2022年3月期
第2四半期決算説明会資料

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

® Branding Technology Inc.

私たちのミッション

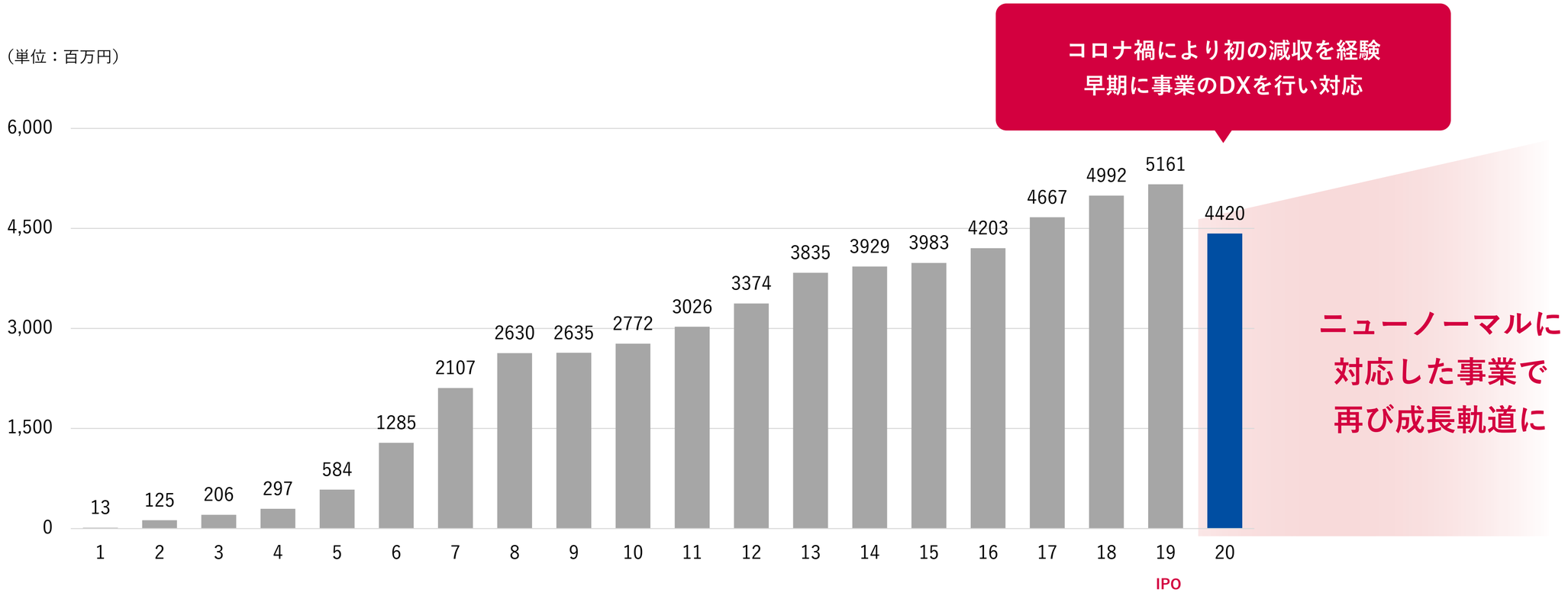
ブランドを軸に
中小・地方企業様の
デジタルシフトを担う

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。
1年の投資期間を経て、ニューノーマルでの成長に向けた対応が完了。

組織のコスト構造の見直し、成長戦略を描き直し「リ・スタート」



ニューノーマルに対応した事業の全体像

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。
⇒事業活動を通じてデータを蓄積し、カスタマーサクセスの再現性が上がる仕組みに。

