

# 2021年12月期 決算説明資料

2022年2月14日

ビートレンド株式会社

(東証マザーズ：4020)

Betrend ®



# 目次

## 1. 2021年12月期 通期決算概要

## 2. 2022年12月期 通期業績予想と取り組み

## Appendix

- ・ 会社概要



## 2021年12月期 通期業績

売上高	1,052百万円	前期比	+22.8%	達成率 101.2%
当期純利益	60百万円	前期比	-20.8%	達成率 98.7%

(達成率は、通期業績予想修正後の数値で算出)

### ■ 2021年12月期 トピックス

- ① 主カサービス「スマートCRM」は、期末ARRは574百万円（前年同期比+48.7%）、会員数20,783千人（前年同期末比+22.9%）  
スマートCRMサービス新規導入企業27社と、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は、新型コロナウイルス感染症の拡大と長期化の影響により、当初見通しに比べ新規導入案件が減少し、それに伴うカスタマイズ売上のうち利益率の高いソフトウェア受託開発の売上と利益が減少。一方、消費者の行動変容に伴いモバイルオーダー等の売上が増加した。
- ③ 売上原価に占めるソフトウェア運用費のうち、原価を大きく低減させる目的で開発したアプリ・プッシュ通知の新アプリプラットフォームへの移行（開発は完了済み）が当初見通しより約1年間遅延。2021年12月期の現行アプリプラットフォームの運用原価は39百万円。

# 2021年12月期 業績サマリー



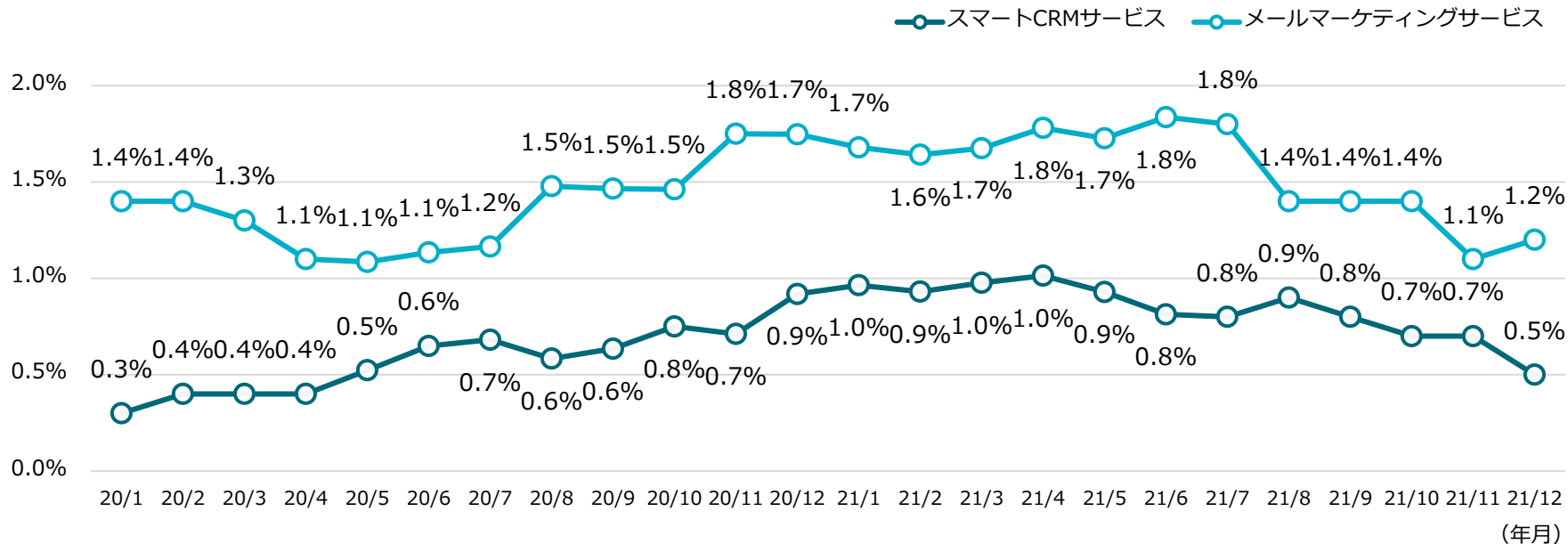
(単位：百万円)

	2020年12月期 実績		2021年12月期 実績		前期比		2021年12月期業績予想 (2021年11月15日発表)	
		構成比		構成比	増減額	増減率		達成率
売上高	857	100.0%	1,052	100.0%	+195	+22.8%	1,040	101.2%
売上原価	362	42.3%	516	49.1%	+153	+42.4%	—	—
売上総利益	494	57.7%	535	50.9%	+41	+8.4%	534	100.2%
販売費及び一般管理費	383	44.8%	446	42.5%	+63	+16.4%	—	—
営業利益	110	12.9%	88	8.4%	-21	-19.6%	89	99.0%
経常利益	105	12.4%	88	8.5%	-16	-16.0%	89	99.1%
当期純利益	76	8.9%	60	5.7%	-15	-20.8%	61	98.7%

# 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



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。

# 新アプリプラットフォームへの移行による原価逡減



## ■ 移行プロジェクトの進捗状況

上半期から下半期で現行プラットフォームの原価が21百万円から18百万円に逡減。

	2021年 上半期	2021年 下半期 (並行運用)		2021年通年 合計
スマートCRM会員証	① アプリ (現行プラット フォーム)	① アプリ (現行プラット フォーム)	② (新開発プラット フォーム)	アプリ (現行+新)
アプリ・プッシュ通知 プラットフォームの運 用原価	21百万円	18百万円	－	39百万円
新開発プラットフォー ムにかかる逡価償却費	3百万円	－	3百万円	7百万円
LINEミニアプリの 運用原価	NA	NA	NA	0



