

VELTRA

VELTRA changes TRAVEL

2024年12月期 第2四半期 決算説明資料

FY2024 2Q Financial Results

---

ベルトラ株式会社 東証グロース市場：7048



2024年12月期 第2四半期 決算概要	P3
2024年12月期 第2四半期 事業別の状況と市場環境	P14
2024年12月期 通期業績予想	P21
2024年12月期 今後の取り組み	P24
Appendix	P27

## 2024年12月期 第2四半期 決算概要



## 業績

- 営業収益は、旅行需要の回復とポートフォリオ全体の成長により前年同期比 +57% の **1,815**百万円へ伸長。
- 宣伝広告費などの積極投資の結果、営業利益は前年同期比 +5百万円の **▲197**百万円で着地。

海外旅行事業	営業収益は <b>1,145</b> 百万円（前年同期は647百万円）と大きく回復 一方で歴史的な円安水準による海外旅行控え等、海外旅行市場の回復への影響は当面の間は続くものと想定
国内旅行事業	営業収益は <b>152</b> 百万円（前年同期は130百万円）とYoY+17.0%の伸長
HawaiiActivities	営業収益は <b>142</b> 百万円（前年同期は143百万円）と微減ながらも、計画を上回る水準で推移
LINKTIVITY	訪日外国人観光客の増加に伴い、営業収益は <b>323</b> 百万円（前年同期は201百万円）と大きく成長

## 外部環境

- 出国日本人数は2019年比**61%**に回復

2024年1月～6月  
約**580**万人（前年同期比 160%）

- 訪日外国人数は2019年比**+6.9%**とコロナ前を超える客数を記録

2024年1月～6月  
約**1,778**万人（前年同期比 166%）

## 業績予想

営業収益 **5,468**百万円（前期比 +75.1%）、営業利益 **350**百万円の業績予想は維持

## 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+56.8%と大きく拡大  
一方、現段階では人材投資、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

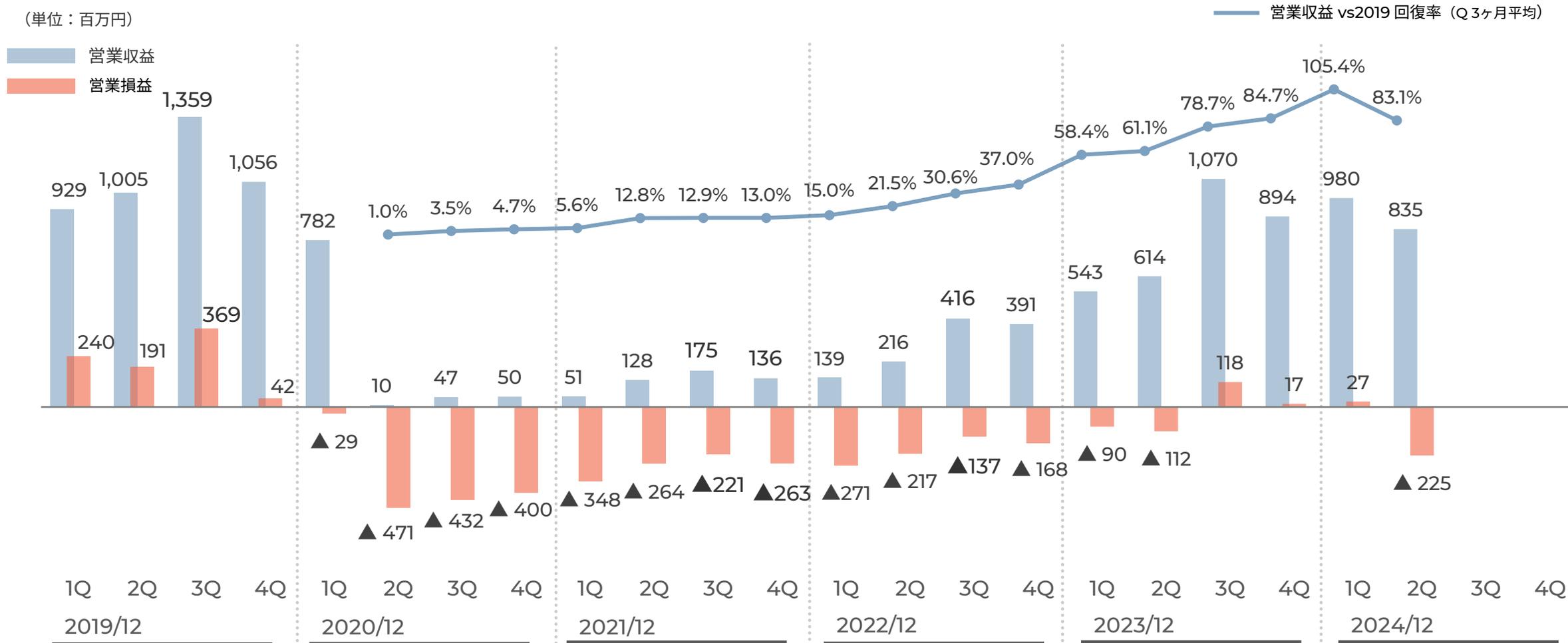
単位：百万円	2023年12月期 2Q	2024年12月期 2Q	増減比	増減額
営業収益	1,157	1,815	+56.8%	+657
営業費用	1,361	2,013	+47.9%	+652
営業利益	▲203	▲197	—	+5
営業外収益	0	1	+57.6%	+0
営業外費用	30	88	+190.5%	+58
経常利益	▲233	▲285	—	▲52
四半期純利益	▲254	▲271	—	▲16
1株当たり 四半期純利益(円)	▲7.16	▲7.46	—	▲0.3円

