

2022年10月
**事業計画及び成長可能性
に関する説明資料**

株式会社ベストワンドットコム
(証券コード：6577)



目次

1. 会社概要

2. 事業内容

3. 収益構造

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 成長戦略

7. リスク情報

会社概要



会社名	株式会社ベストワンドットコム
所在地	〒162-0067 東京都新宿区富久町16-6 西倉LKビル2階
登録番号	観光庁長官登録旅行業第1980号
加盟団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員
資本金	396,545千円（資本準備金313,045千円）
設立	2005年9月5日
従業員数	34名（臨時従業員等の年間平均雇用人数を含む） *2022.7月末時点
代表取締役社長	澤田秀太
取締役	小川隆生 野本洋平 米山実香 田淵竜太 高木洋平
監査役	松尾昭男 野村宜弘 高梨良紀
子会社	株式会社ファイブスタークルーズ（100%子会社）、株式会社えびす旅館（100%子会社）

<経営理念>

テクノロジーにより

世界中に感動体験と豊かな生活を創出する

<ビジョン>

人類の進化と豊かな感性を

最も多く創るカンパニー

会社概要/事業セグメントの創設

事業領域を国内旅行や金融メディア領域まで拡大させているため、新しく3つの事業セグメントを創設しこれまでの事業を区分しました。

① マリンテクノロジー事業

「クルーズOTA事業」、「フェリーOTA事業」等をまとめ、マリン領域全般を取り扱います。
※祖業の「クルーズ事業」は「クルーズOTA事業」となっております。

② 旅行テクノロジー事業

「国内旅行OTA事業」、「ホテル・旅館テック事業（えびす旅館）」等をまとめ、マリン領域を除く旅行領域全般を取り扱います。

③ 金融テクノロジー事業

「金融フィンテック事業」、「ITベンチャー投資事業」等をまとめ、金融・投資事業領域を取り扱います。

会社概要/マリンテクノロジー事業

「クルーズOTA事業」、「フェリーOTA事業」等をまとめ、マリン領域全般を取り扱います。

<ビジョン>

「海洋×初めての感動体験×テクノロジーで社会に貢献する」

地球の表面積のおよそ7割を占める海。未知なる大海原に関する旧来型の産業構造をDX・IT化し、成長活性化を促したいと考えております。テクノロジーを活用した手軽で便利なサイトを通じ、海の感動体験を日本のみならず世界のお客様に提供していきます。

<各事業のミッション>

- ・クルーズOTA事業：クルーズ旅行を通じて全てのお客様に初めての感動体験を
(前経営理念)
- ・フェリーOTA事業：未知の海上移動体験を気軽に便利に安心に
- ・その他（海のレジャーEC事業（構想段階）等）：事業開始時に開示予定

※その他事業に関しては、現状、特段進展はございませんが、引き続き前向きに検討しております。

会社概要/旅行テクノロジー事業

「国内旅行OTA事業」、「ホテル・旅館テック事業」等をまとめたマリン領域を除く旅行領域全般を取り扱います。

<ビジョン>

「旅行×感動体験×テクノロジーで社会に貢献する」

日本中、世界中にある素晴らしい観光資源・インフラ・技術・コンテンツを日本中、世界中のお客様に紹介し、体験してもらい、喜び・感動のある人生・社会にすることに貢献していきます。

<各事業のミッション>

- ・ 国内旅行OTA事業：国内旅行×感動体験×テクノロジー
- ・ ホテル・旅館テック事業：宿泊滞在の利便性・安さ・気軽さ×テクノロジー
- ・ 海外旅行OTA事業：今期末までに新事業として開始予定

※海外旅行OTA事業に関しては、現状、特段進展はございませんが、引き続き前向きに検討しております。

会社概要/金融テクノロジー事業

「金融・フィンテックメディア事業」、「ITベンチャー投資事業」等をまとめ、金融・投資事業領域を取り扱います。

<ビジョン>

「金融マーケットで社会を学び・楽しく豊かな生活を創出×テクノロジー」

「世の中を知る」「マーケットを知る」「感動や喜びを知る」「社会を維持する」に貢献できる事業やサービス、企業、マーケットを応援することで、精神的にも金銭的にも豊かな人生となることに貢献する。

<各事業ミッション>

- ・金融・フィンテックメディア事業：成長するマーケットに投資し、個人・企業が互いに支え合い、ともに豊かな生活を創造することに貢献する
- ・ITベンチャー投資事業：ITデジタルイノベーションを加速させ、感動のある事業・サービスのエコシステム創りに貢献する

会社概要/行動指針・バリュー

全体バリュー/VALUE10 全事業運営における共通の価値観

1. 感動体験により人類の進化発展に貢献
2. テクノロジーを基盤に進化をリードする
3. デザイン志向、面白い見たことのない、商品サービス・コンテンツを創ろう
4. 大きく大きく大きく考えて、同時に細心の目配り・確認・注意を怠らず
5. お客様を知る、理解する、行動する、貢献する、そして少し先を行こう
6. 無から有を生み出す、課題発見と課題解決、見たことのない景色を先んじて創る
7. 諦めない、粘り強く、達成するまで継続する
8. オンリーワンとナンバーワンを目指す、考えることとすぐに実行
9. スピード、スピード、スピード、走りながら考える、止まらず前進
10. 常にチームと会社と社会のことを考え、厳しいこともはっきり伝える一方で、明るく、元気に、礼儀正しく

会社概要/お客様対応サービス指針

温かく思いやりを持ったサービスに努めます。

－クルーズ・旅行といった商品の特性、お客様の期待を理解して接客をしましょう。

日々スピーディー・迅速な対応を心掛けます。

－問合せを、メールをした瞬間から、お客様は「待ち」始めています。スピードは価値です。

お客様と良いコミュニケーションを保ち、安心・親切・丁寧な対応に努めます。

－WEB専門で顔が見えないからこそ、親切・丁寧な接客を心がけてください。

正確で間違えのない対応に努めます。

－お客様の大事な旅行の手配を預かります。正確な仕事は大前提です。

情報力・提案力の向上に取り組みます。

－クルーズ・旅行の専門店としてのプライドを持って、知識の向上に努めてください。

リーズナブル・お得な料金を提供出来るよう尽力します。

－限られたお客様ではなく、一人でも多くのお客様にクルーズ・旅行に参加いただける提案をしましょう。

要望・ニーズを把握し、出来る事・出来ない事を的確に対応します。

－親切・丁寧な接客姿勢と、クルーズ・旅行の専門知識を駆使して、的確な案内を行ってください。

会社概要/経営方針

【今後の業績の基本的な考え方】

本業のクルーズ事業のみならず、新型コロナウイルスによる世界的パンデミック以降にスタートした国内旅行事業や金融・フィンテック事業においても、
売上高(規模)・粗利益額の最大化を目指し、短期的な利益ではなく、
中長期での利益最大化を目的とします。

また、クルーズの運航再開の目途がつき、コロナ前の水準に戻った段階においては、
クルーズ事業と新規事業の両軸成長により、
売上高、取扱高で50%程度の成長を維持し、新たなる高みにチャレンジしてまいります。
※クルーズ事業においては引き続き25-35%成長を維持していきます。

本業のクルーズ事業は、新型コロナウイルス感染症の世界的流行の影響を大きく受け、厳しい状況が続いておりますが、マーケット自体の成長余地がまだまだある市場だと考えております。マーケットがある程度できあがった（クルーズに乗る日本人が一定に達した）段階で、いかに多くの旅行者が、ベストワンクルーズを通過（利用）しているかクルーズ予約といえばベストワンというブランドが浸透しているかが最重要だと考えています。

新たにスタート国内旅行事業や金融・フィンテック関連においては、初期段階では、「利益」以上に「ユーザー数」や「取扱高」の増加を重要視し、ある程度広告宣伝費を投下することで、まず先にブランド力の向上やマーケットシェアの拡大を図りたいと思います。

目次

1. 会社概要

2. 事業内容

3. 収益構造

4. 市場環境

5. 競争力の源泉

6. 成長戦略

7. リスク情報

事業内容/マリンテクノロジー事業

クルーズOTA事業①

メインサイト「ベストワンクルーズ」は、取扱コース数日本最大級のクルーズ旅行予約サイトです。子会社の「ファイブスタークルーズ」では富裕層向けのクルーズ旅行商品を取扱っております。

<日本船>



<外国船 (一部) >



事業内容/マリンテクノロジー事業

クルーズOTA事業②

当社グループは、クルーズ旅行専門のオンライン旅行会社として、リーズナブルなクルーズ旅行を取りそろえた「ベストワンクルーズ」、子会社では高級船を専門に取り扱う「ファイブスタークルーズ」を運営しております。その他、多言語サイトやQ&Aアプリ等の運営も行っております。

ベストワンクルーズ (メインサイト)



商品数
日本最大級

豊富な
情報量

クチコミ
ランキング

オンライン予約
24H

検索・比較
予約機能

クルーズ乗船券とパッケージツアーをオンラインで検索・予約可能な専門サイトです。乗船券、自社企画商品に加えて、提携旅行会社のツアーも予約可能で、取り扱いコース数は25,000コース以上を誇ります。PC、スマートフォン対応。

リニューアル
予約!
「cruisebookjapan.com」
クルーズ検索・予約ができる、多言語対応サイト



日本語
英語
中国語 (簡体)
台湾語 (繁体)
韓国語
インドネシア語
タイ語
7か国語対応!

リニューアル
予約!
「Cruisee !」
スマホアプリ



日本最大級の掲載コース数

人気ランキング
口コミ数
日本最大級!



「クルーズ船上Q&A」

スマホアプリ

クルーズ旅行に関する「Q&Aアプリ」です。
困った時・知りたい時に、既存のQ&Aから検索
できます。オフラインでも!



ファイブスタークルーズ (子会社)

高級船専門に取り扱う旅行会社です。
高級船、カジュアル船のスイートに特化したラ
インナップで、富裕層、シニアに向けた販売を
行っています。



事業内容/マリンテクノロジー事業

フェリーOTA事業

UIの改善、広告戦略が功を奏し、各フェリーにおける弊社の検索順位が上昇してきております。そのため、前年比での取扱高が前年比で1567.5%増となりました！

格安フェリーの予約・料金比較・航路・港 | ベストワンクルーズ・船旅専門旅行会社

旅の「ミライ」を語る

2019年8月金曜リニューアルしました
最新 注目キーワード
ハワイ/エーゲ海/一人旅/
カリブ海/ハネムーン/家族
カレンダー

03-5312-6247 FAX 03-5312-6248
E-mail: guest@best1cruise.com

資料請求・問い合わせはこちら
ご予約はこちら

クルーズのみ 航空券付きツアー 添乗員同行ツアー 日本発着 外国船/日本寄港 日本発着 日本船 豪華客船 ラグジュアリー リバークルーズ 予約の流れ クルーズQ&A

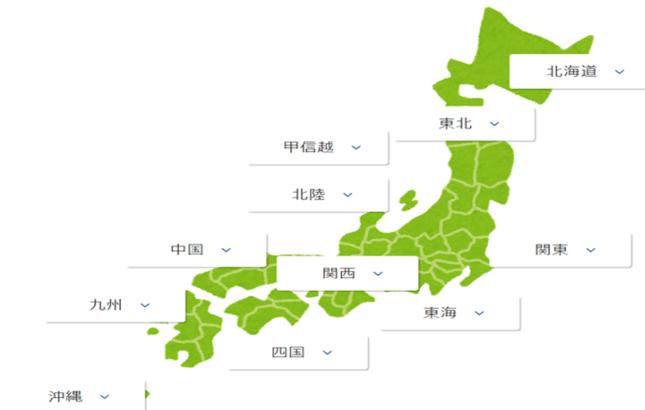
ベストワンクルーズTOP > 格安フェリーの予約・料金比較・航路・港

格安フェリーの予約・料金比較・航路・港

60%トータル GoToトラベルキャンペーン再開次第、事前予約でも出発日に合わせて適用します！ | 県民割りツアー続々開催決定！

▼ 地図から探す | ▼ エリアから探す | ▼ 船会社一覧から探す

フェリー全国の地図・航路(出発地・目的地・方面)から探す



阪九フェリー一覧

フェリーの業界最安値に挑戦！ 格安予約・初めてのお客様/リピーターの方もいつでも【弊社特別割引】で全国のフェリーを安心安全・簡単・スピーディーに予約できます。

ご自宅で簡単PCR・抗原検査キットを格安で購入できます (オンライン注文へ移動する)

阪九フェリー | マイカー | ツーリング | ペットOK | 団体予約割引有

パンフレット

フェリーのご予約・お問合せは、ベストワンクルーズへ
03-5312-6194 | 見積もり・仮予約

20組に1組 抽選で当たる！
ベストワンクルーズ
夏旅フェリー旅! 宝くじ
ギフトカードプレゼント! 200組限定早い者勝ち!
Amazon 電子ギフトカード 1,000円分

事業内容/旅行テクノロジー事業

国内旅行OTA事業

2021年10月にホテル・旅館予約サイト「ベストワン宿泊予約」、2022年1月にオリジナル国内ツアー予約サイト「ベストワン国内ツアー」、2022年7月に航空券・新幹線+ホテル・旅館を自由に組み合わせられる国内旅行予約サイト「ベストワン国内ダイナミックパッケージ」をリリースし、2022年年内に国内航空券予約サイトのオープンも予定しております。

