

# 事業計画及び成長可能性に関する事項 (2024年10月期-2026年10月期 中期経営計画を含む)



tripla株式会社  
2023年12月

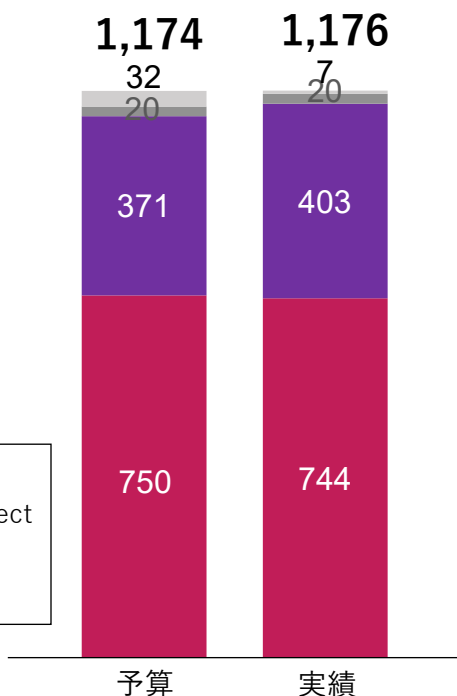
## アジェンダ

- **財務ハイライト**
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（24年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix

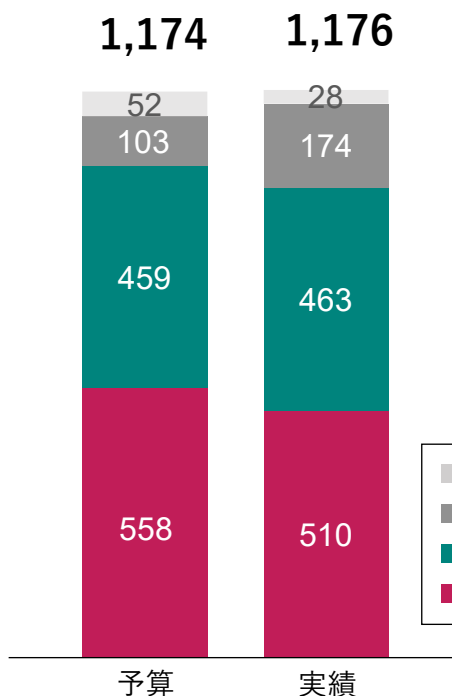
# 2023年10月期結果（営業収益）

- 営業収益は1,176百万円となり、業績予想1,174百万円を達成、前期年度実績817百万円から43.8%増加
- 複数の大口顧客の内、1件は4Qに導入済。他案件は2024年10月期3Qを見込む

## 営業収益（プロダクト別）



## 営業収益（要因別）



※1: 「変動収益」はtripla Bot等による変動的な収益等です。

## 営業収益

+2百万円 +0.1%

## Bot変動収益

+70百万円 +67.8%

## Book従量収益

+4百万円 +0.9%

## 固定収益

▲49百万円 ▲8.7%

## Book

▲10百万円:  
ローンチの遅れ

## Bot

▲39百万円: Botのプラン  
選択による。その分変動  
収益増。

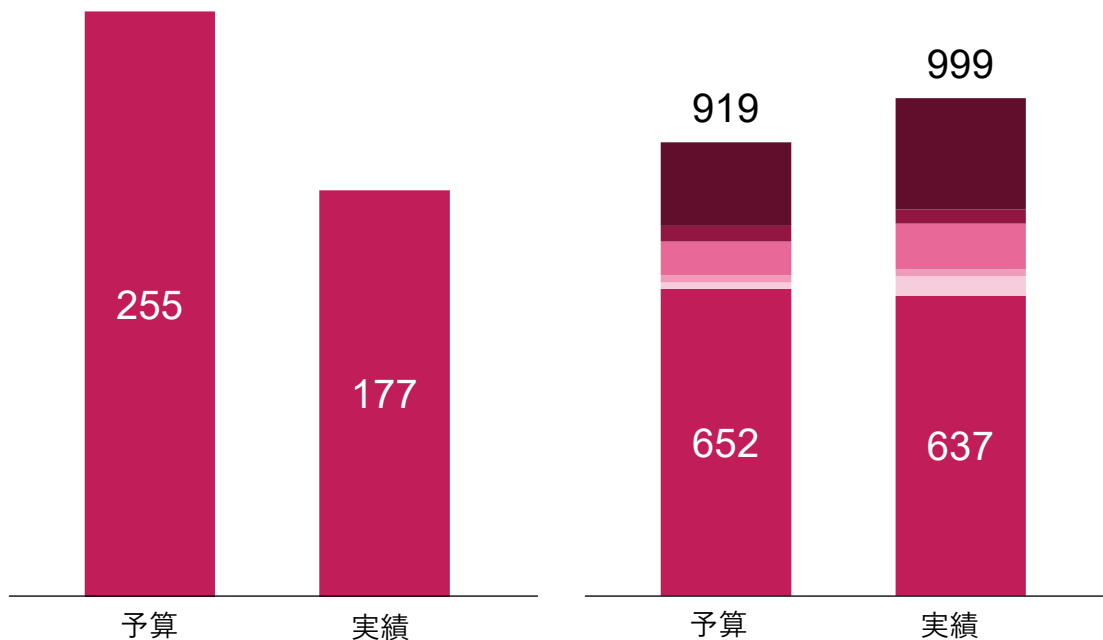
Bot合計+32百万円

# 2023年10月期結果（営業利益）

- 営業収益は上振れを想定していたものの大口顧客複数件のローン遅れにより当初計画どおりで着地
- 案件実行のための各種投資の先行、組織強化等により営業利益は下振れ

## 営業利益（2023年10月期）

## 営業費用（2023年10月期）



	予算	実績	差異
人件費 ※1	652	637	▲15
採用費	13	42	28
広告宣伝費	16	14	▲2
通信費	70	97	27
その他	166	208	41
合計	919	999	80

※1: 給与手当、法定福利費の他、業務委託費も含む。

## 2023年10月期 業績概要

- 2023年10月期は、営業収益は前事業年度比43.8%成長
- 営業収益は計画どおり着地。営業利益は投資先行により下振れ

(千円)

	2022年10月期 通期 実績	2023年10月期 通期 計画	2023年10月期 通期 実績	2023年10月期 前事業年度比 YoY	2023年10月期 通期 計画比
<b>営業収益</b>	<b>817,791</b>	<b>1,174,760</b>	<b>1,176,209</b>	<b>+43.8%</b>	<b>+0.1%</b>
tripla Book	445,767	750,613	744,706	+67.1%	▲0.8%
tripla Bot	349,689	371,370	403,175	+15.3%	+8.6%
tripla Connect	3,535	20,133	20,854	+489.9%	+3.6%
その他	18,798	32,643	7,472	▲60.2%	▲77.1%
<b>営業収益成長率</b>	<b>+61.6%</b>	<b>+43.7%</b>	<b>+43.8%</b>	—	—
解約率_tripla Book <sup>※1</sup>	0.5%	—	0.4%	—	—
解約率_tripla Bot <sup>※1</sup>	0.9%	—	0.5%	—	—
<b>営業利益</b>	<b>83,665</b>	<b>255,459</b>	<b>177,115</b>	<b>+111.7%</b>	<b>▲30.7%</b>
<b>営業利益率</b>	<b>10.2%</b>	<b>21.7%</b>	<b>15.1%</b>	—	—
<b>経常利益</b>	<b>75,198</b>	<b>225,250</b>	<b>166,692</b>	<b>+121.7%</b>	<b>▲26.0%</b>
<b>当期純利益</b>	<b>74,917</b>	<b>188,223</b>	<b>165,987</b>	<b>+121.6%</b>	<b>▲11.8%</b>

※1: 解約率：導入施設における各年度の月次平均解約率

## アジェンダ

- 財務ハイライト
- **Surehigh社買収**
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（24年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix

- Surehigh社は、公式サイト予約エンジンとチャネルマネージャーサービスを軸に台湾マーケットで展開

## 会社概要

会社名	Surehigh International Technologies, Inc.
設立	1998
代表者	Lin Hong Yu
従業員数	28名 ※2023年10月末時点の正社員数
本社所在地	台北市
主要事業	公式サイト予約エンジン チャネルマネージャーなど
売上・利益	営業収益：53,408千NTD 営業利益：7,437千NTD

## 主要サービス

サービス導入施設数：計 **1,228** 施設

(2023年10月末時点)

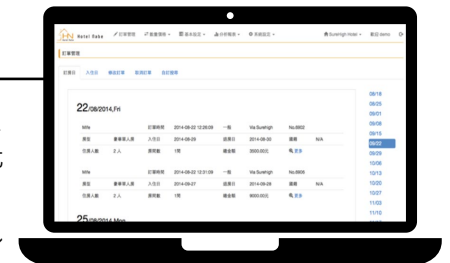
### 公式サイト予約エンジン (Booking Engine service)

- 公式サイトからの予約を最大化するための予約エンジン
- モバイル対応、予約分析システムなど、様々な宿泊施設のニーズに対応したシステムを提供

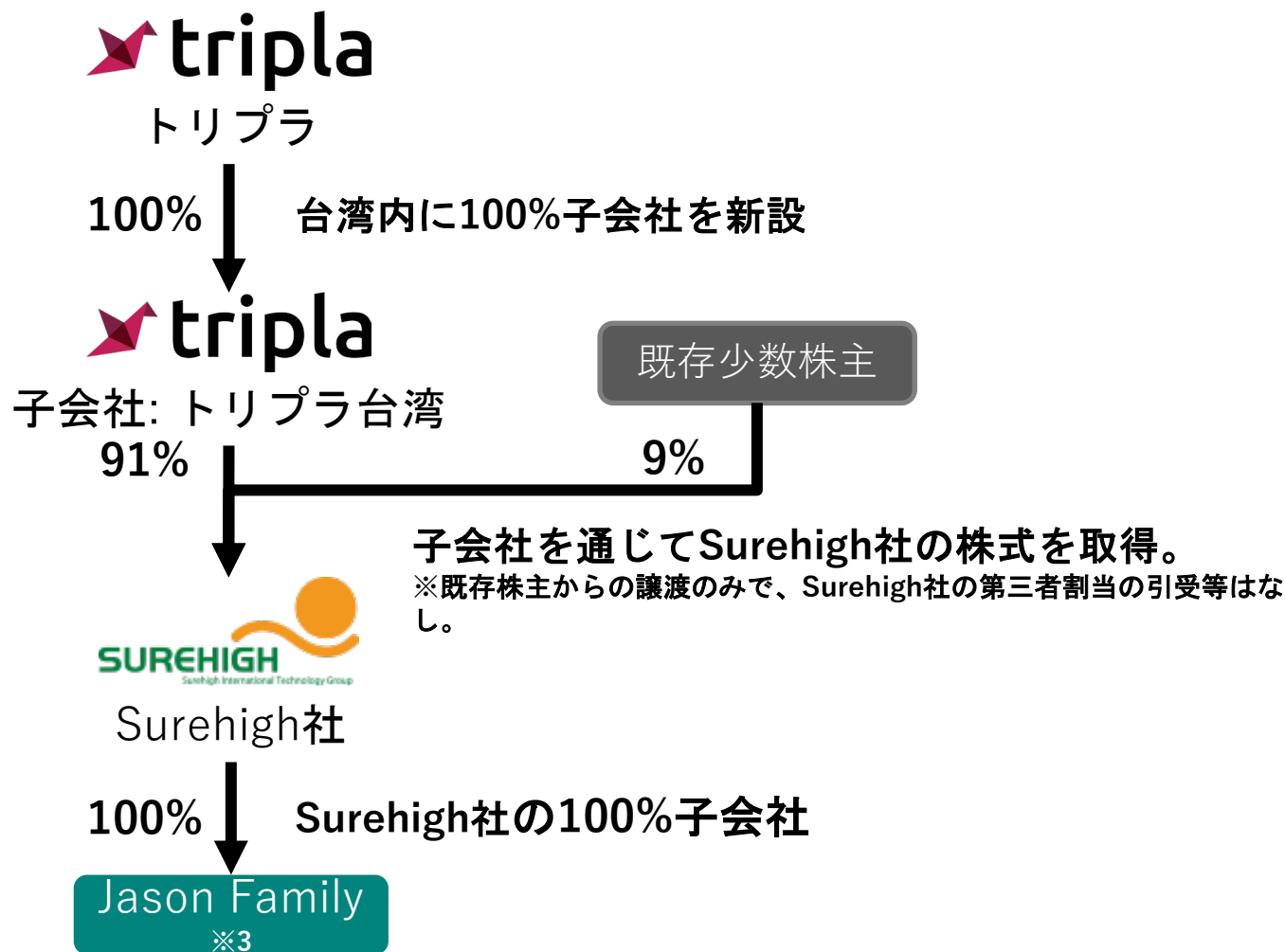


### チャネルマネージャー

- 旅行予約サイトや公式サイト予約システムからの予約に対して空室在庫・料金を一元管理
- オーバーブッキングやルームコントロールといったホテル側のリスクを低減



- 予約エンジンとチャネルマネージャー等を展開するSurehigh社(※1)の株式を509百万円(※2)で取得。台湾当局による審査完了次第、実行予定(2024年2月以降を目途)



子会社を通じてSurehigh社の株式を取得。  
※既存株主からの譲渡のみで、Surehigh社の第三者割当の引受等はなし。

※1: 旭海國際科技股份有限公司(英文名称: Surehigh International Technology Inc.)

※2: 109百万台湾ドルで1台湾ドル=4.67円の為替レートを想定

※3: 品辰旅行社有限公司(英文名称: JASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.)



2022年12月  
tripla BookとHotel Nabe (チャンネル  
マネジャー)のシステム連携および  
協業のために訪問し協議を開始

2023年3月  
システム連携に関する開発取り組み  
の開始

2023年5月  
tripla経営チームとSurehigh経営  
チームで協業戦略討議

2023年12月  
M&A発表



2023年5月: 台北にて



頼佳維 Elroy Lai

Surehigh社  
CEO ゼネラルマネジャー

Jason Family旅行社  
チェアマン

観光管理の修士号を取得後、Surehigh社を設立。主に台湾にて観光分野におけるIT化の発展に専念。「EZ Hotel」と「Hotel Nabe」をリリースし事業の発展に注力してきた。大学の観光学科でコンサルタントおよび講師も務め、観光業界における優秀な人材の育成にも貢献。過去3年間、台湾観光局やさまざまな市や県政府が主導するデジタル変革プロジェクトに積極的に参加してきた。インターネットサービスの開発を目的として政府からの支援を集めつつ、最終的には台湾の宿泊業界の国際競争力の強化にもつなげていきたい。



劉淑慧 Marisa Liu

Surehigh社  
COO

大学卒業後ゲーム業界にて、オンライン事業に従事。インターネット業界で合計15年間のプロジェクト管理の経験を通じて、研究開発部門と顧客サービス部門の連携を促進し、顧客体験とサービス満足度の向上に専念してきた。2016年から最高執行責任者としてSurehigh社に入社。現在はビジネス契約管理、予算執行、業務実績の監督、部門横断的なプロジェクト実行を担当。これまでの7年間では「EZ Hotel」フロントエンドWebエンジニアリングの最適化の推進と、公式Webサイトのインフルエンサー主導のマーケティングプロジェクトを実行してきた。

## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- **会社概要**
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（24年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix

会社名	t r i p l a 株式会社
代表者	高橋和久・鳥生格
事業内容	インターネットサービスの企画運営、旅行業
資本金	7億1,126万円
ホームページ	<a href="https://tripla.io">https://tripla.io</a>
設立日	2015年4月15日
従業員数	単体：90名 ※2023年10月末時点の単体の正社員数
本社所在地	東京都中央区新川1-22-13
拠点	日本、台湾、韓国、シンガポール、インドネシア
旅行業登録	東京都知事登録旅行業 第2-7240号

## triplaの事業 ※1

● 設立年  
**2015**年

● 事業拠点  
**5**カ国

● 導入施設数  
**6,590**

● サービス数  
**9**サービス

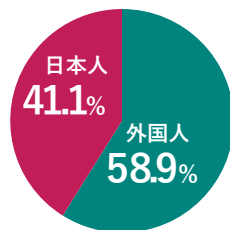
## triplaの人材 ※2

● 従業員数 **90**名

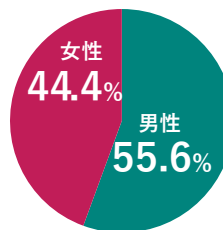
● 国籍数 **14**カ国

● 平均年齢 **34.4**歳

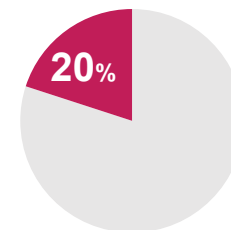
● 外国人比率



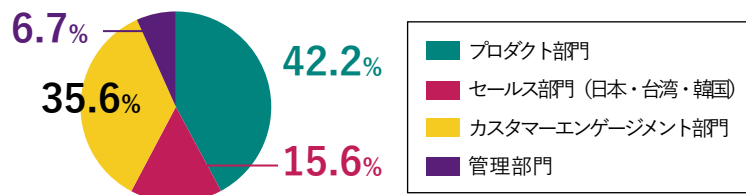
● 男女比率



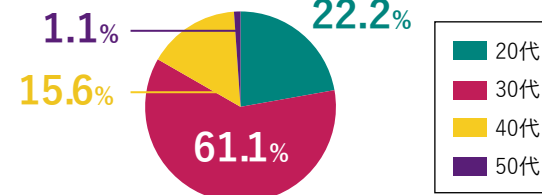
● 女性管理職の割合



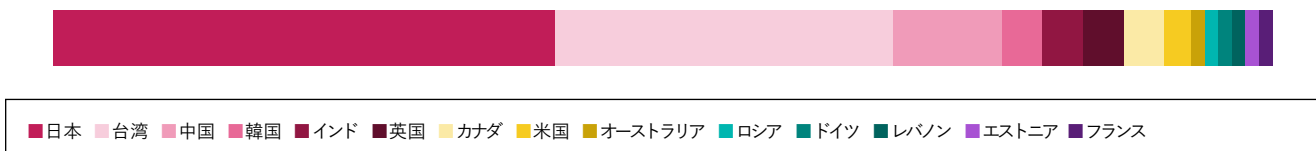
● 職業別割合



● 年代別社員割合



● 国籍別社員数

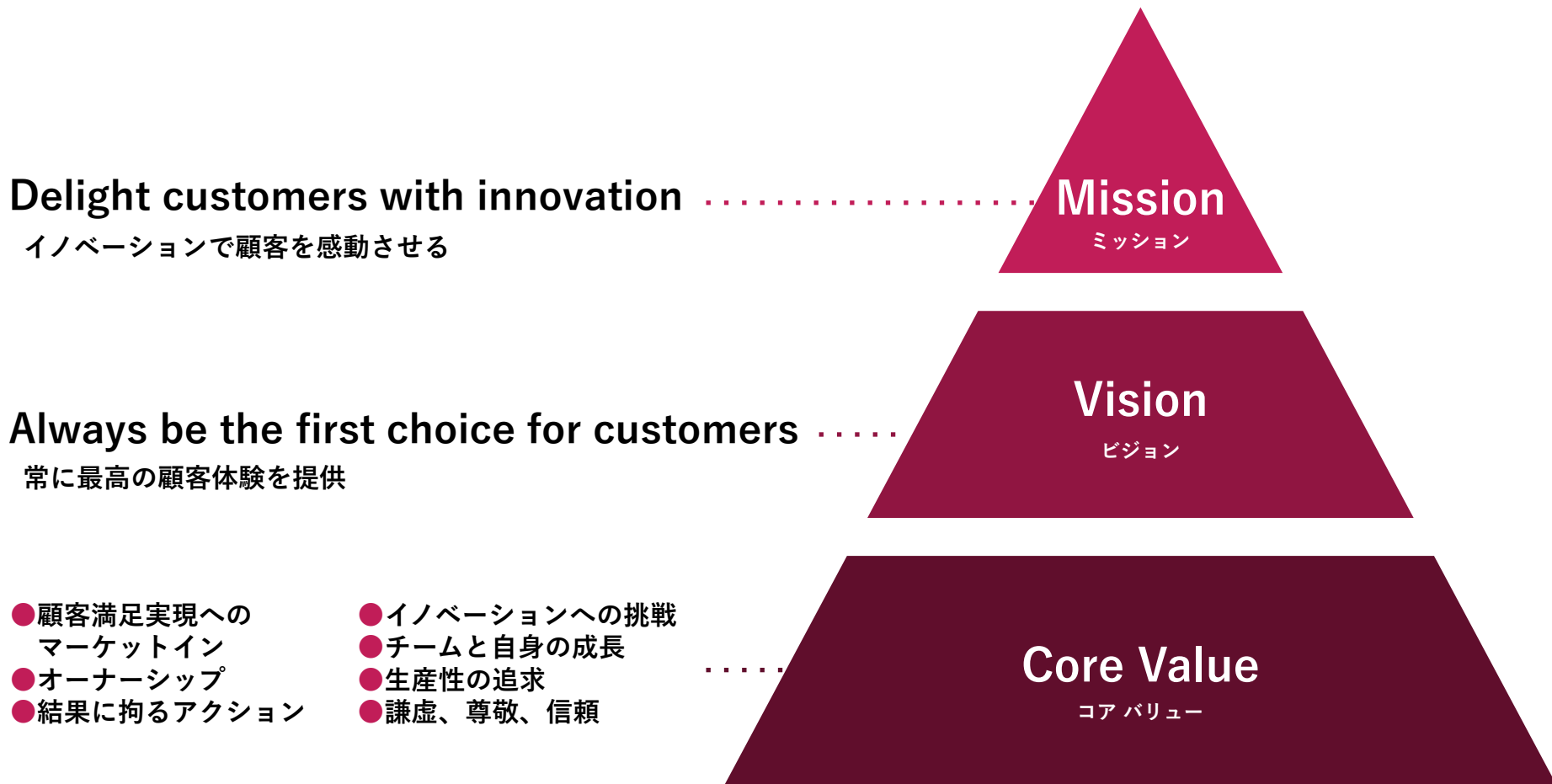


※1: M&Aを発表したBookandLink社・Surehigh社の数値を含む。BookandLink社は2023年11月に子会社化完了。Surehigh社は2024年2月以降の子会社化の予定

※2: BookandLink社・Surehigh社の数値を含まない単体の数値

※3: プロダクトグループ: プロダクトマネージャー・エンジニアなどの人員。カスタマーエンゲージメント部門は、カスタマーサクセス/サポート・その他サービスの企画・オペレーションなどの人員

補足 データは2023年10月末時点の情報に基づく





代表取締役 CEO

高橋和久 Kazuhisa Takahashi

経歴：

学歴：北海道大学、北海道大学大学院  
ウェイク フォレスト大学MBA



代表取締役 CTO

鳥生 格 Kaku Toriu

経歴：

学歴：ニューヨーク大学  
ビジネスブレイクスルー大学MBA



取締役 CFO

岡 義人 Yoshito Oka

経歴：

学歴：慶応義塾大学

資格：公認会計士



執行役員 Business Development

奥林 正浩 Masahiro Okubayashi

経歴：

学歴：神戸大学



執行役員 Customer Engagement

川本 洸達 Koutatsu Kawamoto

経歴：

学歴：慶応義塾大学



執行役員 Information System

深田大次郎 Daijiro Fukada

経歴：

学歴：サンダーバード大学MBA



常勤監査役

山添千加美 Chikami Yamazoe

経歴：

学歴：立教大学

資格：公認会計士

## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- **サービス概要**
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（24年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix



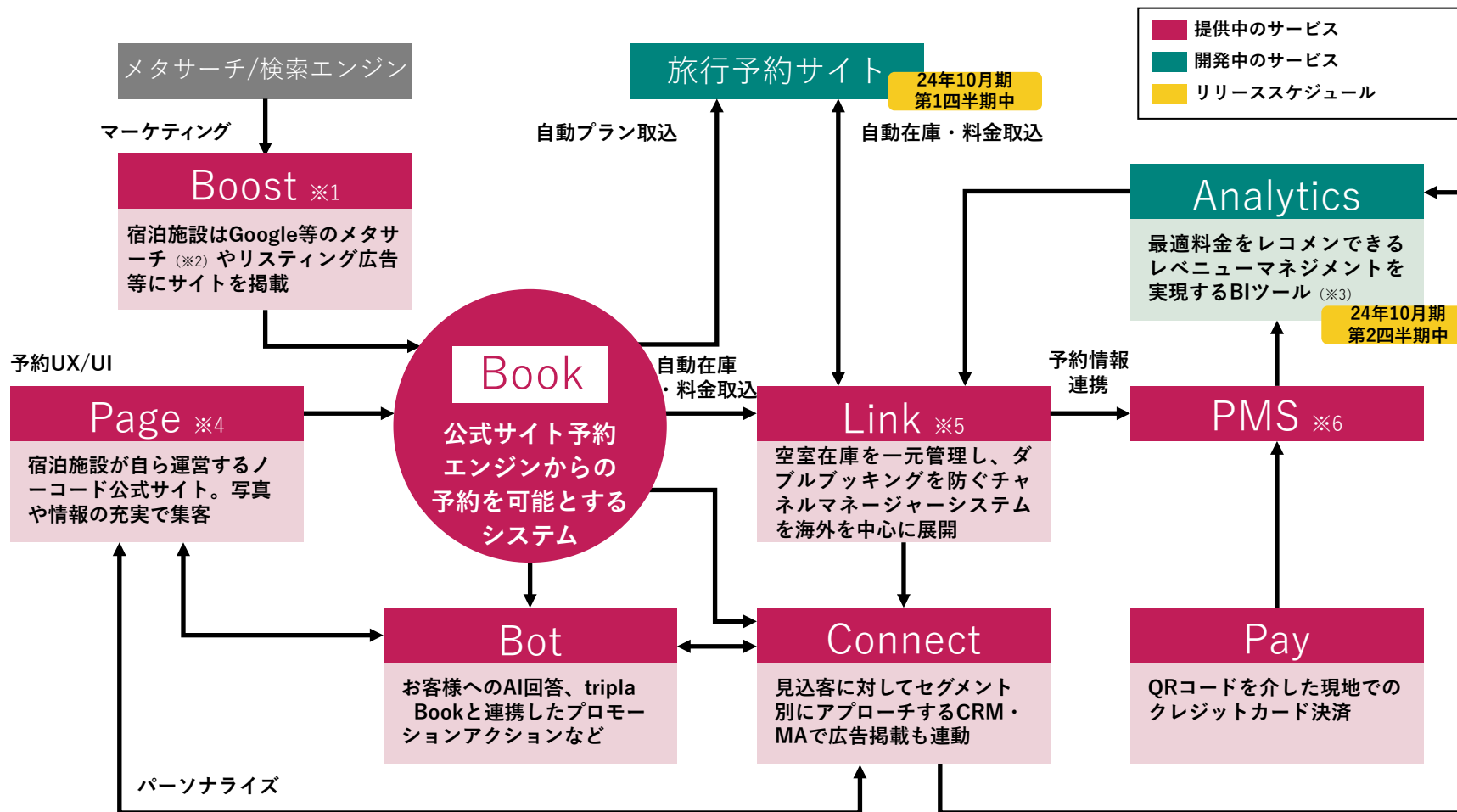
- 国内・インバウンド旅行者(個人・法人)に対しオンライン・トラベル・エージェンシー事業を展開

