



事業計画及び成長可能性に関する事項について

ベルトラ株式会社
東証マザーズ：7048

VISION

Realize a better world through hospitality

人を思い、人に寄り添うことにより良い世界を実現する

MISSION

Design the genuine experiences of tomorrow

心揺さぶる体験を未来に届ける

VELTRAについて

ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、旅行前から旅行後、オンラインからオフラインまで、ボーダレスで総合的な「心搖さぶる体験」を提供します。



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。

12,700
Activities

150
Countries

4,800+
Partners

2.17 million
Members

380,000+
Customer Reviews



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。

650
Activities

85,000+
Members

440+
Partners

14,000+
Customer Reviews

※すべて2021年12月現在の数値

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年より順次スタート。

ベルトラ VELTRA
オンライン・アカデミー

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。



500+
Activities



60
Countries



200+
Partners



50,000+
Participants

New

Taste the World at Home
世界の
GOHAN
@home

「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。



95
Products



30
Countries



60
Partners



5,000+
Participants

※すべて2021年12月現在の数値

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。



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。



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を2021年5月より開始。

2020年より強化中の観光メディア事業では、**継続的な顧客とのコミュニケーション創出によるファンの増加**と、将来的な広告収入も目指す。



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



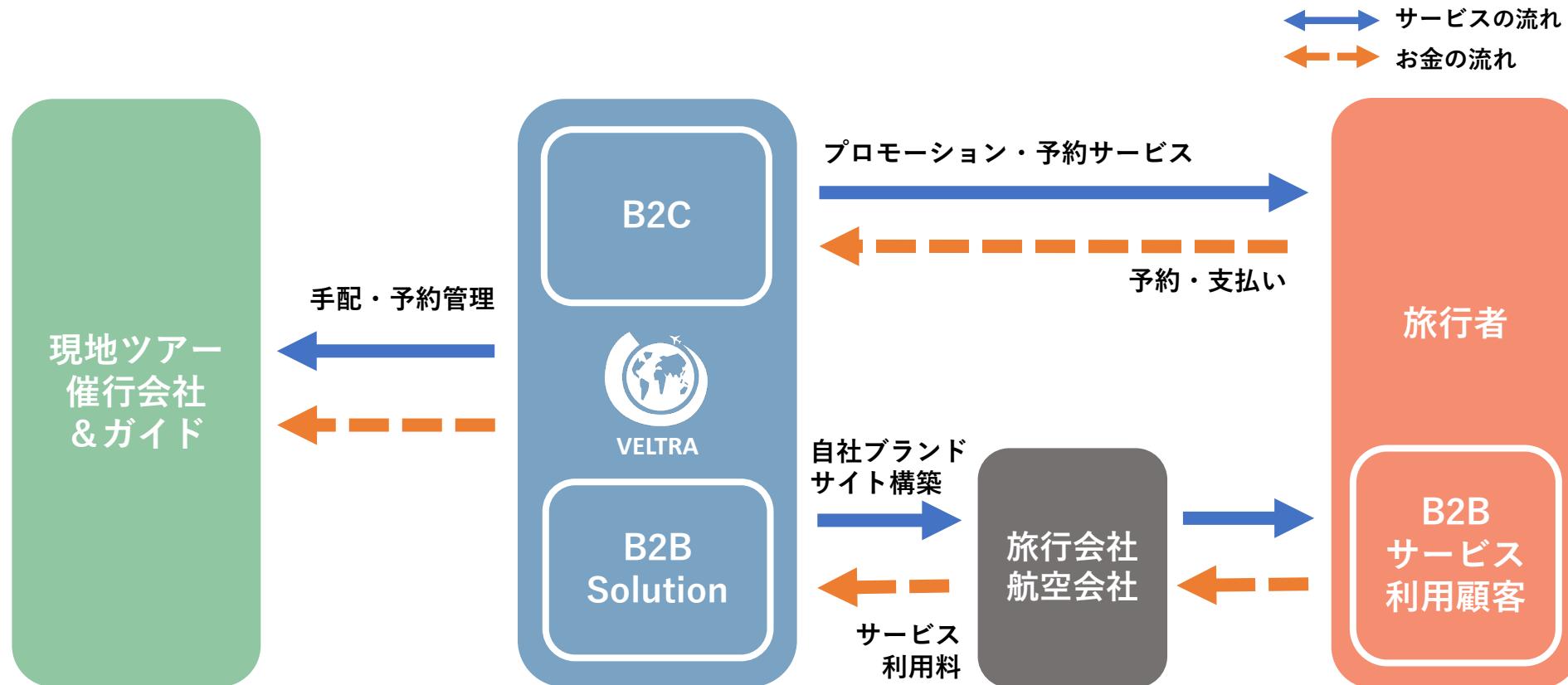
家庭で作る日本食を世界を広め、料理を通じた文化交流を促進するための英語情報サイト