# 営業収益・営業損益 四半期推移 (会計期間)



2Qにおける営業収益は海外旅行市場の回復鈍化により計画を下回る。営業利益は現時点でほぼ計画通りに進捗。

人員採用、認知拡大投資も含めた広告費の増加によりコスト水準が高まっており、今後はトップラインの状況に応じてコントロールする

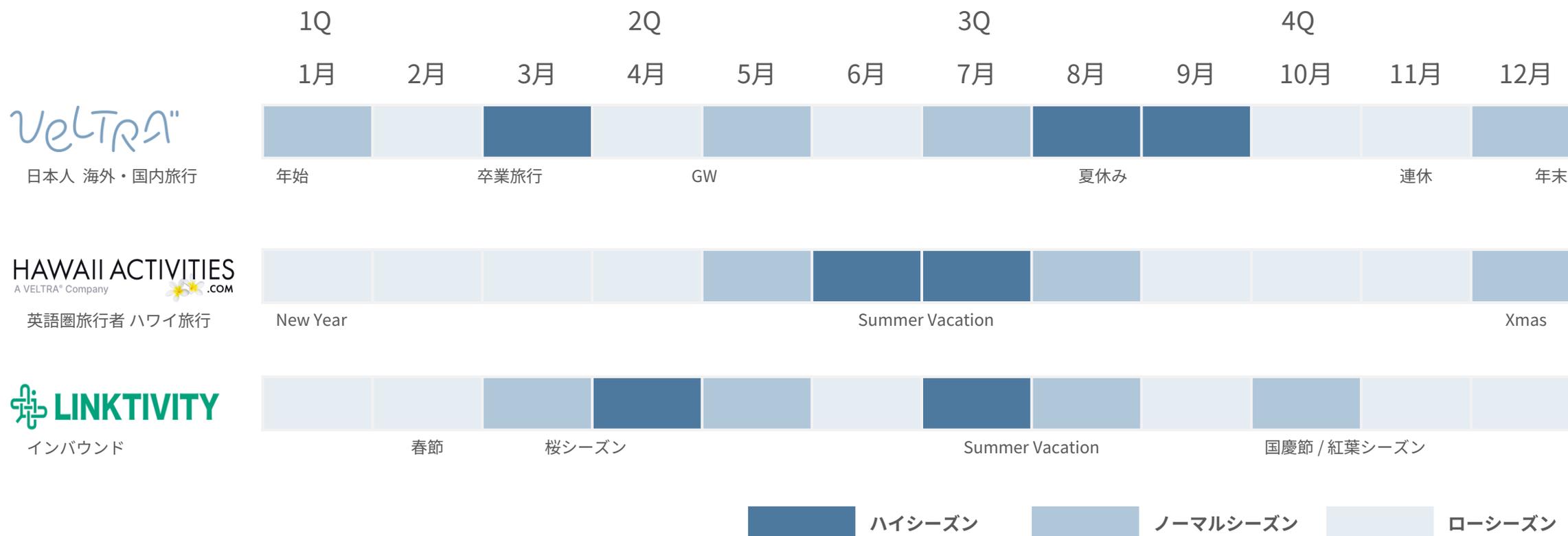


## 各事業における季節性（参考資料）



ベルトラのOTA事業については、2Q(4~6月)は比較的ローシーズンの位置付けにあり予約数、収益ともに減少傾向にあったが、3Q(7~9月)の日本の夏休みシーズンは最もハイシーズンとなり、例年この時期に年間の35%程の収益を獲得する

HawaiiActivitiesは主にアメリカの夏休みシーズン、リンクティビティ(インバウンド)は4月、7月の各国の長期休暇のタイミングがハイシーズンとなる

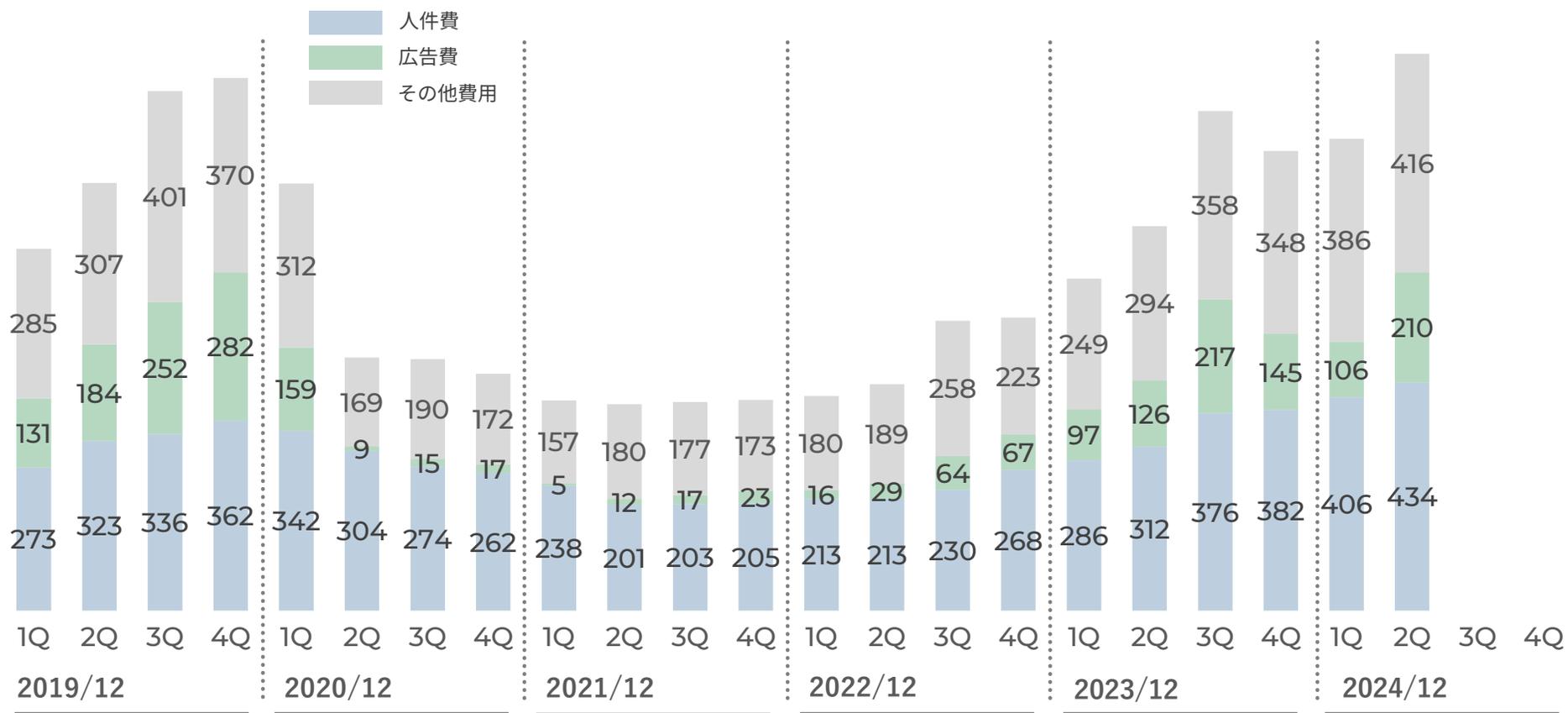


# コスト推移



OTA事業の取扱高増加(YoY158%) に連動しオンライン広告費用はYoY 144%と適正な範囲で増加、人件費は計画通りの採用進捗により YoY 140%。全体コストの消化率は計画比 87.4%と予算内でコントロール

(単位：百万円)



## 2024年1-2Q コスト増加要因（前期比較）

### 人件費

- ・1-2Qにて33名増員（詳細は後述）

### 広告費

- ・集客に係る広告費はOTA事業のGMV増加(1.6倍) に連動して増加
- ・認知広告投資として1-2Qにて26M

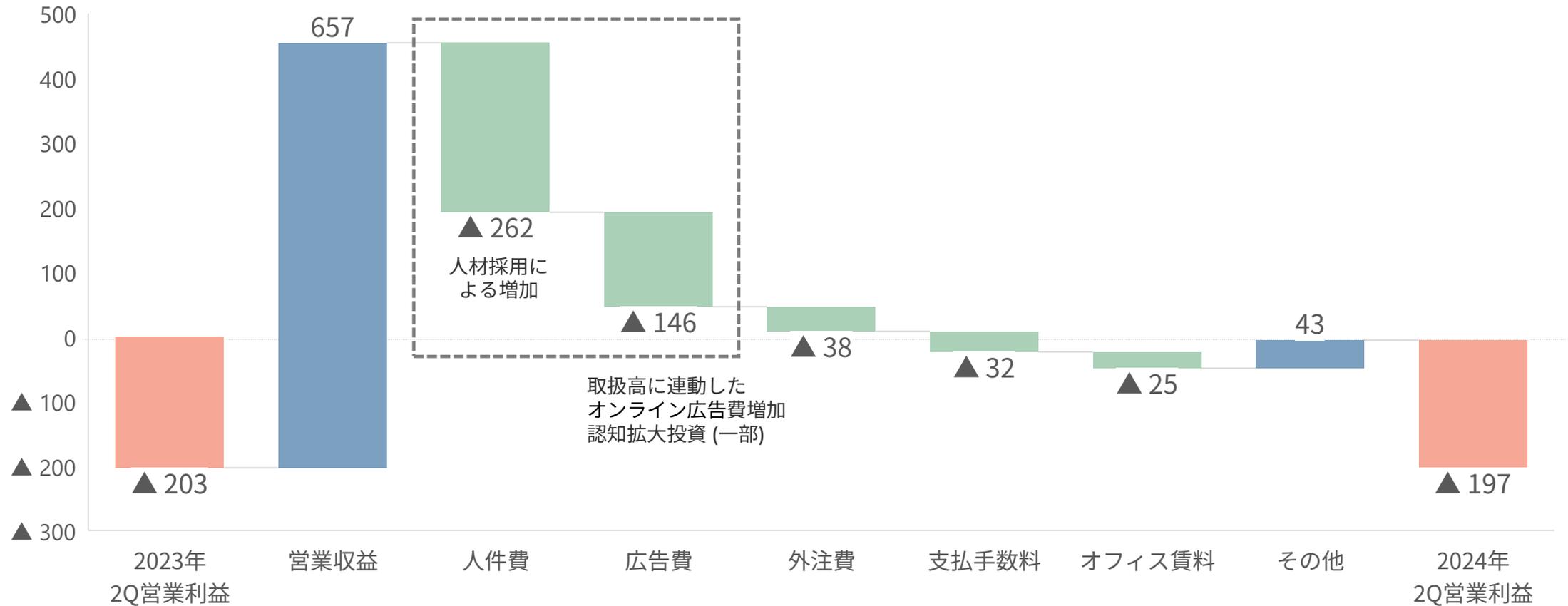
### その他費用（前期比較）

- ・採用関連費用 18M増加
- ・決済手数料 47M増加（GMV増加 連動）
- ・業務委託費 25M減少
- ・支払手数料 33M増加
- ・監査報酬追加 11M増加
- ・オフィス賃料 24M増加

