

2018年3月期 第2四半期 決算説明会資料



株式会社オーブドア
(証券コード：3926)

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

■ 今期重要戦略

- ・ 2018年3月期の評価指標については「認知率」を最重要とし、CM等により認知率25%以上を目指す。今期はCMと効果測定を並行して行い、実施額は3億～10億円を目途に柔軟に調整する。実施額が未確定のため、通期予想は売上高・営業利益ともに幅をもたせた設定としている（売上高3,700百万円～4,000百万円、営業利益800百万円～1,200百万円）

■ 2Q実績

【会計期間（7月～9月）】

- ・ 売上高 **1,179百万円**（前年同期比+ **53.3%**）、営業利益 **329百万円**（前年同期比- **9.1%**）
- ・ 過去最高の四半期売上高を達成
- ・ 一時的に発生する本社移転費用(約38百万円)を除くと、テレビCM費用を吸収し、営業利益としても対前年を上回る水準

【累計期間（4月～9月）】

- ・ 売上高 **2,065百万円**（前年同期比+ **45.8%**）、営業利益 **570百万円**（前年同期比- **3.2%**）
- ・ 2018年3月期は通常の売上トレンド同様、2Q→4Q→3Q→1Qと推移する見込みであるも、当期2Q売上高進捗率は **51.6%～55.8%**と順調に推移（前期2Q売上高進捗率47.3%）
- ・ 一時的に発生する本社移転費用(約52百万円)を除くと、テレビCM費用を吸収し、営業利益としても対前年を上回る水準

■ テレビCM

- ・ 2017年9月の認知率 **26.9%**。通期目標の認知率25%を6ヶ月前倒しで達成
- ・ 下期においても更なる認知度拡大に向け、旅行需要のタイミングにあわせた効率的な広告展開を実施予定

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

- テレビCM効果等による既存事業の成長に加え、前期2Qはオリンピック等の外的要因によるマイナス影響があったことから、前年同期を大幅に上回る過去最高の四半期売上高を達成（前年同期比+53.3%）
- 一時的に発生する本社移転費用(約38百万円)を除くと、テレビCM費用を吸収し、営業利益としても対前年を上回る水準

単位：百万円

	2017/3 2Q実績	2018/3 2Q実績	増減額	前年同期比
売上高	768	1,179	+410	+53.3%
売上原価	142	157	+15	+10.6%
売上総利益	626	1,021	+394	+63.1%
販売費及び一般管理費	263	691	+427	+162.4%
営業利益	362	329	-32	-9.1%
経常利益	367	330	-36	-9.9%
当期純利益	223	206	-16	-7.6%
営業利益率	47.2%	28.0%	-19.2P	-

2018年3月期 第2四半期（累計） / 開示予想に対する進捗

- 売上高は引き続き順調に推移（前年同期比+45.8%、対予算進捗率51.6%~55.8%、前期2Q進捗率47.3%）
- 一時的に発生する本社移転費用(約52百万円)を除くと、テレビCM費用を吸収し、営業利益としても対前年を上回る水準

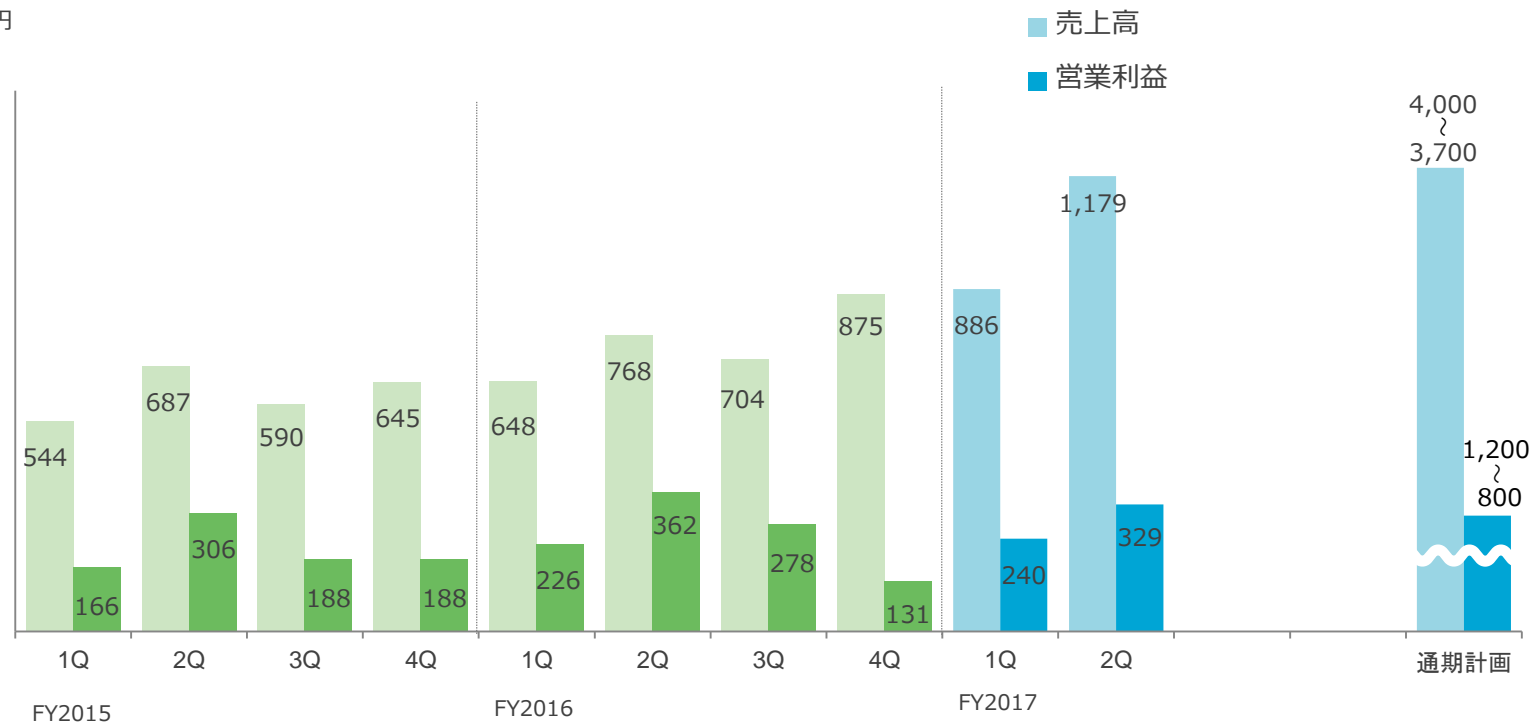
単位：百万円

	2017/3 2Q (累) 実績	2018/3 2Q (累) 実績			2018/3 通期予想	
		増減額	前年同期比	進捗率		
売上高	1,416	2,065	+648	+45.8%	55.8% ~ 51.6%	3,700 ~ 4,000
売上原価	271	295	+24	+9.0%	43.5% ~ 43.5%	680 ~ 680
売上総利益	1,145	1,769	+624	+54.5%	58.6% ~ 53.3%	3,020 ~ 3,320
販売費及び一般管理費	556	1,199	+642	+115.6%	65.9% ~ 47.6%	1,820 ~ 2,520
営業利益	589	570	-18	-3.2%	71.3% ~ 47.5%	800 ~ 1,200
経常利益	596	574	-22	-3.7%	71.8% ~ 47.8%	800 ~ 1,200
当期純利益	369	344	-25	-6.9%	71.8% ~ 47.8%	480 ~ 720
営業利益率	41.6%	27.6%	-14.0P	-	-	20.0% ~ 32.4%

