

成長可能性に関する説明資料



株式会社ベストワンドットコム

(証券コード：6577)

2018年4月25日

- 1.会社概要
- 2.クルーズ市場環境
- 3.当社の強み・特徴
- 4.今後の成長戦略



1.会社概要

事業内容 **クルーズ旅行・船旅 専門のオンライン旅行会社**

所在地 〒162-0067
東京都新宿区富久町16-6 西倉LKビル2階

登録番号 観光庁長官登録旅行業第1980号 (社)日本旅行業協会正会員

資本金 132,072,000円 (資本準備金48,572,000円)

設立 2005年9月5日

従業員数 25名 (臨時従業員の年間平均雇用人数を含む)
*2018.2月末時点

代表取締役社長 澤田秀太

取締役 小川隆生 米山実香 野本洋平 高木洋平

監査役 小笠司朗 野村直弘 高梨良紀

子会社 株式会社ファイブスタークルーズ (100%子会社)

沿革

2005年9月 株式会社ベストワンドットコムを渋谷区松濤に
資本金1,050万円で設立

2005年12月 東京都へ第3種旅行業登録 (東京都知事登録旅行業第3-5693号)

2006年1月 オンライン旅行予約サイト「ベストワンクルーズ」運営開始

2009年7月 本社を港区六本木5丁目に移転

2013年7月 資本金3,350万円へ増資

2013年7月 本社を新宿区新宿6丁目に移転

2014年8月 資本金8,350万円へ増資

2014年9月 ハネムーンクルーズ専門サイト「HUNEMOON」オープン

2014年12月 観光庁へ第1種旅行業に変更登録
(観光庁長官登録旅行業第1980号)

自社企画旅行を販売開始

2015年6月 本社を新宿区新宿5丁目に移転

2016年3月 株式会社ファイブスタークルーズを完全子会社化

2017年7月 第三者割当増資にて資本金1億3,207万円へ増資

2017年8月 本社を新宿区富久町に移転

2017年11月 株式会社アドベンチャーと販売業務提携

2017年11月 コスタアワード オンライン部門FIT (個人旅行) 優秀賞を受賞

2017年11月 ロイヤルカリビアンインターナショナル 優秀セールス賞を受賞

クルーズ旅行・船旅を通じて 全てのお客様に初めての感動体験を Life Change Experience

クルーズを もっと身近に もっと手軽に

若い旅行者や、まだクルーズに乗船したことが無い人に向けて、
気軽に安心してクルーズ旅行・船旅に行くための環境づくりを行い
新しい旅行スタイルを経験するきっかけを提供していきたいと考えています。

当社グループは、クルーズ旅行専門のオンライン旅行会社として、リーズナブルなクルーズ旅行を取りそろえた「ベストワンクルーズ」、ハネムーン顧客を対象とした「フネムーン」、子会社では高級船を専門に取り扱う「ファイブスタークルーズ」を運営しております。



ベストワンクルーズ

クルーズ乗船券とパッケージツアーをオンラインで検索・予約可能な専門サイトです。乗船券、自社企画商品に加えて、提携旅行会社のツアーも予約可能で、取り扱いコース数は17,101コースを誇ります。

