

# 2020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. 今後の主な取組み予定
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. 今後の主な取組み予定
5. 参考資料

## ■ 今期重要戦略

- 売上高 **6,000百万円**（前期比+ **20.7%**）、営業利益 **2,200百万円**（前期比+ **29.2%**）
- 2020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実施等により認知率**47.0%以上**を目標とする
- 日本市場のプロモーションについては前期を基準に約15億円と想定し、加えて  
期中での追加投資や海外市場におけるプロモーションの可能性を織り込み、広告予算を設定

## ■ 1Q実績

- 売上高**1,296百万円**（前年同期比+**16.3%**）、営業利益**558百万円**（前年同期比+**22.5%**）
  - ゴールデンウィーク10連休の影響(※)により、市場の動きは鈍かったものの、  
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
- ※ 連休に対する旅行予約時期の前倒し及び夏休み旅行需要へのマイナス影響

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. 今後の主な取組み予定
5. 参考資料

# 2020年3月期 第1四半期 / 損益計算書

- ゴールデンウィーク10連休の影響(※)により、市場の動きは鈍かったものの、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

※ 連休に対する旅行予約時期の前倒し及び夏休み旅行需要へのマイナス影響

単位：百万円

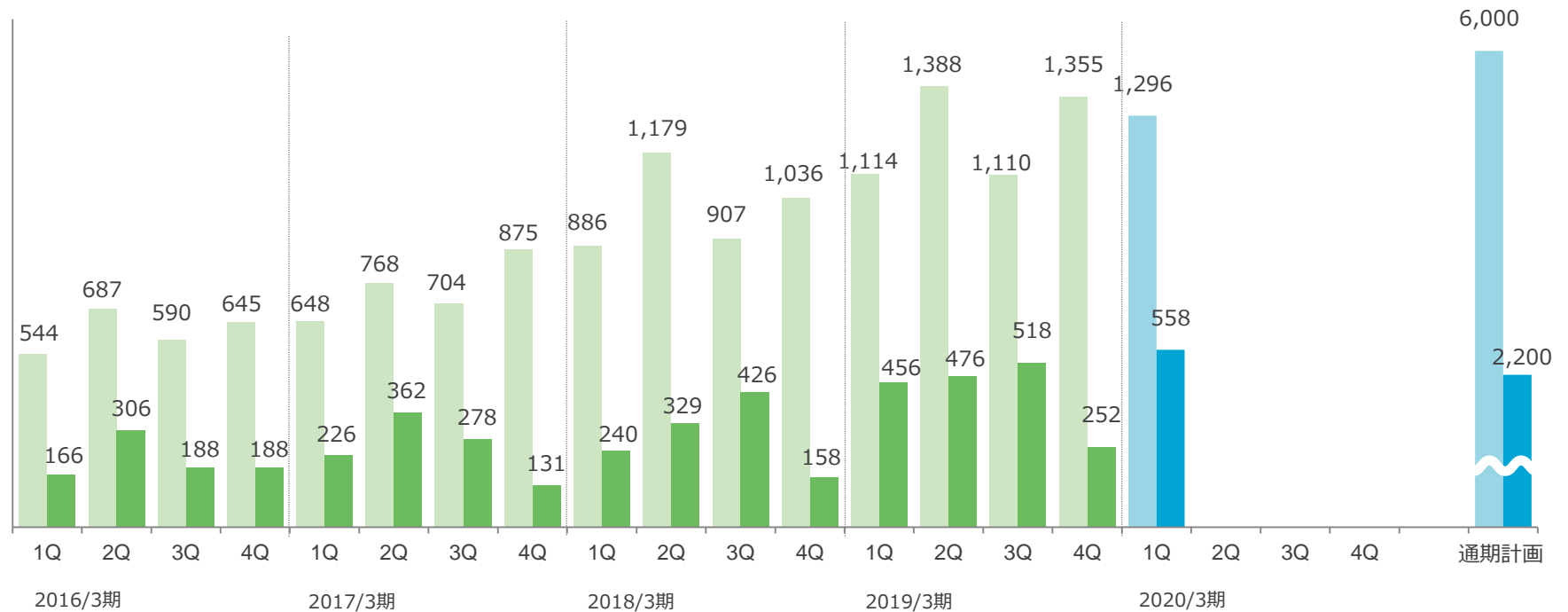
	2019/3 1Q実績	2020/3 1Q実績	増減額	前年同期比	進捗率	2020/3 通期計画
売上高	1,114	1,296	+181	+16.3%	21.6%	6,000
売上原価	136	165	+28	+21.0%	24.3%	680
売上総利益	978	1,131	+153	+15.7%	21.3%	5,320
販売費及び一般管理費	522	572	+50	+9.7%	18.4%	3,120
営業利益	456	558	+102	+22.5%	25.4%	2,200
経常利益	457	559	+102	+22.3%	25.4%	2,200
当期純利益	315	348	+32	+10.3%	26.4%	1,320
営業利益率	40.9%	43.1%	+2.2P	-	-	36.7%

# 2020年3月期 第1四半期 四半期業績推移

- 過去最高の四半期営業利益を達成
- 2020年3月期においても通常の売上トレンドと同様、2Q・4Qが高くなると想定

単位：百万円

■ 売上高 ■ 営業利益



# 2020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
- 2020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実施等により認知率47.0%以上を目標とする
- 日本市場のプロモーションについては前期を基準に約15億円と想定し、加えて期中での追加投資や海外市場におけるプロモーションの可能性を織り込み、広告予算を設定

