

「事業計画及び成長可能性に関する事項」 について

2022年6月
株式会社ビーマップ

GROWTH^{TOKYO}
4316

Copyright © BeMap, Inc.

0. 前書き

- ・多種多様なモバイル端末へのコンテンツサプライを可能にするソフトとサービスの提供。
- ・放送、生活動線、通信、モバイルを活用した顧客ビジネスの提供。

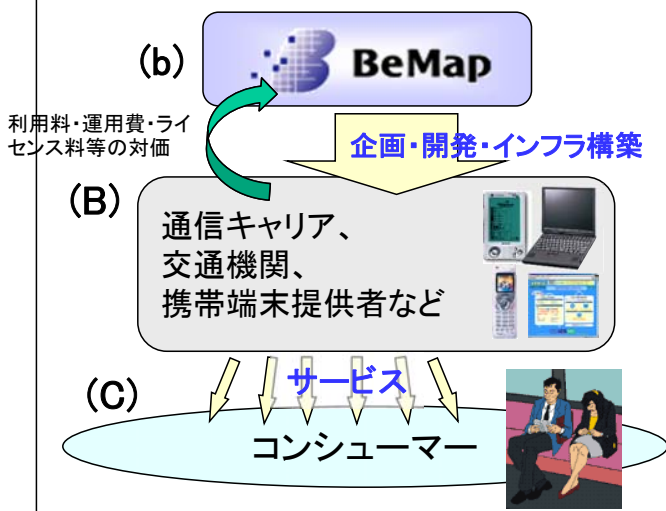
Best Mobile Application Producer



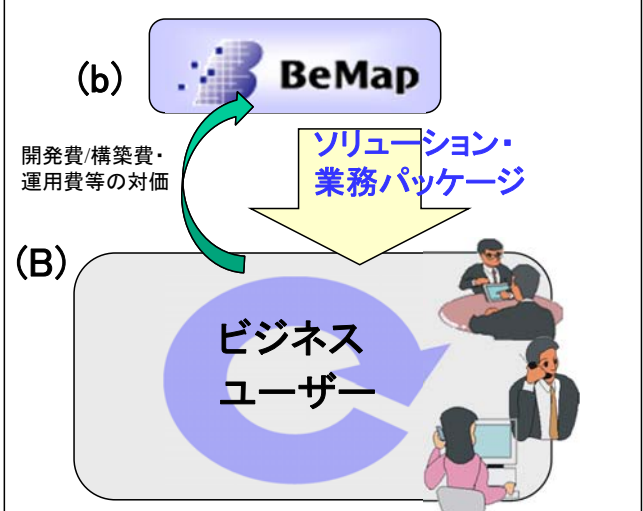
 **BeMap** 2タイプのビジネスモデル

当社グループは、大別して2タイプのビジネスモデルにより収益を上げております。

btoBtoC型ビジネス
(企画開発運用型)



btoB型ビジネス
(ユーザー拡大型)



1. ビジネスモデル

4



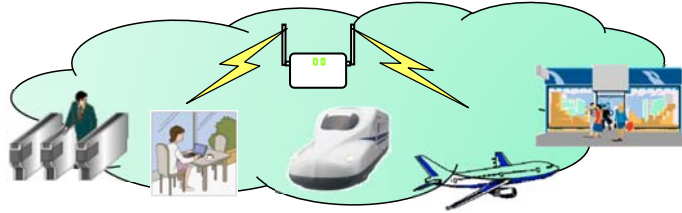
事業の内容

事業セグメント	事業分野	業務内容	ビジネスモデル
ワイヤレス・イノベーション	無線LAN配信 インフラ構築	－無線LANホットスポットにおけるコンテンツ配信インフラを開発・提供するサービス、業務用パッケージ	通信事業者を対象とする b to B to C、b to B（内容により混在）
モビリティ・イノベーション	交通関連	－鉄道等交通機関の乗り継ぎ（経路探索）技術の提供 －鉄道など交通事業者のIT化、MaaSへの技術提供	鉄道事業者を対象とする b to B to C、b to B（内容により混在）
ソリューション	監視録画システム	－カメラ付携帯電話への画像転送システムの開発・運用保守 －遠隔カメラ監視のASPサービス	駐車場、店舗等を対象とする b to B
	TVメタデータのASP事業	－TV番組メタデータのASPを構築しbtoBへの展開はかる	テレビ局、広告代理店、企業等を対象とする b to B
	コンテンツプリントサービス（こんぷりん）	－アイドルやキャラクターなど、さまざまなジャンルのカレンダーやブロマイドをコンビニのコピー機で手軽に購入できるサービス	コンテンツ権利者を対象とする b to B to C
	O2O2O、MMS	－メディア、広告、タレントなどを起点としてリアル店舗への送客を行うサービス	広告主、流通を対象とする b to B to C

※O2O2O(OnAir to Online to Offline)、MMS(Media to Mobile to Store)

5

- 無線LANのプラットフォームの企画、開発、運用。無線LAN APを通じた、情報配信の提供。
- 人口集中地域における通勤・通学手段としての鉄道会社、コンビニ・レストラン等を通してコンテンツの配信を行う。通信事業者、鉄道事業者他を通して展開。



