



tripla株式会社

2025年12月

事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年10月期-2028年10月期 中期経営計画を含む

Agenda

会社概要

2025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

2025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 8億6,970万円

ホームページ <https://tripla.io>

設立日 2015年4月15日

従業員数 単体: 95名
連結: 190名 ※2025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、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

triplaの事業 ※1

● 設立年
2015 年

● 事業拠点
9 力国

● 導入施設数 ※2
9,992

● サービス数
12 サービス

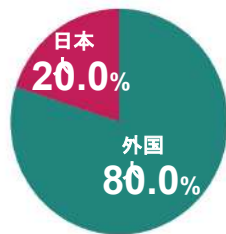
triplaの人材

● 従業員数 **190** 名 ※1

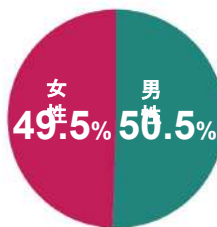
● 国籍数 **16** 力国 ※1

● 平均年齢 **35.6** 歳

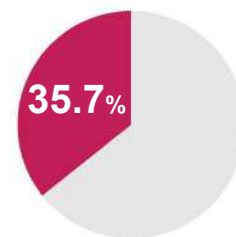
● 外国人比率 ※1



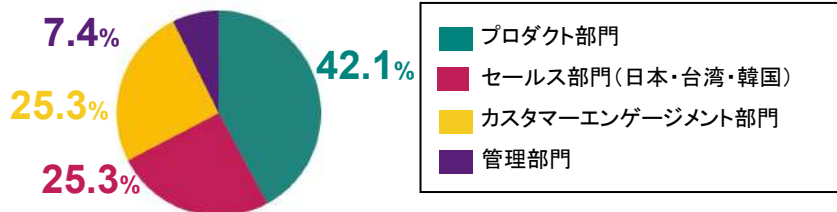
● 男女比率



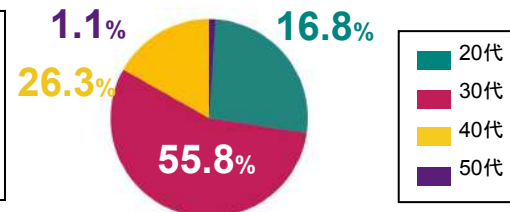
● 女性管理職の割合



● 職業別割合



● 年代別社員割合

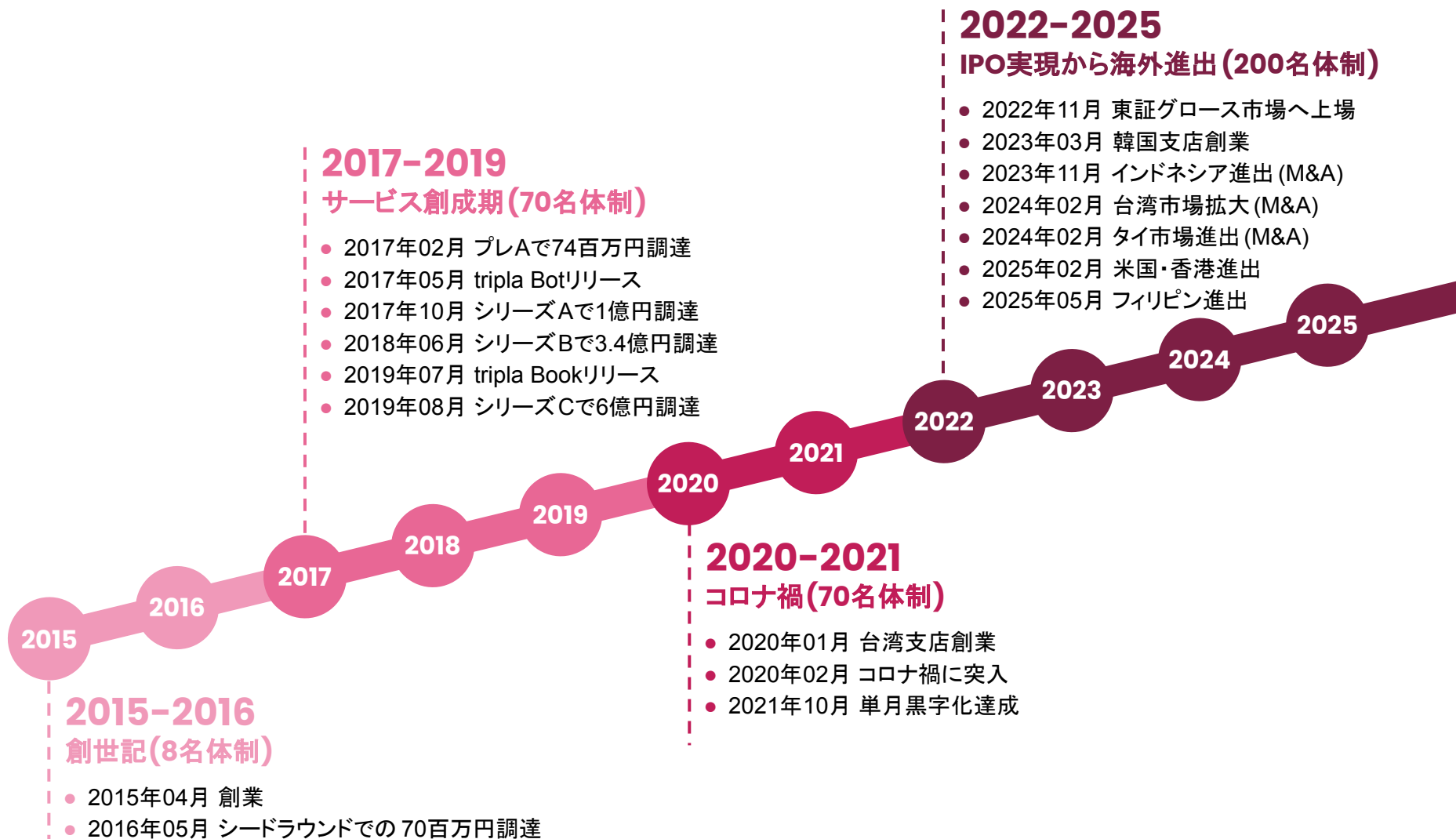


● 国籍別社員数



■ 日本 ■ 台湾 ■ 中国 ■ 韓国 ■ フランス ■ インド ■ カザフスタン ■ 英国 ■ 米国 ■ 豪州 ■ エストニア
■ ドイツ ■ インドネシア ■ レバノン ■ モロッコ ■ ロシア連邦

※1: 子会社を含む。



経営陣の紹介



代表取締役 CEO

高橋和久

Kazuhiisa Takahashi

経歴:

学歴: 北海道大学、北海道大学大学院
ウエイク フォレスト大学 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 Customer Engagement

川本 洸達

Koutatsu Kawamoto

経歴:

学歴: 慶応義塾大学



執行役員 Product Management

Aude Moras

経歴:

学歴: IAE de Poitiers



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



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



執行役員 Business Development

奥林 正浩

Masahiro Okubayashi

経歴:

学歴: 神戸大学



執行役員 CTO

Hakim Mouslih

経歴:

学歴: Université d'Angers



執行役員 Overseas Partnership

Philippe Raunet

経歴:

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

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
- Market-In for Customer Satisfaction
- Ownership
- Action with Results
- イノベーションへの挑戦
- チームと自身の成長
- Challenge for Innovation
- Stretch the Team & Yourself
- 生産性の追求
- 謙虚、尊敬、信頼
- More with Less
- Humility, Respect & Trust

Agenda

会社概要

▶ **2025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)

501 百万円

前年同期比 **+139.7%**

営業収益

2,573 百万円

前年同期比 **+37.8%**

営業利益

519 百万円

前年同期比 **+93.6%**

経常利益

583 百万円

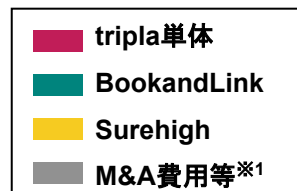
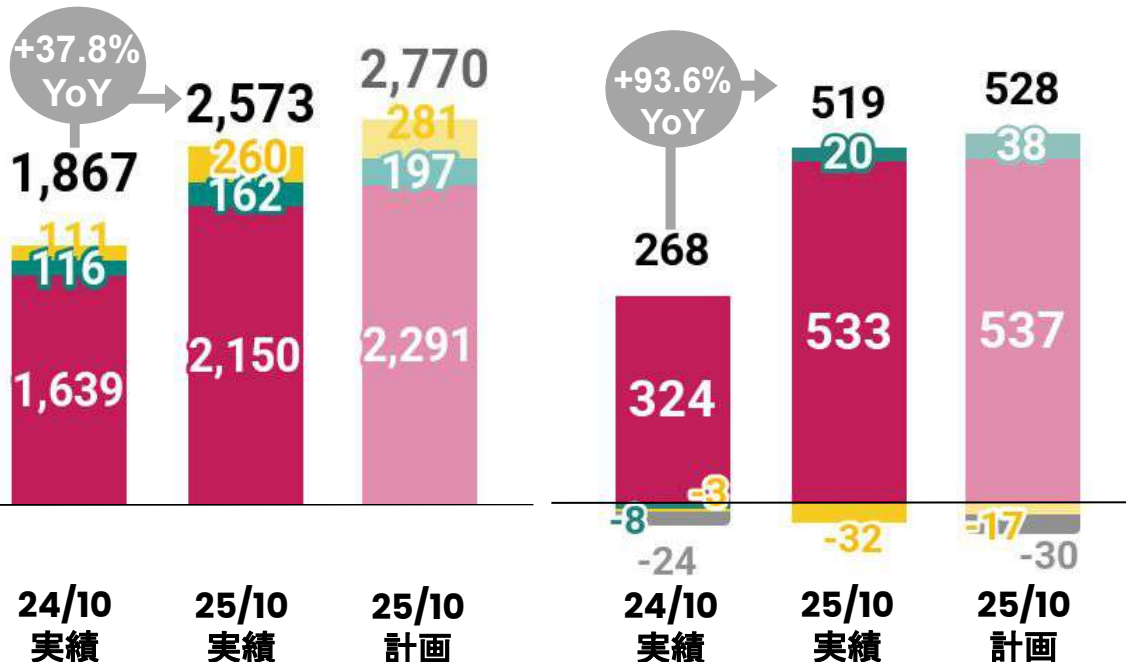
前年同期比 **+138.8%**

2025年10月期 結果 (連結)

- 営業収益: 2,573百万円、YoY+37.8%、通期計画対比 ▲7.1%
- 営業利益: 519百万円、YoY+93.6%、通期計画対比 ▲1.7%

営業収益(連結)

営業利益(連結)



(百万円)

営業収益	実績 25/10	YoY	計画比
tripla単体	2,150	+31.1%	▲6.1%
BookandLink ^{※2}	162	+39.9%	▲17.8%
Surehigh ^{※3}	260	+133.6%	▲7.5%
合計 ^{※4}	2,573	+37.8%	▲7.1%

営業利益	実績 25/10	YoY	計画比
tripla単体	533	+64.6%	▲0.7%
BookandLink ^{※2}	20	_* ^{※5}	▲46.6%
Surehigh ^{※3}	▲32	_* ^{※5}	_* ^{※6}
合計 ^{※4}	519	+93.6%	▲1.7%

※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に關連する費用等。
 ※2: tripla Singapore Pte. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesiaの業績。2024年10月期2Qから連結。
 ※3: 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。
 ※4: 合計値には※1及びtripla Philippines Technologies Inc.を含む。
 ※5: 前期収益がマイナスであったため、YoY比較は非表示。
 ※6: 通期計画がマイナスであるため、計画比は非表示。

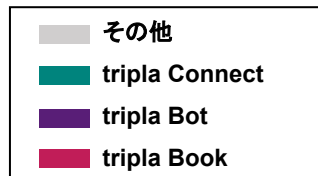
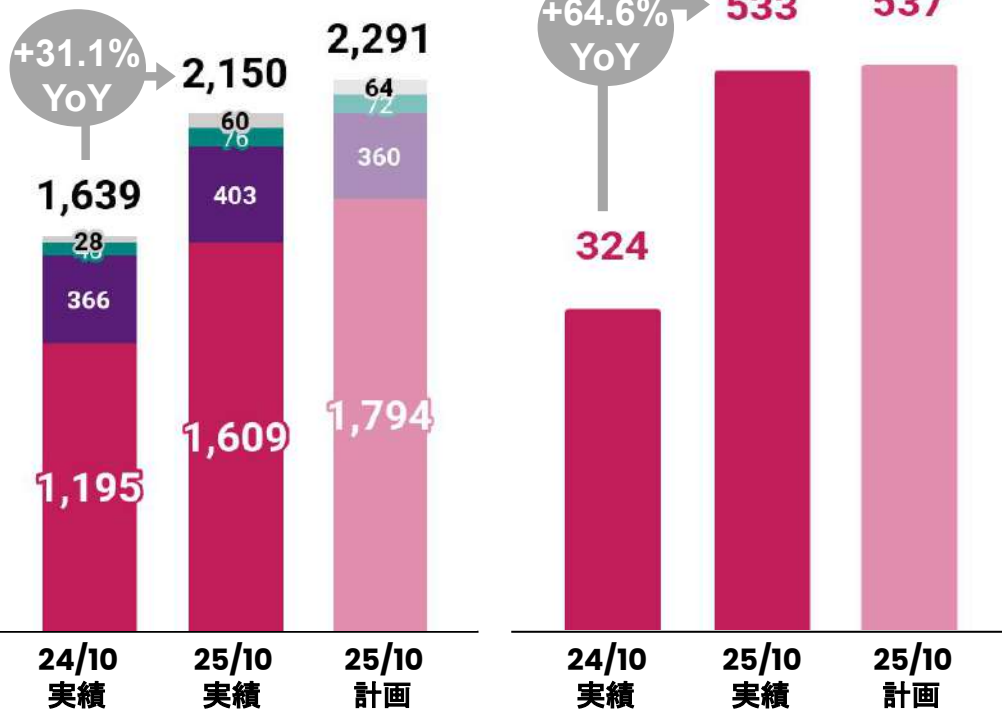
2025年10月期 結果 (単体)

- 営業収益: 2,150百万円、YoY+31.1%、通期計画対比 ▲6.1%
- 営業利益: 533百万円、YoY+64.6%、通期計画対比 ▲0.7%

営業収益

営業利益

(百万円)



営業収益	実績 25/10	YoY	計画比
tripla Book	1,609	+34.6%	▲10.3%
tripla Bot	403	+10.2%	+12.1%
tripla Connect	76	+57.1%	+5.8%
その他	60	+110.8%	▲6.7%
合計	2,150	+31.1%	▲6.1%

tripla Bookの補足説明(計画対比)

通期計画対比 ▲184百万円 ▲10.3%

・固定収益 +7百万円 +1.7%
(計画422百万円→実績430百万円)

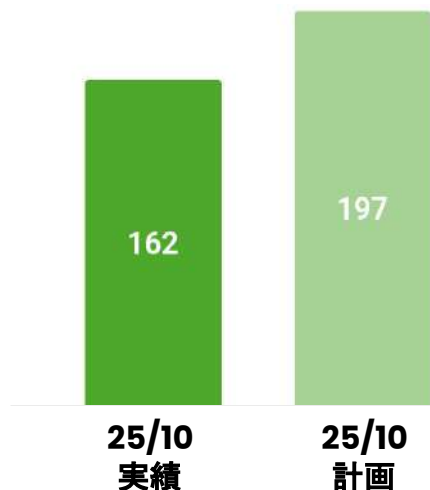
・従量収益 ▲191百万円 ▲14.0%
(計画1,371百万円→実績1,179百万円)

2025年10月期 結果 (BookandLink)

- 営業収益 162百万円、営業利益 20百万円

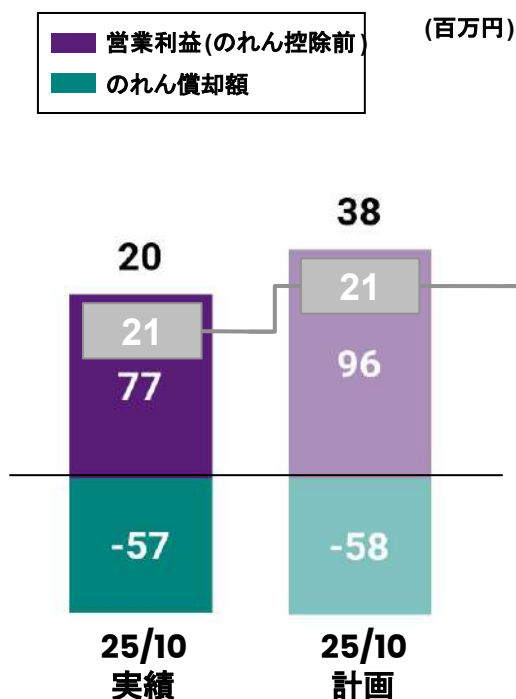
営業収益 (BookandLink※1)

(百万円)



営業利益 (BookandLink※1)

(百万円)



2024年10月期2QよりP/L連結開始

日本法人からの開発委託費の精算等(1Qで発生)

	実績 25/10	計画比
営業収益	162	▲17.8%
営業利益	20	▲46.6%
営業利益 (のれん控除前)	77	▲19.6%

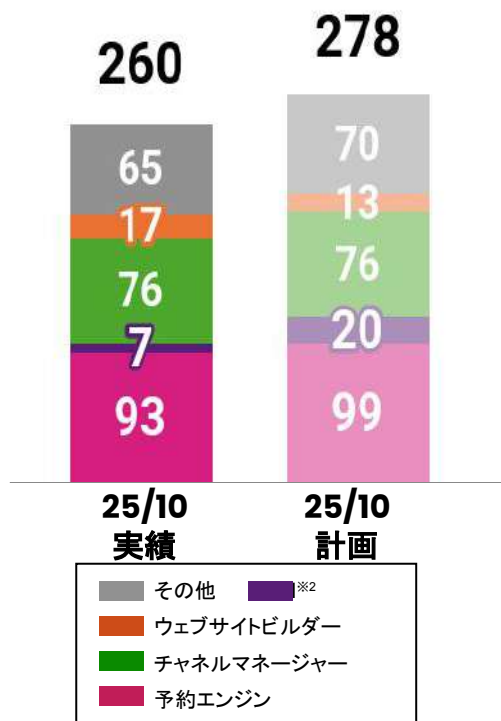
- 期末施設数: 3,365施設 (2024年10月末: 3,306施設 +65施設)
- 一時的な収益及び費用21百万円(1Qで発生)
グループ全体のための開発委託費の精算等

※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。

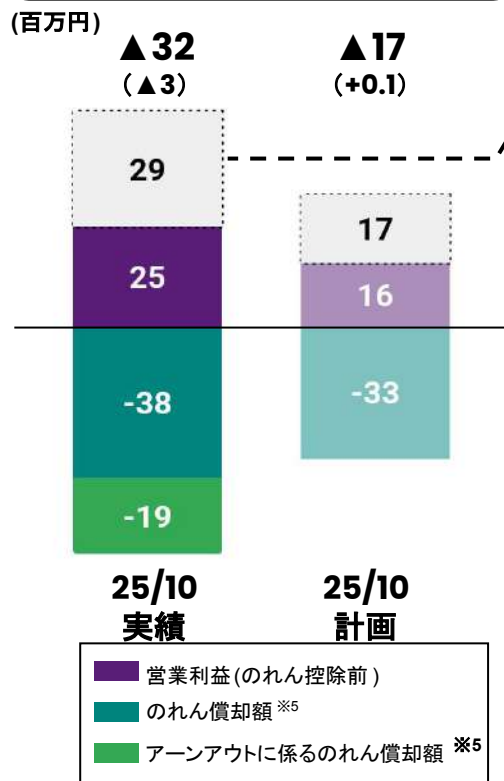
2025年10月期 結果 (Surehigh)

