

VELTRA

事業計画及び成長可能性に関する事項について

ベルトラ株式会社
東証グロース：7048

VISION

Realize a better world through hospitality

人を想い、人に寄り添うことでより良い世界を実現する

MISSION

Design the genuine experiences of tomorrow

心ゆさぶる体験を未来に届ける



Index

1. ベルトラについて

2. 市場環境

3. 競争力の源泉

4. 成長戦略

5. 進捗状況

6. リスク情報

VELTRAについて

ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、国内から海外、オンラインからオフラインまで、テクノロジーの力でシームレスな「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、日本の観光立国に貢献します。

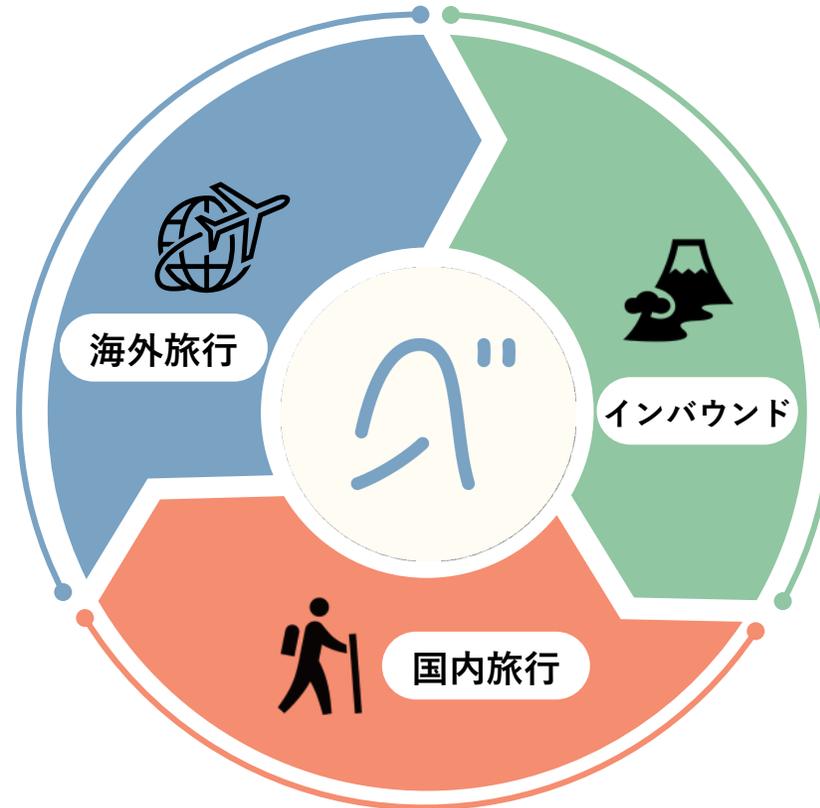
OTA事業

VELTRA

HAWAII ACTIVITIES
A VELTRA® Company  .COM

ベルトラ VELTRA ONLINE ACADEMY
オンライン・アカデミー

VELTRA STORE



観光IT事業

 LINKTIVITY

VELTRA
Zenes

YOKKA

「観光体験の総合ソリューション企業」を目指す

主要事業

中核のOTA事業では日本人および在米旅行者をターゲットとした**現地体験型アクティビティ専門予約サイト**を運営。
観光IT事業では**交通機関や観光施設チケットプラットフォームビジネス**を拡大中。

OTA事業			観光IT事業		
					
230万人 (YoY +12万人)		会員数	8.5万人	利用者数	96万人 (YoY +88万人)
14,500種類 (YoY +1,600) 150カ国		商品数 取り扱い国数	650種類 ハワイ全島	契約事業者数	183社 (YoY+93社)
7,000社 (YoY +1,200社)		催行会社会数	440社	販売事業者数	237社 (YoY +70社)
37万件		体験談数	1.4万件	販売先国数	アジアを中心に 全世界で販売
日本人海外旅行 日本人国内旅行		ターゲット市場	米国在住者のハワイ旅行	ターゲット市場	訪日インバウンド

新たな事業への取り組み

コロナ禍家にでも居ながら旅行気分が味わえる**宅食サービス**を2020年より順次スタート。2020年より強化中の観光メディア事業では、**継続的な顧客とのコミュニケーション創出によるファンの増加**を目指す。

宅食サービスの開始

New

VELTRA STORE

旅することは、食べること。旅のワクワクを伝える世界と日本の「美味しい」をご自宅にお届けします。



500+
Products



30+
Countries



100+
Partners



2,500+
Orders/Year

※すべて2023年3月現在の数値

メディア事業

YOKKA

日常に新たな体験や趣味探しのアイデアを提案するオンラインメディア

世界の観光地のリアルな「今」を届ける情報発信サービス

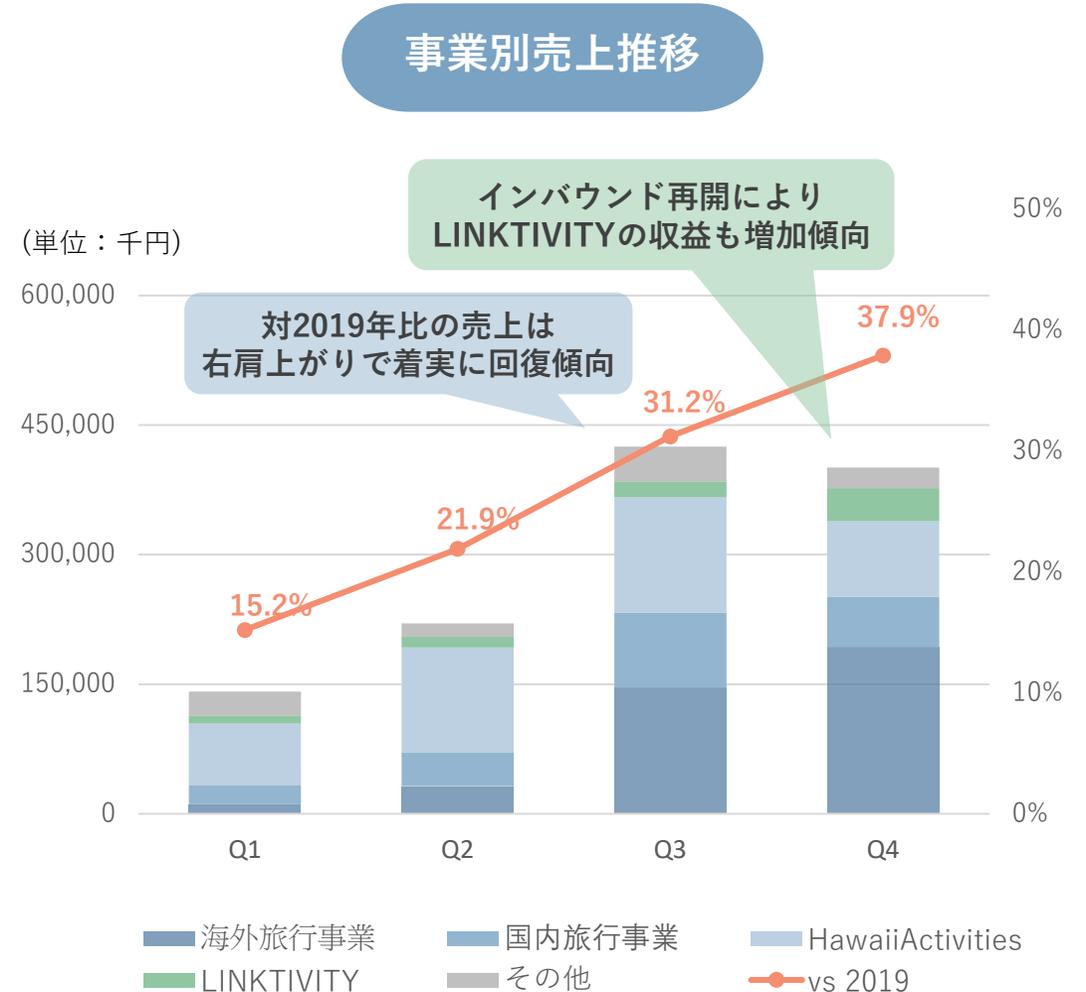
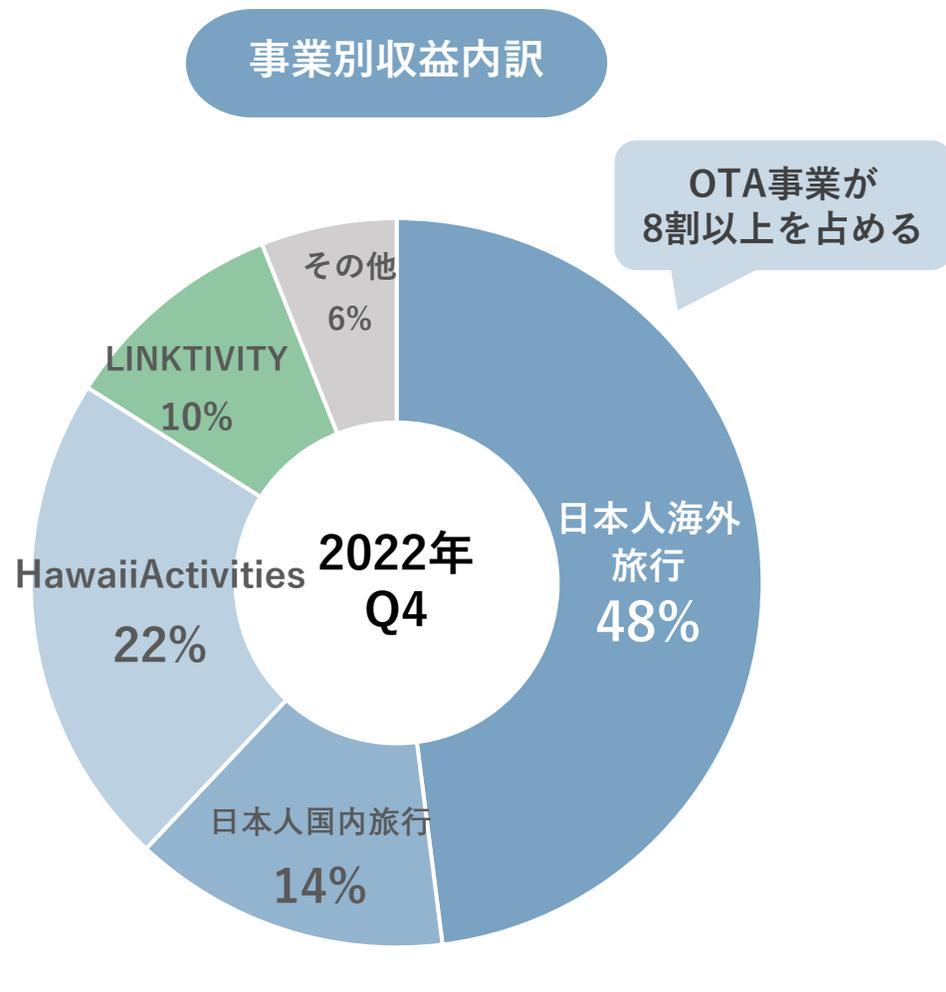
ツアーガイドと旅行者を繋ぎ、新たな旅のスタイルを提案