オリンピック会場も担当

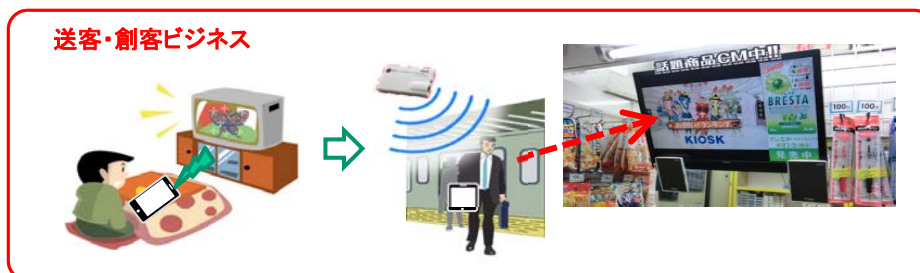
※無線スポットは駅周辺から航空機・列車内・コンビニ・外食にて展開

J R東日本新幹線 特急列車に映画、アニメ、ニュース、雑誌等で配信するプラットフォームを提供。



事業概要

- 経路探索ソフト トラベルナビゲータの技術・ノウハウをベースにした
 - ・ 駅周辺ビジネス、列車内サービスの企画・構築・運用
 - ・ 交通系ICカードを活用したサービス「transit manager」の企画・構築・運用
 - ・ 民鉄アプリの開発

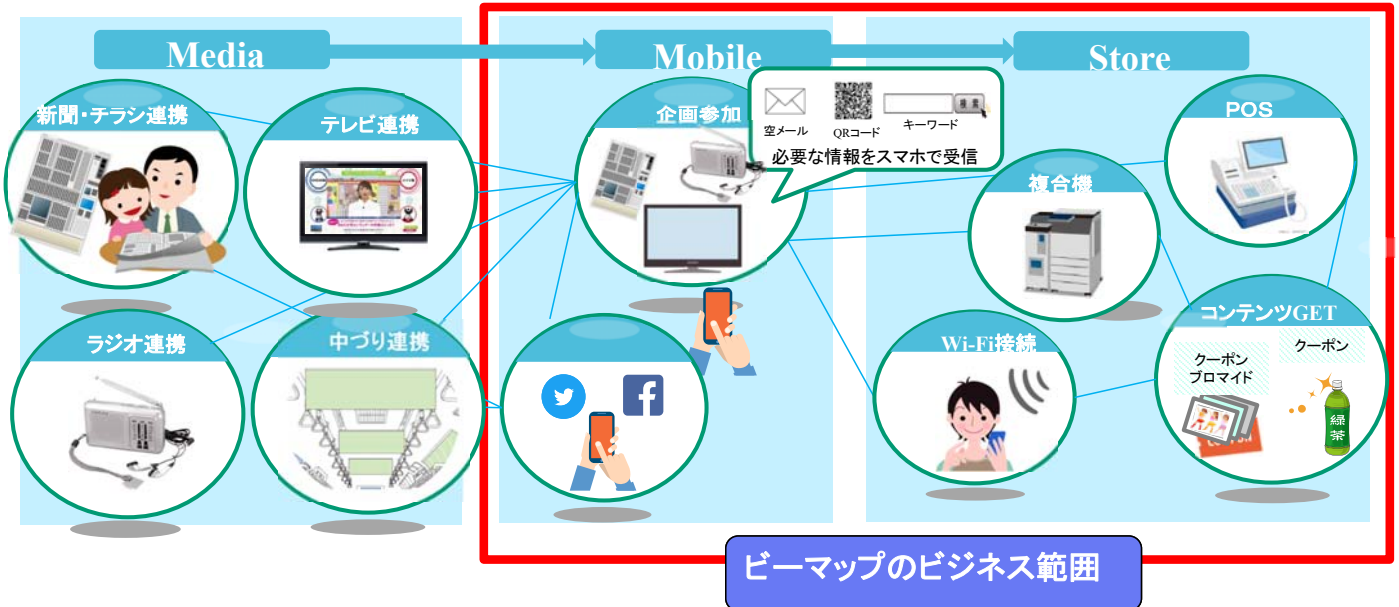


02020及びMMSソリューション

02020 (OnAir to Online to Offline) 及びMMS (Media to Mobile to Store) とは、放送、新聞、交通広告などからスマートフォンを活用し、リアル店舗までをつなげます。