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"><li>■ 会員属性 / 会員行動履歴情報の管理・統括</li><li>■ 多様な情報送信手段 / 情報分析手段</li><li>■ ストック型ビジネス</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ メール配信機能に限定</li><li>■ ストック型ビジネス</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 導入時の顧客企業の既存システムとの連携</li><li>■ 顧客ニーズのシステム構築</li><li>■ 開発費 / 年間保守料</li><li>■ 初期費</li><li>■ SMS利用料</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ DMサービス</li><li>■ ネット通販支援サービス</li><li>■ 商品 / サービス決済会社との継続連携、決済手数料</li><li>■ コールセンター業務 等</li></ul>

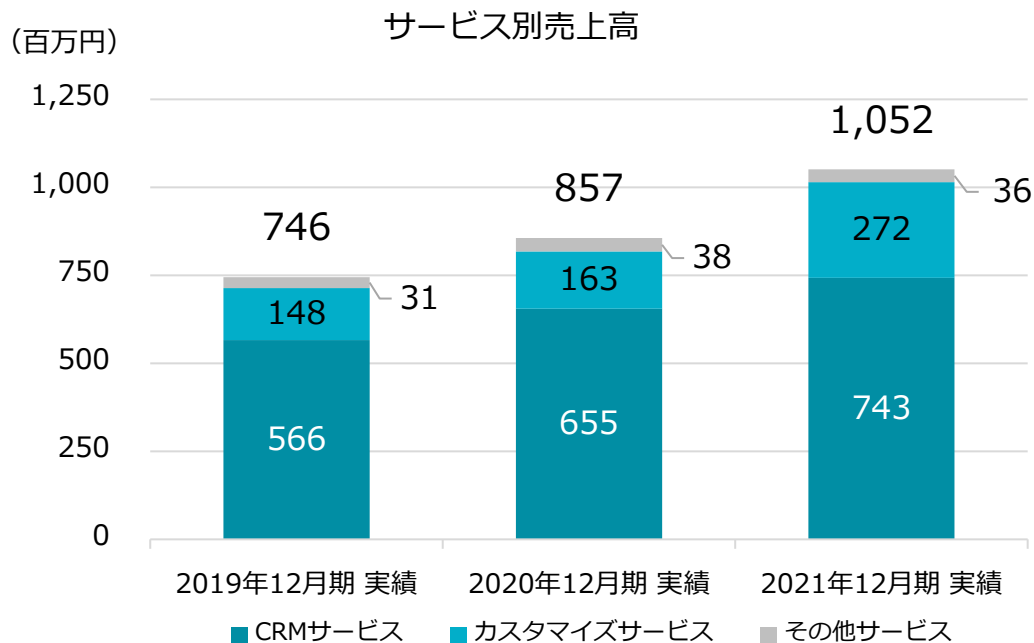
# サービス別売上高の状況



## ■ 売上高は、1,052百万円（前期比 +195百万円、+22.8%）

新規導入企業の増加と既存企業の従量料金等の増加により売上高は堅調に増加。

カスタマイズサービスの売上高は、モバイルオーダーシステム関連による新規売上が売上増に寄与。



### CRMサービス

前期比 **13.5% 増**

### カスタマイズサービス

前期比 **66.4% 増**

### その他サービス

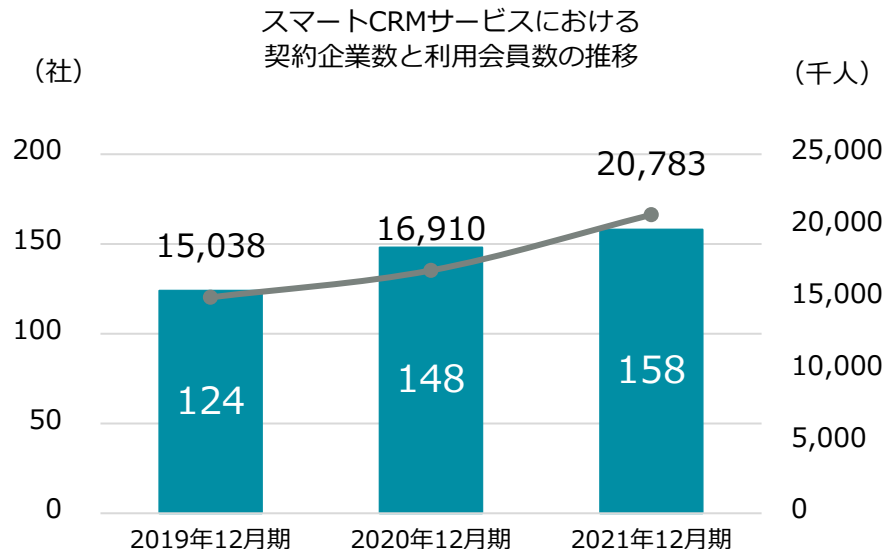
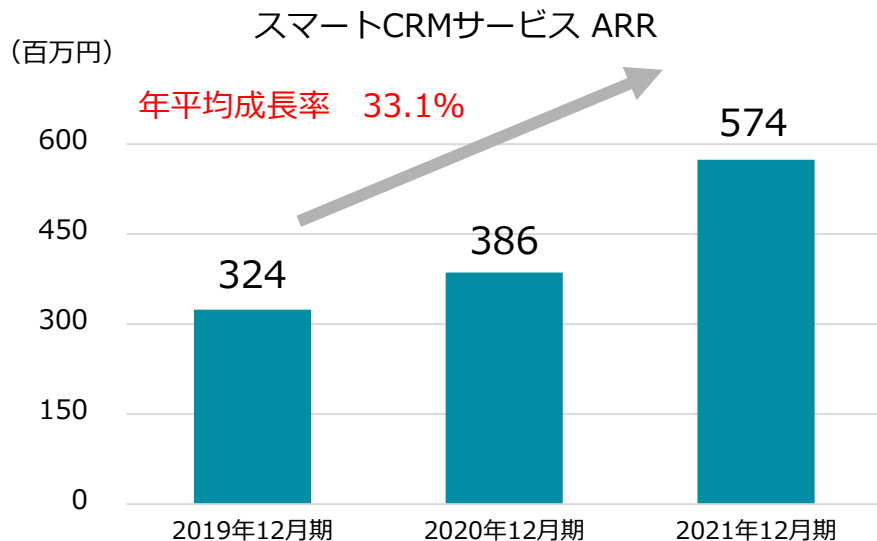
前期比 **5.0% 減**





