

成長可能性に関する説明資料



会社概要

社名

ビートレンド株式会社 (Betrend Corporation)

代表取締役社長

井上 英昭

設立

2000年3月

資本金

173,528,000円

主な事業内容

SaaS型モバイルマーケティングサービス

株主構成

経営陣 / 富士フイルム その他

所在地

本社 東京都港区赤坂2-22-24 泉赤坂ビル3F
中部・関西支社 大阪府大阪市西区西本町1-4-1 オリックス本町ビル4F
九州営業所 福岡市博多区祇園町4-61 FORECAST博多祇園5F

資格

一般第二種通信事業者 / プライバシーマーク使用許諾認定事業者 認定番号 : 10820648(08)
情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS(ISO27001:2013)) 認証登録番号 : IS606530



本社にて取得

URL



<https://www.betrend.com/>



<https://www.facebook.com/BetrendCorporation/>



<https://twitter.com/Betrend/>

マネジメントチーム



代表取締役社長 井上 英昭 (CEO)

専門領域：企画・戦略・アライアンス・ネットワーキング

1984年 明治大学 法学部法律学科 卒業

1984年 日本デジタルイクイップメント(株)入社

1995年 日本オラクル(株)入社 同社 ビジネスアライアンス事業本部営業部長

1999年 ネットグラビティ・アジアパシフィック(株)入社 同社 日本担当ディレクター

2000年 ビートレンド(株)設立 代表取締役社長 就任(現任)

取締役 管理管掌 本多 誠一 (CFO)

専門領域：財務管理 (上場企業財務管理経験)

取締役 永山 隆昭

専門領域：データベース・エンジニアリング
(米Oracle V.P・Salesforce.com日本法人設立
支援VC社長経験)

社外監査役 雨宮 雄一

専門領域：企業会計(公認会計士)・EC

取締役 営業企画管掌 平川 雅隆 (CMO)

専門領域：CRM (大手外食チェーン社長経験)

独立社外取締役 谷内 進

専門領域：マーケティング・リサーチ
(上場企業社長経験)

社外監査役 松本 真輔

専門領域：企業法務(弁護士)(上場企業社外取締役)

取締役 技術管掌 澤田 瑞樹 (CTO)

専門領域：SaaSエンジニアリング

監査役 穂谷野 一敏

専門領域：財務管理・税務
(アラビア石油社長・上場企業副社長経験)

取締役 6名 (独立社外取締役1名)・監査役3名 (独立社外監査役:3名)



私たちは顧客価値を創造するプラットフォームを
提供し続けることで、社会に貢献します。

顧客価値の 創造

- **ブランディング価値** 先進的な販促活動高いセキュリティ
- **経済的資産価値** 会員数増加 / 来店回数増加 / 購買金額増加 / 客単価増加
- **製品サービス価値** 組み合わせで競争力を付加
- **人材価値** 最新情報提供 / 教育 / サポート
- **コスト価値** 集客コスト削減 / 開発費・運用費削減



