

# 2021年3月期 2Q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

# 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。



# 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

中小・地方企業様向け  
ブランド×デジタルシフト

中堅・中小企業様向け  
デジタルシフト

コンテンツマーケティング  
フリーランスネットワーク

地域産業の振興・SDGs  
オフショア

## 対象グループ



## 課題する解決

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

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

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

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

### 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**



### 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

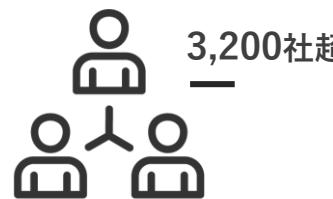
クリエイティブ機能を活かした地域課題の解決

雇用創出と地方人材の育成

# 当社の競争優位性

358万社・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

## 顧客ネットワーク



3,200社超の顧客ネットワーク、デジタルマーケティング支援約400社の実績を活かし、スマートル、ミドル、アッパー（※）と予算に応じたサービス提供。

## 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。

## 体系化された業界ノウハウ



不動産  
歯科・医療  
建築・工務店  
製造業

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中小・地方企業様の課題を解決。

※月間の取引金額により顧客層を分類。スマートル（1万円～50万円）、ミドル（50万円～300万円）、アッパー（300万円～1500万円）…

スマートル・ミドル・アッパーの区分は、弊社のサービス提供金額により分類しており、お客様の規模や広告宣伝費と連動するものではございません。

# 2021年3月期2Q決算

Settlement

# FY2021 Q2の損益計算書

コロナウイルス、緊急事態宣言の影響を受け、昨年度比で減額。緩やかに回復基調。

(単位：百万円)

	FY2020 2Q	FY2021 2Q	増減額	増減率
売上高	2565	2128	-436	83%
営業利益	61	-90	-152	-
営業利益率	2.40%	-4.20%		
経常利益	52	-92	-145	-
親会社株主に帰属する四半期純損益	28	-67	-96	-

# 業績ハイライト：貸借対照表

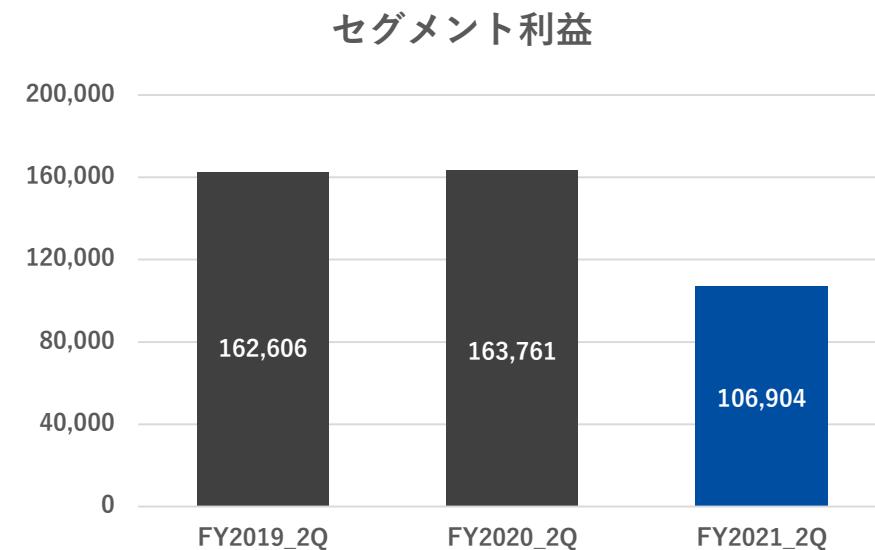
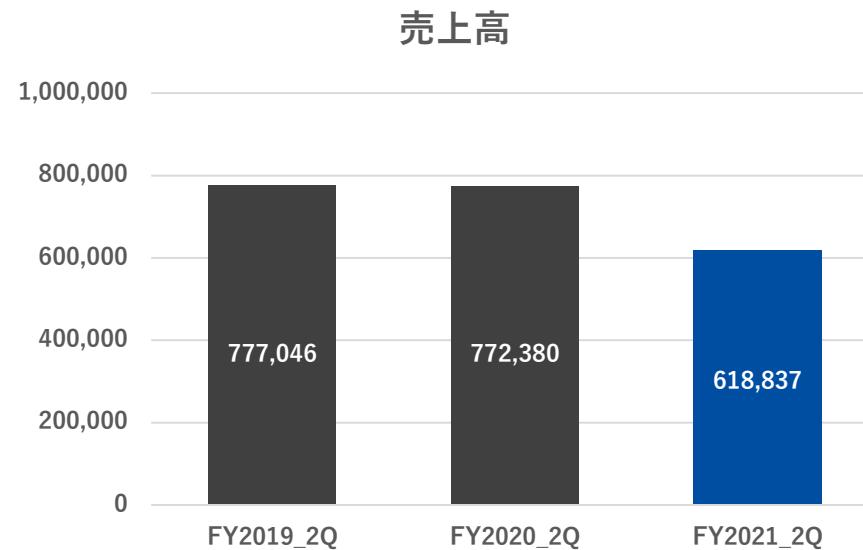
融資の実行にともない、『現金及び預金』は増加。経営の安定性を強化。