観光産業支援型ソーシャルファンディング

ニューノーマル時代のための観光サービス特化型クラウドファンディングを2021年5月より開始

事業別の収益と内訳（2022年）

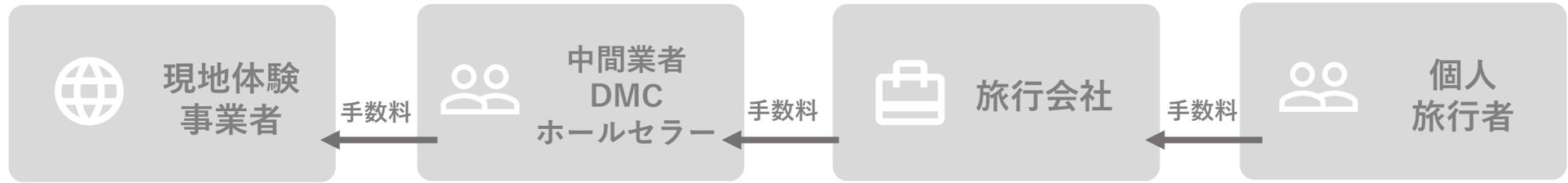
収益の8割以上を占めるOTA事業では日本人旅行市場のさらなる需要回復を見込む。訪日インバウンド市場をターゲットとする観光IT事業（LINKTIVITY）に大きな成長の余地あり。



OTA事業：体験予約のサプライチェーンを変革

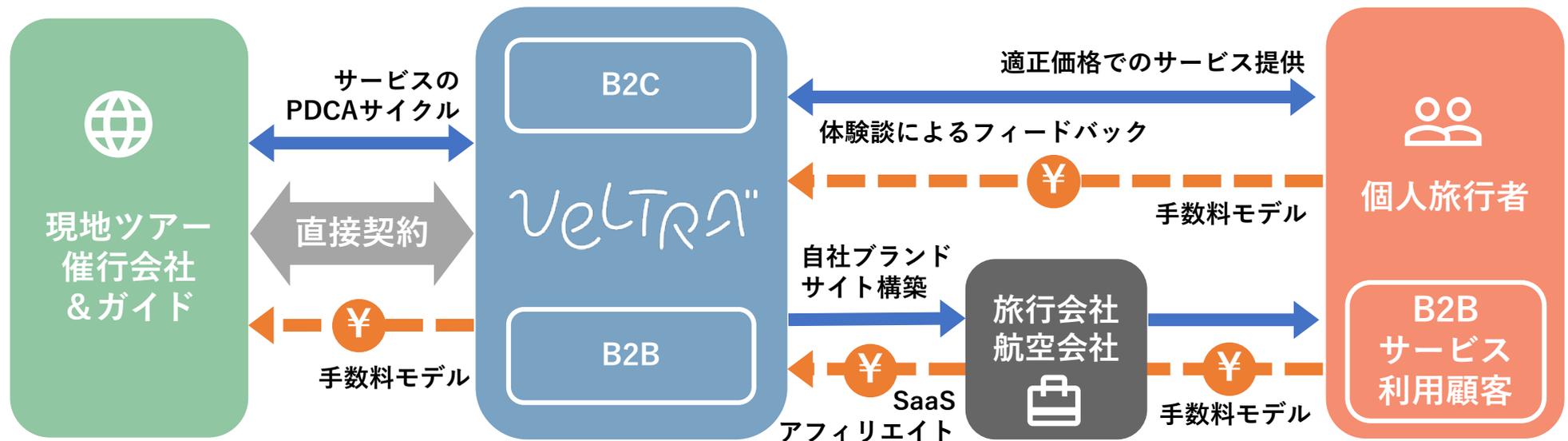
従来の体験予約

旅行パンフレットの添え物で商品ラインナップも限定的、中間業者（ホールセラー/DMC）を通していたため現地価格より割高。旅行会社を通さない場合も、個人での海外体験の検索や予約プロセス、支払いは煩雑だった。



ベルトラが変える体験予約

中間業者を挟まず現地催行会社と直接契約することで従来の販売の仕組みを変革。DX化とオペレーション効率化によるサービス改善プロセスを追求し、個人旅行者、現地体験事業者の双方が抱えていた海外旅行の課題を解決。



OTA事業：海外・国内個人旅行の課題を解決

かつての体験予約 が抱える課題



個人
旅行者

- 割高な価格
- 少ない選択肢

現地体験
事業者



- 予約管理
- オペレーション

旅行会社



- 予約手配の手間
- 在庫管理

ベルトラが提供する価値

1. 中間業者を挟まない適正価格（現地価格）での提供

- 世界中の現地体験事業者と直接契約・交渉
- 13,000を超える多種多様な体験の品揃え
- 売上やマーケティングデータに基づく商品開発やプロモーション（キュレーション）が可能に

2. 体験予約に特化したシステムでオペレーションを効率化

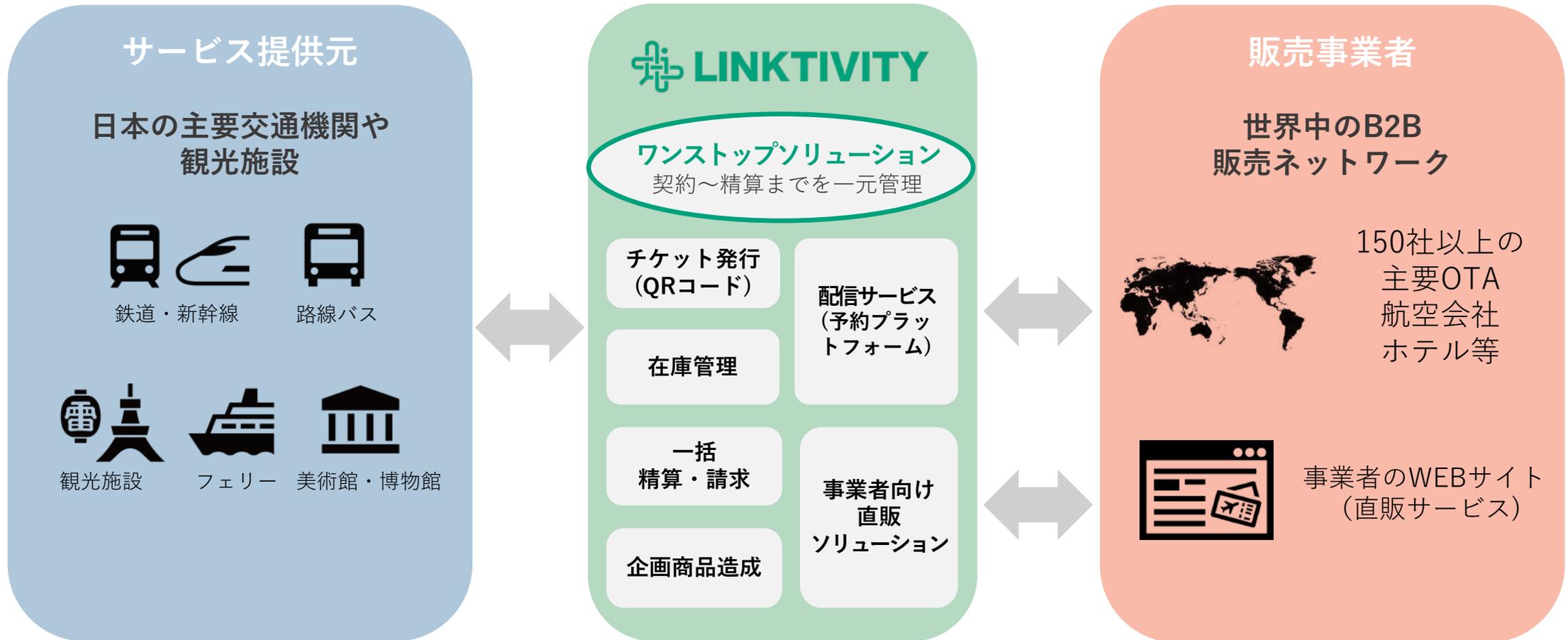
- 自社でのカスタマーサポート & システム開発体制
- FBをすぐにサービス改善、新規開発やプロモーションに
- ナレッジやノウハウの積み上げによる改善プロセス

3. 販売のための独自のインフラを構築

- 個人旅行者向け、オンライン専門でSEOの優位性
- 旅行会社(B2B)の販売網では圧倒的なポジションを獲得

観光IT事業：LINKTIVITYのビジネスモデル

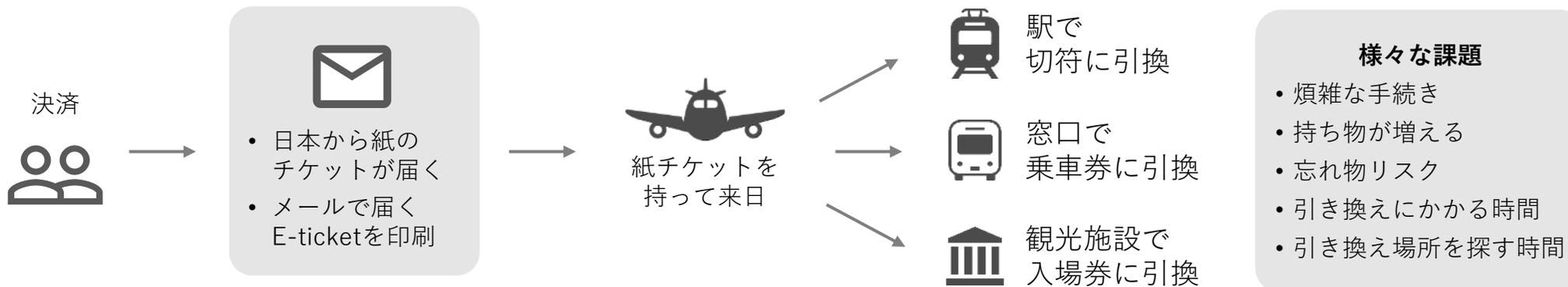
LINKTIVITY(リンクティビティ)は日本の交通機関・観光施設と世界各国の旅行会社を結ぶプラットフォーム。サービス提供者と販売業者間の複雑な流通構造という従来の課題を解決し、ワンストップのシステム連携を実現。



