

事業計画及び成長可能性に関する事項について

2023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

314,937,800円 (2022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 (2022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

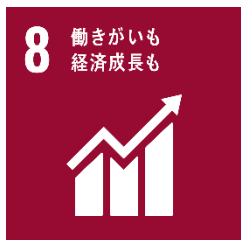
本社にて取得



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、2022年12月現在女性社員比率は50%になっております。



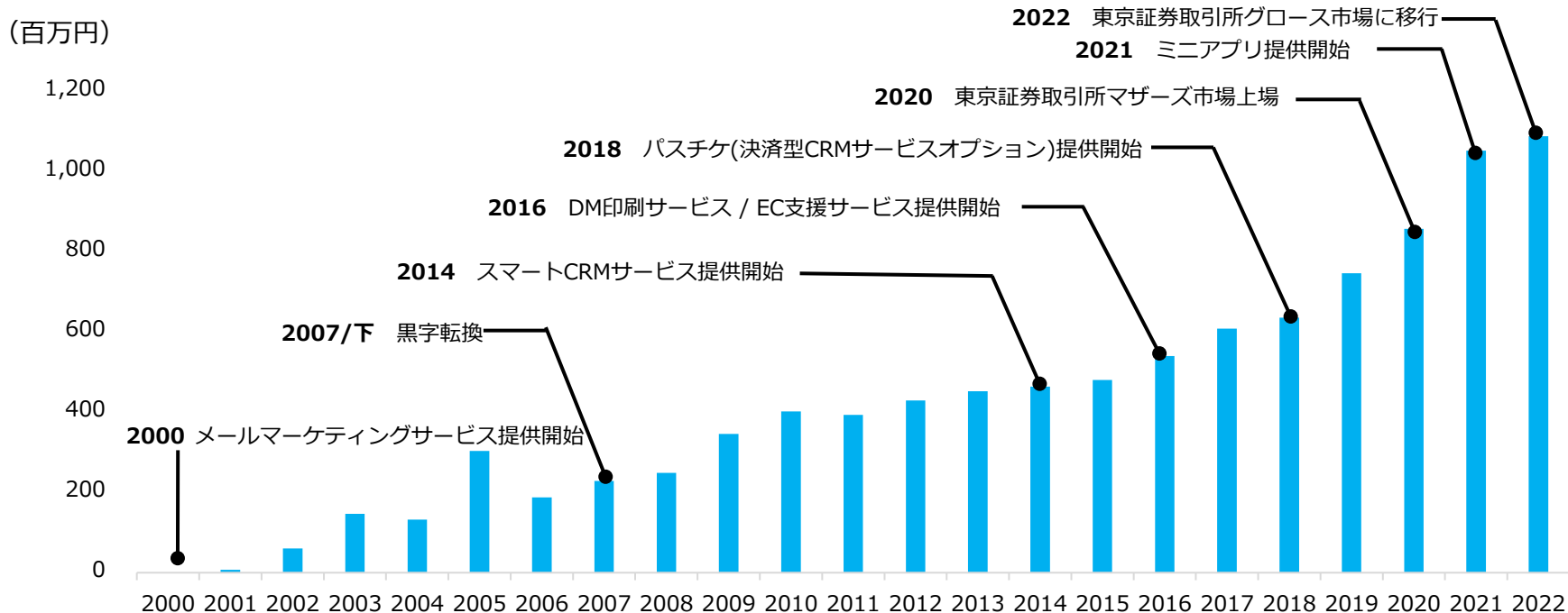
スマートCRMのご利用会員数は2,458万人（2022年12月現在）を超え、スマホ・アプリ会員証の実現や電子マネーサービスにより、ポイントカードやプリペイドカードなどのプラスチック・カードの削減に貢献しています。