## ■ 2019年12月期から2021年12月期の年平均成長率は、33.1%と堅調

新規導入企業からの売上、既存導入企業からの従量売上、オプション利用の追加売上もあり、2年間の年平均成長率は33.1%となりました。

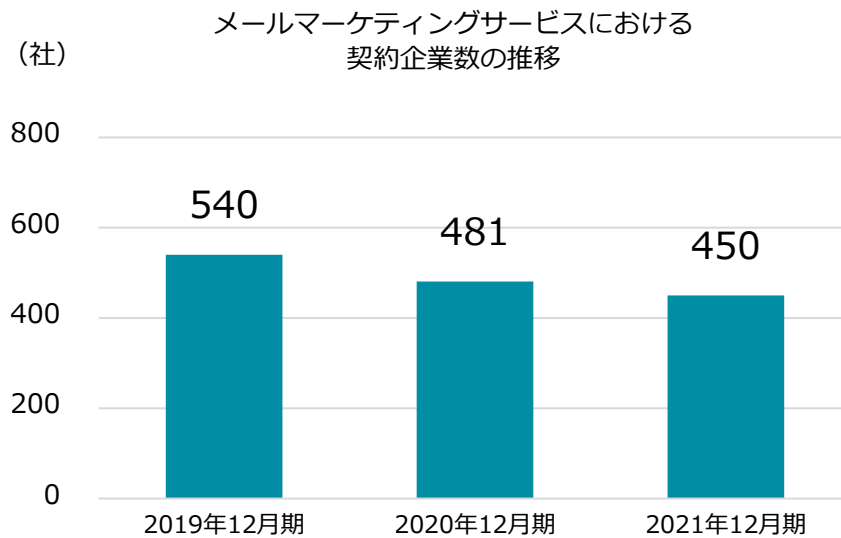
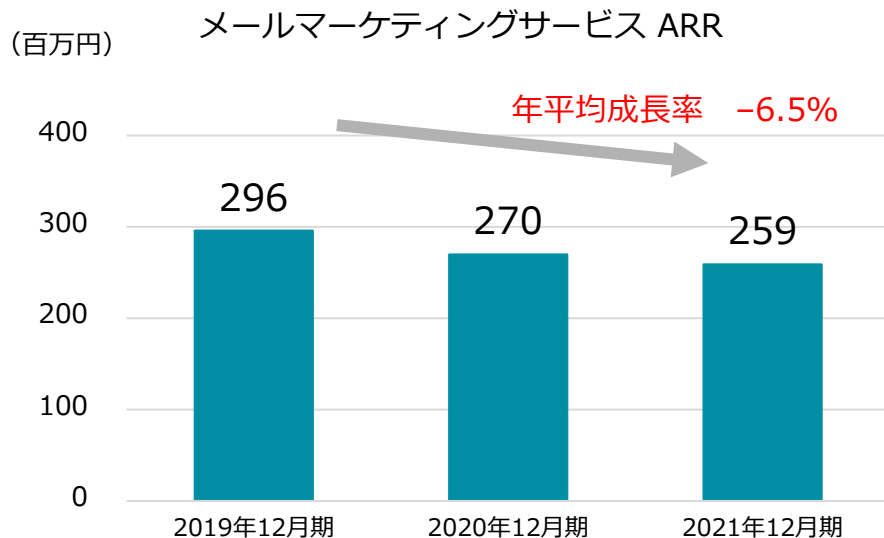


ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金額です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

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。



## ■ 対前期比横ばい（2019年12月期から2021年12月期の年平均成長率は-6.5%）



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

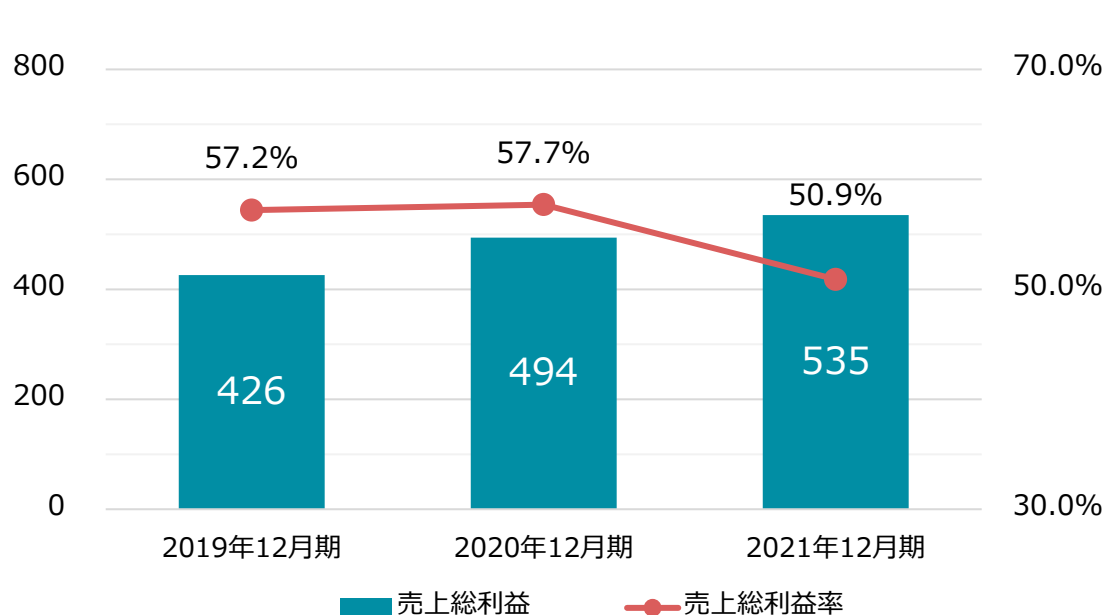
MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちリカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

