

VELTRA

事業計画及び成長可能性に関する事項について

2025年3月26日

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

VELTRA STORE



観光IT事業

LINKTIVITY

YOKKA

※Zenesは2024年12月でサービス終了

「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。



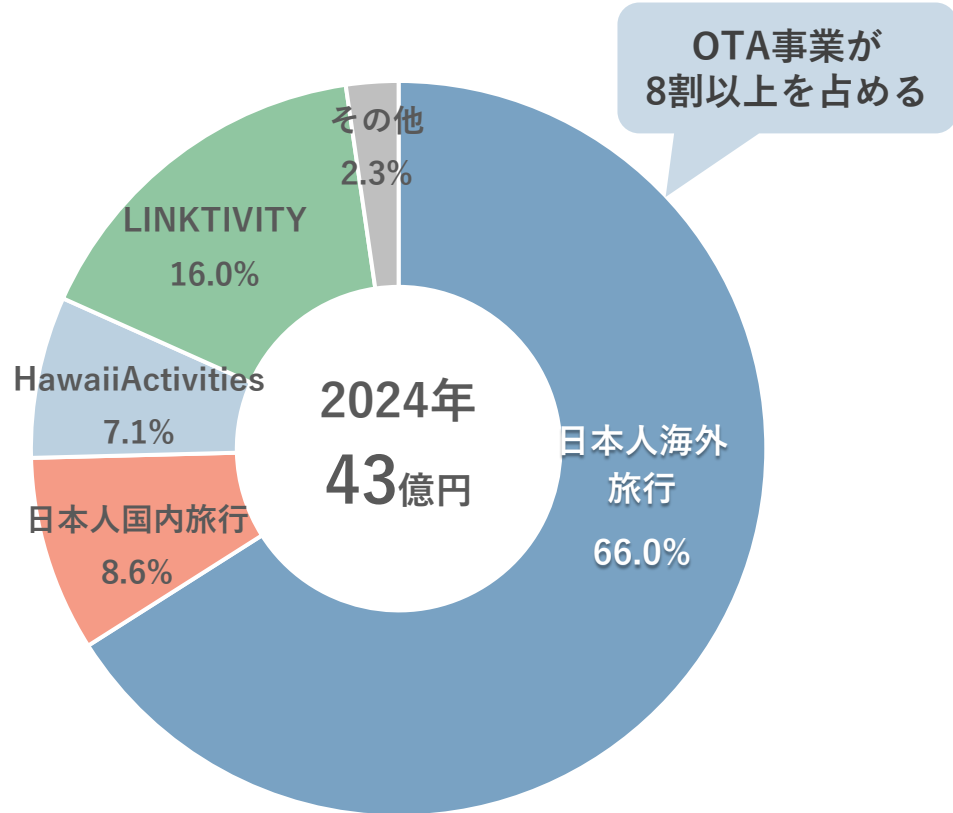
OTA事業		観光IT事業	
			
285万人 (YoY +35万人)	 会員数	20万人	利用者数 —
22,000種類 (YoY +3,000) 150カ国	 商品数 取り扱い国数	780種類 ハワイ全島	契約事業者数 579社 (YoY+138社)
約9,000社 (YoY +1000社)	 催行会社会数	440社	販売事業者数 429社 (YoY +81社)
60万件	 体験談数	1.4万件	販売先国数 アジアを中心に 全世界で販売
日本人海外旅行 日本人国内旅行	 ターゲット市場	米国在住者のハワイ旅行	ターゲット市場 訪日インバウンド



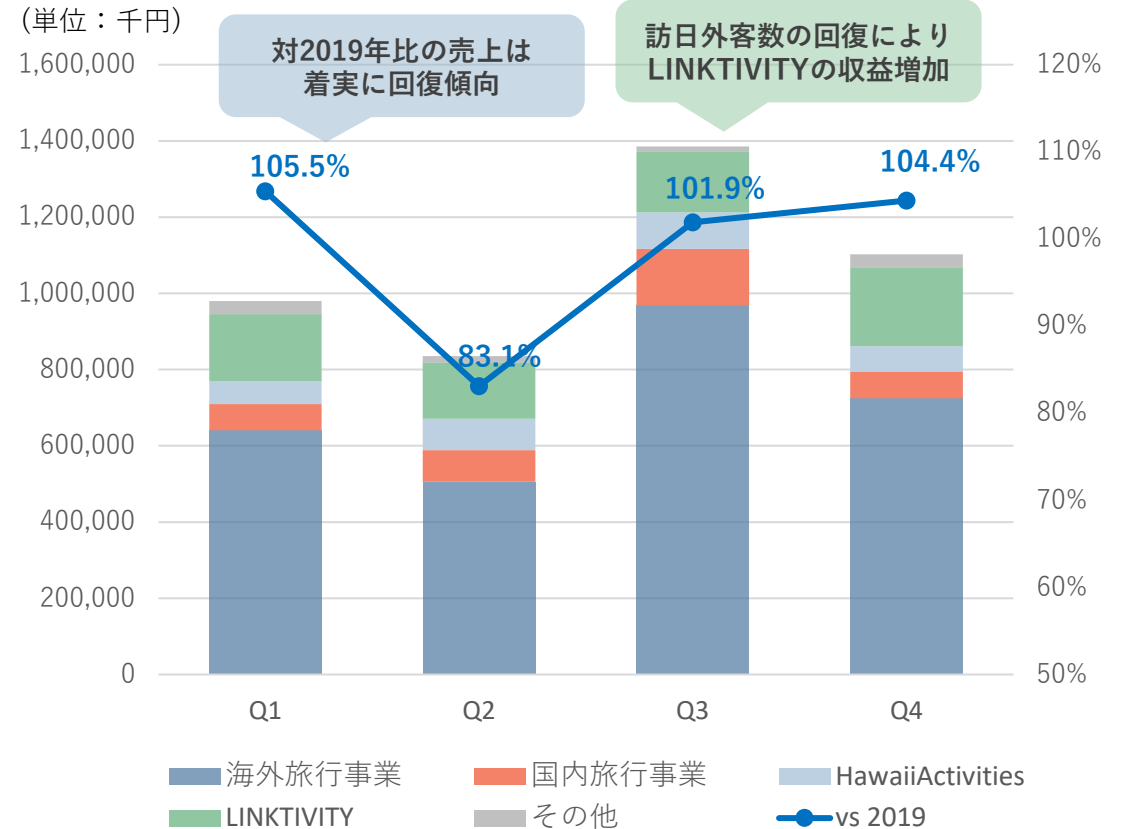
事業別の収益と内訳 (2024年)

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) の売上は順調に増加。

事業別収益内訳



事業別売上推移

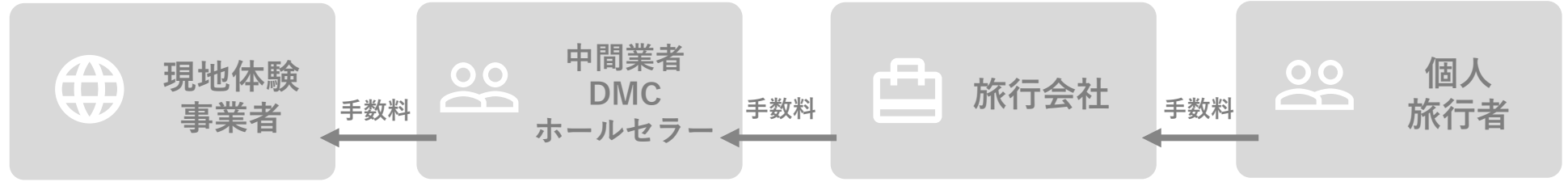




【OTA事業】 体験予約のサプライチェーンを変革

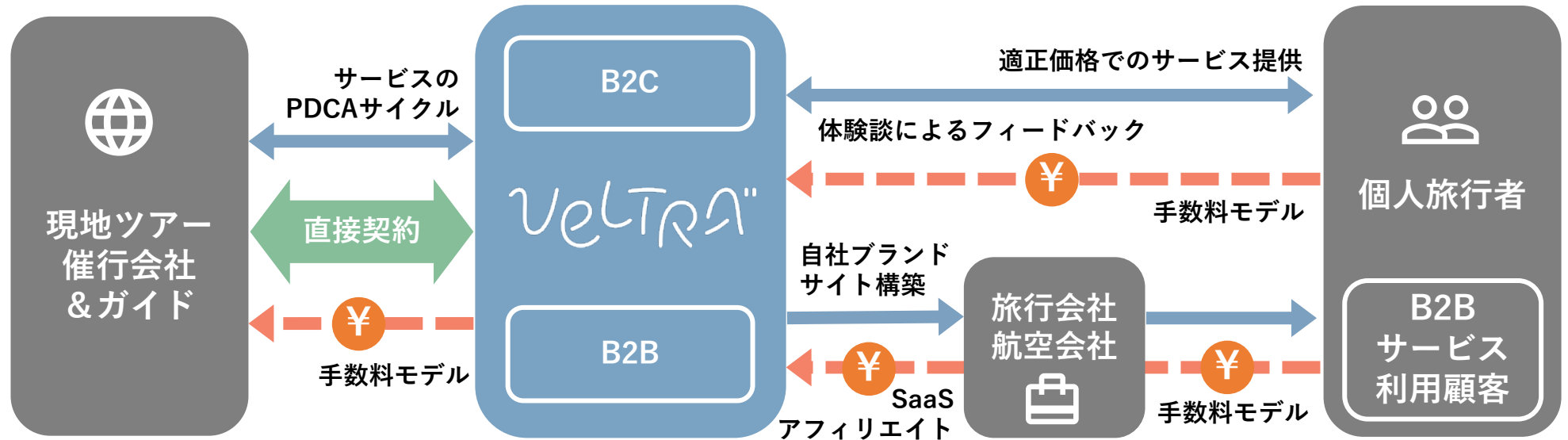
従来の体験予約

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。





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
- フィードバックを即サービス改善、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

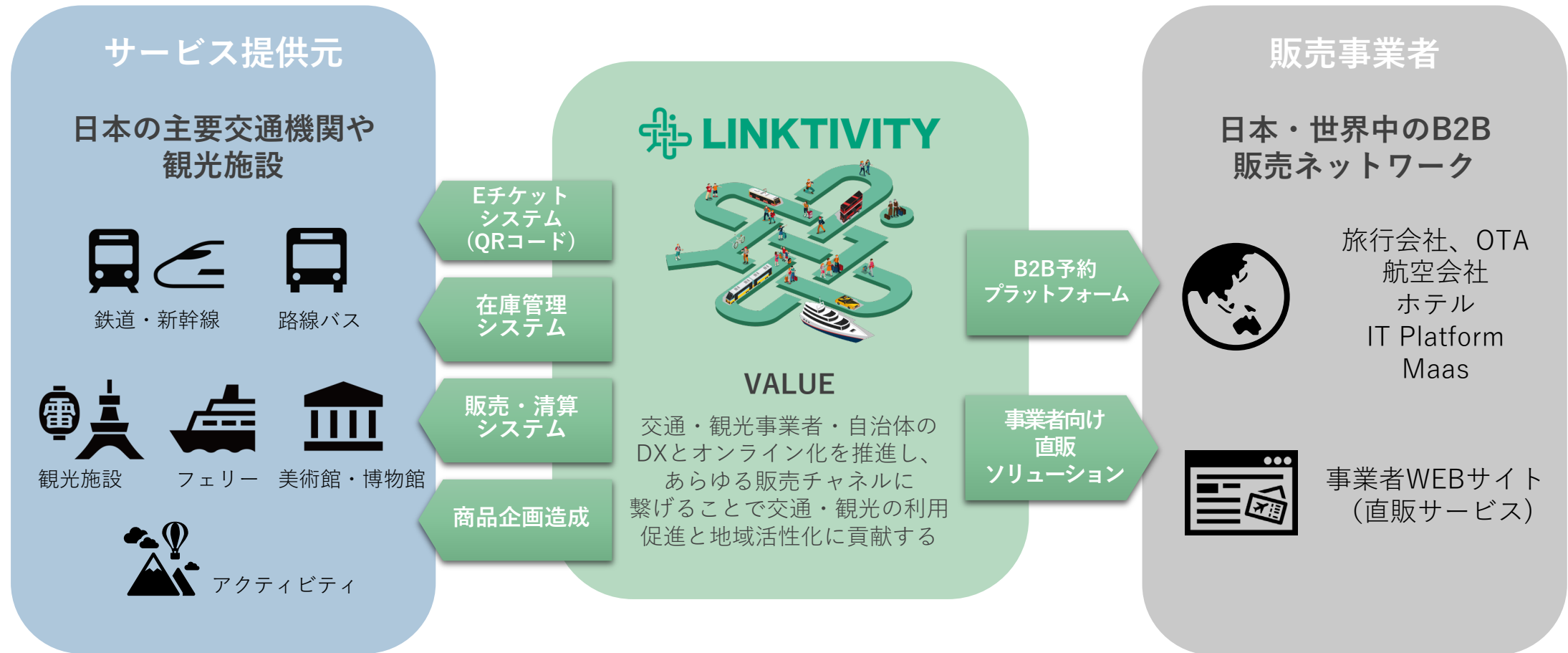
3. 販売のための独自のインフラを構築

- 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

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が提供するサービス

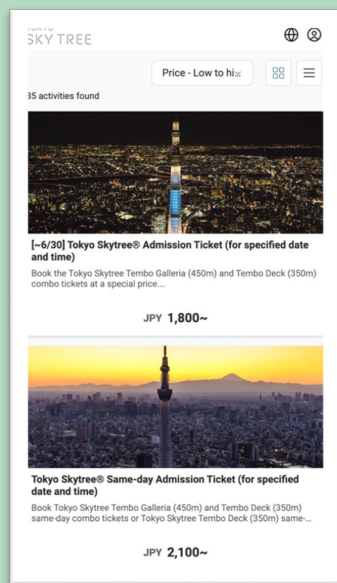


プラットフォーム事業に加え、観光施設や鉄道事業者向けのソリューション提供を拡大中。

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)

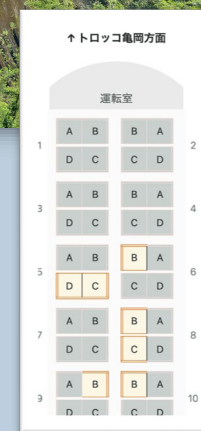
チケット + 東京メトロ
(交通)