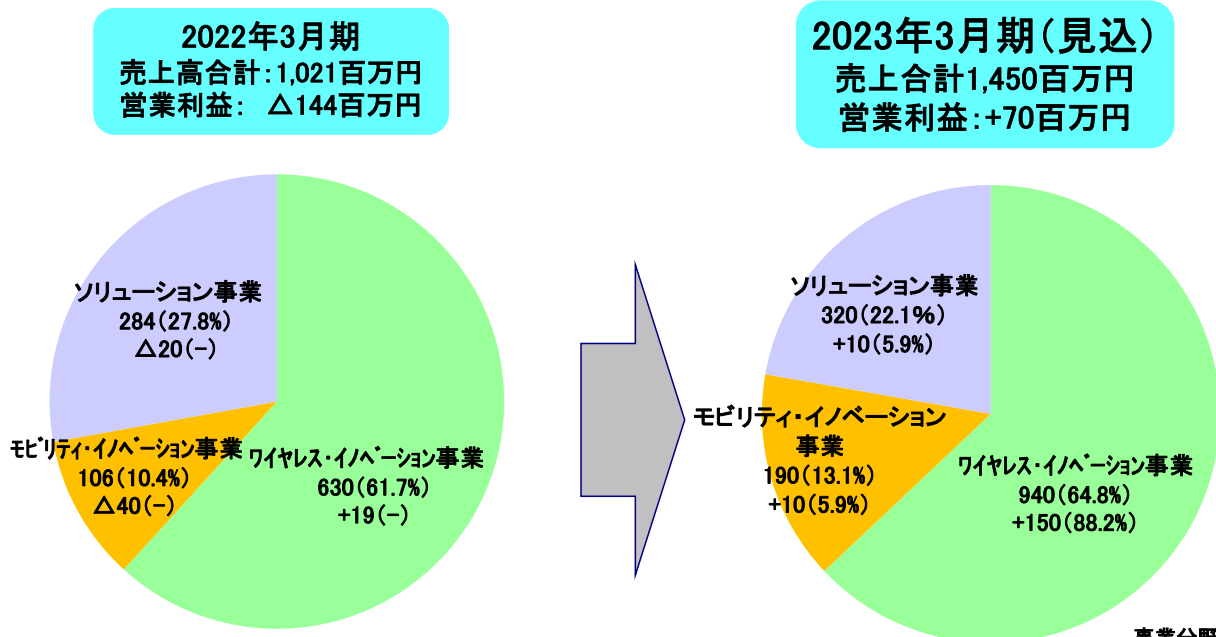
雑誌・新聞・チラシ・中ぶりからスマホへ

スマホからリアル店舗へ



BeMap 収益構造 <収入の部>

通信・鉄道事業者からの売上が、6～7割を占める傾向は当分続く見込みだが、多角化(特にソリューション)への取り組みを強化している。



※ b to B to C と b to B の比率は厳密な算定が困難であるため記載しておりません。
 ※ 各事業セグメントの損益は、全社費用約100百万円を含めておりません。

事業分野名称
 売上高(構成比率)
 セグメント利益(同)
 (単位:百万円)

IT事業の特徴として、労働集約の原価構造となっております。
 かつて、原価に占める外部流出費用(材料費・業務委託費・派遣員費)の比率が高かったことから、
 費用削減、技術・ノウハウの内部蓄積の観点より、新卒採用・育成を開始(2013.4)し、
 人材の充実に努め、現在も継続して取り組んでおります。

<製造原価の内訳>

2013.3期 (取組前)	労務費 156百万円	材料費・業務委託費・派遣員費 604百万円	その他経費 121百万円
2022.3期 (直前期)	労務費 200百万円	材料費・業務委託費・派遣員費 298百万円	その他経費 73百万円

販売費及び一般管理費は、ここ数年は事業体制強化のための人員増(1.5倍)を進めたため労務費を中心に付随する交通・通信費などの経費についても増加いたしました。
 2022.3期については、売上減に伴う要員の稼働低下により、販管費に計上される労務費が大幅に増加いたしました。

既にひととおりの体制強化を終えているため、固定費的な増加は予定しておらず、稼働向上により販管費に計上される労務は大幅に軽減される見通しです。

<販売管理費の内訳>

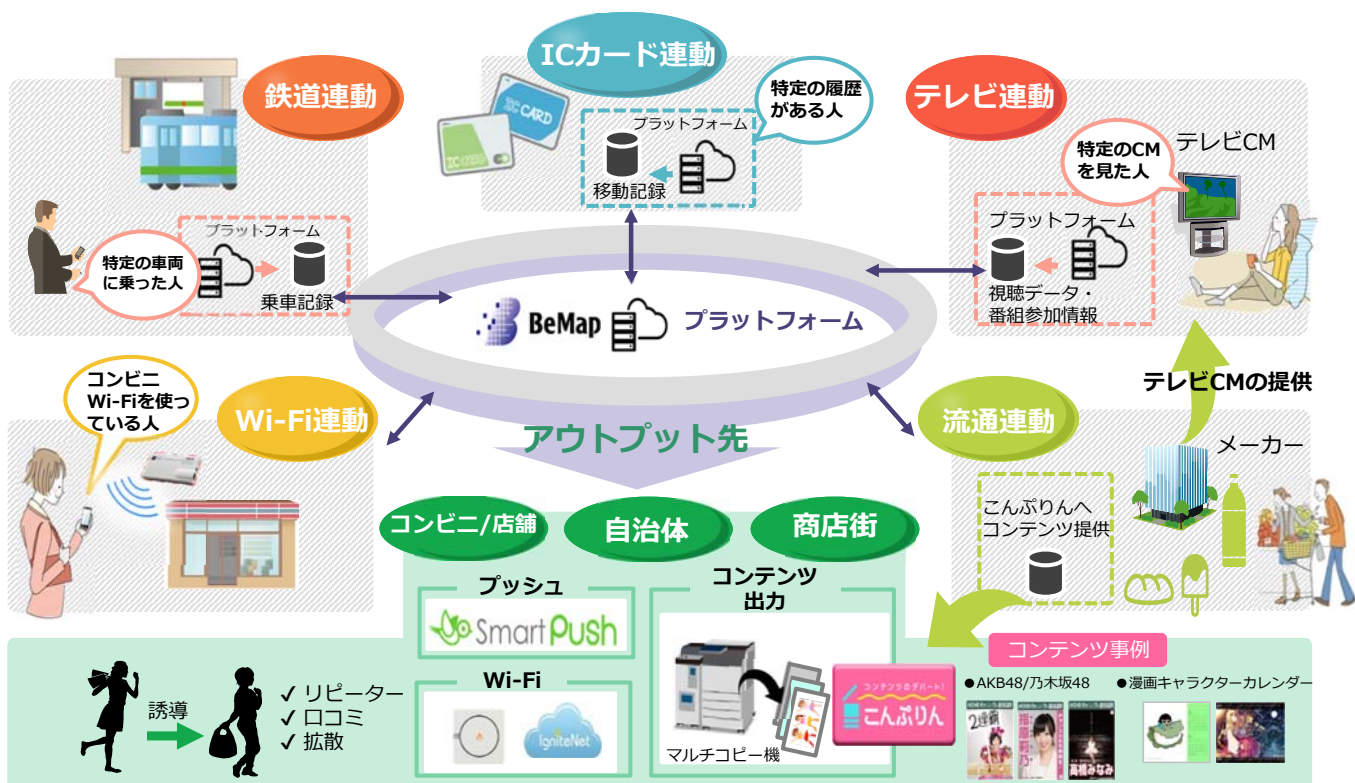
2013.3期	労務費 244百万円	その他経費 163百万円
2022.3期 (直前期)	労務費 358百万円 (前期比+53)	その他経費 258百万円 (前期比+4)