2018年3月期 第2四半期 / 四半期業績推移

- 過去最高の四半期売上高を達成
- 2017年3月期は、3Q以降に主要メニューで課金モデルを従量課金へ移行させた効果により、売上トレンドは4Q→2Q→3Q→1Qと推移したが、2018年3月期は通常の売上トレンド同様、2Q→4Q→3Q→1Qと推移する見込み

単位：百万円



2018年3月期 通期予想 / 損益計算書

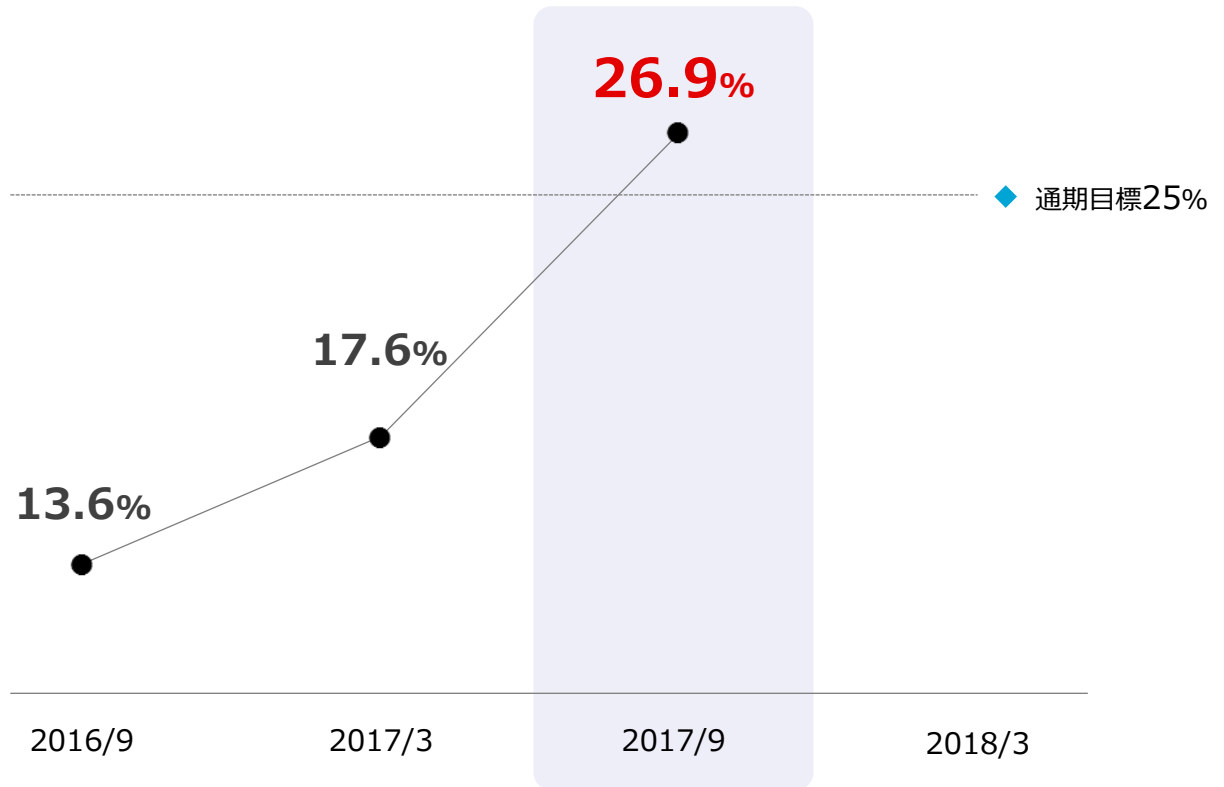
- 期初からの変更はないものの、通期予想に対して順調に推移
- 2018年3月期の評価指標については「認知率」を最重要とし、CM等により認知率25%以上を目指す。今期はCMと効果測定を並行して行い、実施額は3億～10億円を目途に柔軟に調整する。実施額が未確定のため、売上高・営業利益ともに幅をもたせた設定としている

単位：百万円

	2017/3 実績	2018/3 通期予想		増減額	前期比
売上高	2,996	3,700 ~	4,000	+703 ~ +1,003	+23.5% ~ +33.5%
売上原価	540	680 ~	680	+139 ~ +139	+25.7% ~ +25.7%
売上総利益	2,455	3,020 ~	3,320	+564 ~ +864	+23.0% ~ +35.2%
販売費及び一般管理費	1,456	1,820 ~	2,520	+363 ~ +1,063	+24.9% ~ +73.0%
営業利益	999	800 ~	1,200	-199 ~ +200	-19.9% ~ +20.1%
営業外損益	6	0 ~	0	-6 ~ -6	- ~ -
経常利益	1,006	800 ~	1,200	-206 ~ +193	-20.5% ~ +19.3%
特別損益	-2	0 ~	0	+2 ~ +2	- ~ -
当期純利益	632	480 ~	720	-152 ~ +87	-24.1% ~ +13.8%
1株当たり当期純利益（円）	61.6	46.54 ~	69.81		

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

- 2017年9月 認知率 **26.9%** 通期目標の認知率25%を6ヶ月前倒しで達成！
- 下期においても更なる認知度拡大に向け、旅行需要のタイミングにあわせた効率的な広告展開を実施予定



出典：オーブンドア自社調査（2017年9月）
 調査対象：全国の18-59歳男女10,000サンプルから国内外問わず、プライベートもしくはビジネス目的で宿泊を伴った旅行に行ったことがある方

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

- 8月3日 **トラベルコ** 高速バス・夜行バス比較サービスをリニューアル！掲載路線数の大幅拡大・検索機能の強化で利便性がさらに向上
- 8月30日 **トラベルコ** 海外航空券でCtripとの直接連携を開始。中国最大のオンライン旅行サイトの取り扱う豊富な航空券が比較可能に
- 9月8日 **トラベルコ** 海外航空券で旅工房との連携を開始。予約先サイトの選択肢が増えて、さらに便利に
- 9月29日 **Travelko** 多言語旅行比較サイト「Travelko」で、台湾ユーザー向けに台湾国内のパッケージツアー商品比較サービスを開始

高速バス・夜行バス比較サービスリニューアル

The screenshot shows the '高速バス・夜行バス' (High-Speed Bus / Overnight Bus) comparison page. It features a search bar with filters for departure/destination, dates, and bus types. A table displays search results for routes between Tokyo and Osaka, including departure times and prices for different bus classes.