観光IT事業：LINKTIVITYで変わる訪日旅行・国内旅行

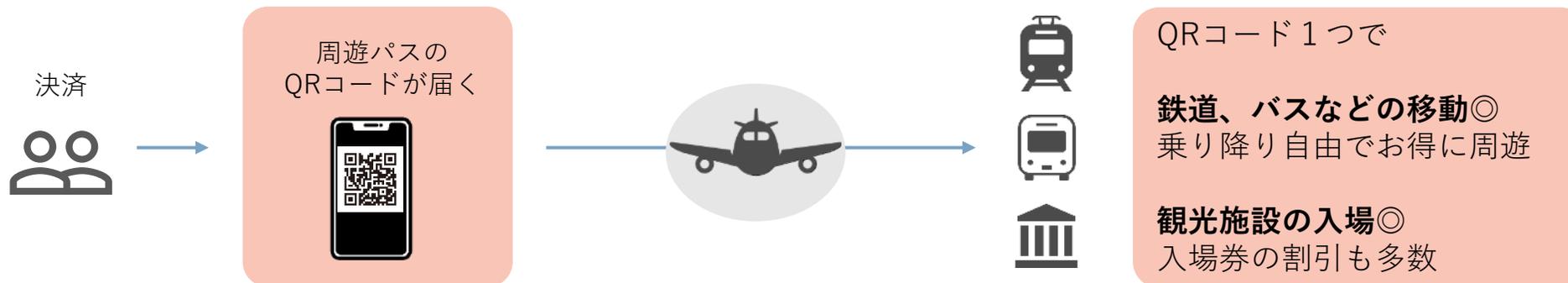
これまでの訪日旅行

日本特有の複雑な交通網はやチケット引き換えのプロセスは、訪日旅行客にとって大きな負担。



新しい訪日旅行

QRコードを採用した周遊パスを利用すれば、QRコード1つで目的地への移動と周辺施設の観光が可能に。日本人の国内旅行においてもシームレスな旅行体験の提供を促進。





Index

1. ベルトラについて

2. 市場環境

3. 競争力の源泉

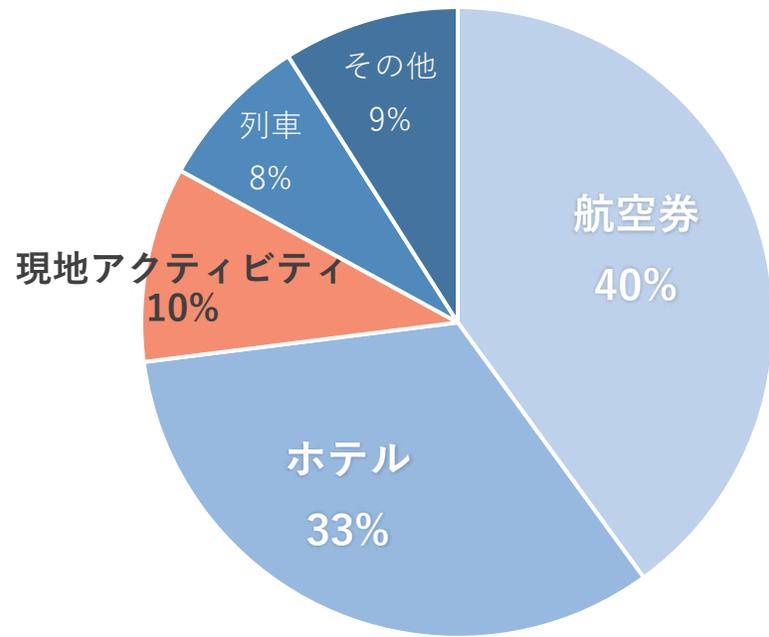
4. 成長戦略

5. 進捗状況

6. リスク情報

ターゲット市場の成長可能性

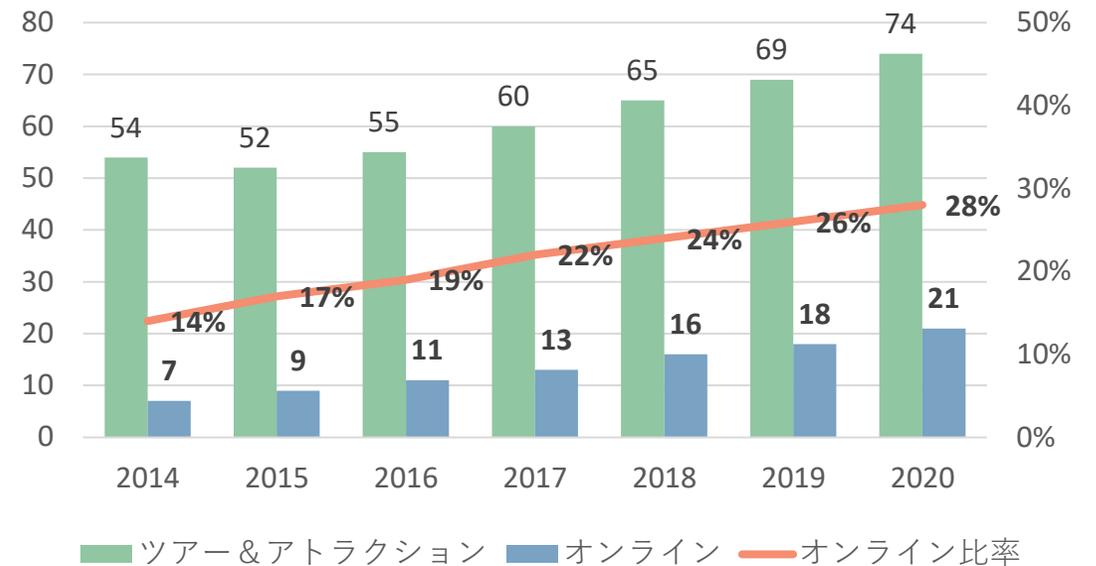
ベルトラが取り扱う現地体験・アクティビティは「旅ナカ」と呼ばれ、旅行産業では航空券、ホテルに次ぐ市場規模で、近年急成長のセクター。



Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017

オフライン販売が主流だったツアー&アクティビティ市場では新型コロナがDX推進・オンライン化を促進させるドライバーとなり、更に高い成長が期待できる。

ツアー&アトラクションの売上とオンライン比率
2014-2020 (US\$B)

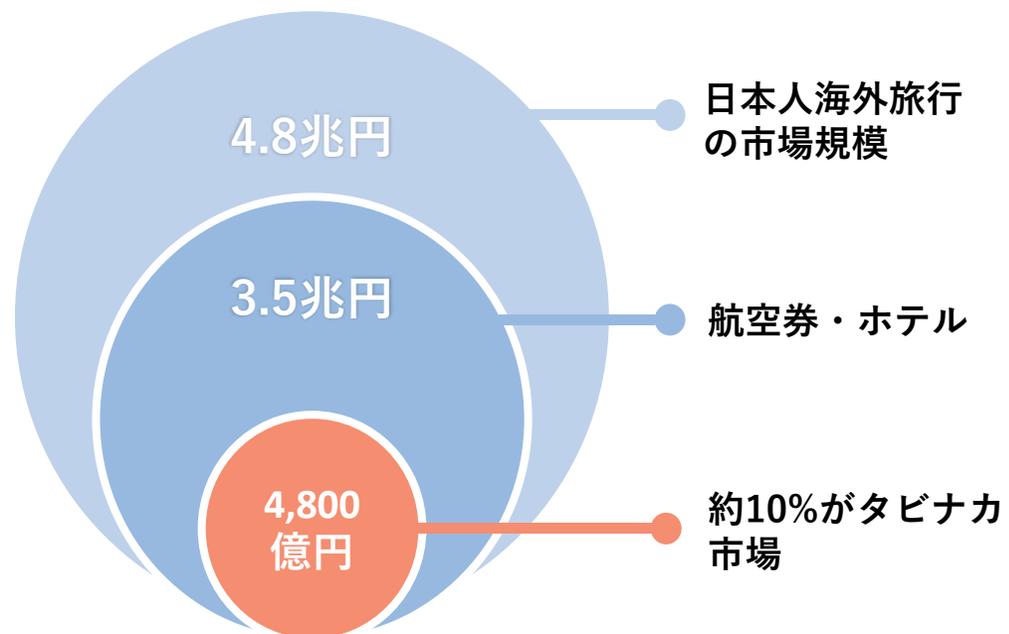


Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017 ※2017-20は推定値

ターゲット市場の規模

日本人海外旅行

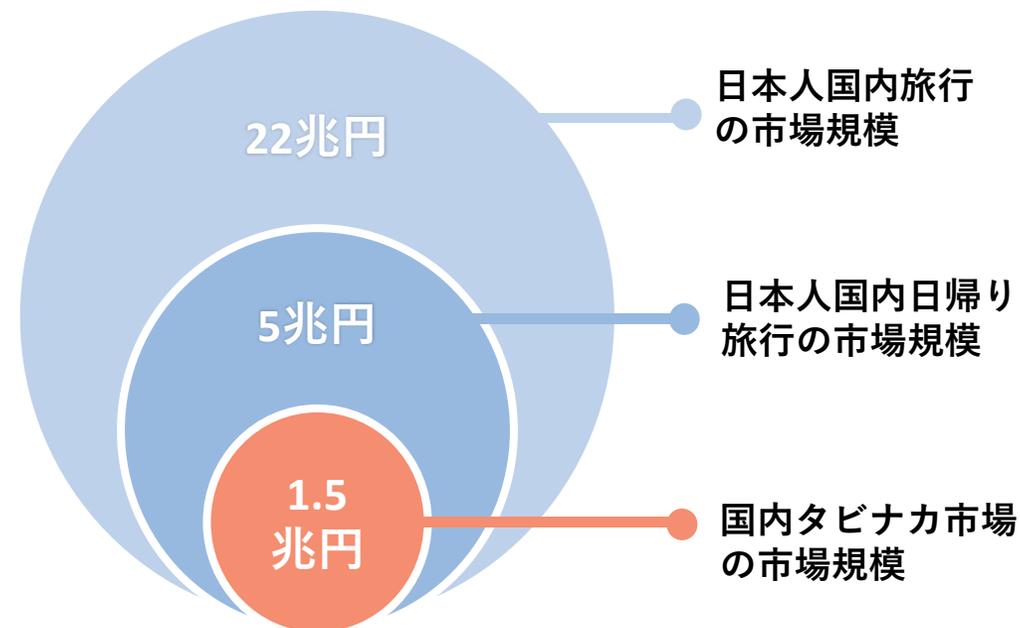
日本人海外旅行の市場規模約4.8兆円(2019年)のうち、**約10% (4,800億円)**を旅ナカの市場規模と当社にて想定。



※2019年の旅行動向見通し(JTB)・数字が語る旅行業2020(日本旅行業協会)から算出

日本人国内旅行

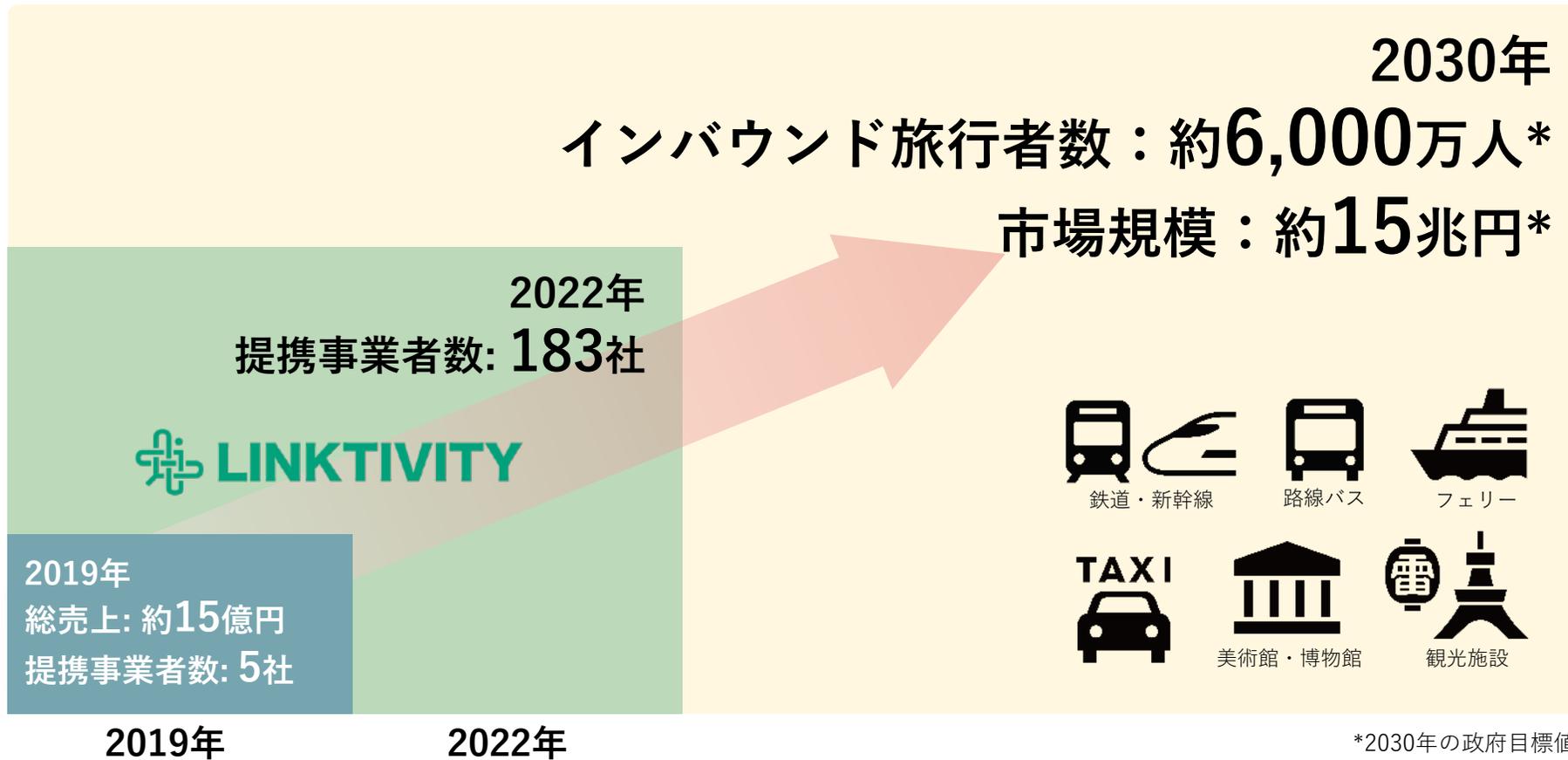
日本人国内旅行(宿泊&日帰り)の市場規模22兆円のうち、**国内の旅ナカ市場規模は約1.5兆円**と当社にて想定。



旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書(観光庁調べ)

ターゲット市場：訪日インバウンド市場の規模

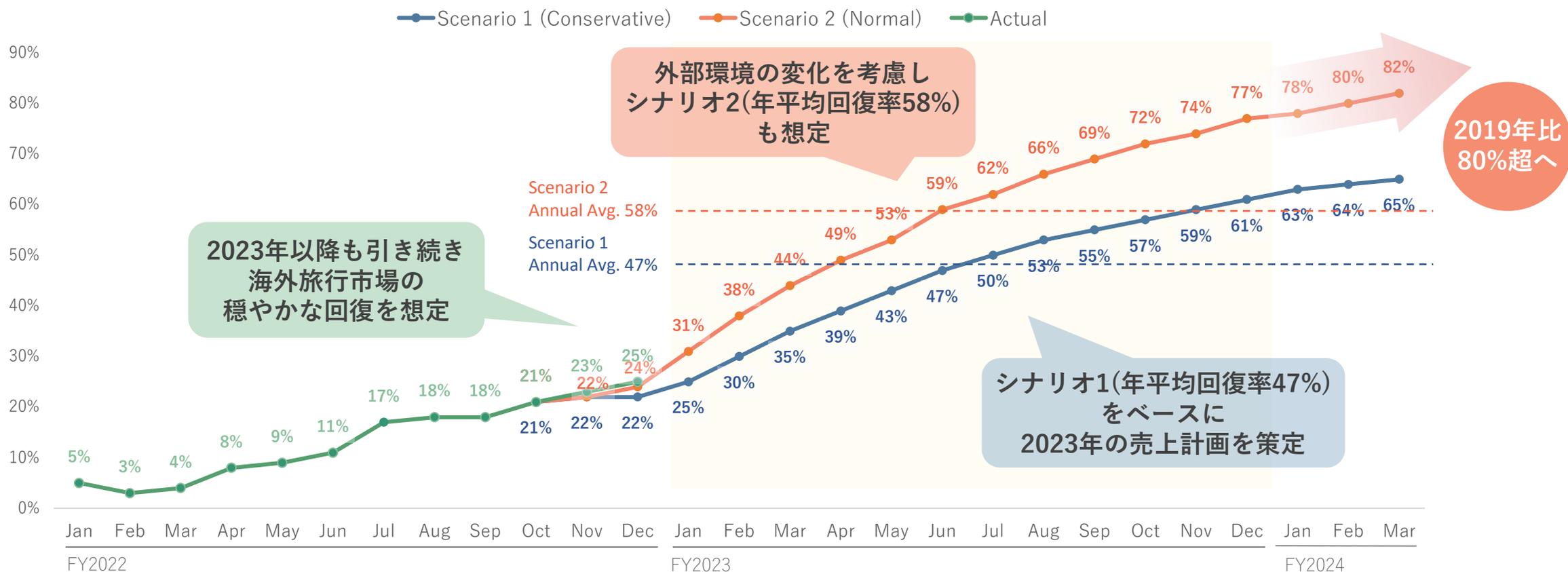
提携事業者数は順調に拡大中。都市部のみならず日本全国の鉄道・バス会社や観光施設、旅行会社との接続を推進。市場規模の拡大が見込まれるインバウンド市場において、**需要回復期以降の本格的な収益化**を目指す。



日本人海外旅行の回復予測

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）をベースとした売上計画に加え、5類感染症への移行など外部環境の変化を考慮したScenario2（年平均 約60%の回復率）も作成。

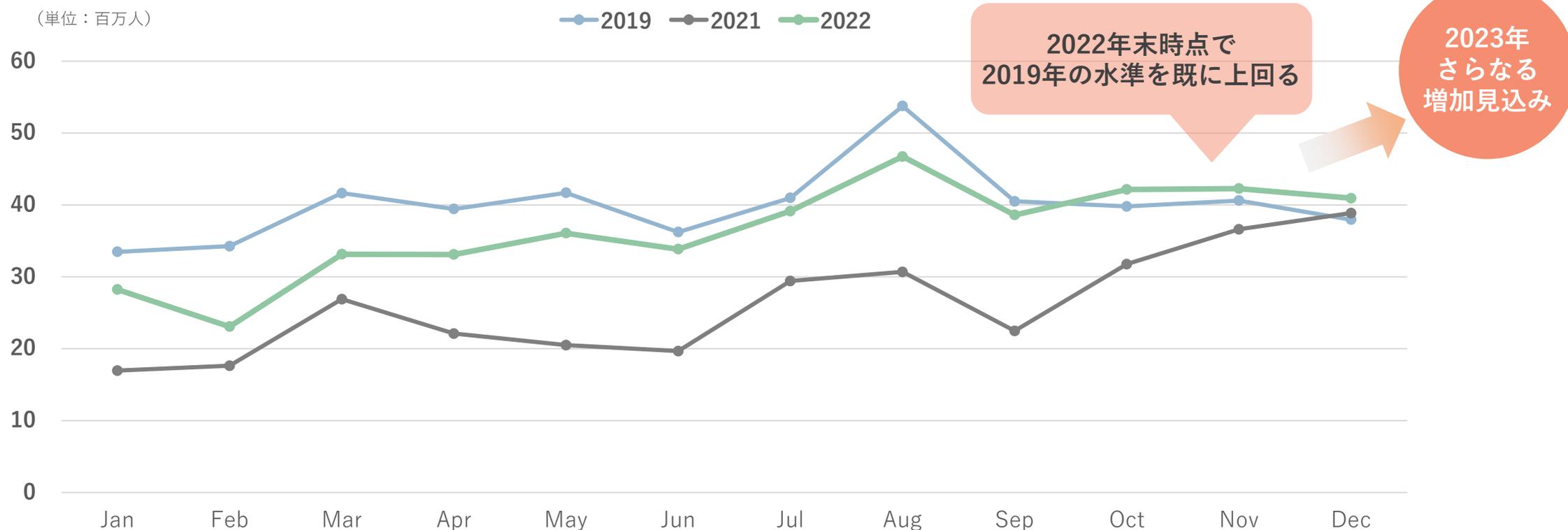


出典：日本政府観光局（JNTO）-2022年 出国日本人数-

日本人国内旅行の回復予測

日本人国内旅行の宿泊者数は既に2019年の水準を上回っており、今後5類感染症への移行など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。

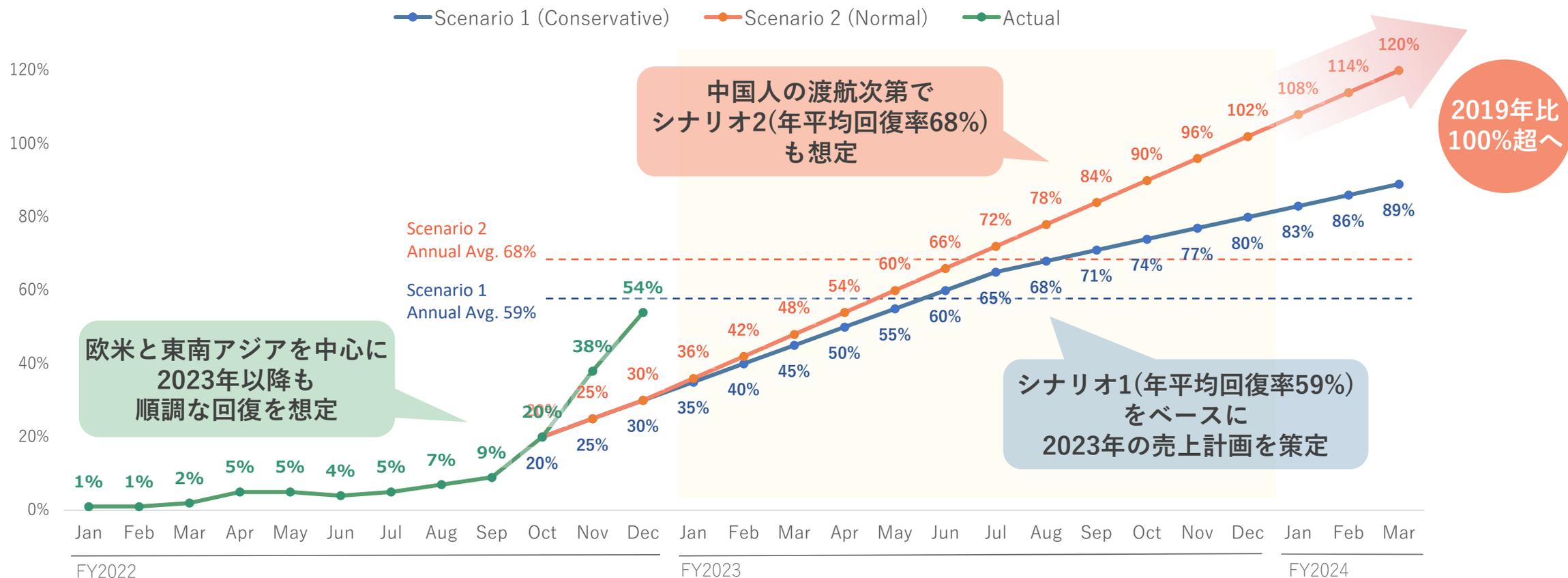
日本人国内旅行 延べ宿泊者数の推移



出典：観光庁 宿泊旅行統計調査

訪日インバウンド市場の回復予測

日本人海外旅行マーケットよりも回復が早いScenario 1（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」



