

# 成長可能性に関する説明資料

---

株式会社アドベンチャー

(証券コード:6030)

## 目次

### 当社事業の紹介・業績

会社概要

Missionと経営理念

事業概要

事業系統図

取引高の推移

営業収益・経常利益の推移(連結)

### 高成長を実現する当社の強み

当社の成長を支える3つの強み

高まる横断検索・メタサーチの需要

当社の高生産性

長期的な収益をもたらす顧客構造

### 市場環境・業界動向

事業環境の変化と当社の変遷

国際市場・国内市場におけるLCCの増加

空の主流はLCCへ

広がり続ける国内OTA市場

国内外の観光市場も拡大

### 今後の戦略・将来展望

中長期における基本目標

取扱高・収益イメージ

## 会社概要

社名	株式会社アドベンチャー Adventure, Inc.
設立	2006年12月21日
資本金	1億1,899万円（2014年9月30日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
所在地	本社：東京都渋谷区渋谷3-15-3 土屋渋谷ビル5階
従業員数	15名（2014年10月30日現在）

## Missionと経営理念

### ▶ Mission

- 社会的利益を追求
- 社会的利潤の最大化
- 社会的問題の解決

〔『社会貢献とビジネスの両立』をやってみよう、冒険  
(ADVENTURE)してみようと思いから当社を設立〕

### ▶ 経営理念

- 価格とサービスで感動を！
- 徹底的に無駄と戦い、顧客に還元する！

〔今まで当たり前だと思っていたものを徹底的に見直す  
ことにより顧客へ利益還元することを目指す〕

## 事業概要

# skyticket

### スカイチケツ

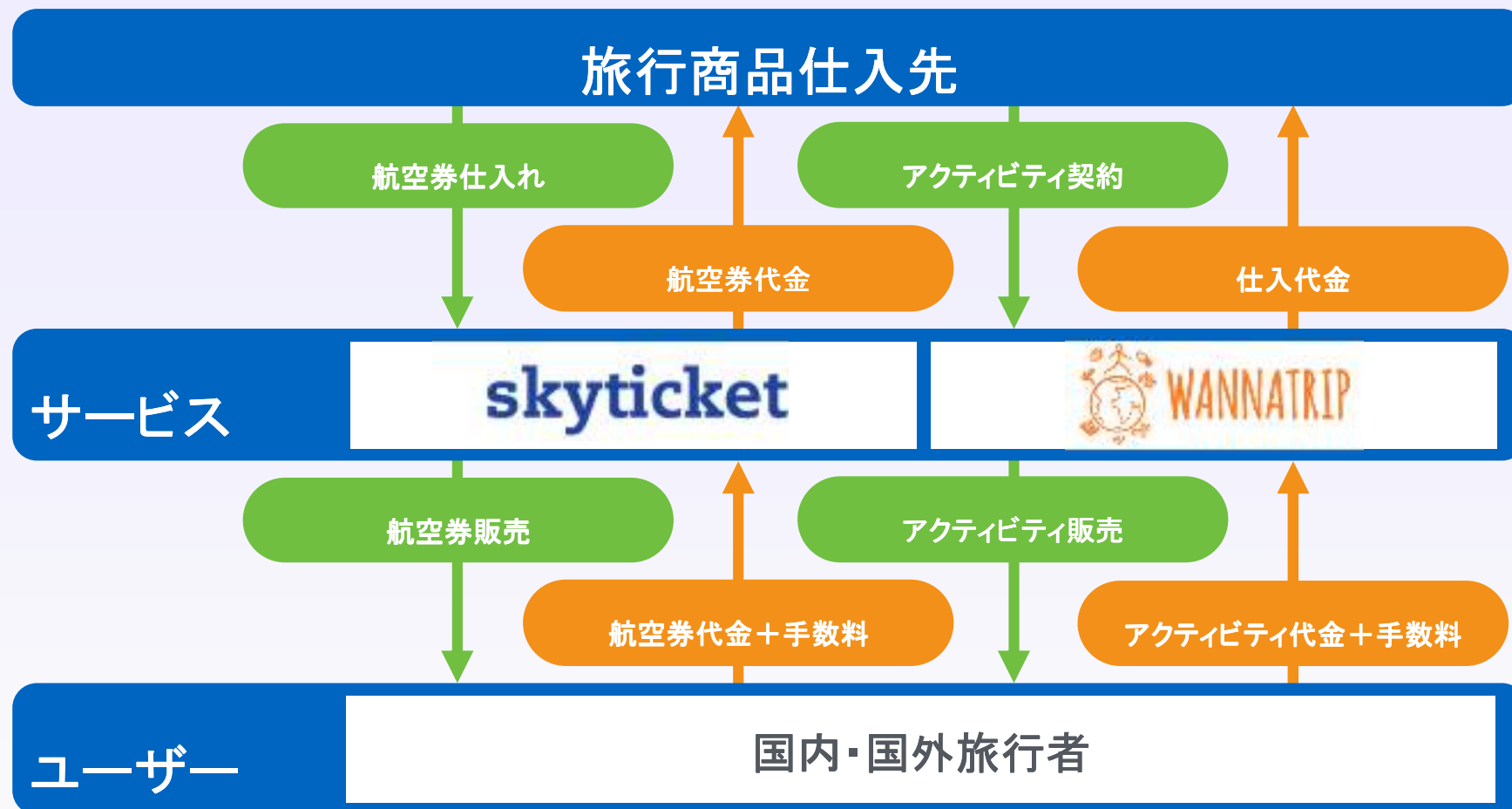
格安航空券予約サイト。LCCを含む国内航空会社10社の横断検索が可能。国際線は手数料0円で購入可能。



