

事業計画及び成長可能性に関する事項について

ひらめきに、わくわく。

Betrend



®

2024年2月

証券コード：4020

ビートレンド株式会社

1 事業の概況

1 事業の概況 | 会社概要

社名

ビートレンド株式会社 (Betrend Corporation)

代表取締役

井上 英昭

設立

2000年3月

資本金

316,197,800円 (2023年12月末現在)

主な事業内容

顧客管理のDX推進事業 (SaaS型CRMサービス)

従業員数 81名 (2023年12月末現在)

正社員：48名 (嘱託含む)

役員：9名

契約社員：1名 業務委託 3名 海外オフィス20名

所在地

本社

東京都千代田区永田町2-13-1オカムラ赤坂ビル2F

TEL: 03-6205-7981 FAX: 03-6205-7982

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

TEL: 06-6538-6600 FAX: 06-6538-6601

九州営業所

福岡市博多区祇園町4-61 FORECAST博多祇園5F

TEL: 092-271-1416 FAX: 092-271-1415

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 (10)

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



10820648(10)



IS 606530 / ISO 27001:2013

本社にて取得

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

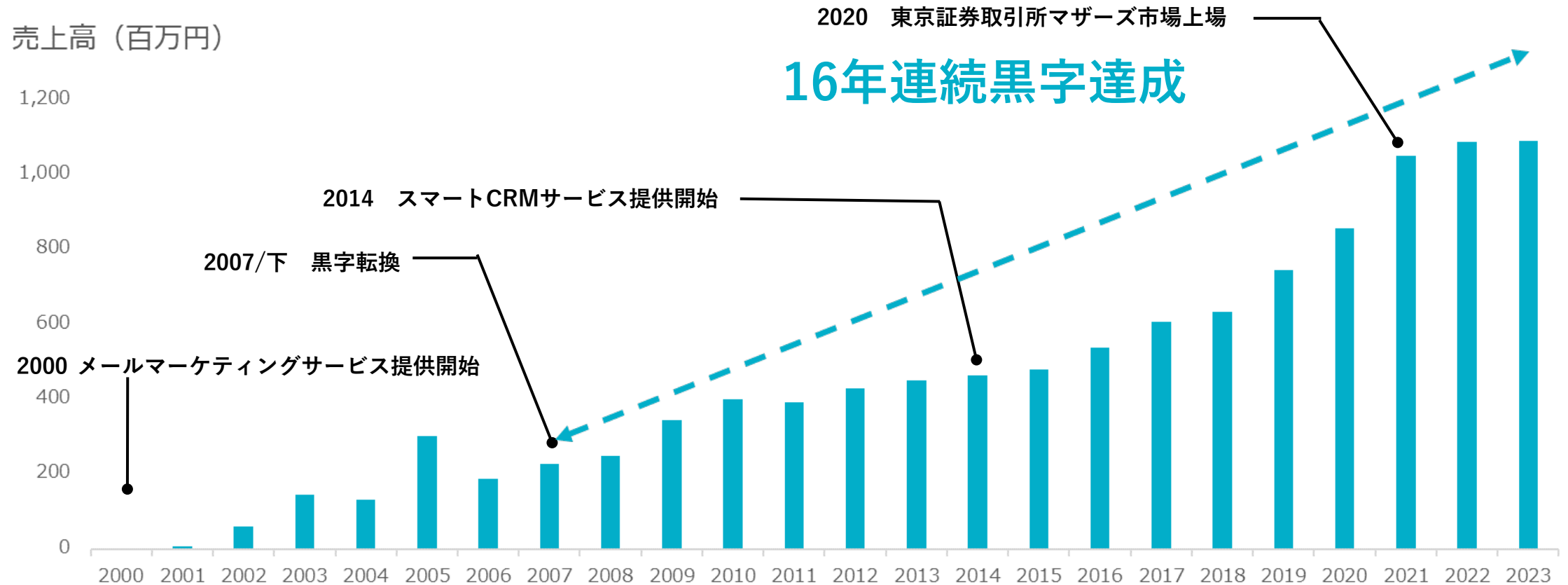
- ブランディング価値 先進的な販促活動 / 高いセキュリティー
- 経済的資産価値 会員数増加 / 来店回数増加 / 購買金額増加 / 客単価増加
- 製品サービス価値 組み合わせで競争力を付加
- 人材価値 最新情報提供 / 教育 / サポート
- コスト価値 集客コスト削減 / 開発費・運用費削減



1 事業の概況 | 事業の沿革 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

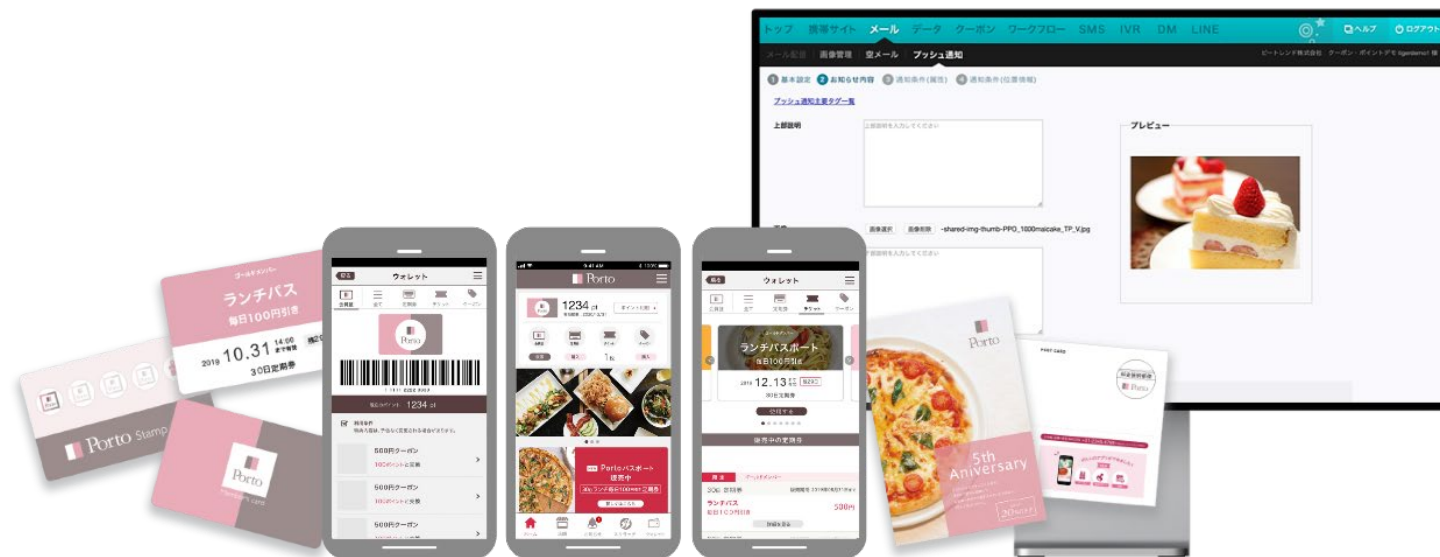


1 事業の概況 | 事業の紹介

会員属性情報・行動履歴情報をワンストップで管理する

SaaS型顧客管理サービス 『betrend』 の開発・販売

betrend



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とは / スマートCRMの特徴

betrendとは

お店とお客様の継続的なコミュニケーションをお手伝いする
顧客管理サービス (CRM)

betrendは、顧客情報と行動履歴からお客様のご利用状況を把握し、
効果的な情報配信を実現する顧客管理サービスです。

お店の“お客様ごとに最適なお知らせや特典を届けたい”という想いと、
お客様の“自分にあった情報をいち早く知りたい”という想いをつなぎます。



店舗販促に効果的な機能を備えた
スマートCRMプラットフォーム

スマートCRMとは、以下の2つを兼ね備えたCRMです。

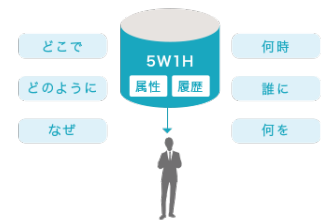


“スマートデバイス”を活用
・決済にも対応した会員証アプリ
・豊富な来店検知機能

“インテリジェンス”を持つ
・行動履歴に対応した顧客管理データベース
・デジタル/アナログ両対応の効果測定

スマートCRMの特徴

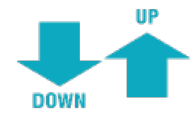
適切なコスト・強固なセキュリティ環境で、
スマートCRMを実現



履歴ベースマーケティング
“必要なとき”に“必要な情報”を



マルチコンタクトチャネル
多様化する情報配信手段に対応



コスト削減/売上アップ
売上アップの仕組みを低予算で



暗号化対応の
安全な顧客情報管理

24時間365日の集中監視・運用

1 事業の概況 | 導入事例①『betrend』のスマートCRMサービス（スマートフォンアプリ）



株式会社壱番屋 様



株式会社トモズ 様



株式会社力の源カンパニー 様



株式会社サッポロライオン 様



株式会社フレッシュネス様



株式会社サンマルク 様

1 事業の概況 | 導入事例② 『betrend』 のスマートCRMサービス (スマートフォンアプリ)



株式会社エムピーキッチン様



株式会社サンドリーム
ファクトリー 様



株式会社俺の 様



株式会社梅の花 様



東和フードサービス
株式会社 様



ヴェンキ・ジャパン
株式会社 様

1 事業の概況 | 導入事例③ 『betrend』のスマートCRMサービス（スマートフォンアプリ） 東芝テック CSdelight連携



株式会社千葉薬品 様



『クイーンズ伊勢丹
公式アプリ』

株式会社エムアイフードスタイル 様



株式会社イシグロ 様



株式会社長野県A・コープ 様



株式会社フォレストファーム 様

※『CSdelight』とは、東芝テックが提供する、顧客マスタやリアルタイムのポイントを一元管理する顧客情報システムです。顧客管理・ポイント管理・販促管理・ランク管理・基本分析機能を搭載しています。店舗システムと連携し、売上実績と顧客属性を組み合わせてお客様を抽出して、値引・割引・ポイントのバーコードを印字した販促レシートを発行します。

1 事業の概況 | 導入事例④ 『betrend』のスマートCRMサービス (LINEミニアプリ)



株式会社オリンピア様



株式会社ダイナック様



株式会社八木通商様



トヨタカローラ姫路株式会社様



東武百貨店 池袋本店様



オーロラ株式会社様



株式会社ナナシフードサービス様



株式会社亀屋万年堂様

※『LINEミニアプリ』は、『LINE』アプリ上で企業の自社サービスを提供可能にするウェブアプリケーションです。

1 事業の概況 | 『betrend』の導入実績(一部抜粋)

大手企業を中心に幅広い業種・業態で導入実績あり

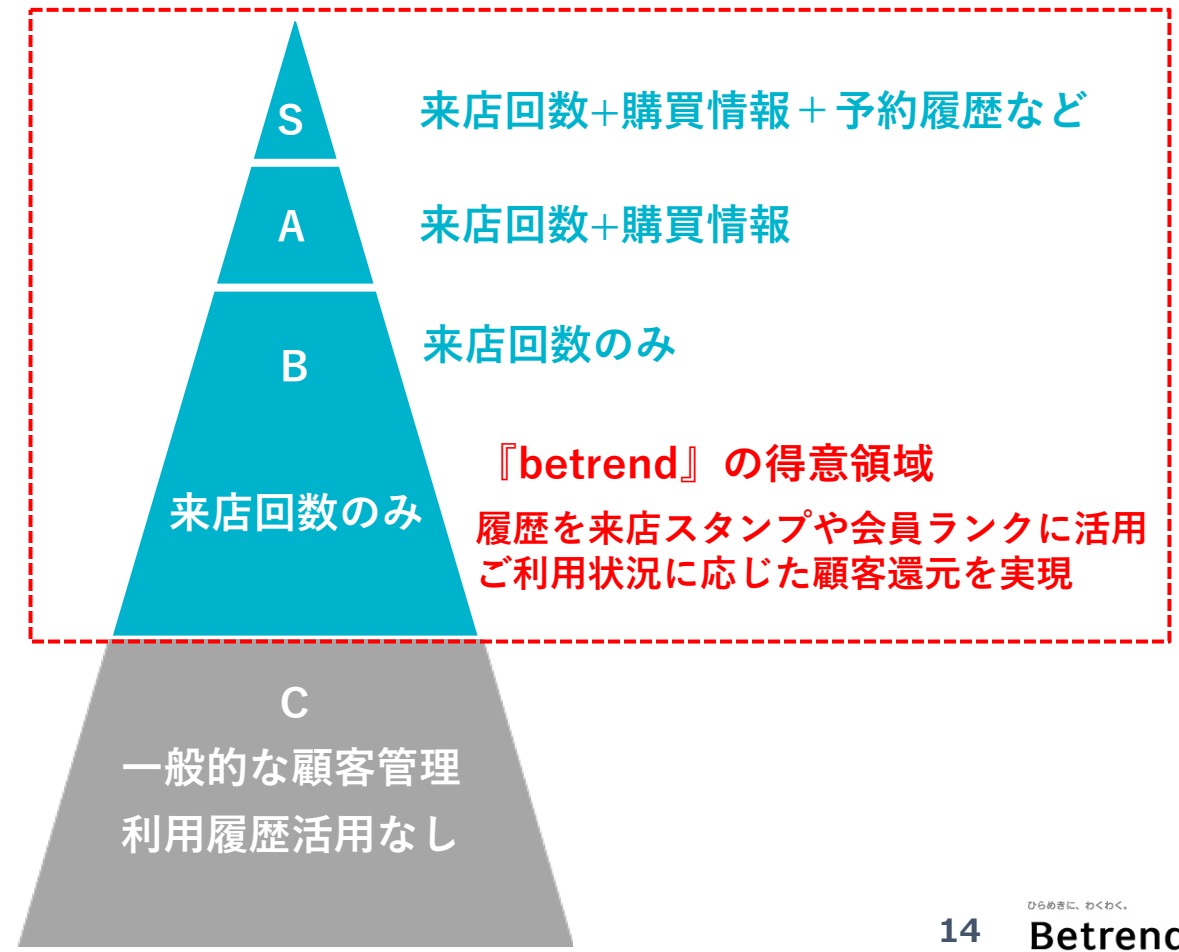
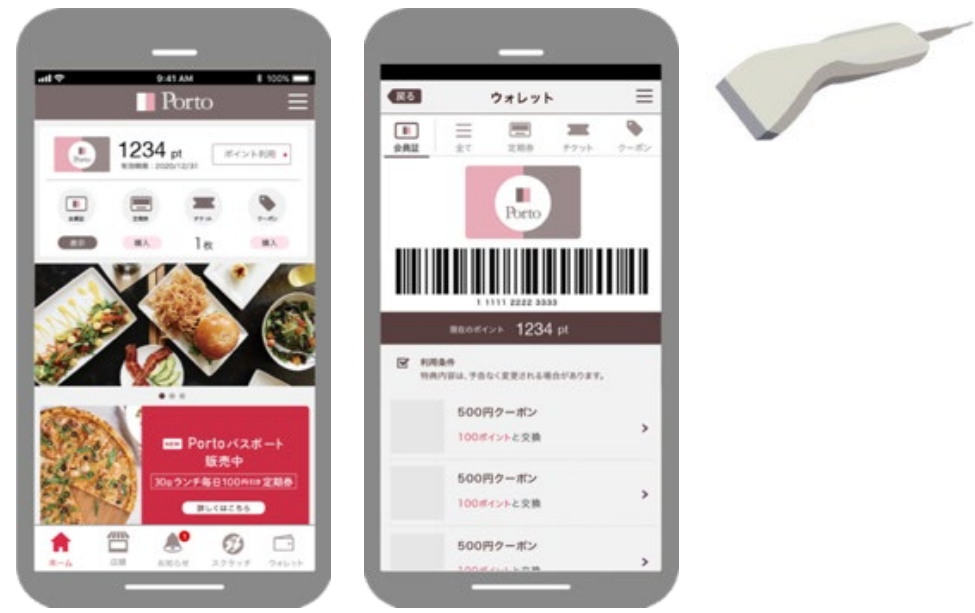


