



VELTRA changes TRAVEL

2025年12月期 第3四半期 決算説明資料

FY2025 3Q Financial Results



ベルトラ株式会社 東証グロース市場：7048



2025年12月期 業績予想の修正について	P.3
2025年12月期 第3四半期 決算概要	P.8
2025年12月期 第3四半期 事業別の状況と市場環境	P.19
中期経営計画及び今後の取組み	P.32
Appendix	P.39

2025年12月期 業績予想の修正について

2025年12月期 業績予想の修正について：概要



主にOTA事業の目標未達を要因とした営業収益減額の見通しを踏まえ、通期業績予想を下方修正
下方修正の要因分析及び今後の対応については、P5以降に記載

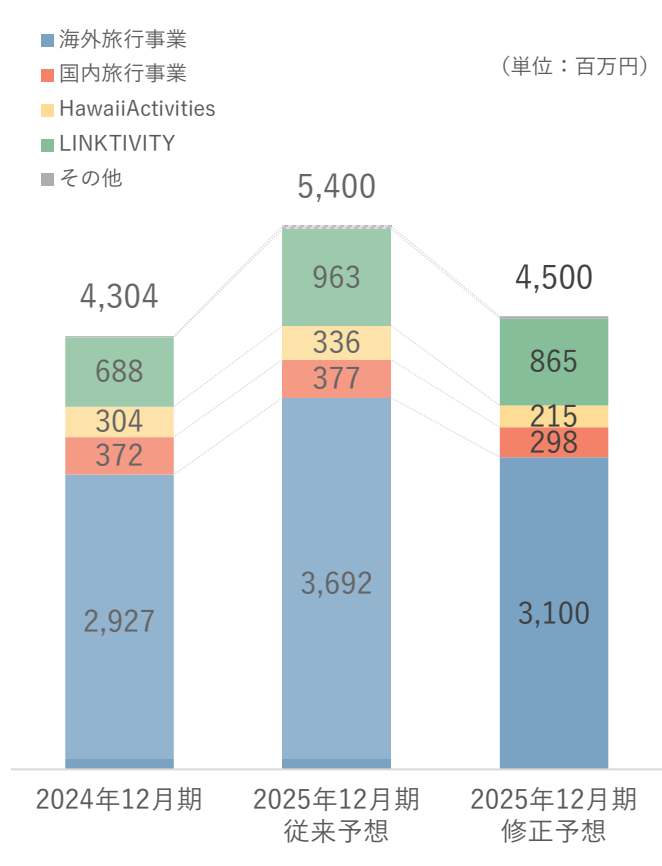
	営業収益	営業費用	営業利益	経常利益	当期純利益
単位：百万円					
前回発表予想（A）	5,400	4,900	500	480	400
今回修正予想（B）	4,500	4,380	120	110	100
増減額（B - A）	▲900	▲520	▲380	▲370	▲300
増減率（％）	▲16.6％	▲10.6％	▲76.0％	▲77.0％	▲75.0％
参考：前期実績 （2024年12月期）	4,304	3,123	▲175	▲298	▲407

2025年12月期 業績予想の修正について：営業収益予想の修正要因と対策



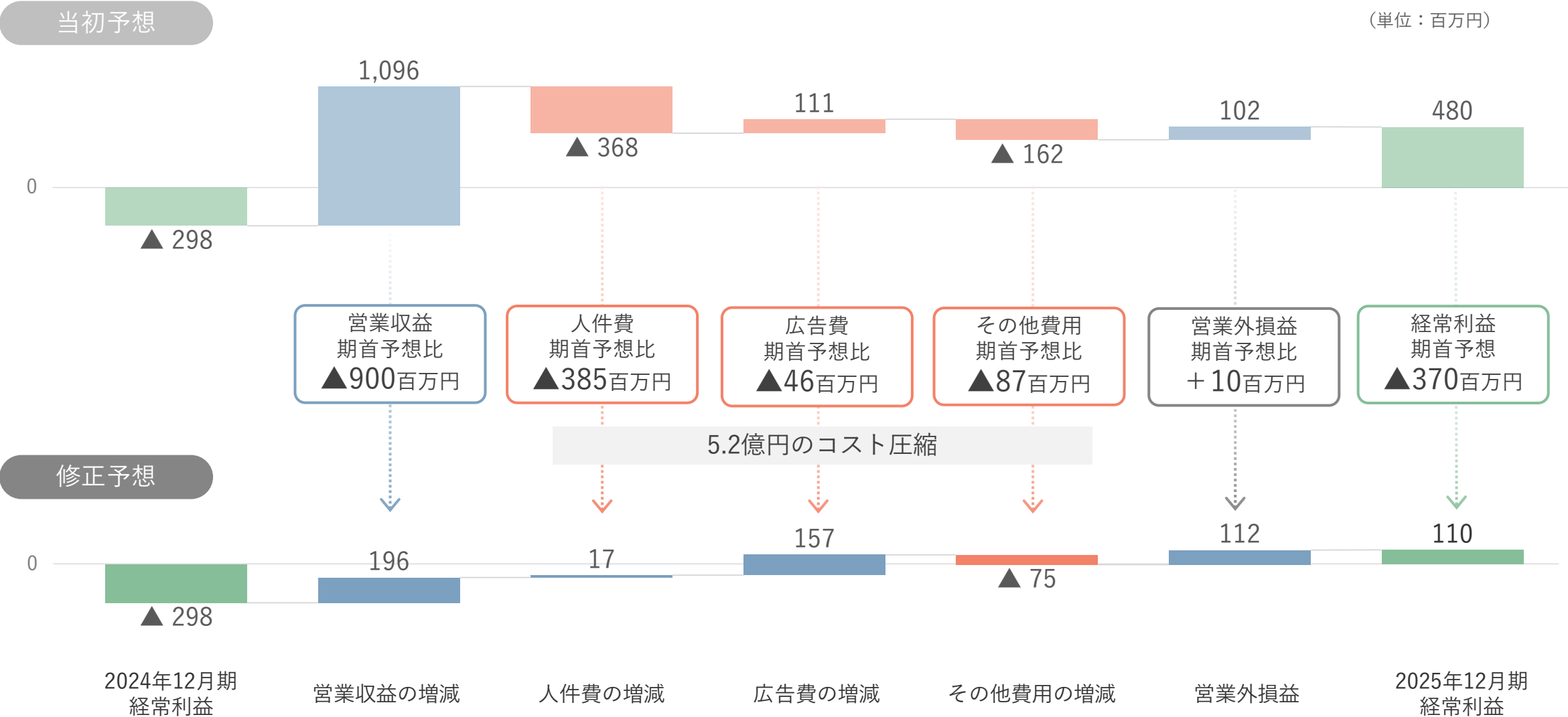
OTA事業の営業収益が想定を下回る中、人件費等のコスト圧縮及び生産性向上施策を推進し利益確保に努めた。一方で特にオペレーションの効率化による生産性向上の実現は未だ道半ばであり、足元の人員減は当社の収益拡大の源泉であるサービス及びプロダクトの拡充を遅らせ、収益増加機会を減少させる要因にもなっている

中期計画にもあるとおり、OTA事業の収益性向上を図るためにも引き続きテクノロジーを活用した生産性向上を図ったうえで、効率性と収益性のバランス最適化に向け体制移行中



営業収益 修正額（単位：百万円）	要因	改善のための取り組み
海外旅行事業 ▲592	- 引き続きの円安、物価高の影響で中長距離路線の市場回復が当社想定を大きく下回る - ボリュームゾーンであるアジア地域での競争激化と広告コスト高騰を受け成長が鈍化	旅行コストが上がる中、市場回復が顕著なアジア地域（短距離路線）における価格センシティブ層、若年層を取り込むための集客施策および商品仕入れの強化
国内旅行事業 ▲79	- 日本人国内旅行の停滞 - サイト流入数およびCVRの向上施策が効果的に浸透せず、当月予約の取り込みに苦戦	- 検索表示順位とサイトへの流入数改善施策の実施 - 人気商品の在庫強化による直前予約の取り込み
HawaiiActivities ▲121	- 米国本土からの旅行者数は減少傾向 - 競合の台頭や広告コストの高騰等によるサイト流入数の低下	アフィリエイト拡充やクルーズ寄港客向けの現地ツアー商品の拡充等による新たな顧客層の取り込み
LINKTIVITY ▲98	- アジア諸国からの夏季需要の落ち着き - システム開発受託等のインフラ事業にて一部期ズレが発生	—
その他 —	概ね計画どおり	—

2025年12月期 業績予想の修正について：経常利益増減分析

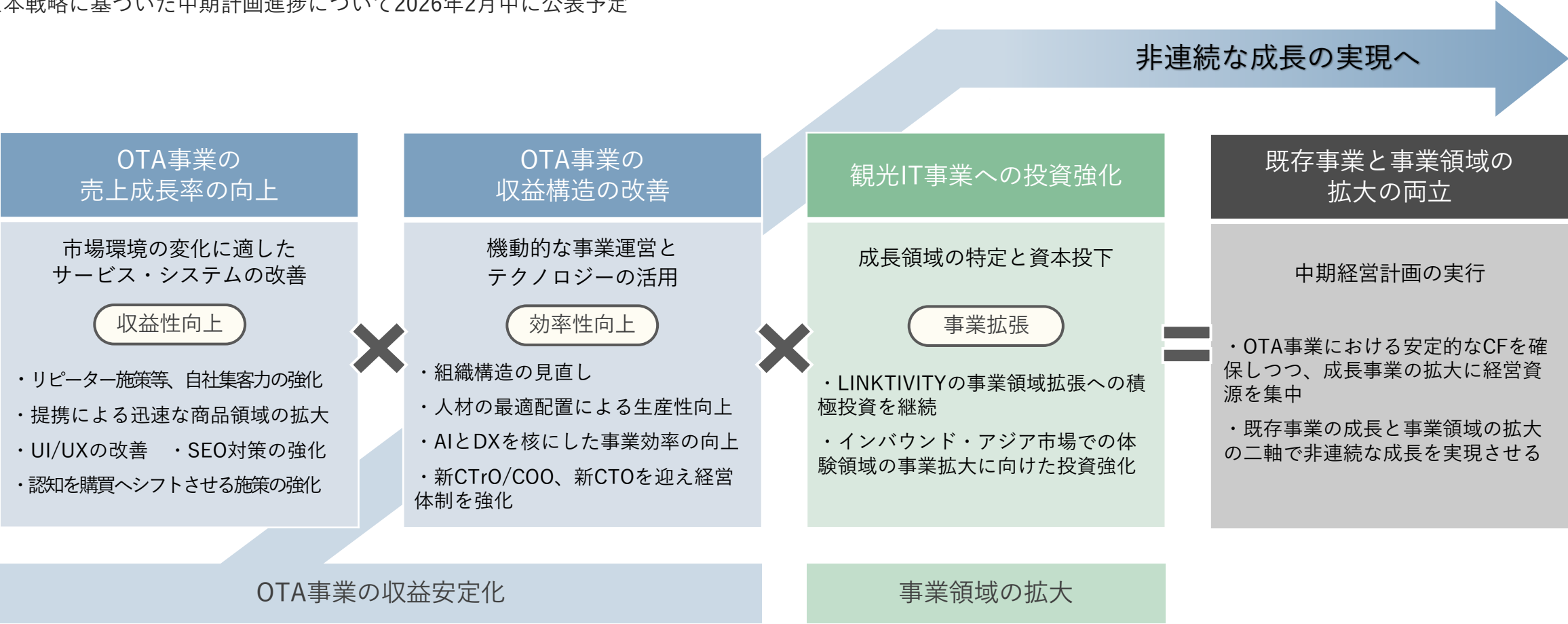


中長期の成長シナリオ：既存事業の収益安定化と事業領域の拡大を両立



中核のOTA事業では売上トップラインと収益構造の改善を実行、安定的な収益とキャッシュフローを創出する体制に移行中
ハイポテンシャルな観光IT事業/インバウンド領域への投資を拡大することで将来の花形事業を育て、非連続な成長を実現させる

※本戦略に基づいた中期計画進捗について2026年2月中に公表予定



2025年12月期 第3四半期 決算概要



ベルトラは現地ツアー・アクティビティ、アトラクション、移動手段など旅先での「体験」を軸としたOTA(オンライン旅行)事業と交通・観光DXの2つの主要なトラベルテック事業を運営

OTA(オンライン旅行)事業

海外・国内のツアー・アクティビティ専門の
リーディングカンパニー

VELTRA

ベルトラ

VELTRA.com / HawaiiActivities.com

B to C

日本人旅行者を中核とする予約サービス

観光IT事業

国内最大規模の
交通・観光事業者のDXと販路拡大サービス

LINKTIVITY

リンクティビティ

linktivity.co.jp

B to B to C

企業向けに訪日外国人向けの販売支援を実施



業績

- 営業収益：市場回復とLINKTIVITYの拡大により前年同期比+7.4%の3,438百万円へ伸長
- 営業利益：前年同期比で約3.3億円改善し、92百万円で黒字着地

OTA事業

セグメント収益は2,768百万円（前年同期は 2,709百万円）で YoY+2.2%と横ばい
うち、海外旅行事業はYoY +6.2%と堅調に推移

観光IT事業

セグメント収益は639百万円（前年同期は 478百万円）とYoY+33.6%伸長

※ 各セグメントの営業収益の記載は、セグメント間取引を相殺消去する前の金額であります

外部環境

出国日本人数は2019年比**77.0%**まで回復

2025年1月～9月
約 **1,085万人**（前年同期比 +14%）

訪日客数は2019年比+**30.2%**と最速ペースを記録

2025年1月～9月
約 **3,165万人**（前年同期比 +18%）

出典：日本政府観光局（JNTO） -訪日外客数・出国日本人数-

P/Lサマリー



旅行需要の段階的な回復及び事業ポートフォリオの拡大を受け、トップラインは前年同期比+7.4%に伸長
コストコントロールに努め各段階利益において黒字を確保

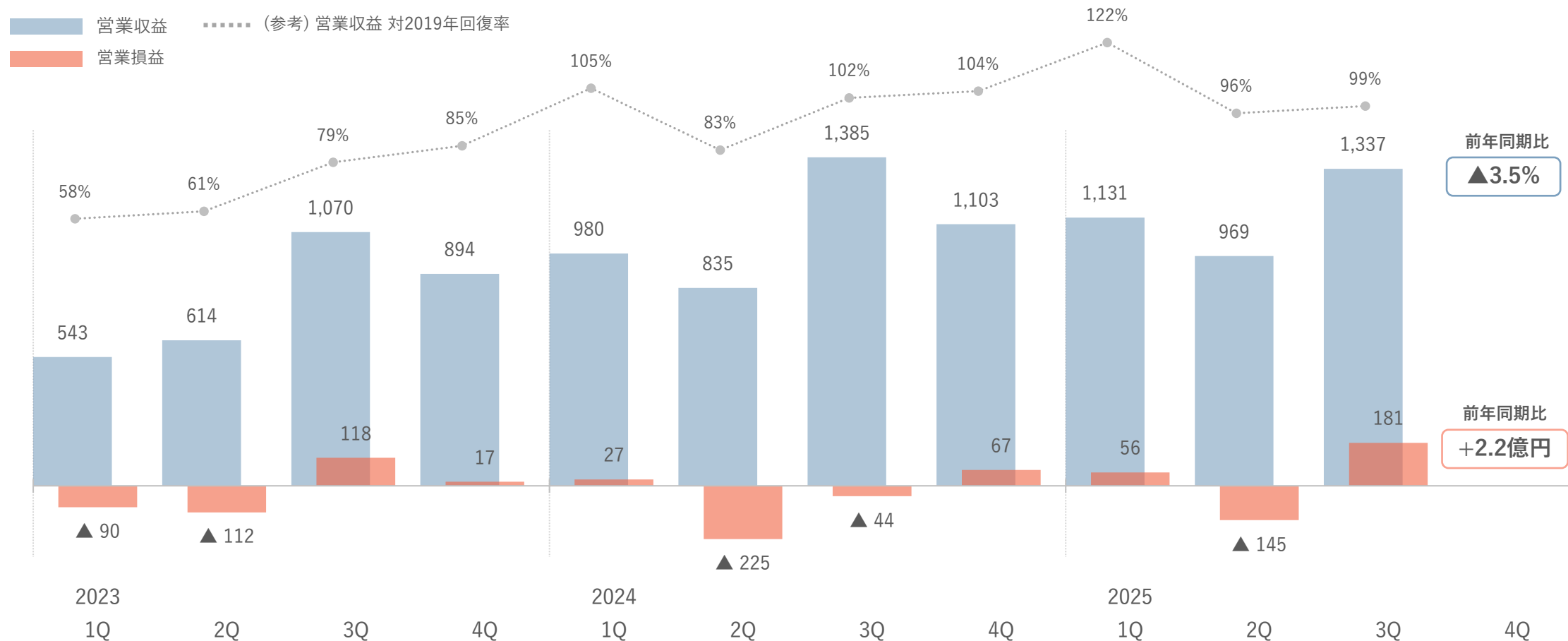
	2024年12月期 3Q	2025年12月期 3Q	増減比	増減額
単位：百万円				
営業収益	3,201	3,438	+7.4%	+236
営業費用	3,444	3,346	▲2.9%	▲98
営業利益	▲242	92	—	+335
営業外収益	1	37	+2,228%	+36
営業外費用	93	43	▲53.9%	▲50
経常利益	▲334	87	—	+421
四半期純利益	▲319	86	—	+405
1株当たり 四半期純利益(円)	▲8.77	2.06	—	+10.83円

営業収益・営業損益 四半期推移（会計期間）



3Q単体での営業収益は前年同期比▲3.5%の1,337百万円、営業利益は前年同期比+2.2億円回復し181百万円
夏休みの旅行需要確保及び費用削減が奏功し、コロナ禍以降の営業利益としては最高に

