



2021年12月期 決算説明資料  
FY2021 Financial Results

ベルトラ株式会社

東証マザーズ：7048

# 目次

---

2021年12月期	決算概要	3
2021年12月期	統括と主な取組み	9
2022年12月期	今後の取組み	16
2022年12月期	業績予想	22
	参考資料	24

A person with their hair in a bun, wearing a mustard-colored long-sleeved shirt, sits in a wooden boat with their arms outstretched. They are surrounded by lush green forested hills and a body of water. A semi-transparent white box is overlaid on the left side of the image.

**2021年12月期  
決算概要**

# FY2021 業績ハイライト

## 事業環境

出国日本人者数 2019年同期比▲97.4%の51万人（2021/1月～12月）※  
訪日外客数 2019年同期比▲99.2%の24万人（2021/1月～12月）※

※出典：日本政府観光局(JNTO) 2022年1月19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、コストコントロールを引き続き徹底。

営業収益	492万円	前年比	▲397百万円
経常損失	▲1,104 百万円	前年比	+146百万円
当期純損失	▲1,157 百万円	前年比	+389百万円

## 業績ポイント

- 引き続きCOVID-19による影響を受けるものの、2020年と比較し損失幅は縮小
- HawaiiActivities(米国本土の旅行者)の予約数は、COVID-19感染拡大前と比較しても大幅に増加
- ワクチンの普及に伴い、国内ツアー予約数は下期に増加

## 事業ポイント

- MaaS事業（リンクティビティ）における提携先を拡大
- 国内ツアーラインナップ拡充、OTA事業の裾野を拡大
- 様々なコンテンツを稼働させ、アクティブユーザーの維持・拡大

## P/Lサマリー（連結）

- 2020/12月期営業収益の約74%（657百万円）は、COVID-19拡大前の1月及び2月に発生した収益
- 上記を考慮すると当期は前期比で実質的に収益は拡大
- 前年に引き続きコストコントロールを実施し営業費用は縮小

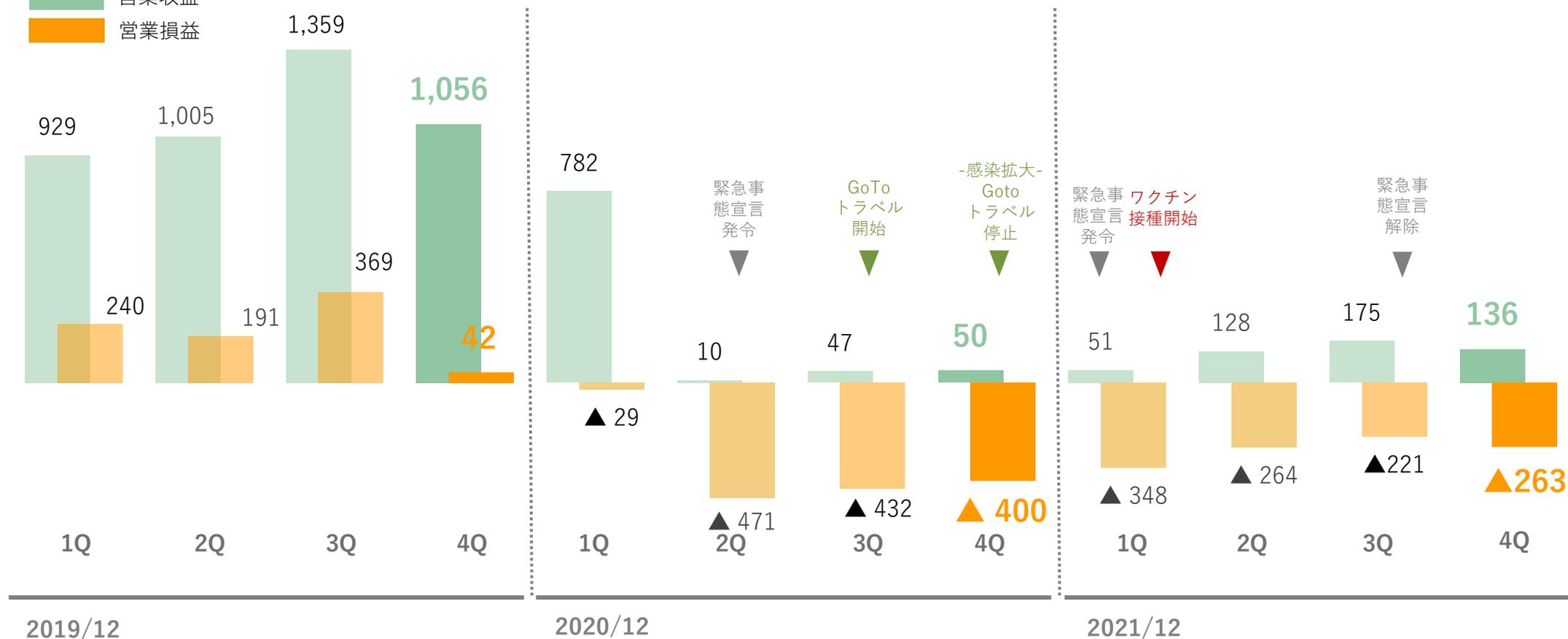
単位：百万円	2020/12月期	2021/12月期	YoY
営業収益	890	492	55.3%
営業費用	2,224	1,590	71.5%
営業損失	▲1,333	▲1,098	—
経常損失	▲1,250	▲1,104	—
特別損失	188	16	8.6%
当期純利益	▲1,547	▲1,157	—
1株当たり四半期純利益（円）	▲53.58	▲35.12	—

# 営業収益・営業損益 四半期推移（会計期間）

2021年は年間を通じ、若干の回復は見えるものの、年間を通じてのCOVID-19による渡航制限や緊急事態宣言による旅行市場の冷え込みにより3億9,700万円減収

(単位：百万円)

■ 営業収益  
■ 営業損益



## B/Sサマリー（連結）

自己資本比率は61.2%に拡大、財務健全性がより強固に

単位：百万円	2020/12月期	2021/12月期	増減額	詳細
流動資産	1,098	1,414	+316	
（内）現金及び預金	917	1,197	+279	
固定資産	620	455	▲164	ソフトウェアが127百万円減少、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	691	▲445	短期借入金が611百万円減少した一方で、前受金が83百万円増加
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	694	▲471	
（内）有利子負債	760	25	▲735	
純資産合計	552	1,175	+623	当社及び当社の連結子会社であるリンクティビティ株式会社の増資等で資本金が798百万円、資本剰余金937百万円それぞれ増加 親会社株主に帰属する当期純損失1,157百万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 %	61.4 %	+29.5pt	

## C/Fサマリー（連結）

	2020/12月期	2021/12月期	増減	詳細
単位：百万円				
営業活動による キャッシュ・フロー	△3,244	△674	+2,570	仕入債務の増加162百万円などの増加要因と、税金等調整前当期純損失1,120百万円などの減少要因
投資活動による キャッシュ・フロー	△213	△43	+169	固定資産の取得による支出81百万円の減少要因
財務活動による キャッシュ・フロー	417	964	+547	株式の発行による収入1,677百万円の増加要因と、短期借入金の純増額の減少による支出600百万円などの減少要因
現金および現金同等 物の期末残高	917	1,197	+279	

