

2019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 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 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 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
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）

■ 2Q実績

【会計期間（7月～9月）】

- 売上高**1,388百万円**（前年同期比**+17.8%**）、営業利益**476百万円**（前年同期比**+44.4%**）
- 西日本豪雨や台風21号、震度7を記録した北海道の地震など相次ぐ自然災害の影響により、当期1Qの前年同期比伸び率（+25.7%）は下回ったものの、過去最高の四半期売上高、過去最高の四半期営業利益を達成

【累計期間（4月～9月）】

- 売上高**2,503百万円**（前年同期比**+21.2%**）、営業利益**932百万円**（前年同期比**+63.4%**）
- 相次ぐ自然災害の影響を受けつつも、2Q累計で過去最高の売上高を達成し、進捗率においても前年同期と同程度を維持（対予算進捗率50.1%～52.1%、前期2Q進捗率51.5%）

※なお上記自然災害の影響は一時的なものであり、10月以降は回復傾向にある

- 広告宣伝費の増加（+73百万円）はあったものの、営業利益も前年同期を大幅に上回り、過去最高を達成

■ テレビCM

- 2018年9月の認知率**37.9%**、通期目標の認知率37%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合わせた効率的な広告を実施予定

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

- 西日本豪雨や台風21号、震度7を記録した北海道の地震など相次ぐ自然災害の影響により、当期1Qの前年同期比伸び率（+25.7%）は下回ったものの、過去最高の四半期売上高（前年同期比+17.8%）、過去最高の四半期営業利益（前年同期比+44.4%）を達成

単位：百万円

	2018/3 2Q実績	2019/3 2Q実績	増減額	前年同期比
売上高	1,179	1,388	+209	+17.8%
売上原価	157	151	-6	-4.3%
売上総利益	1,021	1,237	+216	+21.2%
販売費及び一般管理費	691	761	+69	+10.1%
営業利益	329	476	+146	+44.4%
経常利益	330	478	+147	+44.7%
当期純利益	206	300	+93	+45.1%
営業利益率	28.0%	34.3%	+6.3P	-

2019年3月期 第2四半期(累計) / 開示予想に対する進捗

- 相次ぐ自然災害の影響を受けつつも、2Q累計で過去最高の売上高を達成し、進捗率においても前年同期と同程度を維持
(前年同期比+21.2%、対予算進捗率50.1%~52.1%、前期2Q進捗率51.5%)
※なお上記自然災害の影響は一時的なものであり、10月以降は回復傾向にある
- 広告宣伝費の増加(+73百万円)はあったものの、営業利益も前年同期を大幅に上回り、過去最高を達成(前年同期比+63.4%)

