



2021 年5月 14 日

各 位

会 社 名 ブランディングテクノロジー株式会社

代表者名代表取締役社長 木村 裕紀

(コード:7067 東証マザーズ)

問合せ先 経営管理本部長 松原 祐輔

(TEL. 03-6455-3117)

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について
記

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開 催 日 時 2021 年5月 14 日(金)午後3時よりウェブサイトで配信開始

開 催 方 法 当社ウェブサイトで IR 会社説明会の音声・動画配信

配信後、5月 21 日までウェブサイトでご質問を募り、5月 28 日に回答をウェブ
サイトで公開

開 催 場 所 当社ウェブサイトの IR 会社説明会

https://www.branding-t.co.jp/ir/2021034q_movie/

説明会資料名 2021 年3月期通期決算説明会資料

https://www.branding-t.co.jp/pdf/ir/2021034q_document.pdf

【添付資料】

1. IR 会社説明会資料

なお、本会社説明会では、2021 年5月 21 日午後1時までご質問を受け付け、後日、主なご質問と回答をウェブサイト上に掲載する予定です。

掲載する質問内容は要約し、お名前・メールアドレスなどの個人情報は公開いたしません。

ご質問は、「お問い合わせフォーム」から受け付けます。お電話でのご質問は受け付けておりませんのでご了解願います。「お問い合わせフォーム」に必要事項、内容をご入力願います。

必須項目をご記入の上、個人情報利用同意にチェックいただき送信してください。

※お問い合わせフォームにご入力いただきました個人情報は、IR 会社説明会のご質問回答のために適正に利用させていただきます。

以上

2021年3月期 通期決算説明会資料

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



会社概要

Company Profile

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。



中小企業様を取り巻く経営課題

これまで中小企業様が抱えていた以下の経営課題は、コロナ禍によりデジタルシフトが急務となり、各課題の重要度、緊急度が高まっている。

当社は「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」ことで課題解決に導く。

中小企業様が抱える経営課題

- ✓ 自社のブランドが不明瞭で、社内外に一貫性のある発信が出来ていない
- ✓ CMOが不在で、事業、マーケティング戦略が立てられない
- ✓ CDOが不在で、自社のデジタルシフト戦略が立てられない
- ✓ 予算が限られているため、大手総合代理店やPR会社に依頼ができない
- ✓ 業界に合った集客やマーケティングノウハウがない
- ✓ 何からすれば良いのか優先順位がわからない

コロナ
禍

After

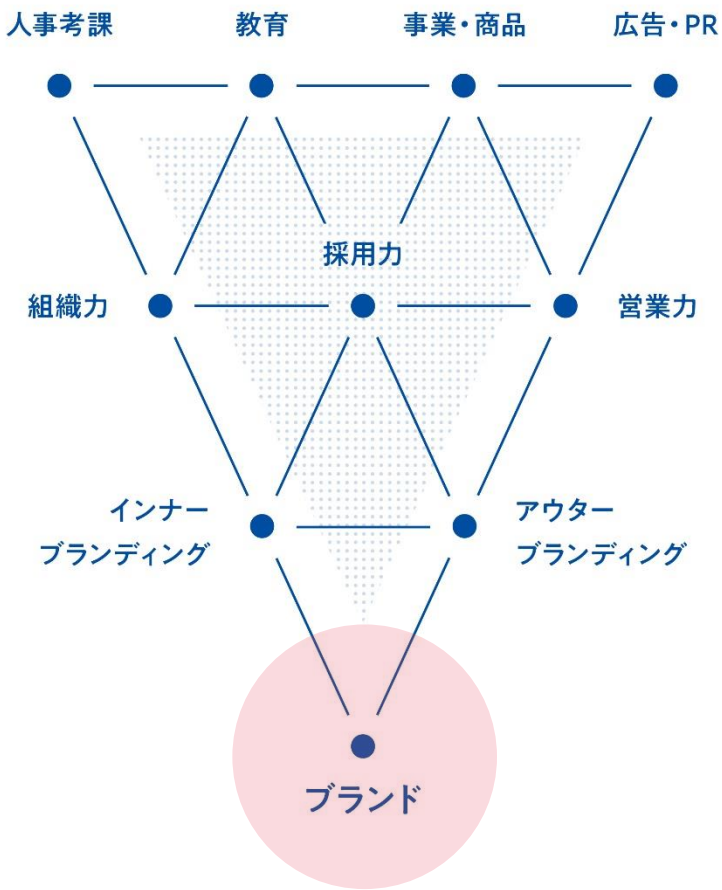
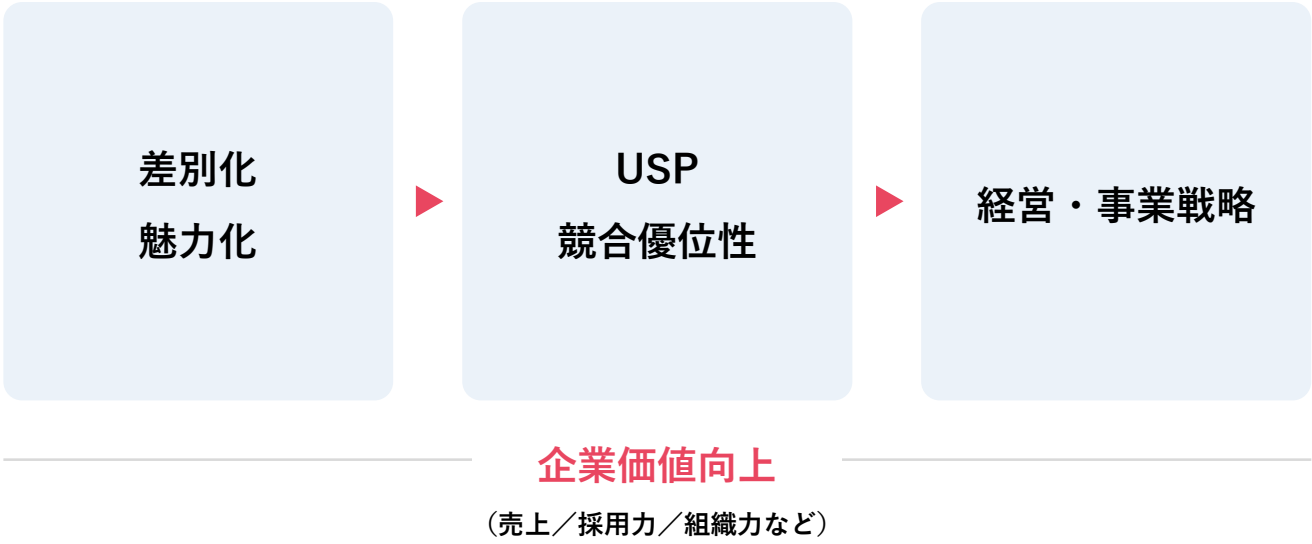
事業活動のデジタルシフトが急務に
課題の重要度・緊急度が高まる