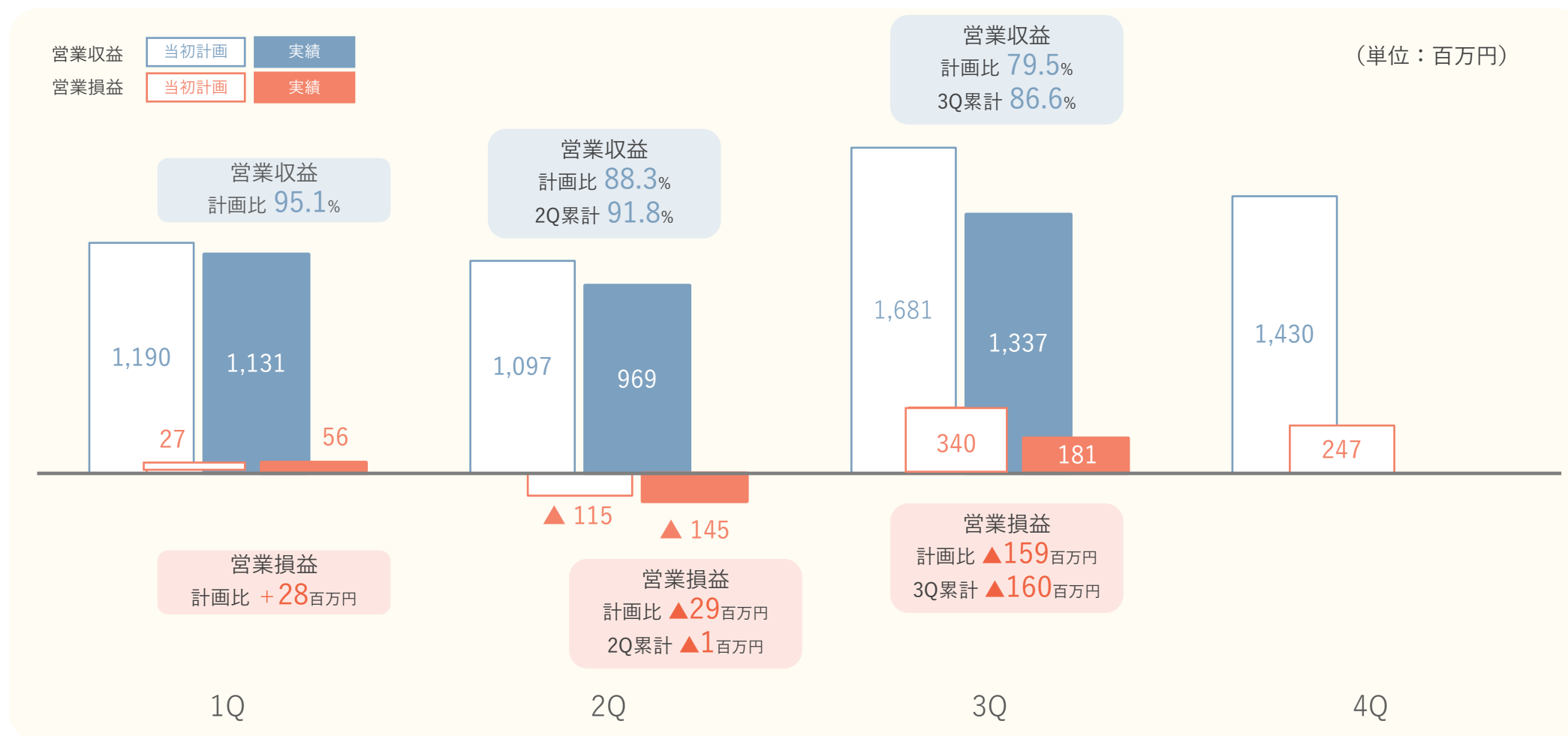
（単位：百万円）



2025年12月期計画の進捗



3Qは夏から秋シーズンの旅行需要増加により売上と利益を積上げるも、計画に対してはビハインド

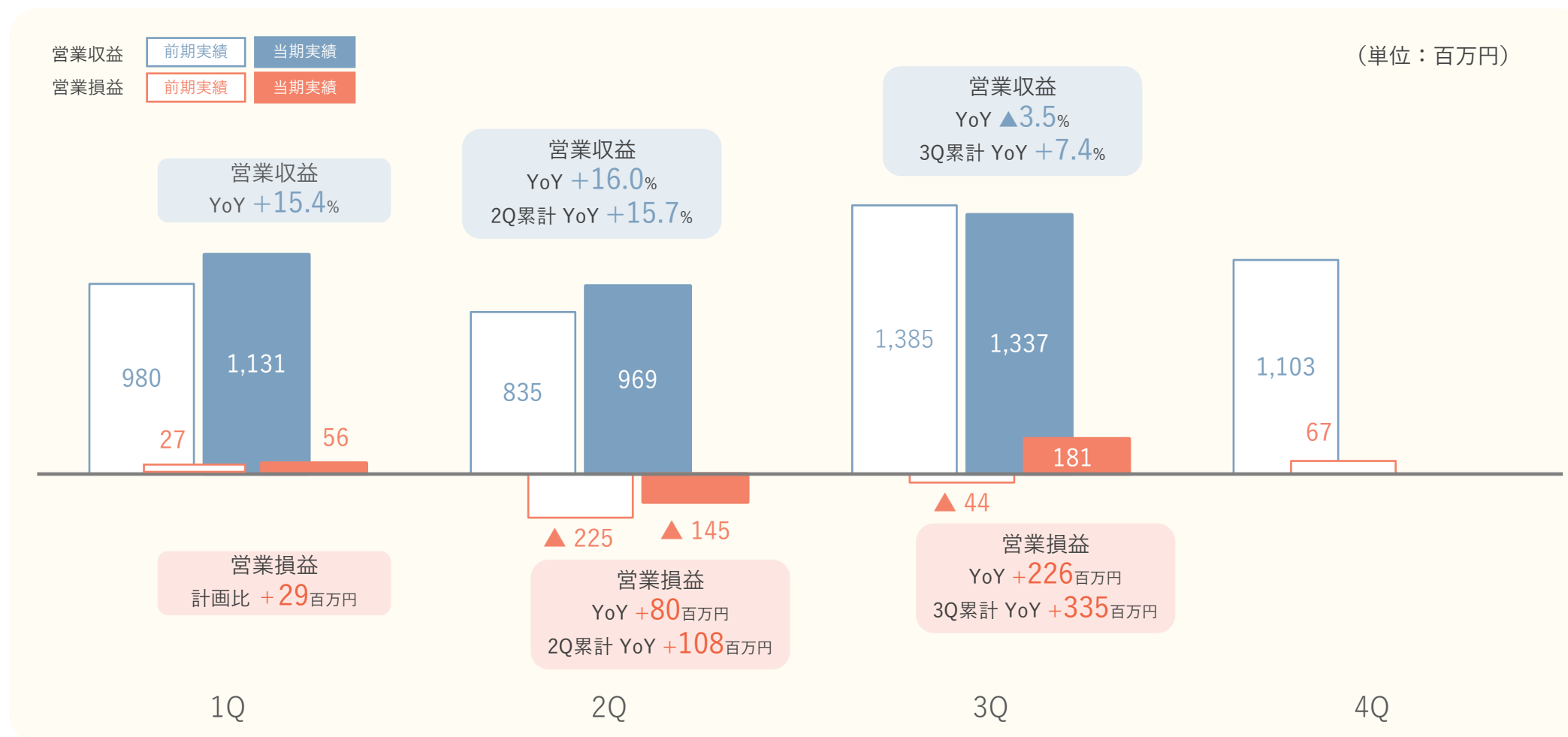


2025年12月期 四半期業績 前年対比



前年対比においては、営業収益はほぼ同水準で推移

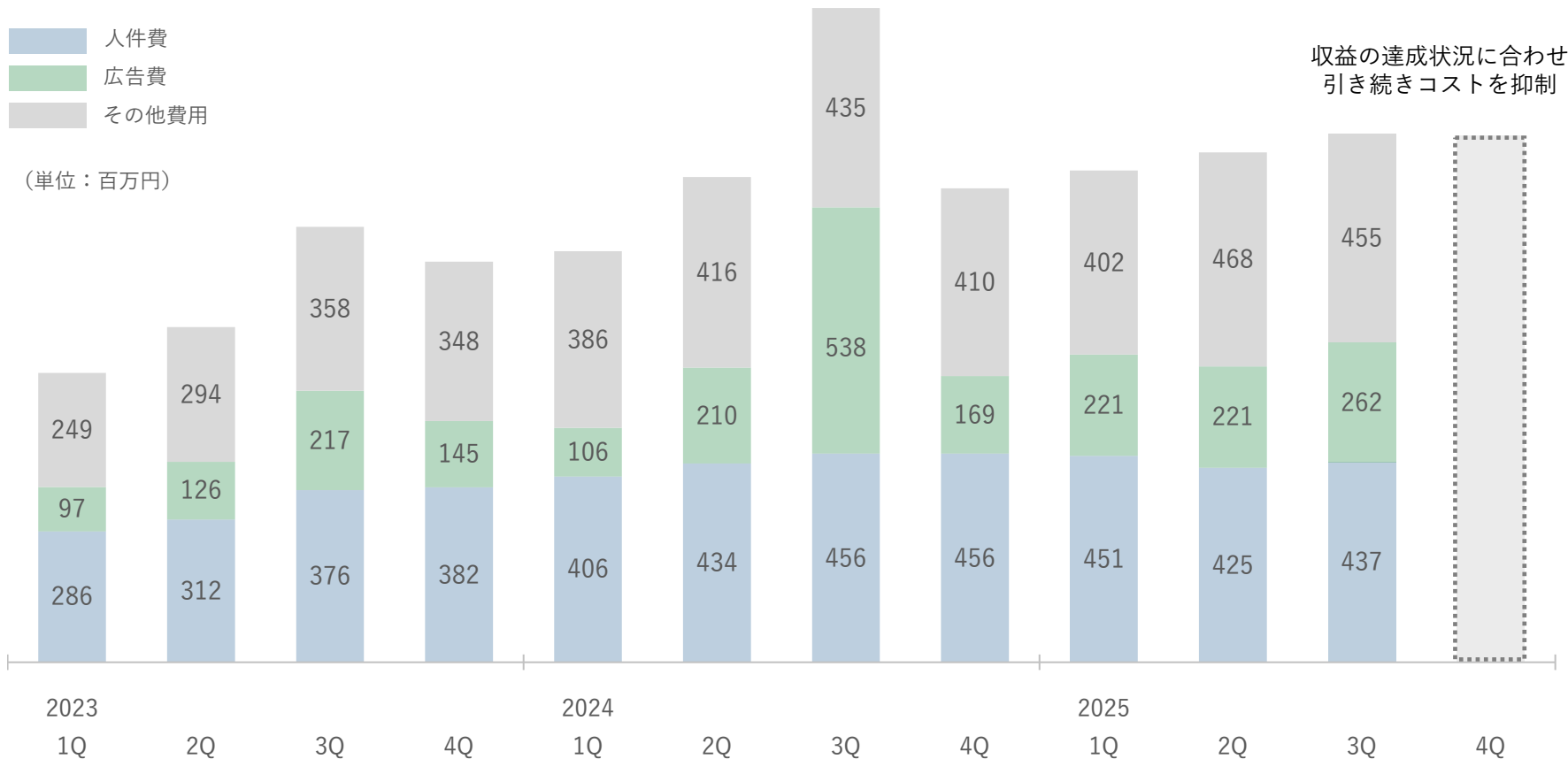
コストを前年実績水準で大きく抑制した結果、3Q累計では営業利益が約3.5億円増加



コスト推移および計画



3Qも営業収益の達成状況を見ながらコストを適切にコントロール
前期実施した大規模広告投資は今期は実施せず



コスト増減要因 (vs2024年 3Q)

人件費 (▲18M)

- ・ 2025年下期以降における採用凍結及び人員削減により3Qにおける人件費は18M減少

広告費 (▲275M)

- ・ 前年同期に実施した大規模広告投資を今期は実施せず大幅にコストを抑制

その他費用 (+19M)

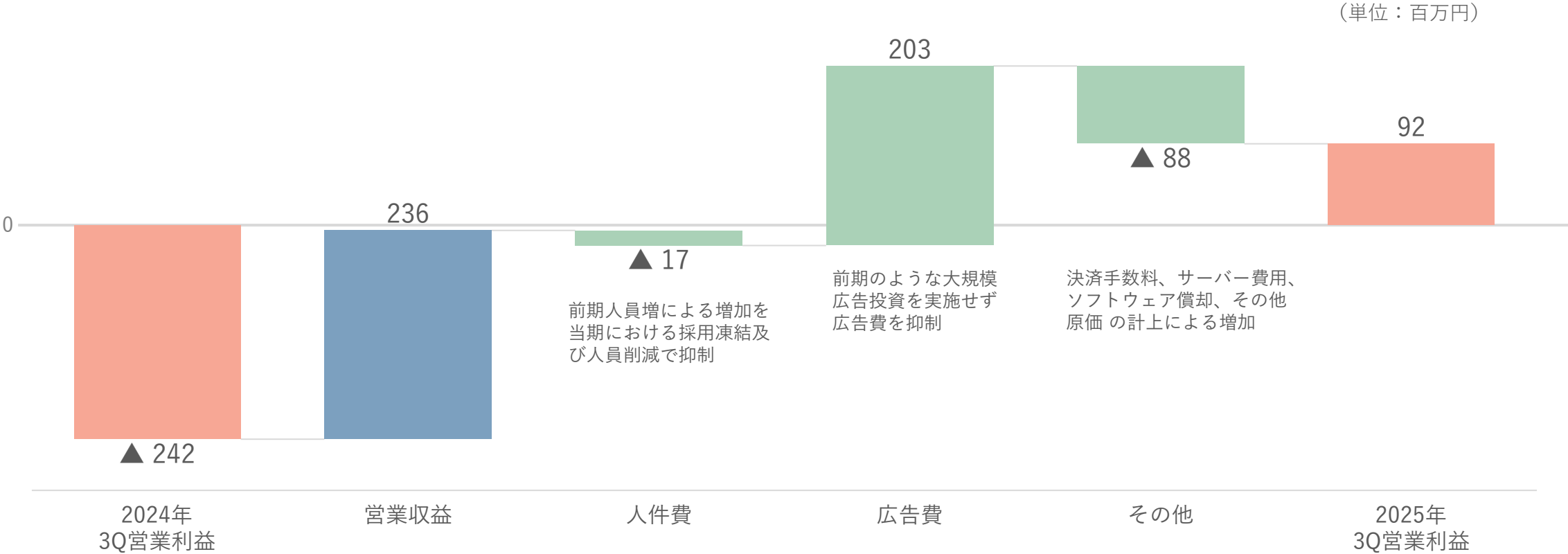
- 増加
- ・ 決済手数料 10M増加 (売上増加 連動)
 - ・ 通信費 (サーバー費用等) 7M増加
 - ・ ソフトウェア償却費 5M増加
 - ・ オフィス賃料 9M増加
 - ・ その他原価 19M増加

- 減少
- ・ 業務委託費用 16M減少
 - ・ 採用関連費用 5M減少
 - ・ その他 9M減少

営業利益増減分析



営業収益の増加および広告費の削減により営業利益は前年同期比+3.2億円の92百万円を確保

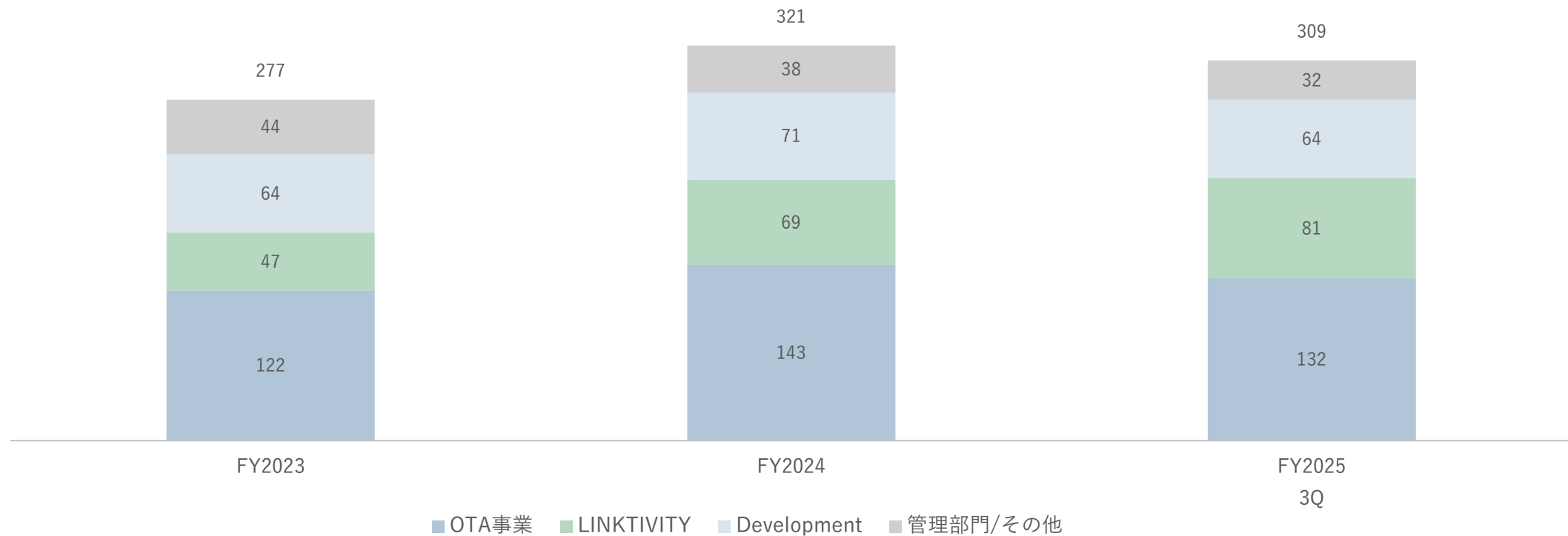


人員推移



採用凍結及び人員削減により人員数は2Qの320名から11名減少

AI活用も含めた生産性向上施策を実施し、来期以降も売上増に連動しない組織改革を実施中



※ 2025年の集計より従来「管理部門/その他」に含めていたマーケティング部門の人員数(15名)をOTA事業に移管

B/Sサマリー



収益増加にともなう営業CFの改善により現預金残高は12.1億円増加の63.8億円
事業収益の更なる改善で顧客前受金残高が増加したことにより流動負債が13.3億円増加した結果、自己資本比率は3.5pt低下

