

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

YOKKA

VELTRA Zenes

「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			
VELTRA		HAWAII ACTIVITIES A VELTRA Company .COM		LINKTIVITY	
250万人 (YoY +32万人)		会員数	20万人	利用者数	—
19,000種類 (YoY +3,600) 150カ国		商品数 取り扱い国数	780種類 ハワイ全島	契約事業者数	441社 (YoY+252社)
8,000社 (YoY +600社)		催行会社会数	440社	販売事業者数	348社 (YoY +75社)
40万件		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

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年よりスタート。2022年より「**VELTRA STORE**」として商品領域の拡大を図りサービス強化中。

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

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。



700+
Products



30+
Countries



100+
Partners



24,000+
Orders/Year

※すべて2024年3月現在の数値

観光メディア事業

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

VELTRA lite

世界の観光地のリアルな「今」を届ける情報発信サービス

Colonier.

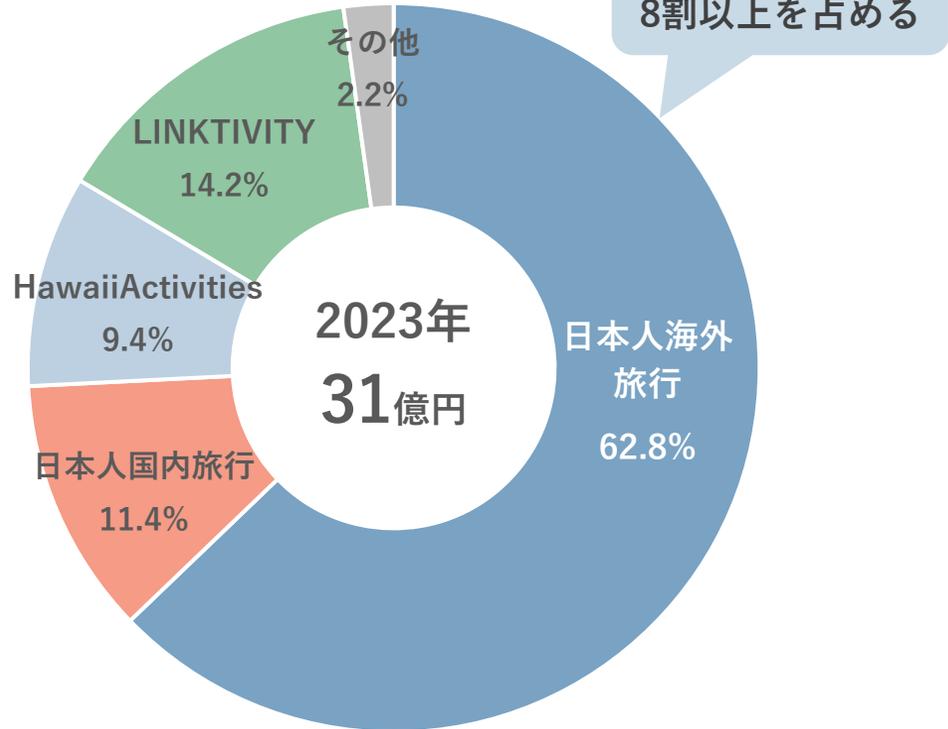
ツアーガイドと旅行者を繋ぎ、新たな旅のスタイルを提案



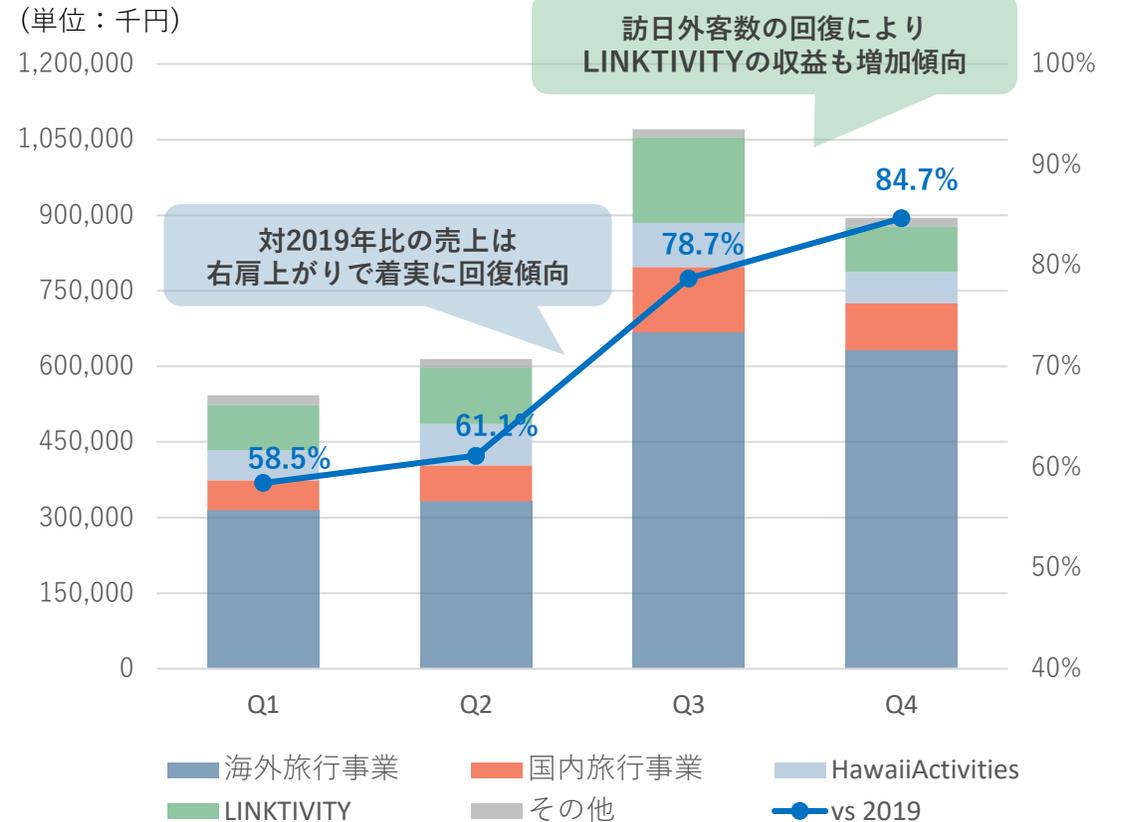
事業別の収益と内訳 (2023年)

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



事業別売上推移

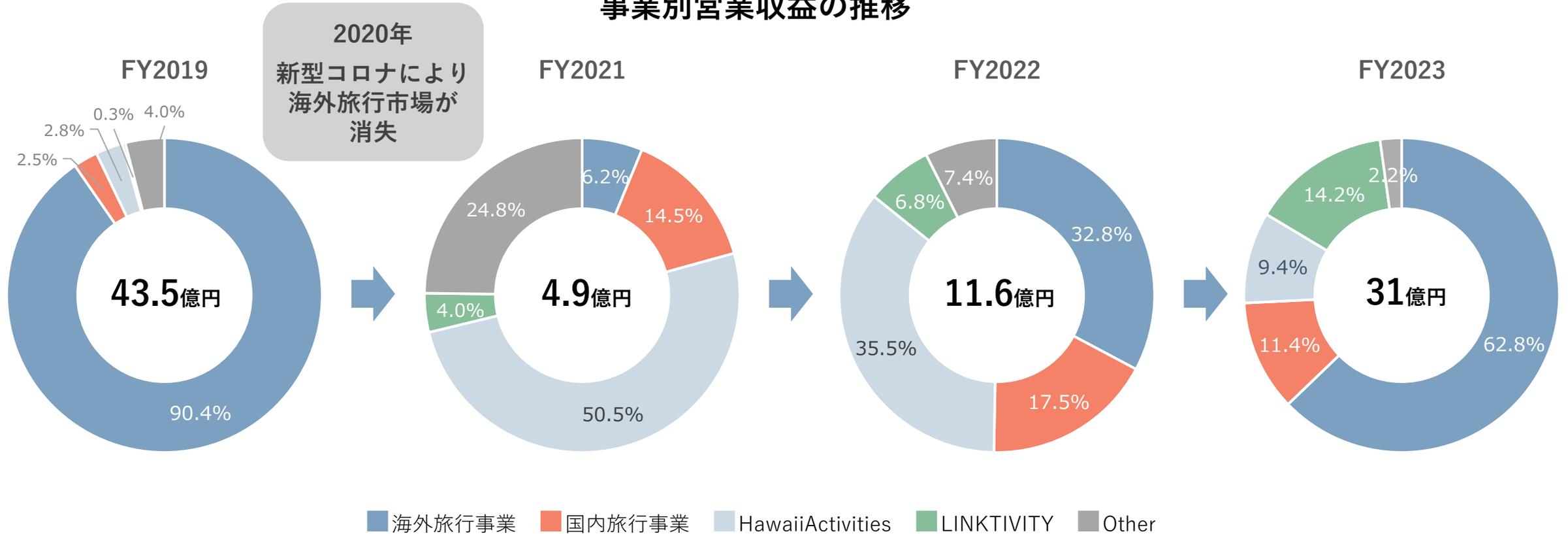




ビジネスポートフォリオの拡張

2020年の新型コロナ流行により海外旅行マーケットが消失したことを機に事業ポートフォリオを再構築。国内旅行や観光IT事業（LINKTIVITY）も拡大傾向にあり、全体収益は大幅に改善中。

