

2020年3月期 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. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

■ 新型コロナウイルス感染拡大による影響

- ・ 4Qは新型コロナウイルス感染拡大により旅行需要は厳しい状況にあり、4月以降については更に悪化すると想定される
- ・ 国内と海外ではある程度の差があるものと想定されるが、いずれにしても収束までの期間は長期化すると見込まれる

* 5ページ 「新型コロナウイルス感染拡大による影響」参照

■ 2020年3月期 実績

- ・ 売上高 **4,936百万円**（前期比△**0.7%**）、営業利益 **1,538百万円**（前期比△**9.7%**）
- ・ 4Qの新型コロナウイルス感染拡大による旅行需要の急激な落ち込みが影響し、売上高は前期と同程度で着地、営業利益は対前期△164百万円
- ・ テレビCMを含むプロモーションは計画通りに実施し、販売費及び一般管理費は対前期+95百万円
- ・ 認知率は、2020年3月期目標の47.0%以上に対し、2020年2月調査で**45.8%**
- ・ テレビCMによる認知率の上昇率は上限推定値（70%）に近づくとつれて低くなるが、メジャーブランドとしてのイメージ定着率（一人当たり総CM接触回数）は反対に高くなるため、UUの成長性は持続すると予想

■ 2021年3月期 業績予想

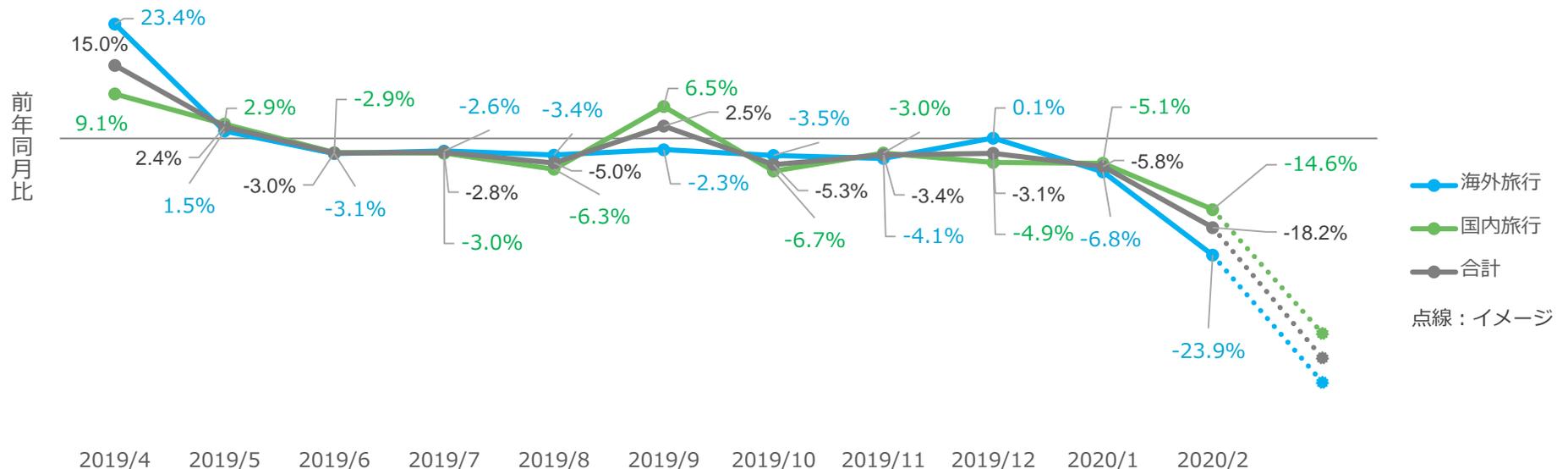
- ・ 2021年3月期の業績予想については現時点において『未定』とし、合理的に予測可能となった時点で公表
- ・ 強固な財務基盤を背景にこのような状況下において開発スピードをさらに高め需要回復期のさらなる競争力強化への施策を推し進める

※2020年3月期：自己資本比率90.8%、期末現預金残高約56億円、売上原価及び販売管理費（広告宣伝費を除く）約18億円

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

- 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、2月は新型コロナウイルスの感染拡大による旅行の延期や中止の影響等により海外旅行、国内旅行ともに前年同月と比べて大きく減少（3月についてはさらに減少幅の拡大が見込まれる）
※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
- 4Qは新型コロナウイルス感染拡大により旅行需要は厳しい状況にあり、4月以降はさらに悪化すると想定される
- 国内と海外ではある程度の差があるものと想定されるが、いずれにしても収束までの期間は長期化すると見込まれる
- 新型コロナウイルス感染拡大から生じた旅行需要の急激な落ち込みは当社の業績にも影響