支払手数料 61百万円 監査報酬、顧問報酬、証券代行手数料など	株式報酬費用 12百万円	家賃・光熱 37百万円 事務所関係費	事業関係費 57百万円 交通費、通信費、システム利用料、保険料など	その他 91百万円 採用費、租税公課、減価償却費、広告費、交際費など
---------------------------------------	-----------------	--------------------------	---	--

2. 市場環境

BeMap 当社の関わる分野

当社グループは様々な事業分野に関わるITプラットフォームの構築をめざしており、それぞれが潜在的な市場規模を抱えております。

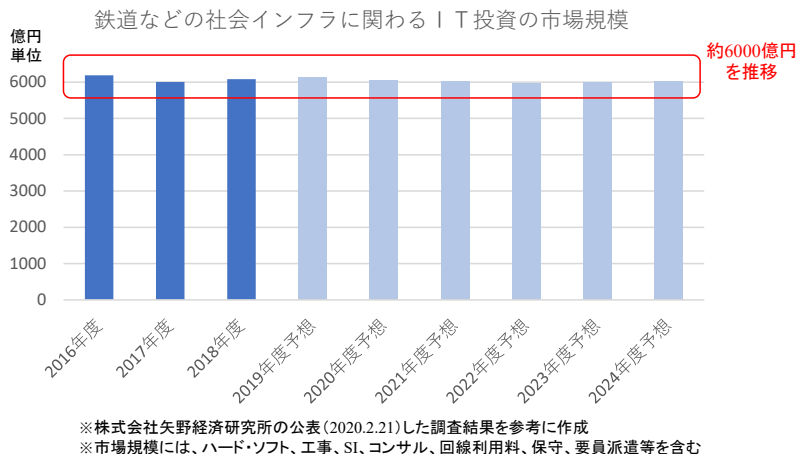


【モビリティ・イノベーション】

鉄道などの社会インフラに関わるIT投資に関しては年間**6千億円**程度の規模であるというレポートが株式会社矢野経済研究所より2020年2月21日に公表されております。
当社の直前期の売上高は**約1.1億円**であります。

当社では、これらの公表数値に加えて、モビリティ変革コンソーシアム(JR東日本主催)、日本鉄道サイバネティクス協議会(一般社団法人日本鉄道技術協会の部会)などでの活動や、各事業者との直接の協議、社外取締役の調査助言等を通して、関係各社の投資予算を把握し、直接の受注活動につなげる戦略をとっております。

鉄道等公共交通機関の事業会社においては、システム開発についてはそれぞれグループ会社を中心に進めるケースが大部分ですが、当社としては、単純なシステム開発に留まらない事業プランの構築やプランに関わる鉄道事業者以外の関係各社との調整など広範囲をカバーすることで、容易に競合することが無い状況を作り出すことに留意しております。

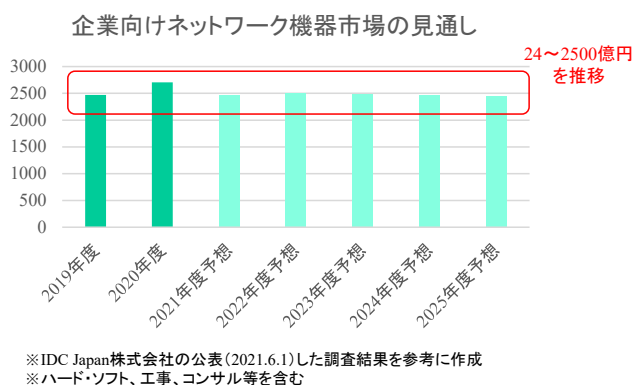


【ワイヤレス・イノベーション】

企業向けWi-Fiの投資に関して、企業向けネットワーク機器の市場規模は、2019年度**2,456億円**、2020年度**2,704億円**、2025年まで2,500億円弱の推移が見込まれるというレポートがIDC Japan 株式会社より2021年6月1日に公表されております。
当社の直前期の売上高は**約6億円**であります。

当社では、これらの公表数値に加えて、一般社団法人無線LANビジネス推進連絡会などでの活動や、各事業者との直接の協議、政府との情報交換、社外取締役の調査助言等を通して、関係各社・国の投資予算を把握し、直接の受注活動につなげる戦略をとっております。

通信事業会社においては、システム開発についてはグループ会社や旧電電ファミリーを中心に進めるケースがありますが、当社としては、単純なシステム開発に留まらない事業プランの構築やプランに関わる通信事業者以外の関係各社との調整など広範囲をカバーすることで、容易に競合することが無い状況を作り出すことに留意しております。



【ソリューション】

様々な事業分野を対象にしておりますが、直接マッチする市場調査等の数値は得られておりません。
近年注力しているO2O2O、MMSの分野については、企業の広告費ではなく販促費をターゲットとしております。販促費の市場規模は、一般的に年間15兆円と言われておりますが、その中で当社のターゲットになりうる金額は算定できておりません。

【その他】

広義においては、IT・広告企業は当社と競合する可能性があります、
当社は事業プランの企画・提案からシステム設計・開発、関係各社の調整まで一貫して行うことができる非常に特殊な立ち位置にあると考えており、直接競合している企業はありません。