弊社が事業展開を行っているチャネル

主な宿泊予約／集客チャネル	予約方法	個人旅行	法人旅行	国内	インバウンド	予約ボリューム
オンライン・トラベル・エージェンシー(旅行予約サイト)	宿泊施設の公式サイトに掲載される予約エンジンを経由した予約	✓	✓	✓	✓	●
	複数施設が掲載される予約サイトを経由した予約	✓		✓	✓	●●
旅行代理店	オフライン(店舗)の旅行代理店を通した予約	✓	✓	✓	✓	●
(宿泊施設への)直接電話予約	宿泊施設に対する直接の電話予約	✓		✓		●

補足: トラベルエージェンシーは旅行代理店を意味する。

- tripla 旅行予約サイトを24年10月期第1四半期、tripla Analyticsを第2四半期にリリース予定



※1: tripla AgentからBoostへリブランディング及びサービス拡張。  
 ※2: メタサーチ：複数の検索エンジンから選んだ検索結果を表示するシステムのこと。  
 ※3: BIツール：Business Intelligenceツールの略称。組織が持つ様々なデータを分析・見える化して、経営や業務に役立てるソフトウェア。  
 ※4: tripla Pageは、現在Surehigh社で“Website Builder”として台湾で提供中。今後日本でリリース予定。  
 ※5: tripla ChannelはLinkへとリブランディング実施。BookandLink社/Surehigh社でそれぞれ“ChannelKu”/“Hotel Nabe”として展開。今後日本でリリースを予定。  
 ※6: PMS：Property Management Systemの略称。宿泊施設が、部屋在庫、予約情報、請求情報等の情報を管理し、売上情報を連携する基幹システム。BookandLink社にて展開。

- triplaはAPACで予約エンジンを中心に全10種類のサービスを展開

サービス	サービス概要	主な展開国
 <b>triplaBook</b> ※1	公式サイト/旅行予約サイトに搭載する予約エンジン	日本、インドネシア、台湾、韓国
 <b>triplaBot</b>	公式サイトに搭載するAIチャットボット	日本、台湾、韓国
 <b>triplaConnect</b>	公式サイトへの集客を支援するマーケティングツール	日本、台湾、韓国
 <b>triplaBoost</b>	公式サイトへの外部集客を支援する広告代行サービス	日本
 <b>triplaPay</b>	利便性を追求した電子決済ツール	日本、インドネシア
 <b>triplaAnalytics</b>	データドリブン経営を支援するダッシュボードツール	※現在リリース準備中
<b>tripla Success</b>	triplaサービス活用最大化のための業務代行サービス	日本、インドネシア
<b>tripla Link</b> ※2	予約エンジン・旅行予約サイト・PMS連携を行うチャンネルマネージャー	インドネシア、台湾
 <b>triplaPage</b> ※3	公式サイトをノーコードで作成・更新できるツール	台湾
<b>tripla PMS</b> ※4	ホテルのプロパティ・マネジメント・システム	インドネシア

※1: 現在(23年12月14日時点)、BookandLink社では、「Bookingku」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「EZ Hotel」という名称で、台湾で展開。

※2: 現在、BookandLink社では、「ChannelKu」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「Hotel Nabe」という名称で、台湾で展開。

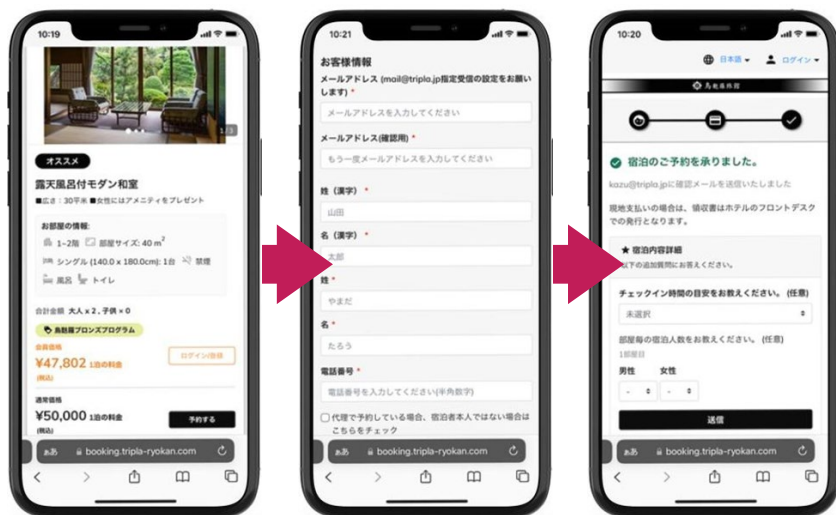
※3: 現在、Surehigh社において、「Website Builder」という名称で台湾でサービス展開。

※4: 現在、BookandLink社において、「HotelKu」という名称でインドネシアを中心にサービス展開。

- triplaは、宿泊施設の公式サイトに搭載できる予約エンジン(tripla Book)を提供

## 予約エンジン(tripla Book) UI/UX

シンプルな予約動線で予約CVRを改善



プラン比較

宿泊情報登録

予約完了

## サービスの特徴

### 5言語対応

日本語・英語・韓国語  
中国語(繁・簡)  
無料で**有人翻訳付**

### 会員獲得機能

会員制度の作成から会員特別プランの提供まで幅広く対応

### ポイント/ クーポン機能

ポイントプログラム作成、クーポン割引など予約促進機能が充実

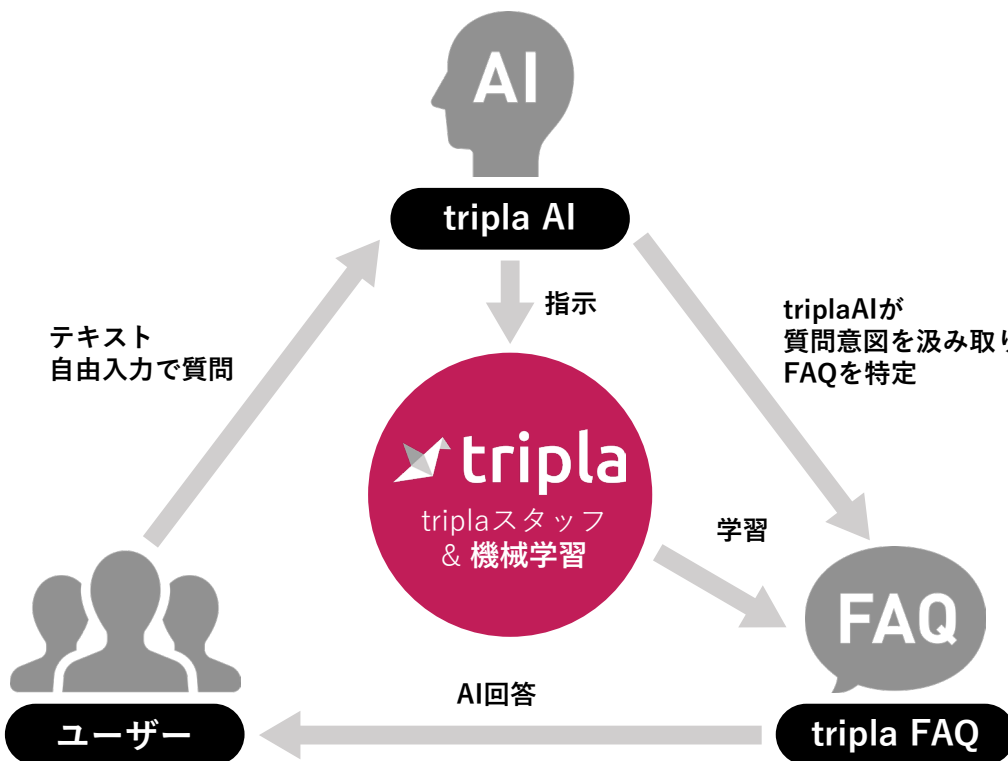
### ベストレート 機能

旅行予約サイトの販売価格を自動で取り込み、公式HPをベストレートへ

- tripla BotにAI回答によるお問い合わせ業務の自動化やエンドユーザーへの販促アクションにより、CX向上を実現

## サービス特徴

- tripla自社開発のAI自然言語処理
- 95%超のAI回答精度
- AI回答不可時のオペレーター対応
- 機械学習機能をCMS(※1)に搭載
- 日・英・中簡・中繁・韓の5言語対応
- 外部連携を容易にするWebhook



※1: CMS : Contents Management Systemの略称。

Webサイトのコンテンツ(テキストや画像、レイアウト、デザインなど)を一元的に保存し、管理(マネジメント)するシステム

## tripla Bot サービス概要 (2/2)

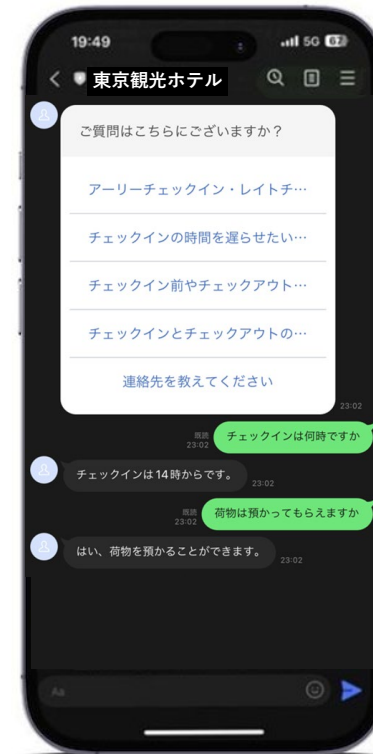
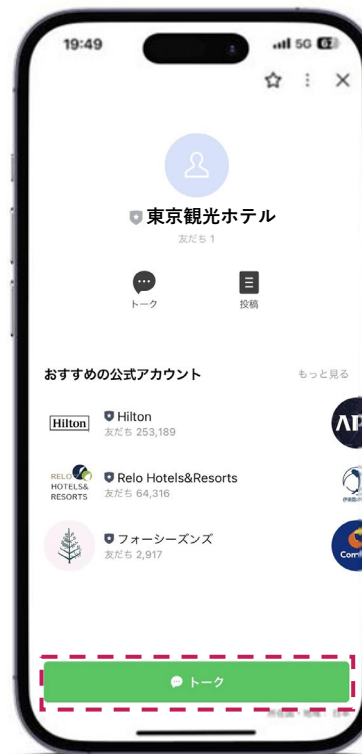
- tripla Botを通して宿泊施設のLINE公式アカウントへ連携可能。  
宿泊施設は顧客接点を獲得し、お客様の質問へAI回答・情報発信が可能。

ホテル公式HP

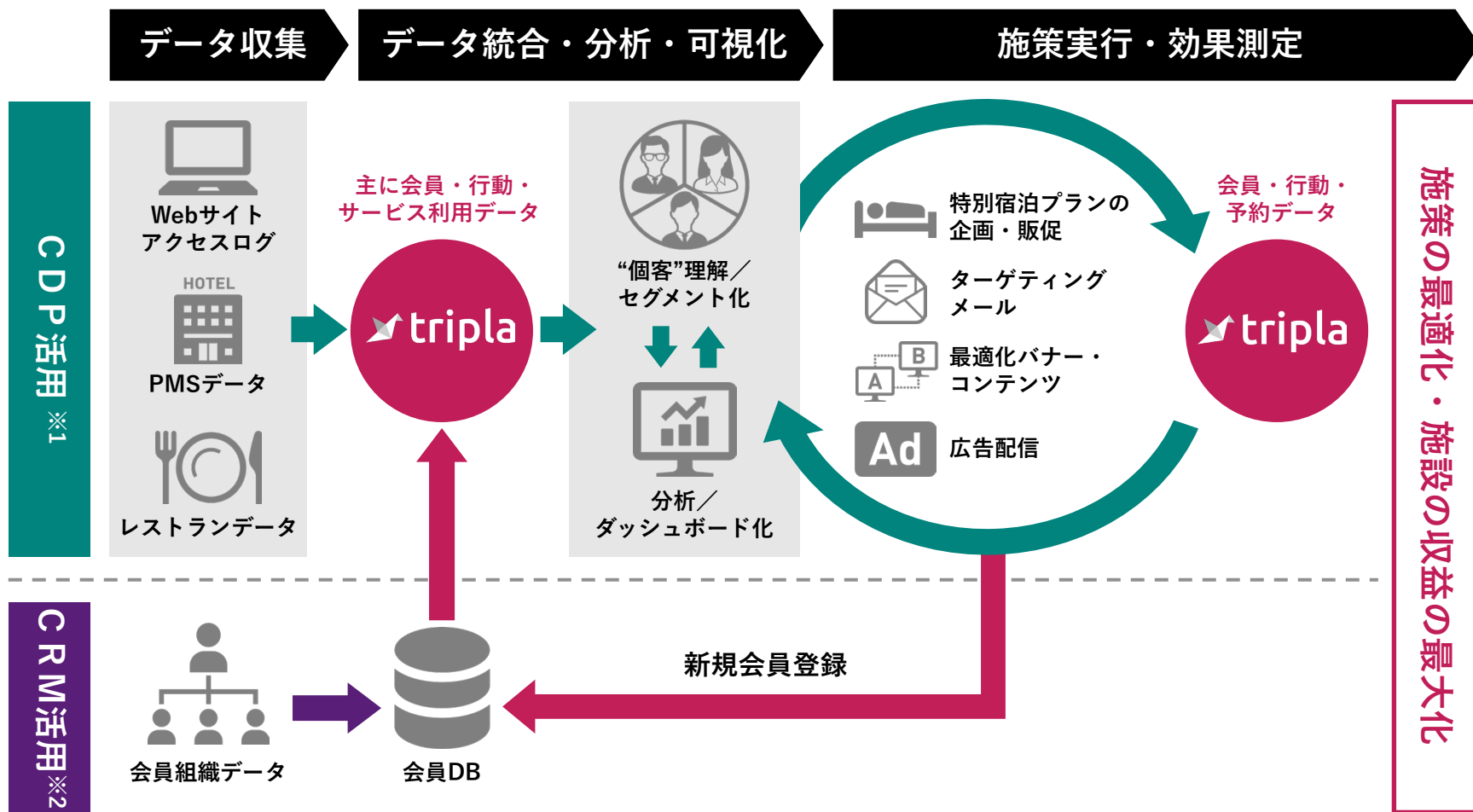
▶ LINEチャット選択

▶ LINE公式友達登録

▶ トーク上で問合わせ



- tripla Connectを活用することで、クッキーデータを軸とした見込客の行動ログから販促を実施し新規会員化を実現

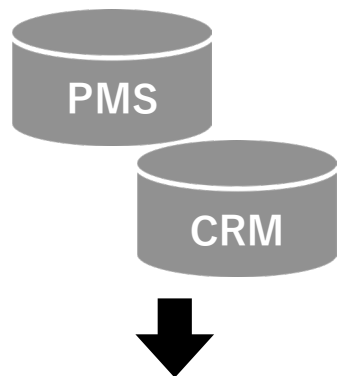


※1: CDP: Customer Data Platformの略称。システム間の情報を繋ぎ、マーケティングに活用する顧客データを管理する基盤。  
※2: CRM: Customer Relationship Managementの略称。顧客管理のソフトウェア。

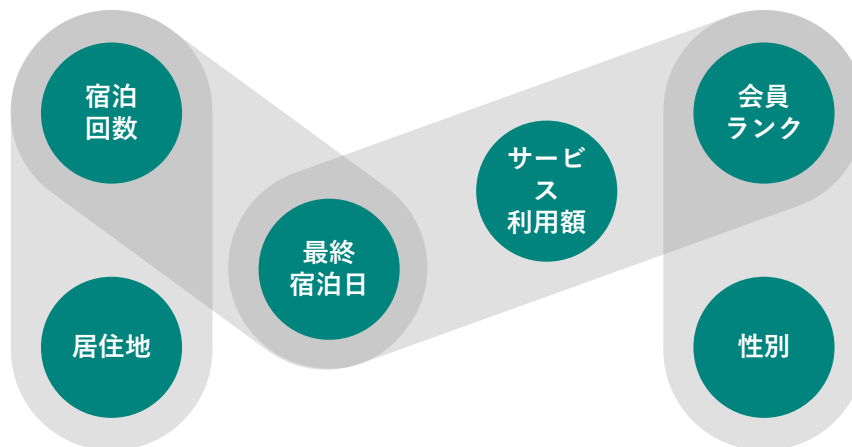
- tripla Connectを活用することで、顧客データ構築・顧客セグメント作成・セグメント別のアクション実行・検証を実行可能

## 顧客データ 基盤の構築

カスタマーの  
データウェアハウス



## 顧客セグメント構築・ マーケティングアクション (tripla Connect)



各種データに基づく顧客セグメント作成と  
セグメント別お知らせアクションの実行



## アクションの 効果測定

Connect上で  
アクション結果の  
効果測定・振返り

¥ 547,604	3	11	...
予約金額	予約件数	予約件数	...
35,412	35.07%	4.29%	...
宿泊客一人当り	予約率	CTR	...



顧客へのメール・SNS  
アクションの  
実行と効果検証

→顧客ロイヤルティ  
と稼働率向上に貢献



# tripla Boost サービス概要

- 2023年11月からtripla Agentのリブランディングとしてtripla Boostを開始
- 予約エンジン事業者の観点からWeb広告の運用代行を実施し、公式サイト経由の予約数改善を目指す

## サービスの特徴

### ホテルの課題

旅行予約サイト経由の予約率が高く収益性が低い



### 解決策

広告でホテルHPへ送客し、自社予約比率改善

認知拡大を通じて集客を増やしたい



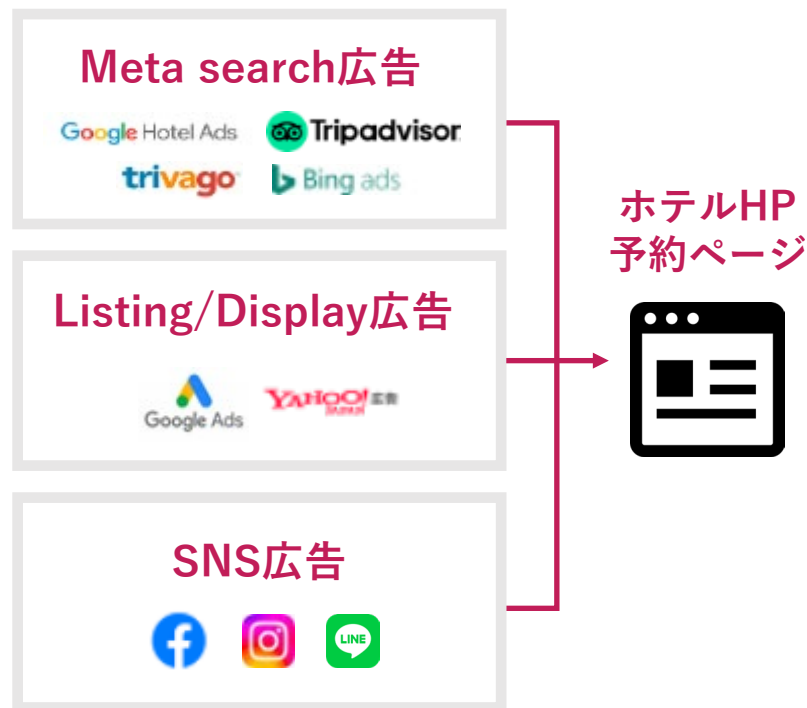
国内外からの集客を通じて稼働率改善

Web広告人材及びノウハウ不足



宿泊施設のニーズに合わせた広告運用の最適化

## サービスの概要



- URLリンク決済サービスで、宿泊施設はキャンセル料の請求が容易に
- 新たな端末購入が不要なため、導入が簡単

## サービスの特徴

1

利用料は  
手数料のみのため  
導入ハードルが無い



2

キャンセル料請求  
作業負担の軽減

3

シンプルな決済動線で  
回収率改善

## 想定利用シーン

用途	宿泊予約に伴うキャンセル料の請求	
イメージ	<p>①請求情報入力 管理画面の登録は約1分</p> 	<p>②リンクURLから決済 お客様にメールが送信され、 URLリンクからクレカ決済</p> 
	利用方法	<p>①施設側で請求情報を登録 ②お客様へメール自動送信 ③tripla Pay経由で支払い</p>

- 宿泊施設のデータドリブン経営を支援するダッシュボードを提供

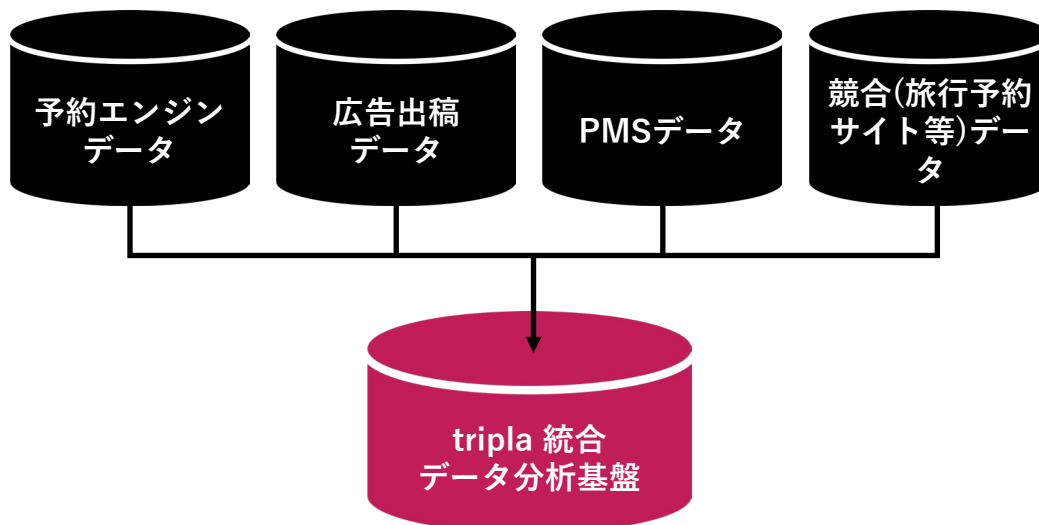
## 宿泊施設が抱えるお悩み

経営改善のために  
データを十分に  
利活用  
できていない…

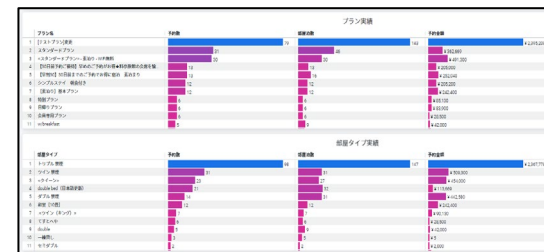
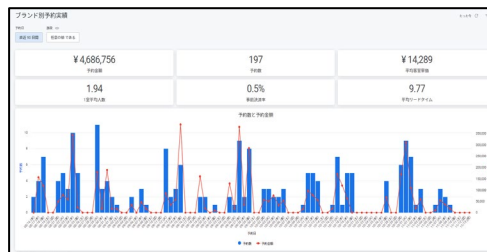
社内の  
様々なデータを  
加工・編集するのに  
大変な手間が  
かかっている…

外部の  
データ分析ツールの  
導入に多くの  
コストと時間が  
かかってしまう…

## 弊社が提供するソリューション (tripla Analytics)



分析基盤をもとに各種ダッシュボードを生成



- 弊社のサービス活用に関するお客様のお困りごとをtripla Successで解消

## 宿泊施設が抱えるお悩み

宿泊プランの編集・更新に多くの時間を要してしまう…

triplaサービスの機能を十分に使いこなせていない…

公式サイトへの予約を最大化させるためのサポートが欲しい…

## 弊社が提供するソリューション (tripla Success)



宿泊施設(お客様)

