

事業計画及び成長可能性に関する事項について

2021年12月
ビートレンド株式会社
証券コード:4020

Betrend ®



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

311,227,800円 (2021年9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

50名 (2021年9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 (08)
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



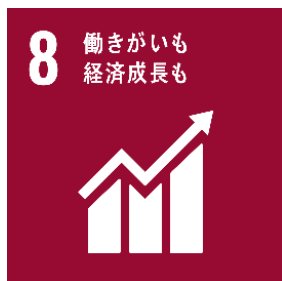
本社にて取得



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
- 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。



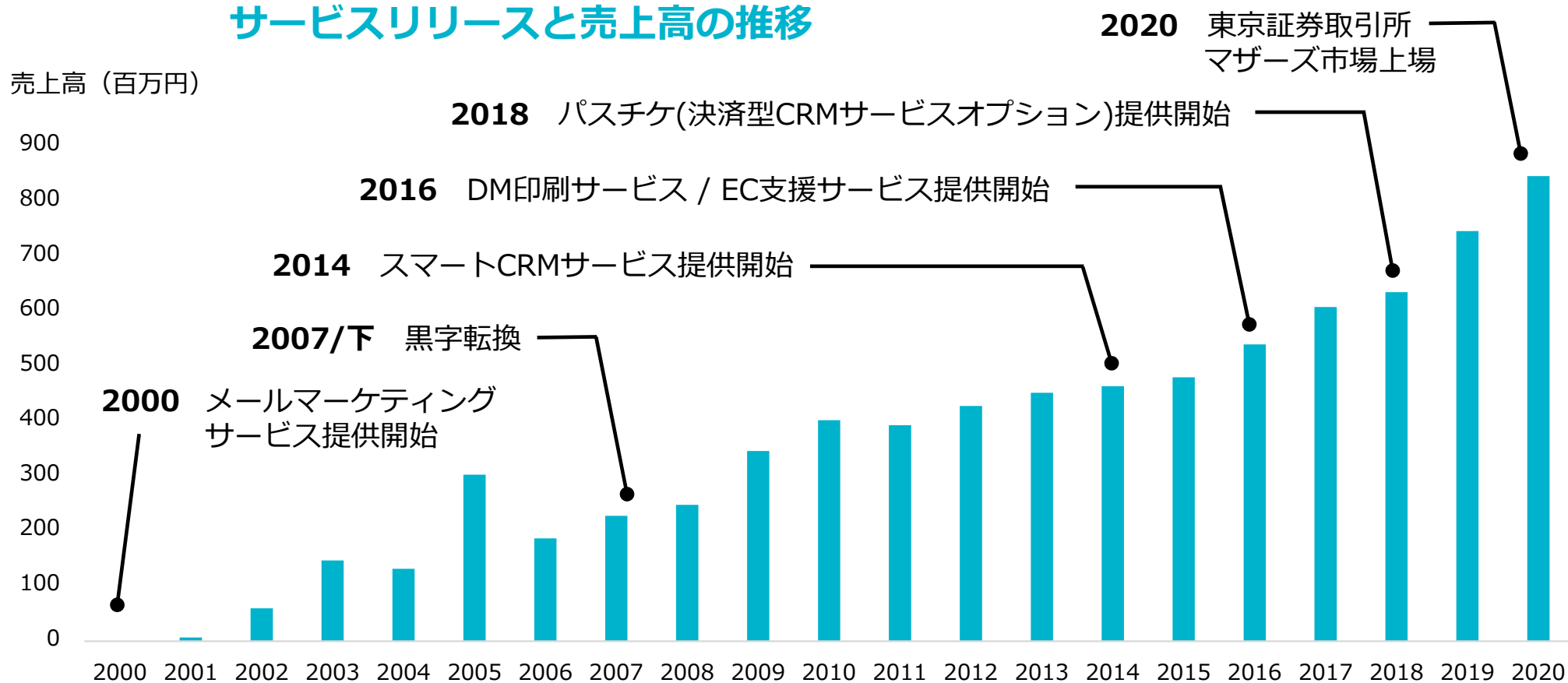
スマートCRMのご利用会員数は2,000万人を超え、スマホ・アプリ会員証の実現や電子マネーサービスにより、ポイントカードやプリペイドカードなどのプラスチック・カードの削減に貢献しています。



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



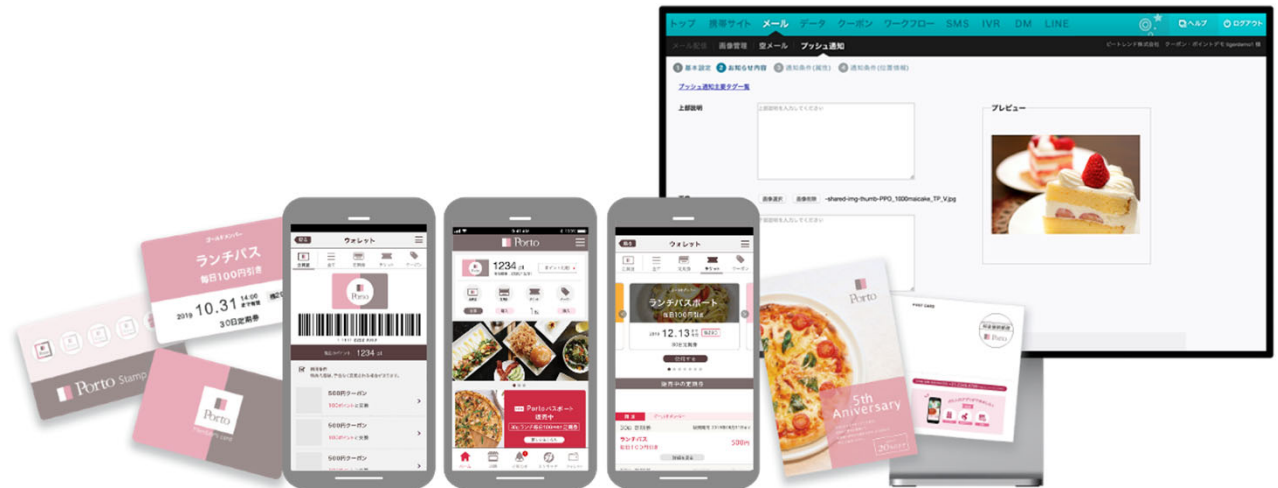
1 事業の概況

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



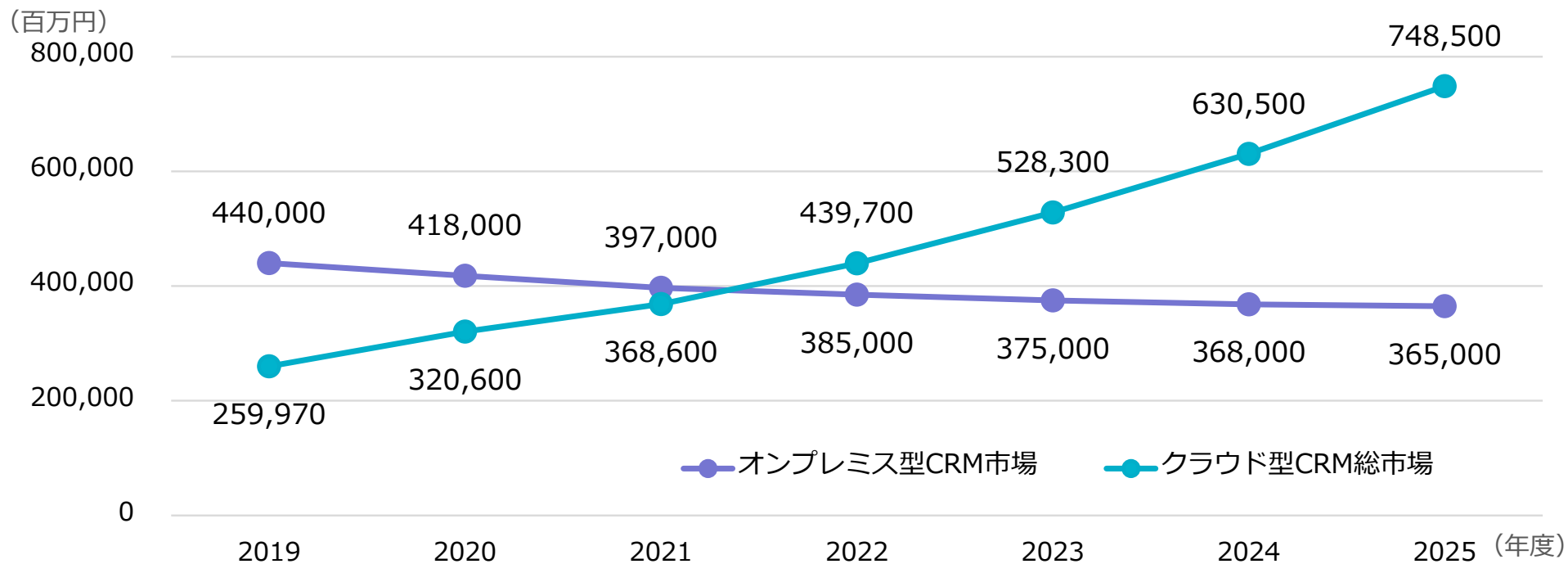
1 事業の概況

市場規模（CRM市場）



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">■ 会員属性情報/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モデル	<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モデル	<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	<ul style="list-style-type: none">■ ネット通販支援サービス■ 商品/サービス決済会社との接続連携、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 導入事例