# 営業利益増減分析



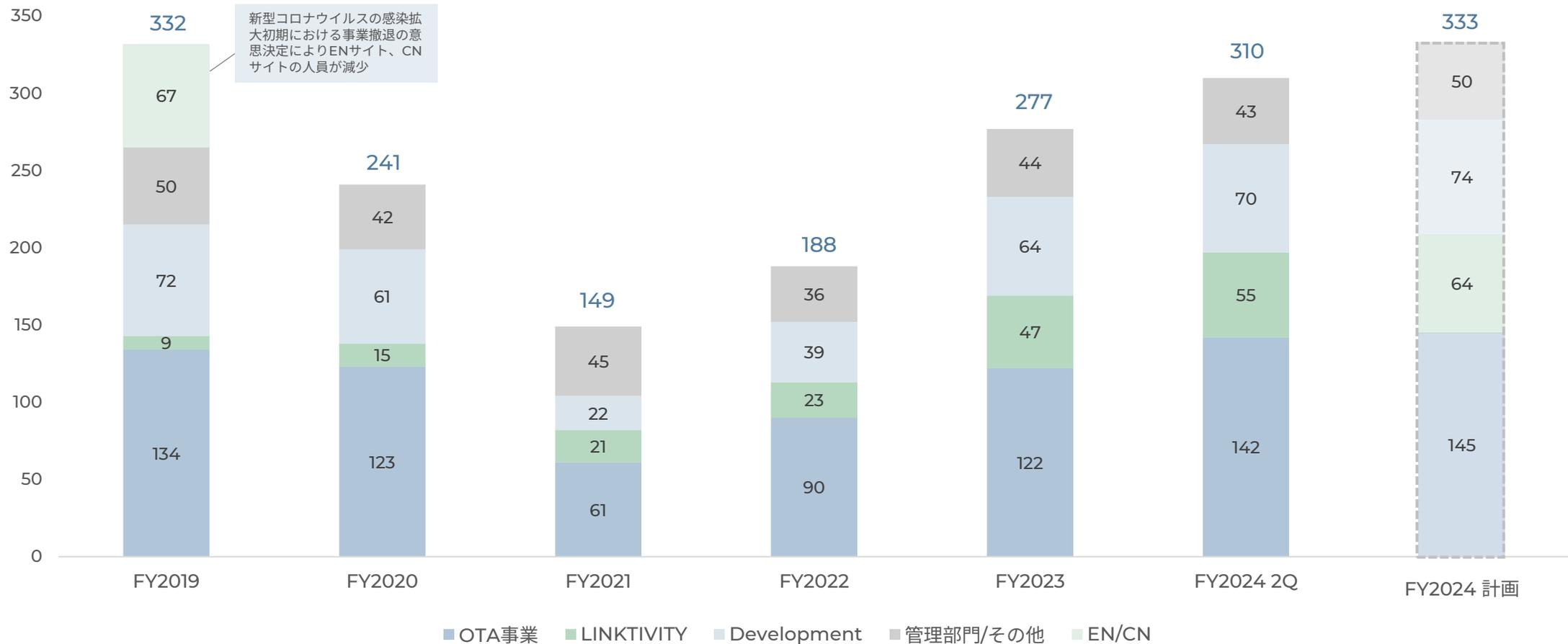
旅行需要回復に向けた組織構築のための人材採用、取扱高に連動したオンライン広告投資及び認知拡大の一部投資を実施  
営業利益は2Q累計でほぼ計画通りに進捗



# 人員推移



計画通りに進捗。但し第3四半期以降の人員採用については、売上高の進捗に応じて適切にコントロールしていく予定



# 認知度向上のための投資



2024年7月1日より、アーティスト・タレントのあのちゃんを起用した全4篇の新TVCMを全国で放送開始  
当初からの課題である**ブランド認知度の向上**に加えて、夏季以降の旅行需要の確実な取り込みにつなげる狙い

## TVCM実施の背景

- 市場の回復を超える成長を実現するために、当社のブランド認知のみではなく、体験オンライン予約サービスの認知拡大が必要
- 旅行ニーズの起点からのタッチポイントの構築
- 競合他社(旅行代理店等)との明確な差別化

## TVCM実施のねらい

- 認知度向上によるサイトトラフィックの拡大
- インターネット広告では届かなかった層への訴求
- 国内&海外の旅行体験のオンライン予約行動の促進
- 重要KGIであるファン※100万人の達成に繋げる



ベルトラが扱う旅のツアー・アクティビティの多様性を知っていただくため、CMではあえて意外性のあるプランを紹介

『ダンス』篇 (30秒) : <https://youtu.be/iJhktHdgzPM>

『古武道』篇 (30秒) : [https://youtu.be/tjMUPWSs\\_V4](https://youtu.be/tjMUPWSs_V4)

『珍獣』篇 (30秒) : <https://youtu.be/CvTbXfWBdMQ>

『城攻め』篇 (30秒) : <https://youtu.be/MbFLSOGvFLI>

※ファン・・・当社サービスを年2回以上利用する顧客

## B/Sサマリー



現金及び預金の残高は増資及び営業CFの改善により 24億円増の61億円まで増加  
第三者割当増資により純資産が18億円増加した結果、自己資本比率は27.9%（7.4pt UP）

単位：百万円	2023年12月期	2024年12月期 2Q	増減額	詳細
流動資産	5,805	8,620	+2,815	現預金が 2,452百万円、営業未収入金が 420百万円増加
現金及び預金	3,695	6,148	+2,452	
固定資産	661	826	+165	ソフトウェアが 129百万円増加
<b>資産合計</b>	<b>6,466</b>	<b>9,447</b>	<b>+2,980</b>	
流動負債	5,105	6,400	+1,294	営業未払金が 141百万円、前受金が 1,009百万円増加
有利子負債	500	500	-	
固定負債	0	0	-	
<b>負債合計</b>	<b>5,106</b>	<b>6,400</b>	<b>+1,294</b>	
<b>純資産合計</b>	<b>1,360</b>	<b>3,046</b>	<b>+1,686</b>	資本金が 254百万円、資本剰余金が 1,233百万円増加
<b>自己資本比率</b>	<b>20.5%</b>	<b>27.9%</b>	<b>+7.4pt</b>	

## C/Fサマリー



OTA事業の予約数増加による仕入債務及び前受金の増加等により、営業CFは大幅に改善

単位：百万円	2023年12月期 2Q	2024年12月期 2Q	増減額	詳細
営業活動による キャッシュ・フロー	499	696	+196	仕入債務の増加 127百万円、前受金の増加 995百万円などの増加要因と、売上債権の増加 410百万円や税金等調整前四半期純損失 285百万円などの減少要因
投資活動による キャッシュ・フロー	▲303	▲233	+70	固定資産の取得による支出 217百万円、保証金の差入による支出 15百万円などの減少要因
財務活動による キャッシュ・フロー	4	1,881	+1,876	株式発行による収入 1,881百万円
換算差額	65	109	+43	
現金及び現金同等物の 中間期末残高	3,065	6,148	+3,083	

