

ADVENTURE

グローバルOTAへ

2026年6月期第2四半期
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. 2Q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2四半期サマリ

- ・営業利益9.2億円、通期見通し進捗率52%で想定通り

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、**再発防止策を策定**。（旅工房より10月31日付「再発防止策の策定に関するお知らせ」）
⇒旅工房は、経営トップ刷新により、健全なコンプライアンス、ガバナンスを意識した経営体制の構築。
⇒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、増収**
- ・ **9社のエアラインとNDC接続**
- ・ **サンライトエアライン、アライアンスエア**の取り扱いをスタート
- ・ **ポイントプログラムのリリース、リピート率の向上へ⇒ポイント即時利用サービス追加**

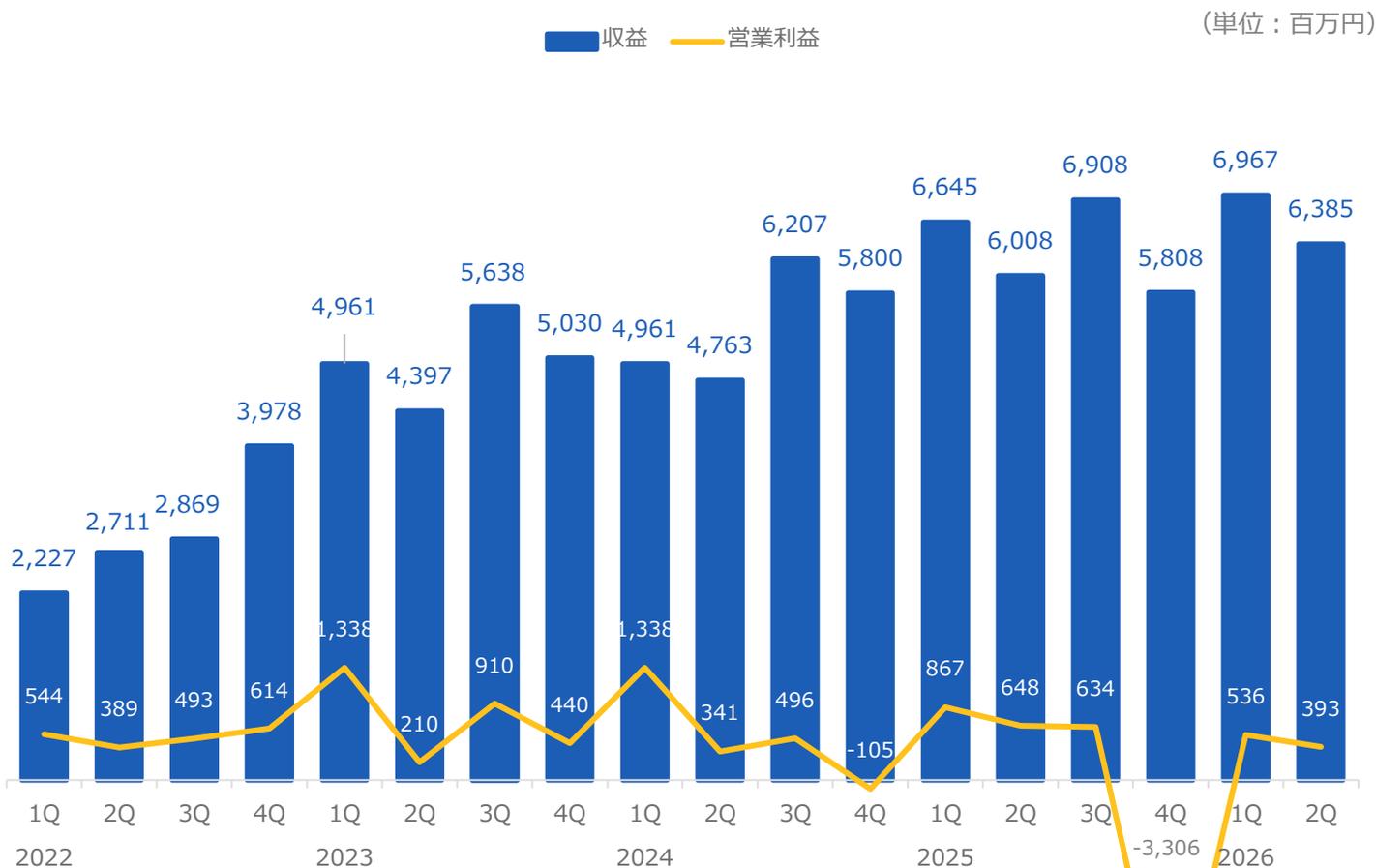
将来に向けた投資

- ・ **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

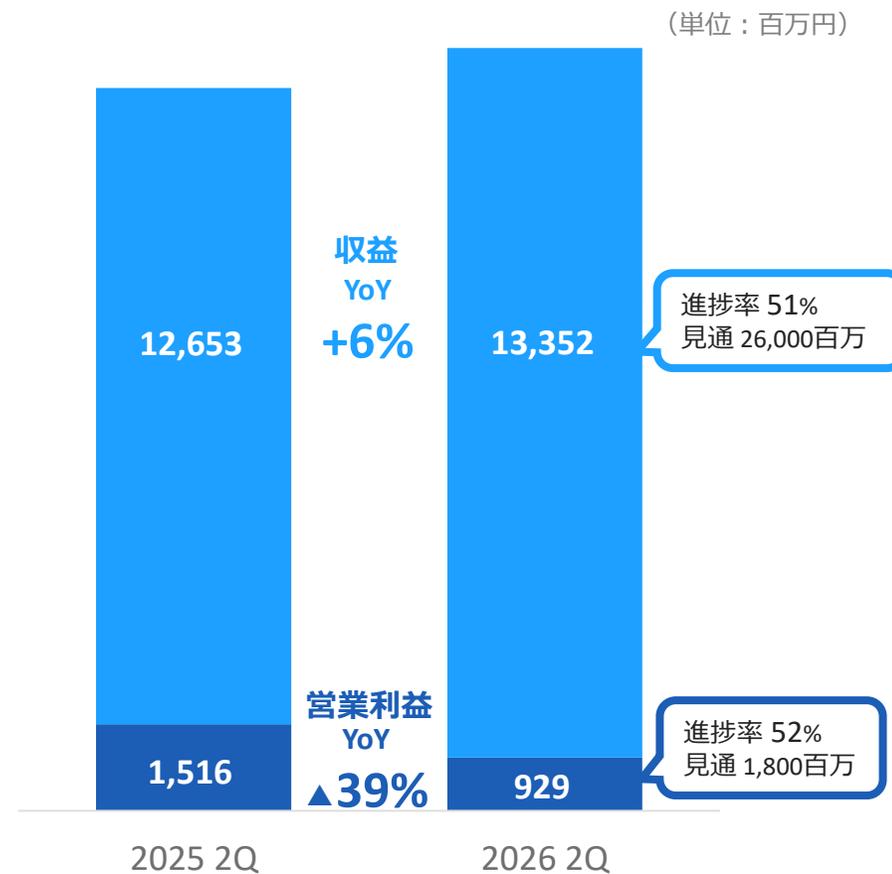
1. エグゼクティブサマリ
2. 2Q実績
3. 戦略&ハイライト
4. Appendixー市場環境・成長戦略ー
5. Appendixー事業・会社概要ー

