

# 2020年3月期 第3四半期 決算補足説明資料



株式会社オーブドア  
(証券コード：3926)

1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料

1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料

## ■ 今期重要戦略

- 直近で公表している通期予想からの変更はなし  
売上高 **5,400百万円**（前期比**+8.7%**）、営業利益 **1,770百万円**（前期比**+3.9%**）
- 2020年3月期においても引き続き「認知率」を最重要とし、テレビCM実施等により認知率**47.0%以上**を目標とする
- 上期において、旅行需要の低迷、検索エンジンの広告枠拡大による自然検索流入率の低下などによって、当初の計画を下回る結果となり、下期については、上記に加え、大型台風発生、消費税増税などが旅行市場に影響を与える可能性を考慮し、2Q決算発表時（2019年11月8日）に通期連結業績予想を修正済み ※中長期的な成長性への影響は限定的と想定

## ■ 3Q実績

【会計期間（10月～12月）】

- 売上高 **1,156百万円**（前年同期比**+4.1%**）、営業利益 **630百万円**（前年同期比**+21.6%**）
- 世界情勢不安、大型台風や消費税増税などによる旅行需要低迷、並びに検索エンジンの広告枠拡大による自然検索流入率低下が影響したものの売上高及び営業利益ともに前年同期を上回り着地（四半期営業利益としては過去最高を達成）
- 当3QはテレビCM未実施であることから販売費及び一般管理費が減少

【累計期間（4月～12月）】

- 売上高 **3,942百万円**（前年同期比**+9.1%**）、営業利益 **1,617百万円**（前年同期比**+11.5%**）
- 外部環境の変化による影響を受けるも、3Q累計で過去最高の売上高及び営業利益を達成

## ■ テレビCM

- 2020年1月からトラベルコのテレビ新CM “プレゼン篇” が放送開始（認知率は2019年9月調査で**44.3%**）

## ■ 株主還元について

- 現行の株主優待（クオカード1,000円分）に加え、特別株主優待（クオカード2,000円分）を実施

1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料

- 世界情勢不安、大型台風や消費税増税などによる旅行需要低迷、並びに検索エンジンの広告枠拡大による自然検索流入率低下が影響したものの売上高は前年同期比+4.1%、営業利益は同+21.6%で着地（四半期営業利益としては過去最高を達成）
- 当3QはテレビCM未実施であることから販売費及び一般管理費が減少

単位：百万円

	2019/3 3Q実績	2020/3 3Q実績	増減額	前年同期比
売上高	1,110	1,156	+45	+4.1%
売上原価	162	169	+7	+4.4%
売上総利益	948	987	+38	+4.1%
販売費及び一般管理費	430	357	-73	-17.0%
営業利益	518	630	+112	+21.6%
経常利益	518	630	+112	+21.7%
当期純利益	325	395	+70	+21.7%
営業利益率	46.6%	54.5%	+7.9P	-

# 2020年3月期 第3四半期（累計） / 開示予想に対する進捗

- 外部環境の変化による影響を受けるも、3Q累計で過去最高の売上高及び営業利益を達成  
(売上高:前年同期比+9.1%、営業利益:前年同期比+11.5%)

単位：百万円

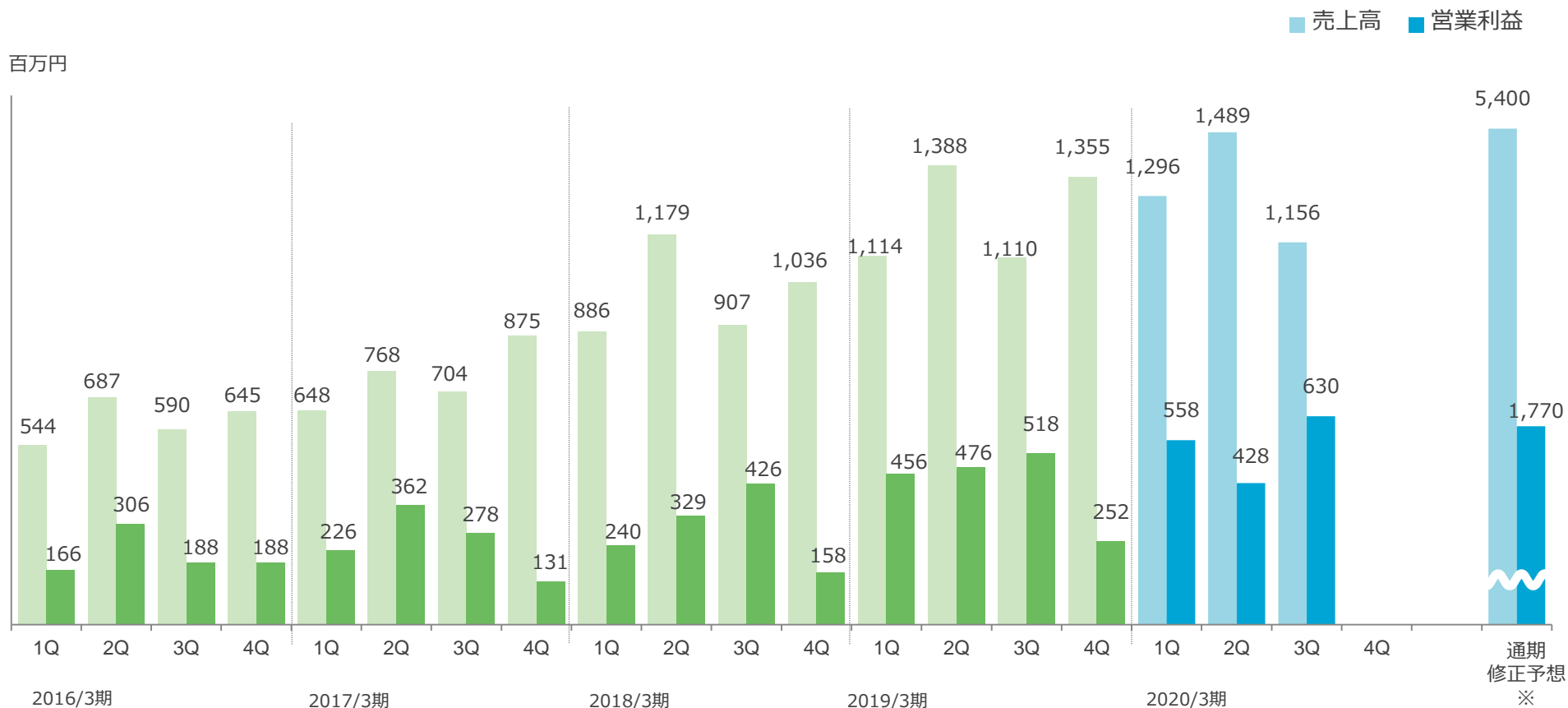
	2019/3 3Q実績	2020/3 3Q実績	増減額	前年同期比	進捗率	2020/3 通期 修正予想 ※
売上高	3,613	3,942	+328	+9.1%	73.0%	5,400
売上原価	450	500	+49	+11.1%	73.5%	680
売上総利益	3,163	3,442	+278	+8.8%	72.9%	4,720
販売費及び一般管理費	1,713	1,824	+111	+6.5%	61.9%	2,950
営業利益	1,450	1,617	+167	+11.5%	91.4%	1,770
経常利益	1,453	1,619	+165	+11.4%	91.5%	1,770
当期純利益	941	1,010	+69	+7.4%	95.2%	1,062
営業利益率	40.1%	41.0%	+0.9P	-	-	32.8%

