



2019年12月期 決算説明資料

FY2019 Financial Results

ベルトラ株式会社

東証マザーズ：7048

目次

2019年12月期	決算概要	P3
2020年12月期	今後の取り組み	P12
2020年12月期	業績予想	P21
参考資料		P26

2019年12月期
決算概要





P/Lサマリー（連結）

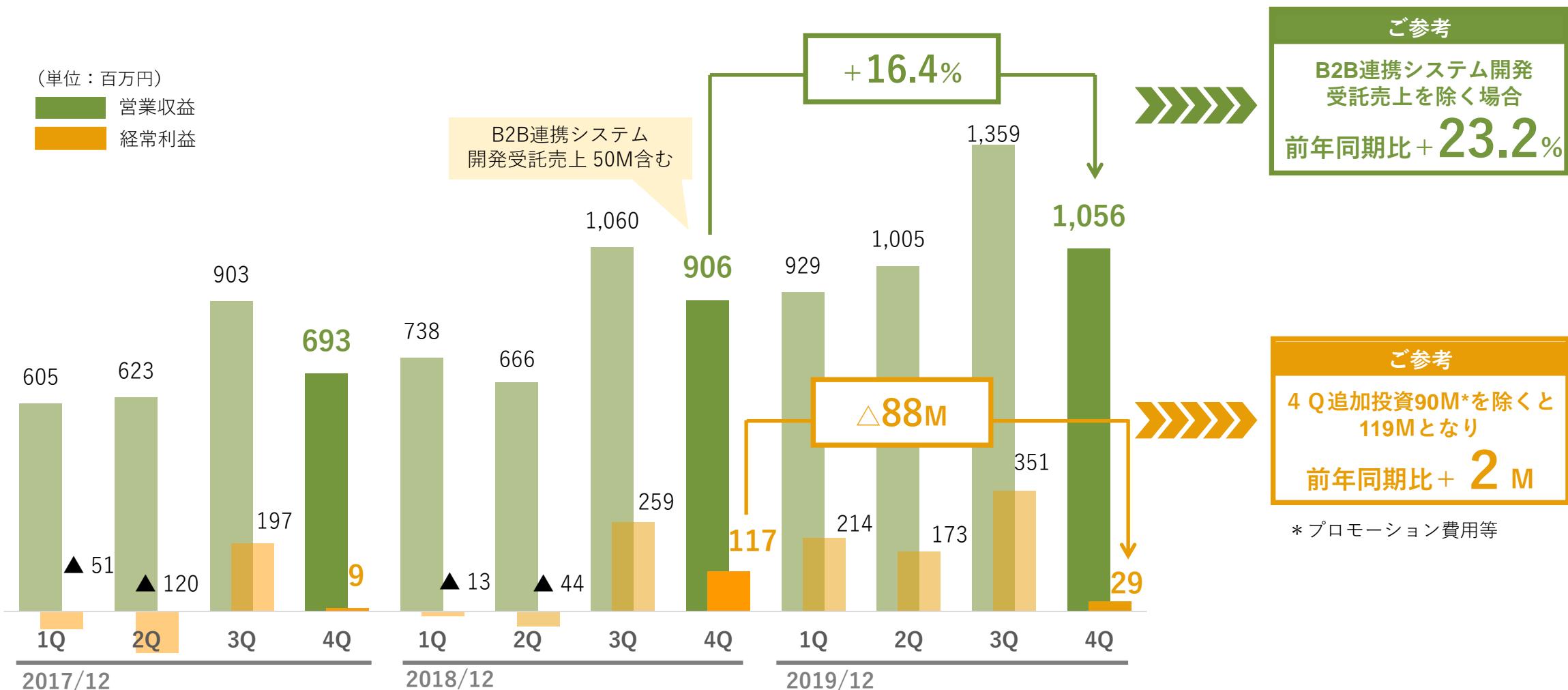
- 前期比大幅な増収増益を達成
- 次世代基幹システムの更なる改善に伴い開発見直しを進め特別損失を計上するも、税効果会計等の影響もあり当期純利益も前期比大幅増益で着地。

単位：百万円	2018/12月期	2019/12月期	増減
営業収益	3,371	4,351	+29.0%
営業費用	2,954	3,506	+18.7%
営業利益	417	844	+102.5%
営業利益率	12.4%	19.4%	+7.0pt
経常利益	319	768	+140.8%
経常利益率	9.5%	17.7%	+8.2pt
特別損失	74	118	+58.8%
当期純利益	311	521	+67.6%
1株当たり当期純利益（円）	11.68	18.26	+ 6.58円
ROE（自己資本利益率）	32.5%	30.1%	△2.4pt



