



2021年12月期 第3四半期
決算説明資料

ベルトラ株式会社

東証マザーズ：7048

目次

2021年12月期	第3四半期決算概要	P3
2021年12月期	業績予想	P14
2021年12月期	今後の取組み	P16
	参考資料	P23

A person with their hair in a bun, wearing a yellow long-sleeved shirt, sits in a wooden boat with their arms outstretched. They are surrounded by lush green trees and a blue sky with light clouds. The boat is on a body of water, and the background shows a rocky, forested shoreline.

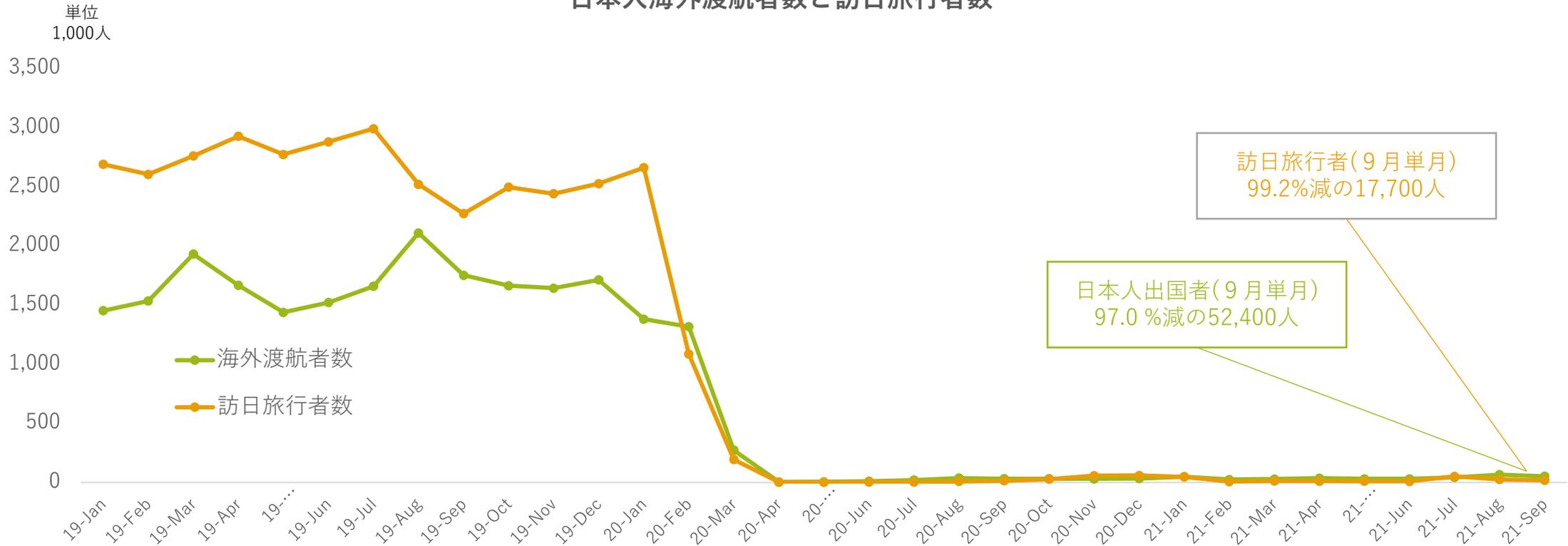
**2021年12月期
第3四半期決算概要**



事業環境 - 海外旅行者・訪日旅行者 -

- 2021年1月~9月の訪日外国人旅行者数（推計値）は2019年同期比**99.2%減**の19万900人
- 2021年1月~9月の日本人出国者数（推計値）は、2019年同期比**97.6%減**の36万700人

日本人海外渡航者数と訪日旅行者数

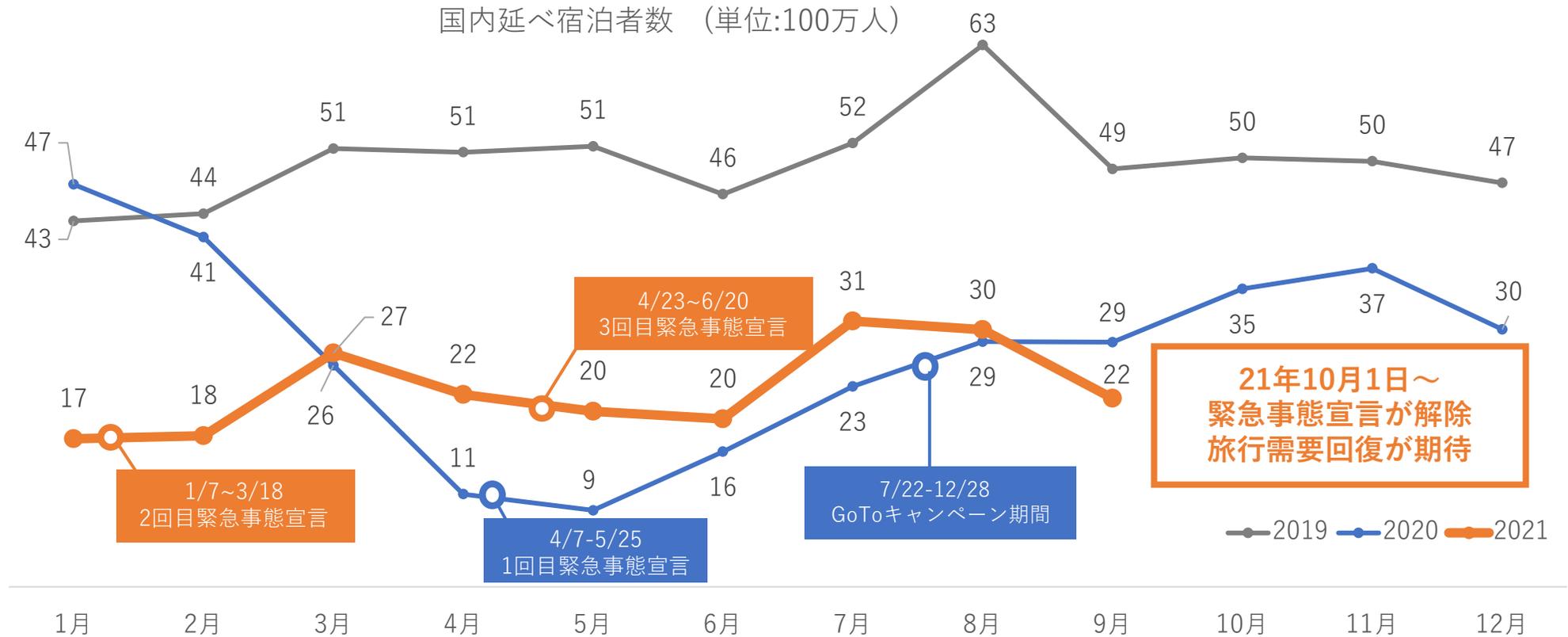


出典: JNTO(日本政府観光局) 2021年10月20日発表 - 訪日外客・出国日本人統計 -



事業環境 - 国内旅行市場の動向-

- 2021年9月時点で2019年比-53%と回復の兆しは見えるものの依然厳しい状況
- 昨年はGoToトラベルのプラスの影響があったことから前年同期比で-9%と減少

