

VELTRA

VELTRA changes TRAVEL

2022年12月期 決算説明資料

FY2022 Financial Results

---

ベルトラ株式会社 東証グロース市場：7048



2022年12月期 決算概要	P3
2022年12月期 事業別の状況と市場環境	P12
2022年12月期 第4四半期 TOPICS	P18
2023年12月期 今後の取り組み	P20
2023年12月期 通期業績予想	P30
Appendix	P35



## 2022年12月期 決算概要

## エグゼクティブ・サマリー



### 実績

旅行需要の段階的な回復によりOTA事業は大幅な増収。全社営業収益は前年比約2.4倍に

#### 営業収益

2022年累計

**1,163**百万円

前年同期比

**+136.2%** (+670百万円)

#### 営業利益

2022年累計

**▲794**百万円

前年同期比

**- %** (+303百万円)

### 事業環境

10月11日より観光目的の個人旅行が可能となり、訪日旅行者が大幅に増加

#### 訪日 外国人数

2022年1月～12月

約**383**万人 **+1,458%**

前年同期比

#### 出国 日本人数

2022年1月～12月

約**277**万人 **+441%**

前年同期比

## P/Lサマリー



回復傾向にある旅行需要の取り込みにより営業収益は大幅に増加  
収益拡大による変動費の増加はあるものの、継続した固定費のコントロールの結果、営業損失の水準は大幅に改善

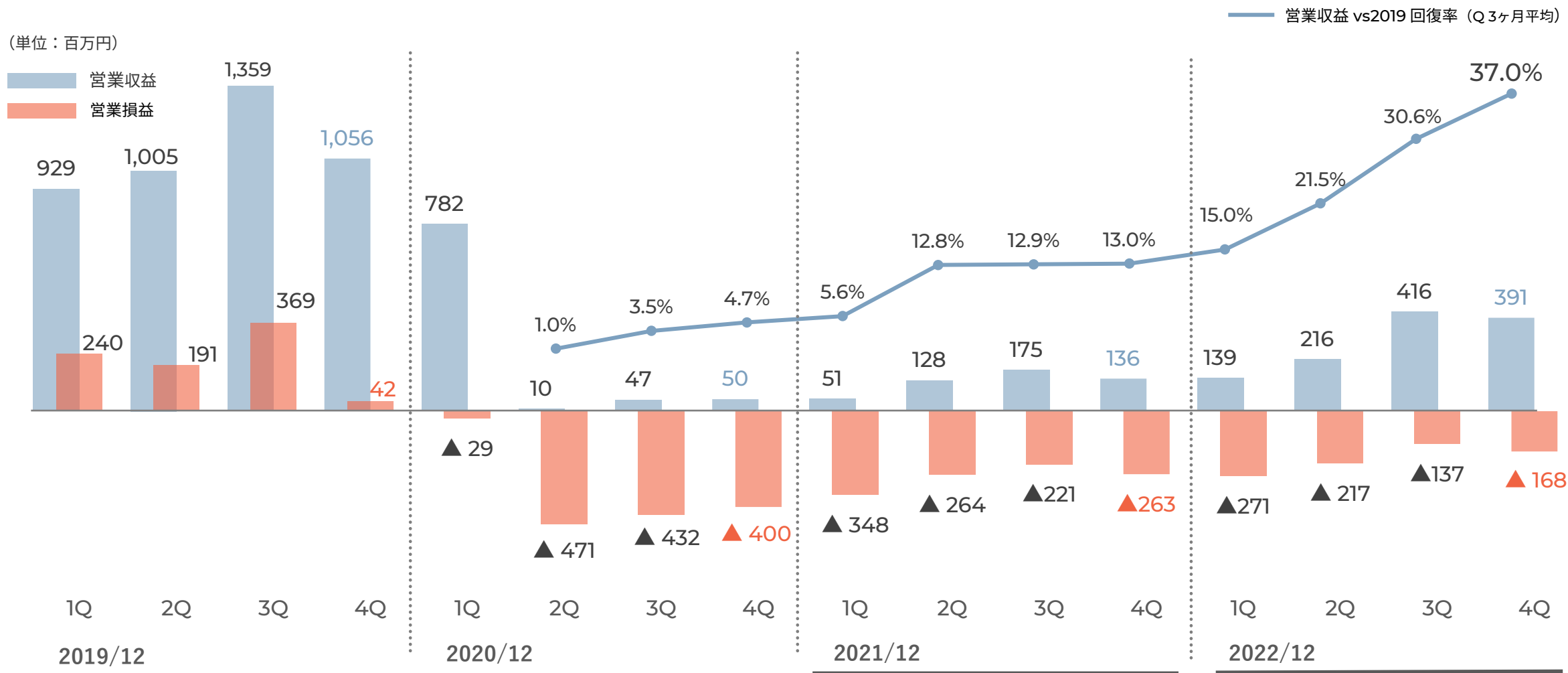
単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期	YoY
営業収益	492	1,163	236.2%
営業費用	1,590	1,958	123.1%
営業利益	▲1,098	▲794	—
営業外収益	58	56	96.2%
営業外費用	64	15	24.3%
経常利益	▲1,104	▲753	—
特別利益	—	14	—
特別損失	16	—	—
法人税等	36	61	167.6%
当期純利益	▲1,157	▲794	—
1株当たり 当期純利益(円)	▲35.12	▲22.92	+12.20円

※ 新収益認識基準の適用が営業収益に与える影響は軽微であるため、過去実績との比較において、旧基準の数値を用いた詳細説明はしていません。

# 営業収益・営業損益 四半期推移（会計期間）



4Qにおける営業収益は前年同期比+255百万円、COVID-19以前の2019年同期間との比較では 37%台まで回復  
 営業利益も前年同期比で+95百万円の改善

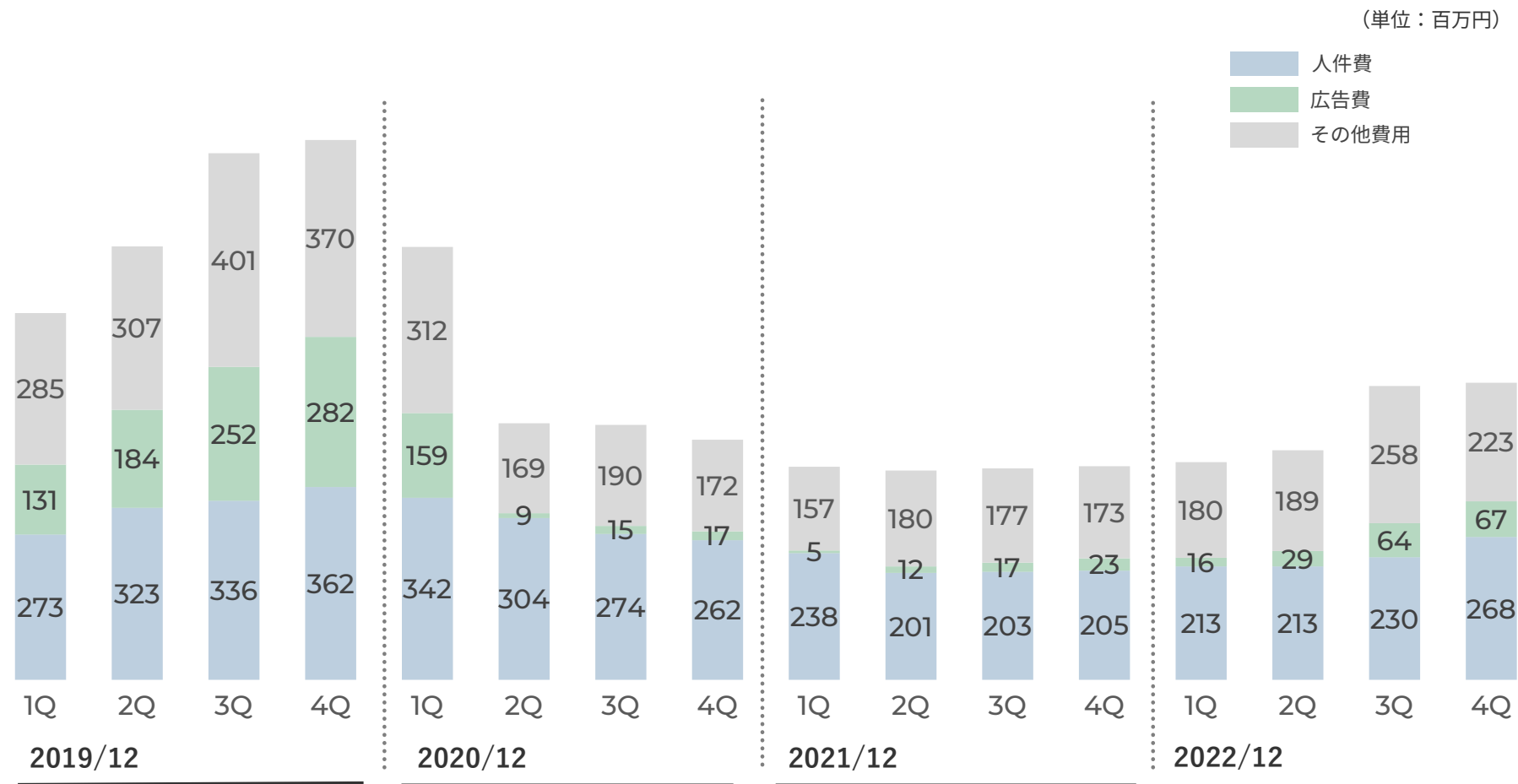


※ 新収益認識基準の適用が営業収益に与える影響は軽微であるため、過去実績との比較において、旧基準の数値を用いた詳細説明はしていません。

## コスト推移



コスト水準は引き続き維持しながらも、取扱高の増加に応じた広告投資などは徐々に拡大  
人材投資も生産性（収益回復時のOPマージン）を意識しながら段階的な増員を推進



### 2022年4Q コスト増加要因

#### 人件費

- ・4Qにて18名増員（詳細は次ページ）

#### 広告費

- ・3Qに引き続き、海外旅行マーケットの回復に応じた広告投資の拡大
- ・取扱高増によるポイント費用の増加

#### その他費用

- ・採用関連費用 10M

### (参考情報)

#### 2022年3Q コスト増加要因

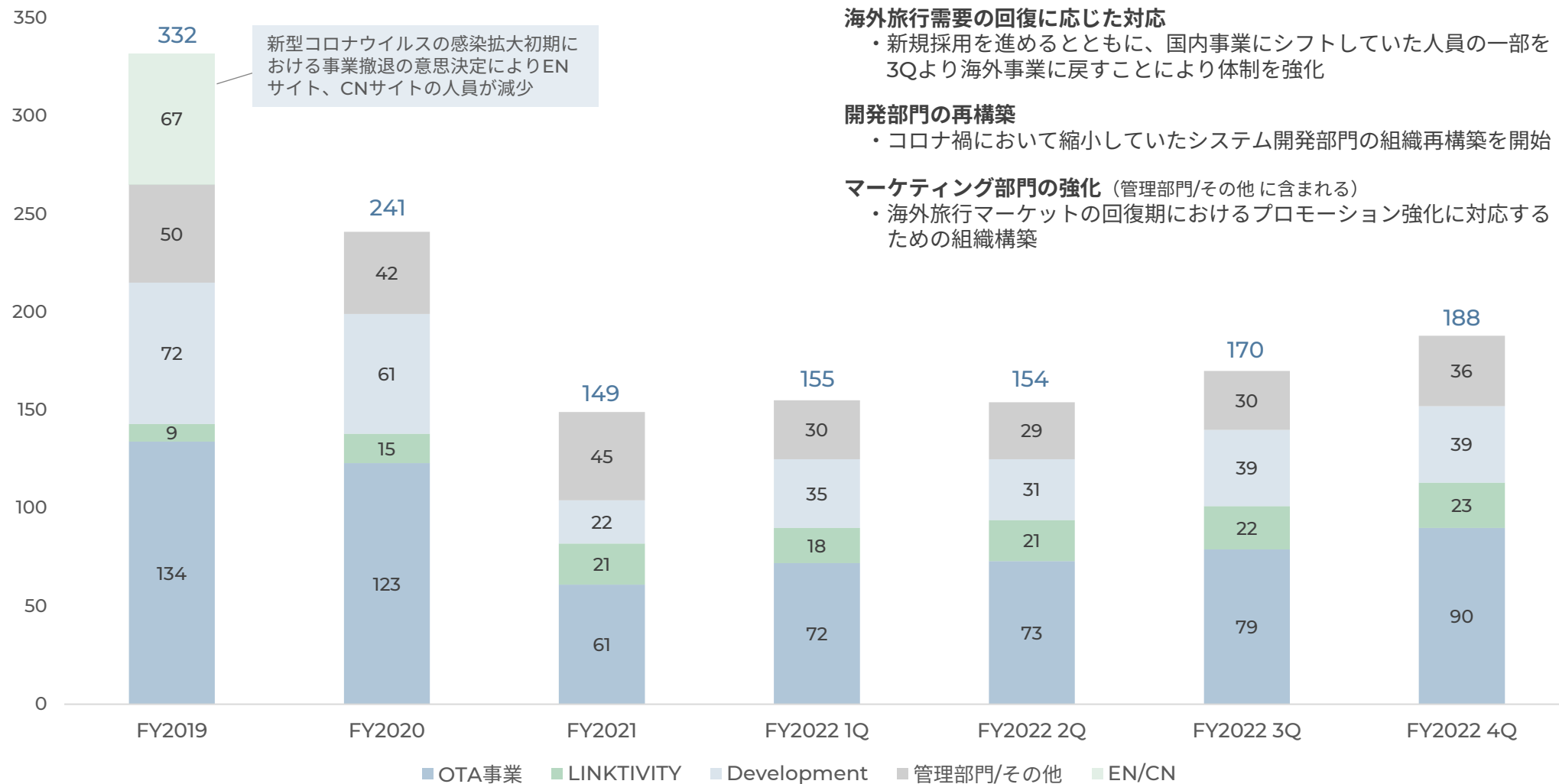
#### その他費用

- ・採用関連費用 14M
- ・システム開発受託売上 原価 14M
- ・クレジットカード手数料増加 7M
- ・監査法人 追加報酬 19M

# 人員推移



海外旅行事業、システム開発部門、マーケティング部門を中心に人員増強による組織体制の強化を推進





## B/Sサマリー



収益改善による仕入債務及び前受金の増加、金融機関から5億円の短期借入実施により流動負債が増加した結果、自己資本比率は28pt低下したが、キャッシュフローにはプラスに寄与しており、財務状況は大幅に改善