<ベストワン宿泊予約>

<ベストワン国内ツアー>

<ベストワン国内DP>

事業内容/金融テクノロジー事業

金融・フィンテック事業

経営の安定性を増すべく、「旅行領域」での横展開ではなく、「インターネット領域」における横展開をおこないます。新ドメインにて、「IT×金融」による新しい且つ成長著しい金融商品、金融サービスに関する情報をメインとしたコンテンツを扱う金融・フィンテックメディアの構築を行ってまいります。ウェブサイトリリース当初は広告による収益モデルを想定しておりますが、月額課金モデル、運用助言、IFA、金融分野に特化した人材紹介サービス、また、成長性の高い分野に関しては自社フィンテックプロダクトの開発も視野に入れるなど、あらゆる可能性を模索していきたくと考えております。

※社内リソースを旅行関連事業に集約するため、サイト開発を一時停止し頃合いを見計らって再開する予定です。



事業内容/金融テクノロジー事業

ITベンチャー投資事業/個別保有銘柄

これまでも行ってきた投資を事業化しました。年間予算を決めて、スタートアップ、ミドル、レターヘバランスよく投資し、4-5年でイグジットすることを目指しております。また、事業連携や営業サポート支援等を行い、共に成長していきます。



(旅行メタサーチ / メディア) IPO準備中 業績見通し良好も会計基準に従い損処理済み

当社との集客提携として、サイト内の観光ガイドにてクルーズ旅行について取り上げる記事を多数掲載し、「ベストワンクルーズ」への流入増施策に取り組んでおります。2021年7月期2Qにて追加出資いたしました。



(外国人材 / インバウンドメディア) 業績不振により減損処理済み

当社の多言語サイト「cruisebookjapan」の翻訳・運用に携わる外国人スタッフについて、インバウンドテクノロジー社の紹介を活用しております。

2021年12月
に新規上場



(SNSマーケティング・運用支援コンサル)

当社のFacebook、Instagram等でのマーケティング施策をバックアップし、ノウハウの構築に取り組んでおります。



(人材採用・タレントリクルーティング) スタートアップ 業績不振により減損処理済み

スター社員によるスマホ面談を通じた接触、動機形成を行い採用に結び付けるプラットフォームです。当社の人材採用活動の一環として、同社のノウハウ、サービスを活用予定です。2022年7月期1Qで減損処理を行いました。



(ランチのサブスクリプションサービス) スタートアップ

テイクアウトランチのサブスクリプションサービス。提供エリアを拡大しながら、クラウドキッチンなどとも提携し業務拡大中。リアルなC向けサブスクモデルの情報収集等に活用。旅行サブスク事業の開発を検討。



(アパレルECプラットフォーム) スタートアップ (シードラウンド終了)

アパレル企業の在庫商品とインフルエンサーをAIマッチングするサービスやユーザー向けに在庫商品を販売するECサイト「サステナモール」を2021年3月6日よりオープンしております。

事業内容/金融テクノロジー事業

ITベンチャー投資事業/ファンド一覧&EXIT済み案件

【ファンド】

NOW

(VCファンド) 投資対象：シード・アーリーステージ
同社の1号ファンドに出資。同社を通し70社以上のベンチャー企業に間接的に投資をしています。
間もなく投資先の会社1社が上場予定！

FreakOut Shinsei Fund

(VCファンド) 投資対象：ミドル・レーターステージ
フリークアウトグループのソーシング及びアドバイスの機能と、新生企業投資が持つファンド運営の豊富な知見共同
で活用することで、出資及びグローバル視点での事業育成を推進し、投資リターンの最大化を目指します。

Création

(ターゲットファンド型PEファンド)
日本国内における未上場企業へハンズオン支援を行なっています。主にIPOでのEXITを目指しています。同ファンドの1案件に出資をしています。

2022年7月期3Q
に新規投資！



Gazelle Capital

(VCファンド) 投資対象：シード・アーリーステージ
創業前そして、創業直後の新しいチャレンジを志す起業家に対して、初期資金の投資、そしてあらゆる環境支援
を提供独立系のベンチャーキャピタル。

【EXIT済み案件】

node

(D2Cの女性アパレルEC)
2019年8月に1,500万円を出資し、2020年10月に3,000万円で譲渡。
2021年7月期1Qにて、投資有価証券売却益1,500万円を計上。

※今後も決められた枠内で、成長が見込まれるベンチャー企業への投資を継続的に行っていきます。

目次

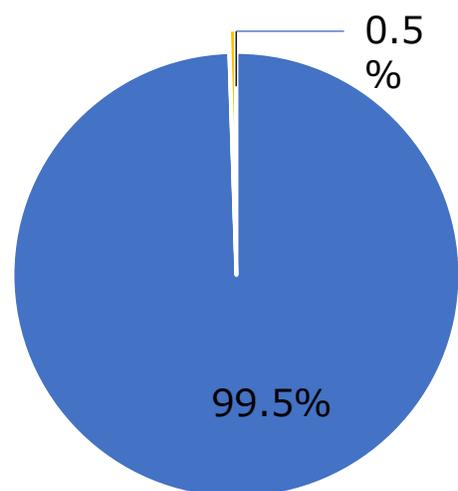
- 1. 会社概要
- 2. 事業内容
- 3. 収益構造**
- 4. 市場環境
- 5. 競争力の源泉
- 6. 成長戦略
- 7. リスク情報

収益構造/取扱高構成比率（事業別）

クルーズ一本足打法からの脱却/事業領域の拡大

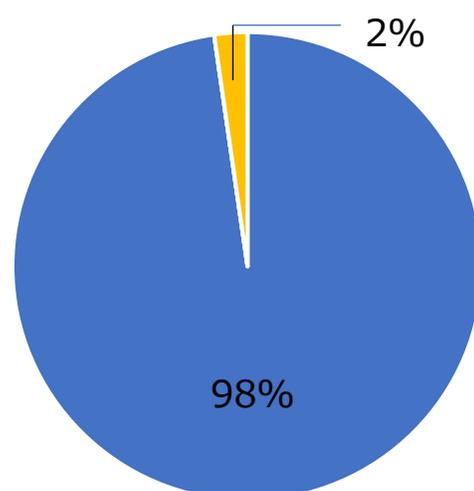
2019年まではほぼ100%がクルーズによる売上（取扱高）となっておりましたが、クルーズ以外の売上（取扱高）比率が高まってきました。今後もクルーズ事業の拡大を図りつつも、新規事業に注力することで、非クルーズ事業売上（取扱高）比率を、特に国内旅行の比率を高めてまいります。

2019年7月期



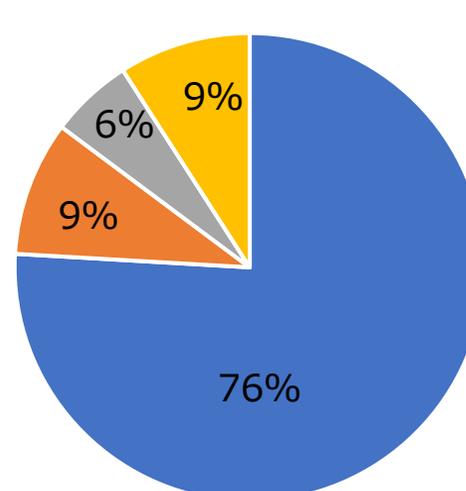
■ クルーズ
■ フェリー
■ 国内旅行
■ ホテル・旅館

2020年7月期



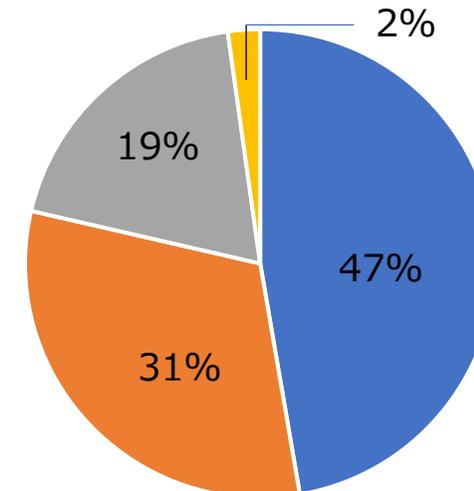
■ クルーズ
■ フェリー
■ 国内旅行
■ ホテル・旅館

2021年7月期



■ クルーズ
■ フェリー
■ 国内旅行
■ ホテル・旅館

2022年7月期



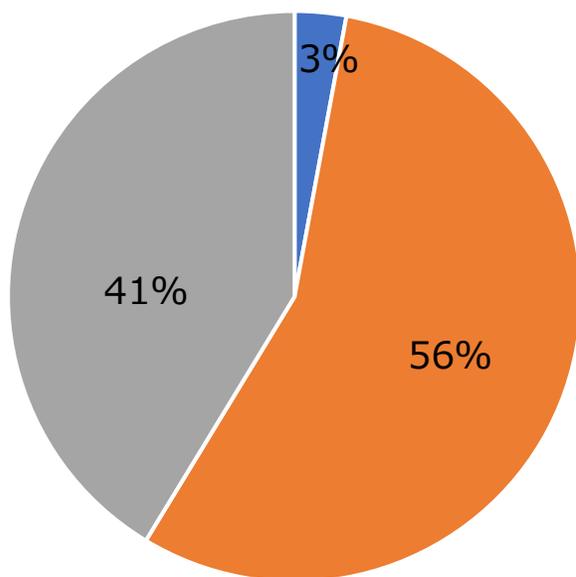
■ クルーズ
■ フェリー
■ 国内旅行
■ ホテル・旅館

収益構造/取扱高構成比・予約人数構成比

2019年7月期のクルーズOTA事業における実績

コロナ禍前には「日本発着外国船」と「海外発着クルーズ」が弊社の主力商品でしたが、2020年2月以降、新型コロナウイルスの影響を大きく受け、クルーズ事業における取扱高構成比は日本船が90%以上という状況になっております。下記は、2019年7月期の新型コロナウイルスの影響がない時期の取扱高構成比、予約人数構成比です。今後1-2年でこの状態に戻ることを想定しておりましたが、未だに「日本発着外国船」の運航が再開していないため、今後、「日本船」や「海外発着クルーズ」の比率を高めていく予定です。

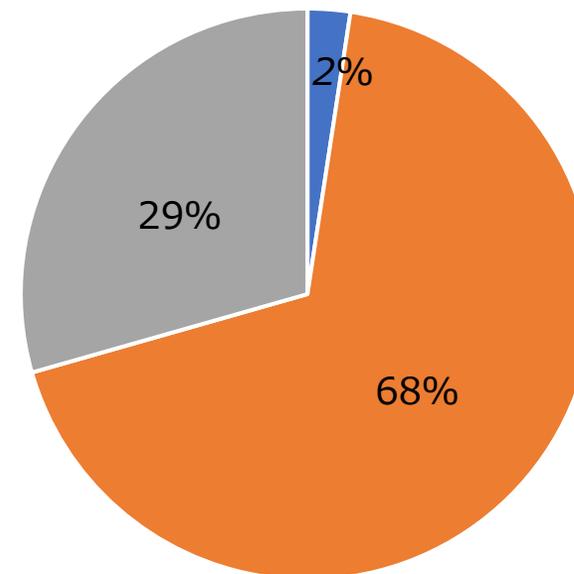
<取扱高構成比>



■ 日本船 ■ 日本発着外国船 ■ 海外発着

※2019年7月期期間中に出発した顧客データに基づく

<予約人数構成比>



■ 日本船 ■ 日本発着外国船 ■ 海外発着

※2019年7月期期間中に出発した顧客データに基づく

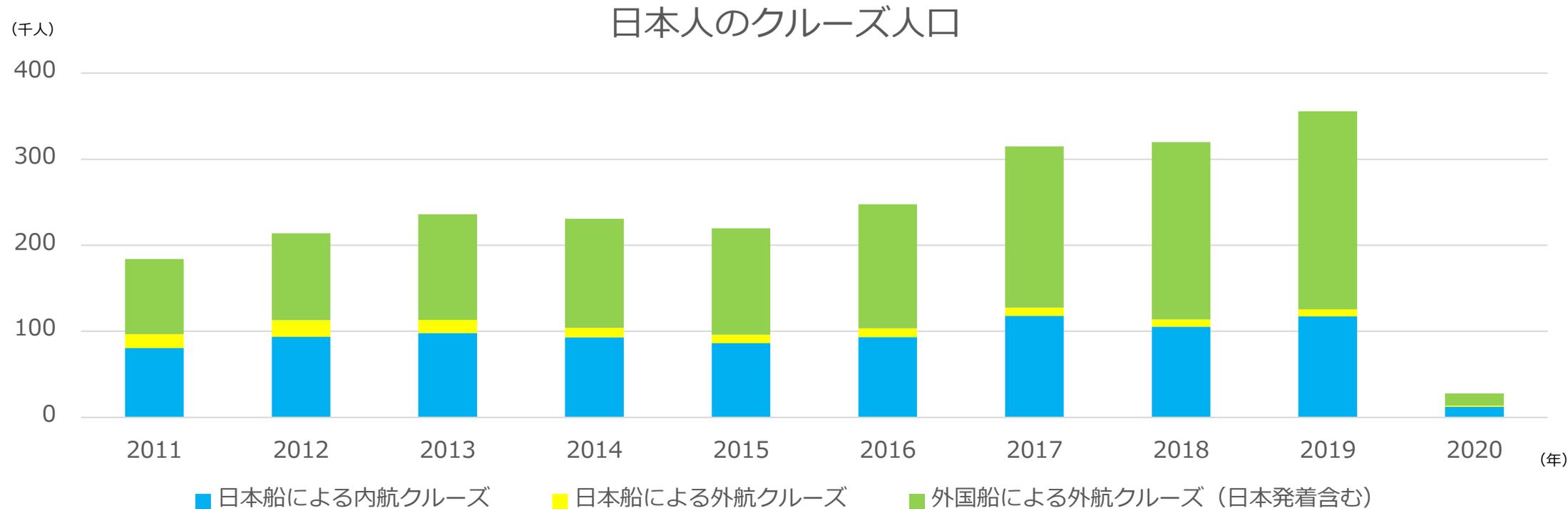
目次

- 1. 会社概要
- 2. 事業内容
- 3. 収益構造
- 4. 市場環境**
- 5. 競争力の源泉
- 6. 成長戦略
- 7. リスク情報

市場環境/クルーズ市場（マリンテクノロジー事業）

日本のクルーズ人口

「日本船による内航クルーズ」と「日本船による外航クルーズ」の合計人数が過去10年（2020年は除く）で毎年10万人前後とほぼ変動がないのに対し、弊社主力の「外国船による外航クルーズ（日本発着含む）」は約2.6倍に！弊社クルーズ事業の売上高（2019年7月期）の約97%が外国船によるものとなっており、これまで大きな成長ドライバーとなってきました。なお、2022年以降は大幅に改善することが見込まれます。



