

# ADVENTURE

日本初のグローバルLOTAへ

## 2023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. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

# 日本初のグローバルOTAへの挑戦

skyticket  
アプリ  
1800万DL  
突破



寡占している  
OTAが存在  
しない  
東南アジアへ  
進出

国内シェア  
大幅に拡大

東南アジアに  
留まらず世界  
へ進出

営業利益  
1兆円

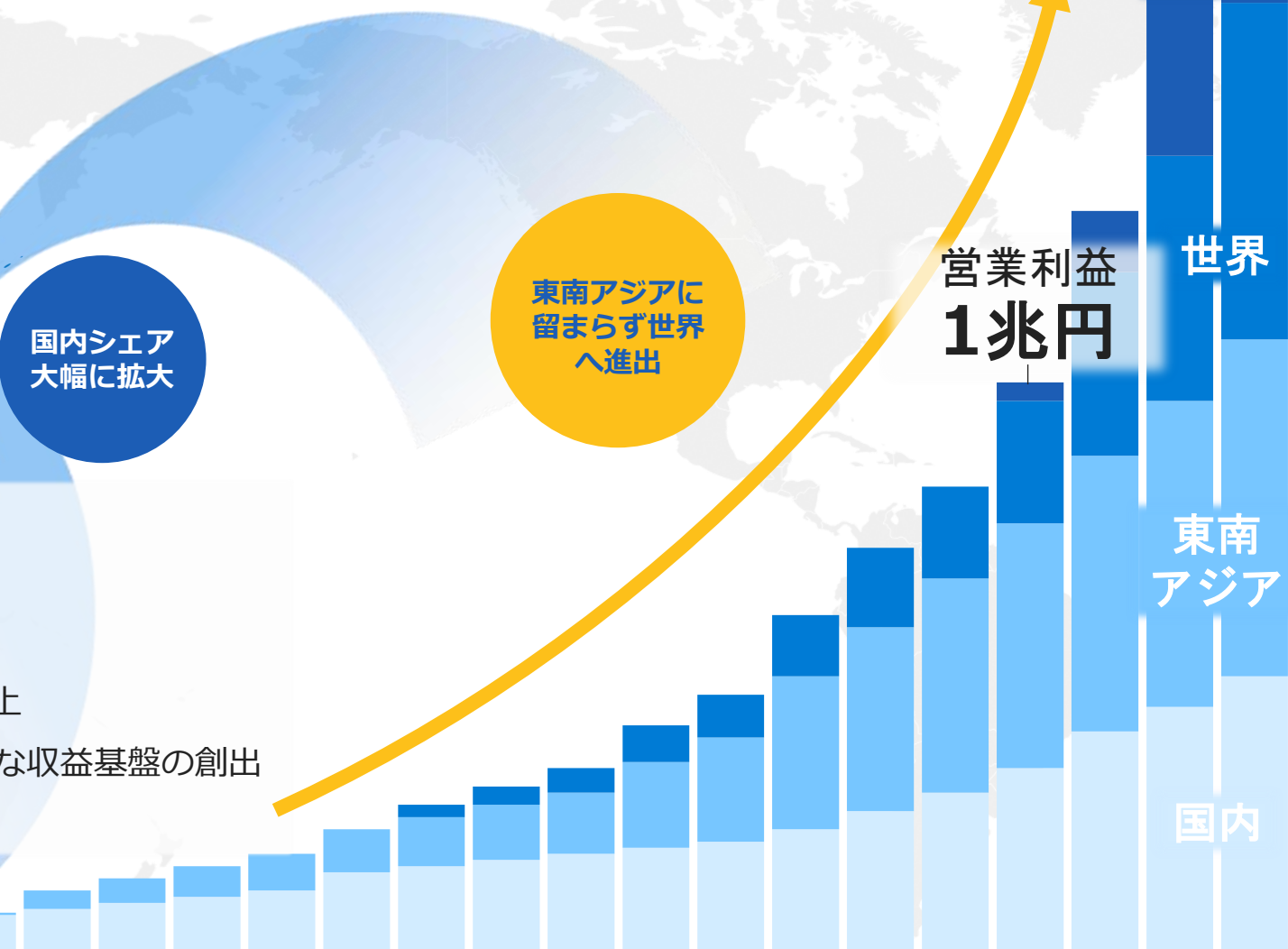
- ✦ 国内旅行事業の徹底的な強化
- ✦ ターゲット市場の積極的な拡大
- ✦ 継続的な旅行商品数の増加
- ✦ 直接契約数増加による利益率の向上
- ✦ M&Aを含む戦略的投資による新たな収益基盤の創出
- ✦ 安定した顧客基盤の構築

新事業

世界

東南  
アジア

国内



## skyticket

### アプリを中心とした横断検索、即時予約が可能



#### 低価格帯商品が充実

節約思考のユーザーをターゲットに  
低価格帯商品が充実

#### 海外のユーザー多数

18言語対応



#### 国内外で取扱商品を拡充

更なるユーザー獲得に向け、  
取扱商品を拡充



#### 低価格帯商品の 総合予約プラットフォーム

#### アプリ広告に注力

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





1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

### 連結収益**89%**の増収・連結営業利益**66%**の増益 (前年同期比)

- 11月以降、感染者の増加に伴い新規予約の減少  
1月以降は、新規予約が大幅に増加



### 2Q単体広告費比率 **59%** (広告費÷売上総利益=広告費比率) ※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く

- 2Qはアプリ広告へ積極的に投資
- 3Q以降は、利益と投資のバランスを重視して広告宣伝費へ投資



※売上総利益に対する広告比率の年度推移はp21を参照

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、**多言語化強化**

### 「skyticket」の海外展開

#### アジア市場の可能性

- ①低所得層の旅行需要拡大により  
低価格帯の商品需要が増加
- ②圧倒的なシェアを持つOTAが少ないアジア市場

### 経営環境の整備

- ライセンス取得  
IATA・各種現地旅行業資格の取得
- 人材獲得  
現地営業・システム保守の人材確保
- 現地事情に合わせた決済手段の整備  
カード決済、キャッシュレス決済

現地の**国内旅行・海外旅行の需要**に  
応えるための商品ライナップ



国内航空券



海外航空券



ホテル

### マーケティング

- 市場調査・分析を通じ仕入れ強化  
現地ニーズを満たすラインナップの充実
- 販促活動  
現地サービス認知向上と新規ユーザー獲得
- 多言語対応



2022年7月  
韓国  
子会社設立



## 国内外の旅行市場需要がコロナ前水準まで回復

国内旅行需要回復状況

**+49.2%**  
(2019年比較)

海外旅行需要回復状況

**+4.3%**  
(2019年比較)

## 日本旅行の需要の高まり

2022年1年間の  
旅行需要ランキング **第1位**

## キャッシュレス決済利用率上昇

キャッシュレス  
決済利用率

**83%**

モバイル決済  
1日平均取引額

**約7倍**

※2016年比

※Mobile payments in South Korea - statistics & facts Statistaより引用

- ・現地IATA取得による韓国路線の商品拡充、販売を強化
- ・現地法人設立により国内主要決済手段の契約、利便性の向上
- ・サービス直契約切替による中間マージンを削減



 2022年12月  
インド  
子会社設立

## 優秀なIT人材

国別IT技術者数 世界3位

226万人

多様性 22の公用語

※ヒューマンリソシア株式会社より引用

## 在インド日系企業

7割が事業拡大へと回答

※JETRO公式サイトより引用


## 旅行市場規模急速な拡大

2027年 1,250億ドル

人口世界1位、GDP世界3位

となる見通し

※Invest Indiaより引用

- 
- GDP成長率の顕著な伸びにより、今後の経済成長に大きな期待がある
  - 今後のグローバル開発において中核を担う可能性をもった高スキルなエンジニアの獲得
  - 消費支出の急速な成長が予測される地域で、今後の旅行需要が見込まれる



2022年12月  
フィリピン  
子会社設立

### 観光業の成長

インバウンド・アウトバウンド市場

2000年

7.5倍成長

2019年

### IT人材・BPO

粗付加価値額

2019年(2000年比)BPO

6倍

12万人雇用・収益295億ドル


### 経済成長

人口増加 +1-3%(年)

GDP (2000年比) 約2.7倍

※Philippine Statics Authorityより引用

- ・ 経済成長と人口増加する中で観光需要に答える
- ・ 事業拡大に伴うIT人材の需要に応えられる環境や機会を提供
- ・ IATA取得による現地事業者、決済手段直契約を強化し顧客利便性を向上



2022年12月  
 Bangladesh  
 子会社設立

### 旅行・観光市場の収益増加

2016  
↓  
2019

**+82.5%**

コロナ前に大幅な成長率を  
見せており  
コロナ後も順調に回復している

### 急速な経済成長

南西アジア GDP成長率**第1位**

2019年比**+20%**成長


※世界銀行 南アジア経済フォーカスより引用

### 国策による豊富なIT人材

「デジタル・ Bangladesh & ビジョン2021」  
世界のITフリーランス人口 Bangladesh 出身者

**10-15%**

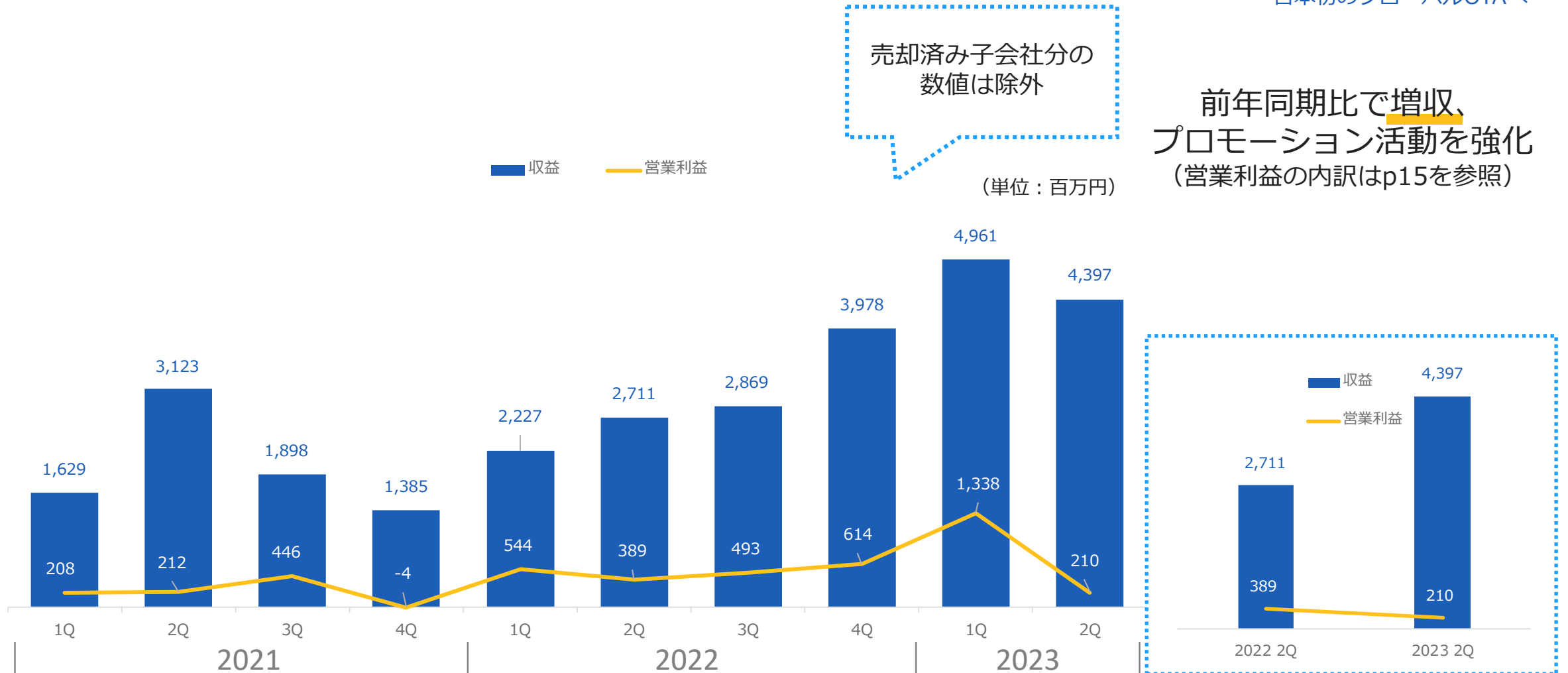
※Macrotrendsより引用

- 
- ・観光業が未発達な国だが、旅行業を増やすことで観光業及び経済発展に貢献
  - ・IT投資を行っており、多くのIT人材が生まれている中で、そのエンジニアの受け皿を提供
  - ・現地で幅広く雇用機会を提供し、多様な人材を育成

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

日本初のグローバルOTAへ

前年同期比で増収、  
プロモーション活動を強化  
(営業利益の内訳はp15を参照)