NEW 株式会社トモズ 様



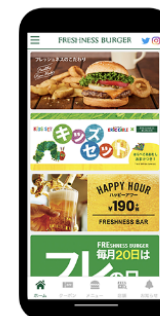
株式会社幸楽苑ホールディングス 様



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
- ・富士フイルムビジネスイノベーション株式会社
- ・株式会社大塚商会
- ・NTTコムオンライン・マーケティング・ソリューション株式会社
- ・株式会社電通東日本
- ・SCSK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。





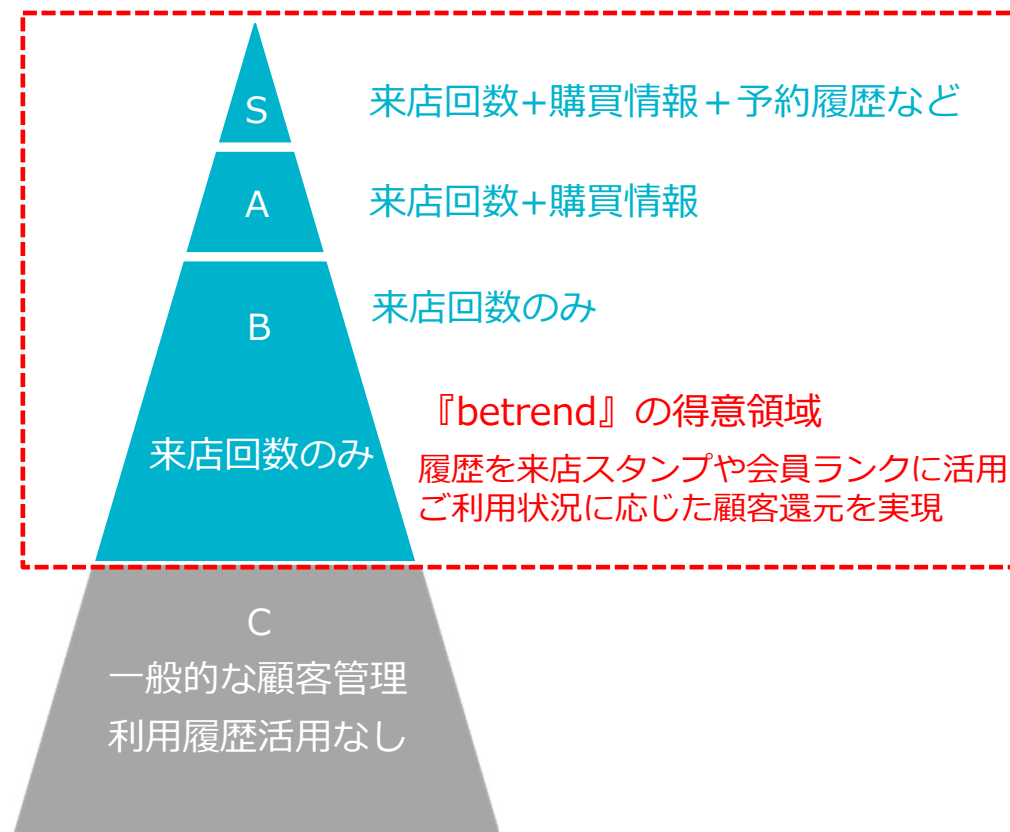
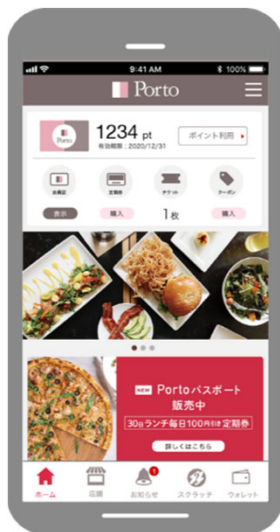
1 事業の概況

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(08)



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



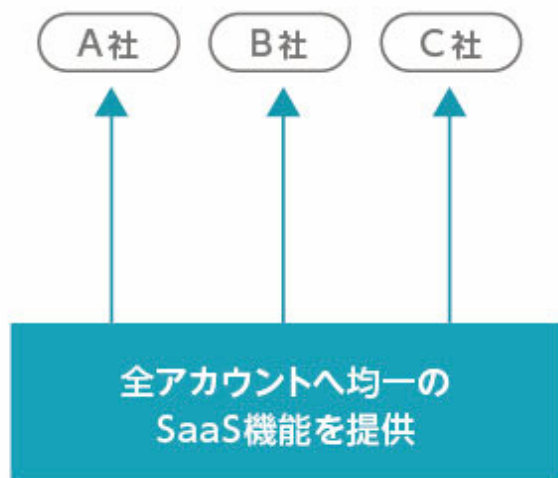
2 事業の強み

SaaSモデルなのにカスタマイズが可能

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。

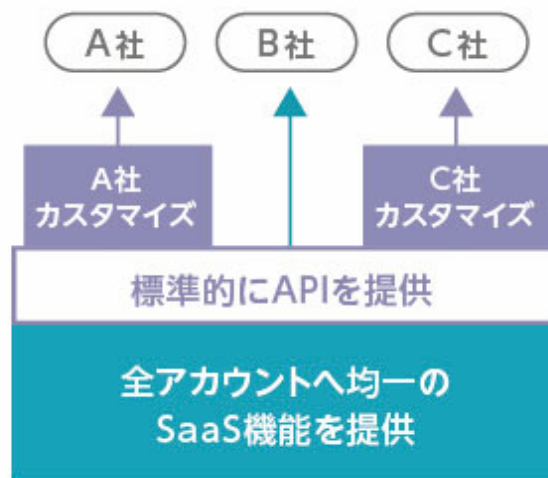
従来型SaaSモデル

スケールさせるためにカスタマイズしない



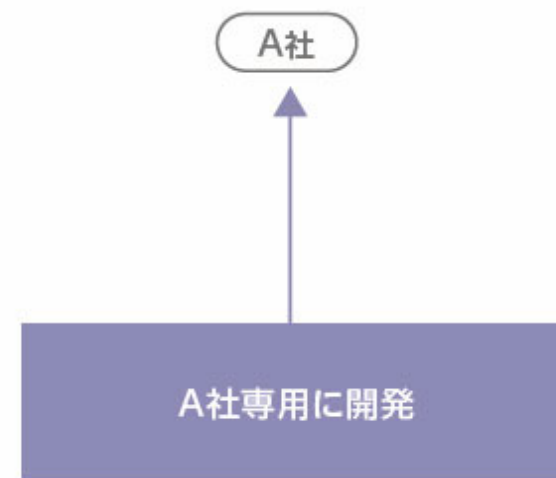
『betrend』のSaaSモデル

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



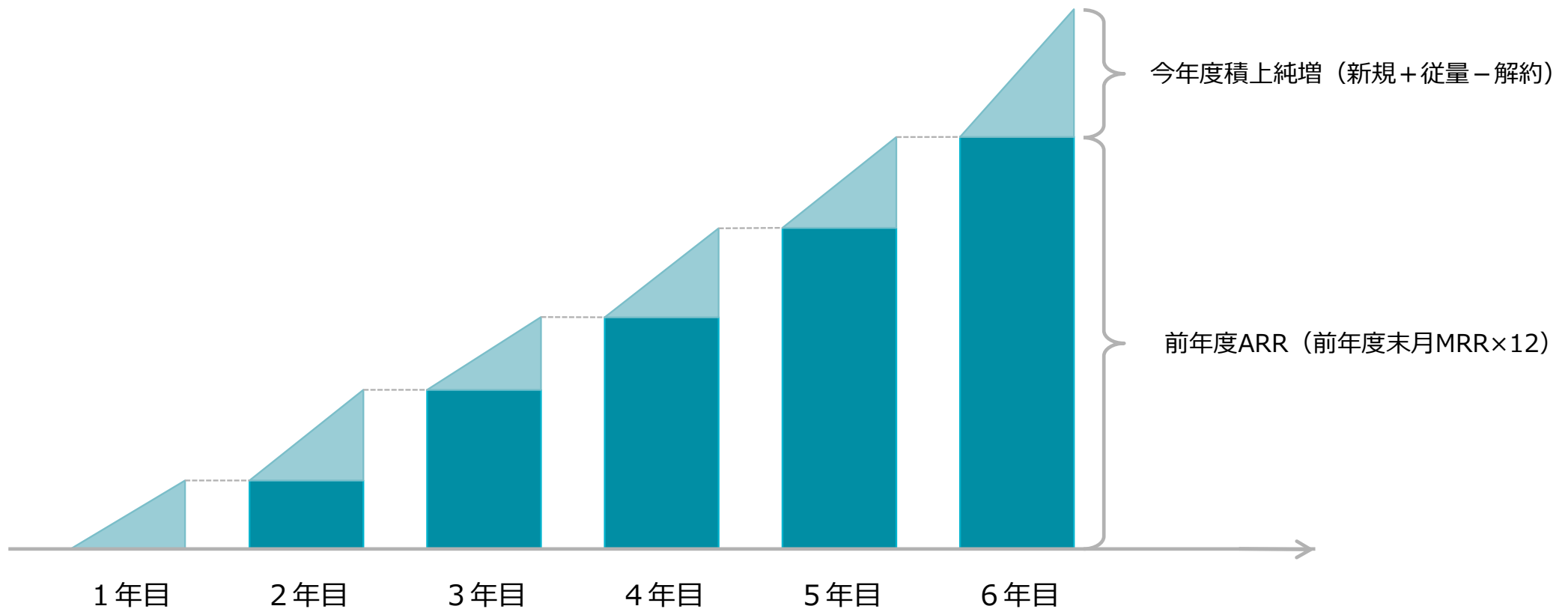
API(Application Programming Interface) : 必要な機能をAPIから呼び出すだけで使えるため、ゼロからプログラミングする必要がなくなり、ソフトウェアの開発を省力化できる。