収益YoY+6%増加も広告宣伝費の増加により営業利益減

連結四半期実績推移



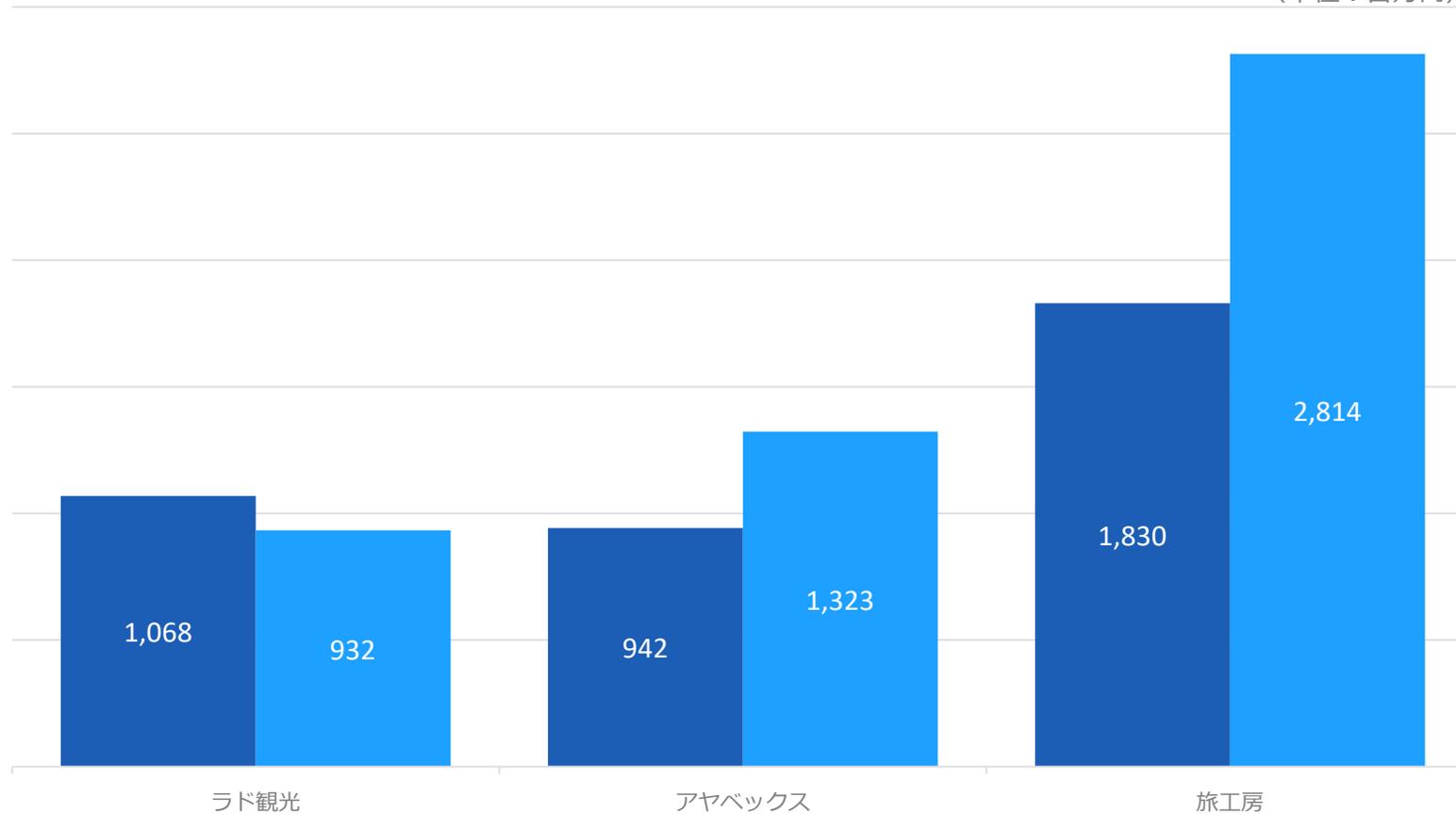
前期比較 (2Q累計)



旅工房は営業戦略が奏功し54%増
アヤベックスはインバウンドの市場環境を背景に40%増

収益 (IFRS) 前期比較 (2Q累計)

(単位: 百万円)

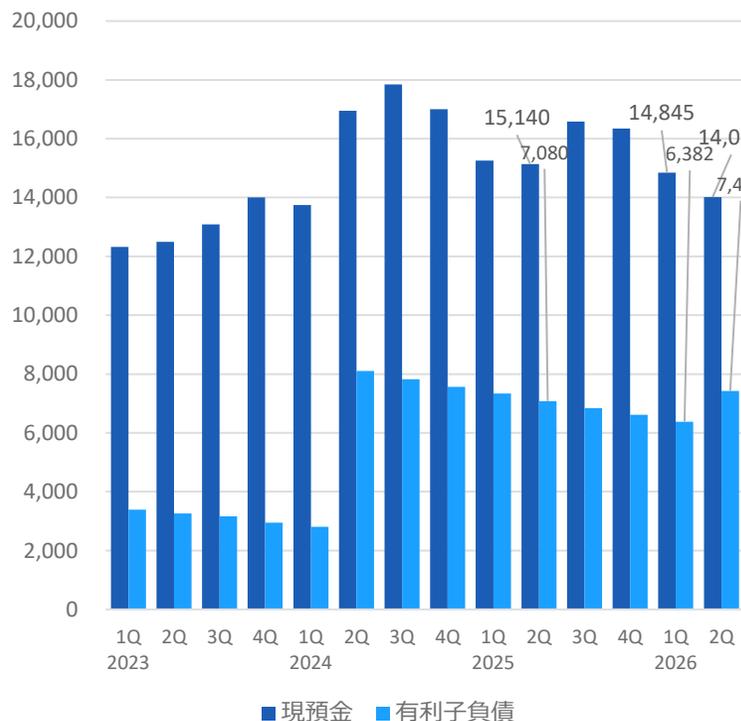


	旅行事業		投資事業		調整		合計	
	FY2025 2Q	FY2026 2Q						
収益	12,578	13,218	74	134	-	-	12,653	13,352
(前期比増減率)		5%		79%		-		6%
営業総利益	7,992	7,725	74	▲ 21	-	-	8,067	7,703
(前期比増減率)		-3%		-		-		-5%
販売費及び一般管理費	6,561	7,082			-	-	6,561	7,082
(前期比増減率)		8%				-		8%
うち広告宣伝費	3,808	3,921			-	-	3,808	3,921
(前期比増減率)		3%				-		3%
営業利益/損失	1,441	951	74	▲ 21	-	-	1,516	929
(前期比増減率)		-34%		-		-		-39%