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：嵯峨野トロッコ列車



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





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

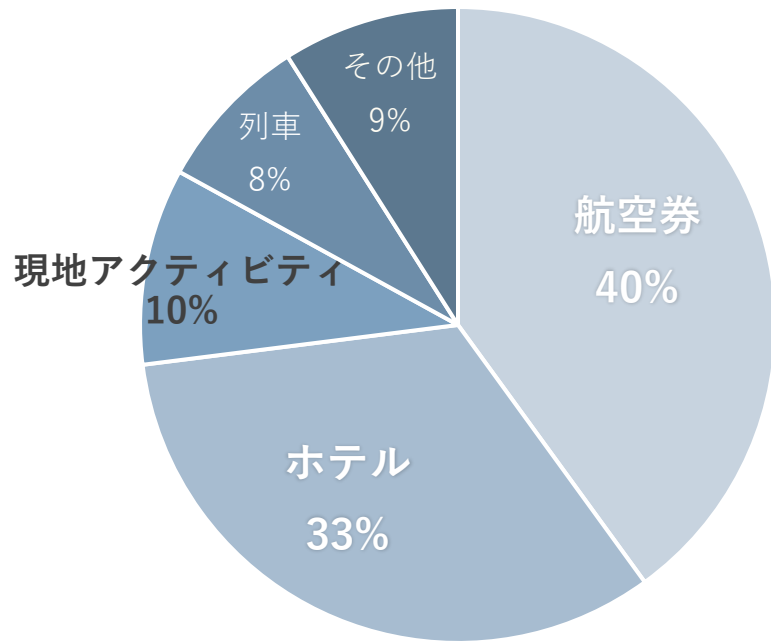
5. 進捗状況

6. リスク情報



【OTA事業】 ターゲット市場の成長可能性

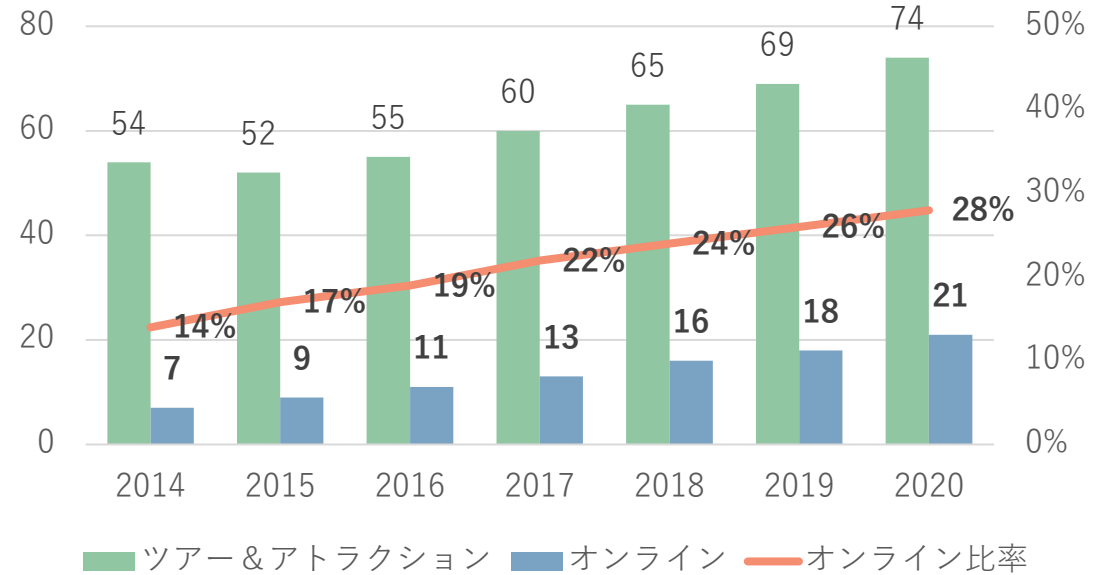
ベルトラが取り扱う現地体験・アクティビティは「旅ナカ」と呼ばれ、旅行産業では航空券、ホテルに次ぐ市場規模で、近年急成長のセクター。



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。

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)



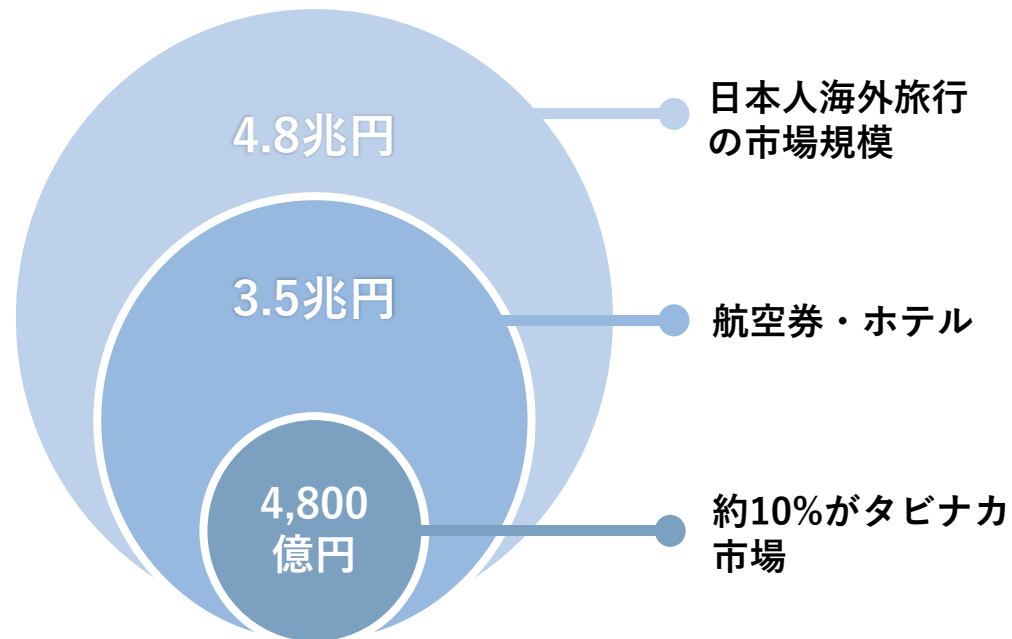
Phocuswright “Tours & Activities Come of Age: The Global Travel Activities Marketplace 2014-2020” July, 2017 ※2017-20は推定値



【OTA事業】 ターゲット市場の規模

日本人海外旅行

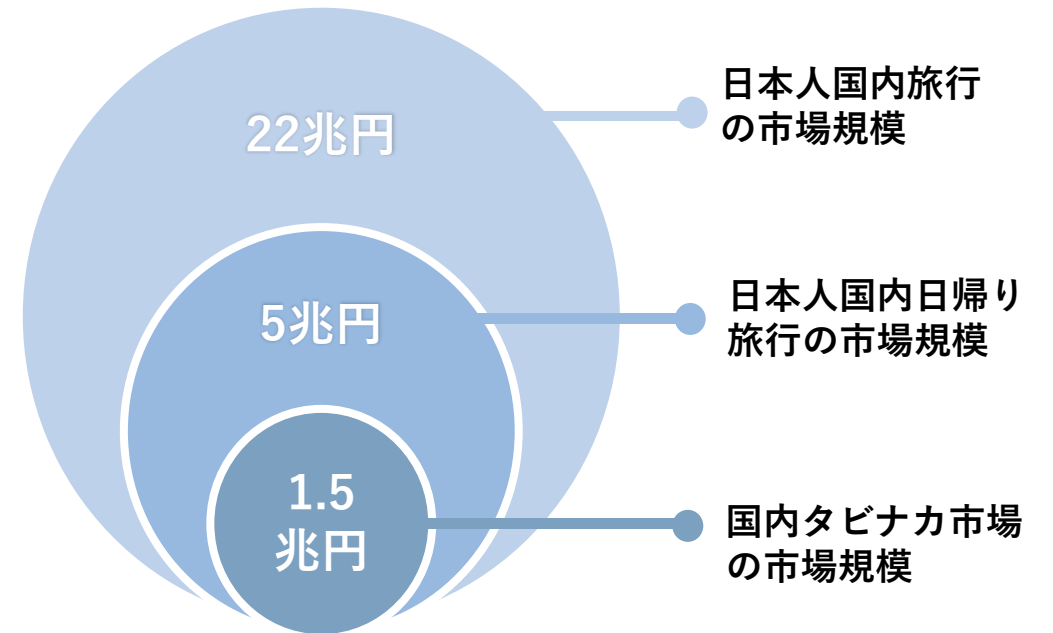
日本人海外旅行の市場規模約4.8兆円(2019年)のうち、**約10% (4,800億円)** を旅ナカの市場規模と当社にて想定。



※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。

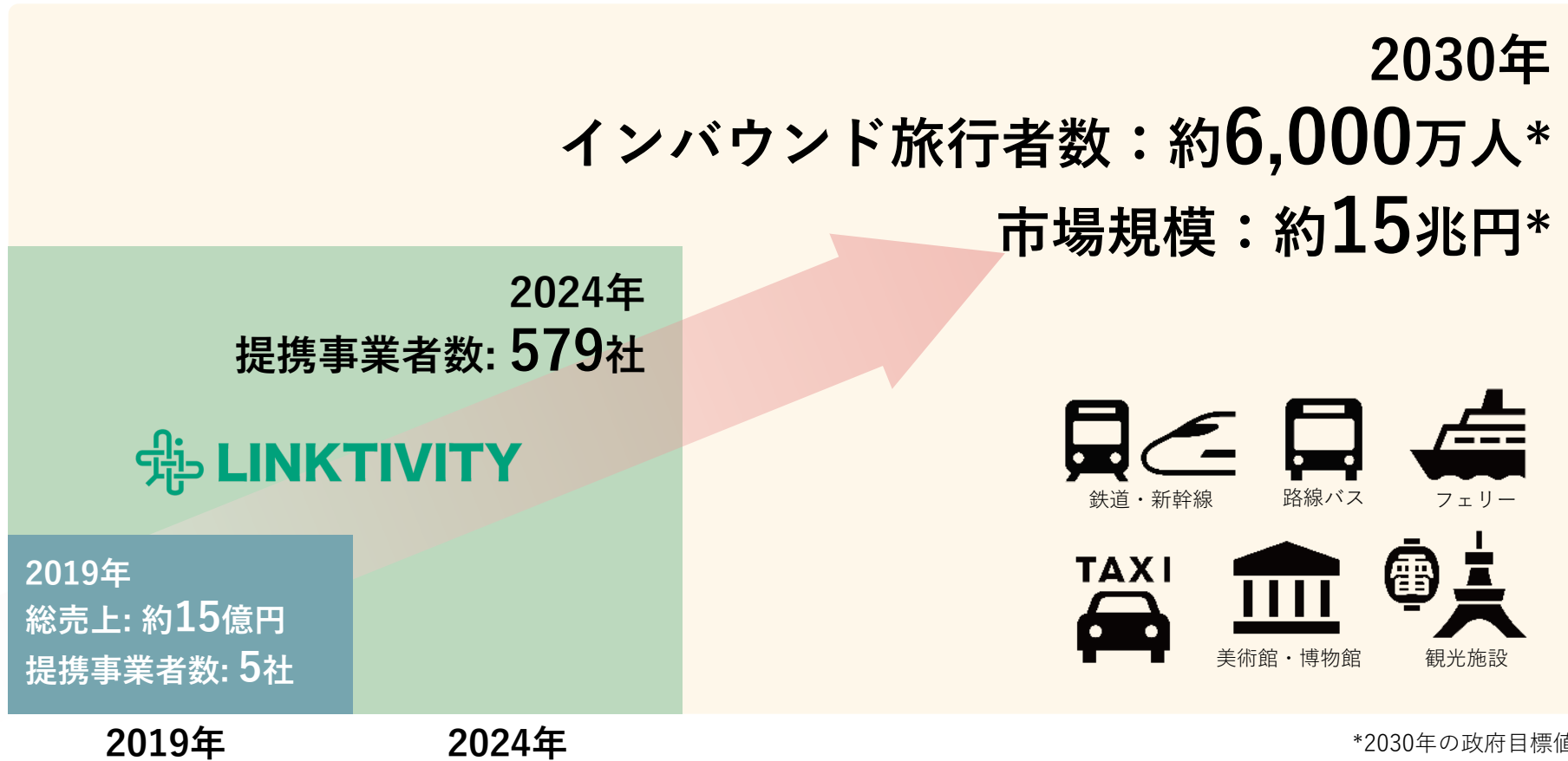


旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究報告書(観光庁調べ)



【LINKTIVITY】 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。





世界の旅行市場規模予測（～2030年）

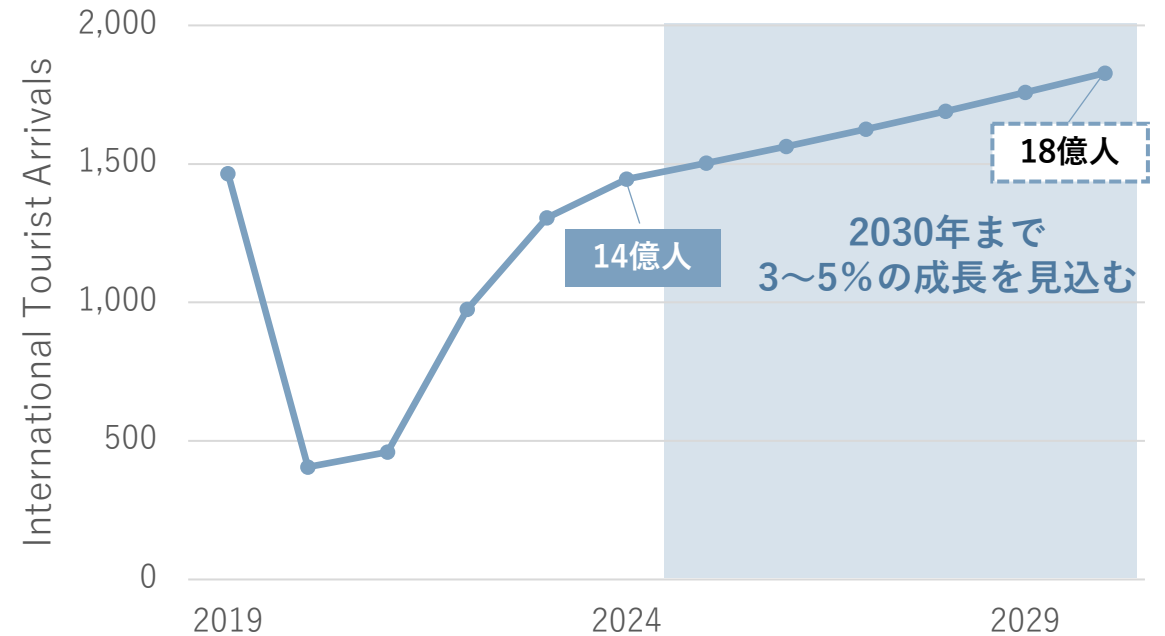
世界に旅行市場の活性化が進む一方、慢性的な人手不足による需要過多は続く。一方で人口の増加が見込めない日本人市場においては旅行者数の大きな増減はない見込み。
また、オンラインの予約比率は引き続き上昇し、旅行選択の多角化・多様化が進むと考えられる。

旅行市場規模予測（2030年）

ターゲット市場		旅行者数 (2030年)	消費額 (2030年)	対2024年
日本人旅行者	海外旅行	1,500-2,000万人	4兆円	+/-0%
	国内旅行	5億人	22兆円	+/-0%
グローバル旅行者	訪日インバウンド	6,000万人	15兆円	+84%
	全世界	18億人	500兆円	+29%

参考資料：観光庁 2025年1月 インバウンド消費動向調査
観光庁観光立国推進基本計画（第4次）について

世界の海外旅行者数 実績(2019～2024年)と予測(2025～2030年)



出典：World Tourism Barometer, January 2025 (UNWTO)