シートタイプ	10月1日	10月2日	10月3日	10月4日
4列	2,520	2,700	3,300	3,500
3列(横立)	3,000	3,100	4,000	4,500
3列(2+1)	2,660	2,720	3,630	4,050
2列	-	-	-	-

海外航空券で中国最大手Ctripと連携

The screenshot displays the '海外格安航空券' (Overseas Budget Airfare) section. It highlights the new partnership with Ctrip, allowing users to compare flights from a wider range of airlines and destinations. The interface includes search filters and a '再検索' (Search Again) button.

台湾ユーザー向け台湾国内ツアー比較開始

The screenshot shows the 'TRAVELKO' website interface for Taiwan users. It features a search bar and a grid of tour packages, including '花蓮' (Hualien), '台東' (Tainan), '台中' (Taichung), and '台南' (Tainan). Each package includes a thumbnail image and basic details like departure dates and prices.

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料



- ✓ 厳選 30 都市のプロのクチコミを
トラベルコがランキング「トラベルコまとめ」(10/19リリース)
- ✓ インバウンド情報サイトに対し
多言語旅行比較サイトTravelkoのシステム提供
 - ・多言語対応の成田市公式観光情報サイト「FEEL成田」へ提供開始 (10/25リリース)
- ✓ 列車ダイナミックパッケージ(新幹線+ホテル・旅館)の
横断比較サービス
- ✓ 台湾ユーザー向けTravelkoで台湾国内パッケージツアー比較に続き、
訪日旅行含む海外パッケージツアー比較サービス

Coming Soon

1. ハイライト
2. 第2四半期 業績概要
3. 第2四半期 テレビCM実施による認知率
4. 第2四半期 主な取組み
5. 下期の主な取組み予定
6. 参考資料

2018年3月期 第2四半期 / 貸借対照表

- 業績は順調に推移しており、純資産が増加（+347百万円）

単位：百万円	2017/3末 実績	2017/9末 実績	増減額
流動資産	3,591	3,879	+288
現金及び預金	2,993	3,057	+64
その他	598	822	+224
固定資産	458	623	+164
資産合計	4,050	4,503	+452
流動負債	702	728	+26
固定負債	2	81	+79
負債合計	704	810	+105
純資産合計	3,345	3,692	+347
資本金	648	648	-
資本剰余金	475	474	-0
利益剰余金	2,236	2,581	+344
その他	-14	-11	+2
負債純資産合計	4,050	4,503	+452

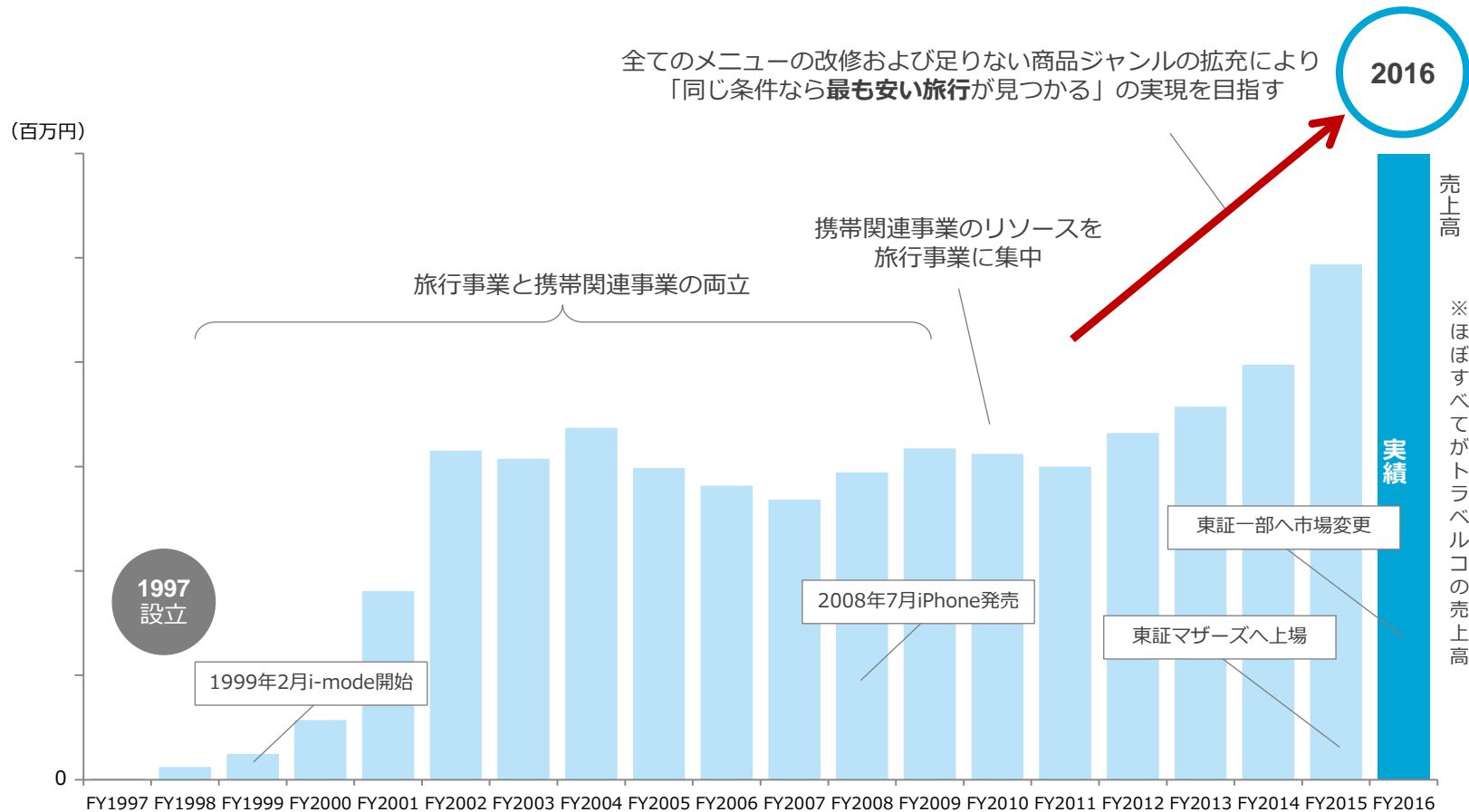
- 販売費及び一般管理費の主な増加要因はTVCM費用及び本社移転費用によるもの

単位：百万円	2017/3		2018/3			
	2Q (累) 実績	売上比	2Q (累) 実績	増減額	前期比	売上比
売上原価	271	19.2%	295	+24	+9.0%	14.3%
労 務 費	174	12.3%	194	+20	+11.5%	9.4%
そ の 他	97	6.9%	101	+4	+4.5%	4.9%
販売費及び一般管理費	556	39.2%	1,199	+642	+115.6%	58.0%
人 件 費	348	24.6%	341	-6	-1.9%	16.5%
そ の 他	207	14.7%	857	+649	+312.7%	41.5%

