

ADVENTURE

# INTEGRATED REPORT 2024

株式会社アドベンチャー | 統合報告書 2024

〒150-6024

東京都渋谷区恵比寿4丁目20-3 ガーデンプレイスタワー 24F

<https://jp.adventurekk.com/>

**skyticket**  
by ADVENTURE

# 目次

会社概要	3	成長戦略	17
■ アドベンチャーの歴史・はじめに	4	■ 成長戦略：2つの柱	18
■ トップメッセージ	5	■ 事業活動方針	19
■ 当社グループについて	6	■ 人材戦略	22
■ サービス概要	7	新卒社員インタビュー	24
価値源泉	8	SDGs	25
■ 価値源泉と成長サイクル	9	■ 基本方針	26
■ 外部環境	10	■ 取り組み内容	27
■ 財務資本	12	ガバナンス・データセクション	30
■ 人的資本	13	■ コーポレート・ガバナンス体制	31
海外子会社インタビュー	14	■ 事業等のリスク	33
本社中途社員インタビュー	15	■ ESGデータ	34
■ 知的・社会関係資本	16	■ 財務データ	35

## 本統合報告書について

### 編集方針

今回で2回目となる本報告書では、24/06期に増えたグループ会社との連携やさらに進行した海外展開の話を中心に、当社グループの価値創造プロセスと成長戦略について、国際統合報告評議会（IIRC）の「国際統合報告フレームワーク」を参考にし、ステークホルダーの皆さまにご理解を深めていただけるコミュニケーションツールとなることを心がけて編集いたしました。事業環境が著しく変化する中、当社グループの中長期的な価値創造方針に対するご理解の一助となれば幸いです。

### 対象期間

主に2024年度（2023年7月1日～2024年6月30日）を対象としていますが、それ以前・以後の活動についても掲載しています。さらに詳しい内容は当社ウェブサイトへ <https://jp.adventurekk.com/>

### 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、業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。



# 会社概要

グローバルOTAへの挑戦

# アドベンチャーの歴史

## ADVENTURE

2006

### 1. 立ち上げ期

インターネットで旅行予約自体がまだまだ珍しい時代にOTA(Online Travel Agent)の先駆けとして、航空券予約サービスのskyticketをリリース。



2014

### 2. 黎明期

日本でのLCC本格参入(2012年)に伴い売上を急拡大し、東証マザーズ(現グロース市場)に上場。



2019

### 3. 国内拡大期

レンタカー・ホテルなど旅行関連予約サービスをさらに展開し、規模はさらに拡大。



2021

### 4. コロナ期

多くの競合他社がコロナによる大打撃で赤字となる中、旅行のオンライン予約ニーズをとり込み、黒字維持に成功。

安定的な収益を維持

	2020 4Q累計	2021 4Q累計	増減(率)
※収益	35,766	36,239	▲1%
※営業総利益	10,935	6,583	▲40%
※販売費及び一般管理費	9,561	5,811	▲39%
※うち広告宣伝費	5,895	2,682	▲55%
※営業利益	1,384	983	▲29%
当期利益	21	844	▲3875%
親会社の所有者に帰属する当期利益	72	850	1080%

(単位: 百万円)

2024

### 5. グローバル準備期

市場の回復と同時に、海外子会社設立やM&Aなど中長期的な事業成長に向けた準備を進める。



# はじめに



代表取締役社長

中村 俊一

株式会社アドベンチャー代表取締役の中村です。

お客様をはじめ、取引先の皆様・株主の皆様に日頃よりご愛顧いただき心より感謝申し上げます。学生時代に起業してから年々増えていくステークホルダーの皆さんとともに、今後も持続的な成長を続け社会貢献とビジネスの両立を実現していきたいと思っております。

## MVV

### Mission

#### 社会貢献とビジネスを両立する

仕事を通じて、人の役に立ち、よりよい社会をつくる、それが私たちの使命です。

### Vision

#### 世界中の“やりたい”を叶える

「安く旅行したい」というニーズに応えるために、LCCなども含めた航空券・格安レンタカーなどを一括で比較・予約できるサイト「skyticket」を立ち上げ、成長させてきました。ただ、世界中には「もっとこういう旅がしたい」という想いがまだまだ存在します。すべての人たちが、国境や文化を超え、心から満足できる旅を実現できるプラットフォームを目指し、日本初のグローバルOTAへと進化していきます。

### Value

#### Integrity

高潔な倫理観を持ち、誠実かつ公正に業務を遂行する

#### Visionary

理想から妥協せず、社会公益性の高い事業の創出にリスクを恐れず挑戦する

#### Flexibility

市場や社会情勢の変化に対応する柔軟性を持ち、常に最適な手段を選択する

### 2024年6月期連結実績

取扱高 <small>※コンシューマサービス事業のみの数値</small> <b>820億円</b>	時価総額 <small>※アドベンチャー本体のみ</small> <b>385億円</b>	親会社所有者帰属持分比率 <b>37%</b>
収益 <b>223億円</b>	営業利益 <b>15億円</b>	親会社の所有者に帰属する営業利益 <b>7.5億円</b>

※2024年6月30日時点

# トップメッセージ

## 代表取締役社長 メッセージ



代表取締役社長

**中村 俊一**

Shunichi Nakamura

### 起業時の思い、遠い道のり

学生時代に1人のユーザーとして日本の旅行業界に不満を持ち、全く実績がないところから航空券予約サービスを立ち上げようと考えてから、はや20年経ちます。当時サービス開始わずかかの際に急成長したExpediaを見て、「日本でももっと安く旅行ができて、世界を身近に感じられる機会を生み出すべきだ」という思いからskyticketというサービスを立ち上げ、日本で旅行のオンライン予約が当たり前になるまで大きくしてきましたが、まだまだ本当に自分がやりたいことはほとんど何も達成できていないと感じています。

### 社会的意義の追求

世の中には様々な社会的意義のある事業がありますが、自分はより多くの人の選択肢を広げる、ということにフォーカスをしたいと思っています。途上国で「いつかは日本で働きたいから日本語が学べる本をくれ」と話しかけてきた子どもや、学生時代にお金がなくても世界中に行ってみたかった過去の自分など。まだまだ機会を求める彼らのニーズに応えきれはけません。彼らの選択肢を増やし、人生を豊かにする手伝いを通じて社会的な貢献をしながら、事業を大きくしていきたい考えは変わりません。

### 海外展開は、夢の第一歩

事業と組織の海外展開本格化は、そんな自分が思い描いていた「選択肢を広げる」を体現するための第一歩です。クレジットカードなどの決済手段を保持していないアジア圏のユーザーも使える予約サービスにskyticketを進化させながら、海外に子会社を展開してアジア圏でグローバルに働く機会を各地で提供し、海外に挑戦したい若者をスカイチケットチャレンジプロジェクトのように事業に紐づく形で支援する。少しずつ夢の輪郭が見え始めた現状に甘んじることなく、より多くの人に豊かな選択肢を提供するために引き続き事業と組織の成長にコミットしていきます。

### M&Aによる更なる加速を目指して

また、前期は海外展開を進めると同時に多くの企業のM&Aを進め、グループに加わってもらいました。より多くの人に貢献するために、自分たちの力だけ

を進めるのではなく、彼らと協働し双方のノウハウ共有やアセット共同活用をすることで、より価格競争力のある商品を提供し、事業成長のスピードをさらに速くしていくことができると考えています。

### グローバルOTA、そしてその先へ

アドベンチャーとして多数の旅行予約サービスを展開し、「skyticketを利用している」という声を聞くことも増えてきましたが、世界の旅行市場から見ると1%にも全く及ばない市場シェアで、自分としてはようやくスタートラインに立ったかどうかというところです。

世界中の方々により多くの選択肢を提供する。そんなプラットフォームを実現するのが自分の目標なので、まずはグローバルOTAを実現したのち、生活領域などにも展開してさらなる社会貢献事業をしたいと思います。そこに至るまでは、起業した当初以上の多くのハードシグスが存在するかもしれません。そうした困難も「Life is Adventure」の前向きさを持って、お客様をはじめ、取引先の皆様・株主の皆様と一緒に乗り越えていきたいと思っています。

# 当社グループについて

24/06期は様々な旅行関連企業をグループに加え、基幹ブランドであるskyticketに加えて複数の旅行予約ブランドを持つことができました。各組織やブランドが持つ価値源泉をうまく活用することでskyticketをはじめとする各サービスブランドを伸ばしつつ、より多くの「安く手軽に旅行したい」というニーズを叶えて産業の発展に寄与していきます。

## アドベンチャーグループの価値創造



**①共通化・知見共有**  
各会社ごとの共通業務オペレーションの効率化や知見共有を通じ、グループ全体の生産性を向上させていく。また各会社が保持するブランドの対象市場・顧客層への施策ごとの指標差などをみていくことで、各市場の理解とマーケティング精度を向上させる

**②顧客カバー範囲の拡大**  
ブランドごとに得意な市場や顧客セグメントに対して事業活動を行い、それぞれカニバリゼーションを起こさないよう業界全体での市場シェアを拡大し、業界への参入障壁を高めていく

**③アウトカムの最大化**  
アジアなど各市場でより多くの「安く手軽に旅行したい」というニーズを叶えることで現地産業の発展に寄与し、ステークホルダーにも還元しながら生活領域へも事業を拡大し、さらに経済発展へ貢献していく

# サービス概要

2006年に航空券予約サービスを提供開始してから、15以上の旅行商品予約サービスを展開しています。継続的に新規予約サービスを展開することでクロスセルによるLTVの向上、また「旅行商品ならなんでも予約できる」というブランド認知を作る土台作りを目指しています。

## skyticket取扱サービス



## skyticketの収益構造



## 当社主要取扱サービス

国内航空券	海外航空券	ツアー	レンタカー	高速バス	ホテル
当社の収益構成比で大部分を占めるメインサービス。収入源は、ユーザーからの手数料、航空会社からのコミッション	世界20言語対応。NDC接続5社の実績を誇る。主な収入源は、ユーザーからの手数料	航空券と宿泊商品をセットで販売。主な収入源は、ユーザーからの手数料。募集型企画旅行は、グロス計上のため取扱高=収益	レジャーエリアを中心に販売実績を伸張。新規サービスストップを誇る取扱高を維持。主な収入源は、事業者からの成果報酬型販売手数料	大手バス会社を中心に実績好調。主な収入源は、事業者からの成果報酬型段階手数料	宿泊施設直契約数9,231施設。B2B販売モデルから直契約在庫販売切替によりテイクレート改善。主な収益源は、事業者からの成果報酬型手数料
2024年6月期 テイクレート <b>20.8%</b> 収益構成比 <b>62%</b> CAGR 2021-2024 <b>29%</b>	2024年6月期 テイクレート <b>7.0%</b> 収益構成比 <b>5%</b> CAGR 2021-2024 <b>99%</b>	2024年6月期 テイクレート <b>12.5%</b> 収益構成比 <b>20%</b> CAGR 2021-2024 <b>22%</b>	2024年6月期 テイクレート <b>11.4%</b> 収益構成比 <b>6%</b> CAGR 2021-2024 <b>87%</b>	2024年6月期 テイクレート <b>14.2%</b> 収益構成比 <b>4%</b> CAGR 2021-2024 <b>193%</b>	2024年6月期 テイクレート <b>6.9%</b> 収益構成比 <b>1%</b> CAGR 2021-2024 <b>58%</b>



