

VELTRA

VELTRA changes TRAVEL

2022年12月期 第1四半期 決算説明資料

FY2022 1Q Financial Results

ベルトラ株式会社 東証グロース市場：7048

TOPICS



ベルトラブランド設立から10周年を迎える2022年春、ロゴデザイン並びにコーポレートアイデンティティを刷新



創業以来、ベルトラは「旅の本質は文化交流にある」と信じ、たくさんの方々に世界を体験するためのきっかけを創り続けてきました

この数年で私たちの世界は一変し、旅の形も変わりつつあります

常に変わっていく世界に合わせ、私たちベルトラも進化を続けていきます
その強い意志を新しいロゴデザインに込めました



Vision

人を想い、人に寄り添うことでよりよい世界を実現する

Realize a better world through hospitality

お客さま、取引先、投資家、そして社員。ベルトラと関わるすべての人に私たちは寄り添い、誰もが満足できる相互満足の社会実現を目指します。英文の「Hospitality(ホスピタリティ)」の本来の意味は、お互いが喜びを共有し満足を感じることに。私たちはステークホルダーの皆様と共に考え行動することで、より良き社会交流を地球規模で実現していきます。

Mission

心ゆさぶる体験を未来に届ける

Design the genuine experience of tomorrow

「心ゆさぶる体験」とは、世界中の文化や自然、それを伝える人々の素晴らしさについて、心の底から実感できるような本物の体験のこと。これからもベルトラは徹底したサービスで、旅行中に限らずより広い視野をもってお客さまに寄り添い、人生のように多様な「心ゆさぶる体験」に出会うための手段を創造していきます。



2022年12月期 第1四半期 決算概要	P5
2022年12月期 第1四半期 事業別の状況	P11
2022年12月期 今後の取り組み	P19
2022年12月期 通期業績予想	P27
Appendix	P29



2022年12月期 第1四半期 決算概要



業績

- 2022年12月期 第1四半期における営業収益は139百万円。2021年の1月～3月時点と比較し、旅行需要が回復したこと等より、前年同期比で268.6%と大幅増収となった。
- コストは徹底的なコントロールを2020年から引き続き実施。

事業環境

- ワクチン接種の拡大、入国時の隔離期間短縮、経済活動の優先化など、世界の流れは本格的にウィズコロナヘシフト。
- 2022年1月～3月までの訪日外客数は約10万人と2021年同期間比で+約34,000人。出国日本人数は約19万人で2021年同期間比で+約90,000人。

ポートフォリオの見直し

- 引き続き国内旅行事業へ注力を続け、商品数を拡大した結果、合計5,084の体験を提供可能に。2021年12月期 第4四半期時点から+363商品を市場投入した。
- 海外旅行事業以外の収益が拡大、調達資金を用いた新規事業領域への挑戦など、事業ポートフォリオの再構築が順調に進んだ。



会計方針の変更（新収益認識基準の適用）

- 当第1四半期より、「収益認識に関する会計基準等」を適用
- 変更内容

ポイント制度における収益認識タイミングの変更

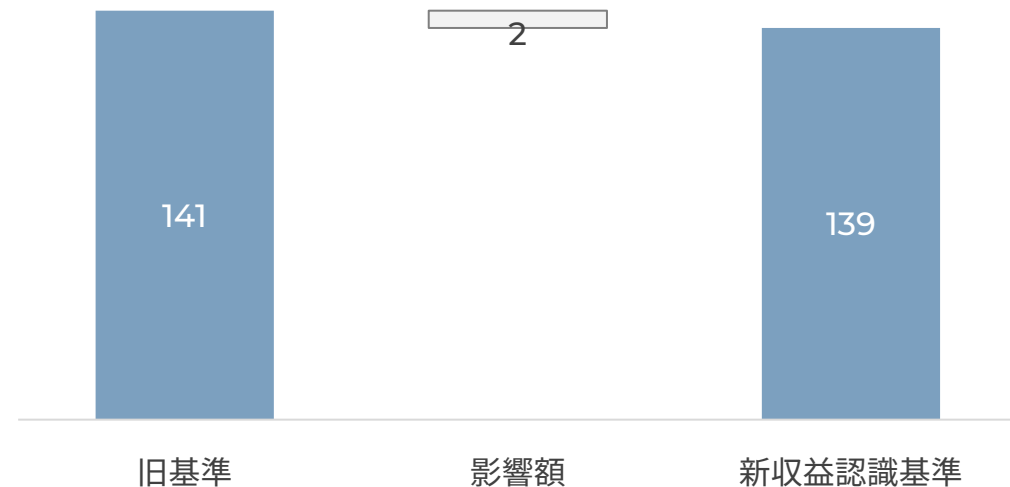
適用前	顧客へ付与したポイントの利用による将来の費用負担額を「販売費及び一般管理費」として認識し、未利用のポイントについて貸借対照表に「ポイント引当金」として表示
適用後	ポイントと交換される特典の履行義務に配分された取引価格を「契約負債」として収益から繰り延べ、顧客のポイント利用に従い収益を認識

■ 変更による影響

営業収益	ポイント部分の収益の繰り延べによる収益減
営業費用	ポイント費用として販管費計上を行わないことによる費用減
営業利益	影響なし（もしくは軽微）
経常利益	
当期純利益	

FY2022 1Q実績における営業収益の影響

(単位：百万円)



P/Lサマリー



旅行需要の回復を取り込み、営業収益は前年同期比268%と大幅に増収。積極的なコストコントロールにも引き続き取り組む。

単位：百万円	2021年12月期 1Q	2022年12月期 1Q	YoY
営業収益	51	139	268.6%
営業費用	399	410	102.7%
営業損失	▲348	▲271	—
営業外収益	13	53	
営業外費用	51	0	
経常利益	▲385	▲218	—
特別損失	13	-	—
法人税等	1	13	
四半期純利益	▲400	▲229	—
1株当たり 四半期純利益（円）	▲12.31	▲6.84	+5.47円

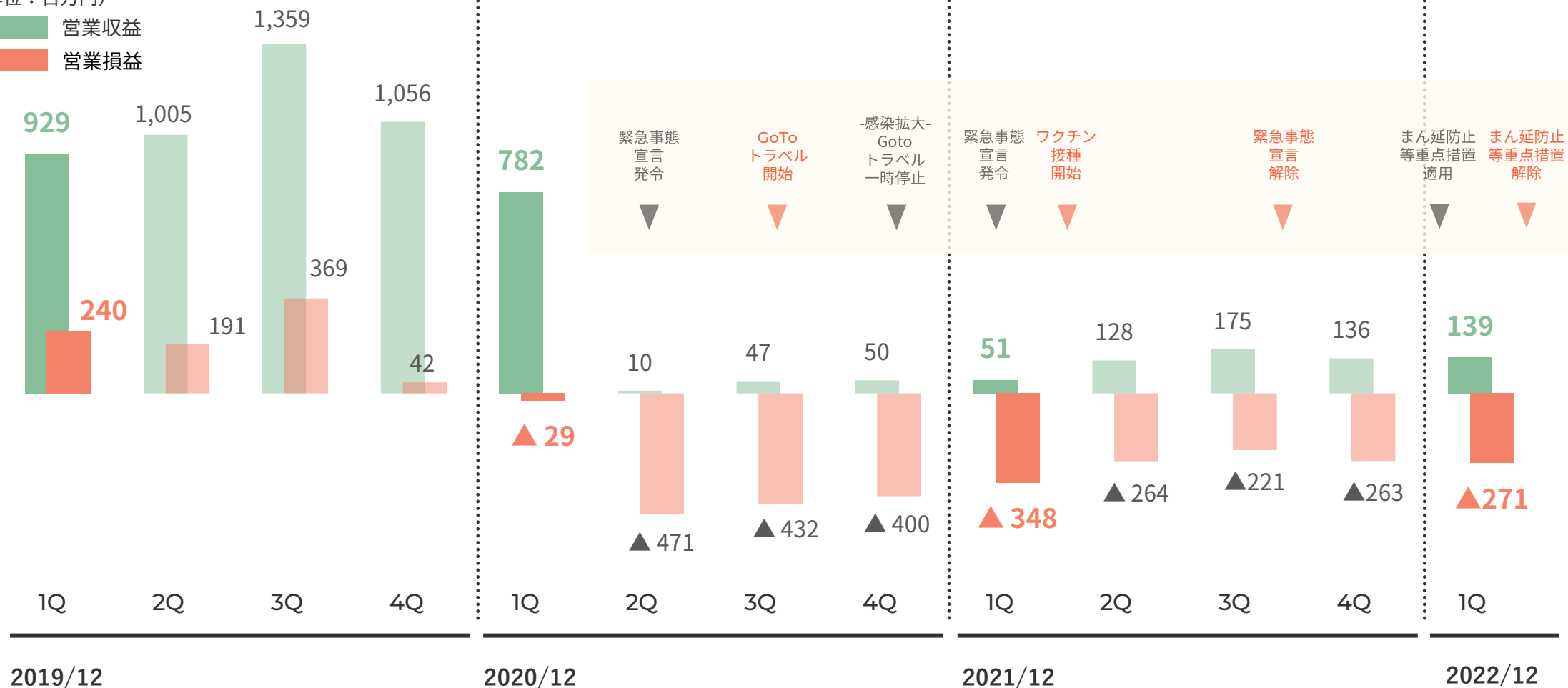
営業収益・営業損益 四半期推移 (会計期間)



営業収益は前年同期比+87百万円、営業損失も+76百万円の改善

(単位：百万円)

営業収益
営業損益



B/Sサマリー



2期前（2020年度）に30%台だった自己資本比率は約60%まで改善し、強固な財務基盤を維持。

単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期 1Q	増減額	詳細
流動資産	1,414	1,676	+261	
現金及び預金	1,197	1,398	+200	
固定資産	455	418	▲37	償却等によりソフトウェアが37百万円減少
資産合計	1,870	2,094	+224	
流動負債	691	860	+168	営業未払金が59百万円、前受金が136百万円増加
有利子負債	25	0	▲25	
固定負債	3	0	▲3	韓国子会社閉鎖により退職給付引当金が3百万円減少
負債合計	694	860	+165	
純資産合計	1,175	1,234	+59	新株予約権行使等により資本金および資本剰余金がそれぞれ131百万円増加、親会社株主に帰属する四半期純損失229百万円を計上したことによる利益剰余金の減少
自己資本比率	61.4%	57.7%	▲3.7pt	