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

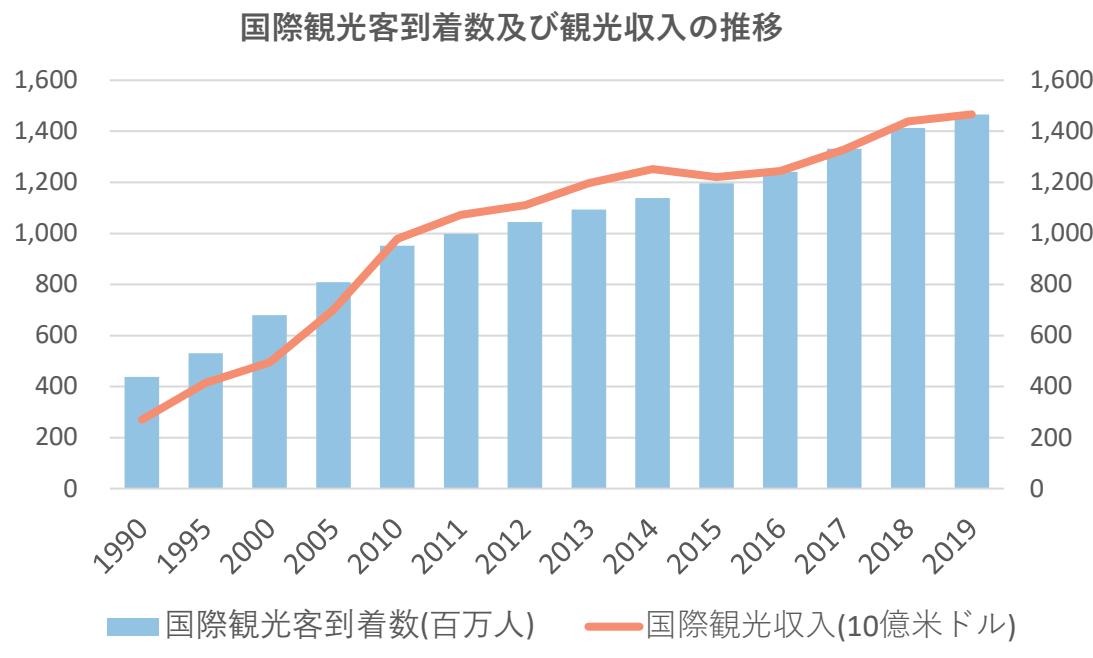
OTA事業のビジネスモデル

VELTRAグループ収益の約9割以上をOTA事業 (VELTRA & HawaiiActivities) における予約販売手数料が占める。



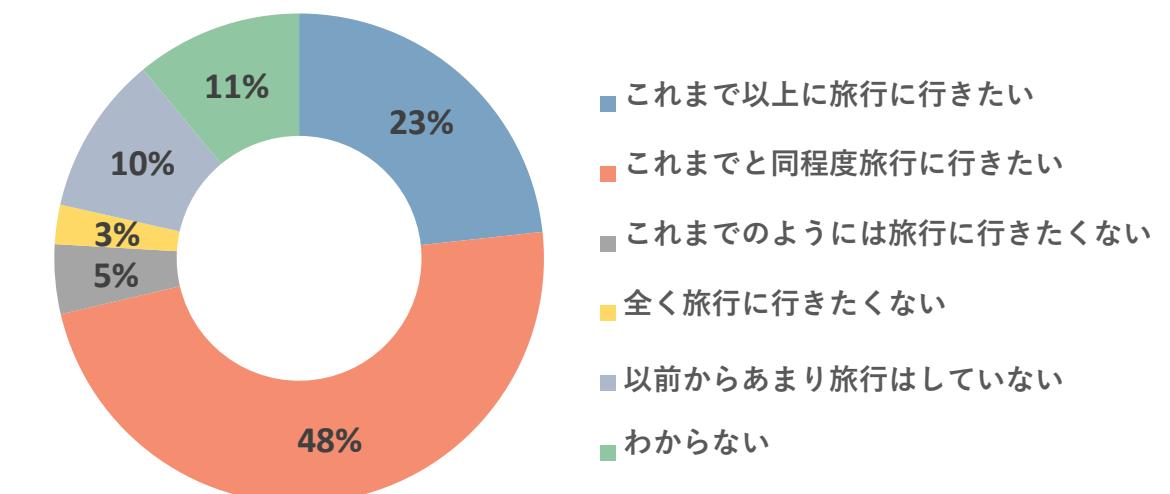
旅行市場の現状

観光ホスピタリティ産業は2001年の9.11テロや2009年の金融危機等を乗り越え、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**。



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。

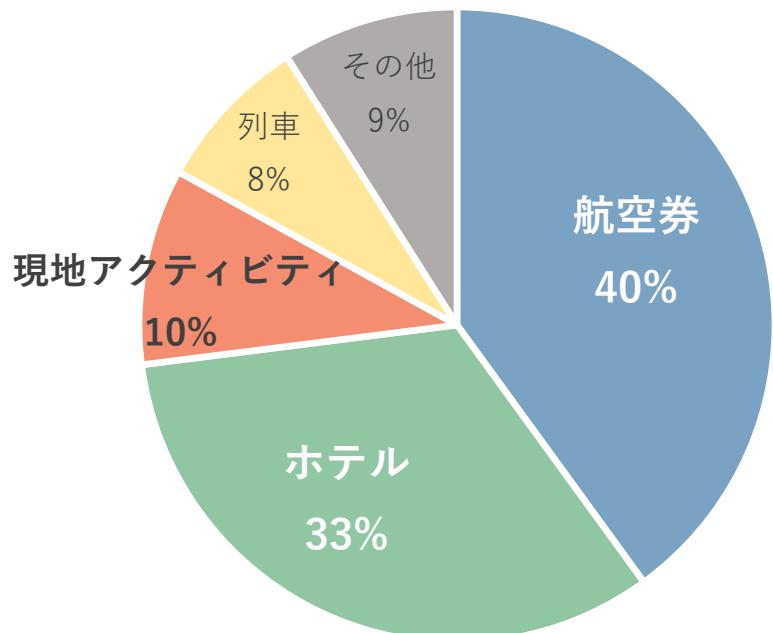
Q. 新型コロナウイルスが収束したら、旅行に行きたいですか？



「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)

