企業調査レポート

オープンドア

3926 東証 1 部

企業情報はこちら >>>

2017 年 7 月 3 日 (月)

執筆：客員アナリスト
内山崇行
FISCO Ltd. Analyst **Takayuki Uchiyama**

FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. 事業概要 01
2. 業績動向 01
3. 今後の見通し 02
■会社概要 03
1. 会社概要 03
2. 沿革 03
■事業概要 05
1. トラベルコ 05
2. Travelko 08
3. GALLERY JAPAN 09
■強みとリスク 09
1. 強み 09
2. リスク 10
■業績動向 11
1. 2017 年 3 月期の業績概要 11
2. 財務状況と経営指標 12
■今後の見通し 13
1. 2018 年 3 月期の業績見通し 13
2. 中期成長イメージ 14
■中長期の成長戦略 16
■株主還元策 16

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

日本最大級旅行比較サイト「トラベルコ」が好調で 2017 年 3 月期は最高益達成

オープンドア <3926> は、日本最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営を中心にインターネットコンテンツの企画運営、ソフトウェア開発を行う Web サービスプロバイダーである。2017 年 1 月にサイト名称を「トラベルコちゃん」から現在の「トラベルコ」に変え、デザイン等の全面リニューアルを実施し、テレビ CM を開始するなど、更なる認知率の向上を図っている。

1. 事業概要

主力サービスの「トラベルコ」は (株) ジェイティービー、エイチ・アイ・エス <9603>、じゃらん net（リクルートホールディングス <6098>)、楽天トラベル (楽天 <4755>)、Expedia<EXPE>、Booking.com（プライスライン・グループ <PCLN>）など、国内外 350 以上の予約サイトと連携し、これらの予約サイトの商品を横断的に検索し、比較できる旅行メタサーチサイト※1 である。パッケージツアー、ホテル、格安航空券、ダイナミックパッケージ※2 など、ほぼすべてのジャンルをカバーしている。在庫情報に連動した価格比較を行うことで圧倒的な価格競争力を実現しており、価格にシビアな F1 層（20 ～ 34 歳の女性) の支持が高い。

※1 メタサーチサイト：複数の検索エンジンに対して一括で検索を行う横断検索システム。
※2 ダイナミックパッケージ：ホテルや航空券などをインターネット上で自由に組み合わせることができ、通常のパックツアーにない旅程を組むことができる、インターネット上で予約が完結できるツアー形態のこと。

海外及びインバウンド市場向けには海外版「トラベルコ」として、多言語旅行比較サイト「Travelko」をサービス提供している。その他には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、「GALLERY JAPAN」を運営している。

2. 業績動向

2017 年 3 月期は主要メニューで固定課金から従量課金に切り換え収益性が向上したこと、「トラベルコ」にイメージを統一してのプロモーション活動、テレビ CM の開始等が奏功し、売上高 2,996 百万円 (前期比 21.4% 増)、営業利益 999 百万円 (同 17.6% 増) と、過去最高の業績を達成した。

2018 年 3 月期は、効果測定を並行して行うため、テレビ CM の実施額を 3 ～ 10 億円を目途に柔軟に調整する計画である。このため、売上高は 3,700 百万円～ 4,000 百万円（前期比 23.5% 増～ 33.5% 増)、営業利益は 800 百万円～ 1,200 百万円（同 19.9% 減～ 20.1% 増）と幅を持たせて見込んでおり、テレビ CM の実施額に注目が必要である。

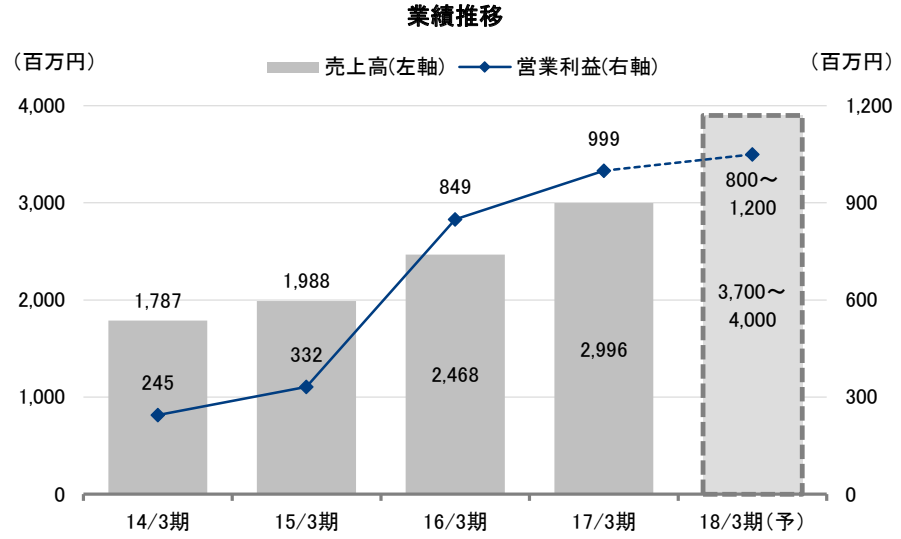
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. 今後の見通し