※ 2019年11月8日公表の修正予想

# 2020年3月期 第3四半期 四半期業績推移

- 過去最高の四半期営業利益を達成
- 2020年3月期においても通常の売上トレンドと同様、2Q・4Qが高くなると想定

単位：百万円



※ 2019年11月8日公表の修正予想



# 2020年3月期 業績予想 / 損益計算書

- 直近で公表している通期予想からの変更はなし
- 2020年3月期においても引き続き「認知率」を最重要とし、テレビCM実施等により認知率47.0%以上を目標とする  
(認知率は2019年9月時点で44.3%)
- 上期において、ゴールデンウィーク10連休の反動及び世界情勢不安からくる旅行需要の低迷、検索エンジンの広告枠拡大による自然検索流入率の低下など(\*)によって、当初の計画を下回る結果となり、下期については、上記に加え、大型台風発生、消費税増税などが旅行市場に影響を与える可能性を考慮し、2Q決算発表時(2019年11月8日)に通期連結業績予想を修正済み  
\* 18ページ「主要旅行者 総取扱額の前年同月比推移」参照
- 当該修正については上記の外部環境の変化に起因したものであり、自然検索の表示順位は上位を維持できていること、あるいは顧客満足度調査において複数メニューでNo.1の評価を受けていることなどから当社の競争優位性は維持できていること、中長期的な成長性への影響は限定的と想定

単位：百万円

	2019/3 実績	2020/3		
		通期修正予想 ※	増減額	前期比
売上高	4,969	5,400	+430	+8.7%
売上原価	615	680	+64	+10.5%
売上総利益	4,354	4,720	+365	+8.4%
販売費及び一般管理費	2,651	2,950	+298	+11.3%
営業利益	1,703	1,770	+66	+3.9%
営業外損益	4	0	-4	-100.0%
経常利益	1,708	1,770	+61	+3.6%
特別損益	56	0	-56	-100.0%
当期純利益	1,099	1,062	-37	-3.4%

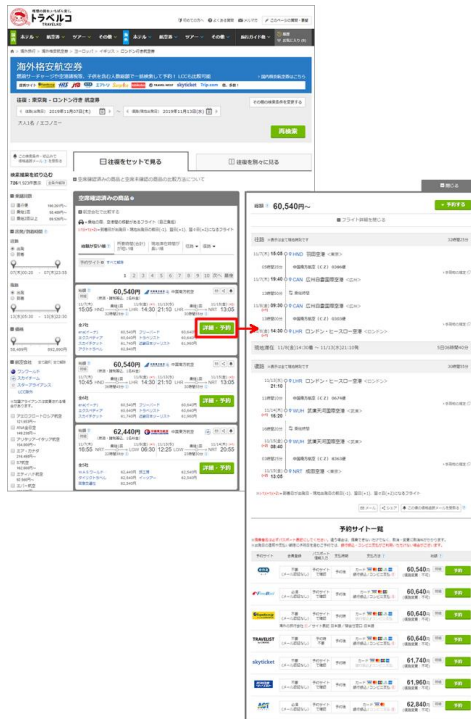
※ 2019年11月8日公表の修正予想

1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料

10/30 トラベルコ 海外航空券でTRAVELIST by CROOZとの連携を開始。海外航空券の予約サイト・価格の選択肢がさらに拡大！

12/12 トラベルコ 国内宿・ホテル・旅館でCansellとの連携を開始。お得な価格の宿泊プランが見つかるチャンスが拡大！

## 海外航空券 新規連携



## 国内ホテル 新規連携



1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料



- テレビCMによる認知率の向上
- 既存メニューの強化
- プロのクチコミをトラベルコがランキング  
「トラベルコまとめ」掲載都市数の拡大
- ユーザによるクチコミ・評価サービス構築
- 横断比較サービスのメニュー拡大  
(民泊・旅行保険・クルーズ・アウトドアなど)

- 2020年1月からトラベルコのテレビ新CM “プレゼン篇” が放送開始
- 4Qにおいても更なる認知度拡大に向け、旅行需要のタイミングにあわせた効率的な広告展開を実施

## トラベルコちゃん ～プレゼン篇～



**国内** **航空券** **海外**

国内	東京 → 新千歳	海外	東京 ← ソウル
A社	最安値 ¥5,020円	A社	最安値 ¥9,860円
B社	6,000円	B社	12,500円
C社	8,000円	C社	15,000円

**国内** **パッケージツアー** **海外**

国内	京都2日間 (東京発)	海外	ハワイ5日間 (東京発)
A社	最安値 ¥16,200円	A社	最安値 ¥57,800円
B社	19,100円	B社	78,800円
C社	20,000円	C社	90,800円

**国内** **ホテル** **海外**

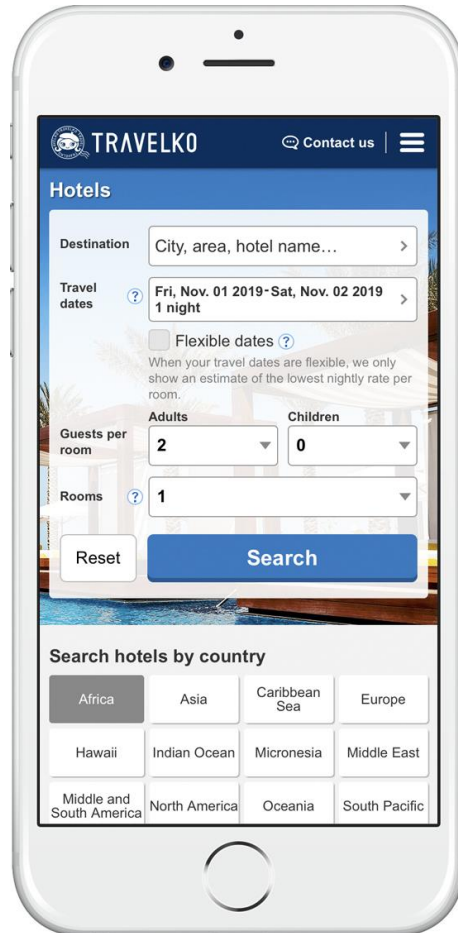
国内	箱根温泉旅館	海外	パリ5つ星ホテル
A社	最安値 ¥7,700円	A社	最安値 ¥3,900円
B社	10,000円	B社	9,800円
C社	12,100円	C社	12,500円

**国内** **オプションツアー** **海外**

国内	オプションツアー	海外	オプションツアー
国内	レンタカー	海外	海外Wi-Fiレンタル
国内	夜行バス	海外	高速バス

※画像はイメージです

1,500以上の旅行サイトをまとめて比較し、国内海外の旅の最安値が探せる。「トラベルコ」のたくさんの魅力を、「トラベルコちゃん」が大会場のプレゼンテーションでわかりやすく伝えます。



- 現地大手サイトとの連携強化による価格優位性の確立
- ユーザーインターフェース  
ローカライゼーション強化
- アプリ版TRAVELKOオープン
- インバウンド情報サイトに対するシステム提供
- プロモーションによる認知率向上

1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料



株主の皆様の日頃のご支援に感謝の意を表すため、特別株主優待を実施いたします。

	現行の株主優待	特別株主優待
対象者	毎年3月末日現在1単元（100株）以上保有の株主様	2020年3月末日現在1単元（100株）以上保有の株主様
優待内容	1,000円分のクオカード	2,000円分のクオカード
贈呈時期	毎年6月下旬の発送を予定しております	2020年6月下旬の発送を予定しております

