

VELTRA

VELTRA changes TRAVEL

2023年12月期 第1四半期 決算説明資料

FY2023 1Q Financial Results

ベルトラ株式会社 東証グロース市場：7048



2023年12月期 第1四半期 決算概要	P3
2023年12月期 第1四半期 事業別の状況と市場環境	P10
2023年12月期 第1四半期 TOPICS	P17
2023年12月期 今後の取り組み	P19
2023年12月期 通期業績予想	P29
Appendix	P34

2023年12月期 第1四半期 決算概要

エグゼクティブ・サマリー



実績

海外旅行事業の1Q営業収益は2019年比で36%まで回復、LINKTIVITYは1Qの3ヶ月間で前年の営業収益を上回るまで急激に増加。営業収益の上振れにより営業損失の額も大幅に改善

営業収益

2023年 1Q

543百万円

前年同期比

+290.3% (+403百万円)

営業利益

2023年 1Q

▲90百万円

前年同期比

- % (+180百万円)

事業環境

訪日外国人数は2019年水準の6割まで回復、出国日本人数も4割近くまで回復

訪日 外国人数

2023年1月～3月

約**479**万人 **+4,661%**

前年同期比

出国 日本人数

2023年1月～3月

約**167**万人 **+770%**

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
収益拡大による広告費及び人員増強による人件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

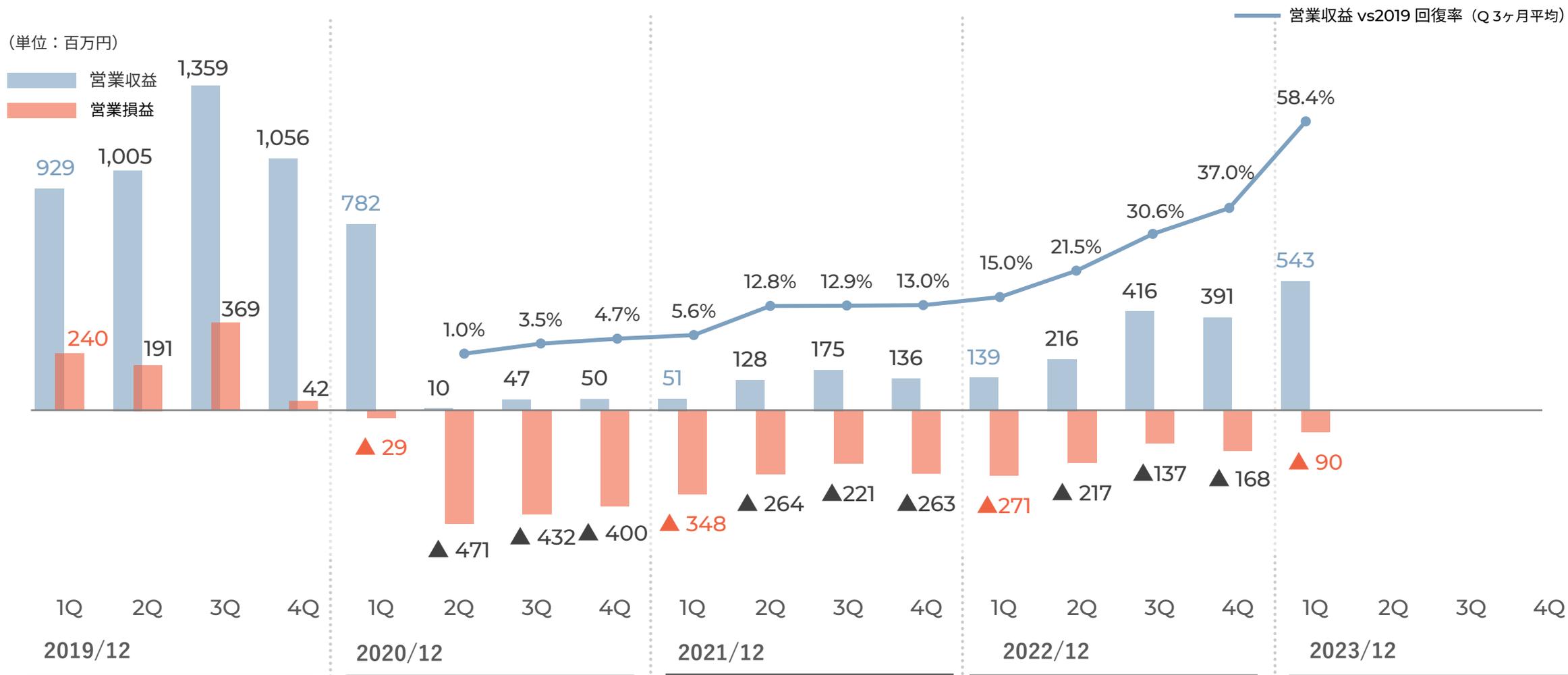
単位：百万円	2022年12月期 1Q	2023年12月期 1Q	YoY
営業収益	139	543	390.3%
営業費用	410	633	154.3%
営業利益	▲271	▲90	—
営業外収益	53	0	▲99.3%
営業外費用	0	6	794.1%
経常利益	▲218	▲96	—
特別利益	-	-	—
特別損失	-	-	—
法人税等	13	4	▲63.0%
四半期純利益	▲229	▲102	—
1株当たり当期純利益(円)	▲6.84	▲2.88	+3.96円

※ 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)



1Qにおける営業収益は前年同期比+403百万円、COVID-19以前の2019年同期間との比較では 58%まで回復
 営業利益も前年同期比で大幅に改善

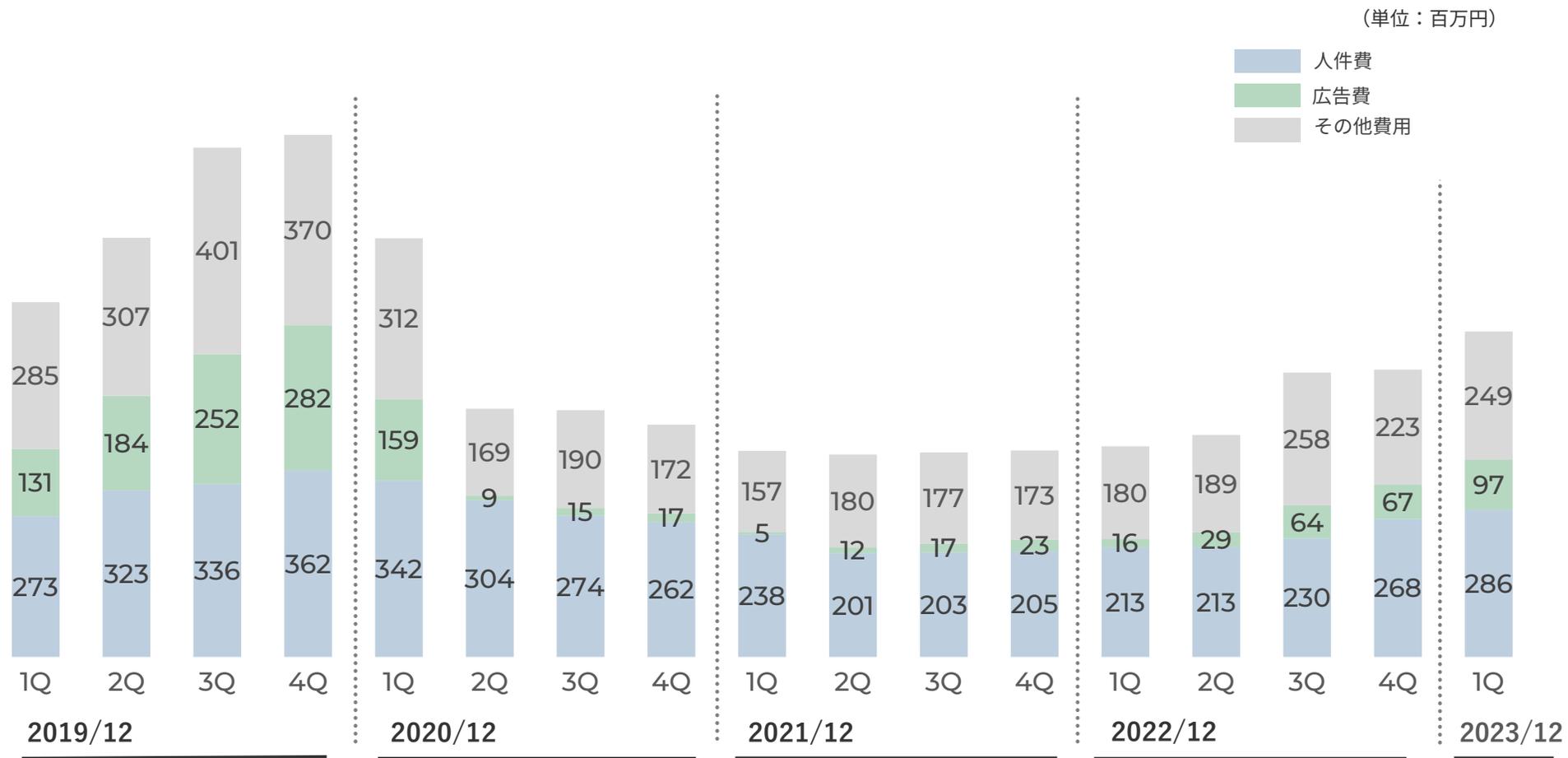


※ 新収益認識基準の適用が営業収益に与える影響は軽微であるため、過去実績との比較において、旧基準の数値を用いた詳細説明はしていません。

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



2023年1Q コスト増加要因

人件費

- ・1Qにて32名増員（詳細は次ページ）

広告費

- ・前期に引き続き、海外旅行マーケットの回復に応じた広告投資の拡大

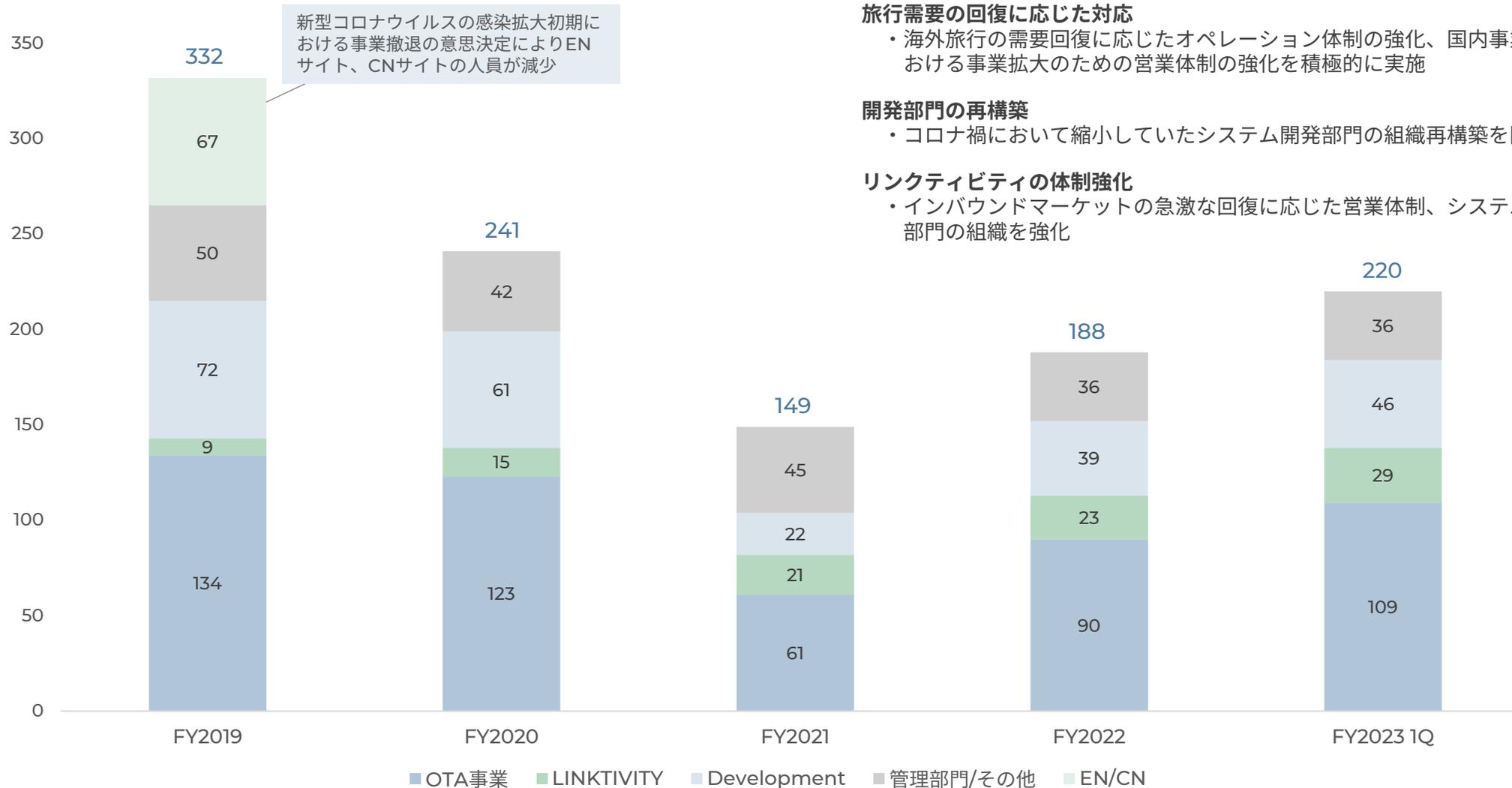
その他費用

- ・採用関連費用 10M
- ・クレジットカード手数料増加 11M
- ・株主総会関連費用 6M

人員推移



海外旅行事業、システム開発部門、リンクティビティを中心に人員増強による組織体制の強化を推進



旅行需要の回復に応じた対応

- 海外旅行の需要回復に応じたオペレーション体制の強化、国内事業における事業拡大のための営業体制の強化を積極的実施

開発部門の再構築

- コロナ禍において縮小していたシステム開発部門の組織再構築を開始

リンクティビティの体制強化

- インバウンドマーケットの急激な回復に応じた営業体制、システム開発部門の組織を強化

B/Sサマリー



収益の更なる改善で仕入債務及び前受金が増加したことにより流動負債が8.9億円増加した結果、自己資本比率は7.4pt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、借入金の一部返済後においても財務状況は改善