事業別営業収益の推移

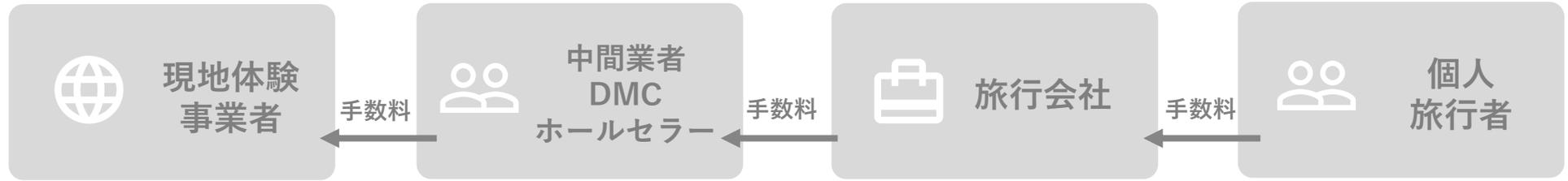




【OTA事業】 体験予約のサプライチェーンを変革

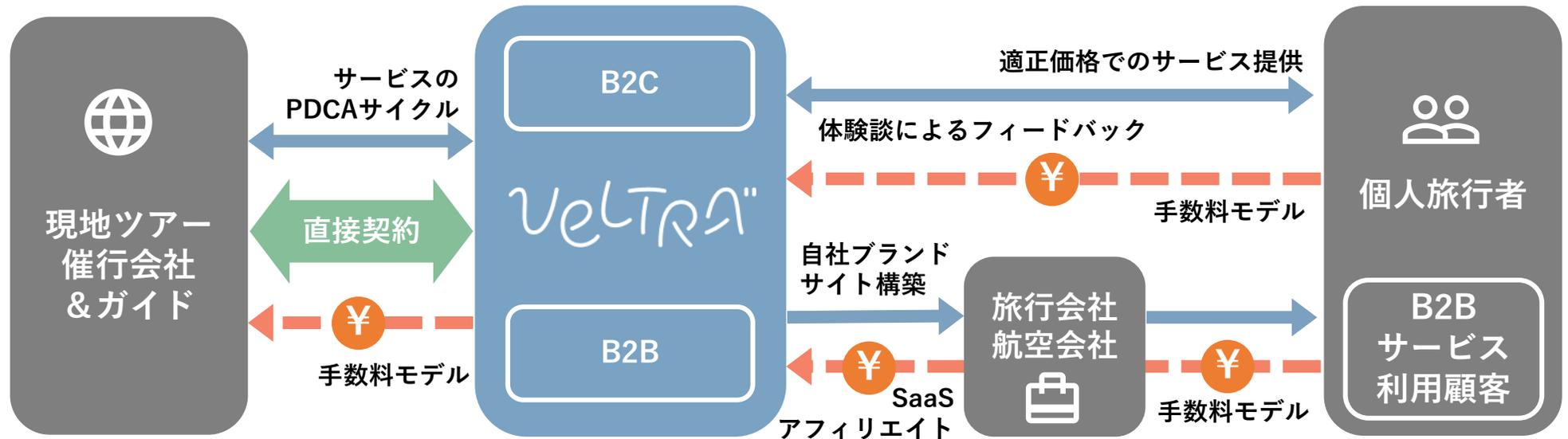
従来の体験予約

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。





【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

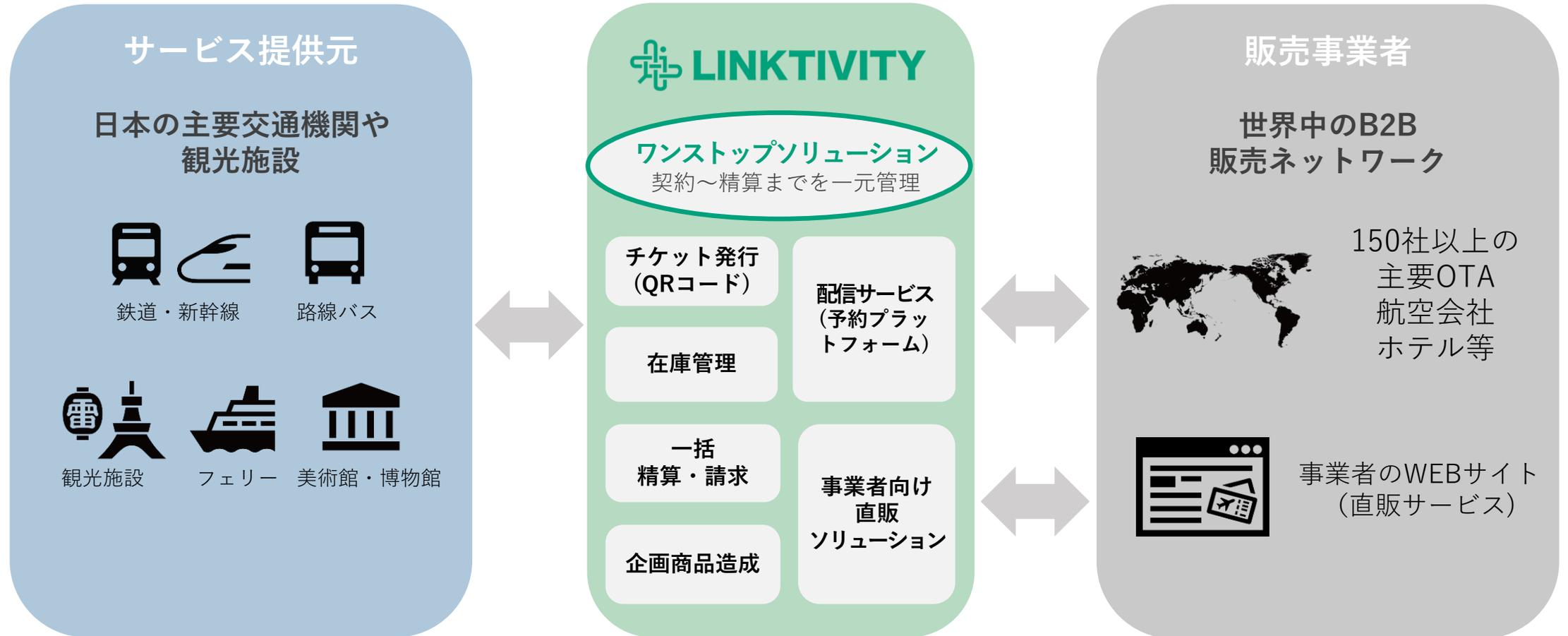
3. 販売のための独自のインフラを構築

- 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。

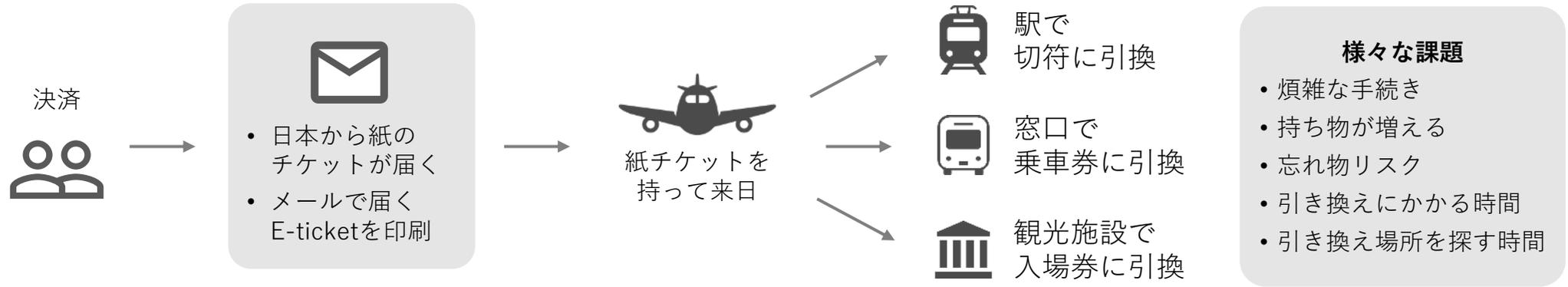




【観光IT事業】 LINKTIVITYで変わる訪日旅行・国内旅行

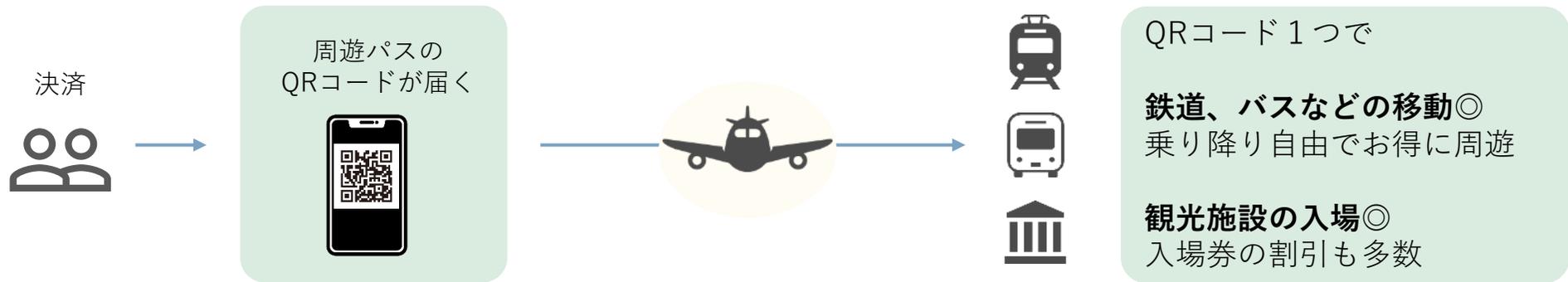
これまでの訪日旅行

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

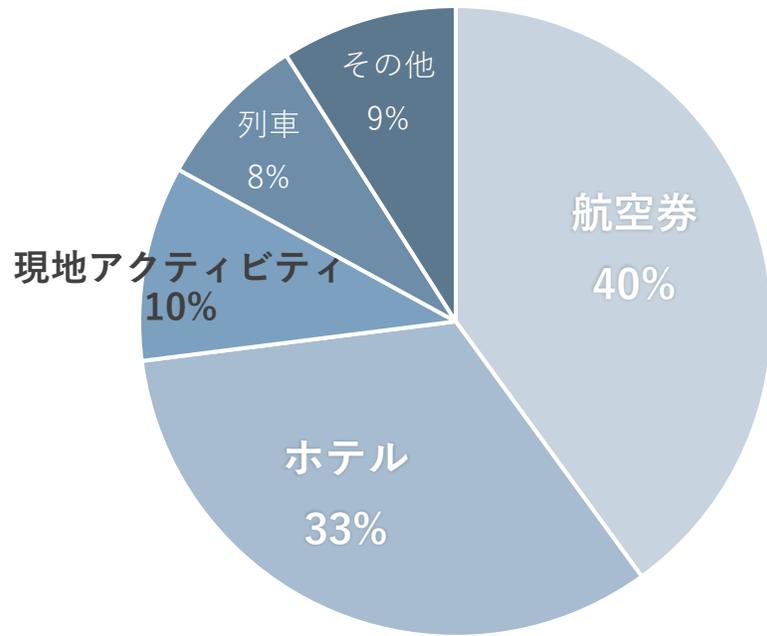
5. 進捗状況

6. リスク情報



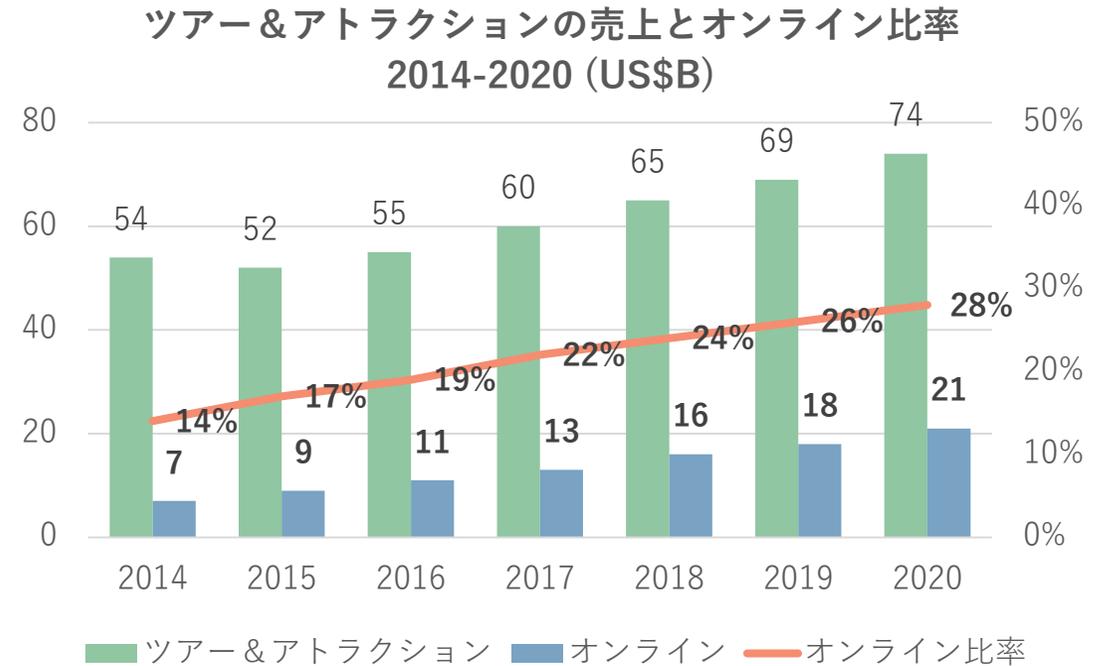
【OTA事業】 ターゲット市場の成長可能性

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。



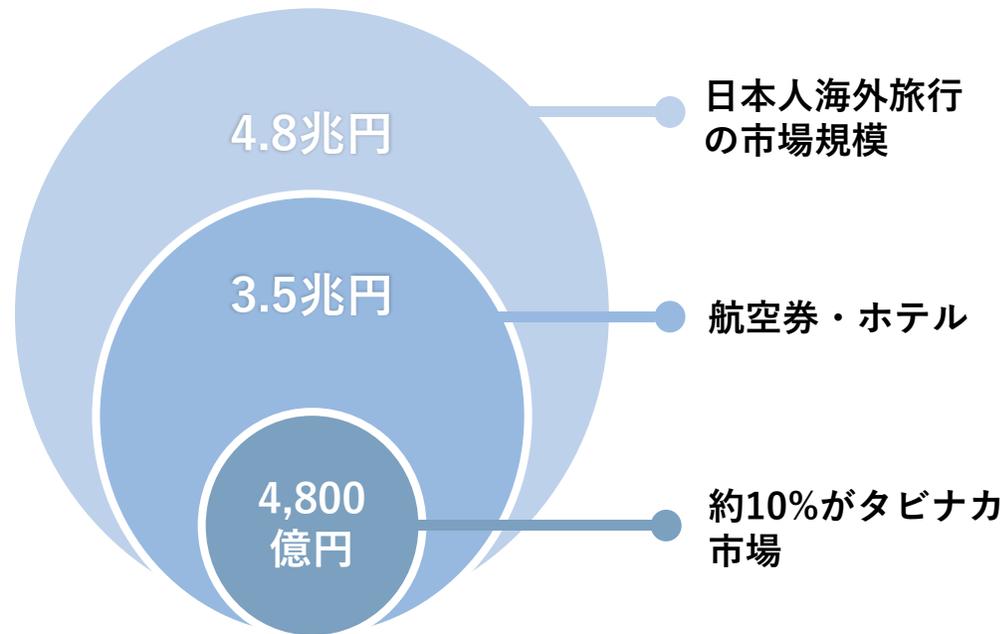
Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017 ※2017-20は推定値



【OTA事業】 ターゲット市場の規模

日本人海外旅行

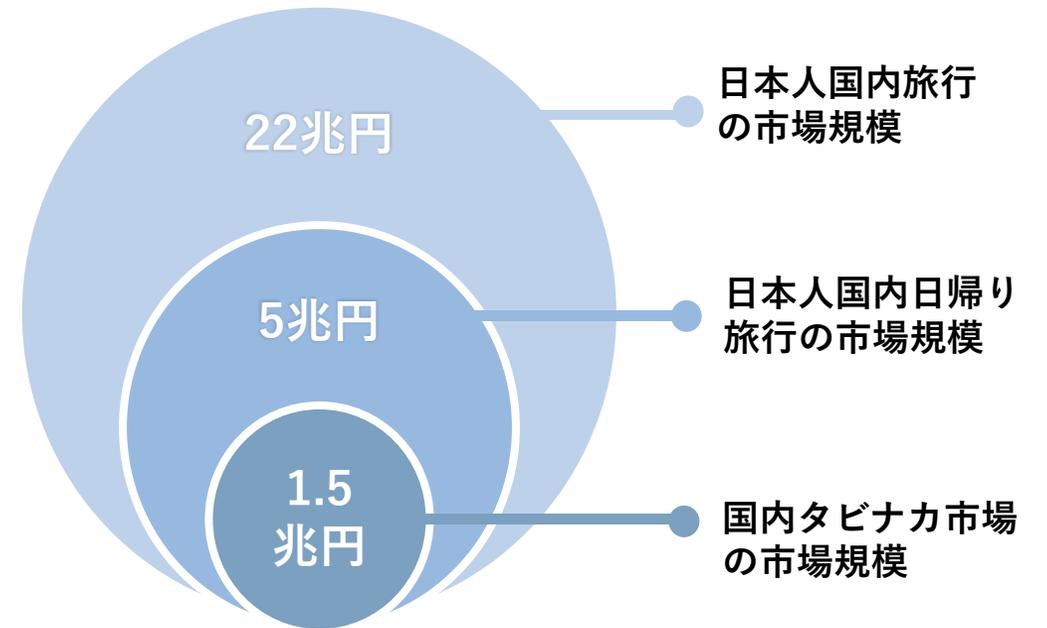
日本人海外旅行の市場規模約4.8兆円(2019年)のうち、**約10% (4,800億円)** を旅ナカの市場規模と当社にて想定。