**2021年12月期  
統括と主な取組み**

## 事業環境

### <FY21がボトムと想定しているものの回復の見通しは依然厳しい>

- 1) 通年を通じた国内旅行の低迷（人流回復△、GoToトラベル等の経済対策X）
- 2) 観測上過去最低の国際旅行（日本人海外旅行X、インバウンドX）

---

## 営業面

### <国内の営業活動強化によるV字回復のシナリオ策定>

- 1) 海外旅行の回復＋国内旅行の収益拡大による両建の成長基盤を推進
- 2) DX強化による国内プラットフォーム市場のシェア拡大

---

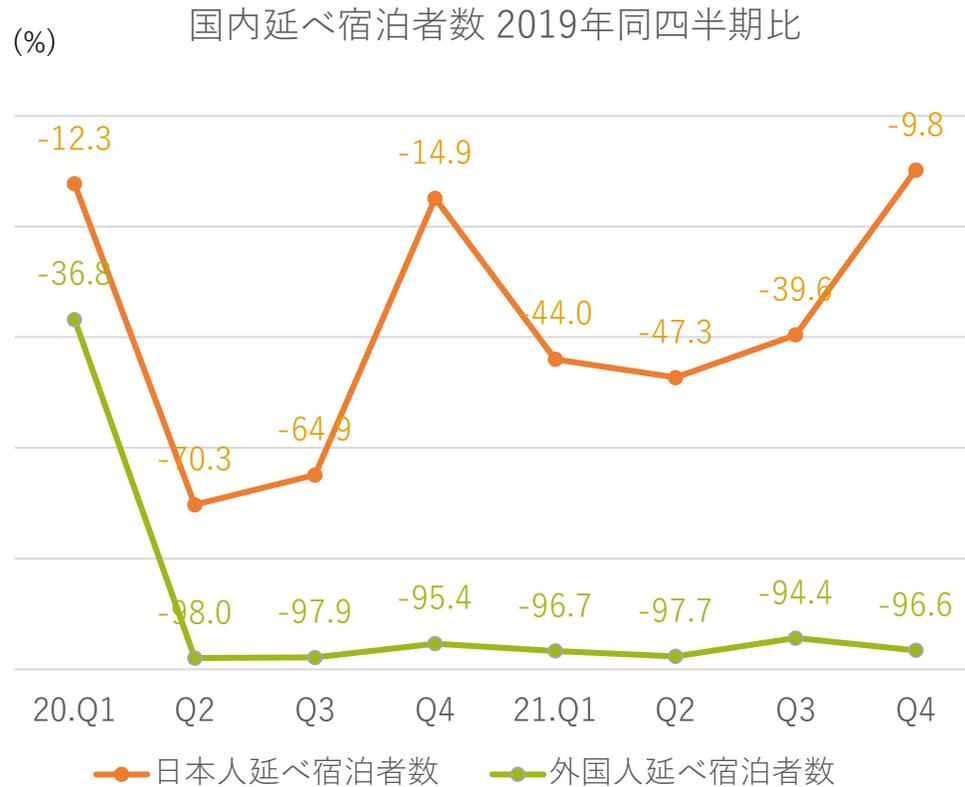
## 財務面

### <手元資金確保と徹底した経費削減>

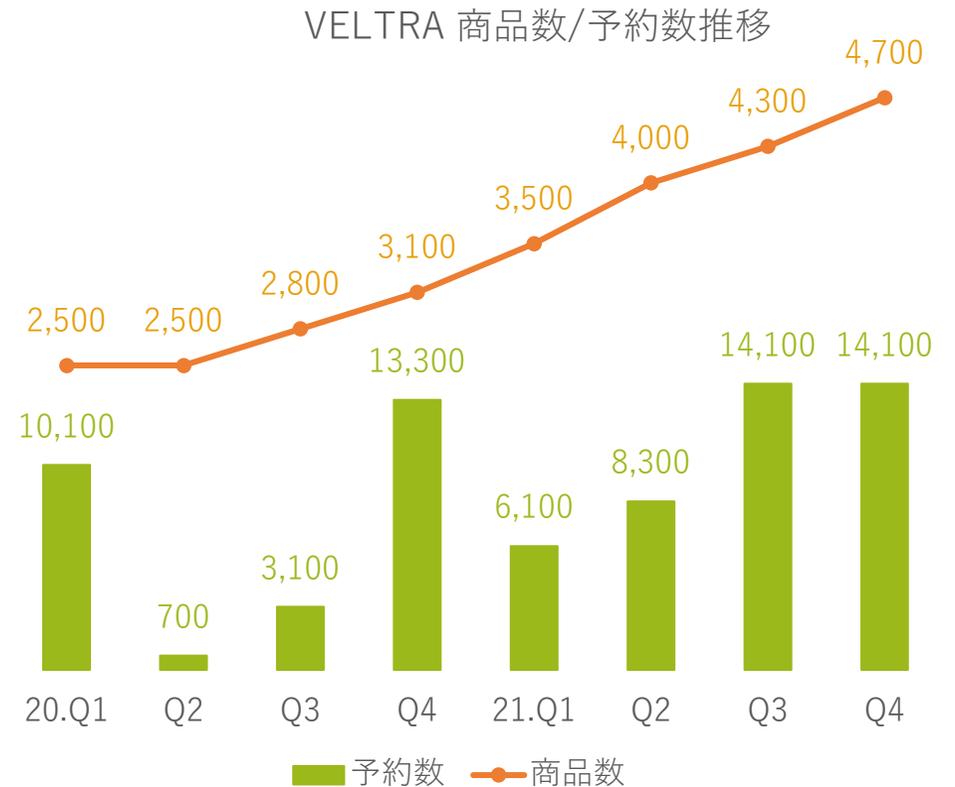
- 1) 徹底したコスト削減と経費抑制の継続
- 2) 第三者割当増資による資金調達で経営基盤の安定化

# OTA事業 (VELTRA国内旅行)

- [事業環境] 国内の日本人延べ宿泊者数35.1%減、外国人延べ宿泊者数96.4%減
- [国内事業] 沖縄・離島・北海道エリアを中心に商品数は1,200増加。年末の沖縄のオミクロン感染で予約数伸び悩む

