

# 事業計画及び成長可能性 に関する説明資料

フォルシア株式会社  
2026年5月27日

## 目次

01. 事業概要
02. 2026年2月期 通期実績・KPI・今後の見通し
03. 当社の競争優位性
04. 成長戦略
05. リスク情報
06. Appendix

## 01. 事業概要

A large, light gray watermark of the FORCIA logo is centered on the page. It consists of the word "FORCIA" in a bold, sans-serif font, with a stylized wave above and below the text.

## 旅行・観光業界のデータ流通を担うビジネスハブ

会社名	フォルシア株式会社
証券コード	304A（東証グロース）
所在地	東京都新宿区新宿4丁目1-6 JR新宿ミライナタワー13階
設立	2001年3月
代表取締役社長	屋代 浩子
資本金	236,679,500円
社員数	140名(2026年2月28日現在)



当社は旅行・観光業界のデータ流通を担うビジネスハブとして、デジタルビジネスプラットフォーム事業を展開しています。膨大・複雑なデータから必要な情報を的確に抽出する検索テクノロジーを基盤としたシステム開発やサービス提供、コンサルティングを通じ、インターネット上に存在する有益な情報を円滑に流通させることを企業活動の根幹に据えています。

## 事業領域

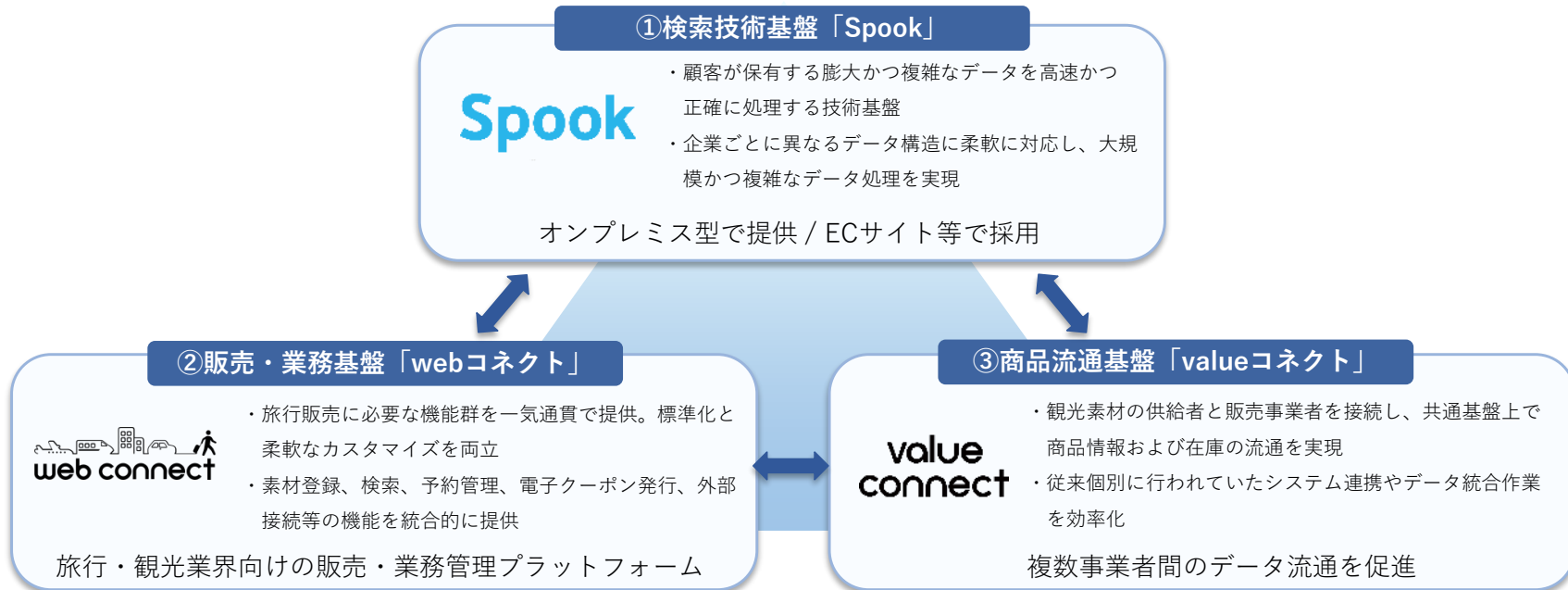
# 旅行・観光業界のビジネス全体を支えるシステム基盤を提供



当社は、旅行・観光業界のビジネス全体を支えるシステム基盤を提供しています。大量・複雑なデータから必要な情報を的確に抽出する独自の検索技術基盤「Spook」を軸に、企業ごとに異なるデータ構造を整理・最適化し、ユーザーが目的の情報に迅速に到達できる状態を実現することで、顧客のビジネス機会の拡大と付加価値向上に貢献しています。

# 当社のプロダクト

## 柔軟なカスタマイズに対応し、顧客ごとに最適なサービスを提供

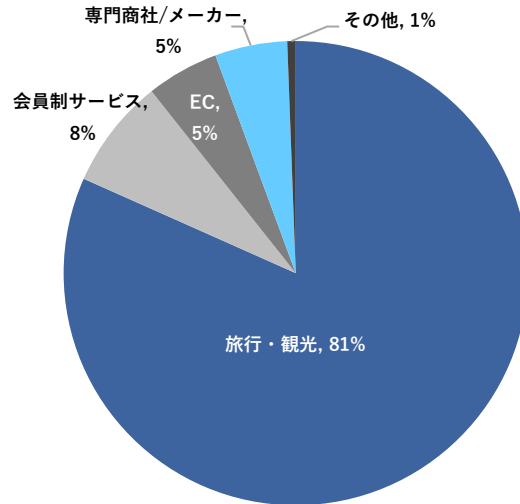
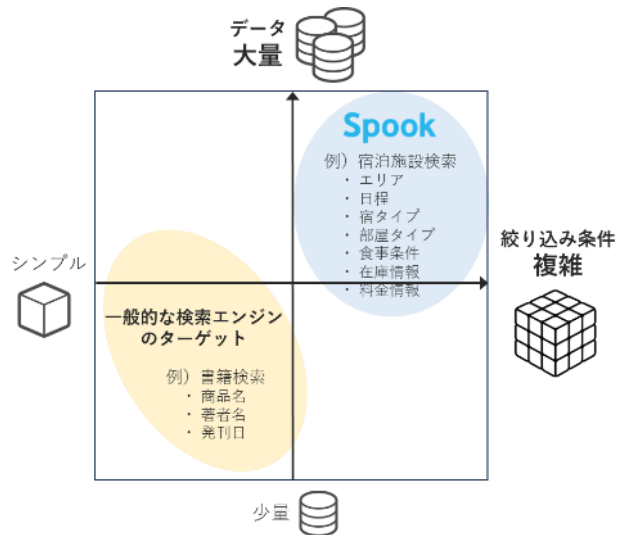


当社の特徴は、企業ごとに異なるデータの形式や構造を整理・最適化し、柔軟なカスタマイズに対応しながら、最適なサービスを提供する点にあります。このデータ流通基盤の上で、検索、販売、予約、データ連携といった各機能の一体的な提供を可能とすることで、顧客のビジネス全体を支える仕組みを実現しております。

## 01. 事業概要

## 当社提供サービス

## 大量・複雑なデータ制御が必要な場面で真価を発揮



## 当社取引先の業界別構成比 (2026年2月期 売上高を業界別に分類)

## 当社サービスの得意領域

旅行・観光領域においては、日時、場所、部屋タイプ、食事条件、交通手段、経路など多様な要素が組み合わされるとともに、それらの在庫および料金が時々刻々変動するため、取り扱うデータは極めて複雑であり、高度なデータ処理および業界特有の知識が求められます。

当社は、顧客ごとの要件に応じた個別ソリューション提供から標準化されたプロダクト提供までを含む形で事業を展開しております。大手旅行会社の予約サイトや専門商社のECサイトなど、高度なデータ処理が求められる分野において当社のサービスが導入されています。

# 01. 事業概要

## 当社サービス導入例① ECサイト

### 複雑な検索条件の下で優位性を発揮

**宿タイプを「ホテル」のみで検索**

**予約できる施設がない**  
ユーザーが詳細エリア条件を入力する前に検索結果件数を先回りして表示(該当がないエリアは最初からグレースアウト)

**宿タイプの検索条件を変更**

**検索条件が変わったことで予約できる施設がある**

絞り込み すべて解除 1,403 件中1件-20件を表示

メーカー

- 180
- A&Pメディアコミュニケーションズ アラミックス P10
- Counting Star®
- F&D®
- HENKELS
- Hoken ジャパン
- Hurdlesh Healthcare®

価格帯

カテゴリ

- 高純・高濃(100)
- 標準処理(10)
- 除菌(41)
- 消毒(8)
- 噴霧(8)
- 専門科目(20)

**コンパテック ジャパン**  
**コンパテック ダイヤモンド 消臭・吸引ゲル化剤**  
水溶性の高い誘捕剤の方の毎日を持ち寄りセット。  
1種類の商品があります  
標準価格  
¥4,180(税込)

**ノバライフ**  
**ノバライフITRE**  
11種類の商品があります  
標準価格  
¥6,000(非課税)

#### 先回り検索でのゼロ件ヒットの回避

ユーザーによる目的地や日付、人数のクリックに連動して、まだユーザーが指定していない条件での検索結果の件数を瞬時に変動させる「先回り検索」も当社技術の優位性を活かした機能の一つ。これにより、ユーザーは検索結果の表示を待つことなく、必要な情報を即座に把握可能。

#### 細やかな仕様・規格での絞り込み検索

理化学機器や医療機器のように仕様や規格が細やかに分類されているものも、それぞれの商品に見合った豊富な絞り込み条件で検索可能。専門性の高い機器の中から、メーカーやカテゴリ、価格帯などの複雑な条件を組み合わせると同時に結果を表示します。