※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。

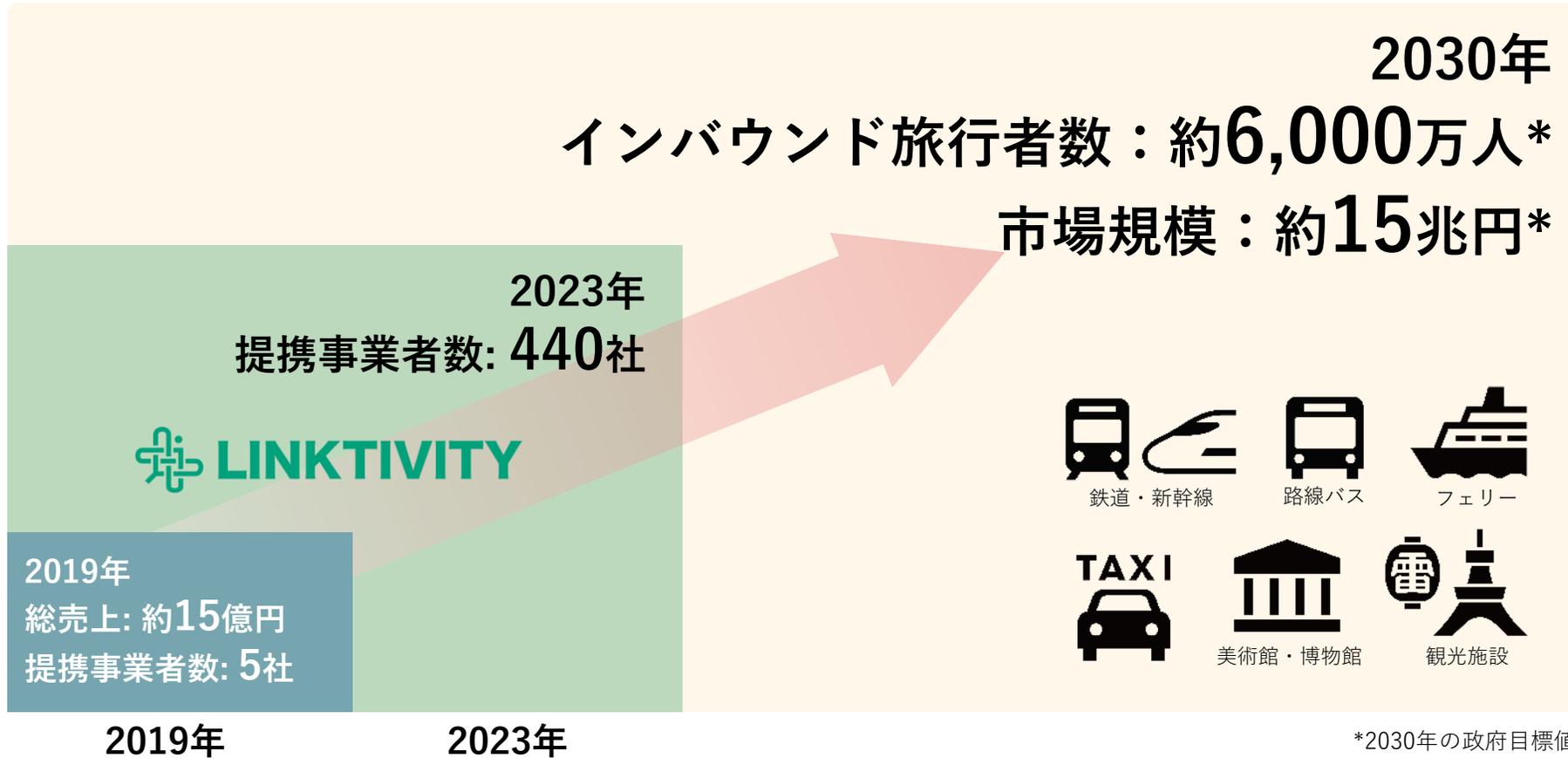


旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書(観光庁調べ)



【観光IT事業】 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。





2024年 市場回復率の見通し (vs2019)

各マーケットの市場回復予想を下記のとおり想定。2024年事業計画は回復予想の下限値を前提に設定。

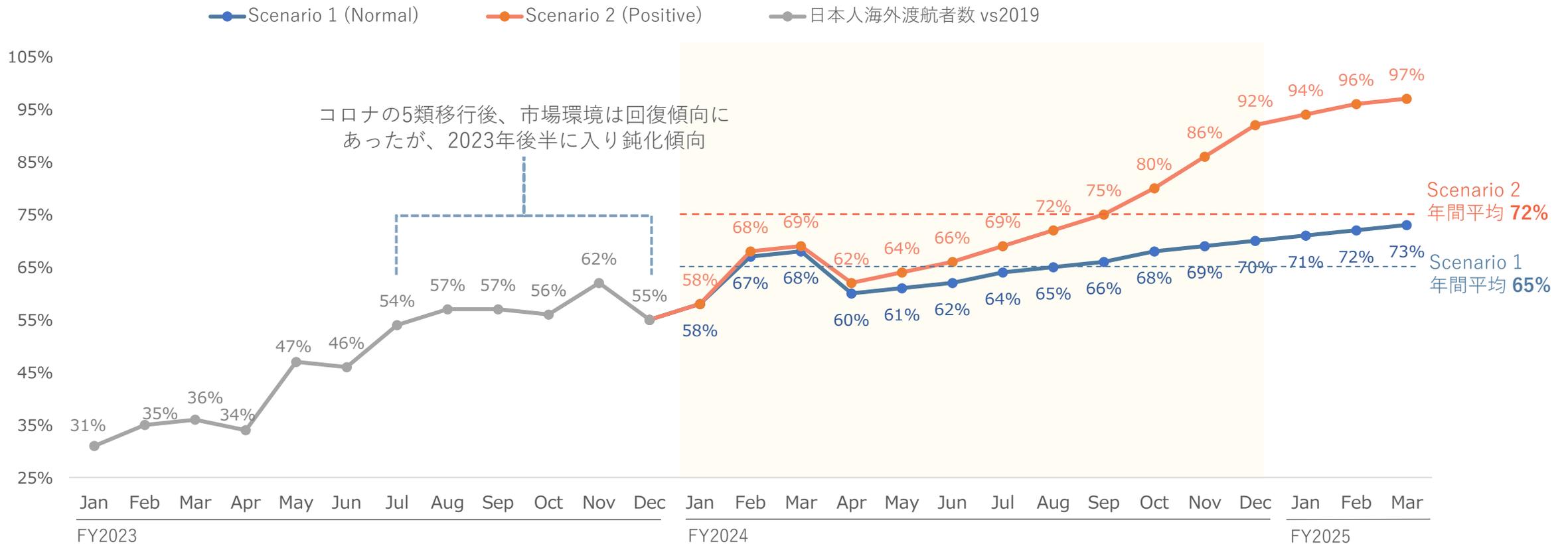
	Market		FY2022	FY2023	FY2024
	海外旅行マーケット	VELTRA	13%	48%	65%
OTA事業	国内旅行マーケット	VELTRA	90%	100%	100%
	グローバルマーケット	HAWAII ACTIVITIES A VELTRA® Company .COM	90%	100%	100%
観光IT事業	インバウンドマーケット	LINKTIVITY	8%	78%	110%



【OTA事業】日本人海外旅行マーケット FY2024 市場回復予測

国内旅行市場についてはコロナ禍の回復期は終了。外部環境の影響が無く、旅行者数は昨年とほぼ同水準

海外旅行市場は、コロナの影響はゼロであるが、円安や燃料価格上昇などから回復はある程度長期化を予想し、保守的なシナリオ **Scenario 1**（年平均**65%**回復）をベースにサービス拡大やマーケティング施策による効果で売上計画を策定
外部環境の好転によっては **Scenario 2**（年平均 約**72%**の回復率）も想定