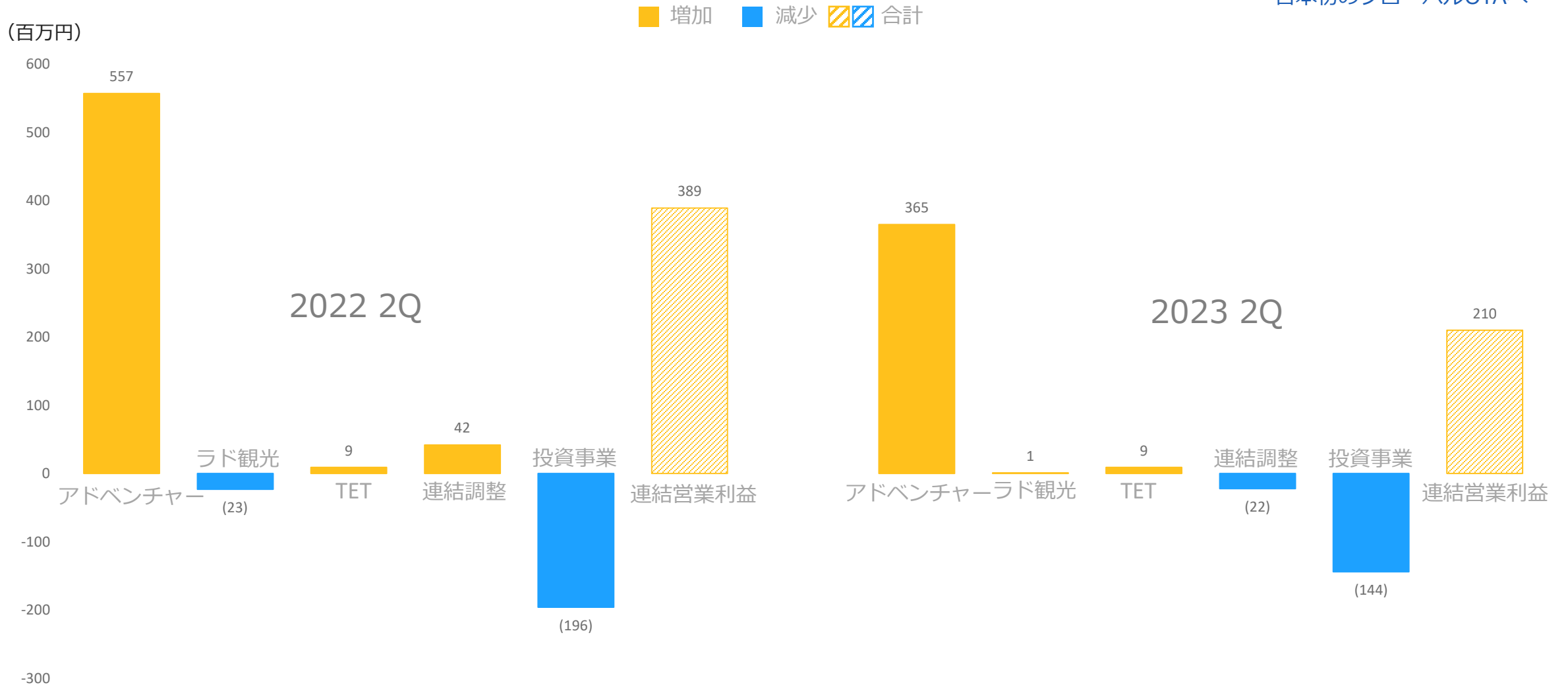


※投資事業を含む

# 会社別営業利益内訳

## ADVENTURE

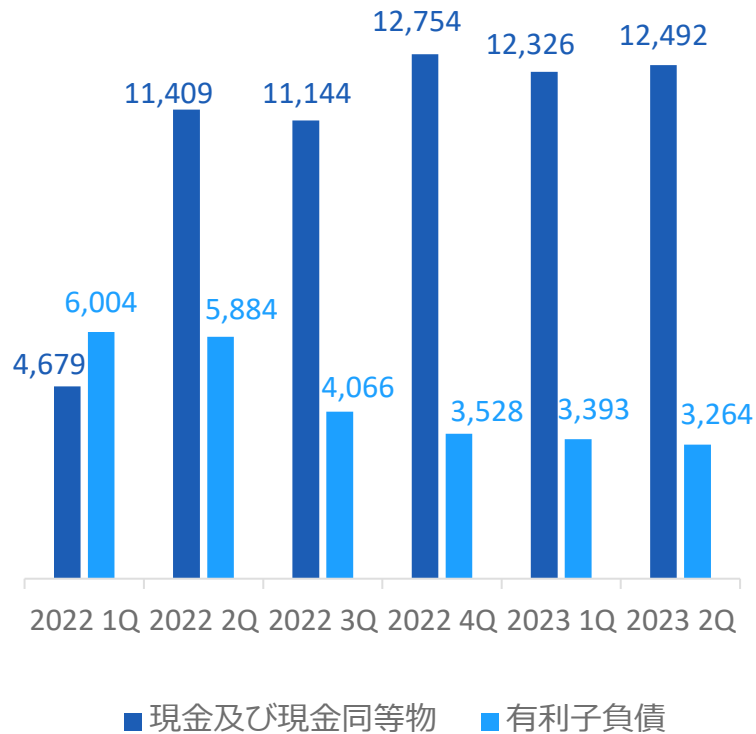
日本初のグローバルOTAへ



親会社所有者帰属持分比率が**46.2%**から**52.7%**へ増加し、**財務体質が改善**

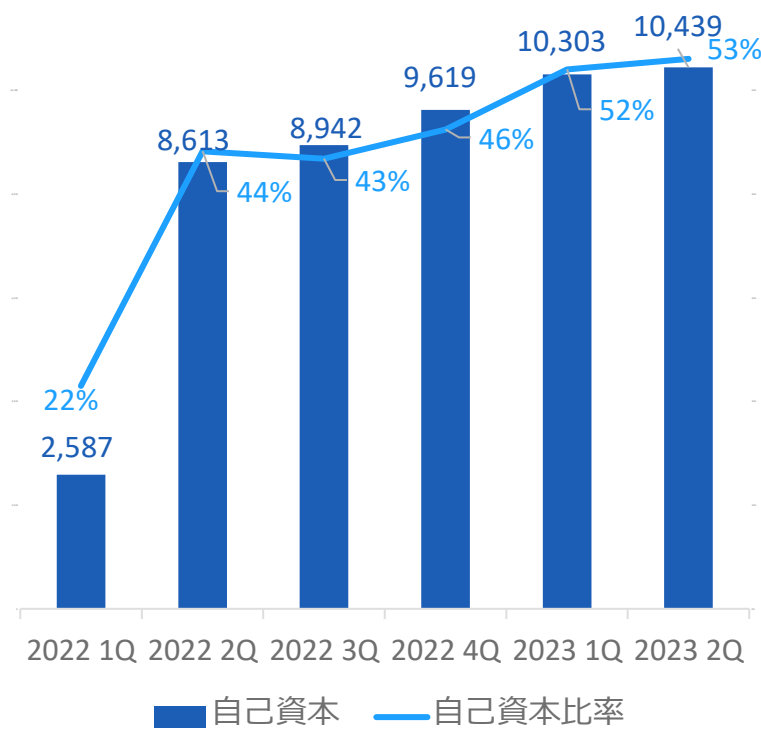
### 現預金及び有利子負債

(単位：百万円)



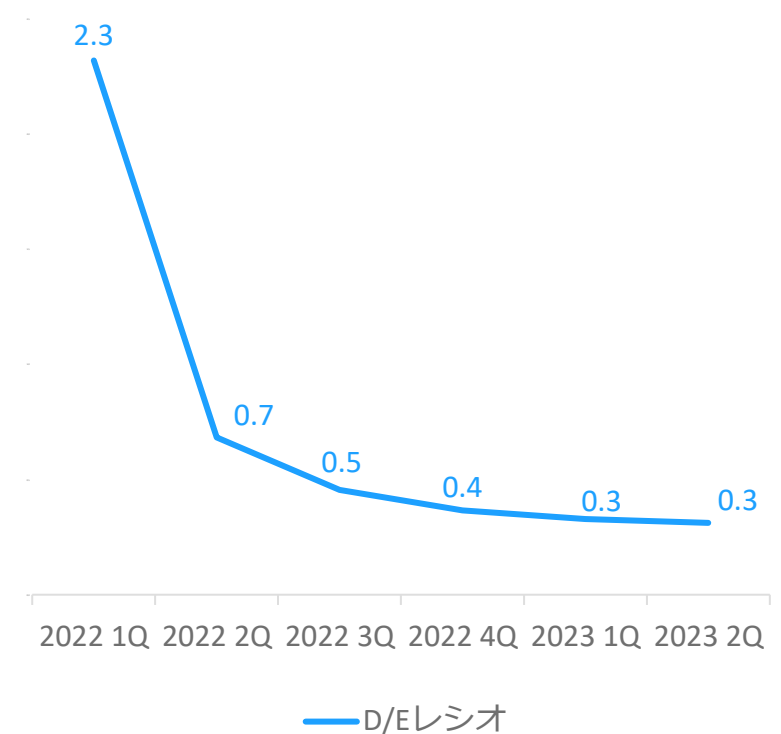
### 親会社所有者帰属持分比率

(単位：百万円) (自己資本比率)

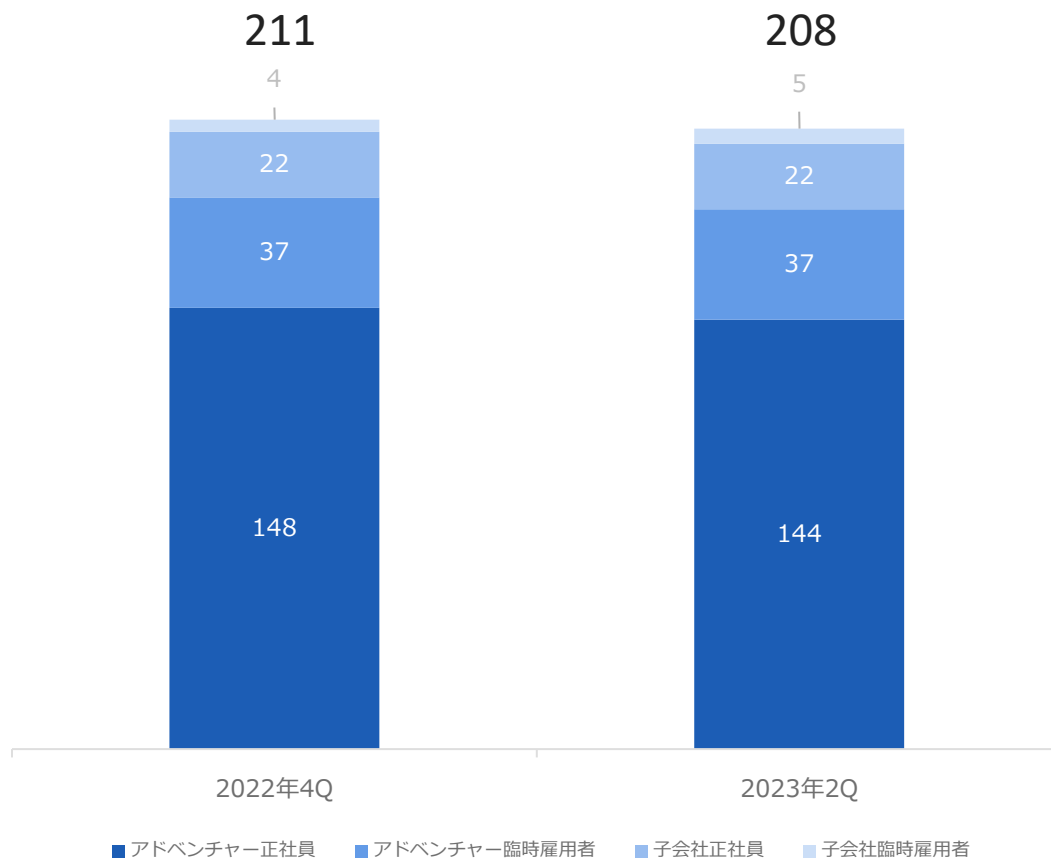


### D/Eレシオ

(単位：倍)







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

## 新卒採用開始

2020年に5名、2021年に20名程、2022年に17名、2023年に18名の新卒採用を実施。ホテルの直接契約を増加させるため営業活動を強化。

## 海外エンジニアの採用

グローバル展開する上でグローバルなフィールドで活躍ができる海外エンジニアの採用を計画

### 業績予想進捗率

### 順調な予算進捗率

	業績予想（通期）	2023年2Q （累計）	達成率
収益	140億円	93.5億円	67%
営業利益	28億円	15.4億円	55%
税引前利益	27.5億円	15.3億円	56%
当期利益	17億円	9.4億円	55%