単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期	増減額	詳細
流動資産	1,414	3,678	+2,264	
現金及び預金	1,197	2,799	+1,601	
固定資産	455	372	▲82	ソフトウェアが140百万円減少
<b>資産合計</b>	<b>1,870</b>	<b>4,051</b>	<b>+2,181</b>	
流動負債	691	2,670	+1,979	営業未払金が1,001百万円、前受金が385百万円増加
有利子負債	25	500	▲475	短期借入金が500百万円増加
固定負債	3	0	▲3	退職給付引当金が3百万円減少
<b>負債合計</b>	<b>694</b>	<b>2,670</b>	<b>+1,976</b>	
<b>純資産合計</b>	<b>1,175</b>	<b>1,381</b>	<b>+205</b>	新株の発行による資本金および資本剰余金がそれぞれ484百万円増加、利益剰余金が792百万円減少
<b>自己資本比率</b>	<b>61.4%</b>	<b>33.4%</b>	<b>▲28.0pt</b>	

## C/Fサマリー



OTA事業の予約数増加による前受金の増加、営業損失額の改善等により、営業CFはプラスに転じ +1.4億円  
新株予約権行使、短期借入の実施による財務CF +14億円もあり、当期末おける現預金残高は前期比 16億円増加

単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期	増減額	詳細
営業活動による キャッシュ・フロー	▲677	146	+824	仕入債務の増加982百万円、売上債権の増加663百万円などの増加要因と、ポイント引当金の減少146百万円、税金等調整前当期純損失743百万円などの減少要因
投資活動による キャッシュ・フロー	▲43	▲58	▲15	匿名組合からの入金50百万円の増加要因と、固定資産の取得による支出106百万円の減少要因
財務活動による キャッシュ・フロー	970	1,439	+469	短期借入金金の増加500百万円、株式の発行による収入966百万円の増加要因
換算差額	31	74		
現金及び現金同等物の 四半期末残高	<b>1,197</b>	<b>2,799</b>	<b>+1,601</b>	

## C/F 四半期推移



COVID-19の感染拡大の影響を受け、2020年12月期以降キャッシュフローは大幅に悪化した。当期において大幅に改善

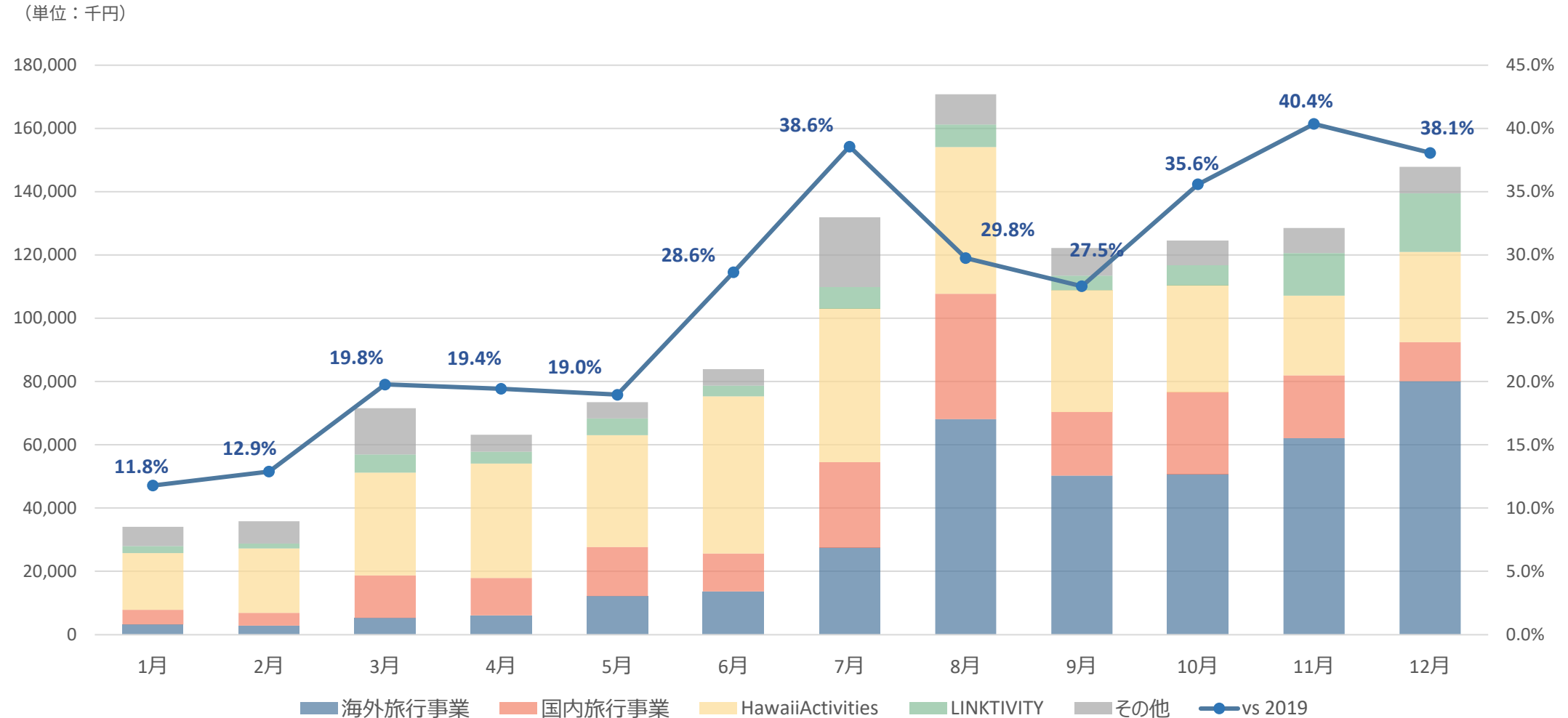
	FY2019 2Q (1-6月)	FY2019 4Q (7-12月)	FY2020 2Q (1-6月)	FY2020 4Q (7-12月)	FY2021 2Q (1-6月)	FY2021 4Q (7-12月)	FY2022 2Q (1-6月)	FY2022 4Q (7-12月)
単位：百万円								
営業活動による キャッシュ・フロー	962	319	▲2,563	▲681	▲199	▲477	▲42	188
投資活動による キャッシュ・フロー	▲206	▲285	▲124	▲88	▲15	▲27	6	▲65
財務活動による キャッシュ・フロー	66	▲52	▲65	482	798	171	674	764
換算差額	▲15	17	▲17	▲1	21	9	106	▲31
現金及び現金同等物の 増減額	807	0	▲2,771	▲289	603	▲324	745	856
現金及び現金同等物の 四半期末残高	3,978	3,978	1,206	917	1,521	1,197	1,942	2,799

## 2022年12月期 事業別の状況と市場環境

# 全体 | 連結営業収益 月次推移



2019年比較における営業収益の回復率は着実に右肩上がりで回復傾向にある  
 2022年10月以降、インバウンドマーケットの回復により、LINKTIVITYの収益も増加傾向にある

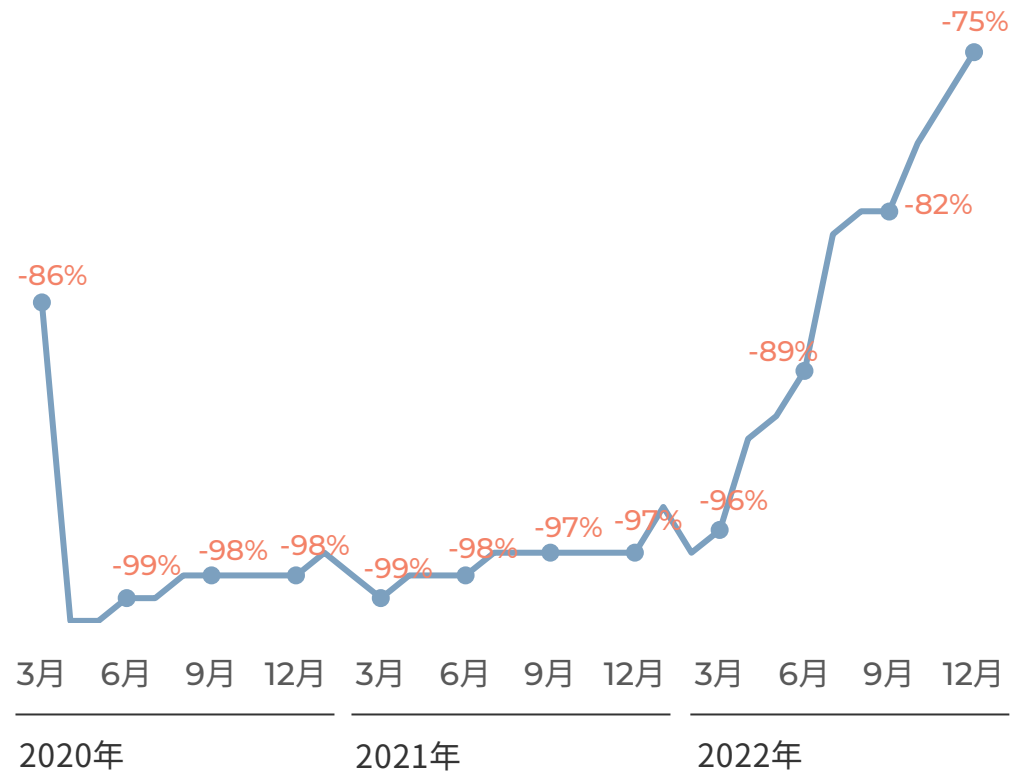




日本人の海外渡航者数は出国制限の緩和等の影響を受け大きく増加、年間予約数も前年比 12.4倍と大幅に回復

市場環境

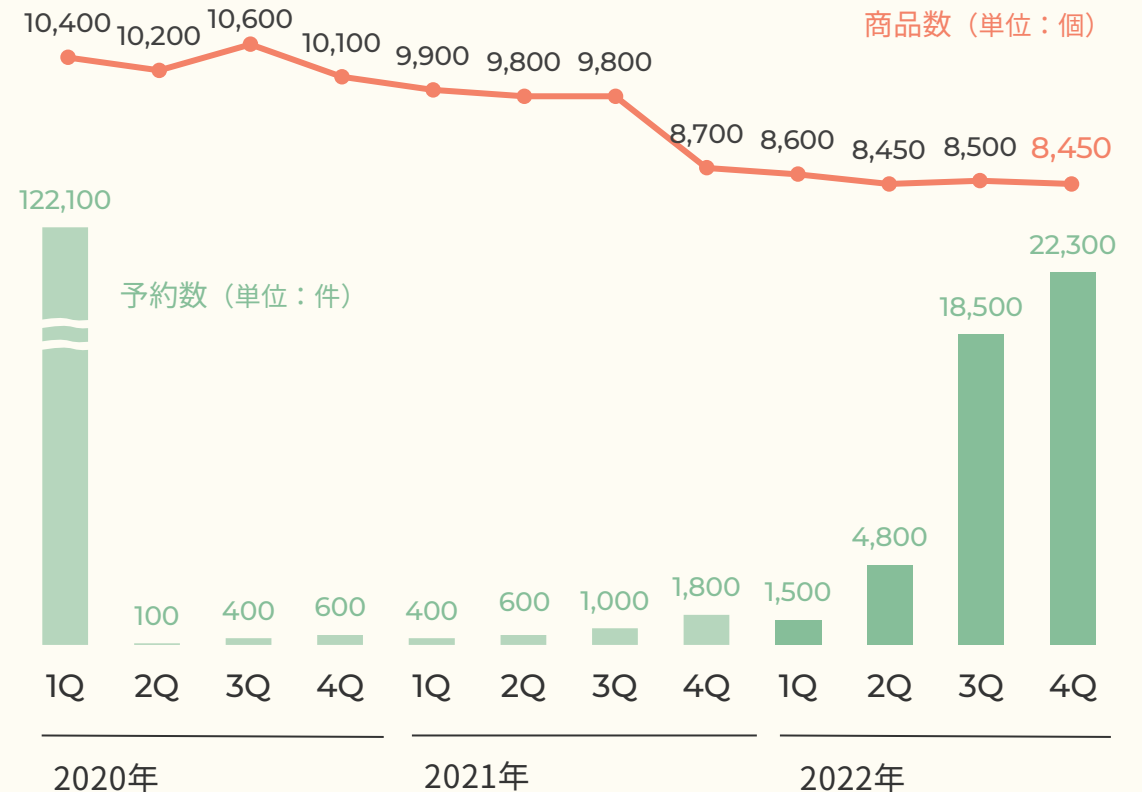
出国日本人数推移 (2019年同期比)