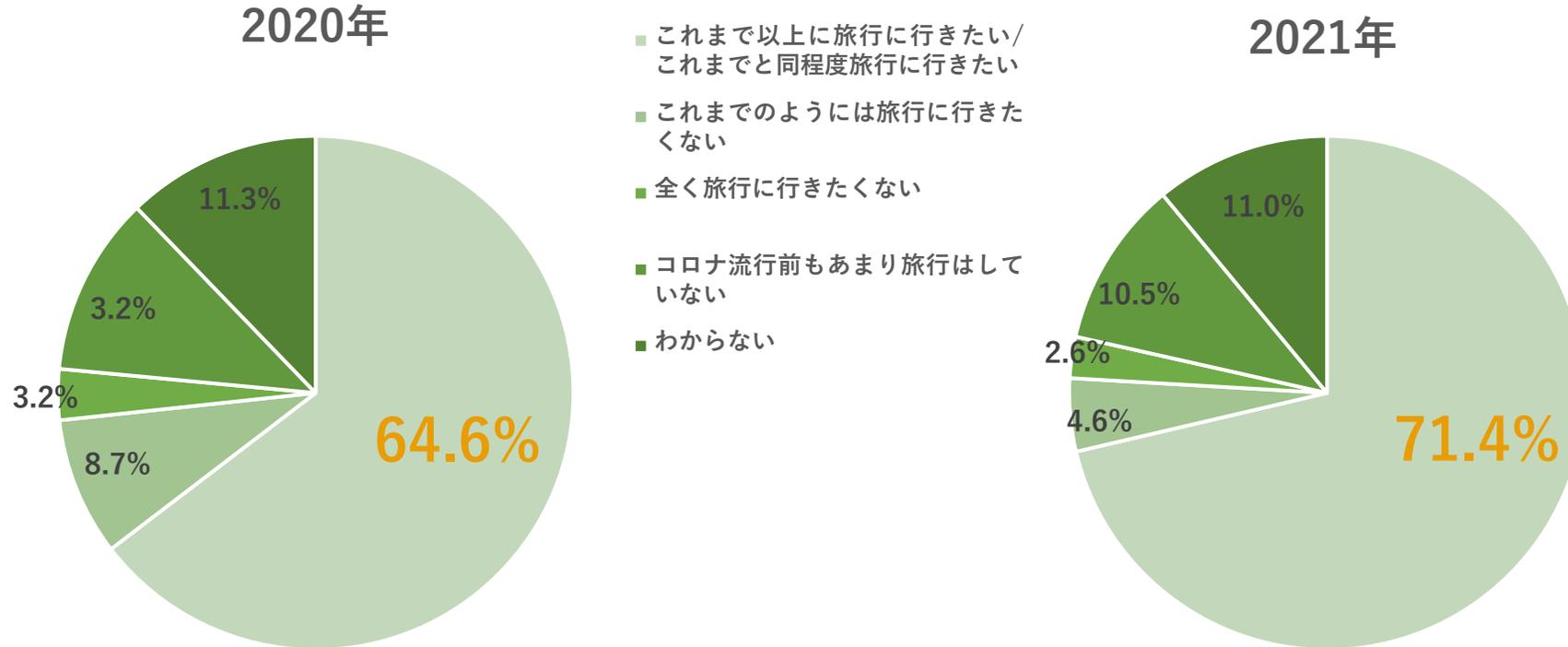


出典: 観光庁 宿泊旅行統計調査



市場環境 – 日本人旅行者の動向-

■ 新型コロナウイルス収束後の旅行意向は増加傾向



コロナ禍の長期化に伴い、今後の旅行意欲はこれまで以上に増してきている

2021年8月31日 日本交通公社「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（その12）～JTBF旅行意識調査(7月)をもとに作成～
https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2021/10/covid-19-japanese-tourists-15_JTBF211011.pdf



FY2021 3Q 業績ハイライト

事業環境

出国日本人者数 2019年同期比▲97.6%の36万人（2021/1月～9月）※
 訪日外客数 2019年同期比▲99.2%の19万人（2021/1月～9月）※

※出典：日本政府観光局(JNTO) 2021年10月20日発表 - 訪日外客・出国日本人統計

業績概況

COVID-19の感染拡大により緊急事態宣言が長引く中、感染症対策を徹底し、徐々に営業収益を積み上げる。なお、10月1日の緊急事態宣言の解除を受け、足元の予約数は順調に回復傾向。

営業収益	355万円	前年同期比	▲484百万円
経常損失	▲842 百万円	前年同期比	+33百万円
四半期純損失	▲884 百万円	前年同期比	+213百万円

業績ポイント

- 8月に新規感染者数が大幅に増加するも、当初想定通りの業績進捗
- HawaiiActivities(米国本土の旅行者)の予約数は、ハワイのシーズンである7月にピークに達し、デルタ株の影響を受けつつも、予約数推移は当初想定通りの範囲で依然堅調
- 国内アクティビティ 3Q予約数は2Q予約数を上回る

事業ポイント

- 200万人の会員基盤と世界各国の5000社超のサプライヤー網を活用し新たなサービス、メディア開発等により顧客接点を維持・拡大
- COVID-19収束後の需要取り込みに向け事業構造改革は順調に進捗



