



tripla株式会社
2024年12月



事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年10月期-2027年10月期 中期経営計画を含む

Agenda

会社概要

2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

中期経営計画

リスク情報

Appendix

Agenda

✦ 会社概要

2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

中期経営計画

リスク情報

Appendix

会社名 tripla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 8億5,915万円

ホームページ <https://tripla.io>

設立日 2015年4月15日

従業員数 単体：92名
連結：158名 ※2024年10月末時点

本社所在地 東京都新宿区西新宿4-15-3

拠点 日本、台湾、韓国、シンガポール、インドネシア、タイ

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
6カ国

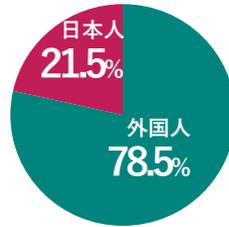
● 導入施設数 ※2
8,037

● サービス数
11サービス

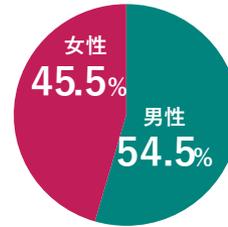
triplaの人材

● 従業員数 **158**名※1 ● 国籍数 **15**カ国※1 ● 平均年齢 **35.2**歳

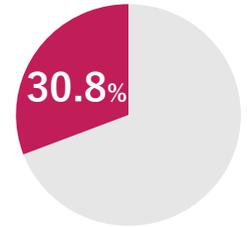
● 外国人比率※1



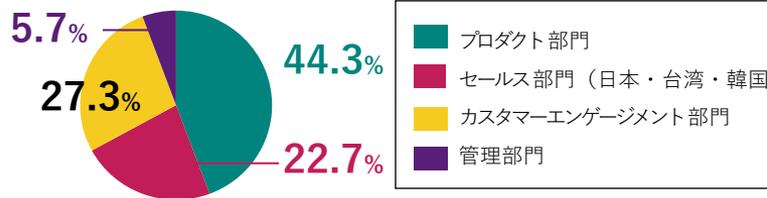
● 男女比率



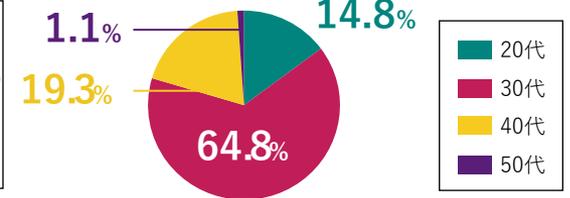
● 女性管理職の割合



● 職業別割合



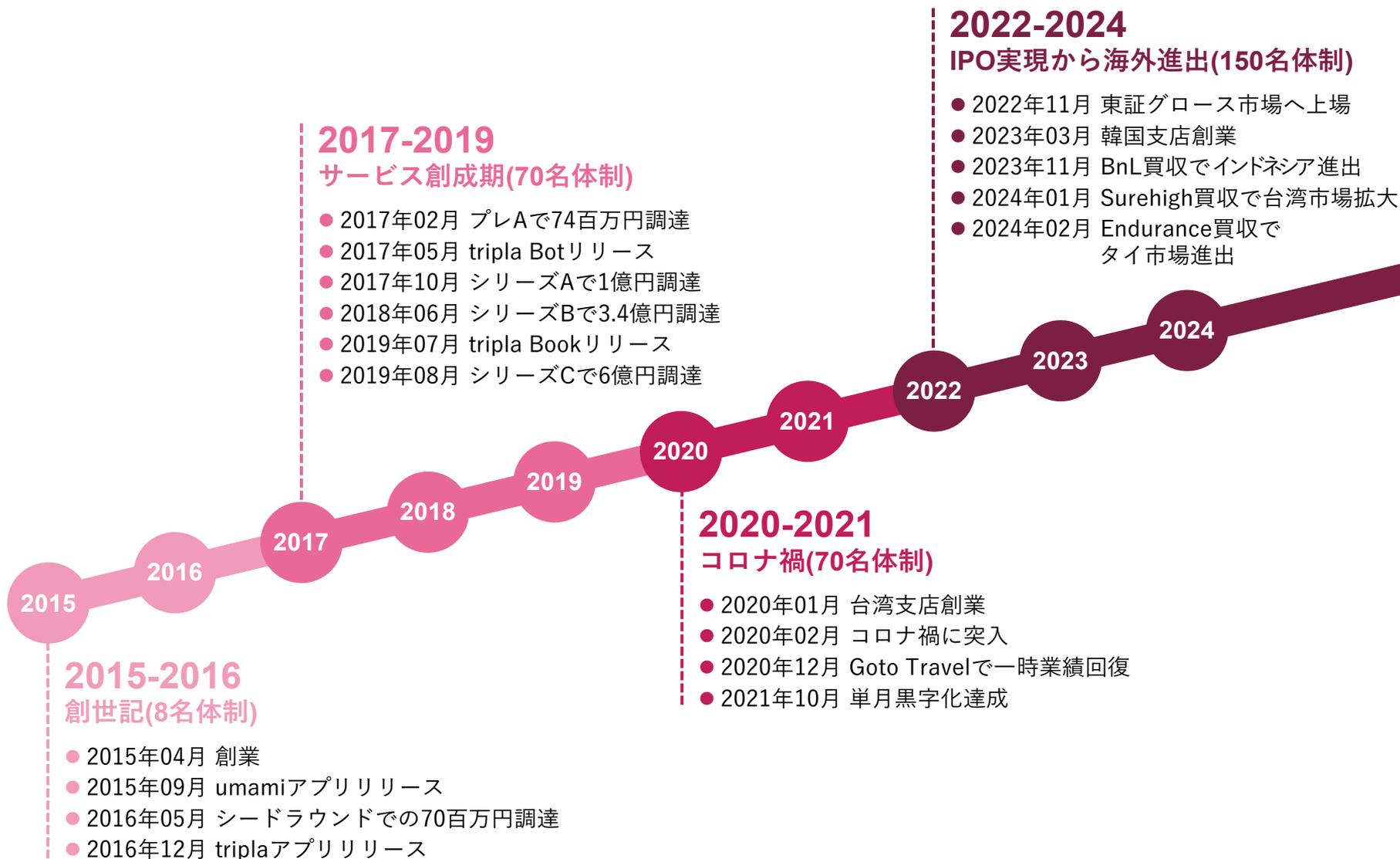
● 年代別社員割合



● 国籍別社員数



※1: 子会社を含む。



経営陣の紹介



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
ビジネスブレークスルー大学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 Overseas Partnership

Philippe Raunet

経歴:

学歴: Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines



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

Purpose

最高の旅行ソリューションを通じて、
宿泊施設の持続可能な成長と、
世界中の地域社会の発展を支援する。

Drive the sustainable growth of accommodations and the development of communities around the world with the best travel solutions.

- 宿泊施設の利益を最大化し、施設改善や環境対策、ホスピタリティ向上のための投資をサポートすることで、地域社会の観光産業が持続可能な形で発展するよう推進します。
- 宿泊施設が地域社会との連携を強化し、地方創生を支援する取り組みを推進します。
- 宿泊施設が多様なニーズに対応し、インクルーシブで持続可能な観光体験を提供することを支援します。

Vision

顧客体験の向上と省人化を実現する
デジタルソリューションを提供し、旅行業界を革新する。

To revolutionize the hospitality industry by providing digital solutions that drive excellence in customer experience and operational efficiency.

Core Values

- 顧客満足実現へのマーケットイン
- オーナーシップ
- 結果に拘るアクション
- イノベーションへの挑戦
- チームと自身の成長
- 生産性の追求
- 謙虚、尊敬、信頼

- Market-In for Customer Satisfaction
- Ownership
- Action with Results
- Challenge for Innovation
- Stretch the Team & Yourself
- More with Less
- Humility, Respect & Trust

Agenda

会社概要

▶ 2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

中期経営計画

リスク情報

Appendix

当期純利益
(親会社株主帰属)

2億円超

計画比 +26.5%

営業収益

営業利益

+1.4%、+13.1%

ともに 通期計画達成

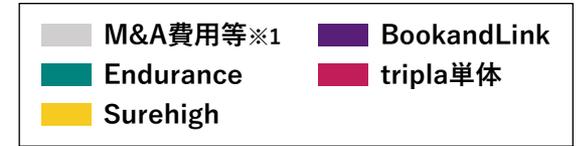
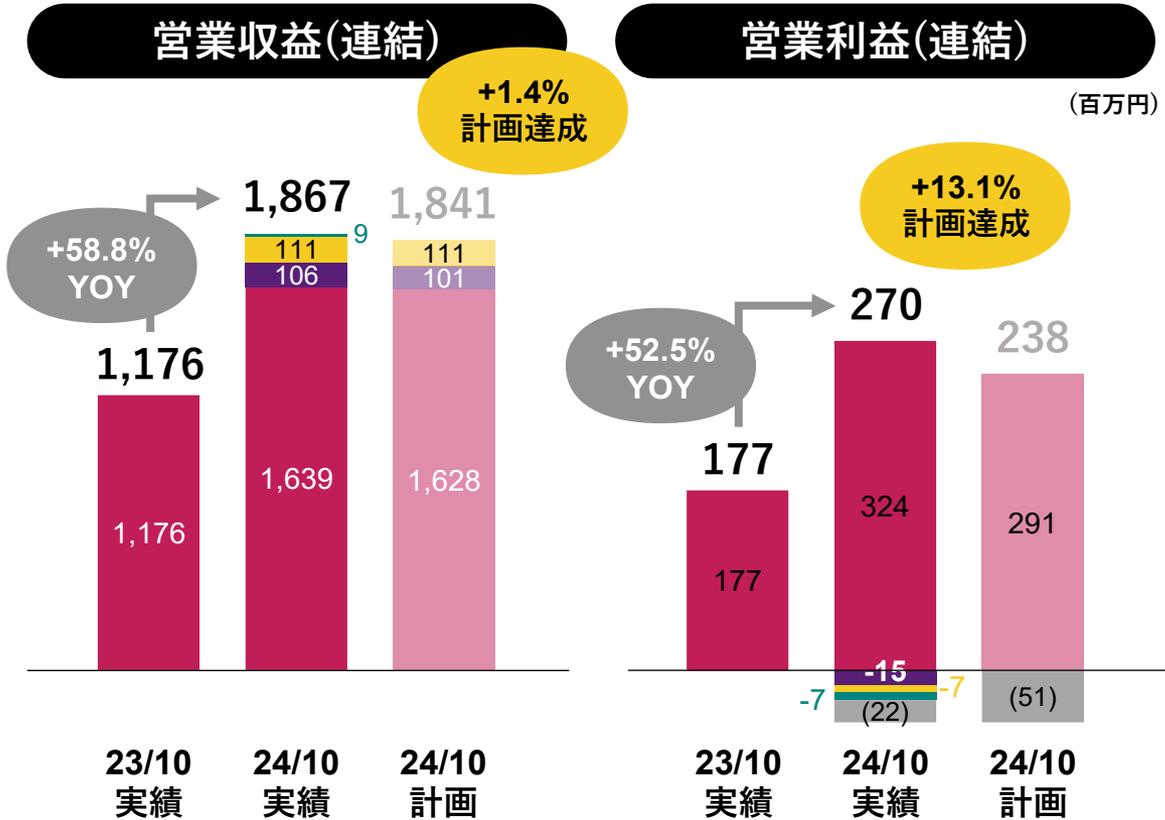
(%は計画比)

グループ全体の導入施設数

8,037 施設

2024年10月期結果（連結）

- 営業収益：1,867百万円、YoY+58.8%、通期計画対比+1.4%達成
- 営業利益：270百万円、YoY+52.5%、通期計画対比+13.1%達成



(百万円)

営業収益	実績 24/10	YoY	計画比
tripla単体	1,639	+39.4%	+0.7%
BookandLink※2	106	-	+5.5%
Surehigh	111	-	▲0.4%
Endurance	9	-	-※3
合計	1,867	+58.8%	+1.4%

営業利益	実績 24/10	YoY	計画比
tripla単体	324	+83.2%	+11.3%
BookandLink※2	▲15	-	-※4
Surehigh	▲7	-	-※4
Endurance	▲7	-	-※3
M&A費用等	▲22	-	-※5
合計	270	+52.5%	+13.1%

※1: 単体上、株式としてB/S計上され、連結P/Lで費用化されるM&AのDD、Valuation Reportに関連する費用等。

※2: BOOKANDLINK PTE. LTD.及びインドネシア事業を担う子会社SURYA JAGAT MANDIRIの業績。

※3: Enduranceは、M&A成立前に2024年10月期予算を公表しているため、通期計画には含めていない。

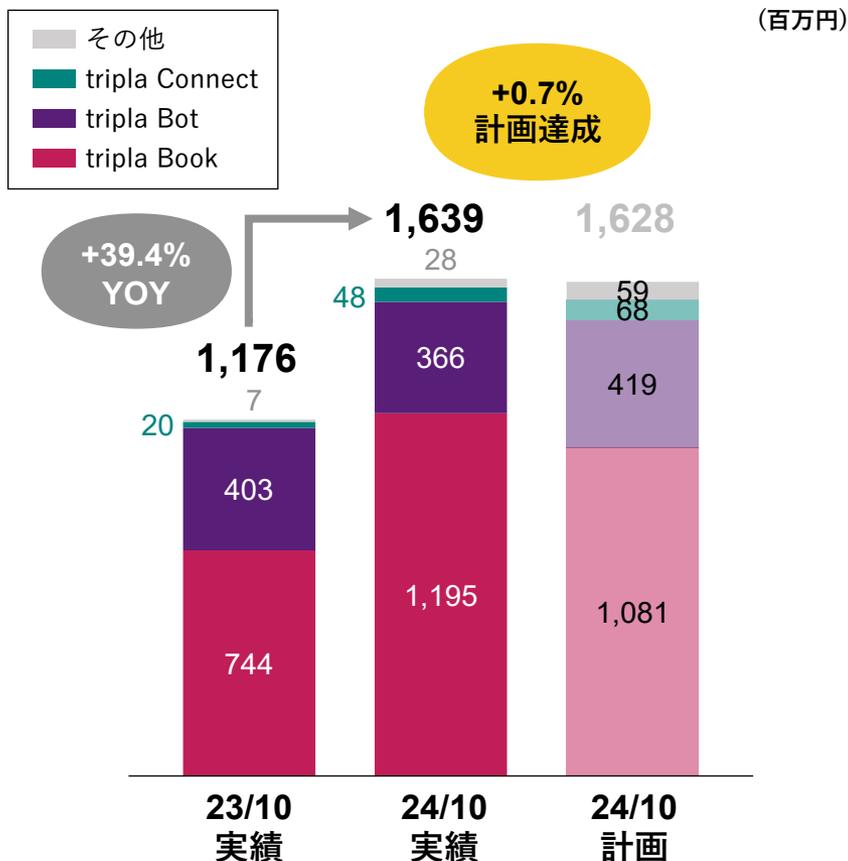
※4: 通期計画において▲0百万円を計画。

※5: 業績予想▲51百万円に対し、実績▲22百万円。

2024年10月期結果 (単体・営業収益)

- 営業収益：1,639百万円、YoY+39.4%、通期計画対比+0.7%達成
- tripla Bookの従量収益が大きく牽引

営業収益(連結)



(百万円)

営業収益	実績 24/10	YoY	計画比
tripla Book	1,195	+60.6%	+10.6%
tripla Bot	366	▲9.1%	▲12.5%
tripla Connect	48	+132.8%	▲29.0%
その他	28	+284.5%	▲51.4%
合計	1,639	+39.4%	+0.7%

tripla Bookの補足説明(計画対比)

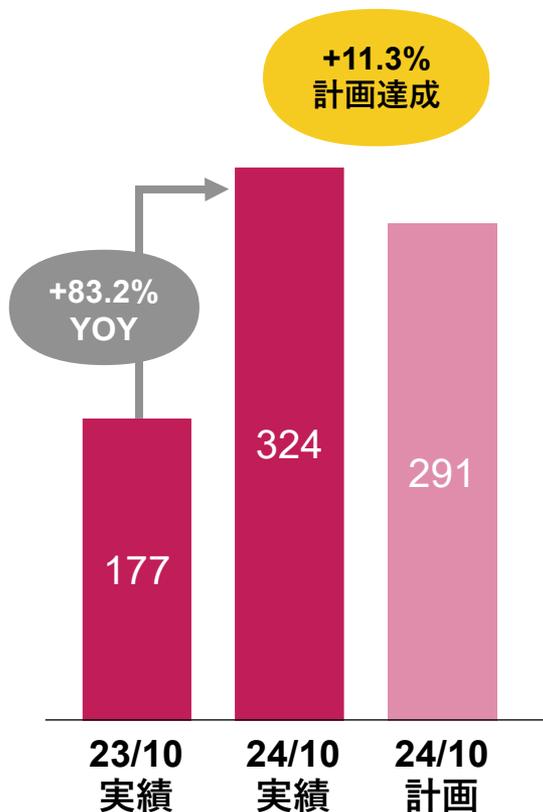
通期計画対比 +114百万円 +10.6%
 固定収益は概ね計画どおりで着地し、従量収益が大きく伸長。

- ・ 固定収益 ▲17百万円 ▲4.5%
 (計画375百万円→実績358百万円)
- ・ 従量収益 +131百万円 +18.6%
 (計画706百万円→実績837百万円)

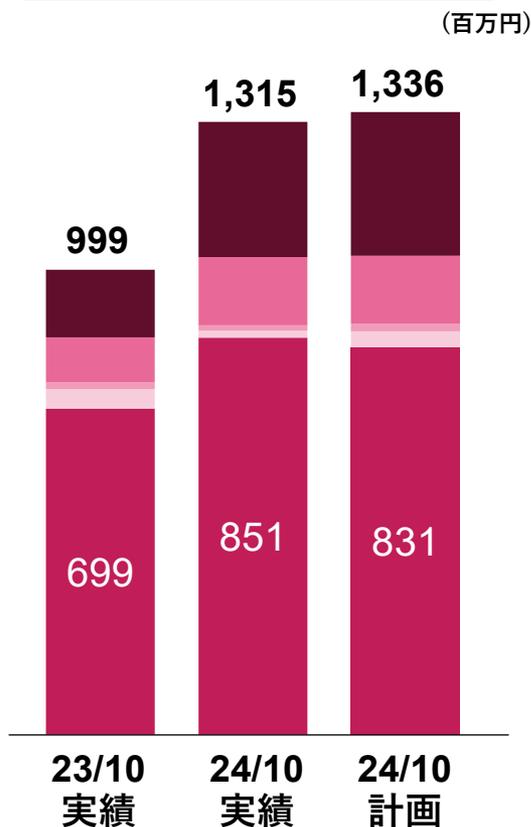
2024年10月期結果 (単体・営業利益)

- 営業利益：324百万円、YoY+83.2%、通期計画対比+11.3%

営業利益(単体)



営業費用(単体)



(百万円)

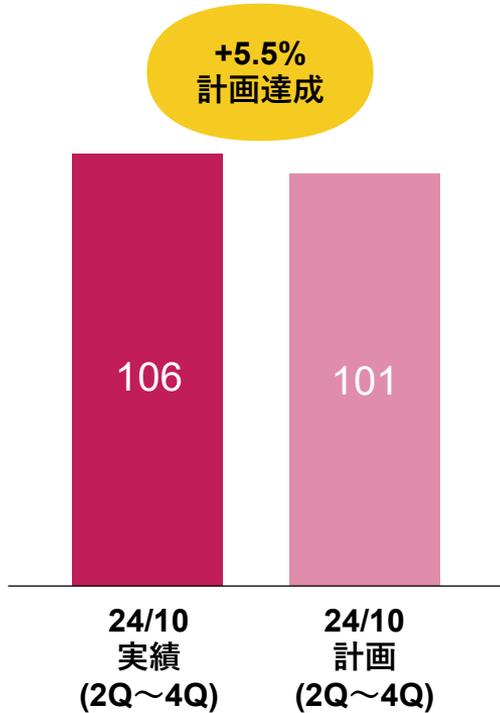
営業費用内訳	実績 24/10	計画 24/10	計画比
人件費 ※1	851	831	+20
採用費	15	34	▲19
広告宣伝費	12	16	▲4
通信費	146	146	▲0
その他	290	308	▲18
合計	1,315	1,336	▲21

※1: 人件費は給与手当、法定福利費の他、福利厚生費、業務委託費、株式報酬費用等も含めて集計。

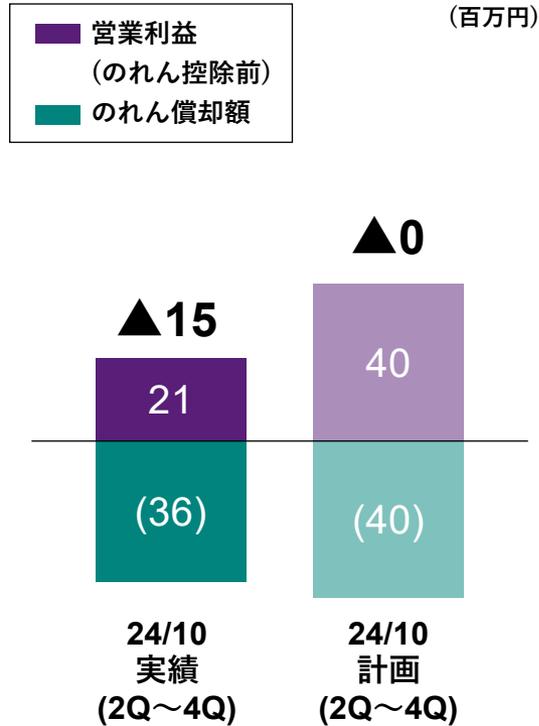
2024年10月期結果 (BookandLink)

- 営業収益：通期計画対比+5.5%達成。

営業収益(BookandLink※1)



営業利益(BookandLink※1)



営業収益

通期計画対比 +5百万円(+5.5%)

期末施設数: 3,306施設
(2023年10月末: 2,598施設 +708施設)

営業利益(のれん控除後)

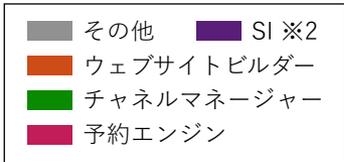
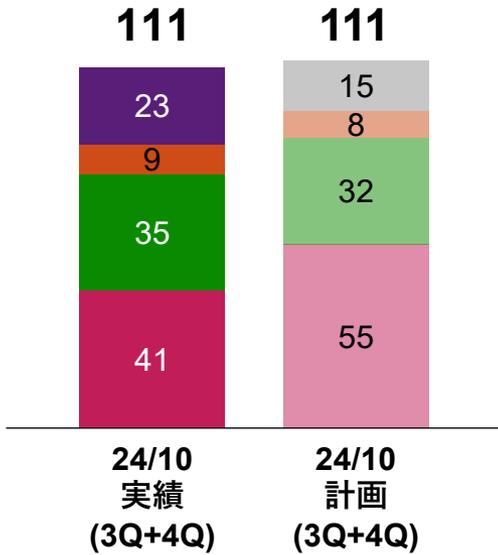
▲15百万円
グループ全体のコスト最適化のため、全社のための開発をインドネシアで実施

※1: BOOKANDLINK PTE. LTD.及びインドネシア事業を担う子会社SURYA JAGAT MANDIRIの業績。

2024年10月期結果 (Surehigh)