単位：百万円	2022年12月期	2023年12月期 1Q	増減額	詳細
流動資産	3,678	4,348	+669	営業未収入金が429百万円増加
現金及び預金	2,799	3,029	+230	
固定資産	372	502	+129	ソフトウェアが7百万円、差入保証金が119百万円増加
資産合計	4,051	4,850	+798	
流動負債	2,670	3,561	+890	営業未払金が592百万円、前受金が529百万円増加
有利子負債	500	250	▲250	短期借入金が250百万円減少
固定負債	0	0	-	
負債合計	2,670	3,561	+890	
純資産合計	1,381	1,289	▲91	親会社株主に帰属する四半期純損失102百万円の計上による利益剰余金の減少
自己資本比率	33.4%	26.0%	▲7.4pt	

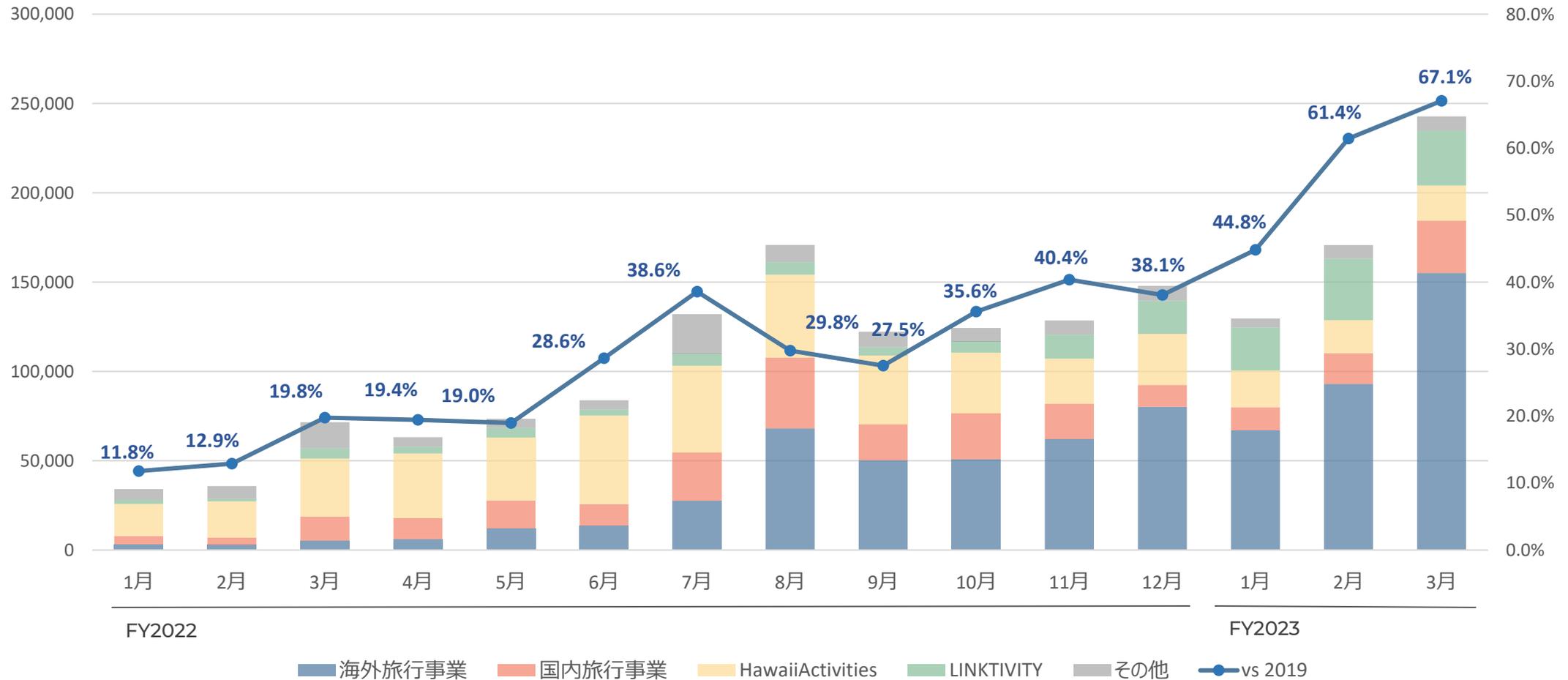
2023年12月期 第1四半期 事業別の状況と市場環境

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引き続き右肩上がり回復
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

(単位：千円)

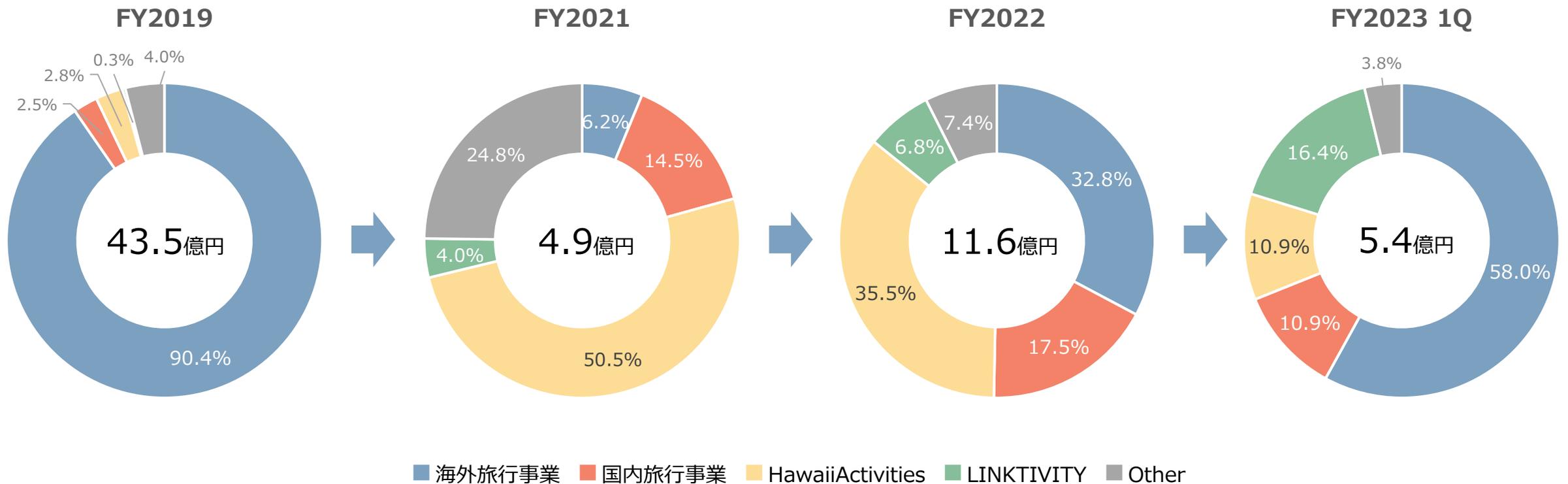


全体 | 営業収益 事業別構成比 推移



2019年時点では、海外旅行事業の収益が90%超の割合を占めていたが、現時点で回復途上の状況にあるもののコロナ禍を経て、ビジネスポートフォリオの拡張により全体収益における事業別の構成比は大きく変化

FY2023 1Qにおいては、海外旅行事業が約6割に回復してきているとともに、LINKTIVITYの割合も拡大傾向

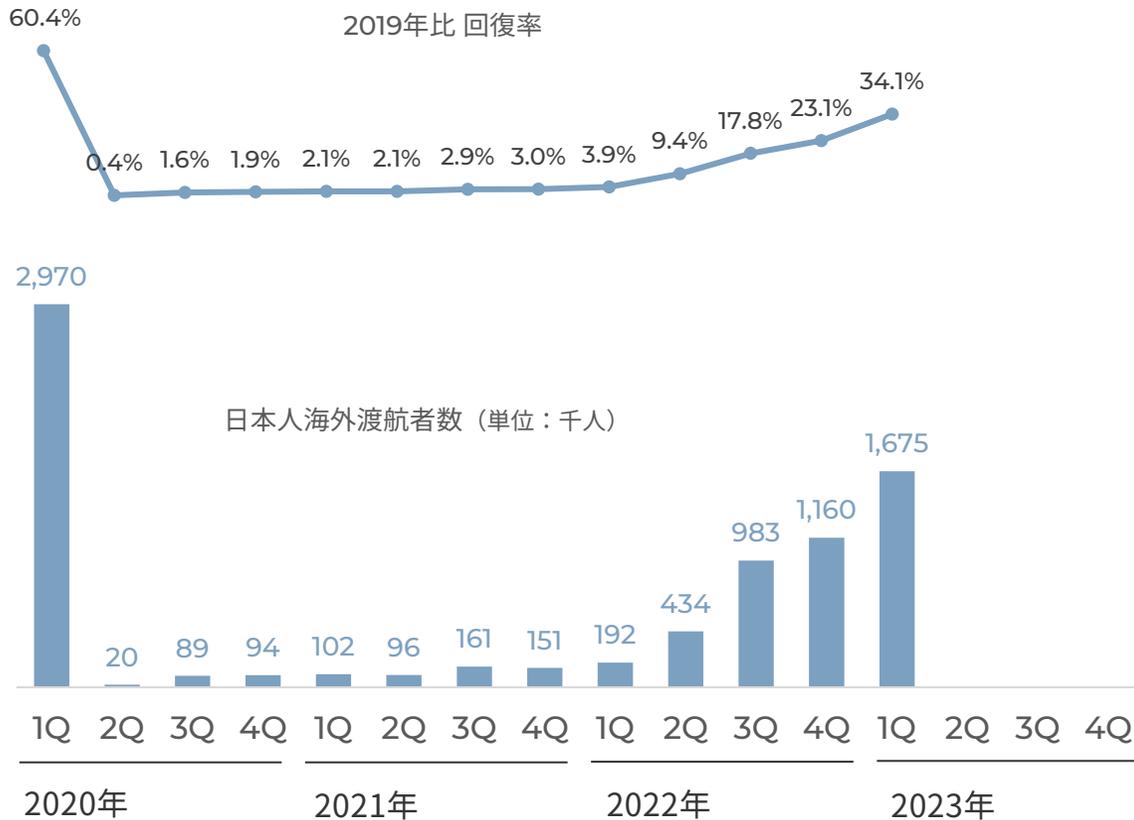




日本人の海外渡航者数は出国制限の緩和等の影響を受け大きく増加、予約数も前年同期比 25.6倍と大幅に回復

市場環境

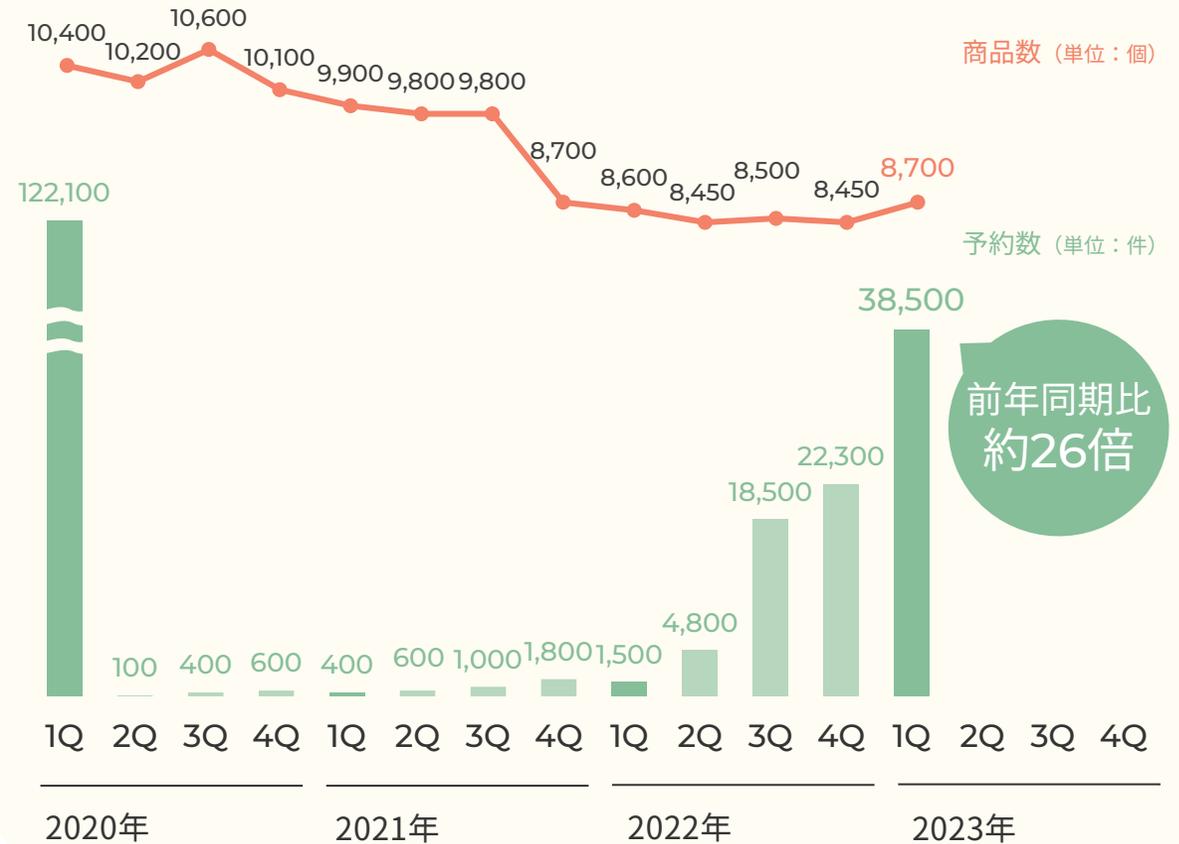
出国日本人数推移 (2019年同期比)



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





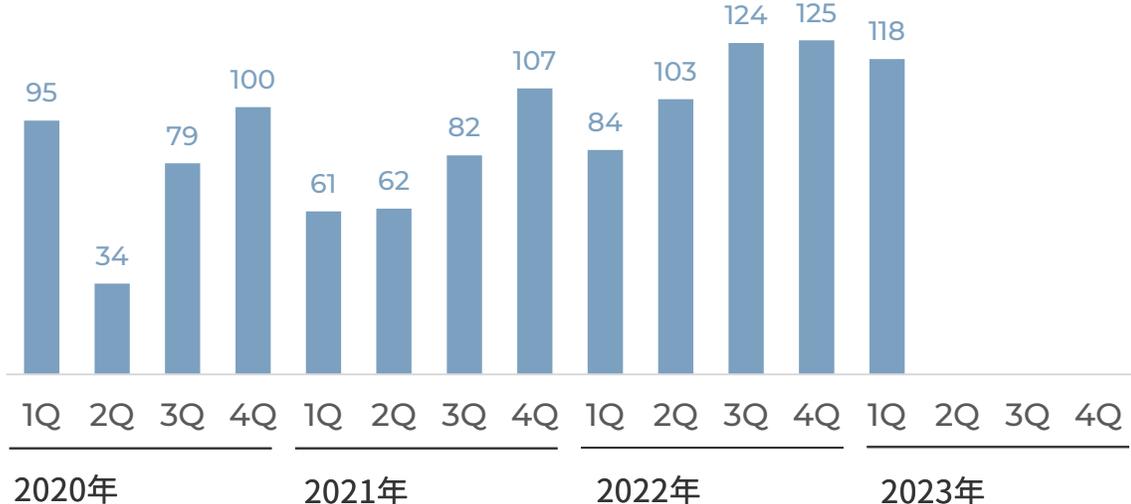
国内旅行における日本人の延べ宿泊者数は2019年と同水準まで回復
 高需要、商品数の増加による提供機会の拡大により、予約数も前年同期比 270%と大幅に拡大