1 事業の概況 | 『betrend』スマートフォンアプリの強み

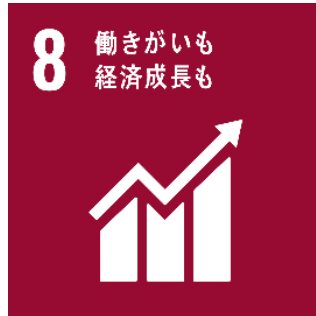
来店回数や購買情報やクーポン利用の有無など、会員の行動履歴情報を取得・活用できるアプリを提供。

会員行動履歴情報を取得・活用するSaaS型顧客管理サービス

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 | SDGs達成に向けた取り組み



ビートレンドは、顧客管理のDXで流通・小売・飲食・サービス業の収益アップ、経済力アップを目指しています。常に世界最先端のIT技術・インフラを活用して、高品質で信頼性の高いサービスを提供し続けています。外国人社員や海外でのオフショア開発なども促進し、2023年12月現在女性社員比率は45.8%になっております。



スマートCRMのご利用会員数は3,100万人（2023年12月現在）を超え、スマホアプリ会員証の実現や電子マネーサービスにより、ポイントカードやプリペイドカードなどのプラスチックカードの削減に貢献しています。

2 事業の強み

2 事業の強み | 強固なセキュリティ

サービス開始から23年間、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(10)



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

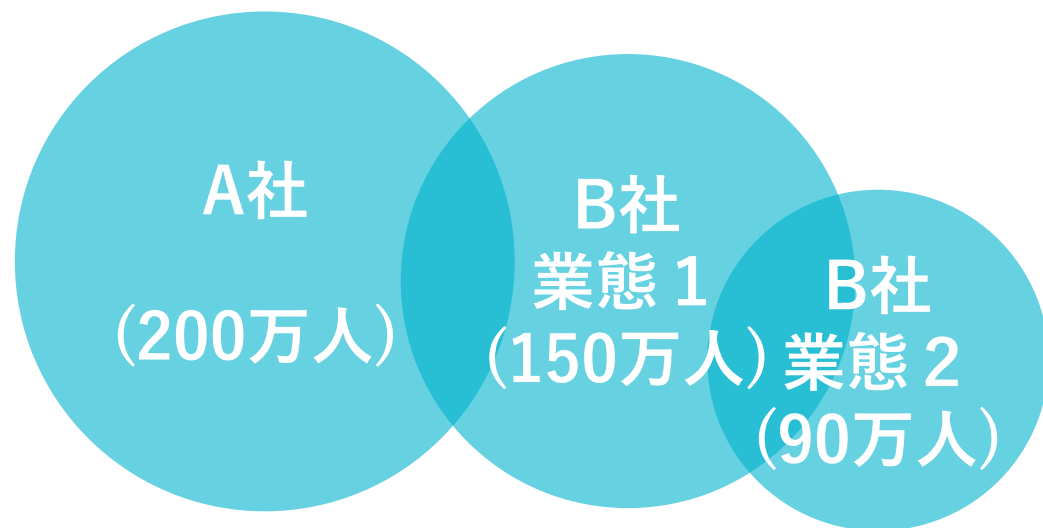


IS 606530 / ISO 27001:2013

2 事業の強み | スマートCRMのビジネスモデルと他サービスの比較

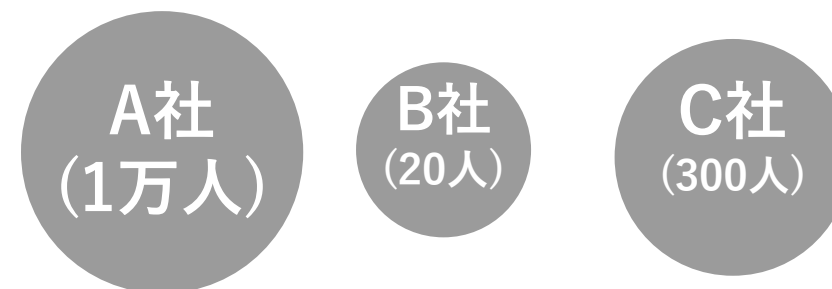
betrend(スマートCRM)

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

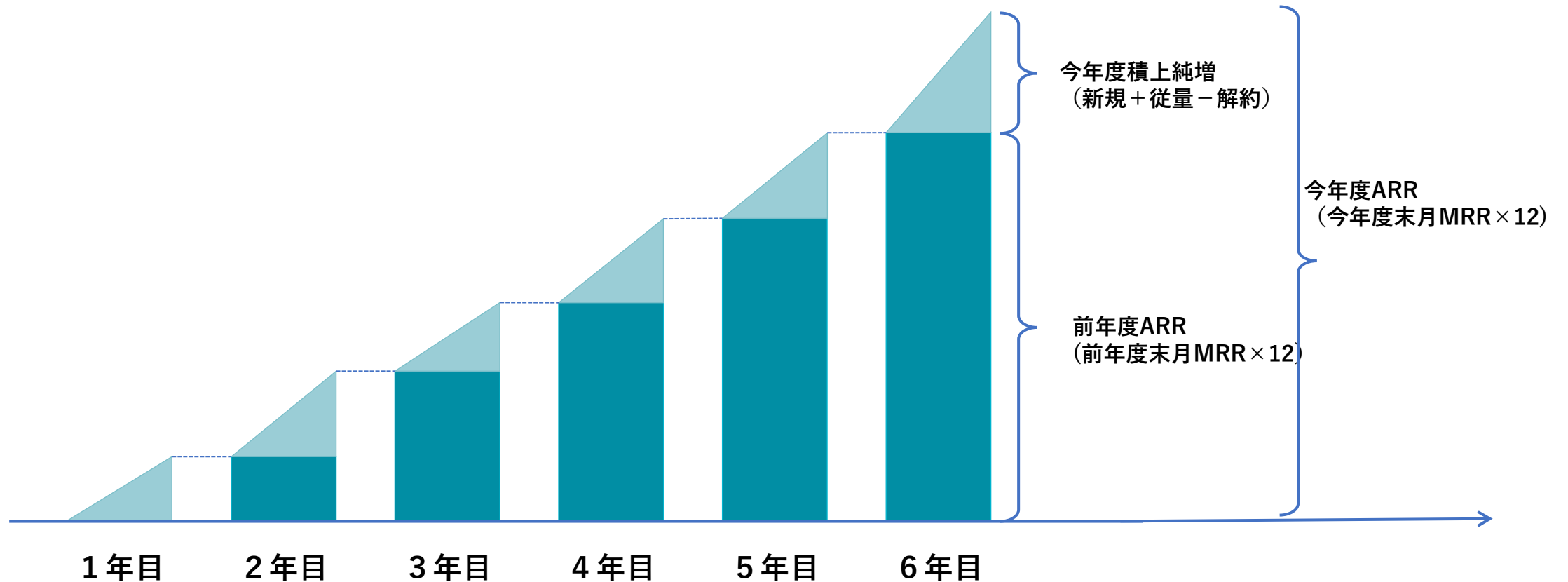


betrendの主なターゲット業界における企業数は 約172万社

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」

2 事業の強み | ストック積み上げ型のビジネスモデル



- リカーリング性質の月次売上 (MRR) *MRRとは解約されない限り次年度以降も継続される売上高の月次金額です。
 $MRR = \text{契約社数} \times (\text{1社あたり基本料金} + \text{1社あたり会員数売上} + \text{その他のリカーリング性質の売上等})$
- 今年度売上 = 前年度ARR (前年度末月MRR × 12) + 今年度積上純増 (新規 + 従量 - 解約)

2 事業の強み | 主な同業他社の状況

	A社	B社	C社	当社
取扱サービスの特徴	管理画面からスマートフォンアプリのコンテンツが柔軟に編集できる。顧客管理機能は搭載されており外部サービスとの併用が必要。	スマートフォンアプリ+顧客管理を提供。幅広く機能を搭載しているが、10店舗未満の小規模案件がターゲットとなっている。	スマートフォンアプリ+顧客管理機能を提供。飲食業と美容品にフォーカスした機能構成になっている。小規模、個店向け。	スマートフォンアプリ/LINEミニアプリ+顧客管理+メール・SMS・プッシュ通知など多様な情報配信手段をセットで販売。主に飲食業、量販店をターゲットに販売。顧客として中・大規模の業態が多い。
営業展開の特徴	当社に比べ費用が高く、大手クライアントが多い。予算が限られている、中小の飲食業、量販店では導入事例は少ない。	個店を中心に展開。一見、費用は安く見えるものの、店舗規模の増加等によりサーバ費用が別途課金される。	飲食店と美容院の個店に向け展開。他社が運営するメディアとのセット販売になっている。	中堅企業から大手企業まで幅広く展開している。全国に販路を持つ大手代理店や、POSメーカー、Slerなどのソリューションベンダーと営業展開を行っている。
当社との競合状況	アプリ開発というカテゴリでは競合する場合もあるが、費用が高く当社と同等のサービスを提供するためには、追加の開発費用やデータセンターの費用が必要であり結果運用コストが上がり、提供コストが高くなる。	個店を中心に展開しているため、当社との競合案件は少ない。	個店が中心なので、競合しない。	

3 事業の収益性

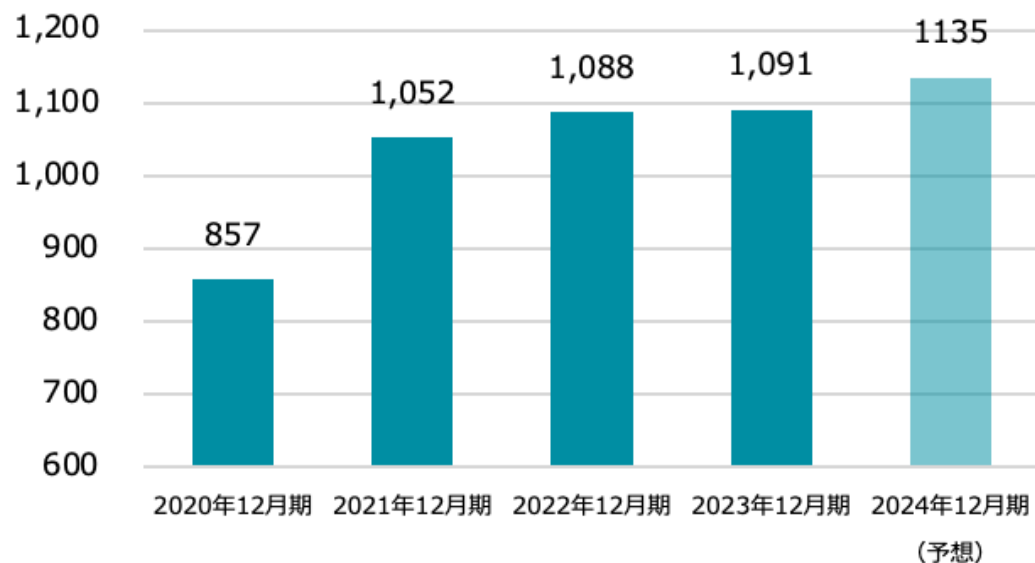
3 事業の収益性 | 売上高 / 純利益の推移 (予想含む)

