



2020年12月期 第1四半期
決算説明資料

ベルトラ株式会社

東証マザーズ：7048



新型コロナウイルス感染症が世界中に広がり、私たちの生活に大きな影響をもたらしています。お亡くなりになられた方に哀悼の意を表するとともに、ご遺族の方には心よりお悔やみ申し上げます。感染が確認された方々においては、一日も早い回復を願っております。

また、治療や感染拡大防止のため職務を果たして下さっている医療従事者の皆さま、関係者の皆さまに、心から感謝申し上げます。

2004年のサービス開始以来、ベルトラは旅先での体験にフォーカスし、これまで200万人以上の旅行者の皆様に、旅の感動をお届けしてまいりました。

今後、いつ事態が収束し、自由な旅ができるようになるか予想がつかない現状ではありますが、世界が旅を止めた今でも、“心揺さぶる「旅の体験」を届け、人々の人生をより一層豊かにする”という我々の使命が変わることはありません。

旅の体験を通じて世界中の人々が交流し、理解し合うことで、この世界の進化と発展に貢献すると信じ、前進を続けていきます。

世界全体で移動したり、人と会うことが著しく制限された今、人との繋がりや旅の必要性をより強く感じています。あらゆる状況でもそれを実現可能にする、新しい「旅の体験」を提供できるように進めていく所存であります。



目次

2020年12月期 業績予想について	P4
新型コロナウイルス感染症による影響と対応について	P5
2020年12月期 第1四半期決算概要	P12
参考資料	P20



2020年12月期 業績予想について

2020年3月23日に公表しました通り、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により情勢が日ごとに悪化する中、現時点での合理的な業績予想の算定ができないため、2020年2月13日に公表しました2020年12月期の業績予想を一旦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。

新型コロナウイルス感染症による影響と対応策について



新型コロナウイルス感染症への当社対応

- 世界保健機関（WHO）は3月11日に新型コロナウイルス（COVID-19）の世界的感染拡大を受け、パンデミックを宣言しました。それを受け、当社では緊急対応策を以下の通り実施しています。

お客様

柔軟なご予約のキャンセル対応

- 現地ツアー催行会社と速やかに連携し、すべてのお客様に個別で柔軟な対応実行
- お客様の負担されるキャンセル料金を減らし、次回のご旅行に繋がるように努める

旅行者が必要な情報をタイムリーに提供

- 現地ツアー催行会社と緊密に連携をとり、渡航情報、休業中の観光スポット情報など最新の情報を随時更新

催行会社

現地ツアー催行会社への積極的な支援

世界中で契約している現地ツアー催行会社との信頼関係を引き続き強固にすべく、現地ツアー催行会社の支援に率先して臨む

- アクティビティ代金の支払い期日の短縮
- アクティビティ代金の相談と提案など、担当営業を通して連携を図り、催行会社の経営改善に貢献できるように努める

従業員

ベルトラ従業員への速やかな対応

2016年より100%全社員が在宅勤務のできる体制を構築済

- 政府の発令後速やかに在宅勤務へと切り替え、通勤による感染リスクを抑える措置を実行
- オフィスでの衛生管理の徹底
- 不要不急の会議や出張を禁止
- ビデオ会議を通して通常業務と同じレベルでの成果を維持する一方、社員の安全衛生面のケアを続行



新型コロナウイルスの影響について

- 現状、国内から海外への渡航規制は継続の見込みであり、主要航空会社においては、国際線便数を大幅に減便する等、当社事業環境は引き続き厳しい状況が続くことが予想されます。

外務省からの通達

全世界に対してレベル2：不要不急の渡航は止めてください

その他、従前の危険情報として渡航中止勧告（レベル3）や退避勧告（レベル4）を発出している国・地域もあります。これらの国・地域においては、以下の情報いかににかかわらず、同勧告を踏まえて行動してください。

日本からの渡航者や日本人に対して
入国制限措置がとられている国・地域



184か国/地域

日本からの渡航者や日本人に対して
行動制限措置がとられている国・地域



66か国/地域

国内航空会社の状況

新型コロナウイルスの感染拡大により、国際線および国内線を大幅減便

* 令和2年5月8日（午前6時更新）時点の情報



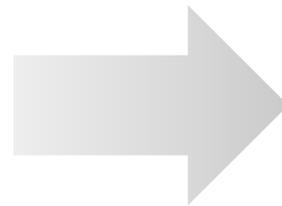
長期化を想定した事業継続体制の構築

- 当社の経営方針における最優先事項は経済回復が長期化されることを想定した事業戦略の見直し、そして経営基盤の安定化と投資の選択と集中を最優先課題とします。市場の回復後には当社の最大の強みである日本市場を最優先に収益を確保すべく経営体制を再構築していきます。
- また、新たな旅行スタイルに柔軟に対応するための変革に着手してまいります。

現状の最優先課題

経営基盤の安定化

投資の選択と集中



市場回復後

日本市場を最優先に
収益を確保

新たな旅行スタイル
に柔軟に対応



長期化を想定した事業継続体制の構築 — 経営基盤の安定化 —

■ 10億円以上のコスト圧縮を図り、さらに大幅な削減策を実施し徹底的なコストコントロールを実行

徹底的なコストコントロールの実行

コスト圧縮内訳

	2020/12 当初計画 4月~12月	2020/12 修正計画 4月~12月	削減額
単位：百万円			
人件費	1,408	950	△458
広告宣伝費	950	100	△850
その他費用	1,190	550	△640
販売管理費合計	3,547	1,600	△1,947

人件費の削減 458百万円

- ・ 役員報酬の減額
- ・ 新規採用の凍結
- ・ 事業閉鎖による一部人員削減
- ・ 休業対応

広告宣伝費の削減 850百万円

- ・ サイト訪問数及び予約数減にともなう広告費用の圧縮

その他費用の削減 640百万円

- ・ 取扱高に連動する費用の減少（決済手数料、ポイント費用）
- ・ 人員数に連動する運営コストの減少
- ・ その他固定費の圧縮



長期化を想定した事業継続体制の構築 — 経営基盤の安定化 —

- 内部留保の維持に全力で努め、緊急事態策としての資金を確保
- 機動的かつ安定的な資金調達枠を確保することで、手元流動性を厚くし、経営の安定性を高める

財務基盤の強化

主要各行との間で当座貸越契約を締結

借入先	株式会社三菱UFJ銀行	株式会社三井住友銀行
借入限度額	10億円	5億円
契約締結日	2020年4月20日	2020年4月27日
契約期間	契約日より2020年9月30日 (6ヶ月ごとの自動更新)	契約日より2020年9月30日
借入金利	基準金利 + スプレッド	