- 営業収益 260百万円、営業利益 ▲32百万円
- 営業利益(のれん控除前)は 25百万円 計画比 +55.3%

営業収益 (Surehigh※1)



営業利益 (Surehigh※1)



政府補助金等による営業外収益 29百万円

	実績 25/10	計画比
営業収益	260	▲6.1%
営業利益	▲32	_※4
営業利益 (のれん控除前)	25	+55.3%

- 期末施設数: 1,445施設 ※3
(2024年10月末: 1,450施設 ▲5施設)
- 営業利益(のれん控除後): ▲32百万円
 - アーンアウトに係るのれん償却額の増額
 - 2024年10月期分: ▲6百万円
 - 2025年10月期分: ▲13百万円

※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
 ※4: 通期計画がマイナスである、計画比は非表示
 ※5: Surehigh社の業績が一定の水準に達することを条件として追加的に発生する対価の支払いの一部

2025年10月期 業績概要 (連結)

- 営業収益: 2,573百万円、YoY+37.8%、通期計画対比 ▲7.1%
- 営業利益: 519百万円、YoY+93.6%、通期計画対比 ▲1.7%

	2024年10月期 通期実績	2025年10月期 通期実績 ^{※1}	2025年10月期 通期計画	2025年10月期 通期計画対比	2025年10月期 YoY
営業収益	1,867,358	2,573,543	2,770,182	▲7.1%	+37.8%
tripla単体	1,639,787	2,150,330	2,291,146	▲6.1%	+31.1%
BookandLink ^{※3}	116,060	162,398	197,475	▲17.8%	+39.9%
Surehigh ^{※4}	111,511	260,509	281,559	▲7.5%	+133.6%
営業収益成長率	+58.8%	+37.8%	+48.3%	-	-
営業費用	1,598,860	2,053,702	2,241,546	▲8.4%	+28.4%
営業利益	268,497	519,841	528,635	▲1.7%	+93.6%
営業利益率	14.4%	20.2%	19.1%	-	-
経常利益	244,591	583,993	528,202	+10.6%	+138.8%
当期純利益	217,574	505,441 ^{※2}	405,690	+24.6%	+132.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	209,389	501,815	403,091	+24.5%	+139.7%

※1: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算

※2: tripla Singapore社(旧:Endurance社)の、のれん及び無形固定資産の減損による特別損失3,065千円を含む

※3: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. 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。

2025年10月期 業績概要 (単体)

- 営業収益: 2,150百万円、YoY+31.1%、通期計画対比 ▲6.1%
- 営業利益: 533百万円、YoY+64.6%、通期計画対比 ▲0.7%

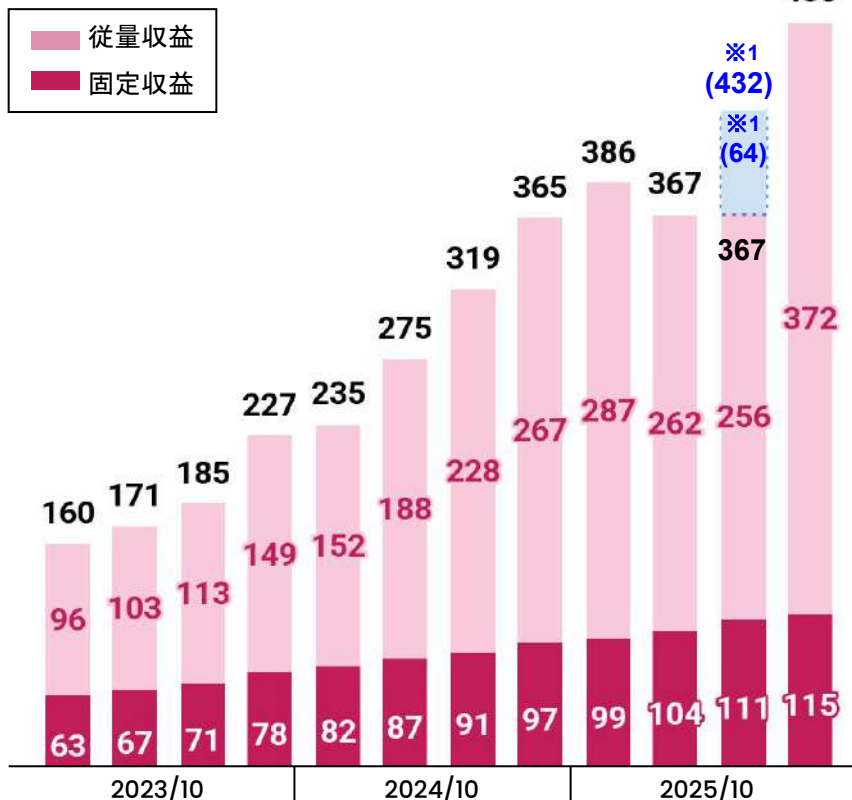
	2024年10月期 通期実績	2025年10月期 通期実績	2025年10月期 通期計画	2025年10月期 通期計画対比	2025年10月期 YoY
営業収益	1,639,787	2,150,330	2,291,146	▲6.1%	+31.1%
tripla Book	1,195,996	1,609,780	1,794,063	▲10.3%	+34.6%
tripla Bot	366,505	403,727	360,091	+12.1%	+10.2%
tripla Connect	48,551	76,262	72,077	+5.8%	+57.1%
その他	28,734	60,559	64,914	▲6.7%	+110.8%
営業収益成長率	+39.4%	+31.1%	+40.0%	-	-
解約率_ <i>tripla Book</i> ※1	0.4%	0.3%	0.3%	-	-
解約率_ <i>tripla Bot</i> ※1	0.7%	0.4%	0.4%	-	-
営業費用	1,315,360	1,616,387	1,753,146	-	-
営業利益	324,426	533,942	537,815	▲0.7%	+64.6%
営業利益率	19.8%	24.8%	23.5%	-	-
経常利益	284,453	555,908	510,873	+8.8%	+95.4%
当期純利益	264,228	473,024	408,202	+15.9%	+79.0%

営業収益-セグメント別 (tripla Book)

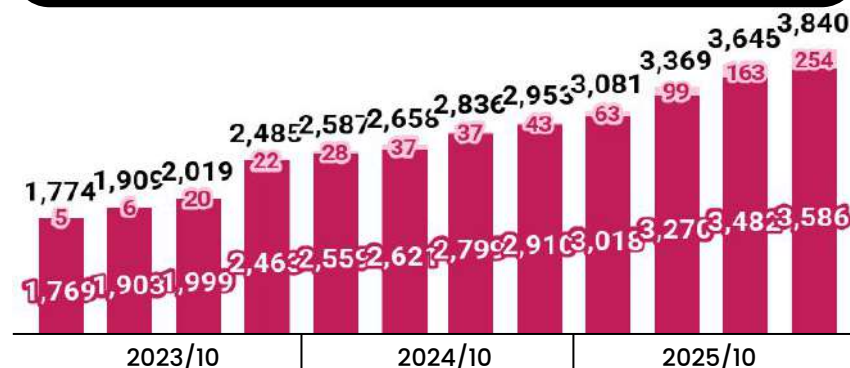
- 導入施設数は YoY で +887 施設増加し 3,840 施設に到達
- 取扱高 (GMV) は年間 1,744 億に到達。4Q では 500 億を突破

Book 営業収益 ※2

(百万円)



導入施設数 ※3



取扱高 (GMV)

(億円)



※1: 2025年10月期3QのMCP収益の影響▲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: 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。

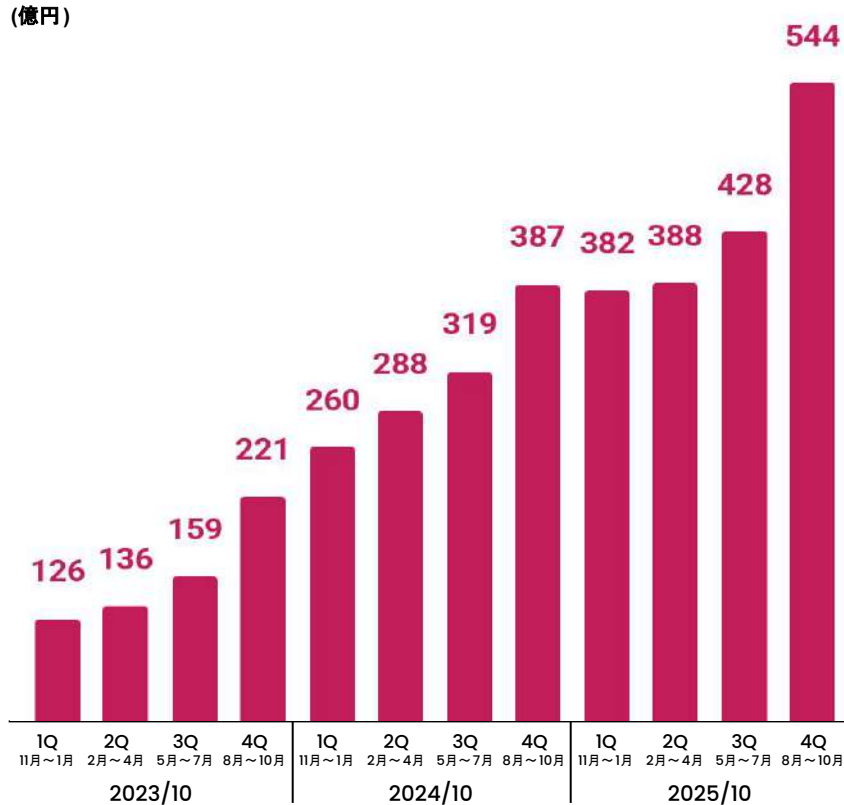
※3: 2025年10月期末の内訳としては日本3,586施設、台湾分171施設、韓国支店等3施設。台湾分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾の施設から得られるものは含まれない。

tripla Bookの季節性について

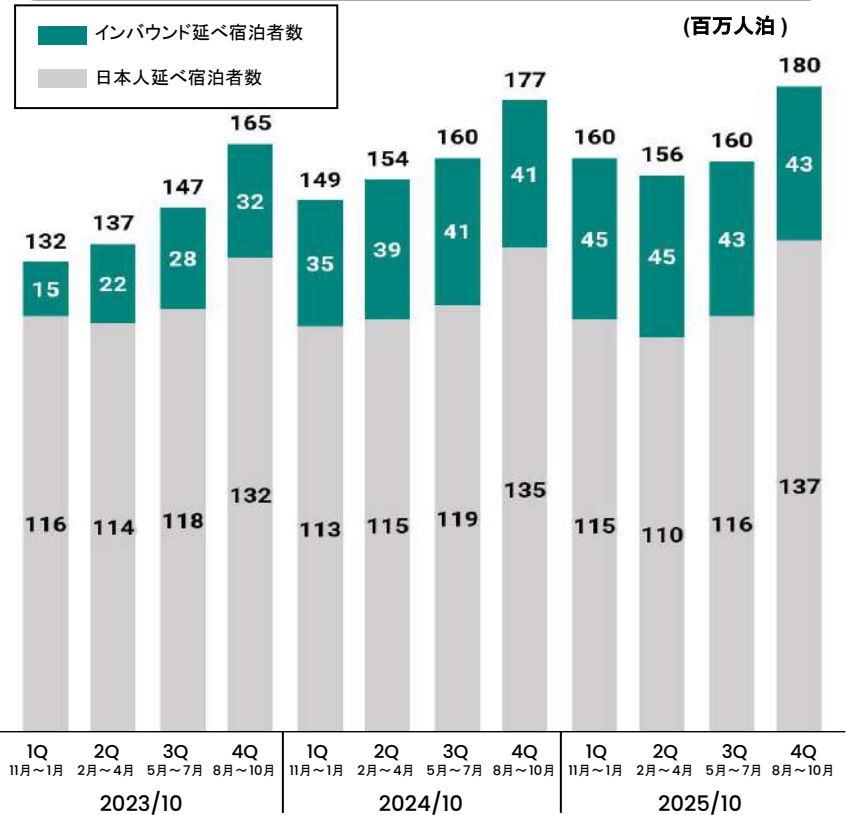
- 取扱高(GMV)は、市場の宿泊者数が大きく伸びる 4Qに偏重
- 契約施設数の積み上げにより宿泊者数の増加率以上の取扱高 (GMV)を達成

当社の取扱高(GMV)

(億円)



宿泊者数(市場全体・観光庁統計より ※1)



※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。

Book従量収益の収益構造と take rate

- 2025年4Qのtake rateは過去最高の 1.24%
- インバウンド需要も拡大し、2Q及び3Qをリカバリー

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) ÷ (GMV - 宿泊従量課金の対象でない GMV ※4)

※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: 計画していたMCP決済開発の遅れとその開発の際に TTS, TTBの為替レートを設定ミスによる影響。

※4: 一部の大口顧客等に対する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 (tripla Bot)

- 導入施設数は YoYで+292施設増加し2,136施設に到達

Bot営業収益 ※1

(百万円)

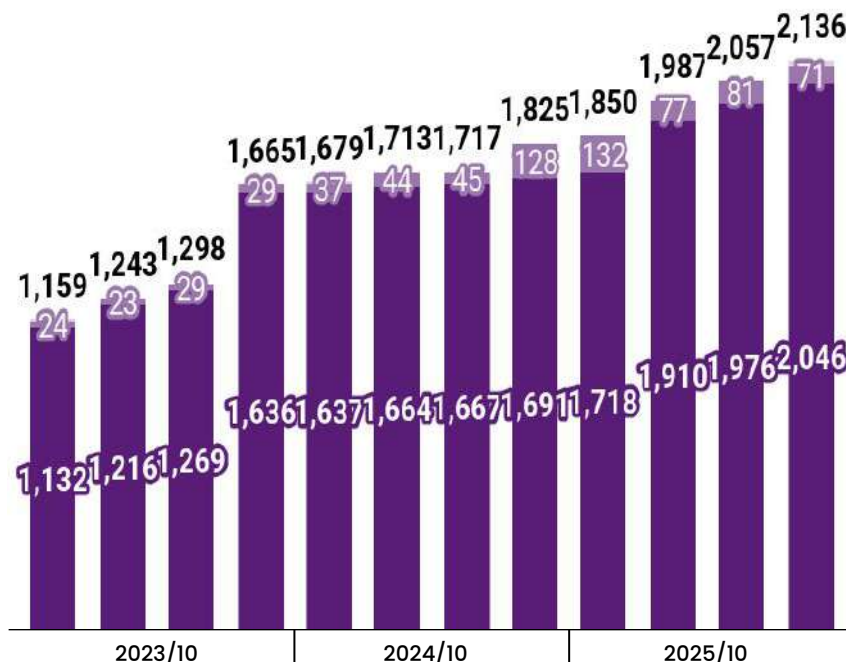
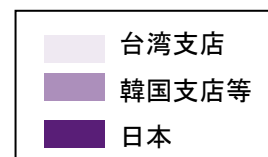


※1:単体の収益は、日本の収益が大半を占めるため、韓国支店分等も含め単体として一括表示。

※2: 2025年10月期末の内訳としては日本、046施設、台湾42施設、韓国支店等48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/凡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。

導入施設数 ※2

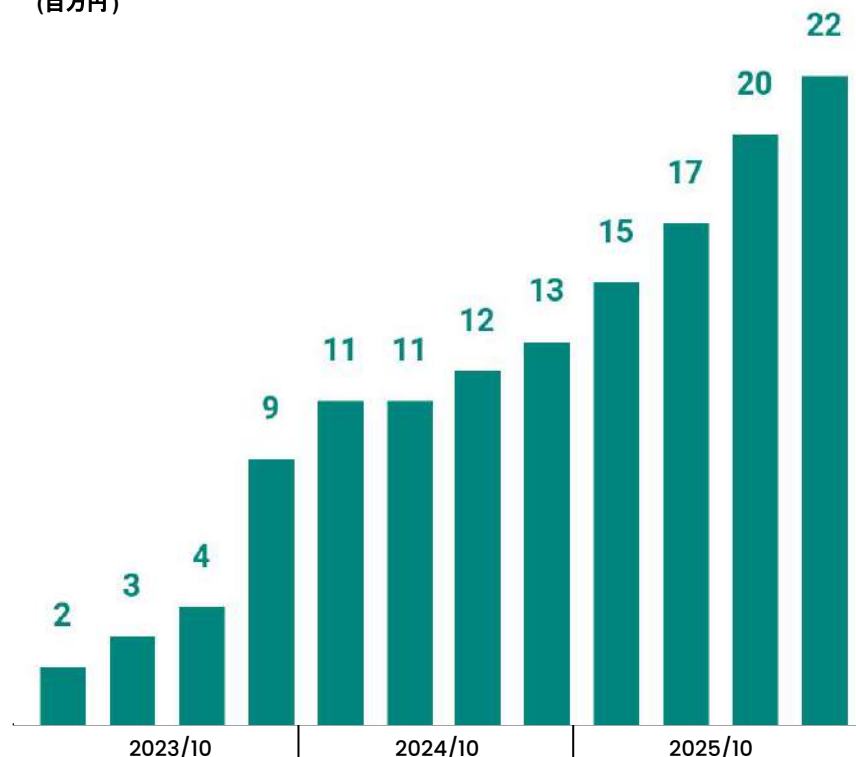


営業収益-セグメント別 (tripla Connect)

- 導入施設数は YoYで+469施設増加し 1,261施設を突破
- フィリピンで導入され、グローバル展開を開始

Connect 営業収益 ※1

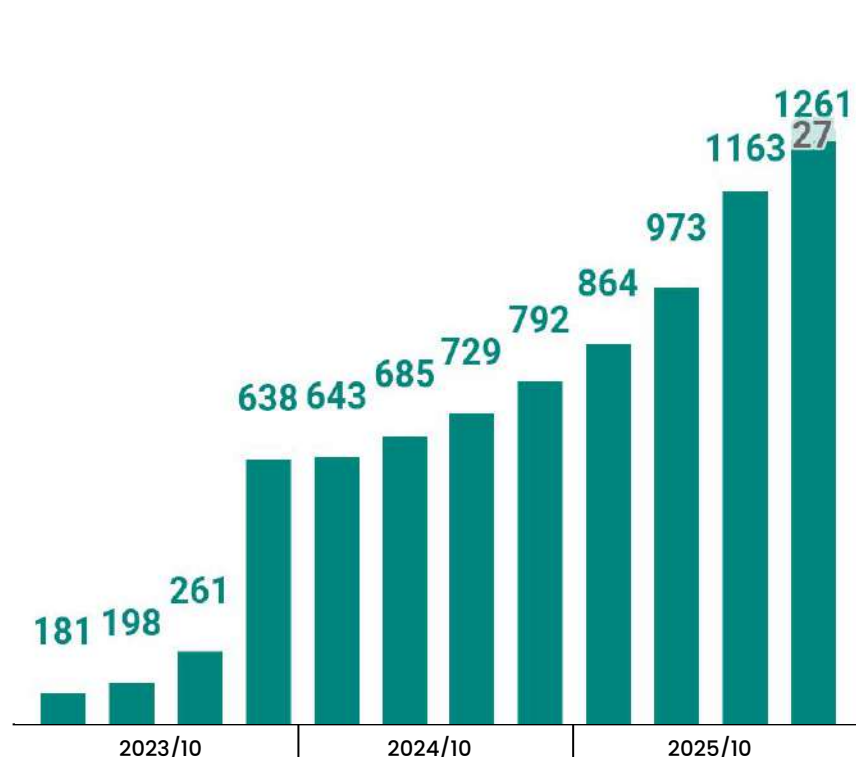
(百万円)