なお、純粋な企業向けのSI案件、ハードウェア販売案件においては、IT企業全般が競争相手となります。これら競争相手との間で差別化を図るため、提案にあたっては、お客様の将来のビジネス拡大につながる内容を盛り込むことで容易に他社が追従できない条件を作り出すことを心がけております。（例：商業施設への無線LANのAP販売にあたって、送客・拡販イベント・業務システム連携を考慮した構成を提案することで、売り切りのハード販売とはしない。）

また、当社の主要顧客である通信・鉄道などの業界においては、システム開発においては各社のシステム子会社を中心に進めるケースが大部分ですが、単純なシステム開発に留まらない事業プランの構築や関係各社調整など広範囲をカバーすることで容易に競合することが無い状況を作り出すことに留意しております。

3. 競争力の源泉

18

 **BeMap**

競争優位性

技術・ノウハウの蓄積による優位性

特にワイヤレス・イノベーション事業においては、Wi-Fiの黎明期より関わってきたことで技術・ノウハウの蓄積は優位にあると考えており、認証・コンテンツ配信については、日本の公衆無線LANの殆どに当社の技術が用いられております。その他の事業においても、各業界の特徴に対応できる技術・ノウハウを蓄積しております。※

独自の立ち位置による提案優位性

鉄道、通信、放送、流通、外食、エンタメなど、各業界での国内トップクラスの企業と取引しております。当社は、業界横断的な新規サービスの企画・提案・実現ができる企業であり、O2O2O、MMSなどの立ち上げにおいても独自の立ち位置ゆえに他社と競合することなく展開することができました。

優れた人材による優位性

当社では、代表取締役を筆頭に、ユニークな新規サービスを企画・提案・実現できる人材の確保・育成に努めており、成果を上げております。また、顧客各社より、新しい提案を求められることが多く、社内では常に企画を立案し提案にまとめていく風土が築かれております。社外取締役2名は、それぞれ鉄道・広告、無線通信の各分野の動向・技術に精通しており、当社の事業展開において的確な助言指導をいただいております。