既存契約のコミットメントライン枠として5億円

現時点において借入未実行残高の合計は20億円



長期化を想定した事業継続体制の構築 ー投資の選択と集中ー

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大が当社の事業に与える影響を検討し、現事業の選択と集中を実行

投資の集中と選択

閉鎖事業

訪日旅行者向けのベルトラBtoCサービス

- グローバル事業（ベルトラ英語サイト）
- 中華圏事業（中国語サイト）

上記に関連する事業部を閉鎖

閉鎖の理由

新型コロナウイルス感染症の影響で、中期黒字化の計画が大幅に遅れる事が想定され、計画どおりの成長実現には、より大規模な投資を行なわない限り、当社の優位性を築くことが困難であると判断

投資事業

子会社「リンクティビティ」が提供する日本の公共交通機関と世界各国の旅行会社を結ぶ予約プラットフォームシステム事業（BtoB）の成長戦略に集中



集中の理由

引続き今後の訪日旅行者向けの成長戦略及びBtoB向けの市場拡大を進め、来年度のオリンピックに向けて大胆かつスピード感を持って事業を推進

**2020年12月期
第1四半期決算概要**



FY2020 1Q業績ハイライト

事業環境

出国日本人者数 前年同期比▲39.6%の297万人 (2020/1月~3月) ※
 訪日外客数 前年同期比▲51.1%の393万人 (2020/1月~3月) ※

※出典：日本政府観光局 (JNTO)

業績概況

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により前年同期比減収減益

営業収益	782 百万円	前年同期比	▲15.8 %
経常利益	▲37 百万円	前年同期比	▲117.7 %
四半期純利益	▲206 百万円	前年同期比	▲240.7 %

営業収益

世界的な新型コロナウイルス感染拡大の影響下、政府からの渡航自粛要請等により日本人渡航者が大幅に減少し、営業収益に影響

対策

市場回復の長期化を想定したうえで、コロナ収束後の収益構造改善に向けた事業計画の見直しを実施



P/Lサマリー（連結）

- 2020年2月までは営業収益は前年同月比大幅にプラスになるも3月以降、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、営業収益が悪化、それに伴い利益も減少

	2019/12月期 1Q	2020/12月期 1Q	増減率
単位：百万円			
営業収益	929	782	▲15.8%
営業費用	688	812	+18.0%
営業利益	240	▲29	▲112.3%
営業利益率	25.9%	▲3.8%	▲29.7pt
営業外収益	0	2	-
営業外費用	27	10	-
経常利益	214	▲37	▲117.7%
経常利益率	23.0%	▲4.8%	▲27.8pt
四半期純利益	146	▲206	▲240.7%
1株当たり四半期純利益（円）	5.16	▲7.17	▲12.33



第1四半期における個別事項

■ 事業閉鎖にともない減損損失 14,075千円を特別損失に計上

主にグローバル事業閉鎖にともなう固定資産の減損処理（内訳は以下のとおり）

グローバル事業に関連するソフトウェア	9,969千円
フィリピン子会社の固定資産	4,106千円

■ 繰延税金資産の取崩し

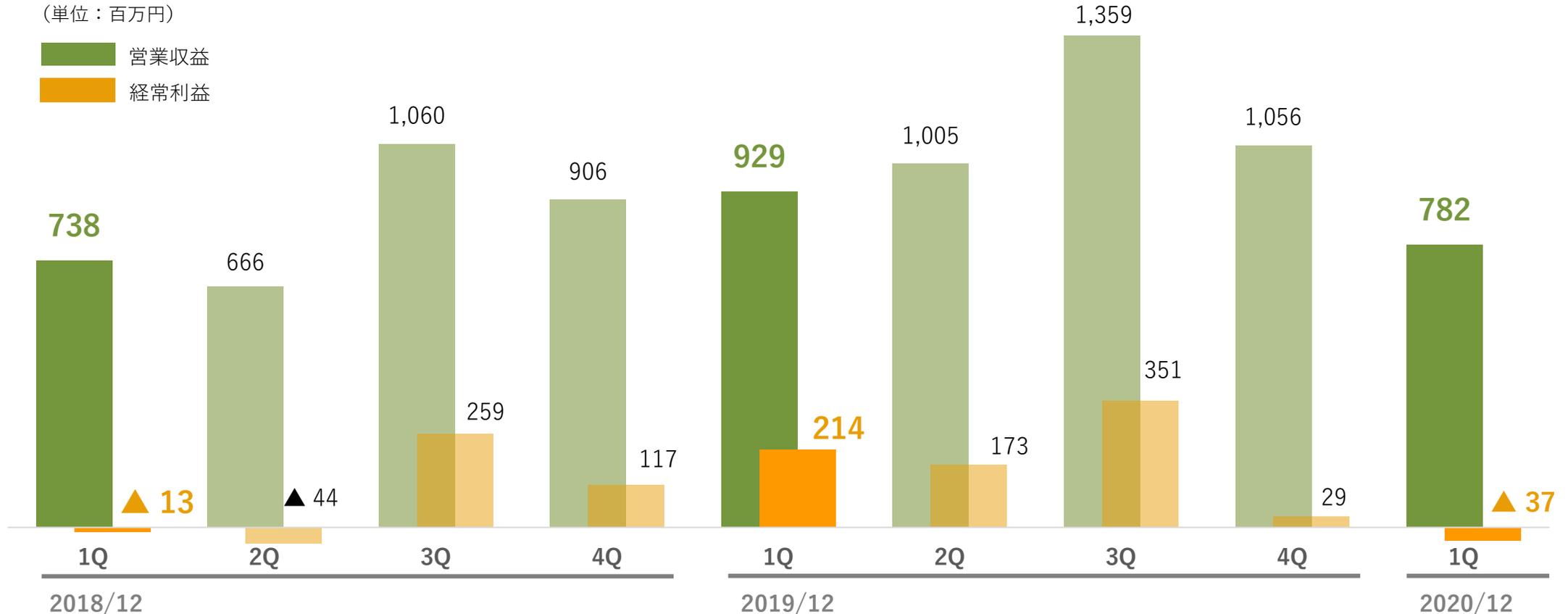
新型コロナウイルス感染症の実体経済に与える影響の長期化が予測される中で、今後の当社の営業収益の計上が不透明な状況を踏まえ、繰延税金資産の回収可能性について慎重に検討いたしました結果、繰延税金資産の取崩しにより**法人税等調整額 157,028千円を計上**