- 現金同等物は上期で64百万円増加し、3,057百万円に

単位：百万円	2017/3 2Q (累) 実績	2018/3 2Q (累) 実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー	+202	+222	税引前当期純利益 574百万円 法人税等の支払額 228百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	-14	-160	有形固定資産の取得による支出 133百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	-	+1	-
現金及び現金同等物の増減額	+185	+64	-
現金及び現金同等物の期首残高	2,544	2,993	-
現金及び現金同等物の期末残高	2,729	3,057	-

会社名	株式会社オーブンドア
設立	1997年4月
代表者	代表取締役社長 関根 大介
資本金	648百万円
上場取引所	東京証券取引所市場第一部（証券コード：3926）
事業内容	旅行比較サイト「トラベルコ」 多言語旅行比較サイト「Travelko」 伝統工芸品サイト「GALLERY JAPAN」「KOGEI JAPAN」の運営
連結子会社	ホテルスキップ（株）出資比率100% 海外・国内ホテルの予約・手配・販売
従業員数	連結152名



500以上の予約サイトの商品を比較・検索できる旅行比較サイト

理想の旅をいっしょに楽しむ
トラベルコ
TRAVELKO

運営会社: 株式会社オープンドア (東証一部)
初めての方へ | よくある質問 | メールマガ

JTB、H.I.S.、じゃらんnet、楽天トラベル、Expedia、Booking.comなど、
国内外500以上の予約サイトを比較!

レジャー・ビジネス・格安・5つ星など、あらゆる目的に応じたプラン・チケットを網羅!

価格重視派も、こだわり派も満足の旅が見つかる豊富な検索条件!

燃油サーチャージ、空港諸税、リゾートフィーなどを含んだ、参加人数の合計料金でも比較可能!

トラベルコアプリ 国内・海外のホテル、航空券、ツアーなど
500以上の予約サイトの商品を検索できる旅行比較アプリ

国内旅行		海外旅行	
国内ホテル	日帰りバスツアー	海外ホテル	オプションツアー
国内格安航空券	高速バス・夜行バス	海外格安航空券	海外Wi-Fiレンタル NEW
国内ツアー	国内レンタカー	海外ツアー	ファイナルコール
国内航空券+ホテル	ファイナルコール	海外航空券+ホテル	
日帰り旅行・体験・ホテルプラン		> クルーズ	> 海外鉄道予約
> 旅行見知り	> ベストセレクト	> 留学・ワーホリ	> 旅行見知り
		> 海外レンタカー	> ベストセレクト

週末は日帰りバスツアーでプチトリップ

オンラインでも使えるトラベルコマップ

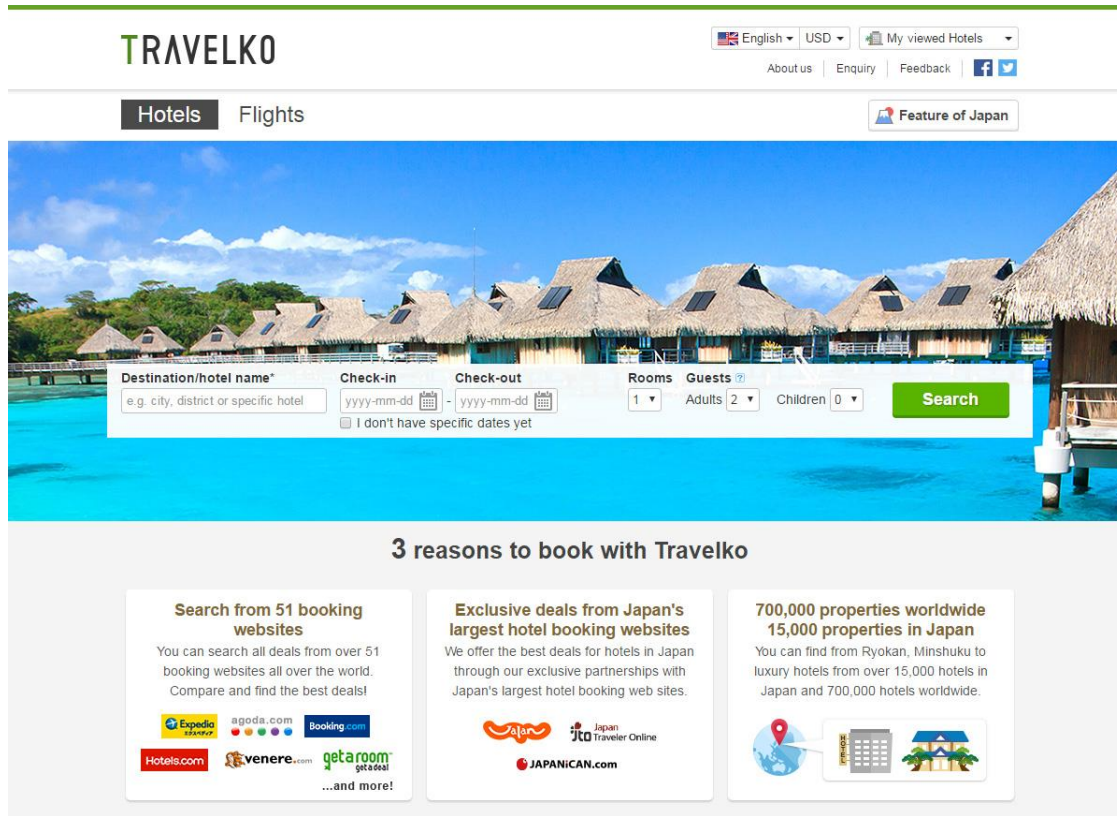
新サービス「海外Wi-Fiレンタル」

最安値一覧 東京発 9月 10月

国内ツアー	国内ホテル	海外ツアー(燃油込)
札幌2日 1.68万円	札幌 3,030円	ソウル3日間 1.38万円
旭川3日 2.67万円	鬼怒川温泉 3,240円	台北3日間 1.77万円
金沢2日 1.82万円	東京 2,093円	香港3日間 2.36万円
		グアム4日間 2.87万円
		バンコク4日間 2.73万円
		シンガポール4日間 2.98万円



