

# Branding Technology Inc.

## 成長可能性に関する説明資料

2019.6 ブランディングテクノロジー株式会社



# 目次

## 1. 会社概要

---

## 2. 事業内容と強み

---

## 3. 事業環境

---

## 4. 業績の推移

---

## 5. 成長戦略

# 1. 会社概要 ～私たちについて～

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

——— その想いを、たしかな未来へ ———

ブランド×テクノロジーが、ビジネスを最大化させる。

ブランドを軸に中小企業様のデジタルシフトを担う。

# 1. 会社概要 ~はじめに~

## 日本に100年続く中小企業様を増やしていくために

中長期で発展する会社になるには  
自社の在り方を「**ブランド**」として明確にし  
株主、社員、顧客、取引先、地域社会、国といったステークホルダーと  
信頼関係の構築とコミュニケーションが求められます。

私たちは、**ブランドを軸に中小企業様のデジタルシフトを担う**ことを通じ  
長期発展する企業を増やすことで、日本の経済社会の発展に貢献します。

# 1. 会社概要 ～理念・ブランド～

## ■経営理念 ～私たちの存在意義～

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

経営理念を実現するために

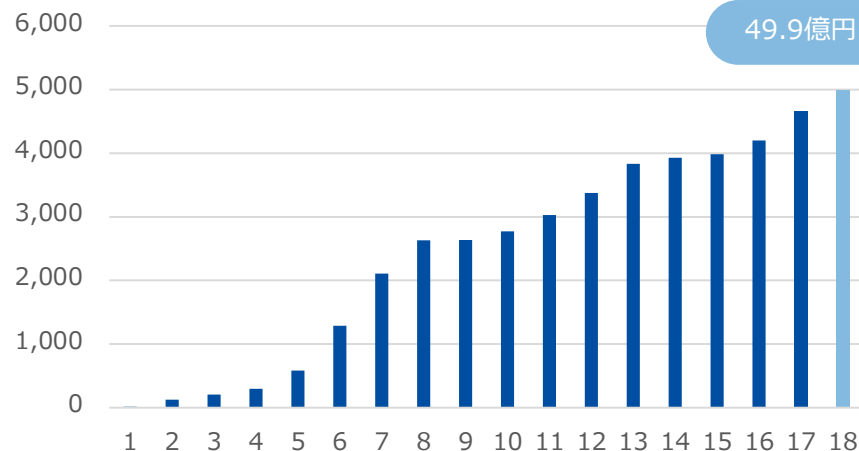
—10,000社の中小企業様に—  
ブランドファースト経営モデルを  
普及・導入を目指します。

# 1. 会社概要    ～企業情報～

|        |   |
|--------|---|
| 社名     | ブランディングテクノロジー 株式会社（2018年11月に株式会社フリーセルから社名変更）                            |
| 設立     | 2001年8月   |
| 資本金    | 9,950万円   |
| 所在地    | 〒150-0036 東京都渋谷区南平台町15-13<br>帝都渋谷ビル4F・5F                                |
| 代表     | 代表取締役社長 木村 裕紀   |
| URL    | <a href="http://www.branding-t.co.jp/">http://www.branding-t.co.jp/</a> |
| グループ会社 | VieTry Co. Ltd.<br>Branding Technology Asia Pte. Ltd.<br>株式会社アザナ        |
| 事業内容   | ブランド事業、デジタルマーケティング事業、<br>オフショア関連事業                                      |
| 拠点     | 東京、名古屋、大阪、広島、福岡、沖縄、<br>ベトナム、シンガポール                                      |
| 社員数    | 社員数：244名<br>※平成31年3月31日時点<br>※派遣社員、アルバイト及びパートタイマーを除く                    |

18期連続成長（連結売上高）

単位：百万円



※第14期から連結売上高となっております。

※第15期以前については、「会社計算規則」および「連結財務諸表規則」に基づき作成しておりますが、  
有限責任あずさ監査法人の監査を受けておりません。

# 1. 会社概要 ～経営メンバー～



## 代表取締役社長：木村 裕紀

2005年5月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）入社

2006年2月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）取締役

2009年4月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）代表取締役

2015年5月：一般社団法人ブランド・プランナー協会 代表理事に就任（現在は理事）

國學院大学中退後創業期のITベンチャー企業で新規事業立上げを経験

BtoB営業、営業戦略、組織の創り方を学び株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）に第5期よりCOOとして経営参画。当時3億円の売上を3期で7倍の21億円に成長させ、中小企業向けWebコンサルティングビジネスを立ち上げる。

9期より代表取締役に就任。



## 取締役：小川 悟

2002年7月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）入社

2009年4月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）

執行役員CS本部長に就任

2010年6月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）取締役に就任

2012年3月：Freesale Vietnam Co.,Ltd.（現VieTry Co.,Ltd.）General Directorに就任（現任）

# 1. 会社概要 ～経営メンバー～



## 取締役：野口 章

2007年12月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社） 入社  
2017年4月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社） 執行役員に就任  
2018年4月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社） 取締役に就任（現任）



## 社外取締役：進 護

1980年4月：三菱商事株式会社 入社  
三菱商事グループ内企業各社の  
経営企画室長や取締役を歴任  
2009年9月：三菱商事株式会社退社  
2010年12月：株式会社シンクロカンパニー  
取締役就任（現任）  
2018年1月：株式会社フリーセル  
（現ブランディングテクノロジー 株式会社）  
社外取締役（現任）



## 常勤監査役：野村 武史

1974年4月：兼松株式会社 入社  
2004年4月：兼松日産農林株式会社 入社  
監査室長 兼 法務・審査部長  
2008年4月：株式会社フリーセル  
（現ブランディングテクノロジー 株式会社）入社  
2015年6月：当社 監査役（現任）  
2018年2月：VieTry CO.,LTD. Auditor（現任）



