

2022年12月期 決算説明資料

2023年2月14日

ビートレンド株式会社
(東証グロース市場：4020)

Betrend ®



目次

1. 2022年12月期 通期決算概要

2. 2023年12月期 通期業績予想

3. Appendix

- 会社概要
- ビジネスモデル
- SDGsへの取り組み

※ 当資料における2022年12月期通期の数値に関しては、監査未了の資料を参考値として使用しております。



1. 2022年12月期 通期決算概要

2. 2023年12月期 通期業績予想

3. Appendix

- 会社概要
- ビジネスモデル
- SDGsへの取り組み



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、昨年比べて人材採用が少なく人件費、採用費が減少。

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%



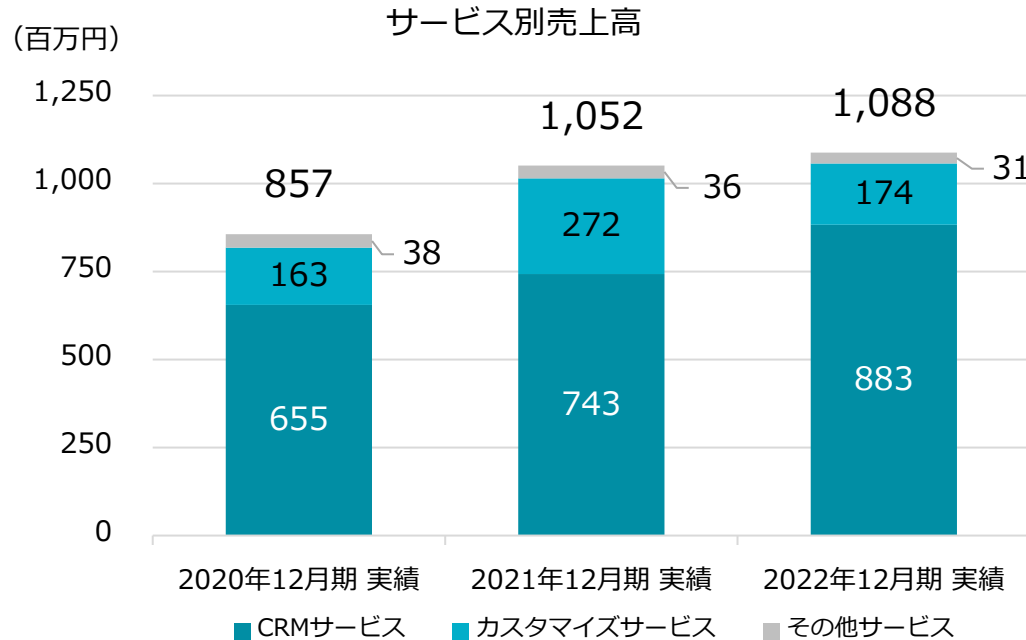
CRMサービス		カスタマイズサービス	その他サービス
スマートCRM	メールマーケティング		
<ul style="list-style-type: none">■ 会員属性 / 会員行動履歴情報の管理・統括■ 多様な情報送信手段 / 情報分析手段■ ストック型ビジネス	<ul style="list-style-type: none">■ メール配信機能に限定■ ストック型ビジネス	<ul style="list-style-type: none">■ 導入時の顧客企業の既存システムとの連携■ 顧客ニーズのシステム構築■ 開発費 / 年間保守料■ 初期費■ SMS利用料	<ul style="list-style-type: 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■ コールセンター業務 等