### ワナトリップ

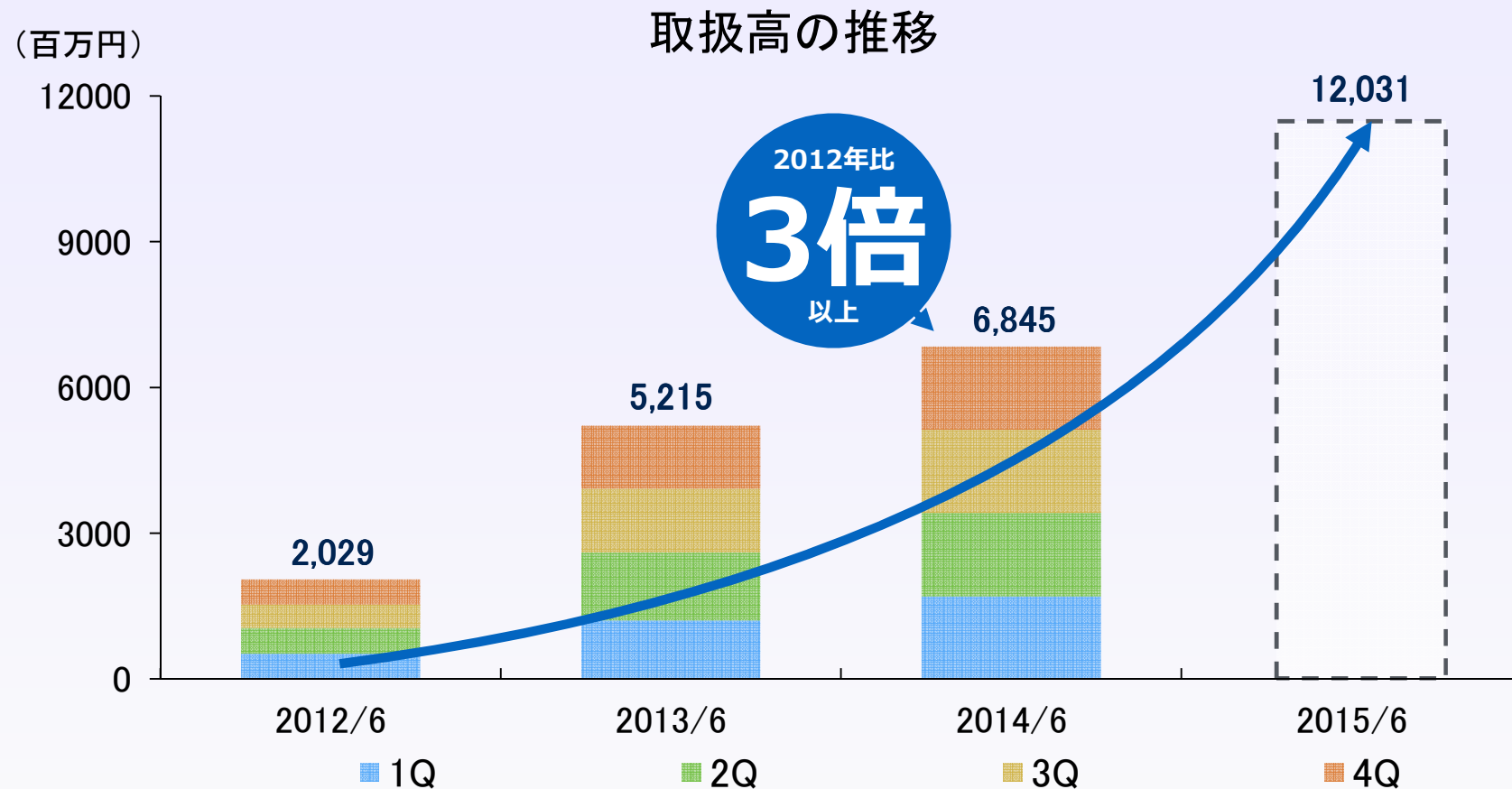
18言語に対応したアクティビティ予約サイト。  
世界中のオプションツアーの予約を実現。

## 事業系統図



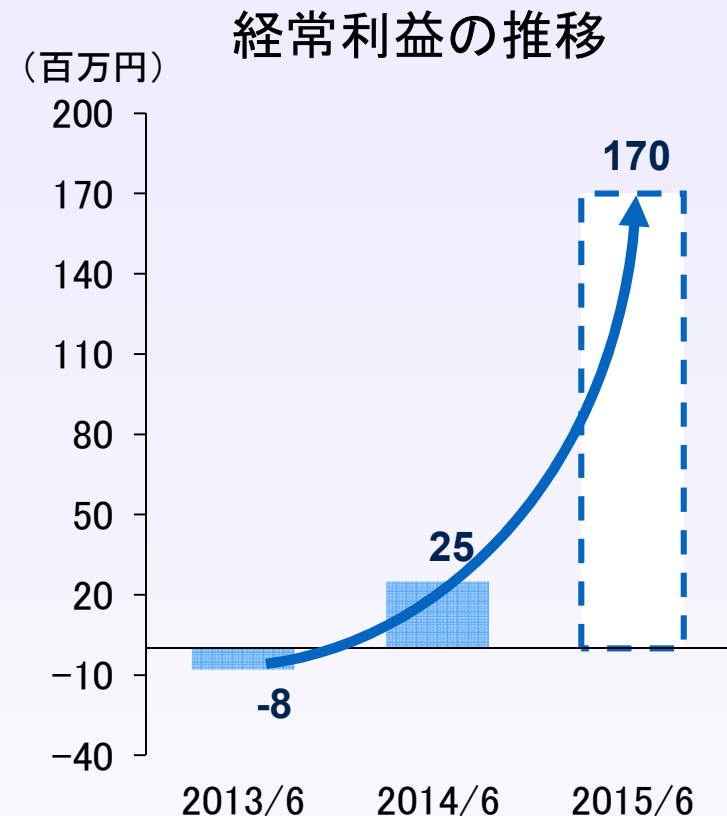
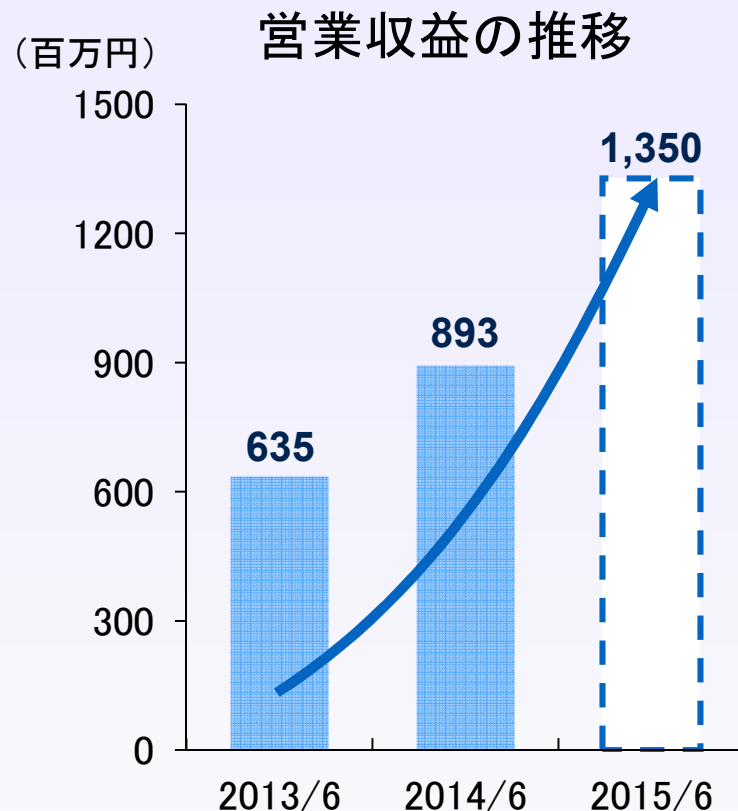
店舗型の旅行代理店と異なり、オンラインのサイトから直接ユーザーが旅行商品等の購入が可能なサービスを提供している