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。

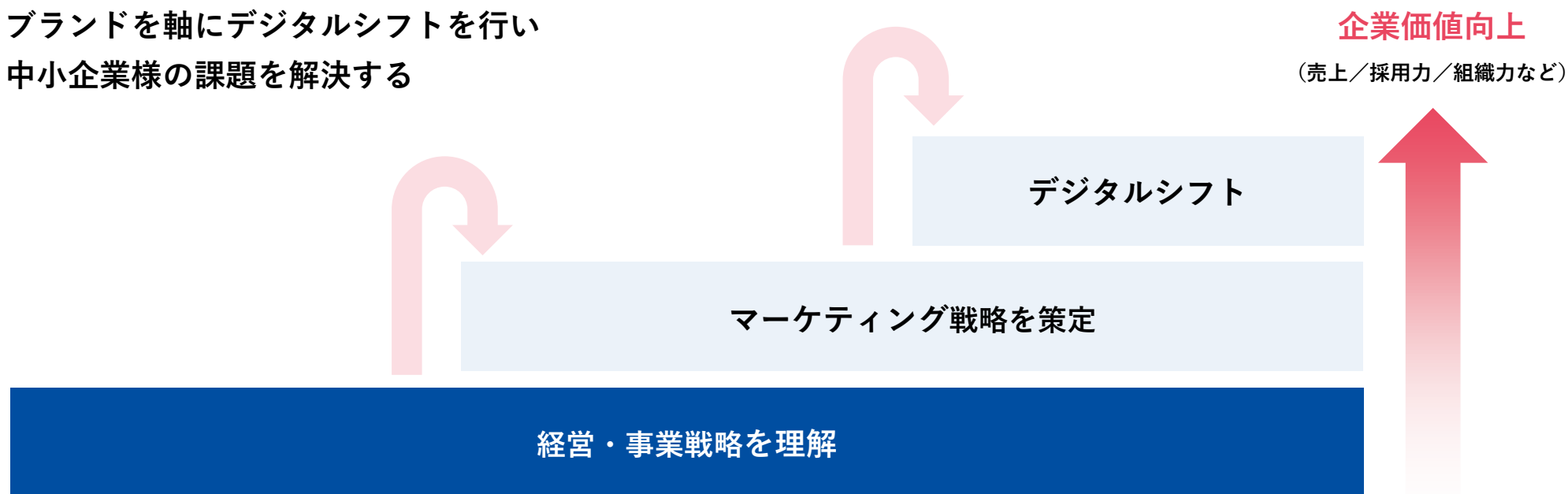
企業のブランドである「らしさ」を明確にすることで差別化、魅力化に繋がり、USP（競合優位性）を軸に営業や採用、組織など含む経営・事業戦略を考えることで、企業価値向上に貢献します。



マーケティング起点のデジタルシフトの考え方

中小企業様におけるデジタルシフトは、経営・事業戦略を理解した上でマーケティング戦略を考え、局所的なデジタル化や効率化ではなく、企業価値向上を目的としたデジタルシフトを行うことが重要だと考えます。

ブランドを軸にデジタルシフトを行い
中小企業様の課題を解決する



ミッションと戦略

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

事業領域

対象グループ

課題する解決

中小・地方企業様向け
ブランド×デジタルシフト

 Branding
Technology

各業界ごとの勝ちパターンを構築し
業界特有の課題を解決します

中堅・中小企業様向け
デジタルシフト

ノウハウ・人材不足によるデジタルシフトへの遅れ
を解消しデジタルマーケティング／DXを推進します

コンテンツマーケティング
フリーランスネットワーク

 FUNGRY

企業ごとのらしさをコンテンツで表現し
競合との差別化をはかります

地域産業の振興・SDGs
オフショア

 AZANA
VieTry

品質の高いオフショア機能を持つだけでなく
地場企業の支援を通じ地域課題を解決します

事業領域 1 中小・地方企業様向けブランド×デジタルシフト

各業界ごとの勝ちパターンを構築し、業界特有の課題を解決

事業内容

ノウハウ

不動産／歯科・医療／建築／製造業

業界特化ノウハウ開発

歯科タウン／イエジン等の業界特化メディア運営

実績

経営サポート会員

約3,000社

体制

経営／事業／ブランド／マーケティング戦略
業界特化ノウハウを活かし戦略立案



フロント人材

業界別ユーザー調査／勝ちパターン体系化
成功事例・ノウハウ発信

業界別研究会

ソリューション

中小・地方企業様のブランドを明確化し、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

中小・地方企業様における課題解決



同業界における地域内での差別化を実現

データ化・オンライン化による集客の効率化

事業承継後のブランド課題（※）を解決

（※）ブランドの再構築や発信、内部統制など

事業領域 2 中堅・中小企業様向けデジタルシフト

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

事業内容

実績

デジタルマーケティング顧客数

約400社

(中堅・中小企業様に特化)

Google/Yahoo認定パートナー



体制

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

ソリューション

事業戦略上のDX課題を解決し、デジタルマーケティングで集客効率・成果の最大化をはかる

デジタルマーケティング × DX

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

事業領域 3 コンテンツマーケティング／フリーランスネットワーク

企業ごとのブランド「らしさ」をコンテンツで表現

事業内容

体制

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+』

ソリューション

豊富なクリエイターネットワークで様々なコンテンツ表現を実現

コンテンツマーケティング×フリーランスネットワーク

中堅・中小企業様における
コンテンツ課題解決



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

事業領域 4 地域産業の振興・SDGs／オフショア

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

体制



【アザナ】沖縄を拠点に地域振興を行う
広告運用や制作のオフショアも持つ



【ベトライ】ベトナムを拠点に地場企業の支援を行う
制作・システム開発のオフショアも持つ

取り組み



有性生殖・サンゴ再生支援協議会への参画



コロナ差別を無くす「ゆいマスクプロジェクト」支援

ソリューション

オフショアで培ったノウハウで地場企業を支援。地域・自治体を巻き込み地域課題解決する

地域産業の振興×SDGs

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

当社の競争優位性

357万社・99%の中小企業様に対し、3つの競争優位性をもち事業を展開

※中小企業・小規模事業者の数（2016年6月時点）の集計結果

体系化された業界別ノウハウ



不動産
歯科・医療
建築・工務店
製造業

3,200社超の豊富な顧客ネットワークを活かし、業界・事業規模別に体系化した成功メソッドを開発。ブランドとデジタルマーケティングの領域を掛け合わせて課題を解決。

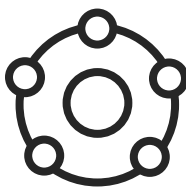
フロント人材



経営戦略
事業戦略
ブランド戦略
マーケティング戦略

中小・地方企業様に対し、経営戦略、事業戦略、ブランド戦略、マーケティング戦略を一気通貫で支援ができるフロント人材を育成。

5Steps



戦略企画
クリエイティブ
経営サポート
広告
コンサル

戦略企画からコンサルまで一貫したワンストップ・ソリューションを提供。経営サポート会員に対し集客改善だけでなく、人材育成等も含む中長期的な事業支援を行う。

2021年3月期通期決算

Settlement

損益計算書

上半期はコロナウイルスの影響により売上・営業利益ともに昨年度比で減額。
下半期はニューノーマル時代に適応した組織をつくり回復基調。
創業以来19期連続増収、黒字経営を続けてきましたが、初の減収、赤字決算となった。

(単位：千円)

	FY2020	FY2021	増減額	増減率
売上高	5,161,101	4,420,196	-740,905	85.64%
営業利益	63,933	-114,481	-178,414	
営業利益率	1.24%	-2.59%		
経常利益	57,572	-116,176	-173,748	
親会社株主に帰属する当期純利益	42,257	-42,104	-84,361	

※当期における減損発生状況（単位：千円）
固定資産除却損：3,067（広島・名古屋営業所）
減損損失 4,570（大阪営業所）
持分法による投資損失 3,119（株式会社ソーシャルスタジオ）

貸借対照表

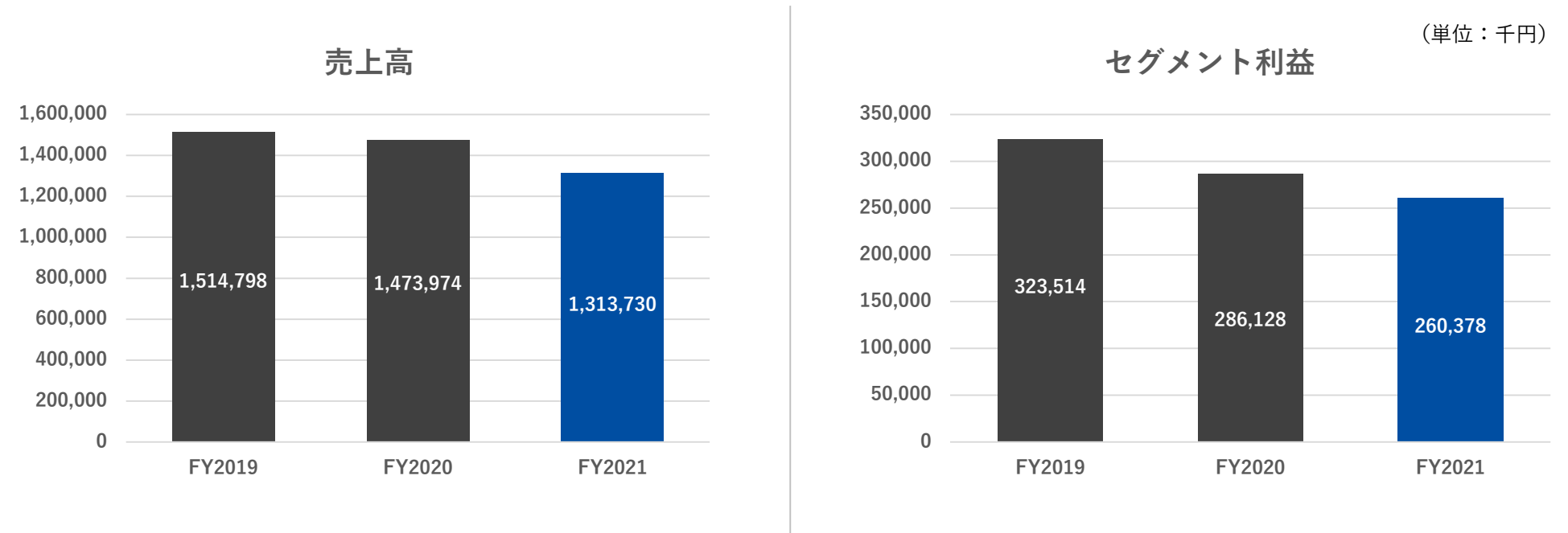
融資の実行、事業売却、販管費の適正化により「現金及び預金」は増加。経営の安定性を強化。

