

ADVENTURE

グローバルOTAへ

2026年6月期第3四半期
決算説明資料

株式会社 アドベンチャー
(証券コード:6030)

skyticket
by ADVENTURE

1. エグゼクティブサマリ
2. 3Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendixー市場環境・成長戦略ー
5. Appendixー事業・会社概要ー

2026年6月期通期方針

- ・ガバナンスの強化による不正等の再発防止の推進
- ・既存事業のテコ入れ、再成長の足場固め

2026年6月期第3四半期サマリ

連結収益	196.8億円	(当期見通し進捗率 76%)	
連結営業利益	13.8億円	(当期見通し進捗率 77%)	業績は想定通りの進捗
連結四半期利益	8.1億円	(当期見通し進捗率 81%)	

ガバナンス体制の強化

- ・ 旅工房が「改善計画・状況報告書」を公表。
(4月15日付、特別注意銘柄指定解除に向けた対応)
⇒経営トップの刷新
⇒指名・報酬委員会の実効性強化、社外取締役の監督機能強化
⇒内部統制システム基本方針の改定(役員会の週次開催、監査役補助使用人の配置)
⇒モニタリングを通じ、グループ全体のガバナンスの強化

既存事業のテコ入れ

- ・ アヤベックス、旅工房引き続き増収
- ・ EVA航空とNDC-X接続を実現、成約率・客単価向上へ
- ・ アカサエア・エアアストラの取扱いスタート
⇒インド・南アジア市場の商品カバレッジ拡充
- ・ 北海道「楽得バス13」取扱開始
⇒航空券+二次交通のクロスセル推進

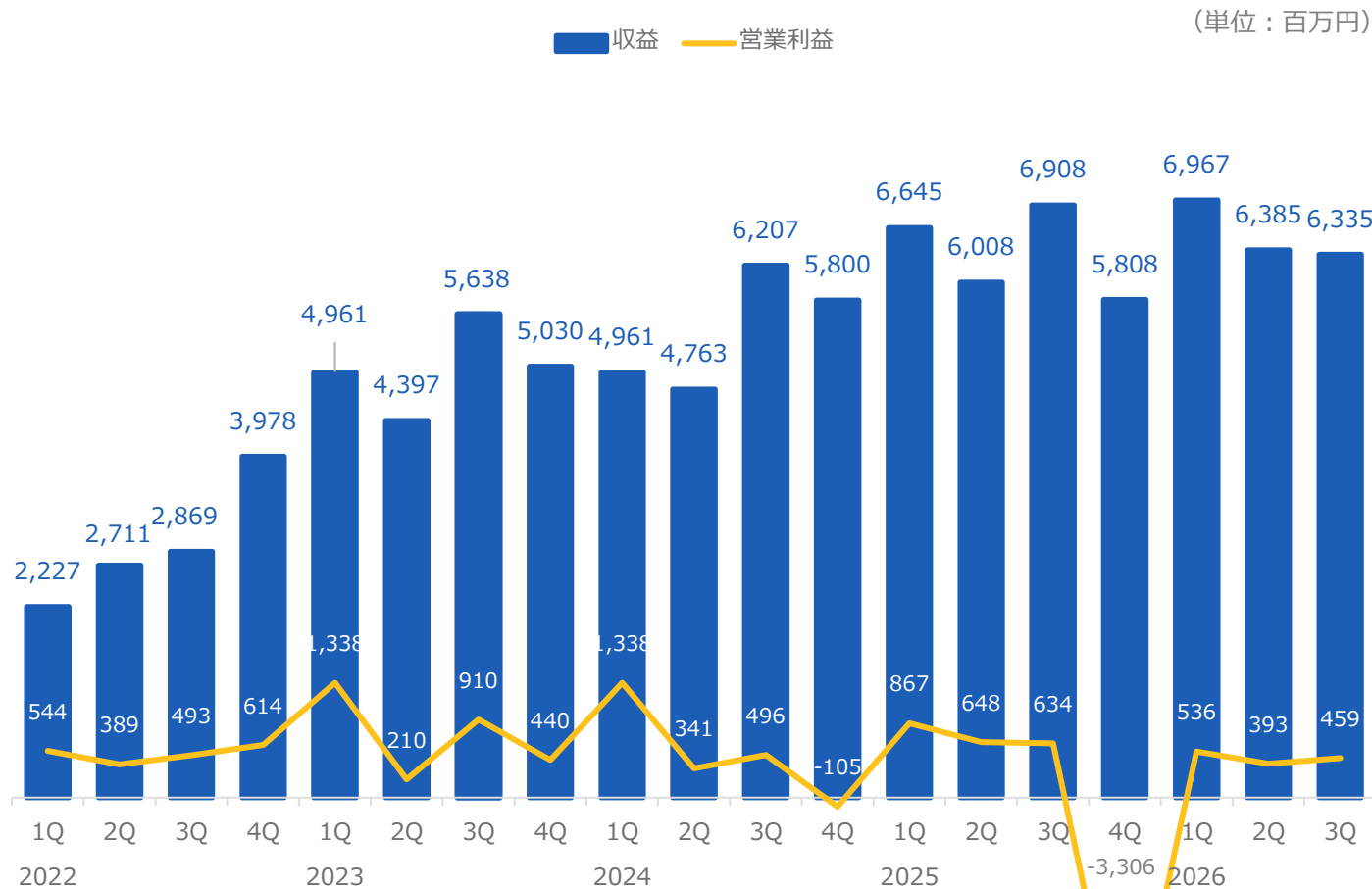
将来に向けた投資

- ・ M&A、ファイブスターコーポレーションがグループイン⇒PMI進行中
- ・ M&Aは引き続き検討を継続
- ・ 経営資源の集中を目的として、2026年4月、UR COMMUNICATIONS PTE LTD. を売却

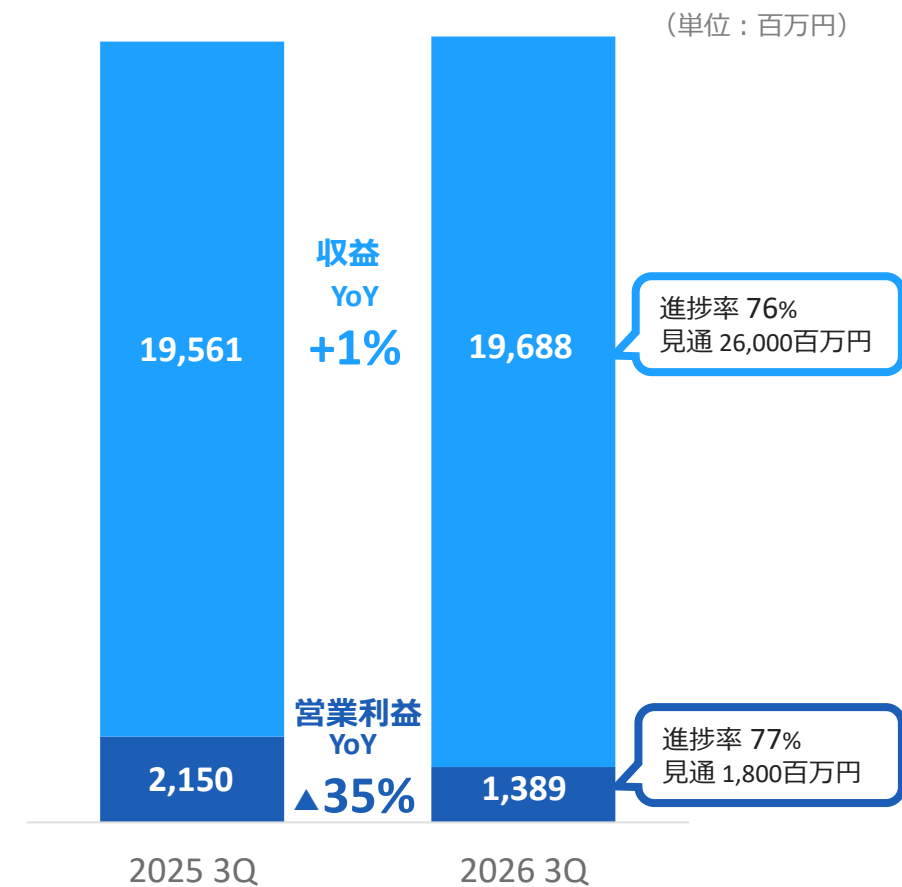
1. エグゼクティブサマリ
2. 3Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendixー市場環境・成長戦略ー
5. Appendixー事業・会社概要ー

旅工房・アヤベックスの収益構成比増により連結原価率+5.8pp上昇

連結四半期実績推移



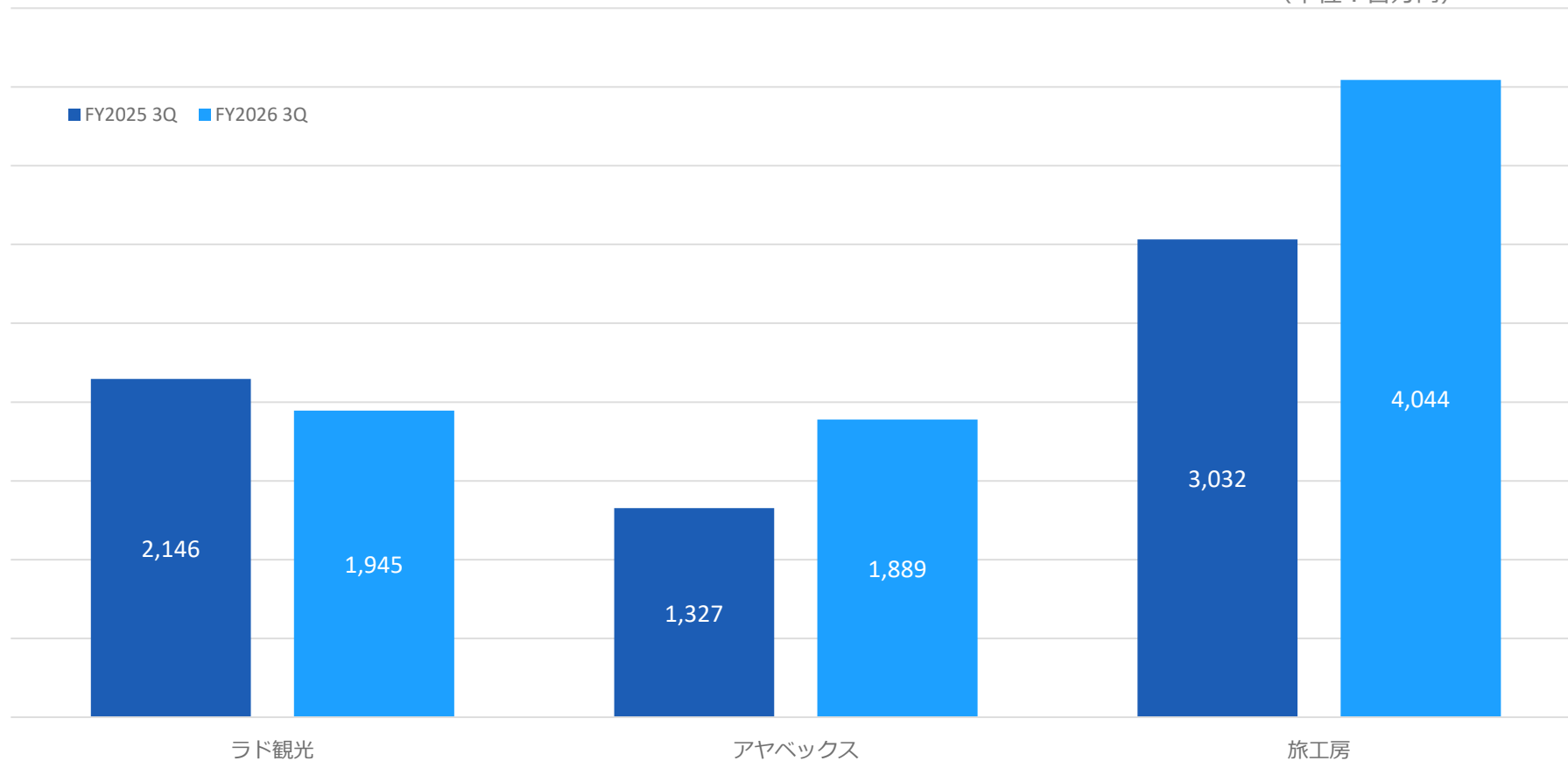
前期比較（3Q累計）



旅工房は営業戦略が奏功し33%増
アヤベックスはインバウンドの市場環境を背景に42%増

収益 (IFRS) 前期比較 (3Q累計)