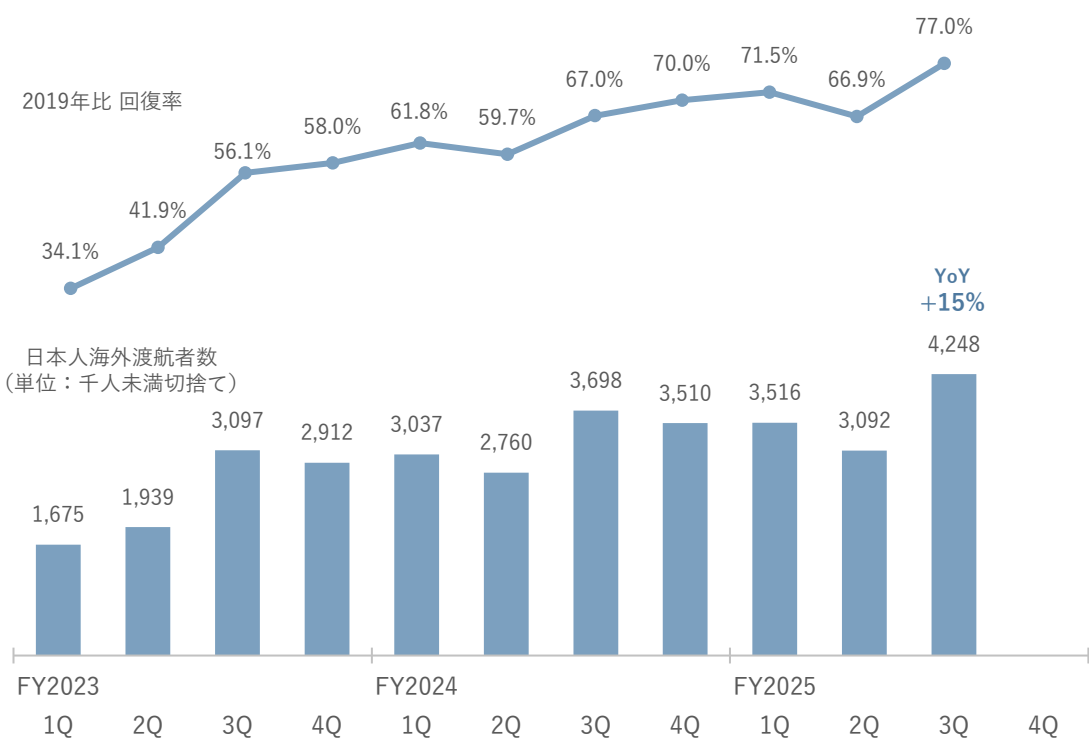
単位：百万円	2024年12月期	2025年12月期 3Q	増減額	詳細
流動資産	7,846	9,081	+1,171	現預金が 1,214百万円増加、営業未収入金が 70百万円減少
現金及び預金	5,166	6,381	+1,214	
固定資産	738	901	+163	ソフトウェアが 162百万円増加
資産合計	8,584	9,919	+1,334	
流動負債	5,695	7,034	+1,338	前受金が 546百万円、営業未払金が 715百万円増加
有利子負債	0	0	0	
固定負債	0	6	+6	役員報酬引当金が6百万円増加
負債合計	5,696	7,041	+1,345	
純資産合計	2,888	2,878	▲10	親会社株主に帰属する四半期純利益 86百万円の計上による利益 剰余金の増加、為替換算調整勘定が 42百万円、非支配株主持分 が44百万円減少
自己資本比率	29.1%	25.6%	▲3.5pt	

2025年12月期 第3四半期 事業別の状況と市況環境



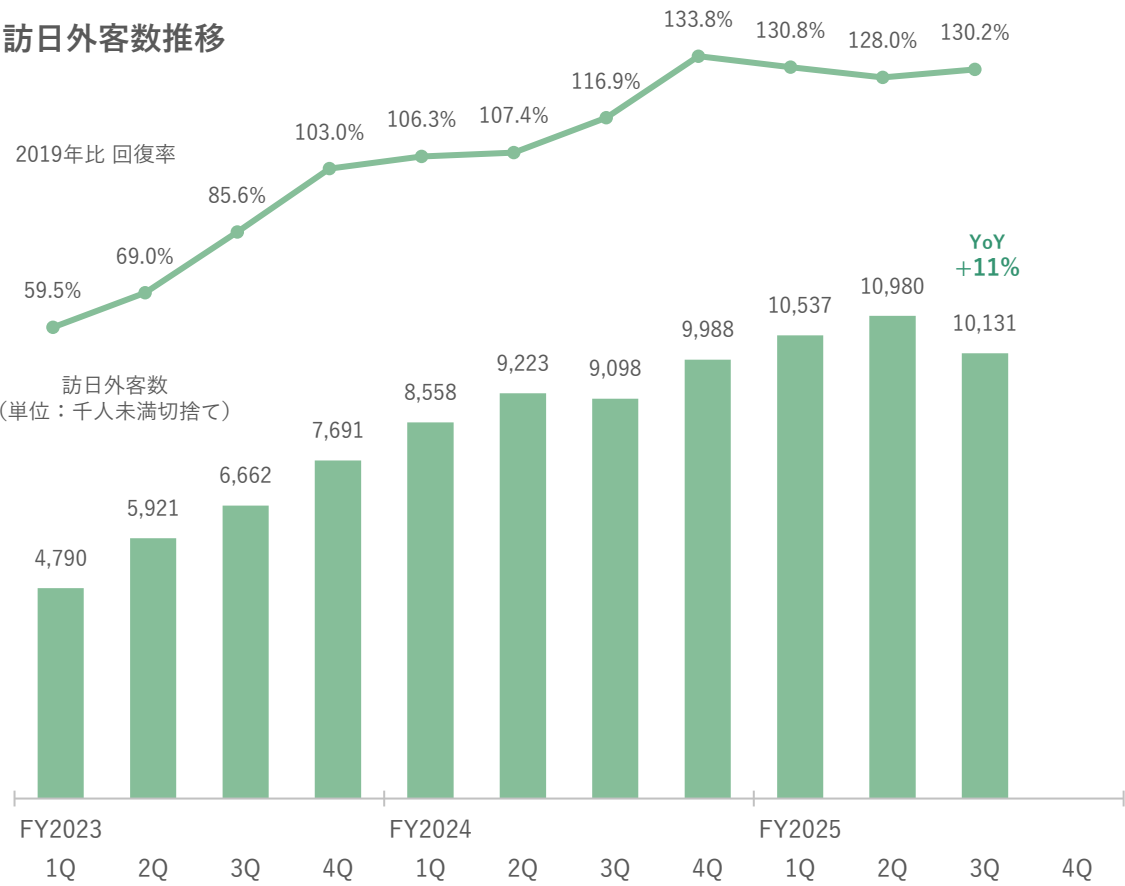
日本人出国者数は2019年比で約8割の水準に回復し、YoYで+15%の伸びを示す
訪日旅行者数は足元で鈍化傾向にあるものの、引き続き高い水準で増加し、過去最速で累計3,000万人を突破

出国日本人数推移



出典: JNTO(日本政府観光局) - 出国日本人統計 -

訪日外客数推移



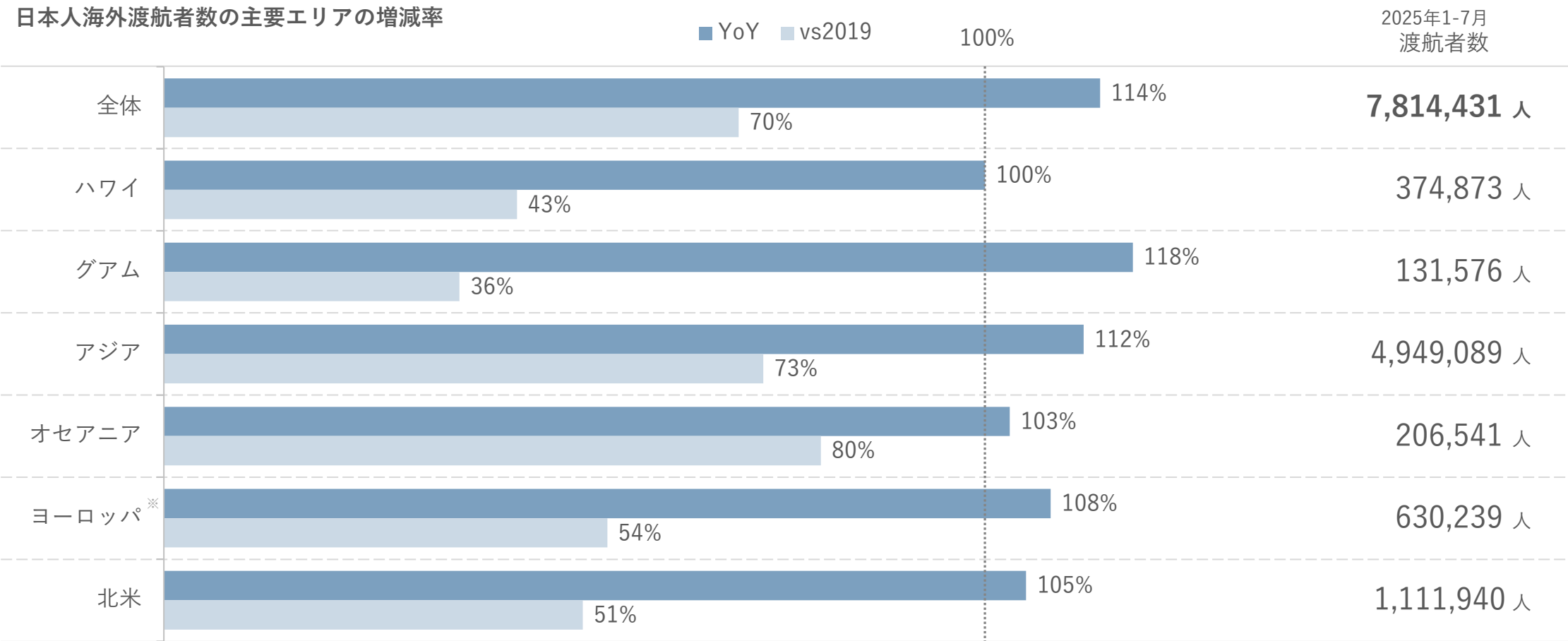
出典: 日本政府観光局 (JNTO) - 訪日外客数・出国日本人数 -

外部環境（主要エリア別の日本人海外渡航の状況）



主要エリアにおける日本人海外渡航者数 動向（2025年1月 – 2025年7月）

昨年までのアジア、オセアニアに加えて、ヨーロッパへの日本人の海外渡航者数についても回復傾向にあるが、引き続き当社の主力エリアであるハワイ、グアム及び北米に関してはいまだ低い水準で推移している



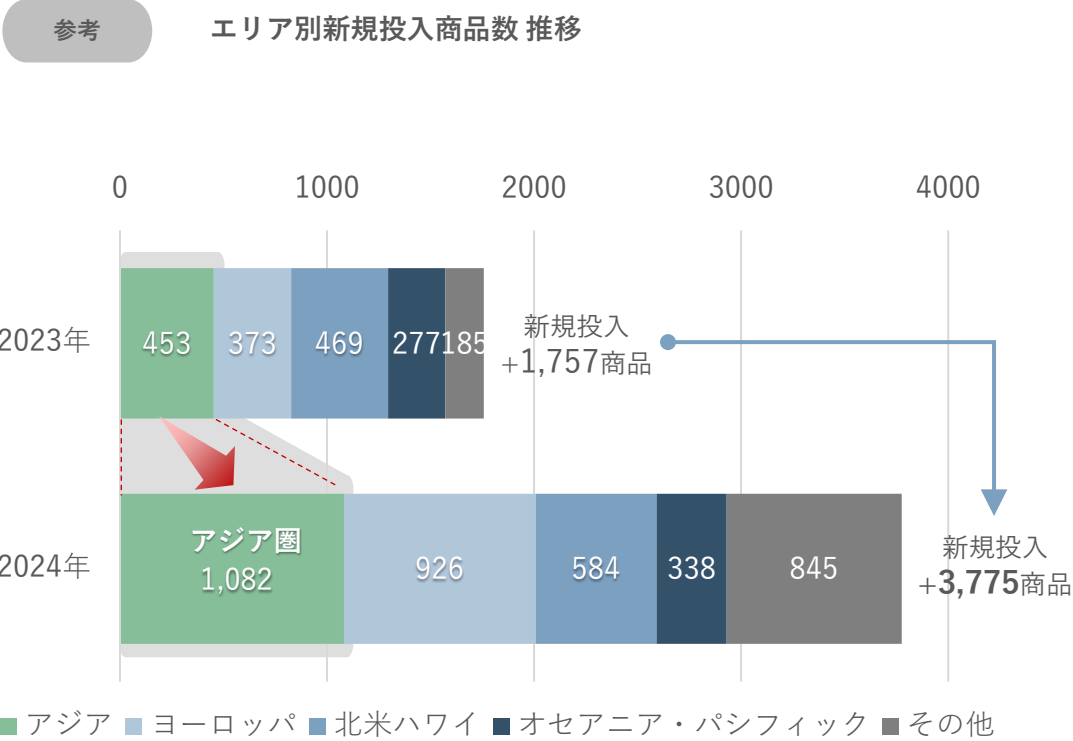
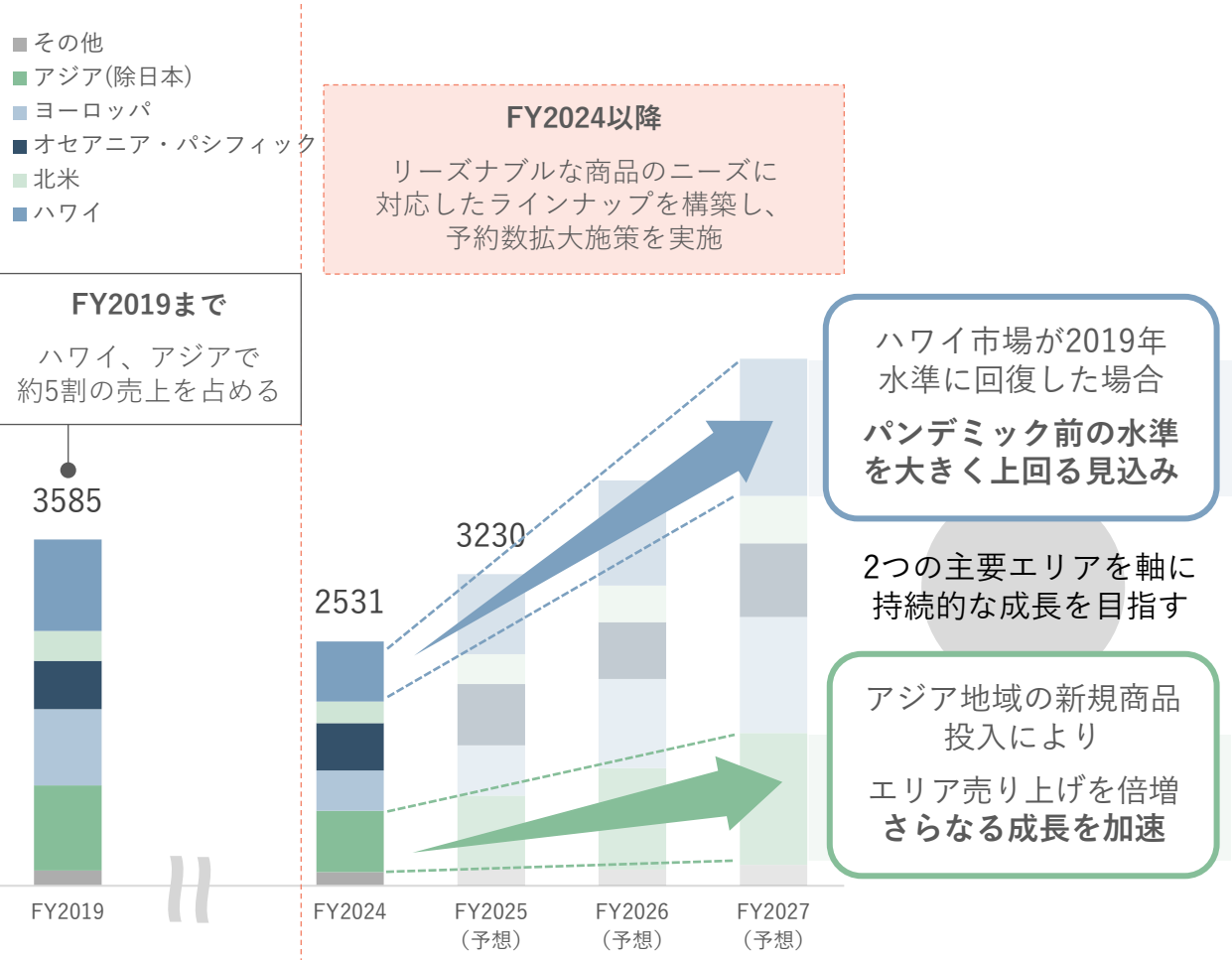
出典: JTB総合研究所 - アウトバウンド 日本人海外旅行動向 -