単位：百万円

	2019/3 実績	2020/3		
		通期予想	増減額	前期比
売上高	4,969	6,000	+1,030	+20.7%
売上原価	615	680	+64	+10.5%
売上総利益	4,354	5,320	+965	+22.2%
販売費及び一般管理費	2,651	3,120	+468	+17.7%
営業利益	1,703	2,200	+496	+29.2%
営業外損益	4	0	-4	-100.0%
経常利益	1,708	2,200	+491	+28.8%
特別損益	56	0	-56	-100.0%
当期純利益	1,099	1,320	+220	+20.1%



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. 今後の主な取組み予定
5. 参考資料

- 04/16 トラベルコ 国内宿・ホテル・旅館でホテルWBFグループと新規連携。ホテルWBFなどの公式サイト最安値プランの検索が可能に！
- 05/29 トラベルコ 国内宿・ホテル・旅館でクラブメッドとの直接連携を開始。クラブメッドの公式サイト価格も比較可能に！
- 06/21 Travelko 大阪の旅行体験情報サイト「DeepExperience OSAKA」へ、多言語および日本語ホテル検索・比較システム提供を開始
- 06/28 Travelko 神戸観光局の公式観光サイト「FeelKOBE」へ、日本語および多言語ホテル検索・比較システム提供を開始

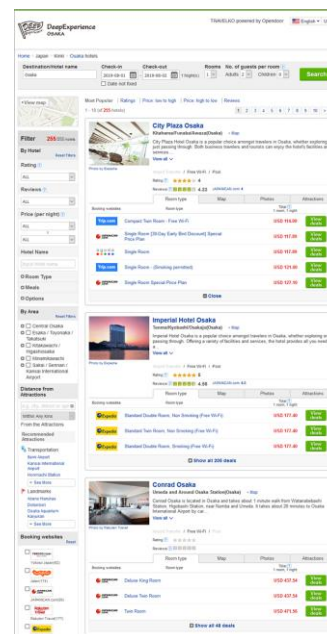
## 国内ホテル 新規連携



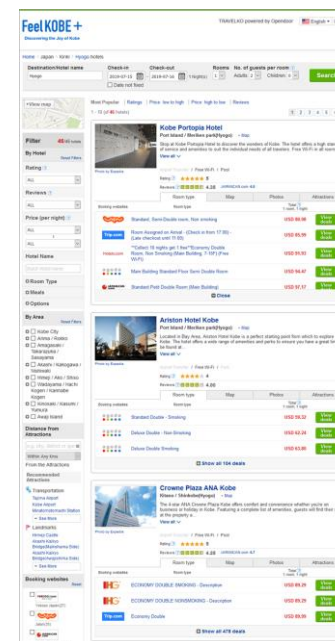
## 国内ホテル 新規連携



## Travelko ASP提供開始



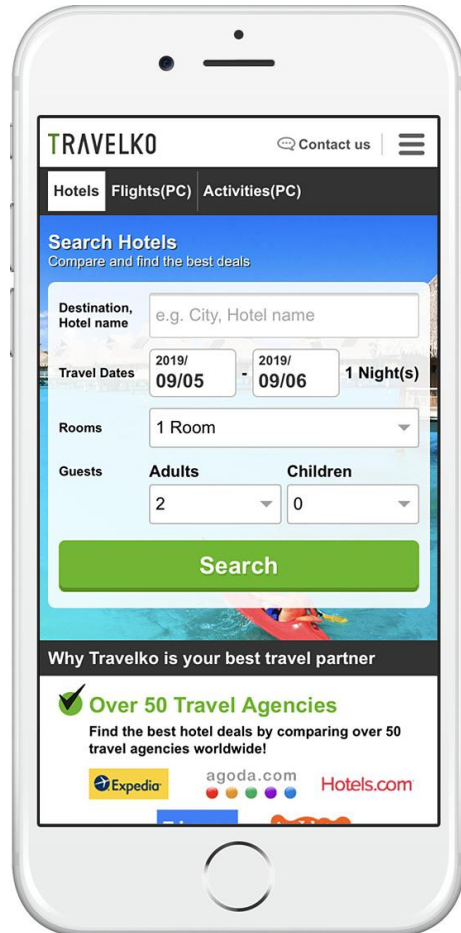
## Travelko ASP提供開始



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
- 横断比較サービスのメニュー拡大  
(民泊・旅行保険・クルーズ・アウトドアなど)