# 1. 会社概要 ～経営メンバー～



## 社外監査役：中澤 隆

1990年4月：マツダ株式会社 入社

2004年4月：日比谷監査法人設立 代表社員 （現任）

2010年6月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）社外監査役（現任）



## 社外監査役：山崎 一夫

2013年6月：株式会社毎日新聞グループホールディングス 取締役専務執行役員

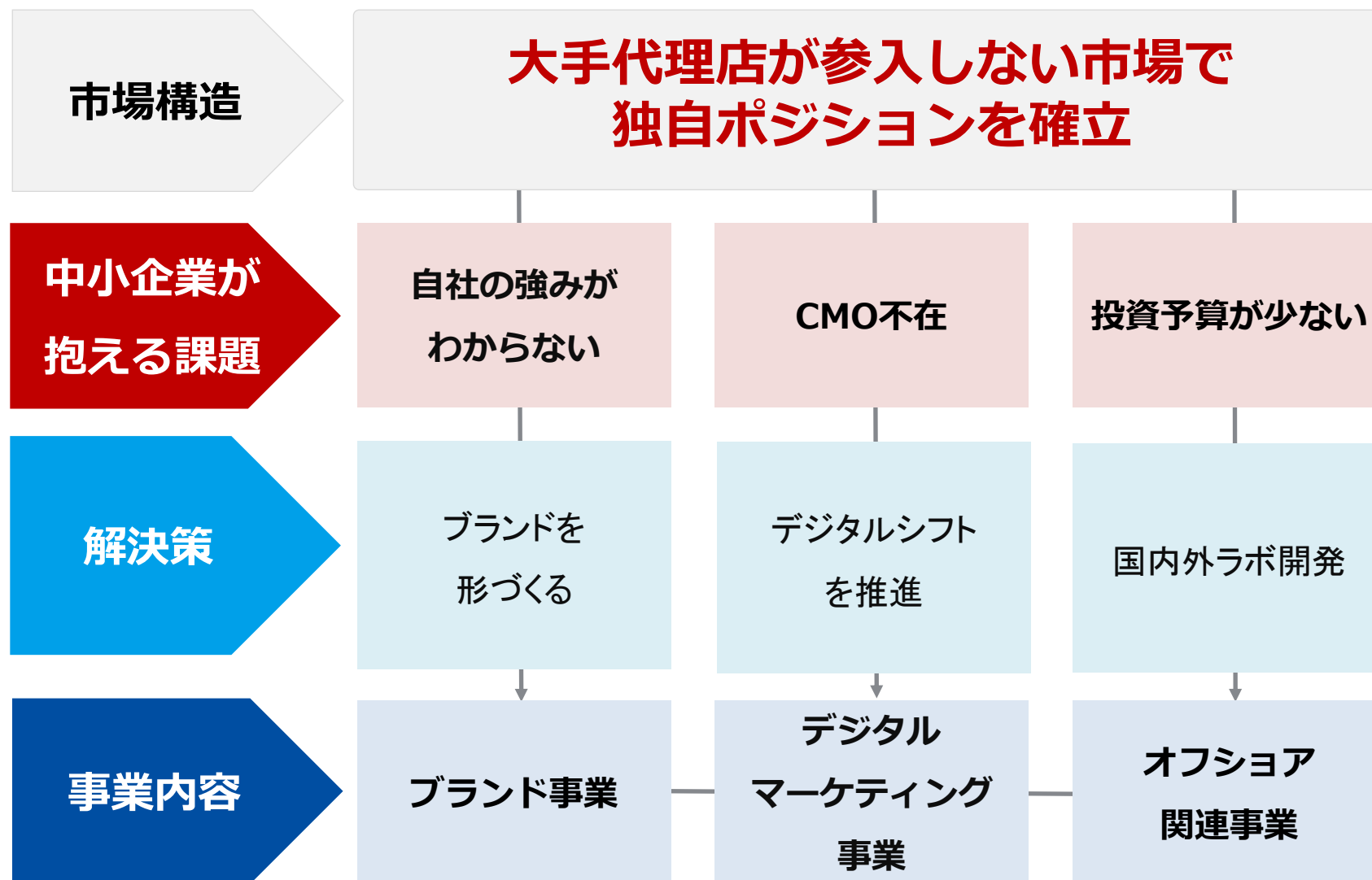
2014年7月：株式会社チエノバを設立 代表取締役社長（現任）

2016年11月：株式会社フリーセル（現ブランディングテクノロジー 株式会社）社外監査役（現任）

# 1. 会社概要 ～沿革～

| 年月       | 概要   |
|----------|--|
| 2001年8月  | 有限会社フリーセル設立<br>歯科医院専門ポータルサイト「歯科タウン」開設、販売開始                             |
| 2006年10月 | グーグルアドワーズ代理店に認定される   |
| 2007年12月 | オーバーチュアオンライン代理店に認定される  |
| 2010年4月  | 沖縄マーケティングセンター（現株式会社アザナ）開設  |
| 2012年3月  | ベトナムに現地法人FREESALE VIETNAM CO.,LTD.<br>（2019年「VieTry Co.,Ltd.」へ社名変更）を設立 |
| 2018年11月 | ブランディングテクノロジー株式会社へ社名変更   |

## 2. 事業内容と強み ～事業の全体像～



## 2. 事業内容と強み ～ブランド事業～

継続的な「経営サポート」でストック収益を積み上げる。



## 2. 事業内容と強み ～デジタルマーケティング

### 最新のアドテク活用＋パフォーマンス改善でストック収益化

#### 提供ソリューション

|              |                |                |
|--------------|----------------|----------------|
| リスティング広告     | 記事広告           | アクセス解析コンサル     |
| ディスプレイ広告     | MEO施策          | SEOコンサル        |
| リターゲティング広告   | Youtube / 動画広告 | SEO内部施策 / 外部施策 |
| 純広告          | LPO施策          | CRMコンサルティング    |
| コンテンツSEO     | EFO施策          | Indeed広告       |
| SNS広告        | E-book制作       | 求人検索エンジン対策     |
| デジタル連動DM     | アフィリエイト広告      | インフルエンサー活用     |
| デジタル連動ポスティング | MA導入・運用支援      | メールマガジン        |

