

# ブランドとテクノロジーでデジタルソフト支援 提携拡大でサービス提供強化

ブランディングテクノロジー 木村裕紀代表取締役社長に聞く

上場1年銘柄に注目

ブランディングテクノロジー(7067・東)は、中小企業向けにメディア・コンテンツ制作を通じたブランド確立やデジタルマーケティング支援を行っている。事業は、中小企業のブランドを形作る「ブランド事業」、マーケティング、DX(デジタルトランスフォーメーション)デジタル変革の課題を解決する「デジタルマーケティング事業」、国内外での協働体制でWebサイトの制作およびデジタル広告の運用・開発サービスを提供する「オフショア関連事業」の3つ。6月21日に新規上場から1年を迎えた。これまでの歩みを振り返るとともに今後の展望について木村裕紀代表取締役社長に聞いた。

——上場から1年を振り返って。

「当社は『ブランドを軸に中小、地方企業のデジタルソフトを担う』ことをミッションにしている。中小企業様のブランディングに特化した企業として初めて上場した。上場を経て信用力が向上し、営業活動や事業連携などがやりやすくなったと感じている」

——事業環境はいかがでしょう

「主要事業領域であるインターネット広告市場は年々

拡大し、いまやテレビ広告を上回る規模へと成長。今後、ますます勢いを増していくことが予想される。中小企業や地方企業のデジタル化が進む余地は大きい。デジタルマーケティングとDX化推進を合わせた案件などを含め、顧客ごとの需要に適応した戦略を打ち出していく」

——御社の強み、特徴を教えてください。

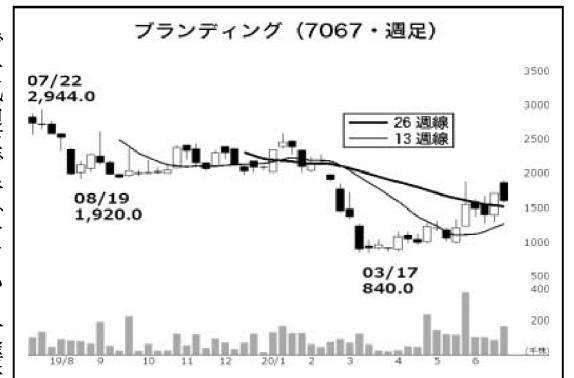
「ブランドとテクノロジーを掛け合わせたマーケティングおよびデジタルソフト支援に特化している点が強み。経営の上流から顧客と関わる独自の『フロント人材』が、戦略立案から

告出稿、コンサルティングまで一気通貫で手掛けている。デジタルソフトを総合的に支援する存在として高い評価を得ており、その結果、3200社のアクティブ顧客を抱えるまでに至る」

——前期の振り返りと事業の進捗について。

「2020年3月期は、売上高51億6100万円(前期比3・4%増)、営業利益6300万円(同56・8%減)となった。デジタルマーケティング事業は大型顧客の獲得により、売上高は前期比で伸長。一方で、新型コロナウイルスの影響により、もともと需要を見込んでいた1〜3月に案件獲得機会の減少やキャンセル・納期遅延が発生した」

「現在は、ウェビナー(W



eXセミナー)や自社ホームページにおける情報発信の強化など、営業活動のオンライン化の流れに心じた案件獲得の施策を打ち出している。直近では、ライトアップ社との業務提携により中小企業の資金調達ニーズに応えるなど、新型コロナウイルスで打撃を受けた全国の中小企業様の支援体制を強化している」

——成長戦略をお聞かせください。

「この先は経済産業省が警鐘を鳴らす『2025年の崖』問題も待ち構え、中長期的な事業成長・競争力強化に向けたデジタルソフトの需要が一段と加速するだろう。中小企業様や地方企業様の良きパートナーとして、この領域に取り組みたい。また、後継者不足を背景に中小企業のM&A市場が活発化している。今後も増加が見込まれる中小・地方企業様の事業承継と承継後のブランディングにより特化した成長支援を行っていく」

——最後に株主還元策に対する考え、投資家の皆さまへ一言お願いします。

「まずは本分の事業への成長投資を優先し、将来の安定配当に向けた基盤を作っていくればと考えている。当社が特化している中小企業様の広告市場は、売り上げ単価が低いため大手広告代理店は参入しない。『デジタルソフト』という国を挙げて推し進めるテーマに即する企業として、中長期的な成長にご期待いただきたい」

| 企業名  | ブランディングテクノロジー  |
|------|--|
| 事業概要 | 種多、ブランド×テクノロジー、領域での業務提携が拡大している。引き続き、『ブランドを軸に中小、地方企業様のデジタルソフトを担う』ミッションを追求できる機会を増やしていく |
| 上場日  | 2019/6/21  |
| 初値   | 4825円  |