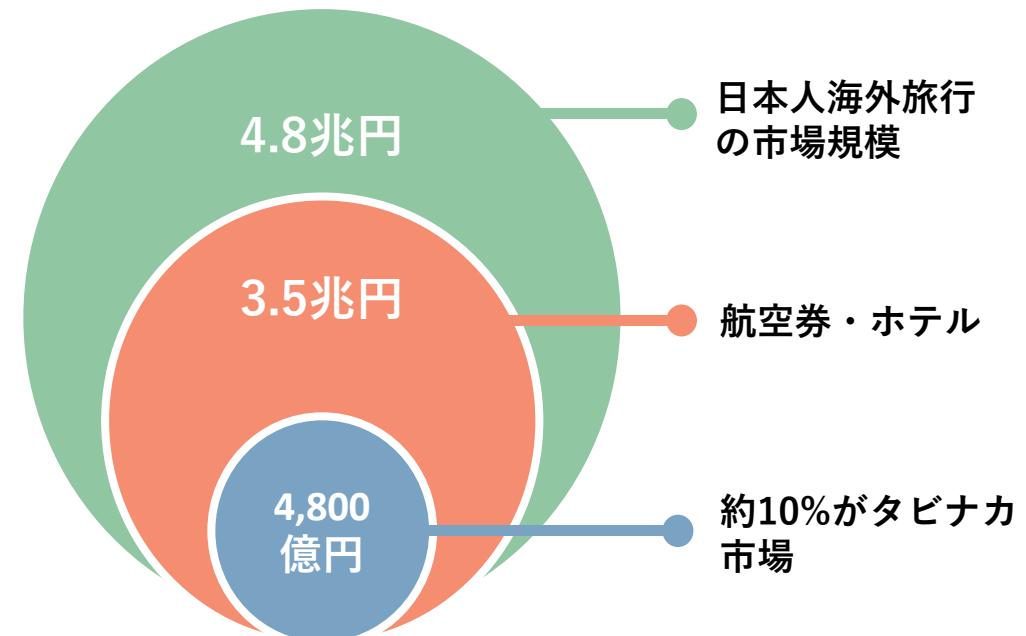
ターゲット市場（日本人海外旅行）

ベルトラが取り扱う現地体験・アクティビティは「旅ナカ」と呼ばれ、旅行産業では航空券、ホテルに次ぐ市場規模で、近年急成長のセクター。



Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017

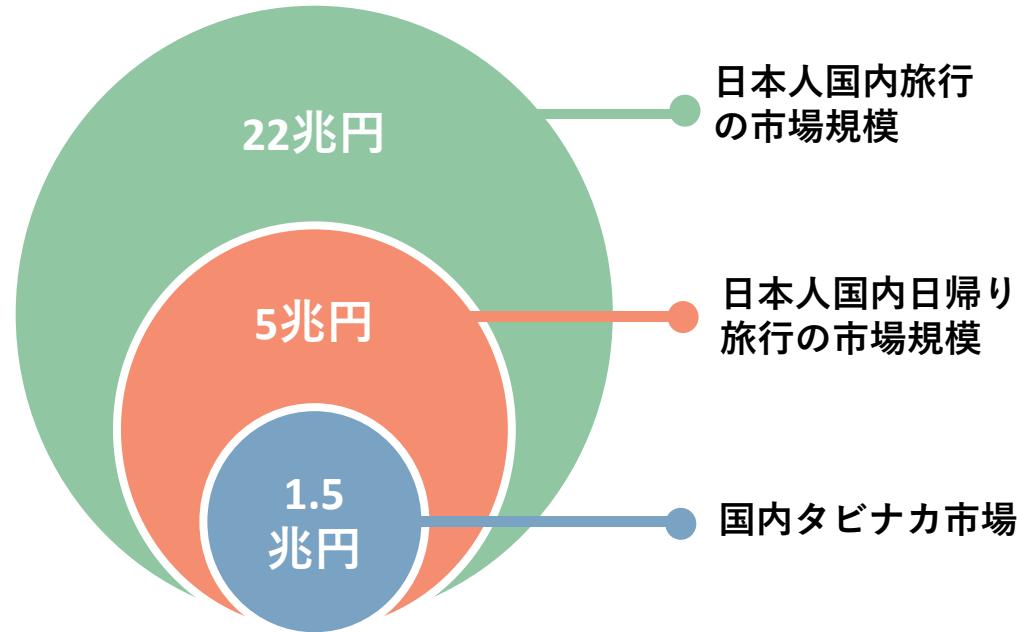
日本人海外旅行の市場規模約4.8兆円(2019年)のうち、約10%（4,800億円）を旅ナカの市場規模と想定。