**顧客数400**※2019年3月現在



当社はGoogle、Yahooの認定パートナーです。

## 2. 事業内容と強み ～オフショア関連事業～

ラボ拠点として低コスト・高品質を実現

更に地場の優良企業との取引で単体売上も獲得

### 提供ソリューション

オフショア開発

国内ラボ開発

ネット広告運用

国外Webサイト制作

国外DTP制作

コーディング業務

海外進出支援

コワーキングオフィス運営

AZANA

Power to your Website  
VieTry



## 2. 事業内容と強み ～フロント人材～

経営の上流から議論し、  
戦略企画ができるフロント人材が最大の強み

お客様



フロント人材



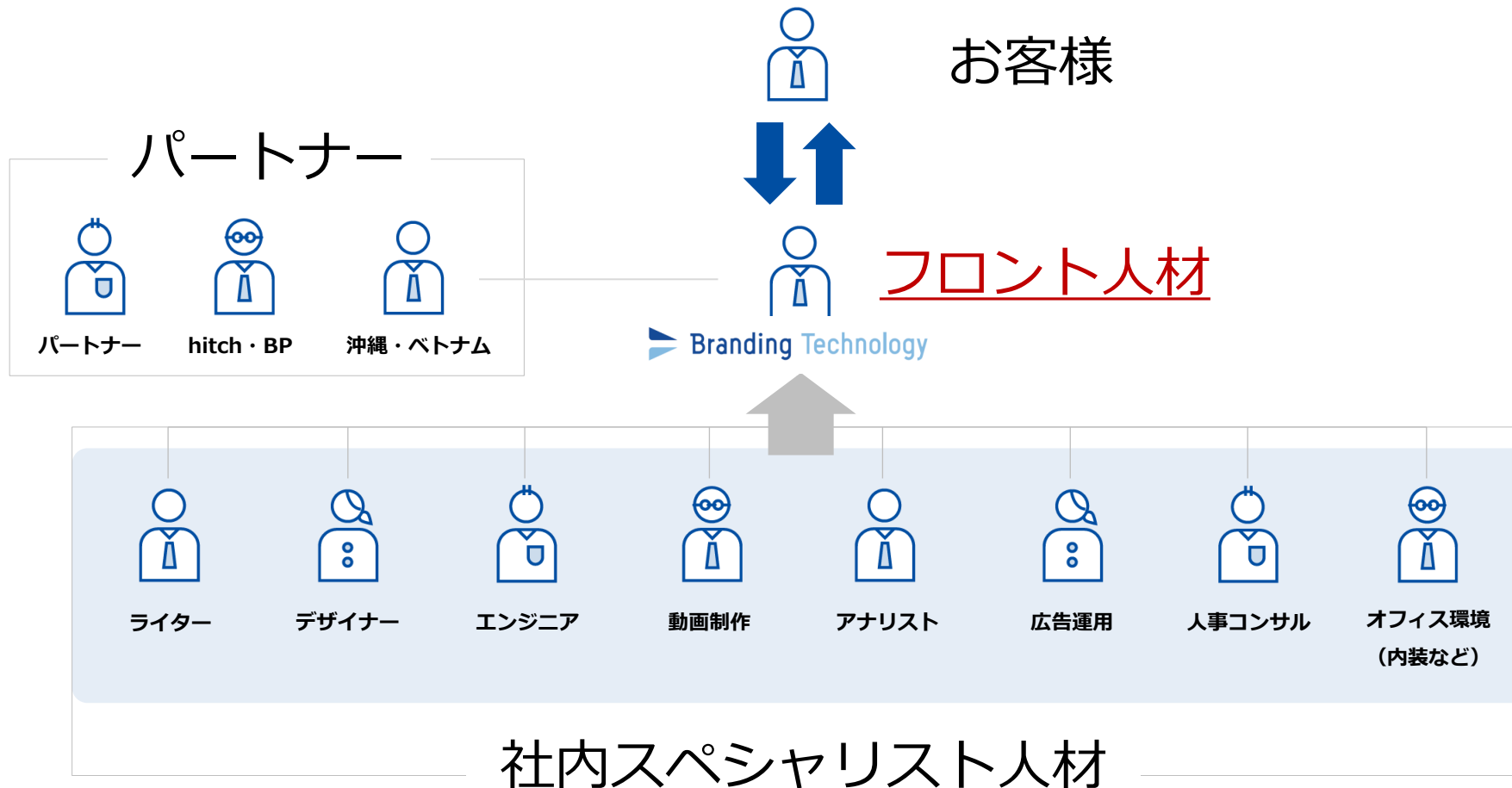
▶ Branding Technology



「経営戦略」  
「事業戦略」  
「ブランド戦略」  
「マーケティング戦略」  
における戦略企画

## 2. 事業内容と強み ～フロント人材～

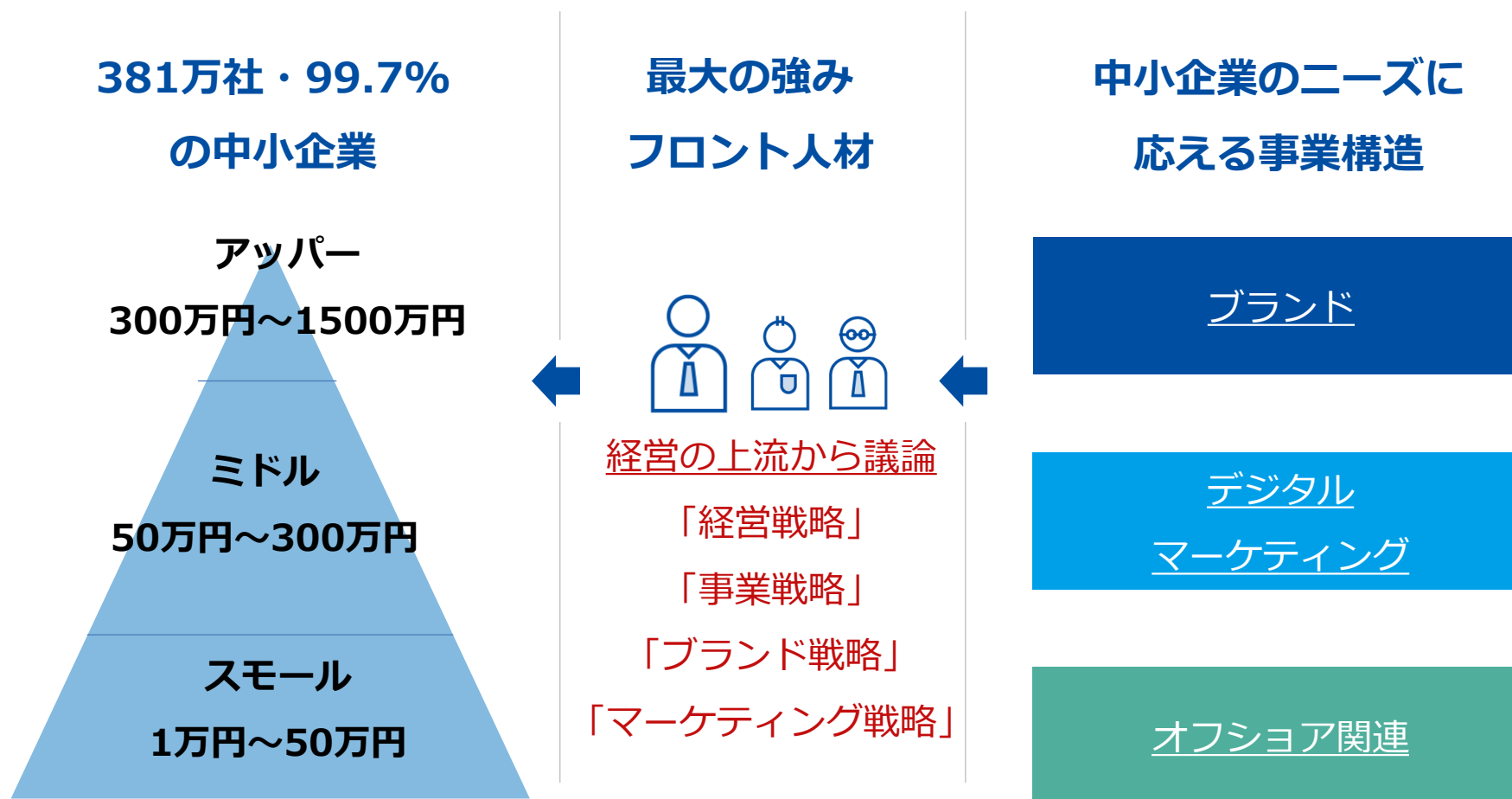
### フロント人材が社内外のスペシャリスト人材と最適な プロジェクトチームを結成