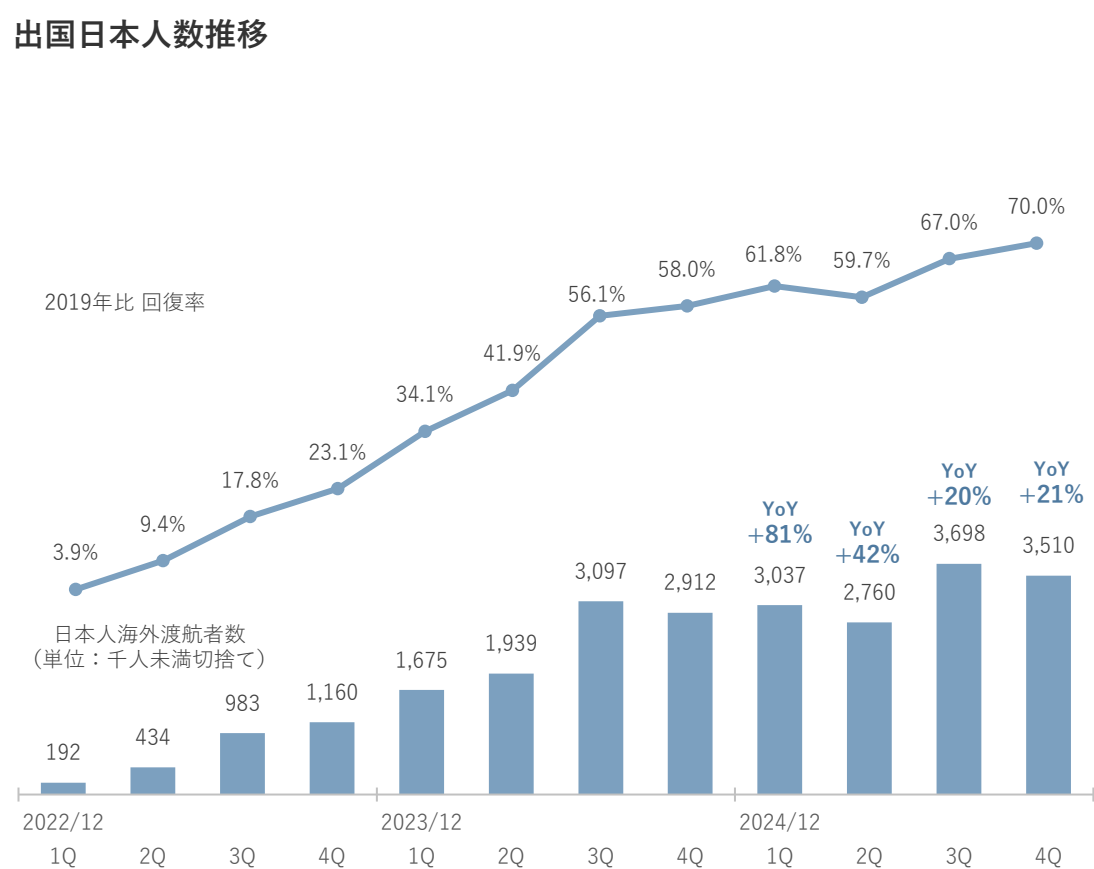
出国日本人数と訪日外客数の推移



コロナによる影響がゼロの本年度においても記録的な円安や物価高により、日本人出国者数の回復は道半ば。一方、訪日旅行者数は円安効果もあり2019年のコロナ前を超え大幅に増加。

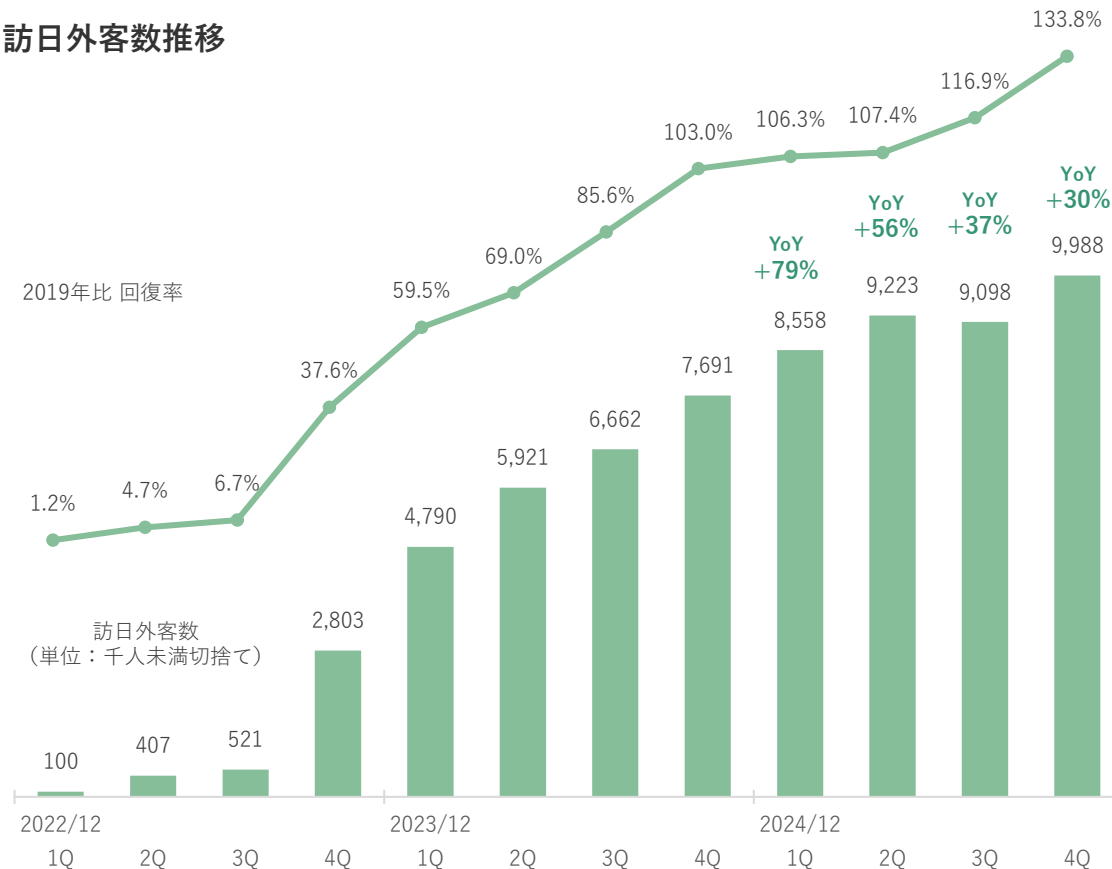
※国内旅行と米国本土の旅行者数推移は前年と同水準のため割愛

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



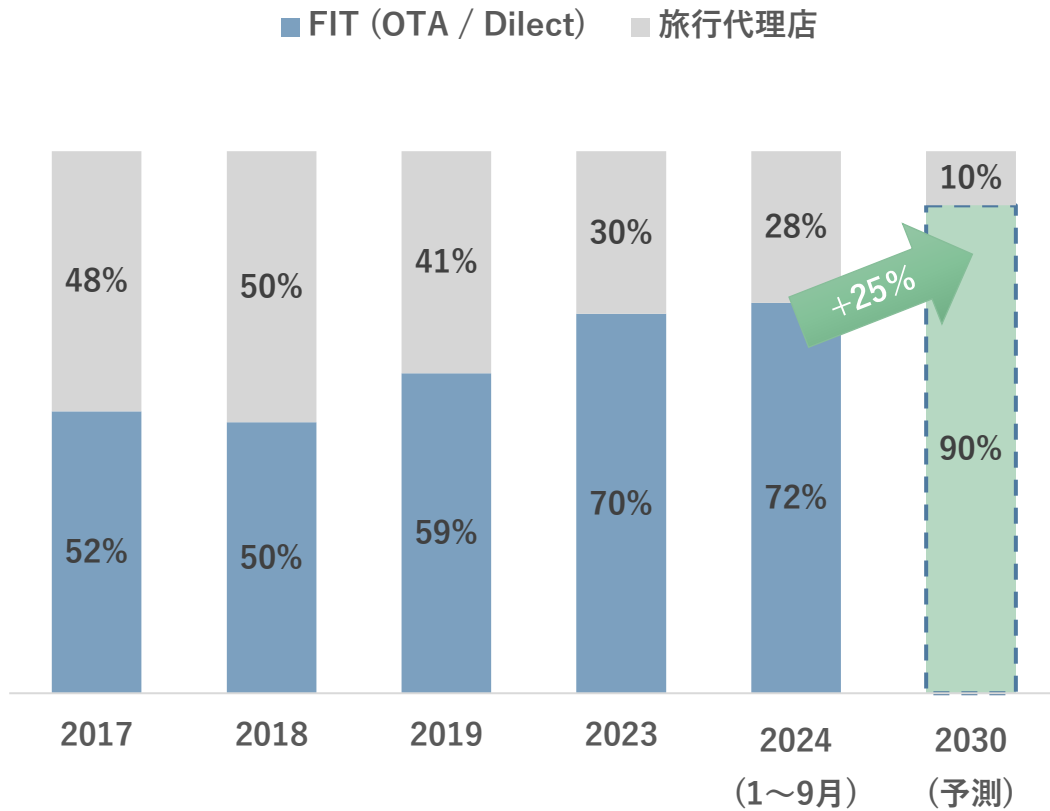
出典: 日本政府観光局 (JNTO) - 2024年 訪日外客数・出国日本人数 -



日本人海外旅行市場のFIT(個人旅行者)の状況と今後の予測

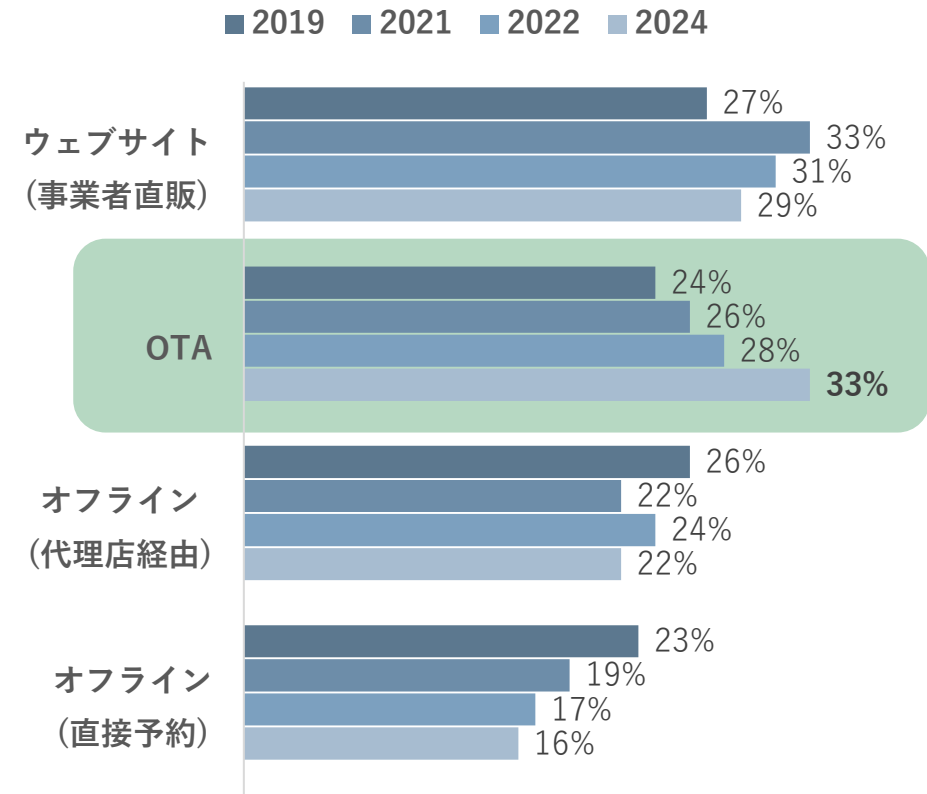
日本人海外旅行の回復率は伸び悩むが、FIT(個人旅行)市場は活性化し欧米平均の90%シェアに向けてさらにシェアを拡大し続けると予測。FIT市場の中でもOTAを含むオンライン予約シェアはグローバルでも拡大しており、日本人旅行市場でも拡大が続く見込み。

日本人海外旅行の申込タイプ別シェア



参考資料：旅行・観光消費動向調査

グローバル旅行者の申込チャネルシェア

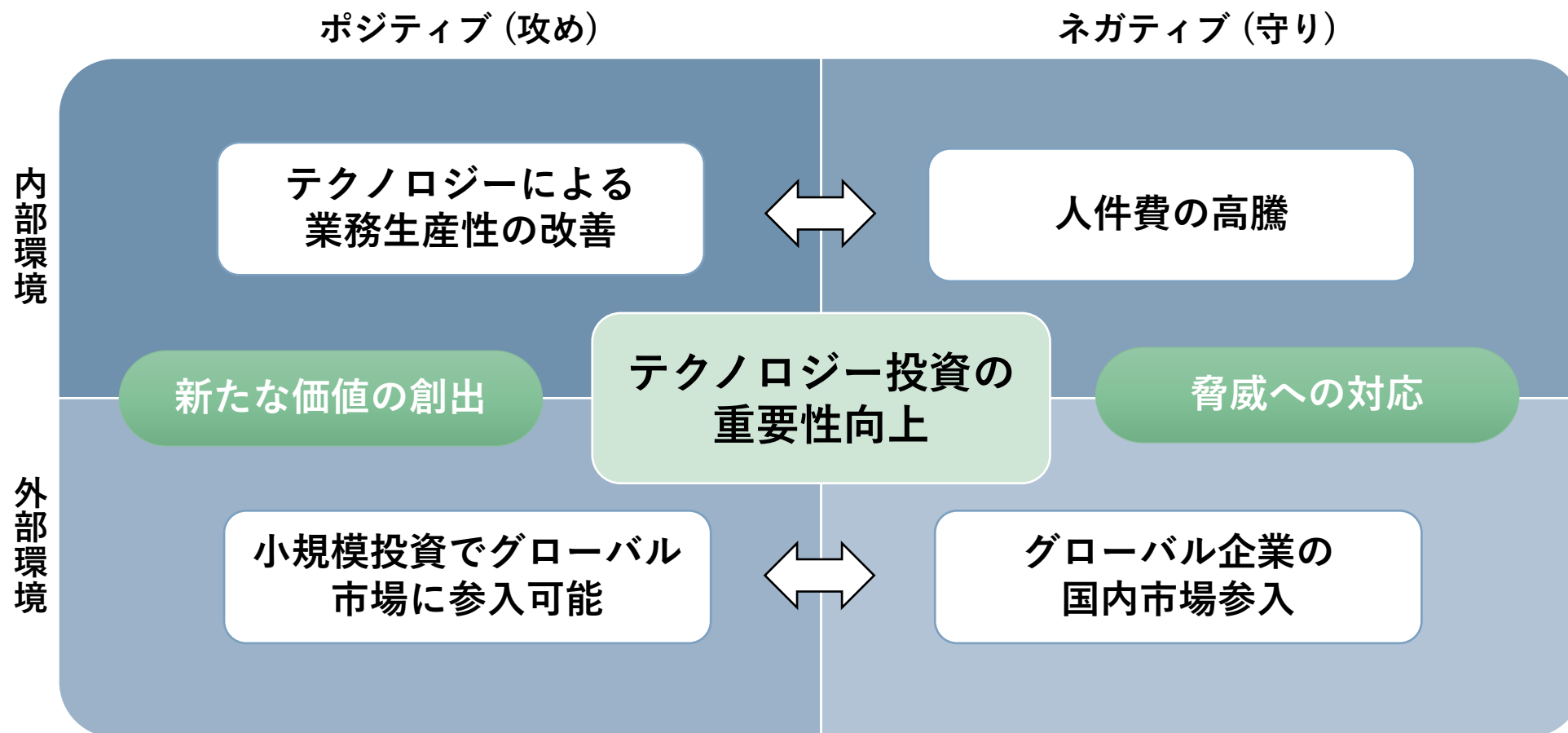


出典：The Global Operator Landscape: The State of Experiences

事業環境の変化



AI利用の普及やコロナ禍を経たデジタル化の促進によって、オンラインビジネスの事業環境は大きく変化。これまでのビジネスモデルの価値が変化する一方、テクノロジーを活用した業務生産性の改善や、言語を超えたグローバルなサービスを少ない投資で実現できるなど、チャンスが広がっている。





