

# 事業計画及び成長可能性に関する事項について

2022年3月  
ビートレンド株式会社  
証券コード：4020





# 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

311,805,300円 (2021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

49名 (2021年12月末現在)

## 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 (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



IS 606530 / ISO 27001:2013

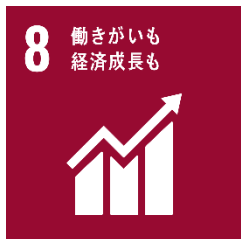
本社にて取得



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



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、女性社員比率は50.0%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。

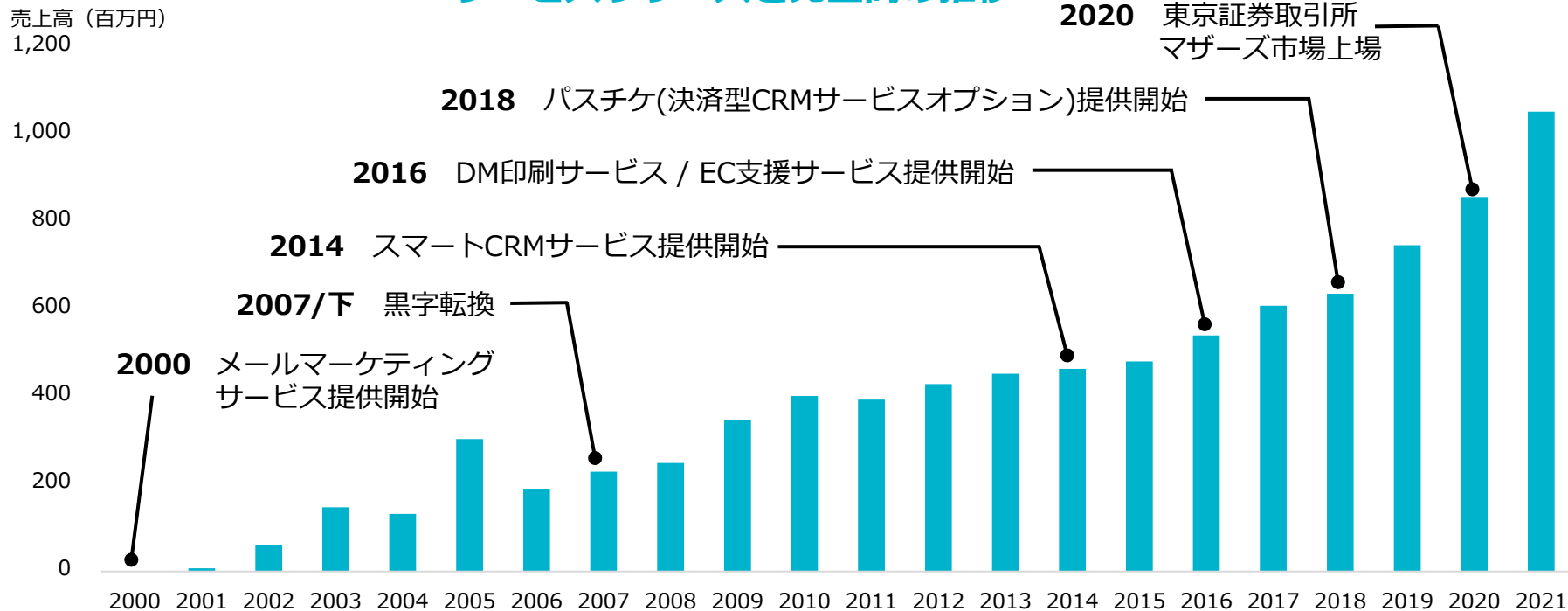


# 事業の沿革

## 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



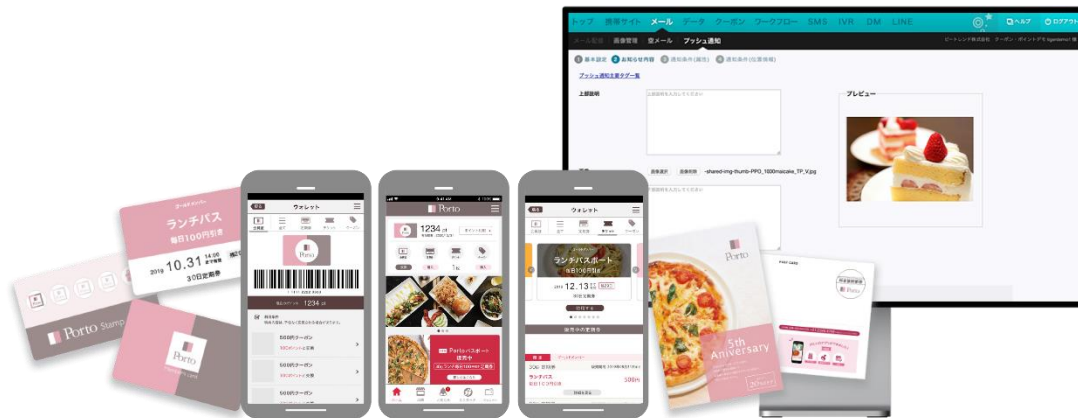
## 1 事業の概況

## 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

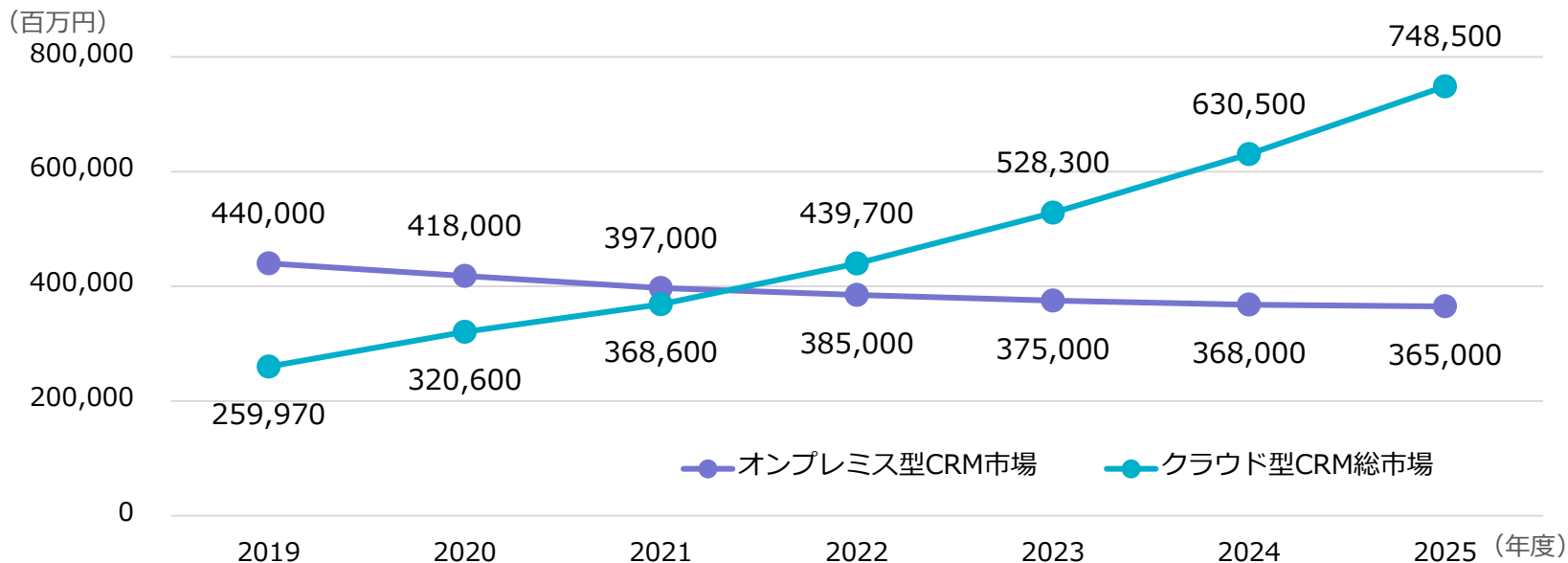
# betrend





## CRMソフトウェア市場はオンプレミス型からクラウド型CRM型へ移行

CRM総市場のオンプレミス型CRMからクラウド型CRMに移行しており、クラウド型CRMは2019年から2025年に掛けて年平均成長19.3%で推移し、市場規模は2025年には7,485億円に達し、CRM市場全体の67.2%を占める。







