



2025年10月期3Q

決算説明資料

tripla株式会社

2025年9月

# Agenda

2025年10月期3Qの財務ハイライト

tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

Appendix

# Agenda

## ✦ 2025年10月期3Qの財務ハイライト

tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

Appendix

## ▶ 営業収益、営業利益ともに、YoY大きく増加

### ● 営業収益

**1,824** 百万円 YoY : + **42.8** %

通期進捗率 : **65.9%**※1

2024年10月期 3Q時点進捗率 : 68.4%※4

### ● 営業利益

**324** 百万円 YoY : + **183.3%**

通期進捗率 : **61.4%**※2

2024年10月期 3Q時点進捗率 : 42.7%※4

## ▶ 親会社株主に帰属する当期純利益は 通期計画の約8割進捗し、YoYも大きく増加

**308** 百万円 YoY : + **439.6%**

通期進捗率 : **76.5%**※3

2024年10月期 3Q時点進捗率 : 27.3%※4

# Agenda

2025年10月期3Qの財務ハイライト

✦ tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

Appendix

# tripla BookのMCP収益について①

take rate及び収益性の改善を目的に多通貨決済MCP(Multi-Currency Pricing)を開始いたしました(※1)。

2025年3月のDCC(※2)からMCPへの変更開発の際、決済システム会社より提供される為替レートのうち、TTSとTTBの為替レートを誤ってシステム上連携していたことにより、下記影響期間において、インバウンド向けの部屋料金が企図していた水準より低く設定されました。

その結果、tripla株式会社の営業収益、営業利益、take rate等の推移や各進捗率に影響を与えたため、概要を記載いたします。なお、本件はあくまで見込収益の減額であり、費用損害の発生はなく、赤字取引もありません。

- 影響期間：2025年3月27日より2025年7月11日まで

- 影響範囲：上記期間において、MCPが適用された事前決済予約(インバウンド向けの一部)

※発見直後に修正開発は完了しているため、一時的な影響であり、今後の新規予約に関する影響はありません。

※当社はチェックアウト基準で収益認識しているため、7月11日までに予約され4Qにチェックアウトされる収益には影響があり、下記を見込んでおります。

- 収益への影響額

2025年10月期 第3四半期：▲64百万円

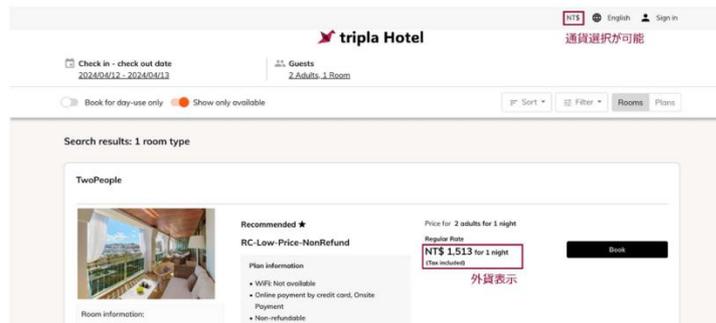
2025年10月期 第4四半期：▲20百万円(見込)

合計：▲84百万円(見込)

※2026年10月期に与える影響金額は軽微であります。※2025年10月期 第2四半期への影響は軽微であるため第3四半期分に一括して記載しております。 ※4Q影響額▲20百万円については、本資料提出日時点の見積りであり、予約のキャンセル及び為替の影響により変動するものであります。 ※現在公表している業績予想の修正が必要となる程の影響は見込んでおりません。

- 原因と対策

MCPによるインバウンド向けの部屋料金については、システム上でレートを自動連携計算されており、初期開発時に誤ったレート種別を指定したままプロセスが進行し、その後のレビュー工程およびQAプロセスにおいても発見に至らず、影響期間が数か月に及ぶ結果となりました。今後は、重要な新事業や新機能に関する開発、設定等については、ビジネス部門を含む部署横断的なチェック体制を構築し、類似案件の発生防止に努めてまいります。



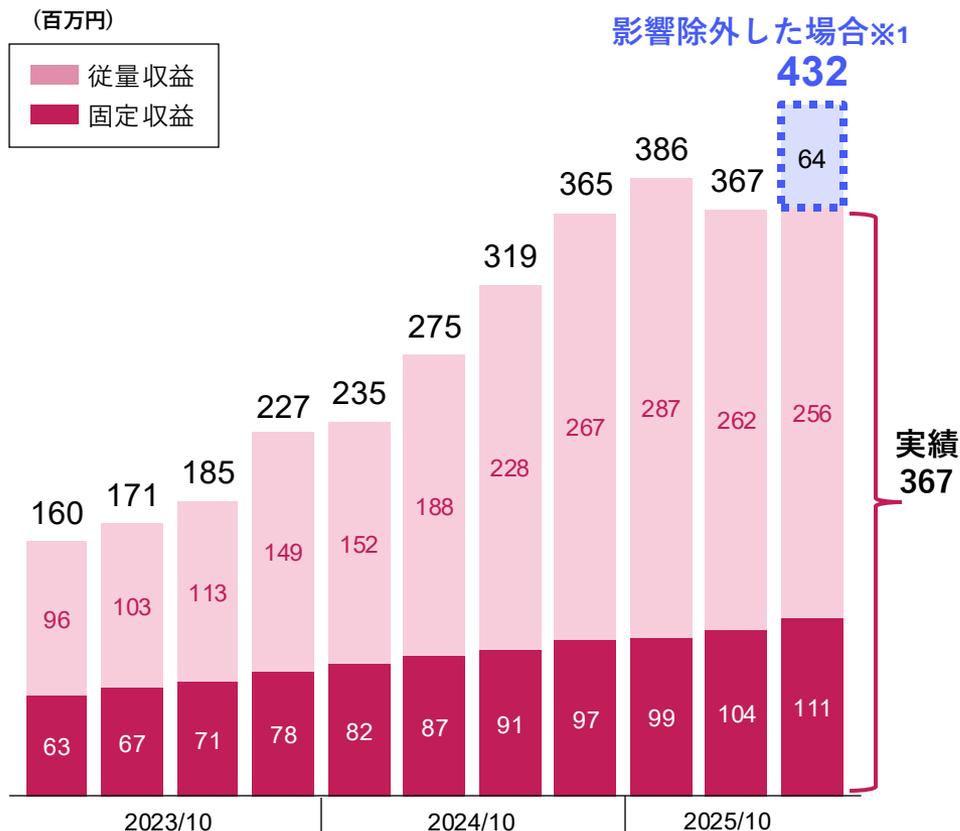
※1) 2024年4月23日PR&IR記事

※2) DCC: Dynamic Currency Conversion

# tripla BookのMCP収益について②

- **本件影響▲64百万円を除外した場合、営業収益432百万円及びtake rate1.32%であり、上昇トレンドは3Qも継続。**

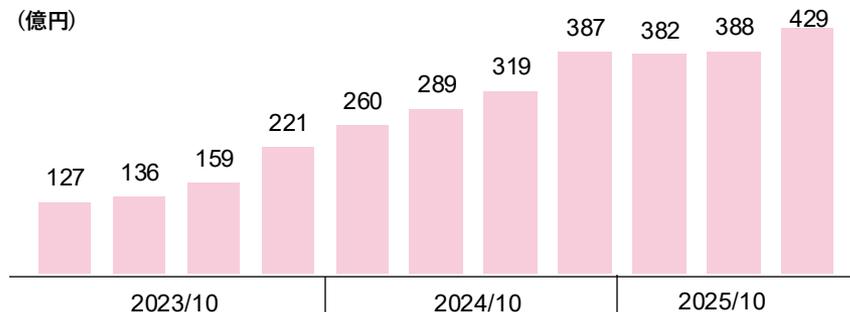
## Book営業収益 ※1



## 従量収益のtake rate推移 ※2



## 取扱高(GMV)



※1: 本件影響▲64百万円を除外した計算上の数値であり、実績ではありません。

※2:  $\text{Net GMVに対するtake rate} = (\text{宿泊従量課金による収益} + \text{決済従量課金による収益}) \div (\text{GMV} - \text{宿泊従量課金の対象でないGMV})$  ※3

※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。

# tripla BookのMCP収益について③

- **本件影響▲64百万円を除外した場合の3Q想定業績の試算**
- **営業利益進捗61.4%→73.7%、経常利益進捗69.2%→81.5%**

## 当期3Qの実績、成長率及び進捗率

	2025年10月期 3Q 実績	2025年10月期 通期 計画	2025年10月期 3Q YoY	2025年10月期 進捗率 対通期計画
営業収益	1,824,654	2,770,182	+42.8%	65.9%
tripla単体	1,504,859	2,291,146	+30.4%	65.7%
BookandLink	122,781	197,475	+65.3%	62.2%
Surehigh	196,974	281,559	+299.7%	70.0%
営業収益成長率	+42.8%	+48.3%	-	-
営業費用	1,500,056	2,241,546	-	-
営業利益	324,598	528,635	+183.3%	61.4%
営業利益率	17.8%	19.1%	-	-
経常利益	365,623	528,202	+316.3%	69.2%
当期純利益	311,219	405,690	+398.4%	76.7%
親会社株主に帰属 する当期純利益	308,262	403,091	+439.6%	76.5%

## 本件影響額▲64百万円を除外した場合 の想定業績、成長率及び進捗率

	2025年10月期 3Q 想定	2025年10月期 3Q YoY	2025年10月期 進捗率 対通期計画
	1,889,425	47.9%	68.2%
	1,569,629	+36.0%	68.5%
	122,781	+65.3%	62.2%
	196,974	+299.7%	70.0%
	+47.9%	-	-
	1,500,056	-	-
	389,368	+239.9%	73.7%
	20.6%	-	-
	430,394	+390.0%	81.5%
	-	-	-
	-	-	-

# Agenda

2025年10月期3Qの財務ハイライト  
tripla BookのMCP収益について

## ✦ 2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

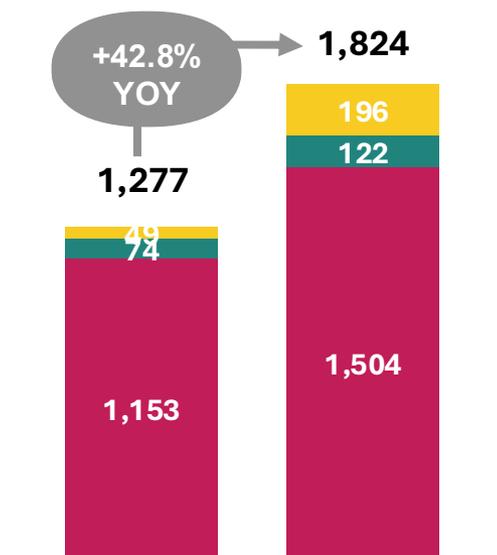
Appendix

# 2025年10月期3Q 結果 (連結・YoY)

- 営業収益：1,824百万円、YoY +42.8% (単体YoY +30.4%)
- 営業利益：324百万円、YoY +183.3%(単体YoY + 88.4%)

## 営業収益(連結)

(百万円)



24/10  
3Q  
実績

25/10  
3Q  
実績

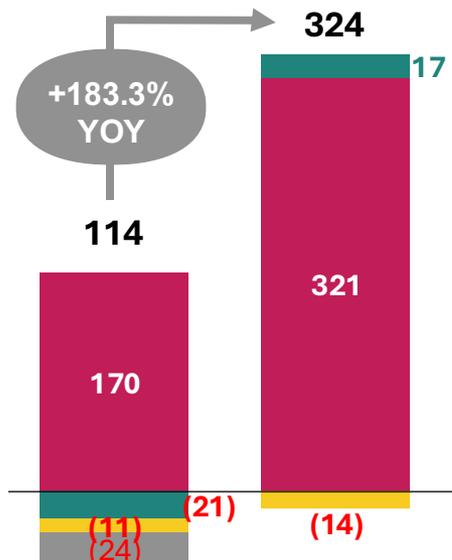
通期  
進捗率

68.4%  
(※1)

65.9%  
(※2)

## 営業利益(連結)

(百万円)



24/10  
3Q  
実績

25/10  
3Q  
実績

通期  
進捗率

42.7%  
(※3)

61.7%  
(※4)



(百万円)

営業収益	実績 24/10 3Q	実績 25/10 3Q	YoY
tripla単体	1,153	1,504	+30.4%
BookandLink ※6	74	122	+65.3%
Surehigh ※7	49	196	299.7%
合計	1,277	1,824	+42.8%

(百万円)

営業利益	実績 24/10 3Q	実績 25/10 3Q	YoY
tripla単体	170	321	+88.4%
BookandLink ※6	▲21	17	-
Surehigh ※7	▲11	▲14	-
合計 ※8	114	324	+183.3%

※1: 2024年10月期通期実績1,867百万円に対する進捗率

※2: 2025年10月期通期計画2,770百万円に対する進捗率

※3: 2024年10月期通期実績268百万円に対する進捗率

※4: 2025年10月期通期計画528百万円に対する進捗率

※5: 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。

※6: tripla Singapore Pte. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社PT. tripla BookandLink Indonesiaの業績。2024年10月期2Qから連結。

※7: tripla Taiwan Co., Ltd.(翠普拉台灣股份有限公司)、Surehigh International Technology Inc.(旭海國際科

技股份有限公司)及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.(品辰旅行社有限公司)の業績。2024年10月期3Qから連結。

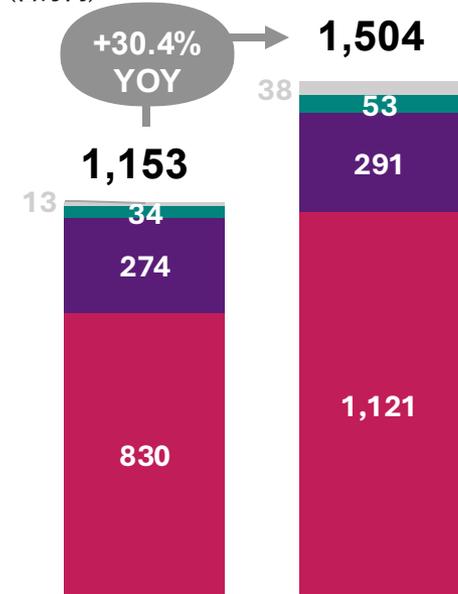
※8: 合計値には※5を含む。

# 2025年10月期3Q 結果 (単体・YoY)

- 営業収益：1,504百万円、YoY+30.4%。
- 営業利益：321百万円、YoY+88.4%。

## 営業収益(単体)

(百万円)