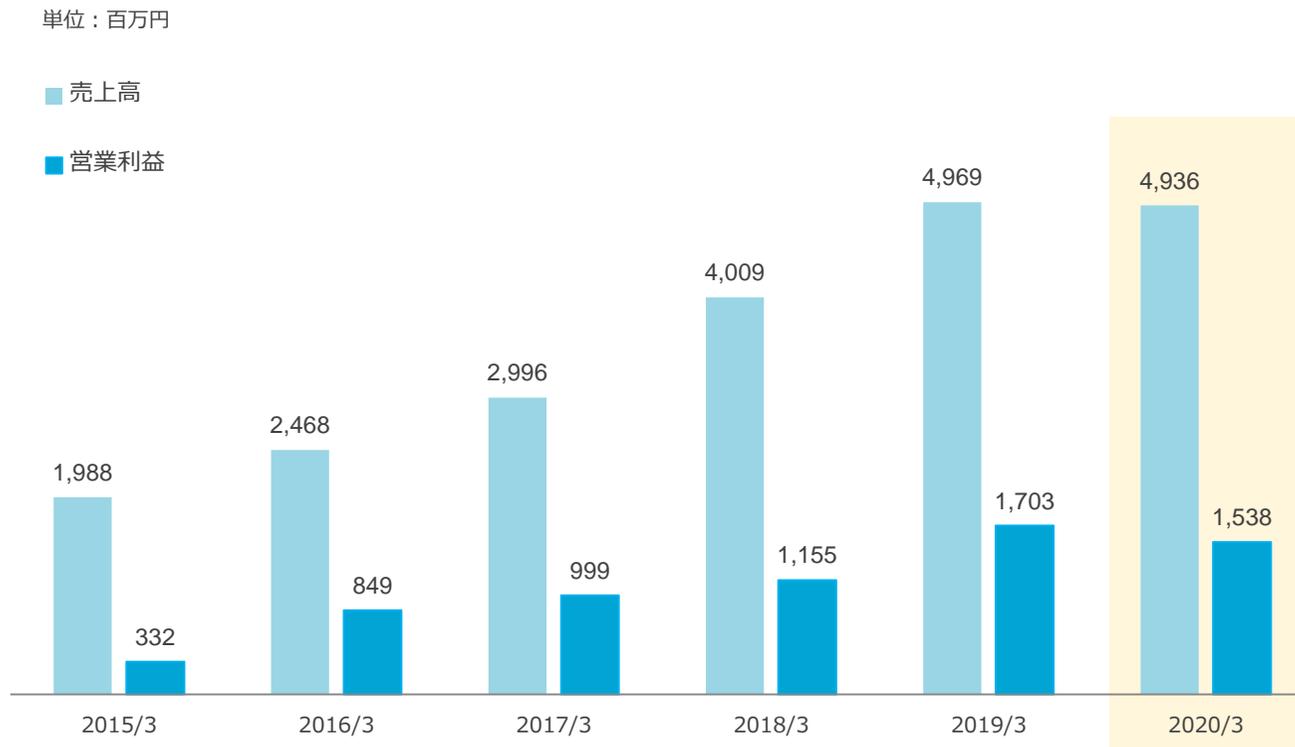
主要旅行業者 総取扱額の前年同月比推移



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

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
- 3. 2020年3月期 業績概要**
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、売上高は前期と同程度で着地、営業利益は対前期△164百万円



2020年3月期 業績概要 / 損益計算書

- 4Qの世界的な新型コロナウイルス感染拡大から生じた旅行需要の急激な落ち込みの影響を受け、売上高については前期と同程度で着地、営業利益は対前期△164百万円
- テレビCMを含むプロモーションは計画通りに実施し、販売費及び一般管理費は対前期+95百万円

単位：百万円

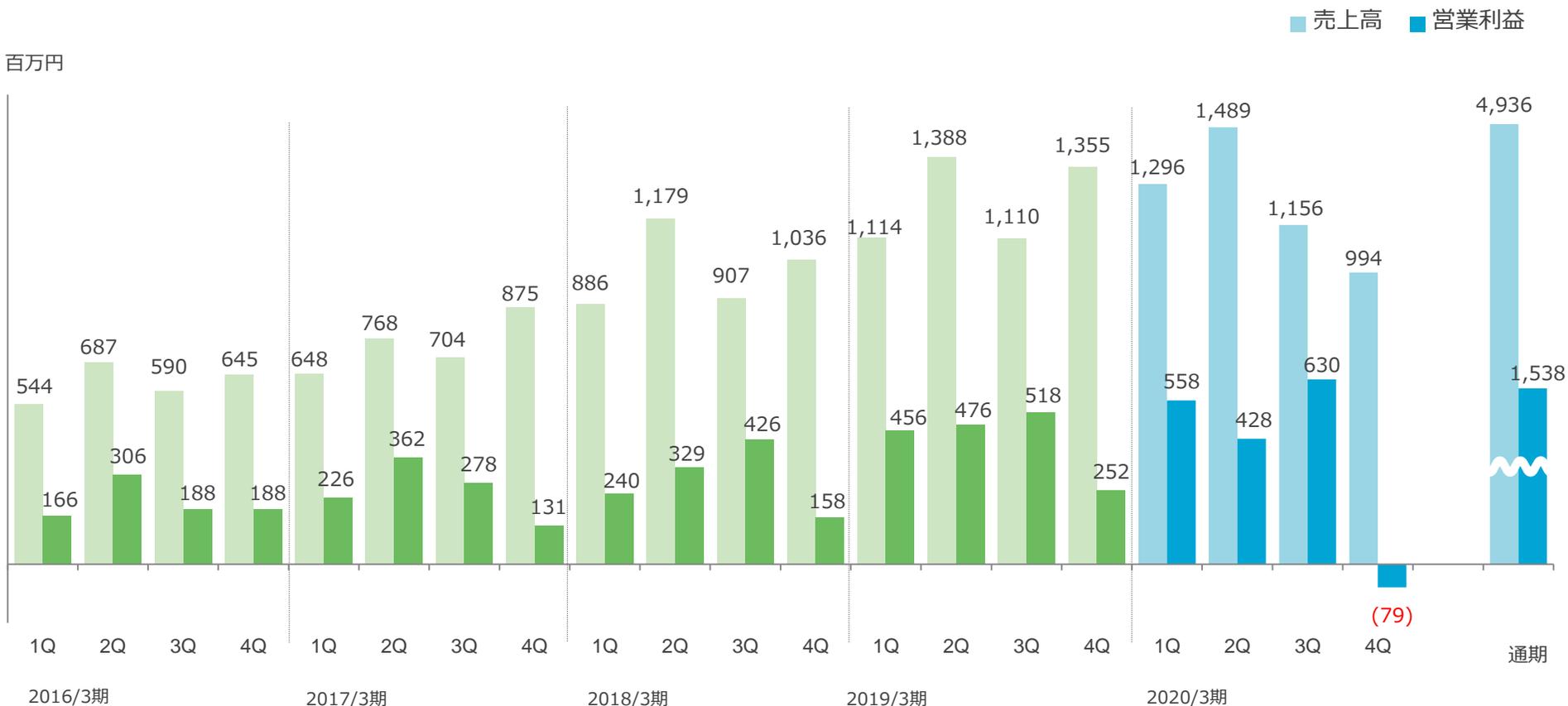
	2019/3 実績	2020/3 実績	増減額	前期比	計画比	2020/3 通期 修正予想 ※
売上高	4,969	4,936	-32	-0.7%	-8.6%	5,400
売上原価	615	651	+36	+5.9%	-4.2%	680
売上総利益	4,354	4,285	-69	-1.6%	-9.2%	4,720
販売費及び一般管理費	2,651	2,746	+95	+3.6%	-6.9%	2,950
営業利益	1,703	1,538	-164	-9.7%	-13.1%	1,770
経常利益	1,708	1,540	-167	-9.8%	-12.9%	1,770
当期純利益	1,099	925	-173	-15.8%	-12.9%	1,062
営業利益率	34.3%	31.2%	-3.1P	-	-	32.8%