出典: JNTO(日本政府観光局) - 出国日本人統計 -

実績

海外旅行 商品数および予約数推移



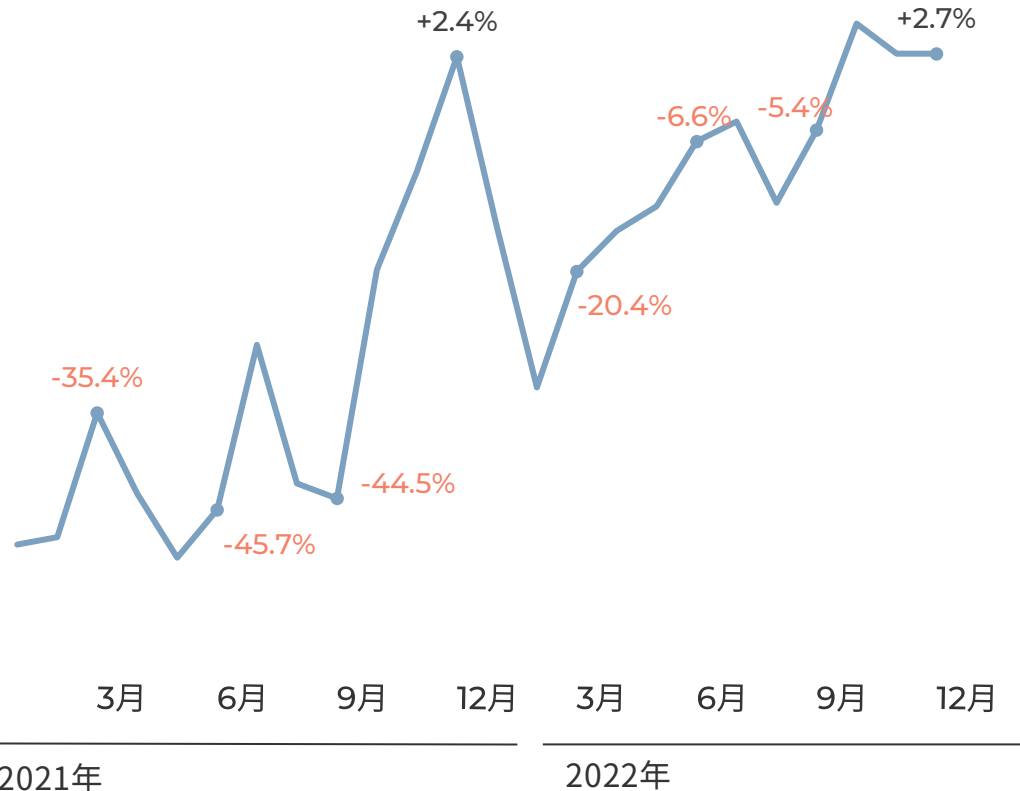


国内旅行における日本人の延べ宿泊者数は2019年を上回る水準で推移

高需要、商品数の増加による提供機会の拡大により、年間予約数も前年比 226%と大幅に拡大

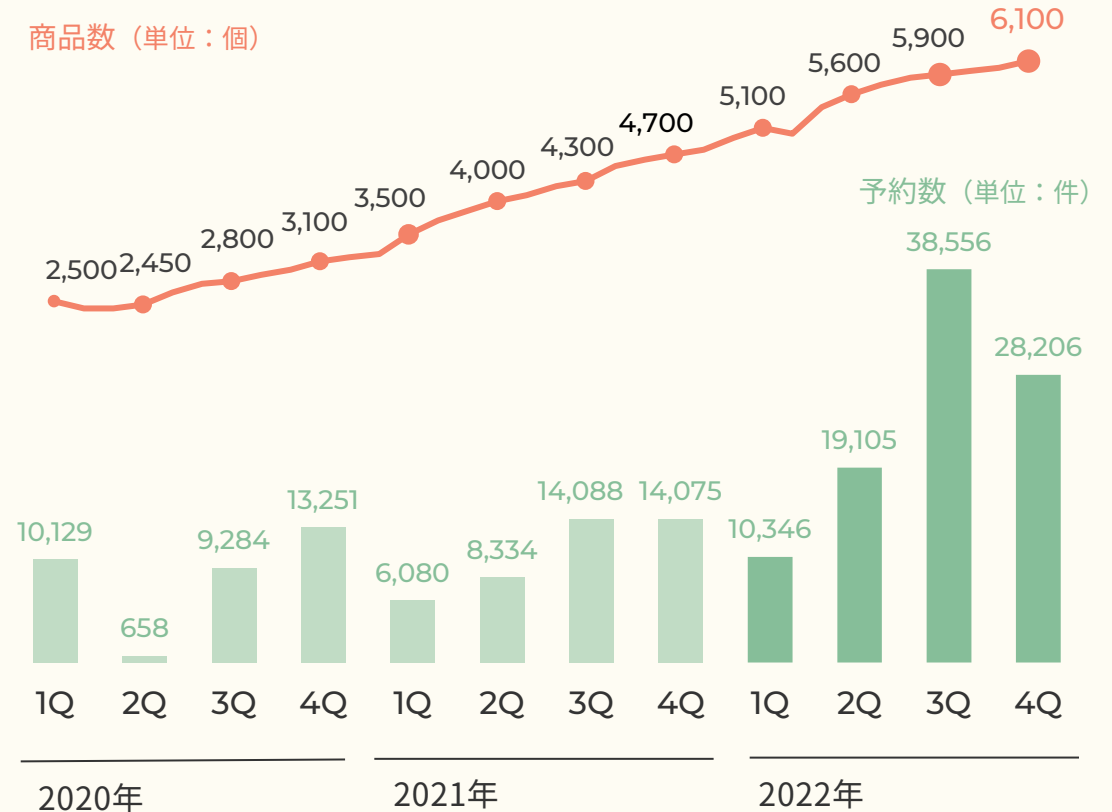
市場環境

国内 日本人延べ宿泊者数推移  
(2019年同期比)



実績

国内旅行 商品数および予約数推移



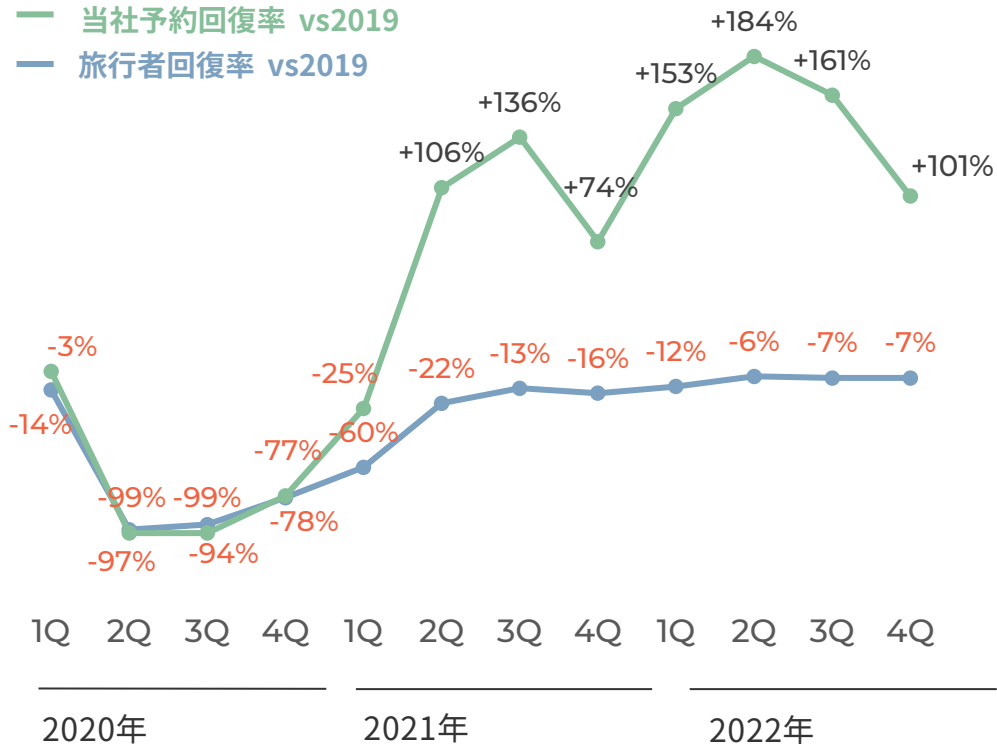
出典：観光庁 - 旅行・観光消費動向調査 -



ハワイへの旅行者数はコロナ前にほぼ回復、当社の予約回復率はそれを大幅に上回る

市場環境

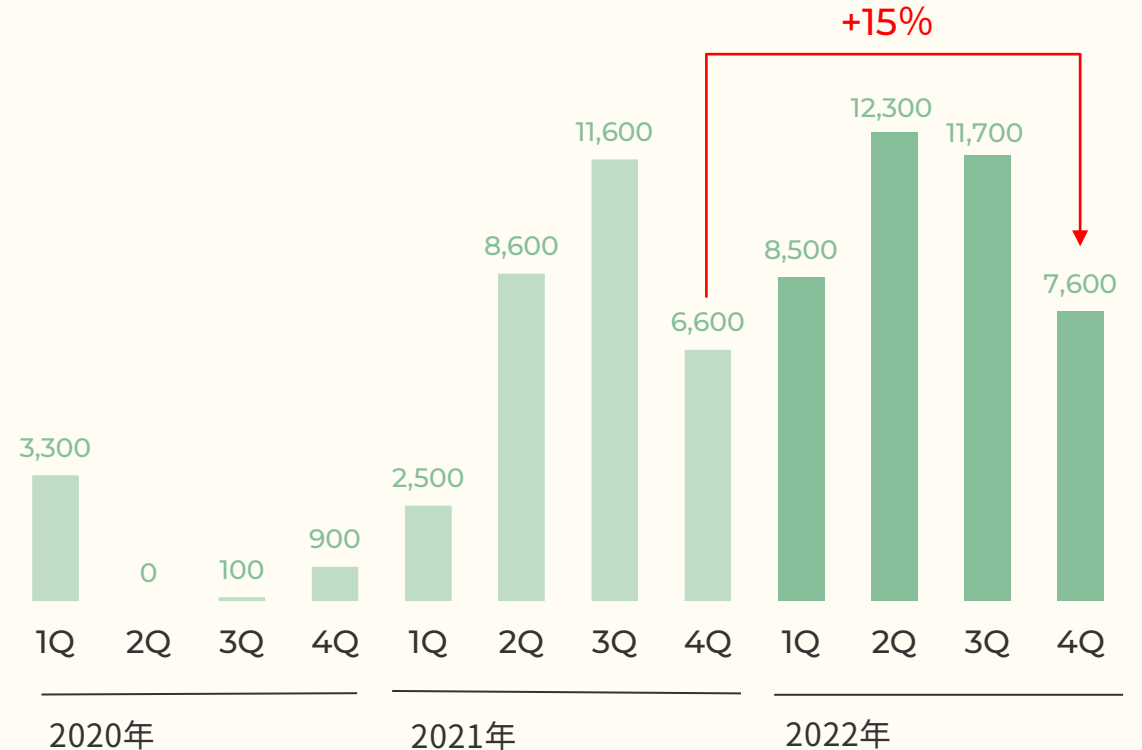
米国本土からのハワイ旅行者回復率と  
当社予約数の回復率  
(2019年同期比)



実績

HawaiiActivities 予約数推移

季節性の影響もあり、4Q実績は3Q比で減少しているものの、  
前年同期比では、+15%の伸びを示す (単位：件)  
2022年TOTALでは前年比 +37%成長



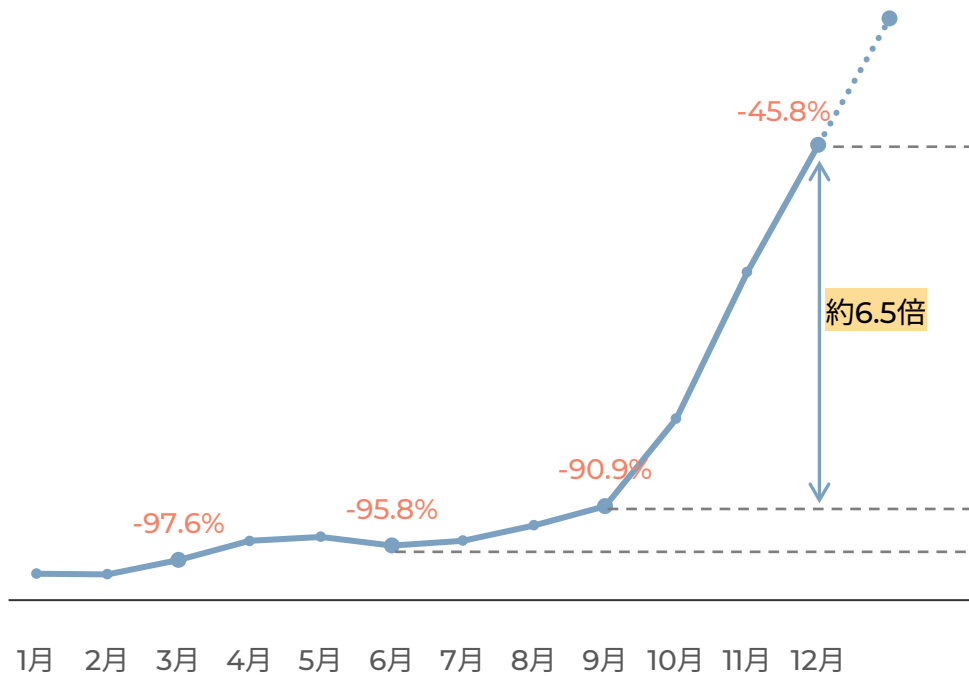




10月以降、LINKTIVITYのプラットフォームを通じた鉄道・施設チケットの予約取扱高の額が大きく伸長  
 4Qの3ヶ月間で2019年水準を大きく上回り、今後、中国からの渡航者数が増えることにより更なる伸びが見込まれる  
 販売元の契約社数も前年比で倍増。販売商品数の増加が今後の成長を加速させるものと想定