## 当社サービス導入例② 旅行予約アプリ

# 「旅行」のオンライン販売の裏側を支える



EX旅先予約 (JR東海)



EX旅パック (JR東海)

### EX旅先予約・EX旅パック (JR東海運営サービス)

東海道・山陽・九州新幹線のネット予約&チケットレス乗車サービス「EXサービス」の新サービスとして2023年10月より販売開始された旅行商品「EX旅先予約」・「EX旅パック」の販売システムへ当社がシステム提供をしています。

# 01. 事業概要

## 当社サービス導入例③ MaaSアプリ

### 「交通手段」 × 「宿泊施設」 セット予約に対応



### 交通手段と宿泊プランのセットでの検索

検索条件にマッチする列車チケットと宿泊施設の在庫情報を即座に組み合わせることで表示。座席はシートマップから選択可能。

※「箱根旅行の予約システム」ダイナミックパッケージ画面イメージ  
[\(当社プレスリリース「フォルシアwebコネクテ、5月15日より小田急電鉄にサービス提供開始～小田急ロマンスカーを使った箱根の旅をシームレスに～」\(2023年5月9日\)\)](#)

### MaaSアプリ上での電子チケット利用

MaaSアプリ上で公共交通・観光施設・体験アクティビティを電子チケットとして予約・購入することが可能。

※STLOCAL 交通関連フリー乗車券 画面イメージ  
[\(当社プレスリリース「フォルシアwebコネクテ、ゼンリン「STLOCAL」の電子チケットシステム基盤を構築～MaaSアプリ上で着地教材のチケットングをシームレスに実現～\(2024年2月29日\)\)](#)

# 01. 事業概要

## 当社サービス導入例④ 基幹システム

### 大手旅行会社を支える業務基盤としてのサービス導入



<航空 + 宿泊> 国内ダイナミックパッケージ販売画面イメージ

#### フルスペック型webコネクットの提供価値

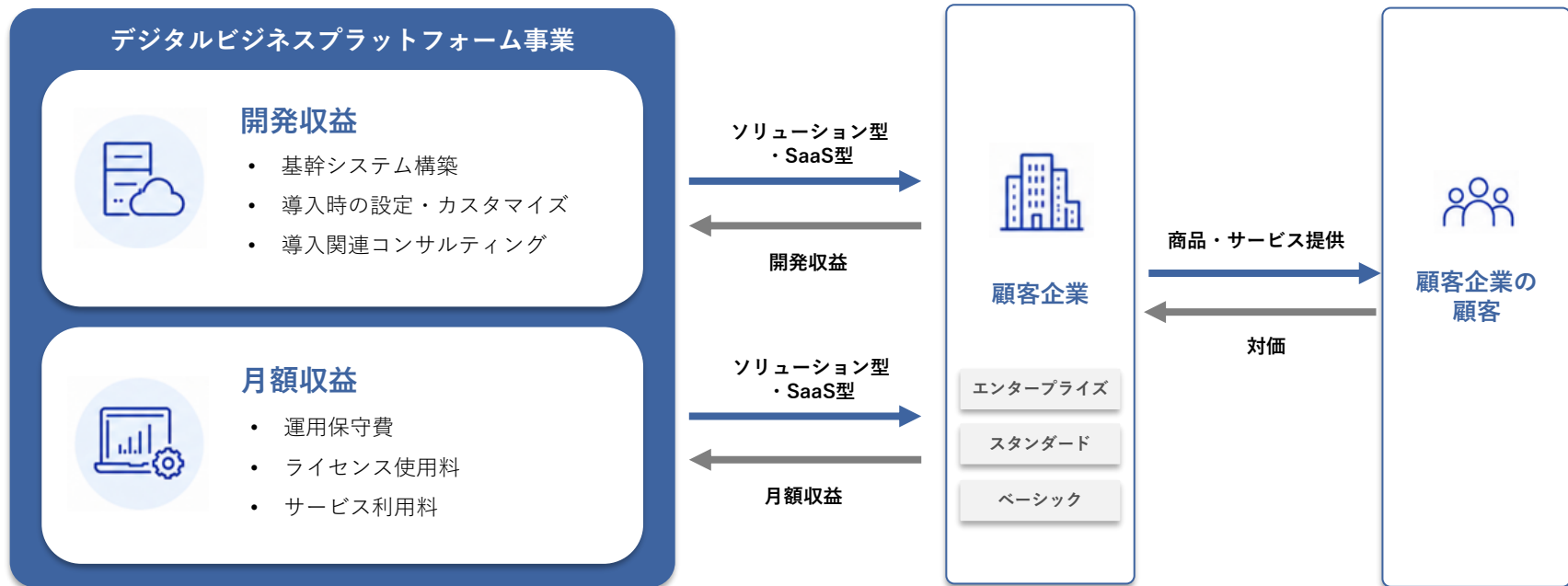
- 大手旅行会社の高い要求水準に対応するシステム基盤「フルスペック型webコネクット」を基に、JR・宿泊・着地素材を接続したダイナミックパッケージ販売向けプロダクト開発が継続的に進展。
- 既存顧客においては、大手旅行会社の基幹システム刷新プロジェクトにおける開発及びサービスインが順次進展するとともに、複数のエンタープライズ案件で要件定義・設計フェーズが完了し、開発フェーズへ移行。
- 加えて、新規大型案件について設計・開発フェーズを受注し、基幹システム領域における将来的な展開拡大を見越した次フェーズ案件検討が本格化。

#### 今後の展開

- 進行している複数の大型案件の着実なプロジェクト推進及びサービスインを通じた収益化の実現。
- これまで個別案件として蓄積してきた機能やノウハウを基にした「フルスペック型webコネクット」の機能拡張及び高度化。
- エンタープライズ案件を通じて構築した機能群の整理・標準化による開発効率の向上。

# 当社のビジネスモデル

## 開発収益と月額収益の基盤提供ビジネス



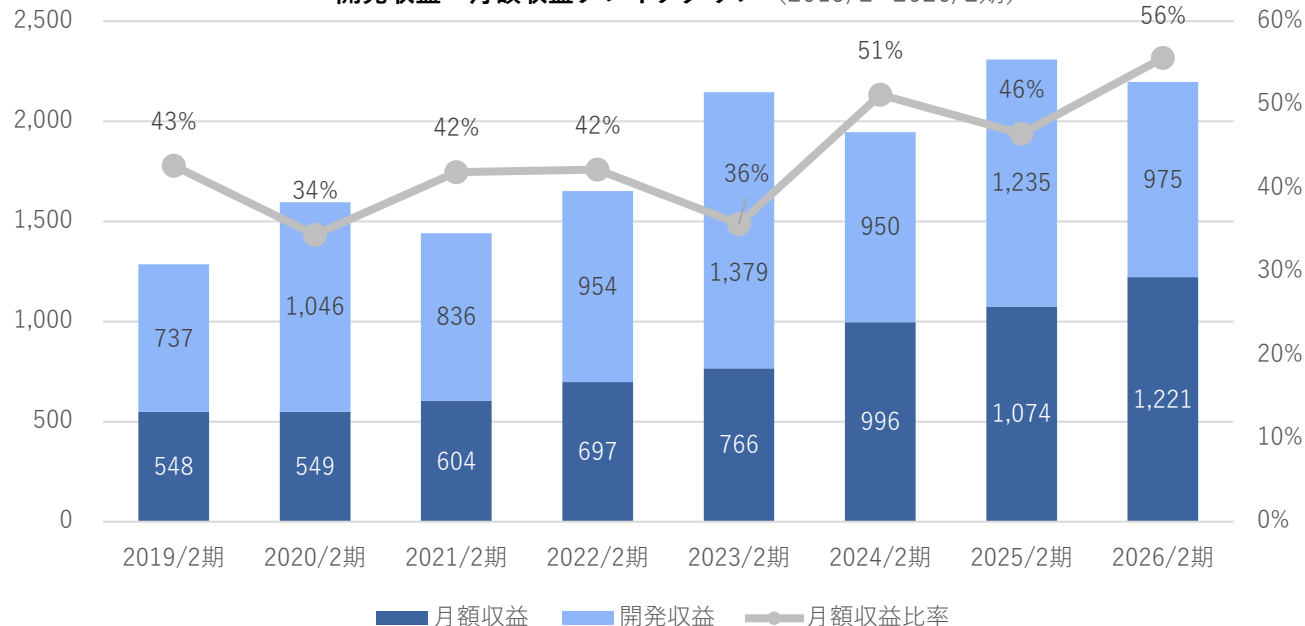
(注) 従来の開示において「初期開発収益」としていた収益には、サービス導入時におけるシステム構築・設定に係る対価に加え、個別課題への対応、既存ソフトウェア資産の利用、改修、機能追加、導入に関連した各種コンサルティング等に係る対価も含まれております。また、特にエンタープライズ領域においては、導入後も継続的に顧客業務基盤の高度化に対応する開発が発生することから、「初期」という表現では収益実態を必ずしも十分に表さない側面がありました。このため、当社の収益構造をより実態に即して示す観点から、今後は「初期開発収益」ではなく「開発収益」として整理しております。

## 直近の業績推移

## 月額収益の比率が高まる方向へとモードチェンジ中

(単位：百万円)

開発収益・月額収益ブレイクダウン (2019/2~2026/2期)



月額収益の売上高に占める比率は約56%に増加。開発収益に依存する構造から、月額収益の比率が高まる方向へとシフトしており、ストック型収益モデルへの移行が進んでいます。