357万社※
中堅・中小企業

1
データにより再現性を高める

ブランディングバンク ※11月5日リリース

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

2
専門人材不足を解消

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

課題解決
サイクル

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

※参考：中小企業庁（平成28年経済センサス-活動調査）

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

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

データにより再現性を高める

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

2

専門人材不足を解消

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

課題解決
サイクル

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

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

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

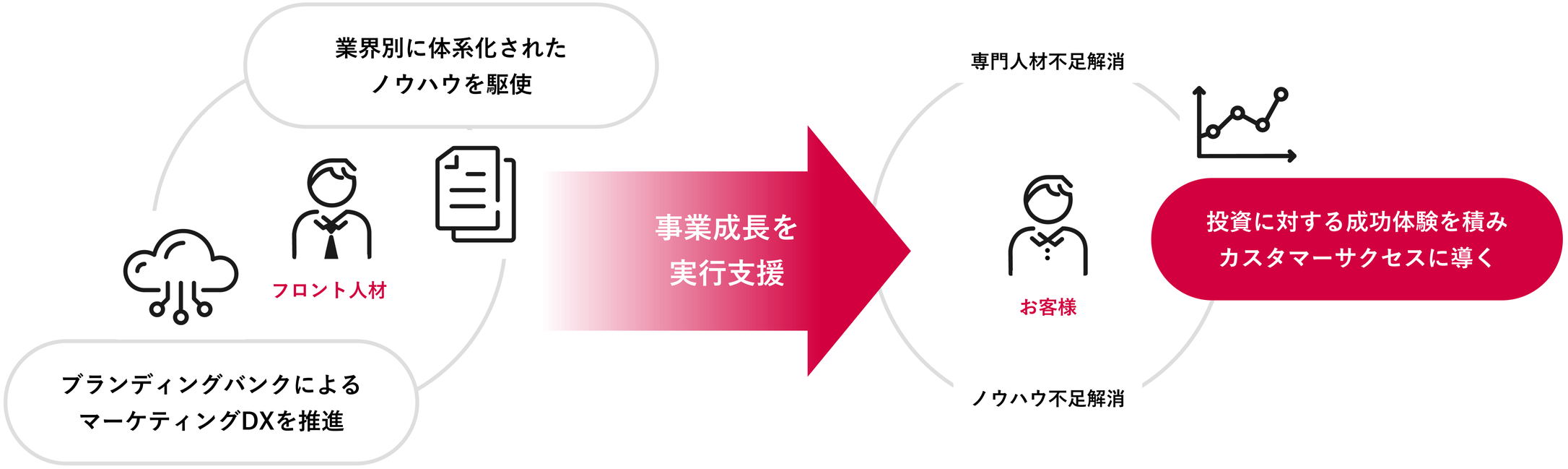
課題に対する解決策

マーケティングDXの全体像：

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／アドバイザリー
- ✓ マーケティング戦略立案／アドバイザリー
- ✓ 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リー
- ✓ 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

課題に対する解決策

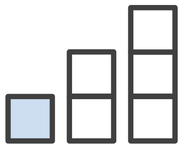
マーケティングDXの全体像：

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

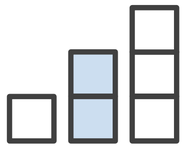
Step.1



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。

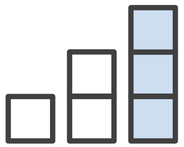
Step.2



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：

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

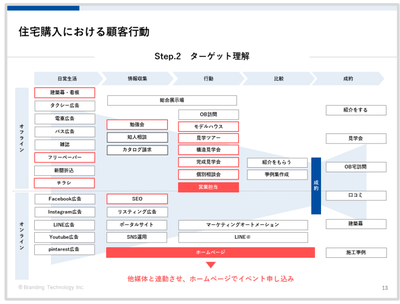
不動産　不動産売却専門のホームページで成約率70%！純利益120%増加できた営業ノウハウとは

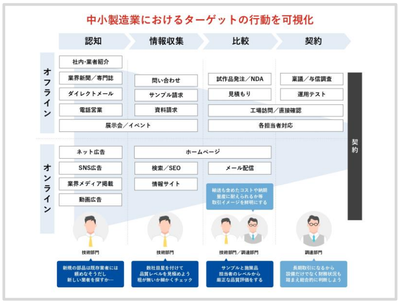
建築・工務店　外壁塗装の自社施工割合3割→6割・利益率130%！塗装経験者400名アンケートをもとにした集客成功のポイント

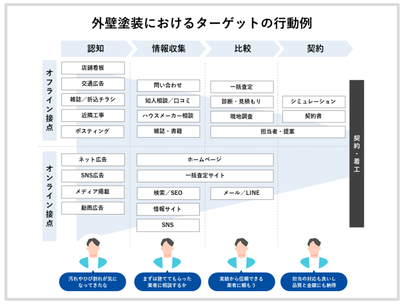
製造業　新規取引先企業が7社増え累計で3,000万円強の売上をWebサイトから達成！中小製造業様の集客成功事例

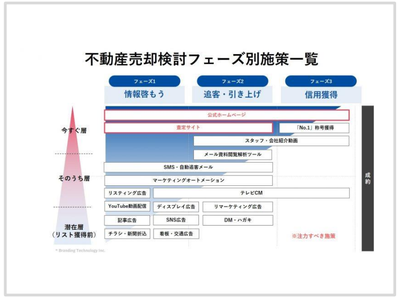
不動産　「査定サイト×自社サイト×追客の仕組み」で売却を安定的に獲得！超激戦区・大阪市エリアで成果が出せる理由とは

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

提供価値	業界別マーケティングノウハウを 元にした事業成長支援			=	デジタルシフト 集客効率UP・利益率改善
ビジネスモデル	ブランディングバンク 業界別ノウハウ 戦略データベース	×	フロント人材による プロフェッショナル サービス	=	マーケティングDX
収益構造	継続取引社数 約3,200社	×	顧客単価 （ストック収益＋スポット収益）	=	収益
主要KPI	顧客数	×	1社あたりの 平均提供サービス数	=	カスタマーサクセスの実現による 顧客の事業成長

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	
中小企業様 **マーケティング予算** **1万～50万円/月**	✓ **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	✓ **ブランディングバンクにより業界・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	**高効率化⇒LTV向上** **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**
中堅企業様 **マーケティング予算** **50万～1,000万円/月**	✓ **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	✓ **ブランディングバンク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	**高単価化⇒LTV向上** **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**