※ ヨーロッパは集計が行われている7ヶ国（ドイツ、スペイン、スイス、オーストリア、チェコ、クロアチア、スロベニア）の実績をもとに算出

海外エリア別の売上比率



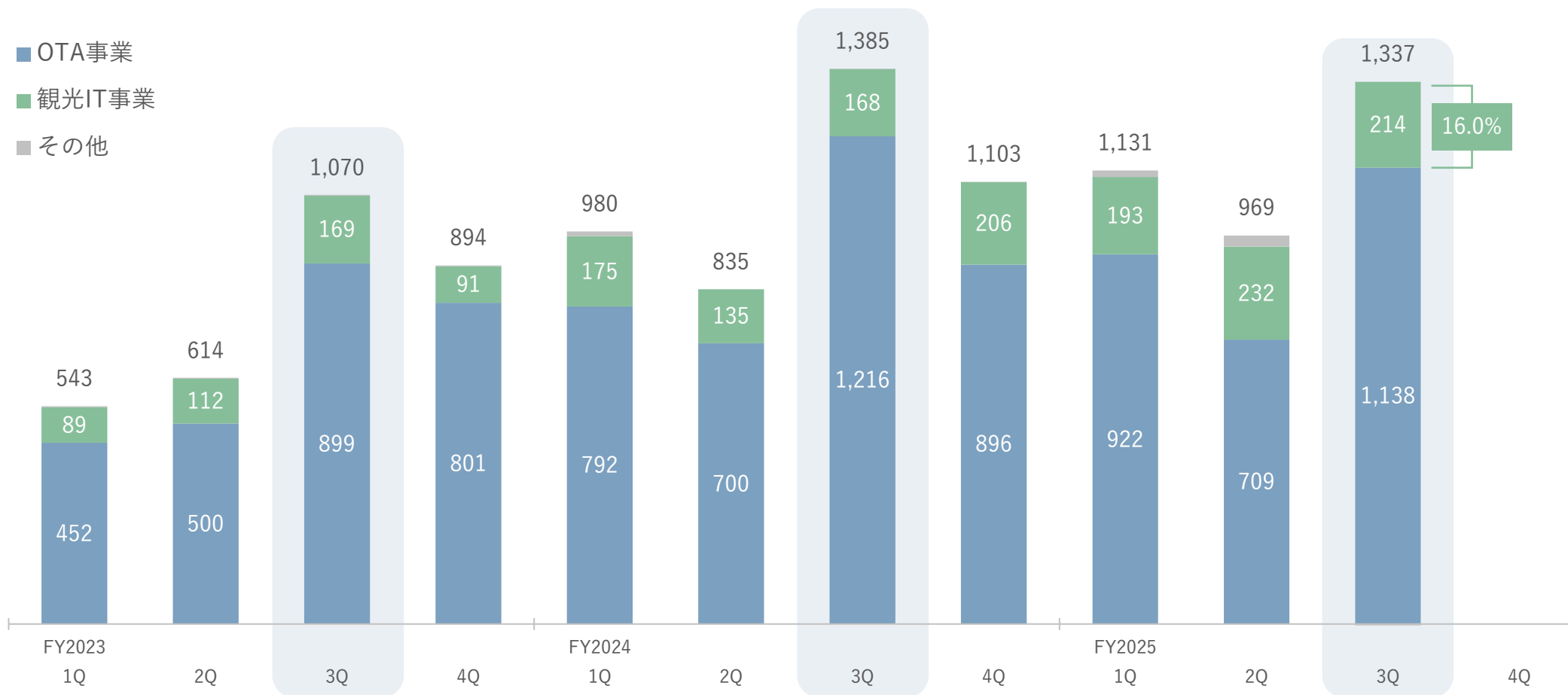
当社OTA事業におけるエリア別の売上高はハワイ、アジアで約5割を占める
ハワイの需要回復による牽引と、既に回復傾向にあるアジア地域の戦略的商品拡大により、売上全体の持続的な成長を見込む



セグメント別営業収益 四半期推移



海外旅行や国内旅行、Hawaii Activitiesから構成されるOTA事業と、主にLINKTIVITYから成る観光IT事業の売上構成比において、季節性は存在するものの観光IT事業の割合が高まる傾向にある



※ 2025年12月期よりセグメント情報を開示するにあたり、これまで『その他』として管理していた営業収益の一部を『OTA事業』へと集計区分を移管したことにより、事業ごとの収益金額を遡及修正しております
※ 各セグメントの営業収益の記載は、セグメント間取引を相殺消去する前の金額であります

2025年12月期第3四半期 セグメント業績

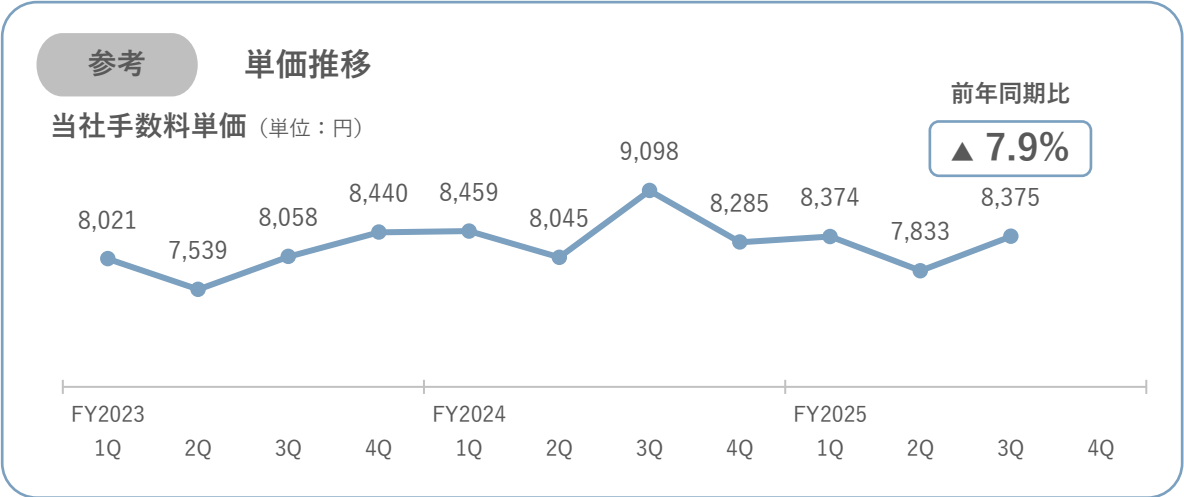
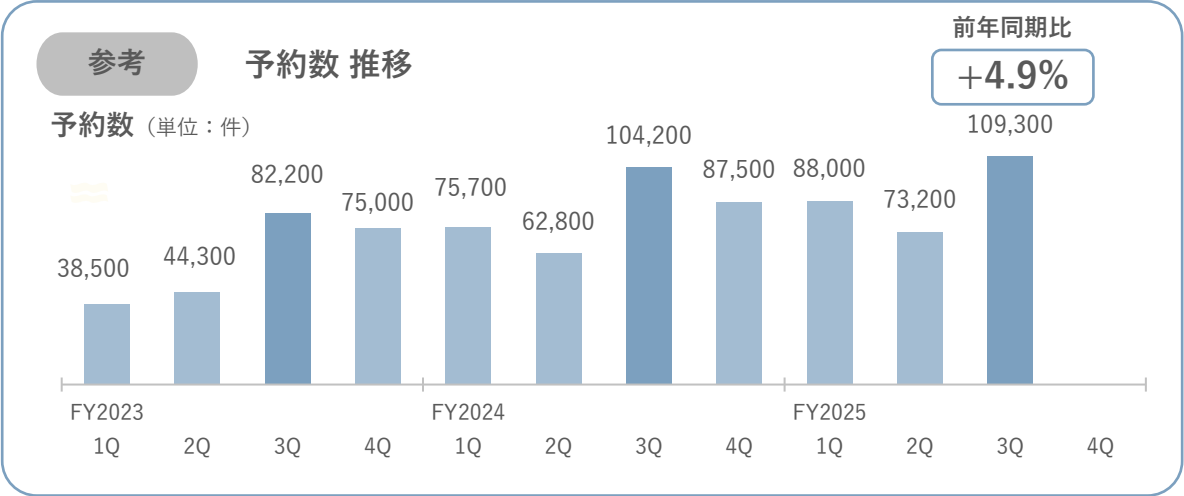
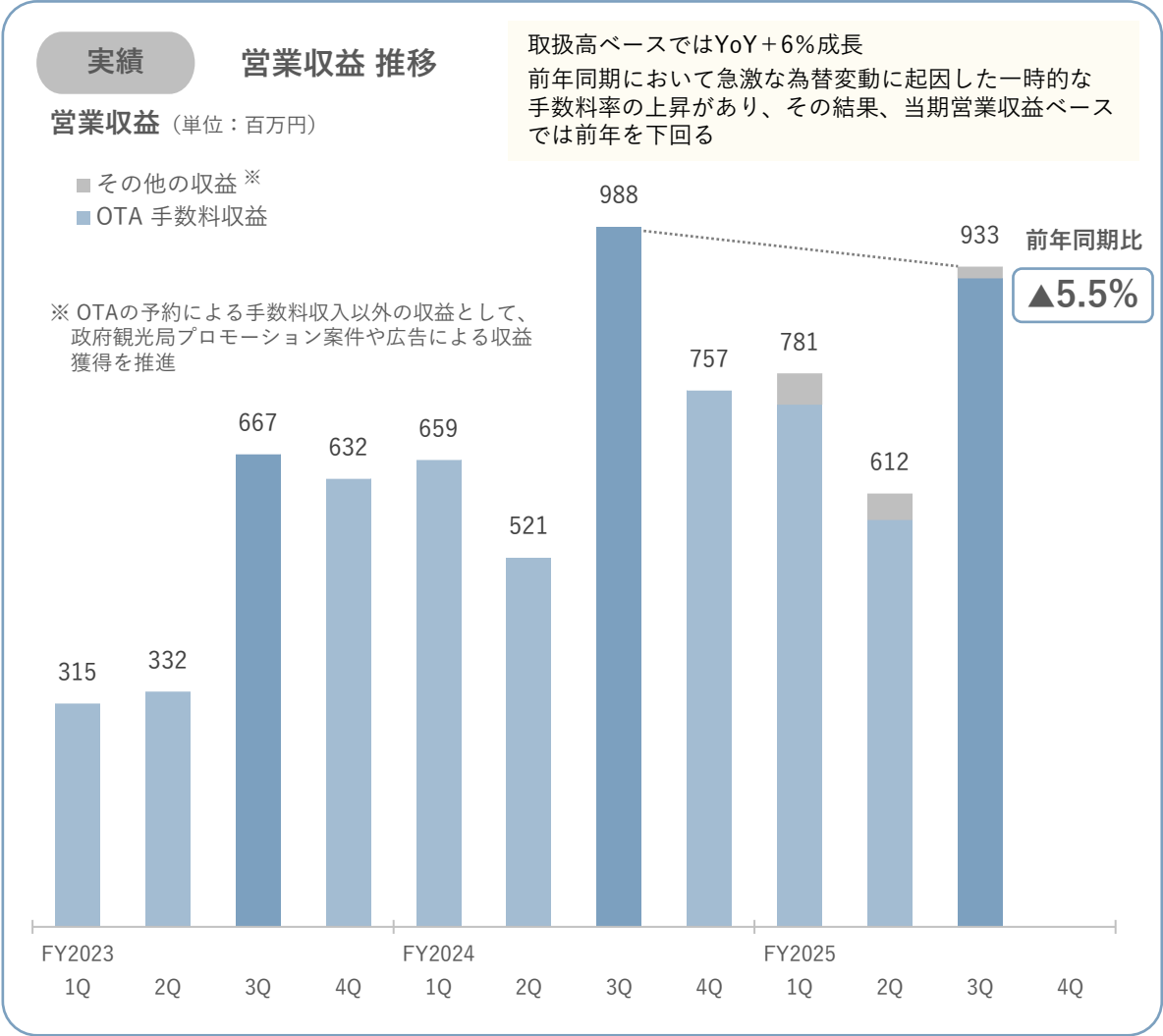


(単位：千円)	報告セグメント			その他	合計	調整額	四半期 連結財務諸表 計上額
	OTA	観光IT	計				
営業収益							
外部顧客への営業収益	2,769,640	639,336	3,408,977	29,497	3,438,474	-	3,438,474
セグメント間取引調整	6,618	10,972	17,591	-	17,591	△17,591	-
セグメント営業収益	2,776,259	650,891	3,426,568	29,497	3,456,065	△17,591	3,438,474
YoY	+ 2.0%	+ 32.1%	+ 6.6%	+127.1%	+7.1%	-	+ 7.4%
セグメント利益	664,815	△184,544	480,271	△15,704	464,566	△372,106	92,460
YoY	+243.4%	-	+491.1%	-	+507.5%	-	-

※ 「その他」区分は報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、新規事業を含んでおります。
※ セグメント間取引の調整額は、セグメント間取引消去および、報告セグメントに帰属しない親会社の本社管理部門にかかる費用125,151千円が含まれております。



ボリュームゾーンのアジア地域での競争激化と広告コスト高騰を受け成長が鈍化
一方で予約数は堅調に推移しており、コストコントロールの徹底により事業単体では黒字達成





検索表示順位とサイトへの流入数は改善傾向にあるものの、当月および直前予約の取り込みに苦戦
人気商品の在庫強化への継続的な取り組みが徐々に効果をあげており、9月単月では前年比プラス成長と復調傾向にある

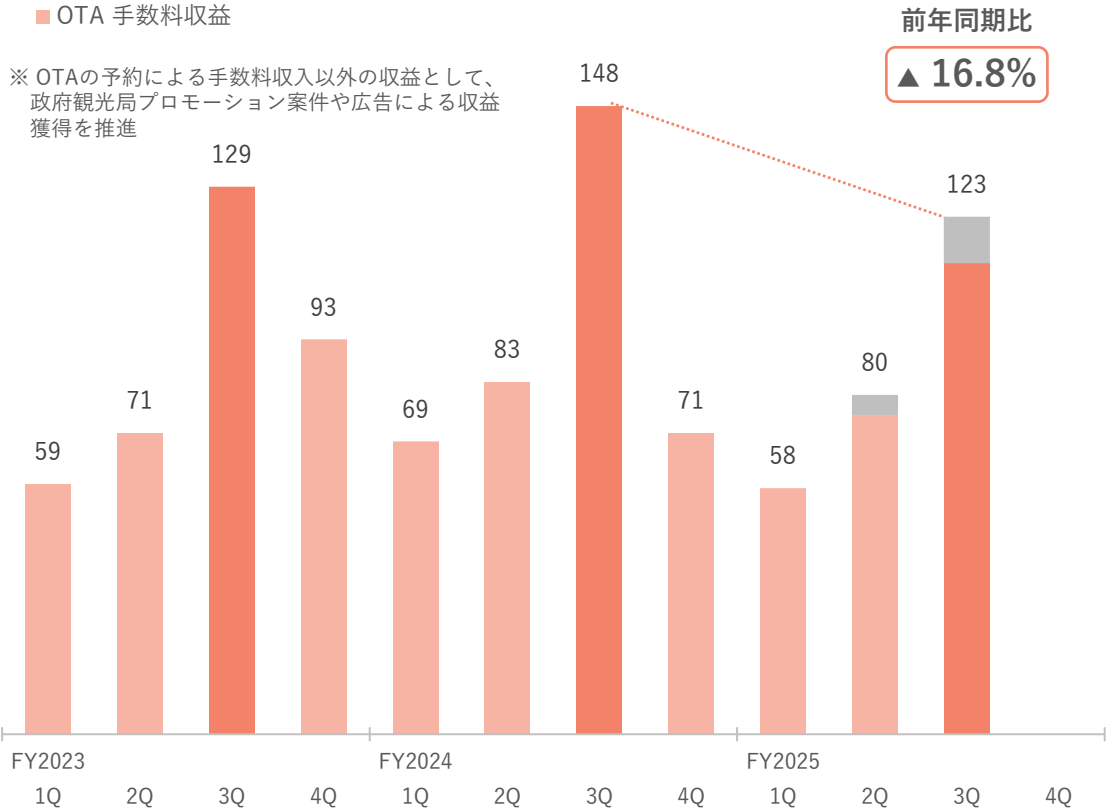
実績

営業収益 推移

営業収益（単位：百万円）

- その他の収益※
- OTA 手数料収益

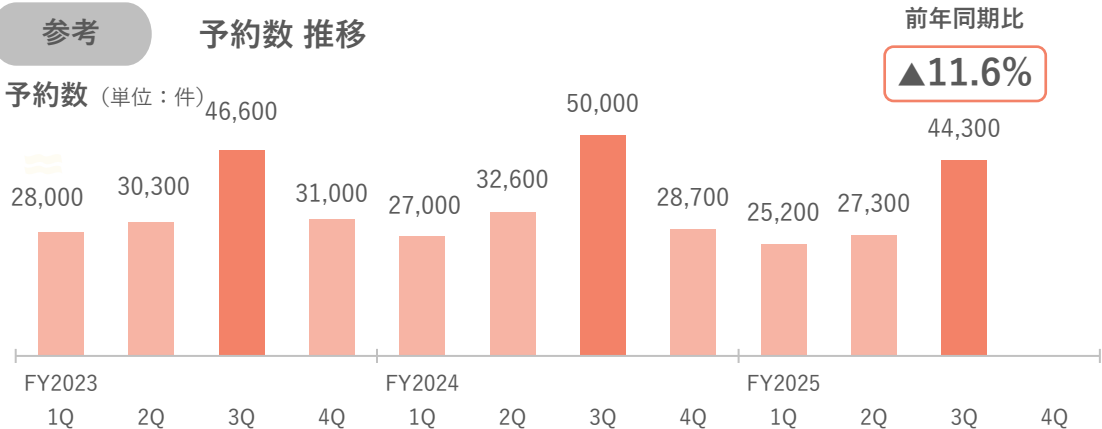
※ OTAの予約による手数料収入以外の収益として、
政府観光局プロモーション案件や広告による収益
獲得を推進