(単位: 百万円)

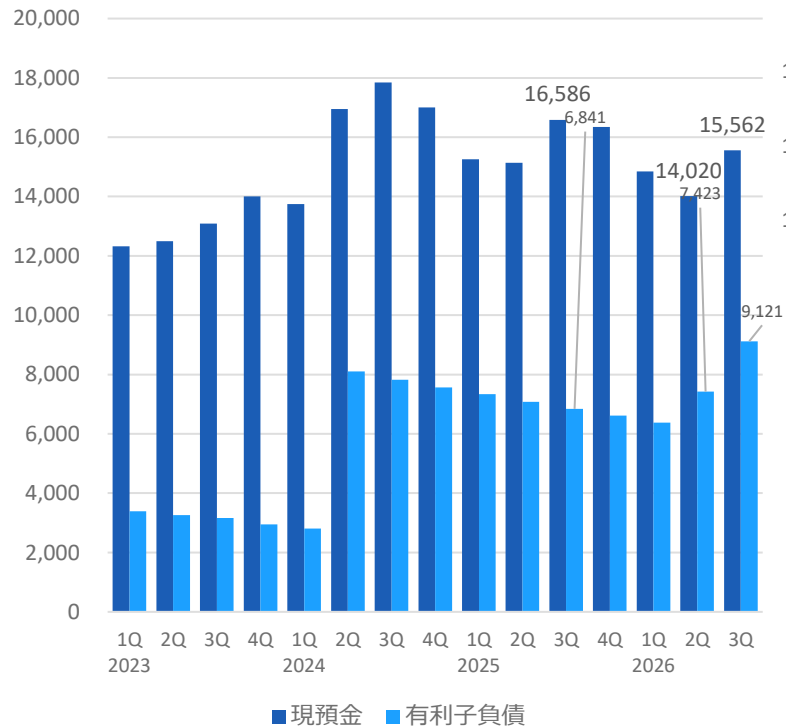


	旅行事業		投資事業		調整		合計	
	FY2025 3Q	FY2026 3Q	FY2025 3Q	FY2026 3Q	FY2025 3Q	FY2026 3Q	FY2025 3Q	FY2026 3Q
収益	19,299	19,553	262	134	-	-	19,561	19,688
(前期比増減率)		1%		-49%		-		1%
営業総利益	12,062	11,288	262	▲ 20	-	-	12,325	11,267
(前期比増減率)		-6%		-		-		-9%
販売費及び一般管理費	10,199	10,201			-	-	10,199	10,201
(前期比増減率)		0%				-		0%
うち広告宣伝費	5,972	5,525			-	-	5,972	5,525
(前期比増減率)		-7%				-		-7%
営業利益/損失	1,888	1,410	262	▲ 20	-	-	2,150	1,389
(前期比増減率)		-25%		-		-		-35%

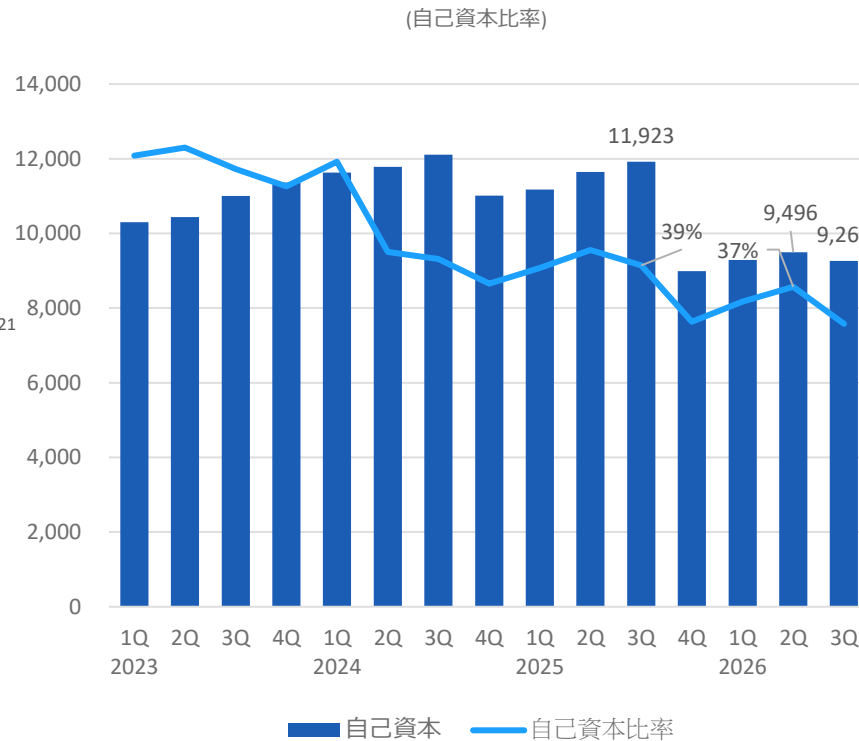
(単位：百万円)