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



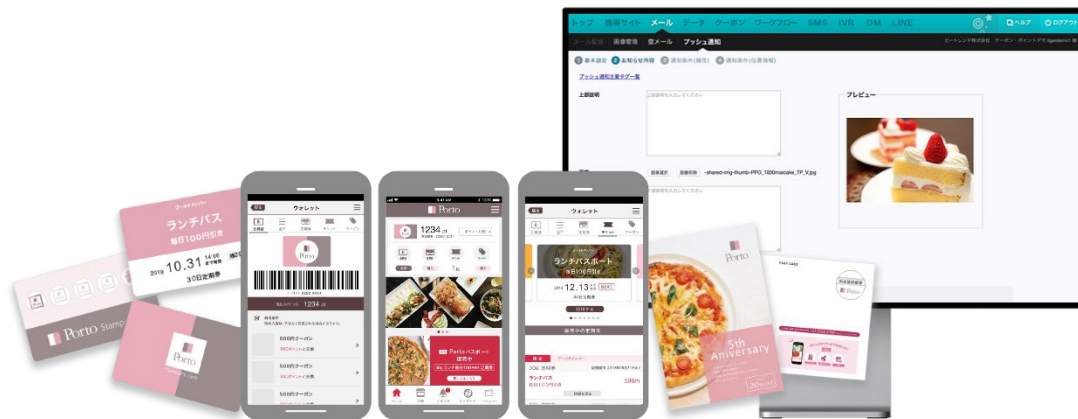
1 事業の概況

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

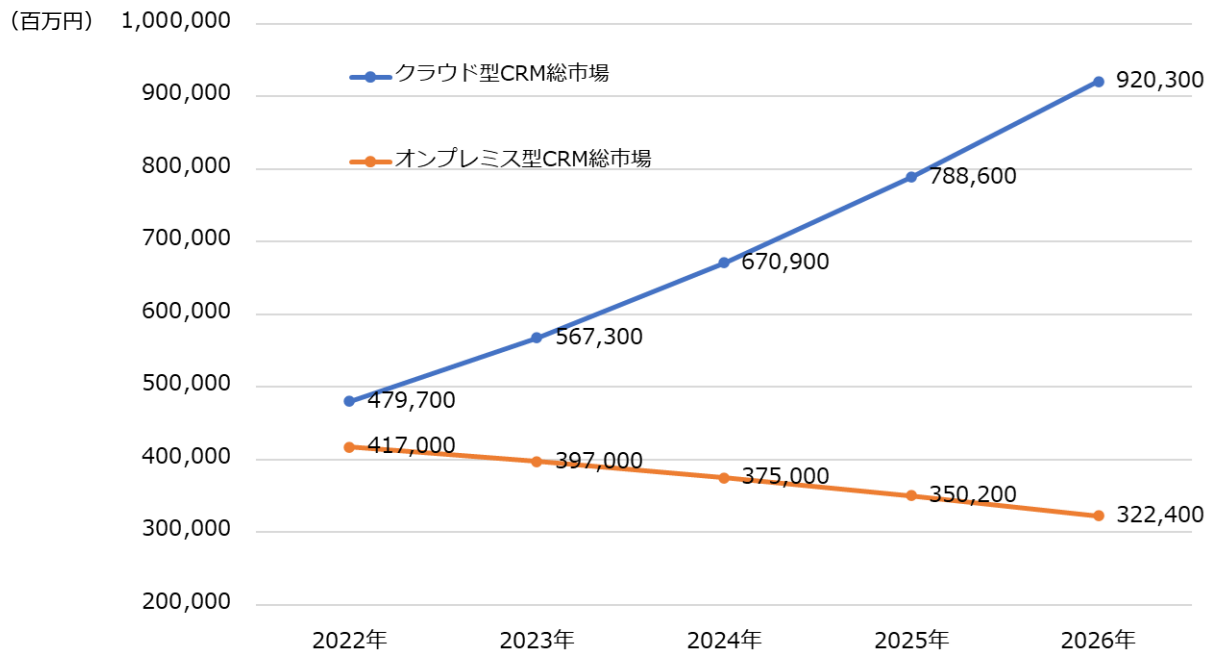
顧客管理サービス 『betrend』 の開発・販売

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2022年から2026年に掛けて年平均成長17.7%で推移し、市場規模は2026年には9,203億円に達し、CRM市場全体の74.1%を占める。





1 事業の概況

当社サービスの事業区分

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 / 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■ コールセンター業務	<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	<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■ 初期費■ SMS利用料	<ul style="list-style-type: none">■ DMサービス■ 商品 / サービス決済会社との継続連携、決済手数料



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

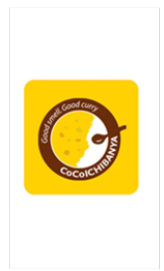


自治体



1 事業の概況

『betrend』のスマートCRMサービス（アプリ）導入事例①



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



株式会社ブルーム
ダイニングサービス 様



株式会社サッポロライオン 様



株式会社甲羅 様



株式会社サンマルク 様



株式会社サンドリーム
ファクトリー 様

1 事業の概況

『betrend』のスマートCRMサービス 東芝テック-CSdelight連携 導入事例②



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

『betrend』のスマートCRMサービス（LINEミニアプリ）導入事例③



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



東武百貨店 池袋本店様



株式会社ブロンコビリー様



株式会社ナナシフードサービス様

■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

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



FUJIFILM

富士フイルム ビジネス イノベーション株式会社



SCSK

東芝テック株式会社

MakeShop[®]
by **GMO**



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。





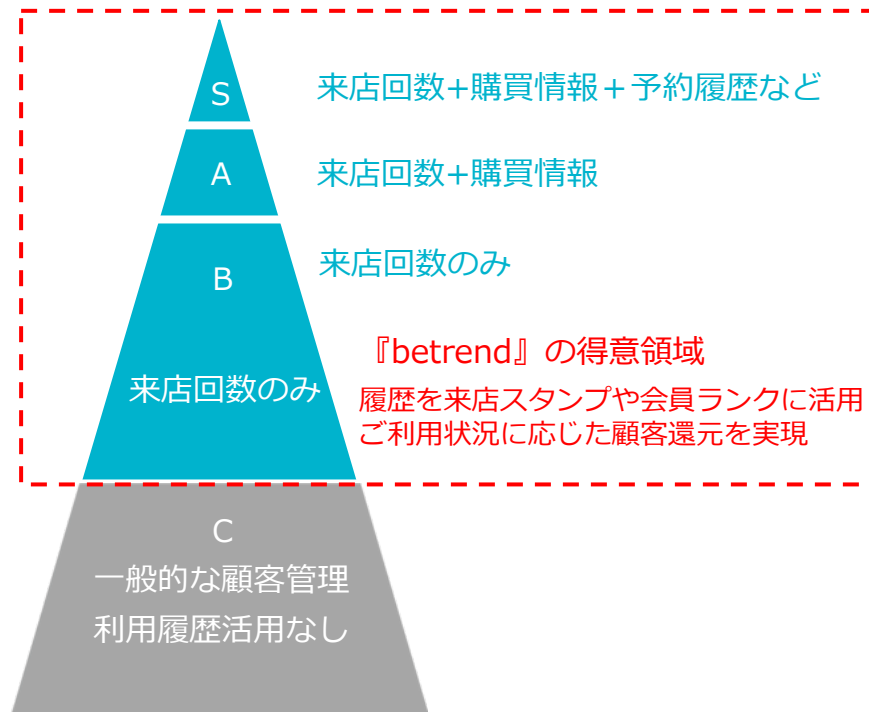
1 事業の概況

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 **10万円**～

■ 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。

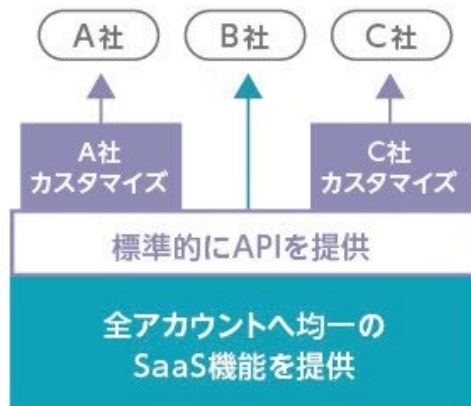
従来型SaaSモデル

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



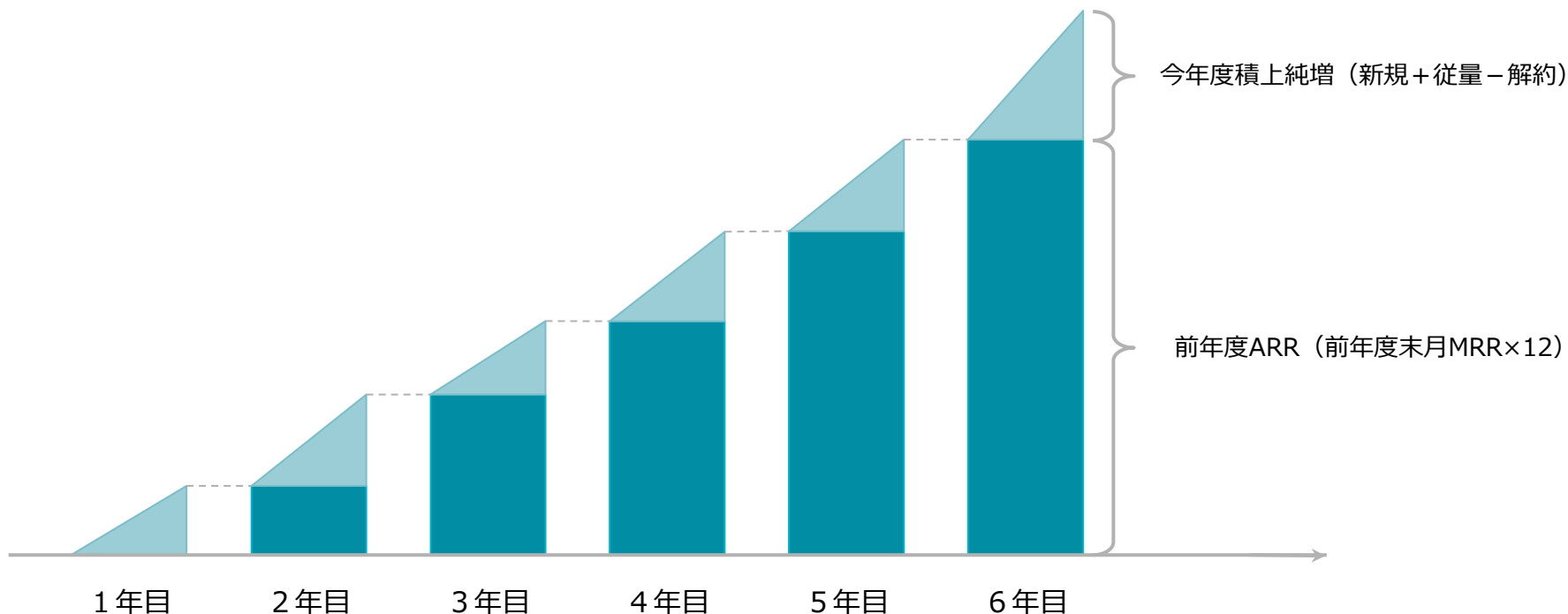
API(Application Programming Interface) : 必要な機能をAPIから呼び出すだけで使えるため、ゼロからプログラミングする必要がなくなり、ソフトウェアの開発を省力化できる。