# 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"><li>■ 会員属性情報/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モデル</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モデル</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></ul> | <ul style="list-style-type: none"><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接続連携、決済手数料</li></ul> |



## 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 導入事例



株式会社トモズ 様



株式会社幸楽苑  
ホールディングス 様



株式会社壺番屋 様



株式会社サンマルク 様



株式会社サッポロライオン様



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

有力パートナー（販売代理店）とタイアップ

主な有力販売パートナー



東芝テック株式会社



# 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。





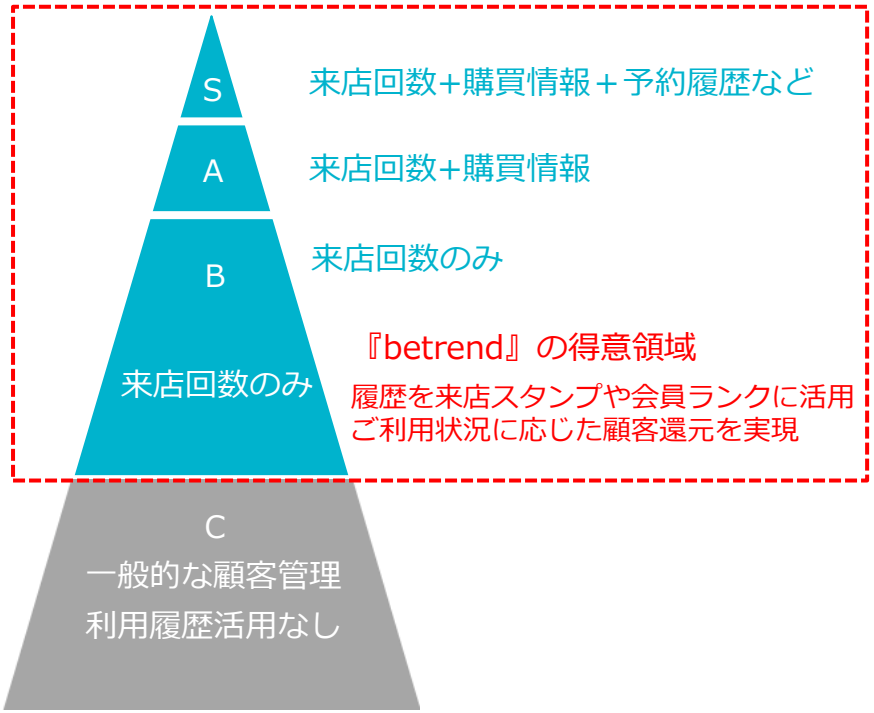
1 事業の概況

スマートCRMサービスで会員行動履歴情報を活用

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

## 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らず、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店舗未満の小規模な案件がメインとなっている。 | スマートフォンアプリ+顧客管理を提供。特に飲食店と美容室にフォーカスした機能構成になっている。小規模向け。低価格。 | スマートフォンアプリ+顧客管理+メール・SMS・DMなど多様な情報配信手段をセットで提供。主に飲食業界をターゲットに展開。中・大規模向け。              |
| 営業展開の特徴   | 当社に比べ単価が高く、顧客管理には他のツールとの併用が必須であるため、大手のクライアントが多い。予算の少ない飲食業界での導入事例は少ない。                 | 個店を中心に展開。一見費用が安く見えるものの、店舗規模の増加等によりサーバ費用が別途課金される。          | 飲食店と美容室の個店を中心に展開。他社が運営するメディアとのセット販売となっている。                | 中堅企業から大手企業まで、幅広く展開している。全国に販路をもち営業力の強い代理店や、POSメーカーなどソリューションベンダーと提携することで、営業展開を行っている。 |
| 当社との競合状況  | アプリ開発という括りでは競合する場合もあるが、上記の通り高単価であり、同等のサービスを提供するためには外部サービスの併用が必要であり、総合での運用費用は当社より高くなる。 | 個店を中心に展開しているため、あまり競合しない。                                  | 個店を中心に展開しているため、あまり競合しない。                                  | —  |



## 2 事業の強み





## 2 事業の強み

# 圧倒的なコストパフォーマンス

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

## 2 事業の強み

# 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(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



IS 606530 / ISO 27001:2013

本社にて取得



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。

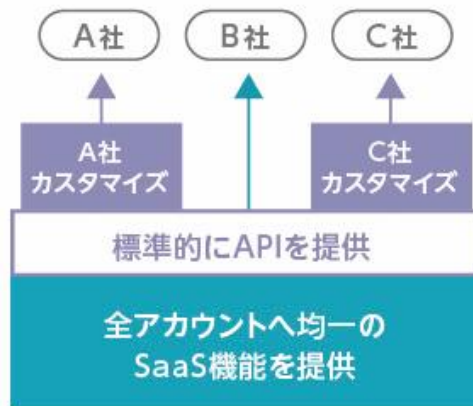
### 従来型SaaSモデル

スケールさせるためにカスタマイズしない



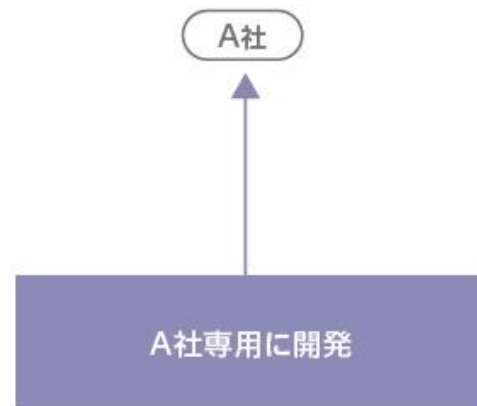
### 『betrend』のSaaSモデル

標準機能+カスタマイズに応じる



### フルカスタマイズモデル

フルカスタマイズに応じる



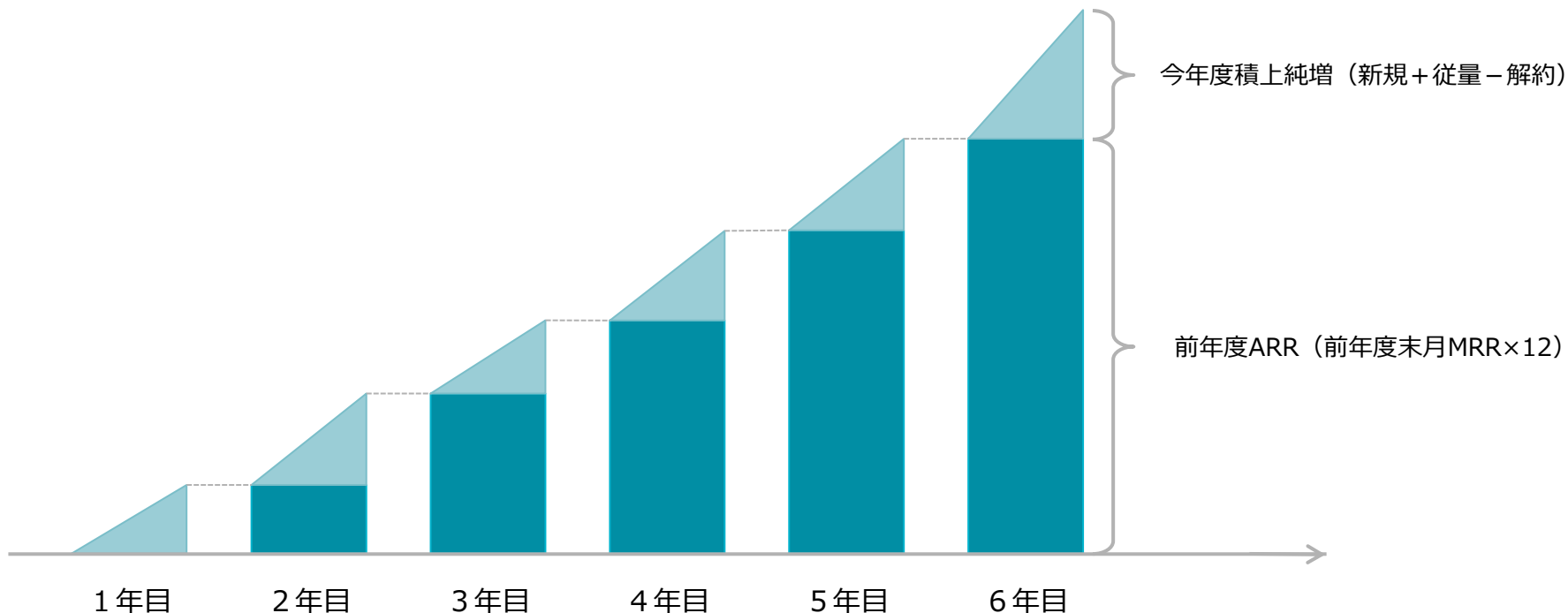
API(Application Programming Interface) : 必要な機能をAPIから呼び出すだけで使えるため、ゼロからプログラミングする必要がなくなり、ソフトウェアの開発を省力化できる。