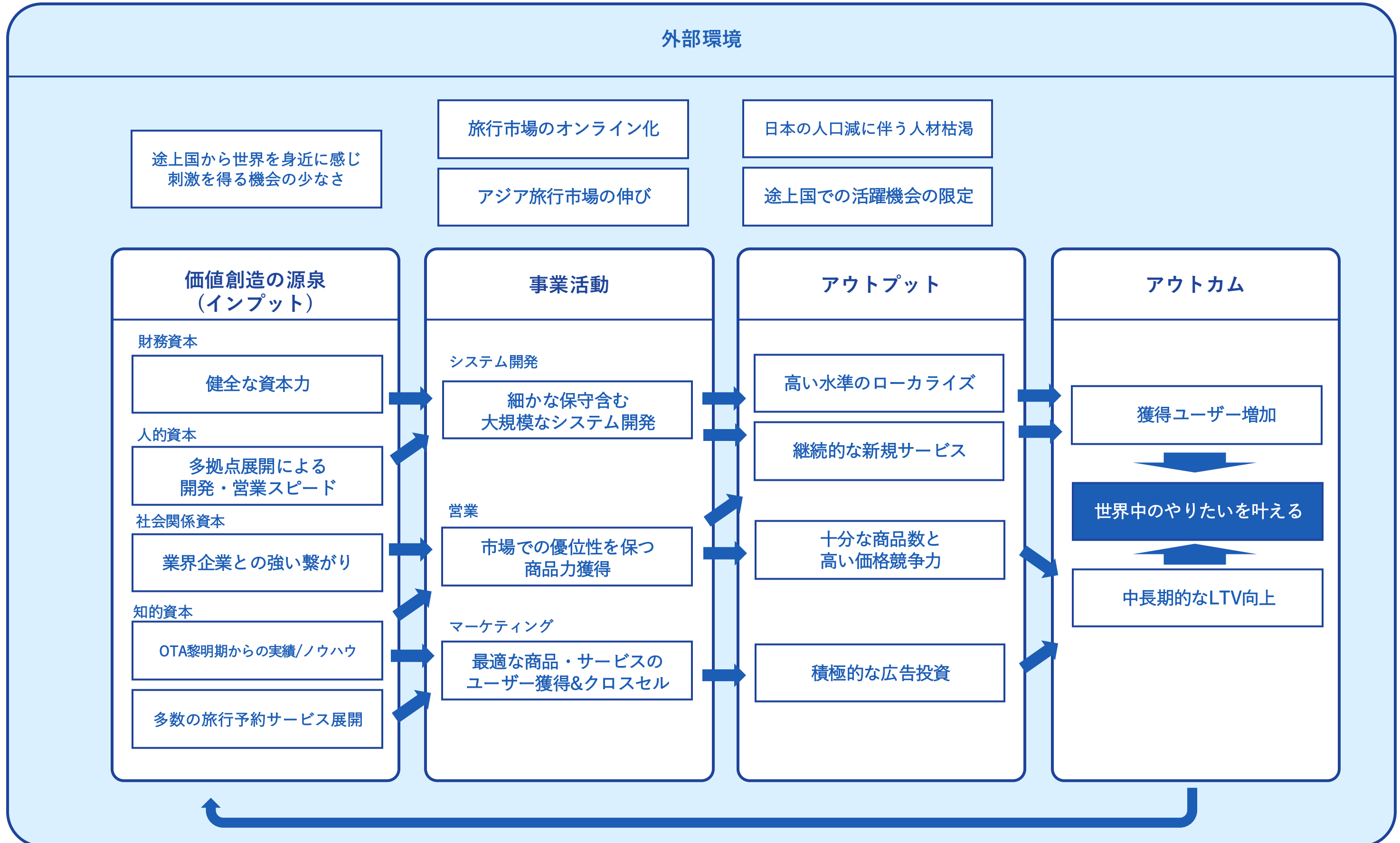
# 価値源泉

持続的な成長をもたらす当社の強み



# 価値源泉と成長サイクル

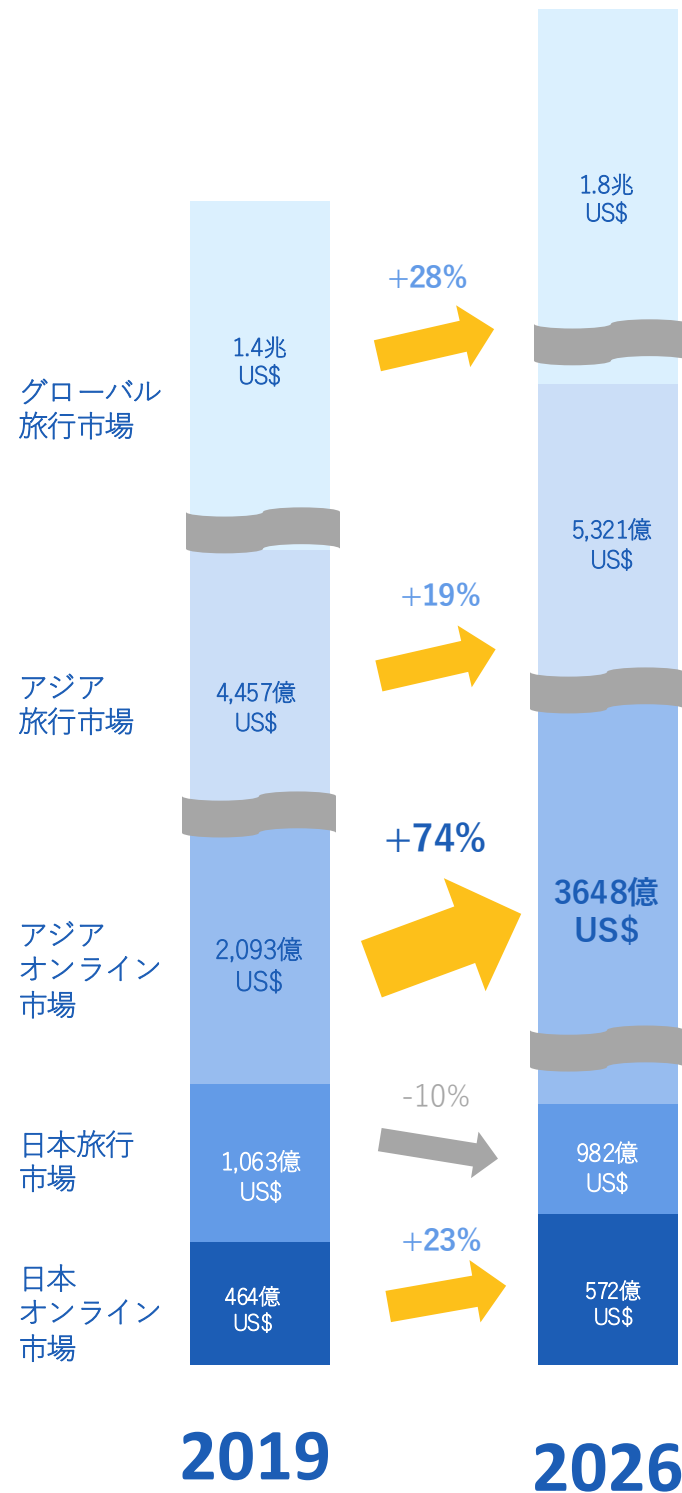
健全な資本力とOTA黎明期からの実績に基づく営業・マーケティング・開発力が、積極的な広告投資を行って多様な旅行サービス・商品を取り扱いつつ国に合わせたローカライズをする戦略を可能にし、事業面では多数のユーザー獲得とLTV向上をしながら人々の世界を見てみたい、世界で活躍したいという気持ちを叶えていきます。



# 外部環境①旅行市場について

コロナにより2020年以降世界的な旅行市場の縮小がありました。2024年時点で世界の旅行市場はコロナ以前まで水準を戻し、2026年にはさらに市場が伸びていく予定です。しかし世界的な成長の中で日本旅行市場自体は円安の影響もあり全体的には伸びにくく、オンライン予約の前提が整っていないアジアに大きな成長機会があると捉えています。

## グローバル旅行市場予測



※Phocuswright.incより引用

## アジア市場環境

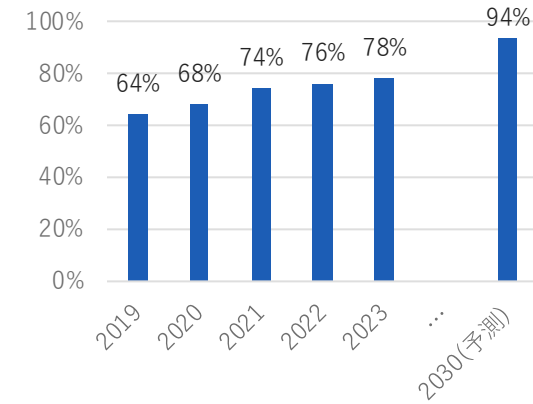
アジアは増える人口と発展する経済に伴い市場全体が急速に伸びる見込みが高いマーケットであることが特徴です。特にオンライン予約に関しては、スマートフォンの普及率がまだ上昇途中であること、多くのウェブサイトで決済に使われているクレジットカードの普及率もまだ低く、エリアによっては2026年時点で2019年と比べ200%以上の成長が見込め、参入していく価値の高いマーケットだと言えます。

地域別市場規模

地域	チャネル	2019年	2026年見込	成長率
		日本	オフライン 60.9 オンライン 47.2	40.5 57.6
中国	オフライン	77.8	46.8	60%
	オンライン	95.7	174.1	182%
オーストラリア ニュージーランド	オフライン	17.5	14.5	83%
	オンライン	14.7	21.1	144%
北東アジア	オフライン	30.3	25.6	85%
	オンライン	15.5	32.3	207%
東南アジア	オフライン	32.3	19.4	60%
	オンライン	21.6	50.1	232%
インド	オフライン	17.3	20.2	116%
	オンライン	14.4	29.3	203%

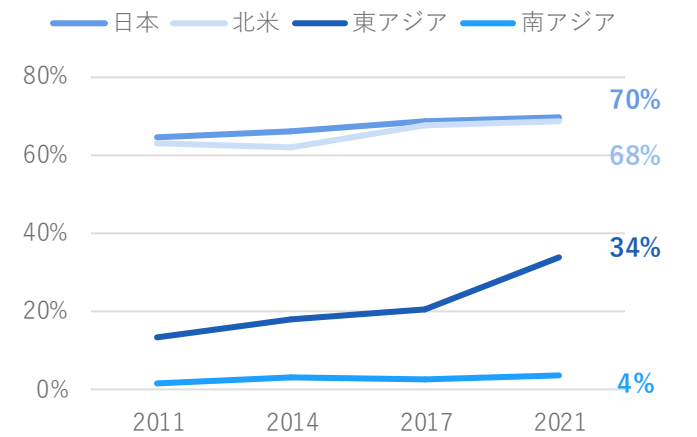
※Phocuswright.incより引用

スマートフォン普及率



※ Statistaより引用

クレジットカード普及率

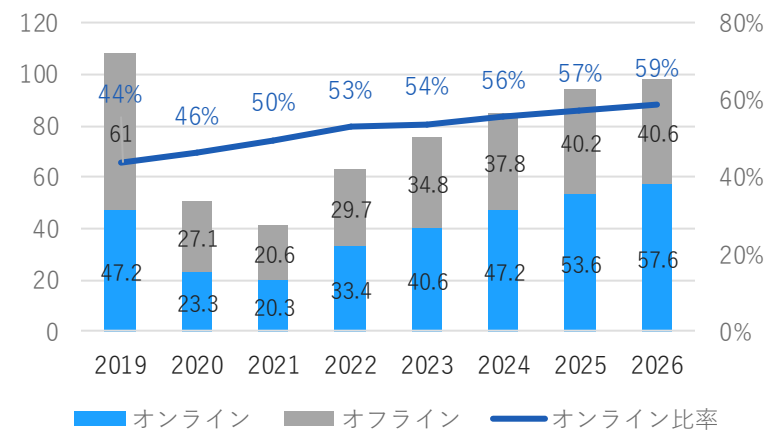


※World Bank Group Gender Data Portalより引用

## 日本市場環境

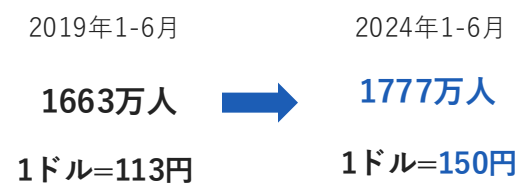
市場調査会社Phocuswrightによると日本の旅行市場は日本円換算だと2026年比で+9%伸びる見込みですが、2019年と比べ円安になっているためドル建てではマイナス成長に。ただし、オンライン市場はオンライン旅行予約比率が大幅に伸びるため市場シェアが拡大見込みであり、消費者物価指数などの上昇により旅行も低価格商品のニーズが高まっていると想定され、当社ユーザーにとって不利な環境ではないと認識しています。また、円安によりインバウンド露光者が増えており、多言語OTAが有利になる地合いとも取れます。

国内旅行取扱高



※Phocuswright.incより引用

インバウンド旅行者数



日本政府観光局「訪日外客統計」より引用  
(日銀の1月報告省令レート)

消費者物価指数

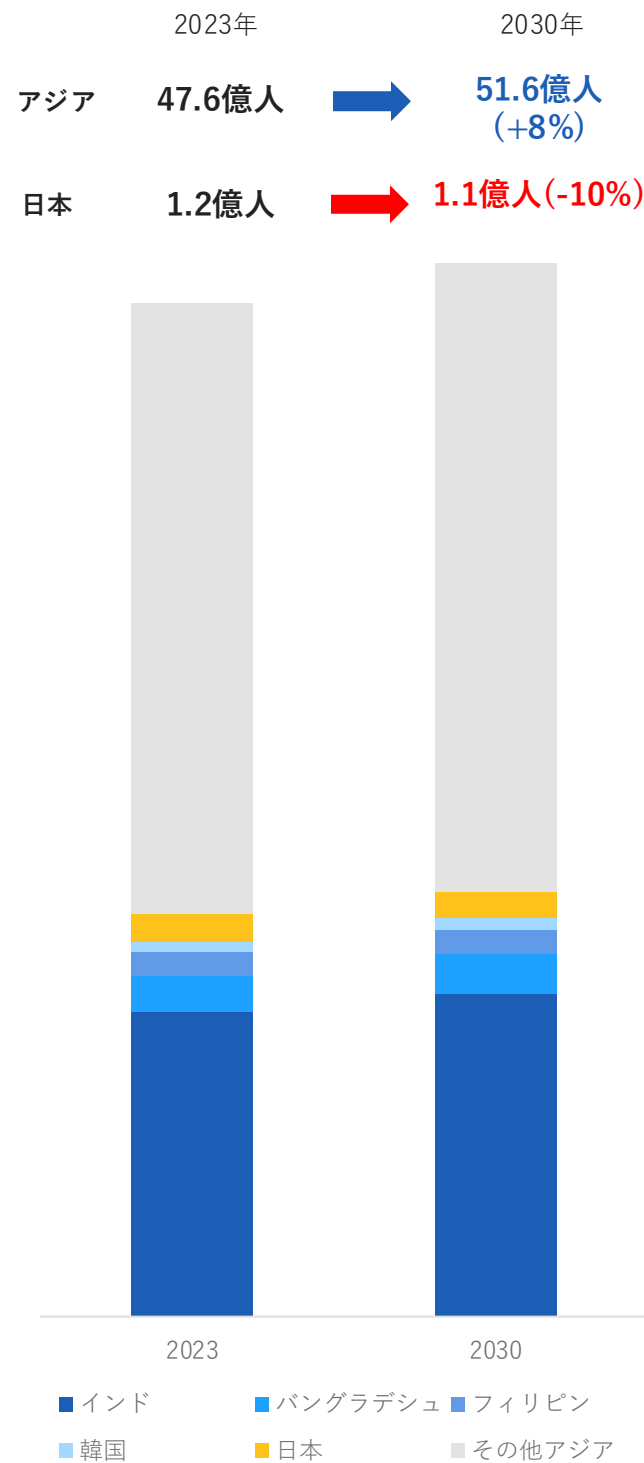


※総務省統計局「2020年基準 消費者物価指数」より引用

# 外部環境②人材市場について

世界中で使われるサービスを作り上げるためには、世界中から自社サービスを支える人材を採用していかなければなりません。特にオンラインサービスにおいて生命線となるのはIT人材の雇用であり、日本市場での採用が構造的に難しくなる中で優れたIT人材を採用できる人材市場への展開が非常に重要だと考えています。