### 市場環境

### 2022年 訪日外客数推移 (2019年同月比)

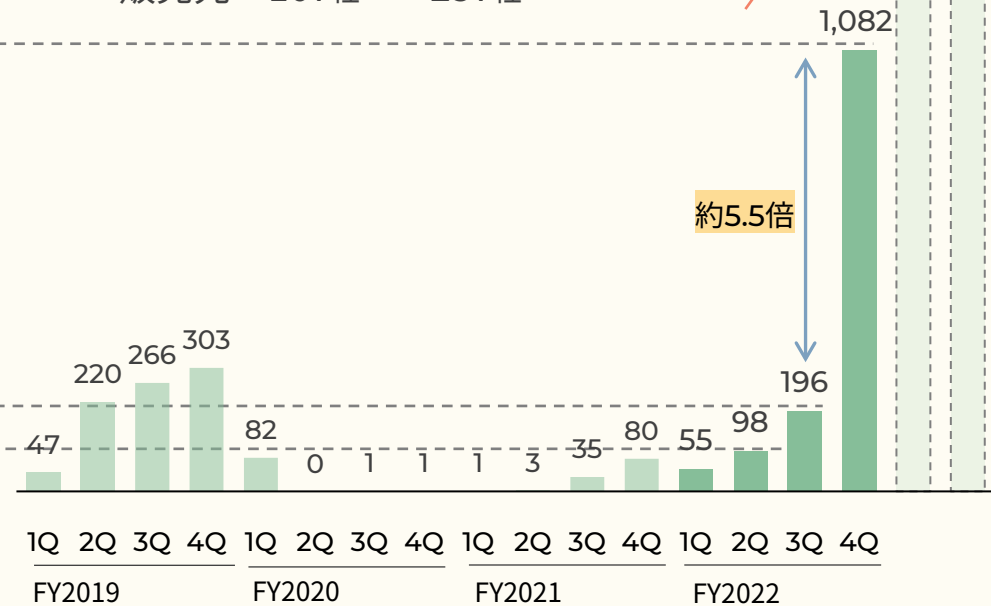


出典：日本政府観光局 (JNTO) -2022年 訪日外客数・出国日本人数-

### 実績

### LINKTIVITY 取扱高推移 (単位：百万円)

	2021年末	2022年末
販売元	90社	→ 189社
販売先	167社	→ 237社



取扱高：海外OTA経由で旅行者がLINKTIVITYの取り扱う鉄道・施設チケットを購入した場合の取引総額



## 2022年12月期 第4四半期 TOPICS



サステナブル  
ツーリズム



日本のオンライン旅行会社としては初めてグローバルサステナブルツーリズム協議会に加盟

自社での取り組みに加え、加盟する企業・団体との提携やコラボレーションなどを実施し、体験分野における持続可能な観光の実現を目指す。

国内体験



ふるさと納税の返礼品に日本各地の現地体験型アクティビティを提供開始

第一弾として京都府京丹後市の事業者が催行するサービスから各社ふるさと納税サイトに順次掲載を開始。今後も対象自治体を拡大予定。

観光局との  
共同プロモーション



オーストラリア政府観光局と共同プロモーション

[特設サイト](#)

オーストラリア各地の魅力を伝える特設サイトの公開にあわせて、ケアンズ行き往復航空券が抽選で1組2名様に当たるプレゼントキャンペーンを実施。

## 2023年12月期 今後の取り組み



## 「サバイバル」 → 「サステナブルな成長」へ

2023年に約6.4億円の追加投資を実施し、中長期での持続的な成長に向けて強化。  
旅行回復とポートフォリオの拡大で2024年にはコロナ前を上回る収益拡大へ



テーマ	投資対象	事業ドメイン	市場				
			海外旅行	国内旅行	訪日	グローバル	
<b>コストコントロール</b> ・ 事業閉鎖 ・ 固定費圧縮 ・ 人員削減	<b>オーガニック成長</b>	海外旅行市場の新商品獲得	VELTRA	Add			
		ハワイ各島群島の販売強化	HawaiiActivities				Add
<b>資金調達による経営基盤の安定化</b> ・ 第三者割当増資 ・ 新株予約権など	<b>さらなる成長ドライブ</b>	国内旅行市場の商品拡大・強化	VELTRA		Add		
		成長を強化するシステムリニューアル	VELTRA	New	New		New
		VELTRAファン育成、100万人達成	VELTRA	New	New		New
<b>新規事業への集中投資</b> ・ インバウンドDX ・ 国内旅行市場	<b>非連続な成長戦略</b>	インバウンド市場 商品強化・開発	LINKTIVITY & VELTRA		New	Add	
		自治体・行政連携による観光開発・DX化	VELTRA & LINKTIVITY		New	New	
		企業連携強化、DXソリューションの拡大	LINKTIVITY & VELTRA	Add	New	Add	

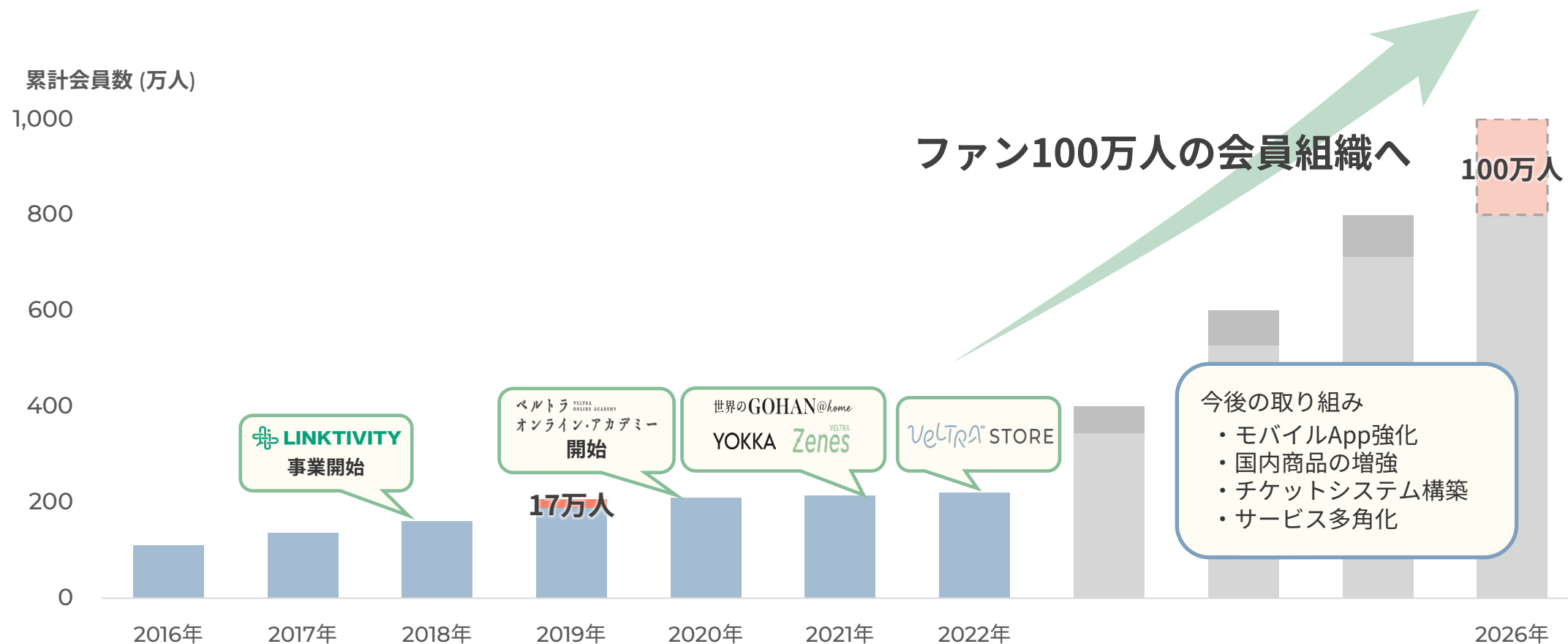
Add=追加投資 / New=新規投資

# 2026年までにOTA事業にてファン100万人の会員組織を目指す



## ファン = 弊社サービスを年2回以上利用する顧客

モバイルApp強化や国内商品の増強、チケットシステム等のサービスの多角化を通じ、顧客とのタッチポイント拡大による既存会員のアクティブ化および新規ファンの獲得を推進中





## 2023年 市場回復率 見通し (vs2019)



各マーケットの市場回復予想を下記のとおり想定。2023年事業計画は、回復予想の下限値を前提に設定。

### 2023年 市場回復率 見通し (vs 2019)

Market		2022	2023
海外旅行マーケット	VELTRA	13%	47-58%
国内旅行マーケット	VELTRA	90%	100%
インバウンドマーケット	 LINKTIVITY	8%	59-68%
グローバルマーケット	HAWAII ACTIVITIES A VELTRA® Company  .COM	90%	100%