新型コロナウイルス感染症禍においても適宜利益を生み出してきましたが、2024年度は成長投資を実行することで、将来収益が着実に遡増していく構造をつくります。

成長投資を実行
投資項目：対前年比
人材・開発関連：+124百万円
インフラ関連：+38百万円
マーケティング：+18百万円

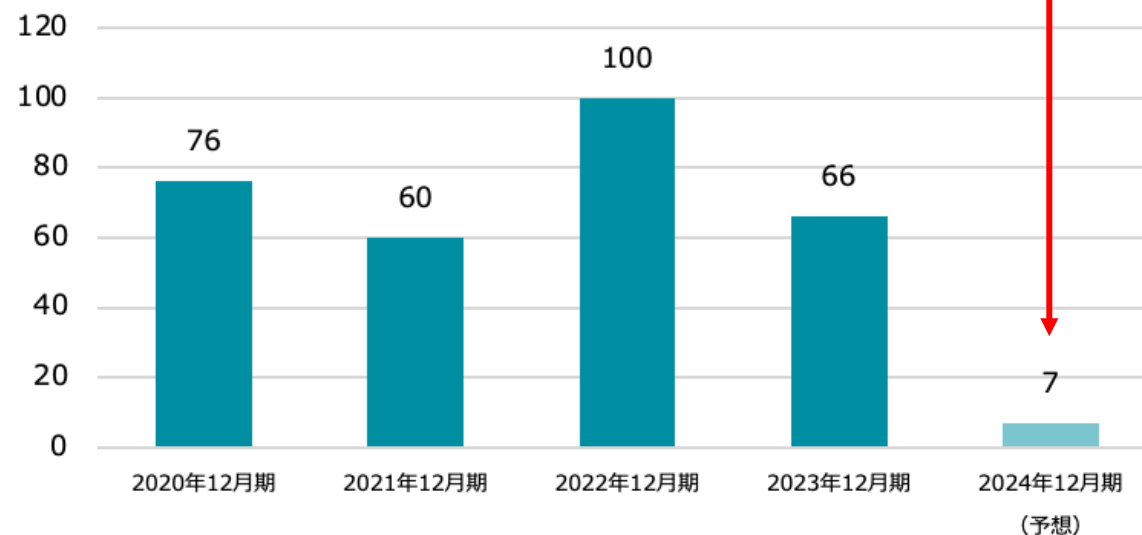
(百万円)

売上高の推移



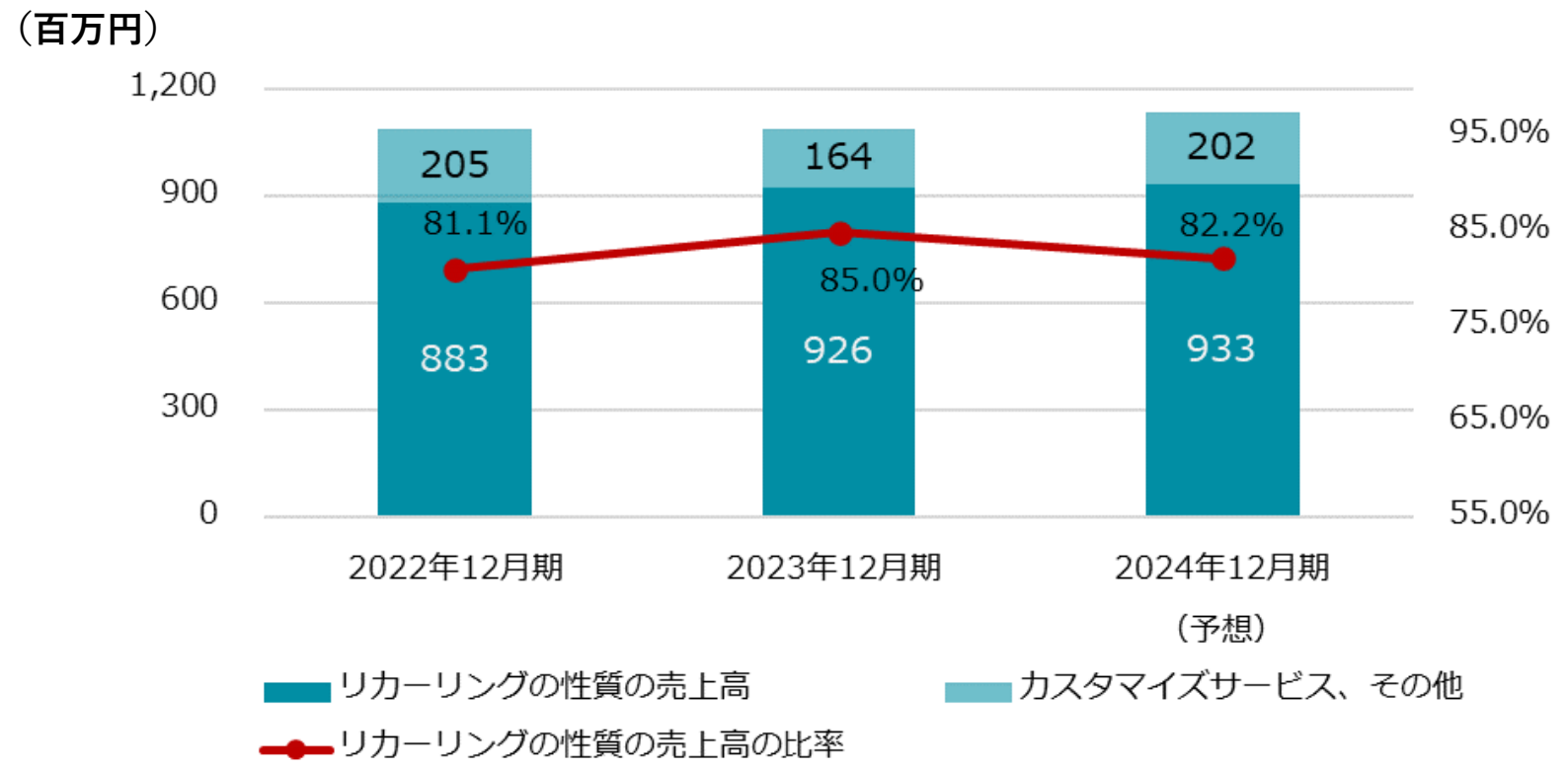
(百万円)

純利益の推移



3 事業の収益性 | リカーリング比率（予想含む）

解約が発生しない限り翌年以降も売上が継続する性質のサービスが高い比率を示しています。今後、より高いリカーリング率を目指していきます。

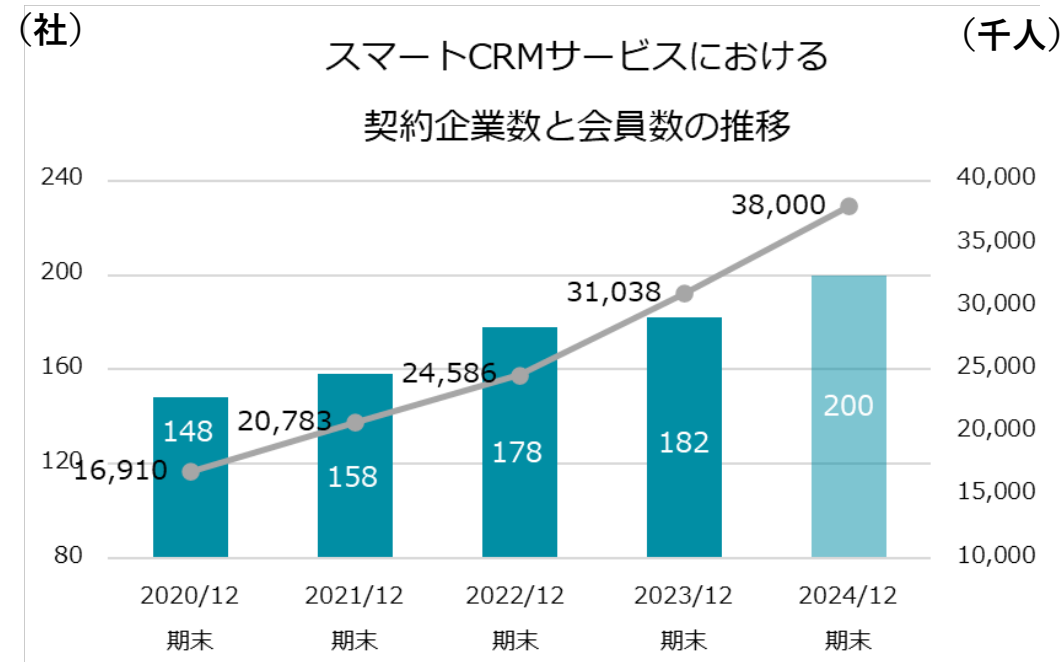
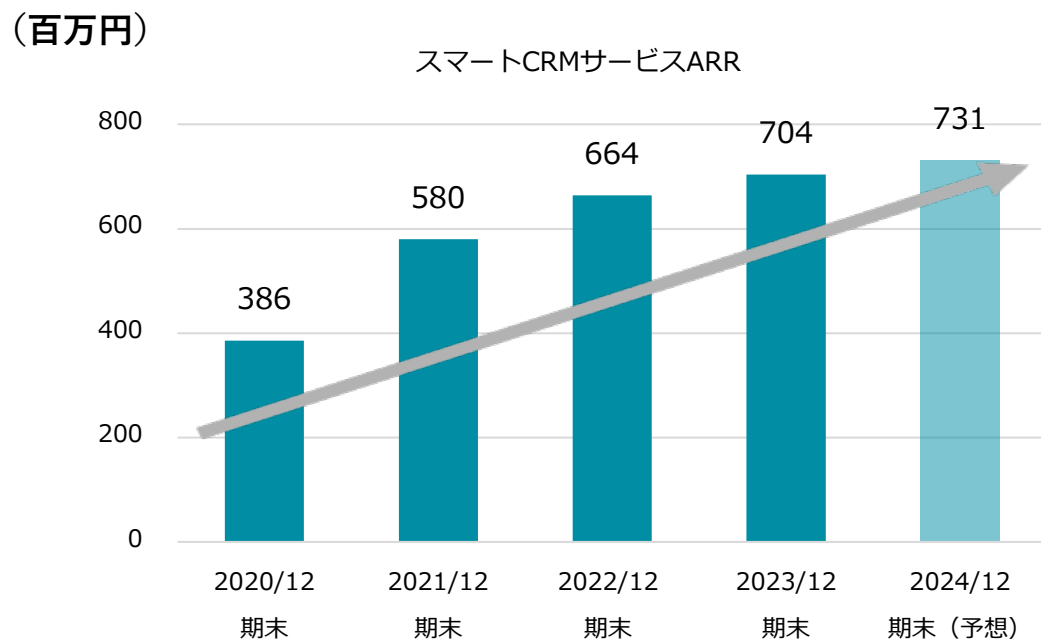


※2023年12月期及び2024年12月期は、2022年12月期までその他サービスに含まれていた売上のうち、CRM売上と連携する継続的な売上をCRMサービス（リカーリング性質の売上高）に移管

※リカーリングの性質の売上：サービス提供後、契約更新時に解約がされない限り継続的に売上高となる性質の売上。

3 事業の収益性 | スマートCRMサービス | ARRと利用会員数の推移(予想含む)

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は新規案件獲得後、会員獲得に伴って増加する従量料金、周辺サービスの購入による追加売上が加算され、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、会員数や通信料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

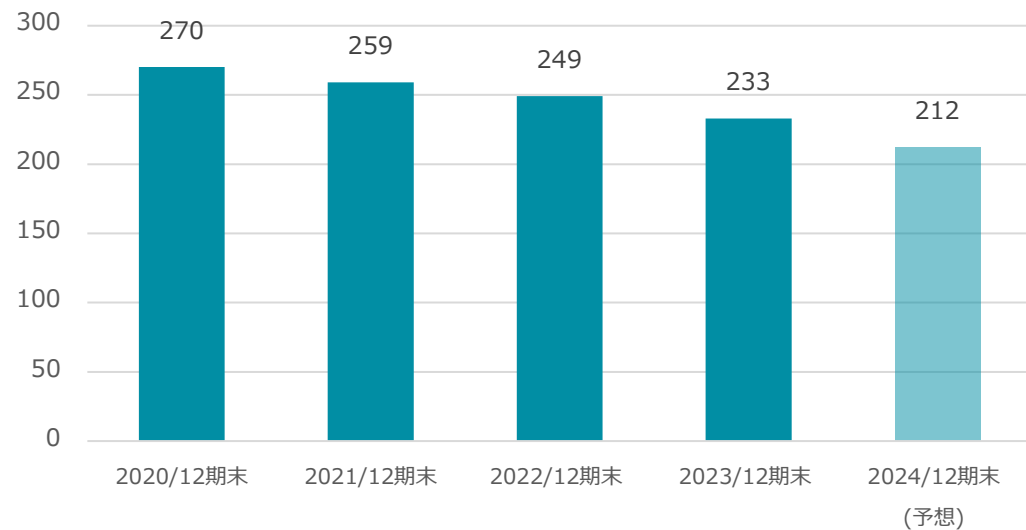
※MRR (Monthly Recurring Revenue) :月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

3 事業の収益性 | メールマーケティングサービス | ARRと契約企業数の推移 (予想含む)

メールマーケティングサービスは、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。底堅いニーズがあり、解約は低減の傾向にあります。今後は、再度新規案件の獲得も目指す方針です。

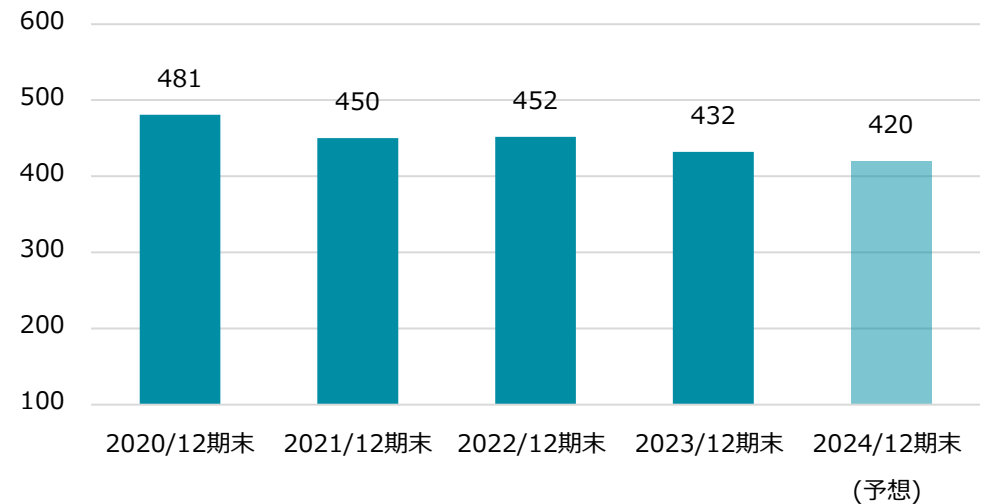
(百万円)