営業収益・経常利益 四半期推移（会計期間）

- 新型コロナウイルス感染拡大により、3月以降の予約数は大幅に減少し、営業収益はYoY ▲15.8%
- 営業収益の減少にともない人件費、広告費等のコストコントロールを実施するも、収益の大幅減を吸収できず四半期ベースで▲37百万円の営業損失
- 4月からは戦略的なコストコントロールを実施

（単位：百万円）

■ 営業収益
■ 経常利益



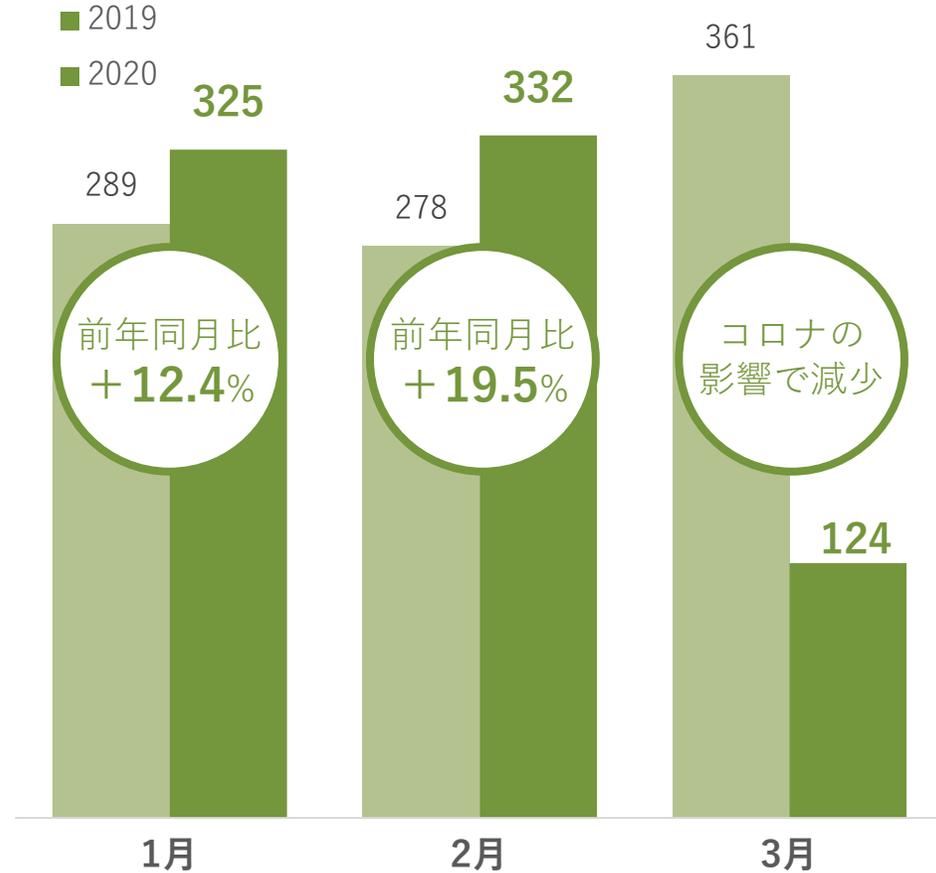


1月～3月 営業収益・営業利益推移

(単月推移)