サービス別売上高の状況



■ 売上高は、1,088百万円（前期比 +36百万円、+3.5%）

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が減少。
その他サービスはDM印刷売上が減少。



CRMサービス

前期比 **18.8% 増**

カスタマイズサービス

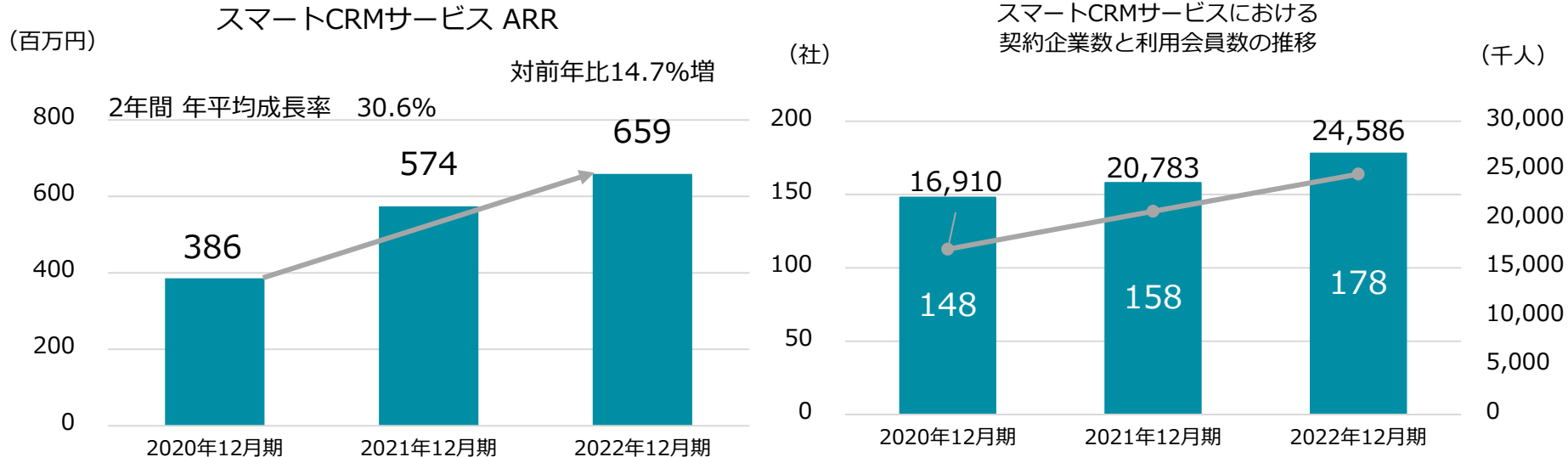
前期比 **36.0% 減**

その他サービス

前期比 **14.4% 減**



■ 2021年12月期から2022年12月期の対前年比14.7%増、年平均成長率は30.6%と堅調

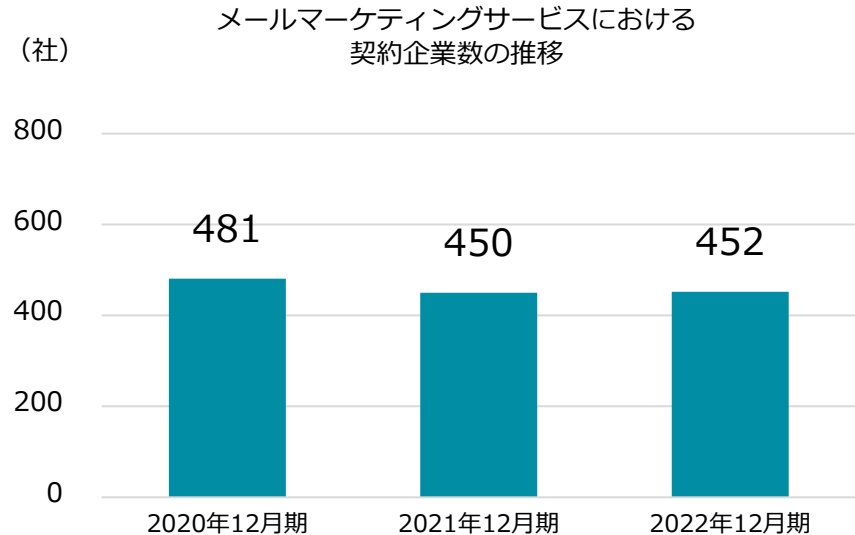
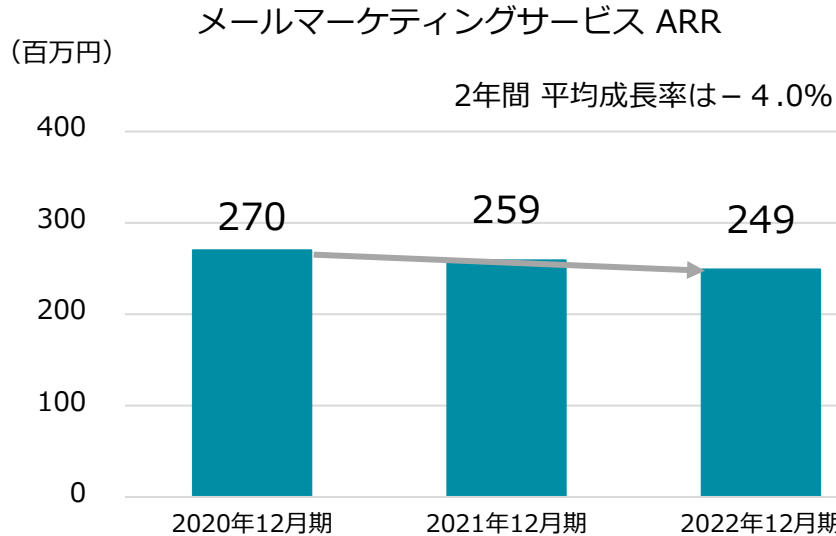


ARR (Annual Recurring Revenue) : 年間経常収益のことで、月額定額課金に加えて、会員数や通信料に応じた従量課金や店舗毎課金を組み合わせた年間契約で提供することで獲得する年間契約金額です。当社では、以下の計算式で算出しております。期末ARR = 期末月のMRR × 12

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（2020年12月期から2022年12月期の年平均成長率は-4.0%）