メールマーケティングARR



(社)

メールマーケティングにおける
契約企業数推移



※ARR (Annual Recurring Revenue) :年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料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

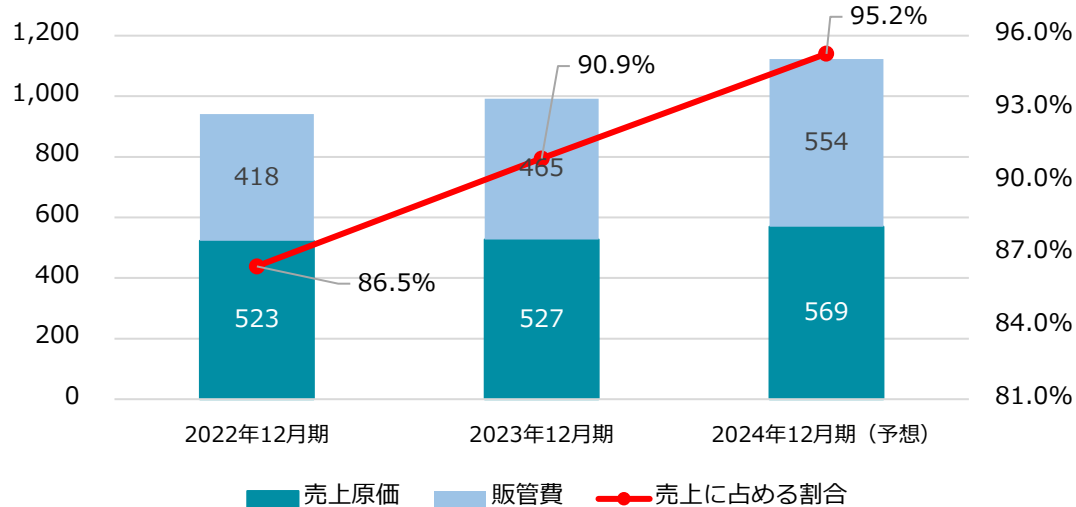
※MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちリカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

3 事業の収益性 | コスト構造に関する分析(予想を含む)

システム投資や人材採用への成長投資を行い、将来の原価率の逡減と労働生産性の逡増を目指します。

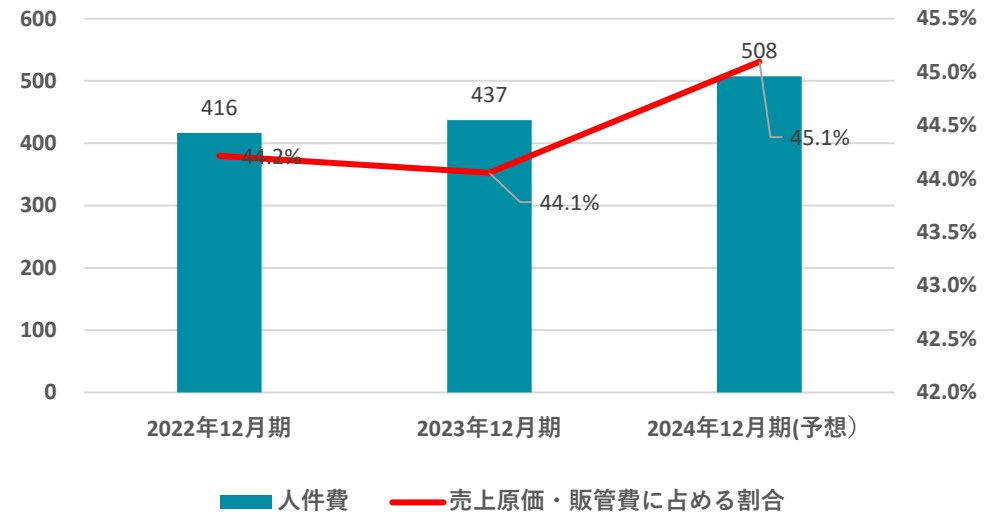
(百万円)

売上高に占める原価・販管費の割合



(百万円)

コストに占める人件費の割合

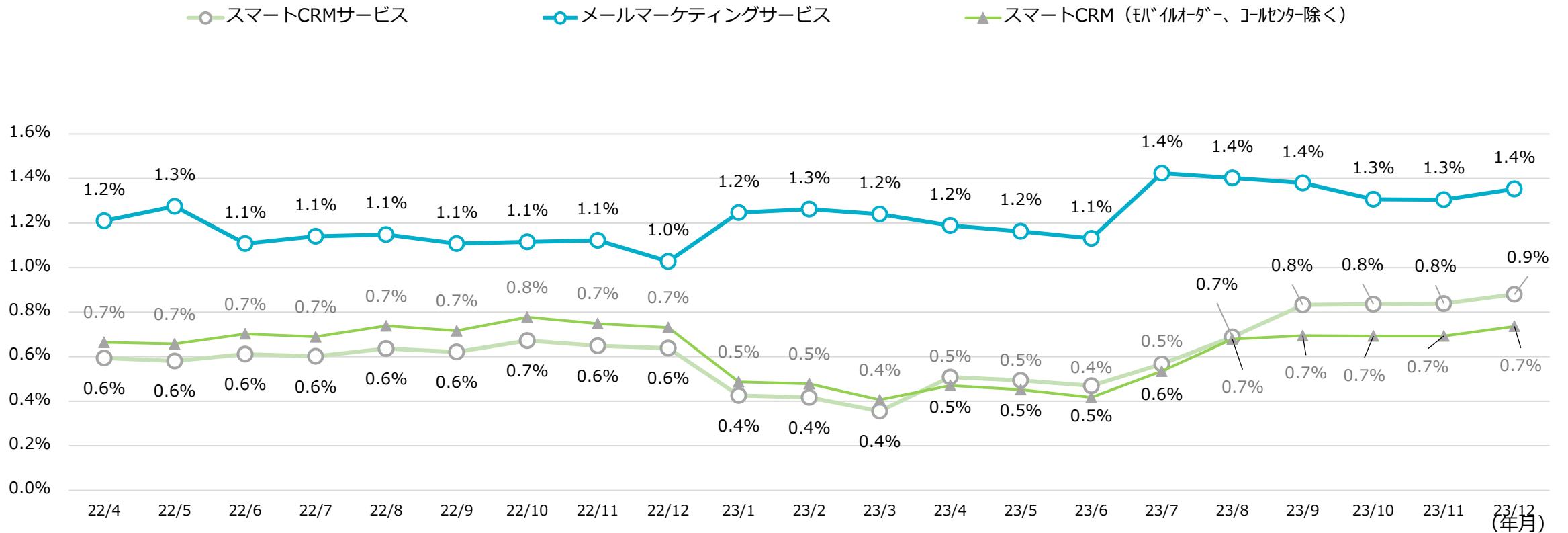


※2024年12月期は主に以下要因により、2023年12月期に比べ、人件費が増加します。

- ・2023年12月期中に採用した人件費によるもの
- ・2024年12月期新規採用を予定している人件費によるもの
- ・社員の昇給によるもの

3 事業の収益性 | 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



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・アカウント数・提供する機能の減少に伴い減少した契約金額の直近12ヶ月の割合です。

3 事業の収益性 | 2023年12月期 通期業績ハイライト

売上高	1,091百万円	前期比	+0.2%	達成率	100.1%
当期純利益	66百万円	前期比	-33.3%	達成率	106.5%

(達成率は、2023年11月14日開示した修正後の予想数値で算出)

■ 2023年12月期決算 トピックス

- ① 2023年12月末時点でのCRMサービス全体のARRは、938,482千円（前年同期比2.7%増、24,653千円増）となりました。主力サービスであるスマートCRMサービスのARRは、704,864千円（同6.1%増、40,411千円増）に増加しました。モバイルオーダー、コールセンター等を除く基本サービスで608百万円（前年同期比+11.2%）、会員数31,039千人スマートCRMサービス新規導入企業16社（2023年1月から2023年12月）と、既存導入企業による継続的な会員獲得の活動に伴う従量料金の売上が堅調に推移しスマートCRMサービスの売上全体の増加に寄与。
- ② カスタマイズサービスの売上高は、上半期前半までの新型コロナウイルス感染症によるアプリ案件の検討期間の長期化が通期売上に影響し、既存導入先の新機能追加時のソフトウェア開発による売上が中心となりました。その結果、カスタマイズサービス全体の売上としては147,836千円（同15.2%減、26,515千円減）となりました。
- ③ 売上原価は、システム運用に伴う外部へのライセンス費用等、サービス構築に関わる外注費用、保管データの暗号化などのセキュリティ強化に関わるデータセンター費用が増加しましたが、自社開発アプリを全顧客に適用していった結果、外部へのライセンス費用は大幅に減少したため、前年同期比0.7%増加（+3百万円）となりました。販売管理費は、人件費、採用費、教育研修費および前監査法人の監査工数増による追加費用等（+7.3百万円）により、前年同期比11.2%増加（+47百万円）。



3 事業の収益性 | 2023年12月期 四半期推移

前四半期と比較し売上 (+13.2%)利益(+107.7%)ともに回復基調

(百万円)

	第1四半期		第2四半期		第3四半期			第4四半期		
	実績	実績	前四半期 増減額	前四半期 増減率	実績	前四半期 増減額	前四半期 増減率	実績	前四半期 増減額	前四半期 増減率
売上高	276	267	-8	-3.2%	256	-10	-3.9%	290	+33	+13.2%
売上原価	141	137	-3	-2.6%	121	-16	-12.0%	126	+5	+4.8%
売上総利益	134	129	-5	-3.9%	135	+6	+4.8%	163	+28	+20.7%
販売費及び一般管理費	113	111	-2	-2.2%	116	+5	+4.7%	124	+7	+6.7%
営業利益	21	18	-2	-13.0%	19	+1	+5.9%	39	+20	+103.9%
経常利益	21	18	-2	-13.0%	19	+1	+6.1%	39	+20	+103.5%
当期純利益	14	12	-2	-14.7%	13	+0	+7.7%	27	+14	+107.7%

3 事業の収益性 | 2023年12月期 業績サマリー

新型コロナウイルス感染症禍が終焉し成長投資を開始（-33.3%減益）。修正事業計画は達成

（百万円）

	2022年12月期		2023年12月期		前期比		2023年12月期業績予想 (2023年11月14日発表)	
		構成比		構成比	増減額	増減率		達成率
売上高	1,088	100.0%	1,091	100.0%	+2	+0.2%	1,090	100.1%
売上原価	523	47.7%	527	50.0%	+3	+0.7%	535	98.3%
売上総利益	565	52.3%	564	50.0%	-1	-0.2%	554	101.8%
販売費及び一般管理費	418	37.8%	465	42.6%	+47	+11.2%	460	100.9%
営業利益	147	14.4%	98	7.4%	-48	-32.8%	93	106.2%
経常利益	146	14.3%	98	7.4%	-47	-32.5%	93	106.1%
当期純利益	100	9.8%	66	5.0%	-33	-33.3%	62	106.5%

3 事業の収益性 | 2024年12月期 通期業績予想サマリー

2024年12月期は、単年度ではなく、中長期での売上・利益の最大化を図るために、成長投資を実行する予定
 2023年12月期に「betrend connect」を発表したパートナーである国内シェアの高いPOSベンダーやEC関連ベンダーの
 数多くの既存取引先（当社にとっては新規取引先）からの引き合いはさらに増加すると予想

(百万円)

	2023年12月期 実績		2024年12月期 予想		前期比	
		構成比		構成比	増減額	増減率
売上高	1,091	100.0%	1,135	100.0%	+43	+4.0%
売上原価	527	48.3%	569	50.2%	+42	+8.1%
売上総利益	564	51.7%	565	49.8%	+1	+0.2%
販売費及び一般管理費	465	42.6%	554	48.9%	+89	+19.3%
営業利益	98	9.1%	10	0.9%	-88	-89.5%
経常利益	98	9.1%	10	0.9%	-88	-89.5%
当期純利益	66	6.1%	7	0.6%	-59	-89.2%

4 成長戦略と展望

4 成長戦略と展望 | パートナープログラム(betrend connect)の推進によるARR拡大

対象サービスであれば、低コストで『betrend』と連携し、シームレスにデータの一元管理を実現することができます。今後も継続的に、**対象サービスの拡大・連携強化**を進めてまいります。

betrend connect

■ POSレジ



株式会社スマレジ



日本電気株式会社



株式会社タスネット

■ LINE連携



LINE ヤフー株式会社



■ 独自 Pay (ハウス電子マネー)