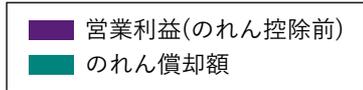
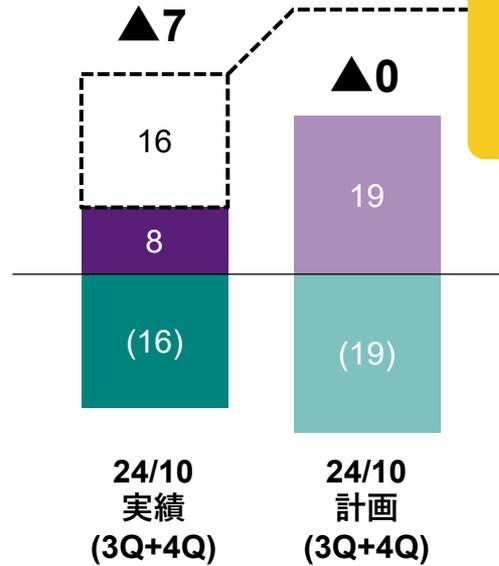
- 営業収益は概ね通期計画どおりで着地。
- 経常利益は黒字転換&通期計画達成し、グループ利益に貢献。

営業収益(Surehigh※1)



営業利益(Surehigh※1)

(百万円)



経常利益は通期計画達成
営業外収益16百万円(政府補助金)により、
経常利益(のれん控除後)8百万円
※通期計画は赤字

営業収益

4Q末施設数: 1,421施設 ※3
(2023年10月末: 1,228施設 +193施設)

予約エンジンは現状、Surehigh社で
M&A前に開発したez hotelによる収益
が大半であるが、今後はtripla Bookへ
の置き換えを進めていく方針。

営業利益(のれん控除後)

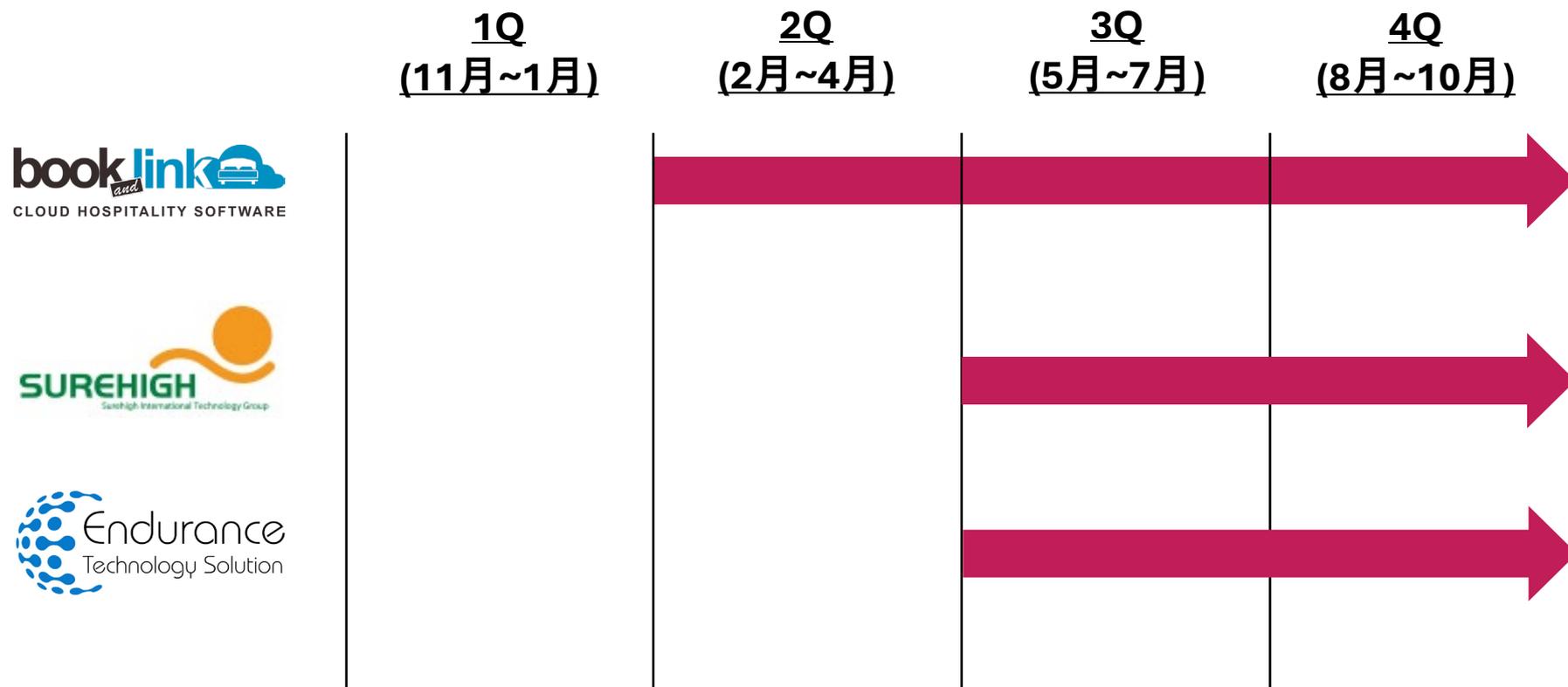
▲7百万円
M&A後の統合作業及び収益獲得のため
のコスト増等によるもの。

※1: Surehigh International Technology Inc.及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.の業績

※2: System Integrationの一時的な営業収益

※3: 何らかのサービスが導入されている施設の数

2024年10月期2Q以降、各子会社のP/L連結開始



- BookandLinkは、2024年10月期2QからP/Lを連結済。
- Surehighは、2024年10月期3QからP/Lを連結済。
- Endurance(シンガポール法人)は、2024年10月期3QからP/Lを連結

2024年10月期 業績概要(連結・内訳)

- 営業収益：YoY+58.8%、通期計画対比+1.4%
- 営業利益：YoY+52.5%、通期計画対比+13.1%

(千円)

	2024年10月期 通期実績 【単体】	BookandLink ※1	Surehigh ※2	Endurance ※3	その他 連結による 修正等	2024年10月期 実績 【連結】	2024年10月期 通期計画 【連結】	2024年10月期 通期計画対比 【連結】
営業収益	1,639,787	106,645	111,511	9,415	-	1,867,358	1,841,122	+26,235 (+1.4%)
営業収益成長率	+39.4%	-	-	-	-	+58.8%	+56.5%	-
営業費用 (のれん償却額※4を除)	1,315,360	85,470	102,892	12,616	22,895※6	1,539,234	1,541,941	▲2,707
のれん償却額※4	-	36,639	16,559	4,797	-	57,996	60,254	▲2,258
営業利益 (のれん償却額※4控除後)	324,426	▲15,464	▲7,940	▲7,998	▲22,895	270,127	238,926	+31,201 (+13.1%)
営業利益率	19.8%	▲14.5%	▲7.1%	▲85.0%	-	14.5%	13.0%	-
経常利益	284,453	▲17,350	8,973	▲7,083	▲22,772	246,220	227,147	+19,072 (+8.4%)
当期純利益	264,228	▲24,763	8,973	▲7,063	▲23,843	217,532	181,944	+35,587 (+19.6%)
親会社株主に帰属する 当期純利益 ※5	-	-	-	-	-	209,347	165,498	+43,849 (+26.5%)

※1: BOOKANDLINK PTE. LTD.及びインドネシア事業を担う子会社SURYA JAGAT MANDIRIの業績。

※2: Surehigh International Technology Inc.及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.の業績。

※3: ENDURANCE TECHNOLOGY SOLUTION PTE. LTD.(シンガポール法人)の業績。

※4: のれん償却額及び買収により取得した無形資産の償却費の合計。

※5: 「当期純利益」と「親会社株主に帰属する当期純利益」の差額は、BookandLink社の非支配株主であるDBJに帰属する損益及びSurehighの非支配株主に帰属する損益。

※6: Surehigh、Endurance等の株式取得にあたり、DD、Valuation、契約書作成等に要した費用等24,110千円等。BookandLink社の主たる費用については期首利益剰余金の調整による。

2024年10月期 業績概要(単体)

- 営業収益：YoY+39.4%、通期計画対比+0.7%。 tripla Bookが大きく貢献。
- 営業利益：YoY+83.2%、通期計画対比+11.3%。 営業利益率は約20%に向上。

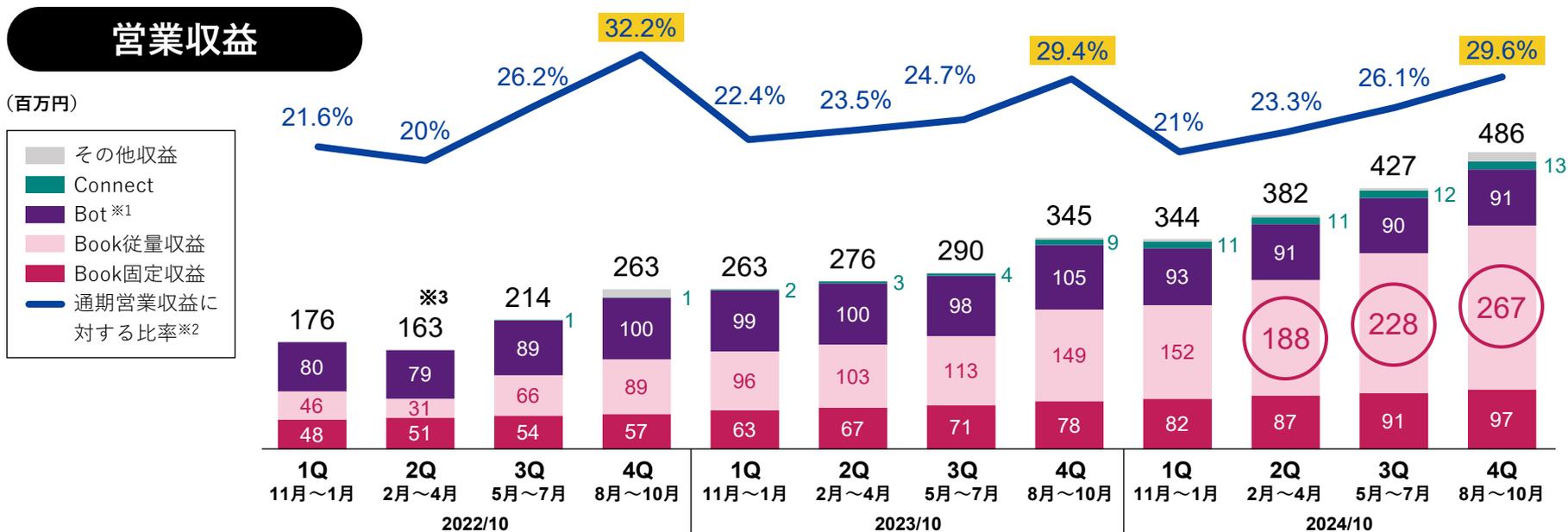
(千円)

	2023年10月期 通期 実績	2024年10月期 通期 計画	2024年10月期 通期 実績	2024年10月期 前事業年度比 YoY	2024年10月期 通期計画 対比
営業収益	1,176,209	1,628,081	1,639,787	+39.4%	+0.7%
tripla Book	744,706	1,081,523	1,195,996	+60.6%	+10.6%
tripla Bot	403,175	419,065	366,505	▲9.1%	▲12.5%
tripla Connect	20,854	68,355	48,551	+132.8%	▲29.0%
その他	7,472	59,138	28,734	+284.5%	▲51.4%
営業収益成長率	+43.8%	+38.4%	+39.4%	—	—
解約率_tripla Book ※1	0.4%	—	0.4%	—	—
解約率_tripla Bot ※1	0.5%	—	0.7%	—	—
営業利益	177,115	291,566	324,426	+83.2%	+11.3%
営業利益率	15.1%	17.9%	19.8%	—	—
経常利益	166,692	279,787	284,453	+70.6%	+1.7%
当期純利益	165,987	242,574	264,228	+59.2%	+8.9%

※1: 月次平均解約率

四半期ごとの営業収益の偏重(単体)

- 2024年10月期も例年どおり4Q偏重の傾向。
- 2Q以降、宿泊従量の増加に加え、決済従量収益の増加に注力。



- Book固定収益はtripla Bookの施設数の増加とともに増加。
- Book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。
- Botは固定収益と変動的な収益の両方があり、施設数の増加、季節性により影響。 ※1

※1: tripla Botは固定収益のみのプランと、固定収益と変動的な収益によって構成されるプランの双方があり季節性があるものの、固定収益のプランに移行を進めておりプラン移行によって内訳が変更される。ミスリードを防ぐため、2024年10月期より、「固定収益」と「変動収益」として区分していたものを一括して表示。

※2: 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、2024年10月期は通期の営業収益(単体P/L)1,639百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率。

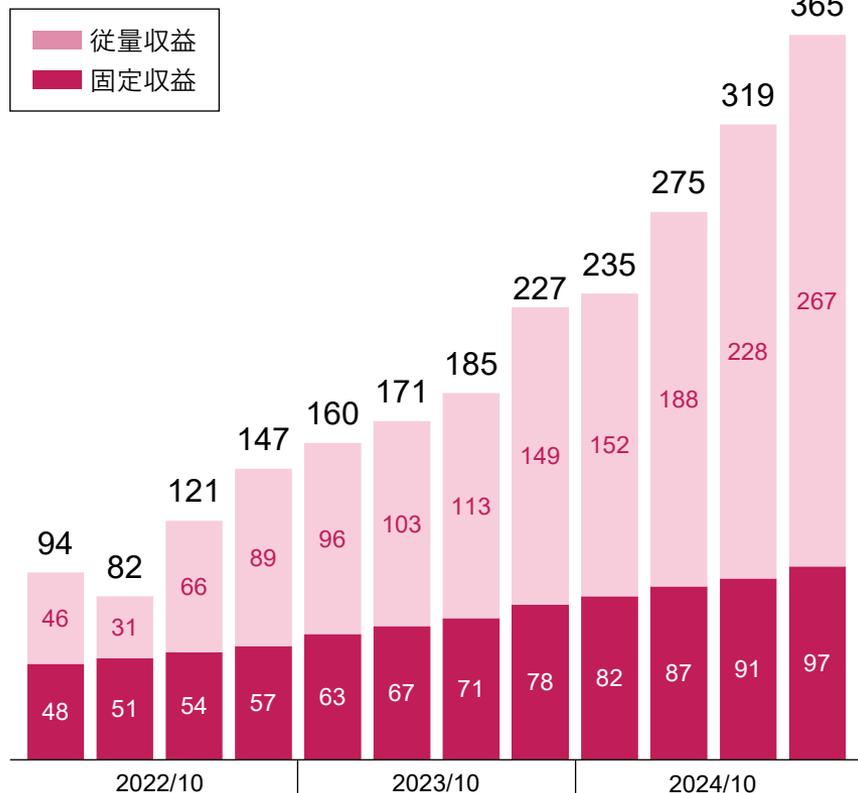
※3: 2022年10月期2QはCOVID-19禍オミクロン株のまん延により旅行需要が減退し、営業収益が悪化。

営業収益-セグメント別 (単体・tripla Book)

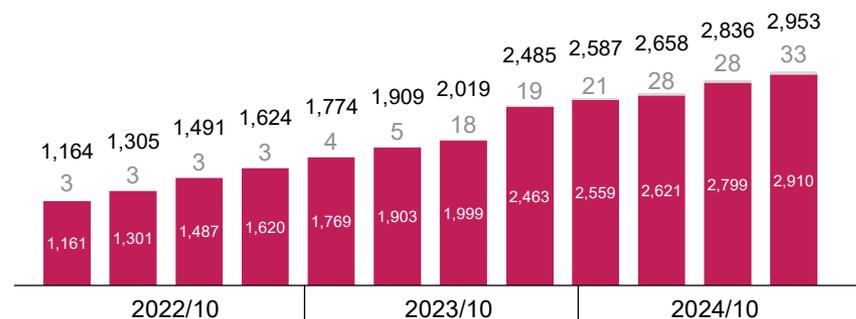
導入施設数は+468施設増加し2,953施設。取扱高(GMV)、take rateが向上した結果、1Q<2Q<3Q<4Qと従量収益は大きく成長。

Book営業収益 ※1

(百万円)

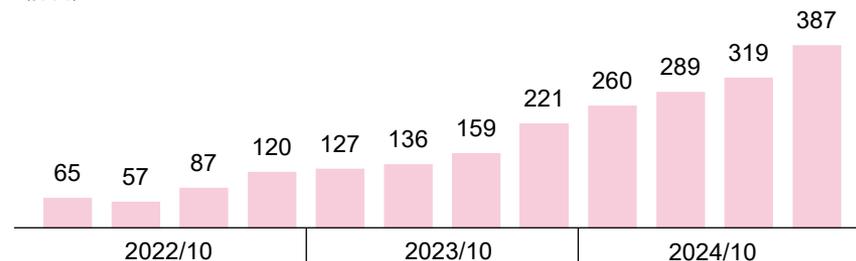


導入施設数 ※2



取扱高(GMV)

(億円)



Book従量収益の収益構造とtake rate

- 4Qのtake rateは2Q、3Qを超え1.17%。
- 宿泊従量、決済従量の双方が好調。

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

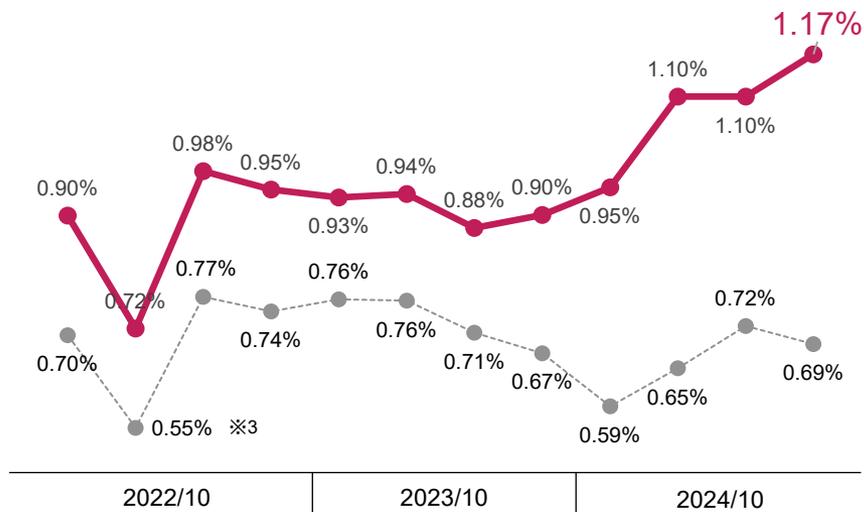
※1: Gross Merchandise Valueの略。

※2: 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(月毎)を原則とする。また、コロナ禍の場合は当該期間を外して算定、契約時に決定しその後の変更は行っていない。

※3: 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。

※4: 一部の大口顧客等に対しての特殊な条件での契約により、「宿泊従量課金」による営業収益が発生しないGMV。「決済従量課金」による営業収益は発生。

従量収益のtake rate推移



— Net GMVに対するtake rate
 = (宿泊従量課金による収益+決済従量課金による収益) ÷
 (GMV - 宿泊従量課金の対象でないGMV ※4)

- - - GMVに対するtake rate(ご参考)
 = (宿泊従量課金による収益+決済従量課金による収益) ÷ GMV

triplaは下期偏重型の収益モデルである理由

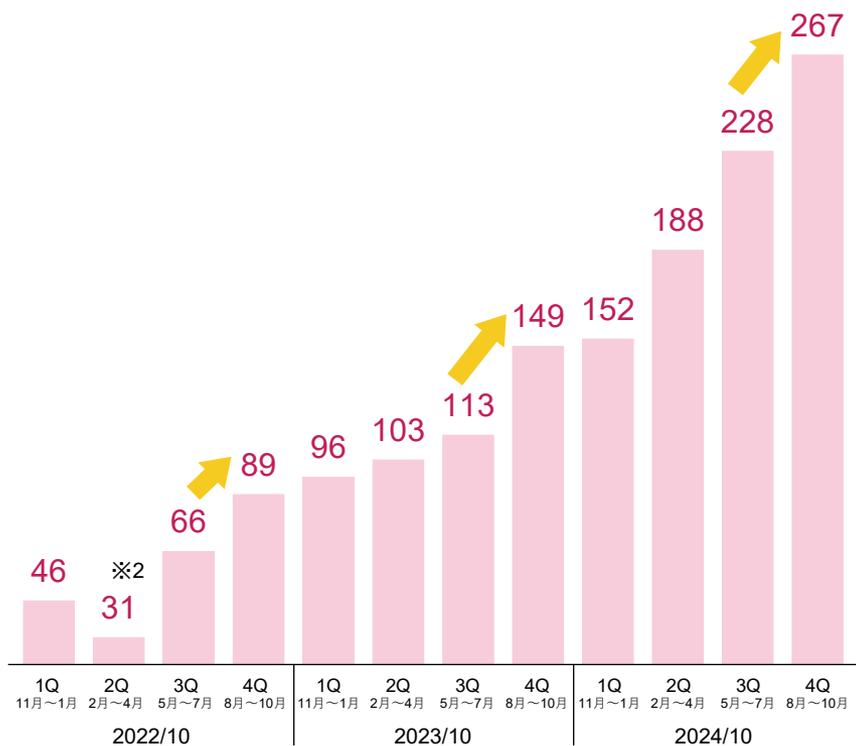
- 1** 固定収益は、サブスクリプションモデルであるため、
施設数の積み上げにより増加
1Q < 2Q < 3Q < 4Q という傾向
- 2** 従量収益は、季節性の影響により、
8月を含む第4四半期に増加する傾向
後述「Book従量収益の季節性について」ご参考

Book従量収益の季節性について

- 4Qは市場の宿泊者数も大きく伸び、当社の従量収益はそれ以上に大きく増加。
- 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。

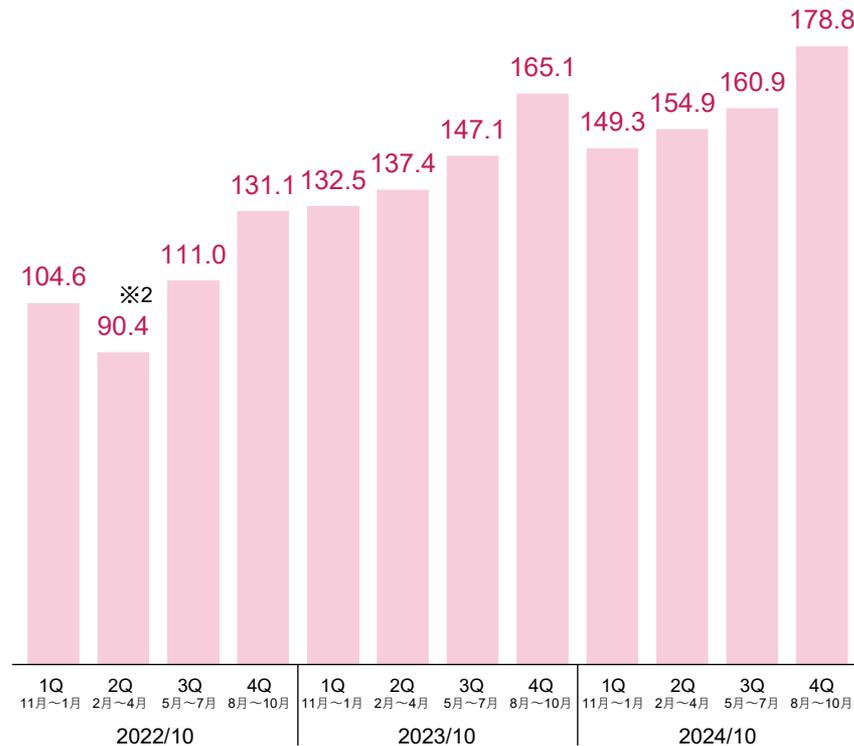
当社の従量収益

(百万人)



宿泊者数(市場全体・観光庁統計より ※1)

(百万人)