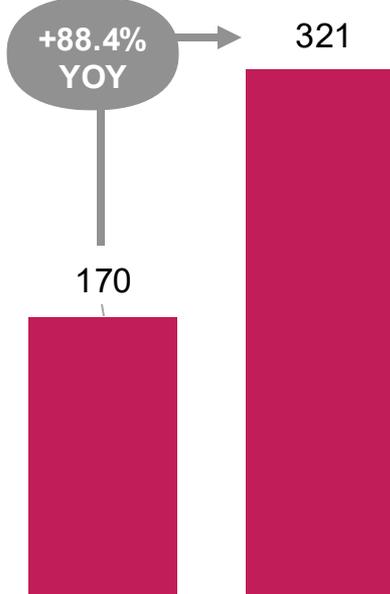
24/10  
3Q  
実績

通期  
進捗率  
70.4%  
(※1)

25/10  
3Q  
実績

65.7%  
(※2)

## 営業利益(単体)

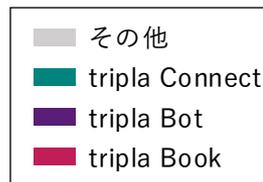


24/10  
3Q  
実績

通期  
進捗率  
52.6%  
(※1)

25/10  
3Q  
実績

59.8%  
(※2)



(百万円)

営業収益	実績 24/10 3Q	実績 25/10 3Q	YoY
tripla Book	830	1,121	+35.0%
tripla Bot	274	291	+6.0%
tripla Connect	34	53	+54.2%
その他	13	38	+189.4%
合計	1,153	1,504	+30.4%

## tripla Bookの補足説明

- ・ 固定収益 314百万円 YoY +20.6%
- ・ 従量収益 806百万円 YoY +41.6%

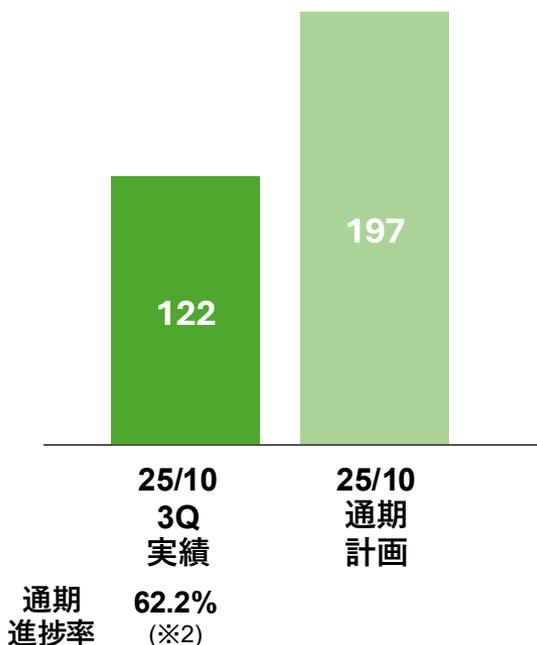
# 2025年10月期3Q 結果 (BookandLink)

● 3Q営業収益122百万円、営業利益17百万円。

2024年10月期2QよりP/L連結開始

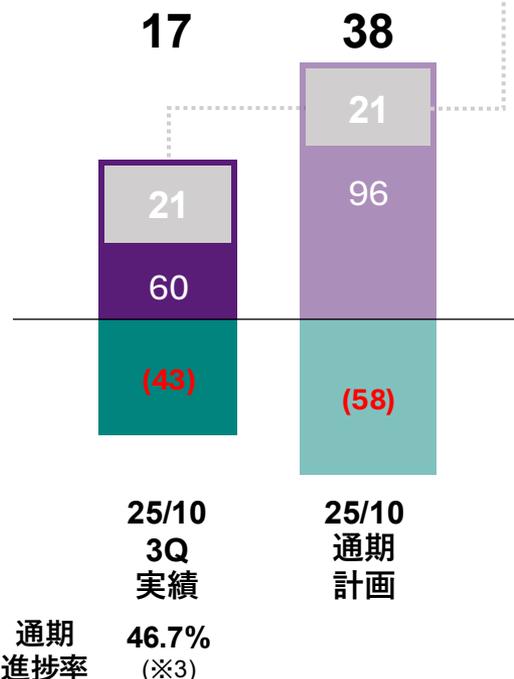
## 営業収益※1

(百万円)



## 営業利益※1

■ 営業利益(のれん控除前)  
■ のれん償却額



日本法人からの開発委託費の精算等  
(1Qで発生)

## 営業収益

3Q実績 122百万円  
対通期進捗率 62.2%

3Q末施設数: 3,557施設  
(2024年10月末: 3,306施設 + 251施設)

## 営業利益(のれん控除後)

3Q実績 17百万円  
対通期進捗率 46.7%

・ 一時的な収益及び費用21百万円(1Qで発生)  
グループ全体のための開発委託費の精算等

※1: tripla Singapore Pte Ltd.、インドネシア事業を担う子会社tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の業績。

※2: 2025年10月期通期計画197百万円に対する進捗率

※3: 2025年10月期通期計画38百万円に対する進捗率

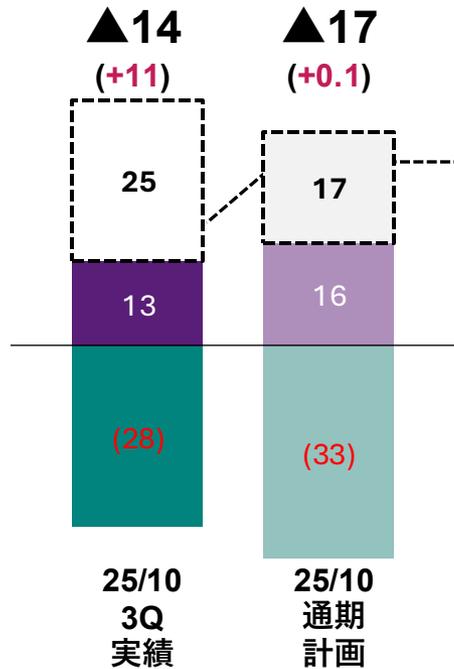
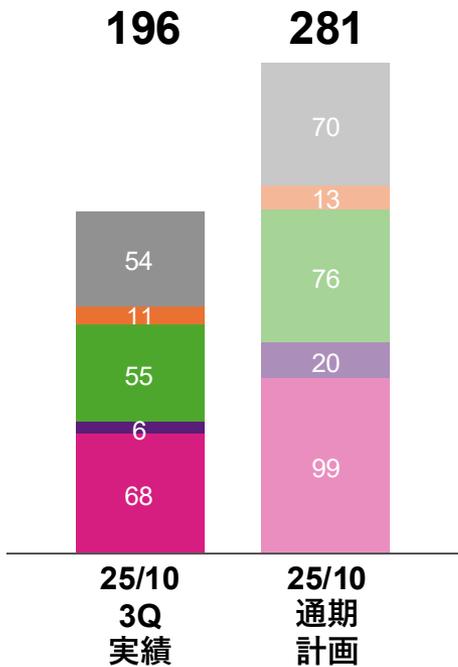
# 2025年10月期3Q 結果 (Surehigh)

- 3Q営業収益196百万円、営業利益(のれん控除後) ▲14百万円。
- 3Q経常利益(のれん控除後)は11百万円。

## 営業収益※1

## 営業利益※1,2

2024年10月期3QよりP/L連結開始



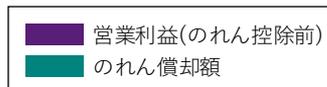
3Q経常利益 11.1百万円/営業利益 ▲14.6百万円  
 ↳ 営業利益(のれん控除前) 13.8百万円  
 ↳ のれん償却額 ▲28.5百万円  
 ↳ 営業外損益25.8百万円(政府補助金等)

## 営業収益

3Q末施設数: 1,439施設 ※4  
 (2024年10月末: 1,450施設 ▲11施設)  
 旧プロダクト(EZ Hotel)からtripla Bookへの移行提案を継続し、QoQでは+2施設  
 1Q発生のSI収益49百万円により営業収益の進捗率良好。

通期進捗率 70.0% (※5)

通期進捗率 - (※6)



※1: tripla Taiwan Co., Ltd.(翠普拉台灣股份有限公司)、Surehigh International Technology Inc.(旭海國際科技股份有限公司)及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.(品辰旅行社有限公司)の業績。

※2: 括弧内の数値は経常利益

※3: System Integrationの一時的な営業収益

※4: 何らかのサービスが導入されている施設の数

※5: 2025年10月期営業収益通期計画281百万円に対する進捗率

※6: 2025年10月期営業利益通期計画▲17百万円

# 2025年10月期3Q 業績概要 (連結)

- 営業収益：YoY+42.8%、進捗率65.9% (前期3Q進捗率:68.4%と概ね同水準) ※1
- 営業利益：YoY+183.3%、進捗率61.4% (前期3Q進捗率:42.7%より大きく進捗) ※1
- 親会社株主に帰属する当期純利益：YoY+439.6%、進捗率76.5%で好調

	2024年10月期 3Q 実績	2024年10月期 通期 実績	2024年10月期 進捗率 3Q時点	2025年10月期 3Q 実績	2025年10月期 通期 計画	2025年10月期 進捗率 対通期計画	2025年10月期 3Q YoY
営業収益 ※2	1,277,325	1,867,358	68.4%	1,824,654	2,770,182	65.9%	+42.8%
tripla単体	1,153,782	1,639,787	70.4%	1,504,859	2,291,146	65.7%	+30.4%
BookandLink ※3	74,262	116,060	64.0%	122,781	197,475	62.2%	+65.3%
Surehigh ※4	49,280	111,511	44.2%	196,974	281,559	70.0%	+299.7%
営業収益成長率	+53.8%	+58.8%	-	+42.8%	+48.3%	-	-
営業費用 (のれん償却額※5を含む)	1,162,764	1,598,860	-	1,500,056	2,241,546	-	-
営業利益	114,560	268,497	42.7%	324,598	528,635	61.4%	+183.3%
営業利益率	9.0%	14.4%	-	17.8%	19.1%	-	-
経常利益	87,832	244,591	35.9%	365,623	528,202	69.2%	+316.3%
当期純利益	62,441	217,574	28.7%	311,219	405,690	76.7%	+398.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	57,126	209,389	27.3%	308,262	403,091	76.5%	+439.6%

※1: 2024年10月期 第三四半期時点における2024年10月期の通期実績に対する割合

※2: 各社合計に加え、内部取引による連結上の相殺消去等の合計

※3: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社PT. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の業績。

※4: tripla Taiwan Co., Ltd.(翠普拉台灣股份有限公司)、 Surehigh International Technology Inc.(旭海國際科技股份有限公司) 及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICE CO., LTD.(品辰旅行社有限公司)の業績。

※5: 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。

# 2025年10月期3Q 業績概要 (単体)

- 営業収益：YoY+30.4%、進捗率65.7% (前期3Q進捗率：70.4%) ※1
- 営業利益：YoY+89.2%、進捗率60.1% (前期3Q進捗率：52.6%) ※1

	2024年10月期 3Q 実績	2024年10月期 通期 実績	2024年10月期 進捗率 3Q時点	2025年10月期 3Q 実績	2025年10月期 通期 計画	2025年10月期 進捗率 対通期計画	2025年10月期 3Q YoY
営業収益	1,153,782	1,639,787	70.4%	1,504,859	2,291,146	65.7%	+30.4%
tripla Book	830,968	1,195,996	69.5%	1,121,557	1,794,063	62.5%	+35.0%
tripla Bot	274,656	366,505	74.9%	291,072	360,091	80.8%	+6.0%
tripla Connect	34,875	48,551	71.8%	53,793	72,077	74.6%	+54.2%
その他	13,281	28,734	46.2%	38,435	64,914	59.2%	+189.4%
営業収益成長率	+39.0%	+39.4%	-	+30.4%	+40.0%	-	-
解約率_tripla Book ※2	0.5%	0.4%	-	0.3%	0.3%	-	-
解約率_tripla Bot ※2	0.7%	0.7%	-	0.7%	0.4%	-	-
営業費用	983,057	1,315,360	-	1,183,235	1,753,146	-	-
営業利益	170,724	324,426	52.6%	321,623	537,815	59.8%	+88.4%
営業利益率	14.8%	19.8%	-	21.4%	23.5%	-	-
経常利益	135,866	284,453	47.8%	327,357	510,873	64.1%	+140.9%
当期純利益	109,985	264,228	41.6%	280,504	408,202	68.7%	+155.0%