(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**

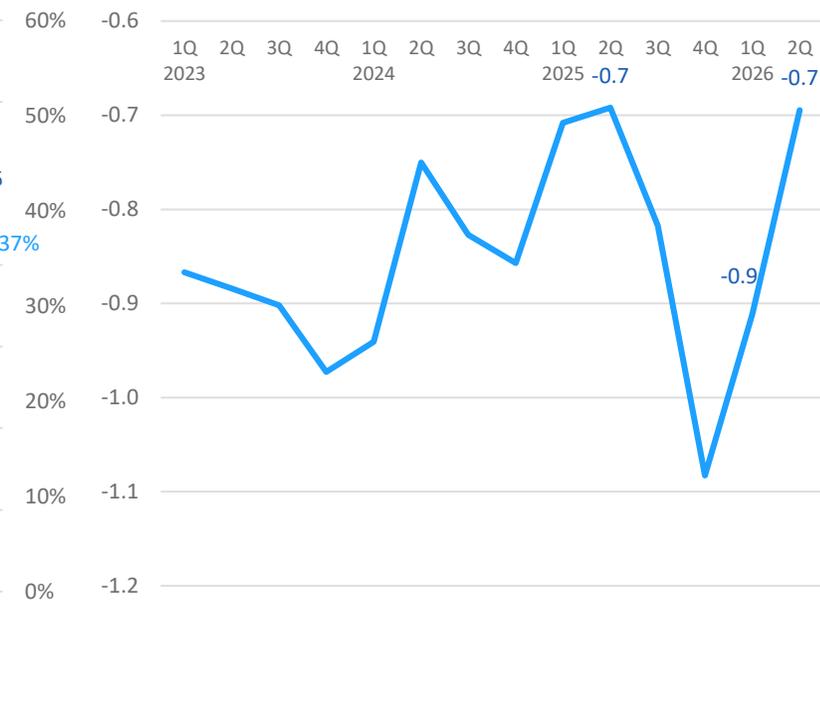
(単位：百万円) 現預金及び有利子負債



(単位：百万円) 親会社所有者帰属持分比率



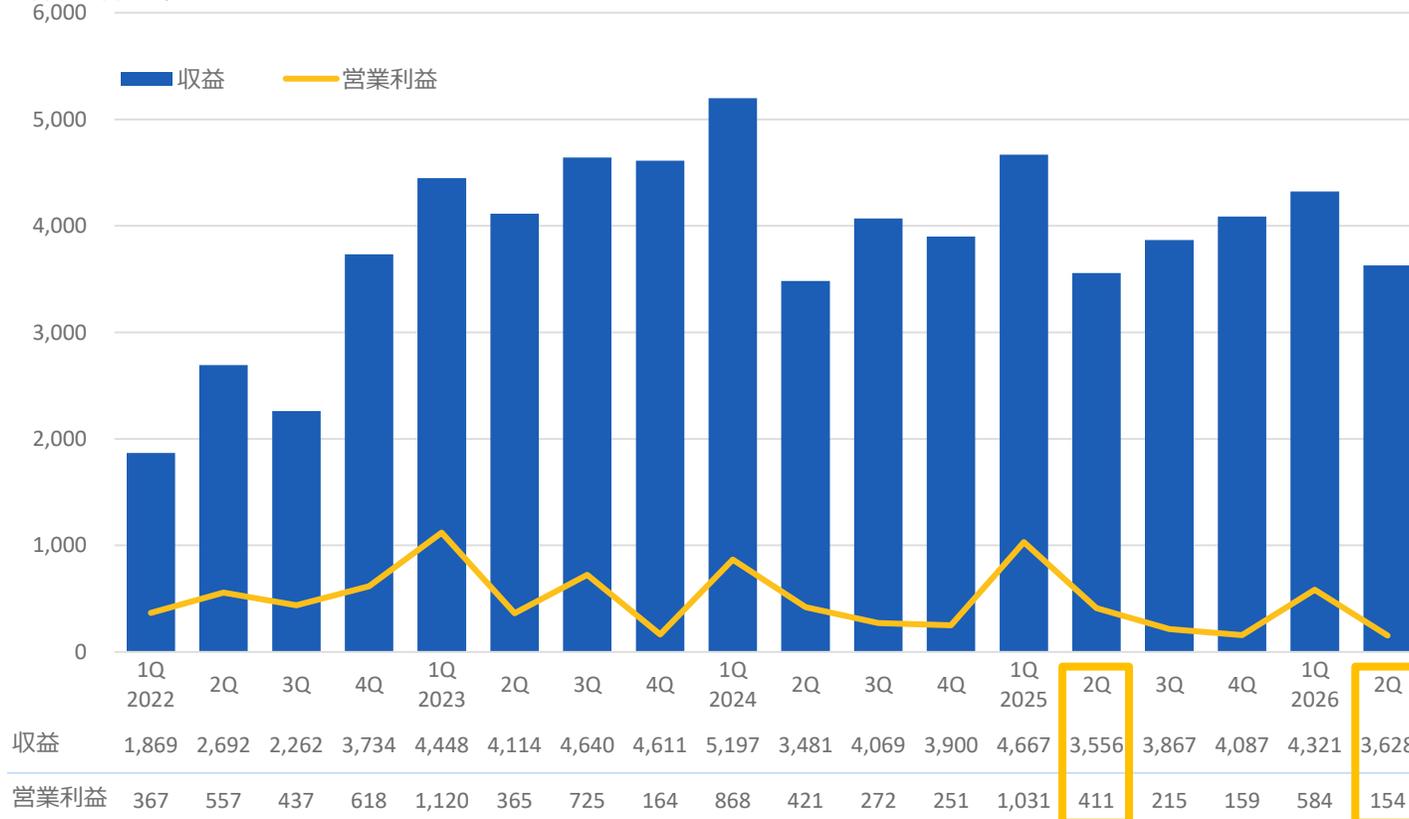
(単位：倍) Net D/Eレシオ



広告宣伝費、人件費の増加により減益

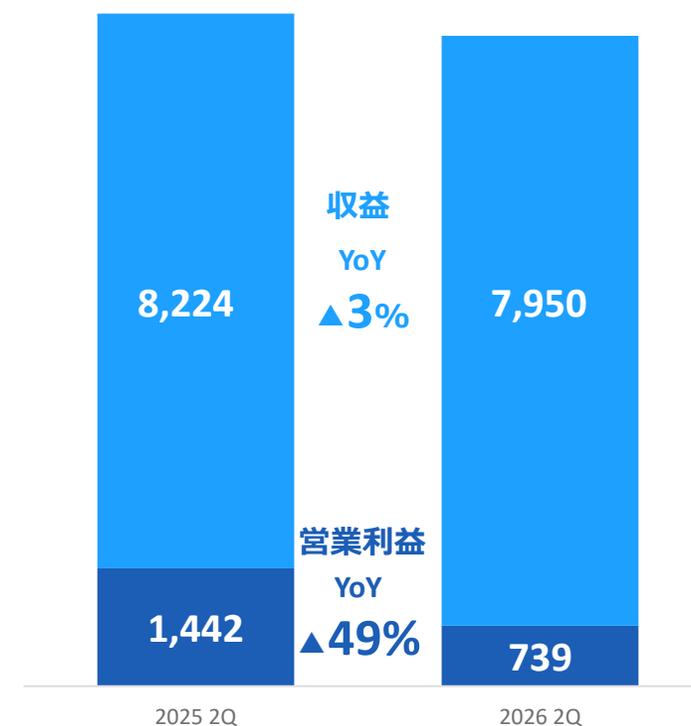
単体四半期実績推移

(単位：百万円)



前期比較（2Q累計）

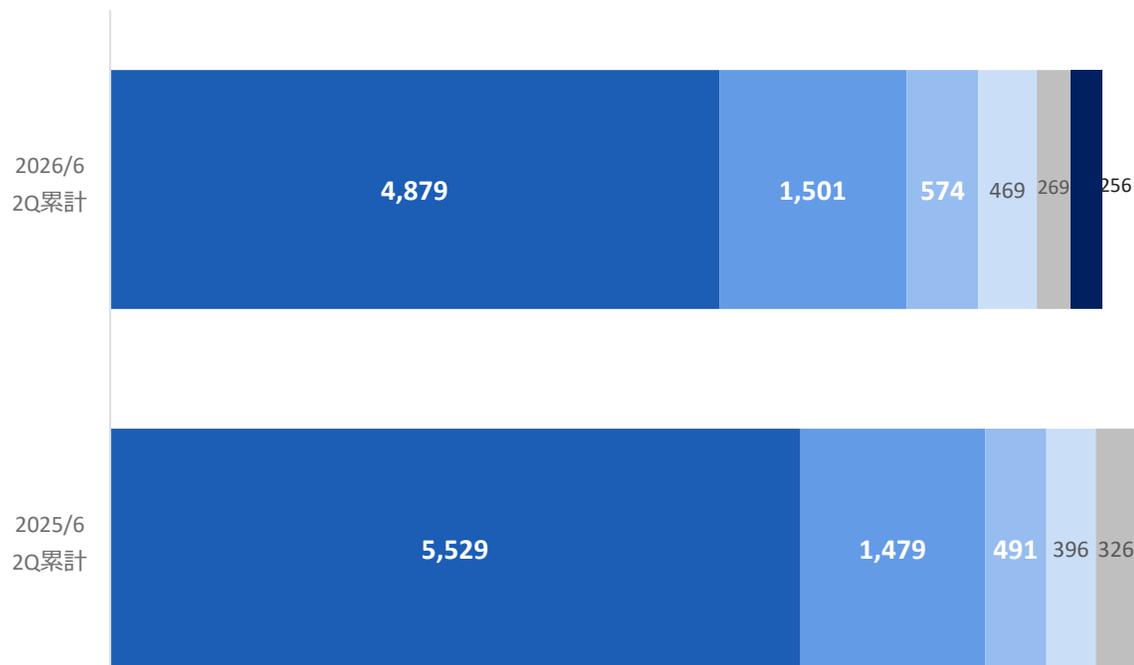
(単位：百万円)