**2020年3月末日現在の当社株主名簿に記載または記録された1単元（100株）以上の株式を保有されている株主様は特別株主優待を含めて3,000円分のクオカードを受け取れます**

※来期以降の特別株主優待につきましては、当社の株主還元策を総合的に勘案し、実施を検討していく方針です

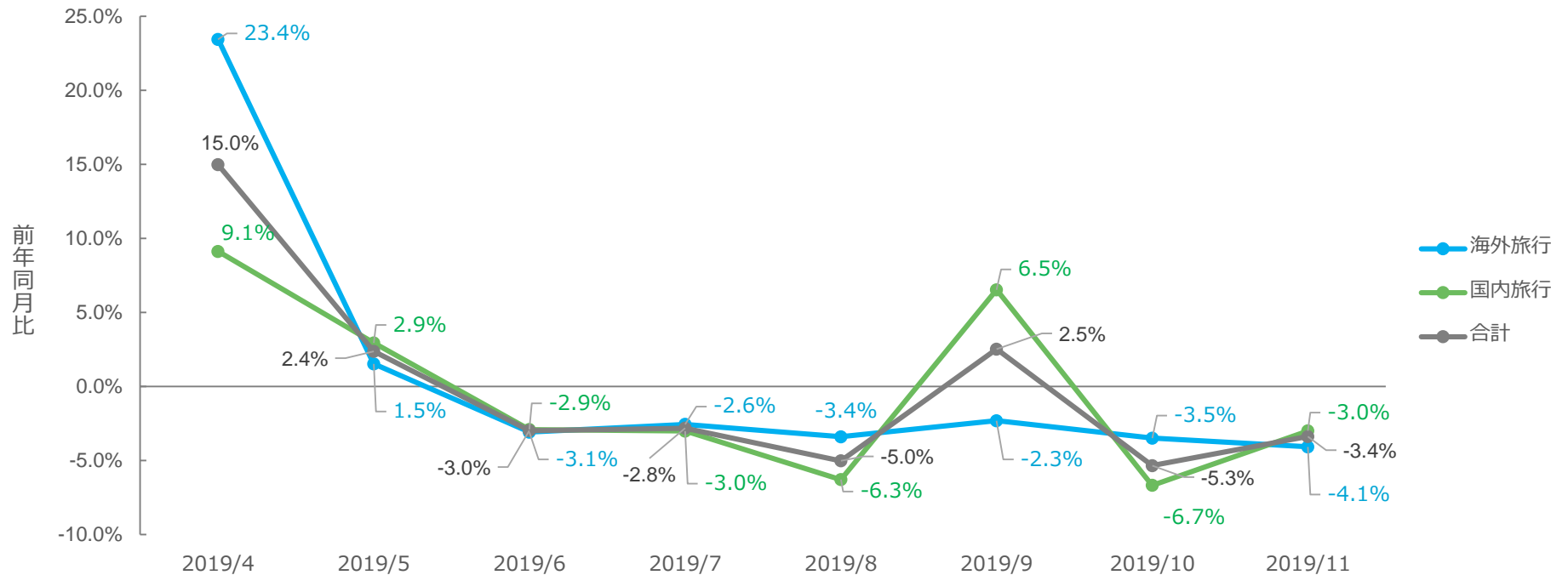
1. ハイライト
2. 第3四半期 業績概要
3. 第3四半期 主な取組み
4. 今後の主な取組み予定
5. 株主還元について
6. 参考資料

# 主要旅行業者 総取扱額の前年同月比推移

- 観光庁公表の「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」によると、4月から11月の主要旅行業者の総取扱額の前年同月比は、海外旅行と国内旅行共に5月以降下降傾向にあり、6月以降は9月を除き対前年を下回っている
- 4月はゴールデンウィーク10連休による影響

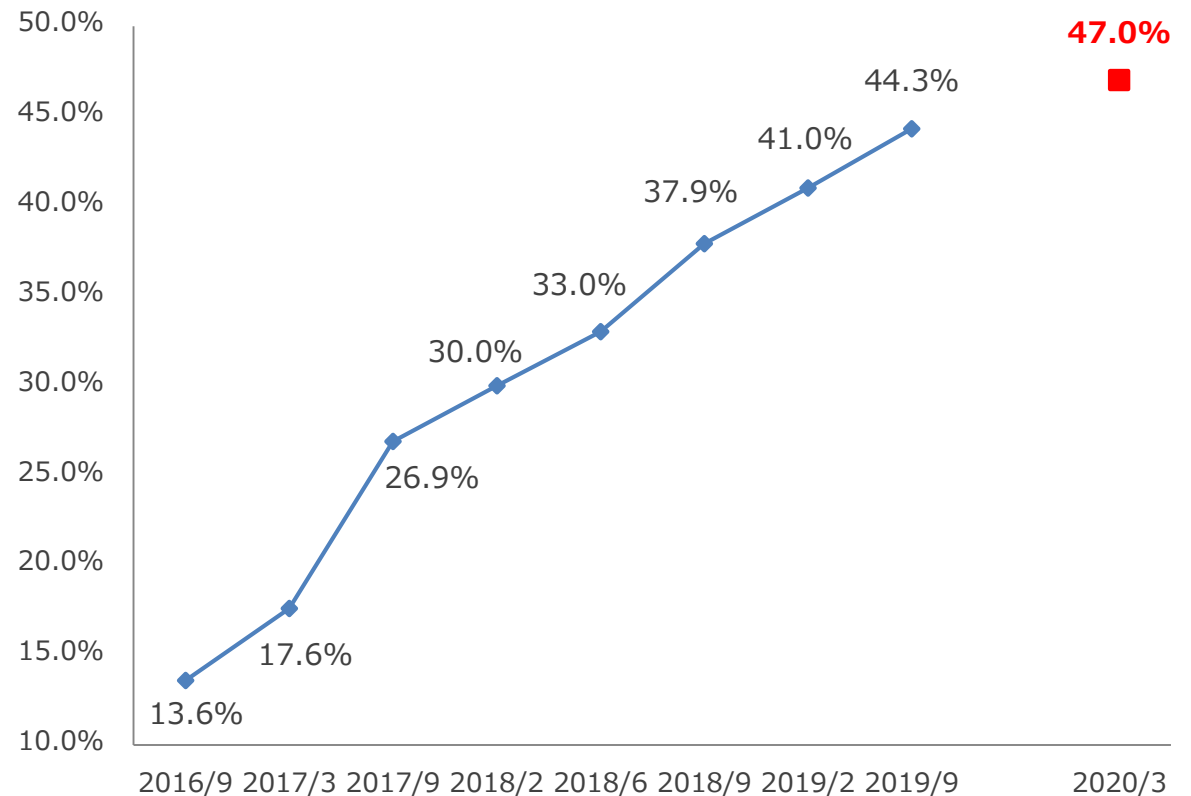
※当社の売上は大半が予約日基準であり、出発日基準（主要旅行業者）に対して計上のタイミングが早くなる  
※グラフの「合計」は当社にて主要旅行業者の海外旅行と国内旅行の総取扱額を合算し算出

## 主要旅行業者 総取扱額の前年同月比推移



出典：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況速報」をもとに当社作成

● 通期目標の認知率47.0%以上に対し2019年9月調査で 認知率 **44.3%**



出典：オープンドア自社調査 (2019年9月)  
調査対象：全国の18-59歳男女10,000サンプルから国内外問わず、プライベートもしくはビジネス目的で宿泊を伴った旅行に行ったことがある方