※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月期末の内訳としては日本 1,234施設、フィリピン 27施設。

Connect 導入施設数 ※2

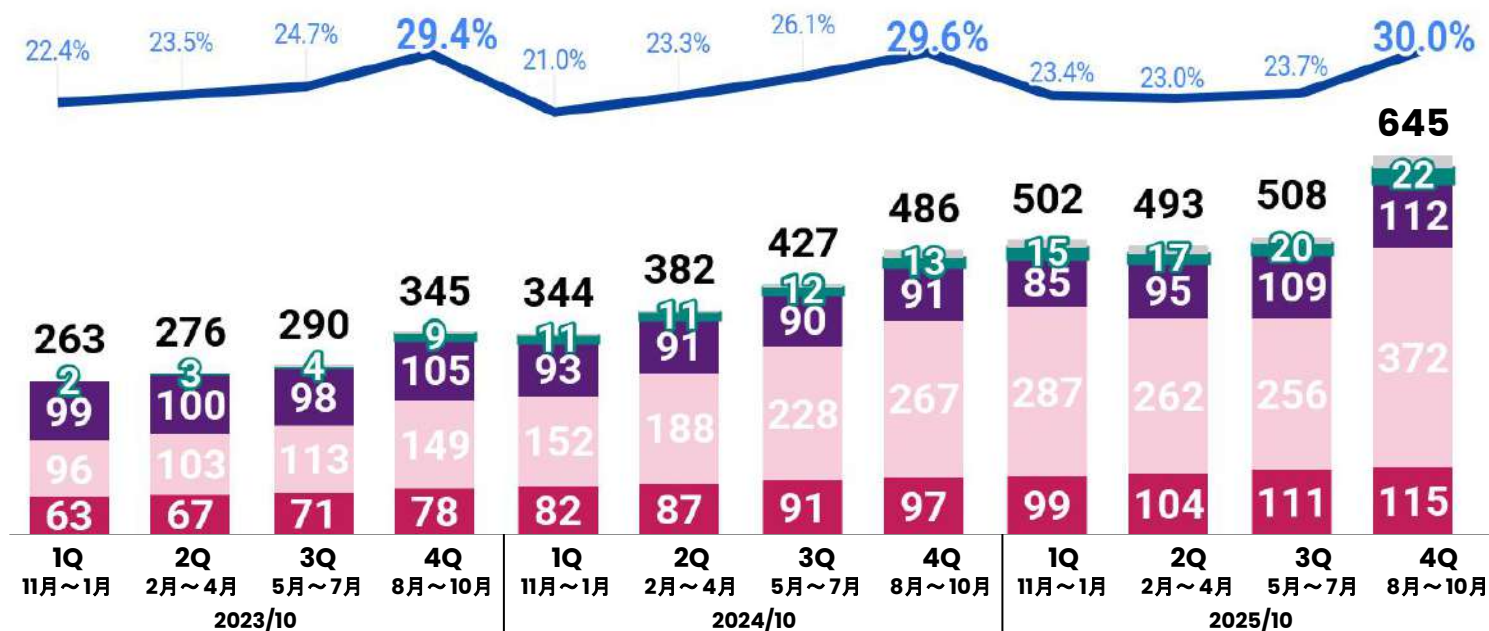


四半期ごとの営業収益の偏重 (単体)

- 2025年10月期も例年どおり4Q偏重の傾向。
- 3QではMCP開発ミスにより伸び悩むも、MCPにより4Qでリカバー

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が強くなる傾向あり。

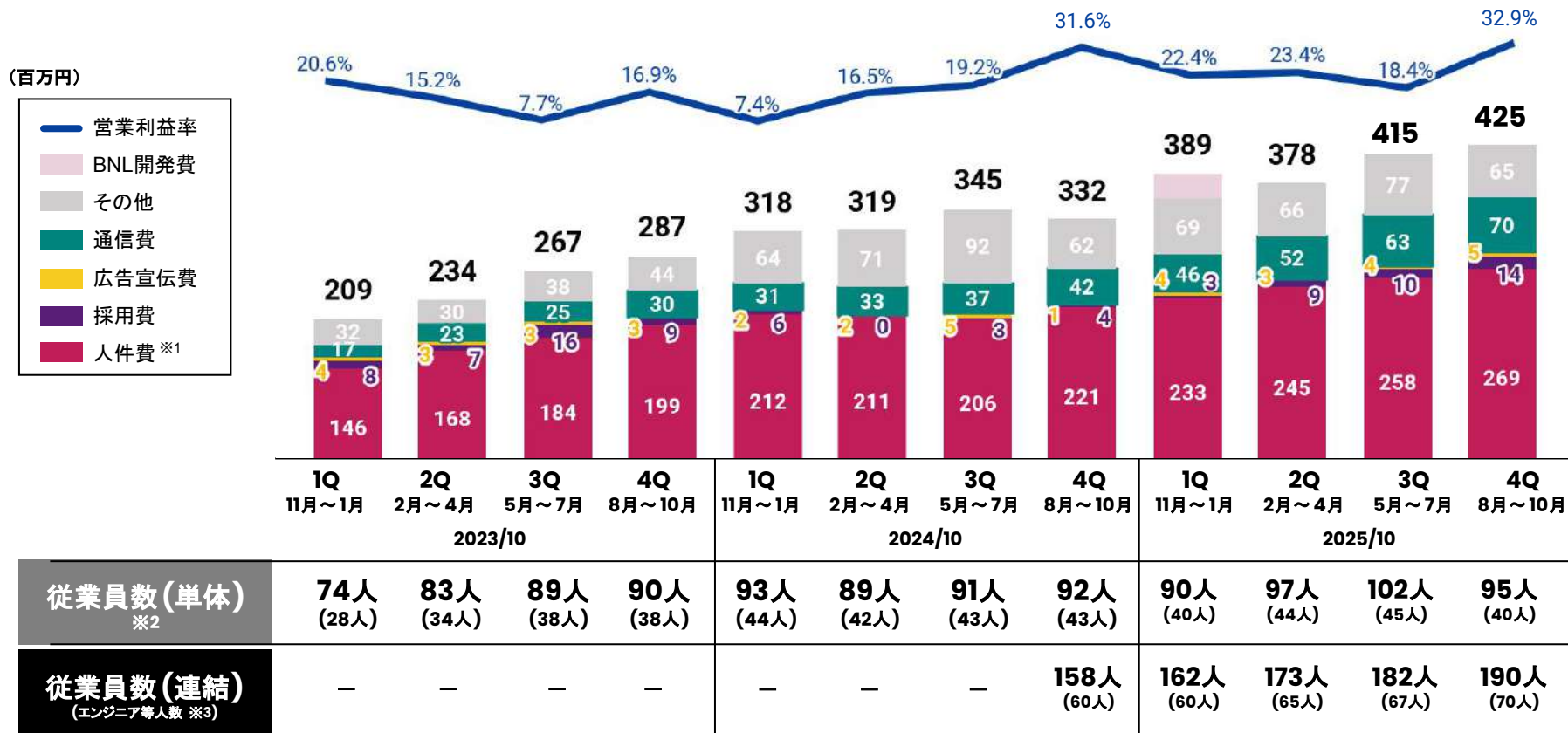
Botは固定収益と変動的な収益の両方があり、施設数の増加、季節性により影響。 ^{※1}

※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。

※2: 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 (単体P/L)2,150百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率。

四半期ごとの営業費用の推移 (単体)

営業費用は季節性がないため、下期に利益率改善の傾向



- 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。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月期は通期で低く推移。
- 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。



ブースサイズを拡大し多くの新規リードを獲得





お取引先様を中心に 100名程をお迎えし、「宿泊業の利益を最大化する Web戦略とIT活用法」をテーマに、最新の業界動向や活用事例をご紹介





アジアを中心にグローバルのお客様や協力会社と交流





韓国



フィリピン



インドネシア



タイ



新規リード創出や業界情報の共有のためにオウンドメディアを開始

tripla 宿泊業界コラム

宿泊施設の集客・業務改善に役立つ情報を発信中

インバウンド対策

システム・業務効率化 (DX)

マーケティング

開業・経営

検索キーワード



おすすめ記事

宿泊業界の人手不足を解消するための今すぐ実践すべき対策を紹介 [>](#)

メタサーチとは？ホテル・旅館にとってのメリットと活用方法を解説 [>](#)

ホテル・旅館のリピーター戦略！リピート率の高い宿の特徴を解説 [>](#)

多言語対応はどこまで行う？ホテル・旅館での実践法を詳しく解説 [>](#)

ホテル・旅館が今すぐ取り入れたいインバウンド対策を紹介 [>](#)

カテゴリー

[> インバウンド対策](#)

[> システム・業務効率化 \(DX\)](#)

[> マーケティング](#)



2025年09月26日

宿泊業界の人手不足を解消するための今すぐ実践すべき対策を紹介

宿泊業界の人手不足の現状と深刻さ

更新日 2025年09月26日

[詳しく見る >](#)



2025年09月26日

メタサーチとは？ホテル・旅館にとってのメリットと活用方法を解説

メタサーチの基本的な仕組み

更新日 2025年09月26日

[詳しく見る >](#)



2025年09月26日

ホテル・旅館のリピーター戦略！リピート率の高い宿の特徴を解説

ホテル・旅館におけるリピーターが重要な理由

更新日 2025年09月26日

[詳しく見る >](#)



Amazon PayやGoogleと共同セミナーを開催



Agenda

会社概要

2025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

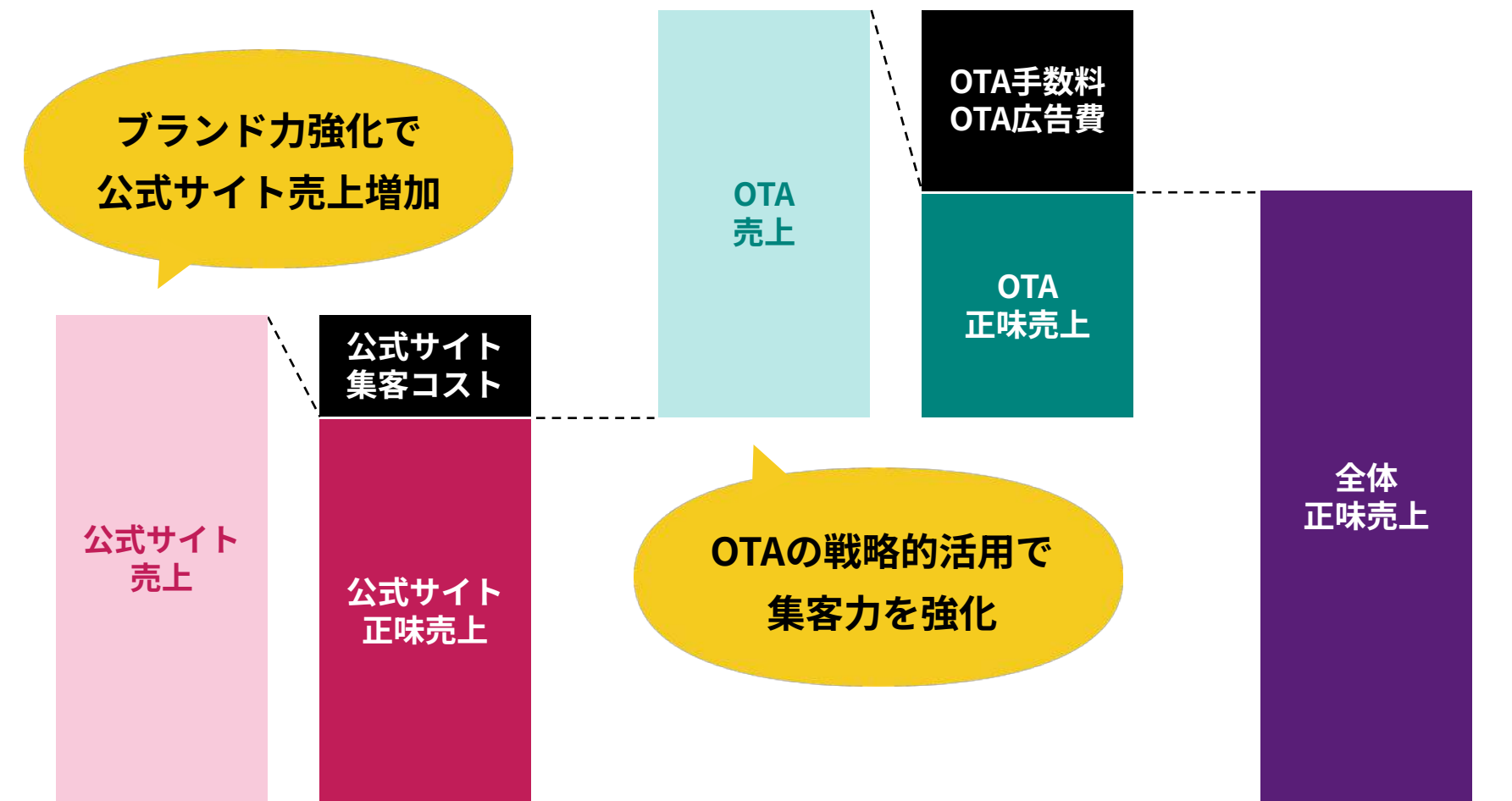
Appendix

AI検索への対応を行い、市場拡大と宿泊施設の収益の最大化へ寄与していく



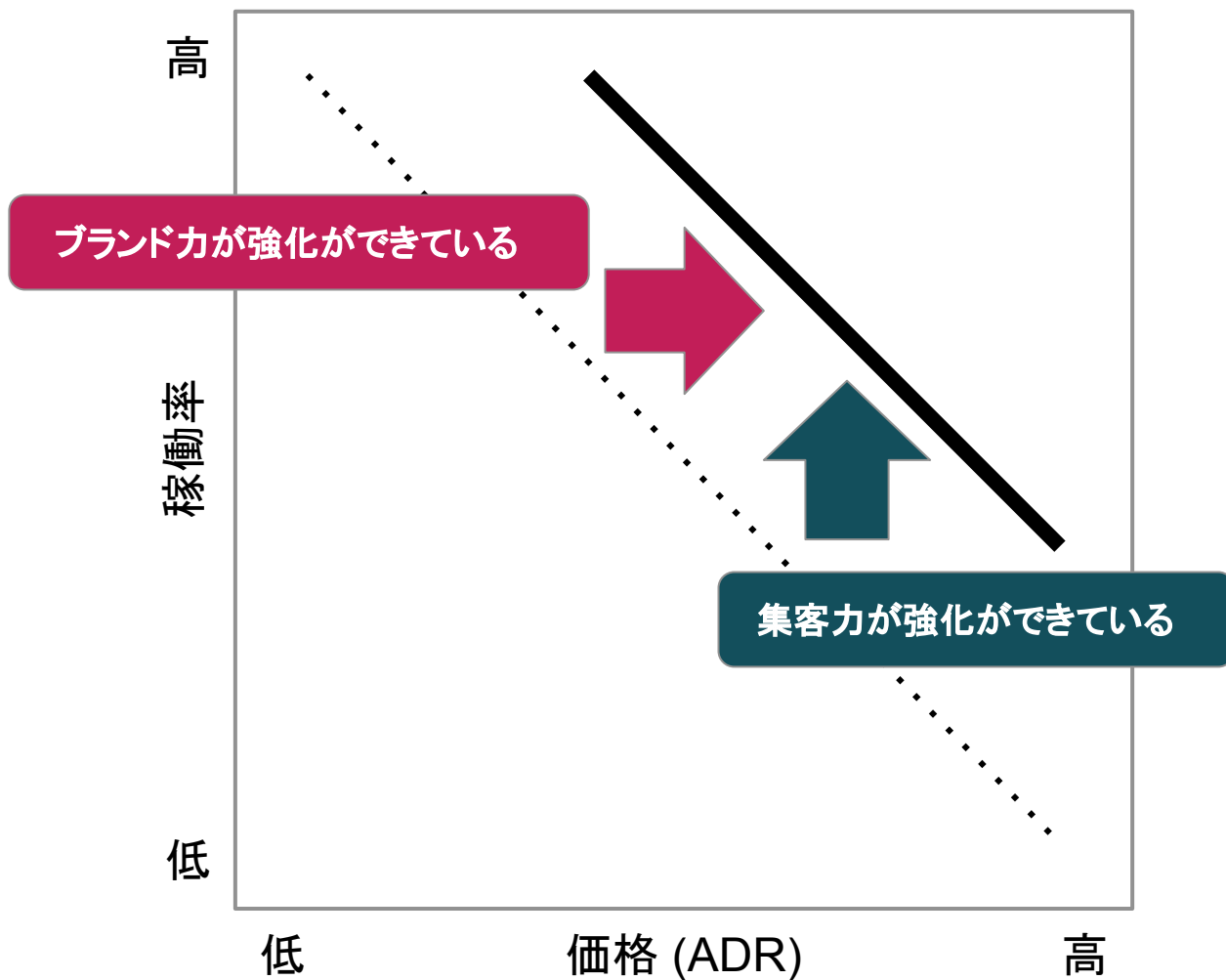


宿泊業の利益を最大化するメカニズム



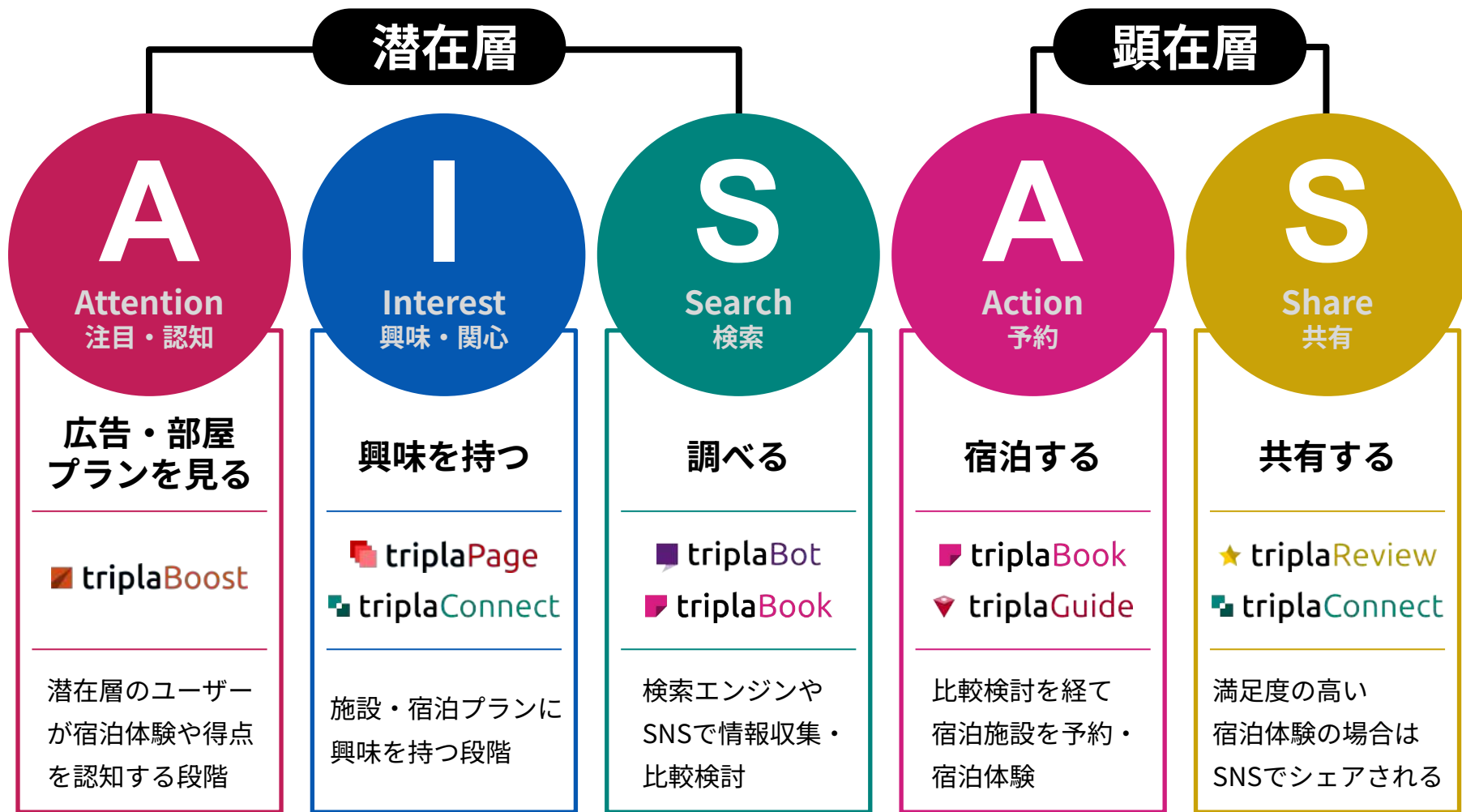


ブランド力の強化により ADRが、集客力の強化により稼働率が増加





AISAS (アイサス)モデルに則った triplaサービスのブランド力貢献マップ





会員ランクに応じて期間限定で付与ポイントを変更できるプロモーション

合計金額 大人 × 2名 1泊の料金

予約でプロモーションポイント獲得

この予約で 8,000 ポイントを獲得

通常価格

¥ 16,000 1泊の料金

(消費税・サービス料込)

