

2019年3月期 第1四半期 決算補足説明資料



株式会社オーブドア
(証券コード：3926)

1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料

1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料

■ 今期重要戦略

- 2019年3月期においても引き続き「認知率」を最重要とし、CM等により認知率**37%**を目指す。広告は投資効果を見極めながら実施することを想定し、広告予算としては10億円～15億円の幅をもたせている。広告予算を踏まえ、売上高及び各段階利益は幅を持たせた設定としている（売上高4,800百万円～5,000百万円、営業利益1,300百万円～1,600百万円）

■ 1Q実績

- テレビCMに関しては前1Qとほぼ同額を実施
- 6月に発生した地震の影響はあったものの、認知率の向上も起因し、前年同期を上回る四半期売上高及び過去最高の四半期営業利益を達成
- 売上高**1,114百万円**（前年同期比**+25.7%**）、営業利益**456百万円**（前年同期比**+89.4%**）
- 2019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1Q売上高進捗率は**22.3%～23.2%**と堅調に推移（前期1Q売上高進捗率22.1%）

■ テレビCM

- 通期目標の認知率37%に対し2018年6月調査で 認知率**33%**達成

1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料

2019年3月期 第1四半期 / 損益計算書

- テレビCMに関しては前1Qとほぼ同額を実施
- 6月に発生した地震の影響はあったものの、認知率の向上も起因し、前年同期を上回る四半期売上高（前年同期比+25.7%）及び過去最高の四半期営業利益（前年同期比+89.4%）を達成

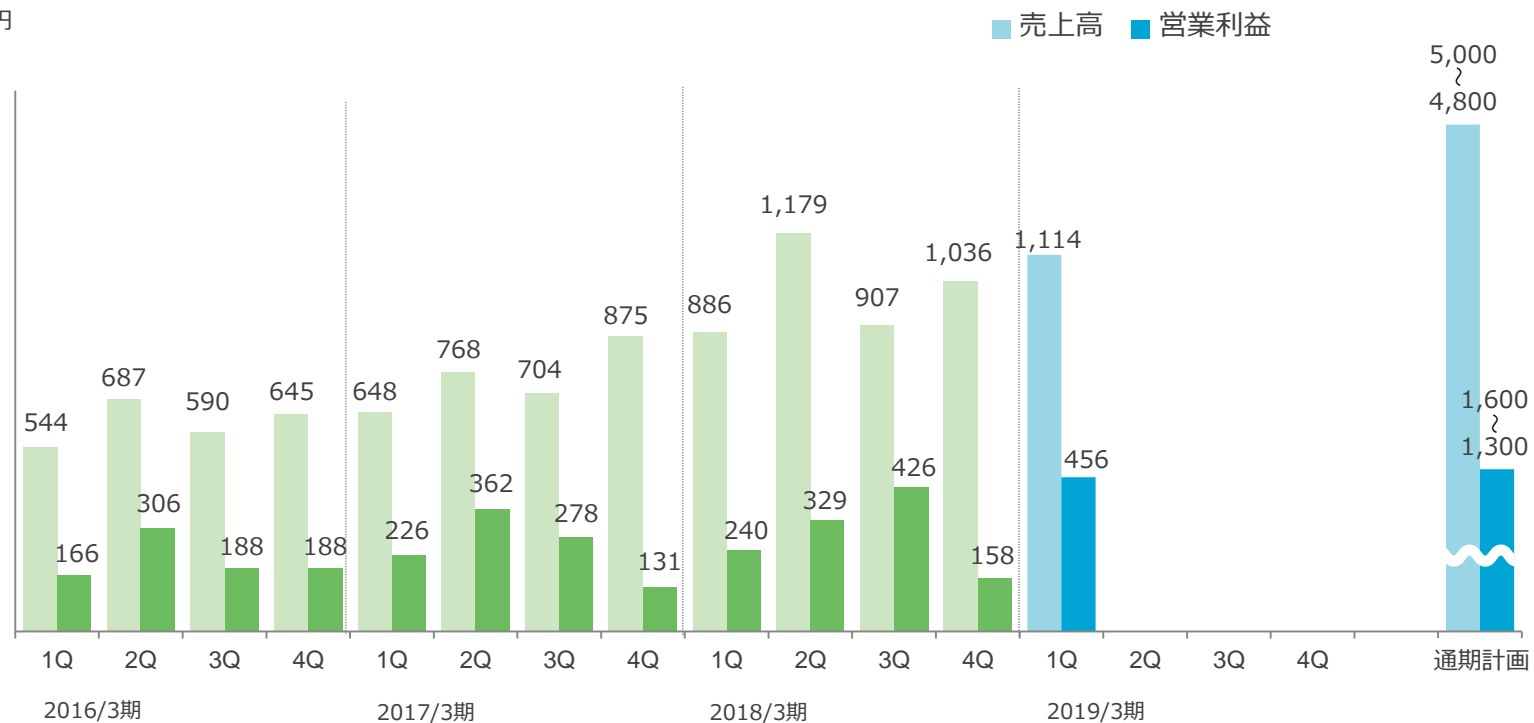
単位：百万円

	2018/3 1Q実績	2019/3 1Q実績	増減額	前年同期比	進捗率	2019/3 通期計画
売上高	886	1,114	+228	+25.7%	22.3% ~ 23.2%	4,800 ~ 5,000
売上原価	138	136	-1	-1.2%	22.7% ~ 22.7%	600 ~ 600
売上総利益	748	978	+229	+30.7%	22.2% ~ 23.3%	4,200 ~ 4,400
販売費及び一般管理費	507	522	+14	+2.8%	16.8% ~ 20.1%	2,600 ~ 3,100
営業利益	240	456	+215	+89.4%	28.5% ~ 35.1%	1,300 ~ 1,600
経常利益	243	457	+213	+87.7%	28.6% ~ 35.2%	1,300 ~ 1,600
当期純利益	137	315	+178	+129.7%	32.9% ~ 40.5%	780 ~ 960
営業利益率	27.2%	40.9%	+13.7P	-	-	26.0% ~ 33.3%