(単位：百万円)

	FY2020 2Q	FY2021 2Q	増減
流動資産	1601	1982	381
現金及び預金	913	1476	562
固定資産	244	285	40
総資産	1845	2267	422
流動負債	634	714	79
固定負債	104	528	423
純資産	1106	1025	-81

# ブランド事業 売上・セグメント利益推移

(単位：千円)



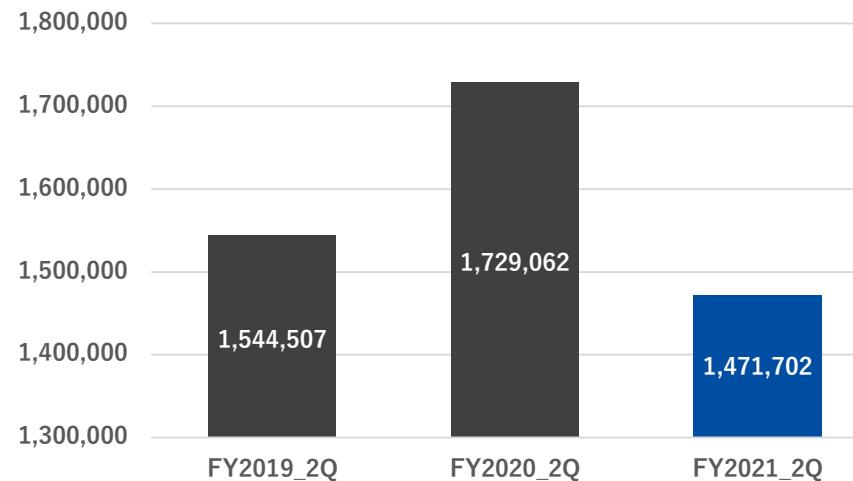
※セグメント売上には内部売上を含んでおります

- ✓ コロナによる営業機会の減少、打ち合わせ中止、納期遅延が発生
- ✓ セグメント売上高は前年比20%減、セグメント利益は35%減

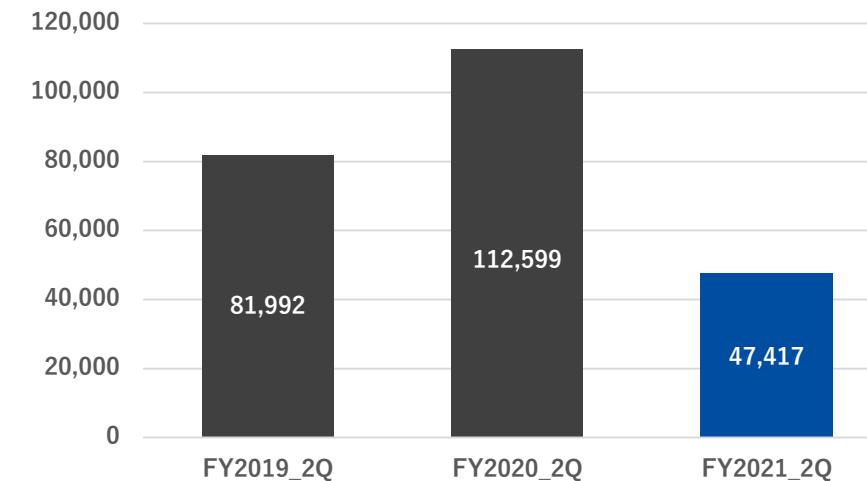
# デジタルマーケティング事業 売上・セグメント利益推移

(単位：千円)

