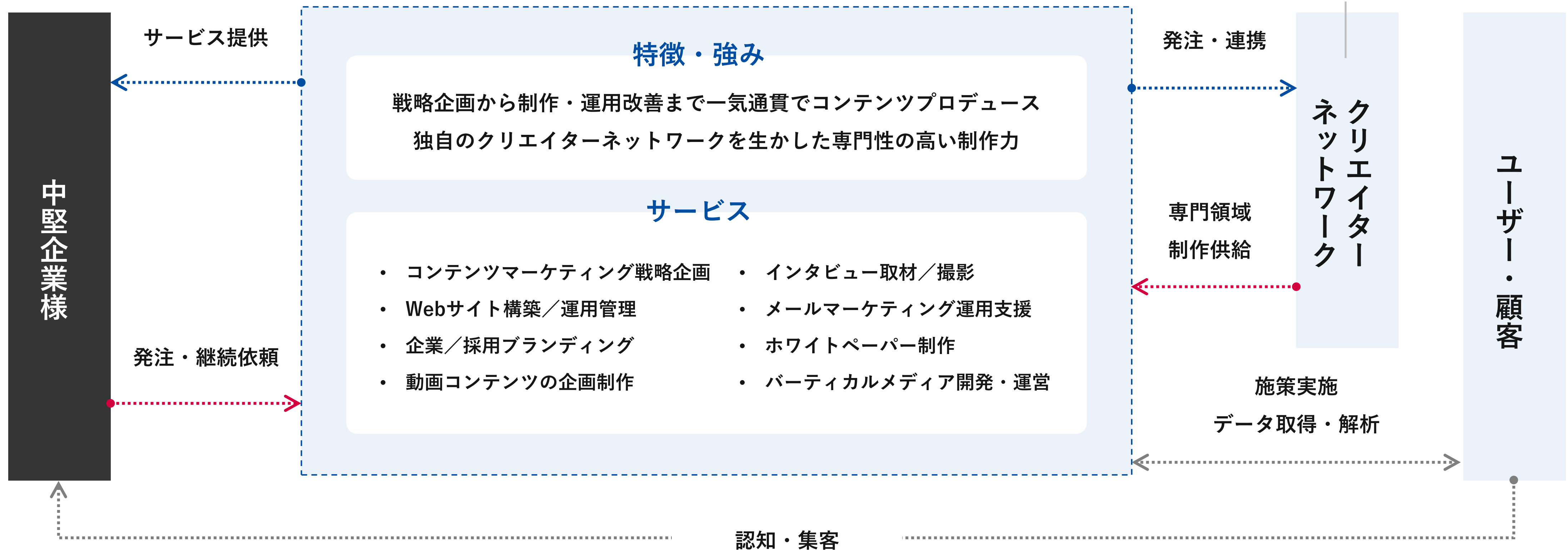
歯科・医療業界ノウハウを基にしたWebブランディング×マーケティング実行支援



BtoBに強い独自性・専門性の高いコンテンツ開発×企業ブランディング支援

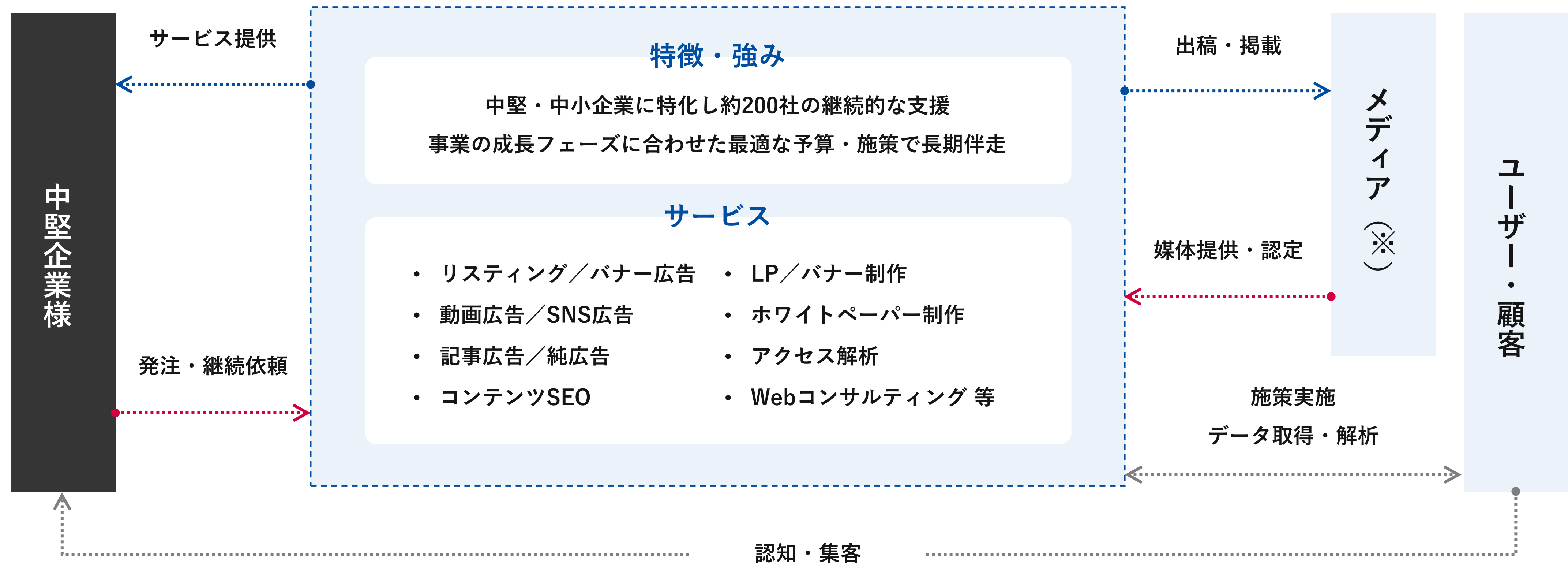
FUNGRY

hitch

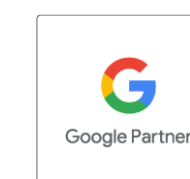


広告、SEO、制作などデジタルマーケティング領域を網羅した伴走支援

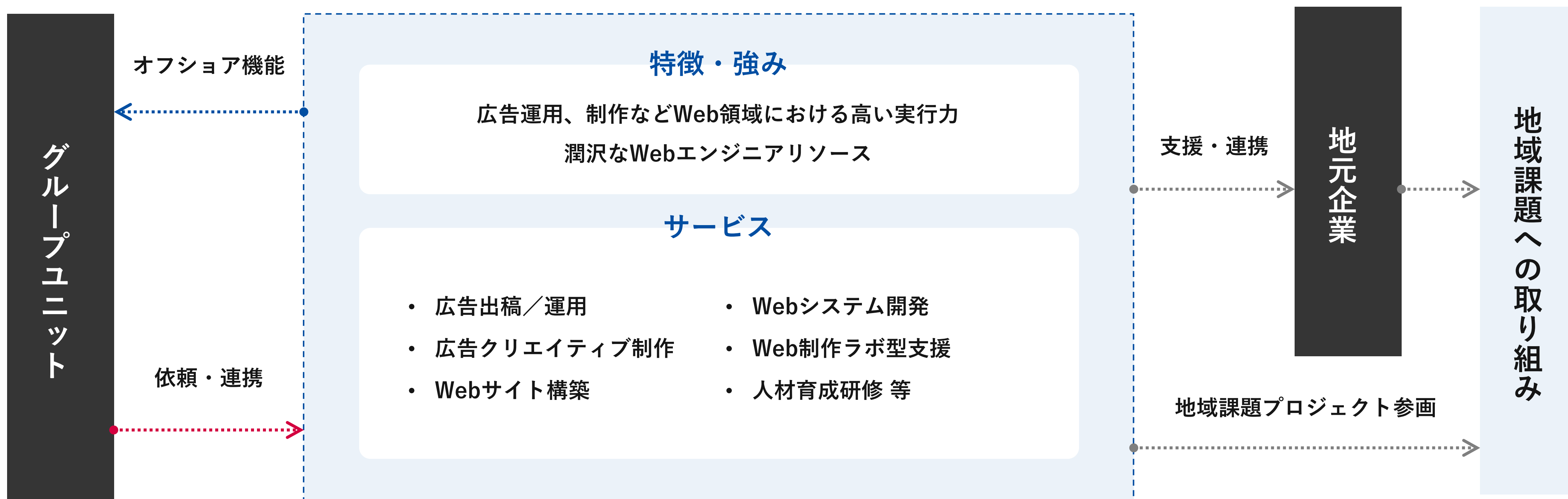
▶ Branding Technology



(※) メディア … Google / Yahoo!Japan / Meta / LINE / X / Tiktok / Instagram 等 (主な取得認定・右掲)