## 2024年12月期 第2四半期 事業別の状況と市況環境

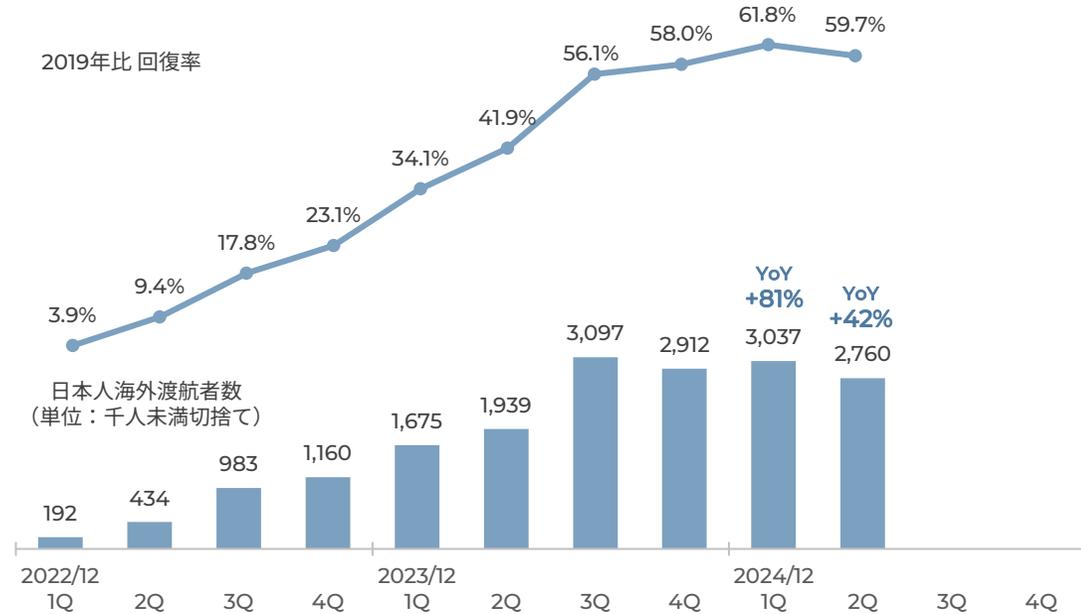
# 外部環境



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る大幅な増加

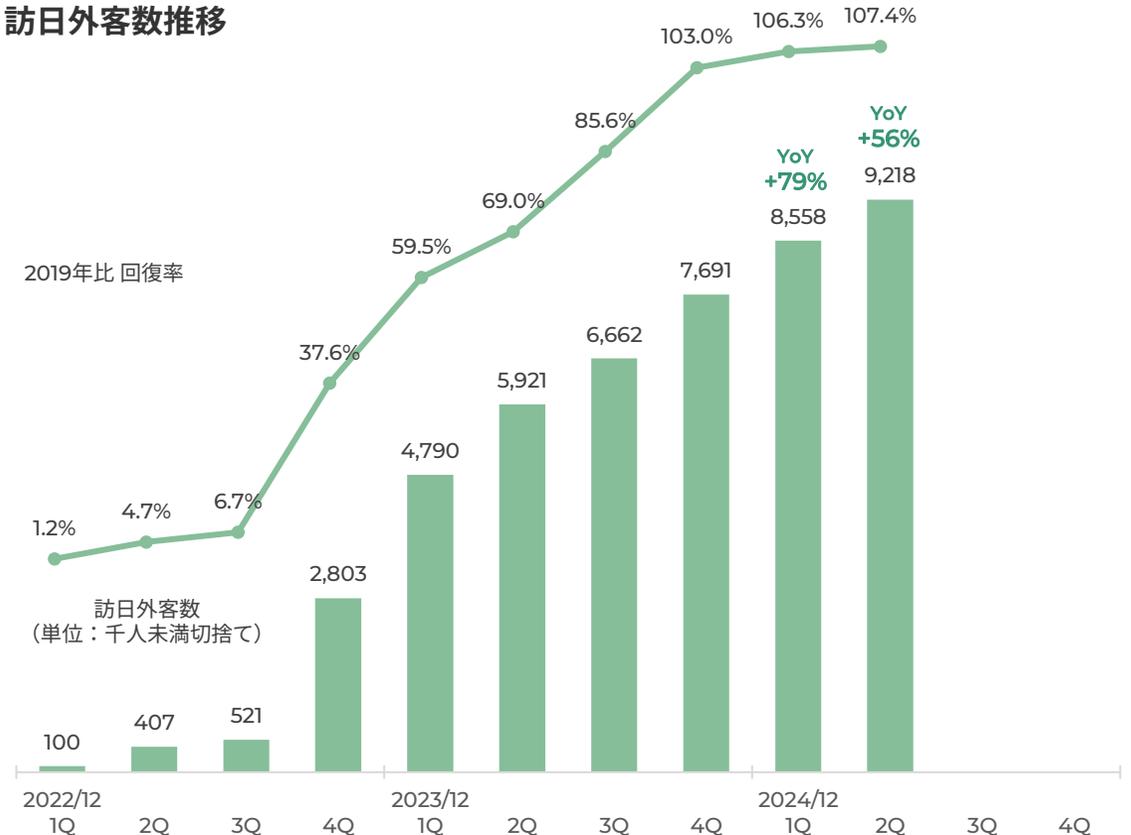
※国内旅行と米国本土の旅行者数推移は前年と同水準のため割愛

## 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



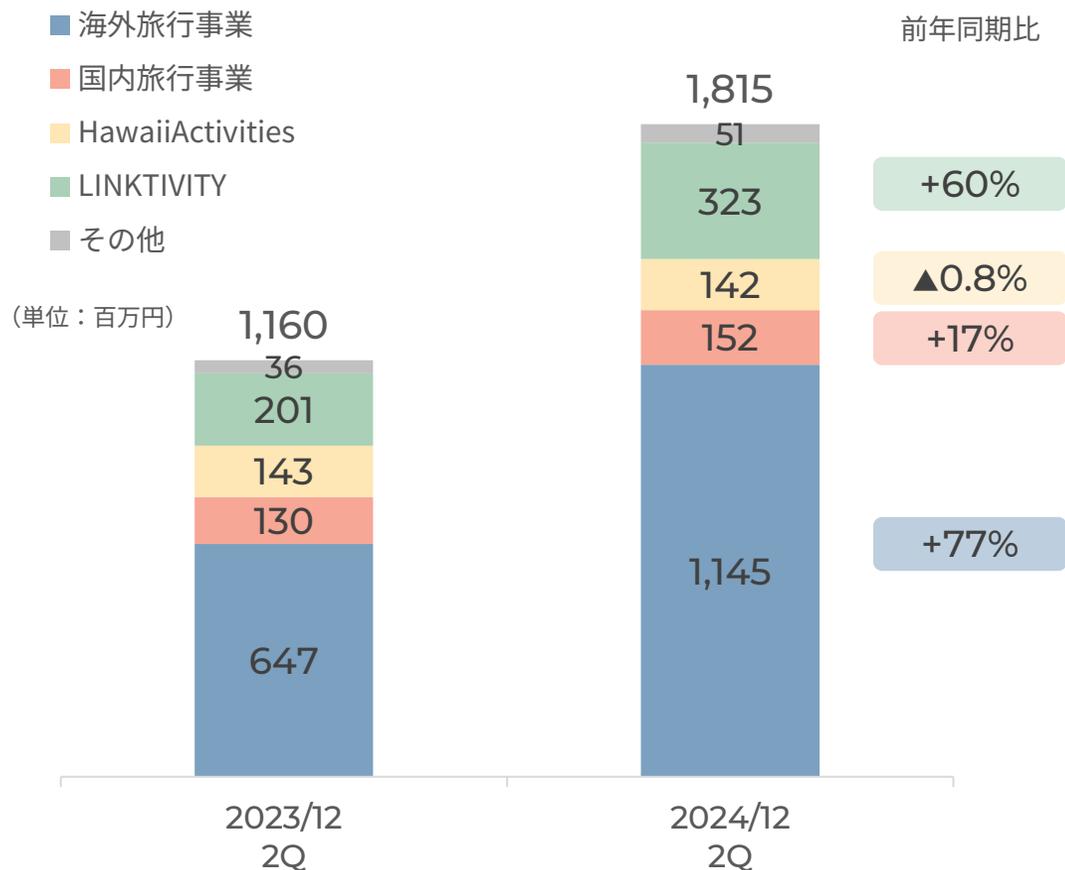
出典: 日本政府観光局 (JNTO) - 2024年 訪日外客数・出国日本人数 -