出典：日本政府観光局（JNTO）-2023年 出国日本人数 -



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



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

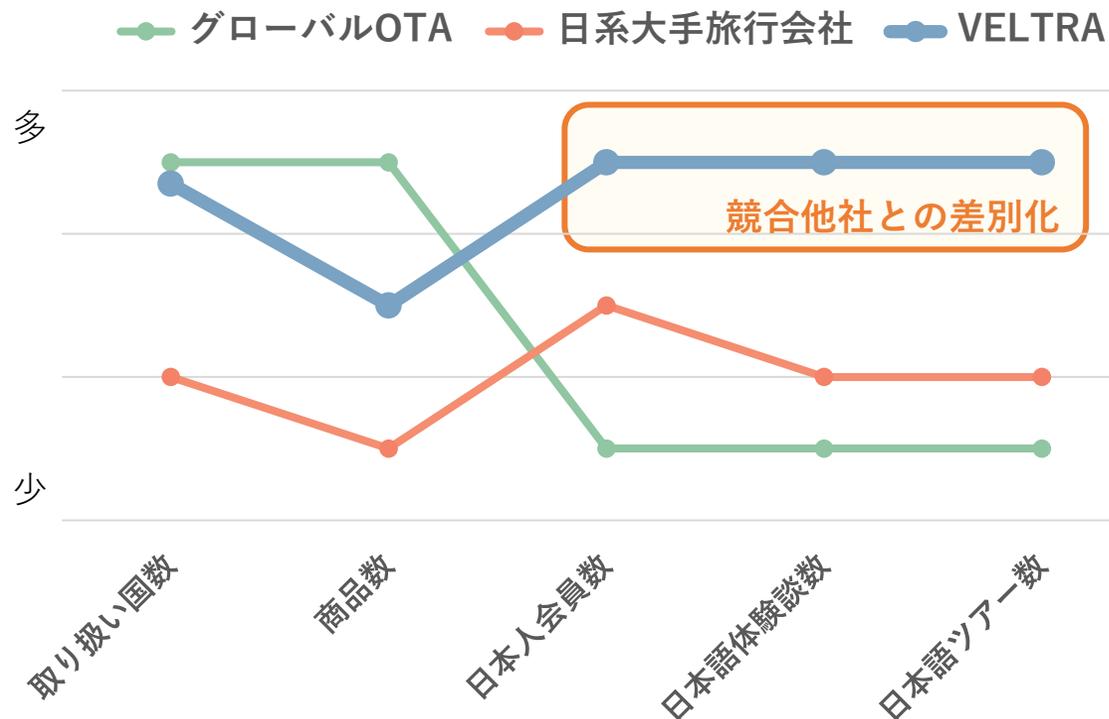


37万件以上の体験談



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**

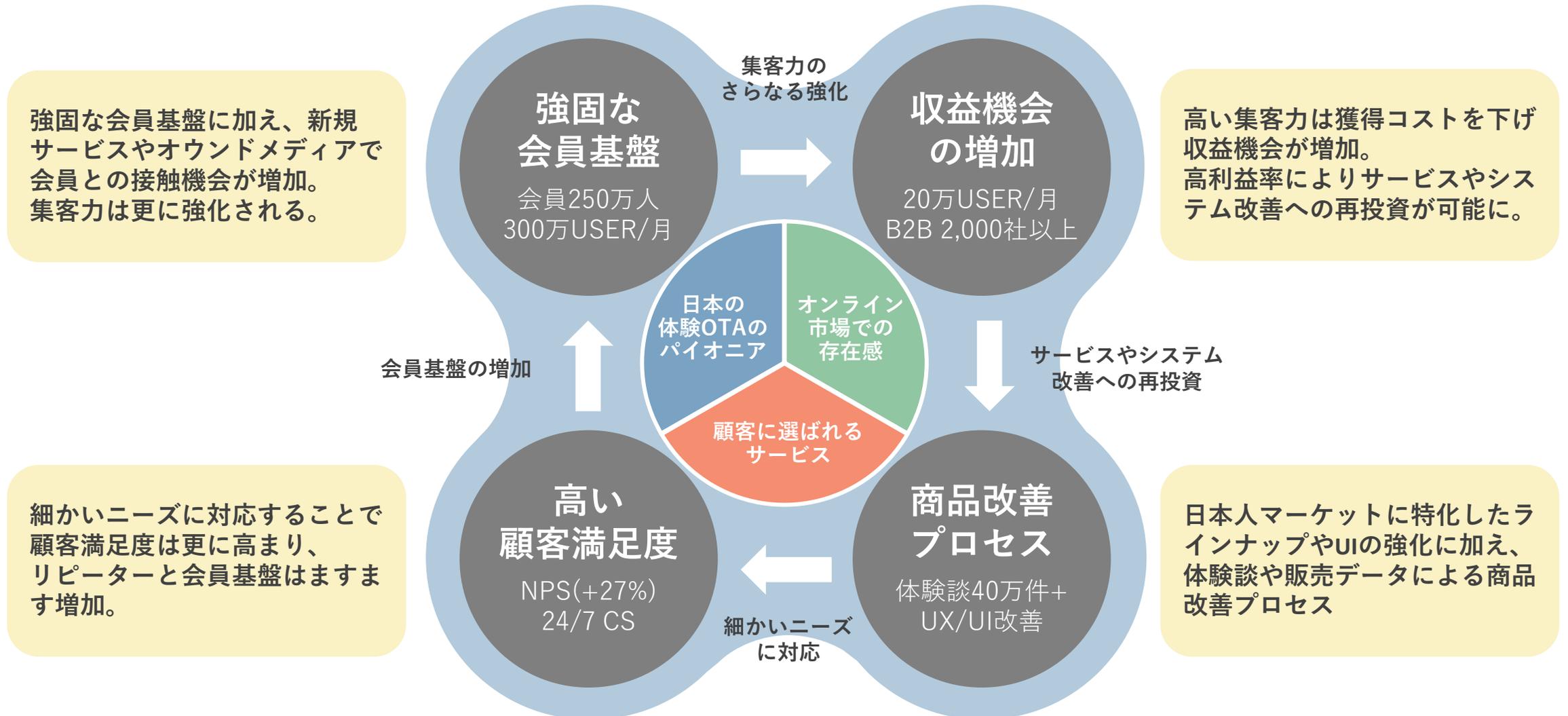


24/7のカスタマー
サポート体制

【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





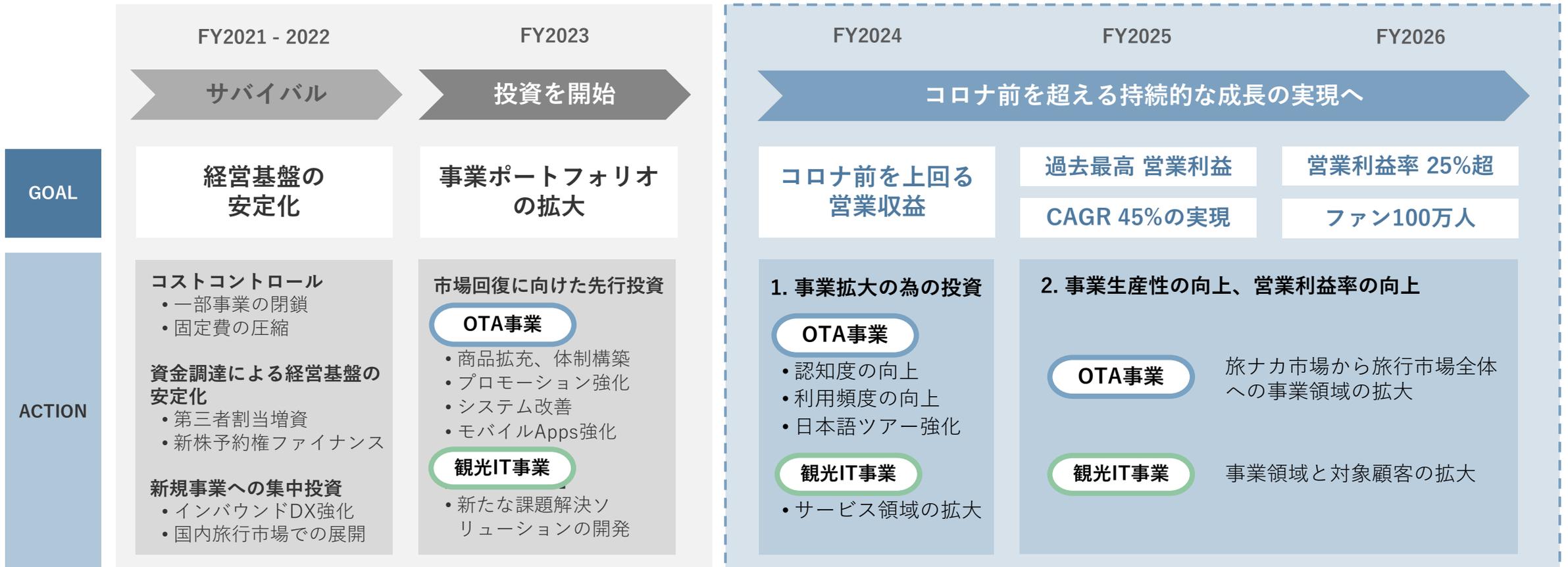
Index

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



「サバイバル」から「サステナブルな成長」へ

コロナ禍のサバイバルフェーズ、コロナ明けの刈取りに向け様々な投資を実行
2024年以降は**投資とベルトラ史上最高利益の更新を両立させ、新たな収益源を確立**することでサステナブルな成長を目指す



※次回の本資料の開示については、2025年3月中旬までの実施を予定しております。



1. 事業拡大の為の投資 (FY2024)

中長期的な事業成長及び企業価値向上を実現するために下記の投資を実施

2025年以降の収益拡大の基盤を作りながら、今後の生産性向上のための施策を実施していく

投資項目	投資額 (単位：百万円)	投資内容	投資効果
OTA事業			
認知度の向上	450	認知向上施策の実施 (サービス、ブランド)	認知度 +10% 集客のための広告費用を低減
利用頻度及び利用機会の向上	120	商品バリエーションの拡大 AppsのDL促進&機能改善	1旅行当たりの利用回数増加
日本語ツアーの強化	50	JTBとの連携強化	競合優位性の維持、拡大
事業生産性向上	60	AI活用によるコンテンツ作成の 自動化	営業利益率の向上
観光IT事業 (LINKTIVITY)			
新たなソリューション開発による 事業領域の拡大	100	QR改札認証システム、施設入退 場管理システム等の事業構築	新たな収益源の確立
TOTAL	780		

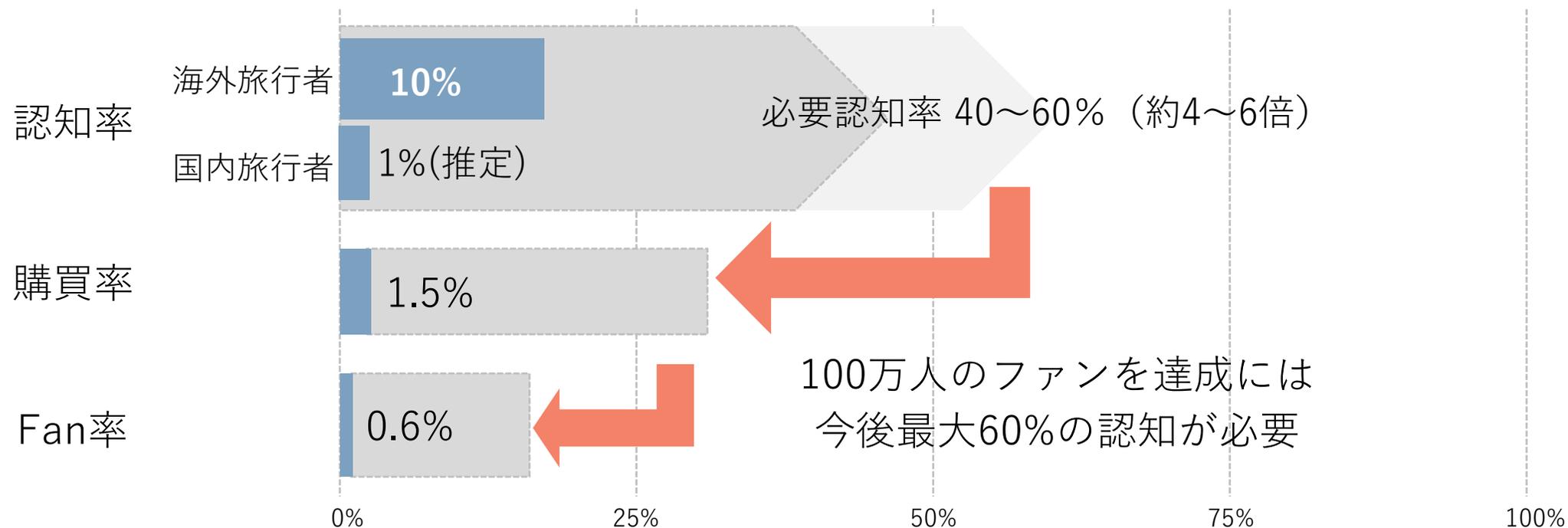
【OTA事業】 認知度の向上



ベルトラの顧客対象者は年齢層・地域ともに幅広いが、コロナ以前から認知度が低く、今後の成長のため認知度向上は重要な取り組みであり、海外旅行だけでなく後発の国内旅行での認知度向上を図る

2019年に実施した海外旅行経験者アンケートではベルトラのサービス知るユーザーは全体の10%しかなくポテンシャルは高い

今期は日本人旅行者の**20%程度 (+10%) の認知度向上**を目指す



出典：2019年度認知度調査と過去の当社予約データより算出

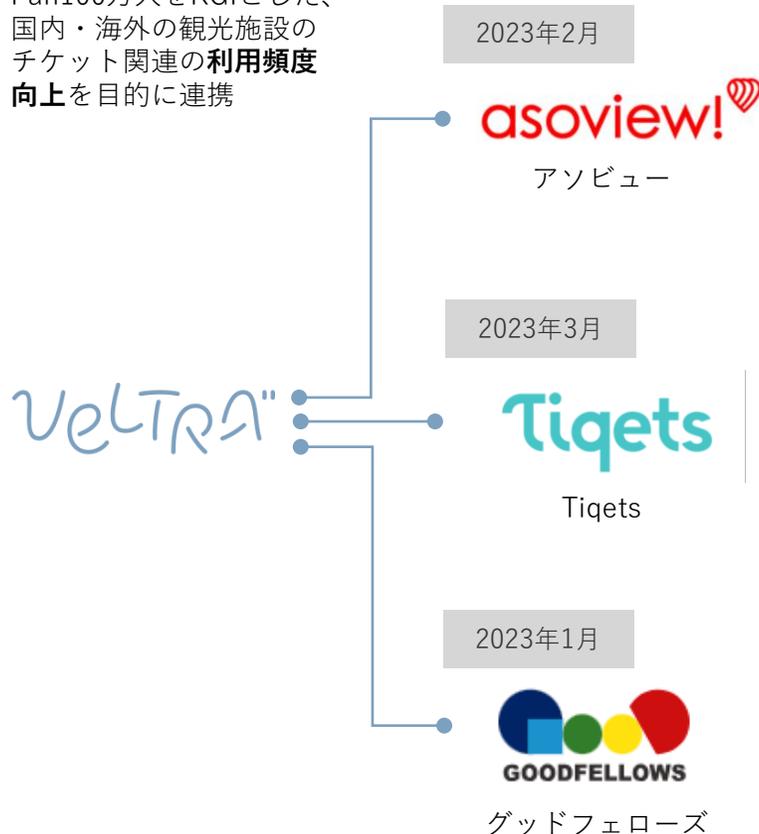
【OTA事業】 利用頻度の向上、日本語ツアーの強化



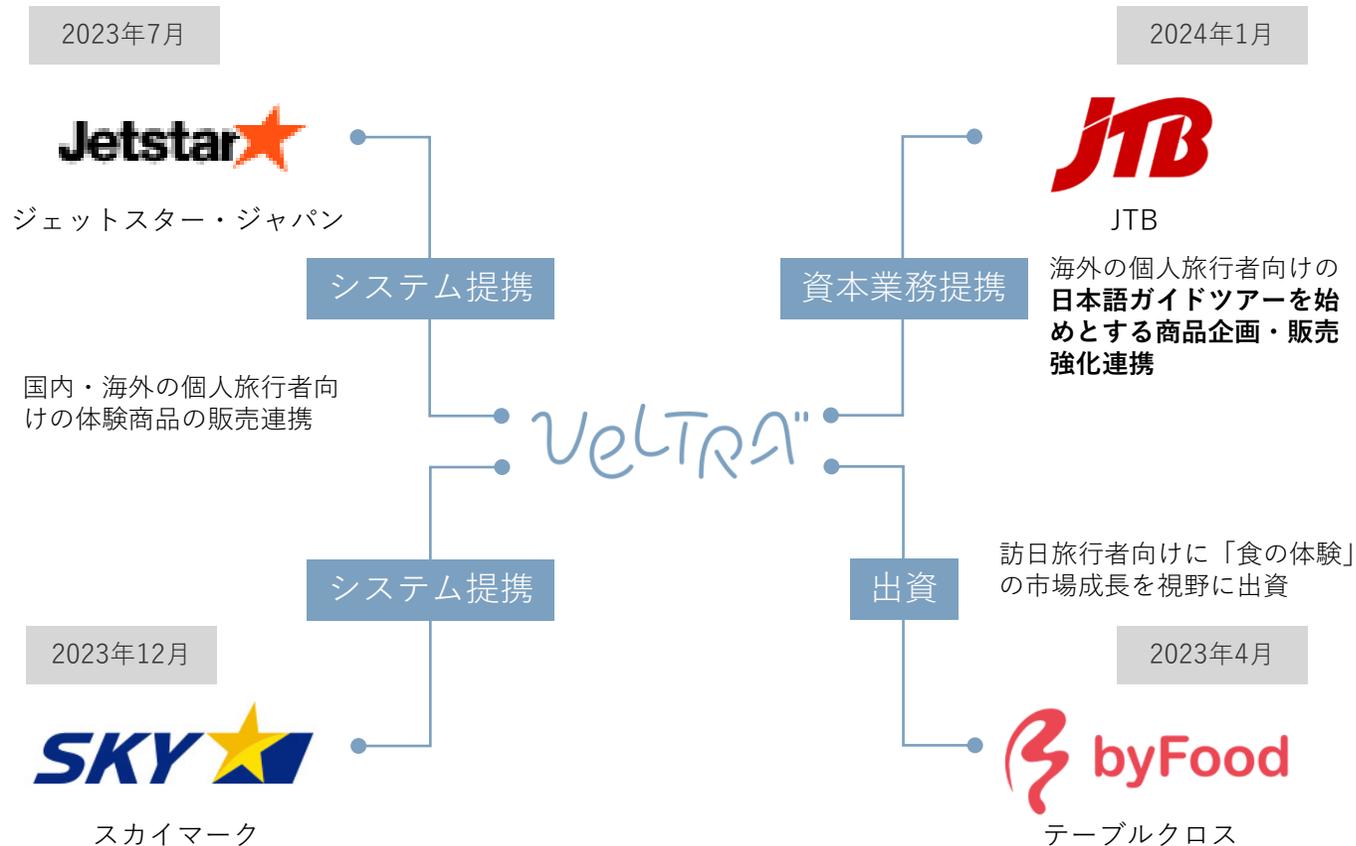
当社の強みとは異なる企業とパートナーシップを締結。施設を多く取り扱うチケットプラットフォーム企業と連携した商品ラインナップの拡充を進め、利用頻度および利用機会の向上を目指す。またJTB社との業務資本提携も含め、当社の持つサービスやシステム基盤を連携強化し、販路の拡大やFIT市場のチャネル拡大、ノウハウの共有等のシナジー効果を生み出しさらなる成長を実現。