フネムーン（ハネムーンクルーズ専門サイト）



ベストワンクルーズとは別サイトとしてマーケティングを行い、当初クルーズを検討していなかったハネムナーへアプローチしています。

ファイブスタークルーズ（子会社）

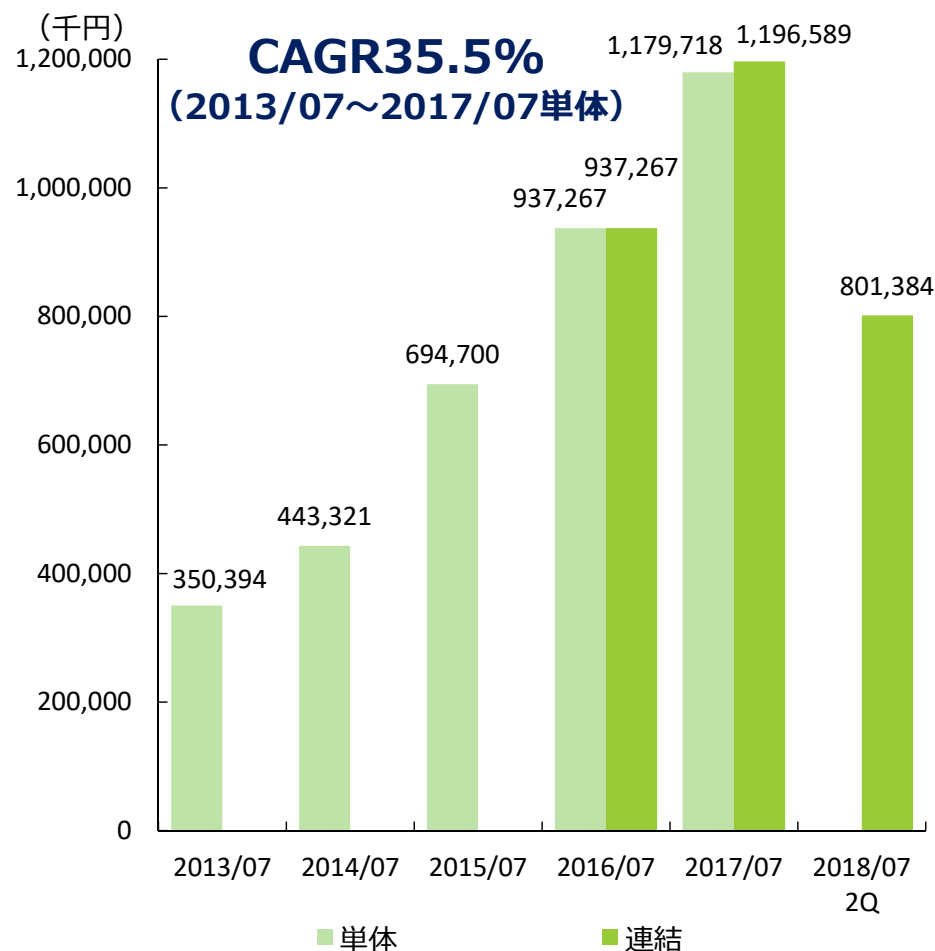


高級船を専門に取扱う旅行会社です。高級船、カジュアル船のスイートに特化したラインナップで、富裕層、シニアに向けた販売を行っています。

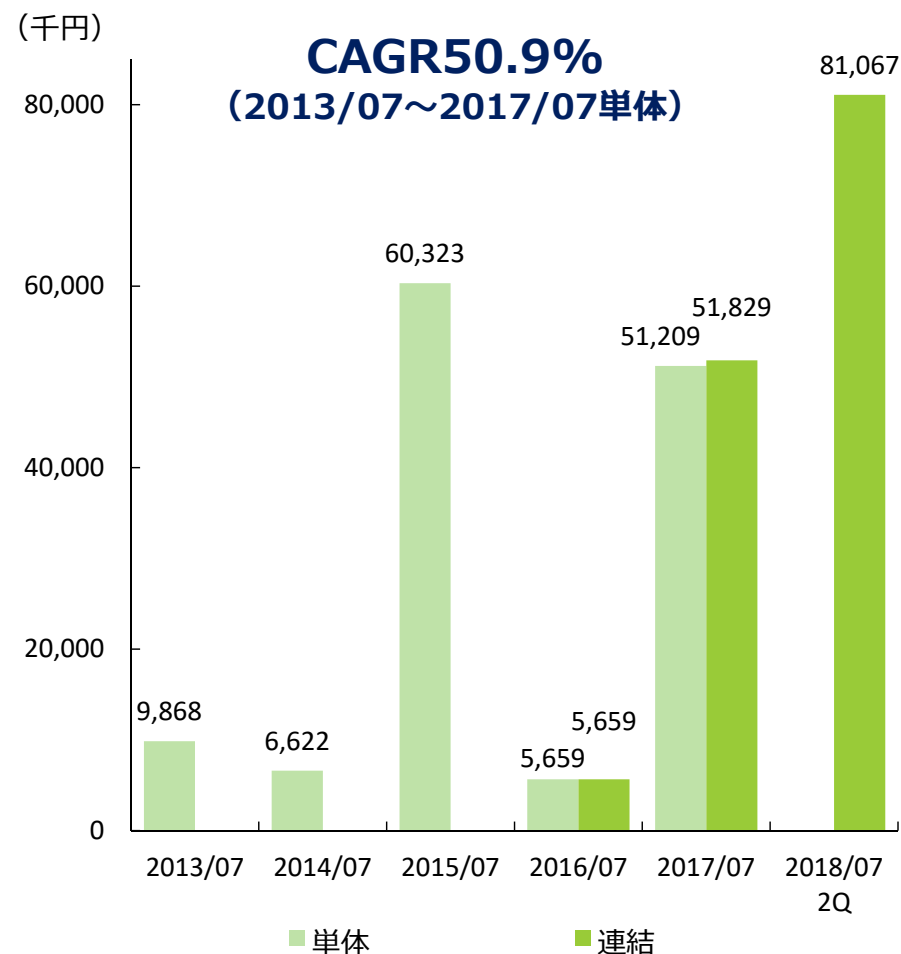
業績推移（売上高・経常利益）

売上高は一貫して増加傾向にあり、足元も好調な業績で推移しております。2016年7月期に事業拡大に向けて人件費、広告宣伝費を増額した結果、2017年7月期以降は順調に業績拡大が続いています。

売上高の推移



経常利益の推移



注：旅行代理店業務では、取扱高を売上高に計上する会計処理と取扱手数料のみを営業収益（売上高）に計上する会計処理が認められておりますが、当社グループでは、取扱高を売上高に計上しております

