



2020年12月期 第2四半期
決算説明資料

ベルトラ株式会社

東証マザーズ：7048



目次

2020年12月期 第2四半期決算概要	P3
新常態への現状対応と今後の主な取組み	P11
2020年12月期 業績予想について	P23
参考資料	P25

**2020年12月期
第2四半期決算概要**



P/Lサマリー（連結）

- ① 営業収益は第2Qにおいて予約数の減少・キャンセル増加により減少、第2Qが業績ボトム
- ② 4月より広告宣伝費等各種営業費用の大幅なコスト削減を実行
- ③ 主に第1Qにおいて事業閉鎖にともなう減損損失14百万円を計上、第2Qでは特別退職金45百万円を計上
- ④ 繰延税金資産の取崩しにより法人税等調整額 157百万円を計上

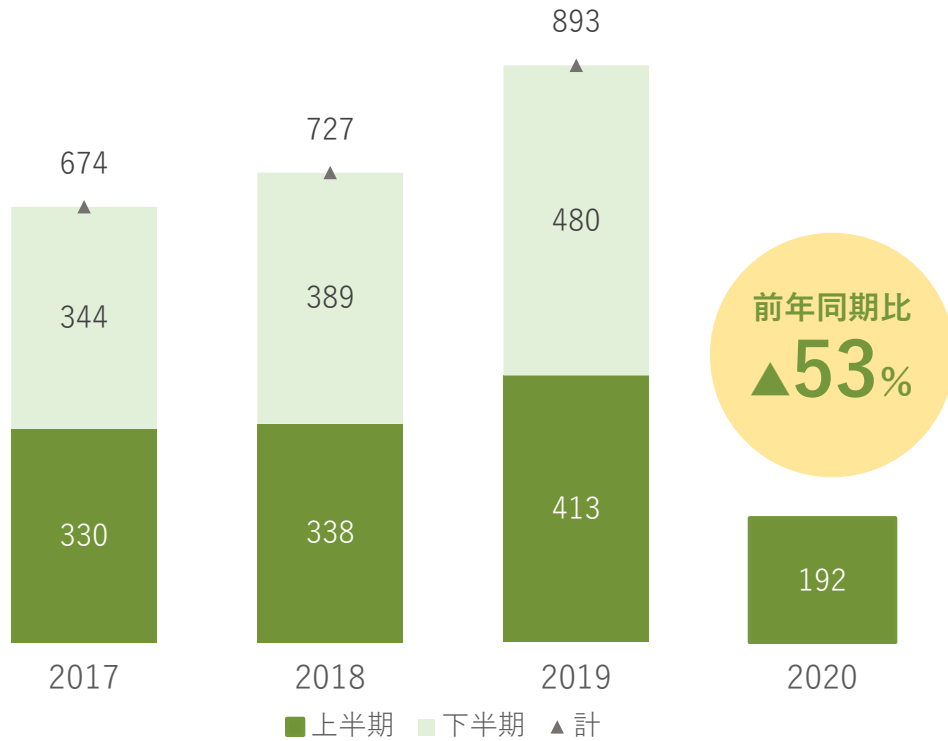
単位：百万円	2020/12月期 1Q (1月～3月)	2020/12月期 2Q (4月～6月)	2020/12月期 2Q累計 (1月～6月)	2019/12月期 2Q累計 (1月～6月)	2Q累計 増減率
営業収益	782 ^①	10	793	1,934	▲59.0%
営業費用	812 ^②	481	1,294	1,502	▲13.8%
営業利益	▲29	▲471	▲500	432	▲215.8%
営業利益率	—	—	—	22.4%	—
営業外収益	2	5	8	0	2605.4%
営業外費用	10	1	12	45	▲72.5%
経常利益	▲37	▲467	▲505	387	▲230.4%
経常利益率	—	—	—	20.0%	—
特別損失	14 ^③	45	59	—	—
四半期純利益	▲206 ^④	▲509	▲715	263	▲371.5%
1株当たり四半期純利益（円）	▲7.17	-	▲24.81	9.24	—



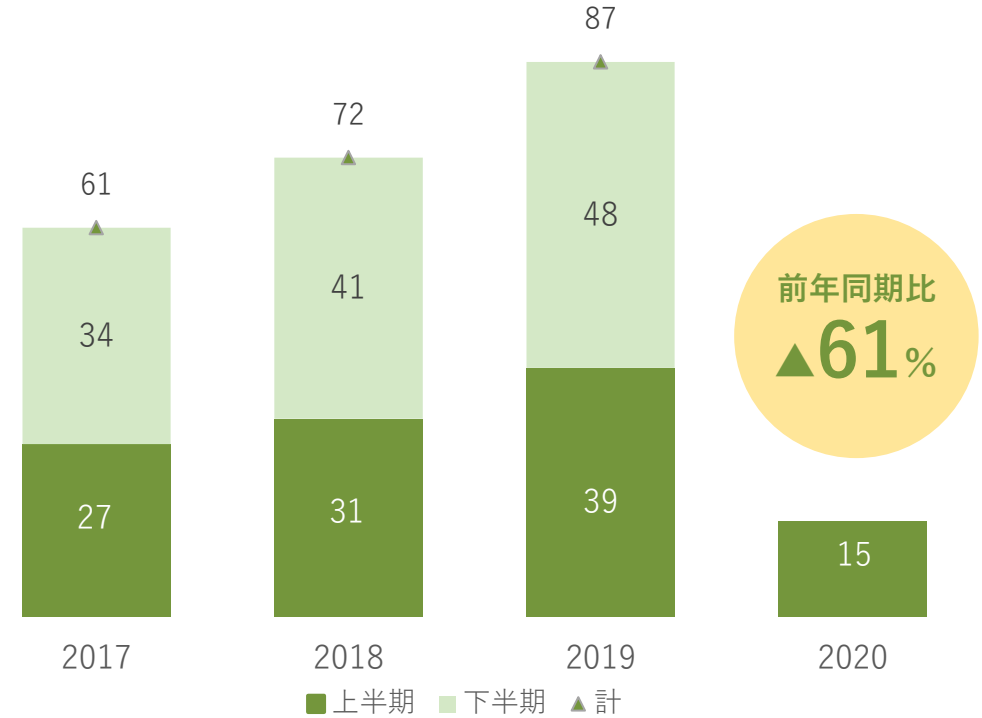
予約数推移

- 日本を含む世界各国で出入国規制が強化されたことに伴い、訪問数・予約数ともに大幅減少。
- 特に4月～6月においては出国者・入国者ともに**昨年比 -99%**の渡航者数となり、旅行需要がほぼ無くなる。