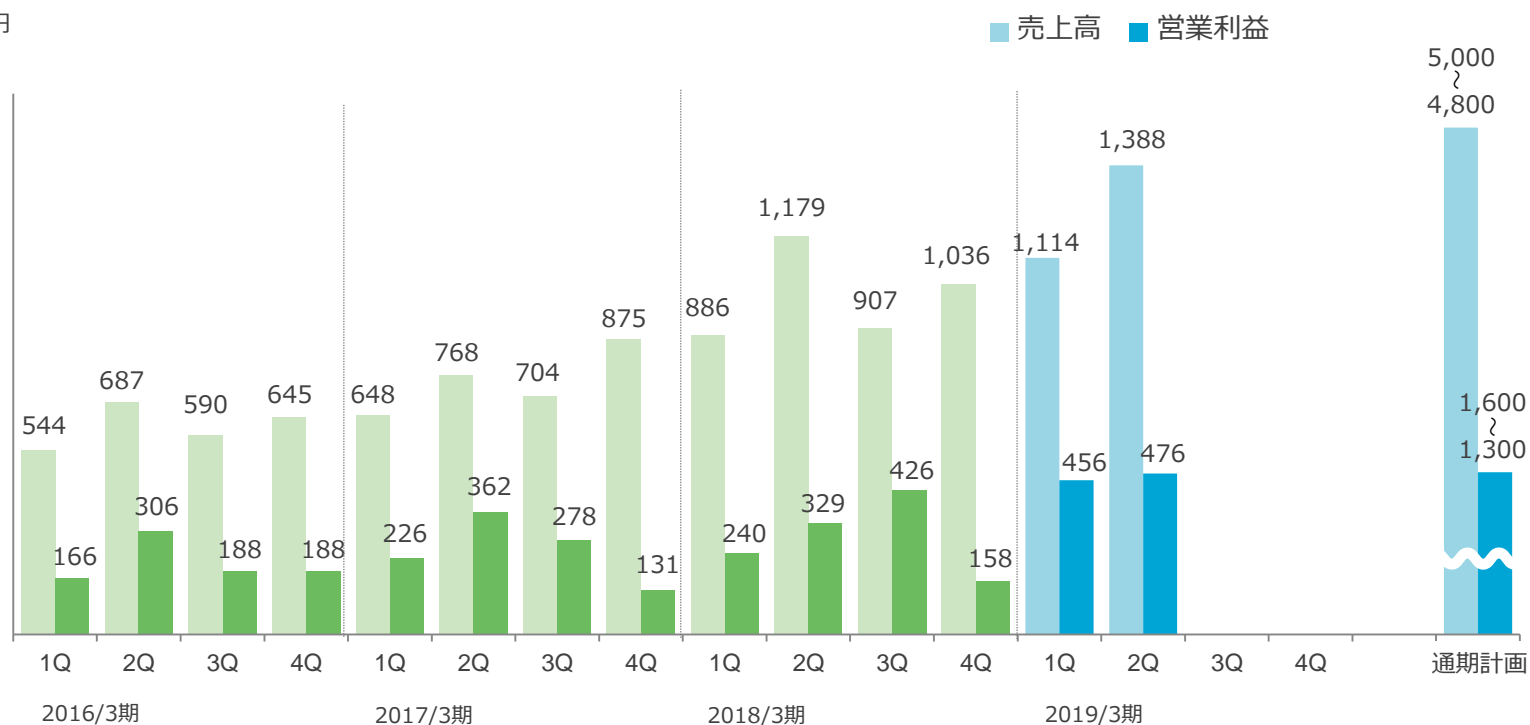
単位：百万円

	2018/3 2Q実績	2019/3 2Q実績	増減額	前年同期比	進捗率	2019/3 通期計画
売上高	2,065	2,503	+437	+21.2%	50.1% ~ 52.1%	4,800 ~ 5,000
売上原価	295	287	-8	-2.8%	47.9% ~ 47.9%	600 ~ 600
売上総利益	1,769	2,215	+445	+25.2%	50.4% ~ 52.8%	4,200 ~ 4,400
販売費及び一般管理費	1,199	1,283	+84	+7.0%	41.4% ~ 49.4%	2,600 ~ 3,100
営業利益	570	932	+361	+63.4%	58.3% ~ 71.7%	1,300 ~ 1,600
経常利益	574	935	+361	+62.9%	58.5% ~ 71.9%	1,300 ~ 1,600
当期純利益	344	616	+271	+78.9%	64.2% ~ 79.0%	780 ~ 960
営業利益率	27.6%	37.3%	+9.7P	-	-	26.0% ~ 33.3%

2019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・四半期営業利益を達成
- 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

単位：百万円



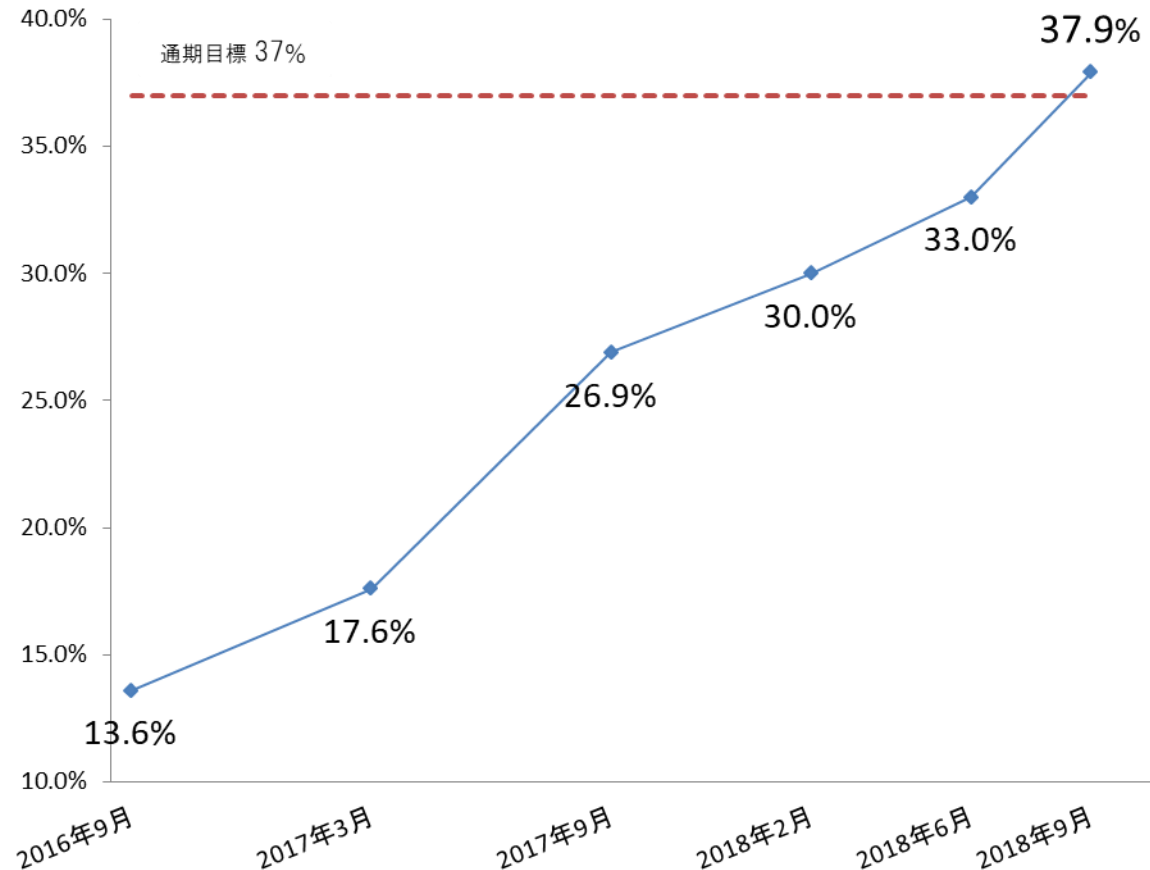
2019年3月期 業績予想 / 損益計算書

- 期初業績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
(9月時点で認知率37.9%を達成)
- 広告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2四半期 業績概要
3. 第2四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 参考資料

- 2018年9月の認知率37.9%、通期目標の認知率37%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合わせた効率的な広告を実施予定