売上高



セグメント利益

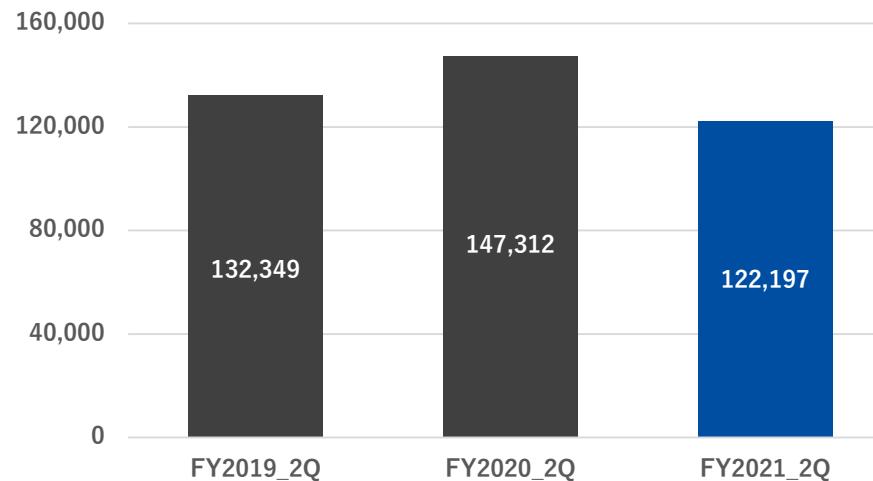


- ✓ コロナによる既存顧客の広告出稿が一時停止が発生
- ✓ セグメント売上高は前年比15%減、セグメント利益は58%減

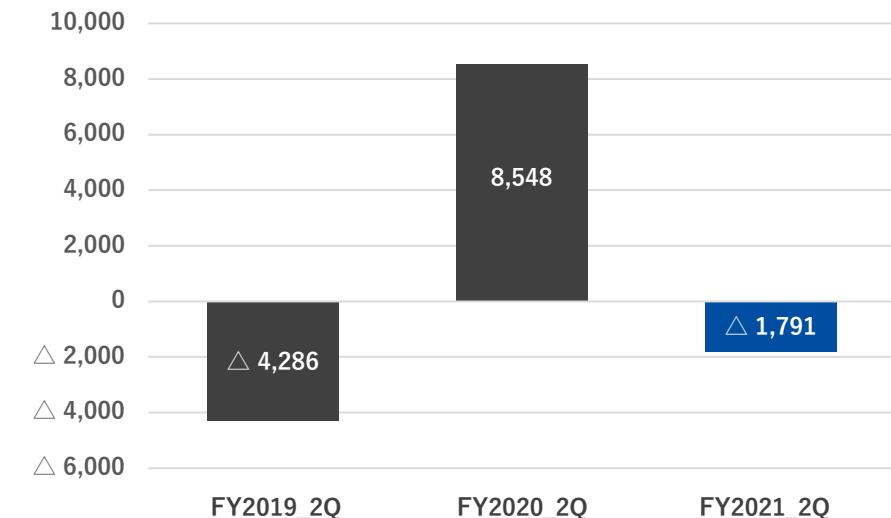
# オフショア関連事業 売上・セグメント利益推移

(単位：千円)

