



事業計画及び成長可能性に関する事項について

ベルトラ株式会社
東証マザーズ：7048

VISION

Realize a better world through hospitality

人を想い、人に寄り添うことでより良い世界を実現する

MISSION

Design the genuine experiences of tomorrow

心ゆさぶる体験を未来に届ける

VELTRAについて

ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、国内から海外、旅行前から旅行後、オンラインからオフラインまで、「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

旅行中

中核のOTA事業では、VELTRAは日本人を、Hawaii Activitiesは在米旅行者をターゲットとした**現地体験型アクティビティ専門予約サイト**を運営。



世界中の現地体験型アクティビティと日本人旅行者を繋ぐ予約サイトです。

 **12,900**
Activities

 **150**
Countries

 **4,800+**
Partners

 **2.18 million**
Members

 **380,000+**
Customer Reviews



ハワイエリアに特化したブランドで、在米旅行者を中心にサービスを提供しています。

 **650**
Activities

 **85,000+**
Members

 **440+**
Partners

 **14,000+**
Customer Reviews

※すべて2022年3月現在の数値

OTA事業

旅行前

旅行後

コロナ禍のニューノーマルにいち早く対応し、家に居ながら旅行気分が味わえる
オンライン体験サービスや宅食サービスを2020年より順次スタート。

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

世界150か国のネットワークから厳選された人気
ガイドが、オリジナルのオンライン体験をお届け。



500+
Activities



60
Countries



200+
Partners



50,000+
Participants

New

Taste the World at Home
世界の
GOHAN
@home

「食べる世界旅行」をコンセプトに、人気レスト
ランこだわりの本格料理をお届けするサービス。



130+
Products
(YOY: +37%)



30+
Countries



60
Partners



9,500+
Participants
(YOY: +43%)

※すべて2022年3月現在の数値

観光IT事業

旅行前

旅行中

旅行後

交通機関や観光施設チケット等のITインフラと、観光事業者と旅行者を繋ぐ観光特化型クラウドファンディングプラットフォームを運営。



交通事業者・観光施設・アクティビティ事業者と世界中のタッチポイント・ユーザーを繋げます。



ニューノーマル時代のための観光サービス特化型クラウドファンディングを2021年5月より開始。

2020年より強化中の観光メディア事業では、**継続的な顧客とのコミュニケーション創出によるファンの増加**と、将来的な広告収入も目指す。



「やってみよっか」と一歩前に踏み出す前向きな姿勢を応援する、日常に新たな体験や趣味探しのアイデアを提案するオンラインメディア



世界各地の観光地のリアルな「今」を届ける情報発信サービス

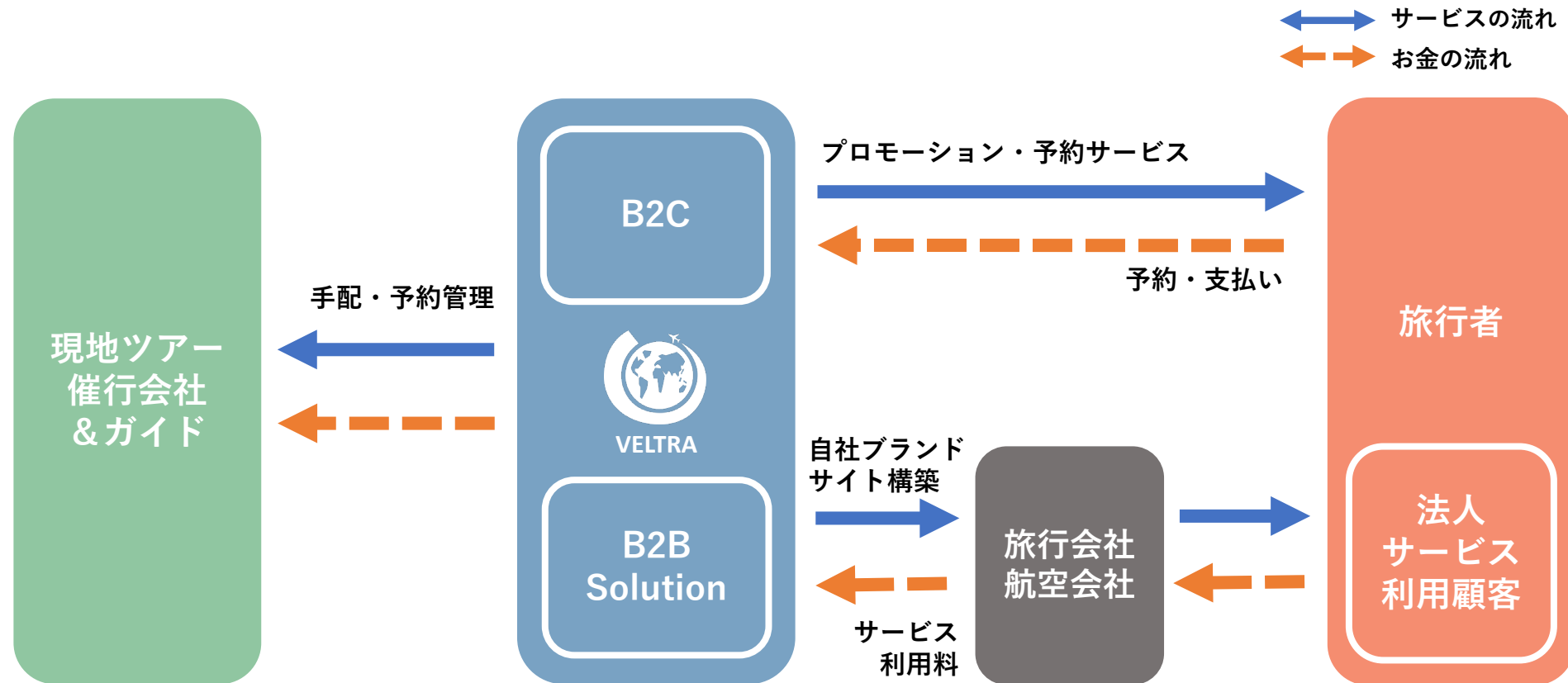


世界中の名物ツアーガイドと旅行者を繋ぎ、新たな旅のスタイルを提案するサイト

※「Umami Recipe」は投資継続の社内基準に合致せず、2022年3月にて事業終了

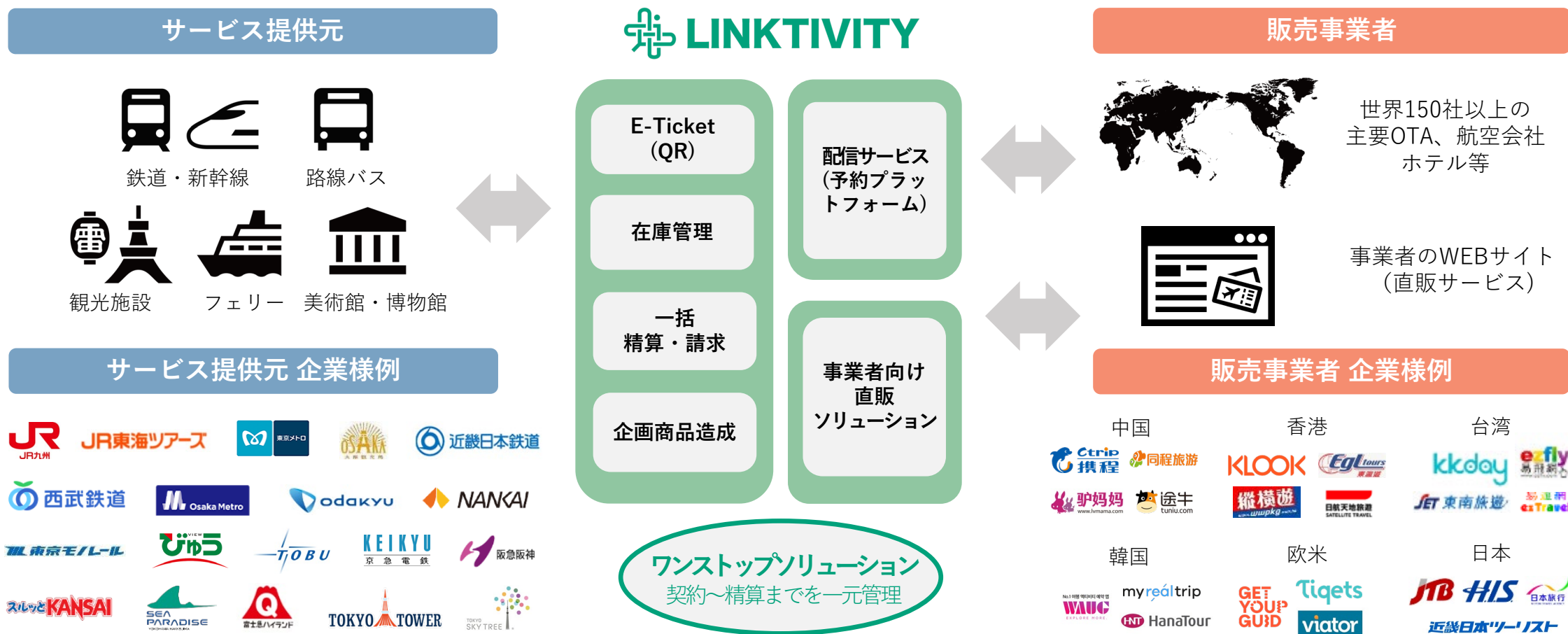
OTA事業のビジネスモデル

OTA事業 (VELTRA & HawaiiActivities) は、個人旅行者に向けた現地アクティビティの予約手配、および法人向けB2Bサービスによる手数料モデル。