P/Lサマリー（連結）

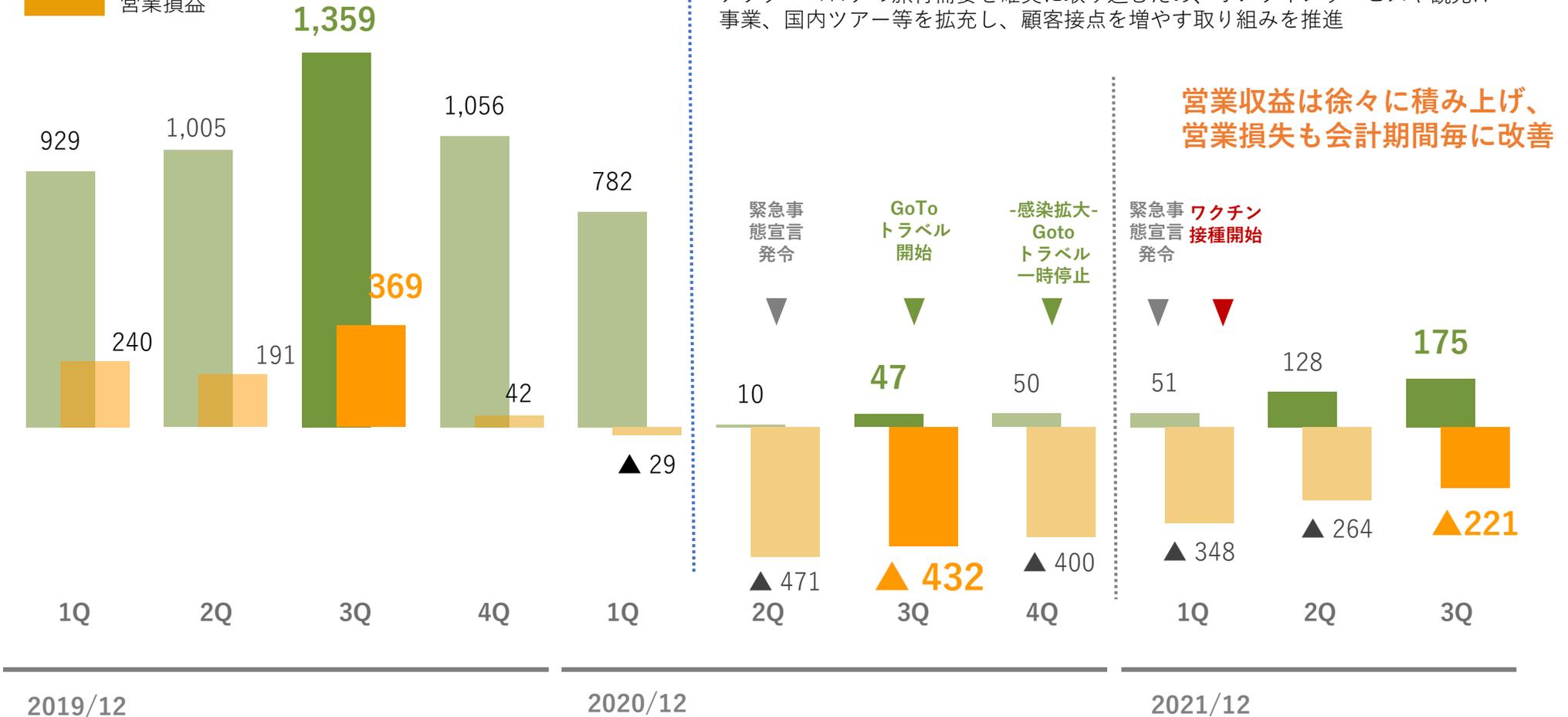
- ① 営業収益は長引く緊急事態宣言にも関わらず、感染症対策を確実にしながら徐々に増加
- ② 営業費用は適切な経営リソースの配分をしながら、徹底したコストコントロールを継続

単位：百万円	2021/12月期 1Q (1月～3月)	2021/12月期 2Q (4月～6月)	2021/12月期 3Q (7月～9月)	2021/12月期 3Q累計 (1月～9月)	2020/12月期 3Q累計 (1月～9月)	YoY
営業収益	① 51	128	175	355	840	42.3%
営業費用	② 399	392	397	1,189	1,773	67.0%
営業損失	▲348	▲264	▲221	▲834	▲933	—
営業外収益	13	22	6	43	69	61.8%
営業外費用	51	1	▲1	51	12	421.4%
経常損失	▲385	▲243	▲214	▲842	▲875	—
特別損失用	13	2	0	16	116	13.7%
四半期純利益	▲400	▲249	▲234	▲884	▲1,098	—
1株当たり四半期純利益（円）	▲12.31	—	—	▲26.89	▲38.06	

営業収益・営業損益 四半期推移（会計期間）

(単位：百万円)