1 事業の概況

1 事業の概況

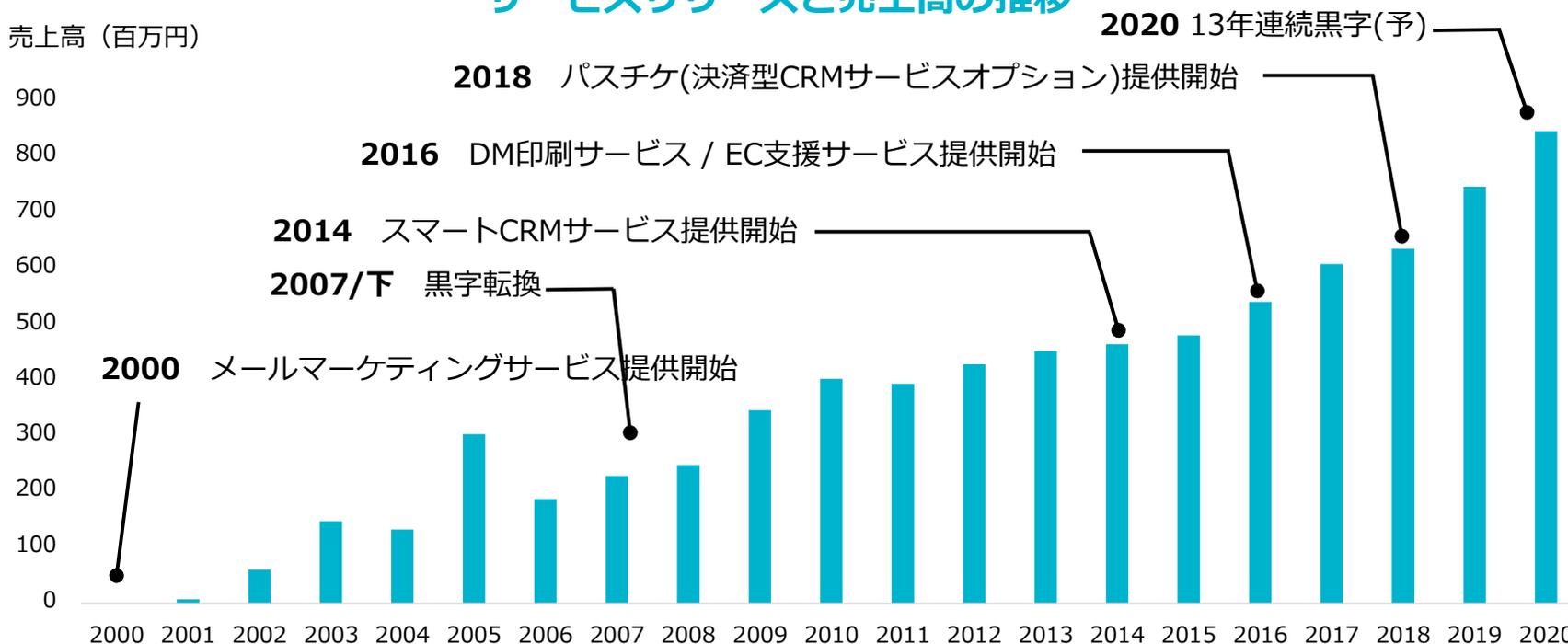
時代と共に“進化し続ける”顧客管理サービス『betrend』



社名(BE TREND：トレンドであれ!!)の通り、今後も外部環境の変化に対応しながら“進化し続ける”顧客管理サービスを提供します。

サービスリリースと売上高の推移

売上高（百万円）



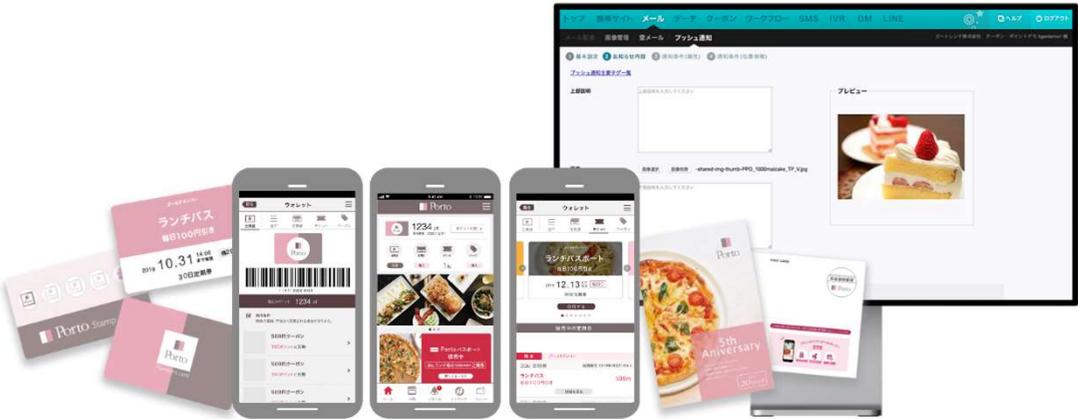


1 事業の概況

事業の紹介

会員属性情報・行動履歴情報をワンストップで管理する
顧客管理サービス 『betrend』 の開発・販売

betrend



1 事業の概況

『betrend』のスマートCRMサービス 導入事例



NEW 株式会社トモズ 様



株式会社幸楽苑ホールディングス 様



株式会社吉番屋 様



株式会社力の源カンパニー 様



株式会社フレッシュネス 様

1 事業の概況

スマートCRMサービスの特長



CRMサービス		カスタマイズサービス	その他サービス
スマートCRM	メールマーケティング		
<ul style="list-style-type: none">■ 会員属性情報/会員行動履歴情報の管理・統括■ 多様な情報送信手段/情報分析手段■ ストック型ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none">■ メール配信機能に限定■ ストック型ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none">■ 導入時の顧客企業の既存システムとの連携■ 顧客ニーズのシステム構築■ 開発費/年間保守料	<ul style="list-style-type: none">■ ネット通販支援サービス■ 商品/サービス決済会社との接続連携、決済手数料

1 事業の概況

顧客管理サービス 『betrend』 の2つのプラン



マルチコンタクトチャネル対応のスタンダードプラン スマートCRMサービス

初期 **50万円** 月額 **6万円**～

■顧客情報管理

データベース管理

クーポン

ポイント

会員登録・アンケートフォーム

クロス集計

■情報配信

メール配信

SMS(ショートメッセージサービス)

プッシュ通知

カスタムIVR(自動音声応答)

高品質音声合成

スマートDM

■スマートフォンアプリ・サイト構築

スマートフォンアプリ

モバイルサイト構築

メールを中心とした機能制限プラン メールマーケティングサービス

初期 **3万円** 月額 **1万円**～

■顧客情報管理

データベース管理

クーポン

ポイント

会員登録・アンケートフォーム

クロス集計

■情報配信

メール配信

SMS

プッシュ通知

カスタムIVR

高品質音声合成

スマートDM

■スマートフォンアプリ・サイト構築

スマートフォンアプリ

モバイルサイト構築



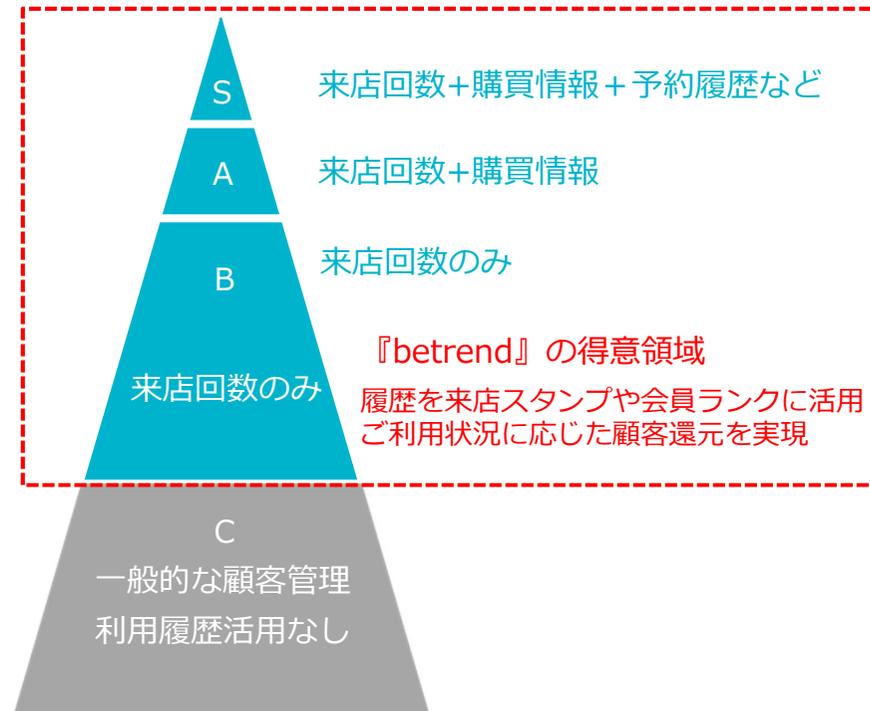
1 事業の概況

スマートCRMサービスの強み(会員行動履歴情報)

来店回数や購買情報やクーポン利用の有無など、会員の行動履歴情報を取得・活用します。

会員行動履歴情報を取得・活用する顧客管理サービス

ご予算や店舗オペレーションに応じて、POSレジ連携や電子スタンプなど様々な手法で来店回数や購買情報を取得します。



1 事業の概況

『betrend』の対象業種



スマートCRMサービス、メールマーケティングサービス共に、外食チェーン店・小売チェーン店(スーパーマーケット・ドラッグストア・ホームセンター等)、スポーツクラブ・自治体・通信販売業(EC)など、消費者と身近な幅広い業種業態の企業/団体のDX(デジタル・トランスフォーメーション)を支援しています。