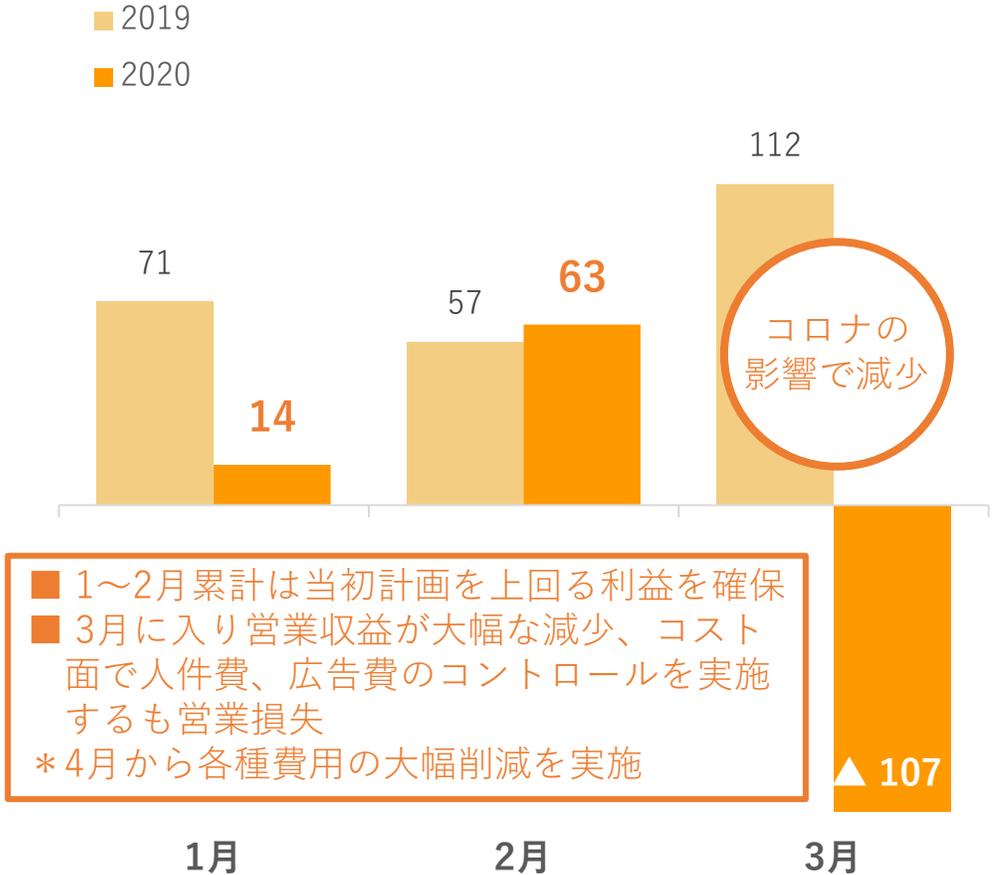
営業収益

(単位：百万円)



営業利益

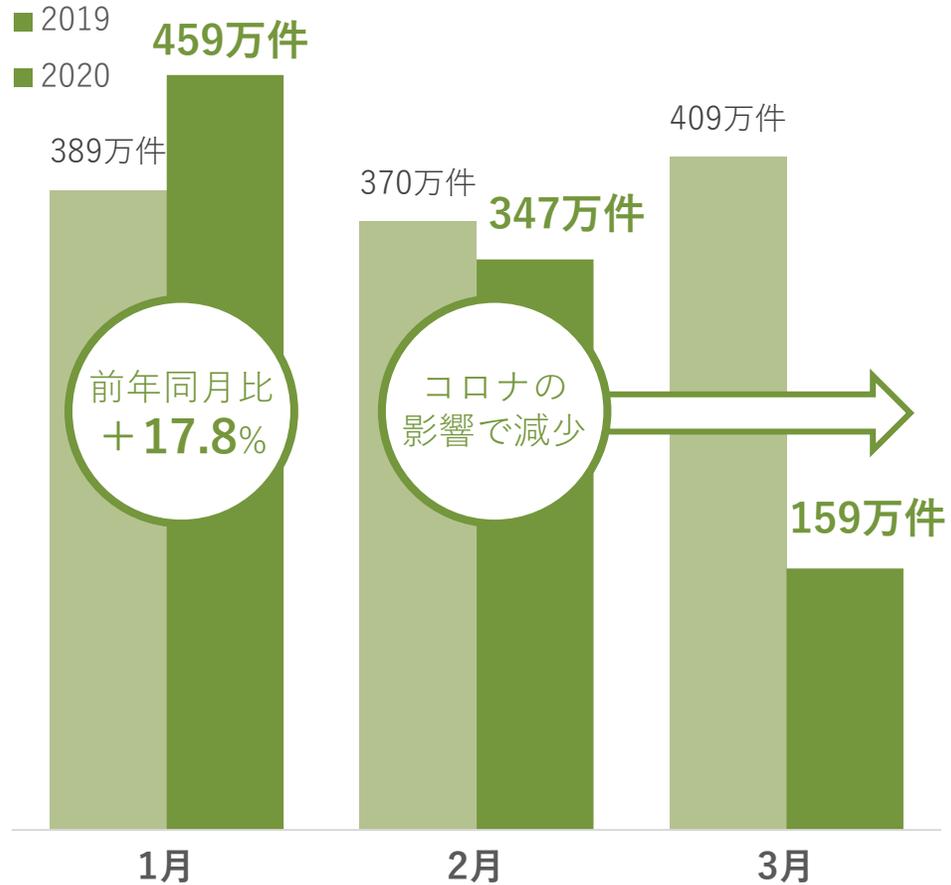
(単位：百万円)