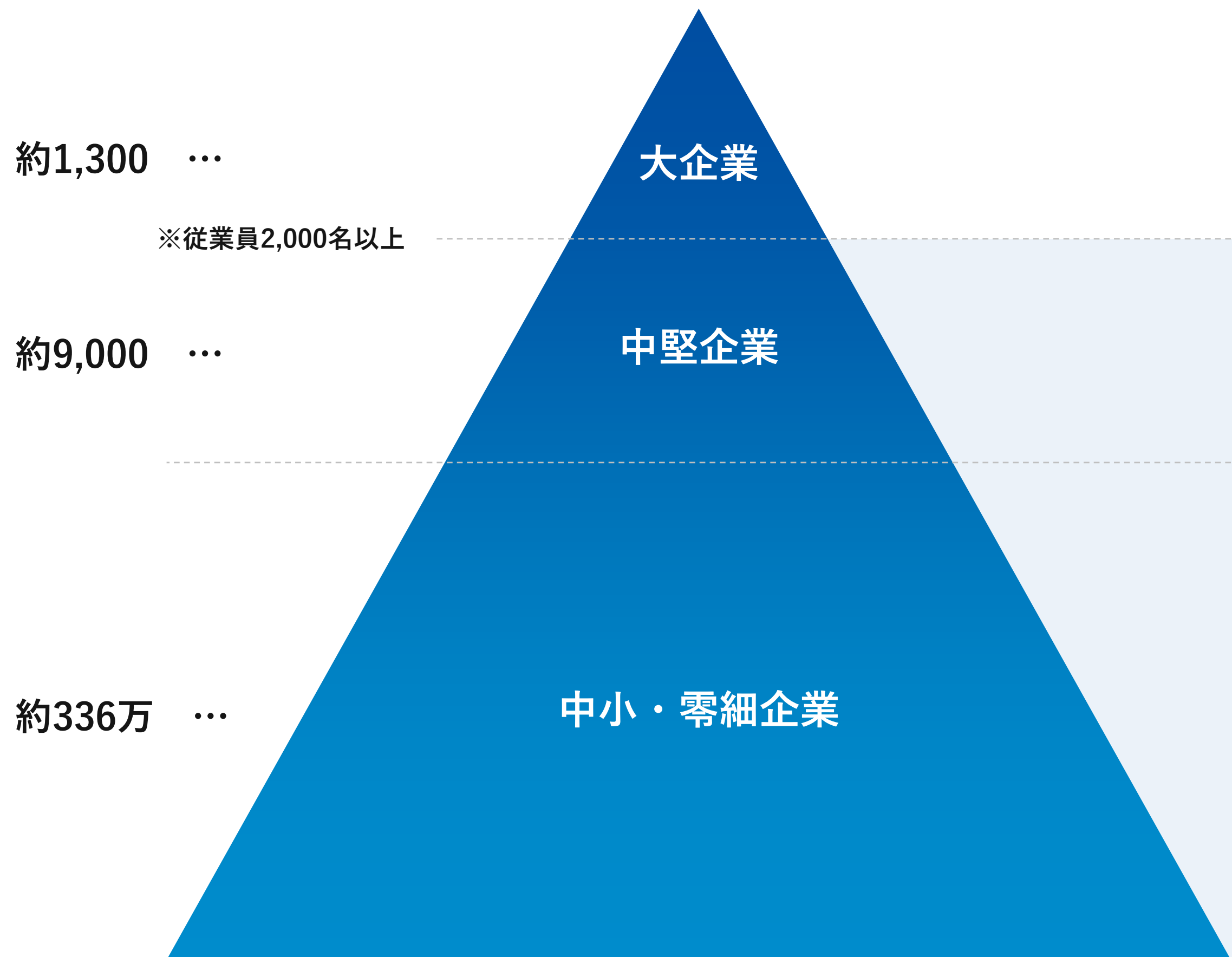
グループ内のオフショア機能だけでなく、地元企業への支援から地域課題の解決に取り組む



市場課題と当グループの強み

企業規模と業界構造

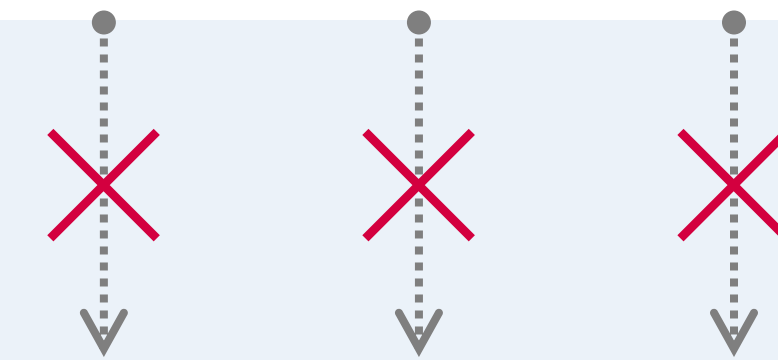
国内の企業規模別の法人数



法人数出所：経済産業省・総務省「令和3年経済センサス-活動調査」

業界再編と大手参入が難しい市場でのNo.1戦略

大手総合広告代理店がネット広告代理店を次々と買収
予算が合わない中堅・中小領域へ参入はより難しい状況に



中堅・中小企業様向け

ブランディング、マーケティング支援

継続顧客約3,000社・25年の実績

独立系企業としてこの市場のNo.1を目指す

中堅企業様への支援促進に向けた「コンソーシアム」構築を推進 《強化ポイント》

各ステークホルダーとの協力体制から
中堅企業様への伴走支援を強化

経産省 《中堅企業成長促進政策》

国策による成長投資促進

中堅企業支援パートナー 《連携強化》
※経営コンサル、人材会社、士業など

成長支援

中堅企業様

強化

成長支援

品川グループ
《美容・医療業界ノウハウ開発》

日本アジア投資
《ファンド出資・投資先企業支援》

JAPANAI
《AIエージェント開発・実装》

Enjin
《中小企業・開業医向けPR領域協業》

地銀 《ネットワーク活用》

伴走支援強化

ブランディングテクノロジーグループ

強化

フロント人材 《人的資本経営》

パートナー 《ネットワーク強化》

中堅・中小企業様が抱える3大課題

中堅
企業



人材

CMO（マーケティング責任者）
CDO（デジタル責任者）などの
事業成長に向けた専門人材がない



ノウハウ

外部パートナー依存により
社内にノウハウが蓄積していない
部署やグループでノウハウが分断している



投資予算

領域ごとにパートナー会社が分かれ
コミュニケーション効率と質が落ち
投資効率が下がっている

中小
企業



人材

恒常的な人材不足、採用難、社長依存
などで事業成長に向けたリソースがなく
施策を打てていない



ノウハウ

社内にマーケティングやブランディング
におけるノウハウがなく
成功体験を積めていない



投資予算

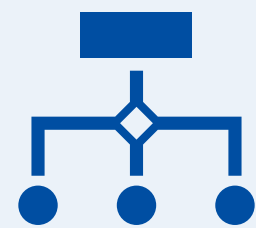
成功体験が少ないことから
投資対効果や成功イメージが持てず
十分な投資予算をあてられていない