2019年3月期 第1四半期 / 四半期業績推移

- 2019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
- 過去最高の四半期営業利益を達成

単位：百万円



2019年3月期 業績予想 / 損益計算書

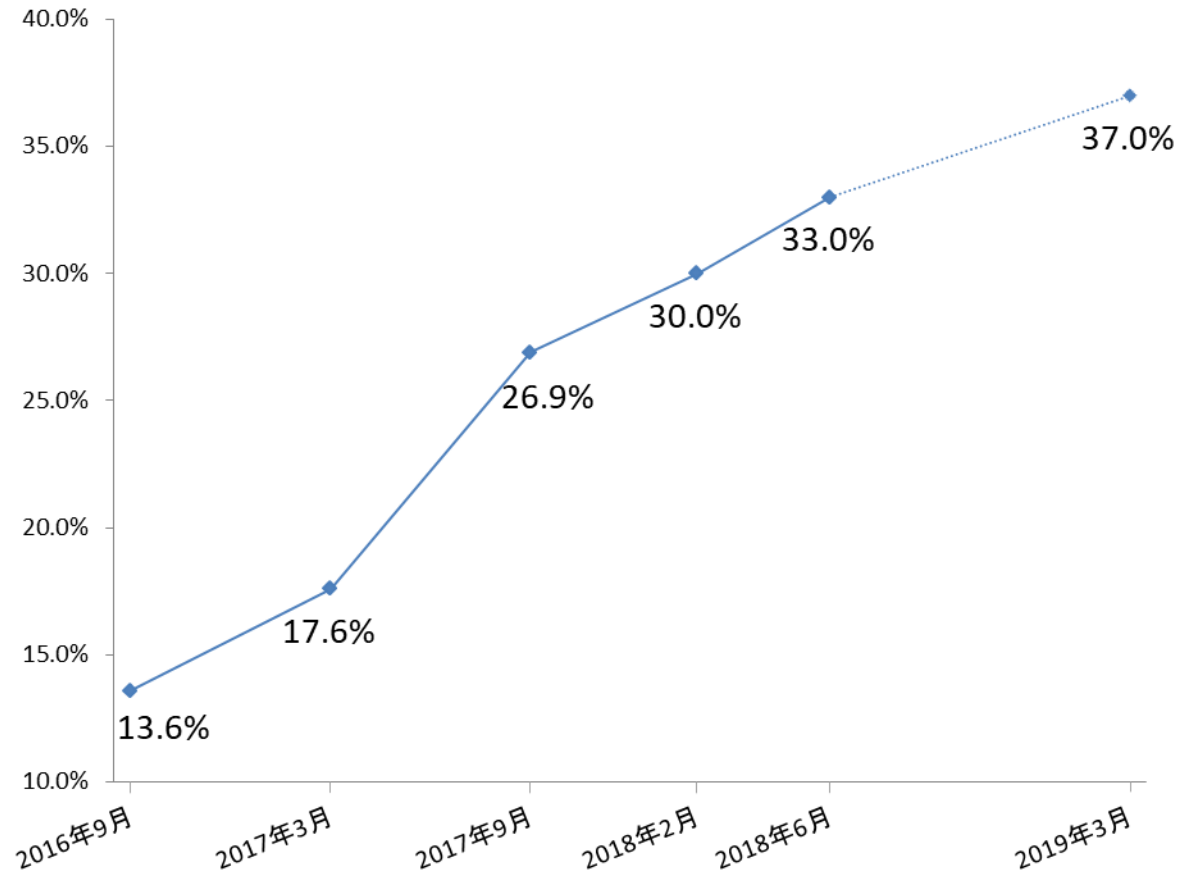
- 期初予想からの変更はなし
- 2019年3月期においても引き続き「認知率」を最重要とし、テレビCM等により認知率37%を目標とする
- 広告は投資効果を見極めながら実施することを想定し、広告予算としては10億円～15億円の幅をもたせている。広告予算を踏まえ、売上高及び各段階利益は幅を持たせた設定としている

単位：百万円

	2018/3 実績	2019/3 通期予想		増減額		前期比	
売上高	4,009	4,800 ~	5,000	+790 ~	+990	+19.7% ~	+24.7%
売上原価	585	600 ~	600	+14 ~	+14	+2.5% ~	+2.5%
売上総利益	3,424	4,200 ~	4,400	+775 ~	+975	+22.7% ~	+28.5%
販売費及び一般管理費	2,268	2,600 ~	3,100	+331 ~	+831	+14.6% ~	+36.6%
営業利益	1,155	1,300 ~	1,600	+144 ~	+444	+12.5% ~	+38.5%
営業外損益	8	0 ~	0	-8 ~	-8	- ~	-
経常利益	1,163	1,300 ~	1,600	+136 ~	+436	+11.7% ~	+37.5%
特別損益	28	0 ~	0	-28 ~	-28	- ~	-
当期純利益	756	780 ~	960	+23 ~	+203	+3.1% ~	+26.9%

1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料

- 通期目標の認知率37%に対し2018年6月調査で 認知率 **33%** 達成！！



出典：オープンドア自社調査 (2018年6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

- 4/05 (トラベルコ) 国内ダイナミックパッケージでDeNAトラベル(現エアトリ)との連携を開始。LCC商品の選択肢がさらに充実!
- 4/16 (トラベルコ) 海外ホテルでスカイスキャナーとの連携を開始! 海外の予約サイトが取り扱う海外ホテルプランが拡充!
- 4/25 (トラベルコ) 国内宿・ホテル・旅館でマイナビトラベルと新規連携。約8,000施設のプランを追加掲載&Tポイントも貯まる・使える!
- 5/22 (トラベルコ) 国内の列車とホテルを自由に組み合わせてパッケージツアーを作る新サービス「東海道新幹線+ホテル(β版)」を開始!
- 6/15 (トラベルコ) 国内日帰り旅行・体験・ホテルプランでOZmallとの連携を開始。有名ホテルのレストランプランが充実!