予約する

ランクに応じて設定可能

プロモーション内容

このプロモーションでは、デフォルトのポイントを別の値に調整します。

支払い金額ベース 消費税額を含める

メンバーシップランク	デフォルトの還元率	プロモーション付与率 (デフォルトを上書き)
ブロンズ☆	1.0%	<input type="text"/> % 1.0% → 5.0% (例)
シルバー☆	2.0%	<input type="text"/> % 2.0% → 5.0% (例)
ゴールド☆	3.0%	<input type="text"/> % 3.0% → 5.0% (例)



お客様個人に対してバウチャーを付与することで、リピーター促進と集客力強化



バウチャープロモーション機能

- 誕生日、記念日など独自キャンペーン
- リピーター化、ブランディング支援

効果最大化



triplaConnect

セグメンテーションに基づき、最適なタイミングでパーソナライズされたオファーを提供

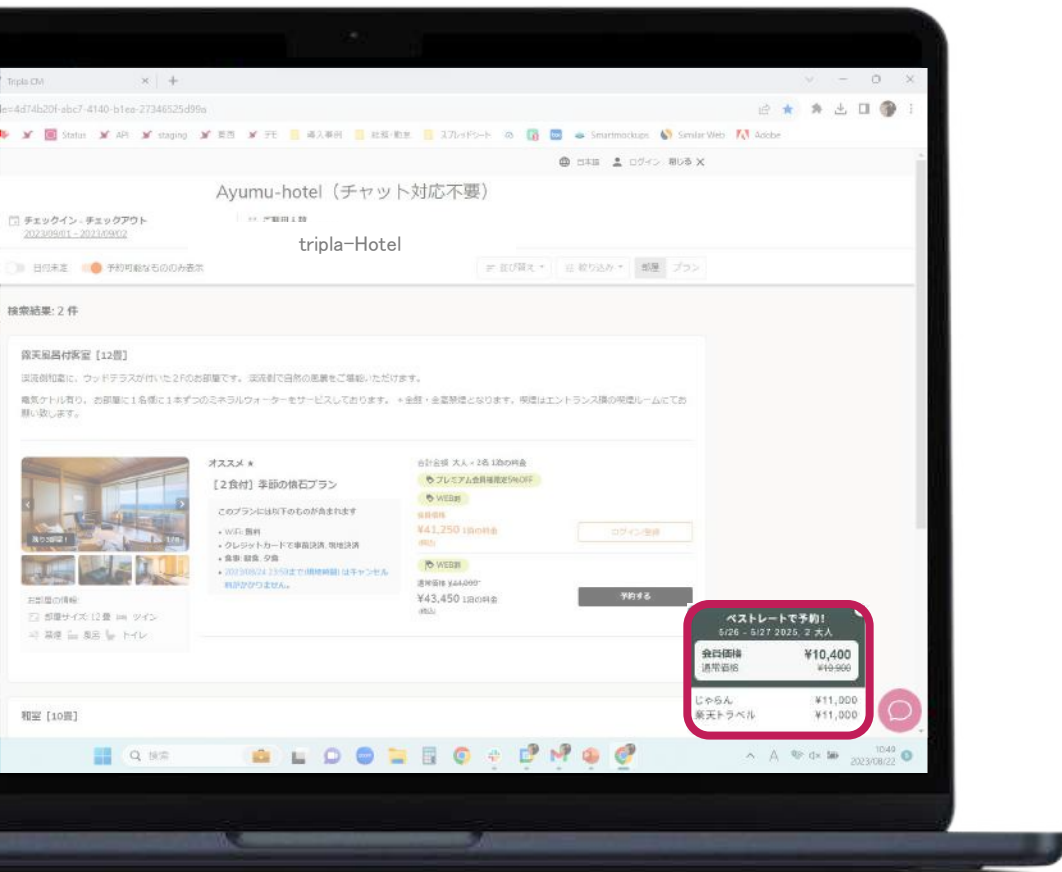


triplaBook

ブランドロイヤリティの向上、LTVの最大化、競合との差別化により持続的な集客へ



価格比較を吹き出しで訴求し予約ページへの遷移率を向上



吹き出しで価格比較を表示

PC・タブレット表示

ベストレートで予約!
5/26 - 5/27 2025, 2 大人

会員価格	¥10,400
通常価格	¥10,900

じゃらん	¥11,000
楽天トラベル	¥11,000

設置後のCVRの変化

Aホテル 7.29% → 9.18%
 Bホテル 1.76% → 2.29%
 Cホテル 5.49% → 6.94%



tripla BotからLINE公式アカウントへ誘導、 **友達登録数UP** に貢献
お客様はお問い合わせできるだけでなく、宿泊施設からお得な情報を得ることができる

ホテル公式HP

▶ LINEチャット選択

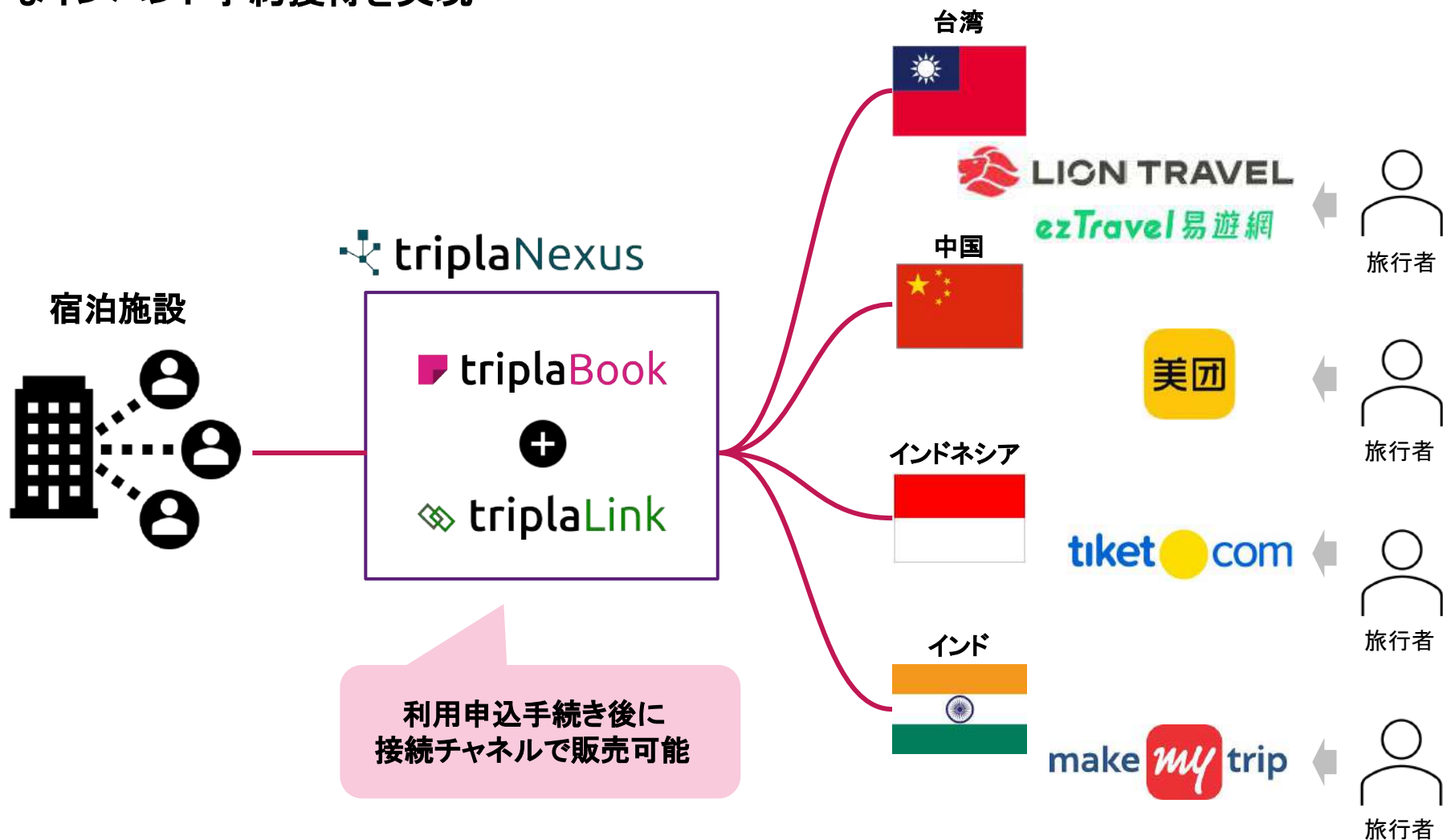
▶ LINE公式友達登録

▶ トーク上で問合わせ





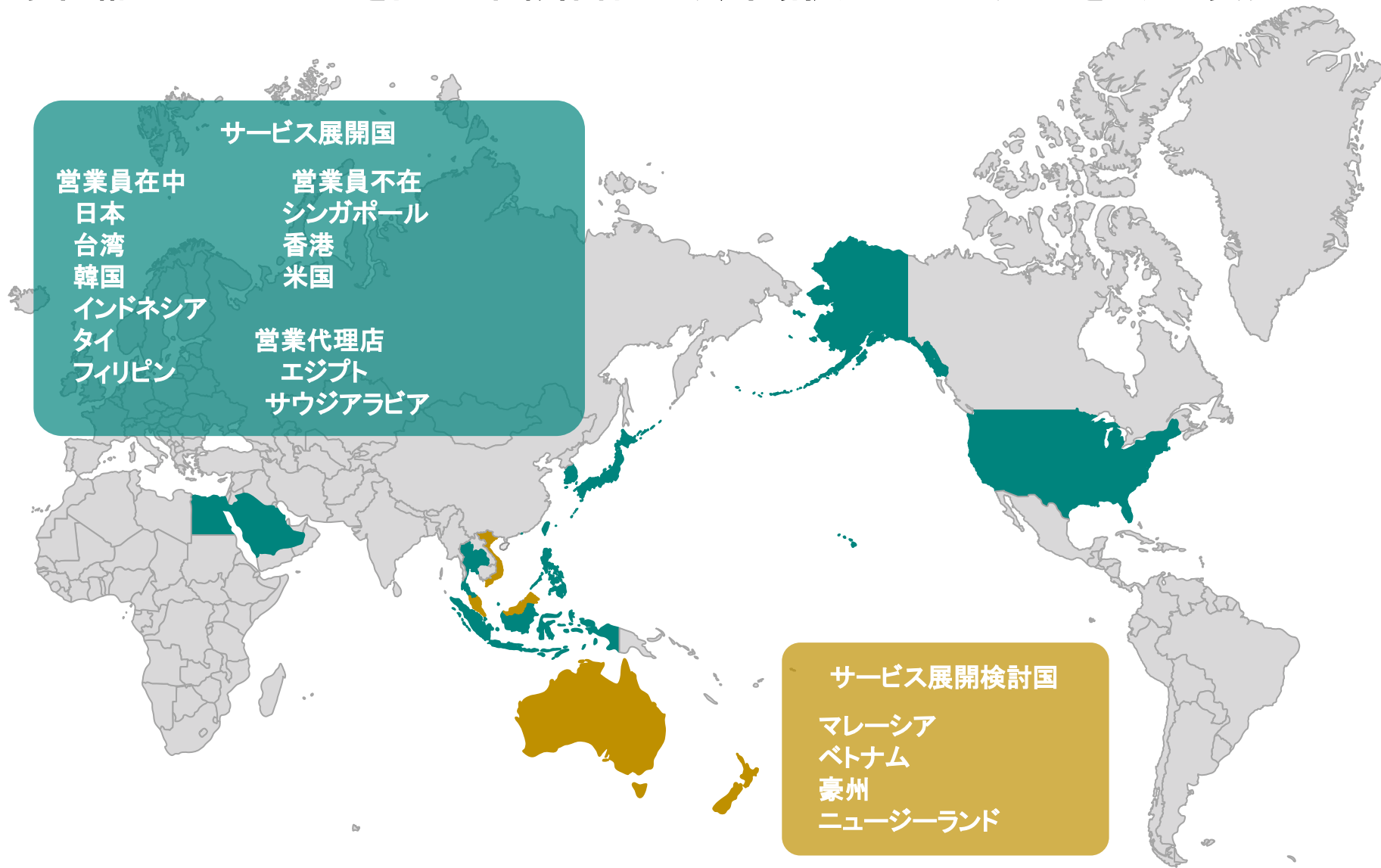
台湾・インドネシア・インド・韓国等のローカル OTAとシステム連携することで、戦略的なインバンド予約獲得を実現