## 取扱高の推移



横断検索の需要増加、LCCの本格的な取扱開始が、取扱高に大きな成長をもたらしている

## 営業収益・経常利益の推移(連結)



当社連結の営業収益及び経常利益は右肩上がりで推移しており、今期(2015/6)も引き続き増収増益を計画している



# 高成長を実現する当社の強み

「取扱高 1兆円を目指す」

当社の成長を支える3つの強み



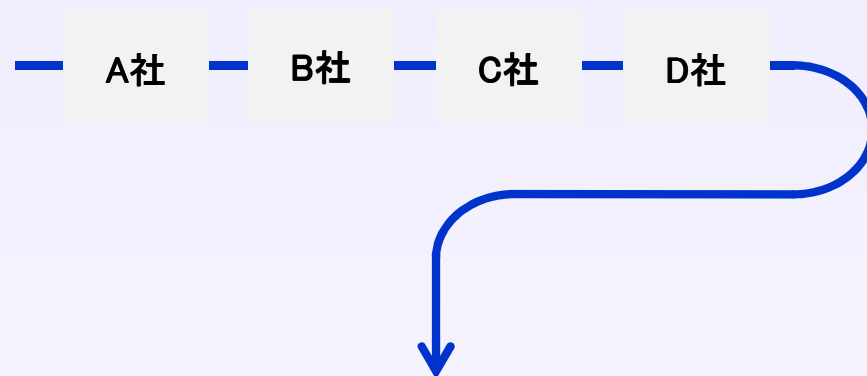


## 高まる横断検索・メタサーチの需要



世界的に増え続ける航空会社に対し、複数航空会社をまたいで価格・サービスを比較検索できる「**横断検索**」の需要が高まっている

### 航空会社独自の従来型検索

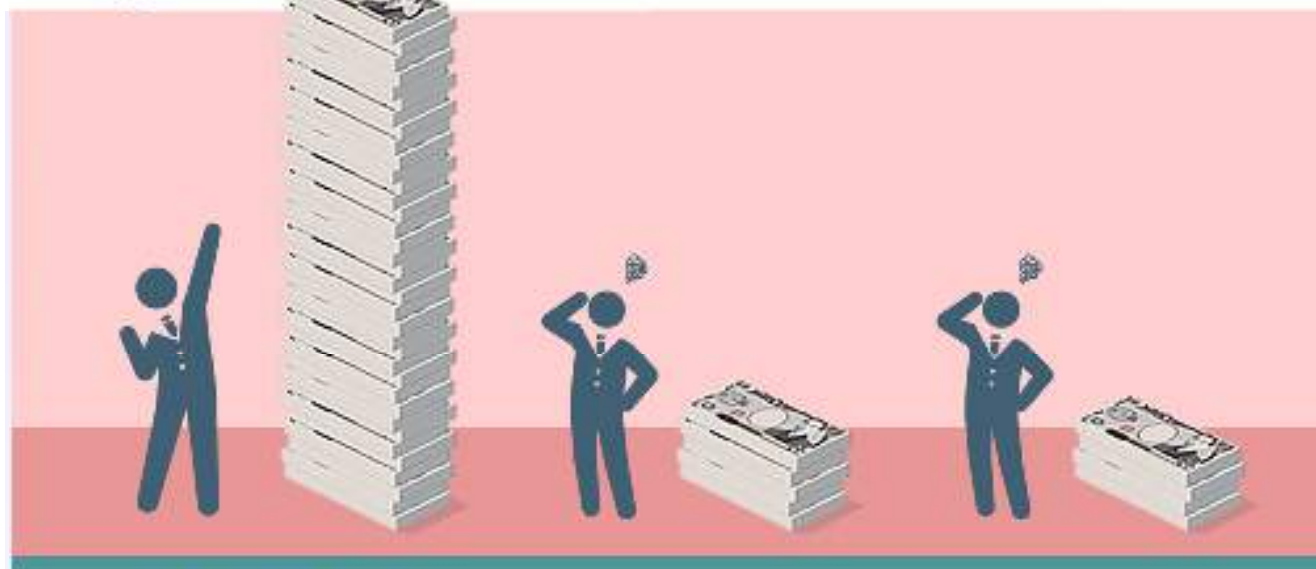


### 横断検索(例)

	出発	到着	スタンダード	ファーストクラス
A社	07:20	08:20 新千歳	◎ ¥24,590 小人 ¥14,040	◎ ¥44,590 小人 ¥24,040
B社	08:50	09:50 新千歳	◎ ¥19,280 小人 ¥10,280	◎ ¥39,280 小人 ¥23,040
C社	10:20	11:20 新千歳	△ ¥12,800 小人 ¥10,800	○ ¥27,800 小人 ¥18,800
D社	14:40	14:40 新千歳	○ ¥9,890 小人 ¥9,890	- -