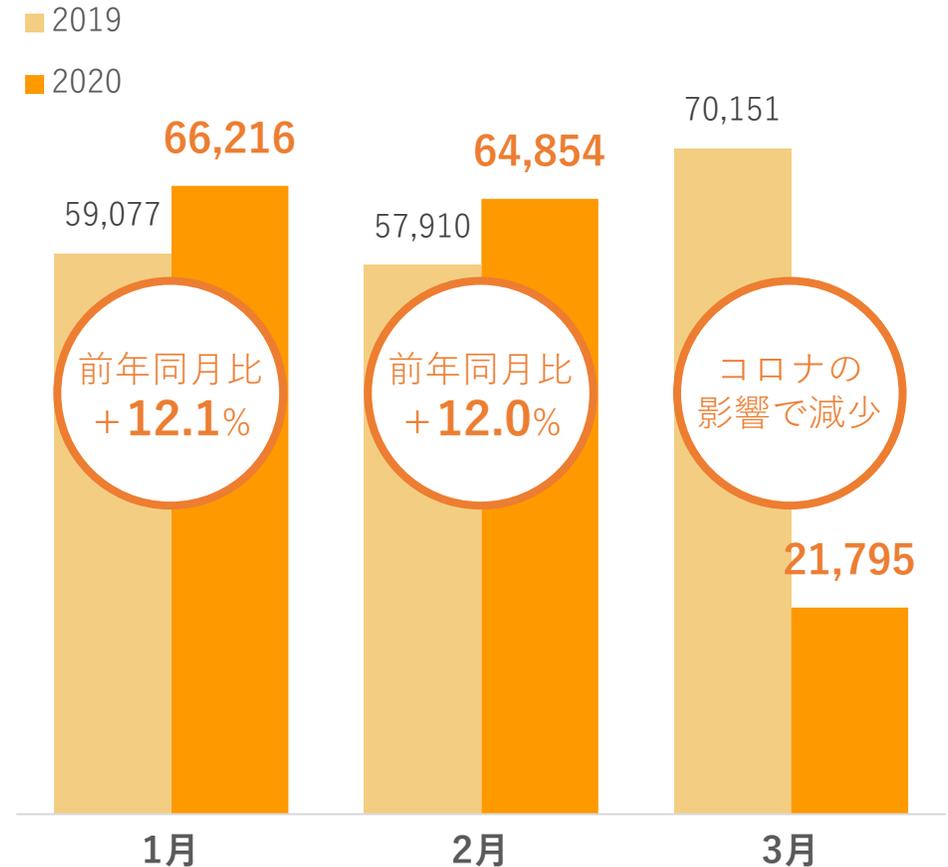


1月～3月 各種KPI（単月推移）

月間Visit数



予約数

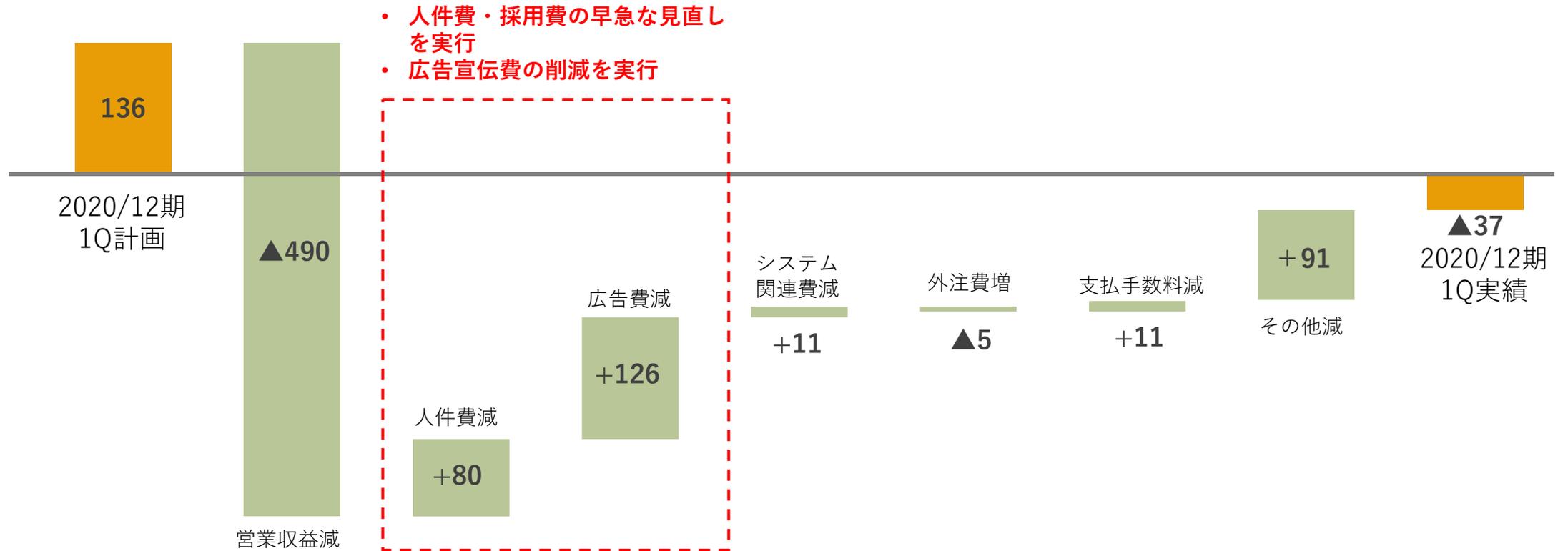




1Q 経常利益予実分析

■ 新型コロナウイルスの感染拡大により 3 月よりコストコントロールを実施し、経常損失の縮小化を図る

(単位：百万円)