※1: 観光庁統計については、直近データは1次速報値を用いており、その後、確定値へと変更しているため、過去の決算説明資料の記載の数値から変更有。

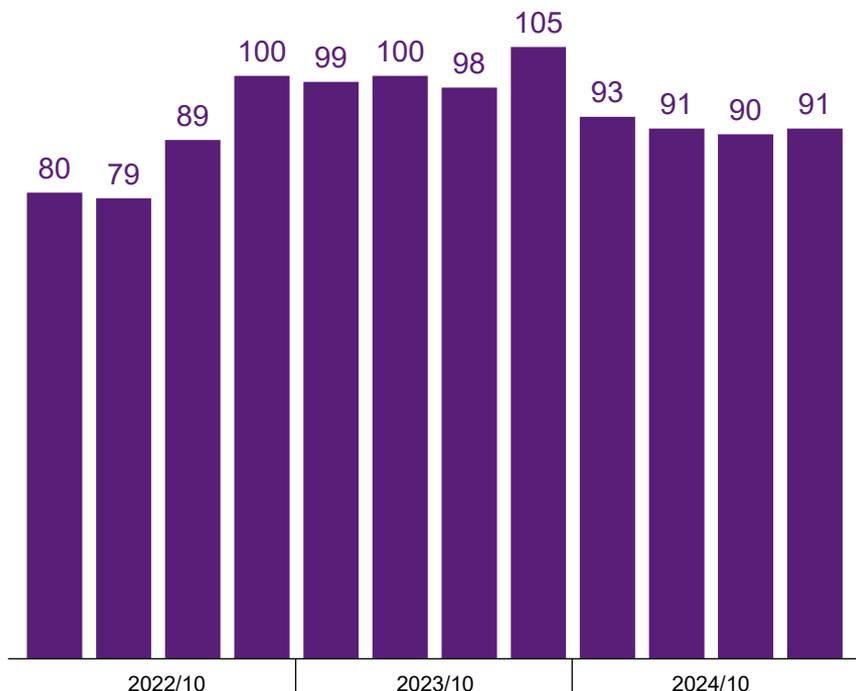
※2: 2022年10月期2Qはコロナ禍オミクロン株のまん延により旅行需要が減退し、収益が悪化したもの。

営業収益-セグメント別(単体・tripla Bot)

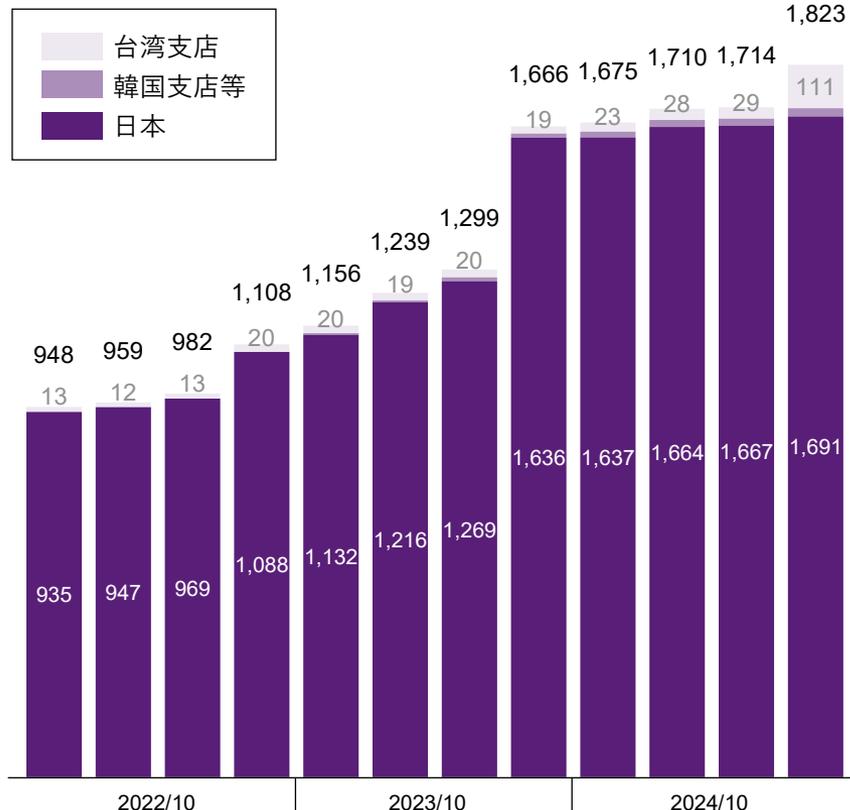
前期末から純増157施設※¹(獲得295施設、解約138施設)。サービス、機能の強化により改善実施。

Bot営業収益 ※²

(百万円)



導入施設数 ※¹



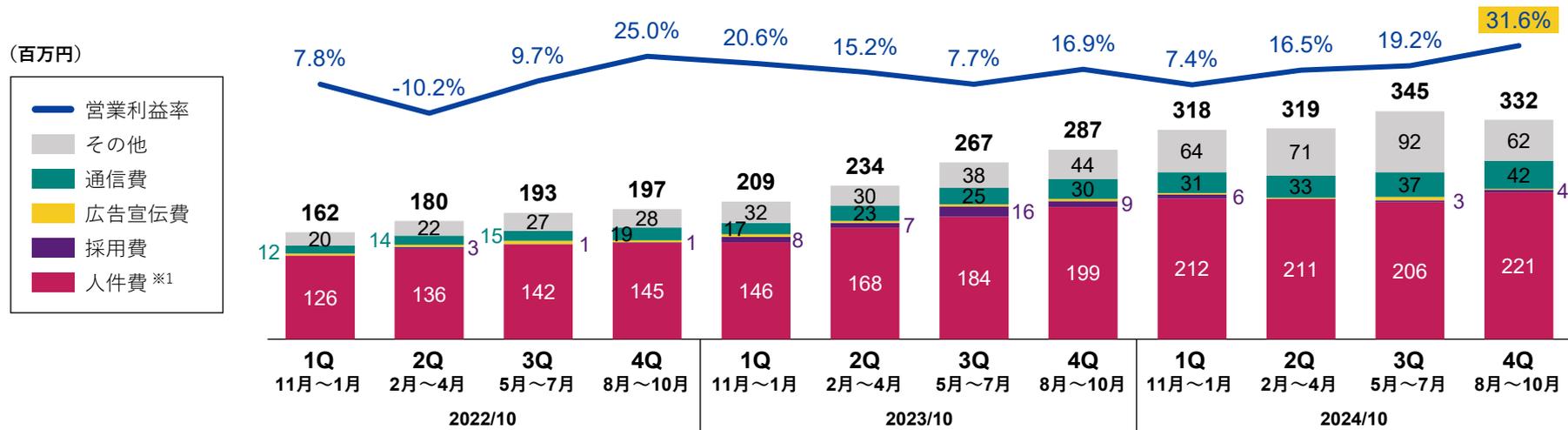
※¹: 2024年10月末の内訳としては日本1,691施設、台湾支店分111施設、韓国支店等21施設。

純増+157施設の内、+82施設が台湾支店分。台湾支店分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾での施設増の影響は含まれない。

※²: 日本の収益が大半を占めるため台湾支店、韓国支店分等も含め単体として一括表示。

四半期ごとの営業費用の推移(単体)

営業費用抑制により営業利益率30%まで向上。



従業員数※2 (エンジニア等人数※3)	2022/10 1Q (11月~1月)	2022/10 2Q (2月~4月)	2022/10 3Q (5月~7月)	2022/10 4Q (8月~10月)	2023/10 1Q (11月~1月)	2023/10 2Q (2月~4月)	2023/10 3Q (5月~7月)	2023/10 4Q (8月~10月)	2024/10 1Q (11月~1月)	2024/10 2Q (2月~4月)	2024/10 3Q (5月~7月)	2024/10 4Q (8月~10月)
	67人 (23人)	68人 (23人)	70人 (26人)	70人 (26人)	74人 (28人)	83人 (34人)	89人 (38人)	90人 (38人)	93人 (44人) ※2	89人 (42人) ※2	91人 (43人) ※2	92人 (43人) ※2

- 人件費※1は2023年10月期は新サービス・機能開発のためエンジニア等の積極的な採用を実施。2023年10月期4Q→2024年10月期1Qの増加+13百万円の内訳は、オペレーター業務の外注化により2024年10月期1Q+6百万円、SO付与による株式報酬費用+4百万円等の人員増以外の要因を含む。2024年10月期1Q→2Q→3Qの減少要因は期中退職による単体人員減であるが海外子会社を拡大しグループのコスト最適化を実現。
- 採用は、2023年10月期に20名の従業員が増加したが、2024年10月期は純増2名と微増となり、採用費も抑制。
- 広告宣伝費は計画以内で推移。
- 通信費はサーバ代等を含み、顧客の増加に伴って増える傾向(比例的ではない)。
- その他は、海外展開関連(M&A及び事業展開における支払報酬等)、オフィス移転等が発生により増加。2Q→3Qはチャージバック+11百万円発生するも4Qで減少に成功。
- 営業費用は、営業収益と異なり、当社特有の季節性の要因はなし。

※1: 人件費は給与手当、法定福利費の他、福利厚生費、業務委託費、株式報酬費用等も含めて集計。
 ※2: 従業員数は臨時雇用者を除く。2024年10月期より出向者を受け入れており出向者数除めた人員数(出向者の数は2024年10月期1Q:2名、2Q:2名、3Q:5名、4Q:4名で全員エンジニア)。
 ※3: 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。

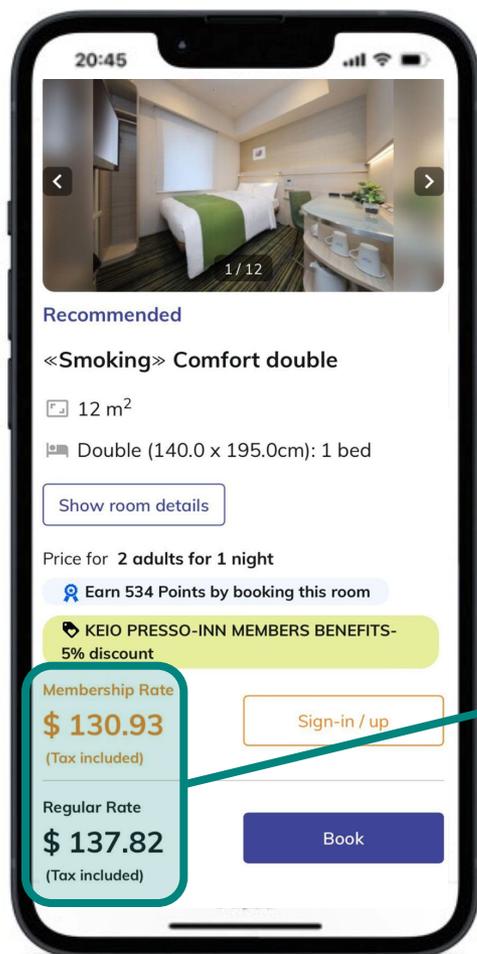
旅行代理店サービス「tripla.ai」



主たる特徴

- 手数料不要で「tripla.ai」への掲載が可能となり、販売経路が増える
- 検索機能にAIを組み込むことで、宿泊者は要望に沿った宿泊施設を見つけやすくなる。

No-Show・キャンセル対策を行った上でインバウンドを直販化
多通貨決済導入前後で海外ユーザーの予約CVRが2倍に向上



外国語対応機能

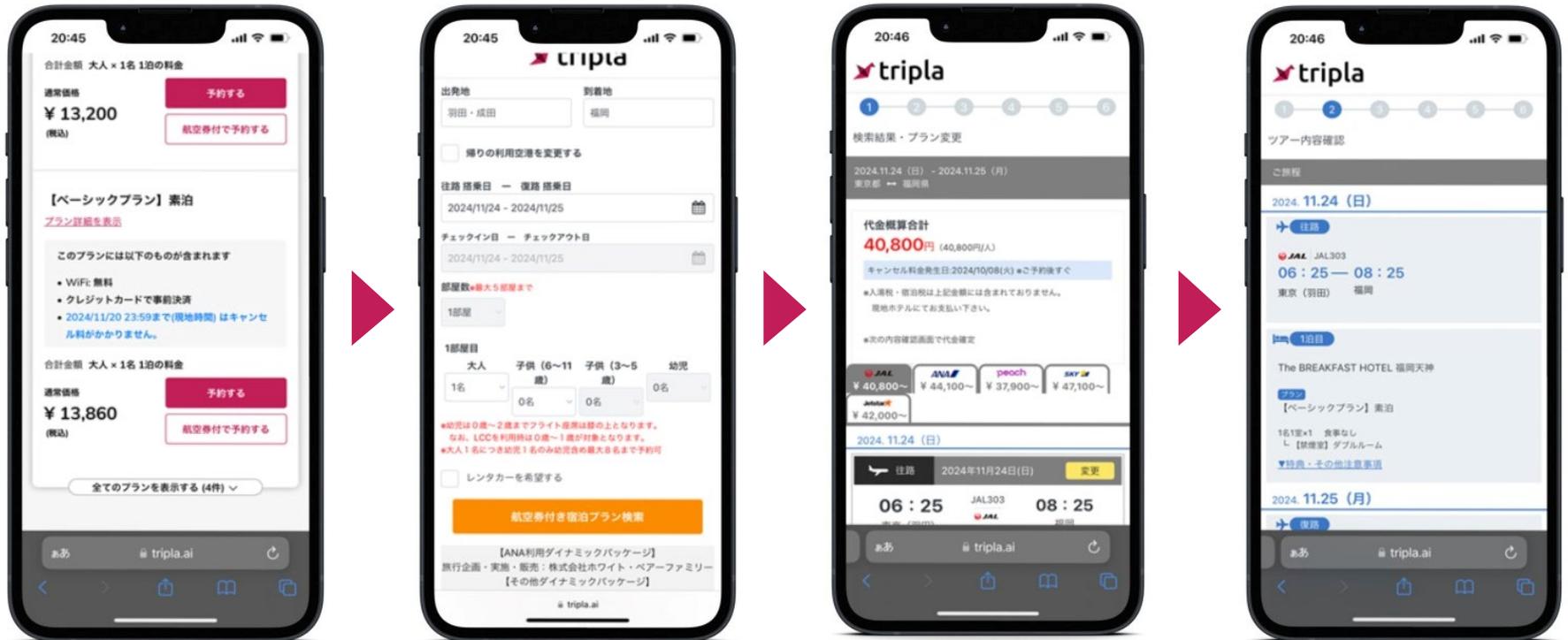
- 7言語対応(英/韓/中繁/中簡/タイ/インドネシア/アラビア)
- 多通貨決済 (約140通貨に対応)
- ユーザーにあわせて表示言語を自動切替
- 外国語のみ事前カード決済必須に設定可能
- 部屋タイプ名・プラン名をネイティブ翻訳
- プランの売り分け (日本語・外国語)

通貨選択

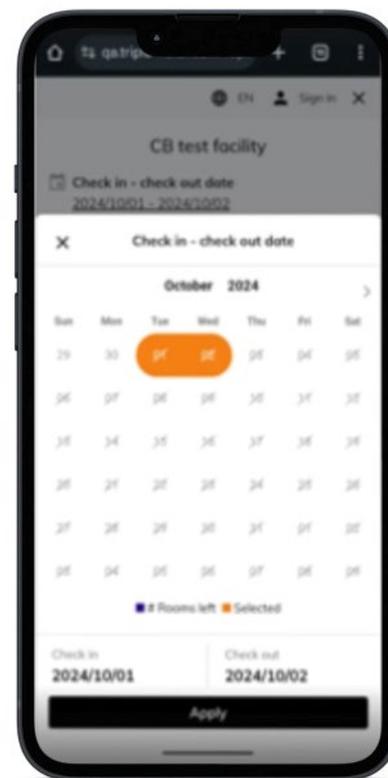
通貨を選択してください。日本円以外を選択すると、支払方法はクレジットカードに限定されます。

\$ 米ドル	✓	AED U.A.E ディルハム	ARS アルゼンチン・ペソ	£ イギリス・ポンド
INR インド・ルピー		IDR インドネシア・ルピア	₹ ウォン	AUD オーストラリア・ドル
QAR カタリ・リヤル		CAD カナダ・ドル	SAR サウジアラビア・リヤル	SGD シンガポール・ドル
CHF スイス・フラン		SEK スウェーデン・クロナ	LKR スリランカ・ルピー	THB タイ・バーツ
CZK チェコ・コルナ		DKK デンマーク・クローネ	NZD ニュージーランド・ドル	NT\$ ニュー台湾ドル

航空券付き予約も公式HPで完結 - ダイナミックパッケージ機能
 これまでのWBF画面への遷移からtripla.ai内でダイナミックパッケージを展開開始



「tripla Bot」がメッセージングアプリ「WhatsApp」と連携
 既存のLINE・FB Messengerに加え、世界で20億人が利用するWhatsAppと新たに連携



補足:
<https://tripla.io/2024/10/17/triplabot-whatsapp/>
<https://about.meta.com/brand/resources/whatsapp/whatsapp-brand/>

セグメントを切ってLINE・Facebookメッセージャーで配信

LINE未読者にセグメントを切ってスケジュール配信もできるため広くお客様にリーチ

SNSブロードキャスト

SNSブロードキャスト / 【CSテンプレート4】メルマガ未開封ユーザーにLINE_【会員登録キャンペーン】OOホテル

タイトル
【CSテンプレート4】メルマガ未開封ユーザーにLINE_【会員登録キャンペーン】OOホテル

対象セグメント
yoko-test3 (メルマガ未開... 該当ユーザー数: 7)

チャンネル
 LINE
 Facebookメッセージャー

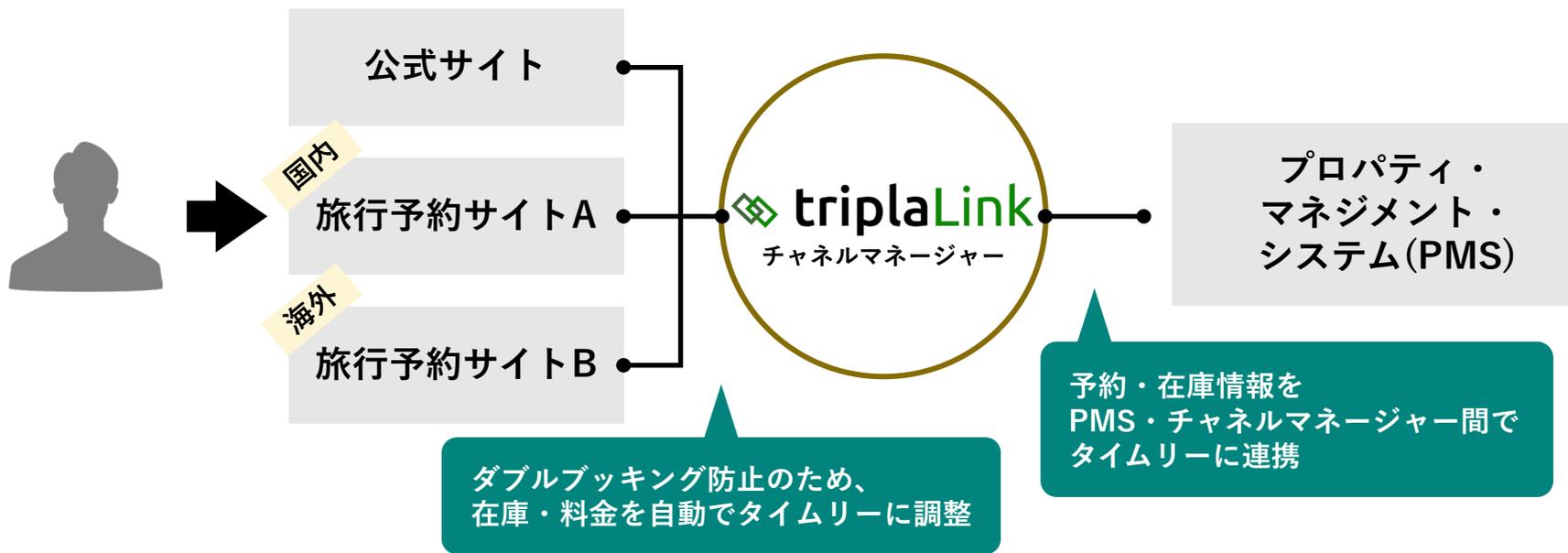
コンテンツ
 画像
 画像を追加

文章
 いつもご利用ありがとうございます。
 OOホテルでは会員様限定特典をご用意しています。
 会員登録...

保存 メッセージ送信



2024年5月末より日本市場でのサービス展開を開始



サービスの特徴

- シームレスな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
- 業界最安水準のプライシング

今後の展開予定

- 韓国も含め、旅行予約サイトとPMSの連携拡充を図る
- 日本市場向けにUI/UXの磨き込みを行う
- バーチャルクレジットカード決済の導入

宿泊施設の滞在中に必要な情報を一元化した旅ナカ専用のwebサービス

お部屋に設置する
フライヤーの作成

ポータルページへ
必要な情報を集約



サービスの特徴

- 滞在中の問い合わせ
対応工数削減
- ペーパーレス化による
効率改善
- 付帯サービスの利用促進
- 会員プログラム紹介・
登録促進
- 多言語対応
(100言語を超えるGoogle翻訳対応)

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

サービスの概要

ホテルの課題

解決策

旅行予約サイト経由の予約率が高く
収益性が低い



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

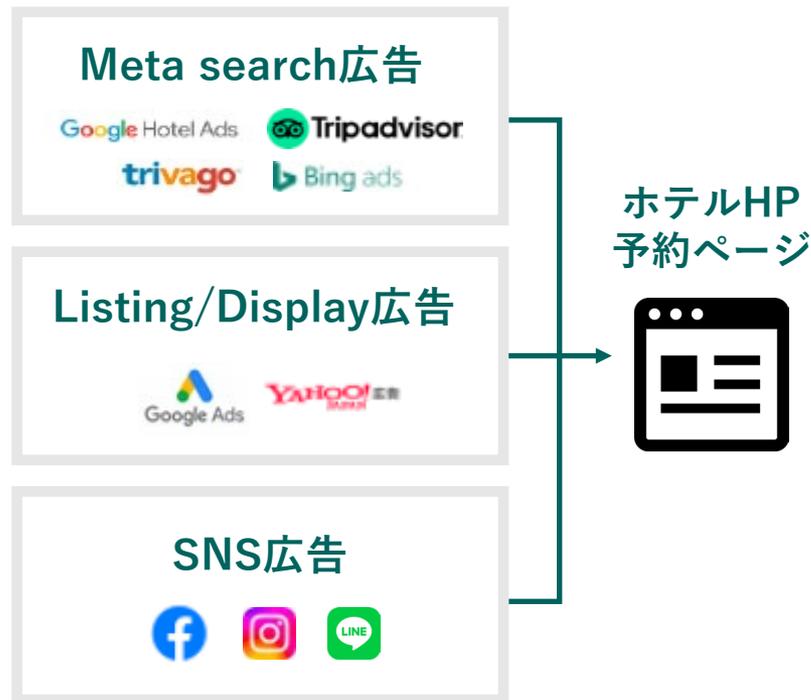


国内外からの集客を
通じて稼働率改善

Web広告人材及び
ノウハウ不足



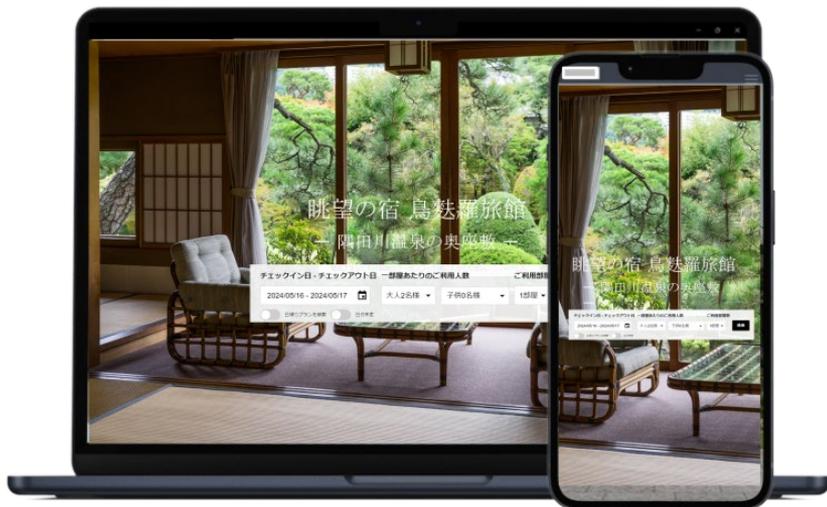
宿泊施設のニーズに
合わせた広告運用の
最適化



誰でも簡単に作成・即時更新可能。

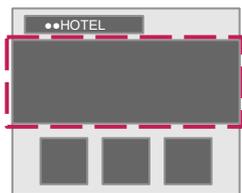
triplaBookなどとの連携でUI/UXを向上し、予約CVRを改善

主な機能



 <p>レスポンス対応 PCページの作成だけで 様々なデバイスに対応</p>	 <p>多言語表示 日・英・中に対応 自動翻訳機能付き</p>	 <p>予約エンジン連携 triplaBookと連携し 検索バー表示も対応 ※別途お申し込みが必要です</p>
 <p>独自ドメイン 既にお持ちの独自 ドメインを設定可能</p>	 <p>SEO対策 検索エンジンで 公式HPを上位表示</p>	 <p>AIボット連携 triplaBotと連携し お問合わせを自動回答 ※別途お申し込みが必要です</p>
 <p>お知らせ発信 お知らせ等の情報を 簡単に設定・即時反映</p>	 <p>SNSリンク instagram/Youtube Facebook/tripadvisor</p>	 <p>GoogleMap連携 位置情報の表示や 経路案内にも対応可能</p>