※1: 2024年10月期 第3四半期時点における2024年10月期の通期実績に対する割合

※2: 月次平均解約率

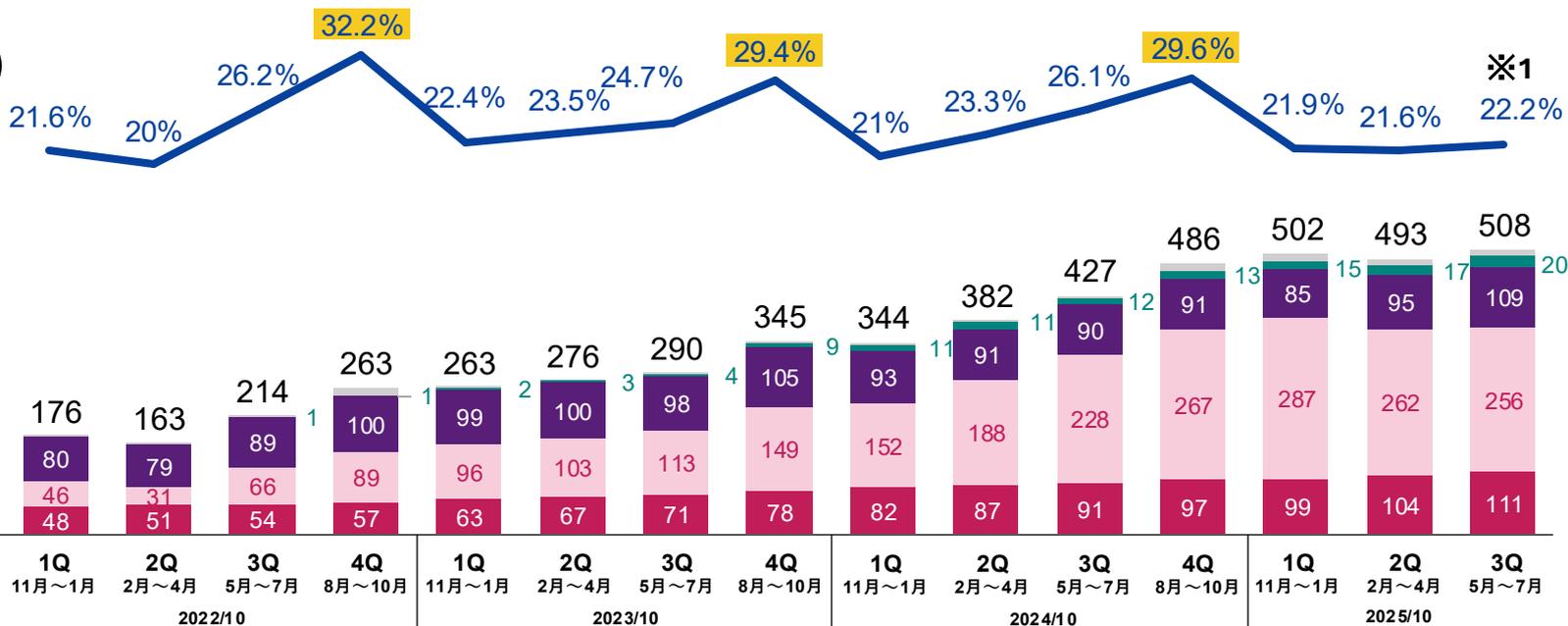
# 四半期ごとの営業収益の偏重 (単体)

- 各サービスの導入は堅調に進み、Book固定収益、Bot収益はQoQで引き続き増加。
- 3Q収益は通期計画対比22.2%(累計進捗65.7%)。

(※1) MCP収益の影響額▲64百万円を除外した場合、通期計画対比25.0%(累計進捗68.5%)と前期と同水準

## 営業収益

(百万円)



- 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。 ※2

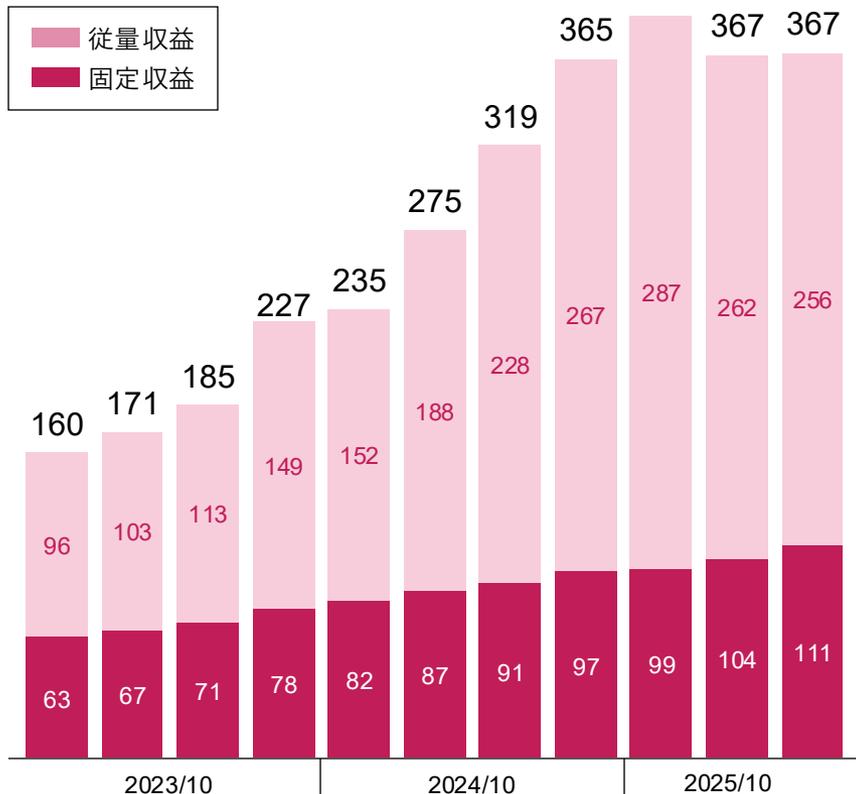
※2: tripla Botは固定収益のみのプランと、固定収益と変動的な収益によって構成されるプランの双方があり季節性があるものの、固定収益のプランに移行を進めておりプラン移行によって内訳が変更される。  
 ※3: 2022年10月期は通期の営業収益817百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2023年10月期は通期の営業収益1,176百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2024年10月期は通期の営業収益(単体P/L)1,639百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2025年10月期は通期の営業収益の計画2,291百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率。

# 営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Book)

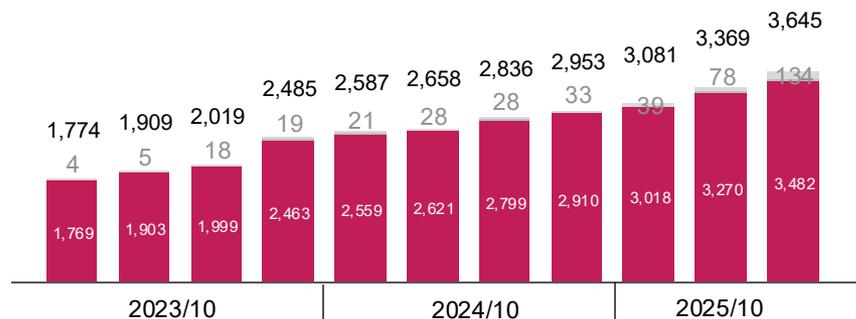
- 導入施設数はQoQで+276施設増加し3,645施設。

## Book営業収益 ※1

(百万円)

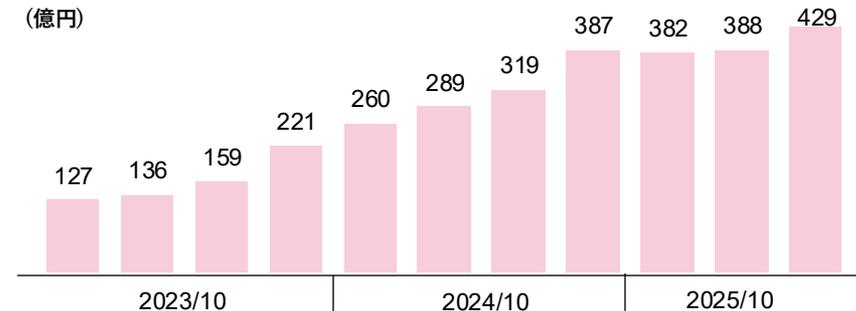


## 導入施設数 ※2



## 取扱高(GMV)

(億円)



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

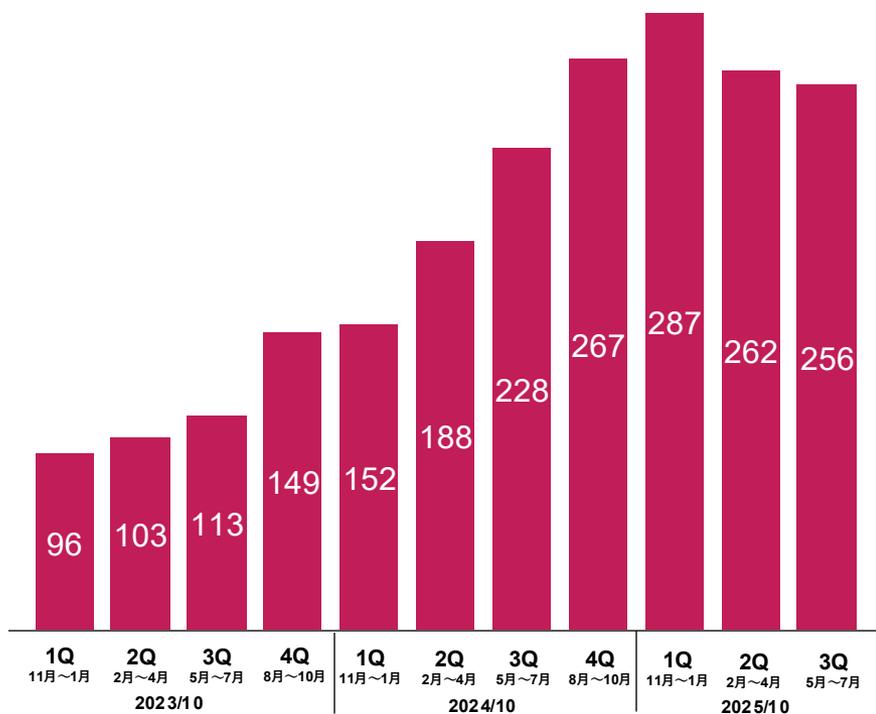
※2: 2025年10月期3Q末の内訳としては日本3,482施設、台湾分134施設、韓国支店等29施設。台湾分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾の施設から得られるものは含まれない。

# Book従量収益の季節性について

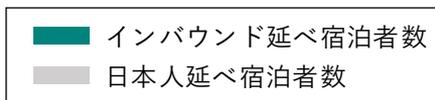
- 市場の宿泊者数はQoQで概ね同程度で推移
- 引き続き4Q偏重での推移想定

## 当社の従量収益

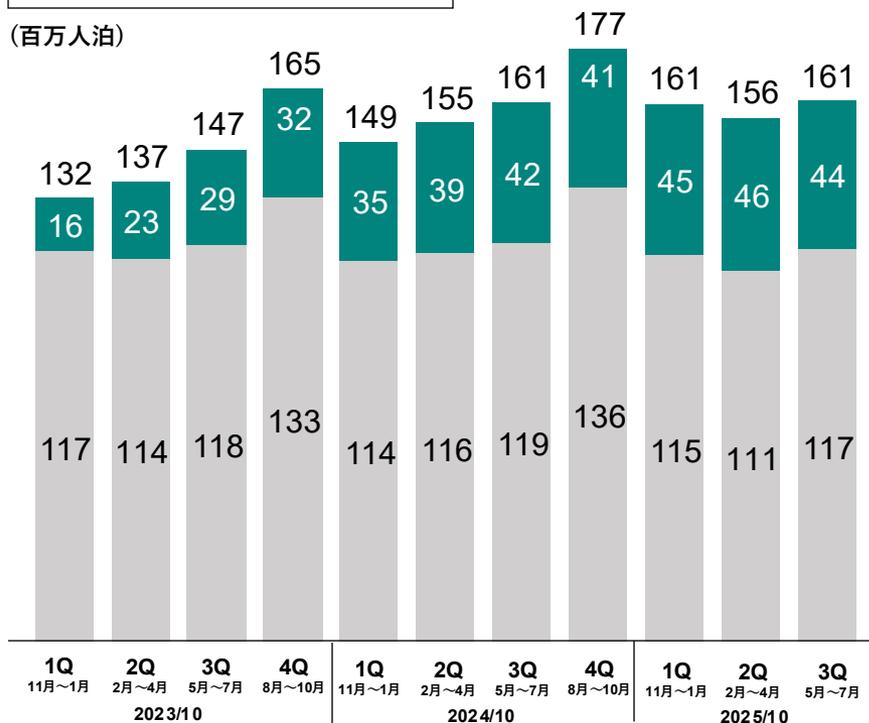
(百万円)



## 宿泊者数(市場全体・観光庁統計より ※1)



(百万人泊)



※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。

### triplaは下期偏重型の収益モデルである理由

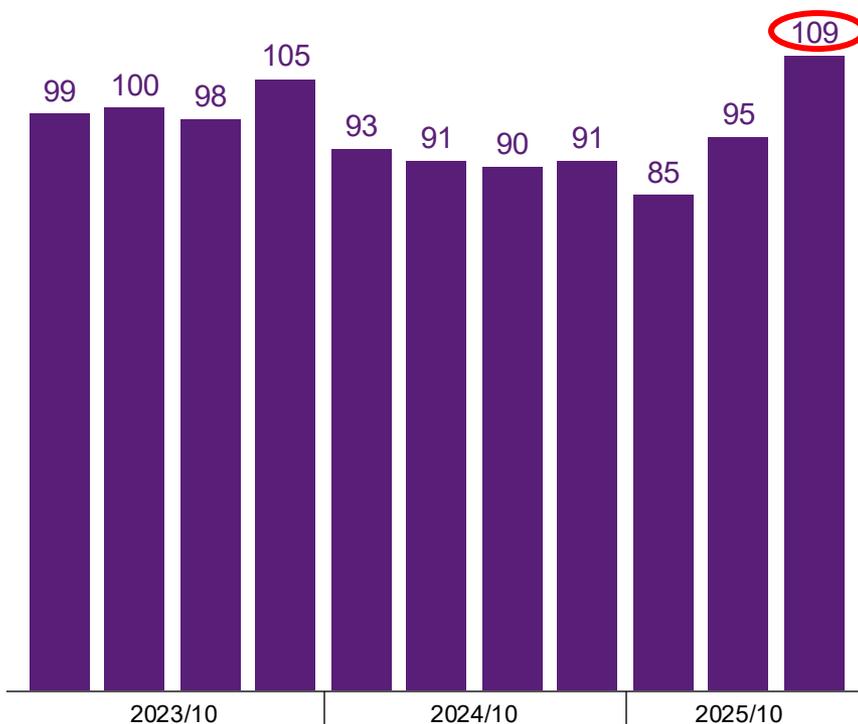
- 1** 固定収益は、サブスクリプションモデルであるため、  
施設数の積み上げにより増加  
1Q < 2Q < 3Q < 4Q という傾向
- 2** 従量収益は、季節性の影響により、  
8月を含む第4四半期に増加する傾向  
「Book従量収益の季節性について」ご参考