国内は既存メニューの強化、口コミ情報拡充、旅先で使えるガイドアプリのコンテンツ拡充などに取り組む。海外やインバウンド市場は各国ローカル旅行会社との連携強化、多言語の口コミ情報強化、等に取り組む予定で、中長期的にはグローバル市場でユーザー選択肢の No.1 サイトを目指す。

Key Points

・国内最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営が事業の軸
・2018 年 3 月期は CM 実施額を調整するため売上高・利益見込みは幅を持たせる
・中長期ではグローバル市場でユーザー選択肢の No.1 サイトを目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

2010 年に複数事業を一本化し、旅行事業に注力してから成長が加速

1. 会社概要

同社は、日本最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営を中心にインターネットコンテンツの企画運営、ソフトウェア開発を行う Web サービスプロバイダーである。主力事業は日本人向けの「トラベルコ」の運営であり、加えて海外ユーザーを対象としたインバウンド・海外向け多言語旅行比較サイト「Travelko」や伝統工芸作品紹介サイト「GALLERY JAPAN」の運営も行っている。

2. 沿革

同社は、1997 年 4 月に現在の代表取締役社長の関根大介氏によって設立された。社名には、「常に新しい分野の可能性を求めて、門戸を開き、挑戦し続けたい」という社長の強い想いが込められている。同年 8 月に海外ツアー、海外航空券の検索サービスを行う旅行比較サイト「トラベルコちゃん（後にトラベルコへ名称変更）」をオープンした。その後 2000 年 6 月に国内ツアー、2004 年 12 月には国内宿泊と対象領域を拡充し、旅行事業の事業規模を拡大してきた。

2002 年 7 月には携帯電話向けコンテンツ「RPG 大集合」をオープンし携帯関連事業へ参入し、旅行事業と携帯関連事業の 2 本立ての事業構造となった。しかし、2010 年度に携帯関連事業のリソースを旅行事業に集中させ、すべてのメニューの改修と、足りない商品ジャンルの拡充を進め、「同じ条件なら最も安い旅行が見つかる」の実現を目指した。この取組が、価格に最もシビアとされる F1 層に支持され、口コミでユーザー基盤が拡大し、成長ペースが加速した。

2014 年 3 月には、海外ホテルに特化した個人顧客向け宿泊予約サイトを運営するホテルスキップ (株) の株式を取得し子会社化した。2014 年 10 月には海外向け多言語旅行比較サイト「HOTELSAURUS（ホテルサウルス）」（後に Travelko へ名称変更）と、伝統工芸作品を世界へ紹介するサイト「GALLERY JAPAN」をオープンし、事業の多角化を推進する。

なお、2015 年 12 月に東証マザーズに上場し、2016 年 12 月に東証 1 部に市場変更している。

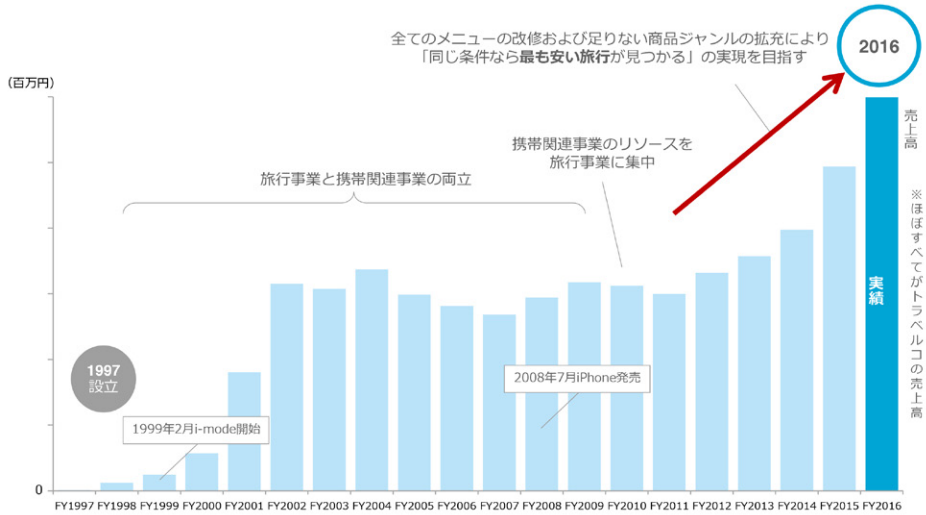
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