簡単な操作



編集したい箇所の編集画面から
画像のアップロードと、
テキストを打ち込むだけ

補足: tripla Pageは、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中。

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

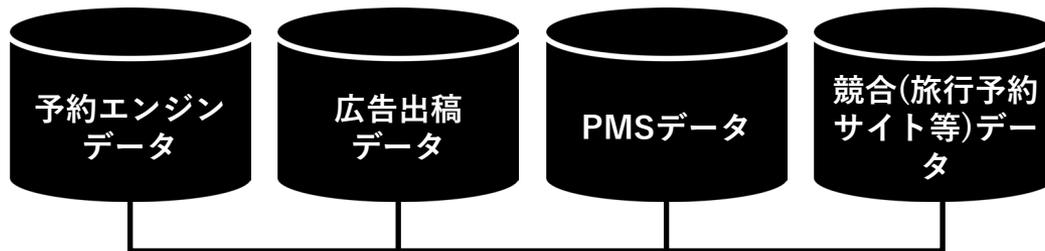
宿泊施設が抱えるお悩み

経営改善のために
データを十分に
活用
できていない…

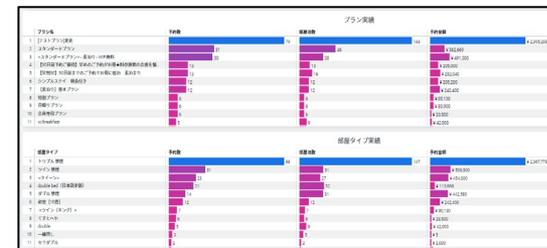
社内の
様々なデータを
加工・編集するのに
大変な手間が
かかっている…

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…

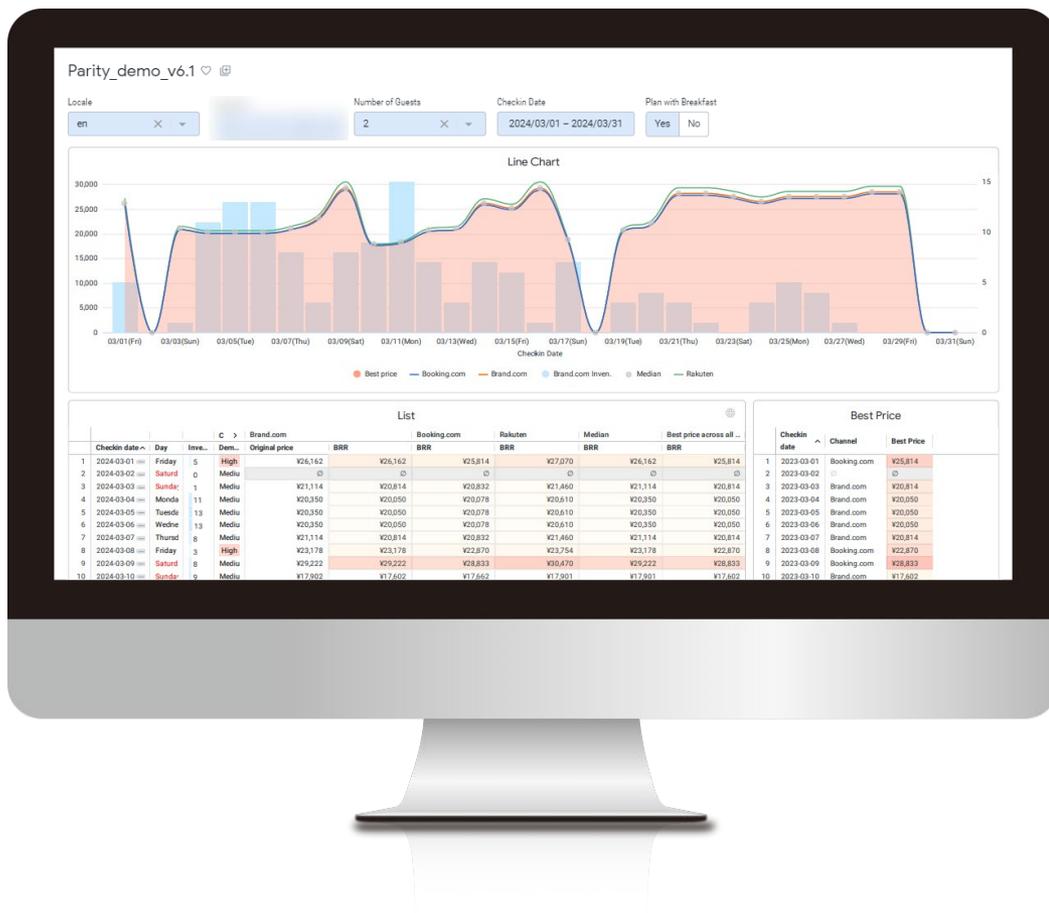
弊社が提供するソリューション (tripla Analytics)



分析基盤をもとに各種ダッシュボードを生成



自社公式サイトと他社旅行サイトの価格を比較できるダッシュボードを提供



閲覧できるデータ

- 自社公式サイトや、OTAサイトの価格の時系列データ
 - ・じゃらん/楽天トラベル
 - ・Booking.com/Agoda
- 検索数等をもとにした予約のデマンドデータ

活用イメージ

- 自社公式サイトとOTAサイトの販売価格を比較し、ベストレート設定の推進
- デマンドと公式サイト在庫を踏まえた、価格プロモーション等のマーケティングの実行

※実際の画面は上記イメージと異なる場合がございます。

弊社のサービス活用に関するお客様のお困りごとを✔ triplaSuccess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 ✔ triplaSuccess



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

宿泊施設の売上及び利益の最大化への寄与

サービス	サービス概要	宿泊施設の売上及び利益への寄与	展開済市場
 triplaPage	ノーコードで宿泊施設に特化した多言語公式サイトが制作できるサービス。	高額なWebサイト構築費用が不要になるため主に 利益 貢献。	日本、台湾
 triplaBoost	宿泊施設向けに広告の運用代行を多言語で対応。	新規顧客に対して広告を活用して集客をかけるため主に 売上 貢献。	日本
 triplaBook	宿泊施設の公式サイト向けの予約エンジン。会員・ポイント・プロモーション機能を備える。	公式サイト予約を最大化させるため 売上 貢献すると共に競争力のある決済料率で 利益 貢献。	日本、台湾、韓国、東南アジア等
 triplaBot	AIがお客様からの質問に回答。公式&主要SNSで回答可能。SNS公式アカウントの運用代行	お客様対応を省人化して 利益 貢献すると共にメッセージAPP経由の集客を拡大して 売上 貢献。	日本、台湾、韓国、東南アジア
 triplaGuide	BotのAdd-onサービスで宿泊施設に滞在時の館内案内や宿泊関連予約&決済も実現	お客様対応や紙面発行費用を削減し 利益 貢献すると共に宿泊関連予約の拡大で 売上 貢献。	日本
 triplaReview	主要OTAからのレビュー投稿のマネジメントツール。	お客様の書き込みに対して効率的に対応ができ 利益 貢献。	東南アジア
 triplaConnect	各種データを統合し、顧客セグメントを切って、セグメント毎にメルマガ等のアクションを実施。	メルマガやメッセージ配信をセグメント毎に実行でき 売上 貢献。	日本、台湾
 triplaPay	メールリンク決済にて宿泊料金・キャンセル料を徴収できるサービス。	これまで徴収できなかったキャンセル料を徴収でき 売上 貢献すると共に料率面で 利益 貢献	日本、東南アジア
 triplaLink	OTA及び公式サイトでの料金と空室在庫を一元管理し、PMSへ予約を連携するサービス。	海外のLOTAと連携で 売上 貢献すると共に国内サイトコントローラーより安価で提供し 利益 貢献。	日本、台湾、東南アジア等
 triplaAnalytics	triplaだけではなくPMSデータも活用して各種宿泊施設の帳票が分析できるBIサービス。	帳票を確認することで機会損失の発見や、最適化を実現し 売上 及び 利益 貢献。	日本
 triplaSuccess	人材不足に対応すべく宿泊施設がWeb集客を実施する際の業務を全て代行するサービス。	OTA掲載・在庫料金調整を専門的に最適化し 利益 貢献。また、機会損失の削減で 売上 貢献。	日本

5/29: triplaカンファレンスを Hilton 台場で初開催

100名以上のお客様に参加いただき tripla のサービス内容をアップデート



10/23-25: ITB Asia (シンガポール) へ4社合同で出展

100社以上の業界関係者とのミーティングを実施しました。



Agenda

会社概要

2024年10月期の振り返り

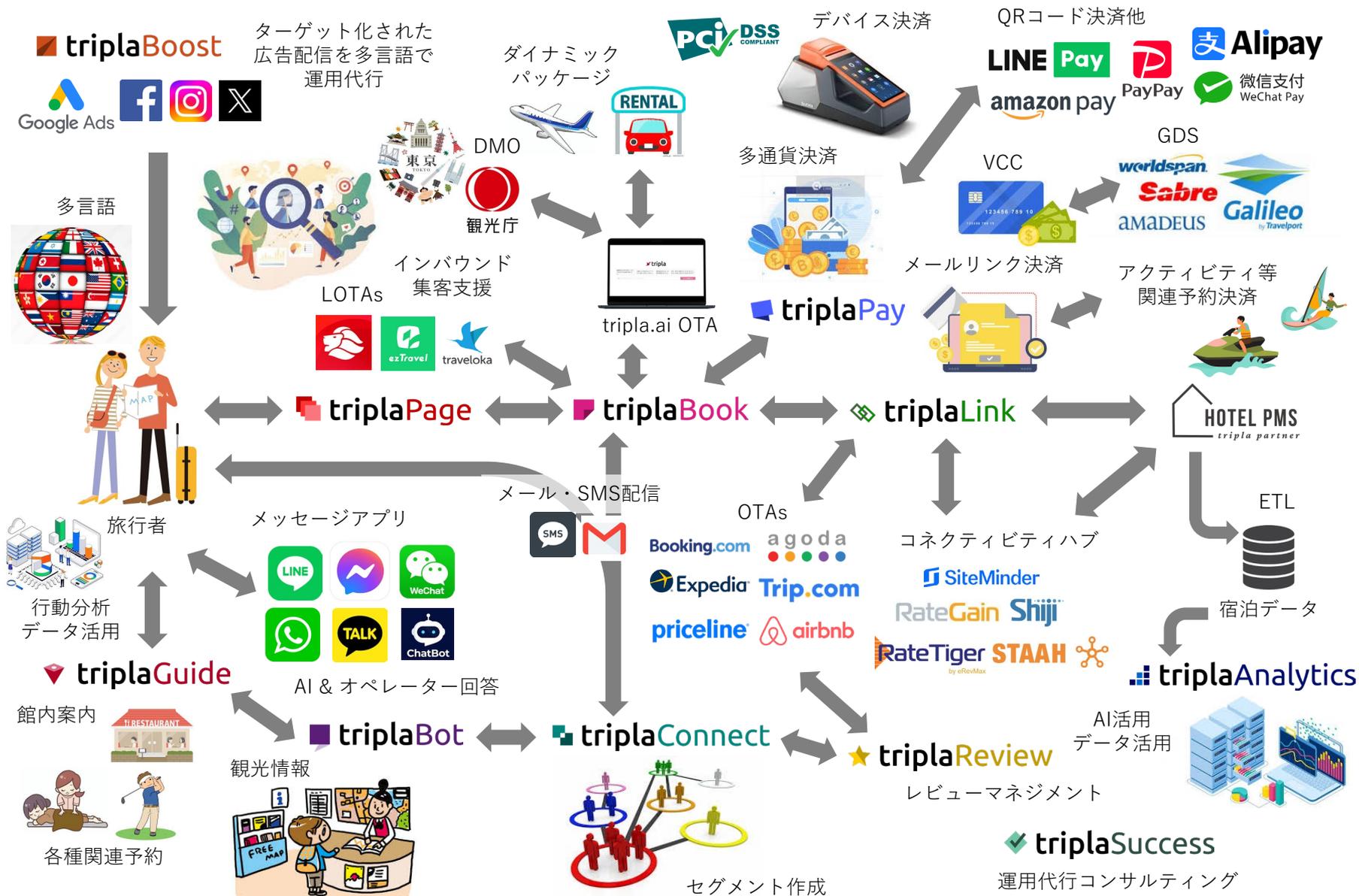
▶ **成長可能性に関する事項**

中期経営計画

リスク情報

Appendix

未来のtripla – サービスイメージ



旅行者のタッチポイントの全てにソリューション提供

アクション 01-03



市場ニーズに応じたサービスの多機能化

- 宿泊業界が求めるITサービスを継続的に提供
- 既存サービスの多機能化を進め高い顧客満足実現を獲得する
- 時代の流れに沿ったサービスの柔軟性を担保

アクション 04-06



海外市場展開の加速

- M&A実行先のPMIを完結しメカニズムを構築
- 海外市場の必要十分条件を理解しサービスの標準でのローカライズ
- アジアパシフィックでの展開国の継続拡大

アクション 07



地域社会の発展支援

- 地方に観光客が訪れる機会を創出すべく費用対効果に見合ったソリューションを提供
- ITサービス利用等の人材&人手不足を補完すべく省人化を実現するサービス&支援の提供
- SDGsに関連する取り組みを推進

アクション 08



人材のグローバル化

- グローバルに活躍できる経営層の充実化
- 展開国の特性を活かして、最適な人材配置でのサービス提供の実施
- 東南アジアで開発人員を拡大しコスト最適化

戦略を実現するアクションプラン

 市場ニーズに応じたサービスの多機能化

-  01. 決済ソリューションの強化と多様化
-  02. 集客&コンバージョンを改善する機能強化
-  03. AIを活用した革新的なDXソリューション

 海外市場展開の加速

-  04. アジアパシフィック中心に事業拡大
-  05. サービスのグローバル化の為に連携強化
-  06. インバウンド主体の新規顧客獲得強化

 地域社会の発展支援

 07. 観光業を取り巻く2つのSDGs目標



The image shows a grid of 17 Sustainable Development Goals (SDGs) icons. The title above the grid is 'SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS'. The icons are arranged in three rows: the first row contains goals 1 through 6, the second row contains goals 7 through 12, and the third row contains goals 13 through 17. Each icon is a small square with a white background and a colored border, containing a white symbol representing the goal. The colors of the icons are: 1 (red), 2 (orange), 3 (green), 4 (red), 5 (pink), 6 (blue), 7 (yellow), 8 (purple), 9 (blue), 10 (purple), 11 (blue), 12 (yellow), 13 (green), 14 (blue), 15 (green), 16 (blue), 17 (blue), and a final multi-colored circle icon.

 人材のグローバル化

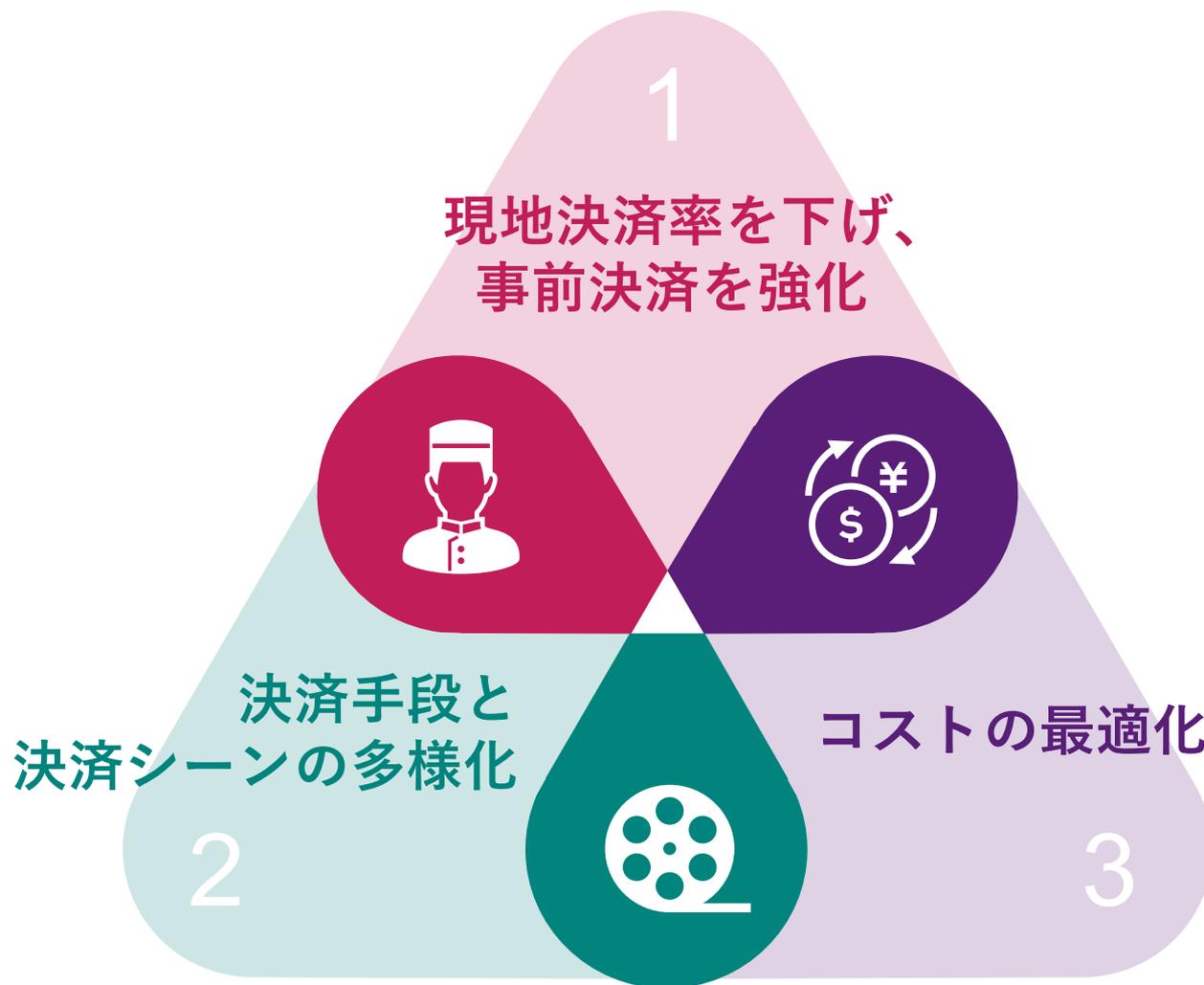
 08. 各国のローカル人材登用でグローバル化



A photograph of five men sitting at a table, smiling. They are dressed in casual business attire. The man on the far left is wearing a dark blue polo shirt. The man next to him is wearing a black t-shirt. The man in the center is wearing a light blue button-down shirt. The man next to him is wearing a white and yellow striped polo shirt. The man on the far right is wearing a grey button-down shirt. They are all looking towards the camera.



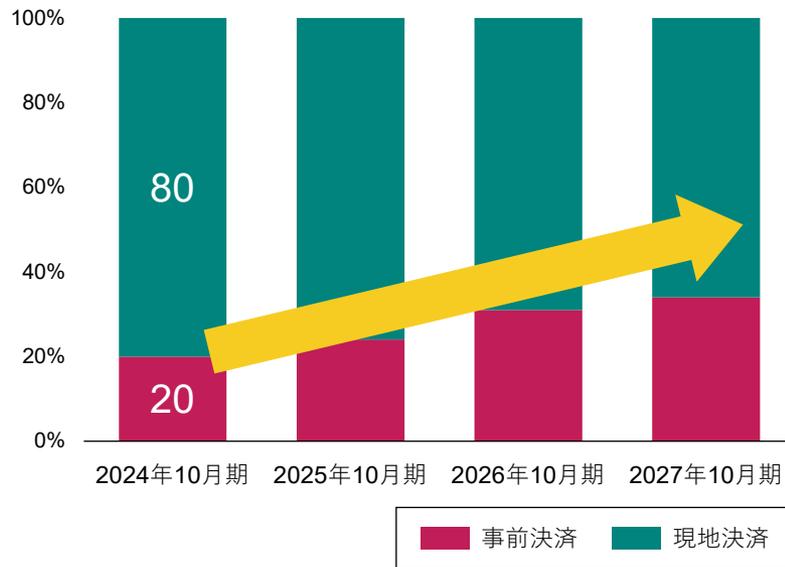
01. 決済ソリューションの強化と多様化





01. 現地決済から事前決済への切り替えを促進していく

20%程度の事前決済比率を35%程度に引き上げ



得られる利点

- ホテルはキャンセル料の取り漏れがなくなり、キャッシュフローが改善する
- triplaは事前決済から得られる従量収益を増加することができる

アクションプラン

事前決済プロモーション

事前決済を選択することで割引が適用

インバウンド客の事前払い

インバウンド観光客はグローバル基準の事前決済を必須にする

支払方法の変更通知

現地決済の予約者へ宿泊日前日に事前支払依頼のメール送信
メールで反応が無いお客様へはSMS送信

支払方法の多様化

支払方法を多様化することで事前払いの利便性を改善



01.決済手段と決済シーンの多様化

現金の代替

決済手段の多様化

多様化

銀行
振込

クレジットカード
非所有者も
事前に支払可能



コンビニ払い



PayPay

日本国内QR決済

LINE Pay

台湾中心

支 Alipay



中国インバウンド
中心

amazon pay

予約時

決済シーンの多様化

チェックアウト

予約からチェックインまで

公式
サイト

現地決済で予約したお客様に対して、
メールやSMSでチェックイン前までに支払を完了依頼

OTA

OTAでの予約時に現地決済を選択したお客様に対して、メールリンクやSMSにて事前決済を **triplaPay** で依頼する

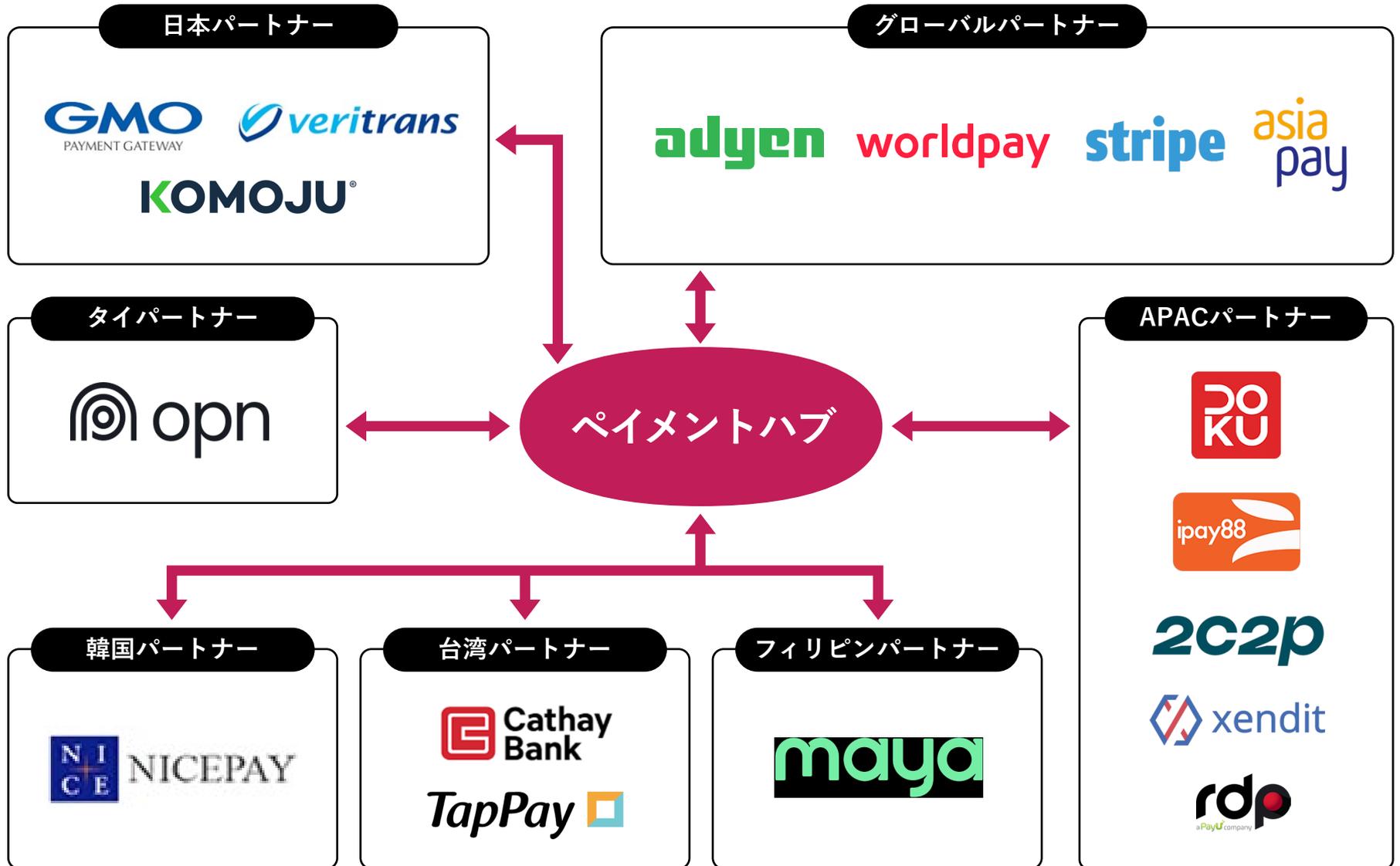
チェックインからチェックアウトまで

チェックイン後に使用したSpa・ルームサービス等の支払を **triplaGuide** で完了

PMSとデータ連携を実施し、
精算金額をメール・SMSで送信し、
triplaGuide や **triplaPay** にて支払を完了できエクスプレスチェックアウトに寄与する