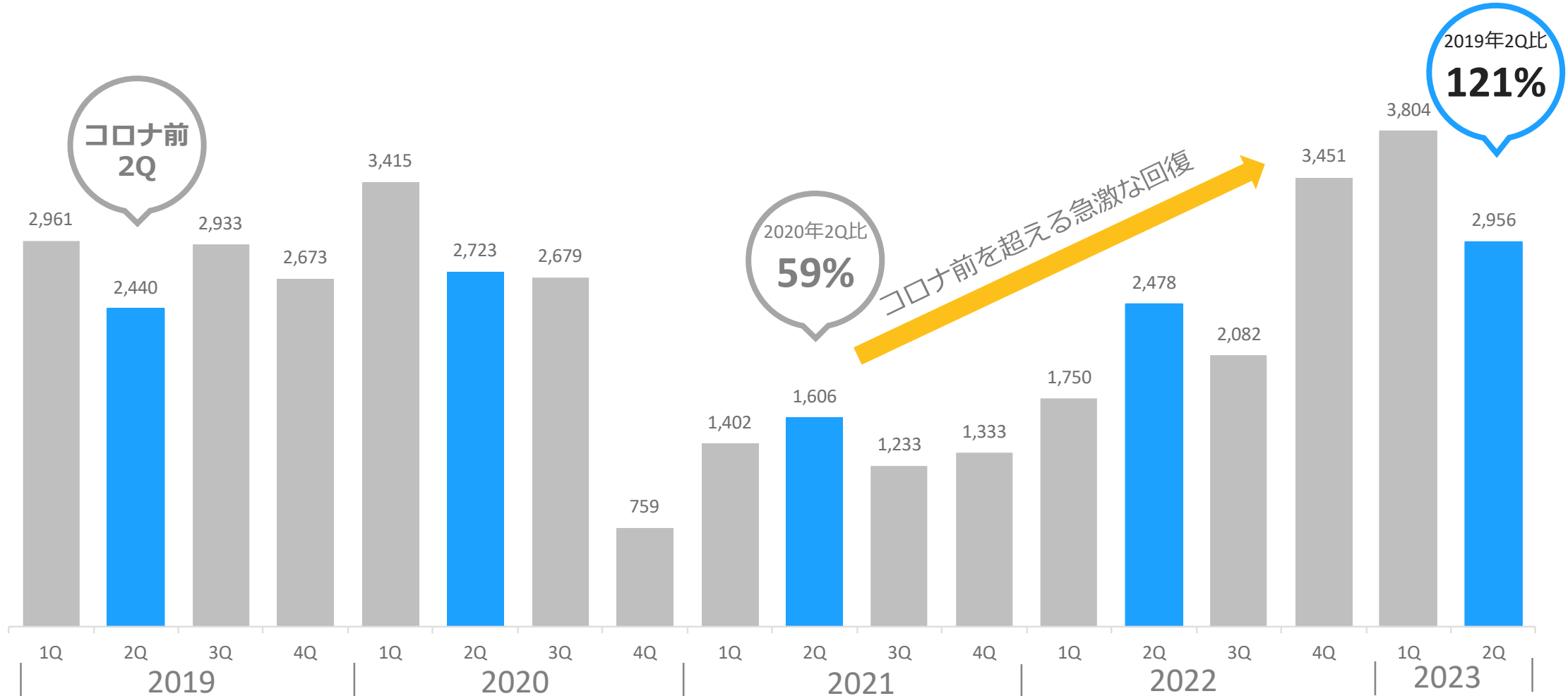
1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

# 単体売上総利益（粗利）

ADVENTURE

日本初のグローバルLOTAへ

(百万円)

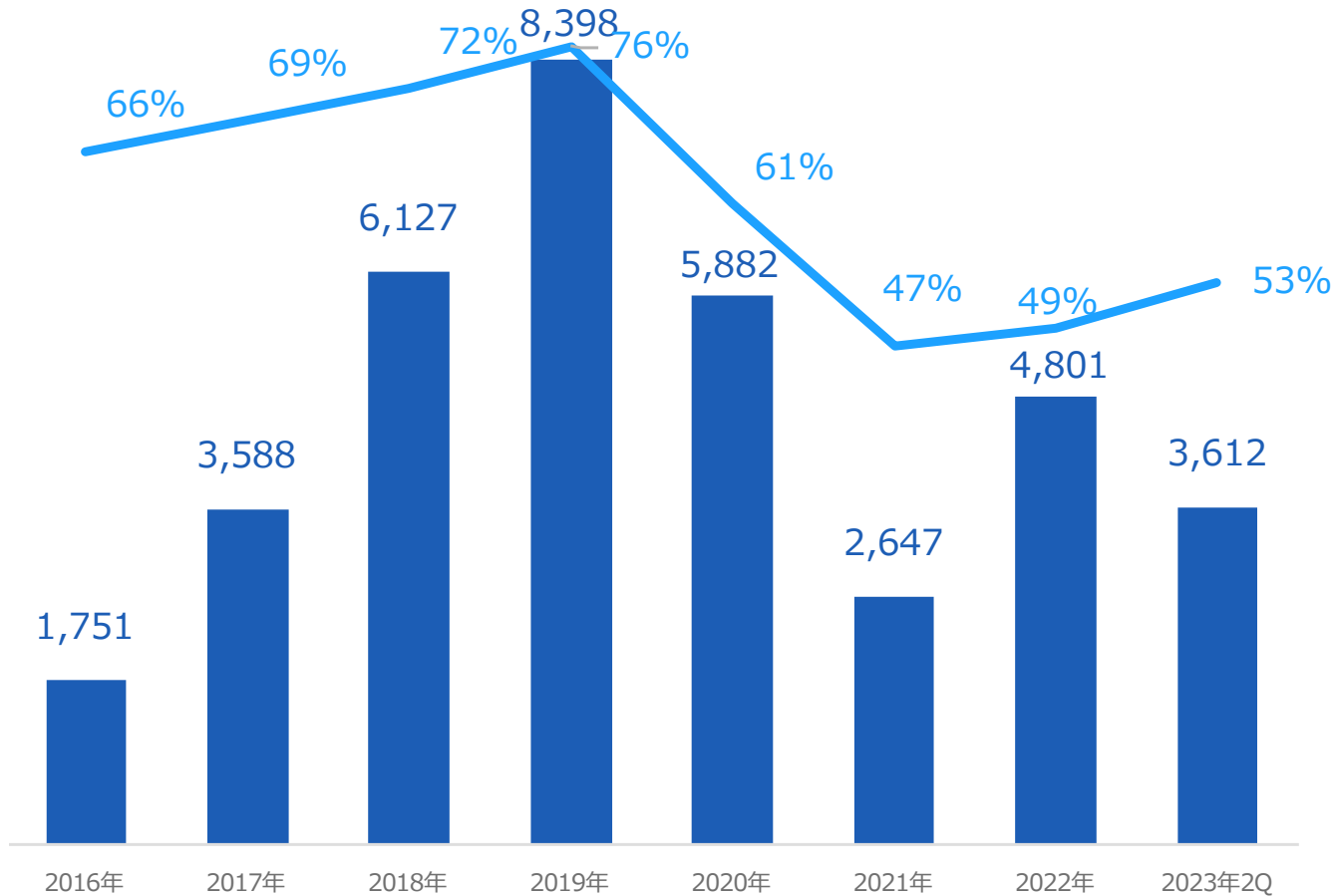


※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く

# 単体広告宣伝費の最適化

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



■ 単体広告宣伝費

— 売上総利益/広告費率

※公表当時の数値で比較  
※投資事業を除く  
(単位：百万円)

## 今後の方針

- 収益性を優先し経営基盤を強固することで中長期成長を目指す
- 最終的なROIを向上できるように広告の媒体を慎重に検討

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

グループ概要

ハイライト

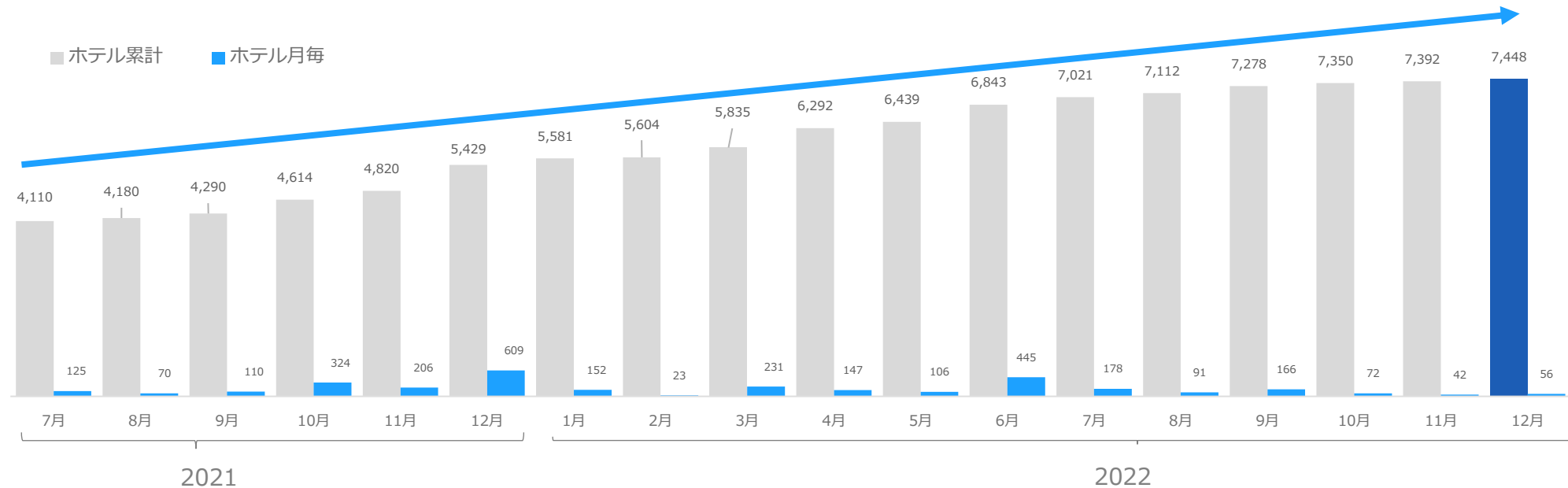
業績

今後の戦略

Appendix

- ホテルの営業活動強化のため新卒採用による営業人員の増加
- 大手チェーンホテルとの契約が順調に増加
- 直接契約施設数の増加によりテイクレートが増加
- 計画値： 2023年6月末 8,000施設  
2024年6月末 10,000施設

7,448  
施設



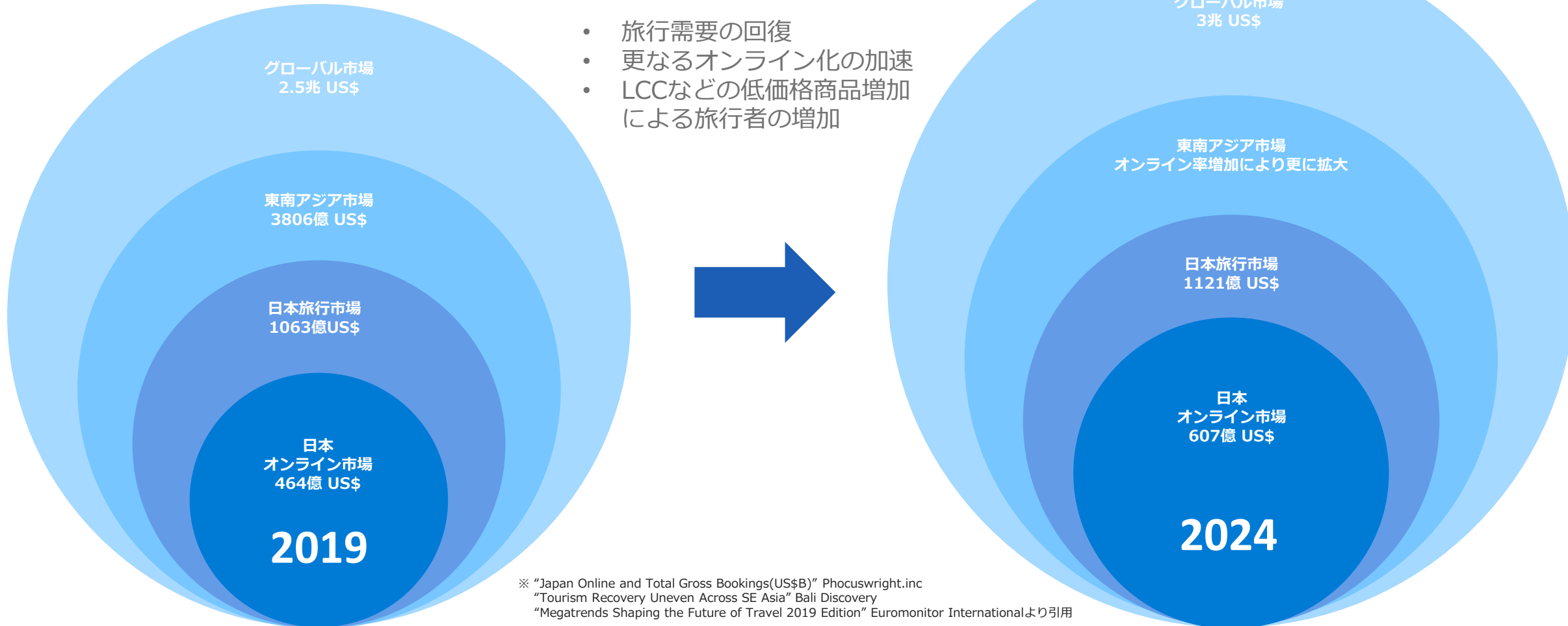
(単位：件)