参考資料



事業概要

■ 旅先の現地体験ツアーに特化したオンライン予約サービス「ベルトラ」の運営



VELTRA changes TRAVEL

何が体験できるかで旅先を探す



150ヶ国1万種類以上の体験ツアーを現地価格で旅行前でも予約可能





ビジネス領域

■ 現地体験型オプションツアー専門予約サイト「ベルトラ」を支える3つのビジネス領域

B to C

自社サイト経由

現地ツアー予約サービス
日・英・中・韓の4カ国語で提供



英語サイト



中国語サイト

B to B

提携旅行会社経由

現地ツアー予約サービス



プラットフォーム

Linktivityによる 移動手段の 予約サービス

2017年より事業開始



日本の
公共交通機関



リンクティビティ社

世界各国の
旅行会社



グループ企業Linktivityによる、
日本の公共交通機関と世界各国
の旅行会社を結ぶ**予約プラットフォームシステム**



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

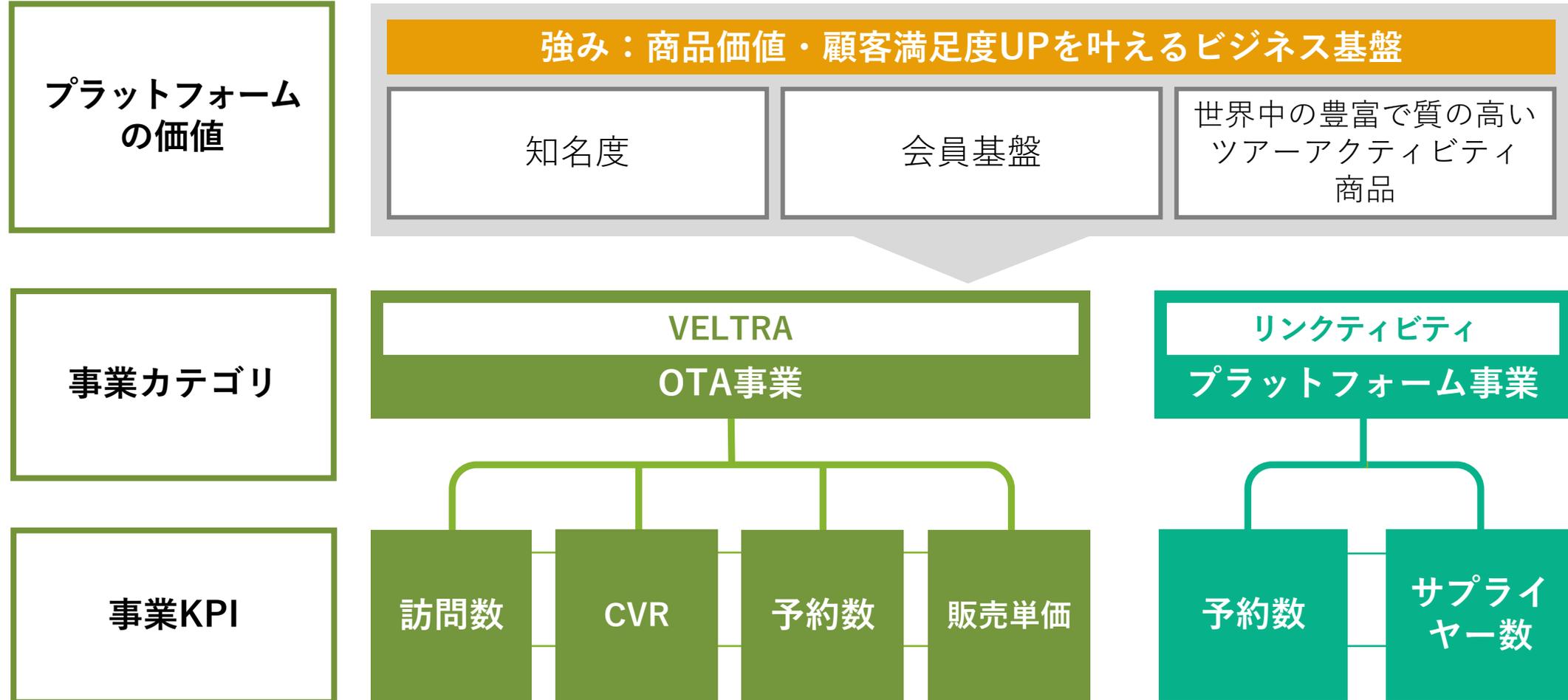


時代や個人のニーズに合った商品を提供
スピーディーに提供

商品価値 & 顧客満足度 UP!



当社事業の重要指標 (KPI)





会社概要

社名	ベルトラ株式会社	
本社	東京都中央区京橋1-18-1	
資本金	5億3557万円 (2020年3月31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 166名 (228名) 連結 255名 (330名) ()は臨時雇用含む	
子会社	[シンガポール]	LINKTIVITY PTE.LTD.
	[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

ロンドン、バンコク



役員	代表取締役社長 / CEO
	取締役
	取締役
	取締役
	取締役
	社外取締役
	社外取締役
	社外取締役
	監査役
	非常勤監査役
	非常勤監査役

二木 渉
萬年 良子
倉上 智晴
皆嶋 純平
イスラット エマニュエル
白石 徹
鈴木 学
カスバート ロドニー
池田 哲司
毛利 正人
河野 雅之



「働きがいのある会社ランキング」
4年連続ベストカンパニーに選出



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
韓国12cm社との事業提携にて韓国語サイト開設
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