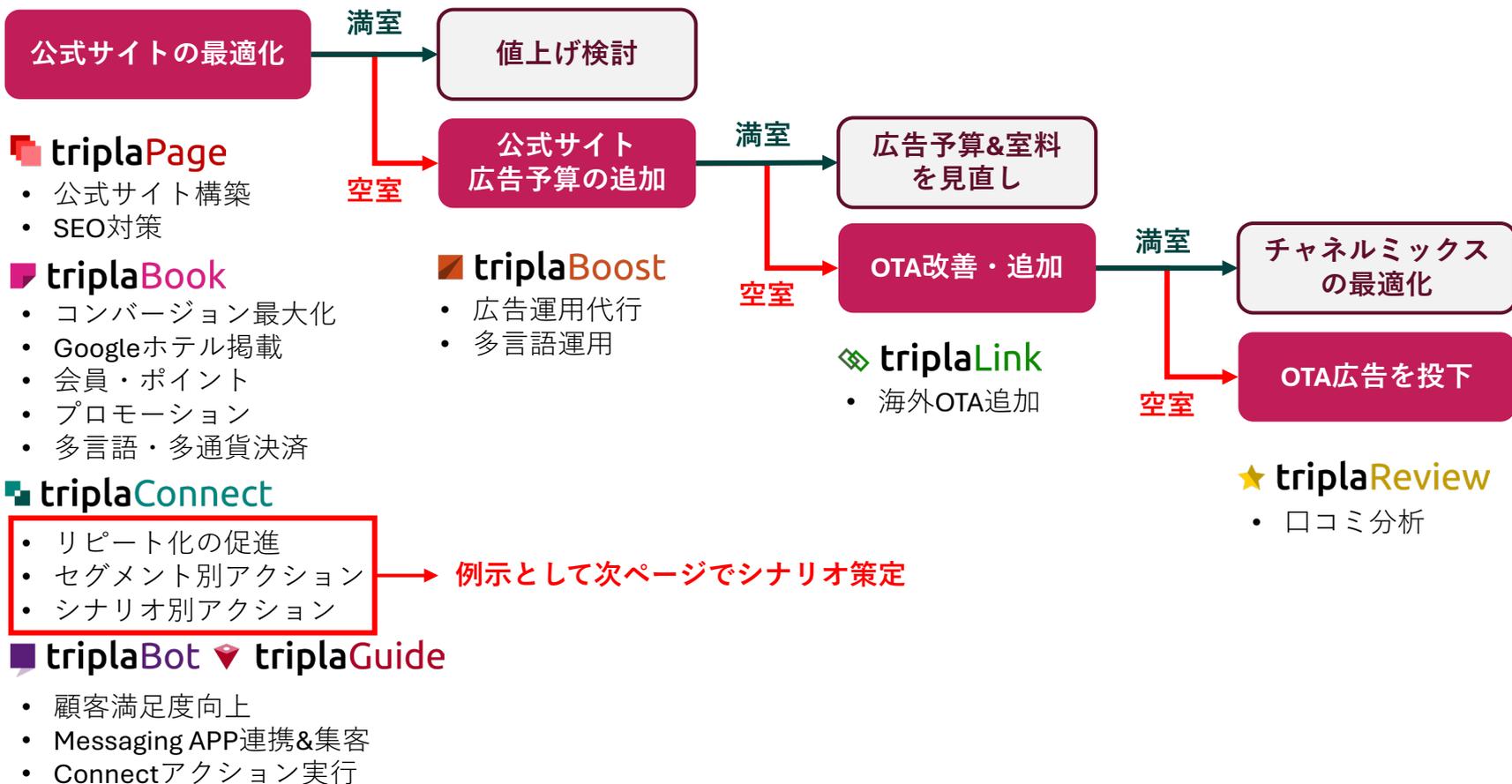
01. コストの最適化を常に実行





02.集客及びコンバージョンを改善する機能強化

公式サイト売上の最大化を軸に最適なチャネルミックスを提案



各項目の中で、改善が必要な機能項目を抽出しシナリオを策定する



02.集客及びコンバージョンを改善する機能強化

■ triplaConnect に新たな機能を追加することで マーケティングオートメーションを実現した事例

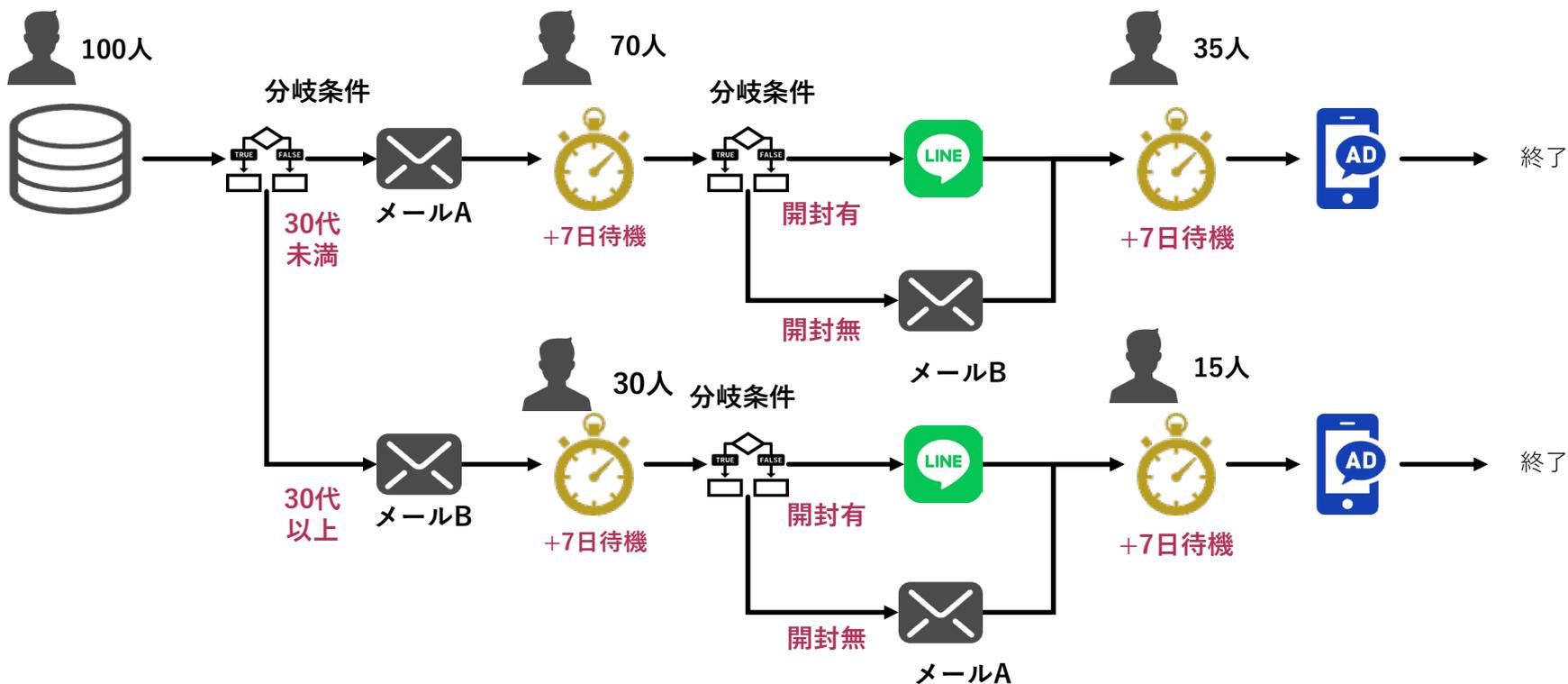
例示的

宿泊施設が抱えていた課題

ターゲットを絞ってメルマガや
LINEの配信を実施していきたい

問題解決のアプローチ

- メール・LINE未読セグメントの作成
- セグメントに対して配信日の条件指定





AIによる技術革新

X

宿泊ビッグデータ

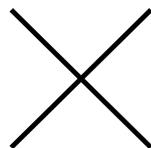


AIを活用することで、
革新的なDXソリューションを提供

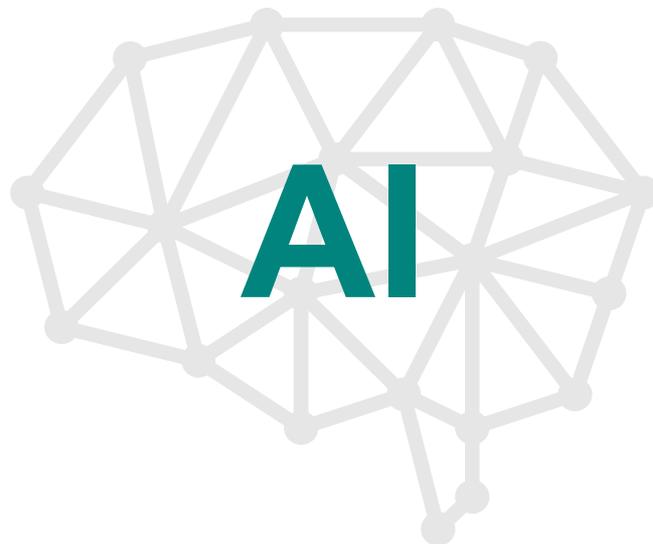


03. 宿泊ビッグデータプラットフォームをAIを融合させる

様々なプロダクトから
宿泊ビッグデータを獲得

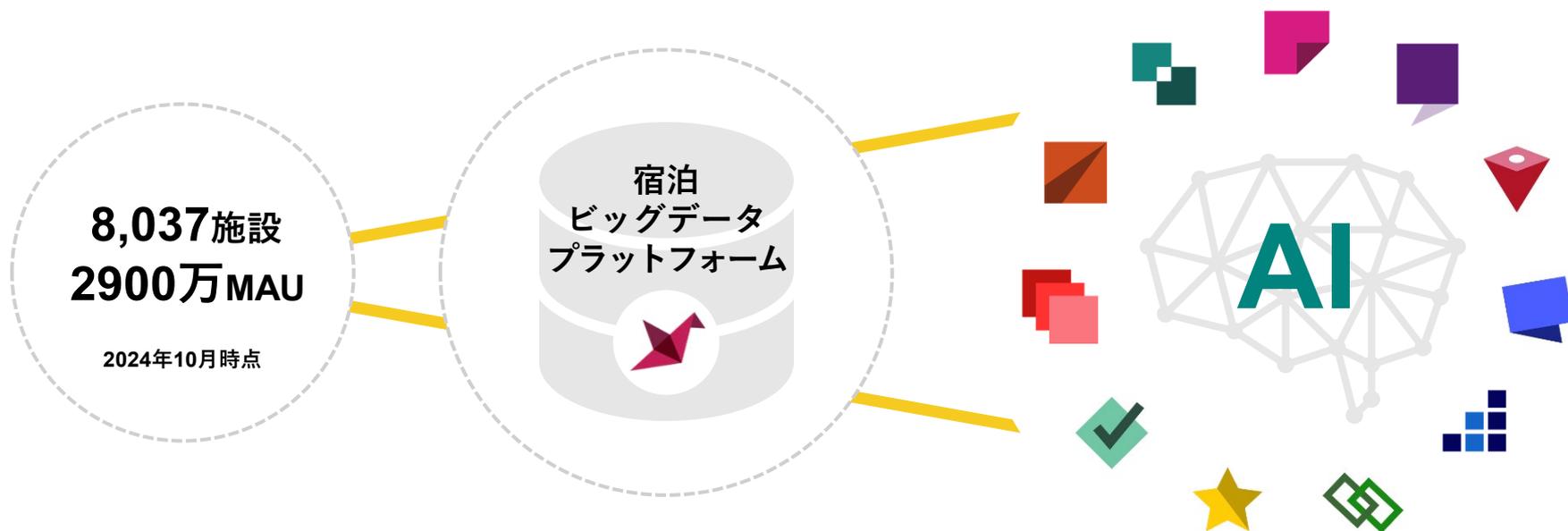


エンジニア採用、
AI基盤の活用促進により
開発力を強化

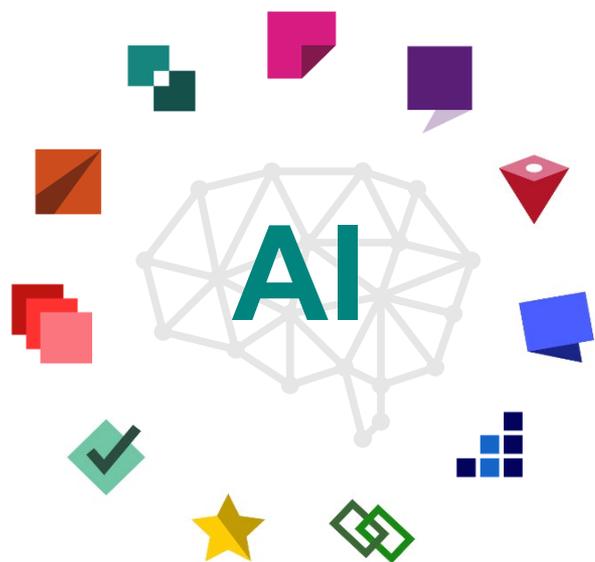




03. 拡大する tripla グループ 顧客データ精度の精緻化



**施設数の拡大に伴い、データ獲得スピードが向上、
業界最高水準精度のAIプラットフォームを構築**



宿泊施設の利益最大化の促進

レコメンデーション、セグメンテーション、プライシングなど

宿泊施設の業務自動化

プラン作成、マーケティングシナリオの作成、レビュー回答など

ユーザーエクスペリエンスの向上

旅行者の嗜好や属性に応じたUXのパーソナライゼーション



最先端の技術と業界特化のノウハウで、
世界中の宿泊施設をエンパワーする



04. アジアパシフィックを中心に最適な事業拡大

開国／台湾 

営業宿泊施設数／30,000
 宿泊市場規模(※1)／8,000億円
 tripla顧客施設数／1,200
 tripla営業開始／2020年

展開国／韓国 

営業宿泊施設数／50,000
 宿泊市場規模(※1)／1兆円
 tripla顧客施設数／50
 tripla営業開始／2023年

展開国／日本 

営業宿泊施設数／60,000
 宿泊市場規模(※1)／5兆円
 tripla顧客施設数／3,200
 tripla営業開始／2017年

展開国／タイ 

営業宿泊施設数／50,000
 宿泊市場規模(※1)／2兆円
 tripla顧客施設数／100
 tripla営業開始／2024年 M&A

展開国／ベトナム 

営業宿泊施設数／50,000
 宿泊市場規模(※1)／1.6兆円
 tripla顧客施設数／0
 tripla営業開始／近日予定

展開国／マレーシア 

営業宿泊施設数／40,000
 宿泊市場規模(※1)／8,000億円
 tripla顧客施設数／0
 tripla営業開始／検討中

展開国／フィリピン 

営業宿泊施設数／40,000
 宿泊市場規模(※1)／3,000億円
 tripla顧客施設数／10
 tripla営業開始／2025年予定

展開国／シンガポール 

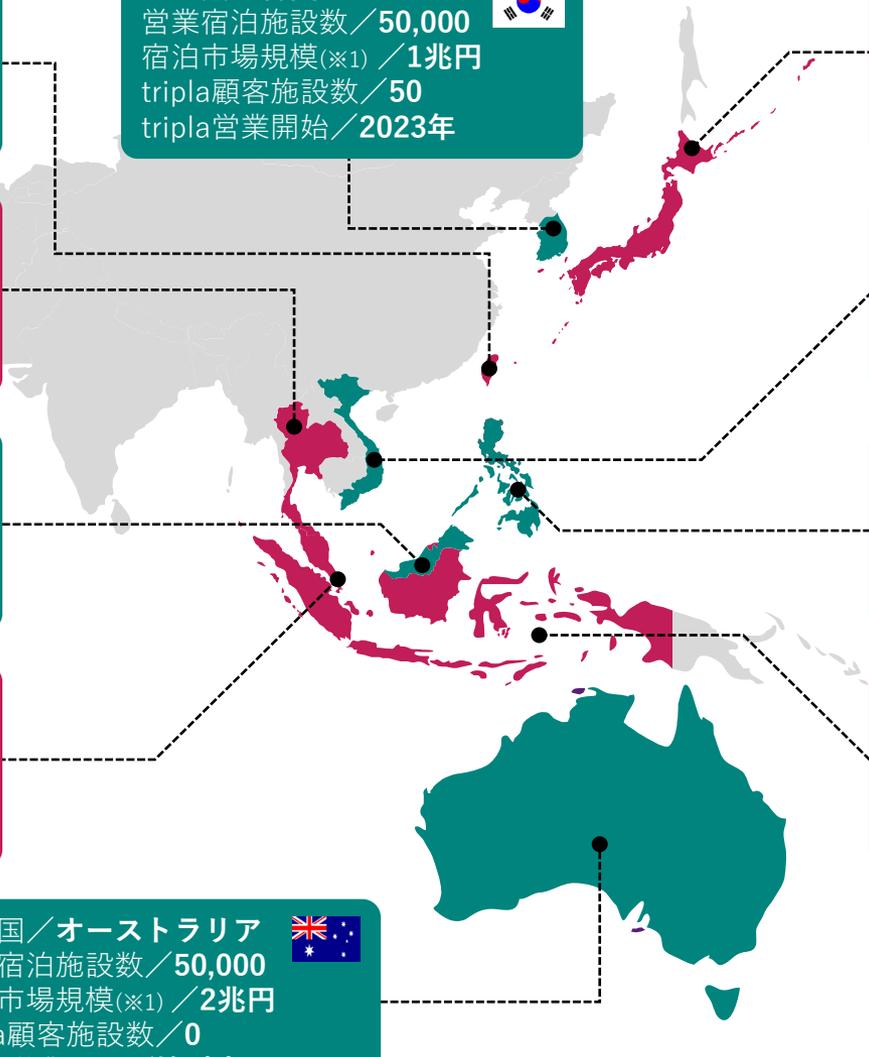
営業宿泊施設数／600
 宿泊市場規模(※1)／4,500億円
 tripla顧客施設数／10
 tripla営業開始／2023年 M&A

展開国／インドネシア 

営業宿泊施設数／40,000
 宿泊市場規模(※1)／1兆円
 tripla顧客施設数／9,000
 tripla営業開始／2023年 M&A

展開国／オーストラリア 

営業宿泊施設数／50,000
 宿泊市場規模(※1)／2兆円
 tripla顧客施設数／0
 tripla営業開始／検討中



※1: P86 出所及び注記一覧参照。



04.海外進出形態の整理

1. 会社設立を経て進出：台湾・韓国・フィリピン

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> 責任を持ってビジネスをリードしていける triplaの企業文化を反映させた組織作りが海外でも可能 ビジネスを拡大させる際に手数料やのれん代が不要 小規模からビジネスを展開することができる triplaの拠点として銀行やペイメント会社との口座開設 	<ul style="list-style-type: none"> 責任ある人材を海外拠点に採用するハードル 顧客獲得までに時間がかかる 支店や法人を設立するため撤退リスクが発生する

2. 販売代理店 (Reseller) を活用して進出&拡販：エジプト

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> すぐにビジネスを拡大することができる 支店や法人を設立する費用が不要 小規模からビジネスを展開することができる 海外拠点に人材を採用する必要が低くなる 	<ul style="list-style-type: none"> サービスや機能アップデートの都度トレーニングが必要 販売代理店手数料がかかるため粗利へ影響 宿泊施設との直接の連絡ができないため顧客要望の汲み取りが間接的になる triplaとして銀行やペイメント会社との口座開設不可