3 事業の収益性

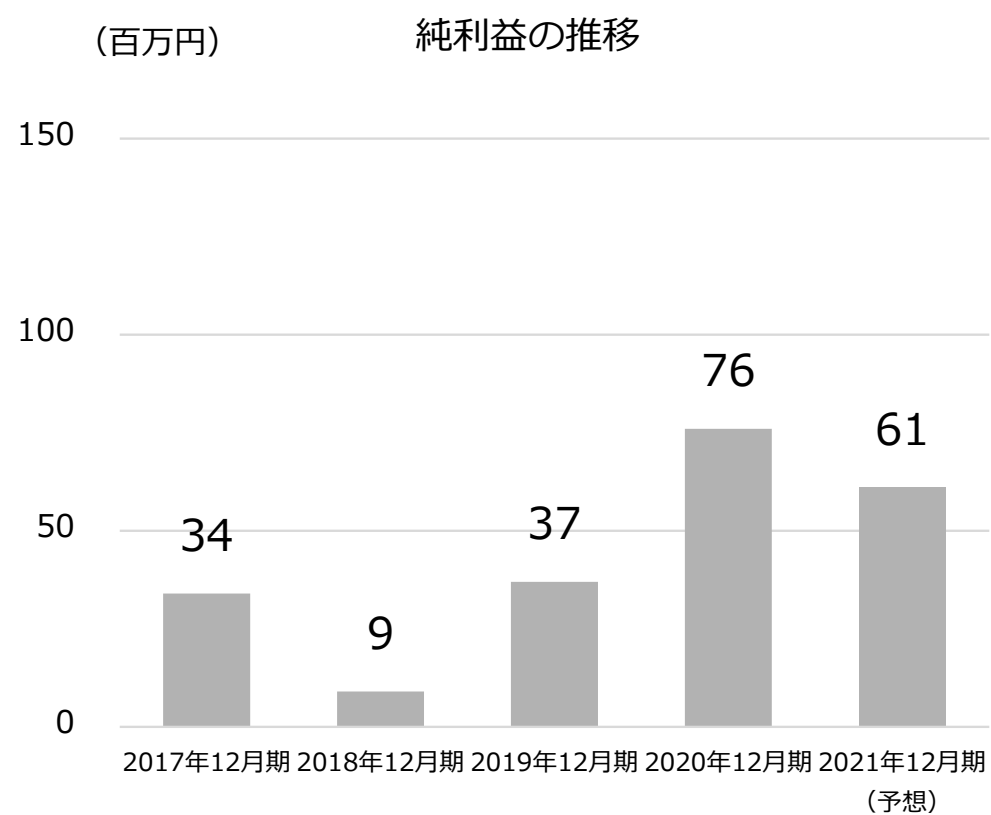
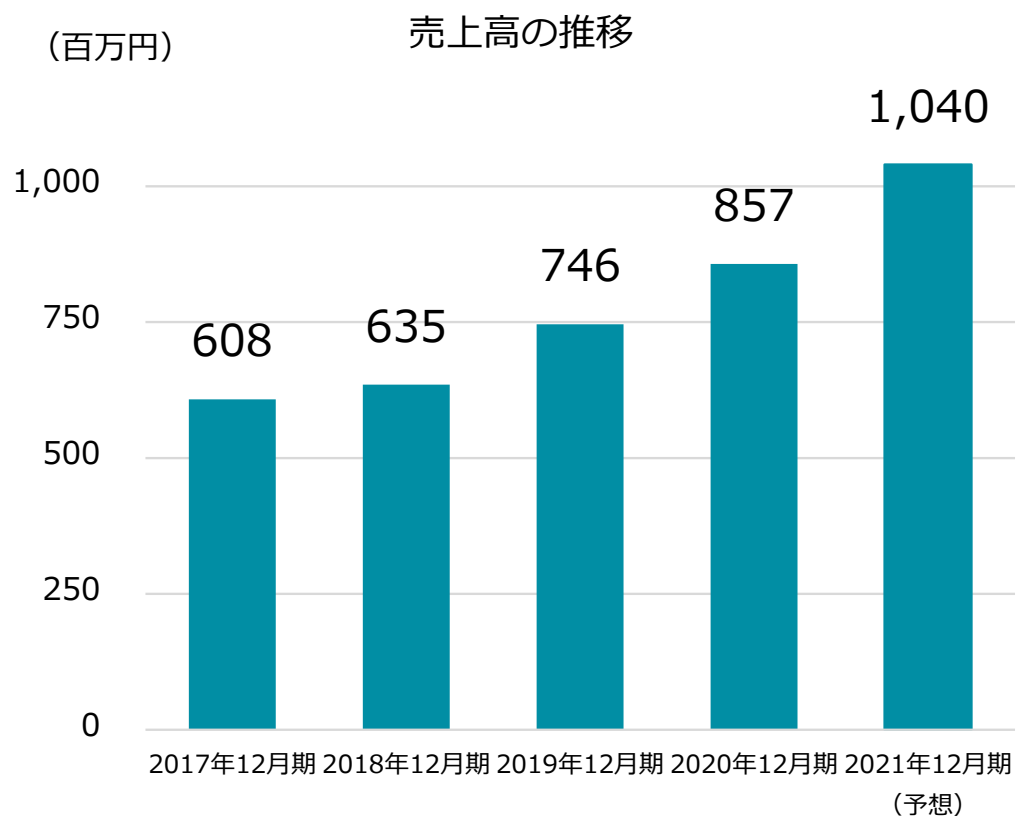


- リカーリング性質の月次売上（MRR） *MRRとは解約されない限り次年度以降も継続される売上高の月次金額です。
MRR = 契約社数 × (1社当たり基本料金 + 1社当たり会員数売上 + その他のリカーリング性質の売上等)
- 今年度売上 = 前年度ARR (前年度末月MRR × 12) + 今年度積上純増 (新規 + 従量 - 解約)