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逡減、適正值を狙う

サービス別収益

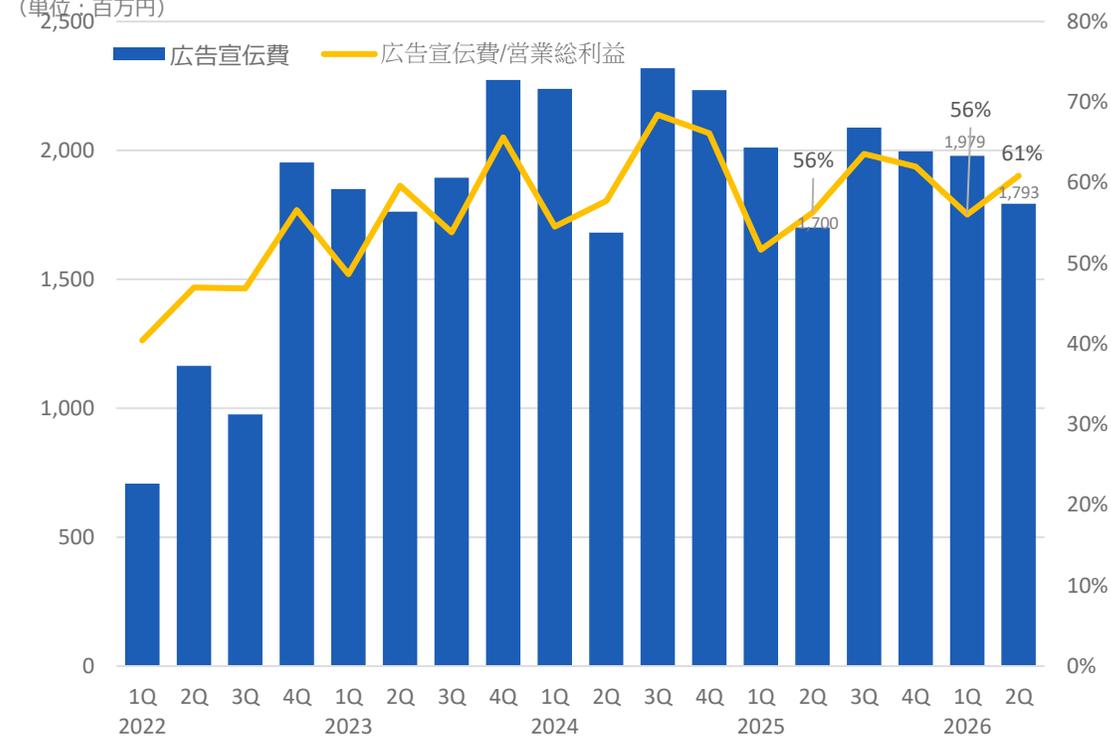
(単位：百万円)



■航空券 ■ツアー ■レンタカー ■高速バス ■その他 ■投資事業

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2四半期 連結実績	2026年6月期 第2四半期 連結実績	2026年6月期 通期見通		
			前期比	進捗率	
収益	12,653	13,352	106%	51%	26,000
営業総利益	8,067	7,703	95%	-	-
営業利益	1,516	929	61%	52%	1,800
親会社の所有者 に帰属する当期利益	870	432	50%	43%	1,000

(単位：百万円)

	2025年6月期 第2四半期	2026年6月期 第2四半期	前期比
収益	8,224	7,950	97%
営業総利益	6,912	6,480	94%
営業利益	1,442	739	51%
当期利益	841	427	51%

1. エグゼクティブサマリ
2. 2Q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2四半期サマリ（再掲）

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、**再発防止策を策定**。（旅工房より10月31日付「再発防止策の策定に関するお知らせ」）
- ⇒旅工房は、経営トップ刷新により、健全なコンプライアンス、ガバナンスを意識した経営体制の構築。
- ⇒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、増収**
- **9社のエアラインとNDC接続**
- **サンライトエアライン、アライアンスエア**の取り扱いをスタート
- **ポイントプログラムのリリース、リピート率の向上へ⇒ポイント即時利用サービス追加**

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**

9社のエアラインとのNDC-X接続を実現

より新しく豊富な情報を提供可能に

「NDC-X」とは、世界の航空会社で構成されるIATA（国際航空運送協会）が推進する新流通規格「NDC」を、アマデウス社のプラットフォーム全体に統合・標準化するための戦略的プログラムです。

アマデウス：スペインのマドリードに本社を置く旅行・観光業に関する世界最大級のITソリューション企業。航空会社、空港、旅行代理店向けなど幅広くソリューションを提供。

amadeus



NDC-X接続で予約完全自動化、成約率と利便性を向上

「NDC-X」の接続により、skyticketユーザーに、航空会社の常に変動する価格、空席情報をリアルタイムに提供、またお客様のニーズに合わせたアンシラリーサービス（エクストラ・コンフォート席などの有料座席等）の提供が可能となります。航空券をカスタマイズすることにより最適な価格で航空券の購入が可能となります。

予約の完全自動化が実現できるため、成約率の上昇とオペレーションコストの抑制が可能となります。

サンライトエアとのAPI連携スタート



フィリピンのブティックエアライン

- ・セブ、ボラカイなどの人気リゾート地を結ぶ路線に特化

フィリピンのクラーク国際空港を拠点とし、セブ島、コロン島やボラカイ島といった国内屈指の離島リゾート路線に特化し、高品質なホスピタリティを提供しています。付加価値の高い旅行体験を求める層から厚い支持を得ています。

フィリピン国内路線も容易な予約が可能に

当社フィリピン拠点を活用し、現地エアライン「サンライトエア」とのAPI連携を実現しました。同社が強みとするセブ、ボラカイ、コロン島等、人気離島リゾート路線のリアルタイム予約が可能となります。成長著しいフィリピン市場において、独自の仕入れルート確保とUX向上を図り、「skyticket」のグローバル展開と航空券販売における優位性をさらに強固なものにしてまいります。



アライアンスエアの取扱いスタート



インドの地方都市への接続に特化

- ・ 中規模都市や小規模都市を結ぶ地域ネットワーク
- ・ 大手航空会社が運航していない地方拠点をカバー

インド政府の地方空港活性化政策「UDANスキーム」の中核を担い、インド国内の広範な地域を網羅するネットワークを有しています。

UDANスキームは、インド政府が2016年に開始した「地方空港の活性化」と「国民の航空利用の拡大」を目的とした政策です。

経済発展著しいインドの地方需要を取り込む

当社インド拠点を活用し、アライアンス・エアの航空券の取扱いを開始いたしました。

skyticketはインド国内における急増する地方への旅行・ビジネス需要を取り込む体制を構築いたしました。インド市場における商品ラインナップの圧倒的差別化を図ることで、グローバルOTAとしてのプレゼンス確立と、中長期的な収益基盤を拡大させてまいります。



ポイントプログラムのリリース



2025年7月より導入、
顧客エンゲージメント強化

- ・顧客満足度の向上
- ・旅行機会の創出
- ・リピート利用の促進（ロイヤリティ向上）
- ・LTVの向上



2026年1月より
ポイント即時利用
導入スタート

保険商品に決済手段の追加



グーグルペイとペイパルで保険商品の決済が可能に

【ペイパルの特徴】

- ・ユーザーはクレジットカード、銀行情報を都度入力しなくて良い
- ・クレジットカードが無くても、デビット、銀行口座から支払可能

【グーグルペイの特徴】

- ・アンドロイドユーザーに使いやすい
- ・ユーザーはクレジットカード情報を入力せずに決済可能に
- ・セキュリティが高くユーザーの安心感が高い

1. 「カゴ落ち」を防ぎ、成約率（CVR）を高める
2. ターゲット層（客層）を拡大
3. クロスセルの促進

1. エグゼクティブサマリ
2. 2Q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し、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。