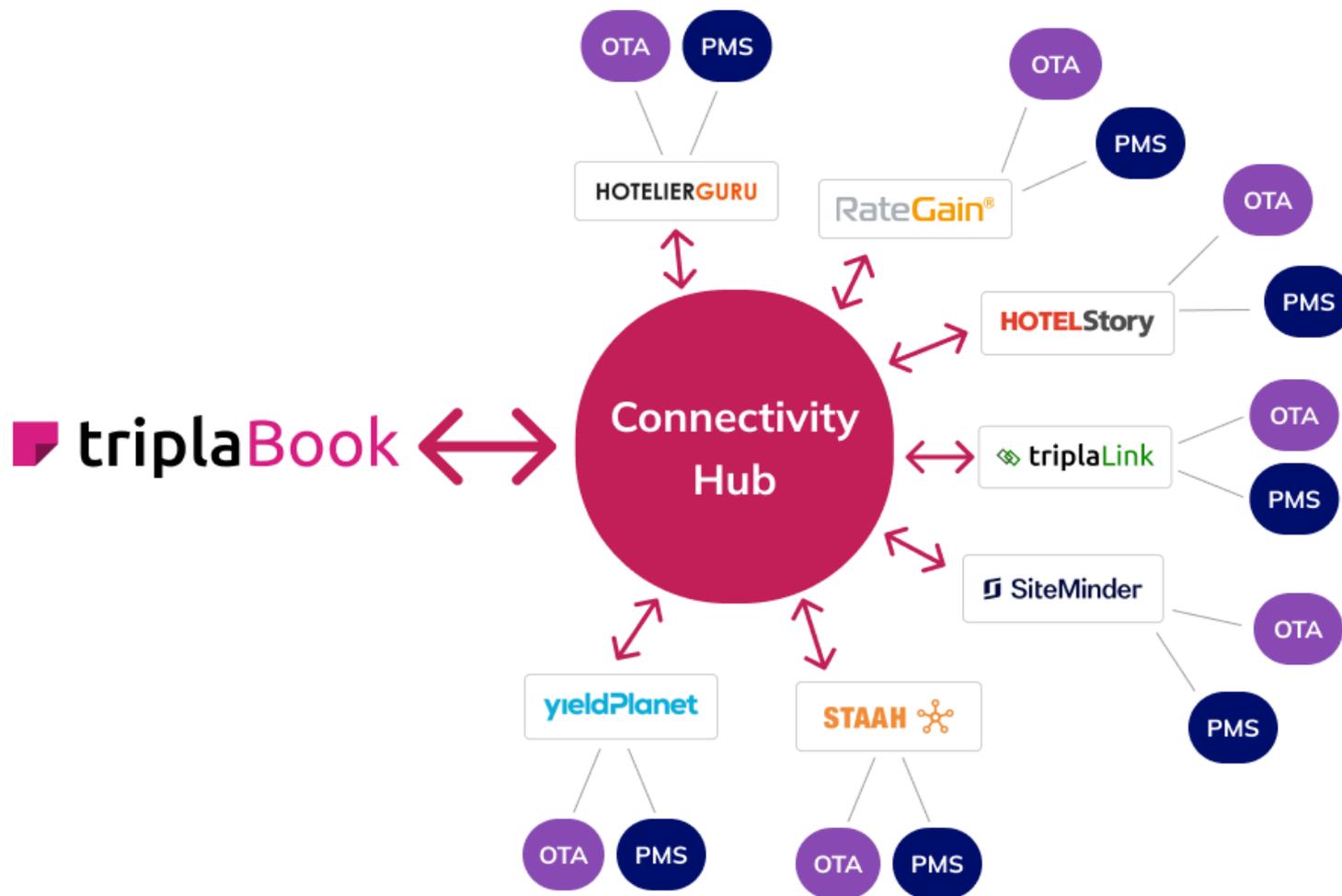
3. M&Aを実行して進出：インドネシア・タイ・シンガポール・台湾

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> 一挙にビジネスを拡大できる 結果を残した経営者と海外拠点でビジネスを開始できる 買収先が取得している権益の恩恵を受けることができる triplaの拠点として銀行やペイメント会社との口座開設 	<ul style="list-style-type: none"> のれん代の償却が必要となる 計画通りにビジネスが実行されない際の減損リスク 一定程度のPMIがシステム統合に不可欠 triplaと異なる企業文化の会社との組織一体化



05.サービスのグローバル化を実現するためのシステム連携

コネクティビティハブを介して様々なチャネルマネージャーと連携が実現



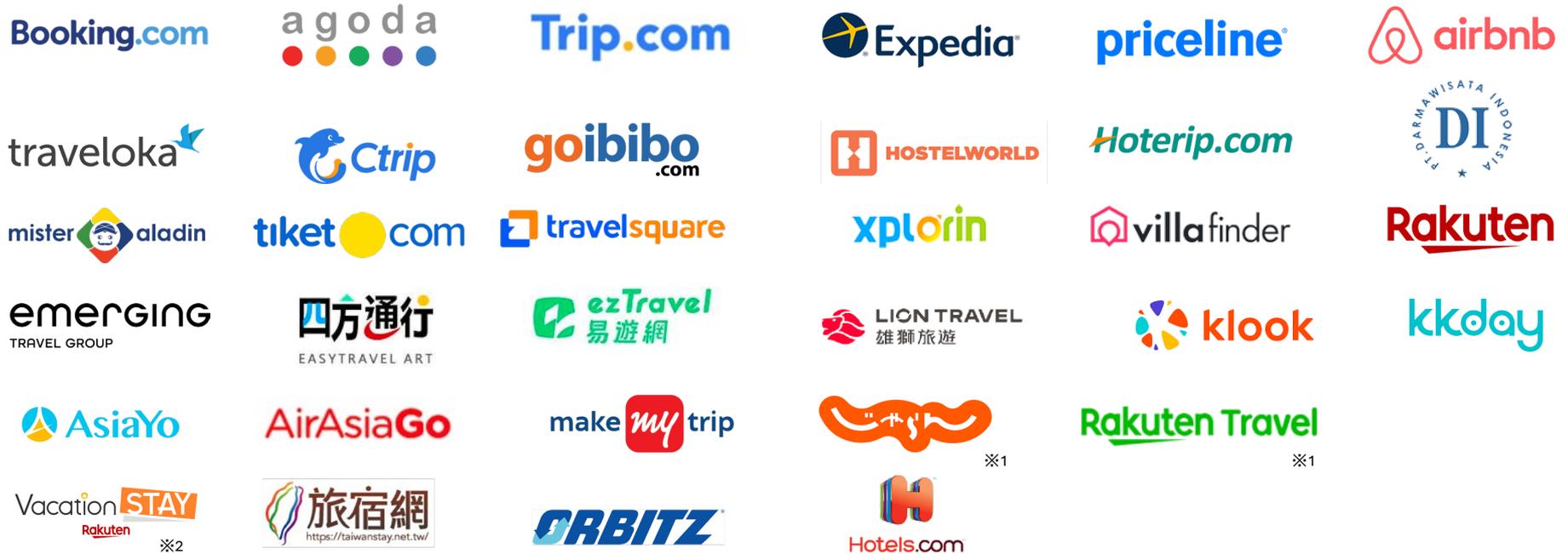


06.triplaLinkが連携しているOTA及びWholesale一覧

日本国内でのチャネルマネジャー（サイトコントローラー）販売強化の為、連携先の増加

OTA一覧

※1 クローリング連携



Wholesale 一覧





05. グローバル連携を基礎としてPMIメカニズムを完成

予約エンジン

チャネルマネージャー

Step 1
M&A実行

Pelican SolutionをM&A
Surehigh TechnologyをM&A – EZHotel統合
BookandLinkをM&A – Bookingkuを統合

BookandLinkをM&A – Channelkuを改修
Surehigh TechnologyをM&A – Hotel Nabeを統合

Step 2
PMI実行

グローバル基本機能の開発
・タイムゾーン / 言語 / クレジットカード / 通貨 / チャネルマネージャー
ローカル機能の開発
・台湾新幹線 / 地図から施設検索機能, 等

日本市場で販売する必要機能の追加
・PMS連携 / 日本OTA連携 / 人数販売 / VCN
グローバル対応
・UX/UI改修

Step 3
PMIメカニズム構築

海外進出時の必要機能の整理を理解し用意
基本機能は準備完了
ローカル機能の開発のみ対応

市場によって必要となる機能と連携
・PMS及びOTAの連携
・通貨対応

Step 4
今後のM&A
即座にPMI実行

ローカル機能対応を実施することでPMIを即座に実行できる

ローカル連携対応を実施することでPMIを即座に実行できる

海外のローカルOTAとの連携を活用した日本へのインバウンド送客の実現

予約の流れ・在庫料金更新の流れ



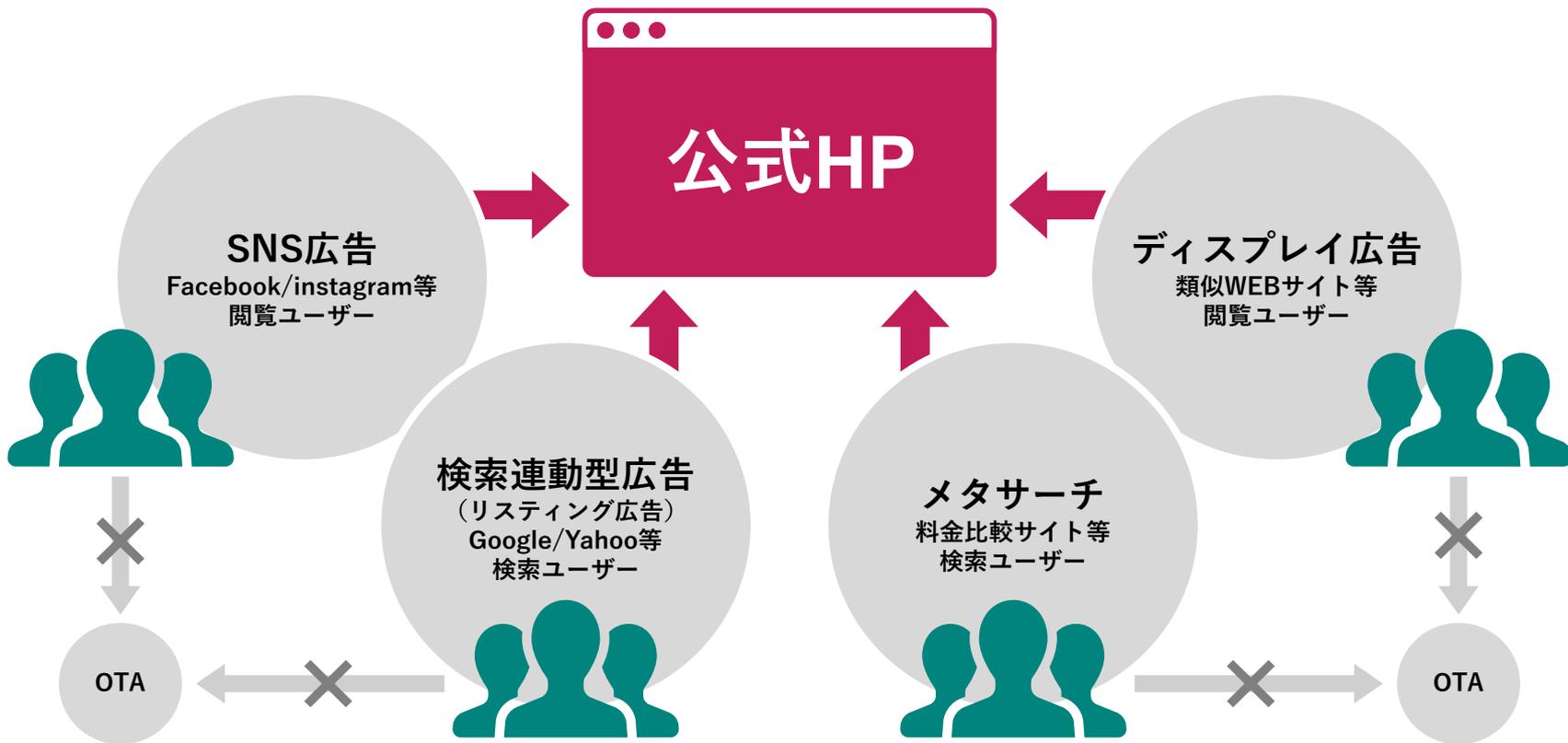
掲載するOTAを宿泊施設が決定し、triplaが代理店として契約



掲載準備もtriplaの知見を活かして対応



■ triplaBoost の各サービスを各拠点から多言語での広告配信ソリューション



拠点						
言語	日本語	英語	中国語	韓国語	タイ語	インドネシア語



07.地域社会の発展支援 – つくる責任つかう責任 (SDGs #12)

12 つくる責任
つかう責任

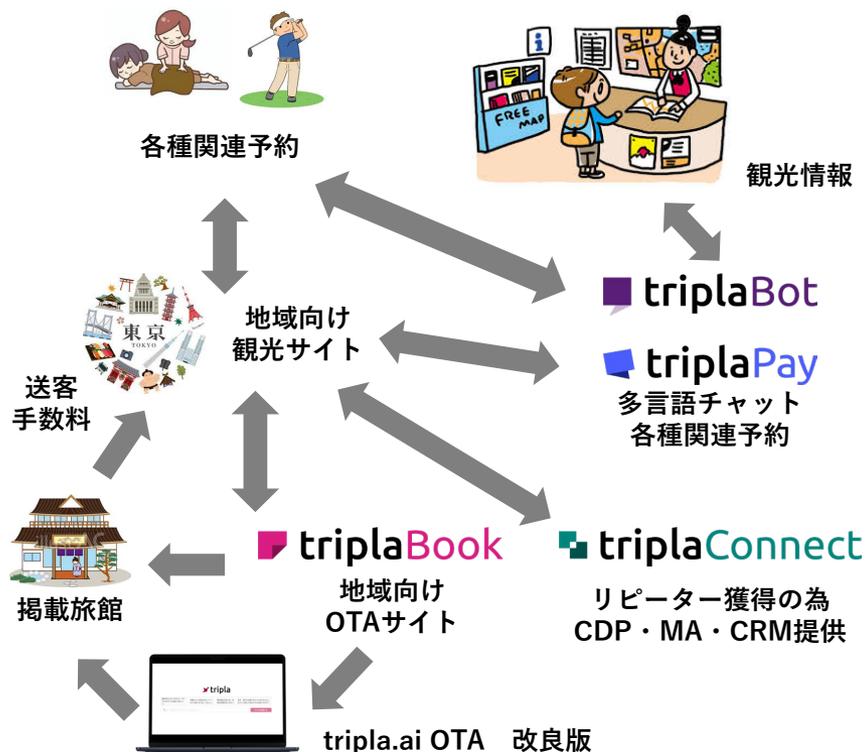


地域に仕事を生み出したり、地方の文化や特産品を広めるような持続可能な観光業に対して、持続可能な開発がもたらす影響をはかるための方法を考え、実行する。

例示的

[12-b]

ソリューション例／地域向けOTAサイトの提供



DMOが抱える一般課題

- 観光情報サイトの構築を行っても宿泊施設の予約サイトの構築には至らない
- 観光情報サイトに空室在庫を反映させた宿泊予約サイトの構築が困難
- リピーター施策を実現させる、会員基盤の構築、メルマガ、SNS配信ができない

triplaの貢献ポイント

- 地域毎に宿泊予約サイト（ローカルOTA）が構築でき独自の地域毎の特徴を生かした集客が可能
- 観光サイトは予約エンジン制作費用が安価に実現
- 旅館は観光サイトと公式サイトに予約システムの併用が可能
- リピーター獲得の為のMA施策を簡単に導入可能



07.地域社会の発展支援 – つくる責任つかう責任 (SDGs #12)

8 働きがいも
経済成長も



2030年までに、地方の文化や産品を広め、働く場所をつくりだす**持続可能な観光業を、政策をつくり、実施していく。**

例示的

[8-9]

ウェブ運用人材のアウトソーシング

地方の旅館施設におけるウェブ運用課題

ケース① 若旦那が自身でウェブ運用

- プロではない為、平均月20時間程度がかかる
- 最新の情報をアップデートするのが大変

ケース② 旅館で人材を採用

- 1施設で1人採用すると費用対効果が合わない
- 複数施設の運営が必要となる
- 採用して教育後に退職するケース

ケース③ 宿専門コンサルの登用

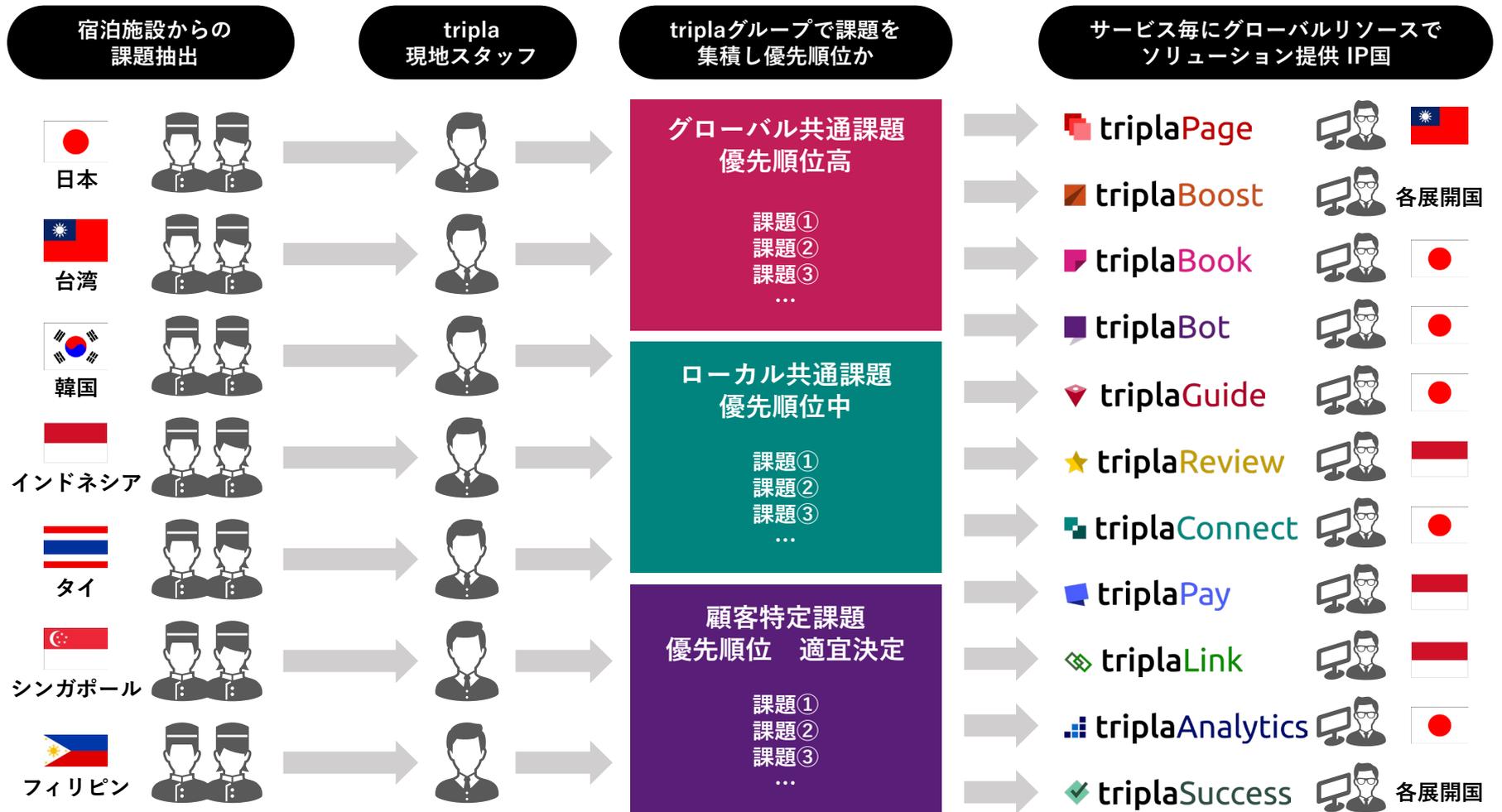
- 月間10万円以上と費用が高額になる
- OTA&公式サイト掲載に特化しているのでCDPやMAには対応できない

✔ triplaSuccessで問題解決

- triplaで蓄積されたナレッジをもとに公式サイトでの売上向上の施策を随時実施
- 固定料金で、運用代行からデータに基づいたアクションプランの作成まで実施
- 公式サイトを中心に、Web集客のアプローチを運用することで、より効率的なWeb集客の提供とリソース不足の解消
- 国内主要OTAに限らず、海外OTAも含め販売経路の拡大をすることで機会損失の防止、売上の最大化

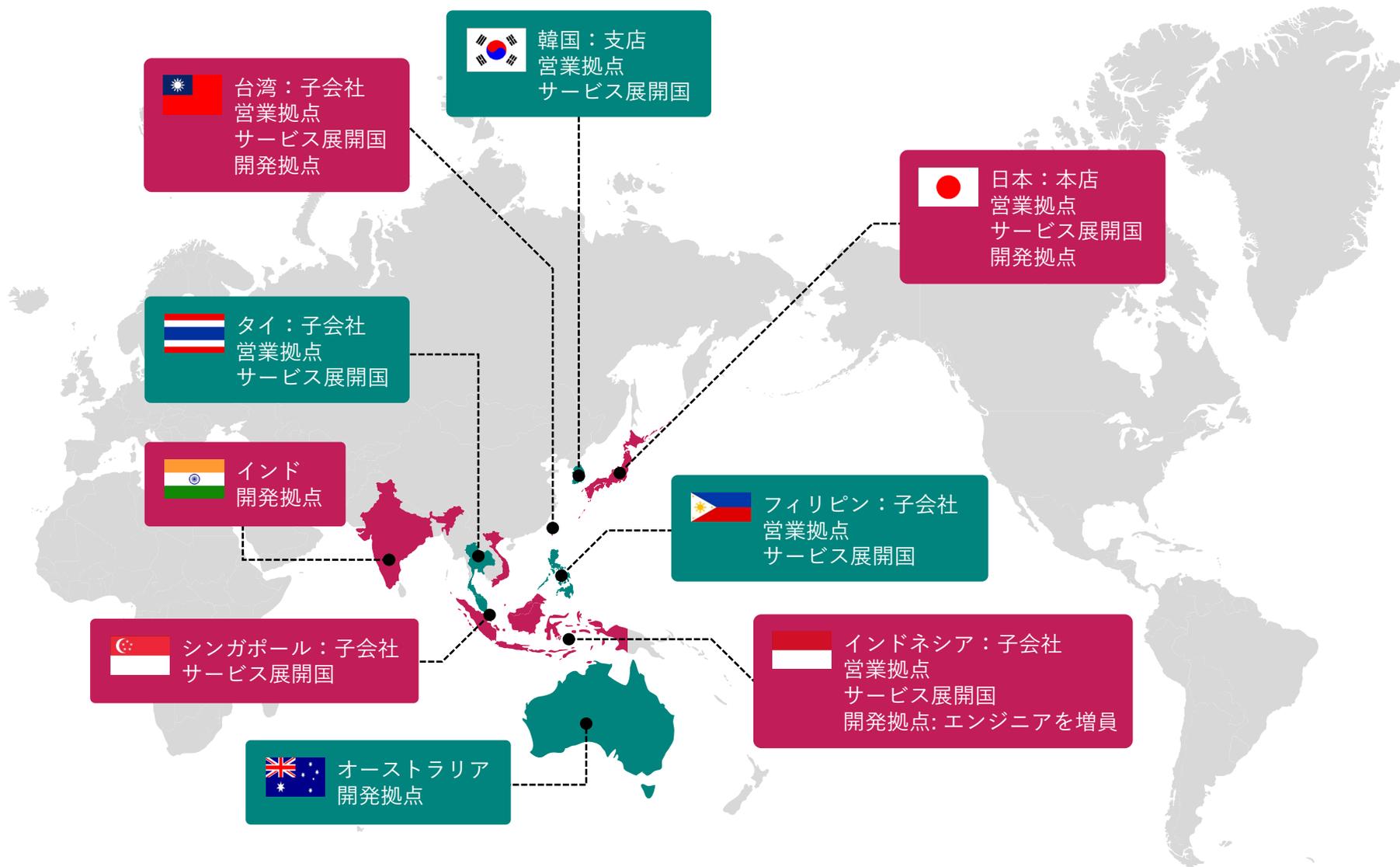
08.人材のグローバル化を推進

各国の現地営業が宿泊施設からの要望をマーケットインで抽出し、課題をグローバルで整理。優先順位に基づきサービス毎に対応国にて機能開発を推進していく。

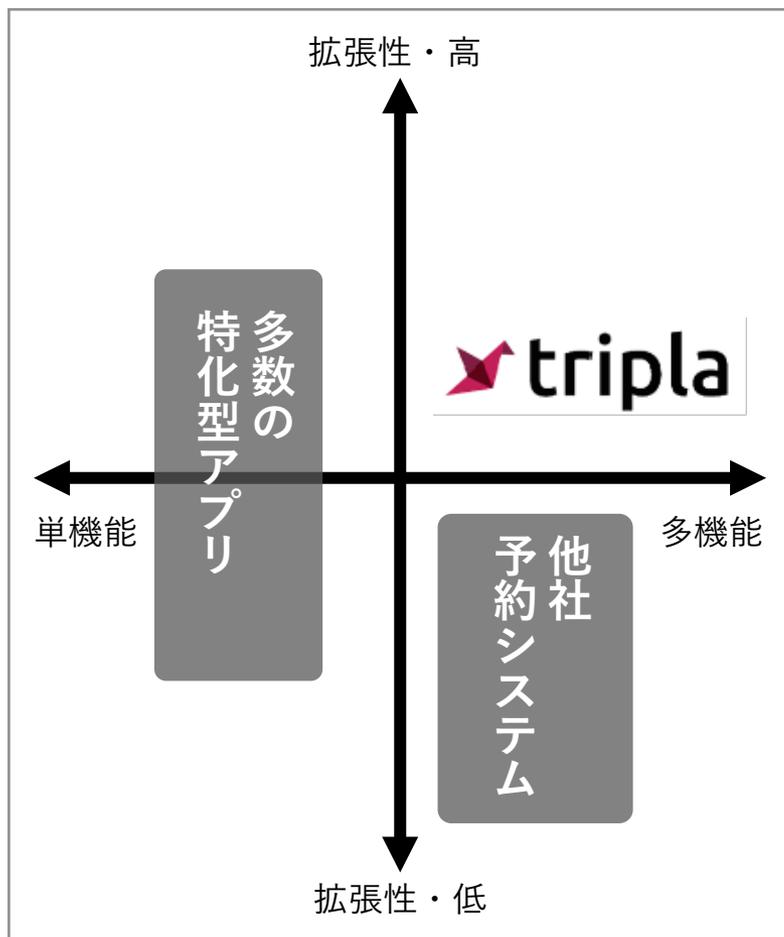




08.海外人材を各国で積極的にローカル登用



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









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^(※1)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