2Q決算内容

FY2022 Q2の損益計算書

上半期前期比較で105%増収を実現し、黒字転換。

（単位：千円）

	FY2021 2Q	FY2022 2Q	増減額
売上高	2,128,201	2,243,467	115,266
営業利益	-90,807	39,668	130,475
営業利益率	-4.27%	1.77%	
経常利益	-92,509	37,498	130,008
親会社株主に帰属する当期純利益	-67,586	31,515	99,101

FY2022 Q2の貸借対照表

豊富な現預金により、経営の安定性は高い状態を維持。

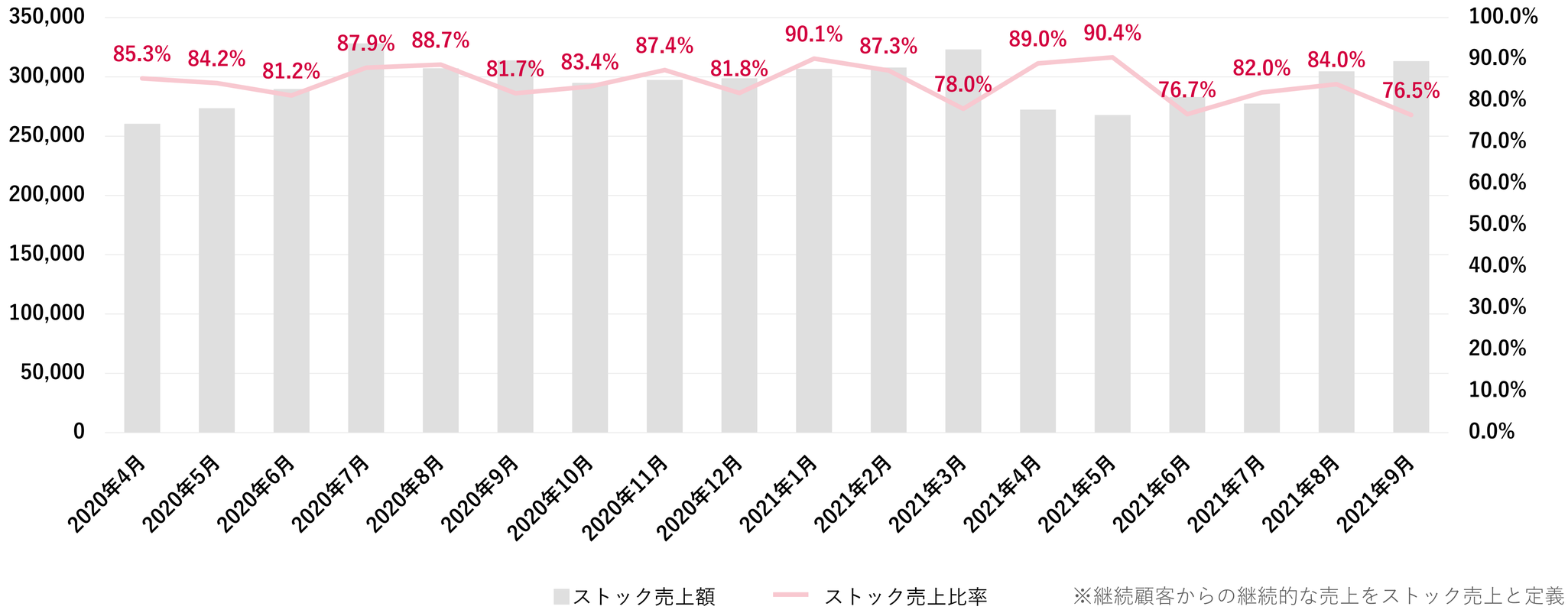
（単位：千円）

	FY2021 2Q	FY2022 2Q	増減額
流動資産	1,982,877	2,011,313	28,436
現金及び預金	1,476,354	1,438,145	-38,209
固定資産	285,115	224,910	-60,205
総資産	2,267,992	2,236,223	-31,769
流動負債	714,193	756,517	42,324
固定負債	528,095	394,782	-133,313
純資産	1,025,703	1,084,923	59,220