Index

1. ベルトラについて
2. 市場環境
- 3. 競争力の源泉**
4. 成長戦略
5. 進捗状況
6. リスク情報

OTA事業：当社のポジション

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



230万人以上の会員基盤



13,000種類以上の品揃え

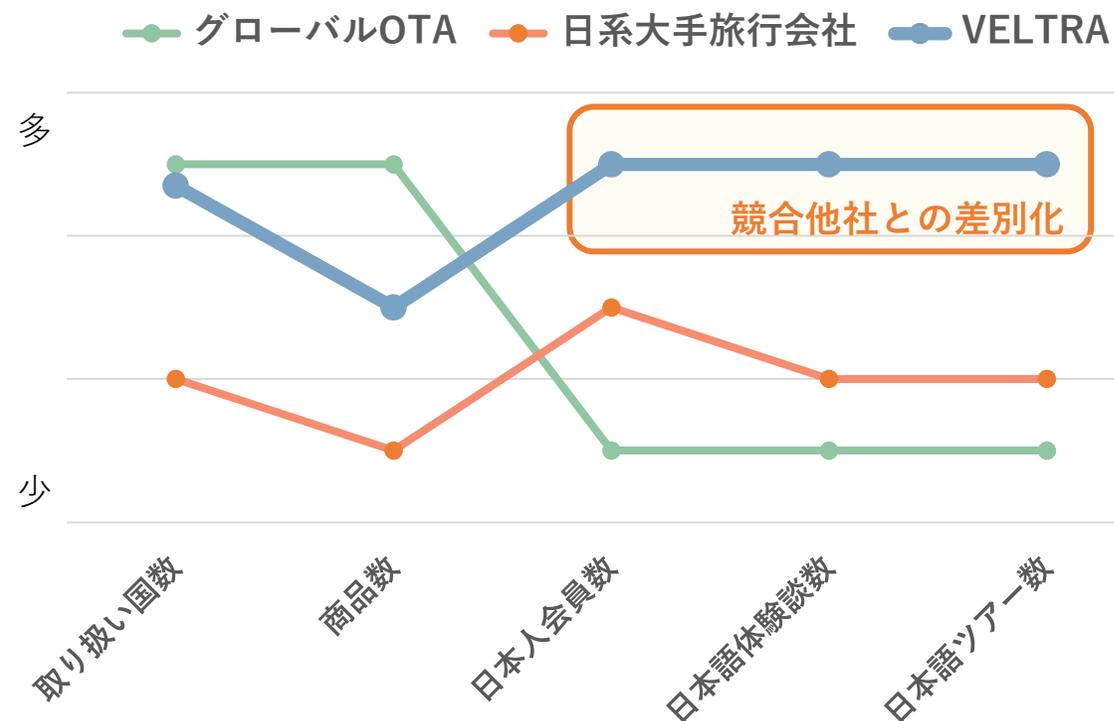


37万件以上の体験談



日本語ツアー3000件以上

競合他社と比較したベルトラのバリューカーブ
(差別化要素)



OTA事業：当社のポジション

オンライン市場での存在感

集客から購買、リピーター獲得まで**一気通貫のマーケティング力**と、**国内2,000社以上の旅行会社(BtoB)ネットワーク**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



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

顧客に“選ばれる”サービス

体験商品に長年特化し、**磨き上げられたサービスと商品管理システム**により、他社との差別化に欠かせない顧客・サプライヤー双方からの高い満足度を実現。



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



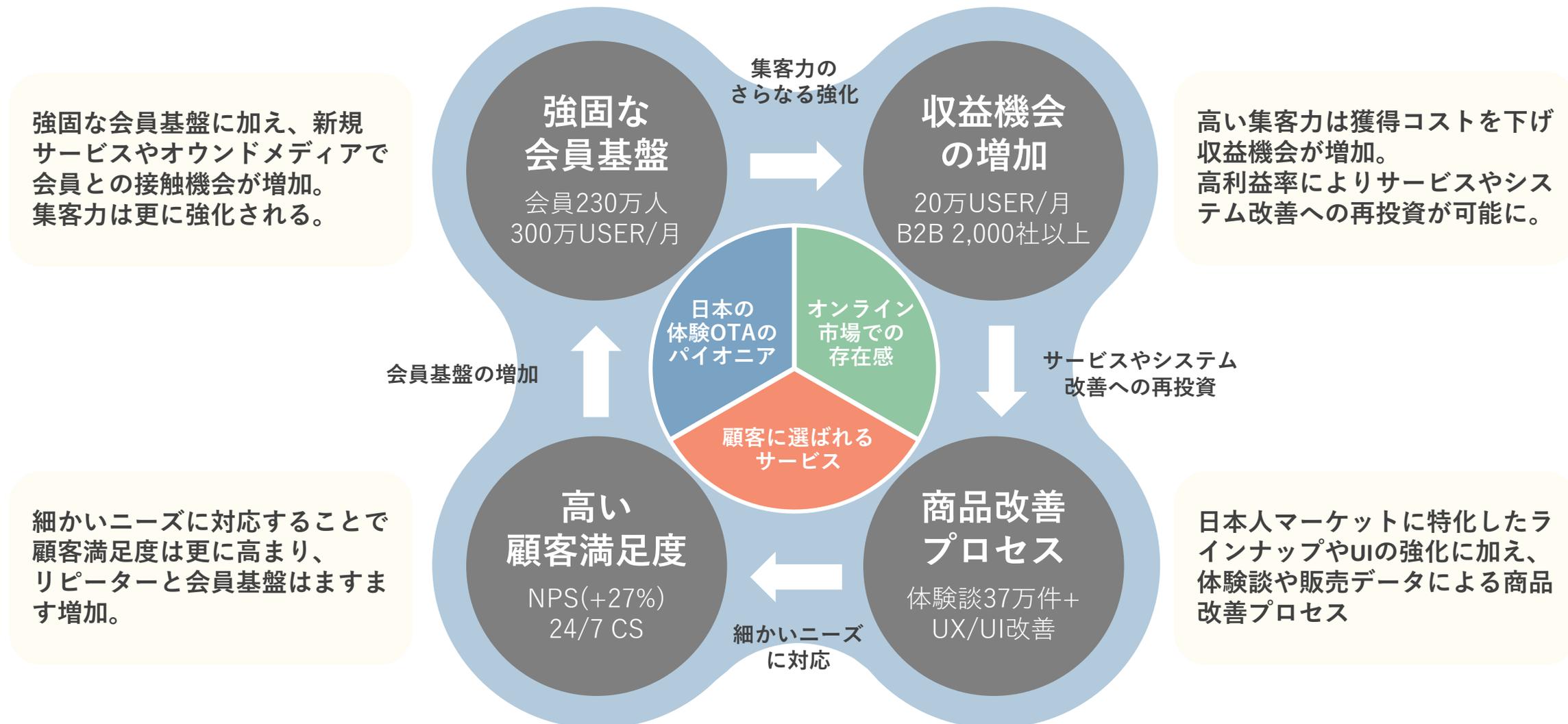
ローカライズ
された**UI/UX**



24/7のカスタマー
サポート体制

OTA事業：経営資源を高めるサイクル

資源を活かすための再投資を行うことで新たな価値を生み出し、**更なるシェアの拡大と企業価値の最大化**を目指す。



観光IT事業：LINKTIVITYの強み

日本の主要交通機関会社各社とシステム連携するプラットフォームはLINKTIVITYのみ
さらに今後、施設プラットフォームとして拡大する上で大きな差別化に繋がる見込み





Index

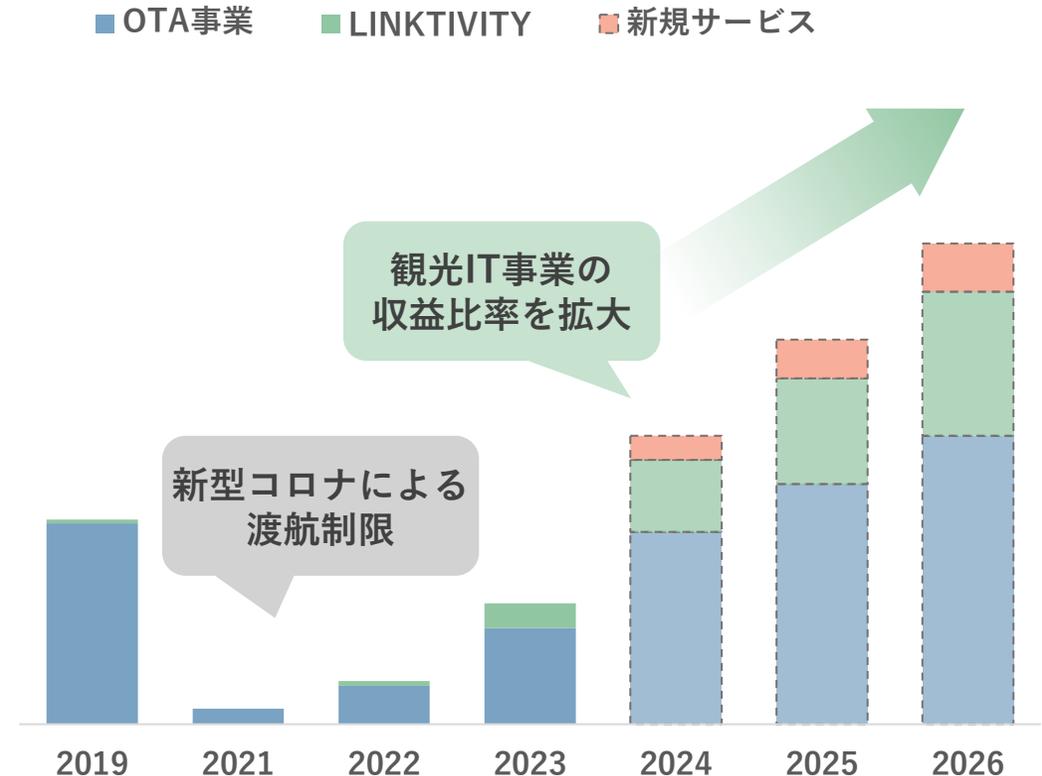
1. ベルトラについて
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
- 4. 成長戦略**
5. 進捗状況
6. リスク情報