月間訪問者数 (万人)



予約数推移 (万件)



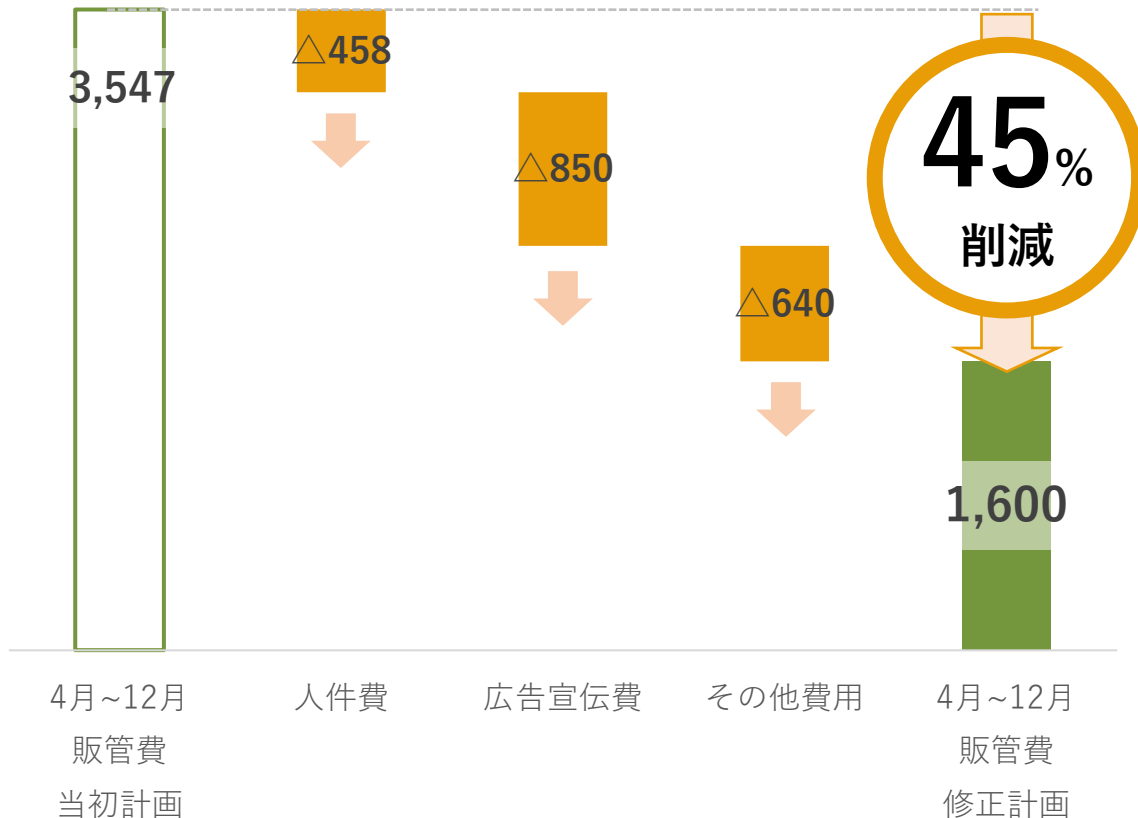


経営基盤の安定化 ーコスト削減ー

- 短期の旅行需要回復が困難と判断し、コスト圧縮を実施。通期で10億円以上のコスト削減を予定
- 早期に実施したこともあり、販管費は約45%削減し、損益分岐点の低減を実現

徹底的なコストコントロールの実行 損益分岐点の低減を実現

(単位：百万円)



コスト圧縮内訳 (4月~12月)

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



B/Sサマリー（連結）

単位：百万円	2019/12月期	2020/12月期 2Q	増減額	備考
流動資産	5,491	1,299	△4,192	予約数の減少及びキャンセル発生により、現金及び預金が 2,771百万円 、営業未収入金が 1,276百万円 減少
固定資産	933	763	△170	繰延税金資産の取崩しにより、投資その他の資産が164百万円減少
資産合計	6,424	2,063	△4,361	
流動負債	4,148	582	△3,566	予約数の減少及びキャンセルの発生により、 営業未払金 が 1,744百万円 、 前受金 が 1,491百万円 減少
固定負債	149	75	△74	
負債合計	4,298	657	△3,641	長期借入金が74百万円減少
純資産合計	2,125	1,405	△720	ストックオプションの権利行使による新株式発行により資本金が10百万円、資本剰余金が10百万円増加 親会社株主に帰属する四半期純損失715百万円計上したことによる利益剰余金の減少、為替換算調整勘定16百万円減少
自己資本比率	32.5%	66.6%	+34.1pt	



経営基盤の安定化 一手元流動資金の確保

- 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	三菱UFJ銀行	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22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



C/Fサマリー（連結）

- 売上の大幅な減少により現金も減少。手元流動性を厚くするため、近日中に借入枠の一部を実施予定
- 借入による調達だけでなく、今後の企業価値向上につながる戦略的観点で資本政策全般を検討中

	2020/12月期 2Q	備考
単位：百万円		
営業活動によるキャッシュ・フロー	△2,563	売上債権の減少1,275百万円 仕入債務の減少1,742百万円 前受金の減少1,491百万円 税金等調整前四半期純損失564百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	△124	固定資産の取得による支出124百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	△65	株式の発行による収入21百万円 長期借入金の返済による支出98百万円
現金および現金同等物の四半期末残高	1,206	