売上高



セグメント利益

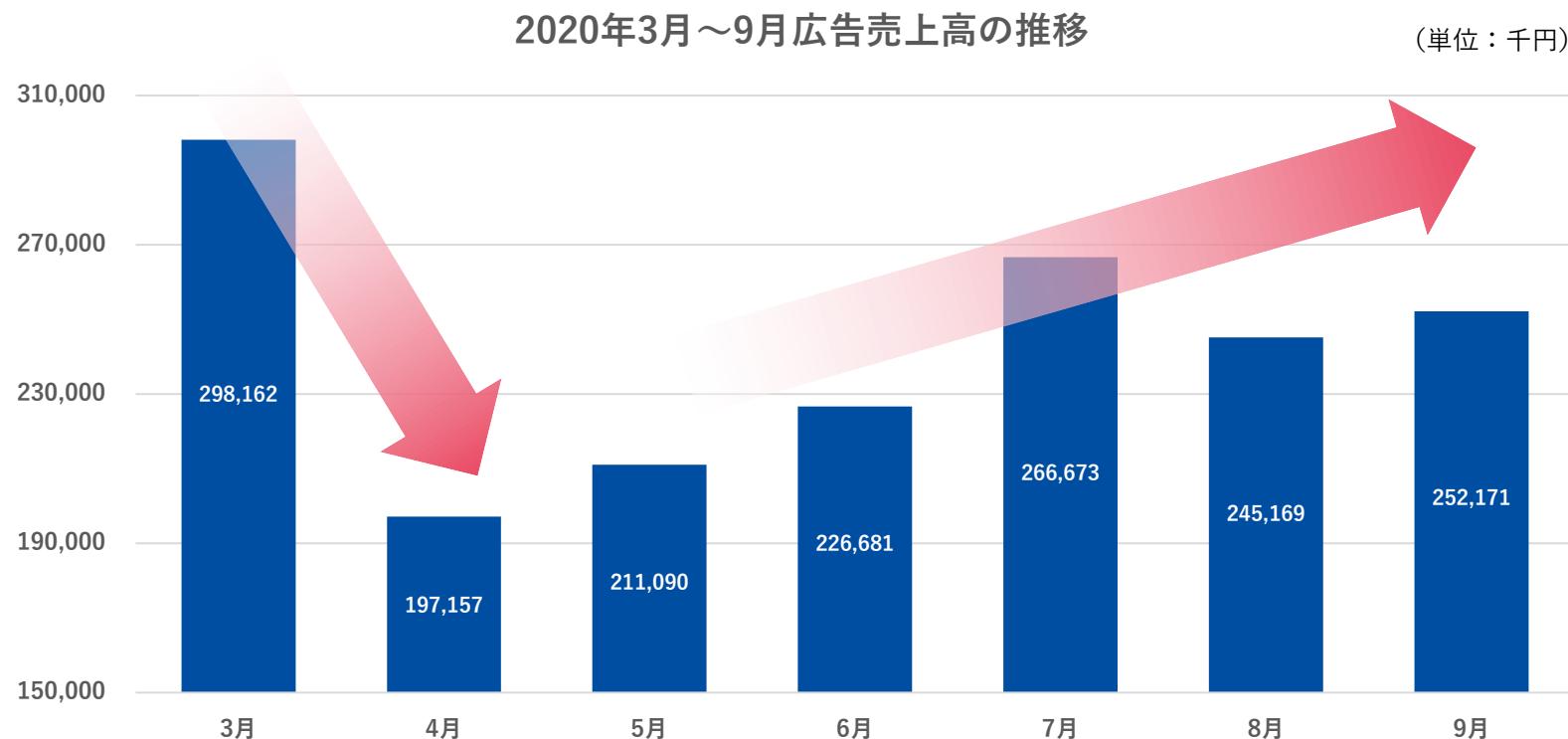


※セグメント売上には内部売上を含んでおります

- ✓ グループ全体で案件の遅延、停止が発生したことにより内部取引額が減少
- ✓ 株式会社アザナは、既存顧客の広告出稿が一時停止、納品案件の遅延により売上・利益ともに減少

## 参考：月ごとの広告売上高推移

4月～6月はコロナ、緊急事態宣言の影響により広告を一時停止する案件が増加。7月以降は回復基調。



## 参考：月ごとのスポット受注金額の推移

4月から7月は新規営業機会の減少によりスポット売上高が伸び悩む。8月以降は回復。

4月から7月は営業活動のオンラインシフトに投資。

※営業の受注から納品までは約2ヶ月～3ヶ月のリードタイム

(単位：千円)