# 高成長を実現する当社の強み

ADVENTURE

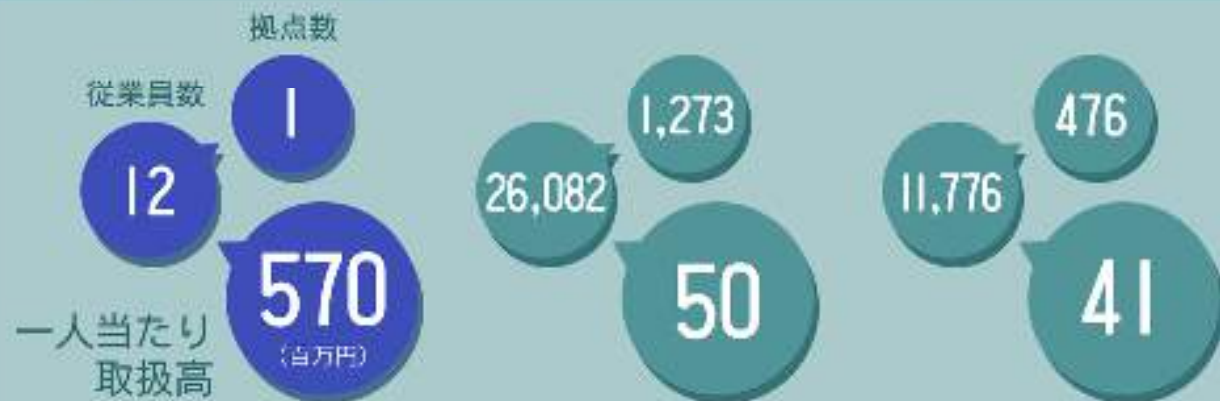


skyticket

格安航空券はスカイチケット

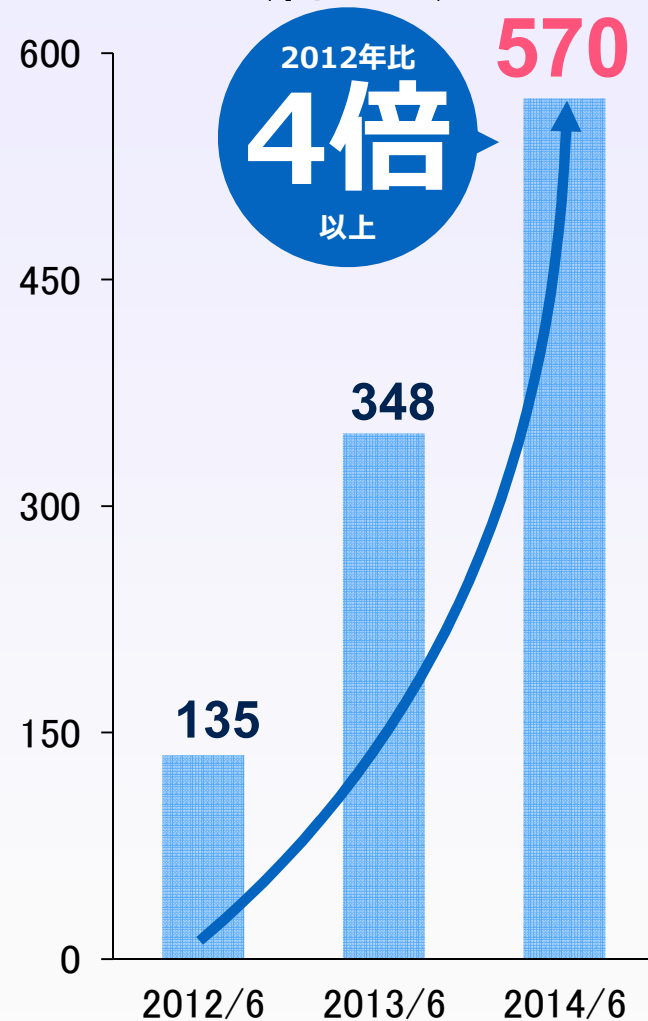
A社

B社



## 当社の高生産性

従業員一人当たりの取扱高推移 (百万円)