事業投資の選択と集中 – 事業戦略の見直し –

- 新型コロナウイルス感染拡大が長期化される中、計画に大幅な見直しが必要であると判断し、事業再編を実行

投資の集中と選択

閉鎖事業

訪日旅行者向けのベルトラサービス

- グローバル事業（英語サイト）
- 中華圏事業（中国語サイト）

閉鎖の理由

COVID-19の影響で黒字化の計画が大幅に遅れる事が想定され、より大規模な投資を行なわない限り、計画どおりの成長実現には極めて困難であると判断。

継続する投資事業

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

今後の機会


契約先も引き続き増加。非接触型の電子チケット化を推進する動きが高まる中、訪日旅行者向けだけでなく日本人向けの電子化もサポートするため、スピード感を持って事業を推進

新たな新常態への取組

新しい生活様式（ニューノーマル）時代に向けた旅行サービスを早期に検討・実施

新たな機会

今後デジタル関連サービスが一層強化される。国内市場の旅行回復を皮切りに、海外でもニューノーマル時代に必要な新たな旅行体験が登場する。

A person with their hair in a bun, wearing a yellow long-sleeved shirt, sits in a wooden boat with their arms outstretched. The boat is on a body of water with lush green forested hills in the background under a blue sky with light clouds.

**新常態への対応と
今後の主な取組み予定**



事業環境認識

■ 現在も海外渡航が困難であり、第2波、第3波の脅威が続き長期化が予想されます。

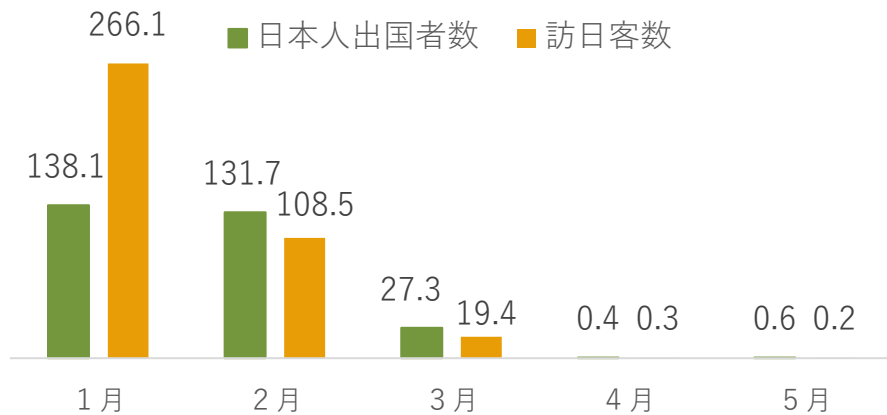
事業環境（マイナス面）

- 新型コロナウイルスの収束時期は未だ不透明
- 感染予防策のコストが事業者の負担増となる
- 新常態への対応が困難なサービスは淘汰される

機会（プラス面）

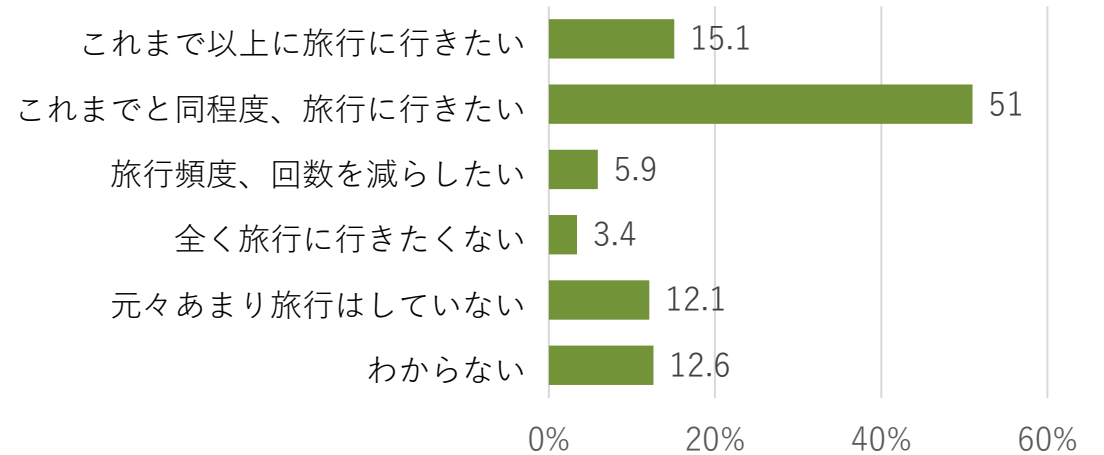
- 旅行意向は約7割が変わらず前向き
- オンラインサービスが加速される
- 本業の人員をほぼ全て新サービスに投入できる

2020年月別日本の旅行者数（万人）



出所：法務省「出国管理統計」

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？



出所：公益財団法人日本交通公社
「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」



新常態へのチャレンジ

新型コロナ感染症拡大で人・モノの移動が制限される中、
ベルトラが「旅の体験」の領域で世界のために取り組むべきこと

1. ニューノーマル時代の観光開発と情報発信
2. オンラインで世界を旅するサービスの提供
3. 国内市場開拓と新たな訪日市場の開発

新常態における旅前ビジネスと新規顧客層を開拓し、
新たな「体験」価値を創造



1. ニューノーマル時代の観光開発と情報発信

- 旅行者と観光地住民双方の衛生管理は当たり前。さらに相互理解が深まる意義ある体験を提供する

旅行者、事業者の今後の課題

必要な要素

旅行者

旅行したくても観光地で歓迎されるか不安。
観光地にとって意義(発展)ある旅をしたい。

観光地
住民

モラルある観光客に来てほしい
地域の発展につながる顧客を歓迎したい。

旅先の**正しい情報**を配信

衛生管理マナーを
可視化するサービス開発

サステナビリティツーリズムでの**相互理解**の促進

国内と海外 5,000社のツアー催行会社との強いリレーションシップを最大限に活かし、これらの新常態においての好機を生かし新たなサービス開発と観光の発展基盤を作る

1. ニューノーマル時代の観光開発と情報発信(事例1)

■ ウィズコロナ時代に世界の「今」を届ける旅情報メディア「Kite (カイト)」公開 (5月29日)