2020年3月～9月スポット受注金額の推移



# 新時代に適応～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、提携パートナー数の増加は2Qに仕組みを構築

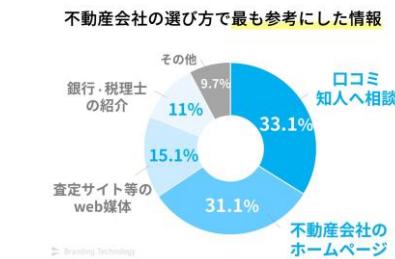
# 新時代に適応～顧客獲得に向けた取り組み～

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発信

業界特化で  
オンラインセミナー開催



アフターコロナ時代の  
中小企業勝ちパターン体系化



# 業務提携の強化

## 中小・地方企業様向けのサービスとチャネルを強化

提携日	業務提携先	目的
2020年4月30日	株式会社スカラ	地方企業のデジタルシフトを推進。企業プランディングや事業継承、デジタルマーケティングのサポートなど地方創生に貢献する。
2020年5月20日	株式会社ライトアップ	新型コロナウイルス感染症に起因する未曾有の経済状況の中、助成金・補助金自動診断システムを活用し、全国の中小企業様の経営を支援する。
2020年5月27日	OLTA株式会社	オンライン完結型ファクタリングサービス「クラウドファクタリング」を活用し、素早く運転資金を調達することを可能にする。
2020年6月19日	株式会社サイバーセキュリティクラウド	クラウド型WAF「攻撃遮断くん」における取次店契約締結により、中小・地方企業様のサイバーセキュリティリスクの軽減に寄与する。
2020年9月1日	レカム株式会社	歯科医院様をはじめとした医療機関にレカム社の空気浄化装置をご案内することで、新型コロナウイルス感染症の感染リスク軽減に寄与する。
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。

# 2Q業績総括

## セグメント別事業の要約

- ✓ ブランド事業：売上高は前年比20%減、利益35%減
- ✓ デジタルマーケティング事業：売上高は前年比15%減、利益58%減

## コロナによる影響

- ✓ 対面営業の停止による新規営業機会の減少
- ✓ 緊急事態宣言により一部顧客が営業停止

## 今後の見通し

- ✓ スポット受注金額、ネット広告売上ともに2Q以降回復の傾向

## 新たな打ち手

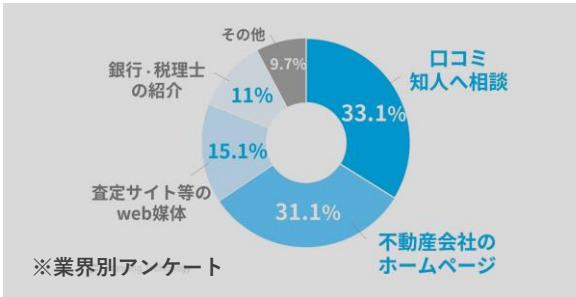
- ✓ 業務提携により新規顧客獲得とサービス提供の幅を広げる
- ✓ オンラインセミナーの開催数増加、オンライン営業体制の強化

# 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×デジタルの勝ちバ ターン』を体系化。体系化したメソッドをフ ロント人材が1社1社にカスタマイズして提供 することで、中小企業様が抱える課題を解決 する。

## 地銀や自治体連携の強化



地銀や自治体連携を通じて、地方の中堅・中 小企業様にサービス提供。今までサービス提 供できていなかった顧客層との接点を増やし ていく。また、地方パートナーとの共催セミ ナーを通じてブランドやマーケティングの考 え方を啓蒙・サービス提供につなげる。