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

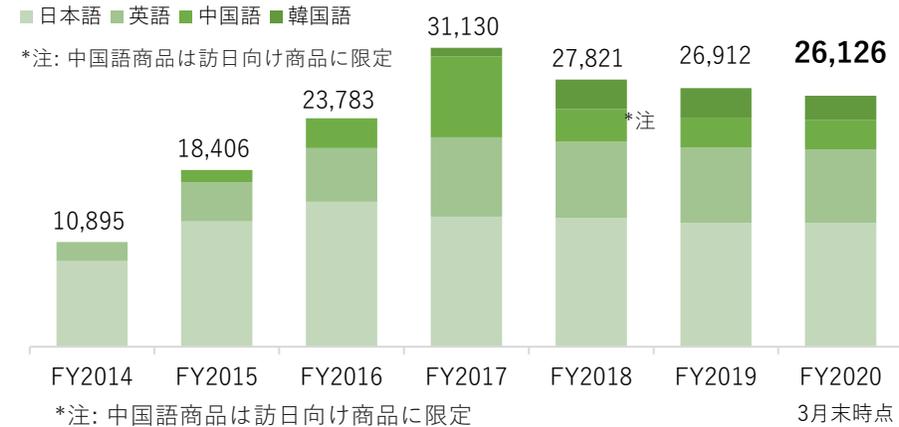
企業連携での協業でさらに価値を提供し
観光産業全体を繁栄させていく



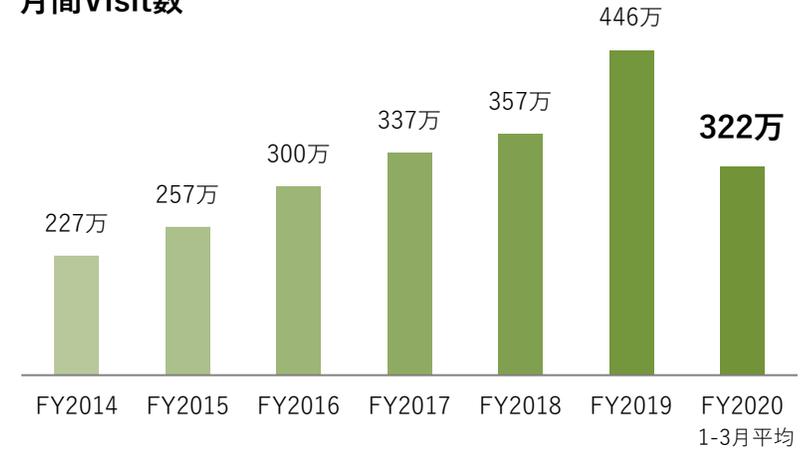
当社の特長：様々な消費者ニーズに対応した商品ラインナップ

- 世界150ヶ国、約5,000社で取扱は国内最大級。4カ国語で提供
- 様々な消費者ニーズに対応する商品を提供し、特に個人旅行者の支持を獲得

各市場別(言語別)商品数の推移



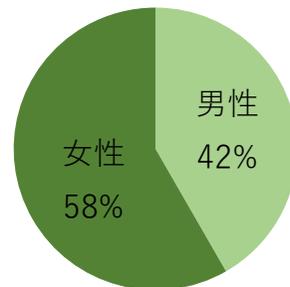
月間Visit数



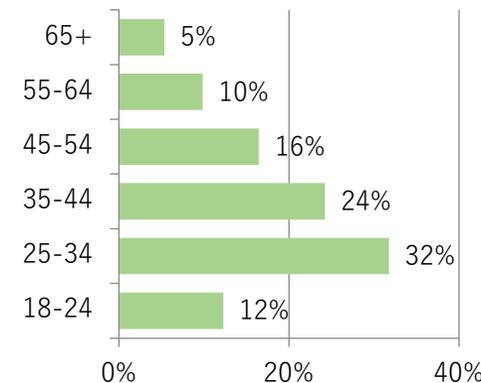
契約先事業者数



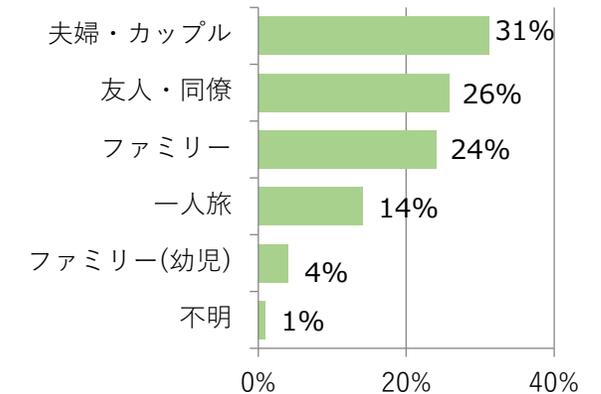
利用者性別



年齢層



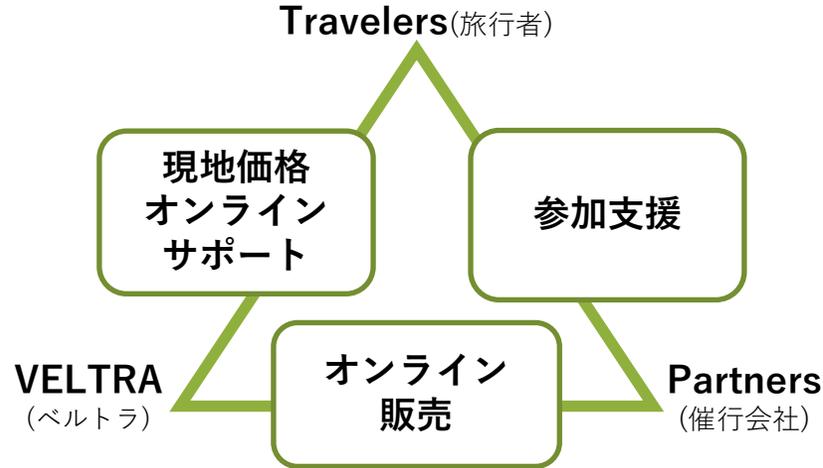
同行者





当社の特長：オンラインで完結するリアルタイムなサポート

- 豊富な商品と情報量と待ち時間なくリアルタイムに旅行者に提供
- 顧客の心理的不安（文化や言語の壁等）を排除する365日体制のサポートで安心感を提供



オンライン販売

小規模の事業者でも販売機会を提供。
アジア市場を強みに新たな市場を提供

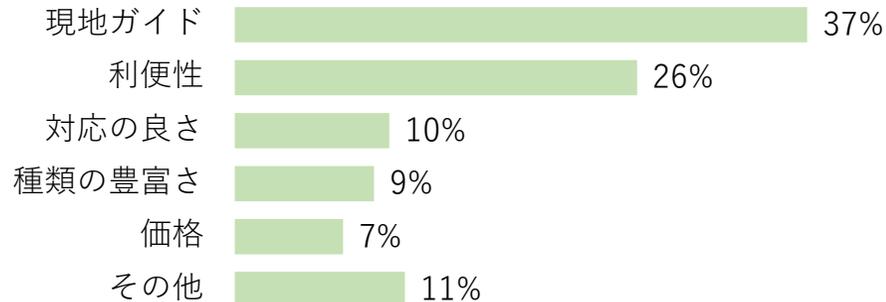
現地価格 オンライン サポート

全て催行会社が販売する現地価格で提供。
4言語で365日オンラインサポート

参加支援

旅行者が自力で集合場所へいくための詳細な案内
バウチャーの電子化促進でスムーズな予約を提供

NPS*評価によるベルトラの推奨理由



※NPS=Net Promoter Score 顧客のロイヤルティを測るための指標

カスタマーエクスペリエンス ≧ カスタマーサービス ベルトラを通じて体験した全てに責任を持つ

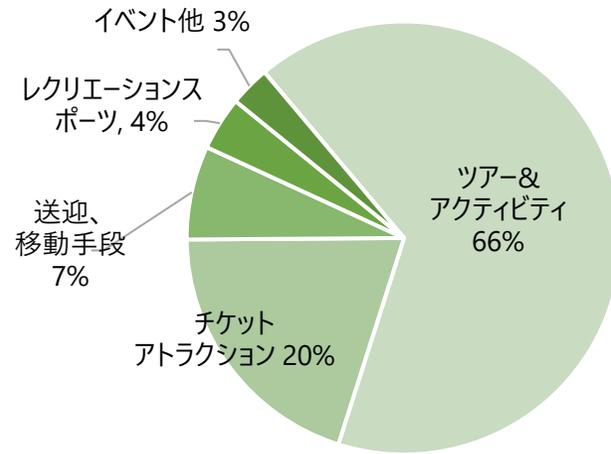
1. 市場の提供だけでなく商品そのものの品質まで管理
2. オンラインによる365日サポート
3. 英語・日本語・中国語・韓国語対応



当社の特長：世界各地の個性豊かなプロのツアーガイド

- 人(旅行者)と人(ガイド)との国際交流を促進するツアー&アクティビティが当社の主力商品
- 現地を熟知したプロフェッショナルなドライバーが効率的かつ安全な移動手段を提供
- サービスの質と安全性の両立は催行会社とのリレーションシップあってこそその当社の強み