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



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



20,000種類以上の品揃え

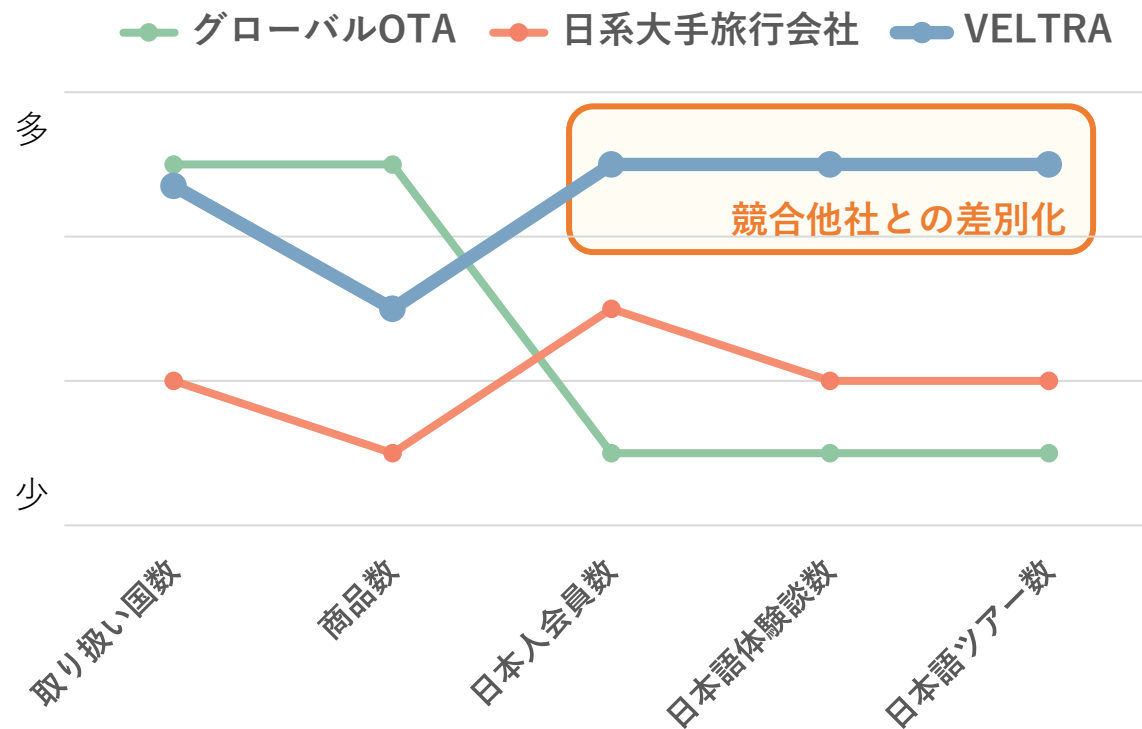


60万件以上の体験談



日本語ツアー3,000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**

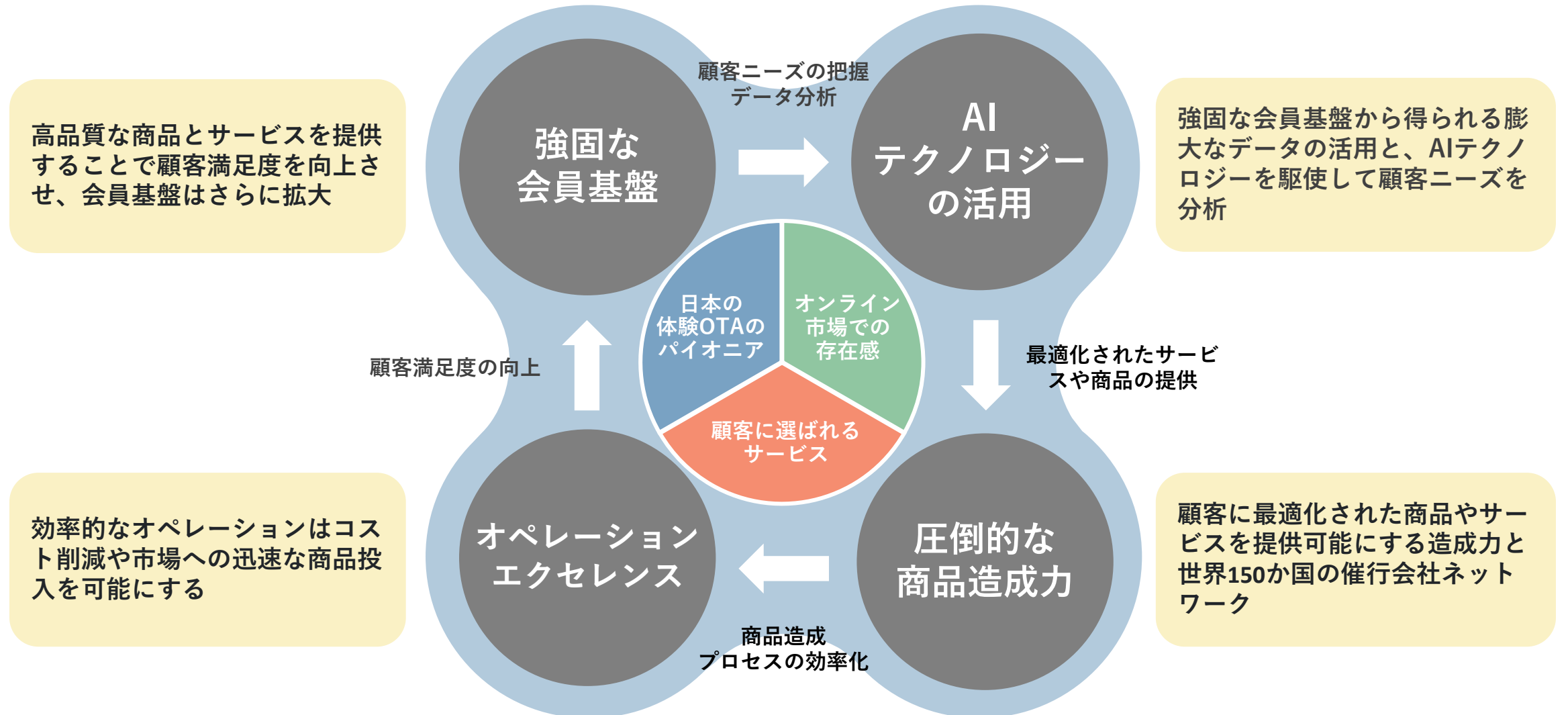


24/7のカスタマー
サポート体制



【OTA事業】 経営資源を高めるサイクル

経営資源を持続的に高めることで、**競争優位性の強化と企業価値の最大化**を目指す。



【観光IT事業】 LINKTIVITYの強み



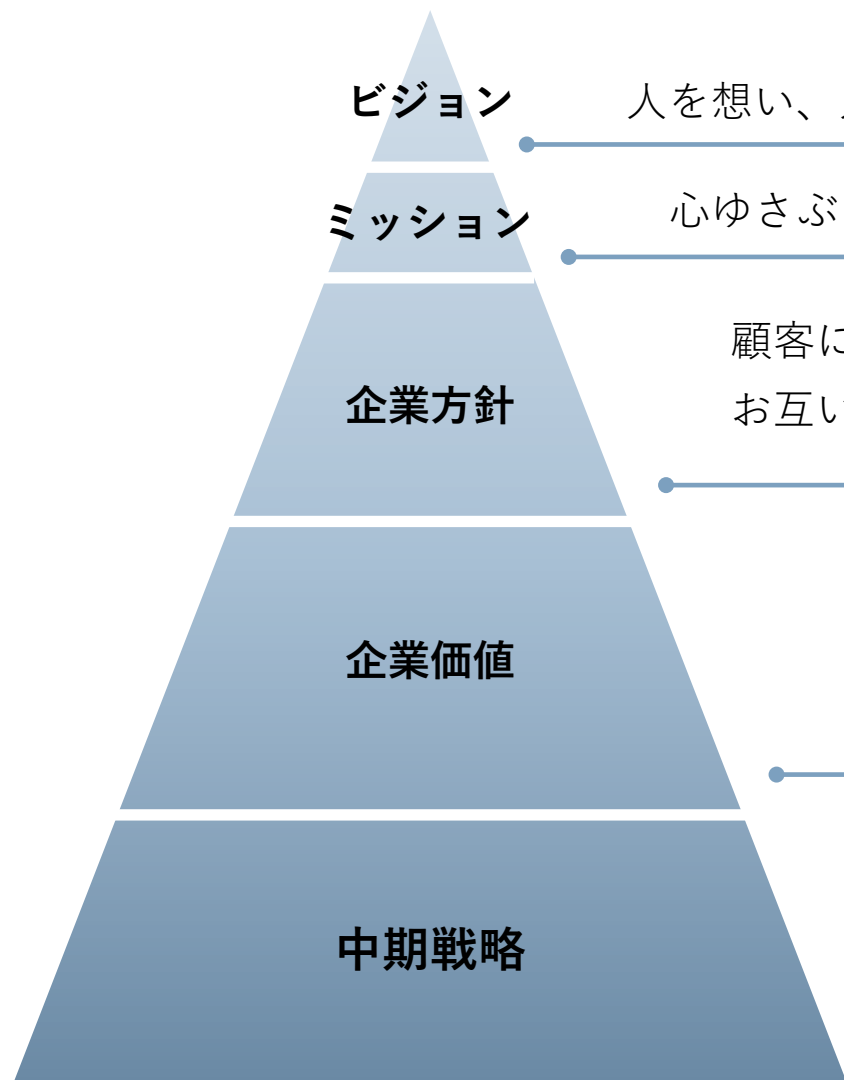
日本の主要交通機関会社各社とシステム連携するプラットフォームはLINKTIVITYのみ
さらに今後、施設プラットフォームとして拡大する上で大きな差別化に繋がる見込み





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



ビジョン

人を想い、人に寄り添うことでより良い世界を実現する

ミッション

心ゆさぶる体験を未来に届ける

企業方針

顧客に寄り添い、人々が豊かになるための新たな価値を生み出す
お互いの文化を理解し、理解される機会を生み出し続ける

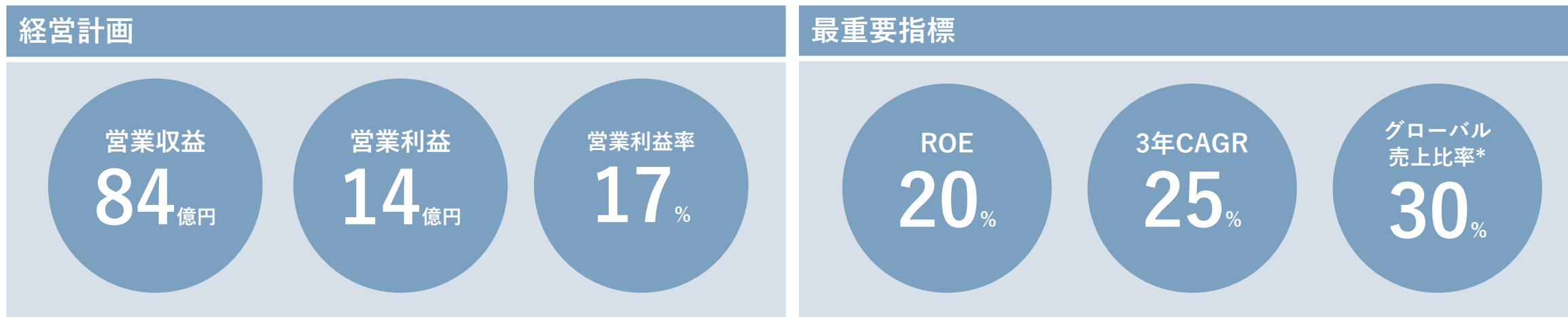
企業価値

**グローバルを舞台に、
デジタルと体験の力で未来の観光を創造する**

中期戦略

1. インバウンドを足掛かりにグローバル市場へ
2. 経営資源・アセットの有効活用と事業領域の拡大
3. 特定分野の徹底的な深掘り

中期経営計画サマリー (FY2025~2027)



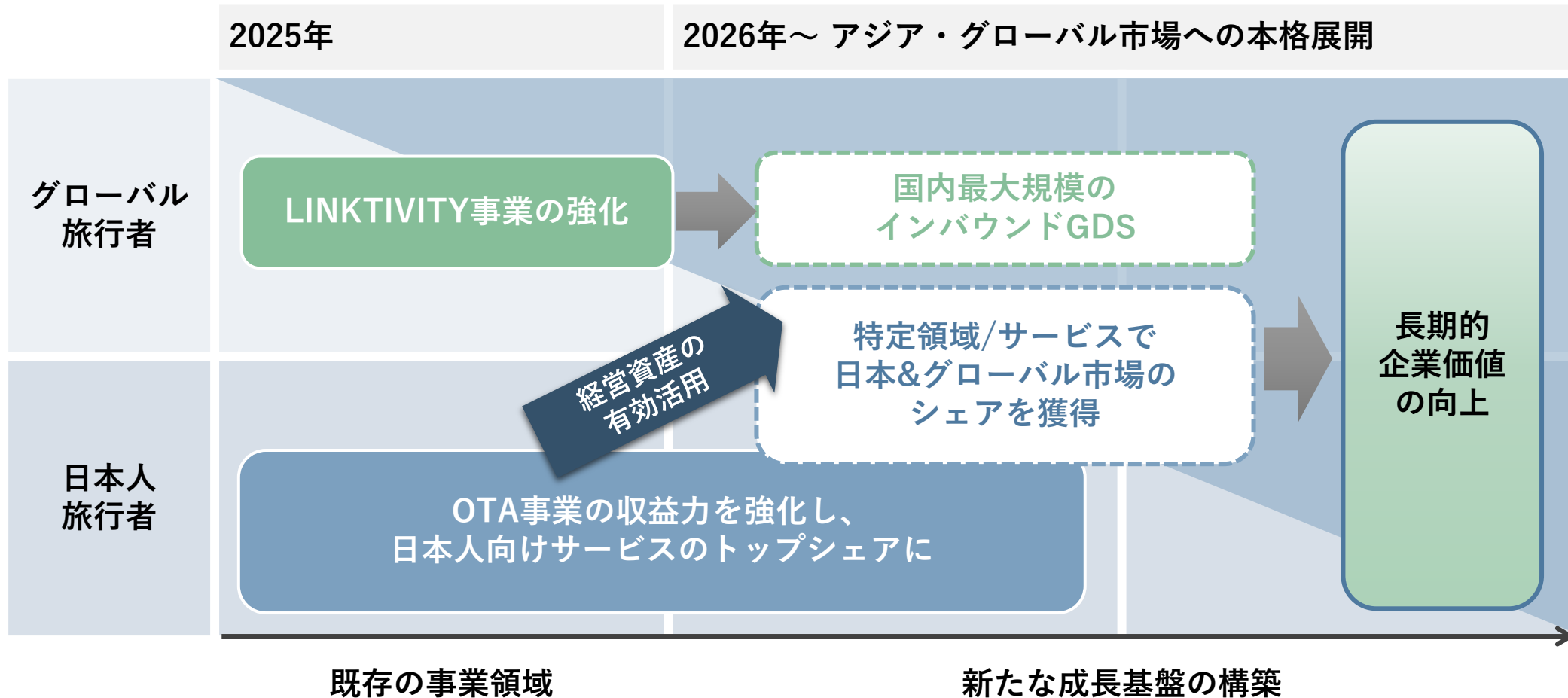
経営戦略
高効率経営の実現 (ROE 20%) <ul style="list-style-type: none">■ 既存事業の利益率向上■ 事業効率の高い分野での投資戦略 (テクノロジー、マーケティング)■ 新規事業の柔軟性の高い投資とコントロール
グローバル観光産業での継続的な成長の実現 (CAGR 25% / グローバル売上比率 30%) <ul style="list-style-type: none">■ 日本人海外旅行事業の成長確保■ 成長市場への投資 (リンクティビティを含めた日本人以外の売上比率の拡大)■ 継続的な事業開発を実現する組織、卓越した人材獲得と育成
ガバナンス&コーポレート機能強化の実現 (プライム市場 上場基準) <ul style="list-style-type: none">■ 複数事業の投資効率管理の仕組みの構築■ 経営の判断スピードの強化