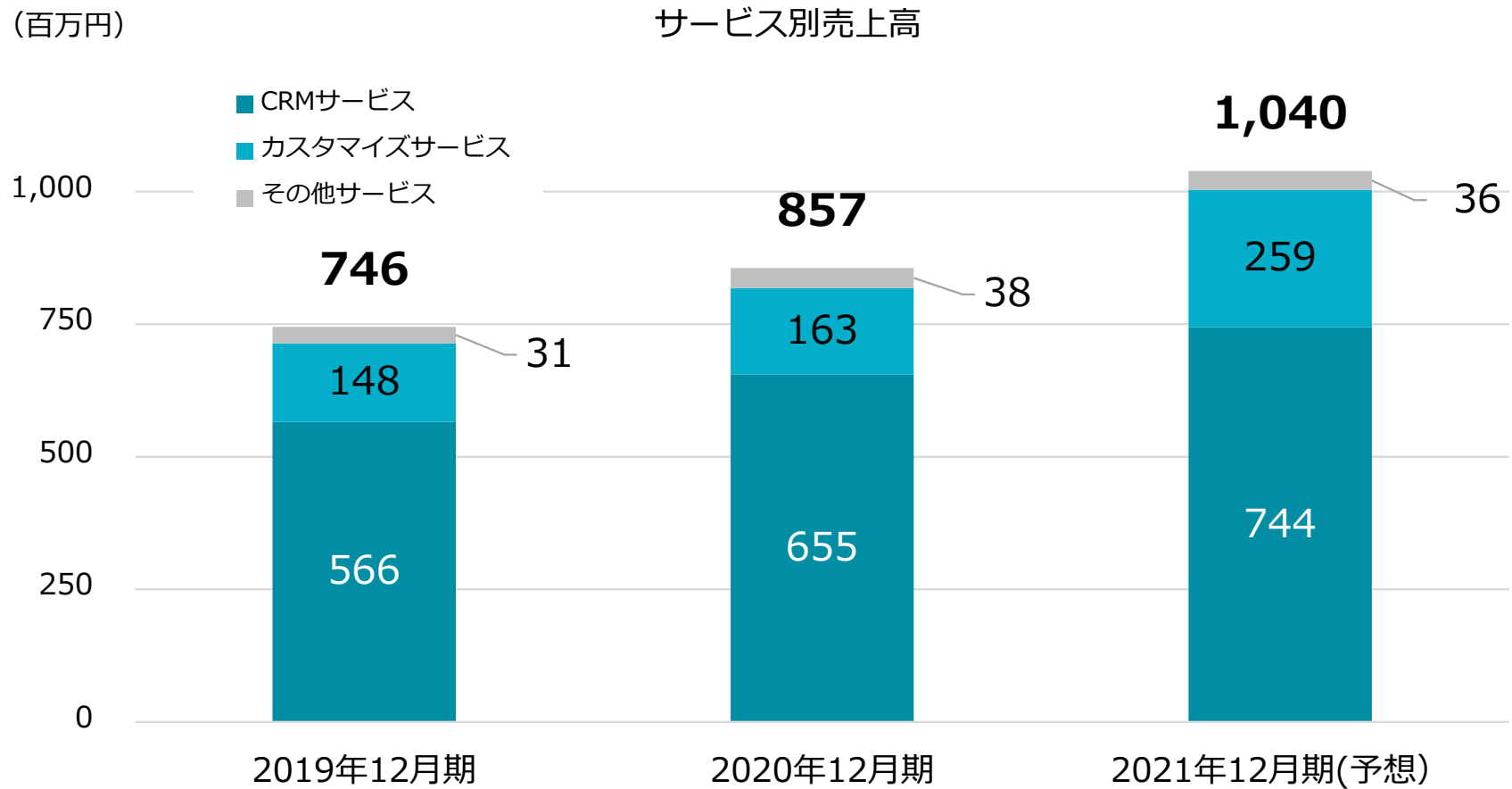
3 事業の収益性

売上高 / 純利益の推移



3 事業の収益性

サービス別売上高の推移

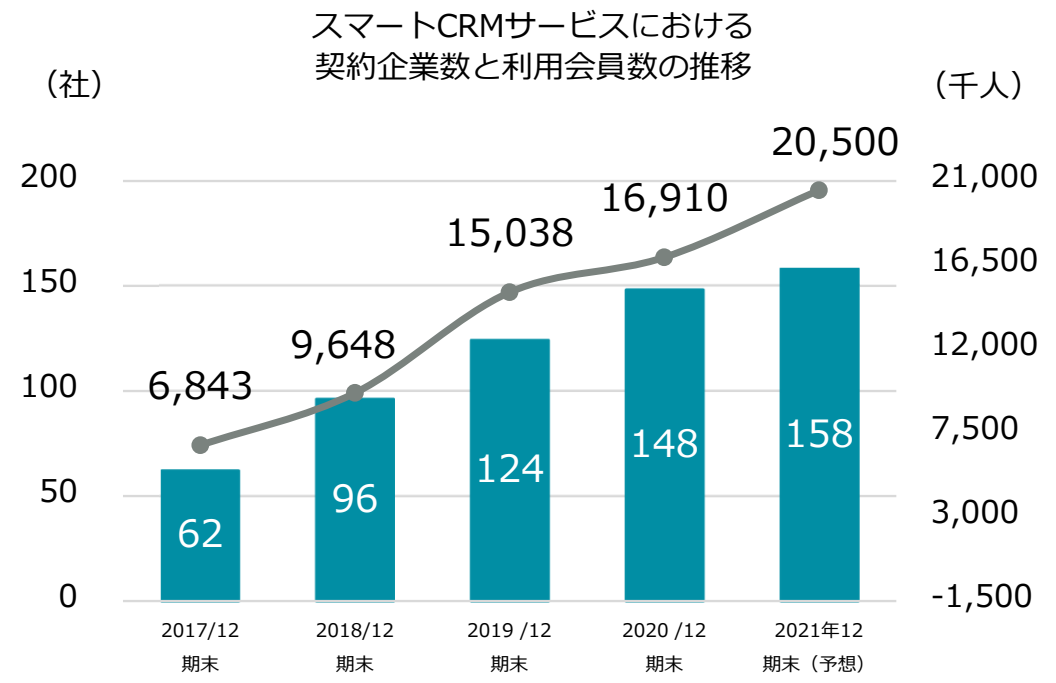
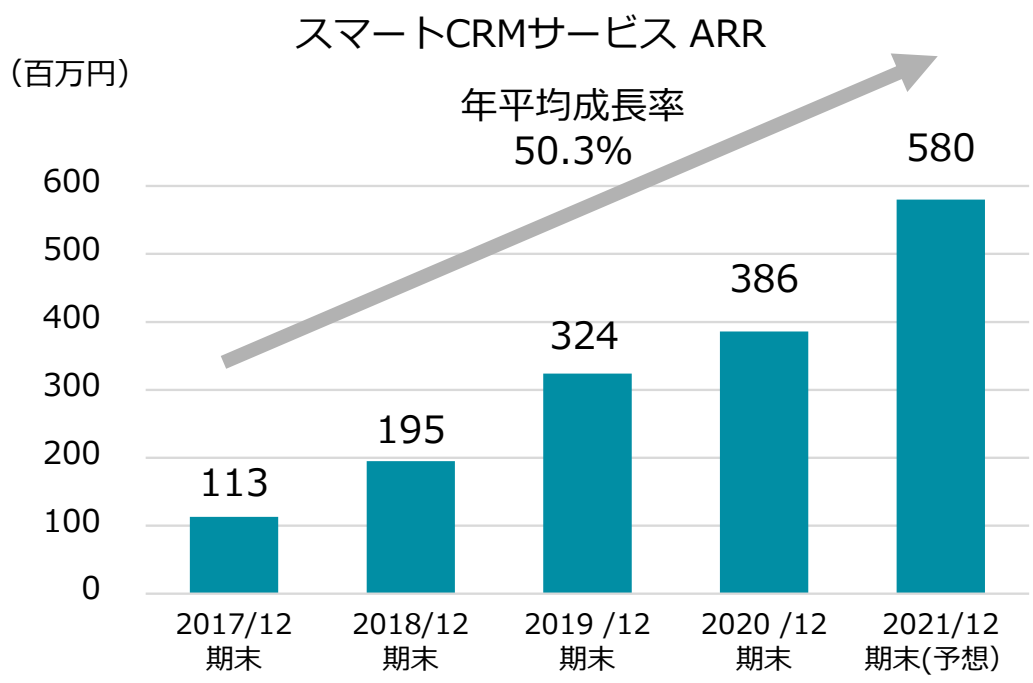


3 事業の収益性

スマートCRMサービス | ARRと利用会員数の推移



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

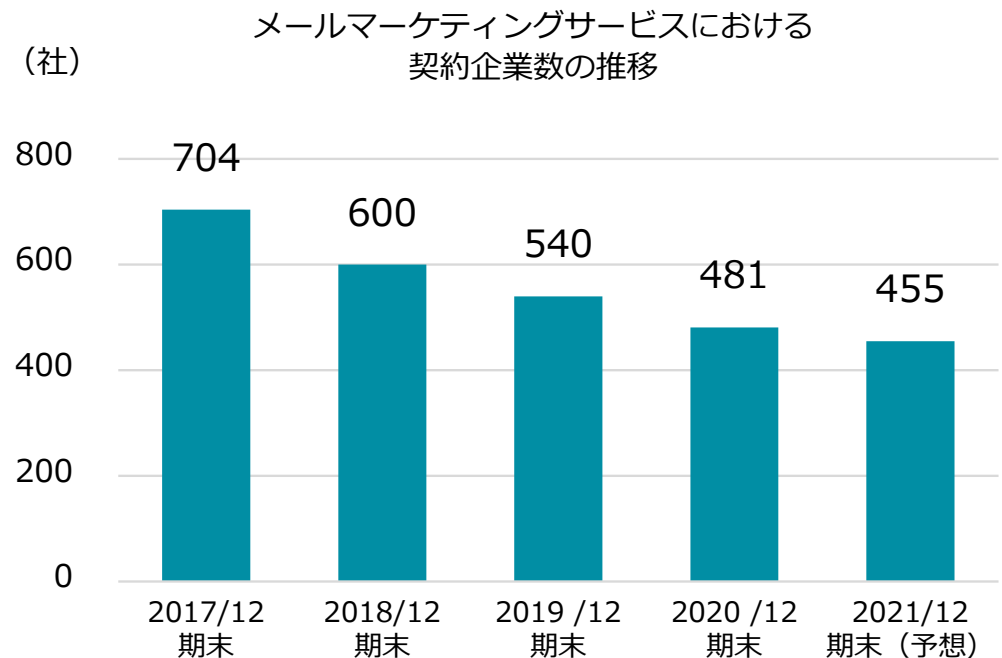
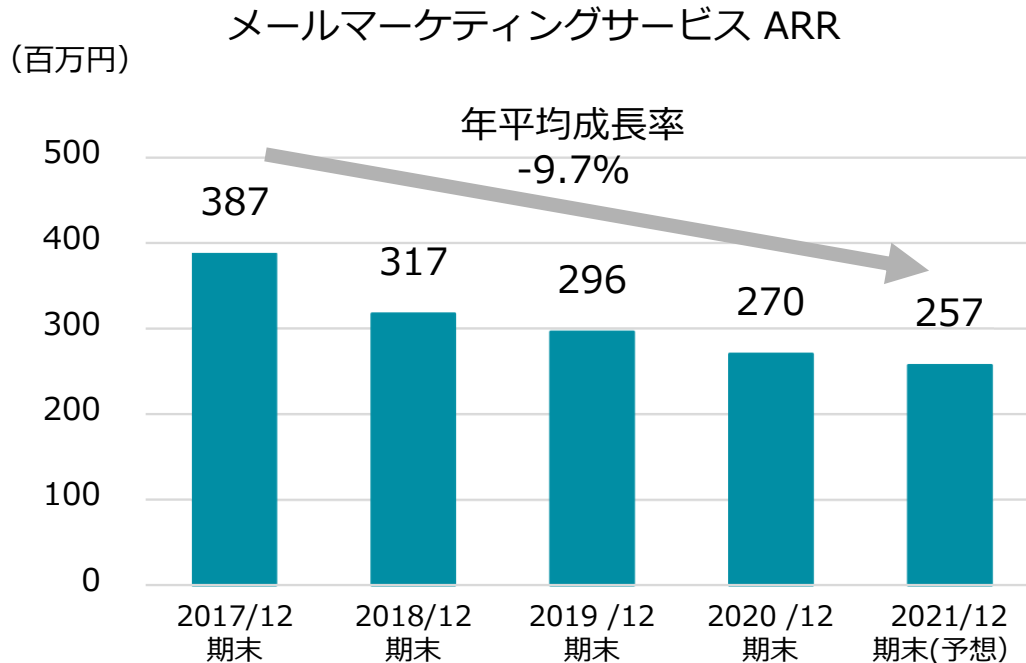
MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせて提供することで獲得する月間契約金額です。売上高のうちリカーリングの性質の売上高を月額で表した金額です。