参考

予約数 推移

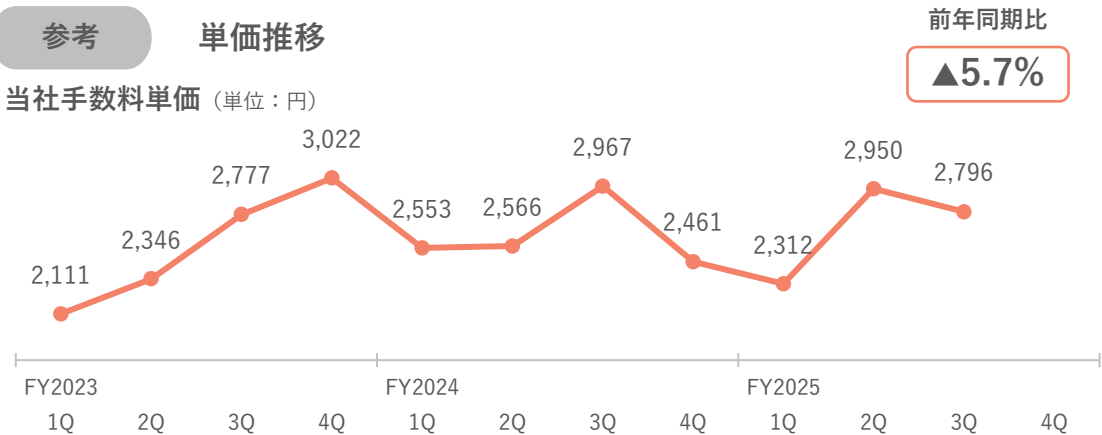
予約数（単位：件）



参考

単価推移

当社手数料単価（単位：円）



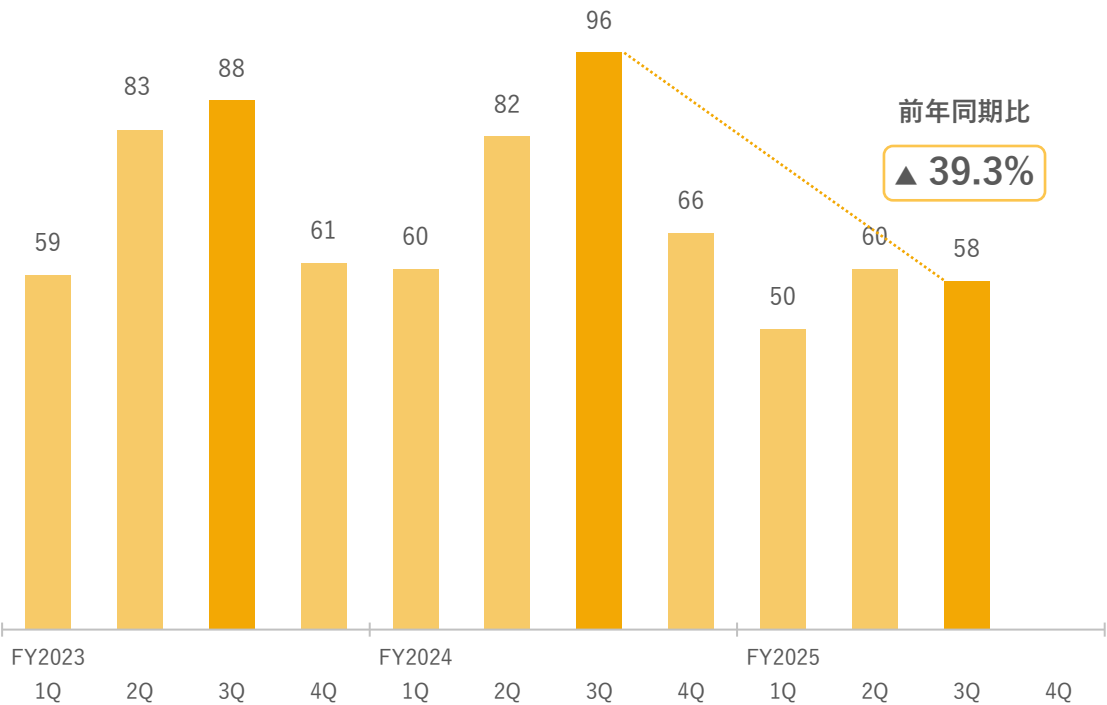


米国本土からの旅行者数は引き続き減少傾向。競合の台頭や広告コストの高騰等によりサイト流入数が低下
アフィリエイトの拡充やクルーズ寄港客向けの現地ツアー商品の拡充などで新たな顧客層の取り込みを狙う

実績

営業収益 推移

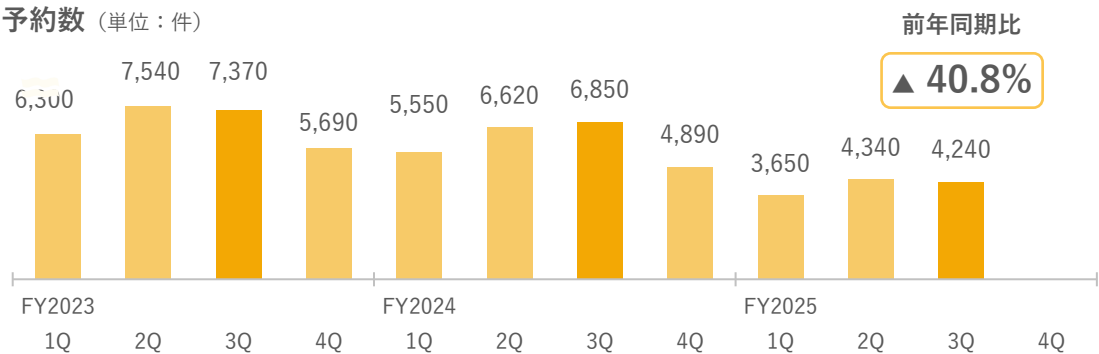
営業収益（単位：百万円）



参考

予約数 推移

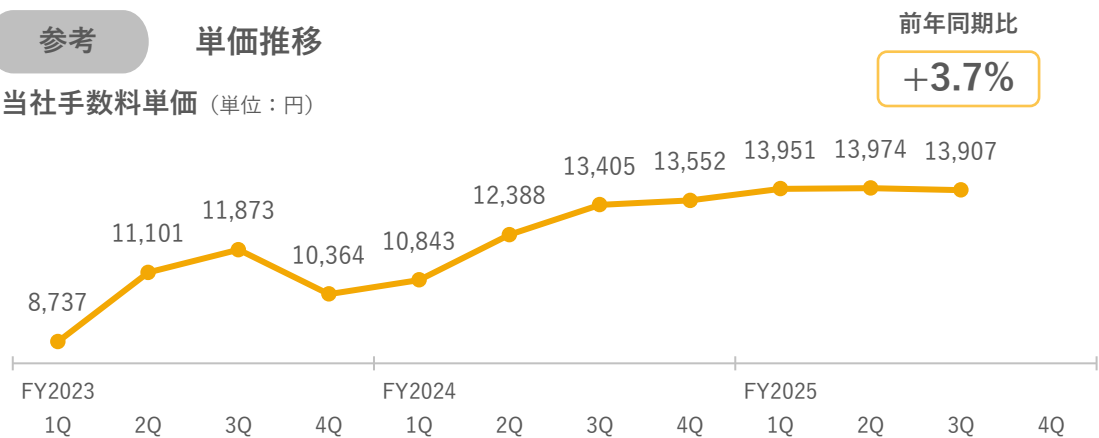
予約数（単位：件）



参考

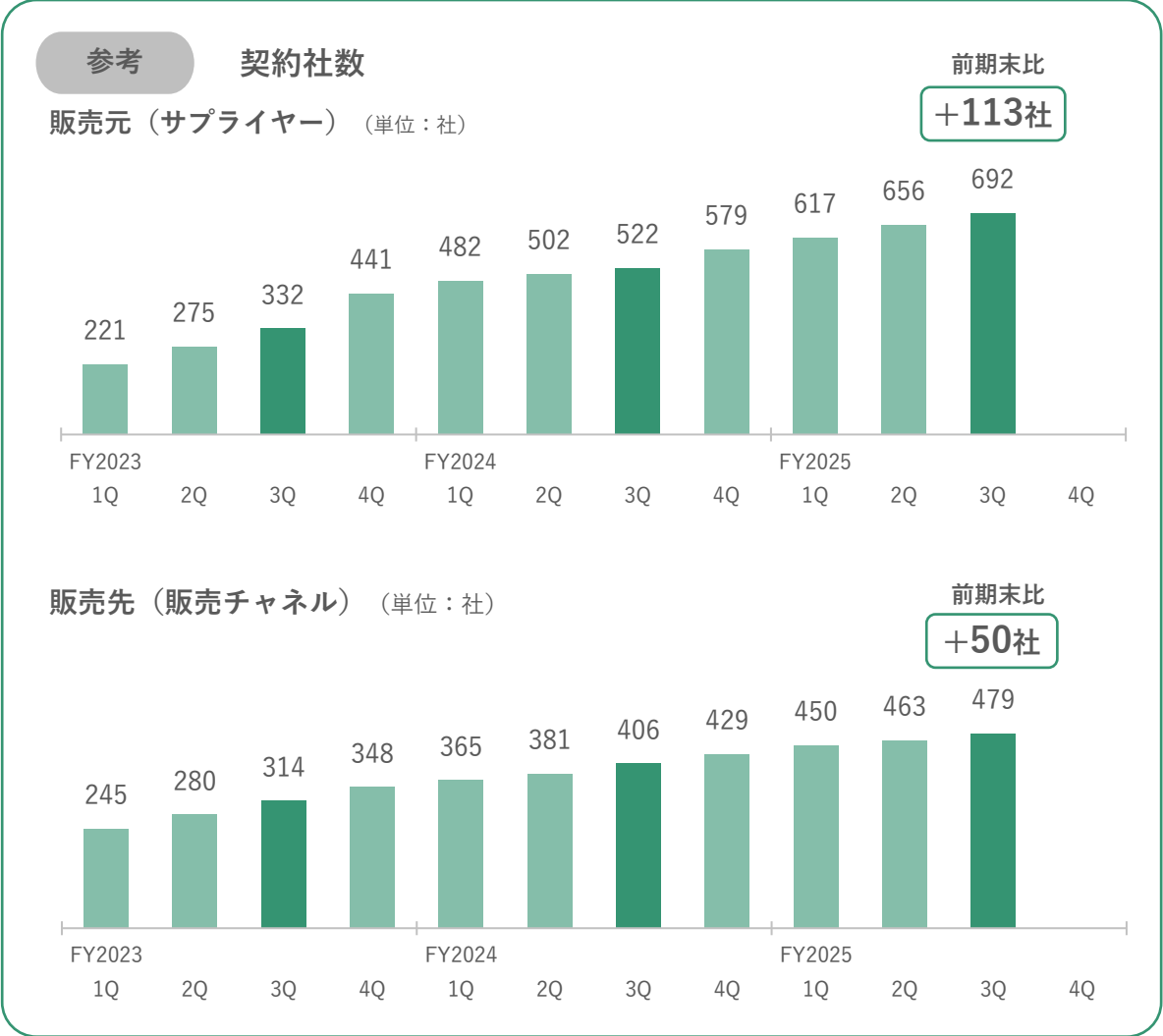
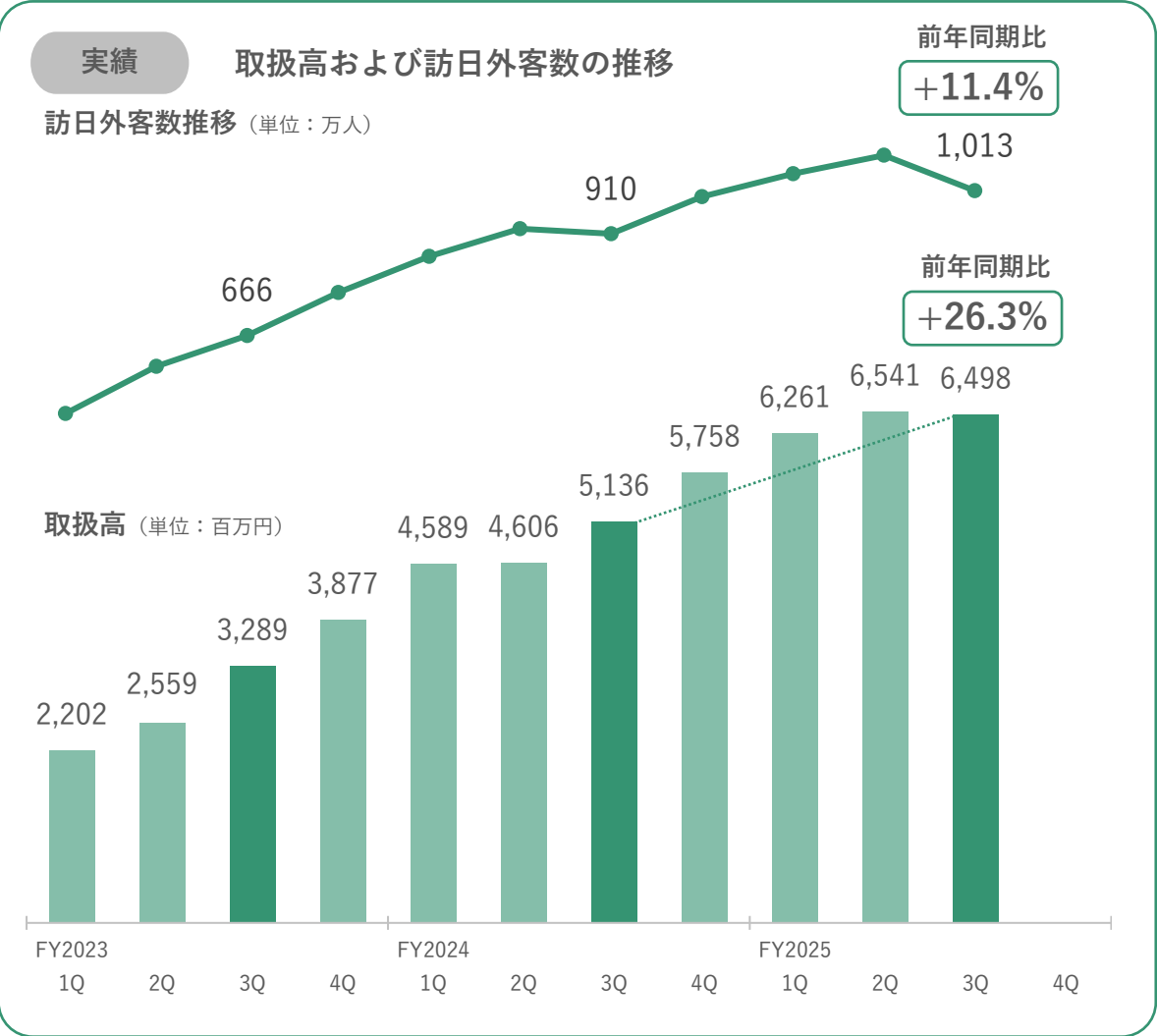
単価推移

当社手数料単価（単位：円）





夏季はアジア諸国からの需要の落ち着きに伴い取扱高の増加は緩やかになったが、市場全体の成長率（+11.4%）を大きく上回る前年同期比+26.3%の成長を達成し、引き続きシェアを拡大している