(単位：千円)

	FY2020	FY2021	増減額
流動資産	1,601,421	2,096,403	494,982
現金及び預金	913,467	1,529,072	615,605
固定資産	244,171	227,551	-16,620
総資産	1,845,593	2,323,954	478,361
流動負債	634,354	809,700	175,346
固定負債	104,754	461,438	356,684
純資産	1,106,484	1,052,815	-53,669

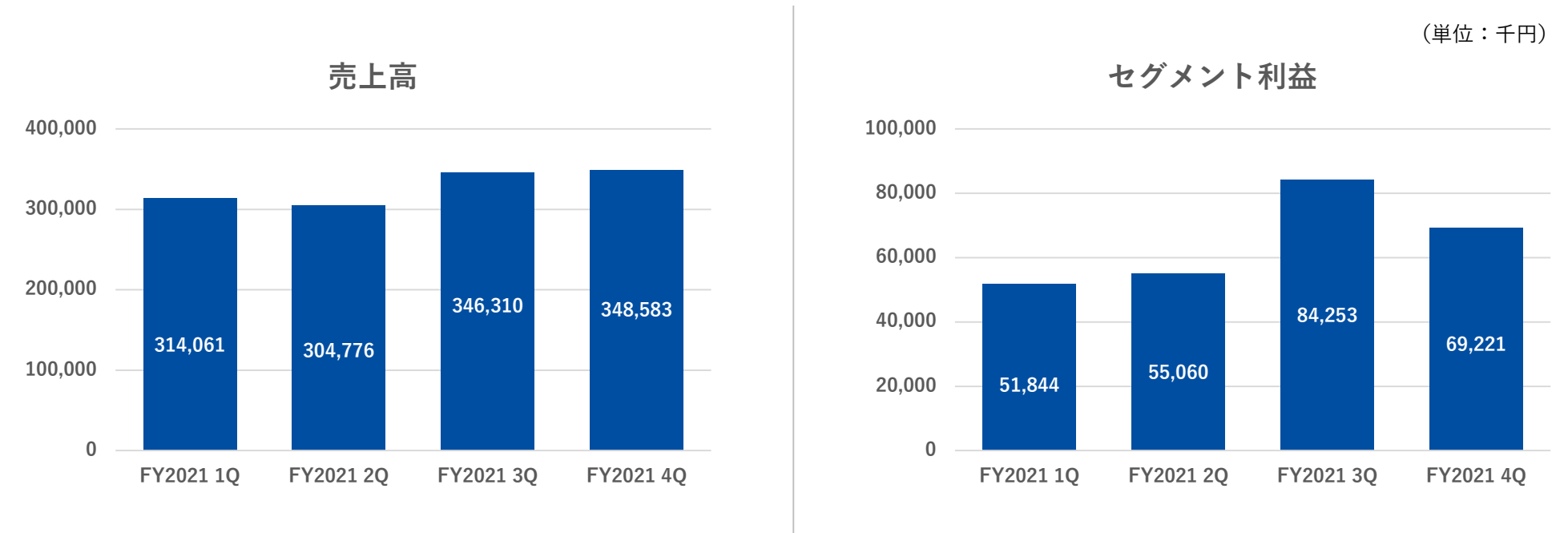
セグメント売上・利益（ブランド事業）

コロナ感染拡大の影響による営業機会の減少により売上高は減少
セグメント売上高は昨年度比89.1%、セグメント利益は91.0%



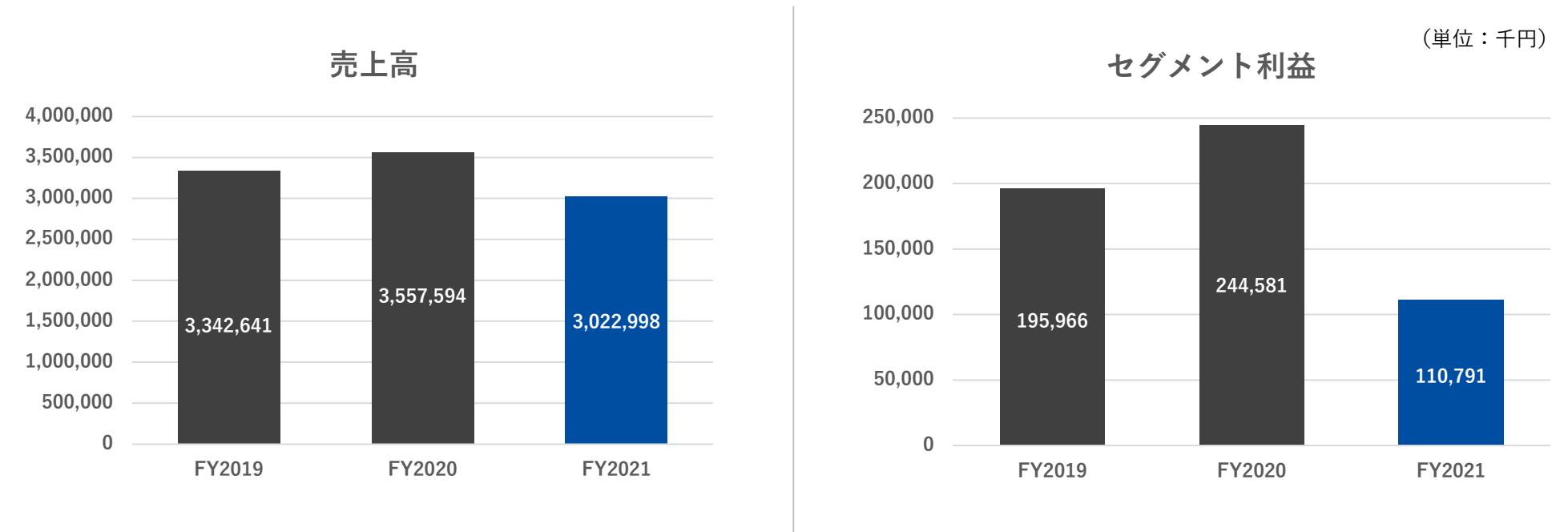
Q毎セグメント売上・利益（ブランド事業）

営業・マーケティング活動のオンライン最適化を行い、3Q以降は売上高は回復基調



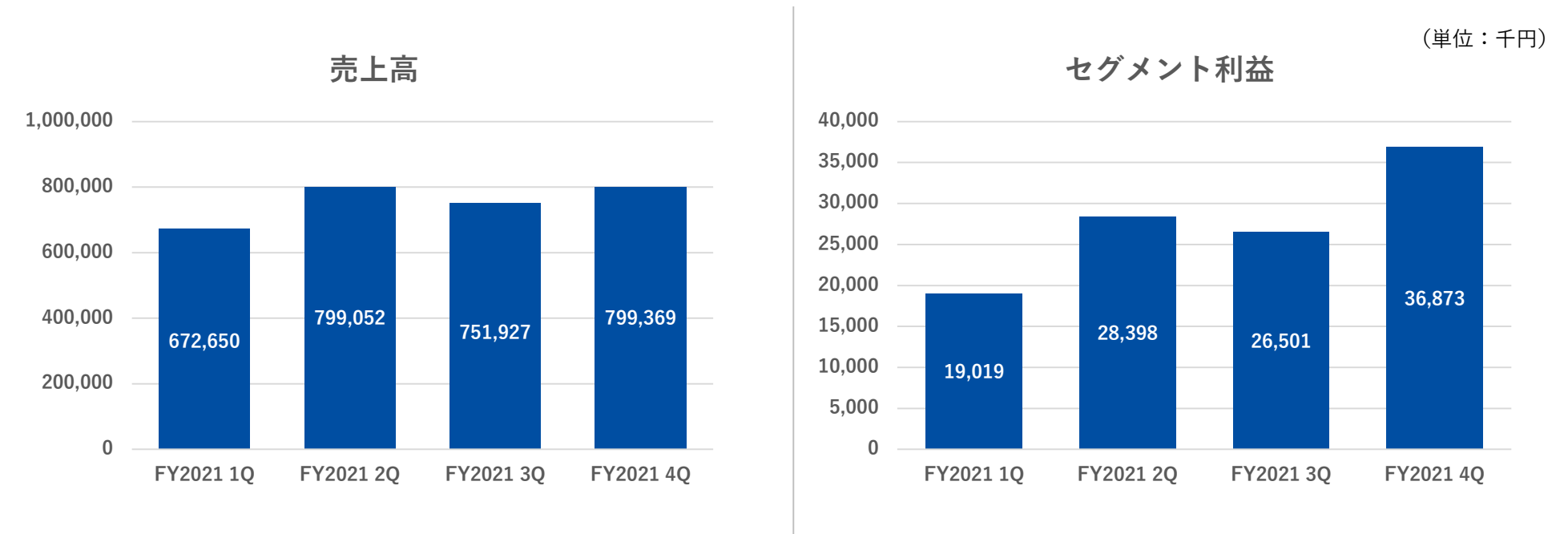
セグメント売上・利益（デジタルマーケティング事業）

上期は、コロナ感染拡大の影響による広告出稿抑制により売上高は減少
セグメント売上高は昨年度比85.0%、セグメント利益は45.3%



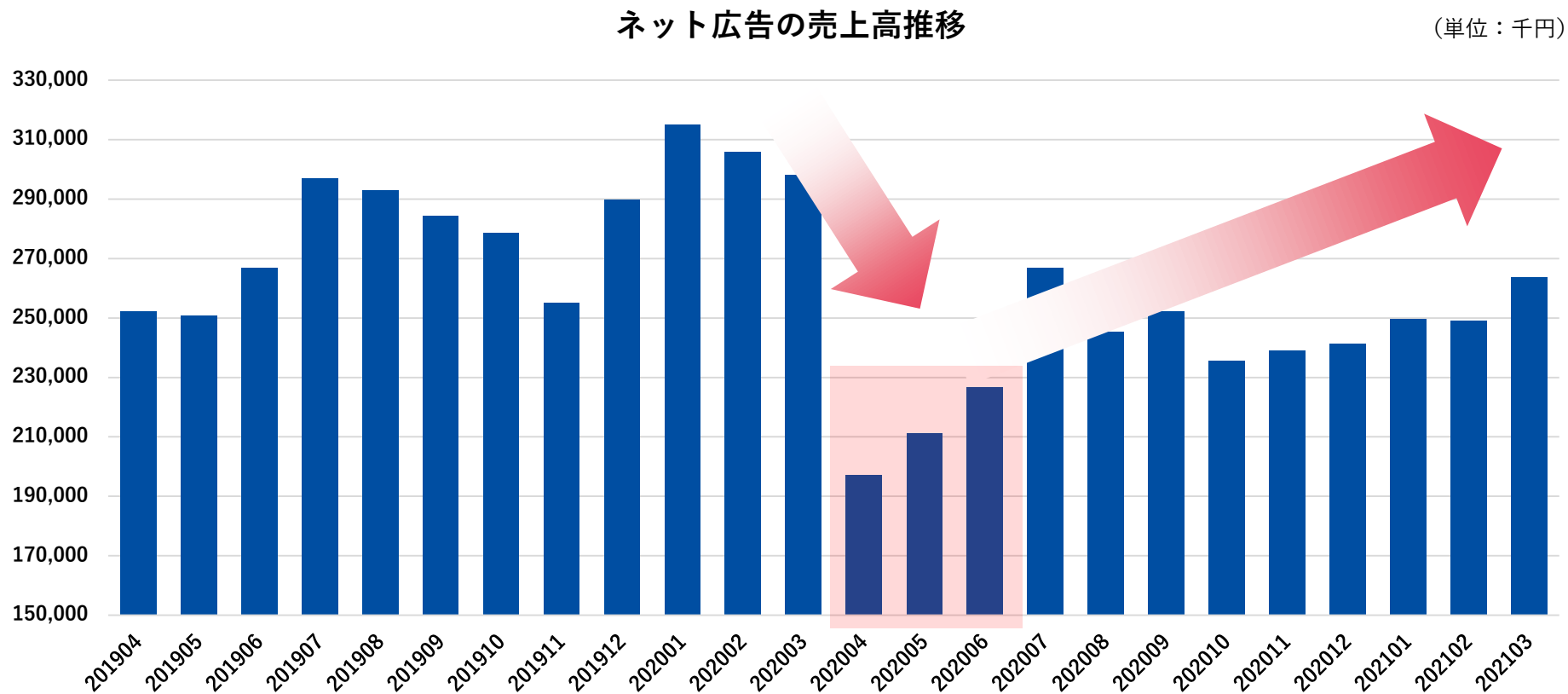
Q毎セグメント売上・利益（デジタルマーケティング事業）

1Qは緊急事態宣言の影響から、広告出稿を一時停止する顧客が発生



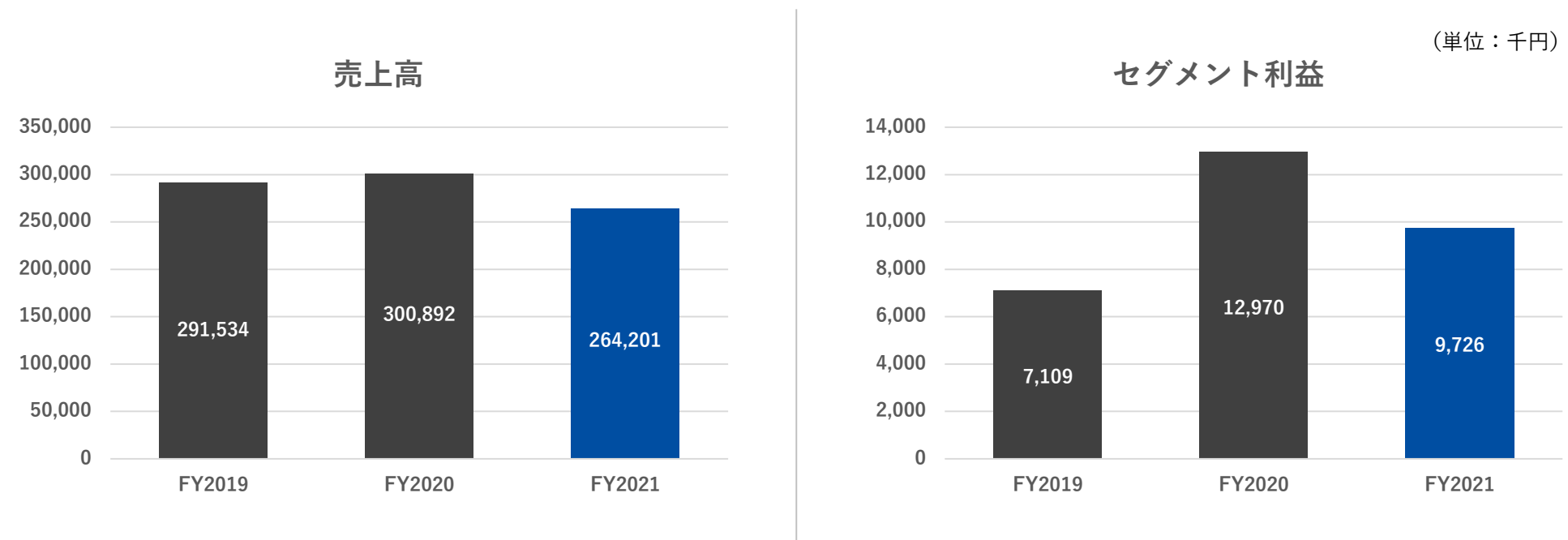
参考：インターネット広告売上高の月別推移

2020年4月～6月は緊急事態宣言の影響を受けて大幅に売上高が減少。7月以降は回復基調