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。

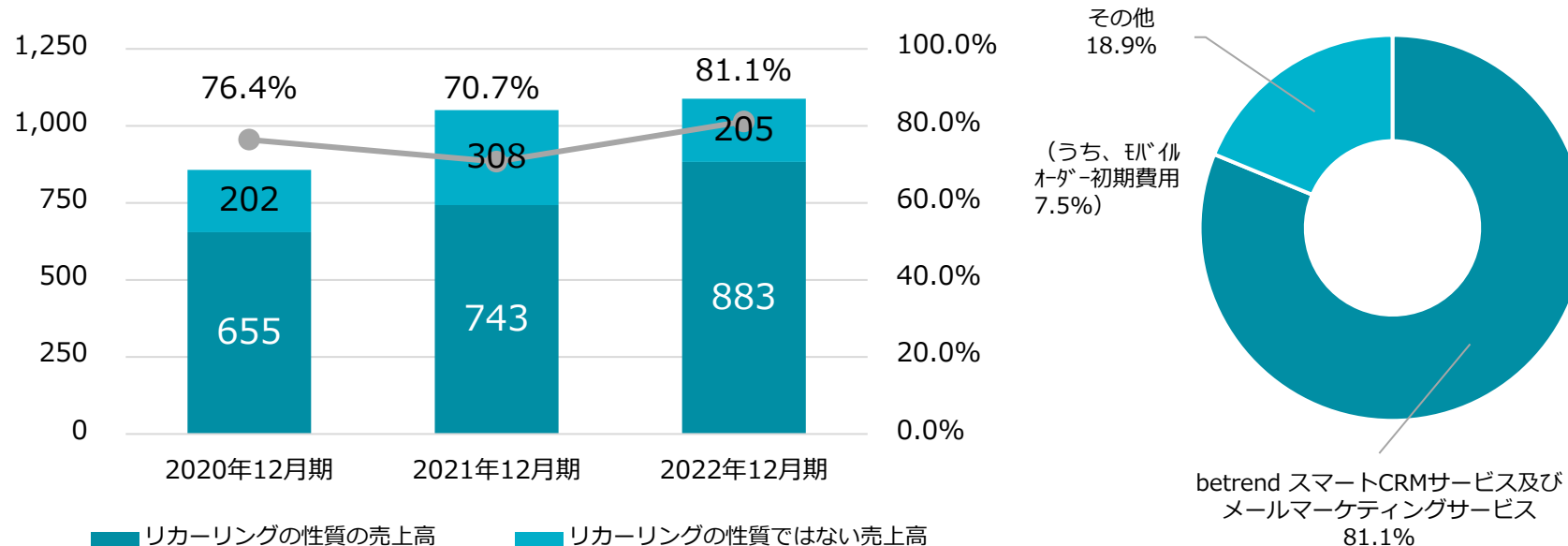
リカーリング比率



■ リカーリングの性質の売上高は、883百万円（前期比+139百万円、+18.8%）

全売上高に占めるリカーリングの性質の売上高の比率は前年同期比10.5pt増加し、81.1%。

(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

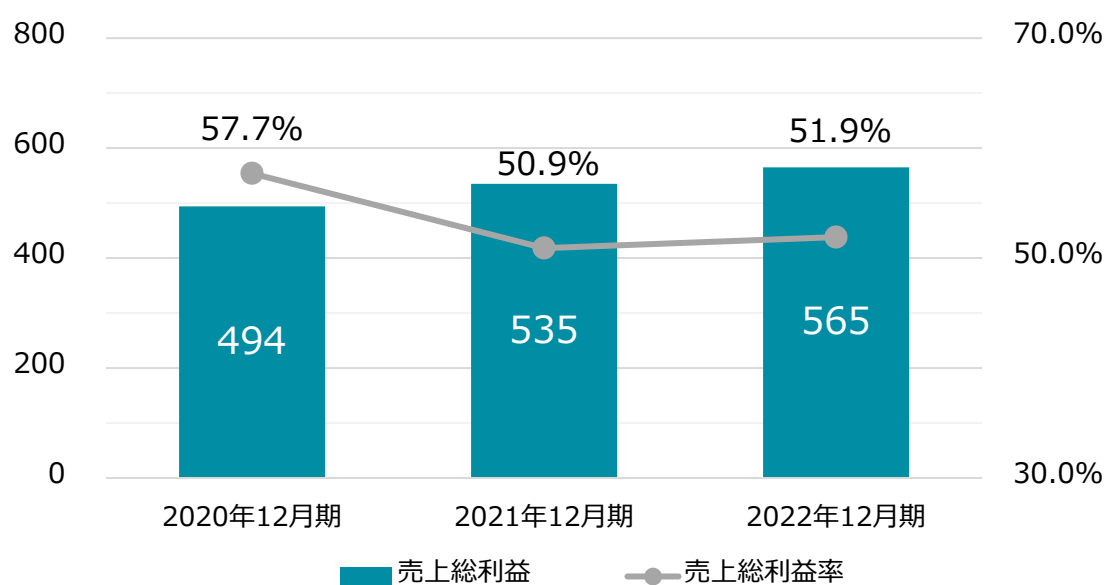
※リカーリングの性質の売上：サービス提供後、契約更新時に解約がされない限り継続的に売上高となる性質の売上

売上総利益と売上総利益率



- 売上総利益は、565百万円（前期比 +29百万円、+5.5%）

(百万円)