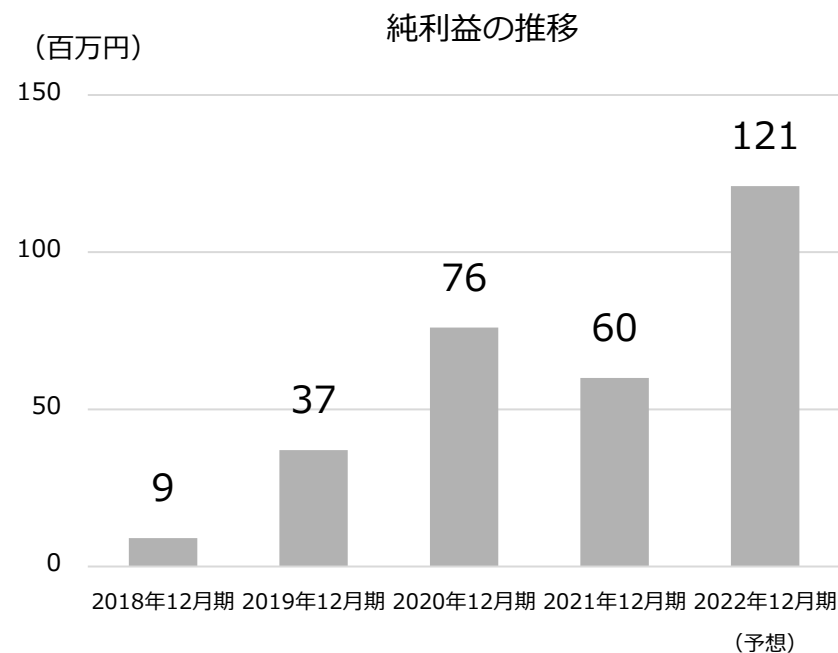
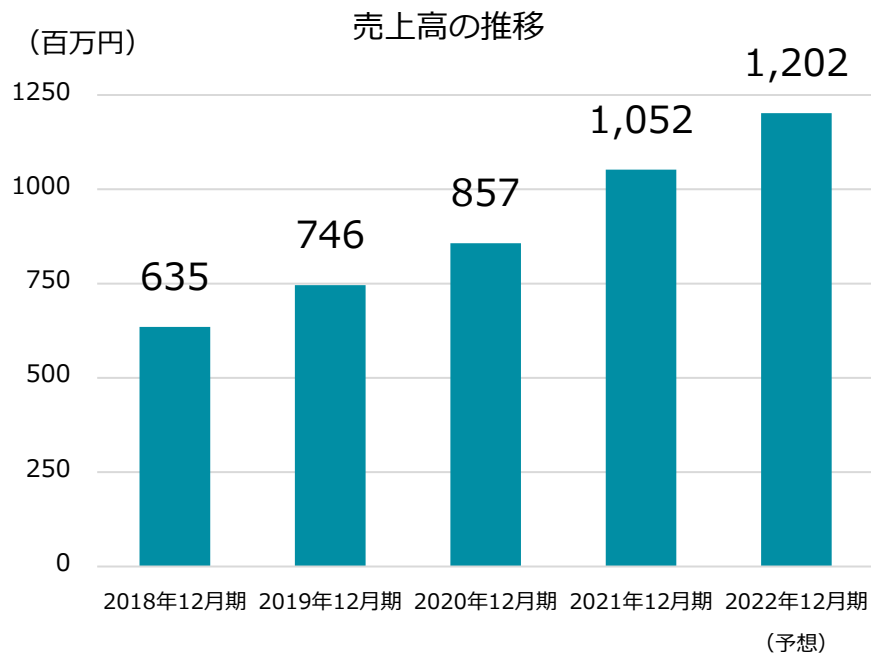


# 3 事業の収益性



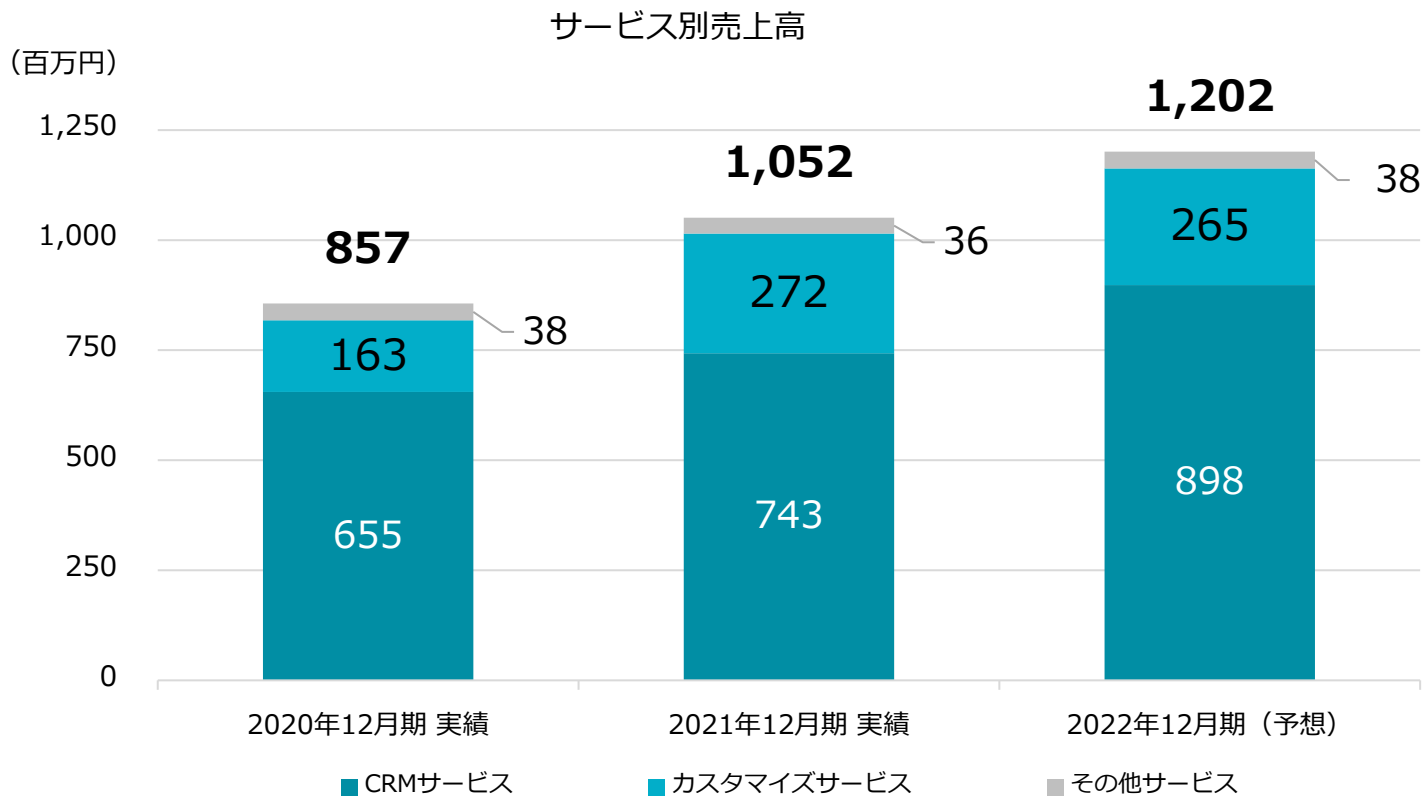
- リカーリング性質の月次売上（MRR） \*MRRとは解約されない限り次年度以降も継続される売上高の月次金額です。  
MRR = 契約社数 × (1社当たり基本料金 + 1社当たり会員数売上 + その他のリカーリング性質の売上等)
- 今年度売上 = 前年度ARR (前年度末月MRR × 12) + 今年度積上純増 (新規 + 従量 - 解約)