同社沿革

年月	概要
1997年 4月	同社設立
1997年 8月	旅行比較サイト「トラベルコちゃん」をオープン トラベルコちゃん「海外ツアー検索サービス」をオープン トラベルコちゃん「海外航空券検索サービス」をオープン
2000年 6月	トラベルコちゃん「国内ツアー検索サービス」をオープン
2002年 7月	携帯コンテンツ「RPG 大集合」をオープン
2003年 7月	携帯コンテンツ「無料ゲーム大集合」をオープン
2004年12月	トラベルコちゃん「国内宿泊検索サービス」をオープン
2010年 1月	トラベルコちゃん「海外宿泊検索サービス」をオープン
2013年 1月	トラベルコちゃん「国内航空券検索サービス」をオープン
2013年 6月	トラベルコちゃん「国内ダイナミックパッケージサービス」をオープン
2014年 1月	トラベルコちゃん「海外ダイナミックパッケージサービス」をオープン トラベルコちゃん「海外現地クチコミサービス」をオープン
2014年 3月	ホテルスキップ（株）の株式を取得し子会社化
2014年 4月	次世代育成支援対策推進法に基づく、基準適合一般事業主認定（くるみんマーク）取得
2014年10月	海外向け多言語旅行比較サイト「HOTELSAURUS」をオープン HOTELSAURUS「宿泊検索サービス」をオープン 伝統工芸作品を世界へ紹介するサイト「GALLERY JAPAN」をオープン
2015年 4月	HOTELSAURUS「航空券検索サービス」をオープン
2015年 5月	HOTELSAURUS「現地クチコミサービス」をオープン
2015年12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2016年 6月	海外向け多言語旅行比較サイト「HOTELSAURUS」の名称を「Travelko」に変更
2016年12月	東京証券取引所市場第 1 部への上場市場変更
2017年 1月	サイト名称を「トラベルコちゃん」から「トラベルコ」に変更

出所：有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

長期業績推移



出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

国内最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営が事業の軸

同社グループは、同社と連結子会社ホテルスキップとの 2 社で構成され、旅行関連事業を主力事業として展開している。同社は旅行比較サイト「トラベルコ」のほか、海外向け多言語旅行比較サイト「Travelko」、伝統工芸品紹介サイト「GALLERY JAPAN」の運営を行っており、ホテルスキップは海外及び国内ホテルの予約、手配、販売等を行っている。

1. トラベルコ

(1) 概要

「トラベルコ」は、国内外 350 以上（2017 年 3 月末現在）の予約サイトと連携し、海外及び国内のパッケージツアー、ホテル、格安航空券、ダイナミックパッケージなどのほぼすべての旅行商品をオンラインで一括して検索・比較することができる旅行メタサーチサイトである。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・チケットを網羅していること、パッケージツアー、ホテル、格安航空券等の各旅行商品のジャンルごとの横断検索ができることなどが特徴である。併せて、海外在住のガイド等の現地のプロによる現地口コミ情報や旅の情報ブログを掲載し、旅行に関してユーザーが求める情報をすべて網羅できるように構築されている。

トラベルコ

出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

(2) ビジネスモデル

同社の収入は、従量課金収入、固定課金収入、広告収入の 3 つで構成されているが、同社では固定課金収入から成功報酬型の従量課金への転換を進めており、2017 年 3 月期は従量課金収入が約 80% を占めている。