2022年12月期 第1四半期 事業別の状況

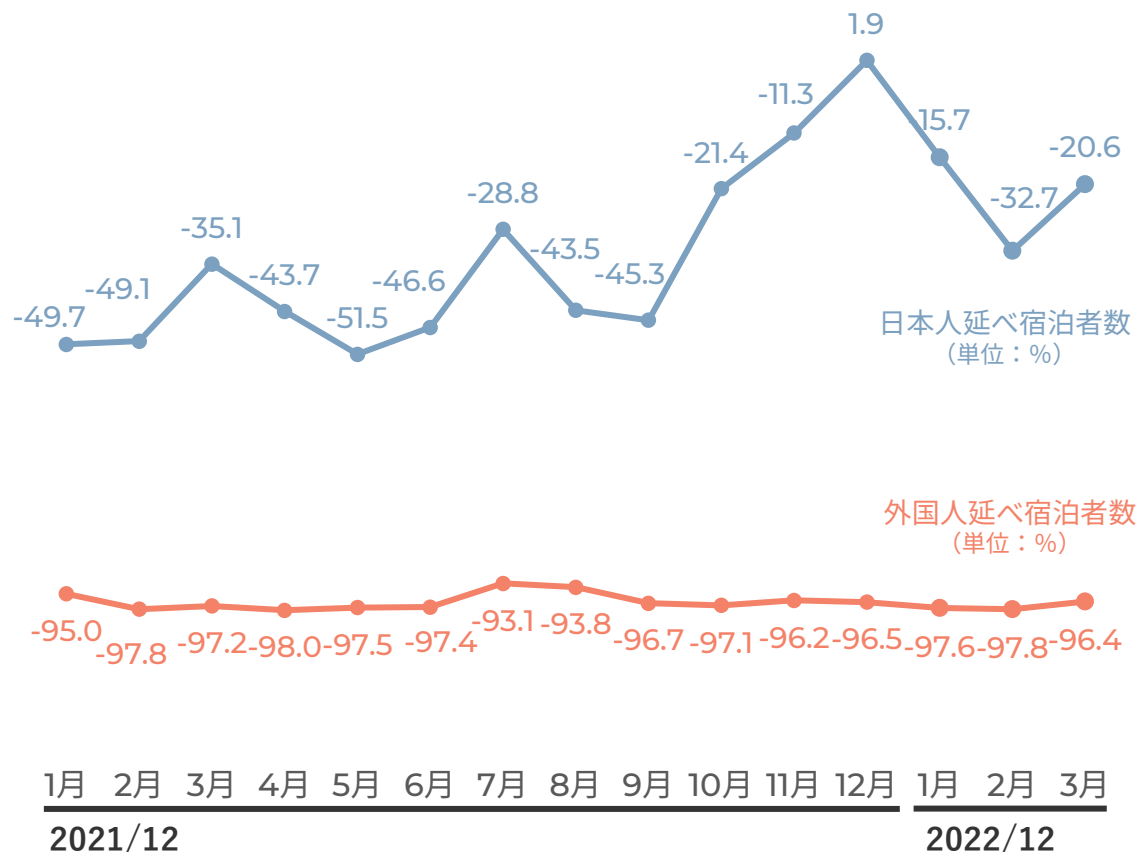
OTA事業 | 国内旅行



2022年1月～2月は、感染者数の拡大により予約数が落ちたものの、足元では回復基調にある。商品数は5,000を突破。

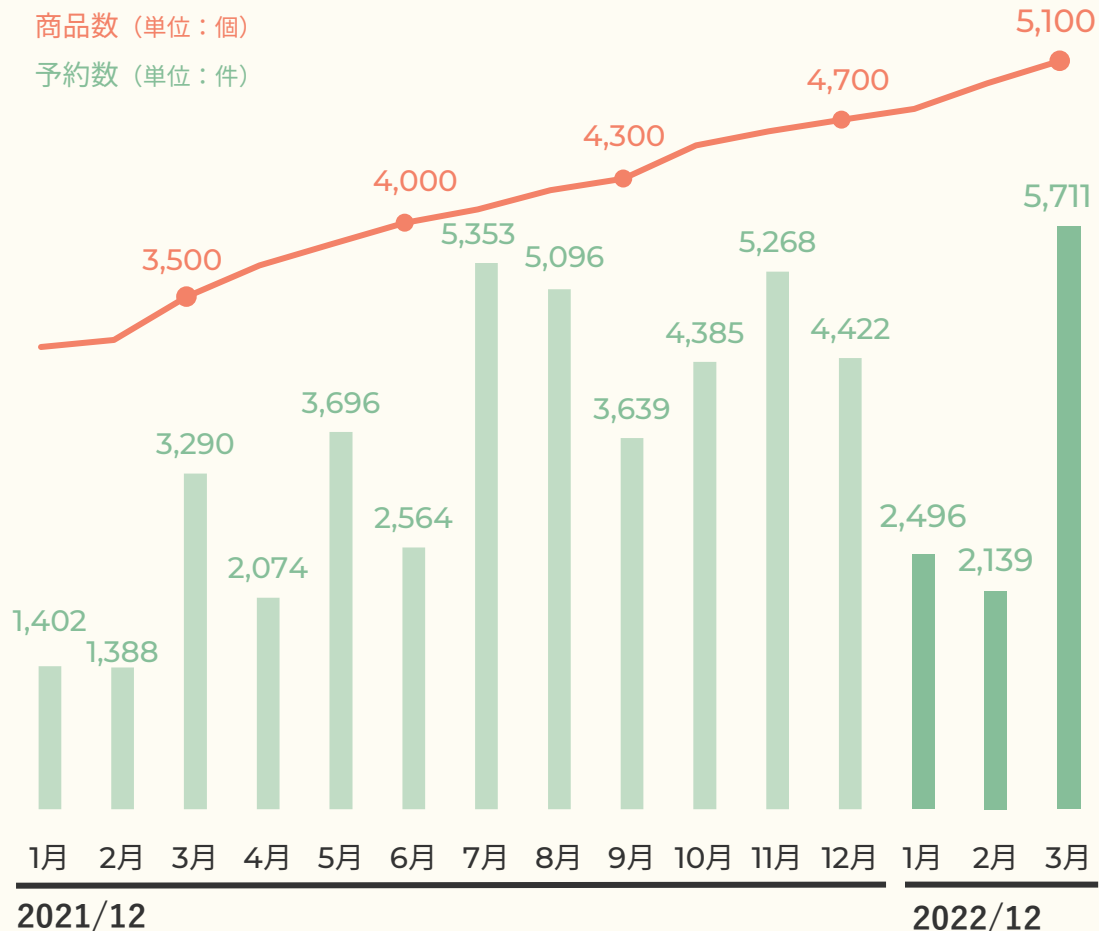
市場環境

国内延べ宿泊者数 2019年同四半期比推移



出典: 観光庁 - 宿泊旅行統計調査 -

国内旅行 商品数および予約数推移



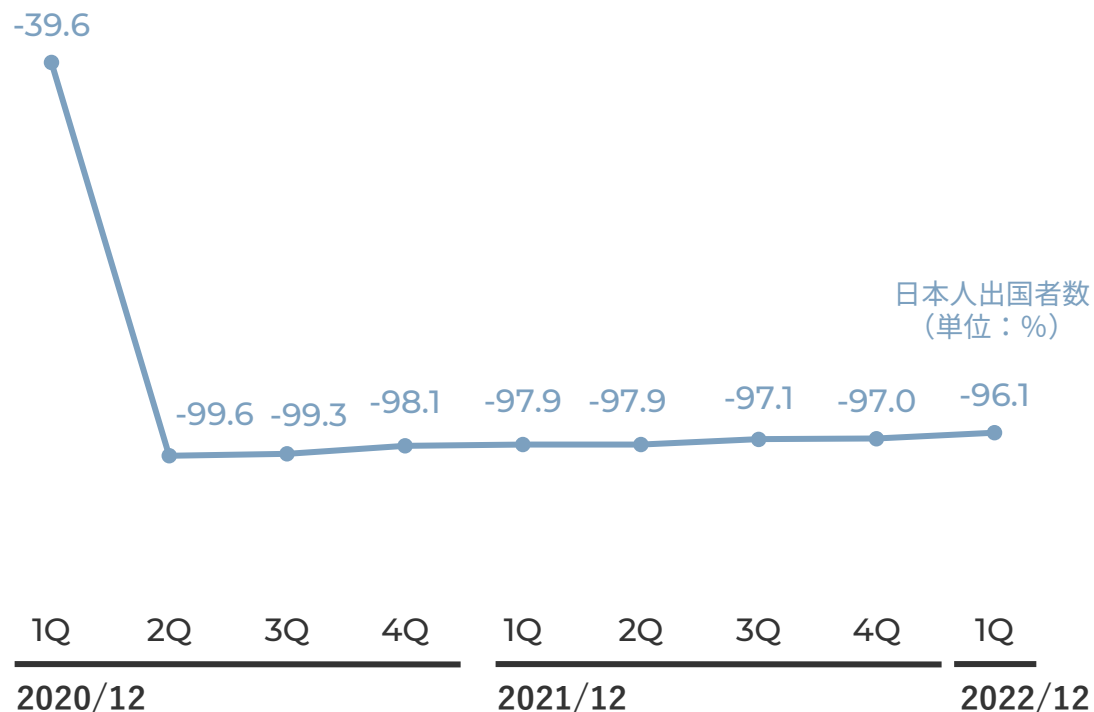
OTA事業 | 海外旅行



日本人の海外旅行は、帰国後の隔離措置等もありまだ需要回復には至っていない

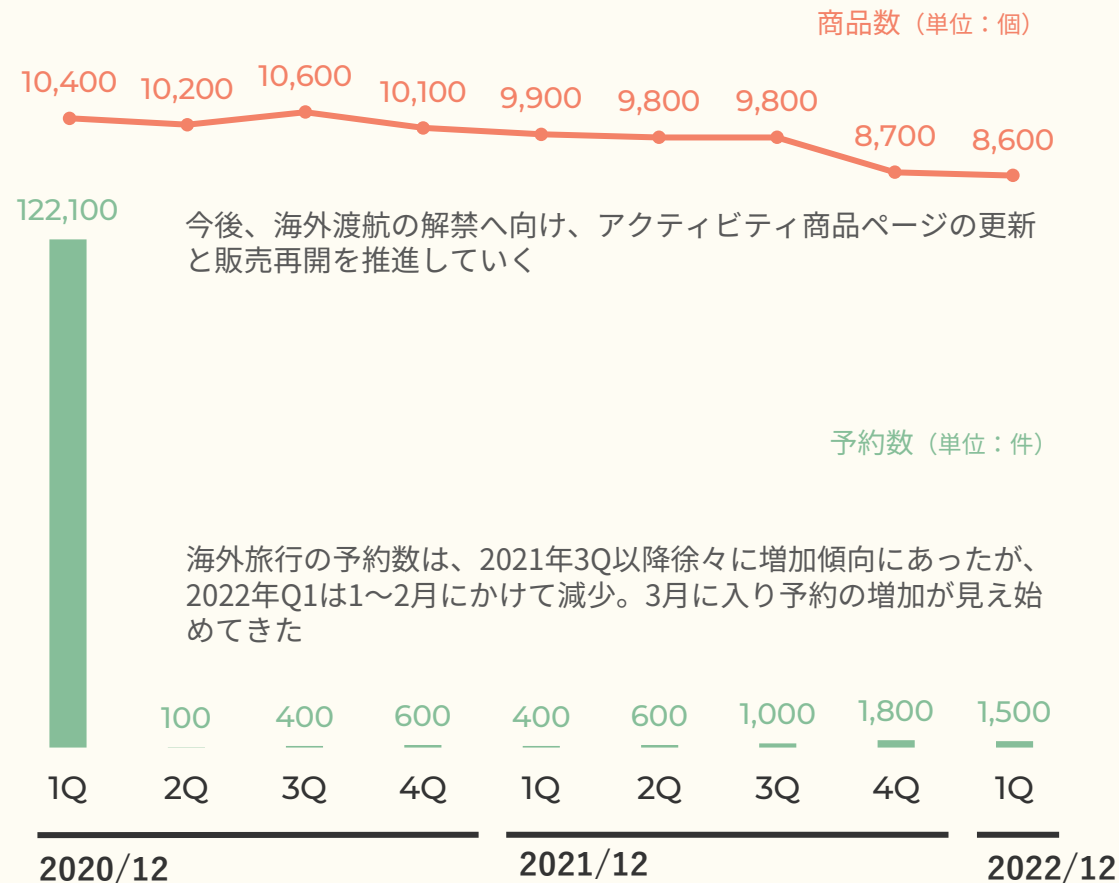
市場環境

日本人出国者数 2019年同四半期比推移



出典: JNTO(日本政府観光局) - 出国日本人統計 -

海外旅行 商品数および予約数推移

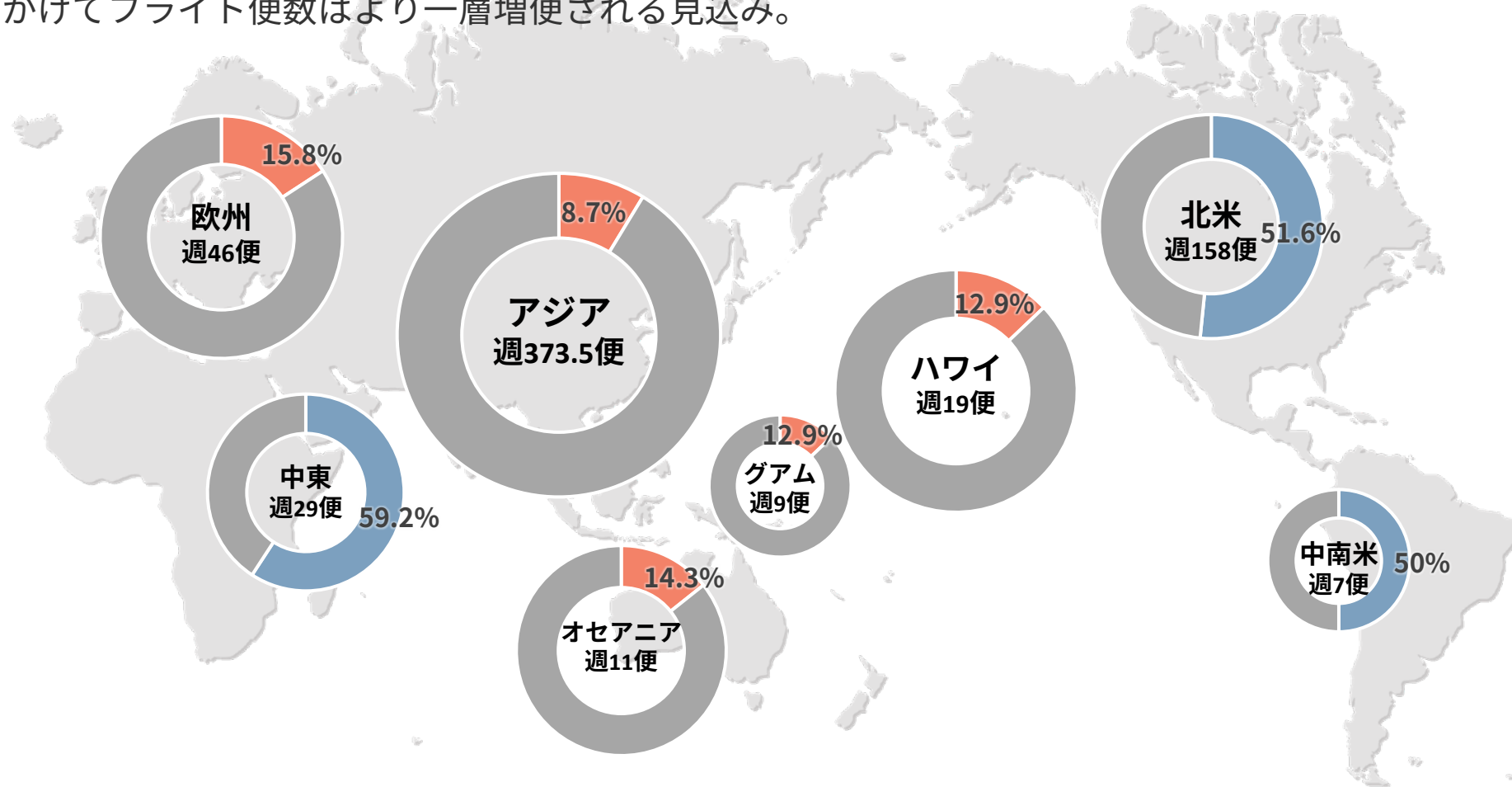


※ 海外旅行の予約数からオンラインツアーの予約数を控除し、遡及修正しております

国際線フライトの現状と回復率 (日本発着便)