出典：オープンドア自社調査（2018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

7/04 (トラベルコ) 国内レンタカーでskyticketとの連携を開始。予約先サイト・プランの選択肢が増えてさらに便利に！

7/13 (トラベルコ) 夜行バス・高速バスで「バス市場」との連携を開始。東京発着を中心に掲載路線・価格の選択肢がさらに拡大！

7/19 (Travelko) ホテルでスカイキャナーとの連携を開始！掲載ホテル・プラン数増加でユーザの利便性がさらに拡大！

8/30 (トラベルコ) 海外航空券でGotogateとの直接連携を開始。掲載商品の増加で、特に海外発着航空券の選択肢が拡充！

9/26 (トラベルコ) 国内の列車とホテルを自由に組み合わせるパッケージツアーを作る新幹線+ホテル(β版)で、びゅうトラベルサービスと新規連携！

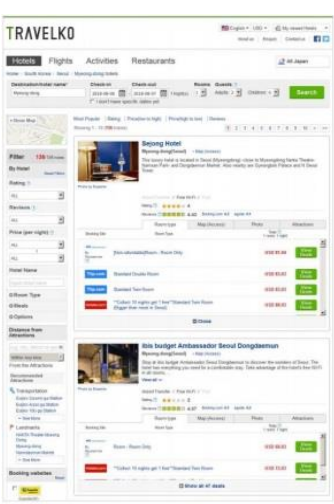
国内レンタカー 新規連携



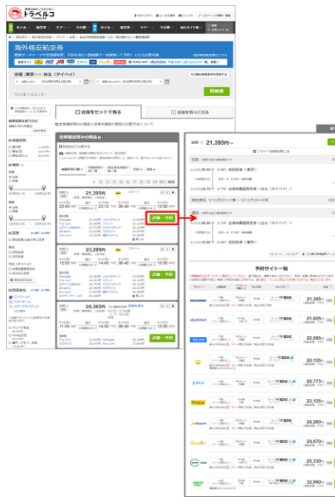
高速バス 新規連携



Travelkoホテル新規連携



海外航空券 新規連携



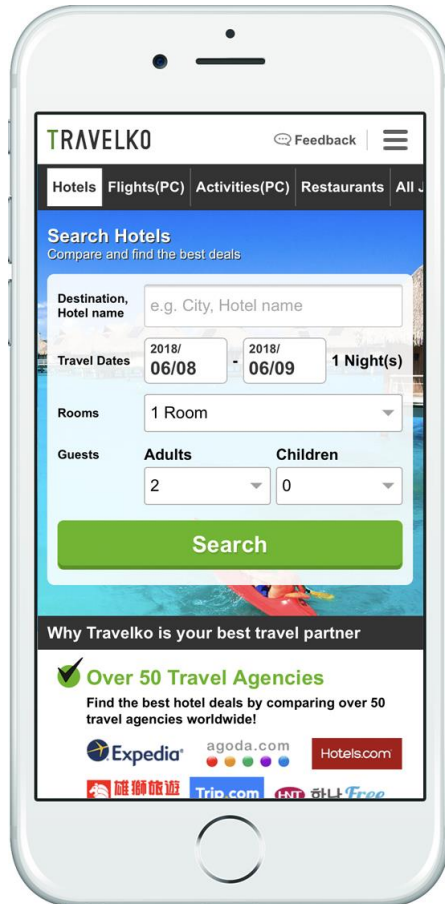
国内列車DP 新規連携



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

- 業績は堅調に推移しており、純資産が増加（+584百万円）

単位：百万円	2018/3末 実績	2018/9末 実績	増減額
流動資産	4,270	5,132	+861
現金及び預金	3,549	4,210	+661
その他	720	921	+200
固定資産	713	658	-54
資産合計	4,984	5,791	+807
流動負債	768	996	+228
固定負債	76	70	-5
負債合計	844	1,067	+222
純資産合計	4,139	4,723	+584
資本金	648	648	-
資本剰余金	474	474	-0
利益剰余金	2,993	3,609	+616
その他	23	-8	-31
負債純資産合計	4,984	5,791	+807

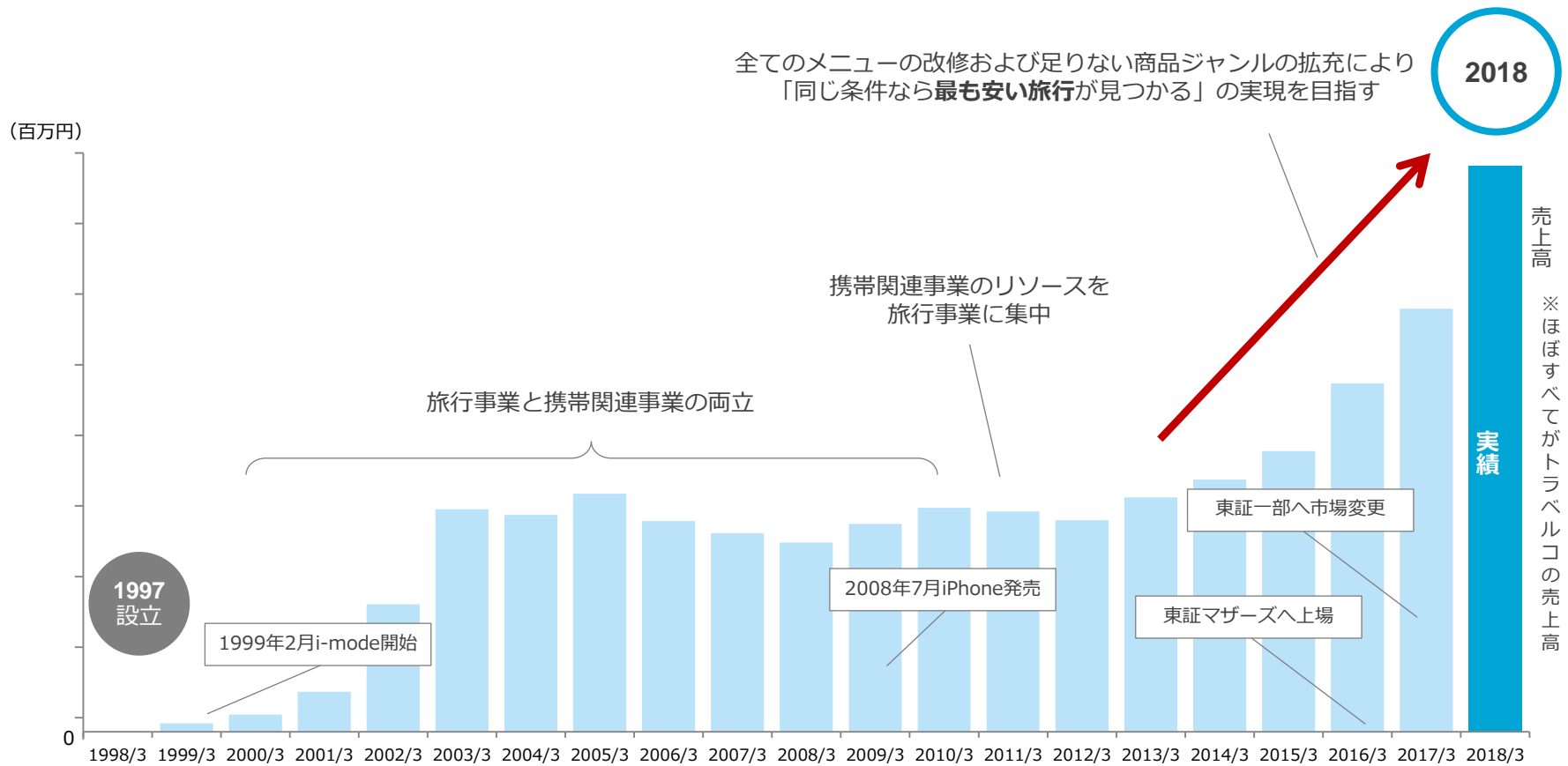
- 前期2QよりもテレビCMを多く実施したことにより、広告宣伝費が増加（+73百万円）