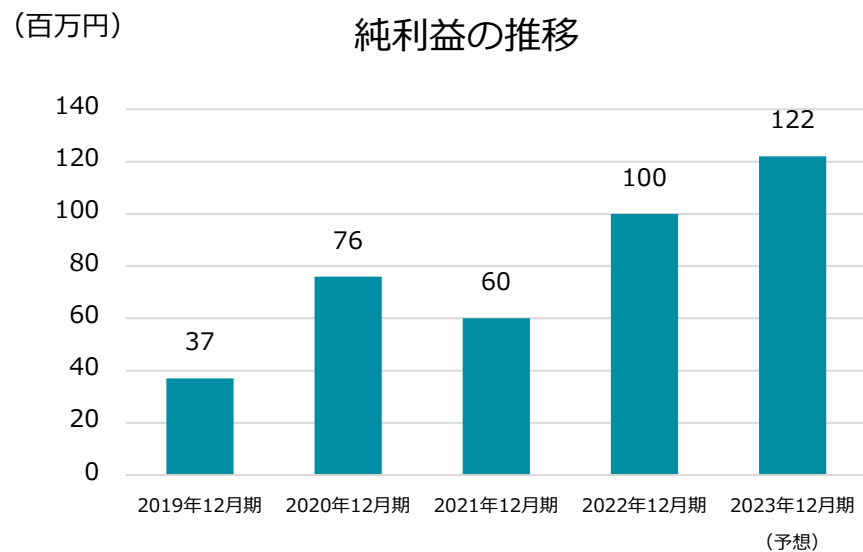
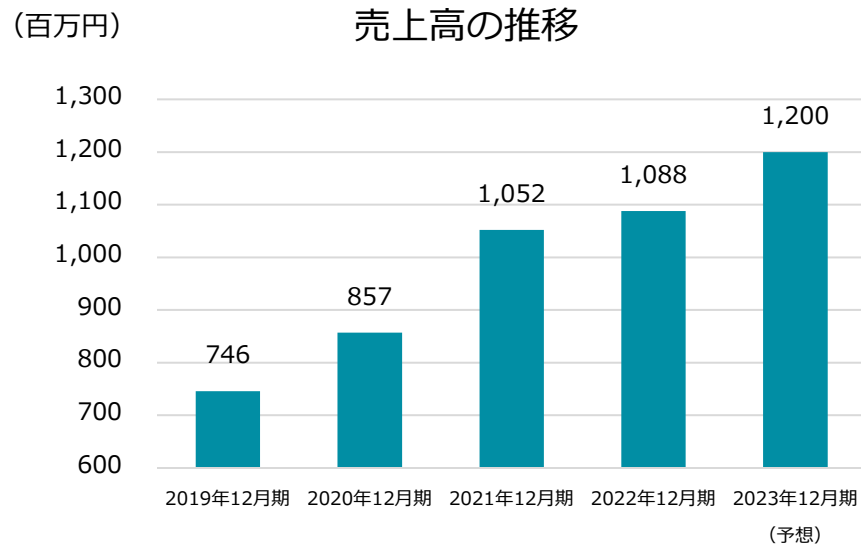