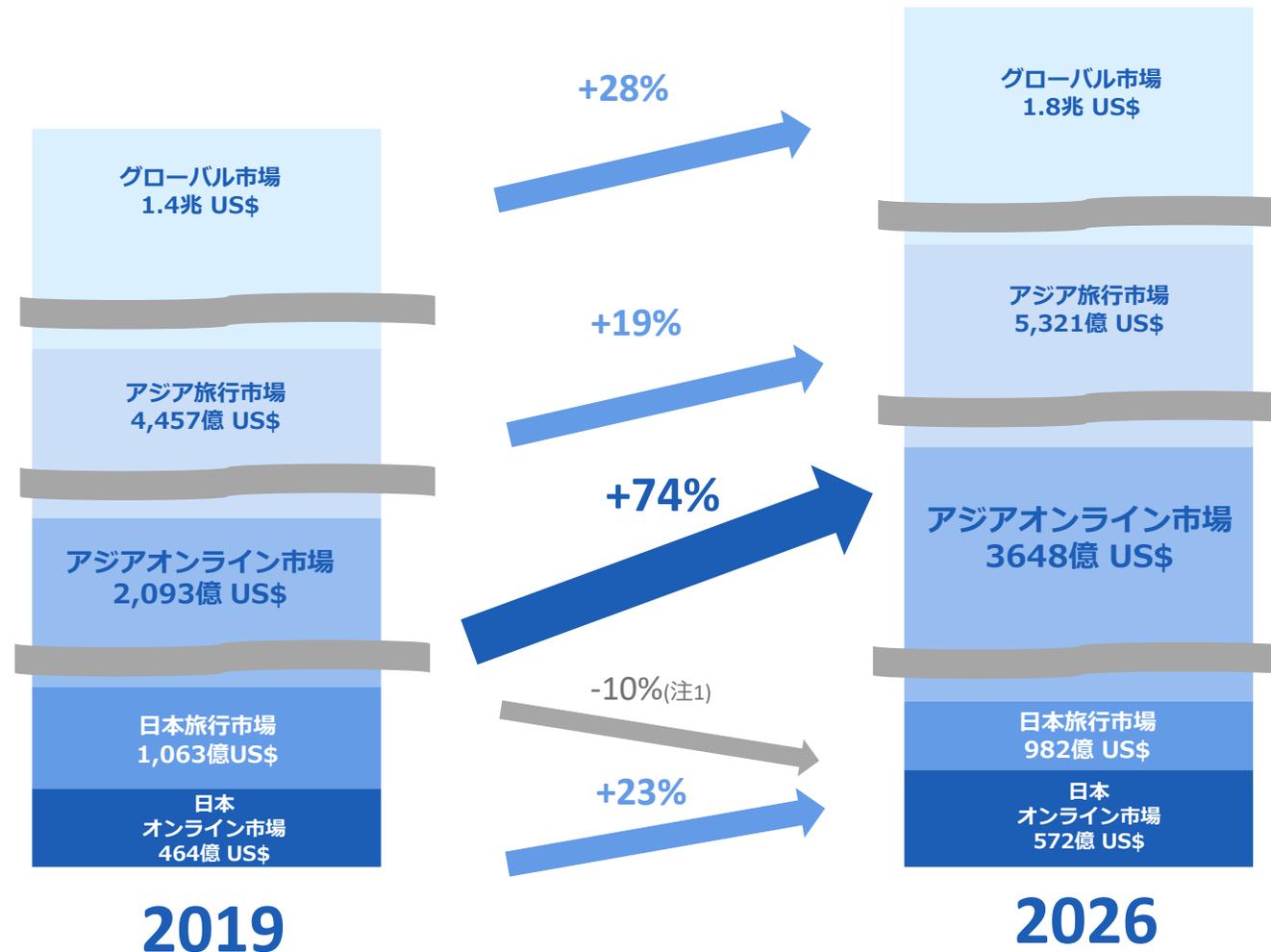
コアビジネスとの親和性

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

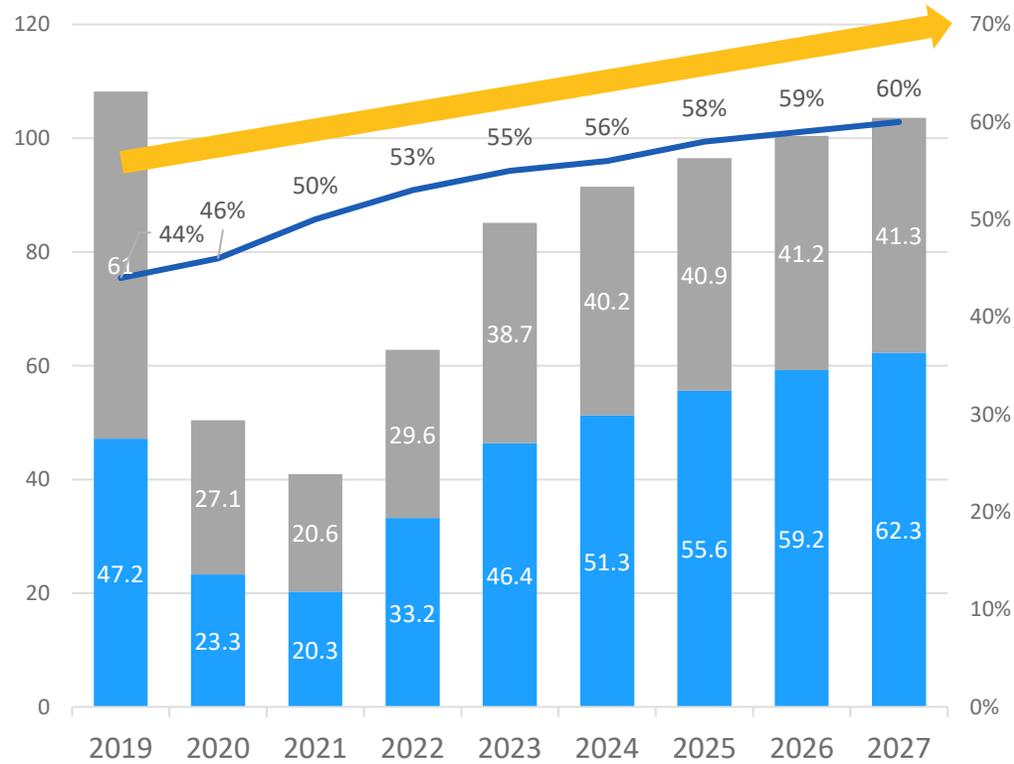


(注1)Phocuswrightによると日本円換算だと2019年比で+9%伸びる見込みが、2019年当時と比べドル円レートが円安になっているためドル建てではマイナスに。オンライン市場はそれ以上にオンライン旅行予約比率が伸びるため市場シェアが拡大見込み

※ Phocuswright.incより引用

コロナを機にオンライン比率が上昇傾向

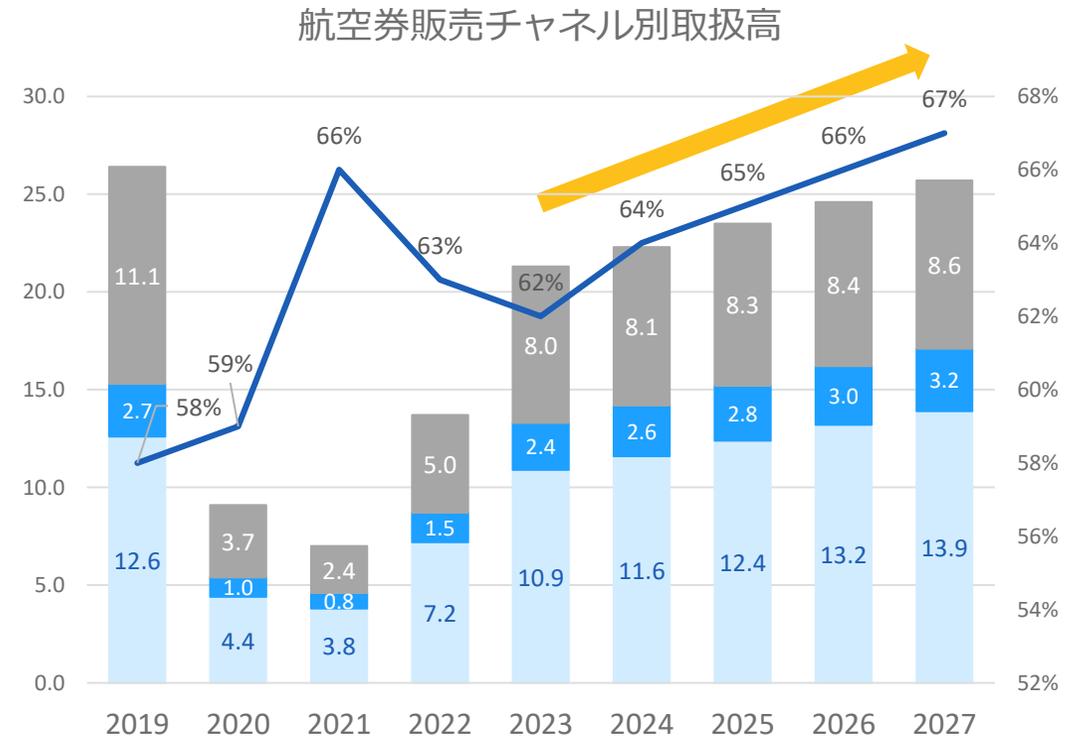
国内旅行取扱高とオンライン比率



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)

