

《 BeMap ニュースレター号外：新年のご挨拶 》

.....
皆さま、明けましておめでとうございます。

2025年の年頭にあたり、弊社代表取締役社長 杉野文則より、謹んでご挨拶申し上げます。

※本メールは当社社員が名刺交換させていただいた方、当社にお問い合わせをいただいた方へお送りしております。配信停止は本メール末尾に記載のフォームからお願いいたします。

明けましておめでとうございます。

本年もよろしく願い申し上げます。

さて、先のコロナ禍において当社は、インバウンド客がほぼ皆無になったことによる Wi-Fi 需要の激減と、長年の顧客である鉄道事業者の乗降客数不振による各種施策の中止という W パンチを喰らっての減収減益となり、まさに大ピンチの局面を迎えておりました。

しかし、大ピンチに陥ったことで、大手企業からの受託などに頼らず、当社独自の事業を積極的に進めようという決断も出来ました。そうして種を蒔き、今年いよいよ花を咲かせようとしている事業を五つ、そしてその次に考えている事業を三つ、あらためてここにご紹介します。

一つ目は『とくちケ』。モビリティ分野での新ビジネスです。利用者が鉄道の運賃を支払うのではなく、利用者を増やしたい受益者が運賃を支払うモデルです。

今年は南海電鉄さんとのビジネスもさらに盛り上がるでしょう。他の鉄道事業者とのジョイントもご期待いただける状況となっています。

受益者側の企業に対しても、しっかりアプローチしております。当社は子会社の MMS マーケティングを通じ、全国の流通業者、メーカー、クレジットカード会社等と取引させていただいております。これらの会社と組み、鉄道+流通+街のコラボによる移動と賑わいの創出を、さらに進めていきたいと考えております。

既に複数の大手鉄道会社が、2026 年度末以降に紙の乗車券を廃止、QR コード等によるデジタル乗車券への全面移行を進めると表明しており、こうした動きもこのビジネスを大きく加速させるでしょう。

当社は、このビジネスを通じ、受益者負担額の 10%程度を得ることを期待しています。単価は小さくとも鉄道の輸送力は大きく、積もり積もれば、いずれ莫大な売上になるものと考えております。

また、昨年9月にドイツで開催された「イノトランス 2024」の会場でも、「とくちケ」は

海外の鉄道関係者から高い評価をいただいております。今年はこれを実際のビジネスに結びたいと考えております。会期後も現在に至るまで、海外の鉄道事業者・関連業者と不定期に打ち合わせを重ねております。さらに、昨年末にはヨーロッパを拠点とし、鉄道関連の製品も多数製造する大手企業の関係者が来日。直接対面して情報交換したいと当社までご訪問いただく機会までありました。これには、さすがに私もびっくりでした。

二つ目は『無線サービスの充実』です。日本では法的規制が厳しく活用が難しかった長距離無線へのチャレンジ。そして家庭内ネットワークである短距離無線「matter」へのチャレンジに力を入れます。

長距離無線については、60GHz帯の長距離高速無線 Terragraph にさらに力を入れます。おかげさまで、昨年はあらゆる分野の企業・自治体等で導入の引き合いがあり、今年はこれらを本格導入の段階まで繋げていきます。

また、昨年秋には Wi-Fi HaLow 対応 AP の EAP112 を上市できました。当社が独自に実地試験を行ったところでは、EAP112 は多摩川の土手沿いで約 2km、南アルプス山麓の高原地帯では約 3km という長距離の通信ができることを確認できました。さらに、昨年 11 月にはインプレスの「INTERNET Watch」でもご紹介いただき、その記事は 24 時間アクセスランキングの 1 位を数日間継続しました。これも注目度と期待の大きさの表れと見ており、現にお問い合わせもたくさんいただきました。今年は、本格的に販売へ力を注いでいきます。