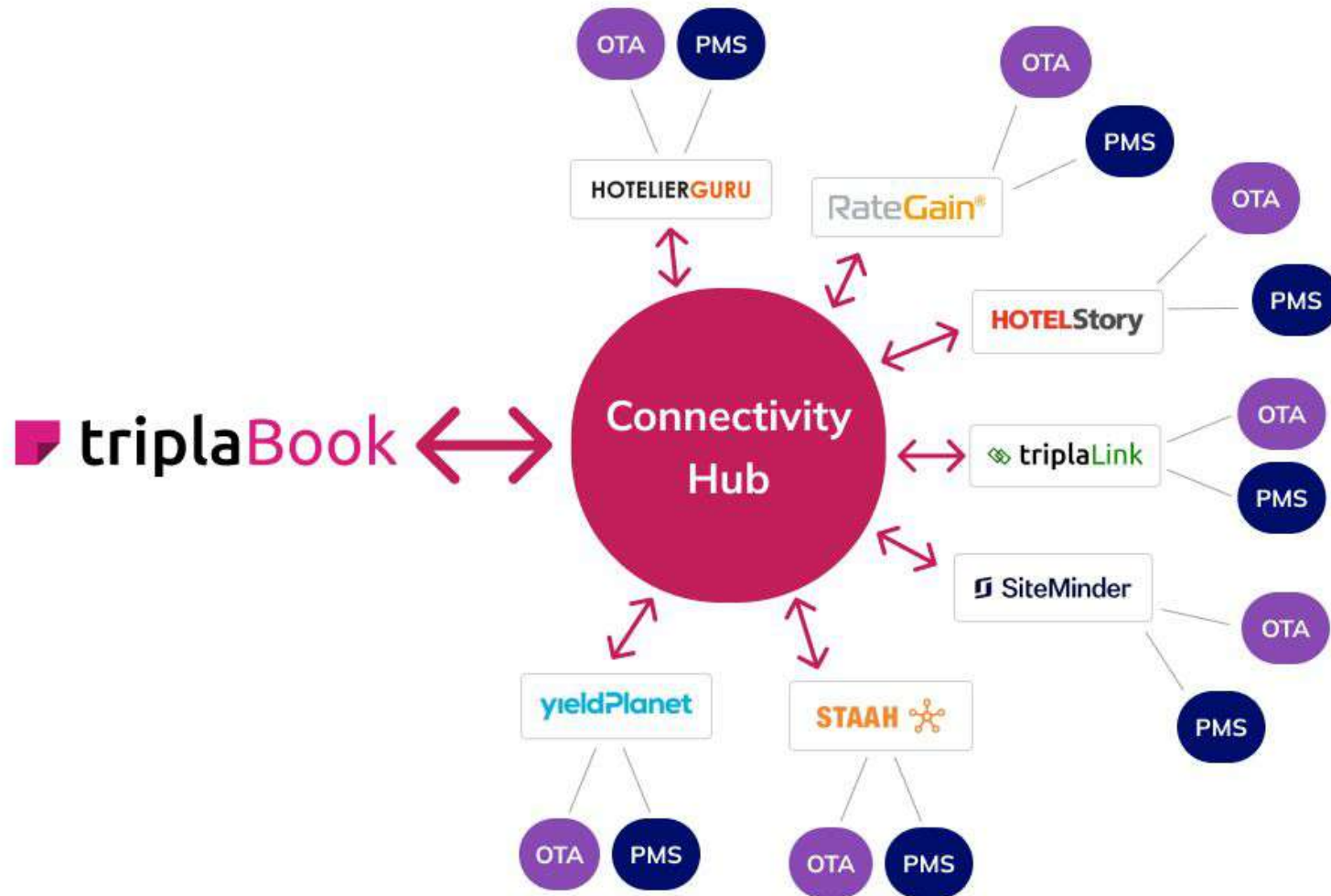
ターゲット市場拡大とローカライズ

多国籍メンバーが 80%を占める組織体制により、市場拡大とローカライズを迅速に実現





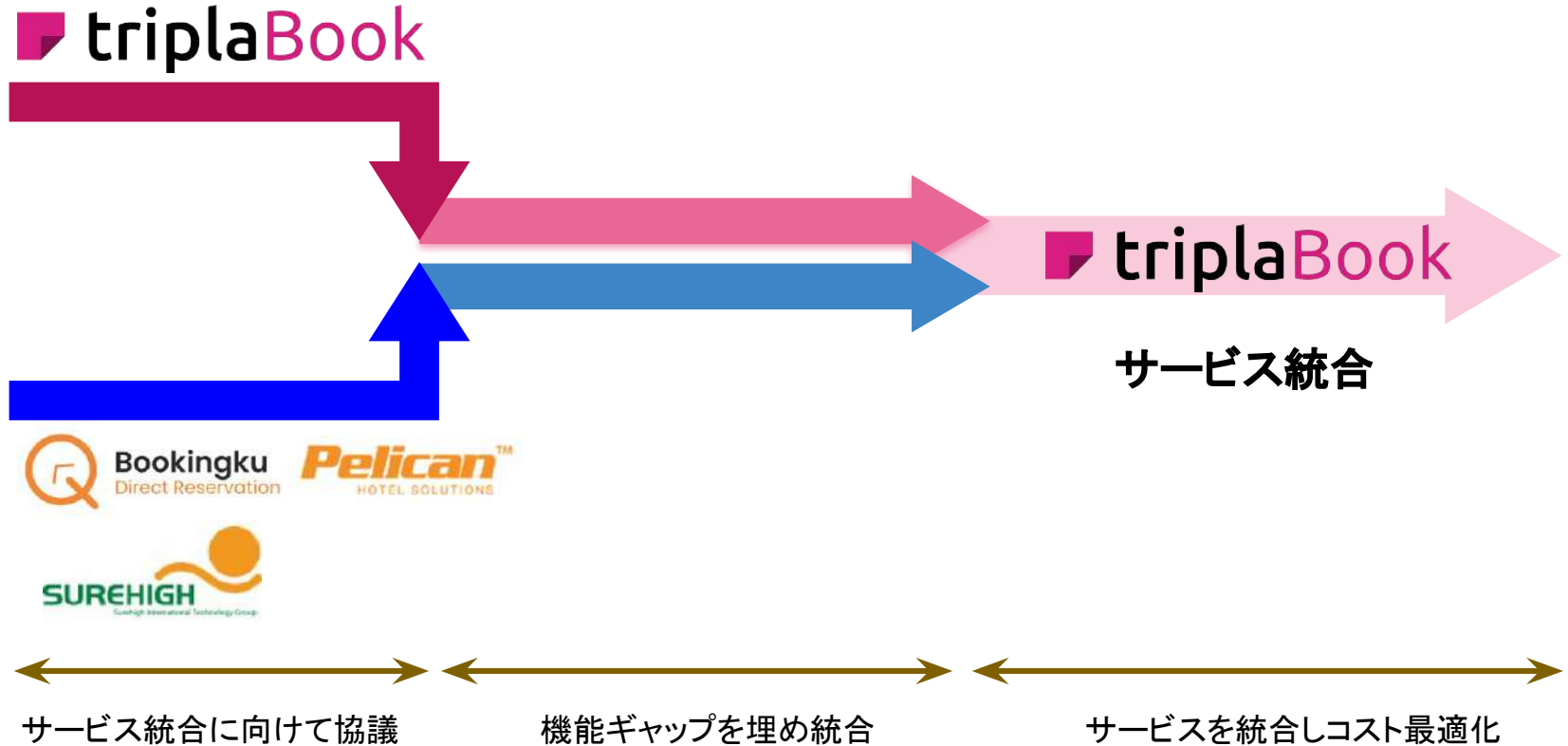
海外主要チャネルマネジャーとの連携を実現し tripla Bookの販売網を拡大





M&Aで獲得したサービスを PMIで一本化

2,000以上の施設が使用している予約エンジンを tripla Bookへ統合





国やエリア毎に求められる機能要件を開発

標準でローカライズ機能を実装することでより多くの国やエリアで実装

割引高速鉄道チケットを購入する

宿泊と台湾新幹線連携

日本の旅館で子供区分や食事付き対応

往路航空券を予約する **往復航空券を予約する**

1 クエリ 2 選ぶ

列車のクエリ条件を入力してください 予約した列車

ご購入希望のチケットの詳細は以下の通りです。合計0円ですので、ご確認ください。

往復航空券 標準

2025年10月9 列車番号: 1210 日

台中09:08 ▶ 台北09:54

全会一致の1票 0元

確認する 前のステップに戻る



空室のみ表示

検索結果: 7件

小学生 (0)

幼児 3-6才 (0)
食事・布団あり

幼児 0-2才 (0)
食事・布団なし

選択する




【数】 **選択する**

このプランには以下のものが含まれます

- WiFi: 無料
- 現地決済
- 食事: 朝食、夕食
- 2025/10/16 23:59まで(現地時間) はキャンセル料がかりません。

One Bedroom Forest Villa (84 Sqm)

Room Details	Rate Type	Average/Night	Conditions
	Member Advance Purchase		Prepaid Non Refundable Breakfast included Terms & Conditions
	Advance Purchase	IDR 3,037,500++	Prepaid Non Refundable Breakfast included Terms & Conditions
	Flexible Rate	IDR 4,050,000++	Pay Later Breakfast included Terms & Conditions

早期予約割引

バリのニューピ (Nyepi) への対応



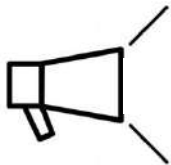


DMOが集客→送客→リピーター促進まで一気通貫で行うことにより、計画的に地域活性を取り組める

インバウンド誘客



地域の魅力をPR



地域会員の リピート促進



DMO



福島市での成功モデル を横展開

福島市観光ナビ



地域活性化に活用

地域会員 送客



宿泊施設



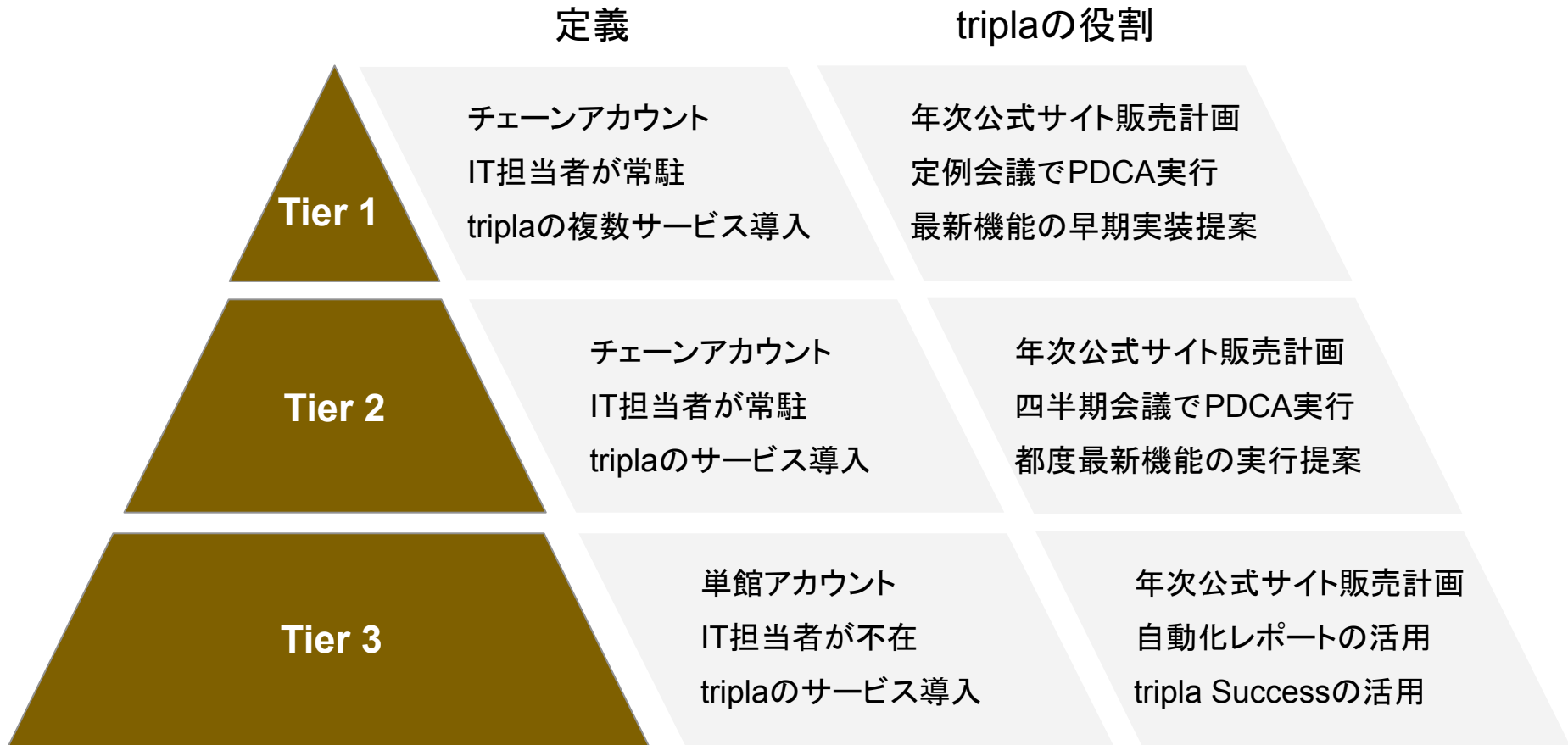
手数料





Tier別に異なる営業戦略を実行し、顧客満足度の向上を実現

ハイタッチセールスから業務代行 (tripla Success)までTier別に異なるアクションを実施





旅行者はOTAやサイトではなく、ChatGPTやGeminiに相談して旅行を計画し、予約する時代へ

triplaの3つの対応策

AEO (AI Engine Optimization)

AIが理解しやすい構造化データで情報を最適化し、AIによる推薦を可能にする。

ベストレート&自社予約API

主要AIプラットフォームからリアルタイムでベストレートで予約で直接販売。

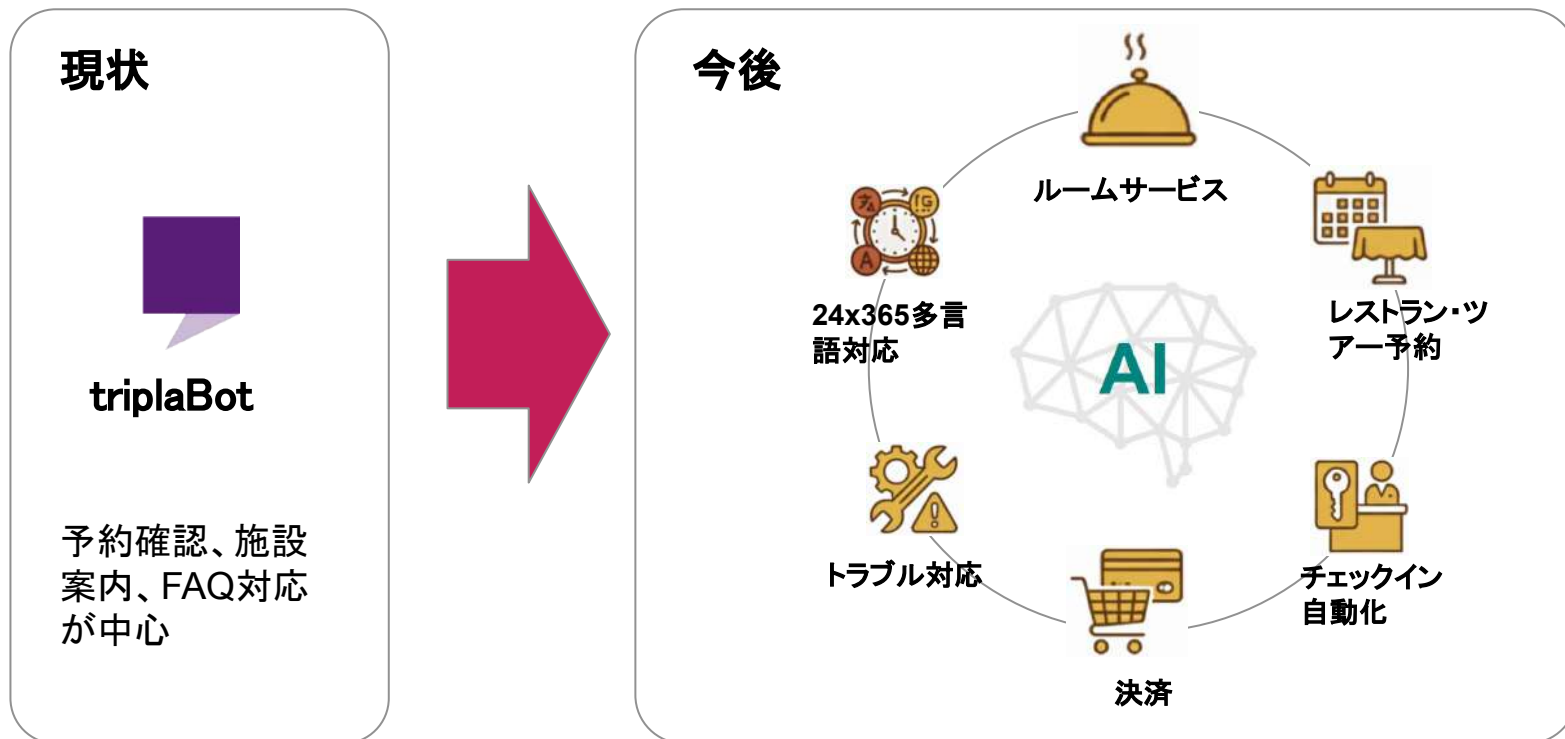
AIプラグイン提供

ChatGPTやGeminiなどにtriplaプラットフォームに接続して予約できるプラグインを展開。

“AI時代のSEO”と“AI時代のコンバージョン最適化”
を実現することで、市場をリードしていく

※ LLM (Large Language Model) : 大規模データを基に自然言語を理解・生成する AIで、ユーザーの抽象的な意図を解釈し最適な選択肢を提示する技術。
旅行領域では、旅行者の好みや条件を理解して旅程や宿泊先を提案するなど、検索や予約行動の在り方を大きく変革する可能性がある。

24時間365日稼働するマルチエージェント AIコンシェルジュ



・顧客体験（CX）向上と省人化を同時に実現

※ LLM (Large Language Model) : 大規模データを基に自然言語を理解・生成する AI で、ユーザーの抽象的な意図を解釈し最適な選択肢を提示する技術。
旅行領域では、旅行者の好みや条件を理解して旅程や宿泊先を提案するなど、検索や予約行動の在り方を大きく変革する可能性がある。

収益を最大化する自立型エージェント

現状



担当者が経験に依存し、様々なツールで手動設定。結果を分析し、設定を修正するというサイクル

今後



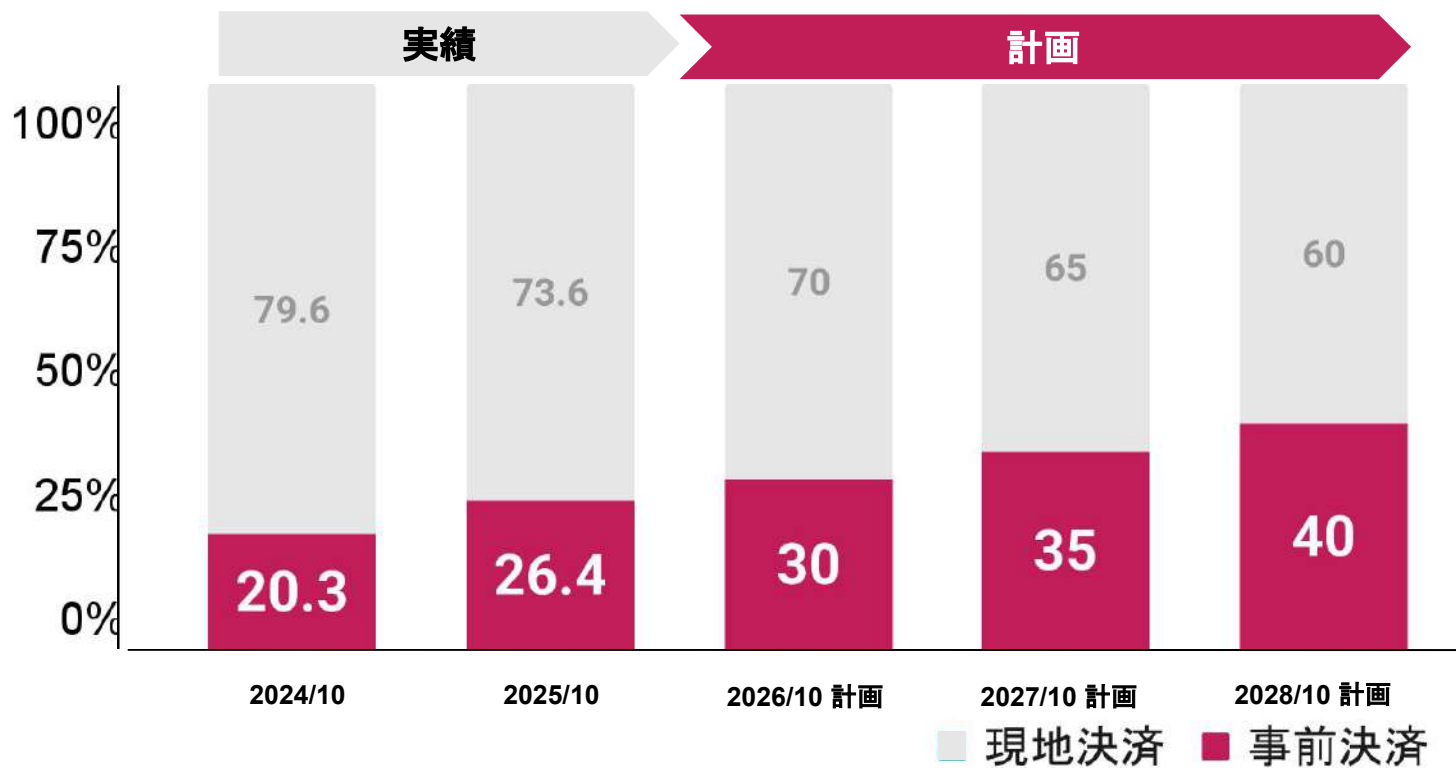
ホテル担当者は「自社予約比率を上げる」というゴールを伝えるだけ。AIが自律的に判断・提案・実行する

- ・ 専門人材が不要で、収益化を実現
- ・ 「How（どうやるか）」ではなく「What（何をしたいか）」に集中できる

※ LLM(Large Language Model) : 大規模データを基に自然言語を理解・生成する AIで、ユーザーの抽象的な意図を解釈し最適な選択肢を提示する技術。
旅行領域では、旅行者の好みや条件を理解して旅程や宿泊先を提案するなど、検索や予約行動の在り方を大きく変革する可能性がある。



2025/10期に26.4%を達成し、中長期的に事前決済率を増加させていく



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



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



台湾中心



Alipay



微信支付
WeChat Pay

中国インバウンド
中心



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 tripla Pay 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 tripla Guide 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、 tripla Guide や tripla Pay 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



Paymentの機能改善が、ユーザーの予約率 UP+決済収益性 UPに繋がる

AmazonPayと連携開始 (25年6月リリース)

支払い方法

- クレジットカードで事前決済 事前決済割引
予約成立時に旅行代理店 (tripla株式会社) によって決済されます。
- amazon pay 事前決済割引
予約成立時に旅行代理店 (tripla株式会社) によって決済されます。