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



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。

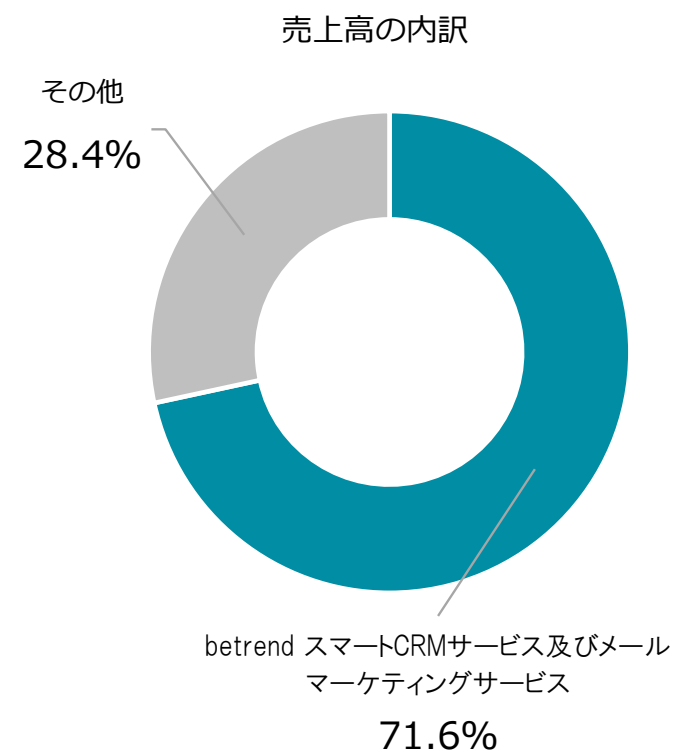
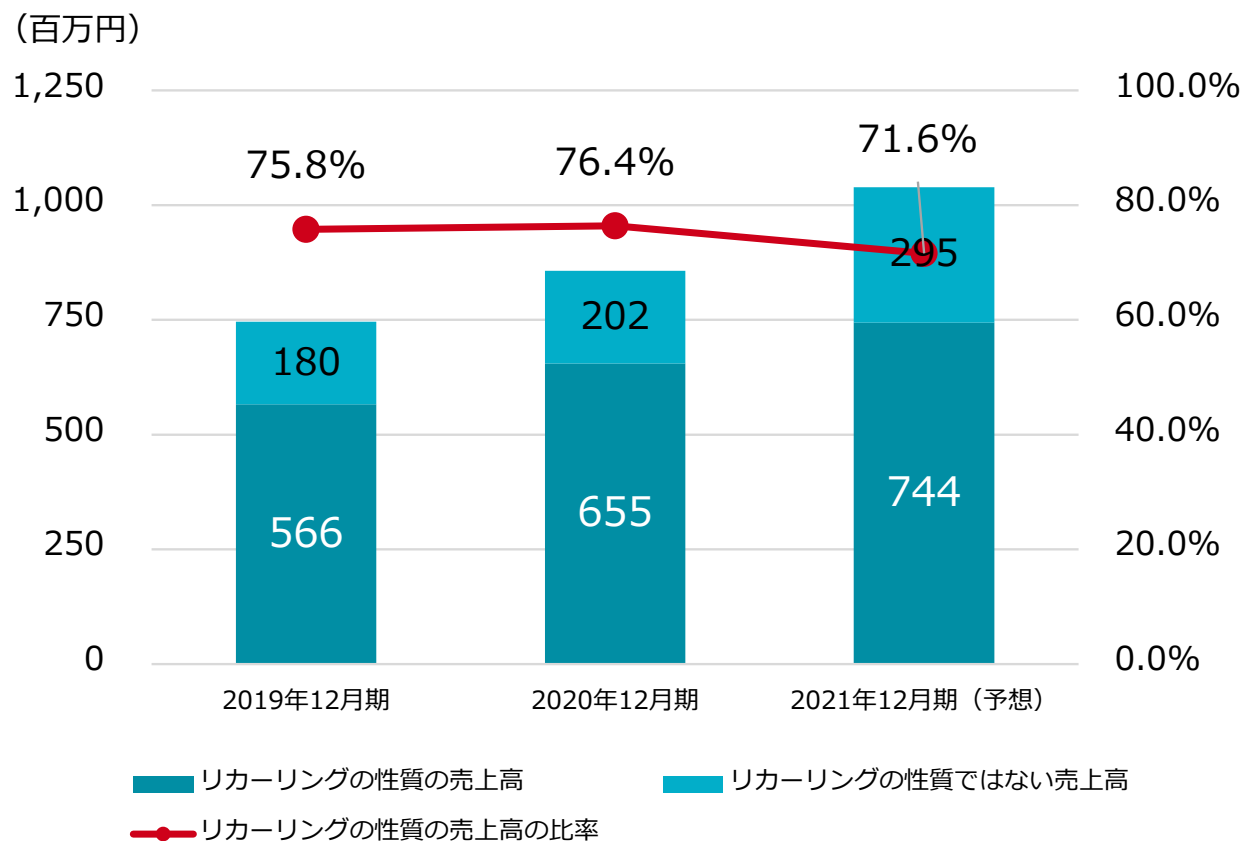


ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金額です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