- 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
- プロモーションによる認知率向上

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. 今後の主な取組み予定
5. 参考資料

### 2019年 オリコン顧客満足度®調査 格安ホテル比較サイト／格安航空券比較サイト ランキング 第1位を受賞しました！（テレビCM放送開始日：2019年6月1日）

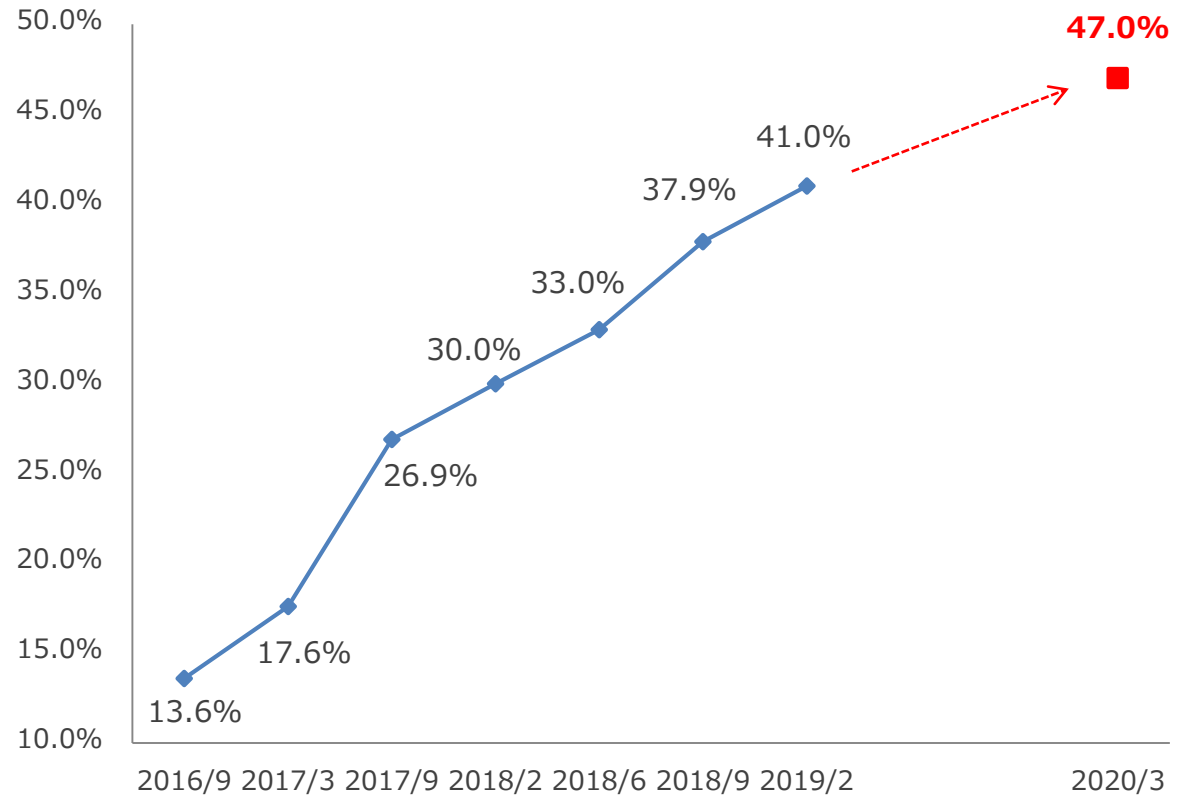
トラベルコのサイトをご利用くださる皆さまのおかげで、  
**ホテル、航空券ともに総合第1位**の評価をいただくことができました。

常日頃、お客様のニーズに迅速にお応えできるよう、  
徹底したお客様目線を心がけたサービスの提供に努めておりますが、  
より一層ご満足いただけるように今後も努力してまいります。