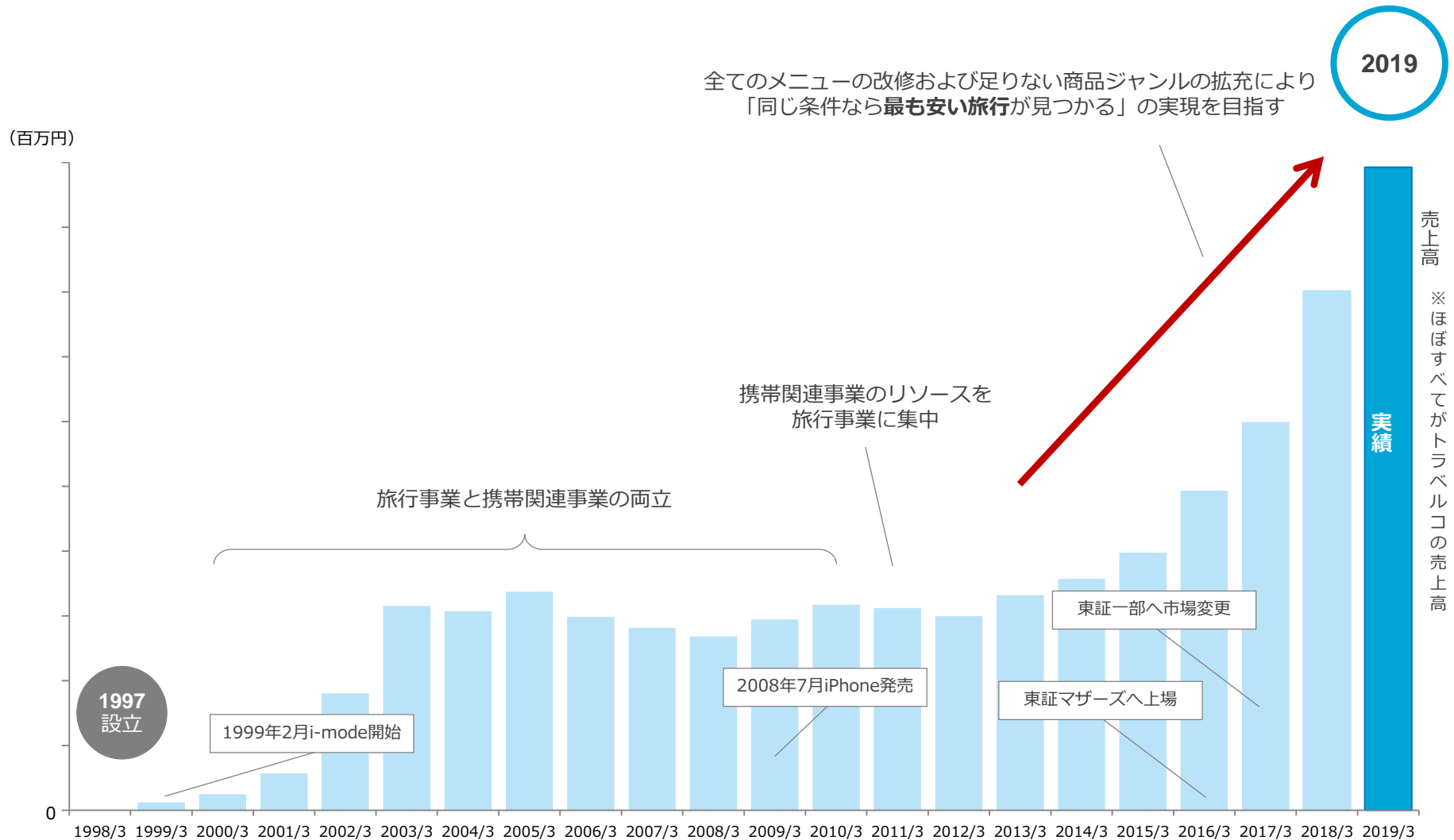
# 2020年3月期 第3四半期 / 貸借対照表

- 業績は堅調に推移しており、純資産が増加（+ 812百万円）

単位：百万円	2019/3末 実績	2019/12末 実績	増減額
流動資産	5,680	6,491	+810
現金及び預金	4,719	5,574	+855
その他	961	916	-44
固定資産	631	632	+1
資産合計	6,312	7,124	+812
流動負債	1,043	853	-189
固定負債	66	58	-8
負債合計	1,109	911	-198
純資産合計	5,202	6,212	+1,010
資本金	648	648	-
資本剰余金	474	473	-0
利益剰余金	4,092	5,103	+1,010
その他	-12	-12	-0
負債純資産合計	6,312	7,124	+812

会社名	株式会社オーブンドア
設立	1997年4月
代表者	代表取締役社長 関根 大介
資本金	648百万円
上場取引所	東京証券取引所市場第一部（証券コード：3926）
事業内容	旅行比較サイト「トラベルコ」 多言語旅行比較サイト「Travelko」 伝統工芸品紹介サイト「GALLERY JAPAN」「KOGEI JAPAN」の運営
連結子会社	ホテルスキップ株式会社 出資比率100% 海外・国内ホテル / 海外航空券の予約・手配・販売
従業員数	連結179名

# これまでの歩みと売上高の推移



1,500以上の旅行サイトの商品を比較・検索できる旅行比較サイト

理想の旅をいちばん安く。 **トラベルコ** TRAVELKO

運営会社：株式会社オープンドア(東証一部)

初めての方へ よくある質問 メールマガ 今のページの質問・要望

国内 ホテル 航空券 ツアー その他 海外 ホテル 航空券 ツアー その他 旅行ガイド他 履歴 お気に入り (1)

JTB、HIS、一休.com、楽天トラベル、Expedia、Booking.comなど、国内外1,500以上の旅行サイトを比較！

レジャー・ビジネス・格安・5つ星など、あらゆる目的に応じたプラン・チケットを網羅！

価格重視派も、こだわり派も満足の旅が見つかる豊富な検索条件！

燃油サーチャージ、空港諸税、リゾートフィーなどを含んだ、参加人数の合計料金でも比較可能！

トラベルコの新CM登場！CMギャラリーにて公開中！

国内旅行		海外旅行	
国内ホテル	国内格安航空券	海外ホテル	海外格安航空券
国内ツアー	国内航空券+ホテル	海外ツアー	海外航空券+ホテル
新幹線+ホテル	国内レンタカー	オプションツアー	海外Wi-Fiレンタル
夜行バス・高速バス	遊び・体験	ファイナルコール	
日帰りバスツアー	ファイナルコール		

LINEスタンプ 販売中！ 全40種類！ご購入はこちらから

世界98エリア！人気スポットまとめ

LINEスタンプはじめました！

トラベルコの新CMを公開！

最安値一覧

東京発 2月 3月

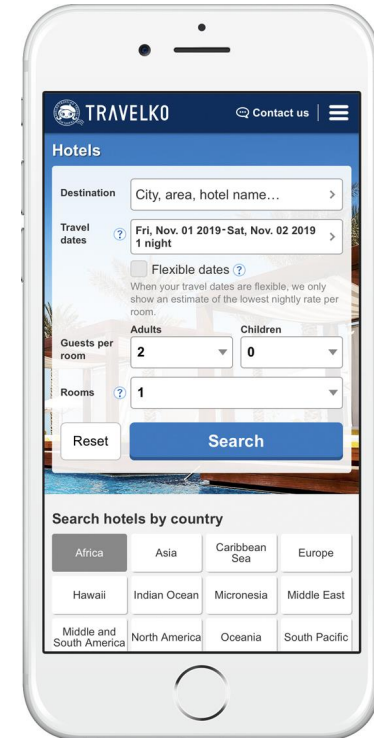
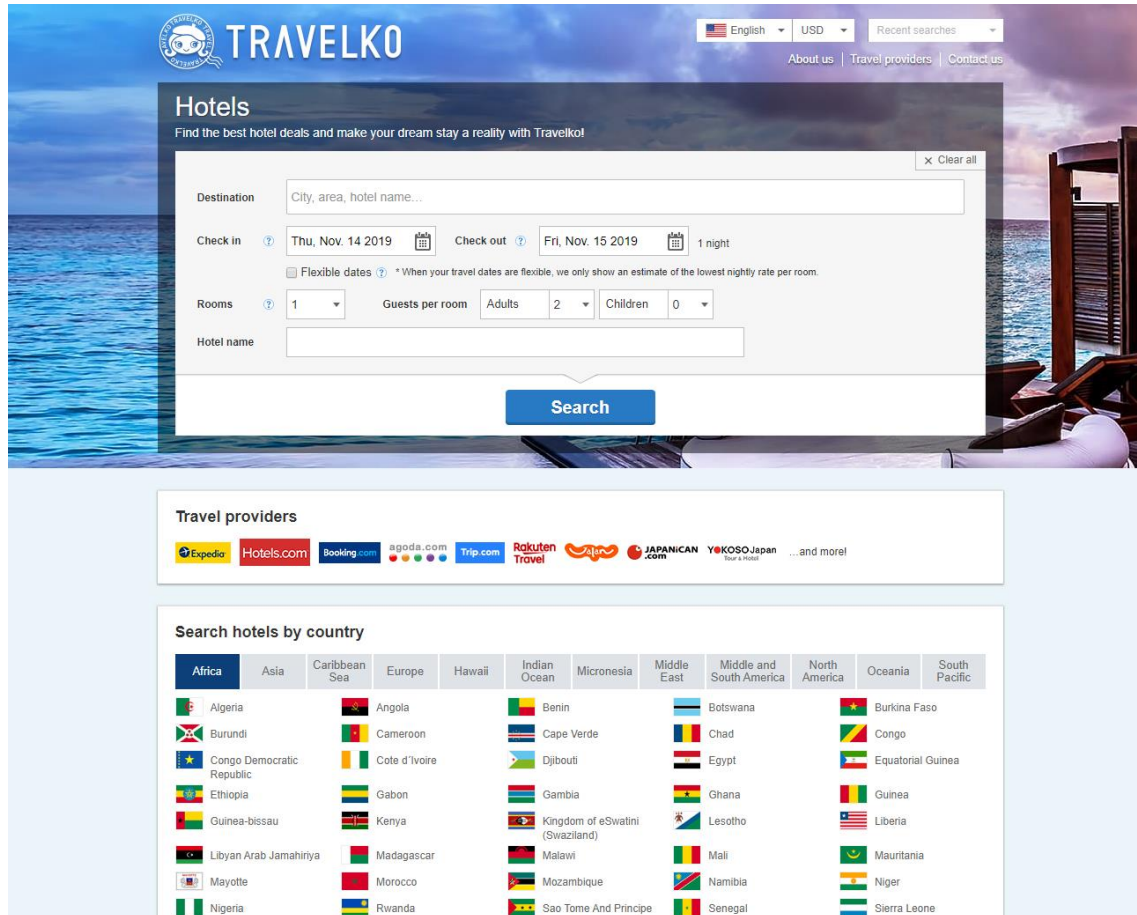
【マーク説明】 ↓↑…最安値の更新商品あり ※1月27日時点の情報です 2名1室利用時(大人1名あたりの料金を表示しています)。