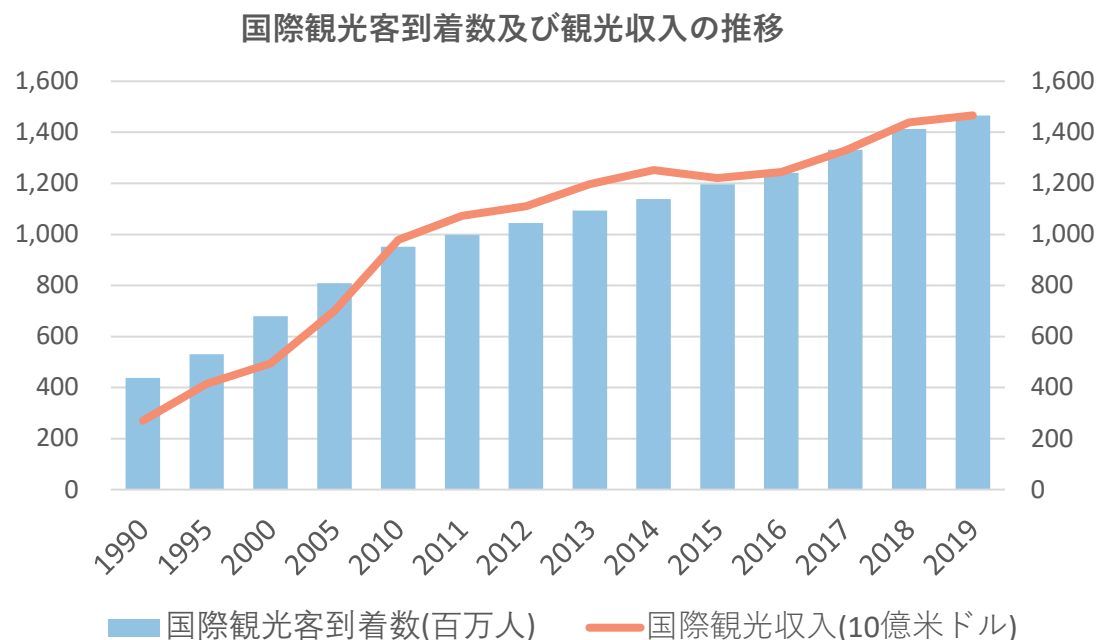
チケットプラットフォーム事業のビジネスモデル

LINKTIVITY(リンクティビティ)は日本の交通機関・観光施設と世界各国の旅行会社を結ぶプラットフォーム。
サービス提供者と販売業者間の複雑な流通構造という従来の課題を解決し、ワンストップのシステム連携を実現。



旅行市場の現状

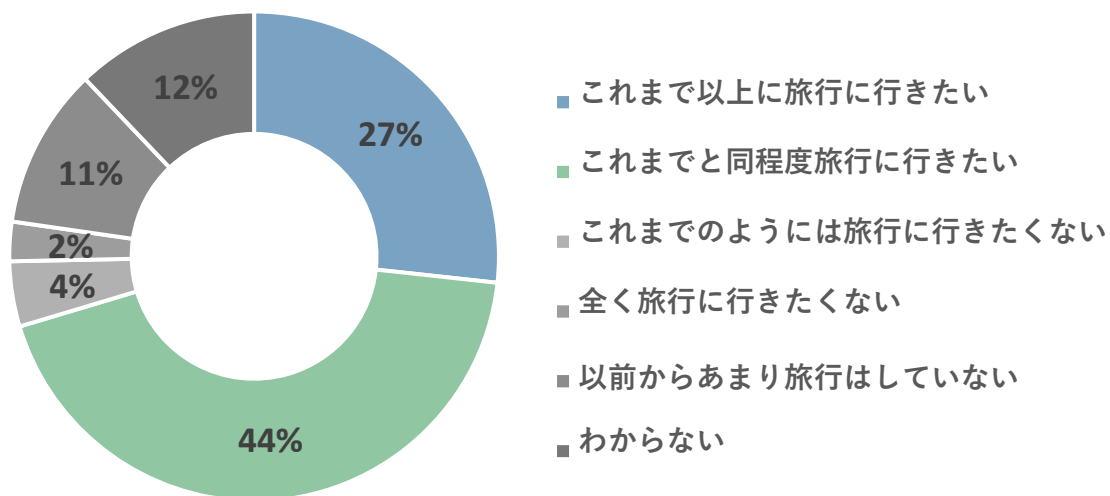
観光ホスピタリティ産業は2001年の9.11テロや2009年の金融危機等を乗り越え、GDP以上の成長を見せてきた**非常にレジリエントなセクター**。



UNWTO “World Tourism Barometer”(2021 March)

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**。

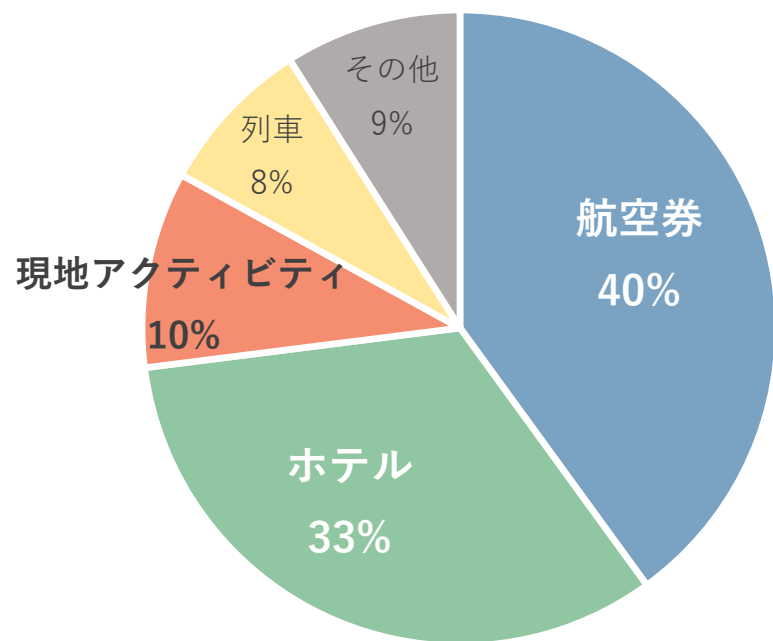
Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいですか？



「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 (2022年3月)

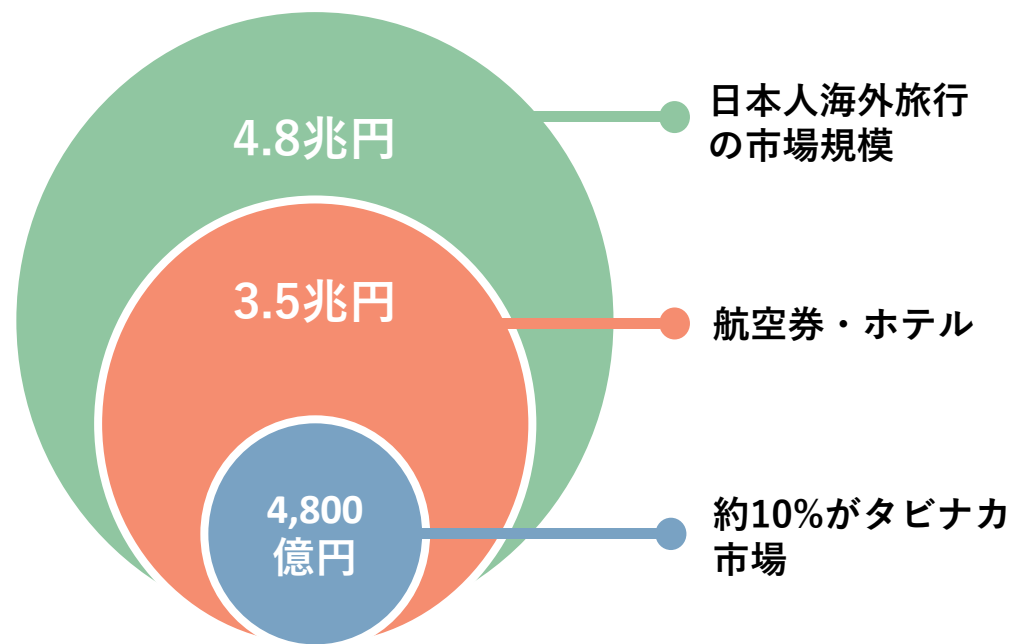
ターゲット市場（日本人海外旅行）

ベルトラが取り扱う現地体験・アクティビティは「旅ナカ」と呼ばれ、旅行産業では航空券、ホテルに次ぐ市場規模で、近年急成長のセクター。



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

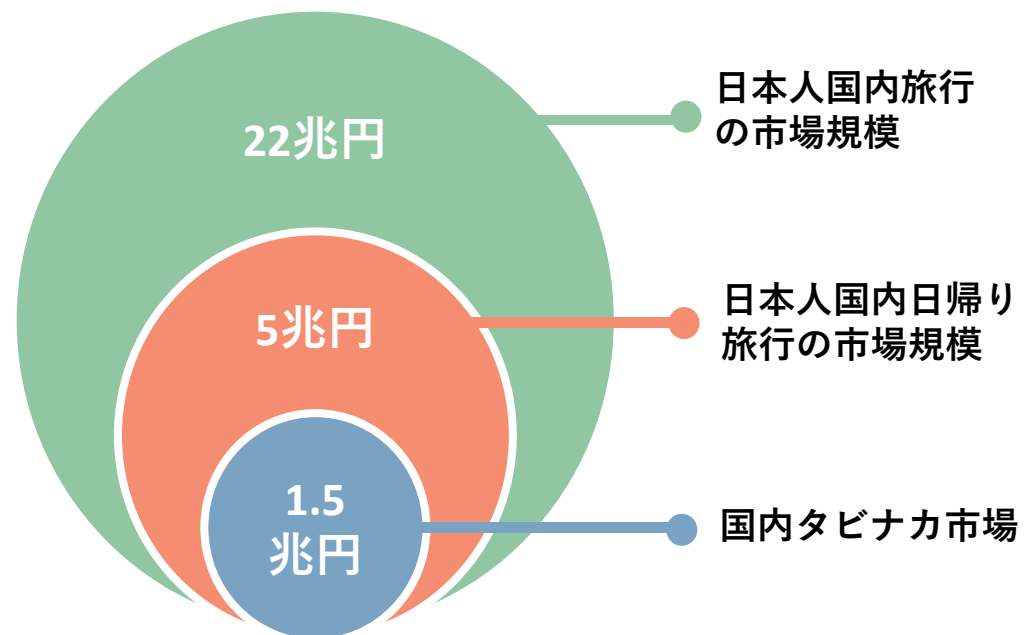
日本人海外旅行の市場規模約4.8兆円(2019年)のうち、約10%（4,800億円）を旅ナカの市場規模と想定。