# 売上総利益と売上総利益率



- 売上総利益は、535百万円（前期比 +41百万円、+8.4%）

(百万円)



売上総利益

前期比

**8.4% 増**

売上総利益率

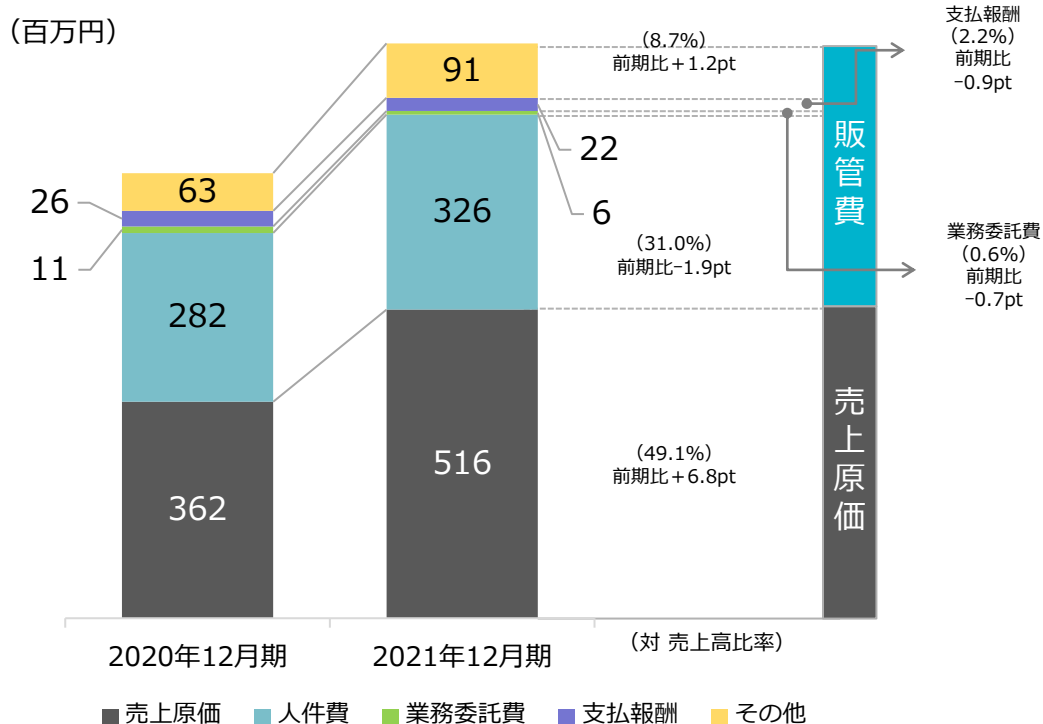
前期比

**6.8pt 減**

# 営業費用（売上原価／販売費及び一般管理費）



## ■ 営業費用は、963百万円（前期比 +216百万円、+29.0%）



## ■ 販管費 **446百万円** (前期比 +63百万円、+16.4%)

- ・販売促進活動としてWebによるセミナーを開催したことにより広告宣伝費が一時的に増加。
- ・営業及び管理部門の体制強化のため人員を採用し人件費が増加。

## ■ 売上原価 **516百万円** (前期比 +153百万円、+42.4%)

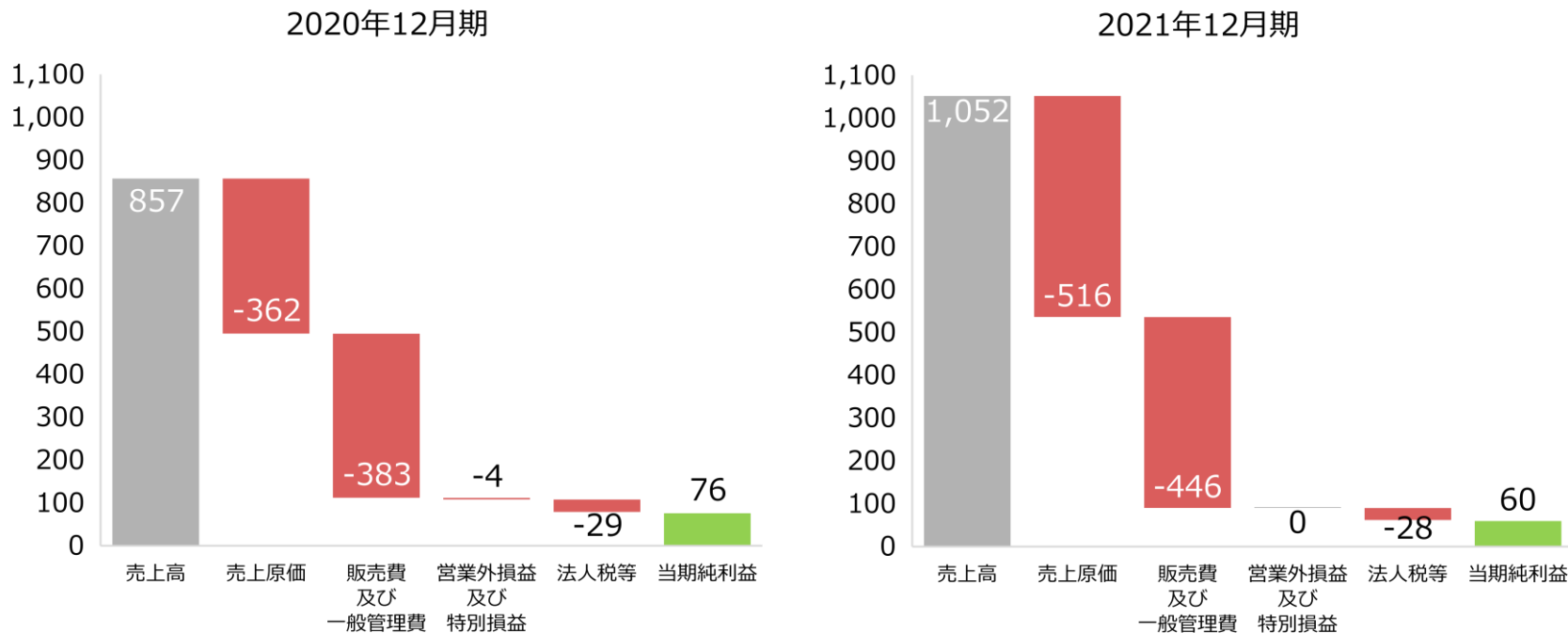
- ・自社製の新アプリプラットフォームへの移行は進行中、ただし仕入原価の大きな低減は未了。
- ・当期は、サービス機能・品質向上のためサービス運用及びソフトウェア開発費用、その他外注費が増加。
- ・モバイルオーダーの受注増加に伴い、仕入原価が増大。

