

ADVENTURE

日本初のグローバルLOTAへ

2022年6月期第2四半期 決算説明資料

株式会社 アドベンチャー
(証券コード:6030)



1. グループ概要

2. ハイライト

3. 連結業績

4. 今後の戦略

5. Appendix

1. グループ概要

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	東京本社 〒150-6024 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー24F 大阪事務所 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーBオフィス27F
設立	2006年12月21日
資本金	3,281,560千円（2021年12月31日現在）
従業員数	133人（アルバイトは除く）（2021年12月31日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
加盟・認可団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員/国際航空運送協会（IATA）公認代理店
事業内容	コンシューマ事業（航空券等販売サイト「skyticket」の運営）・投資事業

KPIハイライト（2021年6月期連結実績）			
収益	営業利益	当期利益	アプリダウンロード数
362 億円	9億8300 万円	8億4400 万円	1700 万DL突破 2021年11月1日時点

グループ概要

ハイライト

連結業績

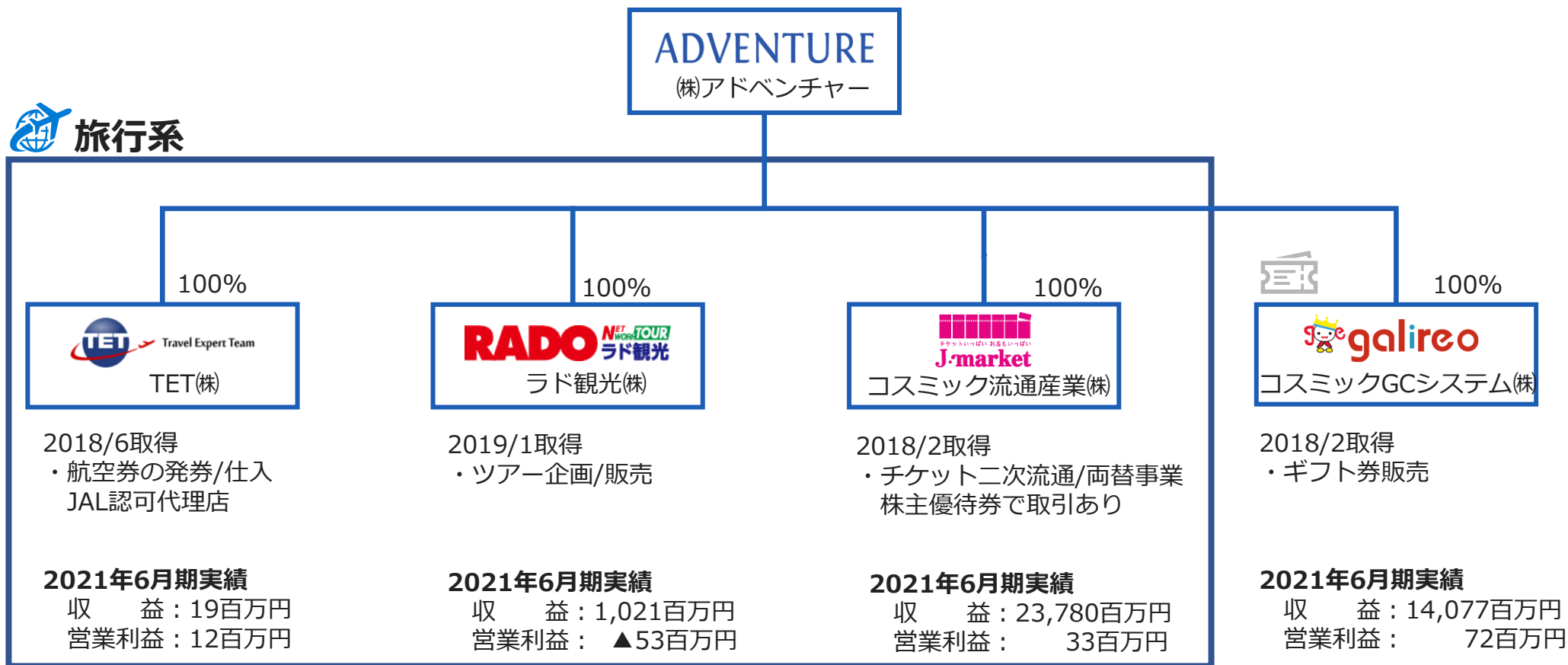
今後の戦略

Appendix

1. グループ概要

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



※実質稼働中の子会社のみ記載

グループ概要

ハイライト

連結業績

今後の戦略

Appendix

1. グループ概要

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



節約思考のユーザーを
ターゲットに
低価格帯商品に
フォーカス



旅行の予約全てを
一つのサイトで完結



低価格帯商品の
総合予約プラットフォーム



スマホユーザーの拡大
に伴い従来の広告から
SNS広告を利用した
アプリ広告に注力



42カ国語対応のため
海外のユーザー多数

グループ概要

ハイライト

連結業績

今後の戦略

Appendix

どれほど安い価格で旅行を充実させるか

高い料金を払えば旅行が充実することは当たり前。

低額な予算でも充実した旅行ができる時代へ。

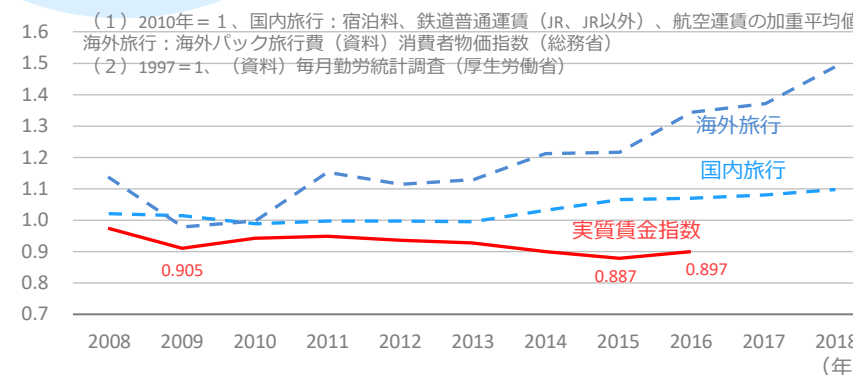


所得格差が大きくなっている上に労働賃金減少は先進国で日本だけ

2004年・2010年比較で20代から40代で差が広がっており、労働賃金が2年連続で減少中。低所得者が増加傾向にあるにもかかわらず、旅行価格が上昇している。

今後さらに低価格帯の旅行商品需要が増加すると考えられる。

価格水準⁽¹⁾と実質賃金指数の推移⁽²⁾



■ アドベンチャー旅行事業

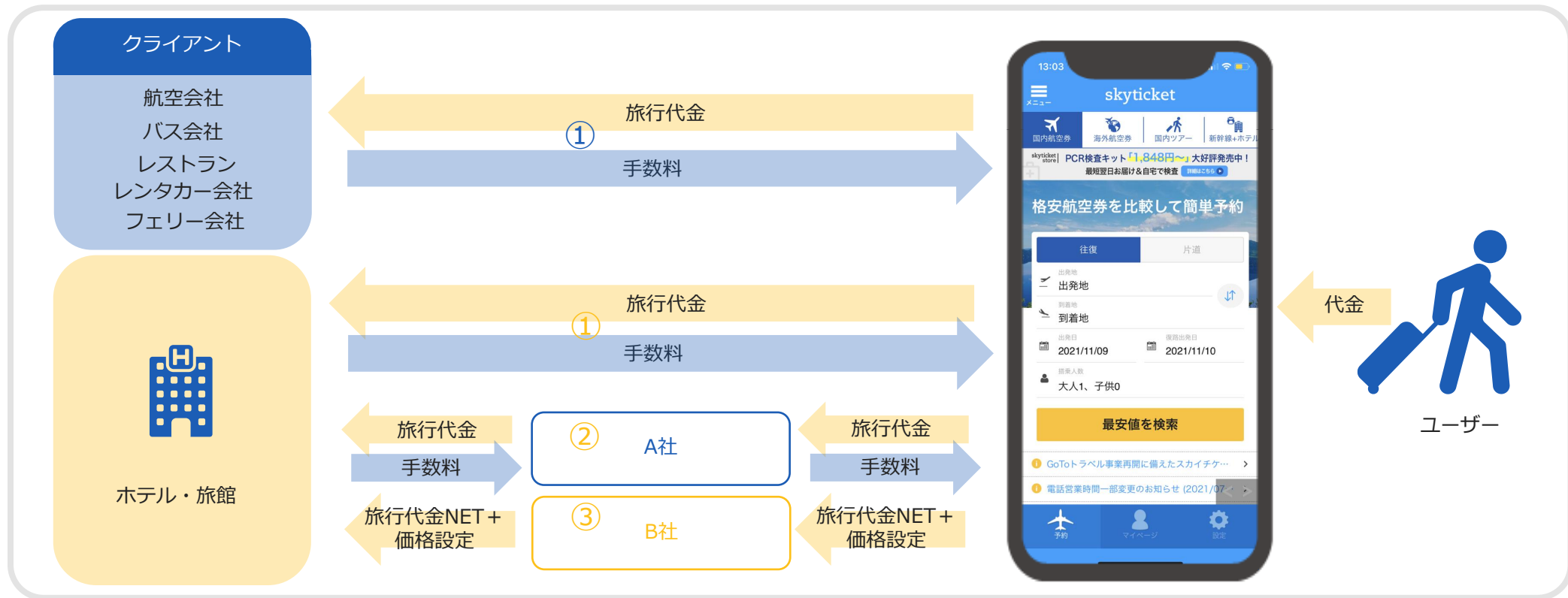
航空券の予約・販売からスタートした旅行予約サイト「**skyticket**」を運営
総合的な予約のプラットフォームを目指し、ホテル、レンタカー、高速バス、フェリー、Wi-Fiレンタル、
旅行パッケージ商品とそのサービス範囲を拡大し続けている