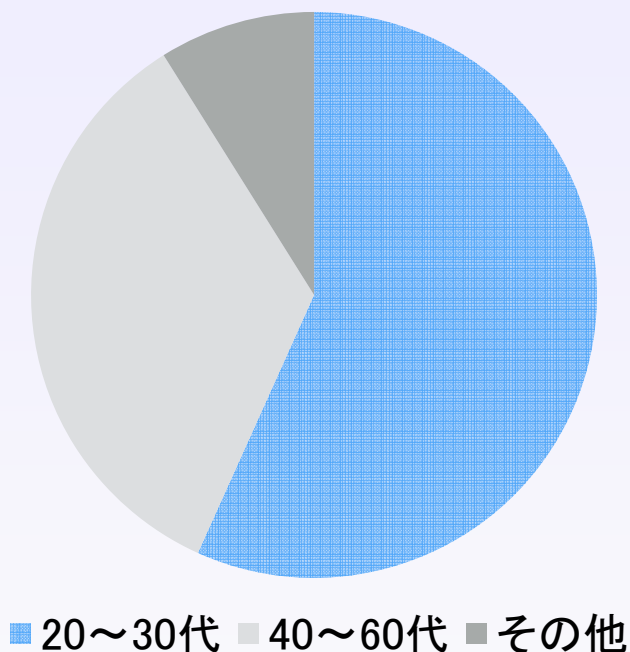


2012/6 従業員数：15人  
2013/6 従業員数：15人



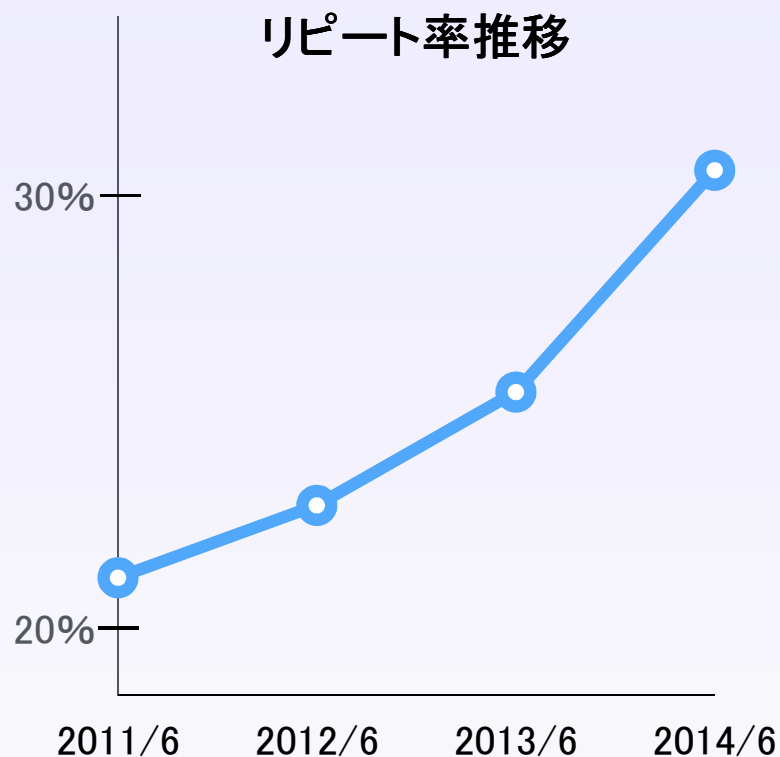
## 長期的な収益をもたらす顧客構造

### ユーザーの年齢比率



2014/7~2014/10の購入者データに基づく

### リピート率推移



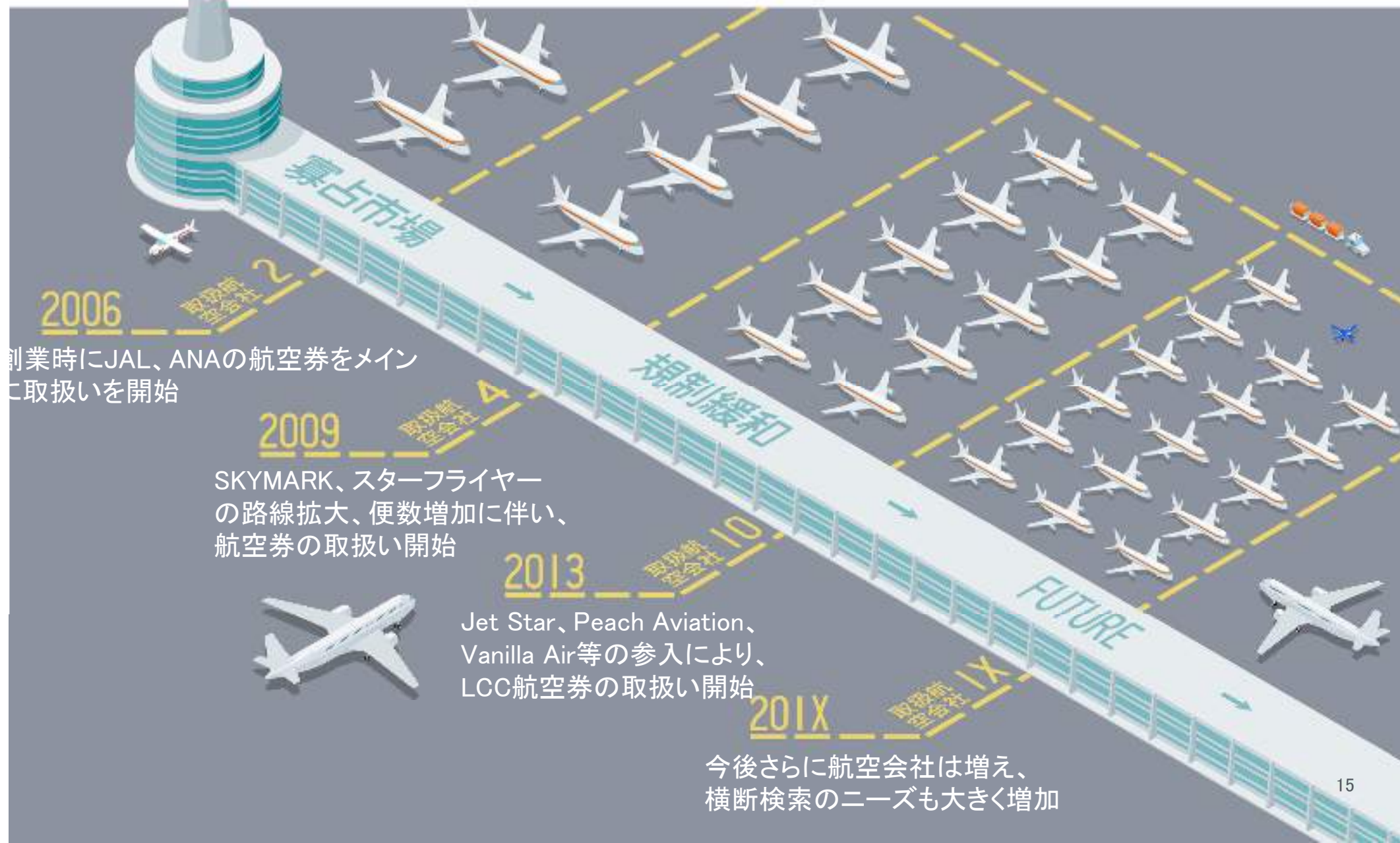
リピート率は全体に占めるリピーター（過去に2回以上購入した人）の割合

顧客層の中心は20代～30代であり、リピート率が継続して向上することによって今後長期に亘り収益を上げることが可能である

# 市場環境・業界動向



## 事業環境の**変化**と当社の変遷



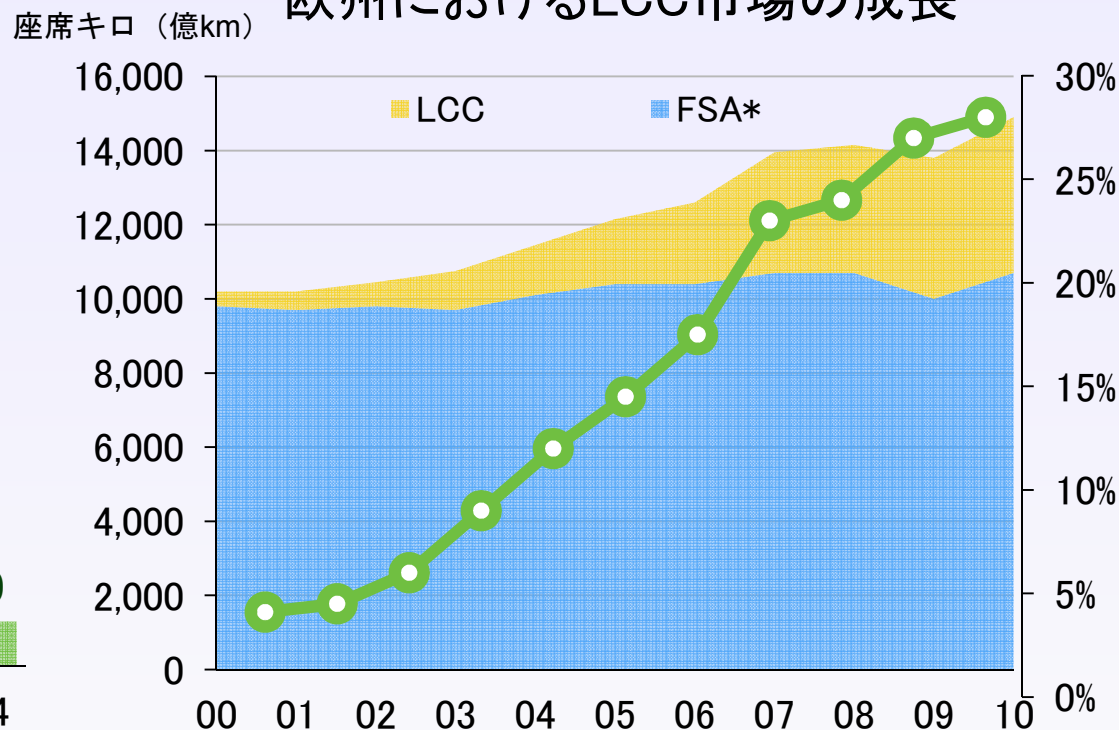
# 国際市場・国内市場におけるLCCの増加

国内外LCC航空会社数の推移



出典：弊社調べ

欧州におけるLCC市場の成長