Agenda

会社概要

2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

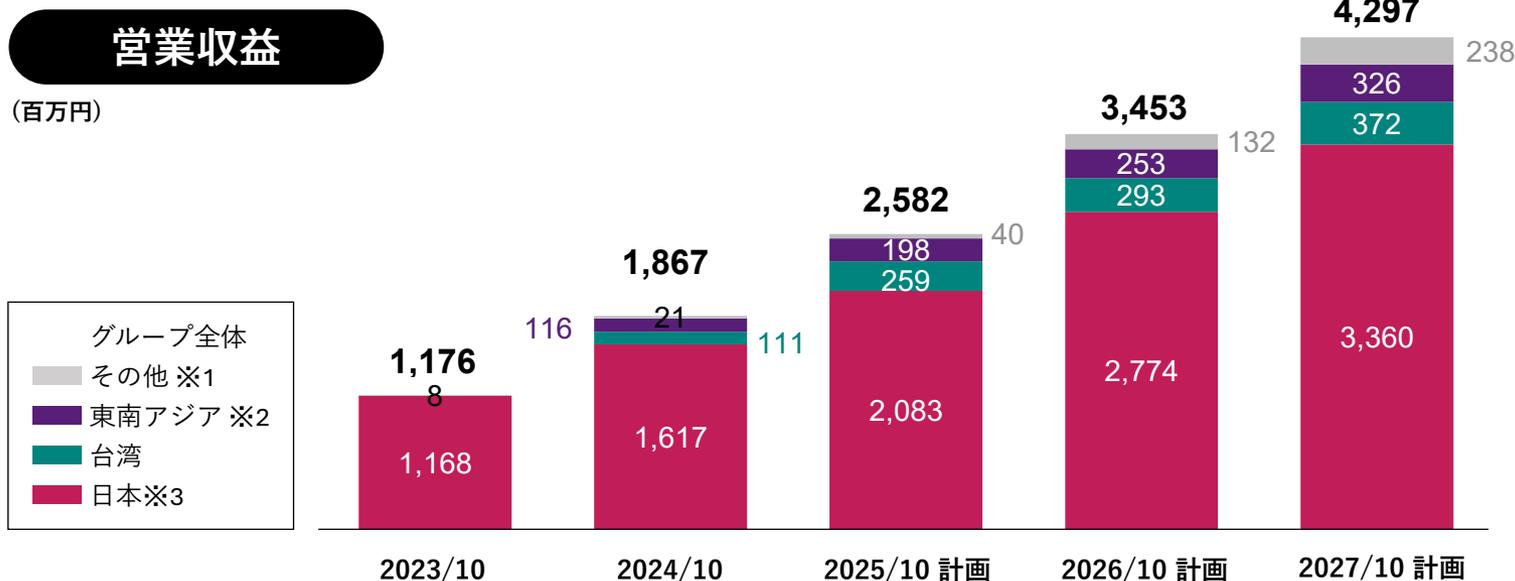
▼ 中期経営計画

リスク情報

Appendix

2027年10月期に営業収益40億円超を目指す

- 日本はtripla Bookの成長を加速させ、中期的には自社開発及びM&Aにより獲得した新プロダクトによるクロスセルによる成長
- 海外は買収したBookandLinkによるインドネシアを始めとした東南アジア市場での拡大、Surehighによる台湾市場での拡大に加え、tripla Book及びtripla Bot等の日本のプロダクトを各市場にて拡販



※1: 台湾支店、韓国支店の営業数値。

※2: BOOKANDLINK PTE. LTD.、インドネシア事業を担う子会社SURYA JAGAT MANDIRI、及びENDURANCE TECHNOLOGY SOLUTION PTE. LTD.(シンガポール法人)の合計

※3: 単体P/L営業収益から台湾支店、韓国支店の営業数値を除く。

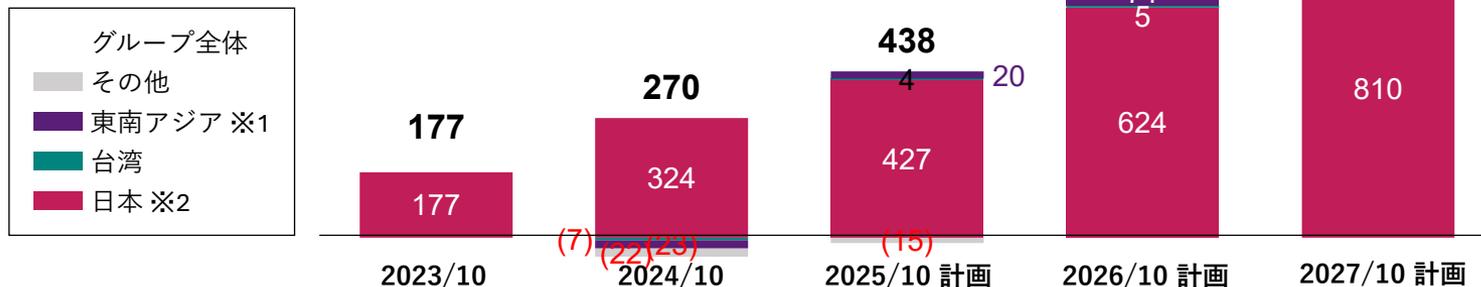
2027年10月期に営業利益12億円超を目指す

- 2025年10月期以降は過去の投資を回収し利益拡大
- 2025年10月期は日本市場をtripla Bookが牽引し、投資継続しながら2026年10月期以降でグローバル市場の利益拡大及び他プロダクトの収益化を目指す

- 【前提条件】
- ・台湾、東南アジ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、連結上の費用等

営業収益

(百万円)

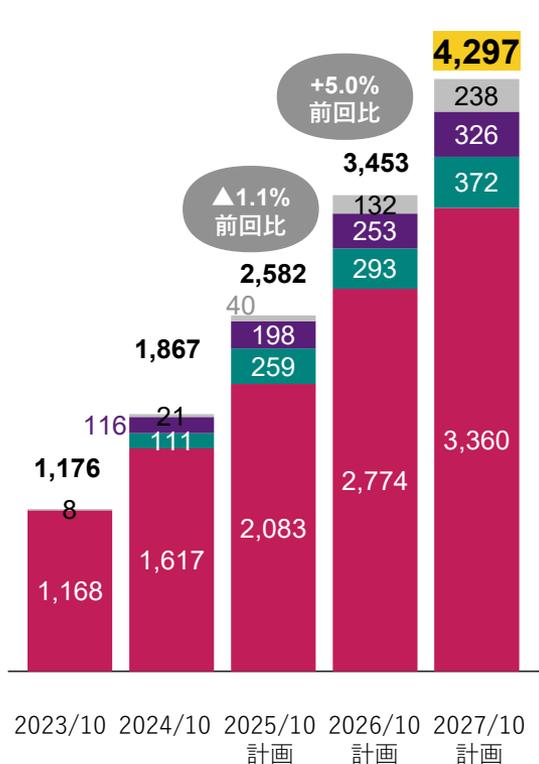


※1: BOOKANDLINK PTE. LTD.、インドネシア事業を担う子会社SURYA JAGAT MANDIRI、及びENDURANCE TECHNOLOGY SOLUTION PTE. LTD.(シンガポール法人)の合計
 ※2: 2023年10月期及び2024年10月期の台湾支店、韓国支店の営業数値については、相対的に少額であるため、日本に含めて表示。

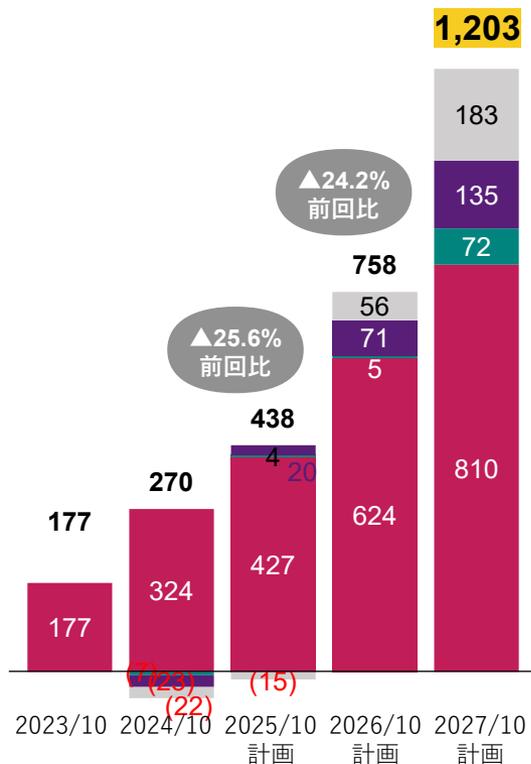
前回計画からのローリング

- 2023年12月発表計画のローリングを実施
- 営業収益：40億円の新規目標。26/10期は計画引上げ。
- 営業利益：12億円の新規目標。中期成長を見据え海外事業、新製品等への投資継続。

営業収益(連結)



営業利益(連結)



(前回計画からの差)

(百万円)

営業収益	24/10	25/10	26/10
日本	+12 (+0.7%)	+11 (+0.5%)	+312 (+12.7%)
他地域	+14 (+6.8%)	▲38 (▲7.1%)	▲149 (▲18.0%)
合計	+26 (+1.4%)	▲27 (▲1.1%)	+163 (+5.0%)

営業利益	24/10	25/10	26/10
日本	+33 (+11.3%)	▲140 (▲24.6%)	▲127 (▲17.0%)
他地域	▲2 (-)	▲10 (▲50.8%)	▲115 (▲46.2%)
合計	+31 (+13.1%)	▲150 (▲25.6%)	▲242 (▲24.2%)

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

	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	2027年10月期 計画
営業収益（連結）	1,176,209	1,867,358	2,582,458	3,453,393	4,297,145
日本 ※1	1,168,139	1,617,919	2,083,175	2,774,237	3,360,426
台湾 ※2	-	111,511	259,926	293,802	372,085
東南アジア ※3	-	116,060	198,713	253,287	326,379
その他 ※5	8,070	21,867	40,642	132,065	238,253
営業収益成長率	+43.8%	+58.8%	+38.3%	+33.7%	+24.4%
営業利益（連結）	177,115	270,127	438,023	758,330	1,203,491
日本 ※1	177,115	324,426	427,887	624,547	810,935
台湾 ※2,4	-	▲7,940	4,674	5,761	72,752
東南アジア ※3	-	▲23,463	20,694	71,833	135,892
その他 ※5	-	▲22,895	▲15,233	56,189	183,941
営業利益率（連結）	15.1%	14.5%	17.0%	22.0%	28.0%
営業利益率（日本）	15.2%	20.1%	20.5%	22.5%	24.1%
経常利益（連結）	166,692	246,220	428,230	718,383	1,165,358
当期純利益（連結）	165,987	217,532	308,746	527,705	894,576
親会社株主に帰属する 当期純利益（連結）	-	209,347	304,850	522,645	883,903

※1: 2023年10月期及び2024年10月期の台湾支店、韓国支店の営業数値については、相対的に少額であるため、日本に含めて表示。

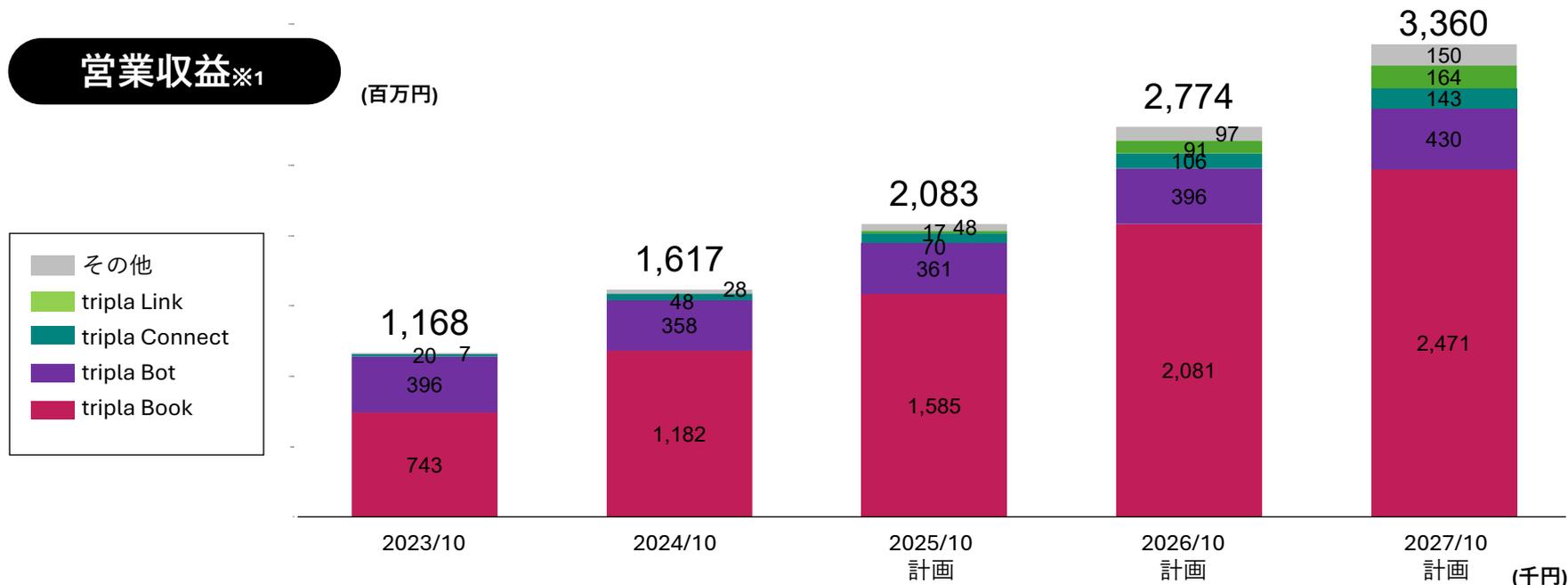
※2: Surehighの数値。同社は2024年10月期3QよりP/Lの連結開始。上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。また、日本法人台湾支店の事業については2024年9月にSurehighに事業譲渡済。

※3: BookandLinkとEnduranceの合計数値。BookandLinkは2024年10月期2QよりP/Lの連結開始、またEnduranceは2024年10月期3QよりP/Lの連結開始。上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。

※4: Surehigh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。2026年10月期32,911千円及び2027年10月期43,882千円を計画。上記営業利益は当該費用を控除後の額。

※5: 台湾支店、韓国支店の営業収益及び連結上の一部費用等

2024年10月期に続きBookが成長を牽引するとともに、中長期ではConnect、Link等のサービスをクロスセルで拡大



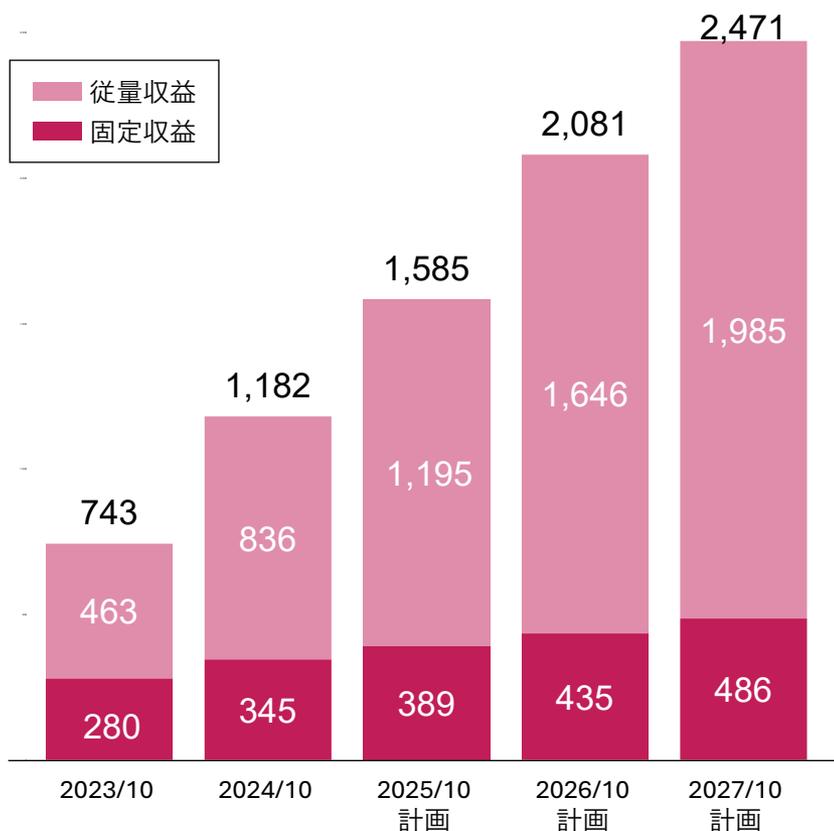
	2023/10	2024/10	2025/10 計画	2026/10 計画	2027/10 計画
tripla Book	743,424	1,182,596	1,585,017	2,081,830	2,471,407
tripla Bot	396,387	358,037	361,820	396,977	430,368
tripla Connect	20,854	48,551	70,527	106,908	143,475
tripla Link	-	-	17,365	91,012	164,383
その他	7,472	28,734	48,443	97,508	150,791
合計	1,168,139	1,617,919	2,083,175	2,774,237	3,360,426

営業収益 - セグメント別 (日本・tripla Book)

導入施設数はチェーンホテルor単館の大小問わず順調に拡大を計画。従量収益は決
済収益の増加を見込む。

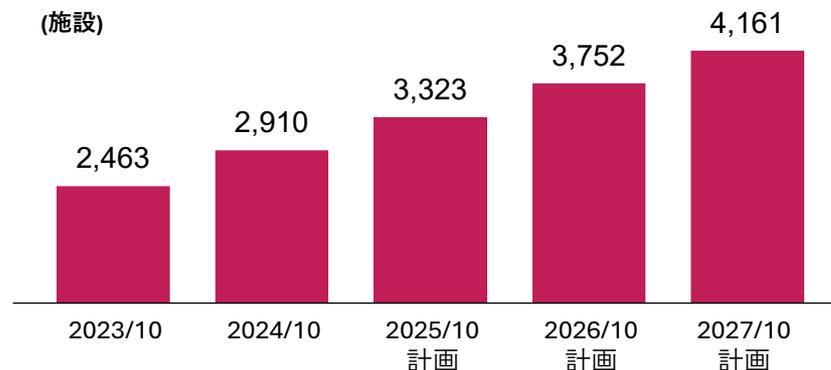
Book収益※1

(百万円)



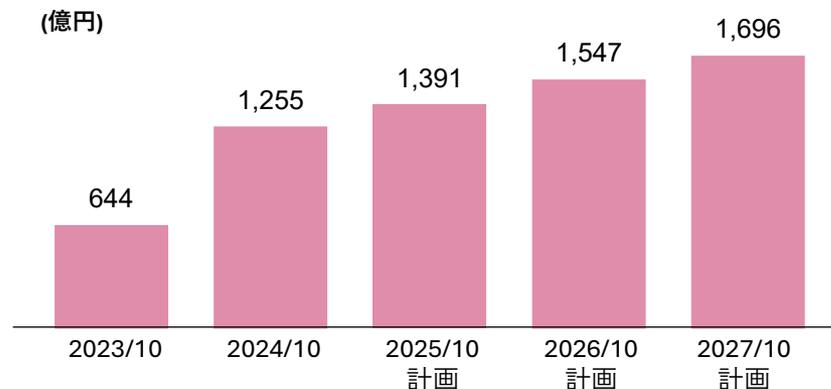
導入施設数※1

(施設)



取扱高(GMV)

(億円)

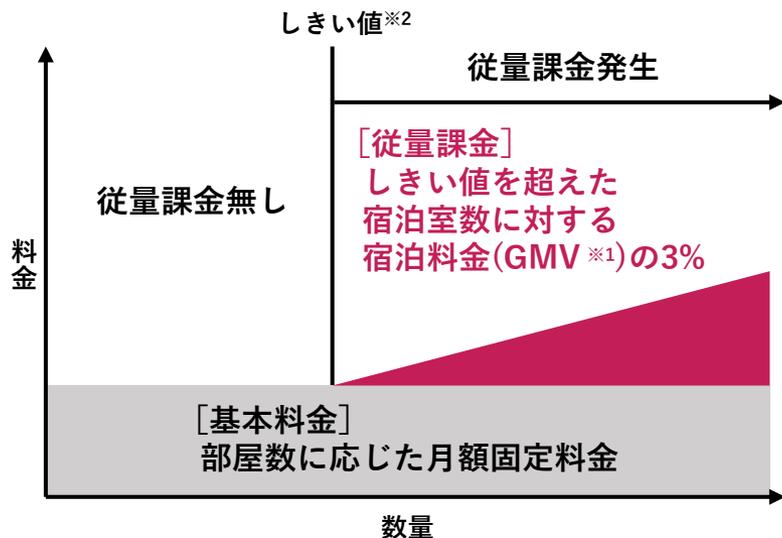


Book従量収益の収益構造とtake rate

2024年10月期は多通貨決済導入により決済従量課金が増加し、take rate上昇。
2025年10月期は決済ソリューションを強化し、さらなる向上を計画。

tripla Bookの収益構造

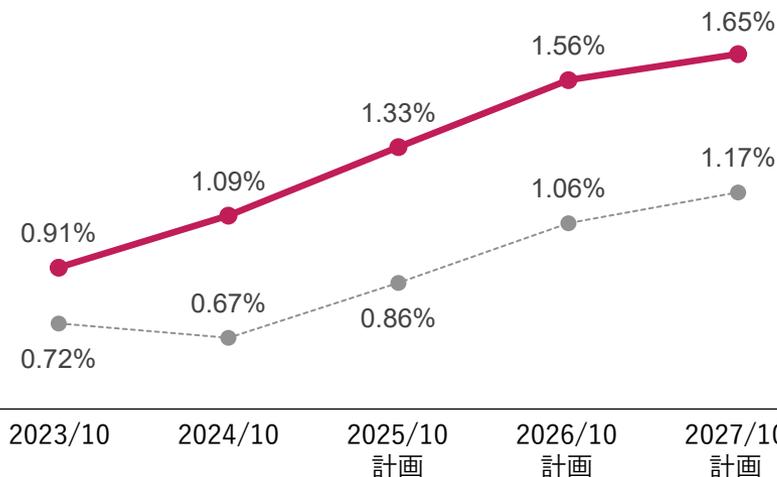
宿泊従量課金



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



— Net GMVに対するtake rate
= (宿泊従量課金による収益+決済従量課金による収益) ÷
(全GMV - 宿泊従量課金の対象でないGMV ※3)