a) 従量課金収入

「トラベルコ」経由で旅行商品を購入した場合等の成果に応じて、同社が旅行会社から手数料を受け取る、成果報酬型の契約である。

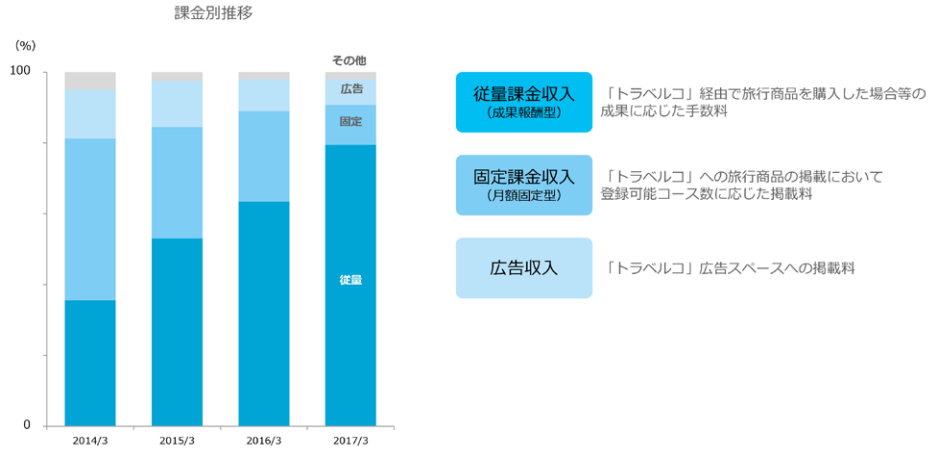
b) 固定課金収入

「トラベルコ」への旅行商品の掲載において、登録可能コース数に応じた掲載料を同社が旅行会社から手数料を受け取る、月額固定型の契約である。

c) 広告収入

「トラベルコ」の広告スペースに広告を掲載し、得意先企業から掲載料を受け取る契約である。

課金別推移



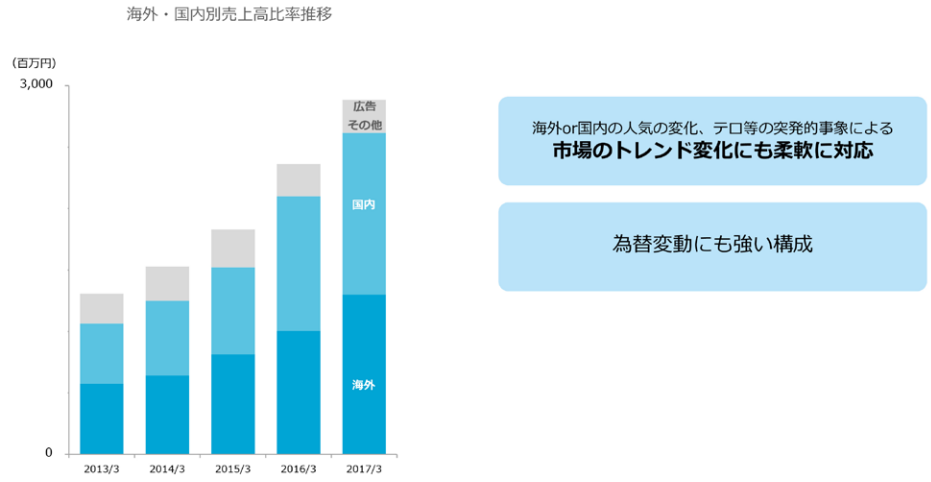
出所：決算説明会資料より掲載

(3) 売上高推移

当初、「トラベルコ」は海外旅行が主力であったが、国内旅行も価格競争力の向上により拡大してきている。近年は海外、国内ともに伸びており、バランスがとれた売上構成になっている。海外または国内それぞれの人気の変化や、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でき、為替変動にも強い構成となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

海外・国内別売上高比率推移



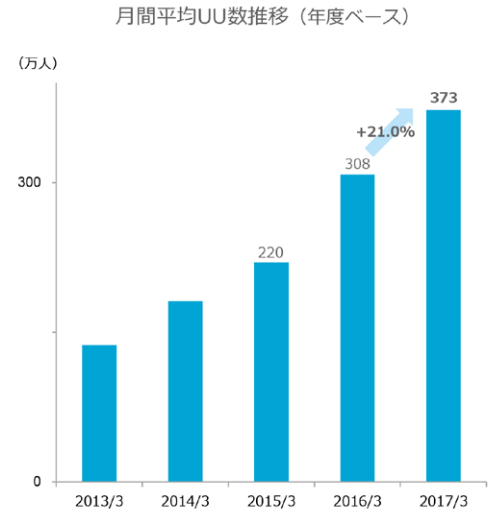
出所：決算説明会資料より掲載

(4) 利用者数推移及びユーザー属性

月間平均 UU 数※の推移を見ると順調に推移しており、2016 年 3 月期の 308 万人から 2017 年 3 月期の 373 万人へと順調に拡大している。なお、ユーザー層を見ると、価格と内容に最もシビアな F1 層からの支持が高いのが特徴である。

※ UU（Unique User）数は、Web のアクセス数の単位の一つで、特定のユーザーが、同一のデバイスでひと月の間に何度訪問しても、1 人としてカウントする。