## アジアの人口予測

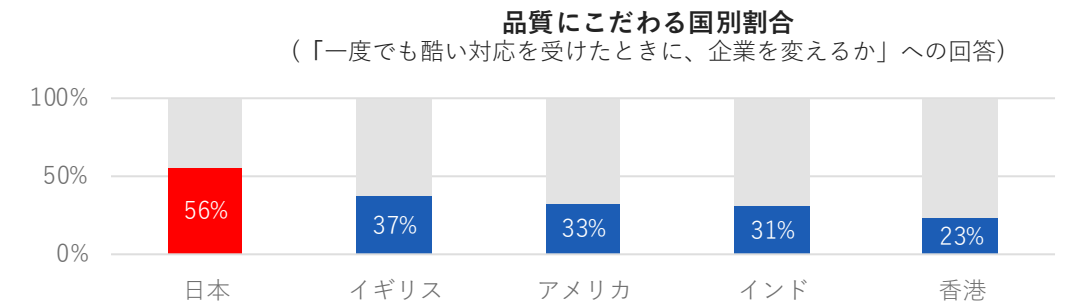


## 日本IT人材市場

日本は経済産業省が2030年には約41-79万人ほど不足すると試算しているなど、IT人材の不足が懸念されている市場です。そもそもの人口自体が減少傾向であること、古いレガシーシステムの保守・運用に貴重な人材が取られているなど課題は山積みですが、国もIT人材の育成に関する助成金を設けるなど様々な施策を講じています。国民性として商品の品質にシビアな分、高い品質にこだわるエンジニアが多いと言われています。



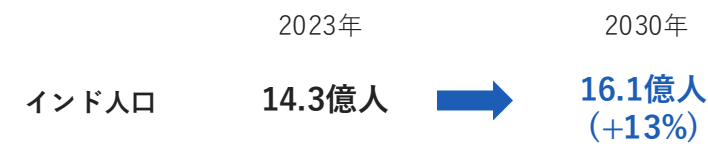
- 2回以上我慢できる
- 1度でも酷いサービスを受けたら、直ちに別の会社に変える



※American Express International(2017)調査より引用

## インドIT人材市場

インドは2023年のアジアの人口のうち3割を占めるほどの人口を誇っているがゆえに、その人材間の競争も過酷です。特にインドはIT技術者数もどんどん増えており、英語に堪能なこともあり世界中のIT企業がインドのITトップ校であるインド工科大学 (IIT) からの採用イベントに出展し、非常に高額な給与で人材を採用し続けています。インドでは「目の前の課題に対し、限られた物資の中でアイデアを出し即席の対処法で乗り越える」というジュガードという考え方が文化として根付いており、限られた資源の中で目的を達成するマインドが困難なシステム開発を形にするのに役立っています。



**文化説明：ジュガード**  
 ヒンディー語で「革新的な問題解決の方法」の意味。柔軟に考え逆境を利用し、少ないものでより多くを生み出す考えは記事などにも多く取り上げられており、インドだけではなく様々な国のリーダーにも影響を与え始めています。

## バングラデシュIT人材市場

2022年のバングラデシュ統計局データによると、バングラデシュの世帯当たり月収は全体平均で4万円程度と経済的にはまだまだ発展途上の国ではあります。ただし、2016年時点と比べると所得は倍増しており、これから大きく成長する見込みがある国の一つです。そんなバングラデシュは国策として「デジタル・バングラデシュ」を展開し、積極的なIT人材の育成指針もありオックスフォード・インターネット研究所の2021年調査によるとITフリーランスの数で見ると世界全体の10%以上を占めており、インドに次いで大きなIT人材マーケットが存在しています。また国民性としては穏やかでフレンドリーな人が多い親日国だと言われています。



**文化説明：ラマダン**  
 イスラム教では、日の出~日没まで断食するラマダンという期間があり、該当期間中は日中飲食をとることは好ましくありません。そのほか礼拝など、こうした文化的背景に基づいた勤務形態に注意する必要があります。

# 財務資本：健全な資本力

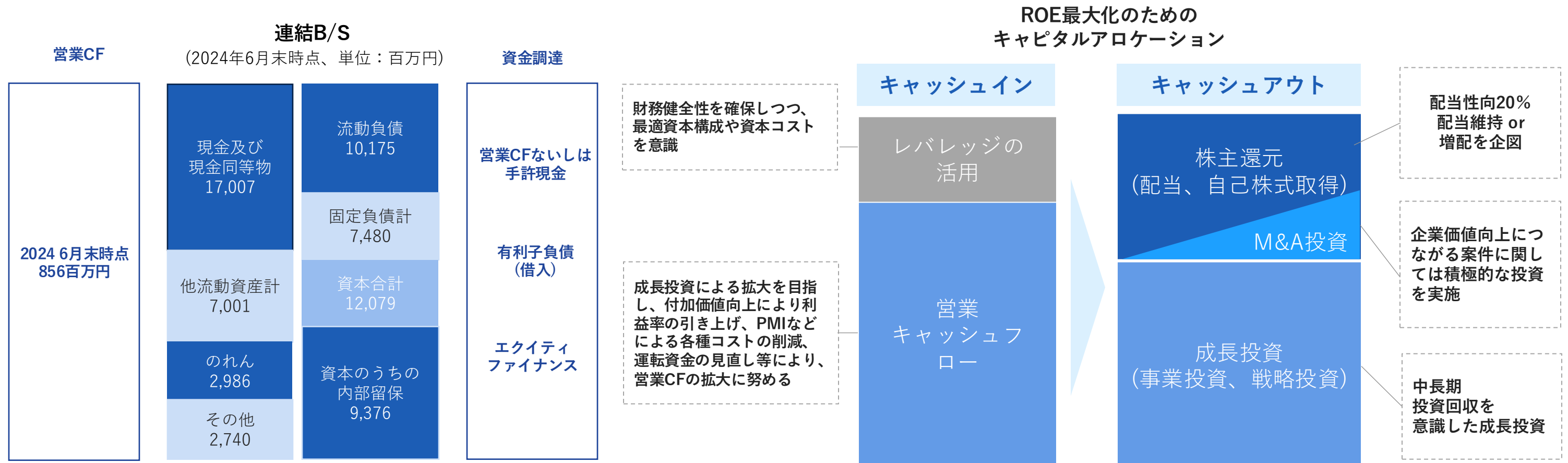
コロナのように市場環境が厳しくなっても事業を継続できる財務基盤の安定性を維持しつつ、営業CFからのキャッシュインを中心に株主還元施策とグロースのための積極的な成長投資を継続する経営のバランスが当社の事業・組織戦略を支える基盤となっています。

## 安定した自己資本状況の維持と PMIによる持続的な営業CFの成長を目標に

24/06期は新規事業への積極的な広告投資やM&Aなどに伴い前年度と比べ営業キャッシュフロー額は減りのれんが増えたものの、前年度と変わらず流動負債以上に現金及び現金同等物の保有をしており、財務基盤は安定しています。25/06期はM&Aした企業のPMIにより営業CFを持続的に伸ばし、株主還元を維持しつつオーガニックグロースを中心に考えつつ、良いM&A案件があれば積極的に投資を行なっていきます。

## 資本効率のグローバルスタンダード 「ROE(株主資本利益率)20%」を目指す

24/06期はM&Aなど積極的な投資フェーズとしていたためROE(株主資本利益率)は、6.8%で着地しましたが、来期以降はPMIなどを通じて中長期的に20%を目指します。株主還元施策としては今後も高い配当性向の維持や今期行ったような自社株買いを行いつつ、さらに中長期的な企業価値向上のための各種成長投資を行なっていきます。



# 人的資本：多拠点展開による開発・営業スピード

グローバルに競争力のあるサービスを作るためには、組織体制や採用活動もグローバルスケールで考え、各国人材市場に合わせた人的資本の獲得・配置が必要となります。短期・中期・長期を見据えた拠点展開を行い、各国の特徴を活かしトライアンドエラーを繰り返しながら組織の優位性を高めています。

## 日本 ゼネラリストとスペシャリスト育成の強化



当社代表取締役と議論しながらグループ全体の業務優先度を検討し各国各部門と連携するゼネラリストと、日本エリアにおける競合優位性を維持強化するための各種スペシャリストを育成する体制に力を入れています。数年前から始まった社内公募制度を始め、近年は新卒入社後数ヶ月単位で各部門をジョブローテーションさせるなどで全体像を理解するゼネラリストを育成している一方、専門書の代理購入や資格を獲得する人への祝金などで専門スキル支援を行なっています。

## バングラデシュ ニッチな人材市場での先行者利益を活かした採用活動



インド・ベトナム・タイなど様々な国で競合他社が開発拠点を展開している中で、当社はあえて競合が少ないバングラデシュ市場に拠点を設けることで、急速な拡大戦略に耐えうる優秀な人材採用を可能にしています。システム開発の専門書がそもそも手に入りにくい、大規模な開発経験があるエンジニアが少ないなどの状況はありますが、フレンドリーな国民性を活かし他国のプロジェクトマネージャーなどから学ぶ機会を経て成長をしています。

## 韓国 業界経験人材の確保



韓国独自の商習慣や韓国語に適切に対応すべく、韓国で旅行業界を経験したことがある現地人材を採用し、スピーディに営業活動を行っています。

## フィリピン 業界経験人材の確保



日本同様に島国であるフィリピンは移動時のLCCニーズがさらに高まっていくと予想され、優位性のある商品が提供できるよう各社との提携を実現する営業活動に力を入れています。



## インド IT先端人材の確保



システムがグローバルニーズに対応できるような中長期的な設計強化を実現するため、IIT出身者など世界トップクラスの高度IT人材を採用しています。

## シンガポール アジア統括構想の準備

将来的なアジアの関連会社管理のため、経営管理に強みのある人材を中心に採用しています。

## アメリカ 世界展開の準備

グローバルOTAとなるために必要な海外トップ層の人材採用の支援活動を中心に活動しています。

アジア諸国に拠点を作り適切な連携を進めるには、現地の商習慣や特性などをよく理解しつつ、かつ上場企業として高い水準の統制やコンプライアンス体制を維持できる高度な人材が必要です。当社の海外子会社で拠点立ち上げから規模拡大までを担う人材を一部ご紹介します。

### 海外子会社社長



アドベンチャー APAC(シンガポール)  
取締役

### 坂本 晃一

Koichi Sakamoto

KPMG、ゴールドマンサックスなどで国際税務を強みにファイナンスチームヘッドとして複数のバックオフィスチームをリード。その後IT企業でシンガポール法人の共同代表としてアジアの各国子会社管理などを約8年経験し、ブロックチェーンや日系企業の海外法人立ち上げも経験。アドベンチャーでは現在シンガポール拠点の立ち上げ並びにアジアの子会社管理の基盤構築を牽引しており、当社未展開国の調査や海外M&A先のPMIに注力。

### アジア展開の成功事例の創出へ

私はシンガポールで様々な企業の海外展開の0→1を経験させていただき、海外展開で成功するには海外への適切な期待値設定と権限委譲、不転の覚悟でアクセルを踏む本気度が重要だと感じていましたが、当社にはこの全てが備わっていると感じ入社いたしました。シンガポール法人は特に5-10年後のキーになってくる子会社であり、現在は旅行領域での優位性を高めるためe-simなどの成長事業をM&Aして事業ポートフォリオを拡大すると同時に、グループのアジア法人のハブとなるための内部統制強化に力を入れています。特に自分は各国ごとの市場や人材特性、期待値のレンジをある程度把握しているので、その経験を踏まえ統括拠点としてどう管理するのが最適かの着地点を常に考えながらPMIや当社未展開国の調査をしています。

海外M&Aにおける難しさは、全く別の“理”をどうすり合わせるかです。全く別の文化圏や法体系、企業内論理に基づく意思決定をしてきた会社同士が二人三脚を始めるのは並大抵のことではありません。しかし、だからこそ調和的な解決策が得意な日本企業の強みが活きると思い、日々各所とコミュニケーションを重ねています。海外展開に成功した日系IT企業は多くありません。当社が日本にとって良い成功事例となるよう、ステークホルダーの皆様と共にこの海外展開を成功させたいと思います。

### 海外子会社社長



アドベンチャーダッカ  
代表取締役

### 浜本 茂幸

Shigeyuki Hamamoto

### バングラデシュの発展を支える誇り

自分は以前一度別企業でオフショア開発拠点を取締役として立ち上げ後、グローバルSaaS企業を経てからよりチャレンジングな環境に身を置きたいと考え、当社に入社しました。この会社がバングラデシュに展開していることには、大きな社会的意義があると考えています。平均月収2万円程度の国で、高い水準の給料で優秀な人材を採用し現地の機会提供・生活向上に貢献しつつ、事業としての拡張性も担保している。今はまだ小さい市場ですが、世界で8番目の人口はまだ増えておりGDPも大きく成長している市場に早い段階から投資することは中長期で必ず大きな差になってくると考え、より拡大に力を入れたいと考えています。

### 海外子会社マネージャー



アドベンチャーインド  
マネージャー

### マヌ アグラワル

Manu Agrawal

### インドからアドベンチャーの未来を形作る

IITカンプール卒業後、4つの企業でOTAとECのプロジェクトに携わった私は当初インドで馴染みのない会社に入社することを躊躇していましたが、当社の成長計画に刺激を受けトラベルテック領域に戻る決意をしました。人口の多さにも関わらずアジアでまだ8位のインド旅行市場は発展途上で、激しい競争の中でも当社には若いインド人にもっと旅行を促し地位を確立する機会があります。