世界150カ国のネットワークを活かし、いつか叶えたい旅に役立つ現地情報を随時発信

世界各国5,000社超のパートナー企業、6,000人超の現地プロツアーガイドが、旅行者の皆様をまたいつかお迎えする日のために。



新サービス「Kite (カイト)」では、ベルトラのアクティビティツアーを支える現地パートナーが、世界各地の街の様子や現地からの生の情報をリアルタイムでお伝えします。現在48カ国の旅先の今を提供し、年内中に100カ国の情報提供を目指します。将来的には広告モデルによる収益化を図り、情報の提供元となる現地パートナー企業に広告収益を還元することで、旅行者の減少によって打撃を受けた世界各地の事業者の支援に繋げるビジネスモデルを目指します。



1. ニューノーマル時代の観光開発と情報発信(事例2)

地球の資源保護と経済活動持続の可能性 サステナビリティツーリズム

海洋環境を守る大切さを伝え、安全にマリンアクティビティを楽しめる環境整備に努め、社会課題の解決にも寄与

旅行者と地域住民が共に共感するサービスの提供

マリンアクティビティを通じて地域ならではの自然や文化などの観光資産を守り、後世への継承に繋げることでサービスを提供します。旅行者はサービスを通じてその土地の人々の考え方、環境問題などを理解することで、今まで以上に意義ある旅となり、地域住民と旅行者双方にとって満足度の高い体験が可能になります。

現地催行会社や環境保護団体と提携した体験商品の企画・造成

ツアーへの参加をきっかけに、楽しみながら海洋環境汚染などの社会課題に興味を持っていただける体験を現地催行会社と共同で企画・開発。水難事故は観光客の増加と共に年々増加。事故リスクを無くすべく安全・安心な体験の提供します。



1. ニューノーマル時代の観光開発と情報発信(事例3)

旅行者そして事業者双方が安心して活動していただくための 5つの安全基準を策定

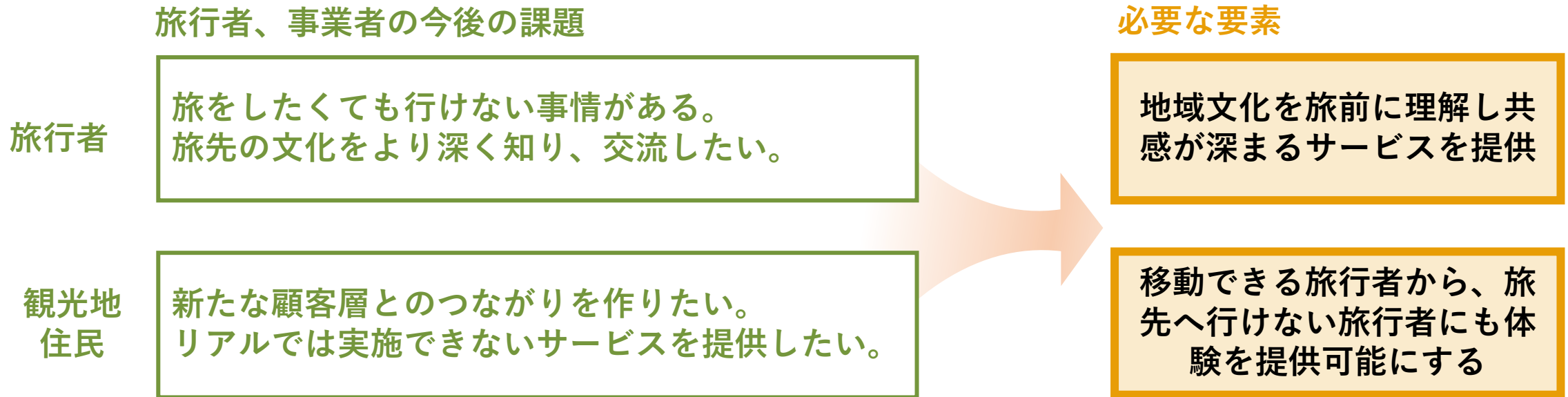
独自の指針で国内外の現地の事業者と連携し、旅行者・事業者双方の取り組みで感染予防を実施します。



なお、それぞれのサービス毎に内容が異なるため、商品別に詳細な安全基準を今後提供していきます

2. オンラインで世界を旅する旅前コンテンツの提供

- 旅を実現する目的意識の向上と、旅に行けなくても旅行体験を楽しめるサービスを開発します。



新たな顧客層と市場を開発し、旅中だけでなく旅前でも有益なサービスを提供



2. オンラインで世界を旅する旅前コンテンツの提供(事例)

新サービス「ベルトラ・オンライン・アカデミー」の開始し、オンラインで世界を旅する旅前コンテンツの提供

ベルトラに登録されている人気ガイド達が、オンラインで旅の体験を届けます。未来の旅へのモチベーションに。

新しい出会い、新しい旅のカタチ

「文化・芸術」「美食とワイン」「歴史・郷土」などのテーマに、自宅にいながらリアルとオンライン体験を組み合わせたハイブリッドな旅を体験できます。南米やカリブ海といった実際に行くのが難しい土地とライブ中継で結び、オンラインだからこそ可能な世界一周の旅をご用意いたします。