チケットプラットフォームとの連携

Fan100万人をKGIとした、国内・海外の観光施設のチケット関連の**利用頻度向上**を目的に連携



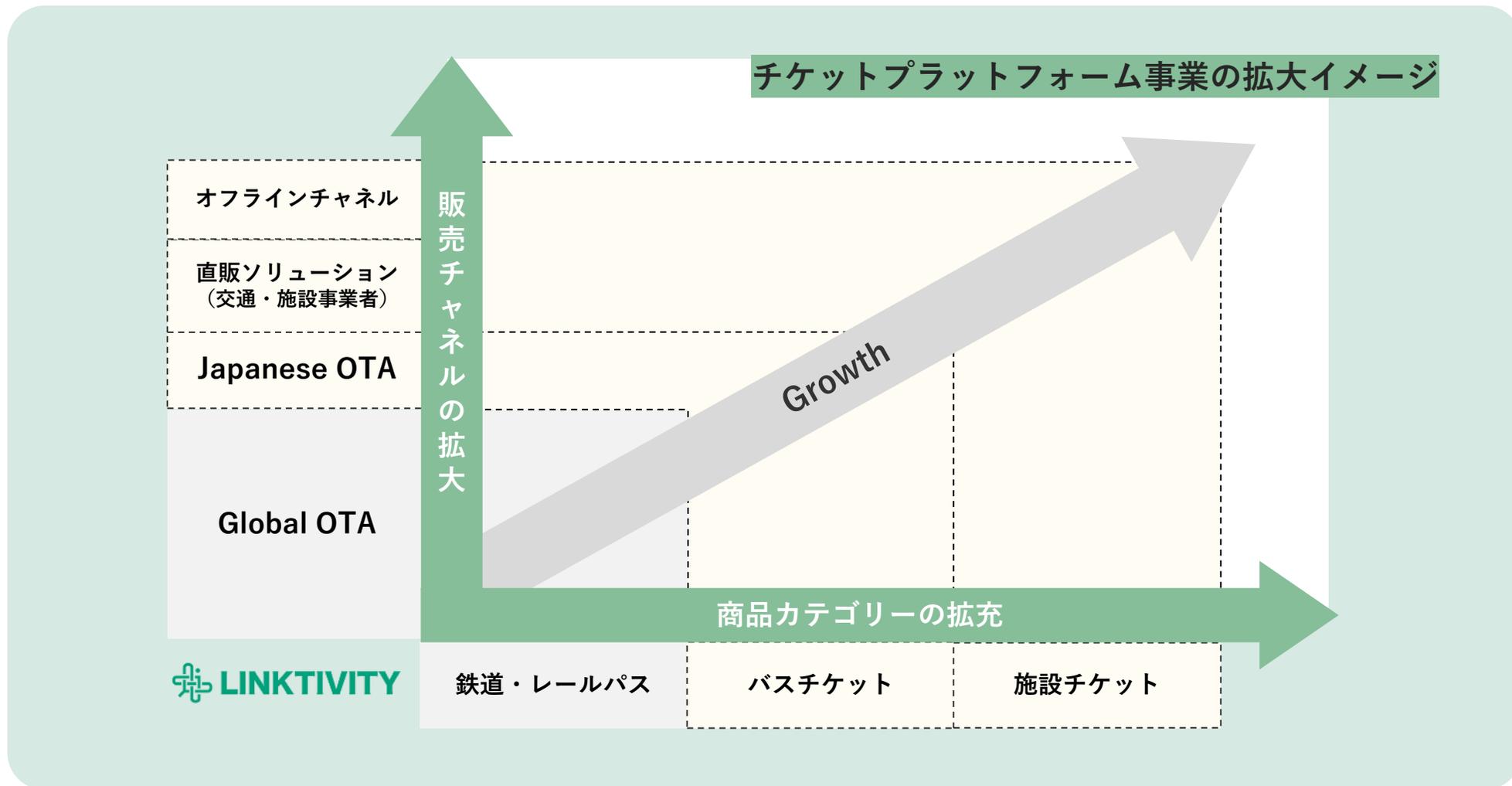
B2B連携



【観光IT事業】 LINKTIVITY サービス領域の拡大



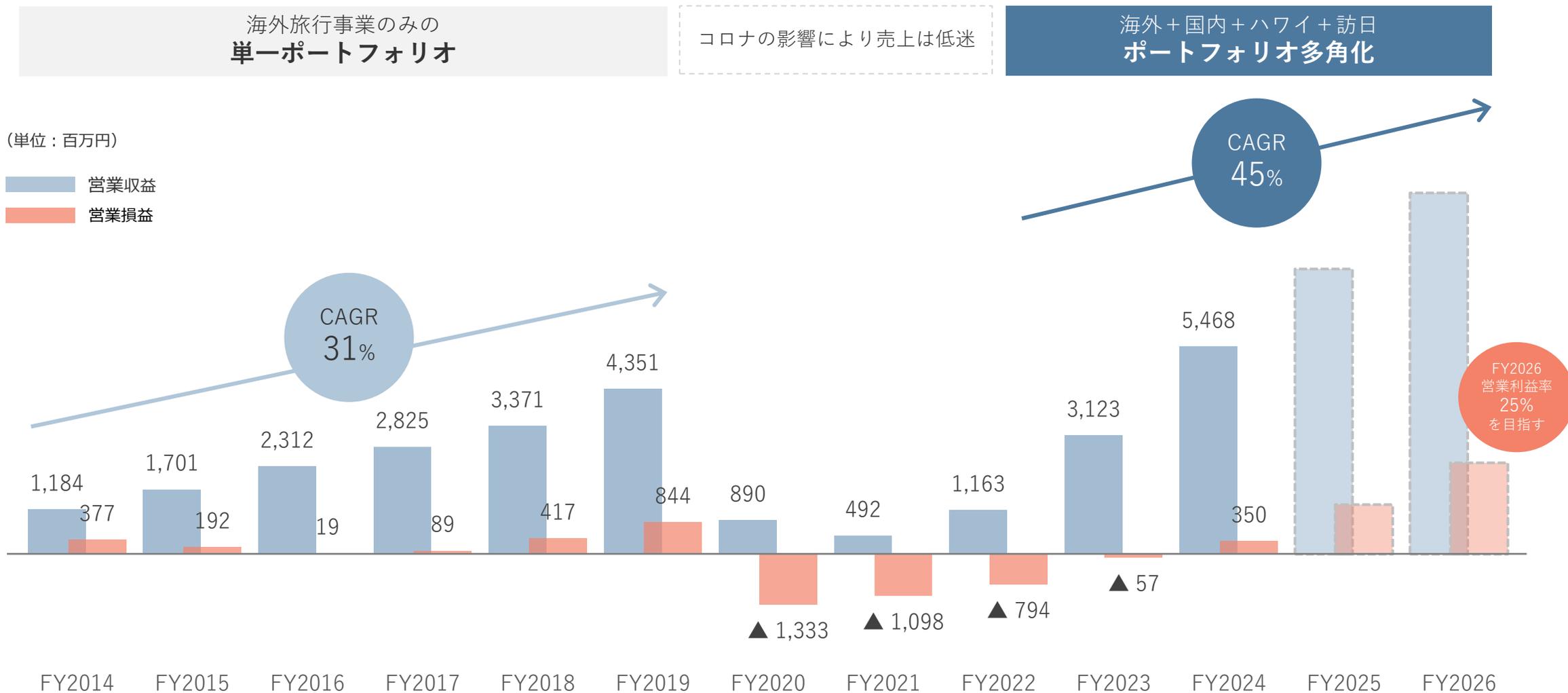
2024年度の訪日旅行者数は**コロナ前を超える**ことはほぼ確実。LINKTIVITYでは既存の訪日旅行者向け鉄道プラットフォーム中核に、対象顧客、商品カテゴリー、販売チャネルを拡大し、TAM(獲得可能な最大市場規模)を広げることで成長を加速させていく



2. 事業生産性の向上、営業利益率の向上



コロナ禍で様々な新規事業を立ち上げ、海外旅行のみの単一ポートフォリオから脱却
 今後は特に会員向け旅行サービスの拡張をおこない、コロナ前を超えるCAGR45%を目標に捉える



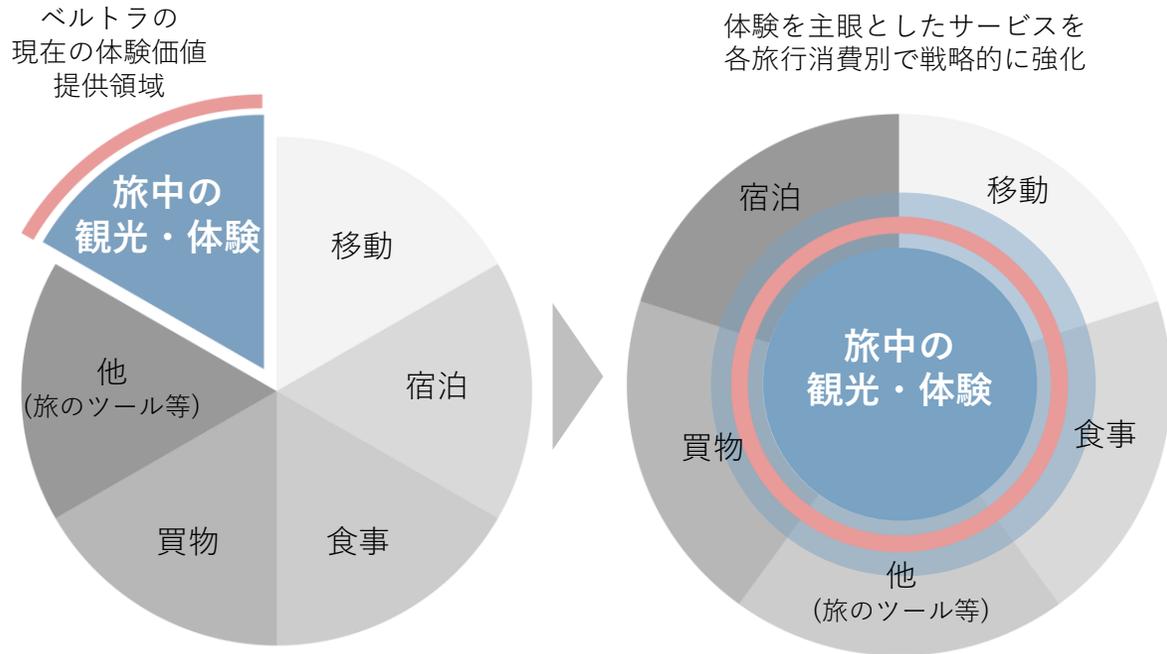


【OTA事業】旅ナカ市場から旅行市場全体へ事業領域を拡大

旅中での体験を専門で扱う事がベルトラの強みであり、体験価値を旅行市場において様々なセグメントで価値を提供していくことが、今後のベルトラの成長機会。旅行全般という広義な旅行サービスの提供でなくバリエーション豊かでありながらも「何が体験できるか」主眼にした、厳選したベルトラらしい体験価値を提供していく