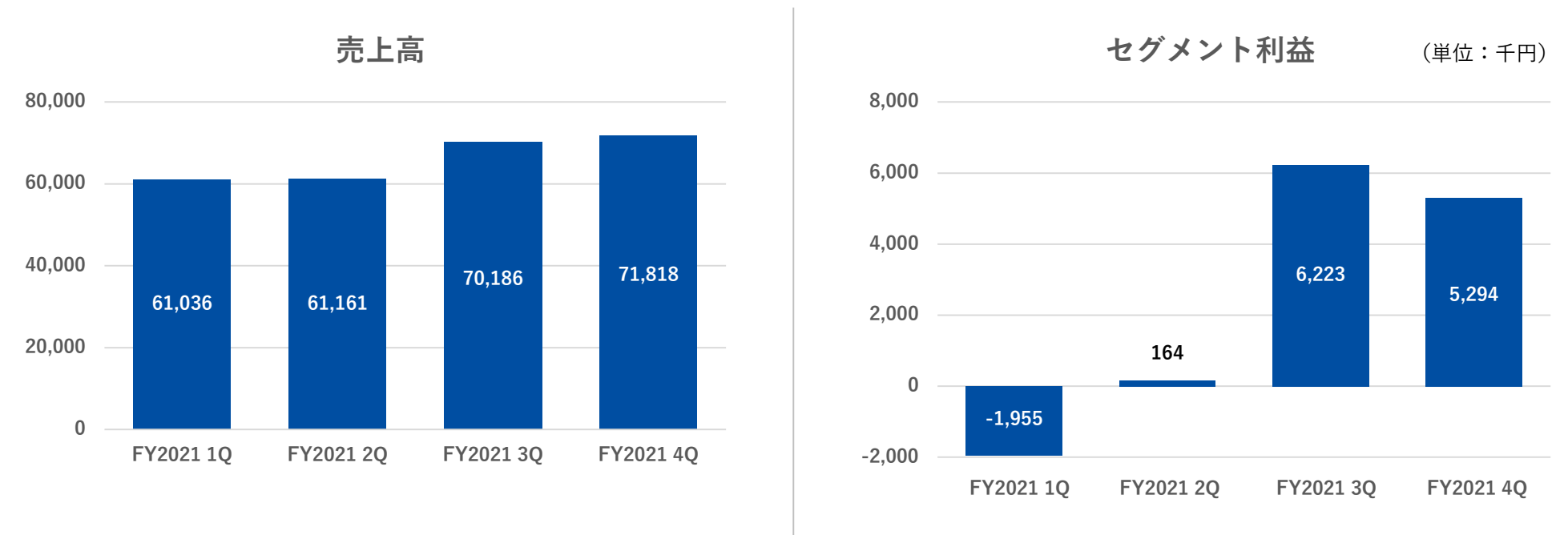
セグメント売上・利益（オフショア関連事業）

株式会社アザナは、コロナ感染拡大の影響を受け、沖縄県内企業の取引に影響
セグメント売上高は昨年度比87.8%、セグメント利益は74.9%



Q毎セグメント売上・利益（オフショア関連事業）

1Q、2Qはコロナウイルスの影響を受けたが、3Q、4Qは売上高・利益ともに回復基調



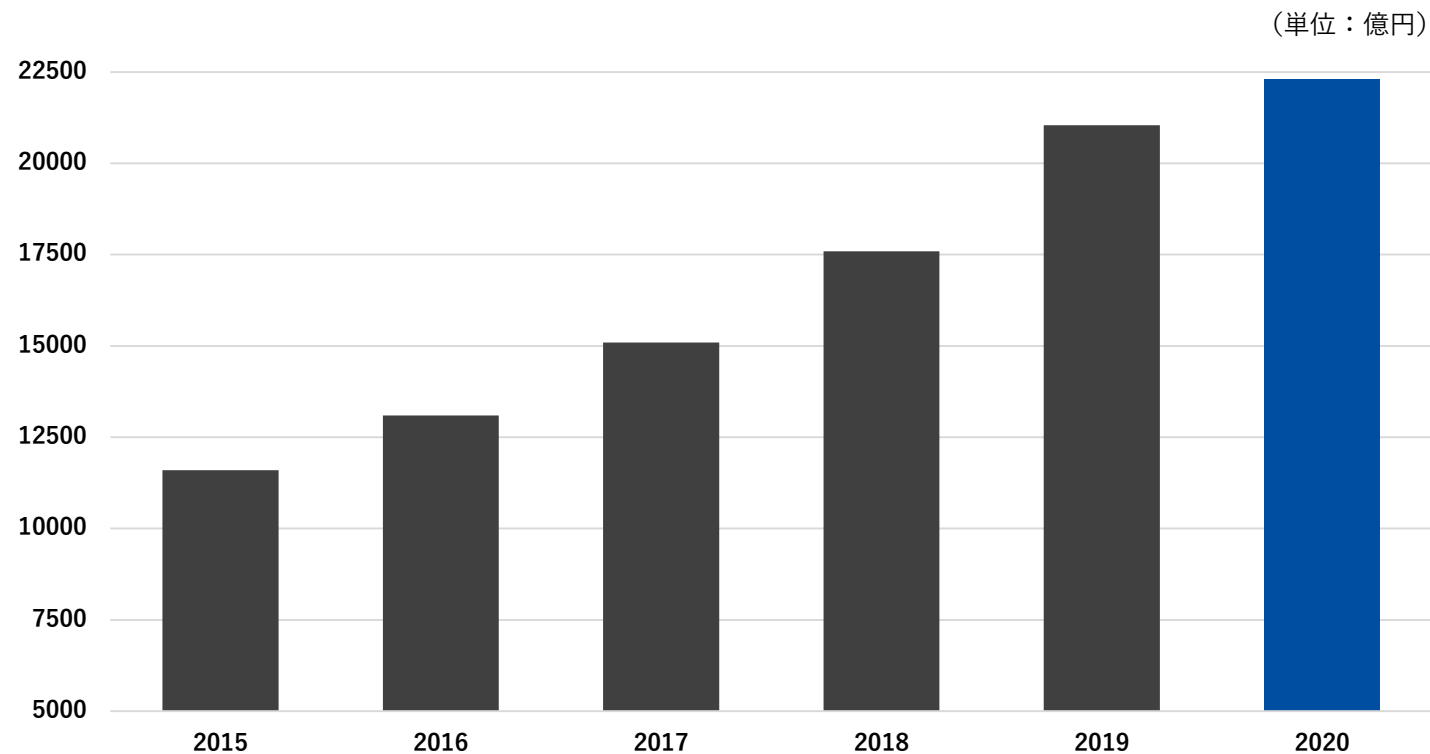
ニューノーマル時代への適応

Adjust

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

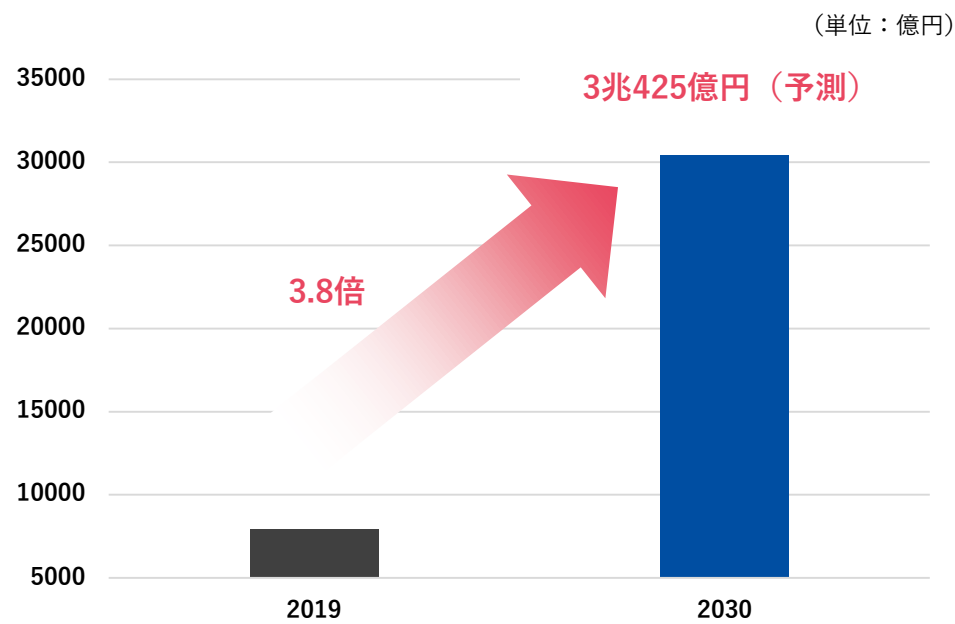
新型コロナウイルス感染症の影響により総広告費は6兆1,594億円（前年比88.8%）と落ち込んだものの、インターネット広告費は7年連続のプラス成長である2兆2,290億円（前年比105.9%）となった。



出展：電通「日本の広告費」

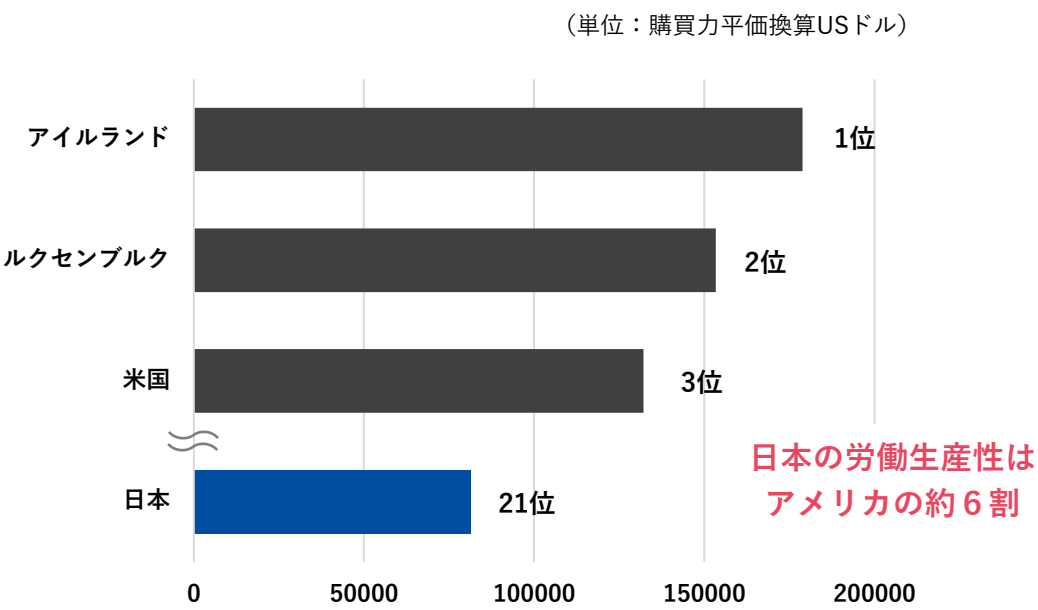
中小企業様のデジタルシフトニーズの拡大

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

経営サポート会員向けの学習サービスをローンチ

株式会社アガルートと共同で学習コンテンツを開発。

不確実性が高い時代の中で、中小企業様がブランディング、マーケティングの力で企業価値を高めるための支援を強化。

知識・経験ゼロからでもWeb担当者を育成可能



3

各ジャンルの現役講師がコンテンツ制作

Web担当者養成プログラム

講師紹介

講師紹介	講師紹介	講師紹介
 マーケティング / SNS 黒澤 友貴	 ブランディング / クリエイティブ デザイナー 松井 寛志	 クリエイティブ (コピー) コピーライター 和田 裕史