市場環境

国内 日本人延べ宿泊者数推移
 (2019年同期比)



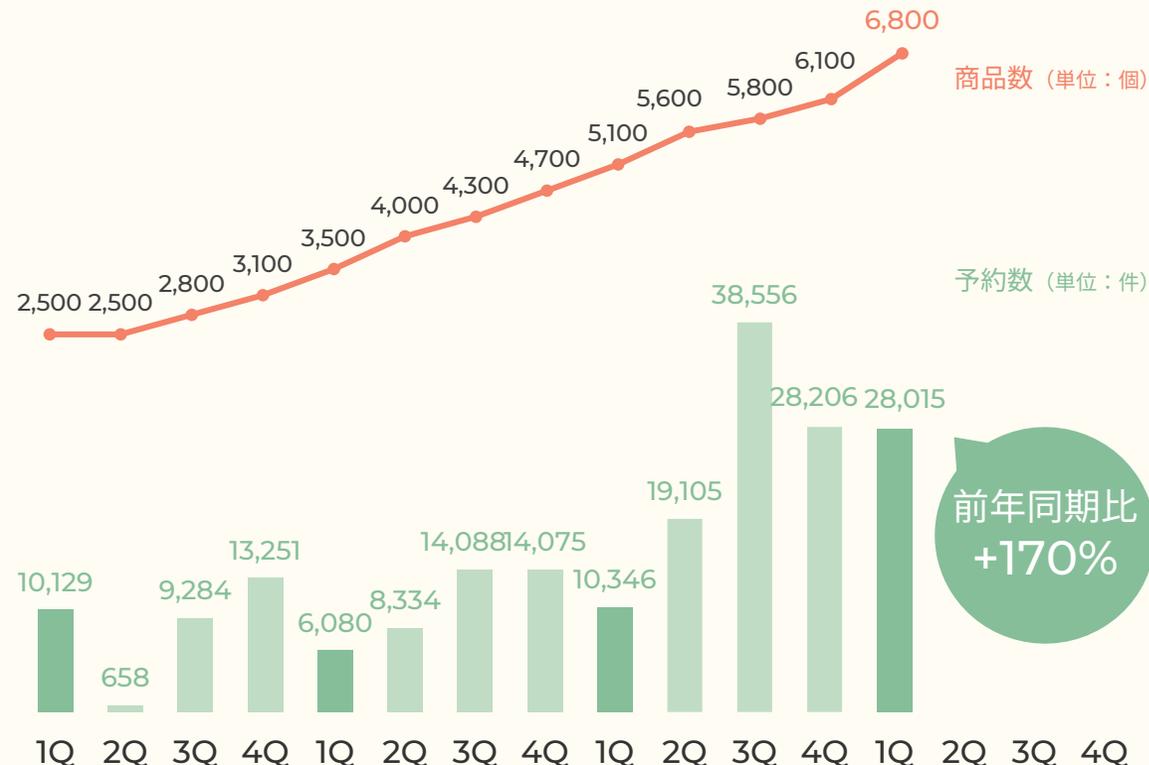
日本人延べ宿泊者数 (単位：百万人)



出典：観光庁 - 旅行・観光消費動向調査 -

実績

国内旅行 商品数および予約数推移



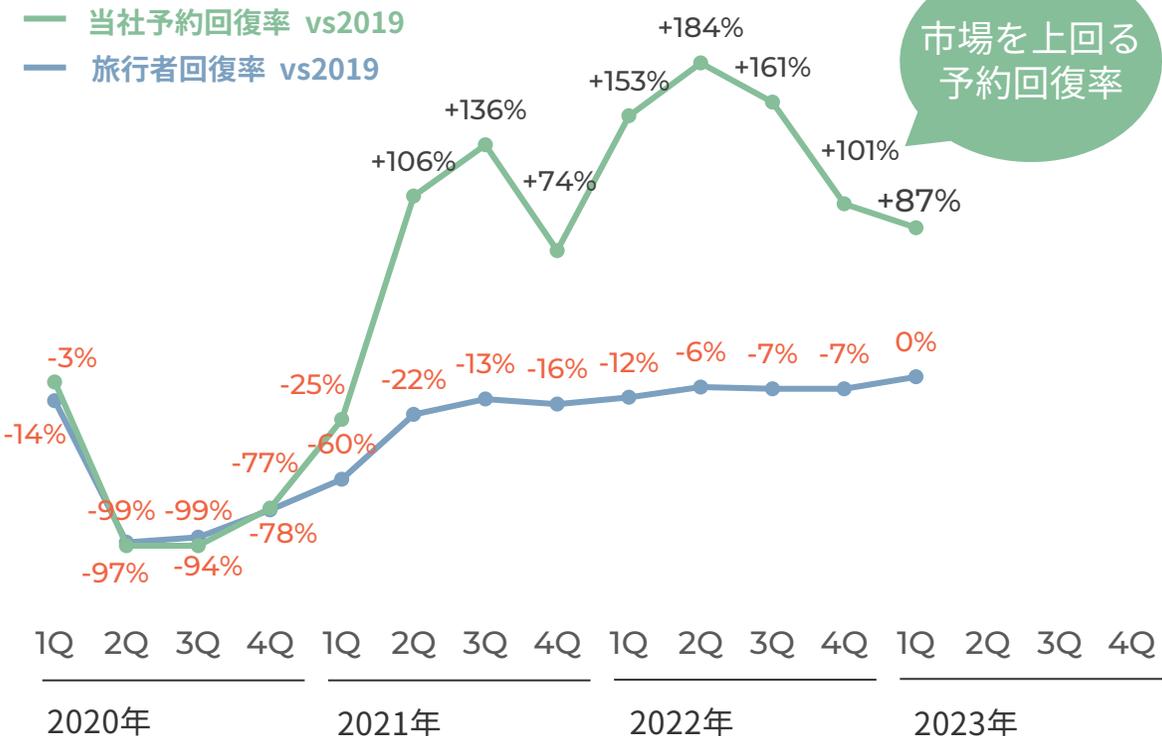
前年同期比
 +170%



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)



市場を上回る
予約回復率

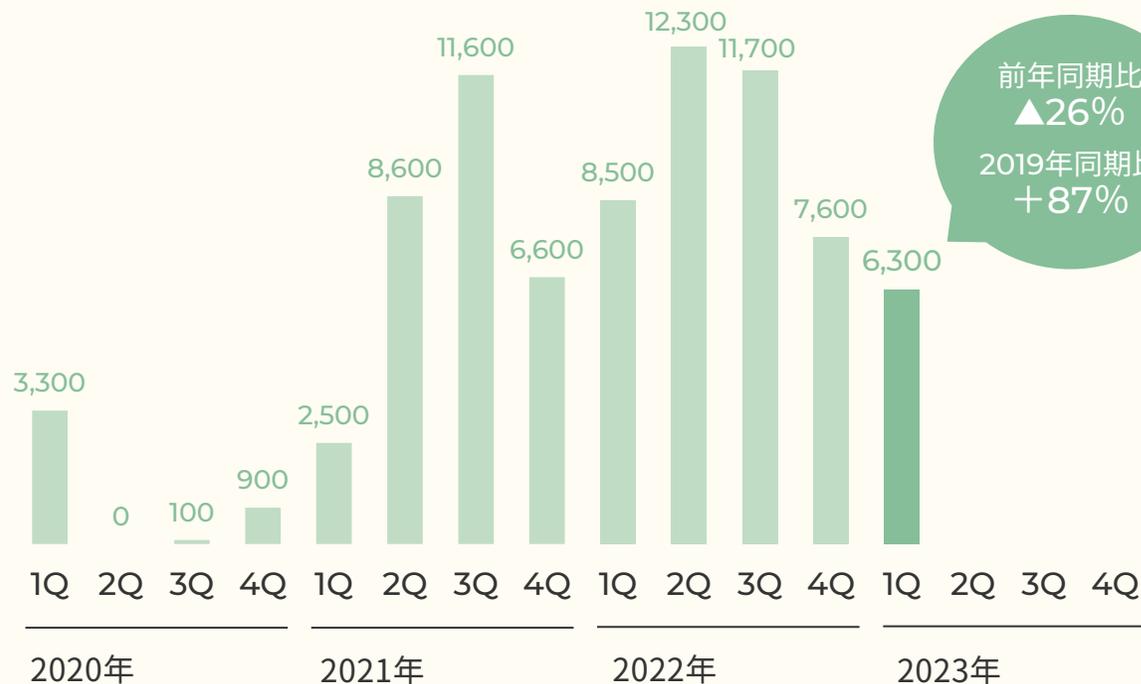
実績

HawaiiActivities 予約数推移

競合の台頭、米国本土からの需要の落ち着きもあり、前年同期比で減少しているものの、COVID-19前の2019年同期比では87%増と伸びを維持

中長期的な成長を実現するため、集客施策及びプロダクトの強化を進めていく

(単位：件)



前年同期比
▲26%
2019年同期比
+87%

事業別の状況

LINKTIVITY

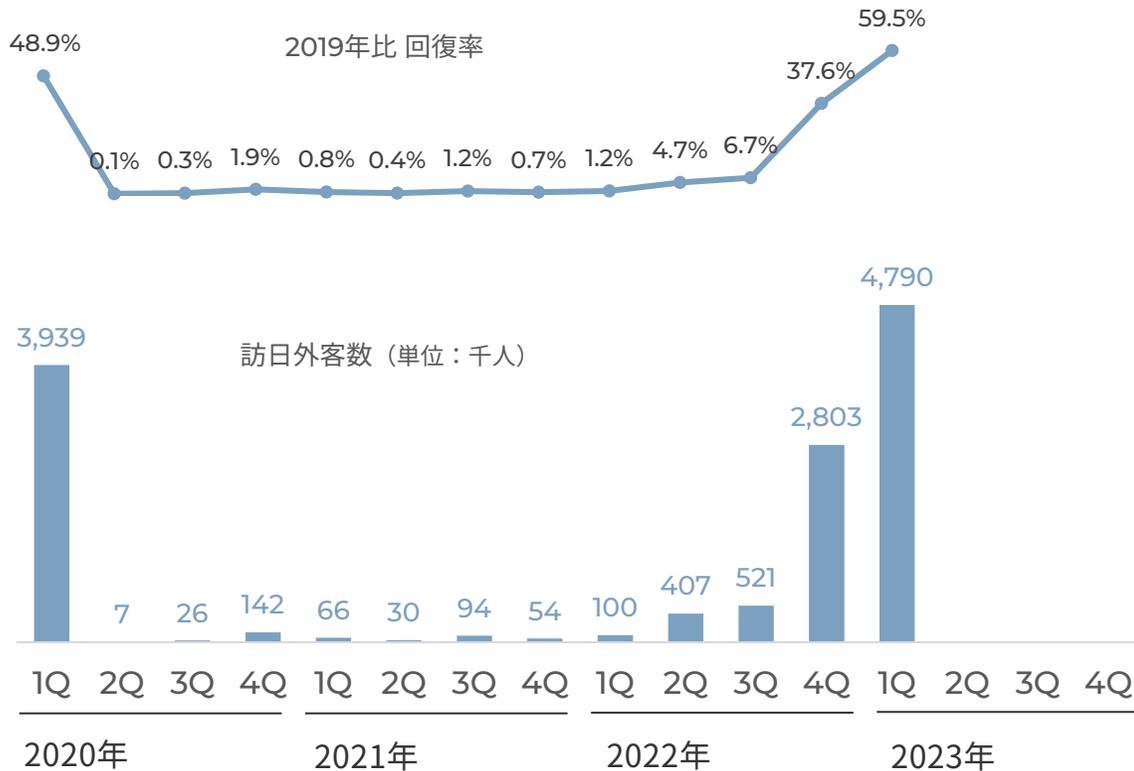


LINKTIVITYのプラットフォームを通じた鉄道・施設チケットの予約取扱高の額が大きく伸長
取扱高は訪日外客数の回復率を上回るスピードで成長

販売元の契約社数も堅調に推移。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

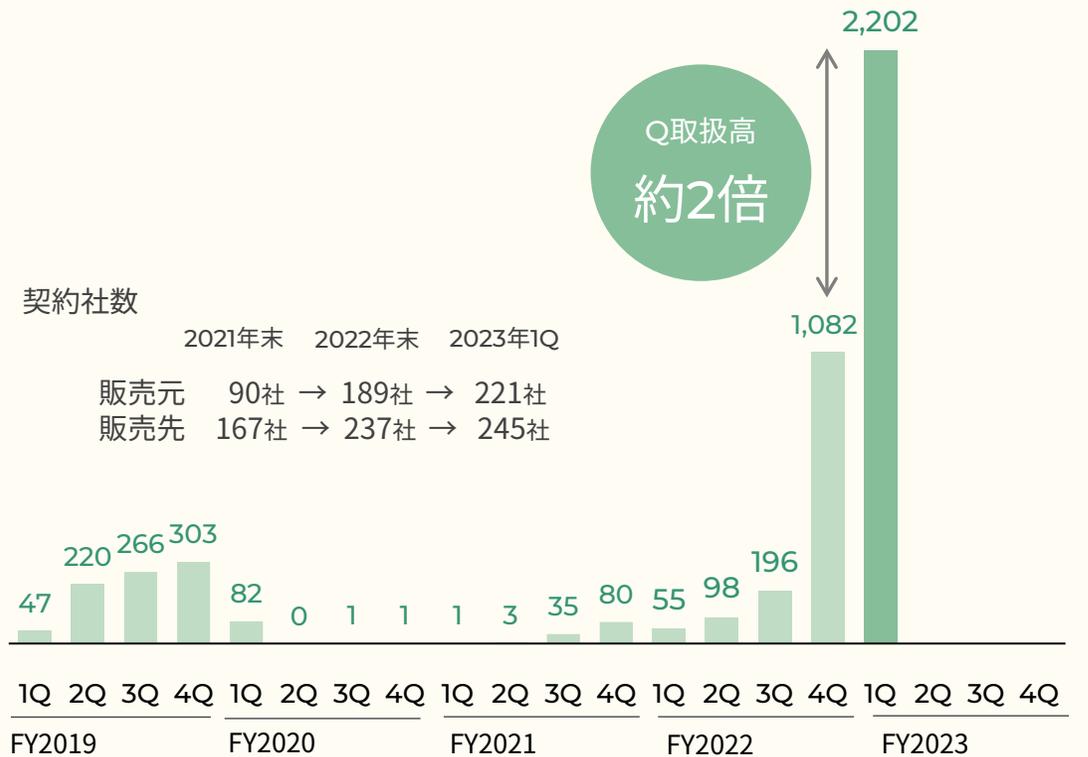
2022年 訪日外客数推移 (2019年同月比)