* 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

成長シナリオのポイント



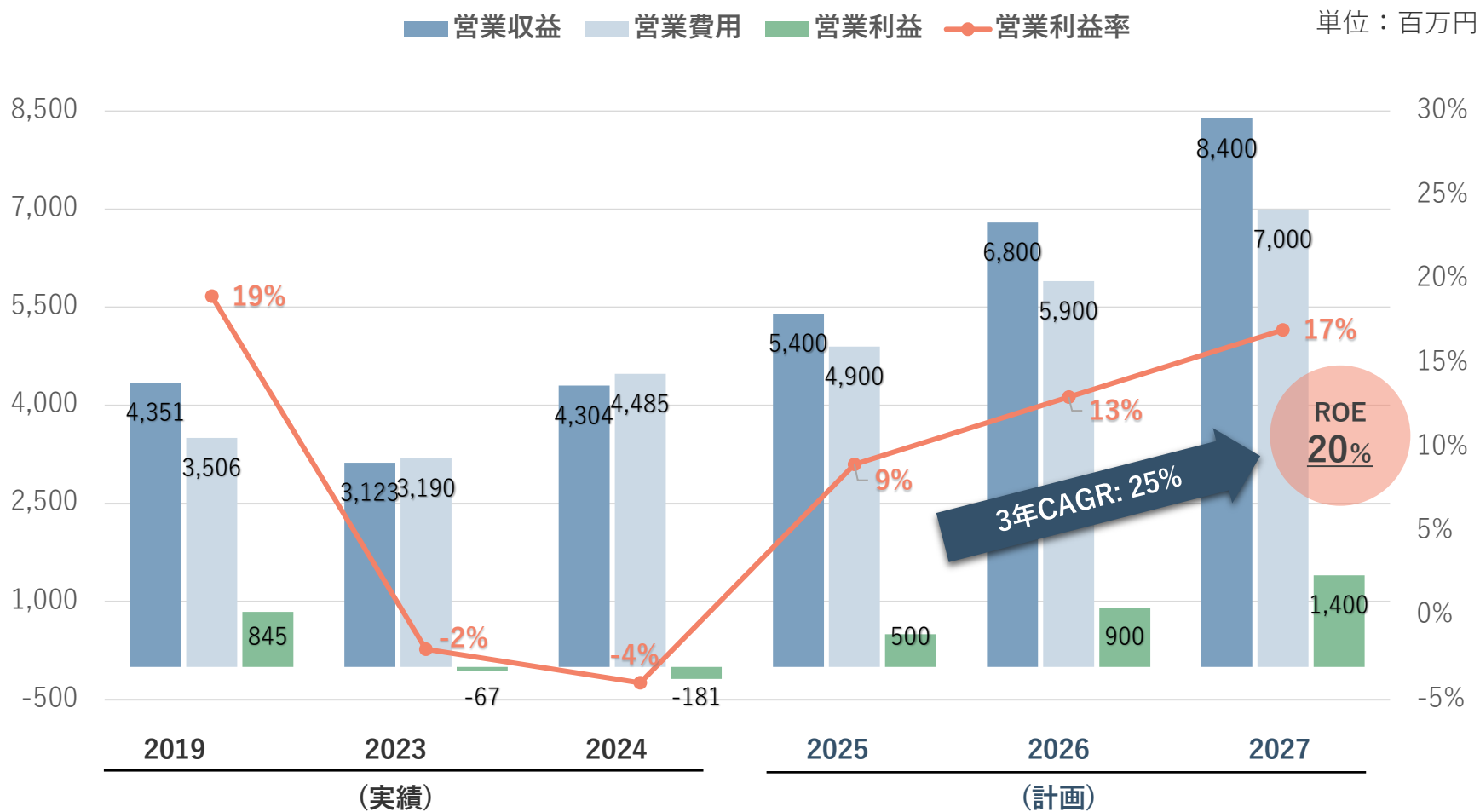
まずはじめに根幹であるOTA事業の収益力を最優先で強化しつつ、既存事業で構築した国内および世界の取引先といった経営資産、またLINKTIVITYで構築した経営資産を有効活用し、インバウンドを足がかりにアジア市場を中心にグローバル市場へと展開していきます。



業績推移イメージ



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



2027年 KPI目標

営業収益
84億円
(3年CAGR: 25%)

営業利益
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

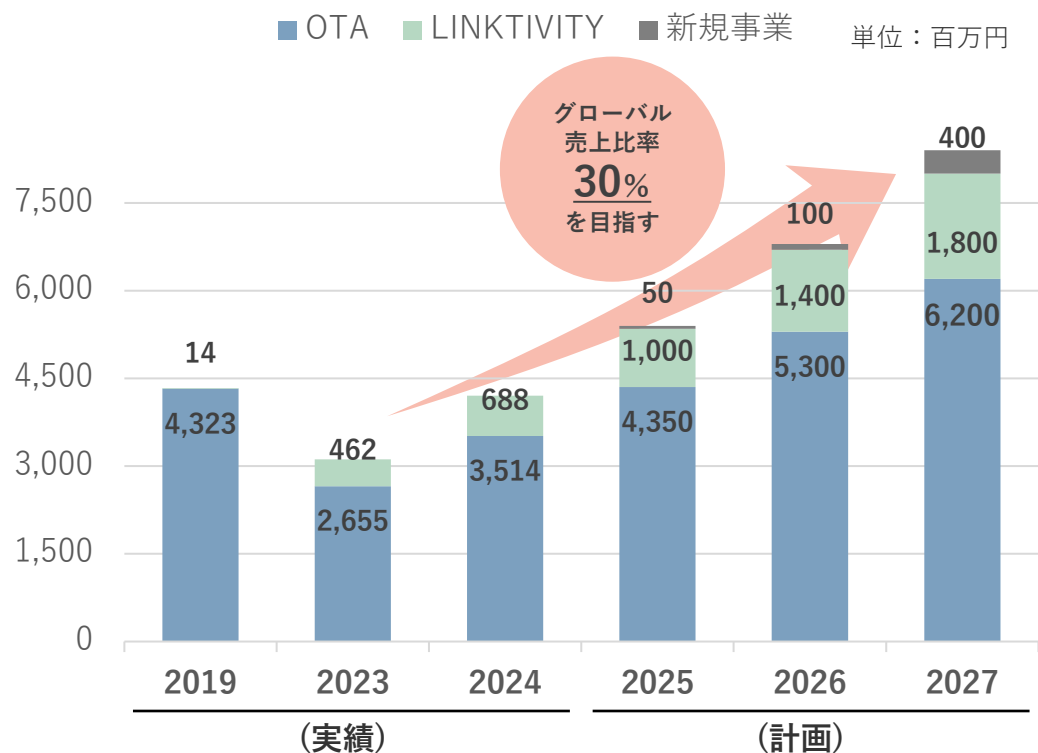
インバウンドにおけるB2B事業をさらに拡大

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

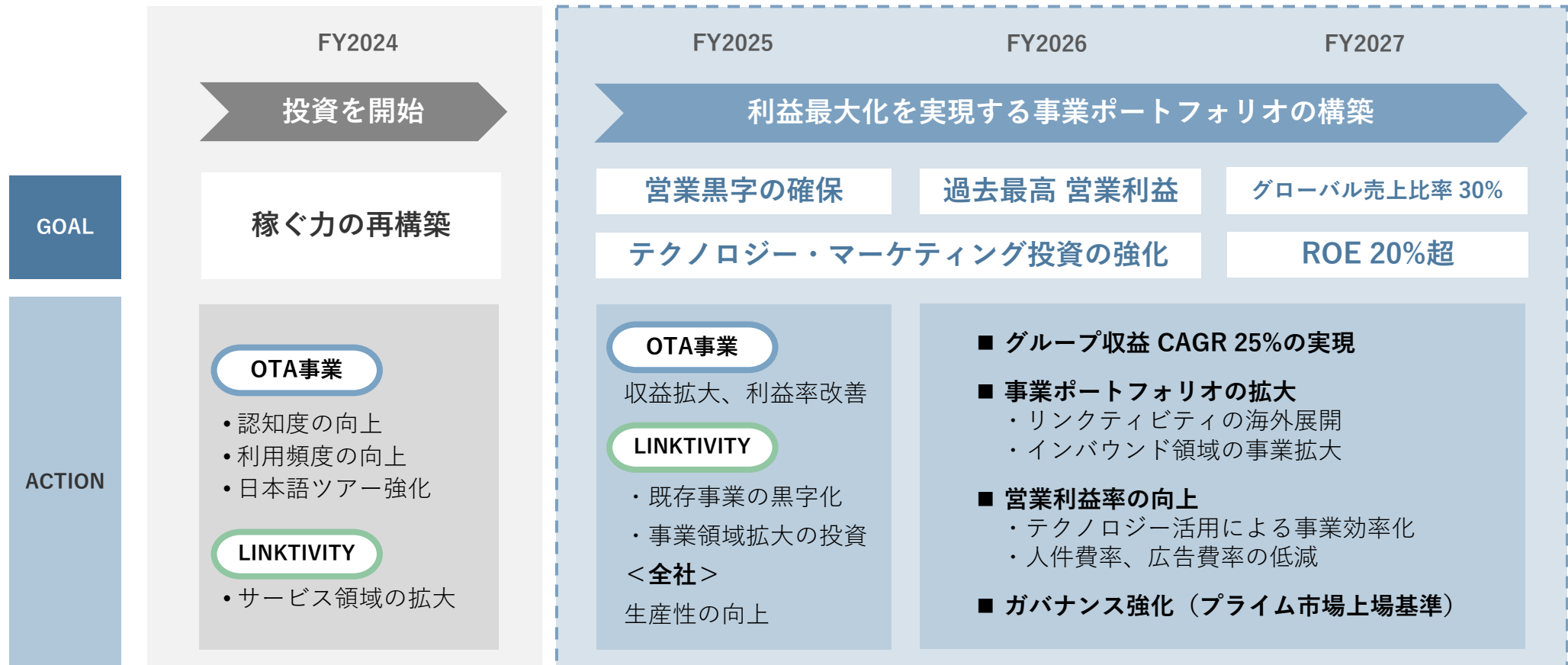


部門	営業収益 (対2024)	営業収益 CAGR	営業利益 (営業利益率)
OTA	6,200 (+75%)	20%	2,785 (45%)
LINKTIVITY	1,800 (+160%)	35%	300 (17%)
新規事業	400	-	-300
HQ	-	-	-1,385
合計	8,400 (+90%)	25%	1,400 (17%)



「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ましたが、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。