2020年末まで
国内・海外300種
類のオンライン
体験の提供を目
指す

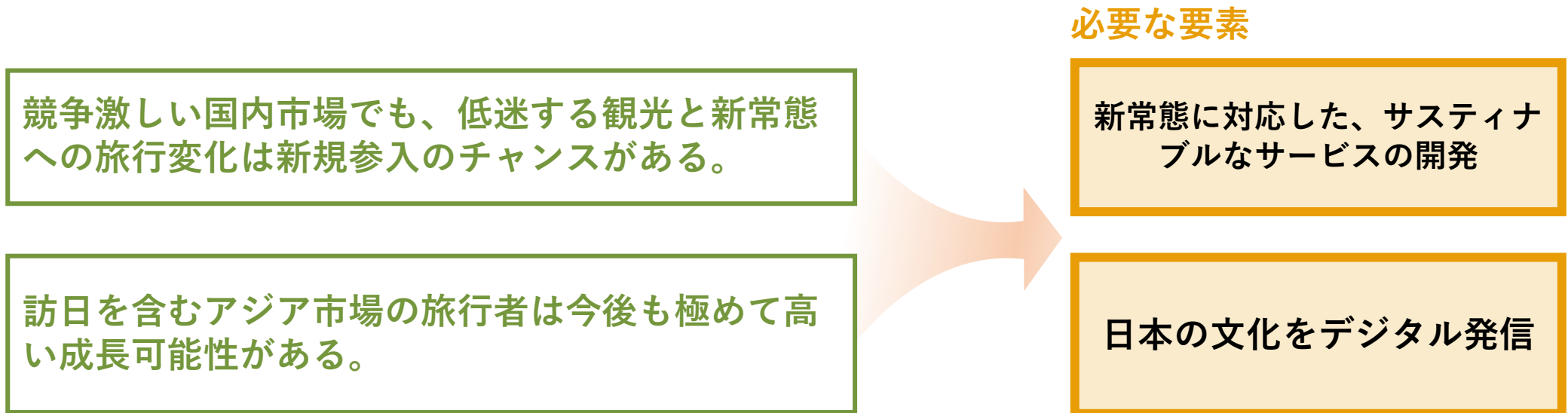
ベルトラ・オンライン・アカデミーのポイント

1. 講師のほとんどは、将来のリアルな旅行の際に会いに行くことができる現地ガイド。オンライン体験を通じてその土地の文化や人に興味を持ち、旅前でより深く理解することで、リアルな旅行の感動を増幅させます。
2. リアルな旅行では行けない場所や見ることができない場所などオンラインだからできるサービスを提供します。
3. オンラインの特性を活かし、何らかの理由でリアルな旅ができない方にも自宅で気軽に旅を体験をしていただくことが可能です。



3. 国内市場開拓と新たな訪日市場の開発

海外旅行が完全に停滞する今だからこそ、経営資源を国内開発に集中できる状況



グローバルな旅行者向けの開拓は今後も挑戦し、新たな形で提供する予定。
新時代に沿った独自のサービス開発をおこなう。

3. 国内市場開拓と新たな訪日市場の開発(事例)

■ 国内各地の商品開発、新常態に対応した、サステナブルなサービスを中心に提供



「エコツーリズム」を通じて持続可能な観光開発目指し、旅行者と地域住民の双方の相互理解が高まるサービス

エコツーリズムとは

その土地の自然や歴史、文化を生かし「環境を壊すことなく、地域を守り発展させる」ことを大切にしているツアーです。その土地を熟知したガイドに案内してもらい、その土地で守られてきた宝に出会う旅



日本の伝統文化や自然、地域の人々と触れ合う「農泊体験ツアー」。生きる力を育む体験を提供。

農泊体験とは

農家民宿や古民家などに宿泊しながら、日本ならではの伝統的な生活体験や農村地域の人々との交流を楽しみ、その土地の魅力を味わってもらう「農山漁村滞在型旅行」



日本国内48地域、350もの「観光タクシー」商品を取り扱い

バスツアーとの違い

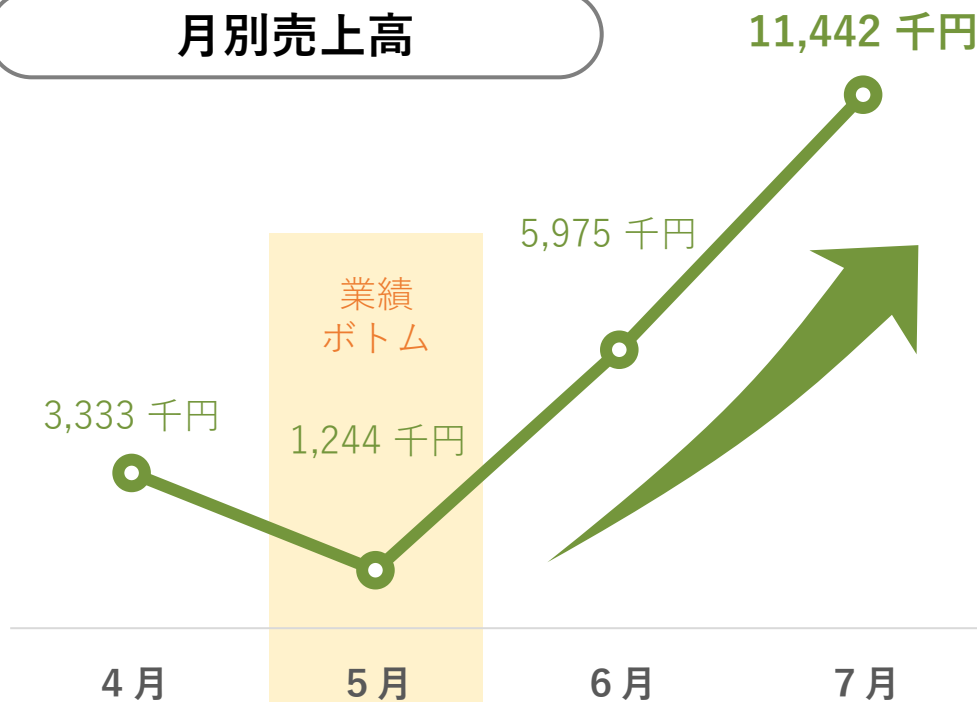
1. 時間内は自由にアレンジ可能。あなたが安心だと思う場所を選べます。
2. その土地を知り尽くした観光ドライバーが機転の利いた行程で案内。
3. 専用車でご案内。車は消毒した車を貸し切るから衛生面で安心。