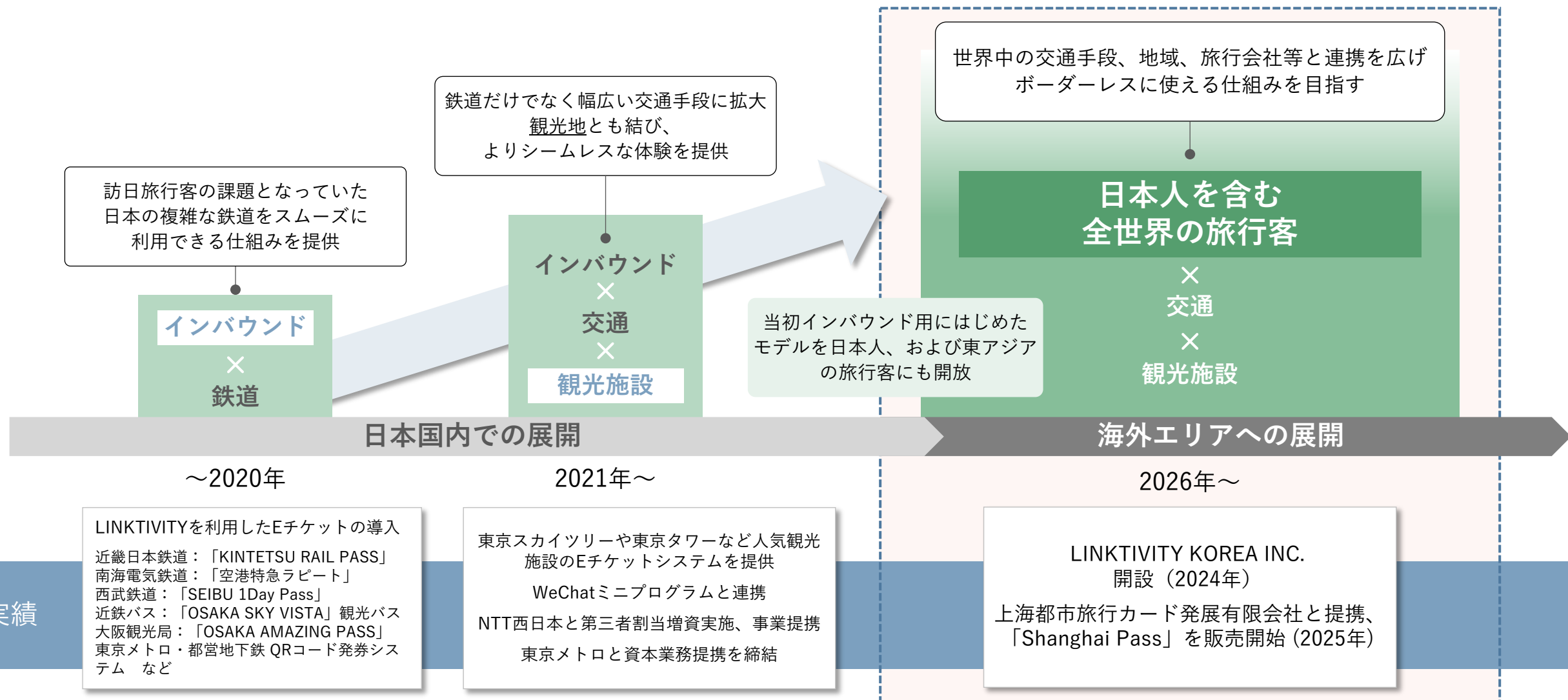


LINKTIVITY ビジネスモデルの拡大



旅行業界と消費者をテクノロジーでつなぐ

外国人旅行者向けの鉄道利用簡便化から、全世界の旅行者と地域、交通を一シームレス。ボーダーレスにつなぐシステムに





1. GDS(Global Distribution System)の商材&ネットワーク強化

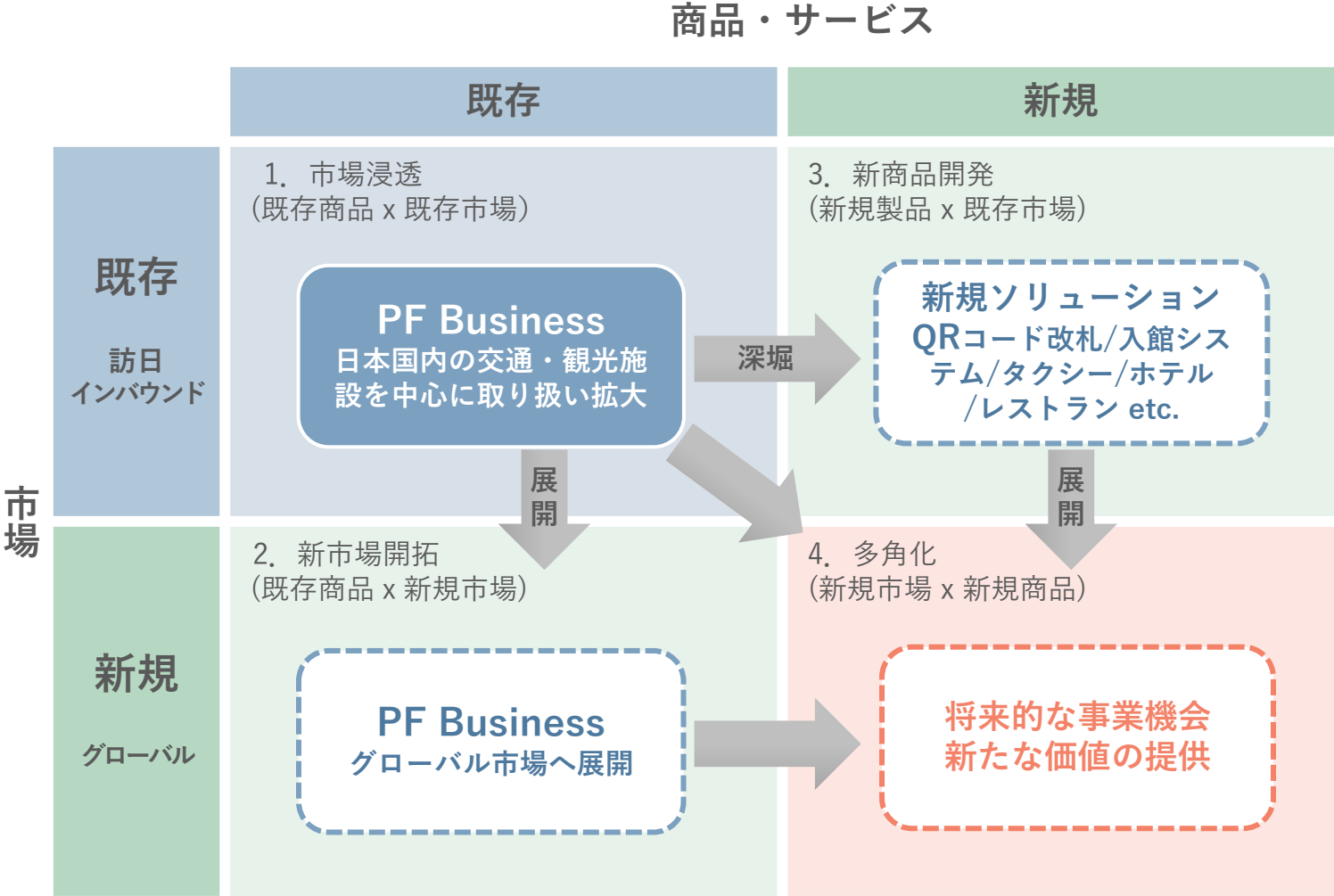
日本国内の交通・観光施設の入場券などを中心に取り扱いを拡大。さらにアジアを中心とした、日本国外へのソリューションの横展開によりグローバルな流通システムを目指します。

韓国にLINKTIVITY KOREA INC.を設立

2. 事業者向けソリューションの拡大

提携先向けのソリューションをさらに深堀し、国内最大規模の観光・交通IT総合ソリューションを拡大することで、事業者とのさらなる関係強化を目指します。

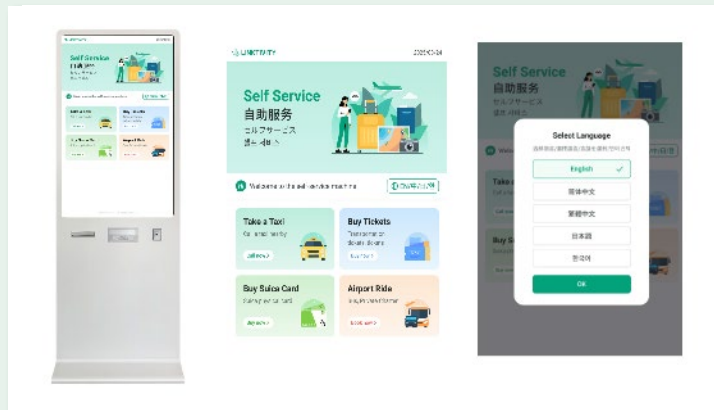
嵯峨野 トロッコ列車 基幹システム導入
通天閣 入退場ソリューション導入



WeChatミニアプリでの新幹線のQRコードチケットの販売や、新たな事業領域（宿泊施設）向けのサービスも開始

2025.10.14

ホテル向けセルフサービスキオスク端末 「Triplabo Kiosk」でタクシーアプリ 『GO』との連携を開始



- 4か国語（日英中韓）に対応した「Triplabo Kiosk」の画面操作だけで、宿泊客によるタクシー手配が可能に
- ホテルスタッフによる配車対応が不要となり、施設運営の効率化に大きく貢献

2025.8.25

Wechatミニプログラムで東海道・山陽・ 九州新幹線のチケット販売開始 QRコードで新幹線の直接乗車が可能に



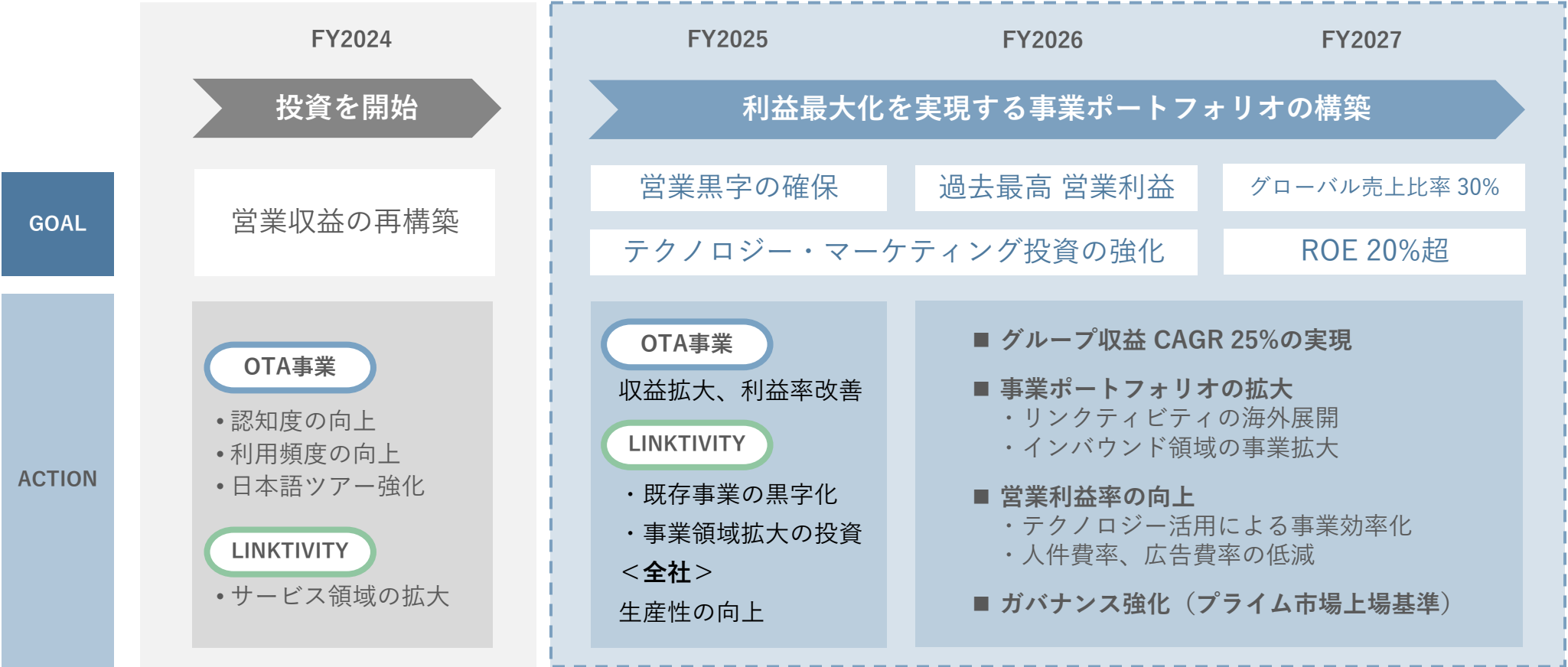
- 窓口購入や券売機での事前の引き換え手続きが不要
- 決済は中国人が使い慣れたWeChat Payで
- 乗車当日はスマートフォンで表示するQRコードを改札のリーダーにかざすだけ

中期経営計画及び今後の取組み



「国内市場」から「グローバル市場」へ

従来のKPI「ファン100万人」は日本人旅行者の複数回利用を前提としていたが、グローバル市場を目指すにあたりこのKPIを変更。基幹事業であるOTA事業の収益拡大と利益率の改善、LINKTIVITY事業とインバウンド市場の拡大を足掛かりに、グローバル市場への本格展開を目指していきます。



中期経営計画サマリー



経営計画

FY2027において

営業収益
84 億円
(対2024 +95%)

営業利益
14 億円

営業利益率
17 %

最重要指標

ROE
20 %

CAGR
25 %
(2025-27年)

グローバル
売上比率*
30 %
(2027年)

主力事業戦略

OTA事業

日本人向けマーケティング & Tech部門を強化し収益力を強化

LINKTIVITY

インバウンドB2B事業をさらに拡大

新規事業

インバウンド及びグローバル売上の拡大

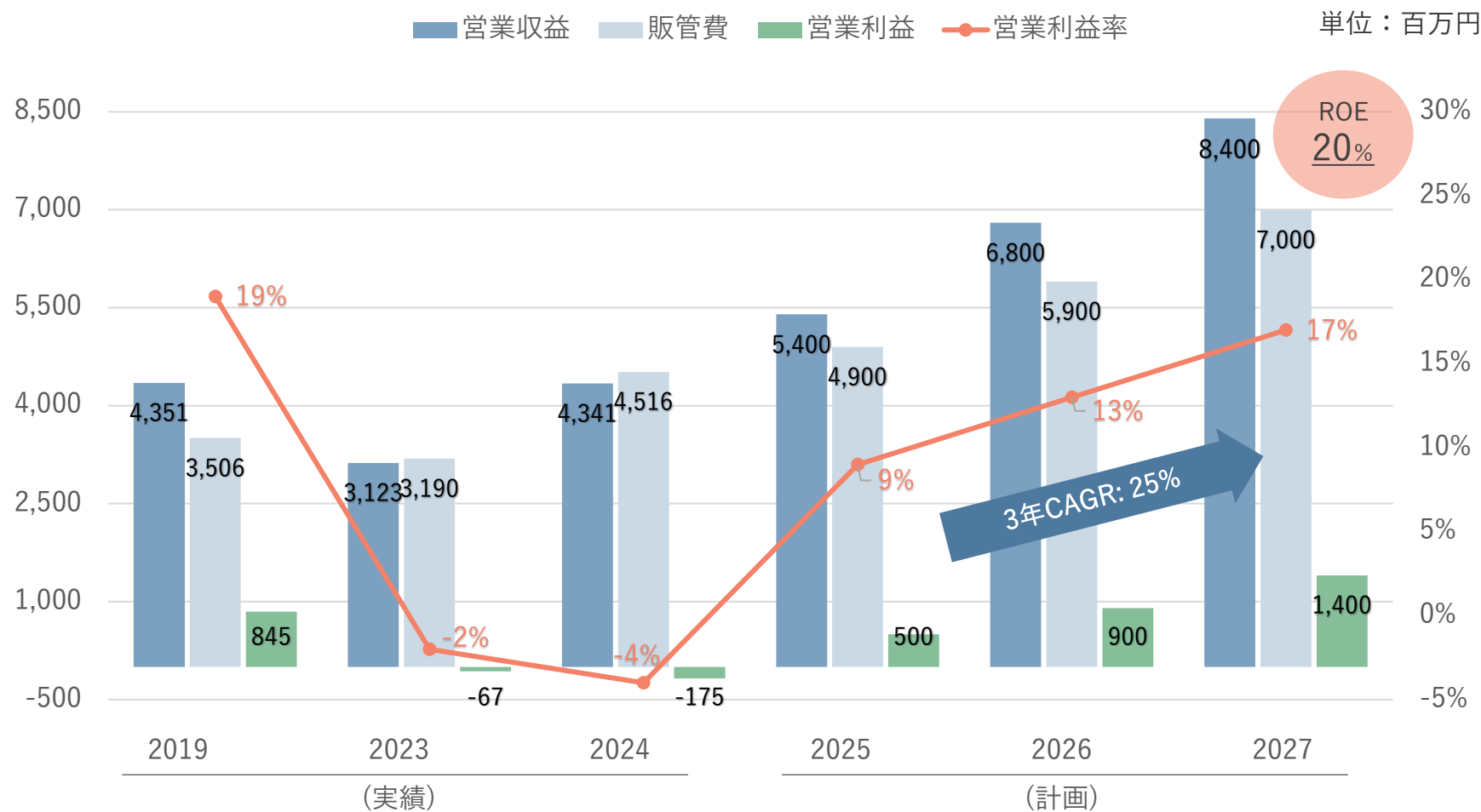
経営戦略

- 高効率経営の実現
- グローバル観光産業での継続的な成長の実現
- ガバナンス & コーポレート機能の強化

* グローバル売上 = リンクティビティ、HawaiiActivities、VELTRA OTA、新規事業における日本人以外の総売上

業績推移イメージ

2027年には営業収益 84億円 (3年CAGR: 25%)、営業利益 14億円、営業利益率 17%の実現を目指す



2027年 KPI目標

営業収益
84億円
(3年CAGR: 25%)