人材・ノウハウ・投資予算における課題を抱えている企業様が多い

課題を解決に導く当グループの強み

1

組織体制



市場セグメント別に
最適化したユニット体制

グループ6ユニット毎に、フォーカスすべき市場や強みを分け、サービス提供を行う

2

人



ノウハウを届けるフロント人材

※計78名 / 2026年3月末時点

中堅・中小企業様が抱える経営・事業課題を理解した上で、適切なサービスを提供する役割を担う

3

知識の体系化



事例や調査を基にした
ノウハウの体系化

業界毎やマーケティング施策別の事例分析や独自調査をベースにしたノウハウの体系化を行う

フロント人材について

ユニット別フロント人材数 《※計78名／2026年3月末時点》

ユニット1 … 22名

中小・地方企業様向けブランド×デジタルシフト

ユニット2 … 15名

医療業界向けブランド×デジタルシフト

ユニット3 … 12名

中堅企業様向けサイト構築・コンテンツマーケティング支援

ユニット4 … 23名

中堅企業様向けデジタルマーケティング支援

ユニット5 … 6名

沖縄ニアショア・地域振興

グループ全体ランク別フロント人材数

プロデューサー … 14名

コンサルタント … 35名

プランナー … 25名

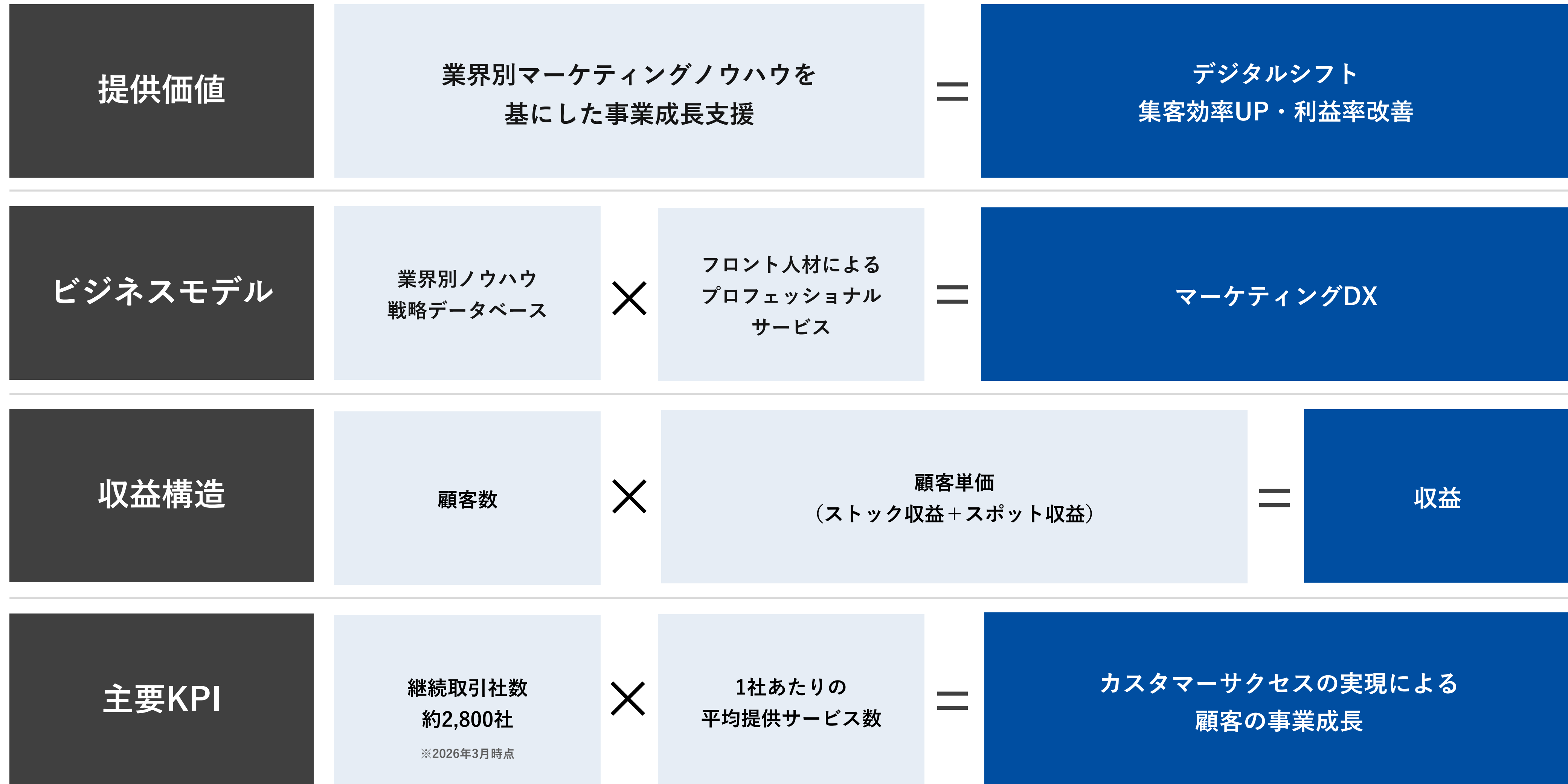
アシスタント … 4名

全体のフロント人材数は減少するも、人的資本投資によりプロデューサー、コンサルタントレイヤーを強化。

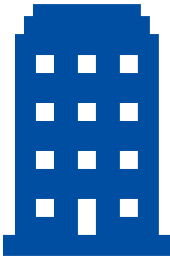
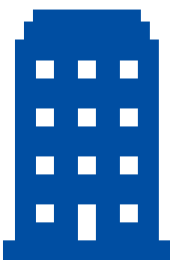
外部パートナー連携＋AIエージェント活用推進によりフロント人材一人あたりの生産性を向上。

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	
 <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">✓ 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>高効率化⇒LTV向上</p> <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">✓ 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>

中堅企業様への支援をより強化していく

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
レスポンス数
4,305

獲得リード数
2,486

轉換率 20.3%

商談数
506



継続取引率
87.2%

※マーケティングレスポンス数の定義… リードにおける資料DL数、セミナー参加数などのアクティビティ件数

掲載数値は2026年3月期 通期実績数値

通期累計のノウハウ数と獲得リード数推移

コンテンツ開発数は、前年同期比で101.6%で着地したが、
リード・商談数は、業界特化の特需発生による対比で減少。

※2025年3月期の不動産向け相続特化・書籍ブランディング等、SQL（商談）直結型リード急増の反動と、新規集客用ホワイトペーパーの制作抑制と、比較検討層向け「事例コンテンツ」拡充への注力による方針転換が主因。

		2025年3月期通期	2026年3月期通期	増減
コンテンツ開発数	ホワイトペーパー数	29	18	62.1%
	事例コンテンツ掲載数	22	44	200.0%
	セミナー開催数	78	69	88.5%
	合計	129	131	101.6%
レスポンス数	ホワイトペーパーDL数	4,009	1,792	44.7%
	セミナー参加数	2,614	1,884	72.1%
	その他	1,813	629	34.7%
	合計	8,436	4,305	51.0%
獲得リード数		3,822	2,486	65.0%
商談数		1,057	506	47.9%