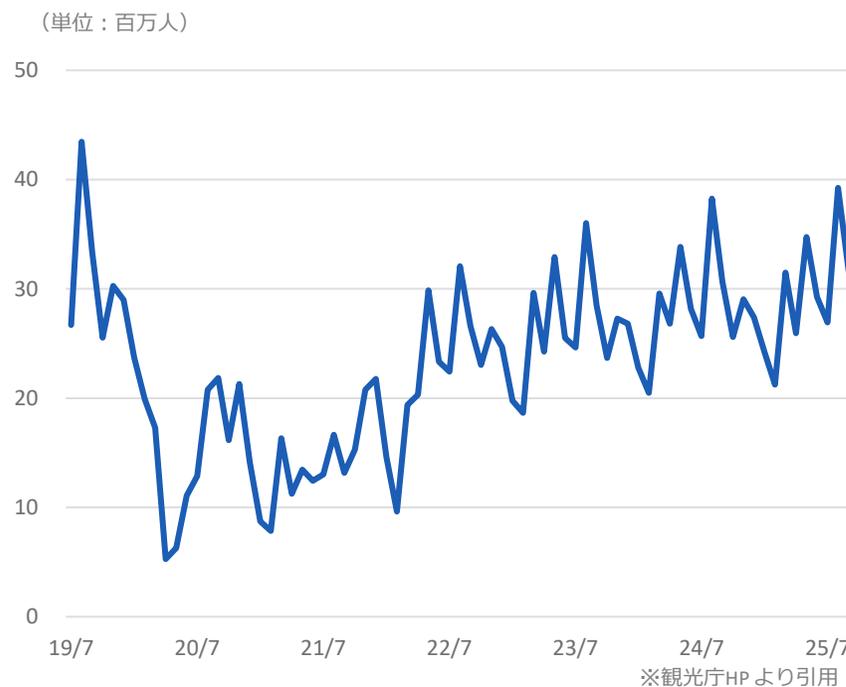
※ "Japan Airline Gross Bookings(US\$B) by Channel"
Phocuswright.incより引用