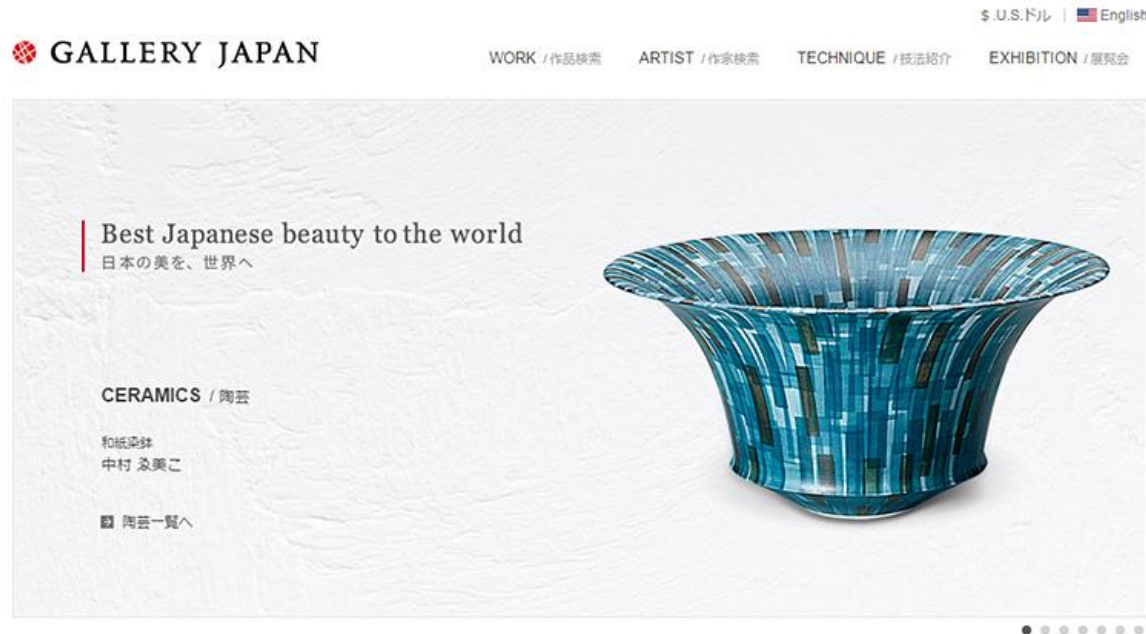
海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ



対応言語

英語
中国簡体字
繁体字 (台湾)
繁体字 (香港)
韓国語

海外及びインバウンド市場をターゲットとした“伝統工芸作品”を世界へ紹介するサイト



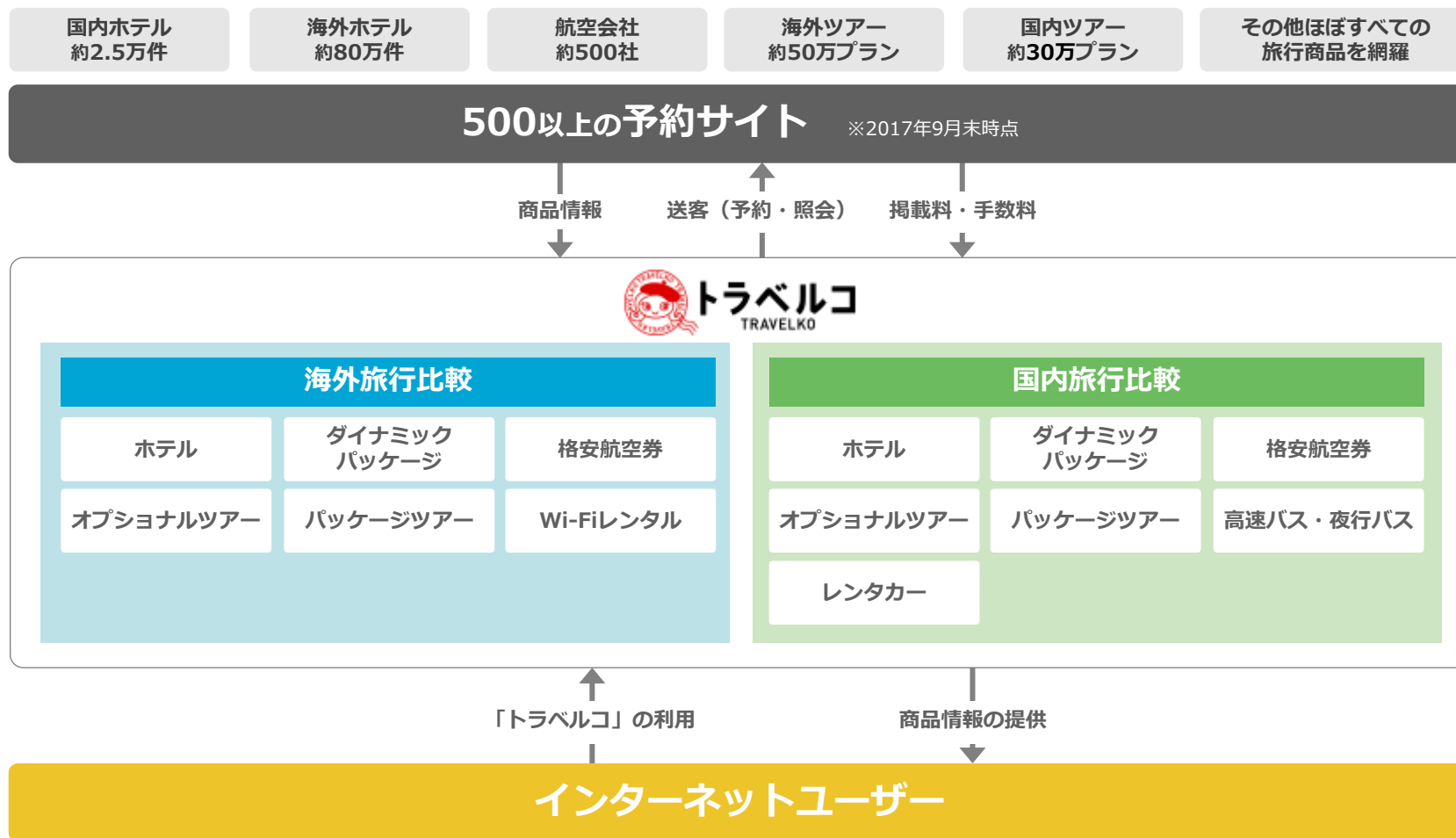
WORK / 作品紹介



対応言語

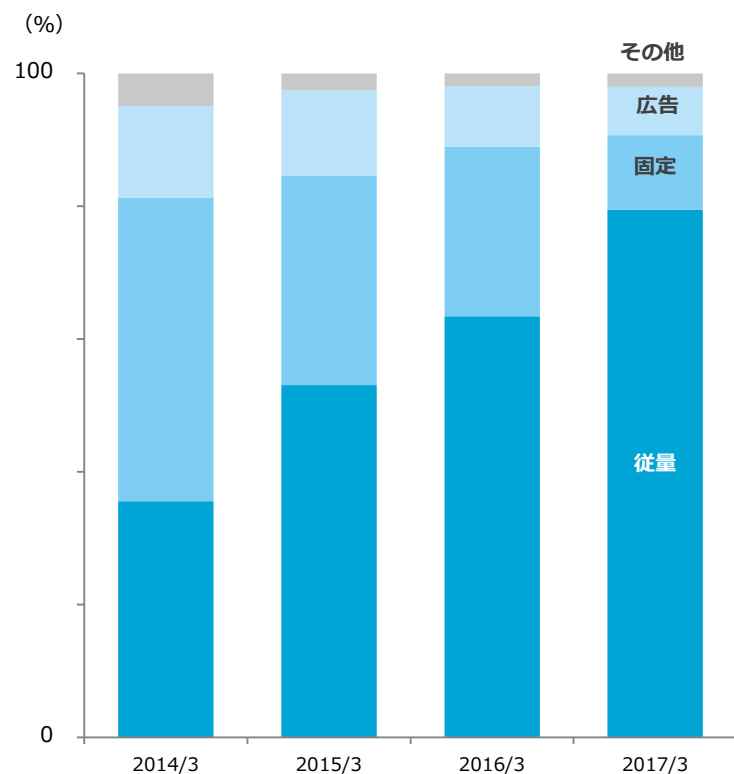
英語
日本語

ほぼすべての旅行商品を比較できるビジネスモデル



固定課金から成果に応じた従量課金にシフト

課金別推移



従量課金収入
(成果報酬型)