ストック売上比率の推移

上半期前期比較で105%の増収を実現するも、
ストック売上比率は高い水準をキープ。（上半期平均で83.1%）

（単位：千円）

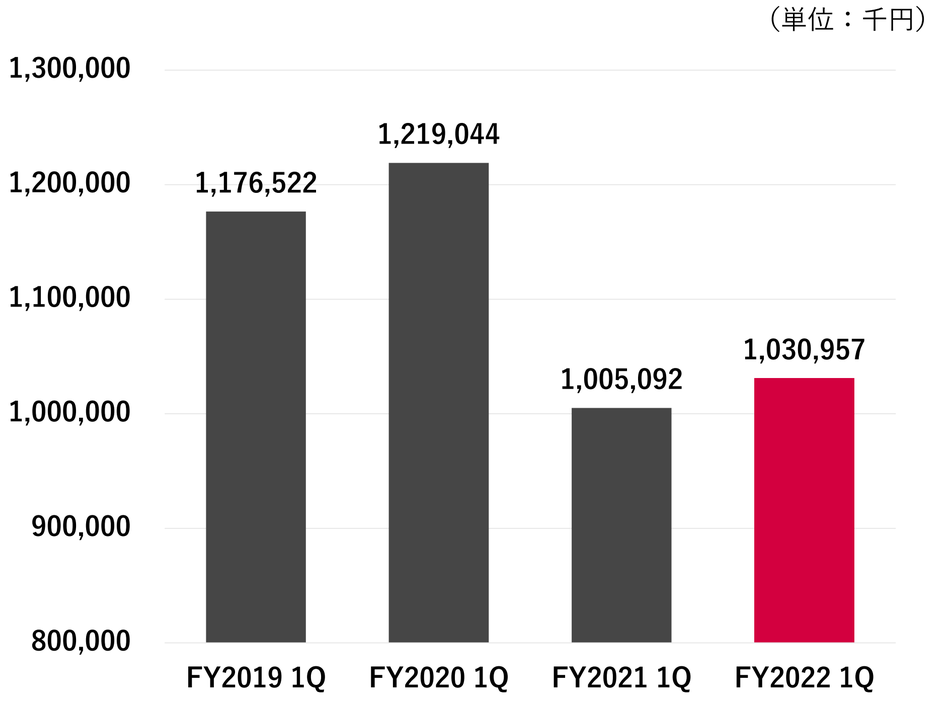


※継続顧客からの継続的な売上をストック売上と定義

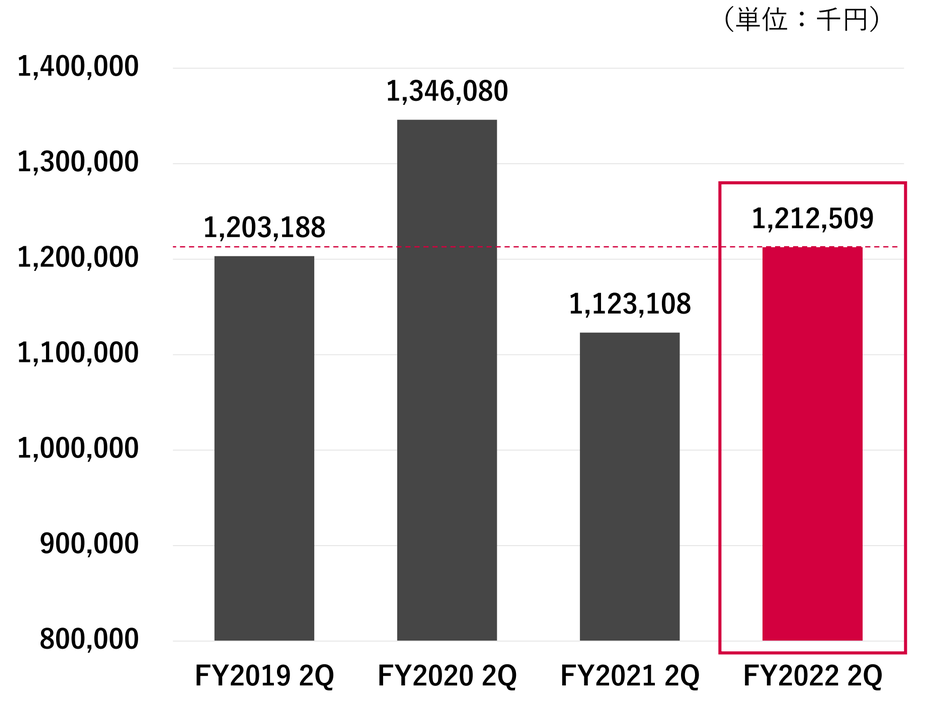
四半期毎の売上高推移

1Qで前年比回復基調にし、2Qでは感染症流行前の売上水準に戻した。

年度別1Q売上推移



年度別2Q売上推移



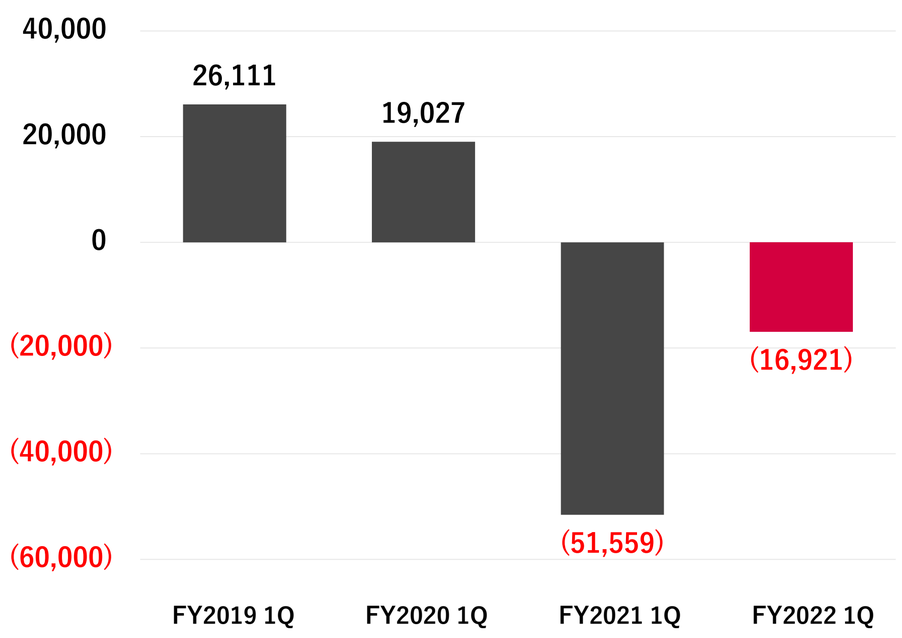
四半期毎の営業利益推移

2Qの連結営業利益5,659万円