## 顧客規模ごとの区分

# 顧客規模ごとに3区分に分けた事業展開

当社は、顧客規模および提供するサービス内容に応じて、事業をエンタープライズ領域、スタンダード領域、ベーシック領域の3つの区分で展開しております。

### エンタープライズ

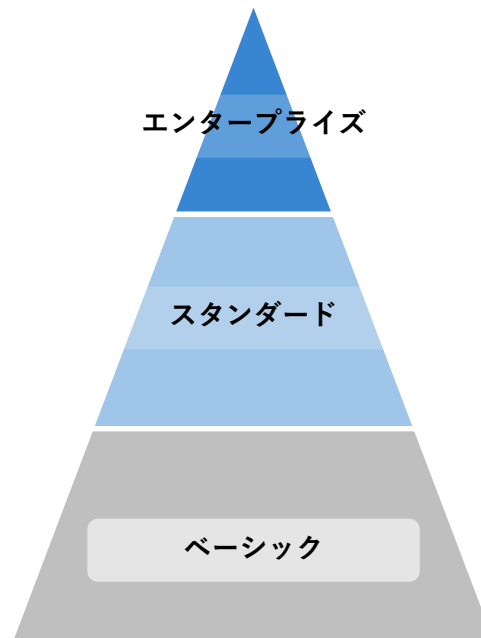
- 大手旅行会社向けに高度なカスタマイズを伴う基幹システムを構築
- 長期の大型案件が中心で、当社の事業基盤強化に寄与

### スタンダード

- 中堅事業者を中心に、webコネクトを活用した販売・業務基盤を提供
- 標準機能をベースに柔軟なカスタマイズにも対応

### ベーシック

- 小規模事業者向けに標準化された共同利用型サービスを提供
- 初期導入コストを抑えつつ、データ流通の裾野拡大に寄与



## 02. 2026年2月期 通期実績・KPI・今後の見通し

## 2026年2月期 通期実績 エグゼクティブサマリー

## 売上高

2025/2期 通期実績

2,310百万円

2,197百万円

前年同期比  $\Delta$ 4.9%88.2%  
進捗率

## 営業利益

2025/2期 通期実績

215百万円

71百万円

前年同期比  $\Delta$ 66.8%28.6%  
進捗率

## 2026/2期 通期ハイライト

## 収益認識タイミングの見直しにより売上高は前年同期比で減少

新規大型案件については当期第4四半期中に受注及び契約締結が完了し、プロジェクトは計画どおりに進行いたしました。一方で、監査の過程で収益認識に関する要件の適用について、改めて監査法人と協議を行った結果、一部大型案件の進捗に応じた売上につき、翌事業年度に顧客が検収した時点で計上することが適切であるとの結論に至り、当期の売上高は前年同期比で減少しました。

## 既存案件は順調に進行、新規大型案件も契約締結済み

主要顧客における基幹システム刷新・新サービス構築プロジェクトが順調に進行し、複数の大型案件の受注により開発収益及び月額収益の積み上がりが進展しました。また、新規大型案件についても当期第4四半期に受注及び契約締結が完了しており、2027年2月期の業績に貢献する見込みです。

## 営業利益は大幅減益、先行コストが当期に顕在化

当期に見込まれていた売上の一部が2027年2月期に認識されることとなった結果、かかる売上により見込まれた利益も翌期計上となりました。さらに、大型案件の開発着手を見据えた開発体制の拡充やプロダクトの品質向上・機能拡張に向けた先行的取り組みを継続したことによって、先行して発生していたコストが当期の利益減少として表れる構造となり、当期の営業利益は前年同期比で大幅な減益となりました。

## 2026年2月期 通期実績 (P/L)

	2025/2期 通期	2026/2期		
		通期	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	2,310	2,197	△112	△4.9%
ソリューション型	841	753	△87	△10.5%
開発	366	293	△72	△19.8%
月額	474	459	△15	△3.2%
SaaS型	1,468	1,444	△24	△1.7%
開発	868	681	△186	△21.5%
月額	600	762	162	27.0%
売上総利益	1,234	1,062	△172	△14.0%
売上総利益率	53.5%	48.3%	△5.1pt	-
営業利益	215	71	△143	△66.8%
営業利益率	9.3%	3.3%	△6.1pt	-
経常利益	198	74	△123	△62.5%
経常利益率	8.6%	3.4%	△5.2pt	-
当期純利益	131	48	△82	△63.0%
当期純利益率	5.7%	2.2%	△3.5pt	-

(注) 月額は運用保守・ライセンス・サービス利用料・解約料などを含みます。

2026年2月期は、SaaS型サービスの月額収益が前年同期比27.0%増と伸長し、収益基盤のストック化が着実に進展しました。一方で、一部大型案件における開発収益の一部が検収時点で認識されることとなったため、売上高は2,197百万円（同4.9%減）。利益面は、上記一部売上の検収時点での認識と体制拡充等の先行的費用の計上为重なり、営業利益は71百万円（同66.8%減）となりました。

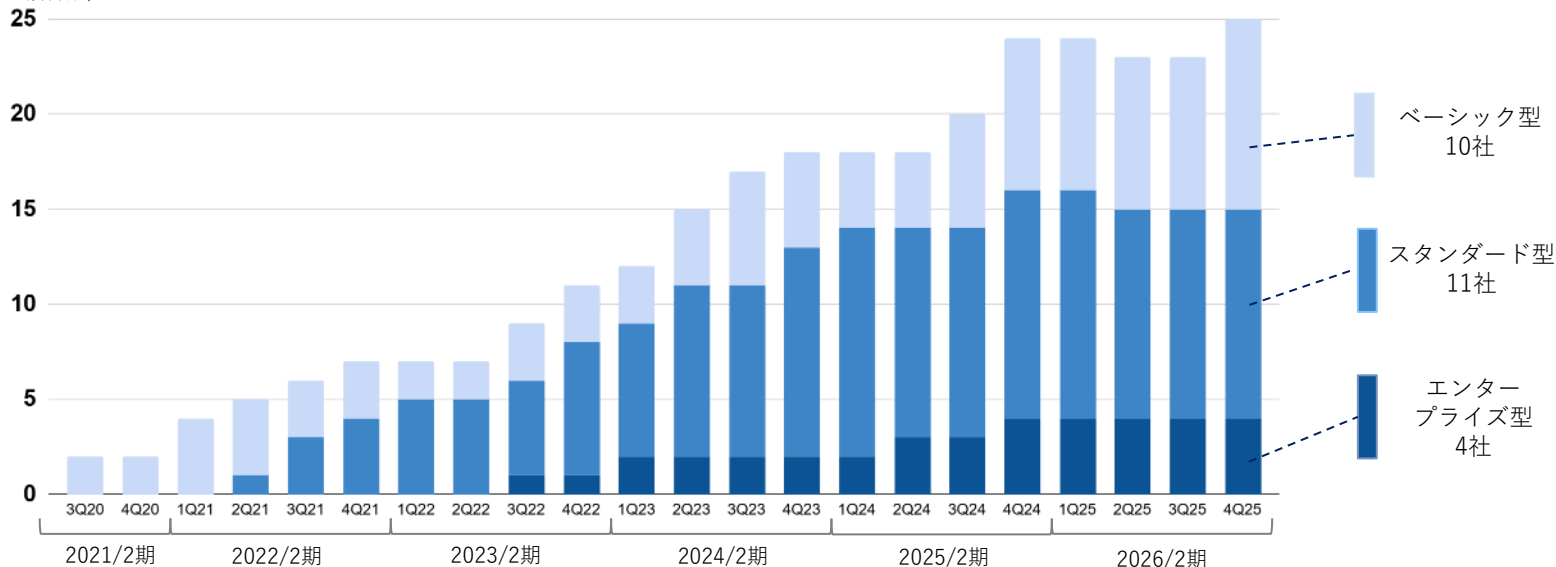
## 2026年2月期 通期実績 顧客区分別の内訳

# エンタープライズを軸に収益基盤を拡大



## KPI① webコネクト顧客数

(単位：顧客数)



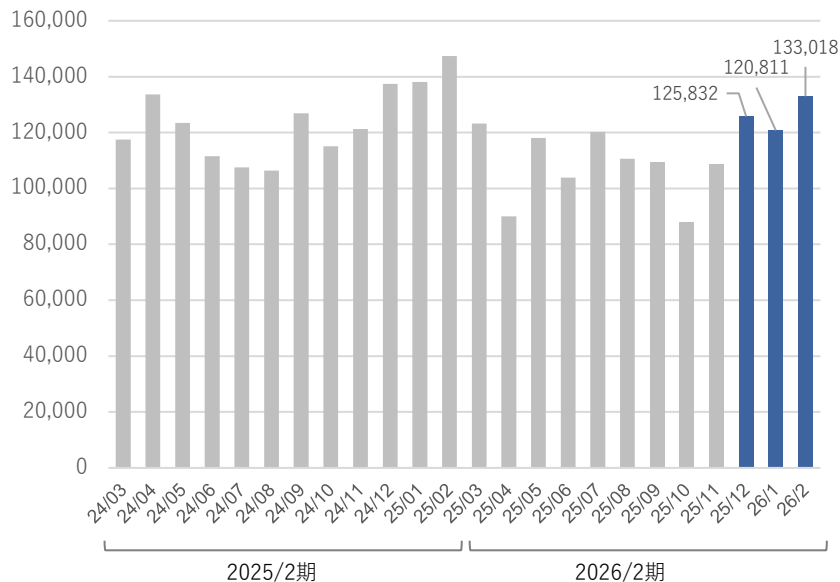
(注1) 「webコネクト顧客数」は各期に月額収益が計上された顧客となります。前回資料では旅行会社・非旅行会社別に表示しておりましたが、今回資料では、月額収益を伴うストック型収益の積み上がりをより明確に示す観点から、旅行・非旅行を合算し、月額収益規模別に分類して表示しております。

(注2) 本KPIにおける顧客区分は、KPI集計上の便宜として、契約済み顧客から得られる月額収益の規模に応じて分類したものであり、事業戦略上の顧客区分とは必ずしも完全に一致するものではありません。