トラベルコをご利用くださったすべてのお客様に改めて御礼申し上げます。



## ●テレビCM実施等により認知率**47.0%**以上を目標とする



出典：オープンドア自社調査（2019年2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

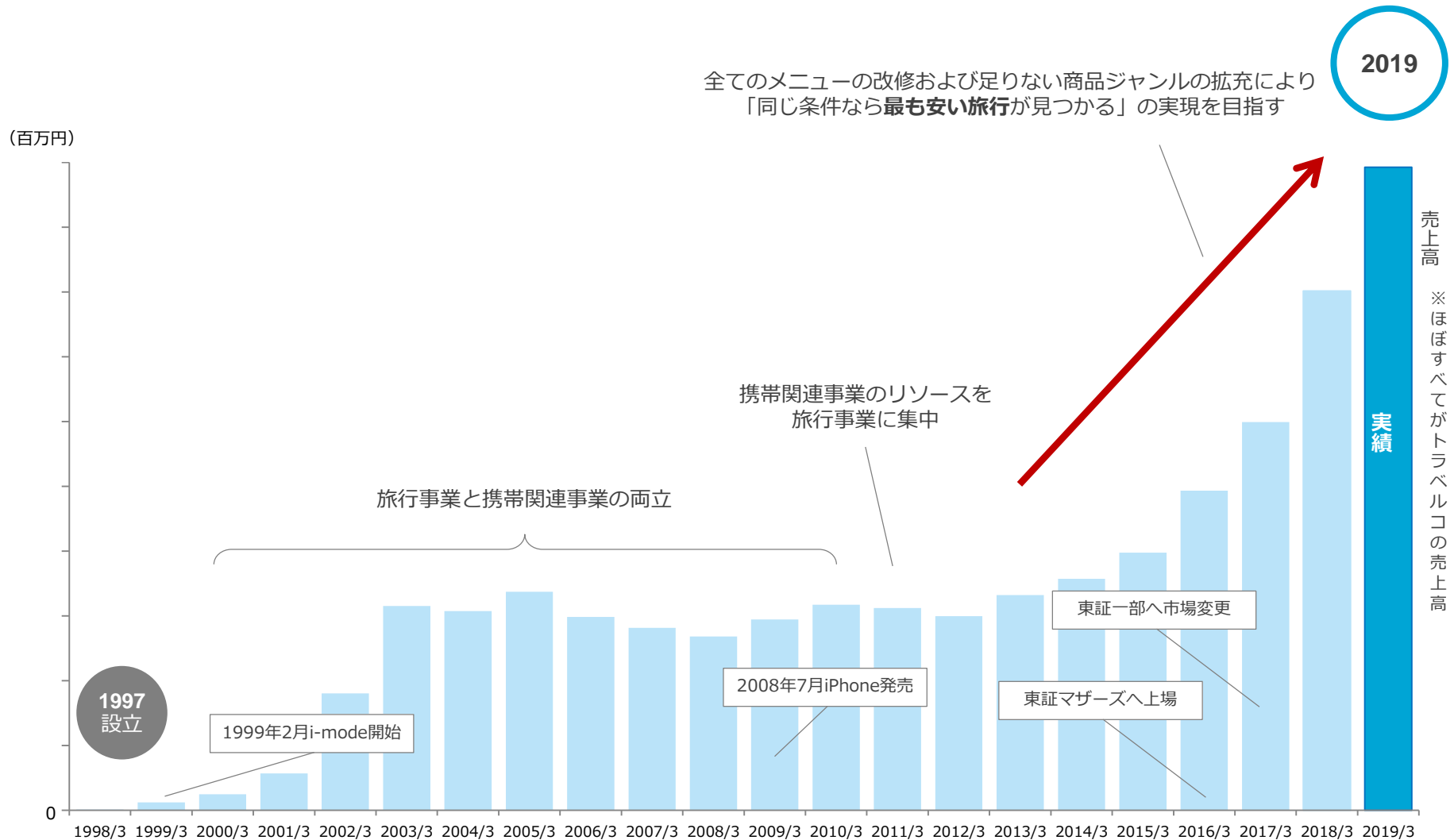


# 2020年3月期 第1四半期 / 貸借対照表

- 業績は堅調に推移しており、純資産が増加（+ 349百万円）

単位：百万円	2019/3末 実績	2019/6末 実績	増減額
流動資産	5,680	5,992	+311
現金及び預金	4,719	4,898	+178
その他	961	1,093	+132
固定資産	631	626	-4
資産合計	6,312	6,618	+306
流動負債	1,043	1,003	-39
固定負債	66	63	-2
負債合計	1,109	1,067	-42
純資産合計	5,202	5,551	+349
資本金	648	648	-
資本剰余金	474	474	-
利益剰余金	4,092	4,441	+348
その他	-12	-12	+0
負債純資産合計	6,312	6,618	+306

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176名



700以上の旅行サイトの商品と比較・検索できる旅行比較サイト

理想の旅をいちばん安く  
**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 メールマガ このページの質問・要望

国内 海外

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！

トラベルコの新CM登場！CMギャラリーにて公開中！

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
新幹線+ホテル	国内レンタカー	オプションツアー	海外Wi-Fiレンタル
夜行バス・高速バス	遊び・体験	ファイナルコール	
日帰りバスツアー	ファイナルコール		

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  
海外80都市！人気スポットまとめ記事

最安値一覧

東京発 5月 6月 【マーク説明】 ↓ ↑ 最安値の更新商品あり ※4月18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 1.68万円	札幌 2,000円	ソウル3日間 1.38万円 ↓ 台北3日間 1.88万円 ↑
旭川3日 2.58万円	鬼怒川温泉 2,980円	香港3日間 2.34万円 ↓  Guam4日間 3.98万円
金沢2日 1.50万円	東京 2,100円	バンコク4日間 2.25万円 ↓ シンガポール4日間 2.78万円