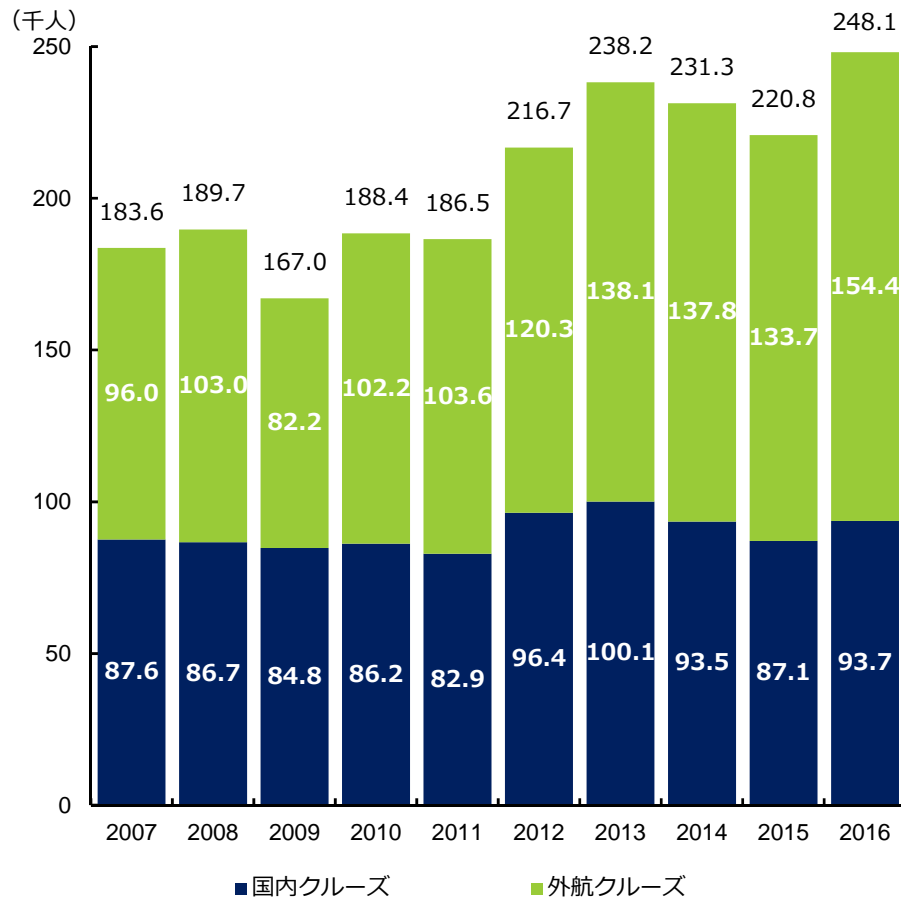


2.クルーズ市場環境

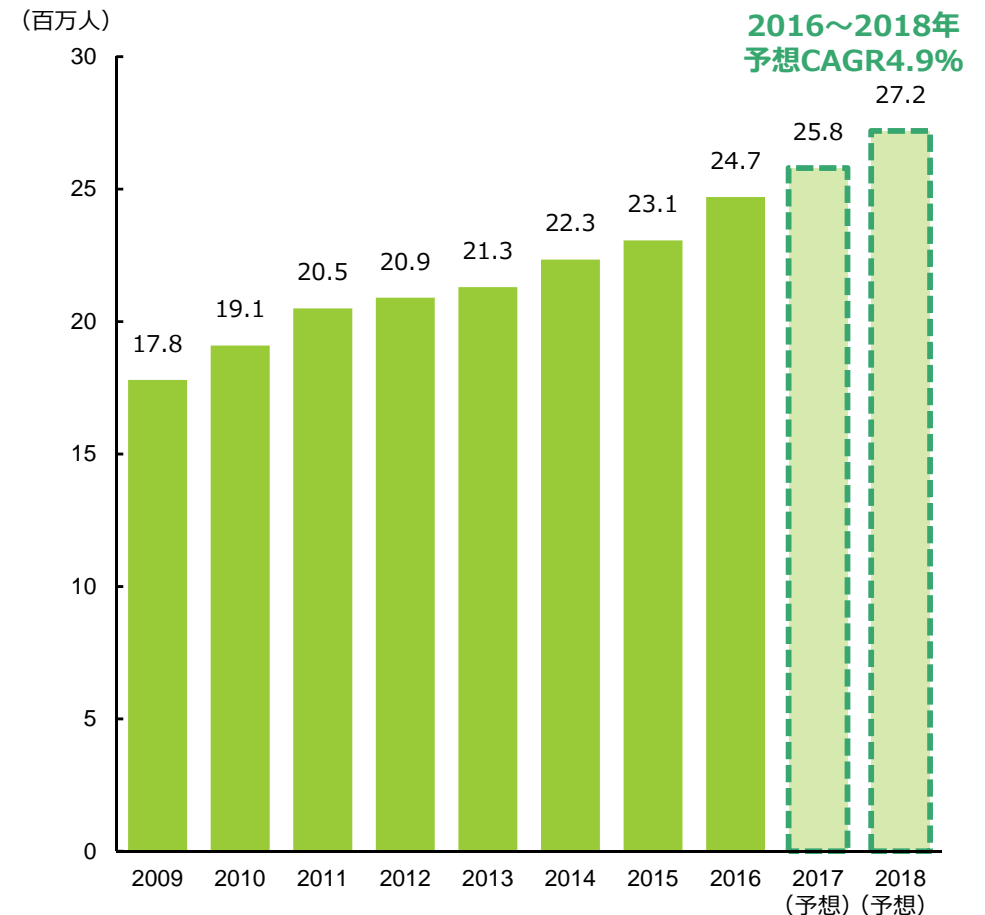
クルーズ旅行者数

日本のクルーズ旅行者数は、2012年以降は年間20万人を超えて推移しており、2016年には過去最大の24.8万人となりました。また、世界のクルーズ旅行者数は安定して成長しております。

日本のクルーズ旅行者数



世界のクルーズ旅行者数



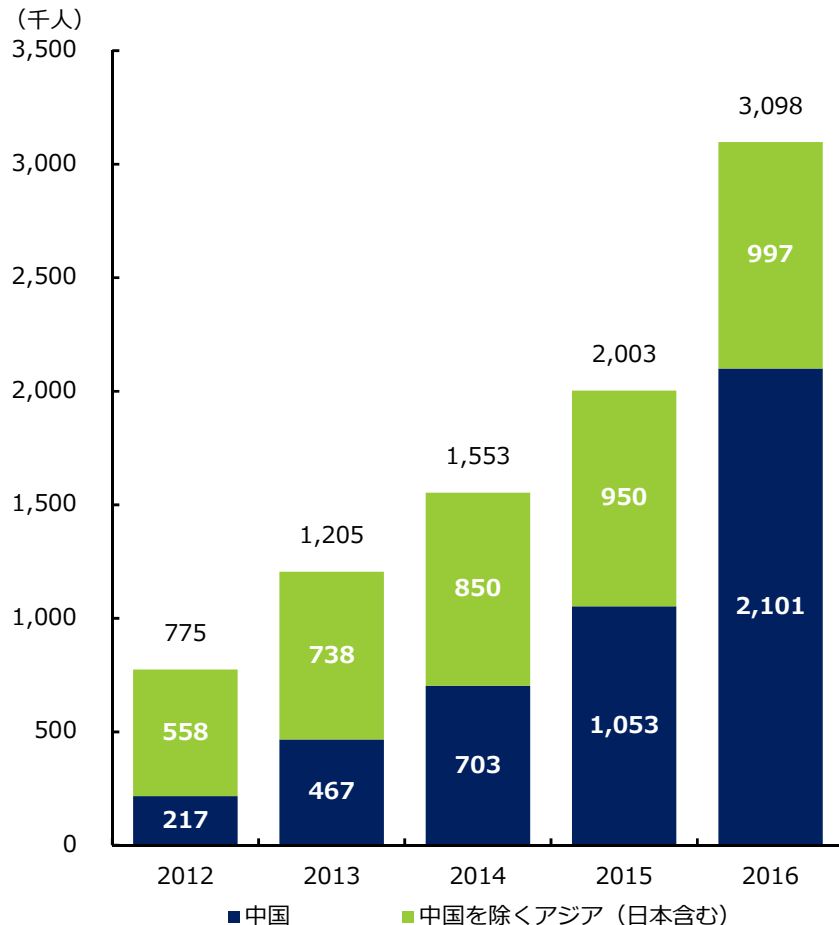
注： 集計対象は船内1泊以上のクルーズ
国内クルーズは、乗船地・下船地・寄港地の全てが日本国内であるもの
外航クルーズは、乗船地・下船地・寄港地のいずれかに海外が含まれるもの
出所： 国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向について」

出所： Cruise Lines International Association, 2018 CRUISE INDUSTRY OUTLOOK

アジアのクルーズ人口増加と日本への影響

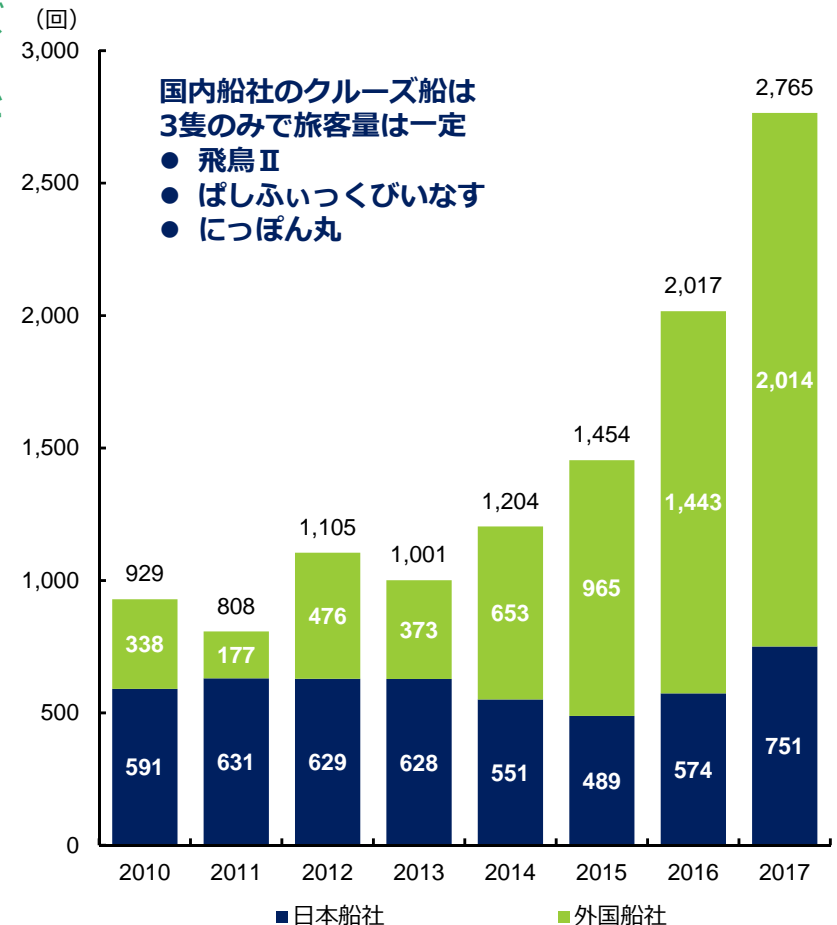
これまで日本船社による国内クルーズは、飛鳥Ⅱ等の3隻のみに限られていましたが、中国を中心としたアジア市場の拡大に伴い、外国船社の日本国内への寄港が増加しています。