国内ダイナミックパッケージ 新規連携



国内ダイナミックパッケージでDeNAトラベル(現エアトリ)との連携を開始。

国内宿・ホテル・旅館 新規連携



国内宿・ホテル・旅館でマイナビトラベルとの連携を開始。

新サービス 東海道新幹線+ホテル(β版)

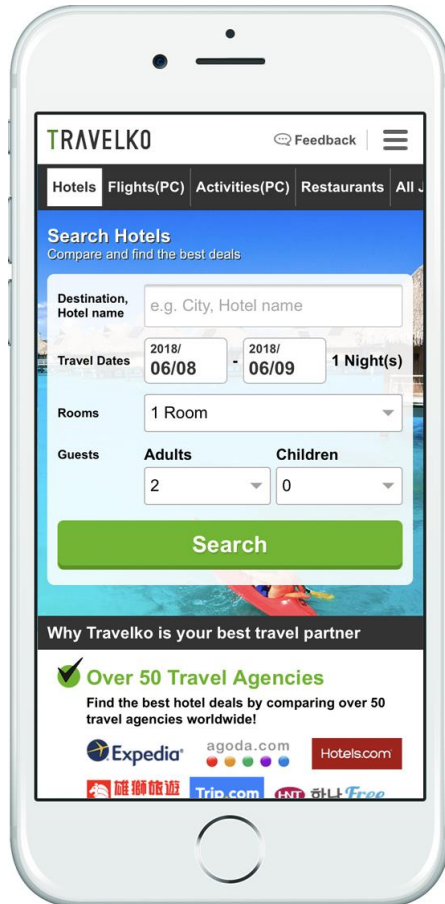


国内の列車とホテルを自由に組み合わせてパッケージツアーを作る新サービス「東海道新幹線+ホテル(β版)」

1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料



- テレビCMによる認知率の向上
- 既存メニューの強化
- 列車ダイナミックパッケージ
（新幹線＋ホテル・旅館）横断比較サービス
・5/22 先行して東海道新幹線パッケージリリース
- 高速バス・夜行バス掲載プラン拡大
・7/18 リニューアル
- 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」掲載都市数の拡大
- ユーザーによるクチコミ・評価サービス構築
- 民泊プラン横断比較サービス



- 現地大手サイトの連携強化による価格優位性の確立
- ユーザーインターフェース
ローカライゼーション強化
- アプリ版TRAVELKOオープン
- インバウンド情報サイトに対するシステム提供

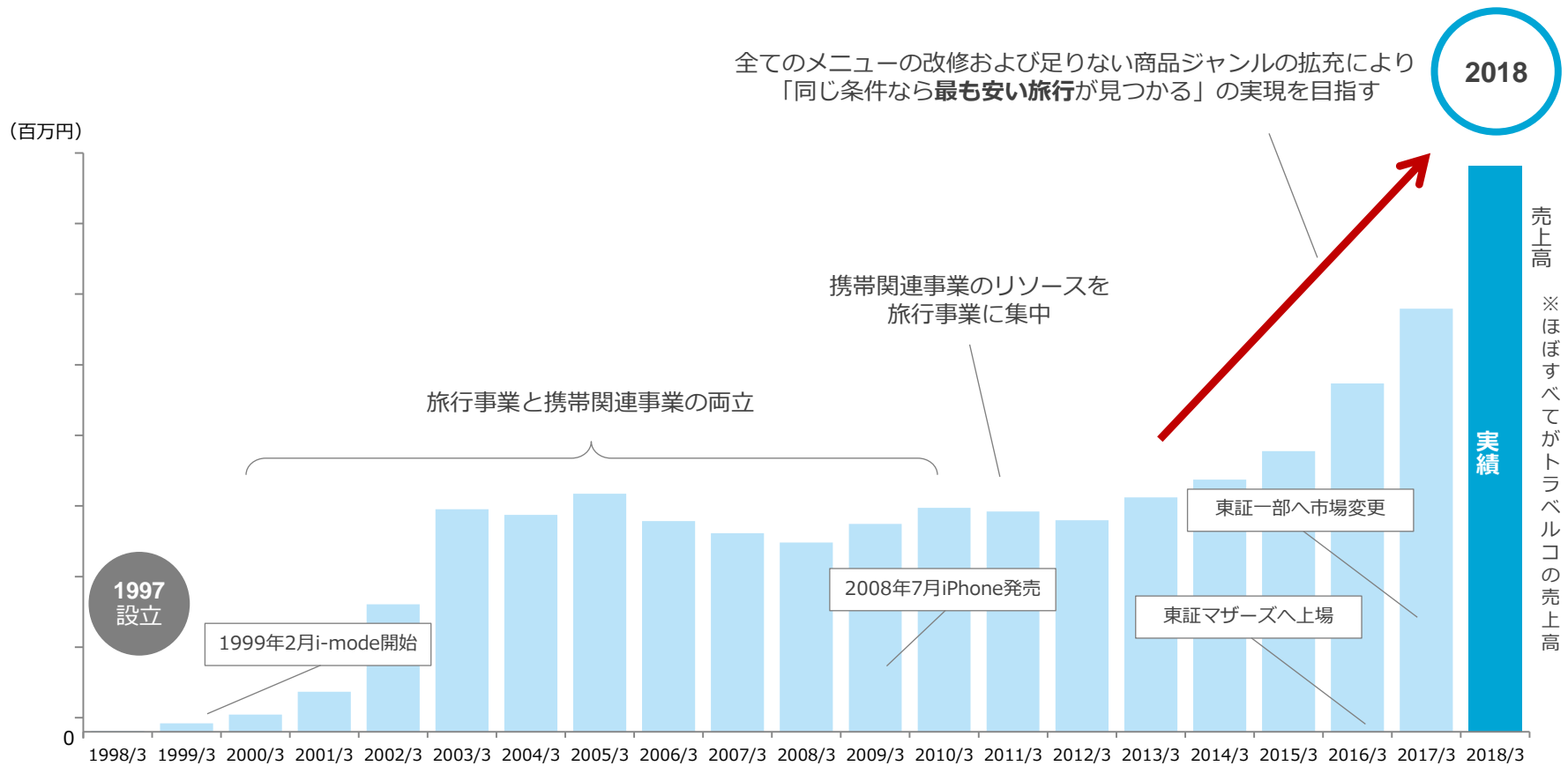
1. ハイライト
2. 第1四半期 業績概要
3. 第1四半期 主な取組み
4. 今期の主な取組み予定
5. 参考資料