出典：日本政府観光局 (JNTO) -2023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)



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

2023年12月期 第1四半期 TOPICS

中長期的な成長に向けた施策の取り組み状況について



2024年のコロナ前の収益を上回るべく、中長期的な成長に向けたオーガニック成長・成長ドライブ・非連続な成長戦略の各施策を策定。（詳細はp20）計画に沿った取組みを積極的に実施



取り組み	タヒチ観光局と共同プロモーション (3月)	富士山エリア宿泊パッケージ販売開始 (2月)	グッドフェローズ社と業務提携 (1月)	アソビュー社と戦略的業務提携 (2月)	Tiqets社と戦略的業務提携 (3月)	テーブルクロス社への出資 (4月)
ねらい	海外旅行市場の新商品獲得	インバウンド市場商品強化・開発	企業連携強化	企業連携強化	企業連携強化 DXソリューションの拡大	インバウンド市場商品強化・開発 企業連携強化 DXソリューションの拡大
内容	<ul style="list-style-type: none"> 海外旅行需要喚起のためのマーケティング 観光局とのリレーション強化 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日外国人旅行者をターゲットとし、富士山エリアの魅力を伝えるパッケージを共同企画 環境省国立公園パートナーシップの枠組みを活用 	<ul style="list-style-type: none"> 観光・レジャー・文化施設の商品販売基盤の強化 利用者の利便性とロイヤリティの向上 	<ul style="list-style-type: none"> 観光・レジャー・文化施設の商品販売基盤の強化 利用者の利便性とロイヤリティの向上 販売チャンネルの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 観光・レジャー・文化施設の商品販売基盤の強化 利用者の利便性とロイヤリティの向上 販売チャンネルの拡大 訪日外国人旅行者向けサービスの拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 訪日旅行者向けグルメプラットフォームbyFood.comとLINKTIVITYの連携 インバウンド市場における地域分散型観光の活性化と市場拡大を目指す

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	
コストコントロール ・ 事業閉鎖 ・ 固定費圧縮 ・ 人員削減	オーガニック成長	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
資金調達による 経営基盤の安定化 ・ 第三者割当増資 ・ 新株予約権など	さらなる成長ドライブ	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
新規事業への集中投資 ・ インバウンドDX ・ 国内旅行市場	非連続な成長戦略	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	

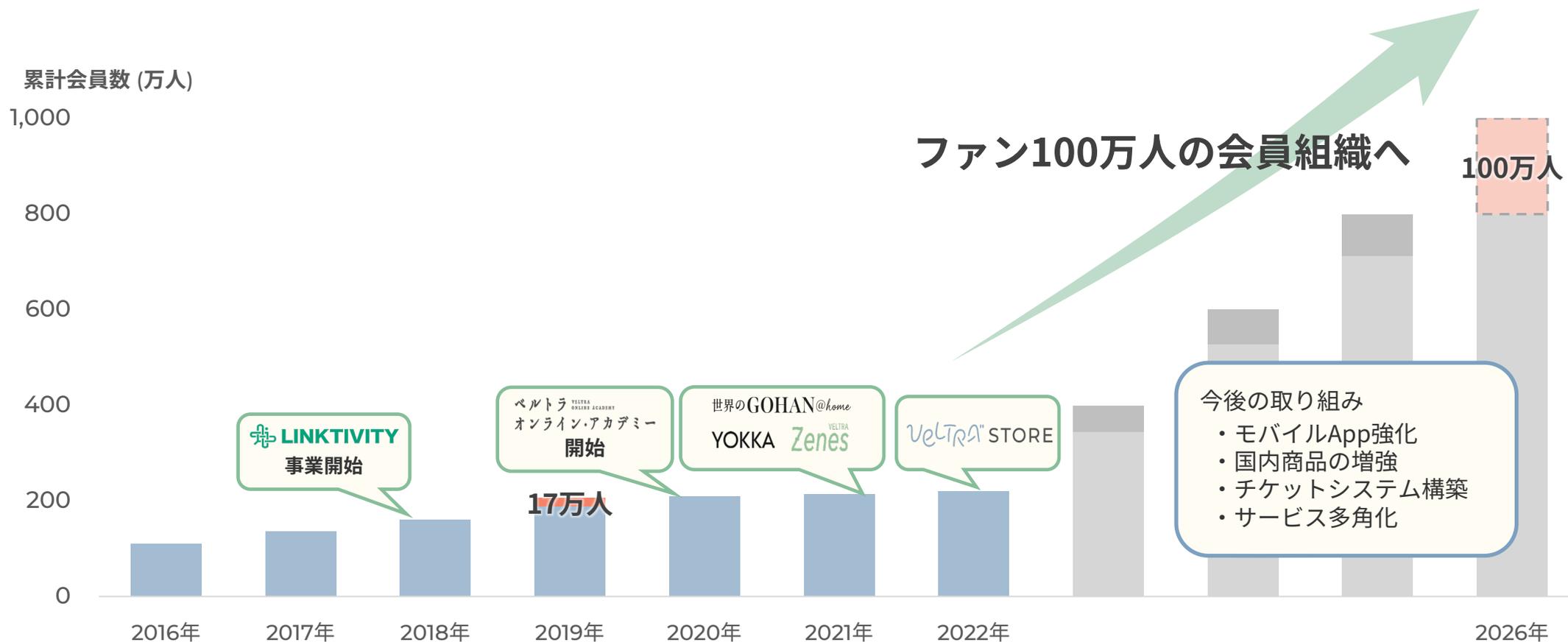
Add=追加投資 / New=新規投資

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)

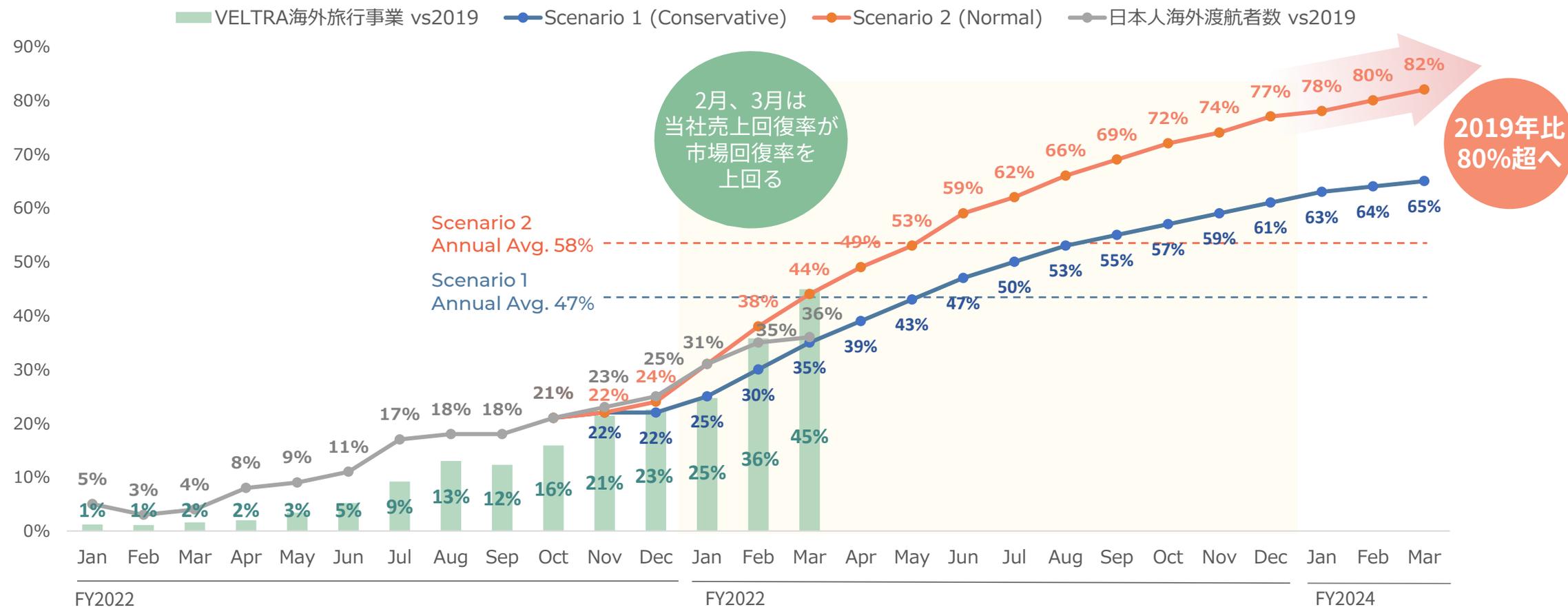
Market		2022	2023
海外旅行マーケット	VELTRA	13%	47-58%
国内旅行マーケット	VELTRA	90%	100%
インバウンドマーケット	 LINKTIVITY	8%	59-68%
グローバルマーケット	HAWAII ACTIVITIES A VELTRA® Company  .COM	90%	100%

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Scenario 2（年平均約60%の回復率）も作成。



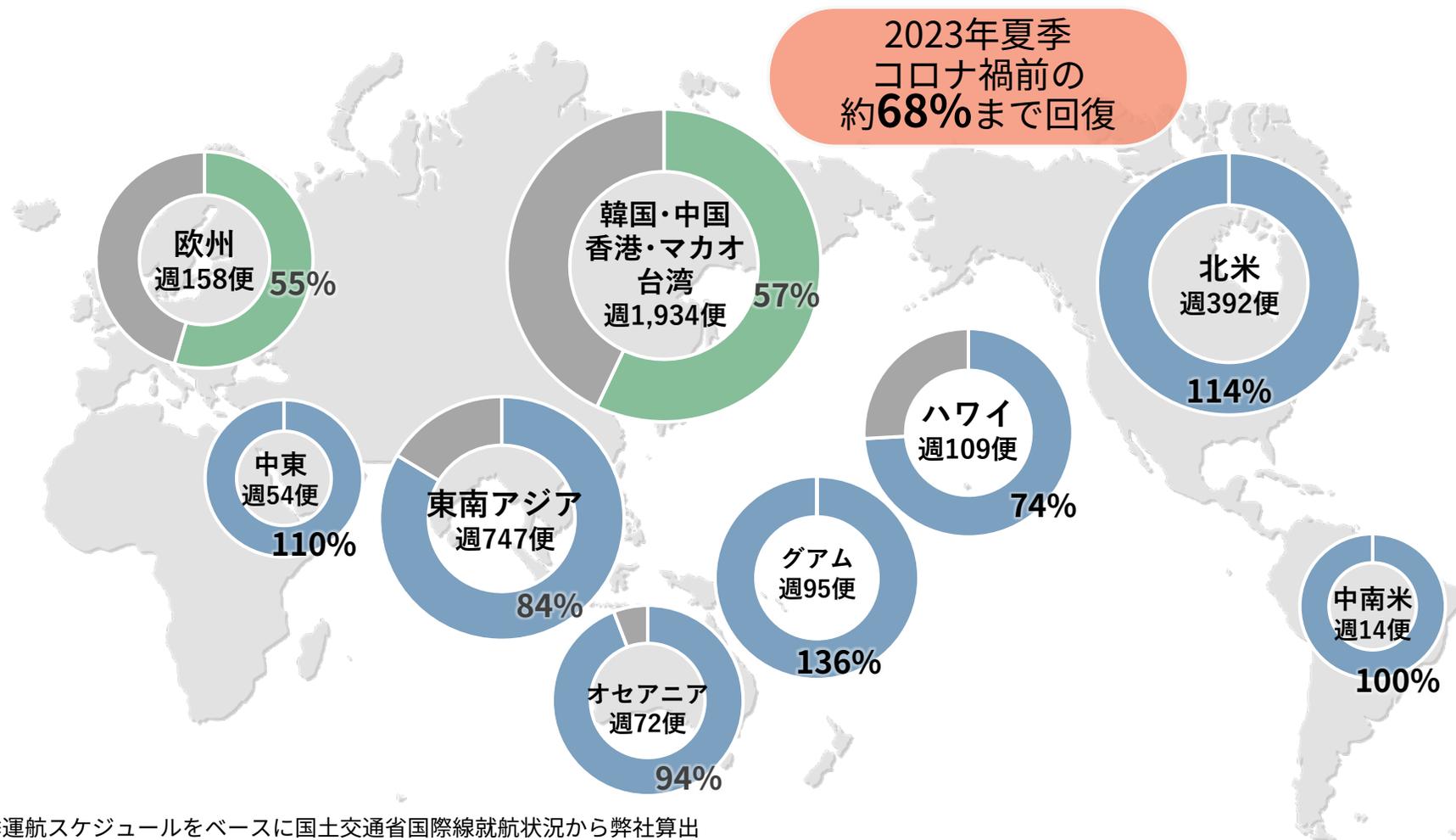
出典：日本政府観光局（JNTO） -2023年 出国日本人数-

国際線フライトの夏季運航スケジュール (日本発着便)