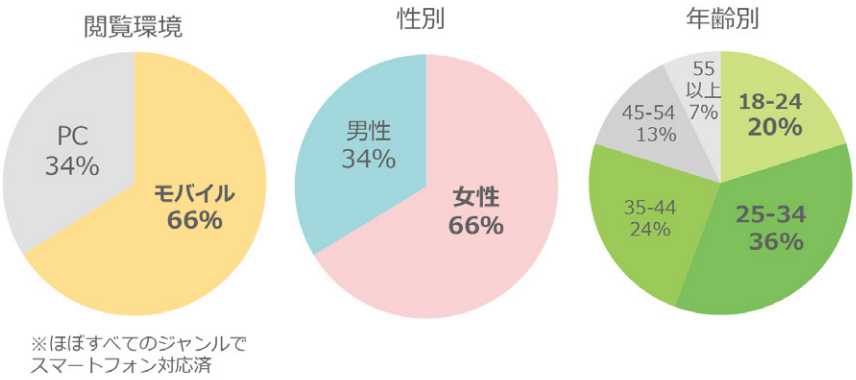
月間平均 UU 数推移（年度ベース）



出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

ユーザー属性

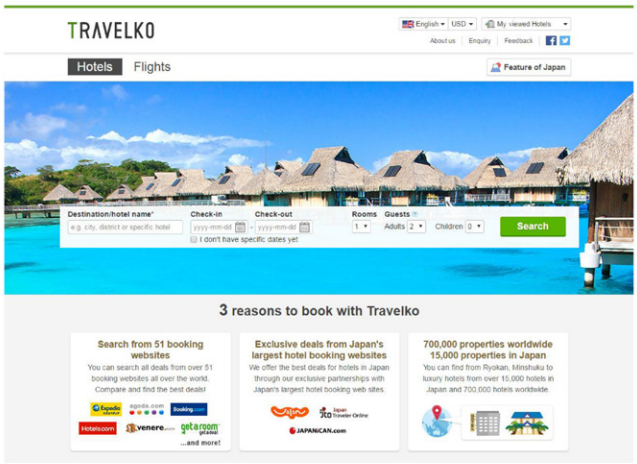


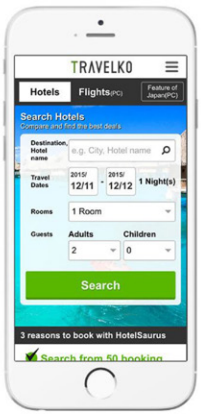
注：2016/4 - 2017/3 の同社アクセス解析データ
出所：決算説明会資料より掲載

2. Travelko

Travelko は海外、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である。海外在住者が日本へのインバウンド旅行を探す際にはもちろん、自国内及び他国への旅行を探す場合にも利用でき、日本在住の外国人の旅行探しにも役立つ。英語、中国簡体字、繁体字（台湾）、繁体字（香港）、韓国語にも対応している。2016 年 6 月にブランドイメージの統合のため、従来の「HOTELSAURUS」から「Travelko」に名称を変更し、ブランドイメージの統一によるブランド力の強化を図った。

Travelko





2014年10月スタート

対応言語

英語
中国簡体字
繁体字（台湾）
繁体字（香港）
韓国語

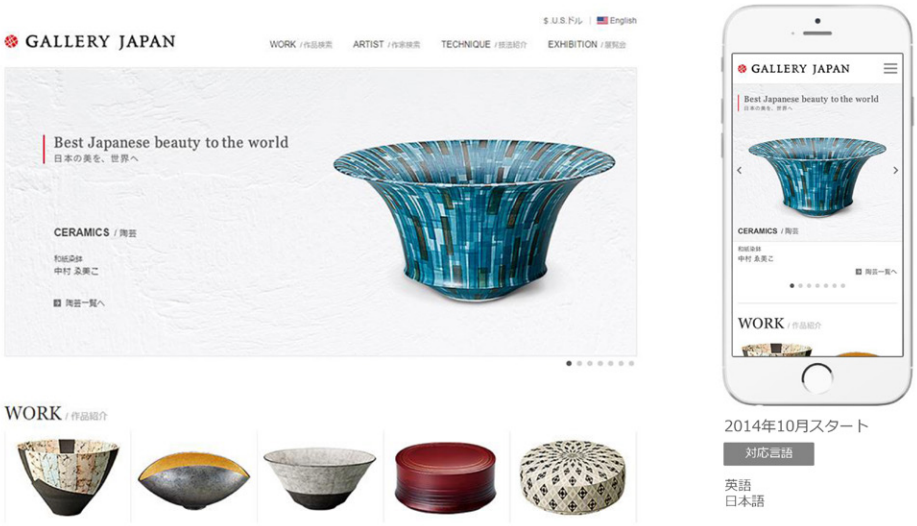
出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. GALLERY JAPAN

GALLERY JAPAN は海外及びインバウンド市場をターゲットとした日本の “ 伝統工芸作品 ” を世界へ紹介するサイトである。日本が誇る伝統美の 1 つを日本だけでなく世界に向けて発信するため、日本語と英語で展開している。公益社団法人日本工芸会の協力を得て、人間国宝（重要無形文化財保持者）や工芸作家が、丹精込めて作り上げた陶芸・染織・漆芸・金工・木竹工・人形・ガラス・七宝などを作品ごとに紹介するとともに、作風や経歴など作家の情報も発信している。

GALLERY JAPAN



出所：決算説明会資料より掲載

強みとリスク

圧倒的な価格競争力と高いブランド認知力が強み

1. 強み

「トラベルコ」の強みは国内トップクラスの商品競争力と、それを背景に構築された高いブランド力である。商品競争力が強い理由は、以下 3 点と考えられる。

（1）商品数の多さ

350 以上という他社サイトと比べても数多くの予約サイトから検索が可能であり、商品情報が多い。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