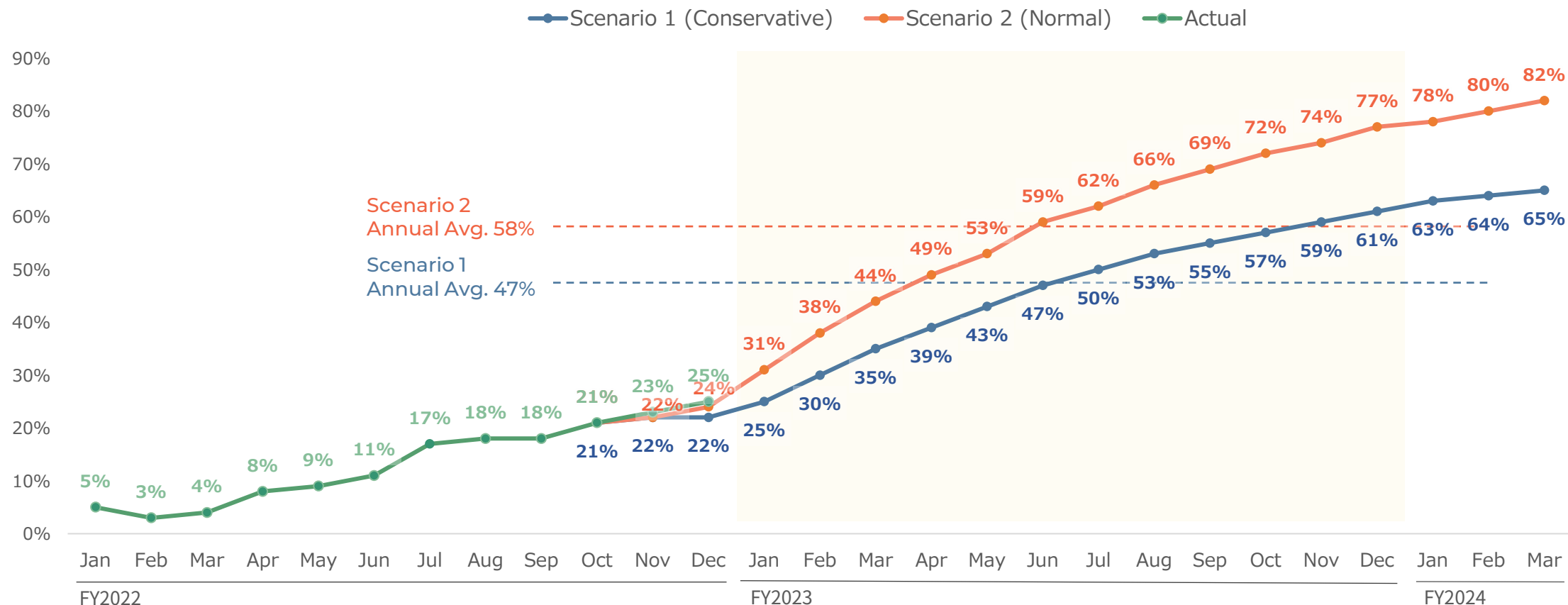
# FY2023 海外旅行マーケット 市場回復予測



先行する欧米マーケットとインバウンドの市場回復状況から日本人海外旅行市場も緩やかに回復する想定

基本シナリオである Scenario 1（年平均 47%の回復）をベースに売上計画を策定

5類感染症への移行などの外部環境の変化次第では、回復は加速するものと想定し、Scenario 2（2023年末 約80%、年平均 約60%の回復率）も作成



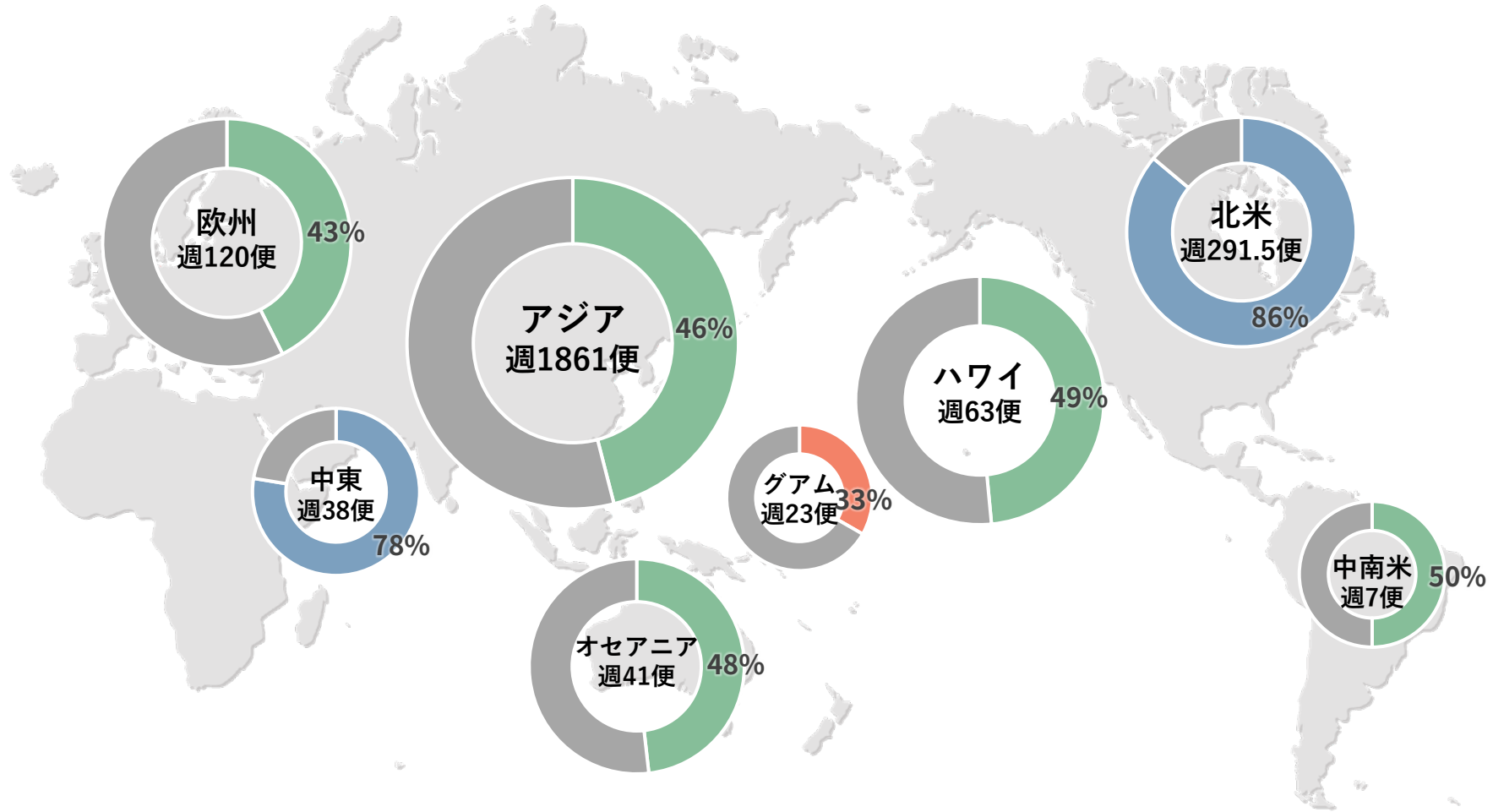
出典：日本政府観光局（JNTO）-2022年 出国日本人数-



## 国際線フライトの現状と回復率 (日本発着便)



2022年10月現在の冬季運航スケジュール(10月～3月)は週合計で2444.5便、対2019年で49%まで回復。



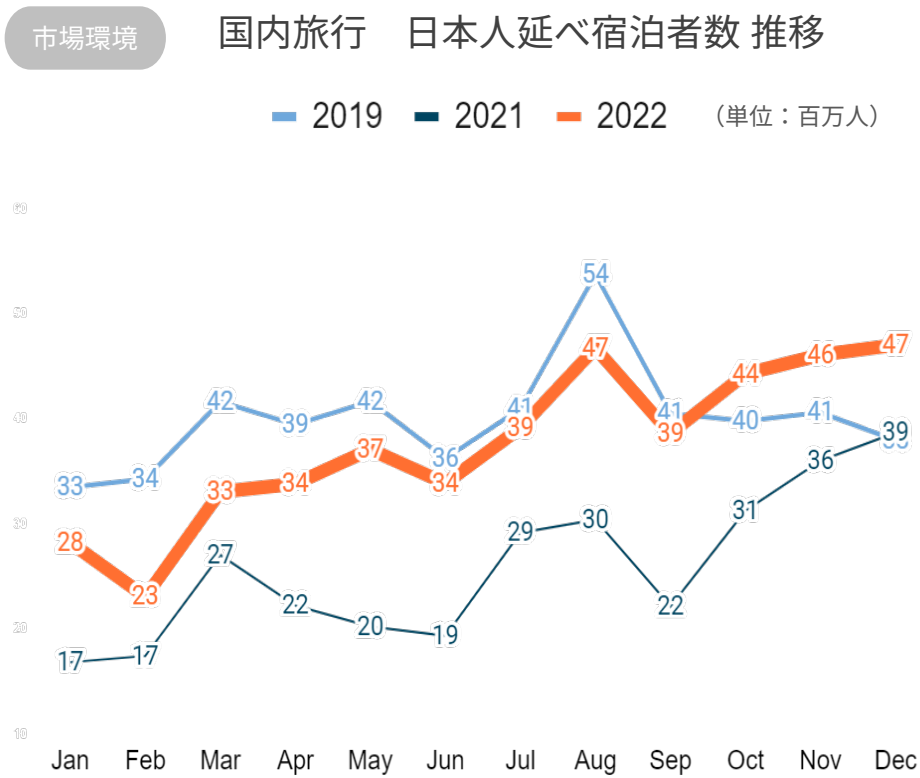
2022年11月時点の冬季運航スケジュールをベースに国土交通省国際線就航状況から弊社算出  
※回復率は2019年冬季スケジュールに対しての数値  
※出発+到着を1便とカウント

# FY2023 国内旅行マーケット

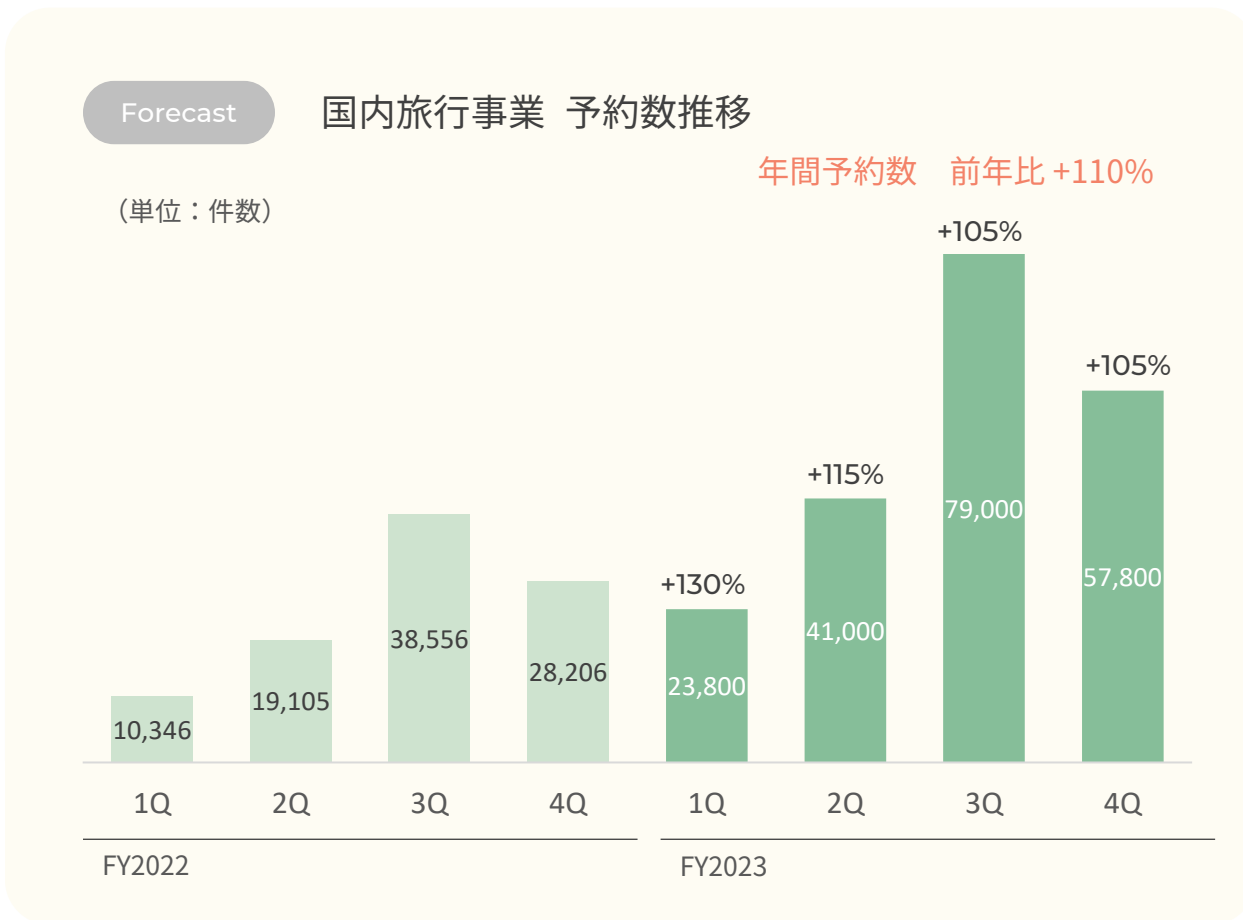


国内旅行市場においては、2022年末の段階で2019年の日本人宿泊者数を上回っており、今後、5類感染症への移行がなされることによる旅行者マインドの変化によっては、更なる増加を見込む

当社国内旅行事業の収益も、2022年3Q以降において2019年実績値を上回る水準で推移しており、2023年以降は商品数の増加、プロモーション強化によって更なる成長を実現していくステージ



出典：観光庁 - 宿泊旅行統計調査 -

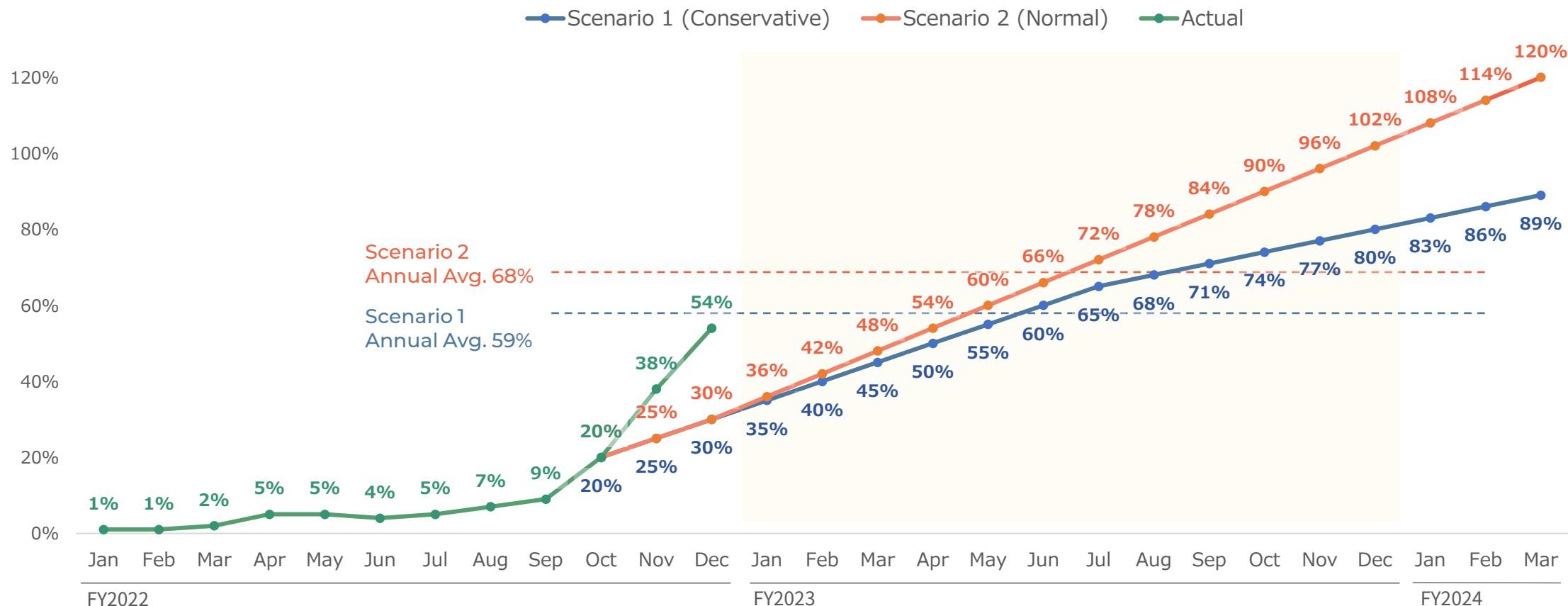


# FY2023 インバウンドマーケット 市場回復予測



既に欧米の旅行マーケットは2019年水準まで戻っており、中国を含む北東アジアの回復率も50%まで回復  
 インバウンドマーケットの回復は、日本人海外旅行マーケットよりも回復が早いと想定しており、Scenario 1  
 (2023年末 80%、年平均 約60%の回復率) を基本シナリオとして計画を策定