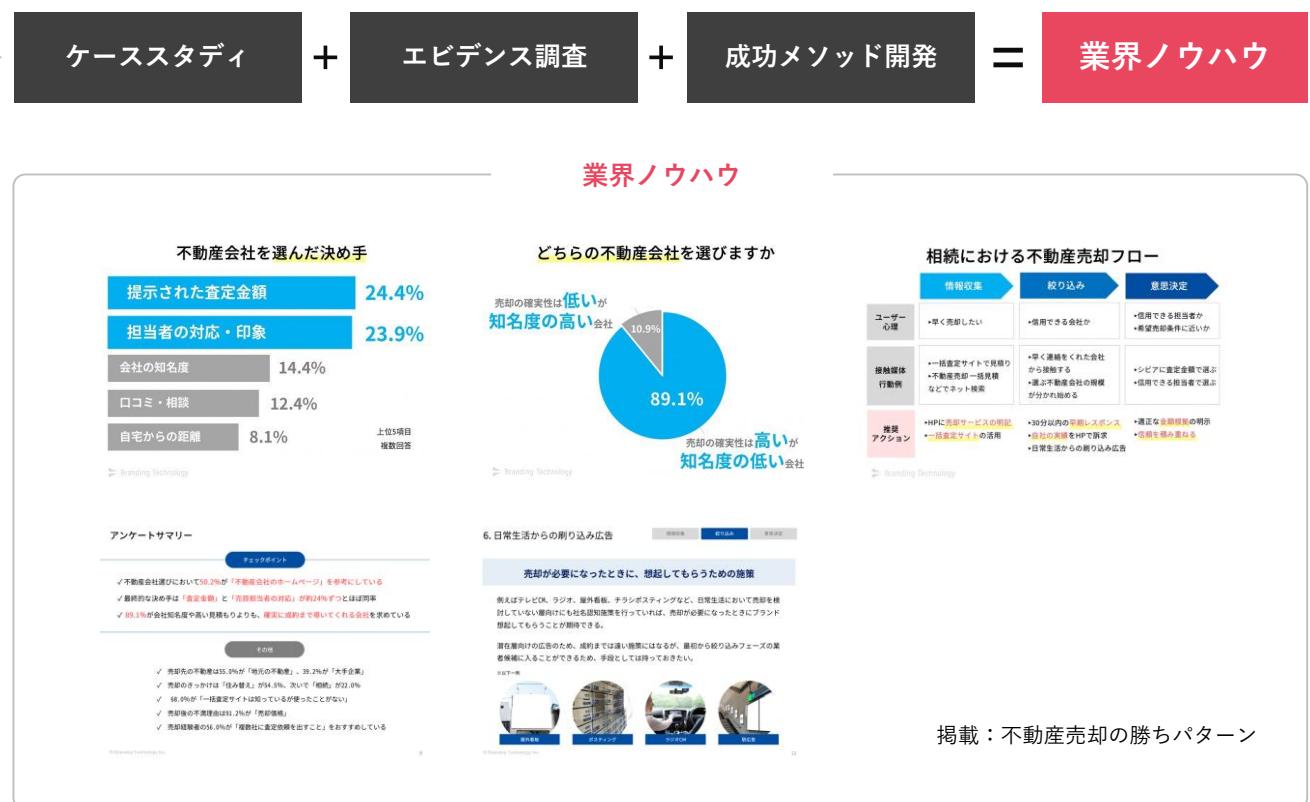
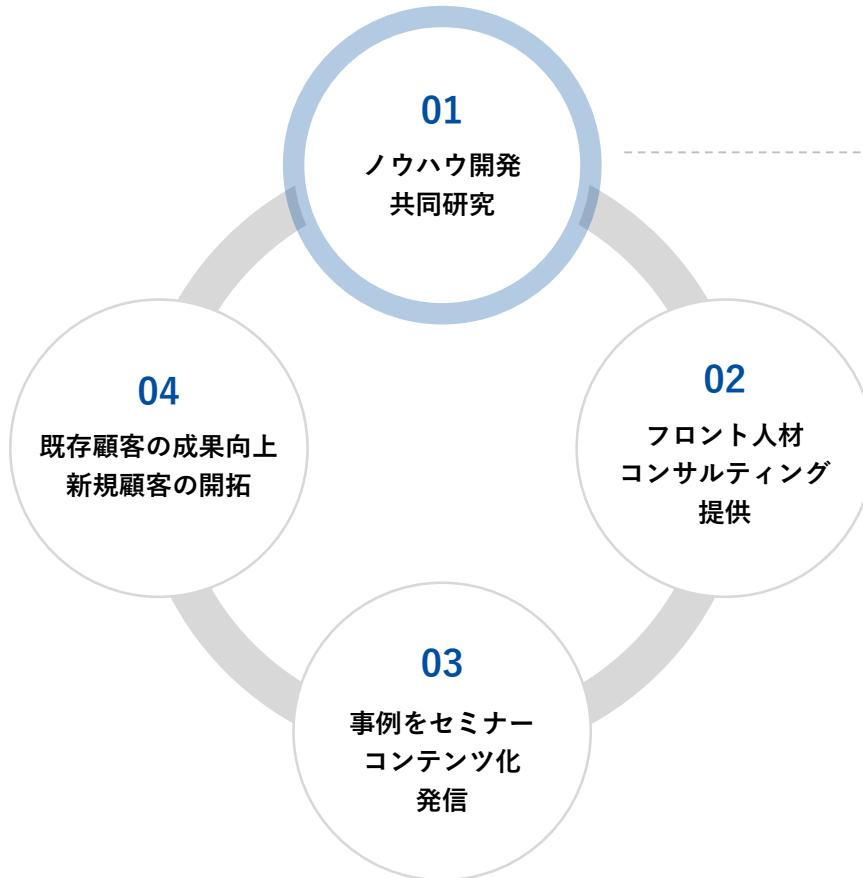
## デジタルシフトニーズの獲得