営業収益・経常利益 四半期推移（会計期間）

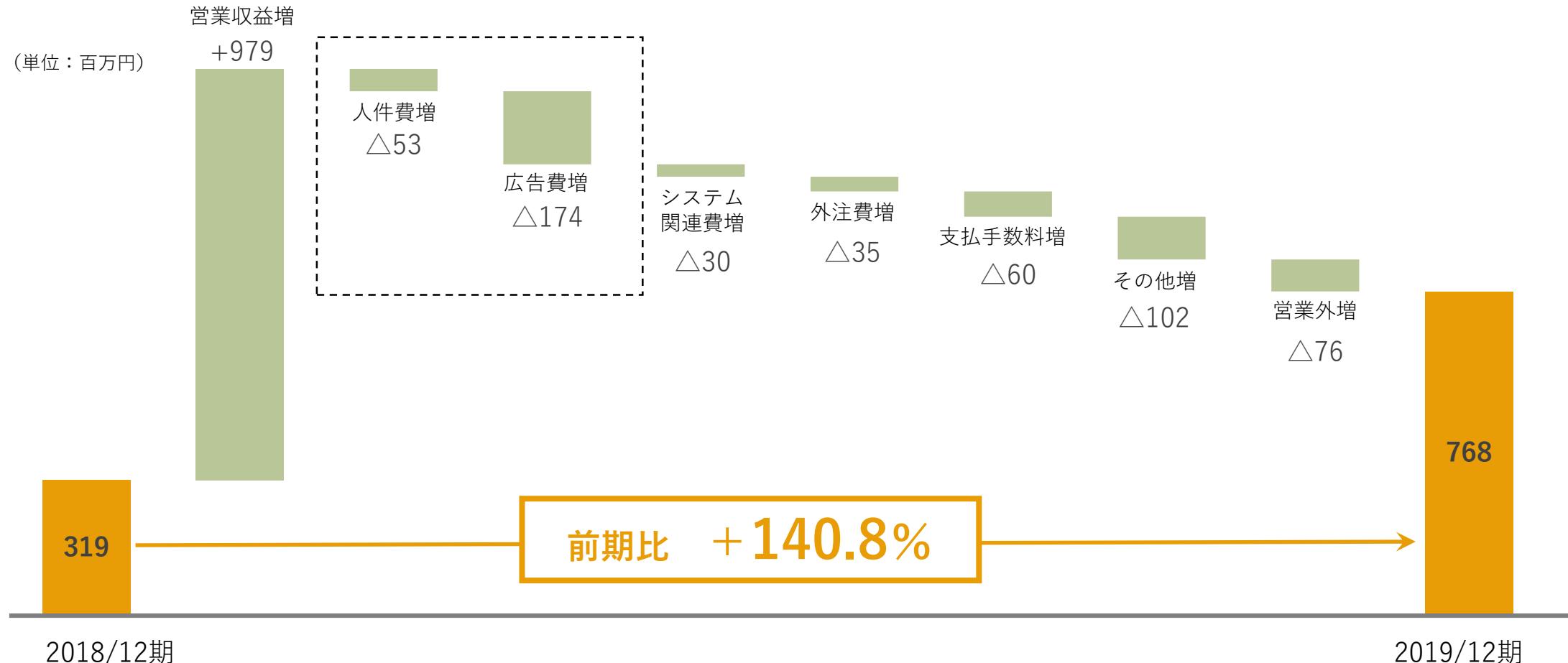
- 第4四半期において利益も確保しつつ認知度向上のための投資等を積極的に実施





経常利益予実分析

■ 大幅增收効果により各種コストを吸収し、経常利益は前期比約2.4倍

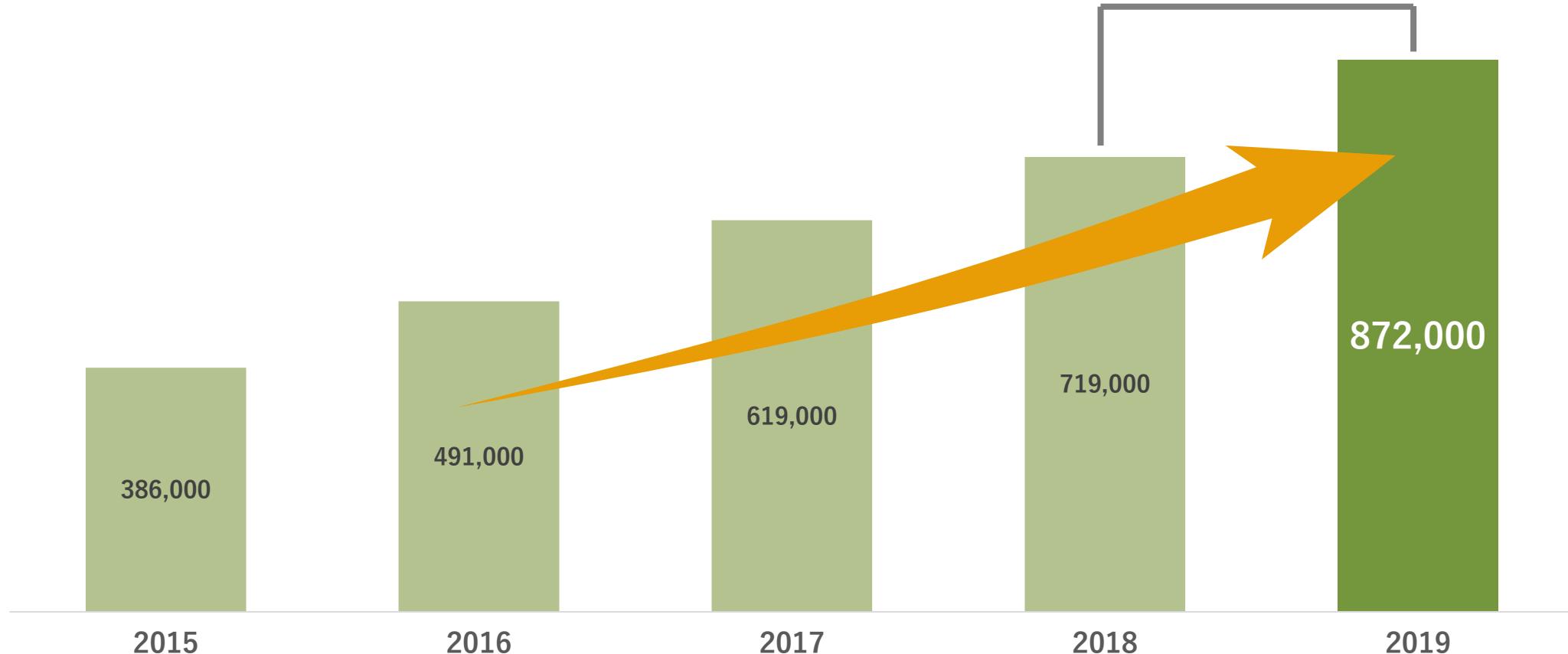




予約数推移（件数）

- 予約数も順調に推移し昨年比で21.4%増。1日あたり約2,400件の予約

YoY +21.4%

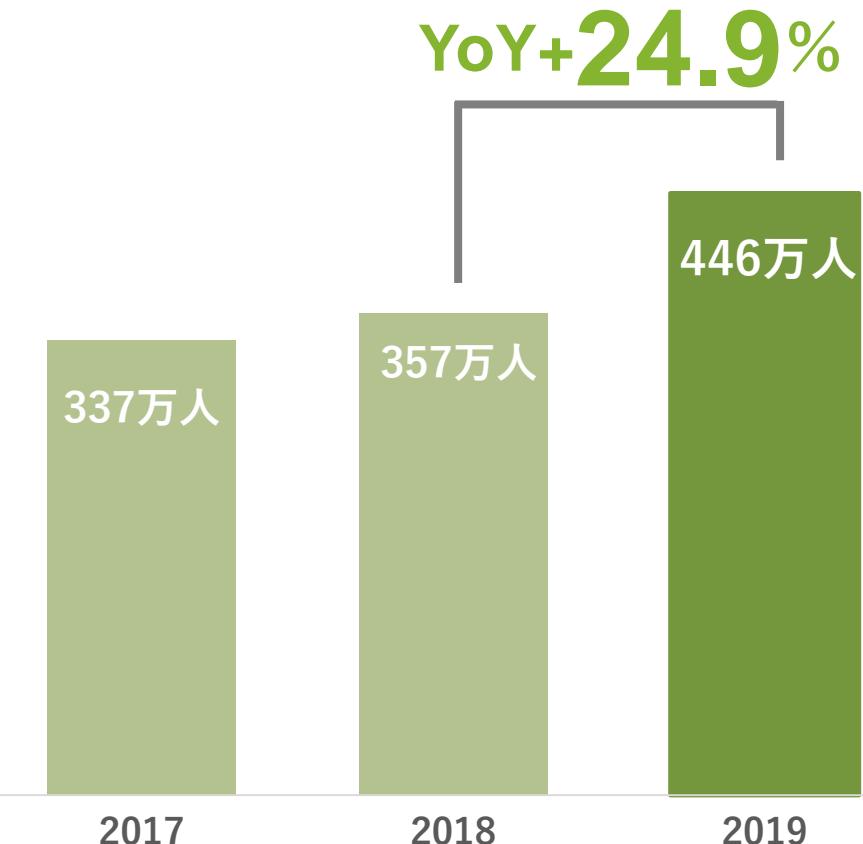