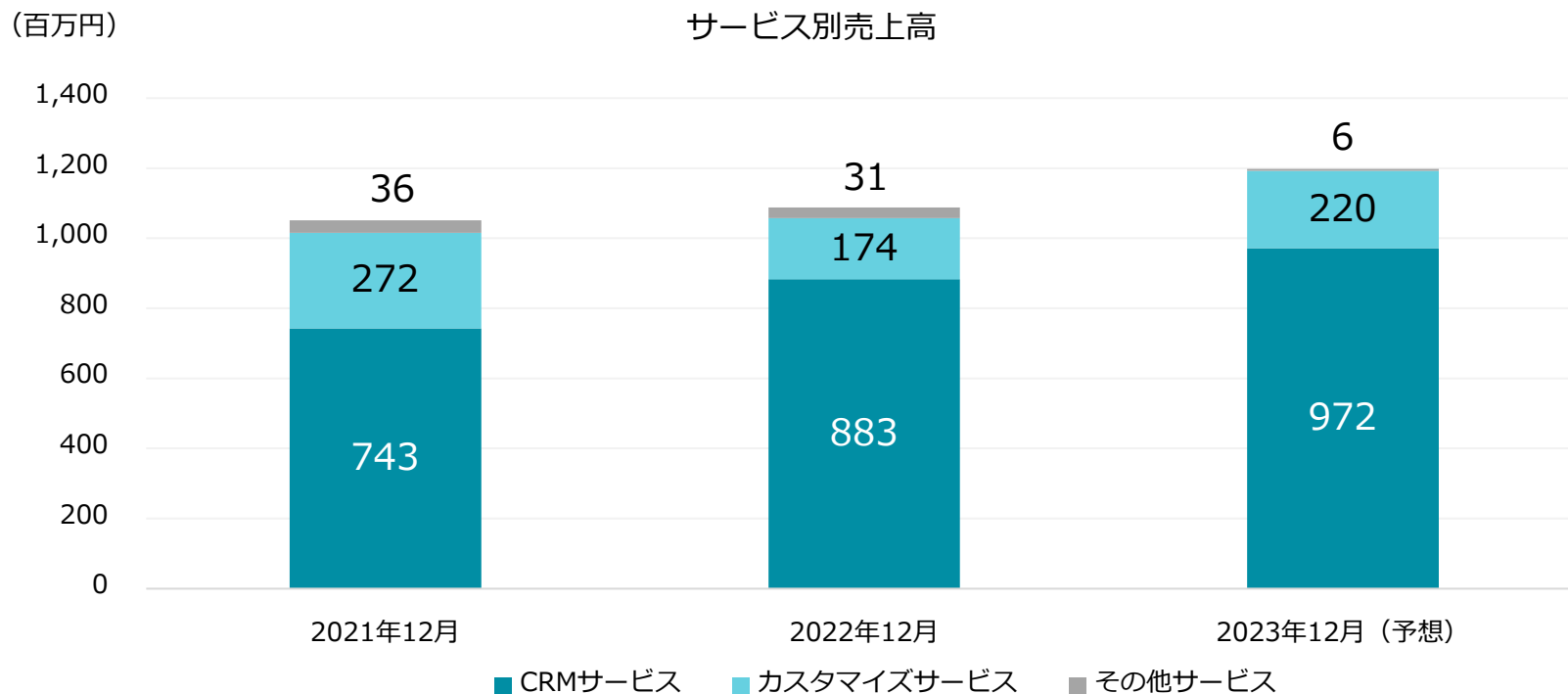
3 事業の収益性



- 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)



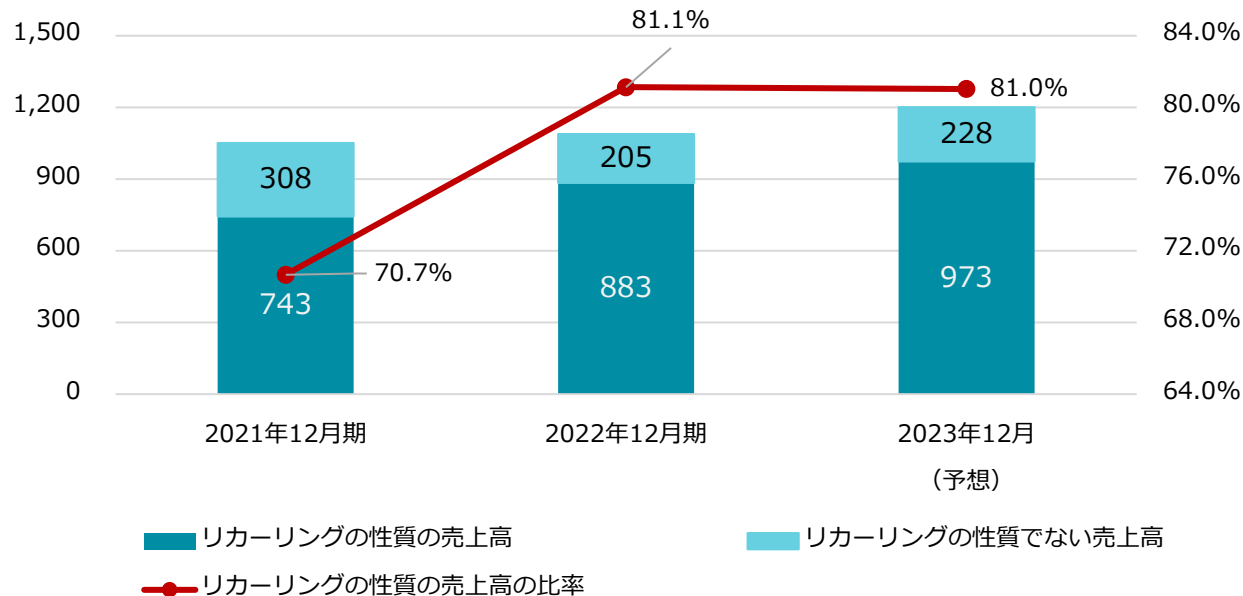




※2023年12月期は、2022年12月期までその他サービスに含まれていた売上のうち、CRM売上と連携する継続的な売上をCRMサービス(リカーリング性質の売上高)に移管

リカーリング比率（予想含む）

(百万円)



※2023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。

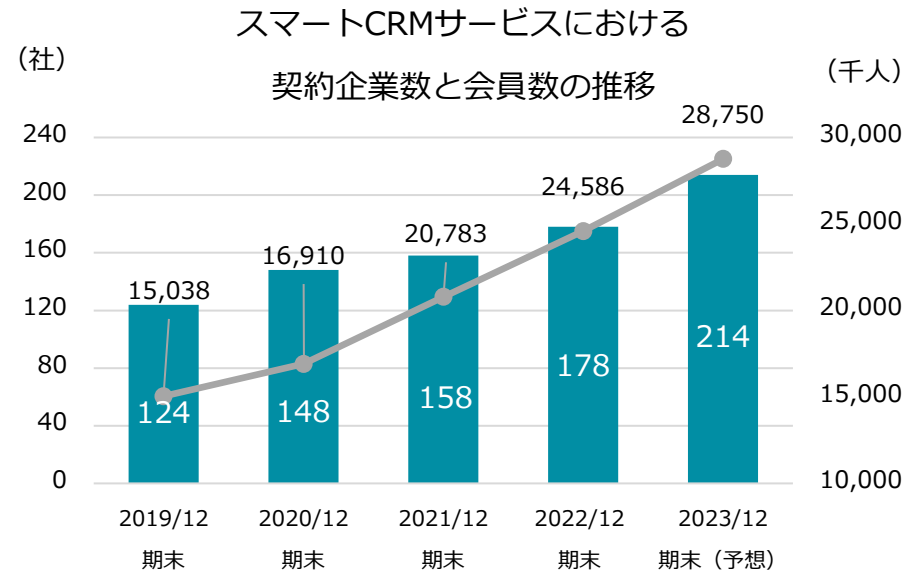
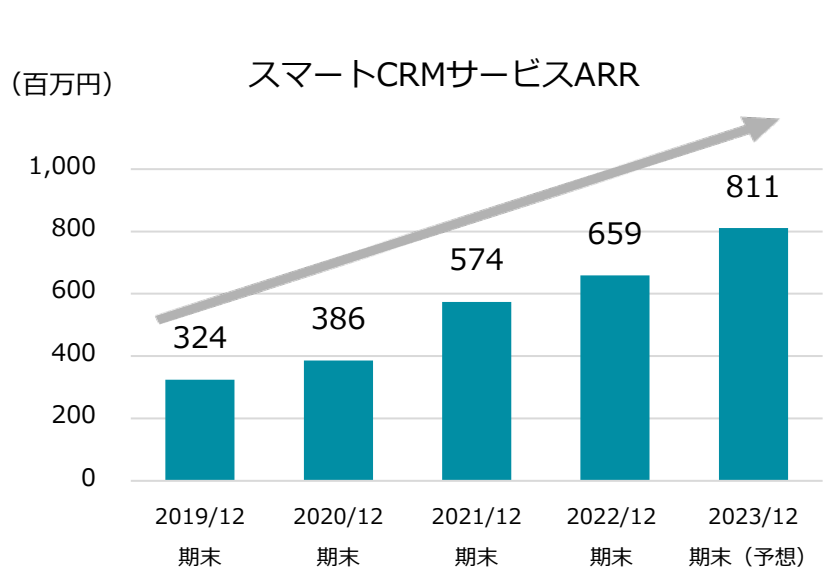
※2021年12月期の「リカーリングの性質でない売上高」には、当期に発生した一時的なモバイルオーダーの売上98百万円を含む（同売上を控除した場合のリカーリング売上高の比率78.0%）