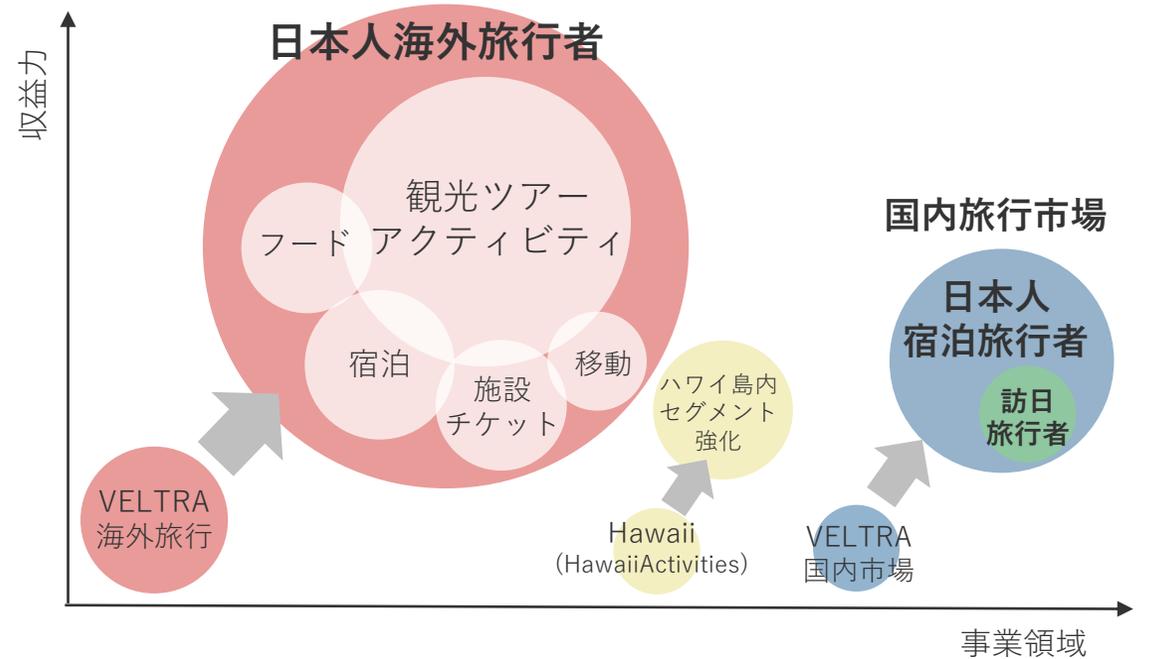
旅行中の体験価値を再定義し拡大

体験を主眼としたサービス、特に食や移動・宿泊などで文化的要素や非日常体験色の強いユニークな商品バリエーションを強化



ポートフォリオ拡大による収益拡大

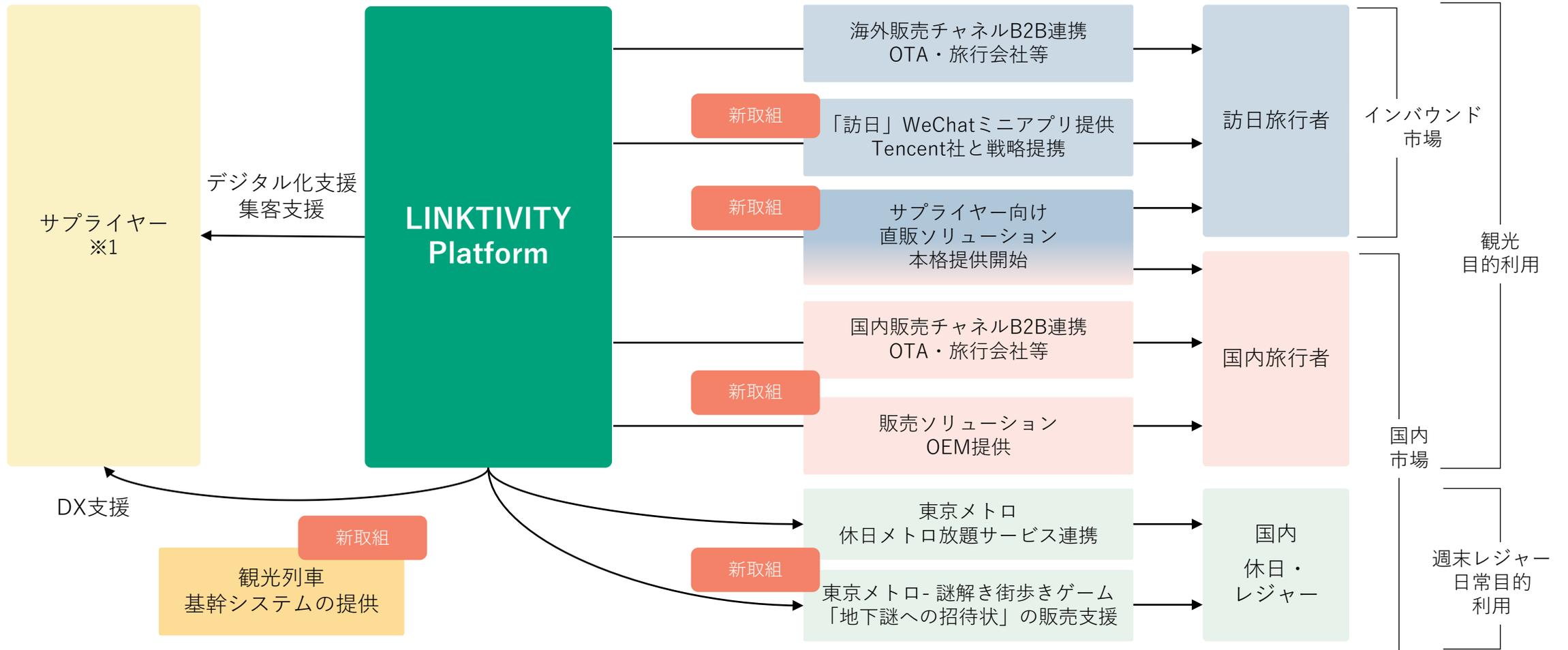
ツアー・アクティビティを中核に、旅中の手薄なサービスを強化し利便性と幅広い選択肢を提供。日本人向けへの海外・国内旅行、訪日旅行者向け、ハワイ専門のOTAとしての米国本土向けへ





【LINKTIVITY】 事業領域と対象顧客の拡大

訪日向けサービスとしての海外OTA向けチャンネルマネージャーとしてのサービスを強みに、国内企業の提携、販路の強化支援、観光DX、交通MaaSにおけるソリューション企業として拡大し、リーダーシップを発揮していく

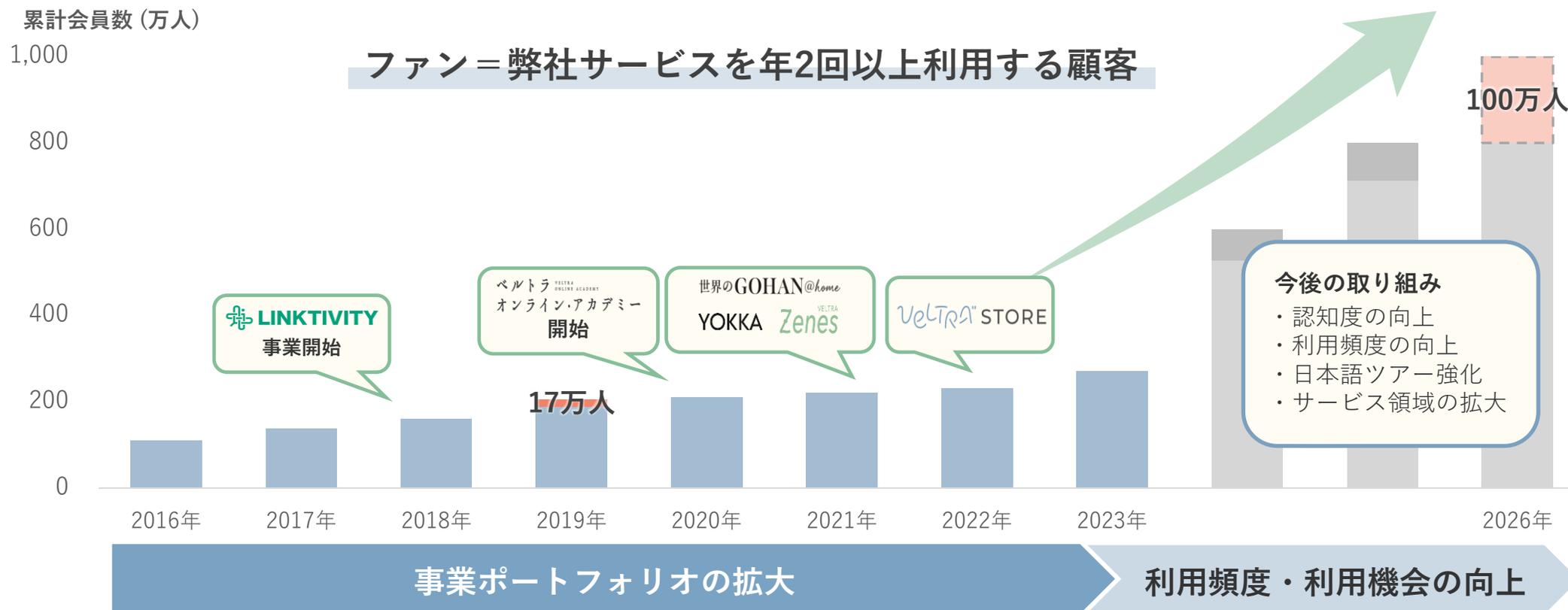


※1 サプライヤー：鉄道、バス、船などの交通事業者、観光施設、観光体験事業者等

2026年までにファン100万人の会員組織を目指す



認知度の向上や利用頻度・利用機会の向上のための投資を行い、既存会員のアクティブ化および新規顧客の獲得により利用者の裾野を拡大。またサービス領域と対象顧客を拡大することで、ファン100万人の会員組織を目指す





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

2023年12月期 業績予想の達成状況



単位：百万円	2023年12月期 業績予想	2023年12月期 実績	達成率	増減額
営業収益	3,420	3,123	91.3%	▲297
営業利益	▲103	▲67	135.4%	+36
経常利益	▲139	▲112	119.6%	+27
親会社株主に帰属する当期純利益	▲189	▲57	168.9%	+132
1株当たり当期純利益(円)	▲5.35	▲1.62	—	+3.73円

【差異が生じた理由】

営業収益につきましては、国内旅行事業及びリンクティビティのプラットフォーム事業を中心に業績が堅調に回復したものの、出国日本人者数の回復ペース鈍化の影響を受け、予想値を下回る結果となりました。

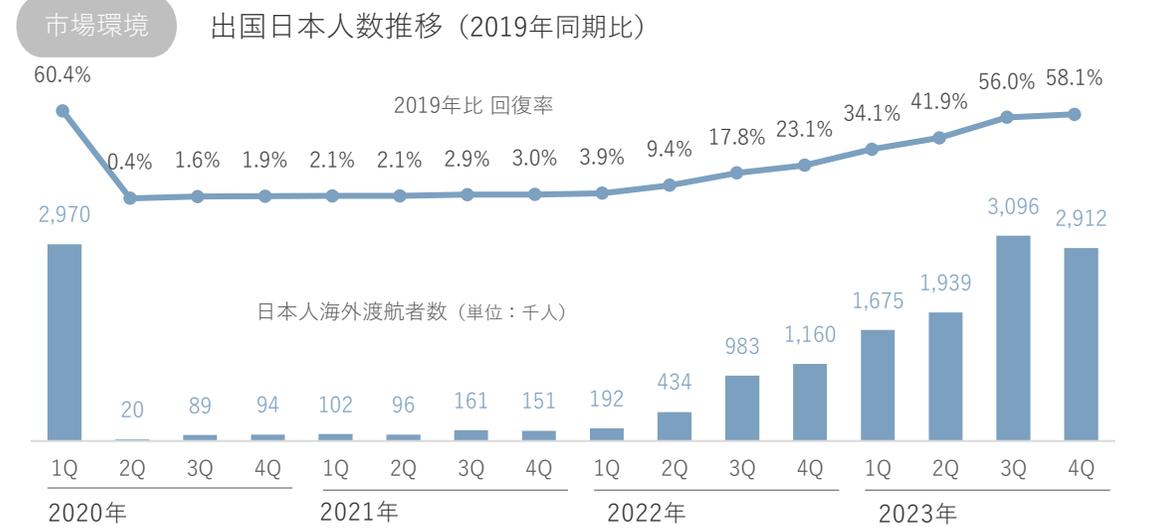
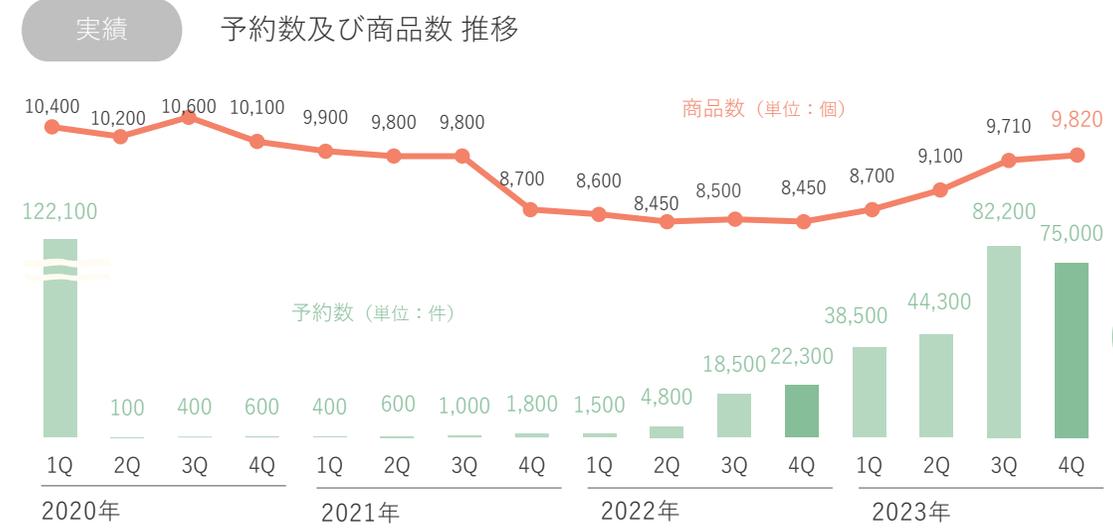
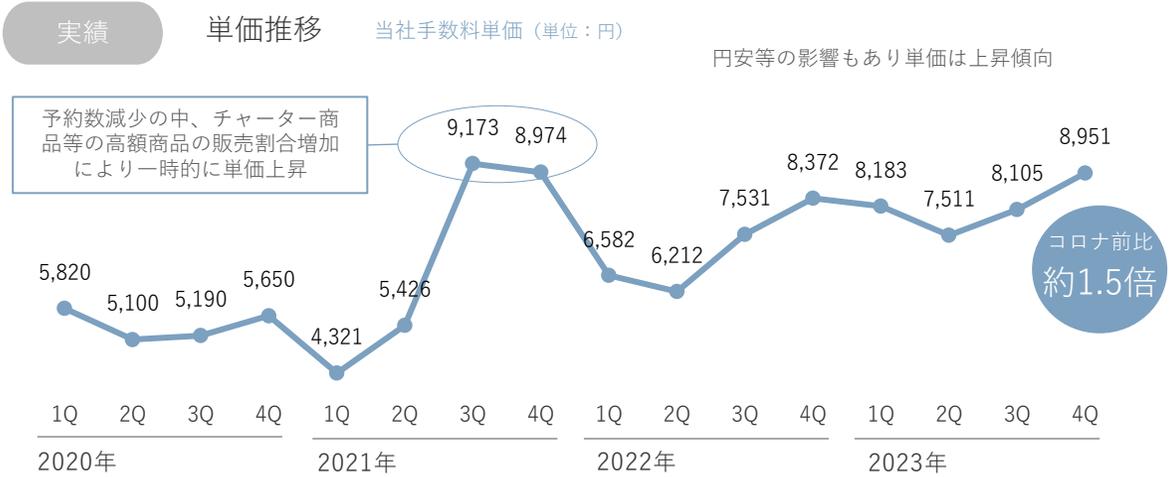
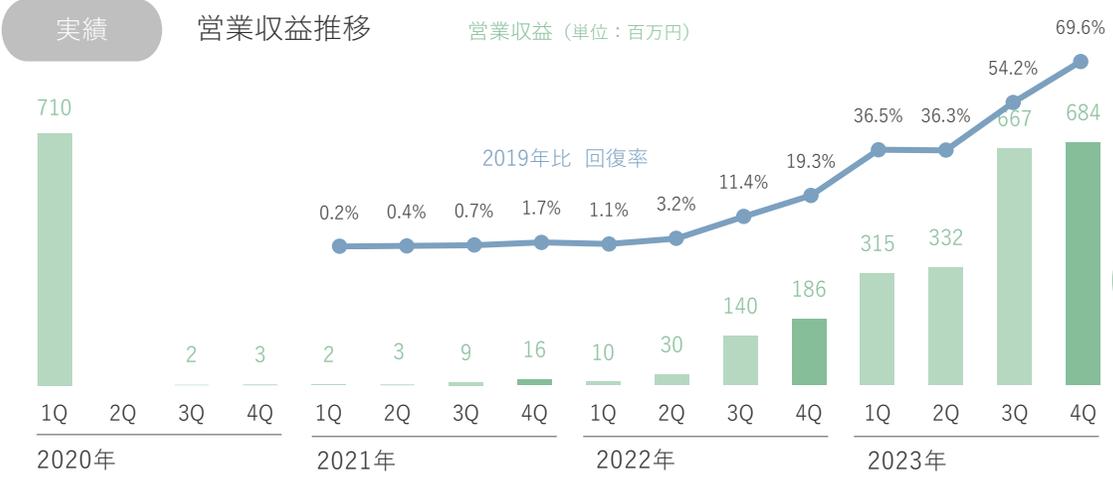
営業利益、経常利益につきましては、徹底したコストコントロール等が奏功し、予想値を上回る結果となりました。また親会社に帰属する四半期純利益につきましては、繰延税金資産の回収可能性を検討した結果、法人税等調整額（益）76百万円を計上したことなどから、予想値を上回る結果となりました。