 クリエイティブ (動画) 映像ディレクター 内藤 一樹	 SEO / アクセス解析 Webアナリスト 小田 昇	 インターネット広告 Web広告プランナー 青木 誠

© Branding Technology Inc.

※コンテンツパートナーの(株)アガルート所属

7

ノウハウ提供・人材育成を行い、経営サポート会員が抱える人材と集客両面の課題解消に導く。

顧客獲得チャネルをオンライン化

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

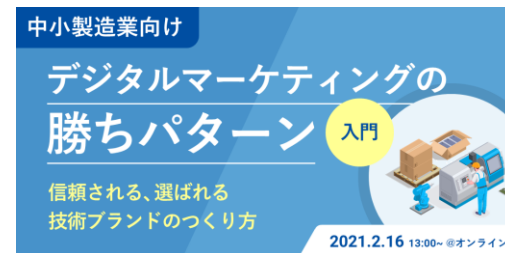
職種	 マーケティング	▶	 セールス	▶	 ディレクター／コンサルタント	▶	 カスタマーサクセス
ノウハウ	業界特化型の メソッド発信	業界特化ノウハウを 活かした課題解決				1社1社に合わせた 経営サポート	
オンライン化	オンラインセミナー 開催	オンラインでの 企画・提案				オンラインでの カスタマーサクセス支援	
獲得チャネル	自社メディア・地銀提携・パートナー						

マーケティング強化、営業のオンライン化、提携パートナー数を増加

顧客獲得チャネルをオンライン化

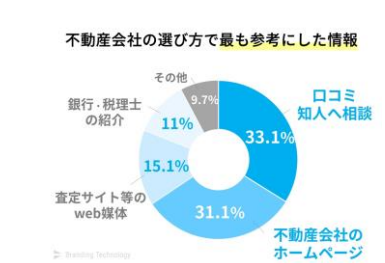
中小企業様の成功メソッド（勝ちパターン）を体系化し、オンラインセミナー強化

業界特化で オンラインセミナー開催



申込者数：658名
(2020.10.1~2021.3.31)

アフターコロナ時代の 中小企業勝ちパターン体系化



ダウンロード数：957件
(2020.10.1~2021.3.31)

提携パートナーの強化

業界別の課題解決、営業強化に向け業界パートナーとの提携を強化

提携日	業務提携先	目的