商品の構成



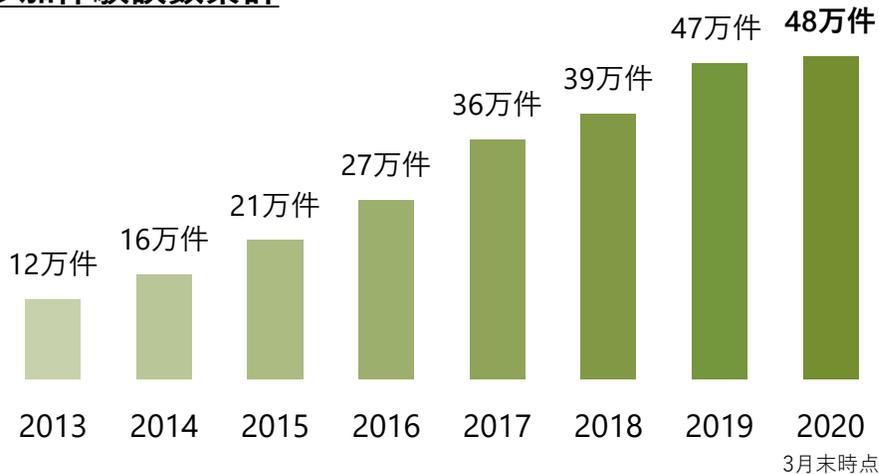
* 対象商品の詳細は巻末資料「販売対象商品」を参照



当社の特長：40万件を超える充実した参加体験談

- ベルトラで参加した方だけの投稿。詳細な体験談は参加を検討する旅行者の共感ポイントに
- 投稿率の高さはホスピタリティの高いツアー&アクティビティのサービスに関連
- ネガティブコメントは放置せず、全て事実関係を確認し商品改善へ

参加体験談数累計



体験談を元にさらにサービス向上をさせる



ガイド・ドライバーへの感謝のメッセージ

ダイスケさんのイルカ愛が“はんばないって、、、”&船長のヒトミさんも最高でした。
 投稿者: イシカワ母さん, 2018/08/23
 3人の子供の計4名で参加しました。ガイドのダイスケさん、イルカ愛が素晴らしかった。優しく、面白く、港に着くまでの車中も皆を楽しませてくれました。沢山のイルカを皆に見てもらおうという気持ちが伝わりました。実際たくさん見えました。船長のヒトミさんがまた素晴らしく、...

すごいガイドさんでした！
 by: manaさん 2018/11/15
 今回タイは2回目ですが友人は初めてだったので、こちらのツアーに参加しました。ガイドさんは日本語ペラペラで、所々説明もしてくださり、写真を何度も撮ってくれたり、とても優しい方でよかったです！やはりとても暑いので効率よくまわるができるこちらのツアーはいいですね！半日だけでしたがかなり満足できる内容でした。ありがとうございました！

日本では絶対出来ない体験を実感！
 by: Hiroさん 2018/11/13
 午後からのツアーを体験してきました。ハノイ旧市街は、まさにカオスそのもの。大型バスや車が走っている隙間を沢山のバイクが道のあちこちからクラクションを鳴らしながら走ってくる風景やお店の種類が違ふ沢山のストリートに 小さなプラスチックの椅子に座って話す大勢の人々 傘帽子の天秤棒をぶら下げて、花や魚を売る たくましいお母さん、全て日本では見る事の出来ない光景を目の当たりにして凄く刺...

ドライバーのシュウさん、ニコルさんありがとう！最高の旅でした(^^)
 by: ひよこピーさん 2018/11/14
 日本語が通じるのか、希望通り観光出来るのか不安でしたが中国語ドライバーのチャーターを予約しました。結果、本当に楽しく充実した台湾旅行になりました。野柳→十分(天灯上げ)、十分大瀑布→九份→士林夜市の予定で観光プランをオーダーしていましたが、当日、私達の希望を盛り込みつつも更にオススメのプランを提案し、効率よく回るプランを立ててくれました。更にガイドブックには載っていない場所にも案内...

一生の思い出って言ってる人だけじゃもうない人生やねんて思ってたけど.....
 by: kw.jjさん 2018/11/16
 最高でした！！運良く私たち2人だけのプライベートツアーで天気にも恵まれ、素晴らしい景色に加えてガイドの面白かったです。ブルーマウンテンズは素晴らしい景色で映えスポット。スリースターズも圧巻の景色。そしてなによりジェノランケープが深々ほどの美しさ。感嘆。ため息。自然が創り出した神秘の世界。ジェノランケープにいたのは2時間ほどの時間でしたがあつという間に狐につままれた気分...

最高のツアーでした！
 by: ゆーさんさん 2018/11/15
 11月に参加した者です。日本人のさとこさんがガイドをしてくれて安心しました。初めはフルーツだけのツアーかとおもいきや、景色の良い海や山に連れて行ってくださりとても楽しめました！！フルーツ農場に到着後は細かいくちも含め、日本語でフルーツや栽培等について説明を受けながら回っていき、途中途中でフルーツを食べました。個人的には金柑が衝撃的に美味しかったです。11月でも沢山のフルーツを...続きを見る

NPS® (ネットプロモータースコア) とは？

NPS®とは「Net Promoter Score(ネットプロモータースコア)」の略で、顧客ロイヤルティを測る指標です。NPS®は事業の成長率との高い相関があることから、欧米の公開企業では3分の1以上が活用しているとも言われており、日本でも顧客満足度に並ぶ新たな指標として注目を浴びています。



NPS®を測るには、「あなたはこの企業(製品/サービス/ブランド)を友人や同僚に薦める可能性は、どのくらいありますか?」という質問を行い、0~10の11段階で評価をしてもらいます。NPS®アンケートではこの非常にシンプルな聞き方でスコアを把握します。

アンケートの回答に応じて、「推奨者」、「中立者」、「批判者」の3つのタイプに顧客を分類します。推奨者は、再購入比率が群を抜いて高く、紹介客の多くがこのタイプの顧客からの紹介です。逆に批判者は、否定的なクチコミにより、新規顧客の購入意欲に水を差し、従業員の意欲をそぐ存在とさえなりえます。

NPS®スコアの計算方法は非常にシンプルで、推奨者から批判者の割合を引いて出てきた数値がNPS®の値となります。

出典：NTTコムオンライン・マーケティング・ソリューション株式会社 <https://www.nttcoms.com/service/nps/summary/>



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。