今は才能豊かなチームと一緒に働くことが喜びです。彼らは技術に優れており、かつ明るく仕事をこなすことができ、このプロ意識と仲間意識のバランスで職場は生産的でやりがいのあるものになっています。アドベンチャーがユーザーへの献身と旅行テクノロジーの卓越性で知られる、南アジアで最も評価の高いブランドの1つにしていきたいと思っており、このブランドの成功と冒険に貢献できることを嬉しく思います。

市場に合わせてダイナミックに変化を続ける会社の中で、本社でプロフェッショナルとしてskyticketのサービスを改善し、当社を支える従業員も一部ご紹介します。

### 中途社員マネージャー



IT事業部  
アシスタントマネージャー

### 寺澤 玲緒

Reo Terazawa

ベンチャー企業を中心にデザイナー・フロントエンドエンジニア・ marketerなど様々な業種を経験したWEBのプロフェッショナル。20人規模の時より会社を支えており、他社で講師業も兼任するなど、幅広い知識で事業の成長に貢献。

### 入社して10年。第二黄金期に向けて

コロナによる危機を乗り越えた2023年。全社MTGで「ここから本格的にグローバルを目指す」という社長の決意表明があつてから、新しいステージに移ったのだということを日々ひしひしと感じています。元々自分も多国籍メンバーで構成されたSEOチームを率いていましたが、会社全体として一気に様々な国籍の方々が入社してくるようになり、社内で英語や中国語が聞こえてくるのが当たり前になってきました。

私は上場直前期の2014年に入社し、上場後の事業の急拡大という黄金期の中で私自身も会社と共に大きく成長してきましたが、今はこの先に会社と自分の第二の黄金期があるのだ、と大きな情熱を感じています。国内市場を見るとホテルをはじめまだ大きな成長余地があるサービスに対し、クロスセルを推進するCRM施策を強化して投資余力を生み出しながらプロモーションを強化することで市場シェアを拡大していきます。また、グローバル市場への展開も難易度は高いですが、新規参入に適したマーケティングチャンネルへの広告投資配分の最適化を行い、自身も更なる成長をしながら世界中でskyticketが使われる未来を目指して邁進していきたいと思っています。

### 中途社員



IT事業部  
エムディ  
ジェシャード  
MD Jeshad

### 国を出て、まるで2050年のような日本へ

私は2023年時点でアドベンチャーダッカ（バングラデシュ）で働いていましたが、日本本社への出向するチャンスをいただき、縁あって日本本社で働き始めることになりました。2050年の世界のような日本で働く皆さんは仕事に対する知識量が素晴らしいプロフェッショナルで、私が質問するとすぐに回答をもらえ成長につながっています。就業環境としてはアドベンチャーはムスリムのためのお祈り室の設置など、社員のために多くのリソースを割いてくださっていると感じており、自分自身はそのような環境を与えてくれている会社がNo.1のグローバルOTAになるために貢献したいです。

### 中途社員



業務推進部  
石川 美那  
Mina Ishikawa

### 産休明け、大きく進化していた会社

私は2022年8月から産休・育休を取得し、2024年4月にコールセンター部門に復帰したのですが、復帰したら会社が大きく変わっていたことに驚きました。旅行業界では有名な施工房のグループ化に加え、海外子会社展開、社内のグローバル化やルールの明確化など、会社の効率化を感じました。

最初は私が休職している間にどんどん業務内容が進化してついて行けなかったらどうしようと1年8ヵ月のブランクから感じる不安は相当なものでしたが、特に復帰時のOnboarding研修などで会社が目指している方向性などを学ぶ時間があつたことで少しずつ復帰の心構えができていったと思います。今は朝5:30に起きて、仕事して、帰ってから子供が寝るまで忙しいのですが、それでも1日の生活の中にメリハリが出来てどちらの時間も大切に感じられ、復帰して良かったと思います。

## 知的資本：OTA黎明期からの実績と多数サービス展開

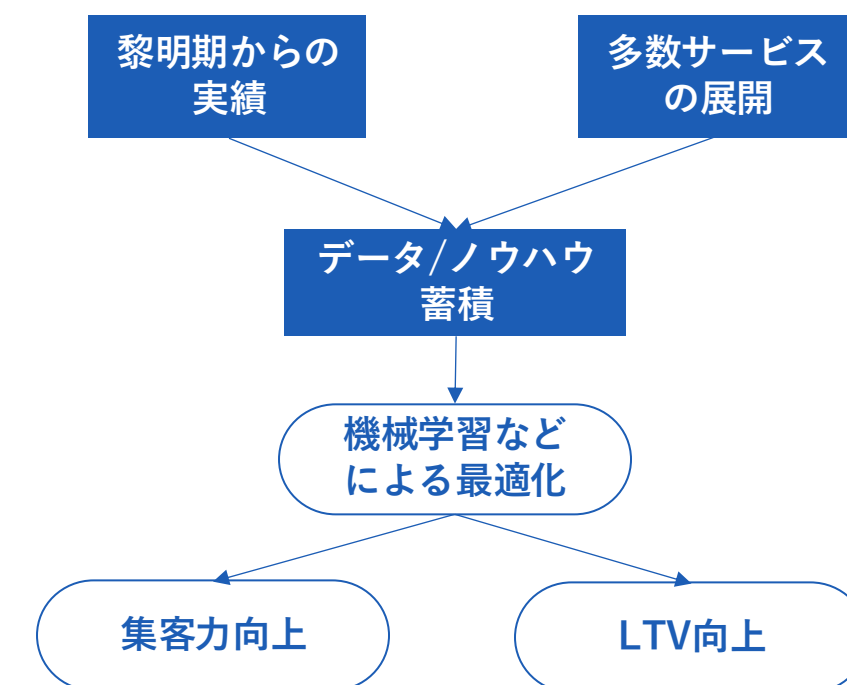
OTA黎明期からの実績及び多数のサービス展開により、他社よりも高くユーザーの旅行体験に対する解像度をもち、多くのデータやノウハウを保持しています。このデータおよびノウハウが、他社より高い水準でユーザー体験を上げ当社の成長を支える重要な知的資本です。

### OTA黎明期からの実績/ノウハウ

当社が事業を始めた当初、オンライン予約は一般的ではなく、私たちは「本当に飛ぶんですか?」と言った声に毎日対応し、1日数件の予約しかありませんでした。その頃から真摯にユーザーとサプライヤーに向き合い、マーケティング投資も続けてきた結果、今ではアプリダウンロード数2000万、取扱高も800億円を超える実績を積み上げてきました。その道中で、効果の悪いマーケティングチャンネル、ユーザーが不安になる体験、売れやすい商品など様々なノウハウを蓄積しています。

### 多数の旅行予約サービス展開

他社よりも多くの旅行予約サービスを展開することで、ユーザーの旅行体験についての解像度はグッと高まりクロスセル率も高まります。沖縄など島エリアへの航空券購入後ユーザーに空港付近のレンタカーレコメンドを提供できる、海外航空券予約でいい商品が見つからず離脱したユーザーに対しパッケージツアーを提案し再訪を促るなど、顧客基盤に対し効率的にLTVを伸ばすことが可能です。



## 社会関係資本：業界企業との強い繋がり

旅行業界のサプライヤーの多くが直販による利益拡充を求め中、OTAとしてユーザーに価値がある商品を提供できる提携をサプライヤーとするには、販売実績や信頼が必要です。先述の知的資本から生まれる実績や顧客・システム基盤が業界大手や、今後成長見込みのあるベンチャー企業との提携などを可能にします。

NDCのダイレクト接続における契約社数  
累計5社



APIのダイレクト接続におけるLCC契約社数  
累計11社



今後成長見込みのある契約会社など





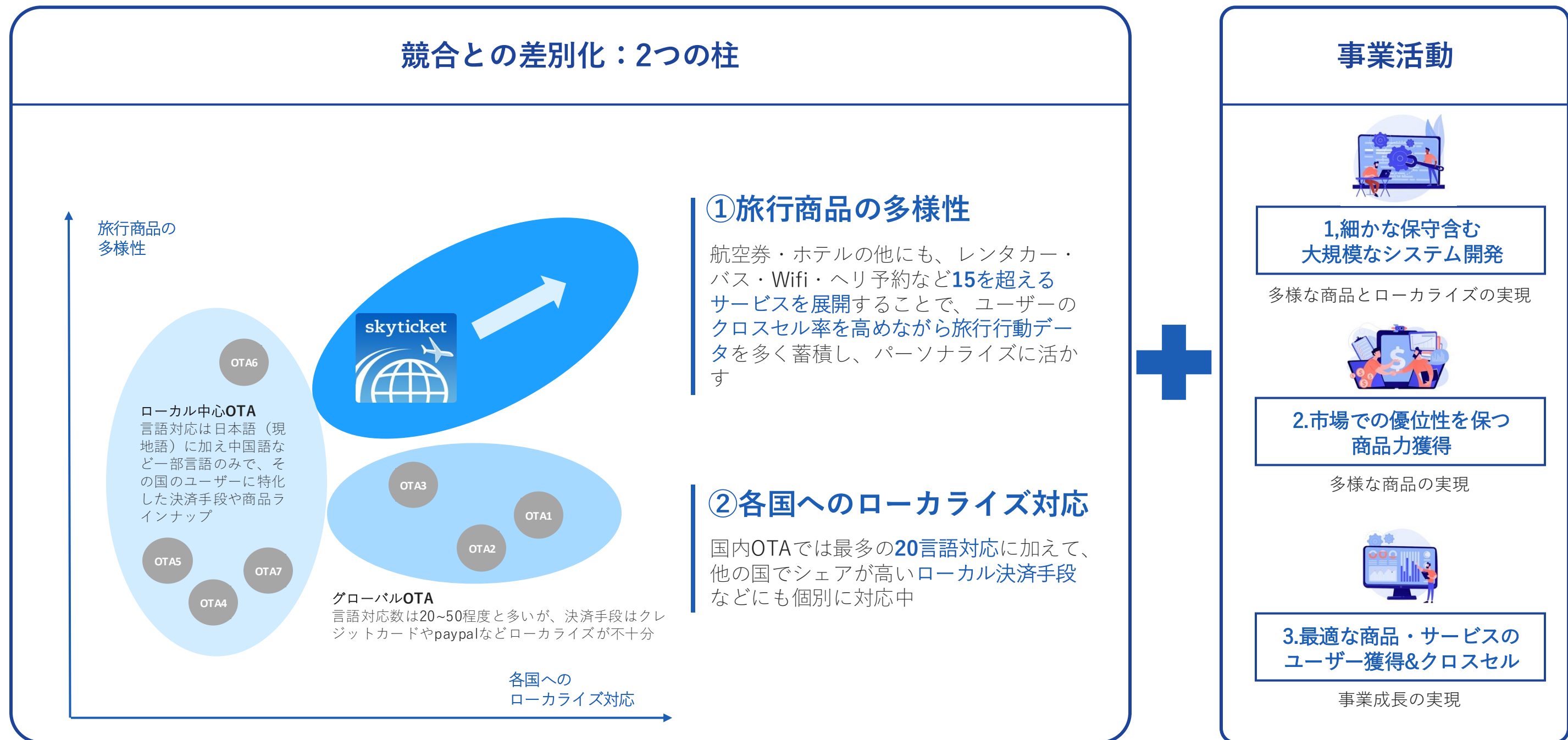


# 成長戦略

当社の強みを活かした拡大戦略

# グローバルOTAを実現する2つの柱と3つの事業活動

私たちが価値を届けたいのは世界中の人々であるため、「日本最大級のオンライン旅行予約サイト」ではなく「世界中で『旅行商品ならなんでも予約できる』ブランド認知のあるグローバルOTA」へ進化していく必要があります。そのためにまずアジアでの市場拡大を目指した時、多様な旅行商品予約サービスを展開することで旅行予約に関するユーザー行動データを最も多く蓄積しつつ、各国で使われるように決済手段などのローカライズが特に重要となります。それを実現するにはA.細かな保守含む大規模なシステム開発 B.市場での優位性を保つ商品力獲得 C.最適な商品・サービスのレコメンドによるクロスセルが必要です。



世界中で『旅行商品ならなんでも予約できる』ブランド認知のあるグローバルOTAへ

## 事業活動1.細かな保守含む大規模なシステム開発

当社の成長戦略を実現するには様々な国の数に応じてユーザー画面・管理画面・決済手段をローカライズする必要があり、それを多数のサービスで実現するため、日本向けサービスだけを運営していた時とは比べ物にならないほど多くの開発リソースが必要となります。継続的な人員強化はもちろんのこと、採用したエンジニアがさらに効率的に開発できるように開発プロセスの刷新や、業務でのAI活用推進に努めていきます。

### 継続的な開発人員の採用

各拠点の市況環境に応じて戦略が実現できる人員計画を作成し、適切な人員を継続的に確保し続けます。

### 開発プロセスの刷新

従来は少数精鋭の体制で、少数のエンジニアが設計・開発・QAなどをプロジェクトにより分担して行っていました。より多くのエンジニアがそれぞれの得意領域を活かして業務を推進できるようにプロセスを変更し最適解の調整を続けています。具体的には、国内向けサービスでは日本の地理感覚やユーザーニーズを理解している日本在住エンジニアが設計を行い、開発はバングラデシュ側で行うことでエラーの少なく開発を進めることができます。また長く使ってきた開発ツールなども、日本での市場シェアが高いものから世界で市場シェアが高く高機能なものにコストが増えても徐々に移行しており、エンジニアにも快適な業務環境を作ることよりスムーズに業務が推進できるようにしていきます。

### 業務でのAI活用推進

昨今AIツールがブームになっておりますが、当社では試験的に様々なツールを導入しながら慎重にその費用対効果を検討しています。Github Copilotを試験的に導入してみたり、また他のAIツールも調査・試験導入をした結果、2506期からは全エンジニアに一部の有償生成AIを活用できるようにしました。コーディングのみならず、データ分析時などにも複雑な自社DBから適切なSQLを組み、分析結果を提示するAIなども現在研究・開発しており、コスト過剰にならないよう十分注意しながら作業部分の効率化を積極的に進めています。