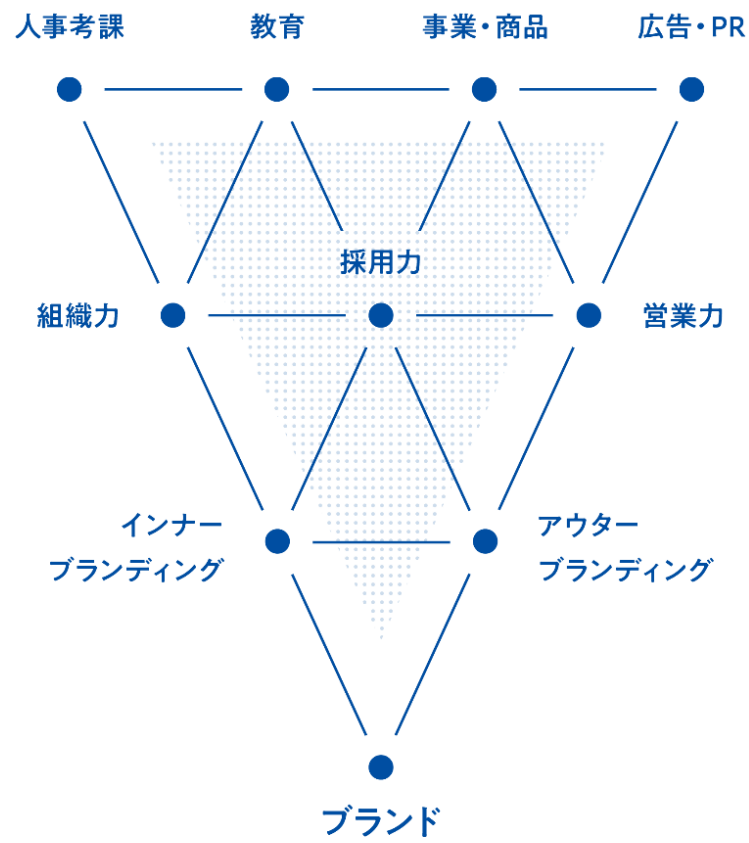
## 2. 事業内容と強み ～現在の事業全体像～

**381万社・99.7%の中小企業様に対し、フロント人材が経営の上流から関わり、3事業で多角的なソリューションを提供。**



## 2. 事業内容と強み ～ブランドファースト～

企業における“ブランド・らしさ”を明確化し、  
第一に考えることで一貫した企業活動を支援



## 2. 事業内容と強み ～5Steps～

### 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



## 事業内容と強み ～従来型のサービスとの違い～

ターゲットを中小企業様にフォーカス。

経営の上流から関与し、全体戦略の整合性を保ちつつ、  
成果を最大化することが可能



## 2. 事業内容と強み ～事例～

**当社を経営パートナーとしてお選び頂き、長期にわたり  
制作～コンサルティングまで幅広いソリューションを提供。**

採用力強化に向けたご相談を頂く

採用ブランディングを提供

採用サイト構築 + 経営サポートで継続取引

組織力強化に向けたご相談を頂く

人事コンサルティングを提供

人事制度構築 + 運用支援で継続取引



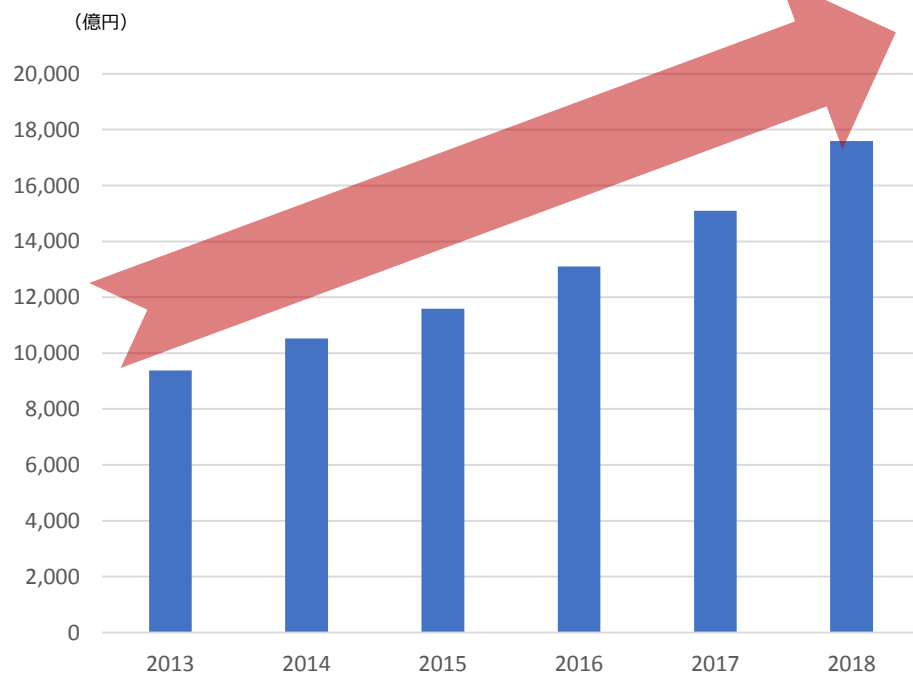
業種：旅館業  
社名：株式会社ホテル一井  
設立：1950年  
従業員：132名