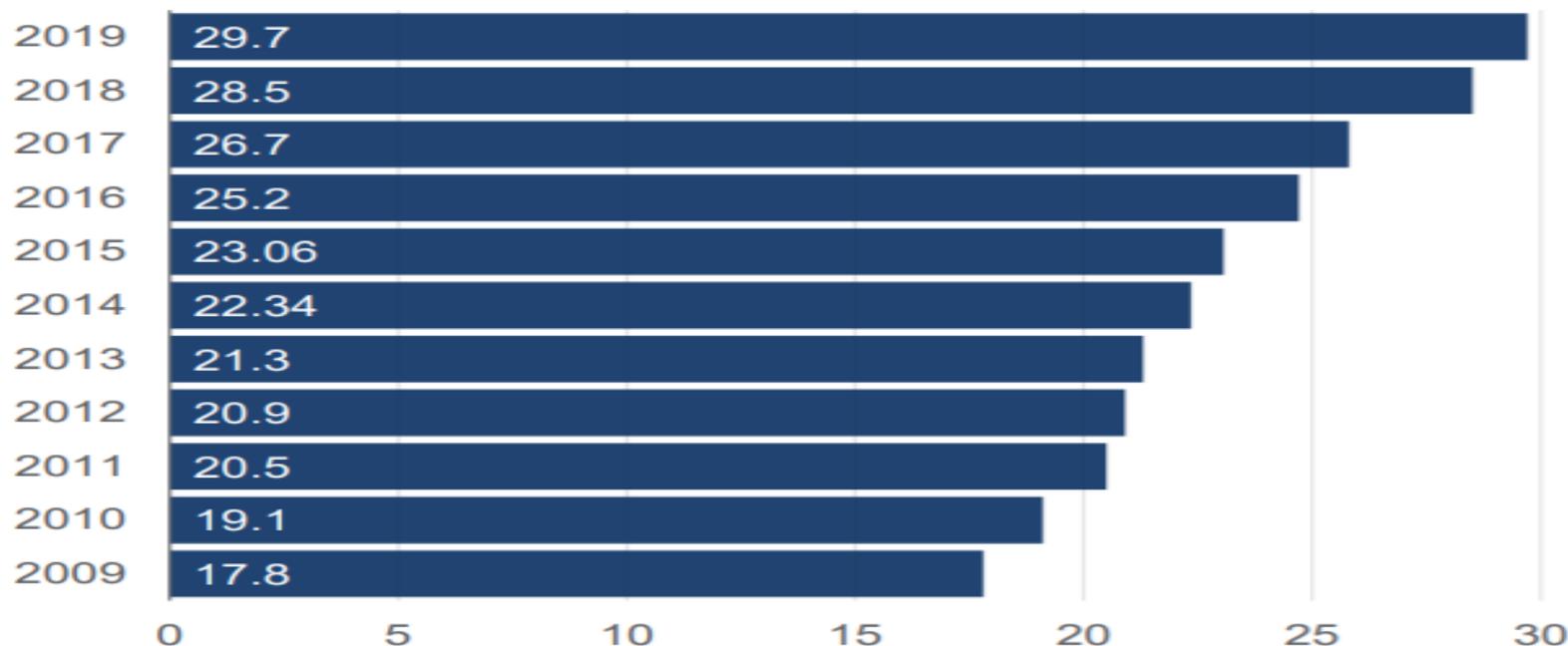
※国土交通省発表「2020年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）について」より当社作成

市場環境/クルーズ市場（マリンテクノロジー事業）

世界のクルーズ人口

コロナ前の2019年までは毎年堅調に増加しており、2009年から2019年までの10年間で約67%増加しました。コロナ禍により世界中の船が運航を中止したため、2020年、2021年は落ち込むことが想定されますが、クルーズ運航世界最大手のカーニバル社が2022年の下期の予約がコロナ前の水準を上回ったという発表をしており、2022年以降は更なるクルーズ人口の増加が期待されております。

世界の外洋クルーズ人口（百万人）



※「State Of The Cruise Industry Outlook 2021」CLIA（Cruise Lines International Association）より引用

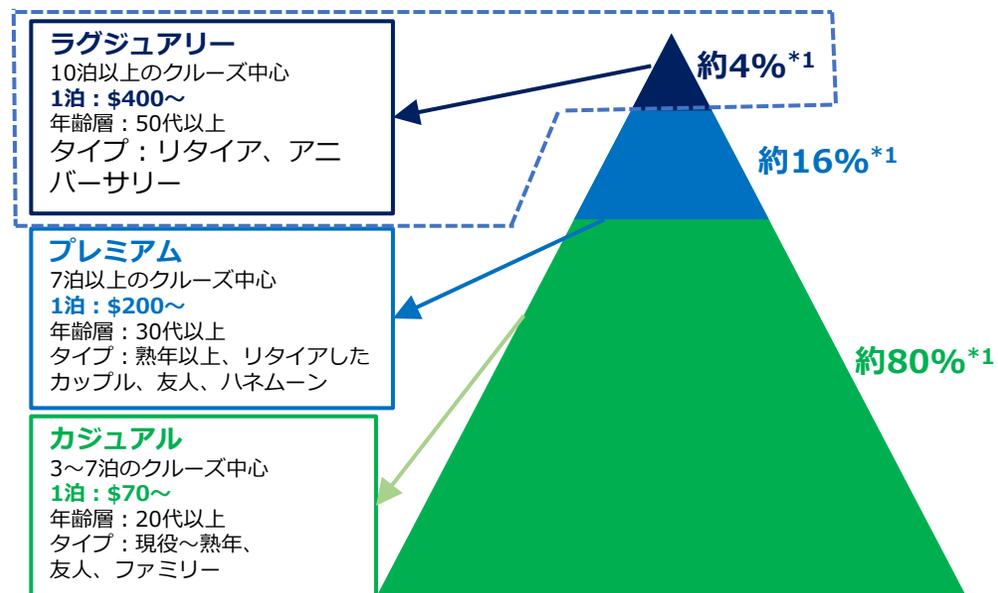
市場環境/クルーズ市場（マリンテクノロジー事業）

クルーズ旅行のイメージと普及状況

日本ではクルーズ旅行に対して高価なイメージが持たれがちですが、グローバルでは一般的な、カジュアルクルーズを幅広く取り扱うことで、新たなクルーズ市場を開拓して参ります。

また、クルーズ旅行が一般的に普及しておらず伸びしろが大きい市場だと考えております。

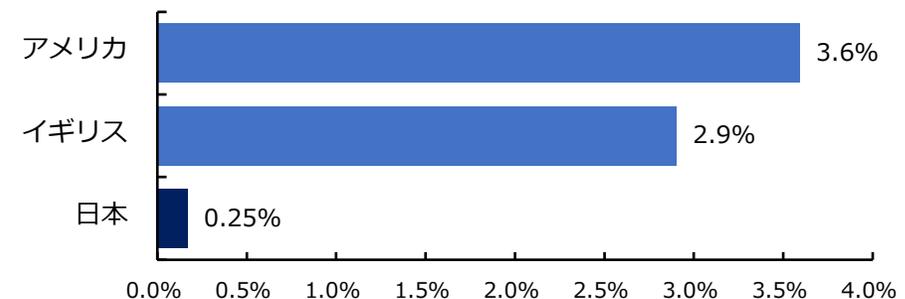
日本でのクルーズ旅行のイメージ



クルーズ旅行の普及状況

単位:百万人	人口	クルーズ旅行者数
アメリカ	327.2	11.9
イギリス	66.0	1.9
日本	126.8	0.3

人口に占める
クルーズ旅行者数の割合



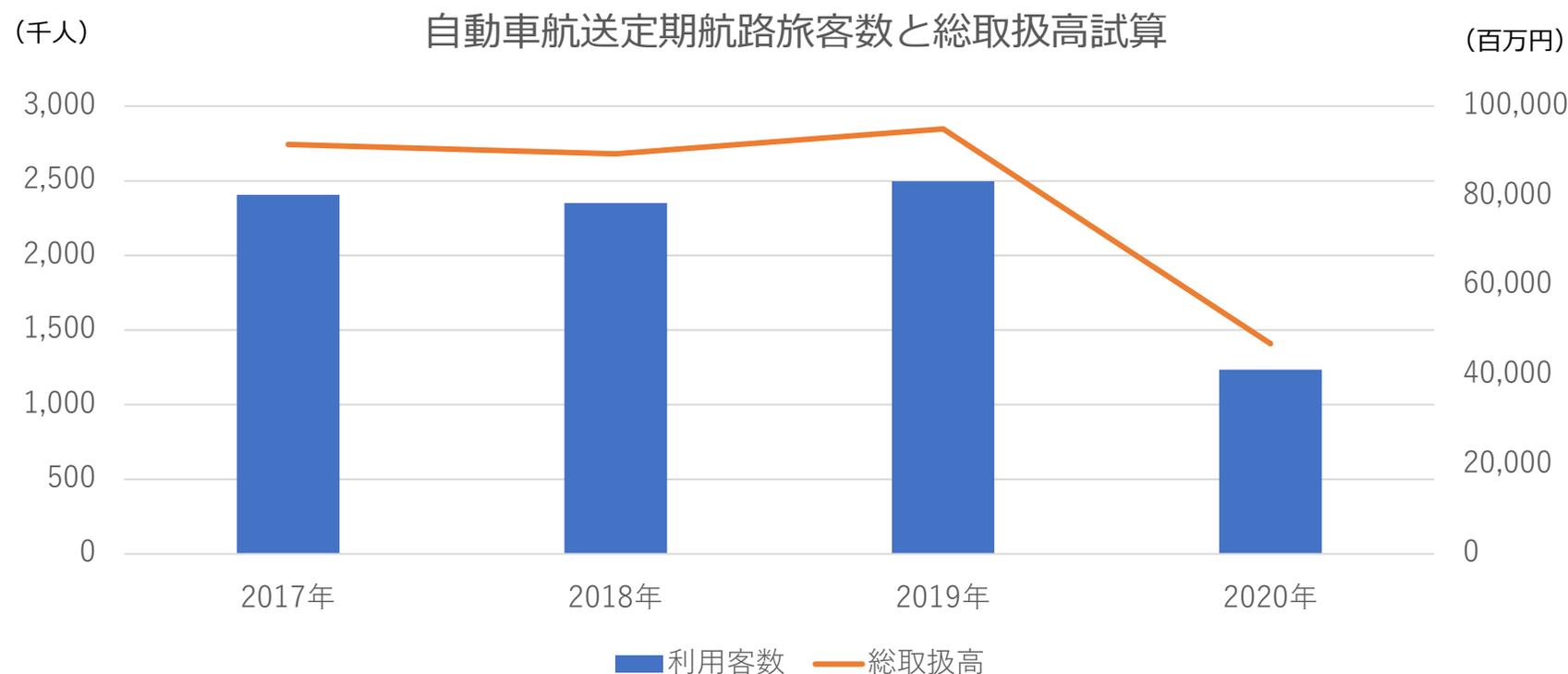
*1: 乗客定員ベースの比率
出所: クルーズ教本(平成28年版) (JOPA: 一般社団法人日本外航客船協会) より国土交通省港湾局作成

出所: United Nations, *World Population Prospects 2018*
Cruise Lines International Association, *2019 cruise trends & industry outlook - CLIA*
国土交通省「2018年の我が国のクルーズ等の動向について」

市場環境/フェリー市場（マリンテクノロジー事業）

フェリーの市場規模

フェリー市場は、現時点において成長市場ではないかもしれませんが、マーケット規模がある程度大きく、コロナ前の2019年で900億円規模と考えられます。マーケットシェアの拡大により事業としての成長の可能性は高いと考えられます。