単位：百万円	2018/3 2Q（累） 実績		2019/3 2Q（累） 実績			
	売上比		増減額	前期比	売上比	
売上原価	295	14.3%	287	-8	-2.8%	11.5%
労務費	194	9.4%	202	+8	+4.2%	8.1%
その他	101	4.9%	85	-16	-16.2%	3.4%
販売費及び一般管理費	1,199	58.0%	1,283	+84	+7.0%	51.3%
人件費	341	16.5%	380	+38	+11.2%	15.2%
広告宣伝費	608	29.5%	682	+73	+12.0%	27.2%
その他	248	12.0%	221	-27	-11.1%	8.8%

- 現金同等物は2Q累計で631百万円増加し、4,210百万円に

単位：百万円	2018/3 2Q (累) 実績	2019/3 2Q (累) 実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー	+222	+583	税引前当期純利益 991百万円 法人税等の支払額 298百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	-160	+46	投資有価証券の売却による収入 56百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	+1	+0	—
現金及び現金同等物の増減額	+64	+631	—
現金及び現金同等物の期首残高	2,993	3,579	—
現金及び現金同等物の期末残高	3,057	4,210	—

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159名



700以上の旅行サイトの商品を比較・検索できる旅行比較サイト

理想の旅をいっばん安く
トラベルコ
TRAVELCO

初めの方へ よくある質問 メールマガ このページの閲覧・変更

運営会社：株式会社オープンドア(東証一部)

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700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 新幹線+ホテル (β版)			

旅のお供に！海外Wi-Fiレンタル

オンラインでも使えるトラベルコマップ

厳選67都市！人気スポットまとめ記事

最安値一覧 東京発 12月 1月 【マーク説明】 ↓↑最安値の更新商品あり ※11月5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 1.38万円	札幌 2,380円	ソウル3日間 1.74万円	台北3日間 1.98万円
苗場2日 1.35万円	鬼怒川温泉 2,832円	香港3日間 2.39万円	グアム4日間 3.33万円 ↑
金沢2日 1.80万円	東京 1,001円	バンコク4日間 3.07万円	シンガポール4日間 4.28万円