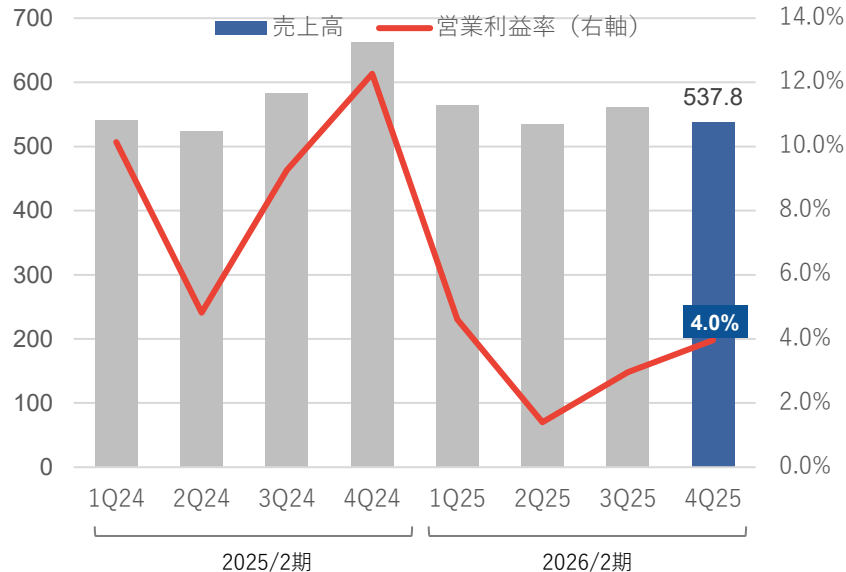
当社では、SaaS型サービスにおける主要プロダクト「webコネクト」の顧客数を主要KPIと位置付け、月額収益の規模ごとに分類したうえで、旅行・非旅行を含めた合算値として計測しています。なお、当社の事業は、webコネクト単体の導入拡大に加え、Spook、webコネクト、valueコネクトを組み合わせた基盤提供へと広がっております。このため、今後は本KPIを継続的に開示しつつ、複数プロダクトにおける月額収益の積み上がりを横断的に把握する指標への見直しも検討してまいります。

## KPI② エンジニア稼働1日当たり売上高

エンジニア稼働1日当たり売上高 (円)



四半期売上高及び営業利益率 (百万円、%)



(注) 算定方法：稼働一日当たりの売上高 = (当月の売上高) / (投入した作業量 (1日8時間にて日単位に換算))  
 なお、売上高からは作業が発生しないライセンス費及び請負外注費に対応する売上高を除く。

当社では、エンジニア稼働1日当たり売上高を、開発リソースを売上創出に適切に結び付けられているかを把握するための主要KPIと位置付け、継続的にモニタリングしております。なお、当社は個別開発で蓄積した機能やノウハウを共通基盤化し、技術資産の再利用を進めることで、開発効率の向上を図っております。このため、今後は本KPIを継続的に開示しつつ、技術資産の再利用やプロダクト化の進展による生産性向上をより適切に把握する指標への見直しも検討してまいります。

## 2027年2月期 業績見通し エグゼクティブサマリー

## 売上高

2026/2期 通期実績

2,197百万円

3,113百万円

前年同期比 +41.7%

## 営業利益

2026/2期 通期実績

71百万円

412百万円

前年同期比 +477.2%

## 経常利益

2026/2期 通期実績

74百万円

415百万円

前年同期比 +457.8%

## 当期純利益

2026/2期 通期実績

48百万円

275百万円

前年同期比 +465.7%

## 2027/2期 業績見通しの背景

## SaaS型サービスの伸長により、大幅増収

翌期は、ソリューション型サービス（開発・月額）の売上減を、SaaS型サービス（開発・月額）の売上増で補う構造を見込んでおります。特に、SaaS型サービスにおいては、既存プロジェクトの進捗に伴う開発収益の積み上がりや、サービスインによる月額収益の拡大が進むことから、全体の売上成長を牽引する見通しです。

## 収益認識に関する要件の適用の見直しによる収益の計上

2026年2月期における収益認識に関する要件の適用の見直しにより2027年2月期に計上されることとなったSaaS型サービスの開発収益を見込んでおります。これにより、当該収益がSaaS型サービスの開発収益を押し上げる要因となる見込みです。なお、当該影響は一時的な要因であり、収益認識のタイミングに起因するものであります。

## 先行費用の回収による収益性改善

2026年2月期においては、大型案件の開発着手を見据えた開発体制の拡充やプロダクトの品質向上・機能拡張に向けた先行的な取り組みによりコストが先行して発生してはいたしましたが、2027年2月期においてはこれらの先行費用に対応する売上認識が進むことによる収益性改善を見込んでおります。

## 2027年2月期 業績見通し (P/L)

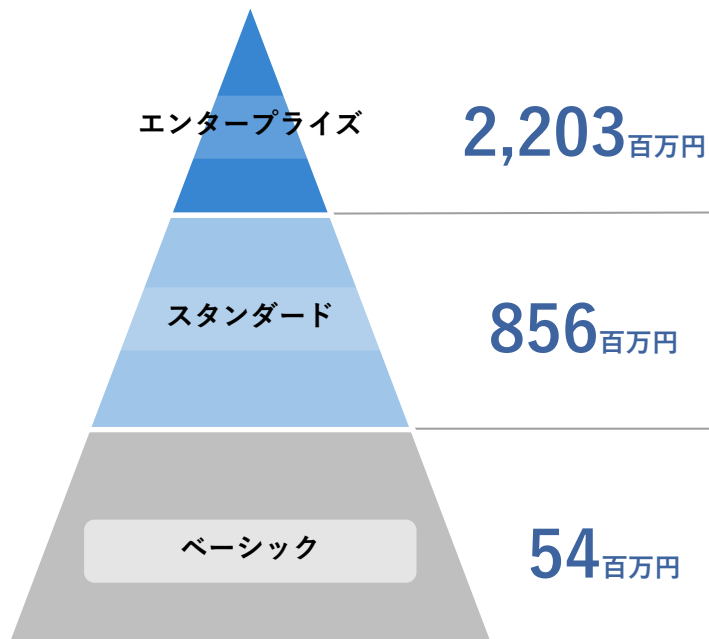
(単位：百万円)	2026/2期	2027/2期		
		業績予想	前期比 増減額	前期比 増減率
<b>売上高</b>	<b>2,197</b>	<b>3,113</b>	<b>915</b>	<b>41.7%</b>
ソリューション型	753	544	△209	△27.8%
開発	293	151	△142	△48.5%
月額	459	392	△66	△14.5%
SaaS型	1,444	2,569	1,125	77.9%
開発	681	1,728	1,046	153.4%
月額	762	841	78	10.3%
売上総利益	1,062	1,629	567	53.4%
売上総利益率	48.3%	52.3%	4.0pt	-
<b>営業利益</b>	<b>71</b>	<b>412</b>	<b>341</b>	<b>477.2%</b>
<b>営業利益率</b>	<b>3.3%</b>	<b>13.2%</b>	<b>10.0pt</b>	-
経常利益	74	415	340	457.8%
経常利益率	3.4%	13.3%	9.9pt	-
当期純利益	48	275	226	465.7%
当期純利益率	2.2%	8.9%	6.6pt	-

(注) 月額は運用保守・ライセンス・サービス利用料・解約料などを含みます。

2027年2月期は、SaaS型サービスの導入拡大による開発・月額収益の継続成長に加え、検収時点で認識されることとなった一部大型案件の売上の寄与により、大幅な増収増益を見込んでおります。

## 2027年2月期 業績見通し 顧客区分別の内訳

## エンタープライズ主導、将来成長の準備に向けた1年



- 大手旅行会社向けの基幹システム刷新・大型案件の開発進捗により、当期売上の大半を占める見通し
- 前期からの収益認識タイミングの影響も含め、開発収益が大きく積み上がることで、全体の増収を牽引
- 当期はエンタープライズ領域の大型案件が売上構成上大きくなるため、相対的には売上規模が抑えられる見通し
- 次期以降は、標準機能の拡充、サービスイン後の月額収益の積み上げにより、成長領域としての拡大を目指す
- 小規模事業者向けの共同利用型サービスとして、当期の売上貢献は限定的となる見通し
- 中長期的には、顧客基盤の裾野を広げ、マーケットプレイス化に向けた入口としての役割を担う