■ 営業収益
■ 営業損益



COVID-19の影響

アフターコロナの旅行需要を確実に取り込むため、オンラインサービスや観光IT事業、国内ツアー等を拡充し、顧客接点を増やす取り組みを推進

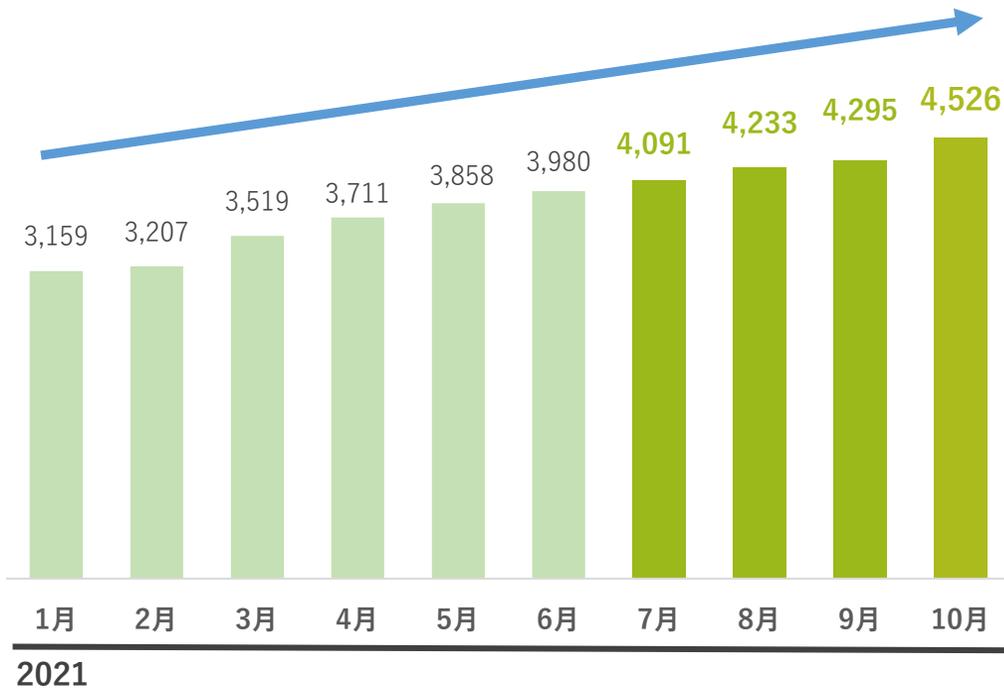
営業収益は徐々に積み上げ、
営業損失も会計期間毎に改善



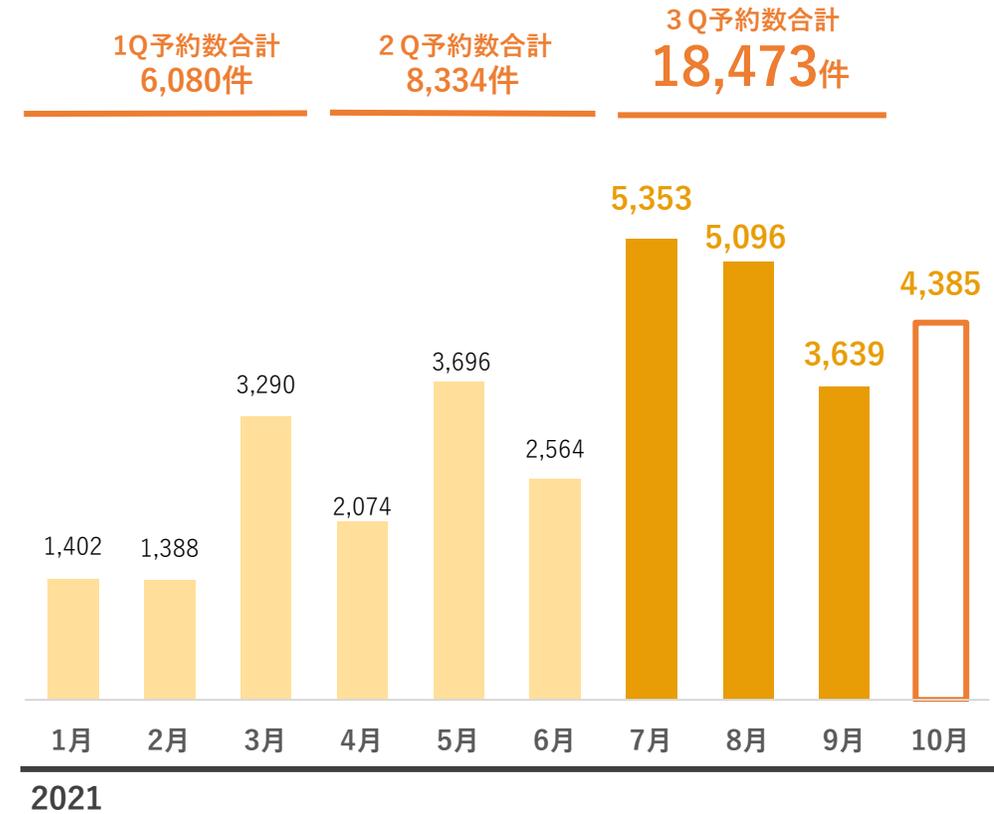
国内ツアーの状況

- 2020年4月以降、商品拡充を進め約4,500商品まで増加、2021年末には2020年4月（2,394商品）比で倍増を計画
- 今夏の新規感染者数増加の影響により、一時は需要が減速したが、3Q会計期間予約数合計は1Qと2Qに比較し大幅に増加
- 緊急事態宣言が解除された10月から予約数は回復傾向に

国内ツアー商品数推移



月別予約数推移





HawaiiActivities回復状況（2021 vs 2019）

■ 新学期の開始に伴いシーズンオフを迎え、HawaiiActivities*の足元の予約数は落ち着くものの、年末のホリデーシーズンに向け予約数の増加を見込む

* HawaiiActivitiesは当グループ会社の米国本土向けのハワイ専門現地体験ツアーのOTA事業

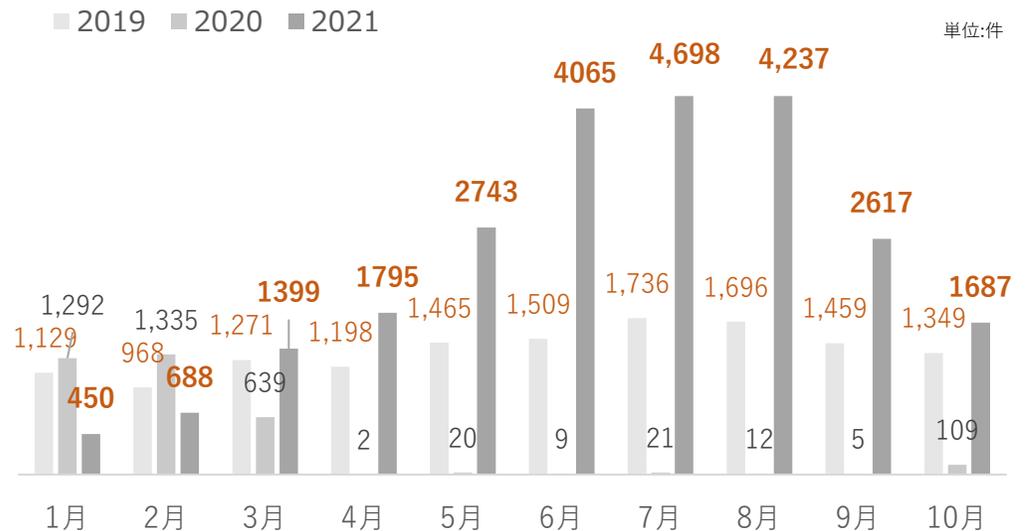
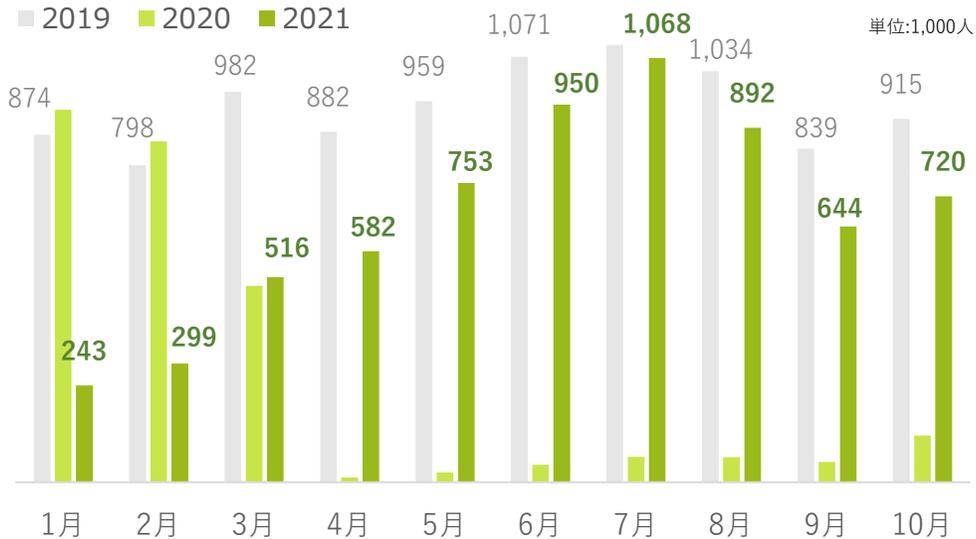
米国本土からのハワイ州到着者数