2019年3月期 第1四半期 / 貸借対照表

- 業績は堅調に推移しており、純資産が増加（+283百万円）

単位：百万円	2018/3末 実績	2018/6末 実績	増減額
流動資産	4,270	4,706	+436
現金及び預金	3,549	3,781	+231
その他	720	925	+204
固定資産	713	647	-66
資産合計	4,984	5,354	+369
流動負債	768	857	+88
固定負債	76	73	-2
負債合計	844	930	+86
純資産合計	4,139	4,423	+283
資本金	648	648	-
資本剰余金	474	474	-0
利益剰余金	2,993	3,309	+315
その他	23	-8	-32
負債純資産合計	4,984	5,354	+369

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」 伝統工芸品紹介サイト「GALLERY JAPAN」「KOGEI JAPAN」の運営
連結子会社	ホテルスキップ株式会社 出資比率100% 海外・国内ホテル / 海外航空券の予約・手配・販売
従業員数	連結162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

理想の旅をいもばん安く。
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 メルマガ このページの閲覧・変更

国内 ホテル 航空券 ツアー その他 海外 ホテル 航空券 ツアー その他 旅行ガイド他 履歴 お気に入り (0)

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

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！

国内旅行		海外旅行	
国内ホテル	国内格安航空券	海外ホテル	海外格安航空券
国内ツアー	国内航空券+ホテル	海外ツアー	海外航空券+ホテル
日帰り旅行・体験・ホテルプラン	夜行バス・高速バス	オプションツアー	海外Wi-Fiレンタル
国内レンタカー	日帰りバスツアー	ファイナルコール	
ファイナルコール		ベストセレクト	

ベストセレクト | 東海道新幹線+ホテル (8版)

ANAハイム館、98都市のクチコミ情報
混み合う夏の旅行を効率よく楽しもう！
オフラインでも使えるトラベルコマップ

最安値一覧 東京発 9月 10月 【マーク説明】 ↓↑…最安値の更新商品あり ※6月7日時点の情報です

国内ツアー		国内ホテル		海外ツアー(燃油込)	
札幌2日	1,92万円	札幌	3,200円	ソウル3日間	1,68万円
旭川3日	2,98万円	鬼怒川温泉	2,682円	台北3日間	1,97万円
会沢2日	1,49万円	東京	2,167円	香港3日間	2,90万円
				バンコク4日間	3,35万円
				台北3日間	1,97万円
				グアム4日間	3,98万円
				シンガポール4日間	3,28万円