### 03. 当社の競争優位性

FORCIA

## 当社の競争優位性の源泉

# データ流通量の拡大が競争優位性を強化する事業構造



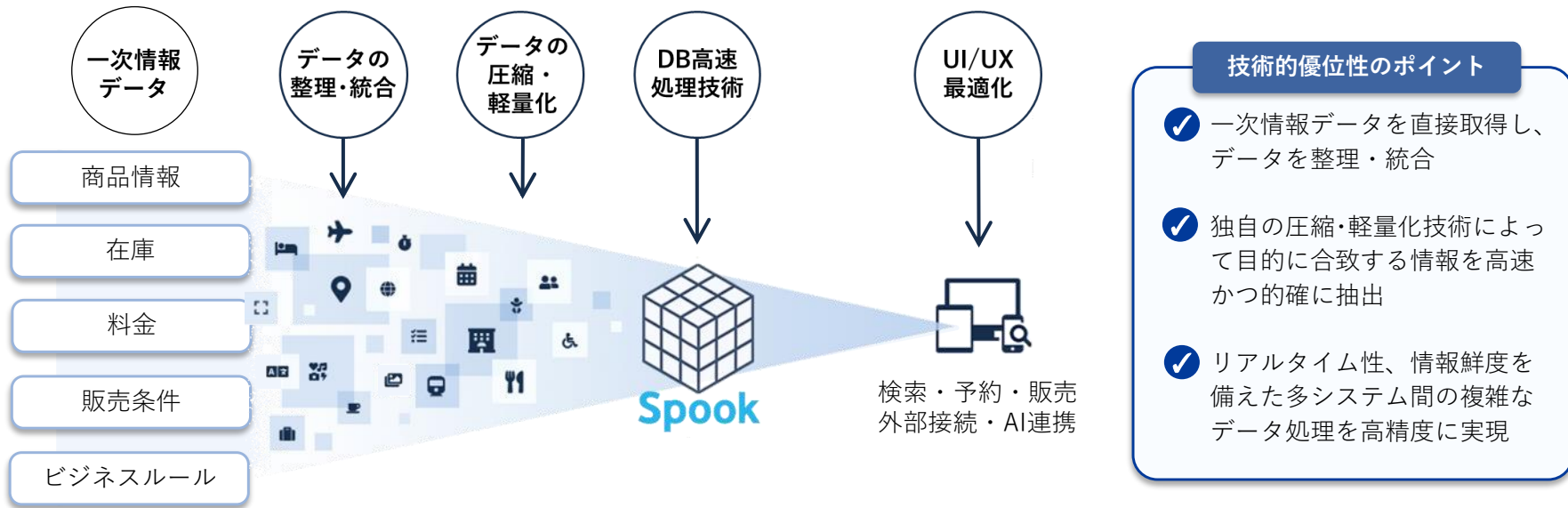
### 競争優位性が強化されるメカニズム

- ✓ 接続先の拡大によりデータ流通量が増加
- ✓ データ量・種類の拡大により処理難易度が上昇
- ✓ 高度な処理を通じて知見が蓄積
- ✓ 蓄積された強みがさらなる接続拡大を促進

当社が目指す「データ流通のビジネスハブ」は、観光素材の供給者（サプライヤー）と販売事業者（セラー）を共通の基盤上で接続し、多様なデータが集約・流通する構造を形成するものです。このような構造においては、取り扱われるデータの量と種類は飛躍的に増加し、データの組み合わせや処理の複雑性も格段に高まります。この取り組みにより、当社は「自社の強みが最も発揮される市場構造」を自ら形成し、その中で競争優位性を継続的に強化していく構造を有していると言えます。

## 技術的優位性

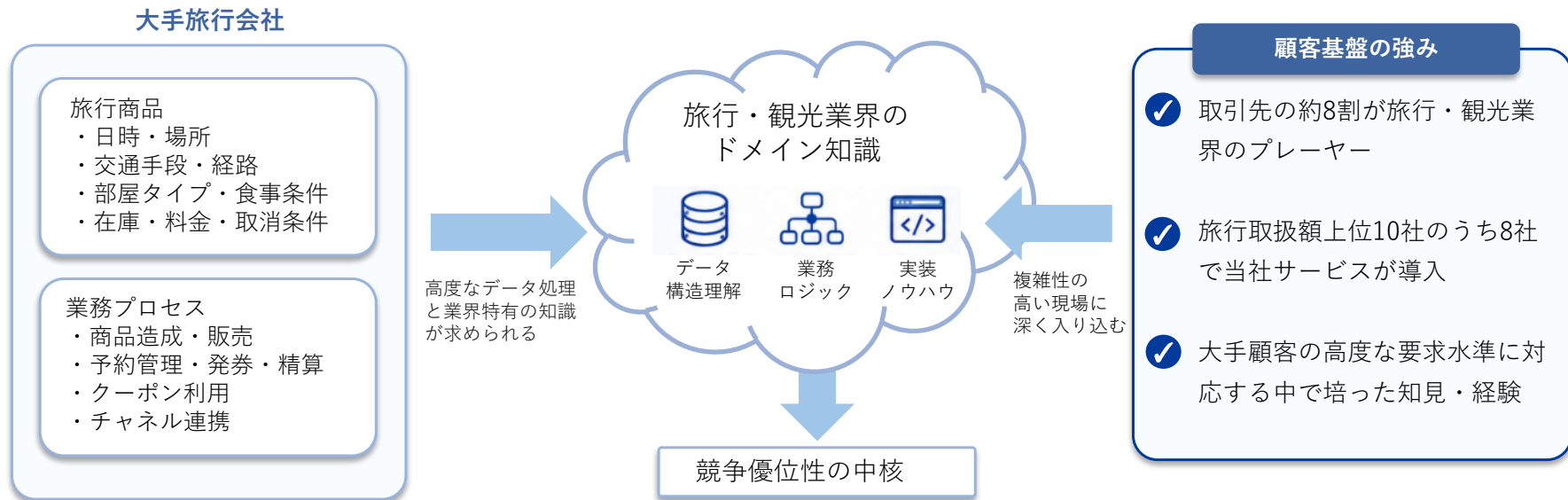
## 大量・複雑なデータ処理を高速にこなす力



検索技術基盤「Spook」は、企業ごとに形式や定義が異なる膨大なデータを統合し、在庫や料金の不整合、条件の違いをロジックで解決することで、大量かつ複雑なデータを高速に処理する当社独自技術です。当社の技術優位性は、単に検索結果を速く返すことではなく、データ間の相関性や禁則条件など高度なデータ処理が求められる領域において、企業内にある大量かつ複雑なデータを高速かつ整合的に扱える点にあります。

## 顧客基盤

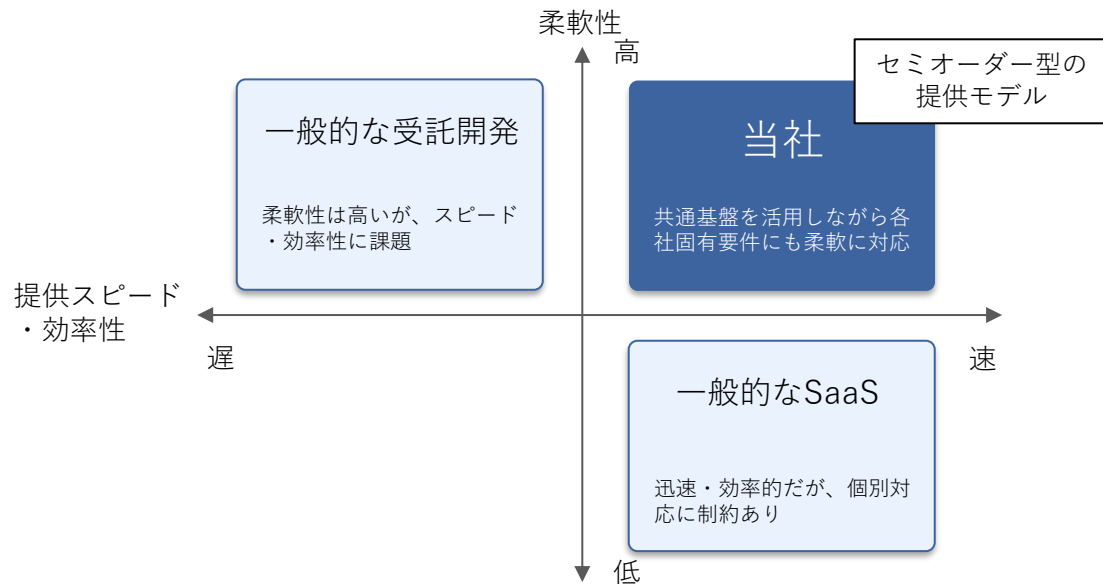
## 大手旅行会社との実践を通じて培ったドメイン知識



当社は、国内大手旅行会社を中心に、複雑な旅行商品の検索・予約・販売を支えるシステム基盤を提供してまいりました。旅行・観光領域は当社売上の大部分を占めており、大手顧客の高度な要求水準に対応する中で、旅行商品特有の在庫、料金、販売条件、外部連携に関する深い業務知見を蓄積しています。このドメイン知識が、当社の技術基盤と組み合わせることで、競争優位性の中核を形成しています。

## ポジショニング

## 個別開発の柔軟性とSaaSの迅速性を両立する独自ポジション



## 独自ポジションの背景

- ✓ 旅行会社の業務フローやデータ構造への深い理解
- ✓ 業務の共通領域を標準化し、SaaS型サービスとして提供
- ✓ 共通基盤をベースにしつつ、個別要件にも柔軟に対応

旅行業界では、事業者ごとに異なる業務要件への柔軟な対応と、システム導入・機能拡張におけるスピードや効率性の両立が求められます。当社は、多くの旅行会社のシステム基盤を支えてきた経験を基に、業界で共通する領域を標準化しつつ、各社固有の要件にも柔軟に対応するセミオーダーメイド型のモデルを展開しています。これにより、個別開発の柔軟性とSaaSの迅速性・効率性を両立する独自のポジションを築いています。

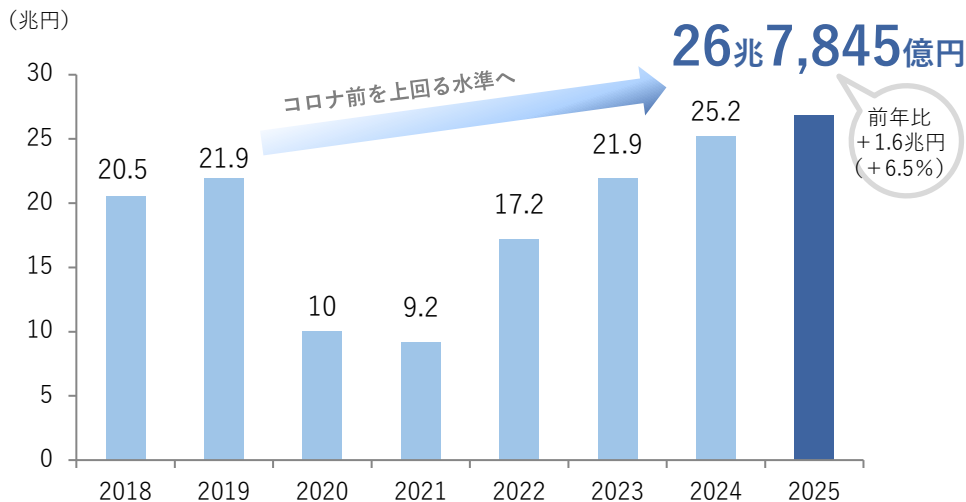
## 04. 成長戦略

A large, light blue, stylized version of the FORCIA logo, featuring the word "FORCIA" in a bold, sans-serif font with a large, flowing wave above the letters.