2020年10月7日	ガゼルキャピタル株式会社	ガゼルキャピタル社の出資先であるレガシー産業のスタートアップ企業に対し、企業価値向上及びブランド価値向上をサポートする。
2020年11月13日	株式会社ヘッドウォータース	中小・地方企業様の経営課題をデジタルトランスフォーメーションの推進によって解決し、顧客へのサービス価値を高めて双方の事業を発展させる。
2021年3月24日	株式会社オークファン	オークファン社は小売・流通業向けのトータルEC支援ソリューションを展開しており、Web広告およびデジタルシフト・デジタルマーケティング領域を支援する。
2021年4月1日	株式会社新大陸	オウンドメディアからアーンドメディアを連動させたプロモーションを提供できる体制を構築し、建築業界全体のデジタルシフトを加速化させる。
2021年4月8日	リビン・テクノロジーズ株式会社	一括査定サイトによる集客増加～オウンドメディア構築～成約数を上げる各種ツールを両社の持つノウハウを用い顧客に提供し、業界全体のマーケティング及びブランド向上に寄与する。

業績総括

セグメント別事業の要約

- ブランド事業：セグメント売上高は昨年度比89.1%、セグメント利益は91.0%
- デジタルマーケティング事業：昨年度比85.0%、セグメント利益は45.3%
- オフショア関連事業：昨年度比87.8%、セグメント利益は74.9%

コロナによる影響

- 営業機会が一時的に減少したことにより、新規顧客の獲得数減
- 緊急事態宣言により既存顧客の広告出稿停止

今後の見通し

ニューノーマルに適応したサービス体制を上半期に整え
スポット売上高、インターネット広告の売上ともに回復基調

新たな打ち手

- ✓ 業界特化のノウハウをもとに、アライアンス強化、新サービス開発
- ✓ 経営サポート会員向けの学習支援サービスをローンチ
- ✓ フロント人材がデータをもとに戦略提案ができる仕組み構築