3 事業の収益性

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カサービスです。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) : 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て提供することで獲得する年間契約金額です。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。

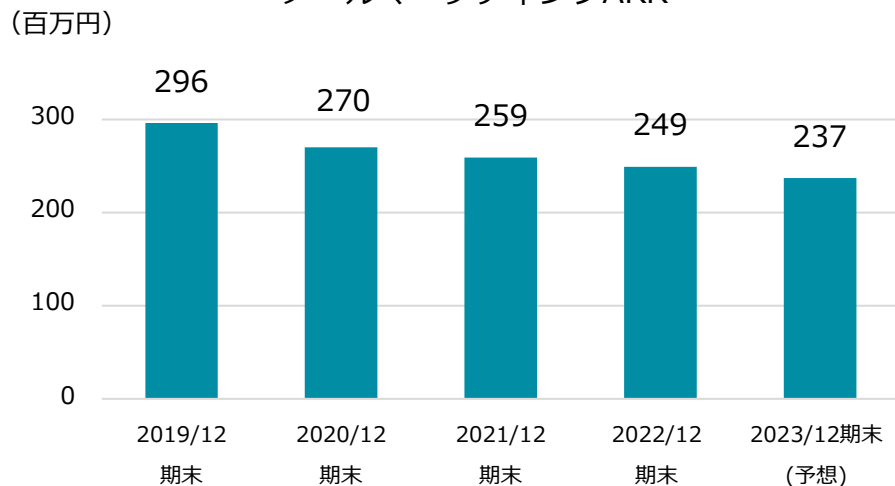


3 事業の収益性

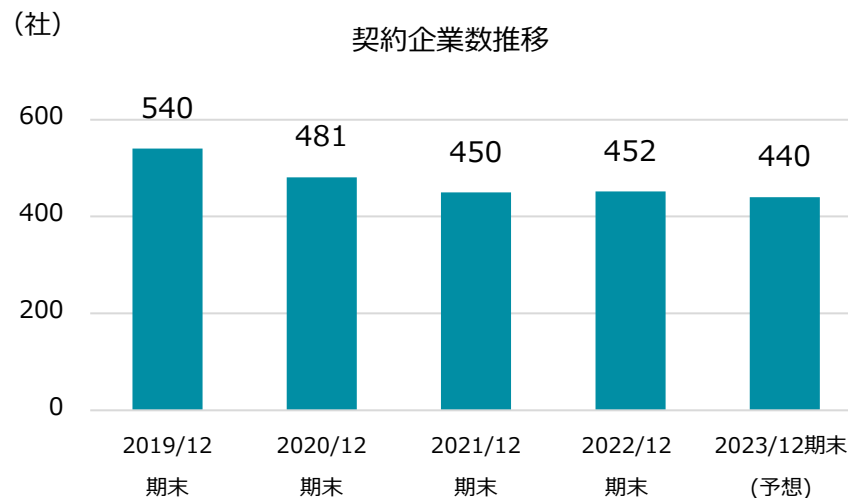
メールマーケティングサービス | ARRと契約企業数の推移（予想含む）

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。底堅いニーズがあり、一定の新規受注のもと、解約は低減の傾向にあります。

メールマーケティングARR

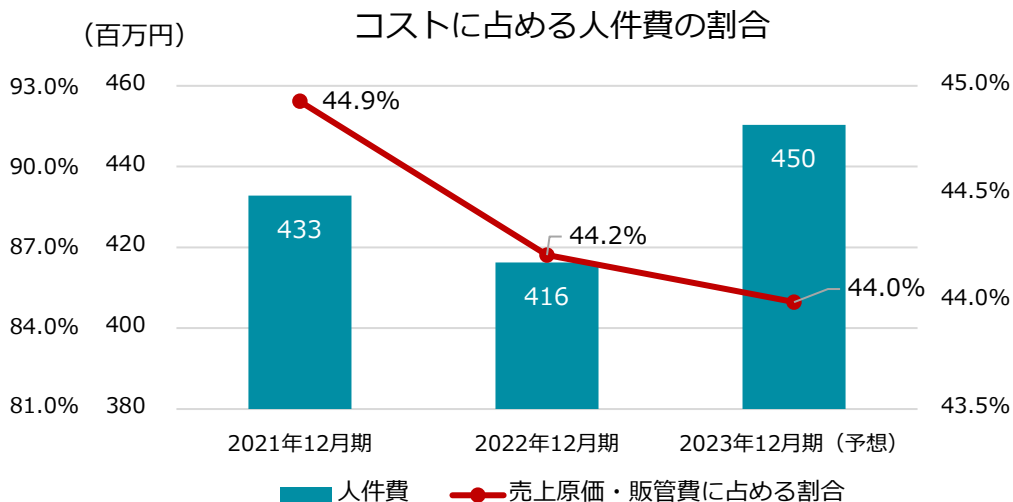
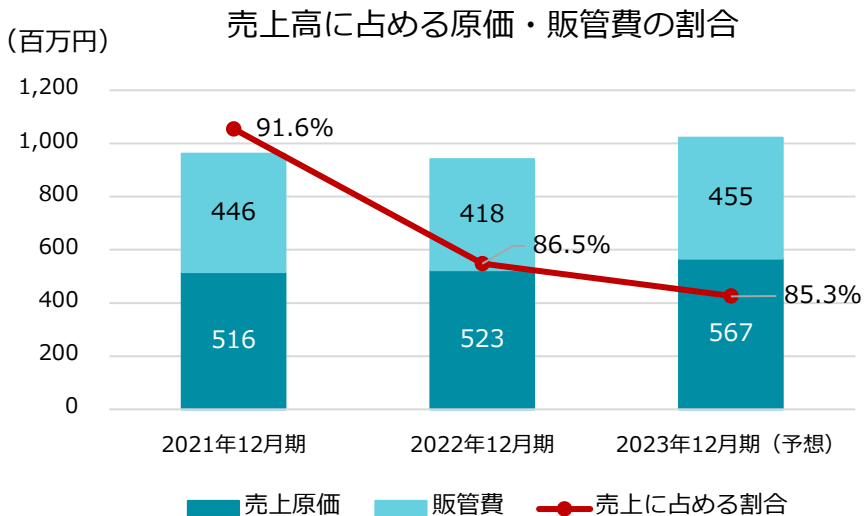