※2019 年の旅行動向見通し(JTB)・数字が語る旅
行業2020(日本旅行業協会)から算出

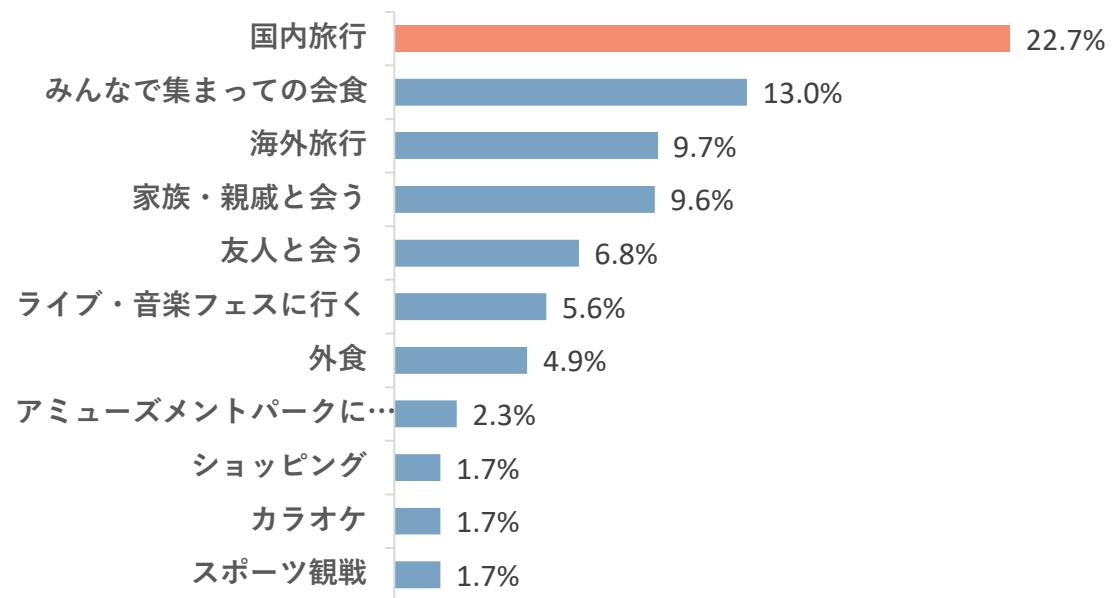
ターゲット市場（日本人国内旅行）

日本人国内旅行（宿泊＆日帰り）の市場規模22兆円のうち、**国内の旅ナカ市場規模は約1.5兆円**と想定。



新型コロナ収束後、**旅行市場の再開は国内旅行からスタート**すると予想される。

Q. ワクチン接種後に最もやりたいことは何ですか



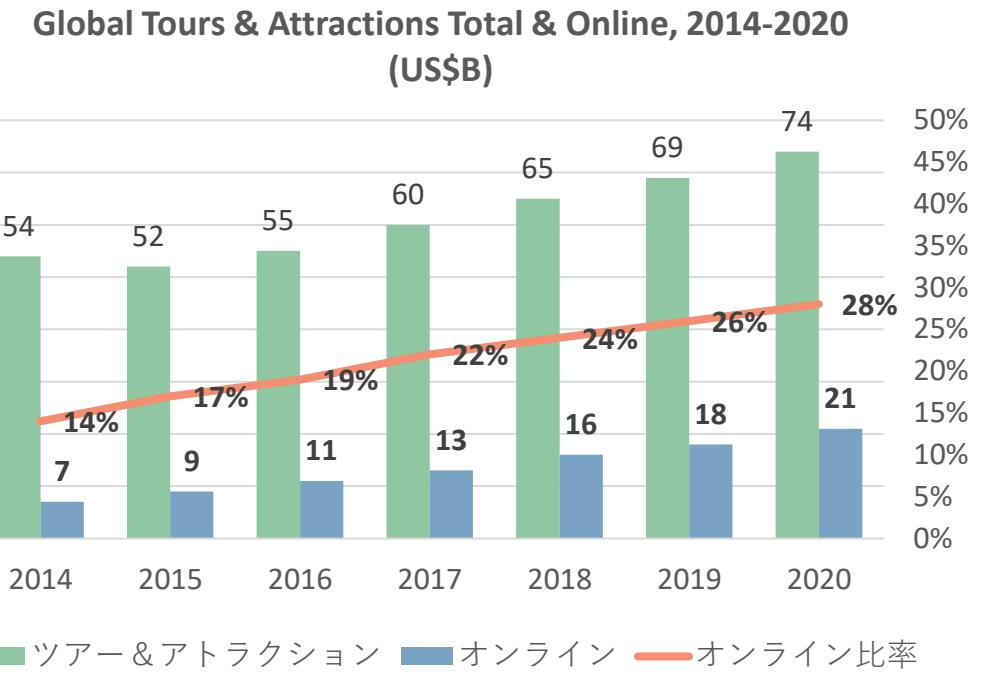
ターゲット市場の成長可能性

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。



観光庁「旅行・観光消費動向調査」より算出

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。



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

当社のポジション

日本の体験OTAのパイオニア

圧倒的な会員基盤に加え、日本人に特化して最適化された体験商品のラインナップとサービスの質は他社を圧倒。



世界150カ国、5,000社以上の
催行会社ネットワーク



200万人以上の
会員基盤



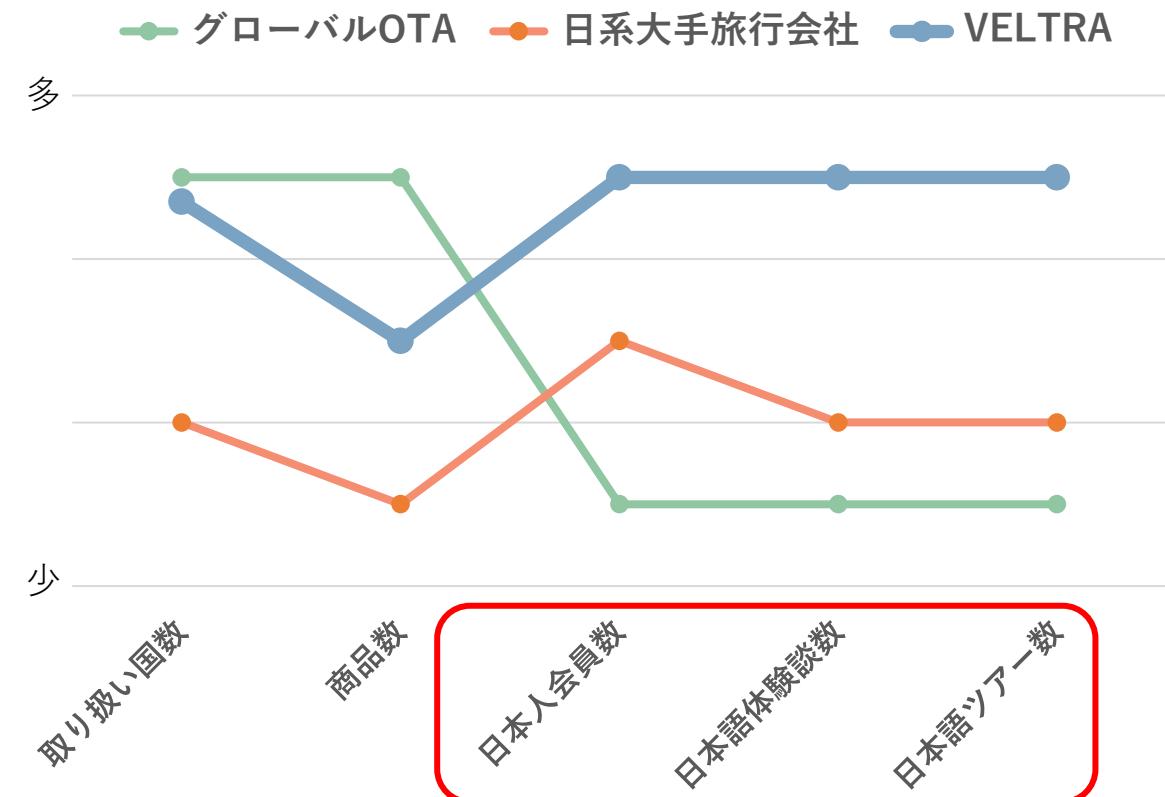
12,000種類
以上の品揃え



42万件以上の
体験談



日本語ツアー
3000件以上



当社のポジション

オンライン市場での存在感

集客から購買、リピーター獲得まで一気通貫のマーケティング力と、国内2,000社以上の旅行会社(BtoB)ネットワークにより、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。