株式会社バリューデザイン

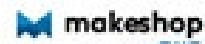


■ 顧客情報システム



廣芝テック株式会社

■ ECサイト



GMOメイクショップ株式会社



株式会社Eストアー

■ 電子スタンプ



AMBL 株式会社



株式会社
ワンツーシーエムジャパン

■ 飲食店向け予約管理システム



株式会社エビソル



株式会社EPARK グルメ

■ モバイルオーダー



セイコーソリューションズ
株式会社

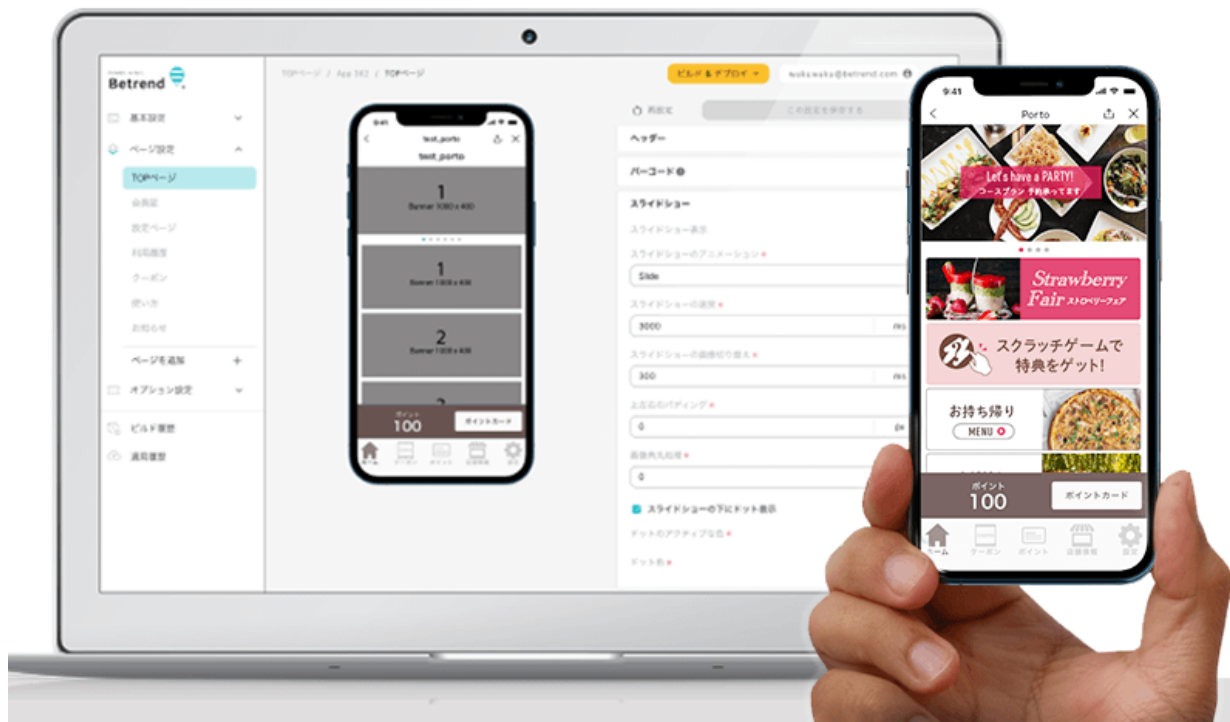
■ 電子レシート



廣芝テック株式会社

4 成長戦略と展望 | ノーコードツールで生産性を大きく改善

LINEミニアプリ用に実稼働を開始しているノーコードツールを、スマートフォンアプリにも対応させ、生成AIの活用による更なる業務効率向上に向け研究開発し、『betrend』へのサービス実装を進めます。



ノーコードツールの活用で
SMB領域への進出を図る

生成AIの活用に向け研究・開発
・分析系サービス
・生成系サービス

スマートフォンアプリへの対応：2024年7月予定

LINEミニアプリへの対応：対応済み



4 成長戦略と展望 | 2023年12月期の主な投資実績

項目	投資実績
サービスに供するソフトウェア開発	<p>■CRMの機能追加、既存機能のバージョンアップ</p> <p>顧客のニーズに対応するための既存機能のバージョンアップ、新機能追加や新ツール開発のための投資を継続的に行いました。主な投資項目は、ノーコード開発ツール、顧客対応画面、POSレジ連携開発となります。同項目の投資額は41,896千円（前事業年度 41,969千円）となりました。</p>
サービス用システムの冗長化、セキュリティ対策	<p>■サービスの安定運用のためのシステムの冗長化、セキュリティ対策</p> <p>■2021年12月期下半期に冗長化の為の投資を行い、2022年12月期以降はその運用期となっております。また2023年にはデータ保存の暗号化のための設備投資を行いました。その結果として、2023年12月期の同項目の投資額は95,253千円（前事業年 84,307千円）となりました。</p>
社員教育・社員研修（福利厚生含む）	<p>■全社員の教育、研修</p> <p>全社的な社員の意識合わせ、管理・営業・開発それぞれの意思疎通を活発化する目的で研修を積極的に行いました。その結果として、同項目の費用は6,445千円（前事業年度：1,520千円）となりました。</p>



4 成長戦略と展望 | 2024年12月期の主な投資計画

項目	投資計画
サービスに供するソフトウェア開発	<p>■CRMの機能追加、既存機能のバージョンアップ、ツール等の開発 顧客のニーズに対応するため、新機能追加や既存機能のバージョンアップのための継続的な開発は不可欠です。ソフトウェアをより使い易くするためのユーザビリティの改善なども行なわれてまいります。また、顧客数の増加や新機能の追加・拡大に合わせ、クラウド環境を主とするサービス基盤強化のための開発投資も必要であり、継続的に行っていく予定です。</p>
サービス用システムの冗長化、セキュリティ対策	<p>■サービスの安定運用のためのシステムの冗長化、セキュリティ対策 当社のサービスは24時間365日の安定稼働を求められており、顧客数の増加やシステムダウンを前提とする冗長化構成を求められています。冗長化対策として2021年に大型の投資を行いました。運用面において継続的に投資を行ってまいります。また、個人情報の保護強化の情勢に合わせ、セキュリティ面においても、2023年にデータ保存の暗号化など大型の投資を行いました。第三者機関のセキュリティ診断など継続的に投資を行なってまいります。より高度な対策を求められており、そのための投資を行ってまいります。</p>
社員教育・社員研修 (福利厚生含む)	<p>■全社員の教育、研修 内部統制、適時開示等株式を公開している会社に求められる管理体制の強化に加え、ソフトウェア開発・サービス運用のための効率的な体制が求められています。また、販売体制においても、販売活動や手厚い顧客サポートを可能とする効率的な営業体制・サポート体制が必要です。これらの課題に対処するため管理・営業・技術の各部門とも採用活動は継続しつつ、既存社員のスキルアップ、意識改革に必要な教育・研修に注力してまいります。</p>

5

認識するリスク及び対応策



5 認識するリスク及び対応策 | 技術変化のリスク / 競合

主な事業リスク	発生の可能性	影響	リスクの内容	対応策
技術変化のリスク	中	利益の減少	<p>当社は、インターネット・モバイル関連サービス及びスマートフォン上でのサービスを主力事業としており、当社の事業が継続的に拡大・発展していくためには、更なるインターネット・スマートフォン環境の整備、同分野の普及・利用拡大が必要と考えていますが、それらを支える技術の変化は日進月歩であり、同分野への参入事業者は日々技術革新の動向に注視し、その方向性を予測し開発投資を継続する必要があります。当社がこのような技術革新に適時に対応できない場合は、またはその対応に想定以上の費用がかかる場合には、当社の経営成績または財務状態に影響を与える可能性がございます。</p>	<p>当社は、インターネット・スマートフォン環境でのCRM事業に焦点を絞り、対象とするマーケットを中期的にはBtoC企業とし、注視すべき市場やテクノロジーの動向、開発すべき技術を明確にすることで効率的に投資を行っております。</p> <p>また、サービスに必要な技術を全て自社で開発するのではなく、当社の強みを生かせる領域および技術的にライフサイクルが長期に及ぶものを開発投資の対象とし、それ以外については外部技術を導入することで、技術変化に対応したサービスの提供を行うことを可能としています。</p>
競合	中～高	売上高の減少 利益の減少	<p>当社はマーケティング分野におけるSaaS事業を事業領域としています、当該領域においては他企業も事業展開しており、競合が激しい状況にあります。</p> <p>ただし、当事業領域は、当該会社がターゲットする業種的な市場領域や提供する機能等は細分化されており、当社が得意とするBtoBtoC向けCRMの領域では一定の競争力と市場認知度を得ております。</p> <p>SaaSの業務の構造上、それを構築する費用や継続して運用する上での費用も大きく、また損益構造上は事業開始後一定期間は赤字が継続するため、新規参入がしにくい市場であると考えています。</p> <p>ただし、新規の参入企業が、独自のアイデアやテクノロジーをもってBtoBtoC向けCRM領域に参入した場合は、当社の経営成績または財務状態に影響を与える可能性がございます。</p>	<p>当社は、競合との差別化においては、顧客企業が会員への最適なアプローチ方法を見出すために行動履歴を管理し、これらのデータを分析、抽出することができるツール及び会員への様々な情報配信手段を提供することによりワンストップで機能活用ができるソフトウェアプラットフォームを構築しています。</p> <p>新サービスの導入においても、前項「技術変化のリスク（対応策）」で記載した通り、全ての技術を自社開発するのではなく、状況に応じ外部技術を導入することで、より早く顧客のニーズに合わせたサービスの投入を行うことができます。</p> <p>また、より顧客のニーズに対応するため、顧客の基幹システムや他事業者が有する決済機能等のサービスとの連携を容易にする設計となっており、これらにより新規参入者に対して差別化を図ってまいります。</p>



5 認識するリスク及び対応策 | 情報システムの障害及びセキュリティ

主な事業リスク	発生の可能性	影響	リスクの内容	対応策
情報システムの障害及びセキュリティ	小	解約の増加 利益の減少	<p>当社サービスは、インターネットを介した24時間365日のサービスです。サービスを提供するソフトウェアは、自社開発を中心に状況に応じ外部導入も行っております。また、ハードウェアの運用は、クラウドサービスとして第三者によるデータセンターに委託しており、同社により24時間365日監視が行われ災害や事故等の発生により通信ネットワークが切断された場合や、第三者による委託先データセンター内への当社サーバーへの侵入等があった場合に対応できるようになっています。しかしながら、ハードウェアまたはソフトウェア、または外部委託先を起因とする予期せぬ不正アクセス・攻撃等によりシステム障害や情報セキュリティ上の問題が発生するし顧客の解約を招く、またはその為の対策費用が増加する可能性がございます。</p>	<p>当社が提供するサービスは常時ノンストップで稼働継続させる必要があることから、2021年下半期より更なるシステム冗長化強化策として、常時運用しているデータセンターとは別系統にてフェイルオーバーによる冗長化を行っております。さらに、災害、事故等の発生によりネットワークの切断、システム障害等によりサービスが停止しないよう、データセンター以外に複数個所にサーバーを設置しフェイルオーバーによる冗長化も行い、大量のデータを安全かつ迅速に処理することができ、かつ一時的な過負荷や部分停止等を回避できるようなサーバー構成を施しております。セキュリティについては、「情報セキュリティマネジメントシステムISMS(ISO27001)」を取得し、また、個人情報保護についてはプライバシーマークを取得し、全ての役職員に対して定期的な教育を行い運用等行っております。また、外部委託先は、高度なセキュリティ機能を有する委託先を選択しています。ハードウェアの運用については、24時間365日の稼働監視体制に加え、クラウドサービス会社が提供するサービスを採用し、また、システム障害等の発生時には、障害の調査、復旧を行えるよう体制を強化し、速やかにサービスが再開できる体制としております。</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」を参照下さい。

Betrend **VISION**

中期経営計画(3年計画)

2024.2.14

証券コード：4020

ビートレンド株式会社

経営理念 / Betrend VISION

経営理念

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。

Betrend VISION

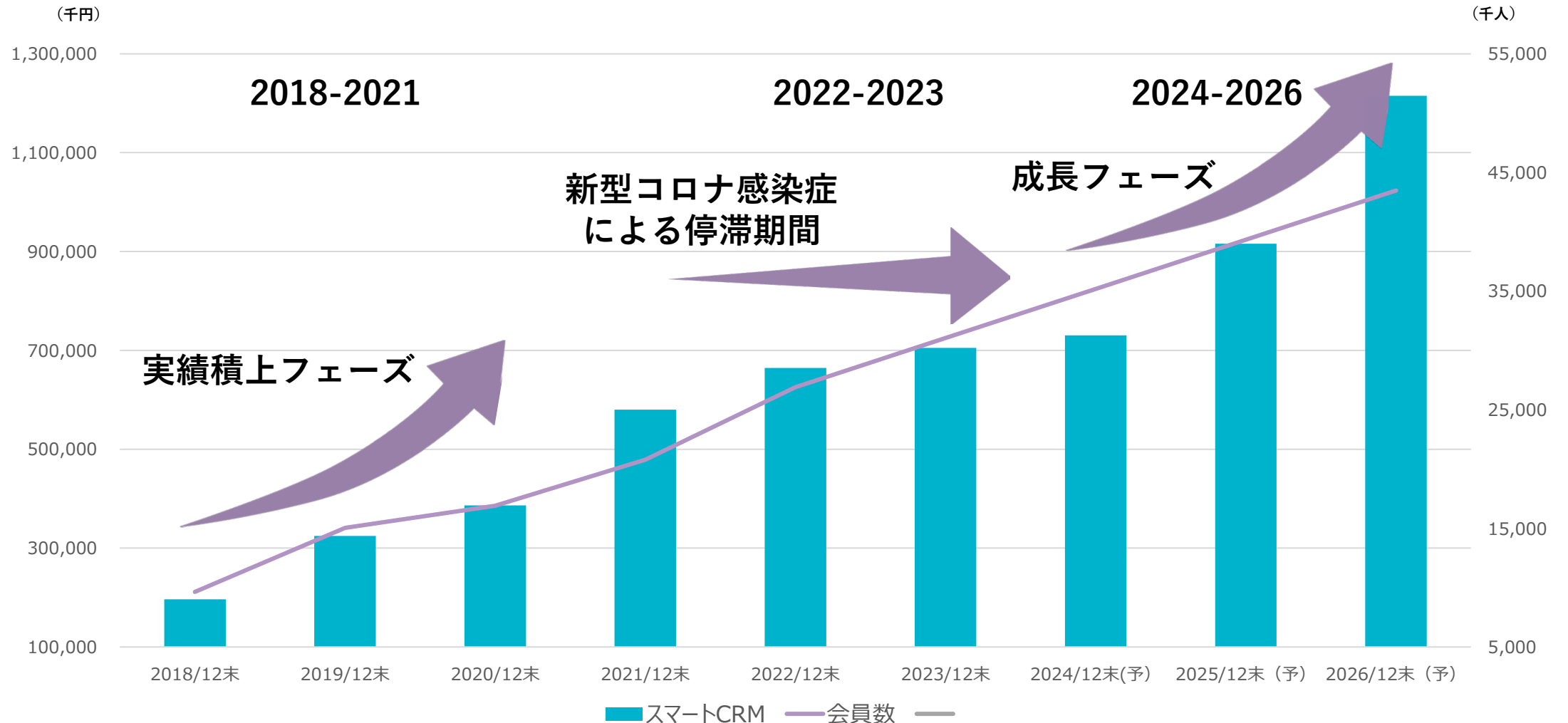
変わりゆく社会において顧客と共に成長するため、これまで培ってきた経験と実績にさらに磨きをかけ、より大きなバリューを提供する。