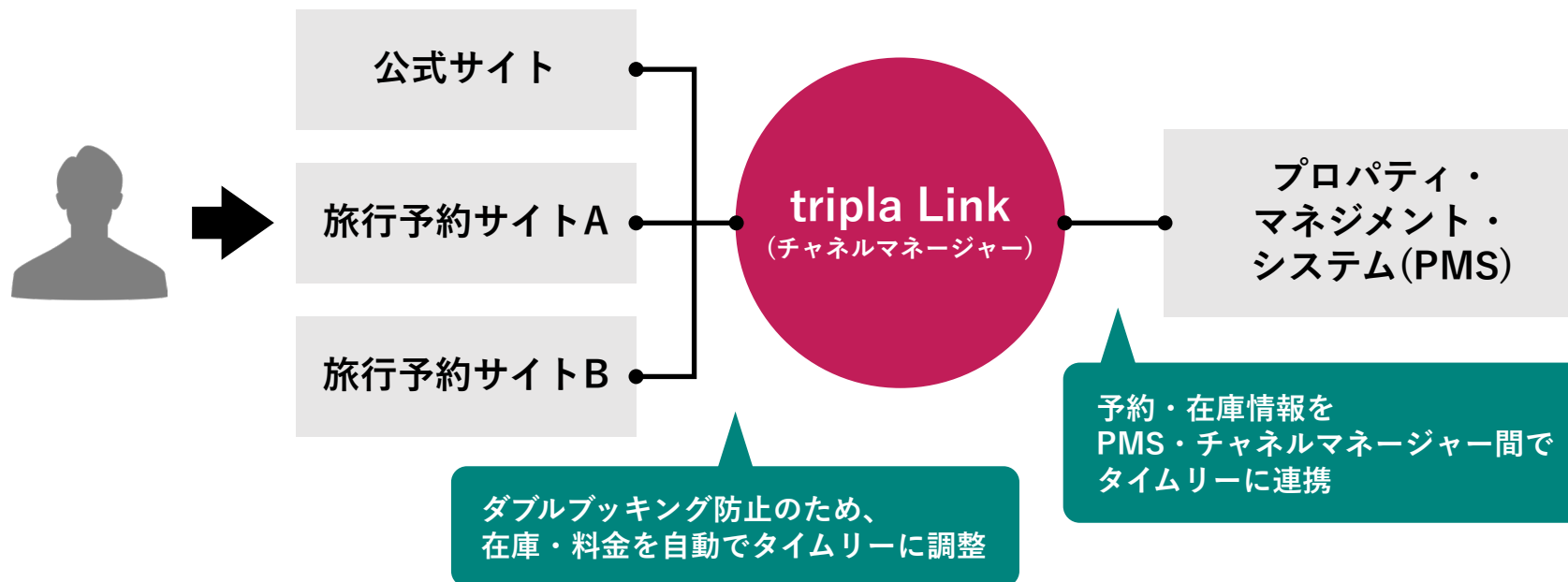


弊社Successスタッフ

### ●サービス例

カテゴリー	詳細
予約エンジンの初期設定	プラン・ルームタイプの作成
	画像アップロード・子供／キャンセルポリシー設定等
	チャンネルマネージャー連携
チャンネルマネージャー	料金・在庫設定
旅行予約サイト	プラン・料金・在庫設定
予約エンジンの機能設定	会員プログラム設定
	ポイントプログラム設定
	ベストレート設定
分析レポート	分析レポートの提供
マーケティング	メールマガジンの作成・配信

- 現在は、インドネシアと台湾を中心にチャネルマネージャーサービスを提供



## サービスの特徴

- tripla Bookとの標準連携
- 主要な国際的旅行予約サイトに加え、東アジア・東南アジアのローカル旅行予約サイトとも連携

## 今後の開発・展開予定

- 今後各エリアのサービス(インドネシア：Channelku、台湾：Hotel Nabe)を統合
- 日本と韓国のローカル予約サイトとの連携を進める

補足1: 現在日本で提供しているtripla Channelはtripla Linkへと名称変更し、リニューアルを実施予定

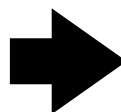
補足2: インドネシアではBookandLink社が「ChannelKu」、台湾ではSurehigh社が「Hotel Nabe」という名称でサービス展開

- 宿泊施設が自ら運営するノーコードの公式Webサイトを簡単に作成が可能に

## 宿泊施設公式サイトの課題

- 高額なWebサイト構築費用
- 宿泊施設にWebサイト制作者が不在
- 外注先に構築から更新まで依頼
- 何か更新をするたびに、費用&時間が発生
- レスポンシブ含め、モバイルが未対応
- SEO(検索エンジン最適化)や多言語対応等  
予約コンバージョン  
施策が必要

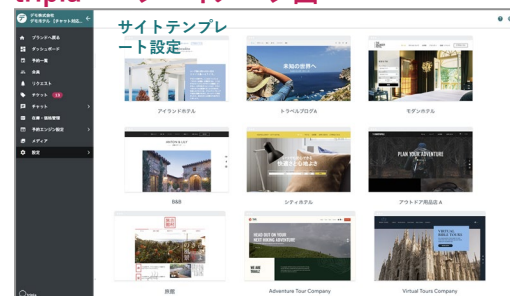
→公式サイトの構築・運用ノウハウが無い  
単館施設等への導入を目指す



## tripla Pageのサービス体系

- Webサイトをノーコードで簡単に作成
- 契約締結から課金開始までの期間短縮化
- 標準でSEO対策・多言語化・モバイル対応
- 標準で予約エンジンとの機能連携するため、  
シームレスな予約体験を提供できる
- 旅館／ホテル等複数のテンプレートを容易
- 宿泊施設の準備は画像と文章のコンテンツ

### triplaページ イメージ図



# 主要サービスのプライシングモデル

- 各サービスの特性・市場/競合環境を考慮しながら、プライシングモデルを設定

サービス	サービス概要	プライシングモデル				
		日本	台湾	韓国	インドネシア	その他
triplaBook ※1	公式サイトに搭載する予約エンジン	固定 + 従量	従量	固定 + 従量	従量	戦略的に設定 各国の市場・競合環境に合わせて
triplaBot	公式サイトに搭載するAIチャットボット	固定 + 変動	固定	固定	n/a (今後市場展開)	
triplaConnect	公式サイトへの集客を支援するマーケティングツール	固定 + 従量	固定 + 従量	固定 + 従量	n/a (今後市場展開)	
tripla Link ※2	予約エンジン・旅行予約サイト・PMS連携を行うチャネルマネージャー	n/a (今後市場展開)	固定	n/a (今後市場展開)	固定	

- tripla BookはPay for Performanceの考えに基づき、従量課金を全部もしくは一部採用
- 市場・競合環境を考慮し、戦略的にプライシングモデル及びプライスの設定・変更

※1: 現在(23年12月13日時点)、BookandLink社では、「Bookingku」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「EZ Hotel」という名称で、台湾で展開。

※2: 現在、BookandLink社では、「ChannelKu」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「Hotel Nabe」という名称で、台湾で展開。

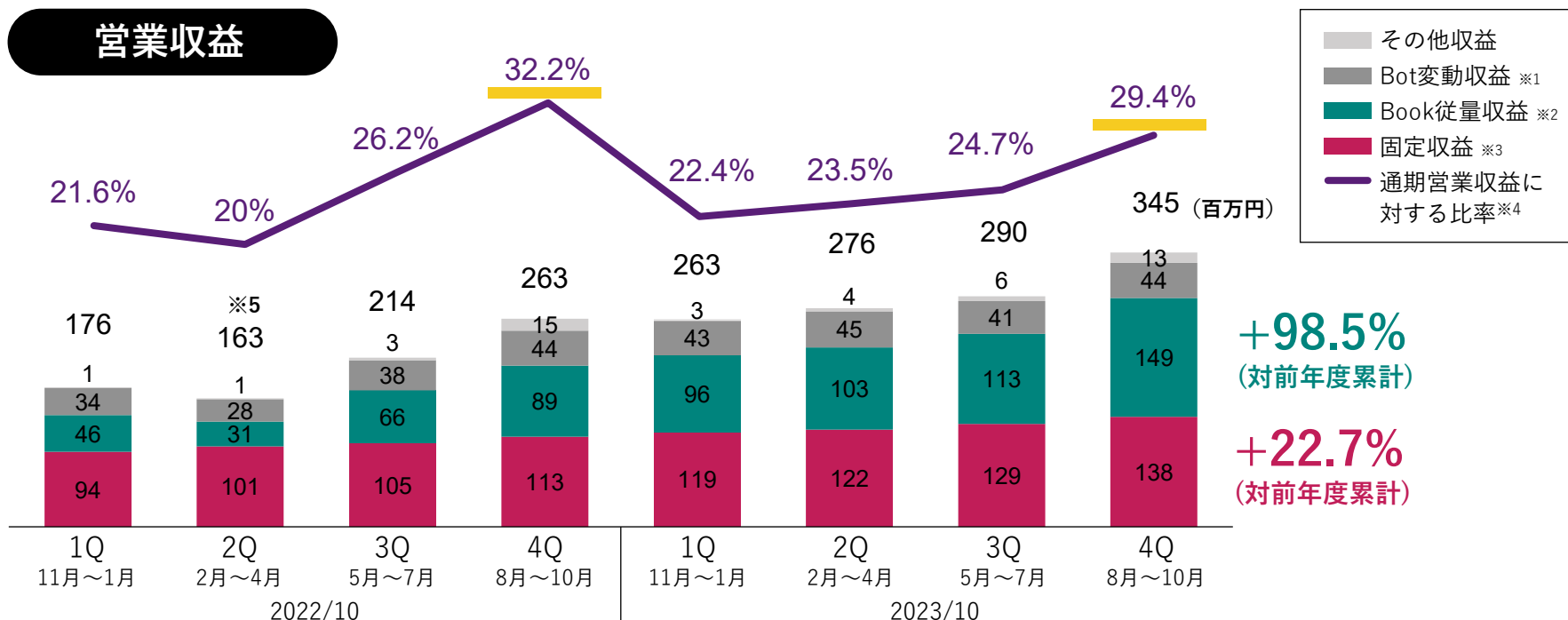
## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- **2023年10月期の決算概要**
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（2024年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix



# 四半期ごとの営業収益の偏重

- 固定収益は堅調に推移。従量収益は季節性と施設数増加により大きく伸長
- 4Qの営業収益が30%程度という傾向は変わらず



- 固定収益は各サービスの施設数の増加とともに増加。
- 従量収益は季節性があり、8月を含む4Qが強く出る傾向あり。
- 2022年10月期4Qの内11百万円、2023年10月期4Qの内2百万円がSIによる一時的な収益

※1: 「変動収益」はtripla Bot等による変動的な収益等。

※2: 「従量収益」は、tripla Bookによる宿泊従量課金による収益と決済従量課金による収益の合計（「従量収益の収益構造とtake rate」参照。）

※3: 「固定収益」は、tripla Bookの固定料金による収益とtripla Botによる固定料金による収益の合計

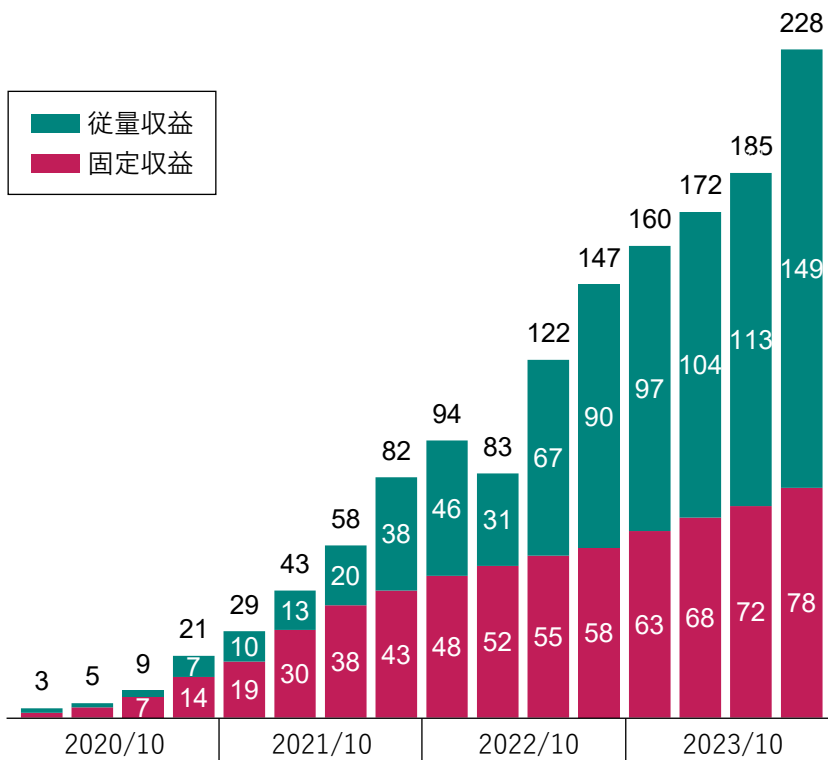
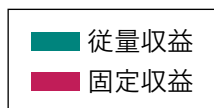
※4: 2022年10月期は通期の営業収益817百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2023年10月期は通期の営業収益1,176百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率。

※5: 2022年10月期2QはCOVID-19禍オミクロン株のまん延により旅行需要が減退し、営業収益が悪化。

- 導入施設数は2,137施設(予想)を大きく超過し、2,485施設を達成

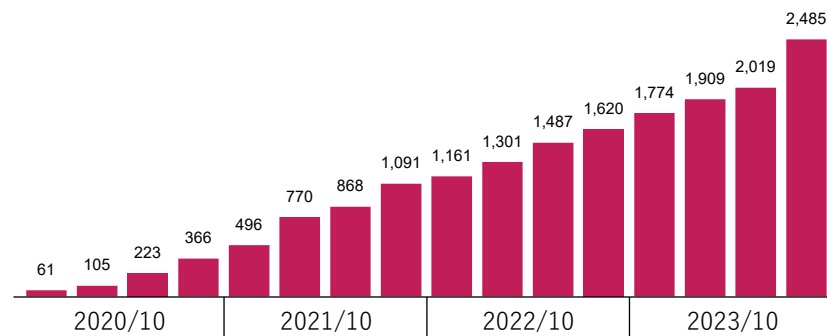
## Book営業収益

(百万円)



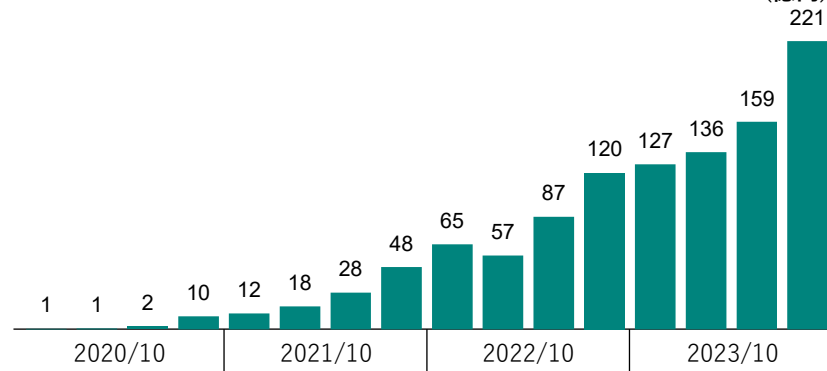
## 導入施設数 ※1

(施設)



## 取扱高 (GMV)

(億円)



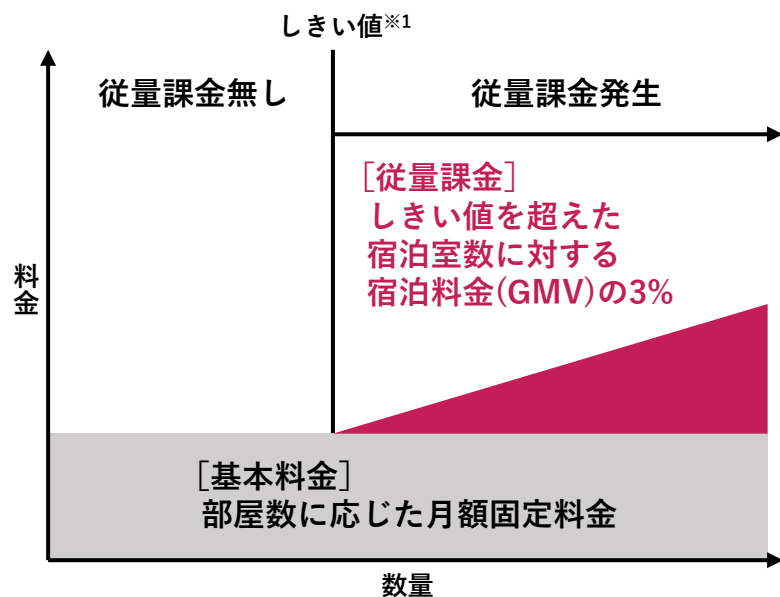
※1: 台湾支店、韓国支店の数も含めて表示。

# Book従量収益の収益構造とtake rate

- 各施設の取扱高(GMV)の増加でしきい値を超える施設が増え、従量課金率も上昇する収益構造。今後はtripla Boost、カスタマーサクセスの強化等によりtake rate上昇を狙う

## tripla Bookの収益構造

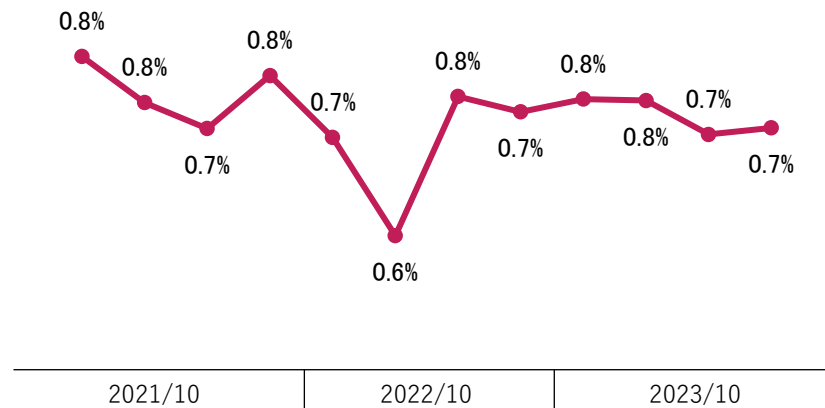
### 宿泊従量課金



### 決済従量課金

定められた手数料率に応じて課金

## 従量収益のtake rate推移 ※2



※1: 各宿泊施設が、tripla Book契約前に利用していた他社公式サイト予約エンジンによる過去1年間の宿泊実績(毎月)を原則とする。

※2: 2022年10月期2Qの落ち込みはコロナ禍オミクロン株のまん延による影響。

### triplaは下期偏重型の収益モデルである理由

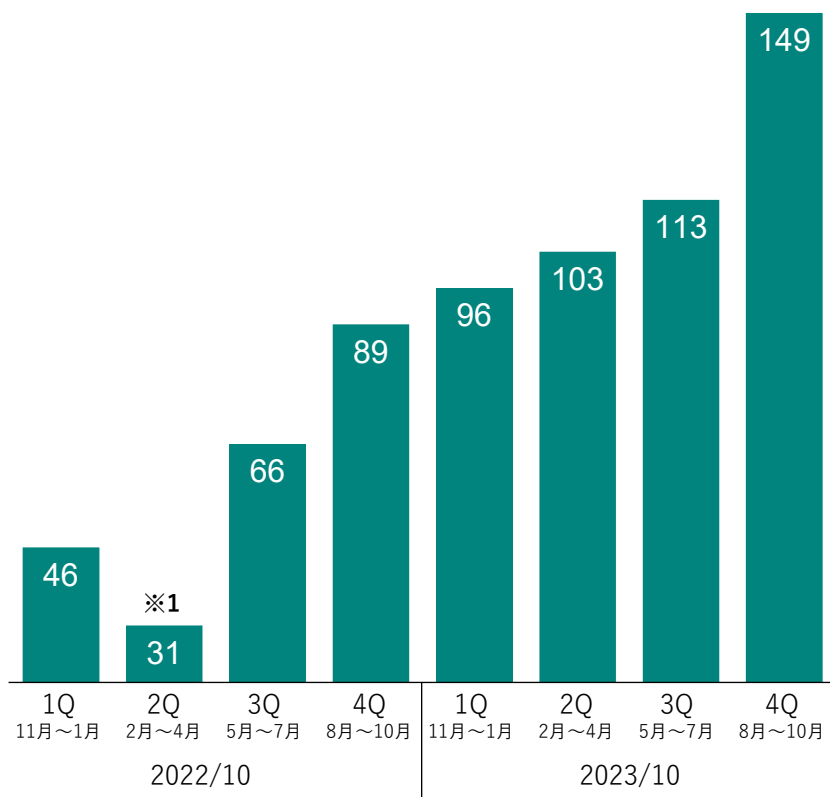
- 1 固定収益は、サブスクリプションモデルであるため、施設数の積み上げにより増加**  
1Q < 2Q < 3Q < 4Q という傾向
- 2 従量収益は、季節性の影響により、8月を含む第4四半期に増加する傾向**  
後述「従量収益の季節性について」ご参考

# 従量収益の季節性について

- Bookの従量収益は季節性があり、宿泊市場と同様に8月を含む4Qが増加傾向

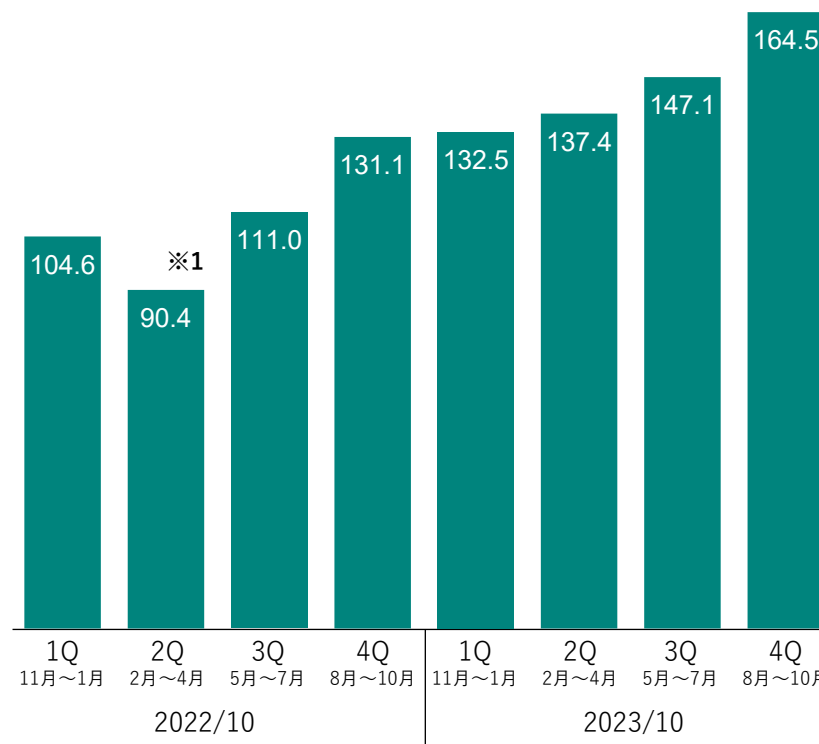
## 当社の従量収益

(百万円)



## 宿泊者数(市場全体・観光庁統計より)

(百万人)

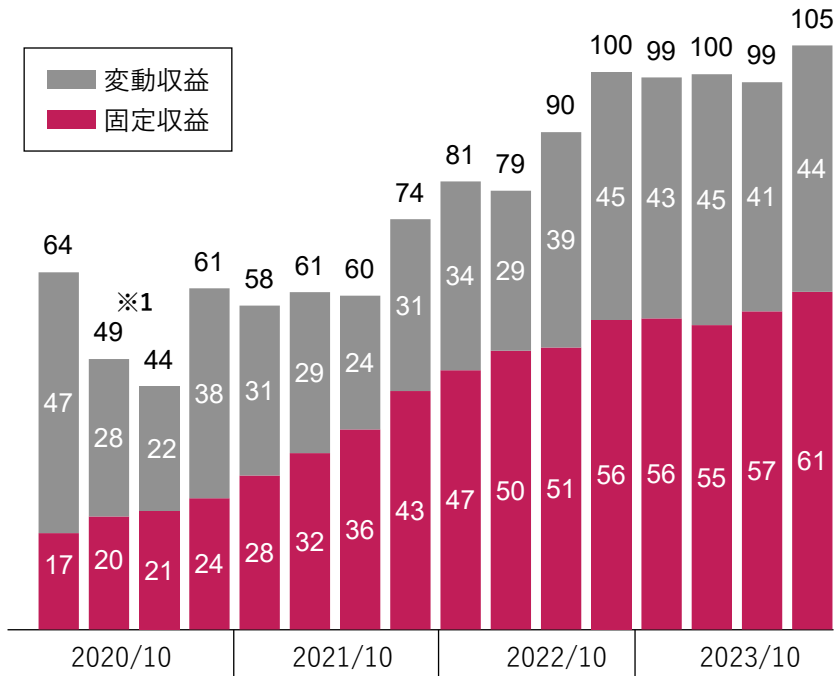


※1: 2022年10月期2Qはコロナ禍オミクロン株のまん延により旅行需要が減退し、収益が悪化したもの。

- 大口チェーンホテルの導入(9月下旬)により、2023年10月期の予想1,178施設は大幅に超過。また、前期末1,088施設から578施設増加し1,666施設

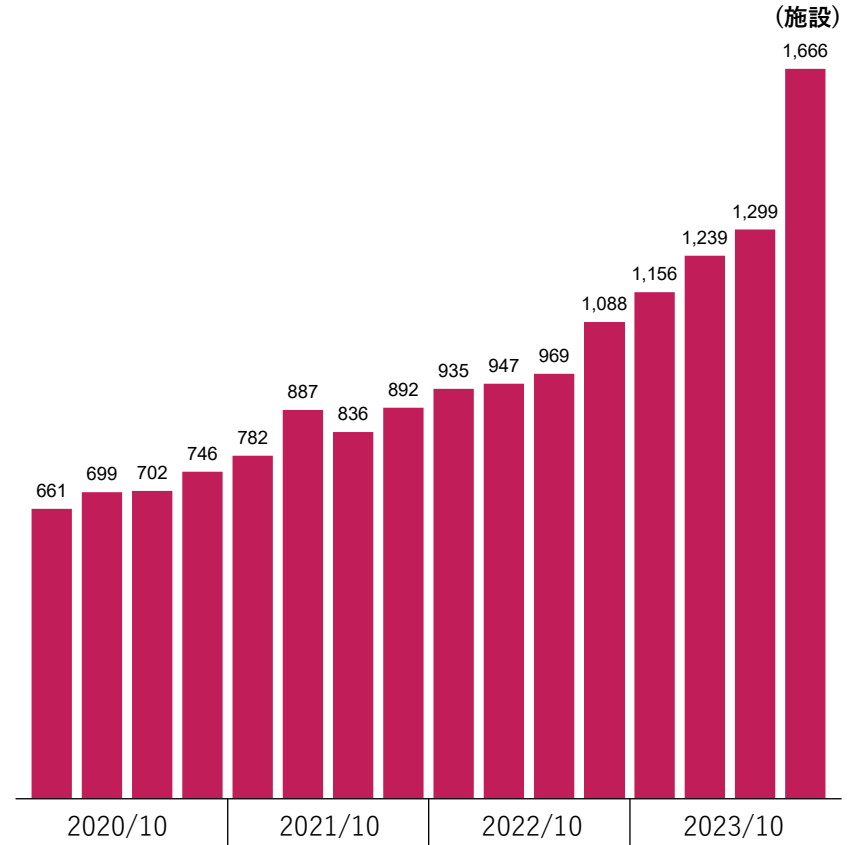
## Bot営業収益 ※1

(百万円)