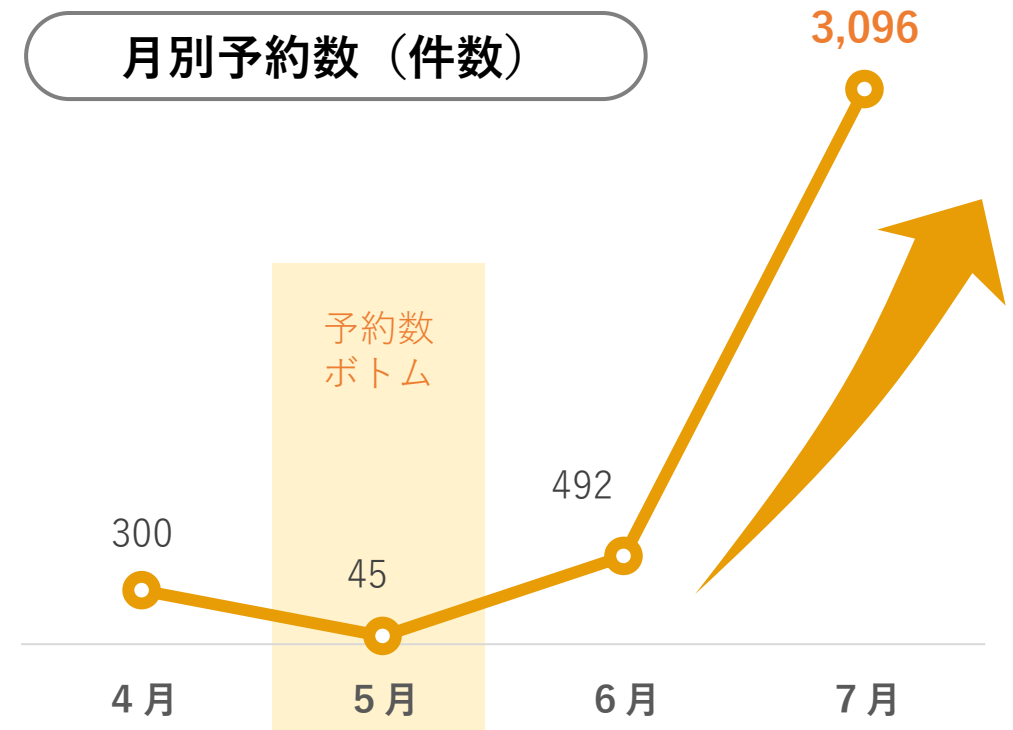
単月の売上・予約数の推移と今後の方針


- 今なお海外渡航が実質ゼロの状態でも新たなサービスを通じて収益基盤を作る。
- 需要回復期の競争力強化のため、本業の海外部門は各事業者と引き続き強固な連携基盤を作る。
- 新常態に適応するための衛生管理ルールを今後も推進し、安心して旅行体験ができる市場を作る。

月別売上高



月別予約数 (件数)



A person wearing a yellow straw hat and a white long-sleeved shirt is sitting on a rocky mountain peak, with their arms raised in a gesture of triumph or joy. The background shows a vast landscape with a lake, rolling hills, and a clear blue sky.


**2020年12月期
業績予想**



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。

A semi-transparent white rectangular box containing the text "参考資料" (Reference Information) in a bold, black, sans-serif font. The background of the box shows a faint, low-angle view of a person's arms raised towards a tree canopy.