成長戦略

Growth Strategy

成長戦略 3つの柱

業界別のノウハウを研ぎ澄ます



不動産、工務店、製造業、医療業界を中心に、『業界別ブランド×デジタルの勝ちパターン』を体系化。フロント人材がノウハウを活用し、提供することで中小企業様が抱える課題を解決する。

高まるDXニーズを獲得する



地方・中堅・中小企業様のDXニーズが高まる中、蓄積したデジタルマーケティングのデータやノウハウを活かし中小企業、地方公共団体様のアナログ脱却、集客や採用効率の最大化を支援。

組織内部の強化

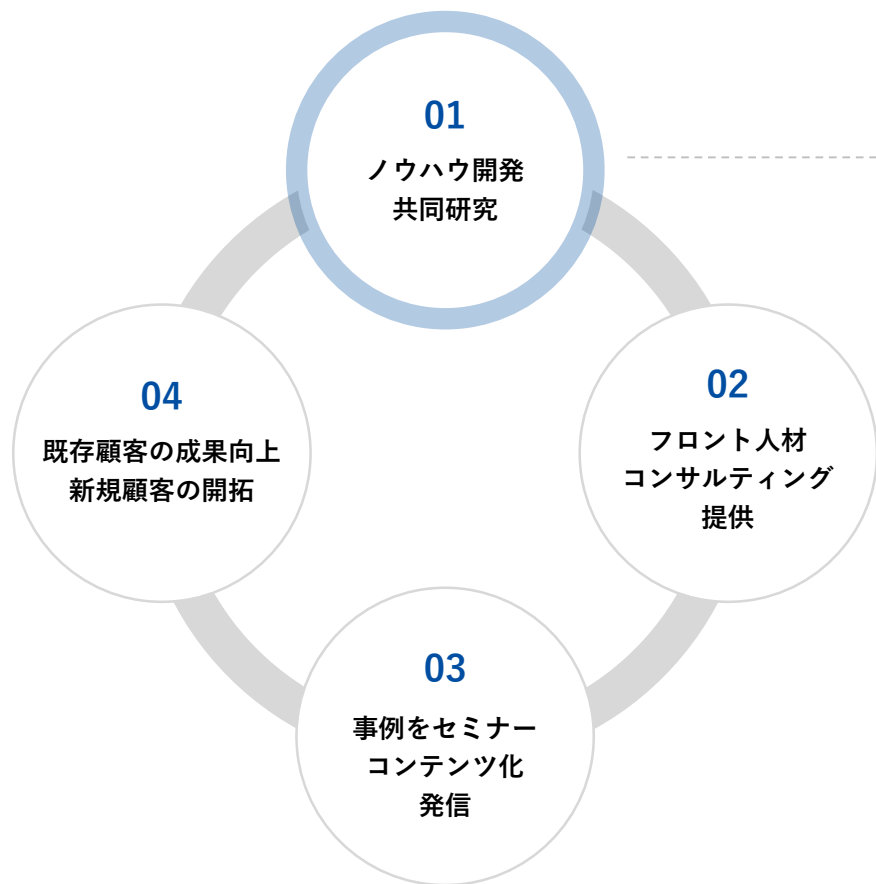


「マーケティング強化」「人事戦略」「DX推進」の観点から組織体制を強化。フロント人材における育成、ノウハウ活用、生産性向上から、総合的にフロント力を高めていく。

**ニューノーマルに適応するために築いてきた組織・サービス体制をもとに
加速する地方・中小企業様のデジタルシフトニーズを獲得に向けて動く**

成長戦略 1 業界特化ノウハウを研ぎ澄ます

不動産、工務店、製造業、医療業界を中心に、『業界別ブランド×デジタルの勝ちパターン』を体系化。



ケーススタディ

+

エビデンス調査

+

成功メソッド開発

=

業界ノウハウ

具体的な打ち手

- ✓ 業界ごとの研究会を立ち上げ、業界別ノウハウ開発とサービスを強化
- ✓ 経営サポート会員向けに、開発したノウハウを学習プログラム化し提供

重視する指標

- ✓ 業界特化の成功事例公開数
- ✓ ノウハウ開発のための調査・発表数

成長戦略 1 業界特化ノウハウを研ぎ澄ます

業界特化ノウハウの集大成として「ローカルビジネスカンファレンス2021」を2021年2月2日に開催。（申込者数：346名）



※以下登壇企業



業界特化ノウハウの発信だけでなく、市場全体にローカルビジネス領域における存在感を示した。

成長戦略2 高まるDXニーズを獲得する

蓄積したデジタルマーケティング・DX支援のデータやノウハウを活かし、
中堅・中小企業様、地方公共団体様のアナログ脱却、集客や採用効率の最大化を支援強化。

印刷会社・紙系広告代理店へのDX支援

提携パートナーとして顧客のDXニーズを獲得していく

印刷会社・紙系
広告代理店様向け

3,000万円超の
協業実績も！

WEB案件獲得による
売上げUP方法

▼このような方におススメ

- ・デジタル・WEB関連の案件を受け入れる体制がない
- ・人数が少なく提案リソースが足りない
- ・WEB関連のノウハウが乏しいためなかなかコンペに勝てない

お客様のニーズに合わせて様々なソリューションを提供

課題に合わせて手法を組み合わせ、弊社チームと連携パートナーも選定。グループ別ディングを行いプロジェクトを推進します。また、直接クライアントへご依頼いただく場合においても、依頼方法のサポートも行います。

リスティング広告	Webサイト制作	SEO コンテンツ制作	リーマールディング	メルマガ作成	ブランドページ 制作
紙広告・雑誌広告	L/F（パナー）制作	撮影・編集制作 YouTube	PRD	SNSキャンペーン	参加型イベント制作
ディスプレイ広告	採用サイト制作	イラスト デザイン制作	SPAメール購入	アプリ開発	CMS/システム導入
Influencer広告	Webシステム構築	メルマガ配信			
S/M/動画広告	E-commerce制作				
コンテンツSEO WEB					

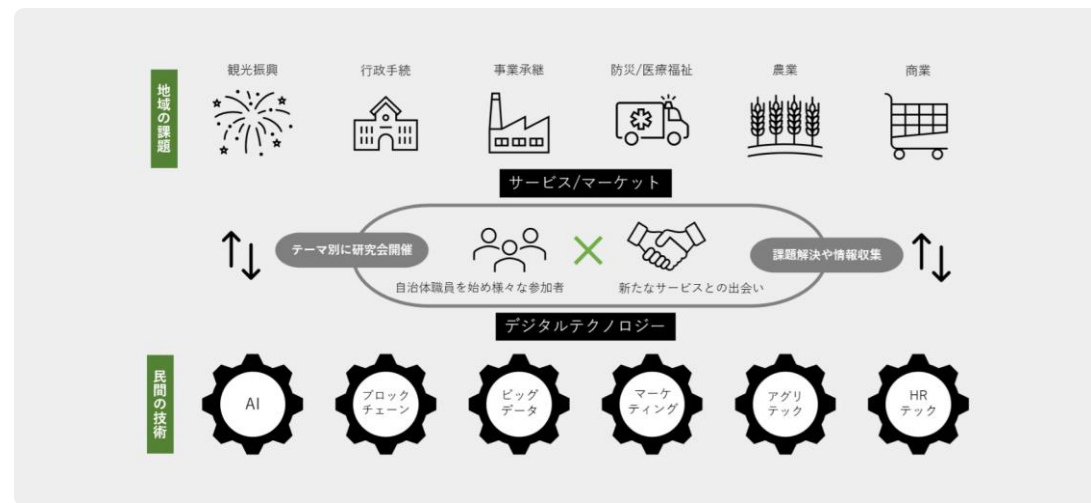
各種コンサルティング 中核的・創造的・分析的・戦略的「N&P CON」主眼点と高度なデジタルマーケティング

- DMP / ポスティング
- オナシ
- データ分析 / 活用
- モバイル / 環境制作
- インサイド
セールスマーケティング
- 企業文化 / システム
- DMP / 集客制作
- MMA / 企画制作
- IP / 企画制作
- チームビルド
パフォーマンス
- イベント企画