■ 収益構造

航空券・高速バス・レストラン・レンタカー・フェリーなど
→ ①予約成約に対するクライアントからの成果報酬

ホテル → ①宿泊予約成約に対する宿泊施設からの成果報酬
②A社商品の予約成約に対する成果報酬
③B社商品販売時に設定した金額の差額



■ サービス別テイクレートの概要



国内線 **15%~25%**
国際線 **10%程度**
キャンセル数によって変動



募集型企画旅行は
グロス計上のため取扱高=収益
テイクレート：10%



直接契約のホテル **13%**
A社経由のホテル **約6.5%**
B社経由のホテル 価格設定



席のみ予約 **180円**
コース予約 **10%**
テイクアウト予約 **13%**



①会社によって固定
②段階手数料制

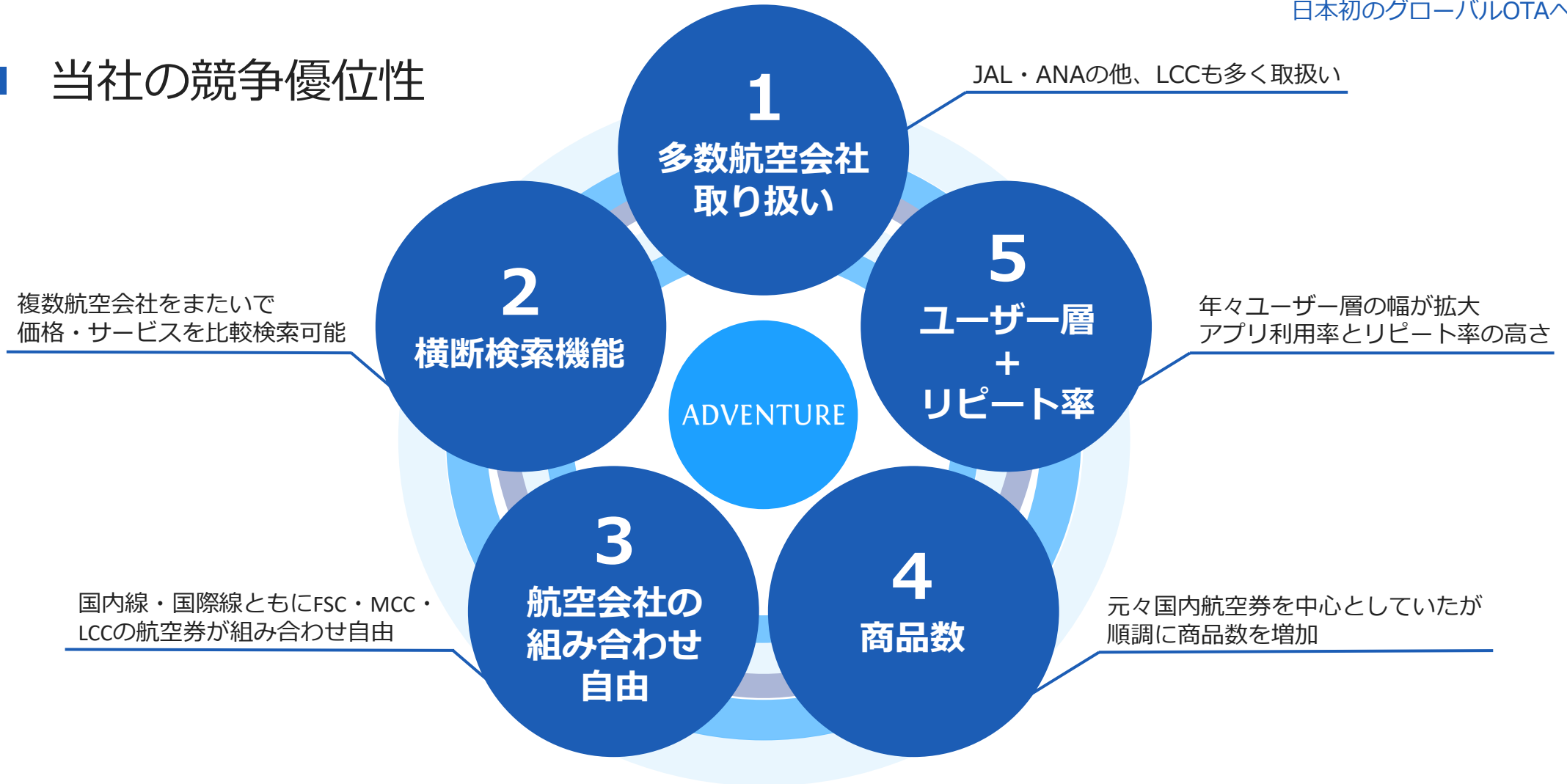


段階手数料制



①会社によって固定
②段階手数料制

■ 当社の競争優位性



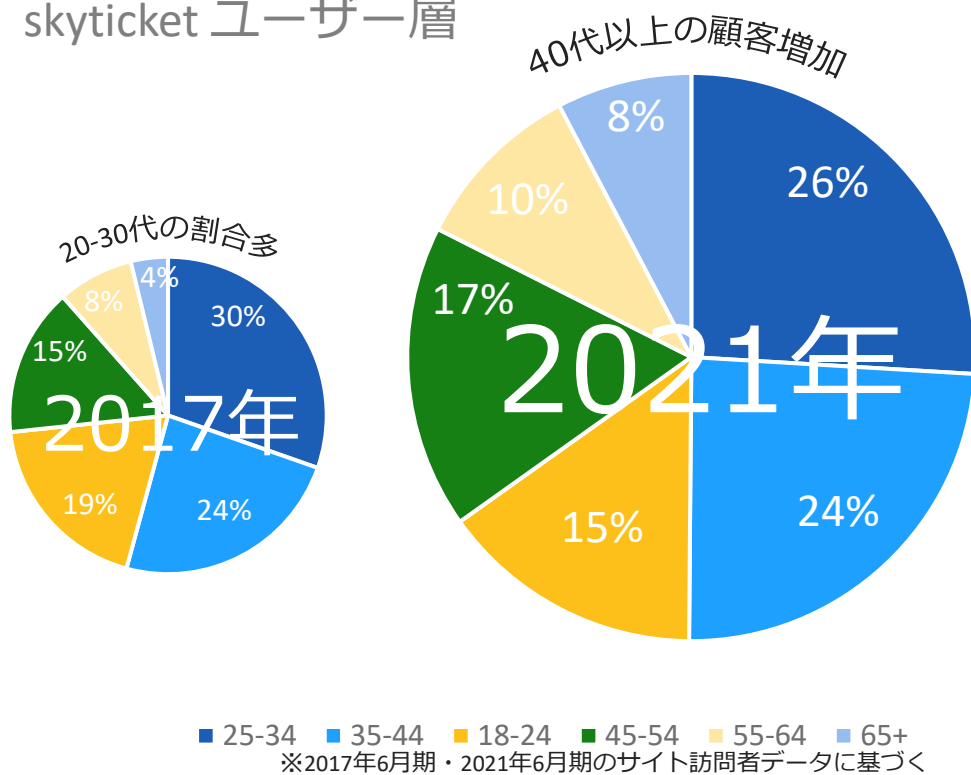
1. グループ概要

日本初のグローバルOTAへ

幅広いユーザー層へと変化

TTA利用者だった40代以上の顧客がコロナウイルスによる店舗閉鎖に伴いskyticketを利用

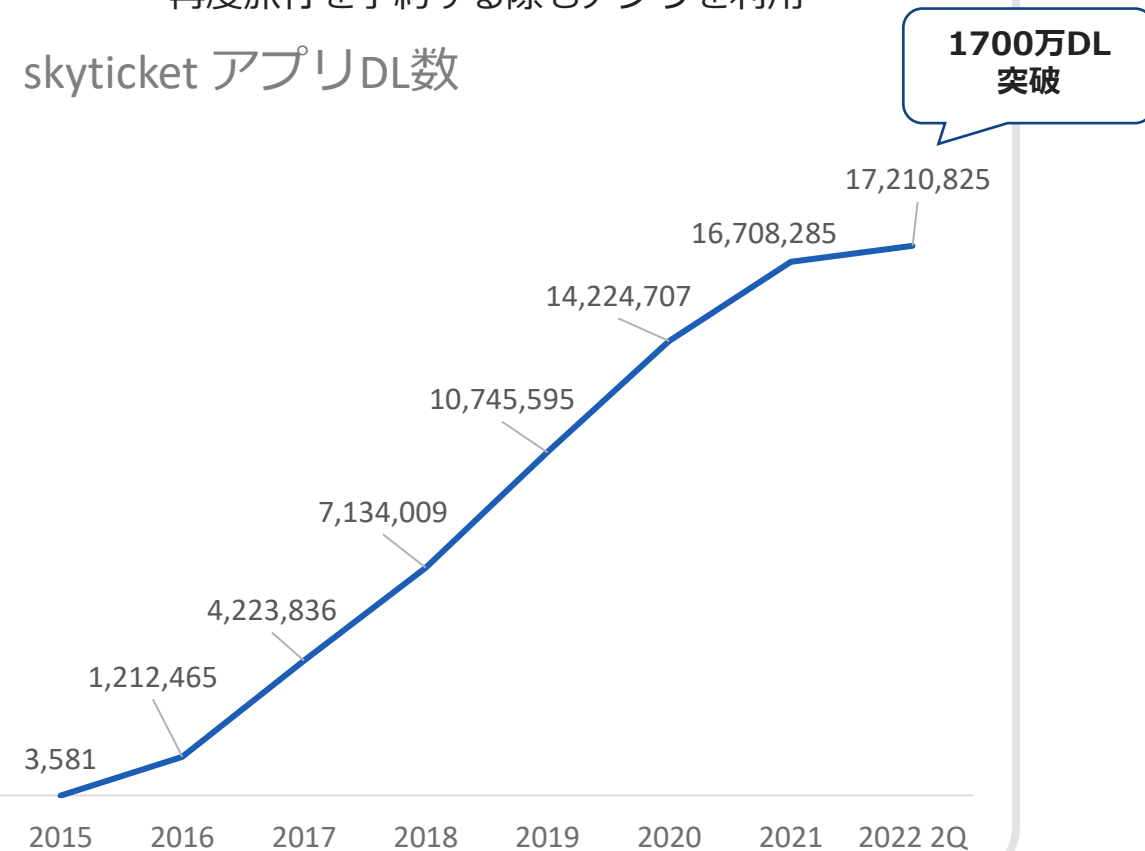
skyticket ユーザー層



アプリ利用者増加に伴うリピート率の増加

アプリを一度ダウンロードをすることで、再度旅行を予約する際もアプリを利用

skyticket アプリDL数



グループ概要

ハイライト

連結業績

今後の戦略

Appendix

1. グループ概要

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

■ マーケティング

他社に比べアプリ広告への投資に注力

アプリ広告

高いアプリ広告比率

- ・ InstagramやYouTubeのSNS広告などを通してアプリの広告を積極的に実施
- ・ 他社に比べアプリ広告への投資比率が圧倒的に多い

早い段階から アプリ広告に注力

1700万DLという国内OTAではトップクラスのアプリインストール数を達成し、高いアプリ粗利比率を維持できている

リスティング広告 (ウェブ広告)

サイトからアプリへの誘導

skyticketのサイトから
アプリをインストールして予約いただく
ユーザー多数



skyticket アプリ **1700万DL**達成

① 離脱率の低下

→ 他社サイトに移動せずアプリ内で商品を検索していただける

② リピート率の向上

→ 再度旅行を検索する際もアプリを利用していただける

③ 広告費の最適化

→ ユーザーが継続的にアプリを利用

④ 粗利率の継続的な向上

→ アプリユーザーは積みあげ式で増加し続けるため粗利率が継続的に高まっていく

グループ概要

ハイライト

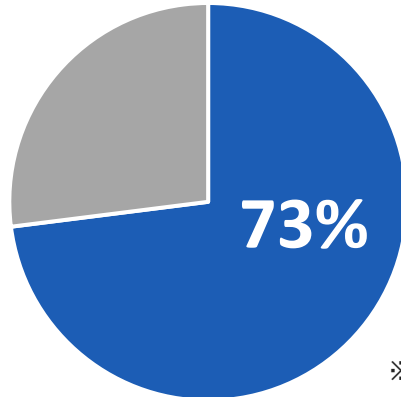
連結業績

今後の戦略

Appendix

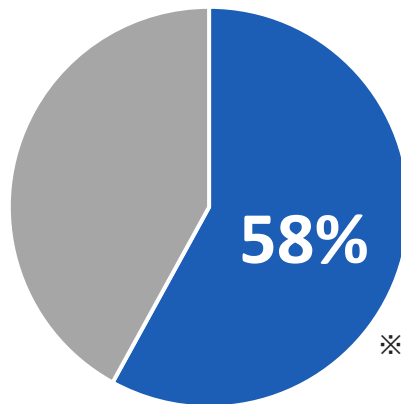
■ マーケティング

全世界の旅行者のうち
YouTubeで有力な旅行情報を収集している割合



※Google Think Travel APAC 2021より引用

APACの旅行者のうちアプリ利用を希望している割合



※Think with Google APAC
“Aerial views: Keeping grounded
travelers engaged through apps”より引用

〈SNSにおけるアプリ広告の効果期待〉

- 旅行情報を収集する割合が多いYouTubeなどのSNSには旅行に興味があるユーザーが多く存在
- SNSにアプリ広告を出すことによりインストール数増加
- リピート率の向上につながる

〈アプリ利用を希望する理由〉

- いつでもどこでも使える
- より良い価格と商品を探せる
- 簡単に検索と購入ができる

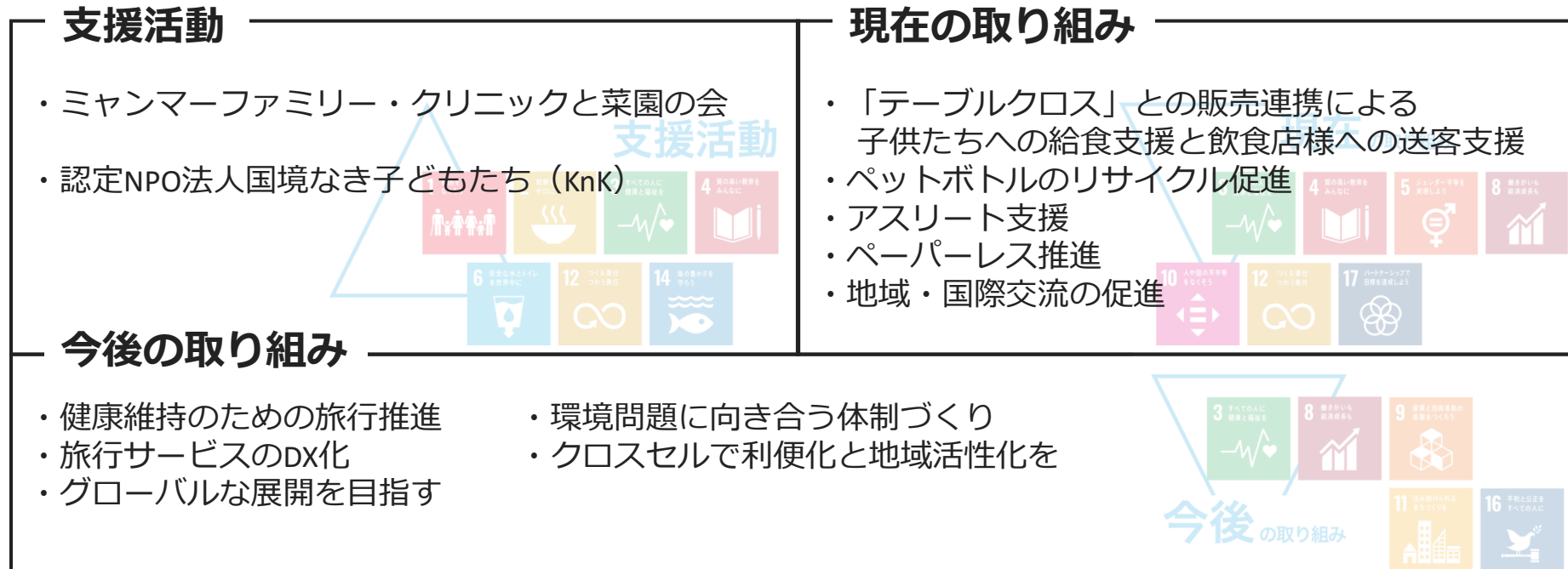
〈どこでアプリを見つけるのか？〉

- アプリの広告をYouTubeなどの動画で見る
- 友達や親戚からの紹介

※Google Think Travel APAC 2021より引用

■ SDGsへの取り組み

アドベンチャーが取り組む支援活動は多岐にわたり、医療・教育・職業・給食支援を推進
今後世界に対して行動し、貢献できること、ユーザーにとって利便性が高いサイトを構築



1. グループ概要

2. ハイライト

3. 連結業績

4. 今後の戦略

5. Appendix

- 宿泊施設の予約・販売管理 システム『らく通with』 とAPI連携開始



API連携

(Application Programming Interface)

- ✓ より多くの宿泊施設からの在庫の取得がリアルタイムで行える
- ✓ 宿泊をはじめとした旅行商品の独自販売が可能

※API連携に関する詳細はp53を参照

- 飲食店向け予約管理システム『ebica（エビカ）』とAPI連携を開始

ebica
skyticket
旅はスカイチケット

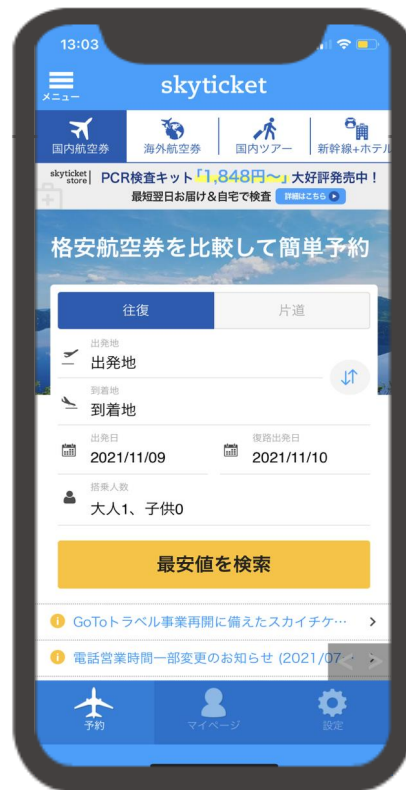
API連携

(Application Programming Interface)