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

BtoC

自社サイト経由 現地ツアー予約サービス



BtoB

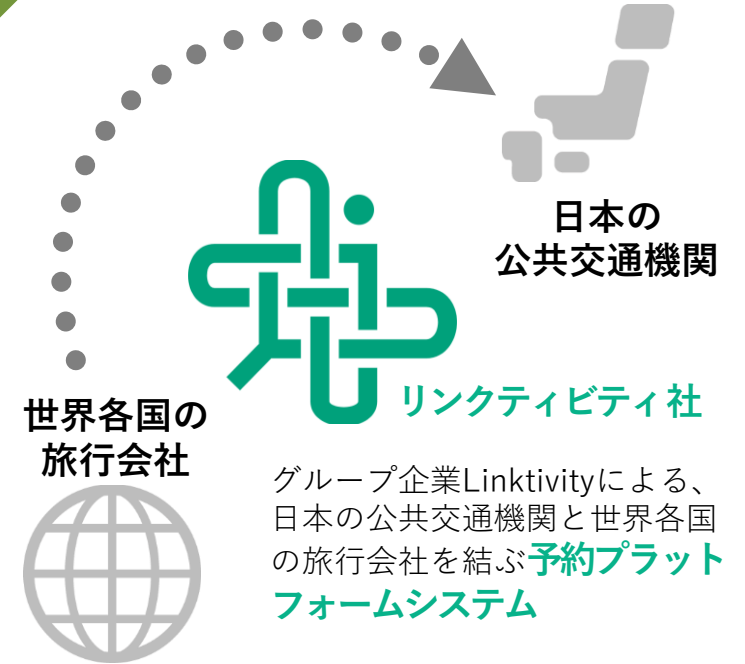
提携旅行会社経由 現地ツアー予約サービス



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





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

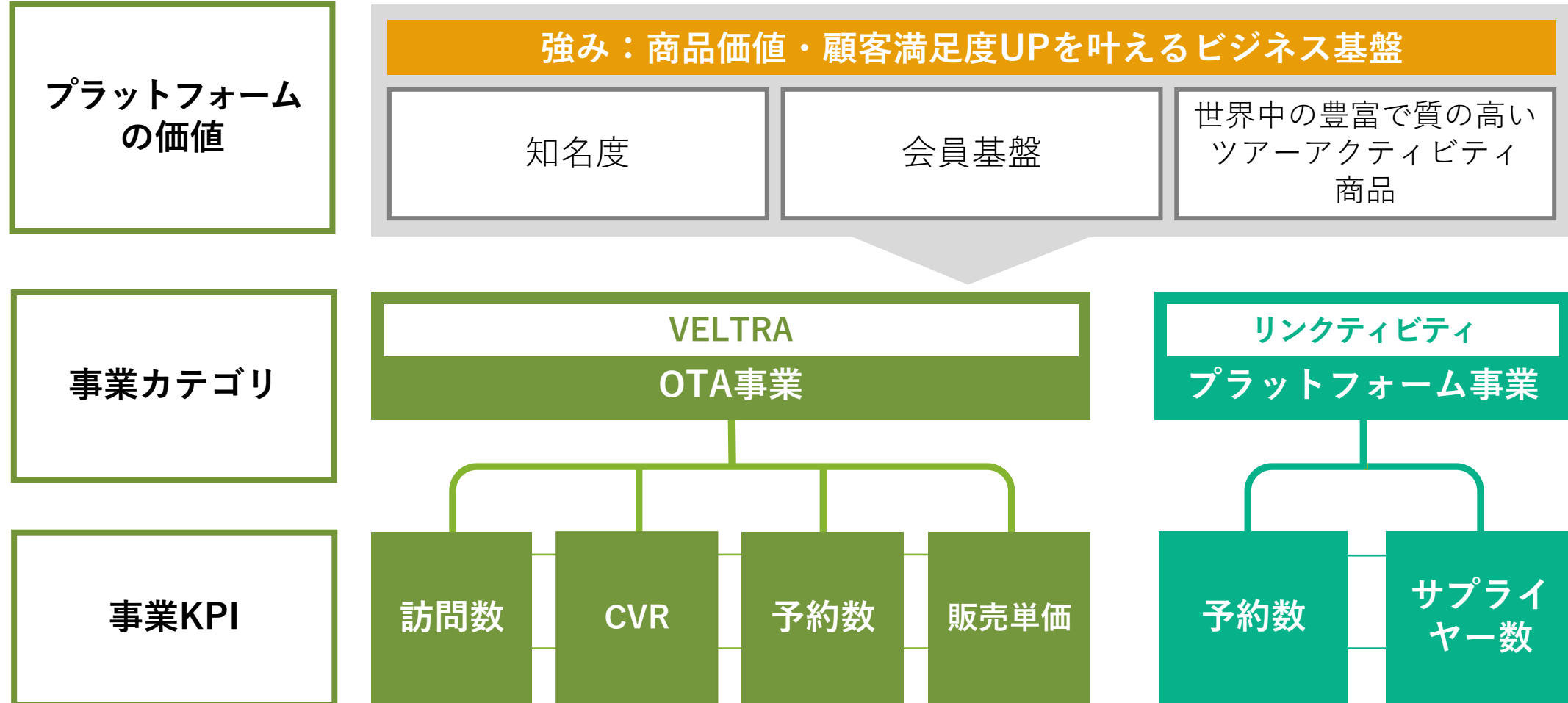


時代や個人のニーズに合った商品を提供
スピーディーに提供

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 5億3617万円 (2020年6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 157名 (204名)
 連結 205名 (257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

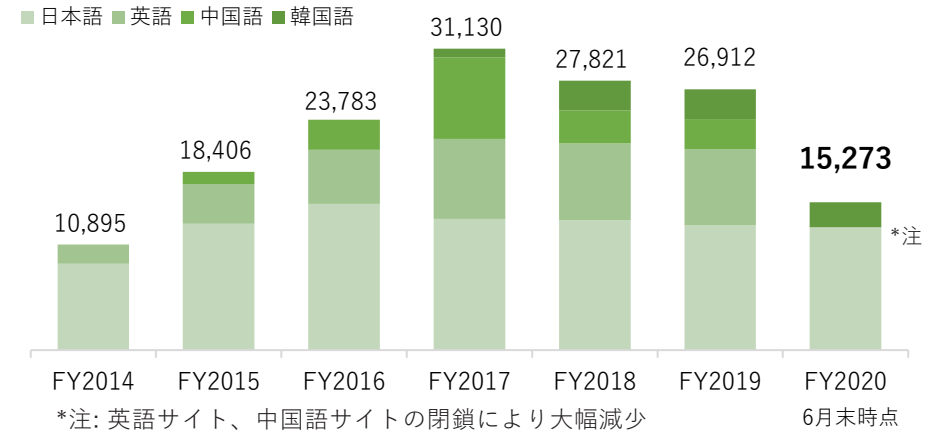
企業連携での協業でさらに価値を提供し
観光産業全体を繁栄させていく



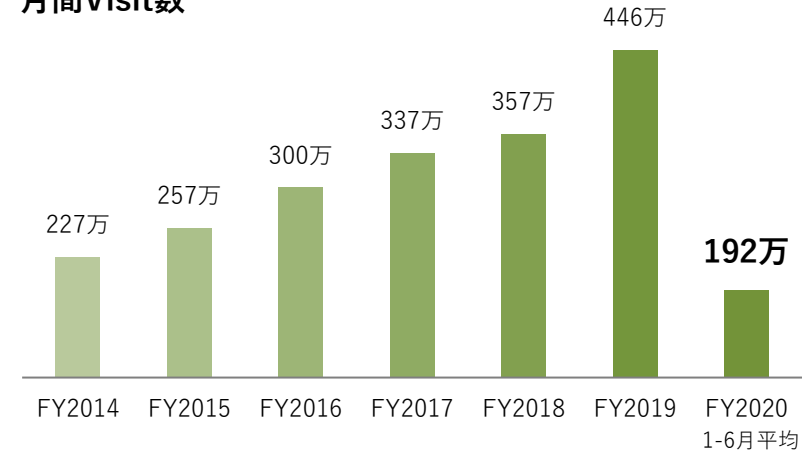
当社の特長：様々な消費者ニーズに対応した商品ラインナップ

- 世界150ヶ国、約5,000社で取扱は国内最大級。
- 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