#### 2506期以降に予定している施策群

- 開発ツールの移行・新規導入による業務効率化
- データ分析基盤の刷新・効率化
- 継続的な人材採用と開発組織最適化



## 事業活動2.市場での優位性を保つ商品力獲得

グローバルOTAとして市場での優位性が高い商品力を得るためには、各国で新しくパートナーとなるような企業との提携、仕入れ・販売に関する業務プロセスのローカライズ、直接システム連携が必要であり、営業のみならずM&A先とのPMIや管理画面のシステム開発など多様な手法で商品力強化を進めています。

### 新規パートナー企業との提携

多くの旅行商品を販売している企業は過去実績を求めため、一定の販売実績が確保できないとそのエリアの商品の多くは販売できない、しかし十分な商品がないと一定の販売実績が確保できないというジレンマを構造的に抱えています。これらを突破するには、各エリアごとに適切なパートナー企業をM&Aなどで増やし、グループとしての販売実績を強化することでより新たな契約を確保する施策などが必要です。当社はまだ海外エリアの販売実績と商品量に成長ポテンシャルが多くありますので、今後も継続的に旅行業界に特化したM&A先を検討しつつ、M&A先とのPMIを通じて販売実績を増やし、より多くの企業と提携していこうと考えております。

### 仕入れ・販売業務プロセスのローカライズ

新しい国でホテル・レンタカー会社などの提携を結ぶ際には、オペレーションプロセスもその国の一般的なものに合わせる必要があります。例えば日本では銀行振込が一般的に業務プロセスに組み込まれているように、韓国では会社の信用力を担保するためVCCによる支払いが一般的な業務プロセスの中で含まれています。提携先から継続して弊社サイトを一チャネルとして使ってもらうためには提携先にとって負荷の少ない形で取引できることが重要なため、こうした管理画面のローカライズも進めつつ、提携先に対して適切な提案を、適切なタイミングで行うための愚直な営業活動も重ねています。

### NDCなど直接システム連携による商品強化

すでに取引がある既存取引先に対しては、NDC(国際航空運送協会:IATAが推進する航空券流通データの新しい通信規格)などでの直接システム連携を通じて仲介手数料がなく、より迅速でリッチな商品情報や予約サービスの提供を行う提携を進めていき、商品力を拡充していきます。

#### 2506期以降に予定している施策群

- 2406期に株式取得した企業群のPMI推進による販売実績の向上と仕入先のコネクション強化
- サービス管理画面の各国別ローカライズ
- 継続的な営業活動による提携先数向上



## 事業活動3.最適な商品・サービスのユーザー獲得&クロスセル

大量のシステム開発と商品力を強化する営業活動を安定的に支えるには、オーガニックでの資金獲得が必須です。新規事業によるユーザーのクロスセル機会の増加、データとノウハウを活かしたLTV向上により事業効率を上げつつ、積極的な広告投資により新しい市場でのユーザー獲得を速めながら参入障壁も同時に高め中長期的に成長を支えます。



### 旅行に関する新規事業推進

当社が継続的に新規事業を推進しているのは、Amazonには『大概の日用品が買える』というブランド価値があるように、『skyticketにすれば大概の旅行サービスが予約できる』という絶対的なブランド価値を醸成するためでもあります。特に日本の競合他社は旅行以外の事業に力を入れたり商品ごとにブランドを分けたりしていますが、私たちはこの旅行領域にリソースを集中させてskyticketのブランド価値を高めていく予定です。新規サービスとしては、ホテル・レンタカー予約ドメインでも徐々に市場シェアを伸ばしているシェアリングエコノミー、ゴルフ旅行ニーズに対応するサービスや、技術の進化により新たな市場が生まれたesimなど様々な展開の可能性があります。積極的に対応サービスを増やすことで全体のブランド価値を高めつつ、新たなユーザー層の獲得とLTV向上を狙っていきます。

### データとノウハウを活かしたLTV向上

この数年はコロナ禍という特殊な市場環境下だったため一部外れ値となるデータ蓄積がありましたが、様々なサービスに蓄積しているデータとノウハウを活用し、各市場ごとにLTVが積み上がるレコメンドやCRMの自動化などをさらに強化していく予定です。また、コロナ前に航空券アプリの海外マーケティングを積極的に行っていた時に、ある国は別の国の市場より価格感応性が高いなどの基本的な特徴がわかっています。当時とは競合の参入状況も変わっているため直接データは使えませんが、2506期以降は各国市場の仕入による価格競争力も鑑みながら、各国の購買傾向に合わせたマーケティングコスト管理とチャネルごとの予算配分を試験的に投下していき、一定のデータ量が溜まってきたら機械学習による自動化を強化し更なる集客の最適化をしていきます。

### 積極的な広告投資

上記施策を通じLTVが向上されることで一ユーザー獲得にかけられる広告費は増加するため、積極的に広告投資を行って多くのユーザー獲得をしつつ業界の参入障壁も高めていき、中長期的な競争環境でも優位を築いていきます。

#### 2506期以降に予定している施策群

- 成長が見込まれる旅行サービスの予約サイトリリース
- 継続的なLTV向上のためのCRM施策
- 各国で市場シェアが高い比較サイトなど新たなチャネルとの連携 など

# 人材戦略：基本方針

先述の事業戦略を実現しながら成長をさらに加速させるためには、他社よりも強い人材を採用・育成することが非常に重要だと考えています。そのため下記3つの柱を軸に人材の成長に向けて継続的な投資を続けており、世界にイノベーションを起こす組織作りに取り組んでいます。

## 人材の成長戦略

### 【ダイバーシティの高い人材採用】

- 日本国内だけでなく、海外人材も積極採用
- 礼拝部屋の設置など、国籍・宗教に関わらず活躍機会を提供できる環境整備

### 【グループ行動指針浸透】

- 2023年度に行動指針の再策定を実施「Integrity, Visionary, Flexibility」
- 行動指針を評価制度内に組み込み、中長期的な浸透を推進

### 【世界水準人材への成長支援】

- 中期的な生産性を上げるため、英語や専門スキル強化支援/活用機会の提供
- 経営陣による全社教育・新規事業提案会実施による経営者視点を持つ人材の創出
- 海外子会社含むグループ会社間の人材交流を活発化して組織人材の多様な経験値獲得を促進

## 当社人材による成長加速例

### 【新規サービス創出】

- 新規事業提案会から、オーナーシップを持ち新規旅行関連事業を実現

### 【グローバル進出】

- 外国語に堪能な新卒若手社員の交渉による新しい提携先の開拓



## 人材戦略：組織開発

優秀な人材を採用し、中長期で活躍してもらうための様々な提供機会や組織開発活動の一部をご紹介します。

### グローバルでプレゼンスを上げる採用活動

経営トップも採用活動にコミットしており、国籍・宗教などに関わらず入社ができる環境整備を進め、ボストンキャリアフォーラムなど海外での直接採用イベントへの参加など採用活動の幅を広げることで採用市場でのプレゼンスをあげている結果、グローバルコンサルティングファーム出身者やAmazon本社で働いた経験のあるエンジニアなど、より多様で優秀な人材が集まっています。また一部社員にはRSの発行も開始し、中長期的に採用した人材が会社の成長にコミットする仕組みにも投資をしています。



### 育成戦略に合わせた自社独自の研修開発

多くの研修を自社に合わせた形で社内開発し、入社・昇進・異動する方に応じて研修を実施しています。例えば『会社方針/MVV』『旅行業界について』といった共通研修以外にも、『ロジカルシンキング』『営業戦略力』などの新卒向けの基礎スキル研修や、『財務三表』『異文化コミュニケーション』『評価フィードバック方法』など多様なメンバーを管理するマネージャー向けの研修を開発しています。さらに、業務に関連する専門スキルの資格を取った際には社員に還元される仕組みも少しずつ拡充しています。

### 多様な人材育成に対応する評価フィードバック

従来中途のスペシャリスト人材向けだったスキル中心の評価制度も、2020年から新卒、2022年から海外子会社での採用も始まったことから、多様な人材育成方針に適應できる評価制度に徐々に変わっています。日本と海外の価値観の方向性を合わせるために2023年に再策定したValueを評価基準に組み込み、Valueに合致した行動をした社員の全社表彰を行ったり、職種に関わらないゼネラルスキルと職種に応じて期待値が変わるスペシャリストスキルを分けて評価するなど、変化する組織に合わせて評価制度も継続的に見直しされています。また、こうした評価結果や資格など人材関連データを蓄積するタレントマネジメントシステムも運用しており、中長期的に活躍する人材分析基盤も構築し活用しています。



# 新卒社員インタビュー

当社は将来的な経営人材育成も見据え、2020年から新卒採用を開始しました。入社後から様々な経験と実績を積み、未来のアドベンチャーを支える若手社員を一部ご紹介します。

## 新卒社員インタビュー①



アドベンチャーダッカ  
取締役

### 米川 周人

Shuto Yonekawa

2021年入社。ホテル営業からスタートし、フェリー・新規事業などのプロダクトオーナーを経験後、バングラデシュ子会社の取締役として現地駐在。現地のバックオフィス管理・システム開発マネジメントを主に管掌しつつ、本社と連携しながら海外M&A、SDGsプロジェクトの推進もしています。

### ゼロからの組織づくりから、 100人の組織運営の難しさ

初めて海外旅行に行ったとき、現地で色々な発見や体験を得たことで、こういう体験を多くの人にしてもらいたいという思いから旅行業界を志望していたところ、当社に縁があって入社しました。

バングラデシュに赴任が決まったのは、入社2年目の夏でした。今まで経験したことがなかった会計や現地の税法・法務の知識を慌てて詰め込んでからバングラデシュに赴任しました。

バングラデシュではゼロからの組織立ち上げを経験し、そのプロセスを整備していく楽しさと難しさを感じていましたが、100人を超える組織になった今、経営のさらに深い課題にぶつかるようになりました。会社の規模が増えるにつれて社員の考えにも多様性が増え、開発から各プロダクトの利益拡大に貢献できる組織を作るために、他の子会社社長や本社マネージャーと連携しながらどのような教育や評価制度、開発フローを導入すれば良いか模索しています。

また直近は現地でNPOや起業家と話す機会を増やしながら、どうやったらバングラデシュのような途上国の社会をより発展させられるかを考えています。当社の資産を活用して、社会課題を解決するBOPビジネス創造について本社のチームと協議を進め、実現へ向けて行動していきます。

## 新卒社員インタビュー②



アドベンチャー코리아  
代表取締役

### 細谷 千夏

Chinatsu Hosoya

### 先入観ない挑戦で、競合優位を築く

韓国に子会社を作ってから、早2年が経ちました。当初は新卒の自分にできるのかと不安でしたが、先入観なく挑戦することで大手企業でも連携できていない韓国企業と契約を結べたり、グループの競争力を高める実感が得られています。特に取引先との交渉では日本への旅行ニーズや東南アジア旅行者の誘引ニーズから、アジア展開している日系企業としてポジティブに捉えていただけることも多いです。現地で新規契約した韓国独自の決済手段が導入したその日に予約が入ったのを見て、お客様・取引先・当社すべての機会損失を減らせた好循環を感じ、引き続きこのサイクルを強化することで会社規模を伸ばしたいと思っています。

## 新卒社員インタビュー③



グローバル事業部

### 鈴木公一朗 フェデリーコ

Suzuki Koichiro  
Federico

### 投資銀行やコンサルにはない手触り感

イタリアで高校卒業後、グローバルビジネスに関心を持ち個人で株式投資をしていたので外資の投資銀行やコンサルを就活時は見ていましたが、若手でも挑戦する機会に惹かれ2024年に入社し、様々な経験が積めています。まず入社後に短期のジョブローテーションを経験したことで、セオリーと数字を理解するのは簡単でも現実に落とす難しさや課題の解像度が大きく上がりました。また上場企業トップレイヤーの視座も同時に学べ大きな刺激になっています。例えば今海外子会社の支援業務を行っているのですが、M&Aの議論では財務・人的・知的資本を組み合わせこんなシナジーを得ることで考えて意思決定しているのかなどの奥深さを感じています。投資銀行やコンサルではおそらく外から見る経営しか見れなかったと思いますので、これからもセオリーと現実のギャップを学び、将来はマネジメント・経営者として良い変化を生み出す人材になりたいです。