売上の回復した2Qでは、利益体質の改善効果もあり、感染症流行前を上回る営業利益額に。

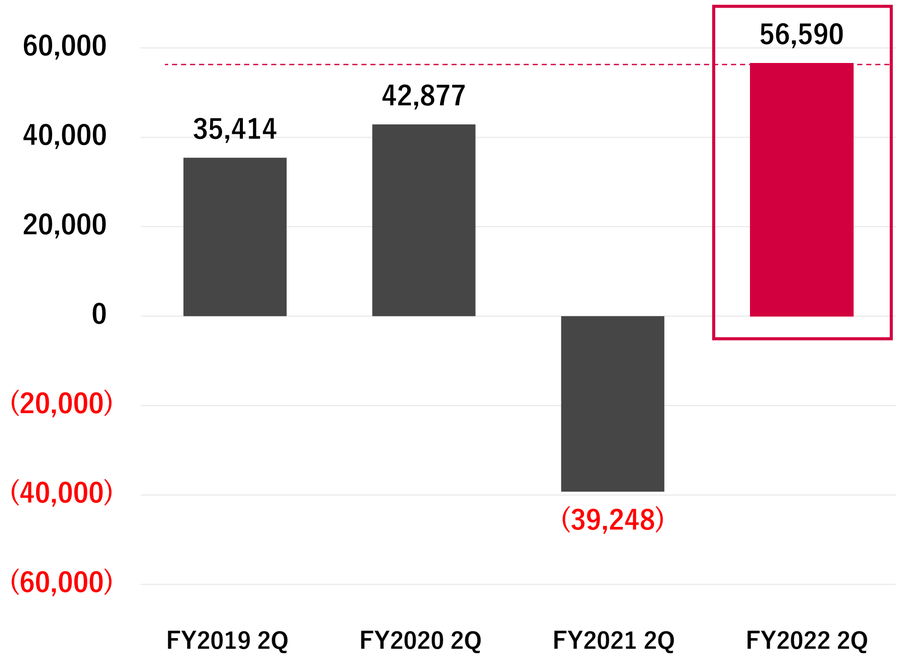
年度別1Q営業利益推移

（単位：千円）



年度別2Q営業利益推移

（単位：千円）



予算進捗率

予算進捗率は、売上高44.9%、営業利益79.3%と順調に推移。

（単位：千円）

	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)	5,000,000	50,000	46,000	34,000
実績（２Q）	2,243,467	39,668	37,498	31,515
進捗率	44.9%	79.3%	81.5%	92.7%