他にも長距離無線関連の動きとして、これまで災害に備えた回線強靱化や災害情報の共有、情報配信などに活用されていた 4.9GHz の帯域が、今後は政府の方針により、携帯電話回線に振り向けられることが決まっています。その災害対策の代替の第一候補に、当社の長距離無線技術と製品がなり得るものと私は考えております。また、海外に比べて遅れを取る長距離無線技術の活用による FA 化を、日本の製造業において進める上でも、当社はお役に立てるものと考えております。

一方、EAP112 は、Apple、Google 等が仕様を制定したスマートホーム向けの無線通信規格「matter」にも対応します。今後、スマート家電をクラウドで管理するニーズが高まることは間違いなく、その分野でいち早く対応 AP を販売開始できたのは昨年の成果の一つでした。昨年 10 月開催の CEATEC 2024 でも、当社ブースにたくさんのお客様が来られ、EAP112 についてのお問い合わせを頂きました。CEATEC の会場全体を見ても、「JAPAN スマートホーム展」ブース内の「matter」のコーナーが会場屈指の注目を集めていたのを目の当たりにしており、matter 活用の機運の高まりを感じずにはられませんでした。

そして、いよいよ今年は当社の AP を通じ、matter 対応製品を便利に使える日がやってきます。2025 年を『matter 元年』とするべく、当社からも今年は matter 対応製品をどんどん上市していきたいと考えております。

三つ目は、スマートメーターを活用して高齢者を見守る『おうちモニタ』です。

おかげさまで、こちらも昨年、商品を上市できました。全国の9,000万世帯に普及するご家庭の電力スマートメーターを通じ、高齢者や体調に不安を抱える方々を見守るサービスです。

高齢化社会の進行は今に始まった話ではありません。しかし、アパート等に入居を希望する65歳以上の高齢者の1/3は、孤独死などの恐れや不安から契約が難しいという実態が、今もって存在します。当社は不動産会社や保険会社と協業し、『おうちモニタ』を通じて、これらの課題に取り組む所存です。あわせて、高齢者福祉関連の予算も膨らむ一方の全国自治体に対して、『おうちモニタ』をはじめとする当社のITソリューションの活用により、低コストで効率化をはかるためのサポートも行いたいと考えております。

『おうちモニタ』は全国の自治体、不動産関連、電力関連の企業を中心に提携を進めております。今年中に2ケタ万件の契約が取れるように邁進したいと考えております。

四つ目は『THE NEXT TOWN』です。

もともとはK-POPグループのSEVENTEENとの連携で街を賑やかにしよう！というコンセプトで、西鉄、阪急阪神ホールディングス、南海、名鉄、東京メトロとコラボし、多くの方々に喜んでいただきました。それに改良を加えて昨年9月、乃木坂46と名鉄とのコラボも実現しました。こちらは1万人以上の方々にご参加頂き、駅を、列車を、街を1ヶ月もの間賑やかにさせることができました。

この実績をもとに、今年は新たにコラボ先を商業施設にも広げ、さらに日本のポップカルチャーにも興味津々のインバウンドのお客様のご参加も視野に入れて、より多くの皆さまに、より進化した「推し活」を、鉄道→街→商業施設を巡りながら楽しんでいただこうと考えております。また、去年は子会社のMMSマーケティングに集英社の元専務も迎えており、対象コンテンツもアイドルから、アニメやマンガにまで広げたいと考えております。

五つ目は、その『MMSマーケティング』です。

埼玉県中心に展開するスーパー、ベルクを中心にこの3年間、様々な取り組みを行ってきた結果、ベルク躍進の一翼を担えたかと自負しております。その実績を買われ、去年は広島県を中心に展開する「ゆめタウン」のイズミ、滋賀県の平和堂、ドラッグストアのウエルシア、さらにダイエー、イオン等多くの流通業者への横展開ができるまでになりました。1回のイベントの規模も当初は予算数百万円程度だったものが、現在は数千万円の規模まで大きくなっています。今年は、さらに対象の地域も流通事業者も広げて横展開し、イベントの規模もより拡大したいと考えております。