300万USER/月*
Organic集客力

*2017～2019の平均値



20万USER/月
Ownedの集客力



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

顧客に”選ばれる”サービス

体験商品に長年特化し、磨き上げられたサービスと商品管理システムにより、他社との差別化にくわえ顧客・サプライヤー双方からの高い満足度を実現。



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



ローカライズ
された**UI/UX**



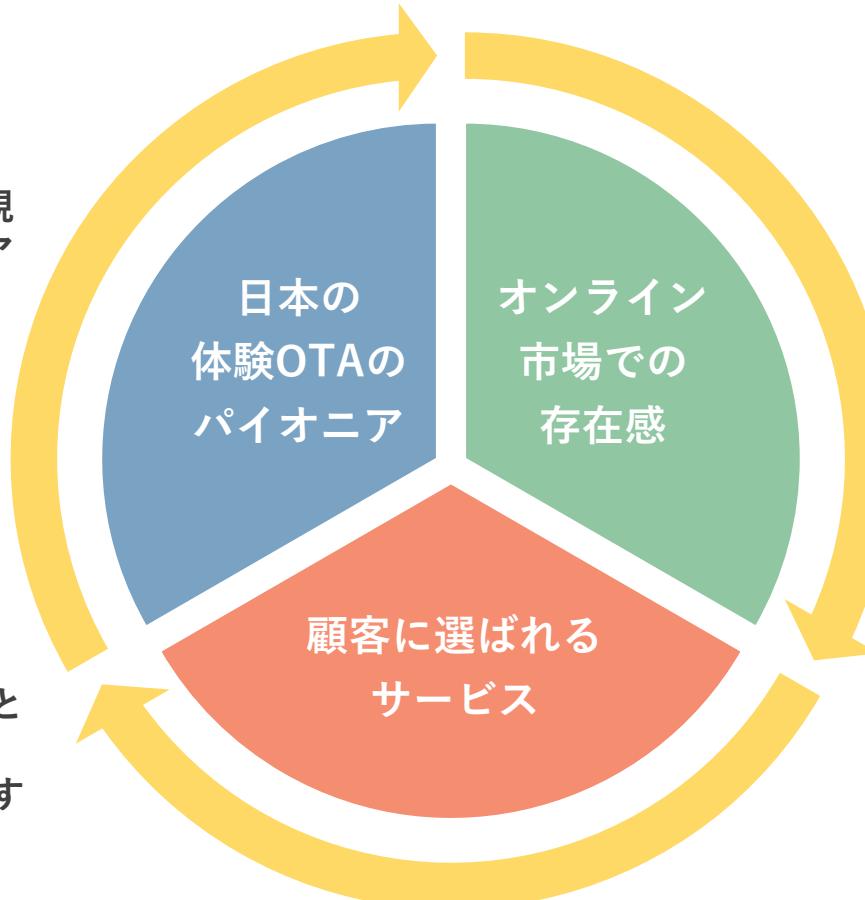
24/7のカスタマー
サポート体制

経営資源を高めるサイクル

長年にわたって築いてきた**世界各地のネットワークと圧倒的な品揃え**に加え、**一気通貫のマーケティング力**と、**磨き上げられたサービスのクオリティ**がベルトラの経営資源。