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



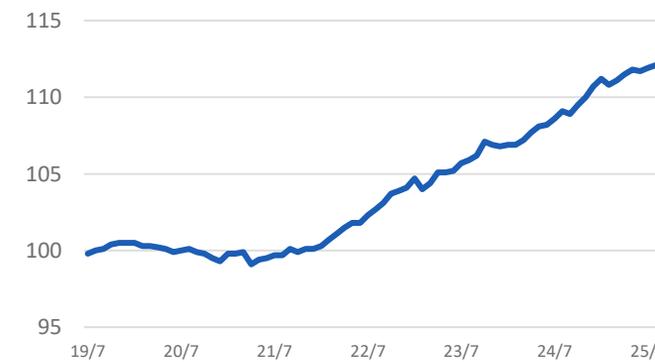
国内旅行推移



米ドル/円推移



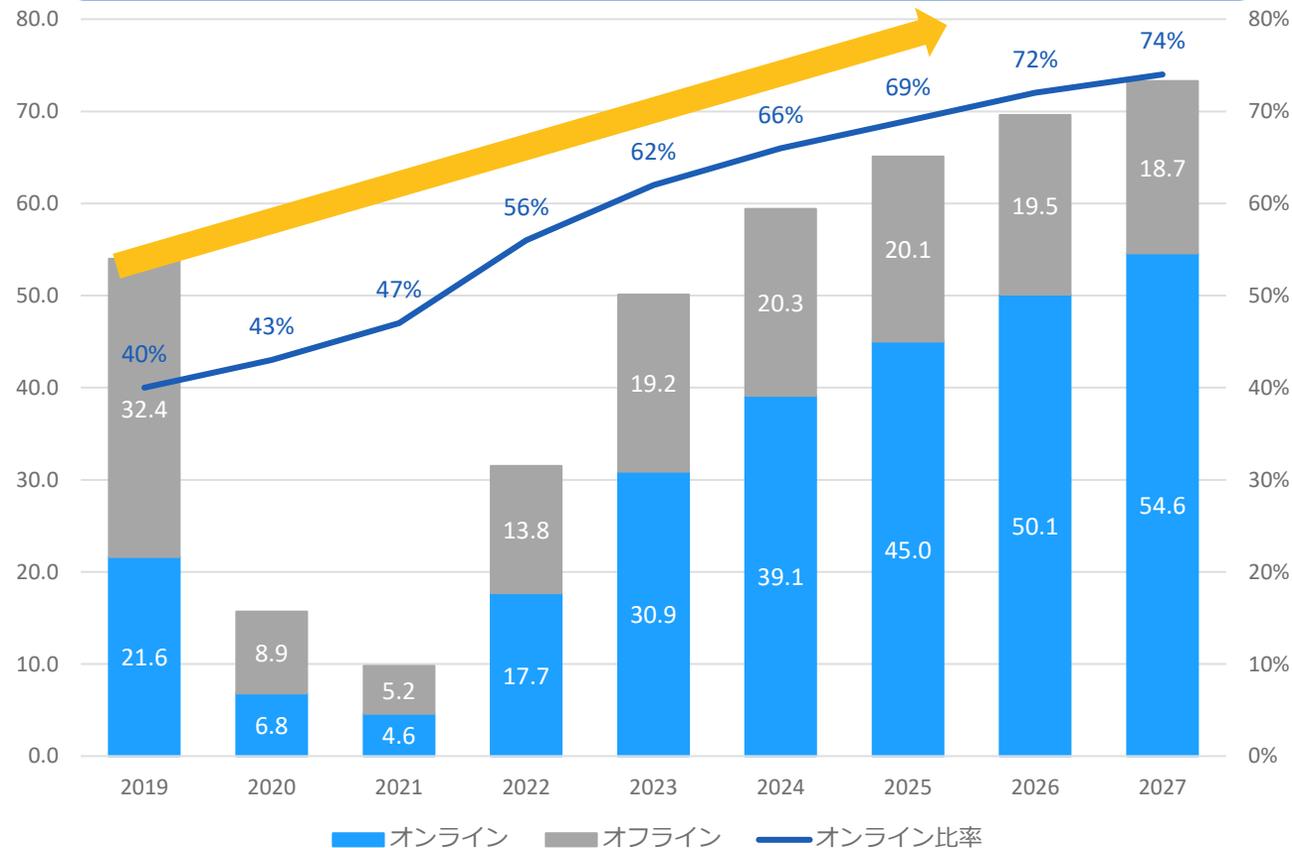
CPI推移



※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

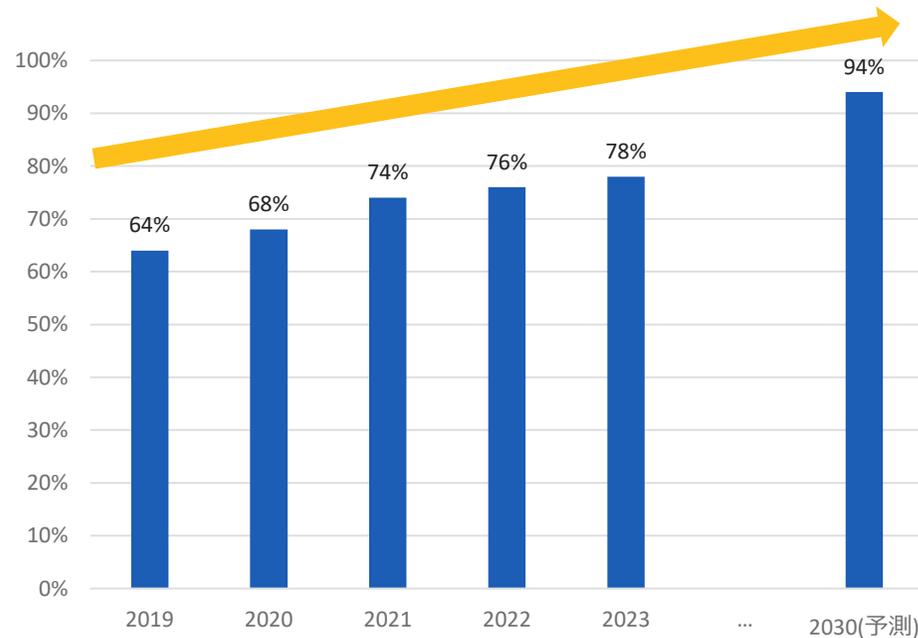


参入機会が十分に存在

(単位：10億USドル)
※Phocuswright.incより引用

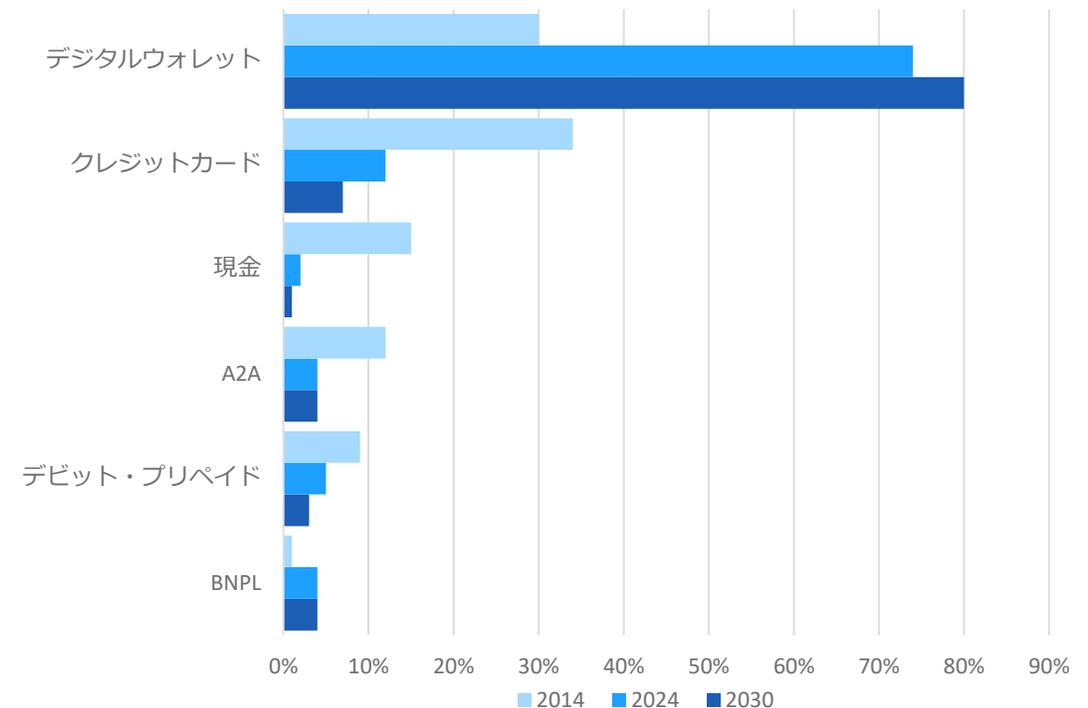
スマートフォン普及率の高まりとともにデジタルウォレットによる決済が増加
各国に合わせた決済手段の対応が必要

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

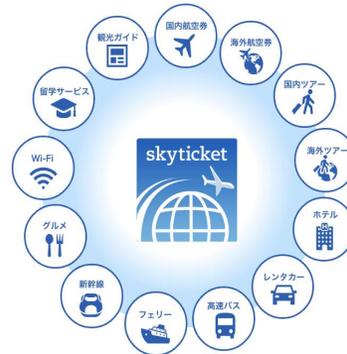


※Worldpay Global Payments Report より引用

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・Wifi・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※

37%

※親会社所有者帰属持分比率



業界企業との強い繋がり

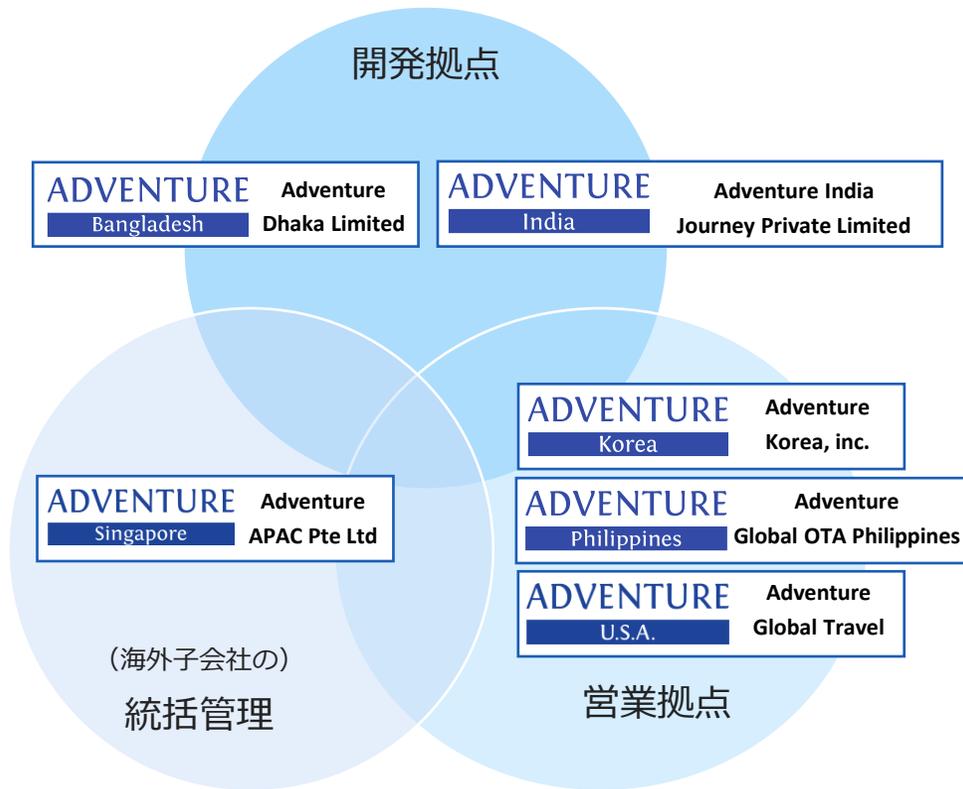
参入障壁の高い旅行業界との
強いネットワーク



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



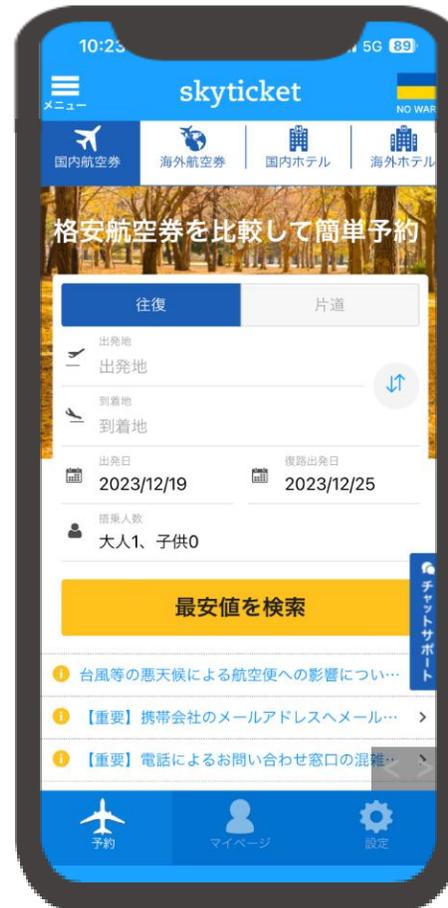
-  グローバルOTA経験者、元Amazon/アクセンチュアなどの開発者、VC出身者など
-  IIT出身者、IBM/Infosys/グローバルOTA出身の開発者など
-  外資系銀行出身者、会計士など