## 導入施設数 ※2

(施設)

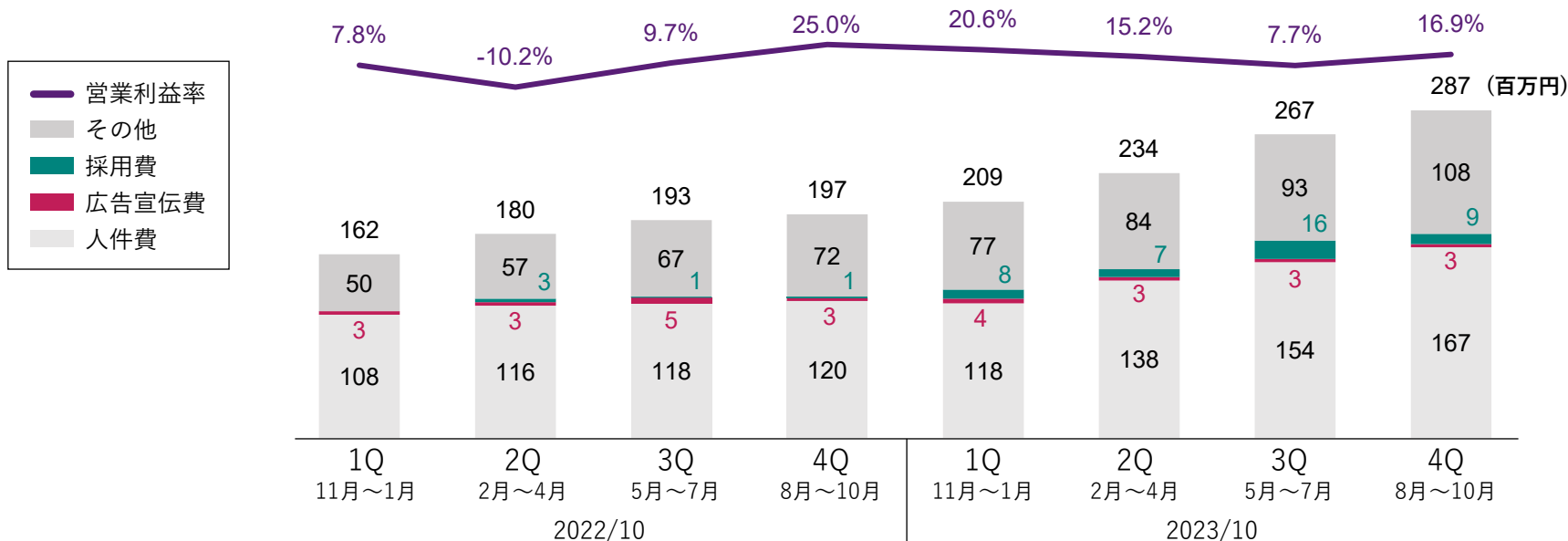


※1: 2020年10月期第2四半期及び第3四半期の落ち込みはコロナ禍によるもの。

※2: 台湾支店、韓国支店の数も含めて表示。

# 四半期ごとの営業費用の推移

- 新サービス・新機能開発のためのエンジニア採用への投資を実施
- 広告宣伝費については計画どおり効率的に利用



従業員数 ※1 (エンジニア等人数 ※2)	2022/1Q 11月~1月	2022/2Q 2月~4月	2022/3Q 5月~7月	2022/4Q 8月~10月	2023/1Q 11月~1月	2023/2Q 2月~4月	2023/3Q 5月~7月	2023/4Q 8月~10月
	67人 (24人)	68人 (24人)	70人 (27人)	70人 (27人)	74人 (29人)	83人 (35人)	89人 (41人)	90人 (40人)

- 人件費は成長戦略実現に向けた開発のため、エンジニア等の積極的な採用を実施
- 広告宣伝費は計画どおり推移
- 収益と異なり、当社特有の季節要因なし。人員の増加等とともに増加

※1: 従業員数は臨時雇用者を除く。

※2: エンジニア等人数はプロダクトマネージャー、デザイナー、QAテスター等の製品関連のメンバーを含む。

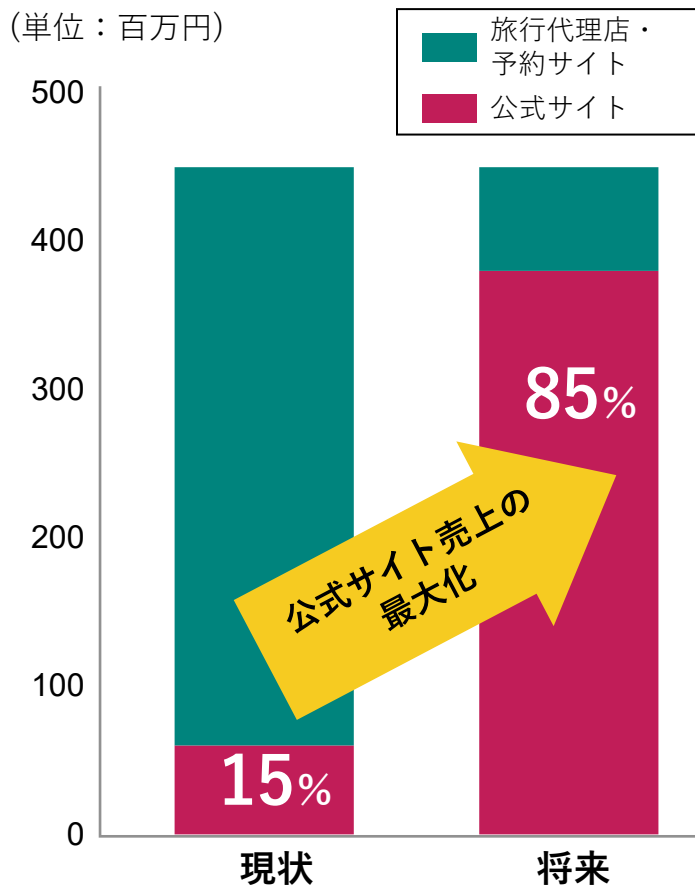
## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- **経営戦略**
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（24年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- Appendix

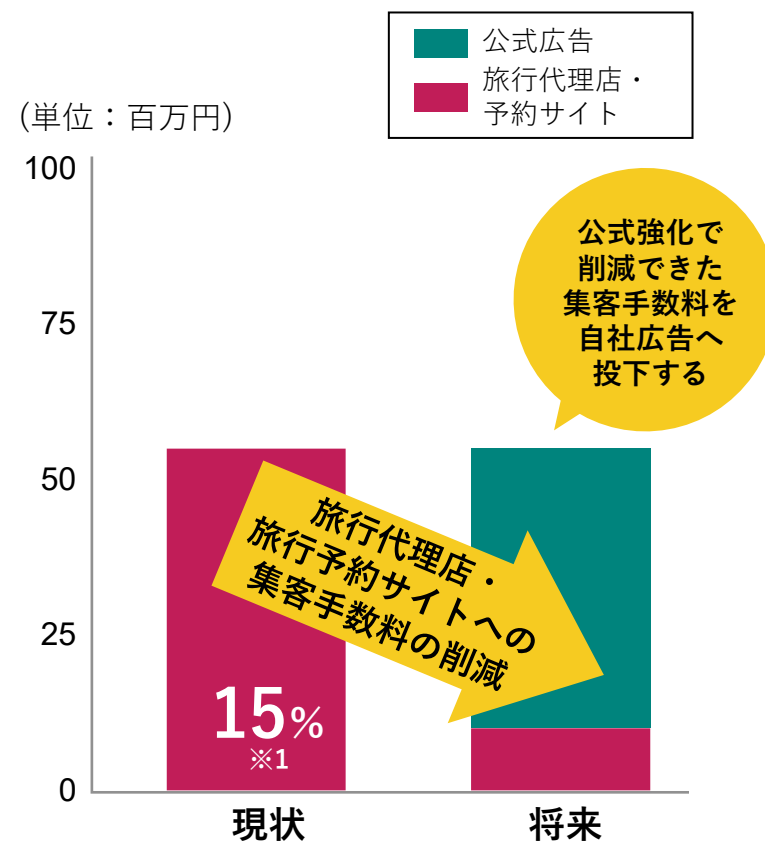


- 公式サイト経由の売上を最大化することで集客手数料を削減し、代わりにブランディング確立のため自社広告へ再投下

## ● 宿泊施設の販売チャネル別売上



## ● 宿泊施設の販売チャネル別集客手数料と自社広告代



※1: 旅行予約サイトの平均手数料

# 公式サイトであればお客様の見える化が実現できる

- 公式サイト売上比率が高い宿泊施設は各種マーケティング活動が可能

公式サイト予約が大きい宿泊施設は、レポート利用に繋がるお客様情報を獲得



旅行予約サイト頼りの宿泊施設はお客様情報を得ることができない



予約情報

[宿泊施設が得られる顧客情報]  
氏名・電話番号のみ ※1

※1: 旅行予約サイトによって取得される情報は異なる

- 基本戦略に則った具体的なアクションプランを創出していく



## 適応型戦略

これまでのtriplaの事業活動をより強化することで収益を伸長させる

- コンサルティングサービス
- マーケティング支援
- 公式サイト収益最大化
- Book周辺でサービス重層化
- 海外展開のオーガニック成長
- サービスローカライゼーション

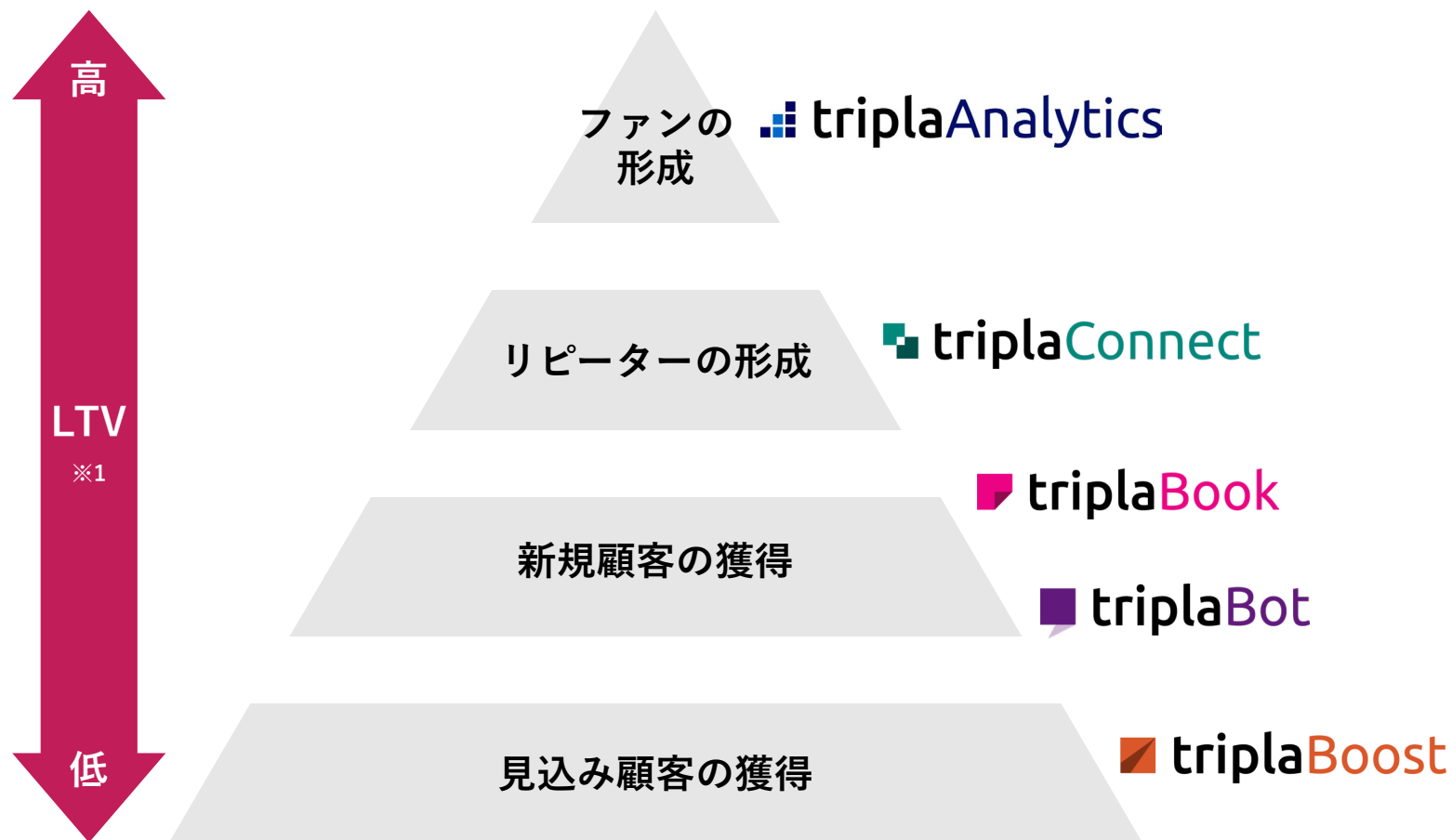


## 形成型戦略

新市場を発掘し、ゼロからサービス立ち上げもしくはM&Aでのサービス開始

- 広告運用代行サービス
- チャンネルマネージャー事業
- 分析ツール事業
- PMS事業
- M&Aでの市場開拓
- M&Aでのサービス拡大
- M&Aを通じた開発拠点拡大
- 海外起点での新サービス

- サービスの重層化を実行することで宿泊施設は新規及びリピート顧客を創出



※1: Life Time Valueの略称。顧客生涯価値(顧客から生涯にわたって得られる利益)を意味する。




# 新規顧客を最大化させる方法

- 公式HPへのトラフィック最大化 + 予約コンバージョン最大化まで一気通貫でサポート



 triplaBoost  
 triplaConnect



 triplaBook  
 triplaBot  
 triplaPage



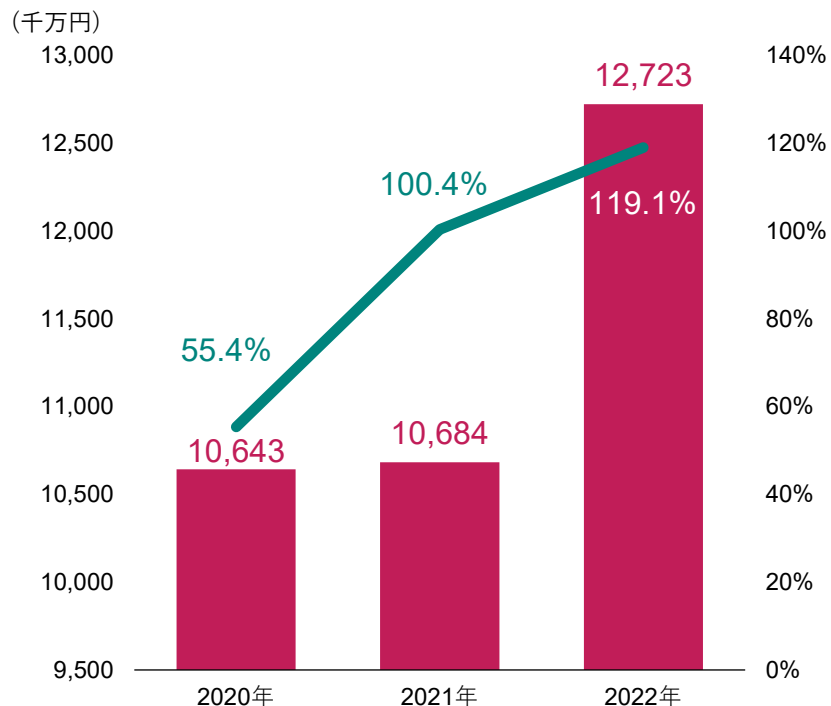
## [参考] 旅行業界におけるネット広告需要

- ネット広告の市場規模が大きくなっている中、旅行業界におけるWeb検索は急増
- 宿泊施設のネット広告を推進することでWeb検索から自社予約に繋げることが可能に

### 広告市場規模推移

[交通・レジャー業種広告費\*]

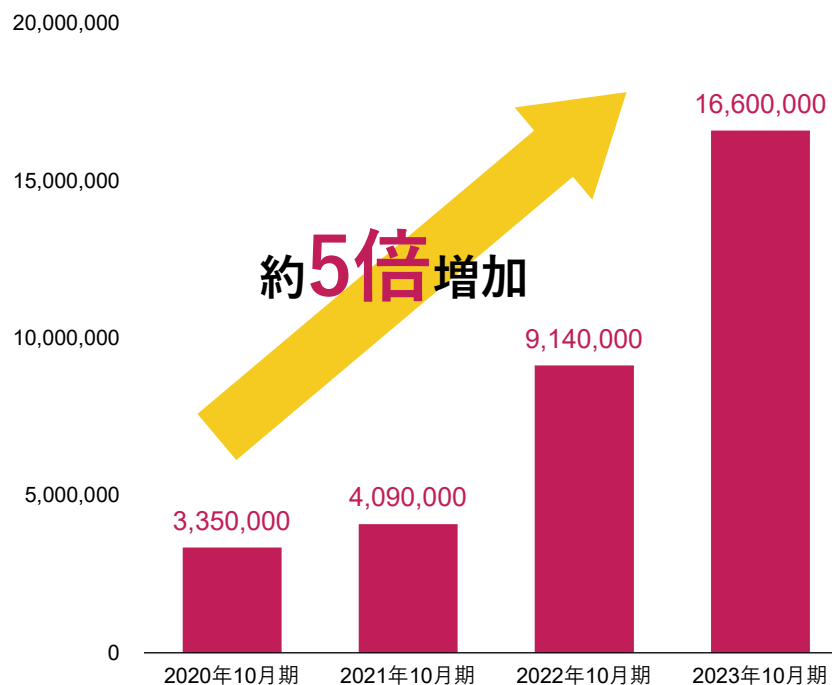
■ 広告費    — 前年比



※マスコミ四媒体の広告費(テレビ、ラジオ、新聞、雑誌)  
出所：dentsu『日本の広告費/業種別広告費』

### 旅行業界のWeb検索数推移

[Googleでの「ホテル」の月間平均検索ボリューム]



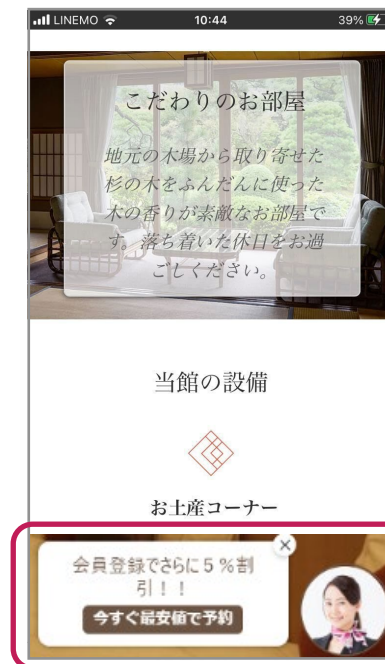
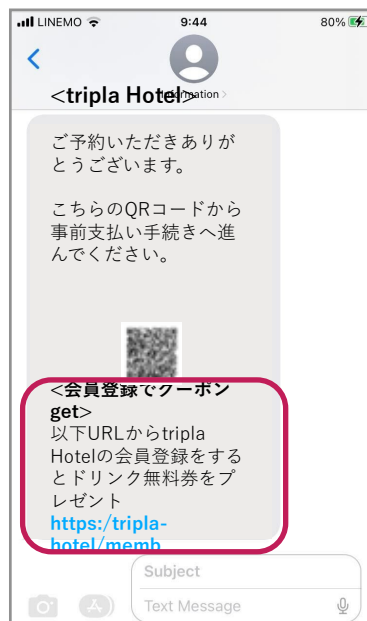
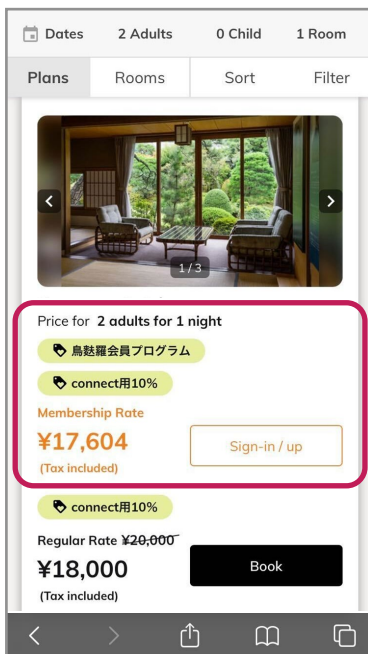
※Google広告のキーワードプランナーにて、国内で「ホテル」キーワードを検索されたボリューム

- 公式HP訪問/予約/決済と各ポイントでの会員メリット提案を通じて会員化を促進

## tripla Book

## tripla Bot

会員促進のイメージ



会員化への流れ

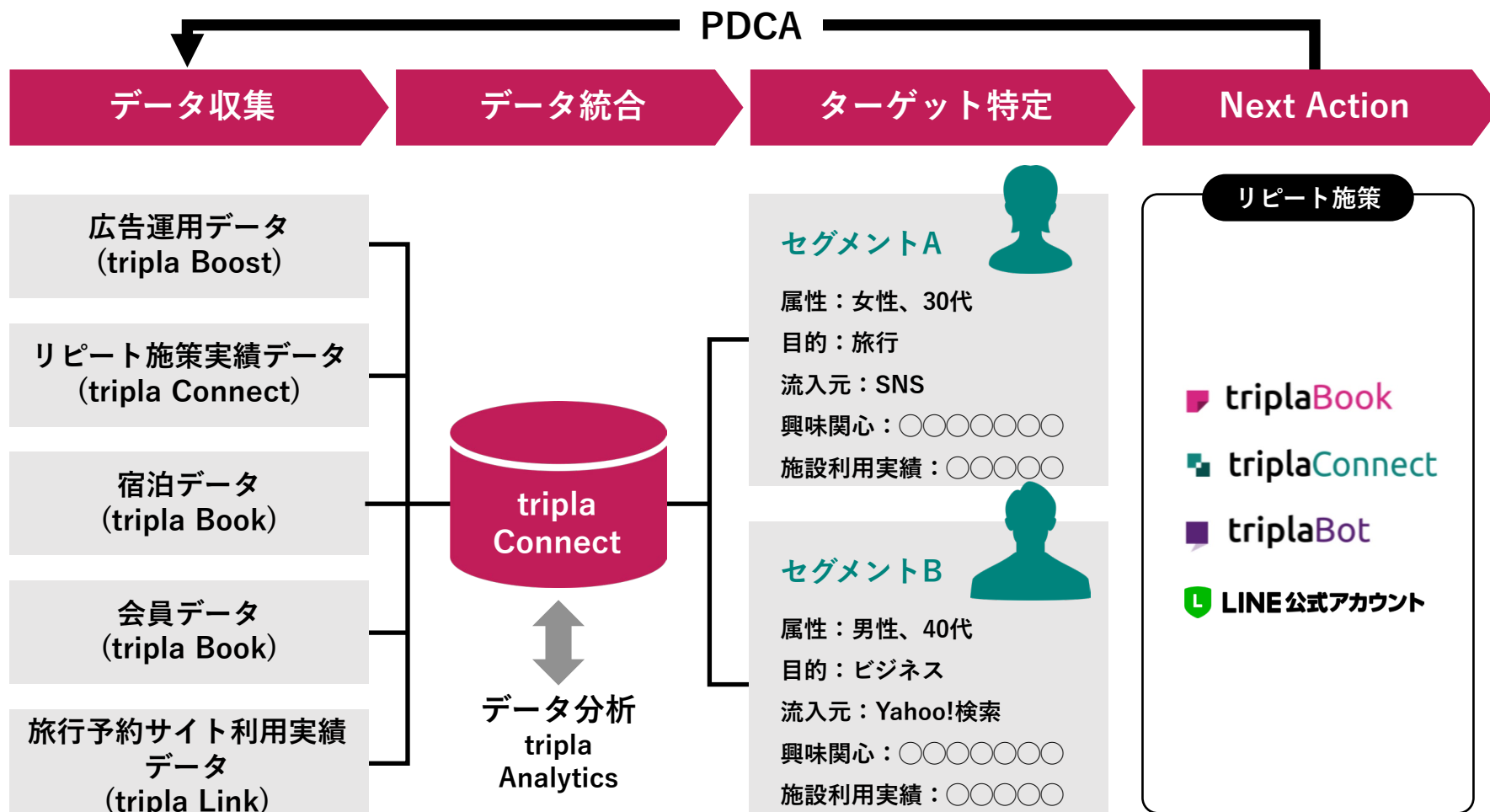
予約時の  
会員価格提案などを  
通じて会員化を促進

宿泊料金支払い時に  
会員化を促進

宿泊前や宿泊中に  
Bot経由での  
会員化メリットを訴求

# リピート顧客の最大化を実現する

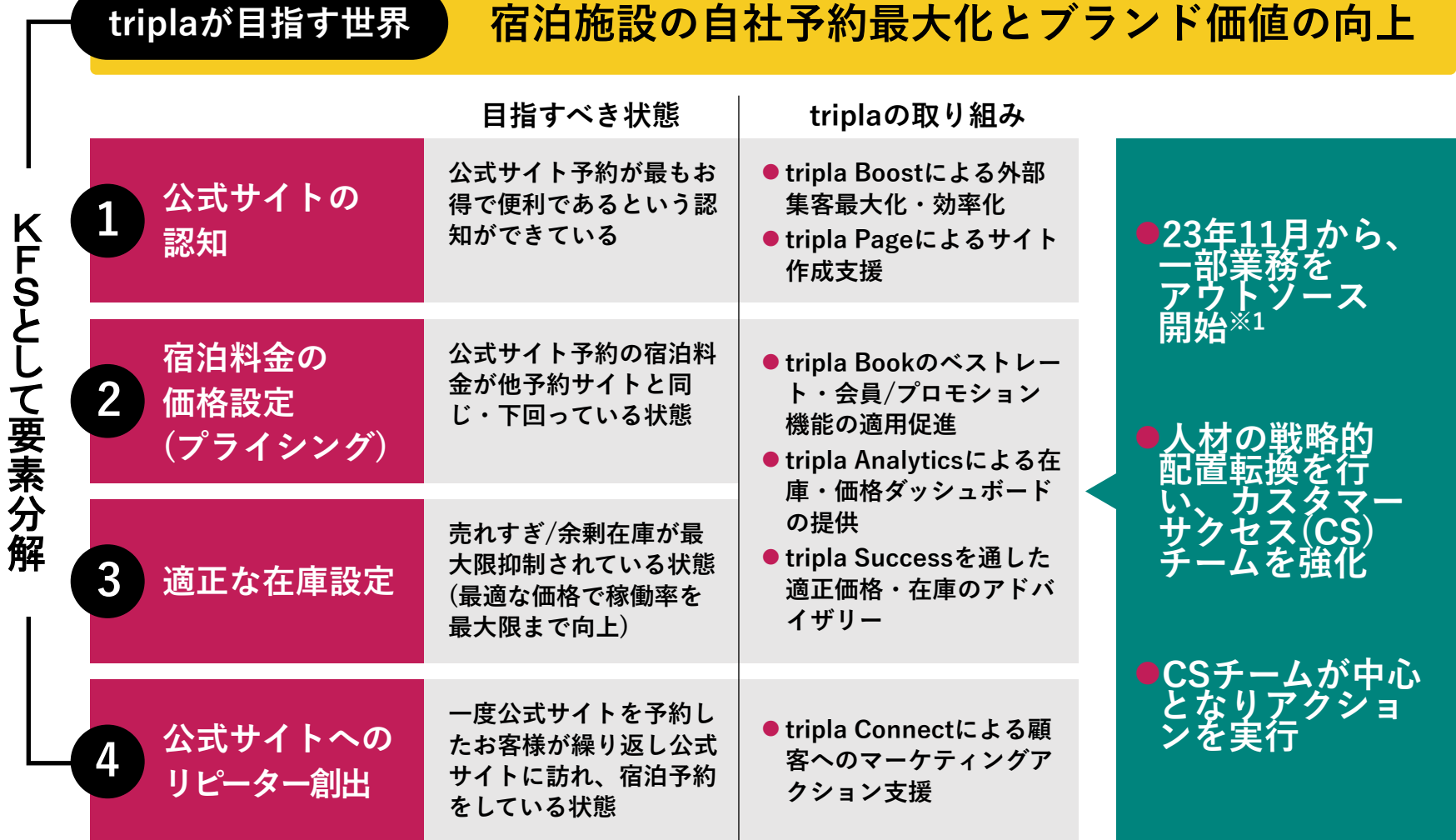
- データドリブンでリピート施策を効率的に運用し、リピート率最大化に貢献



補足: 1st Party Cookieの取得はtripla Connectの機能となります



- カスタマーサクセスチームが自社予約最大化の4つのKSFに対し各種施策を実行



※1: tripla日本法人単体の人員数ベースで約10%

# [参考] KSF①：公式サイトへの認知

- tripla Boostを中心としたソリューション提供で施設・旅行者の課題解決を行う

一番安く泊まれるウェブサイトはどこだろう…

旅行者

公式サイトへの認知・流入を増やしたいが、方法がわからない、リソースがない…

宿泊施設

triplaのソリューション(例)