国内ツアー	国内ホテル	海外ツアー(燃油込)	
札幌2日 1.68万円	札幌 1,900円	ソウル3日間 1.38万円	台北3日間 2.66万円
福岡2日 1.06万円	鬼怒川温泉 2,000円	香港3日間 2.38万円	グアム4日間 3.98万円
白馬3日 1.39万円	東京 1,706円	バンコク4日間 2.90万円	シンガポール4日間 4.18万円





海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ



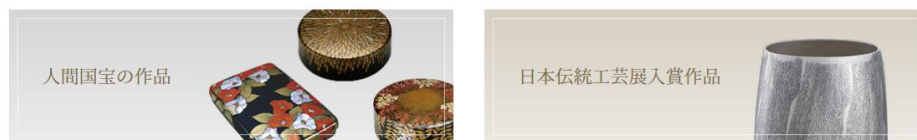
対応言語

英語  
 中国簡体字  
 繁体字 (台湾)  
 繁体字 (香港)  
 韓国語

海外及びインバウンド市場をターゲットとした“伝統工芸作品”を世界へ紹介するサイト



代表的な作品を見る



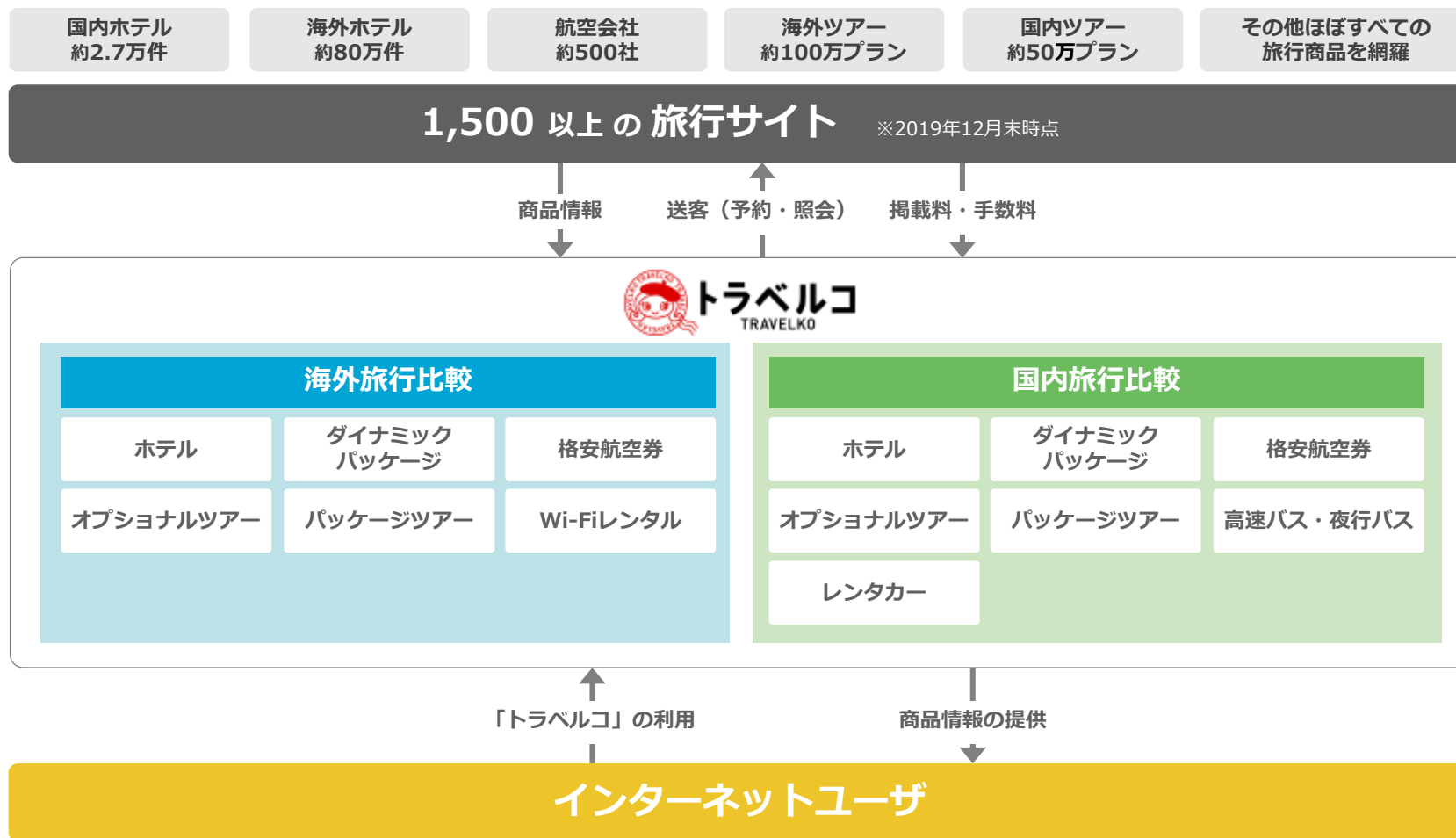
分野別にみる



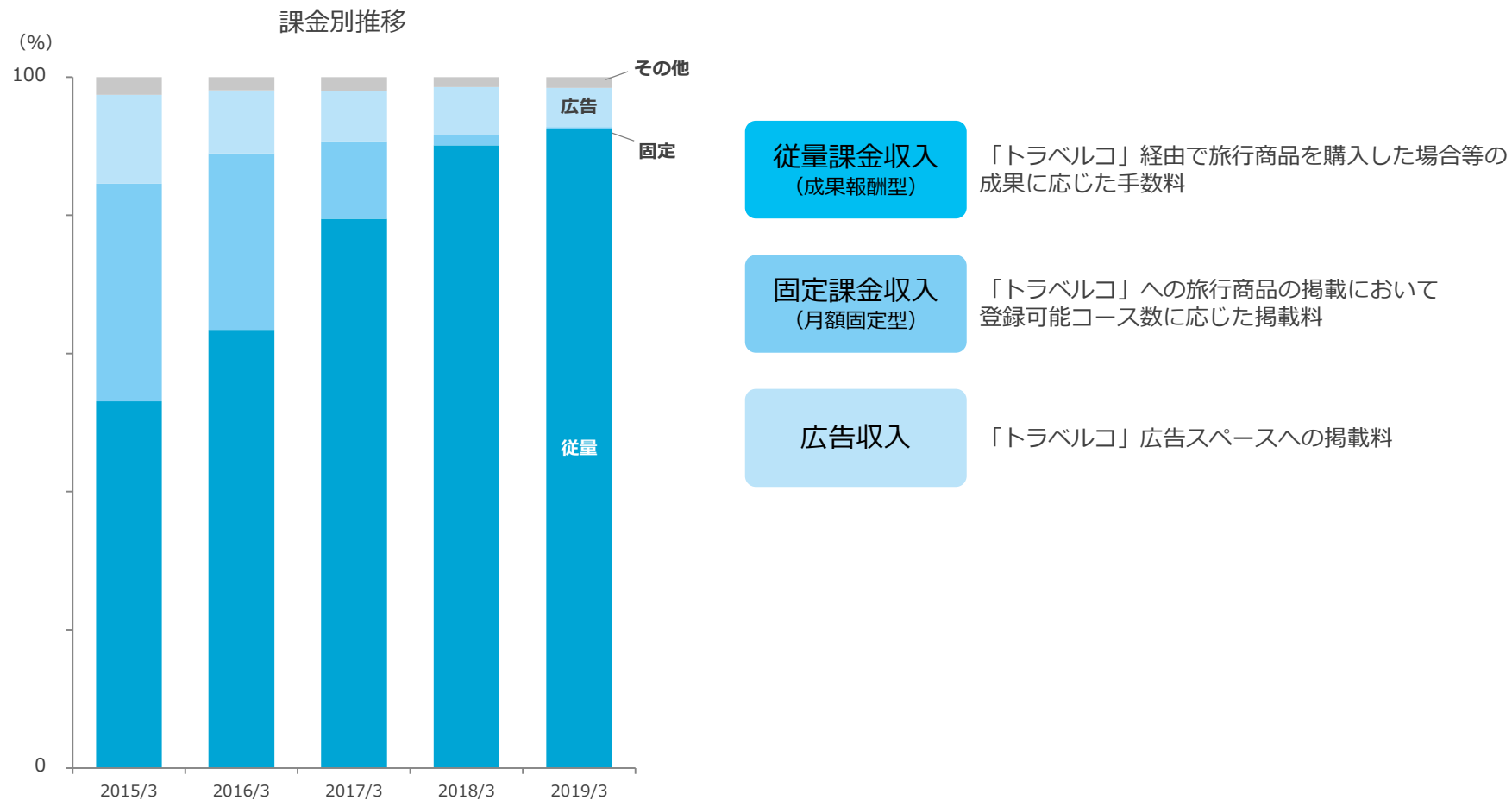
対応言語

英語  
日本語

ほぼすべての旅行商品を比較できるビジネスモデル

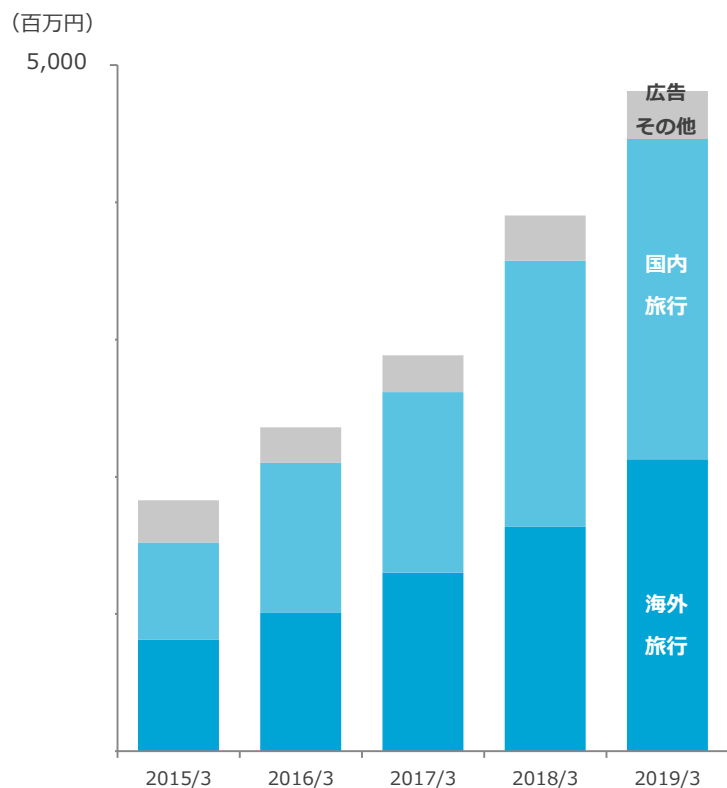


## 固定課金から成果に応じた従量課金にシフト



海外旅行・国内旅行ともに伸長、リスクバランスの取れた売上高構成

海外旅行・国内旅行別売上高推移



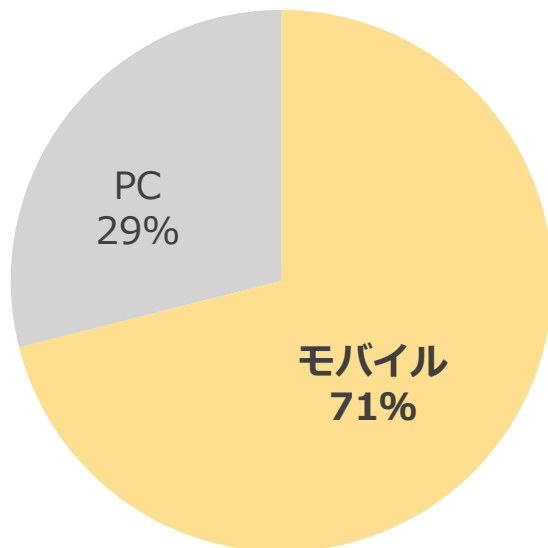
海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による  
**市場のトレンド変化にも柔軟に対応**