旅行者回復率 vs2019



HawaiiActivities 月別予約数推移

当社予約回復率 vs2019

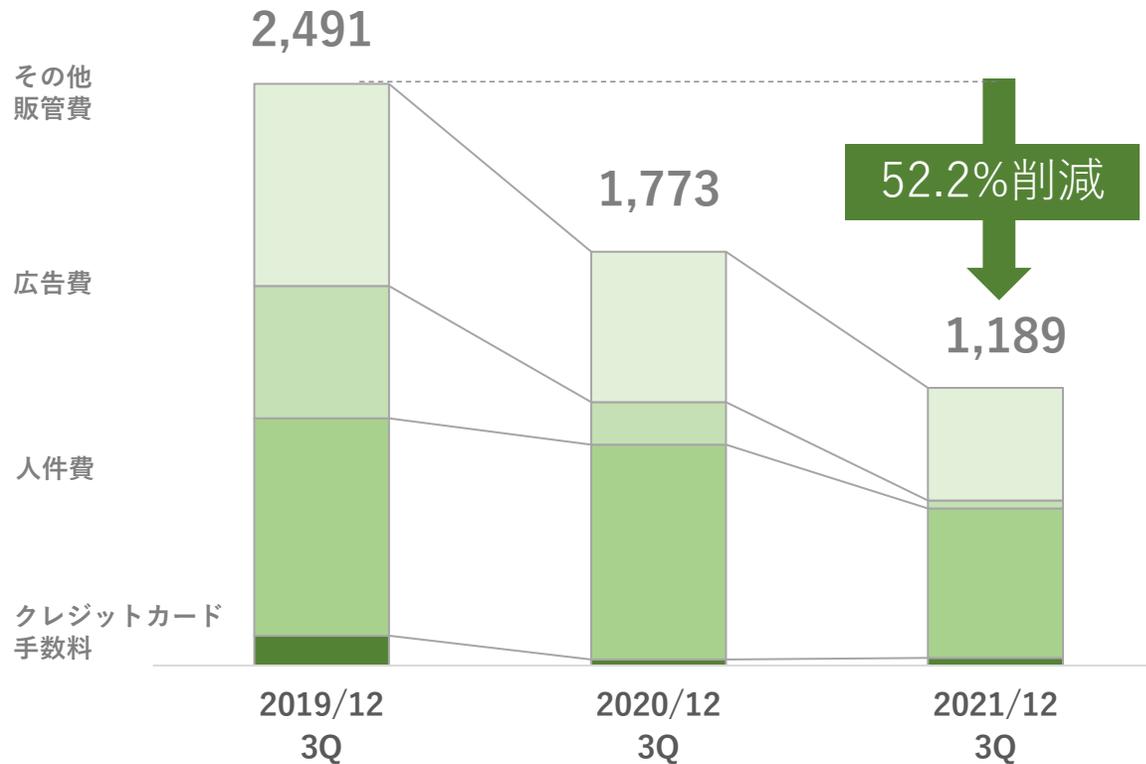




財務面での対策

■ 徹底的なコスト削減を継続

(単位：百万円)



全社的なコストの見直しを徹底し、
固定費を圧縮
筋肉質な経営体制を維持

- 人件費の削減
(役員報酬の減額、賞与支給の停止、従業員の休業対応等)
- 広告宣伝費の大幅な削減
- 本社機能の移転
- 希望退職の実施



B/Sサマリー

■ 自己資本比率は63.6% 財務健全性をより強固に

	2020/12月期	2021/12月期 3Q	増減額	詳細
単位：百万円				
流動資産	1,098	1,374	276	
（内）現金及び預金	917	1,240	323	
固定資産	620	495	▲124	ソフトウェアが97百万円、投資その他の資産が42百万円減少
資産合計	1,718	1,870	152	
流動負債	1,136	667	▲468	短期借入金が599百万円減少した一方、前受金が80百万円増加
固定負債	29	3	▲25	長期借入金が25百万円減少
負債合計	1,165	671	▲494	
（内）有利子負債	760	61	▲699	
純資産合計	552	1,198	646	第三者割当増資等による新株式発行により資本金および資本剰余金がそれぞれ756百万円増加 親会社株主に帰属する四半期純損失884百万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	31.9%	63.6 %	+31.7pt	

A person with long blonde hair, wearing a white long-sleeved shirt and a yellow straw hat, sits on a large grey rock on a mountain peak. Their arms are raised in a gesture of triumph or joy. The background shows a vast landscape with a blue lake, green forests, and distant mountains under a clear blue sky.

**2021年12月期
業績予想**



2021年12月期 業績予想

2021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、2021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。

A low-angle, upward-looking photograph of a person sitting in a light-colored hammock with tassels. The person's arms are raised towards a dense canopy of green trees. Sunlight filters through the leaves, creating a bright, dappled light effect. The overall mood is peaceful and natural.

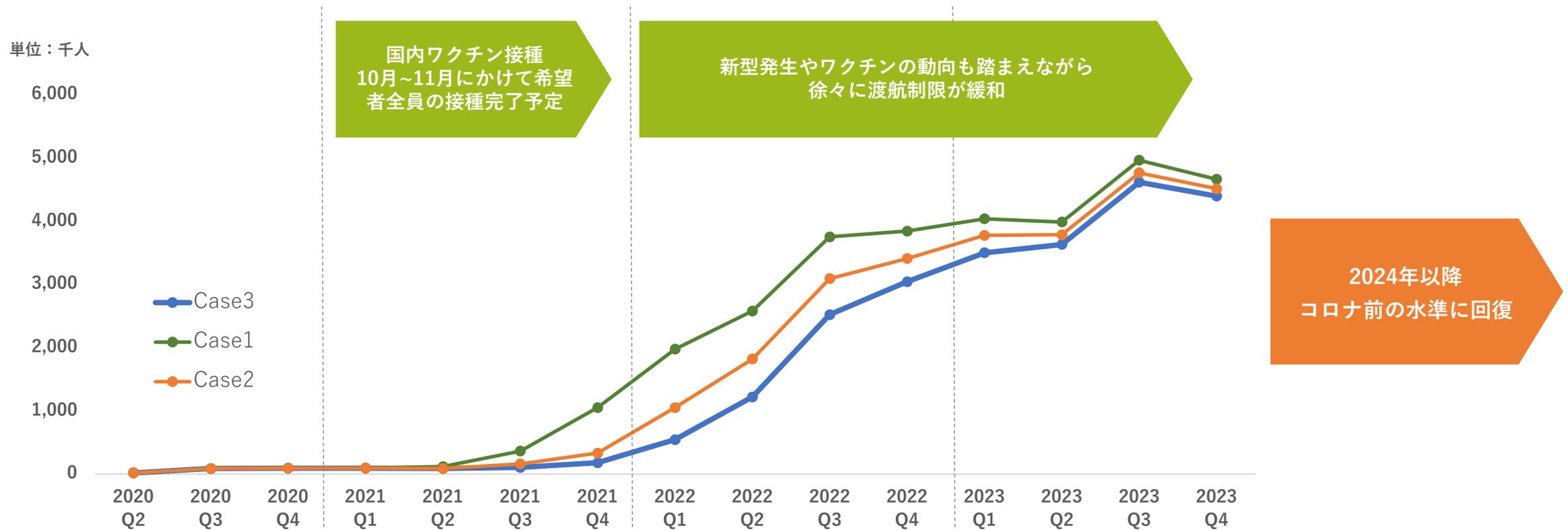
**2021年12月期
今後の取り組み**



海外旅行市場動向（当社の回復予測）

- 海外旅行の回復は未だ見通しが立たない状態にあり、本格的な回復は2022年を想定
- 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開始月を6月(Case1)、8月(Case2)、10月(Case3)で算出
- 足元の第5波の影響により多少の遅れはあるものの、想定レンジ内(Case3)で推移
- 2021年11月下旬からワクチンの効果が出ることにより国境を越えた移動が徐々に再開され、段階的に回復していくものと見込む