- ✓ お客様のニーズに沿った商品をさらに幅広く提供
- ✓ 飲食店の予約情報管理や在庫管理が効率化

※API連携に関する詳細はp53を参照

- 「skyticket」が、iOS・Androidで累計1,700万ダウンロードを達成



skyticket
旅はスカイチケット



2021年11月1日集計時点で
累計1,700万ダウンロードを突破

- ✓ 2015年の5月よりiOS及びAndroidアプリ版をリリースし、初期段階からアプリ広告へ注力
- ✓ 今後もアプリ利用のリピーター増加が期待できる

※アプリダウンロード数の推移はP11を参照

■ 1 Q比連結収益**増収**・前年同期比連結営業利益**増益**

- 緊急事態宣言が明けた10月～12月は閑散期にも関わらず各サービスにおいて予約が増加
- コロナウイルスの状況の変化により予約数に変動

■ 単体コンシューマ事業の収益に対する**広告費は通期で44%**

- TVCM実施などにより1 Q比で広告費が増加したが、売上総利益の増加により広告宣伝費比率は横ばい
- 需要回復に伴う、取扱高・収益増加時に広告費が同水準であれば利益が大幅に増加する見通し

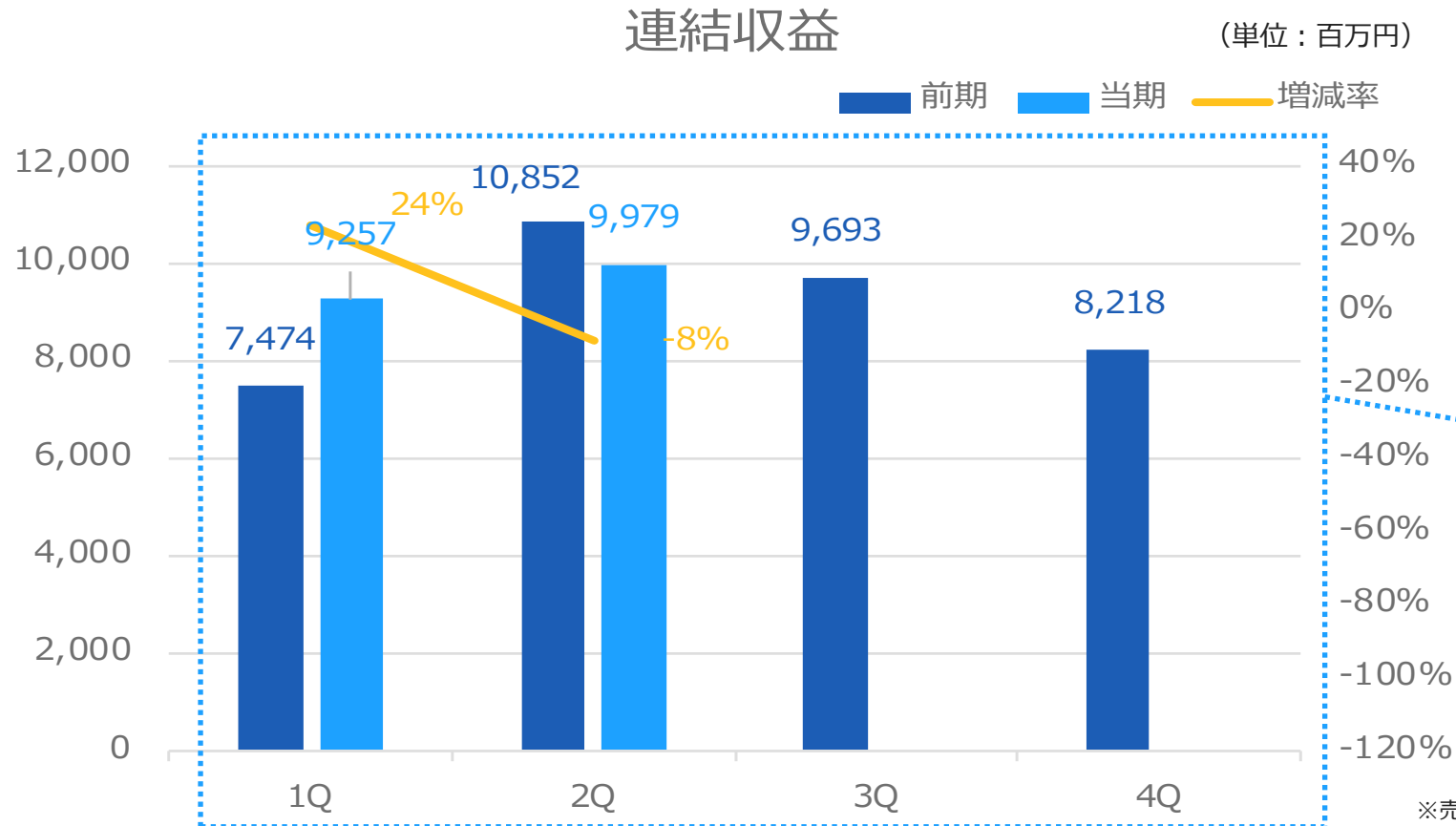
※収益に対する広告比率の年度推移はp23を参照

2. ハイライト

ADVENTURE

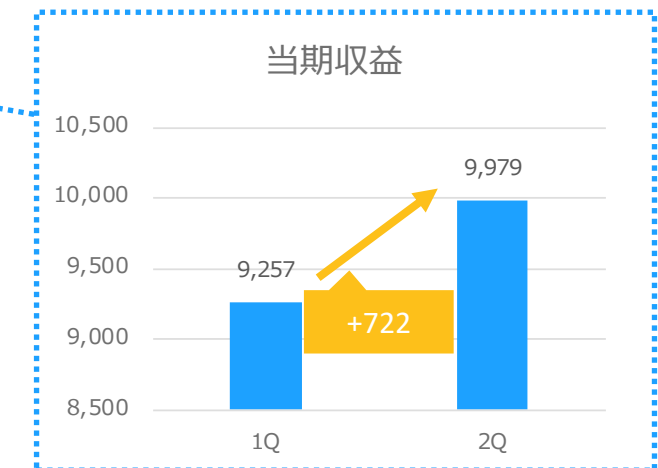
日本初のグローバルOTAへ

■ 連結収益



10月1日より緊急事態宣言明け
各サービスの予約数が増加

1Q比で**722百万円の増収**



※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

グループ概要

ハイライト

連結業績

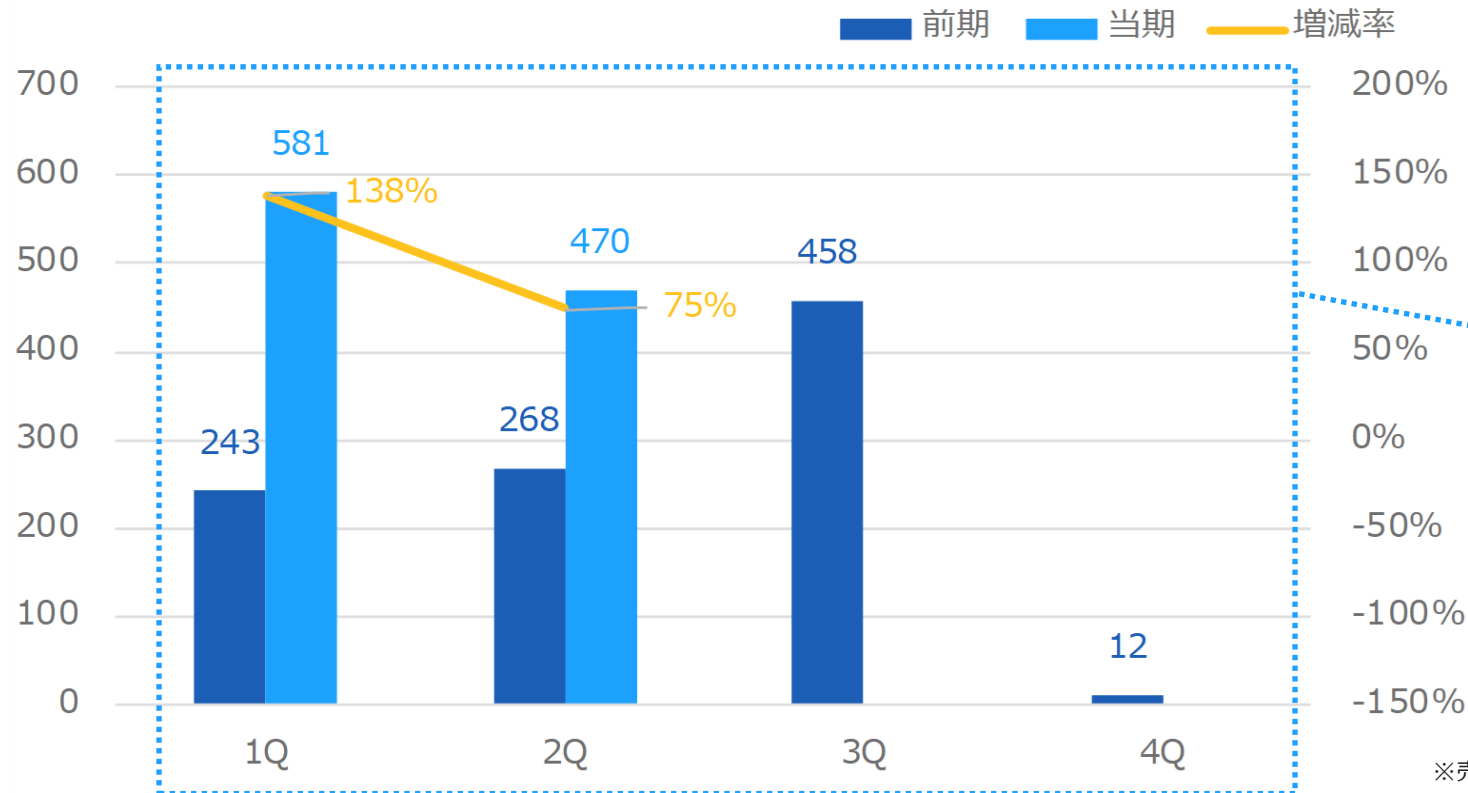
今後の戦略

Appendix

■ 連結営業利益

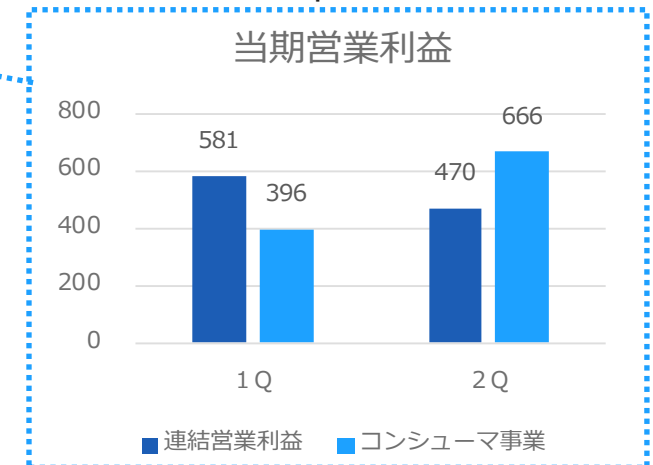
連結営業利益

(単位：百万円)



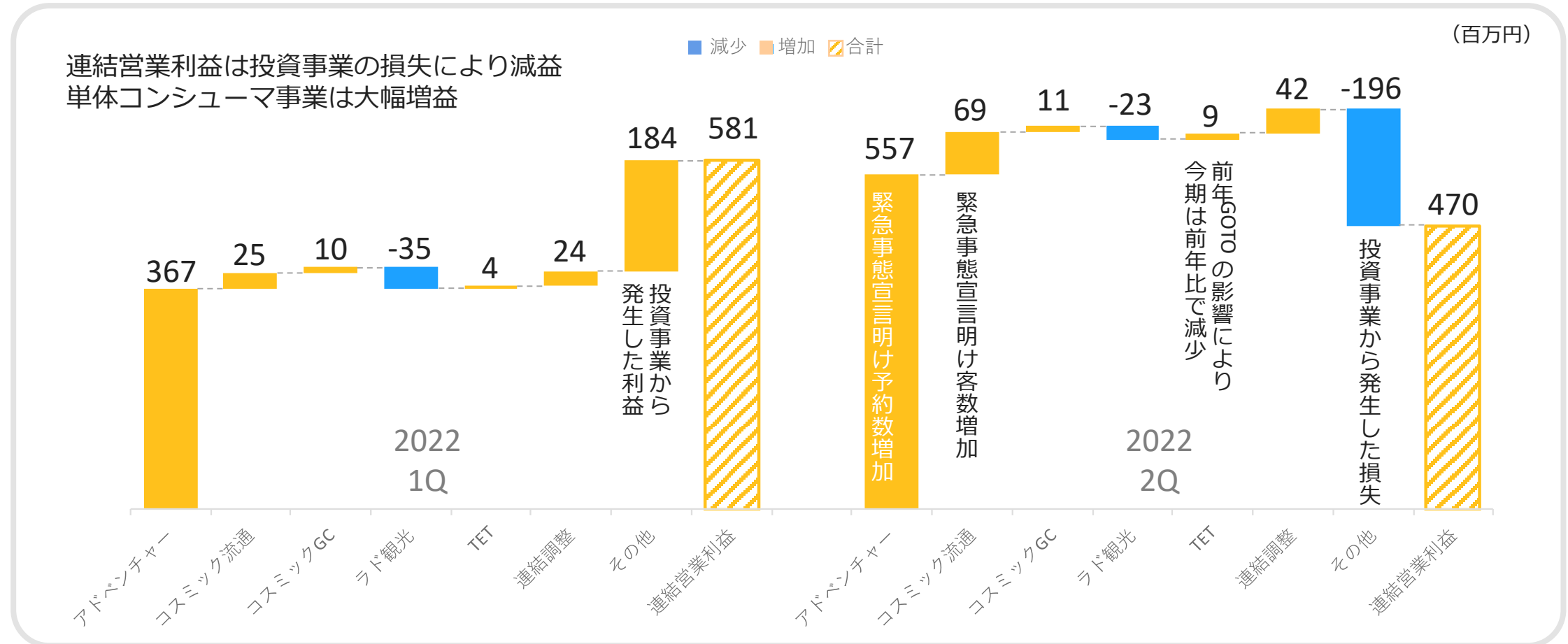
連結営業利益は減益だが
コンシューマ事業
大幅増益

(内訳はp22を参照)