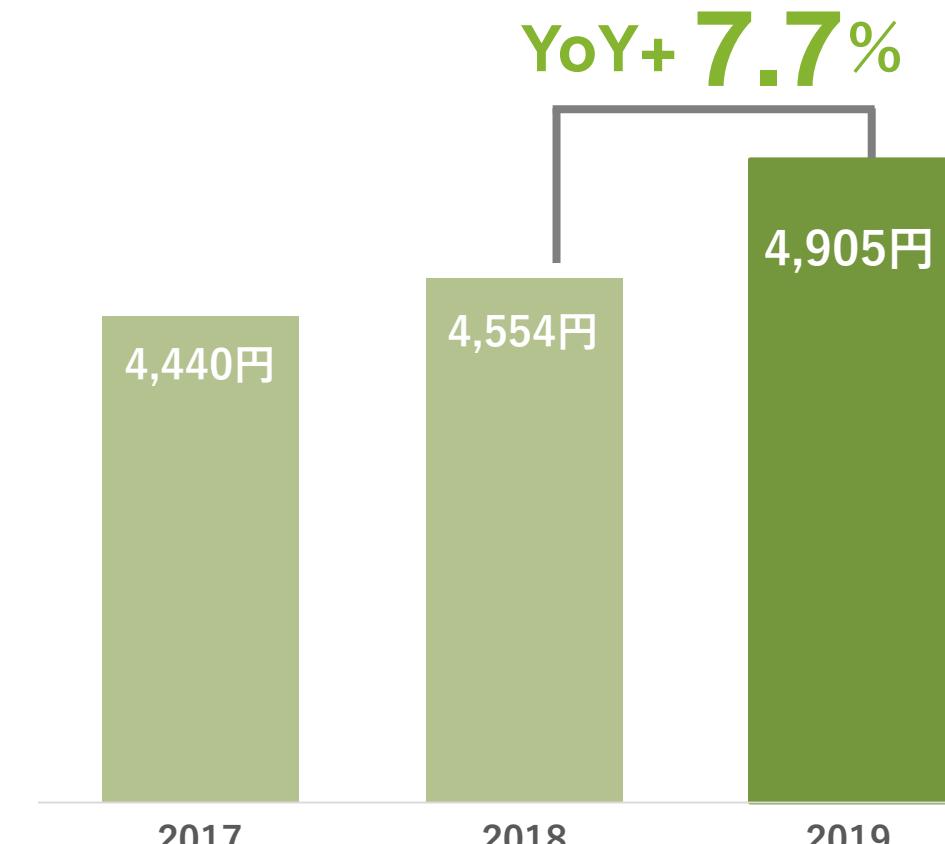
各種KPI

- 訪問者数も高い成長を推移。さらに品質向上の施策も功を奏し平均客単価も増加

月間Visit数（月平均）



予約当たりの売上高（年平均）





B/Sサマリー（連結）

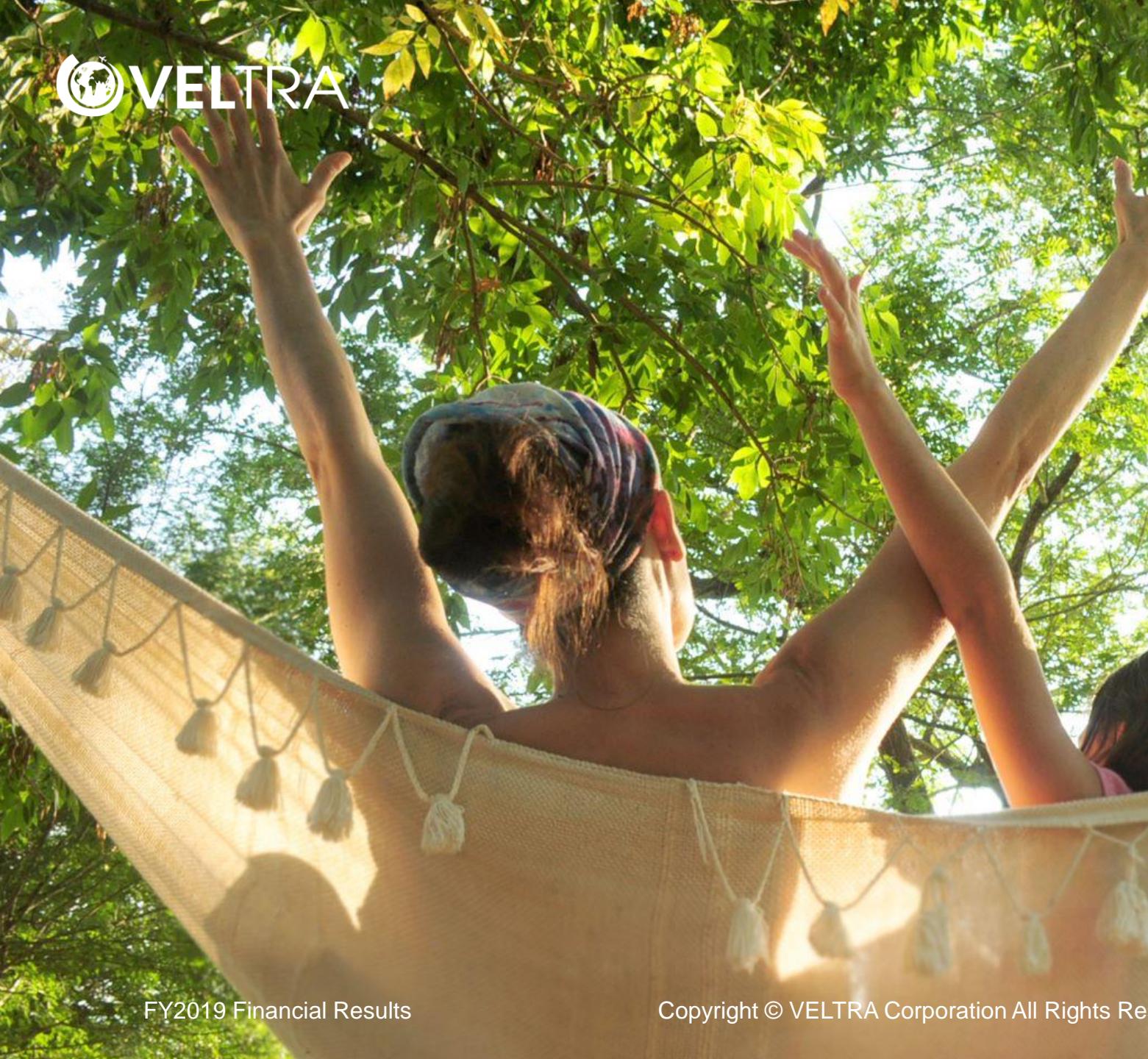
- 事業が好調に推移し資産が増加、主には現金及び預金が8億6百万増加
- 流動負債においては、主に営業未払金と前受金が増加、固定負債においては長期借入金が減少
- 純資産が増加し、自己資本比率は約32.5%