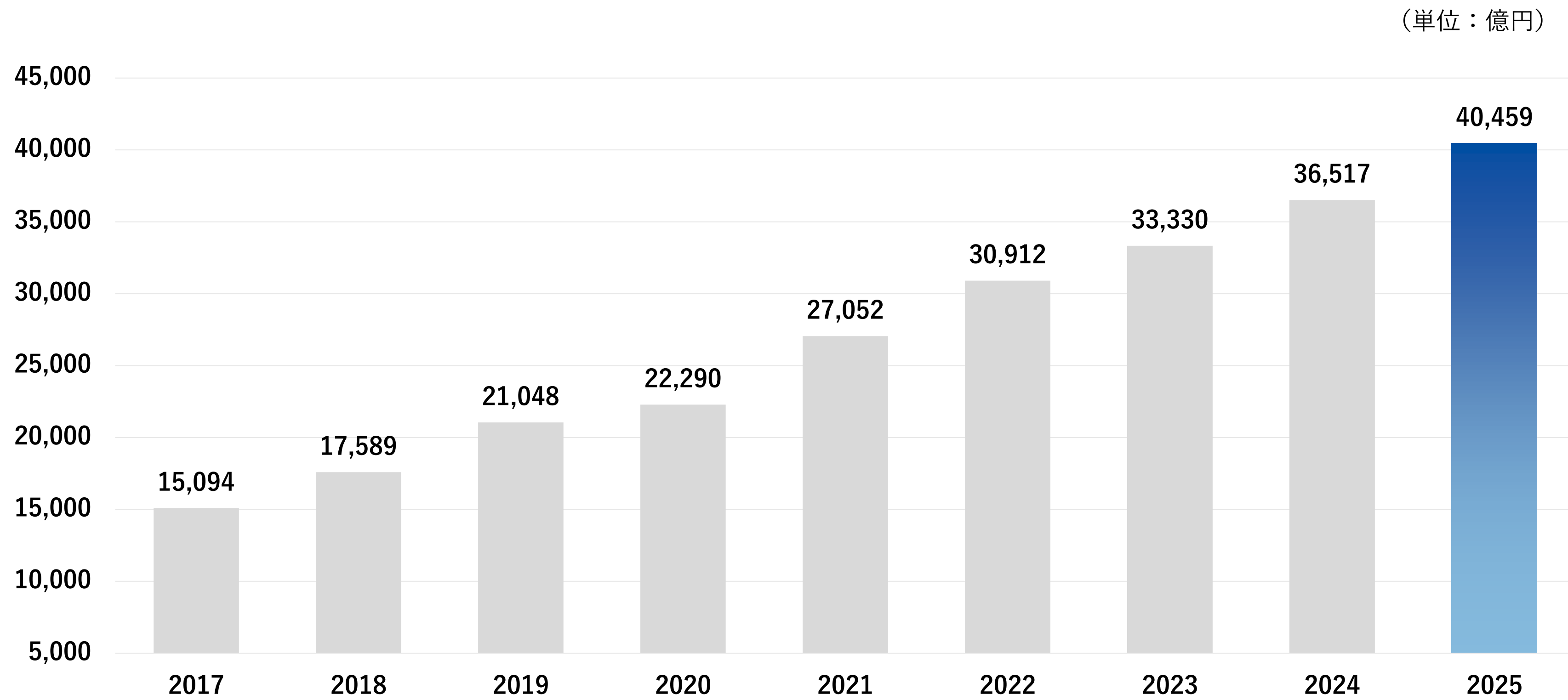
※マーケティングレスポンス数の定義… リードにおける資料DL数、セミナー参加数などのアクティビティ件数

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4兆459億円で、前年比110.8%と初の4兆超え。



出典：電通「日本の広告費」

日本経済の成長において“中堅企業”を重要セグメントとしている

引用：中堅企業は、海外拠点の事業を拡大しつつも、国内拠点での事業・投資も着実に拡大し、国内経済の成長に最も大きく貢献。他方、大企業は、この10年間で圧倒的に海外拠点での事業を拡大してきた。今後成長する中堅企業が、国内投資を拡大し続ける成長戦略を描けるかどうか、日本経済の持続的な成長に決定的に重要。

中堅企業元年 『3つの対策』の創設

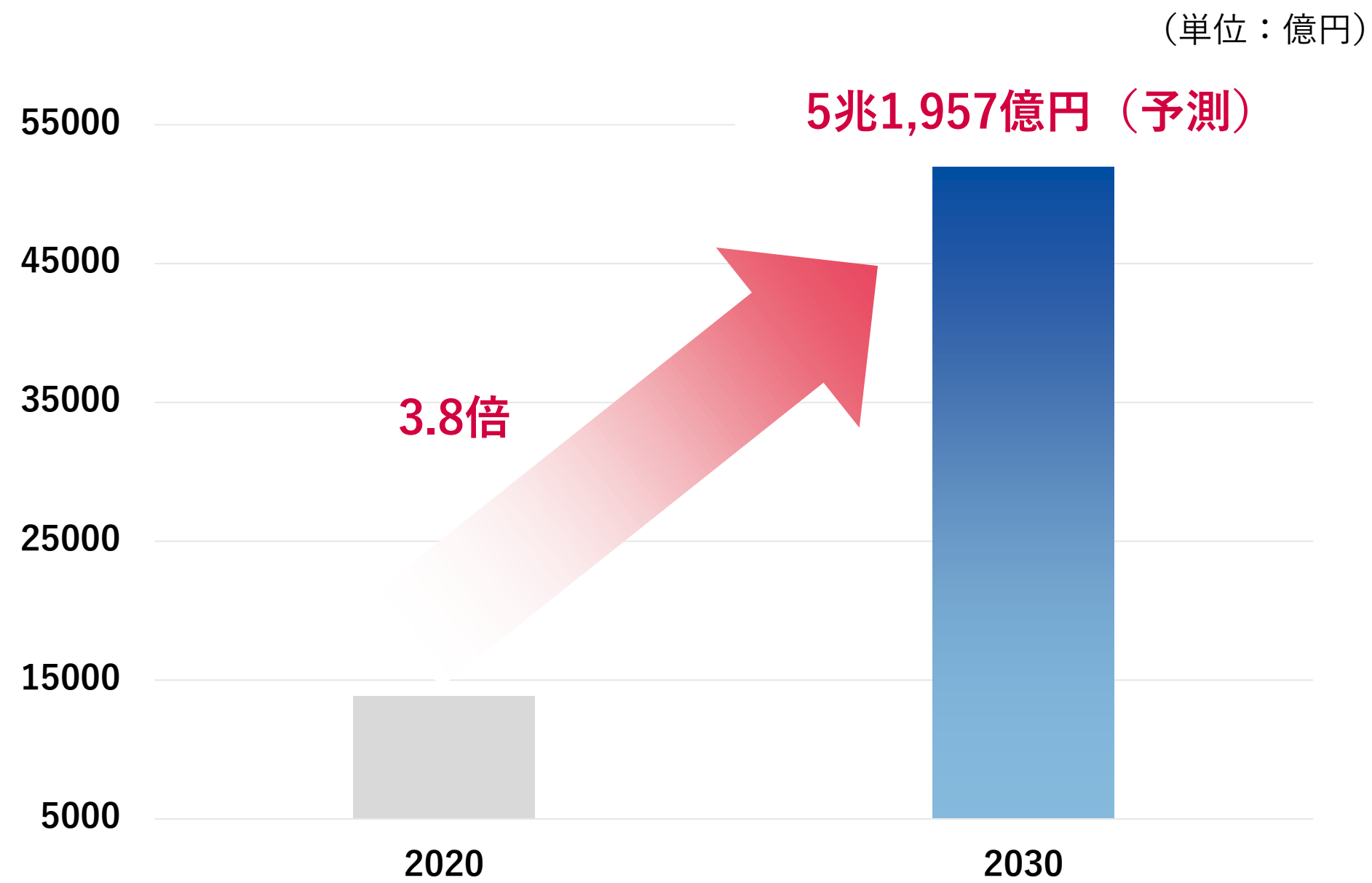
1. 賃上げ原資確保のための省力化等の大規模成長投資支援の創設
2. 賃上げ促進税制の中堅企業枠の創設
3. 経営力の高い中堅企業等に経営資源を集約化し賃上げに繋げるグループ化税制の創設



中堅企業の事業成長に対する投資額増加の見込み。当グループにおいても支援を強化。

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5兆1,957億円を予測
2020年度対比で3.8倍に成長