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

# ターゲット市場の拡大ポテンシャル

## ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

Appendix



日本初のグローバルOTAへ

### グローバル戦略

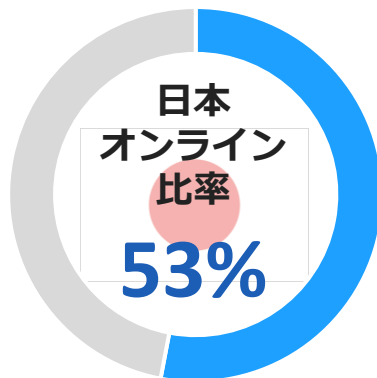
寡占しているOTAが存在しない  
東南アジアを中心にアプローチ

取引先との積極的な  
NDC接続及びAPI連携

各サービスにおける  
直接契約のグローバル展開

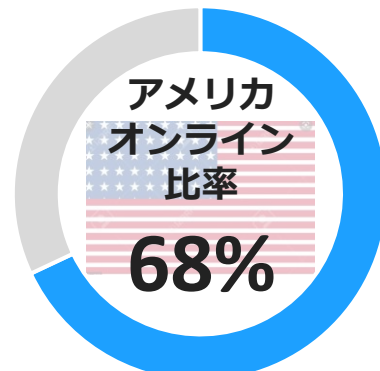
旅行市場が大きく成長している米国と比較し、  
日本はいまだに店舗型旅行会社のシェアが多いため  
**今後急激なオンライン市場の拡大が見込まれる**  
日本オンライン比率 前年比3%増加

東南アジアにおいてもオンライン比率は上昇しているものの、  
欧米と比較すると大幅に少ないため**成長余地は十分存在**

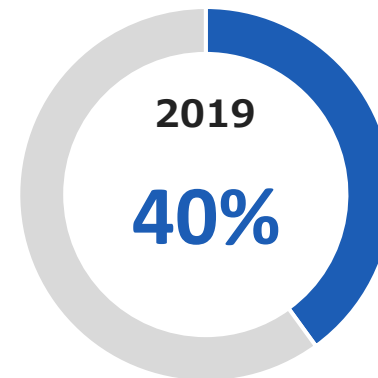


※ "Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)"  
Phocuswright.incより引用

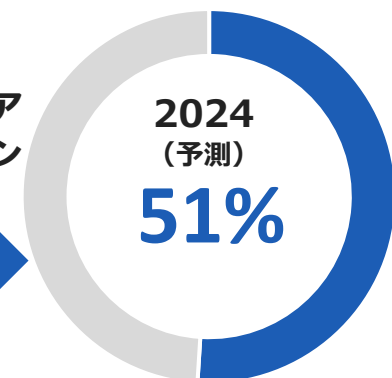
2022  
<



※ Global: travel & tourism sales channel share Statistaより  
引用



東南アジア  
オンライン  
比率  
→



※ "Southeast Asia Online and Total Travel Market Gross Bookings (US\$B),2018-2024" Phocuswright.incより引用

日本初のグローバルLOTAへ

- 1 現在**  
**STEP1の実施準備**  
バケーションレンタル事業  
子会社の設立  
エンジニアの採用
- 2 5年後**  
**STEP2,3の先行投資**  
流通の確保
- 3 順次**  
**STEP3,4の実施準備**  
コロナウイルスの状況に応じて  
各国に支社設立



現在

**STEP1**  
**国内旅行事業強化**  
商品拡大・システム強化

**STEP2**

**海外旅行事業**

海外ツアーの開始

**STEP3**

**東南アジア  
へ拡大**

アジア圏を中心に  
顧客を獲得

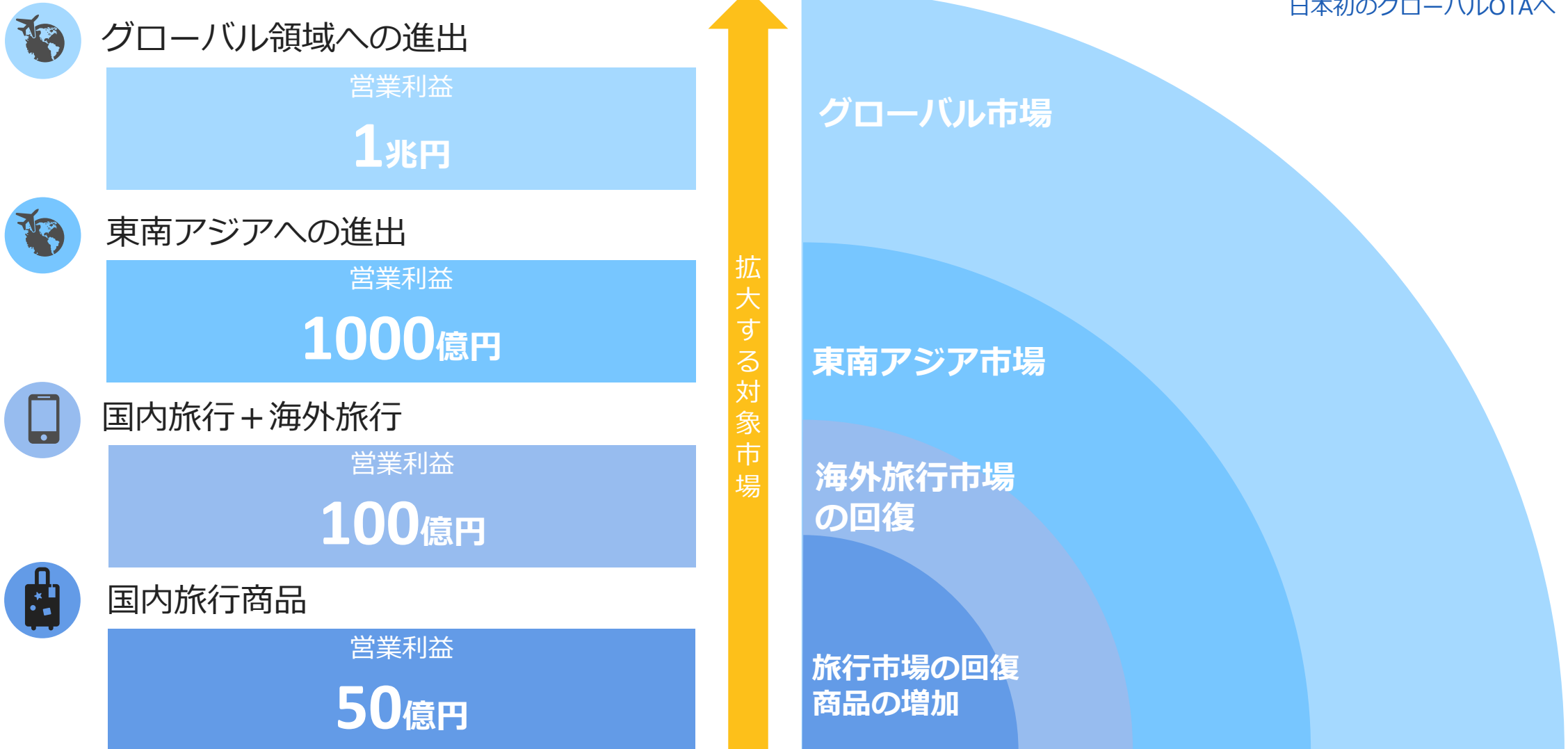
**STEP4**

**グローバル領域  
へと拡大**

# 旅行者数及びターゲット市場の拡大ポテンシャル

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



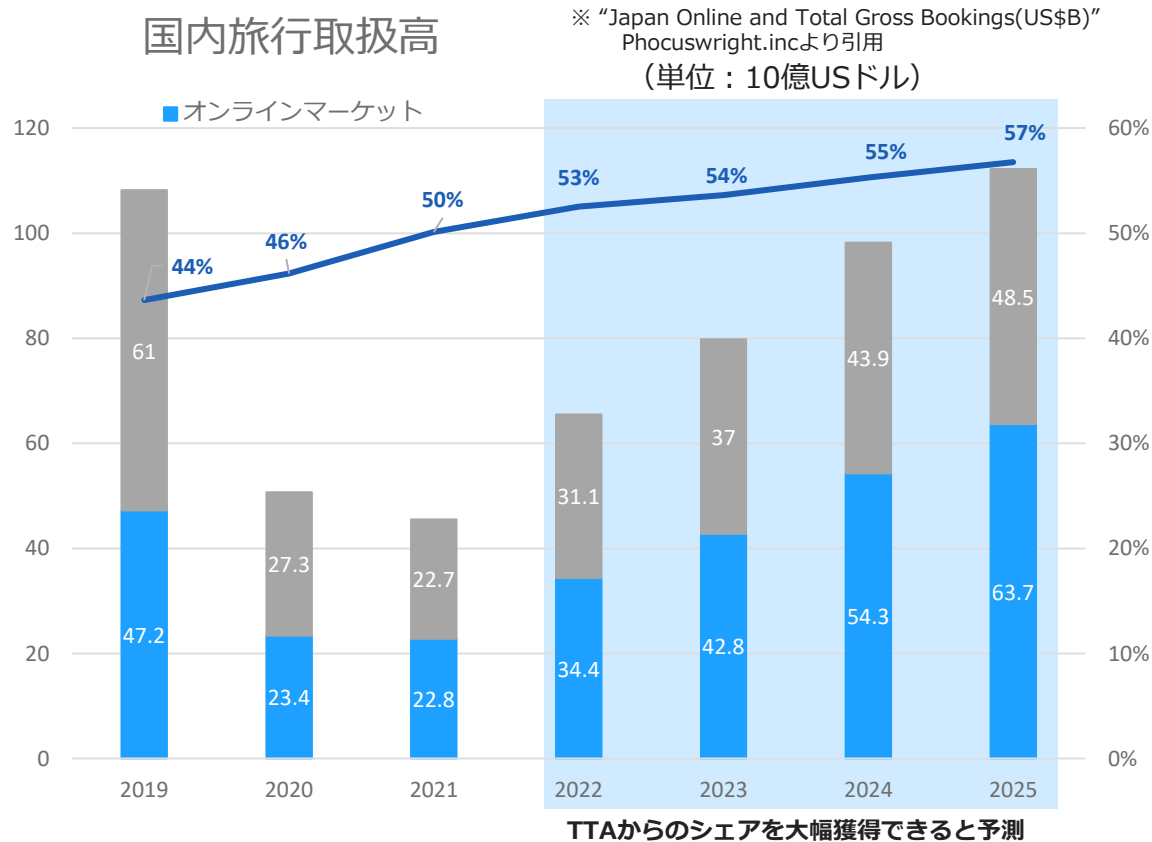
グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

Appendix



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**

日本初のグローバルOTAへ



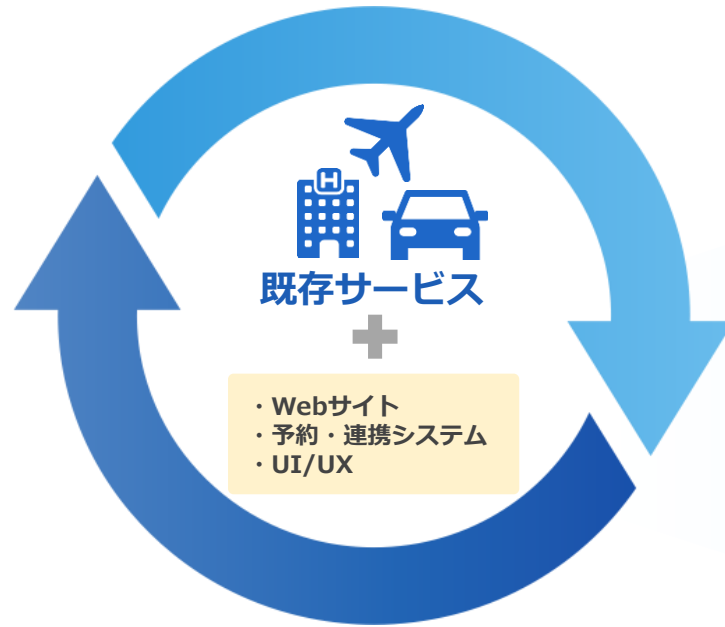
## 国内OTAで最多の言語対応

多言語対応することにより、  
**他社との差別化**及び**ターゲット市場の拡大**が可能。

## 米国では既にオンライン比率68%

旅行市場が大きく成長している米国では  
オンラインでの旅行予約が主流。  
国内は未だTTAのシェアが大きく  
オンライン比率**わずか53%**。  
日本を含めた東南アジアは成長余地が十分  
に存在するため、アドベンチャーは積極  
的に**マーケットシェアを獲得**する。