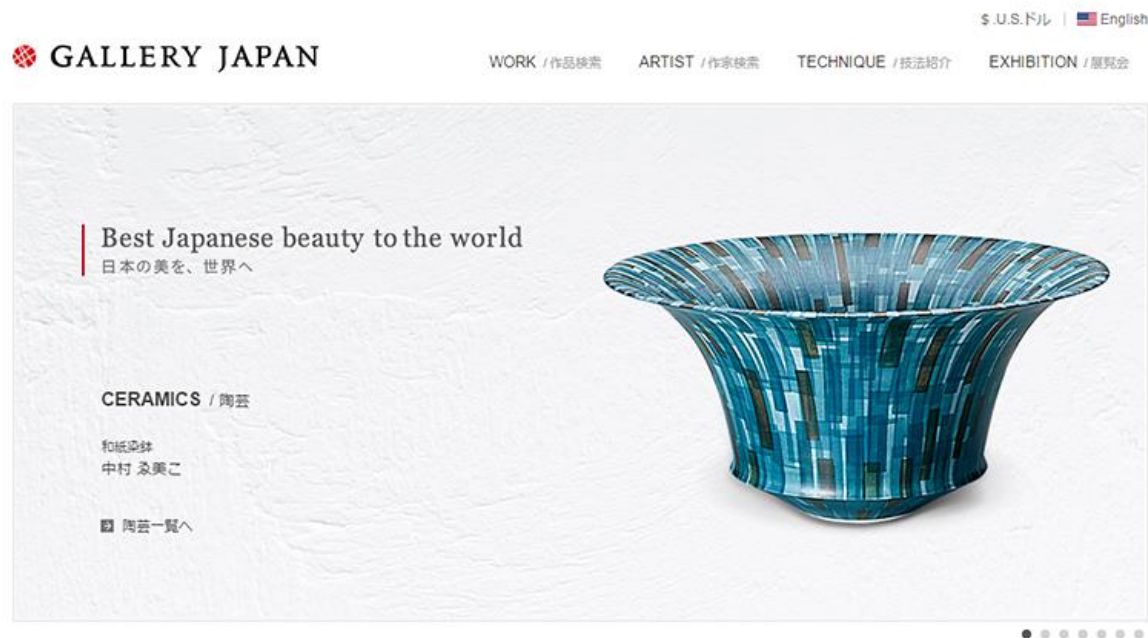


海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ

対応言語

英語
中国简体字
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



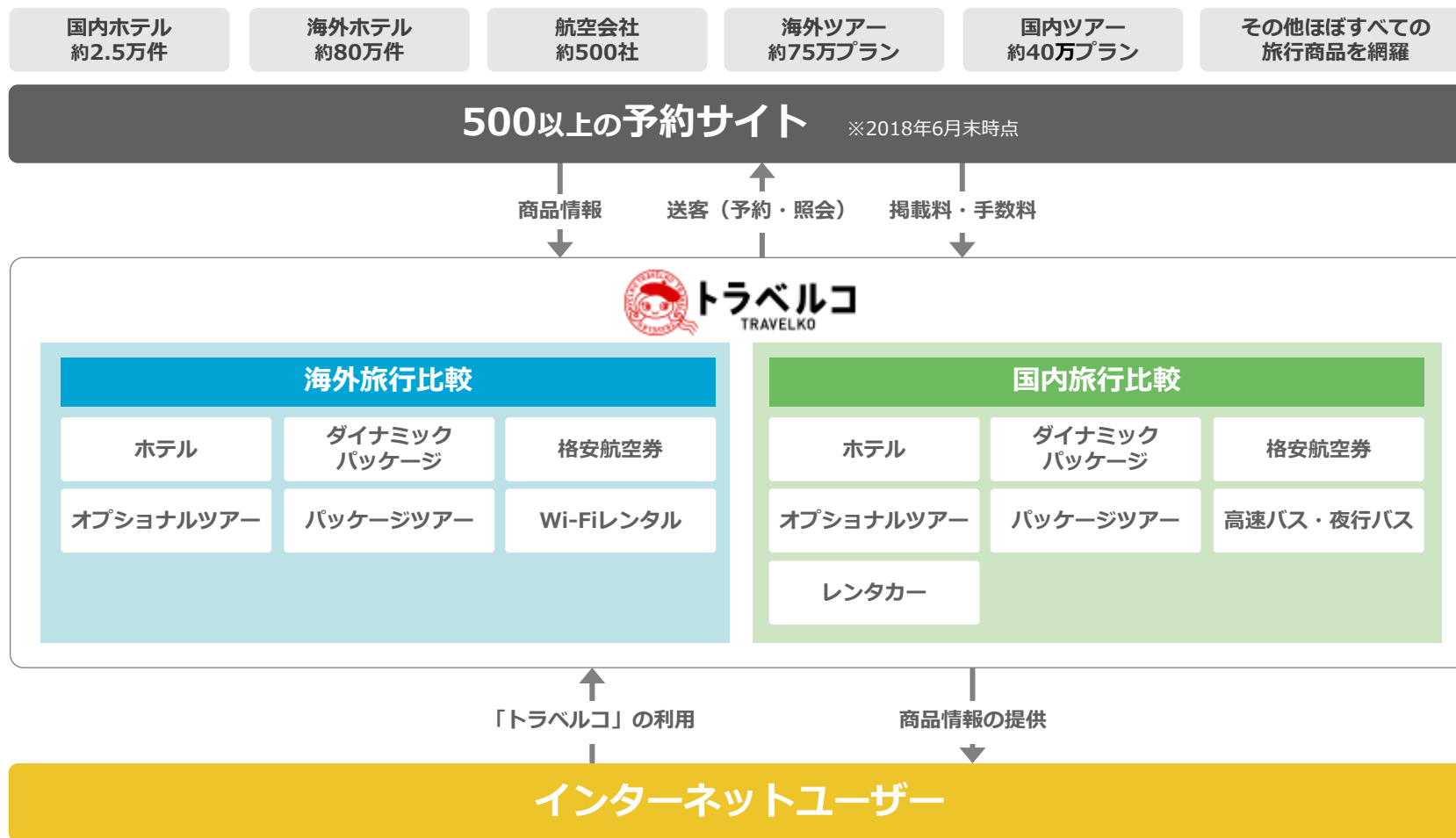
WORK / 作品紹介



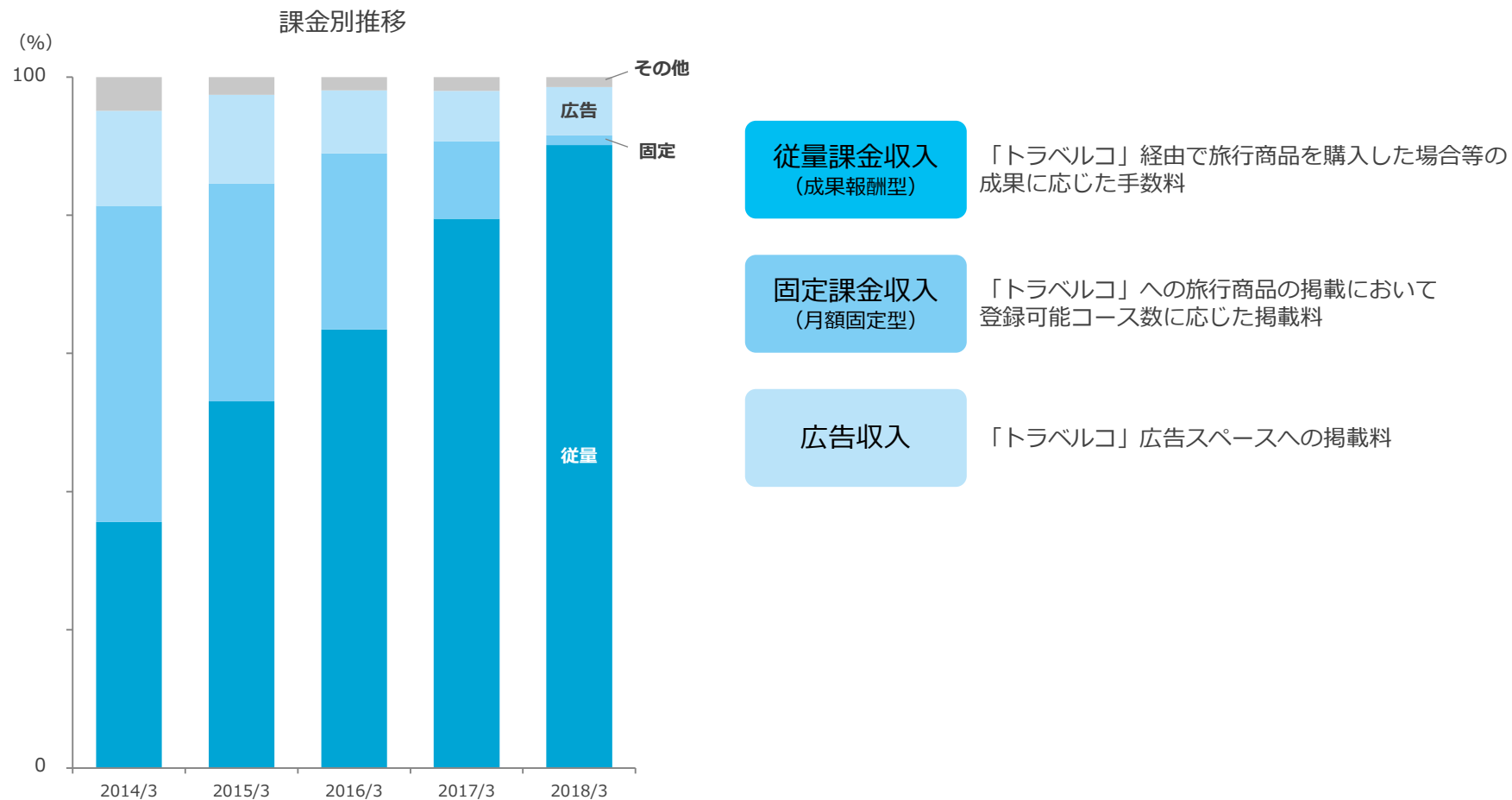
対応言語

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

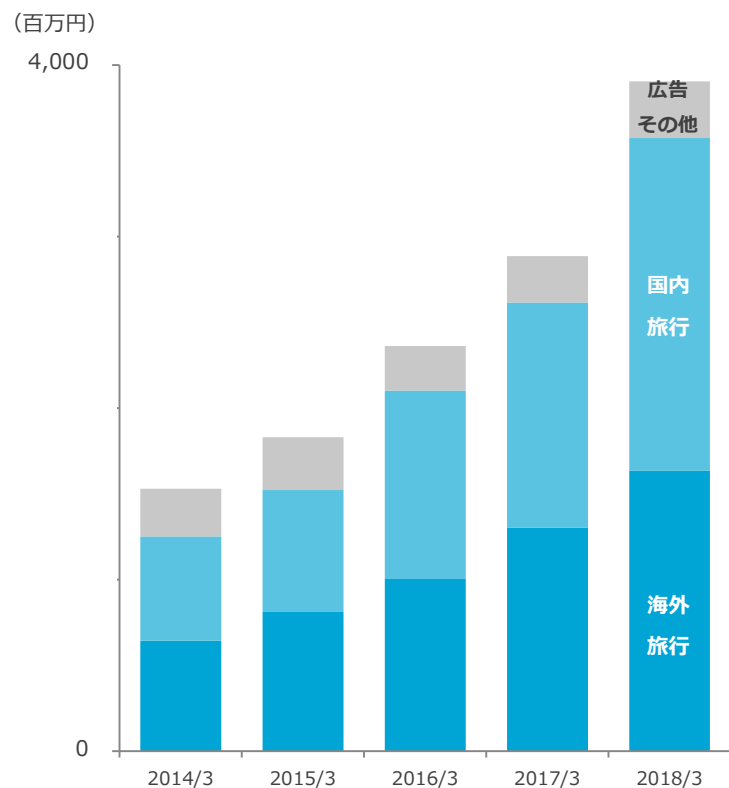


固定課金から成果に応じた従量課金にシフト



海外旅行・国内旅行ともに伸長・リスクバランスの取れた売上高構成

海外旅行・国内旅行別売上高推移



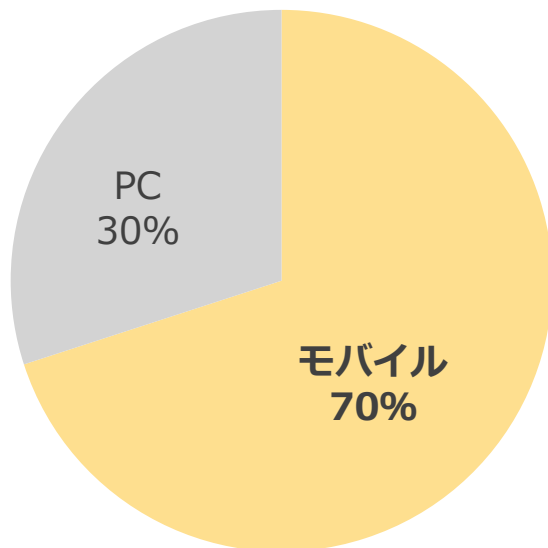
海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による