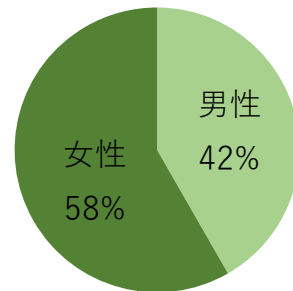
月間Visit数



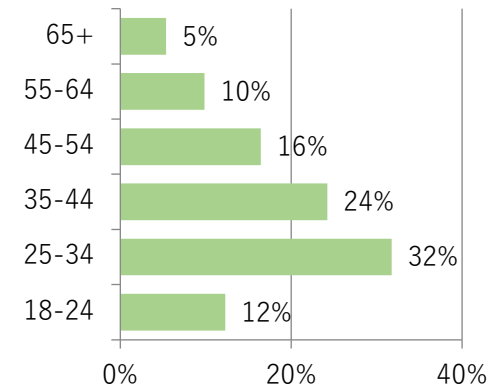
契約先事業者数



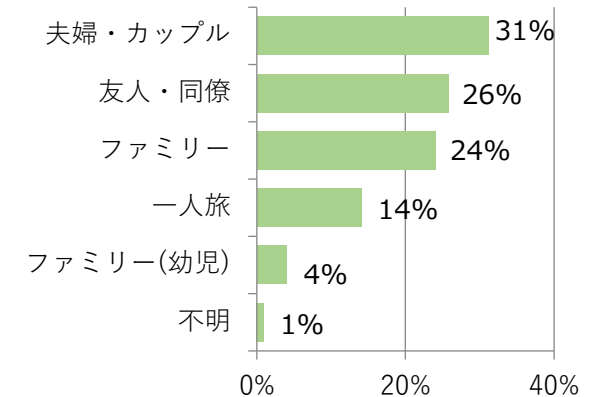
利用者性別



年齢層



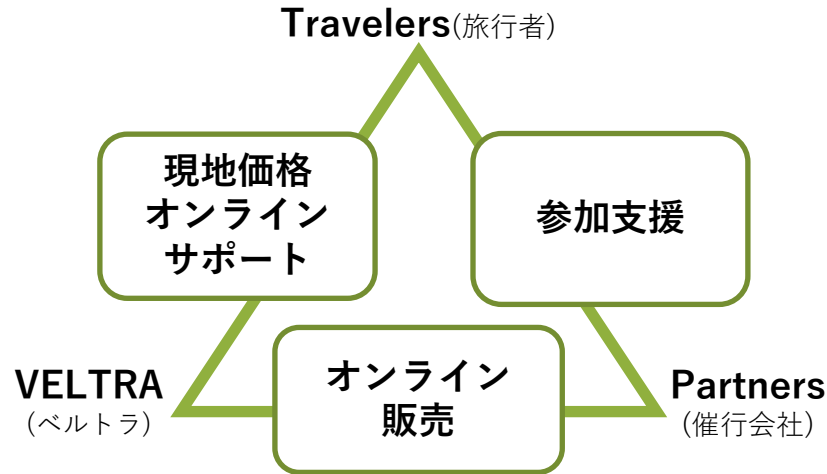
同行者





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

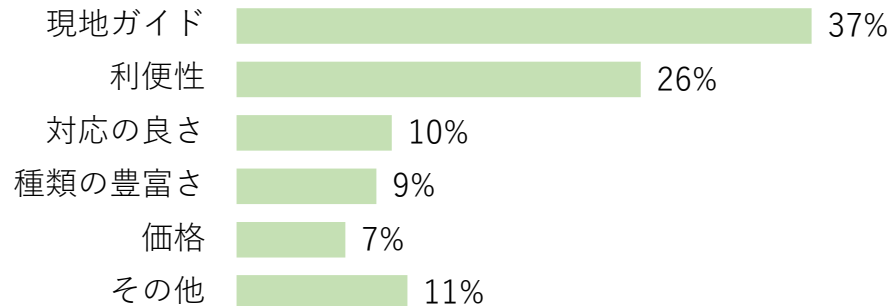
現地価格オンラインサポート

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

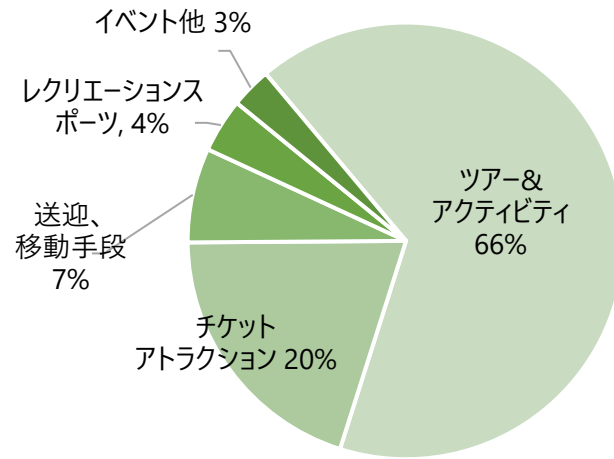
1. 市場の提供だけでなく商品そのものの品質まで管理
2. オンラインによる365日サポート
3. 英語・日本語・中国語・韓国語対応



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



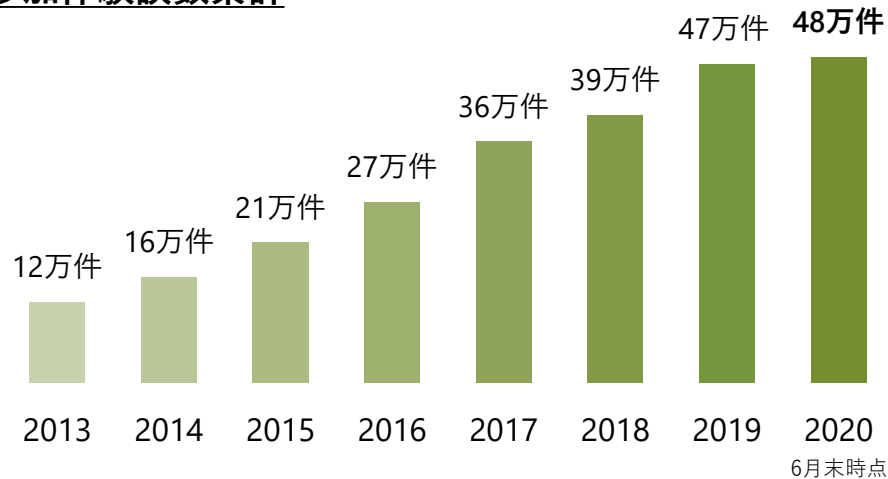
* 対象商品の詳細は巻末資料「販売対象商品」を参照



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。実際たくさん見れました。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こと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う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...

ドライバーのシェウさん、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スタカさんのガイドが面白かったです。ブルマウンテンズは素晴らしい景色で映えスポット。スリーシ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くほどの美しさ。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く、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。