日本初のグローバルOTAへ



一括予約できる利便性  
による新規顧客の増加



ポイントステイタス、  
アプリ利用等による  
リピーターの獲得

## 既存サービス

- ・ 直接契約比率向上による**商品数の増加**

## 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

## ADVENTURE 日本初のグローバルOTAへの挑戦

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、多言語化の強化



2022年7月  
韓国



2024年 東南アジアへ拡大



2022年12月  
インド  
バングラデシュ  
フィリピン

多言語サービス拡大

海外支社設立

### アジア市場へ展開

- 1 低所得層の旅行需要拡大により、低価格帯の商品需要が増加
- 2 圧倒的なシェアを持つOTAが少ない市場

## 基本方針

### 今後は積極的にM&Aを検討

財務健全性の維持及び資本効率の向上を含むバランスシートマネジメントを重視

海外旅行に  
注力している  
日本の会社

オプションツアーを  
行っている会社

エアラインとの関係が  
強いアジアの会社

オフショア開発の会社  
エンジニアの採用

etc



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

親会社所有者帰属持分比率が**46.2%**から**52.7%**へ増加し、**財務体質が改善**

	2022. 4Q	2023. 2Q	増減（率）
<b>流動資産</b>	18,251	16,911	▲7%
現金及び現金同等物	12,754	12,492	▲2%
<b>非流動資産</b>	2,584	2,894	12%
のれん	529	617	17%
<b>資産合計</b>	20,835	19,806	▲5%
<b>流動負債</b>	7,629	5,998	▲21%
<b>非流動負債</b>	3,587	3,368	▲6%
<b>負債合計</b>	11,216	9,366	▲16%
<b>資本合計</b>	9,619	10,439	9%
<b>負債及び資本合計</b>	20,835	19,806	▲5%
<b>親会社所有者帰属持分比率</b>	46.2%	52.7%	-

(単位：百万円)

**前年同期比で大幅増収増益**  
 収益**89%増**、営業利益**66%増** 四半期利益**52%増**

	2022. 2Q	2023. 2Q	増減（率）
※収益	4,939	9,358	89%
※売上総利益	4,308	6,998	62%
※販売費及び一般管理費	3,438	5,461	59%
※うち広告宣伝費	1,882	3,623	92%
※営業利益	934	1,549	66%
四半期利益	620	943	52%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	620	943	52%

※売却済み、清算済み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）

### 全てのサービスにおいて取扱高・収益ともに増加

2023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	高速バス	ツアー	その他	合計
取扱高	26,356	2,531	1,804	3,194	1,639	2,054	188	37,769
(前期比増減率)	52%	1295%	275%	186%	334%	436%	98%	89%
収益	5,407	180	184	353	233	2,054	148	8,562
(前期比増減率)	40%	627%	308%	206%	294%	436%	90%	88%

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	高速バス	ツアー	その他	合計
取扱高	17,376	181	481	1,118	377	383	95	20,013
収益	3,855	24	45	115	59	383	78	4,562

※ツアーはグロス計上のため取扱高＝収益。粗利は10%程度。(単位：百万円)

## 連結・単体ともに資本（純資産）が大幅増加

	当社	ラド観光	TET	連結調整	合計
資産合計	17,977	828	306	693	19,806
(対前4Q比増減率)	▲6%	11%	-	83%	▲5%
負債合計	8,273	415	176	501	9,366
(対前4Q比増減率)	▲19%	26%	▲54%	59%	▲16%
内有利子負債	3,118	145	-	-	3,264
(対前4Q比増減率)	▲7%	▲16%	-	-	▲7%
資本（純資産）	9,704	412	129	192	10,439
(対前4Q比増減率)	8%	▲1%	12%	205%	9%

※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)

## 各社増収増益

単体の営業利益は**1,549百万円**と好調 連結営業利益前期比**66%増**

2023年6月期2Q累計	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	8,562	685	22	86	9,358
(前期比増減率)	88%	83%	52%	-	89%
営業利益	1,486	▲ 11	21	52	1,549
(前期比増減率)	61%	-	56%	▲3%	66%

2022年6月期2Q累計	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	4,562	374	15	▲ 11	4,939
営業利益	925	▲ 58	13	54	934

※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)

## コンシューマ事業増収増益 コンシューマ事業の営業利益前年同期比 → **64%増**

2023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	4,951	9,276	▲ 11	81	-	-	4,939	9,358
(前期比増減率)		87%		-		-		89%
営業総利益	4,320	8,413	▲ 11	81	-	-	4,308	8,495
(前期比増減率)		95%		-		-		97%
販売費及び一般管理費	3,438	5,461	0	0	-	-	3,438	5,461
(前期比増減率)		59%		-		-		59%
うち広告宣伝費	1,882	3,623	0	0	-	-	1,882	3,623
(前期比増減率)		92%		-		-		92%
営業利益	946	1,467	▲ 11	81	-	-	934	1,549
(前期比増減率)		55%		-		-		66%

※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）

### 主要サービス合計取扱高、収益、売上総利益 前年同期比増加

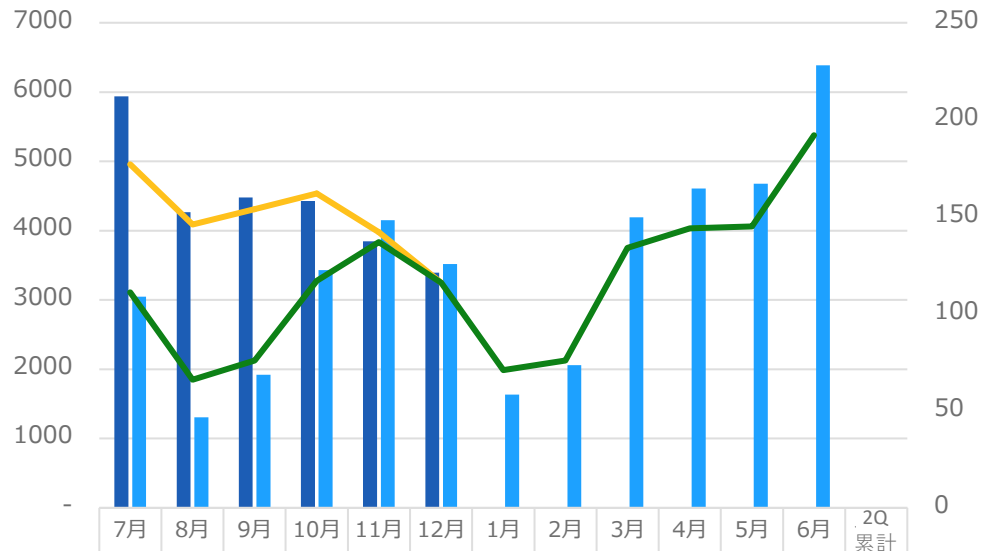
	取扱高	収益	売上総利益	営業利益
2023 2Q	17,675	4,114	2,956	365
2022 2Q	12,580	2,692	2,478	557
(前期比増減率)	40%	53%	19%	▲34%
2023 2Q 累計	37,769	8,562	6,760	1,486
2022 2Q 累計	20,013	4,562	4,229	925
(前期比増減率)	89%	88%	60%	61%

※単体コンシューマ事業のみの数値 (単位: 百万円)



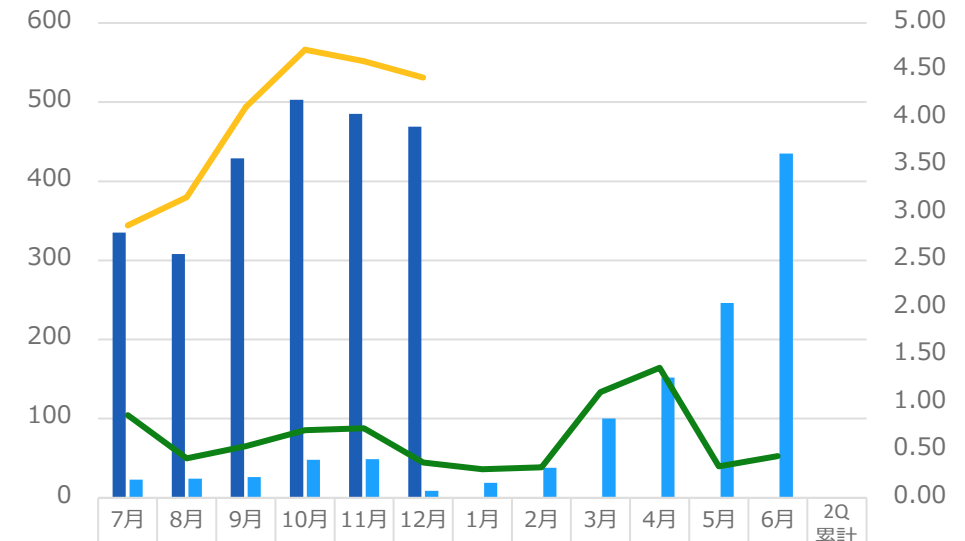
日本初のグローバルOTAへ

### 国内航空券



国内航空券 取扱高	5940	4265	4477	4428	3848	3395	-	-	-	-	-	-	26356
国内航空券 前期取扱高	3045	1308	1921	3432	4150	3518	1636	2061	4192	4607	4676	6388	17376
国内航空券 申込件数	177	146	154	162	142	116	-	-	-	-	-	-	897
国内航空券 前期申込件数	111	66	76	117	137	116	71	76	134	144	145	192	623

### 海外航空券



海外航空券 取扱高	335	308	429	503	485	469	-	-	-	-	-	-	2531
海外航空券 前期取扱高	23	24	26	48	49	9	19	38	100	152	246	435	181
海外航空券 申込件数	2.87	3.16	4.12	4.72	4.60	4.43	-	-	-	-	-	-	24
海外航空券 前期申込件数	0.87	0.42	0.54	0.71	0.73	0.37	0.30	0.32	1.11	1.37	0.33	0.44	4

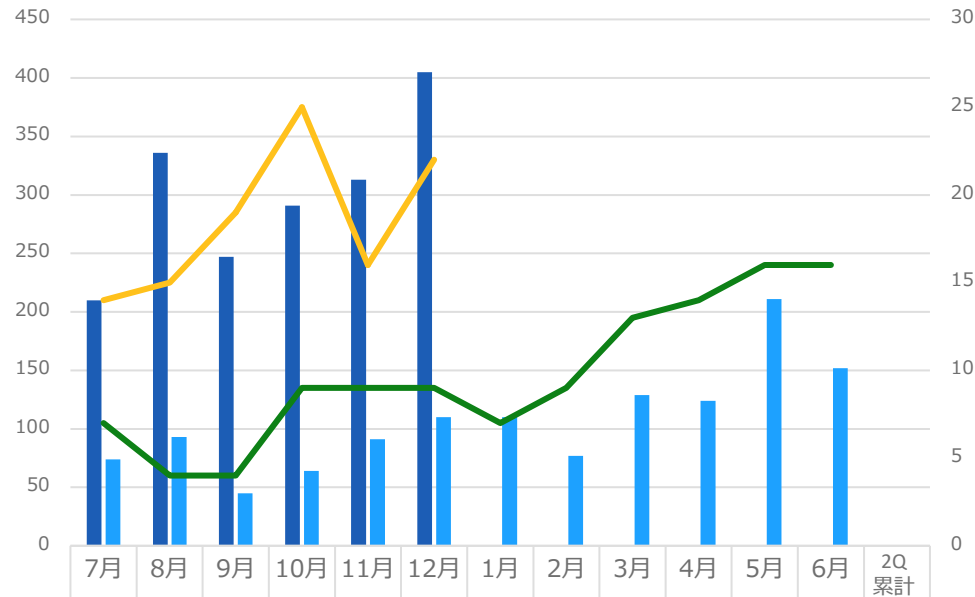
(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

# 主要サービス推移

## ADVENTURE

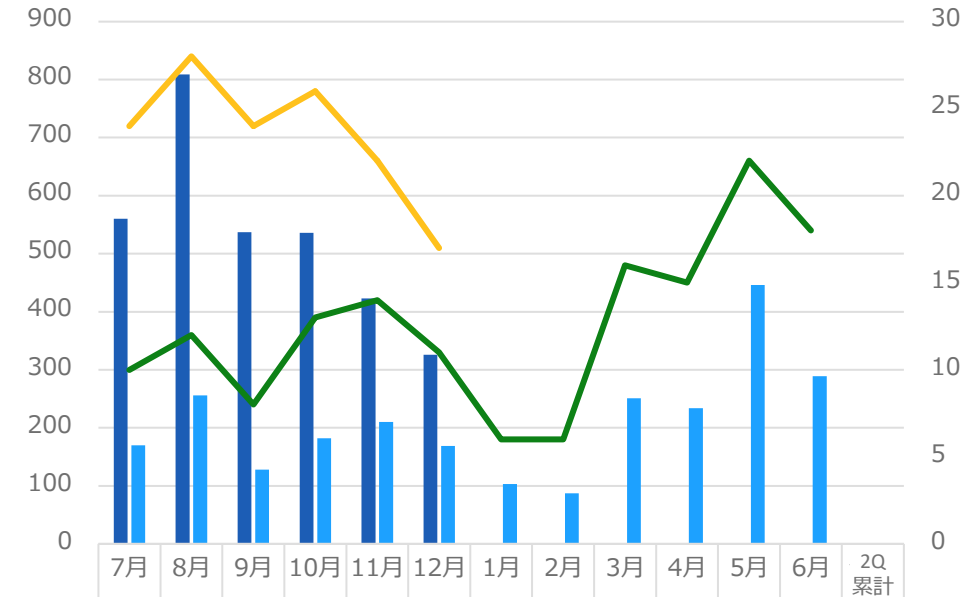
日本初のグローバルOTAへ

### ホテル



ホテル 取扱高	210	336	247	291	313	405	-	-	-	-	-	-	1804
ホテル 前期取扱高	74	93	45	64	91	110	110	77	129	124	211	152	481
ホテル 申込件数	14	15	19	25	16	22							112
ホテル 前期申込件数	7	4	4	9	9	9	7	9	13	14	16	16	45