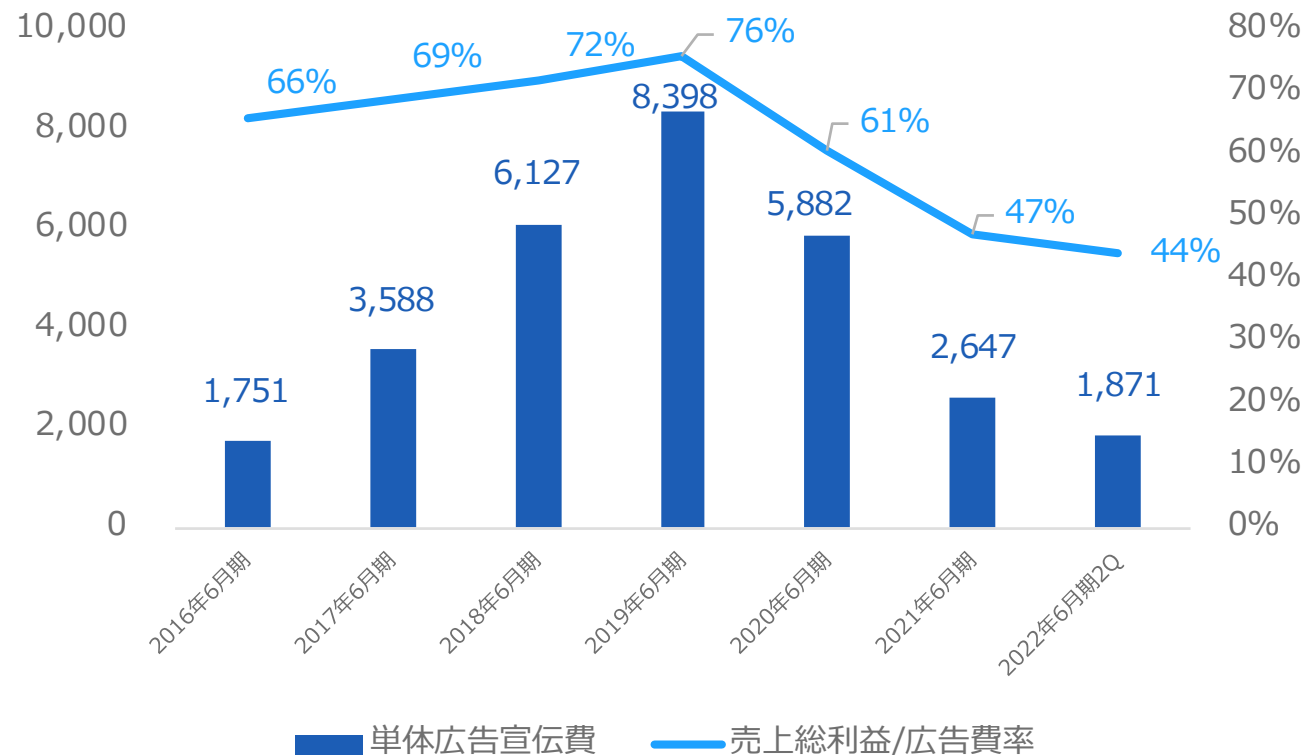


※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

■ 会社別営業利益内訳



■ 広告宣伝費の最適化



※公表当時の数値で比較
(単位：百万円)

1

アプリ広告に注力

→ 他社に比べSNS広告を利用したアプリ広告への投資に力を入れている

2

リピート率の向上

→ アプリを一度インストールしていただくことにより、再度旅行を検索する際もアプリを利用

3

広告費比率の低下

→ ユーザーが継続的にアプリを利用するため、アプリユーザーに向けた広告を削減

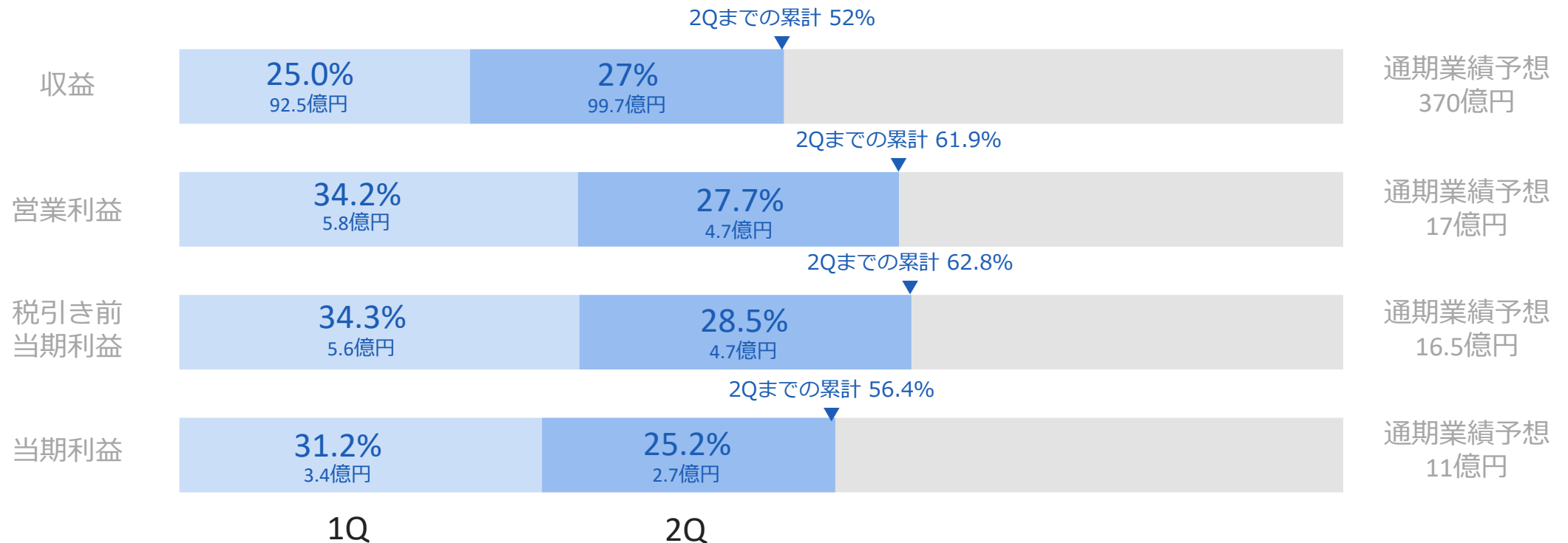
4

利益の拡大

→ 広告費比率が低下することにより利益の拡大へとつながる

■ 業績予想進捗率

2Q時点で業績予想の50%を超過
緊急事態宣言解除に伴い旅行需要の大幅な増加



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 今後の戦略
5. Appendix

■ 連結PL・BS ①2Q BS

公募増資により財務体質が大幅改善

親会社所有者帰属持分比率が18.9%から**44.1%**へ増加

	2021. 4Q	2022. 2Q	増減 (率)
流動資産	9,034	16,023	77%
現金及び現金同等物	5,105	11,409	123%
非流動資産	3,165	3,507	11%
のれん	1,101	1,101	-
資産合計	12,199	19,530	60%
流動負債	5,043	6,631	31%
非流動負債	4,844	4,285	▲12%
負債合計	9,888	10,916	10%
資本合計	2,311	8,613	273%
負債及び資本合計	12,199	19,530	60%
親会社所有者帰属持分比率	18.9%	44.1%	-

(単位：百万円)

■ 連結PL・BS ②2Q PL

営業利益大幅増益

前年のGOTOトラベルの影響により収益は前年比で減少

	2021. 2Q	2022. 2Q	増減 (率)
※収益	10,852	9,979	▲8%
※営業総利益	1,701	2,605	53%
※販売費及び一般管理費	1,475	2,172	47%
※うち広告宣伝費	770	1,175	52%
※営業利益	268	470	75%
四半期利益	160	278	73%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	160	278	73%

(単位：百万円)

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

■ 連結PL・BS ③2Q累計 PL

累計においても大幅増益

収益**5%増**、営業利益**105%増** 四半期利益**47%増**

	2021. 2Q累計	2022. 2Q累計	増減（率）
※収益	18,327	19,236	5%
※営業総利益	3,348	4,780	43%
※販売費及び一般管理費	2,966	3,791	28%
※うち広告宣伝費	1,574	1,887	20%
※営業利益	511	1,051	105%
四半期利益	422	620	47%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	427	620	45%

（単位：百万円）

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

グループ概要

ハイライト

連結業績

今後の戦略

Appendix

■ 単体コンシューマ事業内訳

国内航空券の取扱高・収益ともに回復傾向

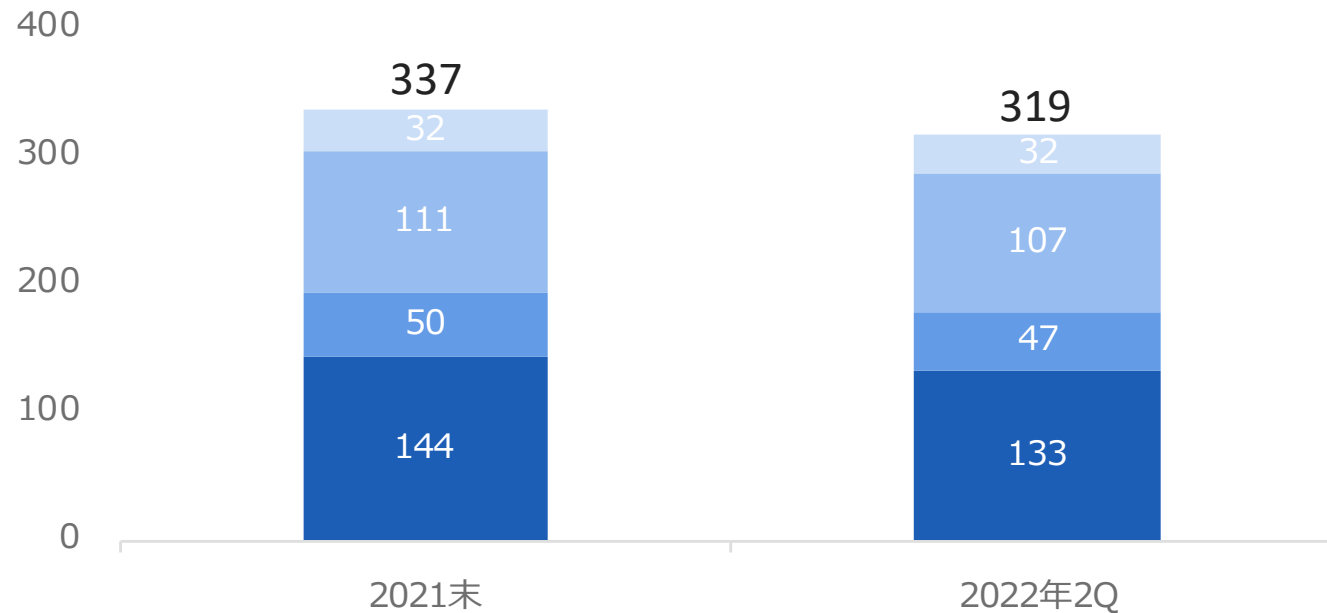
前年のGOTOトラベルの影響によりホテル・ツアーは前年比で減少

2022年6月期2Q累計	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	ツアー	その他	合計
取扱高	17,376	181	481	1,066	383	153	19,643
(前期比増減率)	60%	-	▲22%	21%	▲77%	103%	42%
収益	3,855	24	45	115	383	137	4,562
(前期比増減率)	55%	▲68%	▲4%	23%	▲77%	104%	2%

2021年6月期2Q累計	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	ツアー	その他	合計
取扱高	10,881	▲ 300	614	881	1,691	75	13,844
収益	2,489	77	47	93	1,691	67	4,466

(単位：百万円)

■ 人員推移



新卒採用開始

→2020年に5名、2021年に20名程の新卒採用を実施。ホテルやレストランとの直接契約を増加させるため営業活動を強化。

- アドベンチャー正社員
- アドベンチャー臨時雇用者
- 子会社正社員
- 子会社臨時雇用者

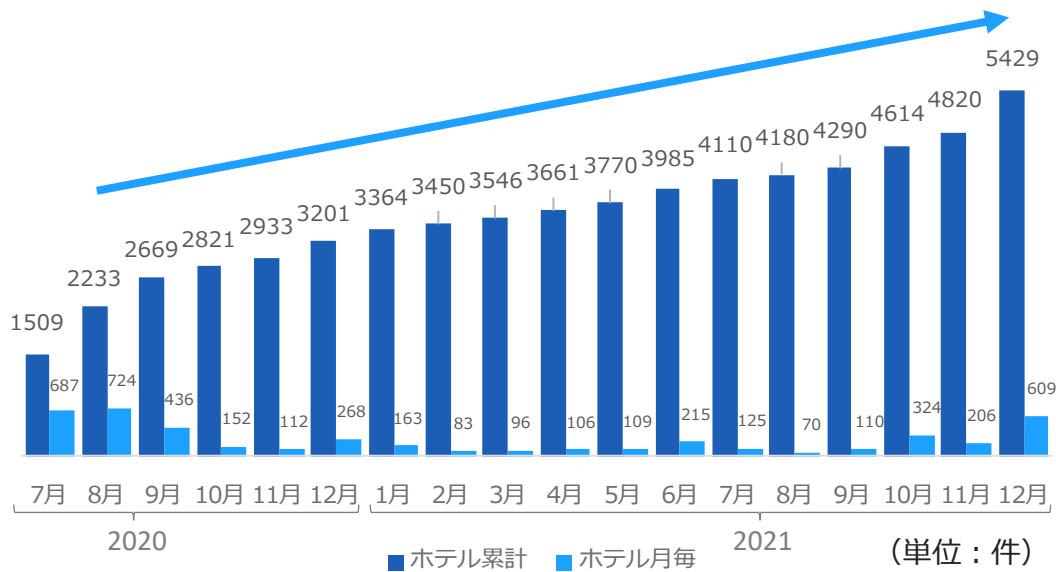
アドベンチャー派遣社員除外（単位：人）

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

■ ホテル・グルメ契約件数

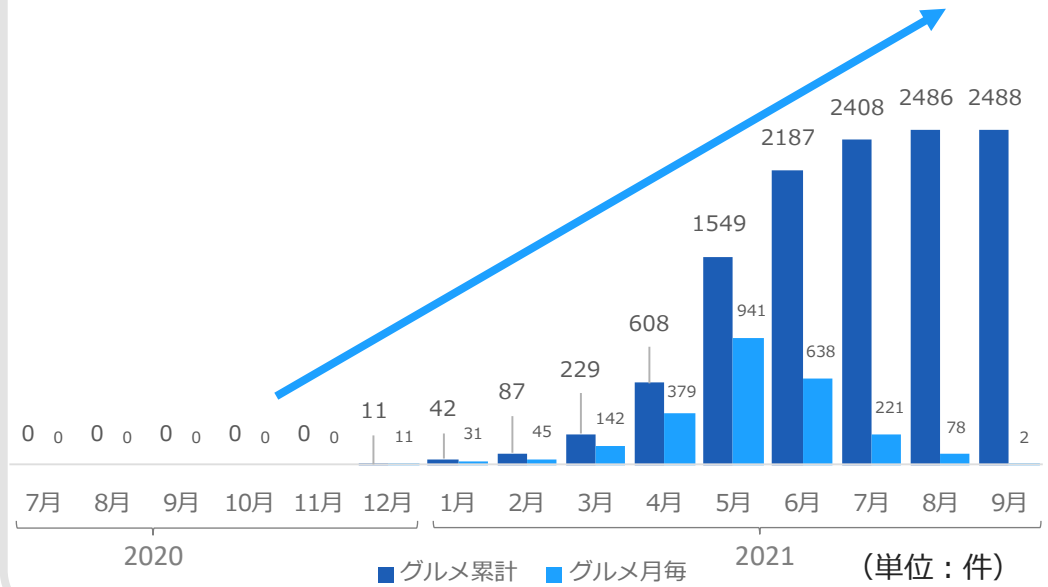
ホテル

- ホテルの営業活動を強化のため新卒採用による営業人員の増加
- 緊急事態宣言の解除により順調に契約件数増加
- 新規契約がとりにくい状況にあるため数値の上昇は鈍化してくると予想