外食チェーン



スーパーマーケット



ドラッグストア



スポーツジム



自治体



1 事業の概況

『betrend』のスマートCRMサービス ご利用イメージ

顧客の再来店を促すコミュニケーションをサポートします。





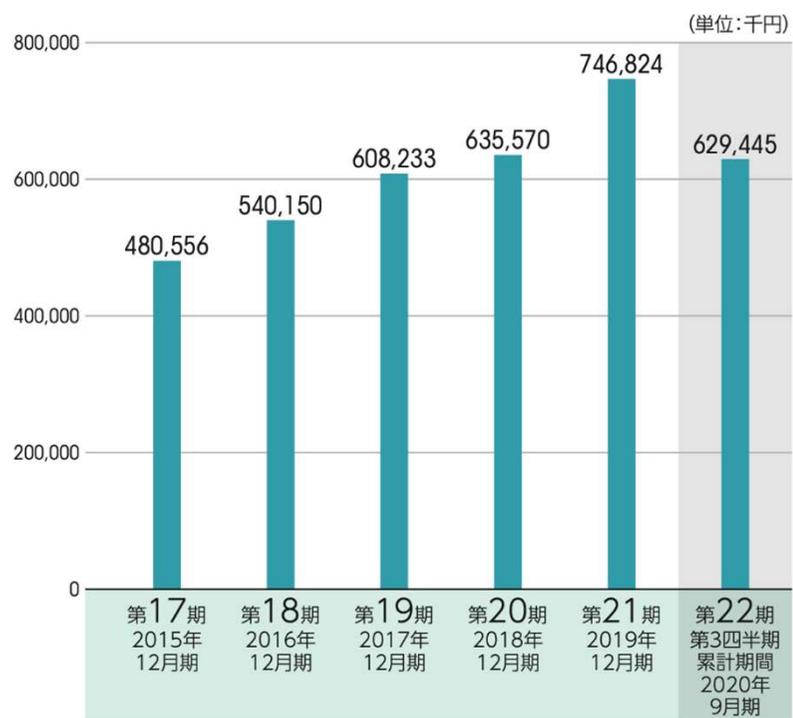
2 事業の強み

2 事業の強み

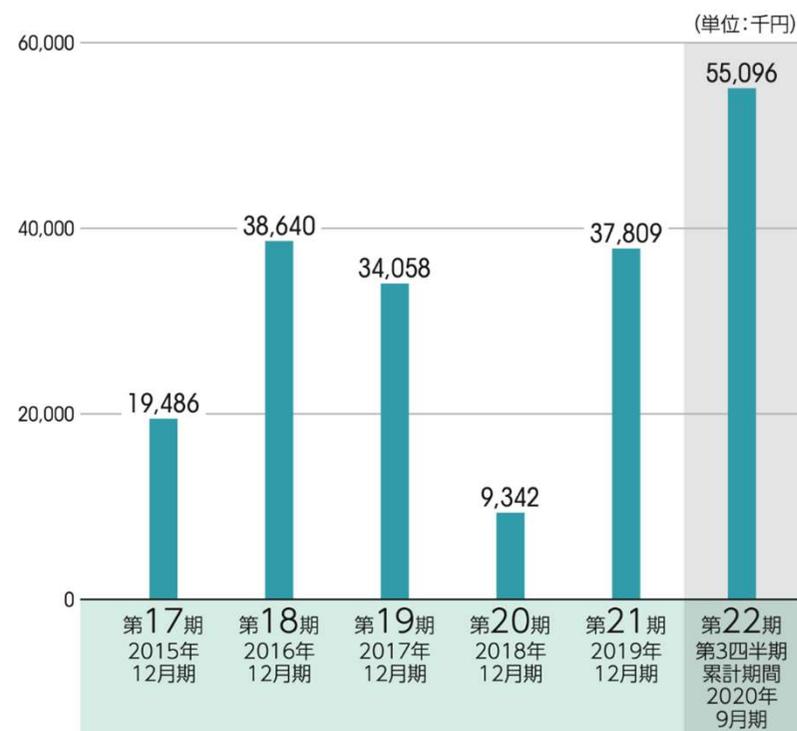
売上高/純利益の推移



売上高の推移

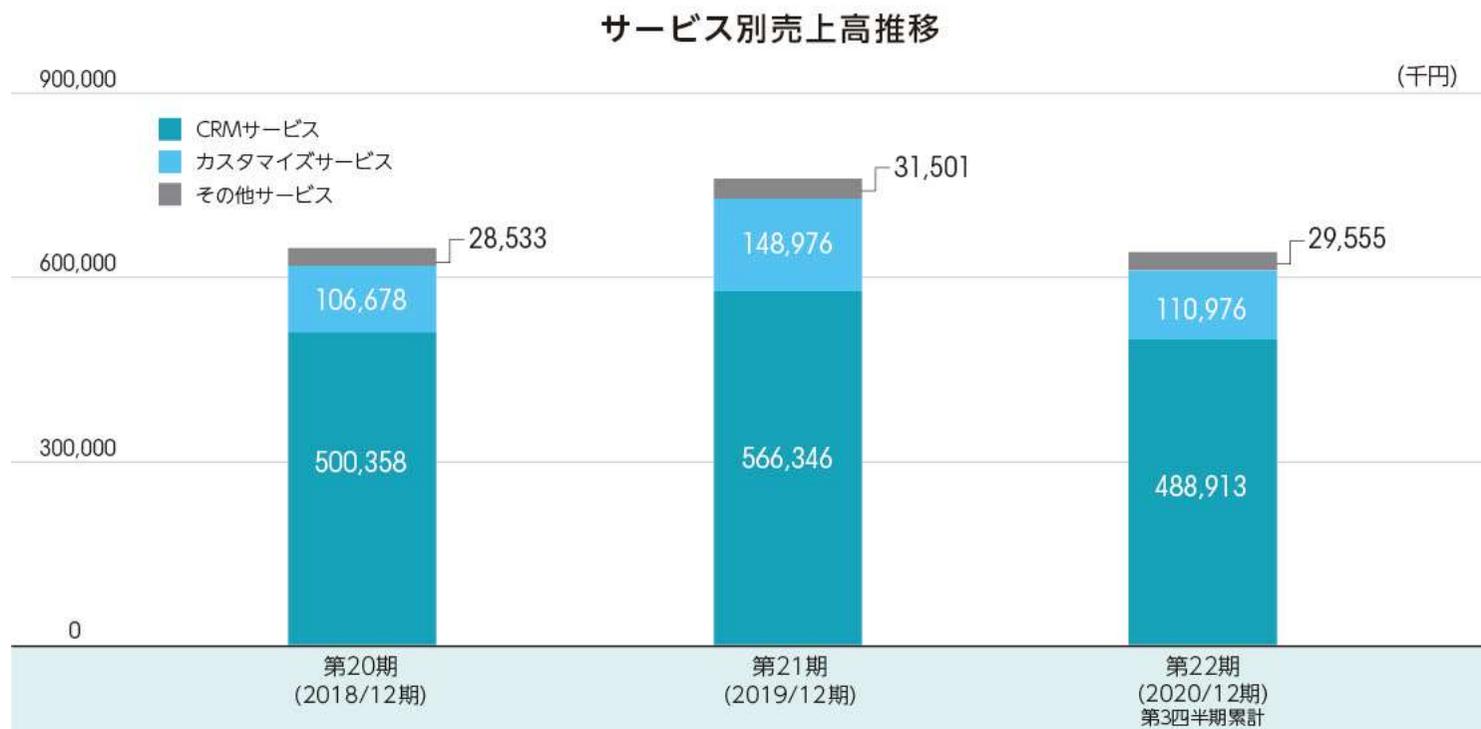


純利益の推移



2 事業の強み

サービス別売上高の推移