戦略テーマ：顧客視点での組織&サービスの再構築

マジョリティ (ライトユーザー)の獲得

差別化

- ✓ 旅先の人々との交流にフォーカスしたサービス設計
- ✓ 「安心して参加体験できる」品質管理されたサービスの提供

適応

- ✓ 環境・トレンド変化に適応した商品拡大と品揃え強化による予約増
- ✓ 拡散力のある商品ラインナップ追加による予約増

生産性の向上

- ✓ **広告比率**：ユーザーのリピート率上昇による広告比率の削減
- ✓ **人件費比率**：業務&体制の見直しとテクノロジー活用による生産性の向上

執行力の強化

- ✓ 組織の再構築、実現可能なリーダー人材の育成、スピード感のある体制の構築
- ✓ 新戦略の徹底した組織浸透と全社コミットメント

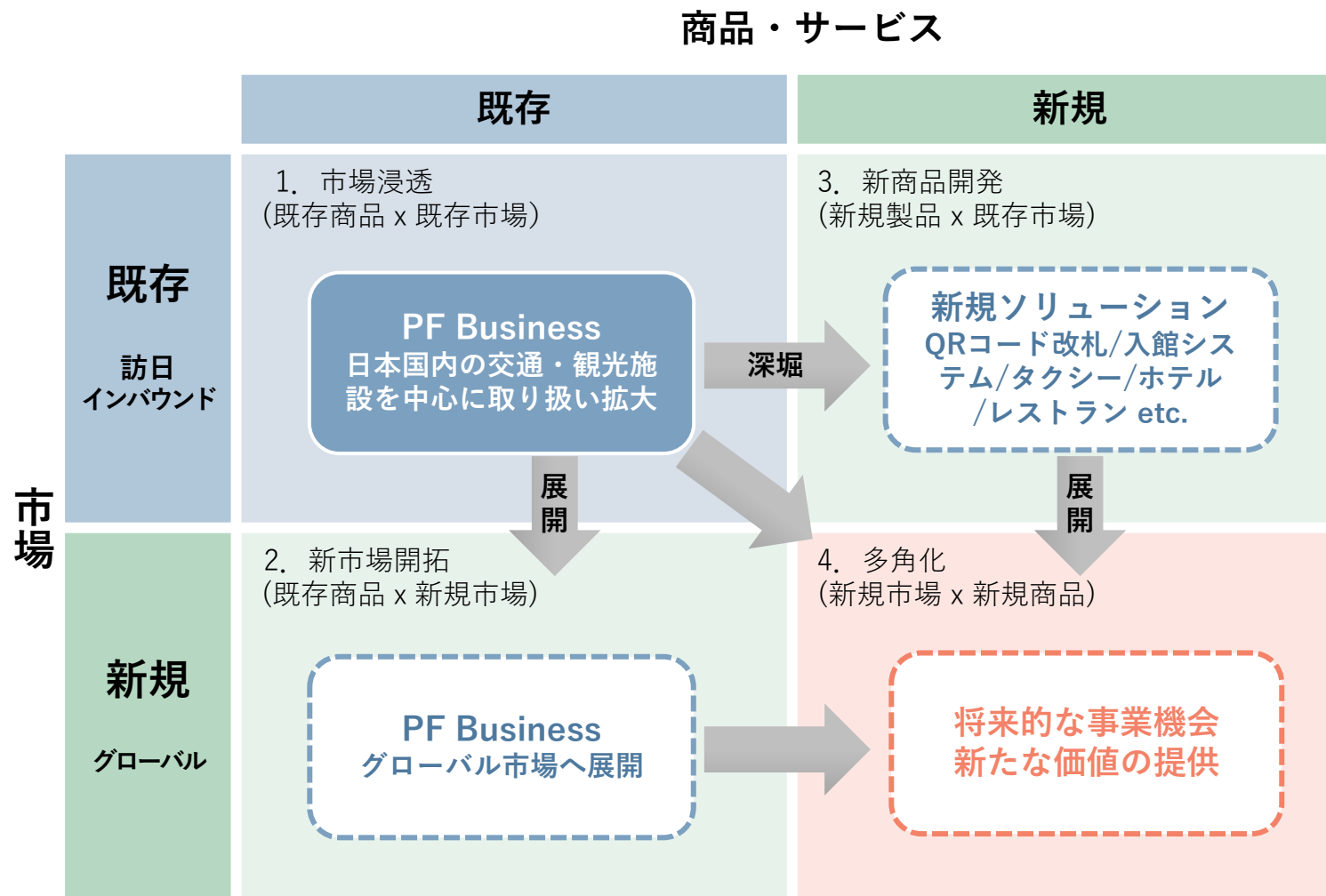


1. GDS(Global Distribution System)の商材&ネットワーク強化

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。

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。





テクノロジー分野への投資方針

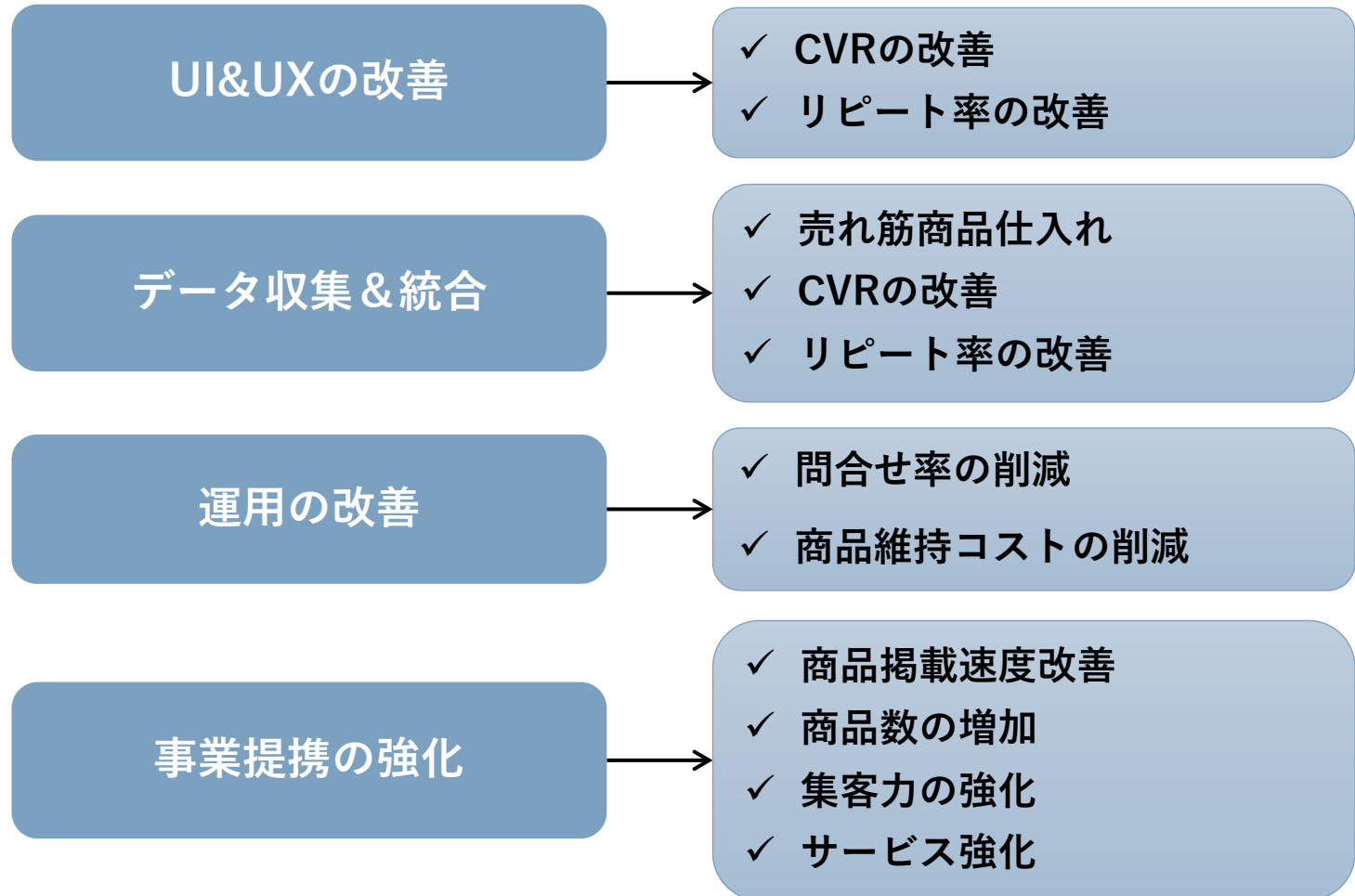
2024年で強化したテクノロジー分野への投資をさらに強化し、売上増の施策の強化から、運用の改善まで、自社だけでなく他社との業務提携も活かしながら成長の促進と利益率の改善を実現します。

チームの構築状況



改善ポイント

改善効果





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

2024年12月期 業績予想の達成状況



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 +37.8%と拡大するも計画に対しては大幅に未達人材投資、広告投資の実施によるコスト増が重い状態にあり、利益はマイナスで着地

単位：百万円	2023年12月期 (参考)	2024年12月期 期初業績予想	2024年12月期	達成率	差異
営業収益	3,123	5,468	4,304	78.7%	▲1,163
営業費用	3,190	5,117	4,480	87.6%	▲637
営業利益	▲67	350	▲175	—	▲526
経常利益	▲112	340	▲298	—	▲639
当期純利益	▲57	264	▲407	—	▲672
1株当たり 当期純利益(円)	▲1.62	7.25	▲11.18	—	▲18.43円

2024年12月期 業績予想 下方修正について：概要



主に海外旅行事業の目標未達を要因とした営業収益減額に見通しを踏まえ、通期業績予想を下方修正

	営業収益	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)	5,468	350	340	264
今回修正予想 (B)	4,200	▲318	▲418	▲450
増減額 (B - A)	▲1,268	▲668	▲758	▲714
増減率 (%)	▲23.1%	—	—	—

2024年12月期 業績予想 下方修正について：営業収益予想の修正要因



営業収益
修正額 (単位：百万円)

要因

海外旅行事業

▲1,040

- 円安、物価高等により当社の主力エリアであるハワイ、グアム等ならびに中長期路線の市場回復が当社想定を大きく下回る
- 価格高騰が続く中、顧客ターゲットが狭まる傾向が続き、幅広い顧客層での品揃えへの対応が遅れ、それらによって訪問者数が減少傾向となり予約数が当初計画よりも大幅未達
- 回復顕著な地域の強化と、商品バリエーションを拡充を視野ならびに集客力強化を改善中

国内旅行事業

▲153

- 日本人国内旅行の停滞とCVR向上施策が効果的に浸透せず、認知広告投資による収益増の効果が限定的となり大幅に未達

HawaiiActivities

+20

- 為替が想定以上に円安に推移し円換算価格が上昇、売上高は計画を上回る着地

LINKTIVITY

▲70

- プラットフォーム事業は計画通りに進捗、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

2024年12月期 修正業績予想の達成状況







修正後の業績予想に対して、営業収益は達成率 102%、営業費用も予測値に対し99%とコントロールした結果
営業利益ベースで1.4億円プラス

各段階利益においても予測値を上回る水準で着地

単位：百万円	2024年12月期 修正業績予想	2024年12月期	達成率	差異
営業収益	4,200	4,304	102.5%	+105
営業費用	4,518	4,480	99.2%	▲37
営業利益	▲318	▲175	—	+142
経常利益	▲418	▲298	—	+120
当期純利益	▲450	▲407	—	+42
1株当たり 当期純利益(円)	▲12.33	▲11.18	—	+1.15円

2024年12月期 事業別の計画と実績差異



事業	2024年12月期 営業収益		おもな要因
	期初計画	実績	
 海外旅行事業	3,785	2,838 ▲25.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・ハワイやグアムならびにヨーロッパ等の当社主力エリアの渡航回復率遅れ ・リーズナブルな価格帯商品にシフトした消費ニーズへの対応遅れ ・SEO集客力の低下 ・アジア地域における競合の台頭
 国内旅行事業	513	372 ▲27.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・認知広告投資の収益リフト効果が限定的であった ・SEO集客力の低下 ・取り扱い商品数増加による売上拡大効果の伸びが鈍化
 HAWAII ACTIVITIES <small>A VELTRA® Company</small>	286	304 +6.3%	<ul style="list-style-type: none"> ・アメリカ本土在住者を主ターゲットとしているため、円安によるドル決済取引の円換算価格の上昇により、営業収益を押し上げた
	783	688 ▲12.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォーム事業の収益は好調に推移 ・システムの受託開発売上の計上に一部期ズレが生じたことで当期収益が減少

事業拡大の為の投資(FY2024)の結果について



前回開示資料(P26～P29)にあった「事業拡大の為の投資」は597百万円（当初計画の 76.5%）を実施
 認知投資の停止及び日本語ツアー強化、事業生産性向上への未投資がある一方、リンクティビティへの投資（主に
 人材投資）は営業及び開発組織を強化を中心に拡大

投資項目	投資計画 (単位：百万円)	投資実績 (単位：百万円)	投資実施率	投資内容	投資効果
OTA事業					
認知度向上	450	317	70.3%	認知向上施策の実施 (サービス、ブランド)	認知度 10%→20%に上昇 今後、獲得した認知の売上シフトが課題
利用頻度及び利用機会の向上	120	121	100.5%	商品バリエーションの拡大 AppsのDL促進&機能改善	AppsのDL促進 (予約シェア1月6%→12月13%) 年間平均予約回数 (2023年1.55→2024年1.60 +3.2%)
日本語ツアーの強化	50	5	10.0%	JTBとの連携強化	JTB連携 今期においては大きな成果なし 日本語ガイドツアーの強化 2019年3,604→1月3,091→12月3,809
事業生産性向上	60	15	25.0%	AI活用によるコンテンツ作成の 自動化、CS業務効率改善	CSの業務効率化 (予約当たりコスト 26%改善)
LINKTIVITY					
新たなソリューション開発に よる事業領域の拡大	100	140	140.0%	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	エンジニア、営業人材への投資を強化 QR改札認証システム、施設入退場管理 システムの提供開始による収益獲得
TOTAL	780	597	76.5%		

連携による事業領域の拡大



前回開示資料(P30~P32)にあった「事業生産性の向上、営業利益率の向上」を目的としたVELTRA事業の領域拡大のため、各社との事業提携による商品のラインナップ強化を引き続き実施中。提携により新たな付加価値を生み出しながら、事業拡大のスピードを向上していく

テクノロジー部門の強化によりこれらの提携をさらに加速していき、世の中の変化のスピードを超えた速度での成長の実現を目指す

事業提携による商品の多様性の強化と品揃えのスピードアップ

資本業務提携

日本語ツアーの強化



商品強化の連携

日本国内のチケット商品
仕入れ連携



欧米のチケット商品
仕入れ連携



アジアのチケット商品
仕入れ連携



日本の国立公園内における
アクティビティ造成



国立公園
オフィシャルパートナー

システム&集客改善への投資強化

販売チャネル 強化の連携

ANA Travelers
アクティビティ予約サイト



全旅クーポン



ZENRYO

運用強化の連携

API接続の効率化



ユーザー分析の効率化



コンテンツ管理の効率化

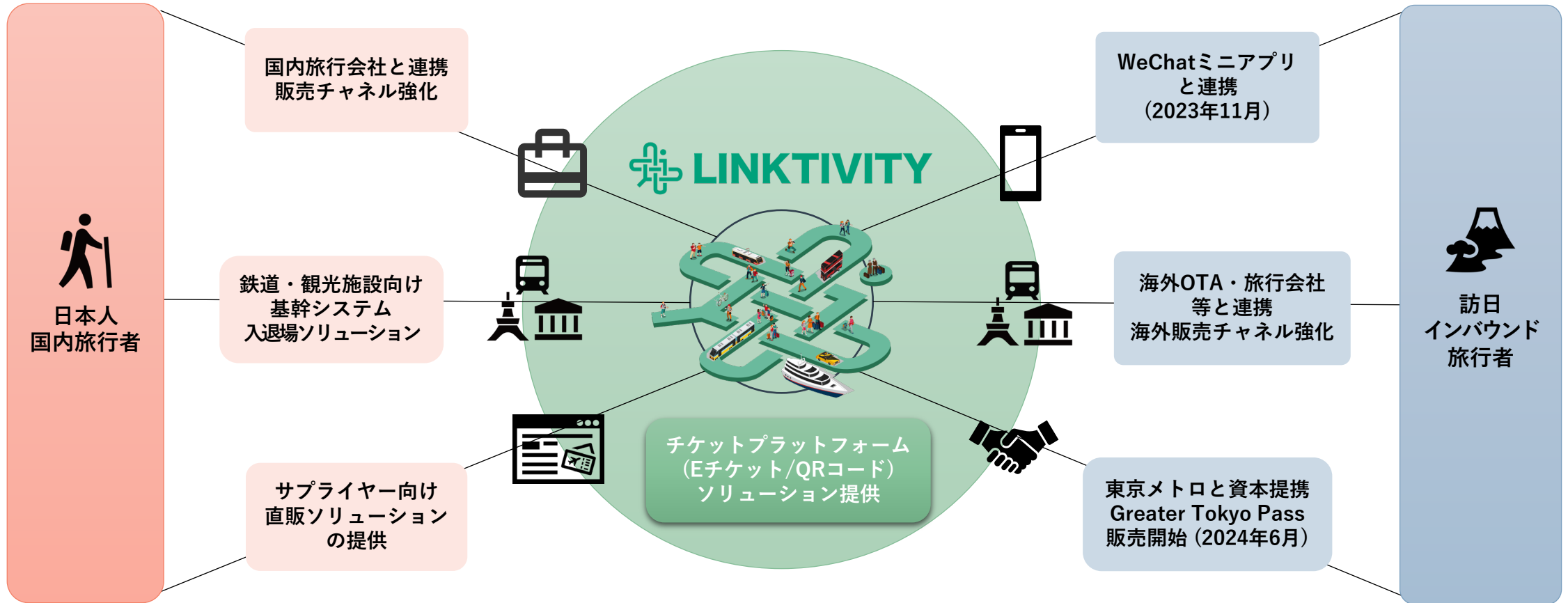


LINKTIVITYの事業領域と対象顧客の拡大



従来の交通事業者・観光施設向けEチケットソリューションの提供から事業範囲を拡大中

観光施設や鉄道事業者向けの基幹システムや入退場ソリューションの提供など、訪日インバウンド旅行者のみならず、国内旅行者に向けた新たなサービスを順次開発、提供をスタート