**triplaBoost**

tripla Boostを通して、宿泊施設の広告出稿をサポート。

多言語のグーグルホテル広告やリスティング広告に公式サイトを露出し、サイトへの認知・流入拡大を行う。

triplaは、宿泊施設の自社予約最大化に貢献

▼

Take Rate/  
従量課金収益が向上

最安のプランを公式サイトで見つけることができた！

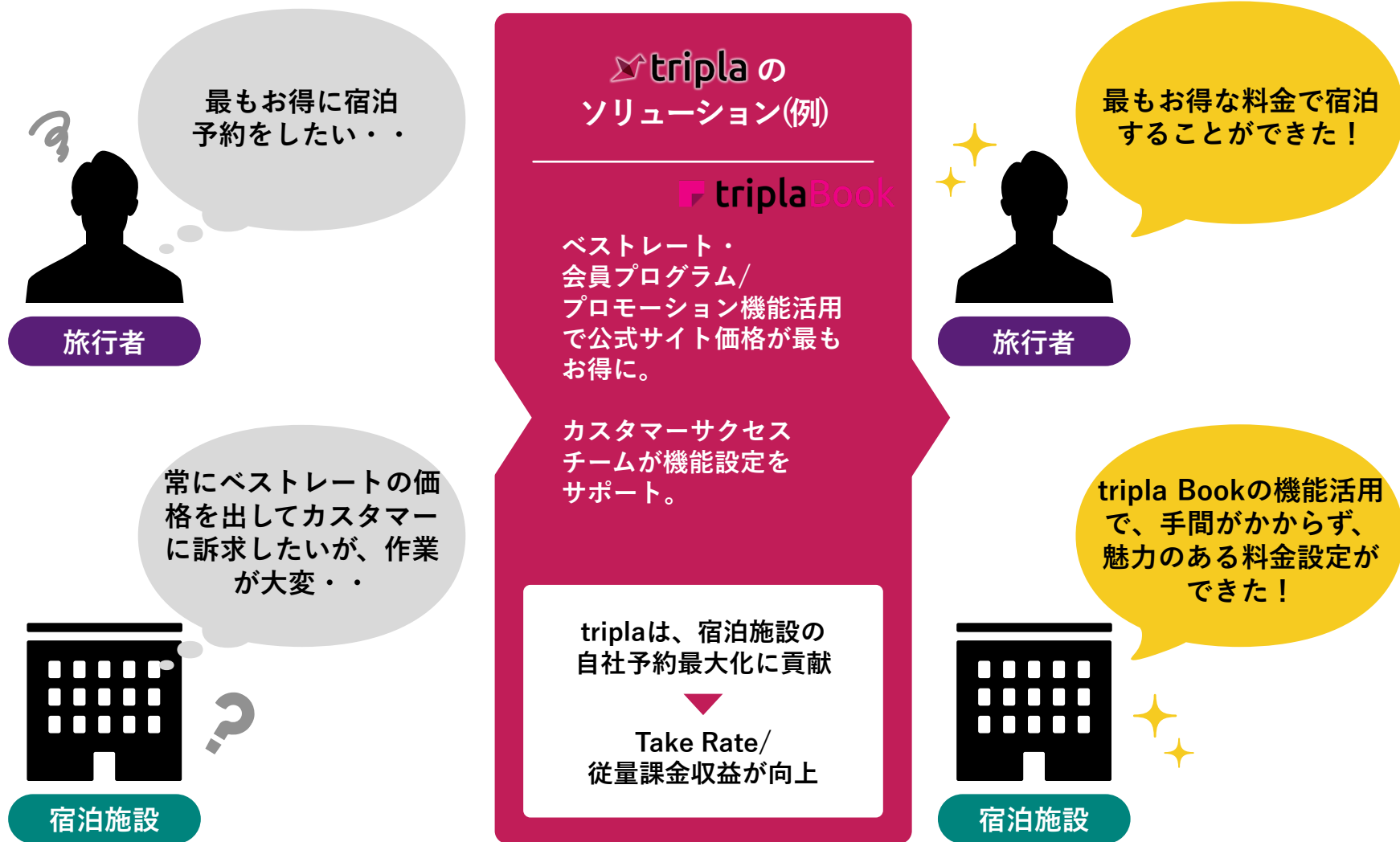
旅行者

公式サイトへのアクセス数・予約数を増加させることができた！

宿泊施設

# [参考] KSF②：宿泊料金の価格設定(プライシング)

- tripla Bookの機能を中心としたソリューションで施設・旅行者の課題解決を行う



# [参考] KSF③：適正な在庫管理

- tripla Analyticsを中心としたソリューションで施設・旅行者の課題解決を行う

サイトによって予約可否が異なる、他予約サイトは予約できるのに公式サイトでは予約できない・・・

旅行者

最適な在庫数を最適なチャネルで販売したいが、どうすればよいかわからない/リソースがない・・・

宿泊施設

**tripla のソリューション(例)**

**triplaAnalytics**

データダッシュボードから、プラン・部屋タイプの販売状況・競合施設の価格設定を把握し、公式サイトの設定へ反映。

カスタマーサクセスチームがインサイト提供をサポート。

triplaは、宿泊施設の自社予約最大化に貢献

▼

Take Rate/  
従量課金収益が向上

予約できるプランを見つけたことができた！

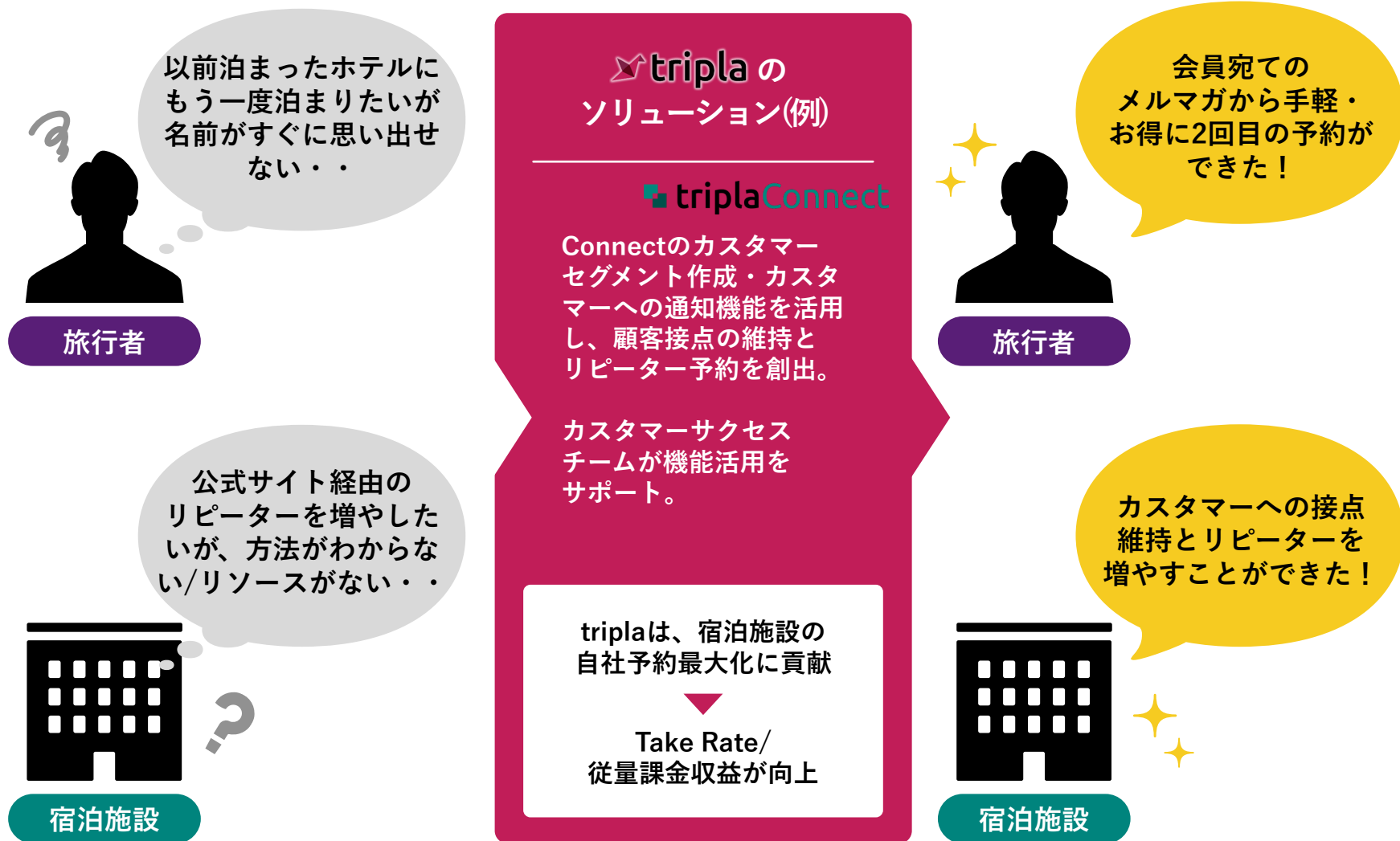
旅行者

売れすぎ/過剰在庫を防ぎ、施設の総売上/稼働率を最大化できた！

宿泊施設

# [参考] KSF④：公式サイトへのリピーターの創出

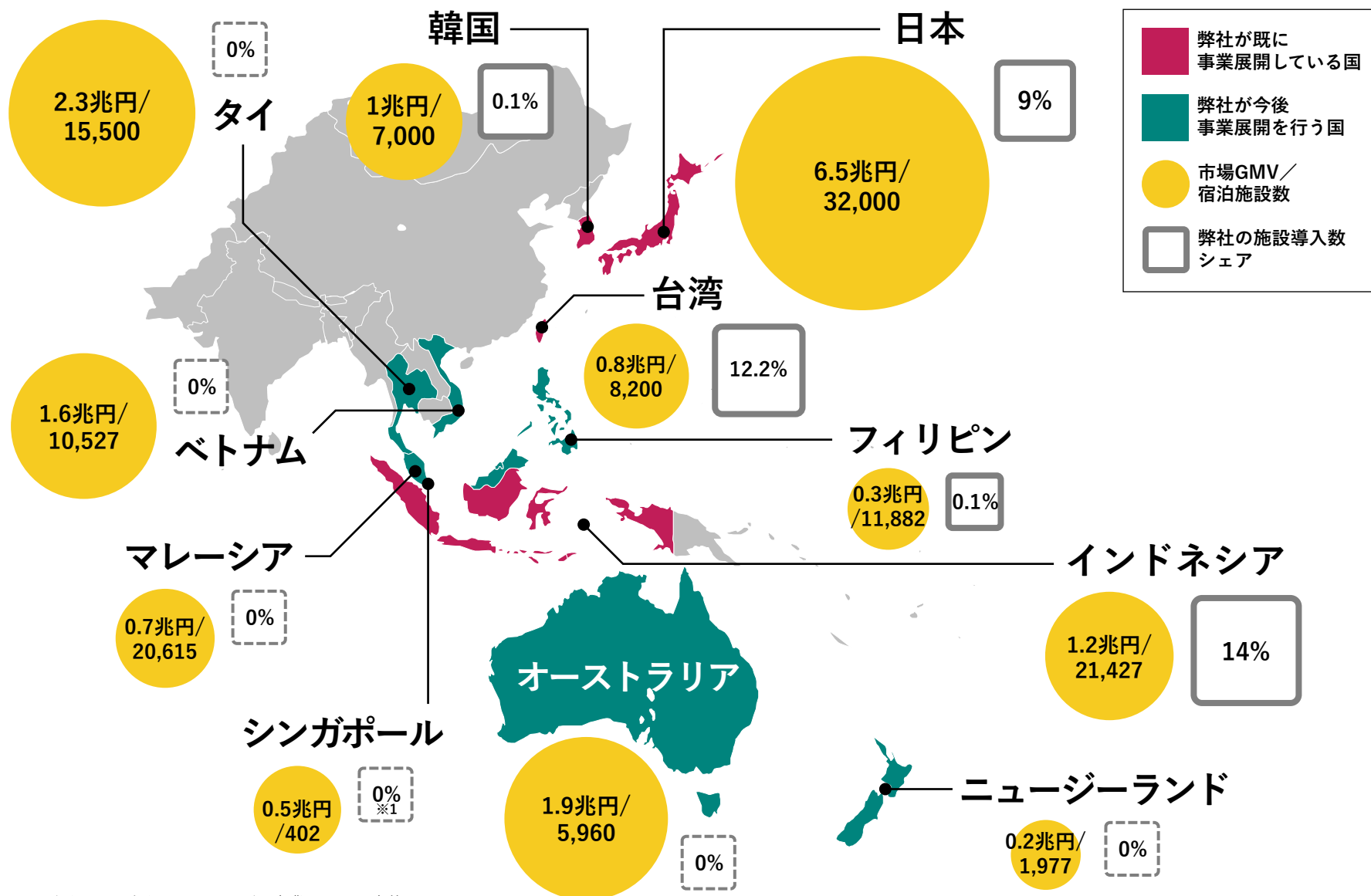
- tripla Connectを中心としたソリューションで施設・旅行者の課題解決を行う



## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- **市場環境と内部環境**
  - 中期経営計画（2024年10月期-26年10月期）
  - リスク情報
  - Appendix

# triplaが直近3カ年で狙うAPAC市場



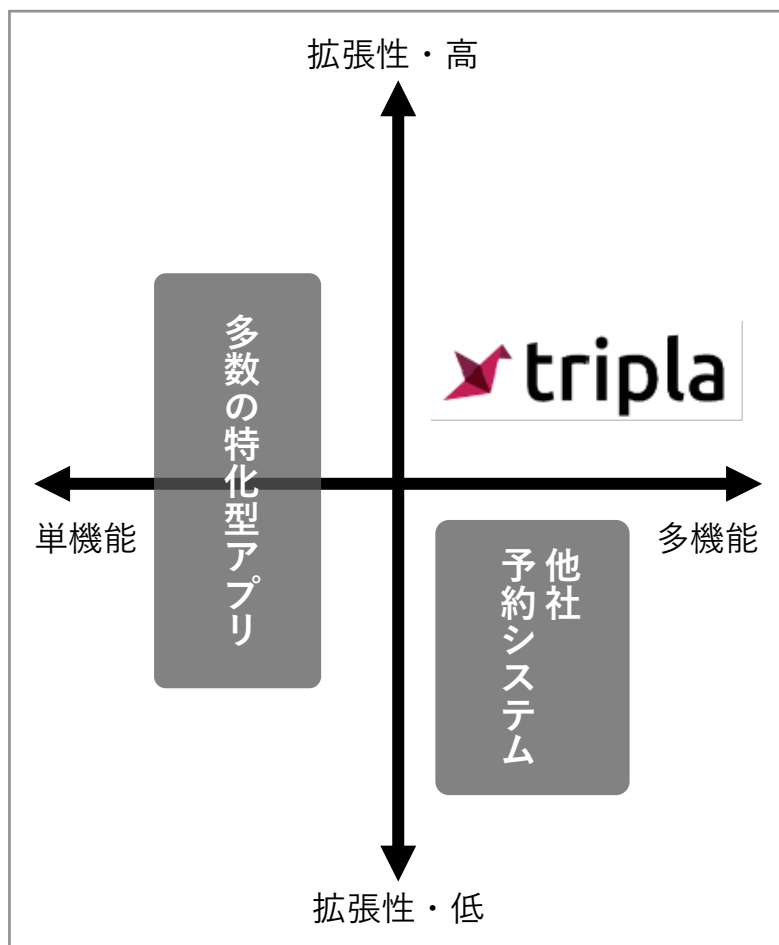
- 弊社が既に事業展開している国
- 弊社が今後事業展開を行う国
- 市場GMV / 宿泊施設数
- 弊社の施設導入数シェア

※1: シンガポールに法人設置はあるが、事業展開は限定的  
補足: 導入施設数シェアは、BookandLink社/Surehigh社の数値を含む

出所:  
<https://horwathht.lasia/> (インドネシア・マレーシア・ベトナム)  
<https://members.bccthai.com/> (タイ)  
<https://www.statista.com/> (韓国・台湾・シンガポール・フィリピン・オーストラリア・ニュージーランド)  
<https://www.e-stat.go.jp/> (日本)

## [参考] 業界内類似サービス比較

- 多くの機能と高い拡張性により、導入施設数は増加。



### 拡張性

- 自社開発であり、クラウド型で提供し、顧客要望に沿った機能を速やかに開発・ローンチ
- tripla Bookを中心とし、tripla Bot、tripla Connect、tripla Pay等、宿泊予約のみでなく様々なITサービスを提供

triplaBook

triplaBot

triplaConnect

triplaPay

### 多機能

単に予約のみでなく、様々な機能を提供

[ソーシャルログイン]

会員登録した場合、LINE、FaceBook等のSNSによるログイン

[ポイント交換]

Amazon、App Store等のポイントと交換

[ベストレート]

旅行予約サイト等と価格比較・自動値引

[メタサーチ<sup>(※1)</sup>連携]

Google Hotel Ads、フォートラベル、tripadvisor等への出稿等

※1: メタサーチ: 複数の検索エンジンから選んだ検索結果を表示するシステム



- 国内宿泊市場の規模は6.5兆円規模であり、triplaが対象とするサービスは3,510億円規模



※1: e-Stat 政府の総合窓口      ※2: 観光経済新聞による第16回本社調査より8~25%  
※3: 一般社団法人 日本情報システム・ユーザー協会(JUAS)の企業IT動向調査報告書 2020(2019年度調査)  
※4: 上場しているホテル業の売上高広告宣伝費率から算定

サービス	稼働状況
tripla Book <sup>※1</sup>	✓
tripla Bot	✓
tripla Connect	✓
tripla Boost	✓
tripla Pay	✓
tripla Analytics	展開予定
tripla Success	✓
tripla Link <sup>※2</sup>	展開予定
tripla Page <sup>※3</sup>	展開予定
tripla PMS <sup>※4</sup>	未定

## 日本市場における課題

- 市場／顧客**
  - 宿泊業界における人手不足により、部屋の稼働率がコロナ前の水準に戻っていない
  - 円安・インバウンド需要の結果、ADR<sup>※5</sup>は上昇しているものの、RevPAR<sup>※6</sup>の上昇は限定的
  - 事業にITサービスをフル活用できるDX人材の不足
- 自社**
  - tripla BookやBotといった主力サービスに加え、他サービスの早期の提供規模拡大とさらなるサービス磨き込み



## アクションの方向性

- tripla Boostを通して、宿泊施設の自社インバウンド集客と広告費用最適化を支援
- tripla Successを通して、宿泊施設の人手不足によるお困りごとを解消
- 迅速なアジャイル開発体制を活かし、tripla Bookを中心とした各種機能のさらなる磨き込みと、リリース予定の新サービス開発を加速

※1: 現在(23年12月13日時点)、BookandLink社では、「Bookingku」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「EZ Hotel」という名称で、台湾で展開。

※2: 現在、BookandLink社では、「ChannelKu」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「Hotel Nabe」という名称で、台湾で展開。

※3: 現在、Surehigh社において、「Website Builder」という名称で台湾でサービス展開

※4: 現在、BookandLink社において、「HotelKu」という名称でインドネシアを中心にサービス展開

※5: ADRは、Average Daily Rateで、「客室平均単価」の意味。

※6: RevParは、Revenue Per Available Roomで、「販売可能な1室あたりの売上」の意味。平均客室単価 x 稼働率稼働率で算出される。

サービス	稼働状況
tripla Book※1	✓
tripla Bot	✓
tripla Connect	✓
tripla Boost	未定
tripla Pay	未定
tripla Analytics	展開予定
tripla Success	未定
tripla Link※2	✓
tripla Page※3	✓
tripla PMS※4	未定

## 台湾市場における課題

市場／顧客

- 円安／台湾ドル高による日本人観光者の減少で、全体の観光者が減少傾向
- 宿泊施設に予約エンジンが導入されるには、標準機能としてHSRパッケージ※5を販売できることが必須要件

自社

- 予約エンジンにHSRパッケージを標準できておらず、さらなるオーガニックグロースに障壁がある



## アクションの方向性

- Surehigh社の買収により予約エンジン販売に必須であるHSRパッケージ機能と既存の顧客基盤を獲得。M&A後、PMI及びさらなるグロースを実行
- Surehigh社のチャネルマネージャーサービスを、弊社既存のチャネルマネージャーサービスと統合し、価値提供及びコスト面においてシナジーを創出

※1: 現在(23年12月13日時点)、BookandLink社では、「Bookingku」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「EZ Hotel」という名称で、台湾で展開。

※2: 現在、BookandLink社では、「ChannelKu」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「Hotel Nabe」という名称で、台湾で展開。

※3: 現在、Surehigh社において、「Website Builder」という名称で台湾でサービス展開

※4: 現在、BookandLink社において、「HotelKu」という名称でインドネシアを中心にサービス展開

※5: HSR:台湾高鐵 Taiwan High Speed Rail

サービス	稼働状況
tripla Book <sup>※1</sup>	✓
tripla Bot	展開予定
tripla Connect	展開予定
tripla Boost	未定
tripla Pay	✓
tripla Analytics	展開予定
tripla Success	✓
tripla Link <sup>※2</sup>	✓
tripla Page <sup>※3</sup>	未定
tripla PMS <sup>※4</sup>	✓

## インドネシア市場における課題

市場／顧客

- 宿泊施設の集客手段として旅行予約サイトへの依存が強く、公式サイト集客への意識が薄い(旅行予約サイトが強い)
- 2027年までの名目GDPは2027年まで平均6%の成長予測、ホテル業界の市場は2027年までに平均7%成長の見込み
- インバウンド旅行者の構成比率が非常に高い

自社

- 買収したBookandLink社の予約エンジン(Bookingku)が十分にマネタイズできていない



## アクションの方向性

- BookandLink社の買収により、チャネルマネージャー(Channelku)を獲得。M&A後、PMI及びさらなるグロースを実行
- tripla Bookをプレミアム予約エンジンとして市場展開。Bookingkuの開発を停止しコストを最適化させる
- tripla BotやConnectもBookと併せて早期に市場展開

※1: 現在(23年12月13日時点)、BookandLink社では、「Bookingku」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「EZ Hotel」という名称で、台湾で展開。

※2: 現在、BookandLink社では、「ChannelKu」という名称で、インドネシアを中心に展開。Surehigh社では、「Hotel Nabe」という名称で、台湾で展開。

※3: 現在、Surehigh社において、「Website Builder」という名称で台湾でサービス展開

※4: 現在、BookandLink社において、「HotelKu」という名称でインドネシアを中心にサービス展開

- Book & Linkは、tripla同様に宿泊施設にチャネルマネージャーを中心に様々なITサービスを提供

## 会社概要

会社名	BOOKANDLINK PTE, LTD.
設立	2016
代表者	フィリップ ラウネット
従業員数	26名 ※2023年10月末時点の正社員数
本社所在地	シンガポール
事業内容	Booking Engine、PMS、Channel Managerなど
サービス展開国	インドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン

## 主要サービス

サービス導入施設数：計 **2,465** 施設  
(2023年10月末時点)



### チャネルマネージャー

旅行予約サイトや公式サイト予約システムからの予約に対して空室在庫・料金を一元管理



### 公式サイト予約システム

公式サイトからの予約を最大化するための予約エンジン



### 宿泊施設基幹システム

チェックインアウトやルームアサインなど全てを管理する基幹システム(PMS)

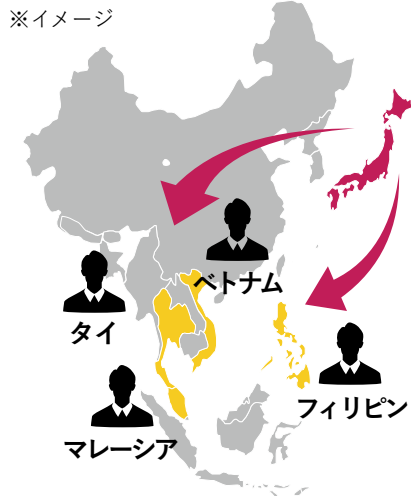


### クレジットカード決済

2.9%でBookingkuでの決済に加えて、リンク決済、e-walletなどにも対応

- 各国にビジネスディベロップメントマネジャーを設置し、市場へ進出する

**1** [2~3カ月程度]  
拠点の設置



事業展開を行う各国に現地の  
ビジネスディベロップメント  
マネジャーを1名登用

**2** [2~3カ月程度]  
市場調査

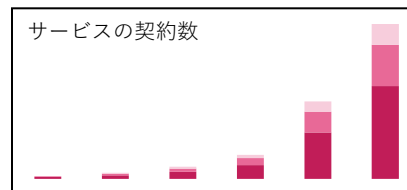


**主な調査項目**

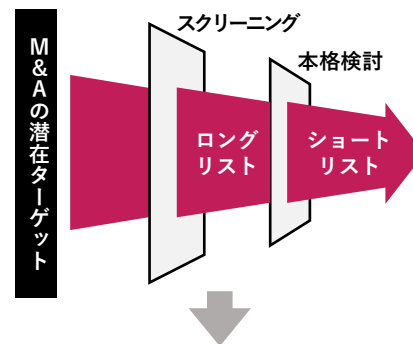
- 市場規模・市場特性
- 主要な競合会社
- 参入障壁・法規制
- 提携可能な協力会社の有無

現地のマネジャーを通して  
市場・競合調査

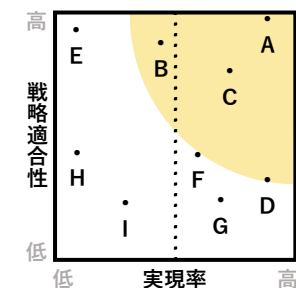
**3** [6カ月程度]  
オーガニックグロースの実施  
または、M&Aの検討・実施



対象国でサービスを展開し、  
オーガニックグロースを実施



M&A候補のウォッチリスト



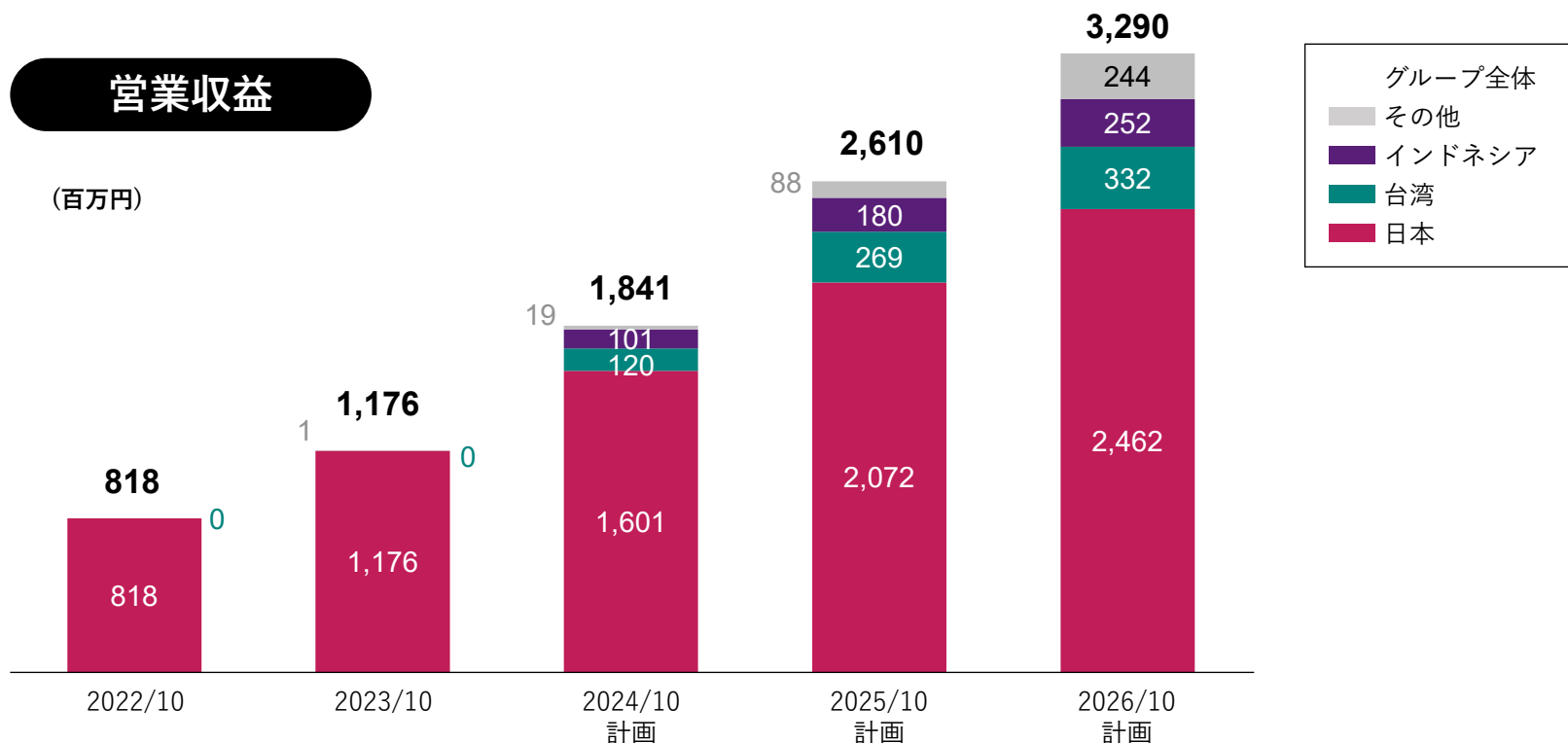
必要に応じて、現地企業の  
M&Aを検討・実施し、  
市場参入・拡大を加速

## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- **中期経営計画（2024年10月期-26年10月期）**
- リスク情報
- Appendix

## 2026年10月期に営業収益30億円の達成を目指す

- 日本は導入施設数増、新プロダクトによるクロスセル、従量収益増等を目標としたオーガニックな成長
- 海外は買収したBookandLink社によるインドネシア市場での拡大、Surehigh社による台湾市場での拡大を見込むとともに、プロダクトを相互補完し、各市場に投入予定



補足: 2022年10月期及び2023年10月期の支店による台湾、韓国については、立ち上がり時期であり相対的に少額であるため、日本に含めて表示。

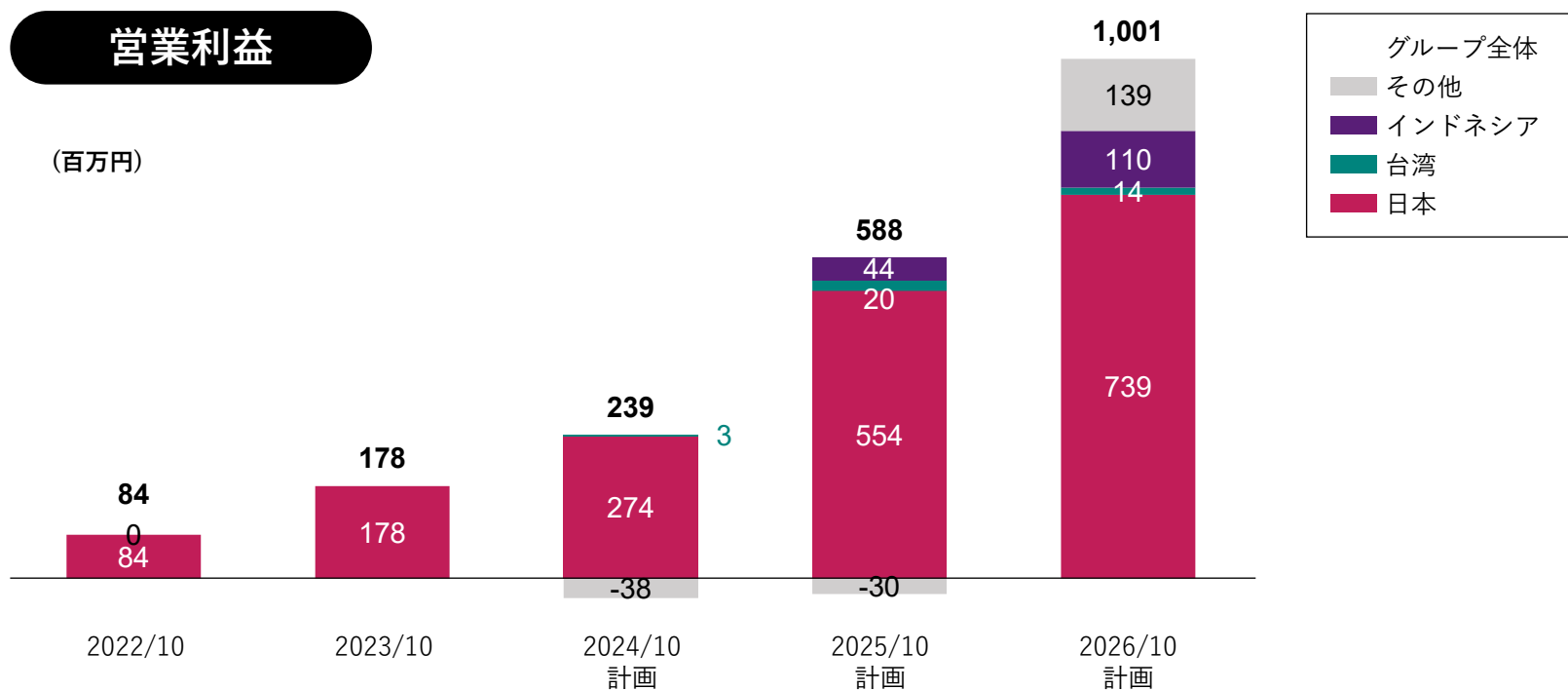


## 2026年10月期に営業利益10億円の達成を目指す

- 2024年10月期は利益に対して一時費用が多いものの(※1)、2025年10月期以降で利益増加を計画

### 【前提条件】

- 台湾、インドネシアの営業利益はのれん償却額を控除後の金額
- その他には韓国支店の他、株式取得に係るDD等の連結上の費用を含む



補足: 2022年10月期及び2023年10月期の支店による台湾、韓国については、立ち上がり時期であり少額であるため、日本に含めて表示。

※1: 「2024年10月期における一時費用の計上について」参照。

# 中長期の利益計画

## • 中長期のtriplaグループとしての営業利益を拡大していく方針

	2022年10月期 実績	2023年10月期 実績	2024年10月期 計画	2025年10月期 計画	2026年10月期 計画
営業収益(連結)	817,791	1,176,209	1,841,122	2,610,047	3,290,026
日本 ※1	817,791	1,176,209	1,601,241	2,072,360	2,461,522
台湾 ※2	-	-	120,270	269,409	332,145
インドネシア ※3	-	-	101,043	179,815	252,285
その他	-	-	18,568	88,463	244,073
営業収益成長率	+61.6%	+43.8%	+56.5%	+41.8%	+26.1%
営業利益(連結)	83,665	177,115	238,926	588,382	1,001,071
日本	83,665	177,115	274,414	553,832	738,530
台湾 ※2, 4	-	-	2,672	20,308	13,848
インドネシア ※3	-	-	▲485	44,403	109,645
その他 ※5	-	-	▲37,675	▲30,160	139,048
営業利益率(連結)	10.2%	15.1%	13.0%	22.5%	30.4%
営業利益率(日本)	10.2%	15.1%	17.9%	27.4%	30.6%
経常利益(連結)	75,198	166,692	227,147	574,429	957,232
当期純利益(連結) ※6	74,917	165,987	181,944	433,564	735,202
親会社株主に帰属する 当期純利益(連結)	-	-	165,498	390,501	663,091

※1: 2022年10月期及び2023年10月期の台湾支店、韓国支店の数値については、立ち上げ期であり金額が相対的に少ないため、日本に含めて表示。

※2: Surehigh社は2024年10月期3QよりP/Lの連結を予定。上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。

※3: BookandLink社は2024年10月期2QよりP/Lの連結を予定。上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。

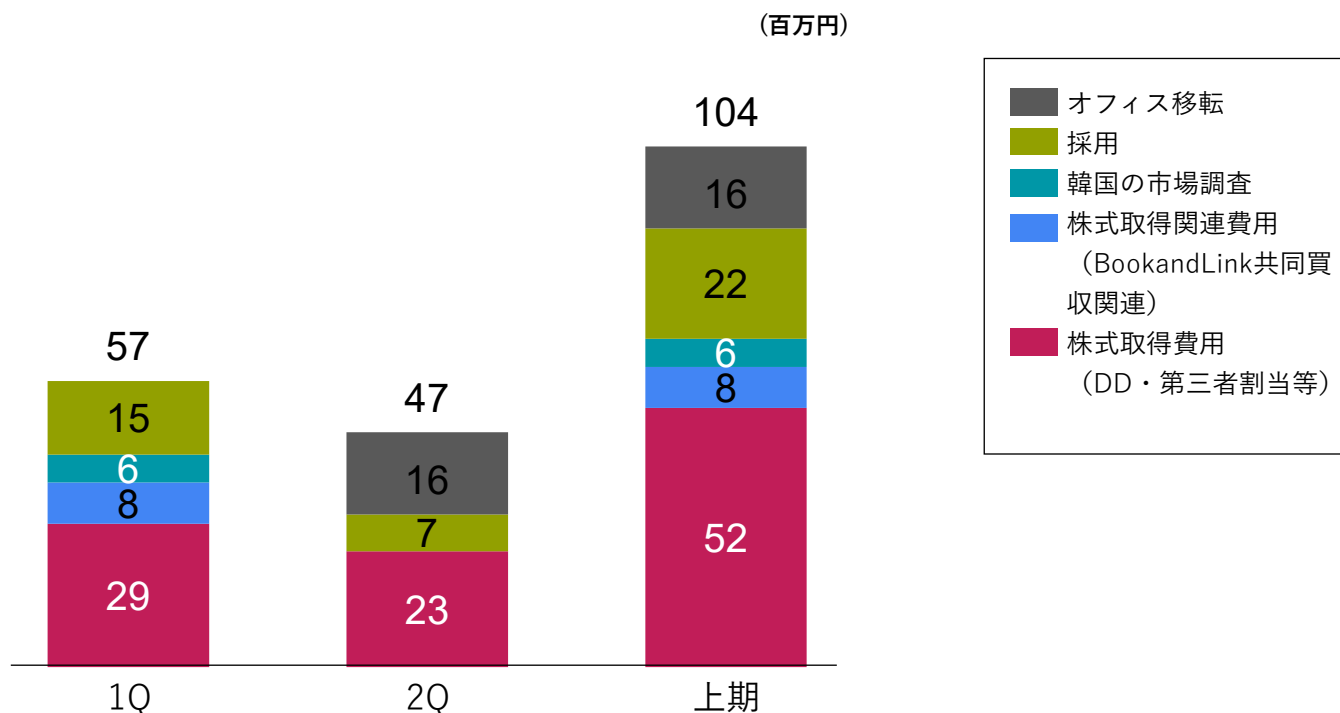
※4: Surehigh社の株式取得に関して、業績目標を達成した場合、アーンアウトに追加対価の支払額が計上される予定。2025年10月期13,479千円、2026年10月期59,310千円を計画。上記営業利益は当該費用を控除後の額。

※5: 日本、台湾、インドネシア以外の地域の他、各社の株式取得に関する一時的な費用を含む。

※6: 繰延税金資産について、2022年10月期14,954千円、2023年10月期26,919千円計上し利益増。2024年10月期21,000千円(利益増加方向)を予定。上記当期純利益は加算後の額。2025年10月期及び2026年10月期については現時点で未定のため計画に含めず。

# 2024年10月期における一時費用の計上について

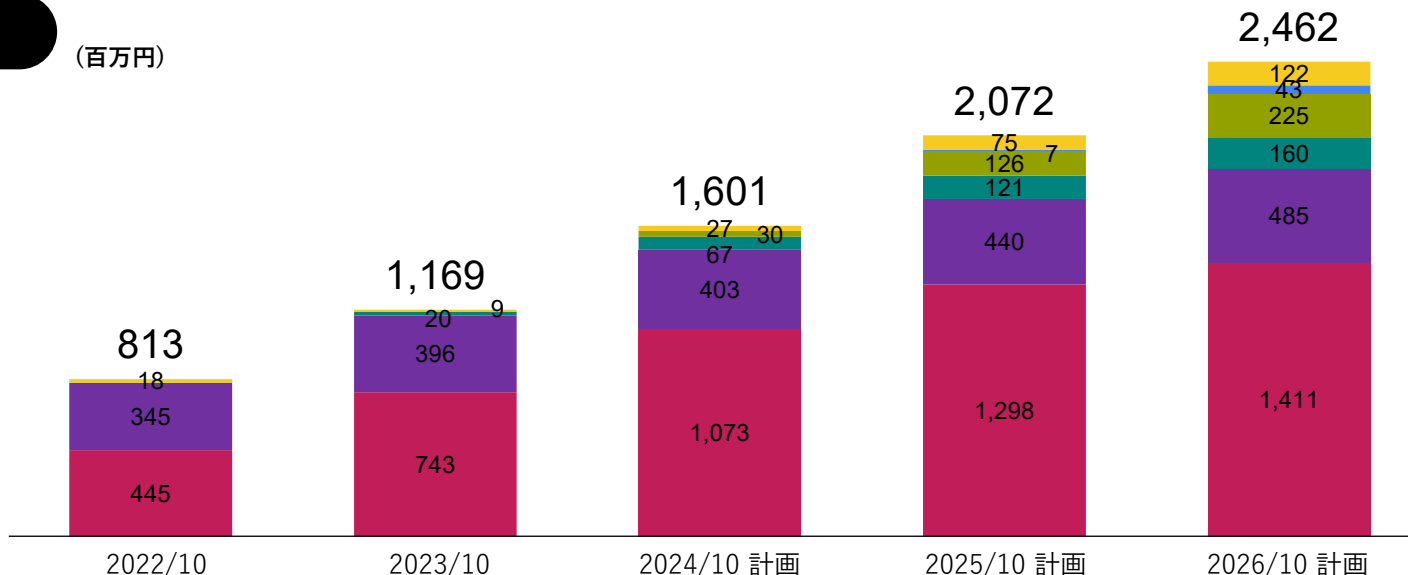
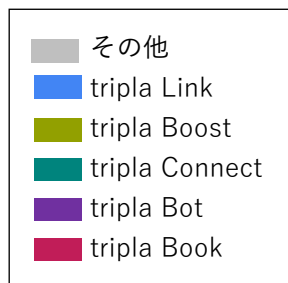
- BookandLink社、Surehigh社の株式取得及び関連費用、韓国の市場調査費用、採用、オフィス移転等で上期に一時的な費用が集中して発生
- **1Qの営業収益は季節性により通期の20%程度**であることに対し（「四半期ごとの営業収益の推移」参照。2023年10月期の営業収益は通期1,176百万円に対し1Qは263百万円）、一時費用が計上されるため、**1Qは営業損失▲18百万円**を予定
- 2Qは一時費用47百万円を予定するも施設数の増加による営業収益の増加等での回復により、営業損失の計上は1Qのみを計画



- Book, Botに続き、Connect、Boost、Link等のサービスをクロスセルで拡大

## 営業収益

(百万円)



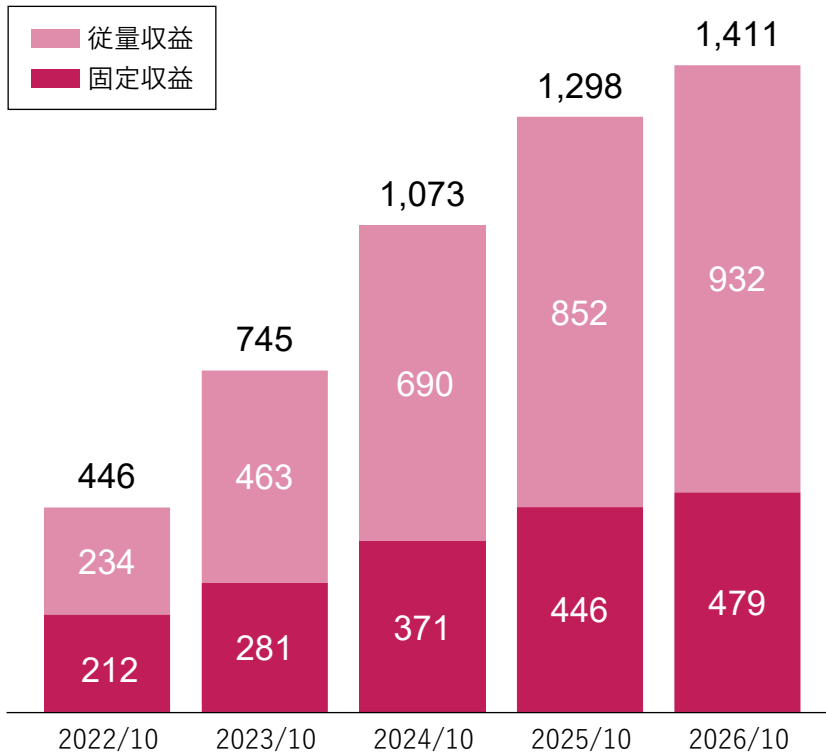
	2022/10	2023/10	2024/10 計画	2025/10 計画	2026/10 計画
tripla Book	445,587	743,424	1,073,164	1,297,884	1,410,616
tripla Bot	345,022	396,387	403,360	440,305	484,667
tripla Connect	3,535	20,854	67,035	121,344	159,936
tripla Boost	-	-	29,922	125,826	225,000
tripla Link	-	-	-	7,400	42,940
その他	18,979	8,755	27,428	74,523	122,173
<b>合計</b>	<b>813,124</b>	<b>1,169,421</b>	<b>1,601,241</b>	<b>2,072,359</b>	<b>2,461,522</b>

補足: 台湾支店、韓国支店についても除いた数値。

- 2023年10月期、2024年10月期は大口顧客による施設数の大幅増を見込み、その後も堅調な拡大を計画

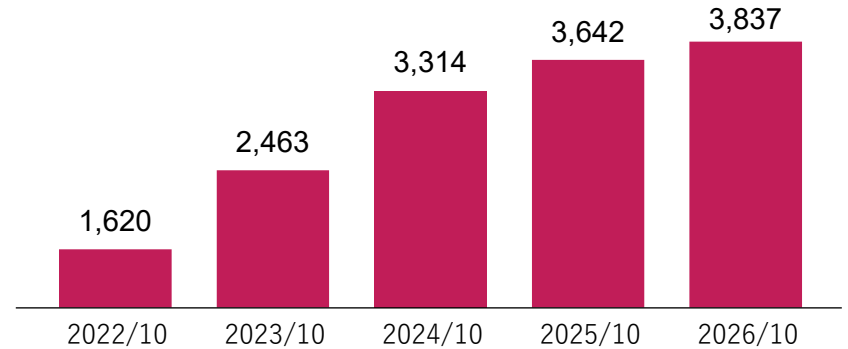
## Book収益

(百万円)



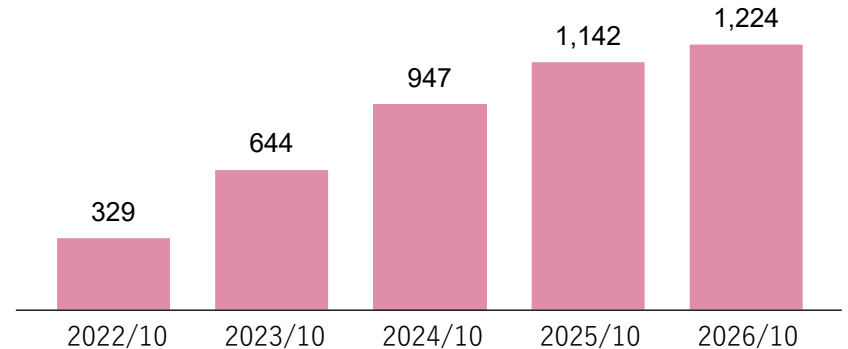
## 導入施設数 ※1

(施設)



## 取扱高(GMV)

(億円)