※ 2019年11月8日公表の修正予想

2020年3月期 業績概要 / 四半期業績推移

- 通常の売上トレンドは2Q・4Qが高くなるが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により売上トレンドが大きく変動

単位：百万円



- 世界的な新型コロナウイルス感染拡大から生じた旅行需要の急激な落ち込みの影響を受け、売上高、営業利益ともに前年同期を下回る
- 4QテレビCMの発注時にはその後の新型コロナ感染拡大の予測は困難であったため、CMを含むプロモーションは計画通りに実施
- 下期広告宣伝費（679百万円）に関しては3QはテレビCM未実施のため、大部分を4Qに集中

単位：百万円

	2019/3 4Q実績	2020/3 4Q実績	増減額	前年同期比
売上高	1,355	994	-361	-26.7%
売上原価	165	151	-13	-8.2%
売上総利益	1,190	842	-347	-29.2%
販売費及び一般管理費	937	922	-15	-1.7%
営業利益	252	-79	-332	-
経常利益	254	-78	-332	-
当期純利益	158	-85	-243	-
営業利益率	18.7%	-8.0%	-26.6P	-

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

- 年間通して全国主要都市でテレビCMを放送
- 人気の旅行サイトから航空会社、宿泊施設の公式サイトまで積極的なシステム連携を継続
- 「新幹線+ホテル」比較で、山陽・九州新幹線の掲載開始。国内ホテルで民泊プランの掲載拡大
- インバウンド情報サイトに対するシステム提供

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



新規連携

- ・クラブメッド（国内ホテル）
 - ・ena（国内航空券）
 - ・エアトリ（国内レンタカー）
- など多数



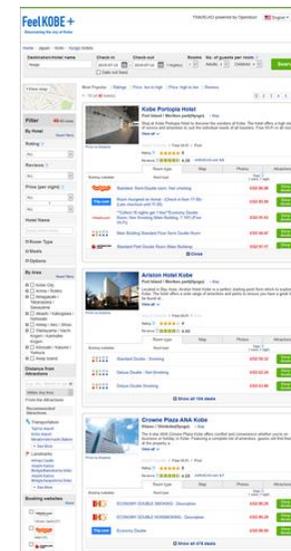
サービス拡大

- ・山陽・九州新幹線の掲載開始
- ・楽天LIFULLSTAYとの連携開始



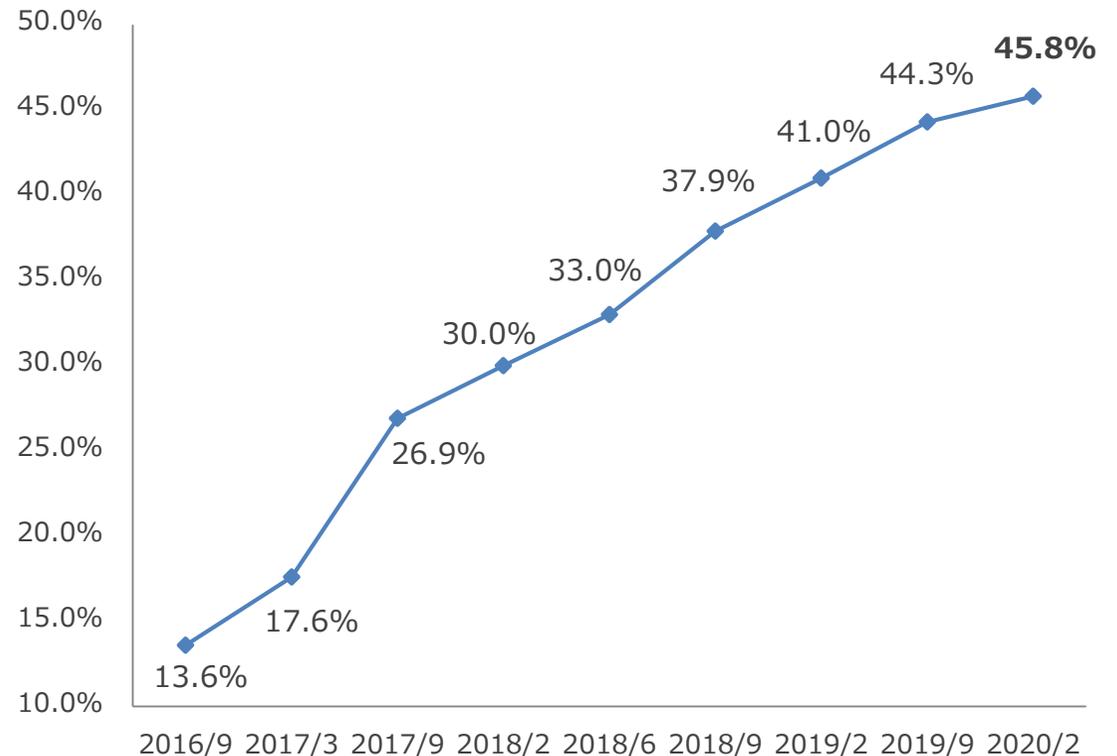
Travelko

- ・大阪の旅行体験情報サイト「DeepExperience OSAKA」
 - ・神戸観光局の公式観光サイト「FeelKOBE」
- など多数



2020年3月期 主な取り組み/ テレビCM実施による認知率

- 通期目標の認知率47.0%以上に対し2020年2月調査で認知率 **45.8%**
- テレビCMによる認知率のCM投下量当たりの上昇率は上限推定値（70%）に近づくにつれて低くなるが、メジャーブランドとしてのイメージ定着率（一人当たり総CM接触回数）は反対に高くなるため、UUの成長性は持続すると予想