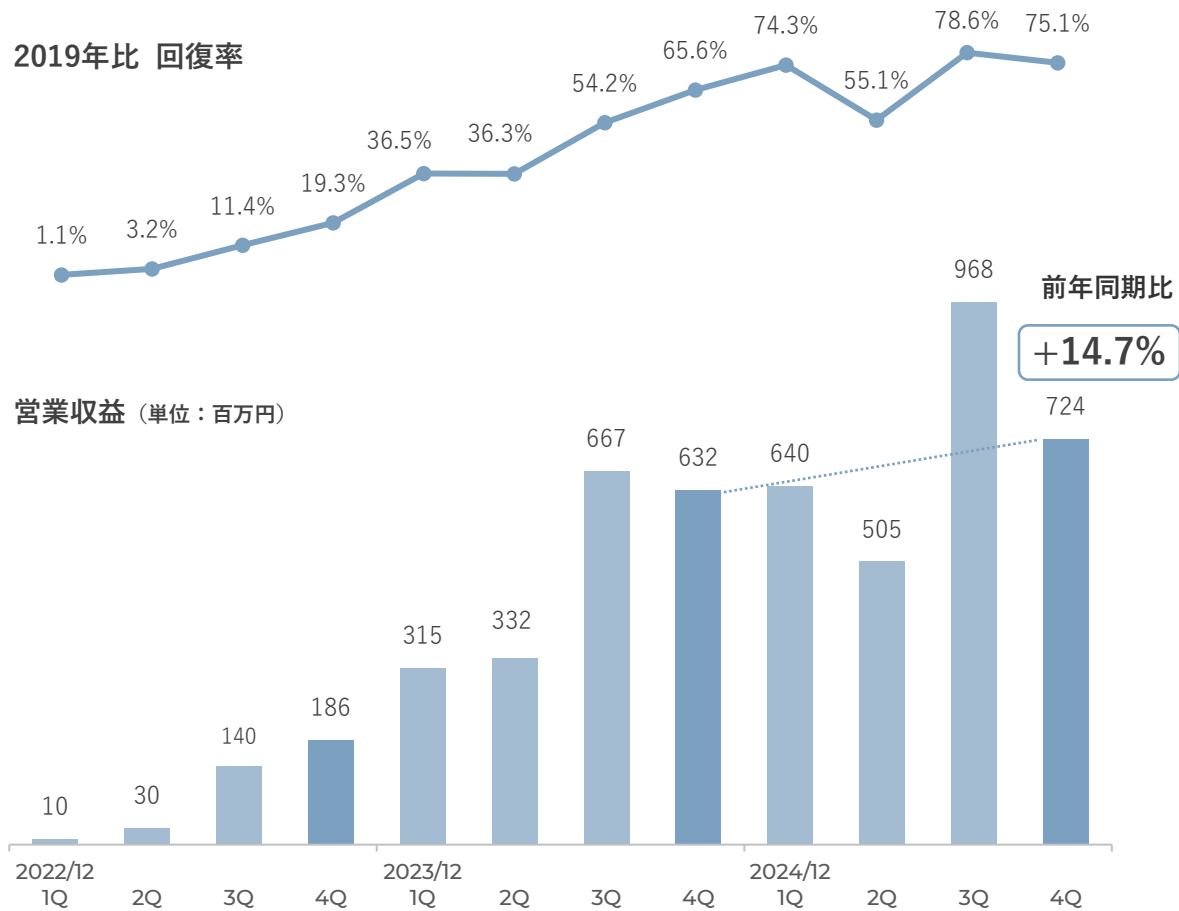
事業別の状況

海外旅行

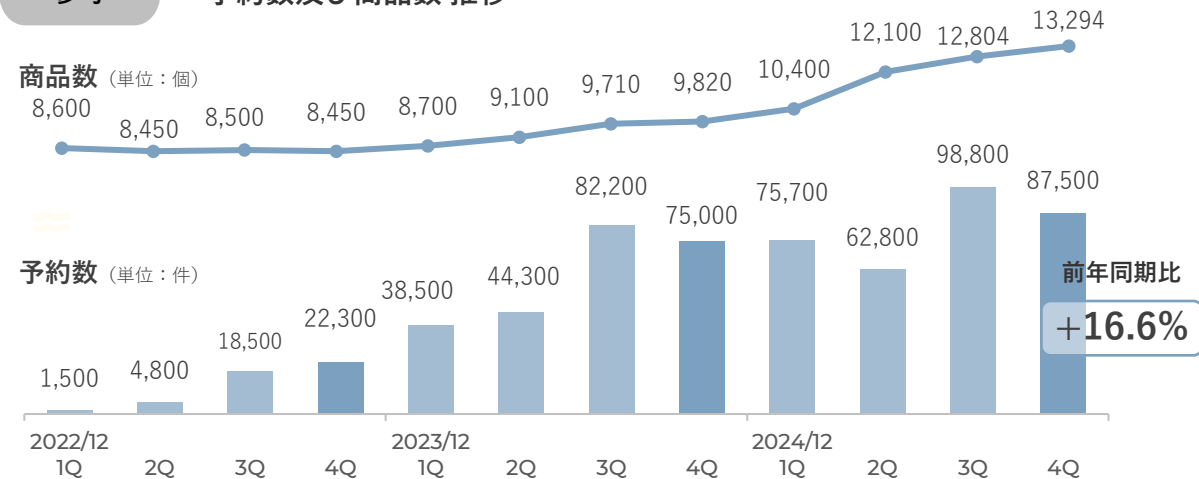


日本人海外渡航者数は段階的に回復傾向にあるが、長引く円安や物価高等により当社の主力エリアであるハワイ、グアム等のビーチリゾートや高単価のヨーロッパエリアの回復は限定的となり営業収益は伸び悩む

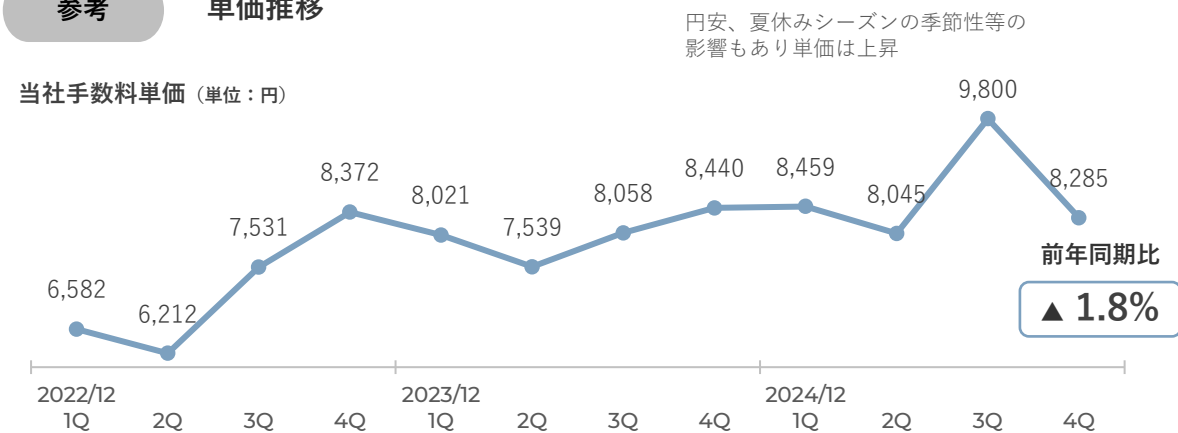
実績 営業収益 推移



参考 予約数及び商品数 推移



参考 単価推移



事業別の状況

国内旅行

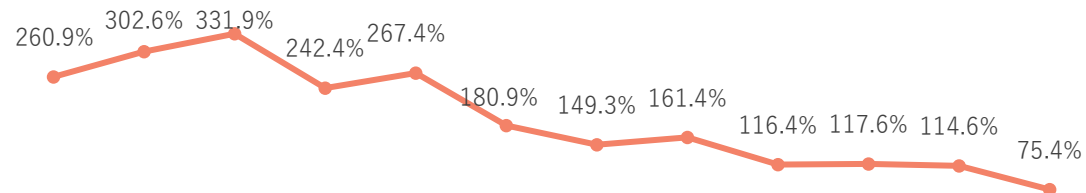


SEO集客力の低下、取り扱い商品増加による売上拡大効果の伸び鈍化により事業成長率は低下傾向
主力エリア、売れ筋商品群への集中による予約数の最大化と事業効率性を推進していく

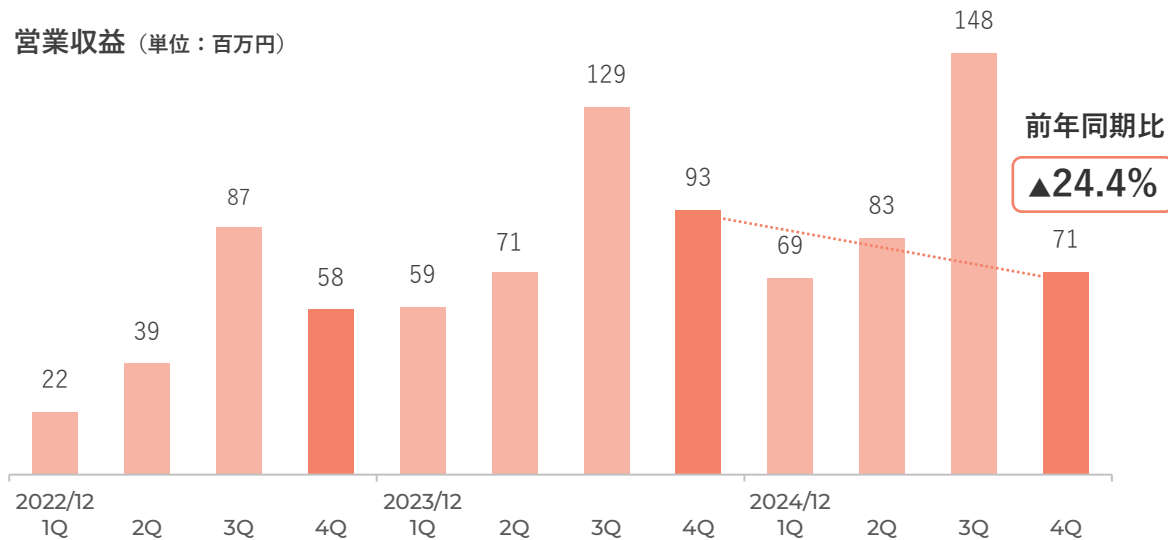
実績

営業収益 推移

YoY (%)



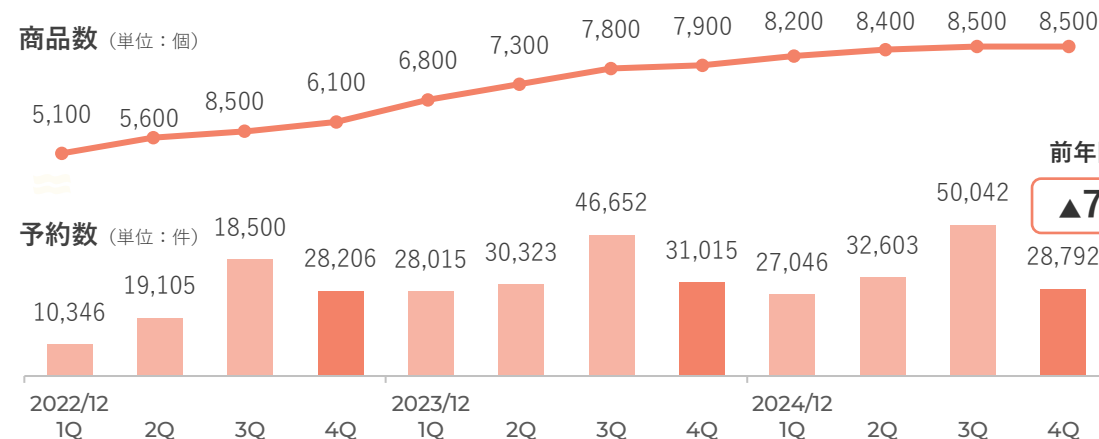
営業収益 (単位: 百万円)



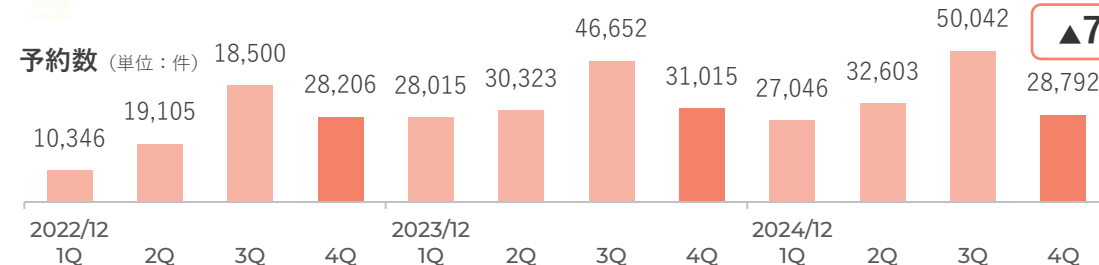
参考

予約数及び商品数 推移

商品数 (単位: 個)



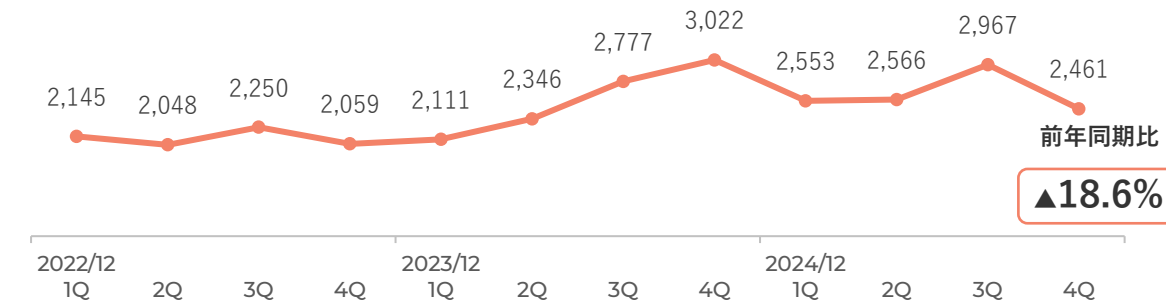
予約数 (単位: 件)



参考

単価推移

当社手数料単価 (単位: 円)