※技術、ビジネスモデルの一部については、特許・実用新案等の権利化を随時行い、他社の参入を抑制しております。

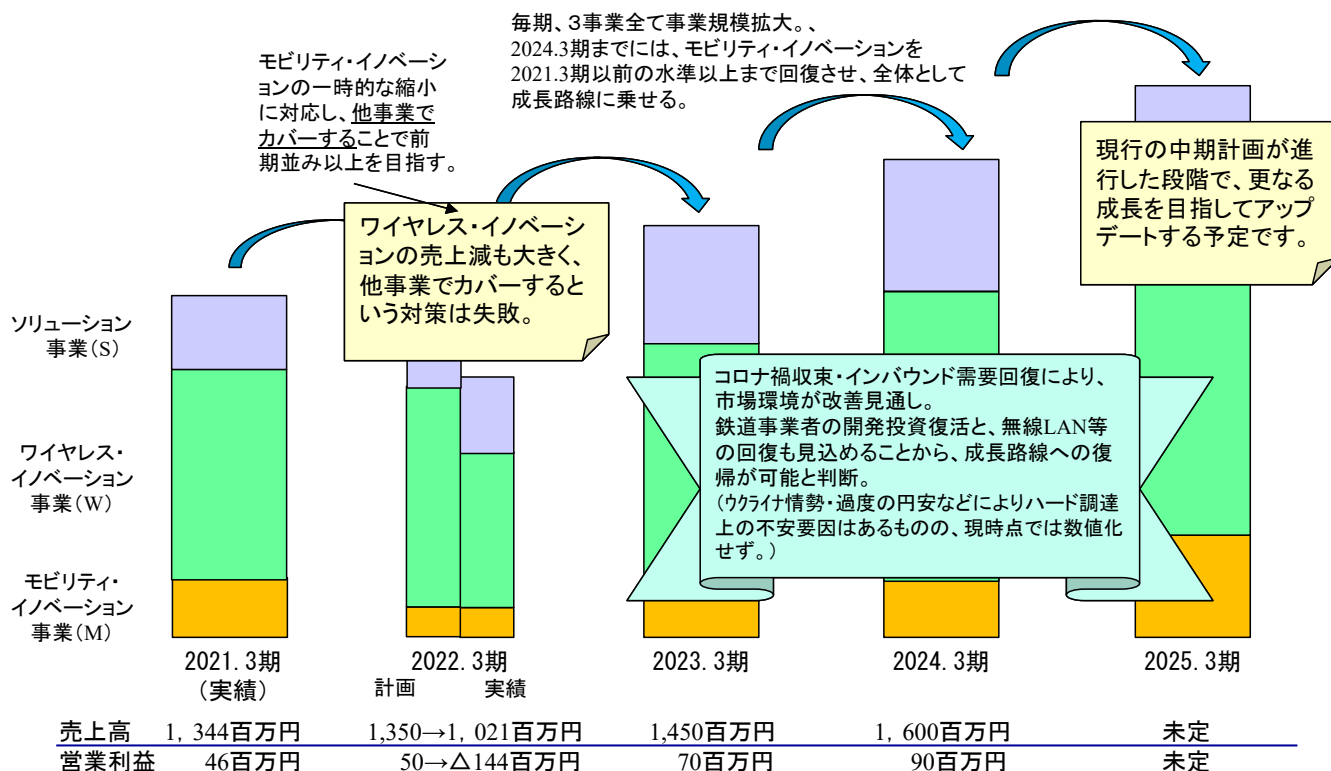
19

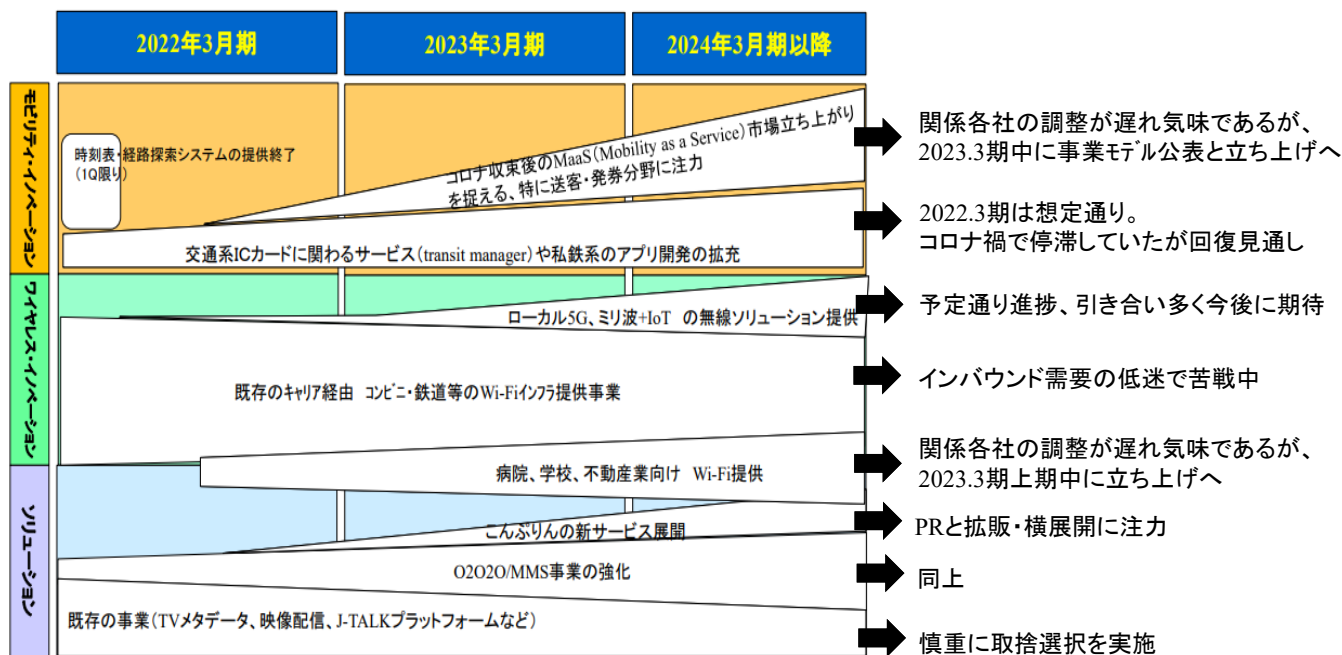
4. 事業計画



成長戦略(全体)

当社は現在も実質無借金経営であり、自己資本率61.0%（前期末時点）の健全な財務体質を維持している。
 2022.3期は、モビリティ・イノベーションの規模縮小後の回復策が遅くなったこととワイヤレス・イノベーションでの大型案件の減少により、売上高が減少し、赤字に転落したものの
 コロナ禍・インバウンド需要の回復に伴い、当社を取り巻く市場環境は回復する見込みであるため、既存の中期計画を維持し、成長路線に回帰することを目指す。





当社では、**営業利益**の成長を最も重要な経営指標としております。最も基礎となる段階利益であり、公表している数値の中でも経年比較が容易であることから重要な指標と考えております。2022年3月期の営業利益は残念ながら損失(144百万円)となったが、今後の目標値については次頁以下に記載します。

なお、社内における事業管理においては、案件単位で売上総利益率の向上(原価率の低減)を人事評価上の重要な指標として用いております。各案件ベースでの原価構造が異なるため、一律での目標数値設定は困難であり、予算策定にあたっては、毎年、原価率が前期を1%程度下回ることを前提としておりますが、目標数値とはしておりません。

- ・2020年3月期 51.7%
- ・2021年3月期 54.2%
- ・2022年3月期 54.4%(53%程度を目指していたが、大型案件の減少による開発効率の低下で高止まりとなる。)
- ・2023年3月期 52%程度を目指す
- ・2024年3月期 51%程度を目指す

<数値計画>

(単位:百万円)

	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年3月期 目標	2024年3月期 目標	2025年3月期 目標
売上高	1,344	1,021 (1,350)	1,450	1,600	未定
ワイヤレス・イノベーション	812	630 (900)	940	1,000	現行の中期計画 が進行した段階 で、更なる成長を 目指してアップデ ートする予定です。
モビリティ・イノベーション	225	106 (150)	190	240	
ソリューション	217	284 (300)	320	360	
営業利益	46	△144 (50)	70	90	
経常利益	52	△148 (60)	80	100	未定
当期純利益	41	△155 (40)	60	70	未定

※2022年3月期の()内は当初計画

ワイヤレス・イノベーション事業分野

【実績】

・高速無線LANシステム「MetroLinq Terragraph」(メッシュ対応 60GHz帯無線LANアクセスポイント)の展開を開始→バックボーン、地域BWAとしての可能性を提案中

【課題】

・オリンピック後に大型構築案件が激減
 ・Wi-Fi投資の減少(背景としてインバウンド需要減少) → 新たに、賃貸不動産等向けのWi-Fiシステムを準備中

モビリティ・イノベーション事業分野

【実績】

・京浜急行電鉄の会員制座席指定券購入サイトKquickへの技術協力

【課題】

・えきねっと向け技術協力の終了以後、代替となるビジネスの構築に遅れ → 鉄道事業者と連携した送客・発券ビジネスの構築に取り組み中(2022年下期以降)