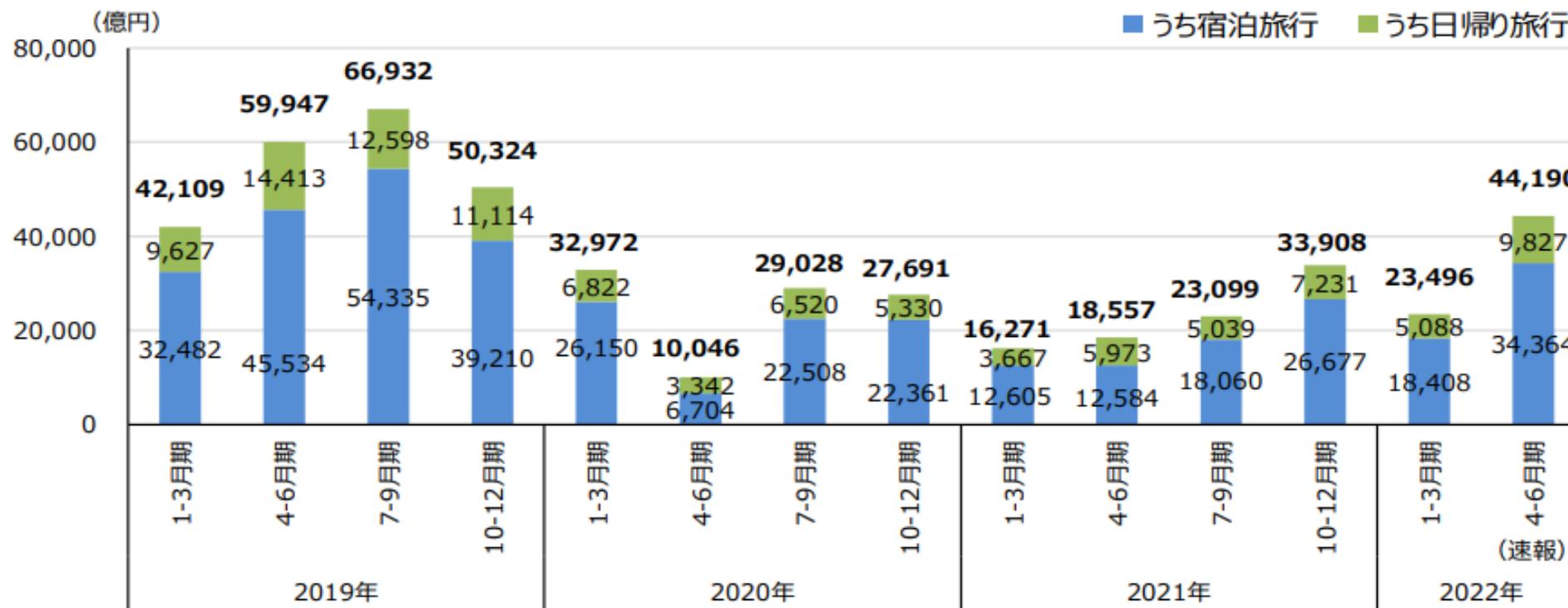
※「利用客数」は国土交通省発表の「統計情報」を引用。「総取扱高」は「利用客数」を基に弊社にて試算。

市場環境/国内旅行市場（旅行テクノロジー事業）

国内旅行消費の直近の動向

2022年4－6月期（速報値）が2019年7-9月比で約66%とまだまだ低水準ながらも徐々に回復してきております。また、2021年7月から2022年6月までの合計が12.5兆円と低迷している中でも巨大なマーケットが存在しています。

日本人国内旅行消費額の推移



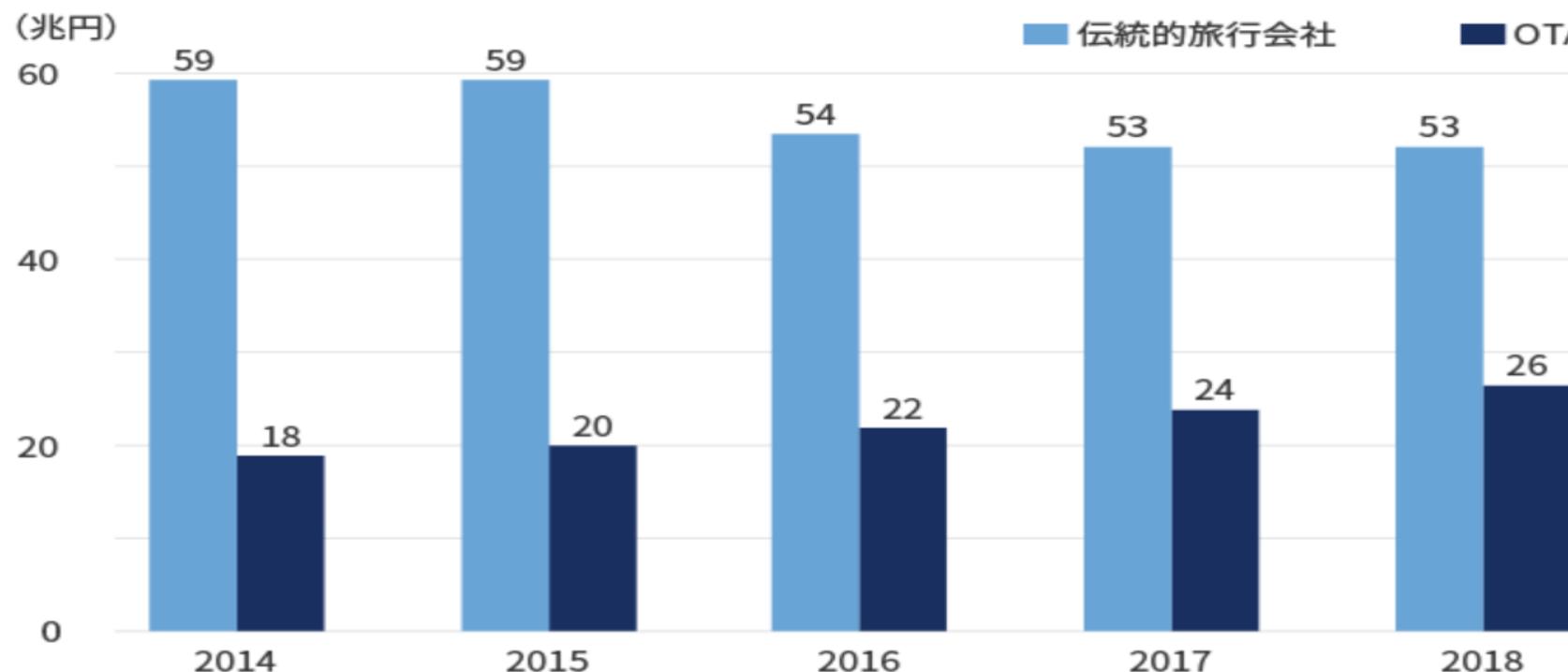
※「統計情報・白書」観光庁より引用

市場環境/国内旅行市場（旅行テクノロジー事業）

OTAのマーケットシェアが拡大

スマホの普及等により、TTA（伝統的旅行会社）の市場規模が縮小する一方、OTA（Online Travel Agent）の市場規模が確実に拡大してきています。また、利便性や価格優位性の観点から今後もTTAとOTAの差が更に縮小するものと考えられ、当社としては追い風となります。

日本国内における伝統的旅行会社とOTAの市場規模推移



※「旅行 魅力的な注目市場分野」JETRO（日本貿易振興機関）より引用

市場環境/国内旅行市場（旅行テクノロジー事業）

バスの市場規模

バスの市場規模は2017年の時点で売上高ベースで1兆2,667億円、利用者数ベースで3,885万人と推定され、巨大なマーケットが存在することがうかがえます。スピード感を持ってシェアの拡大を目指します。

バスの市場規模（予測）

（単位：億円）

	売上高	宿泊	日帰り
全体予測	12,667	9,627	3,040
OTA予測	2,653	2,016	637

（単位：万人）

	利用者数	宿泊	日帰り
全体予測	3,885	1,904	1,981
OTA予測	816	400	416

※「数字が語る旅行業2019」JATA、「旅行・観光消費動向調査2019年年間値（確報）」観光庁の数値を基に当社にて試算

※上記は全て2017年の数値となります

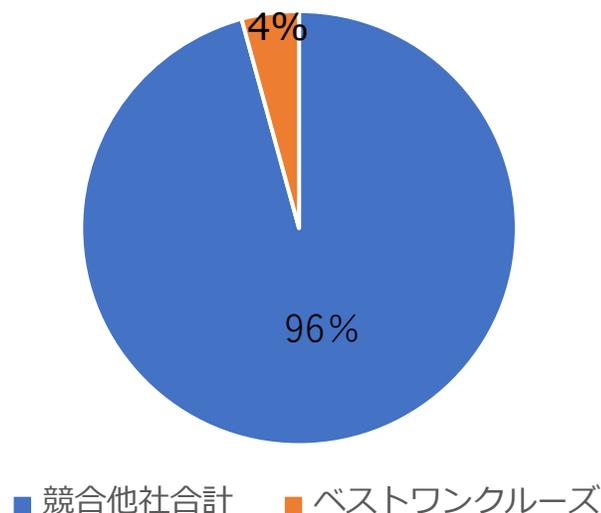
市場環境/競合環境

クルーズ&国内旅行市場における当社の立ち位置と可能性

クルーズ：外国船への送客を成長ドライバーとしこれまで成長してきましたが、未だシェアが約4%と低く、まだまだ成長余地があると考えています。

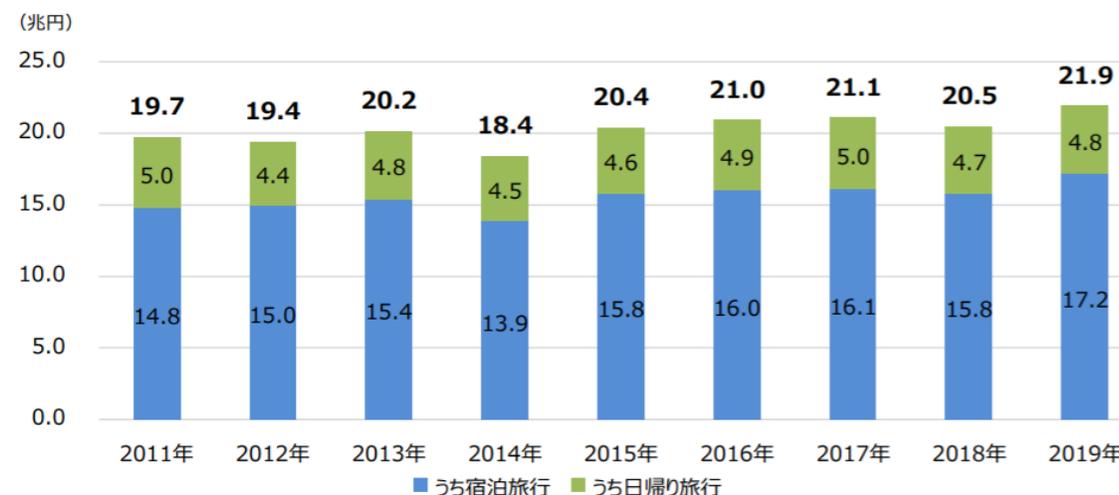
国内旅行：「日本人国内旅行消費額」はこれまで横ばいが続いており成熟市場と考えられるが、クルーズ市場と比較した場合、市場規模が圧倒的に大きいため、サイト運営次第で業績に大きなインパクトを与える可能性があると考えています。

日本のクルーズ人口における当社のシェア（2019年）



※国土交通省発表「2020年の我が国のクルーズ等の動向（調査結果）について」を基に当社が算出

日本人国内旅行消費額の推移



※「旅行・観光消費動向調査2019年年間値（確報）」観光庁より引用

市場環境/フィンテック市場（金融テクノロジー事業）

金融・フィンテックメディア

社内リソースを旅行関連事業に集約するため、サイト開発を一時停止しますが、投資の世界にはまだまだ伸びる市場が多数あると考えています。金融・フィンテックWebメディアの立ち上げに際しては、まずは暗号資産や米国株式等の投資関連の情報をメインで扱っていきます。



※「ビットコイン 仮想通貨 リアルタイム チャート」世界の株価と日経平均先物より引用

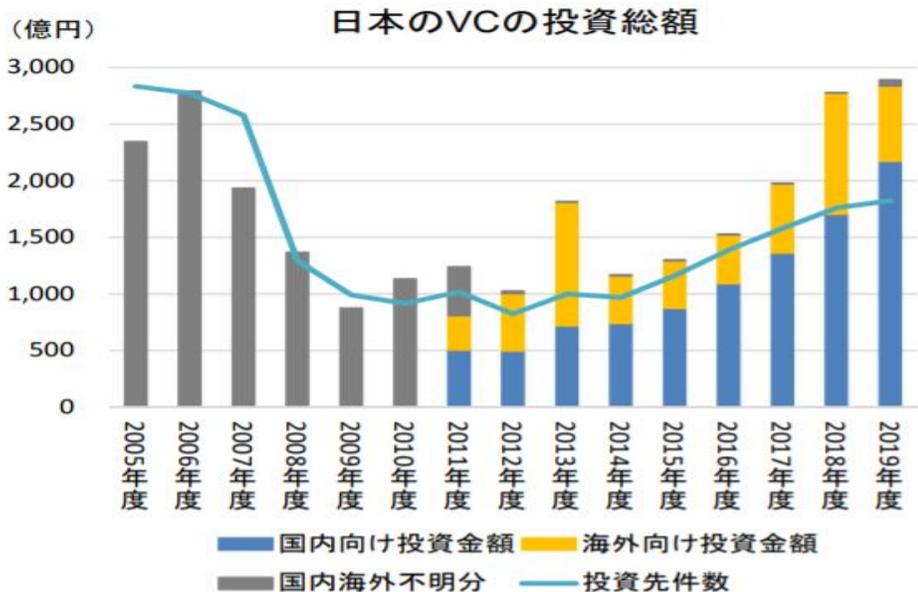


※「NYダウ平均株価 ヒートマップ」世界の株価と日経平均先物より引用

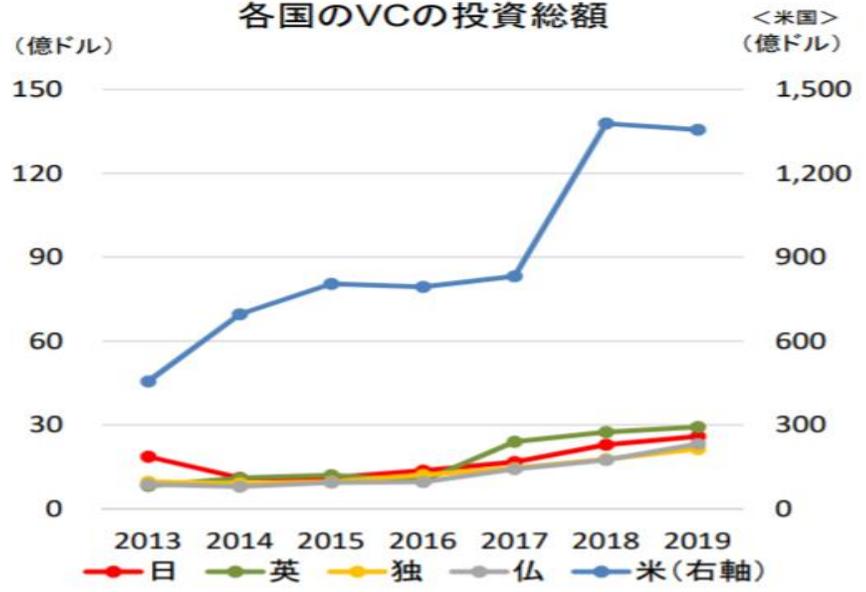
市場環境/ベンチャー投資市場（金融テクノロジー事業）

ベンチャー投資市場の概況

2018年には、日本のVCの投資総額はリーマンショック前の水準を回復していますが、2019年時点での米国との投資総額の差が約52倍とまだまだ成長の余地があると考えられます。