この資源を活かすための再投資を行うことで新たな価値を生み出し、**更なるシェアの拡大**と**企業価値の最大化**を目指します。

強固な会員基盤に加え、新規サービスやオウンドメディアで会員との接触機会が増加。集客力は更に強化される。



高い集客力は獲得コストを下げ
収益機会が増加。
高利益率によりサービスやシステム改善への再投資が可能に。

細かいニーズに対応することで顧客満足度は更に高まり、リピーターと会員基盤はますます増加。

日本人マーケットに特化した
ラインナップやUIの強化に加え、
体験談や販売データによる商品改善プロセス。

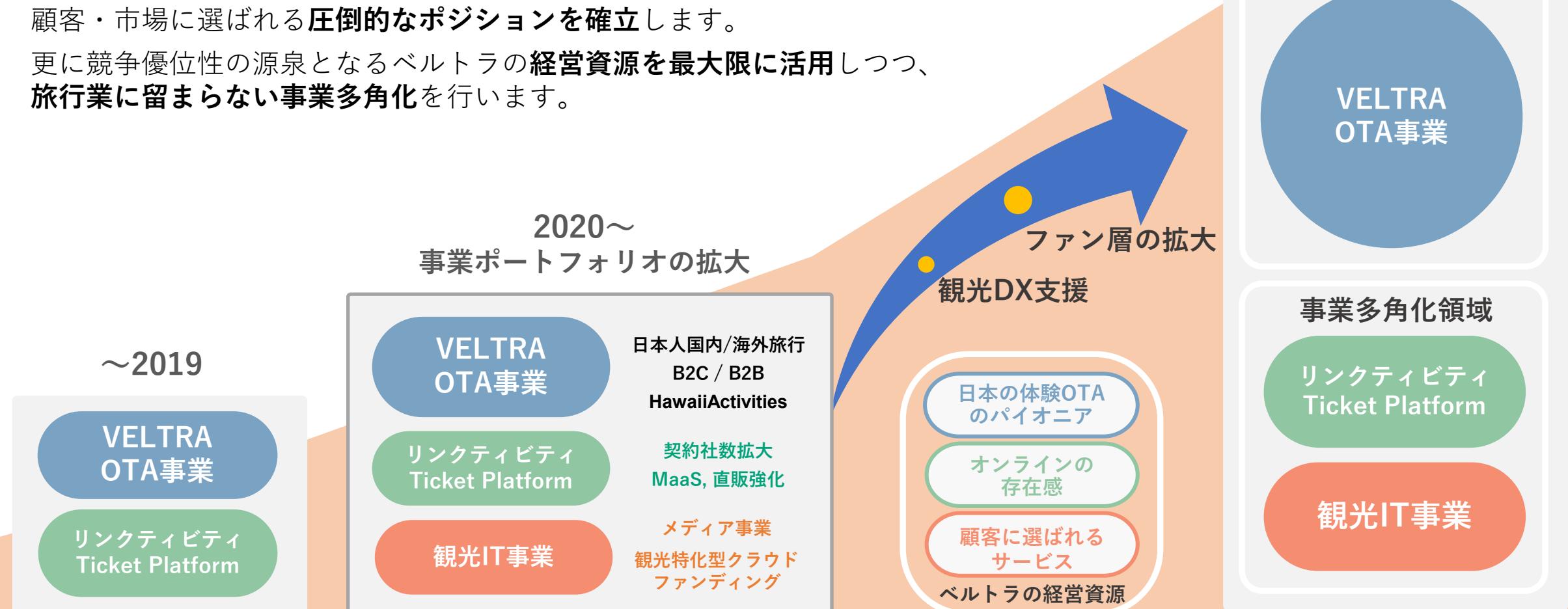
2021～2026の成長戦略

2026

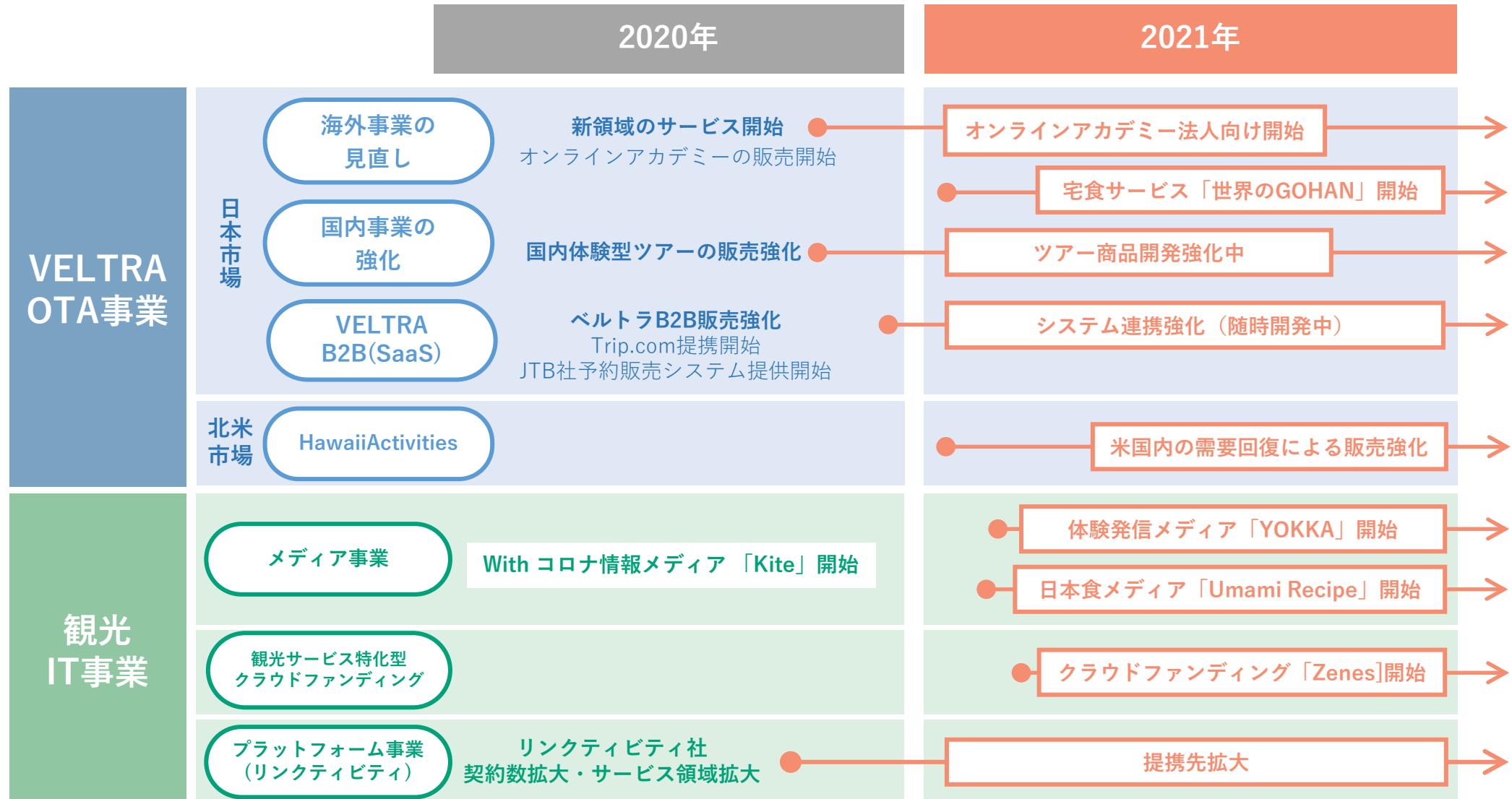
2020年まではVELTRA(OTA事業)を中心とした事業拡大を実施。

旅行マーケットの再開に向けて「ファンの獲得」や「観光DX」を推し進め、顧客・市場に選ばれる**圧倒的なポジションを確立**します。

更に競争優位性の源泉となるベルトラの**経営資源を最大限に活用しつつ、旅行業に留まらない事業多角化**を行います。



事業ポートフォリオの拡大：進捗状況



※次回の本資料の開示については、2022年3月中旬までの実施を予定しております。

主要KPI：ファン層の獲得と収益の最大化

タッチポイントの増加によって獲得した新たな顧客層を表す「アクティブユーザー数」と、それに伴うファン層の拡大によるユーザー1人あたりの収益を示す「ARPPU」を成長のための主要KPIに指定。

カスタマージャーニーにあわせた事業ポートフォリオを常に精査し、“心搖さぶる体験”を届けるためサービスの更なる強化と収益の最大化を目指してまいります。

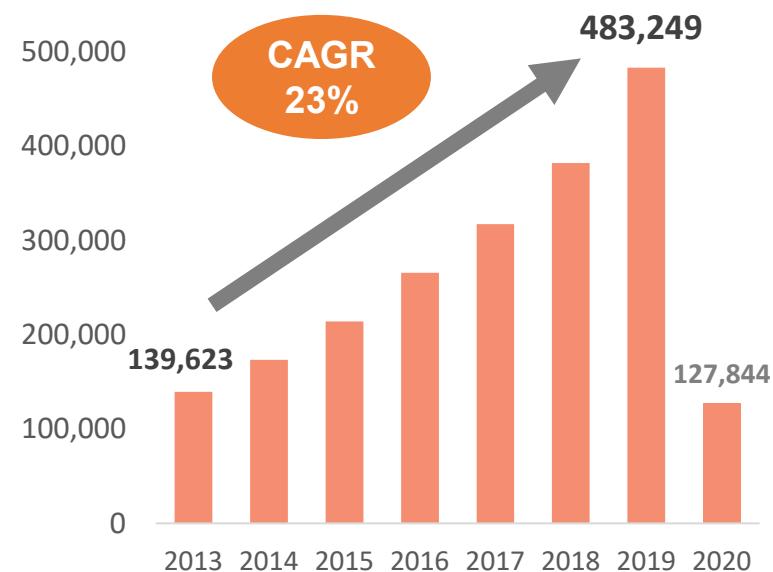
営業収益
の最大化

=

アクティブユーザー数 (*1)