2022年4月現在の夏季運航スケジュール(3月～10月)は週合計で673.5便、対2019年で12.7%まで回復。
夏季～秋季にかけてフライト便数はより一層増便される見込み。



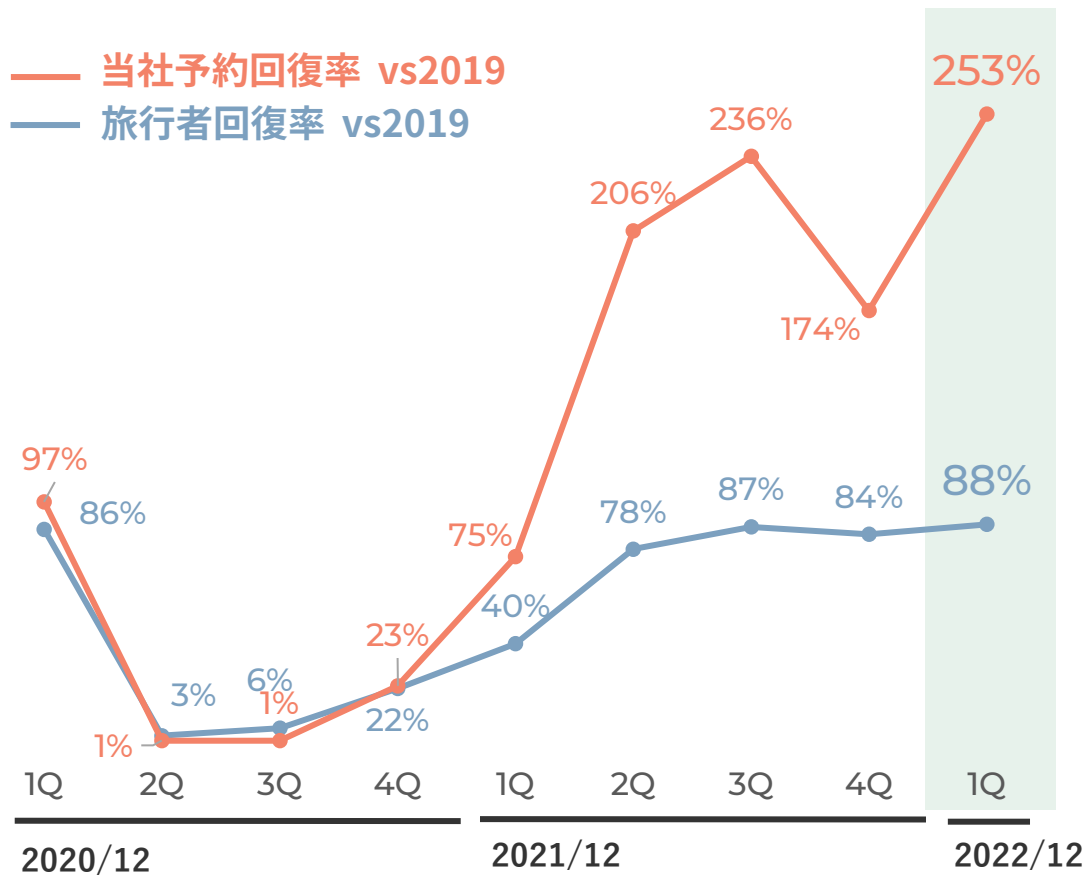
2022年4月時点の夏季運航スケジュールをベースに国土交通省国際線就航状況から弊社算出
※回復率は2019年夏季スケジュールに対しての数値
※出発+到着を1便とカウント

OTA事業 | HawaiiActivities



マスク着用義務が解除される等、本格的なウィズコロナ・アフターコロナへ。引き続き高い旅行需要の回復が見られる

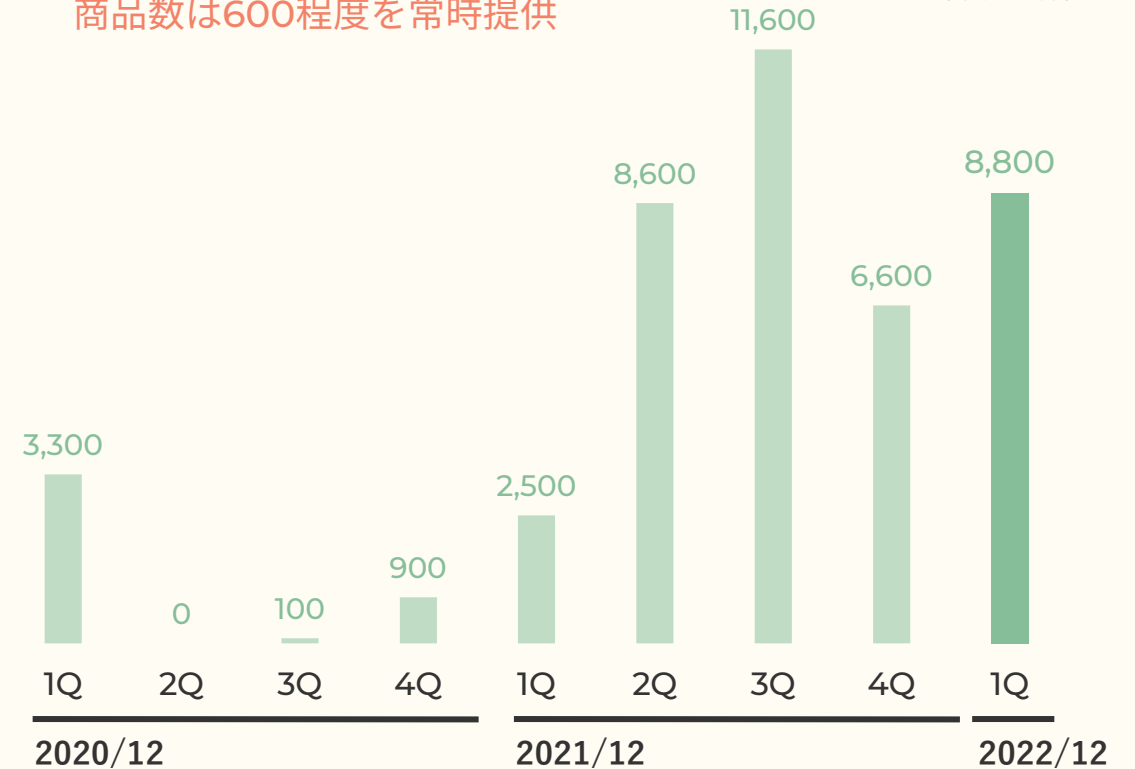
米国本土からのハワイ州到着者数・当社予約数の回復率比較
(2019年同期比)



HawaiiActivities 予約数推移

商品数は600程度を常時提供

(単位：件)



観光IT事業 | プラットフォーム事業 (リンクティビティ)



- 販売商品の強化し約3倍まで増加。直販サイト構築、MaaS推進などサービス強化
- 国内（対日本人）向けの販売商品、販売チャネルも強化中
- NTT西日本を割当先とする第三者割当増資により、1.5億円の資金調達を実施
- NTTビジネスソリューション株式会社と業務提携契約を締結