2021年12月15日付け、適時開示資料「事業計画及び成長可能性に関する事項について」に記載しました2021年12月期の予想値と2021年12月期の実績値との差異は僅少でありました。

## サービス別売上高の推移(予想含む)

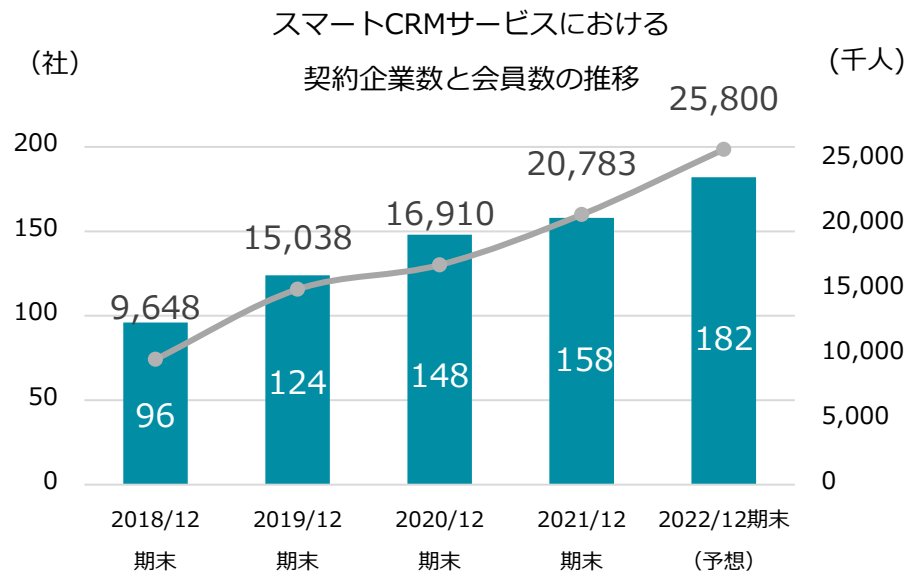
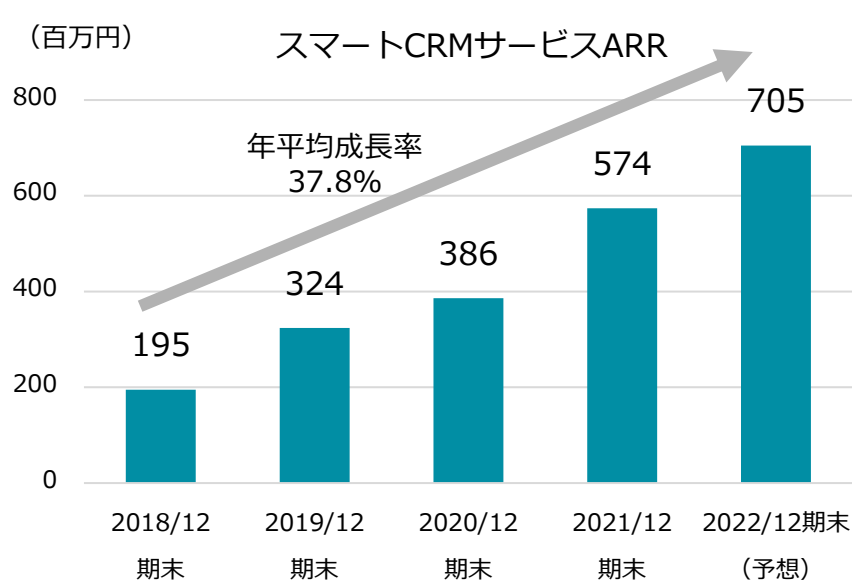




### 3 事業の収益性

## 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。

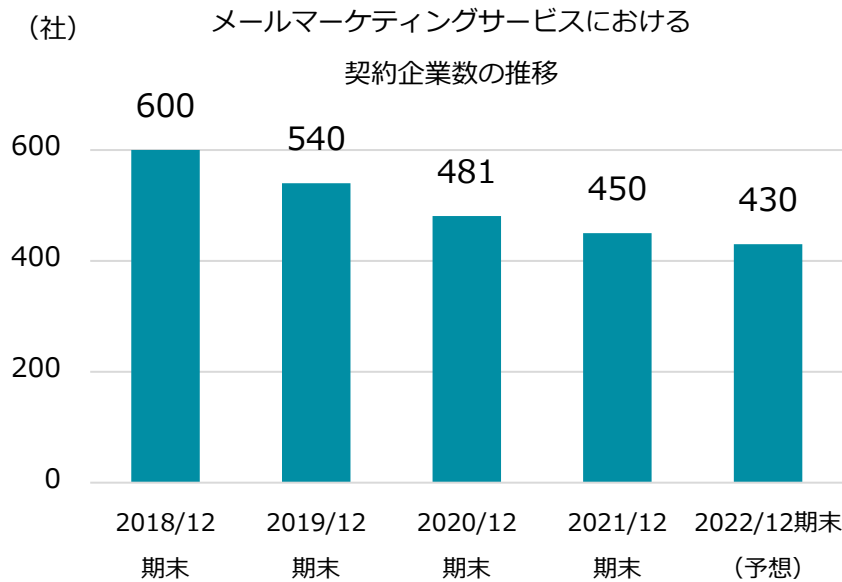
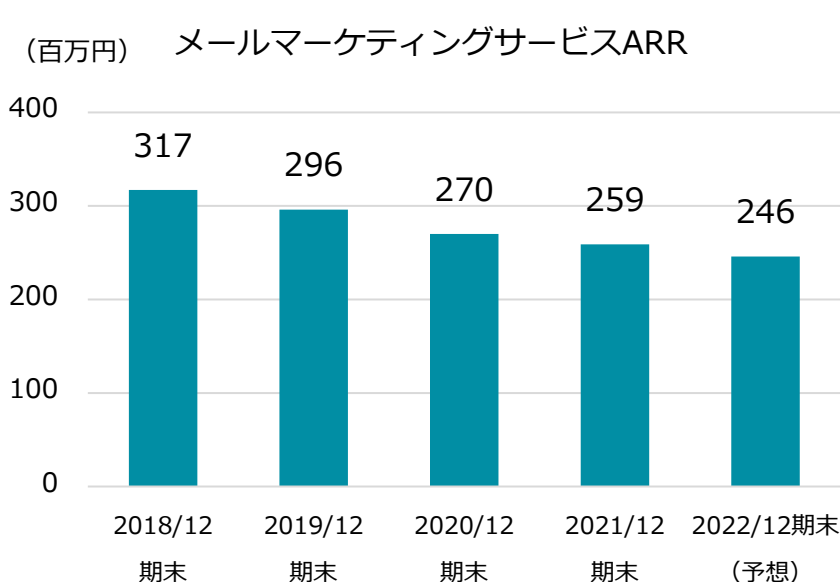