出典：オープンドア自社調査（2020年2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

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

■ 2021年3月期 業績予想

新型コロナウイルス感染症の収束の時期が見通せないことから、当社の2021年3月期の業績に与える影響を適正かつ合理的に予測することが非常に困難な状況である

そのため、2021年3月期の業績予想については現時点において『未定』とし、合理的な予測が可能となった時点で公表

■ 新型コロナウイルスによる今後の影響と当社方針

現在（5月13日時点）、世界的な感染拡大は一旦落ち着いているように見えるがいまだ予断は許さない状況が続いており、旅行需要の回復にはまだ一定期間かかると想定される

回復期においては国内需要から徐々に増加し、海外需要においては各国の状況によるがそれに遅れて増加することが見込まれる

また感染確率を低くする新たな旅行スタイル及びそれに対応した旅行商品の増加が予想される

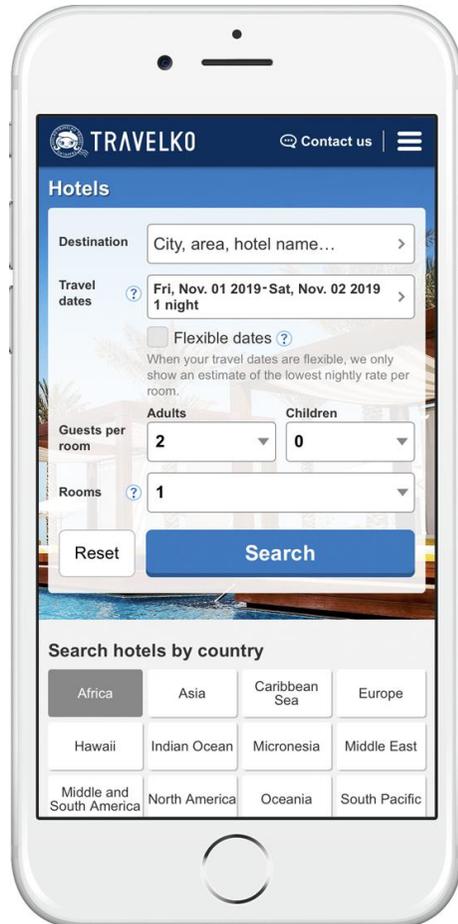
このような状況において当社グループは、強固な財務基盤を背景に開発スピードをさらに高め回復期の需要の取り込み及び回復後の新たな旅行ニーズに対応したサービスの拡充等、さらなる競争力強化への施策を推し進める

※2020年3月期：自己資本比率90.8%、期末現預金残高約56億円、売上原価及び販売管理費（広告宣伝費を除く）約18億円

1. ハイライト
2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料



- 需要回復期における市場ニーズ、政府施策に対応したテレビCMを含めたプロモーション
- 新型コロナ収束後の新たな旅行商品及び関連情報の拡充
- 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・アウトドアなど）



- 新型コロナ関連情報の強化
- 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. 新型コロナウイルス感染拡大による影響
3. 2020年3月期 業績概要
4. 2020年3月期 主な取り組み
5. 2021年3月期 業績予想
6. 今後の主な取り組み予定
7. 参考資料

2020年3月期 貸借対照表

- 現預金残高は931百万円増加し、5,650百万円
- 純資産は921百万円増加し、6,123百万円

単位：百万円	2019/3末 実績	2020/3末 実績	増減額
流動資産	5,680	6,182	+501
現金及び預金	4,719	5,650	+931
その他	961	531	-429
固定資産	631	562	-69
資産合計	6,312	6,744	+432
流動負債	1,043	565	-478
固定負債	66	55	-10
負債合計	1,109	620	-489
純資産合計	5,202	6,123	+921
資本金	648	648	-
資本剰余金	474	473	-0
利益剰余金	4,092	5,018	+925
その他	-12	-15	-2
負債純資産合計	6,312	6,744	+432

2020年3月期 売上原価・販売費及び一般管理費の主な内訳

- テレビCM含むプロモーションは計画通りに実施し、広告宣伝費は増加

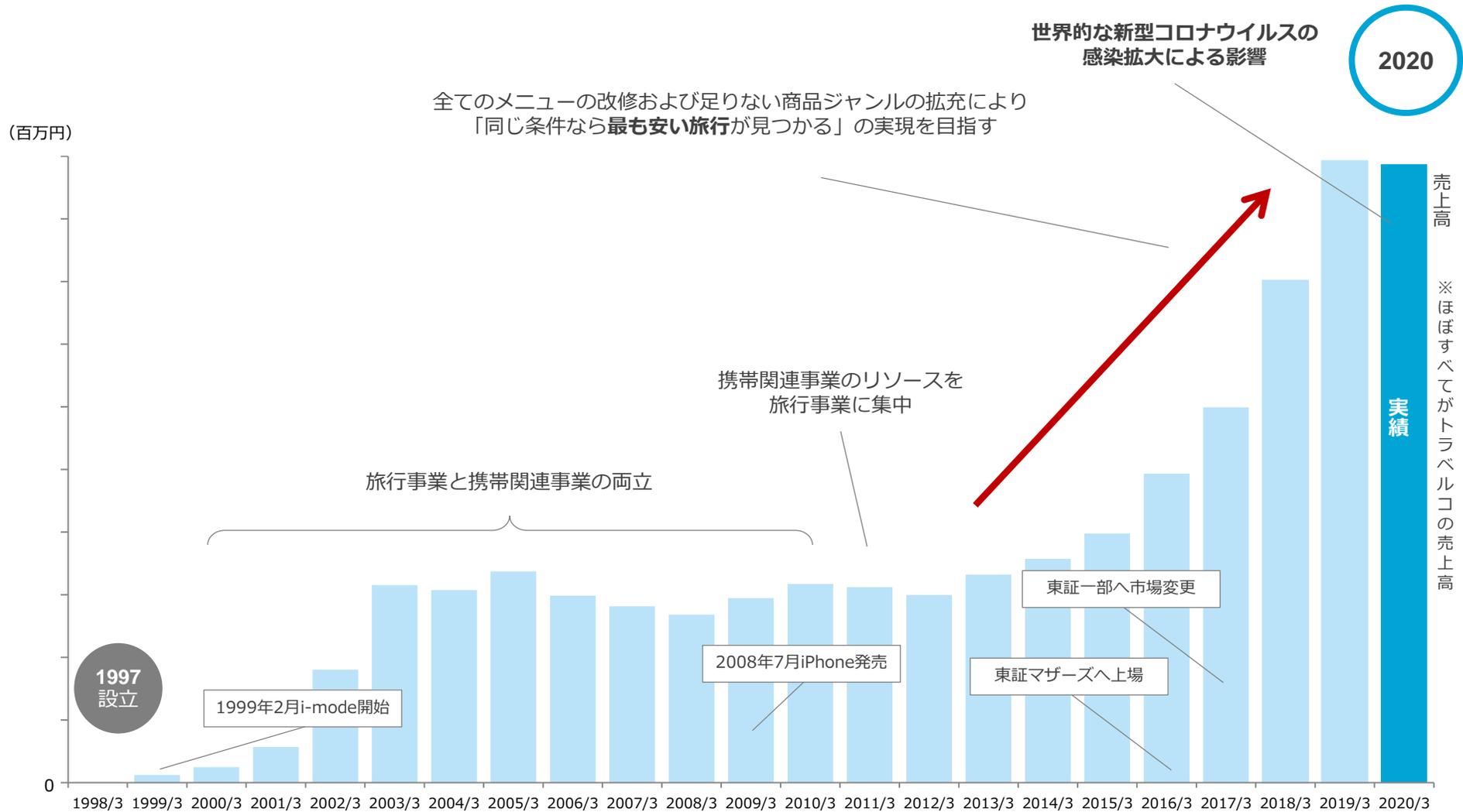
単位：百万円	2019/3		2020/3			
	実績	売上比	実績	増減額	前期比	売上比
売上原価	615	12.4%	651	+36	+5.9%	13.2%
労務費	426	8.6%	467	+41	+9.6%	9.5%
その他	189	3.8%	184	-4	-2.5%	3.7%
販売費及び一般管理費	2,651	53.3%	2,746	+95	+3.6%	55.6%
人件費	755	15.2%	738	-17	-2.3%	15.0%
広告宣伝費	1,430	28.8%	1,537	+107	+7.5%	31.1%
その他	465	9.4%	470	+5	+1.1%	9.5%