パンデミックなどの外部環境悪化を想定し、**今後も高い自己資本比率を維持**

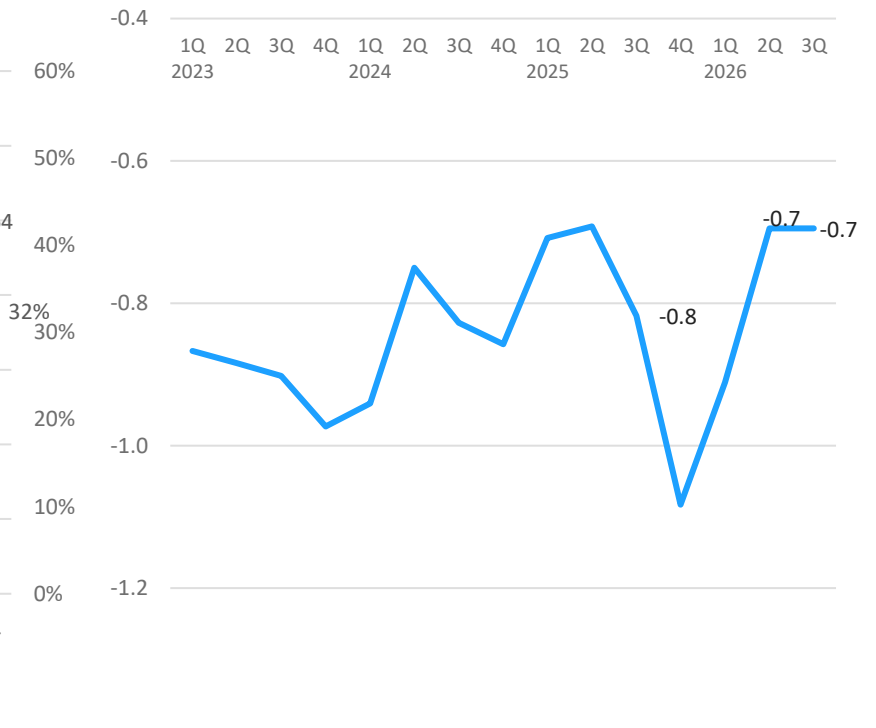
(単位：百万円) 現預金及び有利子負債



(単位：百万円) 親会社所有者帰属持分比率



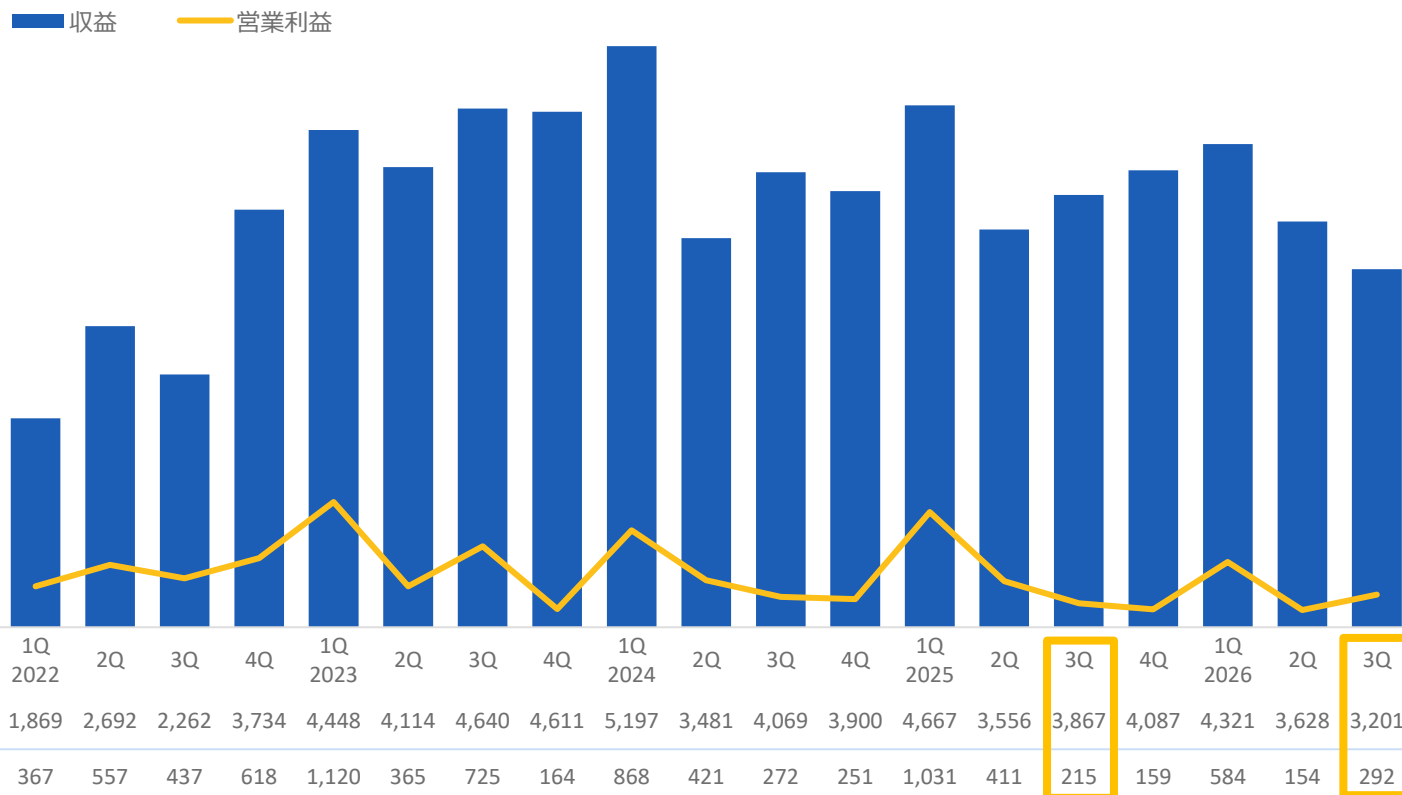
(単位：倍) Net D/Eレシオ



3Q会計期間は広告宣伝費抑制で増益

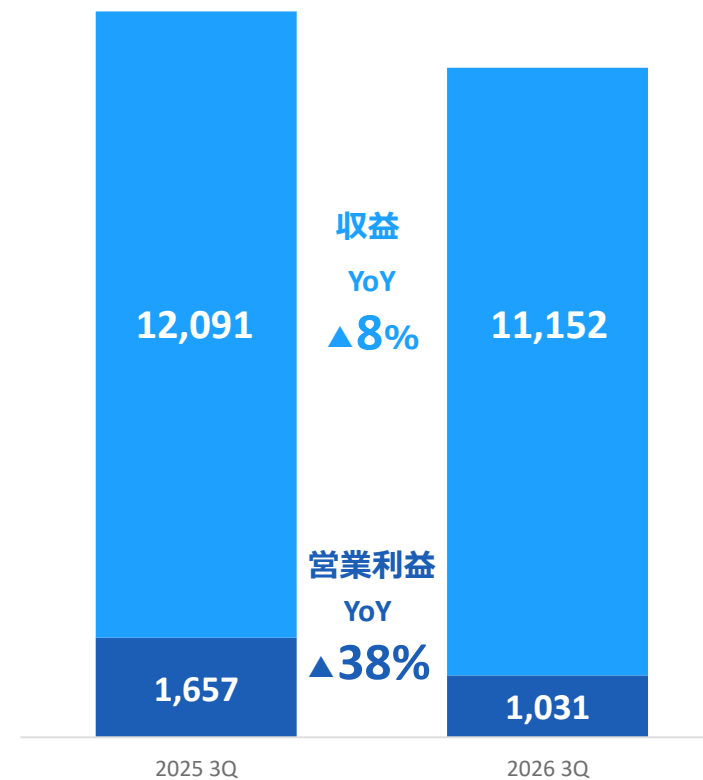
単体四半期実績推移

(単位：百万円)



前期比較（3Q累計）

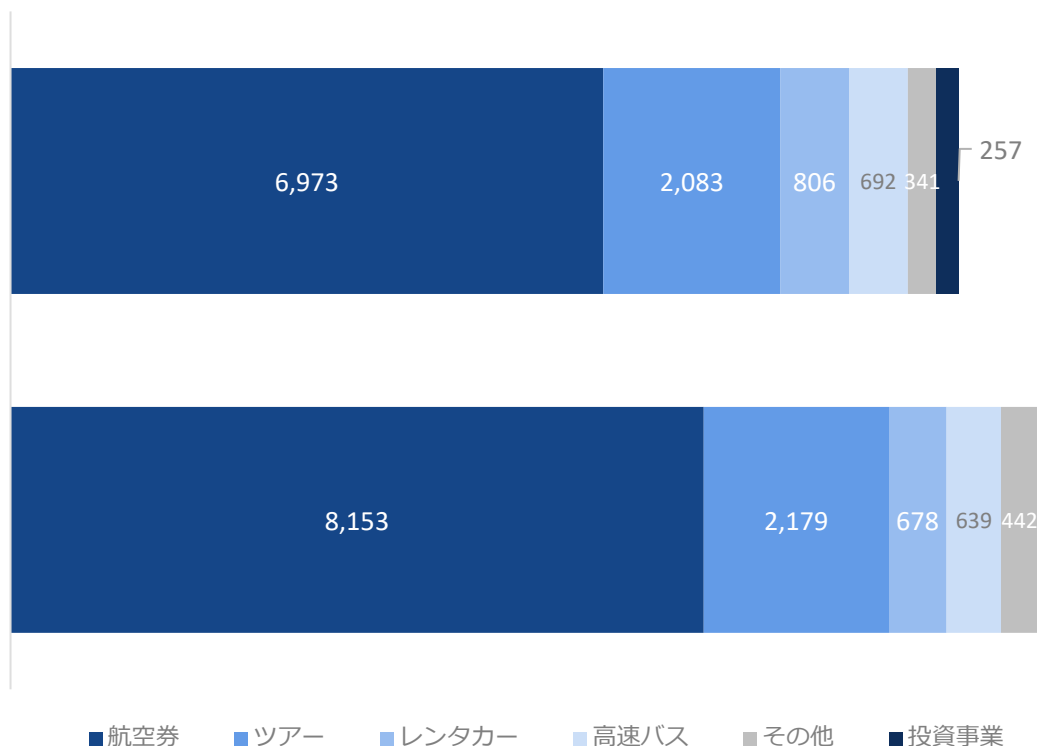
(単位：百万円)



航空券以外のサービスが伸びるも前年同期比減収 広告宣伝費率はオーガニックユーザーの増による逓減、適正值を狙う

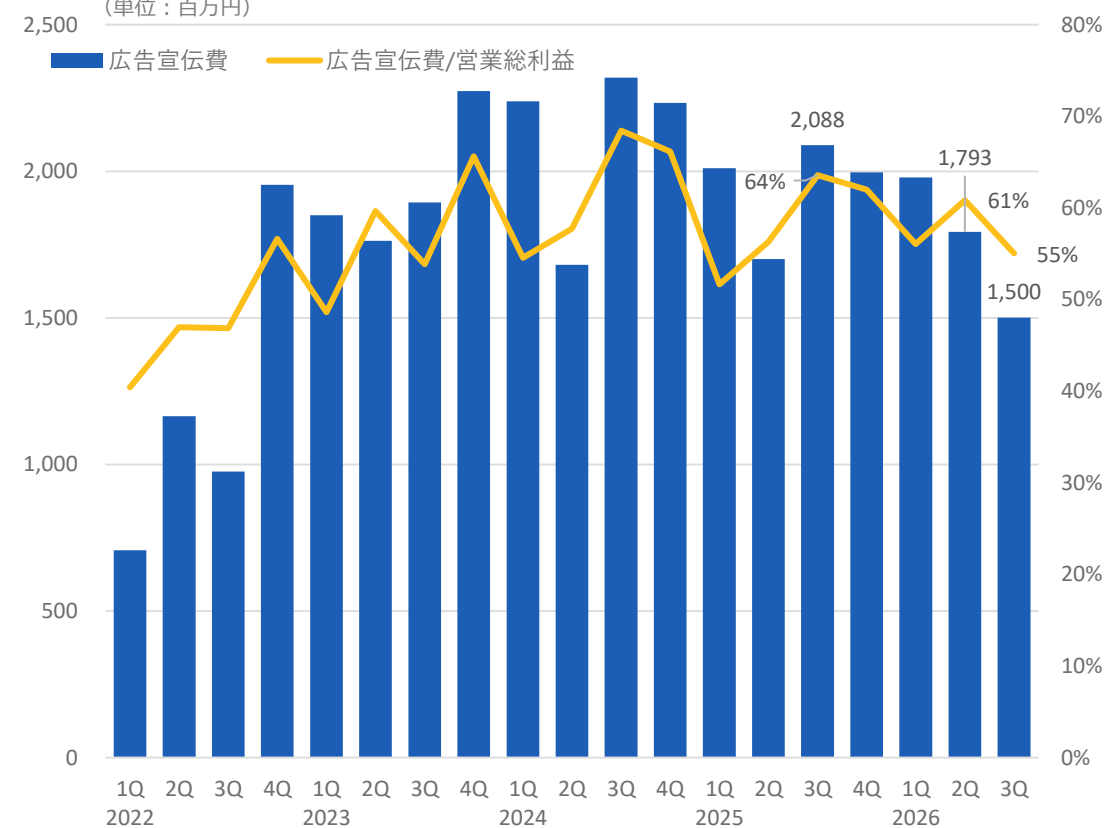
サービス別収益

(単位：百万円)



単体広告宣伝費推移

(単位：百万円)



（単位：百万円）

	2025年6月期 第3四半期 連結実績	2026年6月期 第3四半期 連結実績	2026年6月期 通期見通		
			前期比	進捗率	
収益	19,561	19,688	101%	76%	26,000
営業総利益	12,325	11,267	91%	-	-
営業利益	2,150	1,389	65%	77%	1,800
親会社の所有者 に帰属する当期利益	1,230	676	55%	68%	1,000

(単位：百万円)

	2025年6月期 第3四半期	2026年6月期 第3四半期	前期比
収益	12,091	11,152	92%
営業総利益	10,198	9,206	90%
営業利益	1,657	1,031	62%
当期利益	964	597	62%

1. エグゼクティブサマリ
2. 3Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendixー市場環境・成長戦略ー
5. Appendixー事業・会社概要ー

2026年6月期第3四半期サマリ（再掲）

ガバナンス体制の強化

- 旅工房が「**改善計画・状況報告書**」を公表。
（4月15日付、特別注意銘柄指定解除に向けた対応）
⇒経営トップの刷新
⇒指名・報酬委員会の実効性強化、社外取締役の監督機能強化
⇒内部統制システム基本方針の改定（役員会の週次開催、監査役補助使用人の配置）
⇒モニタリングを通じ、グループ全体のガバナンスの強化

既存事業のテコ入れ

- **アヤベックス、旅工房引き続き増収**
- EVA航空とNDC-X接続を実現、成約率・客単価向上へ
- アカサエア・エアアストラの取扱いスタート
⇒インド・南アジア市場の商品カバレッジ拡充
- 北海道「楽得バス13」取扱開始
⇒航空券+二次交通のクロスセル推進

将来に向けた投資

- **M&A、ファイブスターコーポレーションがグループイン⇒PMI進行中**
- **M&Aは引き続き検討を継続**
- 経営資源の集中を目的として、2026年4月、UR COMMUNICATIONS PTE LTD. を売却

EVA航空とNDC-X接続を実現

SKYTRAX 5つ星・台湾のプレミアムキャリア

EVA航空（長榮航空）は1989年設立の台湾大手航空会社。保有機材80機超・国際線60路線以上を運航し、スターアライアンスに加盟。日本路線も多数保有する高収益キャリアです。

NDC-XはIATA推進の新流通規格NDCをアマデウス基盤に統合する戦略プログラム。従来の接続方法であるGDS経由では取得できなかったリアルタイム運賃・空席・付帯サービスをAPI直結で配信できます。