売上総利益

前期比

5.5% 増

売上総利益率

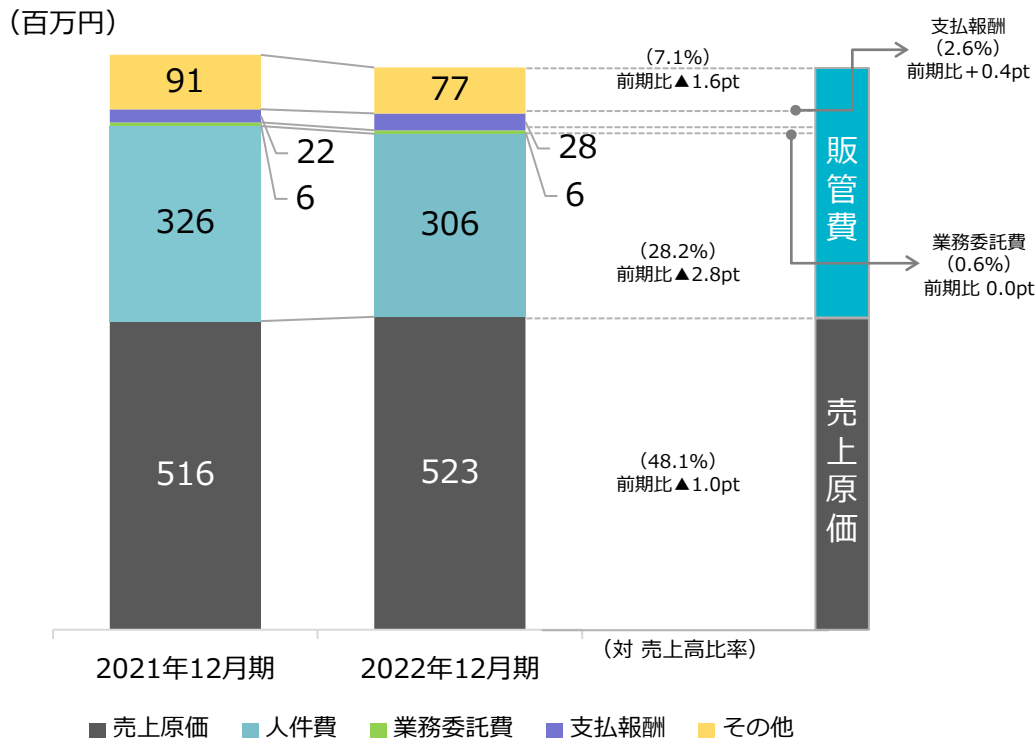
前期比

1.0pt 増

営業費用（売上原価／販売費及び一般管理費）



■ 営業費用は、941百万円（前期比 -21百万円、対売上高比率前年同期比-5.1pt）



■ 販管費 418百万円 (▲28百万円) (対売上高比率前年同期比▲4.1pt)

- ・ 人件費、採用費が減少
- ・ ウェビナーや販売パートナーとの共同セミナーにより集客は効率的に運用できたため、広告宣伝費が減少

■ 売上原価 523百万円 (+6百万円) (対売上高比率前年同期比▲1.0pt)

- ・ 新アプリプラットフォームへの移行により、仕入原価の低減化が進捗。
- ・ 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（人件費含む）、その他外注費が増加。

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

2021年12月期から2022年12月期にかけて現行プラットフォームの原価が39百万円から14百万円に逡減。

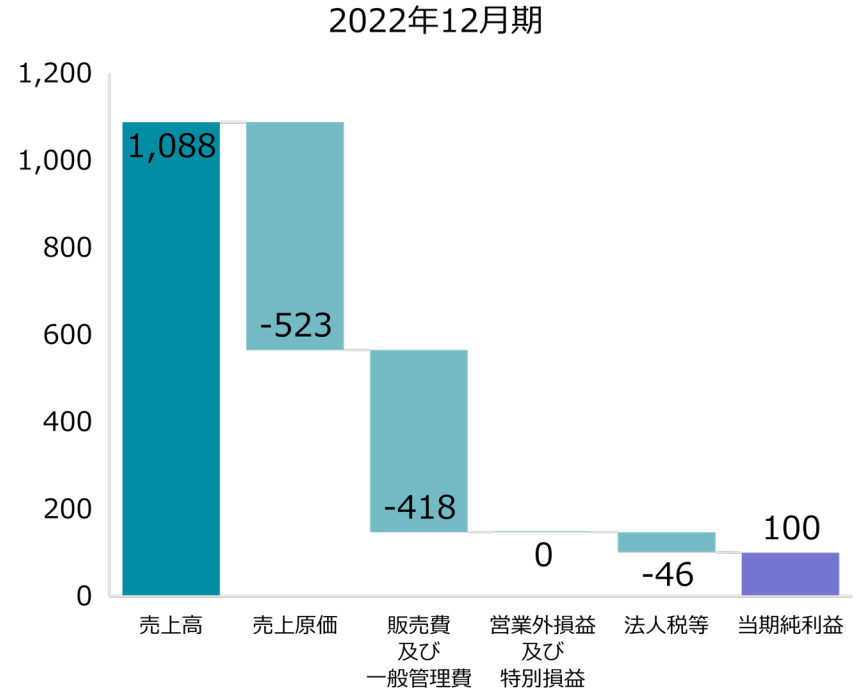
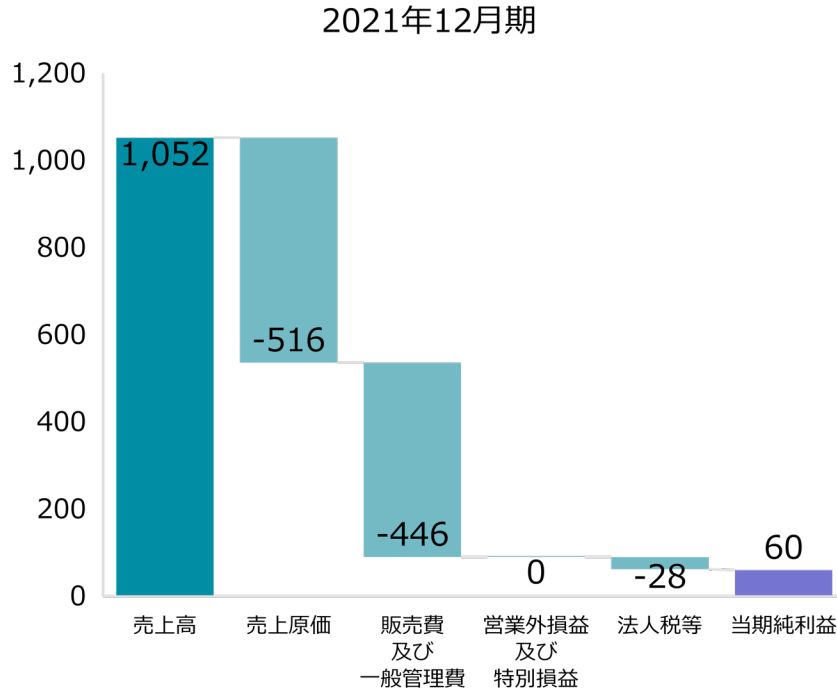
	2021年度	2022年度	差分
現行アプリ・プッシュ通知プラットフォームの運用原価	39百万円	14百万円	▲25百万円
新プラットフォームにかかる減価償却費	7百万円	7百万円	0