中国の政策次第では渡航者数の更なる増加も見込まれるため、2024年に2019年比100%を超えるScenario 2 も作成

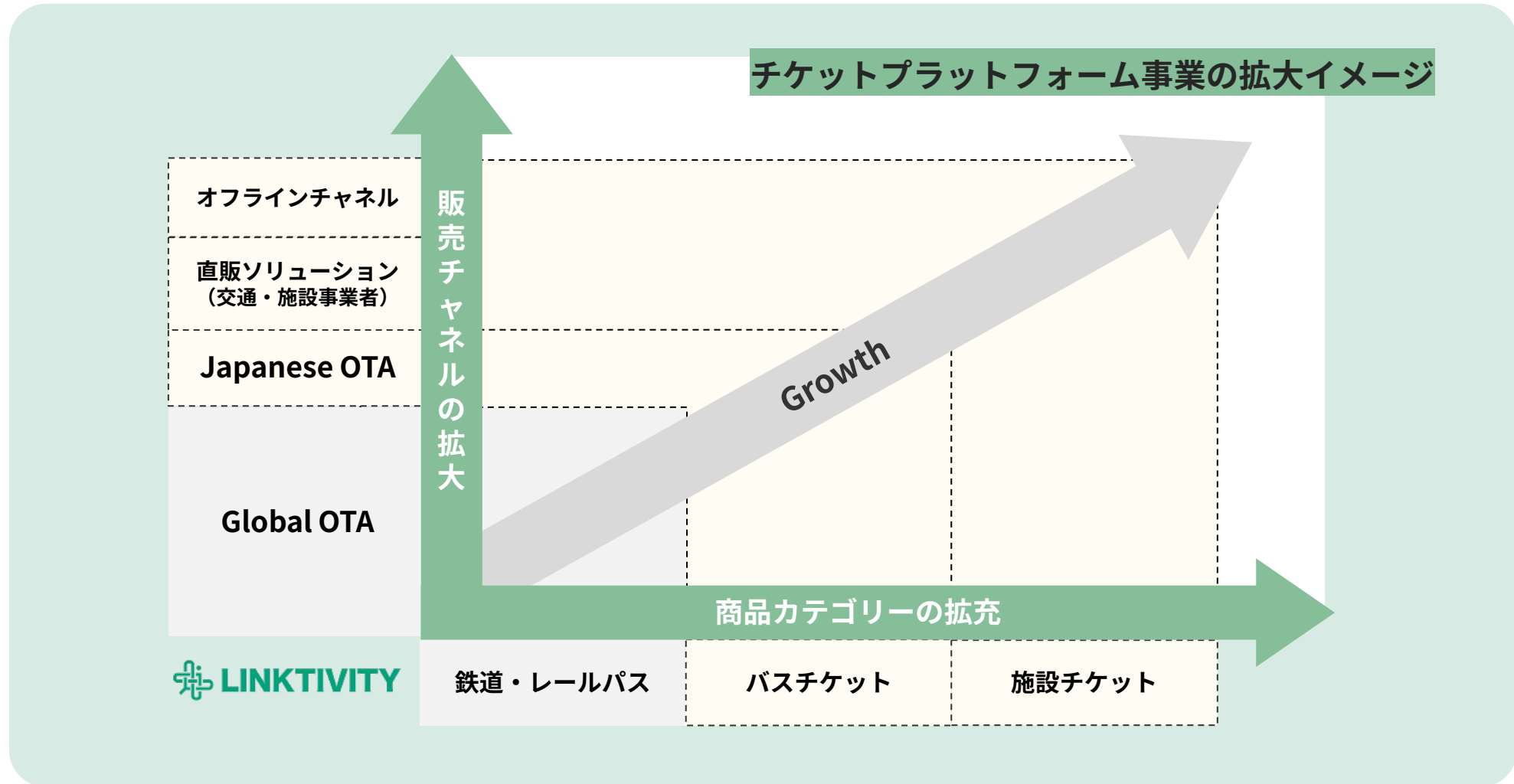


出典：日本政府観光局 (JNTO) -2022年 訪日外客数-

# LINKTIVITY 成長戦略



既存の訪日旅行者向け鉄道プラットフォーム中心とした位置づけから、さらに商品カテゴリー、販売チャネルを拡大し、TAM(獲得可能な最大市場規模)を広げることで成長を加速させていく

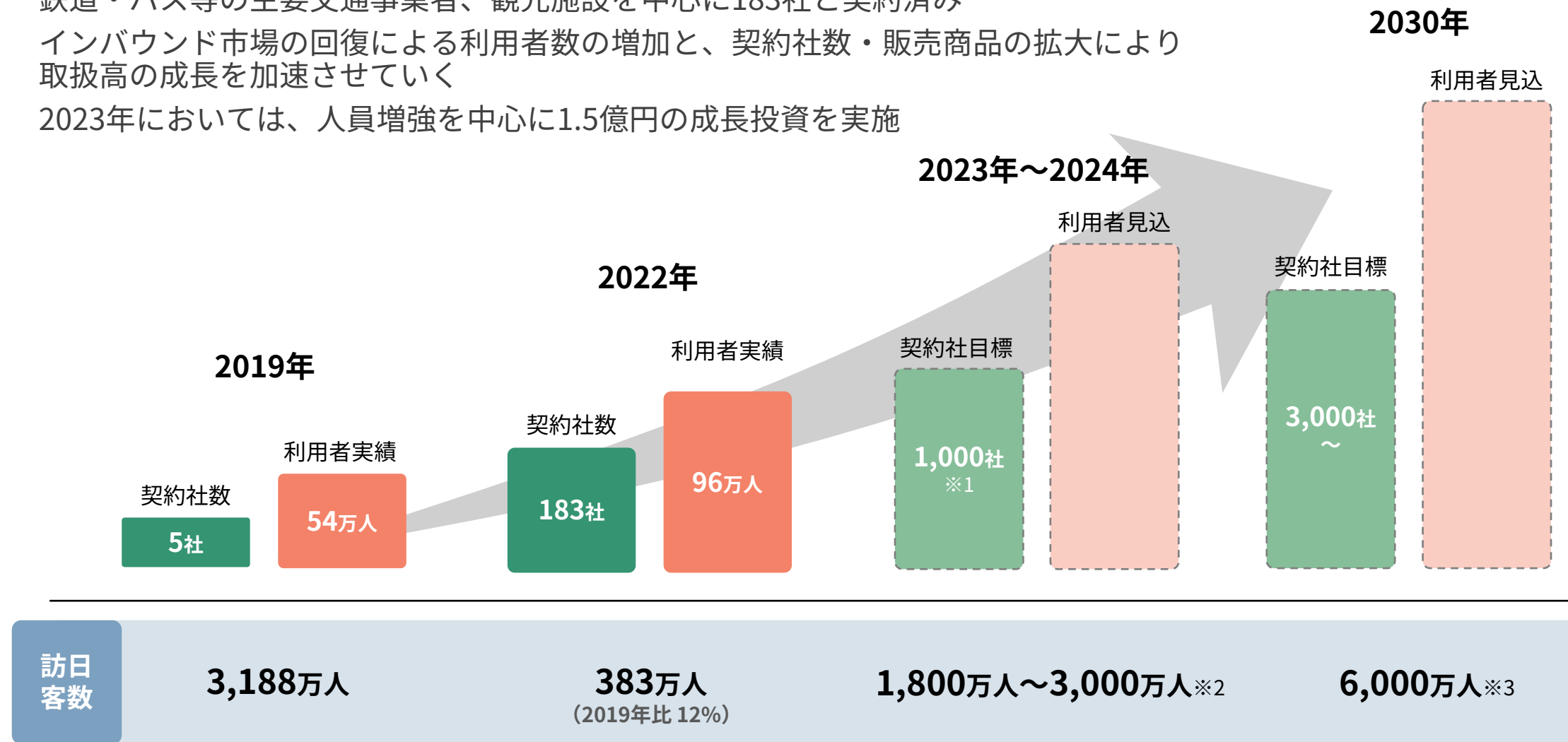


# LINKTIVITY 事業成長



鉄道・バス等の主要交通事業者、観光施設を中心に183社と契約済み  
 インバウンド市場の回復による利用者数の増加と、契約社数・販売商品の拡大により  
 取扱高の成長を加速させていく

2023年においては、人員増強を中心に1.5億円の成長投資を実施



※1 2024年末の目標契約社数  
 ※2 当社予測  
 ※3 政府目標値

## 2023年12月期 業績予想

## 2023年12月期 業績予想 P/Lサマリー



旅行需要の回復を取り込むことで、全社営業収益は約3倍

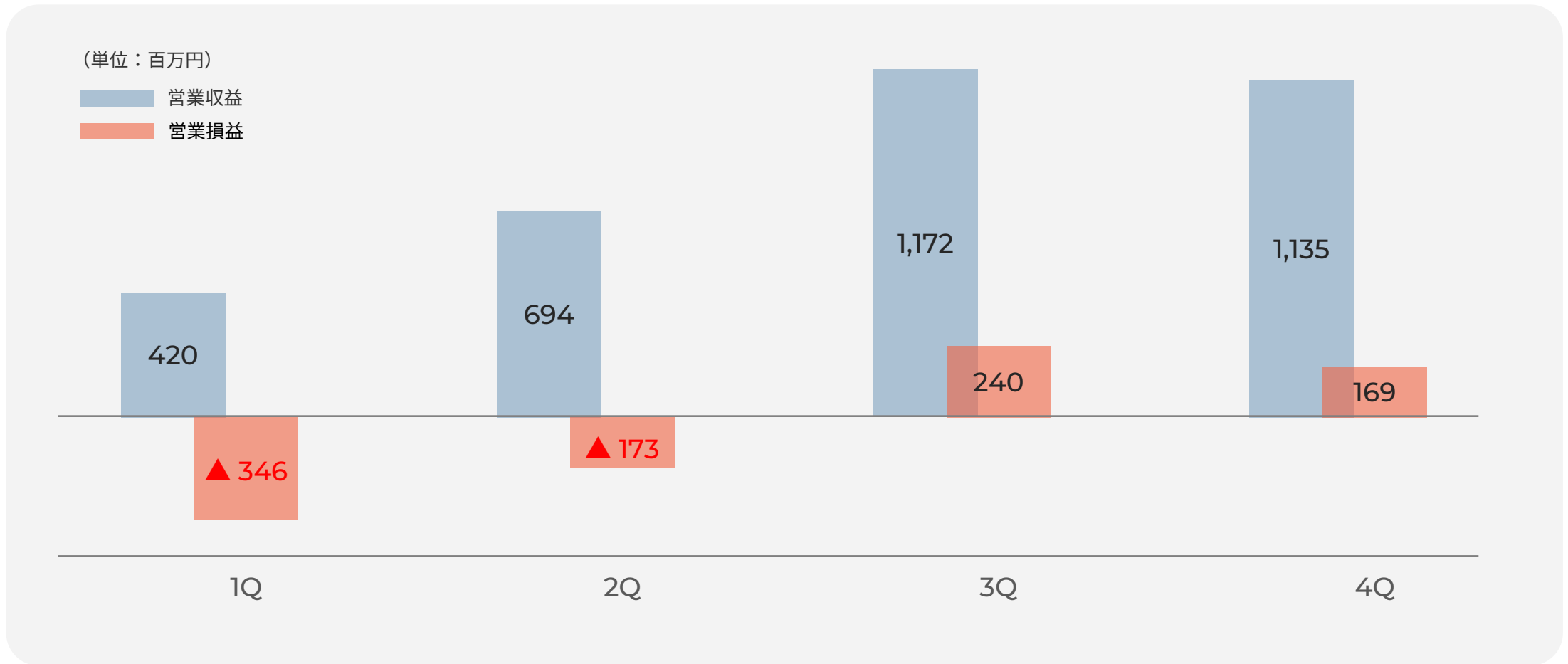
年度での営業黒字も可能な水準に到達するも、2024年以降の更なる事業拡大のための成長投資 6.4億円を実施

単位：百万円	2022年12月期	2023年12月期 (予想)	YoY
営業収益	1,163	3,420	294.0%
営業費用	1,958	3,524	180.0%
営業利益	▲794	▲103	—
経常利益	▲753	▲139	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲794	▲189	—
1株当たり当期純利益(円)	▲22.92	▲5.35	+17.57円

## 2023年12月期 業績予想 四半期推移



先行投資によるコスト増もあり上半期は営業赤字が続くものの、当社事業の繁忙期にあたる夏休みシーズン以降は営業収益の増加が投資コストを吸収できる水準まで拡大し、下半期は営業黒字の達成