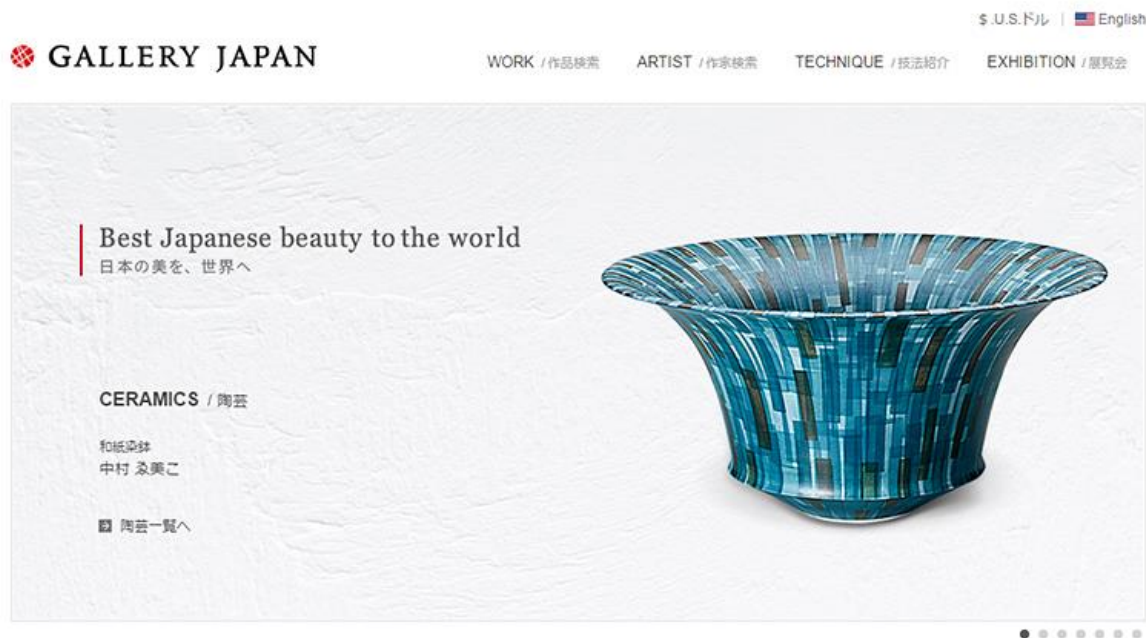


海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ

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



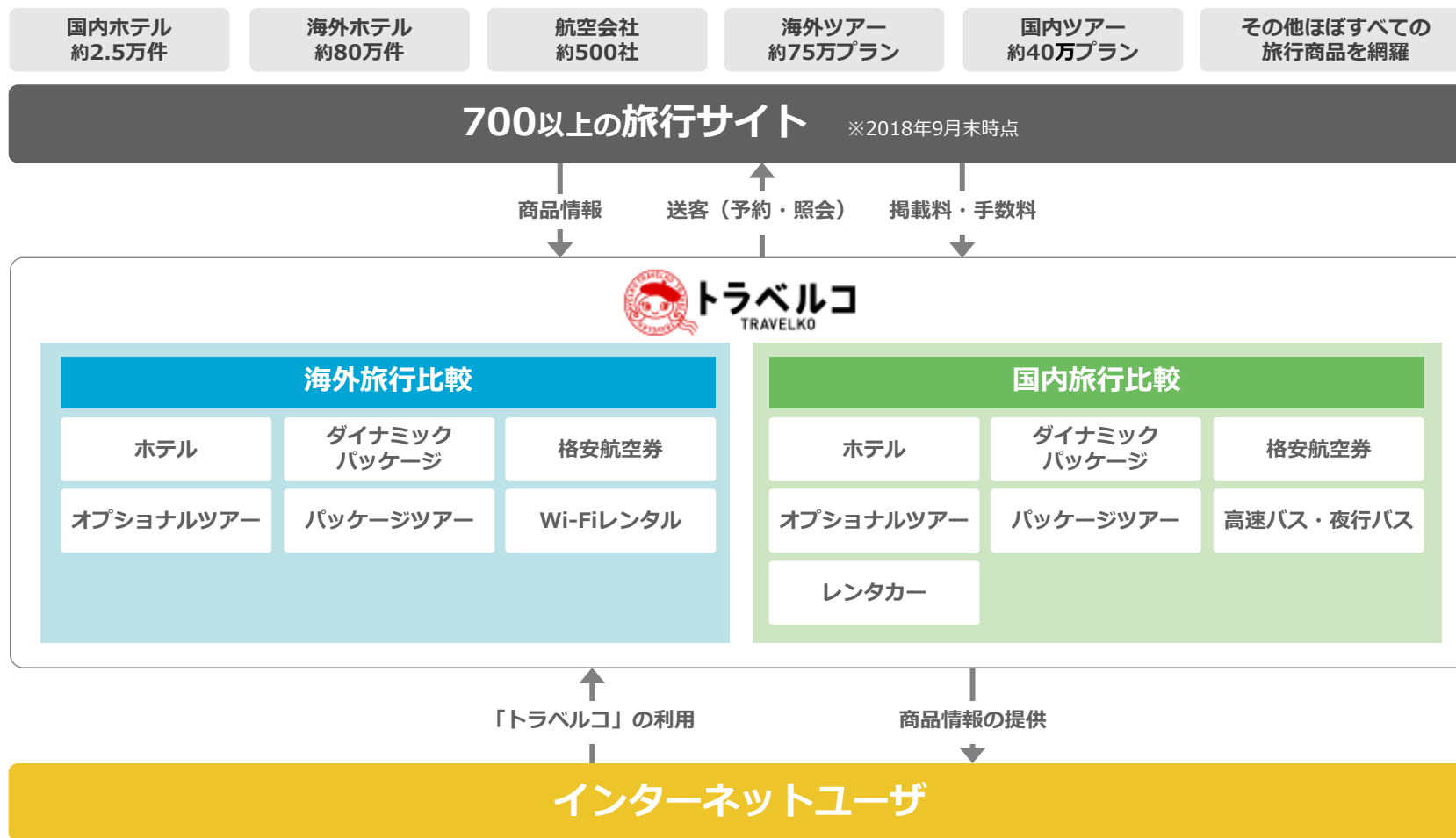
WORK / 作品紹介



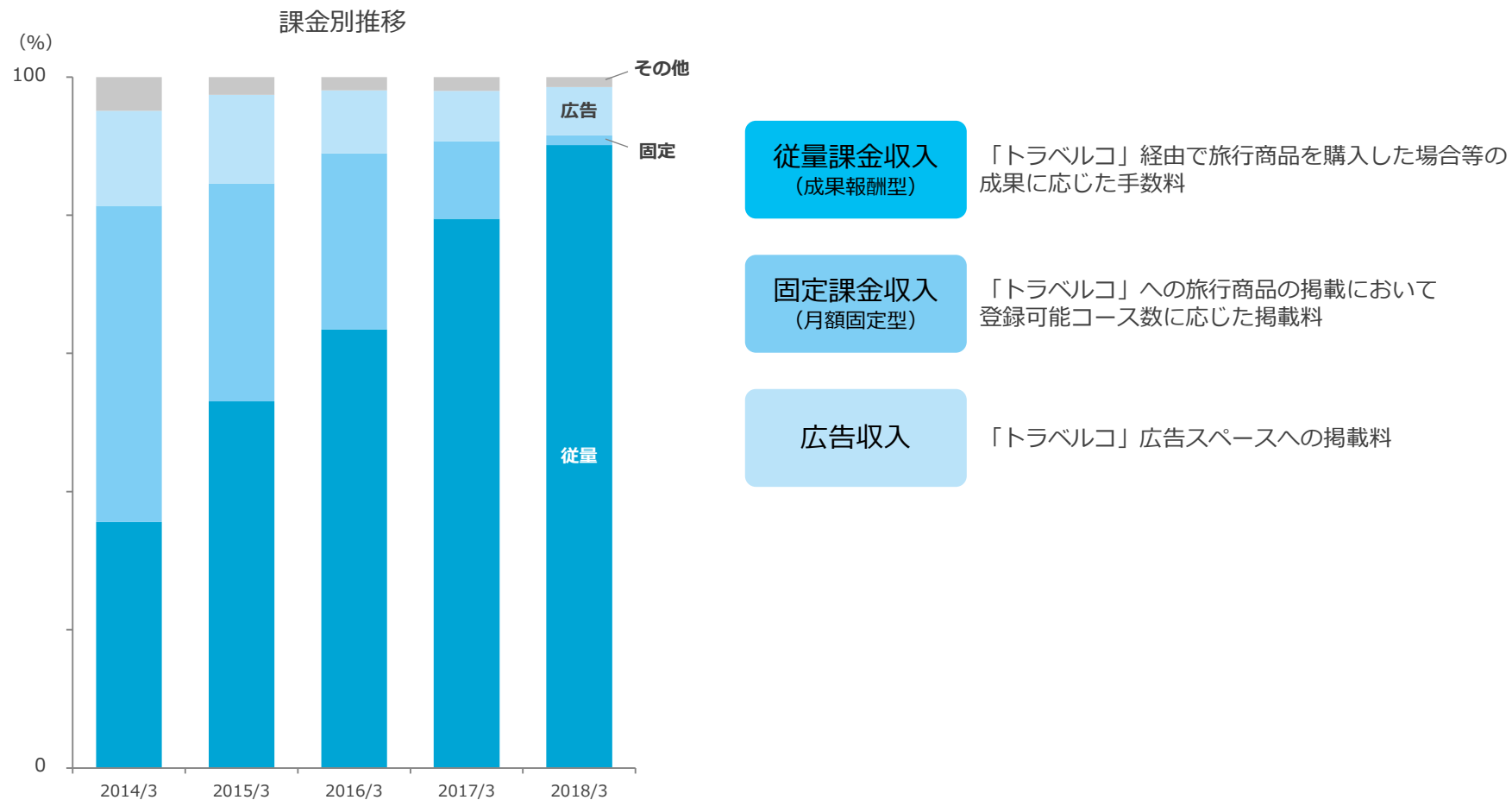
対応言語