Betrend VISION達成に向けたアクション

以下の4点を軸に大きく成長すべく、積極的に投資を行います。

- ・ 従来ビジネスの拡大と効率化
(betrend connect・ラッピング構想・ノーコードツールや生成AI・カスタマイズの最適化)
- ・ ターゲットの拡大
(国内ターゲット市場の拡大・ミニアプリ海外展開)
- ・ 顧客企業サポート領域の拡大
(エコテックサービス・SRM(スタッフ関係管理))
- ・ 成長に向けた組織の拡大
(採用・教育・評価制度)

これまで積み上げてきた実績をもとに成長投資を実行することで、より大きくスケールさせていきます。



Betrend VISIONと中期経営計画の位置付け

長期

2026-2030

ラージ市場での継続的な成長
ミッド・スモール市場が大きく成長しスケール
海外展開も本格化

中期

2024-2026

積極的な投資を実施し、ラージ市場での再成長
ミッド・スモール市場/海外市場攻略への準備
ECOプラットフォーム等新規事業を開始

Betrend VISION達成に向けたアクション

対象サービスであれば、低コストで『betrend』と連携し、シームレスにデータの一元管理を実現することができます。

betrend connect

■ POSレジ



株式会社スマレジ

NECモバイルPOS

日本電気株式会社



株式会社タスネット

■ LINE 連携

LINE ミニアプリ

LINE ヤフー株式会社

LINE
公式アカウント

■ 独自 Pay (ハウス電子マネー)

valuecard

株式会社バリューデザイン

arara
cashless

■ 顧客情報システム

CS delight

東芝テック株式会社

■ EC サイト

makeshop
byGMO

GMOメイクショップ株式会社

shopserve

株式会社Eストアー

■ 電子スタンプ

HITAP

AMBL 株式会社

echoss

株式会社
ワンツーシーエムジャパン

■ 飲食店向け予約管理システム

ebica

株式会社エビソル

Resty

株式会社EPARK グルメ

■ モバイルオーダー

Linkto

セイコーソリューションズ
株式会社

■ 電子レシート

スマート
レシート

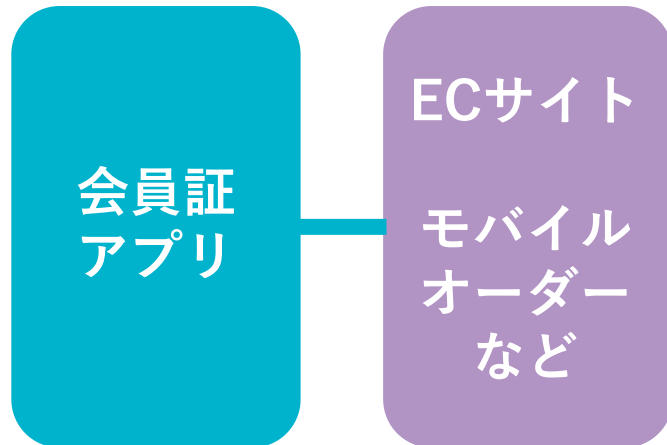
東芝テック株式会社

継続的に、対象サービスの拡大・連携強化を実施

好調なパートナープログラム(betrend connect)を、インテグレーション(融合)をテーマに進化させていきます。

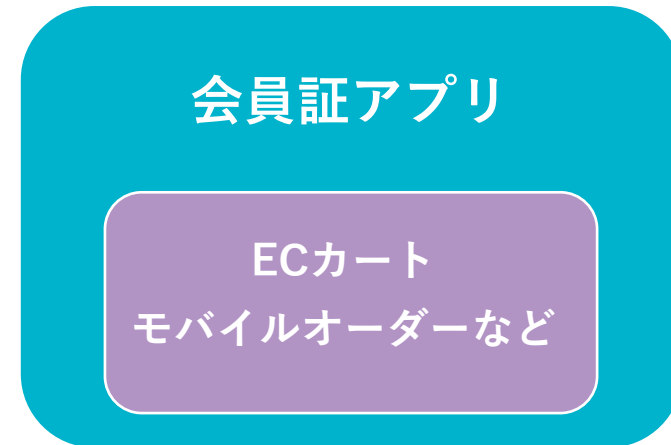
betrend connect 1次フェーズ

個別で展開するサービスを連携し、
ポイント還元やポイント共通化などを実現



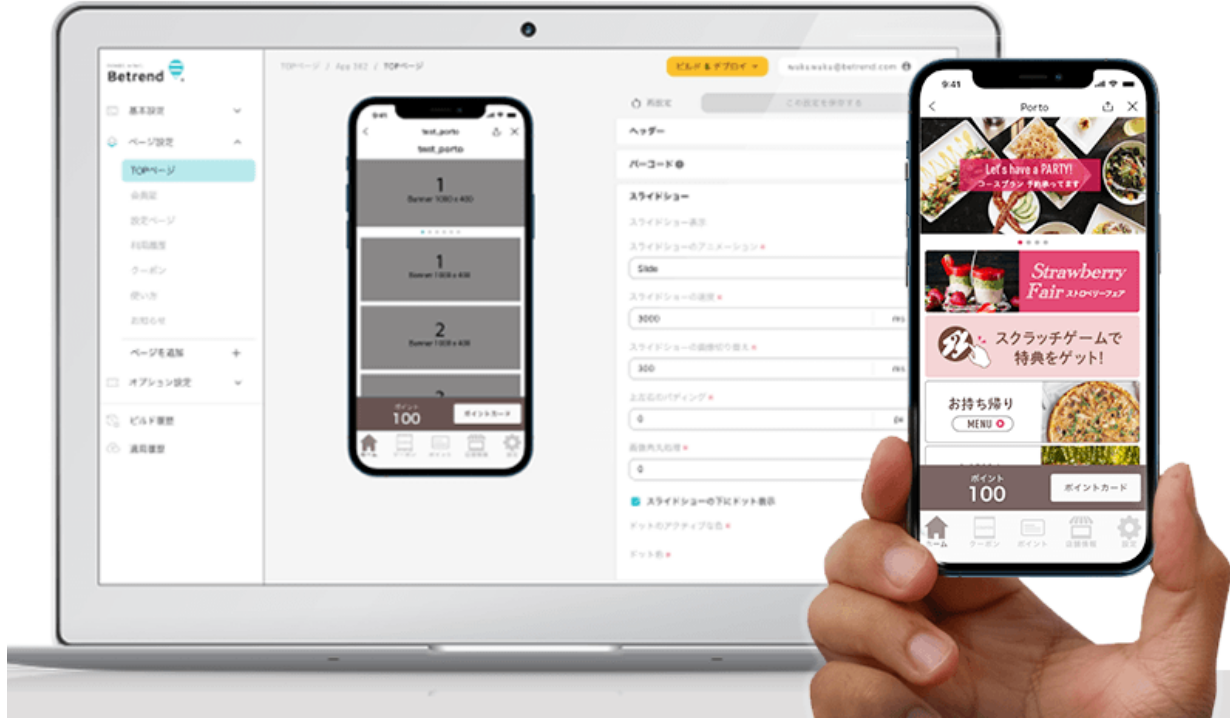
betrend connect 2次フェーズ(ラッピング構想)