単位：百万円	2018/12月期	2019/12月期	増減額
流動資産	4,312	5,491	+1,179
固定資産	799	933	+134
資産合計	5,111	6,424	+1,313
流動負債	3,389	4,148	+759
固定負債	347	149	△198
負債合計	3,737	4,298	+ 561
純資産合計	1,374	2,125	+ 751
自己資本比率	26.9%	32.5%	+ 5.6pt

C/Fサマリー (連結)

- 順調な営業活動の結果、主に純利益、前受金が増加し、営業活動によるキャッシュ・フローは 1,281百万円
- 固定資産取得による支出490百万円により、投資活動によるキャッシュ・フローは △491百万円
- 株式発行収入 168百万円、長期借入金の返済197百万円により、財務活動によるキャッシュ・フローは 14百万円

単位：百万円	2018/12月期	2019/12月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	852	1,281	+429
投資活動によるキャッシュ・フロー	△257	△491	△234
財務活動によるキャッシュ・フロー	315	14	△300
現金および現金同等物の期末残高	3,170	3,978	+ 807



2020年12月期
今後の取り組み



2020年度 重要施策

オンライン予約の強化

カスタマー
エクスペリエンス
強化

2軸の
訪日事業



オンライン予約強化

認知度向上のためのプロモーション強化

ベルトラの認知度は現在8%*。認知の向上および現地体験ツアーのオンライン予約そのものの啓蒙活動を実施



YouTube
再生回数
60万超

吉幾三さんを起用したテレビCM
「俺らこんな旅いやだ（女子旅篇）」を
首都圏および主要エリアで放映予定

昨年12月に中京・福岡エリアにて試験的に放映を実施

*2019年12月の当社リサーチによる

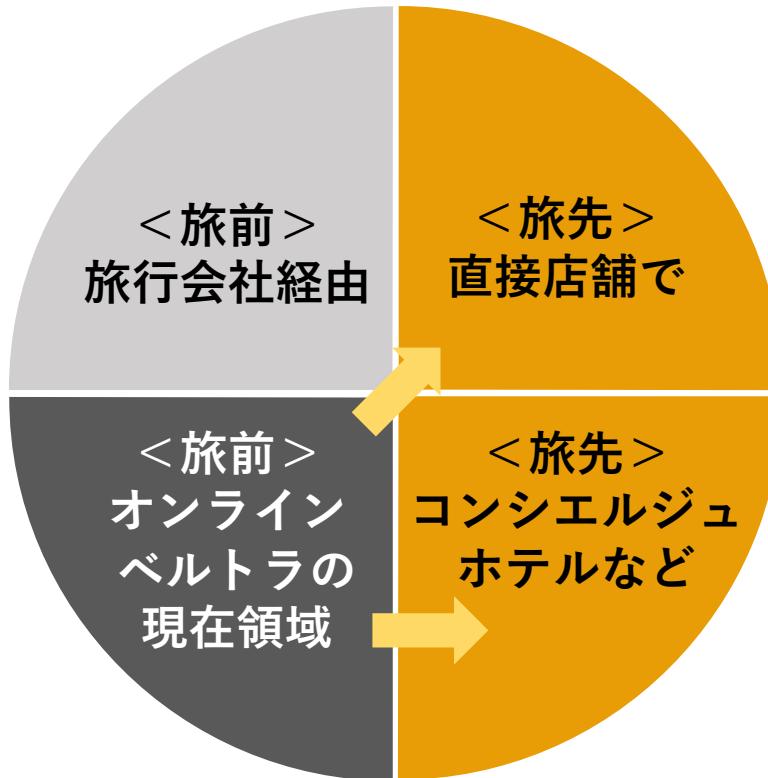


オンライン予約強化

オフライン市場のオンライン化

- 現在VELTRAの予約は90%が出発前予約。一方で現地到着後の予約は現在もオフライン市場が中心。ベルトラは到着後の予約も今後積極的に拡充し、オンラインでの予約を増やす。