【出典】一般財団法人ベンチャーエンタープライズセンター資料を基に金融庁にて一部加工



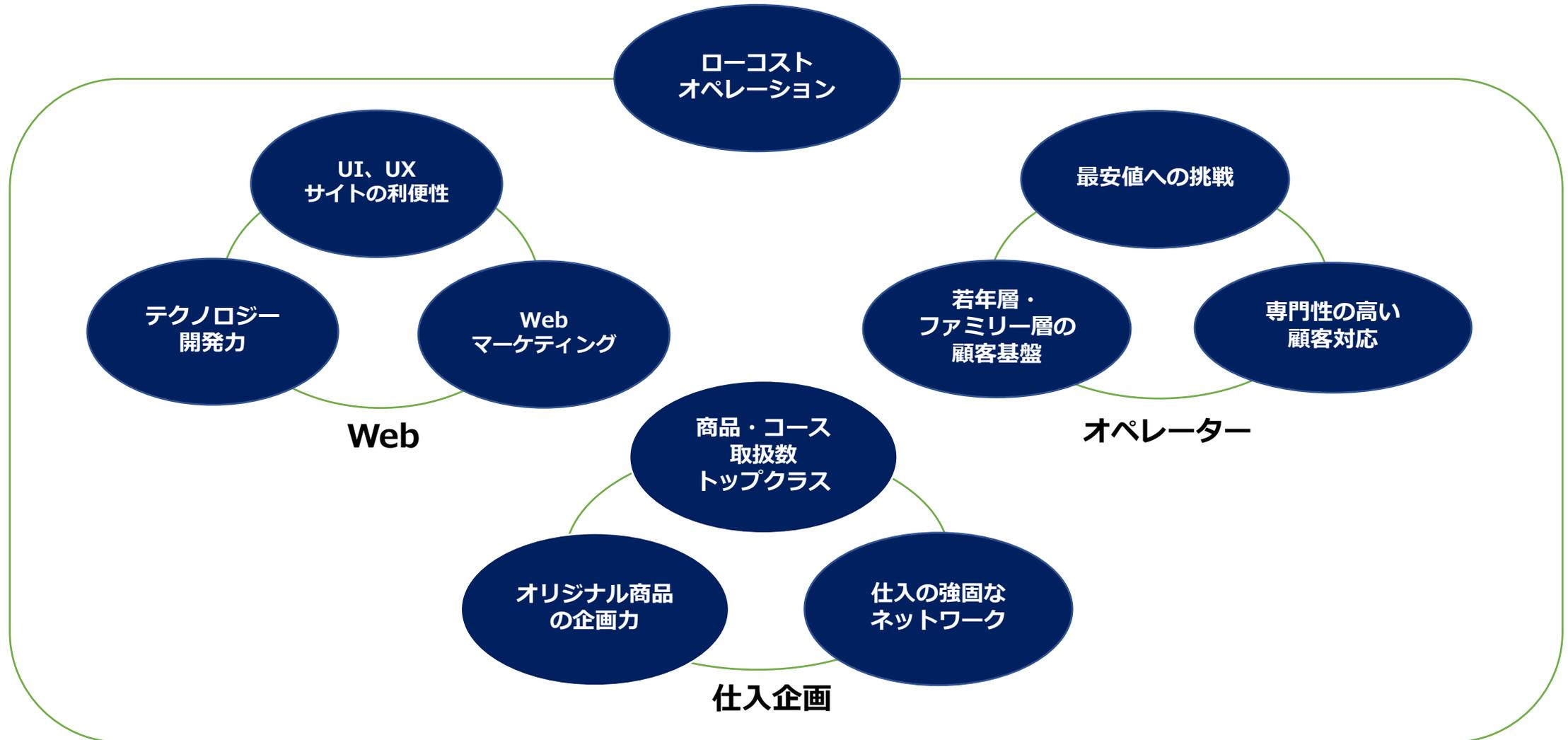
【出典】OECD資料、一般財団法人ベンチャーエンタープライズセンター資料を基に金融庁作成

※令和2年11月13日（金）付で金融庁が発表している「事務局説明資料（成長資金の供給のあり方に関する検討【総論】）」より引用

目次

- 1. 会社概要
- 2. 事業内容
- 3. 収益構造
- 4. 市場環境
- 5. 競争力の源泉**
- 6. 成長戦略
- 7. リスク情報

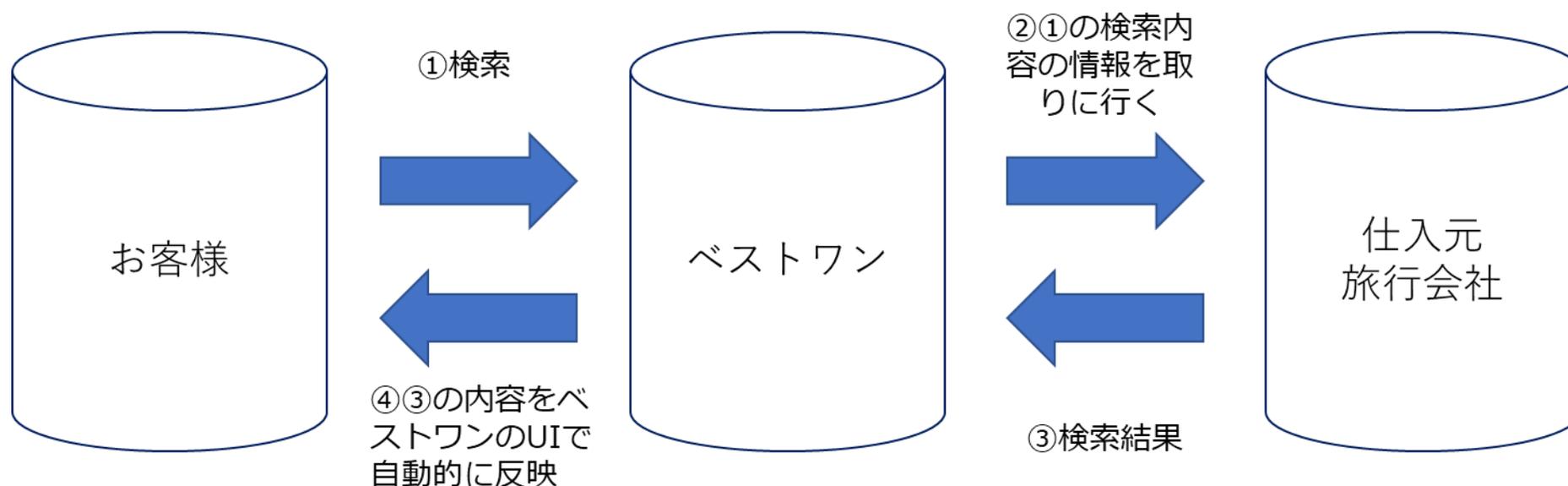
競争力の源泉/当社の競争優位性



競争力の源泉/①ローコストオペレーション

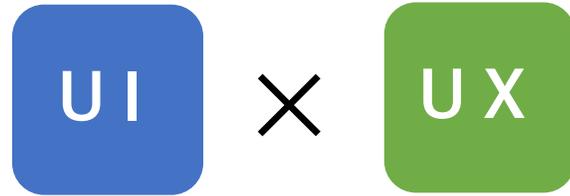
API等のシステム連携により人的コストを抑え生産性を上げることが可能となります。また、仕入の部分でもコストを抑えることでお客様へ安く商品をご提供できる体制を整えております。

API連携イメージ



他事業においても同様にAPI等によるシステム連携を行い生産性を高めます。

競争力の源泉/②UI、UX/サイトの利便性



User Interface

User Experience

ユーザーインターフェースとユーザーエクスペリエンスの融合が「最高の使いやすさ」「このサイトに出会えた満足感」を生み出すと考えています。

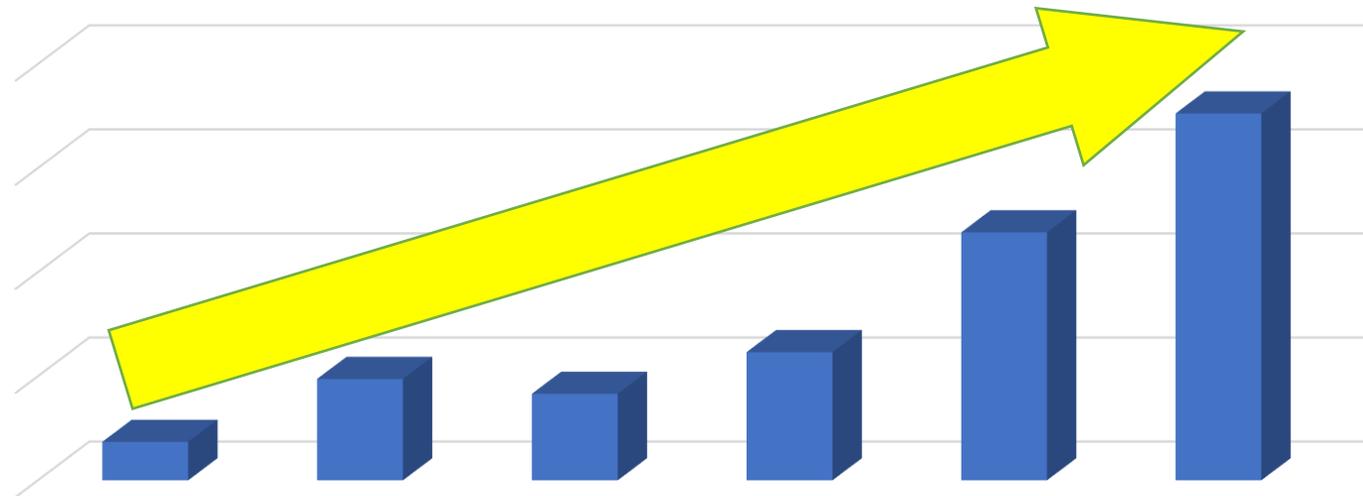
1. あらゆるデバイスに対応することで、「整理されて情報が読みやすい」状態を保ちます。
2. 専門用語ではなく、「分かりやすい言葉・表現」を意識して広い世代で支持を得ます。
3. 操作性を常に高めることで「使いやすさ」を追求します。



競争力の源泉/③Webマーケティング



Google Analytics、Google・Yahoo!広告、各種マーケティングツールを活用し、データに基づく現状の理解。そして今後の方向性を見据える専門性の高いチームスタッフによる考察を組み合わせることで、業界トップランナーを目指すマーケティング力で自社のメディア成長を促進します。

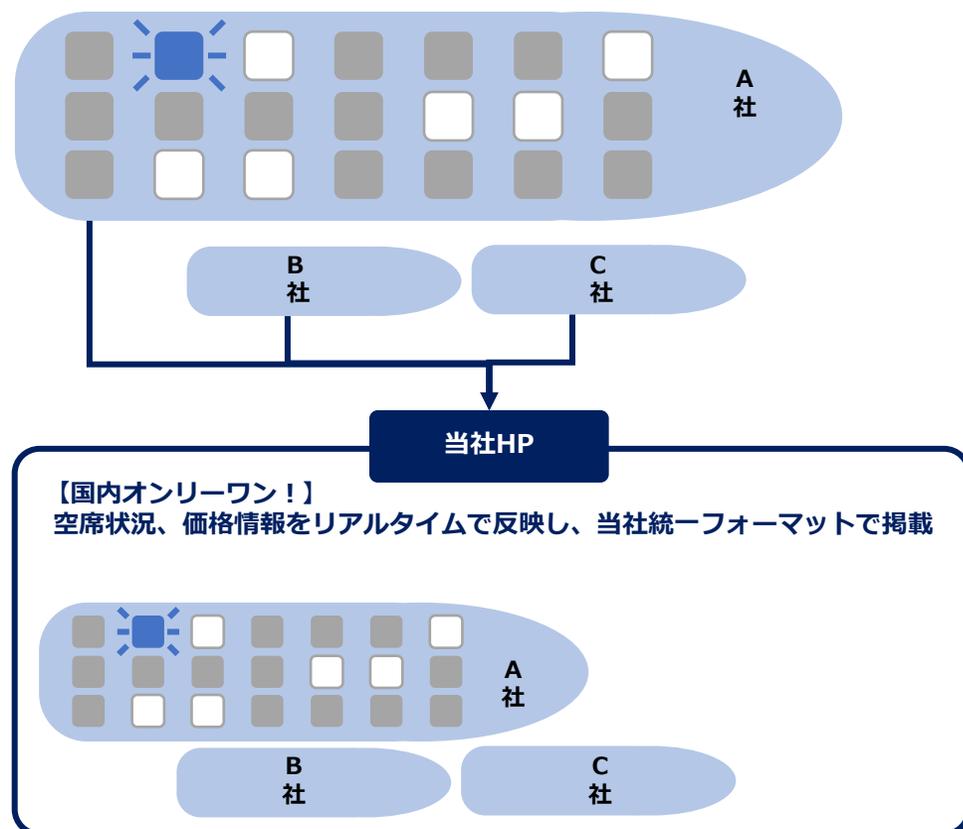


競争力の源泉 / ④テクノロジー・開発力

クルーズ事業の参考例

他事業においても同様にAPI等によるシステム連携を行い生産性を高めます。

- ・世界中のクルーズ客船の現在の空室状況がシステム連携されていて、WEBページも自動作成されます



船会社とのAPI契約（2022年9月30日時点）

提携船会社	掲載コース数
MSCクルーズ（イタリア）	1,815
プリンセスクルーズ（アメリカ）	1,179
ロイヤルカリビアンインターナショナル（アメリカ）	981
ホーランドアメリカライン（アメリカ）	691
シーボーンクルーズ（ノルウェー）	569
ノルウェージャンクルーズライン（アメリカ）	555
セレブリティクルーズ（アメリカ）	502
コスタクルーズ（イタリア）	425
キュナードライン（イギリス）	407
カーニバルクルーズ（アメリカ）	305
アザマラクルーズ（アメリカ）	273
オーシャニアクルーズ（アメリカ）	129
アマウォーターウェイズ（アメリカ）	48
合計	7,879