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。

3 事業の収益性

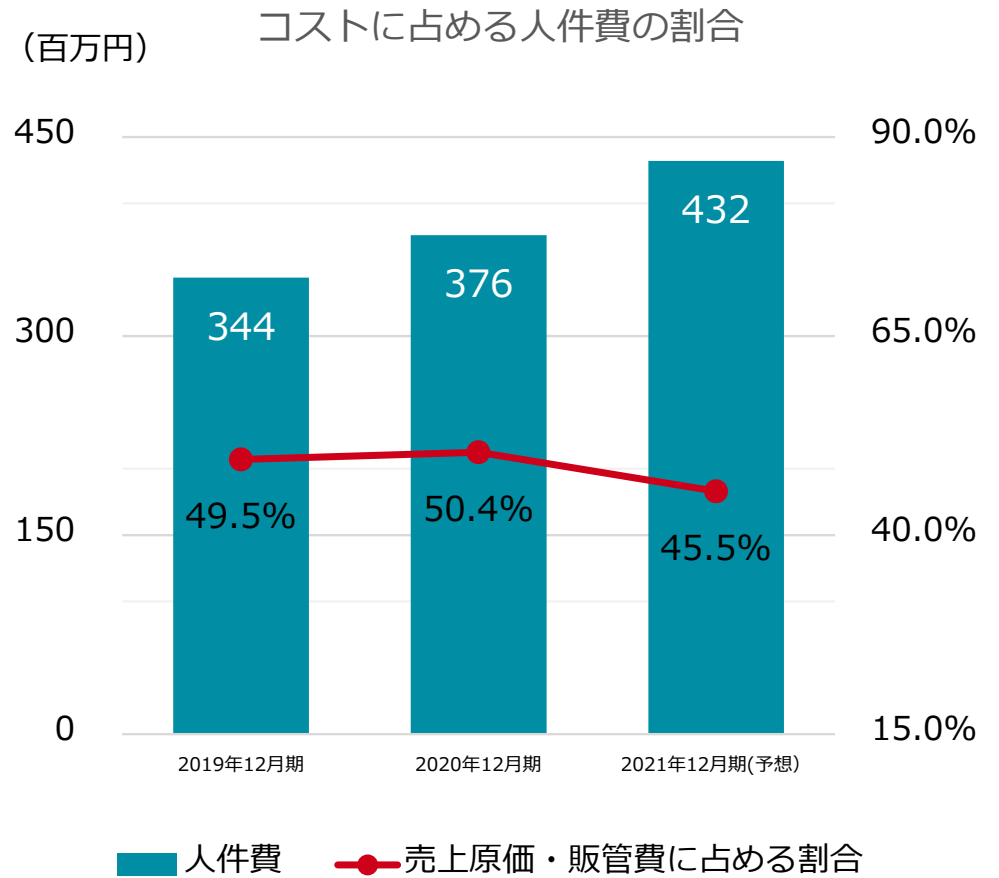
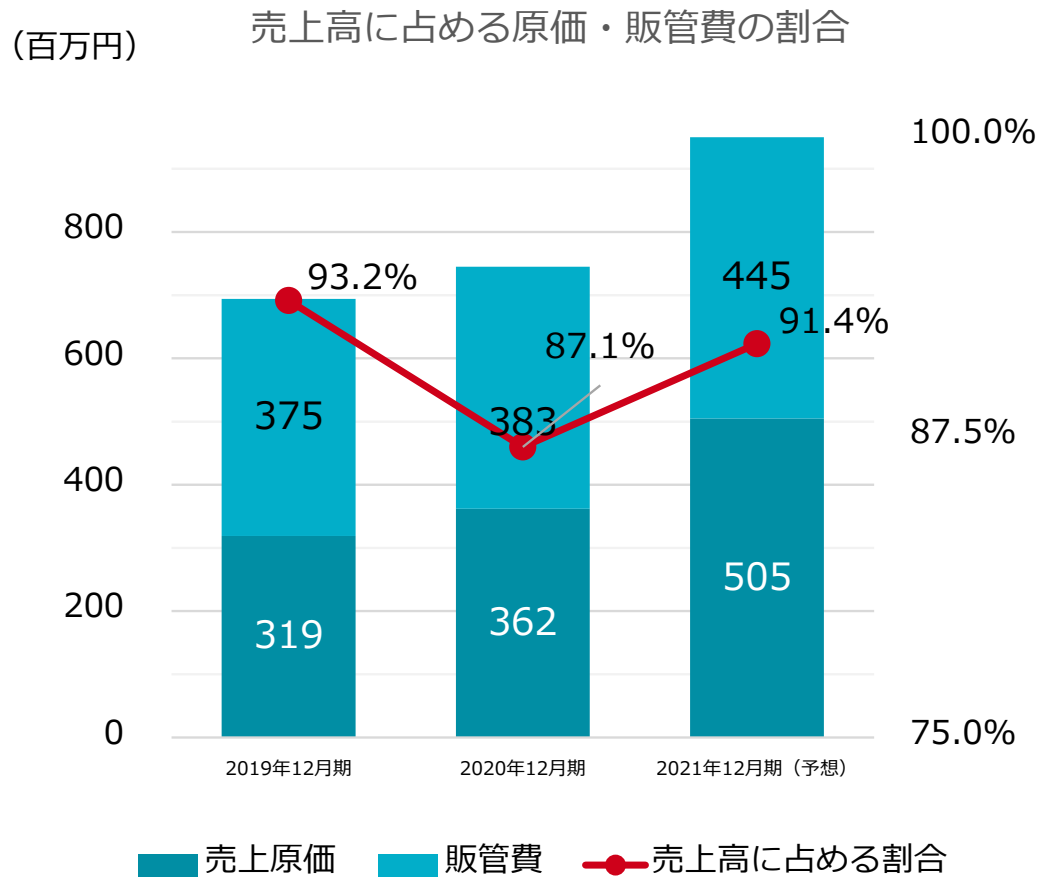
リカーリング比率 (解約されない限り翌期も継続的に売上高となる性質の売上高)



※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

コスト構造に関する分析

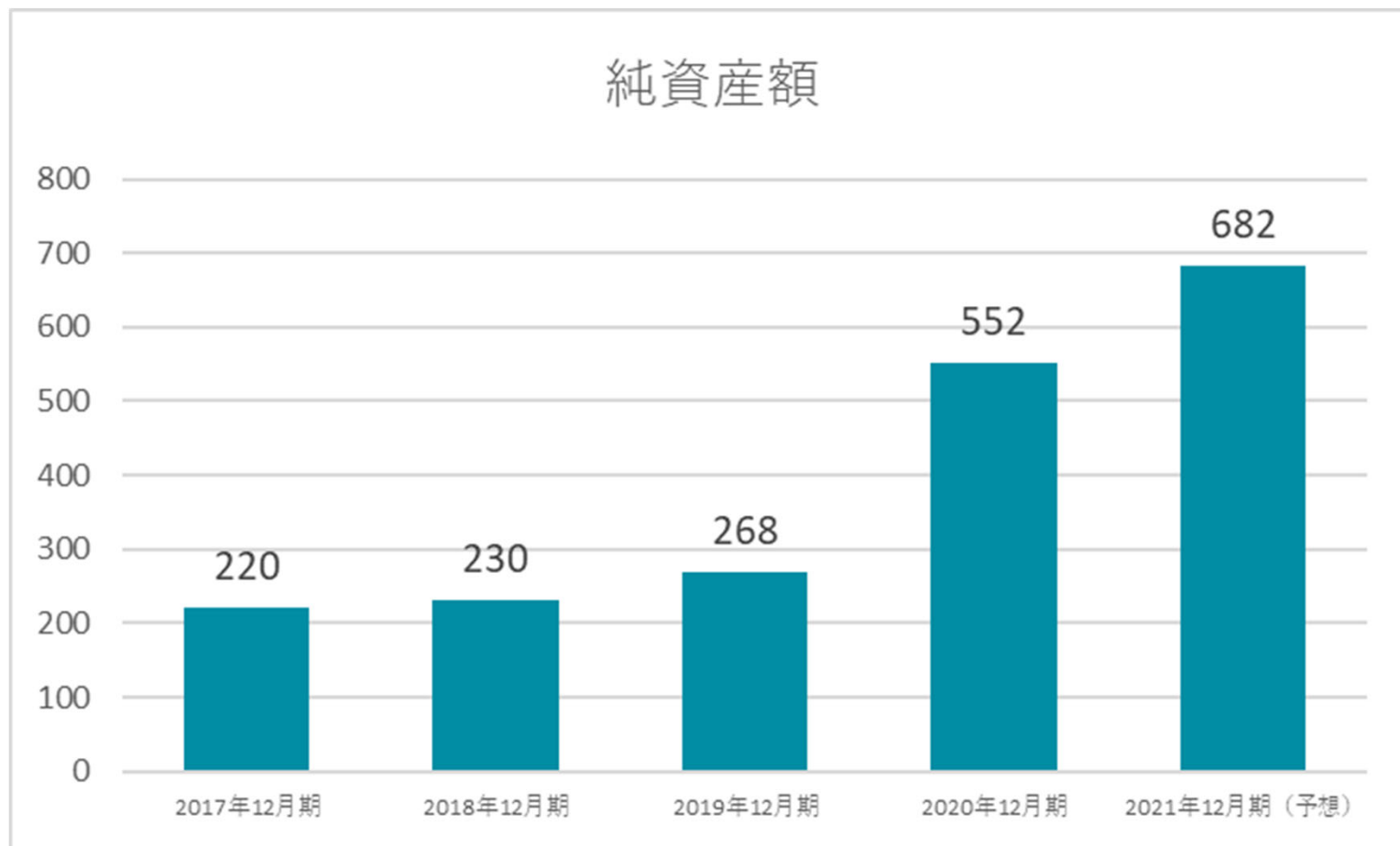


3 事業の収益性

純資産の推移



(百万円)



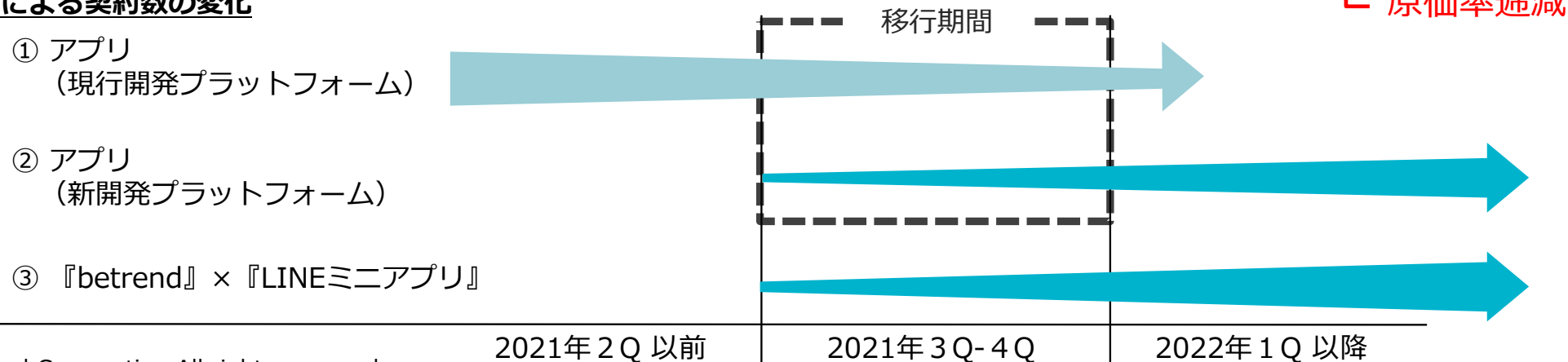
3 事業の収益性

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 （現行開発プラットフォーム）	② アプリ （新開発プラットフォーム）	③ 『betrend』 × 『LINEミニアプリ』
アプリプラットフォーム 費用の発生	あり	なし （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