----- GMVに対するtake rate (ご参考)
= (宿泊従量課金による収益+決済従量課金による収益) ÷
全GMV

※1: Gross Merchandise Valueの略。

※2: 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(月毎)を原則とする。契約時に決定しその後の変更は行っていない。

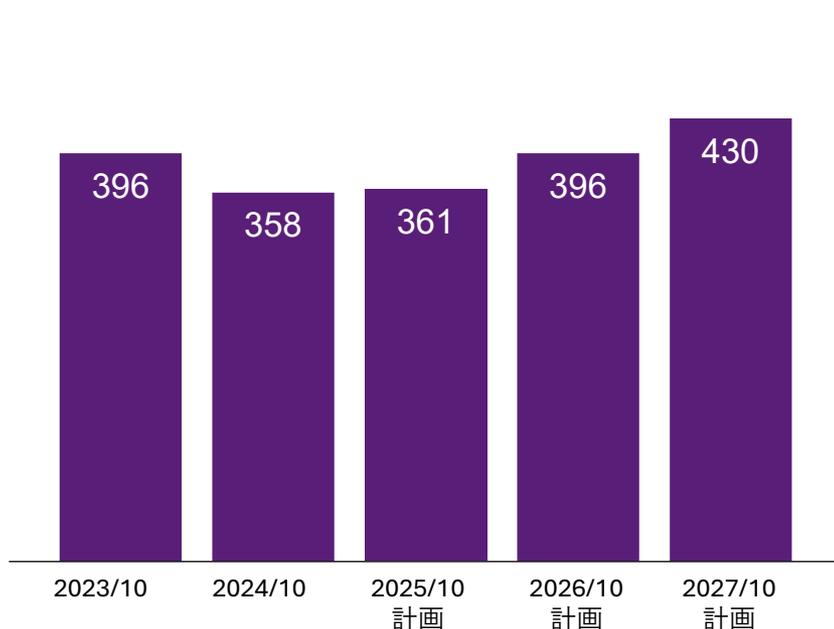
※3: 一部の大口顧客等に対しての特殊な条件での契約により、「宿泊従量課金」による営業収益が発生しないGMV。「決済従量課金」による営業収益は発生。

営業収益 - セグメント別 (日本・tripla Bot)

AI精度向上及び当社のオペレーターコスト最適化のため、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

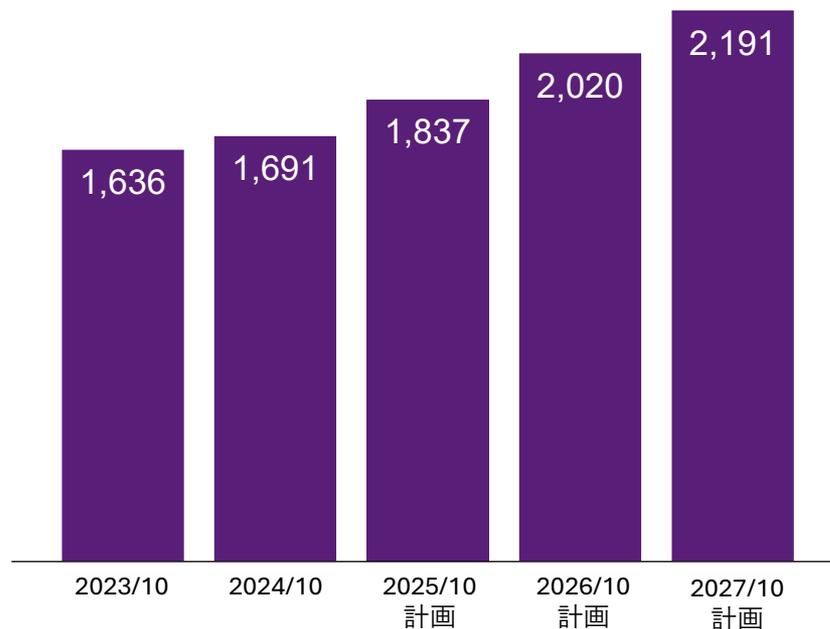
営業収益※1

(百万円)



導入施設数※1

(施設)

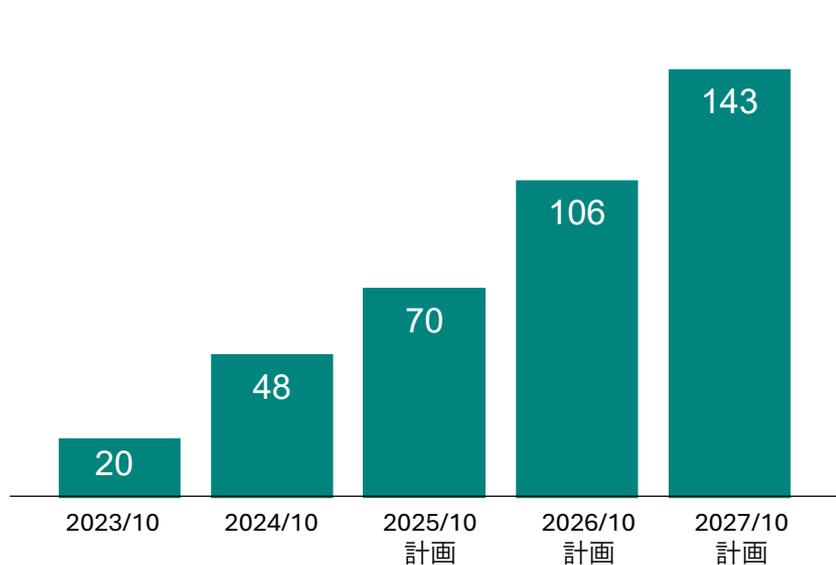


営業収益 - セグメント別 (日本・tripla Connect)

- 大口顧客の導入も進み、導入施設数拡大
- tripla Book、tripla Botに続き、3本目の柱として中長期的な成長を見込む

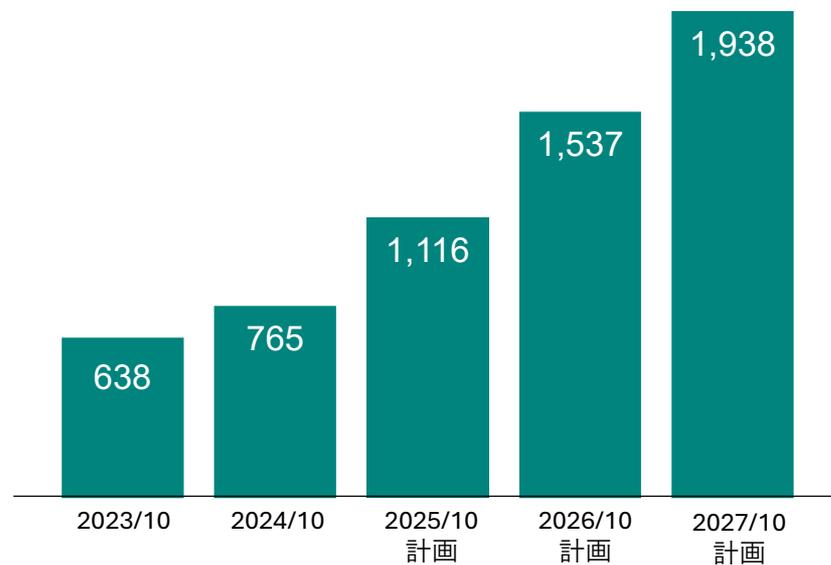
営業収益

(百万円)



導入施設数

(施設)

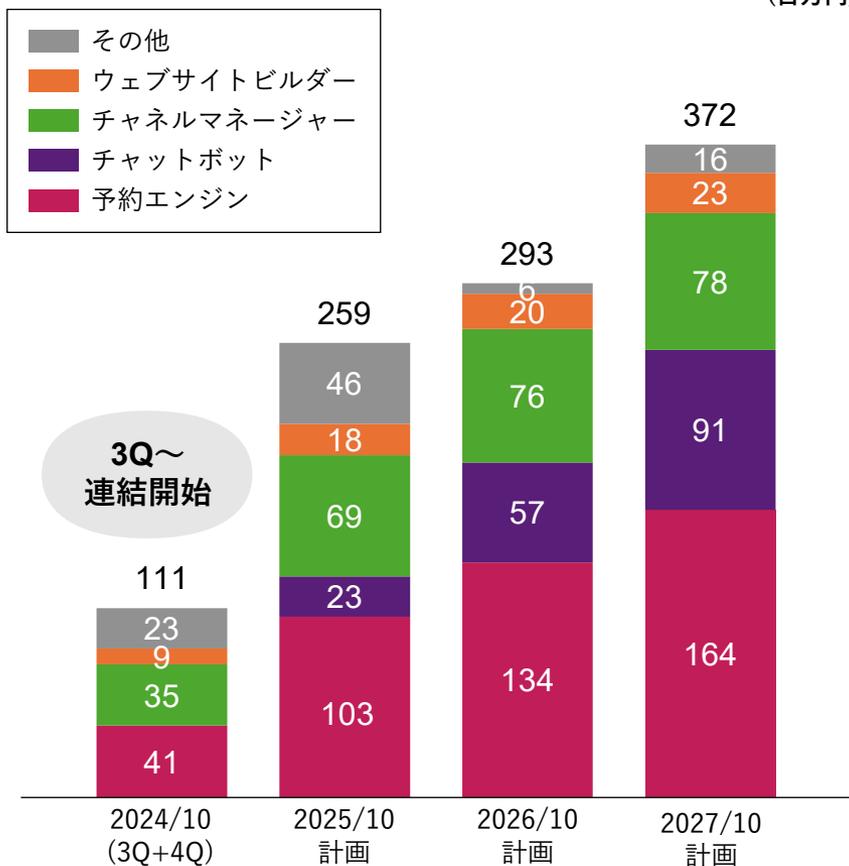


営業収益 - セグメント別 (台湾・Surehigh社)

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、tripla Botの新規開拓及びtripla製品への置き換えを進める。

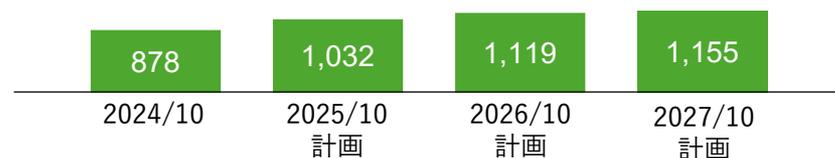
営業収益

(百万円)



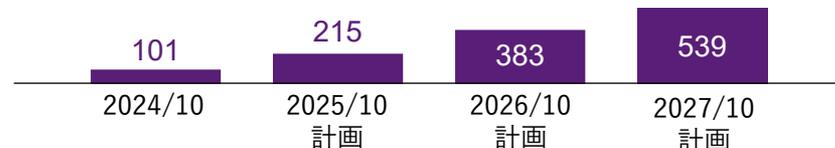
導入施設数(チャネルマネージャー)

(施設)



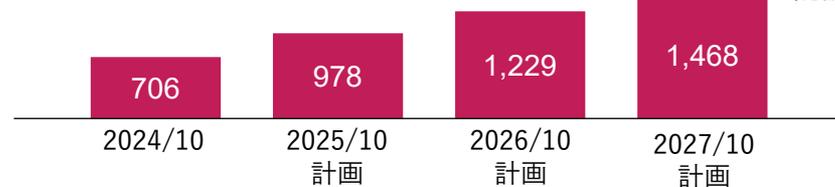
導入施設数(チャットボット)

(施設)



導入施設数(予約エンジン)

(施設)

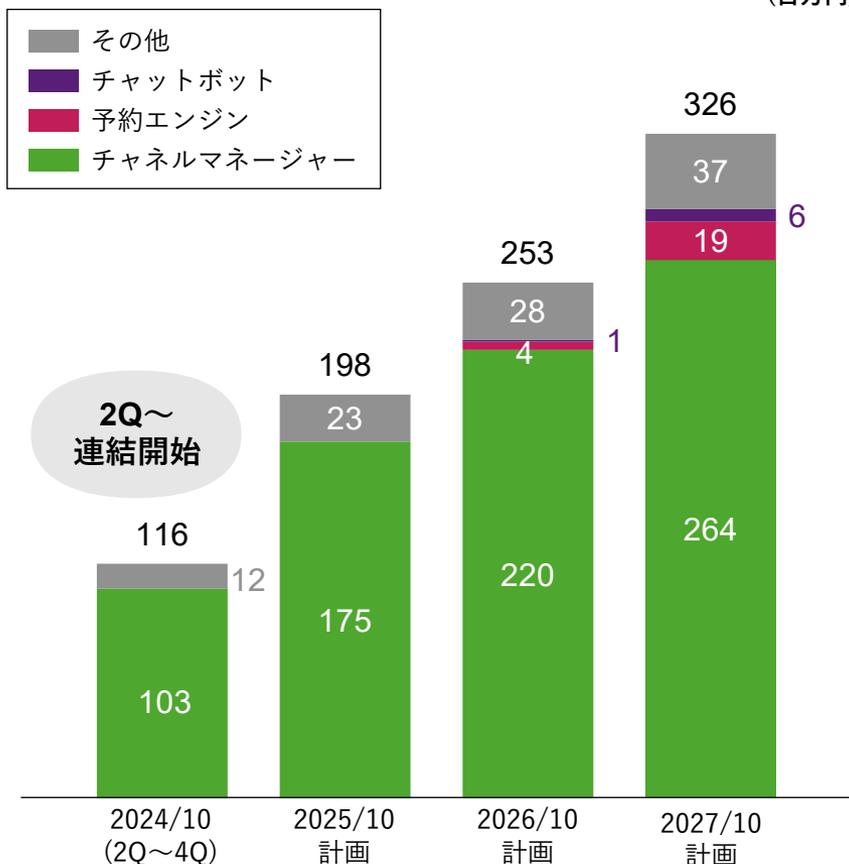


営業収益 - セグメント別 (東南アジア・BookandLink社)

チャネルマネージャーを中心として展開中。日本のtripla Book、tripla Botも同販路にて展開予定。

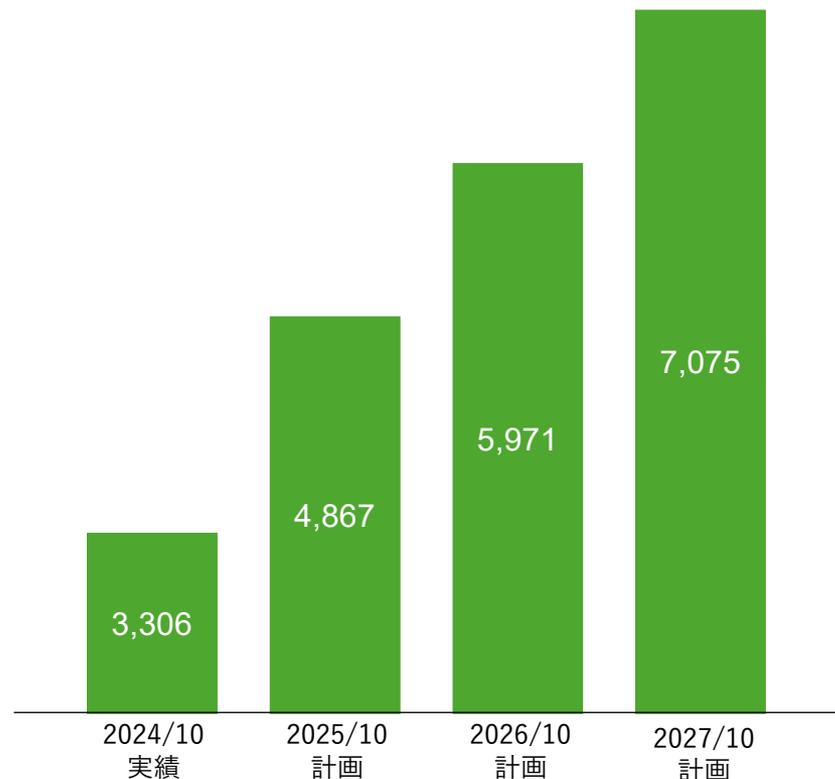
営業収益

(百万円)



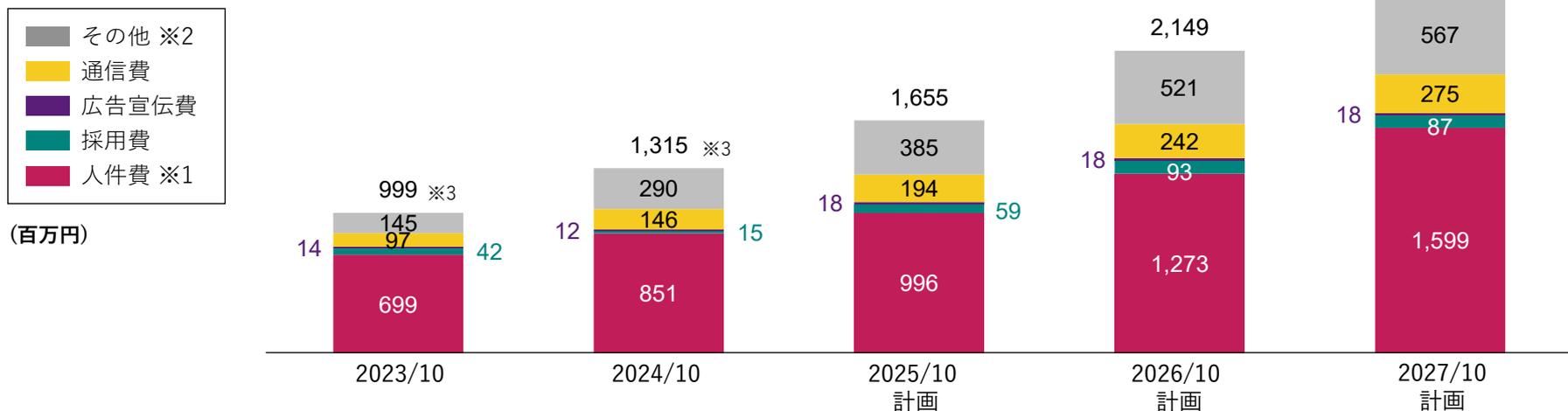
導入施設数(チャネルマネージャー)

(施設)



営業費用 - 日本

- 2025年10月期以降、プロダクトの機能強化、重層化のための開発投資、グローバル化等のため、利益拡大の範囲で採用を実施。
- 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 ※4	90人	92人	107人	141人	174人
営業収益(百万円)	1,168	1,617	2,083	2,774	3,360
営業利益(百万円)	177	324	427	624	810
営業利益率	15.2%	20.1%	20.5%	22.5%	24.1%

※1:人件費は給与手当、法定福利費の他、福利厚生費、業務委託費、株式報酬費用等も含めて集計。

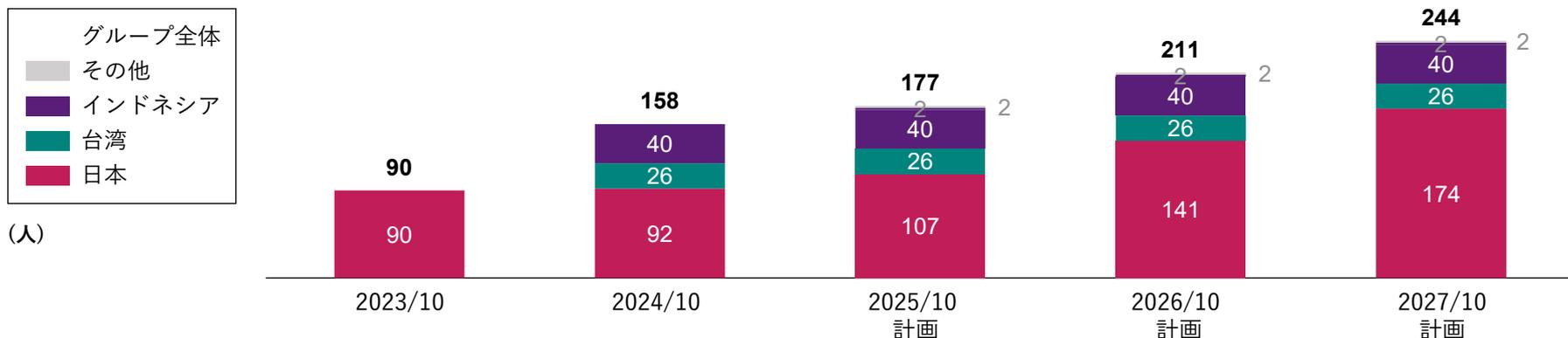
※2: その他は支払手数料、支払報酬、減価償却費等。

※3: 台湾支店、韓国支店を含む。

※4: 従業員数は臨時雇用者を除く。出向者受入数を含む。

tripla groupの従業員数

- エンジニアの採用はグローバル（インドネシア、台湾、日本等）で実施。インドネシア中心にコストパフォーマンスで最適な人材を採用。
- グループ内で、1プロダクトは1ブランドで統一し、人員及びコスト最適化※1）。



	2023/10	2024/10	2025/10 計画	2026/10 計画	2027/10 計画
tripla単体 ※2	90 (38)	92 (43)	107 (54)	141 (77)	174 (99)
内、台湾 ※3	18 (17)	19 (18)	19 (18)	19 (18)	19 (18)
内、インドネシア ※4	—	4 (4)	11 (11)	25(25)	39 (39)
BookandLink ※5	—	40 (10)	40 (10)	40 (10)	40 (10)
Surehigh	—	26 (7)	26 (7)	26 (7)	26 (7)
フィリピン	—	—	2 (0)	2(0)	2(0)
その他	—	—	2 (0)	2 (0)	2 (0)
グループ全体	90 (38)	158 (60)	177 (71)	211 (94)	244 (116)

※1: たとえば、予約エンジンであれば、現在、日本では「tripla Book」、Surehigh社では「EZ hotel」、BookandLink社では「Booking Ku」、Endurance社では「Pelican Hotel Solution」と同種のプロダクトが複数存在しているが、これらをtripla Bookに統一し、プロダクトごとの重複した開発は行わないことで、コスト最適化を図る。

※2: 出向者受入数を含む。 ※3: tripla株式会社の台湾支店所属。 ※4: BookandLinkからの出向。 ※5: Enduranceの人員数を含む。 ※6: 各従業員数は臨時雇用者、業務委託者を除く。 ※7: 括弧内はエンジニア等の人数。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。

Agenda

会社概要

2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

中期経営計画

✦ 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、障害発生の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 Link、tripla Analytics等の新規サービス、プロダクトを開発もしくは子会社のプロダクトをローカライズし、販売開始いたしました。安定して収益を生み出すまである程度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、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>2024年10月期において、BookandLink社、Surehigh及びEndurance社の3件のM&Aが完了いたしました。インドネシア、台湾、タイ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ております。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、想定外の事象が発生し、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>

Agenda

会社概要

2024年10月期の振り返り

成長可能性に関する事項

中期経営計画

リスク情報

➤ Appendix

56ページ

宿泊市場規模・宿泊施設数

<https://www.statista.com> :日本、シンガポール、オーストラリア、台湾

<https://www.mots.go.th> :タイ

<https://www.cbre.com> :マレーシア

<https://www.ihra.or.id> :インドネシア

<https://phoa.ph> :フィリピン

<https://www.ibisworld.com> :ベトナム

※ ここで言う市場規模は、宿泊自体の市場規模であり、当社が対象としているITサービスとは異なります。

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2025年12月のアップデートを予定しております。