競争力の源泉 / ⑤ 最安値への挑戦

クルーズのみならず、フェリー、バスツアー、ホテル・旅館、国内ツアー、国内DPにて、定期的に当社オリジナルのおトクなキャンペーンを実施しております！



競争力の源泉/⑥専門性の高い顧客対応

クルーズに初めて乗るお客様も多いため、「自分で検索して、決めて予約する」「何も質問が無くカード決済まで完了する」お客さんは、まだ少数です。専門性を生かした接客・案内が求められています。その他の事業においても専門性の高い高品質な接客を追い求めてまいります。

非対面だからこそその親切丁寧で簡潔な接客



「どうやって検索すればいいか…」

「3つに絞ったけど決められない」



「子供の料金は？」
 「ドレスコードはどうなってる？」
 色々確認しないと予約できない！



専門オペレーター



自分で選べるからベストワンで検索してオンライン予約（約25%）



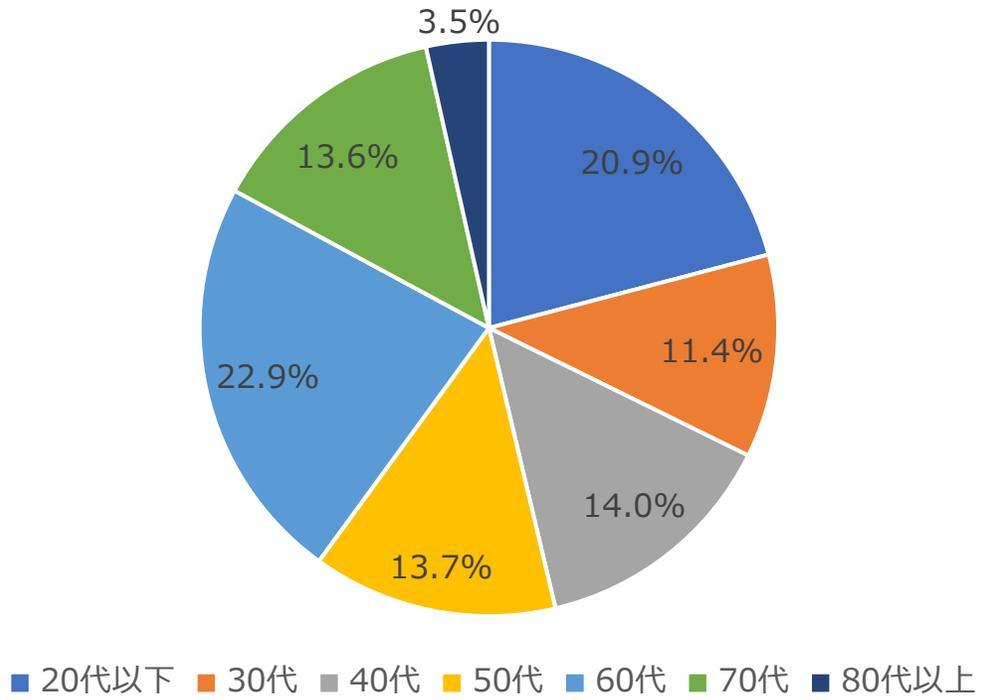


受賞歴

3年連続 **セールスオブザイヤー2019**
国内旅行代理店 No.1

競争力の源泉/⑦若年層・ファミリー層の顧客基盤

クルーズ顧客年齢構成比



※2019年7月期期間中に出発した顧客データに基づく

若年層・ファミリー層が多い
(60歳未満の比率が60%！)

×

リピーター率の高い商材



より永いお付き合いが可能に！

競争力の源泉/⑧旅行取扱数日本最大級

クルーズ市場において日本最大級の取扱数となっておりますが、国内旅行市場においても日本最大級の取扱数を目指します。

国内最大 **日本最大のクルーズ検索・予約プラットフォーム**

※「取扱船会社数」、「コース数」、「PV数」、「UU数」については2022年9月のデータです。

世界中の**クルーズチケット**が、日本で一番買えるサイト
 +
ベストワンオリジナルツアー
 +
提携旅行会社各社のツアーもワンストップで比較・予約可能

競争力の源泉/⑨オリジナル商品の企画力

粗利率の高いオリジナルツアーの販売も積極的に行っております。エイチ・アイ・エスやクルーズプラネットと共同でチャータークルーズを行ったり、クルーズ、航空券を掛け合わせた「ベストワンツアー」を企画したり等、商品組成・企画力も高まってまいりました。



競争力の源泉/⑩圧倒的かつ強固な仕入れネットワーク

ベストワンドットコムでは、各事業ごとに仕入れ担当を選任し、その全員が企画までを行い代理販売のルートを作り、オリジナルツアーの造成まで行い、「売れる商品」づくりを日々行っています。



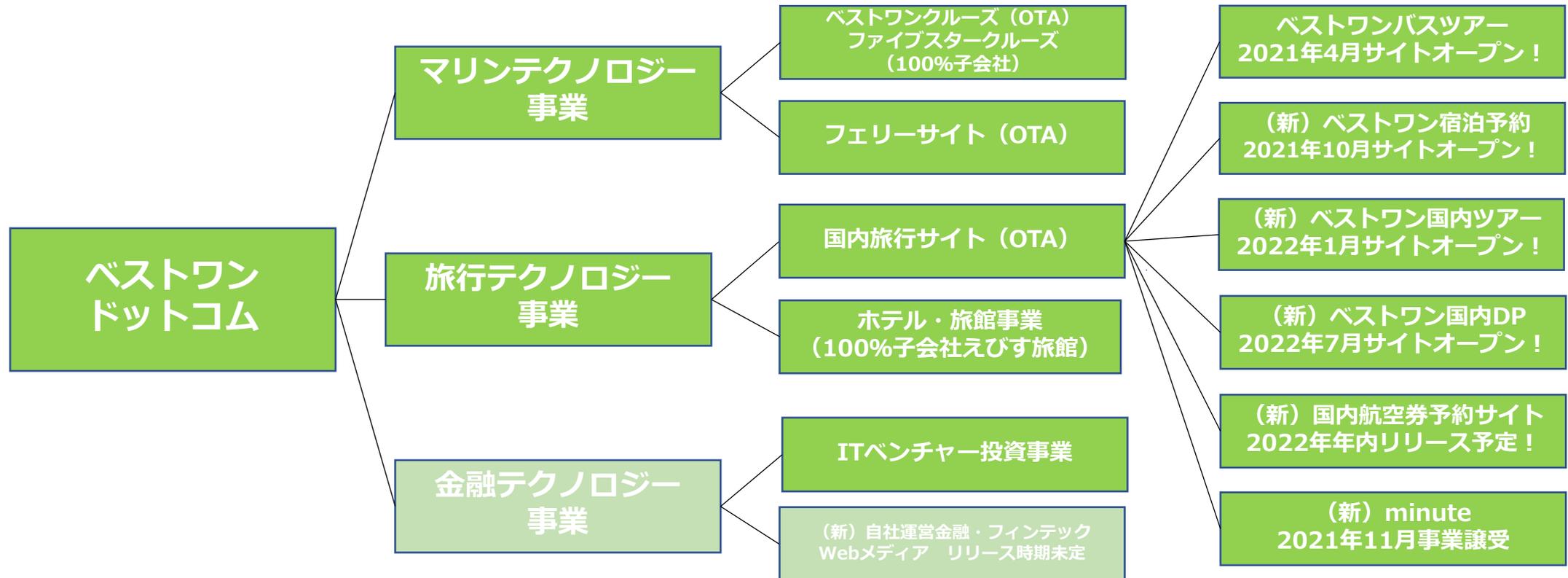
目次

- 1. 会社概要
- 2. 事業内容
- 3. 収益構造
- 4. 市場環境
- 5. 競争力の源泉
- 6. 成長戦略**
- 7. リスク情報

成長戦略

旅行事業にリソースを集中！

クルーズ事業1本足からの脱却を図るため、国内旅行サイトを新規で続々とオープンさせるとともに金融フィンテックWEBメディアを立ち上げることを計画しておりましたが、これからの旅行需要の急激な回復を見越し、一旦、マリンテクノロジー事業、旅行テクノロジー事業にリソースを集約することといたしました。