# 2021年12月期 当期純利益



- 当期純利益は、60百万円（前期比 -15百万円、-20.8%）

（単位：百万円）



# 2021年12月期 貸借対照表（要約）



（単位：百万円）

	2020年12月期	2021年12月期	増減額	増減率
流動資産	553	598	+45	+8.2%
現金及び預金	440	434	-6	-1.4%
売掛金	97	129	+31	+32.8%
固定資産	146	226	+80	+54.7%
資産合計	700	825	+125	+18.0%
流動負債	138	118	-19	-14.1%
買掛金	25	48	+22	+88.3%
固定負債	9	23	+14	+152.9%
負債合計	147	142	-5	-3.4%
純資産	552	682	+130	+23.7%
負債純資産合計	700	825	+125	+18.0%

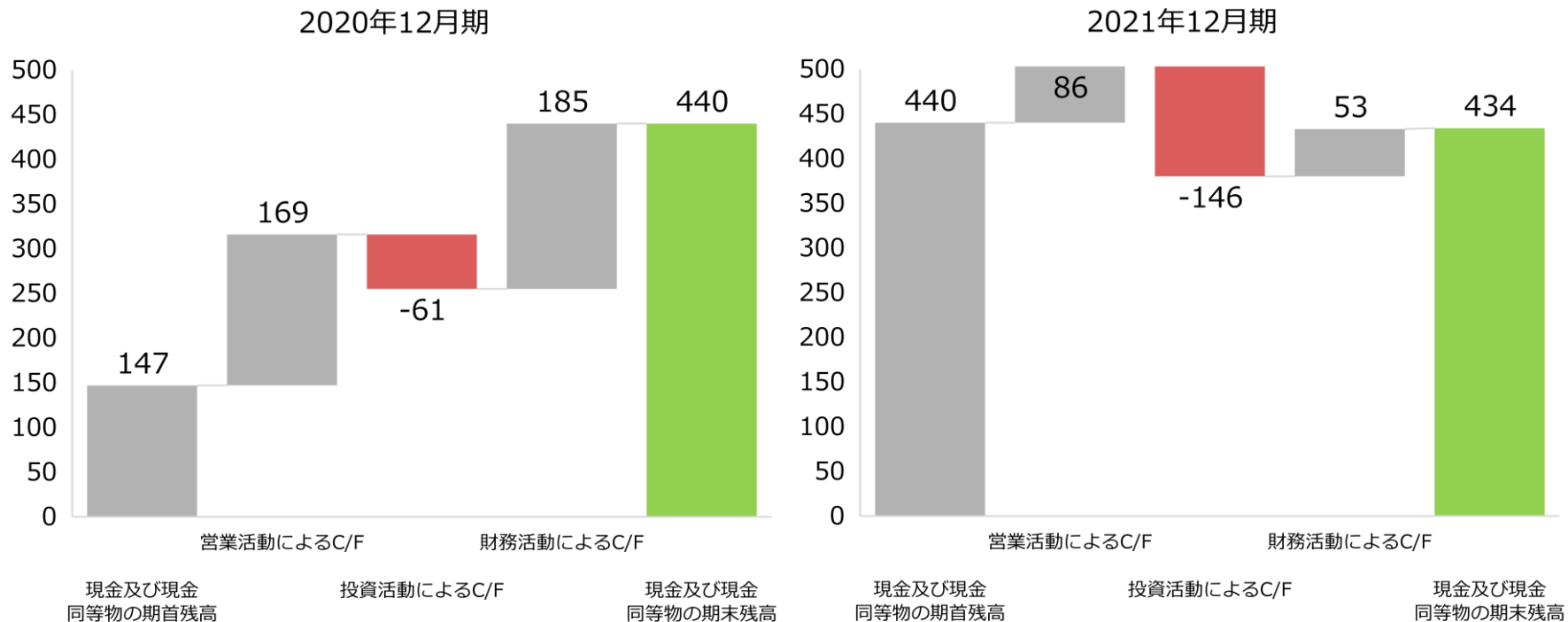
- OA及びSO行使による増加：70百万円
- 2021年12月期  
通期純利益：60百万円

# 2021年12月期 キャッシュフローの状況



- 2021年12月期期末の現金及び現金同等物は、434百万円（前期比 -6百万円）

(単位：百万円)