1. エグゼクティブサマリ
2. 2Q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

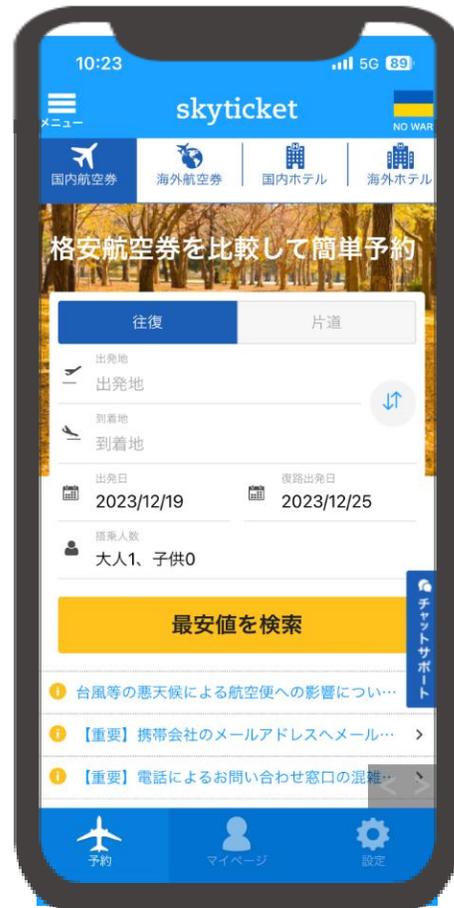
- クライアント
- 航空会社
- バス会社
- レストラン
- レンタカー会社
- フェリー会社
- ホテル



※一部直接契約以外も含む
※一部お客様からの手数料を含むサービス有

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

2,300万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。

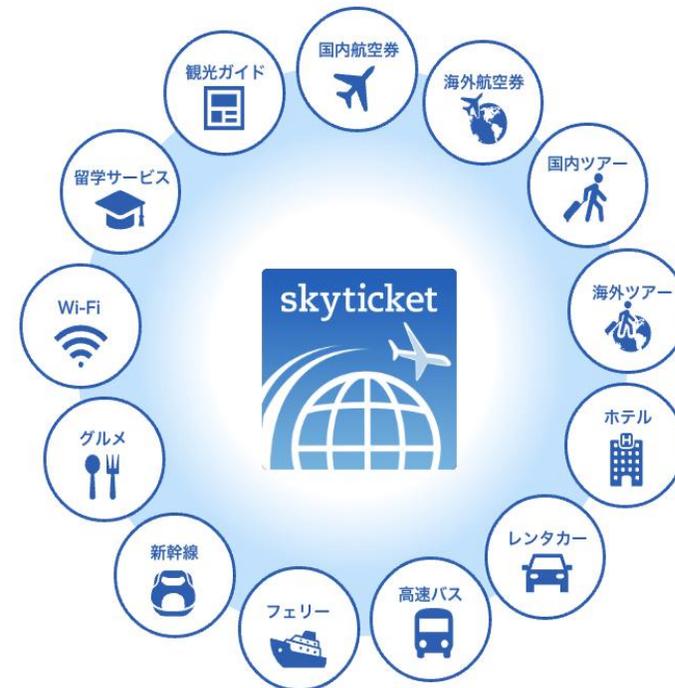


IT人材の育成により開発の強化
多くの並行するサービスおよびローカライズ対応を可能に

様々なローカライズの実現



様々な予約サービスの実現



2,300万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**2,300万のアプリユーザーへの施策**

2,300万 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。

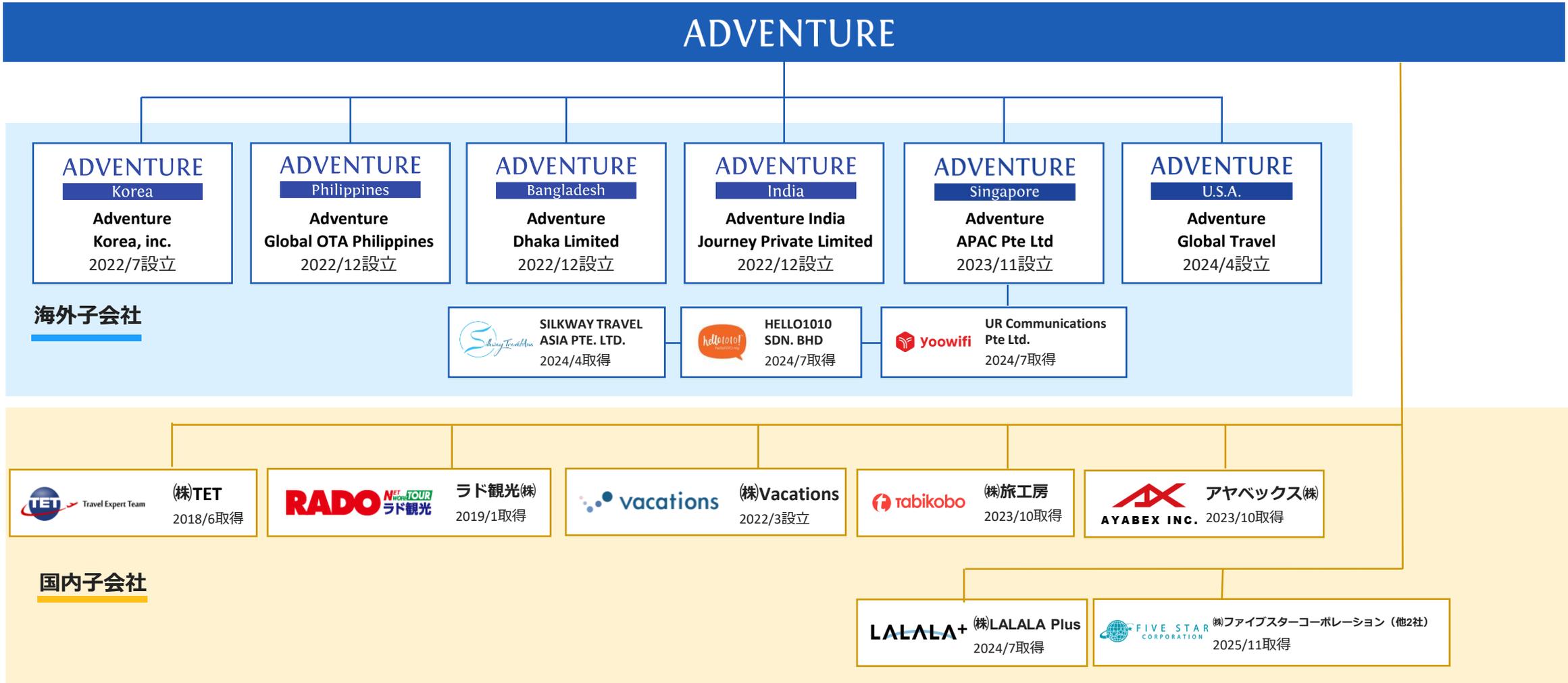
社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	東京本社 〒150-6004 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー4F 大阪事務所 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーBオフィス27F
設立	2006年12月21日
資本金	4,072,778 千円（2025年12月31日現在）
従業員数	連結：667人， 単体： 172人（2025年12月31日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
加盟・認可団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員/国際航空運送協会（IATA）公認代理店
事業内容	コンシューマ事業（航空券等販売サイト「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 130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 73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 12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 42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。2025年12月31日現在。

(株)アドベンチャー

ADVENTURE



Be a Global OTA

2006
予約サイト
「skyticket」
リリース

2014

- ・東証マザーズ上場
- ・多言語化対応

2015

- ・アプリリリース

2017

- ・レンタカー、フェリー取扱開始

2018

- ・アプリ700万DL

2019

- ・アプリ1,000万DL
- ・ホテル、バス、
国内外ツアーリリース
- ・ラド観光グループイン

2020 (コロナショック)

- ・グルメリリース

2022

- ・子会社Vacations設立
- ・海外子会社4社設立
- ・アプリ1,800万DL

2023

- ・海外子会社1社設立
- ・旅工房、アヤベックスグループイン

2024

- ・海外子会社1社設立
- ・LALALA Plus、SILKWAY TRAVEL ASIA、
HELLO1010、UR Communicationsグループイン

2025

- ・アプリ2,300万DL
- ・eSIM、ポイントプログラムリリース
- ・アジア向け予約サイト「ADVENTURE」
- ・ファイブスターコーポレーション
グループイン

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)、テ
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。