今後の重点的な投資領域

OTA事業では、旅行マーケットの回復に備えた投資を継続。さらなる成長のために観光IT事業の収益基盤を広げ、収益割合の拡大を目指す。

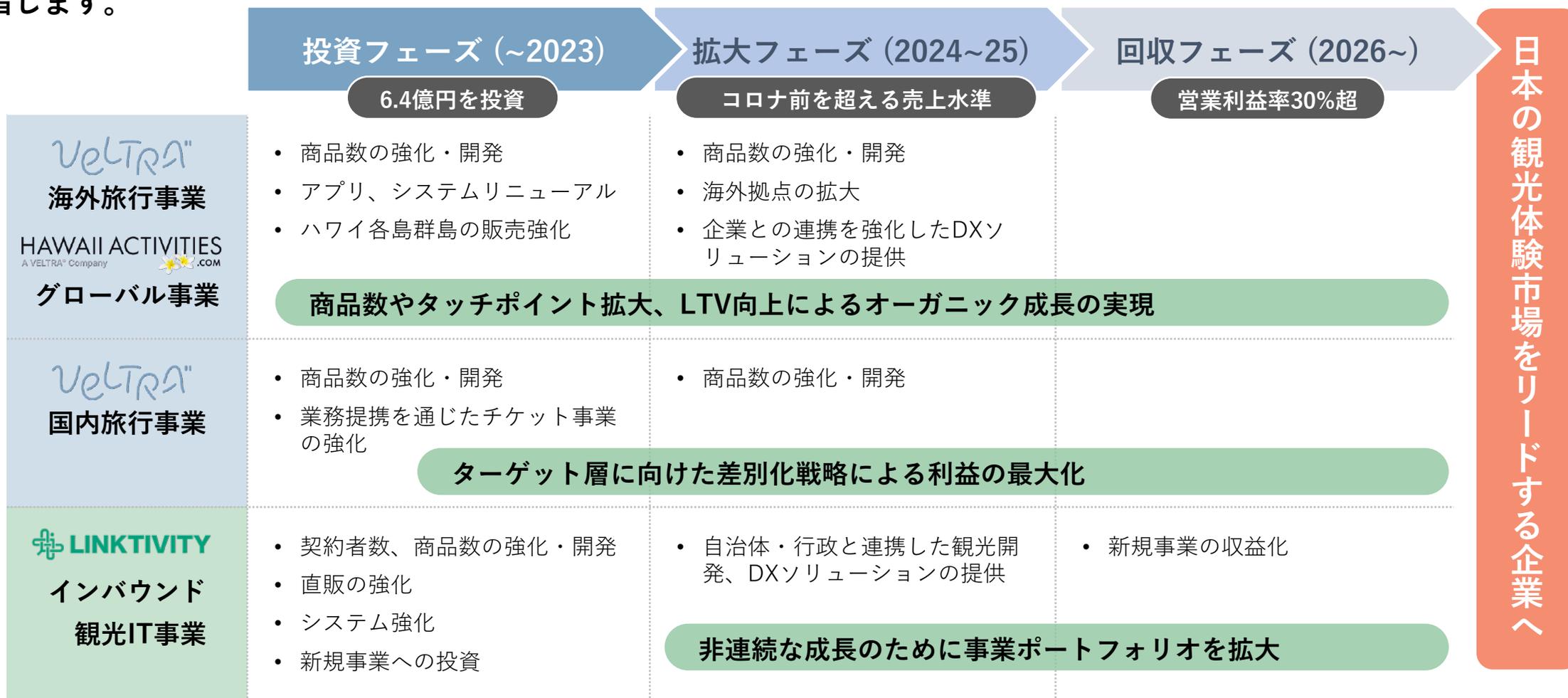


海外旅行事業と新たな収益基盤の拡大イメージ



中長期的な成長に向けて

国内旅行を軸としてサービスの利用頻度を高め顧客基盤を強化し、海外旅行市場の回復期には圧倒的なポジションを確立します。さらに2024年以降の成長をドライブさせるため**6.4億円の投資を実施し、コロナ以前を超える収益拡大を目指します。**



※次回の本資料の開示については、2024年3月中旬までの実施を予定しております。

OTA事業(海外旅行・グローバル)における成長投資

システムリニューアルによる利便性の向上に加え、商品数やタッチポイントを拡大させることで、LTV向上によるオーガニック成長の実現を目指す。

ハワイ各島群島の販売強化

LTVの向上

競合との差別化

商品数の強化・開発

LTVの向上

競合との差別化

2019年水準まで回復させ、万全の状態
で渡航再開に備える

アプリ・システムのリニューアル

利便性の向上

セキュリティリスク解消

第一弾(2023~24年)のプロジェクト
開発に**約1.7億円を投資**

OTA事業

オーガニック成長 の実現へ

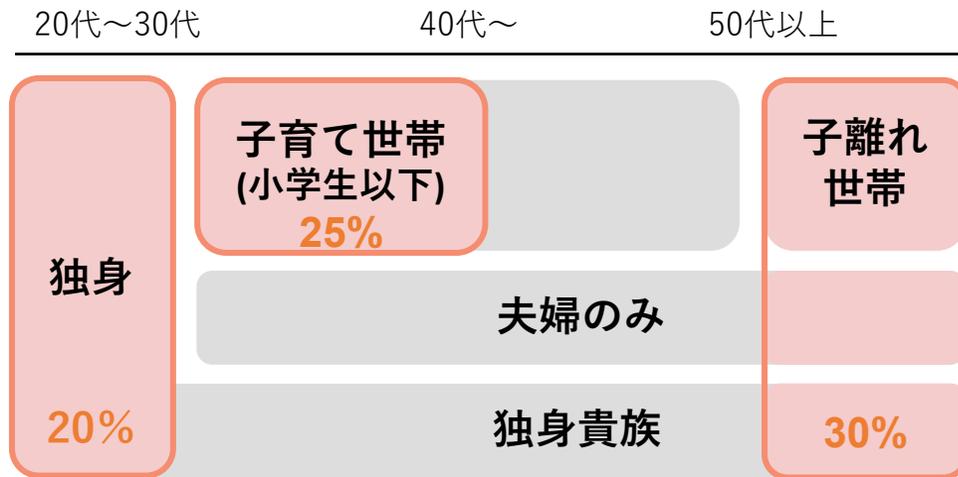
- 海外拠点の再拡大
- 企業と連携したDXソリューション提供

OTA事業(国内旅行)における成長投資

海外旅行事業で積み上げたノウハウなどのグローバルスタンダードをもとに、日本国内の体験の質を向上させるためのソリューションを提供。これからも成長が見込まれる国内旅行市場での収益最大化を目指す。