営業上のメリット

- ① **成約率向上**：リアルタイム運賃・空席表示により、従来のGDS経由比で価格鮮度が大幅に改善。ユーザーの離脱率低下と成約率向上が見込まれます。
- ② **コスト削減**：予約・発券の完全自動化でオペレーション工数を削減。人的コストの抑制と処理速度向上を同時に実現します。
- ③ **客単価向上**：座席指定・受託手荷物等のアンシラリー販売が可能となり、航空券単体を超えた収益機会を創出します。



アカサエアの取扱いスタート



インド市場における驚異的な路線拡大

- ・ 2022年8月就航、ムンバイ拠点のLCC
- ・ Boeing 737 MAXを運用、226機の確定発注で急拡大中

国内25都市・国際6都市（中東・東南アジア）に就航。デリー・ムンバイ・ベンガルール等の主要都市からTier2・Tier3都市まで幅広くカバーし、インド国内のビジネス・観光需要の双方を取り込んでいます。

取扱い開始の背景と戦略的意義

当社インド拠点を活用し、国内旅客数1.5億人超のインド航空市場で急成長するアカサエア（国内25都市・国際6都市就航）の取扱いを開始しました。新興キャリアの網羅はブランド訴求力を高め、ロングテール検索での集客にも寄与。インド市場の商品拡充で競合OTAとの差別化と収益基盤拡大を図ります。



エアアストラの取扱いスタート

AIR★ASTRA

バングラデシュ国内路線に特化

- ・ダッカを拠点に、コックスバザール・チッタゴン・シレット・サイドプール等を結ぶ国内ネットワーク
- ・2022年就航の新興航空会社で、最新鋭ATR 72-600を運用

IATA加盟・IOSA認証取得済みで、安全性と運航品質を両立。バングラデシュ国内の観光・ビジネス需要を支える成長著しいエアラインです。

急成長するバングラデシュ航空市場へ

バングラデシュは人口約1.7億人・経済成長著しい有望市場です。経済成長により鉄道・バスでの移動から飛行機への移行が見込まれます。

当社はエアアストラの取扱いを通じ、南アジア地域における商品カバレッジを拡充。中長期的な収益基盤の拡大を図ってまいります。



北海道の基幹ネットワーク「楽得バス13」の取扱開始

— 「空の便」と「陸の足」の連携によるクロスセル強化と送客拡大 —



当社は、成長戦略の一環として、北海道の基幹交通ネットワーク「楽得バス13」との連携を開始いたしました。

本ネットワークの幹事会社であり、札幌証券取引所に上場する**北海道中央バス株式会社**（証券コード：9085）をはじめとする道内バス事業者各社と協力し、当社が運営する総合旅行予約サイト「skyticket」上で強力な送客体制を構築しております。

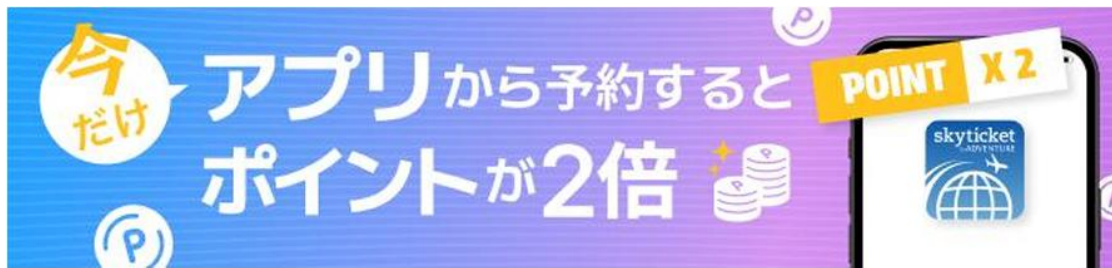
■ クロスセルによる収益機会の創出

新千歳空港等への航空券予約ユーザーに対し、札幌を起点とした道内主要観光地への高速バスをワンストップで提供する「航空券+二次交通」のクロスセルを推進しています。広大な北海道において課題であった「空港到着後の二次交通手配の煩雑さ」を解消し、周辺商材への誘導で収益最大化を実現いたします。

■ 利便性向上による競争優位性の強化

スマートフォン一つで空席確認から事前決済まで完結する利便性を提供し、顧客満足度の向上と運行現場の業務効率化を同時に達成。ホテル・レンタカーに加え周辺商材を拡充し、プラットフォームとしての競争優位性をさらに強固にまいります。

アプリ2,400万DL突破！CRM戦略の強化によるLTV向上と集客加速



当社が運営する総合旅行予約サイト「skyticket」において、アプリ累計ダウンロード数が2,400万件を突破いたしました。この節目を捉え、ユーザーの定着化と自社プラットフォームへの囲い込みを目的とした「**アプリ限定ポイント2倍キャンペーン**」を実施いたしました。（キャンペーン期間：2026年3月24日～2026年4月30日）

今回の施策では、2025年7月スタートの「ポイントプログラム」のステータス特典と連動させ、通常の2倍という高い還元率を設定しました。単なる新規獲得に留まらず、既存会員のロイヤリティを高め、リピート率向上によるLTV（顧客生涯価値）の最大化を図る戦略的なマーケティング活動です。

今後もアプリを軸としたUI/UXの改善と、収益性の高い自社ポイントプログラムの拡大を推進し、持続的な成長と企業価値の向上に邁進してまいります。



季節需要を捉えた「国内ホテルセール」の展開とGMVの拡大

■ セール戦略の背景と狙い

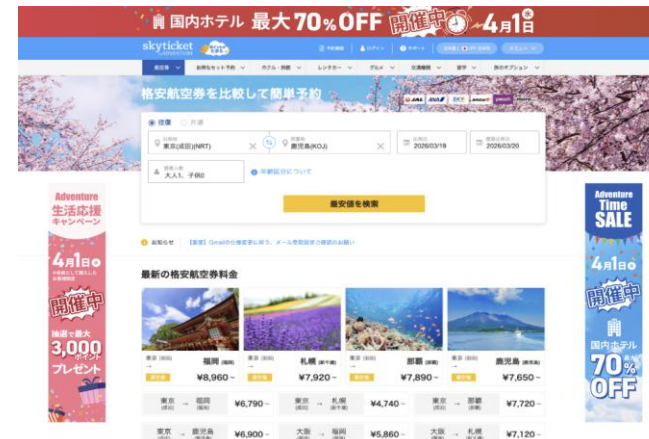
当社では、アプリの普及拡大に加え、プラットフォーム全体の収益性向上を図るため、宿泊予約領域における戦略的なセール活動を実施しております。国内旅行需要の回復基調を背景に、需要ピークを的確に捉えた価格訴求により、新規ユーザーの獲得と既存ユーザーの利用頻度向上を同時に推進しています。

春の行楽シーズンや大型連休、夏季シーズンに向け、「最大70%OFF」「最大65%OFF」のタイムセールを矢継ぎ早に実施しました。強みである航空券予約からのクロスセルを強力に促進し、ホテル単体および航空券+ホテルの成約率（CVR）の最大化を図っています。

■ ユーザー認知拡大と収益単価の向上

セールを通じて「総合旅行予約のskyticket」としてのブランド認知を拡大し、航空券だけでなくホテル・レンタカー等を含む複合予約の促進を図ることで、1予約あたりの収益単価向上を実現しています。

今後も、機動的な価格戦略とポイントプログラムの掛け合わせにより、リピート率の改善とプラットフォーム全体の流通取引総額（GMV）の拡大を両立させ、持続的な利益成長に邁進してまいります。



1. エグゼクティブサマリ
2. 3Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendix—市場環境・成長戦略—
5. Appendix—事業・会社概要—

中期的にはグローバルOTAを、長期的には旅行×生活領域でグローバルに垣根なく
利用可能なサービスを展開し、社会に貢献することを目指す



足元ではグローバルOTAを目指し、日本事業における利益の拡大とグローバルOTAに向けた投資を継続、長期目標実現に向けた種まきも継続する

日本



利益拡大フェーズ

ADVグループのCash Cowとして、サービスを拡大しつつ、利益を最大化する



グローバル／生活領域



投資フェーズ

今後の成長の柱として、日本で稼いだ利益を投資して育成を図る

グループ会社における内部統制不備事案を踏まえ、ガバナンス強化を徹底する 既存事業のテコ入れを行い、再成長への足場を固める

ガバナンス体制の強化

- 旅工房の内部統制不備事案を受け、旅工房の再発防止策のモニタリングに加え、グループ全体コーポレートガバナンス体制を見直す
- M&Aプロセスの見直しもを行い、類似事案の発生を抑止する

既存事業のテコ入れ

- ホテル事業への集中投資により、ユーザー数の拡大とLTVの最大化を目指す
- AIの活用により既存事業の生産性の改善と収益性の向上を目指す
- グループ会社のポートフォリオの見直しを行い投資効率の見直しを行う

将来に向けた投資

- グローバルOTAに向けた投資を継続する
- 既存事業に加え、引き続きM&Aによる非連続的な成長の機会も活用する
- ✓ M&Aの対象は旅行事業関連に加え、生活に関連する事業領域を想定。特に、グローバル×成長可能性が高い事業を優先する