業界問わず営業、マーケティング、コミュニケーション
など攻めのDX領域も市場拡大 ※以下抜粋

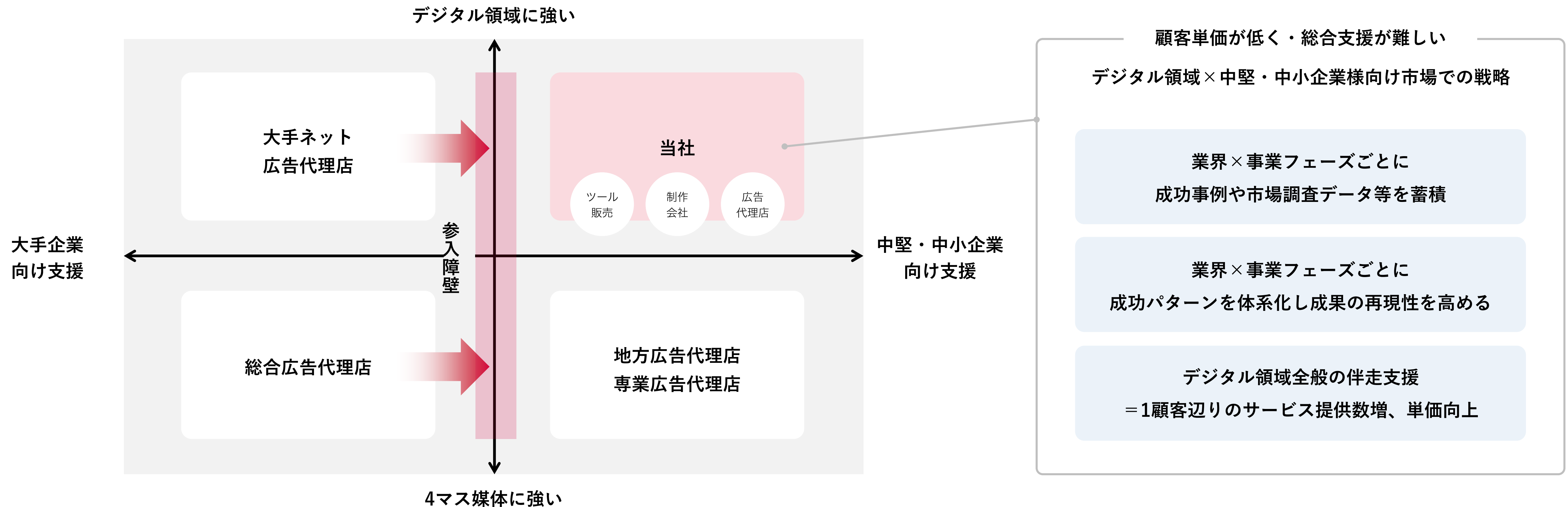
	2020年度	2030年度予測	2020年度比
営業・マーケティング	1,564億円	4,500億円	2.9倍
カスタマーサービス	410億円	802億円	1.9倍
コミュニケーション	760億円	2,290億円	3.0倍
戦略／基盤	2,500億円	7,446億円	3.0倍

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

競合環境 ～業界全体～

中小企業は日本の事業者数の約99%※を占めている中で、大手企業向けの支援会社は顧客単価が合わず参入が難しい。
また、中堅・中小企業の支援会社は機能が分断しており総合的な支援が出来ないケースが多い。

※参考：中小企業白書2021年版



競合環境 ～中堅・中小企業向け支援領域～

顧客単価から総合的な支援体制を整えることが難しいため、
ブランディング、マーケティングなどの戦略策定から各種実行まで出来る競合は少ない状況。

●…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

通期累計の損益計算書

前年同期比で売上高は95.4%の4,795,386千円、
売上総利益は93.8%の1,115,773千円、営業利益は71.1%の78,603千円にて着地。

(単位：千円)

	2025年3月期通期	2026年3月期通期	増減
売上高	5,028,735	4,795,386	95.4%
売上総利益	1,189,365	1,115,773	93.8%
営業利益	110,625	78,603	71.1%
経常利益	119,899	80,320	67.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	76,951	44,276	57.5%

2026年3月期末の貸借対照表

流動比率269%、自己資本比率58.3%と、
経営の安定性については変わらず高い状態を維持。

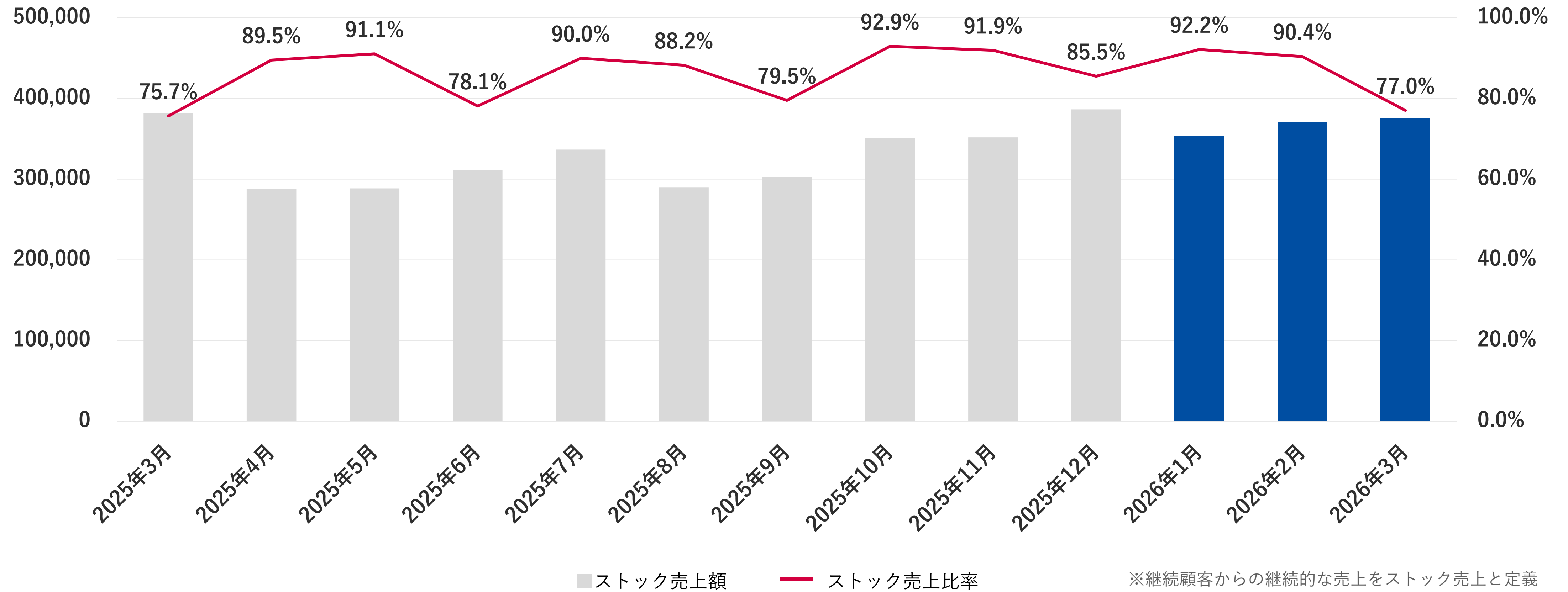
(単位：千円)

	2025年3月期末	2026年3月期末	増減
流動資産	1,906,992	1,966,376	59,384
現金及び預金	1,204,608	1,246,439	41,831
固定資産	174,165	198,124	23,959
総資産	2,081,158	2,164,501	83,343
流動負債	730,101	730,633	532
固定負債	160,004	164,468	4,464
純資産	1,191,052	1,269,399	78,347

ストック売上比率の推移

ストック比率は通期平均で87.2%と高い水準を維持。

(単位：千円)



※継続顧客からの継続的な売上をストック売上と定義

2027年3月期の業績予測

2027年3月期は売上高4,850百万円、営業利益100百万円を予想。

(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
2026年3月期 (実績)	4,795	78	80	44
2027年3月期 (予想)	4,850	100	100	65
増減率	101.1%	128.2%	125.0%	147.7%