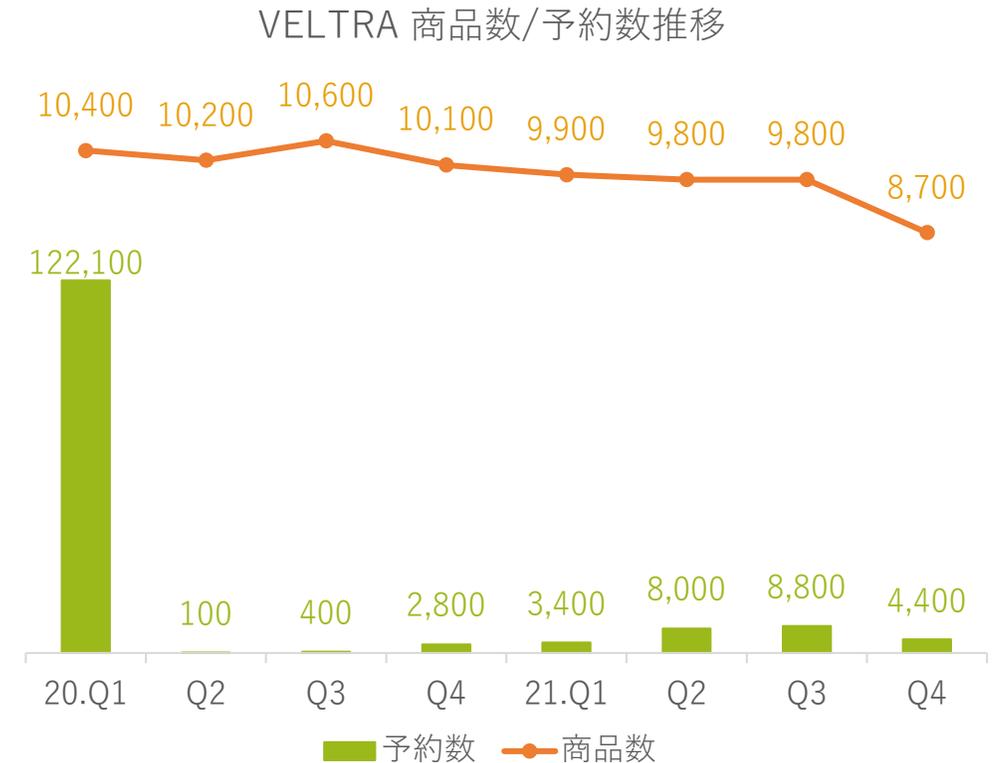


出典: 観光庁 - 宿泊旅行統計調査 -



## OTA事業（VELTRA海外旅行）

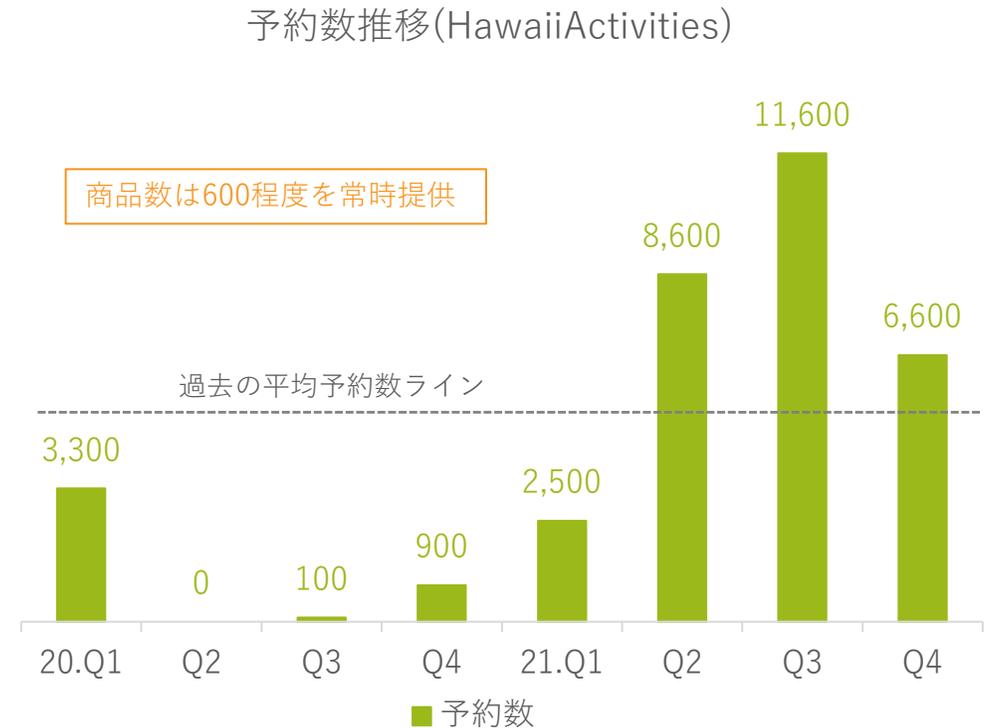
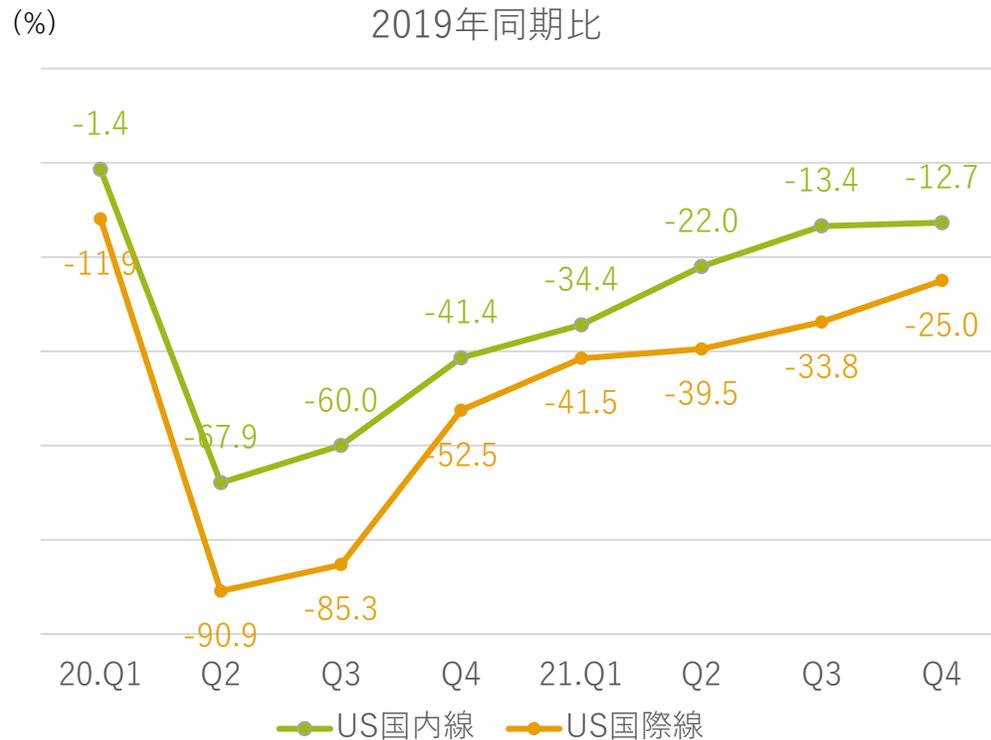
- [事業環境] 日本人の海外旅行者数は帰国後の隔離期間があり事実上観光は不可。97.4%減
- [海外事業] 回復時に即座に対応できるよう、商品のアクティブ化を推進。日本語商品は現在休止状態。英語商品のみアクティブ化完了。現在は一部の現地日本人駐在者がサービスを利用。



出典: JNTO(日本政府観光局) - 出国日本人統計 -

# OTA事業 (HawaiiActivities 米国本土)

- [事業環境] 米国本土ではウィズコロナを推進。観光は強い回復を見せ、国内線では90%まで回復
- [ハワイ事業] 米国の観光需要は回復途中ではあるものの、旅行需要の反動もあり過去最高益を更新。



出典: U.S. DEPARTMENT OF TRANSPORTATION - Domestic Passenger - Departures Performed (Flights) -