調査と連携したサービス提供

印刷会社・紙系広告代理店に対し、デジタルマーケティング、DX領域でのサービス提供支援を実施。協業により同社の顧客が持つDXニーズを獲得する。

地方公共団体DX研究会の立ち上げ

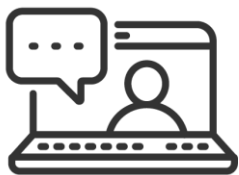


スカラ社との合併会社「ソーシャルスタジオ」の新規事業として「地方公共団体DX研究会」を立上げ、ワーキンググループとして最新の事例や効果、最先端のテクノロジーを発信していく。

成長戦略 3 組織内部の強化

方針：ニューノーマルで競争力を発揮する組織をつくる

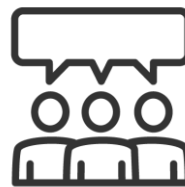
マーケティング強化



蓄積した顧客データやネットワークを活かし新時代に適応した顧客開拓

- ✓ 業界別研究会によるノウハウ蓄積
- ✓ 業界パートナー・自治体との提携強化
- ✓ オンラインでのリード獲得を強化

人事戦略



ナレッジ研修によるフロント人材強化とパートナーネットワーク強化

- ✓ フロント人材に対し蓄積したノウハウを活かしたナレッジ研修を実施
- ✓ パートナーネットワークを強化しフリーランス、副業人材の活用推進

DX推進



DX化による生産性改善だけでなく戦略のデータ化により属人化を解消

- ✓ 顧客情報だけでなくマーケティング戦略をデータベース化し活用できる状態を作る
- ✓ 社内データ整備と統合により経営状況見える化→意思決定を迅速化

ESG方針

Sustainability

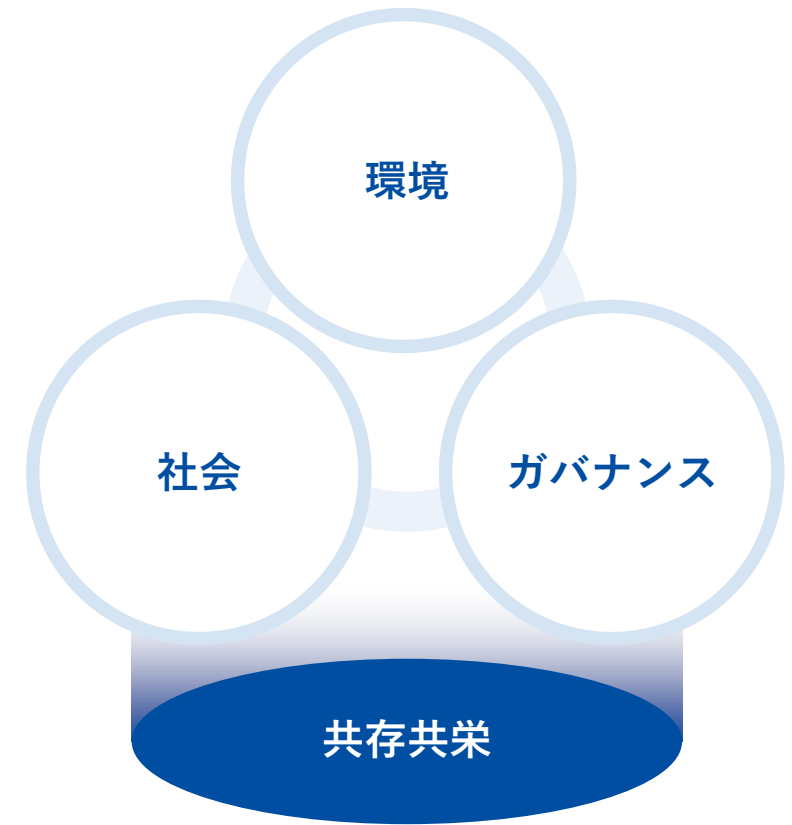
ブランディングテクノロジーグループのESG経営方針

当社グループでは、ミッションに「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」を掲げています。
これは、さまざまな課題を抱える中小・地方企業様の経営をサポートして、
「ブランド×デジタル」の力で生産性を高め、地域やその先にある国全体の
持続可能な発展・成長に寄与していく意志の表れです。

その根底には、創業時より変わらない経営理念に含まれている
「共存共栄」の考え方があります。
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。

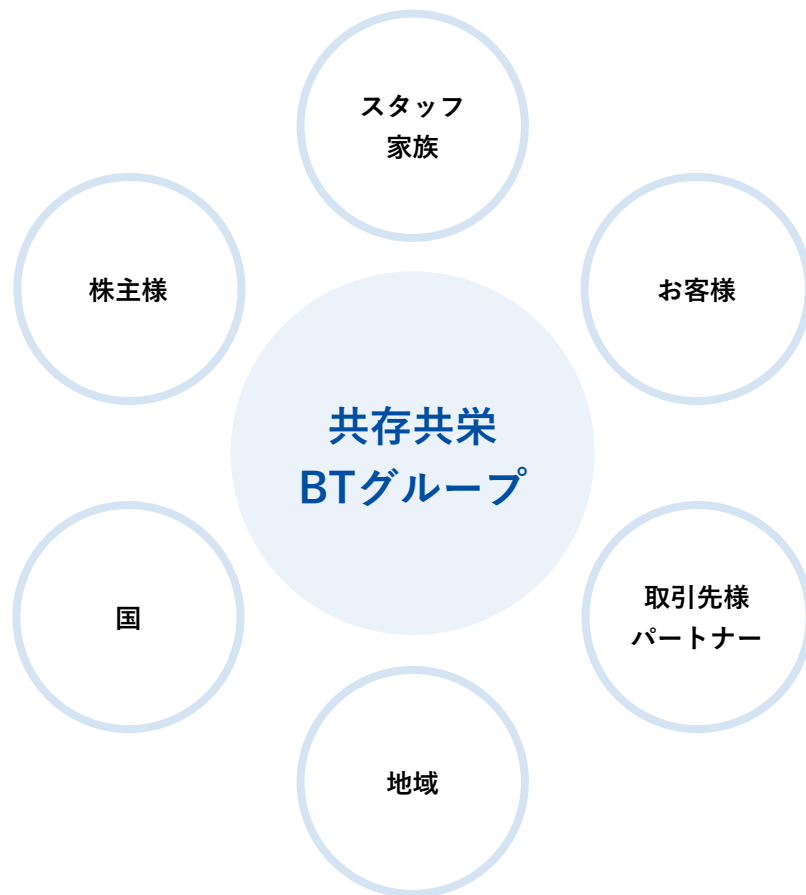
当社では共存共栄のグループ企業理念に則り、E（環境）S（社会）G（ガバナンス）
すべてに配慮しながら、経営を行なって参ります。

- ✓ 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



各ステークホルダーとの関わり

全てのステークホルダーと「共存共栄」し、長期継続的な生成発展を目指します。



本業を通じた地域社会への貢献

活動トピックス

ソーシャルスタジオ「地方公共団体DX研究会」を立上げ
地方公共団体が抱えるDX課題を解決。



福邦銀行と連携し中小企業にブランディングを啓蒙するための
セミナーを開催、地元企業へのブランディング支援も実施。



アザナ、コロナ差別を無くすための「ゆいマスクプロジェクト」へ参加
SDGsによる地域貢献活動を複数実施



さいごに メッセージ

日本の99.7%を占める中堅・中小企業の経営者様へ

現在新型コロナウイルスの影響により、世界、日本のGDPが大幅なマイナス、多くの業界で急激な売上減少となり、各社各様にご苦勞をされておられる現状かと考えます。企業経営の苦しい時ほど、

自社の社会的存在意義としての経営理念

社会に貢献する役割を明確にしたMission

自社が描く将来像や理想としてのVision

組織の価値観や行動指針としてのValue

に立ち返り、新たな外部環境下で競争力を発揮できる経営、事業、デジタルシフト戦略を立案し、苦しい局面を乗り越え成長していくべきだと考えます。

我々の掲げる「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」

Missionを追求する一大機会が到来しておりますので、多くの企業様に貢献できますよう、引き続き企業努力を努めて参ります。



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