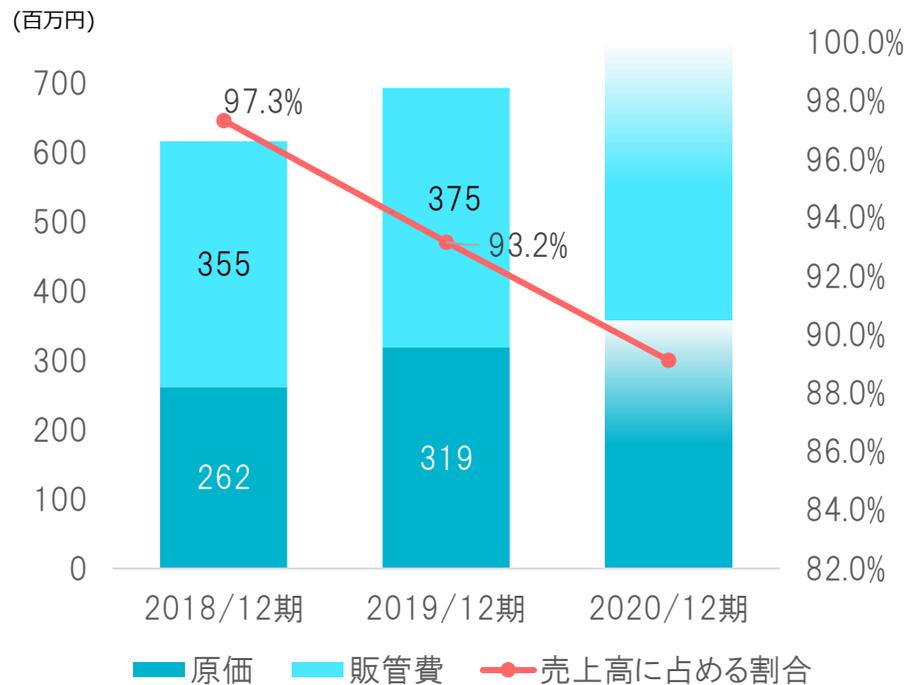


2 事業の強み

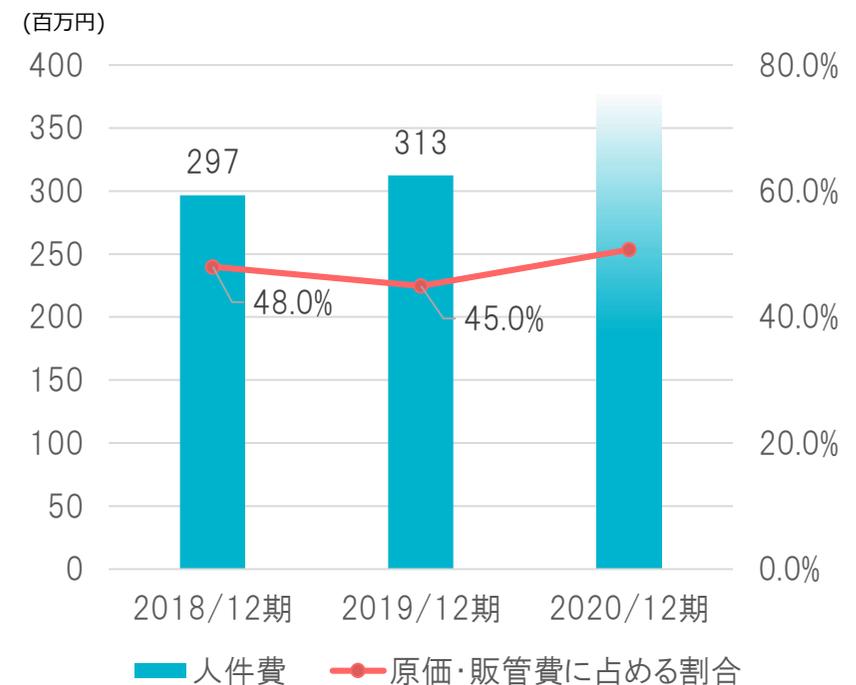
コスト構造に関する分析



売上高に占める原価・販管費の割合



コストに占める人件費の割合

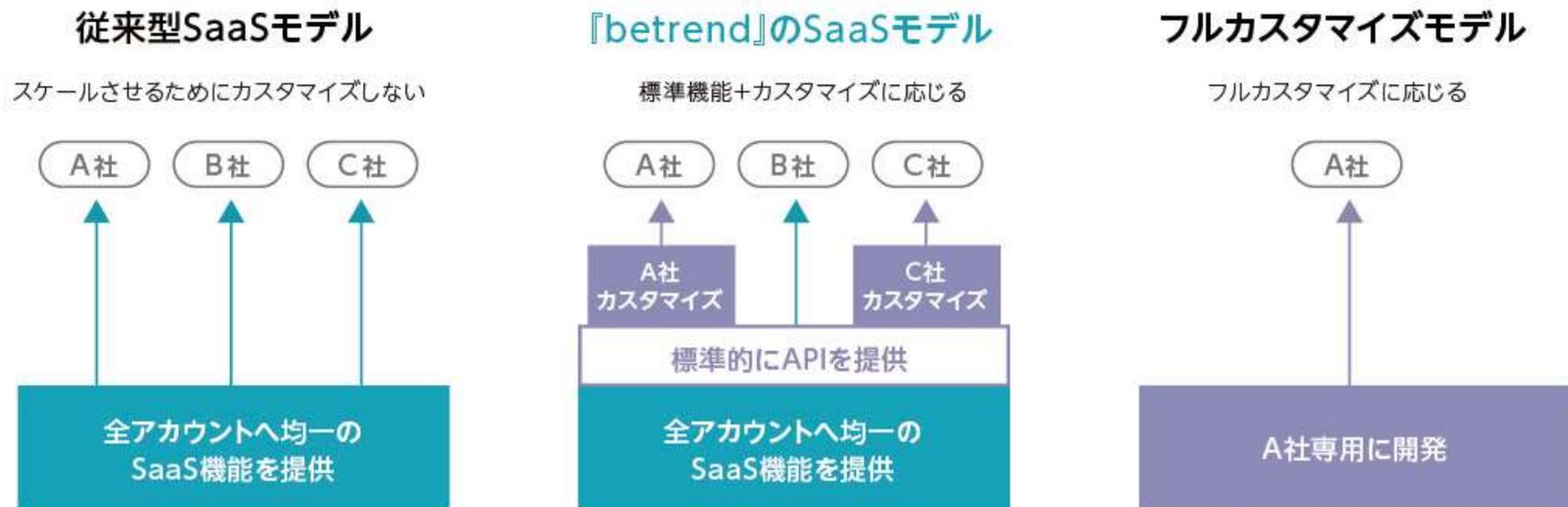


2 事業の強み

『betrend』のSaaSモデル：カスタマイズサービス



API提供により、効率良く外部システムと連携可能な構造となっています。



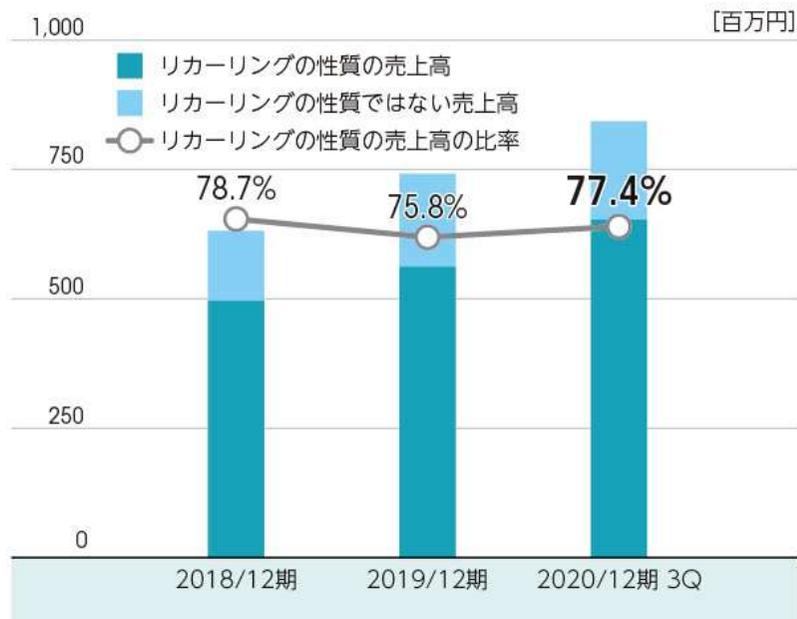