現地体験ツアー市場機会



旅先（到着後）の予約機会を増やす

- アプリのサービス強化
- 当日まで予約可能な商品拡充
- オンライン予約がお得なサービスを強化



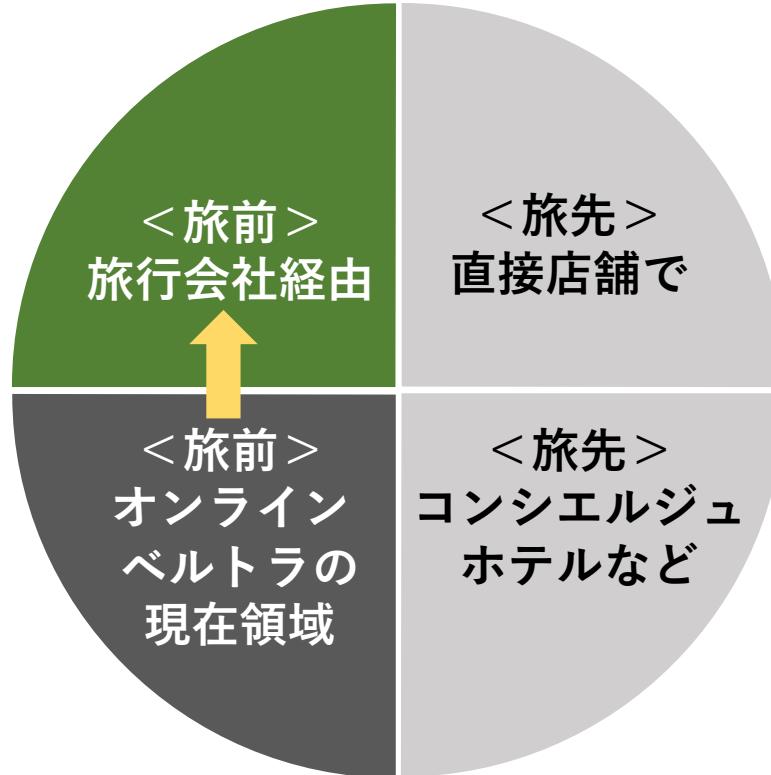


オンライン予約強化

国内の旅行代理店および旅行関連企業への販売ソリューションの提供

- 国内に1万社以上ある旅行代理店各社向けに予約サービスを提供

現地体験ツアー市場機会



オフライン旅行代理店・OTAへの提供

- ベルトラB2Bシステムの提供
- カスタマーサービスの代行支援
- 販売コンサルティング



全日空とのマイル連携



カスタマーエクスペリエンスの向上

顧客ロイヤルティ・顧客エンゲージメントの向上

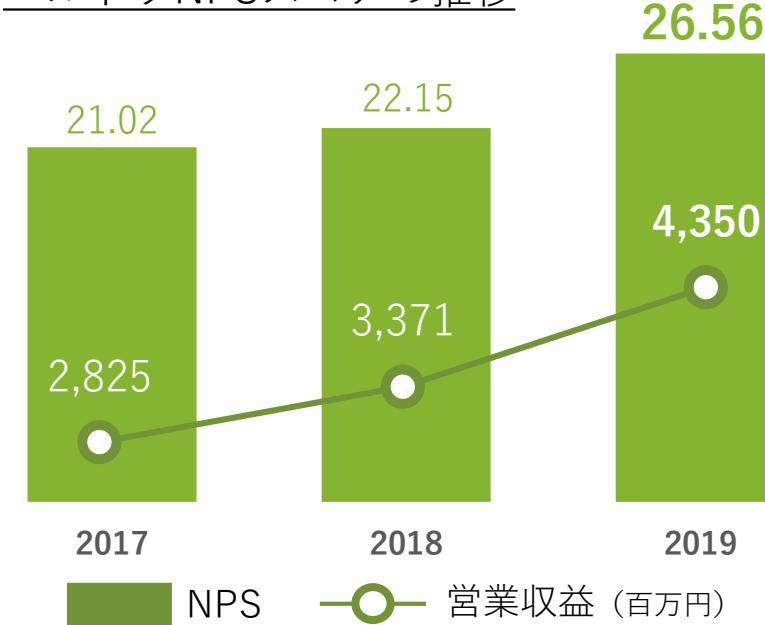
究極の質問 「ベルトラを友人や同僚にすすめますか?」

NPS®は未来の顧客を予測する設問



$NPS^{\circledR} \text{スコア} = \text{推奨者} - \text{批判者}$

ベルトラNPSスコアの推移



NPS®のスコアは毎年増加。品質の向上と売上は常に相関関係にある



カスタマーエクスペリエンスの向上
商品数の豊富さだけでなく、体験そのものの質向上を追求

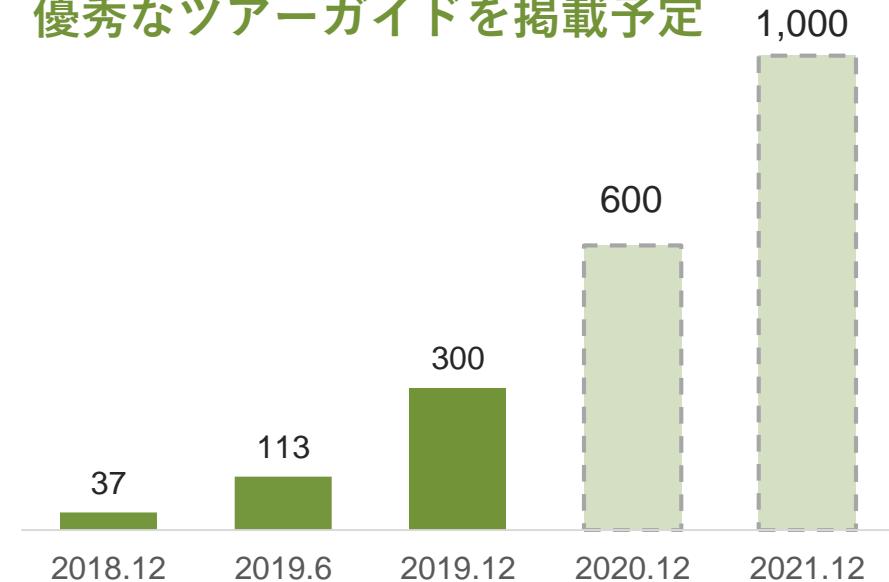
- 目指すはツアーガイドサービスのミシュランガイド。選りすぐりのガイドに光を当て、各ガイドのホスピタリティを評価し、質の高いサービスで旅行者がより一層充実した旅行体験を提供する



ガイドの性格、得意分野など
ユーザー評価を5段階で表示

世界各国の ガイドの魅力を 紹介

2021年までに1,000名以上の
優秀なツアーガイドを掲載予定





訪日事業強化

リンクティビティによる国内の公共機関向け向け予約プラットフォーム

- 当社100%子会社であるリンクティビティでは日本国内の交通インフラおよび公共施設の利用機会を高めるべく、オンライン化を推進し、世界各国の旅行者がいつでも簡単に予約できるサービスを提供します。



国内の鉄道グループおよび各都道府
県施設のチケット予約を取り扱い。
2020年も随時拡大予定



発券・在庫システム、QRコードなどチケット
販売に必要なソリューションを提供。
OTAにはAPI連携システム、旅行会社には予約
システムを提供



OTA・旅行会社130社と
契約随時拡大中





訪日事業強化

従来の販売モデルとプラットフォーム事業の2軸の成長戦略

ベルトラ

訪日向け事業

予約数 (単位: 件)

前年比
22%増

16,700

22,500

27,500

2017

2018

2019

英語圏(主に米国) 台湾・香港の旅行者が主力

リンクティビティ

プラットフォーム事業

予約数 (単位: 件)