アジアのクルーズ人口



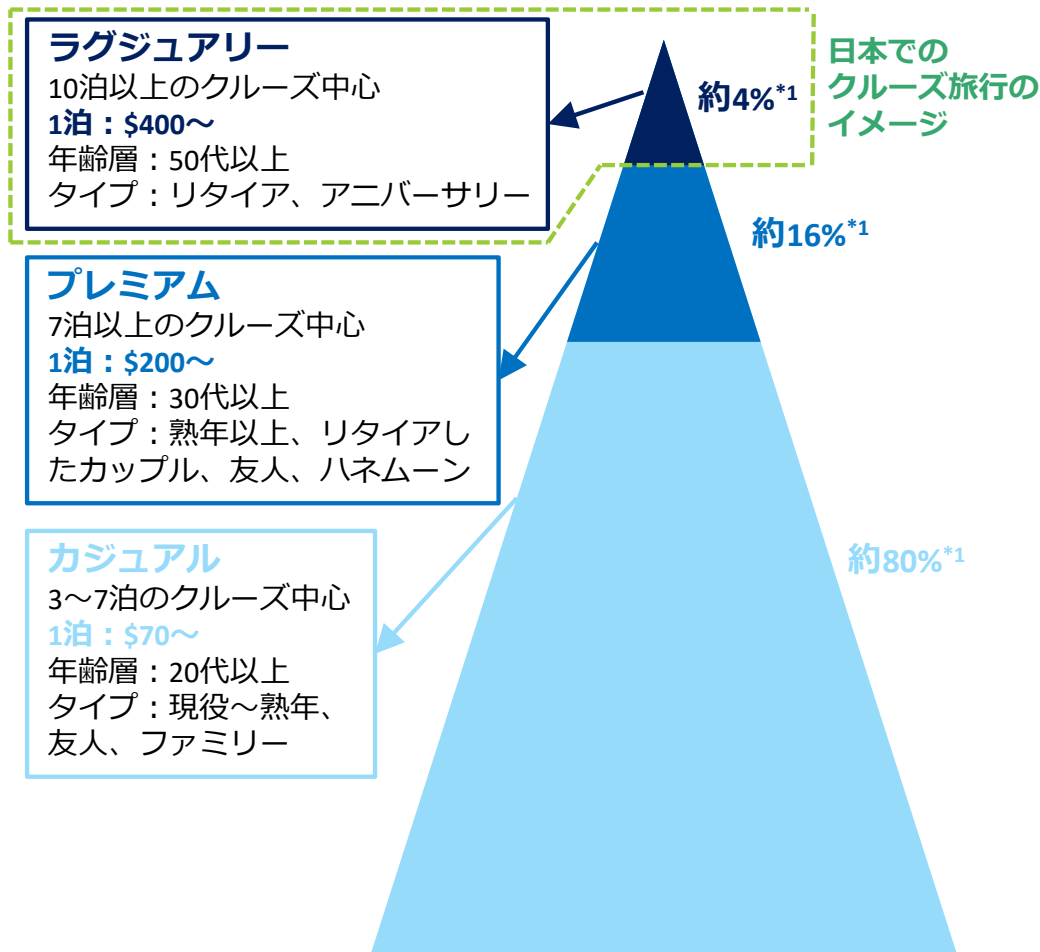
アジアのクルーズ人口増加により、外国船社が日本を含む航路を開拓

国内港への寄港回数



日本ではクルーズ旅行に対して高価なイメージが持たれがちですが、当社は安価で手軽なクルーズ旅行の機会を提供することで、新たなクルーズ市場を開拓して参ります。

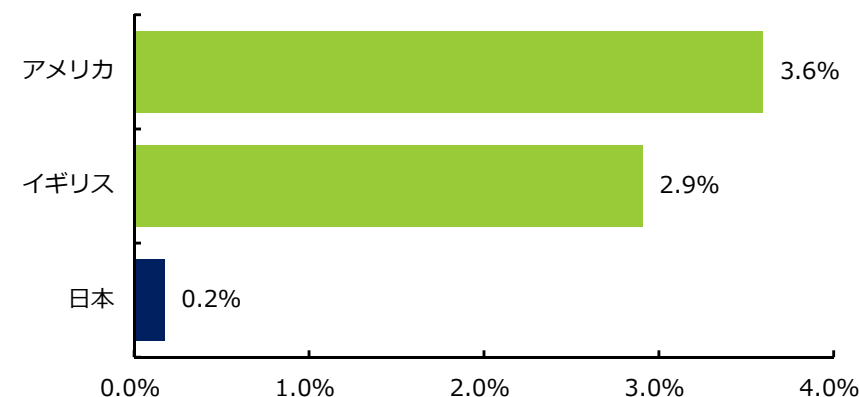
クルーズ旅行の分類



クルーズ人口の比較（2015年）

単位:百万人	人口	クルーズ旅行者数
アメリカ	319.9	11.5
イギリス	65.4	1.9
日本	128.0	0.2

人口に占めるクルーズ旅行者数の割合



*1: 乗客定員ベースの比率
出所: クルーズ教本(平成28年版) (JOPA: 一般社団法人日本外航客船協会) より国土交通省港湾局作成

出所: United Nations, World Population Prospects 2017
Cruise Lines International Association, 2018 CRUISE INDUSTRY OUTLOOK
国土交通省「2016年の我が国のクルーズ等の動向について」

政府はインバウンド需要の取り込みと寄港による地方創生のため、港湾整備等のハード面と、寄港地情報の一元的管理・マッチング等のソフト面の両面により、クルーズ環境の改善に取り組んでいます。

政策

北東アジア海域をカリブ海のような世界的なクルーズ市場に
(訪日クルーズ旅客を2020年に500万人、日本の各地をカジュアルからラグジュアリーまで幅広く対応したクルーズデスティネーションに)