「トラベルコ」経由で旅行商品を購入した場合等の
成果に応じた手数料

固定課金収入
(月額固定型)

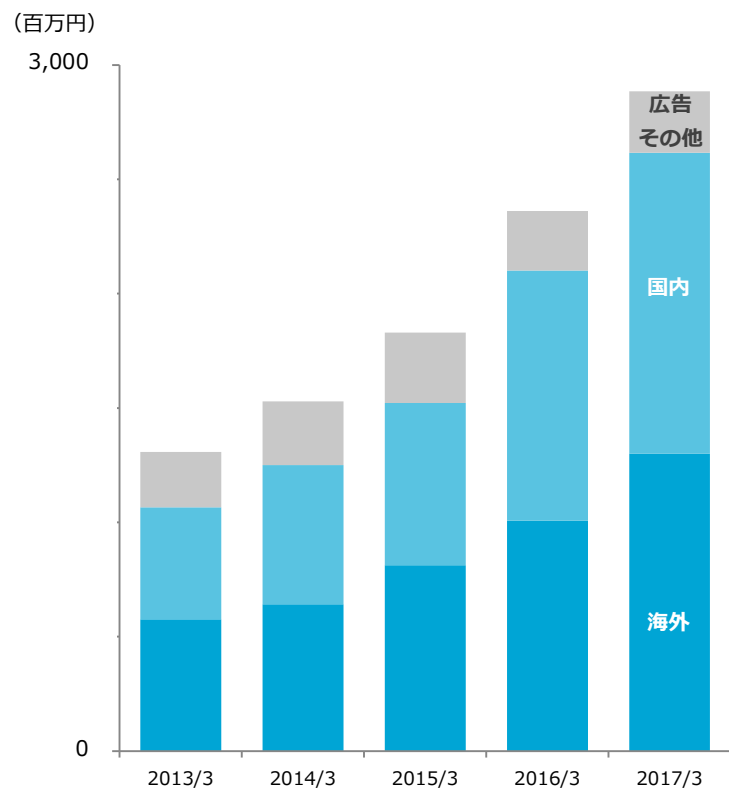
「トラベルコ」への旅行商品の掲載において
登録可能コース数に応じた掲載料

広告収入

「トラベルコ」広告スペースへの掲載料

海外・国内ともに伸長・リスクバランスの取れた売上高構成

海外・国内別売上高比率推移

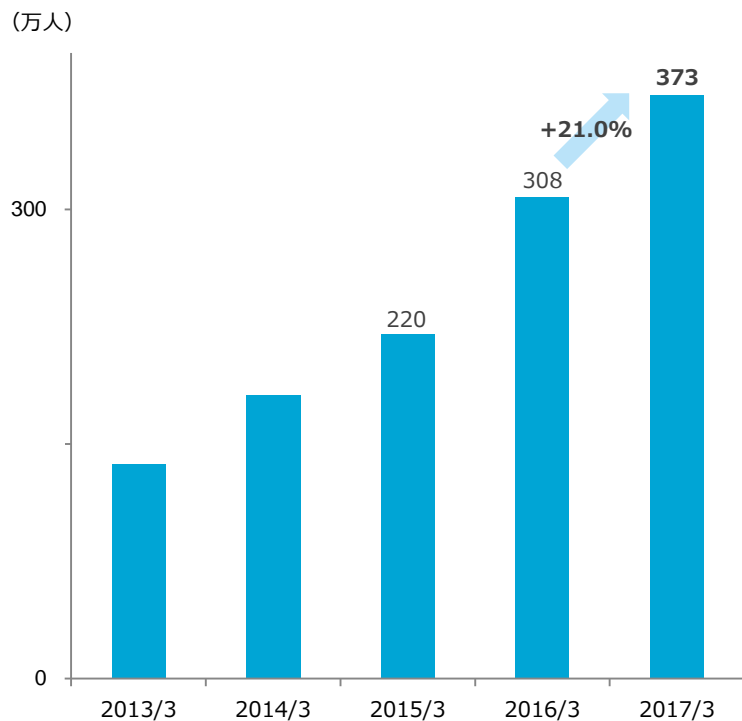


海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による
市場のトレンド変化にも柔軟に対応

為替変動にも強い構成

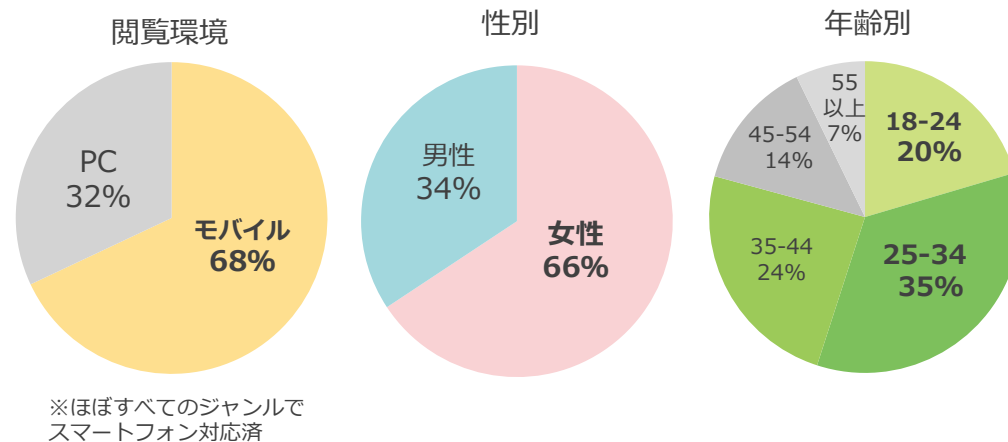
UU数※1は順調に推移、ユーザー層は価格と内容にシビアなF1層（20～34歳の女性）が多いのが特徴

月間平均UU数推移（年度ベース）



※1 webのアクセス数の単位の一つで、特定のユーザーが、同一のデバイスでひと月の間に何度訪問しても、1人としてカウントする方式

ユーザー属性※2



価格と内容に
もっともシビアなF1層
に支持されています



※2 2016/10 - 2017/9の当社アクセス解析データ

商品競争力 国内トップクラス

- ✓ ほぼすべてのジャンル※をカバーかつ在庫情報に連動した価格比較を実現
- ✓ 500以上の旅行サイトの商品を比較可、**圧倒的な価格競争力**を実現
※パッケージツアー、ホテル、格安航空券、ダイナミックパッケージ等の商品ジャンル