※2019年の旅行動向見通し(JTB)・数字が語る旅行業2020(日本旅行業協会)から算出

ターゲット市場（日本人国内旅行）

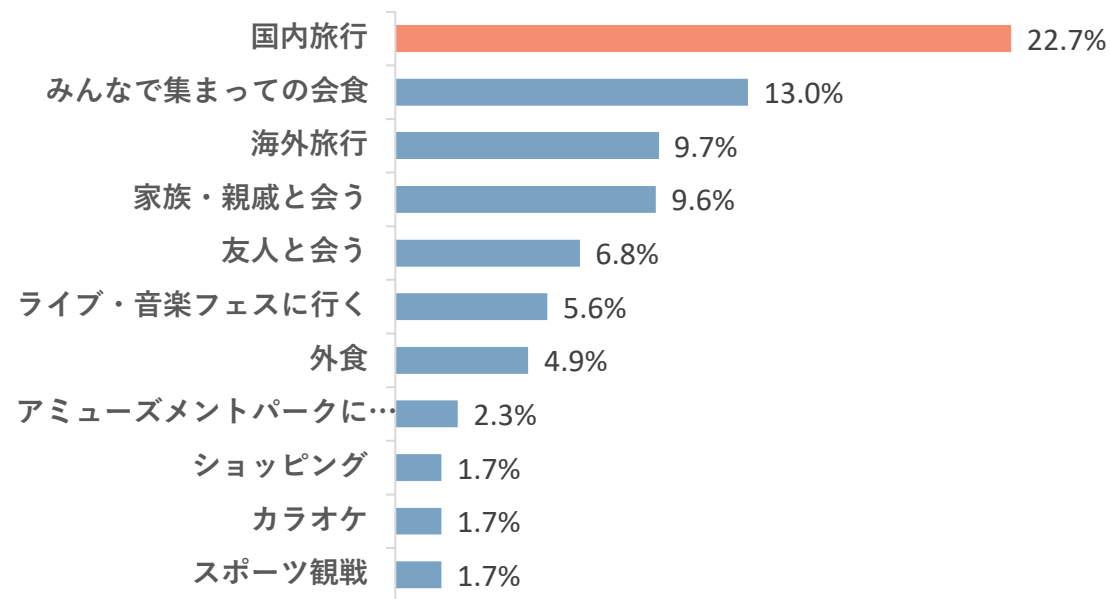
日本人国内旅行（宿泊＆日帰り）の市場規模22兆円のうち、**国内の旅ナカ市場規模は約1.5兆円**と想定。



旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書（観光庁調べ）

新型コロナ収束後、**旅行市場の再開は国内旅行からスタートする**と予想される。

Q. ワクチン接種後に最もやりたいことは何ですか

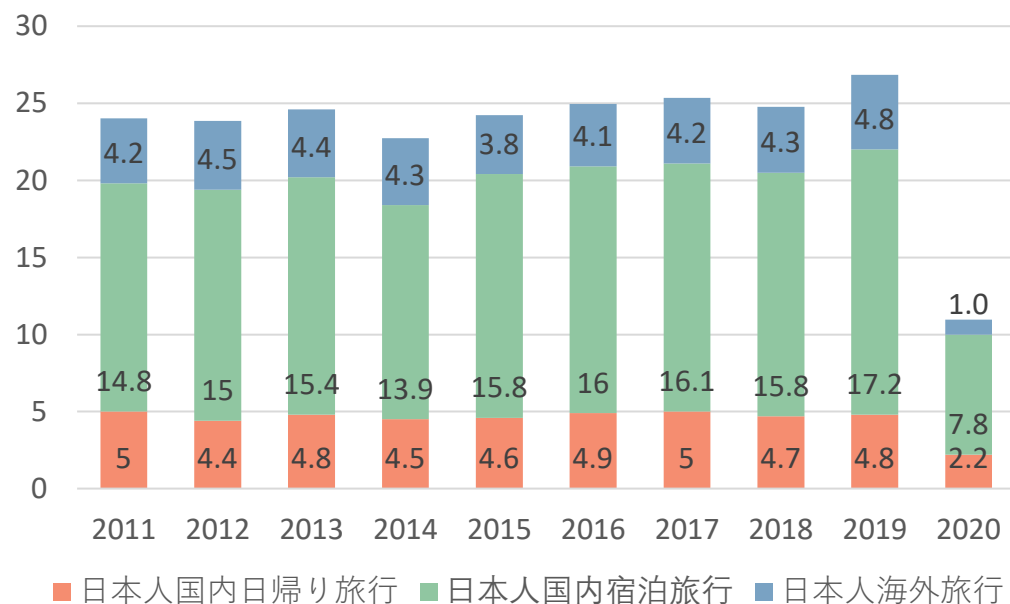


CCCマーケティング株式会社「リベンジ消費に関するアンケート調査」（2021年8月）

ターゲット市場の成長可能性

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。

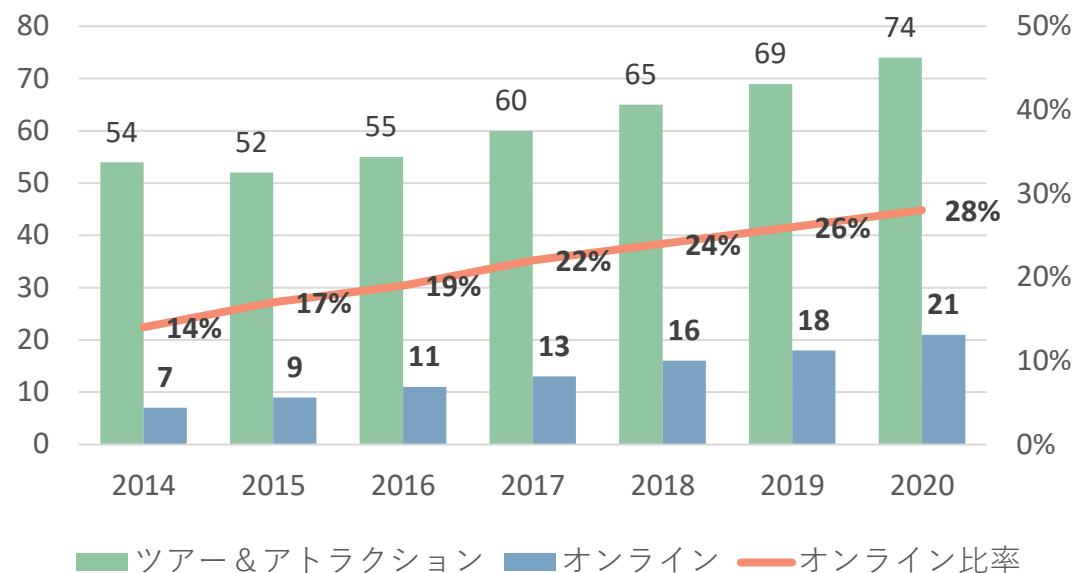
旅行消費額の推移 (2011～2020年) 単位:兆円



観光庁「旅行・観光消費動向調査」より算出

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**。

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

当社のポジション

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



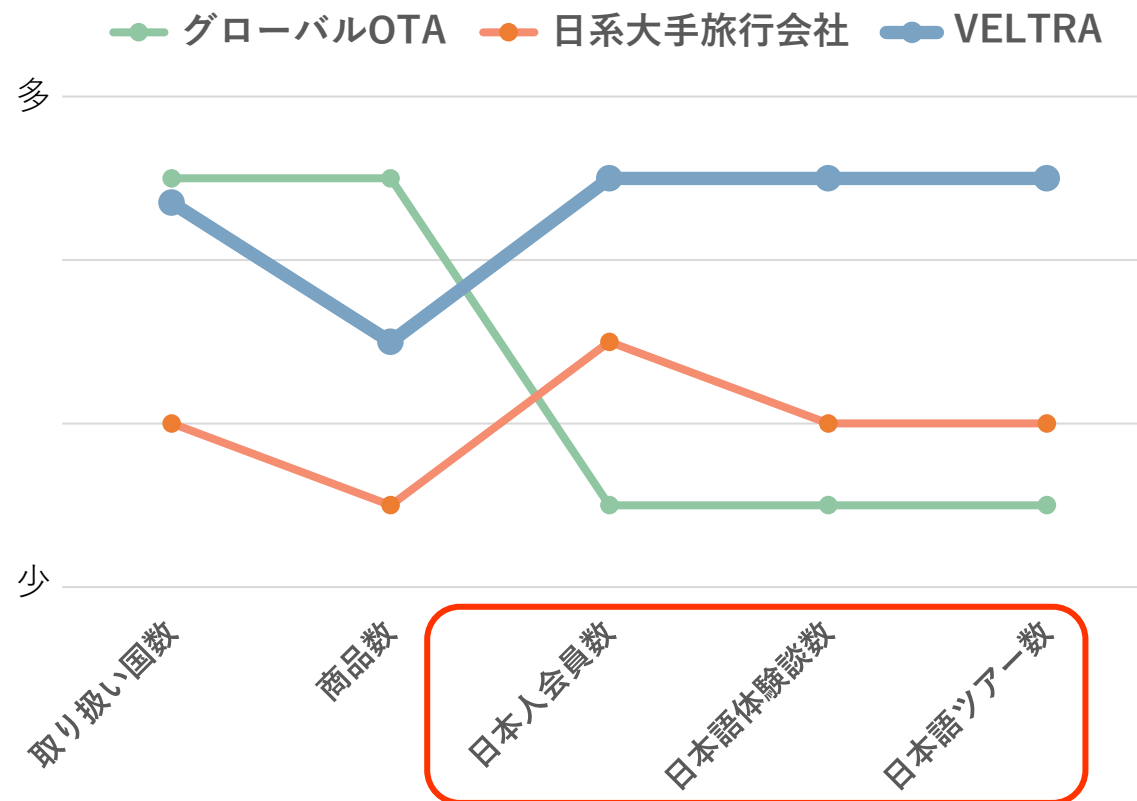
12,000種類
以上の品揃え



42万件以上
の体験談



日本語ツアー
3000件以上



当社のポジション

オンライン市場での存在感

集客から購買、リピーター獲得まで一気通貫のマーケティング力と、国内2,000社以上の旅行会社(BtoB)ネットワークにより、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