2023年4月現在の夏季運航スケジュール(5月～10月)は週合計で3574便、対2019年で67.6%まで回復予定

ハワイ、アジアの順調な回復に加え、北米やグアム、中東などコロナ禍前より増便のエリアでの成長が期待される



2023年4月時点の夏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年夏季スケジュールに対しての数値

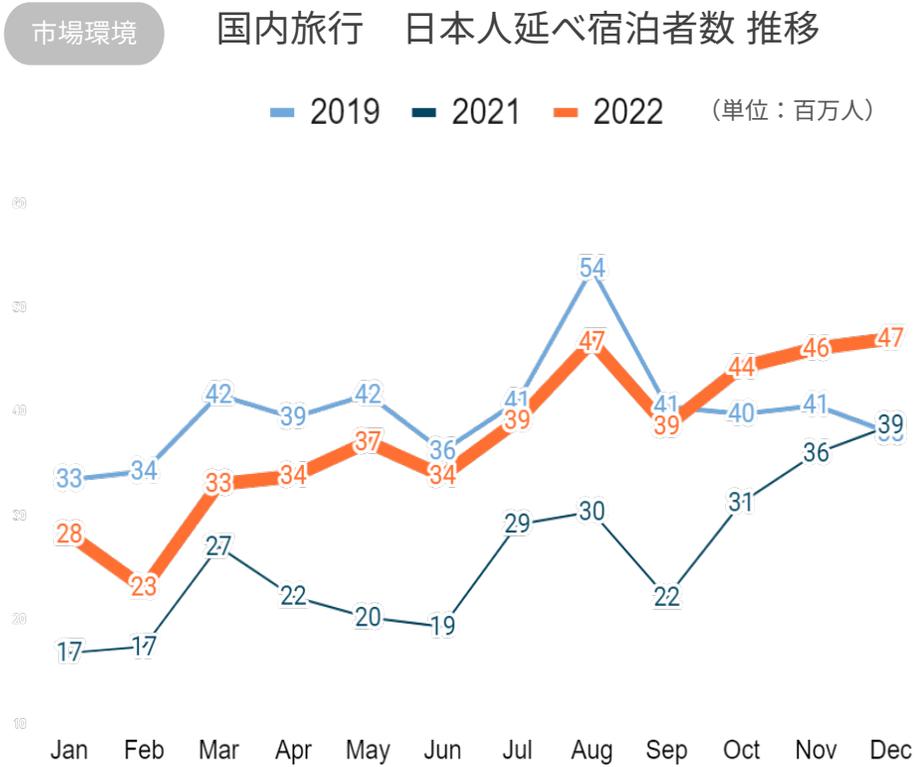
※出発+到着を1便とカウント

FY2023 国内旅行マーケット

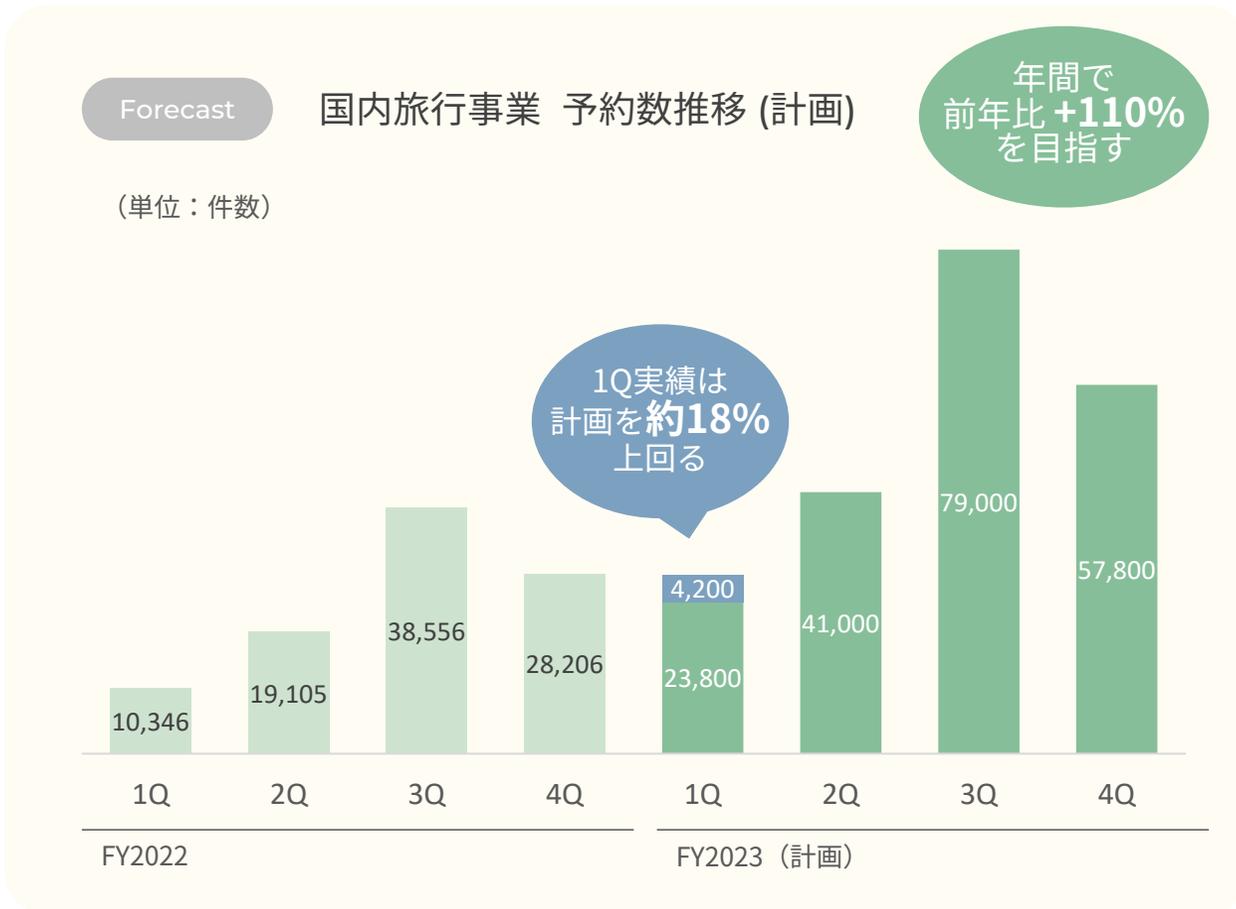


国内旅行市場においては、2022年末の段階で2019年の日本人宿泊者数を上回っており、今後、5類感染症への移行がなされることによる旅行者マインドの変化によっては、更なる増加を見込む