# 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
- 事業の更なる拡大と事業成長促進のための新規サービス開発を目的に、西日本電信電話株式会社（NTT西日本）と資本・業務提携契約を締結。
- 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。

販売元：24社 → 90社

JRグループ、主要私鉄、東京タワー、レゴランド等



Ticket Platform



販売先：112社 → 167社

Viator・GetYourGuide・美团、リロクラブ等



# 財務面対策（コスト削減）

- 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

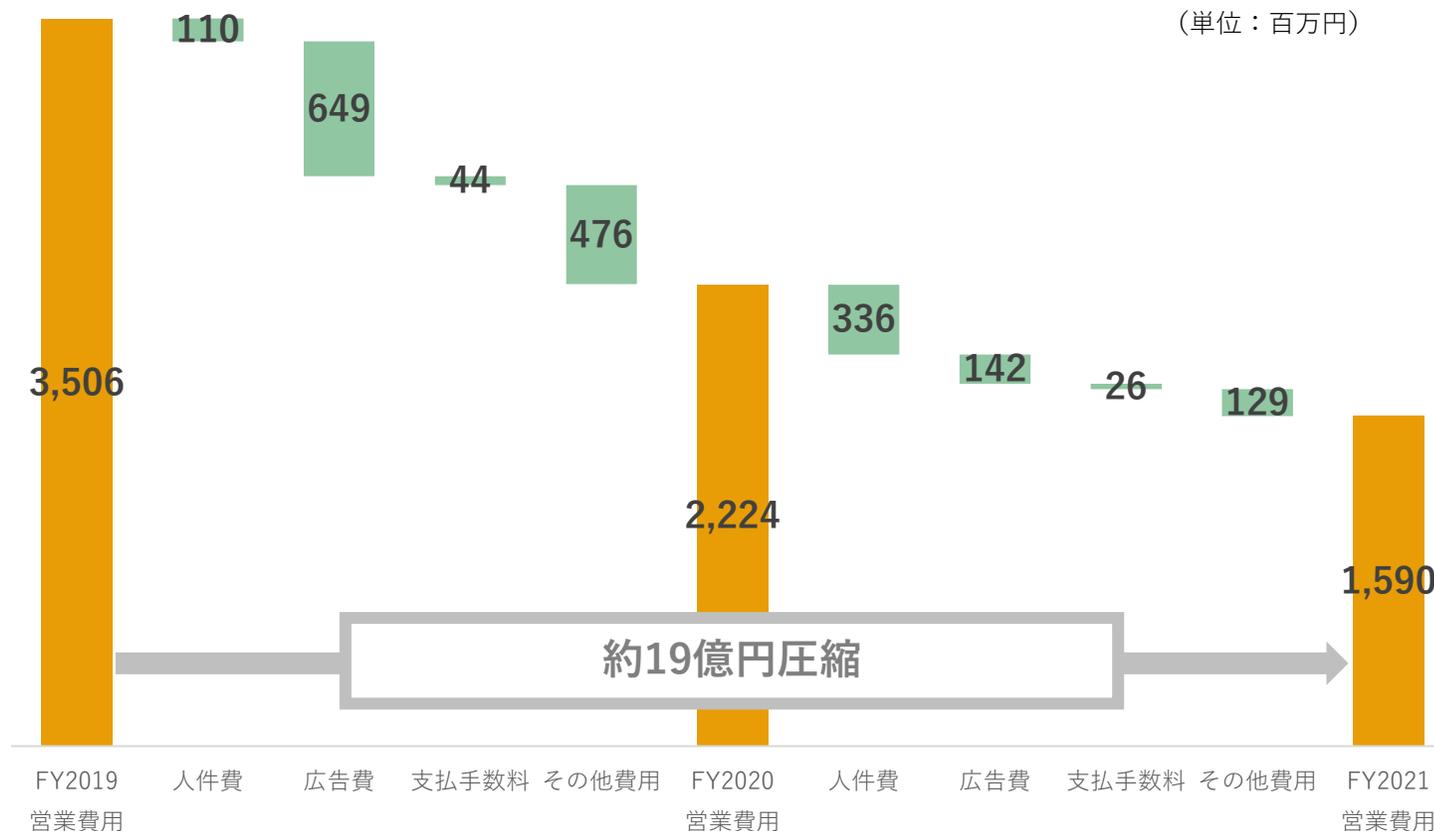
役員報酬の減額や休業および出向対応により約6.1億円の人件費を削減（雇用調整助成金収入1.6億万円を含む）、希望退職者の募集

### ■ 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



A low-angle photograph of a person lying in a hammock, their arms raised towards a dense canopy of green trees. Sunlight filters through the leaves, creating a bright, dappled light effect. The person is wearing a colorful headscarf and a ring is visible on their left hand.

**2022年12月期  
今後の取り組み**

## 事業環境

### < 昨年同水準をボトムとし、年度末に向けて旅行回復を想定 >

- 1) 海外旅行よりも国内旅行が先行して回復を予想
- 2) 国際線はウィズコロナ・アフターコロナでの国境の段階的回復を予想

---

## 営業面

### < 海外旅行 + 国内旅行 + インバウンドでのV字回復に向けた資産の積み上げ >

- 1) 海外旅行商品のアクティブ化・国内の営業活動継続強化、グローバル化の模索
- 2) 200万人会員のアクティブ化
- 3) プラットフォーム事業をNTT西日本と連携し、さらに強化

---

## 財務面

### < 経費削減の徹底と集中的かつ効果的投資 >

- 1) 徹底したコスト削減と経費抑制の継続
- 2) 中長期の成長投資に向けた資金調達

# 国内・海外のOTA事業について

- 収益基盤である海外旅行事業と、並行し国内旅行・英語圏向けサービス強化など新たな収益基盤で成長を加速
- 海外+国内での資産の積み上げをすすめ、旅行回復後のV字回復に向けた活動を実施