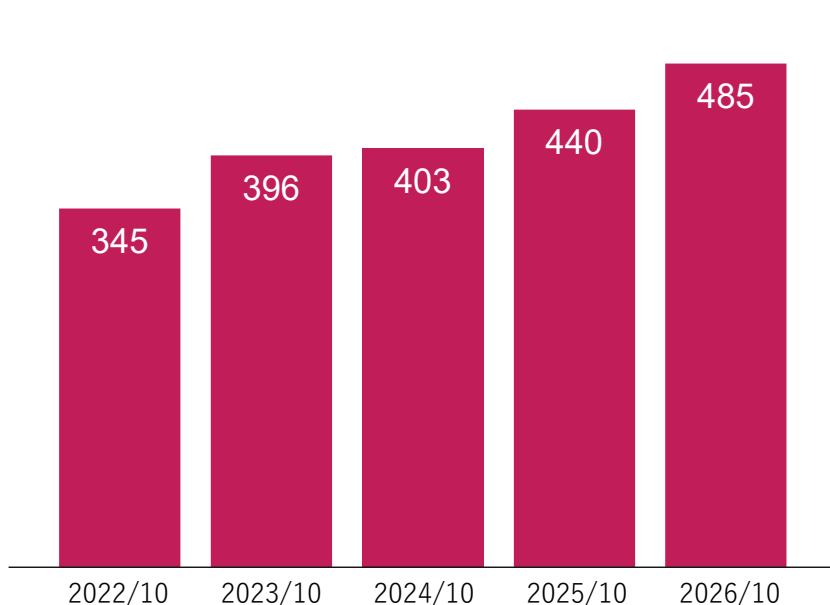


※1: 台湾支店、韓国支店の数を除いた数。

- 2023年10月期に続き、2024年10月期も大口顧客の導入予定。解約も見込むが2024年10月期以降も拡大を見込む
- オペレーター付のフルサービスプラン(固定収益+変動収益)から、AI限定のプラン(固定収益)へと順次移行中

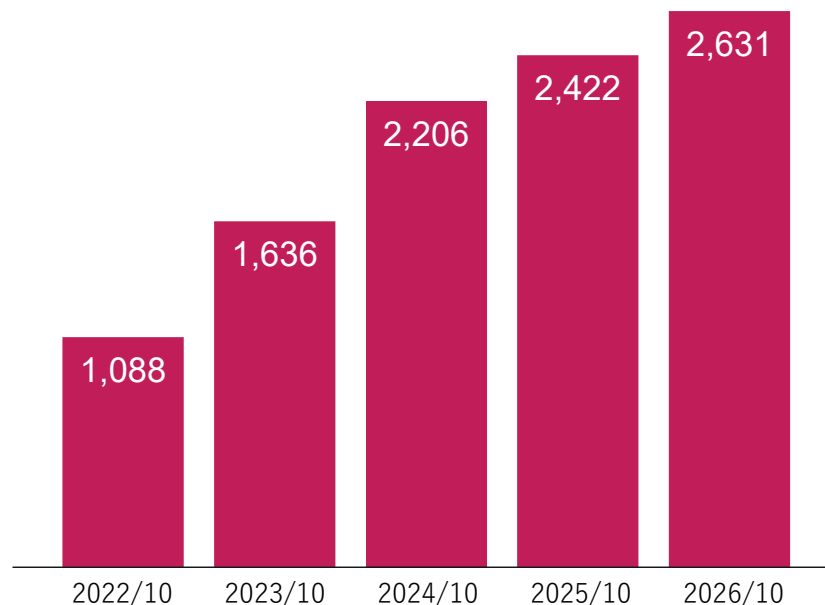
## 営業収益

(百万円)



## 導入施設数 ※1

(施設)



※1: 台湾支店、韓国支店の数を除いた数。

補足: フルサービスプランとAI限定プランへ移行中の状況。

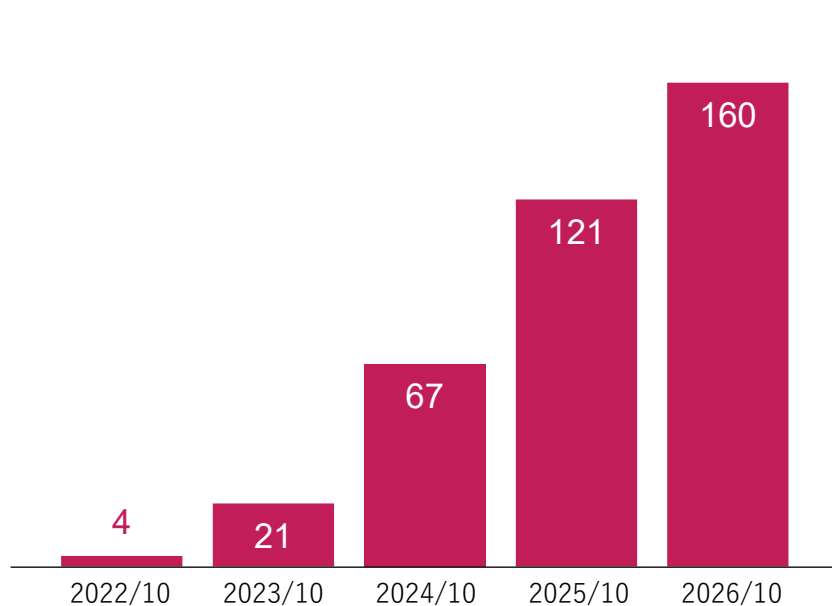
移行するか否かの宿泊施設の選択により両社の収益が変動することに加え、当該移行が合計収益に重要な影響を与えないため、2024年10月期より固定収益、変動収益の区分は廃止。

固定的な料金体系であるものの、問い合わせ数を考慮した上で固定料金を決めるため、プラン変更による減額は計画しない。

- 2022年1月にサービス開始し、2023年9月期に大口顧客の導入済
- tripla Book、tripla Botに続き、3本目の柱としての成長を見込む

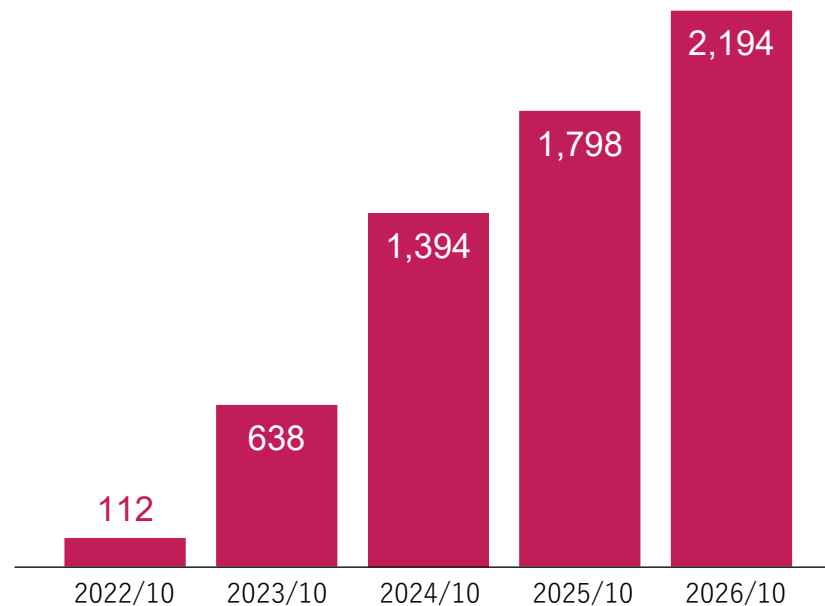
## 営業収益

(百万円)



## 導入施設数

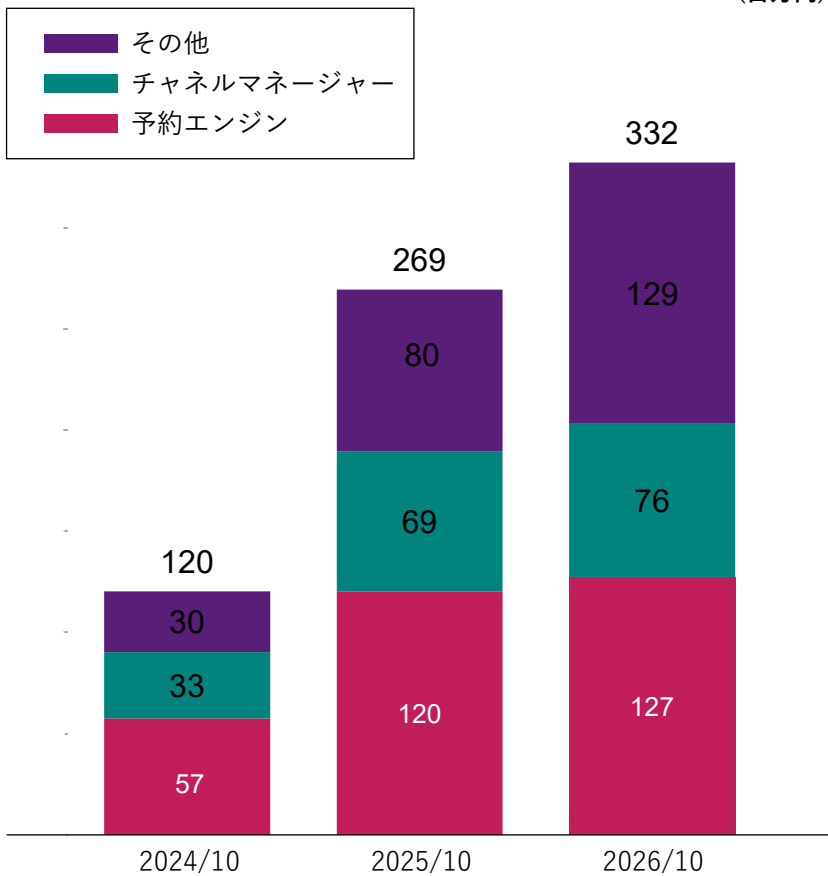
(施設)



- Surehighは台湾にて事業展開。チャネルマネージャーと予約エンジン等を中心に展開中。日本のtripla Bookも同販路にて展開予定

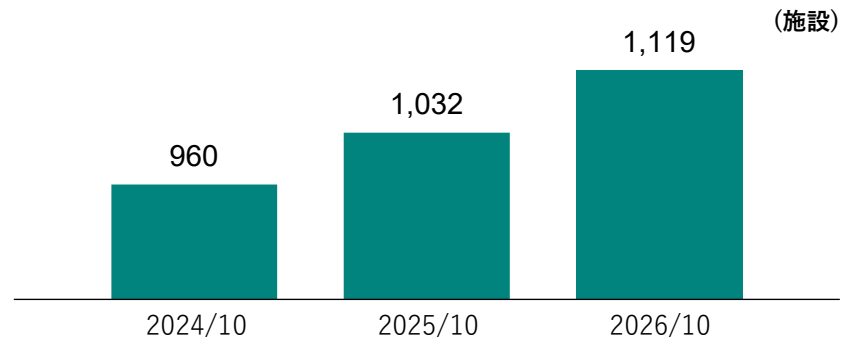
## 営業収益

(百万円)



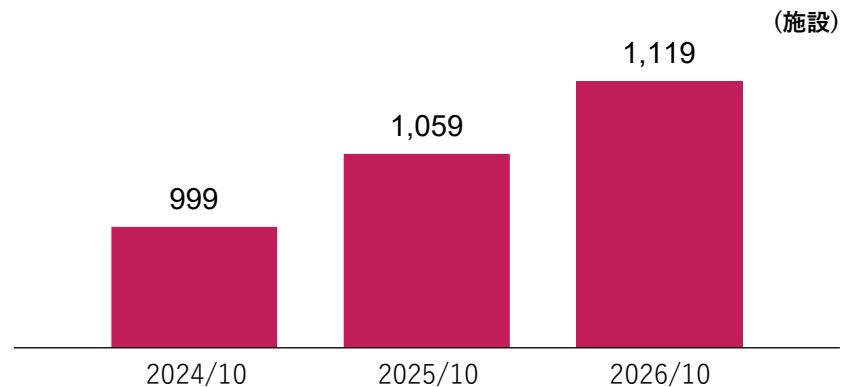
## 導入施設数(チャネルマネージャー)

(施設)



## 導入施設数(予約エンジン)

(施設)



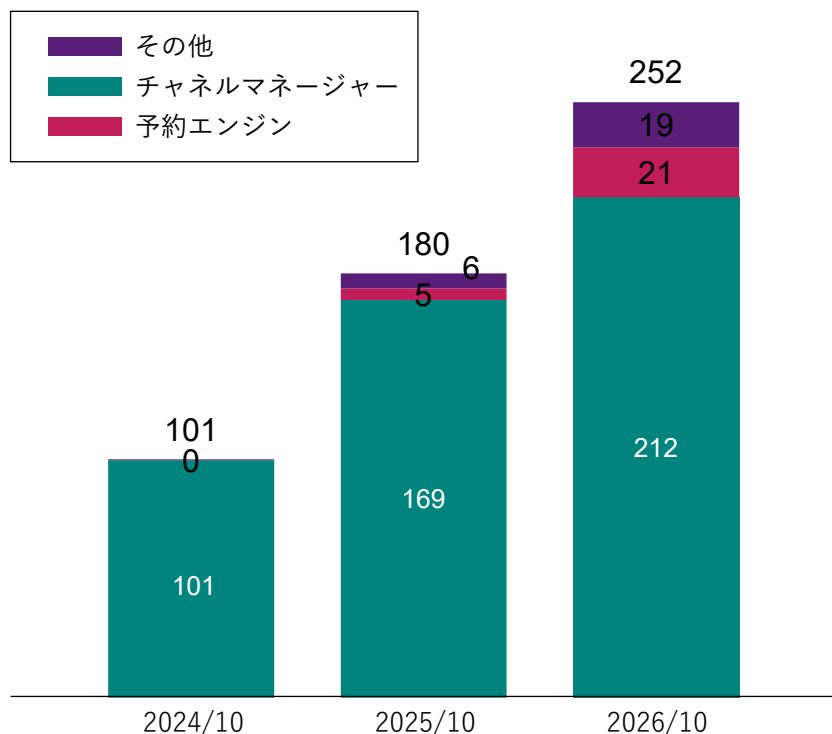


# 営業収益 - セグメント別 (インドネシア)

- 2023年11月にM&Aを行ったBookandLink社はインドネシアにて事業展開。
- チャンネルマネージャーを中心として展開中。日本のtripla Bookも同販路にて展開予定

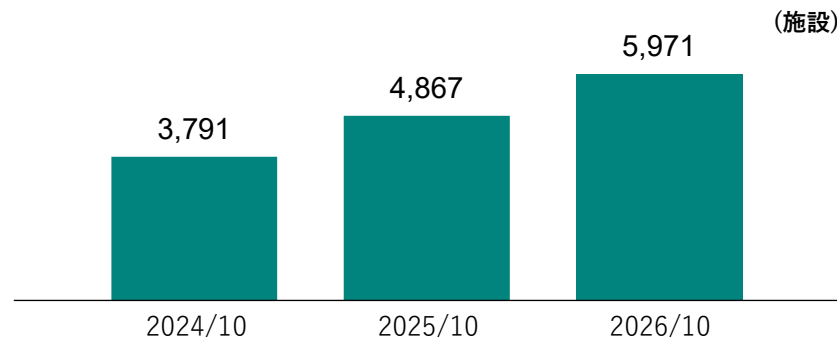
## 営業収益

(百万円)



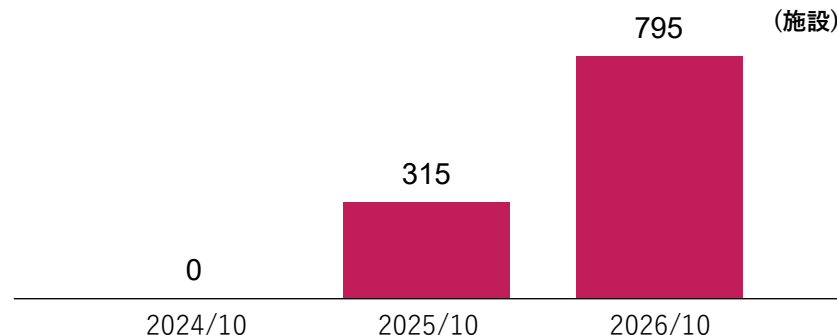
## 導入施設数(チャンネルマネージャー)

(施設)



## 導入施設数(予約エンジン)

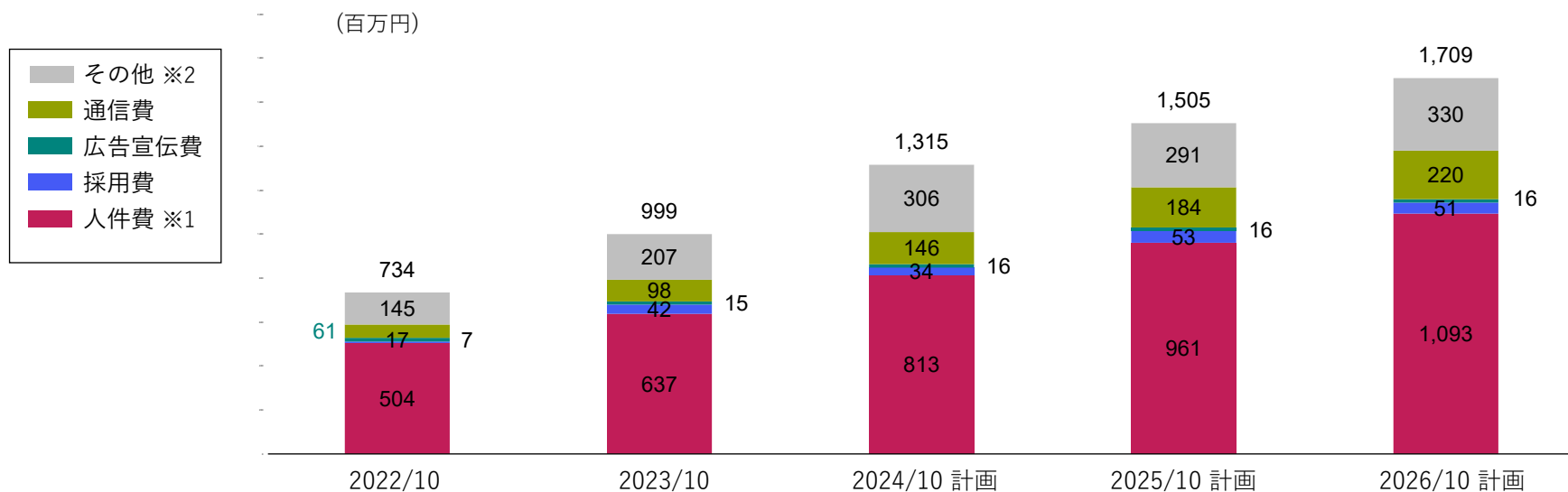
(施設)



補足: 2023年9月発表の「BookandLink社の子会社化に関する資料」及び「BookandLink社の株式取得及び第三者割当による新株式発行(現物出資)に関するお知らせ」にて記載した計画数値はBookandLink社(インドネシアのSJM社を含む。)の数値であり、上記は当社グループに取り込んだ場合の営業収益であります。BookandLink社が当社連結財務諸表に加算されるのは、当社第2四半期(2024年2月以降)からであること及び同資料に記載のシナジーであるtripla Bookやその他サービスの拡販を含めていることが差の理由となります。

BookandLink社自体の事業計画については、前回発表時の数値から重要な変更はございません。

- 2023年10月期で必要な人員の多くは採用し、2024年10月期の採用は限定的(2023年10月期2Q以降徐々に採用したため年対比で増)
- 広告宣伝費は多額に掛けず顧客獲得可能
- 原価性のあるものは通信費等の僅かで、大半は固定費



従業員数 ※3	70人	90人	96人	112人	127人
内エンジニア人数 ※4	27人	40人	44人	54人	64人
営業収益(百万円)	817	1,176	1,601	2,072	2,461
営業利益(百万円)	83	177	274	553	738
営業利益率	10.2%	15.1%	17.9%	27.4%	30.6%

※1 人件費は、給与手当、法定福利費等の他、業務委託費、SOに関する株式報酬費用等も含む。

※2 その他は支払手数料、支払報酬、減価償却費等。

※3 従業員数は臨時雇用者を除く。

※4 エンジニア等人数はプロダクトマネージャー、デザイナー、QAテスター等の製品関連のメンバーを含む。

# BookandLinkの株式取得価額について

- 当社株式を対価とした現物出資によりBookandLink社の株式を取得
- 当社株価の下落により取得価額が▲157,361千円減少し、のれん償却額が▲22,480千円/年減額する見込み(※1)

	株式数 (A)	株価 (B)	株式による 支払額 (C=AxB)	現金による 支払額 (D)	合計の 支払額 (E=C+D)
①有価証券届出書 提出時	170,022株	2,289円 (※2)	409,781千円	125,847千円	535,628千円
②実際取得時	170,022株	1,388円 (※3)	248,482千円	129,784千円	378,267千円
影響(②-①)	—	—	▲161,298千円	+3,937千円 (※4)	▲157,361千円

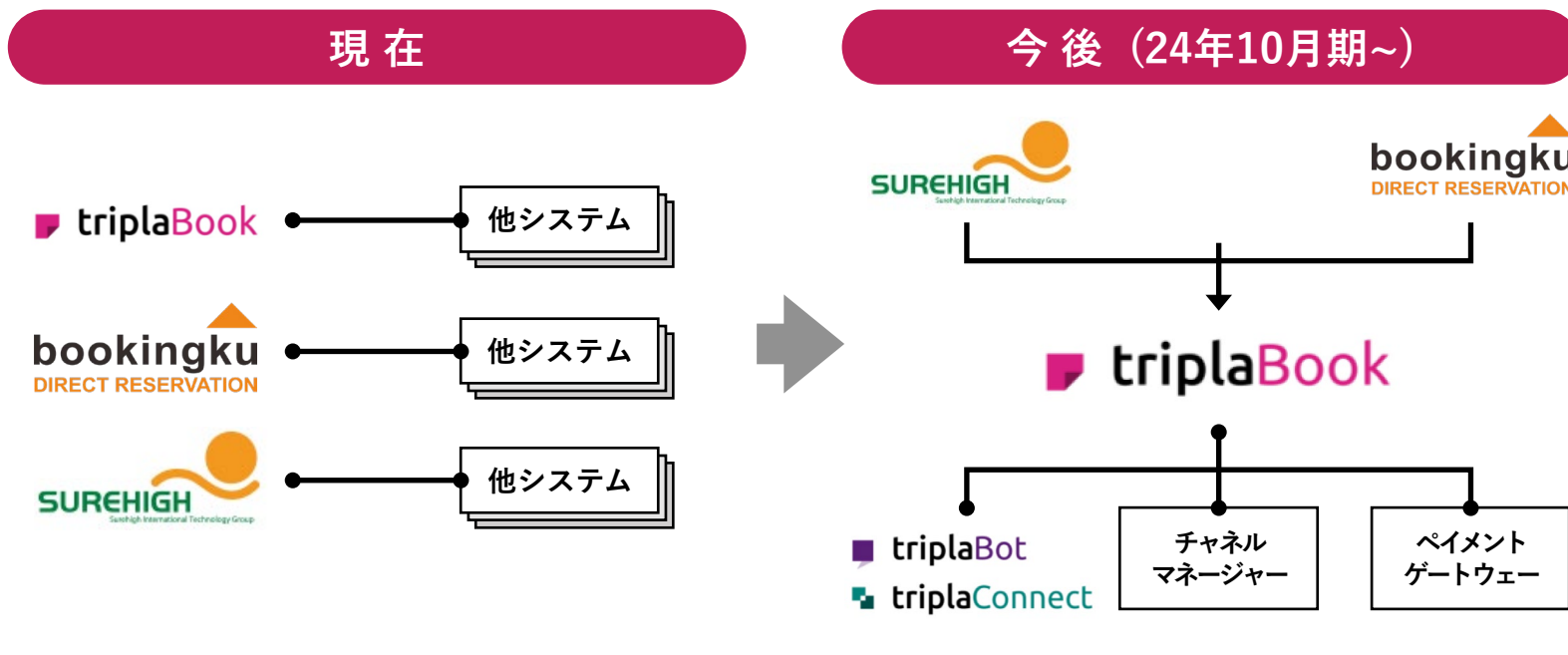
※1: のれん償却額その他、無形資産の償却額等も含めた見込み。償却年数においては一律7年の前提を置いた上で試算。

※2: 有価証券届出書提出日2023年9月13日前の1ヶ月平均(2023年8月14日～2023年9月12日の株価の終値の平均)。

※3: 2023年11月8日に株式取得手続きが完了。当該日の株価の終値。

※4: 為替レートの変動による。

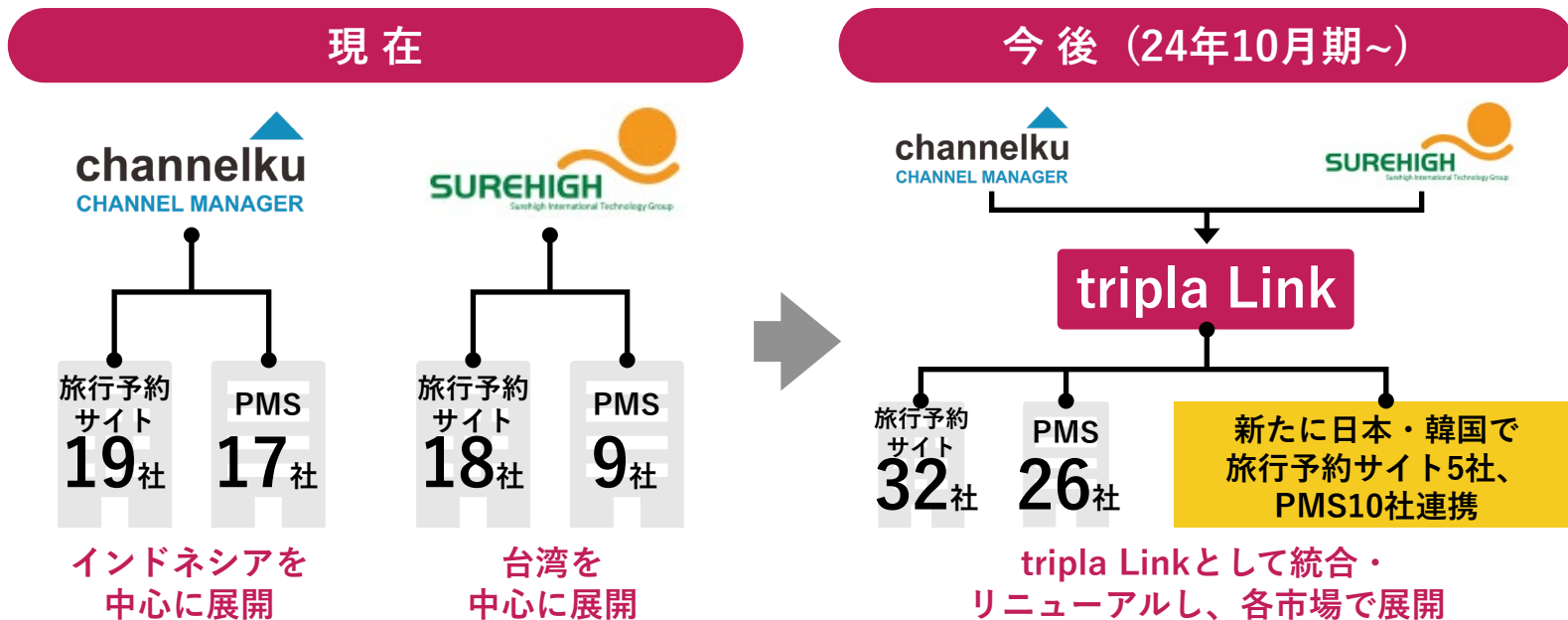
- tripla Bookと、買収した会社の予約エンジンサービスの統合を2~3年以内に完了させる