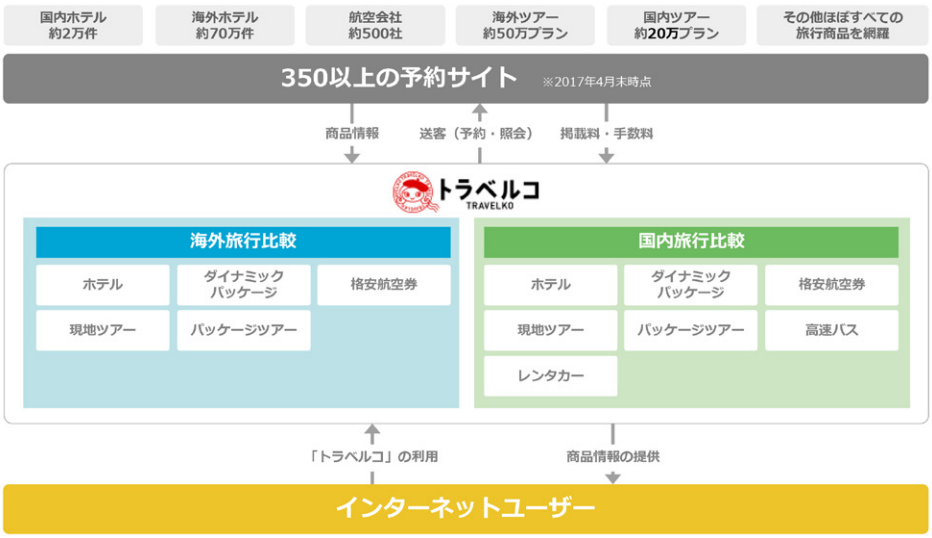
(2) 商品ジャンルの広さ

他社ではホテルだけをカバーしているような会社もあるが、同社ではパッケージツアー、ホテル、格安航空券、ダイナミックパッケージなど、ほぼすべてをカバーしており商品ジャンルが広い。

(3) トラベルコ内での価格競争

提供元がトラベルコ内での価格競争に勝つために低価格を提示してくるケースがある。このため、他の比較サイト経由での購入や、提供元からの直接購入より、トラベルコ経由の方が安いケースがある。

「トラベルコ」ビジネスモデル



出所：決算説明会資料より掲載

これらの結果、圧倒的な価格競争力を実現しており、それを背景に構築された高いブランド認知力で、広告費をほとんどかけなくとも、口コミによりユーザーが増加する構造を確立できている。このため、広告比率は年々減少する傾向にあり※、売上高が増えれば利益率が高まる収益構造となっている。

※ 2018 年 3 月期は新たなユーザー層を獲得し、来期以降の成長スピードを加速するため TVCM を含むマス広告を実施する計画である。

2. リスク

同社グループが事業展開するインターネット関連の市場では、技術革新のスピードや顧客ニーズの変化が速く、それに基づく新機能の導入が相次いで行われている。同社グループは、これらの変化に対応するため、プログラムやシステムの更新を進めるとともに、システム部門を中心に人材育成、システムの更新等必要な対策を講じているが、想定外の技術革新があった場合、多額のシステム関連投資が必要になる可能性がある。また、技術革新に適切な対応ができない場合、同社サービスの競争力が低下し、同社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2017 年 3 月期はサイト名称変更や TVCM 放映等で UU 数・認知率向上に成功

2017 年 3 月期は大きな施策として、サイトリニューアルにより「トラベルコちゃん」から「トラベルコ」に名称変更をしている。また、テレビ CM「価格が見える風景」を東名阪 3 エリアで放映したこともあり、認知率の向上に成功した。加えて、主要メニューで固定課金から従量課金への移行を行い収益性が向上した。そのほかにも、以下のような施策に取り組んでいる。

2017 年 3 月期取組内容

分類	取組内容
サービス	・サイトリニューアル ・海外航空券価格追跡メール ・国内日帰りバスツアーリニューアル
新規連携	人気の旅行サイトから航空会社、民泊プラットフォームまで積極的システム連携を継続 ・Yahoo! トラベル ・T トラベル ・Hotels.com ・Airbnb など多数
システム提供	戦略的パートナーに対し横断検索システムの提供拡大 ・JCB トラベル ・日本航空 ・日本旅館協会「やど日本」 ・ジーリーメディア「樂吃購！日本」
アプリ	オフラインでも利用可能な無料地図アプリ「トラベルコマップ」をリリース

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

1. 2017 年 3 月期の業績概要

2017 年 3 月期の業績は、売上高 2,996 百万円（前期比 21.4% 増）、営業利益 999 百万円（同 17.6% 増）、経常利益 1,006 百万円（同 19.7% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 632 百万円（同 18.0% 増）と、第 4 四半期に計画どおり約 230 百万円のテレビ CM を実施したことで販管費が増加したが、増収増益となった。売上高は計画比で 1.8% 減となったが、これは、燃油サーチャージの廃止、日本発 LCC の増加、テロによる海外旅行トレンドの変化により下期において海外旅行商品の単価が下落したことが要因である。ただし、2017 年 2 月以降、海外旅行商品の単価は回復基調にあり、大きな問題とならないと思料される。また、2017 年 3 月期の営業利益は計画比で 8.5% 増、前年同期比で 17.6% 増であった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2017 年 3 月期業績