2022年12月期 当期純利益

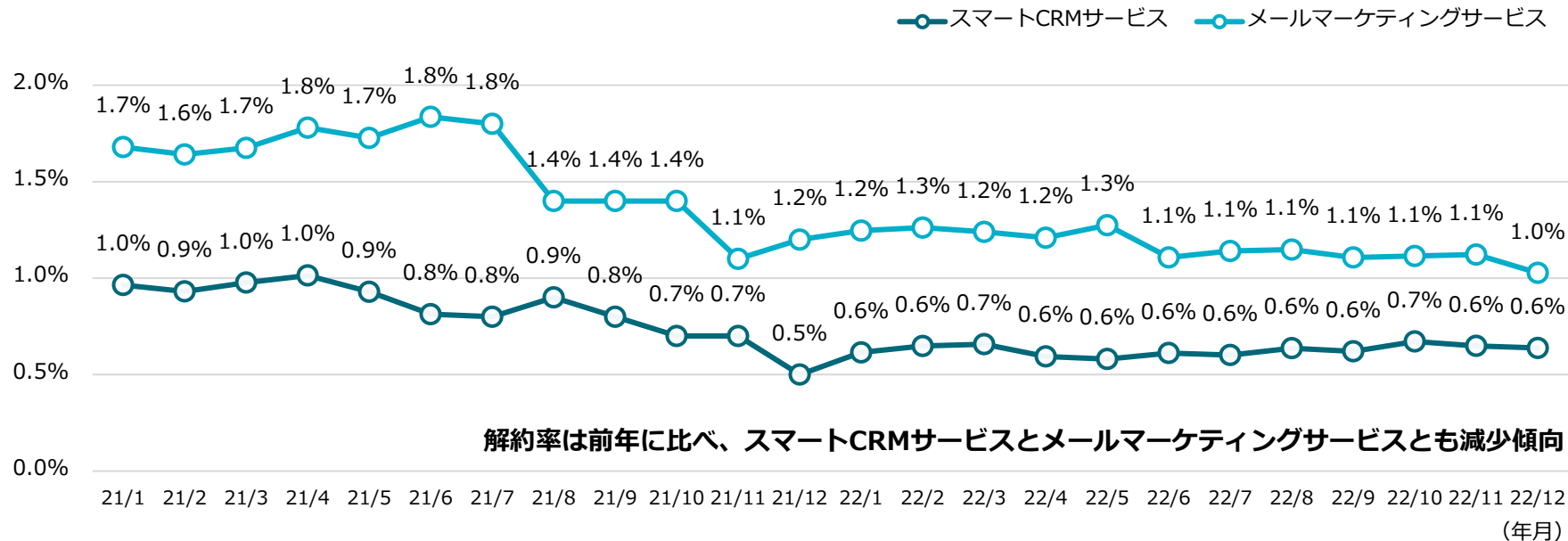


■ 当期純利益は、100百万円（前期比 +40百万円、+66.4%）

（単位：百万円）



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 貸借対照表（要約）



（単位：百万円）

	2021年12月期	2022年12月期	増減額	増減率
流動資産	598	741	+142	+23.8%
現金及び預金	434	595	+161	+37.1%
売掛金	129	107	-21	-16.6%
固定資産	226	199	-27	-11.9%
資産合計	825	941	+115	+14.0%
流動負債	118	127	+9	+7.7%
買掛金	48	33	-15	-31.8%
固定負債	23	23	0	+0.3%
負債合計	142	151	+9	+6.4%
純資産	682	789	+106	+15.6%
負債純資産合計	825	941	+115	+14.0%