## 経営環境①

## 国内旅行市場は高水準の需要が継続

## 日本人国内旅行消費額の推移



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査2025年年間値（確報）」（2026年4月30日発表）

国内旅行市場は引き続き高い水準で推移しており、観光庁の「旅行・観光消費動向調査 2025年年間値（確報）」によれば、2025年の日本人国内旅行消費額は26兆7,845億円と前年を上回りました。

## 国内旅行市場のポイント

## ✔️ 高い水準で推移

2025年の日本人国内延べ旅行者数は5億5,313万人（前年比2.4%増）、コロナ前を上回る水準に

## ✔️ 安定した需要基盤

レジャー・帰省・ビジネスなど多様な目的の旅行需要が底堅く、持続的な市場規模を形成

## ✔️ 地方・地域への波及効果

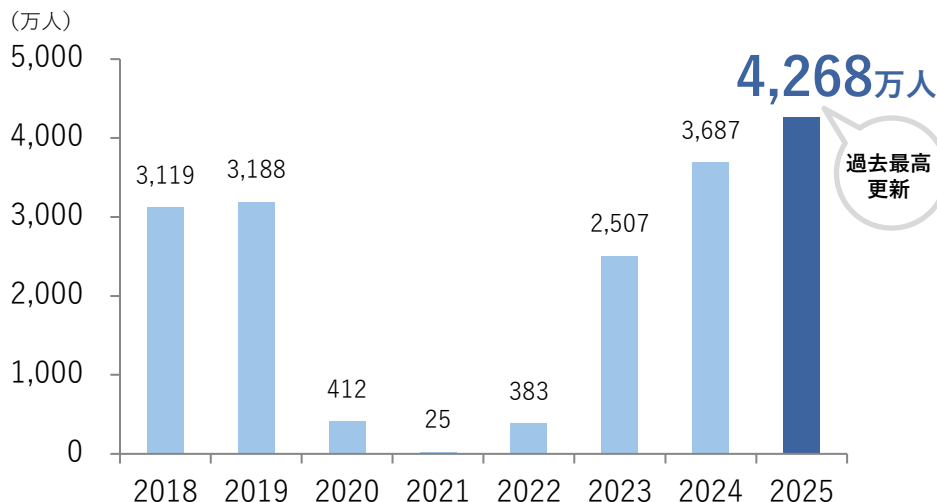
国内旅行の拡大は、地域経済や観光関連産業の成長にも貢献

## 経営環境②

## 訪日外客は過去最高、旅行需要の回復は分野ごとに異なる

## 訪日外国人旅行者数

2025年の訪日外国人旅行者数は過去最高を更新



出典：日本政府観光局（JNTO）訪日外客統計より当社作成

## 分野ごとに異なる需要回復

国内旅行は高水準を維持する一方、外国人旅行・海外旅行は前年を上回り、市場変化が進行

国内旅行 前年度比 92%

需要は高水準を維持

外国人旅行 前年度比 105%

インバウンド需要が拡大

海外旅行 前年度比 121%

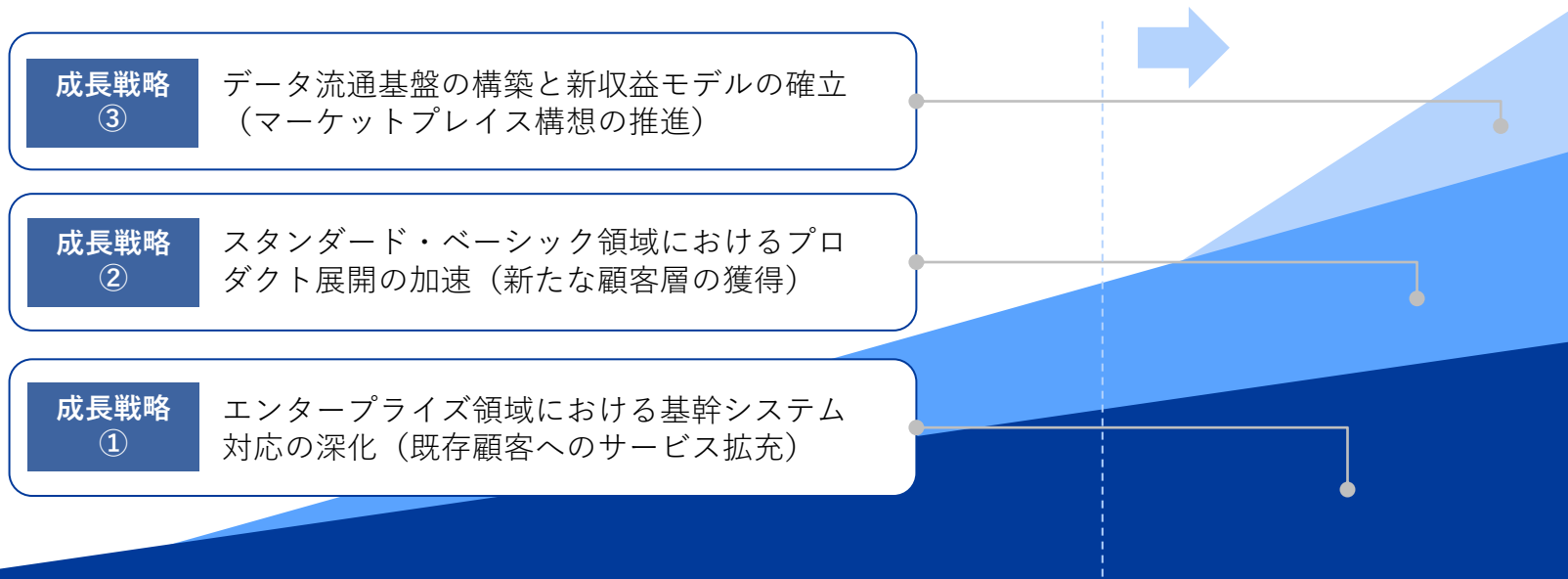
回復が大きく進行

出典：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度統計」（2025年6月6日発表）

旅行・観光需要は為替・国際政治・国内経済等の外的要因に影響を受けるものの、国内旅行・外国人旅行・海外旅行・個人旅行・団体旅行等の構成要素ごとに需要の増加・減少要因が互いに相反する関係にあり、旅行・観光全体でみた場合には今後も安定的に成長することが見込まれます。事業者には市場変化に即応できる柔軟なシステム対応力が求められます。

## 今後の成長シナリオ

## 顧客基盤の拡大を通じたデータ流通基盤への進化

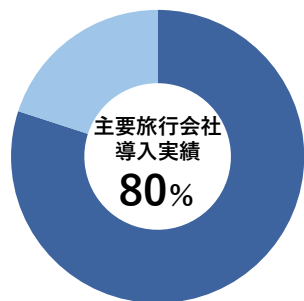


※上記の図は事業の拡大イメージを示したものです。

当社の中長期成長シナリオは、これまで掲げてきた「既存顧客へのサービス拡充、新たな顧客層の獲得、マーケットプレイスの構築」という基本方針を維持しております。今回資料では、2026年2月期の事業進捗および今後の収益モデルの進化を踏まえ、これらをエンタープライズ領域の深耕、スタンダード・ベーシック領域への横展開、マーケットプレイス構想を通じた新たな収益モデルの確立という段階的な成長ステップとして再整理しております。

## 成長戦略① 既存顧客へのサービス拡充

## エンタープライズ領域における基幹システム対応の深化



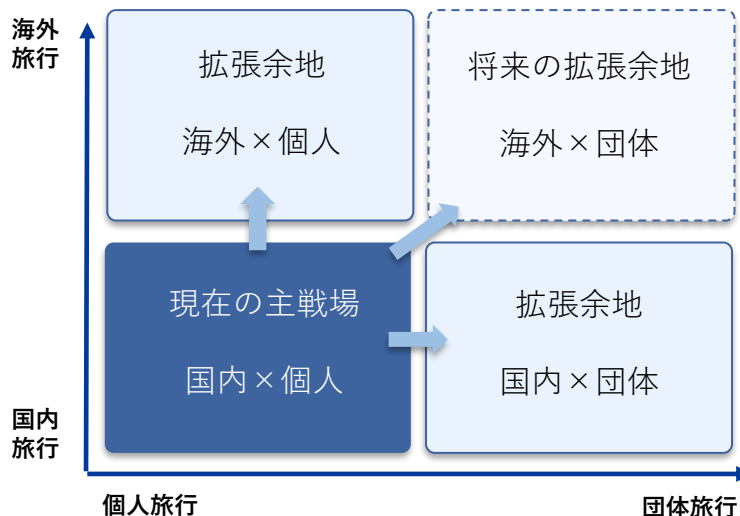
上位10社中 8社に導入

## 顧客基盤

旅行取扱額上位10社のうち8社で当社サービスが導入。大手顧客との継続的な開発を通じて、業界最高水準の要件に対応。

導入実績を起点に  
対象領域を拡大

既存顧客内のホワイトスペースを段階的に深耕



- 現在は国内個人旅行領域をベースに導入実績を蓄積
- 顧客内には海外旅行・団体旅行など未導入領域が大きく残存
- 領域拡張で得た知見は将来の「データ流通基盤」提供の源泉に

国内・海外、個人・団体といった区分ごとに、ホワイトスペース（既存大手顧客内で当社システムが未導入の業務領域）が依然として多く残されています。これらを確実に統合・集約していくことで、顧客の業務効率化を支援するとともに、当社にとっては長期的に安定した収益基盤と、さらなる技術資産の蓄積を実現してまいります。

# 成長戦略① エンタープライズ領域における進捗

## 基幹システム領域での展開拡大と大型案件の本格化

The screenshot displays a web-based flight search interface for JAL and ANA. The main content area shows search results for a round-trip from Tokyo (NRT) to Okinawa (OKA) with a stay in Okinawa. The results are organized into two columns for different dates: 2025年06月01日 (Sun) and 2025年06月02日 (Mon). Each column lists flight options with details such as departure/arrival times, aircraft type, and pricing. A table below the search results provides a summary of the selected flights.