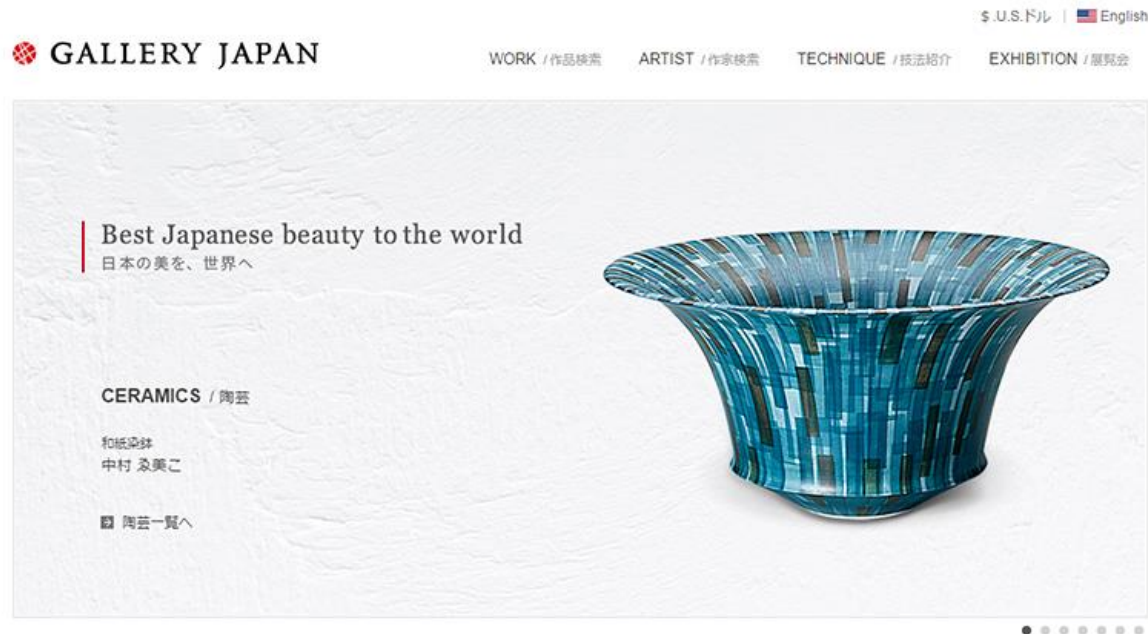


海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ

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



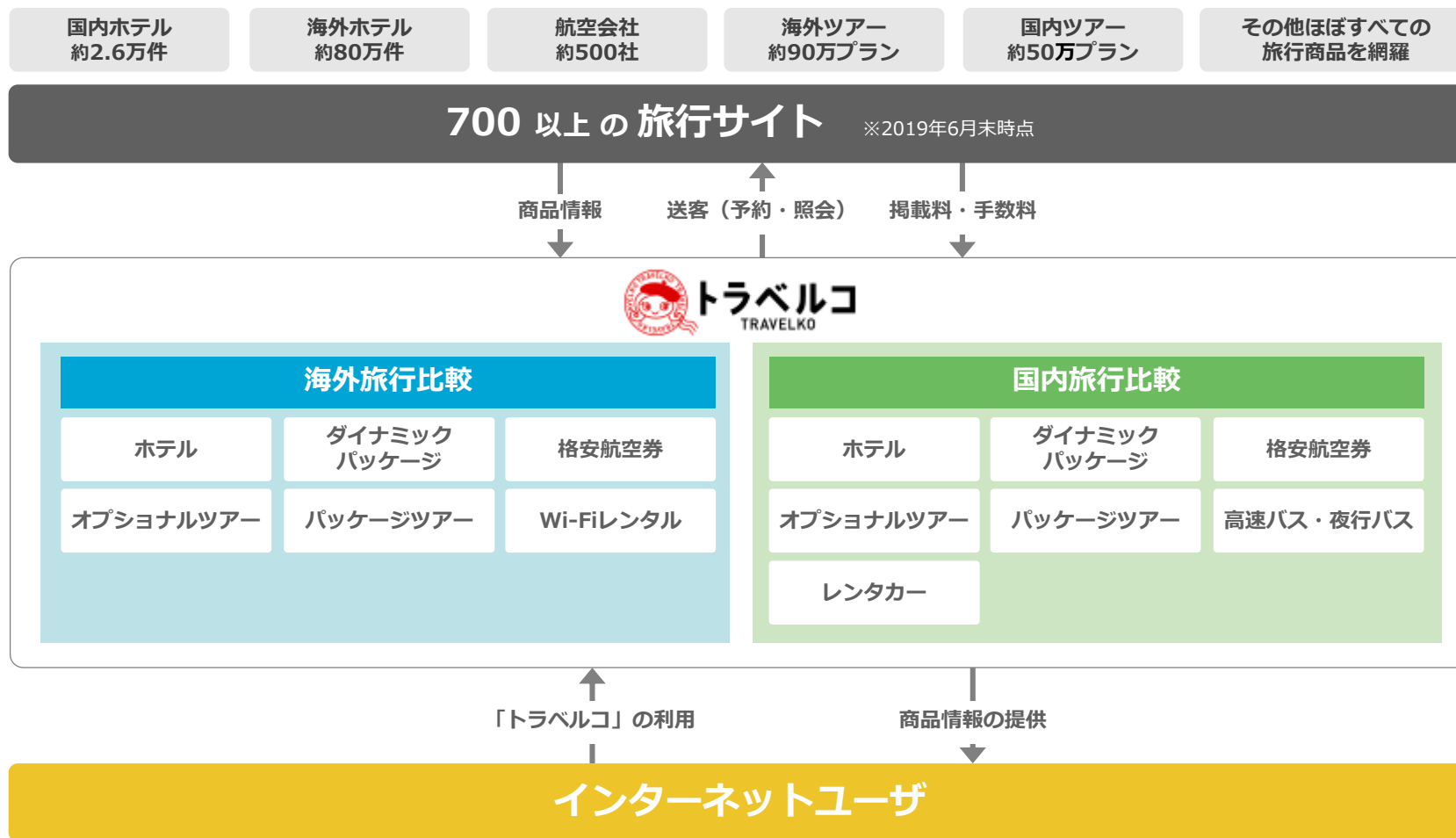
## WORK / 作品紹介



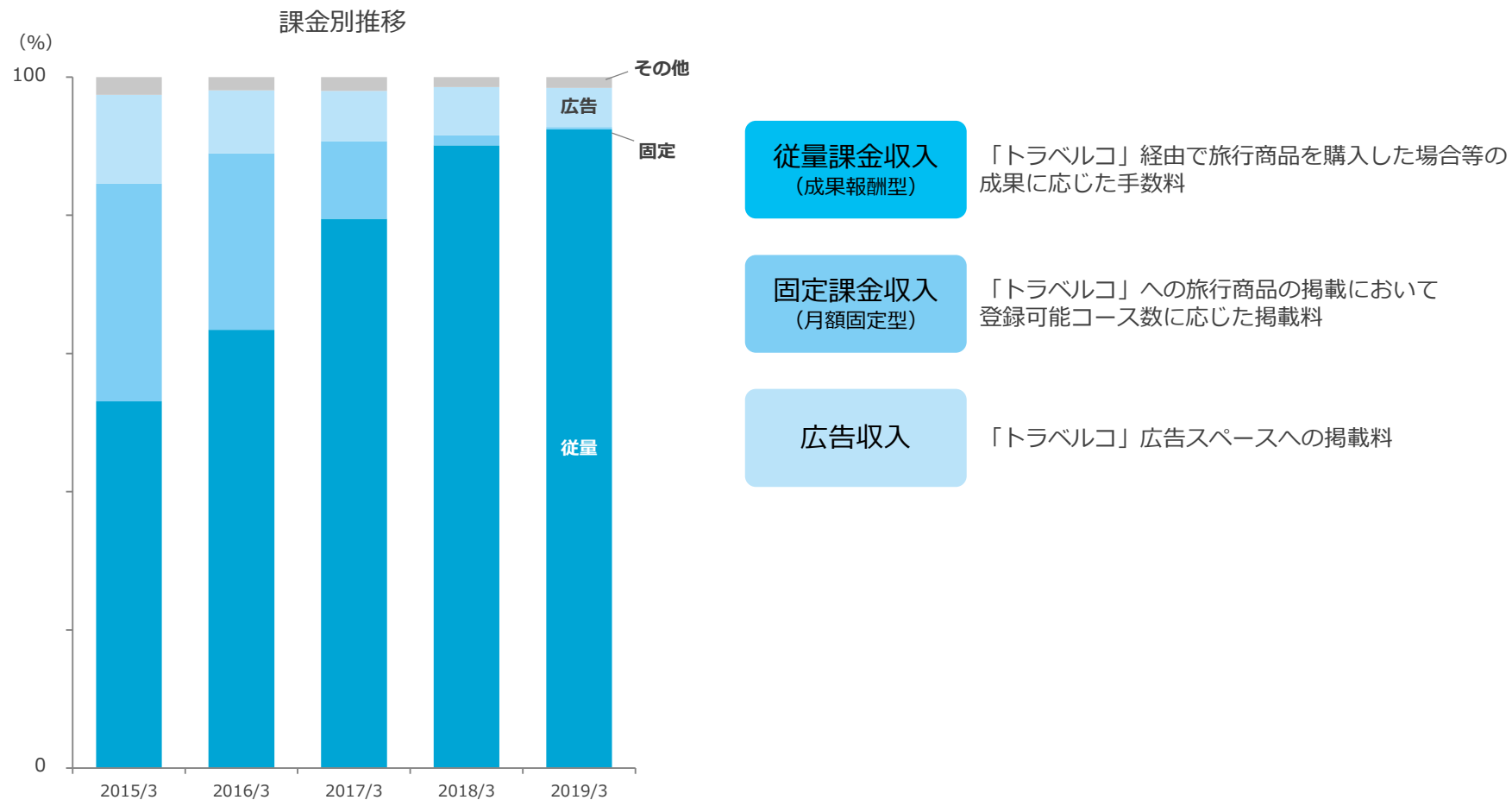
対応言語

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



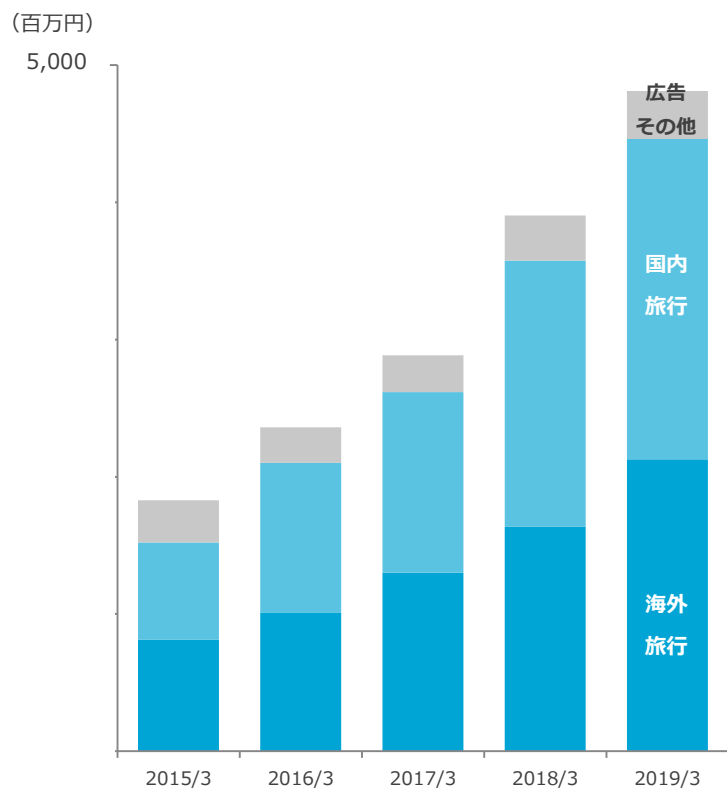
## 固定課金から成果に応じた従量課金にシフト





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