# 事業別営業収益 前年同期比

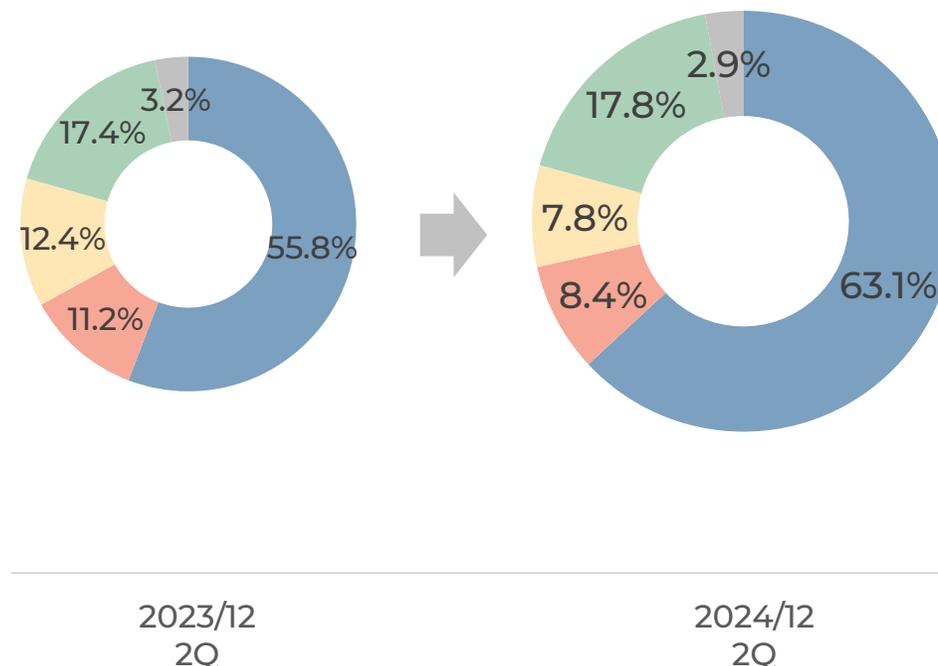


海外旅行事業が177%、LINKTIVITYが160%、国内旅行事業が117%と前年同期比大きく拡大

## 事業別営業収益



## 営業収益構成比



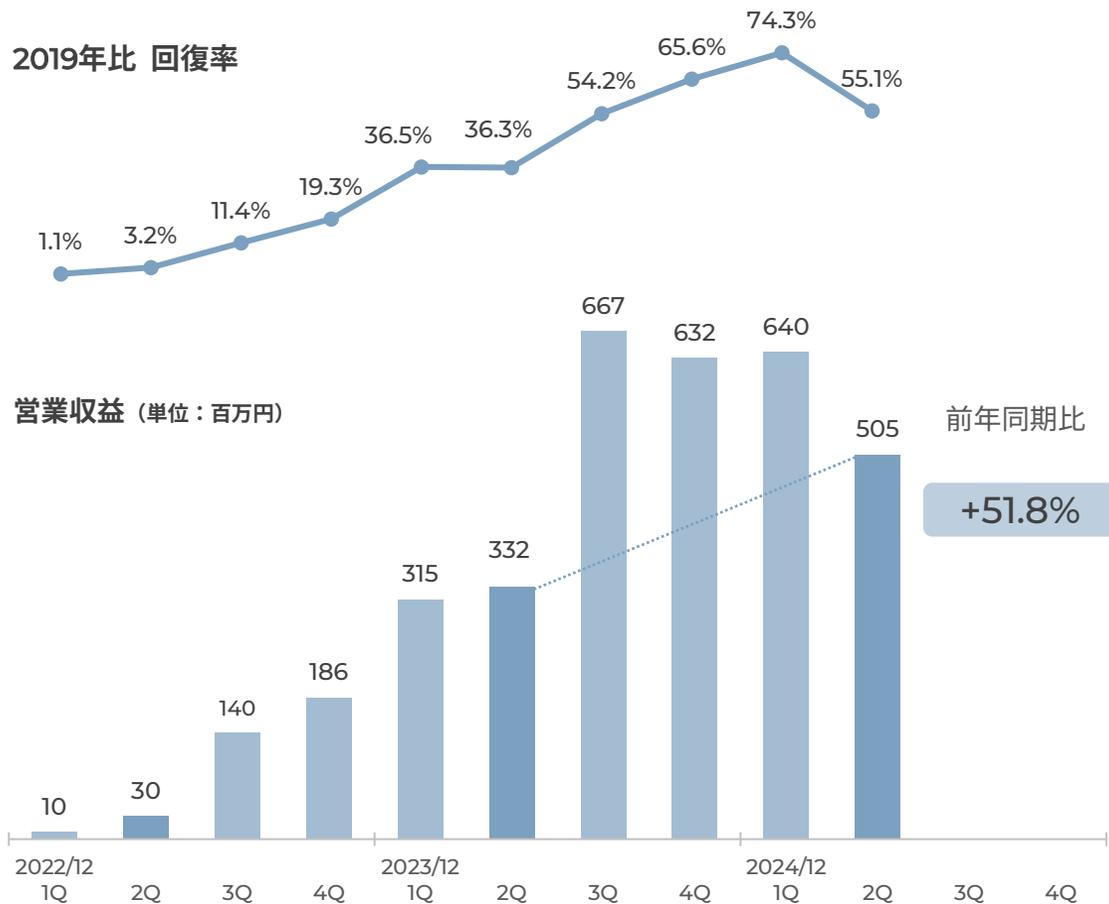
# 事業別の状況

## 海外旅行

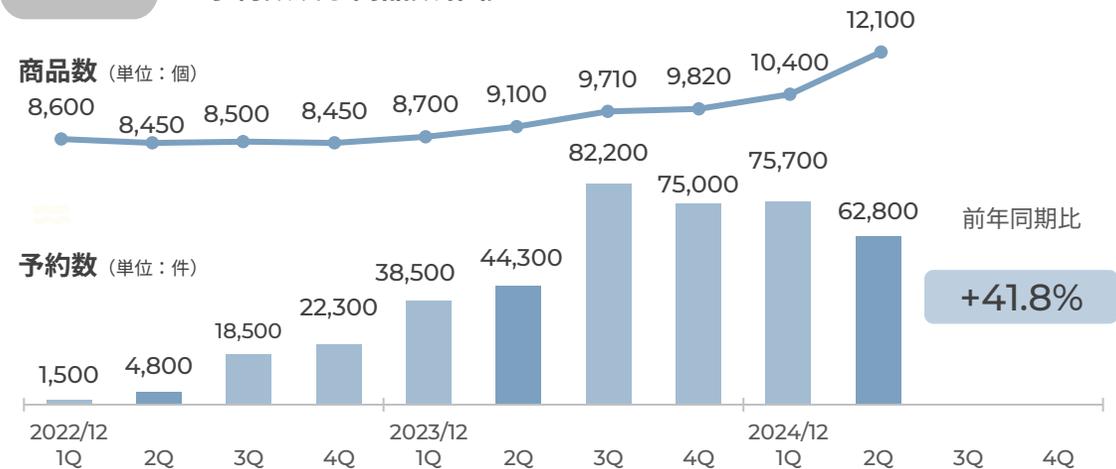


長引く円安や物価高等による日本人海外渡航者数の回復スピードが鈍化傾向  