成長戦略

成長戦略サマリー

項目	概要
1. ノウハウ開発	中堅・中小企業様の高度化する課題やニーズに応じたノウハウ開発を強化
2. マーケティング強化	集客成功ノウハウを起点としたセミナー、ホワイトペーパー等によるマーケティング発信、オンラインによる効率的な顧客獲得の強化
3. 提携パートナー連携強化	業界別、強化テーマ別に提携パートナーとの共同ノウハウ開発と発信強化 共催セミナーやサービス開発を実施
4. 中堅企業様への支援強化	主要パートナーとの連携による中堅企業様への支援促進に向けた エコシステム構築による伴走支援体制の強化
5. AIエージェント開発・活用強化	デジタルマーケティング支援×AIエージェント活用による コンサルティング精度と生産性の向上
6. 人的資本強化	人的資本経営の推進と、フロント人材の育成および人事領域のDX推進による 人事課題の可視化、人材育成の効率化

1. ノウハウ開発と進化

**中堅企業の課題、ニーズに応じたノウハウ開発を強化。
より高度化する個社ごとの課題や、事業拡大、新規事業領域をカバーしていく。**

業界別のノウハウ開発は継続しつつ、中堅企業の個社ごとの事業フェーズに合わせたノウハウを開発していく。
経産省による中堅企業への成長促進政策にあわせノウハウの発信と、サービス力を強化。
※2025年3月期に記載のあった「マーケティングイネーブルメント」はデジタルマーケティング領域のノウハウ開発の一環として内包

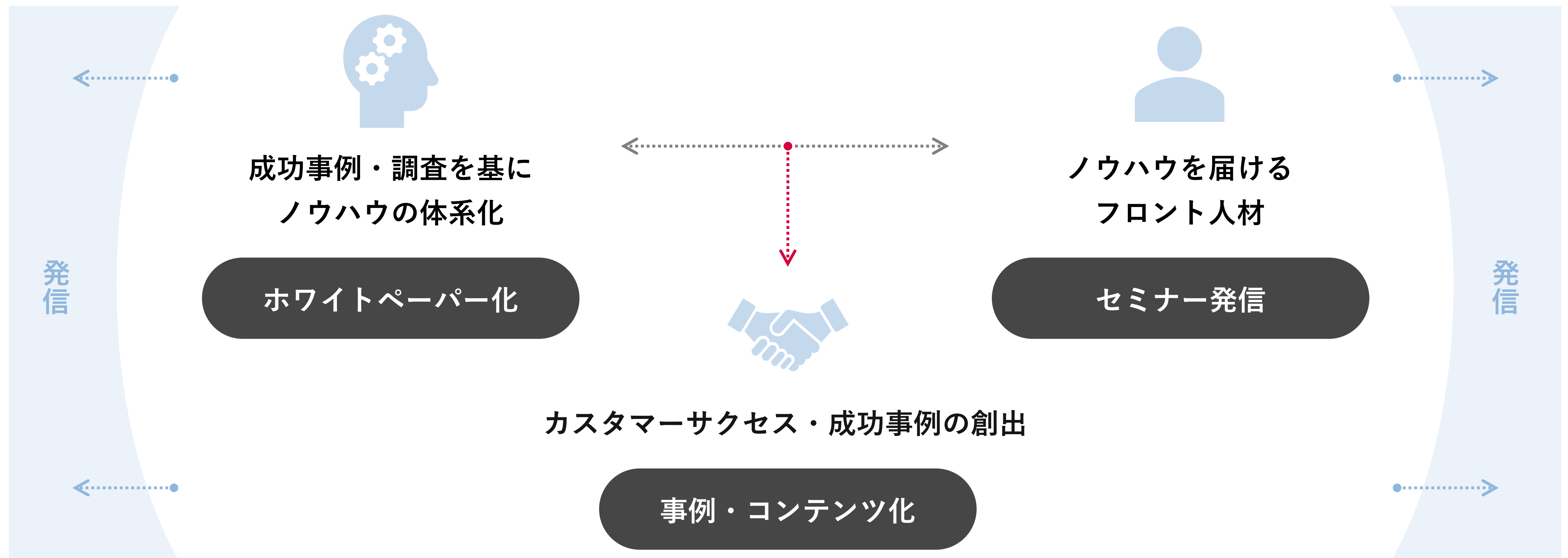
		業界別のセグメント				業界を問わないセグメント	
		不動産	建築・工務店	外壁・リフォーム	歯科・医療	中小企業	中堅企業
サービス領域	ブランディング		○		○	○	○
	デジタルマーケティング	○	○	○	○	○	○

2. マーケティング強化 《ノウハウ開発を起点としたマーケティング発信の強化》

継続・強化中

セグメント別に成功事例を体系化、セミナーやホワイトペーパー発信から認知形成・リード獲得を行う

市場セグメント・ユニット別



2. マーケティング強化 《オンラインによる顧客獲得の強化》

※掲載画像は一部抜粋

実施済み・強化中

セミナー発信

共催やカンファレンス登壇などを増やし
業界内外での発信を強化



セミナー申込数 … 1,884件 (2026年3月期累計)

※2025年3月期 2,614件

ホワイトペーパー作成

AIO対策の一環からノウハウ系は記事にて
実務系はホワイトペーパーにて発信



資料ダウンロード数 … 1,792件 (2026年3月期累計)

※2025年3月期 4,009件

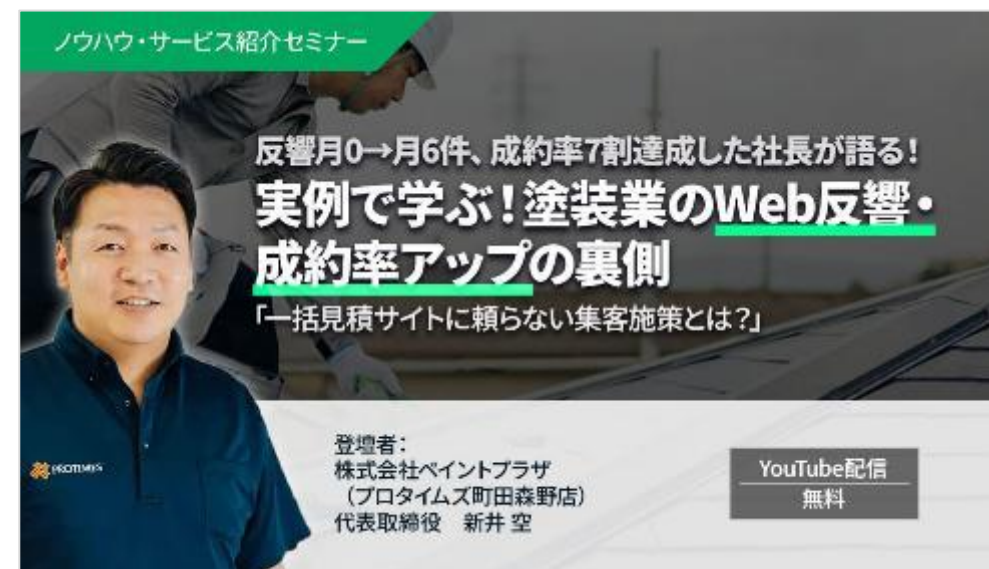
3. 提携パートナー連携強化 《共同ノウハウ開発と発信強化》 ※掲載画像は一部抜粋