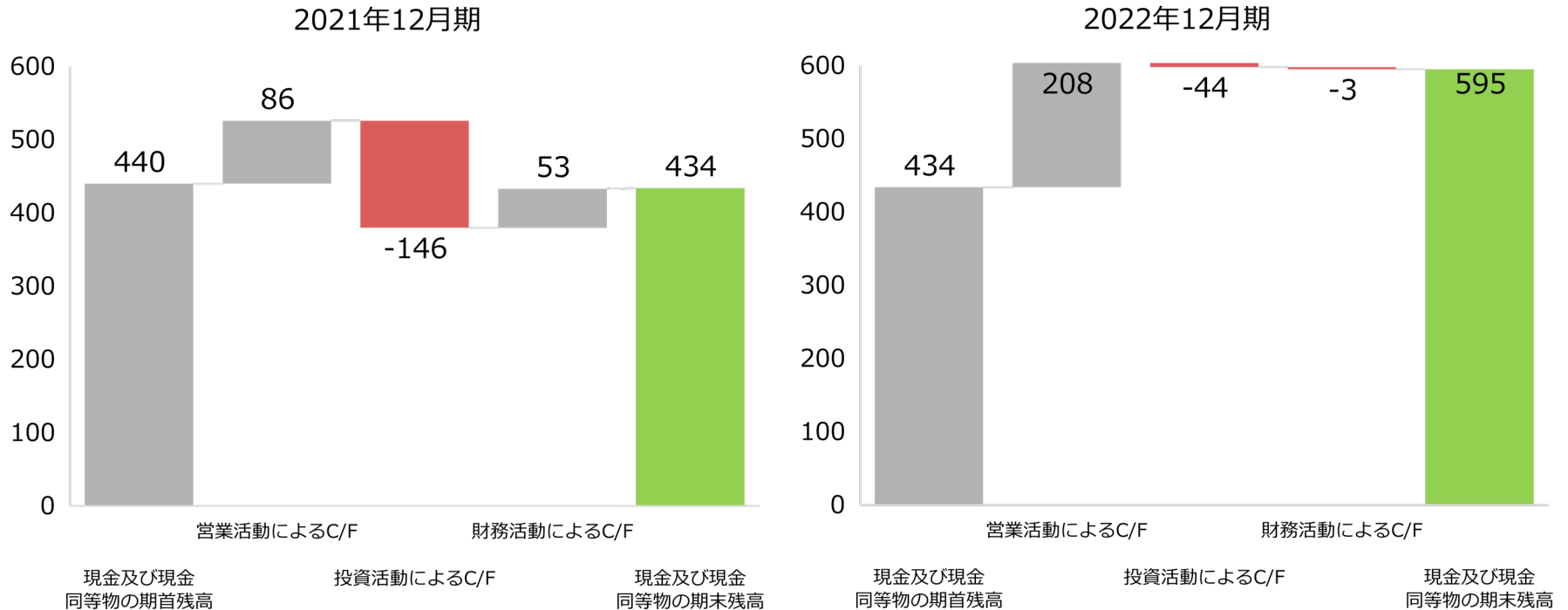
- 自己資本比率83.8%
（前事業年度末比1.1pt増）
- 2022年12月期4Q
当期純利益：100百万円

2022年12月期 キャッシュフローの状況



- 2022年12月期期末の現金及び現金同等物は、595百万円（前期比 + 161百万円）

(単位：百万円)