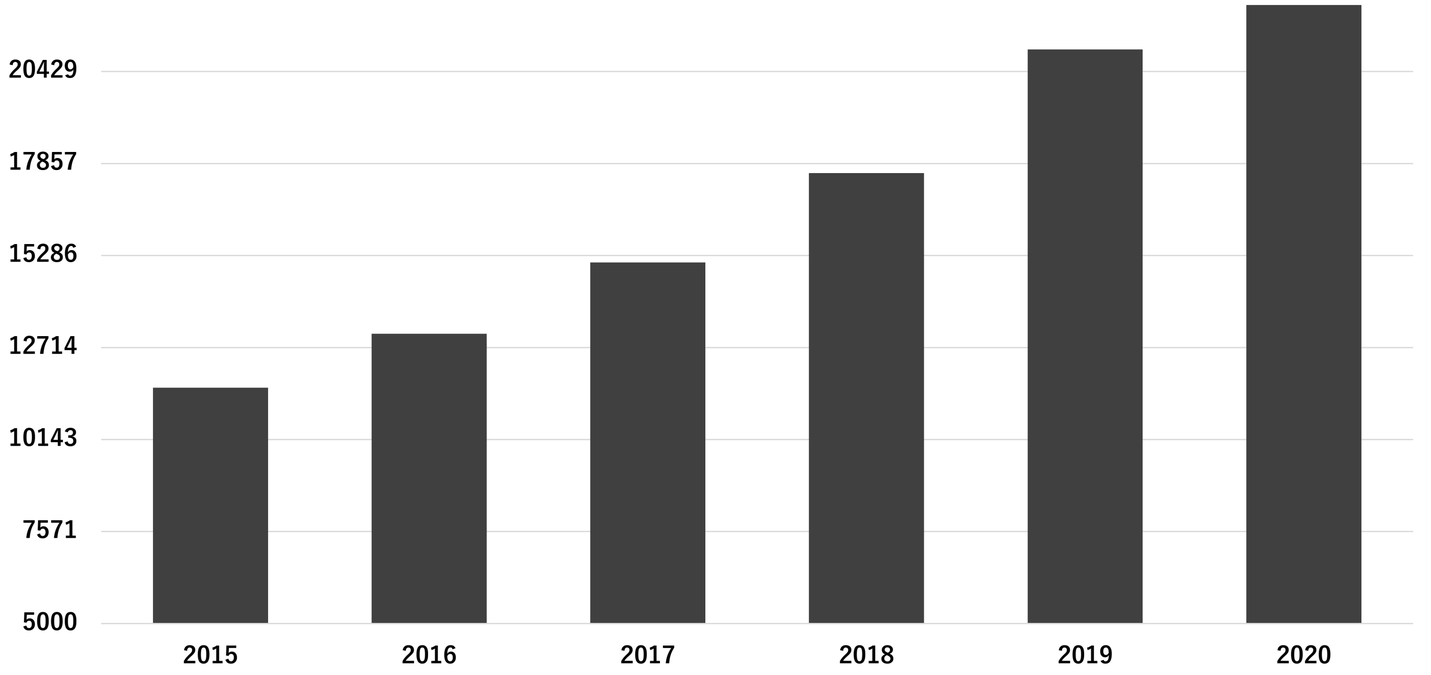
市場背景

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

新型コロナウイルス感染症の影響により総広告費は6兆1,594億円（前年比88.8%）と落ち込んだものの、
インターネット広告費は**7年連続のプラス成長である2兆2,290億円（前年比105.9%）**となった。

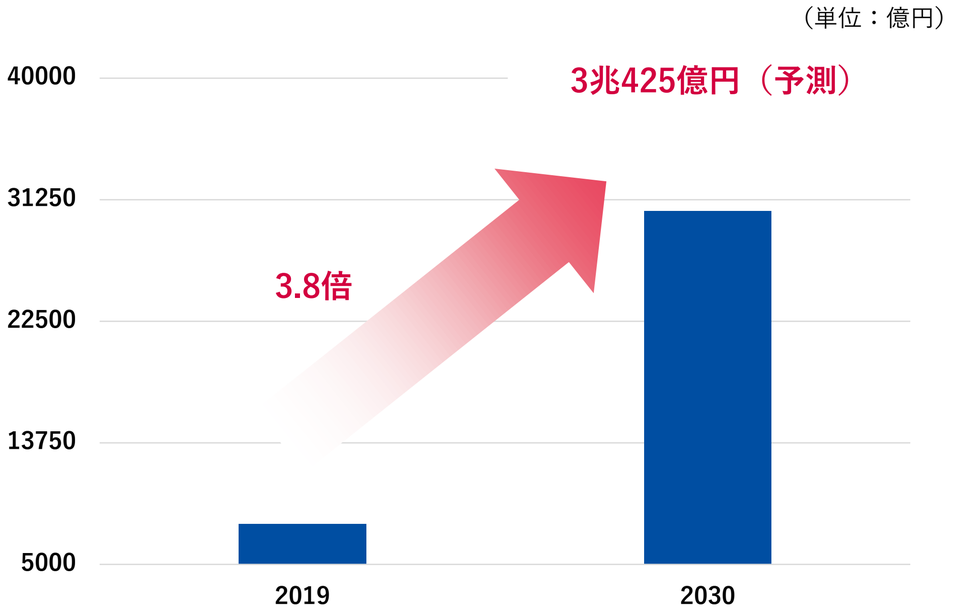
（単位：億円）



出展：電通「日本の広告費」

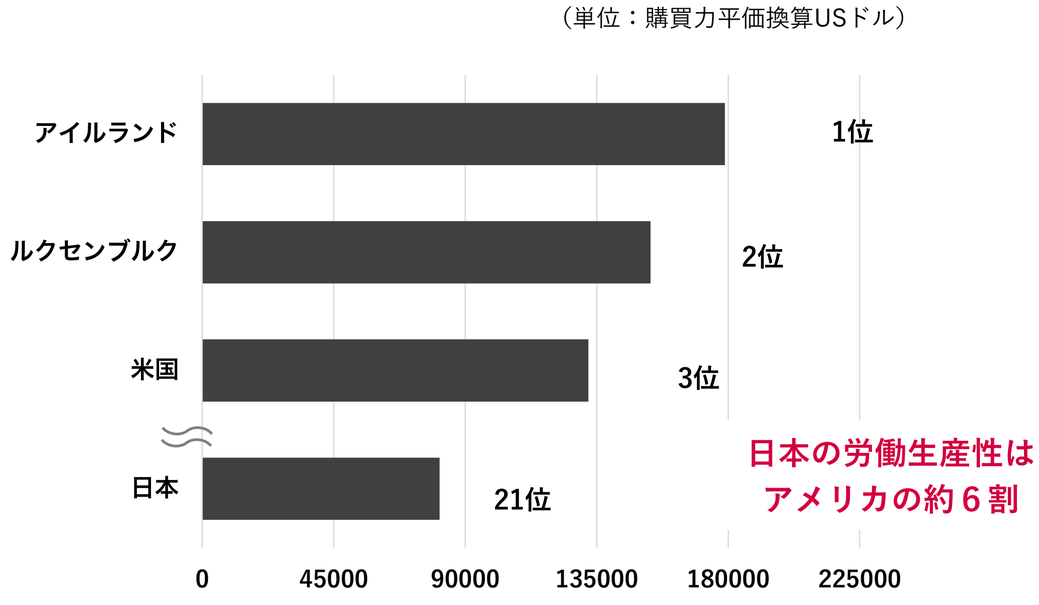
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