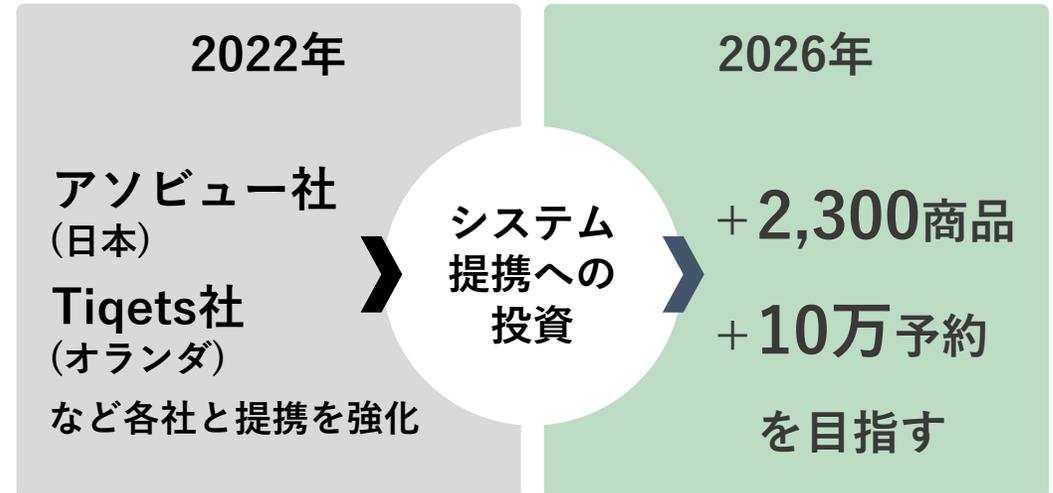
商品数の強化・開発

国内市場のターゲットセグメント



シェアの拡大が狙える独身・子育て世代・中高年夫婦をおもなターゲットにファンを育成、競合との差別化を図る

チケット事業の強化

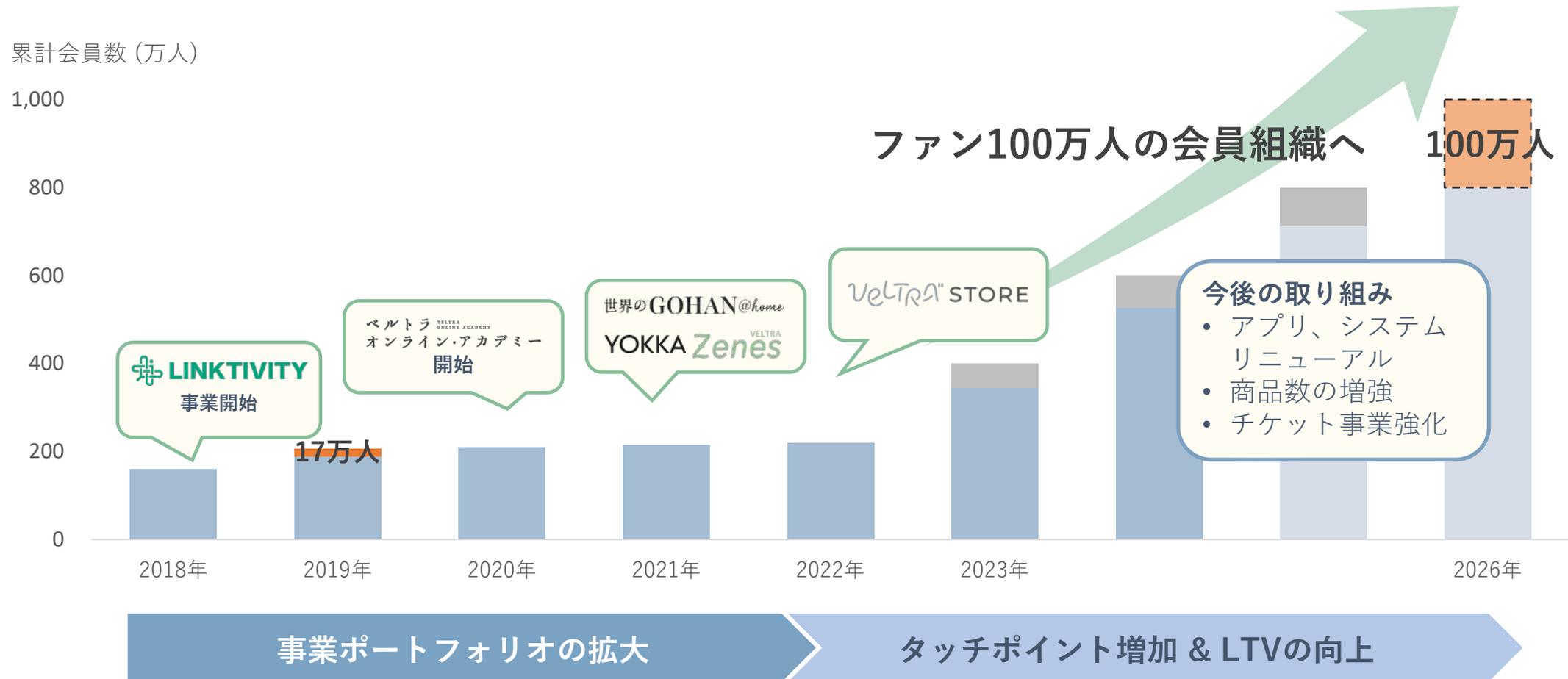


日本・世界の人気観光施設のチケット販売をより一層強化
利用者の利便性とロイヤリティ向上を迅速に実現

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

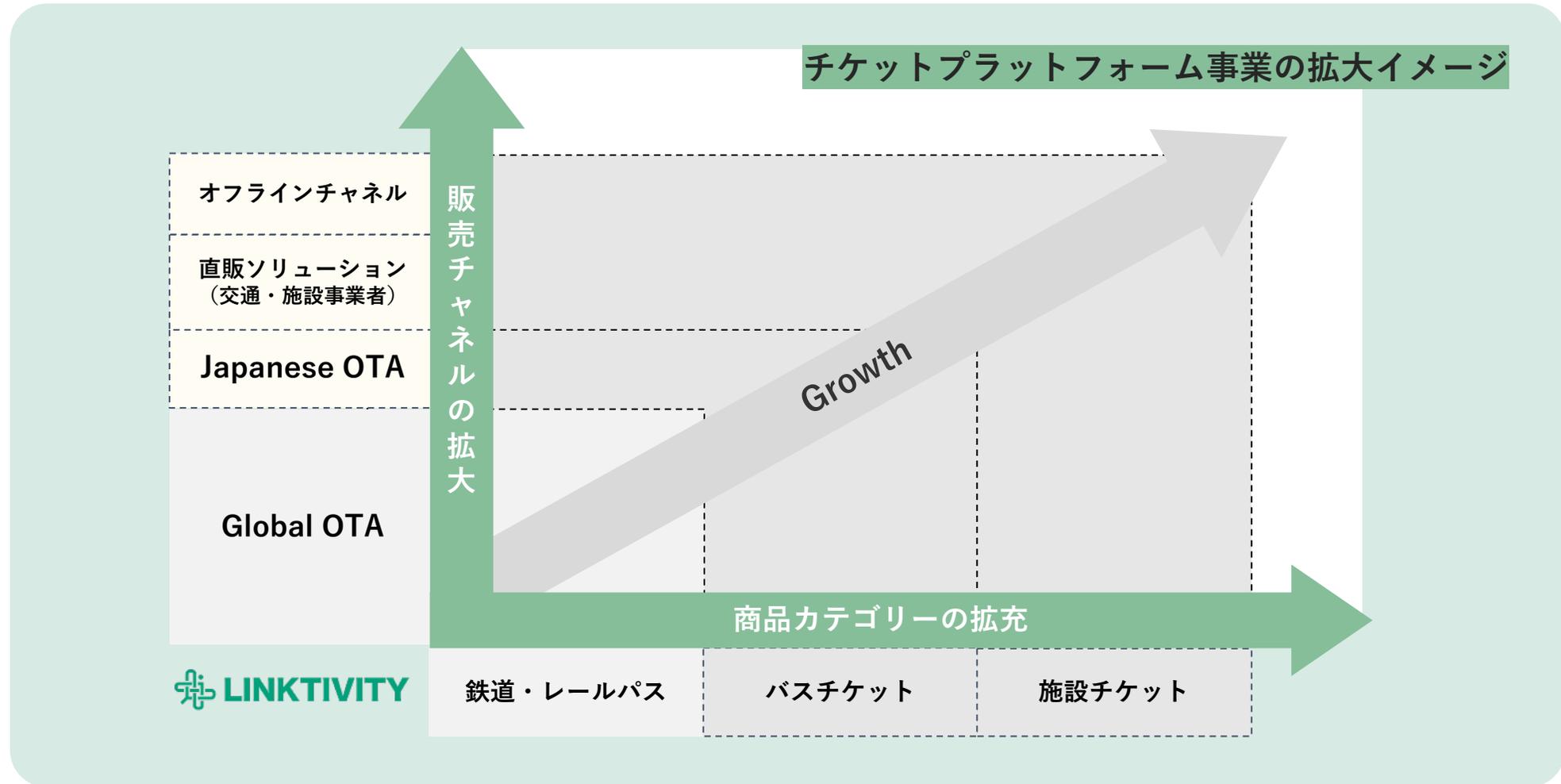
ファン = 弊社サービスを年2回以上利用する顧客

アプリやシステムリニューアル、商品数の増強、チケット事業の強化等により顧客とのタッチポイントを拡大。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。



観光IT事業：LINKTIVITYの成長戦略

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

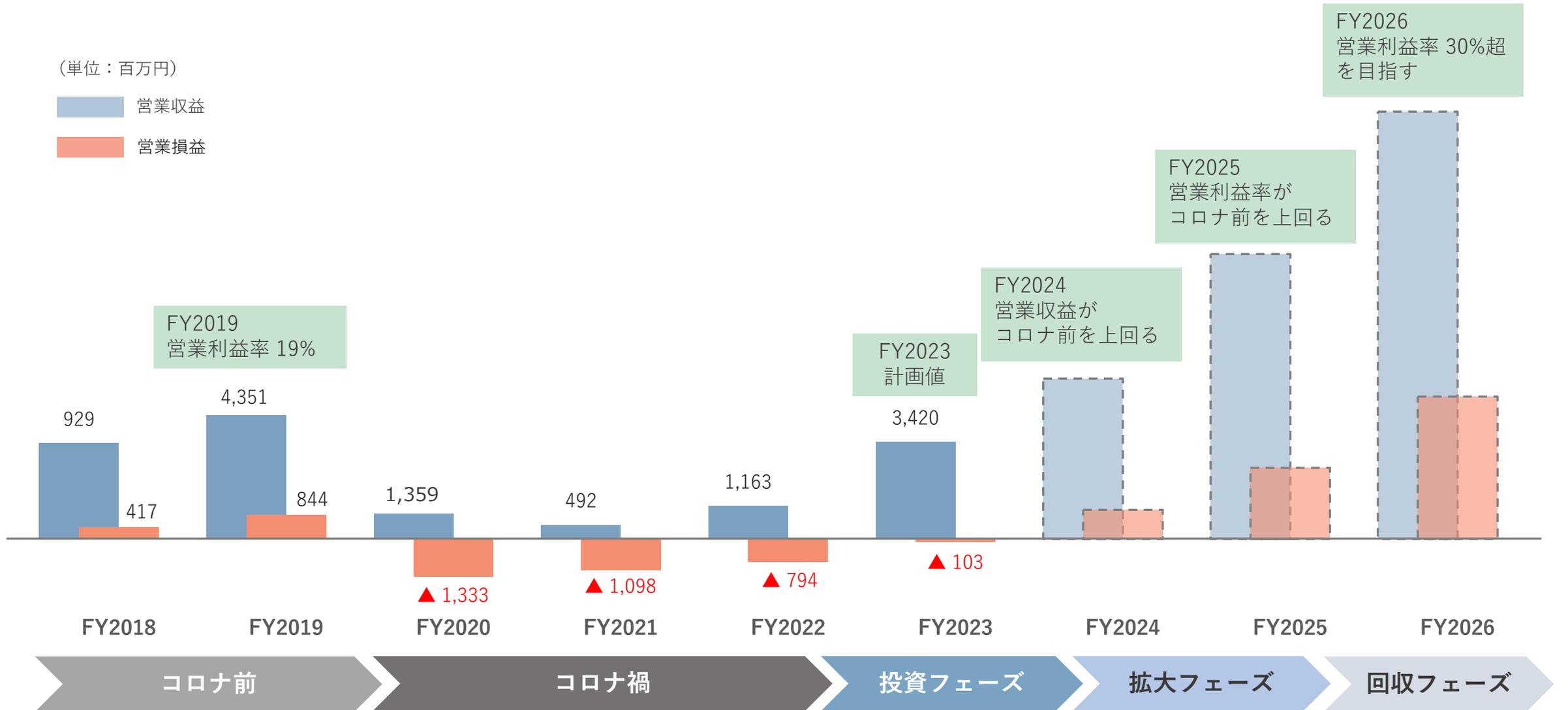


旅行マーケット回復後の成長シナリオ

(単位：百万円)

営業収益

営業損益





Index

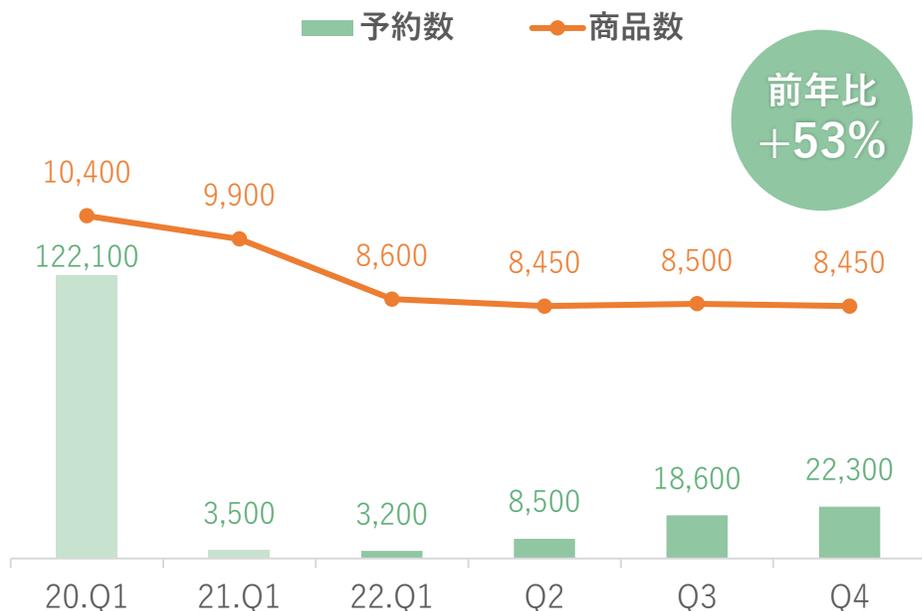
1. ベルトラについて
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 成長戦略
- 5. 進捗状況**
6. リスク情報

OTA事業(海外旅行・グローバル)の進捗状況

将来的な旅行マーケットの回復に備えた海外旅行事業と並行し、**足元の需要拡大に応えるため国内旅行および英語圏向けサービスを強化中。**

日本人海外旅行

アクティビティ商品ページ販売再開、新規商品の追加を推進中。予約数も前年比 +53%まで回復。



北米市場 (Hawaii Activities)

米国の旅行需要回復を受け過去最高益を記録した21年から更に予約数を拡大し+37%の成長を記録。

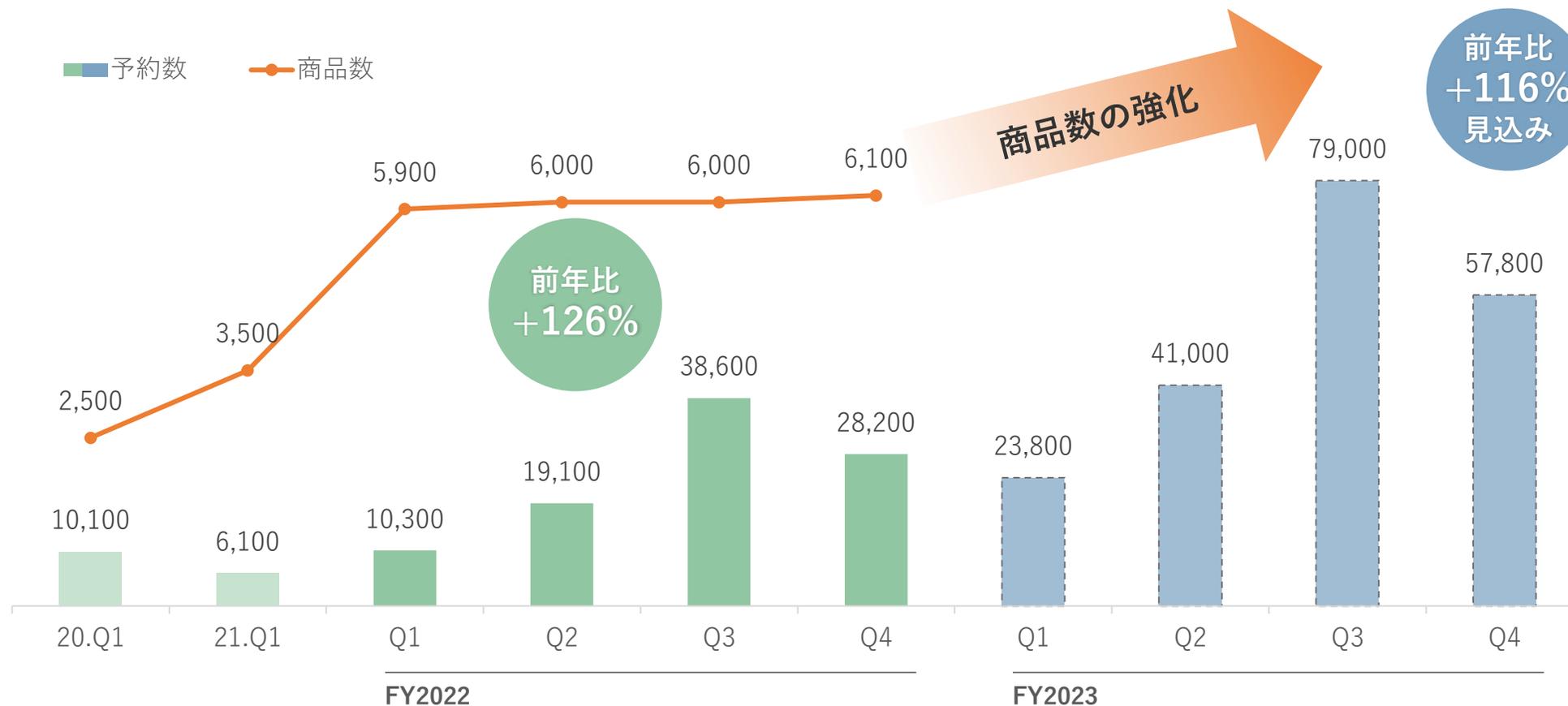


※ 予約数：当社サービスが提供するツアー、アクティビティをユーザーが予約した件数

OTA事業(国内旅行)の進捗状況

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、年間予約数も前年比 +126%と大幅に回復。
2023年以降は商品数やプロモーションの強化によってさらなる成長(前年比+116%)を目指す。