ソリューション事業分野

【実績】

・MMSサービスにおいて、流通各社とのユニークな企画の実績を積み上げる
 ・こんぷりん 証明写真サービスを開始

【課題】

・いずれも規模が小さく収益化に苦戦 → 流通向けのMMSサービスのパッケージ化
 認知度アップによる販売機会向上
 取捨選択を継続的に実施

<前提条件>

売上高の推移

当面の間、ワイヤレス・イノベーション事業分野が大きな比率を占める予定。モビリティ・イノベーション事業が落ち込んでおり、他2事業でそれを埋める。

原価率の見通し

前期においては、一部案件を中心に原価率が低減し、全体として54.4%とやや低下した。今期以降については、モビリティ・イノベーション事業で若干悪化する可能性を想定しているが、そうした中であって、当社がノウハウ・開発資産を積み重ねた開発モデル・運用ライセンスモデルに徐々に移行させることと不採算分野の整理を行うことで、可能な限り削減に取り組む。

販売管理費(販管費率)の見通し

2022年3月期:540百万円を想定していたが実績は609百万円となった。

特に2事業分野における売上減により、要員の稼働が減少したため、労務費を中心に販管費が嵩む結果となった。事業規模の回復により、減少される見込み。

2023年3月期:560百万円。人員増を想定するが、グループ間での効率的な人材活用、コロナ後の諸経費減により増額を最小限に抑える。

2024年3月期:580百万円。若干の人員増を想定。

2025年3月期:600百万円。

その他

過去の税務上の繰越欠損金を踏まえて、繰延税金資産(BS)及び法人税等調整額(PL)の計上を見送っている。税効果の算定にあたり、過大な影響を排除する観点から、抑制的な数値計画となる可能性があるにご注意いただきたい。ウクライナ情勢や資源・半導体の供給悪化、急激な円安などは情報通信機器等の調達リスクとなる可能性があるものの、数値化は困難であり計画では考慮しておりません。

<事業分野別の取り組み>

ワイヤレス・イノベーション事業分野

エヌ・ティ・ティ・ブロードバンドプラットフォーム株式会社をはじめとするビジネスパートナーと連携し、無線LAN関連サービスの拡大、通信インフラ上でのサービス案件、既存システムの拡張・更新・安定運用に関わる案件の増加による売上増を目指す。

- ・コンビニ、鉄道等のWi-Fiインフラ事業は継続
- ・新規顧客として病院、学校、不動産業向けを注力。特に賃貸不動産業向けに重点。
- ・2021年東京オリンピック・パラリンピックに向けた無線インフラ整備は2022.3期中間期まで貢献。

当社商品であるIgniteNet及びクラウド管理システム、車載サーバをはじめとするAirCompassシリーズ、IoT関連開発の販売を強化する。

ローカル5G、ミリ波+IoTなど新技術展開による売上増を狙う。(10/22公表済新製品の展開に注力)

2022.3期の進捗

- ・Wi-Fiインフラへの各社の投資が足踏み(インバウンド需要の消滅による様子見の傾向)
- ・新規顧客として賃貸不動産などの開拓を進めたが調整が長期化
- ・IgniteNet、AirCompass、ミリ波など引き合いは順調だが、大規模な受注には至らず

モビリティ・イノベーション事業分野

鉄道会社のインターネット予約サイトについては6月で終了見通し。交通系ICカードを活用したtransit managerの販売強化、関連システム開発受注を強化する。各鉄道事業向けのアプリ開発の受注を強化する。

MaaSなど最新の技術・サービス動向に沿った事業展開に取り組む。第一弾として私鉄等と連携した送客・発券分野。

2022.3期の進捗

- ・インターネット予約サイト向けの技術提供は終了
- ・transit manager、私鉄向けアプリ開発などは順調にこなしたものの大規模な受注には至らず
- ・私鉄等と連携したMaaSの取り組みは、企画段階に留まる。