2020年3月期 キャッシュ・フロー計算書

- 現金及び現金同等物は931百万円増加し、5,650百万円に

単位：百万円	2019/3 実績	2020/3 実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー	+1,121	+980	税引前当期純利益1,540百万円 法人税等の支払△734百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	+17	-49	有形固定資産の取得による支出 △38百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	+0	+0	—
現金及び現金同等物に係る換算差額	+0	-0	—
現金及び現金同等物の増減額	+1,139	+931	—
現金及び現金同等物の期首残高	3,579	4,719	—
現金及び現金同等物の期末残高	4,719	5,650	—

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% ホテル・航空券の予約、手配、販売
従業員数	連結179名



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 このページの質問・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

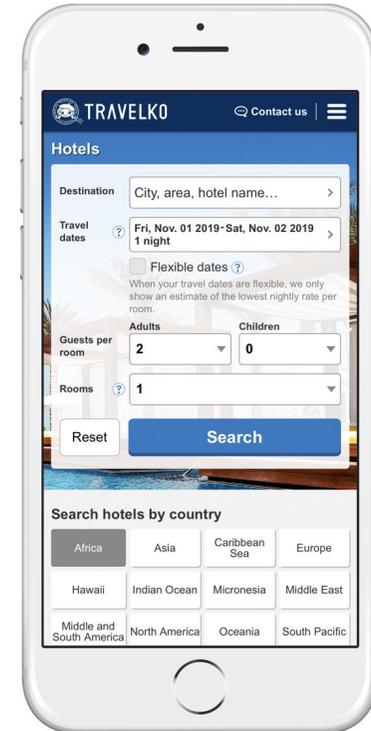
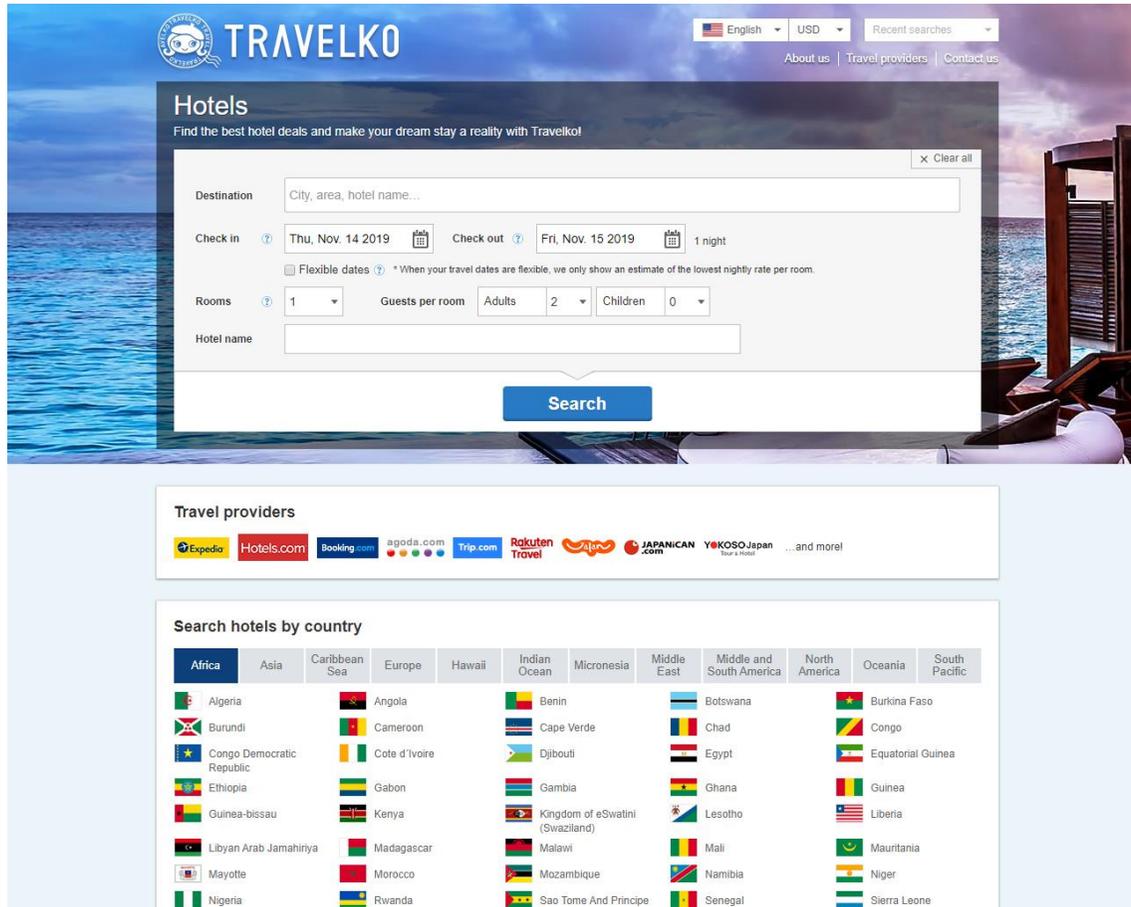
東京発 2月 3月