営業収益
14億円

営業利益率 約**17%** ROE **20%**

部門別目標



OTA事業

VELTRA: 日本人向けマーケティング&テクノロジー部門を強化し収益力の最大化と生産性を向上

LINKTIVITY

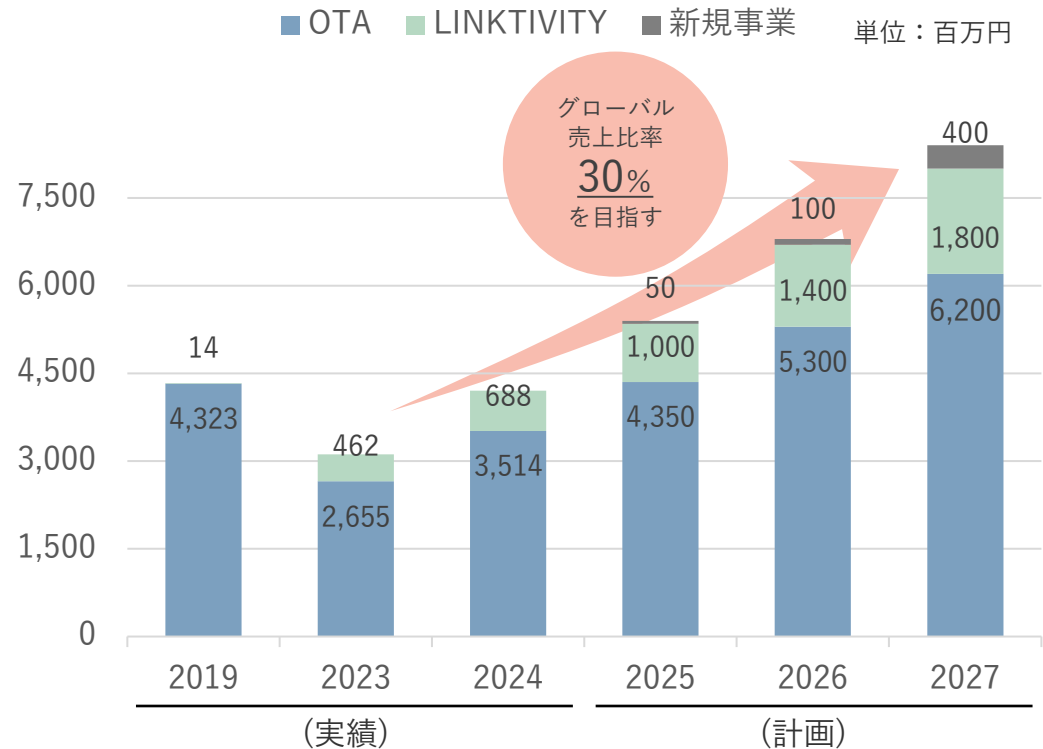
インバウンドにおけるB2B事業をさらに拡大

新規事業

インバウンド及びグローバル売上の拡大

事業別営業収益の実績と予測（～2027年）

単位：百万円



部門	営業収益 (対2024)	営業収益 CAGR	営業利益 (営業利益率)
OTA	6,200 (+75%)	20%	2,785 (45%)
LINKTIVITY	1,800 (+160%)	35%	300 (17%)
新規事業	400	-	-300
HQ	-	-	-1,385
合計	8,400 (+90%)	25%	1,400 (17%)



クルーズ市場の現状と可能性

22万人

日本人クルーズ人口
2024年の日本人クルーズ利用者数
(前年比15%増)

144万人

訪日クルーズ旅客数
2024年訪日クルーズ客数
(前年比4倍の急成長)

100万人

国交省2030年目標
国土交通省が掲げる2030年までの
日本人クルーズ人口目標



現状の課題

- 主流は旅行会社経由
- シニア層向け高額・長期滞在クルーズが中心
- OTA(オンライン販売)は未成熟かつ未開拓領域

成長機会

- 未経験層（若年層・家族層）の掘り起こし
- アジア圏を含む国際的な販売展開
- AI時代でしかできないクルーズプラットフォーム



世界中のすべてのクルーズをいつでも気軽に予約・参加できるプラットフォームを構築

- | | |
|-------------|--------------------------------|
| AIで全商品を作成 | コースは全てAIが生成。リアルタイムで全てのコースを販売可能 |
| グローバル販売 | 日本人だけでなくアジア全域のグローバル旅行者を対象 |
| 幅広い商品ラインナップ | 1泊2日・1万円未満のクルーズから豪華アドベンチャーまで |
| ダイレクト接続 | クルーズ会社のデータベースとAPI連携しリアルタイム予約 |
| 新規顧客層開拓 | シニア層に加え、若年層・家族層など未経験層へアプローチ |
| 寄港地の体験商品販売 | 地方の寄港地観光を活性化する旅中体験を提供 |

ベルトラは2028年までに約2万人、50億円規模のクルーズFIT市場を創出することを目標
この数字が実現する時はクルーズがより身近な旅行選択肢になる市場に変化する事を意味します

Appendix

会社概要



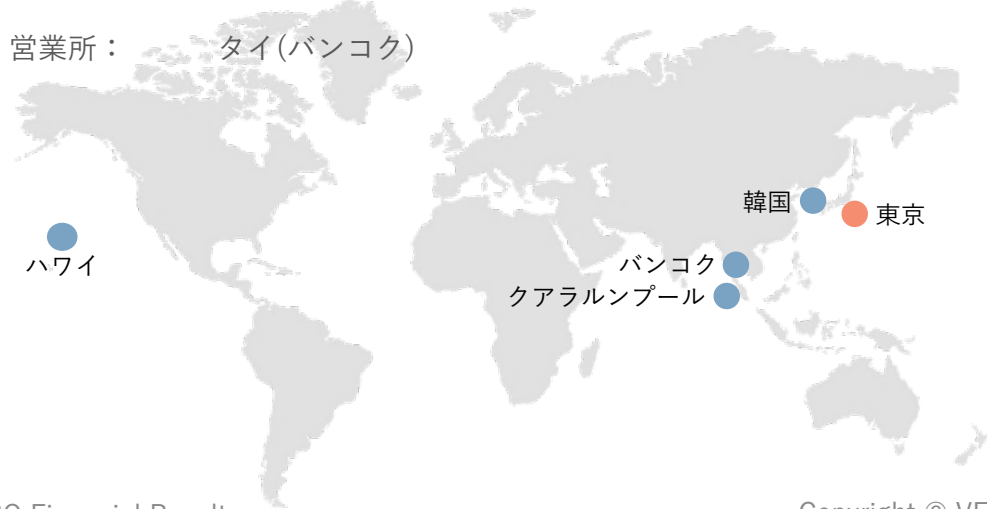
国内最大級の現地体験型アクティビティ専門予約サイト「VELTRA.com」、インバウンド・国内旅行のチケットプラットフォーム「LINKTIVITY」の運営

会社概要

社名：ベルトラ株式会社
本社：東京都中央区日本橋2-13-12
資本金：20億7,838万円（2025年9月30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 145名（198名）（ ）は臨時雇用含む
連結 254名（309名） 2025年9月30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
[韓国] LINKTIVITY KOREA INC.

営業所：タイ(バンコク)



事業カテゴリ

VELTRA.com			LINKTIVITY
現地体験型オプションツアー			チケットプラットフォーム
日本人海外旅行	日本人国内旅行	法人サービス	鉄道・施設向け販売システム(B2B)

役員

代表取締役社長／CEO	二木 渉
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
- 2018 東京証券取引所マザーズ市場上場
- 2020 リンクティビティ株式会社設立
- 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
- 2023 監査等委員会設置会社へ移行

株式会社JTBとアクティビティ事業で資本業務提携
- 2024 連結子会社 リンクティビティ株式会社が東京地下鉄株式会社（東京メトロ）と資本業務提携

VELTRAについて



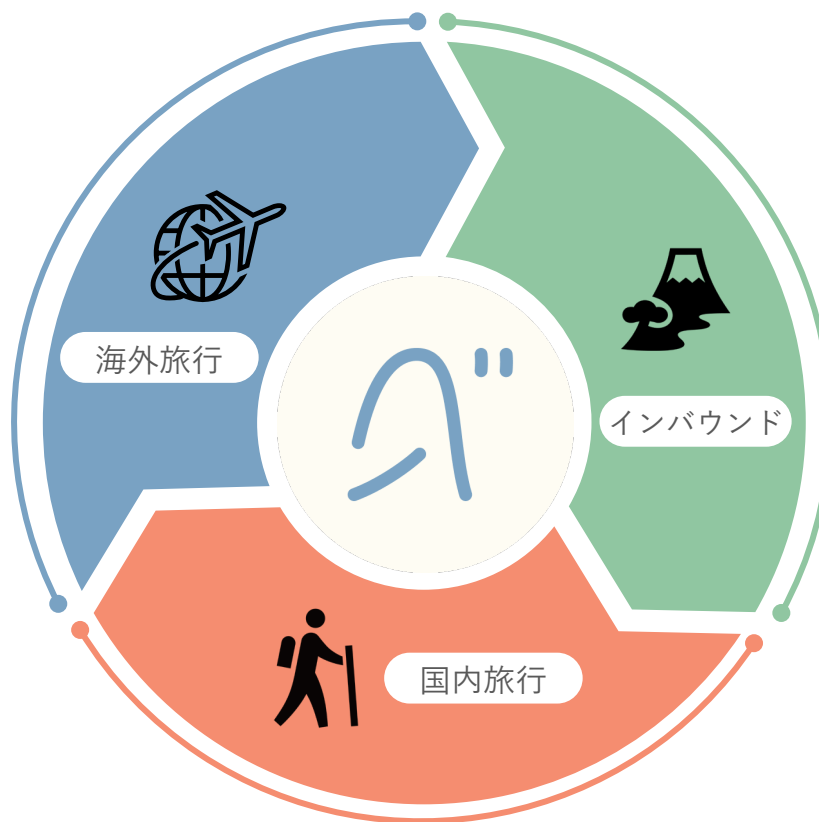
ベルトラは既存の旅行会社の枠組みを超え、国内から海外、オンラインからオフラインまで、テクノロジーの力でシームレスな「心ゆさぶる体験」に出会うためのソリューションを提供し、日本の観光立国に貢献します。

OTA事業

VELTRA

HAWAII ACTIVITIES
A VELTRA® Company .COM

VELTRA STORE



観光IT事業

LINKTIVITY

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。

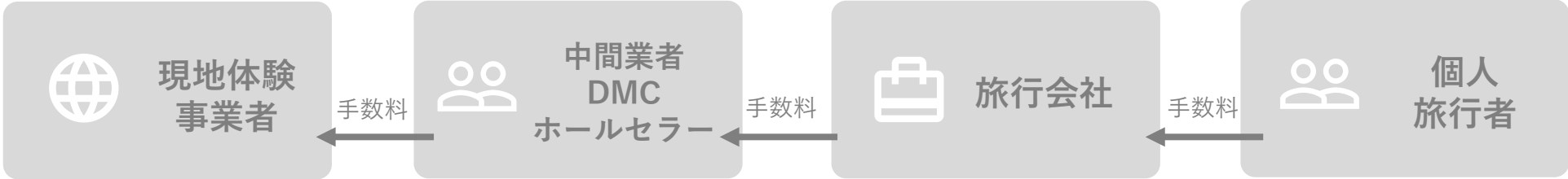
OTA事業			観光IT事業		
					
					
280万人 (YoY +30万人)		会員数	20万人	利用者数	—
22,000種類 (YoY +3,000) 150カ国		商品数 取り扱い国数	780種類 ハワイ全島	契約事業者数	692社 (YoY+113社)
9,000社 (YoY +1,000社)		催行会社会数	440社	販売事業者数	479社 (YoY +50社)
65万件		体験談数	1.4万件	販売先国数	アジアを中心に 全世界で販売
日本人海外旅行 日本人国内旅行		ターゲット市場	米国在住者のハワイ旅行	ターゲット市場	訪日インバウンド