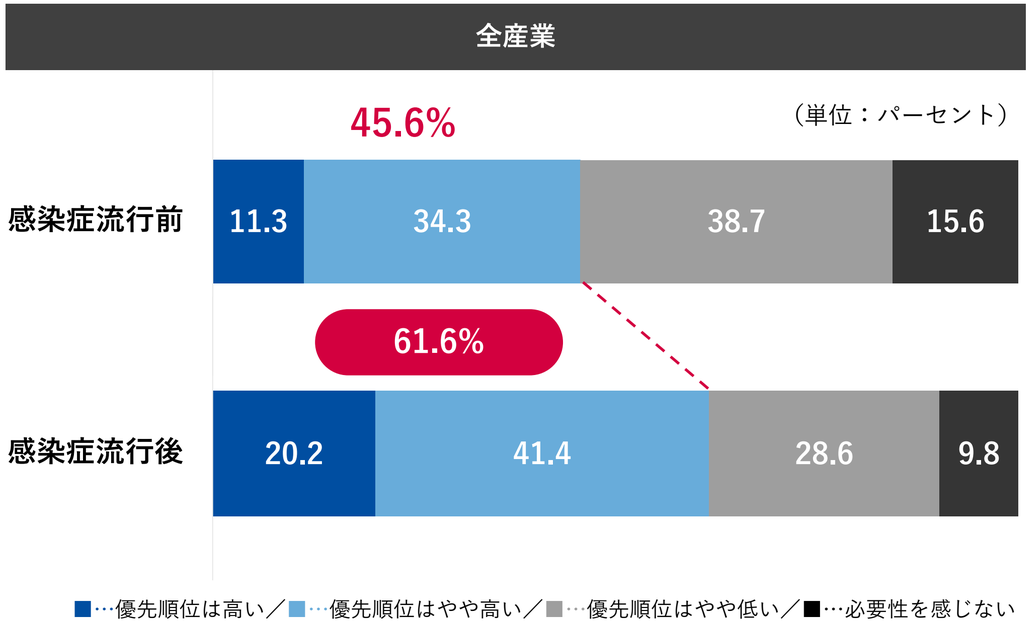


出展：経済産業省「中小企業白書」OECD加盟国の労働生産性

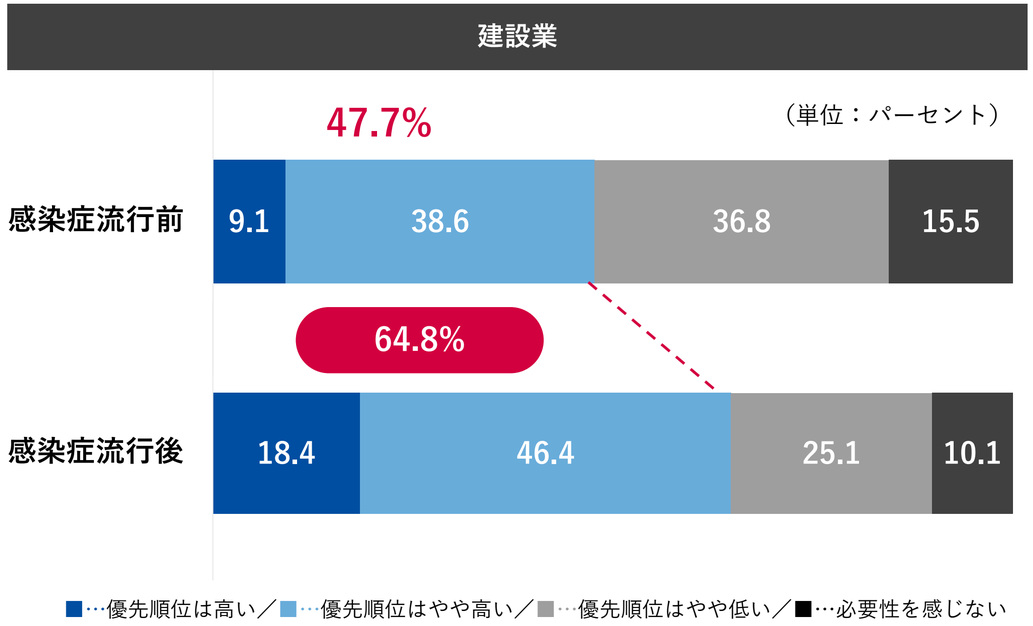
※全体の労働生産性は、GDP÷就業者数として計算し、購買力平価（PPP）によりUSドル換算している