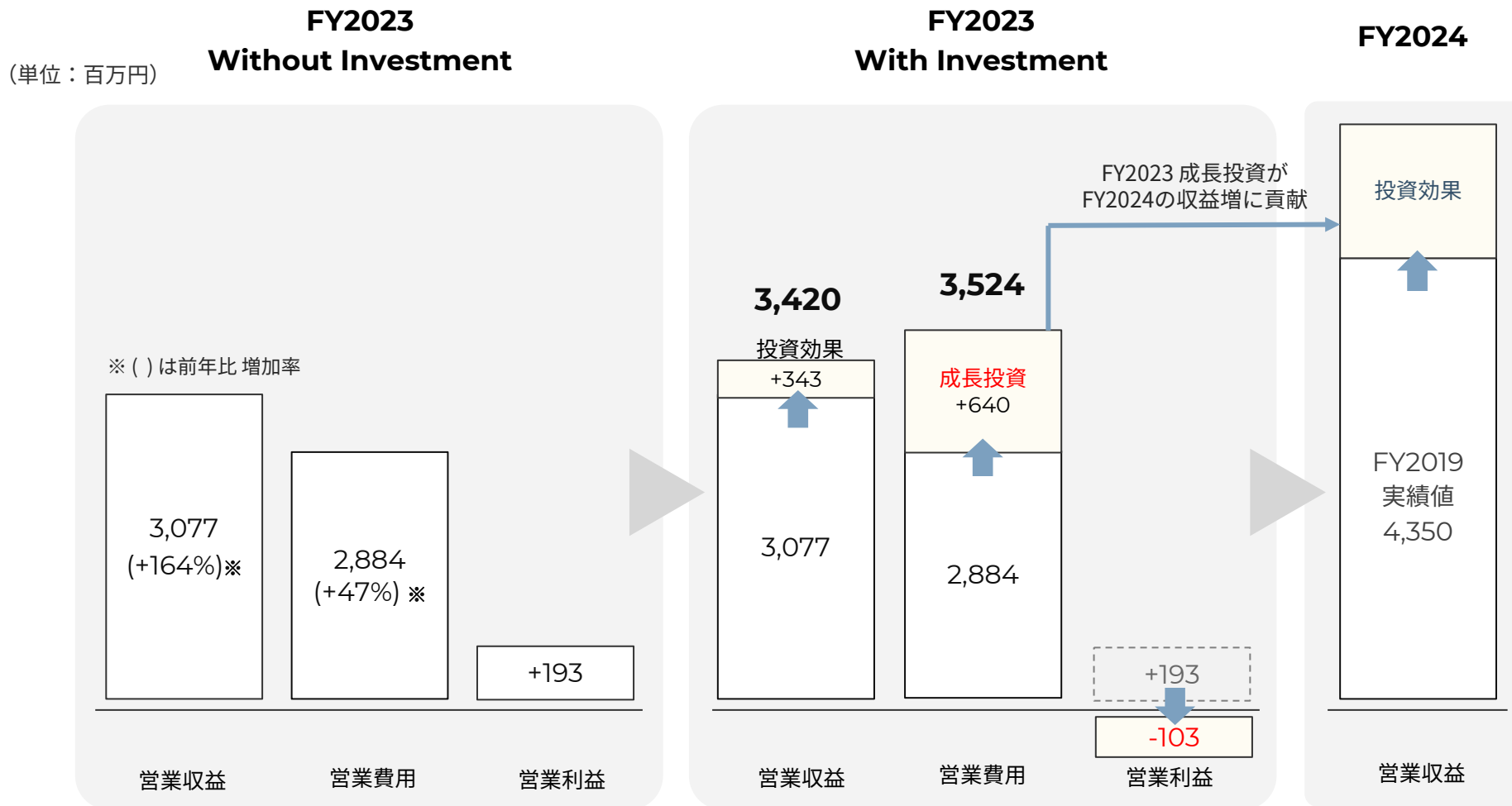




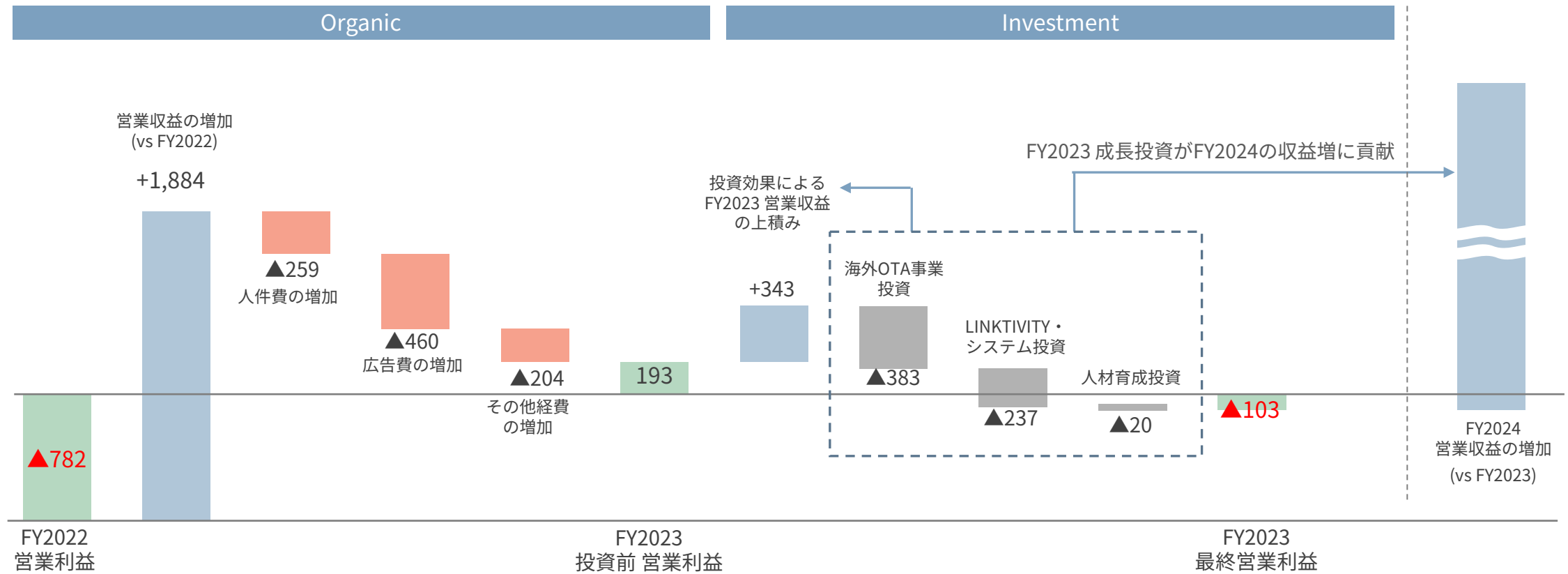
# 成長投資のPLインパクト



旅行需要の回復により営業黒字も可能な水準にあるが、2024年以降の中期的な成長のため6.4億円の投資を実施  
 更なる需要回復及び投資効果により、2024年の営業収益は2019年実績値を大きく上回るものと想定



# 増減分析





# Appendix

# 会社概要



国内最大級の現地体験型オプションツアー専門のオンライン予約サイト「VELTRA.com」を運営

## 会社概要

社名： ベルトラ株式会社  
本社： 東京都千代田区神田美土代町1番地  
資本金： 18億2,127万円（2022年12月31日現在）  
創業年： 1991年11月（VELTRA.com事業開始2004年4月）  
決算期： 12月  
従業員数： 本社112名(147名)（）は臨時雇用含む  
連結153名(194名) 2022年12月31日現在

子会社： [マレーシア] VELTRA Malaysia Sdn. Bhd.  
[米国(ハワイ州)] VELTRA Inc.  
[日本] リンクティビティ株式会社

営業所： タイ(バンコク)、ベトナム(ホーチミン)



## 事業カテゴリ



## 役員

代表取締役社長/CEO	二木 渉
取締役/COO	萬年 良子
取締役	倉上 智晴
取締役/CFO	皆嶋 純平
社外取締役	鈴木 学
社外取締役	カスバート・ロドニー
監査役	池田 哲司
非常勤監査役	毛利 正人
非常勤監査役	河野 雅之



- 1991 マーケティング関連のコンサルティング業務としてアラン株式会社（現 ベルトラ株式会社）設立
- 2003 ゴルフ場予約専門サイト「GORA」事業を楽天（現「Rakuten GORA」）に営業譲渡
- 2004 アクティビティ専門サイト「Alan1.net」（現:VELTRA）の事業開始  
「HawaiiActivities.com」を運営するWhite Publishing, Inc.（現：VELTRA Inc）の全株式を取得
- 2012 グローバル事業展開を目的にブランド名を「Alan 1.net」から「VELTRA」に商号を変更  
社名もアラン株式会社からベルトラ株式会社へ変更  
英語サイトを開設 訪日旅行事業開始  
マレーシアにシステム開発会社としてVELTRA Malaysia Sdn.Bhd.（マレーシア）を設立
- 2016 「CityDiscovery.com」を運営するCity Discovery SASの全株式を取得
- 2017 韓国12cm社との事業提携にて韓国語サイト開設  
シンガポールにLINKTIVITY PTE.LTD. を設立 B2B向けビジネスを本格開始
- 2018 東京証券取引所マザーズ市場上場
- 2019 韓国12cm社と合併会社VELTRA KOREA Inc.を設立
- 2020 リンクティビティ株式会社設立、プラットフォーム事業をシンガポール法人から移管
- 2021 オープンドア株式会社と資本業務提携
- 2022 東京証券取引所グロース市場へ移行

# VELTRAについて



ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、「心ゆさぶる体験」に出会うためのソリューションを提供します。

## OTA事業

VELTRA

国内最大級 日本人向け 海外・国内  
現地ツアー・アクティビティ予約

HAWAII ACTIVITIES  
A VELTRA® Company .COM

北米旅行者向けハワイ専門  
現地ツアー・アクティビティ予約

VELTRA STORE

世界中から厳選の料理やワインをお届け

## 旅行中



## 旅行前

## 旅行後

## 観光IT事業

LINKTIVITY  
鉄道・施設向けプラットフォーム

VELTRA  
Zenes  
観光事業者を支援する  
クラウドファンディング

YOKKA  
日常・余暇をより楽しく過ごすための  
情報をメディア

# OTA事業



中核事業の「VELTRA.com」は国内最大規模の現地ツアー・アクティビティ予約サービス  
圧倒的な会員基盤に加え、旅行商品だけに留まらない「心ゆさぶる体験」商品を提供

# VELTRA



取扱国数: **150**カ国



商品数: 海外 **8,440** 国内 **6,100**



会員数: **303** 万人  
\*すべての言語別会員の総数



参加者: **200** 万人/年間  
\*2019年時点



体験談数: **37** 万件

## VELTRA Booking Platformその他サービス

英語

**HAWAII ACTIVITIES**  
A VELTRA® Company .COM

北米旅行者向けハワイ  
現地ツアー・アクティビティ予約



商品数: 650商品



会員数: 85,000人



参加者: 89,000人/年

日本語

**VELTRA STORE**

世界中から厳選の料理やワインをお届け



商品数: 400種類以上



注文数: 5,000件/年

日本語

**B2Bサービス**

ベルトラ商品を法人サイトで販売



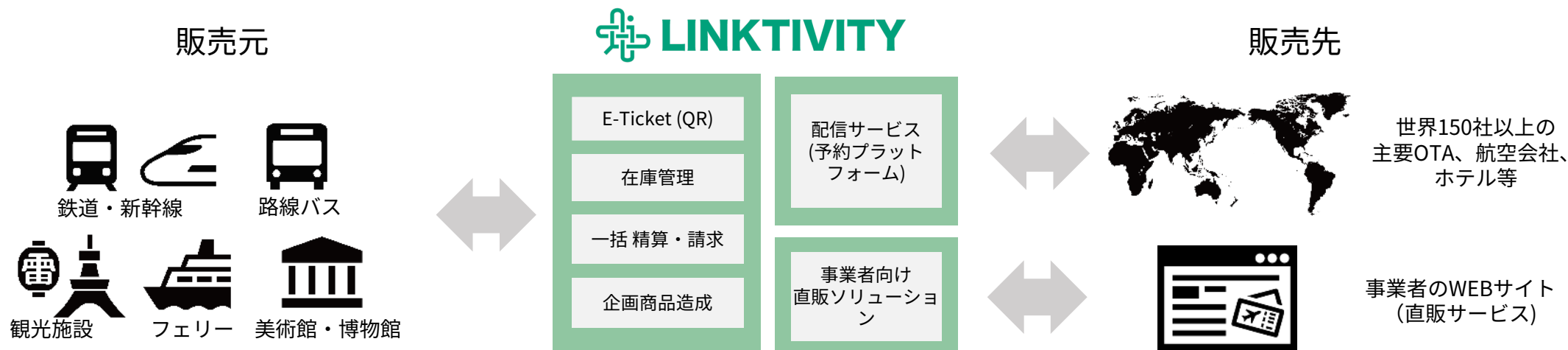
Benefit one 他多数

# 観光IT事業



鉄道・施設向けプラットフォーム「LINKTIITY（リンクティビティ）」の展開

日本の交通機関・観光施設の販売支援および世界各国の旅行会社を結ぶプラットフォームを提供  
デジタルチケット化やMaaSなどシームレスな体験とDX推進による販売機会を提供



[ 販売元 企業様例 ]



[ 販売先 企業様例 ]