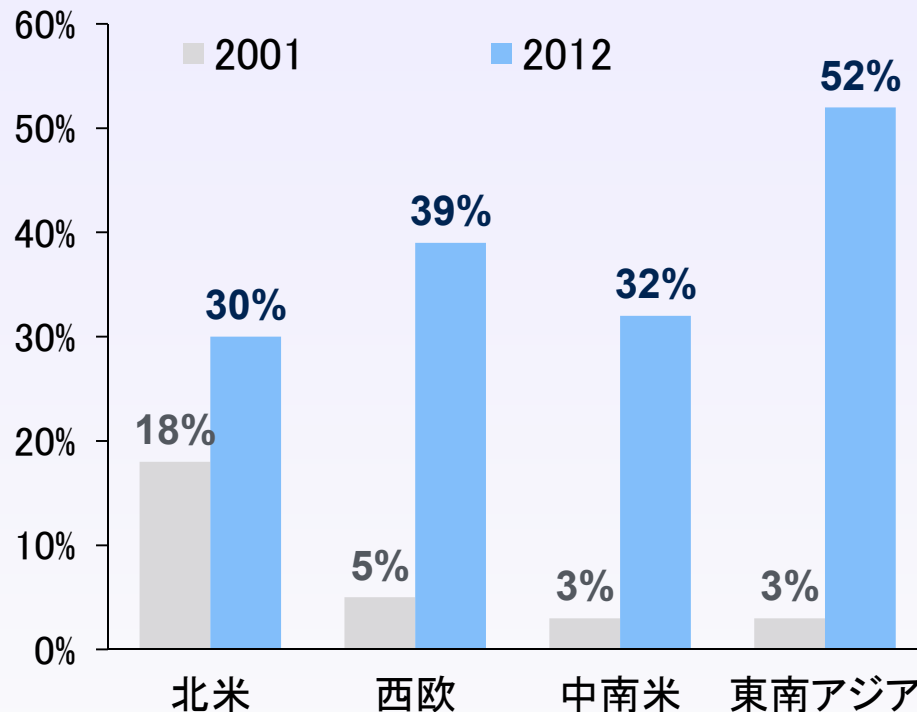
\*FSA: Full Service Airline  
出典：国土交通省「LCCの参入効果分析に関する調査研究(2014)」

サービスの効率化により低価格運賃を提供する、格安航空会社(LCC: Low Cost Carrier)の増加が航空市場全体の拡大も牽引している



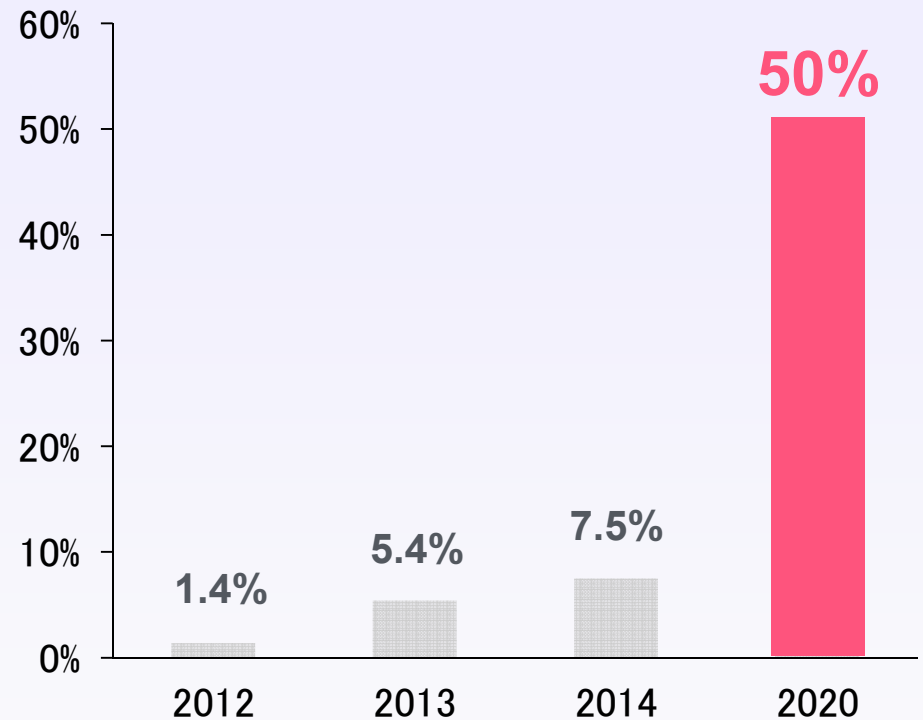
## 空の主流はLCCへ

### 世界の地域別LCC座席シェア 比率推移(座席キロベース)



出典：国土交通省「LCCの参入効果分析に関する調査研究(2014)」

### 日本国内におけるLCC比率

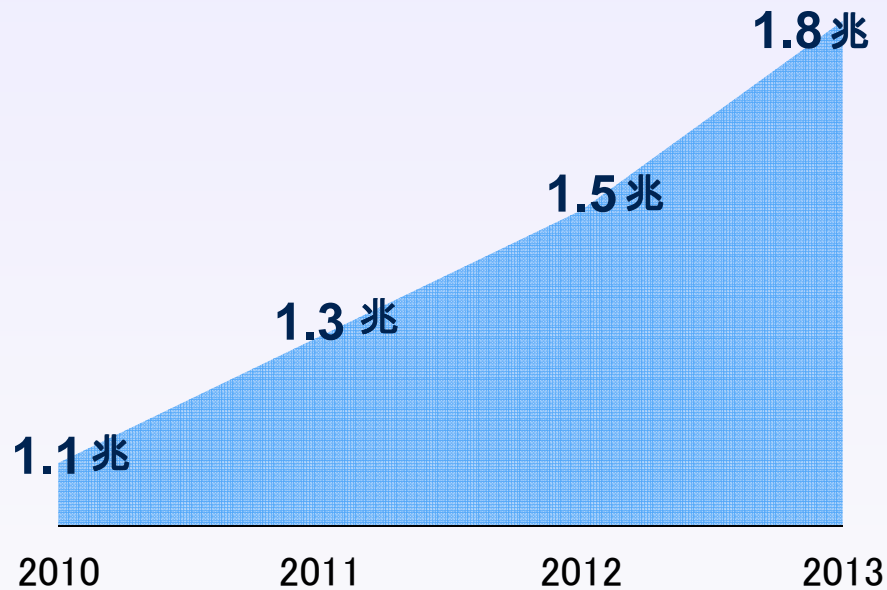


出典：国土交通省「LCCの参入効果分析に関する調査研究(2014)」  
CAPA「LCCs to hold one-fifth domestic market share in Japan  
by Oct-2012 and possibly 50% by end of decade (2014)」