決済手段が増えることで
ユーザー利便性UP

韓国、タイ、インドネシアフィリピン、香港での クレジットカード決済連携

NICE PAYMENTS

worldpay

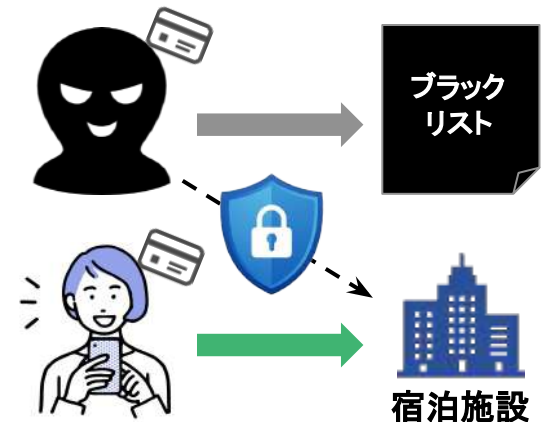
triplaBook

maya

xendit

各国での事前決済提供が
No showリスクを低減

不正決済対策の仕組み構築



不正対策を通じて、
カード決済成功率を改善



決済手段を国毎に多様化

様々な決済手段に対応できるようにサービスを拡大

銀行振込



デジタルウォレット



クレジットカード



コンビニ払い



QRコード決済



ローカル決済手段



韓国のクレジットカード





BNPL (Book Now Pay Later)オプションの実装



① 宿泊予約&クレジットカード登録

③ チェックイン日近くに決済



② 宿泊予約 & BNPL

⑥ 宿泊完了後に入金

④ 決済実行

⑤ 入金



ペイメント会社



宿泊施設

クレジットカード決済失敗時にのみ現地決済への切替機能

実装済み



① 宿泊予約&クレジットカード登録



③ 現地決済で宿泊予約

② 2回以上決済失敗



ペイメント会社



宿泊施設



パートナーの拡大でコストを最適化

グローバルパートナー

adyen worldpay stripe

韓国パートナー

NICE PAYMENTS

台湾パートナー

TapPay 合作金庫銀行 TAIWAN COOPERATIVE BANK HSBC
CTBC BANK 台新銀行 Taishin Bank Cathay Bank

日本パートナー

GMO PAYMENT GATEWAY KOMOJU veritrans

フィリピンパートナー

maya

エジプトパートナー

البنك الأهلي المصري NATIONAL BANK OF EGYPT

インドネシアパートナー

RU xendit

タイパートナー

opn

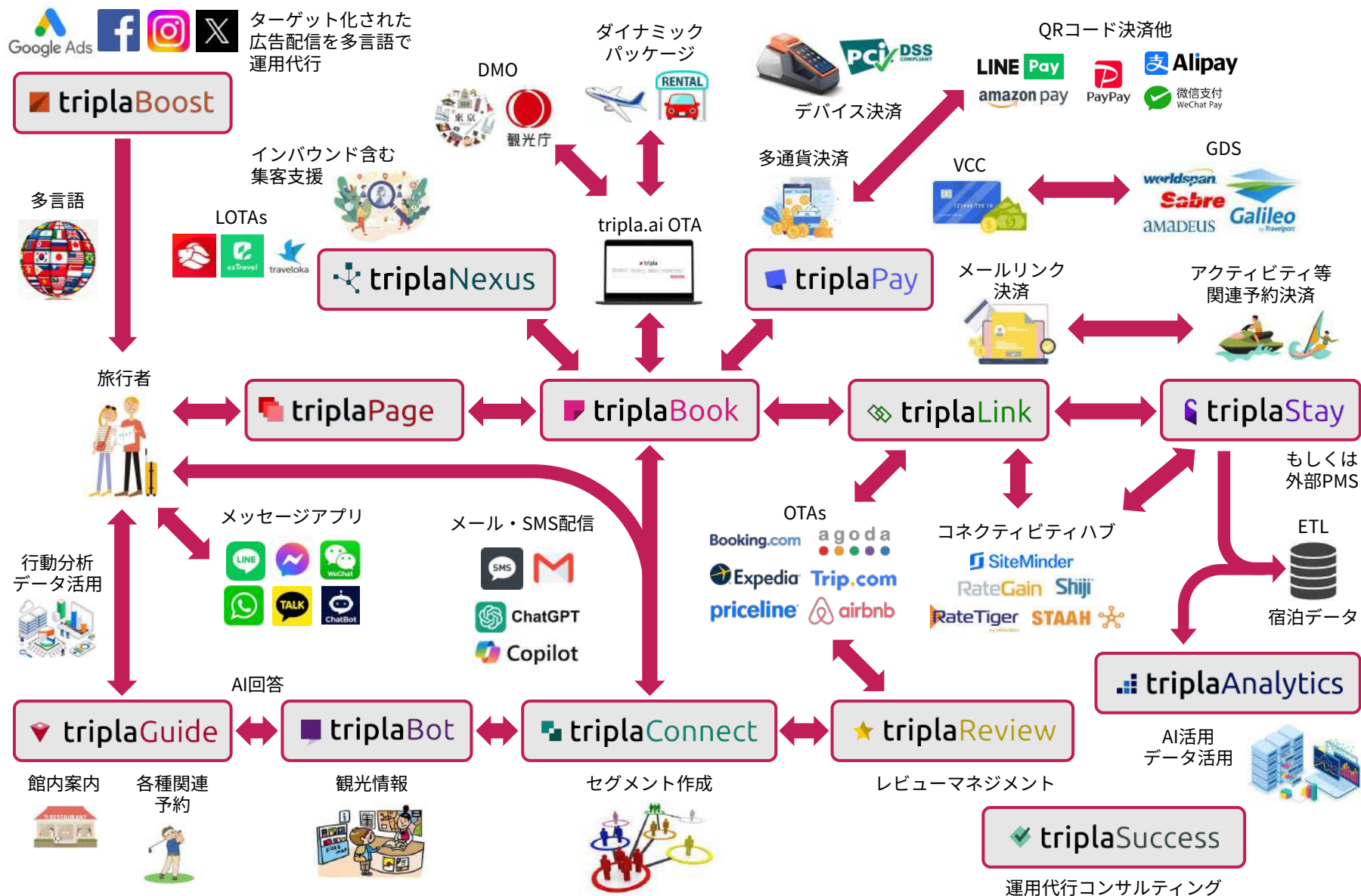
APACパートナー

2c2p rdp asia pay

マレーシアパートナー

ipay88

triplaのサービスマップイメージ



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

2030年10月期に営業収益 **100**億円を目指す



M&A による海外事業ポートフォリオの拡大



欧米・中東を含めてサービス展開国の拡大



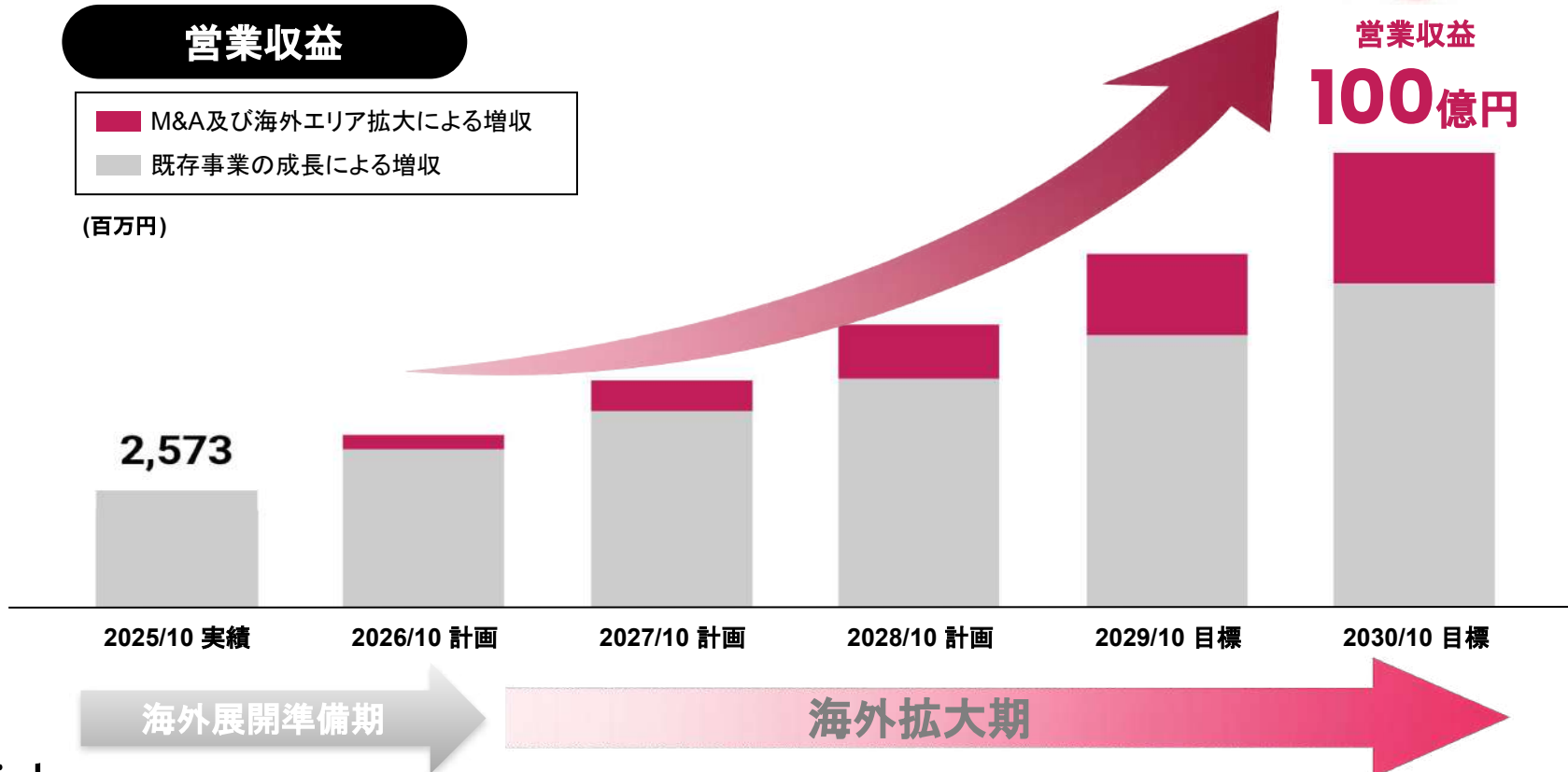
営業収益

100億円

営業収益

- M&A及び海外エリア拡大による増収
- 既存事業の成長による増収

(百万円)

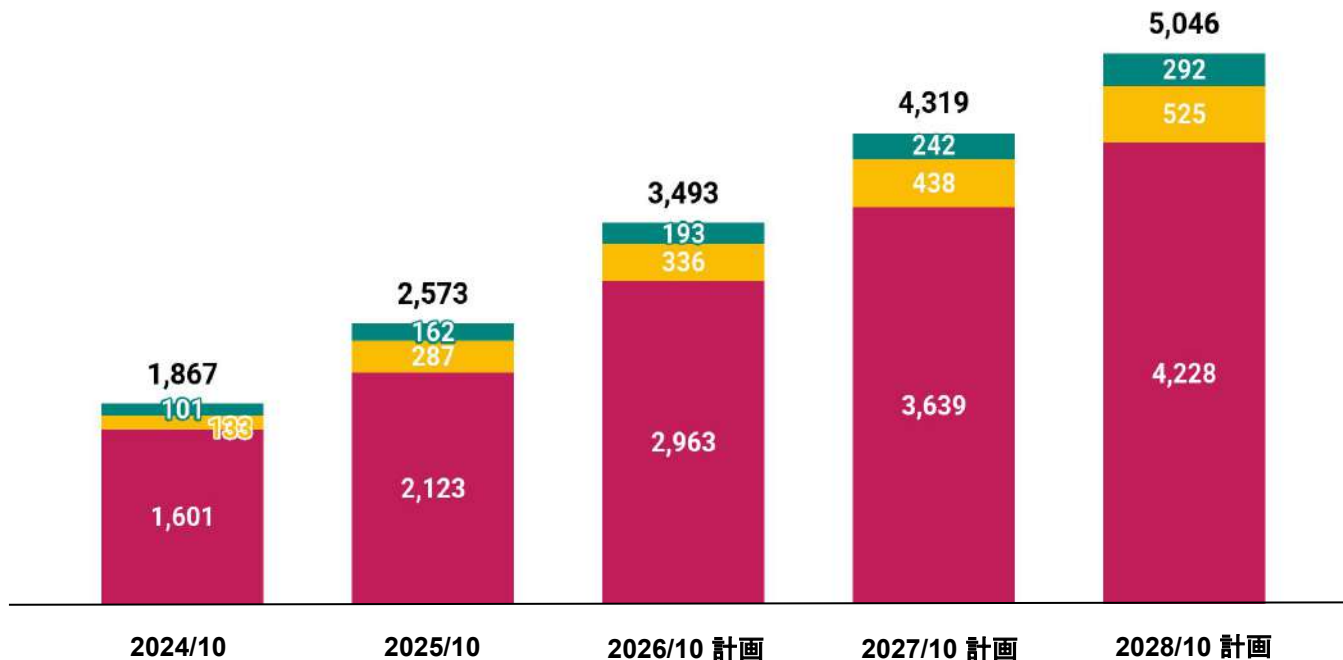
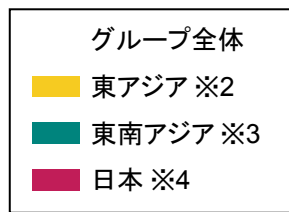


既存事業の成長のみで 2028年10月期に営業収益 50億円を計画

- 日本: tripla Bookの決済収益を中核的な成長ドライバーとし、
他プロダクトのクロスセルを通じて収益の最大化と持続的成長を加速
- 海外: 既存グループ会社の PMIによる収益改善と、既存市場でのシェア拡大

営業収益※1

(百万円)



※1: M&A及び展開国の拡大による増収は含まない。

※2: 韓国支店、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の数値

※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.の数値。

※4: 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。

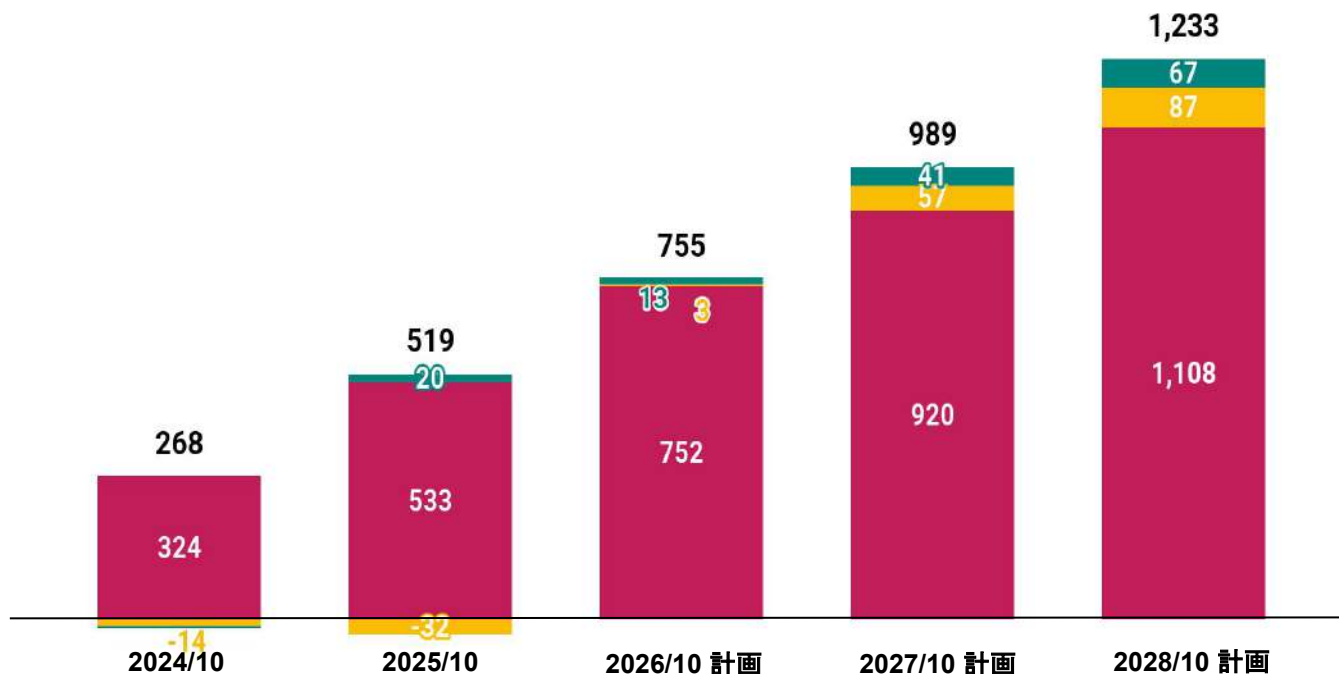
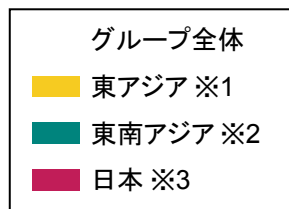
2028年10月期に営業利益 12億円超を計画

- 2026年10月期もtripla Bookを中心に日本市場が牽引。
- グローバル市場ではワンプロダクト統合・プロダクト置き換えを継続することで、最適な人員配置によりコスト最適化及び収益性の改善を目指す

【前提条件】・東アジア、東南アジアの営業利益はのれん償却額を控除後の金額

営業利益

(百万円)



※1: 韓国支店、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の数値

※2: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の数値。

※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。

※4: 営業利益合計額は、連結/LLにおいて計上されるM&A関連の一時的費用(デューデリジェンス費用Valuation Report作成費用等)を含めた数値であり、表中の各項目を単純に合算した数値とは一致しません。

中長期の利益計画

中長期的な利益成長方針は変わらず、2027年10月期については人件費の高騰など外部環境変化に対応するため、営業利益計画を適正化

	2024年10月期 実績	2025年10月期 実績	2026年10月期 計画	2027年10月期 計画	2028年10月期 計画	2026年10月期 前回の計画差	2027年10月期 前回の計画差
営業収益(連結)	1,867,358	2,573,543	3,493,224	4,319,916	5,046,121	+39,831 (+1.2%)	+22,770 (+0.5%)
日本※1	1,639,787	2,150,330	2,963,491	3,639,312	4,228,094	+189,254 (+6.8%)	+278,885 (+8.3%)
東アジア※2	111,511	260,509	336,572	438,131	525,579	▲89,295 (▲21.0%)	▲172,208 (▲28.2%)
東南アジア※3	116,060	162,398	193,160	242,472	292,447	▲60,127 (▲23.7%)	▲83,906 (▲25.7%)
営業収益成長率	+58.8%	+37.8%	+35.7%	+23.7%	+16.8%	-	-
営業利益(連結)※4	268,497	519,841	755,721	989,460	1,233,685	▲2,609 (▲0.3%)	▲214,030 (▲17.8%)
日本※1	324,426	533,942	752,623	920,959	1,108,265	+128,076 (+20.5%)	+110,053 (+13.6%)
東アジア※2	▲7,940	▲32,199	3,398	57,075	87,702	▲108,551 (▲97.0%)	▲228,055 (▲80.0%)
東南アジア※3	▲23,463	20,370	13,839	41,426	67,717	▲57,994 (▲80.7%)	▲94,465 (▲69.5%)
営業利益率(連結)	14.5%	20.2%	21.6%	22.9%	24.2%	-	-
営業利益率(日本)	20.1%	24.8%	25.4%	25.3%	26.2%	-	-
経常利益(連結)	244,591	583,993	813,948	1,067,555	1,314,220	+95,564 (+13.3%)	▲97,802 (▲8.4%)
当期純利益(連結)	209,389	505,441	515,368	695,633	875,641	▲12,336 (▲2.3%)	▲198,943 (▲22.2%)
親会社株主に帰属する 当期純利益(連結)	209,389	501,815	510,312	687,116	862,609	▲12,332 (▲2.4%)	▲196,787 (▲22.3%)