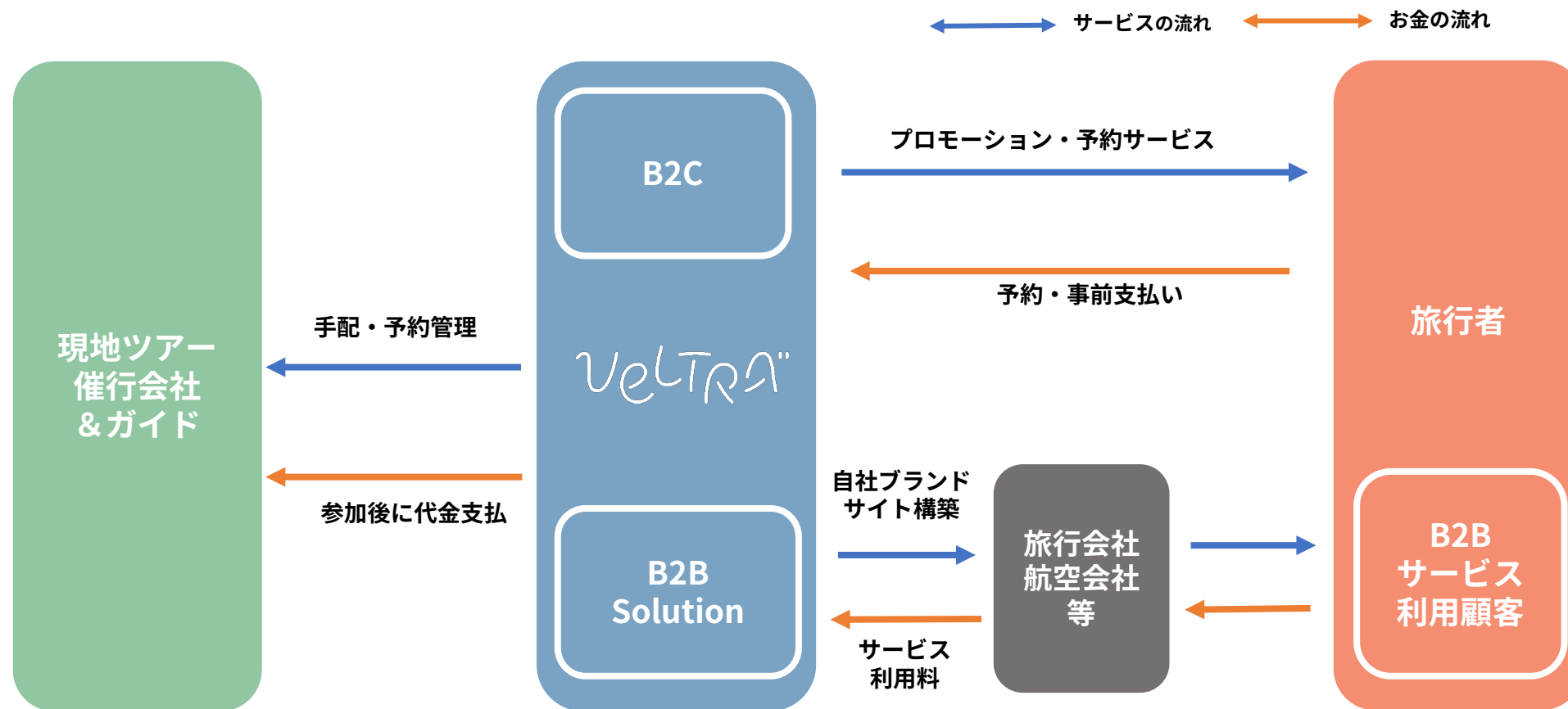




# VELTRA.comのビジネスモデル



VELTRAグループの中核であるOTA事業（VELTRA & Hawaii Activities）は予約販売での手数料モデル

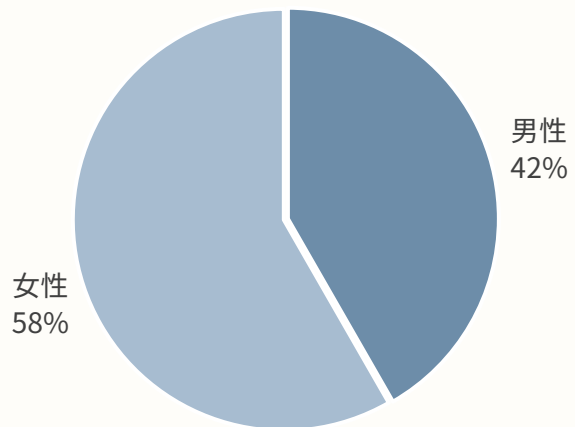


# VELTRA.comの顧客属性

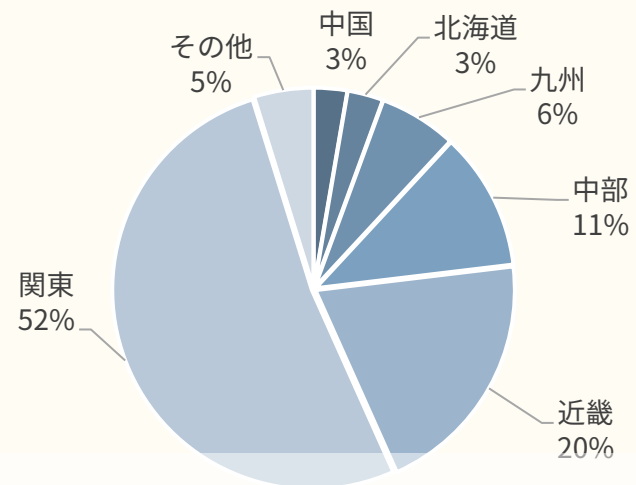


幅広い層の顧客からの支持を受けており、99%以上は海外旅行経験者

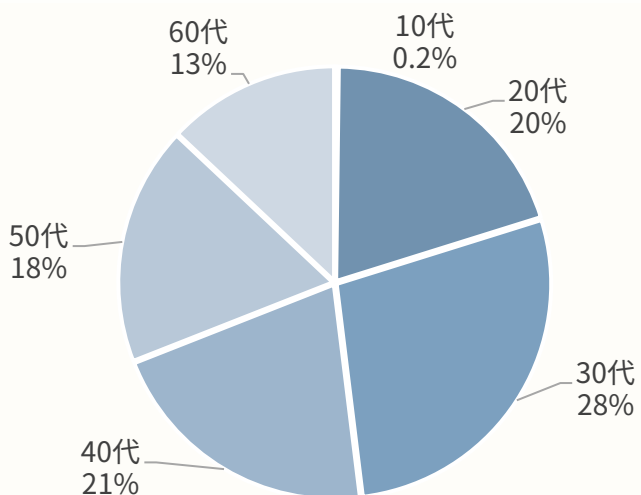
## 性別



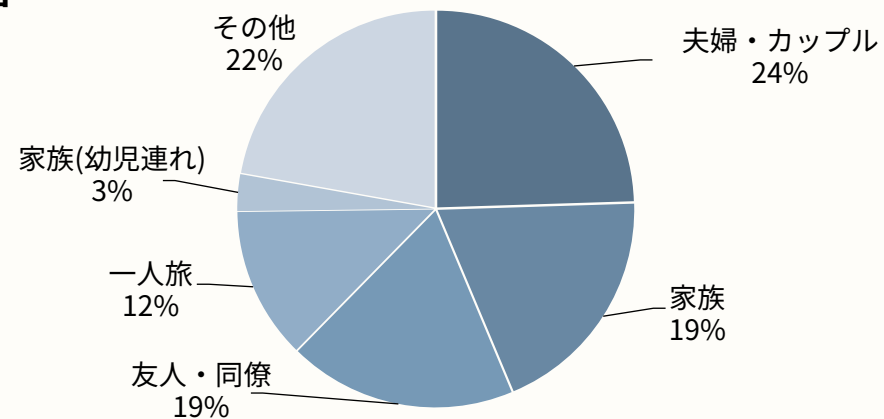
## 居住区 (日本人会員)



## 年齢層



## 同行者





## 日本の体験OTAのパイオニア

圧倒的な会員基盤に加え、日本人に特化して最適化された体験商品のラインナップとサービスの質は他社を圧倒。



世界150カ国、7,000社以上の  
催行会社ネットワーク



200万人以上の  
会員基盤



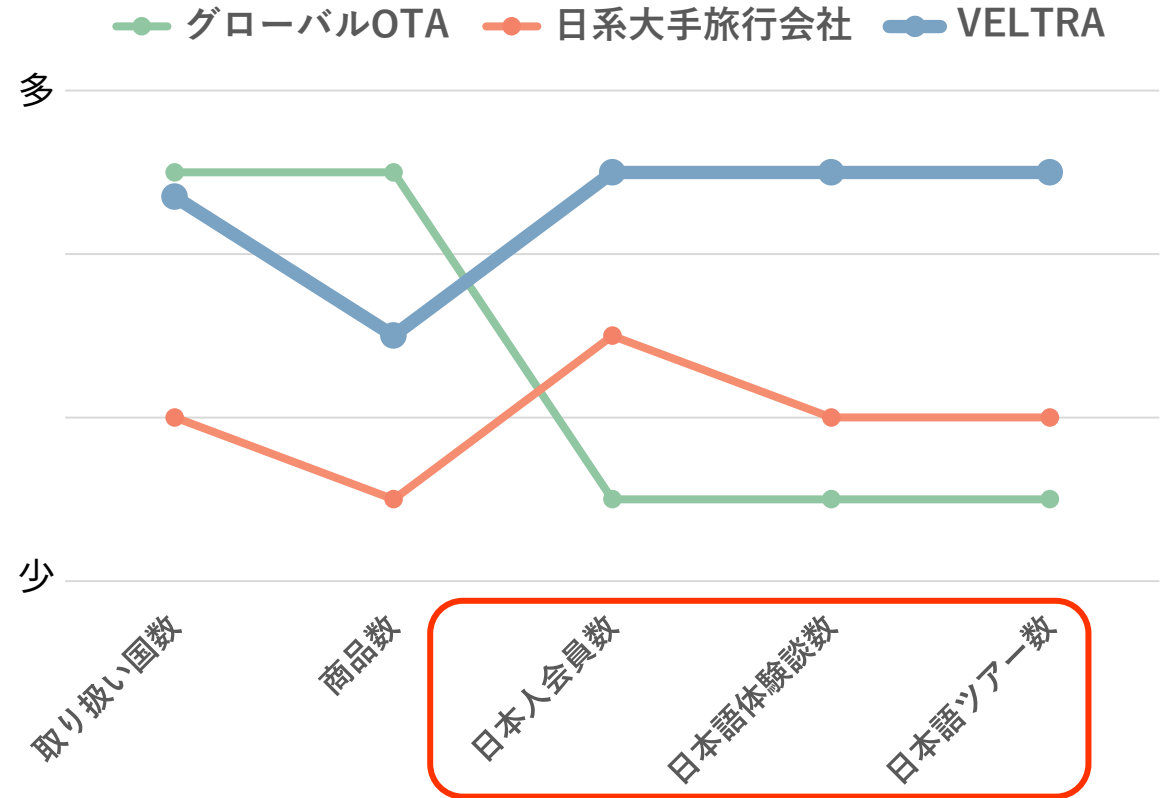
14,000種類  
以上の品揃え



37万件以上  
の体験談



日本語ツアー  
3,000件以上





## オンライン市場での存在感

集客から商品企画、購買まで一気通貫のマーケティング力により、体験商品のオンライン市場で抜群の知名度と販売力を確立



**300万USER/月\***  
Organic集客力  
\*2017～2019の平均値



**20万USER/月**  
Ownedの集客力



予約の**50%**が  
リピーター  
\*2019年の実績



**NPS(+27%)**の  
顧客ロイヤリティ  
\*自社でのNPS集計



**国内2,000社以上**の  
BtoBネットワーク



**100社以上**との  
APIシステム連携



ローカライズ  
された**UI/UX**



**24/7**のカスタマー  
サポート体制

## 人財・女性活躍推進への取り組み



特に女性リーダーの活躍を支えるため、多様性ある人財がやりがいを持って働くことができる職場環境を整備



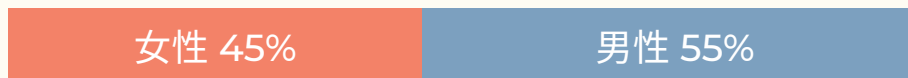
### 社員の男女比



※うち33%がワーキングマザー



### 女性管理職の比率



※日本の女性管理職の平均は8.9% (帝国データバンク調べ)



産休後の職場復帰率 **99%**



従業員の平均年齢：**36.7**歳

- 2018年 テレワーク制度「Work from Home」を部分的に導入
- 2020年 スムーズな完全テレワーク化を実現
- 2021年 独自のワーケーション制度「Work from Anywhere」を導入

Work from Anywhere: 社員それぞれの状況にあわせ、世界中どこからでも最適な場所を選んで業務を行うことができる制度

ワークライフバランス向上とともに、生産性の高いアウトプットができる働き方を目指す



本資料に掲載されている情報には、業績予測・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

今後発生する新たな事象及び状況の変動があった場合にも、当社は、本資料の記述を更新又は改定する予定はありません。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくようお願いいたします。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報については、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何ら検証を行っておらず、またこれを保証するものではありません。



投資家の皆様への情報発信充実化を目的に、IRメールを配信しています。  
是非ご登録ください。

IRメール配信登録

<https://www.magicalir.net/7048/mail/index.php>