基本方針

M&Aは、持続的な成長と企業価値向上を加速させるための重要なエンジン

- ・グループ全体の成長と企業価値向上を加速させる
- ・財務健全性の維持及び資本効率の向上

国内コア事業の強化、高付加価値化

取扱高の拡大だけでなく、利益率の高い領域強化

- ・体験・アクティビティ予約サービス
- ・特定領域特化型の旅行代理店
ビジネス (MICE、BTM)
ラグジュアリー層 など
- ・トラベルテック企業 など

skyticketの集客力と高付加価値なコンテンツを組み合わせ、顧客単価 (LTV) を向上。
獲得した技術を既存サービスに統合、開発速度とサービス品質を向上。

グローバル展開の加速

現地の商慣習やサプライヤーネットワーク、ブランド認知を効率的に獲得

- ・各国の地域特化型OTA、TTA
- ・現地交通、アクティビティ事業者
- ・トラベルテック企業 など

当社の持つシステム開発力やマーケティングノウハウを投入し、買収先事業の成長を加速 (バリューアップ)、新予約サイトと連携。

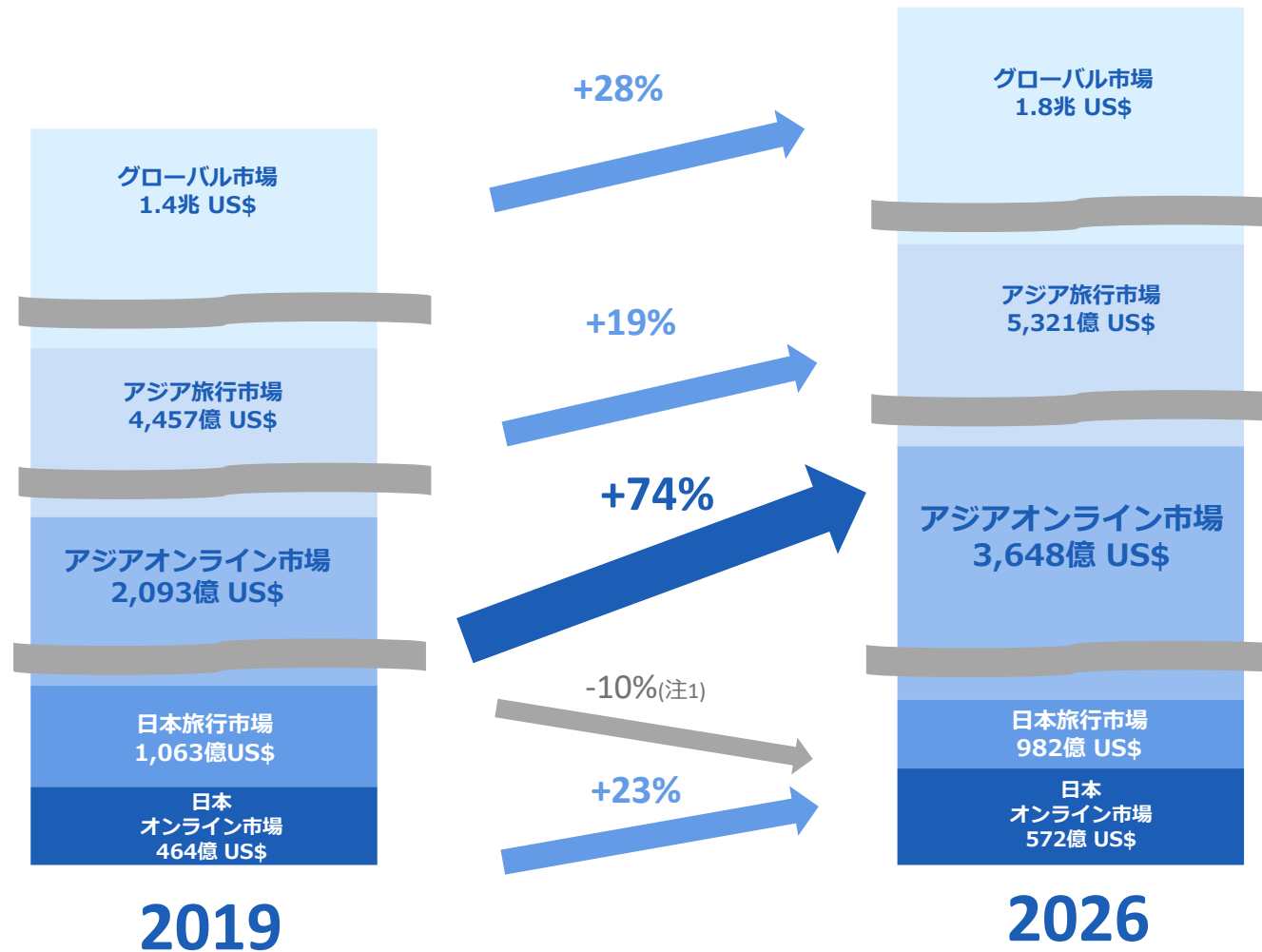
コアビジネスとの親和性

旅行と親和性が高く、かつ日常的に利用されるサービス領域への足掛かり

- ・グルメ、レストラン関連サービス
- ・イベント、エンタメ関連サービス
- ・ライフプラットフォーム など

skyticket会員基盤に対し、新たなサービスを提案、旅行 (非日常) と生活 (日常) を繋ぎ、利用頻度とエンゲージメントを向上。

特に2026年までに高い成長率が見込まれているアジアのオンライン市場への展開に注力していく

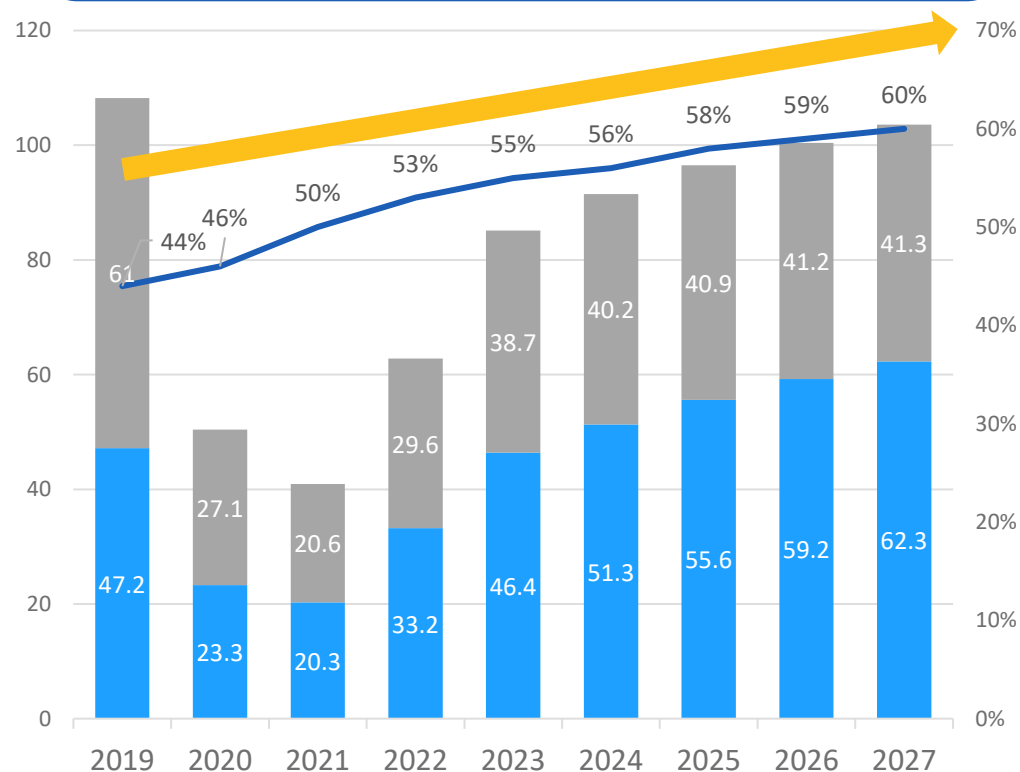


(注1)Phocuswrightによると日本円換算だと2019年比で+9%伸びる見込みが、2019年当時と比べドル円レートが円安になっているためドル建てではマイナスに。オンライン市場はそれ以上にオンライン旅行予約比率が伸びるため市場シェアが拡大見込み

※ Phocuswright.incより引用

コロナを機にオンライン比率が上昇傾向

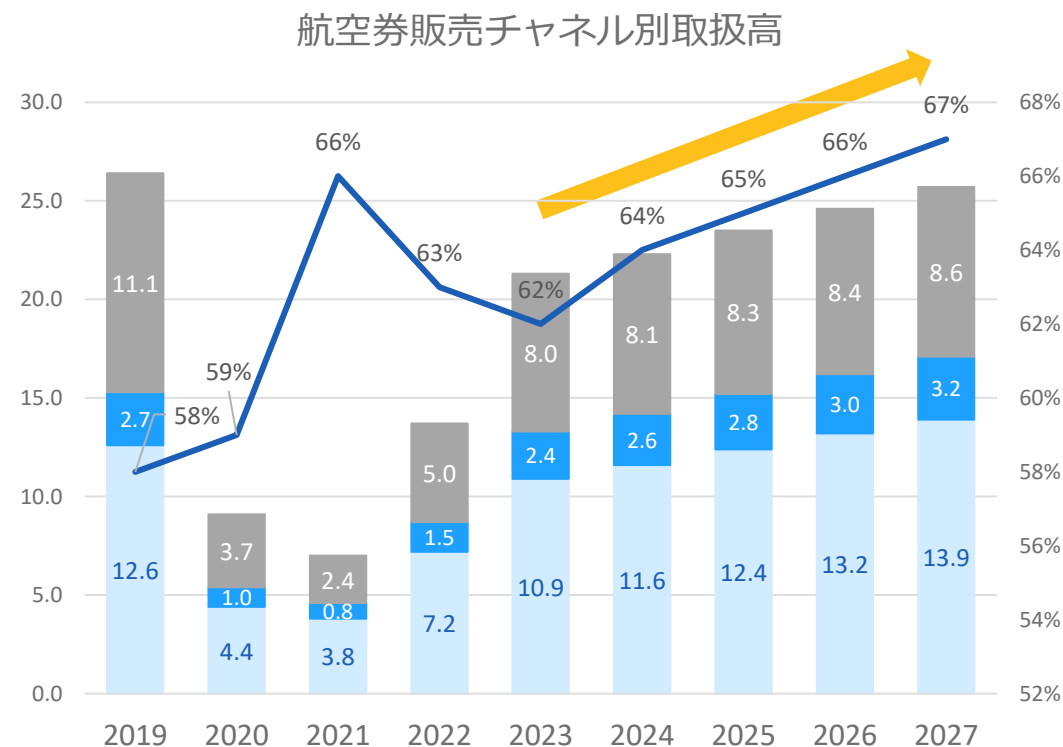
国内旅行取扱高とオンライン比率



オンライン オフライン オンライン比率
(単位：10億USドル)

※ “Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)”
Phocuswright.incより引用

航空券取扱高とオンライン比率

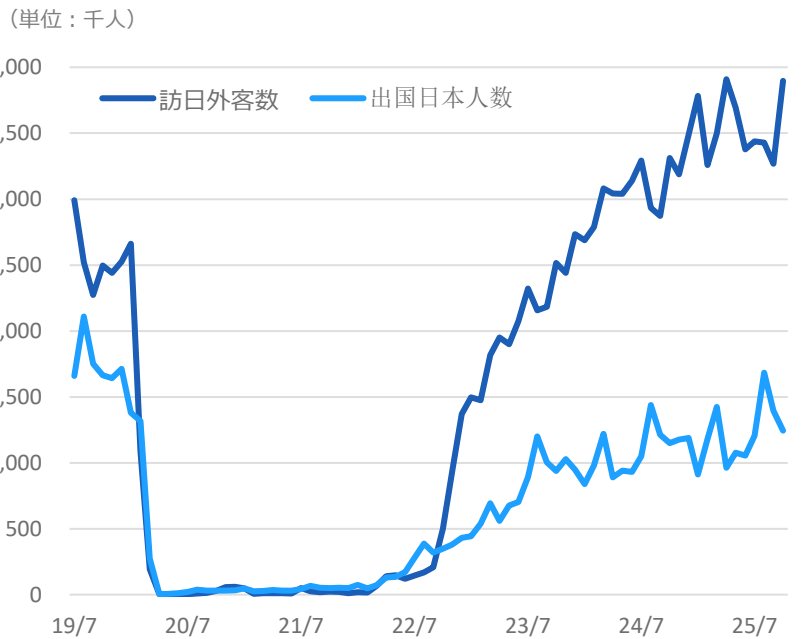


航空キャリアオンライン OTA オフライン オンライン比率
(単位：10億USドル)