### 3 事業の収益性

## 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。成長率は下げ止まり傾向にあります。

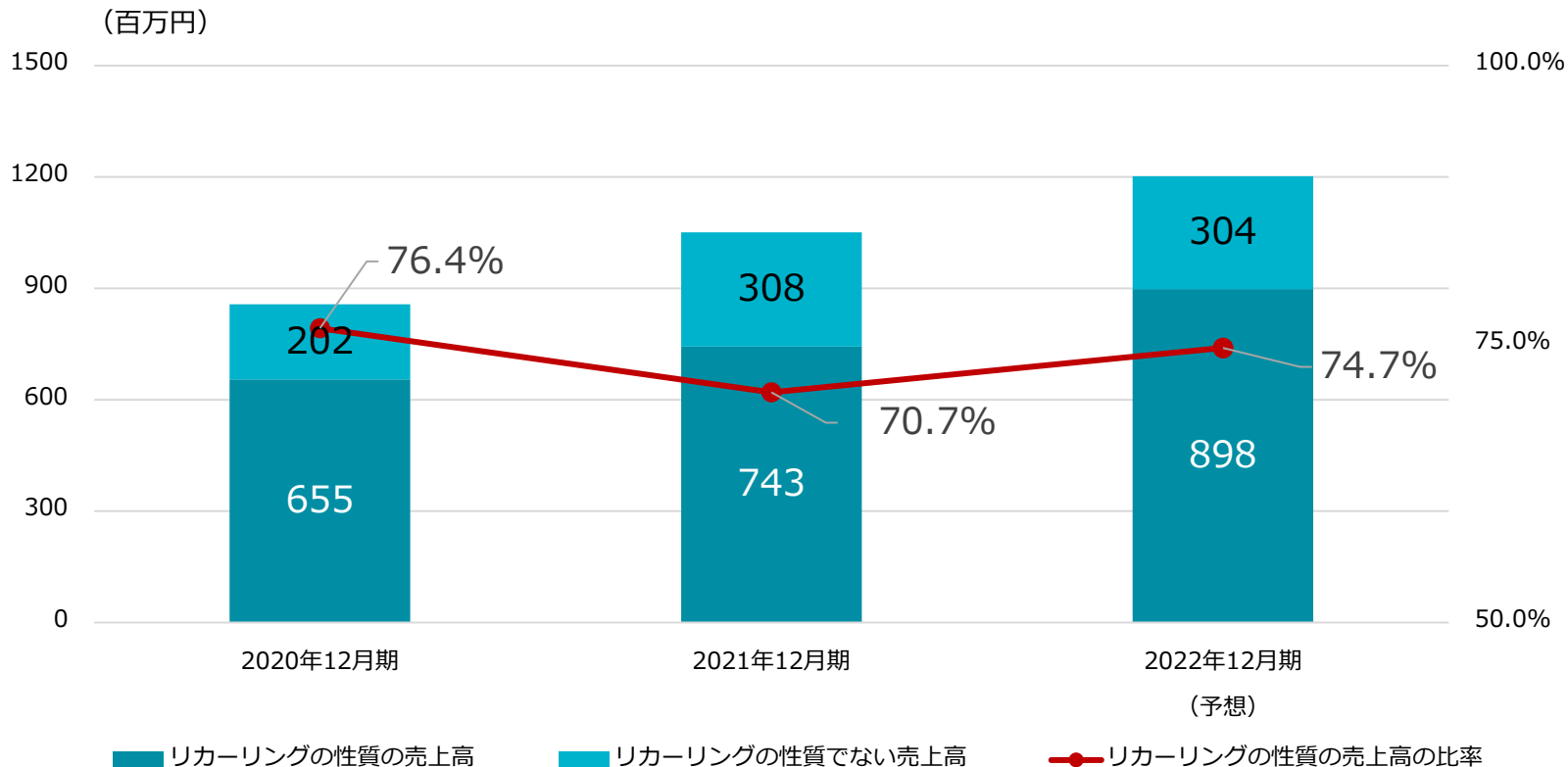


※ARR (Annual Recurring Revenue) :年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

※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。

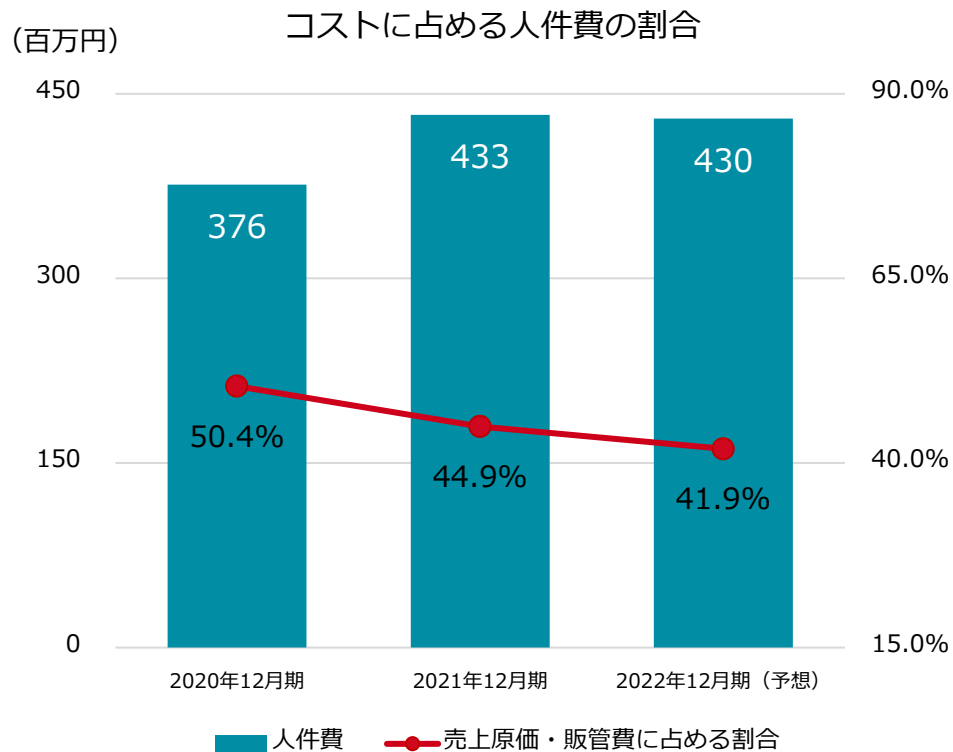
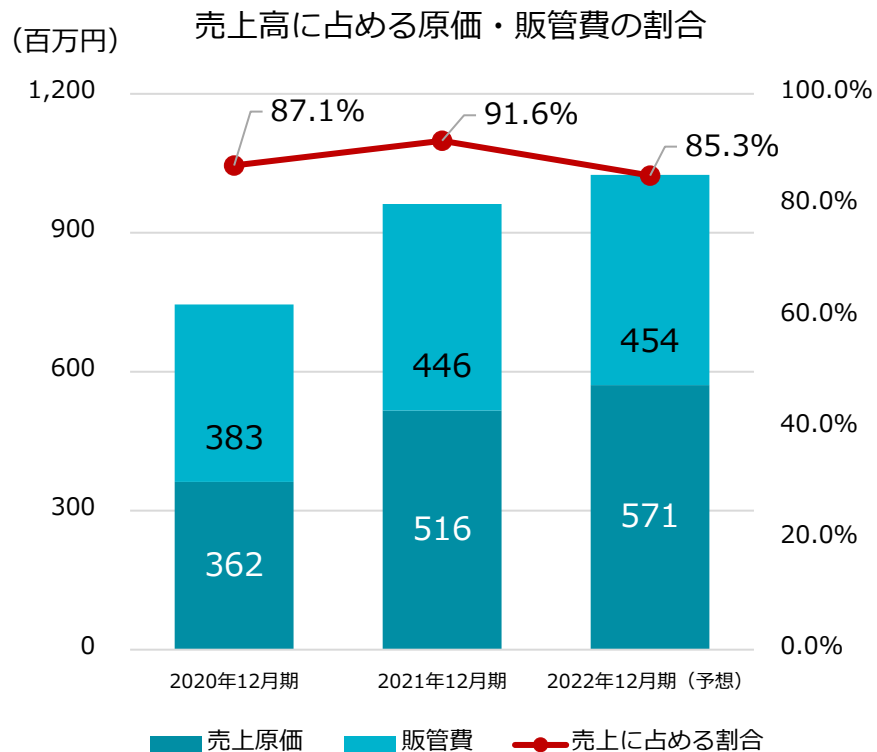
### 3 事業の収益性