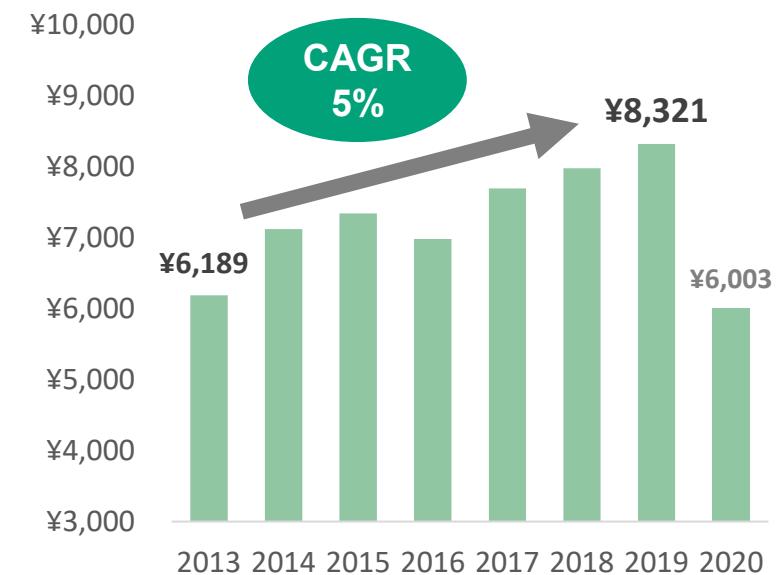
×

ARPPU *2



*1: 1年間に弊社サービスで何らかの購入アクションを行ったユーザー数。

*2: ARPPU(Average Revenue Per Paid User)。ユーザー1人あたりの1年間の購入に対する利益の合計。



リスク情報

認識するリスク	内容	対応策
COVID19感染拡大の影響 発生可能性：高 発生時期：中長期	<p>COVID-19の世界的な感染拡大により、日本を含む世界各国において海外渡航制限や外出自粛・禁止の措置がとられていることから、旅行需要が大幅に消失する事態となり、当社グループの財政状態及び経営成績に甚大な影響を与えていたり、引き続き大きな影響を受ける可能性があります。（※現時点において継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。）</p>	<p>当社グループは、①徹底的なコスト削減、②新たな収益モデルの確立によるビジネスポートフォリオの拡張、③資金の確保といった対応策の実施により、事業面及び財務面での安定化を図ってまいります、当該状況の解消、改善に努めてまいります。</p>
自然災害、国際情勢等 発生可能性：低 発生時期：随時	<p>当社グループのサービスを介して申し込みが行われる現地体験ツアーは、主に海外の現地において行われております。そのため、現地において自然災害、人為災害、テロ、戦争等が起こり、現地体験ツアーを実施することができなくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>上記「COVID-19 感染拡大の影響」に記載の対応策を講じることにより、自然災害、国際情勢等による業績への影響を最小限にとどめるよう努めています。</p>
為替変動 発生可能性：中 発生時期：随時	<p>当社グループは現地体験ツアーの中でも海外の商品を主力としており、ツアー催行会社に対する代金決済の多くを外貨建で行っているため為替変動リスクに晒されており、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社グループは必要に応じて為替予約取引を実施するなど、為替変動による業績への影響を最小限にとどめるよう努めています。</p>
技術革新 発生可能性：中 発生時期：中長期	<p>当社グループが事業を行っているインターネット関連市場においては、技術革新のスピードが非常に速く、顧客ニーズも多様化しております。今後、これまでになかったような新技術が市場に導入され、投資の制約等により当社グループが当該技術革新に遅れを取った場合には、事業遂行上の制約となり、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>当社グループは市場動向や顧客ニーズの変化を早期にとらえ、変化に対応した新機能や新サービスをフレキシブルに開発、導入していくことで、技術革新に対応してまいります。</p>

上記以外のリスク情報については、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

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	12億9,393万円 (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) ()は臨時雇用含む 連結 134名 (164名) (2021年9月30日現在)
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





参考資料

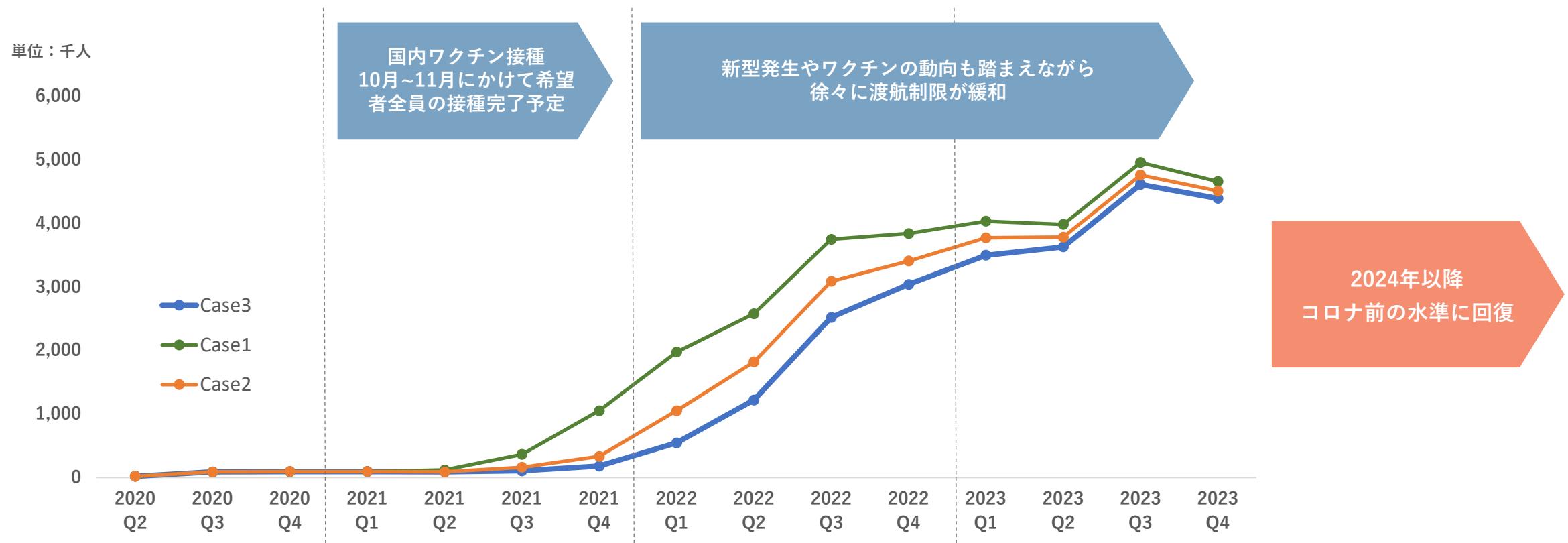
COVIT-19についての現状の見立てと対応
(2021年11月決算説明資料より抜粋)

海外旅行市場動向（当社の回復予測）

再掲

- 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、想定のレンジ内(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)