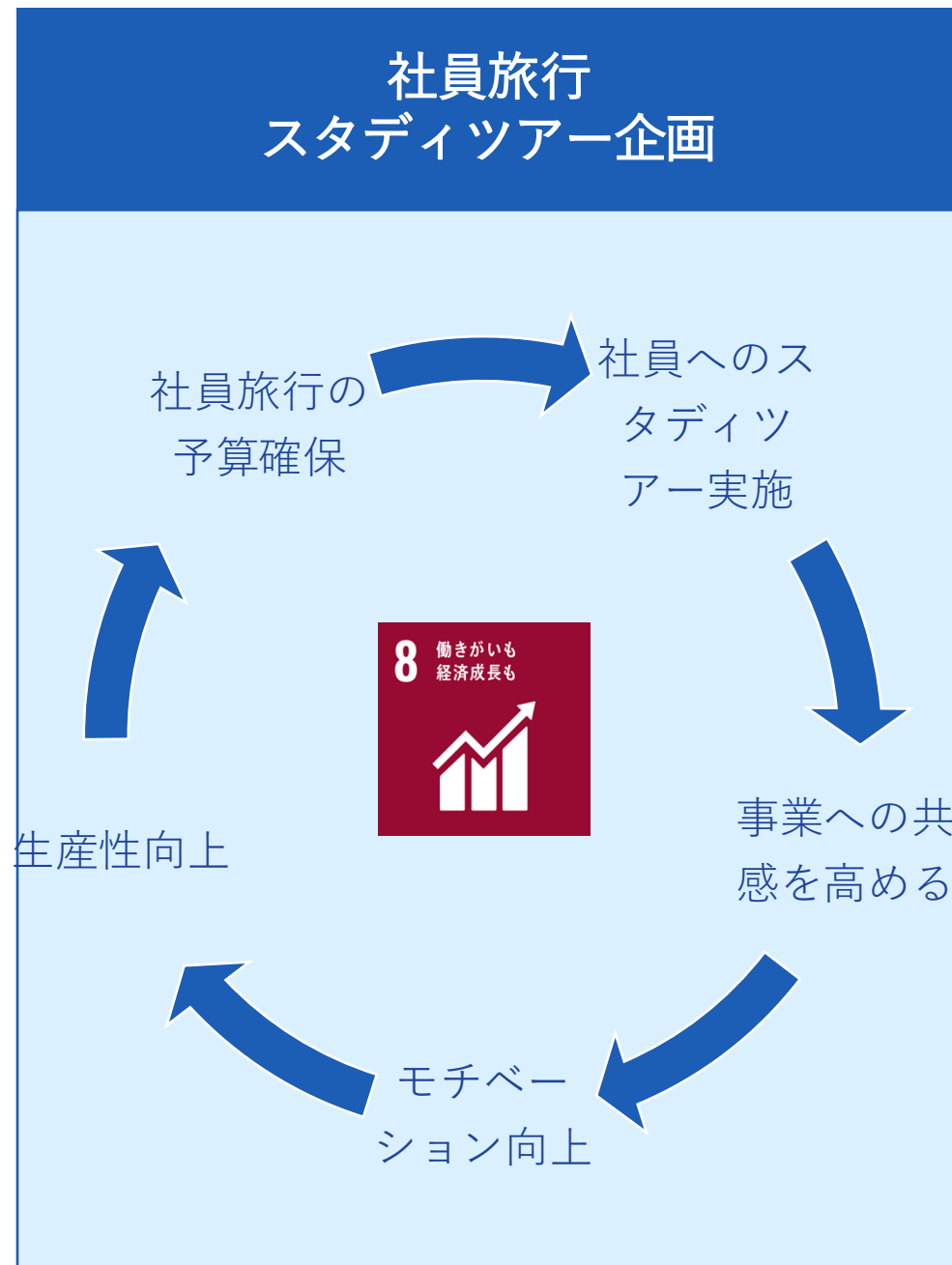


# SDGs

持続可能な開発目標達成のための取り組み

# SDGsに関する取り組みの基本方針

当社は「社会貢献とビジネスを両立する」というミッションを掲げており、2023年よりSDGs推進チームを組織し、事業性もあり持続可能な社会貢献施策を立案・推進しています。当社は社会的価値の高い活動を行なっていくことで企業価値が向上し、利益にもつながっていくと考えているため、今後も事業にも好影響を与える循環を生み出すSDGs施策を検討・実施していきます。



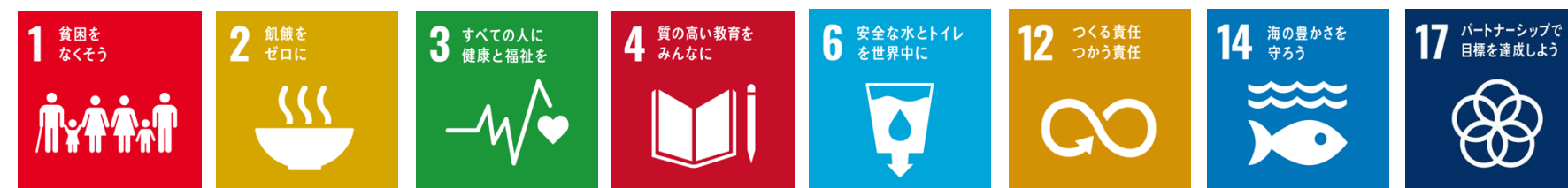
## 取り組み内容：外部団体支援

外部団体をインターネット上で広報・オフラインで活動支援をすることにより、当社の事業・採用における中長期的な認知拡大も実現するWin-Winで持続可能な関係性を外部団体と構築しています。

### NPO法人



ミャンマーファミリー・クリニックと菜園の会（MFCG）や、認定NPO法人国境なき子どもたち（KnK）を含む掲載団体の活動をスカイチケット内で掲載し、効果的により多くの人に周知することで、支援の幅を広げてまいりました。



### 学生団体



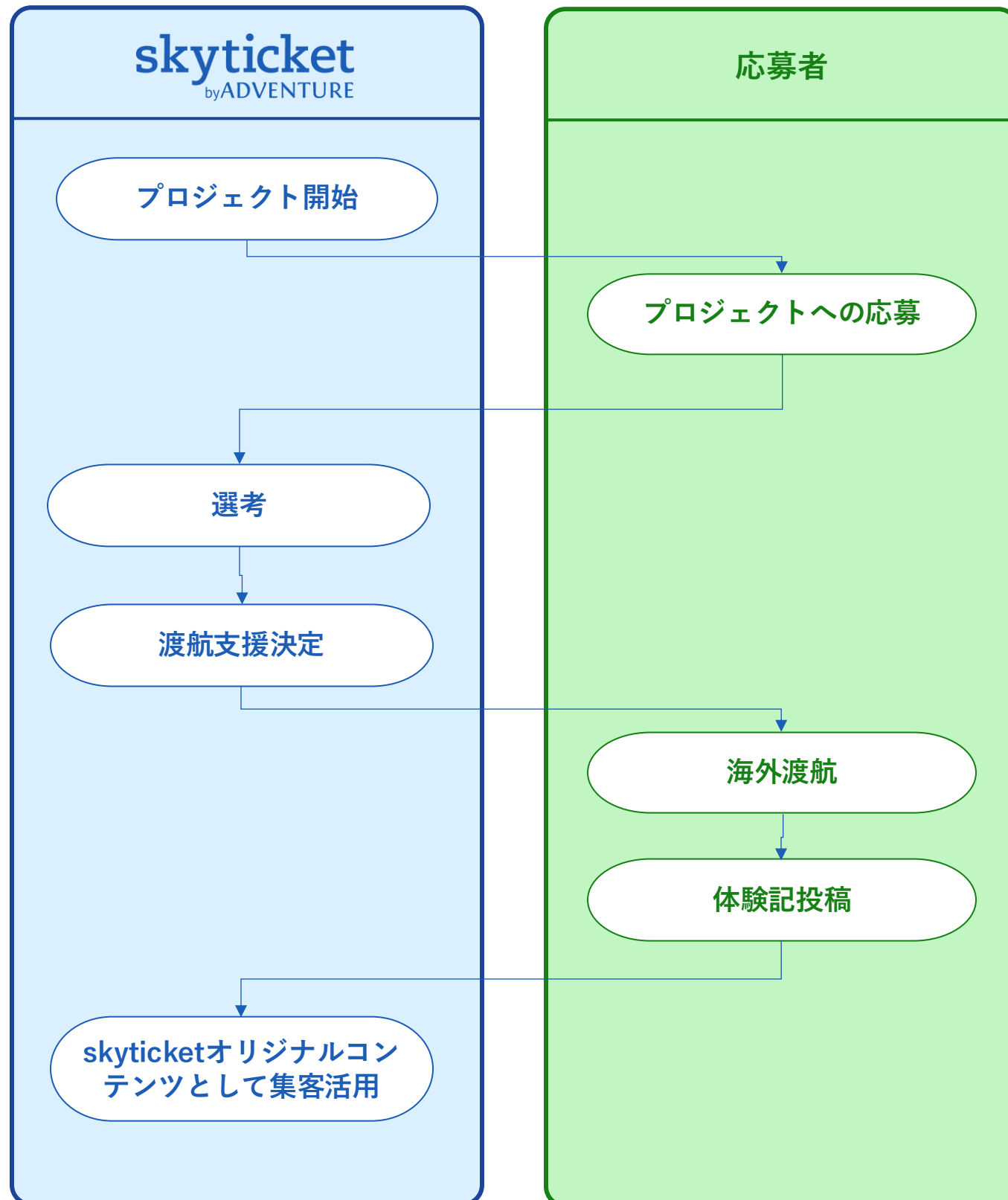
弊社が掲げる「社会貢献とビジネスを両立する」というミッションと親和性もあり、社会貢献に関心を持つ学生メンバーの活動を支援するべく、NPO法人を中心とした非営利団体へのコンサルティング活動が無償で行う学生団体へ会議室の提供や備品の貸し出しを行なっておりました。



# 取り組み内容：スカイチケットチャレンジ応援プロジェクト



航空券が高いからという理由だけで、夢を諦めてほしくない。そんな想いで、最大50万円の海外航空券を提供することで夢の実現をサポートするスカイチケットチャレンジ応援プロジェクトを開始しました。実際に海外に行った体験記を投稿してもらい、旅行意欲を喚起させるオリジナルコンテンツとしてskyticketも集客に活用することで支援と事業成長の両立を目指しています。



## 応募対象の方



### 1.海外で達成したい目標がある

海外で達成したい明確な目標やビジョンがあり、期間内に達成することができる自信がある人



### 2.世の中や人のためになることをしたい

若いうちに色々な国の文化に触れ、社会的にやる意味のある事を模索したい人



### 3.学んだ経験をアウトプットしたい

学校や社会で学んだ経験や知識を、海外で実行したい、またその意思のある人

その他年齢や体験レポートの掲載が可能な方などの条件がございます。詳細は[特設ページ](#)にて

## プロジェクト1期生



### Manakaさん

20歳 大学生 アメリカ合衆国  
チャレンジ期間：  
2024/8/28~2025/6/15

Challenge



### Ikumiさん

28歳 高校教員 イギリス  
チャレンジ期間：  
2024/08/04~2024/08/13

Challenge

# 取り組み内容：その他の取り組み




### リサイクル促進、Co2削減



社内では1日2本までのフリードリンク制という福利厚生のもと、ペットボトルのキャップを集め、ラベルを外すことにより、リサイクルの促進、Co2の削減に役立つことを目指しています。

### 働きがいのある職場に



それぞれが様々な経験を積んで得た知識を出し合ってより良い事業展開をしていくことを目指す。技術的・職業的スキルを身に着けることにより、起業を目指す人材または様々な分野で活躍できる人材を育成しています。

日本オフィス近くの日本語学校と提携し、日本語スキルに自信のない社員が割引料金で日本語を学べる環境を整えたほか、ムスリムの方向けにお祈りスペースの確保、職場ではバリアフリーに対応しており車椅子で通勤する方も増えるなど、多様な方が働ける環境整備が進んでいます。

### ワークライフバランスの実現




小さいお子さんを養育している社員は申請すれば時差出勤可能など、事情に合わせ個別の勤務対応の検討をしています。

### ペーパーレスを推進




全サービスがオンライン完結のためペーパーレス。会議や打ち合わせはパソコンを持参し、社内で紙の消費を低減。

### 環境問題に向き合う体制づくり



#### スタディーツアーの実施

2023年6月の社員旅行（フィリピン・セブ島）にて、研修として現地NPO法人を訪問し、現地の社会問題やそこでの取り組み、子どもたちとの交流を行うスタディーツアーを実施。  
協力：NPO法人 セブンスピリット



#### SDGs ビジネスコンテスト開催

書類選考では27のプロポーザルが提出され、そのうち16の案がプレゼン選考に選出しました。プレゼン選考では、海外社員はバングラディッシュ、日本社員は日本オフィスにてプレゼンテーションを行い、その様子は日本・海外の全社員にオンライン上で公開されました。

### 地域・国際交流の促進



国内・インバウンドの旅行事業を推進し、地域復興・国際交流を促進。お客様と関係施設、交通機関を結びつけることで観光産業の活性化へつながります。

### グローバル展開



多言語対応のため海外の方にもご購入いただけるサイトを運用。現在は国内での事業展開とともにアジアを中心に子会社を設立し、現地での雇用を創出。



# ガバナンス・データセクション

# コーポレート・ガバナンス体制

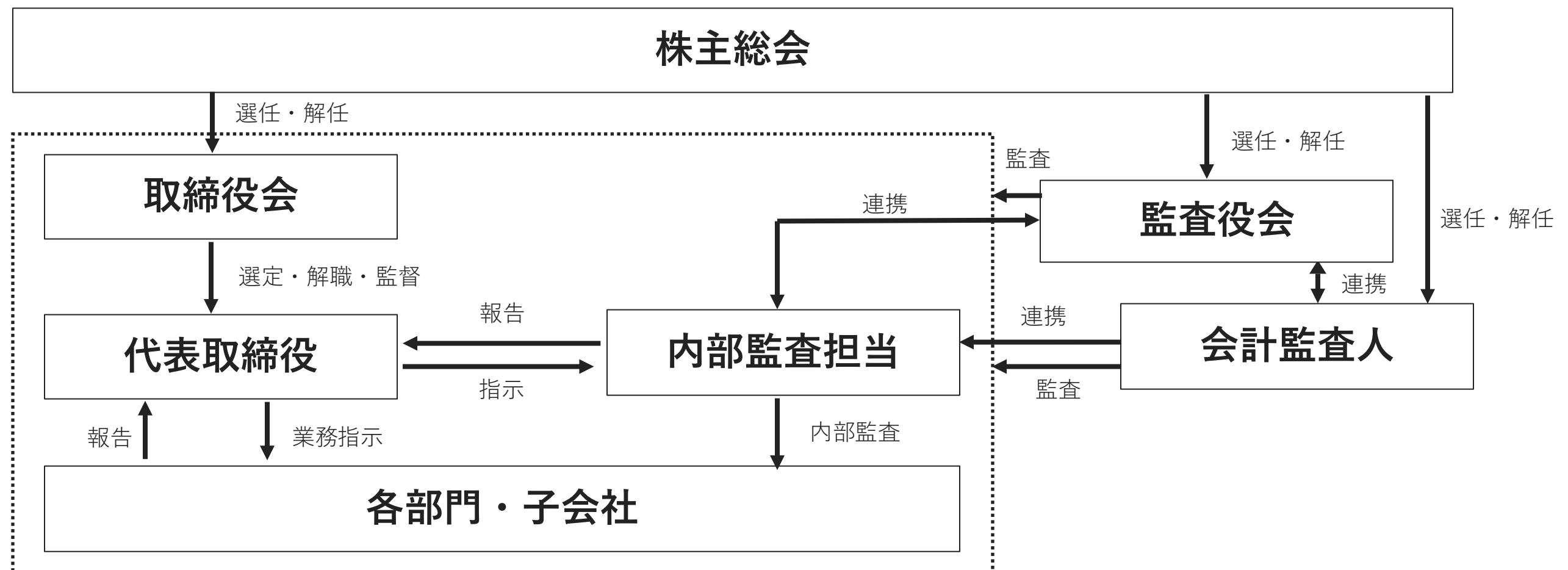
## 当社のコーポレート・ガバナンスに対する基本的な考え方

当社グループでは、コーポレート・ガバナンスの目的について、株主、取引先、従業員、さらには利用者、地域社会などのステークホルダーの信頼と期待に応え、企業価値を高めるべく、経営の効率化を図るとともに健全性・透明性を確保することにあると考えております。かかる目的を達するためには、役員の選任、報酬の決定、経営の監視、コンプライアンスの実施等により、経営に対する監督並びに監査等が実効的に行われることが肝要であり、当社はコーポレート・ガバナンスの強化・充実を図ることについて経営上の最重要課題の一つと位置づけております。