- クルーズ船寄港の「お断りゼロ」の実現
 - クルーズ船の受入環境を緊急整備 (2015年度・全国10港)
 - クルーズ船寄港地マッチングサービスの提供 等
- 世界に誇る国際クルーズの拠点形成
 - 旅客ターミナル整備への無利子貸付制度の創設 等
- 瀬戸内海や南西諸島など
新たな国内クルーズ周遊ルートの開拓、ラグジュアリークルーズ船の就航
- 新たなクルーズビジネスの確立
 - 官民の関係者からなる地域協議会や全国クルーズ活性化会議の活用
 - 農水産物の販売環境の改善
 - 「みなとオアシス」の活用
 - 港湾協力団体制度の創設 等
- 全国クルーズ活性化会議と連携し、
寄港地の全国展開に向けたプロモーション

国際クルーズ拠点の形成

官民連携のための港湾法改正

- 官** 港湾岸壁の優先的使用を許可
- 民** 船会社が旅客ターミナル施設を整備し、他社にも供用



寄港地情報の一元的な発信

- 港湾施設等の情報提供**
全国クルーズ活性化会議HP (Japan Cruise Port Association)
 - 港湾管理者の連絡先
 - クルーズ船の寄港実績
 - 大使館または領事館連絡先・所在地
 - 岸壁、ターミナル等の諸元及びサービス情報
 - ふ頭位置図、ターミナル配置図 等
- 港周辺の観光情報発信**
国土交通省HP (CRUISE PORT GUIDE OF JAPAN)
 - 寄港地周辺の観光情報 (グルメ、ショッピング、見どころ、トピックス)
 - 港周辺イベントスケジュール
 - 港湾からの観光スポットまでの交通アクセス
 - 観光地のバス駐車可能台数
 - 関連リンク、問い合わせ先 等



3.当社の強み・特徴

クルーズ予約のオンライン・プラットフォーム

当社はクルーズ特化型オンライン旅行会社として、①商品力と②船会社とのAPI連携によるリアルタイムな情報提供、③WEB集客力を強みとし、④専門オペレーターの接客力による成約率向上も図っています。また、⑤現役世代を中心とした顧客層を抱え、今後のリピート利用も期待されます。



当社WEBサイトはクルーズのオンライン検索・予約プラットフォームであり、17,101コースを取り扱う豊富な商品ラインナップにより顧客に高いサービスを提供しております。

当社

クルーズ・チケットの販売（手配旅行）



- 多様なニーズに対応可能
 - 低価格～高価格
 - 短期間～長期間
- シンプルな商品でも高い収益性
 - 競合が少なく船会社から高いマージンの獲得が可能
 - 海外船会社の日本市場開拓意欲が高いことも追い風

他社

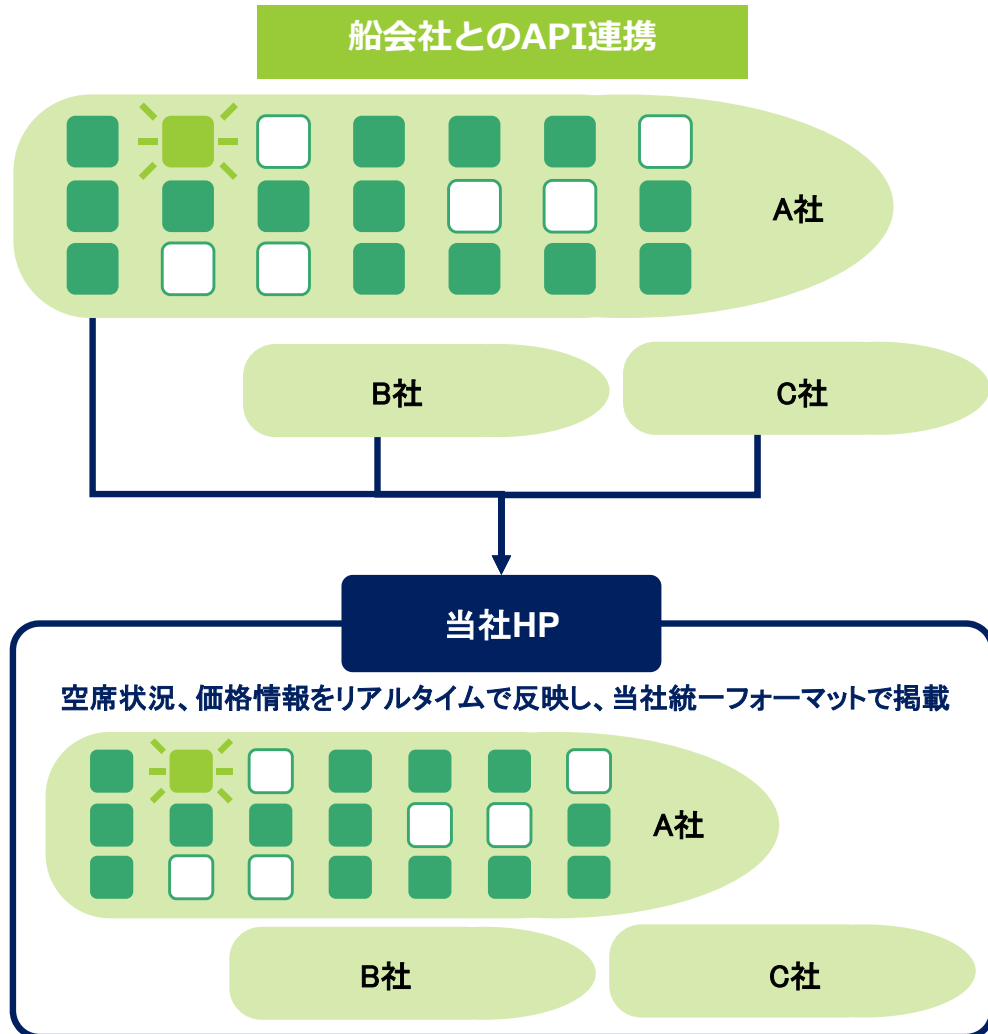
パッケージツアー主体（募集型企画旅行）



- 既成パッケージの為、好みに応じたカスタマイズが難しい
- 添乗員同行や、オプションツアー等をインクルードするため、結果として高額になりがち

強み② API連携

当社グループでは、船会社とのAPI連携により、当社WEBサイトへのコース掲載自動化を強化しております。コース登録に必要な作業時間削減と、当社WEBサイトへのリアルタイムの空室状況及び料金の反映を実現しています。