API(Application Programming Interface)：必要な機能をAPIから呼び出すだけで使えるため、ゼロからプログラミングする必要がなくなり、ソフトウェアの開発を省力化できる。

2 事業の強み

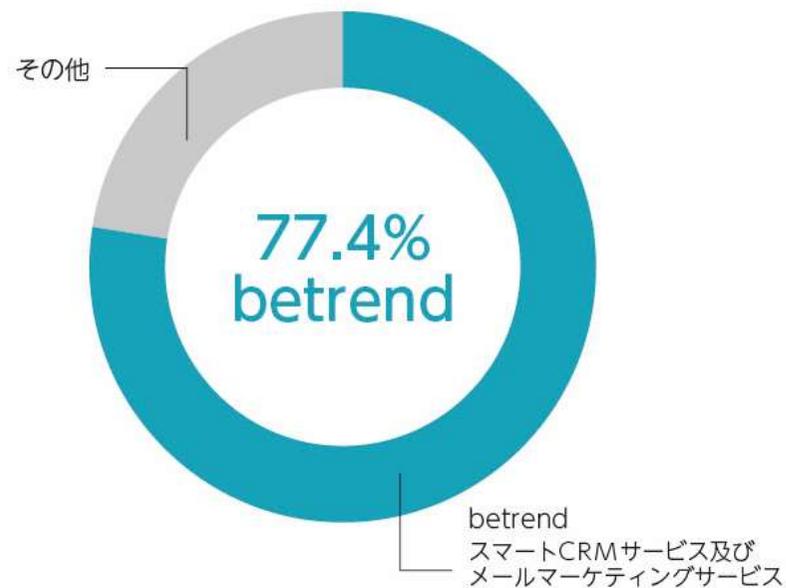
リカーリング比率 (解約されない限り翌期も継続的に売上高となる性質の売上高)



売上高に占めるリカーリングの性質の売上高の比率



2020年12月期 3Qの売上高の事業別構成

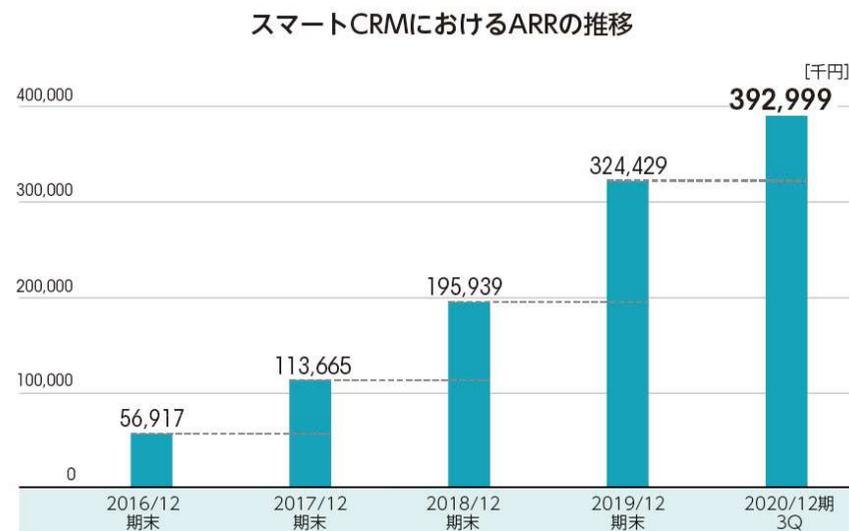
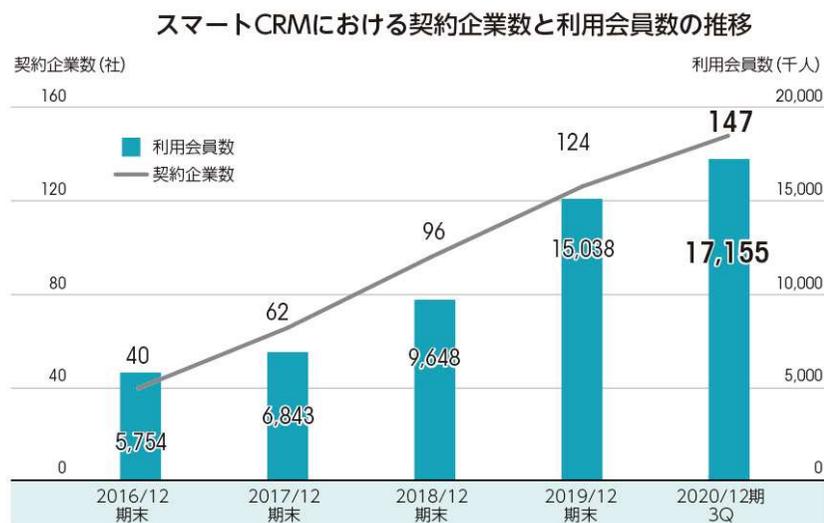