グルメ

- グルメの市場環境の変化に応じ、ホテルへの注力を開始
- グルメ事業は1~2年停滞すると予想
- 利益50億円に到達するまで投資フェーズ

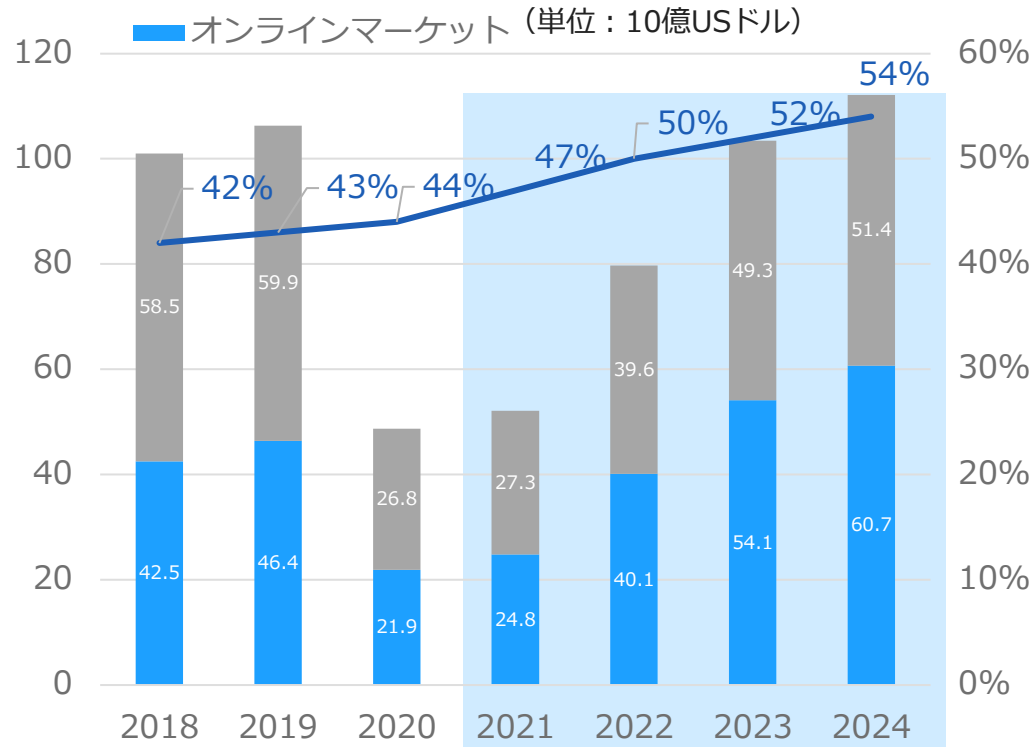


1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 今後の戦略
5. Appendix

■ TTAからOTA

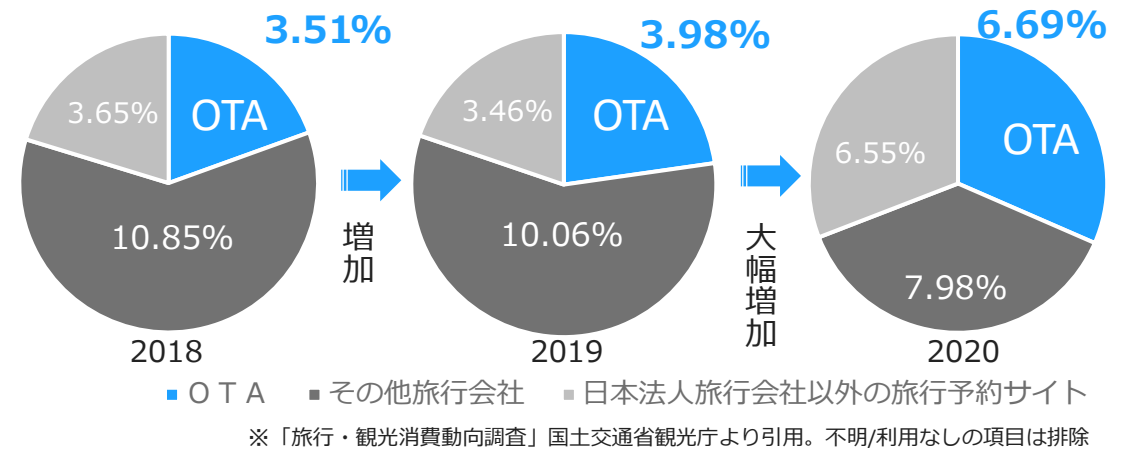
国内旅行取扱高

※ "Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)"
Phocuswright.incより引用



TTAからのシェアを大幅獲得できると予測

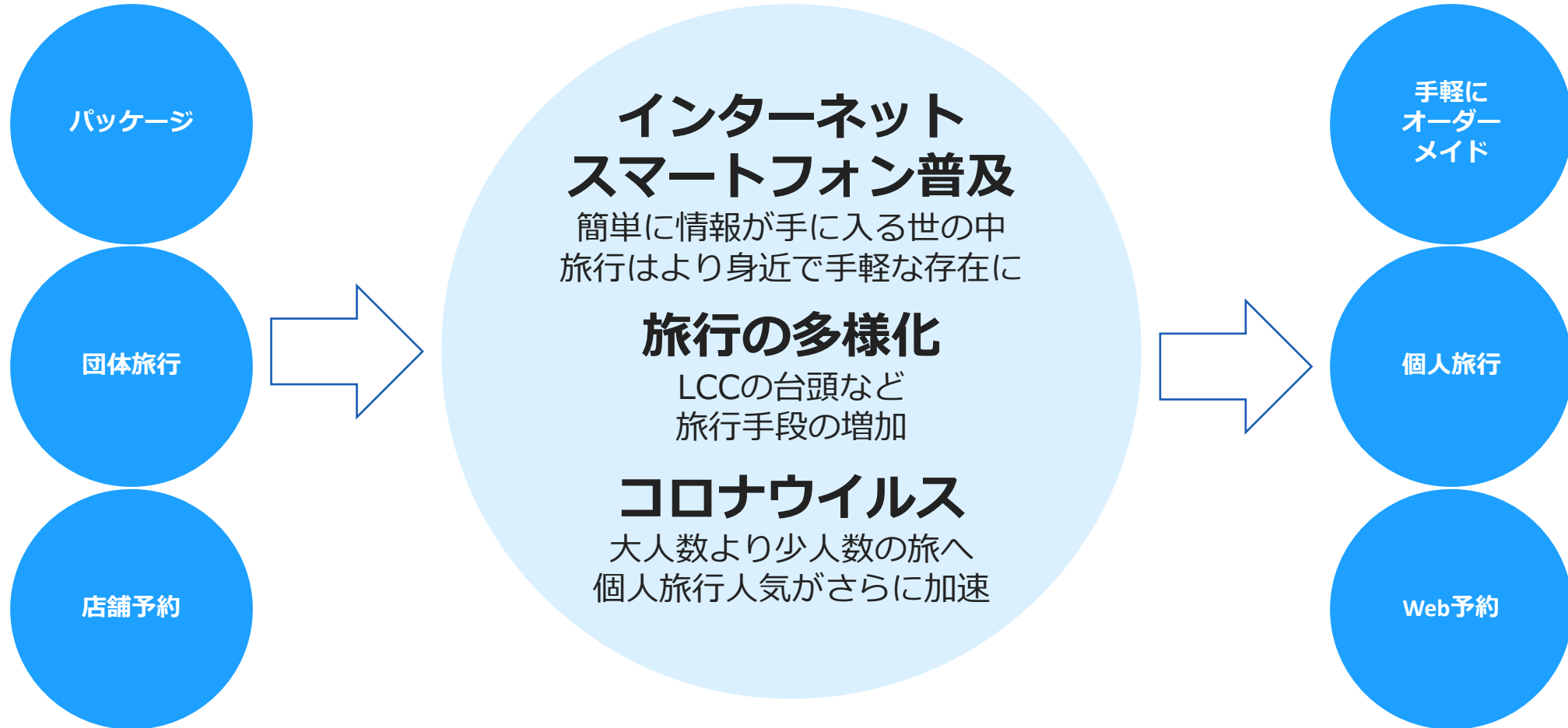
利用旅行会社・旅行予約サイトの利用率



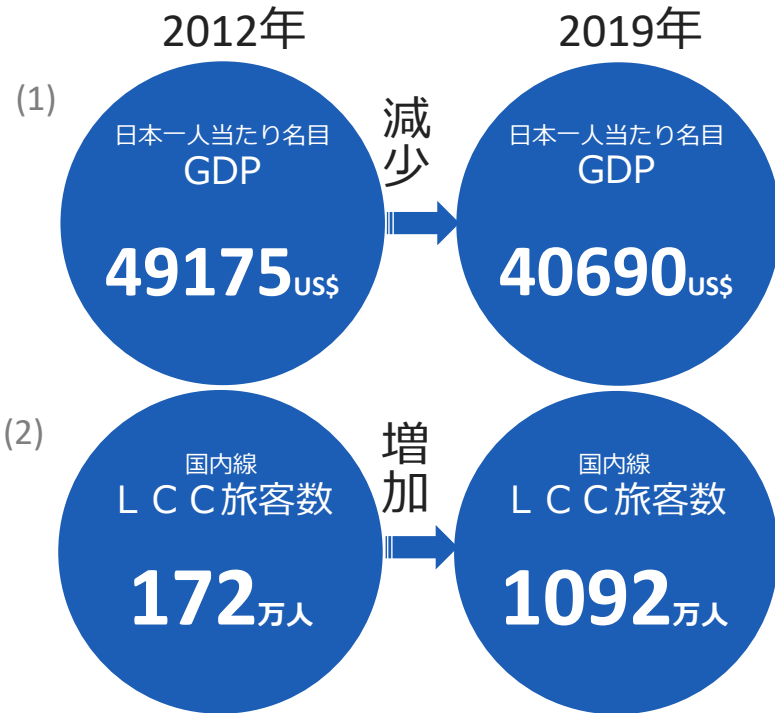
TTAの店舗閉鎖
OTAの低価格商品の増加
オンラインマーケットの比率が上昇

↓
旅行の予約方法の主流がオンラインに変化

■ 旅行予約の変化

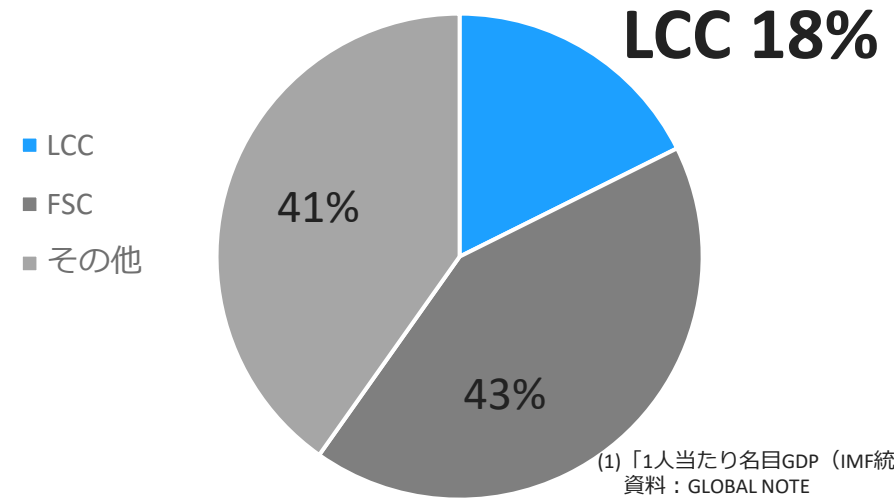


■ 格安商品の拡大



- ✓ 日本一人当たりのGDPの減少に伴い格安商品が増加
- ✓ インターネットの普及によりお客様自身で簡単に格安商品を検索し購入できる時代へと変化

(3) ADV航空会社予約数割合



(1) 「1人当たり名目GDP (IMF統計)」より引用
資料：GLOBAL NOTE
出典：IMF
(2) 「我が国のLCC旅客数の推移」国土交通省より引用
(3) 当社2021年6月期の予約データから算出

- ✓ 元々はANA/JALのみの取り扱いだったが、現在はLCCの比率は18%まで増加
- ✓ LCC航空券やビジネスホテル、格安バス、格安レンタカーなどの格安商品の予約多数