## 事業環境 ～巨大な市場～

【 インターネット広告費 】

年平均**110%超**の

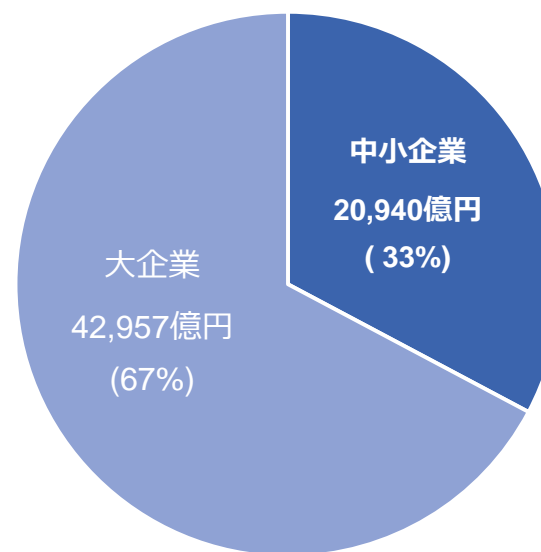
平均成長率で市場拡大



【 中小企業の広告費 】

日本の総広告費の

**33%**を占める



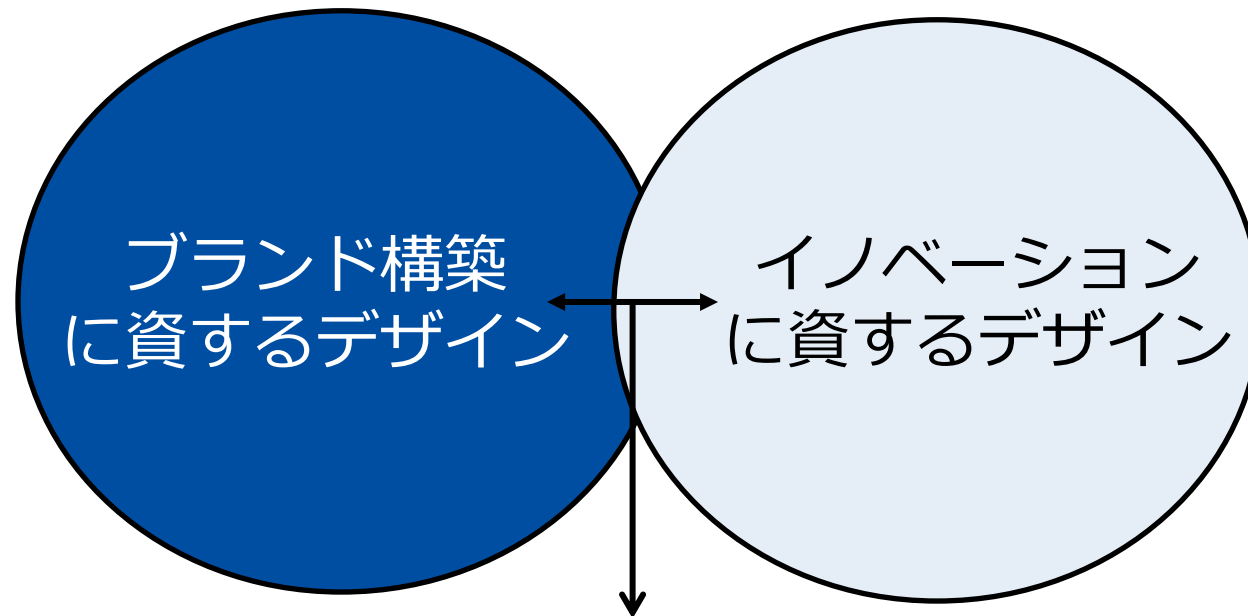
日本の総広告費 : **6兆3,907億円**

出所 : 平成29年中小企業実態基本調査、電通「日本の総広告費」

### 3. 事業環境 ～デザイン経営宣言～

経済産業省・特許庁が「デザイン経営」宣言を打ち出す。

小規模事業者の「デザイン経営」促進策も提言されている。



**「デザイン経営」の効果  
=ブランド力向上+イノベーション力向上**

### 3. 事業環境 ～中小企業とブランディング～



300人未満の中小企業様では78.9%が  
ブランディングに取り組めていない

Q あなたの勤務先でブランディングとして取り組んでいることをお選びください。（いくつでも）

|                          | 算出母数  | OUTER<br>ブランディング<br>(マーケティングなど) | INNER<br>ブランディング<br>(経営理念の共有など) | 人材採用<br>(リクルーティング) | IR対策<br>(株主向け情報発信) | その他  | 取り組んでいない／過去に取<br>り組んでいたがやめた | わからない |
|--------------------------|-------|---------------------------------|---------------------------------|--------------------|--------------------|------|-----------------------------|-------|
| 全体                       | 4,243 | 867                             | 836                             | 716                | 506                | 28   | 1289                        | 1547  |
|                          |       | 20.4%                           | 19.7%                           | 16.9%              | 11.9%              | 0.7% | 30.4%                       | 36.5% |
| 1～299人                   | 1,783 | 208                             | 170                             | 157                | 39                 | 13   | 854                         | 552   |
|                          |       | 11.7%                           | 9.5%                            | 8.8%               | 2.2%               | 0.7% | 47.9%                       | 31.0% |
| 300人以上                   | 2,286 | 643                             | 652                             | 546                | 464                | 13   | 376                         | 911   |
|                          |       | 28.1%                           | 28.5%                           | 23.9%              | 20.3%              | 0.6% | 16.4%                       | 39.9% |
| 非会社組織（公共機関など）、<br>無職、未入力 | 174   | 16                              | 14                              | 13                 | 3                  | 2    | 59                          | 84    |
|                          |       | 9.2%                            | 8.0%                            | 7.5%               | 1.7%               | 1.1% | 33.9%                       | 48.3% |



### 3. 事業環境 ～ブランディングの具体策～

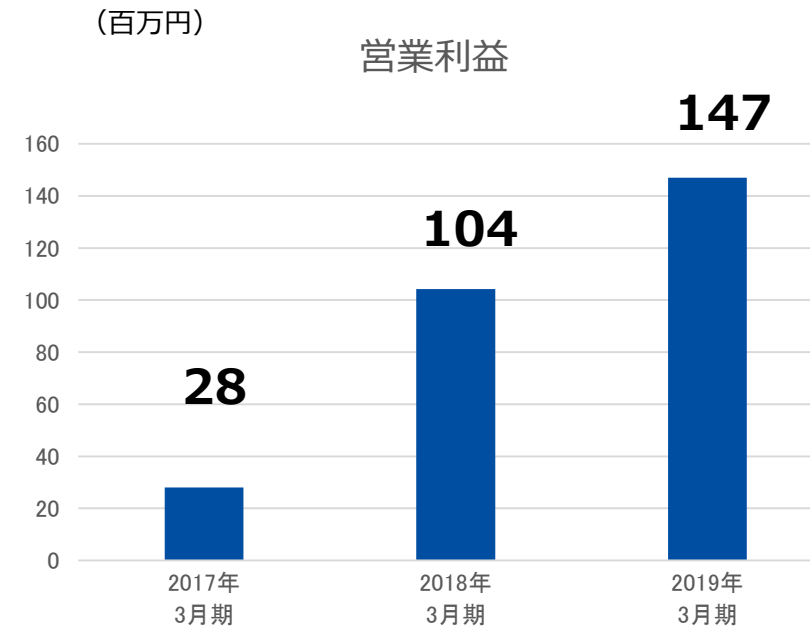
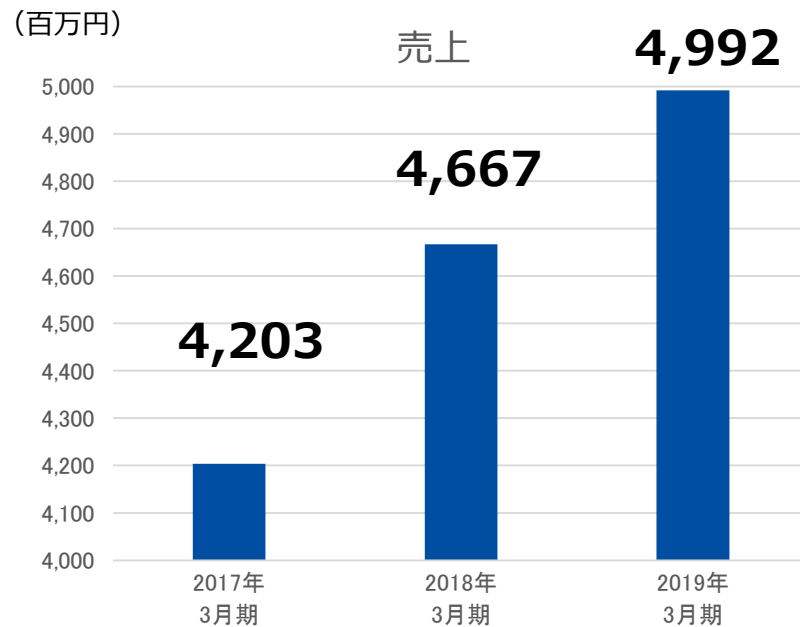
具体的な手法としてはWebサイト制作/リニューアル  
が多くブランド事業との相性がよい。