(単位：百万円)

	16/3 期		17/3 期		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比
売上高	2,468	100.0%	2,996	100.0%	21.4%
売上原価	492	20.0%	540	18.0%	9.8%
販管費	1,126	45.6%	1,456	48.6%	29.4%
営業利益	849	34.4%	999	33.3%	17.6%
経常利益	840	34.1%	1,006	33.6%	19.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	536	21.7%	632	21.1%	18.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

自己資本比率 80% 超と高い安全性を誇る

2. 財務状況と経営指標

2017 年 3 月期末における総資産は前期末に比べ 765 百万円増加し、4,050 百万円となった。内訳を見ると、流動資産は主に現金及び預金の増加 459 百万円と売上高の増加に伴う売掛金の増加 174 百万円により、前期末に比べ 683 百万円増加し 3,591 百万円となった。固定資産は、敷金及び保証金の差入等による投資その他の資産の増加 97 百万円により 81 百万円増加し 458 百万円となった。

負債は、704 百万円となり、126 百万円増加した。内訳を見ると、流動負債は主に未払金 121 百万円の増加と資産除去債務 13 百万円の増加により、137 百万円増加し 702 百万円となった。固定負債は、資産除去債務の減少で 10 百万円減少し、2 百万円となった。純資産は、主に親会社株主に帰属する当期純利益 632 百万円の計上により 638 百万円増加し 3,345 百万円となった。経営指標について見ると、株式上場による資金調達と業績拡大による当期純利益の計上により、健全性を表す流動比率、自己資本比率ともに極めて高い水準となっている。収益性を表す ROE、売上高営業利益率ともに極めて高い水準となっており、問題点はない。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	16/3 期	17/3 期	増減額
流動資産	2,907	3,591	683
(現金及び預金)	2,533	2,993	459
固定資産	377	458	81
総資産	3,285	4,050	765
流動負債	565	702	137
固定負債	12	2	-10
負債合計	578	704	126
純資産	2,706	3,345	638
(安全性)			
流動比率	514.3%	511.2%	-3.1
自己資本比率	82.4%	82.6%	0.2
有利子負債比率	0.0%	0.0%	0.0
(収益性)			
ROA	30.4%	27.4%	-3.0
ROE	23.9%	20.9%	-3.0
売上高営業利益率	34.4%	33.3%	-1.1

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2018 年 3 月期は CM 実施額を調整するため 売上高・利益見込みは幅を持たせる

1. 2018 年 3 月期の業績見通し

2018 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 23.5% 増～ 33.5% 増の 3,700 百万円～ 4,000 百万円、営業利益で同 19.9% 減～ 20.1% 増の 800 百万円～ 1,200 百万円、経常利益で同 20.5% 減～ 19.3% 増の 800 百万円～ 1,200 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 24.1% 減～ 13.8% 増の 480 百万円～ 720 百万円と、幅を持たせて見込んでいる。

2018 年 3 月期の評価指標については「認知率」を最重要とし、CM 等により認知率 25% 以上（2017 年 3 月時点で 17.6%）を目指す。2017 年 3 月は予約実績が順調に伸び、4 月出発分がベースとなる 4 月の売上げについては好結果を得たが、3 月末の旅行会社の倒産、ヨーロッパでのテロ、朝鮮半島情勢等の問題に加え、昨夏から続く検索エンジンの表示順位の不安定な変動が 4 月に拡大するなど、状況には波があった。こういった外的要因が前期の CM の効果測定の妨げとなったため、今期は CM と効果測定を並行して行い、実施額は 3 億～ 10 億円を目途に柔軟に調整する。実施額が未確定のため、売上高・各利益ともに幅を持たせた設定としている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

なお、2017 年 7 月の本社移転に伴う移転関連費用として 1.3 億円の発生を見込んでいる。

2018 年 3 月期通期予想

（単位：百万円）

	17/3 期 実績	18/3 期 通期予想	増減額	前期比
売上高	2,996	3,700 ～ 4,000	703 ～ 1,003	23.5% ～ 33.5%
売上原価	540	680 ～ 680	139 ～ 139	25.7% ～ 25.7%
売上総利益	2,455	3,020 ～ 3,320	564 ～ 864	23.0% ～ 35.2%
販売費及び一般管理費	1,456	1,820 ～ 2,520	363 ～ 1,063	24.9% ～ 73.0%
営業利益	999	800 ～ 1,200	-199 ～ 200	-19.9% ～ 20.1%
営業外損益	6	0	-6	-
経常利益	1,006	800 ～ 1,200	-206 ～ 193	-20.5% ～ 19.3%
特別損益	-2	0	2	-
親会社株主に帰属する当期純利益	632	480 ～ 720	-152 ～ 87	-24.1% ～ 13.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2020 年 3 月期には認知率 50% を目指す