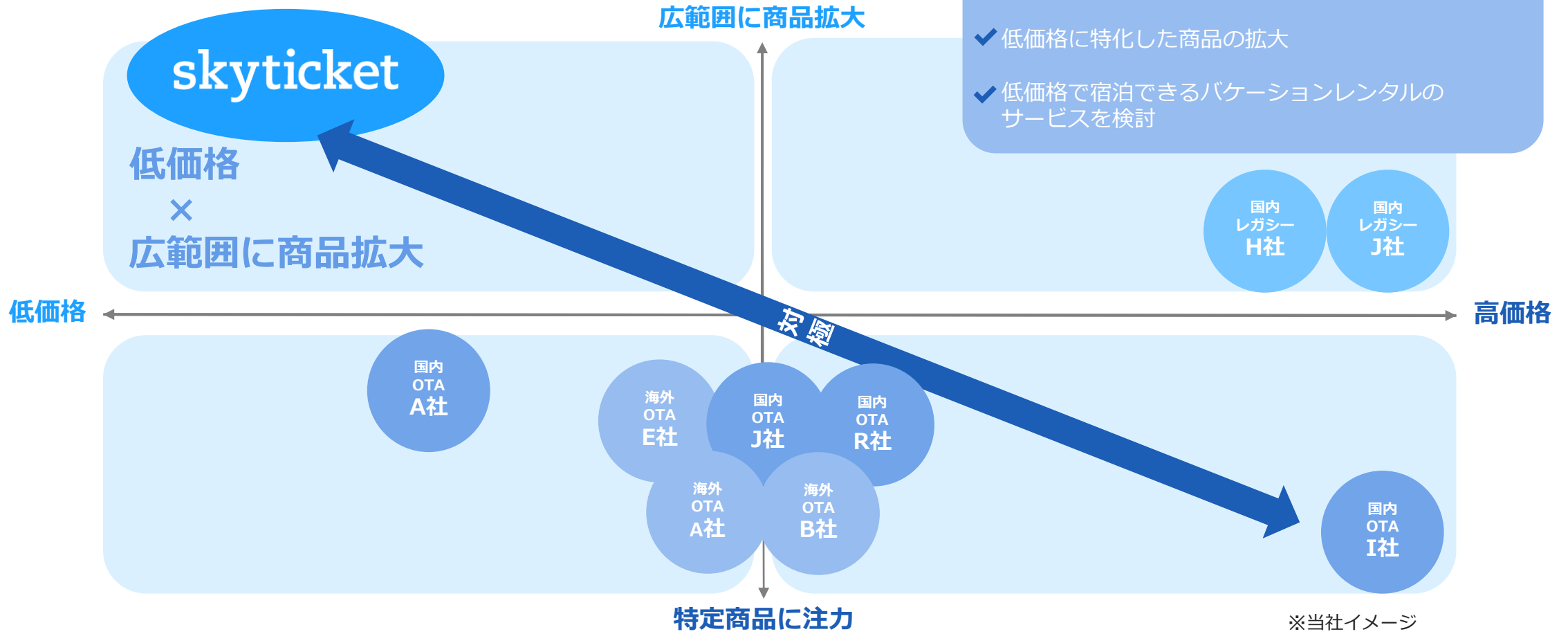
4. 今後の戦略

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

■ マーケットの戦略

- ✓ シナジー効果が期待できる生活領域のサービスを拡大
- ✓ 低価格に特化した商品の拡大
- ✓ 低価格で宿泊できるバケーションレンタルのサービスを検討



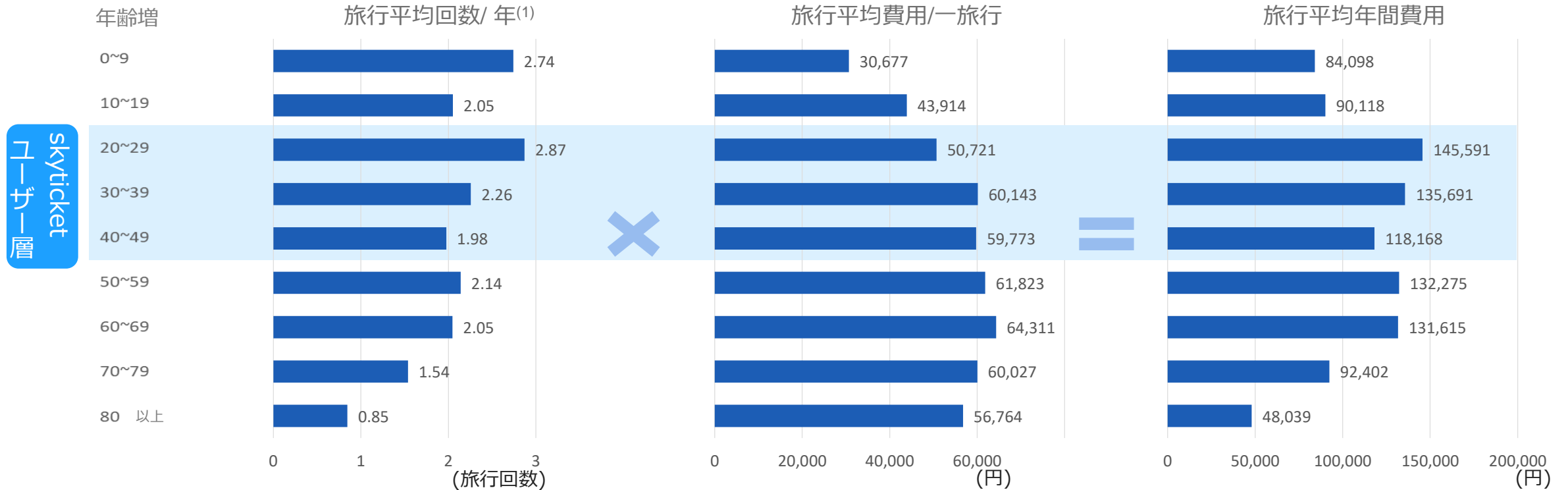
4. 今後の戦略

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

■ skyticketユーザー層

*「旅行・観光消費動向調査2019」国土交通省観光庁より引用
(1) ビジネス利用を除く



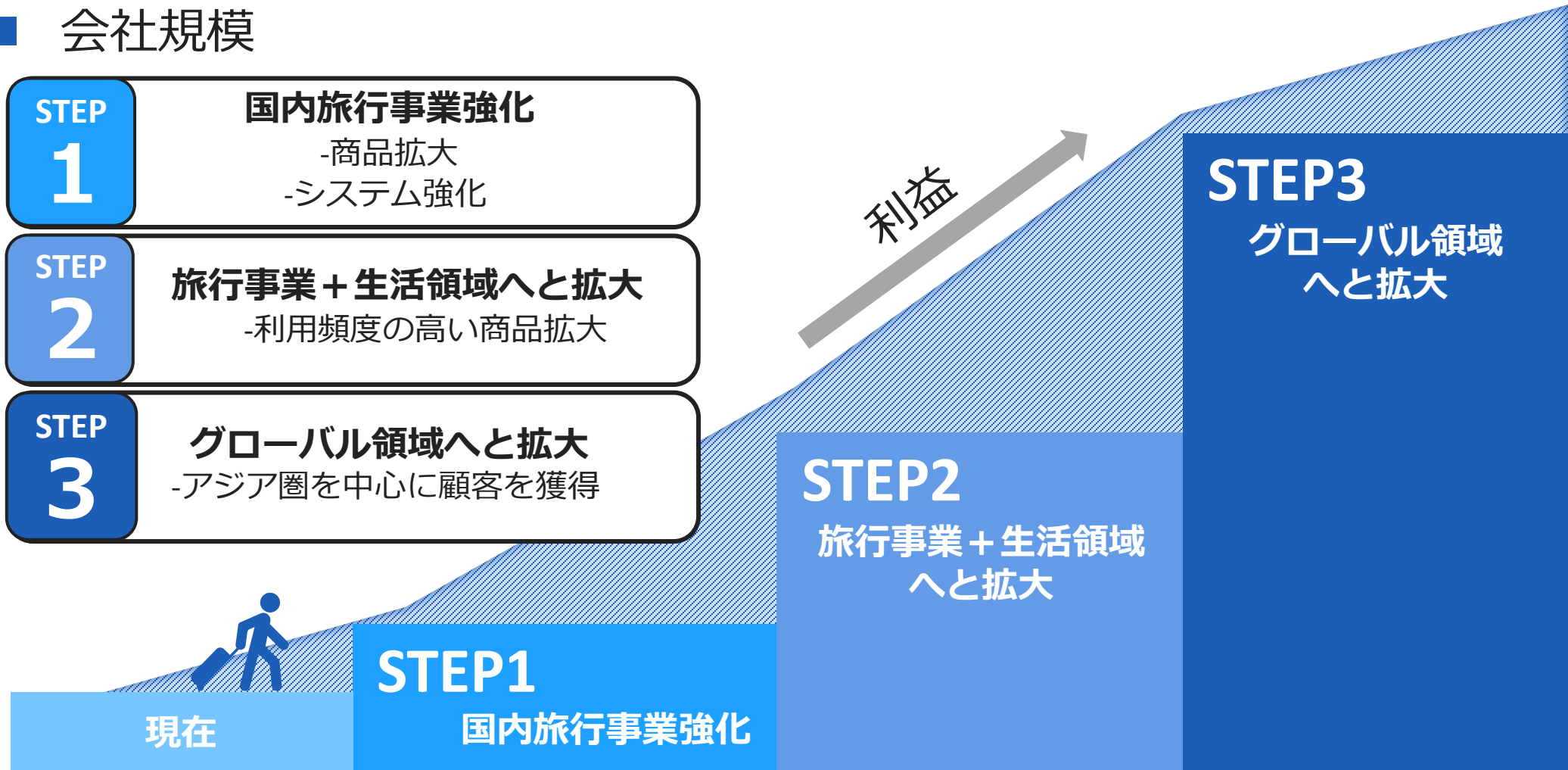
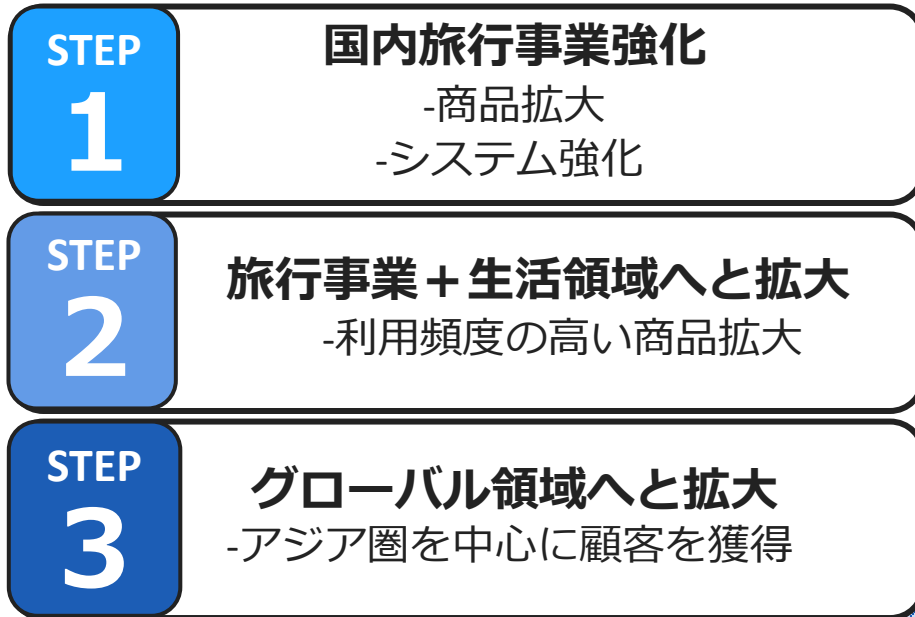
主なユーザー層である20代~40代のユーザーが一度の旅行で消費する金額は少ないものの、旅行頻度が他の年齢層と比較し多いため、年間のARPUが高い傾向にある

4. 今後の戦略

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

■ 会社規模



現在

グループ概要

ハイライト

連結業績

今後の戦略

Appendix

4. 今後の戦略

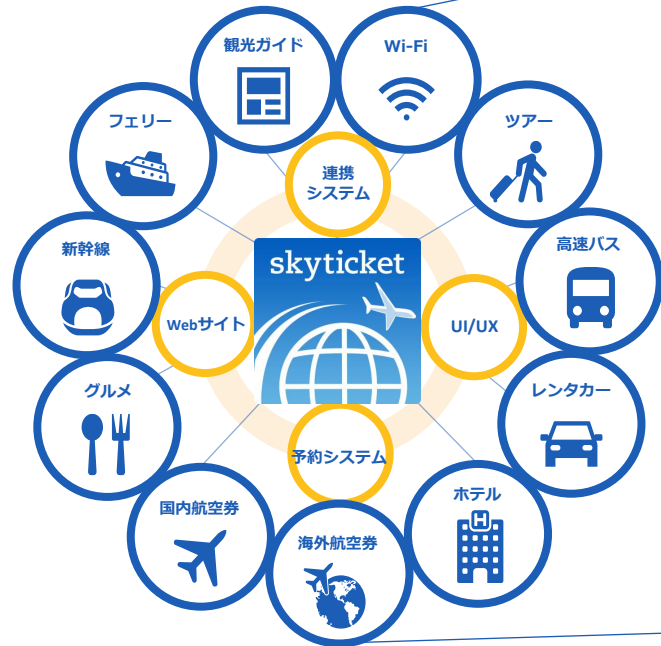
日本初のグローバルOTAへ

既存サービス

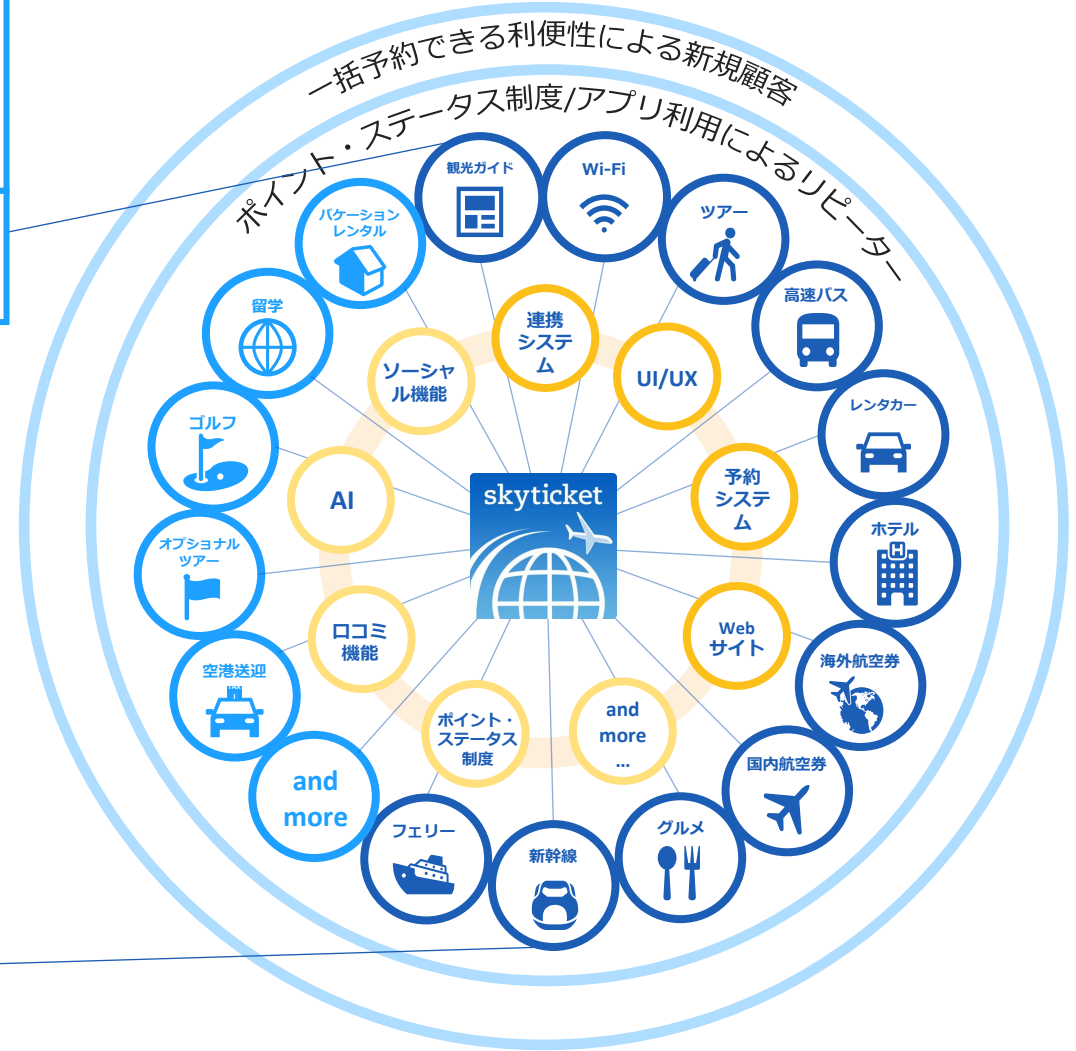
- 直接契約比率向上により商品数の増加
- GoToトラベルにおいて需要が高かったツアーの強化