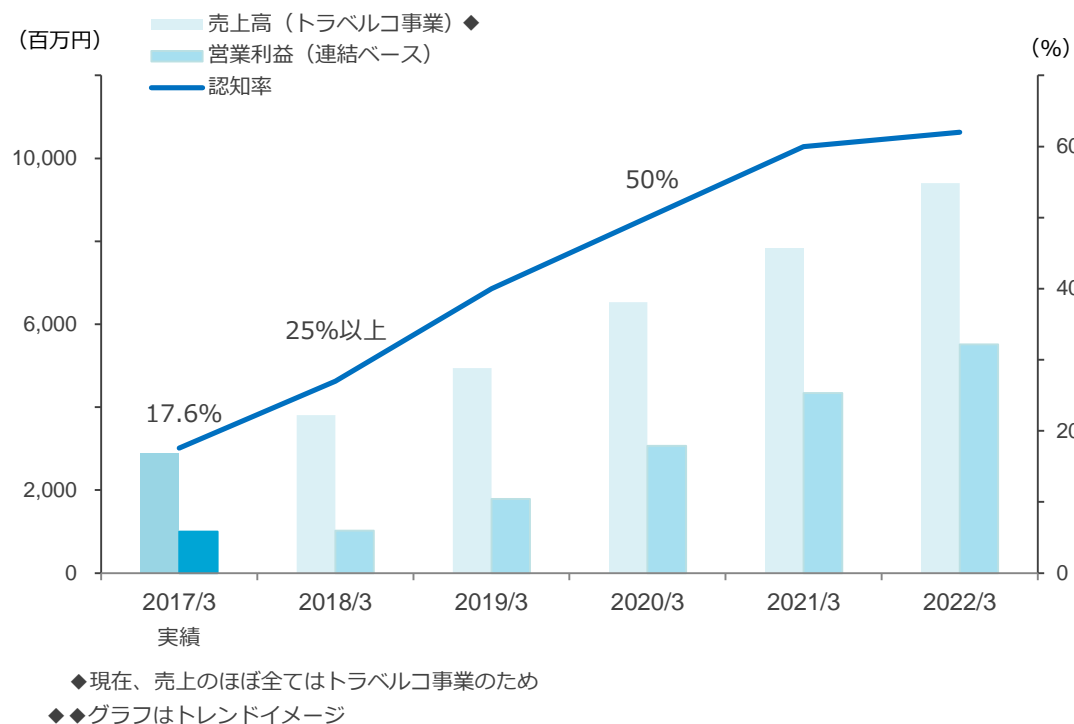
高い利益率

- ✓ 高い価格競争力によってクチコミのみでも高いユーザーの増加率を実現
- ✓ 売上高に比べ変動費・固定費の伸びが限定的であるため、**売上高が増えれば利益率も高まる構造**
(大きな投資やプロモーションを行う場合を除く※※)
※※2018年3月期は新たなユーザー層を獲得し、成長スピードを加速するためTVCMを含むマス広告を実施

UU数の 高い成長性

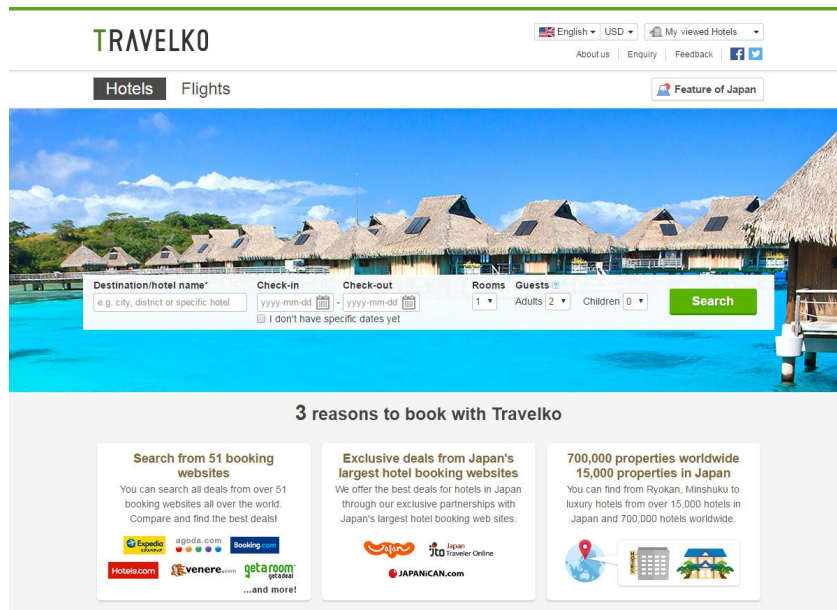
- ✓ UU数は高い成長性を維持
- ✓ **全ジャンルでUU数が伸長**

- 旅行業界におけるトップブランドの認知率は約70%であり、トラベルコは3年（2020年3月期）を目途に50%を目指す
 - 売上に直接的に寄与するUUの上昇は、認知率に加えメジャーブランドとしてのイメージの定着率に比例すると考えられるため、UU数・売上についても認知率上昇カーブに遅れて連動し、成長すると予想
- ※マス広告についてはメジャー感を維持するため、一定額を継続投資するものとして想定
- ※※売上が認知率と比例して成長するためには上記に加え商品の価格競争力も重要であるが、これについては当社の強みであり今後も維持できるものと想定





- ✓ 既存メニューの強化・アプリ化
- ✓ 列車ダイナミックパッケージ横断比較サービスの構築
- ✓ 高速バス・夜行バスメニューのリニューアル
- ✓ 海外Wi-Fiレンタル横断比較サービスの開始
- ✓ 旅のプロによるクチコミ情報の拡充
- ✓ 「トラベルコマップ」アプリのコンテンツ拡充
- ✓ システム提供の拡大
- ✓ 掲載基準をさらに厳格化、信頼性の高いサービスを提供