VELTRA OTA事業について

再掲

- 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。

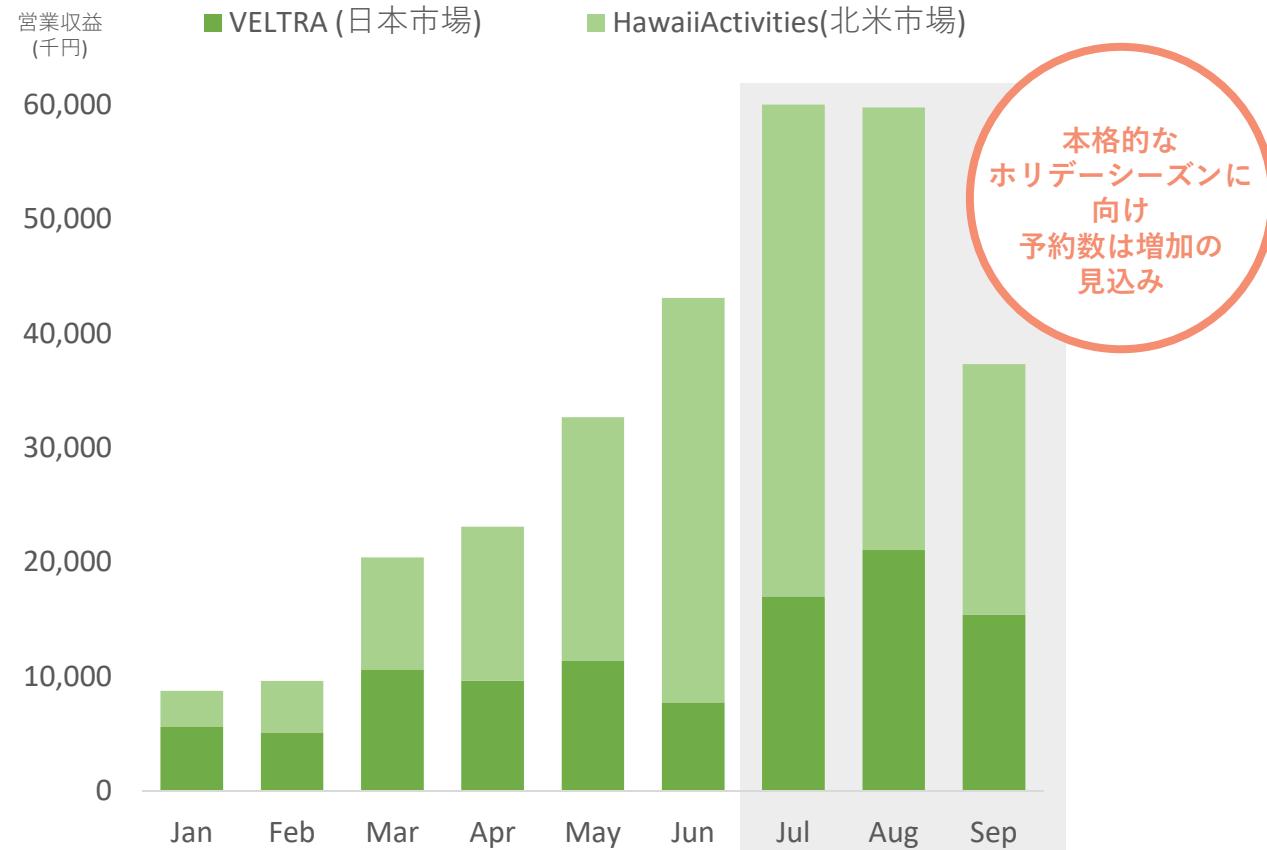
新サービス

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

再掲

- 販売商品の強化とともに、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

近畿日本鉄道



MaaS連携

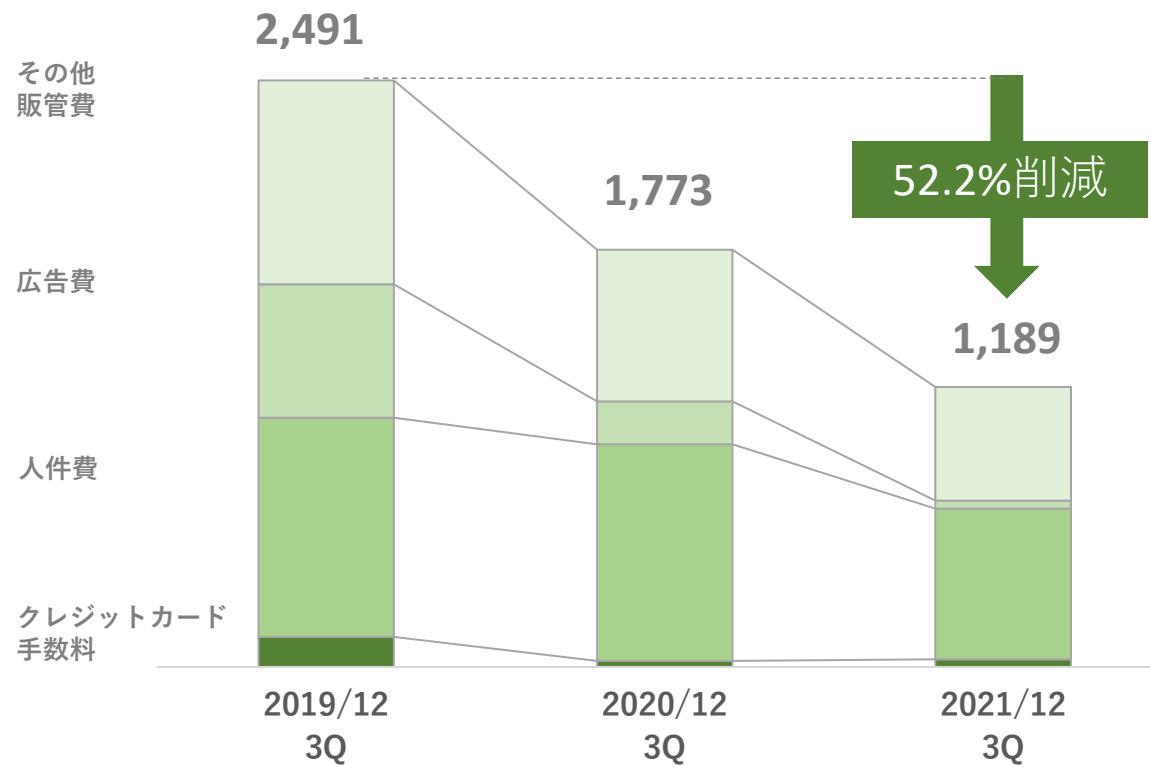
ANA

NAVITIME

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

新株予約権によるファイナンス：概要と目的

- 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ファイナンスを実施し23億円を調達
- 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