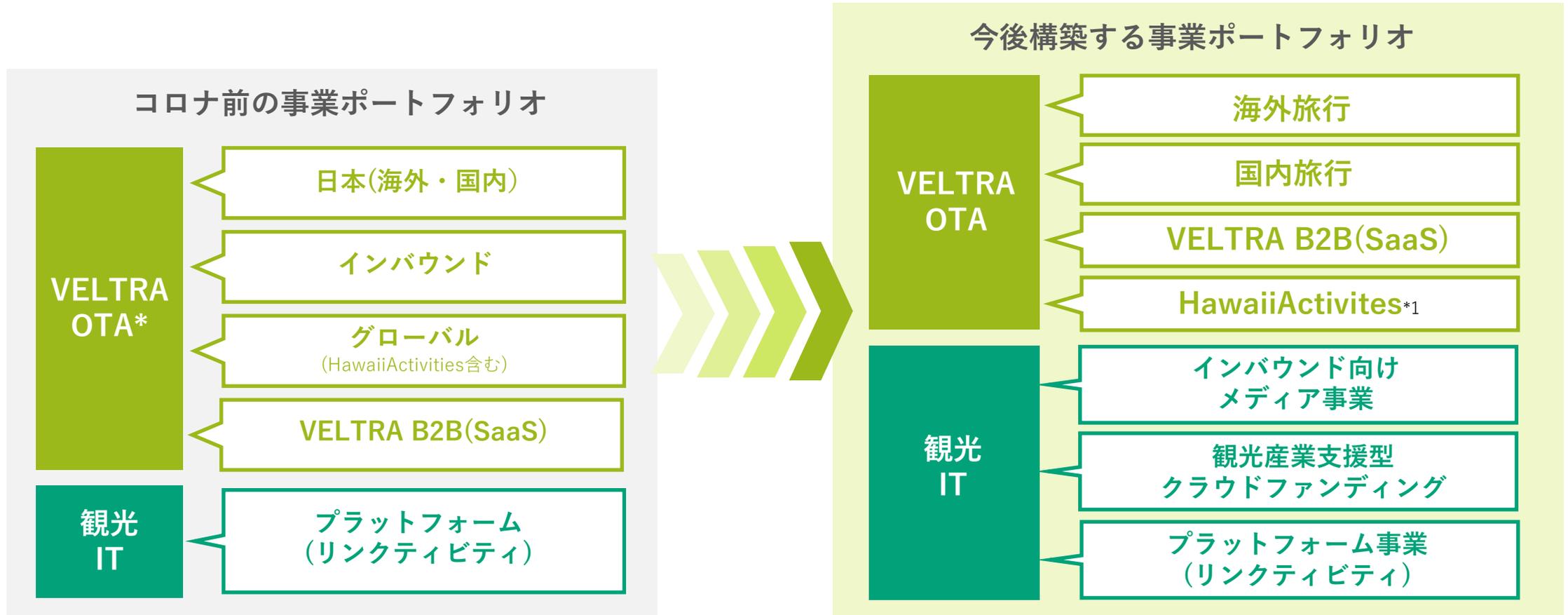
日本人海外渡航者数の回復シナリオ（SARS事例を元にした当社独自の予測値）





事業のポートフォリオの再構築について

- 現在まで当グループは現地体験ツアーのオンライントラベルエージェント(OTA)としてVELTRAを中心とした事業拡大を実施。今後はベルトラの競争優位性の源泉となりうる資産を活用した新たな観光系IT事業を新設。OTAとしての事業拡大に留まらない、事業の多角化をおこない旅行回復と新たな観光系IT事業との2つで企業価値最大化を目指していく。