## 今後の取組み

### 海外市場

海外市場については、海外渡航解禁へ向けて、商品のアクティブ化を推進し、2019年度水準まで商品数を回復

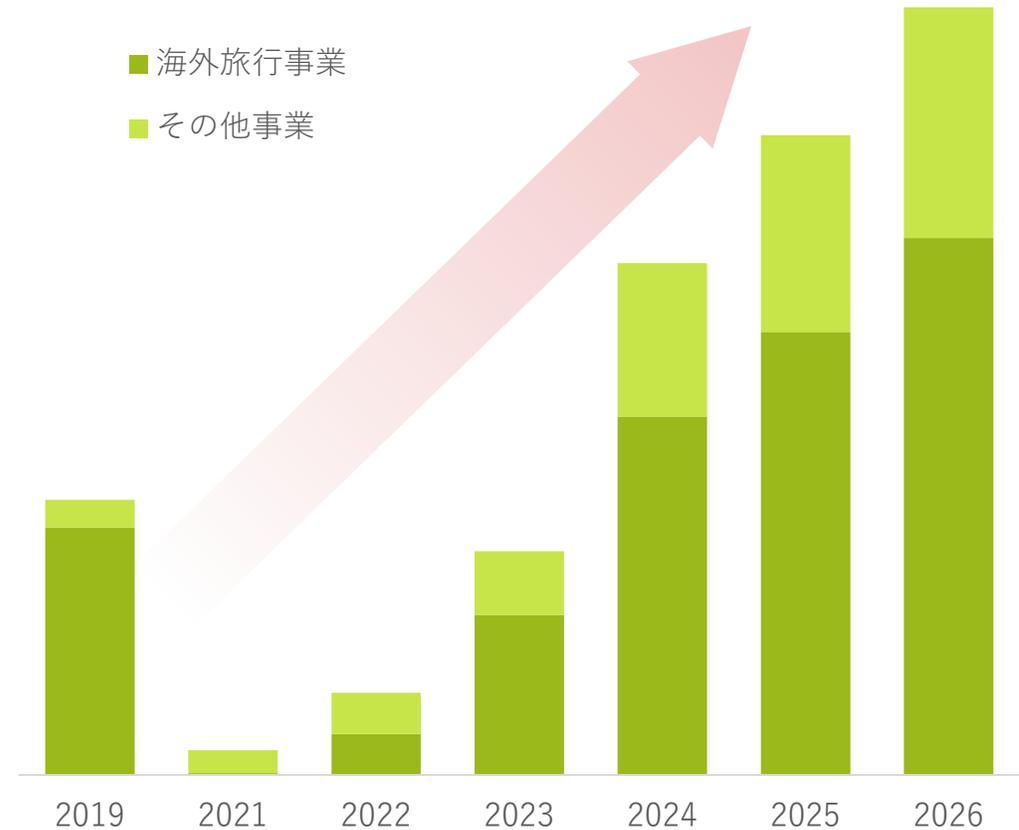
### 国内市場

ラインナップを継続強化。今季1,700商品追加予定。  
日本の離島・日本の国立公園地域など海外旅行に引けをとらないテーマ性が高い多彩な体験を提供。

### 北米市場 (Hawaii Activities)

ハワイを発信拠点とした環境・エコツーリズムをテーマにしたサステナブルや特定カテゴリでのブランド強化を図り、北米本土等への販売を拡大を予定。

海外旅行事業と新たな収益基盤の拡大イメージ



## 200万人会員との顧客接点の創出・維持

- 利用頻度の高い国内向け商品とデジタルコンテンツ、宅配サービス等を拡充
- コンテンツの多角化により旅中だけでなく旅前、旅後市場での既存会員の利用価値向上を期待

