

本当に2000万円不足？ 大炎上の真相

明治28年11月14日第3種郵便物認可
第6867号 2019年7月13日発行
毎週土曜日発行(7月8日発売)
ISSN0918-5755

Weekly
Toyo Keizai

週刊

東洋経済

2019
7/13
定価710円

年金

人生100年時代の生活防衛術

大激震

もらえる最高額をシミュレーション
「繰り下げ増額」を
徹底解説



7048

ベルトラ

現地体験を売りにサイトで個人を集客

【上場日(市場)】	2018年12月25日(東証マザーズ)
【設立】	1991年11月13日
【本社所在地】	東京都中央区八重洲
【代表者(年齢)】	二木渉社長(48)
【事業内容】	海外・国内旅行の現地体験ツアーに特化したオンライン予約サービスを展開。150カ国、5000社の商品を扱う。訪日客向けの国内体験ツアー予約も育成
【売上高】	33億7100万円【営業利益】4億1700万円(18年12月期)
【公開価格】	384円【直近株価】1336円(7月2日)

撮影：風間仁一郎



現地体験やアクティビティ、スポーツ観戦など、国内外で1万3000種類以上の商品を取りそろえる。右は二木渉社長

でも扱っている。ただ、大手が力を入れるのは、収益性の高い航空券や宿泊を含めたパッケージ商品で、現地体験は自社のオリジナル商品が中心だ。

これに対し、ベルトラは現地体験に特化して、国内外の約5000社と組み、多彩な商品を展開。パッケージツアーに参加しない、個人旅行者のニーズを

囲い込む。「ネットで海外の情報が簡単に入手できるようになり、

現地での体験を重視する旅行者が増えている」(二木渉社長)のも追い風になっている。

04年のサービス本格開始以降、玉石混濁だった体験ツアー催行会社から優良な取引先を選別して信頼関係を築いてきているのが、ベルトラの強み。利用者がサイト上に口コミを投稿する仕組みもあり、悪い評価があれば逐一対処し、商品の質を高めているという。

足元では売上高の9割超は日本人の海外旅行者向けの現地体験ツアー予約である。旅行出発前の予約が中心だが、今後はマッサージやマリンスポーツなど、現地での直前予約に適した商品を拡充。旅行中の販売を増やすほか、人気ツアーガイドの指名制度導入などにより、現状で平均約1万円の客単価を上昇させていくもくろみだ。

さらに訪日観光客向けには、日本国内の体験ツアー予約サービスも育成中。「今後数年は日本からの海外旅行者向けを中心に、中期的には訪日客向けや韓国・台湾など海外での事業を拡大して、収益の2桁成長を継続していく」と二木社長は意気軒高である。

株価は昨年末の上場初値514円から、3月末には一時、高値1850円まで上昇した。しかし、その後は軟化しており、1300円前後でモミ合いが続く。

現地体験ツアーというニッチ分野に磨きをかけ、既存大手との差別化をどこまで貫けるか。上場で資金と知名度を得たベルトラの真価が試されている。(島大輔)

ス

ペイン北部のバスケット地方、美食の街として人気が高いサン・セバスチャンの「バル」(飲食店)を、現地在住の日本人ガイドとともに巡る――。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を展開するベルトラが2018年12月25日に東証マザーズに上場した。

扱う商品は、現地観光ツアーやアクティビティ体験、スポーツ

観戦・ミュージカル鑑賞など1万3000種類以上で、150カ国にわたっている。国内外のツアー催行会社と契約して現地体験の商品を取りそろえたうえ、オンライン予約サイト「VELTRA」で受託販売。商品の売上高から一定割合の手数料を得るのが、ベルトラのビジネスモデルだ。

現地体験ツアーはJTBやエイチ・アイ・エスなど大手旅行会社