2 事業の強み

スマートCRMサービス | 契約企業数、利用会員数とARRの推移



スマートCRMサービスは、新規案件のほぼ全てを占める主力サービスです。ARRは年々着実に積み上がっており、当社の収益成長基盤となっております。



ARR(Annual Recurring Revenue):年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金額です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

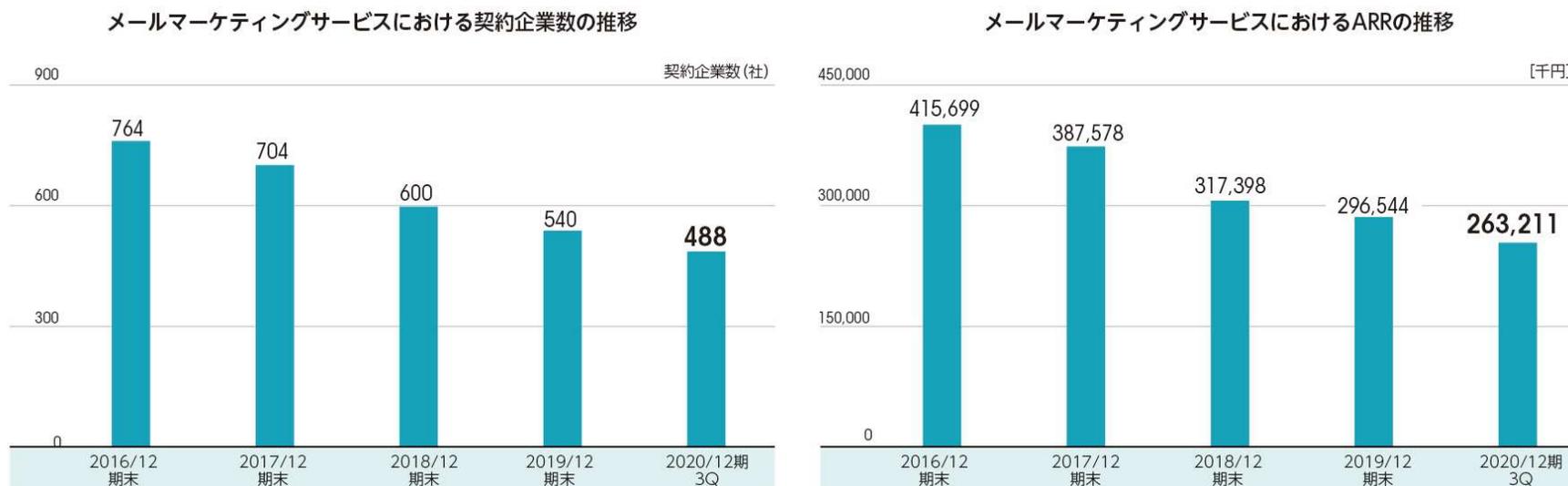
MRR(Monthly Recurring Revenue) : 月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちリカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

2 事業の強み

メールマーケティングサービス | 契約企業数、利用会員数とARRの推移



メールマーケティングサービスは、ダウントレンドでありつつも利益率が高く、当社の安定的な収益基盤となっております。



ARR(Annual Recurring Revenue):年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金額です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

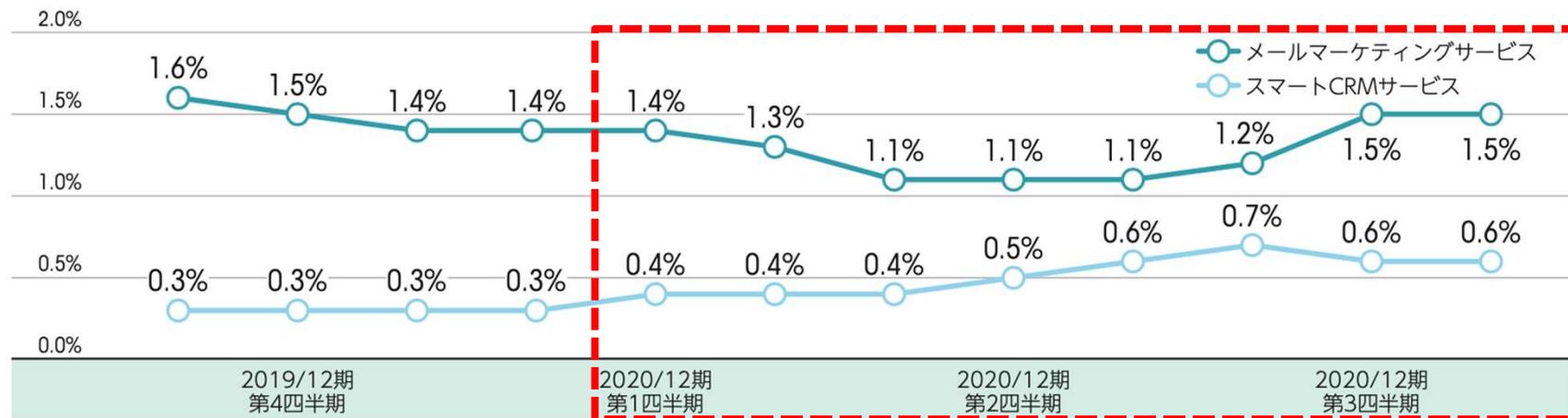
MRR(Monthly Recurring Revenue): 月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちリカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

2 事業の強み

チャーンレート (金額ベースの解約率)