# 営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Bot)

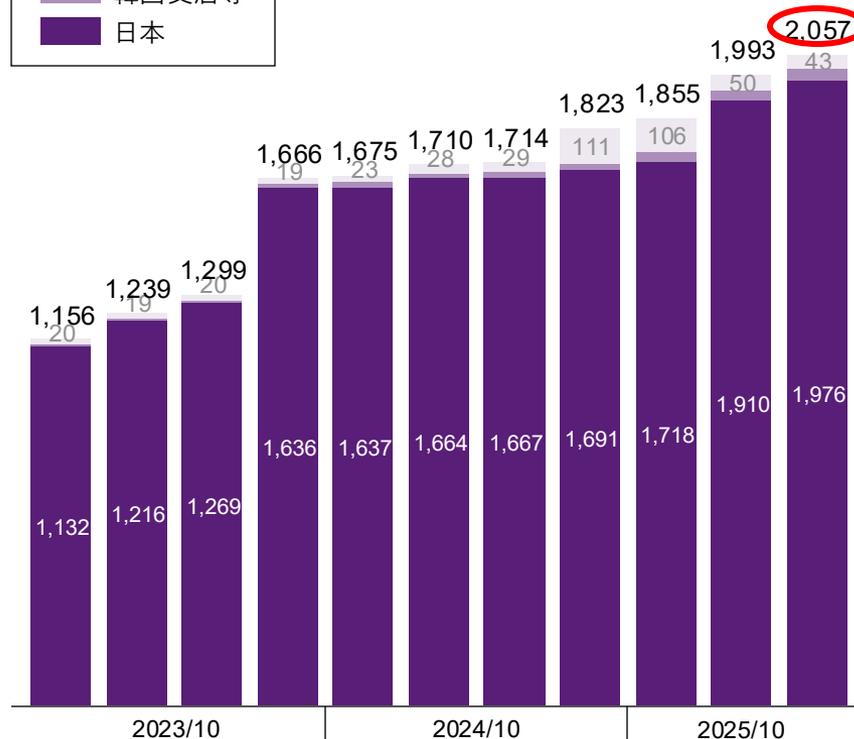
QoQで+64施設増加、+14百万円と大きく増収。2,000施設を突破。  
一部のフルサービスプラン提供(従量課金)での利用増加による増収

## Bot営業収益 ※1

(百万円)



## 導入施設数 ※2



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

※2: 2025年10月期3Q末の内訳としては日本1,976施設、台湾43施設、韓国支店等38施設。

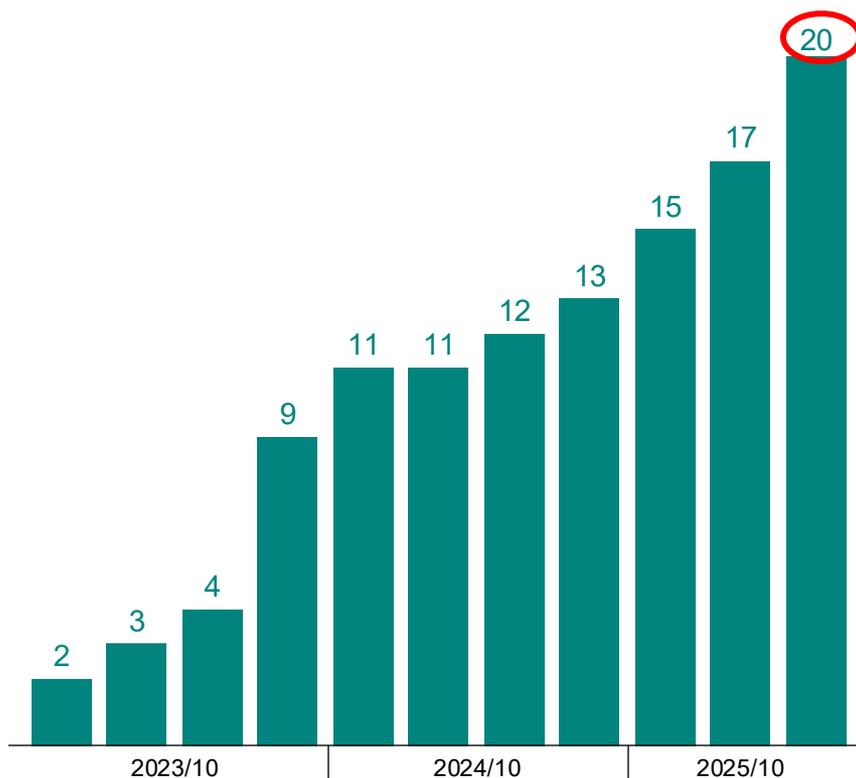
台湾分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾の施設から得られるものは含まれない。

# 営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Connect)

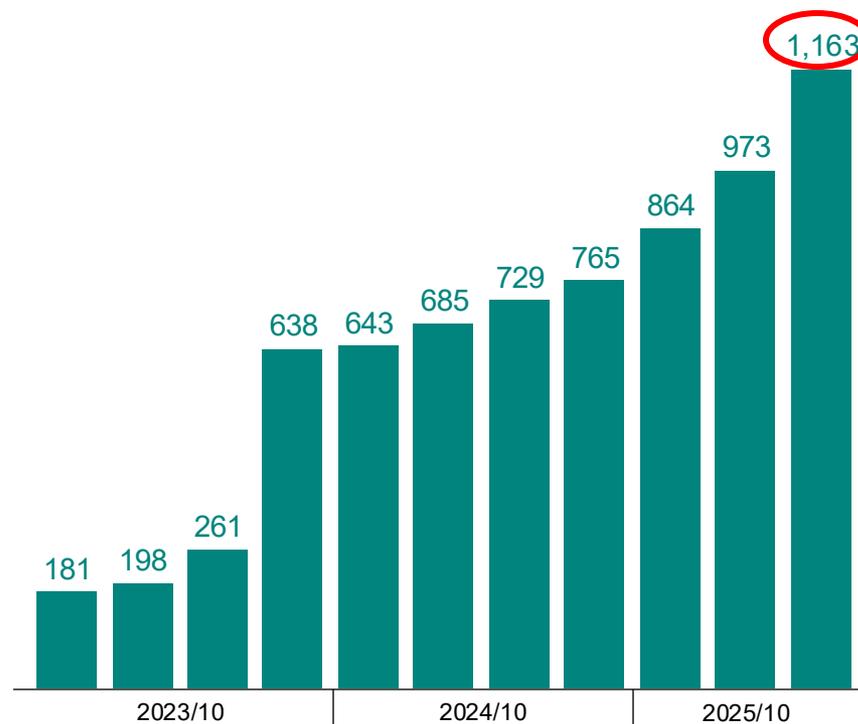
Q2に引き続き、tripla Connectのクロスセルが好調。大手チェーンでも導入が進む  
施設数はQoQ+190施設純増し、1,000施設を突破。

## Connect営業収益 ※1

(百万円)



## 導入施設数 ※1

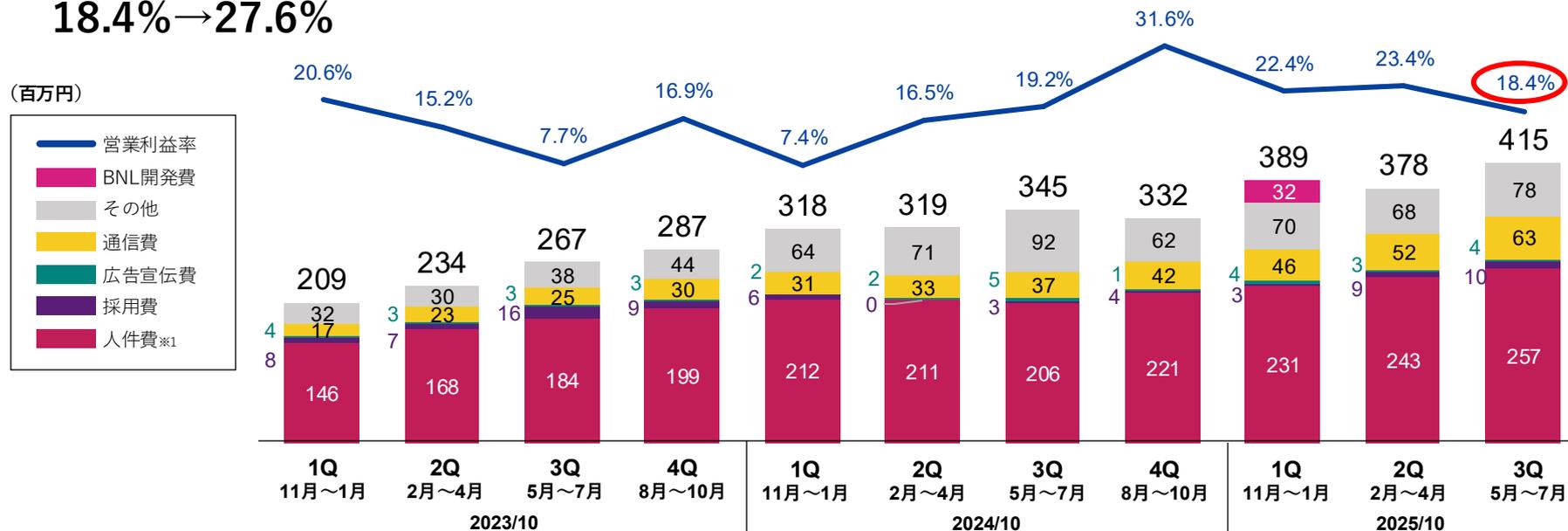


※1: tripla Connectは現時点では日本のみで導入済。

© 2025 tripla Co.,Ltd

# 四半期ごとの営業費用の推移 (単体)

- 3Q営業利益率はMCP収益の影響で下落も一時的。当該影響を除外すれば、18.4%→27.6%



従業員数(単体)※2 (エンジニア等人数 ※3)	74人 (28人)	83人 (34人)	89人 (38人)	90人 (38人)	93人 (28人)	89人 (42人)	91人 (43人)	92人 (43人)	90人 (40人)	97人 (44人)	102人 (45人)
従業員数(連結) (エンジニア等人数 ※3) 【参考】	—	—	—	—	—	—	—	158人 (60人)	162人 (60人)	173人 (65人)	182人 (67人)

- 人件費：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。2025年10月期は人員数は堅調に推移。
- 通信費：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：2024年10月期2Q→3Qはチャージバック+11百万円発生するも4Qで減少に成功し、2025年10月期1Q、2Qも低く推移。
- BNL開発費：2025年10月期1Qは海外子会社BookandLinkへの業務委託費の一時的な支払によるもの。グループ全体では影響なし。
- 営業費用全体：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月期より子会社から出向者を受け入れており、出向者数除めた人員数。

※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。

# Agenda

2025年10月期3Qの財務ハイライト  
tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

## ✦ 会社概要

ビジネス概要

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 8億6,602万円

ホームページ <https://tripla.io>

設立日 2015年4月15日

従業員数 単体：102名  
連結：182名 ※2025年7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、香港、韓国、米国  
シンガポール、インドネシア、タイ、フィリピン