国内旅行事業においても、海外旅行事業と同様に、予約数は夏休みシーズンである3Q（7月～9月）が最も多くなる



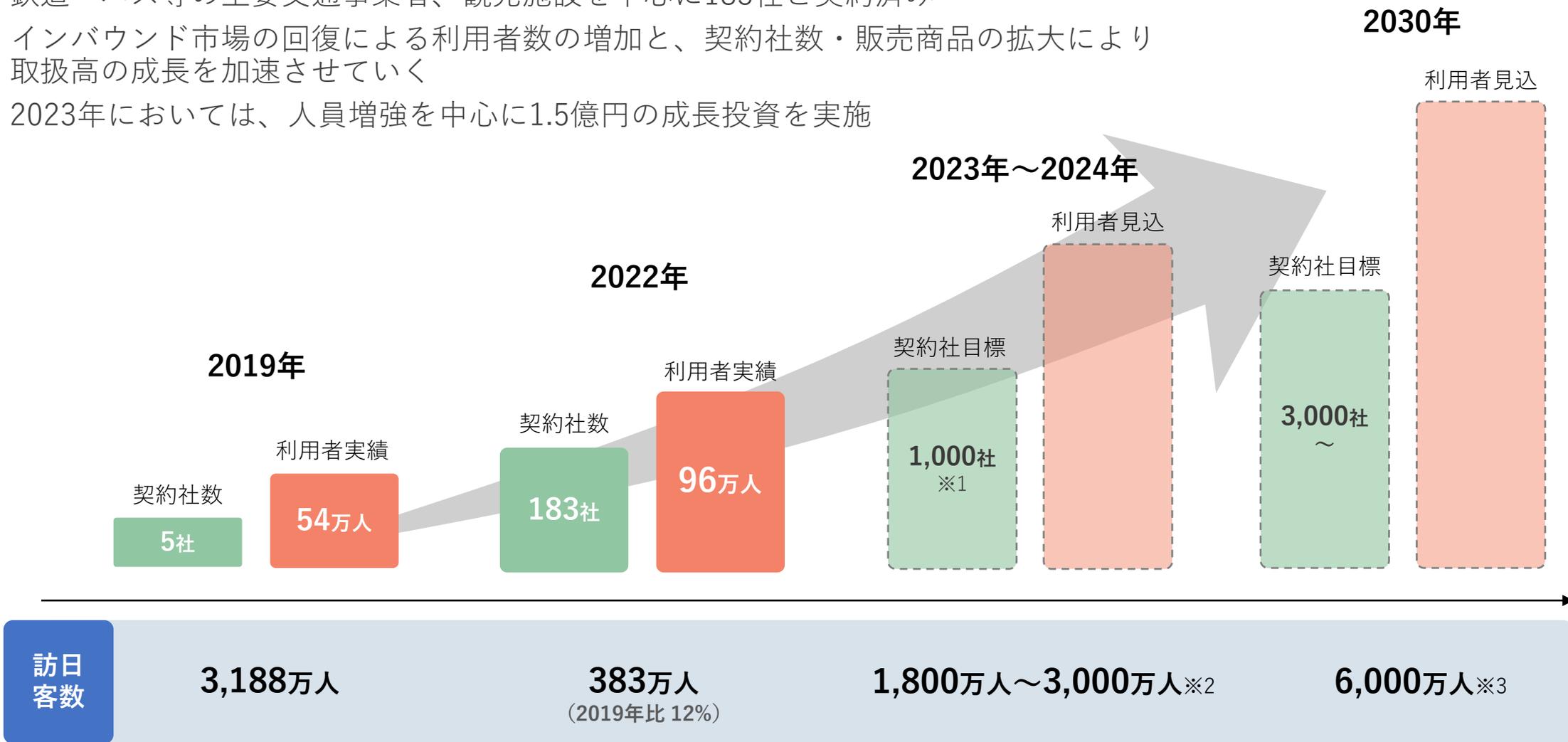
※ 予約数：当社サービスが提供するツアー、アクティビティをユーザーが予約した件数

観光IT事業：LINKTIVITY進捗状況

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

OTA事業 主要KPI：ファン層の獲得と収益の最大化

タッチポイント増加を示す「アクティブユーザー数」と、ユーザー1人あたりの収益を示す「ARPPU」は回復傾向。
サービスを年間に複数回利用するファン層を拡大させることで、営業収益の最大化を目指します。

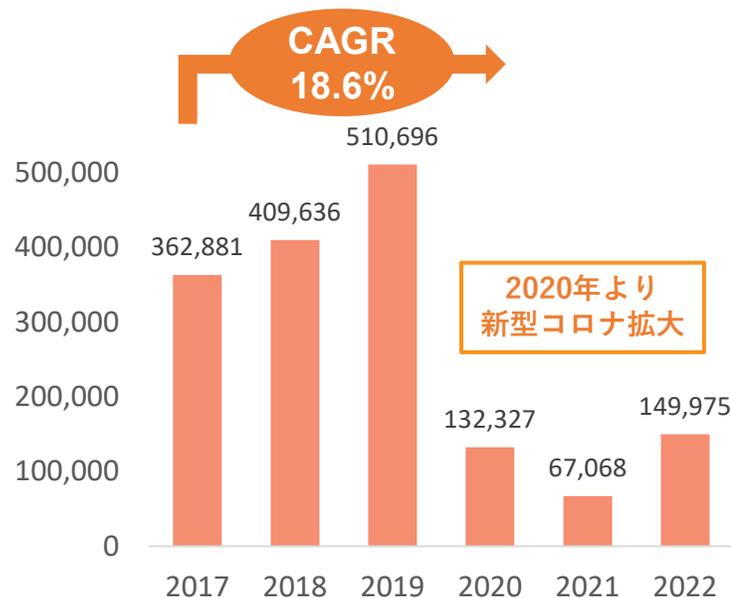


*1: 1年間に弊社サービスで何らかの購入アクションを行ったユーザー数。

対象サービス：



*2: ARPPU(Average Revenue Per Paid User)。ユーザー1人あたりの1年間の購入に対する利益の合計。



資金調達の状況



新株予約権ファイナンスによる資金調達

	第6回新株予約権	第7回新株予約権
発行株数	2,311,000株	995,000株
調達額	10.4億円	-
進捗	完了	2022年10月に消却
主な目的	海外事業の再構築、プラットフォーム事業、国内事業の拡大、システム改善のための投資	
充当状況 (2023年2月末時点)	海外事業の再構築に向けた投資 プラットフォーム事業への投資 国内事業の拡大に向けた投資 システム改善のための投資	100百万円 200百万円 150百万円 30百万円
2023年12月期における充当方針	海外事業の再構築に向けた投資 プラットフォーム事業への投資 国内事業の拡大に向けた投資 システム改善のための投資	240百万円 100百万円 150百万円 70百万円



第三者割当増資による資金調達

調達時期	2021年12月	2022年10月
割当先	NTT西日本	ベルトラ
調達額	1.5億円	2億円
主な目的	運営体制の強化による事業の拡大、事業成長促進のための新規サービスの開発等の実施	
充当状況 (2023年2月末時点)	PF事業拡大のための営業強化 システム開発部門の体制強化	40百万円 30百万円
2023年12月期における充当方針	PF事業拡大のための営業強化 システム開発部門の体制強化 管理体制の強化 (未充当残高 130百万円)	50百万円 70百万円 30百万円



Index

1. ベルトラについて
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 成長戦略
5. 進捗状況
- 6. リスク情報**

リスク情報

認識するリスク	内容	対応策
COVID19感染拡大の影響 発生可能性：高 発生時期：中長期	COVID-19の世界的な感染拡大により、日本を含む世界各国において海外渡航制限や外出自粛・禁止の措置がとられていることから、旅行需要が大幅に消失する事態となり、当社グループの財政状態及び経営成績に甚大な影響を与えている状況が続いており、引き続き大きな影響を受ける可能性があります。（※現時点において継続企業的前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。）	当社グループは、①徹底的なコスト削減、②新たな収益モデルの確立によるビジネスポートフォリオの拡張、③資金の確保といった対応策の実施により、事業面及び財務面での安定化を図ってまいります、当該状況の解消、改善に努めてまいります。
自然災害、国際情勢等 発生可能性：低 発生時期：随時	当社グループのサービスを介して申し込みが行われる現地体験ツアーは、主に海外の現地において行われております。そのため、現地において自然災害、人為災害、テロ、戦争等が起こり、現地体験ツアーを実施することが出来なくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	上記「COVID-19 感染拡大の影響」に記載の対応策を講じることにより、自然災害、国際情勢等による業績への影響を最小限にとどめるよう努めております。
為替変動 発生可能性：中 発生時期：随時	当社グループは現地体験ツアーの中でも海外の商品を主力としており、ツアー催行会社に対する代金決済の多くを外貨建で行っているため為替変動リスクに晒されており、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社グループは必要に応じて為替予約取引を実施するなど、為替変動による業績への影響を最小限にとどめるよう努めております。
技術革新 発生可能性：中 発生時期：中長期	当社グループが事業を行っているインターネット関連市場においては、技術革新のスピードが非常に速く、顧客ニーズも多様化しております。今後、これまでになかったような新技術が市場に導入され、投資の制約等により当社グループが当該技術革新に遅れを取った場合には、事業遂行上の制約となり、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	当社グループは市場動向や顧客ニーズの変化を早期にとらえ、変化に対応した新機能や新サービスをフレキシブルに開発、導入していくことで、技術革新に対応してまいります。

上記以外のリスク情報については、有価証券報告書等の「事業等のリスク」をご参照ください。

会社概要

国内最大級の現地体験型アクティビティ専門予約サイト「VELTRA.com」、インバウンド・国内旅行のチケットプラットフォーム「LINKTIVITY」の運営

社名： ベルトラ株式会社
本社： 東京都千代田区美土代町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： バンコク、ベトナム



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

カスバート・ロドニー

社外取締役 監査等委員

池田 哲司

社外取締役 監査等委員

毛利 正人

社外取締役 監査等委員

鈴木 学