事業別の状況

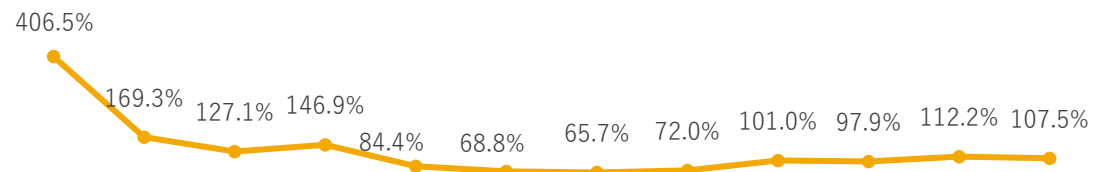
HawaiiActivities



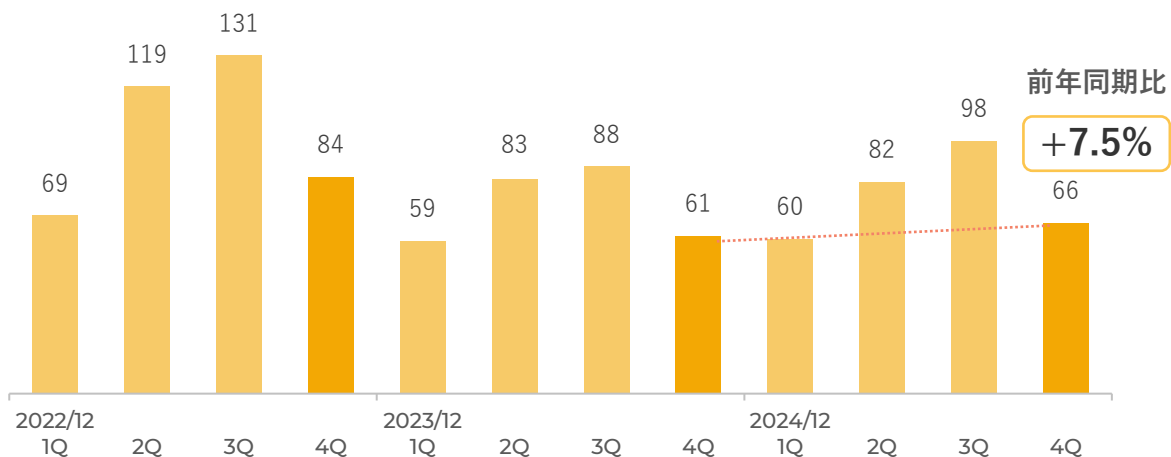
予約数の減少を単価上昇（物価高、円換算レートの上昇）によりカバーし、営業収益を確保
FY2024の営業収益は計画比 106%と順調に推移

実績 営業収益 推移

YoY (%)

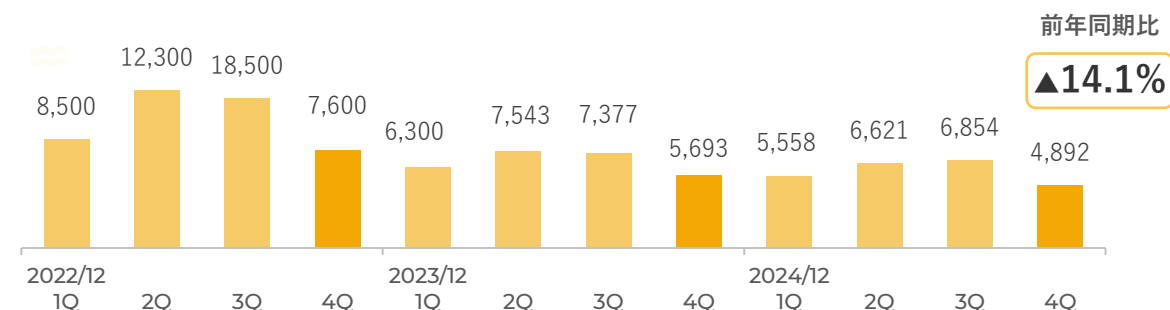


営業収益 (単位: 百万円)



参考 予約数推移

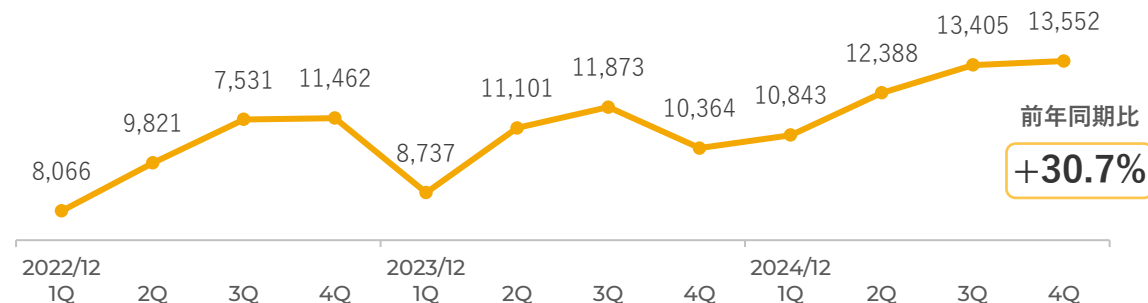
予約数 (単位: 件)



参考 単価推移

物価高、円安等の影響もあり単価は上昇傾向

当社手数料単価 (単位: 円)



事業別の状況

LINKTIVITY

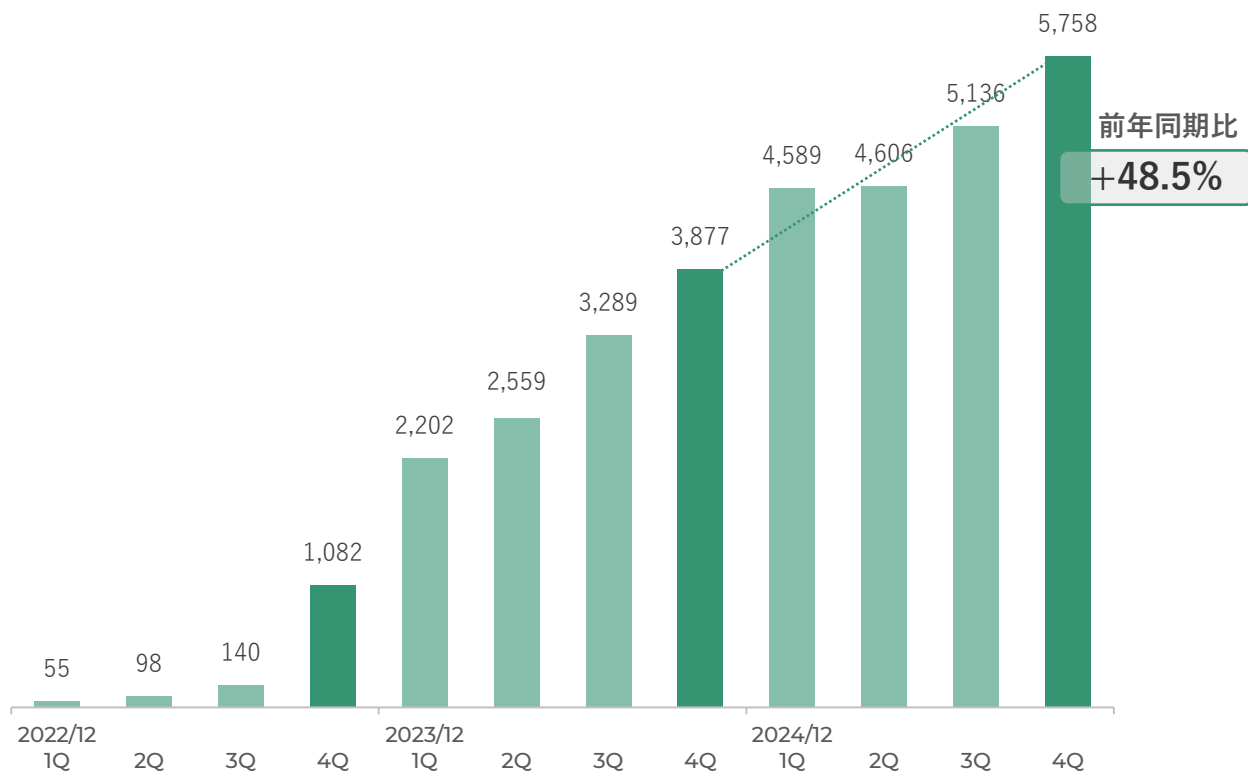


訪日外客数の増加に連動し、取扱高も順調に推移

FY2025においても、市場成長、取扱商品の拡充、事業領域拡大などをテコに取扱高を拡大

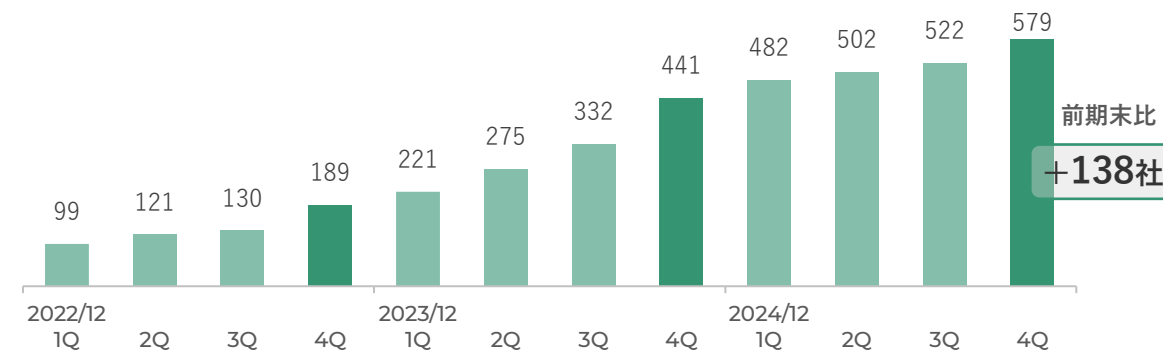
実績 取扱高 推移

取扱高 (単位: 百万円)

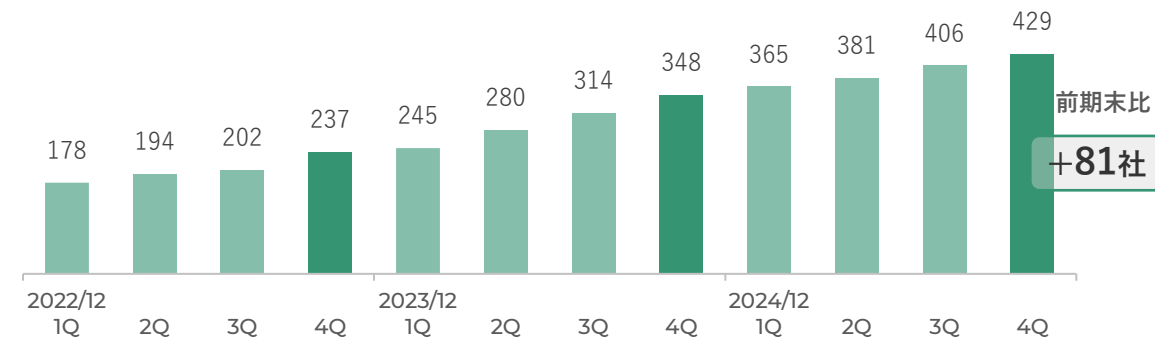


参考 契約社数

販売元 (サプライヤー) (単位: 社)



販売先 (販売チャネル) (単位: 社)





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12月末時点)	- 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	20百万円
	- システム開発・強化	89百万円
2025年12月期における 充当方針	- 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	69百万円
	- システム開発・強化	311百万円



第三者割当増資による資金調達

調達時期	2024年4月	
割当先	東京メトロ	
調達額	13.7億円	
主な目的	運営体制の強化、プラットフォーム事業の拡大、新規サービス開発	
充当状況 (2024年12月末時点)	- 運営体制の強化	36百万円
	- プラットフォーム事業の拡大	240百万円
	- 新規サービス開発	105百万円
2025年12月期における 充当方針	- 運営体制の強化	50百万円
	- 既存事業の拡大	300百万円
	- 新規サービス開発	100百万円

※ 残額につきましては、事業展開に伴い将来的に必要なとなる運転資金に充当する方針ですが、具体的内容、金額及び支払時期は確定しておりません。
 なお、具体的な充当時期までは、安全性の高い金融商品等で運用していく方針であります。

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**」は増加傾向
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す

※次回の資料更新は2026年3月を予定

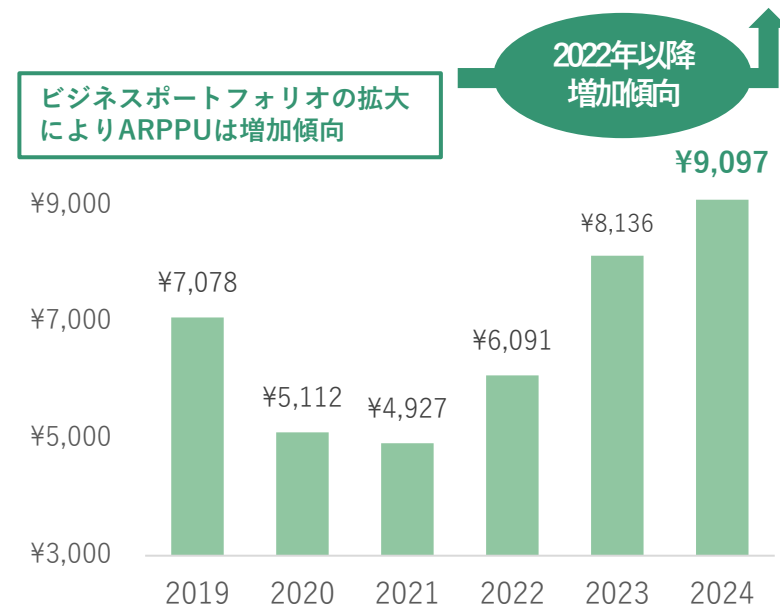
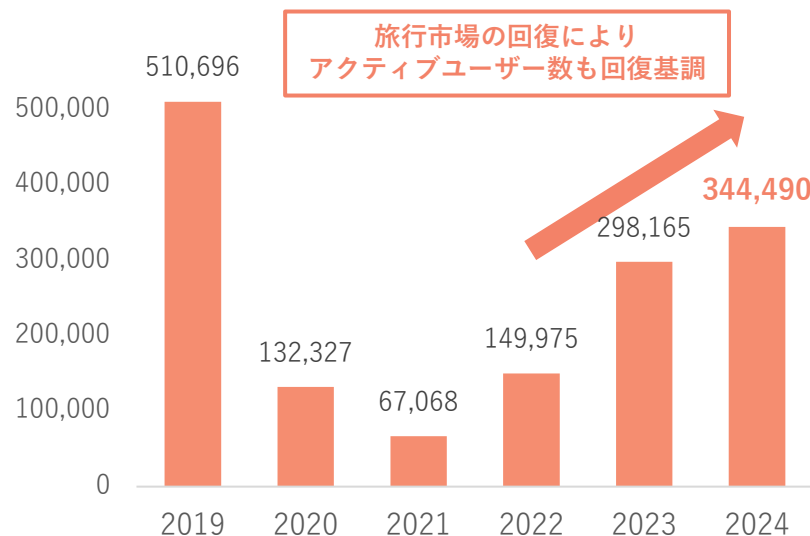


*1: 1年間に当社サービスで何らかの購入アクションを行ったユーザー数

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。

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（2024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 157名（226名）（ ）は臨時雇用含む
 連結 256名（324名） 2024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	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