1. 2022年12月期 通期決算概要

2. 2023年12月期 通期業績予想

3. Appendix

- 会社概要
- ビジネスモデル
- SDGsへの取り組み

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%

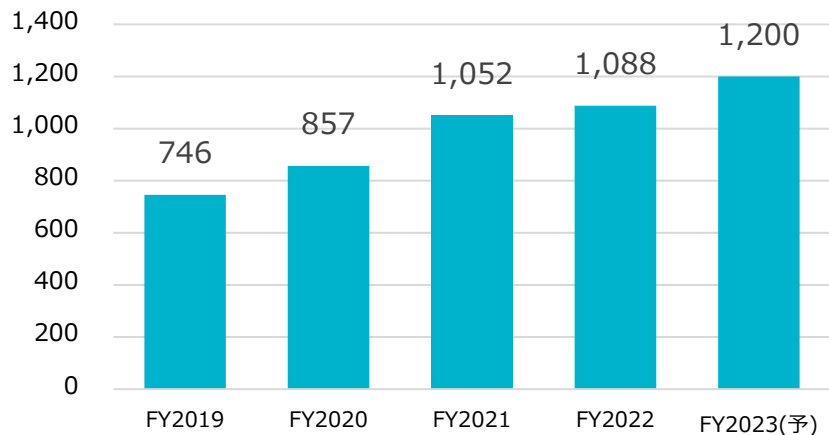
売上高・利益の推移



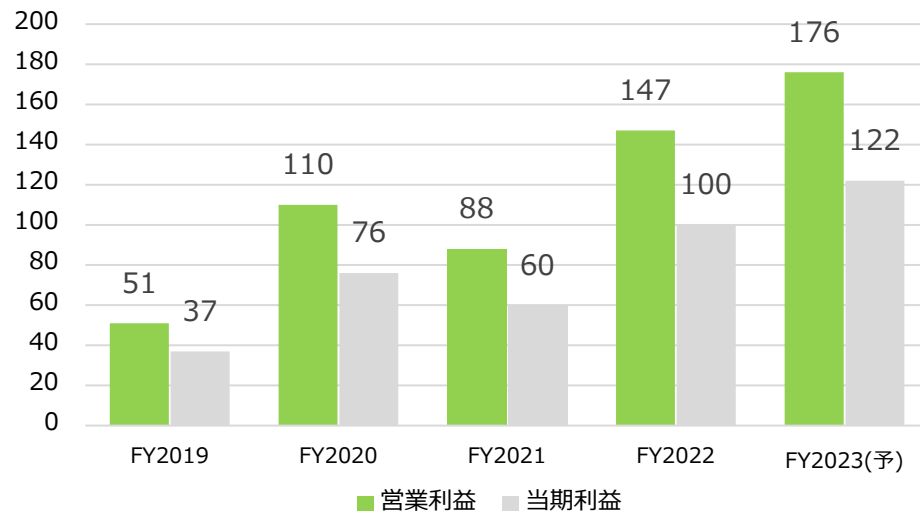
- 2023年12月期は、売上高の対2022年度増加額が+111百万円に対し、営業費用の対2022年度増加額+82百万円（売上原価+44百万円、販管費+37百万円）と予想し、営業利益は+29百万円（当期利益+22百万円）の増加と予想した。

(単位：百万円)

売上高の推移



利益推移



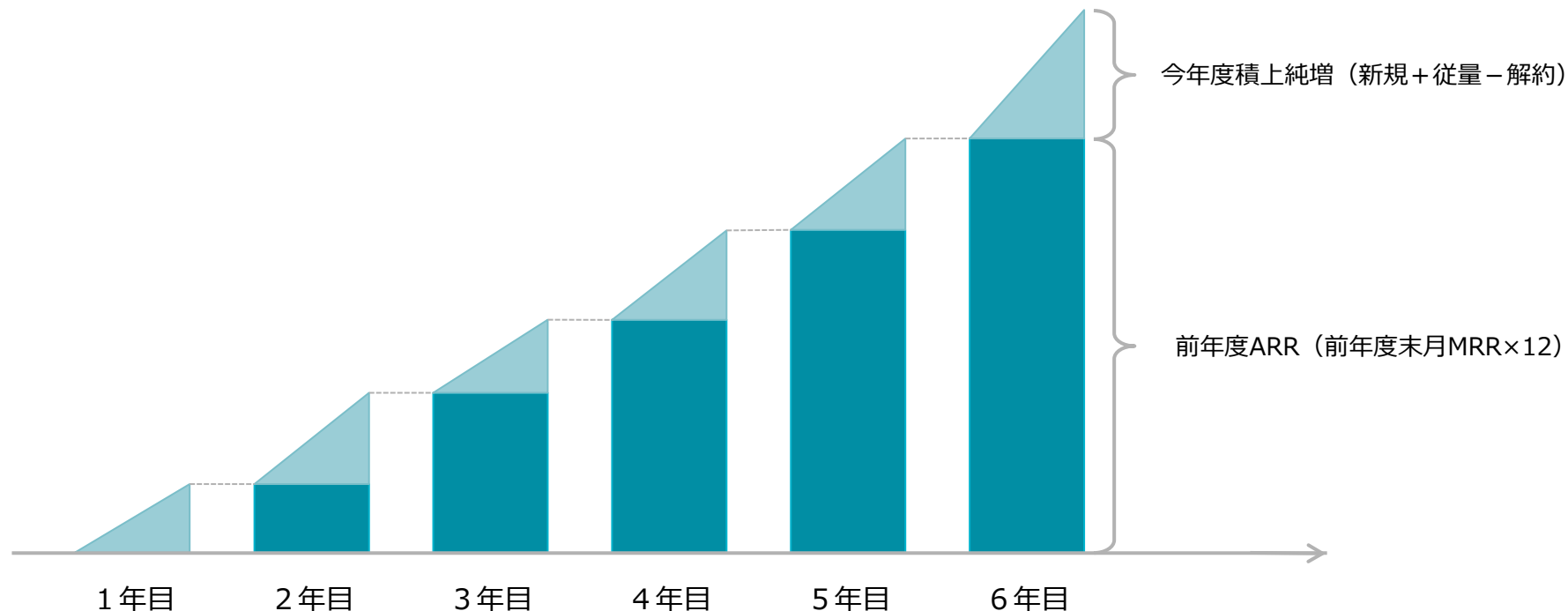


2023年12月期の取り組み

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』 による売上増大



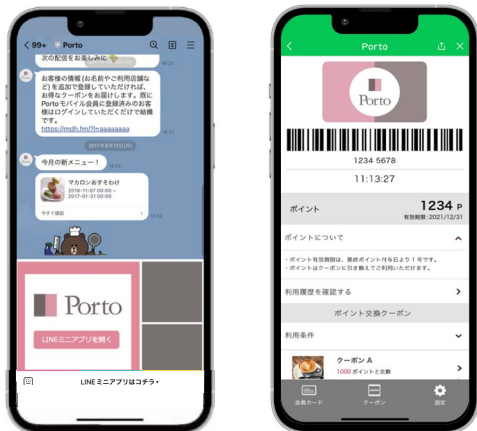
- 契約社数の増加促進 スマートCRM 178社 導入社数(※1) → **最大化**
- 会員数増加促進 スマートCRM 2,458万人(※1) → **最大化**
- スマートCRMのソフトウェア原価 → **最小化**