実施済み・強化中

業界別・テーマ別の提携パートナーともコンソーシアム体制を組み発信強化

業界別パートナー22社と共催セミナーを開催

※2025年3月期 24社



テーマ別パートナー11社と共催セミナーを開催

※2025年3月期 9社



※他社主催のセミナー登壇の場合は、主催企業のみカウント

4. 中堅企業様への支援強化 《中堅企業支援促進のエコシステム構築》

実施済み・強化中

主要パートナーとの資本業務提携からコンソーシアム体制をより強固に



JAICスペシャルティファンドへの出資と業務提携を開始 《2025年4月30日》

観光・お土産業界を支援するJAICスペシャルティファンドに出資・提携を開始。



AIエージェントの開発提供を行うJAPAN AI社と資本業務提携を締結 《2025年7月23日》

JAPAN AI社の最先端AIソリューションをもとにAIエージェント開発を加速。



戦略的PR支援を行うEnjin社と資本業務提携を締結 《2025年11月17日》

Enjin社の戦略的PR・パブリシティ獲得力と、当社のデジタルマーケティング支援を融合。

5. AIエージェント開発・活用強化 《デジタルマーケティング×AI活用》

実施済み・強化中

4ヶ月連続のAIエージェントリリースから社内体制のAI・DX化を推進

JAPAN AIとの共同開発プロジェクトとして、2025年10月～2026年1月と4ヶ月連続リリース。

主要AIエージェントの開発を完了させ、デジタルマーケティング事業を中心に社内での活用を推進。

Branding Technology | GENIEE JAPAN AI | デジタルマーケティング支援 | AIエージェント開発・提供

AIエージェント共同開発プロジェクト“第一弾”
「広告運用改善AIエージェント」を開発

Branding Technology | GENIEE JAPAN AI | デジタルマーケティング支援 | AIエージェント開発・提供

AIエージェント共同開発プロジェクト“第二弾”
「AIO / LLMO改善AIエージェント」を開発

Branding Technology | GENIEE JAPAN AI | デジタルマーケティング支援 | AIエージェント開発・提供

AIエージェント共同開発プロジェクト“第三弾”
「SEO改善提案エージェント」を開発

Branding Technology | GENIEE JAPAN AI | デジタルマーケティング支援 | AIエージェント開発・提供

AIエージェント共同開発プロジェクト“第四弾”
「アクセス解析改善提案エージェント」を開発

広告運用改善エージェントの概要

各種広告データをコンサルタントの思考ロジックで分析し、目標に合わせた改善アクションを自動で提案。

1. 分析対象を決定
2. 分析対象の抽出
3. 分析対象の抽出
4. 分析結果

AIエージェント内の得意者分析ロジック (プログラムされた自動実行フロー)

- コンテキスト内の得意者分析ロジック
 - データを見る観点
 - データの分析ステップ
 - 分析結果からの仮説出し
 - 課題提起と改善提案

パフォーマンス
分析データを更新

- GA/Google Analytics
- 広告・GA連携データ
- 運用履歴 (1-30日以内)

SEO/SEM
分析ツール

- SEO/SEMデータ (SEO・SEM・SNS)

使用LLMモデル

AIO / LLMO改善AIエージェントの概要

アナリストの知見をAI化し、WebサイトのAIO / LLMO対策を自動診断し実行可能な改善策を提案。

Input: アナリストの知見をチェックリスト化

- コンテキスト品質: E-E-A-T観点での品質改善
- AI可読性: AIが理解しやすいコンテンツ構成
- ユーザー体験: 検索意図に沿った最適な情報提供

Action: Webサイトヘルスチェック実施

- AI引用されやすいコンテンツの確認
- LLMO対策状況の評価
- 競合サイトとの比較分析
- 改善優先度の自動算出

AIO / LLMO視点での改善提案の精度向上

SEO改善提案エージェントの概要

優先順位付きの「SEO実務指示書」を自動生成し、報原の高い実行支援を可能に。

Input: 定量データと評価基準を掛け合わせて入力

- サイト計測データ (自動取得)
 - Google Analytics 4 (GA4)
 - Google Search Console
- Webサイト品質 (統合判断)
 - 独自SEO診断基準: 画内の実務経験・成功意図
 - Google検索品質評価ガイドライン

Action: 改善施策を具体的なかつ優先度付きで提示

- ボトルネックの可視化
 - 目標と現状のCVギャップを4要素に分解
- 優先順位付き施策リスト
 - ビジネスインパクトに基づく定量スコア順で提示
- 実務指示書
 - 具体的な修正点、期待効果、対応時の留意点

属人化解消、成果直結型的意思決定が可能に

アクセス解析改善提案エージェントの概要

分析業務の属人化と工数を削減し、データ集計ではなく「改善施策の立案と意思決定」に注力できる環境を実現。

Input: 複雑な解析データと評価指標のインプット

- GA4プロパティの計測データ (属性・行動・履歴等)
- 自然KPIおよびイベント (CV) の設定値
- サイト内のコンテンツパフォーマンスデータ
- 検索トレンドや競合環境などの外部市場データ

Action: 成果に影響する主要因と優先課題の提示

- 目標値と現状のギャップ (数値) 分析
- 複数の分析軸による因果関係の検証結果
- 影響度に基づき特定された主要因と対策案
- 優先データに基づいて構造化・優先課題リスト

集計工数を削減し、成果創出を加速する

5. AIエージェント開発・活用強化 《デジタルマーケティング×AI活用》

実施済み・強化中

ユーザーが利用可能なAIエージェントを開発リリースしマーケティングにも活用

Branding Technology × FUNGRY

AI AGENT_
BRANDING ANALYSIS

ブランディングの
課題・アクション整理
中期の具体計画を、
わずか数分で—。

FREE
無料公開

BRANDING ANALYSIS

このAIエージェントは、企業のブランド現状分析から中期的な戦略ロードマップまでを数分で策定・可視化する。スマートフォンとパソコンの両方で利用可能。

ブランディング具体計画策定AIエージェント「BRANDING ANALYSIS」を開発し無料公開《2026年1月21日》

企業のブランド現状分析から中期的な戦略ロードマップまでを数分で策定・可視化するAIエージェント。

FUNGRY × Branding Technology

AI AGENT_
CONTENT STRATEGY

今なら
企画案を
無料で

人からも選ばれる、
本質的なAIO[※]対策を。

ファングリー
コンテンツストラテジスト
FUNさん

※ AIO ... AI Optimization

このAIエージェントは、人からも選ばれる本質的なAIO（AI Optimization）対策をコンテンツ戦略・企画からサポートする。今なら企画案を無料で提供。

コンテンツ戦略・企画策定AIエージェント『FUNさん』を開発し無料公開《2026年4月22日》

人からも選ばれる本質的なAIO（AI Optimization）対策をコンテンツ戦略・企画からサポートするAIエージェント。

6. 人的資本強化 《人的資本経営の推進》

継続的な取り組みを評価され、健康優良企業「銀の認定」4年連続認定

当社では2022年3月期から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います。

2026年3月には健康保険組合連合会東京連合会に健康経営に向けた取り組みが評価され、健康優良企業「銀の認定」を4年連続で更新認定いたしました。

※継続的な社内向け情報発信、アンケートによる意見収集、職場環境の改善を実施

<p>2022年3月期</p>	<p>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。</p>
<p>2023年3月期 ～ 2026年3月期</p>	<p>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 2024年3月に健康優良企業「銀の認定」を更新 2025年3月に健康優良企業「銀の認定」を更新 2026年3月に健康優良企業「銀の認定」を更新</p>
<p>目指す姿</p>	<p>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「ブランドを軸に中堅・中小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。</p>