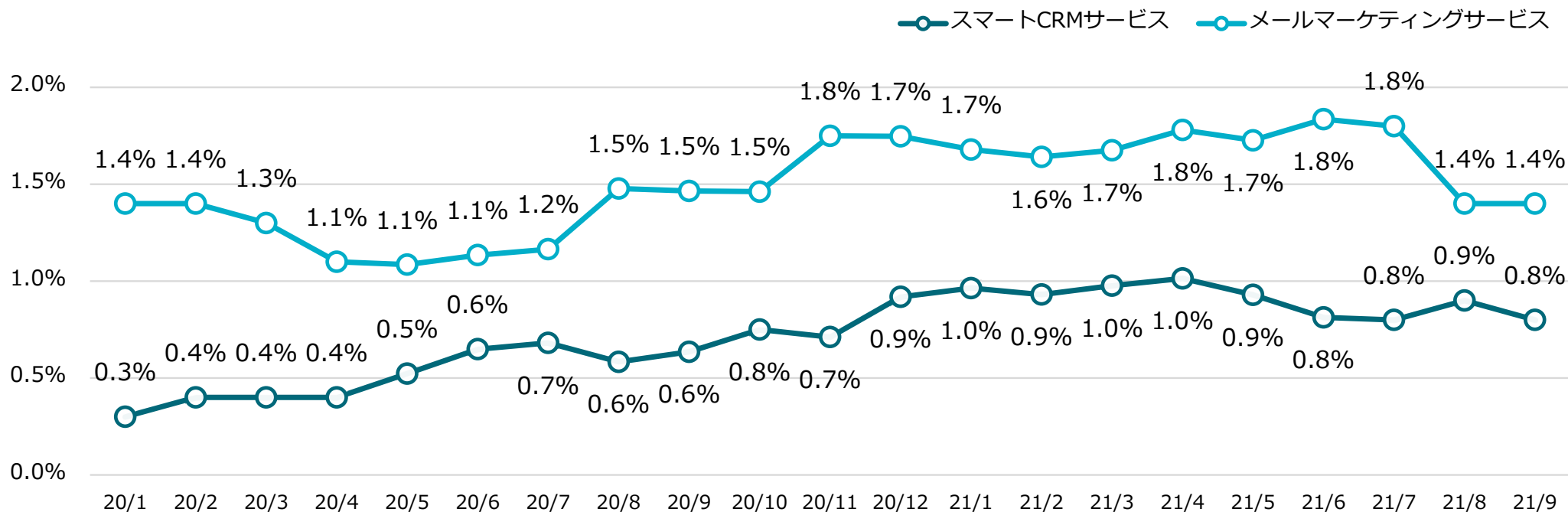


3 事業の収益性

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

四半期毎売上高(CRM売上高) /純利益推移

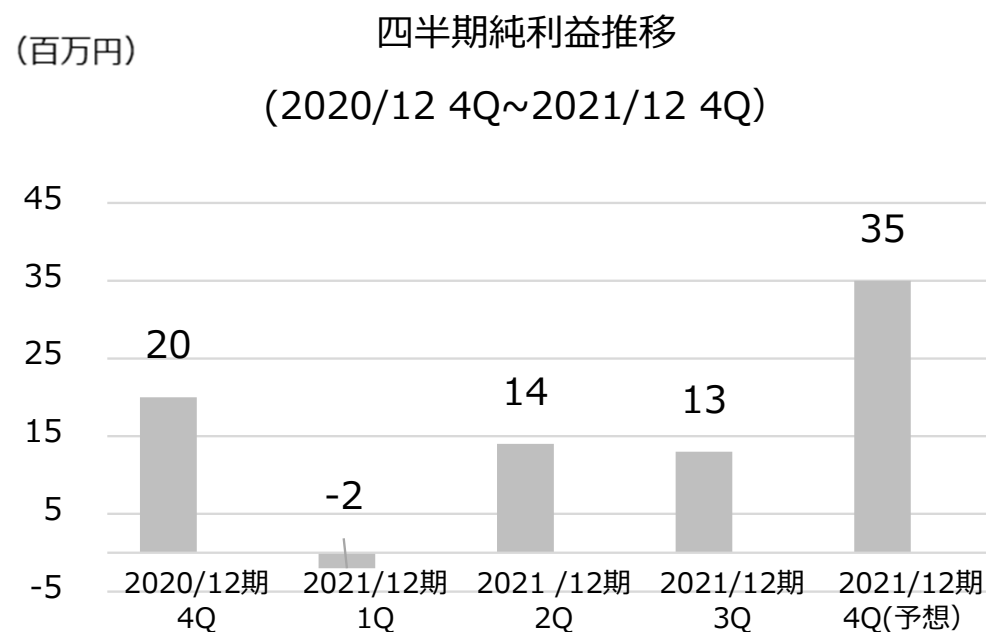
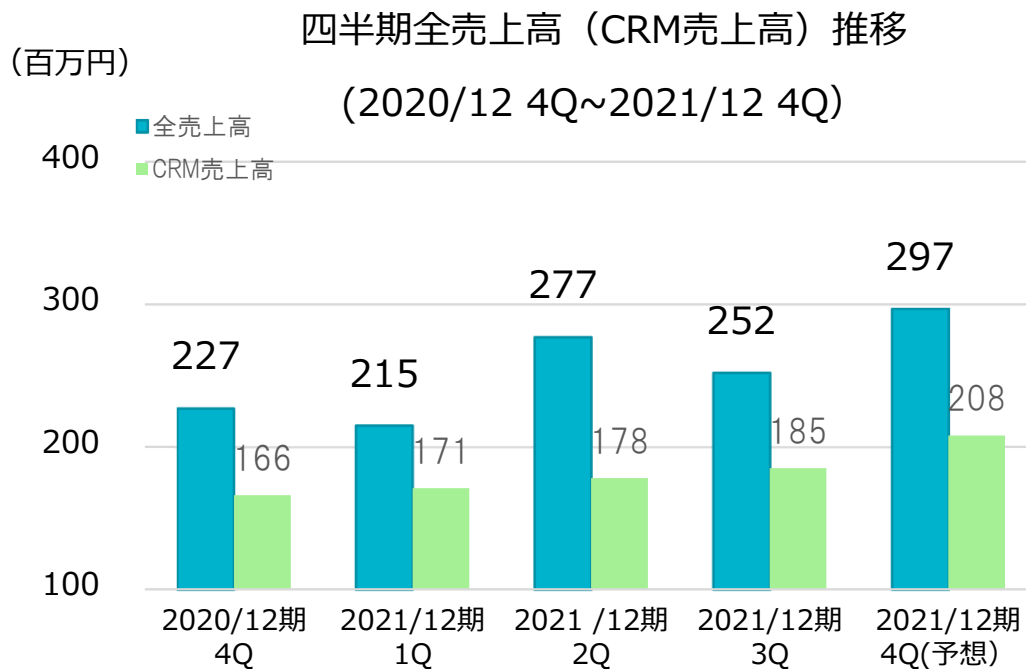
2021/12期4Q対前年同期比(予想)

売上高：30.8%増

CRM：25.8%増

2021/12期4Q対前年同期比(予想)