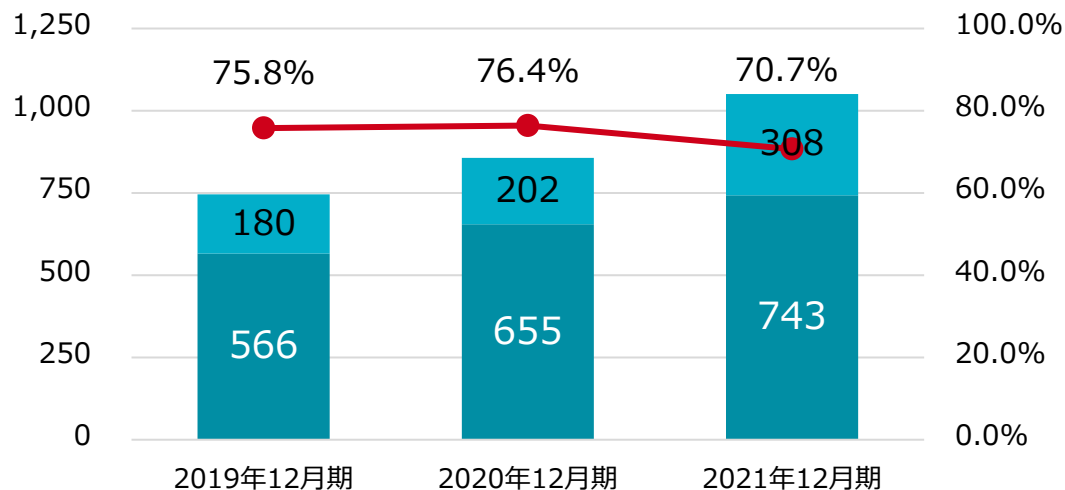


# リカーリング比率

## ■ リカーリングの性質の売上高は、743百万円（前期比+88百万円、+13.5%）

全売上高に占めるリカーリングの性質の売上高は一時的なモバイルオーダー初期費の影響で70.7%と、前年同期比5.7pt低下。

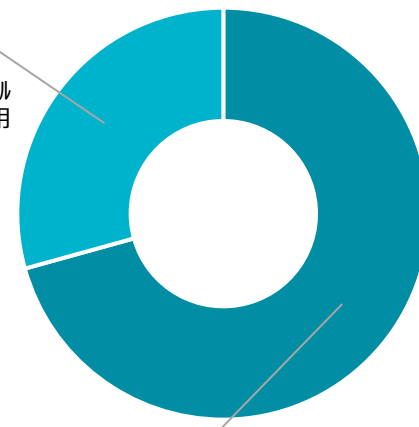
(百万円)



■ リカーリングの性質の売上高      ■ リカーリングの性質ではない売上高  
● — リカーリングの性質の売上高の比率

売上高の内訳

その他  
 29.3%  
 (うち、モバイル  
 オーダー初期費用  
 9.3%)



betrend スマートCRMサービス及び  
 メールマーケティングサービス  
 70.7%  
 (78.0%(モバイルオーダー初期費除外))

※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





1. 2021年12月期 通期決算概要

2. 2022年12月期 通期業績予想と取り組み

Appendix

- ・ 会社概要

# 2022年12月期 業績予想サマリー



- 売上高は、飲食業に対しては直販を推進させる一方、2021年度に引き続き、主要販売パートナー（販売代理店）から、スーパーマーケット・ドラッグストア等の量販店からの引合いが増加すると予想。LINEミニアプリの販売により、会員数に応じた従量課金が増加すると予想。  
売上原価は、自社製の新アプリプラットフォームへの移行によりアプリのライセンス支払いが減少する一方、2021年度に増加した、モバイルオーダーのライセンス支払が増加するため、売上原価は微増となり、当期利益については倍増すると予想した。

(単位：百万円)

	2021年12月期 実績		2022年12月期 予想		前期比	
		構成比		構成比	増減額	増減比
売上高	<b>1,052</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,202</b>	<b>100.0%</b>	<b>+150</b>	<b>+14.3%</b>
売上原価	<b>516</b>	<b>49.1%</b>	<b>571</b>	<b>47.5%</b>	<b>+55</b>	<b>+10.7%</b>
売上総利益	<b>535</b>	<b>50.9%</b>	<b>631</b>	<b>52.5%</b>	<b>+95</b>	<b>+17.8%</b>
販売費及び一般管理費	<b>446</b>	<b>42.5%</b>	<b>454</b>	<b>37.8%</b>	<b>+7</b>	<b>+1.6%</b>
営業利益	<b>88</b>	<b>8.4%</b>	<b>177</b>	<b>14.7%</b>	<b>+88</b>	<b>+99.1%</b>
経常利益	<b>88</b>	<b>8.5%</b>	<b>177</b>	<b>14.7%</b>	<b>+88</b>	<b>+99.0%</b>
当期純利益	<b>60</b>	<b>5.7%</b>	<b>121</b>	<b>10.1%</b>	<b>+61</b>	<b>+102.0%</b>

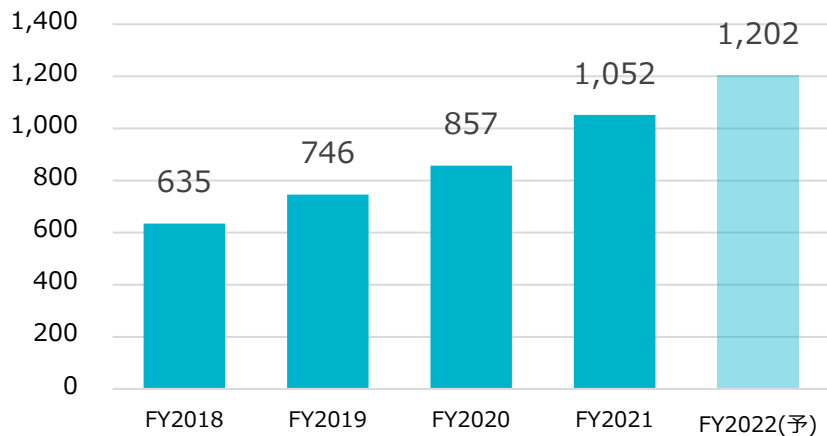
# 売上高・利益の推移



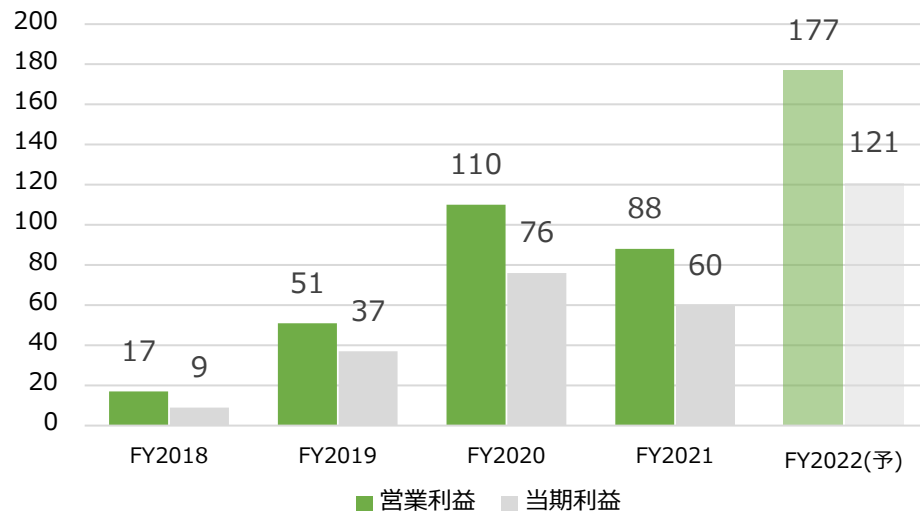
- 2022年12月期は、売上高の対2021年度増加額が+150百万円に対し、営業費用の対2021年度増加額+62百万円（売上原価55百万円、販管費7百万円）と予想し、営業利益は+88百万円の増加と予想した。