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

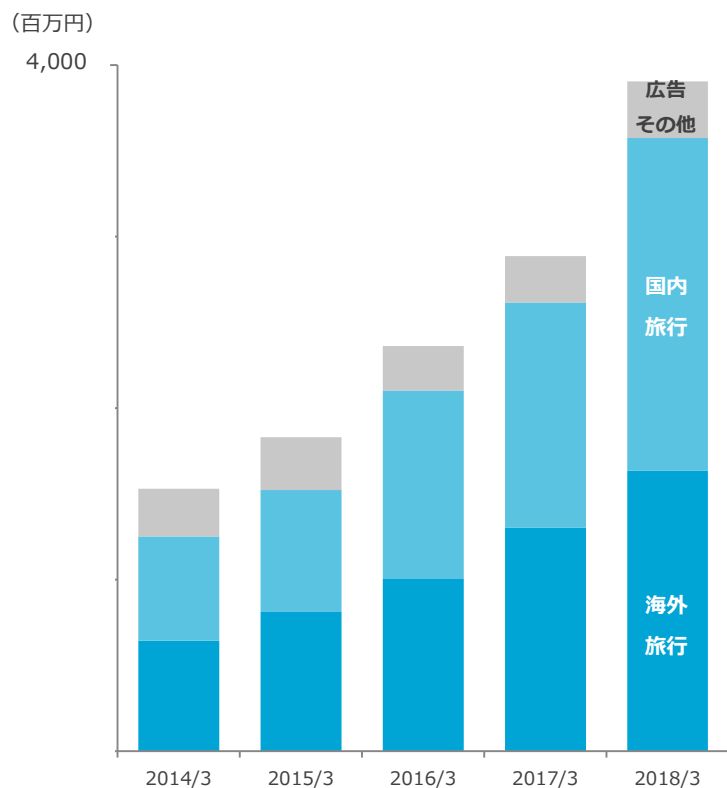


固定課金から成果に応じた従量課金にシフト



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



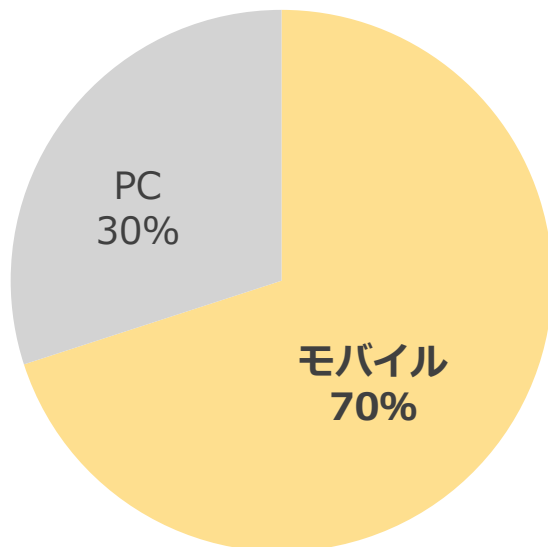
海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による
市場のトレンド変化にも柔軟に対応