事業別の進捗状況

海外旅行



昨年の日本人海外渡航者数は2019年比で年間48%まで回復するも、回復の伸び率は鈍化傾向。予約数の伸び率鈍化を円安と物価高による単価上昇とコロナ禍で減少した商品の仕入れ強化による利用頻度向上にて、旅行回復以上に収益は改善



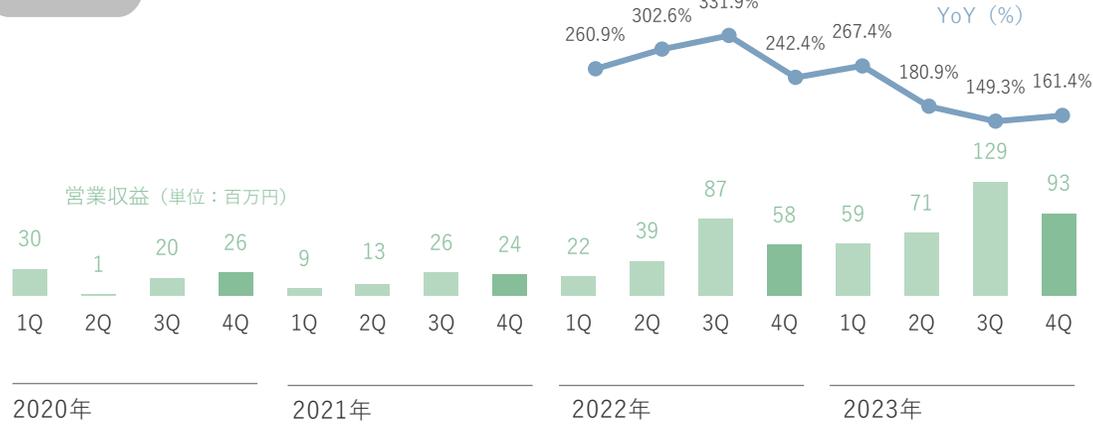
事業別の進捗状況

国内旅行



国内旅行事業は3Qで前年比成長率が下降傾向があったものの、4Qにおいては11月の連休需要の取り込みもあり前年比 161%と上昇付加価値の高い商品増加に伴い単価は上昇傾向。本年度は認知度向上やプロモーション施策強化により予約数を拡大予定

実績 営業収益推移



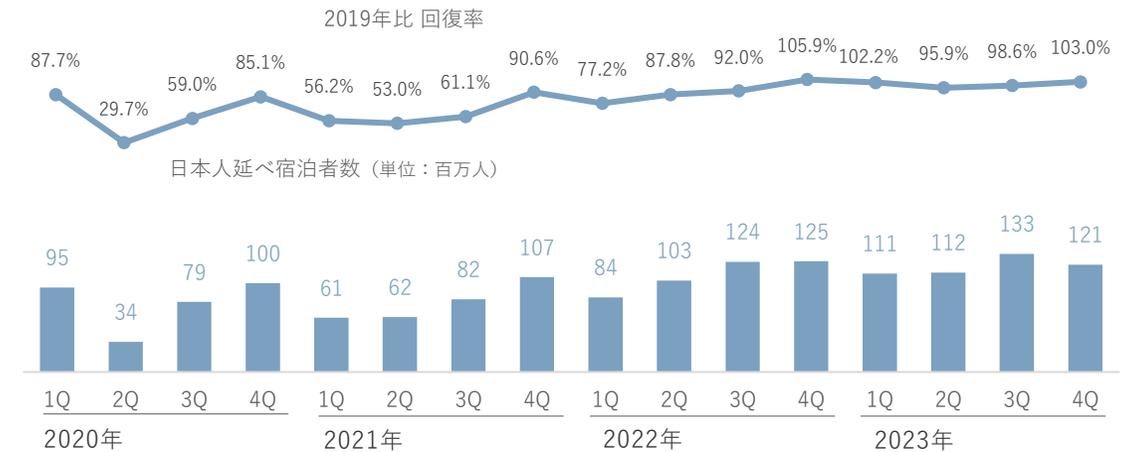
実績 単価推移



実績 予約数および商品数 推移



市場環境 国内 日本人延べ宿泊者数推移 (2019年同期比)

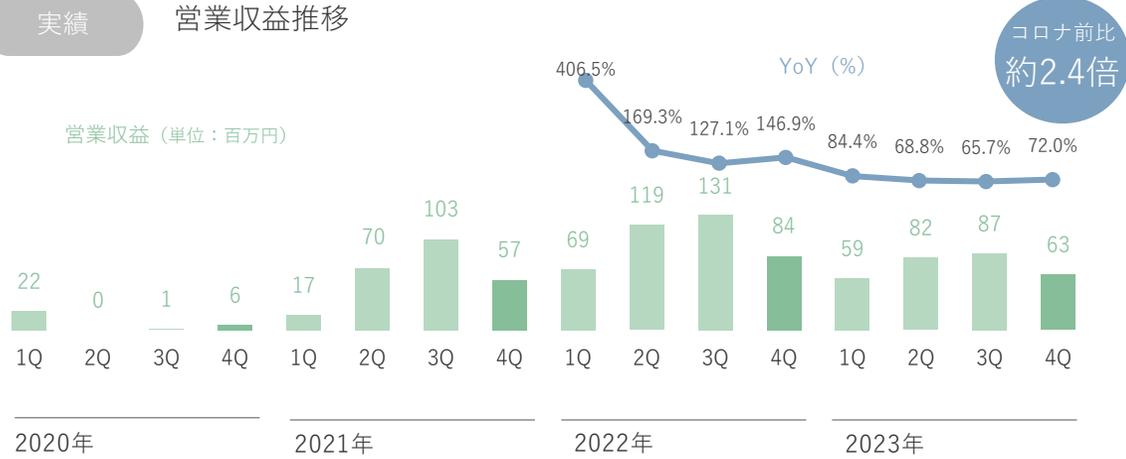




リベンジ消費マインドの低下やマウイ火災等の影響により4Qにおいても営業収益・予約数とともに前年比割れ。但しコロナ前と比較すると営業収益は2.4倍成長。Googleの新サービスや集客強化、商品バリエーションの拡張によって昨年の水準を維持させていく予定

実績

営業収益推移

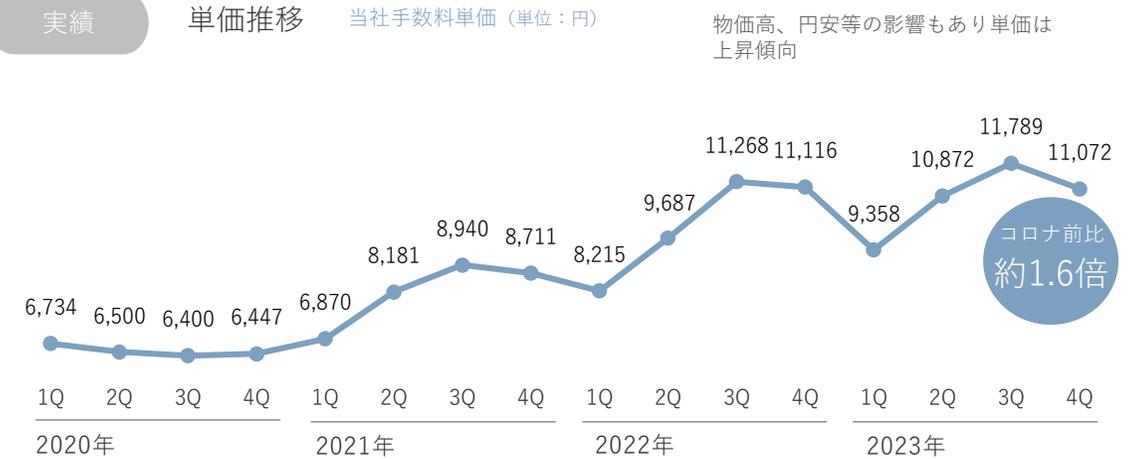


実績

単価推移

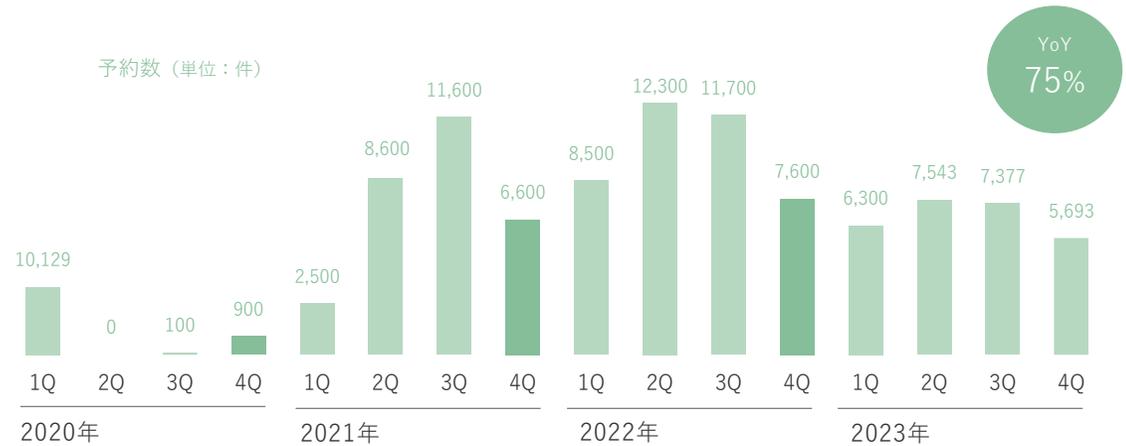
当社手数料単価 (単位: 円)

物価高、円安等の影響もあり単価は上昇傾向



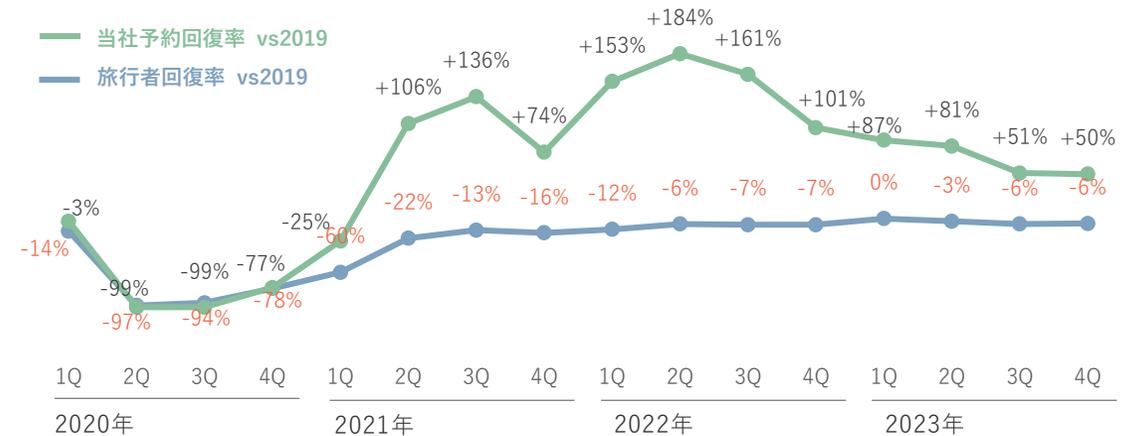
実績

予約数推移



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)