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

顧客に“選ばれる”サービス

体験商品に長年特化し、磨き上げられたサービスと商品管理システムにより、他社との差別化に欠かせない顧客・サプライヤー双方からの高い満足度を実現。



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



ローカライズ
された**UI/UX**

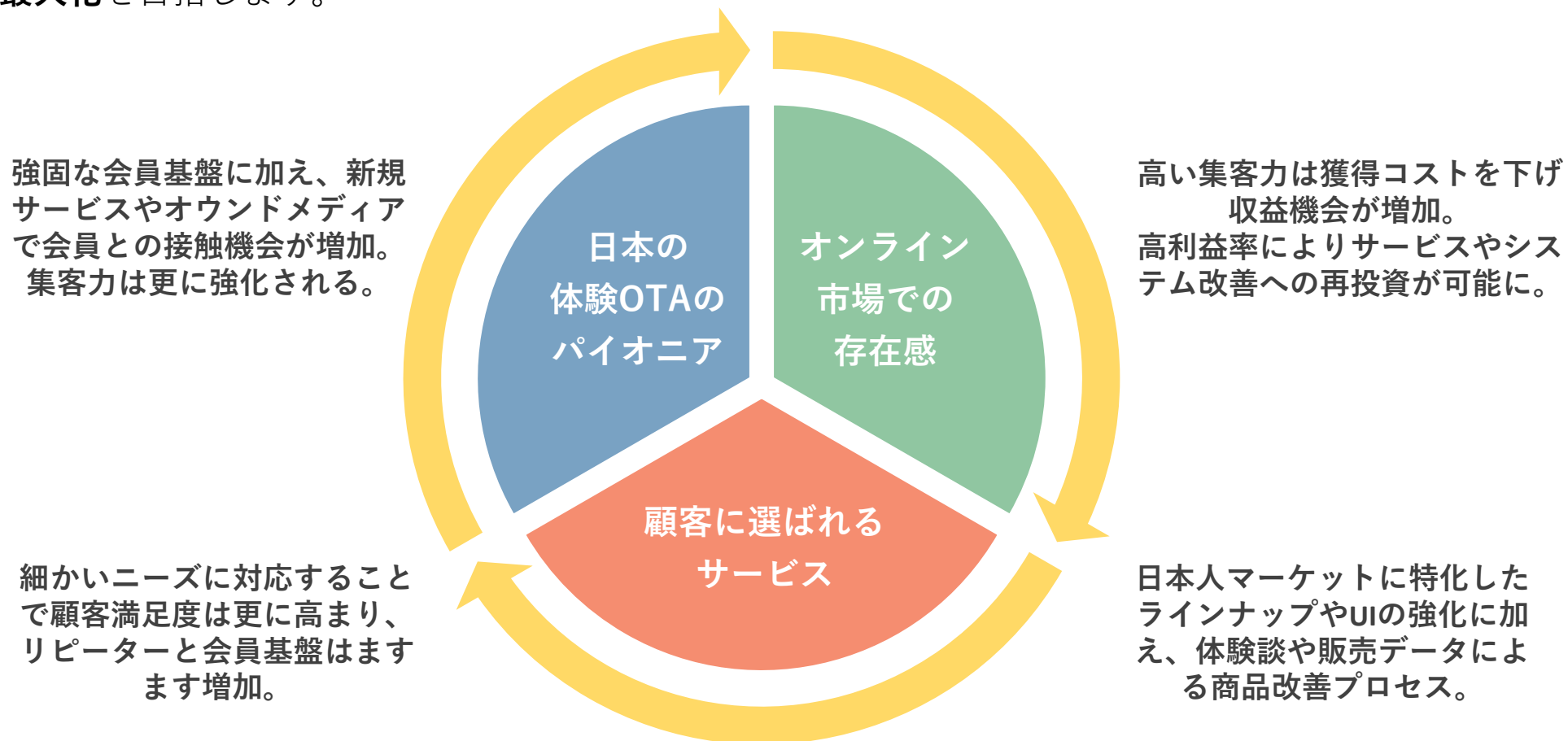


24/7のカスタマー
サポート体制

経営資源を高めるサイクル

長年にわたって築いてきた**世界各地のネットワークと圧倒的な品揃え**に加え、**一気通貫のマーケティング力**と、**磨き上げられたサービスのクオリティ**がベルトラの経営資源。

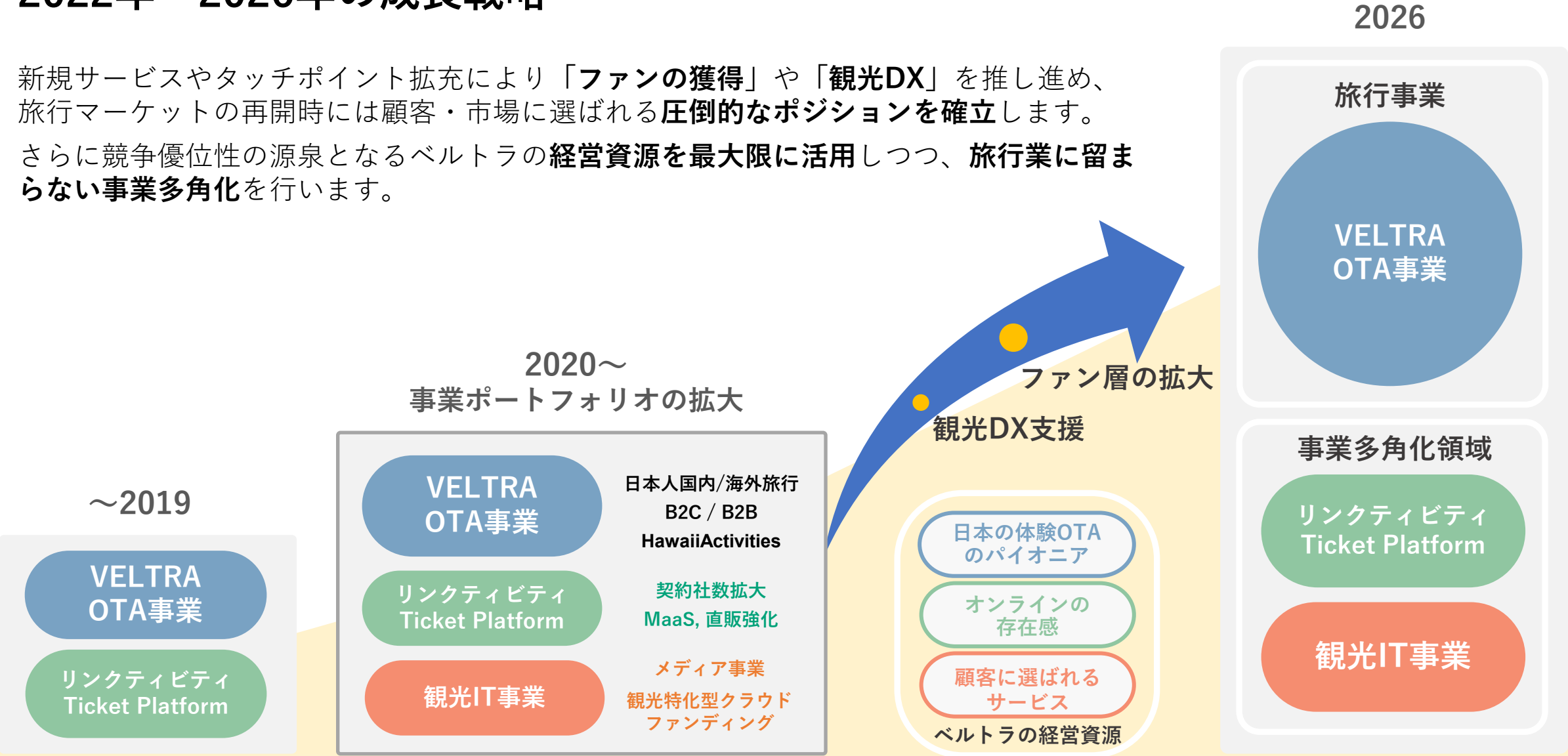
この資源を活かすための再投資を行うことで新たな価値を生み出し、**更なるシェアの拡大と企業価値の最大化**を目指します。



2022年～2026年の成長戦略

新規サービスやタッチポイント拡充により「**ファンの獲得**」や「**観光DX**」を推し進め、旅行マーケットの再開時には顧客・市場に選ばれる**圧倒的なポジション**を確立します。