旅行業登録 東京都知事登録旅行業 第2-7240号

# 数値でみる tripla

## triplaの事業 ※1

● 設立年  
**2015**年

● 事業拠点  
**9**カ国

● 導入施設数 ※2  
**9,155**

● サービス数  
**12**サービス

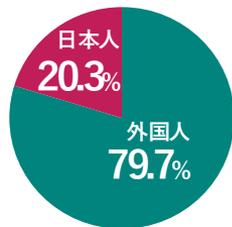
## triplaの人材

● 従業員数 **182**名※1

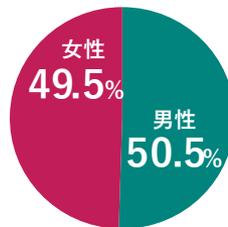
● 国籍数 **15**カ国※1

● 平均年齢 **35.9**歳

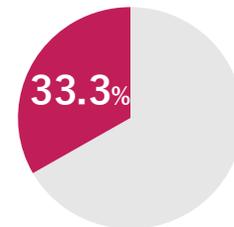
● 外国人比率※1



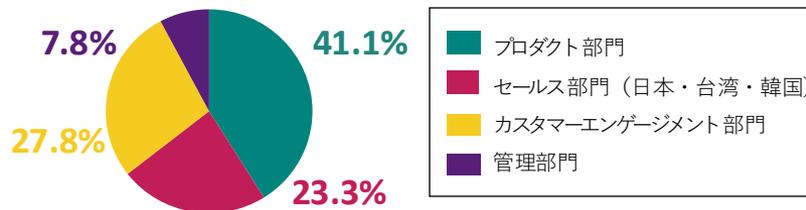
● 男女比率



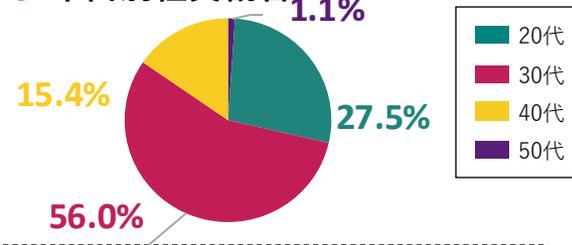
● 女性管理職の割合



● 職業別割合

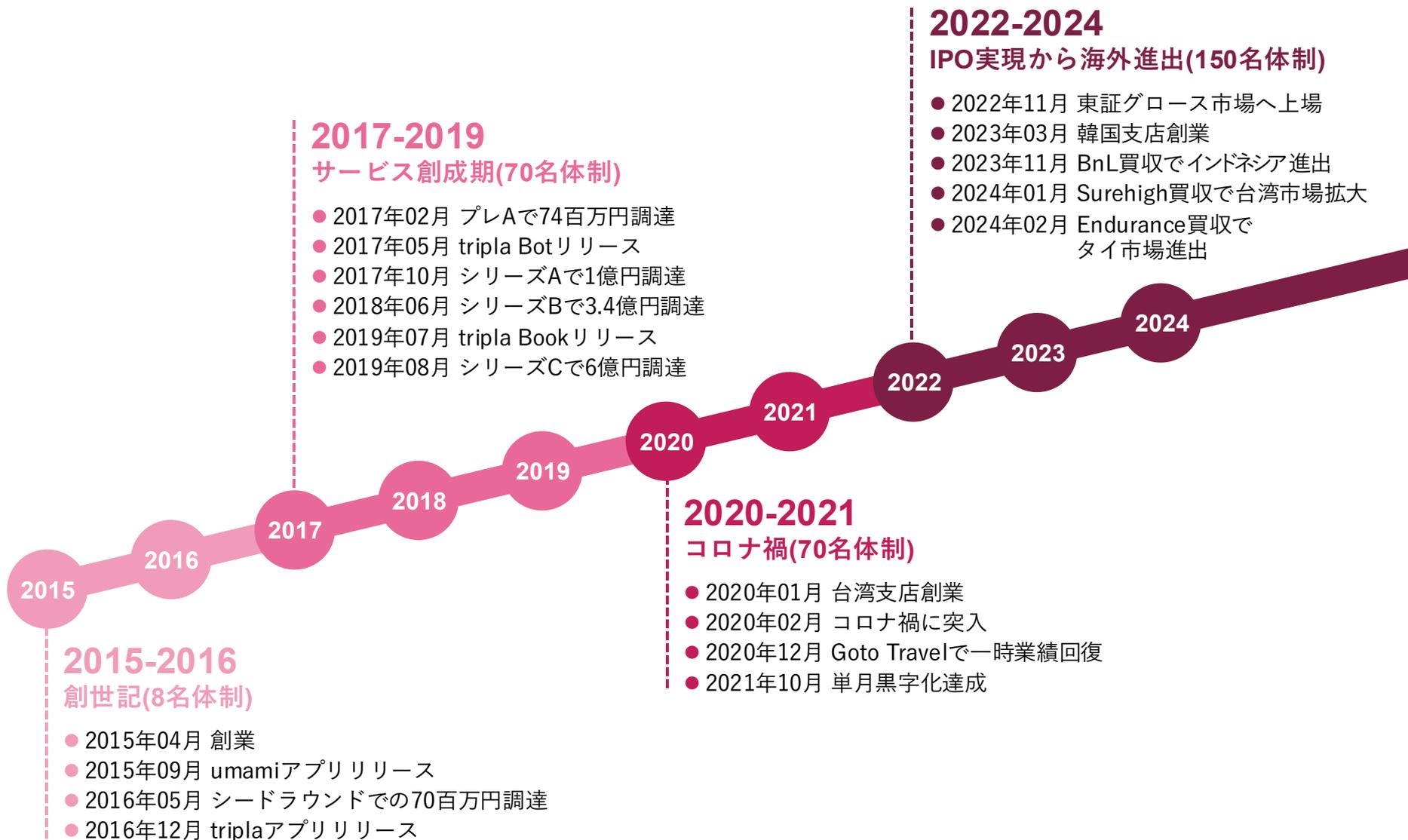


● 年代別社員割合



● 国籍別社員数





# 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 CPO

**鳥生 格** Kaku Toriu

経歴：

学歴：ニューヨーク大学  
ビジネスブレイクスルー大学MBA



取締役 CFO

**岡 義人** Yoshito Oka

経歴：

学歴：慶応義塾大学  
資格：公認会計士



執行役員 Business Development

**奥林 正浩** Masahiro Okubayashi

経歴：

学歴：神戸大学



執行役員 Customer Engagement

**川本 洸達** Koutatsu Kawamoto

経歴：

学歴：慶応義塾大学



執行役員 CTO

**Hakim Mouslih**

経歴：

学歴：Université d'Angers



執行役員 Product Management

**Aude Moras**

経歴：

学歴：IAE de Poitiers



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

2025年10月期3Qの財務ハイライト

tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

✦ **ビジネス概要**

Appendix

## 中期経営計画で掲げる戦略・アクションプランを実行



### 市場ニーズに応じたサービスの多機能化

- Amazon Payを利用した事前決済の提供開始
- 「Opn Payments」との連携によりタイでも事前決済が可能に
- 広告運用代行サービス「tripla Boost」にてTikTokの広告運用が開始



### 海外市場展開の加速

- フィリピン子会社の設立完了
- インバウンド集客を加速させる「tripla Nexus」のローンチ



### 地域社会の発展支援

- 福島DMOでの成功事例をもとに、福島市観光コンベンション協会様をゲストにお招きしオンラインセミナーの開催

## 2025年5月21日：第2回トリプラカンファレンスを開催



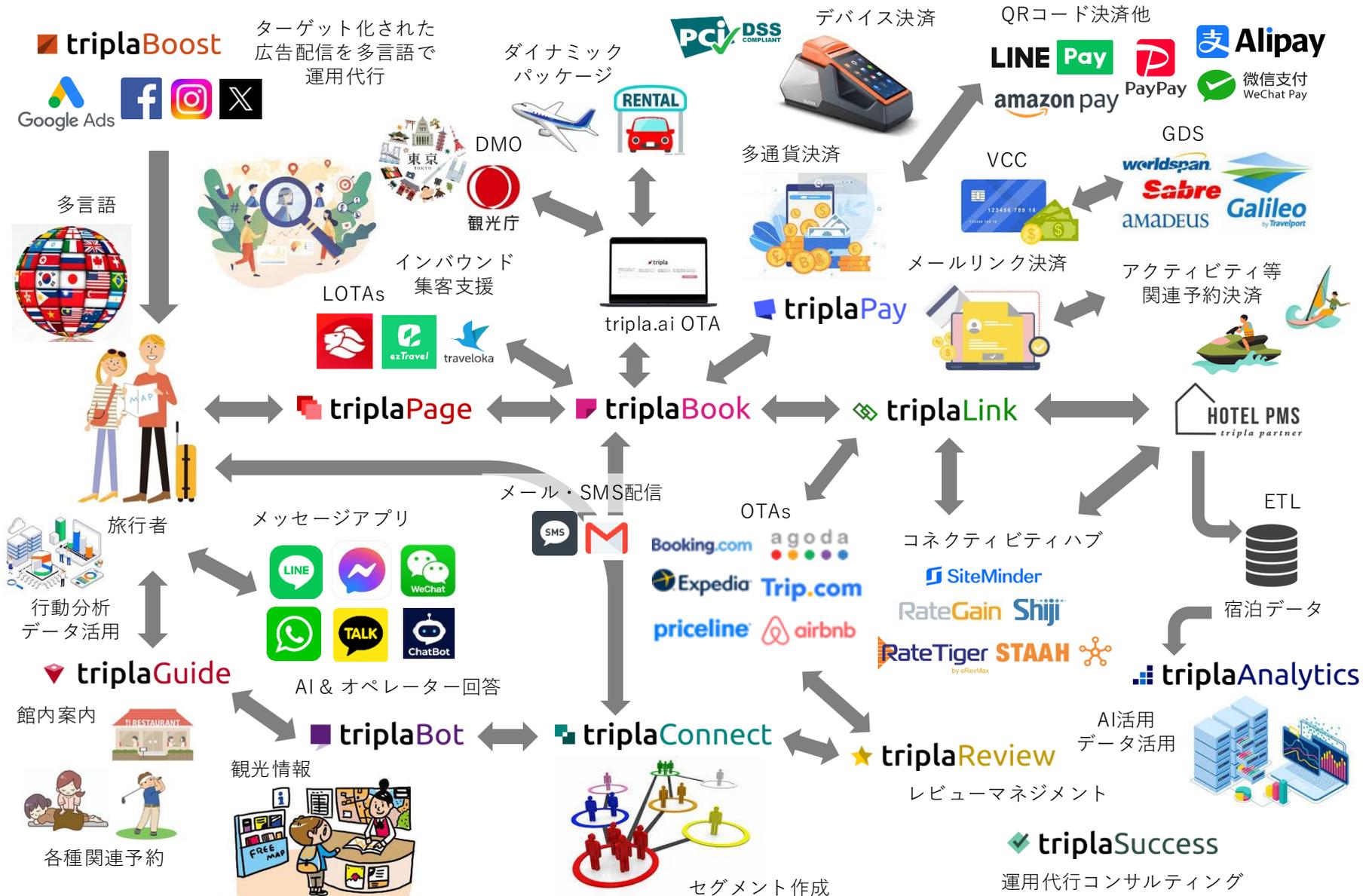
## 2025年5月26日~27日：WiT Japan & North Asiaに登壇&出展



# 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 <b>利益</b> 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 <b>売上</b> 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 <b>売上</b> 貢献すると共に競争力のある決済料率で <b>利益</b> 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 <b>利益</b> 貢献すると共にメッセージAPP経由の集客を拡大して <b>売上</b> 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 <b>利益</b> 貢献すると共に宿泊関連予約の拡大で <b>売上</b> 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 <b>利益</b> 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 <b>売上</b> 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 <b>売上</b> 貢献すると共に料率面で <b>利益</b> 貢献	日本、東南アジア
 triplaLink	OTA及び公式サイト of 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 <b>売上</b> 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 <b>利益</b> 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 <b>売上</b> 及び <b>利益</b> 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 <b>利益</b> 貢献。また、機会損失の削減で <b>売上</b> 貢献。	日本

# 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

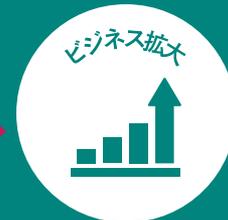
アクション 01-03



### 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 first two goals, 1 (No Poverty) and 8 (Decent Work and Economic Growth), are highlighted with a white background, indicating they are the focus of the strategy.

 人材のグローバル化

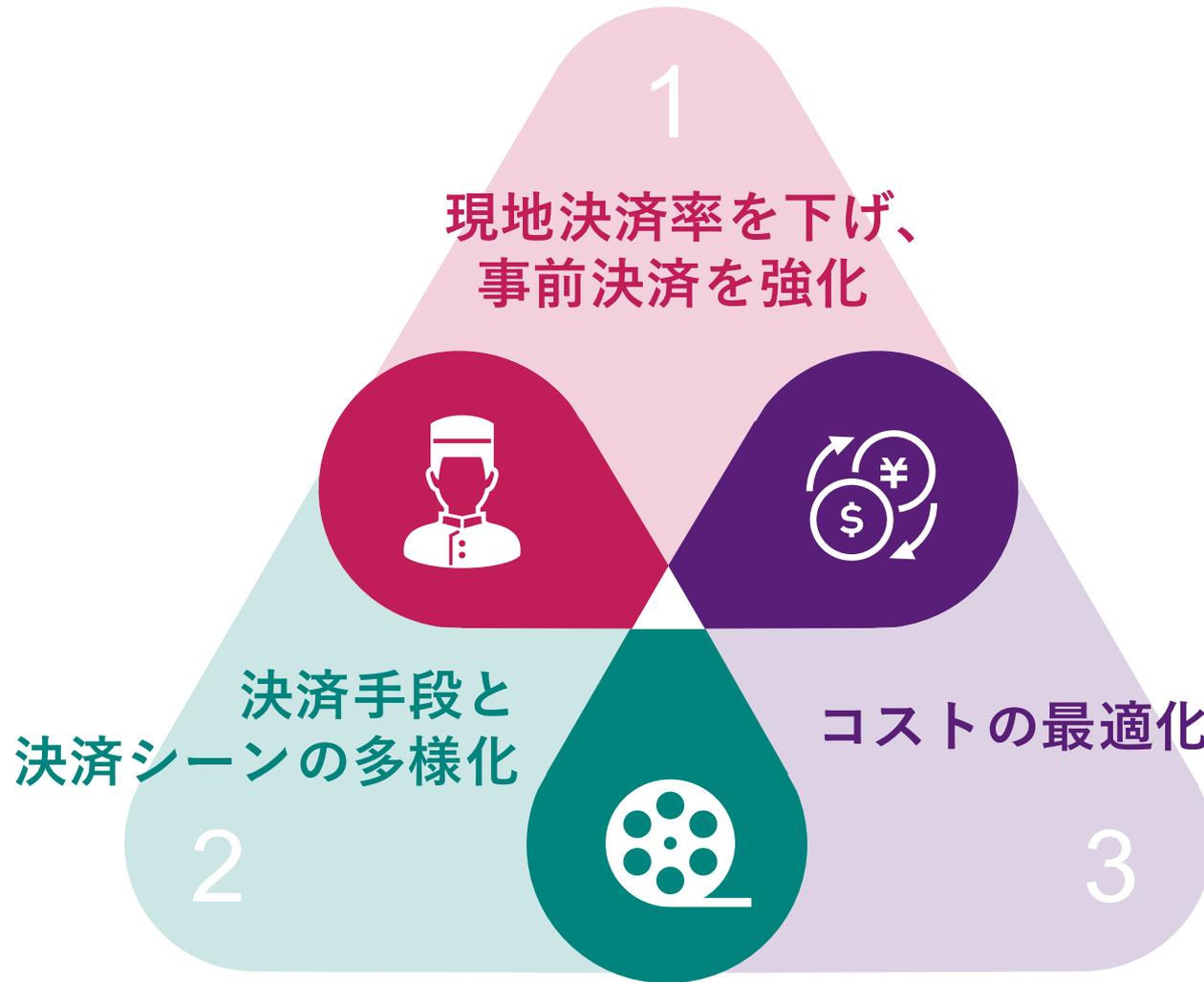
 08. 各国のローカル人材登用でグローバル化



A photograph showing five men of diverse backgrounds sitting at a table, smiling and engaged in conversation. They appear to be in a professional setting, possibly a meeting or a networking event.