| Q あなたの勤務先でのブランディングの取り組み状況を教えてください。(各ひとつずつ) |         |          |          |       |      |
|--|---------|----------|----------|-------|------|
| 算出母数：1,407                                 | 取り組んでいる | 今後取り組みたい | 取り組んでいない | わからない | 無回答  |
| パンフレット制作                                   |         | 77       | 138      | 73    | 0    |
|  | 79.5%   | 5.5%     | 9.8%     | 5.2%  | 0.0% |
| Webサイト制作/リニューアル                            | 1,169   | 103      | 87       | 48    | 0    |
|  | 83.1%   | 7.3%     | 6.2%     | 3.4%  | 0.0% |
| SNS（Twitter、Facebookなど）活用                  | 489     | 143      | 605      | 170   | 0    |
|  | 34.8%   | 10.2%    | 43.0%    | 12.1% | 0.0% |
| ブランドメッセージ策定                                | 764     | 154      | 359      | 130   | 0    |
|  | 54.3%   | 10.9%    | 25.5%    | 9.2%  | 0.0% |
| ロゴ、CI、VIなど制作                               | 972     | 94       | 259      | 82    | 0    |
|  | 69.1%   | 6.7%     | 18.4%    | 5.8%  | 0.0% |
| イベント出展                                     | 954     | 84       | 295      | 74    | 0    |
|  | 67.8%   | 6.0%     | 21.0%    | 5.3%  | 0.0% |
| CSR活動                                      | 772     | 116      | 373      | 146   | 0    |
|  | 54.9%   | 8.2%     | 26.5%    | 10.4% | 0.0% |
| IR対策                                       | 696     | 105      | 427      | 179   | 0    |
|  | 49.5%   | 7.5%     | 30.3%    | 12.7% | 0.0% |
| オフィスデザイン変更                                 | 356     | 162      | 602      | 287   | 0    |
|  | 25.3%   | 11.5%    | 42.8%    | 20.4% | 0.0% |
| その他  | 130     | 76       | 436      | 765   | 0    |
|  | 9.2%    | 5.4%     | 31.0%    | 54.4% | 0.0% |

## 4. 業績の推移 ～業績推移～

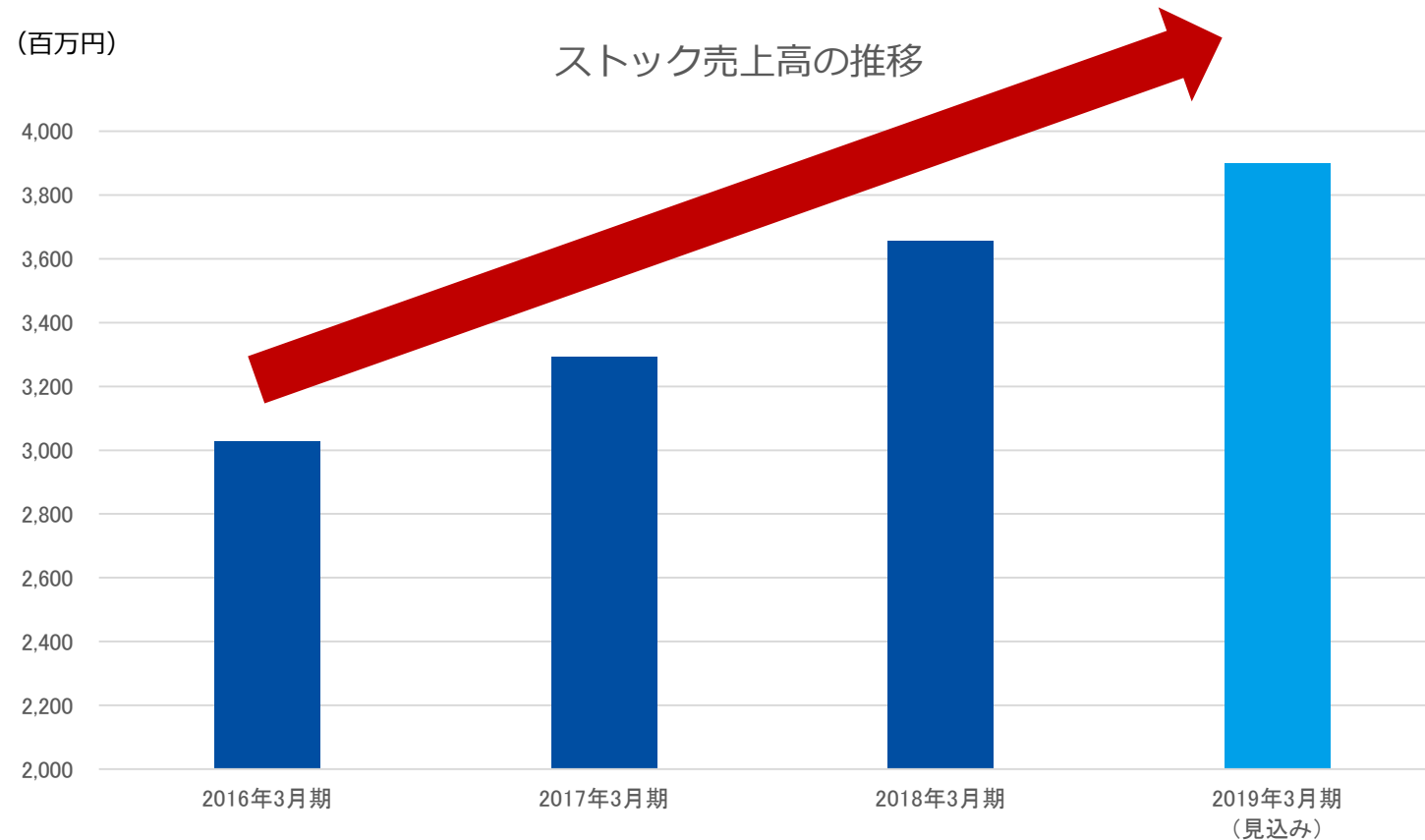
**2019年3月期は売上49.9億円、営業利益1.47億にて着地**



(注) 2016年3月期は、「連結財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」に基づき作成しておりますが、有限責任あずさ監査法人の監査を受けておりません。