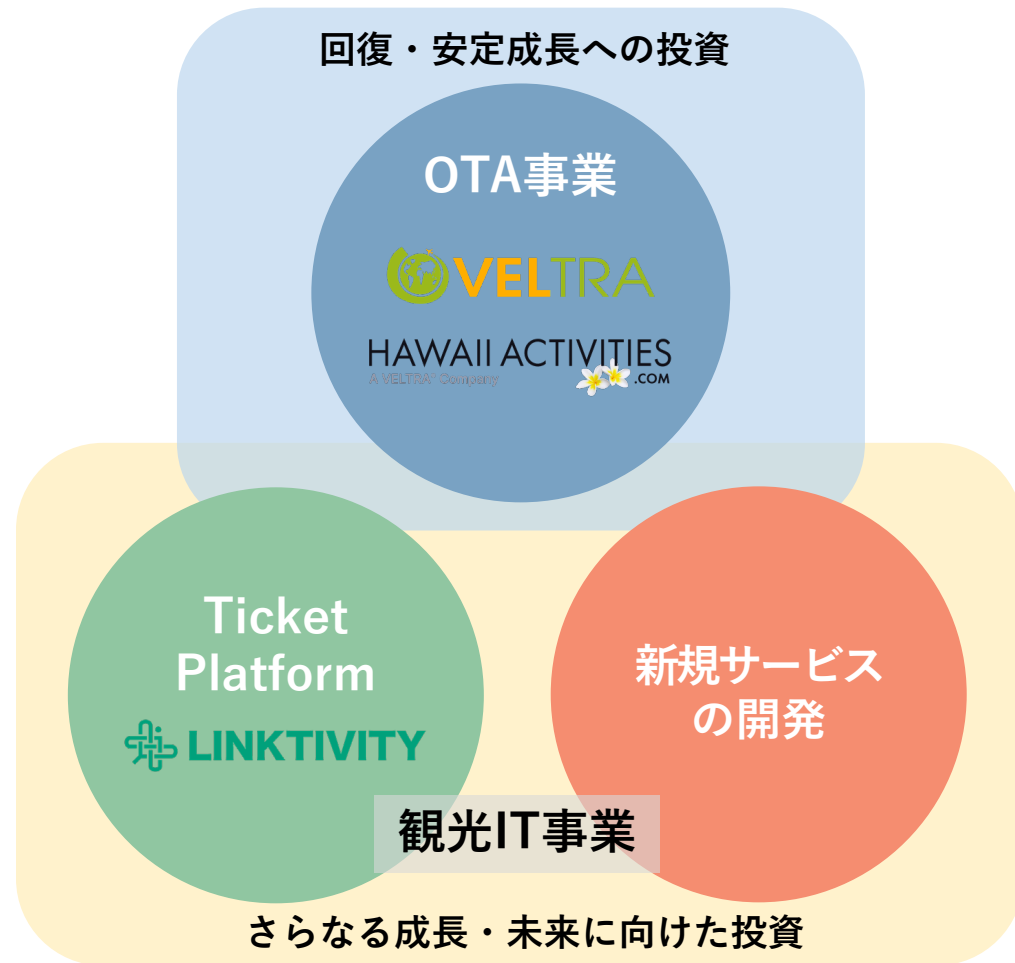
さらに競争優位性の源泉となるベルトラの**経営資源**を最大限に活用しつつ、**旅行業に留まらない事業多角化**を行います。



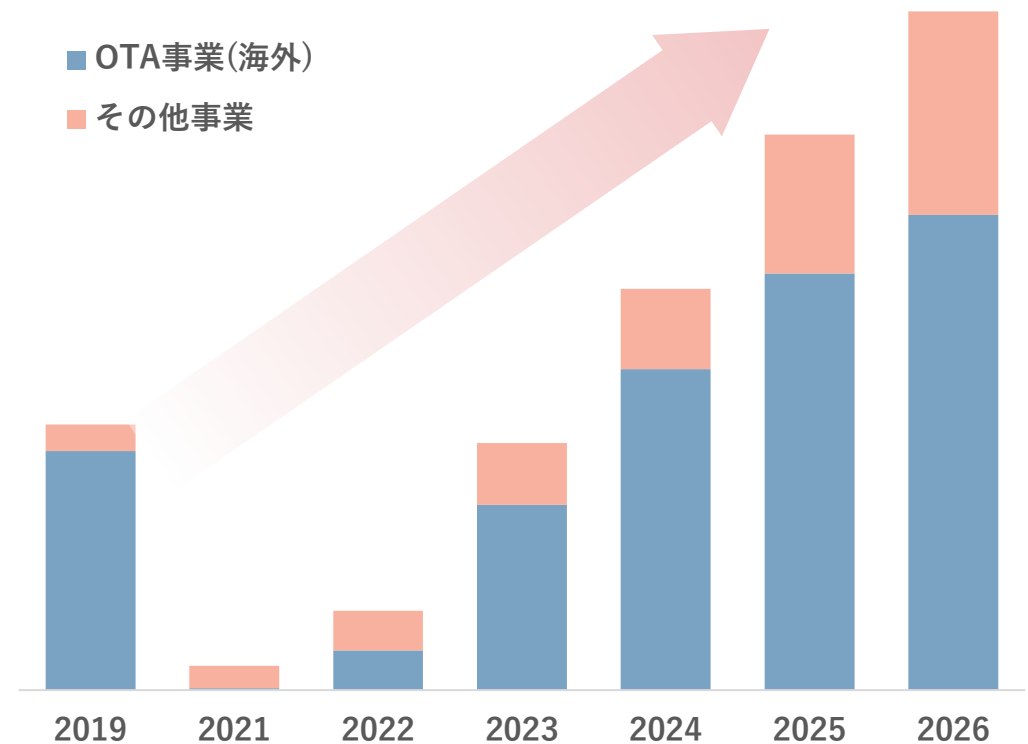
今後の重点的な投資領域

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。

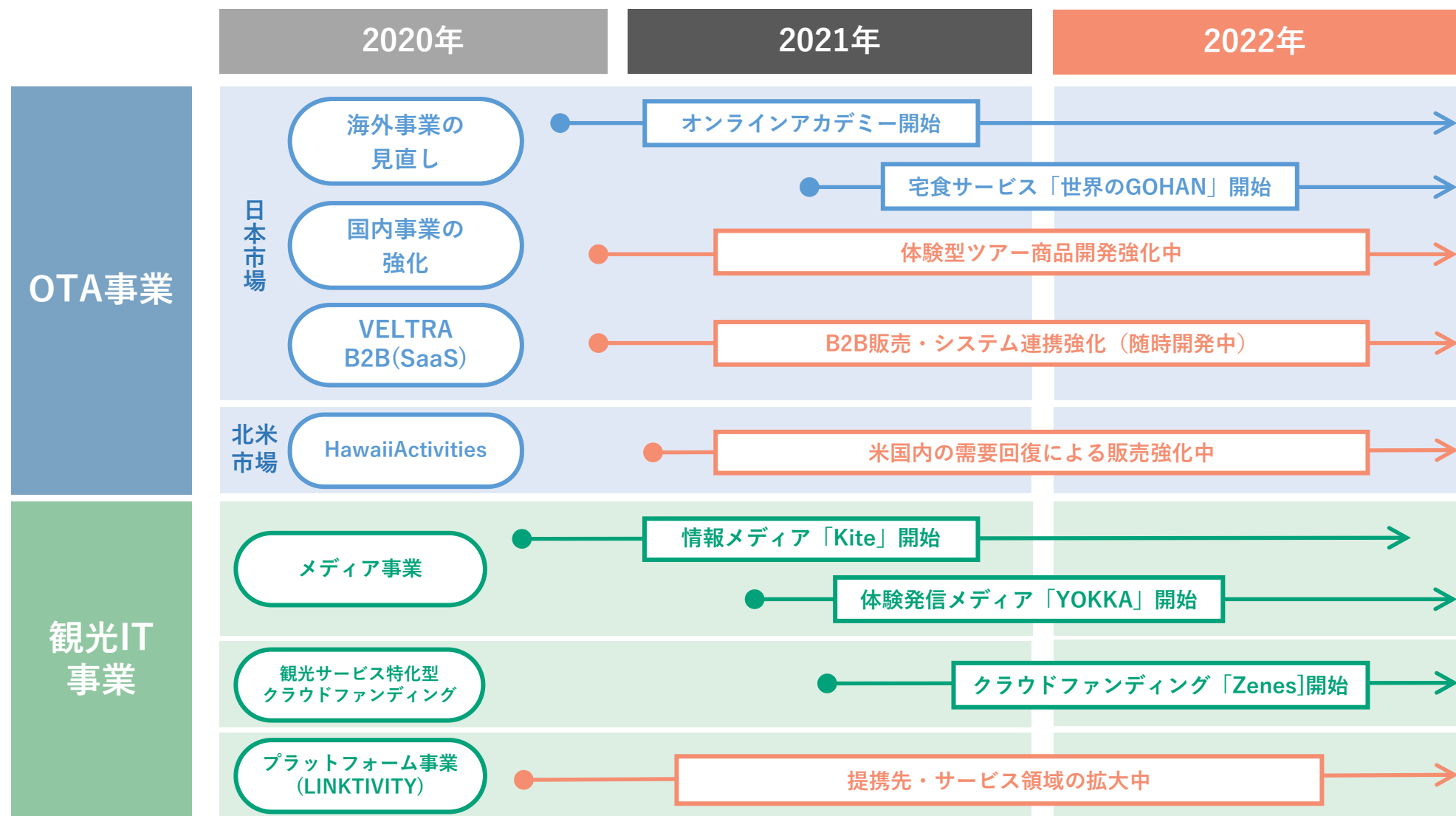
さらなる成長のためにチケットプラットフォームや新規サービスの開発へ投資し、**収益基盤を拡大**します。