新規サービス

- 旅行事業とシナジー効果が期待できる新規事業を積極的に追加

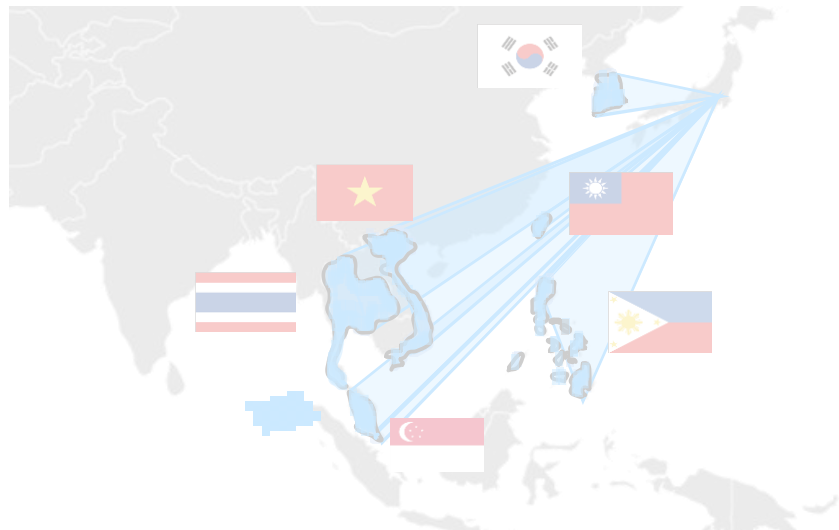


サービス拡大
システム強化



■ 海外支社設立

未開拓であるアジア市場から**グローバル展開**の開始に伴い、各サービス毎に**多言語化の強化**



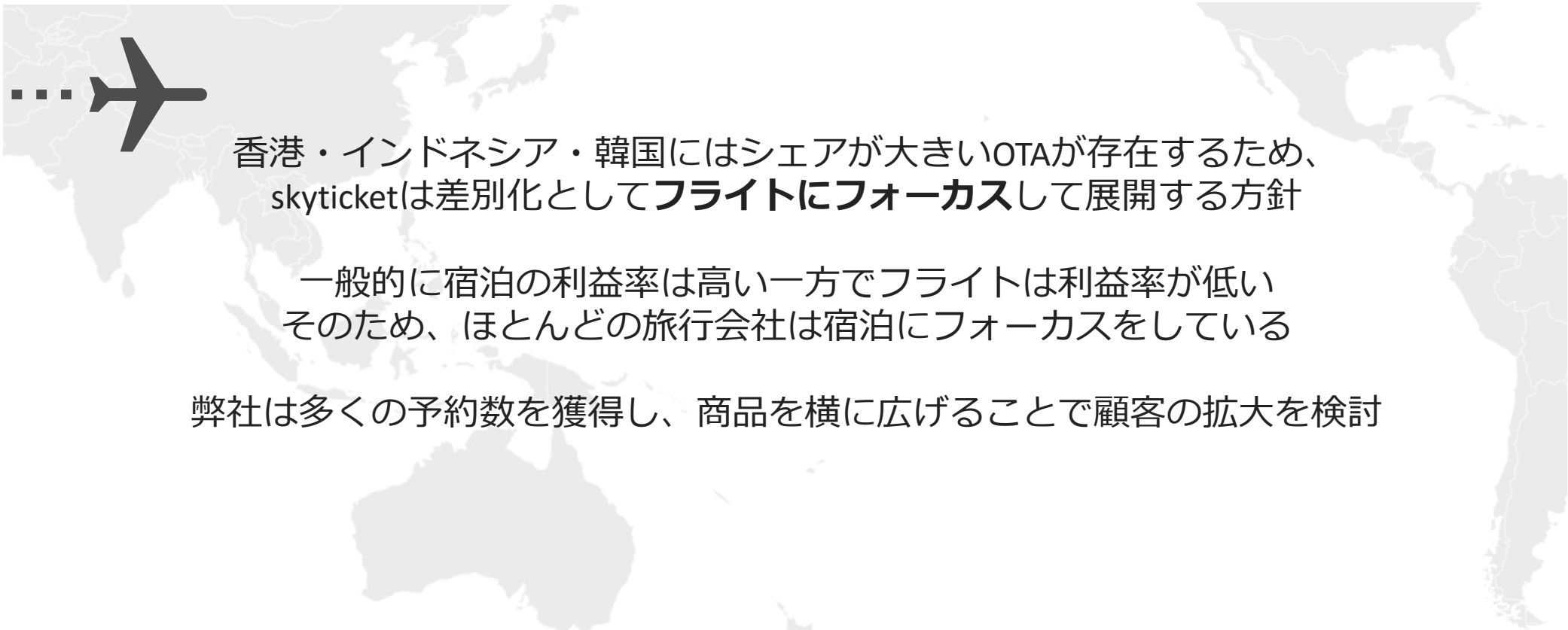
〈なぜアジア市場？〉
アジア新興国において従来の貧困層や低所得層の所得水準が押し上げられたことにより、旅行者の幅が拡大

低価格の商品需要が増加

アジア各国においてTTAがシェアをとっている上、圧倒的なシェアを持っているOTAが少ないため、新規参入の可能性が十分にある



■ 海外支社設立



香港・インドネシア・韓国にはシェアが大きいOTAが存在するため、skyticketは差別化として**フライトにフォーカス**して展開する方針

一般的に宿泊の利益率は高い一方でフライトは利益率が低い
そのため、ほとんどの旅行会社は宿泊にフォーカスをしている

弊社は多くの予約数を獲得し、商品を横に広げることで顧客の拡大を検討

■ 投資事業・M&A戦略

基本方針

今後は積極的にM & Aを検討

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 今後の戦略
5. Appendix

■ 連結PL・BS ①会社別2Q BS

連結・単体ともに純資産が大幅増加

	当社	コスミック 流通	コスミックGC	ラド観光	TET	連結調整	合計
資産合計	15,616	2,088	274	894	282	373	19,530
(対前4Q増減率)	84%	6%	5%	11%	-	▲8%	60%
負債合計	7,739	1,755	215	587	178	439	10,916
(対前4Q比増減率)	14%	4%	-	22%	▲6%	▲15%	10%
内有利子負債	4,083	1,600	170	200	0	▲170	5,884
(対前4Q比増減率)	▲8%	3%	-	▲12%	-	-	▲5%
純資産	7,876	333	58	307	103	▲66	8,613
(対前4Q比増減率)	370%	19%	32%	▲6%	12%	-	273%

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較
 ※各社連結調整後の数値を記載
 (単位：百万円)

■ 連結PL・BS ②会社別2Q PL

単体・コスミック流通大幅増益

単体の営業利益は**925百万円**と好調 連結営業利益前期比**105%増**

2022年6月期2Q累計	当社	コスミック 流通	コスミックGC	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	4,562	12,581	6,021	374	15	▲ 4,317	19,236
(前期比増減率)	2%	15%	▲8%	▲15%	41%	-	5%
営業利益	925	94	22	▲ 58	13	54	1,051
(前期比増減率)	79%	324%	▲57%	-	93%	-	105%
2021年6月期2Q累計	当社	コスミック 流通	コスミックGC	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	4,466	10,983	6,529	440	10	▲ 4,103	18,327
営業利益	516	22	52	▲ 55	7	▲ 30	511

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較
 ※各社連結調整後の数値を記載
 (単位：百万円)

■ セグメント別 PL

コンシューマ事業増益

コンシューマ事業の営業利益前年同期比 ➡ **57%増**
 投資事業の営業利益前年同期比 ➡ **153百万円増**

2022年6月期2Q累計	コンシューマ事業		投資事業		調整		合計	
	前期2Q	当期2Q	前期2Q	当期2Q	前期2Q	当期2Q	前期2Q	当期2Q
収益	18,492	19,248	▲ 164	▲ 11	-	-	18,327	19,236
(前期比増減率)		4%		-		-		5%
営業総利益	3,513	4,792	▲ 164	▲ 11	-	-	3,348	4,780
(前期比増減率)		36%		-		-		43%
販売費及び一般管理費	2,966	3,791	0	0	-	-	2,966	3,791
(前期比増減率)		28%		-		-		28%
うち広告宣伝費	1,574	1,887	0	0	-	-	1,574	1,887
(前期比増減率)		20%		-		-		20%
営業利益	676	1,063	▲ 164	▲ 11	-	-	511	1,051
(前期比増減率)		57%		-		-		105%

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較 (単位: 百万円)

グループ概要

ハイライト

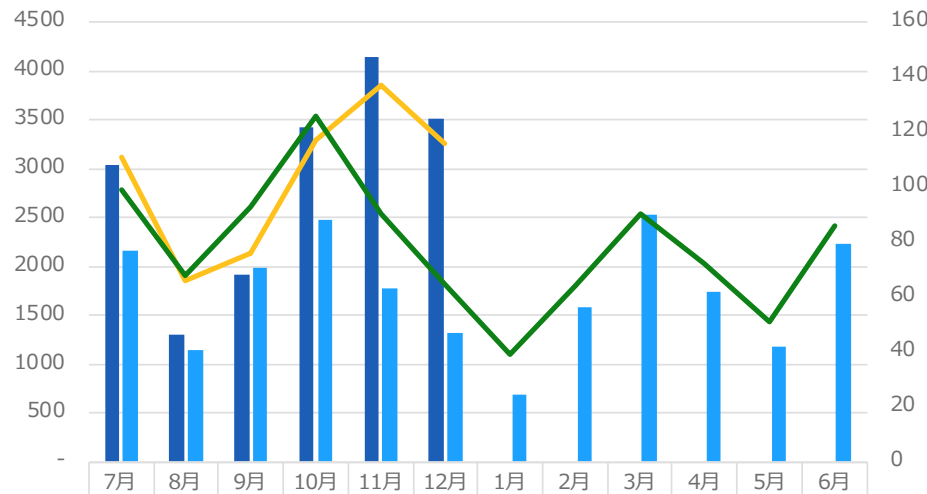
連結業績

今後の戦略

Appendix

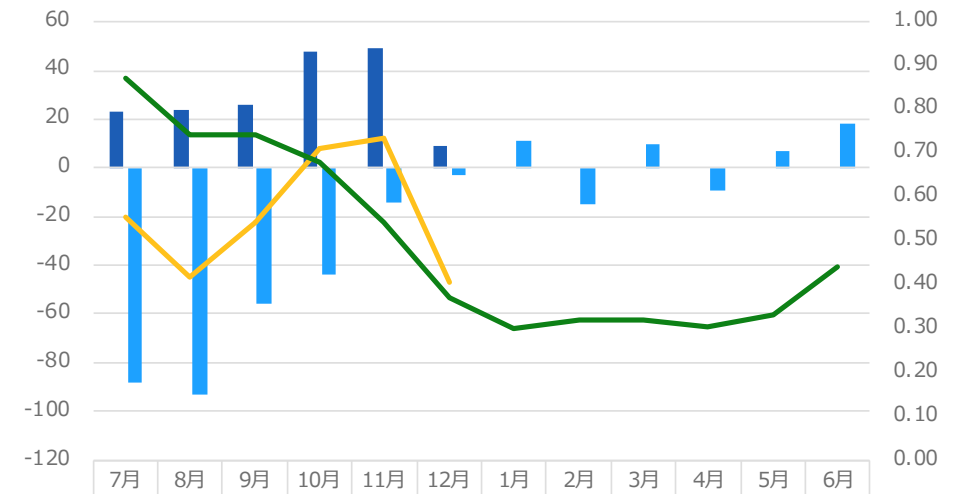
■ 主要サービス推移

国内航空券



国内航空券 取扱高	3045	1308	1921	3432	4150	3518	-	-	-	-	-	-
国内航空券 前期取扱高	2167	1151	1979	2482	1782	1318	681	1591	2534	1747	1177	2231
国内航空券 申込件数	111	66	76	117	137	116	-	-	-	-	-	-
国内航空券 前期申込件数	99	68	93	126	90	65	39	64	90	72	51	86