為替変動にも強い構成

ユーザー層は価格と内容にシビアなF1層（20～34歳の女性）が多いのが特徴

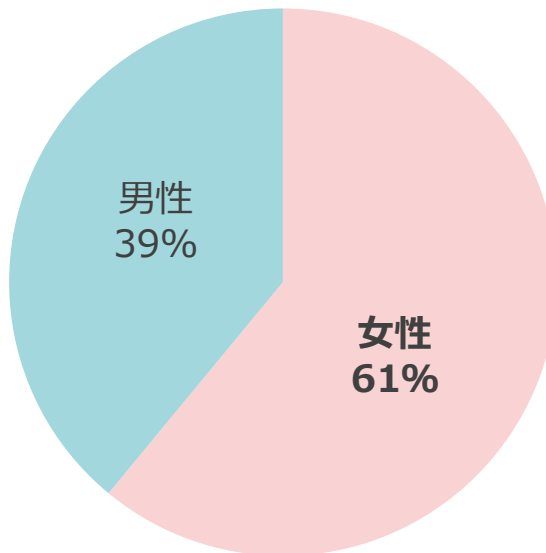
## ユーザー属性※1

閲覧環境

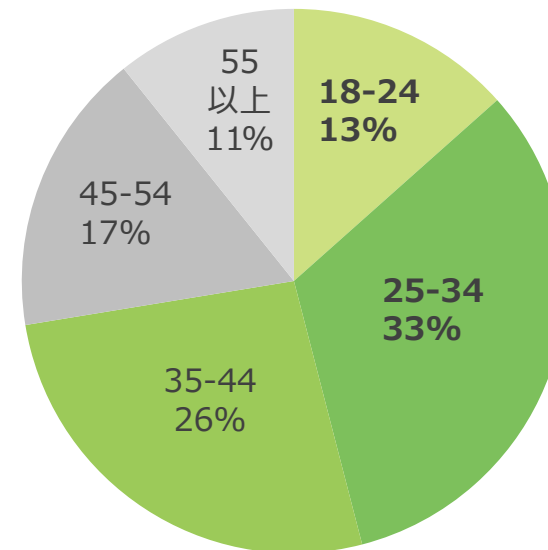


※ほぼすべてのジャンルでスマートフォン対応済

性別



年齢別



価格と内容にもっともシビアなF1層に支持されています



※1 2018/4 - 2019/3までの当社アクセス解析データ

多くの比較サイトがある中で、なぜトラベルコはこれだけ幅広いユーザから支持を得、高い成長を維持できているのか？

## 1. ほぼ全ての旅行ジャンルをカバー

多くの他社がホテルだけ、航空券だけなどジャンルを絞った比較をしている中で、トラベルコは国内・海外ほぼ全ての旅行ジャンルをカバーしています。ホテル、航空券、パッケージツアー、オプションツアー、レンタカー、夜行バス、海外Wi-Fiレンタルなど。

これによりユーザは自分の旅行をトラベルコのサイト内でワンストップで探せます。

海外旅行比較		
ホテル	ダイナミックパッケージ	格安航空券
オプションツアー	パッケージツアー	Wi-Fiレンタル

国内旅行比較		
ホテル	ダイナミックパッケージ	格安航空券
オプションツアー	パッケージツアー	高速バス・夜行バス
レンタカー		

## 2. 最も安いプラン・チケットが見つかる

比較できる旅行サイト数が1,500以上にものぼるトラベルコは、もちろん比較できるプラン数も日本最大級です。なので、同じ条件で最安値が見つかる確率は自然と高くなります。

それに加え、旅行サイト側も全ての比較サイトに同一の価格でプランを掲載しているわけではありません。より価格競争が厳しいサイトには、より安く価格を設定する場合があります。

なので、旅行サイト数が圧倒的に多く、競争率が高いトラベルコではさらに最安値が見つかりやすくなるのです。

JTB クラブツーリズム JALパック 小田急トラベル  
JR東海ツアーズ 近畿日本ツーリスト 日本旅行  
HIS 東武トップツアーズ 阪急交通社 ANAセールス  
西鉄旅行 名鉄観光サービス 旅工房

楽天トラベル 一休 るるぶトラベル Yahooトラベル

Expedia Booking.com Hotels.com

エアトリ Spring Japan スカイチケット  
スターフライヤー AIRDO

…**1,500**以上の旅行サイト

なぜトラベルコはそのような強みを実現できているのか？

## ほぼ全てのシステム開発を内製化

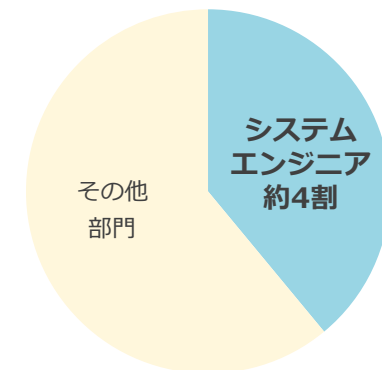
これだけ多くの旅行ジャンルをカバーし、1,500以上の旅行サイトと連携し、またそれら全てを並行して進化させていくためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となります。

多くの他社は開発を外注しており、その場合、どうしても外注先のリソース、スキル、スケジュール、優先順位に左右され、自分たちの思い通りの開発はなかなか困難です。

当社は、ほぼ全てのシステムを内製で開発しており、70名強のシステムエンジニアが日々情報を共有しながら、市場トレンドに合わせ柔軟かつ効率的な開発環境を敷いています。これによりスピード感をもって、かつ高いクオリティを維持しながら並行して全ての進化を支える開発体制が実現できています。

この非常に高い開発能力も、当社の強みを実現できている大きな理由のひとつです。

全従業員に占める  
システムエンジニアの割合

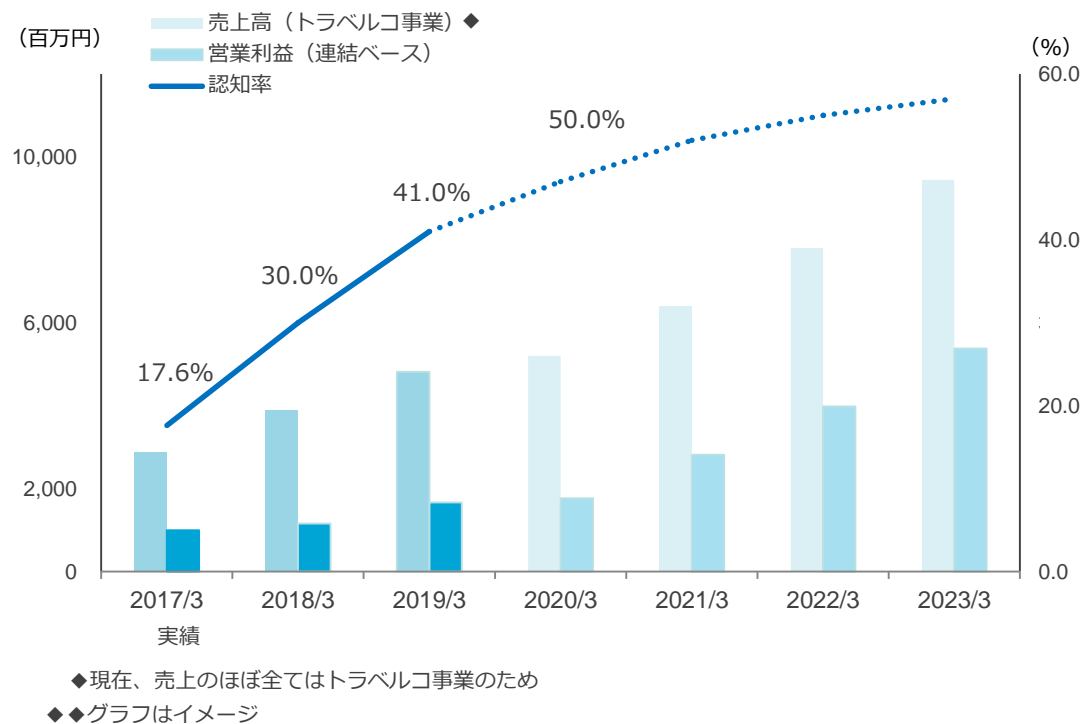




- 旅行業界におけるトップブランドの認知率は約70%であり、トラベルコは2020年3月期を目途に50%を目指す
- 売上に直接的に寄与するUUの上昇は、認知率に加えメジャーブランドとしてのイメージの定着率(ブランド浸透率)に比例すると考えられるため、売上については認知率上昇カーブに遅れて連動し、成長すると予想
- テレビCMによる認知率の上昇率は上限値に近づくとつれて低くなるが、ブランド浸透率は反対に高くなるため、UUの成長性は持続すると予想