また、当社グループでは、社外取締役（4名）及び社外監査役（3名）により取締役会の監督機能を高め、経営の効率化並びに健全性・透明性の確保に努めております。

## コーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、会社法に基づく機関として、株主総会、取締役会及び監査役会を設置するとともに、日常的に事業を監視する役割として内部監査担当者を設け、対応を行っております。増加する子会社に対するガバナンス体制を強化するため、内部監査担当の人員数も25/06期より増員しさらに現体制の強化を行なっています。



# コーポレート・ガバナンス体制

## 現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は社外取締役4名及び監査役会設置会社として、社外監査役3名を選任しております。社外取締役及び社外監査役は定時取締役会及び臨時取締役会に出席し、取締役の業務執行について適宜意見を述べ、業務執行全般にわたって経営監視を行っております。このようなコーポレート・ガバナンス体制を選択することによって、経営者及び社内取締役による会社の私物化、誤った経営方針や意思決定を未然に防ぐことができると考え、現在の体制を選択しております。

## 監査役、会計監査人、内部監査部門の連携状況

会計監査において投資家保護を、監査役監査において株主及び債権者の利益の保護を、内部監査において当社グループの継続的発展と企業価値の向上をそれぞれ目的として、三様監査（監査役監査・内部監査・会計監査）を実施し、当社グループの健全な経営及び継続的な発展に不可欠な内部統制の構築並びに運用状況及びその有効性の検証、評価を三様監査相互の連携及び相互補完を持って推進しております。監査役とは内部監査報告書等の共有や都度コミュニケーションを図っております。

また、監査法人とは監査実施時等の社内での作業を行うときに個別に情報を共有しております。

また、三様監査の実効性を高め、かつ、全体としての監査の量的向上を図るため、各監査間での監査計画及び監査結果の報告、意見交換等緊密な相互連携の強化に努めております。

## 社外取締役

社外取締役  
**三島 健**

The University of New South Wales (Postgraduate)卒、イーベイ・ジャパン(株)、エクスペディアホールディングス(株)代表取締役、(株)JTWeb販売部戦略統括部長、グーグル合資会社モバイルアプリ統括部長を経て、Rokt合同会社アジア統括事業開発責任者

社外取締役 独立役員  
**雷 雷**

一橋大学大学院卒、野村證券(株)、(株)ネクソンを経てシンフロンテラ(株)代表取締役

社外取締役 独立役員  
**永田 ゆかり**

早稲田大学卒、アクセンチュア(株)、楽天グループ(株)、KMPGコンサルティング(株)、データビズラボ(株)代表取締役

社外取締役 独立役員  
**平山 絢理**

東京外国語大学在籍中

## 監査役会構成

社外監査役 独立役員  
**児玉 尚人**

監査役会議長  
公認会計士

社外監査役 独立役員  
**角田 千佳**

監査役会構成員  
他の会社の出身者

社外監査役 独立役員  
**小椋 明子**

監査役会構成員  
公認会計士



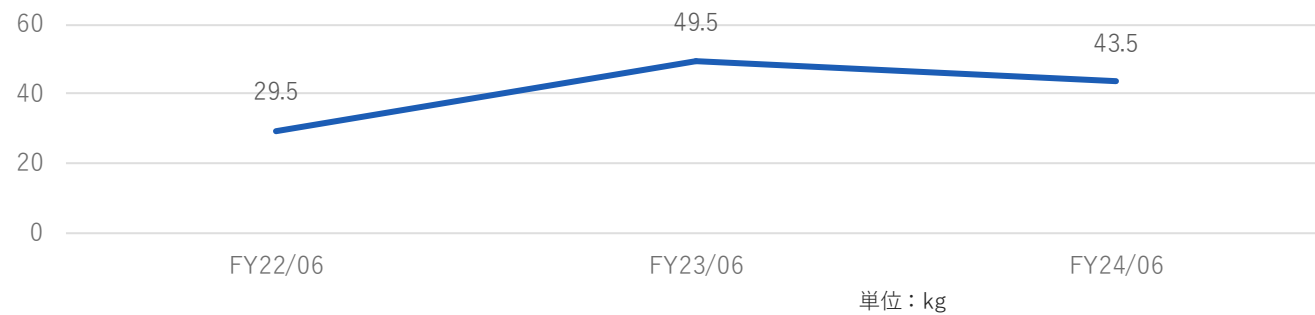
主なリスクファクター	リスクの内容	影響度	リスクへの対応策等
経済情勢の変動に関するリスク	・金利の変動	発生頻度：中 影響度：小	市場動向を注視し、資金調達先や期間の分散及び固定金利での調達の利用による金利変動の影響の抑制
	・為替の変動	発生頻度：中 影響度：小	海外子会社との着金、送金対応の時期・契約時期の分散、為替レートの変動による影響の軽減対応
	・ロシアのウクライナ侵攻の長期化による資源・エネルギー価格の高騰	発生頻度：少 影響度：小	仕入先、販売先の分散、抑制等、価格高騰による影響の軽減対応
事業活動に関するリスク	・航空会社等の契約内容変更・解除	発生頻度：中 影響度：中	取扱商品を拡大することでリスクを分散
	・個人情報等の漏洩	発生頻度：少 影響度：大	情報セキュリティシステムに対する厳格な管理体制を構築し、従業員へ情報取扱いに関する規定の周知と徹底を図る
	・グローバル人材採用に伴う受け入れ体制不足	発生頻度：少 影響度：中	外国人顧客向けのオペレーターや、国内外の優秀な人材確保に備え、社内における研修制度の充実や語学が堪能な人材の採用強化
	・海外への事業拡大に伴う個別API接続対応等システム基盤不足	発生頻度：少 影響度：中	国内で培った技術力やノウハウを活かし、堅牢なシステム構築の促進と、オフショア開発拠点での基盤強化
災害、気候変動、トラブル等に関するリスク	・世界情勢の変化や地震などの自然災害、事故等による観光インフラへの被害発生リスク	発生頻度：中 影響度：中	手元資金を備えておくことで、余裕をもった対応を実現
	・感染症等の拡大及びそれらに対する緊急事態宣言の発令等による事業者の経営不振や企業活動・社会生活・消費動向の大幅な変化	発生頻度：少 影響度：中	旅行領域にとどまらず利用頻度の高い生活領域の商品拡大
	・IT(情報技術)システムのトラブル	発生頻度：少 影響度：大	技術的側面、プロセス/人的側面、物理的側面等、多面的な対策及び問題発生時に備えた迅速な対応フローの構築
	・気候変動	発生頻度：少 影響度：中	リスクと機会の分析を行い、事業戦略への影響の把握、気候変動の緩和や適応につながる対策の検討
	・サービスの品質トラブルや、旅行先で発生する事件事故、当社グループの役職員・従業員の不祥事等によるブランド価値低下、販売不振等	発生頻度：少 影響度：大	取引先に関するリスク管理体制の強化、コンプライアンス研修を通じた問題発生の防止

※ 発生頻度の「少」は、想定される最大規模のリスクの顕在化の可能性が「10年以上」、影響度の「大」は、その損益影響の可能性が想定される最大規模で「100億円以上」を目途としています。  
 ※ 上記は、2024年6月30日時点において判断したものであり、当社グループの事業に関するリスクをすべて網羅しているとは限らず、不確実性も内在しており、実際の結果と異なる可能性があります。

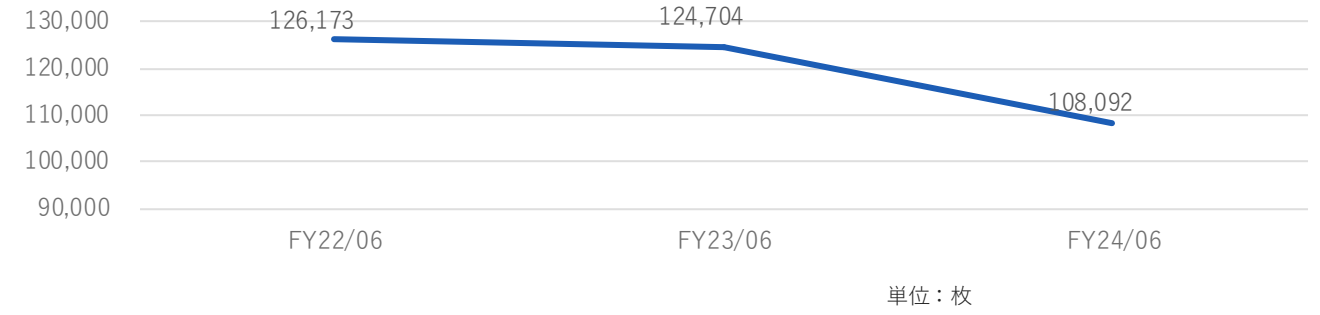
# ESGデータ

## Environment 環境

### ペットボトルキャップリサイクル量



### 印刷枚数

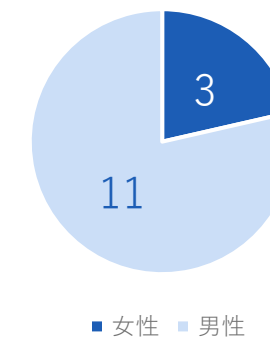


## Social 社会

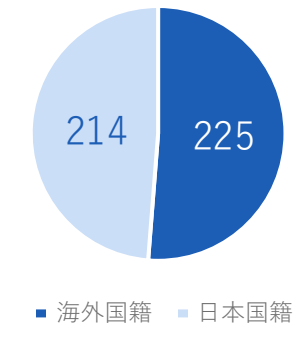
### 従業員データ

項目	FY22/06	FY23/06	FY24/06
本社従業員数(アルバイトを除く)	148名	150名	126名
障がい者雇用比率	0.6% (1名/148名)	1.3% (2名/150名)	1.5% (2名/126名)
育児休職取得者数	2名	2名	5名
有給休暇取得率	78.2%	79.8%	79.1%
労働災害度数率	3.43%	3.38%	0%
正社員平均年齢	31.3歳	31.6歳	32.9歳
平均勤続年数	2年6ヶ月	2年9ヶ月	3年6ヶ月

### 女性管理職比率



### 海外国籍比率

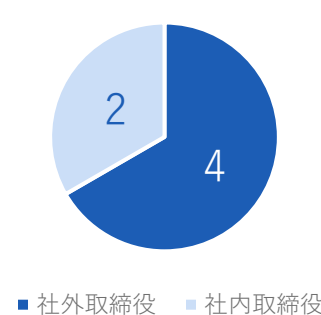


## Governance ガバナンス

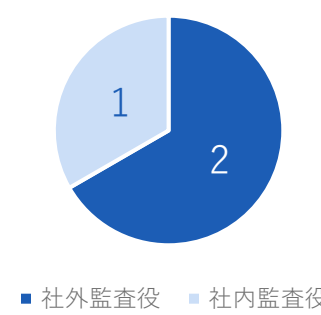
### 取締役データ

	FY22/06	FY23/06	FY24/06
取締役	6名	6名	6名
女性取締役	3名	3名	3名
社外取締役	4名	4名	4名
監査役	3名	3名	3名
社外監査役	2名	2名	2名

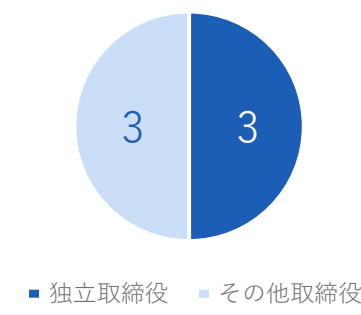
### 社外取締役比率



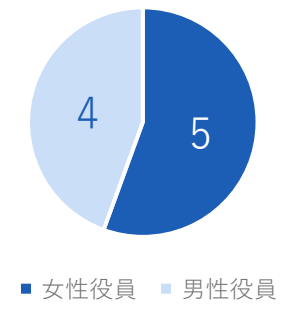
### 社外監査役比率



### 独立取締役比率



### 女性役員比率



※2024年6月期時点

# 財務データ

## [IFRS]連結財政状態計算書

(千円)