### レンタカー



レンタカー 取扱高	560	809	537	536	423	326	-	-	-	-	-	-	3194
レンタカー 前期取扱高	170	256	128	182	210	169	103	87	251	234	446	289	1118
レンタカー 申込件数	24	28	24	26	22	17							144
レンタカー 前期申込件数	10	12	8	13	14	11	6	6	16	15	22	18	71

(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

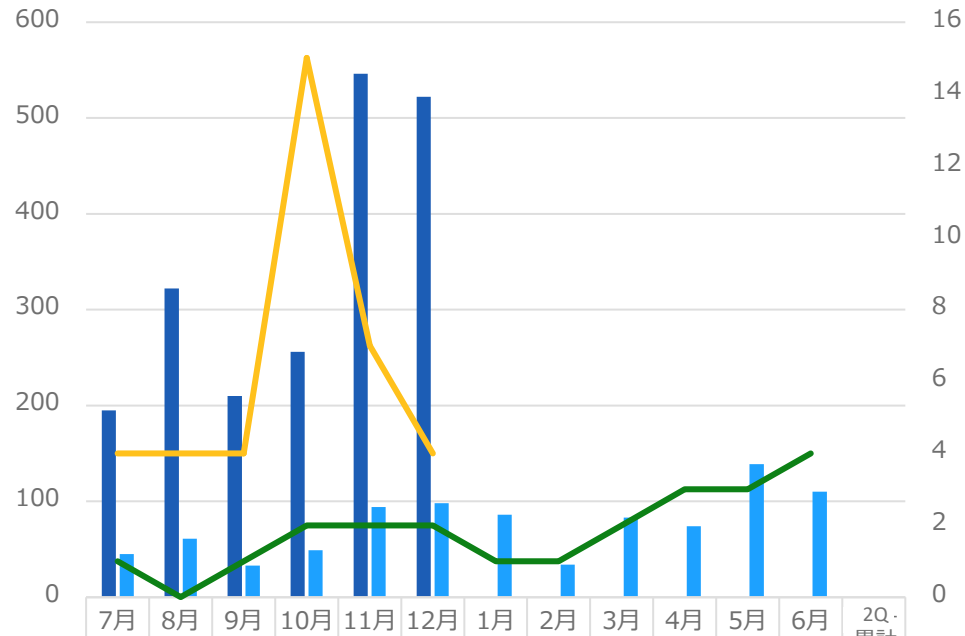
Appendix

# 主要サービス推移

# ADVENTURE

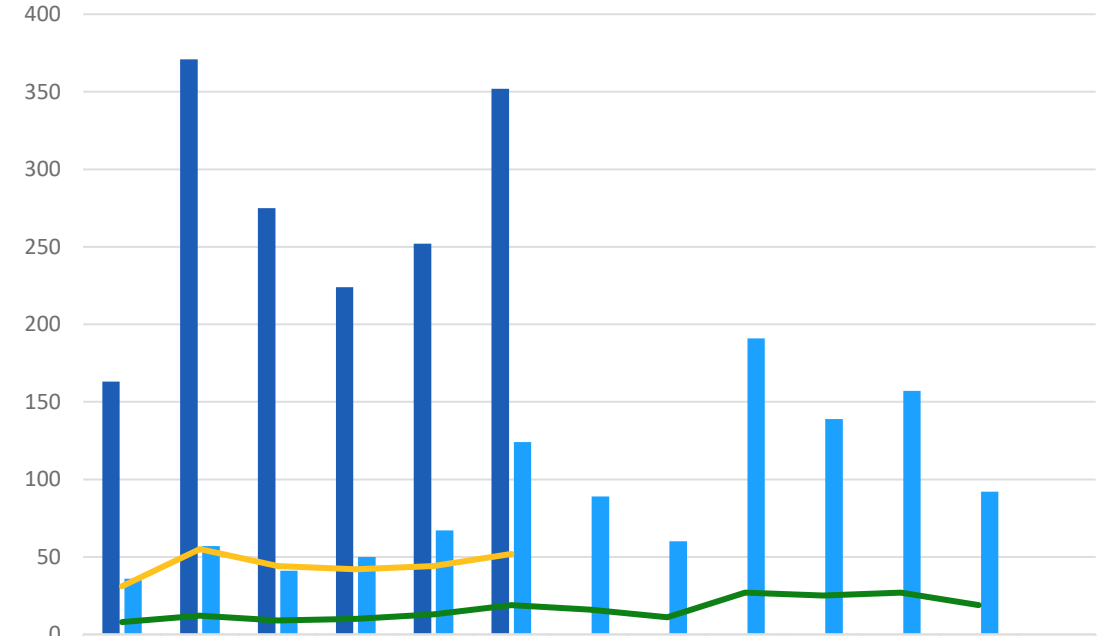
日本初のグローバルOTAへ

ツアー



■ ツアー 取扱高	195	322	210	256	546	522	-	-	-	-	-	-	2054
■ ツアー 前期取扱高	45	61	33	49	94	98	86	34	83	74	139	110	383
— ツアー 申込件数	4	4	4	15	7	4							40
— ツアー 前期申込件数	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	3	4	11

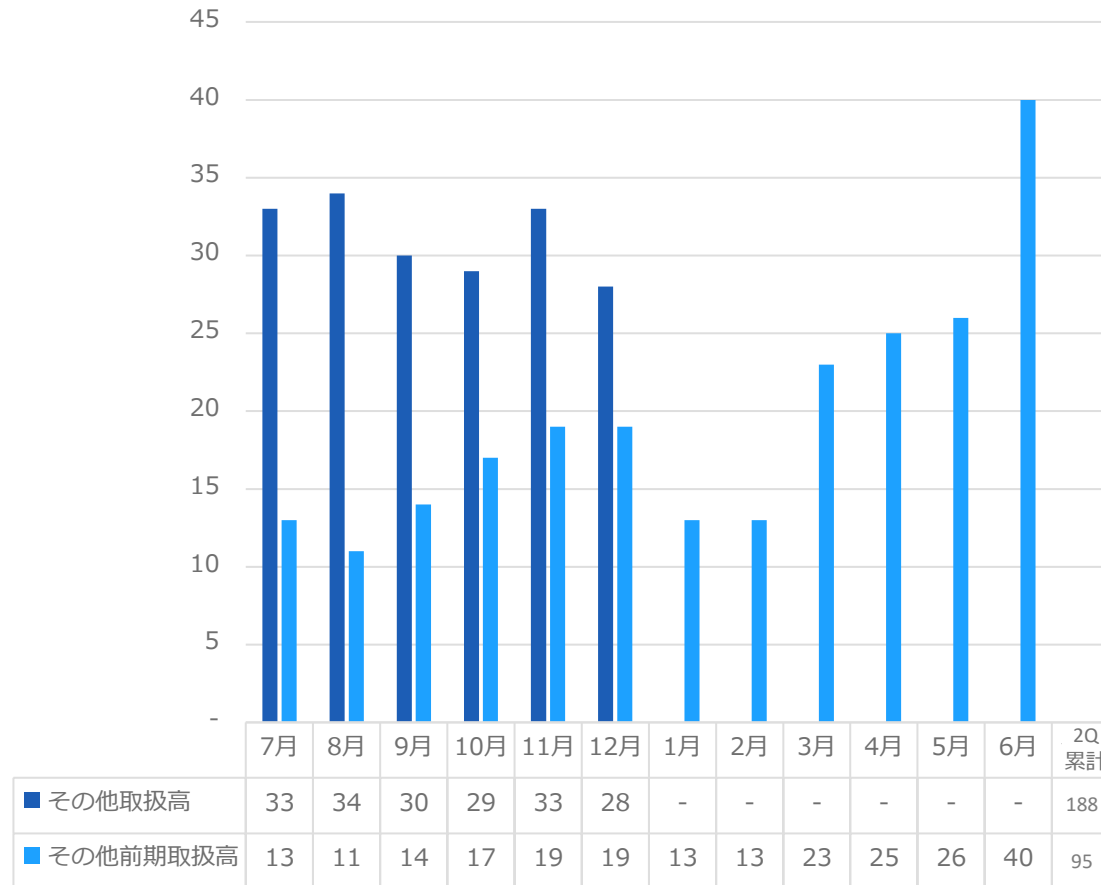
高速バス



■ 取扱高	163	371	275	224	252	352	0	0	0	0	0	0	1639
■ 前期取扱高	36	57	41	50	67	124	89	60	191	139	157	92	377
— 申込件数	31	55	44	42	44	52							271
— 前期申込件数	8	12	9	10	13	19	16	11	27	25	27	19	74

(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

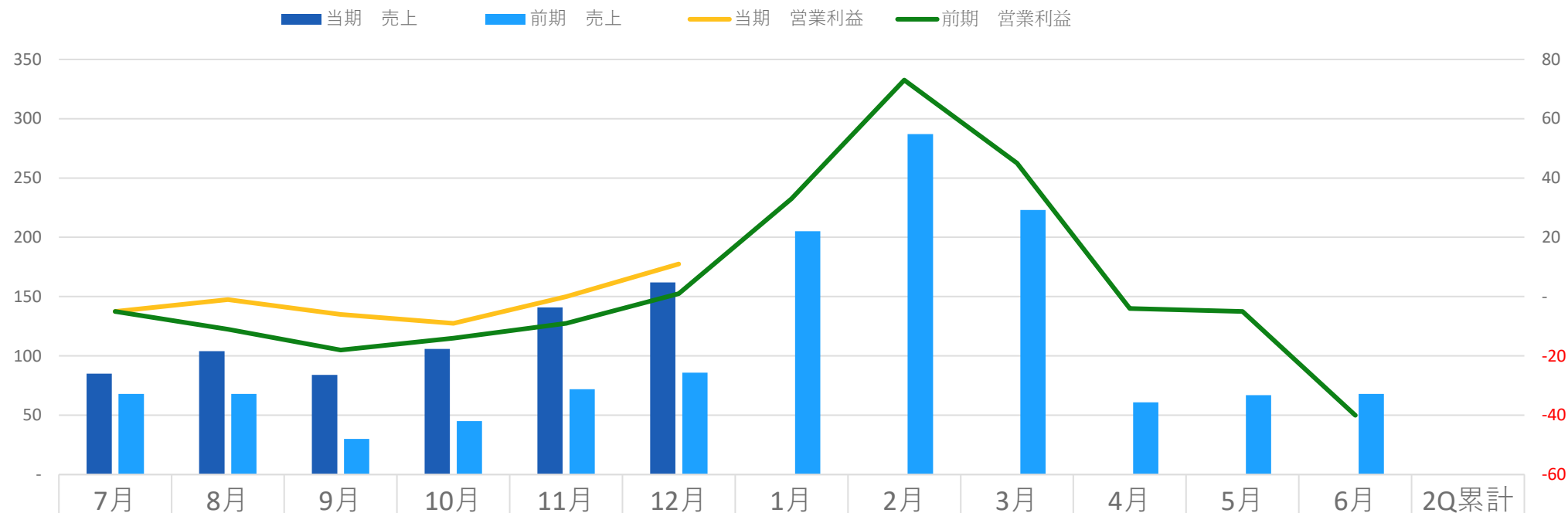
その他



※その他：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)