最後に、今まで私どもが手をつけていなかった三つの分野について、今年は新たに事業として力を注ぐつもりなので、ここにご紹介します。

一つ目は、インバウンド関連の事業への注力です。

当社は、これまでも国内主要空港向けの Wi-Fi 関連の開発を行っています。また、鉄道事業者と取り組んできた『とくチケ』などの QR コード乗車券の活用も、インバウンドのお客様向けには有効と考えます。さらに、当社は MMS マーケティングを通じて流通業や商業施設とも太いパイプも持っております。今年は、空港→鉄道→街→商業施設を繋ぐことにより、昨年実績で 3,500 万人、7~8 兆円に達する規模のインバウンド市場に IT で挑みたいと思っております。政府もこの市場は 2030 年に 6,000 万人、15 兆円という規模の達成を目標としており、まさにブルーオーシャン市場です。頑張り甲斐があると考えています。

二つ目は、製造業における無線通信技術の活用です。

先にも触れましたが、日本では法的な制約もあり、特に製造業において無線通信技術の導入が進んでおりません。また、昨今は製造業が若い世代に不人気で、就職希望者も減少しているとされております。

当社は昨年、シスコ、ファーウェイ、キリンビール、無線 LAN ビジネス推進連絡会とともにセミナーを開催し、多くの方々にご参加頂きました。製造業において無線技術を活用できれば、生産ラインの効率化とメンテナンス負担の軽減を両立させた、働きやすい環境を提供することができます。既に米国や中国を中心に海外にはあまたの先進事例もあります。今年、当社は関係省庁と調整を進めて、これら先進事例に範を取った実証実験を行い、行く行くは製造業における無線通信推進ビジネスのパイオニアになりたいと考えております。

私自身、社会人としてのキャリアは製造業の工場勤務からのスタートでした。現在でも日本の経済を支えているのは製造業です。若い人たちにとっても魅力ある現場をつくり、日本の製造業を盛り上げていきます。

三つ目は災害対策です。

日本は自然災害の多い国です。それにもかかわらず、基幹となる通信網が光ファイバーを中心に構成されており、ひとたび災害でダメージを被ると、復旧にどうしても時間が掛かってしまう傾向があります。

対して、地震の多い台湾をはじめ海外では無線通信技術を活用することで、災害時における通信インフラのダメージを最小限に抑え、施設が被災しても復旧までの期間を最小限に留めている国がほとんどです。つまり、わが国は災害が多いにも関わらず、災害時の通信インフラ確保について各国に対して遅れを取ってしまっているのです。

こうした現状に対し、当社は Wi-Fi Halow や Terragraph などの長距離無線技術と、「おうちモニタ」など恒常的に見守りを行うサービスの両方を持っています。これらを活用し、発展させることで、無線通信技術を活用した災害対策を我が国に浸透させることができると考えております。去年は防災情報配信システムを東日本の自治体から受託できました。本

年は更なる改良を加えて引き続きの受注と、他地域への横展開を図ります。ゆくゆくは当社の技術とサービスをもって、日本の全国民の安心・安全な生活に寄与できるよう取り組んでまいり所存です。

当社のステークホルダーの皆様には、コロナ禍以降、ご心配をお掛けして申し訳ありませんでした。しかし、ここまで申し上げた通り、コロナ禍の間に蒔いた種=事業は着実に育ってきております。

コロナ禍以前の当社は、大手企業をサポートする形でビジネスをしてきたので、利益幅に限界がありました。

しかし、今年から本格的に展開する上記の事業は、当社が独自に開発・展開する自主事業です。そのため、損益分岐点を越えた時点で大きな利益に結びつく可能性を秘めています。

コロナ禍のピンチを、大きなチャンスに変えて躍進する新生ビーマップに、今年はぜひ期待してください。

本年もご支援のほど、よろしくお願い申し上げます。

※「QRコード」は(株)デンソーウェーブの登録商標です