アプリ内の機能として
連携サービスを提供することで
わかりやすさ/利便性向上を実現



LINEミニアプリ用に実稼働を開始しているノーコードツールを、スマートフォンアプリにも対応させます。

生成AIの活用による更なる業務効率向上に向け研究開発し、『betrend』へのサービス実装を進めます。



ノーコードツールの活用で
SMB領域への進出を図る

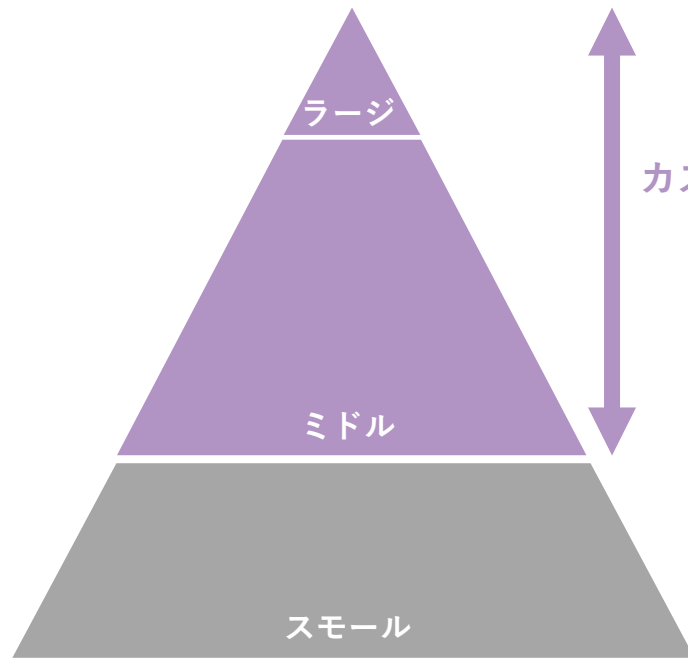
生成AIの活用に向け研究・開発
・分析系サービス
・生成系サービス

スマートフォンアプリへの対応：2024年7月予定

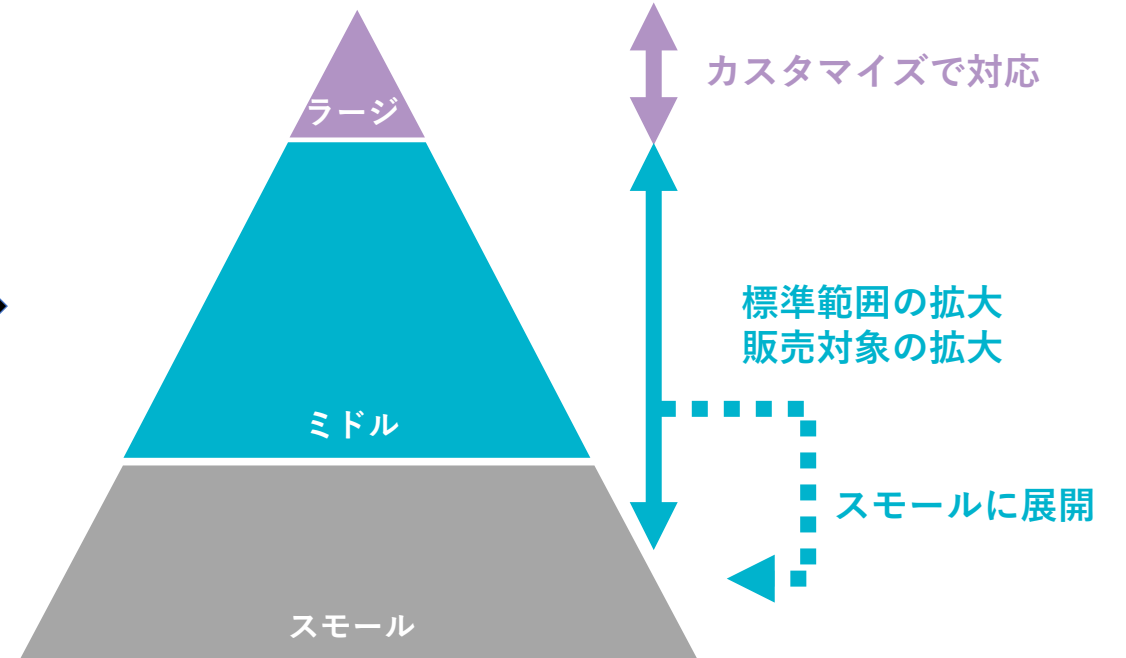
LINEミニアプリへの対応：対応済み

これまで個別にカスタマイズ対応していた機能の標準オプション化により効率化を進め、さらに簡易型サービスへの展開を進めていきます。

従来のbetrend

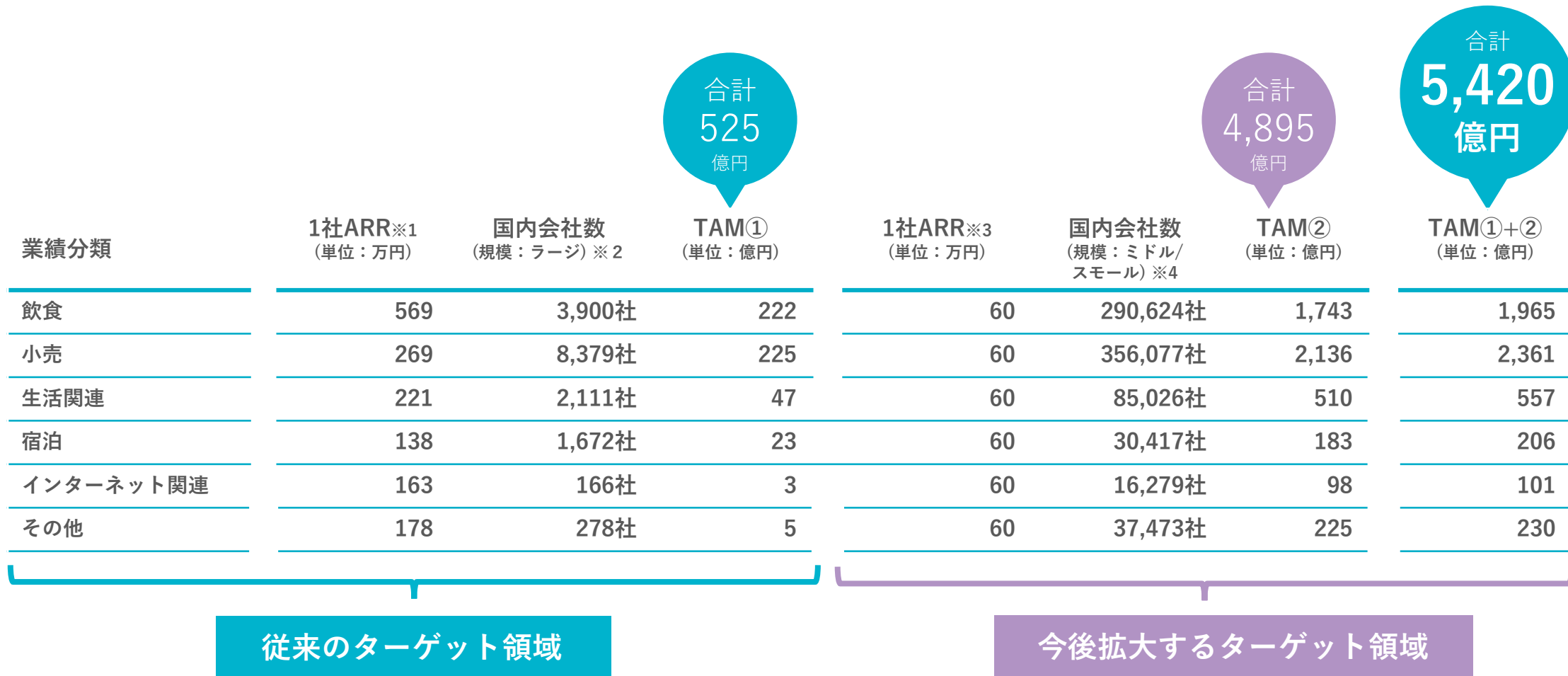


今後のbetrend



ターゲットの拡大 | ARR拡大に向けたターゲット領域の拡大

従来のターゲット領域も継続的に拡販を進めながら、ミッド/スモール領域にもアプローチを進めます。



出典、データ抽出条件等

※1: 当社の業種分類毎1社当りのMRR(SaaS月次売上) × 12倍 ※2・※4: 令和3年「令和3年経済センサス - 活動調査 (企業等に関する集計 - 産業横断的集計 - 企業等数、従業者数)」
 ※3: 規模を考慮し、MRRを5万円 (×12倍=ARR) と想定した。 ※TAM: Total Available Market

これまでの経験を活かした低価格・簡易型CRMソリューションを開発し、拡販します。

5つの強み

- 大規模チェーン店での圧倒的な実績と成功例をパッケージ化
- 主要なPOSベンダーと標準接続連携したサービスを提供
- 使いやすいノーコード構築ツール提供で短納期化
- 圧倒的な価格戦略を実現
- 上記による高い参入障壁を構築し、極めて低いチャーンレートを実現

国内で展開しているLINEミニアプリを、LINEが普及している国に向けて横展開する準備を進めます。また、Zaloミニアプリも検討します。

LINEミニアプリ以外にも、今後経済成長に伴いチェーン店の拡大が見込まれ、パートナー企業も存在するベトナムのZaloミニアプリの展開を検討。



CRM領域に加えて、重要度が増しているサステナブル施策やスタッフ関係管理もカバーすることで企業活動を最適化します。

販促業務に加えて、サステナブル施策や従業員関係管理もサポート領域に追加。
作業負荷軽減・労働力確保により、企業活動の最適化に貢献します。



パルコデジタルマーケティングの新サービスに開発・戦略パートナーとして参画。ESG経営をサポートするサービスを提供します。

報道関係者各位

プレスリリース

2024年2月5日

ビートレンド株式会社

ビートレンド、パルコデジタルマーケティングが提供する新サービス『エコテックサービス』に開発・戦略パートナーとして参画

ビートレンド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:井上 英昭 以下、ビートレンド)は、株式会社パルコデジタルマーケティング(所在地:東京都渋谷区、代表取締役社長:守永 史朗)が2月28日より提供開始する新サービス『エコテックサービス』に開発・戦略パートナーとして参画します。

『エコテックサービス』は、企業のサステナブル施策を支援するサステナブルデータ&コミュニケーションツールです。SDGs や ESG などに基づいた、持続可能な社会の実現に向けた取り組みは世界的に拡大しています。これらの目標やテーマを達成するには、自社のみならず取引先も含めたサステナブル施策の実施が必要となり、取引先のCO2排出量などの環境データに関する情報収集やレポート・集計業務が大きな負担となっています。

この潮流はビートレンドがこれまで販促面で支援してきた流通・飲食・サービス業などの企業も例外ではありません。この度新たにリリースする『エコテックサービス』が、『betrend』利用企業をはじめとする流通・飲食・サービス業のサステナブル施策実施の助けとなり、さらには販促活動を含む企業活動の最適化に貢献できればと考えております。ビートレンドでは今後も、流通・飲食・サービス業の企業発展に貢献できるサービスを提供してまいります。

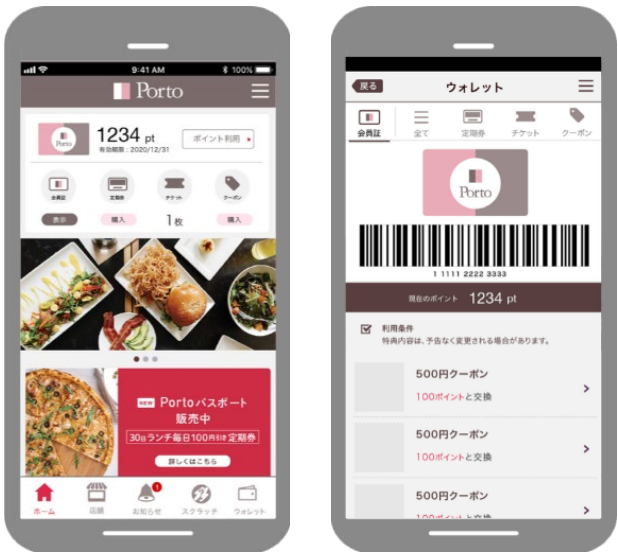


データ提供

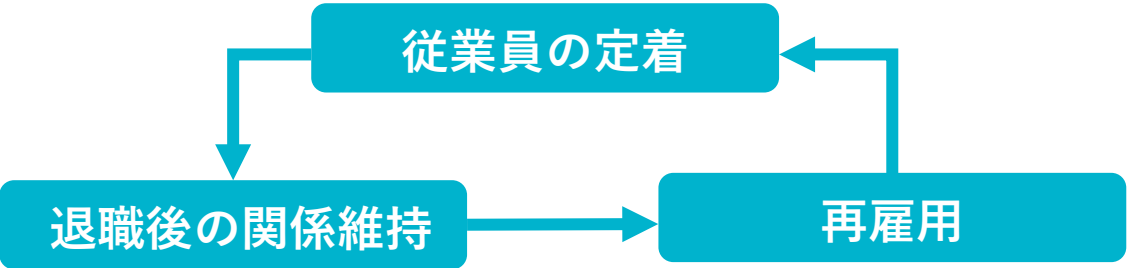
CO2排出量算定ツール
企業基幹システム など

消費者向けの会員証アプリやスタッフ専用アプリを通じた、関係維持や再雇用を目的としたソリューションを提供します。

従業員専用アプリ or 会員証アプリに従業員用の登録機能を追加。
従業員用クーポン・ポイントにより継続的に関係管理することで、
従業員の定着・退職後の関係維持・再雇用を促進。



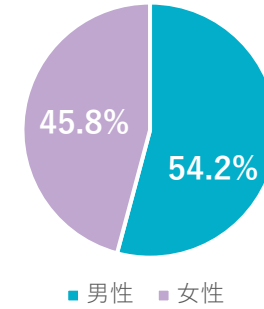
betrendの機能を活用した従業員管理



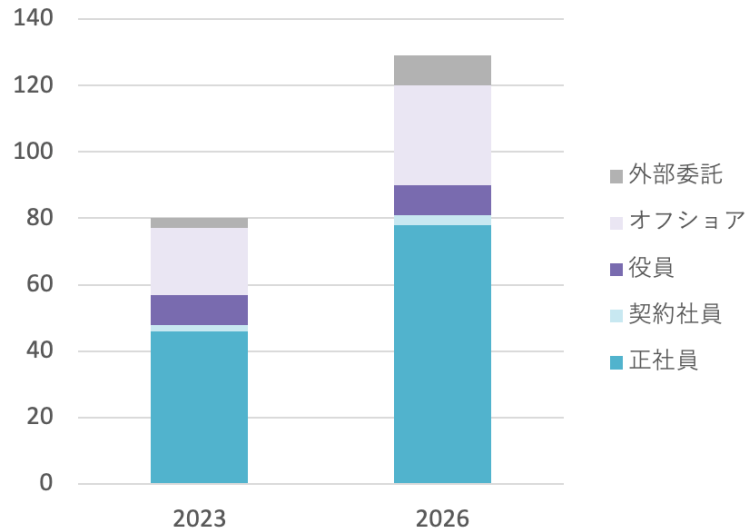
社員の力で会社を強くし、人を大切にする経営で成長。人材が輝き競争力を高める戦略を実現します。

- ・ 積極的な採用および新しいリーダーシップの育成を促進
- ・ 人事教育制度（給与・評価・働き方・キャリア）の再構築
- ・ ダイバーシティの促進（外国人・女性活躍）
- ・ 福利厚生・健康経営のさらなる充実
- ・ 福岡の技術拠点(九州営業所内)を拡大

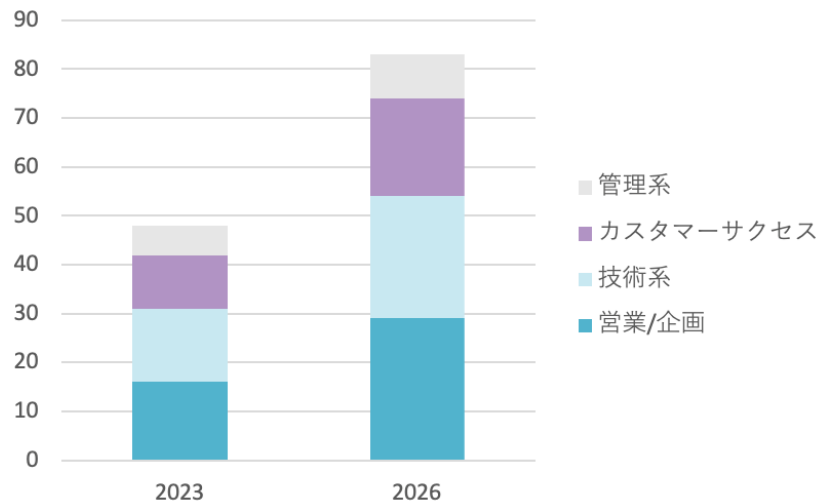
正社員 男女比率(2023年末時点)



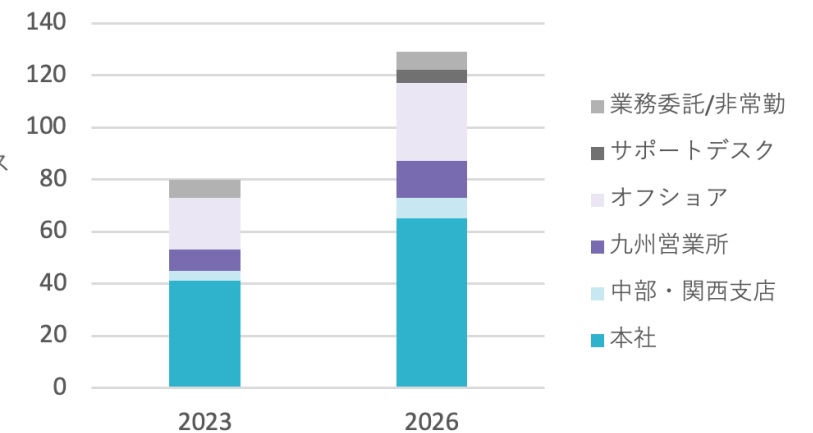
雇用形態別人員構成



正社員職種別人員数



カテゴリ別人数構成



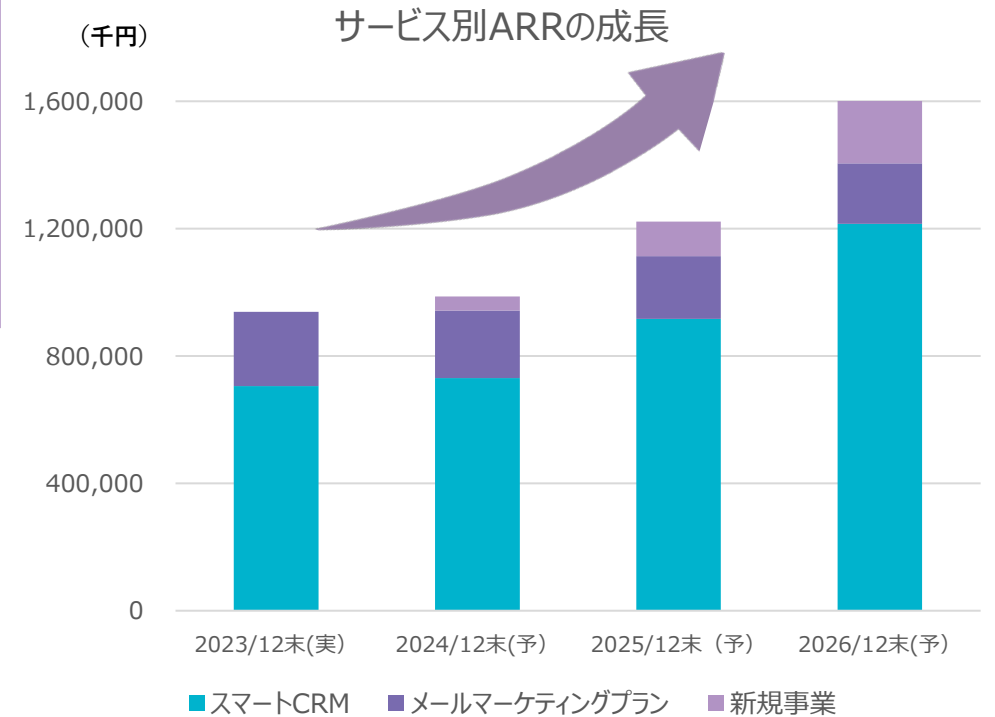
成長イメージ

2024年度は成長投資に集中しますが、2025-2026年度に徐々に投資効果が現れてARR及び成長率が高まっていく計画です。

(単位：千円)