2020年末 2022年3月末
販売元：24社 → **99社**

JRグループ、主要私鉄、東京タワー、レゴランド等



2020年末 2022年3月末
販売先：112社 → **178社**

Viator・GetYourGuide・美团、リロクラブ等



コスト推移

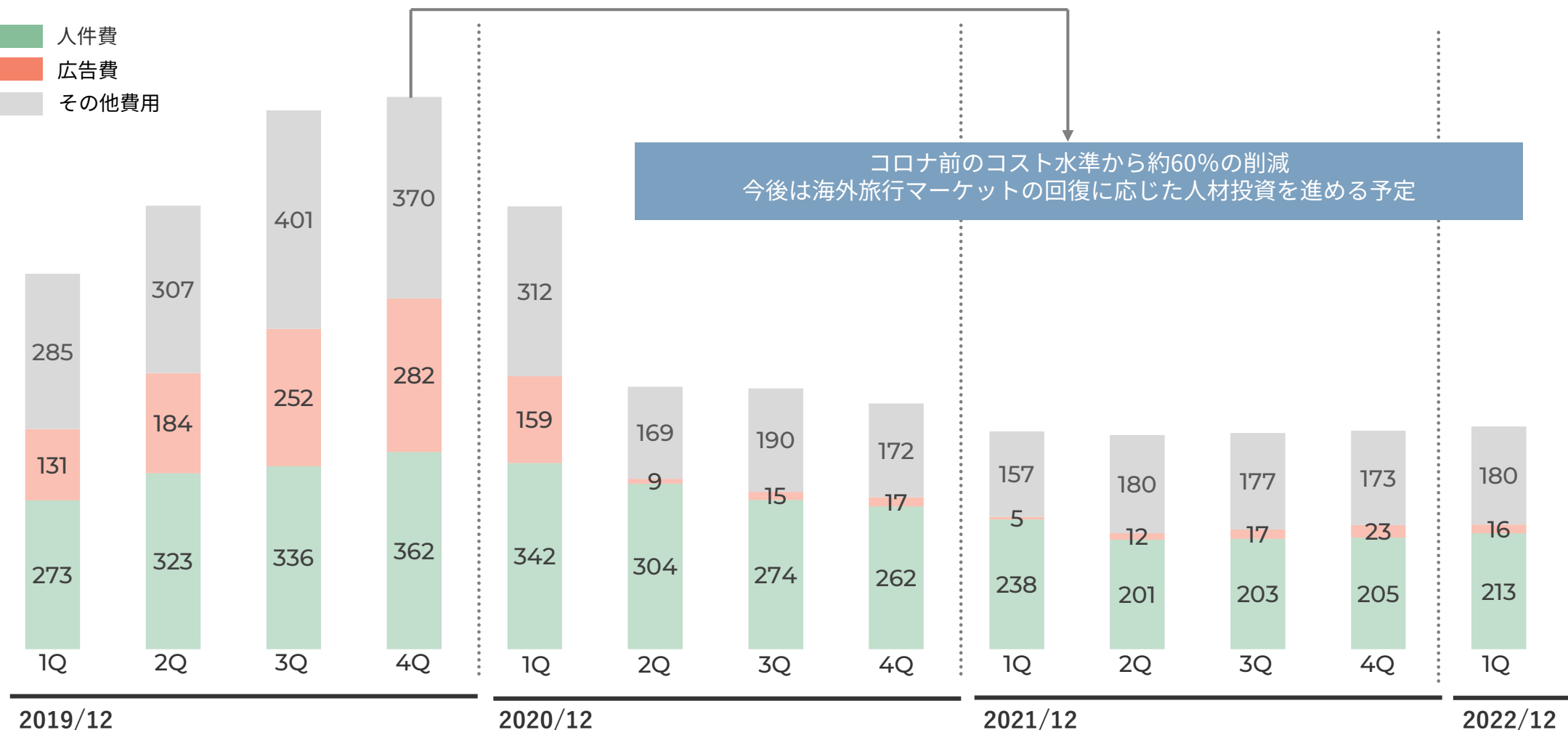
2020年より徹底的なコスト圧縮を継続実施

今後は、収益の回復に応じたコストコントロールを実施



(単位：百万円)

- 人件費
- 広告費
- その他費用





VELTRA

新株予約権ファイナンスによる資金調達

LINKTIVITY

第三者割当増資による資金調達

	第6回新株予約権	第7回新株予約権
行使価格	当初行使価格 618円 (下限行使価格 433円)	当初行使価格 874円
発行株数	2,311,000株	995,000株
想定調達額	10億円～14億円	8.7億円
進捗率 (2022年4月末時点)	37%	0%
主な目的	海外事業の再構築、プラットフォーム事業、国内事業の拡大、システム改善のための投資	
充当状況 (2022年4月末時点)	現時点において目的に対する具体的な充当はありません	

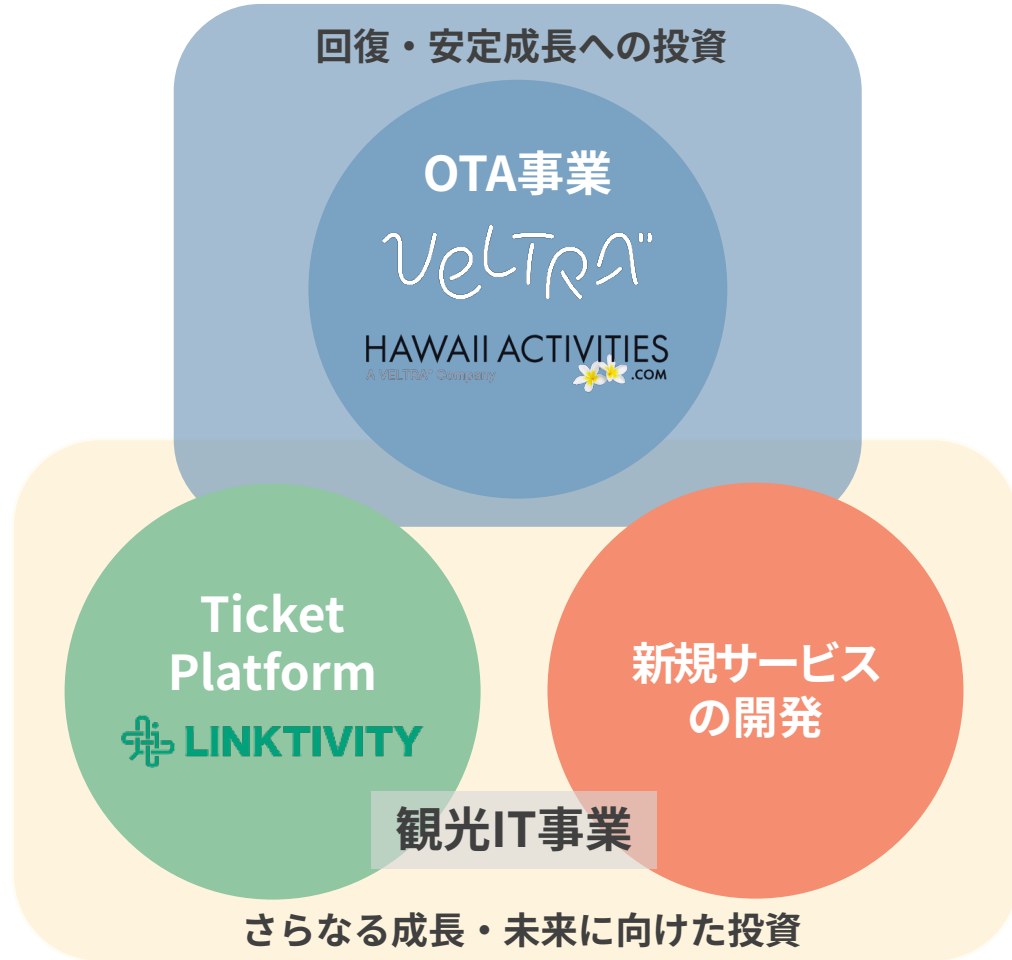
	第三者割当増資
割当先	西日本電信電話株式会社 (NTT西日本)
払込日	2021年12月28日
調達額	1.5億円
主な目的	運営体制の強化による事業の拡大、事業成長促進のための新規サービスの開発等の実施
充当予定時期	2021年12月～2023年12月

2022年12月期 今後の取り組み

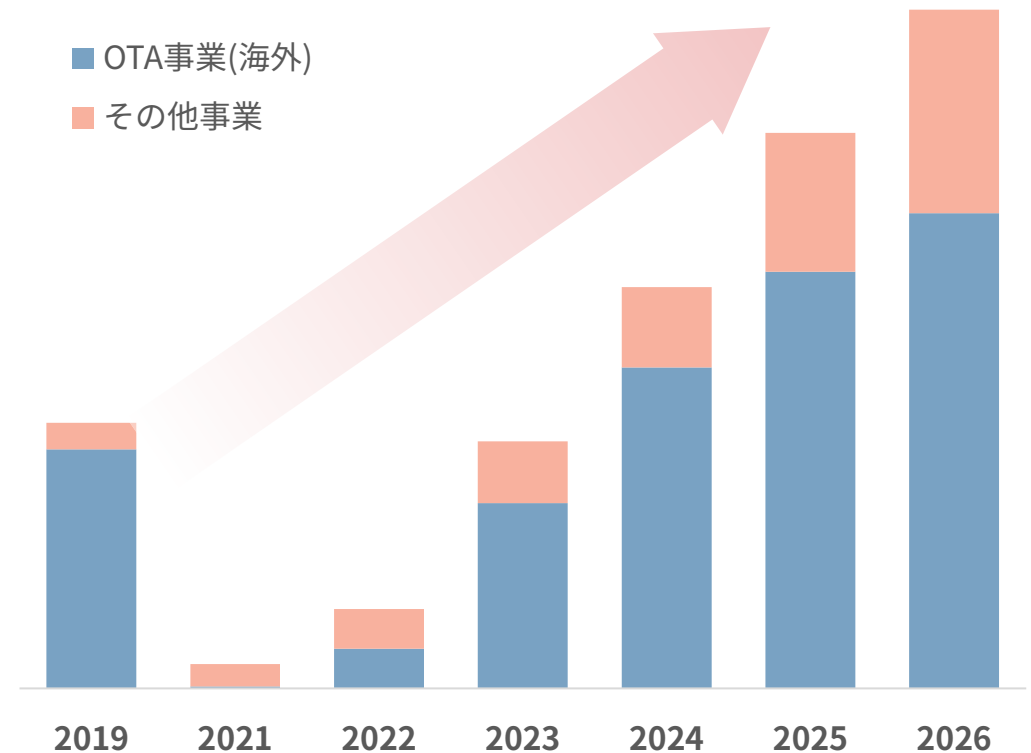


今後の重点的な投資領域

OTA事業では、来るべき旅行マーケットの回復に備えた投資を継続
さらなる成長のためにチケットプラットフォームや新規サービスの開発へ投資し、**収益基盤を拡大**



海外旅行事業と新たな収益基盤の拡大イメージ

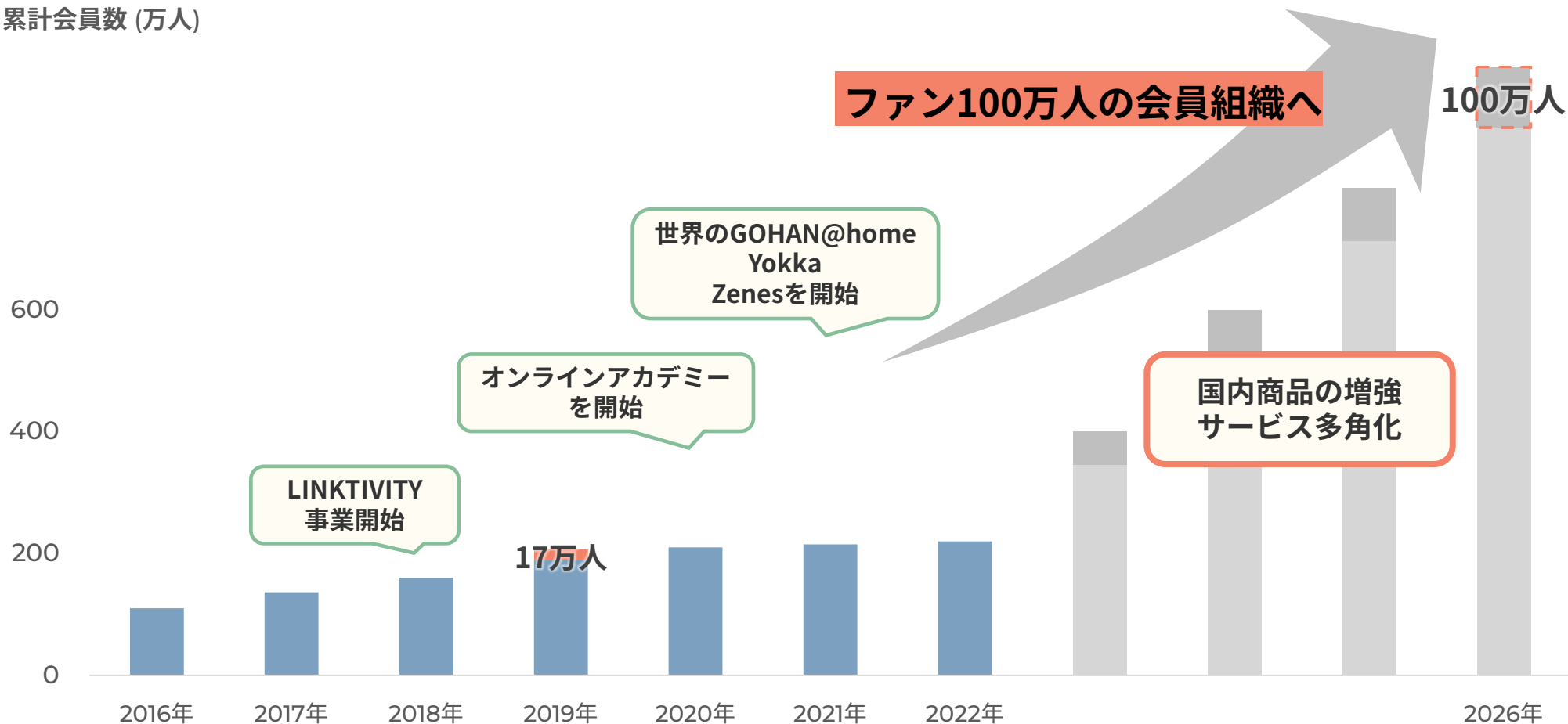


2026年までにファン100万人の会員組織を目指す



ファン＝弊社サービスを年2回以上利用する顧客と定義。国内商品の増強やサービスの多角化を通じた顧客とのタッチポイント拡大による、既存会員のアクティブ化および新規ファンの獲得を推進中