API連携先

提携船会社	掲載コース数 (本)
MSCクルーズ (イタリア)	984
ロイヤルカリビアンインターナショナル (アメリカ)	896
セレブリティクルーズ (アメリカ)	522
コスタクルーズ (イタリア)	377
カーニバルクルーズ (アメリカ)	298
ノルウェージャンクルーズライン (アメリカ)	274
アザマラクルーズ (アメリカ)	256
プルマントールクルーズ (スペイン)	99
セレスティアルクルーズ (ギリシャ)	3
合計	3,709

注: API(Application Programming Interface)連携とは、ソフトウェアコンポーネントが互いにやり取りするのに使用するインターフェースで、具体的には船会社各社が持つ予約システムの機能や情報を当社WEBサイトで利用すること

注: 2018年2月末時点

強み③ WEB集客力

当社グループでは、WEBサイト構築やWEBマーケティングに関わる主要業務を内製化しております。広告代理店等を利用せず、自社で蓄積した経験・知識を活用して、コストを抑えたWEBマーケティングによる集客や利用顧客のリピーター化を図っております。

SEO / リスティング

● 費用対効果の高いWEB集客力

- 検索主要キーワードで1位キープを目標に運営
- 自社運用でCPCは、前年比33%改善（2017/07期）

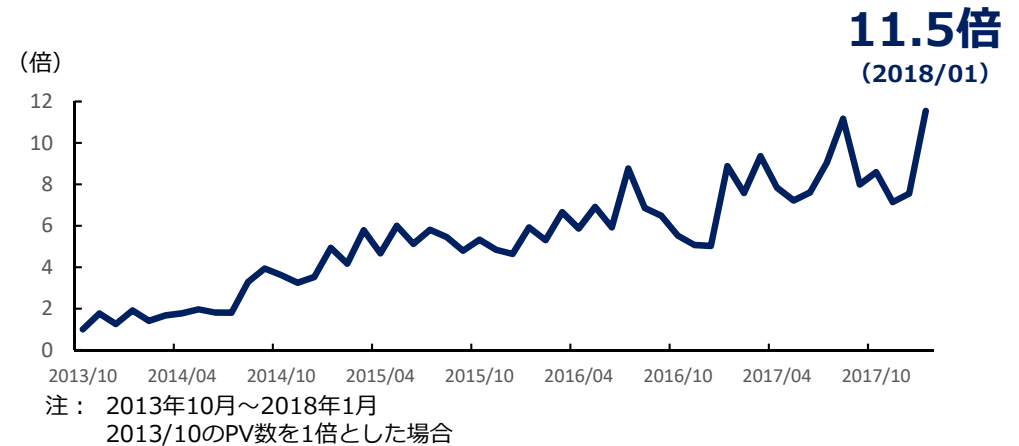
注： CPC (Cost Per Click) は、1クリックを獲得するための広告コスト

WEB開発・運用

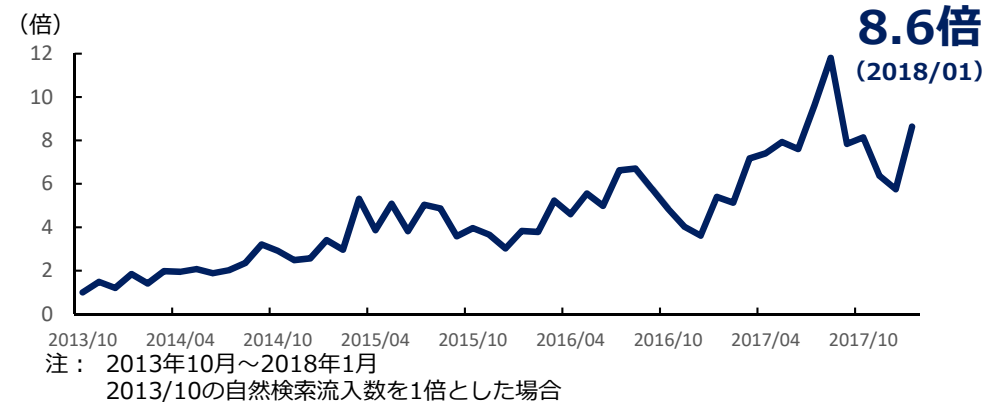
● 社内エンジニアによる対応

- 船会社とのAPI連携によるサイトボリューム向上等のサイト価値向上
- タイムリーな更新により、常にフレッシュな情報を発信

月次PV数



月次自然検索流入数（広告流入除く）



10年以上クルーズ旅行専門の旅行会社として培ったノウハウ・専門性を強みとしております。専門オペレーター（クルーズ・コンサルタント在籍）の電話・メール対応により、新規顧客・リピーター双方のニーズに合致した商品をご案内し、成約率の向上に結び付けています。

新規顧客

- **的確でスピーディーな商品提案**
 - 初めて乗船を検討する、希望があいまいな顧客に対しても、専門性・知識を生かした的確な提案が可能
- **専任担当者による丁寧な接客**
 - 問合せ受付から、提案、手配、出発までを、1人の専任担当が一貫してサポート

オペレーター教育

- **専門性の高いOJT**
 - 旅行業務の中でも、クルーズに絞った業務に特化しているため、専門性を身に付けやすい環境で、早期の育成・戦力化を実現
- **船会社協力による独自研修/説明会**
 - 各船会社を講師に迎え、商品勉強会や乗船研修などの独自研修を定期的を実施

シニア / 富裕層 / リピーター

- **特別感、安心感の提供**
 - 顧客ごとの専任担当者が、次回乗船の相談や手配を担当するため、的確で深いコミュニケーションが可能
 - 船旅に慣れた顧客のニーズにも応えるきめ細やかな対応で、高い付加価値を提供
 - 電話での接客により、シニア層でも安心して利用が可能

CRM（独自の顧客管理システム）

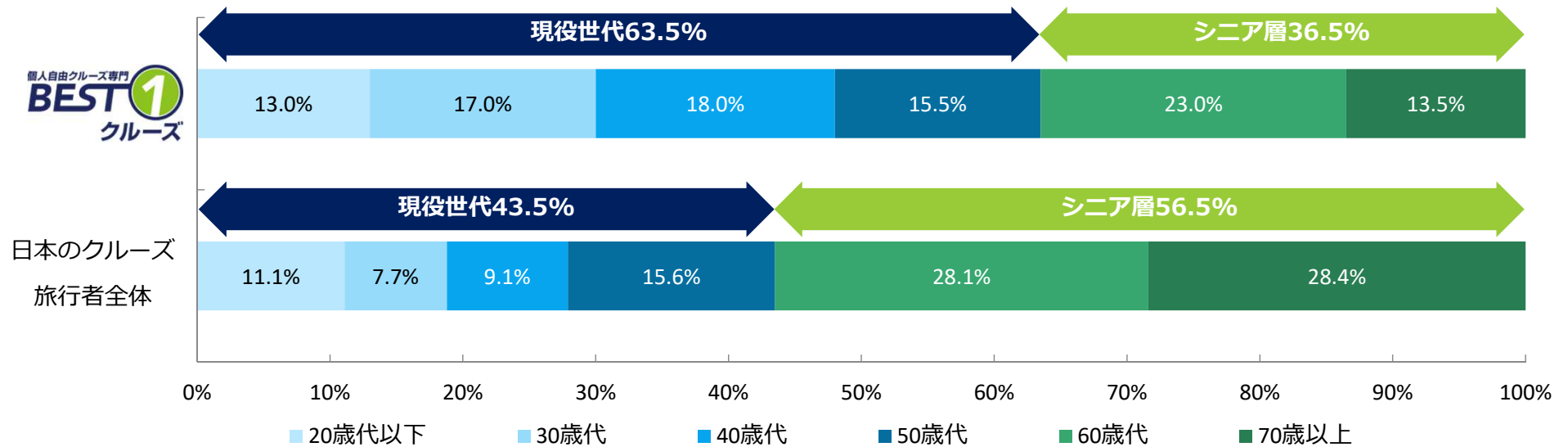
- **顧客属性に合わせたアプローチ**
 - 独自の顧客管理システムで、乗船履歴や検討履歴、年齢等に合わせた提案を、タイムリーに行う仕組みを構築