海外旅行事業と新たな収益基盤の拡大イメージ



事業ポートフォリオの拡大：進捗状況

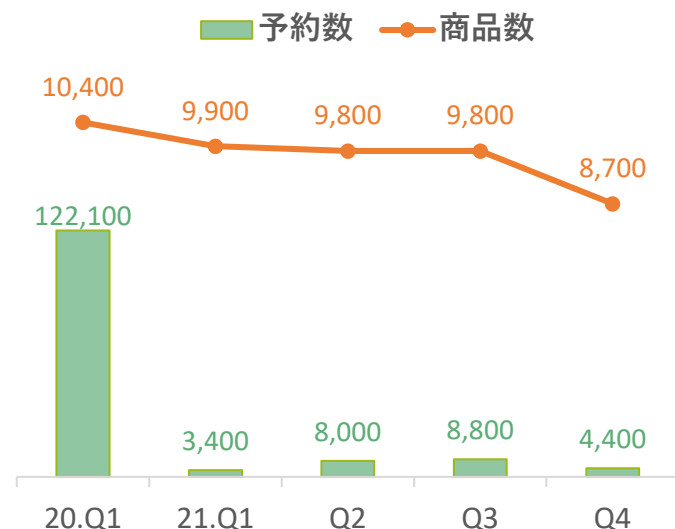


※次回の本資料の開示については、2023年3月中旬までの実施を予定しております。

OTA事業の進捗状況

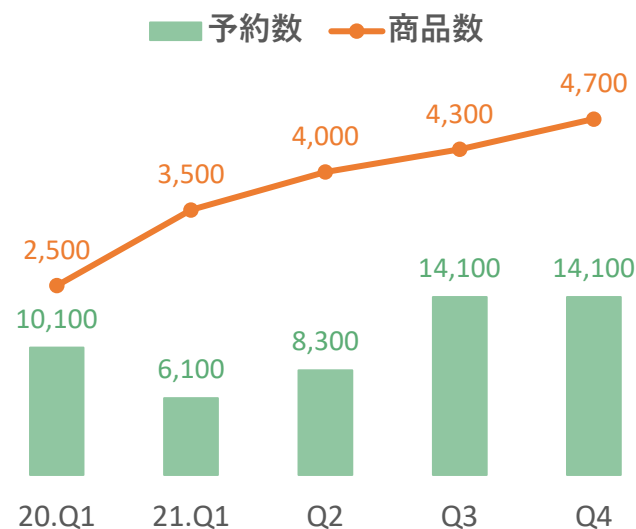
将来的な旅行マーケットの回復に備えた海外旅行事業と並行し、**足元の需要拡大に応えるため国内旅行および英語圏向けサービスを強化中。**

海外旅行



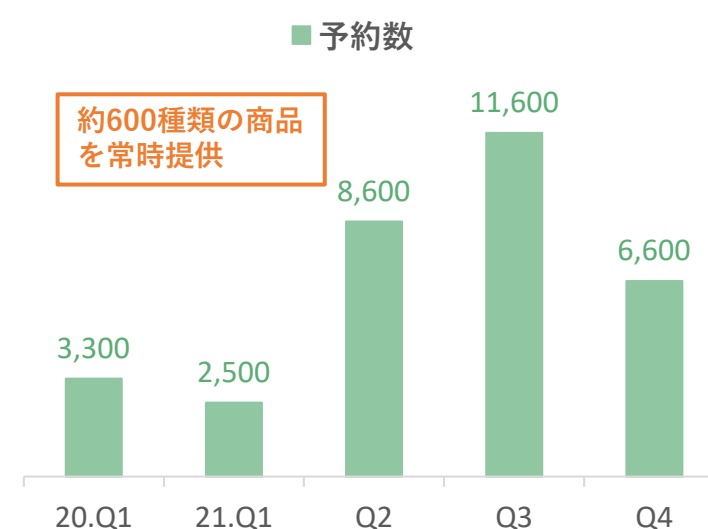
海外渡航の解禁へ向け、アクティビティ商品ページの更新と販売再開を推進中。本年中に商品数は2019年度水準まで回復見込み。

国内旅行



引き続き新規商品の投入をおこない、ラインナップを強化中。日本の離島や国立公園など、海外にも引けを取らないテーマ性の高い体験を提供。

北米市場 (Hawaii Activities)

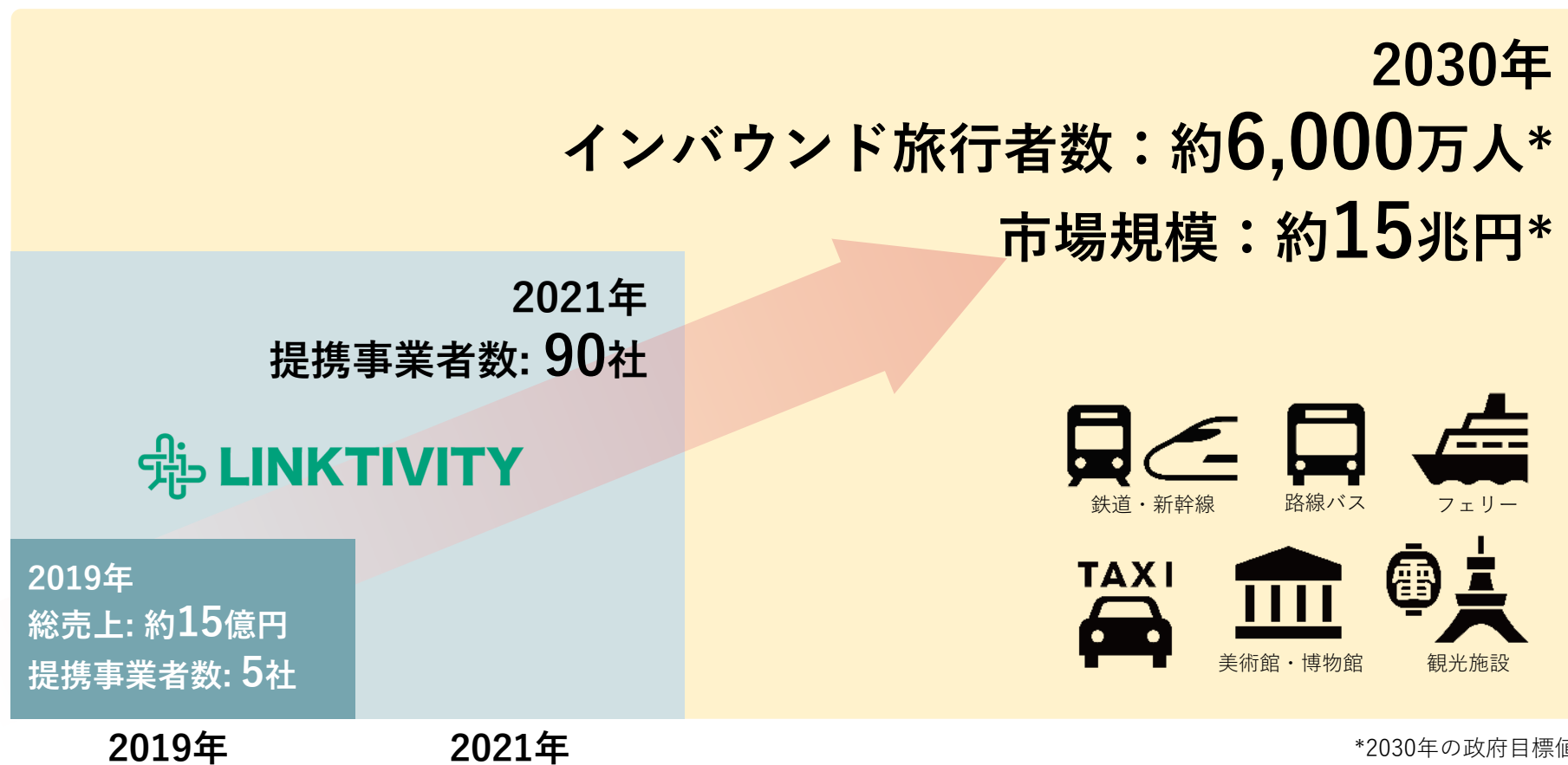


米国の旅行需要回復を受け、21年には過去最高益を記録。今後はサステナブルツーリズムをテーマにしたブランドエンゲージメントの強化を図る。

チケットプラットフォーム事業の進捗状況

NTT西日本と資本業務提携を行い、提携事業者数は順調に拡大中。都市部のみならず日本全国の鉄道・バス会社や観光施設、旅行会社との接続を推進。

市場規模の拡大が見込まれるインバウンド市場において、**需要回復期以降の本格的な収益化**を目指します。



その他 観光IT事業の進捗状況

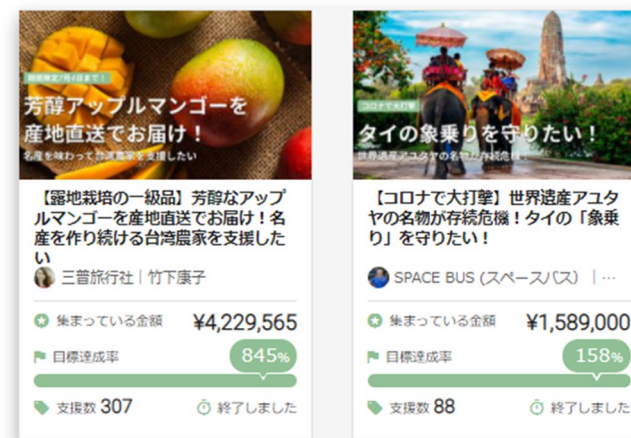
旅行需要の再開を見据え、メディア事業を通じて**顧客との継続したリレーション**を構築。
引き続き**事業としてのグロース実現**を目指し、新規サービスの継続的な成長可能性を検証してまいります。

メディア事業



新たな顧客層へのアプローチ、既存顧客とのコミュニケーション維持を目的としたメディアを複数運営。収益化をめざしサービス内容の取捨選択およびコンテンツを強化中。

観光産業支援型ソーシャルファンディング



2021年5月のローンチ以降、各プロジェクトにおいて顧客集客が好調。2022年以降もプロジェクトをさらに増やし、観光特化型クラウドファンディングとして国内でユニークなポジション確立を目指す。