日本初のグローバルLOTAへ

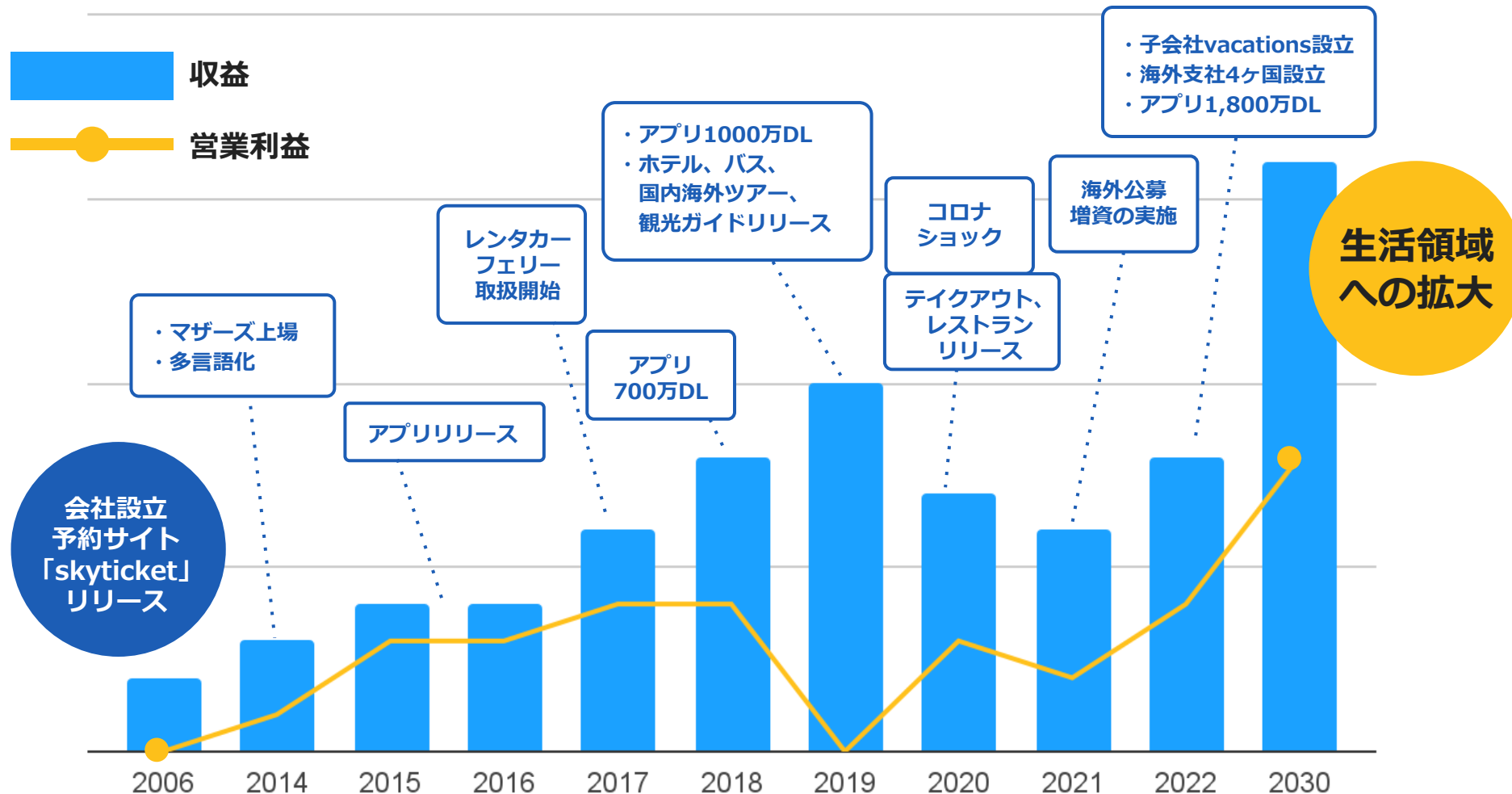


■ 当期 売上	85	104	84	106	141	162	-	-	-	-	-	-	685
■ 前期 売上	68	68	30	45	72	86	205	287	223	61	67	68	374
— 当期 営業利益	-5	-1	-6	-9	-	11							-11
— 前期 営業利益	-5	-11	-18	-14	-9	1	33	73	45	-4	-5	-40	-58

※一部純額で表示 (単位: 百万円)

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

航空券を中心にサービスを展開し、東証マザーズ上場後、  
**順調にサービスを拡大**



社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	<p>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</p> <p>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</p>
設立	2006年12月21日
資本金	3,303,499千円（2022年12月31日現在）
従業員数	連結：208人， 単体：144人（アルバイトは除く）（2022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

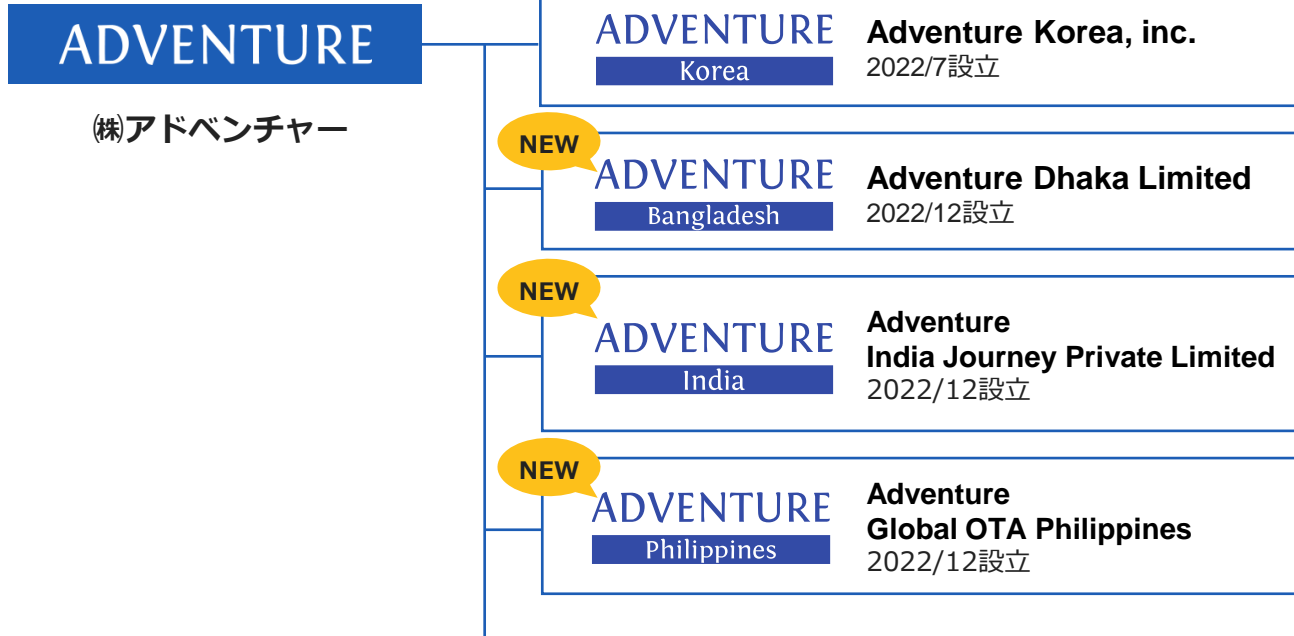
## KPIハイライト（2023年6月期連結予想）

収益	営業利益	当期利益	アプリダウンロード数
<b>140</b> 億円	<b>28</b> 億	<b>17</b> 億	<b>1800</b> 万DL突破

※2022年12月31日時点



## 海外子会社



## 国内子会社



代表取締役社長  
**中村 俊一**

慶応義塾大学卒、大学在学中の2004年に起業（IT関連企業）  
2006年からOTAとして旅行事業に参入

取締役  
**中島 照**

Western Illinois University卒、KLab(株)等を経て、2013年に当社入社

社外取締役  
**三島 健**

The University of New South Wales (Postgraduate)卒、イーベイ・ジャパン(株)、  
エクスペディアホールディングス(株)代表取締役、(株)JTBWeb販売部戦略統括部長、グーグ  
ル合資会社モバイルアプリ統括部長を経て、Rokt合同会社アジア統括事業開発責任者