データ  
セクション

		FY 23/6				FY 24/6			
		1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体	1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体
<b>資産</b>									
流動資産									
	現金及び現金同等物	12,326,137	12,492,641	13,087,760	14,004,852	13,749,375	16,946,166	17,843,187	17,007,750
	営業債権及びその他の債権	2,302,942	1,823,379	3,048,372	3,062,511	2,314,700	2,163,963	3,486,875	3,676,031
	棚卸資産	107,197	387,020	311,122	480,675	431,270	644,754	522,199	263,745
	営業投資有価証券	1,323,973	1,179,254	1,172,091	1,188,809	1,148,442	1,015,200	1,015,207	1,015,202
	その他の金融資産	156,000	166,000	423,250	441,805	444,570	442,775	458,028	231,406
	その他の流動資産	692,537	863,313	959,329	1,286,248	983,183	1,544,003	1,438,602	1,814,761
	売却目的で保有する資産						34,999		
<b>流動資産合計</b>		<b>16,908,788</b>	<b>16,911,608</b>	<b>19,001,926</b>	<b>20,464,902</b>	<b>19,071,542</b>	<b>22,791,863</b>	<b>24,764,101</b>	<b>24,008,897</b>
非流動資産									
	有形固定資産	59,307	60,798	77,508	123,769	129,610	159,633	175,447	410,003
	使用権資産	616,564	571,320	588,858	731,444	1,009,630	922,734	849,797	847,081
	のれん	529,172	617,172	617,172	612,172	612,172	3,041,811	3,041,811	2,986,066
	無形資産	147,341	128,466	109,911	93,028	82,169	71,530	60,891	50,974
	その他の金融資産	1,534,056	1,514,018	1,511,233	1,515,900	1,852,807	1,921,682	1,444,541	1,425,608
	繰延税金資産	621	844	1,098	751	452	5,014	2,454	7,027
	その他の非流動資産	102,228	1,941	1,965	23	20	4,409	73	23
<b>非流動資産合計</b>		<b>2,989,292</b>	<b>2,894,561</b>	<b>2,907,747</b>	<b>2,949,114</b>	<b>3,686,863</b>	<b>6,126,817</b>	<b>5,575,016</b>	<b>5,726,786</b>
<b>資産合計</b>		<b>19,898,080</b>	<b>19,806,169</b>	<b>21,909,673</b>	<b>23,541,993</b>	<b>22,758,405</b>	<b>28,918,680</b>	<b>30,339,117</b>	<b>29,735,683</b>
<b>負債及び資本</b>									
負債									
流動負債									
	営業債務及びその他の債務	4,879,076	4,699,843	6,447,588	7,639,345	6,508,596	5,827,777	7,558,552	8,015,100
	社債及び借入金	451,467	417,566	392,832	307,240	261,904	1,074,418	1,027,217	985,216
	リース負債	191,228	192,936	219,482	249,339	308,643	319,502	289,556	321,942
	引当金								781
	未払法人所得税等	406,456	575,177	390,657	388,724	343,188	559,248	270,069	375,916
	その他の流動負債	107,055	113,274	180,778	220,708	189,477	251,792	306,684	476,507
	売却目的で保有する資産に直接関連する負債						28,804		
<b>流動負債合計</b>		<b>6,035,283</b>	<b>5,998,797</b>	<b>7,631,338</b>	<b>8,805,357</b>	<b>7,611,810</b>	<b>8,061,544</b>	<b>9,452,079</b>	<b>10,175,465</b>
非流動負債									
	社債及び借入金	2,942,250	2,846,952	2,767,487	2,641,874	2,550,047	7,029,604	6,802,462	6,581,520
	リース負債	420,991	373,624	364,591	458,218	680,592	635,418	557,663	525,329
	退職給付に係る負債	25,052	23,842	23,914	24,575	24,004	23,842	23,914	27,498
	繰延税金負債	114,721	64,022	54,920	184,300	188,339	174,295	173,138	177,897
	その他の非流動負債	56,358	59,576	62,294	64,212	76,327	119,439	120,731	167,974
<b>非流動負債合計</b>		<b>3,559,374</b>	<b>3,368,018</b>	<b>3,273,208</b>	<b>3,373,179</b>	<b>3,519,309</b>	<b>7,982,599</b>	<b>7,677,908</b>	<b>7,480,220</b>
<b>負債合計</b>		<b>9,594,657</b>	<b>9,366,815</b>	<b>10,904,547</b>	<b>12,178,537</b>	<b>11,131,120</b>	<b>16,044,144</b>	<b>17,129,988</b>	<b>17,655,685</b>
資本									
	資本金	3,283,126	3,303,499	3,303,499	3,307,675	3,308,197	3,308,719	3,308,719	4,072,778
	資本剰余金	3,271,848	3,292,220	3,292,220	3,296,397	3,296,919	3,297,441	3,297,441	4,047,669
	利益剰余金	3,759,039	3,860,626	4,436,957	4,744,007	4,998,100	5,184,704	5,506,009	5,329,176
	自己株式	△1,284	△1,952	△1,952	△1,952	△1,952	△2,108	△2,113	△2,469,801
	その他の資本の構成要素	△9,306	△15,039	△25,598	△17,327	26,020	7,605	19,741	70,990
	親会社の所有者に帰属する持分合計	10,303,422	10,439,354	11,005,126	11,363,455	11,627,285	11,796,362	12,129,798	11,050,813
	非支配持分						1,078,174	1,079,330	1,029,185
<b>資本合計</b>		<b>10,303,422</b>	<b>10,439,354</b>	<b>11,005,126</b>	<b>11,363,455</b>	<b>11,627,285</b>	<b>12,874,536</b>	<b>13,209,129</b>	<b>12,079,998</b>
<b>負債及び資本合計</b>		<b>19,898,080</b>	<b>19,806,169</b>	<b>21,909,673</b>	<b>23,541,993</b>	<b>22,758,405</b>	<b>28,918,680</b>	<b>30,339,117</b>	<b>29,735,683</b>

# 財務データ

[IFRS]連結損益計算書

(千円)

	FY 23/6				FY 24/6			
	1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体	1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体
収益	4,961,576	4,397,112	5,638,094	5,030,954	5,621,164	4,763,258	6,207,162	5,800,141
売上原価	863,217	1,497,142	1,834,281	1,128,860	1,469,569	1,566,524	2,222,446	2,062,035
営業総利益	4,098,358	2,899,970	3,803,813	3,902,095	4,151,595	3,196,734	3,984,716	3,738,105
販売費及び一般管理費	2,766,039	2,695,785	2,901,246	3,462,100	3,393,251	2,844,685	3,531,217	3,747,939
その他の収益	6,493	6,242	7,546	941	-	3,720	66,563	7,562
その他の費用	-	-	-	0	-	170	2,324	82,014
営業利益	1,338,812	210,426	910,113	440,936	758,344	355,597	517,738	△84,284
金融収益	5,781	6,079	5,661	8,165	8,357	10,010	6,851	6,158
金融費用	13,567	15,555	21,711	21,876	23,348	34,733	36,949	42,851
税引前当期（四半期）利益	1,331,026	200,950	894,062	427,226	743,353	330,874	487,640	△120,977
法人所得税費用	489,109	99,363	317,732	120,173	323,735	163,265	150,784	108,152
継続事業からの当期（四半期）利益	841,917	101,587	576,330	307,052	419,617	167,609	336,855	△229,127
非継続事業								
非継続事業からの当期（四半期）損益	-	-	-	-	-	-	-	-
当期（四半期）利益	841,917	101,587	576,330	307,052	419,617	167,609	336,855	△924,081
以下に帰属する当期（四半期）利益								
親会社の所有者に帰属	841,917	101,587	576,330	307,052	419,617	186,603	321,305	△176,832
非支配持分に帰属	-	-	-	-	-	△18,994	15,550	△52,295
<b>合計</b>	<b>841,917</b>	<b>101,587</b>	<b>576,330</b>	<b>307,052</b>	<b>419,617</b>	<b>167,609</b>	<b>336,855</b>	<b>△229,127</b>
親会社の所有者に帰属する1株当たり 当期利益								
基本的1株当たり当期利益（円）								
継続事業	112.25	13.53	76.62	201.60	55.77	24.8	42.7	123.24
非継続事業	-	-	-	-	-	-	-	-
基本的1株当たり当期（四半期）利益	112.25	13.53	76.62	201.60	55.77	24.8	42.7	123.24
希薄化後1株当たり当期（四半期）利 益（円）								
継続事業	107.68	12.95	73.64	193.45	53.9	24.27	42.08	120.24
非継続事業	-	-	-	-	-	-	-	-
希薄化後1株当たり当期（四半期）利 益	107.68	12.95	73.64	193.45	53.9	24.27	42.08	120.24

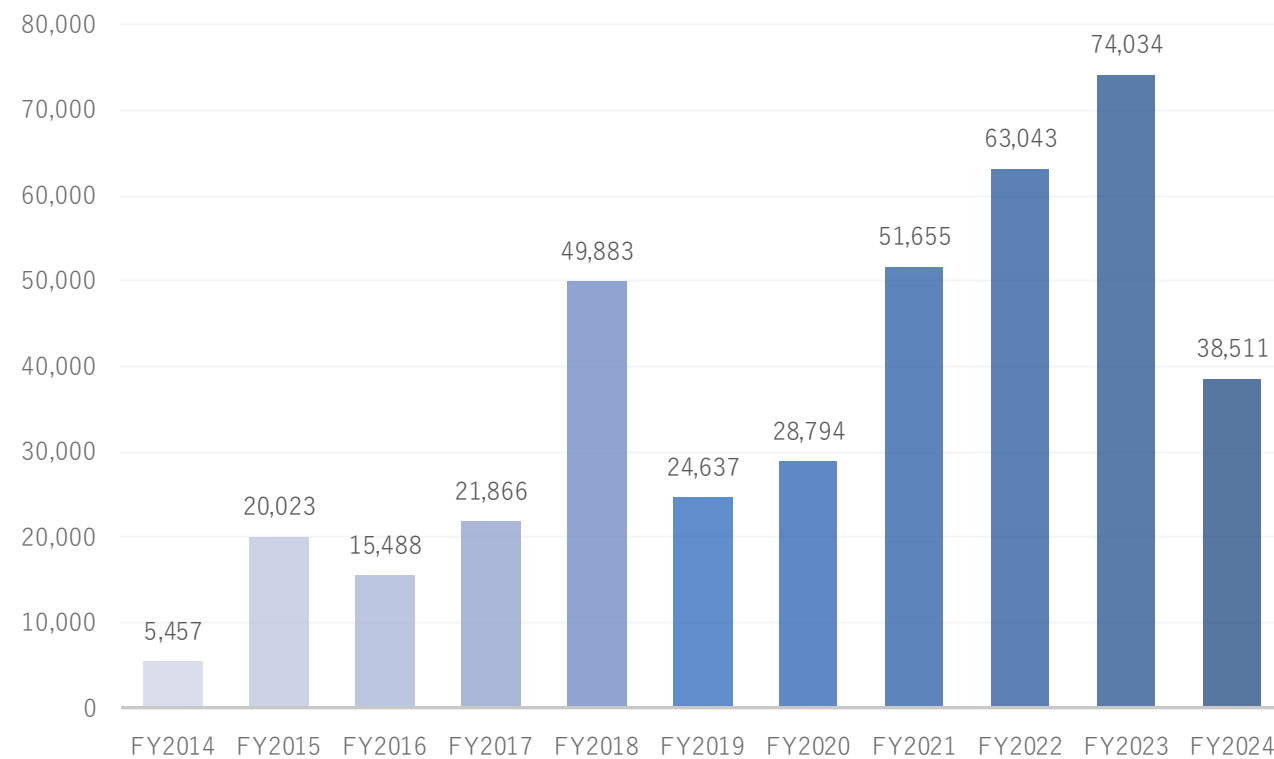
# 財務データ

## [IFRS]連結包括利益計算書

(千円)

	FY 23/6				FY 24/6			
	1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体	1Q単体	2Q単体	3Q単体	4Q単体
当期（四半期）利益	841,917	101,587	576,330	307,052	419,617	167,609	336,855	△229,127
純損益に振り替えられる可能性のある項目								
在外営業活動体の換算差額	△10,896	△5,694	△10,558	42,934	8,694	△16,886	△2,258	54,939
純損益に振り替えられる可能性のある項目合計	△10,896	△5,694	△10,558	42,934	8,694	△16,886	△2,258	54,939
その他の包括利益合計	△10,896	△5,694	△10,558	42,934	8,694	△16,886	△2,258	54,939
当期（四半期）包括利益	831,021	95,892	565,772	349,985	428,311	150,722	334,597	△174,187
以下に帰属する当期包括利益								
当期包括利益：親会社の所有者に帰属	831,021	95,892	565,772	349,985	428,311	168,189	333,441	△124,042
当期包括利益：非支配持分に帰属						△17,466	1,155	△50,145
<b>当期包括利益</b>	<b>831,021</b>	<b>95,892</b>	<b>565,772</b>	<b>349,985</b>	<b>428,311</b>	<b>150,722</b>	<b>334,597</b>	<b>△174,187</b>

### 期末時価総額



(単位：百万円)

### 大株主一覧

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
中村俊一	4,950,000	66.58
日本カストディ銀行(信託口)	455,300	6.12
DAIWA CM SINGAPORE LTD-NOMINEE YAGI RIEKO	155,000	2.08
下中 佳生	90,000	1.21
野村信託銀行株式会社(投信口)	87,200	1.17
(株)中村	85,000	1.14
野村証券株式会社	50,900	0.68
日本カストディ銀行(信託口 4)	36,000	0.48
日本マスタートラスト信託銀行(信託口)	30,600	0.41
BNY G CM C LIENT A CCOUNT J PRD A C I	26,703	0.36

- (注) 1. 株式総数に対する持株比率の割合は、小数点以下第3位を四捨五入しております。  
 2. 持株比率については、自己株式を控除して算出しております。  
 3. 「株式会社中村」名義の株式は、当社代表取締役である中村俊一が実質株主として所有しております。