メールマーケティングにおける



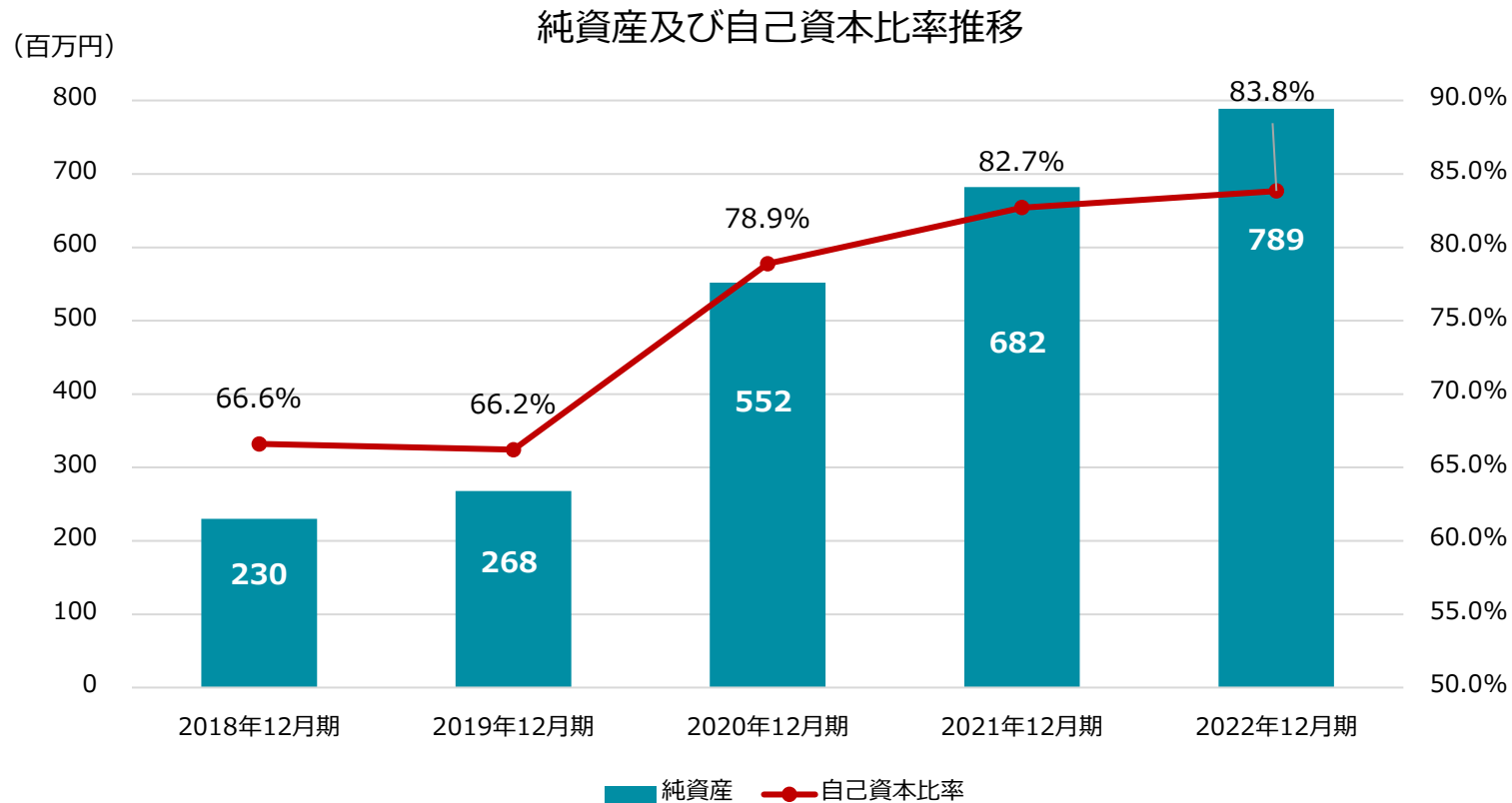
※ARR (Annual Recurring Revenue) :年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

※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。



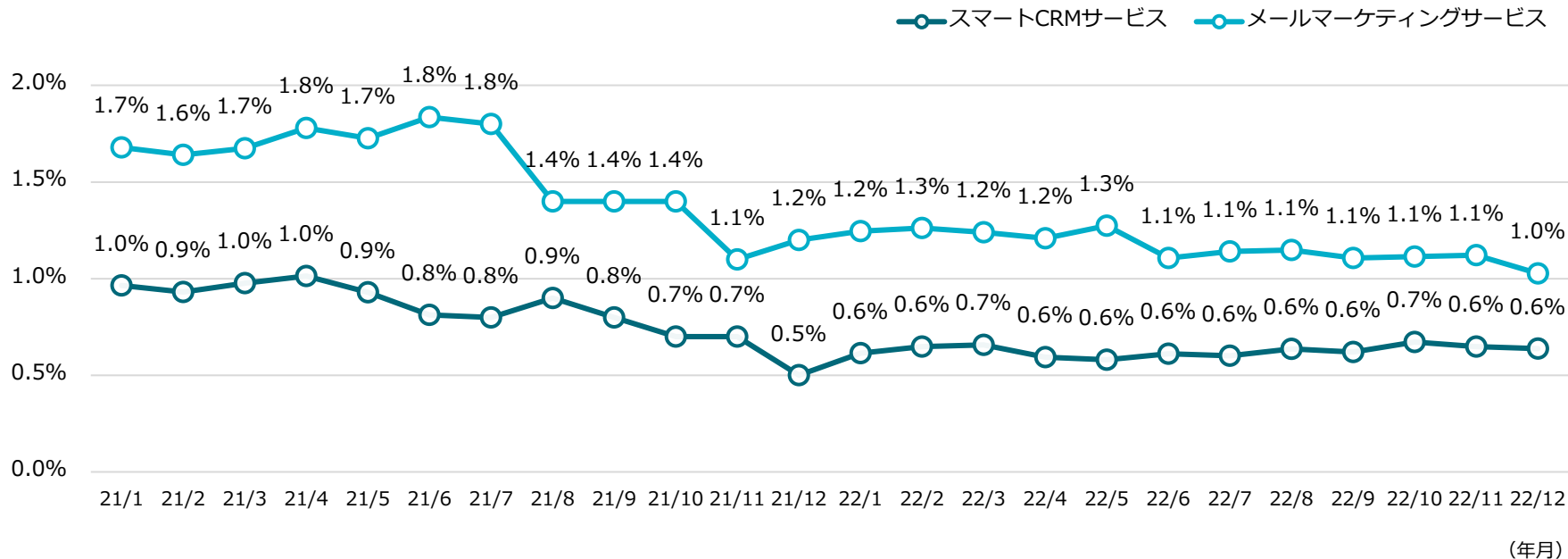
※2023年12月期は主に以下要因により、2022年12月期に比べ、人件費が増加します。