※1 2022年12月31日現在

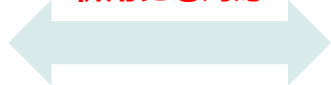
LINEミニアプリ

インストール不要・5秒で会員証発行
新規会員獲得に効果あり！

LINE公式アカウントと併用可能



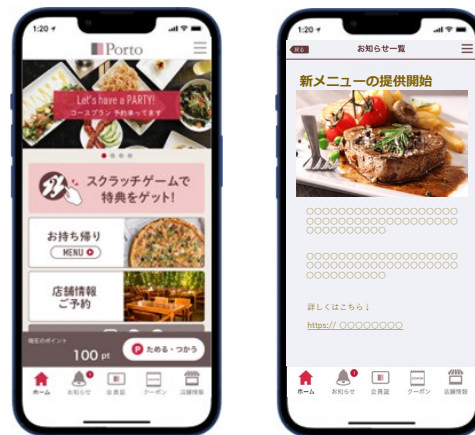
アカウント連携による
併用にも対応



スマートフォンアプリ

常連様向けのフルサービス版
ロイヤルカスタマー育成に効果的！

配信単価不要のプッシュ通知機能





スマートフォンアプリのみで提供していた電子スタンプ、定期券、クーポン機能をはじめ、POS/EC等の外部システムとの連携が実装された多機能なLINEミニアプリへ進化。

スマートフォンアプリで提供していた様々な機能をLINEミニアプリでも実装

会員種別対応



リアルカード連携



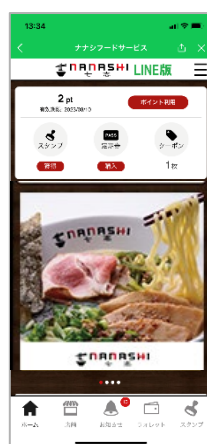
二次元コード 購入ポイント



クーポン



電子スタンプ/定期券



ECサイト連携





リカーリングの性質の売り上げ

販売社数の増加

スマートフォン
アプリプラン

初期50万円 月額10万円～



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

betrendパスチケ
(定期券機能) 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)



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



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

『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



スマートフォンアプリ

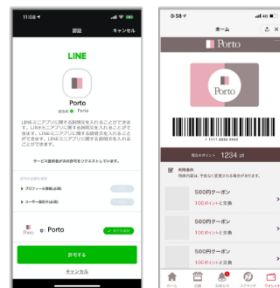


ポイント数やクーポン情報などの
会員情報を共有



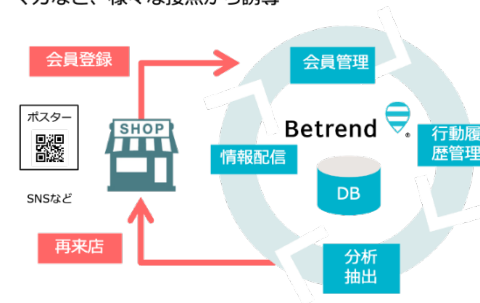
新規のアプリダウンロード不要

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



スーパーアプリのなか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、スマートフォンアプリプランの契約者数と会員数増加を大きく促進する。



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)

告知方法の見直し / 店頭POP作成支援
(会員化率向上)

会員証

スクラッチ

ランキング





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



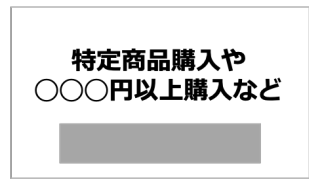
アプリ 回数券・お食事券・定期券/モバイルオーダー

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



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



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。



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



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、セキュリティ強化
③社員教育、社員研修

主な投資項目	
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に、新機能追加や既存機能のバージョンアップのためのソフトウェア開発が継続的に必要となってきます。また、顧客数や機能の追加・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となります。</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、顧客数の増加や冗長化のための設備投資が必要となります。更に個人情報の保護強化の情勢に合わせ、セキュリティ関連においても、より高度な対策を求められており、その為の投資が必要となっていきます。</p>
社員教育、社員研修	<p>■全社員の教育、研修</p> <p>内部統制、適時開示などの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、また顧客企業への販売においても、販売活動及び手厚い顧客サポートを可能とする効率的な営業・サポート体制の構築が必要です。これらの課題に対処するため技術・営業の人材採用を進めると同時に、既存社員の教育・研修に注力していきます。</p>



1. 2022年12月期 通期決算概要

2. 2023年12月期 通期業績予想と取り組み

3. Appendix

- 会社概要
- ビジネスモデル
- SDGsへの取り組み

会社概要（2022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

314,937,800円

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

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

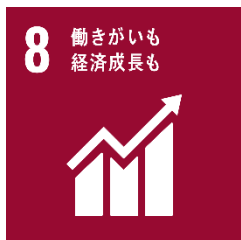
一般第二種通信事業者 / プライバシーマーク使用許諾認定事業者 認定番号：10820648（09）

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



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高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50.0%になりました。



スマートCRMのご利用会員数は2,458万人を超え、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



®