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

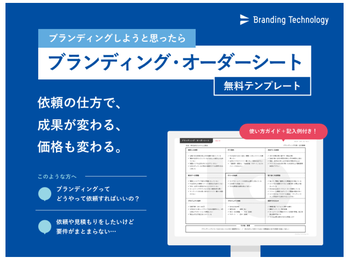
業界別に成功パターンを体系化しオンラインでの発信を強化

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：404名

（2021.4.1～2021.9.30）

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：621件

（2021.4.1～2021.9.30）

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。

Step.1	Step.2	Step.3
		業務自動化／BIツール導入
		CRM／メールマーケ
		Webシステム開発
		MA導入支援
	コンテンツSEO	コンテンツSEO
	SNS広告	SNS広告
	Youtube／動画広告	Youtube／動画広告
	動画／コンテンツ制作	動画／コンテンツ制作
Webサイト制作	Webサイト制作	Webサイト制作
リスティング広告	リスティング広告	リスティング広告
ディスプレイ広告	ディスプレイ広告	ディスプレイ広告
LP／バナー制作	LP／バナー制作	LP／バナー制作
業界別ノウハウを活用し 成功体験を積むための投資	デジタルシフトを強化し 事業拡大のための投資	粗利率・コスト効率 向上のための投資

ブランディングバンク

3.提携パートナー（業界別）の強化

業界別の提携パートナーとの取り組みを強化し、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。

建築・不動産業界パートナー

リビン・テクノロジーズ	ミカタストア
COMVEX	iYell（イエール）
新大陸	LIFULL

Branding Technology

業界パートナーと当社のお客様を招き
共催セミナーを開催し業界認知を向上

4 .組織内部の強化（DX推進／フロント人材育成）

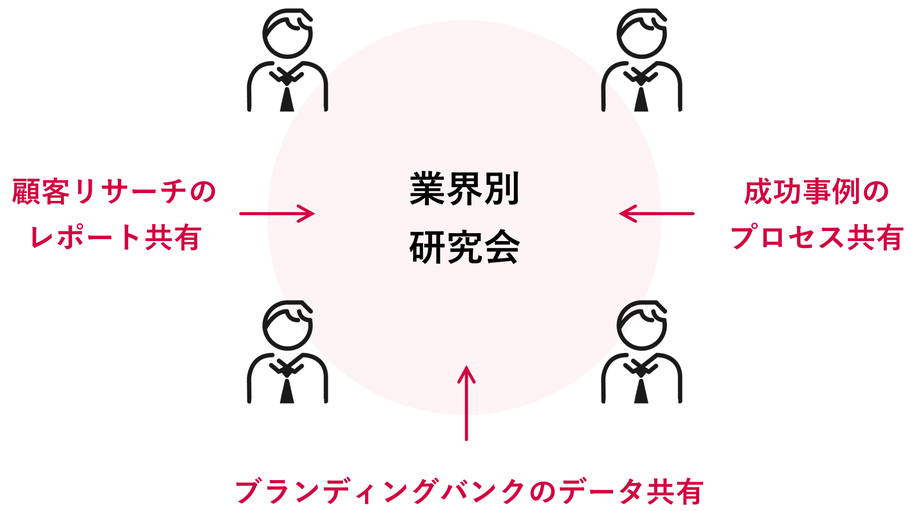
DX推進

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だけではなく、「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。

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

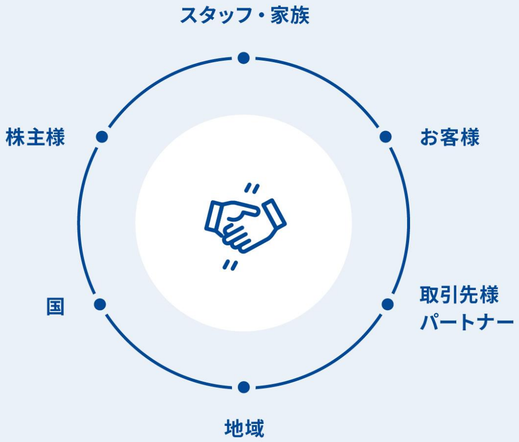
⇒ブランディングバンクを軸に
コンサルティング

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。



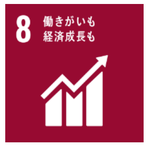
- ✓ **中小・地方企業様への支援を通じて、地域社会及び地方創生に貢献していきます**
- ✓ **グループ経営において、グループ各社、各スタッフのブランドを研鑽できる環境創り、副業人材の活用等を含むダイバーシティを推進していきます**
- ✓ **ESGへの積極的な配慮と適切な情報開示を進めていきます**
- ✓ **SDGsへの取り組みを通じて、社会問題の解決に努めます**

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

Brand Planning

CI / Product / Service

Inner Branding

Outer Branding

Communication Design

Contents Creative

Branding Technology

Digital Marketing

Ad Technology

AI / Iot / RPA

HR Tech

Marketing Automation