便名	出発	到着	空席	フライト金額 /1名※1
ANA 8471便	東京 (羽田) 11:25	沖縄 (那覇) 14:25	9	+3,000円
ANA 8473便	東京 (羽田) 13:05	沖縄 (那覇) 15:55	9	+1,300円
ANA 23便	東京 (羽田) 14:00	沖縄 (那覇) 16:55	9	※採択中
ANA 27便	東京 (羽田) 14:00	沖縄 (那覇) 17:00	9	+40円
ANA 8468便	沖縄 (那覇) 13:15	東京 (羽田) 15:40	9	+1,800円
ANA 24便	沖縄 (那覇) 14:35	東京 (羽田) 17:00	9	+0円
ANA 28便	沖縄 (那覇) 15:35	東京 (羽田) 17:45	9	※採択中
ANA 9304便	沖縄 (那覇) 15:35	東京 (羽田) 17:45	3	+15,600円

<航空+宿泊>国内ダイナミックパッケージ販売画面イメージ

### 当期の進捗

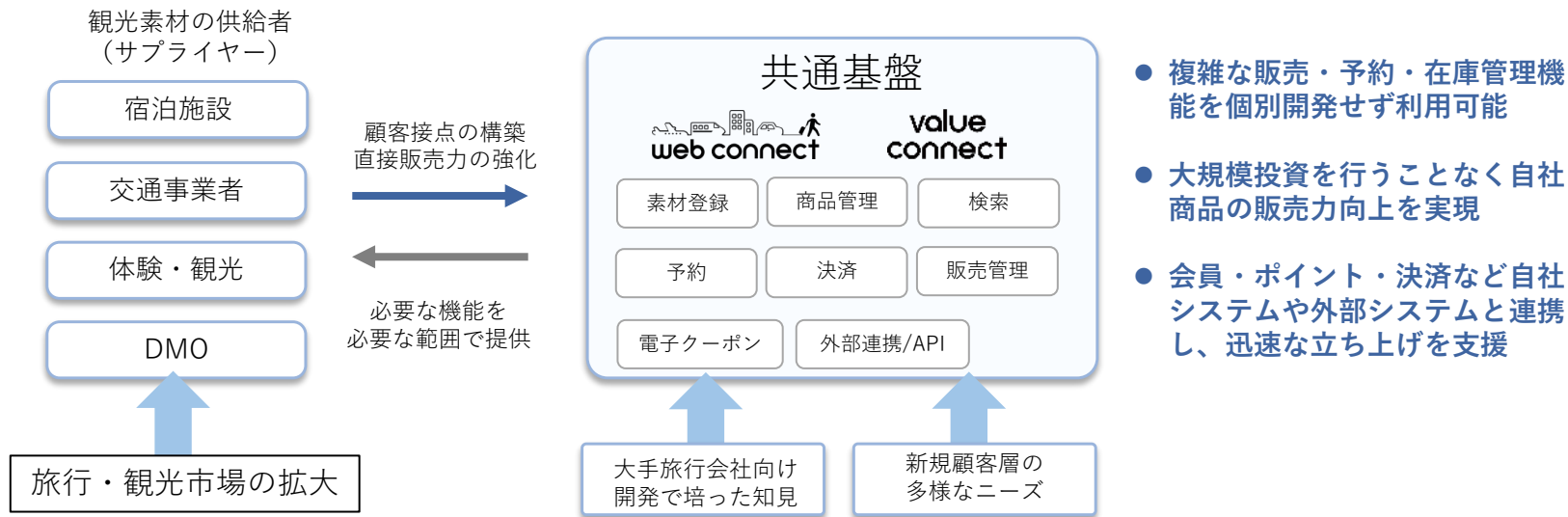
- 大手旅行会社の高い要求水準に対応するシステム基盤「フルスペック型webコネクト」を基に、JR・宿泊・着地素材を接続したダイナミックパッケージ販売向けプロダクト開発が継続的に進展。
- 既存顧客においては、大手旅行会社の基幹システム刷新プロジェクトにおける開発及びサービスインが順次進展するとともに、複数のエンタープライズ案件で要件定義・設計フェーズが完了し、開発フェーズへ移行。
- 加えて、新規大型案件について設計・開発フェーズを受注し、基幹システム領域における将来的な展開拡大を見越した次フェーズ案件検討が本格化。

### 今後の展開

- 進行している複数の大型案件の着実なプロジェクト推進及びサービスインを通じた収益化の実現。
- これまで個別案件として蓄積してきた機能やノウハウを基にした「フルスペック型webコネクト」の機能拡張及び高度化。
- エンタープライズ案件を通じて構築した機能群の整理・標準化による開発効率の向上。

## 成長戦略② 新規顧客層への横展開

## スタンダード・ベーシック領域におけるプロダクト展開の加速

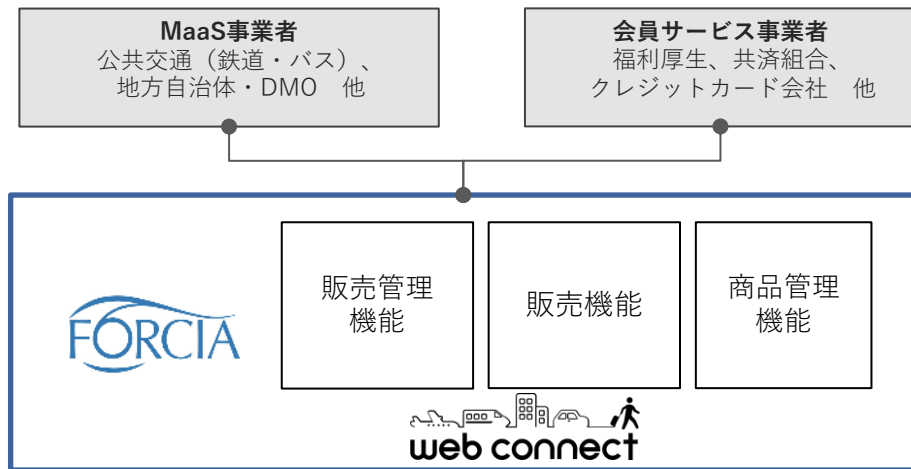


インバウンド需要の回復や体験消費の拡大を背景に、宿泊施設、交通事業者、体験・観光事業者、DMOなど旅行・観光素材のサプライヤーが、自ら顧客接点を持ち、商品を直接販売したいというニーズが高まっています。「webコネクト」や「valueコネクト」をはじめとする当社プロダクトを通じて、新規顧客が必要な機能を必要な範囲で利用できる環境の整備を進めております。

## 成長戦略② スタンダード・ベーシック領域における進捗

## 共同利用型SaaSの立ち上げと導入拡大に向けた展開加速

## webコネクト「共同利用型」セラー機能



開発済みの機能を活用した  
「観光素材販売基盤」を各社が共同利用

## 当期の進捗

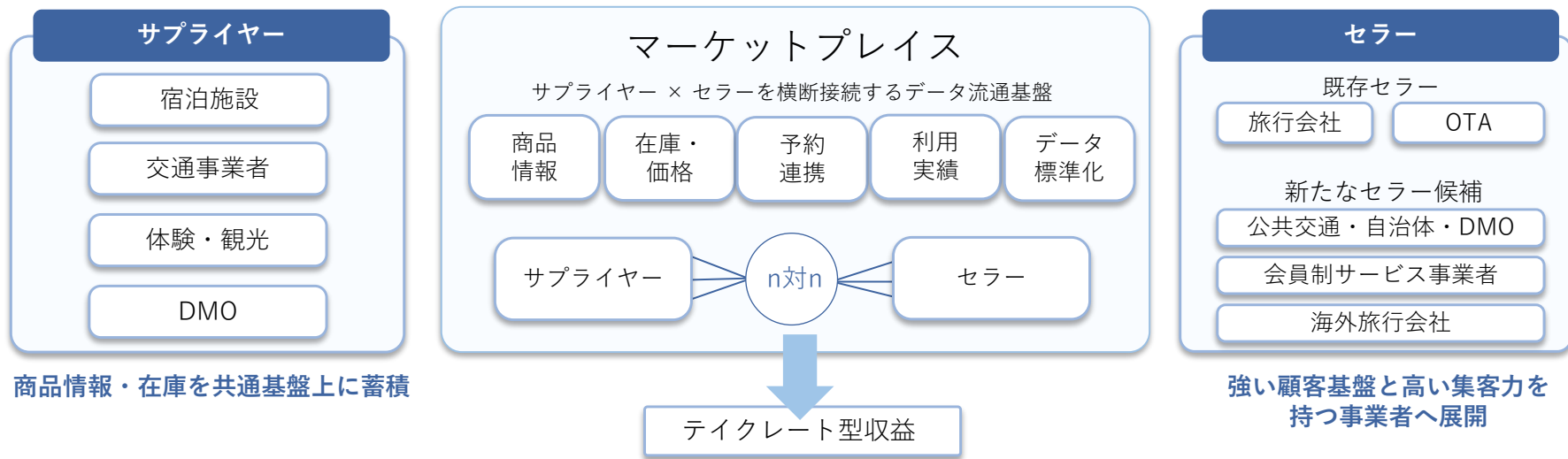
- 旅行・観光素材販売の汎用パッケージとして提供する「共同利用型販売機能（Lightプラン）」について、初期導入企業が決定し、設計・開発フェーズが進展。
- 会員サービス事業者を想定した共通仕様の具体化を進めるとともに、ホテル事業者・交通事業者・福利厚生サービス事業者等への提案活動を推進し、複数社への展開に向けたパイプラインを形成。
- SaaS型ビジネスとしてのスケラビリティ向上に向けた基盤整備が進展。