市場のトレンド変化にも柔軟に対応

為替変動にも強い構成

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

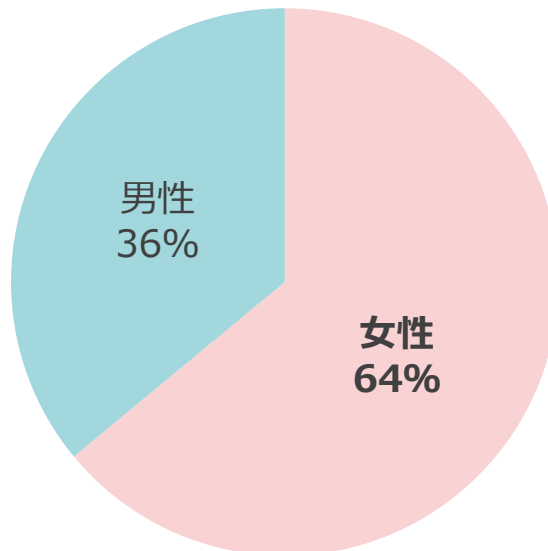
ユーザー属性※1

閲覧環境

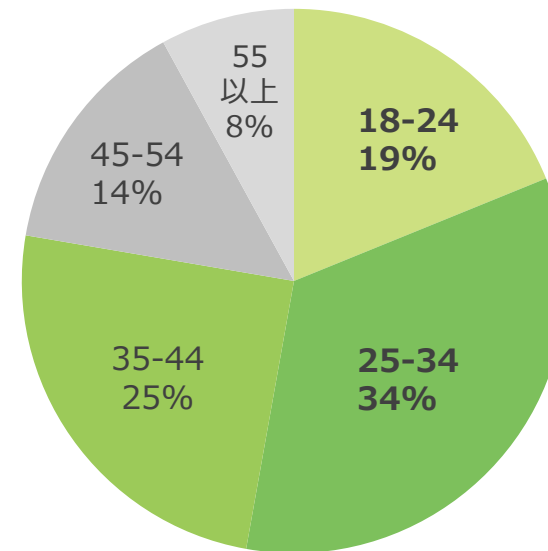


※ほぼすべてのジャンルでスマートフォン対応済

性別



年齢別



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



※1 2017/4 - 2018/3までの当社アクセス解析データ

多くの比較サイトがある中で、なぜトラベルコはこれだけ幅広いユーザーから支持を得、高い成長を維持できているのか？

1. ほぼ全ての旅行ジャンルをカバー

多くの他社がホテルだけ、航空券だけなどジャンルを絞った比較をしている中で、トラベルコは国内・海外ほぼ全ての旅行ジャンルをカバーしています。ホテル、航空券、パッケージツアー、オプションツアー、レンタカー、夜行バス、海外Wi-Fiレンタルなど。