- ・ 2022年12月期中に採用した4名の人件費によるもの
- ・ 2023年12月期新規採用2名の採用費及び人件費によるもの
- ・ 社員の昇給によるもの





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。

2022年12月期 通期業績ハイライト



売上高	1,088百万円	前期比	+3.5%	達成率	90.5%
当期純利益	100百万円	前期比	+66.4%	達成率	82.4%

(達成率は、通期業績予想の数値で算出)

■ 2022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659百万円（前年同期比+14.7%）、会員数24,586千人（前年同期末比+18.3%）

スマートCRMサービス新規導入企業31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、前事業年度売上に占める割合が多かったモバイルオーダーの導入時のみに発生する当サービスに必要なデバイス類の売上や、モバイルオーダー導入に必要な初期カスタマイズ開発売上の需要が一巡し、リカーリングでない部分の売上が減少した。

③ 売上原価は、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が進捗し売上原価低減に寄与（2022年12月期の現行アプリプラットフォームの運用原価は14百万円と前事業年度に対し25百万円の削減）。販売管理費は、昨年と比べて人材採用が少なく人件費、採用費が減少。

※2023年2月14日に開示した「2022年12月期 決算説明資料」より抜粋

2022年12月期 業績サマリー



(単位：百万円)

	2021年12月期 実績		2022年12月期 実績		前期比		2022年12月期業績予想 (2022年2月14日発表)	
		構成比		構成比	増減額	増減率		達成率
売上高	1,052	100.0%	1,088	100.0%	+36	+3.5%	1,202	90.5%
売上原価	516	49.1%	523	48.1%	+6	+1.3%	571	91.6%
売上総利益	535	50.9%	565	51.9%	+29	+5.5%	631	89.6%
販売費及び一般管理費	446	42.5%	418	38.4%	-28	-6.4%	454	92.1%
営業利益	88	8.4%	147	13.5%	+58	+65.5%	177	83.1%
経常利益	88	8.5%	146	13.5%	+57	+64.6%	177	82.7%
当期純利益	60	5.7%	100	9.2%	+40	+66.4%	121	82.4%

※2023年2月14日に開示した「2022年12月期 決算説明資料」より抜粋



4 成長戦略と展望



2022年12月期の業績結果と、2023年12月期 通期業績予想サマリー

- POSベンダーや有力SIer、E C 関連ベンダーを中心とする主要販売パートナー（販売代理店）との連携を中心に、新規においては量販店からの引合いや、E C 関連の引合いが増加すると予想。既存導入先からは、顧客管理のDX化が定着し、会員増による従量料金の売上が貢献すると予想。

(単位：百万円)

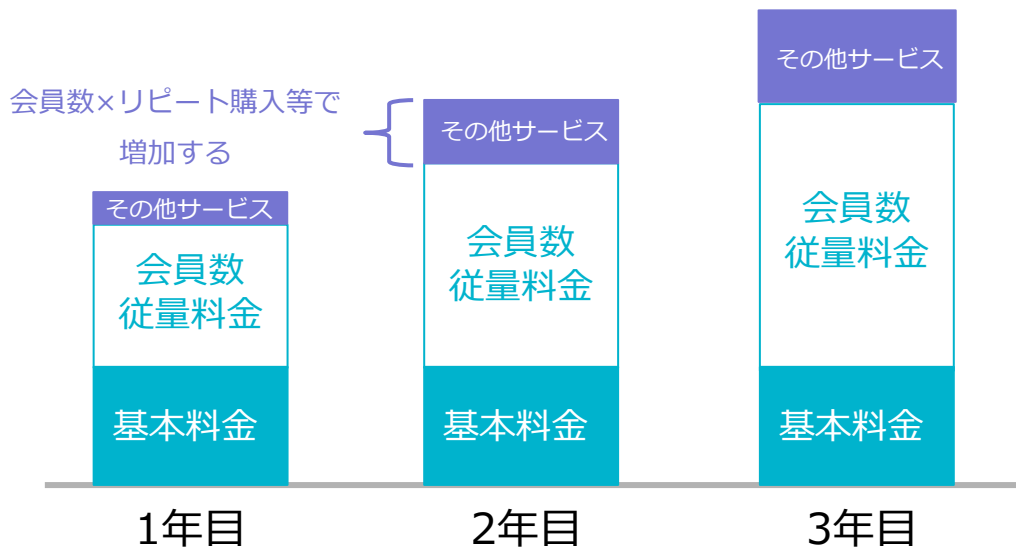
	2022年12月期 実績		2023年12月期 予想		前期比	
		構成比		構成比	増減額	増減率
売上高	1,088	100.0%	1,200	100.0%	+111	+10.3%
売上原価	523	48.1%	567	47.3%	+44	+8.5%
売上総利益	565	51.9%	632	52.7%	+67	+11.9%
販売費及び一般管理費	418	38.4%	455	38.0%	+37	+9.0%
営業利益	147	13.5%	176	14.7%	+29	+20.2%
経常利益	146	13.5%	176	14.7%	+30	+20.8%
当期純利益	100	9.2%	122	10.2%	+22	+22.2%

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従量料金、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イメージ

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

コールセンター
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)



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 飲食	POSレジ
	プリペイドカード
	券売機
	コールセンター
	ECサイト
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



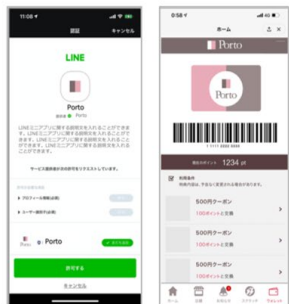
会員数の最大化



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』

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)



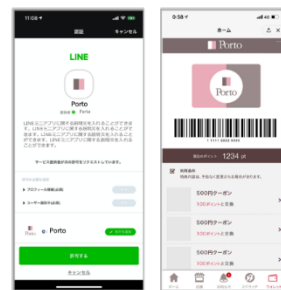
ポイント数やクーポン情報などの
会員情報を共有



『betrend』 × 『LINEミニアプリ』 の位置付け

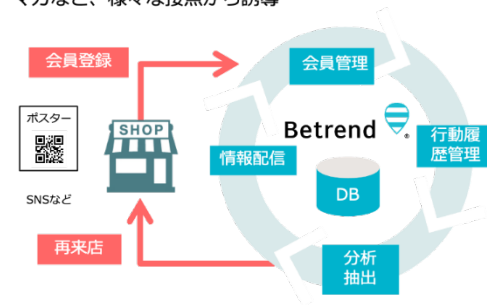
新規のアプリダウンロード不要

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

アプリ回数券・お食事券・定期券/モバイルオーダー

カスタマーサクセスに向けた運用サポートの提案
運用代行・運用レポートの作成など

アプリ定期券・お食事券
(betrendパスチケ)