ソリューション事業分野

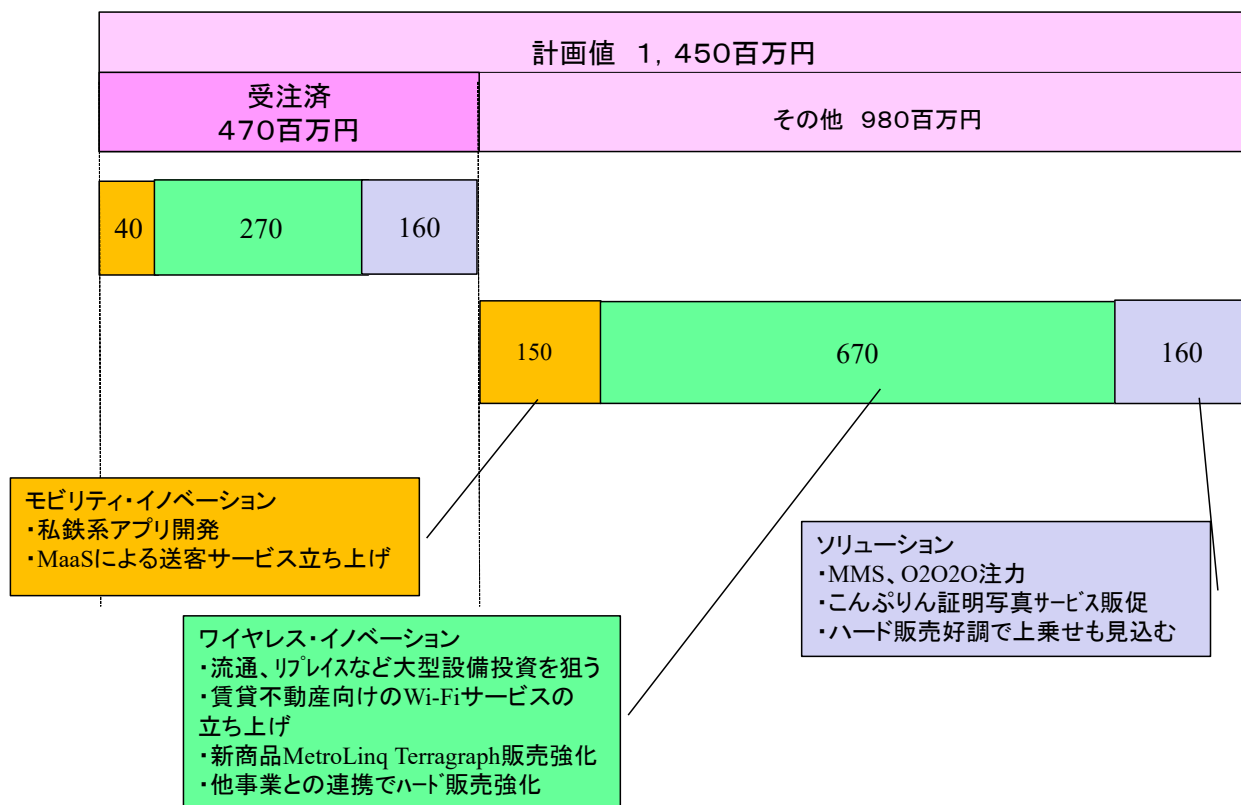
O2O2O/MMSを事業の完全黒字化。ソーシャル分野強化。メディアから店舗へのワンストップソリューションのシステム強化。外食・流通向けソリューションの販売強化。

こんぷりんについては、コンビニをはじめとするプリンタ・複合機向けのコンテンツ配信インフラとして収益拡大を目指す。その他の新規用途に向けたサービス展開(2022.3期内に1件、2023.3期上期中に1件)を図る。IgniteNETの販売強化(鉄道・通信以外)を継続。

2022.3期の進捗

- ・O2O2O、MMSは一部案件で黒字化、実績はメディア・業界誌等で取り上げられ、流通・店舗向けの理解度向上
- ・こんぷりんは証明写真サービスを2022年3月に開始
- ・ハードウェア販売は引き合い多く、積み上げに貢献

<2023年3月期 売上高目標数値の進捗状況>



※受注済案件(A)及び受注がほぼ見込める案件(B)の合計を「確定」として表記しております。

<2023年3月期 営業利益目標数値の進捗状況>

まだ期初であるため、
進捗あり次第公表させていただきます。

今後の開示予定

中間期(第2四半期累計期間)・通期の決算短信公表後、速やかに公表してまいります。
(決算説明会の資料に含める予定)
その他、数値計画の見通しに重要な影響を与える事項が発生した場合も速やかに公表いたします。

5. リスク情報

認識するリスク／リスク対応策

リスクの概要	顕在化の可能性・範囲 等	対応策
主要顧客の動向 当社の売上合計に占める主要顧客(2社)への売上の割合は、2021年3月期65.4%、2022年3月期59.4%であり、依存度が高い。	2022年3月期において、株式会社ジェイアール東日本企画への売上高がほぼ半減。減少分をカバーできず赤字計上。	独自商品の企画・開発及び販売強化に取り組み、2024年3月期までにその減少をカバーする(それまでは他の事業分野で支える。)ように取り組むとともに、O2O20事業・MMS事業の本格展開により、主要顧客への依存度を軽減させ、安定した収益を上げることができる顧客ポートフォリオを構築していく。
人材の確保・育成 代表取締役を含む少数の人材により収益の大部分を支えられている。	現時点では潜在的リスクにとどまるが、現実化すると影響が甚大である。	依存度を下げるとともに、ビジネスのすそ野を広げる観点からも、優秀な人材の採用と能力向上に努めていく。
季節要因の軽減 主要な顧客である社会インフラ事業者は、期末に大型案件が集中することが多い。	ほぼ毎期、業績の見通しが期末近くまで流動的となり進捗確認できず。	年間を通して安定した収益を確保するため、季節要因の少ないO2O20、MMSなどの事業を強化することで、軽減を図っていく。
競合関係 モバイル端末機器に技術や情報を提供する事業者は極めて多く、競争が激しい。	強力な競合相手が出現する可能性が常にあり、収益減少リスクとなる。	O2O20サービス・MMSサービスなどのコンテンツインフラの提供、生活に密着したコンテンツの提供、大手企業とのアライアンスによる事業展開などの戦略により、他社に対する高い参入障壁を築く。重要な技術・ノウハウは知的財産化を図る。
外的要因による調達難 ウクライナ情勢、半導体供給不足、円安による情報通信機器の調達難・高騰。	コスト高、納期遅延、機会損失の可能性が生じる。	需要見通しの正確性を高めると行うとともに、先行調達も一部実施する。(別途在庫リスクは発生)
グロス市場における上場維持基準 上場維持基準を満たさない場合は、上場廃止となり、証券市場において当社株式を取引できなくなる。	2022年3月末時点で、時価総額基準(40億円以上)に抵触しており、当面は経過措置の適用を受ける。	本計画を実行することで市場の信頼を得つつ、グロス市場の企業として魅力的な事業展開を訴求することで、当社株式の適正な評価に繋げ、時価総額を増加させる。