【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



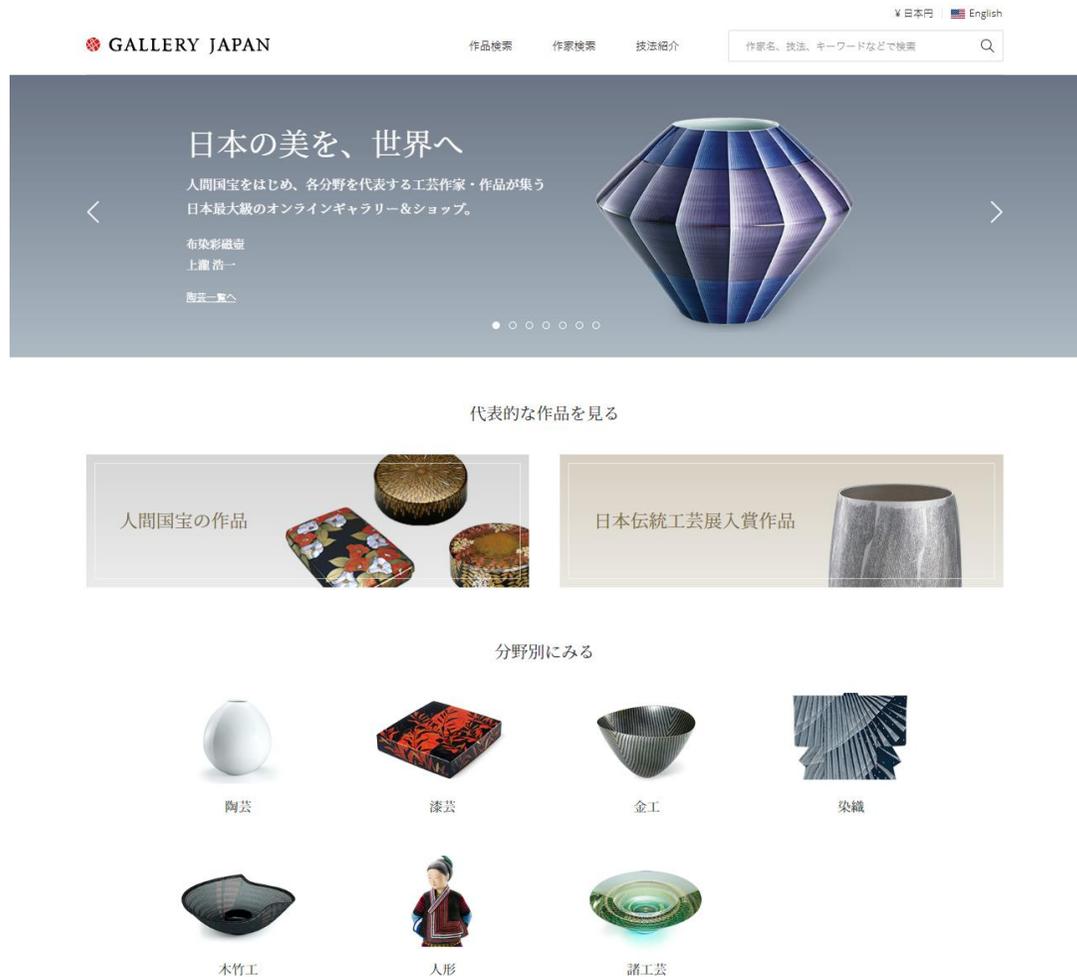
海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版トラベルコ