### コンテンツやサービスの拡充を通じタッチポイントを拡大

日常の余暇時間を充実させる  
趣味のアイデアマガジン  
「YOKKA」



観光サービス特化型クラウドファンディング観  
光事業者と応援したい人々の想いをつなぐ  
「Zenes (ゼネス)」



「食べる世界旅行・国内旅行」を  
コンセプトにした宅食サービス  
「世界のGOHAN」

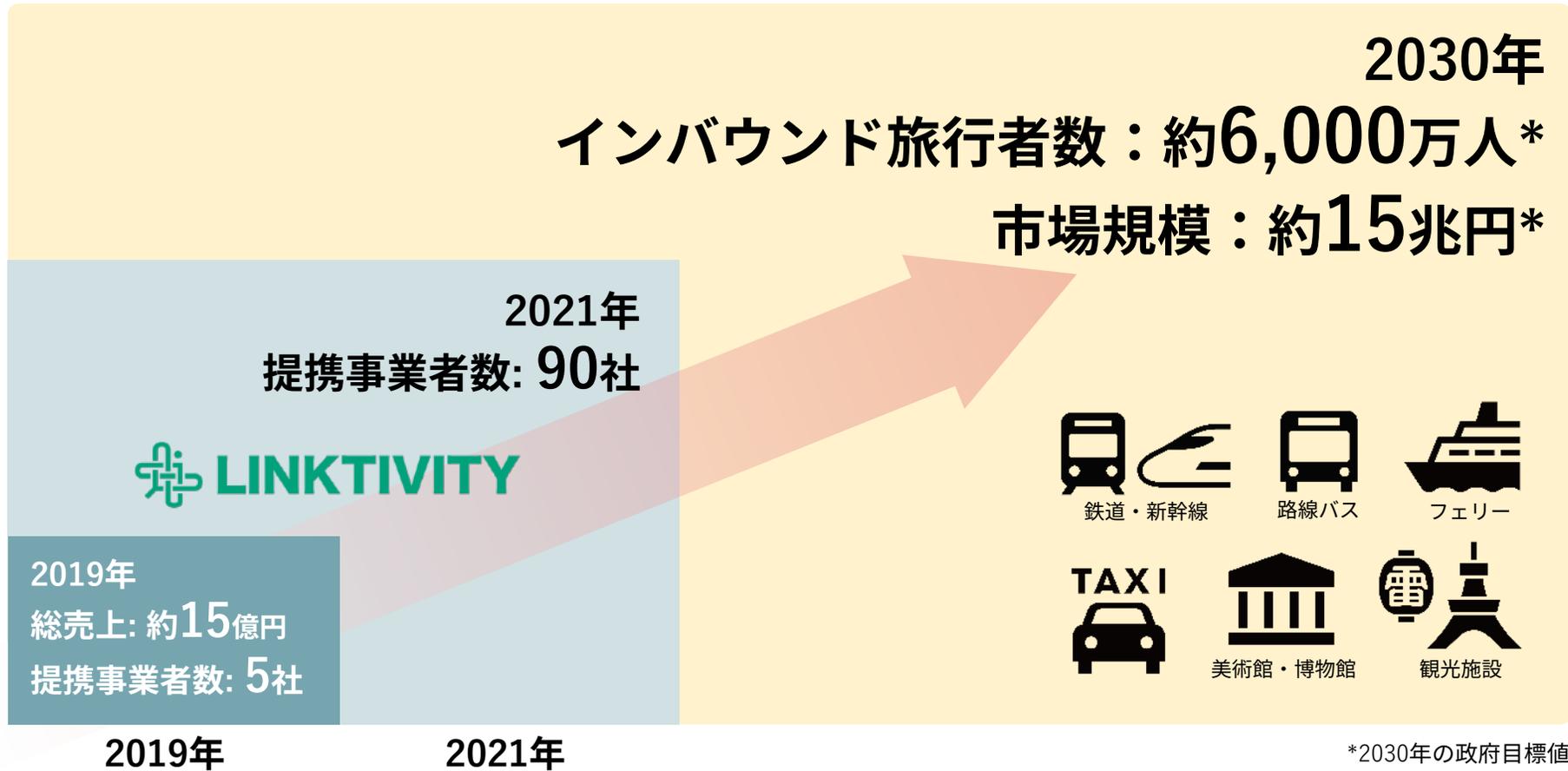


家に居ながら世界をめぐる  
新たな旅の形を提供する  
バーチャルツアー  
「オンラインアカデミー」

リンクティビティと協業し、  
国内向けの施設等のチケット販売を強化

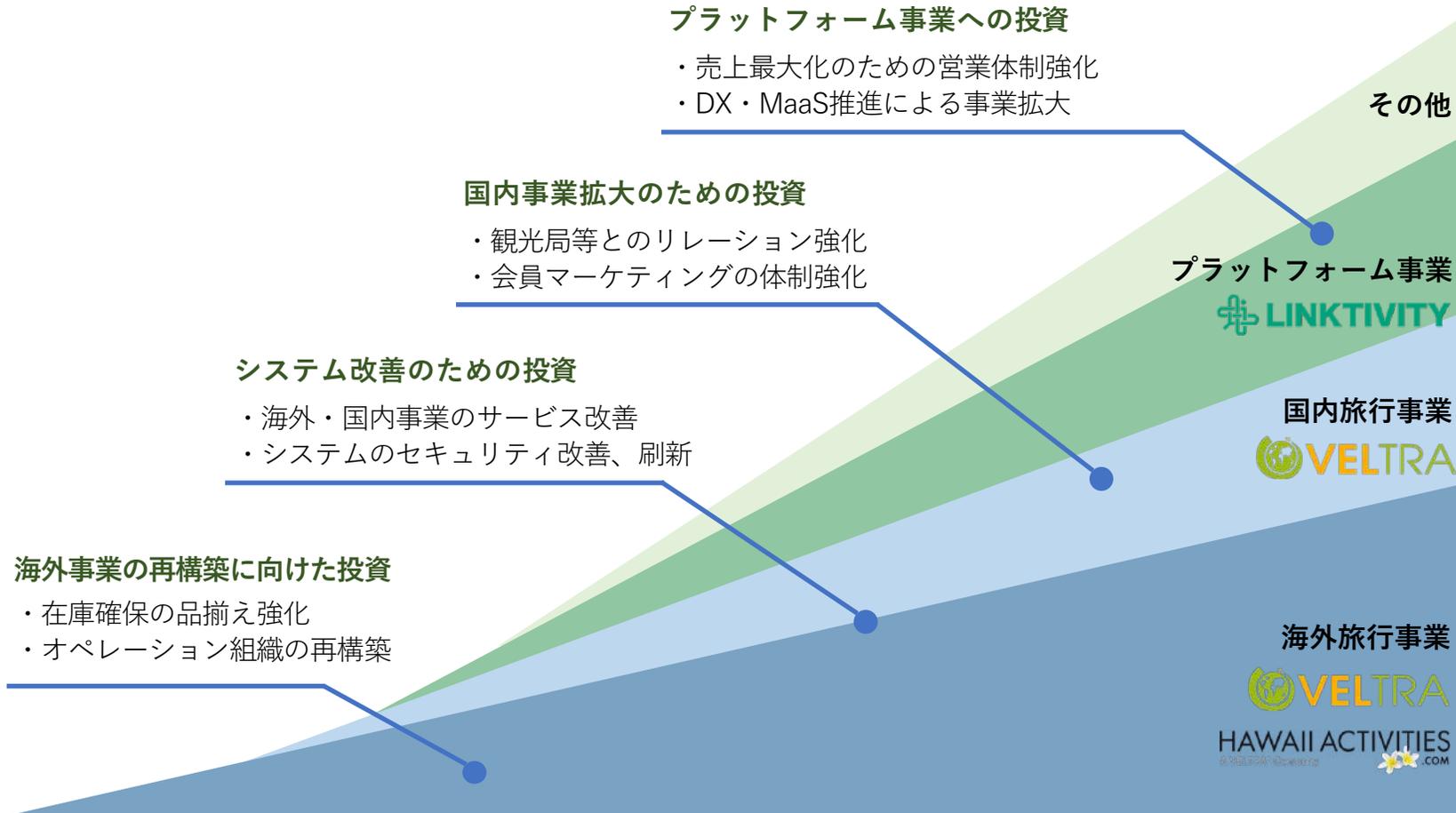
# プラットフォーム事業（Linktivity）について

- 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します
- 都市部から更に拡大し全国の鉄道・バス会社や観光施設との接続を進める。
- 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。



# 財務面対策（資金調達）

- 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23億円の調達を予定
- 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、これまでコロナ渦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。

A person wearing a yellow 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 and distant mountains under a clear blue sky.

**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。



# ベルトラ 会社概要

東証マザーズ：7048

# 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：	東京都中央区京橋1丁目18-1
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



## 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

- 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

# VELTRAについて

ベルトラグループでは「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



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



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

### VISION

人を想い、人に寄り添うことでより良い世界を実現する  
Realize a better world through hospitality

### MISSION

心ゆさぶる体験を未来に届ける  
Design the genuine experiences of tomorrow

「心ゆさぶる体験」とは自らの活動を通じ、心から文化や自然、そして関わる人の素晴らしさを実感できるもの。私たちはそれらに出会うためのソリューションを消費者に届け、明日へとつながるための企業活動をおこないます。私たちは社員・取引先・顧客、関わる人たちとの「相互満足」を地球規模で考え、より良き社会交流の実現を目指します。

# OTA事業

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



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



# 観光IT事業

## 鉄道・施設向けプラットフォーム「Linktivity（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 企業事例 ]



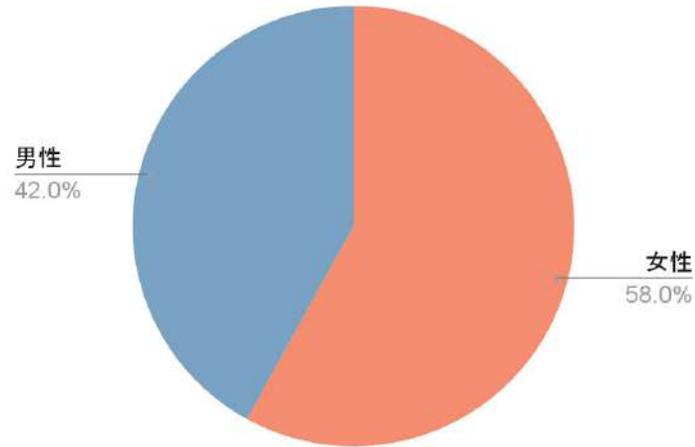
[ 販売先 企業事例 ]