コスタアワードオンライン部門FIT（個人旅行）優秀賞 受賞（2017/11）
ロイヤルカリビアンインターナショナル優秀セールス賞 受賞（2017/11）

強み⑤ 顧客層

当社顧客の内、50歳代以下の割合は63.5%と、国内クルーズ旅行者全体の同43.5%と比べて現役世代の割合が高くなっております。従来クルーズに馴染みが薄かった顧客層を開拓・獲得し、リピート利用を促すことで、持続的な成長が実現できると考えております。

顧客年齢分布

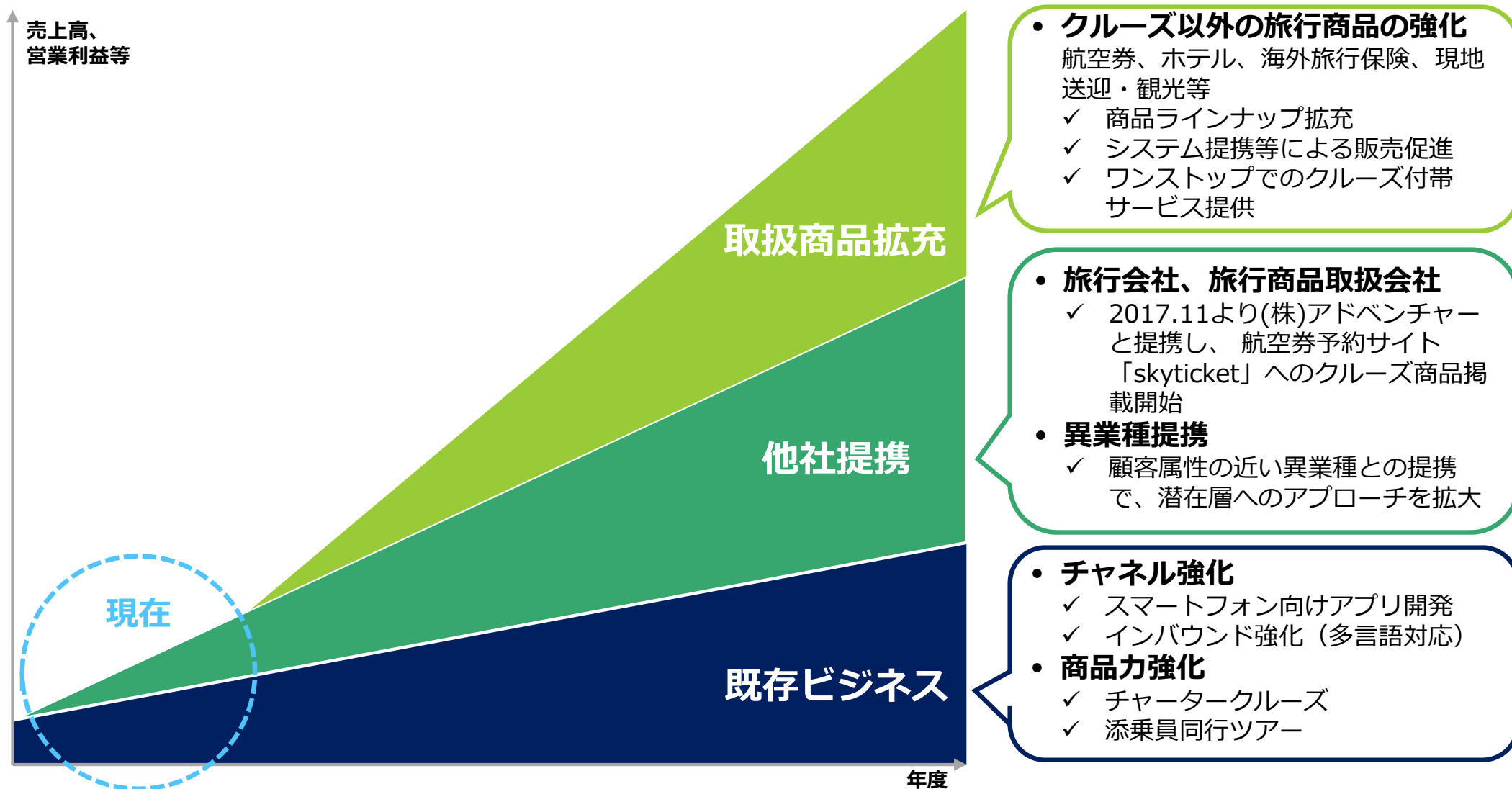


注： 当社顧客分布は2017年7月期、日本のクルーズ旅行者全体の顧客分布は2016年(暦年)
出所： Cruise Lines International Association, 2017 ASIA CRUISE TRENDS



4. 今後の成長戦略

当社グループでは、既存ビジネスのチャネル強化・商品力強化に注力すると共に、他社提携機会の模索や中長期的な取扱商品拡充により、持続的、かつ、スピード感のある成長を目指します。



当社グループの主要顧客層である現役世代により一層訴求していくためのアプリ開発と、足元で急増するインバウンド需要を取り込むためのサービスの多言語化に注力していく予定です。