累計会員数 (万人)

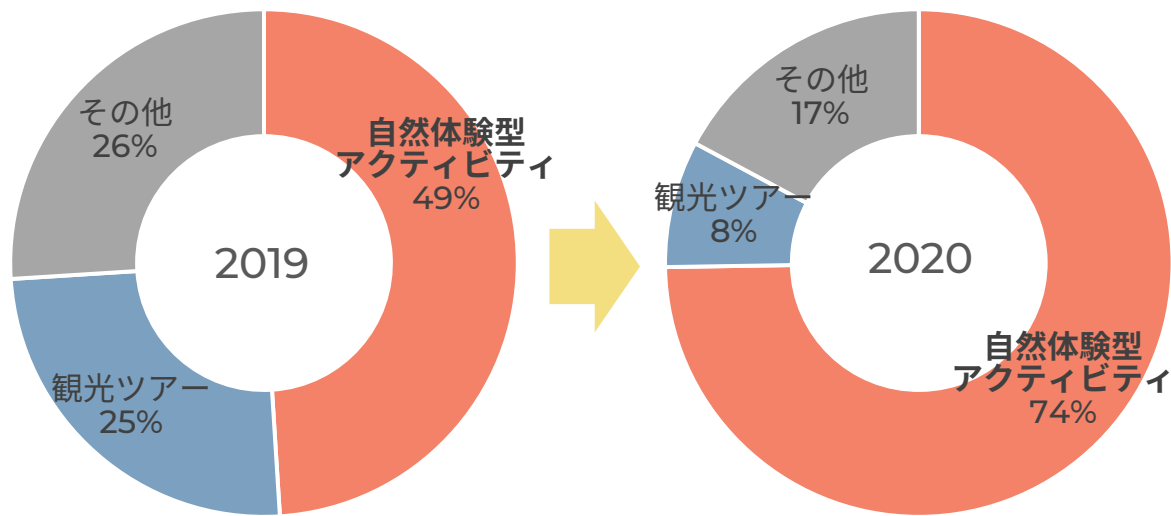


国内旅行：自然体験型アクティビティ商品の強化

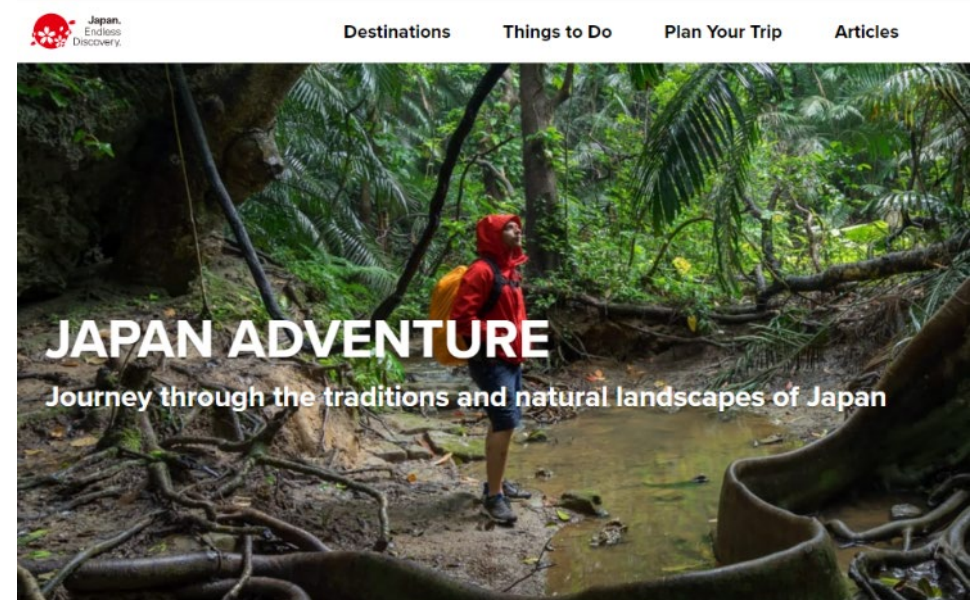


- ベルトラ国内旅行のカテゴリー別売上げ構成比において、**自然体験型アクティビティ**に大きな伸長の兆しがみられる。

- JNTO(日本政府観光局) では22年度の取り組みとして、**高付加価値・サステナブル・アドベンチャー**ツーリズムの重点化を発表。国内旅行のコンテンツとして自然体験型アクティビティの市場拡大が予想される。



VELTRA.com 日本国内商品のカテゴリー別売上より弊社作成

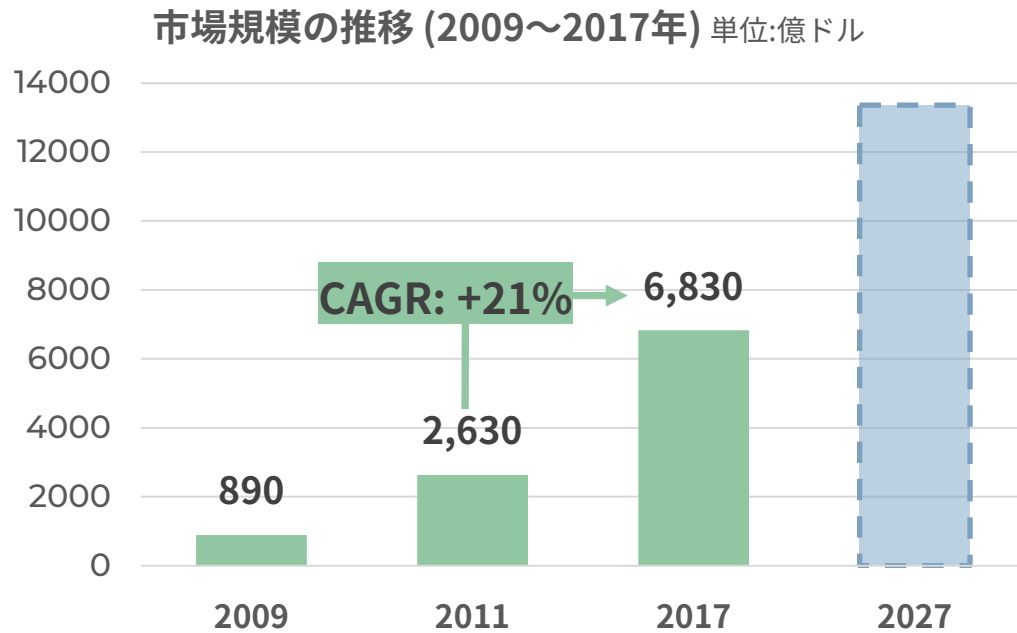


国内旅行商品：アドベンチャーツーリズムの市場規模

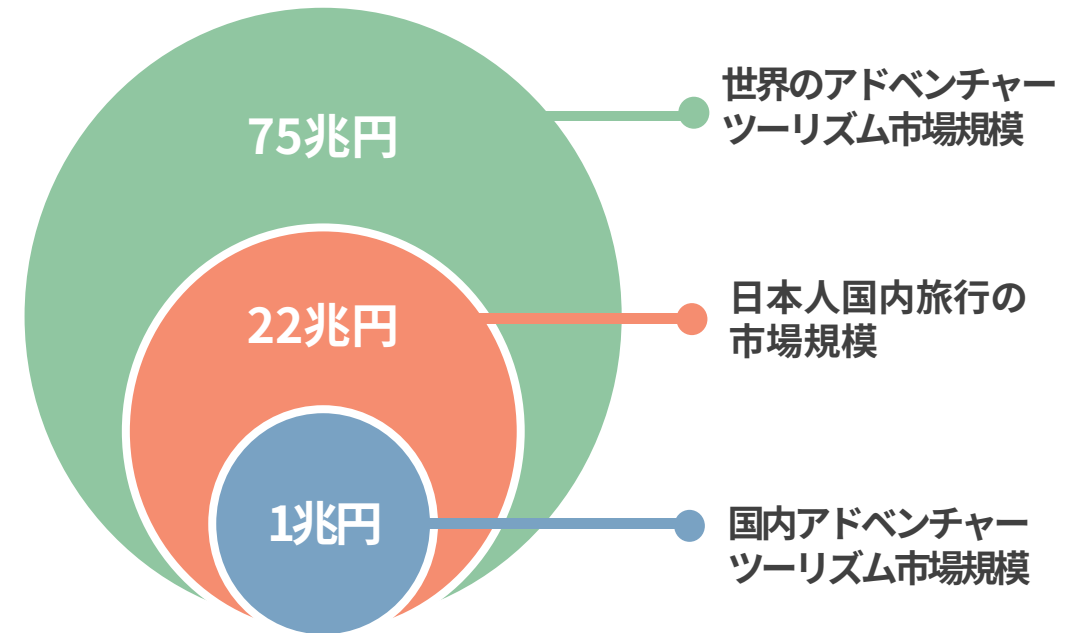


■ アドベンチャーツーリズムは世界で6,830億ドル(75兆円)の市場規模。これまでの成長率から、旅行市場回復後も高い需要が見込まれる。

■ 日本人国内旅行(宿泊&日帰り)の市場規模22兆円のうち、国内アドベンチャーツーリズム市場規模は約1兆円と想定。



Accelerating Finland's Sustainable Future in Adventure Tourism, AATA, 2018



Adventure Travel Overview & Market Sizing, AATA, 2021
旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書(観光庁)
日本におけるアドベンチャーツーリズムの可能性(JTB総合研究所)



エコツーリズム・アドベンチャー ツーリズムの商品 企画・販売促進

自然と向き合う体験活動を促進。
山・海・川のネイチャーツアー
やアクティビティ、観光ツアー
や体験を提供

地方エリアの観光促進

都市部や有名観光地に集中する
観光客を分散させ、郊外へ赴く
ための目的となる体験を発掘し、
地方への観光客を誘致

ピースツーリズム (災害・ 戦争被災地等の観光)

特に自然災害等で被害を受けた
地域において、自然との共存・
平和の大切さや重要性を知り、
体験する観光を促進

全ての要素を兼ね備える日本の国立公園を中心に、国内体験市場の持続的な成長を実現

日本の全34の国立公園内で体験できるアクティビティ商品の取り扱い数を拡大し、
OTAサイトとして国内最大規模を目指す



令和4年3月

環境省 - 国立公園オフィシャルパートナー

環境省が日本の国立公園の魅力や利用者の拡大を図ることを目的としたオフィシャルパートナーとして認定
今後の取り組みとして、日本の国立公園を中心としたエコツアー・アドベンチャーツアーの販売促進および商品企画をおこない、付加価値創出および持続性の高い観光商材の開発を計画