前年比
約22倍

2,200

13,700

307,000

2017

2018

2019

主に日本の鉄道周遊バスが主力

韓国市場は情勢悪化のため方針を変更し、訪日以外のグローバル地域に販路を変更。
現在、グアムやハワイなどビーチリゾートエリアを中心に販売増加中

2020年12月期
業績予想

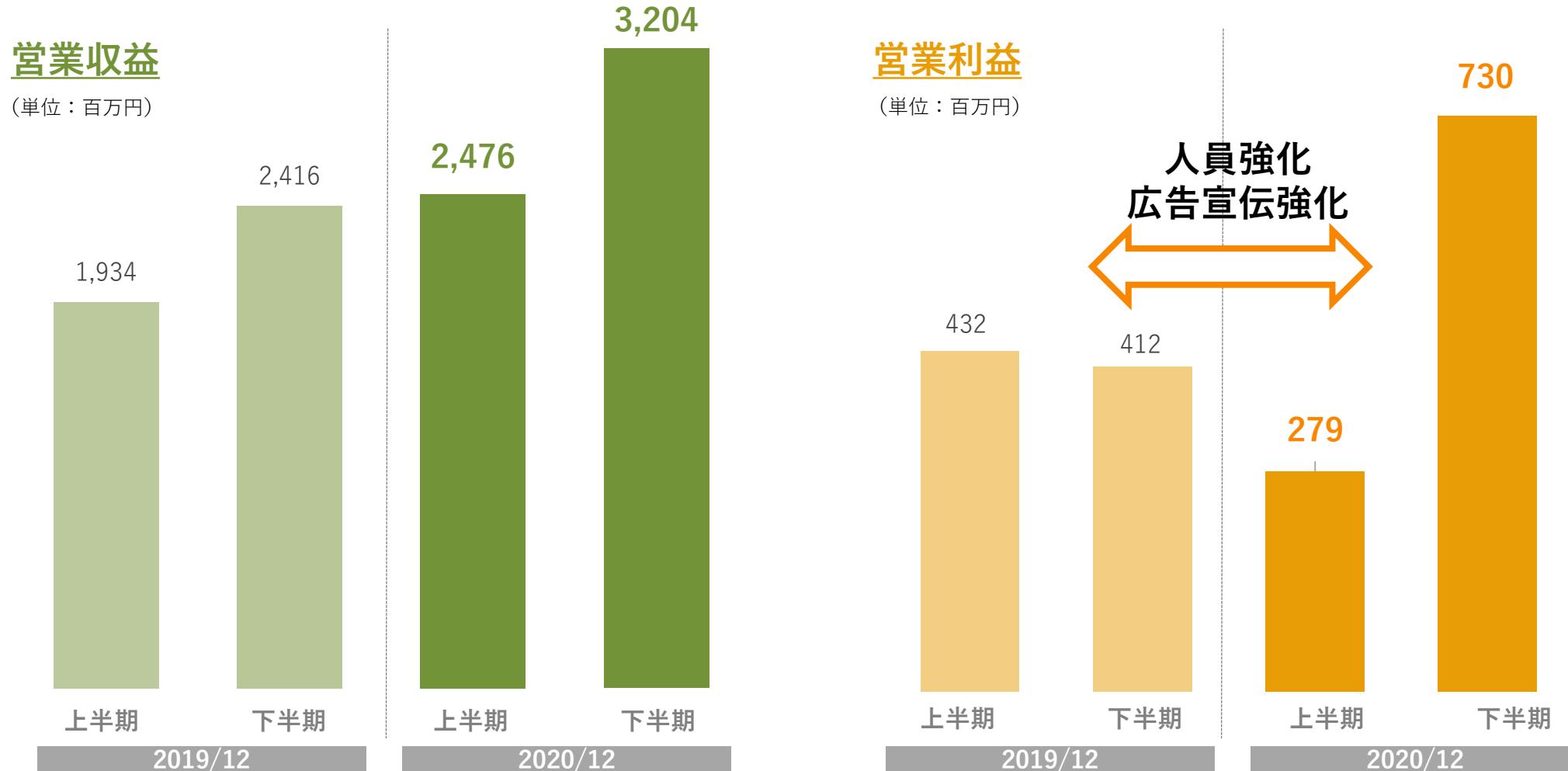
P/Lサマリー (連結)

■ 本年度も営業収益 YoY+30%以上を計画

単位：百万円	2019年12月期	2020年12月期 (予想)	増減
営業収益	4,351	5,681	+30.6%
営業利益	844	1,010	+19.6%
営業利益率	19.4%	17.8%	△1.6pt
経常利益	768	957	+24.6%
経常利益率	17.7%	16.9%	△0.8pt
親会社株主に帰属する当期純利益	521	670	+28.5%
1株当たり当期純利益 (円)	18.26	23.42	+ 5.16円