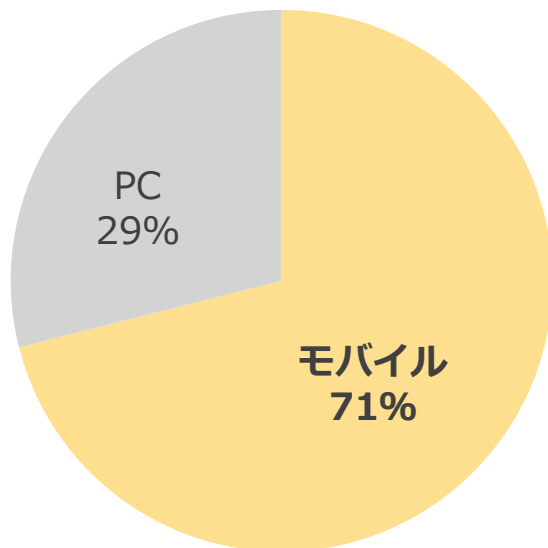
海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による  
**市場のトレンド変化にも柔軟に対応**

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

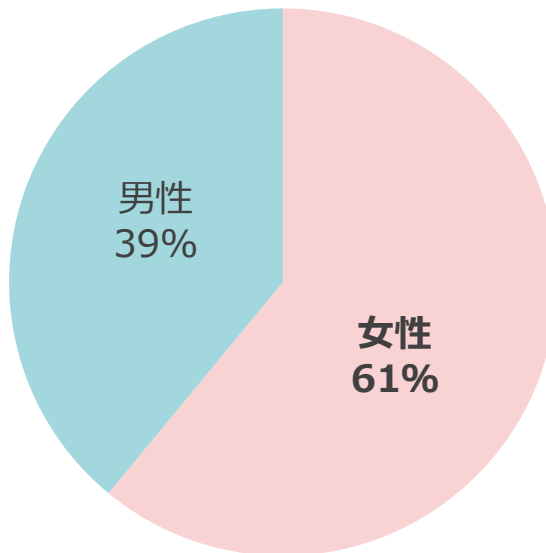
## ユーザー属性※1

閲覧環境

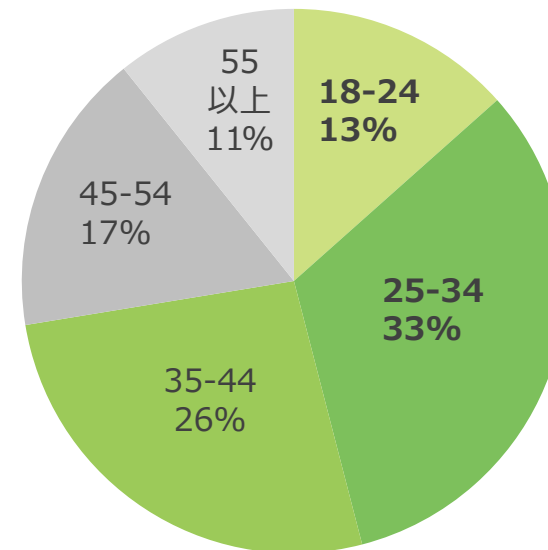


※ほぼすべてのジャンルでスマートフォン対応済

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 2018/4 - 2019/3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場合があります。