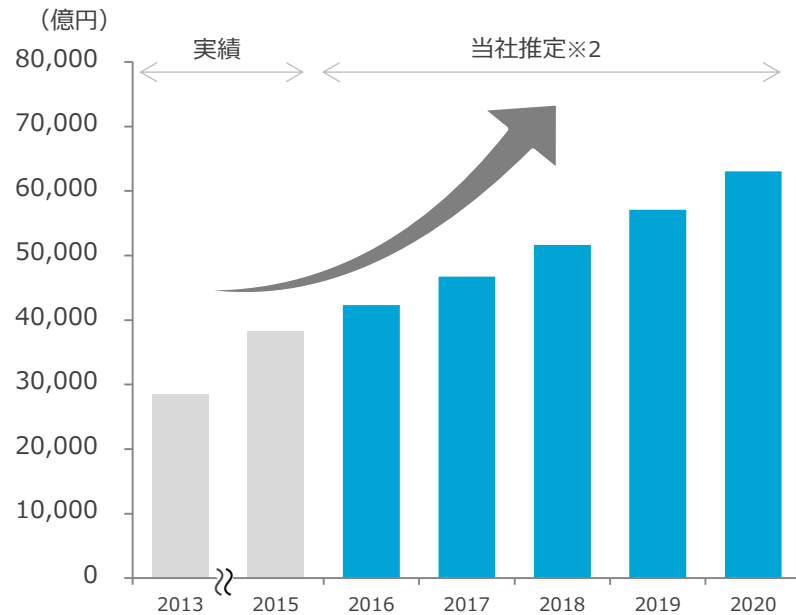


- ✓ 各国ローカル旅行会社との連携強化
2017/04/06 台湾最大手の旅行会社 Lion Travel との連携開始
- ✓ 民泊、パッケージツアー、
オプションツアー商品比較の開始
- ✓ 多言語での国内クチコミ情報強化
- ✓ 訪日メディアへのシステム提供

旅行のオンライン市場・インバウンド市場の成長は続く見通し

旅行のオンライン市場規模

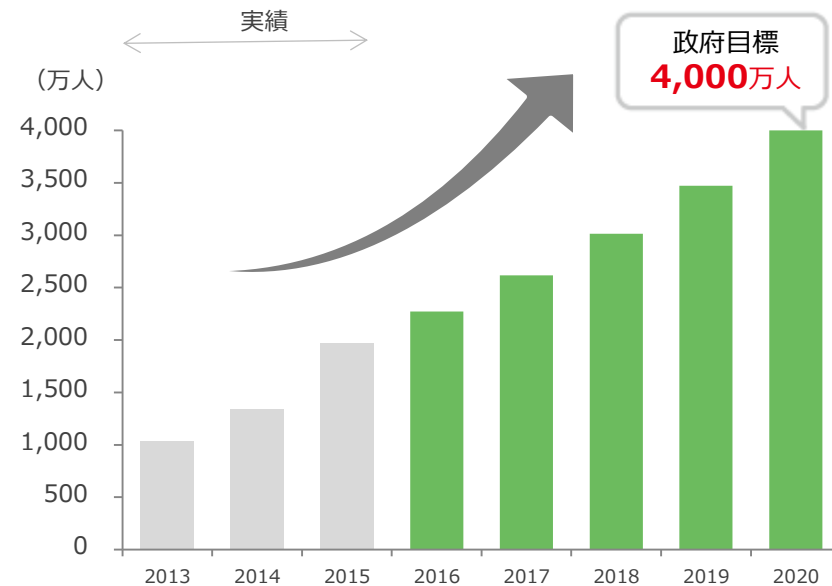
旅行の総市場規模：9兆7千億円 ※1
 オンライン市場規模：**3兆8千億円**（2015年）※1
 年平均**+15%**成長 ※1



※1 フォーカスライトJAPAN「日本のオンライン旅行市場調査 第3版」より抜粋
 ※2 年平均+10%で成長すると仮定

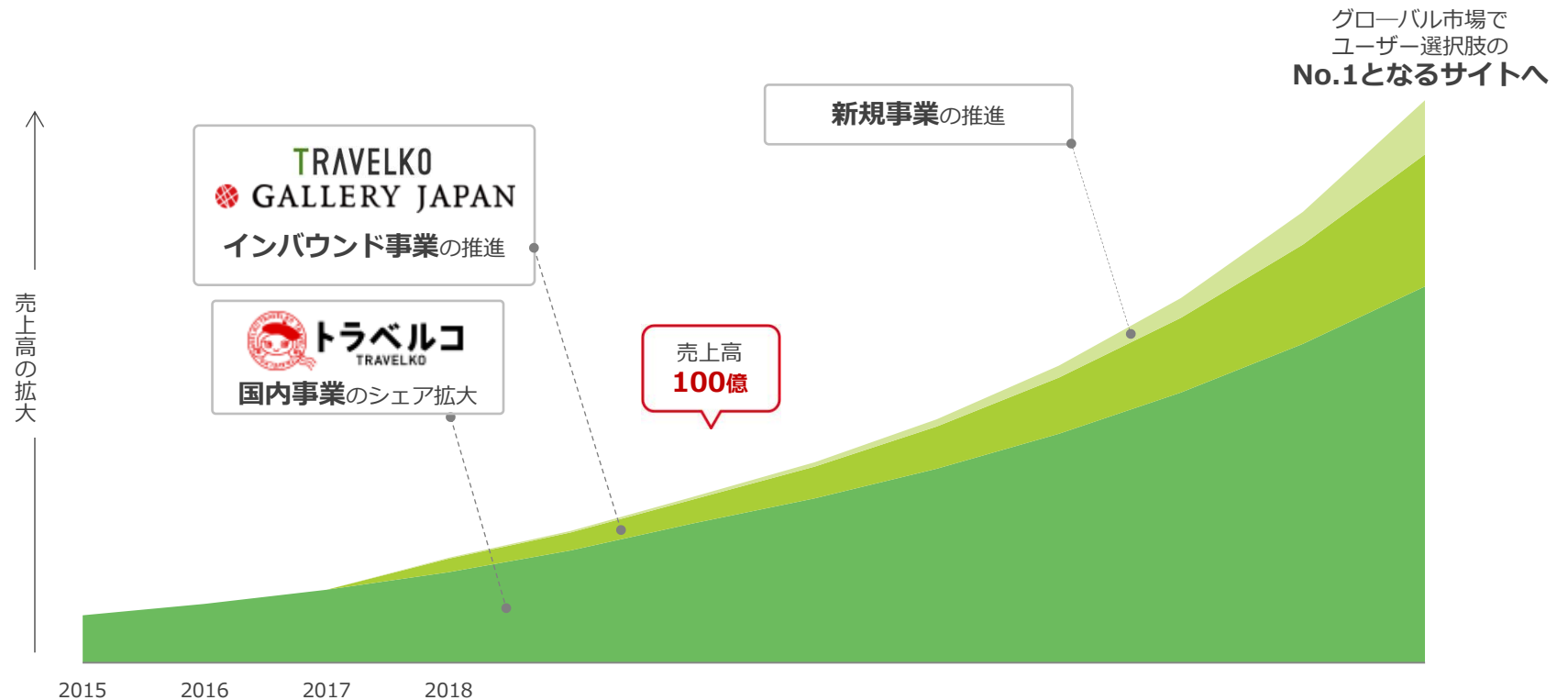
成長するインバウンド市場

2016年 2,403万人※3 → 2020年 4,000万人※4



※3 日本政府観光局（JNTO）訪日外客数より抜粋
 ※4 「明日の日本を支える観光ビジョン」議事録より抜粋

グローバル市場でユーザー選択肢のNo.1となるサイトを目指す



- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

株式会社オーブドア

本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、
下記までお願いいたします。

株式会社オーブドア 管理本部

TEL : 03-5545-7215 FAX : 03-3586-8708

ホームページ : <https://www.opendoor.co.jp>