※1: 2024年10月期及び2025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: 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、韓国支店の数値。また上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。

※3: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社PT. tripla BookandLink Indonesia、tripa Philippines Technologies Inc.の数値。また上記営業利益はのれん償却額を控除後の額。

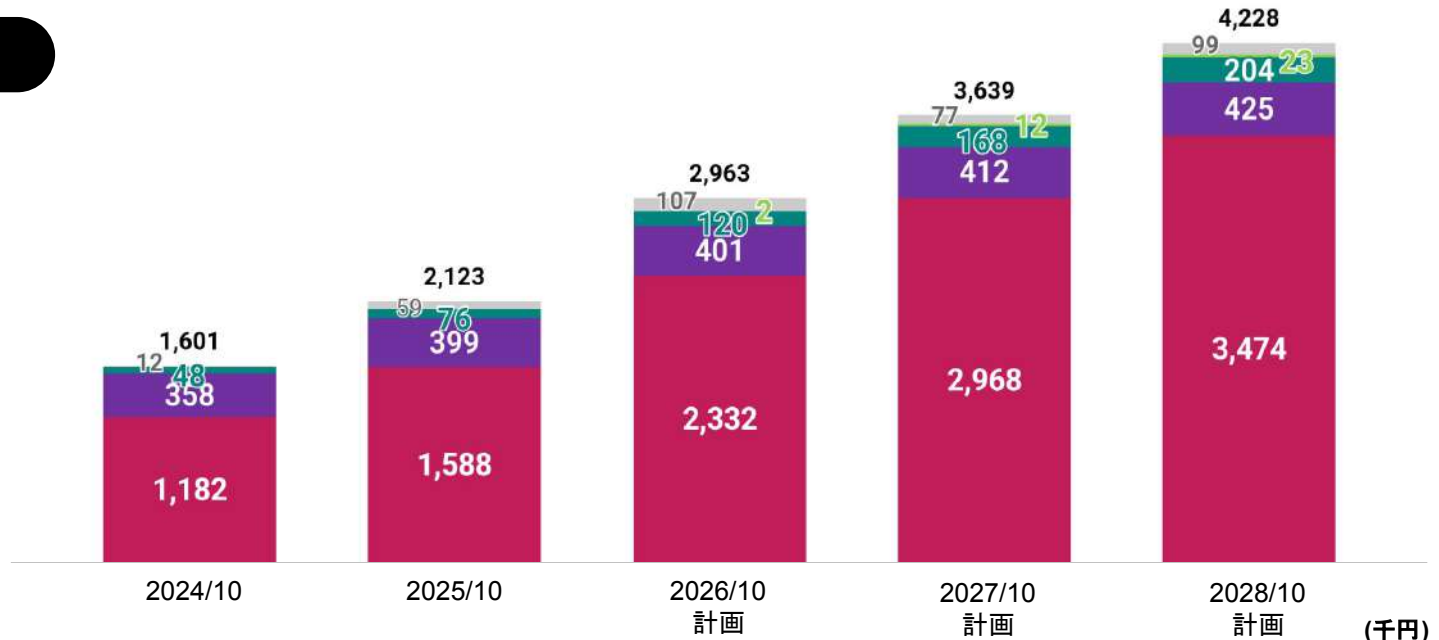
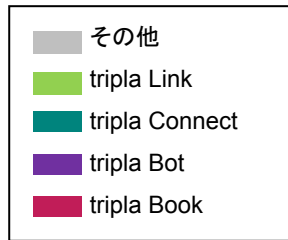
※4: 営業利益(連結)は、連結P/Lにおいて計上される可能性のあるM&A関連の一時的费用(デューデリジェンス費用、Valuation Report作成費用等)を含めた数値であり、

表中の各エリア別の営業利益を単純に合算した数値とは一致しません。

2025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

営業収益※1

(百万円)



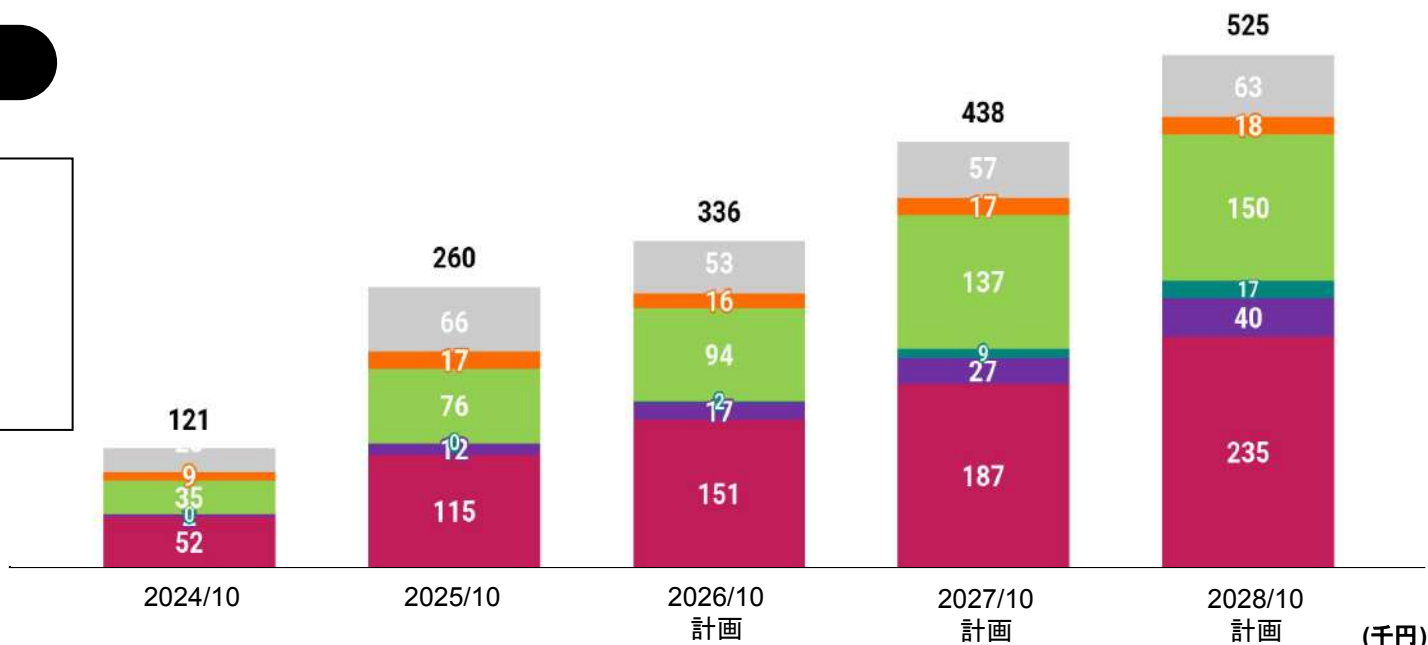
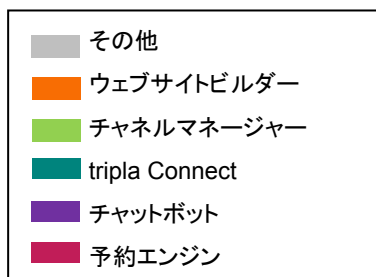
	2024/10	2025/10	2026/10 計画	2027/10 計画	2028/10 計画
tripla Book	1,182,596	1,588,090	2,332,087	2,968,928	3,474,568
tripla Bot	358,037	399,042	401,129	412,706	425,222
tripla Connect	48,551	76,482	120,205	168,059	204,947
tripla Link	-	-	2,311	12,595	23,417
その他	28,734	59,952	107,757	77,022	99,938
合計	1,617,919	2,123,684	2,963,491	3,639,312	4,228,094

※1: 台湾支店、韓国支店分を除いた数値。

営業収益 – 東アジア (台湾・韓国)

プロダクト統合による収益性の改善と日本プロダクトを新たに東アジアに展開することで拡大を狙う

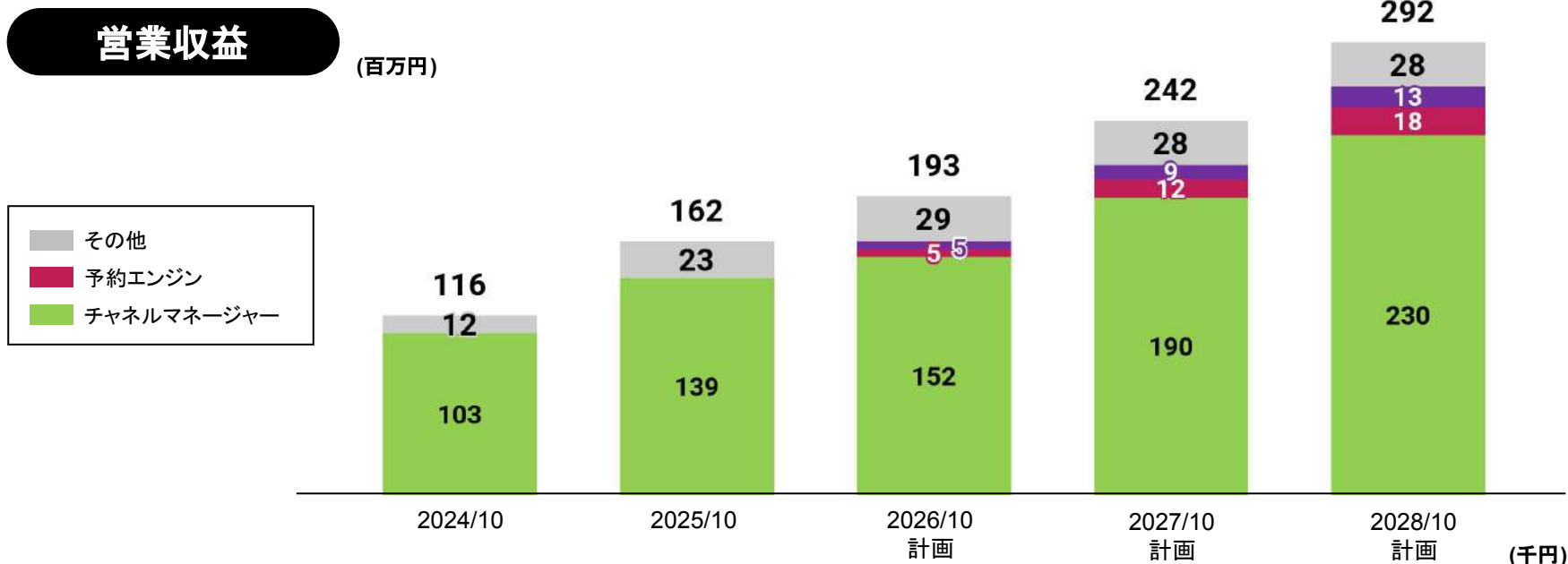
営業収益



	2024/10	2025/10	2026/10 計画	2027/10 計画	2028/10 計画	(千円)
予約エンジン	50,257	107,243	151,586	187,377	235,706	
tripla Bot	951	11,011	17,914	27,882	40,112	
tripla Connect	-	-	2,892	9,826	17,014	
チャンネルマネージャー	35,021	80,172	94,413	137,988	150,720	
ウェブサイトビルダー	9,054	18,113	16,432	17,442	18,810	
その他	23,978	69,345	53,332	57,615	63,216	
合計	121,256	260,509	336,572	438,131	525,579	

営業収益 – 東南アジア (インドネシア・タイ・フィリピン)

チャネルマネージャーを中心に拡大と同時に tripla Bookを市場展開進める。



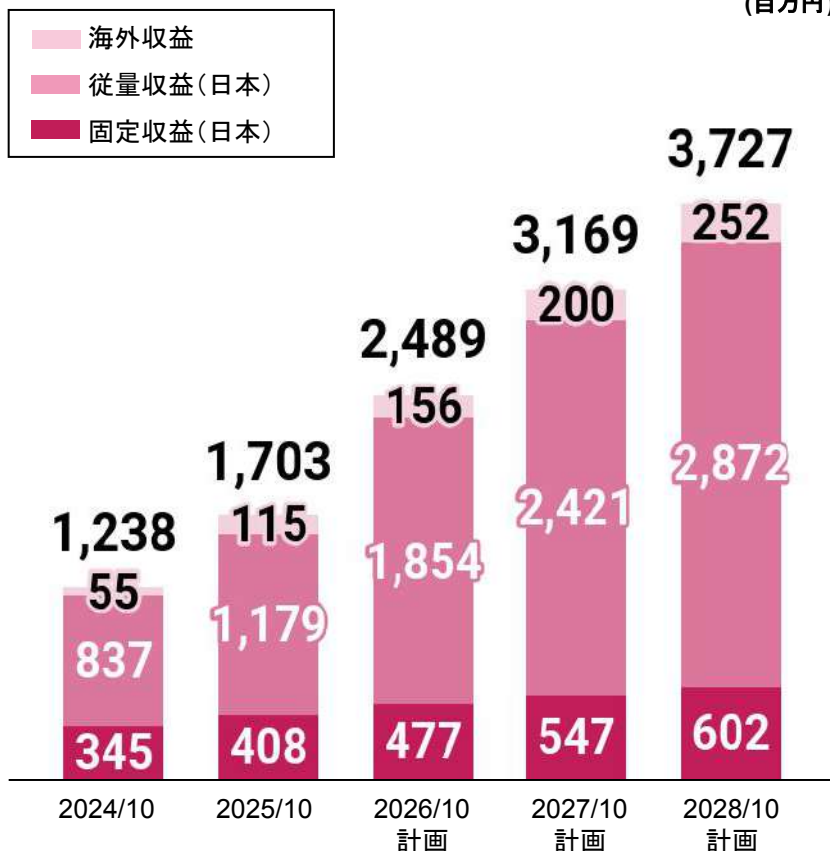
	2024/10	2025/10	2026/10 計画	2027/10 計画	2028/10 計画	(千円)
予約エンジン	-	-	5,810	12,957	18,915	
tripla Bot	-	-	5,220	9,957	13,915	
チャネルマネージャー	103,550	139,711	152,789	190,575	230,790	
その他	12,510	34,726	29,550	28,981	28,827	
合計	116,060	162,398	193,160	242,472	292,447	

営業収益 – セグメント別 (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。

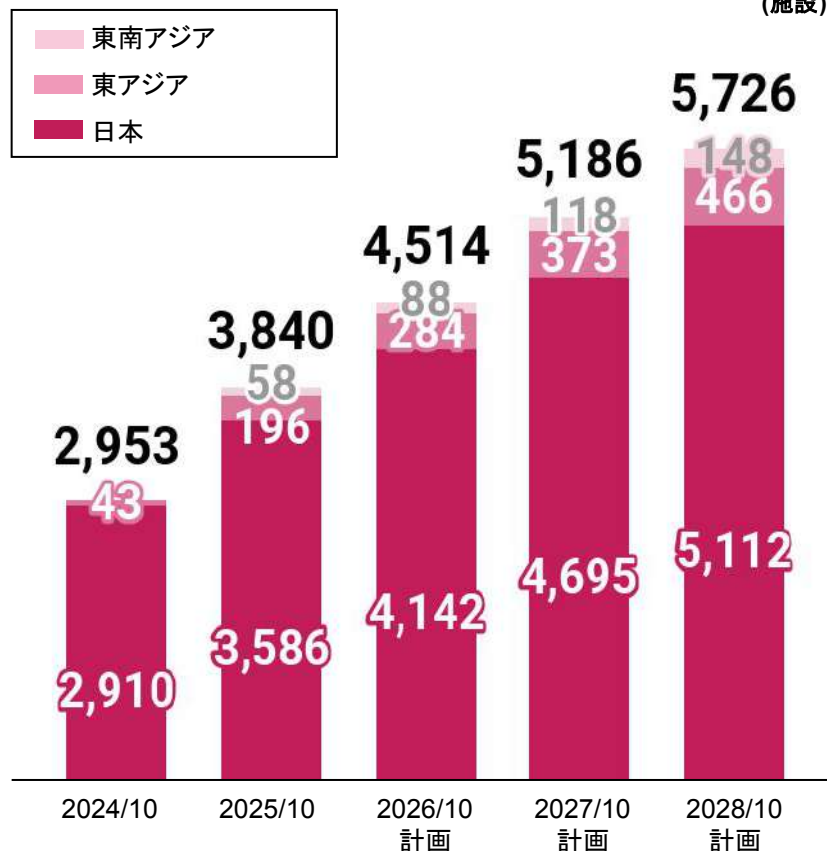
Book営業収益

(百万円)



導入施設数

(施設)



※1: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の数値。

※2: 韓国支店、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の数値

※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。

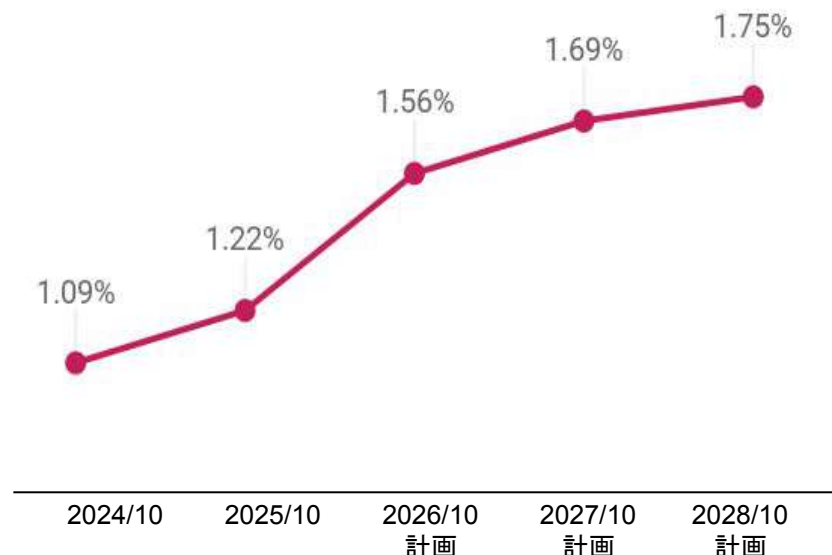
2025年10月期は決済開発の一時的なミスにより 1.22%と着地するものの、2026年10月期以降は当初のトレンドで推移を計画。決済ソリューションの強化でさらなる take rate向上。

取扱高 GMV(日本)

(億円)



従量収益のtake rate推移(日本)



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 ※3)