## 4. 業績の推移 ～ストック売上高の推移（単体）～

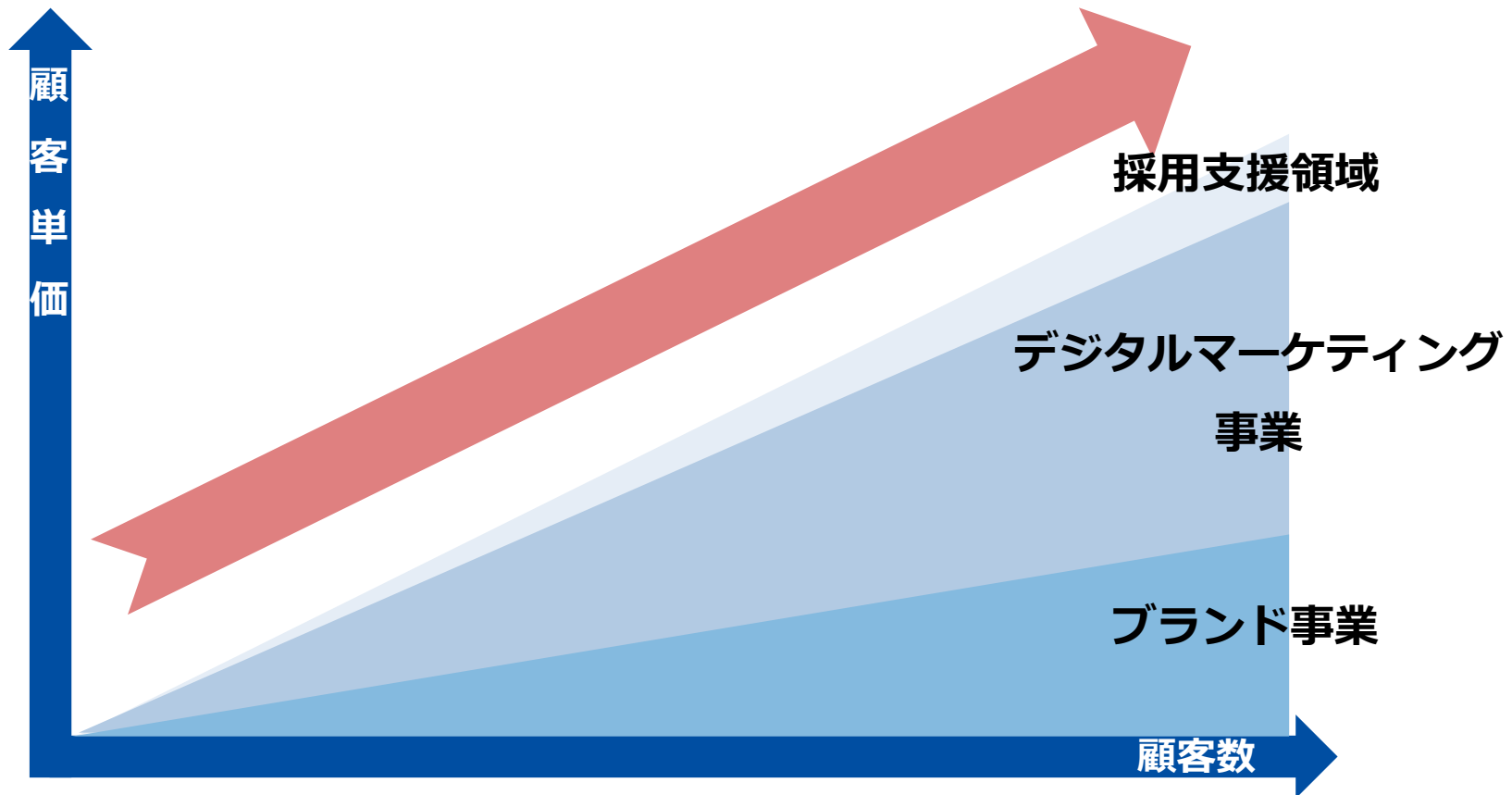
2019年3月期は、ストック売上比率**80%**、**40億円**を突破。  
安定収益基盤の構築を実現。



※インターネット広告、コンサルティング、経営サポートなど、継続性がある取引を当社では「ストック」と定義しております。

## 5. 成長戦略 顧客数と月額投資予算の向上

ブランド事業とデジタルマーケティング事業で  
シナジーを生み顧客数と顧客単価を両軸で拡大



## 5. 成長戦略 ～業種特化ノウハウの活用～

### 業界に特化しシェア獲得 + ノウハウを活かし他業種へ拡大

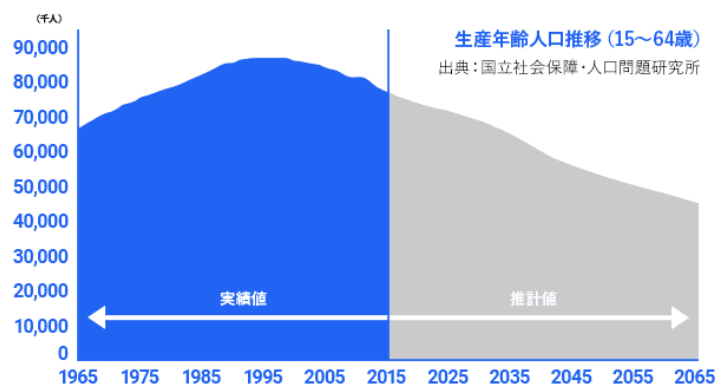


## 5. 成長戦略 ～中小企業の採用支援領域への参入～

### 中小企業様向けの採用支援サービスを立ち上げ

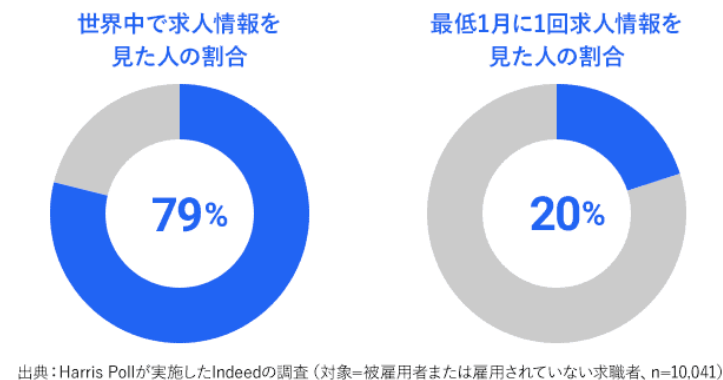
### 新たな収益の柱をつくる

#### 国内の労働人口は減少



中小企業に対する採用支援が急務に

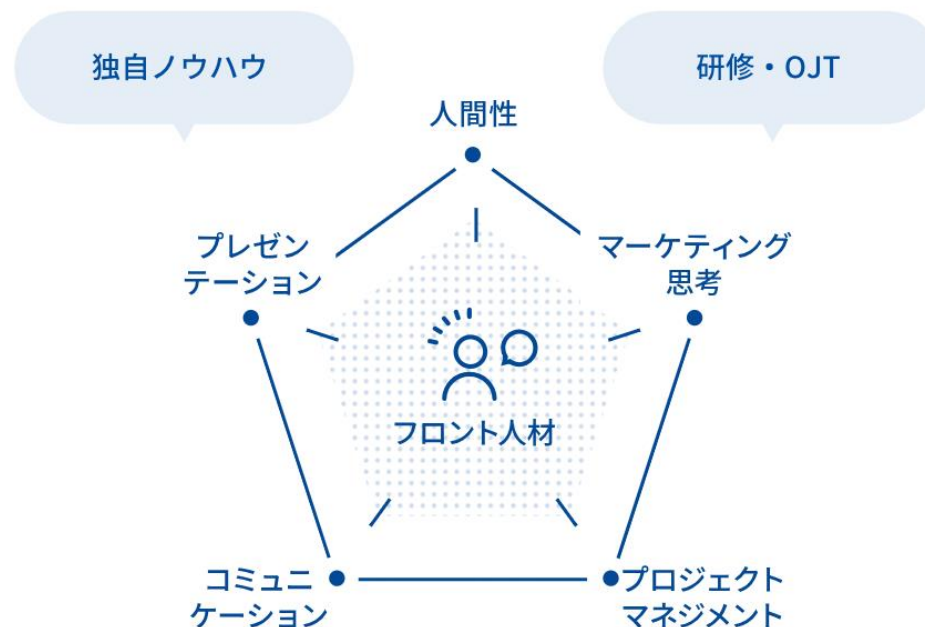
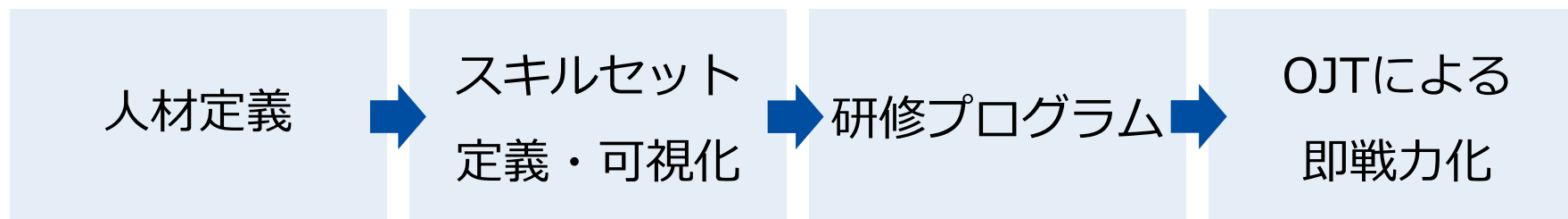
#### 求人情報を検索する人の割合は増