資金調達の状況



新株予約権ファイナンスによる資金調達

	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2月末時点)	30%	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2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	



第三者割当増資による資金調達

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

主要KPI：ファン層の獲得と収益の最大化

新規サービスの開発による、旅行中以外のタッチポイント増加を示す「**アクティブユーザー数**」と、ファン層の拡大によるユーザー1人あたりの収益を示す「**ARPPU**」を成長のための主要KPIに指定。

変化を続けるカスタマージャーニーにあわせた事業ポートフォリオを常に精査し、“心ゆさぶる体験”を届けるためサービスの更なる強化と収益の最大化を目指してまいります。

営業収益
の最大化

=

アクティブユーザー数 (*1)

×

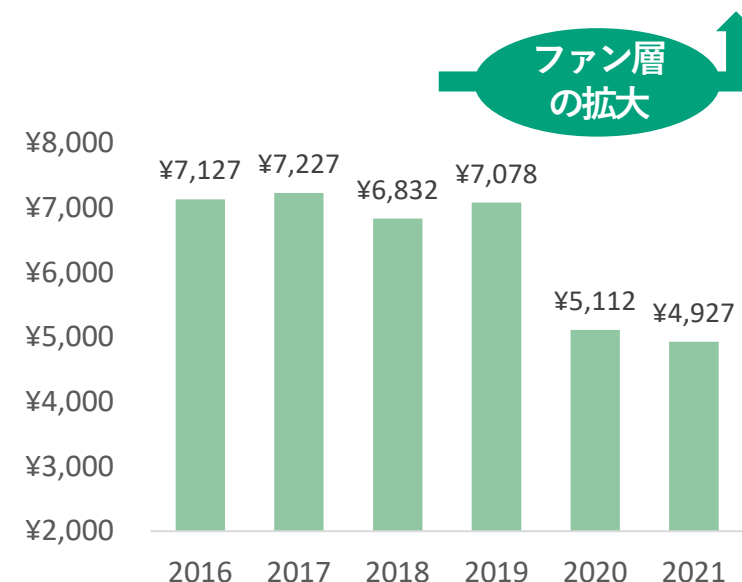
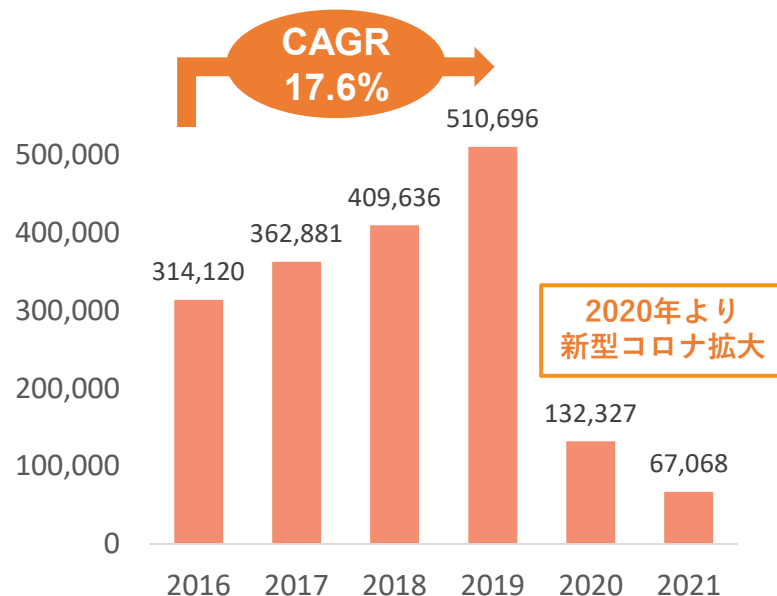
ARPPU (*2)

*1: 1年間に弊社サービスで何らかの購入アクションを行ったユーザー数。

対象サービス：



*2: ARPPU(Average Revenue Per Paid User)。ユーザー1人あたりの1年間の購入に対する利益の合計。



リスク情報

認識するリスク	内容	対応策
COVID19感染拡大の影響 発生可能性：高 発生時期：中長期	COVID-19の世界的な感染拡大により、日本を含む世界各国において海外渡航制限や外出自粛・禁止の措置がとられていることから、旅行需要が大幅に消失する事態となり、当社グループの財政状態及び経営成績に甚大な影響を与えている状況が続いており、引き続き大きな影響を受ける可能性があります。（※現時点において継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。）	当社グループは、①徹底的なコスト削減、②新たな収益モデルの確立によるビジネスポートフォリオの拡張、③資金の確保といった対応策の実施により、事業面及び財務面での安定化を図ってまいります、当該状況の解消、改善に努めてまいります。
自然災害、国際情勢等 発生可能性：低 発生時期：随時	当社グループのサービスを介して申し込みが行われる現地体験ツアーは、主に海外の現地において行われております。そのため、現地において自然災害、人為災害、テロ、戦争等が起こり、現地体験ツアーを実施することが出来なくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	上記「COVID-19 感染拡大の影響」に記載の対応策を講じることにより、自然災害、国際情勢等による業績への影響を最小限にとどめるよう努めております。
為替変動 発生可能性：中 発生時期：随時	当社グループは現地体験ツアーの中でも海外の商品を主力としており、ツアー催行会社に対する代金決済の多くを外貨建で行っているため為替変動リスクに晒されており、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社グループは必要に応じて為替予約取引を実施するなど、為替変動による業績への影響を最小限にとどめるよう努めております。
技術革新 発生可能性：中 発生時期：中長期	当社グループが事業を行っているインターネット関連市場においては、技術革新のスピードが非常に速く、顧客ニーズも多様化しております。今後、これまでになかったような新技術が市場に導入され、投資の制約等により当社グループが当該技術革新に遅れを取った場合には、事業遂行上の制約となり、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社グループは市場動向や顧客ニーズの変化を早期にとらえ、変化に対応した新機能や新サービスをフレキシブルに開発、導入していくことで、技術革新に対応してまいります。

上記以外のリスク情報については、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

会社概要

国内最大級の現地体験型アクティビティ専門予約サイト「VELTRA.com」を運営

社名： ベルトラ株式会社
本社： 東京都千代田区美土代町1番地
資本金： 13億3,637万円（2021年12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 97名（120名）（ ）は臨時雇用含む
連結 121名（144名） 2021年12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： バンコク、ベトナム



事業カテゴリ

VELTRA Hawaii Activities	現地体験型アクティビティ 予約サイト	LINKTIVITY	チケット プラットフォーム
日本人 海外旅行	日本人 国内旅行	法人 サービス	鉄道・施設向け 販売システム(B2B)

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
取締役／CTO	坂水 健一郎
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
	河野 雅之

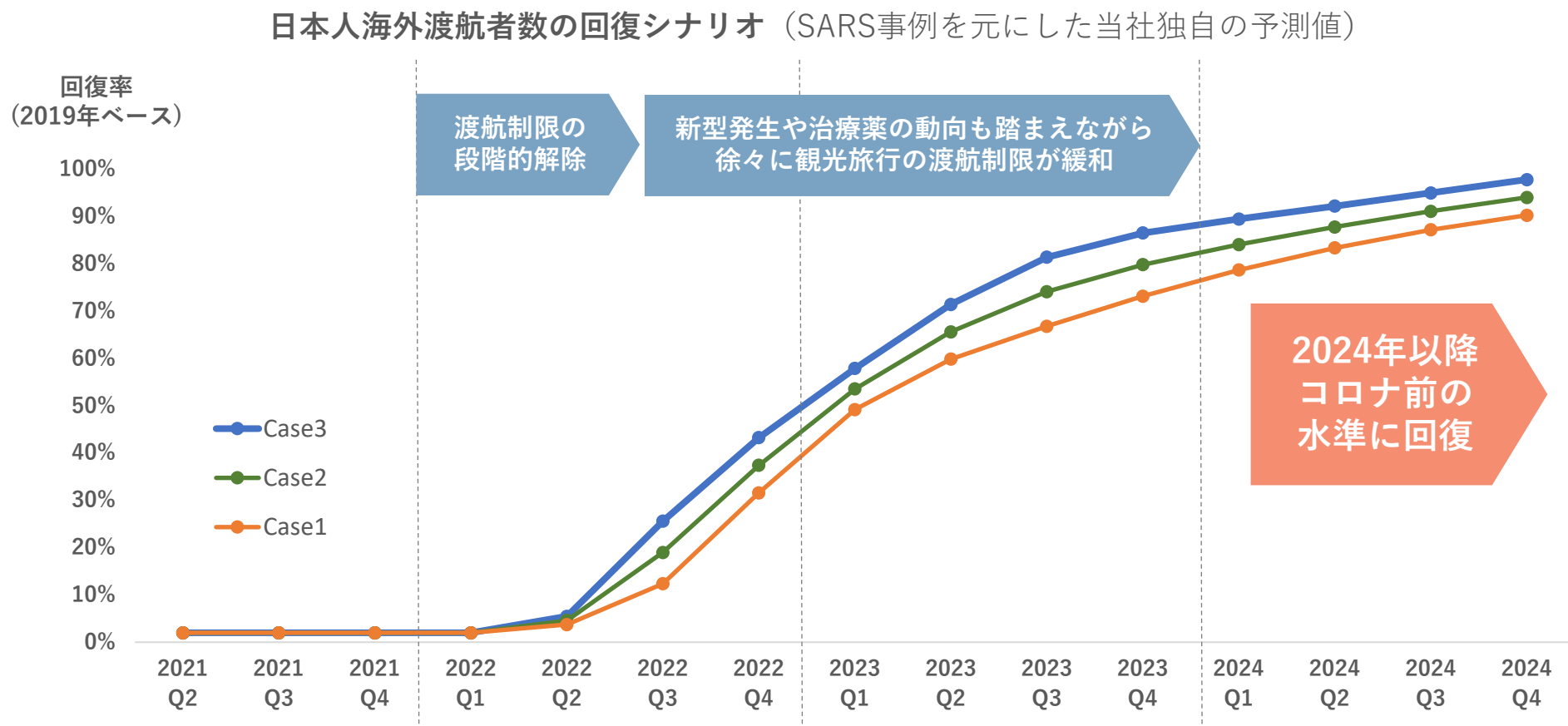


参考資料

COVIT-19についての現状の見立てと対応

海外旅行市場動向（当社の回復予測）

- 3つのシナリオはSARS発生時の過去の渡航回復シナリオをベースに係数を設定し**Case1**、**Case2**、**Case3**で算出
- オミクロン株流行の影響により当初想定より回復時期にズレはあるものの、隔離期間の短縮など段階的な制限解除の動き
- ワクチン3回目接種、治療薬の承認等により海外渡航が再開され、2022年4月下旬から徐々に回復していくものと見込む