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



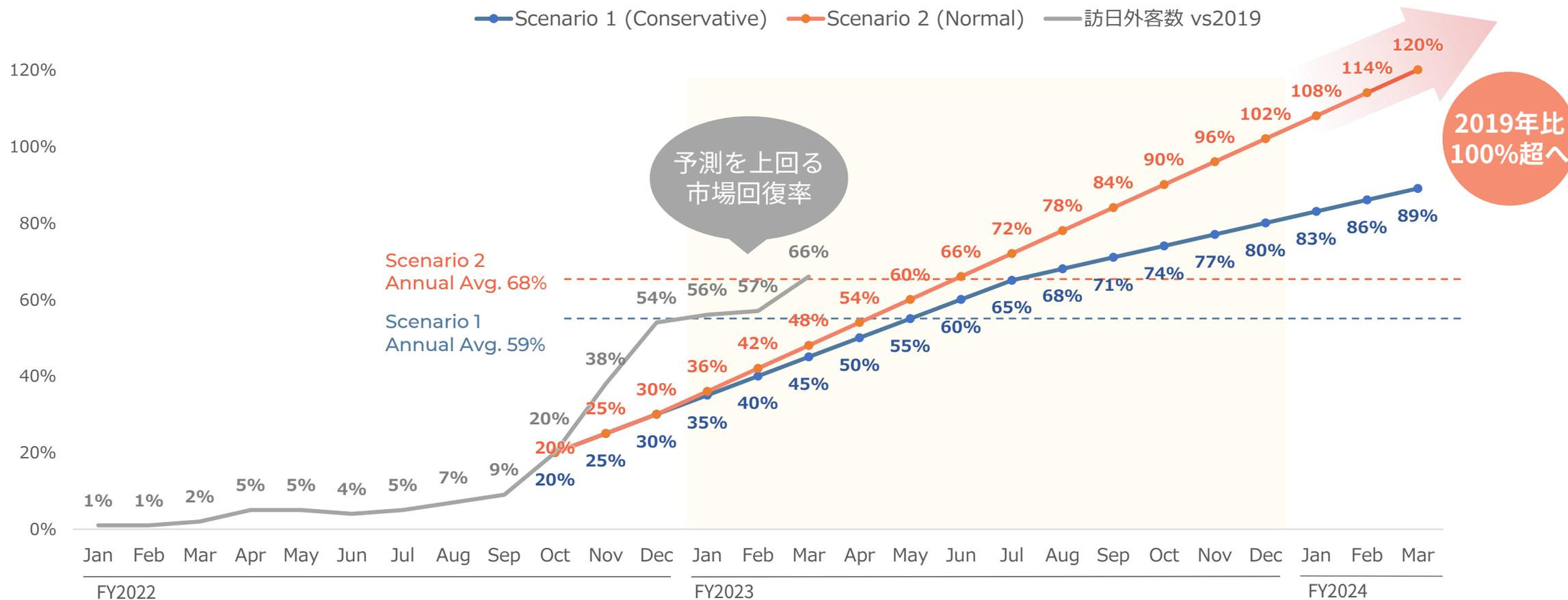
出典：観光庁 - 宿泊旅行統計調査 -



FY2023 インバウンドマーケット 市場回復予測



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。

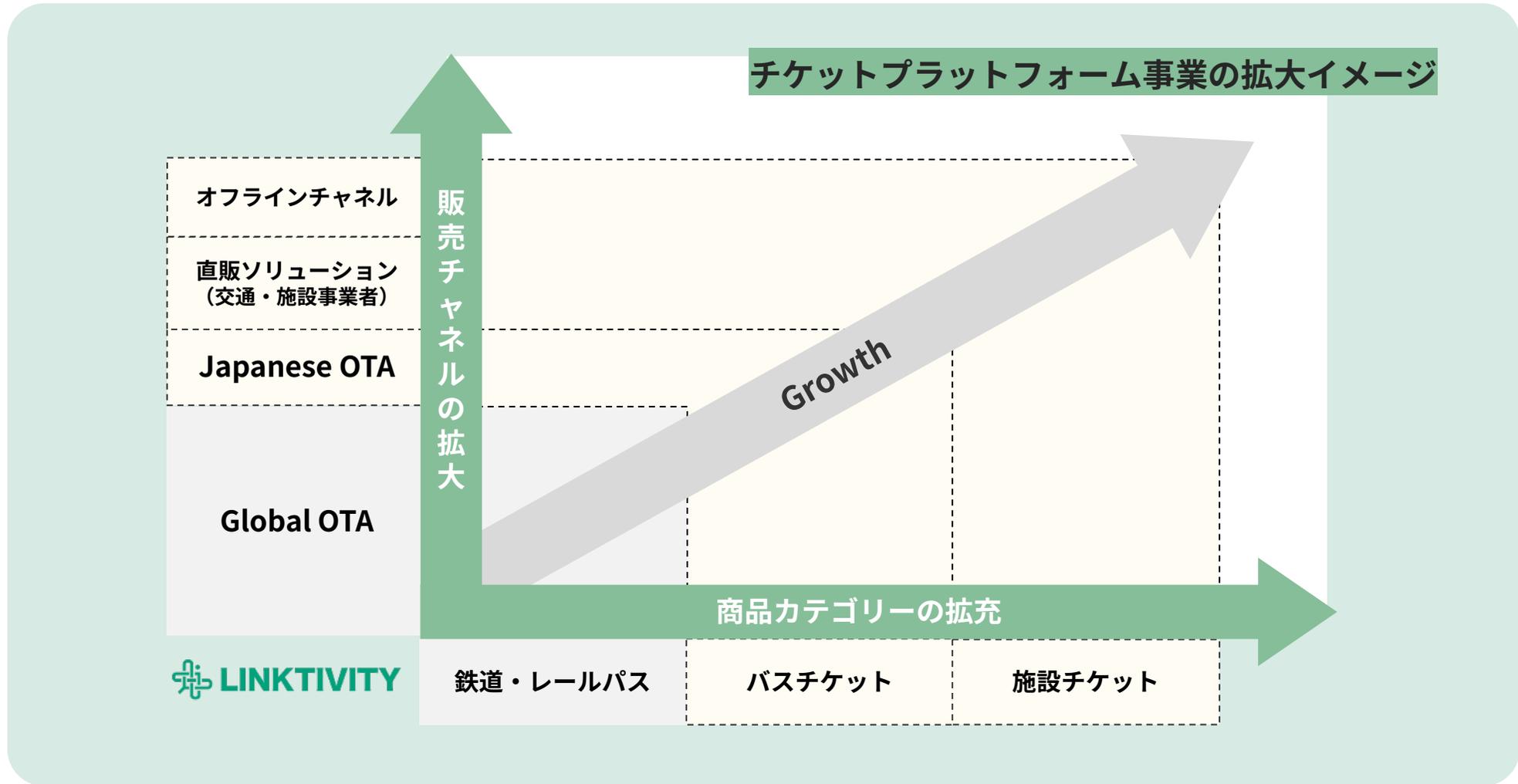


出典：日本政府観光局（JNTO）-2023年 訪日外客数-

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

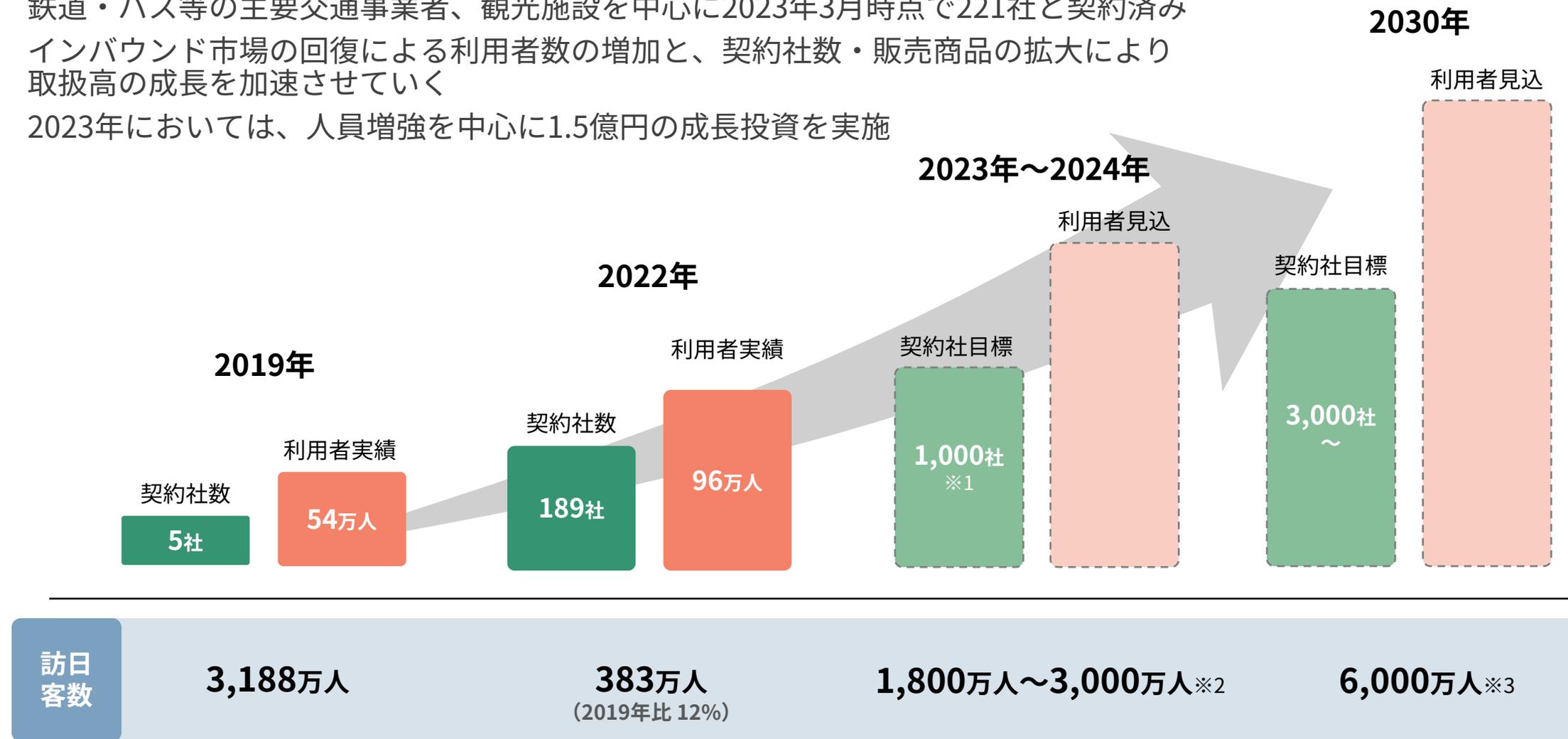


LINKTIVITY 事業成長



鉄道・バス等の主要交通事業者、観光施設を中心に2023年3月時点で221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
第1四半期計画に対して実績が上振れているものの、今後の旅行需要の回復については未だ流動的な部分もあること
から、現時点での業績予想の修正は実施しないと判断

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

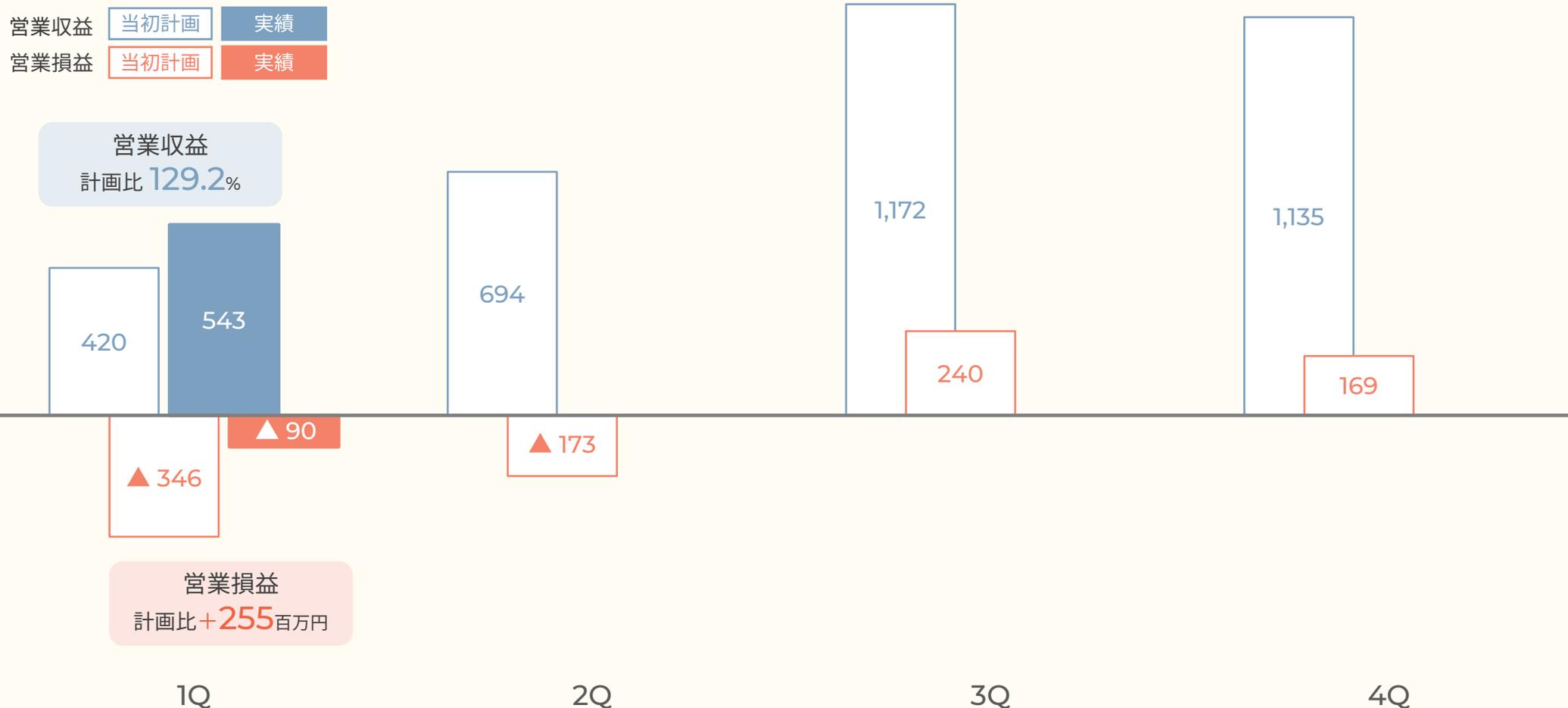
2023年12月期 四半期計画 進捗



営業収益は、当初計画の129.2%

営業損益は、当初計画より+255百万円と早期黒字化に向けて好発進。採用費用の一部未消化分が2Q以降に発生する見込み

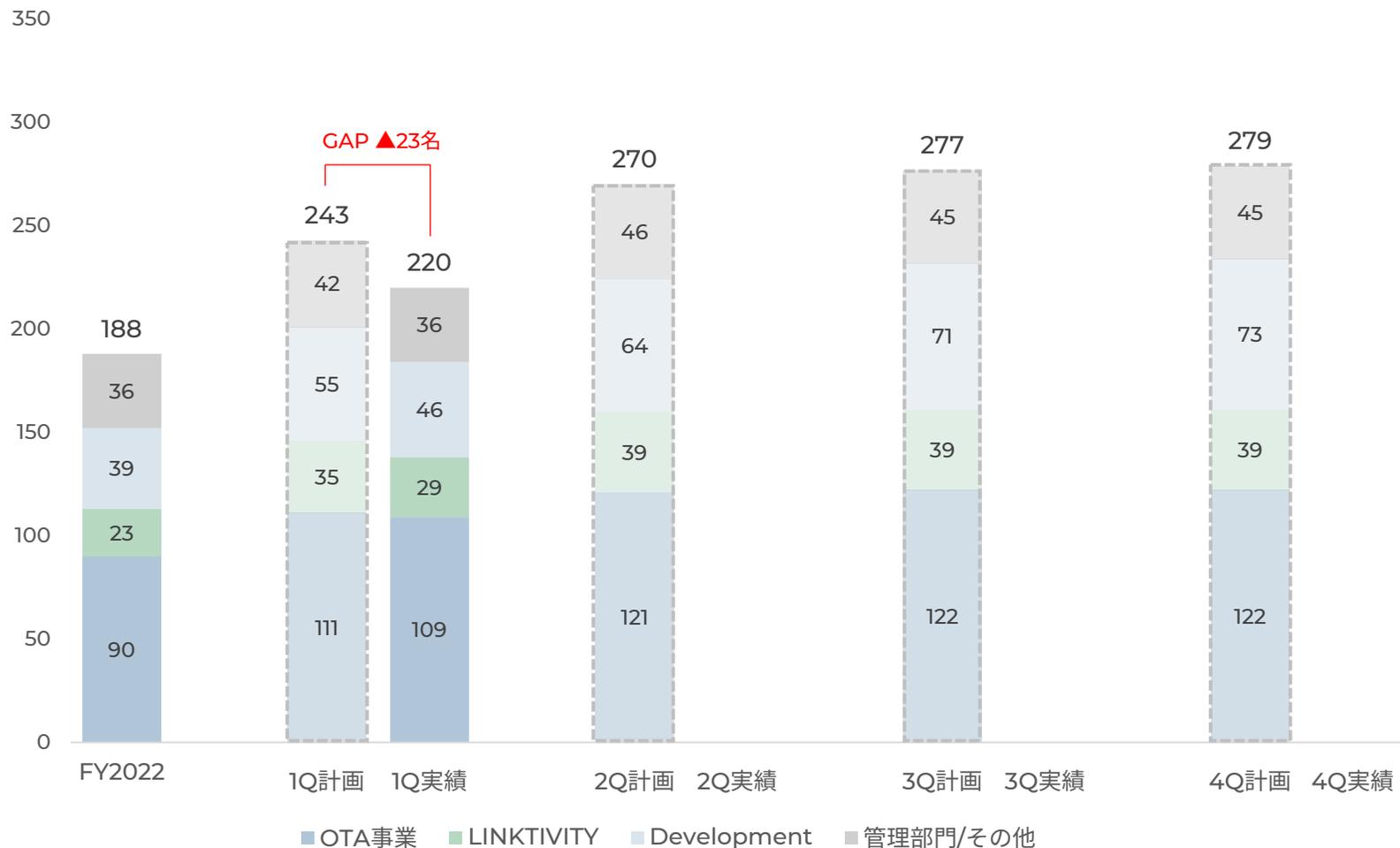
(単位：百万円)



人員計画 進捗



海外旅行事業の採用は順調に進捗。システム開発部門、リンクティビティの採用は遅れが生じており、2Q以降において、引き続き積極的な採用活動を実施



1Q時点採用実績

1Qにて32名を採用

OTAの事業は順調に進捗。開発部門 9名、リンクティビティ 6名の採用に遅れが生じており、全体では23名のビハインド



2Q以降採用計画

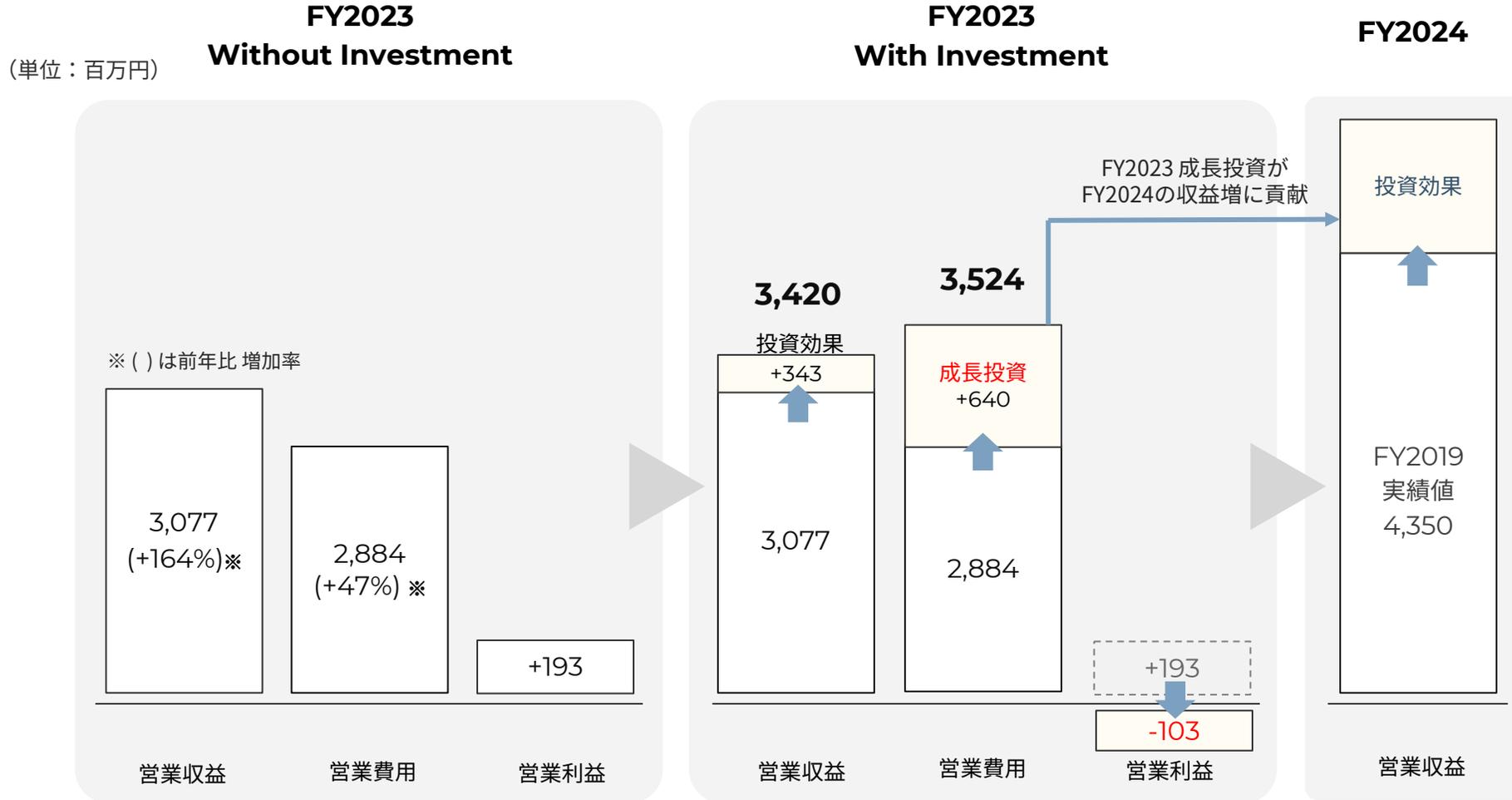
引き続き、計画に沿った採用活動を推進

1Qで未消化となった採用関連費用 約30百万円が2Q以降に発生する見込み

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



Appendix

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

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： 18億2,360万円（2023年3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 118名（162名）（ ）は臨時雇用含む
連結 170名（220名） 2023年3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	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