デジタル庁の設立や通信が5G環境に変わるな かで、地方・中堅・中小企業様のデジタルシ フトニーズが急激に高まっている。蓄積した デジタルマーケティングのデータやノウハウ を活かし中小企業のアナログ脱却、集客や採 用効率の最大化を支援。

# 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。



## 成長戦略2 地銀や地方自治体との提携から地方市場の獲得

地銀や自治体連携を通じて、地方の中小企業様にサービス提供。  
今までサービス提供できていなかった顧客層との接点を増やしていく。

昨年度から地銀提携の取り組みとして  
福邦銀行様との提携を強化

8月に福井県内の中小企業様に向け初のオンラインセミナーを開催。



スカラ社と行政・自治体のDX推進を目的とした合弁会社  
「株式会社ソーシャルスタジオ」を設立



株式会社ソーシャルスタジオ

[ソーシャルスタジオ社の担う役割]

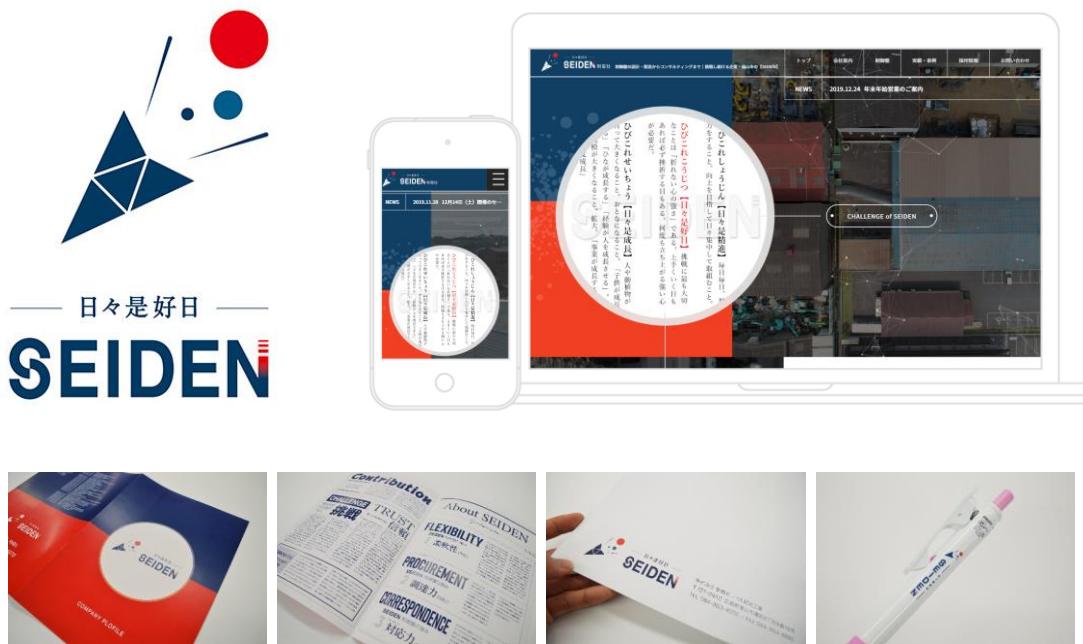
- ・あらゆる行政手続きのデジタル化
- ・地方における最新テクノロジー／サービスの普及促進
- ・行政、自治体、企業のブランディング／デジタルマーケティング