※マス広告についてはメジャー感を維持するため、継続投資するものとして想定

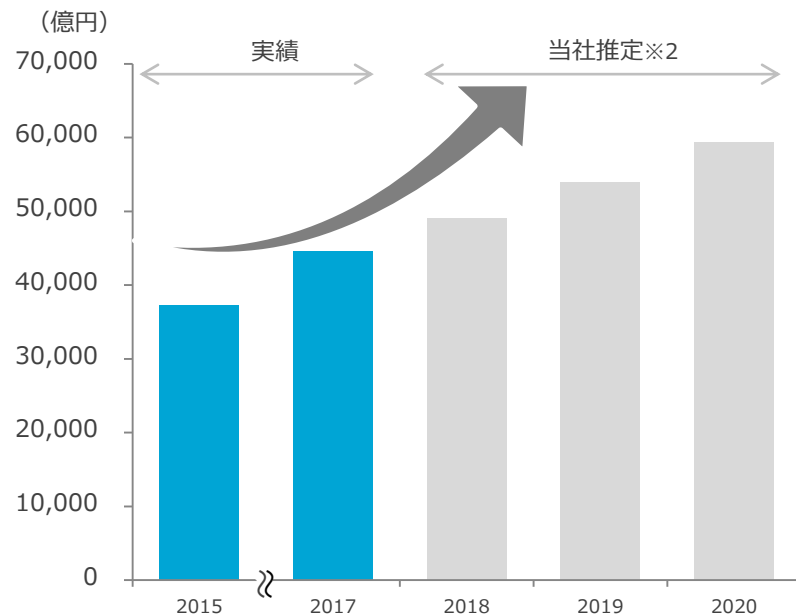
※※売上が認知率と比例して成長するためには上記に加え商品の価格競争力も重要であるが、これについては当社の強みであり今後も維持できるものと想定



## 旅行のオンライン市場・インバウンド市場の成長は続く見通し

### 旅行のオンライン市場規模

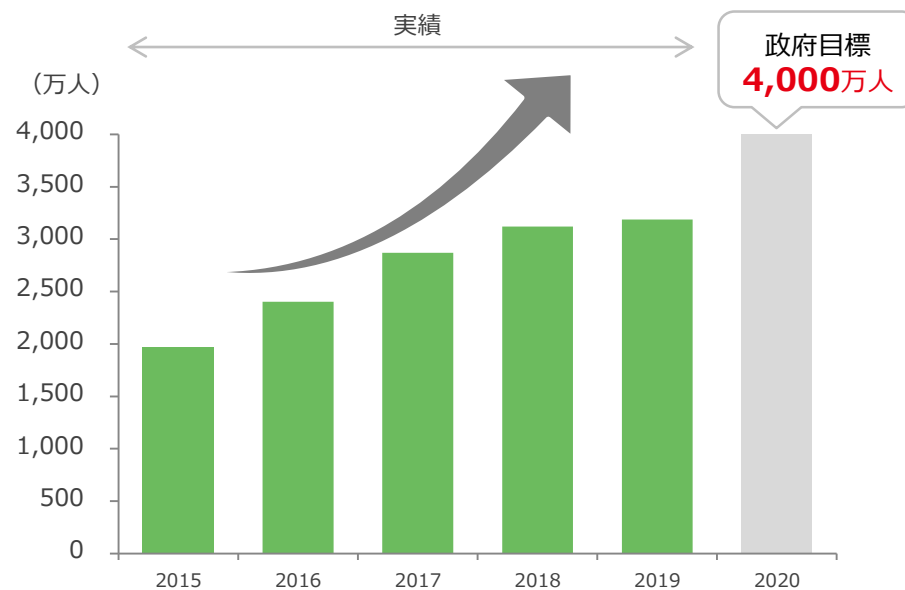
旅行の総市場規模：10兆1百億円 ※1  
 オンライン市場規模：4兆4千億円（2017年）※1  
 年平均 **約10%** 成長 ※1



※1 フォーカスライトJAPAN「日本のオンライン旅行市場調査 第4版」より抜粋  
 ※2 年平均+10%で成長すると仮定

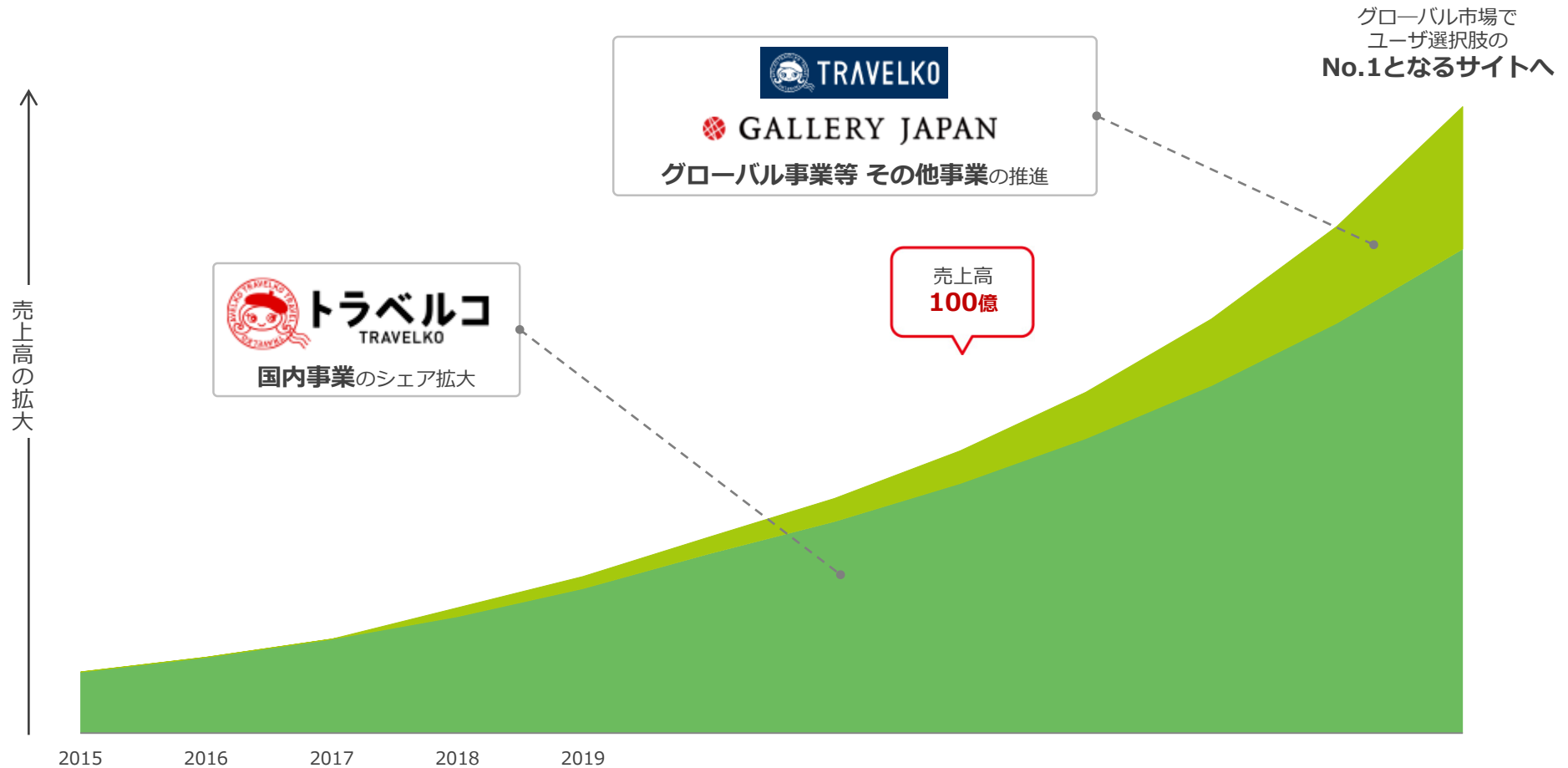
### 成長するインバウンド市場

2019年 3,188万人※3 → 2020年 4,000万人※4



※3 日本政府観光局（JNTO）訪日外客数より抜粋  
 ※4 「明日の日本を支える観光ビジョン」議事録より抜粋

グローバル市場でユーザ選択肢のNo.1となるサイトを目指す



- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

## 株式会社オーブドア

本資料ならびにIR関係のお問い合わせにつきましては、  
下記までお願いいたします。

株式会社オーブドア 管理本部

TEL : 03-5545-7215      FAX : 03-3586-8708

ホームページ : <https://www.opendoor.co.jp>