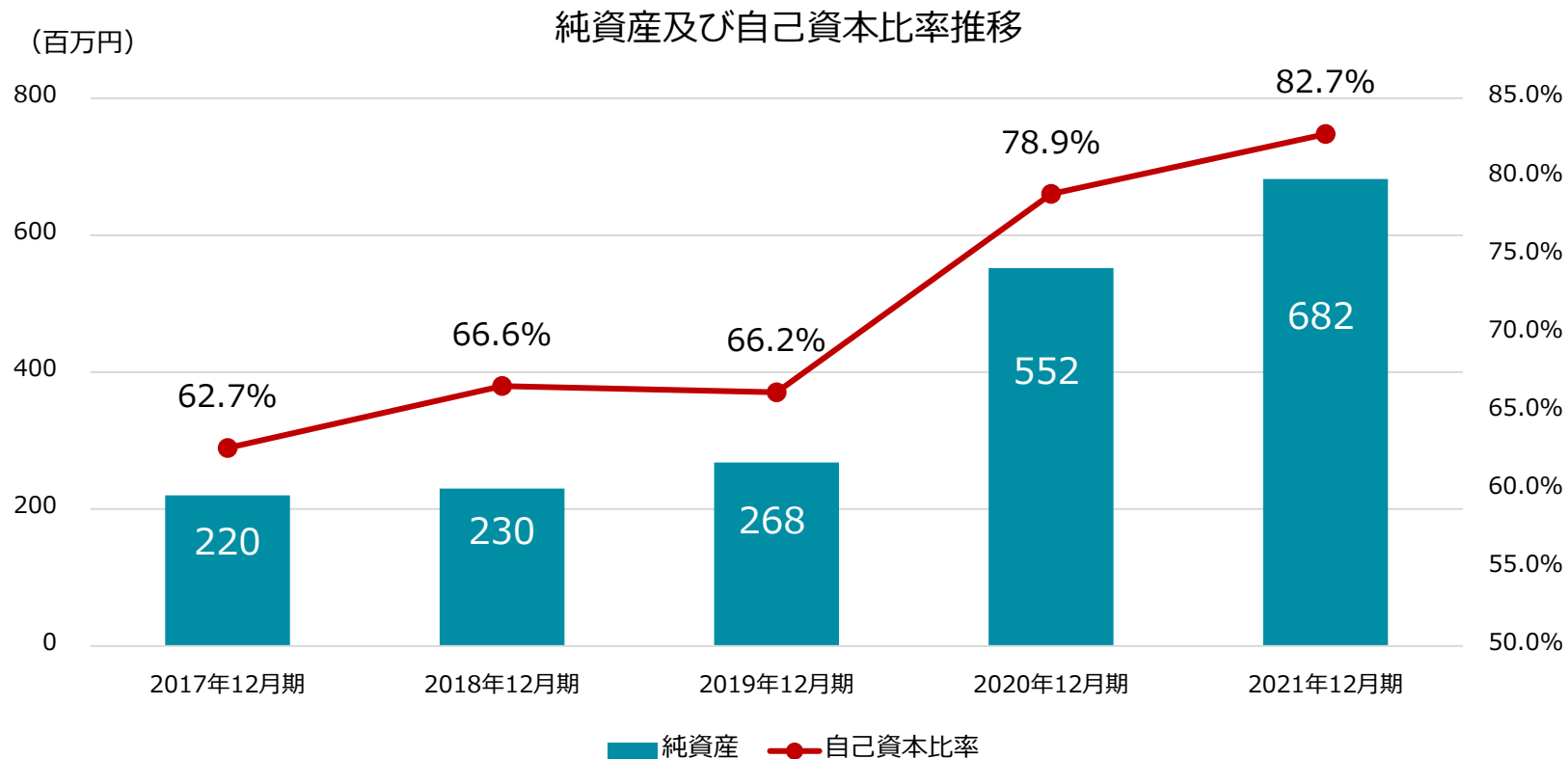
## リカーリング比率（予想含む）



※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。

※2021年12月期の「リカーリングの性質でない売上高」には、当期に発生した一時的なモバイルオーダーの売上98百万円を含む（同売上を控除した場合のリカーリング売上高の比率78.0%）