対応言語

英語
中国簡体字
繁体字 (台湾)
繁体字 (香港)
韓国語

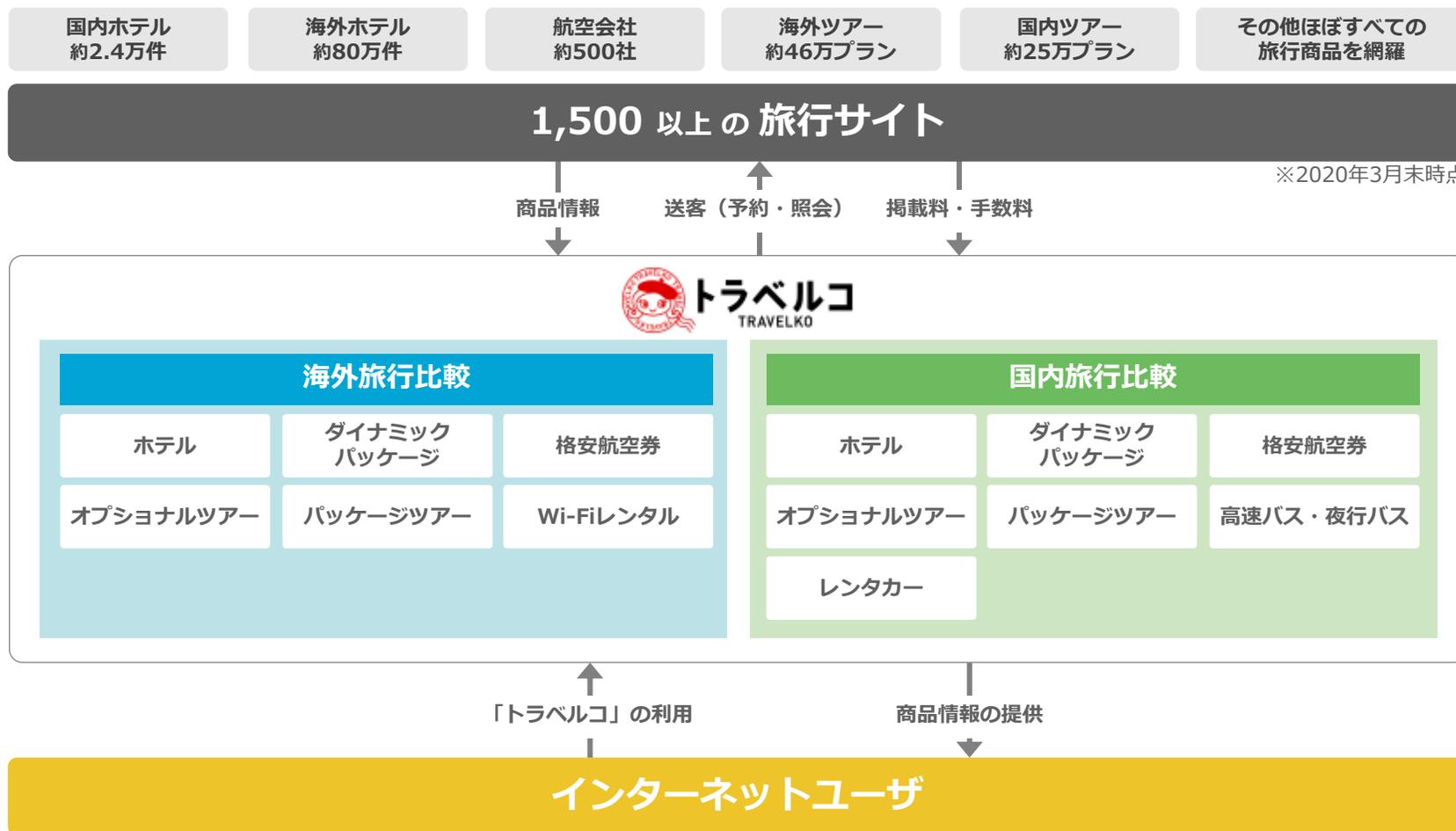
海外及びインバウンド市場をターゲットとした“伝統工芸作品”を世界へ紹介するサイト