純利益：66.8%増





4 成長戦略と展望

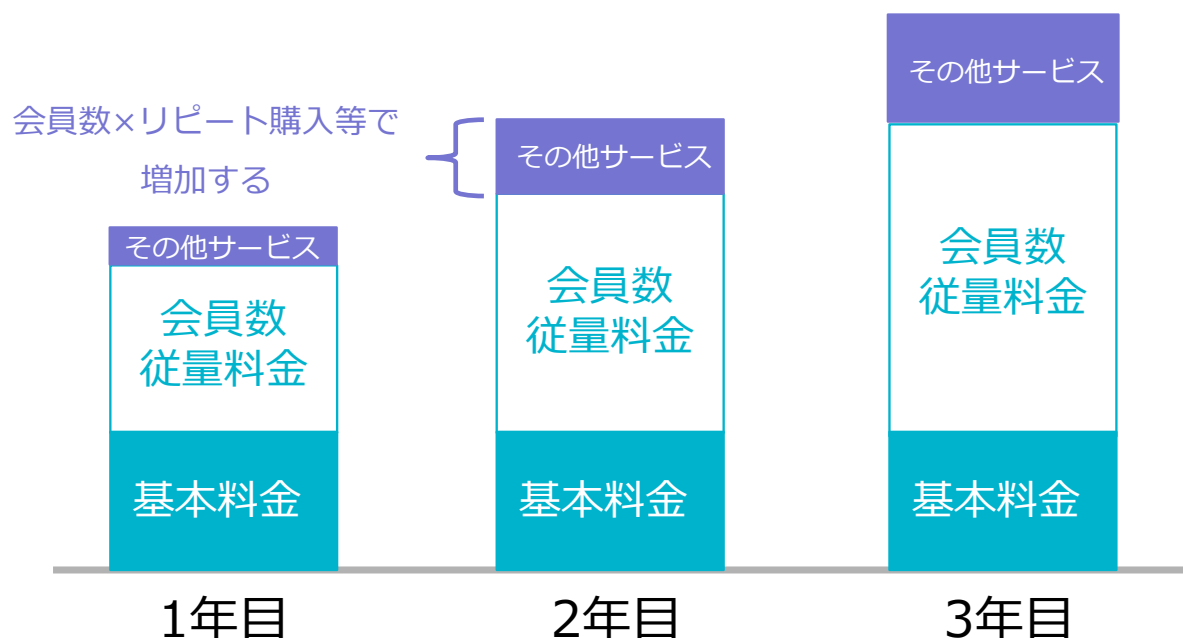


4 成長戦略と展望

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

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)

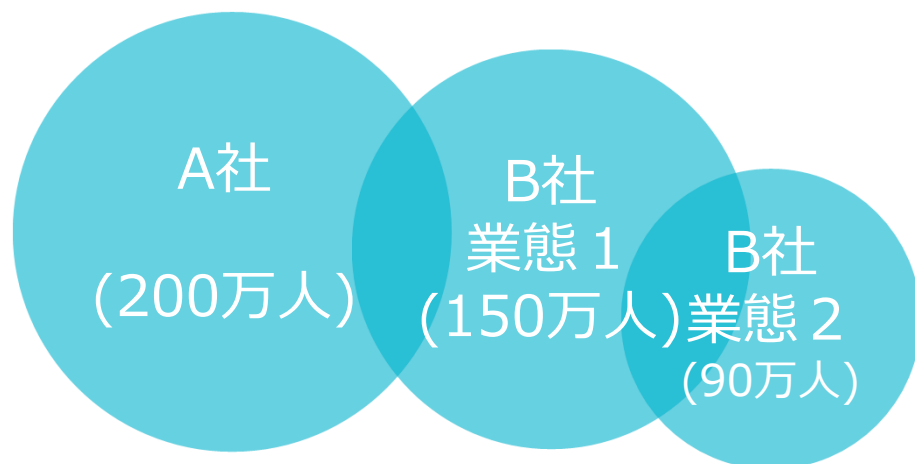


4 成長戦略と展望

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

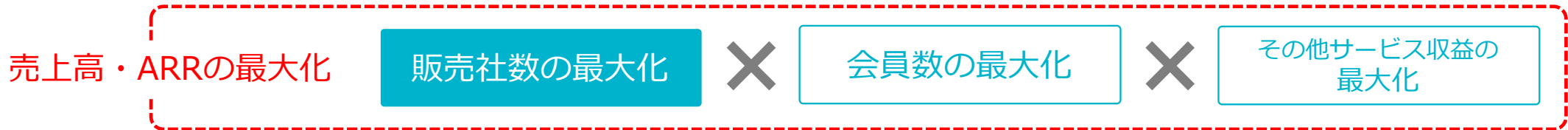
卸売・小売業：842,182社 生活関連サービス・娯楽業：366,146社 宿泊・飲食サービス業：511,846社

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」



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



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



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



新サービスの展開：『betrend』 × 『LINEミニアプリ』

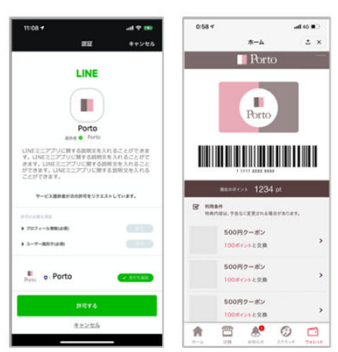
『betrend』 × 『LINEミニアプリ』 の位置付け

LINEミニアプリ
(手間なく登録できるライトユーザ向け)

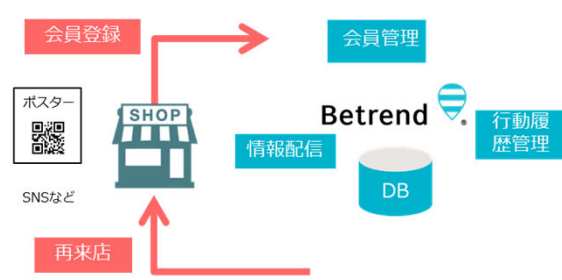
スマートフォンアプリ
(フルサービスが受けられるヘビーユーザ向け)



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



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)

告知方法の見直し / 店頭POP作成支援
(会員化率向上)

来店スタンプ

ランキング



順位	ニックネーム	消費
1	四谷太郎	100
2	代々木太郎	27
3	狭谷太郎	25
4	池袋太郎	15
4	練馬太郎	15
6	町屋太郎	14
7	岩槻太郎	10
8	町田花子	2
8	町田太郎	2
10	渋谷太郎	1

縦 150mm



縦 54mm





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-

- 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

アプリ定期券・お食事券 購入画面

モバイルオーダー



2年間来店していないアプリ会員に”手書きDM”を送付



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。 (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>	<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	外食向け営業強化	<p>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)</p>



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



4 成長戦略と展望

投資計画

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 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 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 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

1. 技術変化のリスク

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、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あります。

対応策

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。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。



5 認識するリスク及び対応策

2. 競合のリスク

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。

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。

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。

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。

対応策

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。

新サービスの導入においても、前項「1.技術変化のリスク（対応策）」に記載した通り、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。

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いきます。



5 認識するリスク及び対応策

3. 情報システムの障害及びセキュリティに関するリスク

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、前項「1.技術変化のリスク（対応策）」で記載した通り、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国内大手通信会社系のデータセンターに委託しており、同社により24時間365日監視が行われており、異常時は当社技術部門へ連絡が行われるようになっています。災害、事故による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、上記データセンター以外に複数のサーバを設置し、フェイルオーバーによる冗長化を行っています。

セキュリティは、当社において情報セキュリティマネジメントシステムISMS(ISO27001) や、個人情報保護に関し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っています。また、外部ベンダーに対しても、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。

ただし、ハードウェアまたはソフトウェアによるもの、または外部ベンダーの起因する想定外の要因によって、サービスの提供が停止または遅延する場合もあり、その場合は短期的に経営成績に影響が出る場合がございます。

対応策

顧客数及び顧客が有する会員数の増加により、サーバのリソースを適時増強する必要があること、同時にシステム運用についてもリソースが最適化された環境が望ましいことから、2021年下半期よりサービスに関わる冗長化強化策として、データベースソフトウェアベンダーが提供するクラウドサービスを利用したフェイルオーバーによる冗長化を行っています。また、ハードウェアの運用については、24時間365日の監視体制に加え、当該クラウドサービスが提供するサービスを採用し、システム障害等でサービスが停止しないよう体制を強化いたしました。また、システム障害等の発生時には、監視会社による障害の調査、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。



5 認識するリスク及び対応策

4. 新型コロナウイルス感染症の影響について

新型コロナウイルス感染症の拡大によって、当社の主な取引先である大手外食チェーン店やスポーツクラブ、大手百貨店等の業績は多大な影響を受けておりますが、経営基盤の厚い企業が多いこと、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との判断から、大きな解約もなく当社システムの利用は順調に維持されています。

営業面では、2020年4月頃より対面での営業活動が自粛され、Webや電話等を通じた営業活動による顧客とのコミュニケーションの質的な低下が懸念されましたが、場所を問わず面談を設定できることや、交通に関わる時間が削減できたことで、面談回数が上がったと考えています。なお、初回面談、重要な営業提案時等は、顧客から承諾を得た上で、可能な限り対面での営業を行うようにしております。

ただし、新型コロナウイルス感染症が今後も継続または拡大する場合には、新規顧客の当社サービスの導入遅延または中止が発生し、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あります。

対応策

2021年は新型コロナウイルス感染症の影響がある程度長期化すると想定し、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、営業強化する対策を講じることでリスクの分散化を図りました。

営業活動においては、顧客においても、効率を考え、直接の面談での商談よりもWebや電話等での商談を選択をしていただけることが多くなり、顧客からの要望または初回面談、重要な営業提案時等以外は、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が上がるものと判断しております。



5 認識するリスク及び対応策

事業等のリスクについて、第22期有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して、現況の経営環境に合わせ記載しております。その他の事業等のリスクについては、第22期有価証券報告書「第一部企業情報 第2事業の状況 2事業等のリスク」に記載しております。



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。
- ・ 当資料のアップデートは2021年12月期本決算後、2022年3月頃を目途として行う予定です。

【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/>