社外取締役 独立役員  
**雷 蕾**

一橋大学大学院卒、野村證券(株)、(株)ネクソンを経てシンフロンテラ(株)代表取締役

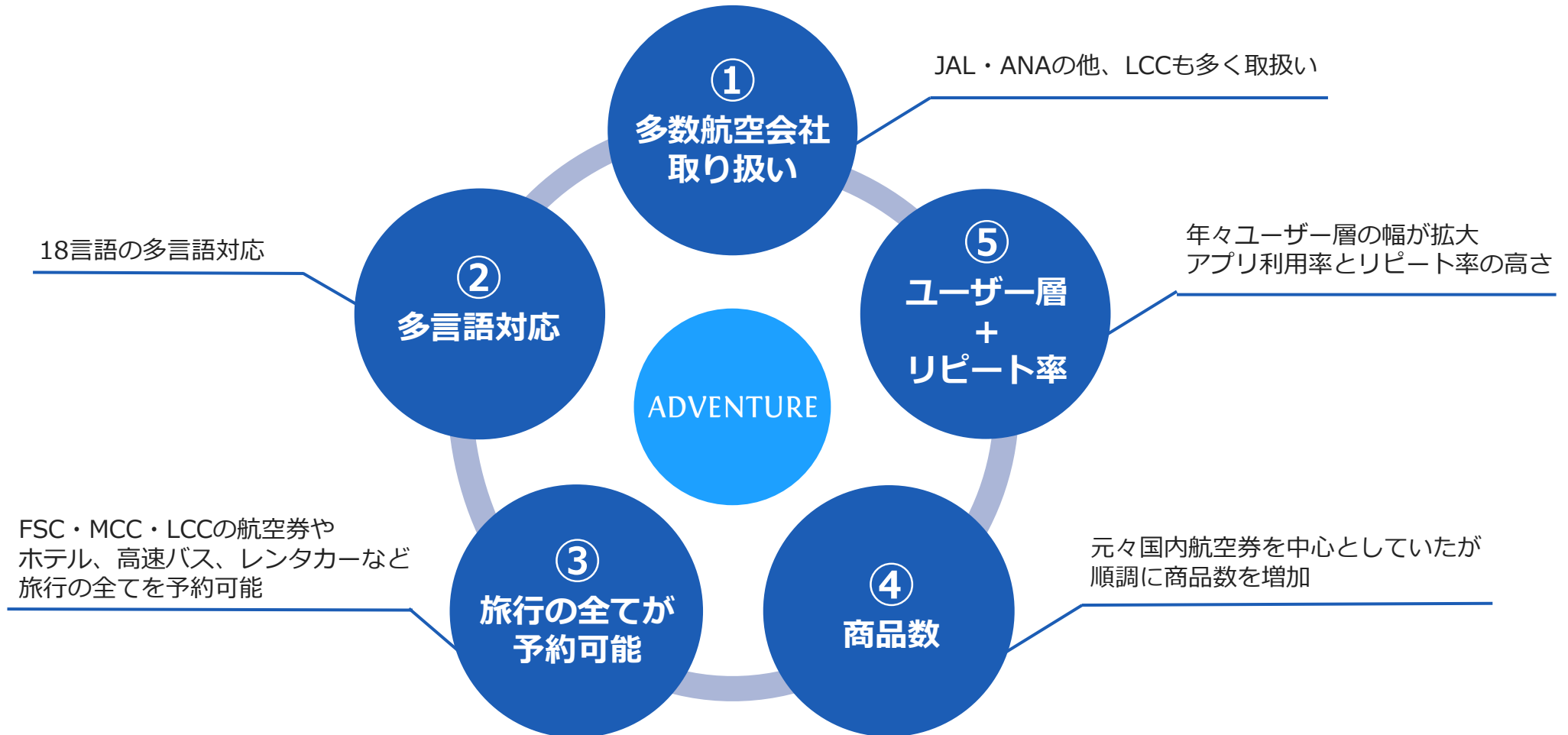
社外取締役 独立役員  
**永田 ゆかり**

早稲田大学卒、アクセンチュア(株)、楽天グループ(株)、KMPGコンサルティング(株)、デ  
ータビズラボ(株)代表取締役

社外取締役 独立役員  
**平山 絢理**

東京外国語大学在籍中

日本初のグローバルOTAへ



日本初のグローバルOTAへ

### 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

1800万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



アプリ  
**1800万**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

#### 粗利益の継続的な向上

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

予約成約に対するクライアントからの成果報酬



※一部直接契約以外も含む  
※一部お客様からの手数料を含むサービス有

# サービス別テイクレートの概要

## ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



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



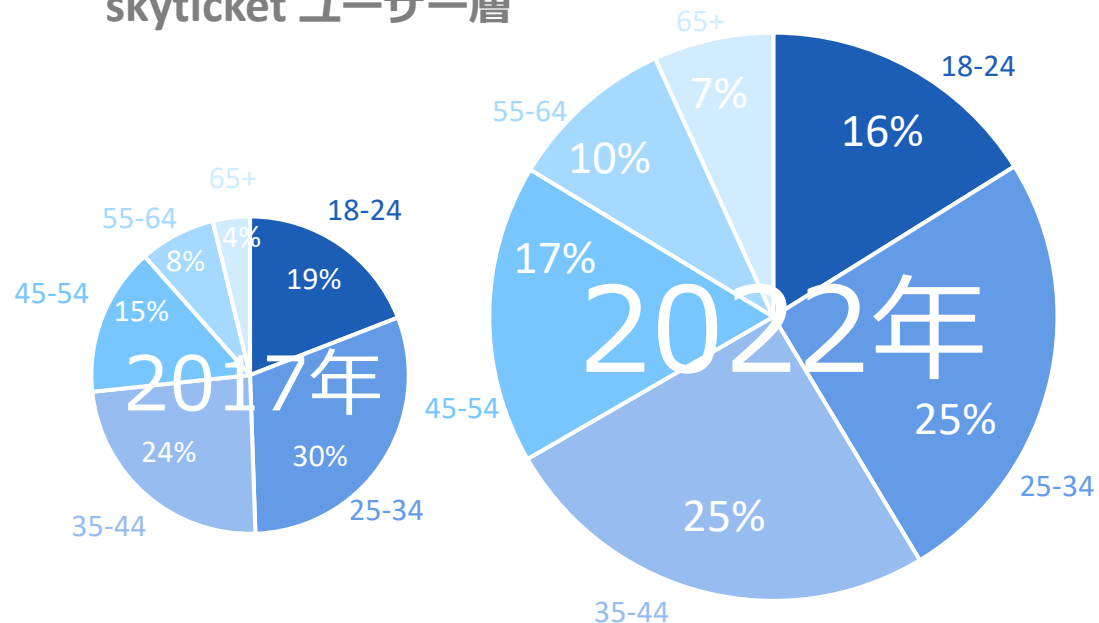
①会社によって固定  
②段階手数料制

日本初のグローバルLOTAへ

## 幅広いユーザー層へと変化

TTA利用者だった45歳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

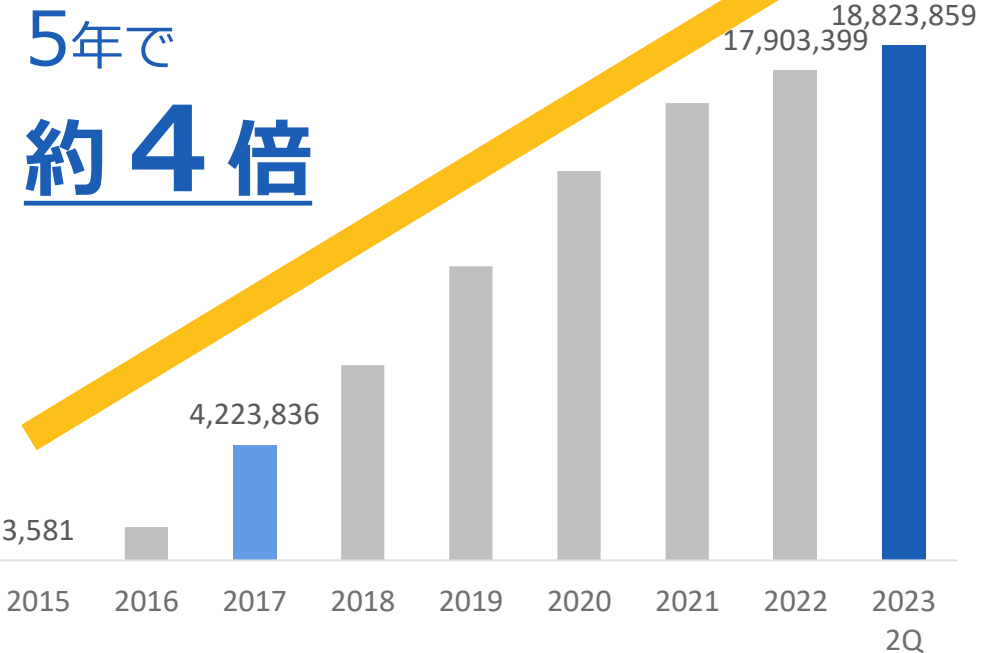


※2017年6月期・2022年6月期のサイト訪問者データに基づく

## 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



1,800万  
DL突破

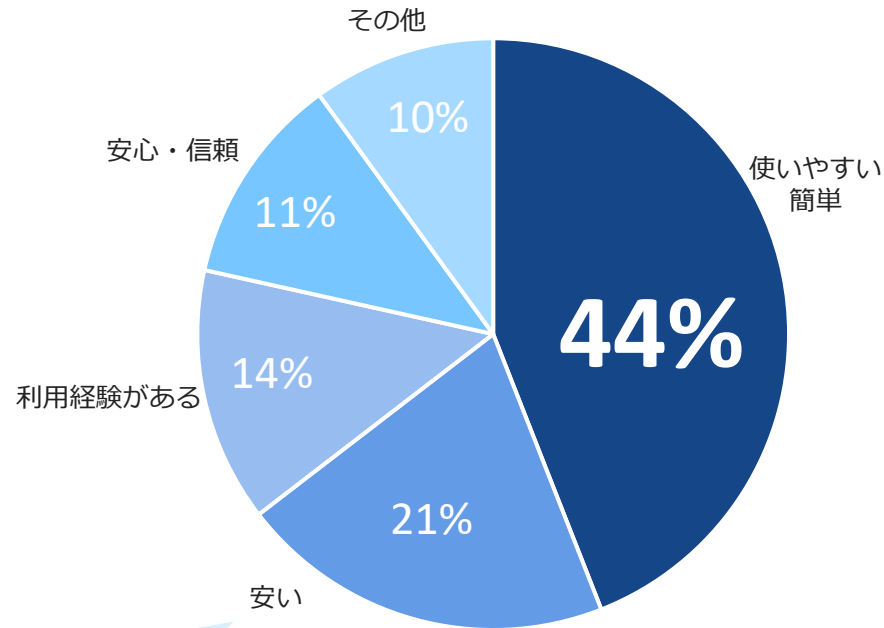
5年で  
**約4倍**

# ユーザーはなぜ“skyticket”を選ぶのか

## ADVENTURE

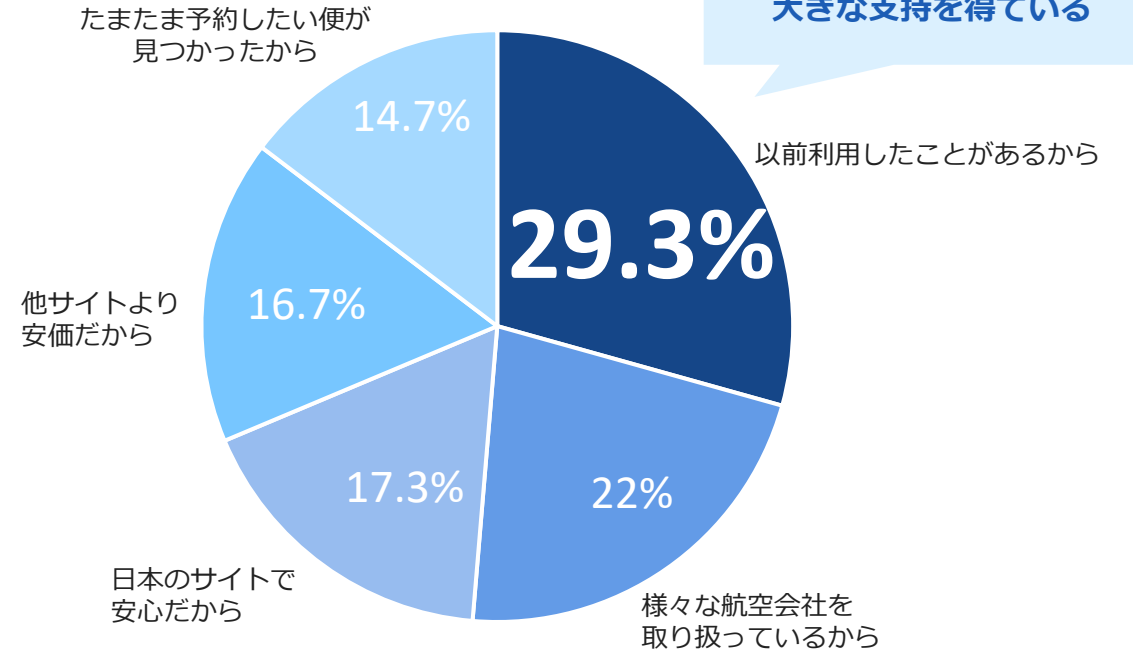
日本初のグローバルLOTAへ

### 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



 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



- ・ ミャンマーファミリー・クリニックと菜園の会
- ・ 認定NPO法人国境なき子どもたち (KnK)
- ・ ウクライナ人道支援
- ・ ペットボトルのリサイクル促進

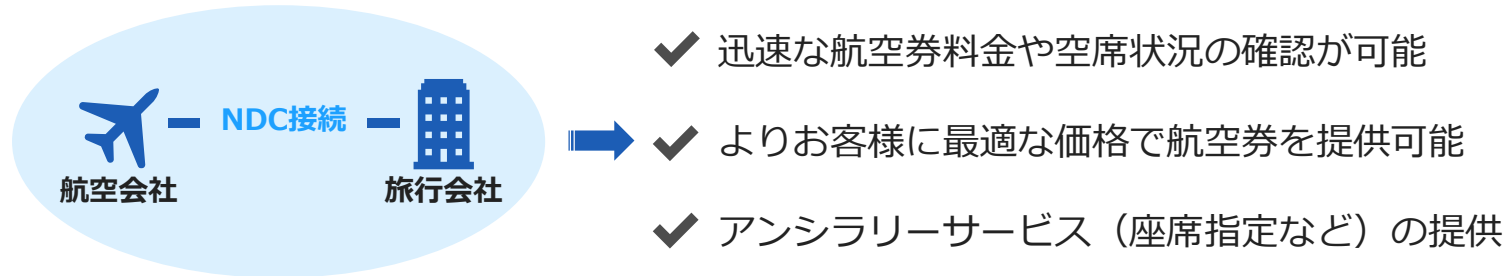


- ・ 働きがいのある職場
- ・ ワークライフバランスの実現
- ・ ペーパーレス推進
- ・ 地域・国際交流の促進



- ・ 健康維持のための旅行推進
- ・ 環境問題に向き合う体制づくり
- ・ 旅行サービスのDX化
- ・ クロスセルで利便化と地域活性化
- ・ グローバルな展開を目指す

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



〈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）

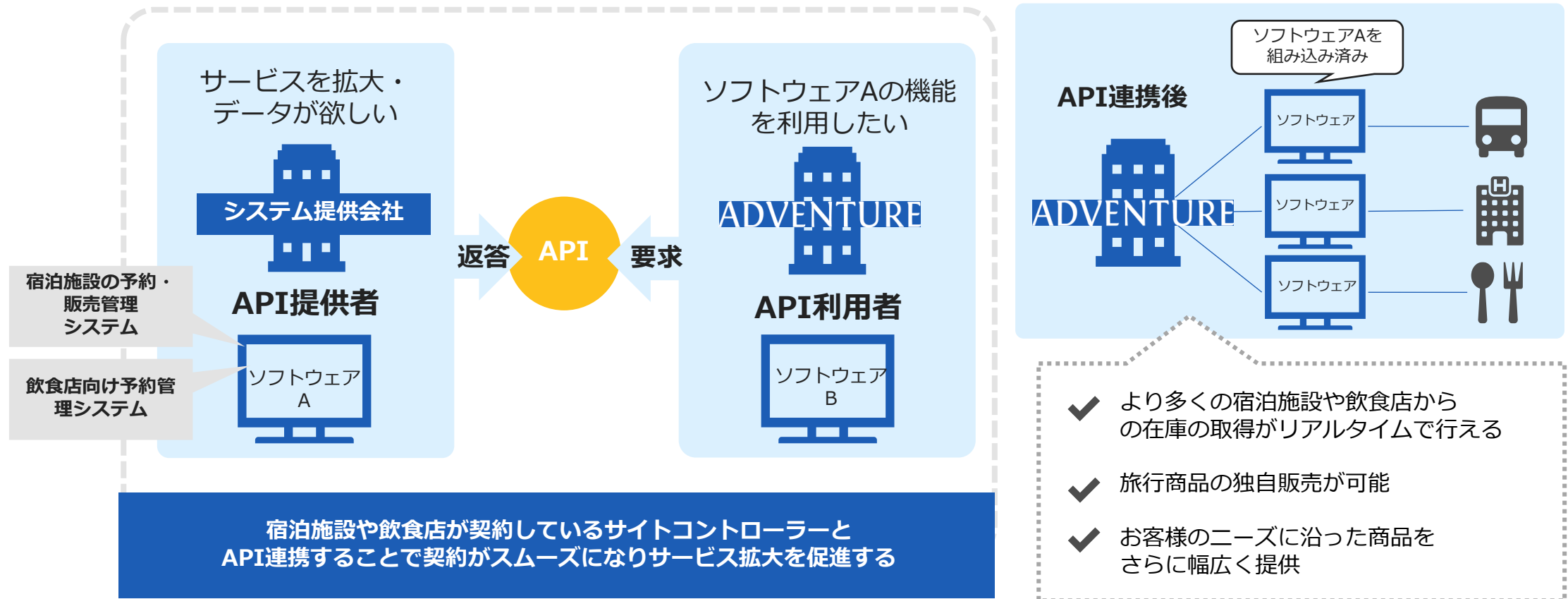
海外では主流であるNDC接続をいち早く取り入れ  
今後も積極的に契約社数を増加

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**

「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



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。