スマートCRMサービスとメールマーケティングサービスにおける平均月次解約率の推移



新型コロナウイルス感染症のビジネスへの影響は軽微でした。

平均月次解約率：既存の契約金額に占める、各サービスの解約や会員数・減アカウント・提供する機能の減少に伴い契約金額の割合です。

2 事業の強み

『betrend』の強固なセキュリティ



2000年の創業から、情報漏洩ゼロ・情報消失事故ゼロの強固なセキュリティ環境。

データセンターおよびデータベース

- IT専門技術スタッフによる24時間365日の集中監視・運用。 ●システム構成を冗長化。
- 自家発電装置と大容量バッテリーにより、外部からの電源供給が途絶えても継続稼働可能。
- 最新の免震構造を採用。 ●ディザスタリカバリ(災害復旧)用に、遠隔地でのデータバックアップを実施。

公的認証の取得

プライバシーマーク使用許諾認定事業者
認定番号：10820648(08)



情報セキュリティマネジメントシステム
(ISMS(ISO27001:2013))
認証登録番号：IS606530



IS 606530 / ISO 27001:2013

本社にて取得



3 成長戦略と展望

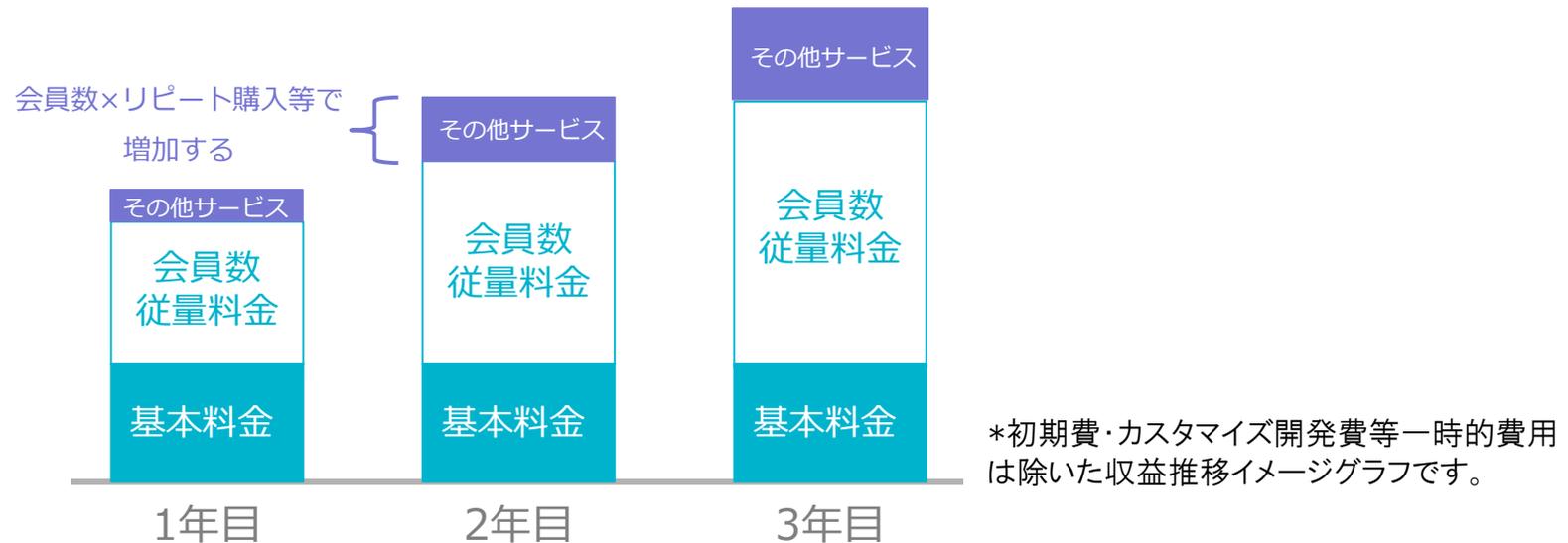
3 成長戦略と展望

積み上げ型の収益モデル *図はご契約1社あたりの構造



基本料金に加えて、会員数に応じた月額料金、ハガキDMの印刷・発送やアプリ内での定期券・お食事券販売による販売手数料などが積み上がる収益モデルとなっています。

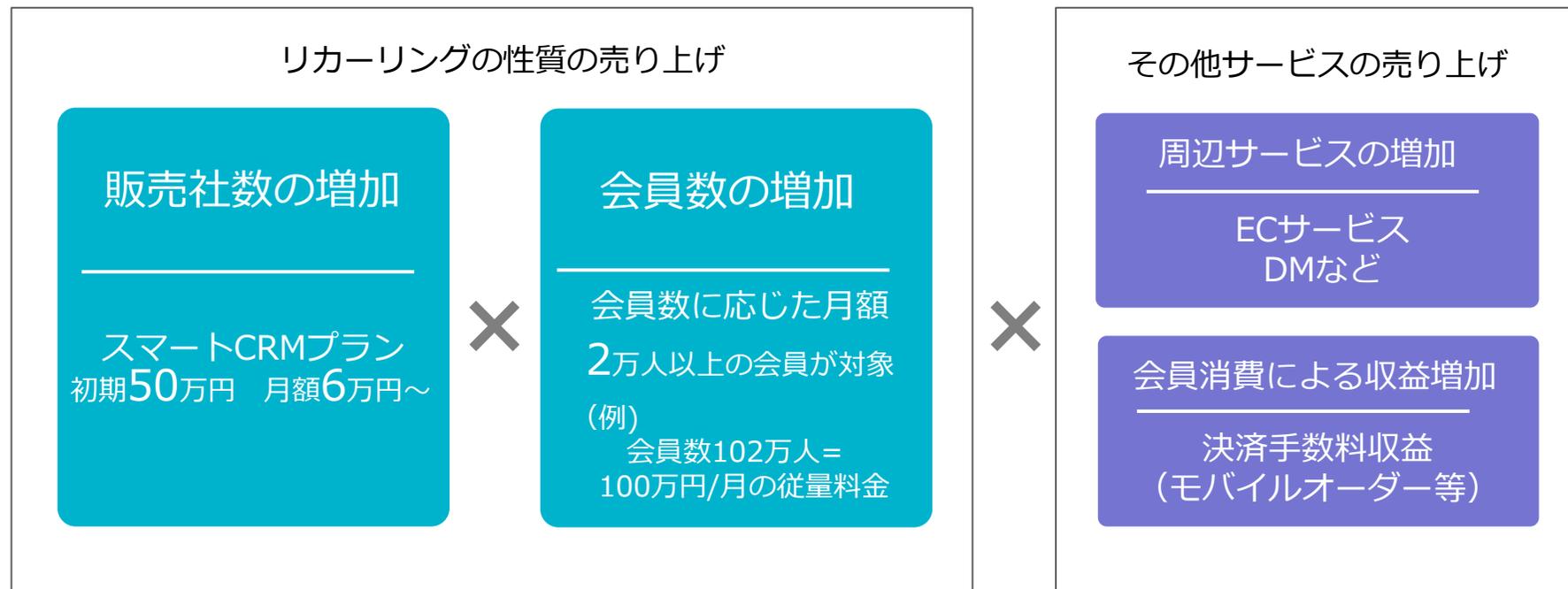
1アカウントの収益増加イメージ



アカウント：契約企業が使用する『betrend』の環境を意味します。業態単位で顧客を管理する場合は、1企業が複数のアカウントを契約する場合があります。

3 成長戦略と展望

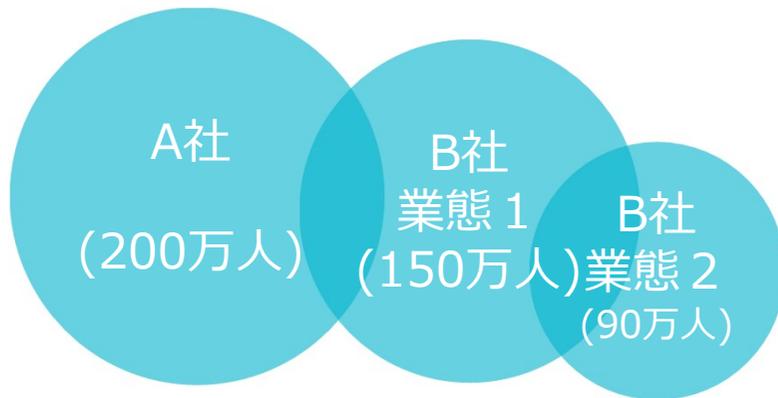
スマートCRMサービスの売り上げ成長計算式





betrend(スマートCRM)

同じ人が様々な企業の会員になり
企業ごとの会員数が成長するモデル



グループウェア/営業管理型CRM

各社の社員数が上限となるモデル



betrendの主なターゲット業界における企業数は 約172万社

卸売・小売業：842,182社 生活関連サービス・娯楽業：366,146社 宿泊・飲食サービス業：511,846社

出所：会社説明資料、矢野経済研究所、経済産業省「平成28年経済センサス」

3 成長戦略と展望

売上高・ARRの最大化に向けた取り組み：販売社数の最大化



売上高・ARRの最大化

販売社数の最大化



会員数の最大化



その他サービス収益の
最大化

対象業種と親和性の高いサービスとの連携で販売社数拡大

対象業種	業務提携先
小売 飲食	POSレジ
	プリペイドカード
	券売機
	コールセンター
小売	電子レシート
飲食	予約台帳
	モバイルオーダー

3 成長戦略と展望

売上高・ARRの最大化に向けた取り組み：会員数の最大化



売上高・ARRの最大化

販売社数の最大化



会員数の最大化



その他サービス収益の最大化

アプリの機能拡充 / リニューアル提案
(アプリの価値およびインストール率向上)

来店スタンプ



ランキング



告知方法の見直し / 店頭POP作成支援
(会員化率向上)