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

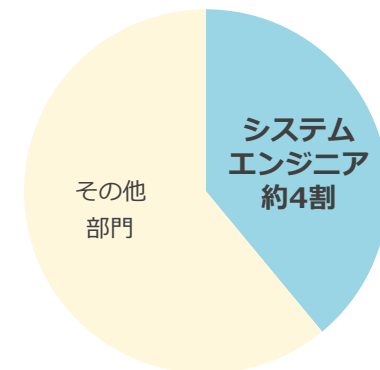
これだけ多くの旅行ジャンルをカバーし、700以上の旅行サイトと連携し、またそれら全てを並行して進化させていくためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となります。

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、70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。

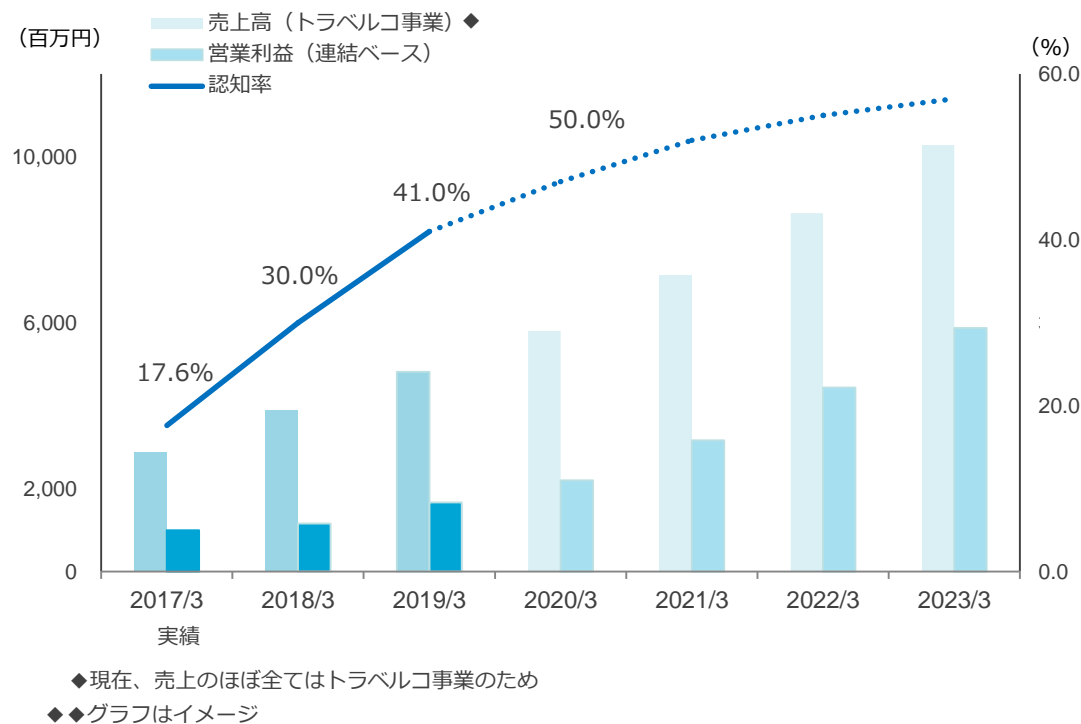
全従業員に占める  
システムエンジニアの割合



- 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

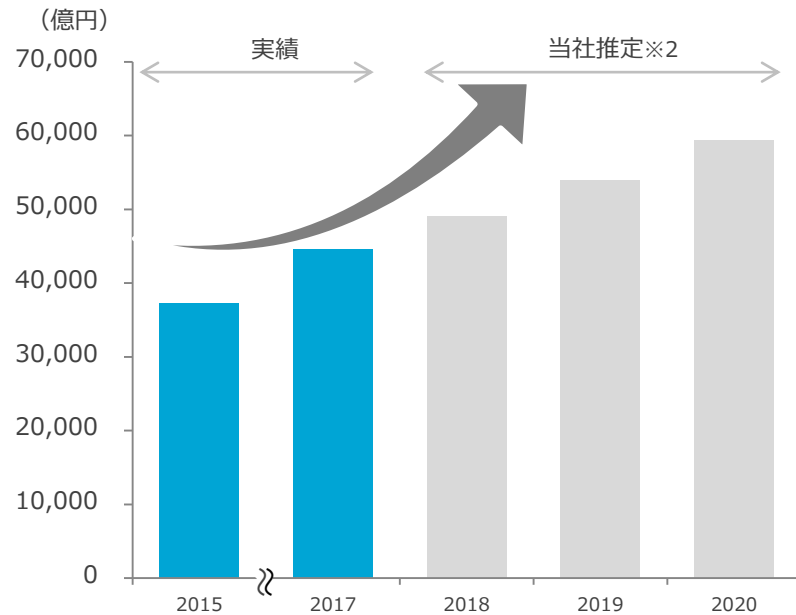
※※売上が認知率と比例して成長するためには上記に加え商品の価格競争力も重要であるが、これについては当社の強みであり今後も維持できるものと想定