<b>システム連携</b>	各会社の各サービスがそれぞれ異なる別々のシステムとインテグレーションしている
<b>開発コスト</b>	各サービスが同じ価値提供を目指すサービスではあるものの、サービス別にそれぞれ開発体制を構築している
<b>顧客への提供価値</b>	Bookingku、Surehigh社が予約エンジンがtriplaの他サービス(Connect等)と連携できておらず、海外顧客への価値提供が限定されている

	triplaの全ての予約エンジンサービスをtripla Bookに集約し、tripla Bookをベースとして他サービスへとインテグレーションを行う
	tripla Book以外の予約エンジンサービスの開発を停止し、エンジニアリングコストを最適化する
	tripla Bookをベースとして、triplaの他サービスと連携されることで、海外の顧客へより大きな価値提供ができる

- チャネルマネージャーサービスをtripla Linkとして統合し、日本を中心に販売を行う

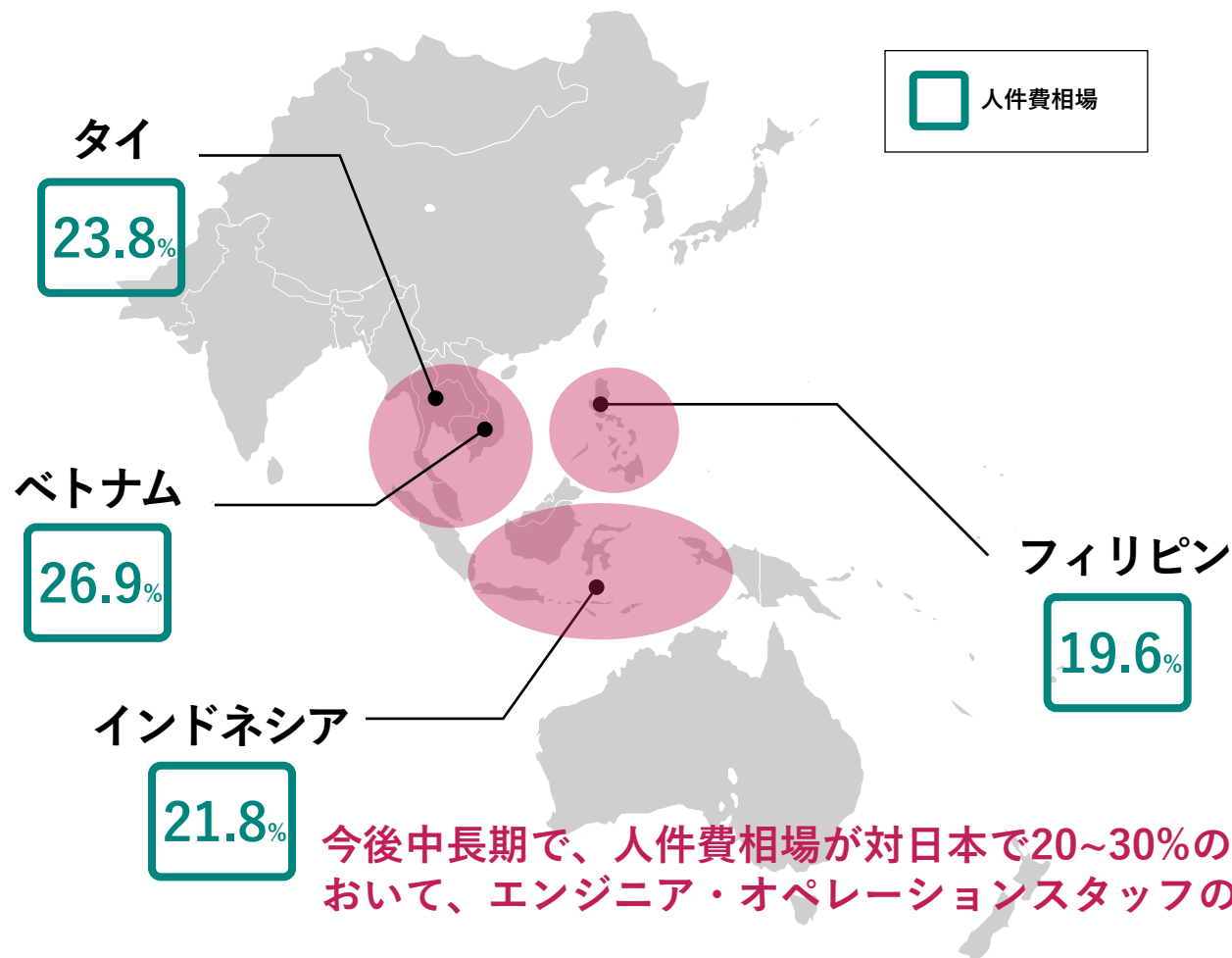


<b>システム連携</b>	各会社のチャネルマネージャーがそれぞれ独立して、重複を含む旅行予約サイト/PMSに連携している状況
<b>開発コスト</b>	各サービスが同じ価値提供を目指すサービスではあるものの、サービス別にそれぞれ開発体制を構築している
<b>顧客への提供価値</b>	旅行予約サイト/PMSの連携シナジーが生まれておらず、日本ローカルの旅行予約サイト/PMS連携がないため、日本での価値提供ができていない

	各チャネルマネージャーをtripla Linkとして統合・リニューアルし、旅行予約サイト/PMS連携を1つのサービスに集約させる
	tripla link以外の開発を停止し、エンジニアリングコストを最適化する
	連携される旅行予約サイト/PMSの社数が大幅に拡大、日本・韓国の旅行予約サイト/PMSとの連携を通し、日本・韓国の宿泊施設にも価値提供を行う

## 費用の最適化 – グローバル採用の推進 (中長期)

- 中長期では、比較的安価な労働力を供給しているインドネシア・タイ・ベトナム・フィリピンを中心にグローバル採用を推進



出所:  
 日本国税庁ウェブサイト (日本)  
<https://wagecentre.com/> (タイ)  
<https://www.viva.co.id/> (フィリピン・インドネシア・ベトナム)

## アジェンダ

- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（2024年10月期-26年10月期）
- **リスク情報**
- Appendix

## 認識するリスクとリスク対応策 (1/2)

- 経営上認識される主要なリスクは下記のとおりです。  
その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

主要なリスク	可能性	時期	リスク内容・対応策
システム障害等により、設備及びネットワークシステムの安定性が損なわれるリスク	低	短期	<p>当社のサービスは多くがクラウド型のシステムの提供であるため、常時、通信が発生いたします。また、当社のサービスはAmazon Web Service(以下、「AWS」という。)等の外部クラウドサーバを利用しております。そのため、当社の事業は通信ネットワーク及びAWSに依存しており、システムに障害が生じた場合、当社のサービスが停止する可能性があります。</p> <p>当社は、障害に対して迅速に対応すべく、システムの稼働状況の監視を継続的に行っており、障害の発生またはその予兆を検知した場合には速やかに連絡が入り、早急に復旧を行うための体制を整備・運用しております。加えて、障害検出に関して、管理体制を強化し、これにより、障害発生 of 未然防止奉仕及び障害発生時の影響最小化に努めております。</p>
新規事業・サービス立上げが遅延する、または想定どおりの収益に達しないリスク	中	短期	<p>tripla Analytics(仮称)などの新規サービス、プロダクトを開発中、中長期的には他国展開を行う予定ですが、安定して収益を生み出すまである程度の時間がかかることも予想され、その結果当社の営業収益利益率の低下を招く可能性があります。また、は販売開始前であり、採算性には不透明な点があるため予想した収益が得られない可能性があります。このような場合、当社の業績に影響を与える可能性があります。</p> <p>当社は、新規事項の概況及び市場動向を注視しながら、適切なタイミングで事業の再編や構造改革を実施するよう努めております。</p>



## 認識するリスクとリスク対応策 (2/2)

- 経営上認識される主要なリスクは下記のとおりです。  
その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

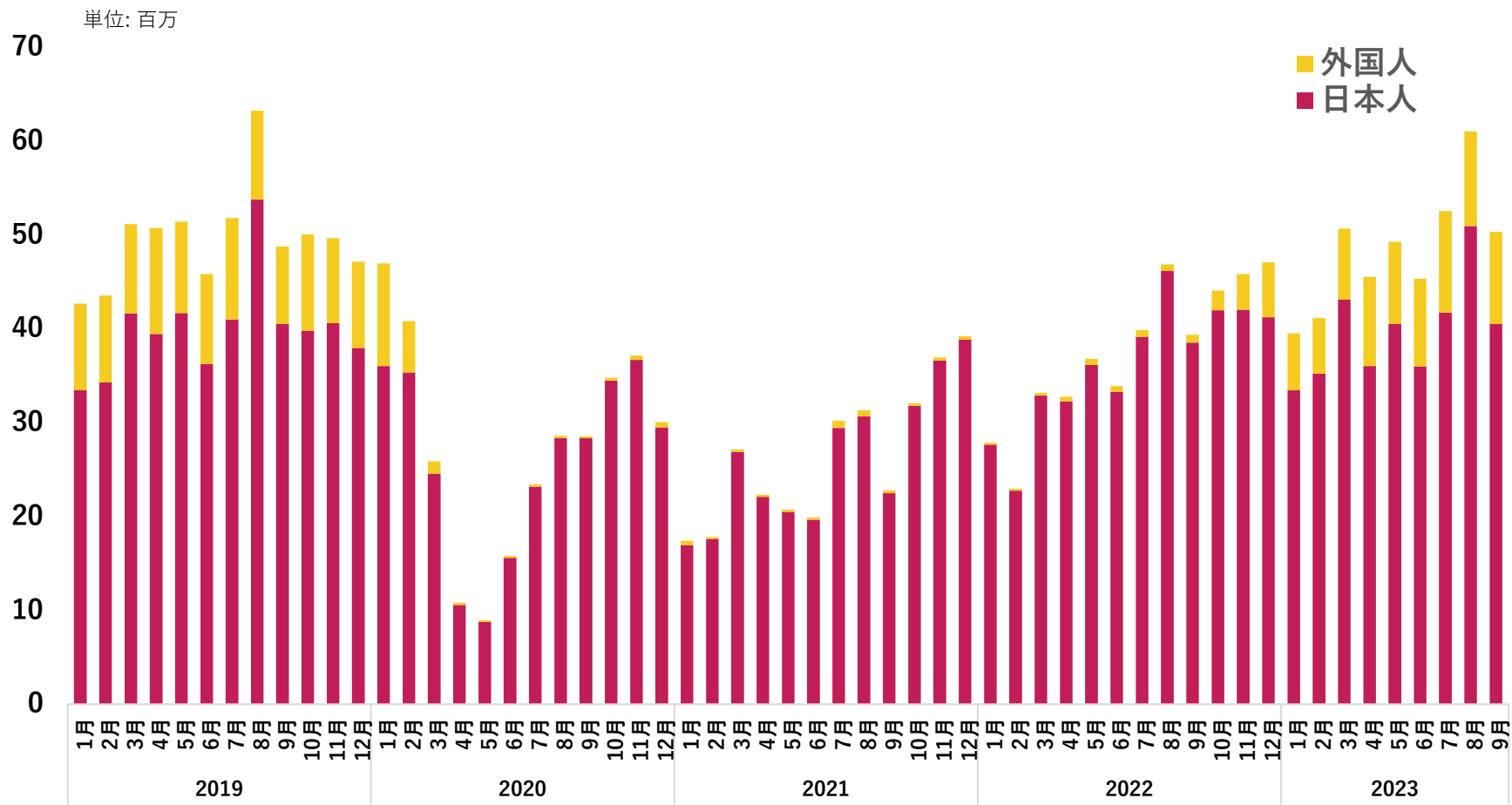
主要なリスク	可能性	時期	リスク内容・対応策
海外事業におけるリスク	中	中長期	<p>BookandLink社の株式取得が完了し、今後Surehighの株式取得も契約どおり完了した場合には、インドネシア、台湾を中心として海外に多くの顧客が増え、営業収益に占める海外子会社の割合も増えることとなります。当社は、株式取得時点におけるDDにおいて、リスクをDDで把握した上で、将来の事業計画を策定の上、事業計画を策定しております。</p> <p>しかしながら、シナジーを生み出すには時間が掛かることも予想され、その結果、当初の事業計画の遅れを招く可能性があります。</p> <p>このようなリスクは、中長期的には顕在化する可能性があるとして認識しております。</p> <p>当社は、各子会社との各種連携を進め、事業計画の達成に努めます。</p>

2022年11月25日提出の「事業計画及び成長可能性に関する事項」に記載した「新型コロナウイルス感染症拡大が業績や当社従業員の健康に影響を与えるリスク」については、新型コロナウイルス感染症の影響に関する各種行動制限の緩和が進み、経済活動の正常化による個人消費（旅行を含む）やインバウンドの持ち直しが進んで来たことから、当該リスクは2022年11月時点より低下したと考えております。そのため、当該リスクのについては、本資料から記載を削除しております。

## アジェンダ

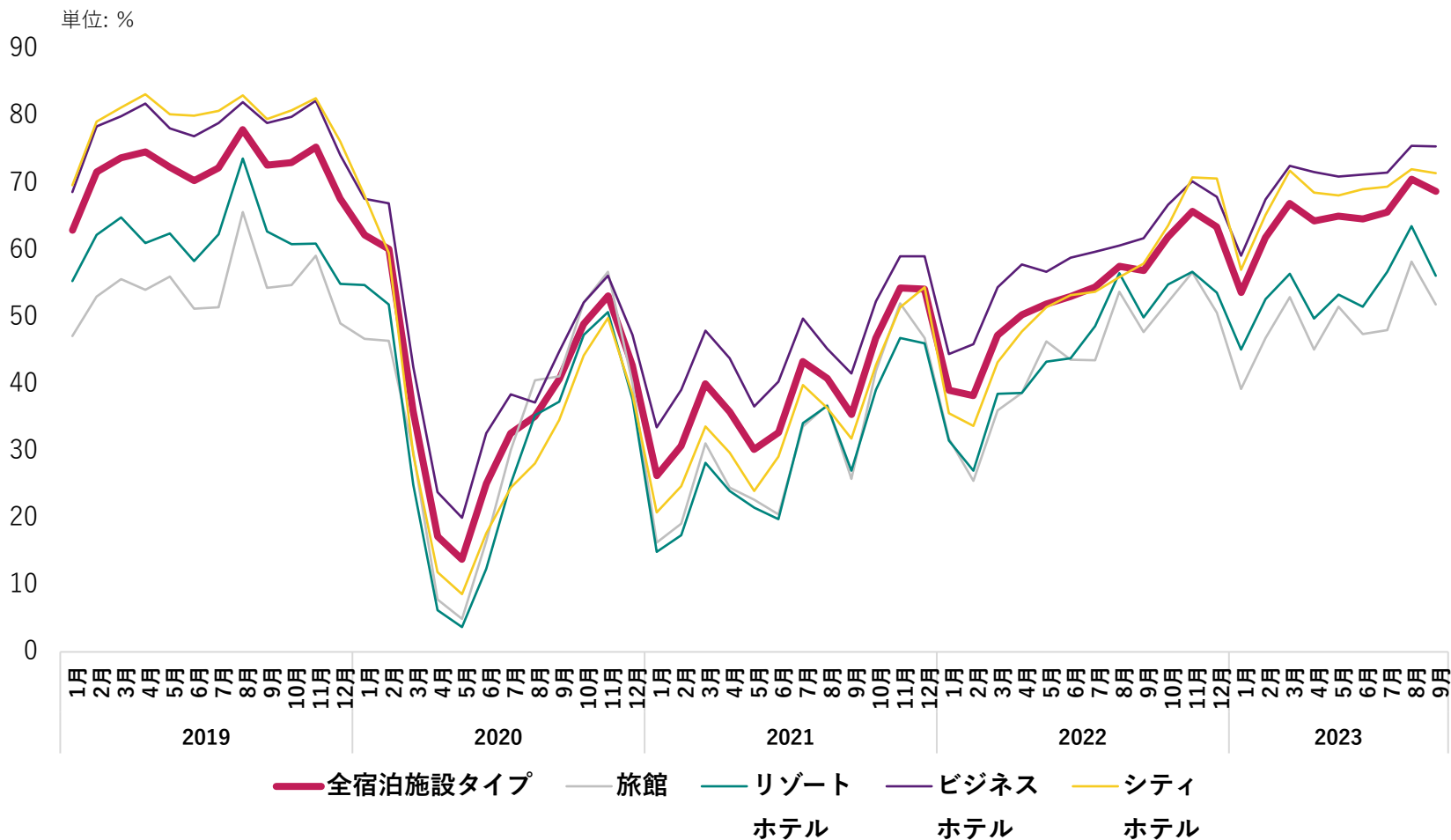
- 財務ハイライト
- Surehigh社買収
- 会社概要
- サービス概要
- 2023年10月期の決算概要
- 経営戦略
- 市場環境と内部環境
- 中期経営計画（2024年10月期-26年10月期）
- リスク情報
- **Appendix**

## 日本の延べ宿泊者数の月別推移 (2019年1月-2023年9月)



出所: 日本 観光庁統計

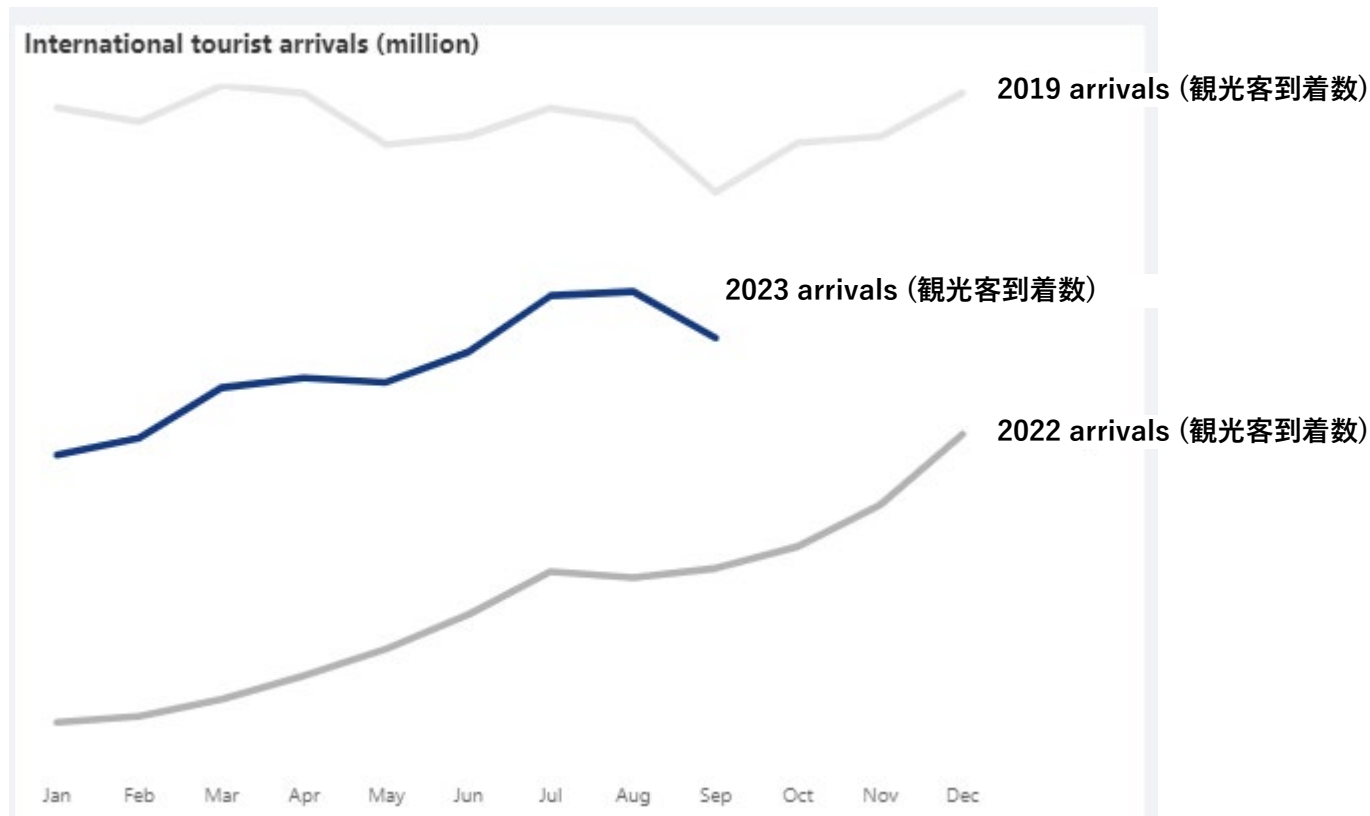
## 宿泊施設稼働率の月別推移 (2019年1月-2023年9月)



出所: 日本 観光庁統計

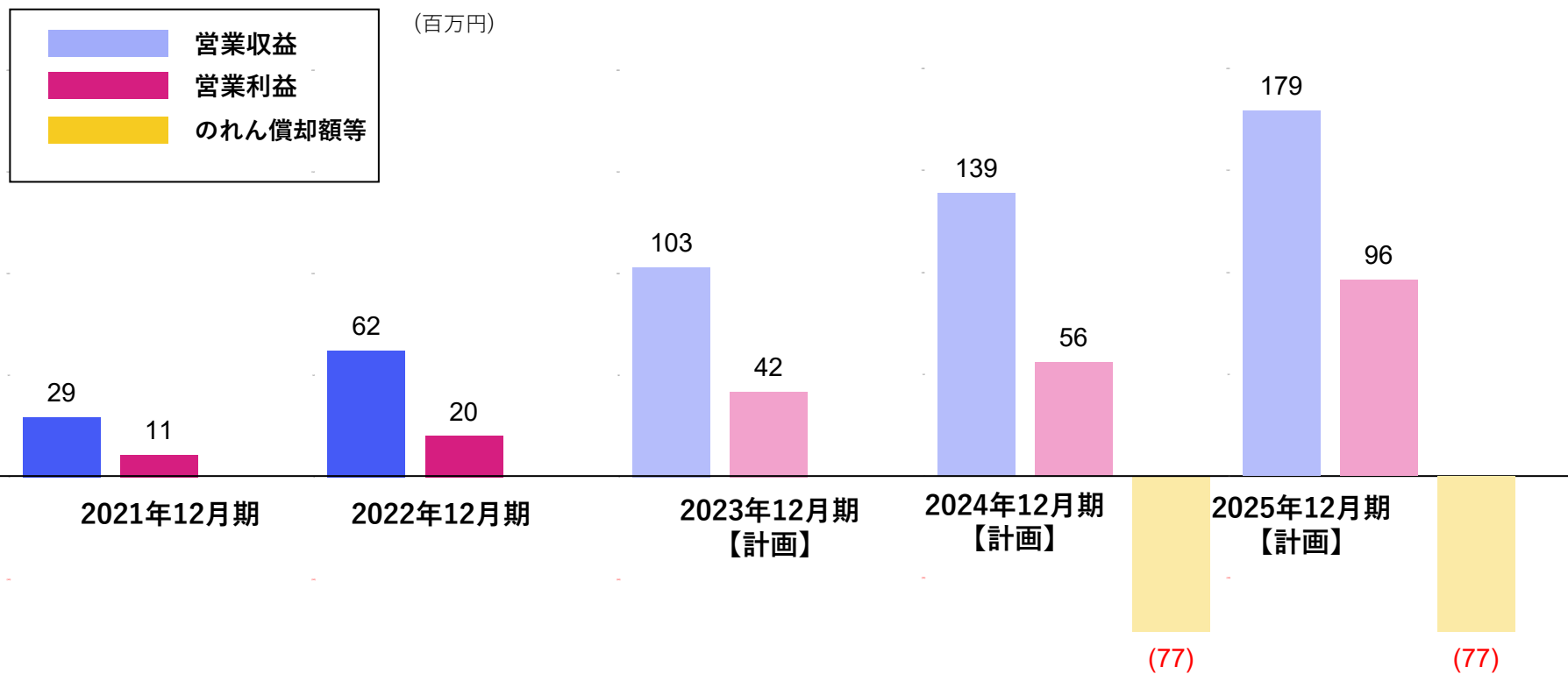
## 海外：APACにおける旅行者数の回復状況

- 2023年のAPACへの観光客到着数は、2022年対比で大幅に増加
- 現在は、2019年水準まで届いていないが、専門家の過半数は2024年中の回復を見込んでいる（国連世界観光機関調べ）



**UNWTOの専門委員会の調査によると、過半数の専門家が  
APACにおいて2024年中に2019年水準まで観光客到着数が回復すると回答**

- BookandLink社の2025年12月期P/Lにおいて、のれん償却額等(※1,2)を上回る営業利益(※3)を計画



※1: のれん償却額その他、無形資産の償却額等も含めた見込みとなります。償却年数においては一律7年の前提を置いた上で試算しておりますが、今後の買収後のPurchase Price Allocation、監査法人との協議等を経て決定して参ります。

※2: 147.02JPY/USDにて換算した数値であります。

※3: 連結した場合に相殺消去されるコミッション料等については控除しております。

## 本資料の取扱いについて

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くものであり、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、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、またこれを保障するものではありません。

今後、「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、期末決算発表の際に開示する予定です。次回は2024年12月のアップデートを予定しております。