これによりユーザーは自分の旅行をトラベルコのサイト内でワンストップで探せます。

海外旅行比較		
ホテル	ダイナミックパッケージ	格安航空券
オプションツアー	パッケージツアー	Wi-Fiレンタル

国内旅行比較		
ホテル	ダイナミックパッケージ	格安航空券
オプションツアー	パッケージツアー	高速バス・夜行バス
レンタカー		

2. 最も安いプラン・チケットが見つかる

比較できる旅行サイト数が500以上にものぼるトラベルコは、もちろん比較できるプラン数も日本最大級です。なので、同じ条件で最安値が見つかる確率は自然と高くなります。

それに加え、旅行サイト側も全ての比較サイトに同一の価格でプランを掲載しているわけではありません。より価格競争が厳しいサイトには、より安く価格を設定するケースが多いのです。

なので、旅行サイト数が圧倒的に多く、競争率が高いトラベルコではさらに最安値が見つかりやすくなるのです。

JTB クラブツーリズム JALパック 小田急トラベル
JR東海ツアーズ 近畿日本ツーリスト 日本旅行
H.I.S 東武トップツアーズ 阪急交通社 ANAセールス
西鉄旅行 名鉄観光サービス 旅工房

楽天トラベル 一休 るるぶトラベル Yahooトラベル

Expedia Booking.com Hotels.com

エボラブルアジア Spring Japan スカイチケット
スターフライヤー AIRDO

…**500社**以上の旅行サイト

なぜトラベルコはそのような強みを実現できているのか？

ほぼ全てのシステム開発を内製化

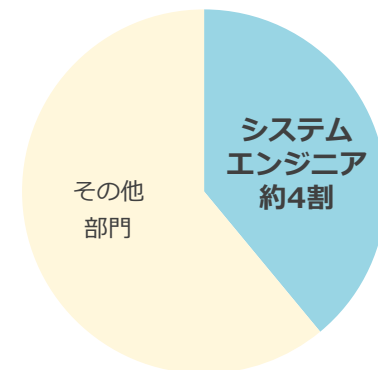
これだけ多くの旅行ジャンルをカバーし、500以上の旅行サイトと連携し、またそれら全てを並行して進化させていくためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となります。

多くの他社は開発を外注しており、その場合、どうしても外注先のリソース、スキル、スケジュール、優先順位に左右され、自分たちの思い通りの開発はなかなか困難です。

当社は、ほぼ全てのシステムを内製で開発しており、60名強のシステムエンジニアが日々情報を共有しながら、市場トレンドに合わせ柔軟かつ効率的な開発環境を敷いています。これによりスピード感をもって、かつ高いクオリティを維持しながら並行して全ての進化を支える開発体制が実現できています。

この非常に高い開発能力も、当社の強みを実現できている大きな理由のひとつです。

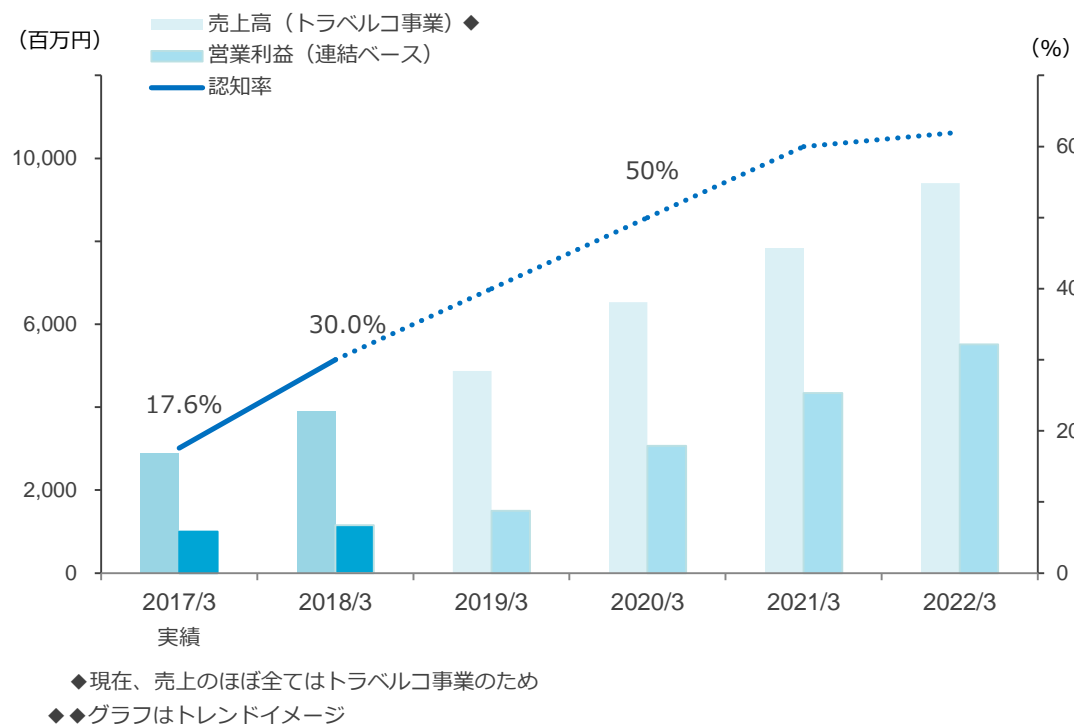
全従業員に占める
システムエンジニアの割合



- 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、売上については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、継続投資するものとして想定

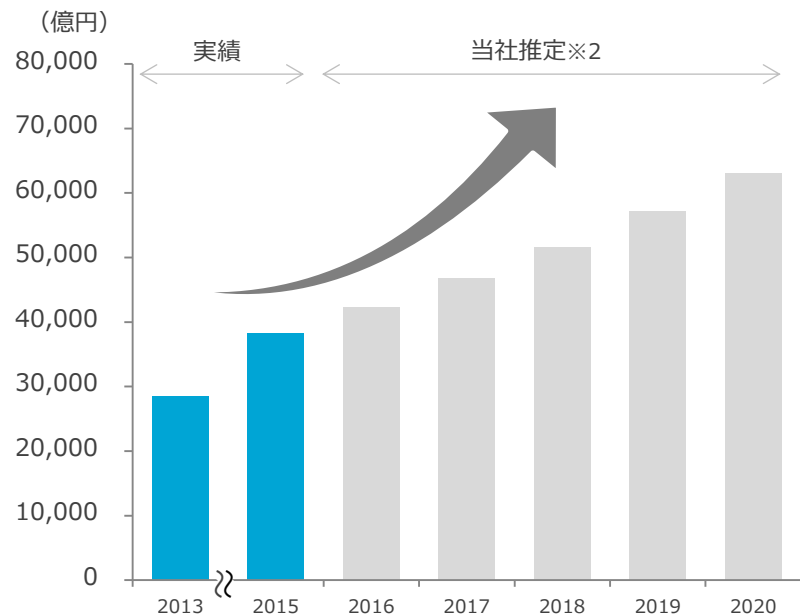
※※売上が認知率と比例して成長するためには上記に加え商品の価格競争力も重要であるが、これについては当社の強みであり今後も維持できるものと想定