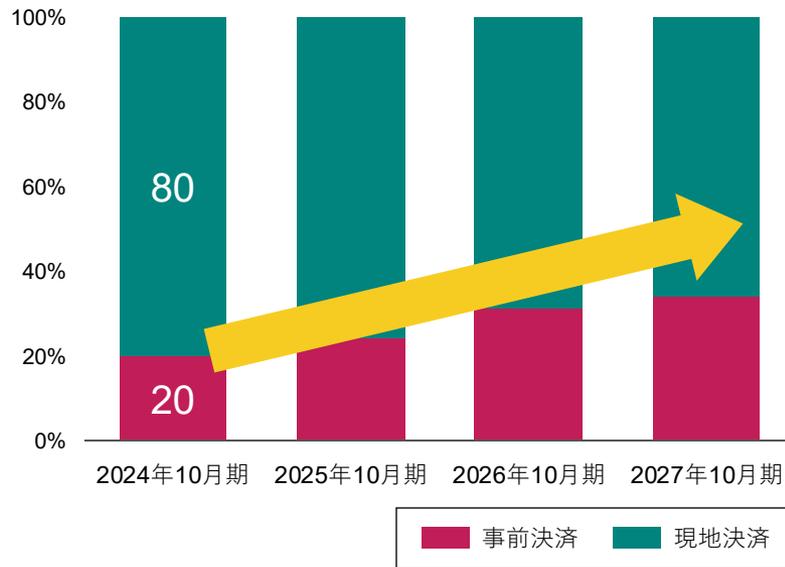
# 01. 決済ソリューションの強化と多様化





# 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

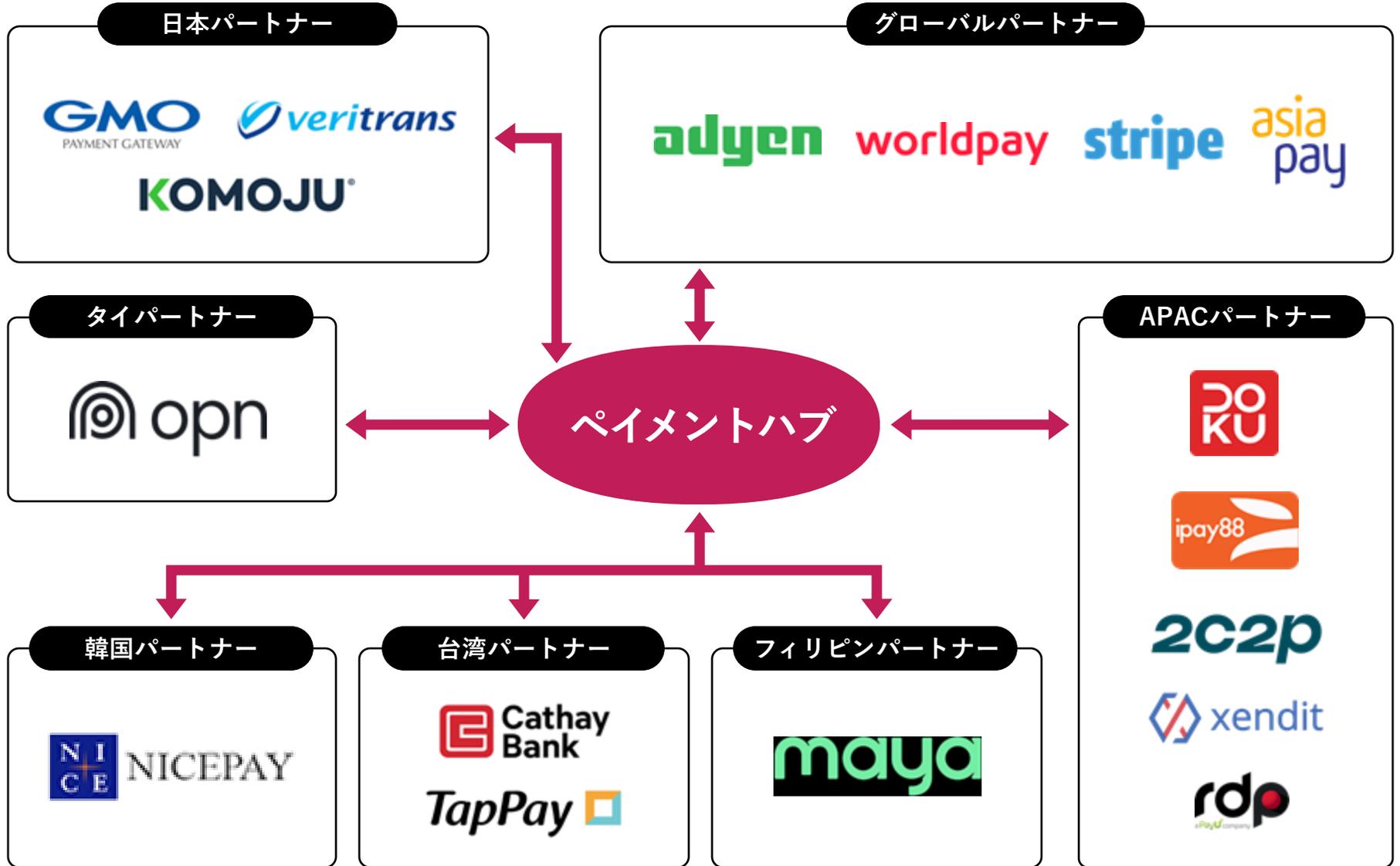
チェックインからチェックアウトまで

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



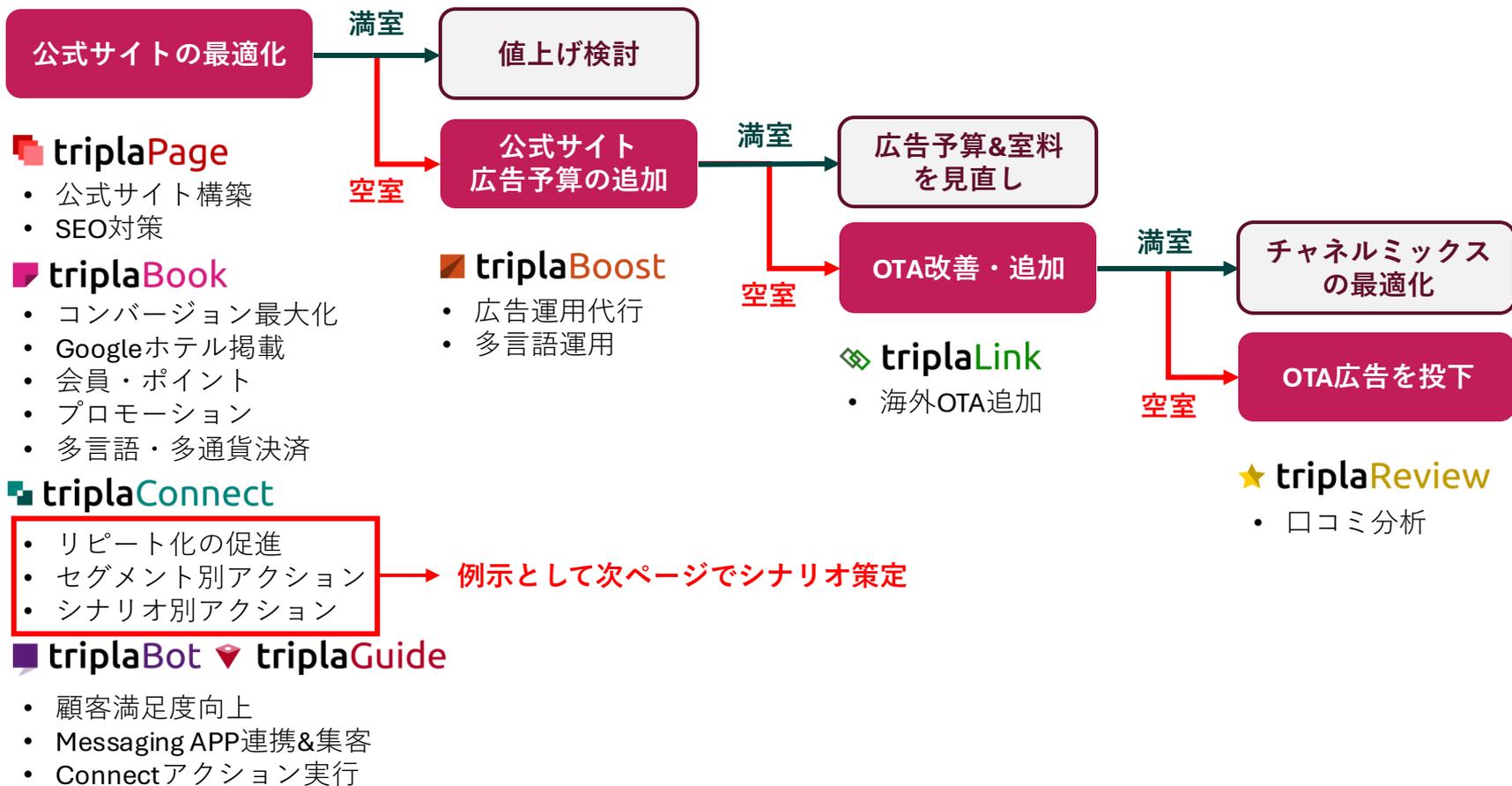
# 01. コストの最適化を常に実行





## 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

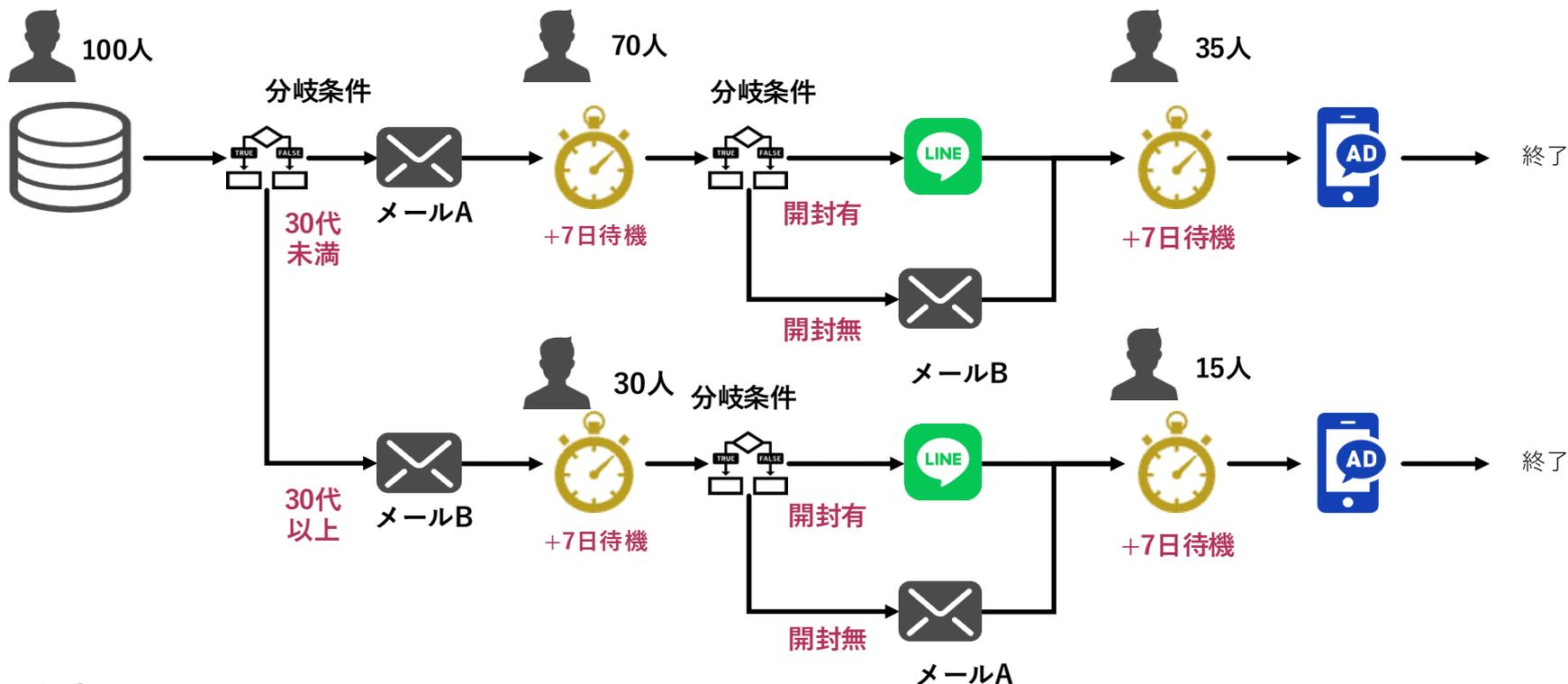
例示的

#### 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

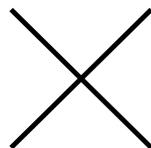


AIを活用することで、  
革新的なDXソリューションを提供



## 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

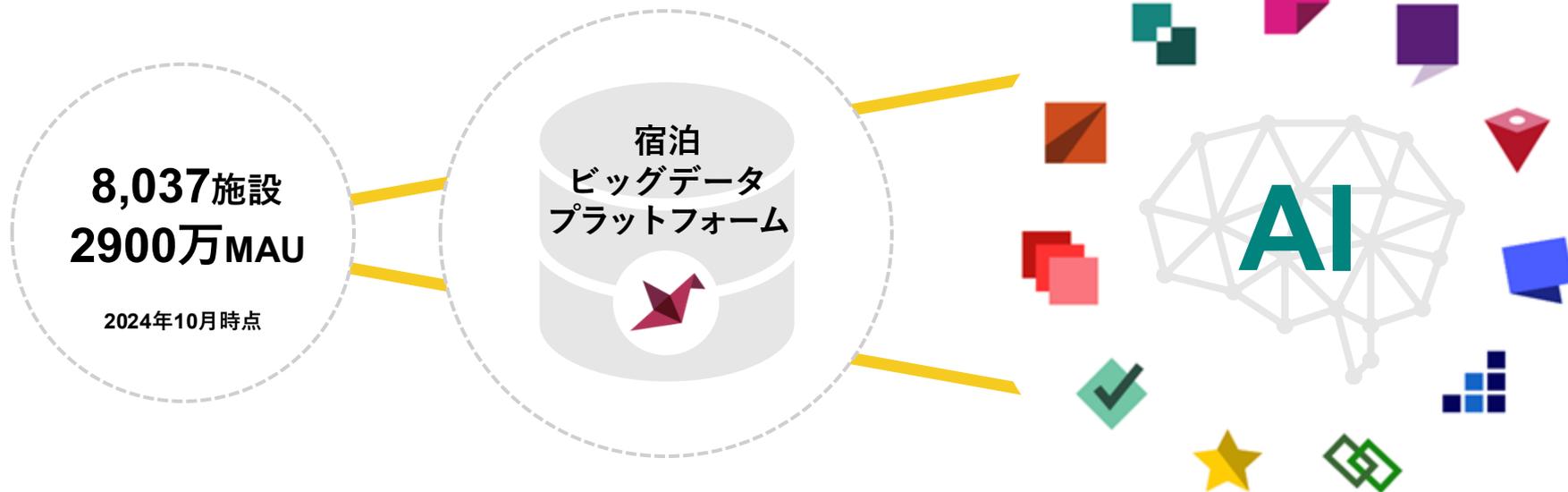


エンジニア採用、  
AI基盤の活用促進により  
開発力を強化





### 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



## 03.売上や省人化へ寄与するべくAIを活用していく



### 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

展開国／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

展開国／シンガポール 

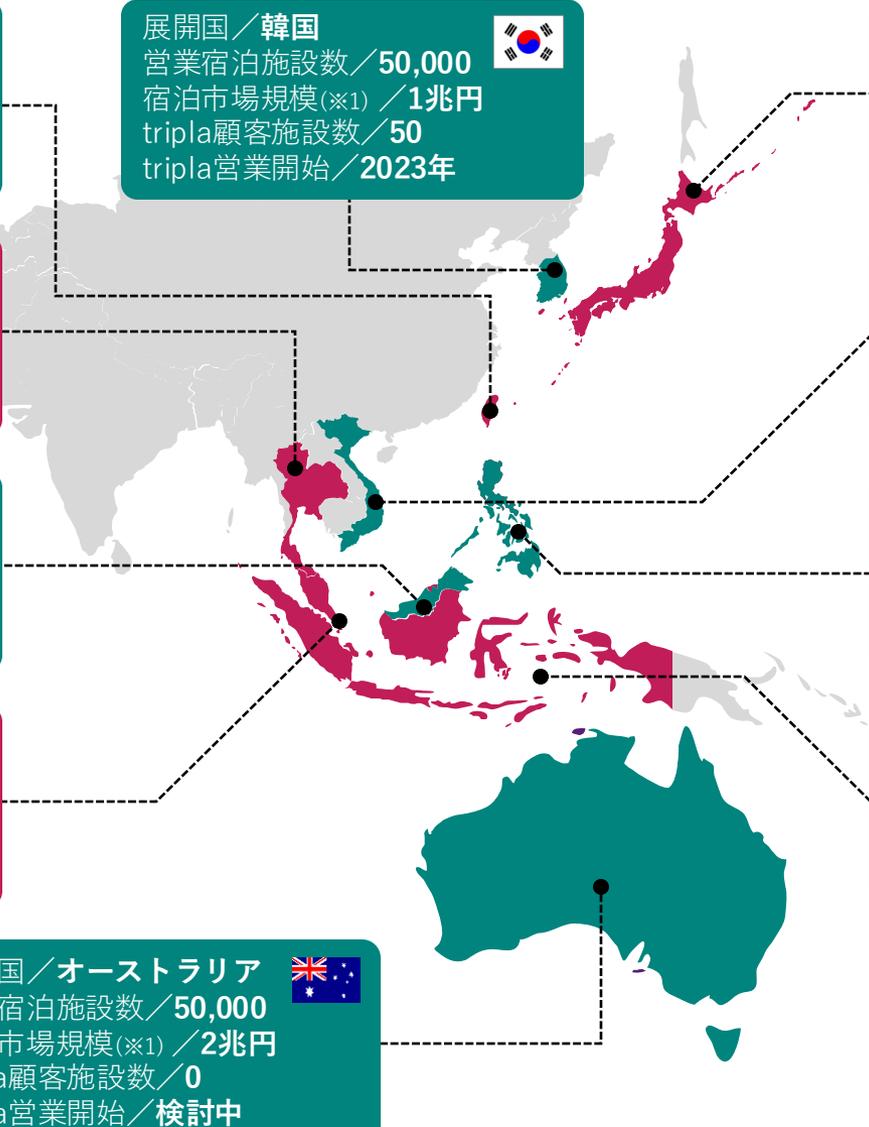
営業宿泊施設数／600  
 宿泊市場規模(※1)／4,500億円  
 tripla顧客施設数／10  
 tripla営業開始／2023年 M&A