## 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

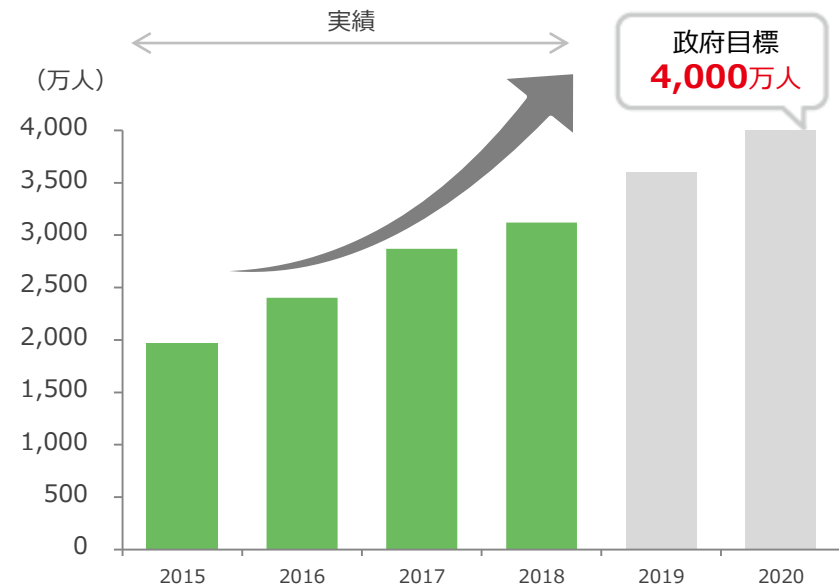
旅行の総市場規模：10兆1百億円 ※1  
 オンライン市場規模：4兆4千億円（2017年）※1  
 年平均 **約10%** 成長 ※1



※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4版」より抜粋  
 ※2 年平均+10%で成長すると仮定

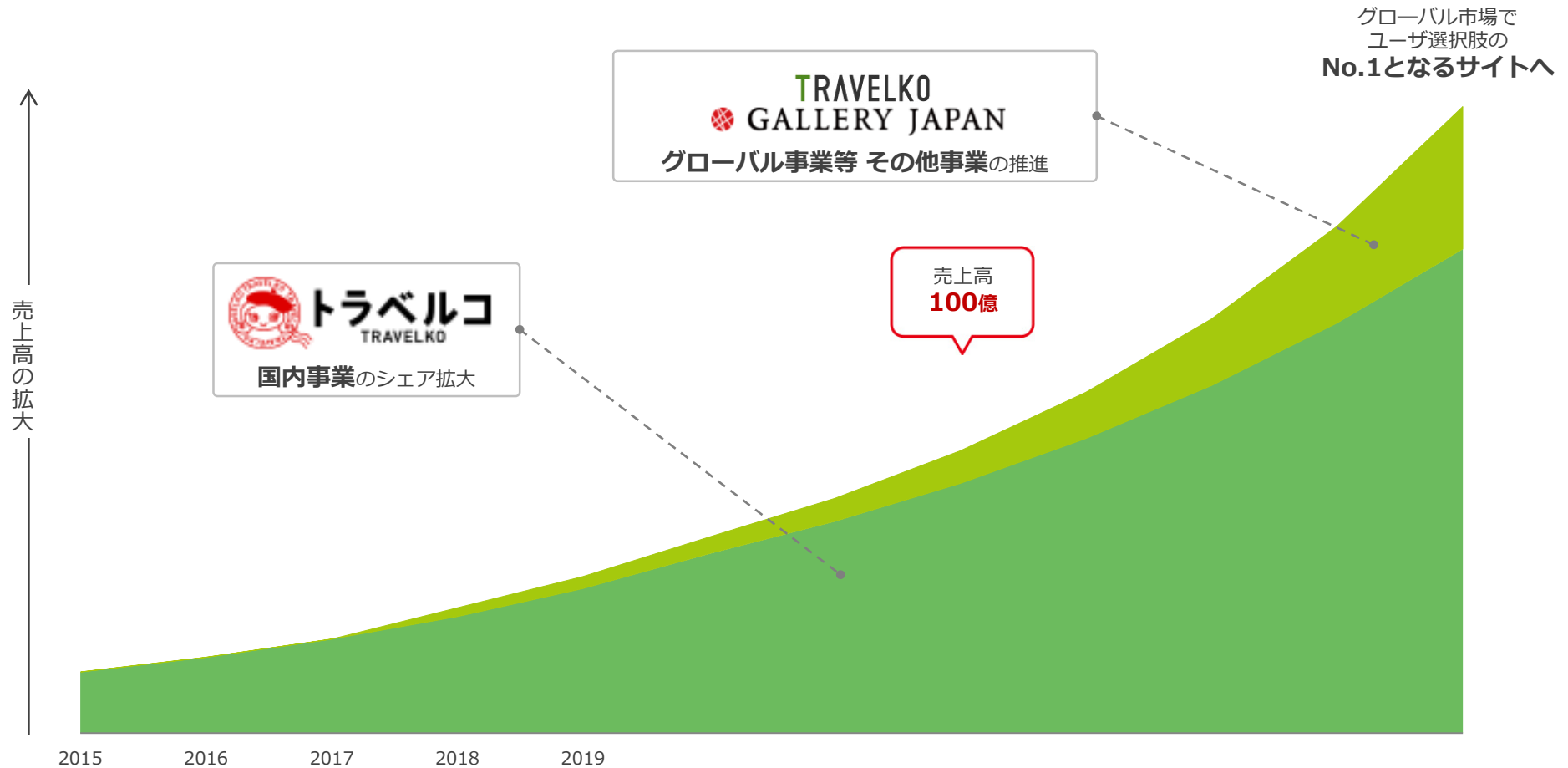
### 成長するインバウンド市場

2018年 3,119万人※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>