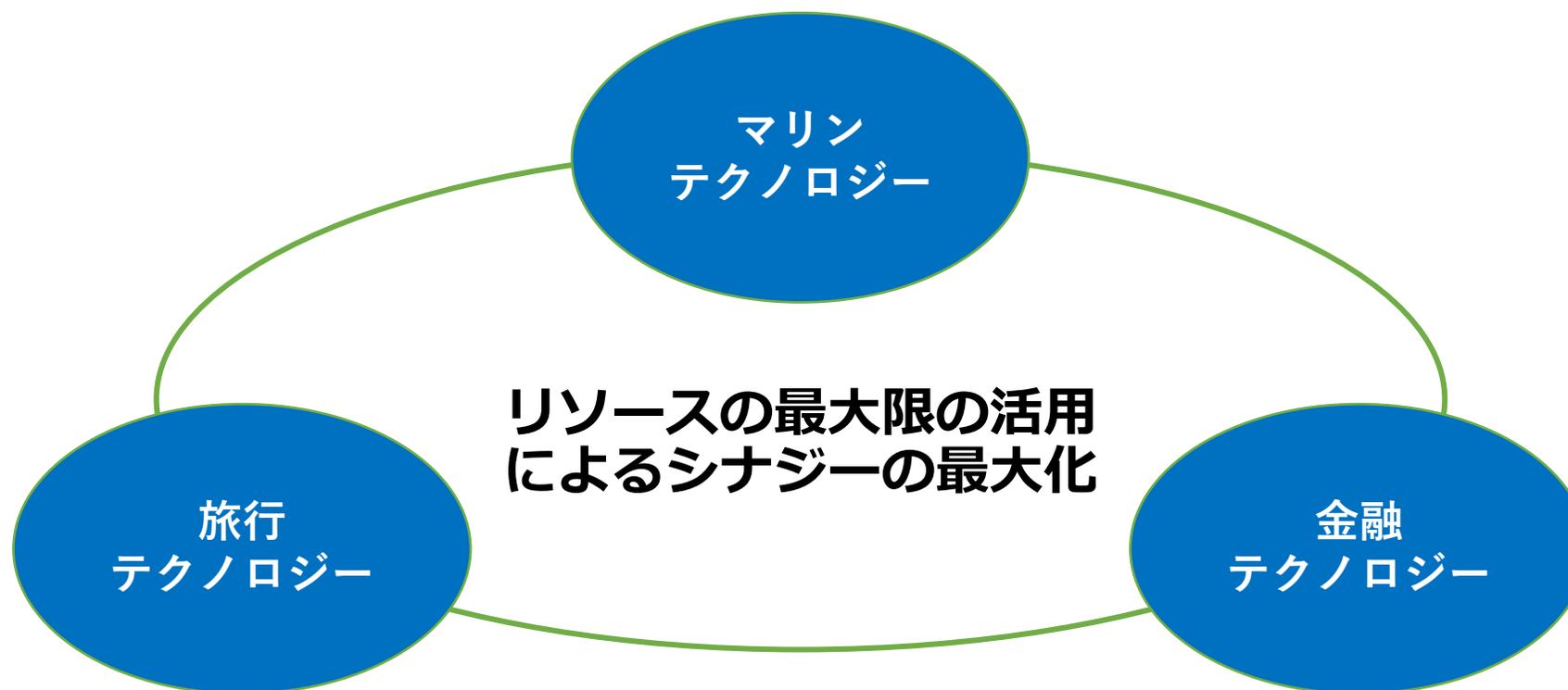


※「電力小売事業」に関しては現状の事業規模等を鑑み、主要3事業には含めず、大きな変化があったときのみ開示を行うことといたします。

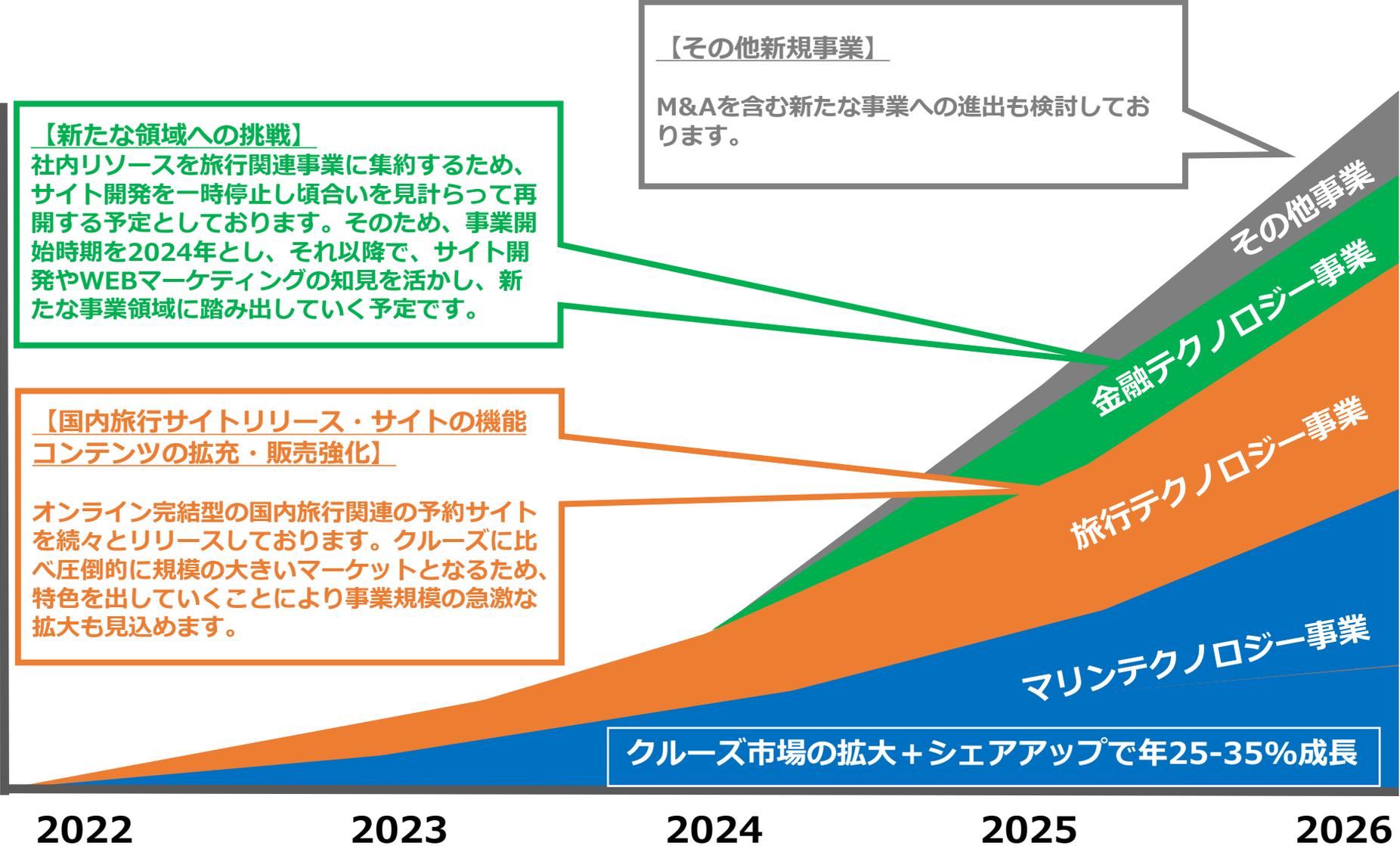
成長戦略/事業毎のシナジー

お客様対応力、マーケティングノウハウ、開発スキル等の事業を跨いでの共有や、クロスセルによる値引き等、当社のリソースを最大限に活用することで、シナジー効果を最大限に高め、会社全体の飛躍的成長を目指します。

※一旦、マリンテクノロジー・旅行テクノロジーにリソースを集約しますが、中長期的には金融テクノロジーの分野も含めシナジーを最大化することを目指します。

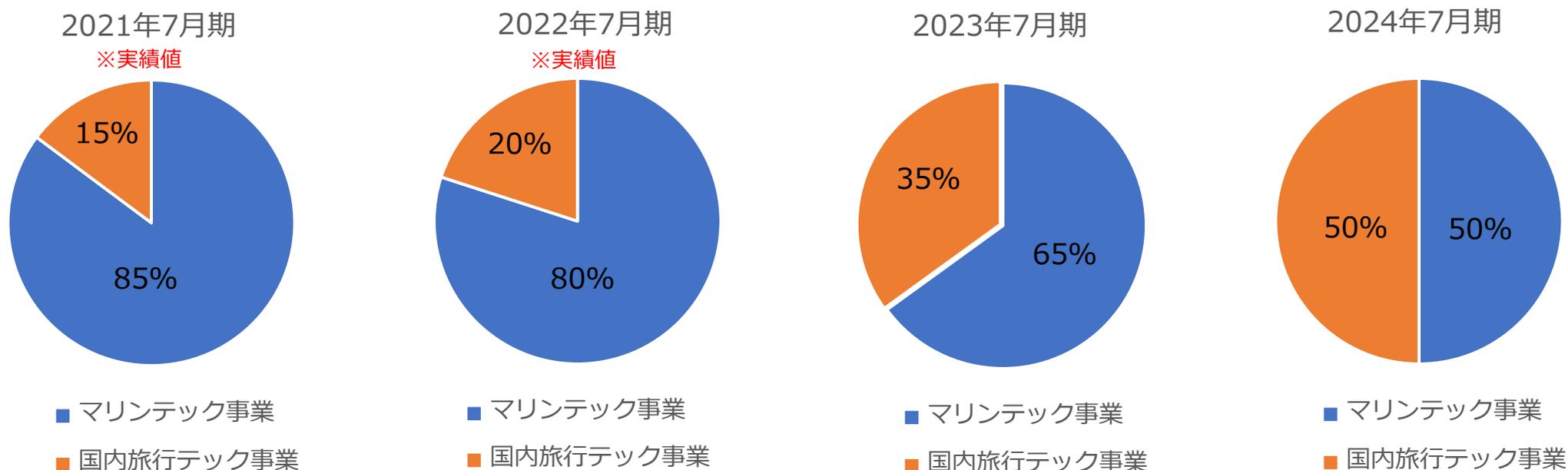


成長戦略/今後の成長戦略



成長戦略/取扱高構成比の推移

2021年12月時点での計画で、2022年7月期の比率をマリンテック80：国内旅行テック20としておりましたが、予定通り国内旅行テック事業の比率を高めることができました。2023年7月期においては、クルーズ事業の回復が見込まれますが、それ以上のペースで国内旅行事業を大きく伸ばしていくことを予定しており、2024年7月期には、マリンテック50：国内旅行テック50まで引き上げることを想定しております。



成長戦略/M&Aによる成長戦略

2014年にラグジュアリー船を専門に扱う「ファイブスタークルーズ」、2018年に京都からほど近い新しい旅館タイプの宿泊施設である「えびす旅館」、2021年に後払いができるホテル予約サイト「minute」を買収いたしました。今後も引き続き案件の模索、精査を行ってまいります。

<M&Aの考え方・手法>

旅行領域に囚われず、当社の得意とするインターネット領域での事業を中心に案件を抽出しております。事業規模、譲渡金額、シナジー効果等を総合的に勘案した上で、経営の安定性や事業の飛躍的拡大が可能かということを中心に判断しております。

2014年
 ファイブスタークルーズ



2018年
 えびす旅館



2021年
 minute



成長戦略/経営指標

2022年7月期2Q決算時より、決算説明資料にて、下記、KGI・KPIについて開示してまいりました。今後も引き続き開示してまいります。

KGI（全事業）：

総取扱高

売上総利益（粗利益）

※仕入力の強化を図り事業別の「売上総利益率」の動向にも注視してまいります。

KPI（事業毎）：

ユニークユーザー（UU）数/月

セッション（SS）数/月

問い合わせ件数/月

※旅行テクノロジー事業、金融テクノロジー事業は立ち上げ間もないため、ある程度の規模になるまでは開示を控えさせていただく予定です。

成長戦略/経営指標

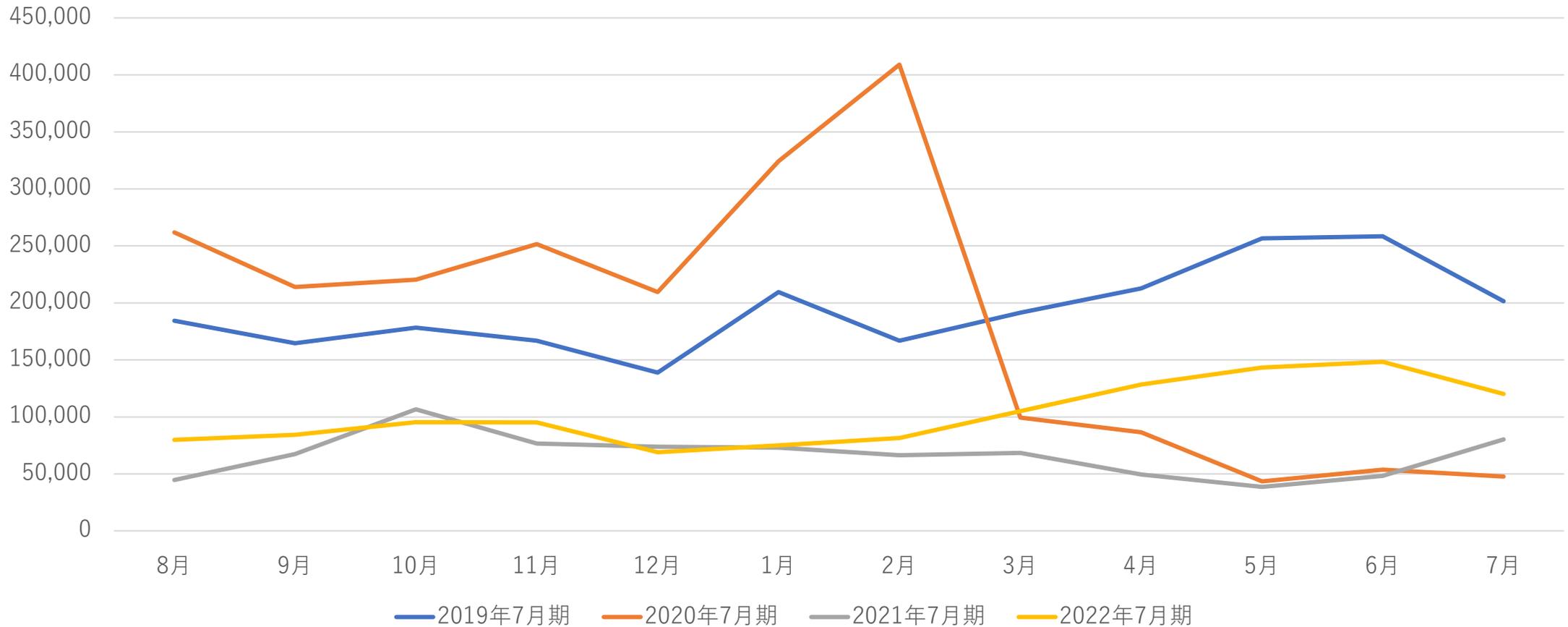
当期実績及び前期実績の比較

2021年7月期と比較し取扱高が235%増と大幅に増加しましたが、粗利率は18.5%増に留まり、取扱高総利益率が40.6%から14.4%に急激に落ちました。これは、船会社からのコミッション補償等の特殊要因が前期の数値に含まれているためです。またコロナ禍前では20%前後の取扱高総利益率でしたが、粗利率の高い外国船の売上が大幅に減少しているためです。外国船への送客が徐々に増えてきているため、2023年7月期は取扱高、売上総利益、取扱高総利益率の大幅な改善が期待できます。

単位：千円

	2022年7月期実績	2021年7月期実績	増減率
総取扱高	281,521	83,947	+235.4%
売上高	246,604	83,947	+193.8%
売上総利益	40,417	34,094	+18.5%
取扱高総利益率	14.4%	40.6%	—