※ “Japan Airline Gross Bookings(US\$B) by Channel”
Phocuswright.incより引用

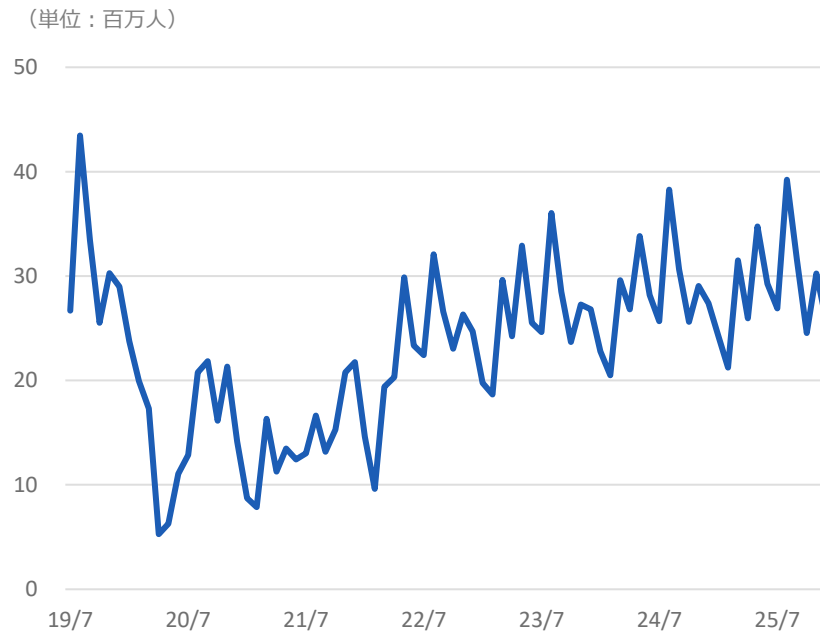
インバウンドは順調、円安によりアウトバウンド鈍化、消費者物価指数の上昇もあり国内旅行も伸び悩む

インバウンド/アウトバウンド推移



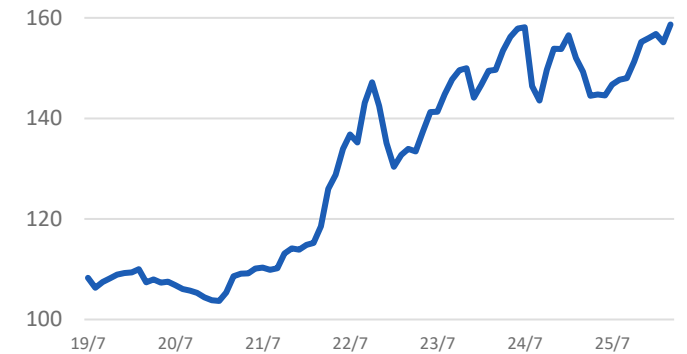
※日本政府観光局HPより引用

国内旅行推移



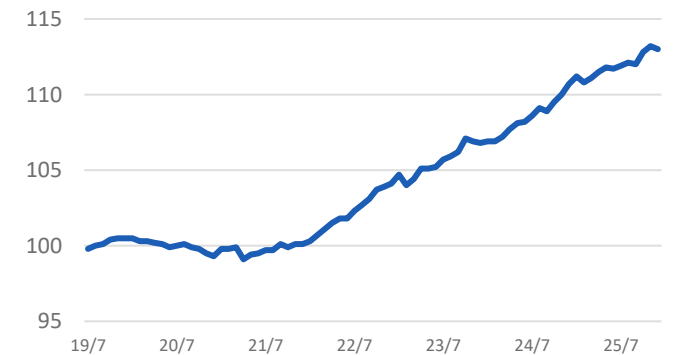
※観光庁HPより引用

米ドル/円推移



※三菱UFJ銀行HPより引用

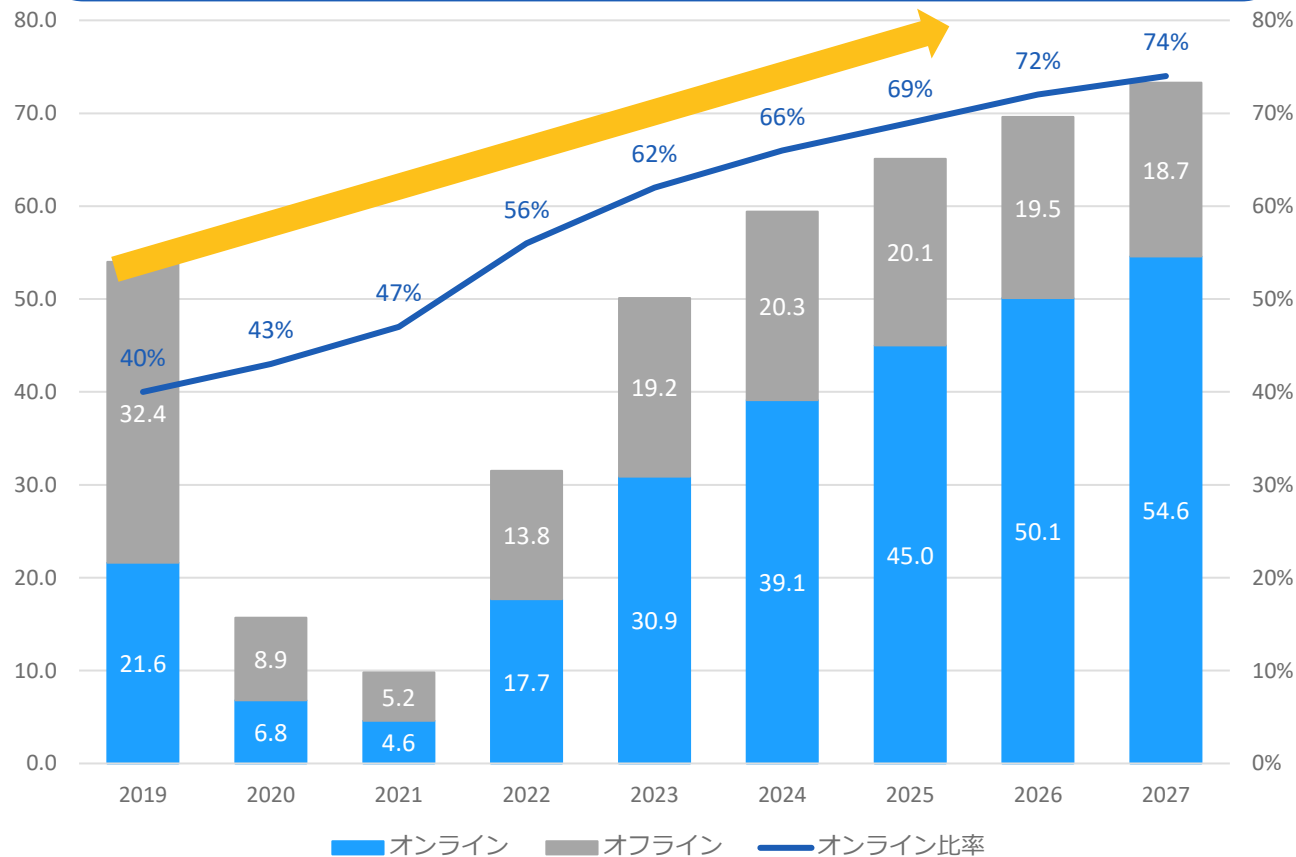
CPI推移



※総務省統計局「消費者物価指数」より引用

旅行市場は成長が継続しており、成長余地と参入機会が十分に存在する

東南アジア旅行取扱高



アジアの旅行市場特徴

- ・低所得層の旅行需要拡大により、低価格帯の商品需要が増加
- ・決済手段が国によって異なり国ごとの対応が必要

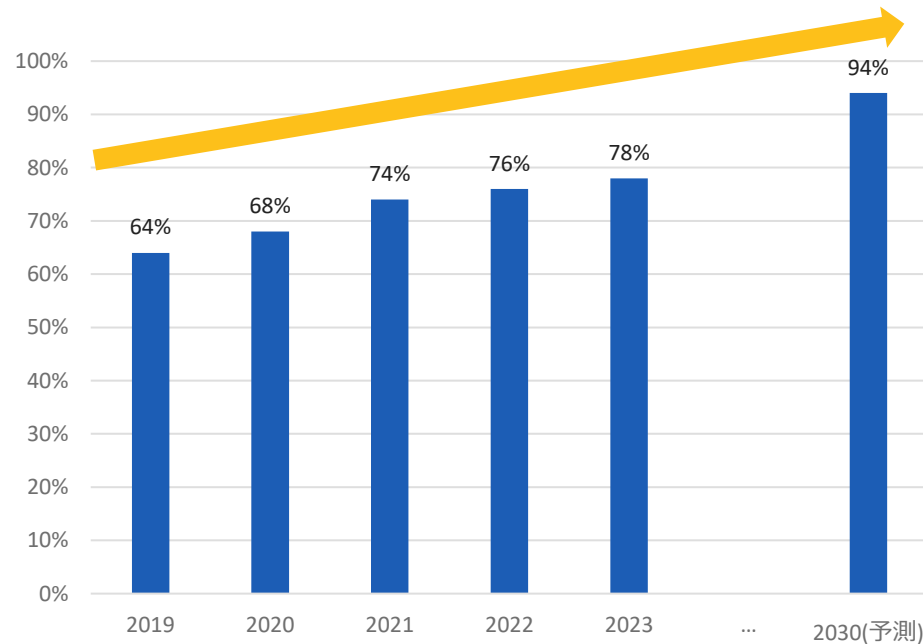


参入機会が十分に存在

(単位：10億USドル)
※Phocuswright.incより引用

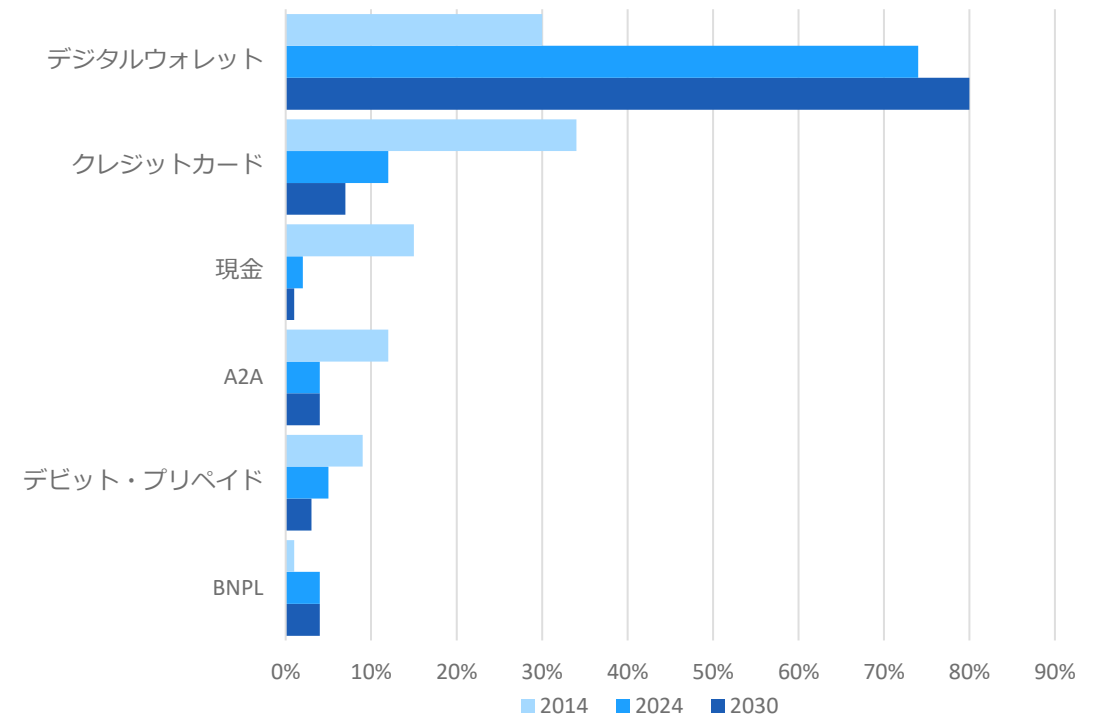
スマートフォン普及率の高まりとともにデジタルウォレットによる決済が増加
各国に合わせた決済手段の対応が必要