OTA事業：体験予約のサプライチェーンを変革



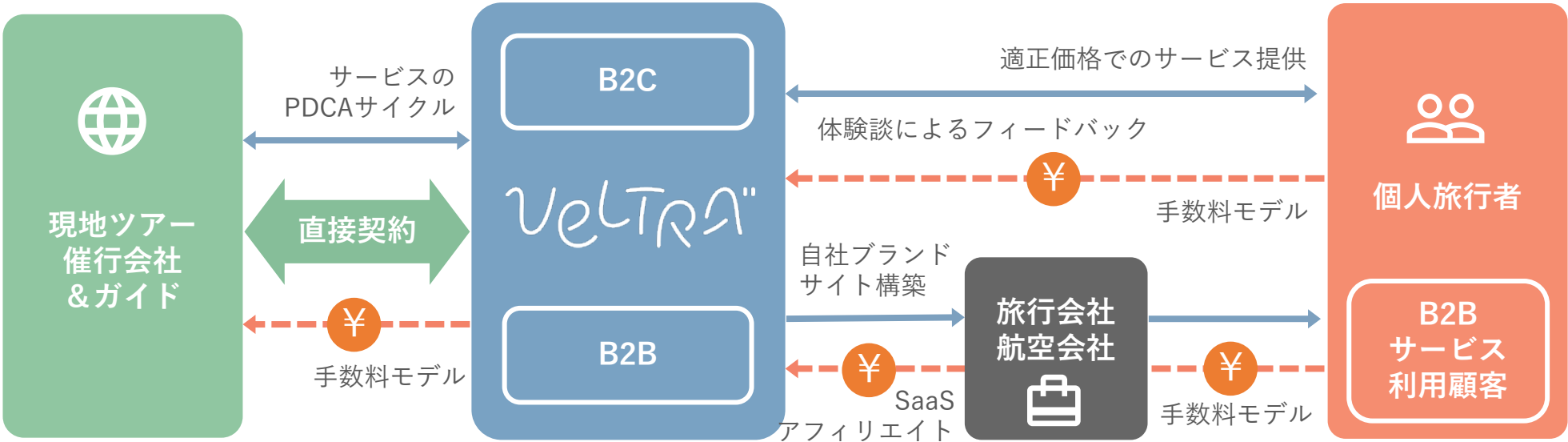
従来の体験予約

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。





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



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、9,000社以上の催行会社ネットワーク



280万人以上の会員基盤



22,000種類以上の品揃え

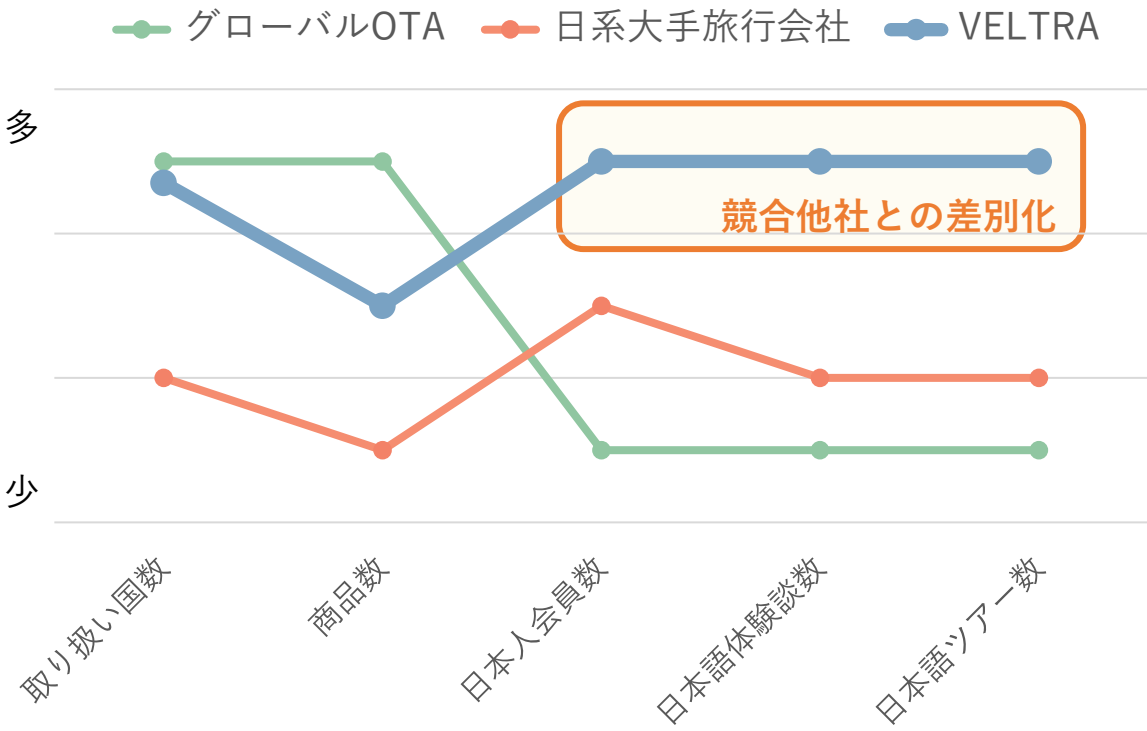


62万件以上の体験談



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**

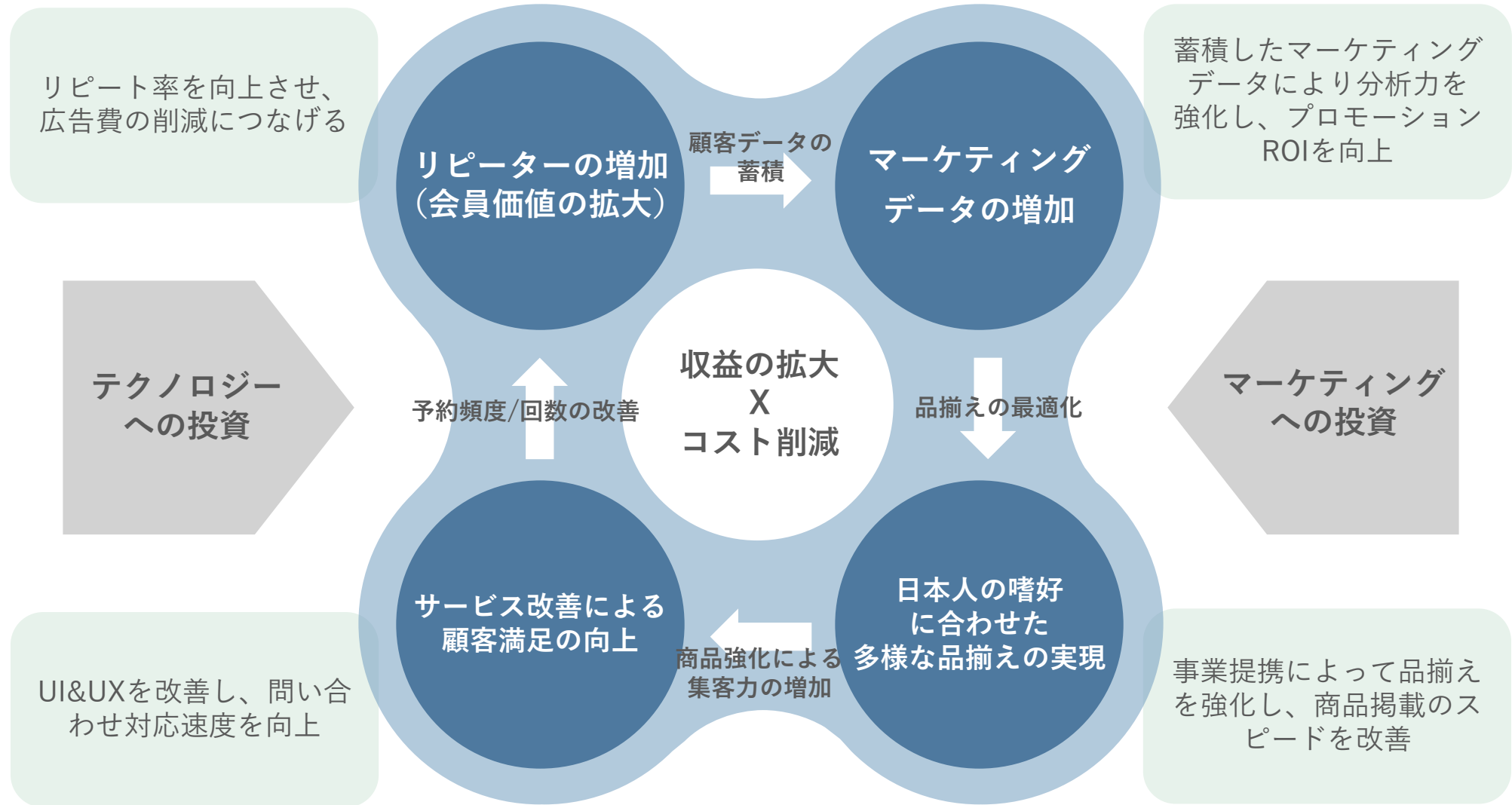


24/7のカスタマー
サポート体制

OTA事業：事業成長と生産性改善を実現するサイクル



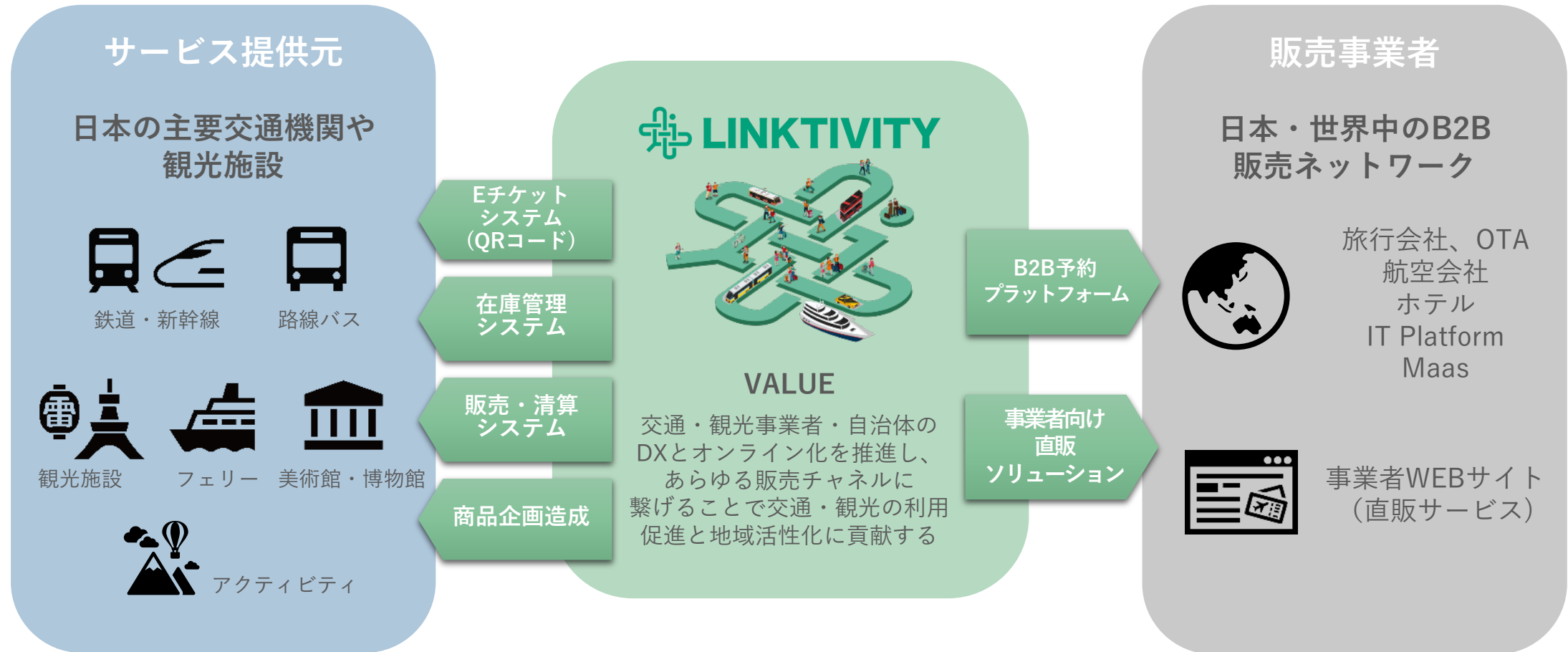
マーケティング投資とテクノロジーへの投資によって生産性を向上させ、得られた利益を再投資することで更なる成長を目指します。



LINKTIVITY : ビジネスモデル



LINKTIVITY(リンクティビティ)は日本の交通機関、観光施設や自治体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。



LINKTIVITY：事業領域の拡大



サプライヤーの課題に対して様々なソリューションを提供し、サービスを拡大中

販促① チャネルマネジャー

海外・国内のOTA、旅行会社、ホテル等への販売を一括管理



400社以上の販売先へリーチ

- 初期費無償・運営費無償
- E-Ticket (QR)
- 販売先契約管理
- 商品・在庫管理
- 販売管理
- 精算管理
- カスタマーサポート対応
(日・英・中・韓)

苦手の言語の営業代行、各国のカスタマーサポート、請求処理なども対応

販促② 直販ソリューション

御社の公式サイトをローコストで構築販売、運営、マーケティング支援



あらゆる商品バリエーションに対応

- 初期費無償・運営費無償
- 販売先契約管理
- 商品管理
- 会員登録 (登録無し可・SNSログイン等)
- 多言語翻訳 (日・英・中簡・中繁・韓)
- カスタマーサポート対応
- 販売サイト
- 決済機能 (各種カード・Wechat・Alipay)

各国言語のカスタマーサポート、Google ThingsToDo、Wechat ミニアプリなどの販路拡大もサポート

販促③ 企画商品

企画商品(単品 + α)を造成、販売



パッケージ・バンドル商品

自社販売チャネルにてOTA同様に他社商品とのセット販売や割引により付加価値を高め、多様な販売促進が可能

自社商品

自社商品 + 交通

自社商品 + 食事券

自社商品 + 体験

リンクティビティに契約先商品が無い場合、営業代行による契約獲得も対応

販促④ 入退場ソリューション

POS・Ticket Machine・Gate



クラウドでローコスト導入



導入事例
・ 通天閣「Dive&Walk」
・ 志摩グリーンアドベンチャー

LINKTIVITY：提供するサービス

プラットフォーム事業に加え、観光施設や鉄道事業者向けのソリューション提供を拡大中



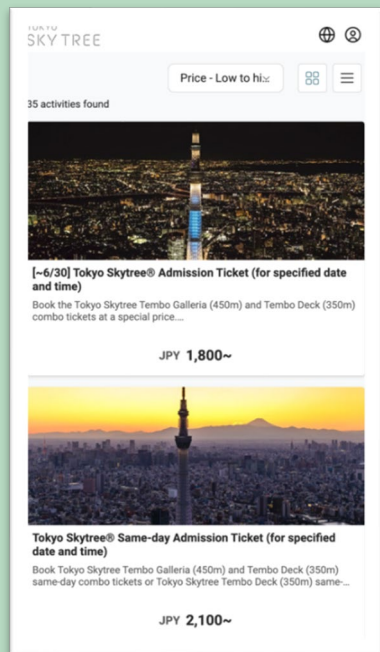
観光施設向け 直販ソリューションの提供

観光施設の公式B2Cサイトの構築、マーケティング支援

例：Tokyo Skytree®

施設や交通チケットなどを組み合わせた企画商品の造成販売を可能に

例：Tokyo Skytree® Enjoy Pack



チケット単品

チケット + TeamLab
Planets (施設)

チケット + 東京メトロ
(交通)

チケット + 着物レンタル
(体験)

鉄道事業者・観光施設向け デジタル・インフラソリューションの提供

観光鉄道向けEチケット & 基幹システムの提供

例：嵯峨野トロッキ列車

観光施設向けEチケット & 基幹システムの提供

例：大阪通天閣、浜島クルーズ等



↑トロッキ亀岡方面

運転室

1	A	B	B	A	2
	D	C	C	D	
3	A	B	B	A	4
	D	C	C	D	
5	A	B	B	A	6
	D	C	C	D	
7	A	B	B	A	8
	D	C	C	D	
9	A	B	B	A	10
	D	C	C	D	



サステナビリティへの取り組み



サステナビリティ基本方針：

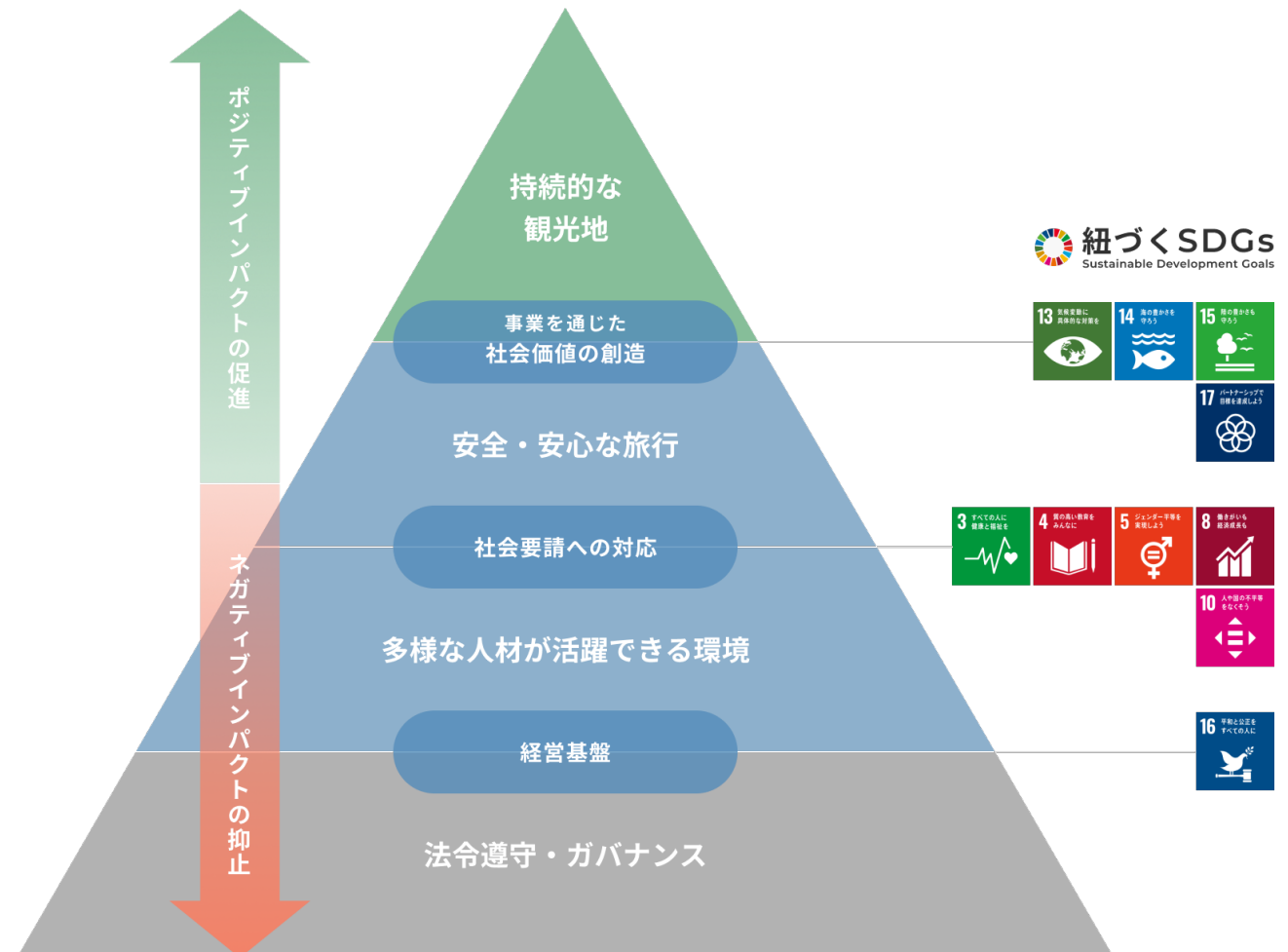
「法令順守・ガバナンス」を基礎とし、「安全・安心な旅行」「多様な人材が活躍できる職場環境」など社会からの要請へ対応するとともに、「持続的な観光地」づくりのため、事業を通じた社会価値の創造によるビジョンの実現を目指す

Topics：

- ・「第1回JATA SDGsアワード」社会・人権部門において「Work from Anywhere：多様な人材がライフステージの変化に関わらず活躍できる職場環境づくり」が奨励賞を受賞（2023年6月）
- ・コーポレートサイトにてサステナビリティページを公開（2023年8月）
- ・「第7回ジャパン・ツーリズム・アワード」にてベルトラ企画の現地ツアー『世界一サンゴと人にやさしい村で学ぶSDGs 大人の修学旅行 in 恩納村』が『持続可能な観光賞（UNWTO）』を受賞（2023年9月）

ビジョンの達成

人を想い、人に寄り添うことで、
よりよい世界を実現する



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31%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 **95%**



従業員の平均年齢：**37**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。

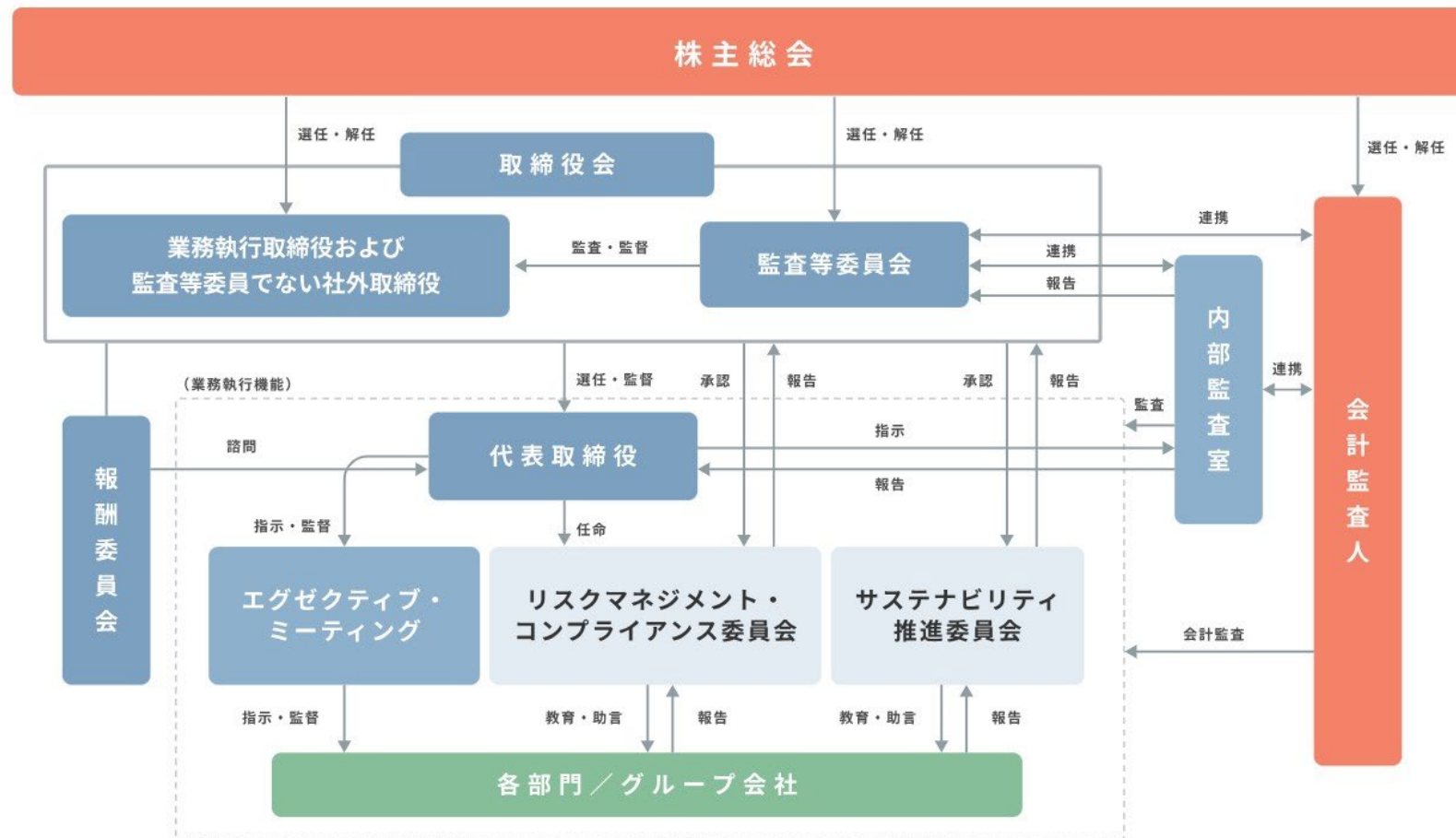
コーポレート・ガバナンス向上に向けた取り組み



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>