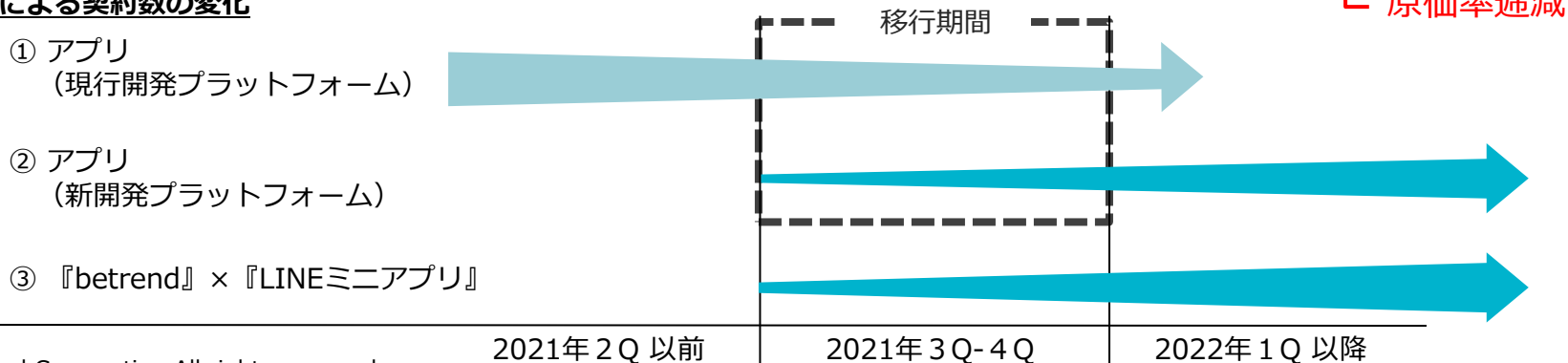
### 3 事業の収益性

## 自社プラットフォーム（新開発プラットフォーム）による経費削減効果

スマートCRMの新アプリプラットフォームへの移行と『betrend』×『LINEミニアプリ』の開始（新アプリプラットフォームへの移行による当部分の原価率逓減）

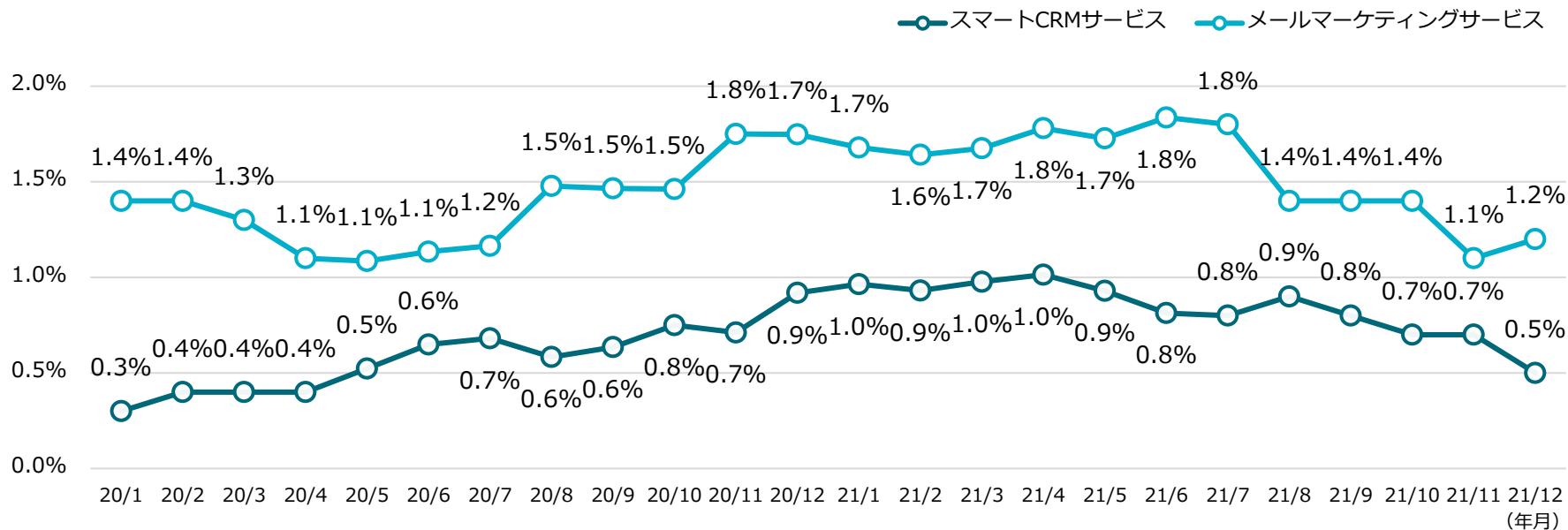
|                      | 2021年上半期（1Q-2Q）         | 2021年下半期（3Q-4Q）以降      |                              |
|----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------------|
| スマートCRM会員証           | ① アプリ<br>（現行開発プラットフォーム） | ② アプリ<br>（新開発プラットフォーム） | ③ 『betrend』<br>× 『LINEミニアプリ』 |
| アプリプラットフォーム<br>費用の発生 | あり                      | なし<br>（既存との併存による運用）    | なし                           |
| プッシュ通知費用の発生          | あり                      | なし                     | -                            |