令和3年3月

環境省 - 第16回エコツーリズム大賞 特別賞

『旅育』の観点から次世代を担う子どもたちを対象とした『キッズエコツアー』として、未就学児～小学生の子どもが参加できるエコツアーの商品ラインナップの開発・拡充などを行った。また、コロナ禍における新たな需要を見据え、地域の自然環境の魅力を広く消費者に伝えるための『オンライン・アカデミー』の開設など、積極的かつ先進的な取組を評価



国内旅行：エコツーリズム・地域活性の取り組み例



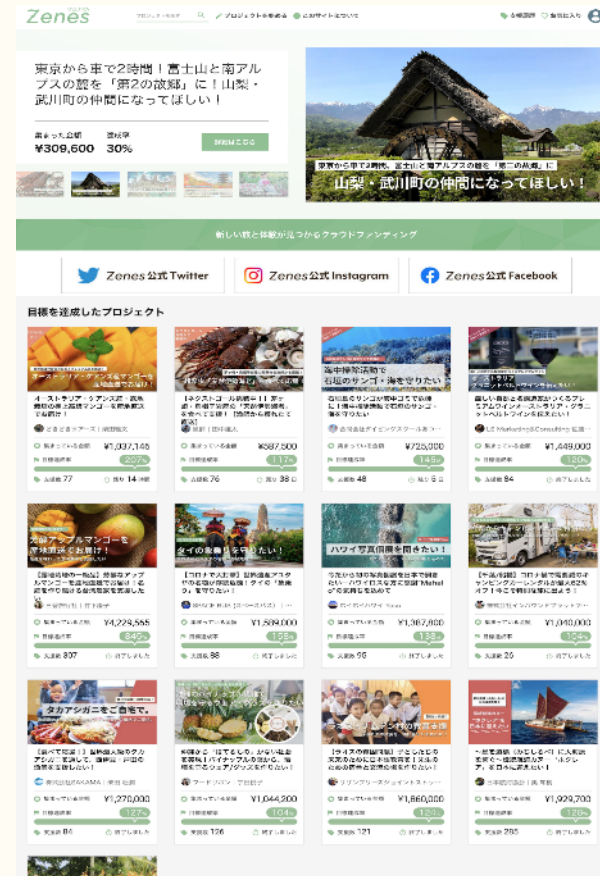
離島、全10諸島にフォーカスした
プロモーション(全160商品)

[特設サイト](#)



クラウドファンディングによる
観光地域の支援プロジェクト

[特設サイト](#)



ダイビングライセンス促進の
プロモーション(全11商品)

[特設サイト](#)



2022年12月期 業績予想



2022年12月期（通期）の連結業績予想につきましては、COVID-19の収束時期について不透明な状況が続いており、旅行需要の回復具合の見通しが立たない現時点において、合理的な業績予想を算定することが困難なため、2022年12月期の業績予想を未定とさせていただきます。

今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに開示いたします。



Appendix

会社概要



国内最大級の現地体験型オプションツアー専門のオンライン予約サイト「VELTRA.com」を運営

会社概要

社名： ベルトラ株式会社
本社： 東京都千代田区神田美土代町1番地
資本金： 14億6,828万円（2022年3月31日現在）
創業年： 1991年11月（VELTRA.com事業開始2004年4月）
決算期： 12月
従業員数： 本社96名(122名)（）は臨時雇用含む
連結133名(164名) 2022年3月31日現在
子会社： [マレーシア] VELTRA Malaysia Sdn. Bhd.
[米国(ハワイ州)] VELTRA Inc.
[韓国] VELTRA KOREA Inc
[日本] リンクティビティ株式会社
営業所： タイ(バンコク)、ベトナム(ホーチミン)



事業カテゴリ



役員

代表取締役社長／CEO	二木 渉
取締役／COO	萬年 良子
取締役	倉上 智晴
取締役	皆嶋 純平
社外取締役	鈴木 学
社外取締役	カスバート・ロドニー
監査役	池田 哲司
非常勤監査役	毛利 正人
非常勤監査役	河野 雅之



- 1991 マーケティング関連のコンサルティング業務としてアラン株式会社（現ベルトラ株式会社）設立
- 2003 ゴルフ場予約専門サイト「GORA」事業を楽天（現「Rakuten GORA」）に営業譲渡
- 2004 アクティビティ専門サイト「Alan1.net」(現:VELTRA)の事業開始
「HawaiiActivities.com」を運営するWhite Publishing, Inc.（現：VELTRA Inc）の全株式を取得
- 2012 グローバル事業展開を目的にブランド名を「Alan 1.net」から「VELTRA」に商号を変更
社名もアラン株式会社からベルトラ株式会社へ変更
英語サイトを開設 訪日旅行事業開始
マレーシアにシステム開発会社としてVELTRA Malaysia Sdn.Bhd.（マレーシア）を設立
- 2016 「CityDiscovery.com」を運営するCity Discovery SASの全株式を取得
- 2017 韓国12cm社との事業提携にて韓国語サイト開設
シンガポールにLINKTIVITY PTE.LTD. を設立 B2B向けビジネスを本格開始
- 2018 東京証券取引所マザーズ市場上場
- 2019 韓国12cm社と合併会社VELTRA KOREA Inc.を設立
- 2020 リンクティビティ株式会社設立、プラットフォーム事業をシンガポール法人から移管

VELTRAについて



ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、「心ゆさぶる体験」に出会うためのソリューションを提供します。

OTA事業

VELTRA

国内最大級 日本人向け 海外・国内
現地ツアー・アクティビティ予約

HAWAII ACTIVITIES
A VELTRA® Company

北米旅行者向けハワイ専門
現地ツアー・アクティビティ予約

ベルトラ VELTRA ONLINE ACADEMY
オンライン・アカデミー
LIVEで体験するオンライン世界旅行

世界のGOHAN@home

世界各国の文化料理をお届け

旅行中



旅行前

旅行後

観光IT事業

LINKTIVITY
鉄道・施設向けプラットフォーム

VELTRA
Zenes
観光事業者を支援する
クラウドファンディング

YOKKA

日常・余暇をより楽しく過ごすための
情報をメディア



当社、中核事業の「VELTRA.com」は国内最大規模の現地ツアー・アクティビティ予約サービス
圧倒的な会員基盤に加え、旅行商品だけに留まらない「心ゆさぶる体験」商品を提供

VELTRA



取扱国数: **150**カ国



商品数: 海外 **9,500** 国内 **4,700**



会員数: **304**万人



参加者: **200**万人/年間
*2019年時点



体験談数: **38**万件

VELTRA Booking Platformのその他サービス

英語

HAWAII ACTIVITIES
A VELTRA® Company .COM

北米旅行者向けハワイ
現地ツアー・アクティビティ予約



商品数: 650商品



会員数: 85,000人



参加者: 89,000人/年

日本語

ベルトラ VELTRA ONLINE ACADEMY
オンライン・アカデミー

LIVEで体験するオンライン世界旅行



商品数: 95商品



参加者: 50,000人/年

日本語

世界の**GOHAN@home**

世界各国の文化料理をお届け



商品数: 95商品



注文数: 5,000件/年

日本語

法人サービス

ベルトラ商品を法人サイトで販売



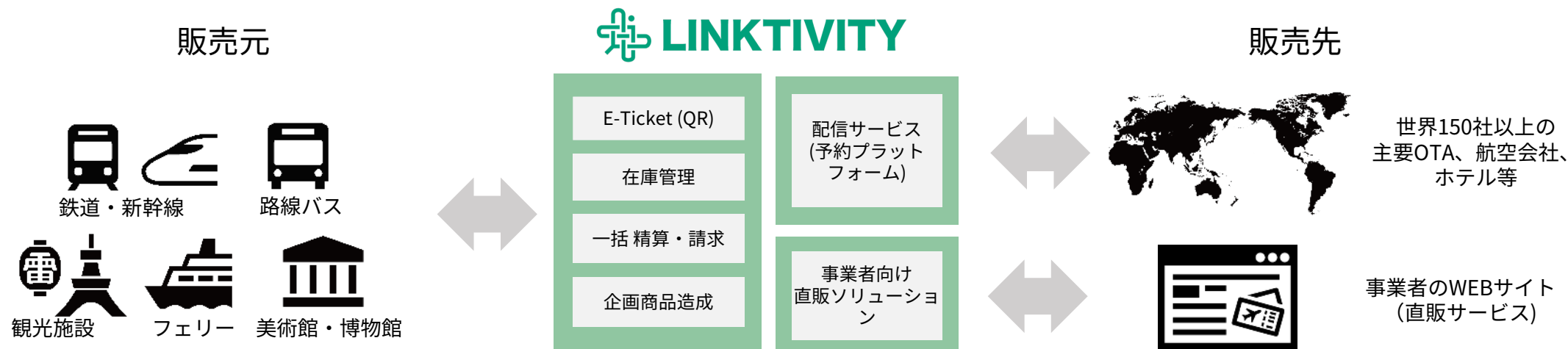
Benefit one 他多数

観光IT事業



鉄道・施設向けプラットフォーム「LINKTIITY（リンクティビティ）」の展開

日本の交通機関・観光施設の販売支援および世界各国の旅行会社を結ぶプラットフォームを提供
デジタルチケット化やMaaSなどシームレスな体験とDX推進による販売機会を提供



[販売元 企業様例]



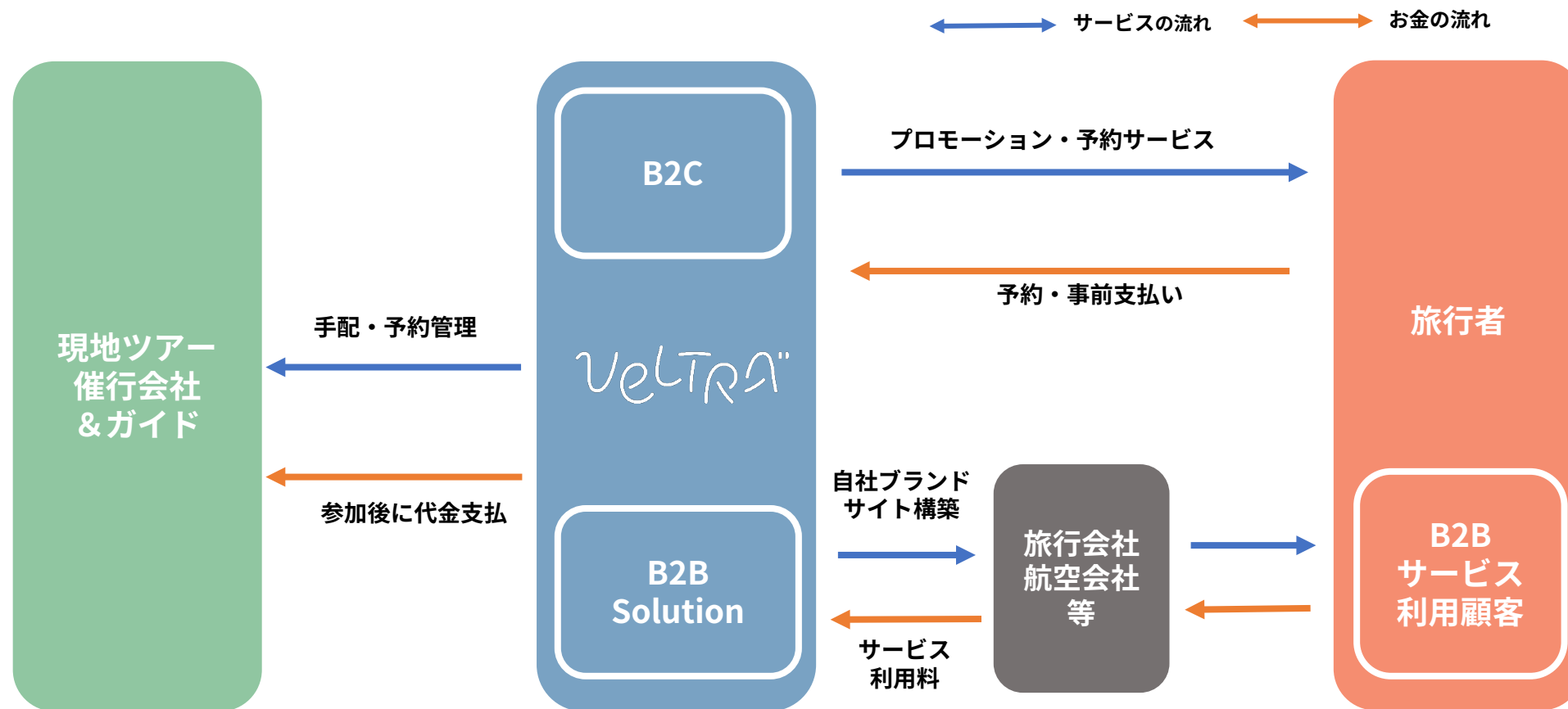
[販売先 企業様例]