スマートフォン普及率



※Statista より引用

Eコマース決済額シェア

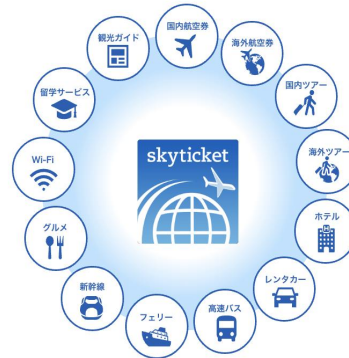


※Worldpay Global Payments Report より引用

当社は多様な旅行商品を揃えユーザーの旅行ニーズを幅広くカバーし、言語や決済手段の各国へのローカライズを提供することで他社と差別化を図っていく

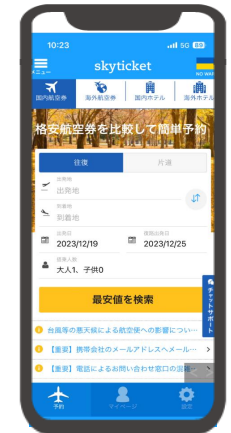
旅行商品の多様性

航空券・ホテルの他にも、レンタカー・バス・Wi-fi・ヘリ予約など**15を超えるサービスを展開**することで、ユーザーの**クロスセル率を高めながら旅行行動データ**を多く蓄積し、パーソナライズに活かす



UI/UXに優れたWeb/アプリ

誰でも直感的に操作できるシンプルなデザインを追求しています。利用者が迷うことなく快適にサービスを利用できる体験を提供することで、高い顧客満足度を獲得しており、それが安定した継続利用率に繋がっています。



多言語化

国内OTAでは最多の**20言語対応**に加えて、国ごとにも個別に対応中

20言語対応	
日本語	英語
簡体中文	繁体中文
韓国語	アラビア語
オランダ語	フランス語
ドイツ語	イタリア語
マレー語	ポルトガル語
ロシア語	スペイン語
タイ語	タガログ語
トルコ語	ベトナム語
ベンガル語	ヒンディー語

各国に合わせた決済方法

各国に合わせた決済方法を採用し、利便性を向上



コロナ期も黒字を維持した健全な資本力、事業やM&Aを通じた業界企業との強い繋がり

健全な資本力

コロナ禍でも黒字を維持し、
安定した財務基盤

Net D/Eレシオ

▲0.7

自己資本比率※

32%

※親会社所有者帰属持分比率



業界企業との強い繋がり

参入障壁の高い旅行業界との
強いネットワーク



APA HOTEL

泊まる、Local、好きになる。



HOTEL MYSTAYS
ホテルマイステイズ



トヨタレンタカー



オリックスレンタカー



東海汽船

Taiheiyo Ferry

新日本海フェリー



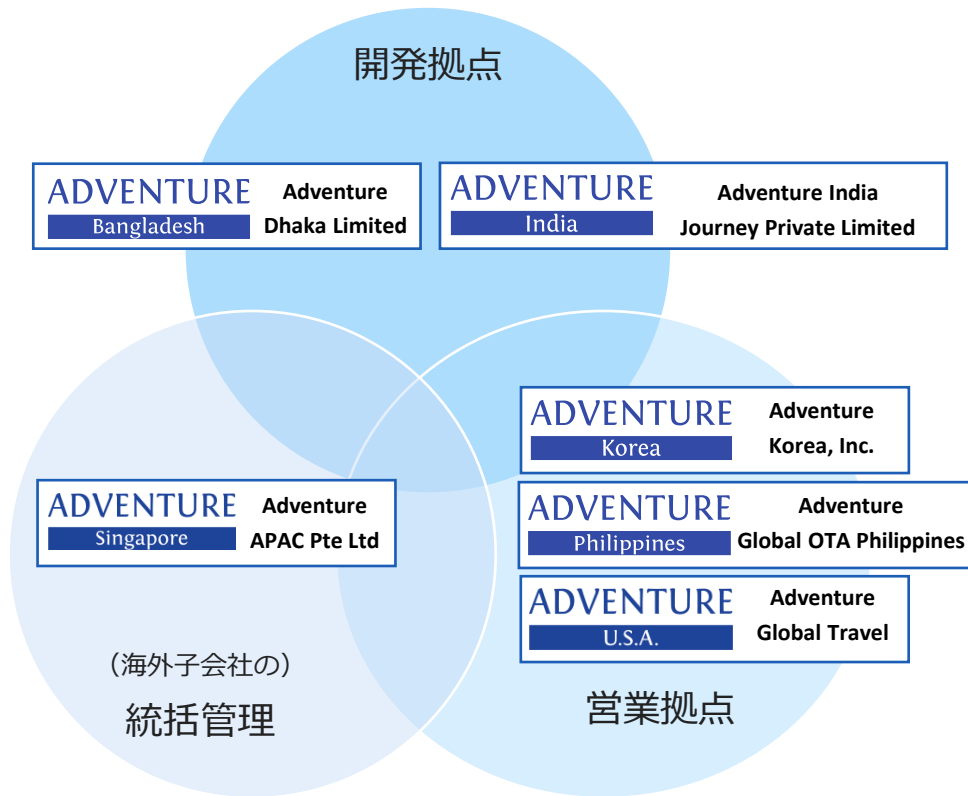
WILLER EXPRESS

HIGHWAY BUS
VIP LINER

グローバル展開の推進へ多様な人材の拡充、生産性の向上へ




主なグローバル拠点

グローバル拠点の多様な人材



様々な業界でリードしてきた経験のある人材層



-  グローバルOTA経験者、元Amazon/アクセンチュアなどの開発者、VC出身者など
-  IIT出身者、IBM/Infosys/グローバルOTA出身の開発者など
-  外資系銀行出身者、会計士など

1. エグゼクティブサマリ
2. 3Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendix—市場環境・成長戦略—
5. Appendix—事業・会社概要—

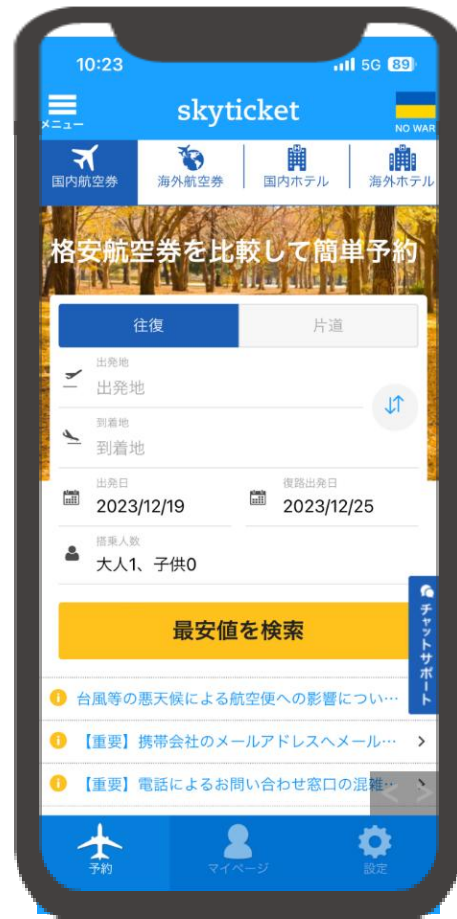
skyticketは、低価格帯を中心とする旅行商品の横断検索と即時予約が可能な総合予約プラットフォーム

収益構造



Be a Global OTA

当社はオンライン予約初心者にもわかりやすいUXで、多様な旅行サービス・商品を取り扱いつつ
国に応じた言語や決済手段にローカライズし、マーケティングにより事業成長を加速させている



1.UX

初めてのOTAユーザーに最適なUX

2.商品力

多様な旅行サービス・商品の取り扱い

3.ローカライズ

国に応じた言語・決済手段のローカライズ

4. マーケティング

2,400万超のアプリユーザー × ポイント × 多様な旅行サービス

TTA利用者だった高めの年齢層顧客がシンプルなUXやカスタマーサービスなどでskyticketに定着し、初めてOTAを利用する際にも満足度の高いプラットフォームとなっている

TTAからskyticketへの移行

〈TTAの利用者〉

高齢者が多く
スマホ操作に慣れていない旅行者

クレジットカード情報を入力することに抵抗がある旅行者

お問い合わせの際、
直接もしくはお電話での
相談を希望される旅行者

〈skyticketの特徴〉

シンプルでわかりやすいUI/UX

支払い方法の充実

クレジットカード・Google Pay・Amazon Pay
コンビニ決済・Pay-easy/ネットバンク決済・銀行振込

お電話やチャットでの
カスタマーサービス

※TTAとは、「Traditional Travel Agency」の略で、店舗を構えて、対面で旅行商品の販売や手配を行う、従来のスタイルの旅行代理店のことです。

Be a Global OTA

多くの航空会社、ホテルとの契約に加え、レンタカー・バス・フェリーにも注力。
 旅程をワンストップで予約可能。ユーザーに在庫、価格をリアルタイムに提供。

多数の航空会社、ホテルとの契約



レンタカー、バス、フェリーとの契約



NDC接続/API連携

NDC接続

航空会社と旅行会社などのシステム間の新しい規格の接続方法。特別運賃や付帯サービス、パーソナライズされたコンテンツを直接提供できる。



API連携

異なるソフトウェアやシステム同士を連携させるためのインターフェース。航空会社、ホテル、バスなどと様々なサービスや情報がシームレスにつながり、より効率的でパーソナルなサービス提供が可能。

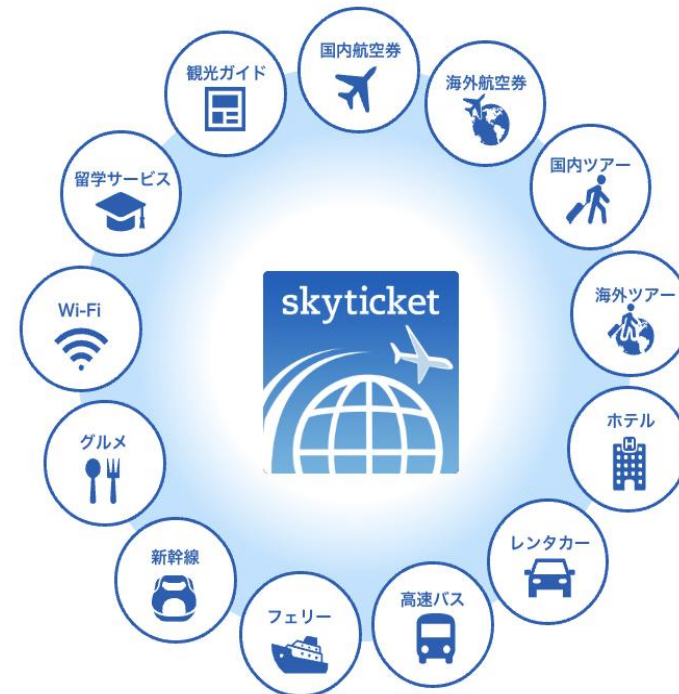


IT人材の育成により開発の強化
多くの並行するサービスおよびローカライズ対応を可能に

様々なローカライズの実現



様々な予約サービスの実現



2,400万人超のユーザーを基盤に、リピートとクロスセルを推進し、事業成長を加速**2,400万のアプリユーザーへの施策**

2,400万 DL突破

- 大規模かつ多様な顧客基盤を保有。
- 豊富な顧客データを分析・活用し、市場ニーズを的確に把握。
- データに基づいた精度の高いマーケティング施策を展開。

ポイントプログラム

- 独自のポイントプログラムで、継続利用とロイヤルティを促進。
- 高い顧客満足度を創出し、リピート率の向上。
- LTV（顧客生涯価値）の向上。

様々な予約サービス

- 複数のサービスをポイントプログラムで有機的に連携。
- お客様一人ひとりのニーズに合わせた最適なサービスを提案。
- 効果的なクロスセルにより、顧客単価の向上を実現。