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

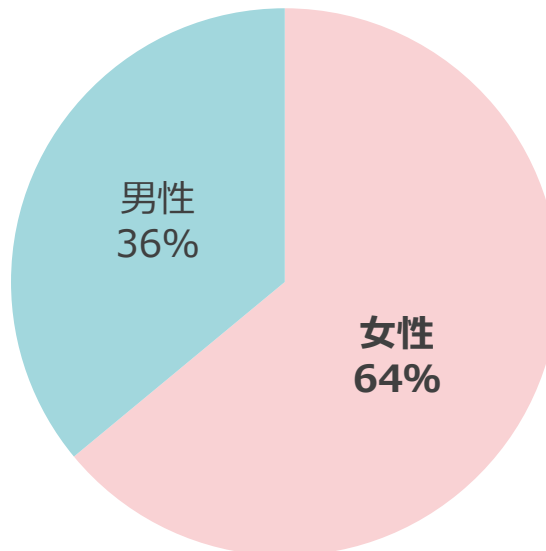
ユーザ属性※1

閲覧環境

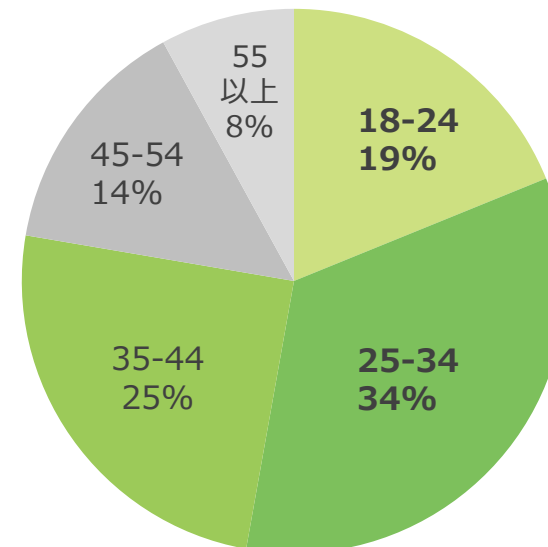


※ほぼすべてのジャンルでスマートフォン対応済

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700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

…700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

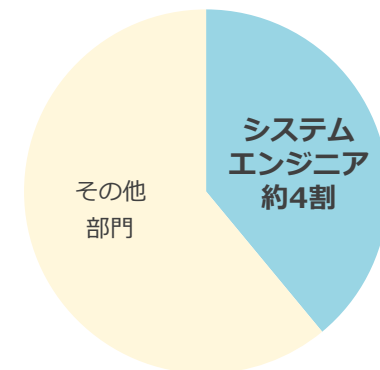
これだけ多くの旅行ジャンルをカバーし、700以上の旅行サイトと連携し、またそれら全てを並行して進化させていくためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となります。

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。

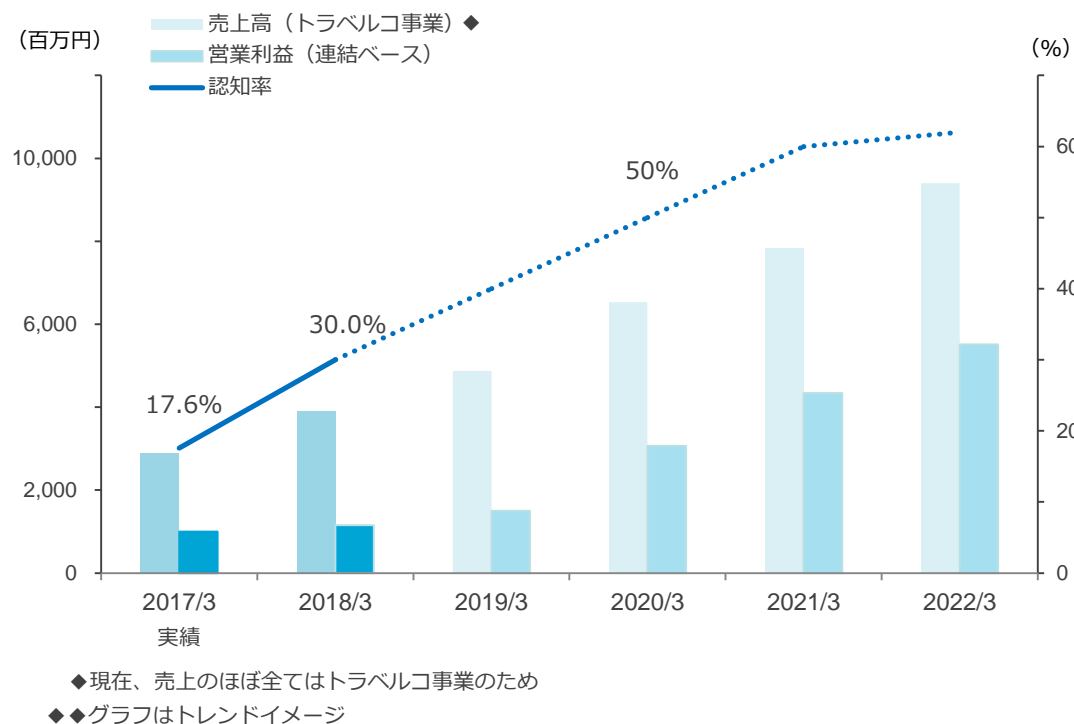
全従業員に占める
システムエンジニアの割合



- 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

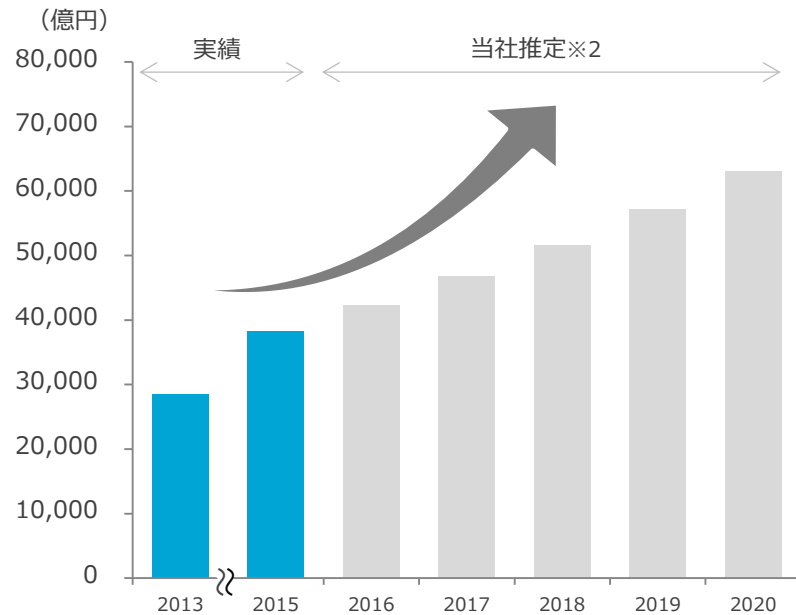
※※売上が認知率と比例して成長するためには上記に加え商品の価格競争力も重要であるが、これについては当社の強みであり今後も維持できるものと想定