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

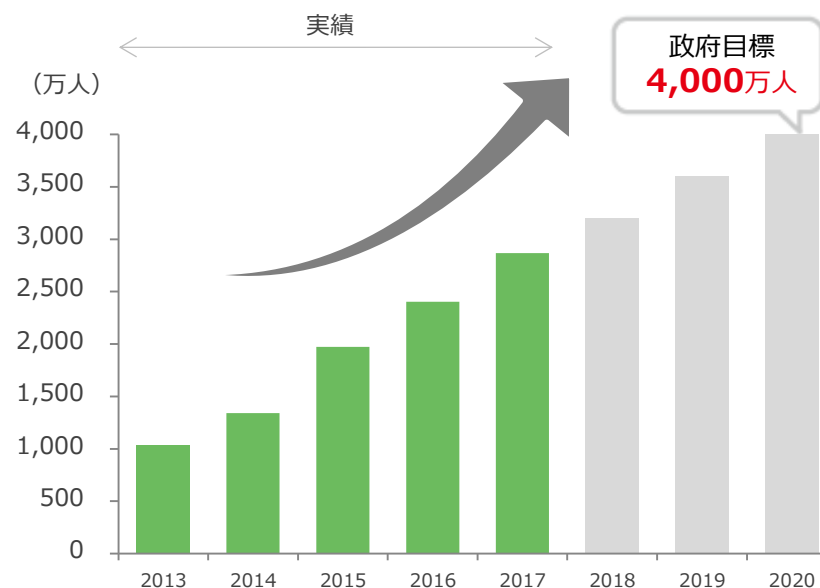
旅行の総市場規模：9兆7千億円 ※1
 オンライン市場規模：**3兆8千億円**（2015年）※1
 年平均**+15%**成長 ※1



※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

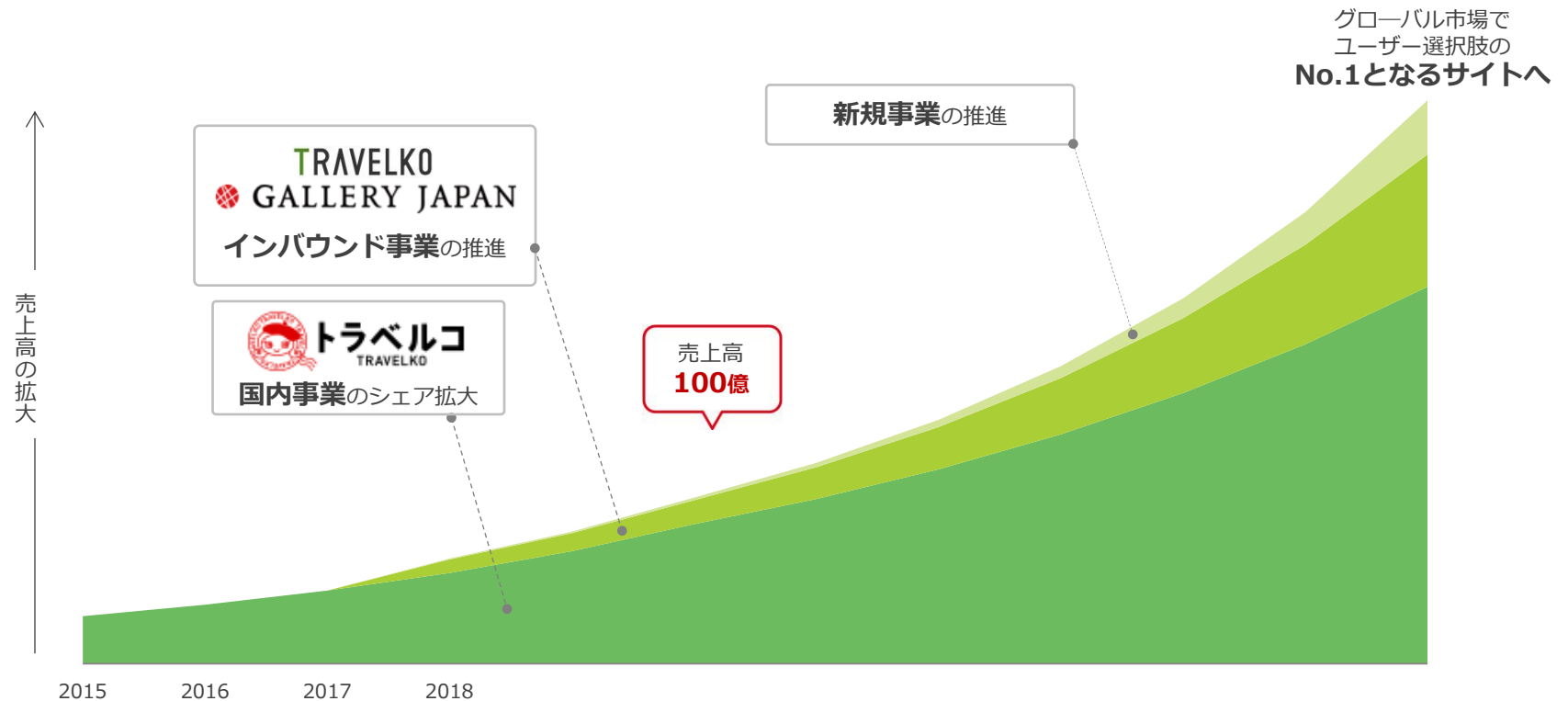
成長するインバウンド市場

2017年 2,869万人※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>