サービス別ARR推移	2023/12末	2024/12末(予)	2025/12末(予)	2026/12末(予)
スマートCRM	704,864	730,585	915,944	1,214,997
成長率 (%)	6.1%	3.6%	25.4%	32.6%
メールマーケティングプラン	233,618	212,014	196,972	190,109
増加率 (%)	-6.3%	-9.2%	-7.1%	-3.5%
新規サービス	-	44,075	109,341	195,841
増加率 (%)	-	-	148.1%	79.1%
合計	938,482	986,676	1,222,259	1,600,947
成長率 (%)	2.7%	5.1%	23.9%	31.0%

4年間のサービス別ARRの成長



- ・スマートCRMを大きな成長軌道に乗せます
- ・メールマーケティングの再成長を目指します
(Google社のメール送信者ガイドライン強化による市場信頼性向上)
- ・新規事業(エコテック・SRMなど)を立ち上げます

契約社数の増加と会員数の増加を最大化する施策を投入し、さらに新規サービスを立ち上げていきます。

契約社数の増加

ミッド企業への展開

- betrend connectへの投資
(有力POSベンダーとの連携推進)
- ミッド・スモール向けサービス
- 海外展開(LINE/Zaloミニアプリ)
- ノーコード化・UI/UXの大幅改善



会員数の増加

ラージ企業への付加価値向上

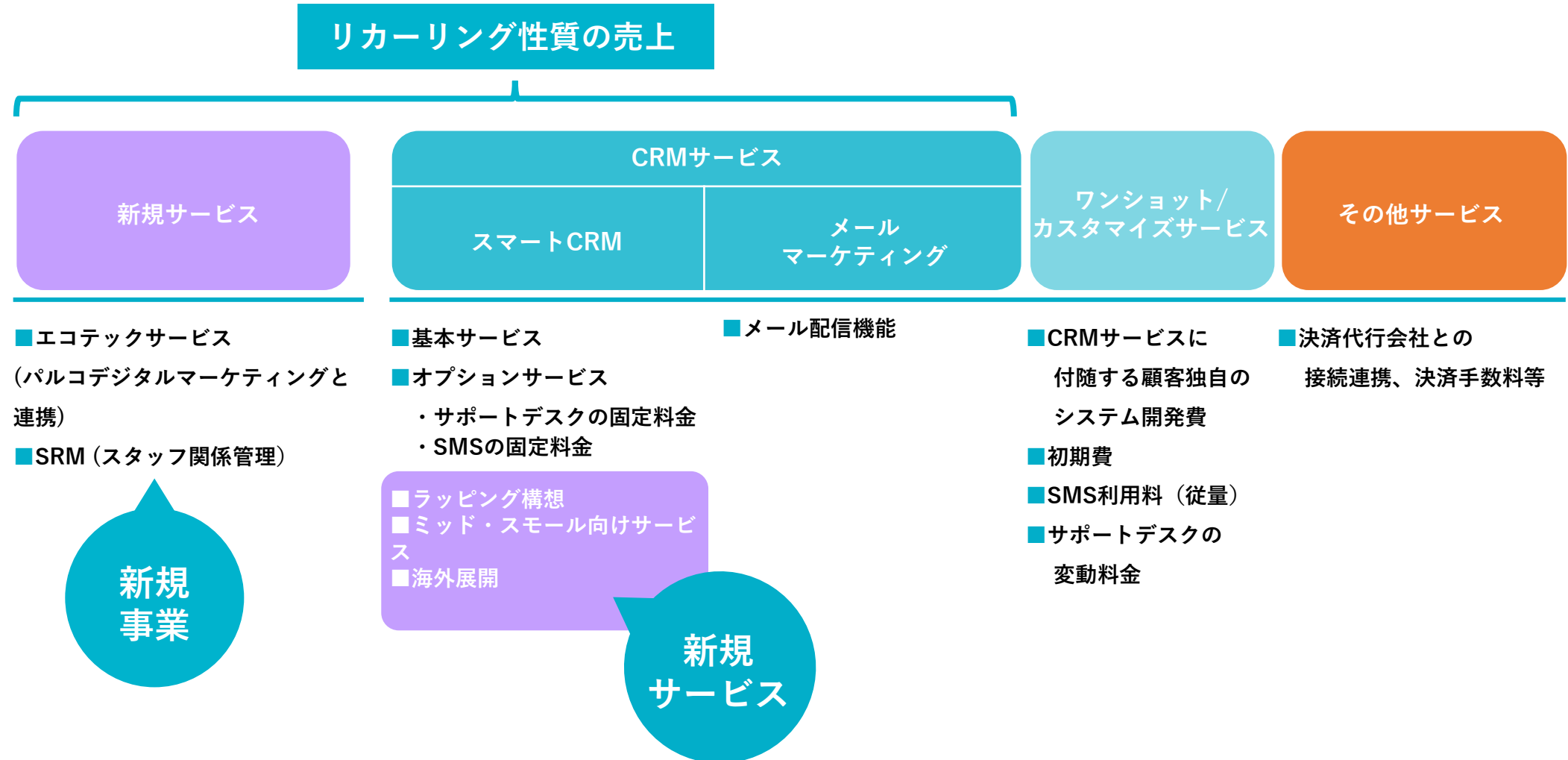
- データ分析ツールの整備
- 生成AIの導入
- サポートデスク
- サブスクリプション
(回数券/定期券)



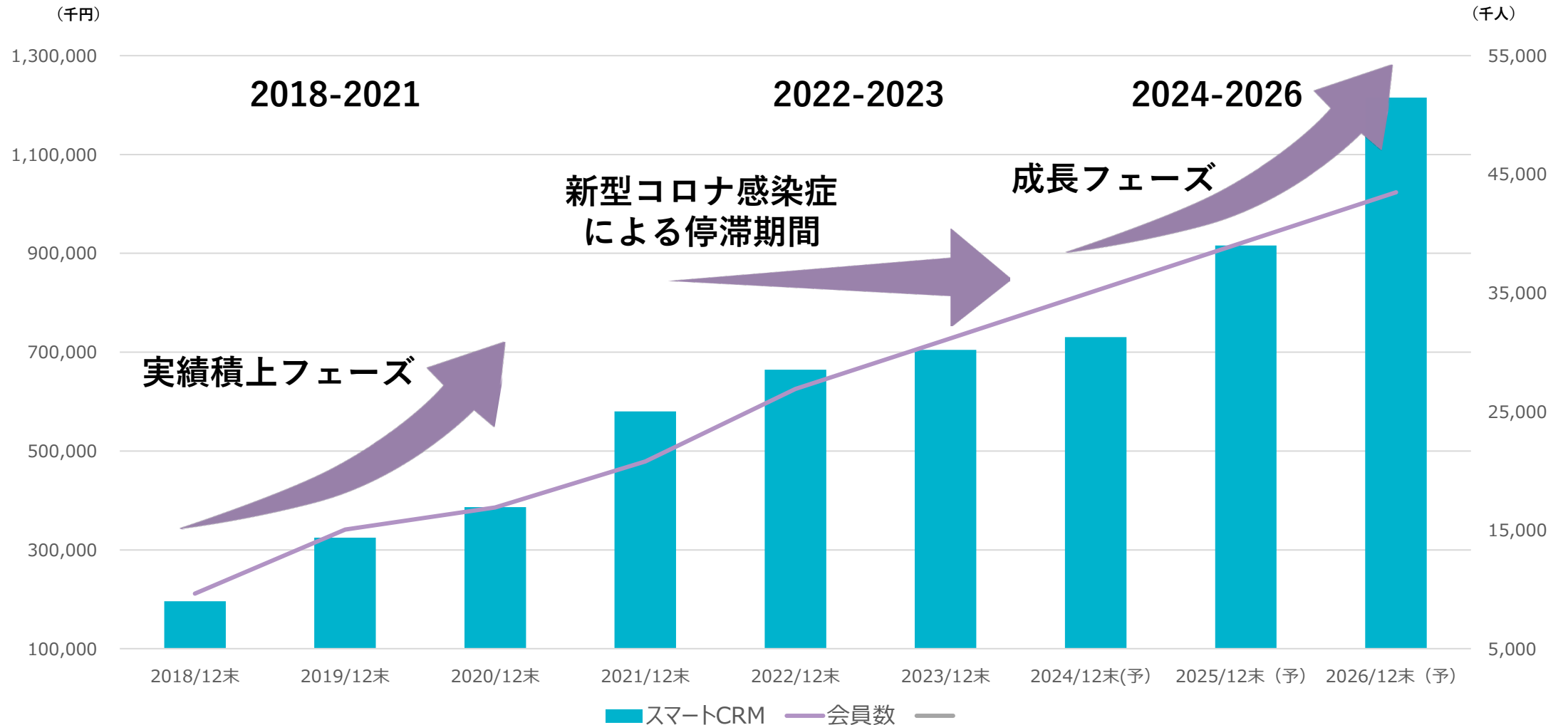
その他のサービス

- 新規事業への取り組み

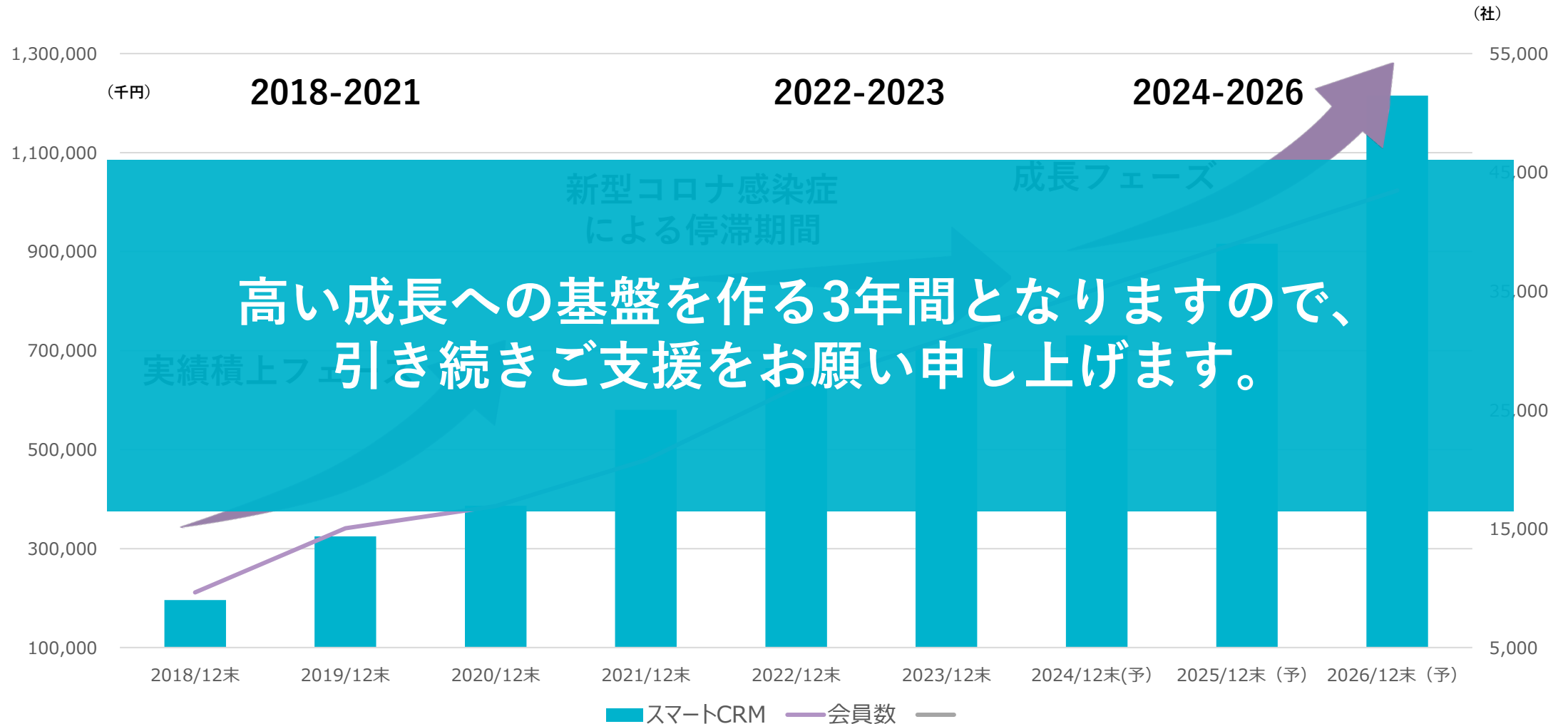
当社事業のサービス区分に新規事業・新規サービスを追加。リカーリング性質の売上を強化します。



これまで積み上げてきた顧客実績と蓄積したノウハウをベースとし、成長投資をすることで将来の収益成長の仕組みを作ります。



これまで積み上げてきた顧客実績と蓄積したノウハウをベースとし、成長投資をすることで将来の収益成長の仕組みを作ります。



免責事項

- 当資料は当社の業績及び経営戦略等に関する情報の提供を目的としており、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。
- 当資料に記載されている内容は、いくつかの前提に基づいたものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約したり保証したりするものではありません。
- 当社の将来における事業内容や業績等は、様々な要因により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があります。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、本資料開示後1年後に更新を行う予定であり、次回の更新は 2025年2月頃を目途に開示を行う予定です。

【お問い合わせ先】

ビートレンド株式会社
経営企画室

電話番号 : 03-6205-7981

メールアドレス : ir@betrend.com

URL

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

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

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

ひらめきに、わくわく。

Betrend



Betrend VISION

中期経営計画(3年計画)

2024.2.14

ビートレンド株式会社