 自社におけるグロース施策の効果も限定的となり、YoY成長率も前四半期と比較して低下

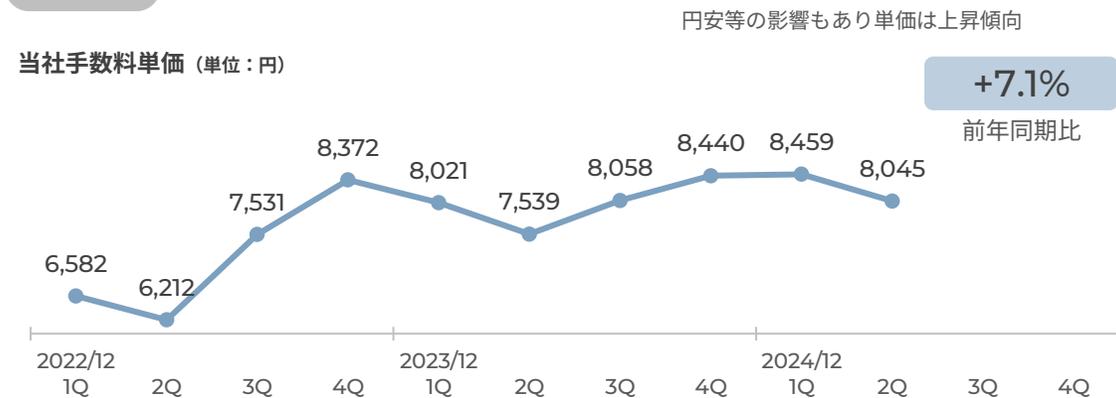
### 実績 営業収益 推移



### 参考 予約数及び商品数 推移



### 参考 単価推移



# 事業別の状況

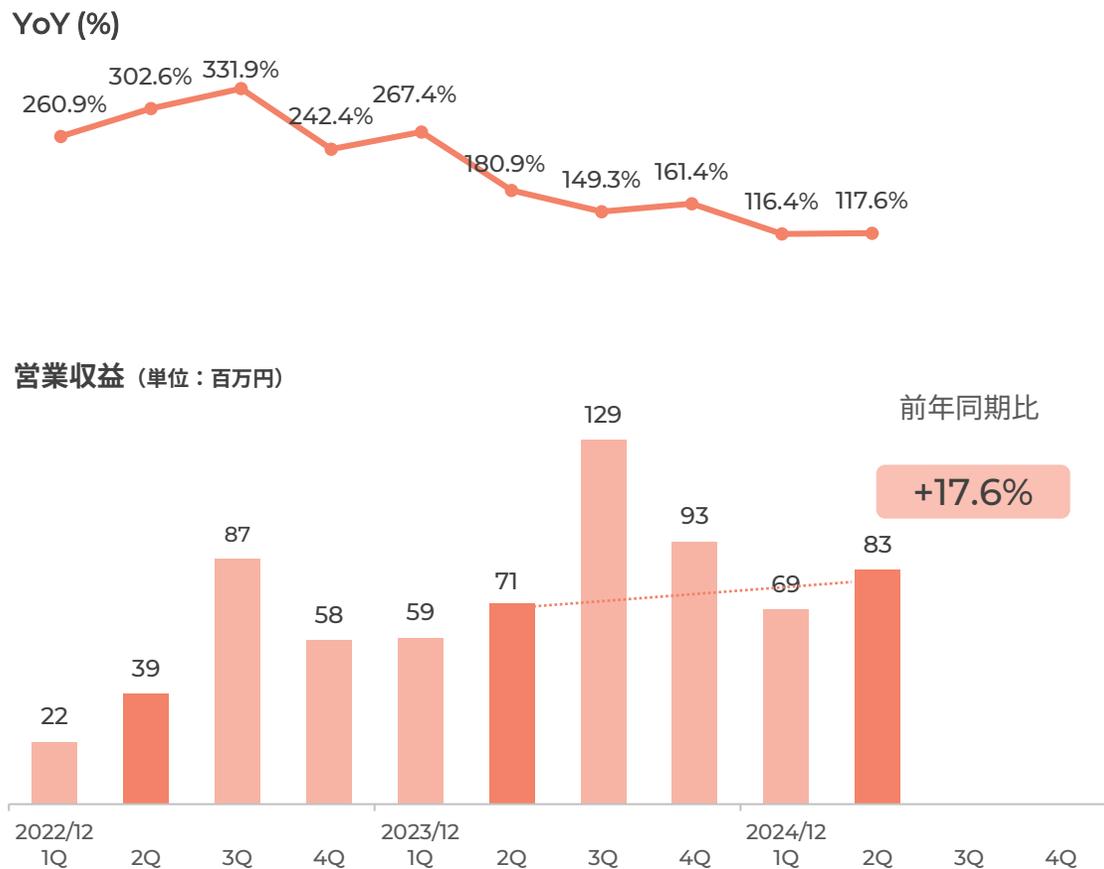
## 国内旅行



商品数は順調に増加しているが、予約数並びに営業収益のリフトに与える影響は現時点では限定的  
 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