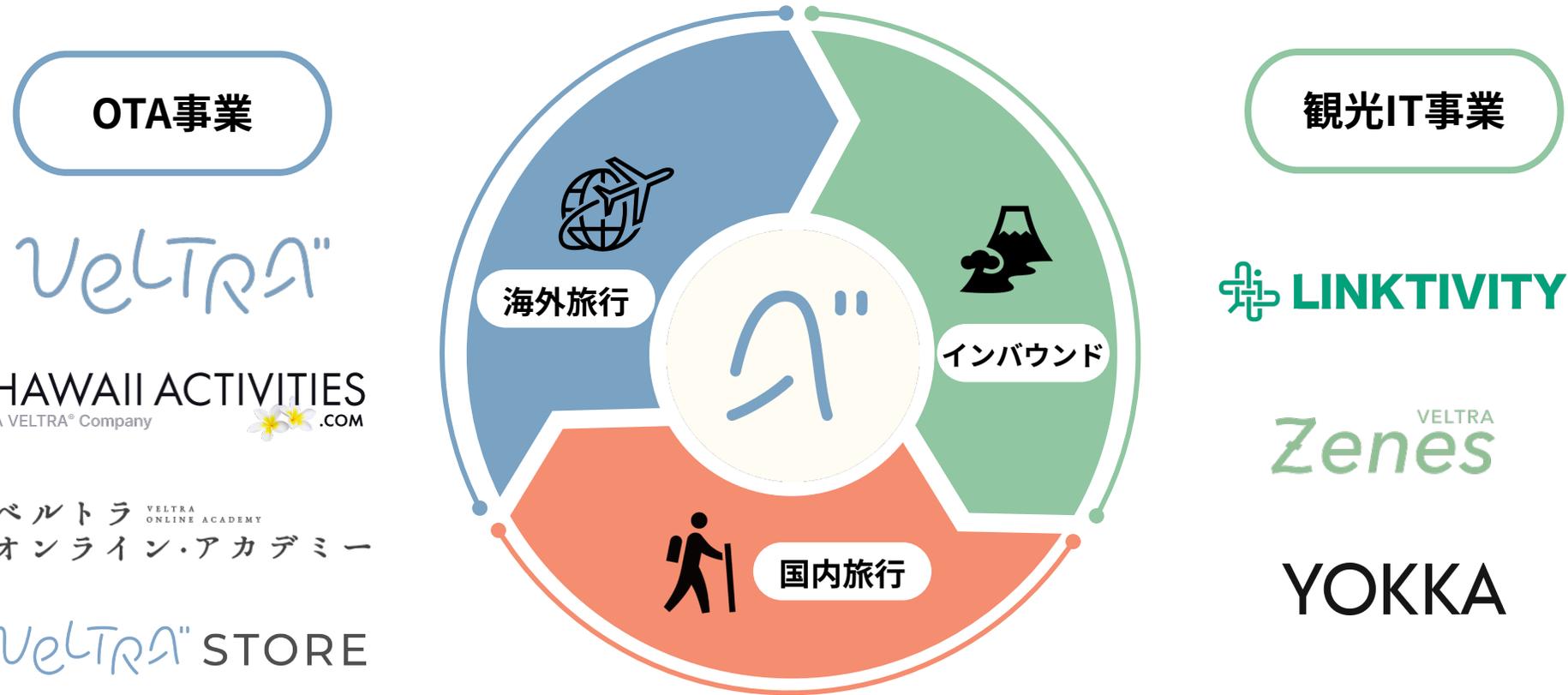


- 1991 マーケティング関連のコンサルティング業務としてアラン株式会社（現 ベルトラ株式会社）設立
- 2003 ゴルフ場予約専門サイト「GORA」事業を楽天（現「Rakuten GORA」）に営業譲渡
- 2004 アクティビティ専門サイト「Alan1.net」（現:VELTRA）の事業開始
「HawaiiActivities.com」を運営するWhite Publishing, Inc.（現：VELTRA Inc）の全株式を取得
- 2012 グローバル事業展開を目的にブランド名を「Alan 1.net」から「VELTRA」に商号を変更
社名もアラン株式会社からベルトラ株式会社へ変更
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、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。



「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。

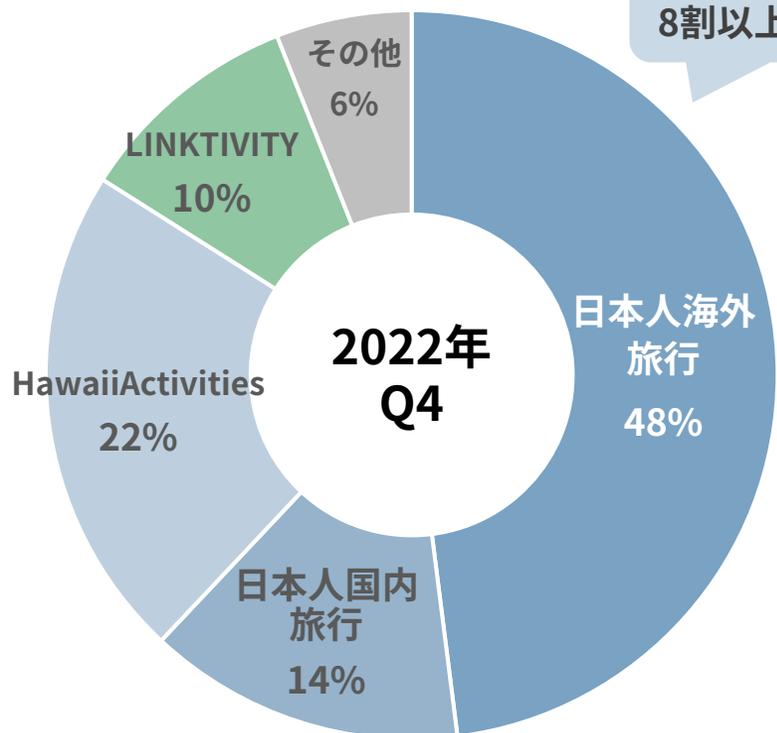
OTA事業		観光IT事業	
			
230万人 (YoY +12万人)	 会員数	8.5万人	利用者数 96万人 (YoY +75万人)
14,500種類 (YoY +1,600) 150カ国	 商品数 取り扱い国数	650種類 ハワイ全島	契約事業者数 183社 (YoY+93社)
7,000社 (YoY +1,200社)	 催行会社数	440社	販売事業者数 237社 (YoY +70社)
37万件	 体験談数	1.4万件	販売先国数 アジアを中心に 全世界で販売
日本人海外旅行 日本人国内旅行	 ターゲット市場	米国在住者のハワイ旅行	ターゲット市場 訪日インバウンド

事業別の収益と内訳 (2022年)



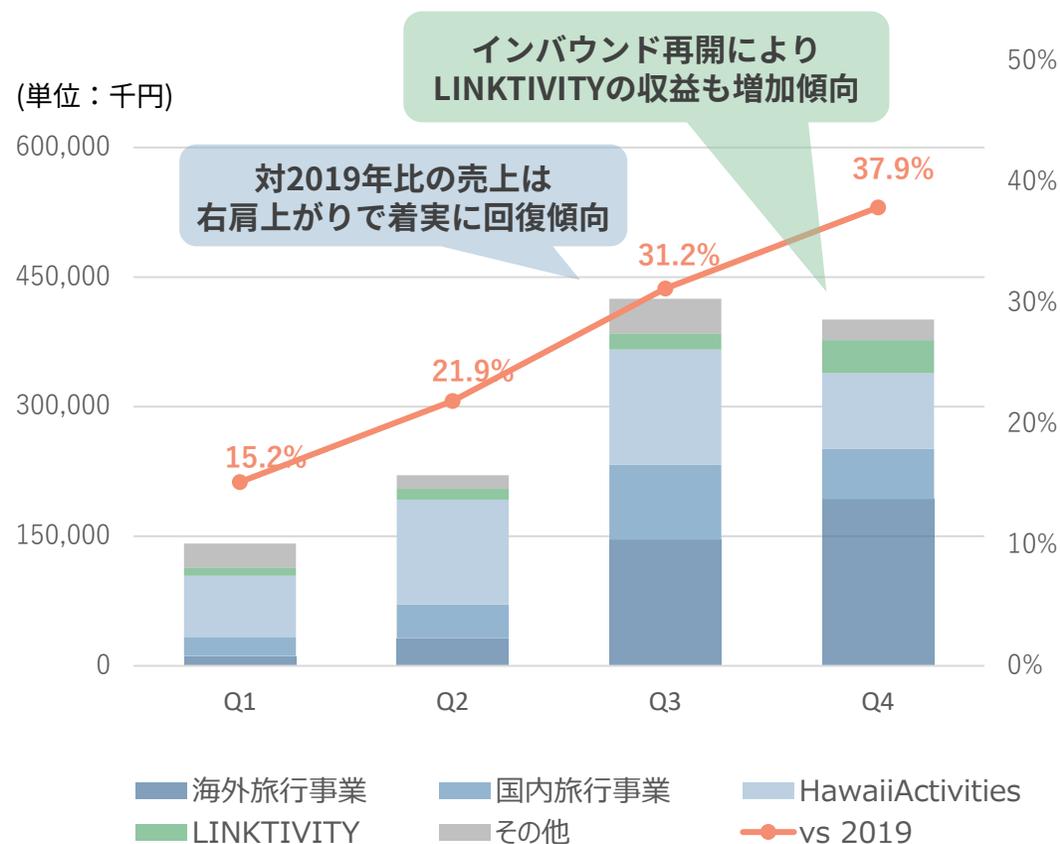
収益の8割以上を占めるOTA事業では日本人旅行市場のさらなる需要回復を見込む。訪日インバウンド市場をターゲットとする観光IT事業（LINKTIVITY）に大きな成長の余地あり。

事業別収益内訳



OTA事業が8割以上を占める

事業別売上推移

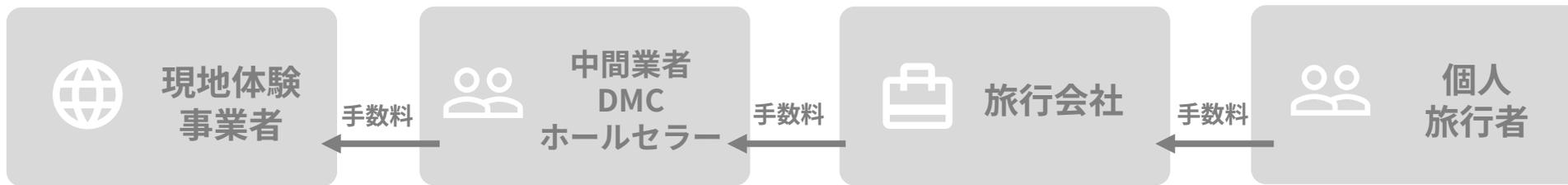


OTA事業：体験予約のサプライチェーンを変革



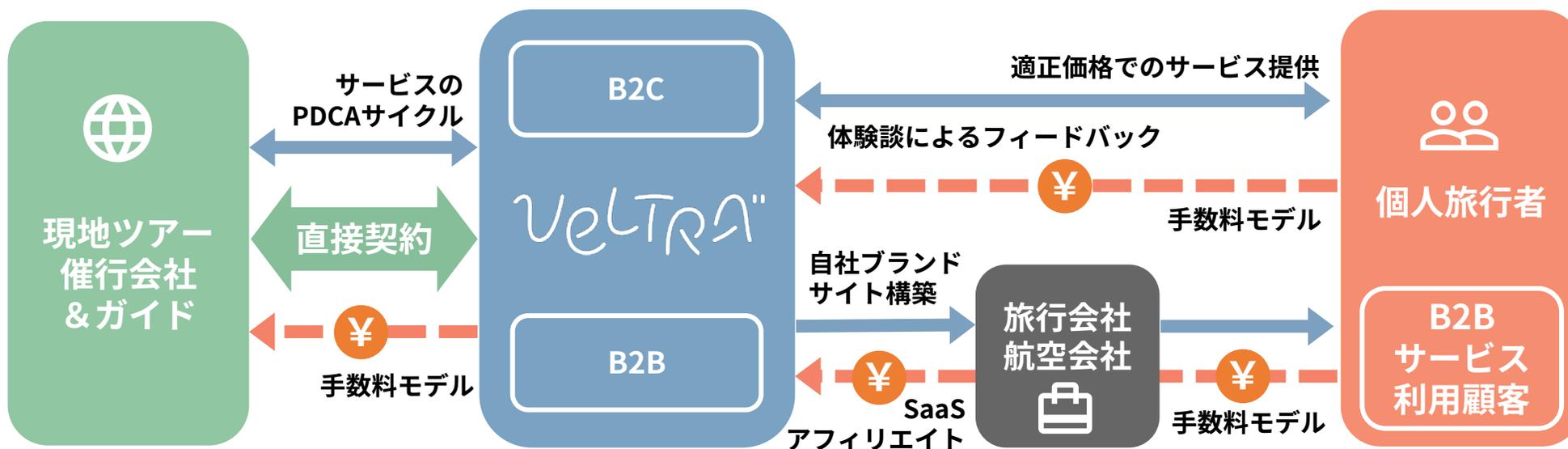
従来の体験予約

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。





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

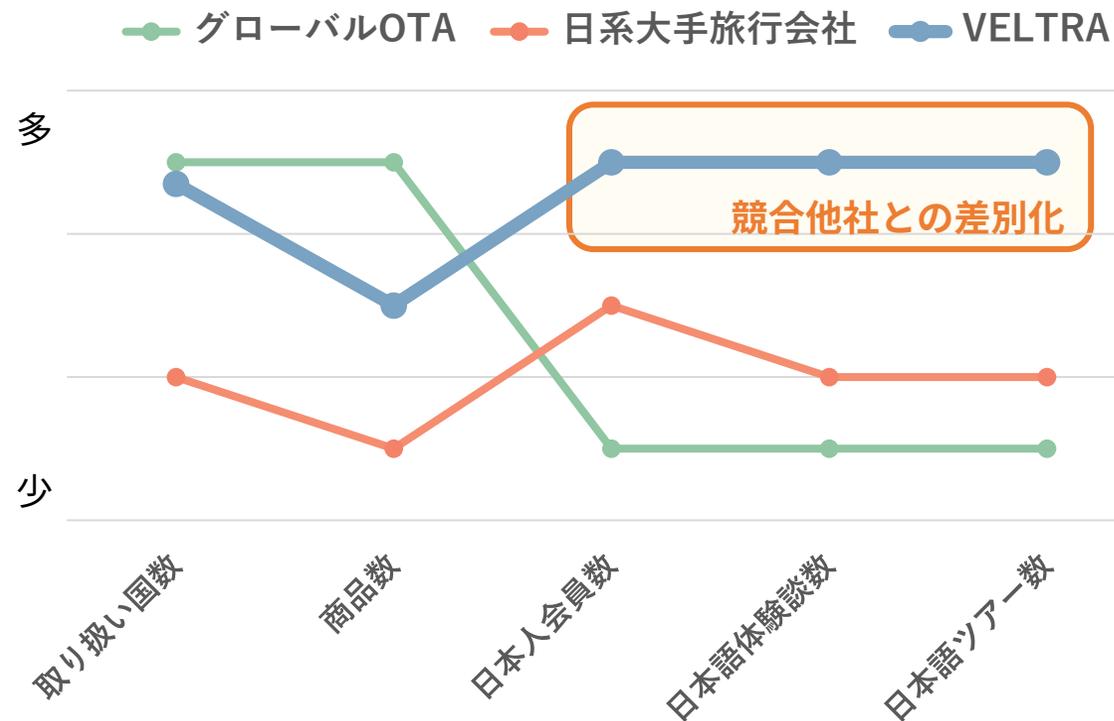


37万件以上の体験談



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)