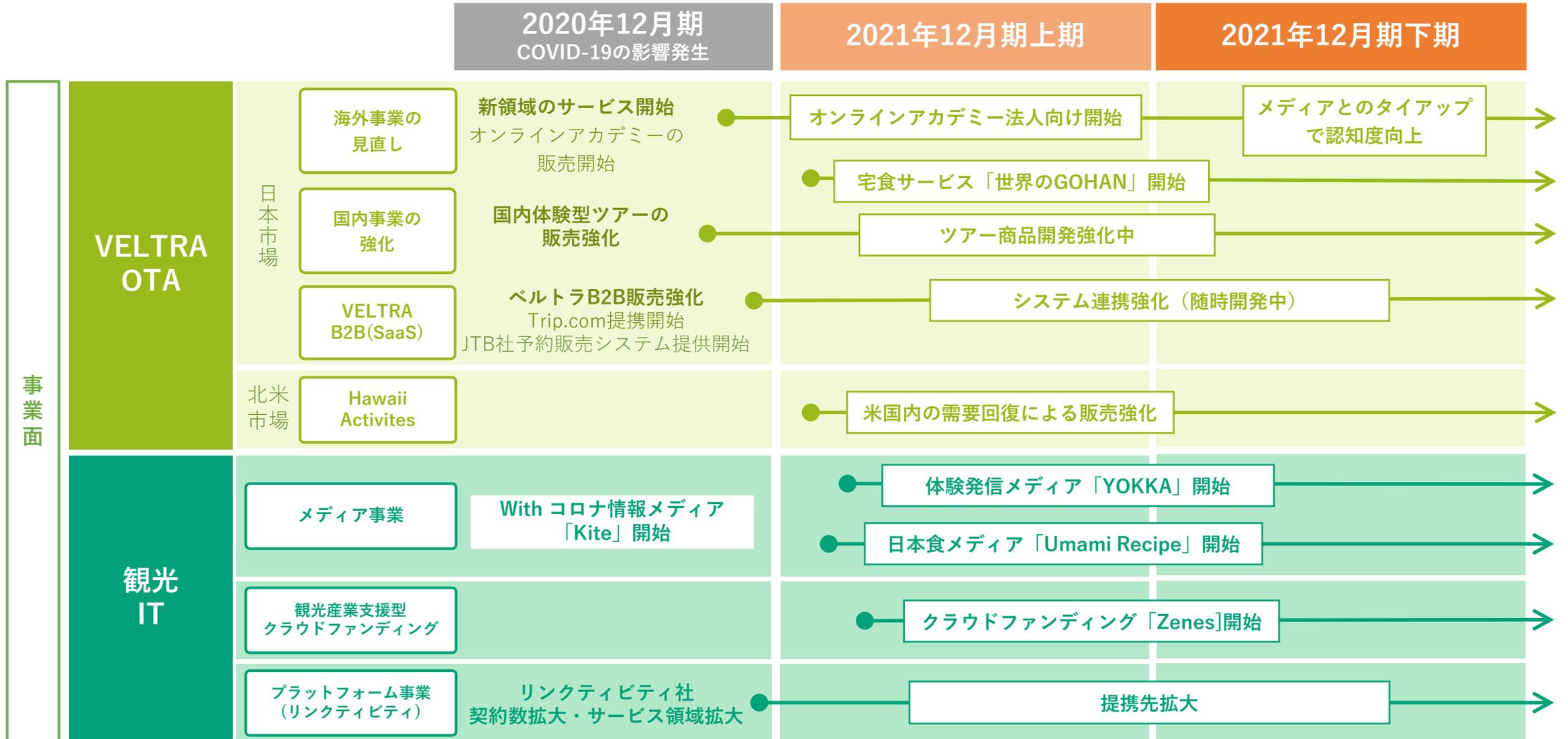


OTA = オンライントラベルエージェントの略

*1 HawaiiActivitesは100%子会社の米国本土の旅行者向けのハワイ専門のOTAです



事業ポートフォリオ再構築 進捗状況





VELTRA OTA事業について

- 上半期に投入した新しいサービスが好評。2022年以降に見込む海外渡航の本格化や、海外旅行に先行して回復が期待される国内旅行需要に応える企画を続々と投入予定。

今後の取組み

海外市場

留学生やビジネス目的での往来が徐々に再開。本格的な海外渡航解禁が見込まれる22年以降に経営リソースを投入予定。

国内市場

緊急事態宣言の解除、ワクチン接種の広がりにより、国内旅行の需要が先行して回復すると見込む。国内向け商品ラインナップをより一層強化。

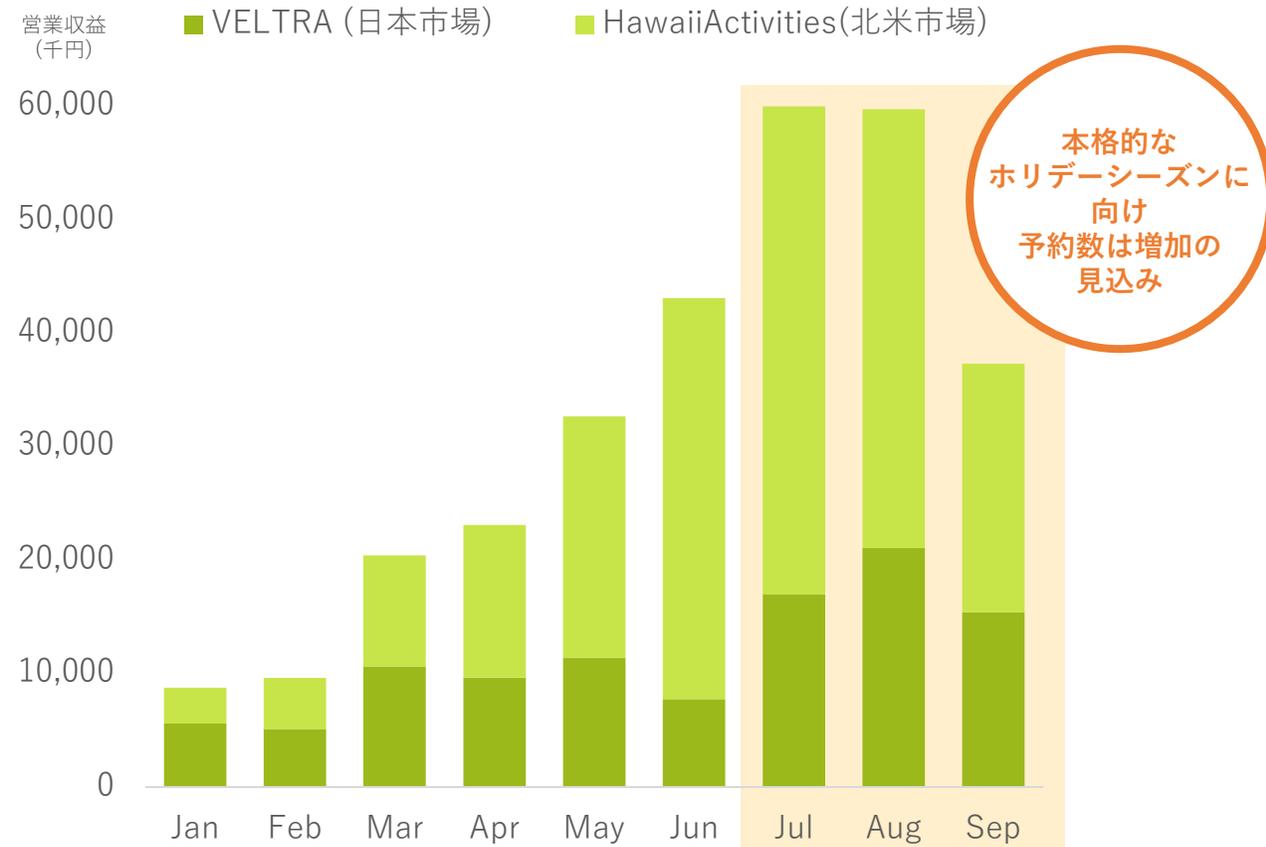
新サービス

法人向けのオンライン社員旅行（約90件、約3000名を動員）、人気映画のロケ地巡り等メディアとのタイアップ企画が全日満員御礼となる好評ぶり。引き続き顧客接点を持てる企画を推進予定。

北米市場（HawaiiActivities）

デルタ株の蔓延によりハワイ州への旅行客が一時と比較して減少したものの、10月以降～年末年始にかけて予約が増加傾向に。現地ツアーの拡充を進める。

OTA事業 営業収益推移





観光IT事業 交通機関・公共施設チケットプラットフォーム

- 販売商品の強化と同時に、直販サイト構築、MaaS推進企業と連携強化
- インバウンド需要だけでなく、国内向けの販売チャネルも強化中

リンクティビティ
プラットフォーム事業

販売商品

国内の鉄道会社
各都道府県施設等

2020年末 2021年9末

30社 → 81社



販売チャネル

国内・海外の
OTA・旅行会社等

世界各国に200社超



直販ソリューション





今後の成長戦略

競争優位性の源泉となりうる資産を最大限に活用し、旅行業に留まらない観光に関わるIT事業を成長させ、コロナ回復期に企業価値を最大化を目指す。

新たな挑戦でもベルトラの使命であり企業理念でもある国際交流、人と人との本物のつながりを大切にしたサービスを提供し、関わるすべての人達とともに持続的に成長し、独自の存在感で観光産業と国際交流をリードしてまいります。

Goal
(2024年～2025年)



A large, semi-transparent white rectangular area on the left side of the slide, serving as a placeholder for reference material. The text "参考資料" is centered within this area.

参考資料



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 12億9,383万円 (2021年9月30日現在)

創業年 1991年11月 (VELTRA.com事業開始 2004年)

決算期 12月

従業員数 本社 108名 (134名)
 連結 134名 (164名) ()は臨時雇用含む

子会社 [マレーシア] VELTRA Malaysia Sdn. Bhd.
 [フィリピン] VELTRA PHILIPPINES,INC
 [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、ホーチミン



役員	代表取締役社長 / CEO	二木 渉
	取締役	萬年 良子
	取締役	倉上 智晴
	取締役	皆嶋 純平
	取締役	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
	非常勤監査役	河野 雅之



沿革

- 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
北米市場向けのハワイ現地ツアーを運営する「HawaiiActivities.com」
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 クアラルンプールにシステム開発会社としてVELTRA Malaysia Sdn. Bhd.を設立
- 2015 中国語サイト（繁体・簡体）開設
- 2016 主に英語圏市場を対象としたグローバル市場向けの現地ツアー予約サイト
「CityDiscovery.com」を運営するCity Discovery SASの全株式を取得
- 2017 パリ現地法人をVELTRA SASに社名変更し、VELTRAグループでの営業拠点とする
マニラ現地法人をVELTRA Philippineに社名変更し、VELTRAグループでのCS拠点とする
主に日本の鉄道・移動手段に関する商品をアジア市場に供給することを目的としてシンガポールに
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への上場
- 2019 ベルトラコリア株式会社（VELTRA KOREA Inc.）設立
- 2020 日本にリンクティビティ株式会社を設立、プラットフォーム事業をシンガポール法人から移管