## 今後の狙い

- 開発済みの機能を活用し、会員基盤のある会社、新規参入会社が速やかに導入可能な「旅行・観光素材販売の汎用サービス」として展開。
- 機能・データ量に応じた課金体系を一部併用し導入のハードルを低減。

## 成長戦略③ マーケットプレイス構想の推進

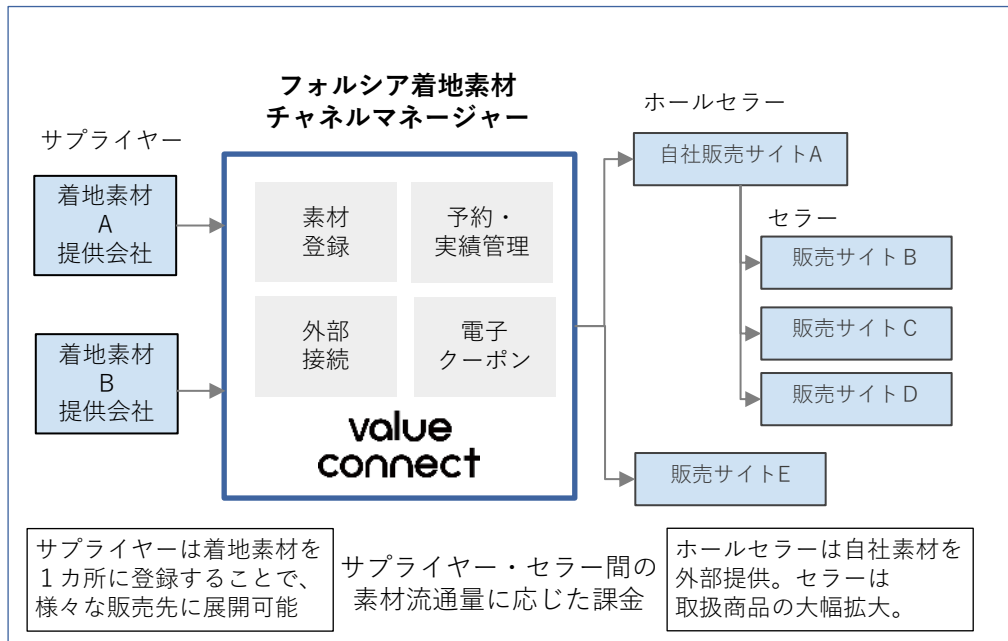
## 旅行・観光業界を支えるデータ流通基盤としての価値創出



中長期的な成長戦略の中核として、旅行・観光業界におけるデータ流通基盤を構築し、流通総額に連動するテイクレート型収益モデルの確立を目指しています。当社がターゲットとする顧客群は、強い顧客基盤と高い集客力を持つ国内外の旅行関連事業者です。当社基盤上を流通する取扱高が拡大することで、従来の開発収益および月額収益に加え、流通量に応じたテイクレート型収益の獲得が可能となると想定しています。

## 成長戦略③ データ流通基盤構築に向けた進捗

## 観光素材チャンネルマネージャーの商用利用を開始



(注) 着地素材とは、現地での体験型アクティビティ等、旅行者が目的地（着地）に到着した後に利用する観光素材を指します。ホールセラーとは、自ら企画・手配した旅行商品や、宿泊施設等から大量に仕入れた客室などの観光素材を、他のセラーに卸売りする事業者を指します。

## 当期の進捗

- 観光素材チャンネルマネージャー機能として開発を進めてきた「valueコネクト」について、登録型着地素材に関する機能の開発を完了し、スマートフォンアプリとともに商用サービスを開始。
- 大手旅行会社との連動に加え、サイトコントローラー及び飲食店向け管理システム等との接続検討が進行し、サプライヤー・販売チャンネル双方の拡大に向けた基盤構築が進展。

## 今後の狙い

- 登録型の着地素材への対応に加え、システム結合型の素材に対応予定。取扱商材についても対応済みの着地素材に加え、宿泊、飲食、交通など幅広い商材への対応を想定。

## 05. リスク情報



## 05. リスク情報

# 主要なリスク

項目	内容	対応策
<p><b>事業に関するリスク</b> <b>大口顧客依存に関わるリスク</b></p> <p>顕在化の可能性：中 顕在化する可能性のある時期：短～中期 影響度：中</p>	<p>当社の売上高は一部の大口顧客への依存度が相対的に高く、大口顧客の投資計画や事業方針の変化、取引関係の縮小又は終了等が生じた場合、当社の売上高及び利益に影響を及ぼす可能性があります。</p> <p>また、大口顧客からの案件が同時期に集中した場合には、開発リソースの逼迫や外部パートナー活用の増加により、収益性の低下や他案件への対応制約が生じる可能性があります。</p>	<p>当社では、大口顧客との継続的な関係維持に努めるとともに、スタンダード・ベーシック領域を含む新規顧客基盤の拡大を進めることで、特定顧客への依存度の低減を図っております。</p> <p>また、案件集中時に備えて外部パートナー企業と協業可能な体制を継続的に維持するとともに、プロジェクト管理体制の強化により、案件の平準化と収益性維持に努めております。</p>
<p><b>事業に関するリスク</b> <b>売上計上の期ずれに関するリスク</b></p> <p>顕在化の可能性：大 顕在化する可能性のある時期：短～中期 影響度：中</p>	<p>当社が展開する個別開発及び初期開発を伴う案件においては、顧客側の検討期間の長期化や意思決定時期の後ろ倒し、要件確定の遅延、仕様変更、当社以外の事業者が担当する領域の作業遅延、開発スケジュールの見直し等により、売上及び利益の計上時期が変動することがあります。</p> <p>このため、案件自体の受注見通しに大きな変化がない場合であっても、各四半期又は年度における売上高及び利益が変動し、当社の経営成績及び財政状態に影響を与える可能性があります。</p>	<p>当社では、案件ごとの進捗状況、受注見通し及び収益認識時期を適時適切に業務システムへ反映し、月次で予実比較を行うことで、遅延の兆候を早期に検知することによって、期ずれリスクの低減に努めております。</p> <p>また、必要に応じて予算や見通しの見直しを迅速に行う体制を整備しております。</p>
<p><b>会社組織に関するリスク</b> <b>人材確保に関するリスク</b></p> <p>顕在化の可能性：中 顕在化する可能性のある時期：短～中期 影響度：大</p>	<p>当社の事業の継続及び成長には、一定水準以上のスキルを有する技術者、プロジェクトマネジメント人材及び事業推進人材の確保が不可欠です。</p> <p>採用競争の激化や離職率の上昇等により必要な人材を計画どおり確保・育成できない場合には、開発力の低下、案件対応力の不足、成長機会の逸失等を通じて、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>新卒・中途採用を継続的に進めるとともに、学生インターンシップ、技術ブログ、イベント開催等を通じて企業ブランディングの強化を図っております。</p> <p>また、書籍購入、資格取得、勉強会等の支援を通じて育成体制を整備するとともに、賞与相互査定制度等による公正かつ透明性の高い評価を通じて定着率向上にも取り組んでおります。</p>

注) 本資料では、当社の成長戦略および2026年2月期の事業進捗を踏まえ、成長の実現や事業計画の遂行に特に重要な影響を与える可能性がある主要リスクを抜粋して記載しております。その他のリスクおよび前回資料に記載していたリスクのうち本資料で個別に記載していないものについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

## 06. Appendix

FORCIA

# 用語集

用語	説明
観光素材	宿泊施設、交通機関、飲食施設、観光施設・テーマパーク等、旅行商品を構成する個別サービス
着地素材	旅行者が目的地（着地）に到着した後に利用する観光素材のこと。現地での体験型アクティビティ等
サプライヤー	宿泊施設、交通事業者、体験・観光事業者等、観光素材を供給する事業者
セラー	旅行会社、OTA、会員サービス事業者等、旅行商品・観光素材を販売する事業者
ホールセラー	自ら企画・手配した旅行商品や、宿泊施設等から大量に仕入れた客室などの「観光素材」を、他のセラーに卸売りする事業者
ダイナミックパッケージ	旅行者自身が「交通手段」と「宿泊施設」等を、インターネット上で自由に組み合わせて一括手配できる旅行商品
サイトコントローラー	宿泊施設などが、複数の予約サイト等に対して、在庫・料金等を一括管理するためのシステム
チャンネルマネージャー	複数の販売先に対して、商品情報、在庫、料金等を一元的に連携・管理する仕組み
テイクレート	取扱高（流通総額）に連動して一定割合の手数料を受け取る収益モデル
OTA	Online Travel Agentの略。インターネット上で旅行商品の検索・予約・販売を行う事業者
DMO	Destination Management Organizationの略。観光・自然・食といった地域資源を活用し、観光戦略を推進する団体

## 本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。

さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。

実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

本資料には、独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていない、過去の財務諸表又は計算書類に基づく財務情報及び財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれています。本資料には、当社の有価証券への投資判断にあたって必要な全ての情報が含まれているわけではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、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。

なお、今後の本資料のアップデートは、事業年度末から3か月以内（2027年5月頃）に実施する予定です。また、今後、中期経営計画その他の重要な経営方針等を公表する場合には、その内容を踏まえ、必要に応じて本資料の見直しを行う可能性があります。