### 移行による契約数の変化





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



## 四半期毎売上高(CRM売上高) / 純利益推移

2021/12期4Q対前年同期比

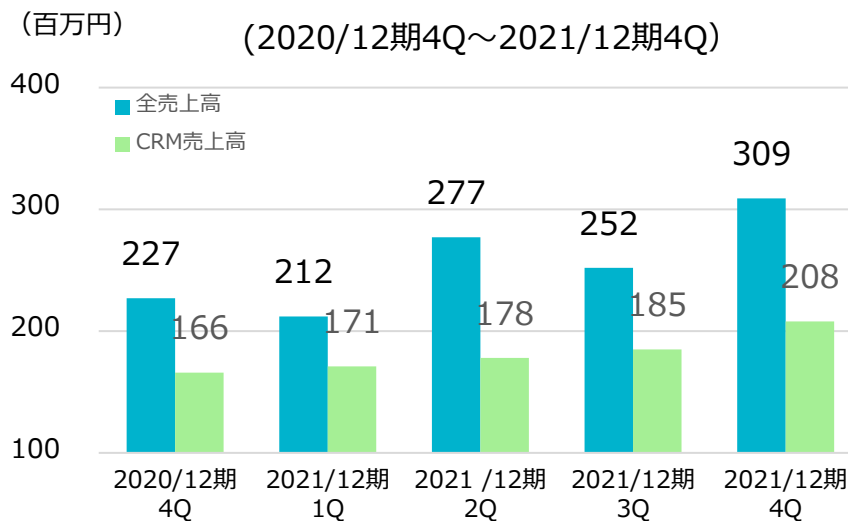
売上高：36.1%増

CRM：25.2%増

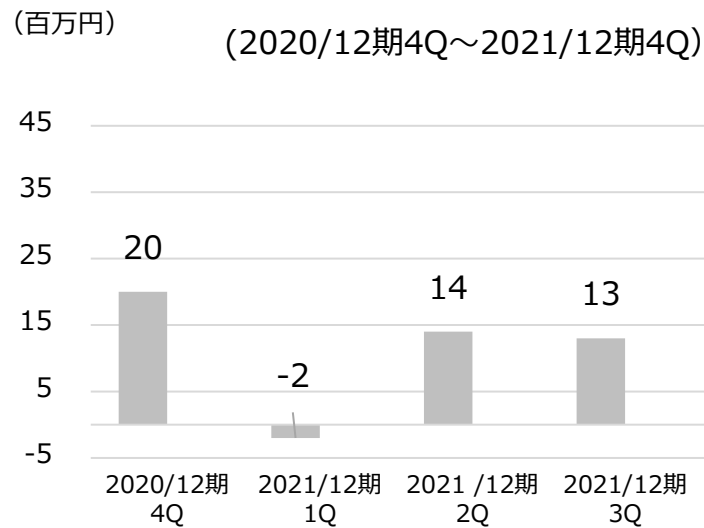
2021/12期4Q対前年同期比

純利益：63.1%増

### 四半期全売上高 (CRM売上高) 推移



### 四半期純利益推移





## 4 成長戦略と展望

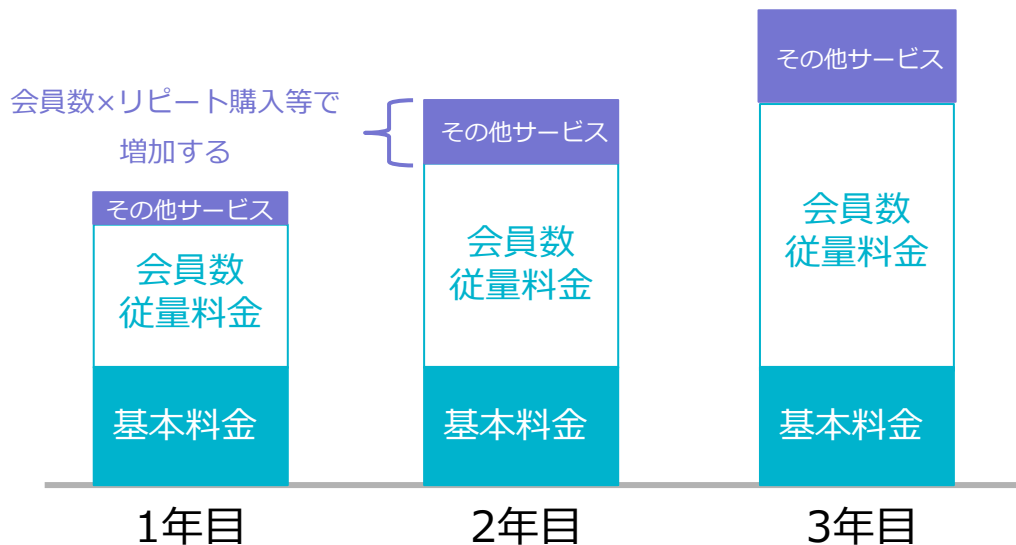




## 4 成長戦略と展望 積み上げ型の収益モデル \*図はご契約1社あたりの構造

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



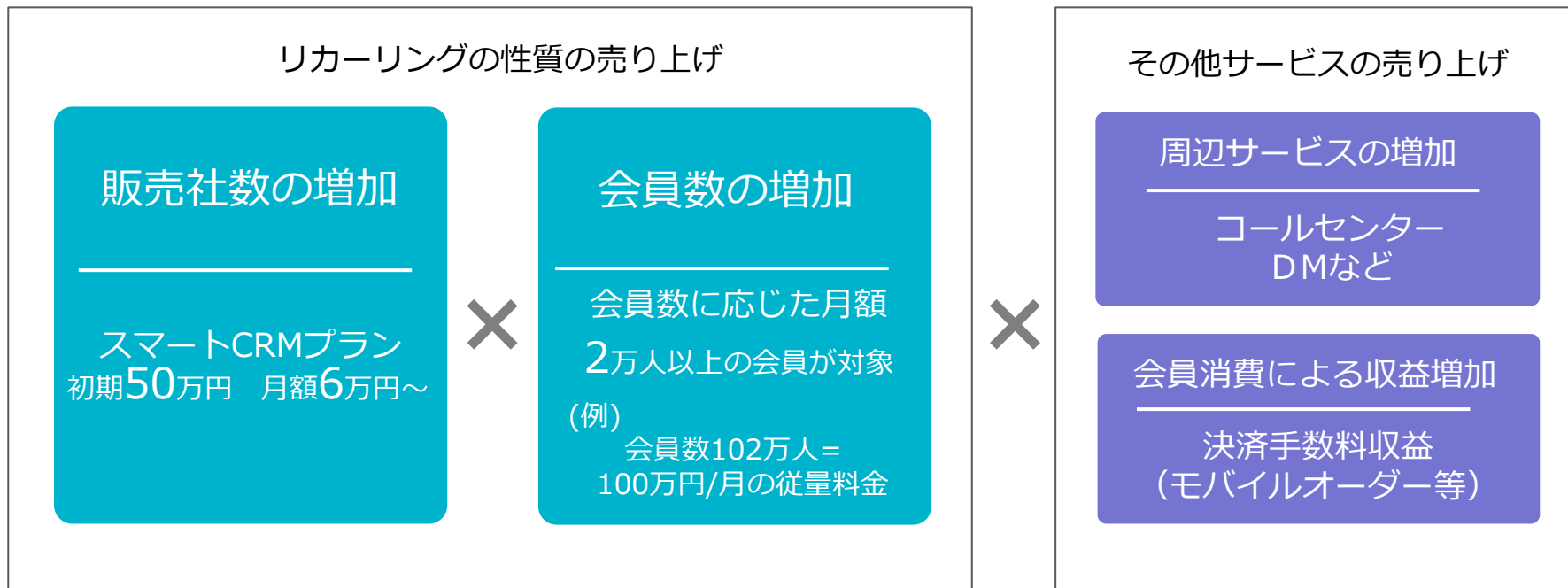
\*初期費・カスタマイズ開発費等  
一時的費用は除いた、収益推移  
イメージグラフです。

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。



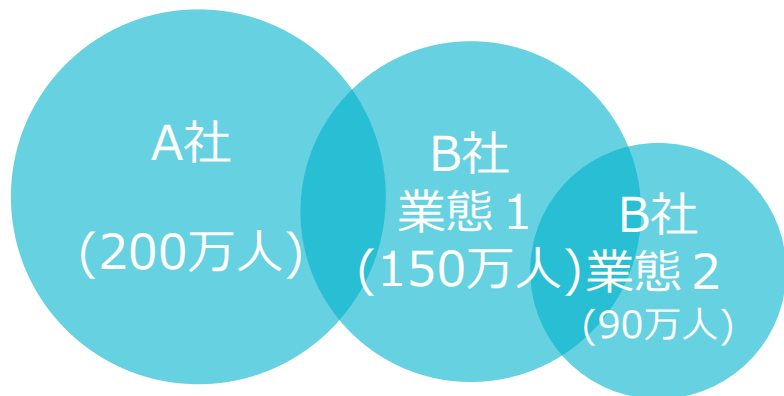
## 4 成長戦略と展望

### 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」



## 4 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<br>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 |



## 4 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

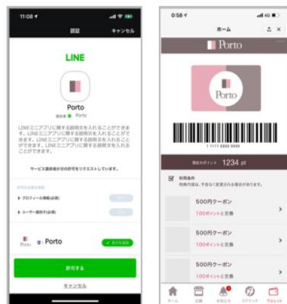


その他サービス収益の  
最大化

### 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)

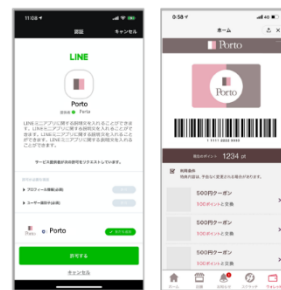


ポイント数やクーポン情報などの  
会員情報を共有



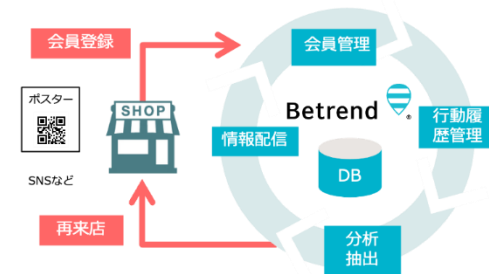
新規のアプリダウンロード不要

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。



# 4 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)





## 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)



#### 4 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。<br/>(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>『betrend』×『LINEミニアプリ』による小規模～中規模外食の取込み</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>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> | 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   |
| 営業体制    | 外食向け営業強化  | 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)  |





## 4 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6,300億円の規模。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3,700億円、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 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

##### 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

外食・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、主に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 | ■スマートCRMの機能の追加、既存機能のバージョンアップ<br>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。                             |
| サービス用システムの冗長化     | ■サービスの安定稼働に必要なシステムの冗長化<br>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していただくために、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。                      |
| 採用費及び人件費          | ■営業人員及び技術要員採用<br>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。 |



## 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

| 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    | 中      | コストの増加 | 当社の事業が継続的に拡大・発展していくためには、さらなるインターネット・スマートフォン環境の整備、インターネット・スマートフォンの普及・利用拡大が必要と考えておりますが、それらを支える技術の変化は日進月歩であり、事業者は日々技術革新の動向に注視しながら開発投資を継続する必要があります。当社が技術革新に適応できない、又はその対応に想定以上の投資が必要になる可能性がございます。   | 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し効率的に投資を行っております。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、必要な場合、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おります。  |
| 競合      | 中      | 売上高の減少 | 当社は、SaaS事業を事業領域としており、当該分野においては他企業も事業展開をしており競合が激しい状況にあります。当事業領域は、参入企業がターゲットとする市場領域、または提供する機能等が細分化されていること、また、SaaS業態を構築するための費用や運用費用も大きく発生することから新規参入が難しい市場であると考えています。しかしながら、技術的な大きなイノベーションによる競争激化や価格競争等が発生し、十分な差別化を図ることが難しい事態が発生する可能性がございます。 | 当社は、顧客が会員への最適なアプローチ方法を見出すための行動履歴管理、これらのデータの分析、抽出が可能なツールの提供、会員への様々な情報配信手段を提供するワンストップのソフトウェアプラットフォームを提供しています。新機能・サービスの導入時には状況に応じて外部技術を組み入れたサービスを提供し、より早くニーズに合わせたサービスの投入を行っています。また、顧客の基幹システムや他事業者の決済機能等のサービスとの連携を容易にする設計としており、これらにより新規参入者に対して差別化を図り競争力の向上しております。 |

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか第23期有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。



## 5 認識するリスク及び対応策

| 主な事業リスク                  | 発生の可能性   | 影響           | リスクの内容   | 対応策  |
|--------------------------|----------|--------------|--|--|
| <p>情報システムの障害及びセキュリティ</p> | <p>小</p> | <p>解約の増加</p> | <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あります。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> |

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか第23期有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。



## 5 認識するリスク及び対応策

| 主な事業リスク      | 発生の可能性 | 影響度          | リスクの内容   | 対応策  |
|--------------|--------|--------------|--|--|
| 新型コロナウイルス感染症 | 中      | 売上増加率<br>の減少 | 当社の提供するCRMサービスが顧客の会員への情報提供のコミュニケーションツールであり、会員との関係維持のための重要な役割を果たしていることから、大きな解約もなく当社サービスの利用は堅調に維持されています。しかしながら、今後、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化することも一般に想定されており、新規顧客への当社サービスの導入の遅延または中止等により新規営業活動が想定とおりに進まなくなるリスクがあると考えております。 | 新型コロナウイルス感染症の影響が比較的少ない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量販店に対し、販売パートナーと連携し、営業強化することでリスクの分散化を図る等対策を講じます。飲食業においては、テイクアウト、デリバリーを可能とするモバイルオーダーの機能、ECショッピングカートを提供する企業との連携を強化し、消費者の購買行動の変化にも対応できるようにいたします。営業活動においては、Webや電話等での面談での営業活動でも直接の面談と同等の効率上がるものと判断しております。 |

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか第23期有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。



## 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。

### 【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://twitter.com/Betrend/>