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

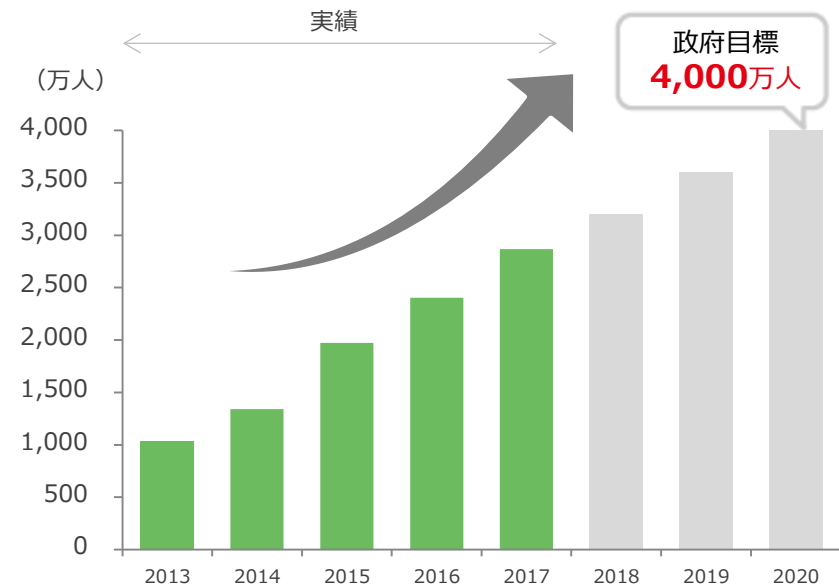
旅行の総市場規模：9兆7千億円 ※1
 オンライン市場規模：**3兆8千億円**（2015年）※1
 年平均**+15%**成長 ※1



※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

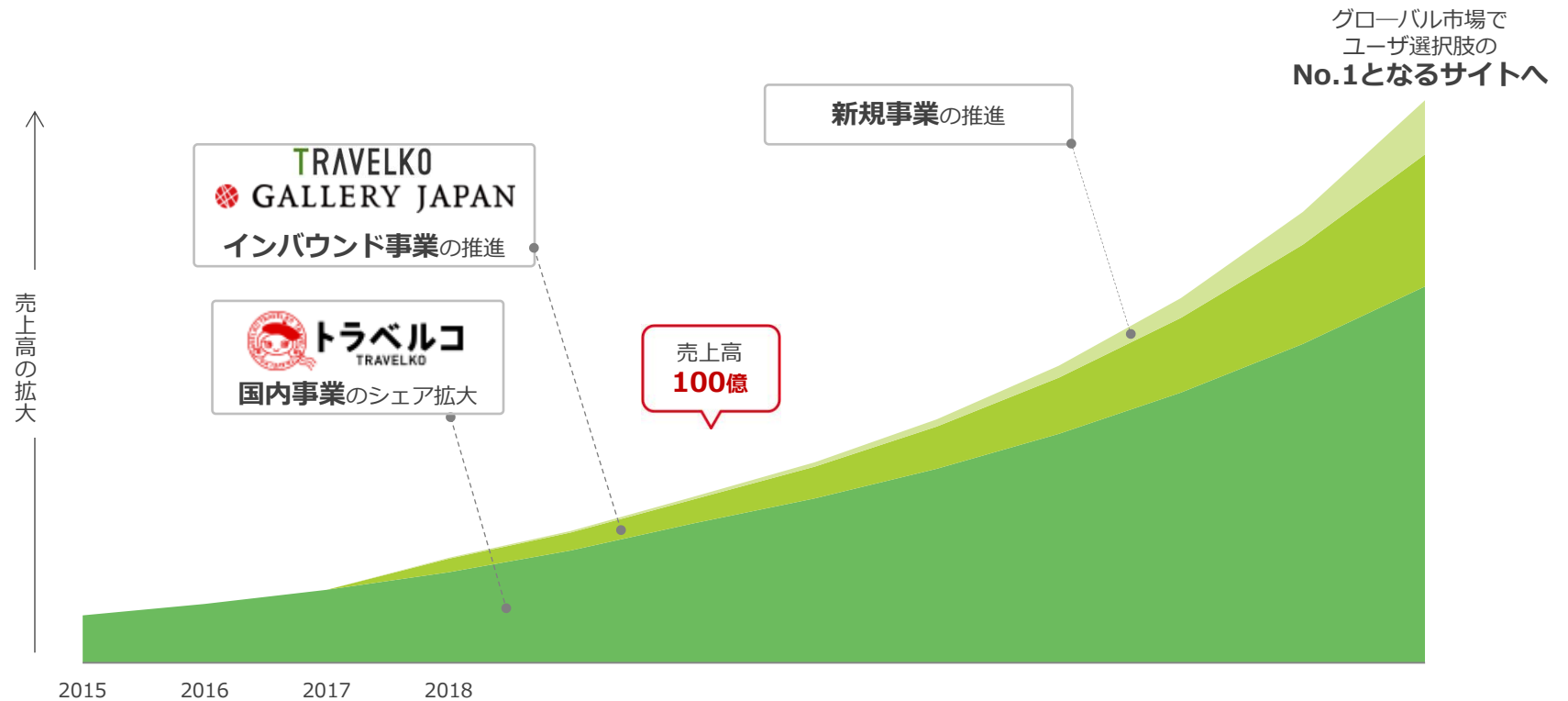
成長するインバウンド市場

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>