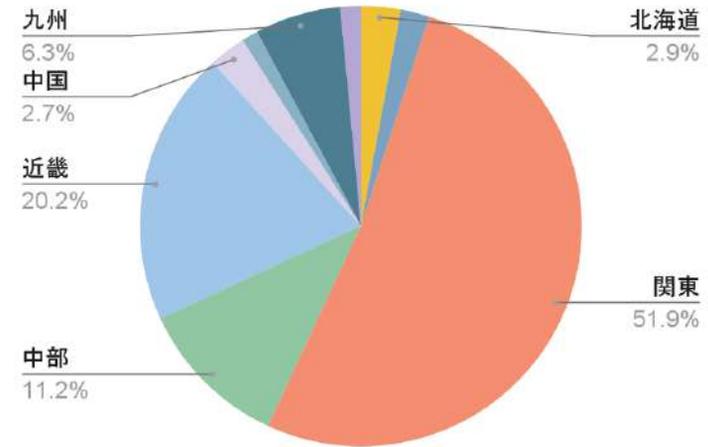
# VELTRA.comのユーザー概要

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

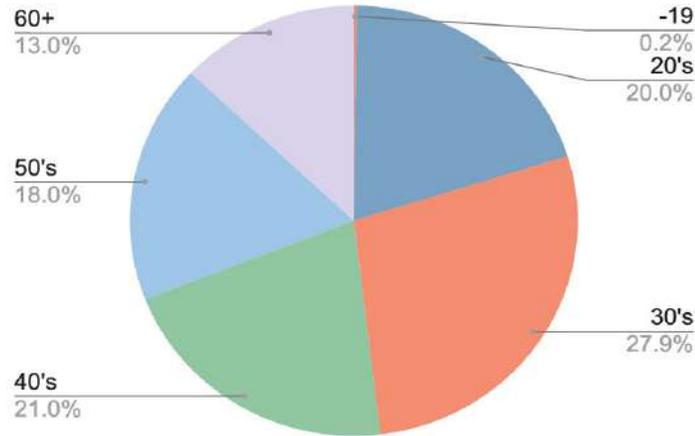
性別



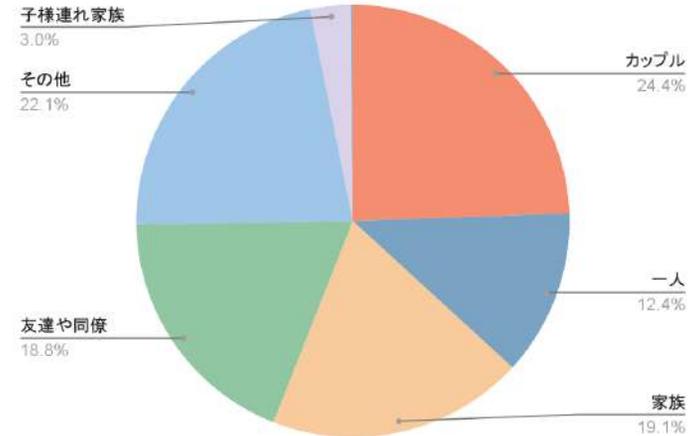
居住区(日本人会員のみ)