海外航空券

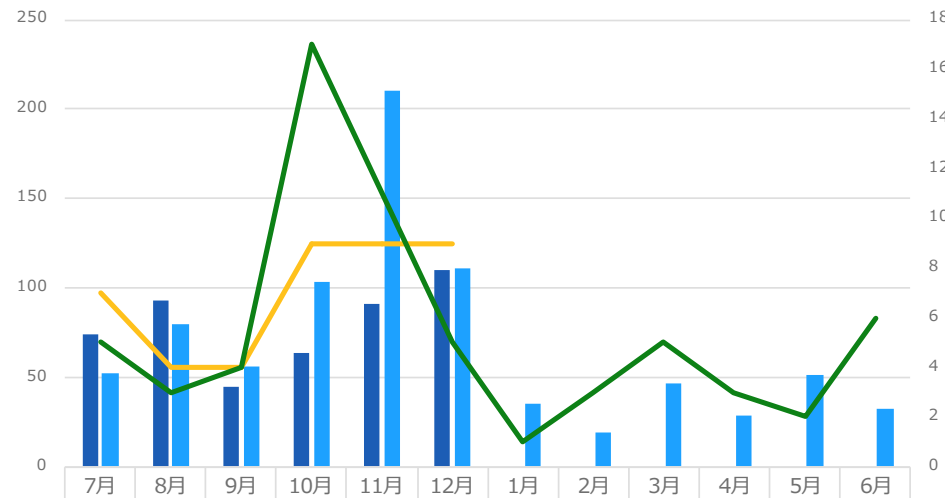


海外航空券 取扱高	23	24	26	48	49	9	-	-	-	-	-	-
海外航空券 前期取扱高	-88	-93	-56	-44	-14	-3	11	-15	10	-9	7	18
海外航空券 申込件数	0.55	0.42	0.54	0.71	0.73	0.41	-	-	-	-	-	-
海外航空券 前期申込件数	0.87	0.74	0.74	0.68	0.54	0.37	0.30	0.32	0.32	0.30	0.33	0.44

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

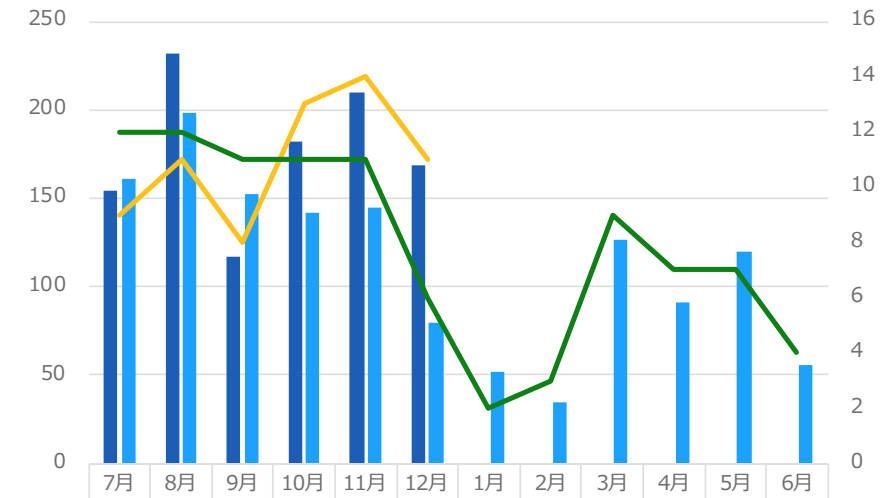
■ 主要サービス推移

ホテル



■ ホテル 取扱高	74	93	45	64	91	110	-	-	-	-	-	-
■ ホテル 前期取扱高	52	80	56	103	210	111	35	19	47	29	51	32
■ ホテル 申込件数	7	4	4	9	9	9	-	-	-	-	-	-
■ ホテル 前期申込件数	5	3	4	17	11	5	1	3	5	3	2	6

レンタカー gross

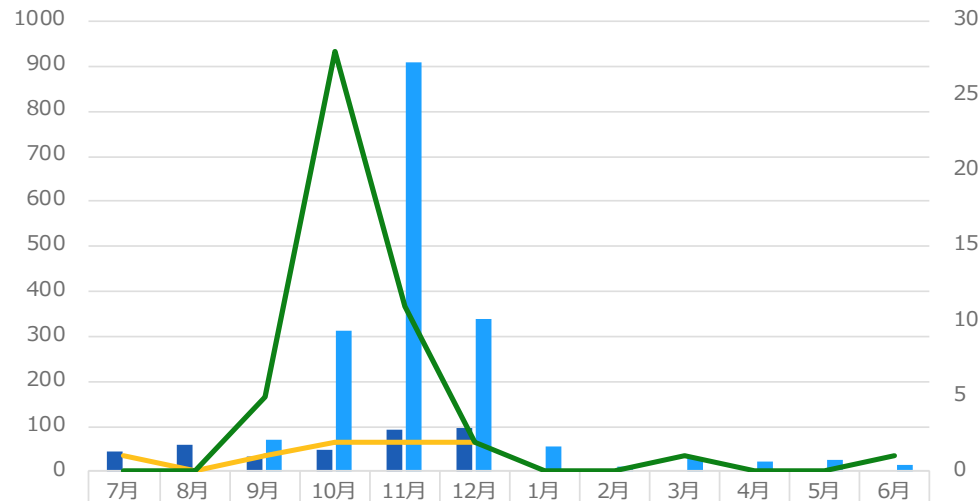


■ レンタカー gross 取扱高	154	232	117	182	210	169	-	-	-	-	-	-
■ レンタカー gross 前期取扱高	161	198	152	142	145	80	52	35	127	91	120	56
■ レンタカー gross 申込件数	9	11	8	13	14	11	-	-	-	-	-	-
■ レンタカー gross 前期申込件数	12	12	11	11	11	6	2	3	9	7	7	4

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

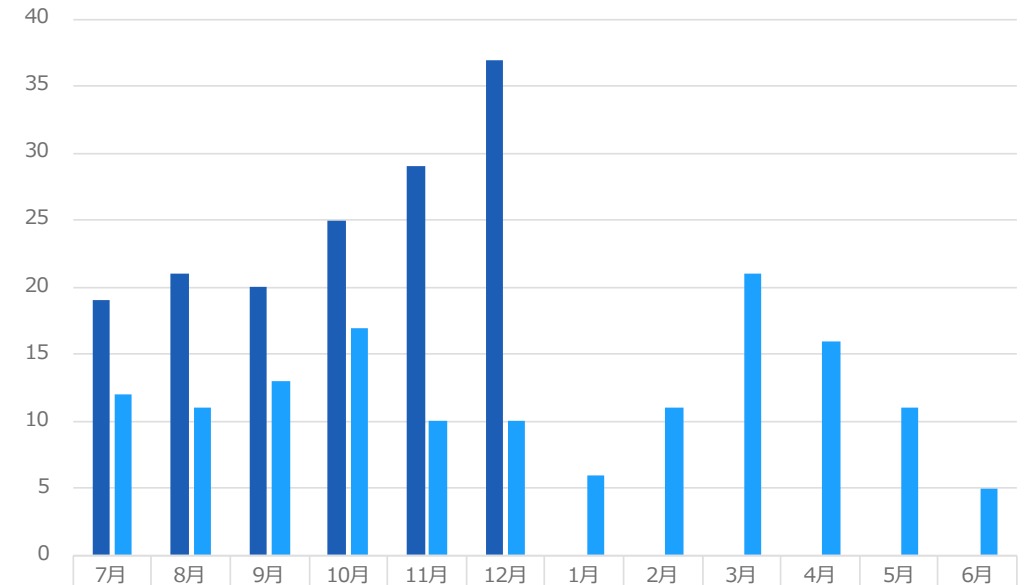
■ 主要サービス推移

ツアー



■ ツアー 取扱高	45	61	33	49	94	98	-	-	-	-	-	-
■ ツアー 前期取扱高	0	0	71	314	908	340	55	10	31	22	27	15
— ツアー 申込件数	1	0	1	2	2	2	-	-	-	-	-	-
— ツアー 前期申込件数	0	0	5	28	11	2	0	0	1	0	0	1

その他



■ その他取扱高	19	21	20	25	29	37	-	-	-	-	-	-
■ その他前期取扱高	12	11	13	17	10	10	6	11	21	16	11	5

※その他：高速バス・フェリー・保険・Wifi・アフィリエイト等

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

■ 子会社 収益

コスミック流通	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 収益	2,249	2,032	2,008	1,993	2,142	2,155	-	-	-	-	-	-
前期 収益	1,523	1,707	1,686	1,540	2,026	2,498	2,214	2,039	2,595	1,895	1,510	2,542

コスミックGC	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 収益	1,400	946	876	854	957	985	-	-	-	-	-	-
前期 収益	771	1,048	655	883	1,734	1,436	1,273	1,187	1,880	993	759	1,454

ラド観光	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 収益 [※]	68	68	30	45	72	86	-	-	-	-	-	-
前期 収益 [※]	27	36	61	101	125	90	83	195	191	57	24	25

(単位：百万円)

※ラド観光は一部純額で表示

■ 子会社 営業利益

コスミック流通	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 営業利益	9	4	10	22	27	19	-	-	-	-	-	-
前期 営業利益	3	▲ 2	▲ 1	▲ 3	17	8	▲ 2	0	6	▲ 2	2	7

コスミックGC	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 営業利益	5	2	2	3	4	2	-	-	-	-	-	-
前期 営業利益	7	12	0	7	19	5	0	1	6	3	1	7

ラド観光	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
当期 営業利益	▲ 5	▲ 11	▲ 18	▲ 14	▲ 9	1	-	-	-	-	-	-
前期 営業利益	▲ 15	▲ 16	▲ 9	▲ 8	0	▲ 6	5	49	3	2	▲ 13	▲ 38

(単位：百万円)

■ NDC接続(New Distribution Capability)とは IATA（国際航空運送協会）が推進する、航空券流通データの新しい通信規格



- ✓ 迅速な航空券料金や空席状況の確認が可能
- ✓ よりお客様に最適な価格で航空券を提供可能
- ✓ アンシラリーサービス（座席指定など）の提供

〈GDS(Global Distribution System)との違い〉

- ・ 航空会社と旅行会社の直接契約のため、仲介手数料無し
- ・ 画像や動画情報の取得が可能（GDSは基本文字によって構成）

海外では主流であるNDC接続をいち早く取り入れ
今後も積極的に契約社数を増加

当社と
NDCのダイレクト接続
における契約社数

アメリカン航空
ルフトハンザグループ
シンガポール航空
ユナイテッド航空

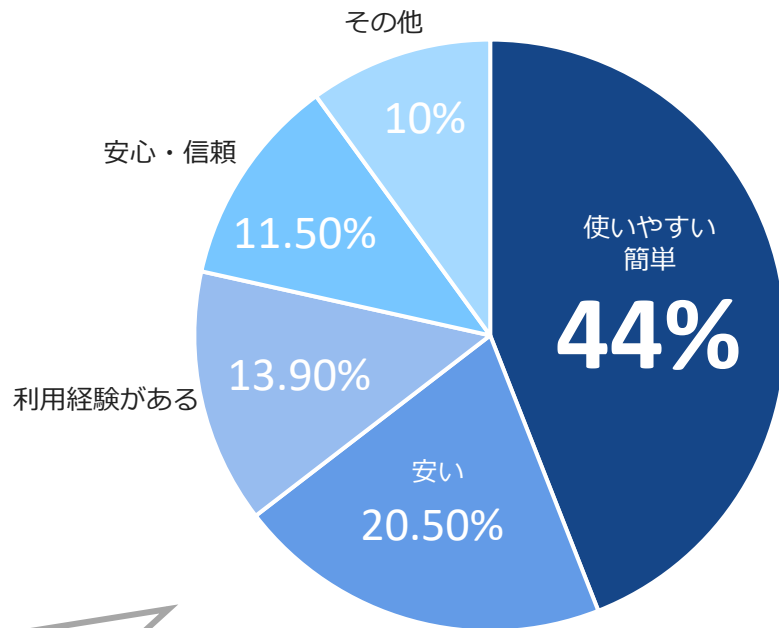
累計4社

■ API連携(Application Programming Interface)とは 「機能を公開しているソフトウェア」と「その機能を使いたいソフトウェア」をつなげる窓口



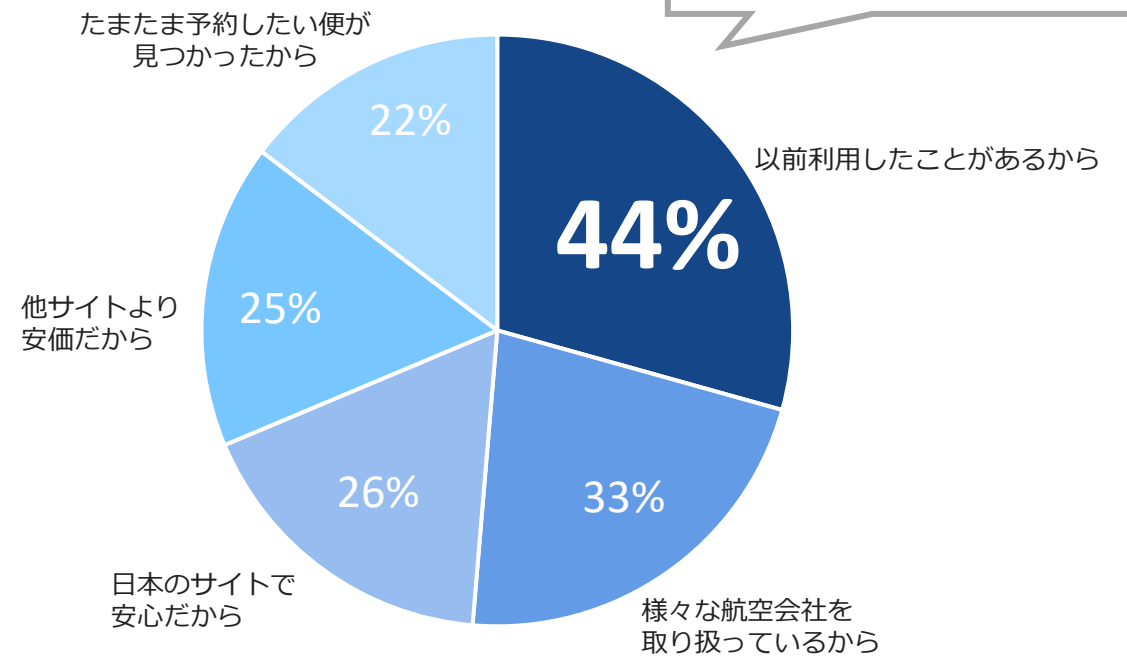
■ ユーザーはなぜ “skyticket” を選ぶのか

スカイチケットを使う目的



旅行予約の全てを一つのサイトで完結できることや操作のしやすさなどが評価されている

予約の理由



リピーターのユーザーから大きな支持を得ている

※2021年7月-9月実施アンケート調査結果

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。