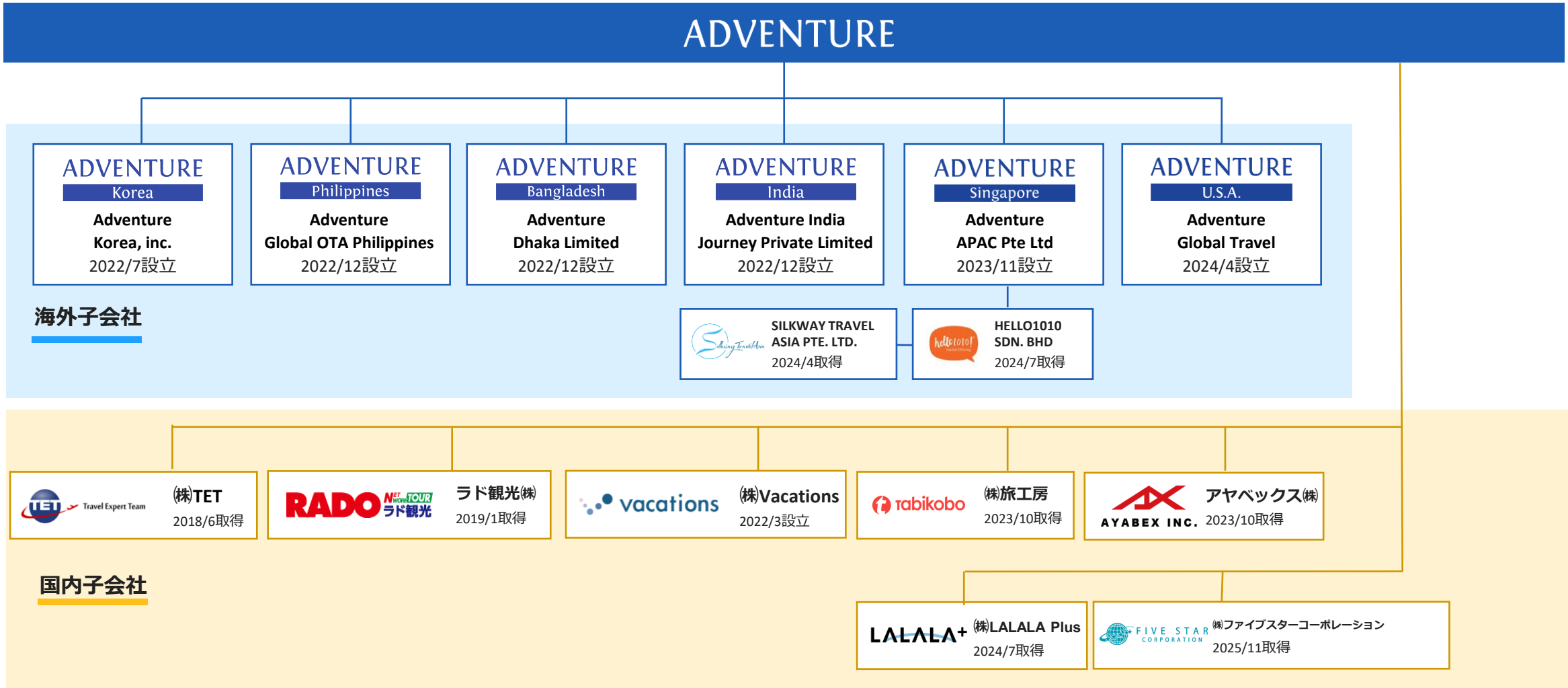
社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	東京本社 〒150-6004 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー4F 大阪事務所 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーBオフィス27F
設立	2006年12月21日
資本金	4,072,778 千円（2026年3月31日現在）
従業員数	連結：673人， 単体：166人（2026年3月31日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
加盟・認可団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員/国際航空運送協会（IATA）公認代理店
事業内容	コンシューマ事業（航空券等販売サイト「skyticket」の運営）・投資事業

	設立 従業員数	1968年 24人	本社：大阪府大阪市北区	代表：吉竹 伸起	スキーツアーなどの国内ツアーおよび海外ツアーの 造成・販売事業を運営。 https://www.rado.co.jp/
	設立 従業員数	1994年 125人	本社：東京都豊島区	代表：小林 祐樹	日本からの海外ツアー造成・販売事業を運営。 https://www.tabikobo.com/
	設立 従業員数	2013年 83人	本社：京都府綾部市	代表：佐々木 崇人	インバウンドに特化したランドオペレーション (ガイドの手配、施設予約) 事業を運営。 https://ayabex.com/
	設立 従業員数	2009年 14人	本社：東京都渋谷区	代表：酒井 大輔	日本からの留学支援エージェント事業を運営。 https://ryugaku-centres.com/
	設立 従業員数	2009年 44人	本社：沖縄県那覇市	代表：鈴木 義浩	宿泊施設等のコンサルティング事業を運営。 https://fivestar-corporation.co.jp/

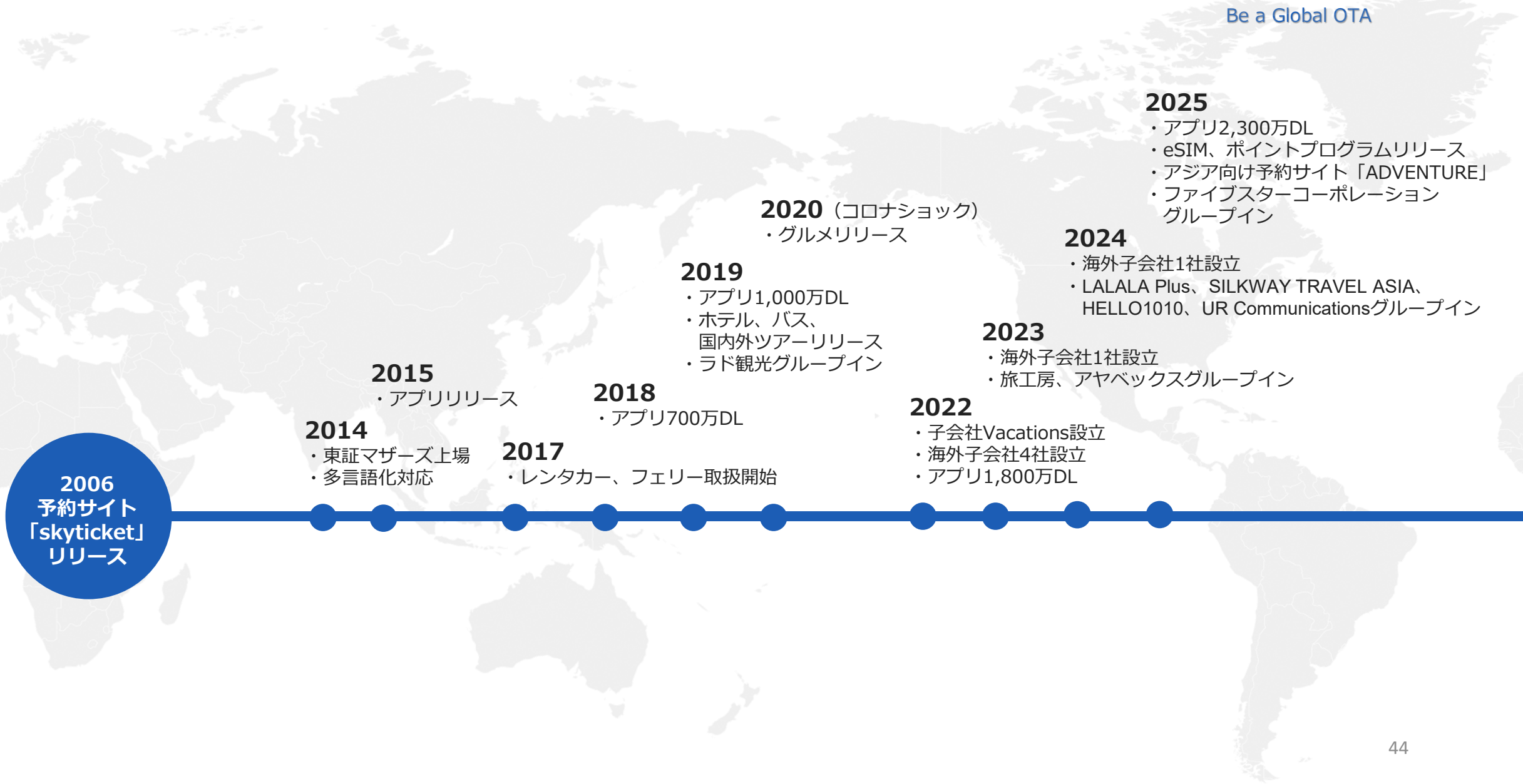
従業員数はアルバイトを含む。2026年3月31日現在。

(株)アドベンチャー

ADVENTURE



Be a Global OTA



代表取締役社長
中村 俊一

慶応義塾大学卒、大学在学中の2004年に起業（IT関連企業）
2006年からOTAとして旅行事業に参入

取締役
中島 照

Western Illinois University卒、KLab(株)等を経て、2013年に当社入社

社外取締役 独立役員
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 蕾

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)、KPMGコンサルティング(株)、デ
ータビズラボ(株)代表取締役

 アドベンチャーが取り組む支援活動は多岐にわたり、医療・教育・職業・給食支援を推進
今後世界に対して行動し、貢献できること、ユーザーにとって利便性が高いサイトを構築



- ・ ミャンマーファミリー・クリニックと菜園の会
- ・ 認定NPO法人国境なき子どもたち (KnK)
- ・ ウクライナ人道支援
- ・ ペットボトルのリサイクル促進



- ・ 働きがいのある職場
- ・ ワークライフバランスの実現
- ・ ペーパーレス推進
- ・ 地域・国際交流の促進



- ・ 健康維持のための旅行推進
- ・ 環境問題に向き合う体制づくり
- ・ 旅行サービスのDX化
- ・ クロスセルで利便化と地域活性化
- ・ グローバルな展開を目指す

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、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。