※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。

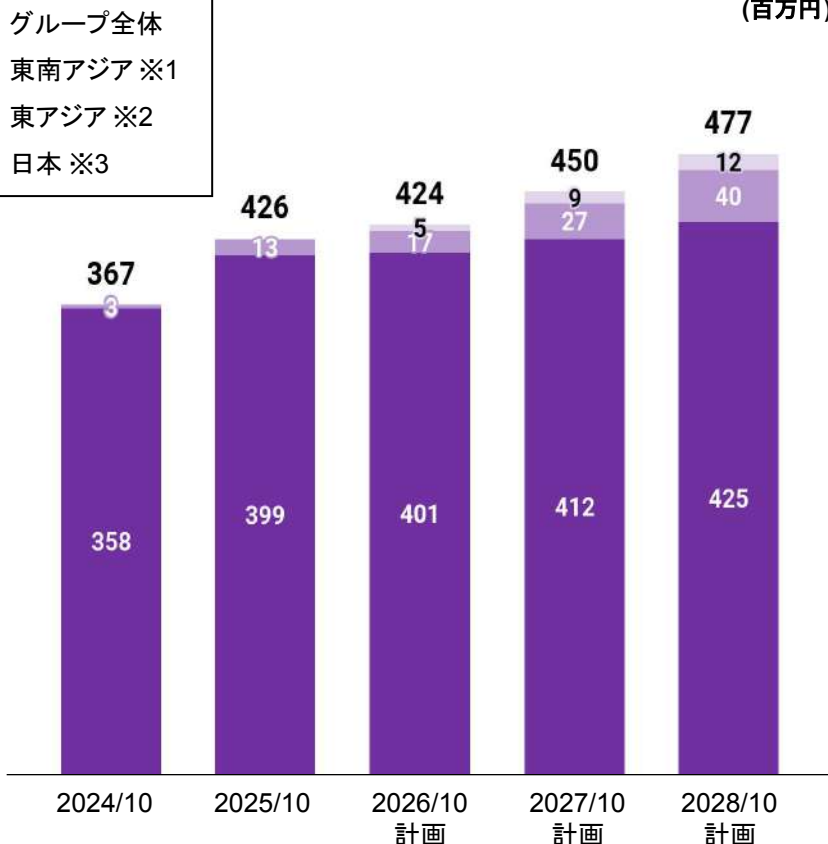
※3: 一部の大口顧客等に対しての特殊な条件での契約により、「宿泊従量課金」による営業収益が発生しない GMV。「決済従量課金」による営業収益は発生。

営業収益 - セグメント別 (tripla Bot)

2025年10月期はフルサービスプランの利用増による増収。 tripla Bookとのクロスセルにより施設数を積み上げる。

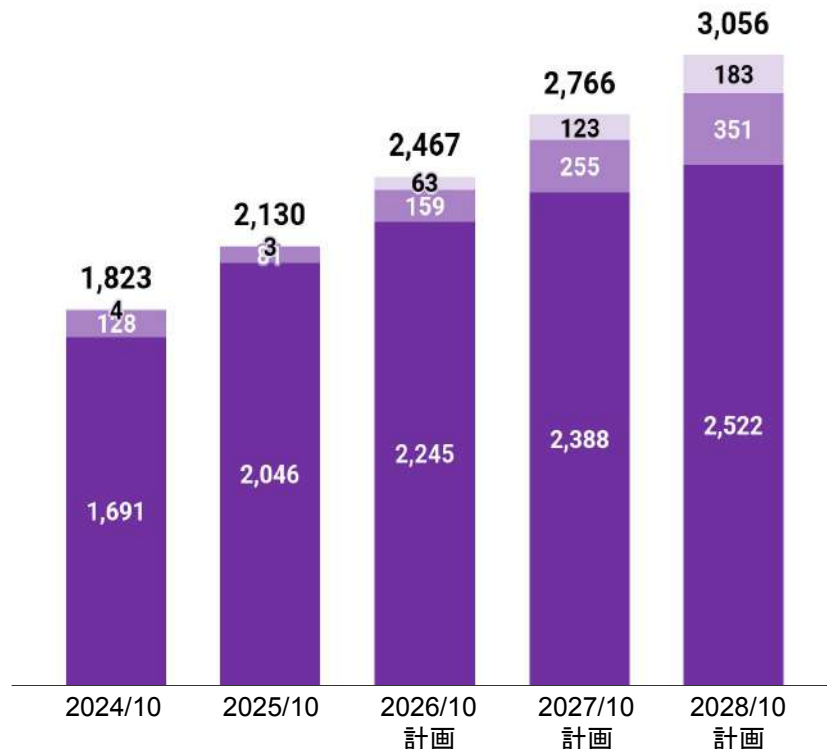
Bot営業収益

(百万円)



導入施設数

(施設)



※1: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の数値。

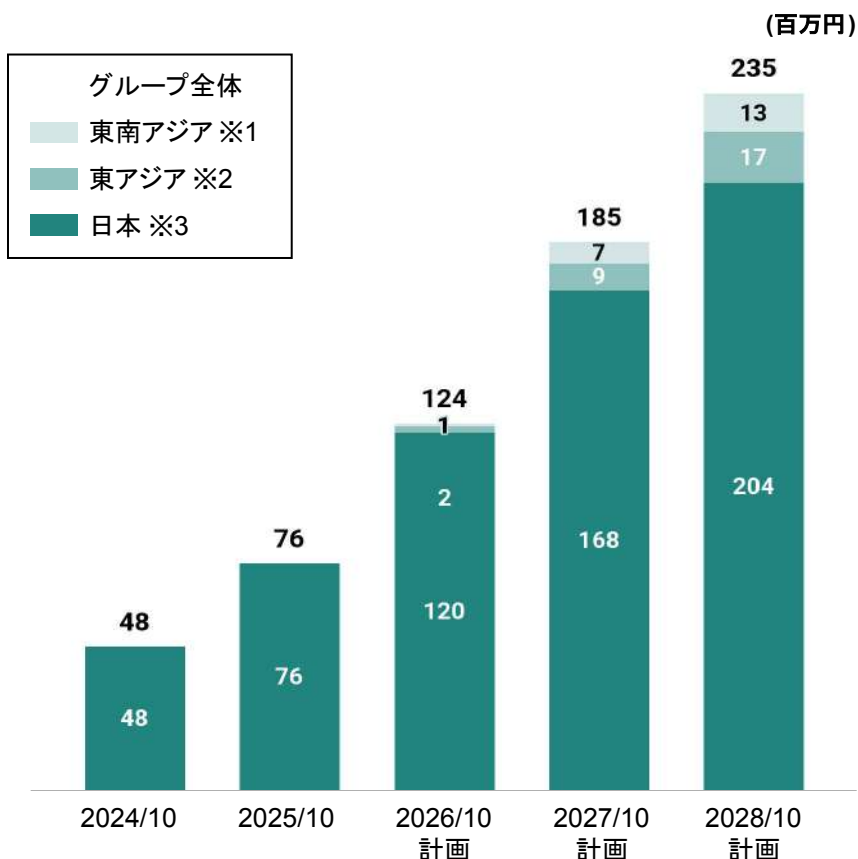
※2: 韓国支店、tripla Taiwan Co., Ltd.(翠普拉台灣股份有限公司)、Surehigh International Technology Inc.(旭海國際科技股份有限公司)及びJASON FAMILY TRAVEL SERVICEの数値

※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。

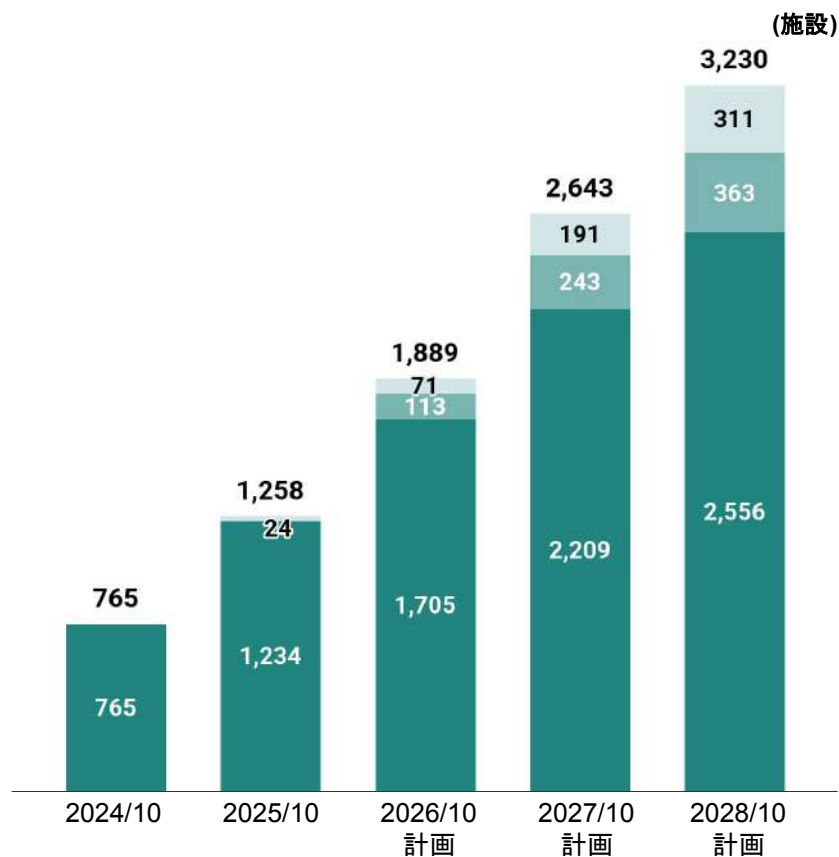
営業収益 - セグメント別 (tripla Connect)

前期末から純増 471施設の獲得。tripla Bookとのクロスセルにより増加。海外展開も開始。

Connect営業収益



導入施設数



※1: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の数値。

※2: 韓国支店、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の数値

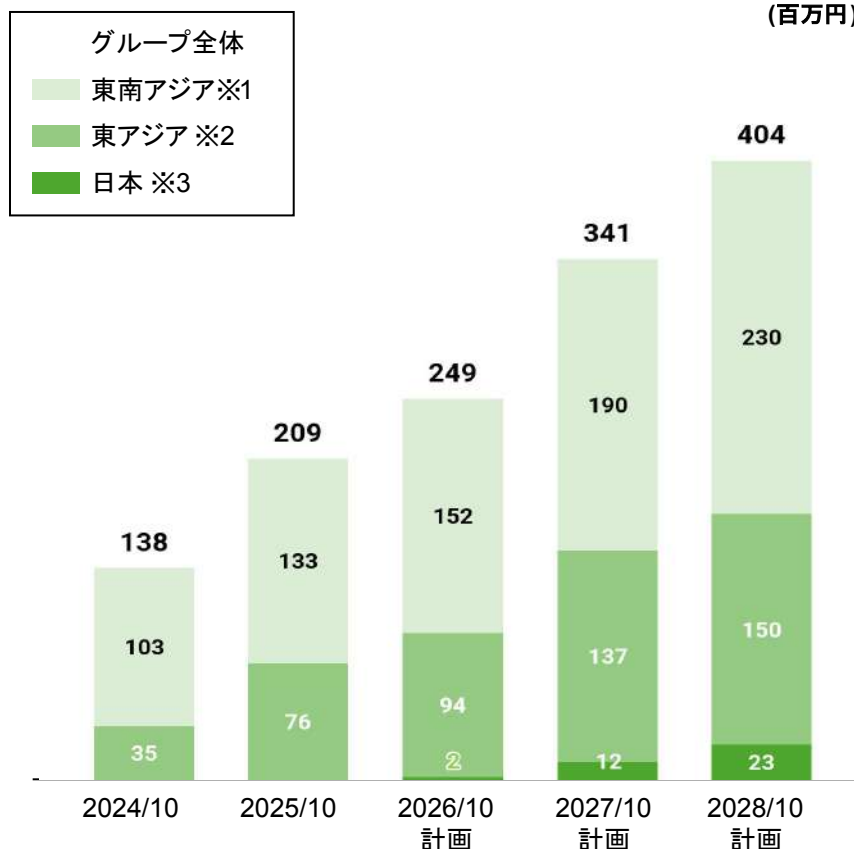
※3: 単体P/L営業収益から台湾支店、韓国支店の営業数値を除く。

営業収益 - セグメント別 (tripla Link&Nexus)

2026年10月期より tripla Link&Nexus の目標数値開示。
海外を中心に拡大し、日本マーケットでも展開を進める。

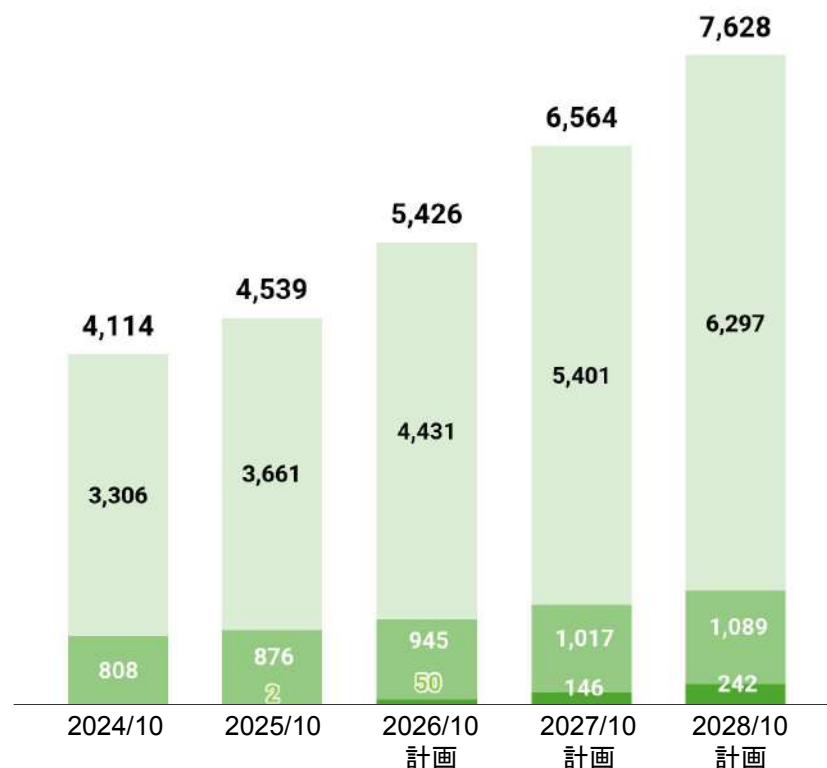
Link&Nexus 営業収益※1

(百万円)



導入施設数

(施設)



※1: 各セグメントのアーブ。東南アジア:3千円、東アジア 9千円、日本:4千円

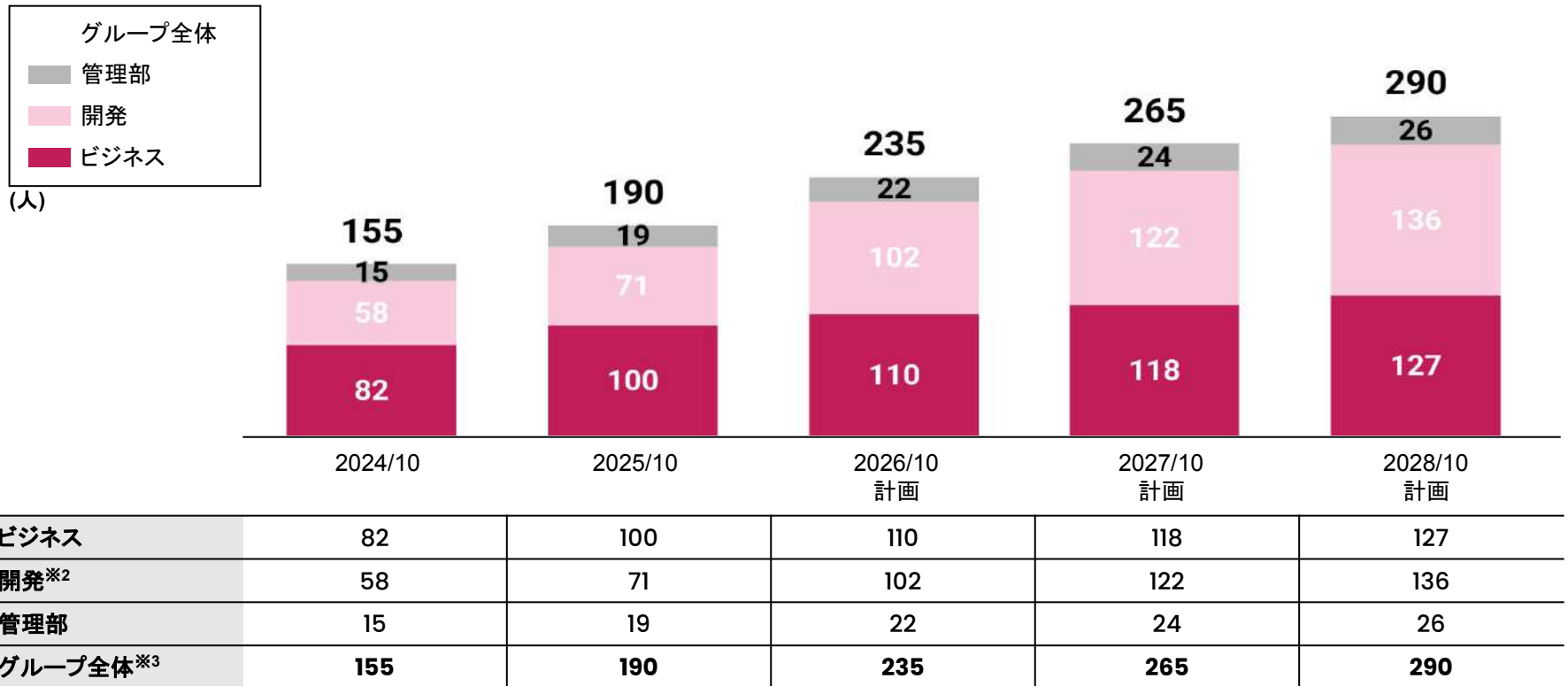
※2: tripla Singapore PTE. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社T. tripla BookandLink Indonesia、tripla Philippines Technologies Inc.の数値。

※3: 韓国支店、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の数値。

※4: 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。

triplaグループの従業員数

- 海外のマーケット拡大、プロダクト統一を目的に、エンジニア採用を継続
- エンジニアの採用は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(他台湾、日本等)
- PMIを進めることで1プロダクト1ブランドで統一し、人員及びコスト最適化 (※1)



※1: たとえば、予約エンジンであれば、現在、日本の「tripla Book」以外に買収先が展開している「EZ hotel」、「Booking Ku」、「Pelican Hotel Solution」という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: 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。

※3: 各従業員数は臨時雇用者、業務委託者を除く。

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

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、障害発生時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が、安定して収益を生み出すまで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>

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**

Appendix - アジアパシフィックにおける宿泊市場規模・宿泊施設数

ステータス	対象国	営業宿泊施設数	宿泊市場規模
進出済	日本	60,000	5兆円
	韓国	50,000	1兆円
	台湾	30,000	8,000億円
	インドネシア	40,000	1兆円
	タイ	50,000	2兆円
	フィリピン	40,000	3,000億円
検討中	ベトナム	50,000	1.6兆円
	マレーシア	40,000	8,000億円
	シンガポール	600	4,500億円
	豪州	50,000	2兆円

<https://www.statista.com> :日本、シンガポール、豪州、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2026年12月のアップデートを予定しております。