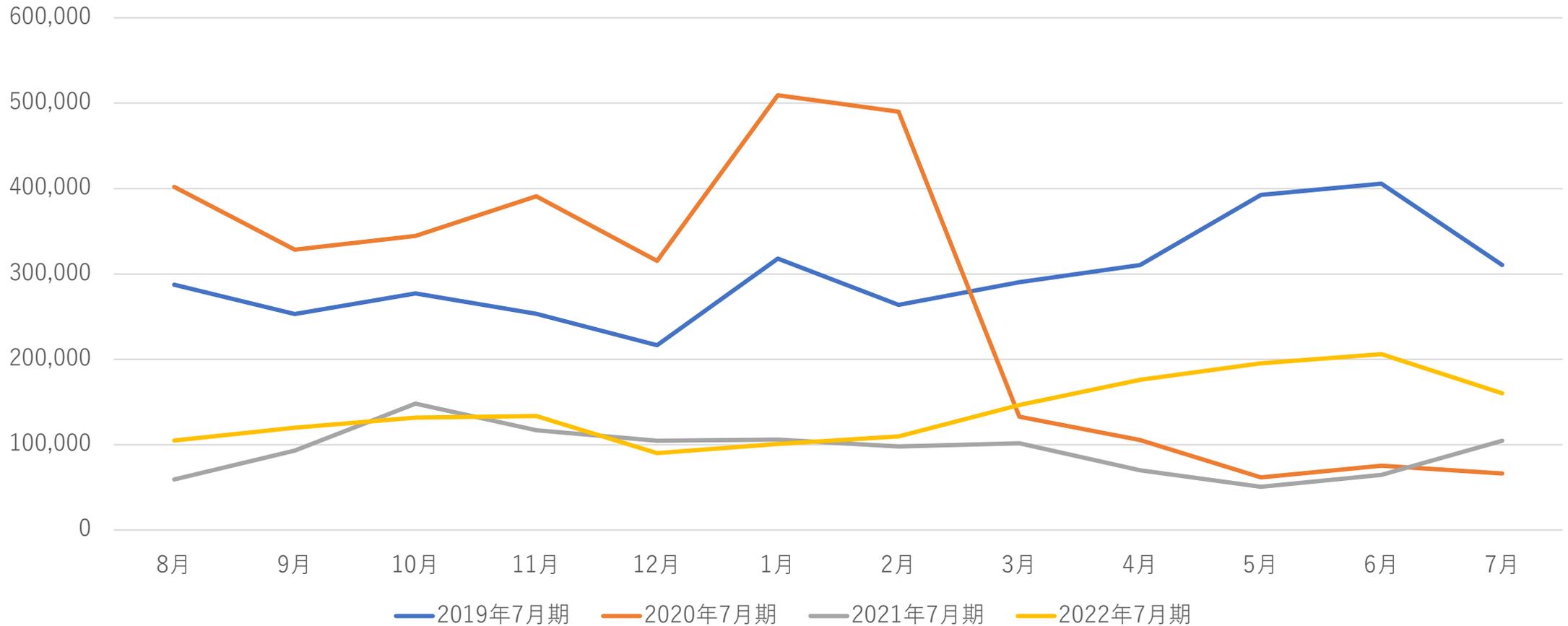
KPI : ベストワンクルーズUU数/月



クルーズ旅行検討時期（「ベストワンクルーズ」への流入、問い合わせ件数）については、広告宣伝費によらない季節変動のトレンドがあります。

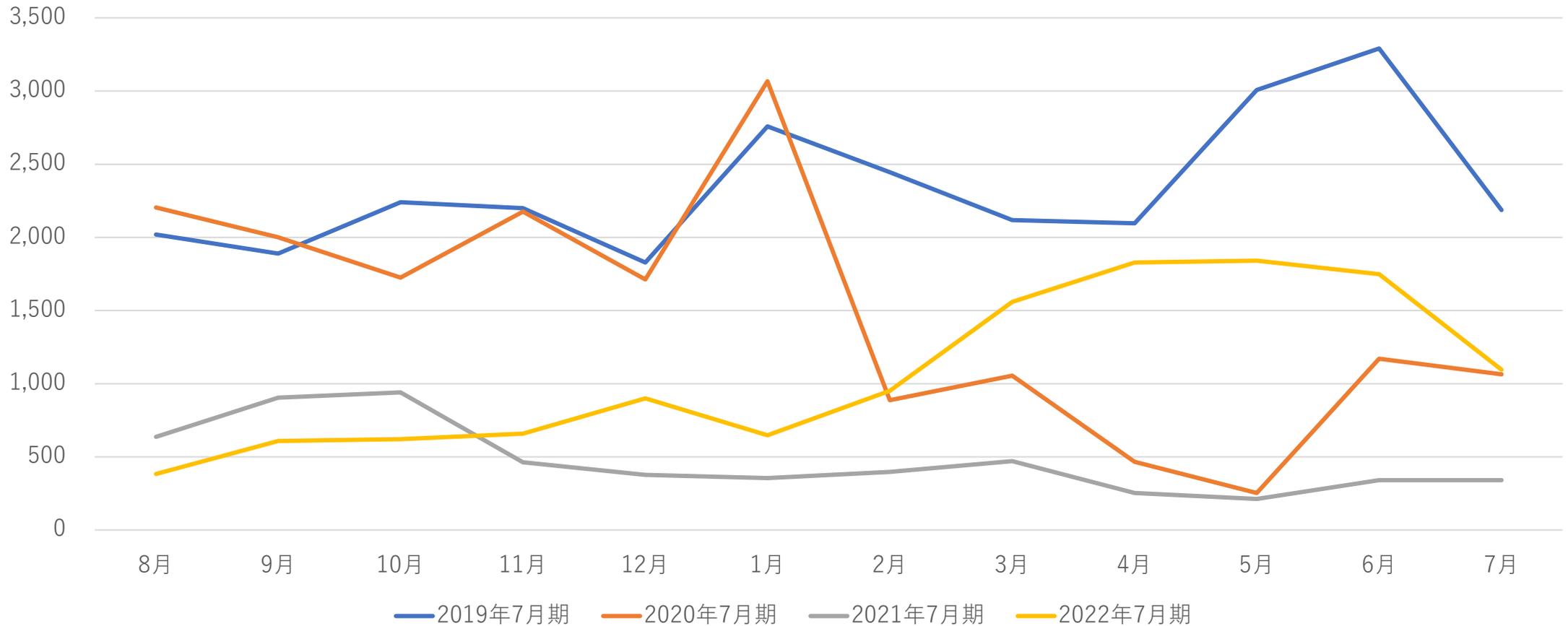
成長戦略/経営指標

KPI : ベストワンクルーズSS数/月



クルーズ旅行検討時期（「ベストワンクルーズ」への流入、問い合わせ件数）については、広告宣伝費によらない季節変動のトレンドがあります。

KPI : ベストワンクルーズ問い合わせ件数/月

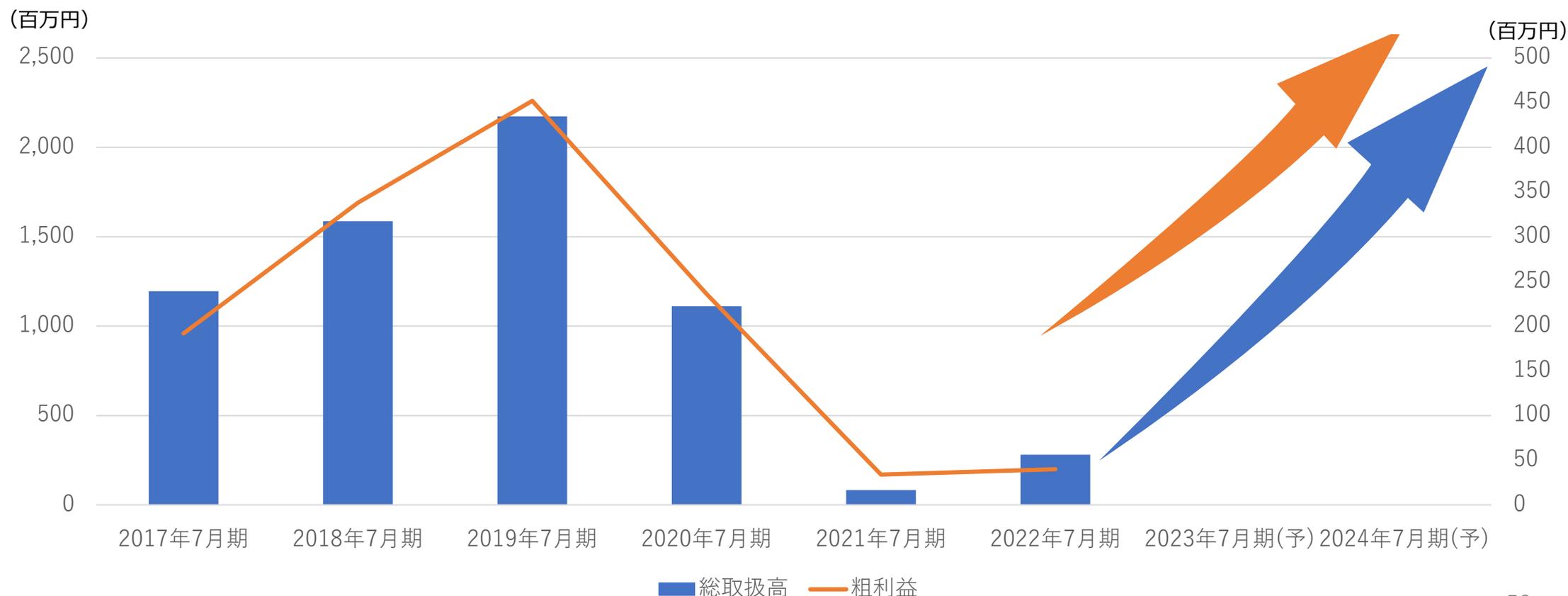


クルーズ旅行検討時期（「ベストワンクルーズ」への流入、問い合わせ件数）については、広告宣伝費によらない季節変動のトレンドがあります。

成長戦略/経営指標

KGI：総取扱高・売上総利益（全社）

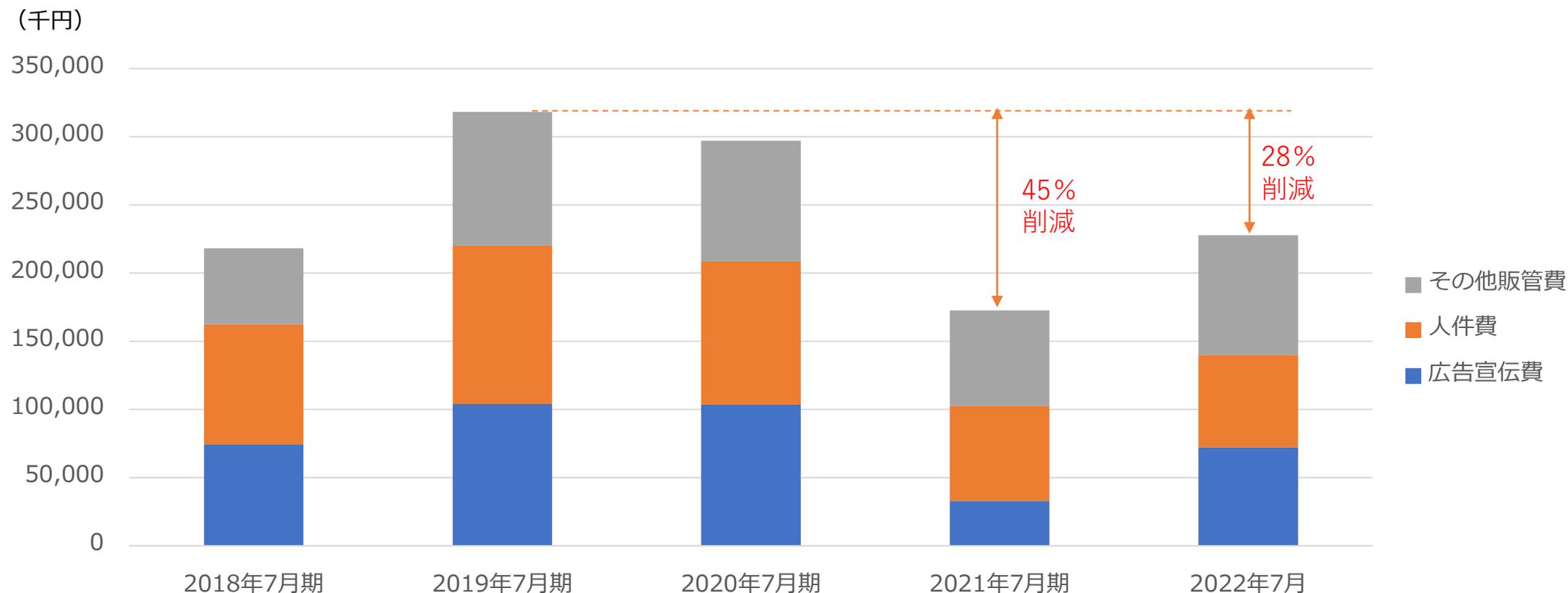
海外発着クルーズの需要が規制側により大幅に増加すること、年末年始以降に日本発着外国船が運航を再開することでクルーズOTA事業が大幅に回復すること、また、国内旅行事業が大きく成長することで、2024年7月期には、コロナ禍前最高取扱高を「大きく上回る」ことを想定しております。なお、2023年7月期業績予想については、現状未定としております。



成長戦略/経営指標

その他：販管費

2021年7月期はピーク時の2019年比で45%の販管費削減を果たしましたが、当期は前期と比較して先行投資として広告宣伝費を多めにかけてきましたが、ピーク時の2019年と比較し依然28%削減している状態です。今後も常にローコスト経営を意識して経営を行ってまいります。



※2022年9月12日付け「2022年7月期 決算説明資料」も併せてご参照ください。

目次

- 1. 会社概要
- 2. 事業内容
- 3. 収益構造
- 4. 市場環境
- 5. 競争力の源泉
- 6. 成長戦略
- 7. リスク情報**

リスク情報

成長の実現や事業の遂行に影響する 主要なリスク	顕在化する可能性 /時期	顕在化した場合 の影響度	主要なリスクの対応策
テロ・自然災害・急激な為替相場変動に世界情勢の混乱等	中/中長期	大	事業の多角化と余裕をもった資金繰り経営によりリスクを抑えます。
個人情報の漏洩	低/中長期	大	顧客のプライバシーとその保護について「プライバシーポリシー」、「個人情報保護方針」を定め、適切な保護措置を講じる体制の整備を行ってまいりました。また、2019年5月には日本情報経済社会推進協会（JIPDEC）より「プライバシーマーク」の認定を受けました。
当社グループ代表取締役会長への依存	低/中長期	中	役員及び従業員との情報共有や経営組織の強化により、同氏に過度に依存しない経営体制の整備をすすめております。
新型コロナウイルス感染症による影響	中/中長期	大	金融・フィンテック関連事業等の旅行領域ではない事業の早期拡大による事業の多角化によりリスクを最小限に抑えます。

※その他のリスクに関しては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

免責事項

- 本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。
- 当資料に掲載された内容は、作成日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なく変更される可能性があります。

将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料並びに情報は、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、予測及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う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及び国際的な経済状況が含まれます。

なお、本開示は、毎事業年度末後、10月末までに最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。