3 成長戦略と展望

売上高・ARRの最大化に向けた取り組み：その他サービス収益の最大化



売上高・ARRの最大化

販売社数の最大化



会員数の最大化



その他サービス収益の最大化

アプリ定期券・お食事券/モバイルオーダーの提案

アプリ定期券・お食事券 購入画面

モバイルオーダー



日本郵便主催：全日本DM大賞への参加

2020年 日本郵便特別賞 受賞

2019年 銀賞&審査員特別賞 クロスメディア部門 受賞

2年間来店していないアプリ会員に”手書きDM”を送付

レスポンス率
平均 15.6%



DM 送付数 (期間:2019年6月~8月) 237 通 (毎月平均79通発送)

3 成長戦略と展望

コロナ対策：コロナ禍での営業戦略の積極的な変化対応



コロナ禍での市場環境の変化により、**企業がCRMの重要性を再認識**。

小売業のOMOやDXへの注目度向上も追い風となり、**量販店やEC業態からの引き合いが増加**。

OMO(Online Merges with Offline)：顧客体験の最大化を目指しオンラインとオフラインの垣根を超えて購買意欲を創り出そうとするマーケティングの考え方

	コロナ前	コロナ後
営業ターゲット	外食を主カターゲットとし、量販店で補完	<p>コロナで好調な量販店向けの営業比率を高めている。 (スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンター)</p> <p>外食はコロナの影響が深刻でない業態(郊外型、テイクアウト等)を中心に展開。</p> <p>ECと店舗の連携などのEC需要も取り込んでいく</p>
チャネル	<p>外食：ターゲットリストアタックによる直販営業</p> <p>量販：大手主力販売店網を活用</p>	<p>既存の主力代理店網に加え、ECに強い事業者やショッピングカートとの協業も開始</p>
営業体制	外食向け営業強化	<p>量販店向けの営業強化、既存外食顧客は解約防止、クロスセル(モバイルオーダー、テイクアウト、お食事券等)</p>



3 成長戦略と展望 顧客管理サービス『betrend』のターゲット業界と市場規模

対象となる市場としては、BtoBtoC事業を展開する販促(広告)市場で約7,500億円の規模。そのうち、現在の主なターゲット市場は外食・小売・サービスで約3,000億円、また、CRMサービスによりターゲティングされた会員へオンタイムにピンポイントで送付することができるDM市場は約3,600億円規模。

- 現在の主なターゲット業界は以下の通り
 - 外食業界
 - 外食業界TOP100社のうち25社がすでに当社の顧客
 - 飲食TOP1,000社くらいまでの営業開拓が可能
 - 小売業界
 - スーパーマーケット・ドラッグストア・ホームセンター等の契約が増加
 - サービス業界
 - スポーツクラブ業界では上位10社で約7割の売上を占める寡占業界だが、10社のうち4社に導入
- その他
 - 会員に対しての情報発信手段としてあらゆる企業・団体での利用が可能
JFRグループ（大丸、松坂屋、PARCO）、横浜市などの自治体



出所：電通「日本の広告費2019」会社説明資料
一般社団法人日本ダイレクトメール協会



【お問い合わせ先】

ビートレンド株式会社

経営企画室 若松賢司

TEL 03-5549-2415

ホームページ <https://www.betrend.com/>