FY2019-20 営業収益・営業利益 半期比較

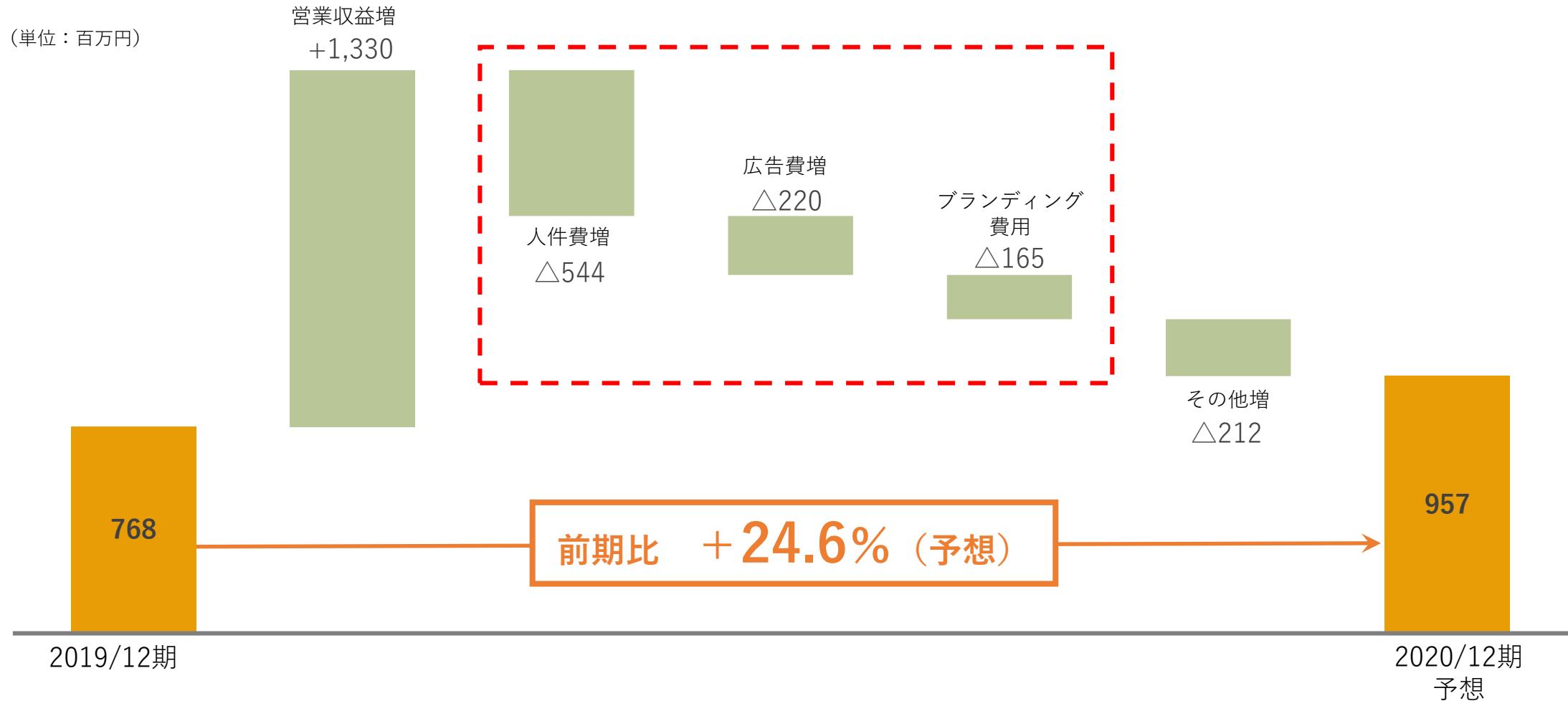
- 営業収益は順調に伸長。営業利益は昨年はGWの影響もあり上半期での利益の確保がなされたが、今期は従来同様（2018年以前）の利益トレンドを見込んでいる。





経常利益 FY2019-20(予想)比較

■ 中長期的な営業収益拡大のため、人件費、広告宣伝費、ブランディングに投資





參考資料



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



旅行前
宿泊・航空券

旅行中
観光・体験・食事・買物など

旅行後
写真など

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ナル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

世界各国の
旅行会社



日本の
公共交通機関

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

「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

時代や個人のニーズに合った商品を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）

プラットフォーム
の価値

強み：商品価値・顧客満足度UPを叶えるビジネス基盤

知名度

会員基盤

世界中の豊富で質の高い
ツアーアクティビティ
商品

事業カテゴリ

VELTRA
OTA事業

事業KPI

訪問数

NPS

予約数

販売単価

リンクティビティ
プラットフォーム事業

予約数

サプライ
ヤー数

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 5億2537万円 (2019年12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 163名 (228名)
連結 259名 (326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 二木 渉