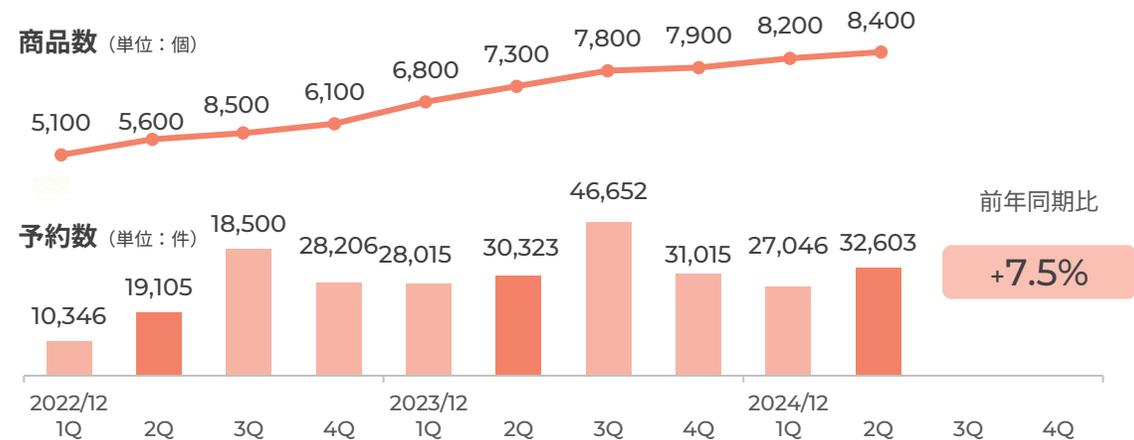
### 実績

#### 営業収益 推移



### 参考

#### 予約数及び商品数 推移



### 参考

#### 単価推移



# 事業別の状況

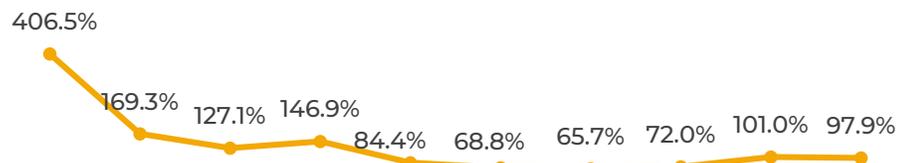
## HawaiiActivities



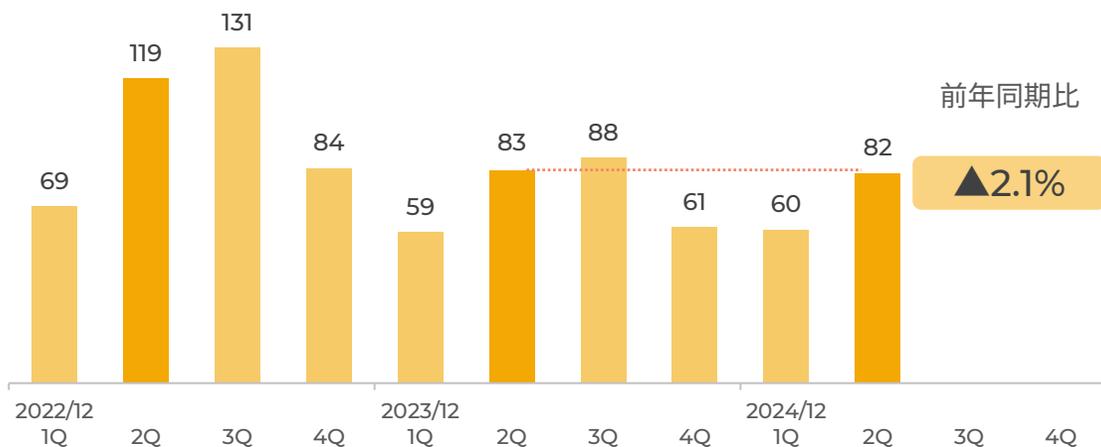
予約数の減少を単価上昇（物価高、円換算レートの向上）によりカバーし、営業収益を確保  
2Q累計の営業収益は計画比106%と順調に推移

### 実績 営業収益 推移

YoY (%)

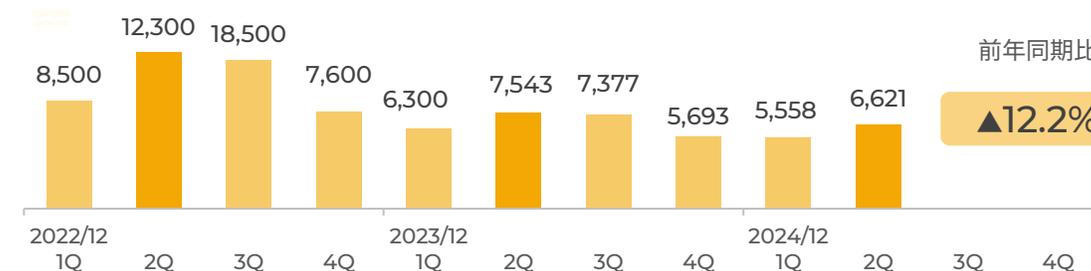


営業収益 (単位：百万円)



### 参考 予約数 推移

予約数 (単位：件)



### 参考 単価 推移

当社手数料単価 (単位：円)



# 事業別の状況

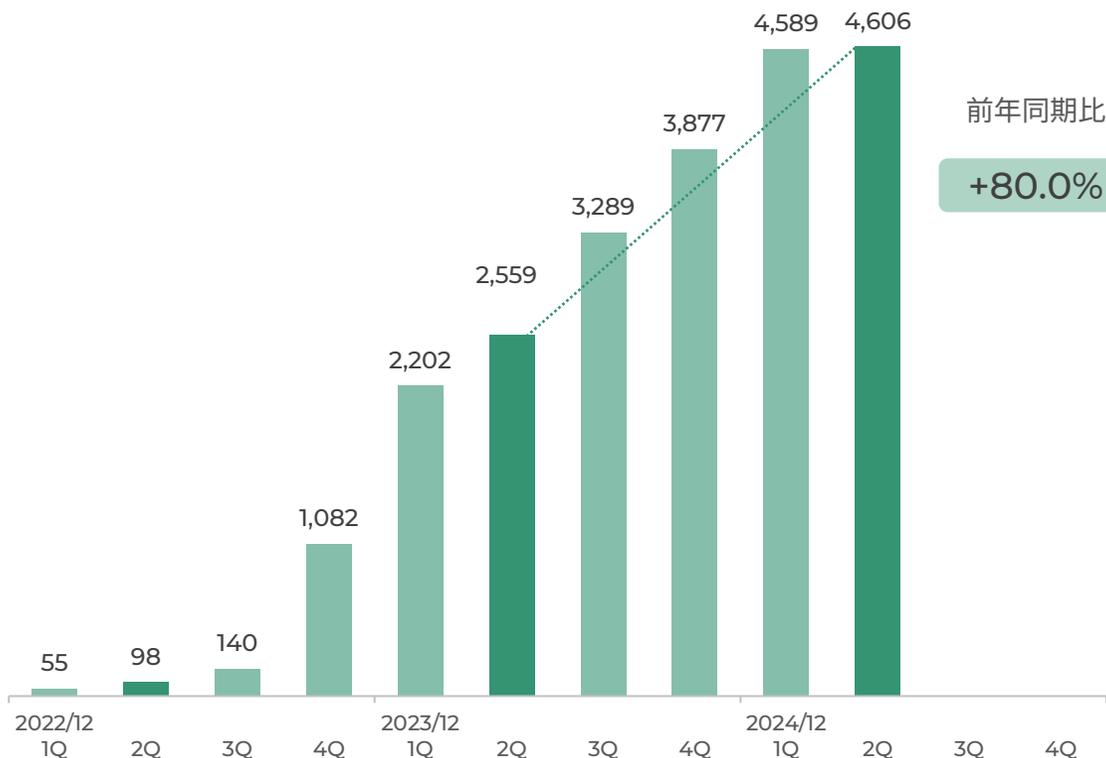
## LINKTIVITY



直近の伸びは鈍化傾向にあるものの、インバウンド旅行客の増加に伴い取扱高は順調に拡大  
販売元となる鉄道会社や観光施設との契約も順調に増加しており、今後の利用拡大に寄与してくものと想定

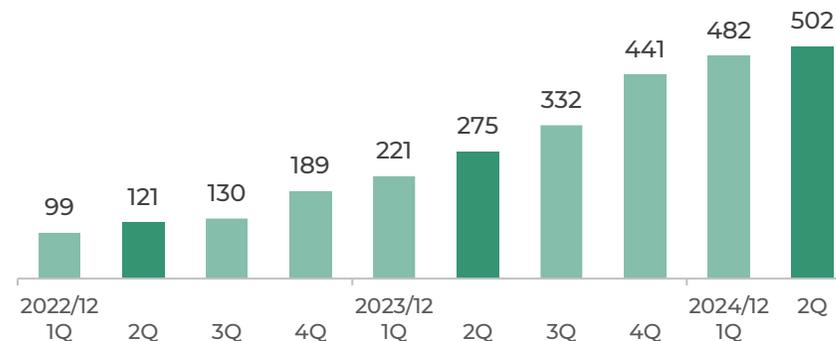
### 実績 取扱高 推移

取扱高 (単位:百万円)

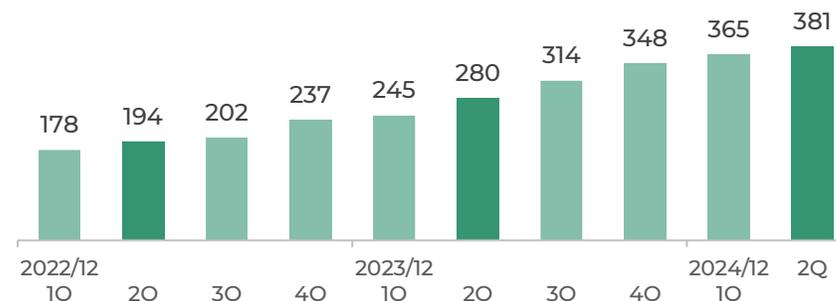


### 参考 契約社数

販売元 (サプライヤー) (単位:社)



販売先 (販売チャネル) (単位:社)