2. 中期成長イメージ

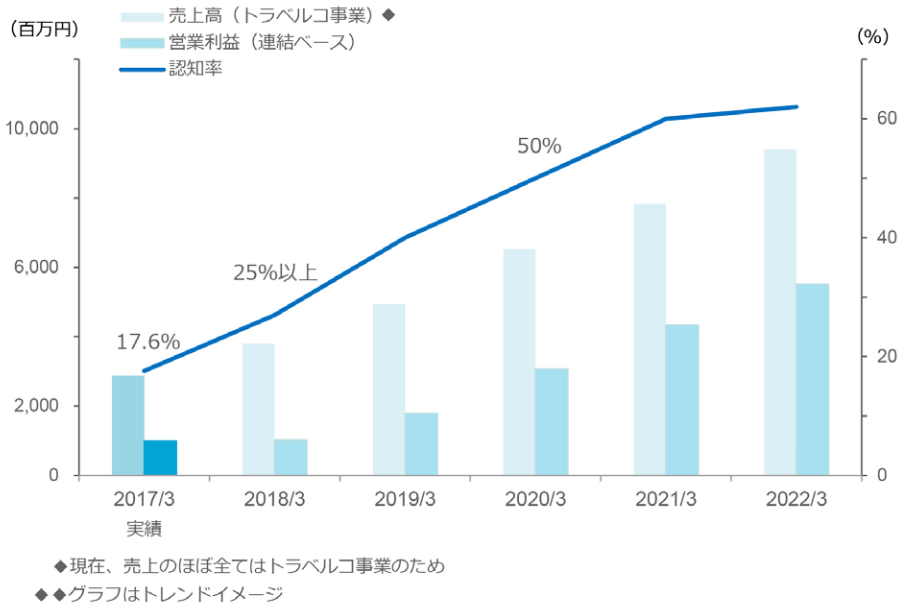
旅行業界におけるトップブランドの認知率は約 70% であり、「トラベルコ」は 2020 年 3 月期を目途に 50% を目指している。売上げに直接的に寄与する UU の上昇は、認知率に加えメジャーブランドとしてのイメージの定着率に比例すると考えられるため、UU 数・売上げについても認知率上昇カーブに遅れて連動し、成長すると予想している。

なお、マス広告についてはメジャー感を維持するため、一定額を継続投資するものとして想定している。また、売上げが認知率と比例して成長するためには商品の価格競争力も重要であるが、これについては同社の強みであり今後も維持できるものと想定している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

「トラベルコ」の中期成長イメージ



出所：決算説明会資料より掲載

(1) トラベルコ（国内市場）

2018 年 3 月期の取り組みとして、「トラベルコ」（国内市場）では、既存メニューの強化・アプリ化や、口コミ情報の拡充に加えて、「トラベルコマップ」アプリのコンテンツ拡充を計画している。また、2017 年 3 月に起きた旅行会社の倒産等の対策として掲載基準の厳格化や、キュレーションサイトの盗用疑惑の対策として旅のプロによる口コミ情報の拡充など、利便性の向上と信頼性の向上に取り組んでいる。

(2) Travelko（海外及びインバウンド市場）

「Travelko」（海外・インバウンド市場）では、各国ローカル旅行会社との連携強化、民泊・パッケージツアー・オプショナルツアー予約の開始、多言語での国内口コミ情報強化や訪日メディアへのシステム提供などを推進する計画となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中長期の成長戦略

中長期ではグローバル市場でユーザー選択肢の No.1 サイトを目指す

2020 年の東京オリンピック開催に向けて、旅行のオンライン市場、インバウンド市場は成長が続く見通しである。これを受けて、同社では、「トラベルコ」のシェア拡大、国内事業のシェア拡大に最優先に取り組み、次いで、インバウンド事業を推進し、Travelko、GALLERY JAPAN の収益増加を図る。そして、中期的には売上高 100 億を目指し、その後にはグローバル市場でユーザー選択肢の No.1 サイトを目指す。

中長期成長イメージ

出所：決算説明会資料より掲載

株主還元策

内部留保の充実を優先し、業績拡大による株価の上昇で株主に報いる

同社は、株主に対する利益還元を経営上の重要施策であると認識しているが、高い成長を持続することにより株主に報いることも重要な経営課題と考えている。このため、同社はこれまで成長につながる内部留保を優先し、配当を行っていない。将来的には、各期の業績、財務体質を勘案しつつ利益還元を検討していく方針とのことである。当面は業績拡大を図り、1 株利益を増大させ、株価を上昇させることが、株主還元の基本方針と考えている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

FISCO

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“ＪＡＳＤＡＱ ＩＮＤＥＸ”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものですが、その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようにお願いします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