(単位：百万円)

## 売上高の推移



## 利益推移



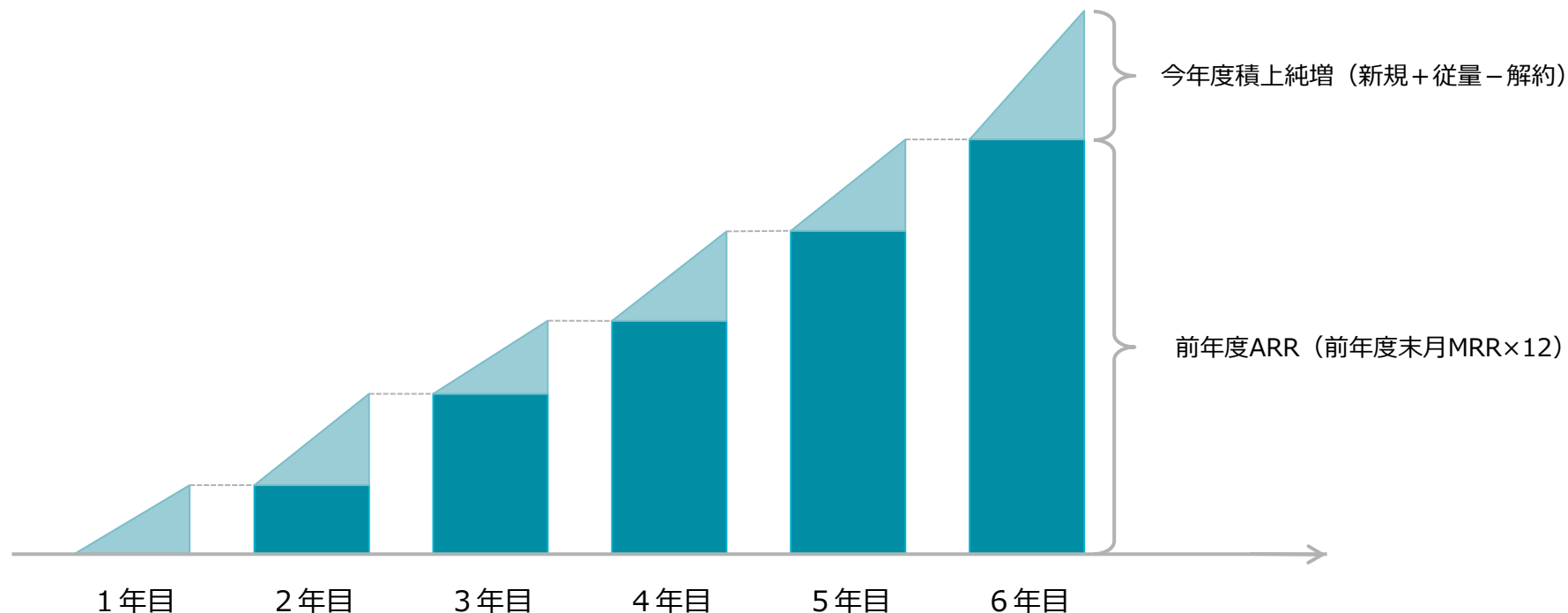


# 成長戦略と展望

# CRMサービスにおけるリカーリング性質の売上高の説明



- 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 = 契約社数 × (1社あたり基本料金 + 1社あたり会員数売上 + 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)



# 『betrend』 × 『LINEミニアプリ』 の大胆な価格戦略による売上増大



- 契約社数の増加促進 スマートCRM 158社 導入社数(※1) → **最大化**
- 会員数増加促進 スマートCRM 2,078万人(※1) → **最大化**
- スマートCRMのソフトウェア原価 → **最小化**

※1 2021年12月31日現在

LINE ミニアプリ

二刀流

スマートフォンアプリ

ライトユーザー向けの簡単な登録

ヘビーユーザー向けの豊富な機能

【新戦略】

初期費無料  
月額1万円～



顧客ロイヤリティ

高

中

低



アカウント連携による併用にも対応



## リカーリングの性質の売り上げ

販売社数の増加

---

スマートCRMプラン  
初期50万円 月額6万円～

×

会員数の増加

---

会員数に応じた月額  
2万人以上の会員が対象  
(例)  
会員数102万人=  
100万円/月の従量料金

×

## その他サービスの売り上げ

周辺サービスの増加

---

ECサービス  
DMなど

会員消費による収益増加

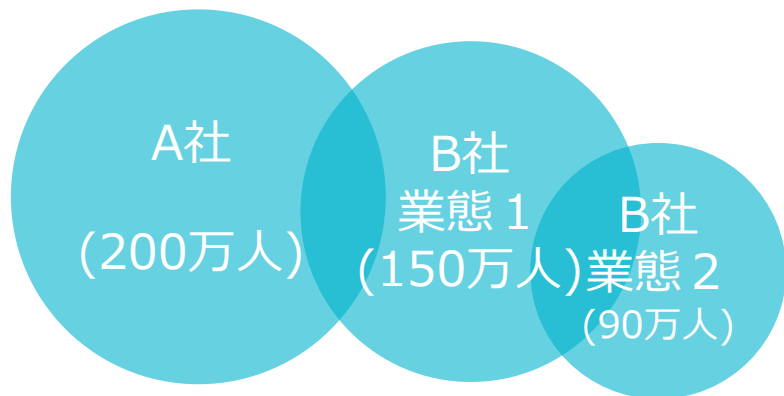
---

決済手数料収益  
(モバイルオーダー等)