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、他社との差別化に比べ顧客・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**

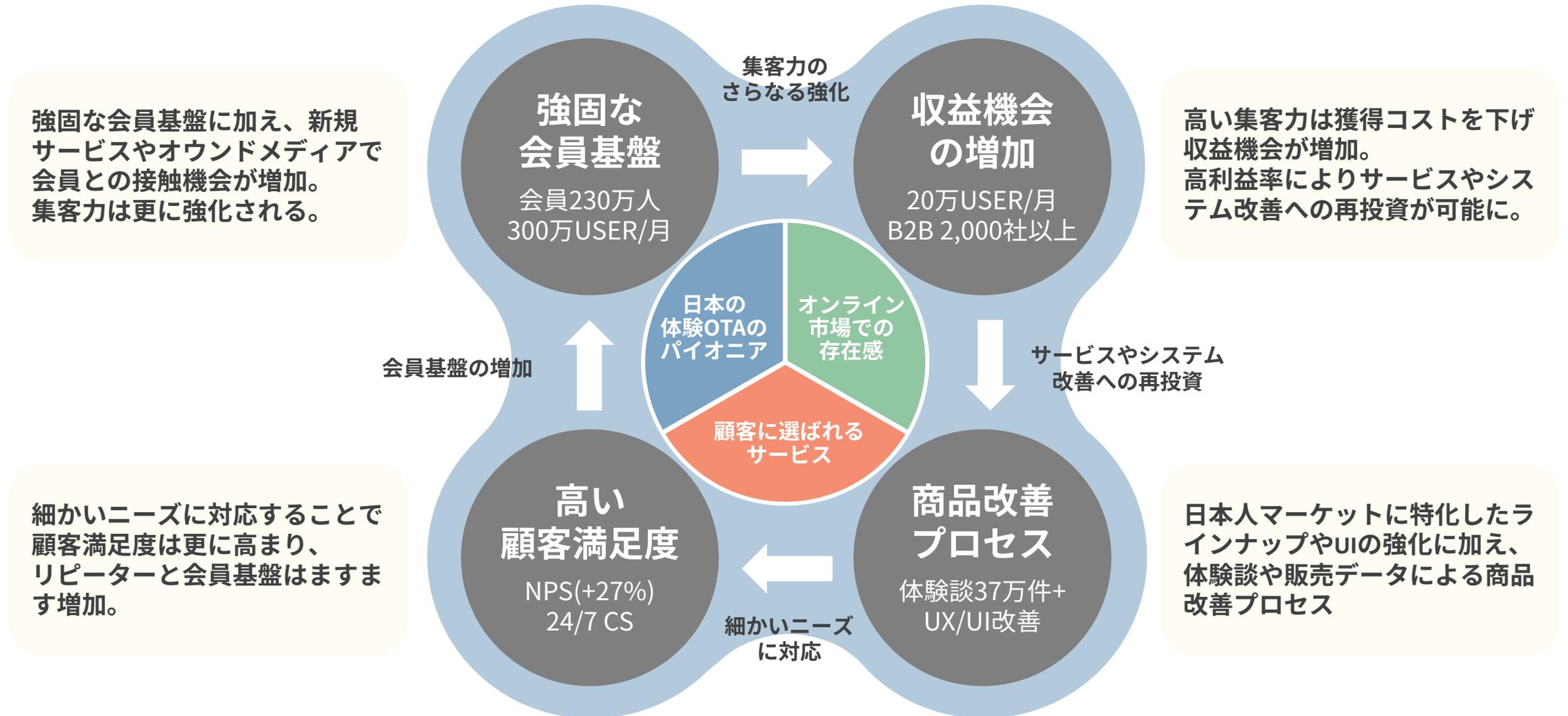


24/7のカスタマー
サポート体制

OTA事業：経営資源を高めるサイクル



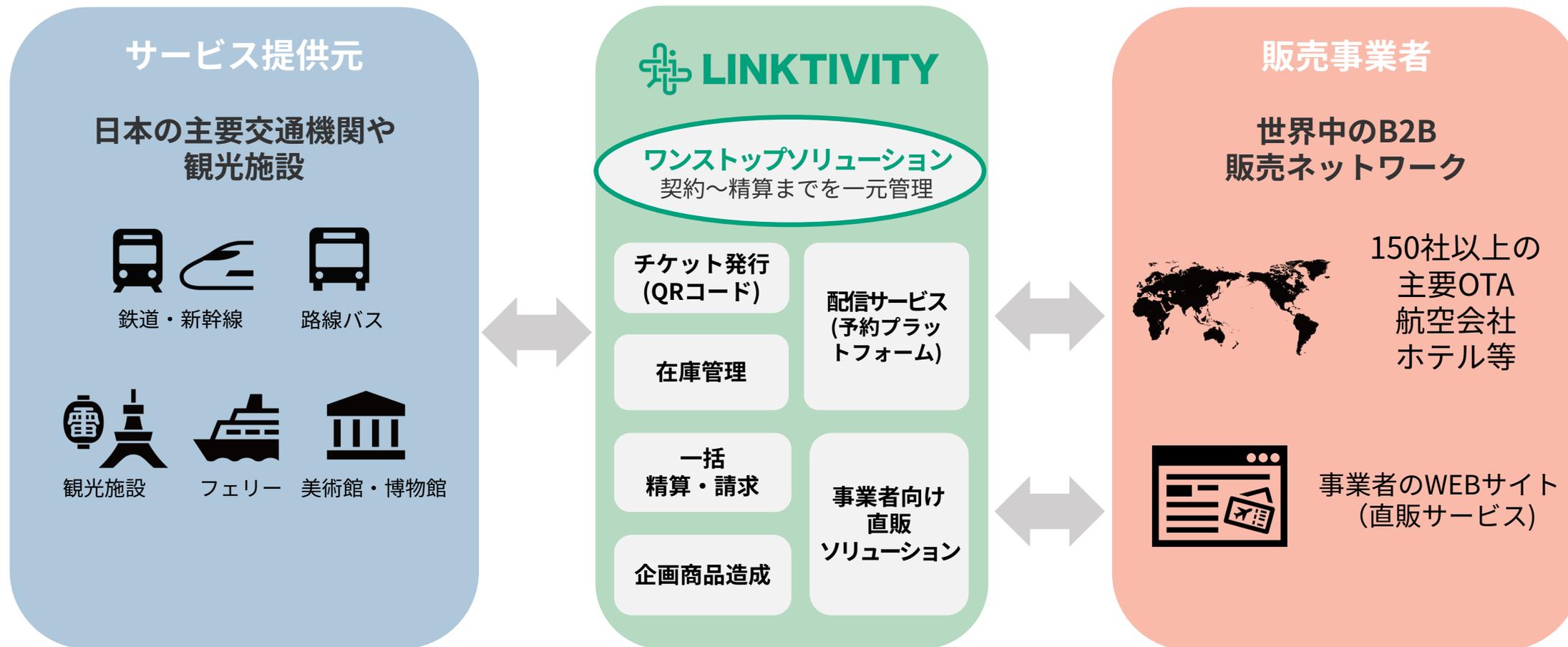
資源を活かすための再投資を行うことで新たな価値を生み出し、**更なるシェアの拡大と企業価値の最大化**を目指す。



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



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

人事施策「5つのエンゲージメント向上施策」の実施



多様化する働き方に応える各種人事施策の導入をすすめ、アフターコロナにおける社員のエンゲージメントとアウトプットの向上、そして観光市場の復活に備えた人材の確保と競争力の強化をはかる

5つのエンゲージメント向上施策

概要

給与水準の引き上げ

昨今の物価上昇および企業の競争力強化と持続的な成長を目的として、社員の基本給の引き上げ(ベースアップ)を決定

評価インセンティブの支給を再開

Pay for Performanceに基づき、成果を出した社員にはインセンティブ還元をすることで、社員のモチベーションアップと生産性の向上に繋げ、企業全体の競争力強化を目指す

「Work from Anywhere」の導入

国内外に広がる現地催行会社との連携強化や業務生産性の向上とともに、VELTRA福利厚生プログラムによるアクティビティ割引も併用することで、ワークライフバランスの充実に繋げる

女性が活躍する職場環境の整備

本年度からは男性社員への育児休業取得支援や、介護休業取得支援も強化へ

社員ネットワークによるリファerral制度の活用

退職した元社員、または社員の知人・友人からの紹介採用を積極的に実施

今後の展望

2023年6月にはフレキシブルオフィスを提供するWeWorkに本社機能を移転し、拠点にとらわれない多様性ある働き方を推し進め、業務効率と生産性の一層の向上をはかります。またDE&I(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン)の観点からも、研修や人事制度の導入などを積極的に検討し、女性のみならず外国人や障がいを持つ方々、性的指向等の違いにかかわらず全ての従業員が尊重され、多様な人材が活躍できる職場環境の整備を進めてまいります。

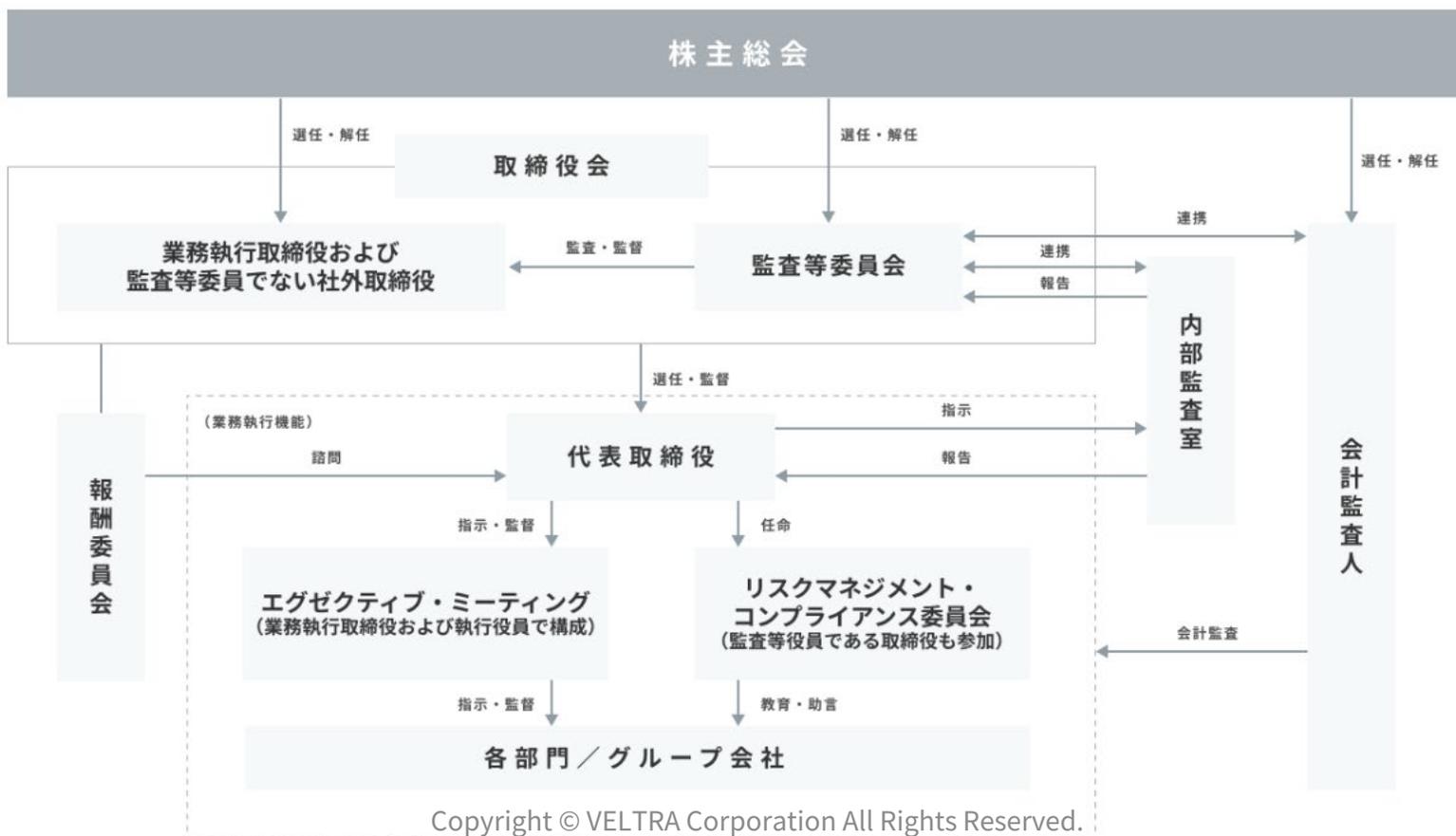
コーポレート・ガバナンス向上に向けた取り組み



監査等委員会設置会社への移行

- 目的
- ・取締役の職務執行の監査等を担う監査等委員を取締役会における議決権を有する構成員とすることにより、取締役会の監督機能を強化し、更なる監視体制の強化を通じてより一層のコーポレート・ガバナンスの充実を図る
 - ・取締役会が業務執行の決定権限を広く取締役に委任することが可能となることで、経営の意思決定の迅速化を図り、更なる企業価値の向上を図る

コーポレート・ガバナンス体制図





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>