VELTRA.comのビジネスモデル



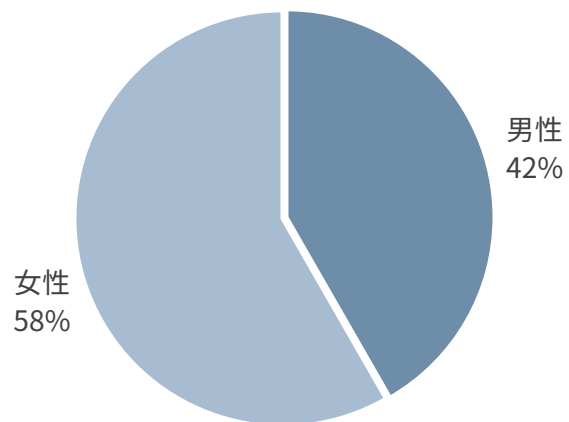
VELTRAグループの中核であるOTA事業（VELTRA&Hawaii Activities）は予約販売での手数料モデル



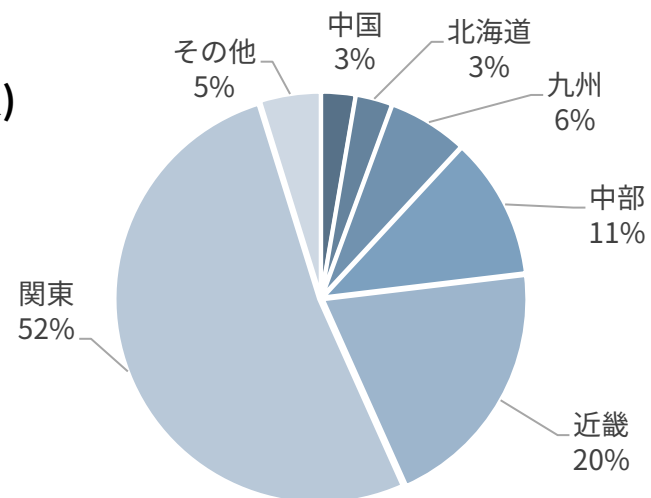


幅広い層の顧客からの支持を受けており、99%以上は海外旅行経験者

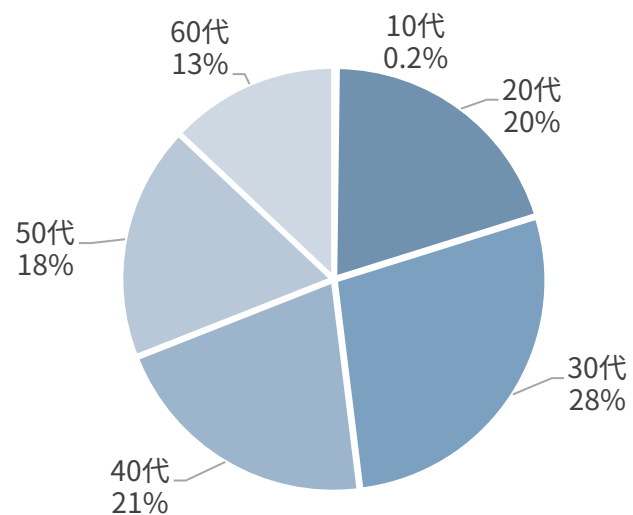
性別



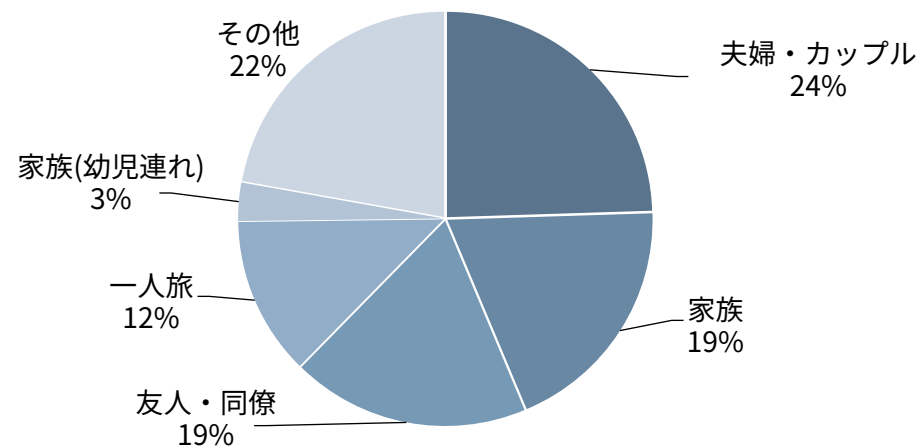
居住区 (日本人会員)



年齢層



同行者





日本の体験OTAのパイオニア

圧倒的な会員基盤に加え、日本人に特化して最適化された体験商品のラインナップとサービスの質は他社を圧倒。



世界150カ国、5,000社以上の
催行会社ネットワーク



200万人以上の
会員基盤



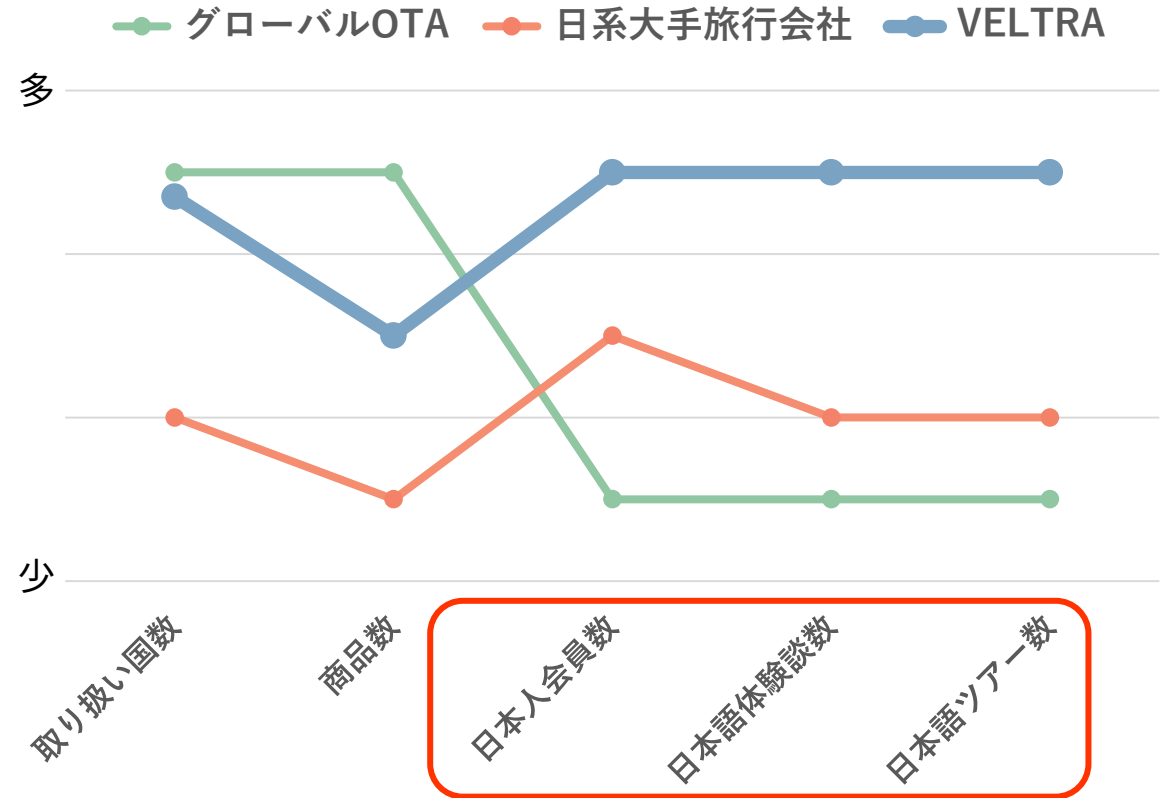
12,000種類
以上の品揃え



38万件以上
の体験談



日本語ツアー
3000件以上





オンライン市場での存在感

集客から商品企画、購買まで一気通貫のマーケティング力により、体験商品のオンライン市場で抜群の知名度と販売力を確立



300万USER/月*
Organic集客力
*2017～2019の平均値



20万USER/月
Ownedの集客力



予約の**50%**が
リピーター
*2019年の実績



NPS(+27%)の
顧客ロイヤリティ
*自社でのNPS集計



国内2,000社以上の
BtoBネットワーク



100社以上との
APIシステム連携



ローカライズ
された**UI/UX**



24/7のカスタマー
サポート体制

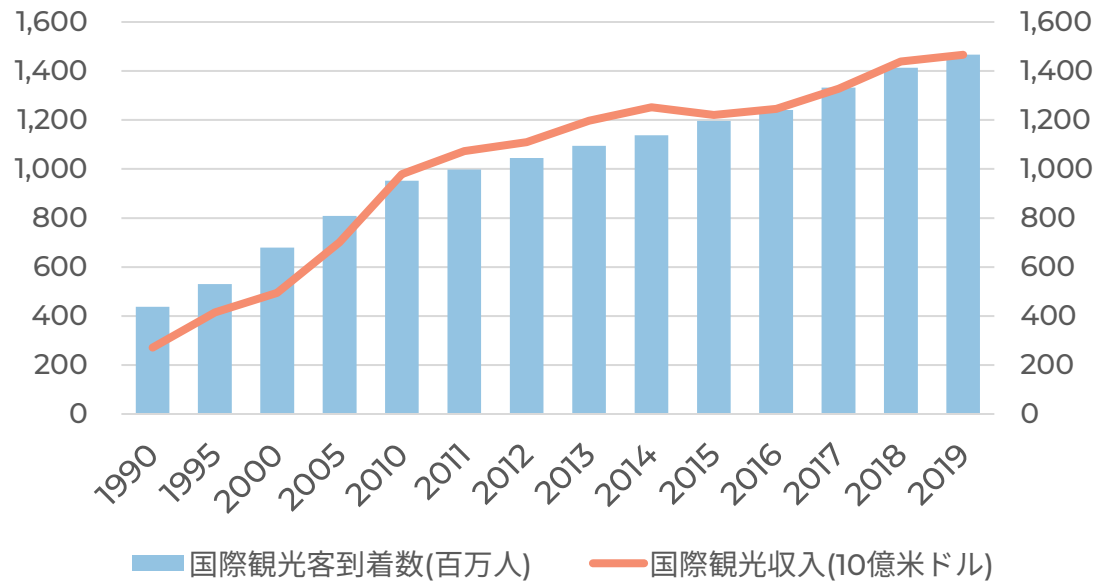
市場環境：旅行市場の現状



観光ホスピタリティ産業は2001年の9.11テロや2009年の金融危機等を乗り越え、GDP以上の成長を見せてきた**非常にレジリエントなセクター**

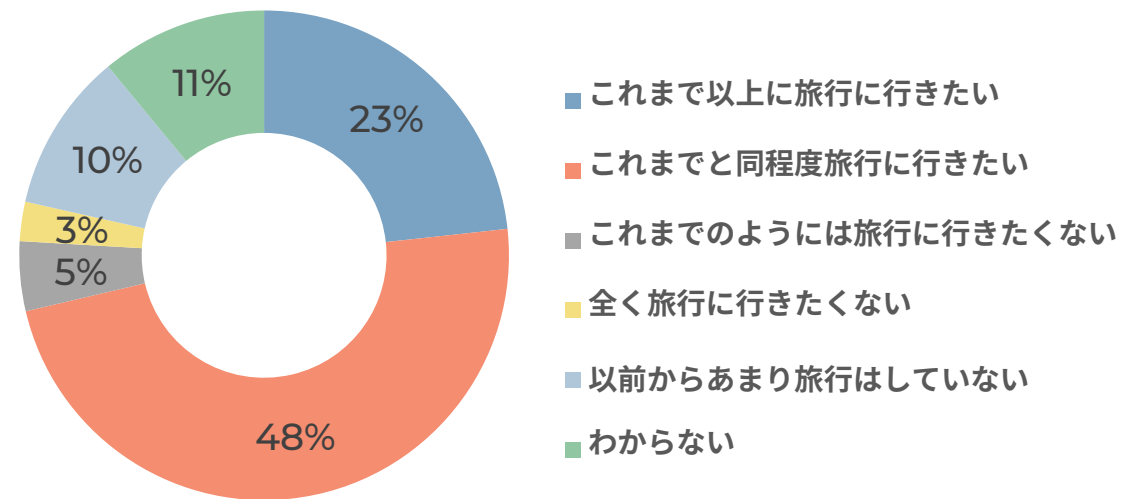
日本人の新型コロナ収束後の**旅行へのモチベーションは依然として高い**。

国際観光客到着数及び観光収入の推移



UNWTO "World Tourism Barometer"(2021 March)

Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいですか？



「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向」
公益財団法人日本交通公社 (2021年7月)

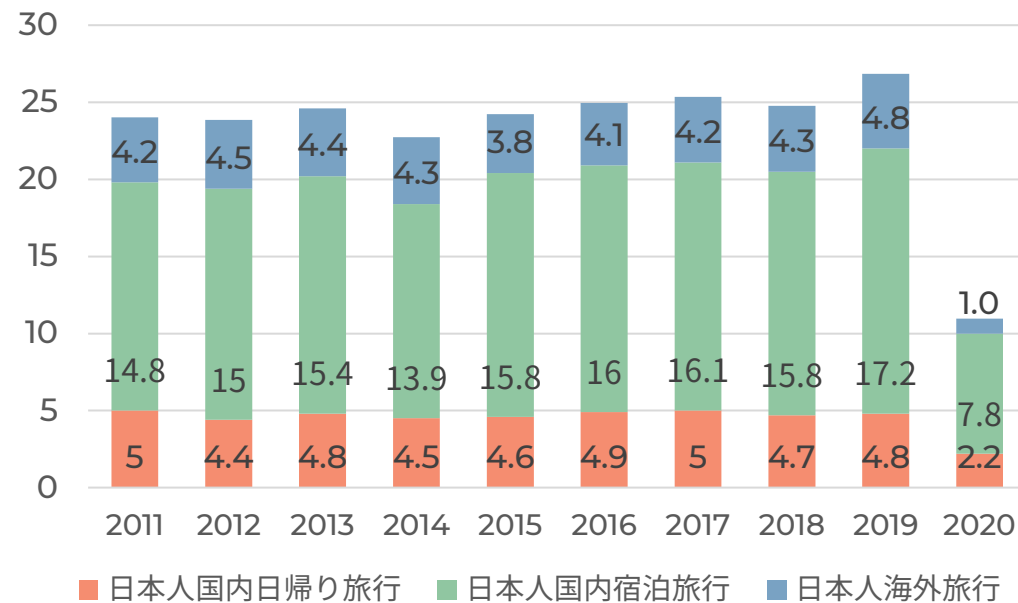
市場環境：今後の成長可能性について



日本人の国内・海外旅行市場はこの10年間大きな変動なく**安定した推移を見せてきたマーケット**。回復時には同様の水準に回復する可能性が高い

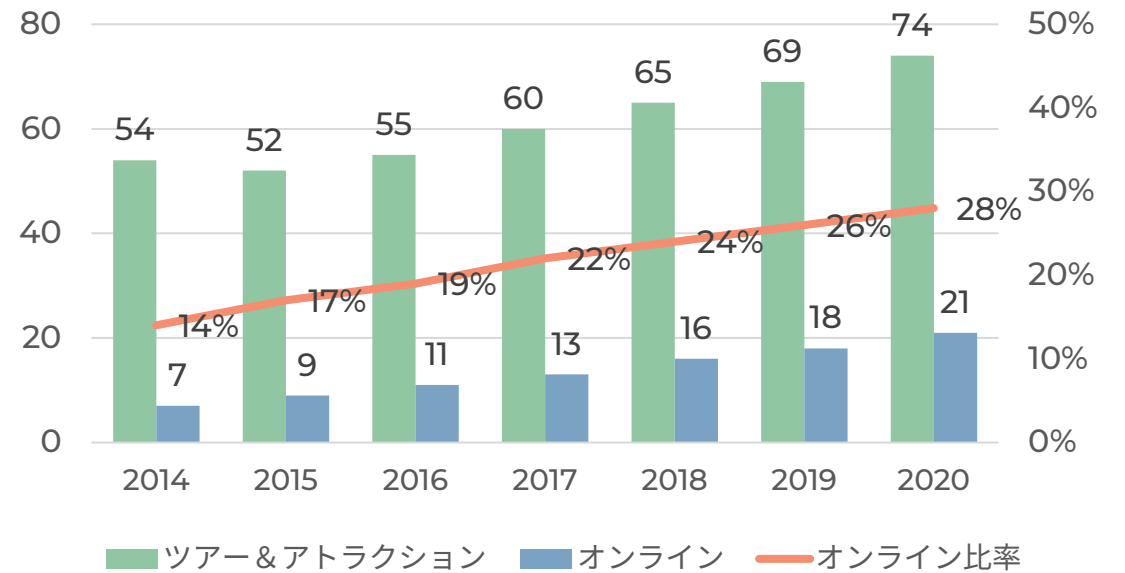
オフライン販売が主流だったツアー&アクティビティ市場では**新型コロナがDX推進・オンライン化を促進させるドライバーとなり、更に高い成長が期待できる**。

旅行消費額の推移 (2011~2020年) 単位:兆円



観光庁「旅行・観光消費動向調査」より算出

Global Tours & Attractions Total & Online, 2014-2020 (US\$B)



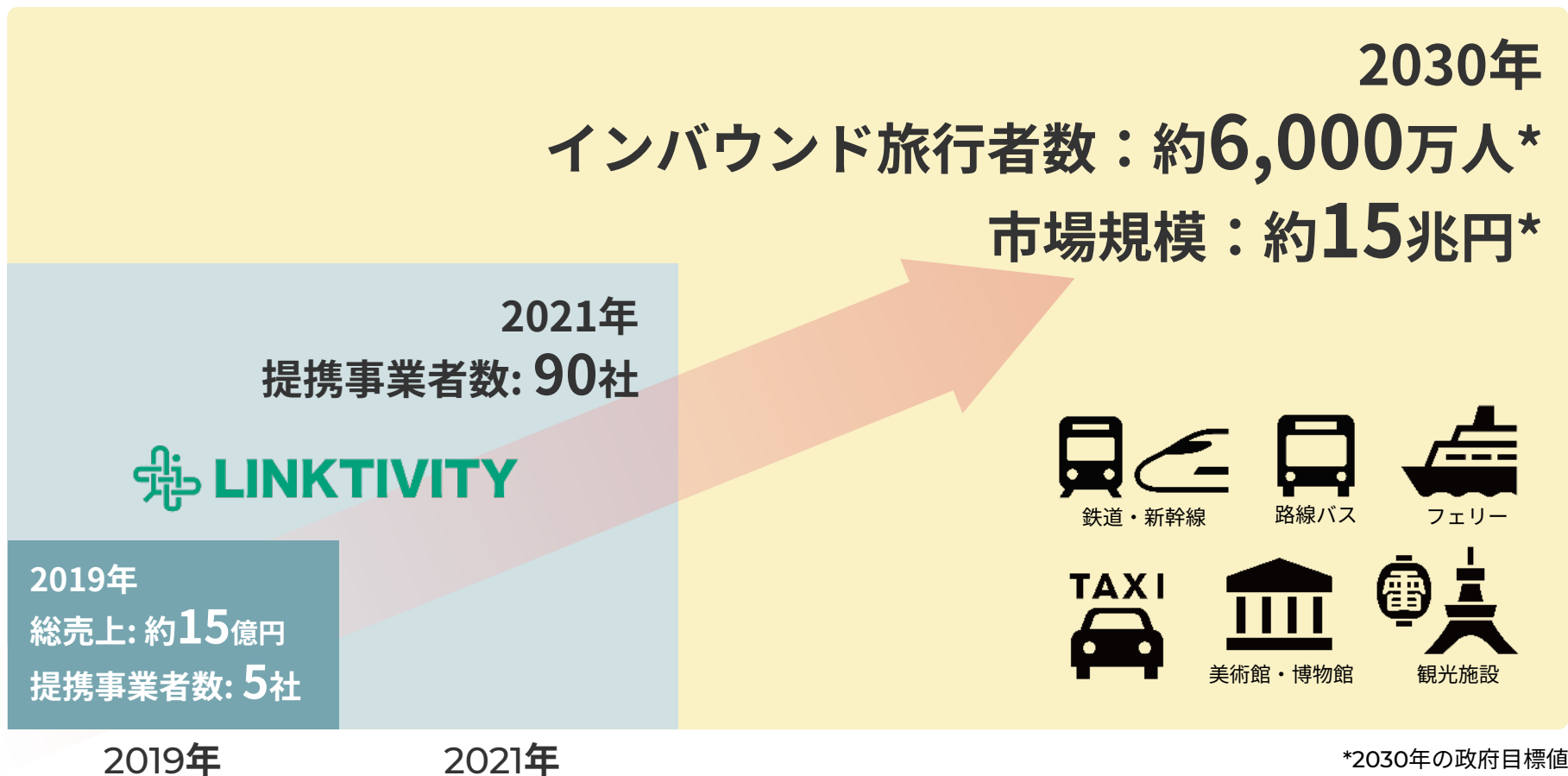
Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017 ※2017-20は推定値

市場環境：プラットフォーム事業 (LINKTIVITY)



NTT西日本と連携し、プラットフォーム事業の営業活動の継続強化を実施。

都市部から拡大し、全国の鉄道・バス会社や観光施設との接続を進めるとともに、インバウンド市場の需要回復期以降の本格的な収益化を目指す。



人財・女性活躍推進への取り組み



特に女性リーダーの活躍を支えるため、多様性ある人財がやりがいを持って働くことができる職場環境を整備



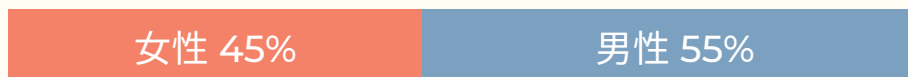
社員の男女比



※うち33%がワーキングマザー



女性管理職の比率



※日本の女性管理職の平均は8.9% (帝国データバンク調べ)



産休後の職場復帰率 **99%**



従業員の平均年齢：**36.7歳**

- 2018年よりテレワーク制度「Work from Home」を部分的に導入
- 2020年にはスムーズな完全テレワーク化を実現
- 2021年に独自のワーケーション制度「Work from Anywhere」を導入

社員それぞれの状況にあわせ、世界中どこからでも最適な場所を選んで業務を行うことができる制度
ワークライフバランス向上とともに、生産性の高いアウトプットができる働き方を目指す



本資料に掲載されている情報には、業績予測・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

今後発生する新たな事象及び状況の変動があった場合にも、当社は、本資料の記述を更新又は改定する予定はありません。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報については、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何ら検証を行っておらず、またこれを保証するものではありません。



投資家の皆様への情報発信充実化を目的に、IRメールを配信しています。
是非ご登録ください。

IRメール配信登録

<https://www.magicalir.net/7048/mail/index.php>