アプリ開発

● UI・UX向上

- ユーザーが見やすく使い勝手の良いウェブサイトやスマートフォンアプリ作りに取り組むなど、お客様の利便性を高めるIT投資に引き続き注力

● 現役世代への訴求

- 当社グループの主要顧客層である現役世代への訴求のため、スマートフォンアプリの開発に重点的に取り組む予定

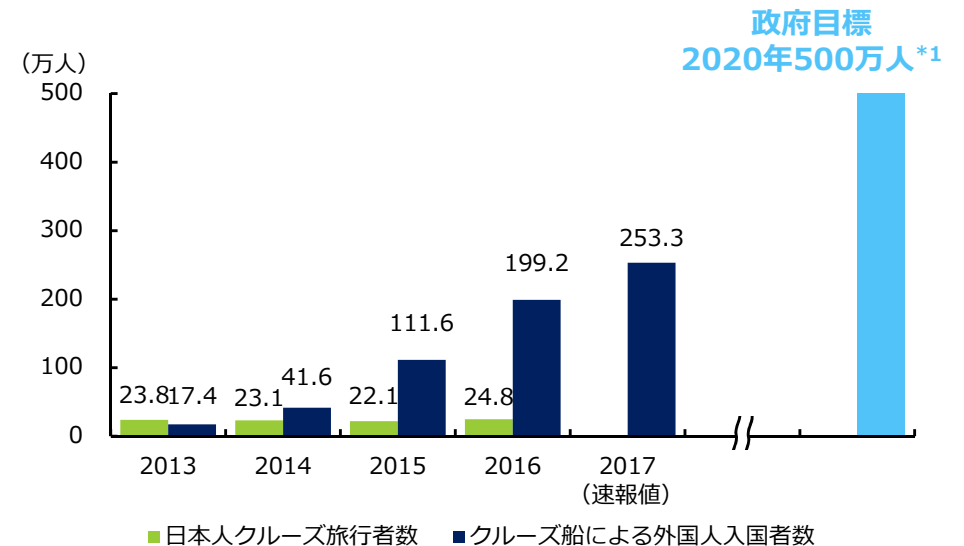


インバウンド強化

● 多言語対応 / 多言語サイトの開発

- 2017年のクルーズ船による外国人入国者数は、2013年の14倍超となる約253.3万人
- 多言語対応により、成長性の高いアジアを中心にインバウンド需要の取り込みを目指す

クルーズ船による外国人入国者数



*1: 国土交通省「明日の日本を支える観光ビジョン」(2016年3月30日)
出所: 国土交通省「2017年の訪日クルーズ旅客数とクルーズ船の寄港回数」

WEB予約サービスだけでなく独自の企画旅行の販売により、ブランド価値の向上を図ります。また新たな収益機会の獲得に向け船会社との関係を強化してまいります。

チャータークルーズ

● 自社チャータークルーズを計画

- 独自商品の販売によるブランド価値の強化
- 自社による値付けが可能となり収益性の改善

船会社総代理店業務

● クルーズ船社の総代理店業務

- まだ日本で販売の無い外国船と契約し、日本の総代理店として取り扱いを行う
- 独占的な商品の取り扱いによる、ブランド価値の向上
- 大手旅行会社へのホールセールによる収益機会の拡大

添乗員同行ツアー

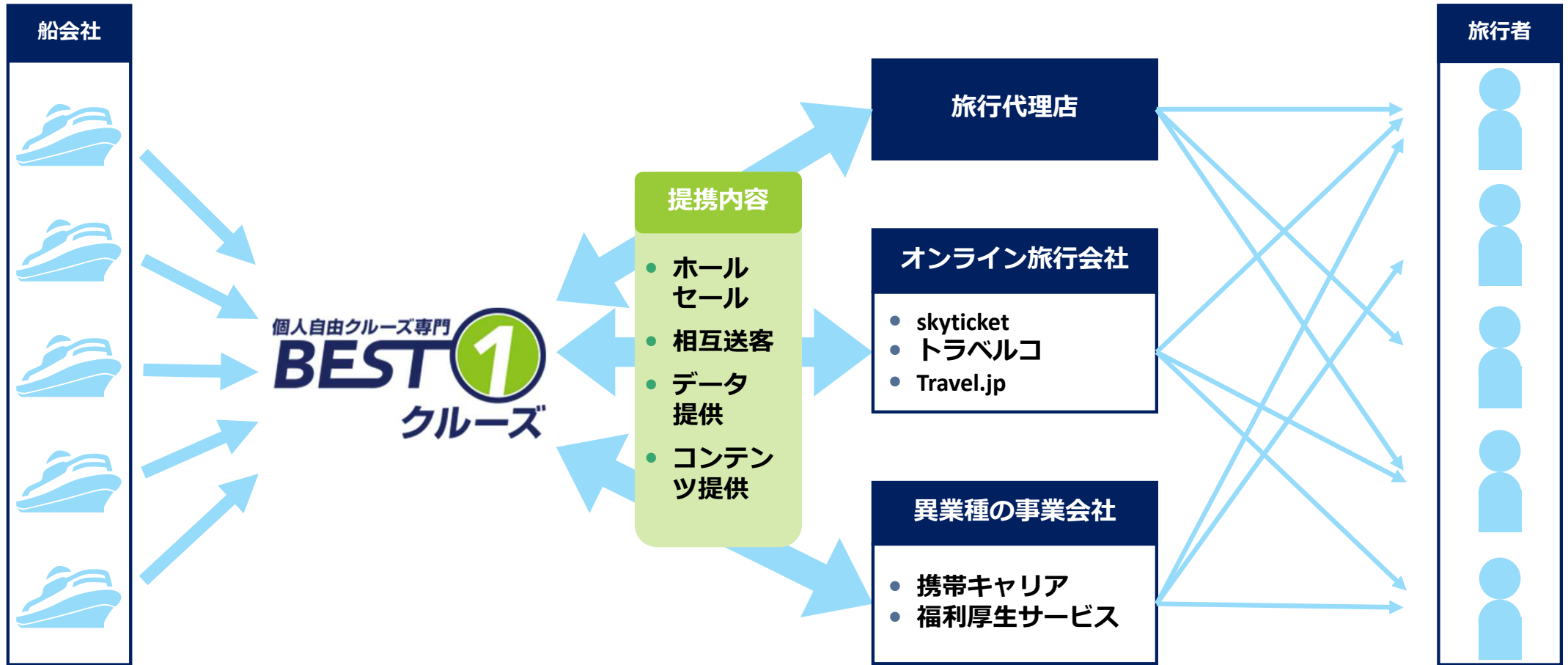
● 自社企画による添乗員同行ツアー

- 現在実施していない、添乗員同行ツアーを企画し、クルーズ旅行への安心感を与えブランド価値の向上を図る

船会社との関係強化

- 直前割引、早期料金等の特別レートの提供
- 当社申し込みによる船上特典
- WEB説明会、クルーズセミナーの開催

オンライン / オフライン旅行会社に対してのクルーズ旅行のホールセール（卸）業務の開始や、異業種との相互送客等、B2B2Cのビジネスモデルの展開を検討しております。



免責事項

- 本資料は投資家の皆様への情報提供のみを目的として株式会社ベストワンドットコム（以下当社）が作成したものであり、いかなる有価証券の売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しておりますが、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身の責任とご判断においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

将来見通しに関する注意事項

- 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あっても、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。