# Case：事業承継後に発生するブランド課題を解決

事業承継後の中小・地方企業様からブランドを取り巻く課題に対する相談が増加

【事例】広島県福山市にある製造業企業、株式会社制電社様のブランドづくりとデジタルシフトの推進を支援。

ブランドを象徴するメッセージとロゴを開発し、顧客との各接点を改善。施策後すぐに効果を実感頂いています。



## 課題

- ✓ 事業承継後のブランド課題
- ✓ 社名認知における課題
- ✓ 事業領域との不一致

## 施策

- ✓ 社名表記及びロゴの変更
- ✓ ブランドロゴ+メッセージの開発
- ✓ 各オウンドメディア反映

## 効果

- ✓ 取引先の反応変化
- ✓ スタッフの意識変化

社名：株式会社制電社 (SEIDEN)

業種：製造業 / 従業員：50名

# 成長戦略3 中堅・中小企業様のデジタルシフトニーズを獲得

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・中小企業様のアナログ脱却、集客や採用効率の最大化を支援強化。



デジタル庁の設立・通信が5G環境など、中堅・中小企業様のデジタルシフトニーズが顕在化



支援施策：デジタルマーケティングのレポートを無償提供

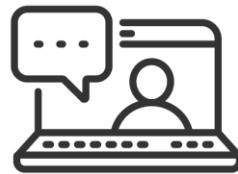


支援施策：DXのプランニングを無償提供

# 成長戦略を支える組織内部の強化

## 方針：ニューノーマルで競争力を発揮する組織をつくる

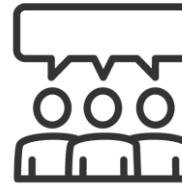
### マーケティング



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

- ✓ ウェビナー・E-BOOKの強化
- ✓ 地銀・自治体・パートナーとの提携強化
- ✓ 連動し営業もオンライン化を推進

### 人事



事業、グループ会社ごとに自律した経営ができる体制を強化

- ✓ カンパニー別MVV・人事制度策定により自律した経営環境を整える
- ✓ 職別のスキルセット定義とフロント人材育成の強化

### DX



データを経営に活かす基盤を整え  
意思決定の迅速化と生産性改善

- ✓ 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
- ✓ レポートを自動化し生産性の改善
- ✓ リモートワークでの生産性向上

# Case：ファングリーの分社化と経営者人材の輩出

2020年10月1日、子会社ファングリーを設立し、グループ内から経営者人材を輩出。

同社はブランド事業のストロングポイントでもあるコンテンツマーケティング及びメディア運営に関する事業を行う。

クリエイターに特化した独自のフリーランスネットワークを持ち、様々なタレントを活かしたコンテンツマーケティング施策が可能。

## 事業、グループ会社ごとに自律した経営ができる体制を強化



松岡 雄司

株式会社ファングリー 代表取締役

- |          |                                |
|----------|--------------------------------|
| 2006年5月  | ブランディングテクノロジー株式会社 入社           |
| 2017年4月  | ブランディングテクノロジー株式会社 執行役員MS本部長に就任 |
| 2020年6月  | 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）   |
| 2020年9月  | 株式会社ソーシャルスタジオ 取締役に就任（現任）       |
| 2020年10月 | 株式会社ファングリー 代表取締役に就任（現任）        |

The website features a dark header with the company name 'FUNGRY' in white. Below the header, a large image of a woman with long hair holding a smartphone displays the text 'コンテンツで、伝える。' (Content that conveys). The main content area includes sections for 'SERVICE' and 'NEWS', and a 'CONTACT' button. The footer contains copyright information and a 'CONTACT' section.

「コンテンツプロデュースカンパニー」のファングリー公式サイト

# Topix：外壁塗装コンシェルジュの事業譲渡

経営資源の選択と集中を目的に外壁塗装コンシェルジュ事業を株式会社じげんに事業譲渡（11月4日）  
事業譲渡益0.94億円を特別利益として計上見込み



## 事業譲渡の背景

- ✓ 5G通信の実装による環境の変化
- ✓ メディア運営の在り方が変化

## 意志決定

- ✓ 外壁塗装コンシェルジュの事業譲渡
- ✓ 経営資源の選択と集中

## 売却益

- ✓ 事業譲渡益0.94億円を計上見込み

# 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

現在新型コロナウィルスの影響により、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、各社各様にご苦労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