企業理念

関わるすべての人達とともに持続的に成長し、
独自の存在感で観光産業と国際交流をリードする

独自の存在感

幅広い地域と商品バリエーションだけでなく
質の高いサービスの両立を実現

国際交流

国境を越えた人と人との関わりを重視し、
特にツアーガイドによる旅行体験を重視

共存共栄

企業連携での協業でさらに価値を提供し
観光産業全体を繁栄させていく



事業内容

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。

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。

 **12,340**
Activities

 **150**
Countries

 **650**
Activities

 **2.15 million**
Members

 **4,000+**
Partners

 **2.15 million**
Members

 **100+**
Partners

 **420,000**
Customer Reviews

 **420,000**
Customer Reviews



事業内容

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年よりスタート。

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

Taste the World at Home
世界の
GOHAN
@home

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。

「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。



300
Activities



50
Countries



75
Products



20
Countries



100+
Partners



3,0000+
Participants



20+
Partners



5000+
Participants



事業内容

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。

観光メディア事業では、旅行中のみならず**継続的な顧客とのコミュニケーション創出によりファンを増やし**、将来的な広告収入も目指す。



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。



いつもの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



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です。



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



家庭で作る日本食を世界を広め、料理を通じた文化交流を促進するための英語情報サイト



ベルトラの強み

■ 商品価値・顧客満足度UPを叶えるビジネス基盤が当社の強みです。

40万件超の「旅」体験談

豊富な参加体験談により商品の評価をチェック。常に改善を実施することでお客様から選ばれる「旅」を提案

世界各国に5,000社超の 催行会社ネットワーク

世界各国の体験型ツアーを実現する
国内最大級の催行会社ネットワーク

「安心・安全」を確保する 充実したオンラインサポート

言葉や文化の壁をバリアフリー化し、
「旅」を楽しむサポートをすることで
顧客満足度を向上し、リピートを促進

多様な販売チャネル

航空会社や大手～中小の幅広い旅行会社が
当社の販売システムを導入、当社のシステムが
パートナー企業の強みとして活用

世界各国に6,000人超の プロツアーガイドネットワーク

感動の旅を案内する、ホスピタリティに溢れた
魅力的なプロツアーガイドを確保

現地体験型ツアーへの関心を高める 積極的なメディア発信

自社メディアやSNSで体験型ツアーの楽しさを情報発信



時代や個人のニーズに合った商品を提供
スピーディーに提供

商品価値 & 顧客満足度 UP!



OTA事業 国内ツアーの拡充

- 日本国内旅行に改めて注目が集まる今、国内ツアーの拡充にも積極的に取り組んでいます。

ミキ・ツーリストの国内旅行 『みゅうJapan』の販売を開始

「心奪われる絶景や素晴らしい景色、知られざる日本の魅力を伝えたい。」そんな両社の想いが一致し実現したプロモーション。日本人ならではのきめ細やかなホスピタリティの高さで人気を誇るツアーブランド『みゅう』の国内ツアーや体験の提供を開始。

カスタマイズ可能な
プライベート
ツアーで
安心安全な旅行が
可能に



▲特設サイト

「日本の輝きを再発見 ~知られざる日本の魅力にせまる旅~」

<https://file.veltra.com/jp/promotion/japan/mikitourist/>

「今だけ」「ここだけ」の自然が満喫できる 特別な現地体験を日本国内でも展開

海外旅行にも負けないユニークな魅力がある「離島」に注目。約20年にわたり体験型アクティビティ専門予約サイトとして業界をリードしてきた視点から、国内のアクティビティや提供事業者を厳選し、本格的にサービス提供を開始。

第1弾
日本の離島
今後は全国の国立自然
公園など展開予定



▲特設サイト

「人の魅力・食の魅力・島の魅力 日本の離島」

<https://www.veltra.com/jp/special/japan/remote-islands/>



OTA事業 新たなカタチの観光業の創造

- オンライン観光が活発化し、これまで様々な事情により旅行を諦めざるを得なかった方々へも旅の提供が可能に。現地でのアクティビティ提供を主力としてきた我々のビジネスモデルが進化中です。

三重県伊勢市の 「オンラインツアー等造成促進事業」に参画

伊勢市内の観光事業者のオンラインビジネスの力を向上させることを目的とし、新たな生活様式に対応したオンラインツアーを造成・催行。ツアー企画や環境構築を支援



今までにない
趣向を凝らした
オンラインツアー
の販売を開始

▲特設ページ
「旅の原点、そして新たな旅の始まり 伊勢」
<https://file.veltra.com/jp/promotion/japan/ise/online-tours/>

スモールワールズTOKYOから公開ライブ配信 新たな形のマイクロツーリズムを提案

どこからでも安心して楽しめる「オンライン生配信」と近隣の皆様がリアルで参加できるハイブリットイベントをプロデュース。
私立恵比寿中学をMCに迎え、「小さな国ちゃんねる」の新企画、旅と笑いをテーマにした「WAKU WAKU WORLD」を全6回にわたり配信。



ウィズコロナ時代の
新しいマイクロ
ツーリズムとして
期待

OTA事業 海外旅行再開へ向けたプロモーション

- 絶大な人気を誇る定番旅行地であるイタリア、注目が高まっている南アフリカと、それぞれ共同プロモーションを開始。コロナ収束後の旅行需要獲得に向けた取り組みを実行。

イタリア政府観光局と共同プロモーション

地域ごとに特徴のあるイタリアの魅力を存分にお伝えする
生中継の「参加型」オンラインツアーを全6回開催

家にいながらスマートフォンやパソコンで気軽に参加。
チャット機能を使えば、現地のガイドとコミュニケーションをしながら旅を楽しむことができる。
イタリアを実際に訪れるその日を想像しながら、生中継ならではのオンライン旅行をご提供。

▼チョコレートの都・トリノのチョコ巡り！
歴史と街歩きツアー



全6回
満員
御礼

▲おとぎの世界の島！
ムラーノ島ガラス工房見学とカラフルな世界遺産ブラーノ島ライブツアー

南アフリカ観光局と共同プロモーション

南アフリカ共和国のさまざまな魅力をお伝えする特設サイト
「冒険者たちの楽園 南アフリカ」を公開

1年を通じて温暖で過ごしやすい気候に、近年人気を集めている南アフリカ。野生動物との出会いや豊かな自然、活気あふれるカルチャーと、南アフリカならではの3つの楽しみをご紹介します。



特設サイト
オープン

▲特設サイト「冒険者たちの楽園 南アフリカ」

<https://file.veltra.com/jp/promotion/africa/southafrica/>



ご留意事項

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。



IRメール配信のご案内

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>