## 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」





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



## 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

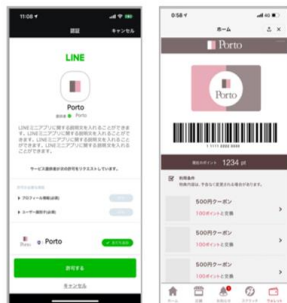


その他サービス収益の  
最大化

新サービスの展開：『betrend』 × 『LINEミニアプリ』

『betrend』 × 『LINEミニアプリ』の位置付け

LINEミニアプリ  
(手間なく登録できるライトユーザ向け)



スマートフォンアプリ  
(フルサービスが受けられるヘビーユーザ向け)

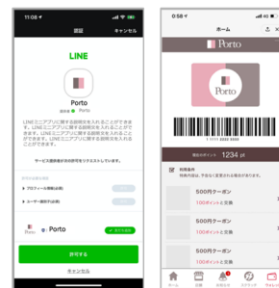


ポイント数やクーポン情報などの  
会員情報を共有



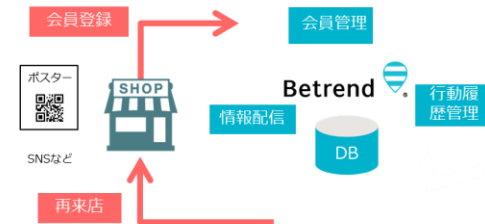
新規のアプリダウンロード不要

LINE上の許諾同意操作のみで簡単に利用開始



URLで起動が可能

店頭のQRコード（ポスター・チラシなど）・SNS・メルマガなど、様々な接点から誘導



スーパーアプリの中にある企業の会員証として、利便性や視認性を高められるため、スマートCRMの契約社数と会員数増加を大きく促進する。



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

順位	ニックネーム	消費
1	百谷太郎	100
2	代々木太郎	27
3	長谷太郎	25
4	光岡太郎	15
4	緑岡太郎	15
6	町屋太郎	14
7	岩瀬太郎	10
8	町田花子	2
9	町田太郎	2
10	渋谷太郎	1

告知方法の見直し / 店頭POP作成支援  
(会員化率向上)





# 4 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

### 日本郵便主催：全日本DM大賞への参加 -5年連続受賞-

アプリ定期券・お食事券 購入画面

モバイルオーダー



- 2021年 銀賞受賞
- 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)



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	飲食業を主力ターゲットとし、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>飲食業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>『betrend』×『LINEミニアプリ』による小規模～中規模飲食業の取込み</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>飲食：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	飲食業向け営業強化	<p>量販店向けの営業強化、既存飲食業の顧客は解約防止、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>



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6,300億円の規模。そのうち、現在の主なターゲット市場は飲食業・小売・サービスで約3,700億円、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3,300億円規模。

### ■ 現在の主なターゲット業界は以下の通り

#### ー 飲食業界

- ・ 飲食業TOP100社のうち25社がすでに当社の顧客
- ・ " TOP1,000社くらいまでの営業開拓が可能

#### ー 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

#### ー 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

- ー 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

### 販促(広告)市場

金融・保険  
交通・レジャー  
官公庁・団体  
教育・医療

約6,300億円

現在の主なターゲット業界の  
販促(広告)市場

飲食・小売・サービス

約3,700億円

出所：電通「日本の広告費2020」会社説明資料  
一般社団法人日本ダイレクトメール協会



今後の投資の主要項目は、

- ①サービスの供するソフトウェアの開発 ②サービス用システムの冗長化 ③採用費及び人件費

主要な投資項目	
項目	内容
サービスに供するソフトウェアの開発	<p>■スマートCRMの機能の追加、既存機能のバージョンアップ</p> <p>顧客の要望を満たす為の既存機能のバージョンアップや新機能の追加に必要なソフトウェアの開発に必要な投資及びサービス拡大に伴うデータ量の増加に合わせたインフラの増強に伴う投資が必要となってきます。</p>
サービス用システムの冗長化	<p>■サービスの安定稼働に必要なシステムの冗長化</p> <p>当社のCRMサービスは24時間365日の安定稼働を求められており、顧客企業が安心して当社サービスを利用させていただくために、インフラ設備を含むシステムの冗長性を高めて行く必要があります、その為の投資が必要になってきます。</p>
採用費及び人件費	<p>■営業人員及び技術要員採用</p> <p>当社のCRMサービスを更に拡大するために新規案件の開拓及び既存顧客の取引規模拡大のために営業人員の増強が必要となってきます。また、導入企業には、当社サービス導入時に各企業のニーズに合わせた連携開発が必要が費用であり、その開発要員が必要となっており、採用費及び人件費が増加します。</p>



1. 2021年12月期 通期決算概要

2. 2022年12月期 通期業績予想と今後の取り組み

## Appendix

- 会社概要



# 会社概要 (2021年12月末日現在)



## 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

311,805,300円

## 主な事業内容

SaaS型モバイルマーケティングサービス

## 従業員数

49名

所在地 ※ 2021年4月19日付けで本社移転を行いました

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

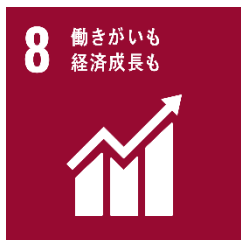
## 資格

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 (09)

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



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、外国人社員やベトナムのオフショア開発なども促進して品質が良く信頼性の高いサービスを提供し続けています。女性社員比率は49.0%になりました。



スマートCRMのご利用会員数は2,000万人を超え、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。



- ・ 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。

## 【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：03-6205-8145

メールアドレス：ir@betrend.com

URL



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



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



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



ひらめきに、わくわく。

**Betrend**