LCCのシェアは更に拡大、航空会社間での価格比較が容易な横断検索サービスの需要は今後更に高まる見通し

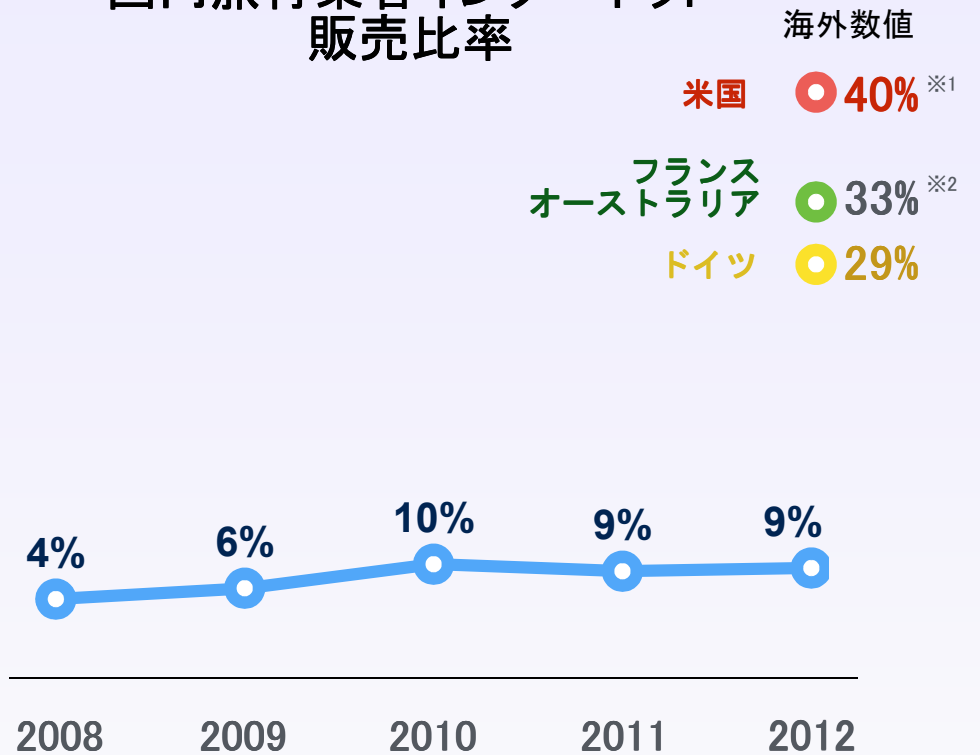
# 広がり続ける国内OTA市場

宿泊・旅行・飲食業EC市場規模



出典：国土交通省「我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備報告書(2014)」

国内旅行業者インターネット販売比率

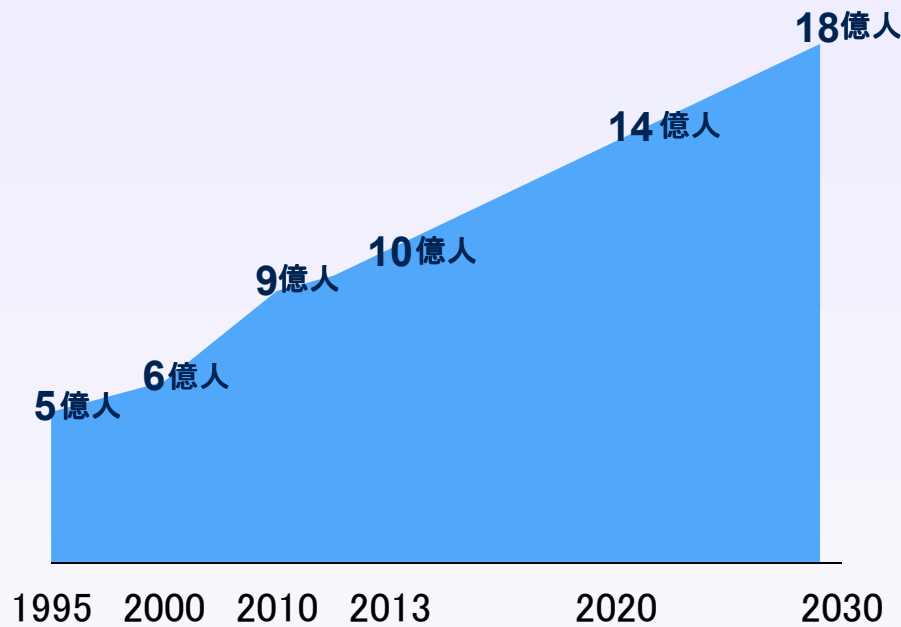


出典：JATA「数字が語る旅行業 2014」  
 ※1) PhoCusWright's「U.S. Online Travel Overview: Update 2009-2010(2008)」  
 ※2) JTB「旅行産業とツーリズム(2011)」