取締役 兼 海外部門管掌 萬年 良子

取締役 兼 訪日部門管掌 倉上 智晴

取締役 兼 管理部門管掌 皆嶋 純平

取締役 兼 グローバル部門管掌 イスラット エマニュエル

社外取締役 白石 徹

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 野田 泰司



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

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

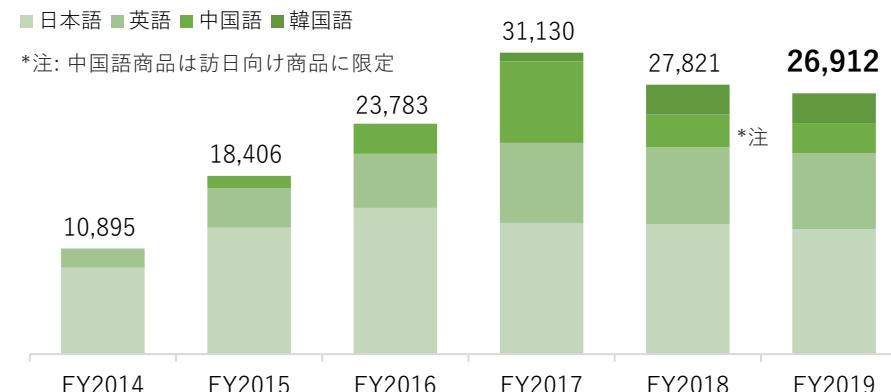
企業連携での協業でさらに価値を提供し
観光産業全体を繁栄させていく



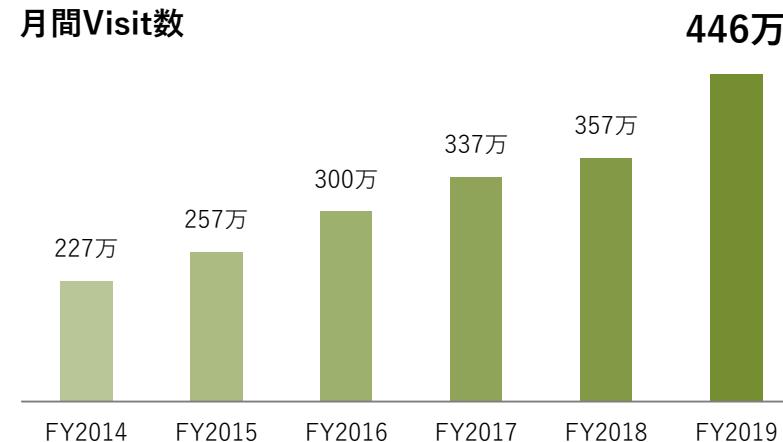
当社の特長：様々な消費者ニーズに対応した商品ラインナップ

- 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



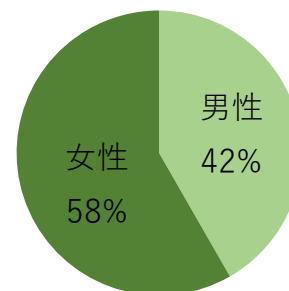
月間Visit数



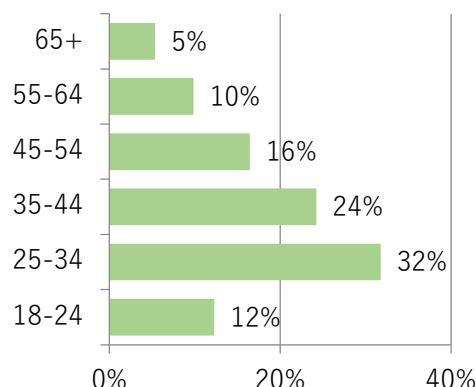
契約先事業者数



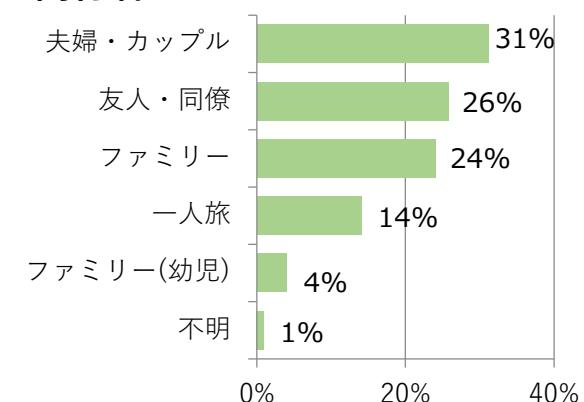
利用者性別



年齢層



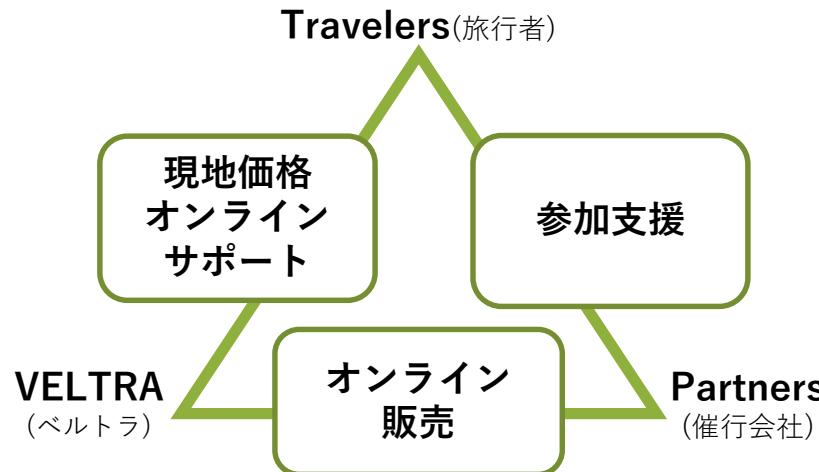
同行者



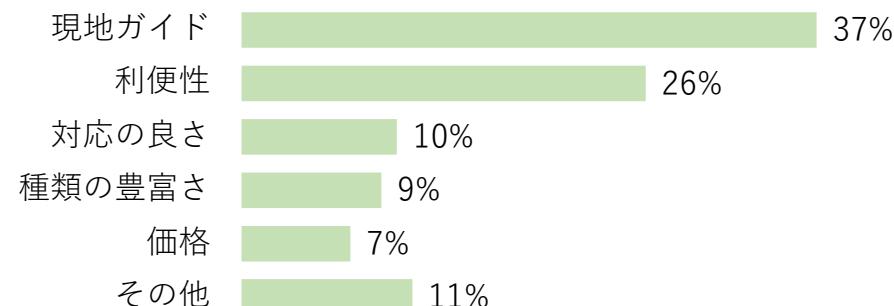


当社の特長：オンラインで完結するリアルタイムなサポート

- 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



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

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

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**

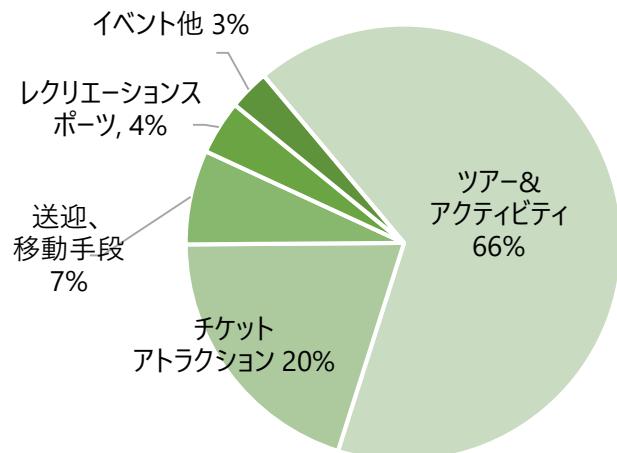
1. 市場の提供だけでなく商品そのもの品質まで管理
2. オンラインによる365日サポート
3. 英語・日本語・中国語・韓国語対応



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

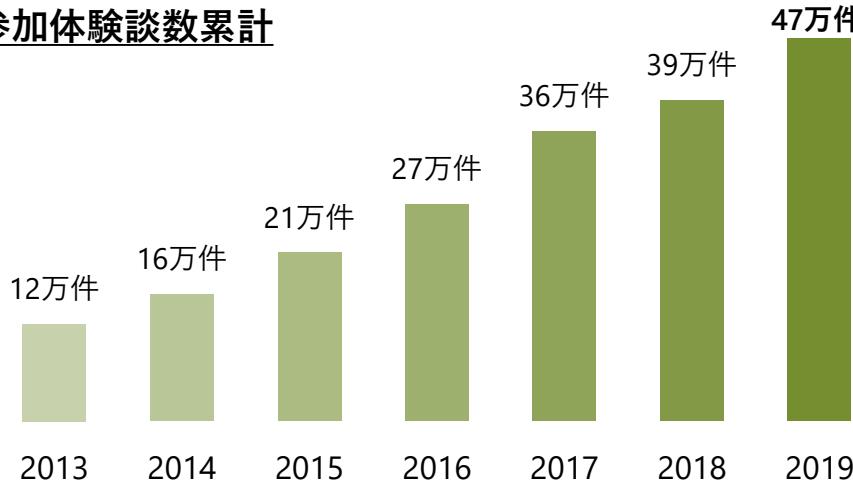




当社の特長：40万件を超す充実した参加体験談

- 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“はんぱないって、、、”&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、…

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…

一生の思い出って言ってる人どんだけしょうもない人生や
なんて思ってましたけど……

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タカさんのガイドが面白かったです。フルーマウンテンズは素晴らしい景色で映えスポット。スリーシ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ブが傑くほどの美しさ。感嘆。ため息。自然が創り出した神秘の世界。ジェノランケーブにいたのは2時間ほどの時間でしたがあつという間で狐につままれた気分…

すぐく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い、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！

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: ひよピヨピ-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、効率よく周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…

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！！フルーツ農園に到着後は細かいところも含め、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…続きを読む

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ひいたします。

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。