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: P60 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"> <li>責任を持ってビジネスをリードしていける</li> <li>triplaの企業文化を反映させた組織作りが海外でも可能</li> <li>ビジネスを拡大させる際に手数料やのれん代が不要</li> <li>小規模からビジネスを展開することができる</li> <li>triplaの拠点として銀行やペイメント会社との口座開設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>責任ある人材を海外拠点に採用するハードル</li> <li>顧客獲得までに時間がかかる</li> <li>支店や法人を設立するため撤退リスクが発生する</li> </ul>

### 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"> <li>すぐにビジネスを拡大することができる</li> <li>支店や法人を設立する費用が不要</li> <li>小規模からビジネスを展開することができる</li> <li>海外拠点に人材を採用する必要が低くなる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>販売代理店手数料がかかるため粗利へ影響</li> <li>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</li> <li>triplaとして銀行やペイメント会社との口座開設不可</li> </ul>

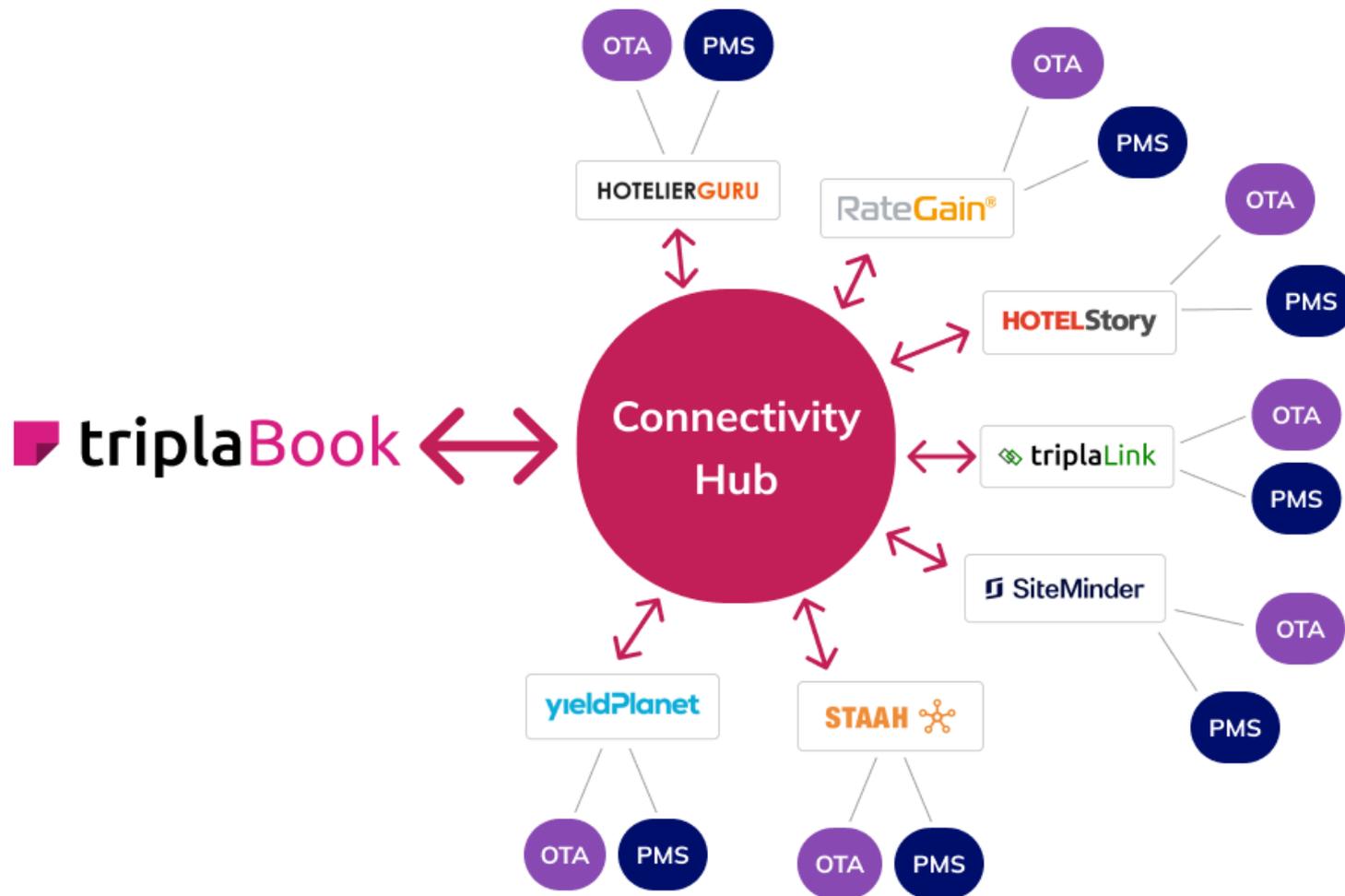
### 3. M&Aを実行して進出：インドネシア・タイ・シンガポール・台湾

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> <li>一挙にビジネスを拡大できる</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>triplaの拠点として銀行やペイメント会社との口座開設</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>のれん代の償却が必要となる</li> <li>計画通りにビジネスが実行されない際の減損リスク</li> <li>一定程度のPMIがシステム統合に不可欠</li> <li>triplaと異なる企業文化の会社との組織一体化</li> </ul>