Indeedを活用するユーザーが増  
採用サイトの制作ニーズが増加

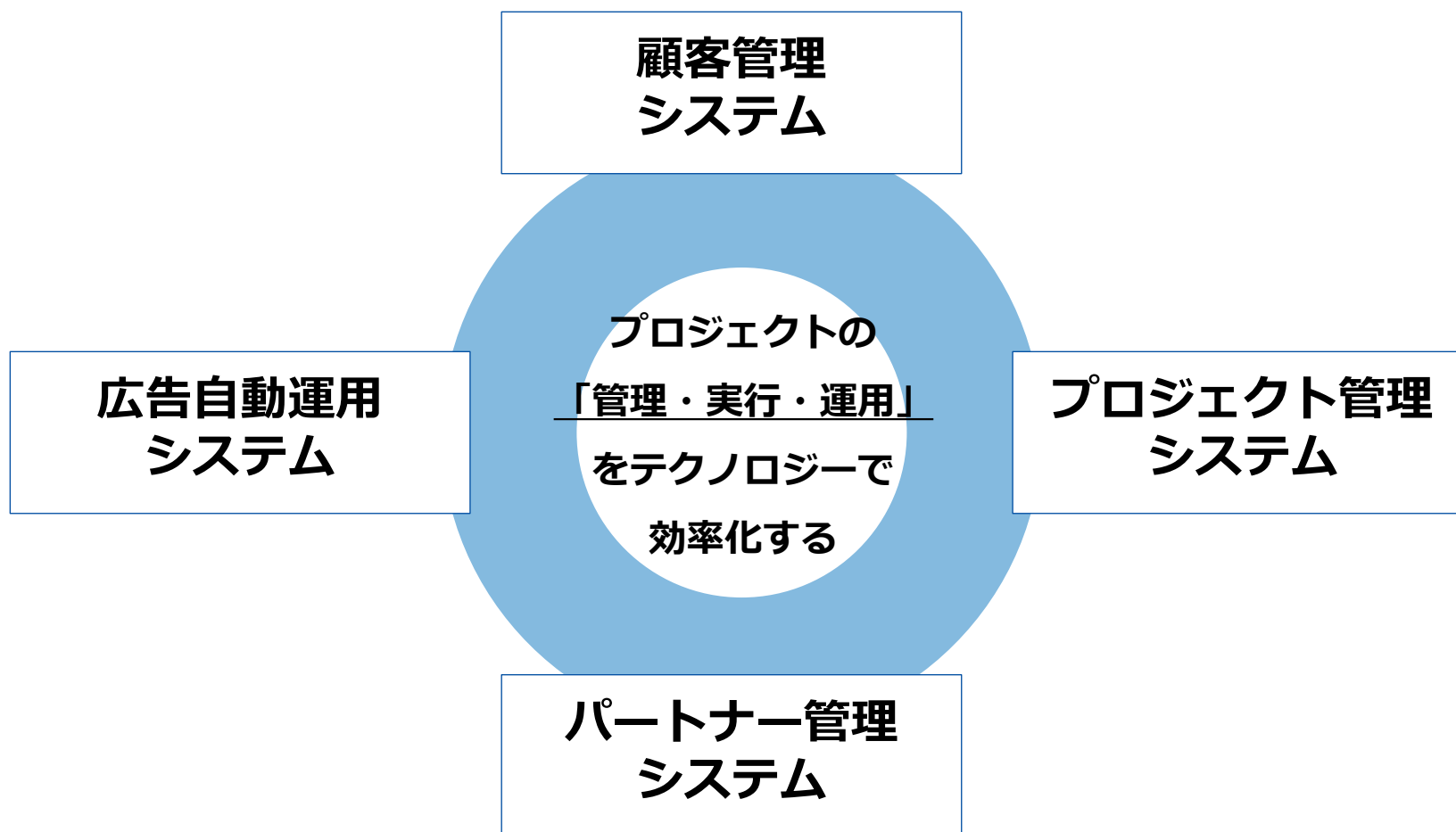
## 5. 成長戦略 ～フロント人材育成～

### 中小企業様の経営者と戦略議論ができる人材の育成を強化



## 5. 成長戦略 ～テクノロジー活用と生産性向上～

テクノロジーの活用によりプロジェクトの  
生産性と粗利を向上させる。





## 5. 成長戦略 ～まとめ～

- ✓ ブランディングテクノロジーグループのブランド力を高める
- ✓ グループ全体の営業力、採用力、組織力を高める
- ✓ 顧客の利益と満足度を生み出すフロント人材を育成する
- ✓ ブランドファーストに共感頂ける外部パートナーを増やし供給体制を高める
- ✓ 業種特化ノウハウを活用しお客様1社1社のブランド、マーケティング戦略に寄り添い「その想いを、たしかな未来へ」を提供し続ける
- ✓ 中小企業の採用支援（HR）領域への参入
- ✓ システム導入により生産性の向上、品質改善、社員満足度の向上をはかる
- ✓ 新規事業の立上げ、エリア展開を拡げることで、事業拡大をしていく

## 5. 成長戦略 ～中長期の事業展開～

### Step.1

**ブランド事業で中小企業様のブランドを磨き上げる**

→“中小企業向けの総合広告代理店”の役割を担う。

→強い顧客基盤を構築しワンストップソリューションを提供。



### Step.2

**デジタル×マス領域（M&A）でグループ拡大**

→M&Aによるグループ拡大

→総合広告代理店として、マス領域も獲得。

さいごに

## これからの日本の発展を共に支えていく企業の皆様へ

ブランドファーストを軸に長期発展できる経営環境のご支援をすることを通し、  
活力ある日本の経済社会の発展に貢献します。そして、ASEANを中心とした  
アジアへの投資を継続することで、当社グループも自社らしく長期継続発展の経営で、  
日本とアジア、市場、顧客、グループ全社員の幸せを追求して参ります。



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