財務面での対策

■ 2020年に引き続きコスト削減を徹底し、COVID-19拡大前と比較し約19億円を圧縮。

コスト削減策

■ 人件費の削減

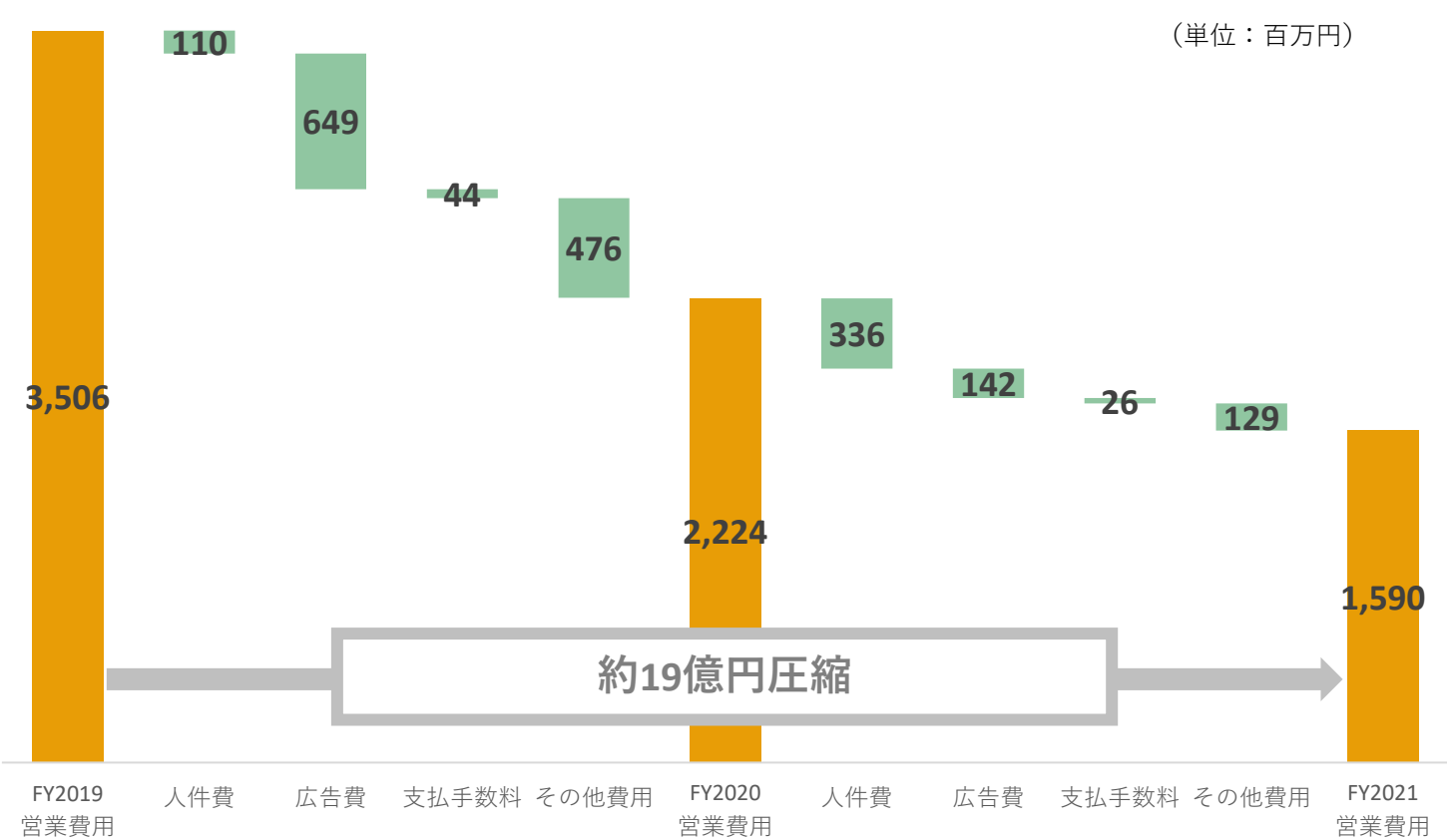
役員報酬の減額や休業および出向対応により約6.1億円の人件費を削減（雇用調整助成金収入1.6億万円を含む）、希望退職者の募集

■ 広告宣伝費の削減

TVCMや海外旅行部門の広告を全面中止

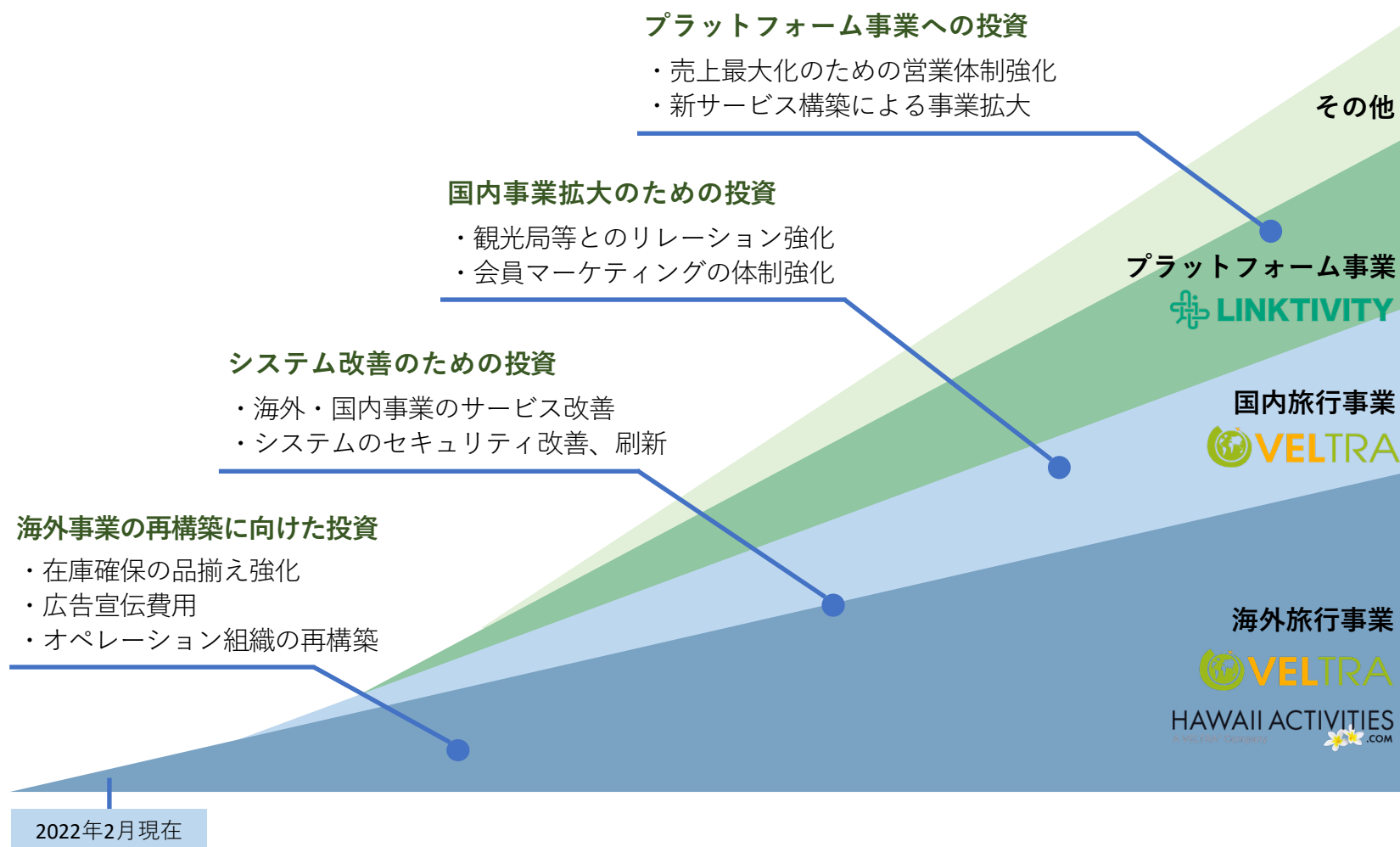
■ その他費用の圧縮

本社移転によりオフィス維持費用を削減、追加的なコストコントロールを実施



新株予約権によるファイナンス：概要と目的

- 旅行需要回復を見据えた成長投資資金の確保のため、新株予約権を活用したファイナンスを実施
- 調達によりCOVID-19による影響が今後も継続される最悪の状況下でも中長期の成長投資が可能に



インバウンド旅行者の需要回復時、これまでコロナ禍において増加させた商品を最大限に活用し、一気に収益拡大を図る

商品拡充ステージから、ローカルツーリズム、自然アクティビティなどユニークな品揃えと差別化による成長加速のステージにシフト

体制の再構築をはかり、回復時に確実に収益を獲得し、その後の成長を加速させる

※ 調達金額は当初行使価額で全ての行使が行われた場合を前提として記載。