## 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ジャーと連携が実現



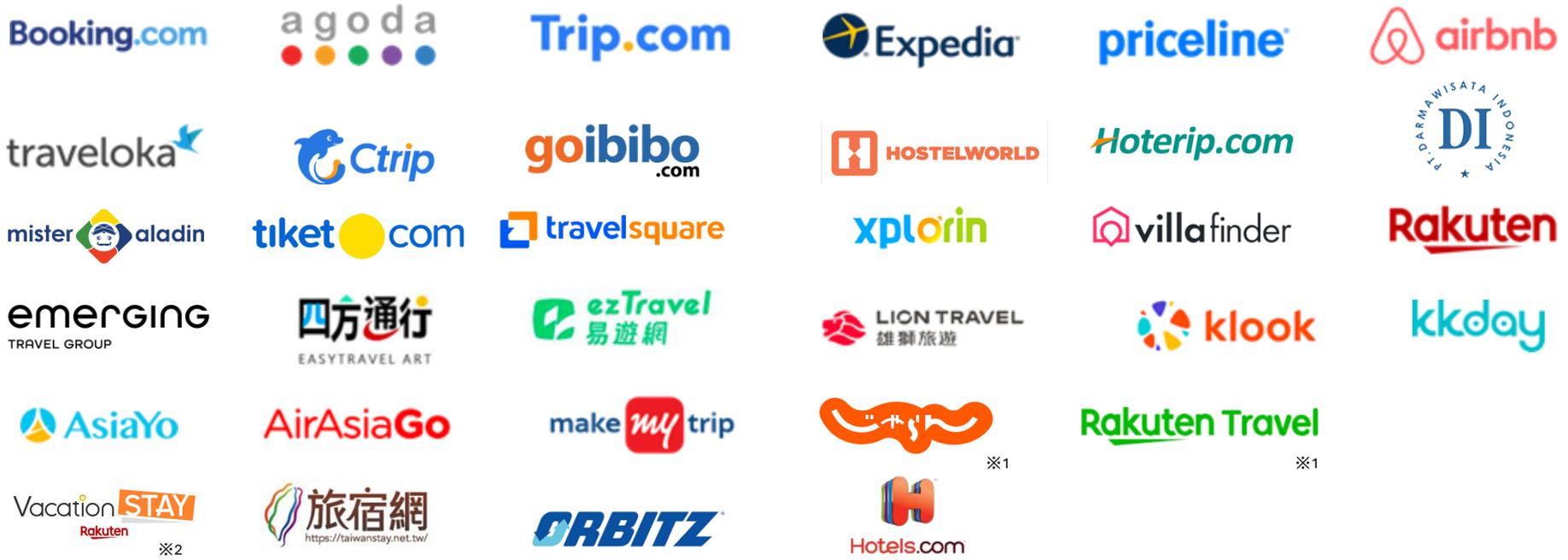


# 05.triplaLinkが連携しているOTA及びWholesale一覧

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



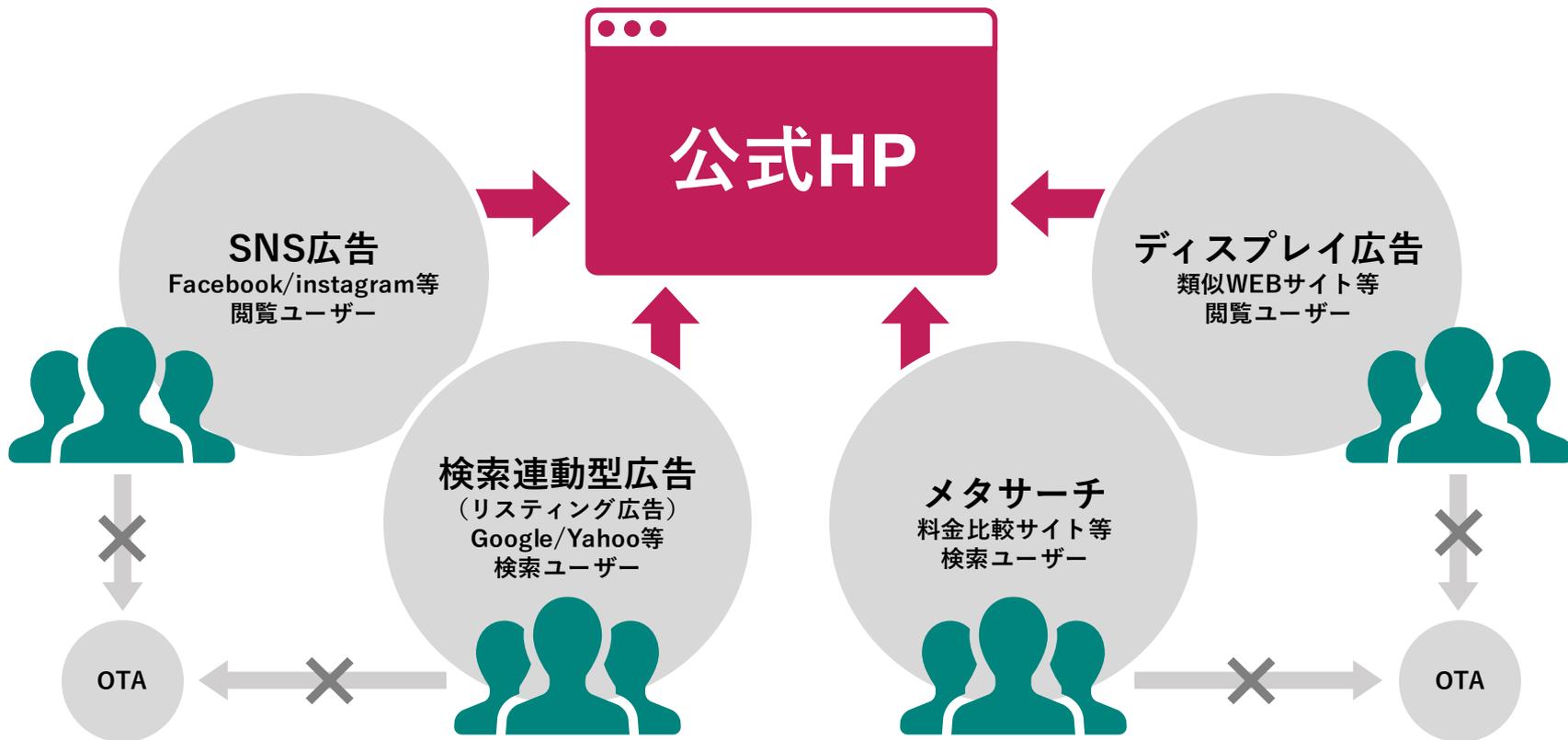
掲載するOTAを宿泊施設が決定し、triplaが代理店として契約



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

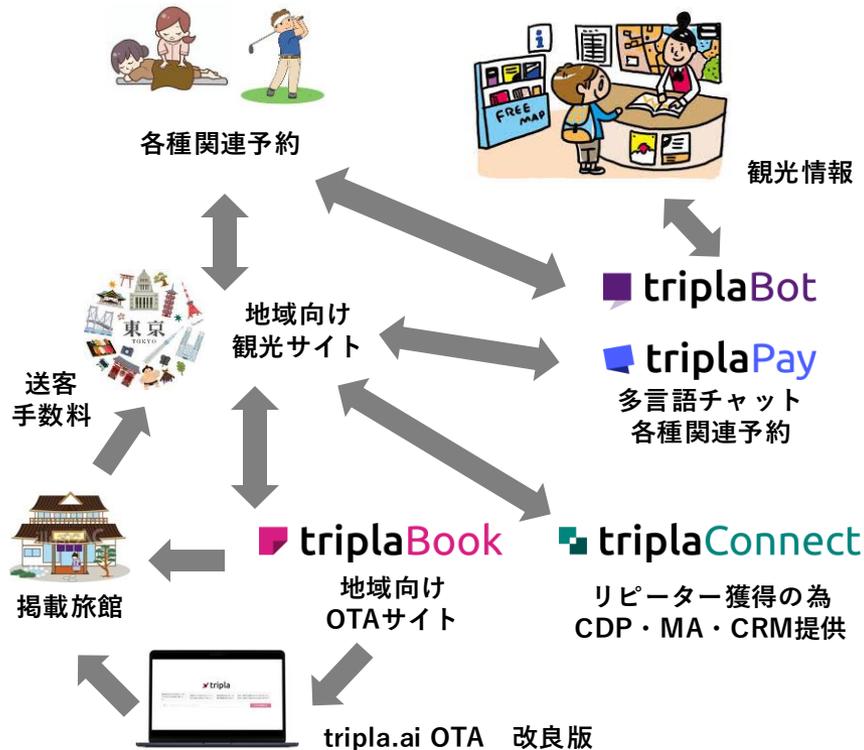


地域に仕事を生み出したり、地方の文化や特産品を広めるような**持続可能な観光業**に対して、**持続可能な開発がもたらす影響をはかるための方法**を考え、実行する。

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



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

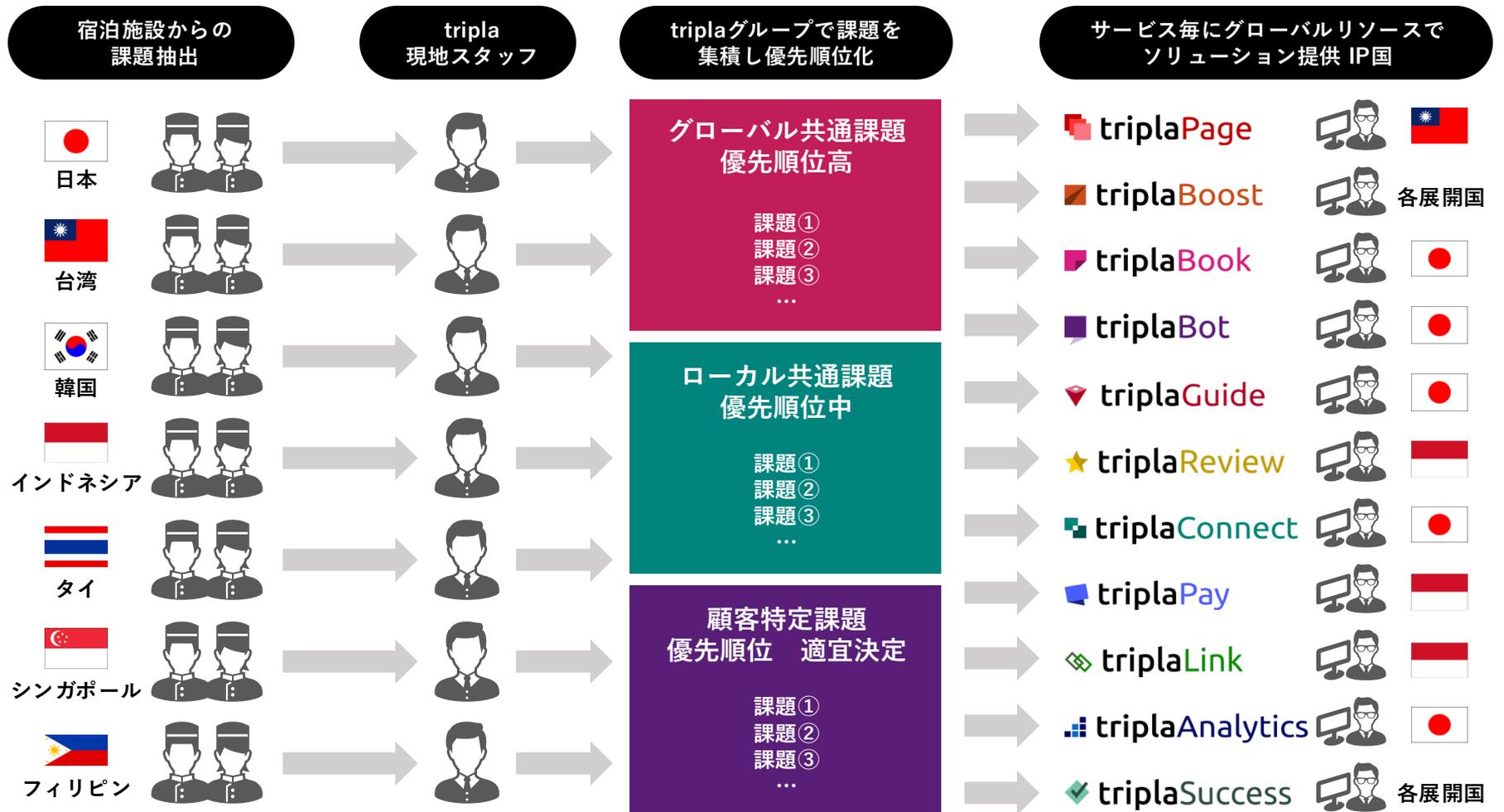
- 月間10万円以上と費用が高額になる
- OTA&公式サイト掲載に特化しているのでCDPやMAには対応できない

### ✔ 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

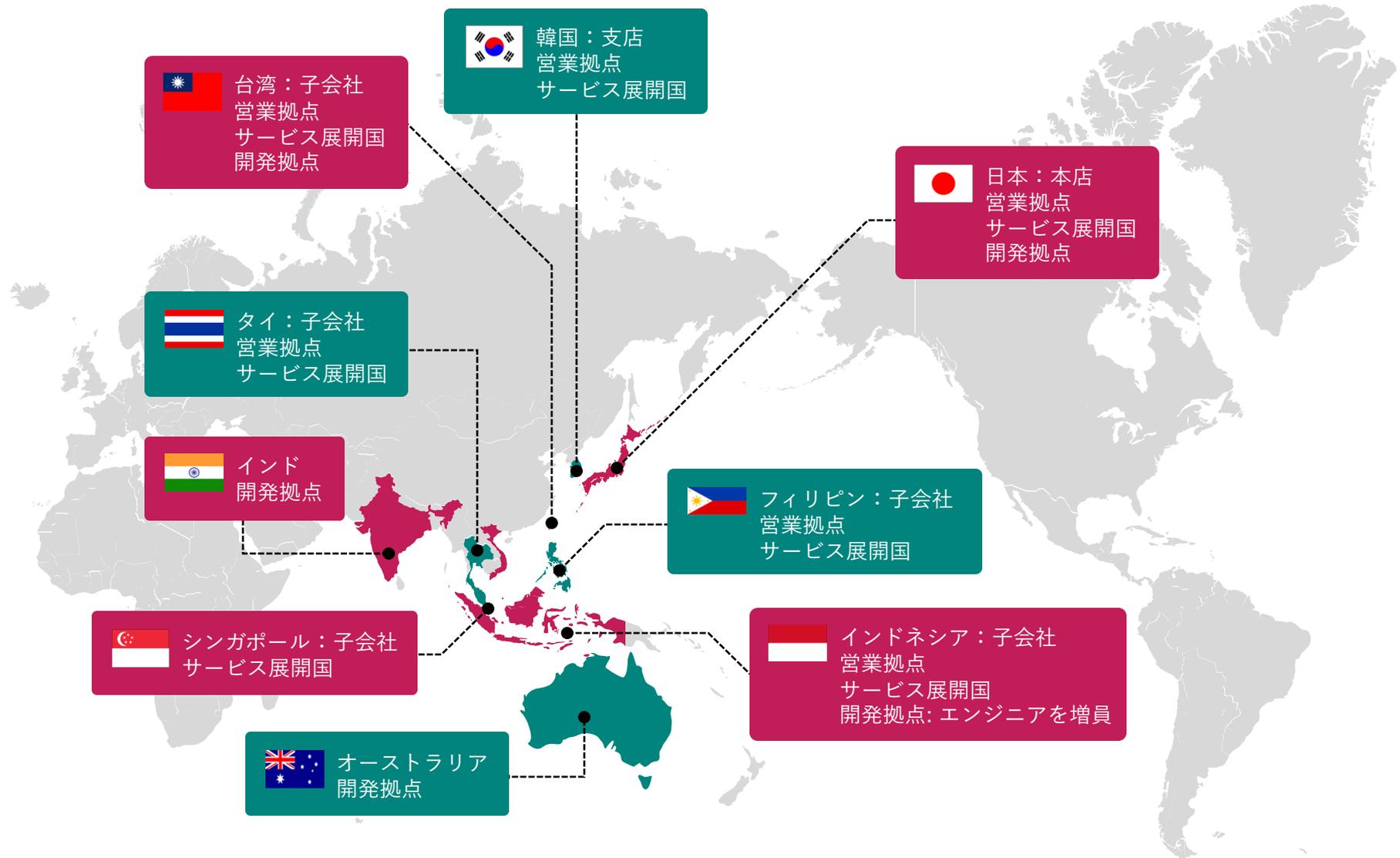
# 08.人材のグローバル化を推進

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。

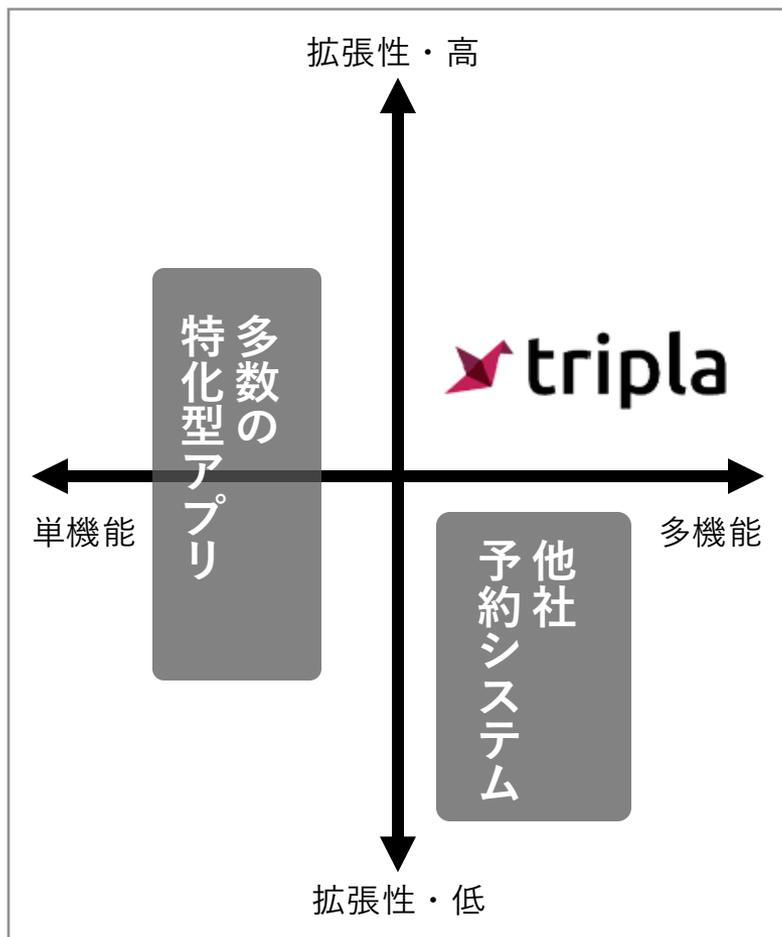




## 08.海外人材を各国で積極的にローカル登用



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

 triplaBook

 triplaBot

 triplaConnect

 triplaLink

## 多機能

単に予約のみでなく、様々な機能を提供

[ソーシャルログイン]

会員登録した場合、LINE、FaceBook等のSNSによるログイン

[ポイント交換]

Amazon、App Store等のポイントと交換

[ベストレート]

旅行予約サイト等と価格比較・自動値引

[メタサーチ<sup>(※1)</sup>連携]

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

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

# Agenda

2025年10月期3Qの財務ハイライト

tripla BookのMCP収益について

2025年10月期3Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

✦ Appendix

P47

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。