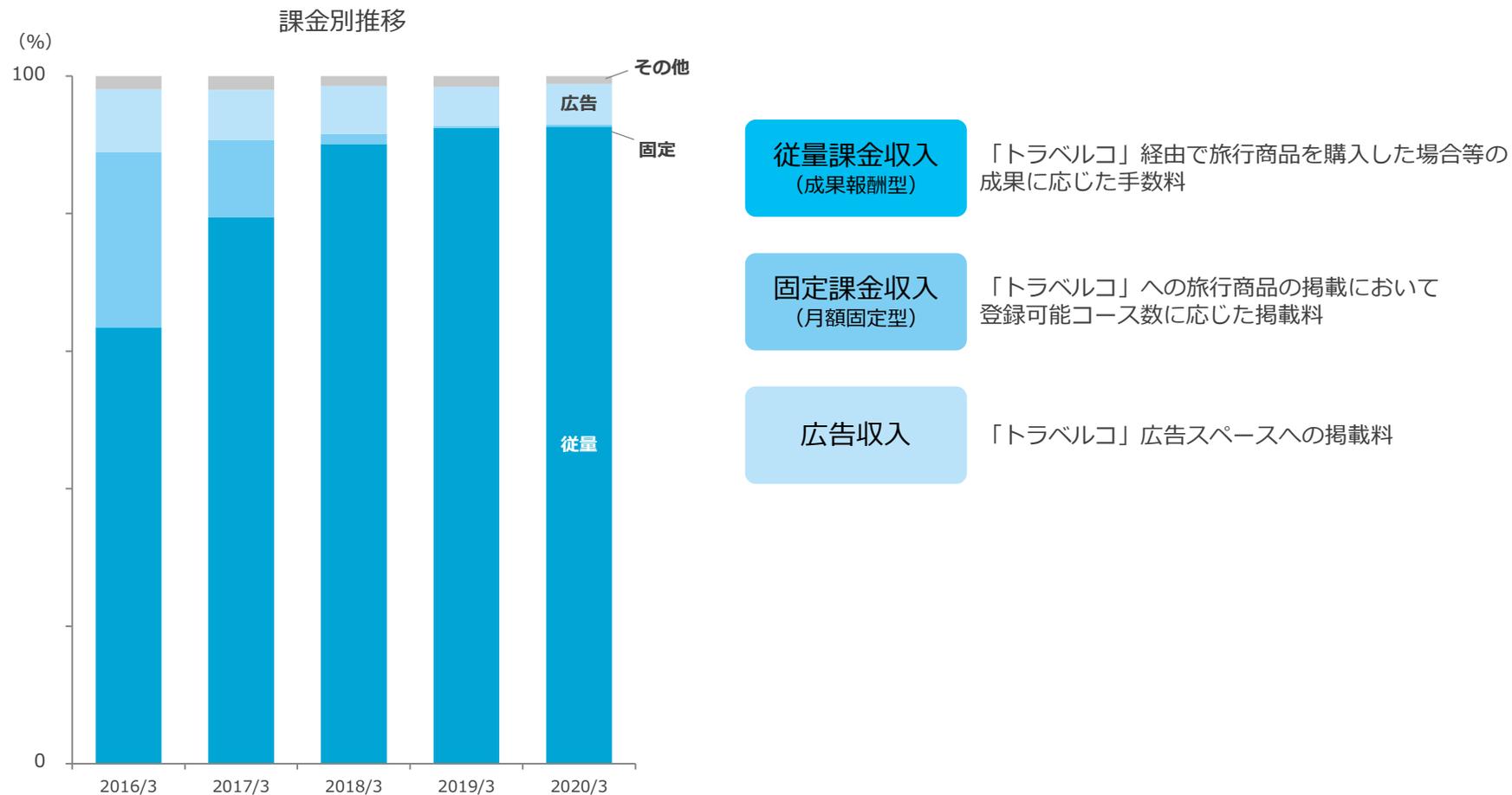
対応言語

英語
日本語

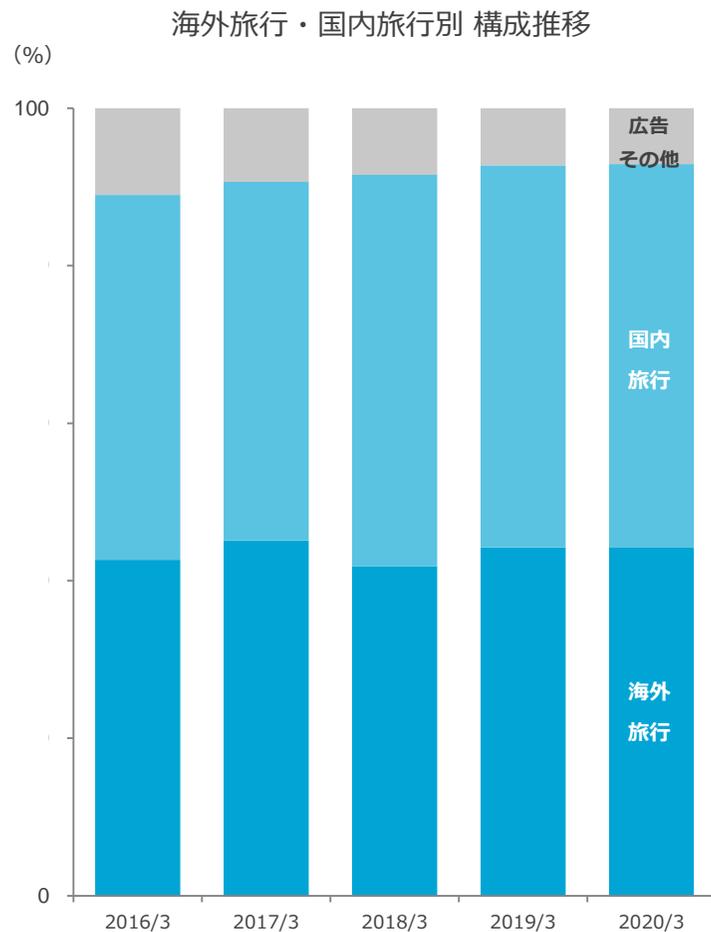
ほぼすべての旅行商品を比較できるビジネスモデル



固定課金から成果に応じた従量課金にシフト



海外旅行・国内旅行は、リスクバランスの取れた売上高構成



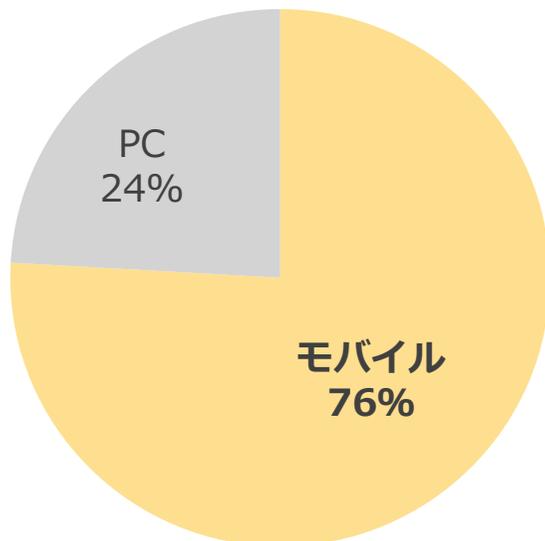
海外or国内の人気の変化、テロ等の突発的事象による
市場のトレンド変化にも柔軟に対応

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

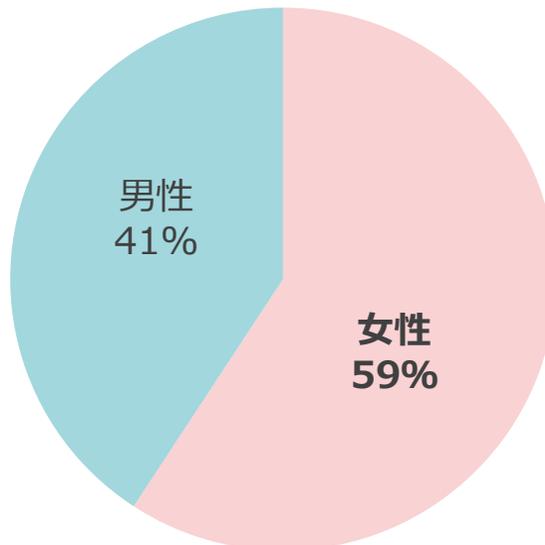
ユーザー属性※1

閲覧環境

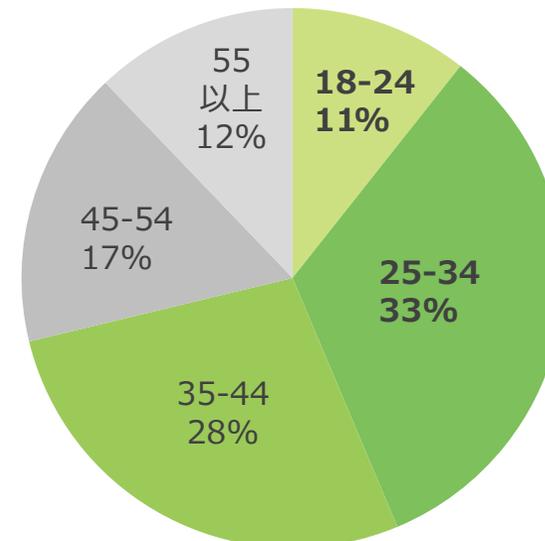


※ほぼすべてのジャンルでスマートフォン対応済

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 2019/4 - 2020/3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

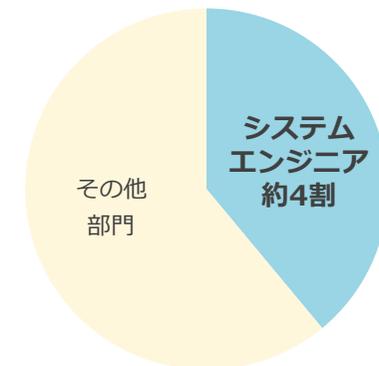
これだけ多くの旅行ジャンルをカバーし、1,500以上の旅行サイトと連携し、またそれら全てを並行して進化させていくためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となります。

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



- 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>