## 2024年12月期 業績予想

## 2024年12月期 業績予想



業績予想は当初計画どおり、事業ポートフォリオの拡大により営業収益はコロナ前の2019年を超える54億円を計画  
営業利益については、サービス及びブランド認知の向上を図るための広告投資（4.5億円）を含む成長投資（7.8億円）を実施したうえで、3.5億円の利益を計画

単位：百万円	2023年12月期	2024年12月期 (予想)	YoY
営業収益	3,123	5,468	175.1%
営業費用	3,190	5,117	160.4%
営業利益	▲67	350	—
経常利益	▲112	340	—
親会社株主に帰属する当期純利益	▲57	264	—
1株当たり当期純利益(円)	▲1.62	7.25	+8.87円

## FY2024 成長投資計画（進捗）



中長期的な事業成長及び企業価値向上をメインに2Q時点では全体で137百万円（消化率 17.5%）の投資を実施  
第3四半期から認知度向上のための広告投資を本格的に実施予定

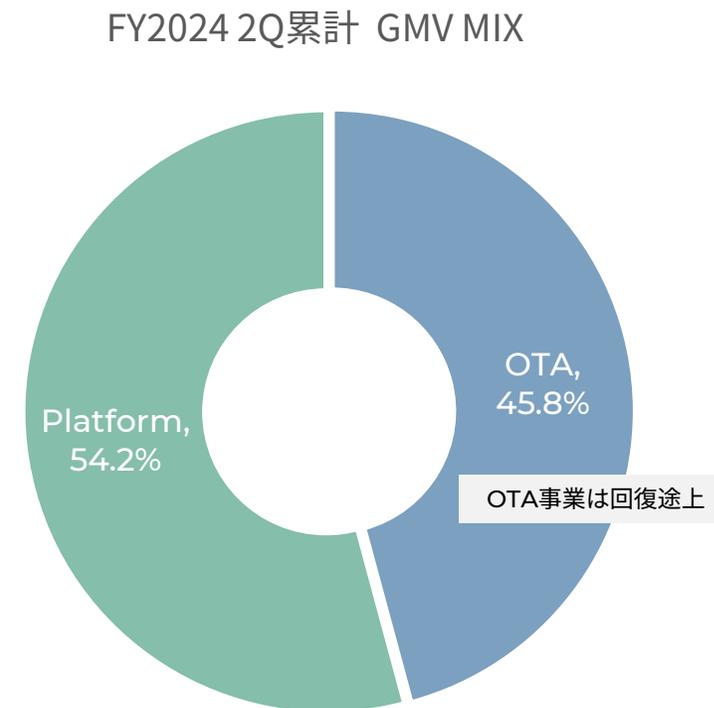
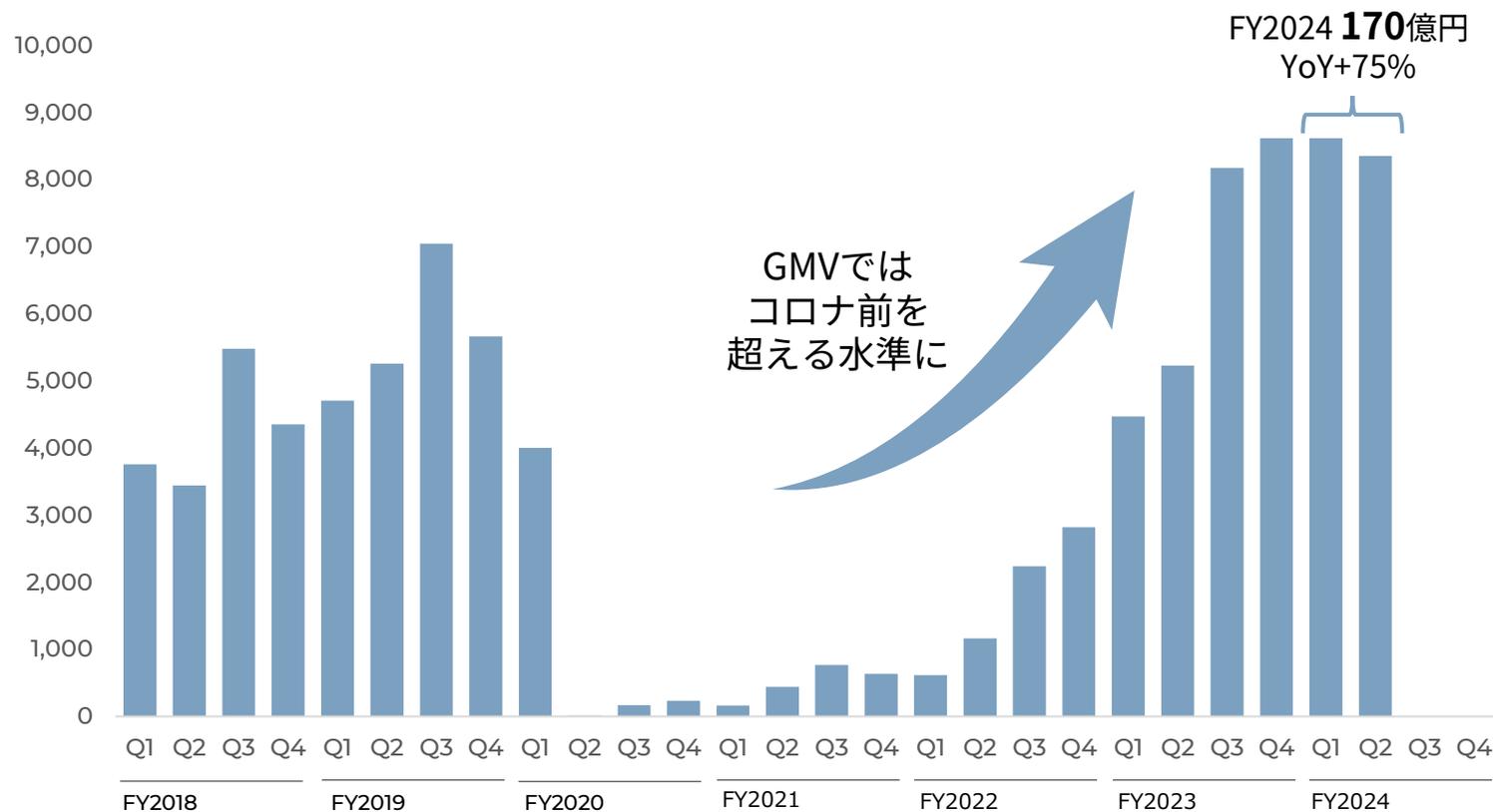
投資項目	投資額 (単位：百万円)	投資内容	投資効果	投資消化率	
OTA事業					
認知度向上	450	認知向上施策の実施 (サービス、ブランド)	認知度 +10% 集客のための広告費用を低減	5.8%	
利用頻度及び利用機会の向上	120	商品バリエーションの拡大 AppsのDL促進&機能改善	1旅行当たりの利用回数増加		50.2%
日本語ツアーの強化	50	JTBとの連携強化	競合優位性の維持、拡大		
事業生産性向上	60	AI活用によるコンテンツ作成の 自動化	営業利益率の向上		
LINKTIVITY					
新たなソリューション開発による 事業領域の拡大	100	QR改札認証システム、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		43.7%
TOTAL	780				

## 2024年12月期 今後の取り組み



VELTRAは旅先の体験を専門とした海外旅行OTA事業から開始し、海外・国内・インバウンド市場と日本の観光DXソリューションのプラットフォームへと進化

複合的なサービスへ進化をしていくにあたり、市場規模を示す流通額（GMV）が重要な指標  
OTA事業単体での成長からプラットフォーム事業など多角化したサービスで成長していく





## インバウンド市場への投資を強化し市場規模を拡大

キャッシュカウのOTA事業への成長投資と平行して、成長著しいインバウンド市場を最重要と位置づけ、体験領域をベースに、今までのビジネスモデルに囚われない新たな成長戦略をすすめていく