インターネットの普及、観光市場の拡大に伴い、日本のOTA市場も欧米水準に急拡大する見込み

## 国内外の観光市場も**拡大**

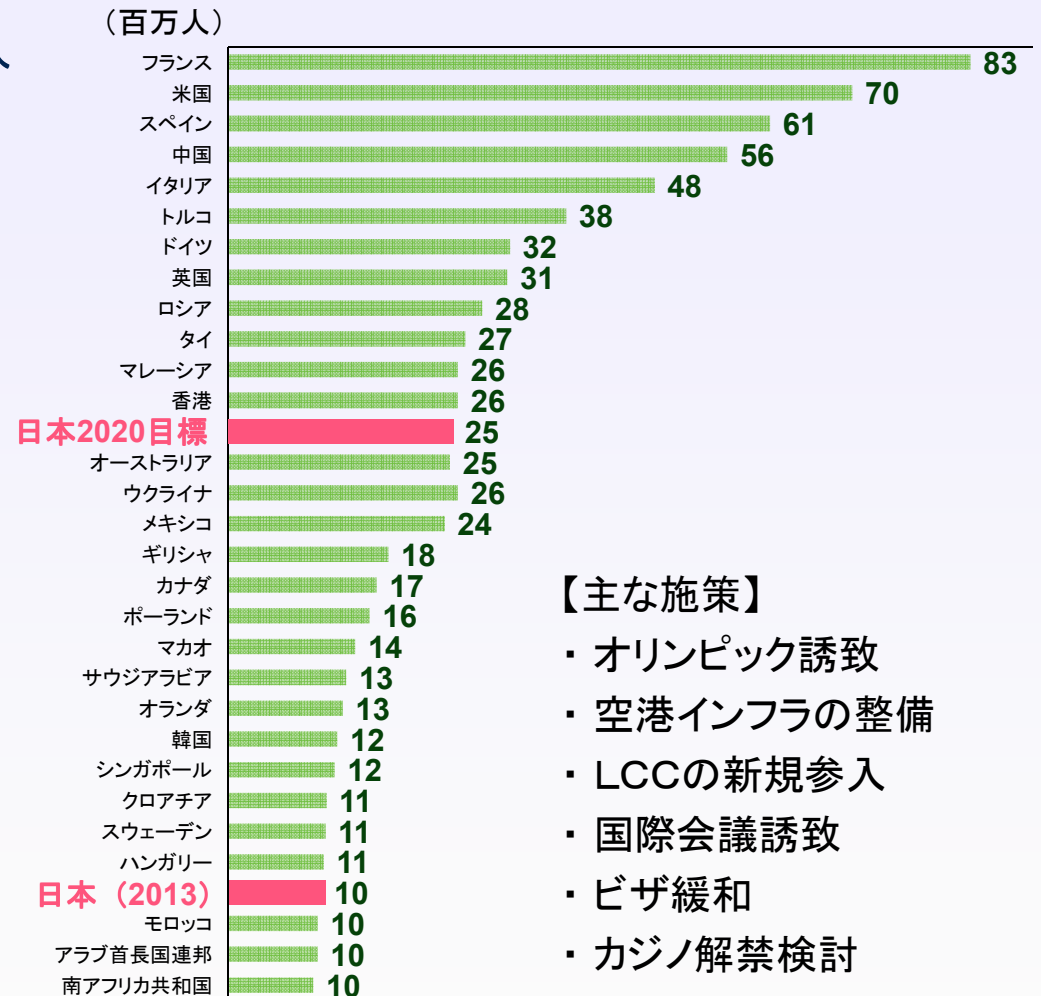
### 国際観光客は世界18億人へ



出典：UNWTO「UNWTO Tourism Highlights (2014)」

東京オリンピック開催により、訪日外国人旅行者の急拡大が見込まれる

### 日本は2020年、2500万人の観光大国を目指す (各国の外国人旅行者受入数 2013)



#### 【主な施策】

- ・ オリンピック誘致
- ・ 空港インフラの整備
- ・ LCCの新規参入
- ・ 国際会議誘致
- ・ ビザ緩和
- ・ カジノ解禁検討

出典：JATA「数字が語る旅行業 2014」

# 今後の戦略・将来展望

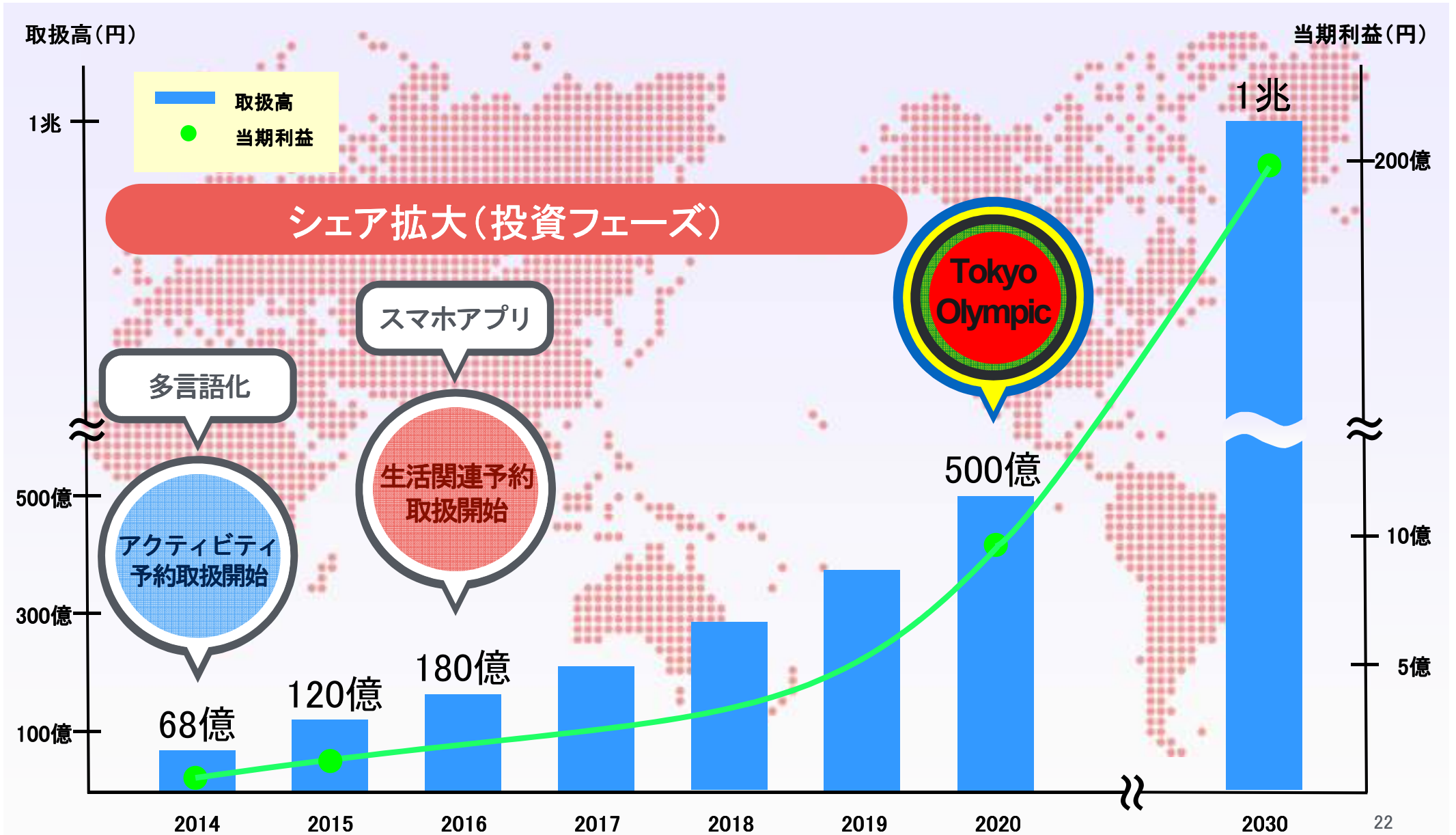
「地球最大の予約プラットフォームを目指す」

## 中長期における基本目標

旅行から生活へ(あらゆる予約のプラットフォームを目指す)

	2016年	2020年	2030年
目 標	格安航空券No1	インバウンドNo1	地球最大の予約プラットフォーム
取 扱 高	180億円	500億円	1兆円
重点施策	<p>旅行関連</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・交通手段拡大(鉄道、バス等)</li><li>・旅行商品数拡充(アクティビティ、ホテル等)</li><li>⇒シェア拡大の投資フェーズ(インバウンド強化)</li></ul> <p>生活関連</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・生活関連の予約プラットフォーム化(美容、エステ等)</li><li>・総合予約サイトの構築</li><li>⇒継続的なシェア拡大と収益増加</li></ul>		

## 取扱高・収益イメージ



本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

地球最大の予約プラットフォームを目指す

**ADVENTURE**