AI・データ活用推進による生産性の向上と同時に、
AI代替できないリーダーシップや接遇能力の向上に対し研修・教育投資を実施。

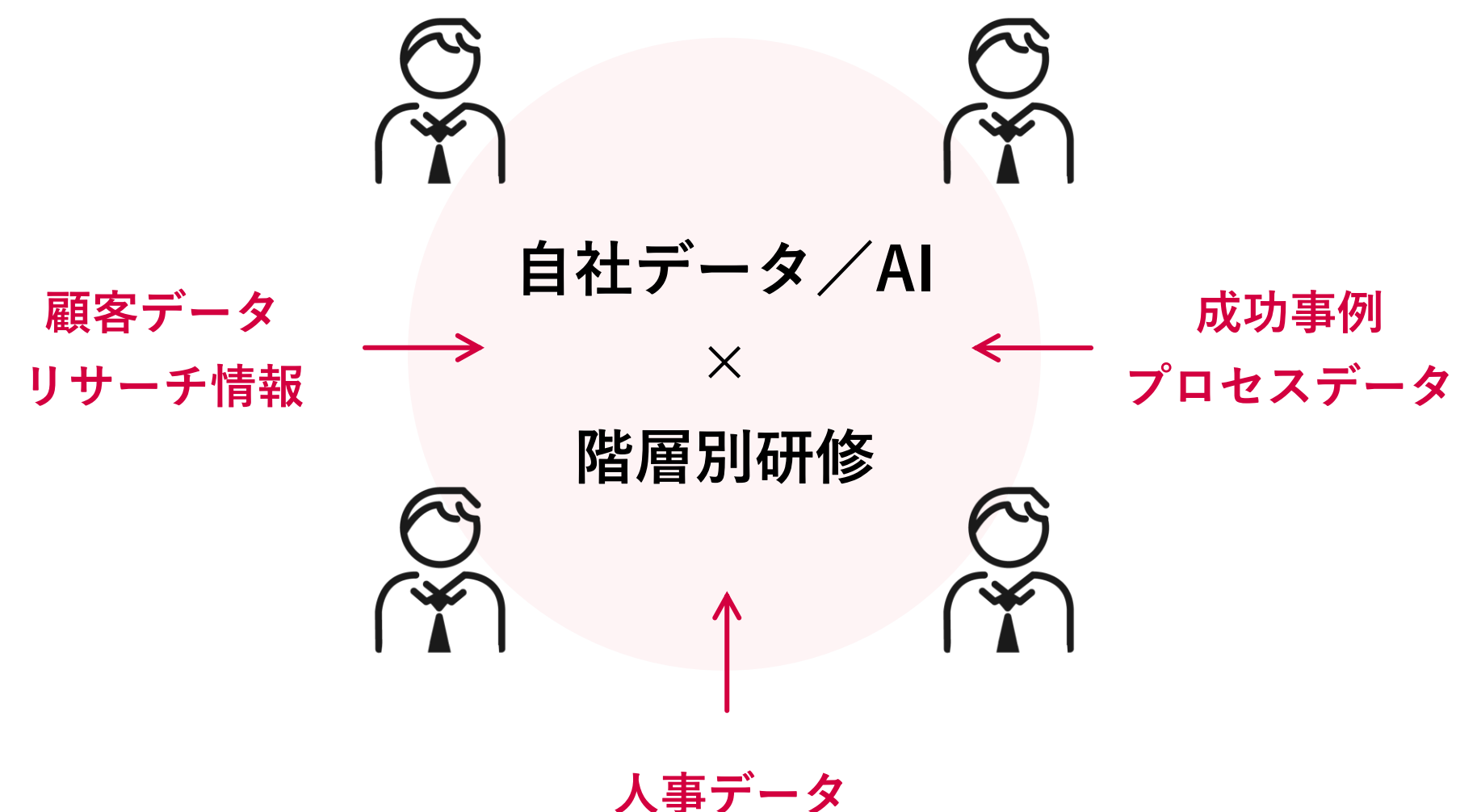
AI・DX推進によるパフォーマンス向上

コンサルティング及びマーケティング業務へのAIエージェント×データ活用からフロント人材の生産性を高める

- ✓ マーケティング業務への生成AI活用により業務効率化及びアウトプット精度の向上
- ✓ 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
- ✓ 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

フロント人材レベルの向上

AI×自社データ活用と階層別の研修実施により、フロント人材のリーダーシップ・接遇力を高める



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

国内産業への貢献

国内の各産業への支援から、 日本経済を強くする好循環を生む。

以下3つの領域から各産業への支援を行い、日本経済を強くする循環をつくります。

1. 人を「育てる」

関わる人・組織が“自分たちの力で地域をより良くする”ための活動

例) イベント・セミナー登壇、啓蒙活動

2. らしさを「発見する」

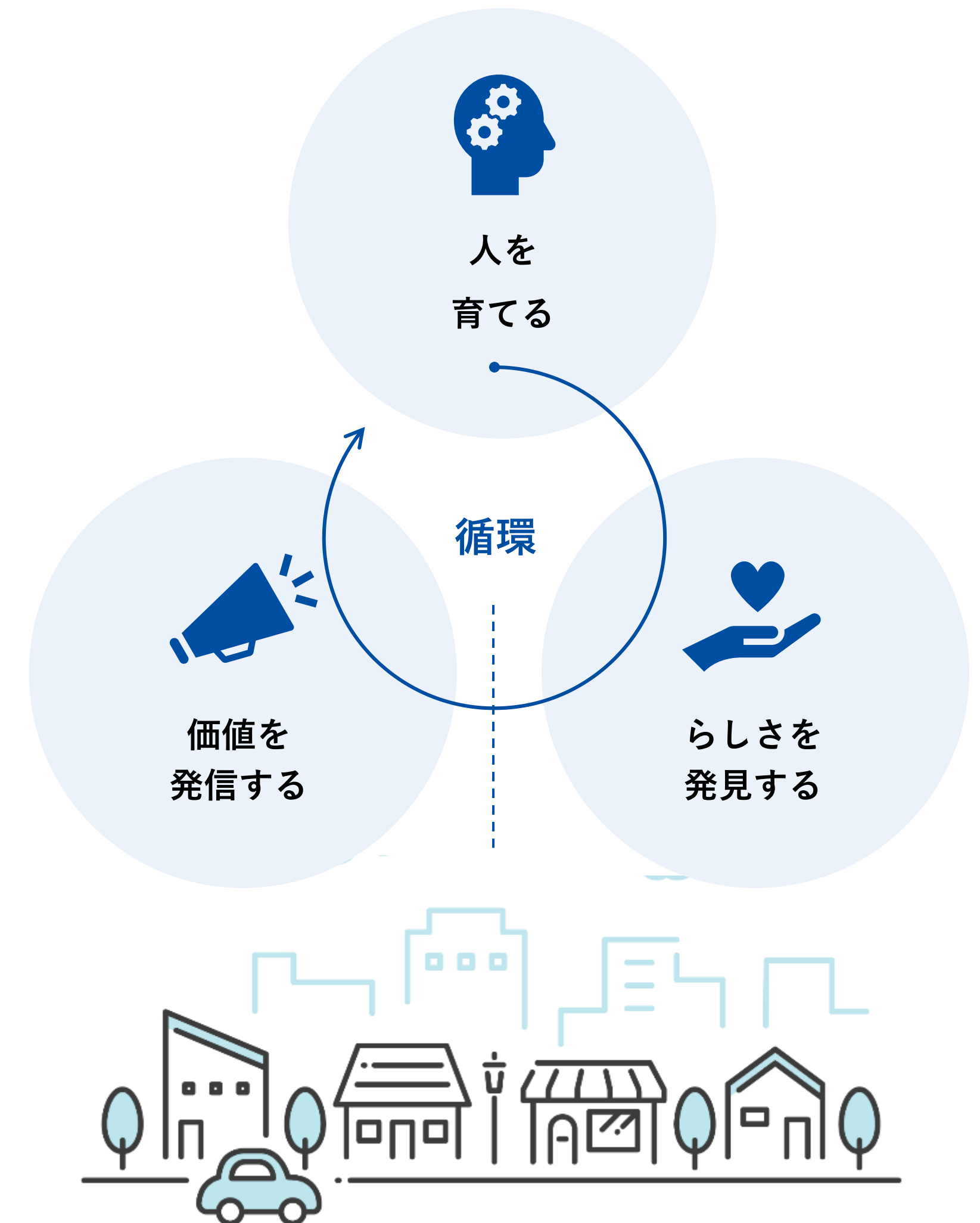
関わる人・組織の“らしさ”を惹き出すための活動

例) 本業のブランディング支援

3. 価値を「発信する」

関わる人・組織の“価値を定義し、多くの人に届ける”ための活動

例) 本業のマーケティング支援・お客様事例の発信



国内産業への貢献

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. 人を「育てる」



ブランディング、マーケティングをテーマとしたセミナー登壇、ノウハウ資料の発信を通じて実践者を育てていきます。

2. らしさを「発見する」



ブランディング支援を通じて、各企業の差別化、魅力化、そして社会的価値の向上に寄与しています。

3. 価値を「発信する」



ご支援し成功されたお客様事例を業界や社会に発信することで自社・顧客・社会の三方よしを実現します。

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)の発表後、6月中旬～末頃を目途として開示を行う予定です。
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