年齢層

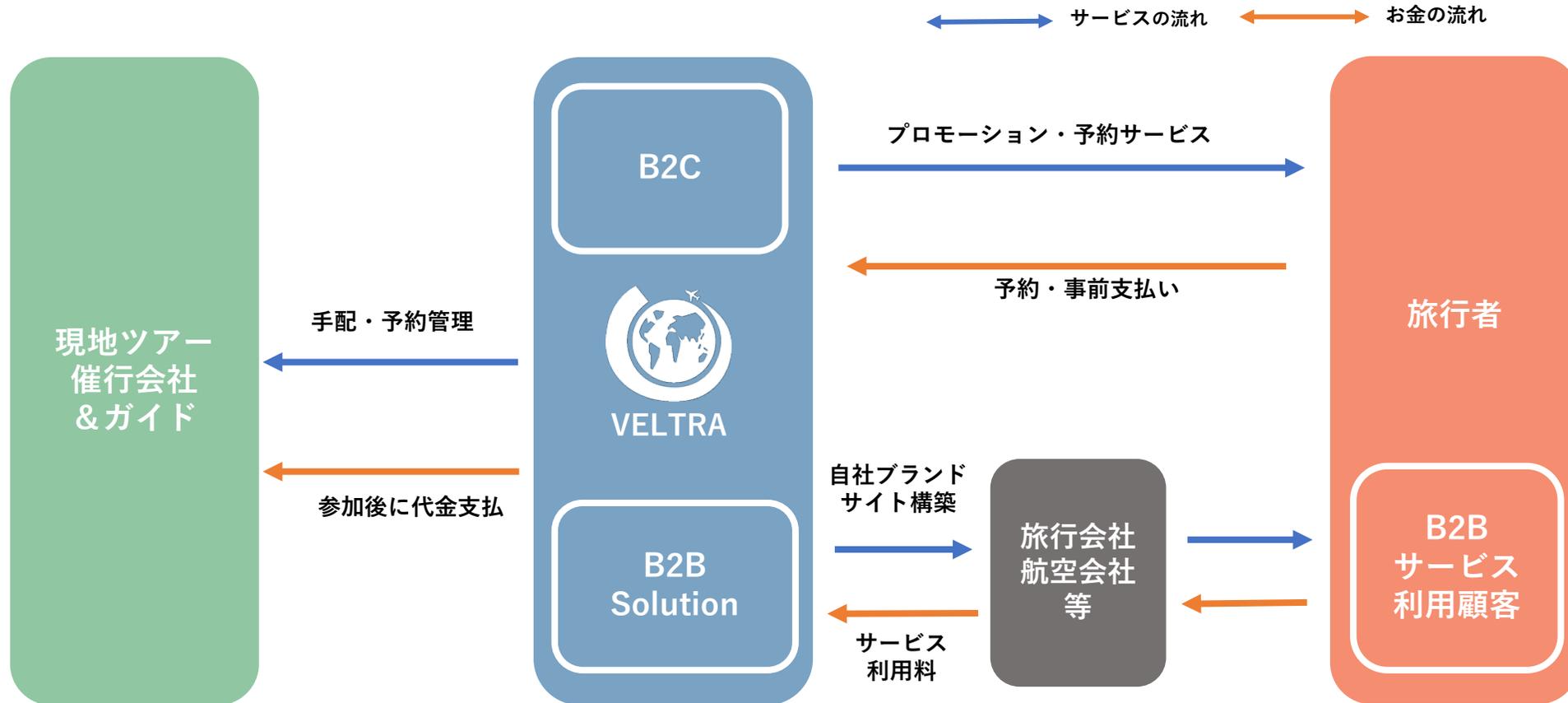


同行者



# 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 & HawaiiActivities）は予約販売での手数料モデル



# 当社の強み

世界各地のネットワークと圧倒的な品揃え、マーケティング力、高いサービスのレベルがベルトラの強み

## 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。

## 顧客に“選ばれる”サービス

体験商品に特化し、磨き上げられたサービスと商品管理システムにより、他社では真似できない顧客・サプライヤー双方からの高い満足度を実現



**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

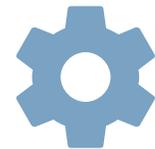


**NPS(+27%)**の  
顧客ロイヤリティ

\*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**



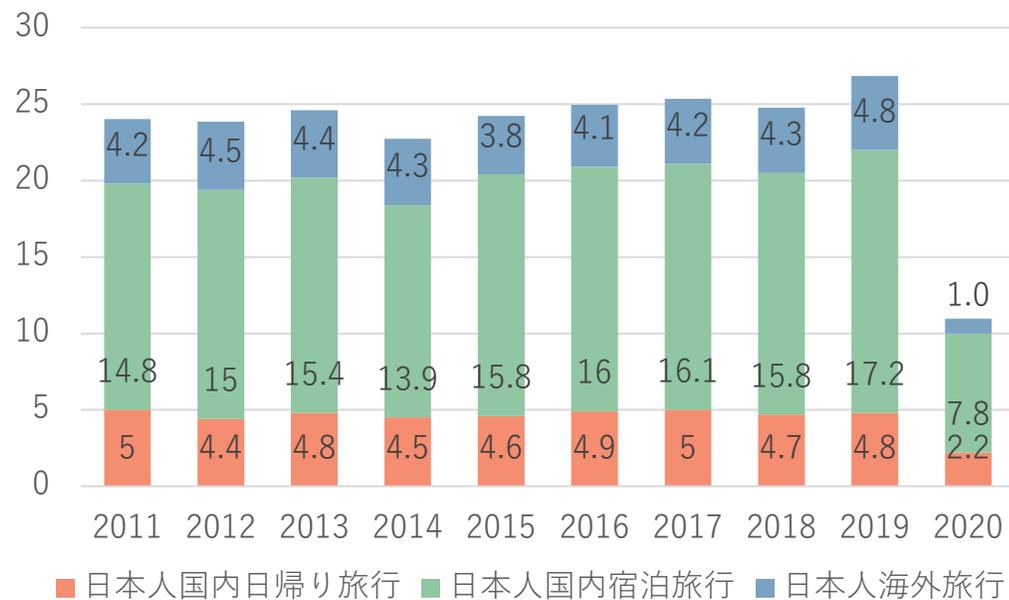
**24/7**のカスタマー  
サポート体制

# 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。

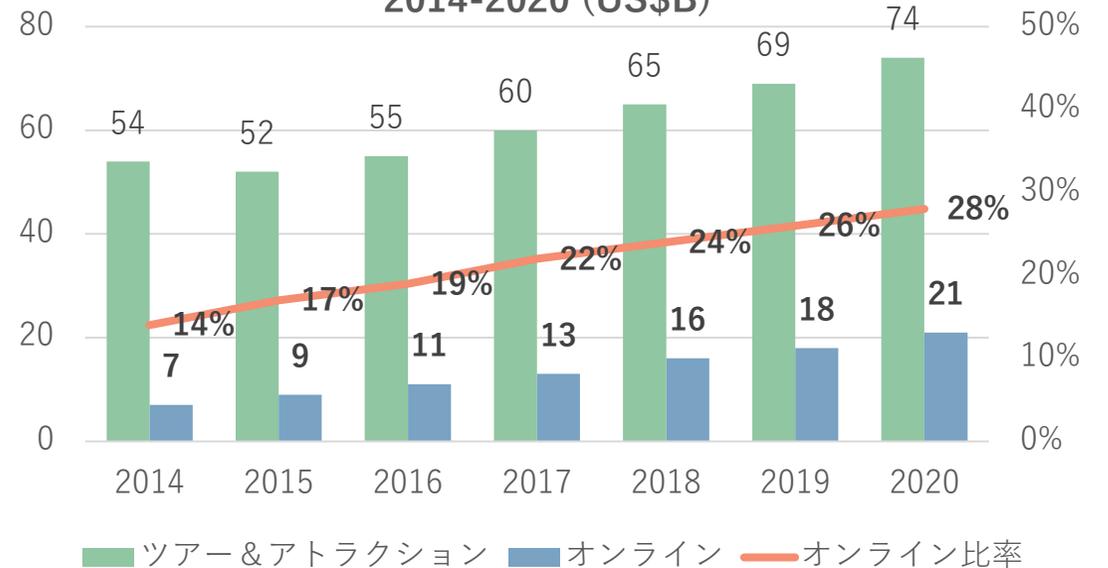
オフライン販売が主流だったツアー&アクティビティ市場では**新型コロナがDX推進・オンライン化を促進させるドライバーとなり、更に高い成長が期待できる**。

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)

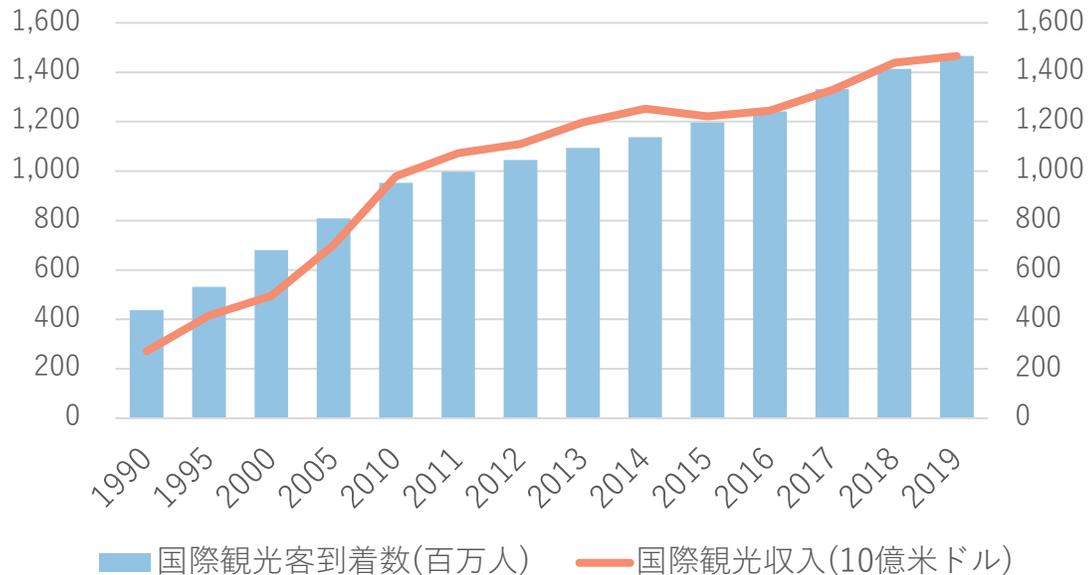


Phocuswright "Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020" July, 2017 ※2017-20は推定値

# 市場環境 – 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**。

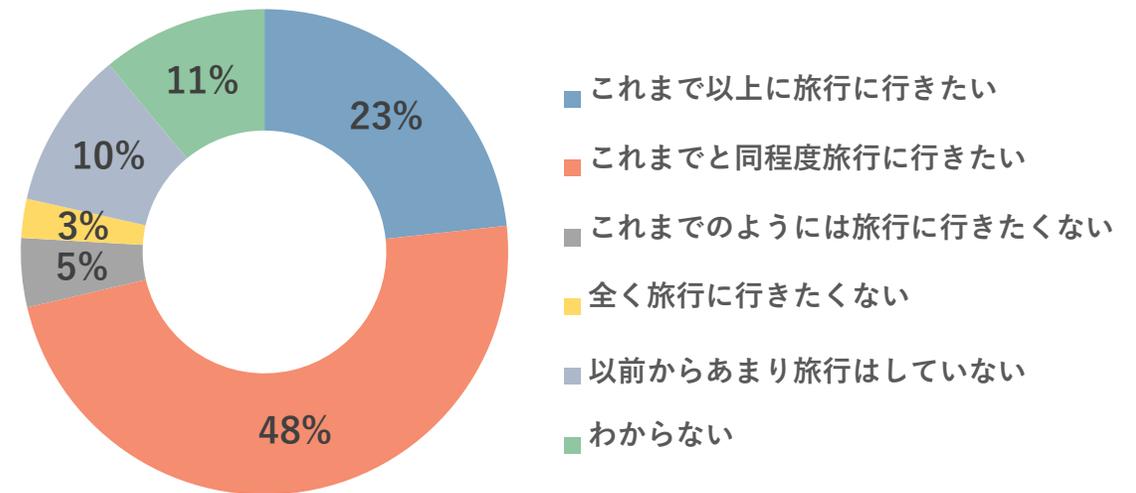
国際観光客到着数及び観光収入の推移



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 (2021年7月)

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>