モバイルオーダー

SNSキャンペーンやシリアルキャンペーンなど



特定商品購入や
○○○円以上購入など

スクラッチしてシリアルナンバーを
スマホアプリやミニアプリから入力



4 成長戦略と展望

新しい市場環境への対応（アフターコロナ環境）

2022年迄大きく変化した市場環境に、企業がCRMの重要性を再認識。

小売業のOMOやDX化の需要が顕在化し、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

	2022年迄	2023年以降
営業ターゲット	量販店(スーパーマーケット、ドラッグストア、ホームセンター)、飲食業(コロナの影響の少ない郊外型、テイクアウト等)を中心に展開。	左記に加え、EC事業者に展開
提供サービス	『betrend』 × 『LINEミニアプリ』 LINEミニアプリで、Betrend（アプリ）を補完	『betrend』 × 『LINEミニアプリ』 LINEミニアプリ単独で小規模～中規模の企業に販売
販売チャネル	直販及び主力代理店が中心	主力代理店との協業を強化すると同時に、EC関連ベンダーとの連携を本格的に開始
営業体制	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)の提案	代理店毎の営業体制を充実。既存顧客への提案力を強化。



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6,400億円の規模。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2,800億円規模。

■ 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

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6,400億円

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2,800億円

出典：電通2021年 日本の広告費 | 業種別広告費

https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2021/business.html



4 成長戦略と展望

2022年12月期の主な投資項目と実績は以下の通りです。

項目	投資内容と実績
サービスに供するソフトウェア開発	■ 顧客の要望を満たす既存機能のバージョンアップや新機能の開発を継続的に行いました。主な開発内容としてアプリ開発のノーコード対応、外部連携機能開発であり、結果として、同項目の投資額は41,969千円（前事業年度43,909千円）となりました。
サービス用システムの冗長化	■ 2021年12月期下半期に冗長化の為の投資を行い、2022年12月期はその運用期となりました。その結果として、同項目の投資額は84,307千円と前事業年度と同額（62,712千円）に比べ、21,595千円の増加額となりました。
採用費及び人件費	■ 2022年12月期は、主に第3四半期より技術部門の採用に力を入れましたが、技術要員の採用は激化しており、結果的に当初予定していた採用人員には至りませんでした。採用費を入れた2022年12月期人件関連費は420,884千円と前事業年度と同費用（443,404千円）に比べ、22,505千円の減少となりました。
外注費	■ 技術要員の不足分を補うため、ベトナムでのオフショア開発要員を増員しており、2022年12月期の同費用は107,036千円と、前事業年度（75,468千円）に比べ、31,567千円の増加となりました。



4 成長戦略と展望

2023年12月期の投資計画は以下の通りです。

項目	投資内容と実績
サービスに供するソフトウェア開発	<p>■スマート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、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。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</p> <p>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いきます。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、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いきます。</p>
社員教育・社員研修	<p>■全社員の教育、研修</p> <p>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・研修に注力していきます。</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

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、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、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、又はその対応に想定以上の費用がかかる場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社は、インターネット・スマートフォン環境でのCRM事業（顧客管理）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により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、当社の強みを生かせる領域及び技術的な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まいります。
競争	中	売上高の減少	当社は、CRM分野（顧客管理）におけるSaaS事業を事業領域としておりますが、当該分野においては他企業も事業展開をしており、競争が激しい状況にあります。しかしながら、当事業領域は、参入企業がターゲットとする業種、市場領域、又は提供する機能等は細分化されており、当社が提供するサービスは、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しております。SaaS業態の構造上、それ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、事業開始後の一定期間の事業利益はマイナスが継続するため新規参入が難しい市場であると考えております。しかしながら、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領域に参入する等による競争激化や、価格競争等が発生し、十分な差別化が図られなかった場合、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。	当社は、競争企業との差別化を行うため、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おり、新サービスの導入においても全ての技術を自社で開発するのではなく、状況に応じて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。また、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して競争力の向上を図っております。

※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24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
情報システムの障害及びセキュリティ	小	解約の増加	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可能性がございます。	2021年下半年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、全ての従業員に対して定期的な教育を行い運用等行っております。2023年度はデータの暗号化を行う予定であり、利用企業の個人情報保護に対する高い要望に応じていく予定です。 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、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。

※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24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
経営環境の変化について	中	売上増加率の減少	当社のビジネスは、企業を主たる顧客としており、これまでにおいては顧客企業のIT投資及びマーケティング活動への投資マインドの上昇を背景として、事業を拡大してまいりました。 しかしながら、今後、主にウクライナ紛争等の影響による国内外の経済情勢や景気動向等の理由により、顧客企業の投資マインドが減退するような場合には、新規顧客開拓の低迷や既存顧客からの受注減少等、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社は、経営環境の変化によって、特定の業種に影響が出ることを踏まえ、顧客の業種属性に合わせ、それぞれ特定のパートナーを選定しています。単なる、販売パートナーの位置づけではなく、それぞれのパートナーが持つサービスや商品にビルドインする形で、パートナーの主要サービスのセールス活動に、組み入れていただくよう、当社もサービス開発を行っております。
人材の育成・確保について	中	コストの増加	当社は、今後想定される事業拡大や新規事業の展開に伴い成長を続けていくために不可欠な要素の一つが、優秀な人材の確保であると考えております。今後の事業展開を見据えて、営業及びシステム分野のスキルを有する人材の確保や育成、事業の拡大・成長させていくためのマネジメント能力を有する人材の確保に努めており、スポーツ奨励金、美術鑑賞補助、ヘルスアップ講座、ノー残業デーの設定等、福利厚生を充実し人材の定着を図っております。 しかしながら、当社が求める人材が十分に確保出来なかった場合や人材育成が円滑に進まない場合、又は各部門において中心的役割を担う特定の従業員が万が一社外に流出した場合、当社の事業戦略及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社はソフトウェアサービス業であり、サービスの開発、安定的なサービス運用のためには、エンジニアの育成・確保は重要な課題であると考えています。エンジニア採用について注力しているものの、人材市場においては、エンジニアのコストが高騰しているだけでなく、求める層が流動化していない状況にあります。国内での採用活動は継続していく一方、ベトナム人エンジニアの採用や、ベトナムでのオフショア開発にも力を入れており、エンジニア不足から発生するリスクを分散させ、継続的にサービスの開発やサービス運用が滞らないよう努めています。

※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24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。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、定時株主総会の時期を目途に開示を行う予定です。なお、次回の更新は2024年3月の第25期定時株主総会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://twitter.com/Betrend/>



ひらめきに、わくわく。

Betrend