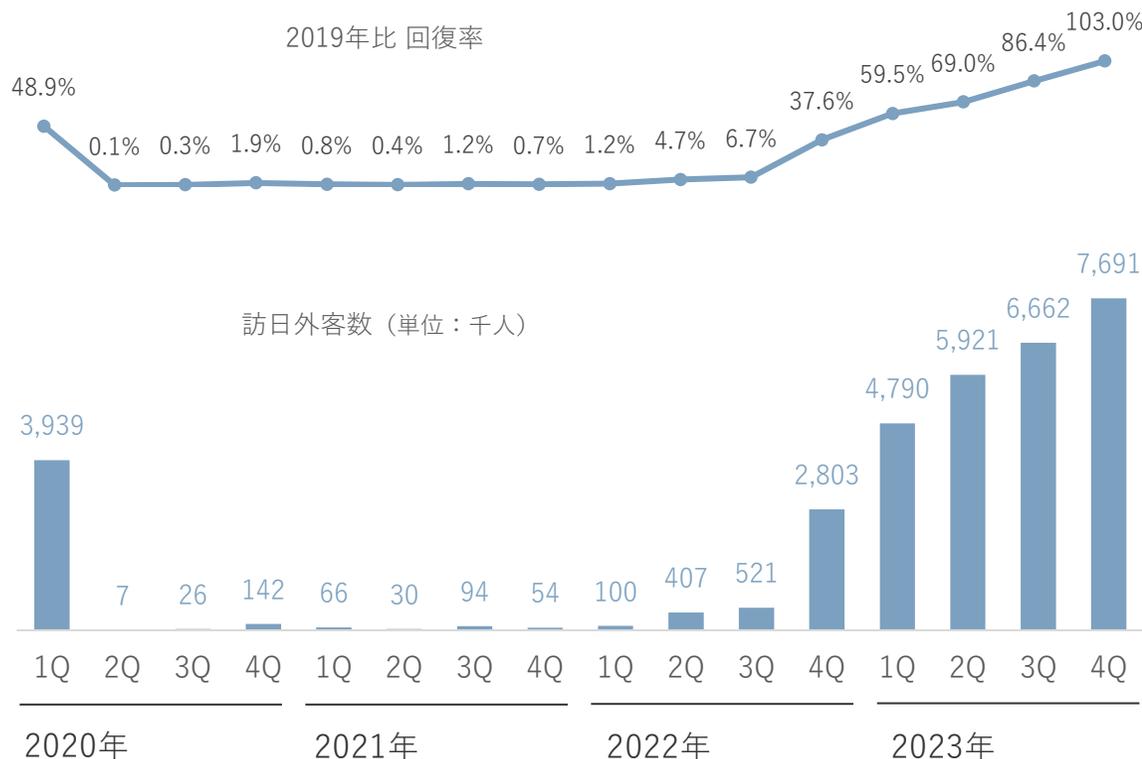




プラットフォームを通じた鉄道・施設チケットの取扱高は4Qでの39億円（前年同期比 3.6倍）と伸長
 年間では120億円（前年同期比 9.2倍）まで拡大。販売元のサプライヤーの増加および販売チャネルの契約社数も堅調に推移

市場環境

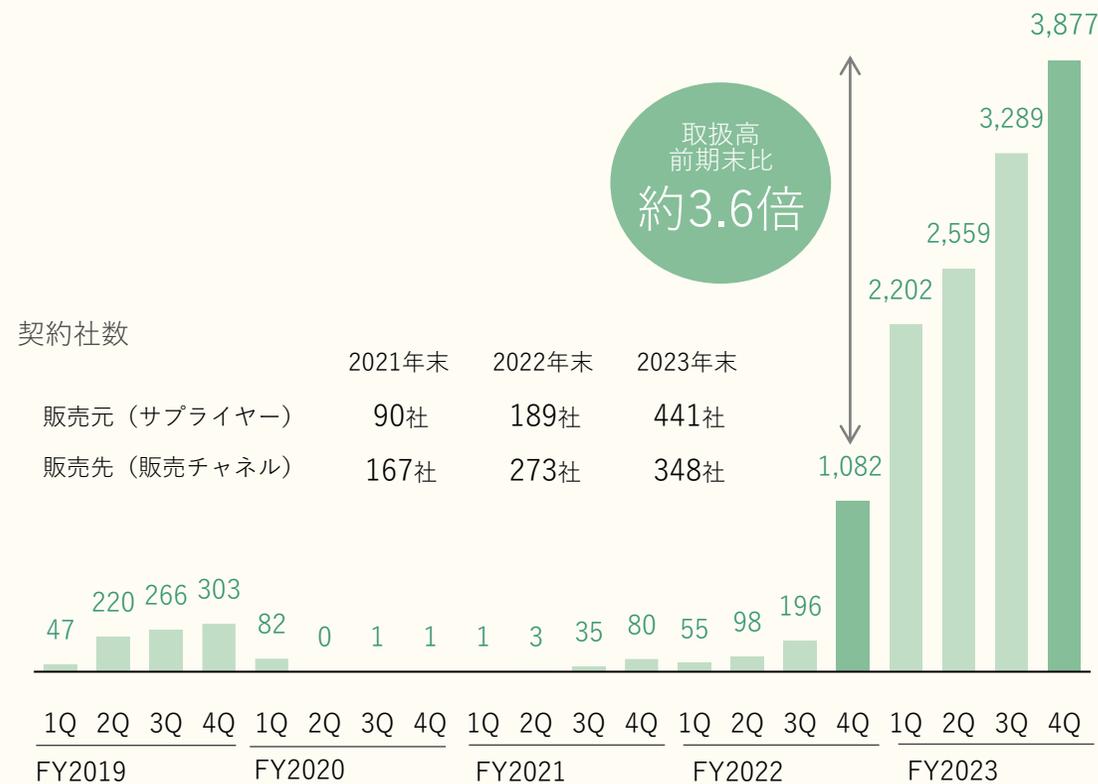
訪日外客数推移（2019年同期比）



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）



契約社数

	2021年末	2022年末	2023年末
販売元（サプライヤー）	90社	189社	441社
販売先（販売チャネル）	167社	273社	348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

成長投資計画 進捗



2024年以降の成長のための投資予算 6.4億円のうち、約6.6億円（104%）を実施済み。モバイルApps強化への投資に一部未消化があるが、全体としては当初の想定通りに投資を実施。

投資項目	投資額 (単位：百万円)	投資内容	投資効果	投資消化率
海外OTA事業のGrowth				
商品強化（新商品獲得）	72	新規商品開発、既存商品の維持及び保持	新商品数増加による売上の積み上げ 顧客の選択肢拡大	108%
プロモーション強化	134	プロモーション施策強化	2024年以降の集客増	108%
システム改善	197	サービス改善	2024年以降のCVR向上	106%
国内旅行市場の商品拡大・強化				
	15	新規商品開発	2024年以降の収益増、CVR向上	112%
モバイルApps強化				
	65	Appsリニューアル	2024年以降の集客増、利用頻度向上	65%
LINKTIVITYの成長促進				
	125	営業、エンジニアの人材確保	2024年以降の収益増（成長加速）	115%
自治体・行政連携による観光開発・DX化				
	12	対応人材の確保	新たな収益源の確保	100%
人材育成投資				
	20	リーダー人材育成のための制度設計、教育・研修	中長期的な組織強化	95%



VELTRA

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
発行株数	2,311,000株
調達額	10.4億円
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 (2024年2月末時点)	<ul style="list-style-type: none"> - 海外事業の再構築に向けた投資 340百万円 充当済 - プラットフォーム事業への投資 300百万円 充当済 - 国内事業の拡大に向けた投資 300百万円 充当済 - システム改善のための投資 100百万円 充当済

VELTRA

第三者割当増資による資金調達

調達時期	2024年2月	
割当先	JTB	
調達額	5億円	
主な目的	事業者向けのコンサルティングソリューションの構築及びシステム開発・強化	
充当状況 (2024年2月末時点)	<ul style="list-style-type: none"> - ツアー催行会社、自治体向けのコンサルティングソリューションの構築 - システム開発・強化 	<ul style="list-style-type: none"> 未充当 未充当
2024年12月期における 充当方針	<ul style="list-style-type: none"> - ツアー催行会社、自治体向けのコンサルティングソリューションの構築 - システム開発・強化 	<ul style="list-style-type: none"> 89百万円 400百万円

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

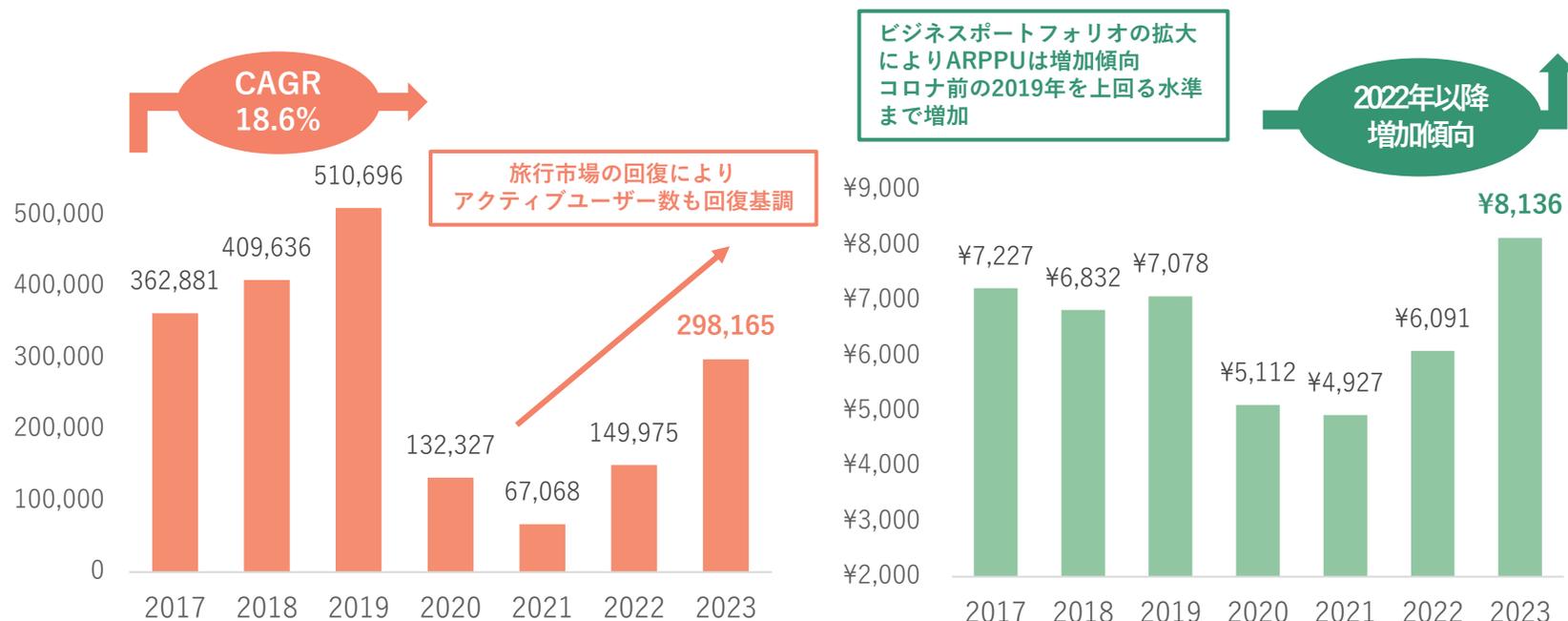
営業収益の最大化 = アクティブユーザー数 (*1) × ARPPU (*2)

*1: 1年間に当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





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
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。	当社グループは、①継続的なコストコントロール、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、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。
人材確保と教育 発生可能性：中 発生時期：中長期	当社グループの知名度向上及び新規現地体験ツアー開拓が、事業拡大のための重要課題であり、それに併せて、経営管理体制を強化していくことが必要と考えております。そのためには、事業の変遷に適した優秀な人材、並びに人材を監督・指導できるマネジメント人材の確保と育成が、必要不可欠となります。	当社グループは採用においては、採用方法や雇用形態を問わず、優秀な人材を即時採用できるように採用体制の見直しを随時実施し、教育においては、定期的なスキルアップ教育等の研修制度を実施するなど、人材の定着率向上に努めております。

- 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。
- 前回開示（2023年3月24日付「事業計画及び成長可能性に関する事項について」）にてリスクとして認識しておりました「COVID19感染拡大の影響」につきましては、当社グループの今後の事業に与えるインパクトが低減されたことにより、今回の開示より認識するリスクから除外しております。

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： 東京都中央区日本橋2-13-12
資本金： 18億2,371万円（2023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 146名（193名）（ ）は臨時雇用含む
 連結 219名（277名） 2023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)



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