

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

## オープンドア

3926 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年6月18日(木)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Hoshi Takumi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

## 目次

■ 要約	01
1. 2026年3月期の業績概要	01
2. 2027年3月期の業績見通し	01
3. 成長施策	01
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. トラベルコ	05
2. TRAVELKO	08
3. GALLERY JAPAN	09
■ 強みとリスク	09
1. 強み	09
2. 事業リスク	10
■ 業績動向	11
1. 2026年3月期の業績概要	11
2. 財務状況と経営指標	13
3. キャッシュ・フロー	13
■ 今後の見通し	14
1. 2027年3月期の業績見通し	14
2. 成長施策	14
■ 株主還元策	17

## ■ 要約

### 日本最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」を運営。 逆風のなか、営業利益黒字化に向けた成長施策を実施

オープンドア<3926>は、日本最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営を中心にインターネットコンテンツの企画運営及びソフトウェア開発を行うWebサービスプロバイダーである。売上高のほとんどは「トラベルコ」によるもので、売上の大半は掲載された旅行プランが予約された時点で旅行サイト運営会社から獲得する手数料収入(成果報酬型)で占められる。強みは、ほぼすべての旅行ジャンルをカバーしていること、日本最大級の比較サイトとしてユーザーにとっては最も安いプラン・チケットが見つけれられるという利便性があること、ほぼすべてのシステム開発を内製化していることの3点が挙げられる。

#### 1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比2.0%増の2,453百万円、営業損失が45百万円(前期は102百万円の損失)、経常損失が34百万円(同101百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純損失が1,131百万円(同120百万円の損失)となった。円安や燃油価格の高止まりによる旅行費用の高騰が継続したものの、増収を確保し、営業損益も大きく改善した。

#### 2. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績見通しについては、日本人のレジャー旅行市場は、円安などのマクロ要因による変動幅が大きく、精度の高い予測が困難なため現時点では未定とし、合理的な予測が可能となった時点で公表する予定である。同社では、AIによるシステム開発など、全社的な業務効率の向上と最適化を推し進め、事業成長とコスト削減の両立を図ることを目指している。SEM・SEO・AIO(AI検索最適化)を強化・推進することでさらなる需要獲得を図る方針であり、プロモーションについても広告運用の最適化による費用対効果を向上させながら、市場の状況に合わせて柔軟に検討を継続していくものと見られる。

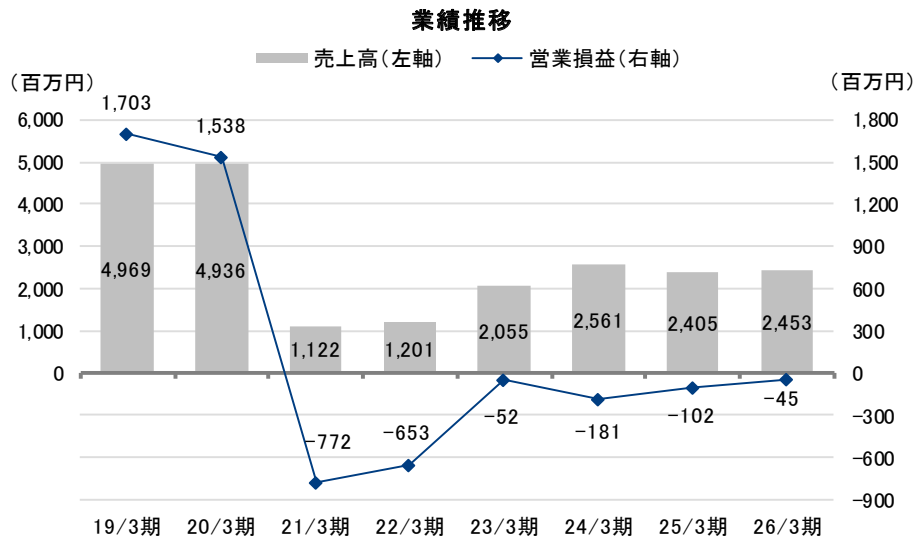
#### 3. 成長施策

エンジニアを中心とした開発リソースの強化に注力しており、全従業員の約5割に相当する約90名がシステムエンジニアである。ほぼすべてのシステムを内製開発する体制を維持することで、市場トレンドに合わせた迅速かつ高品質なサービスの開発・展開を機動的に行っている。2027年3月期は、(1)トラベルコ新メニュー、(2)AI事業、(3)業務渡航、(4)旅行会社向けオンライン予約システム、(5)伝統的工芸品の越境を含めたECマーケットプレイスの領域で、成長施策を実施する。

要約

Key Points

- ・ 2026年3月期は旅行費用の高騰が継続したものの、底堅く増収を確保
- ・ 2027年3月期はマクロ要因による変動幅が大きく、業績予想は未定
- ・ 成長施策の実施で営業利益黒字化を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 旅行比較サイト「トラベルコ」を運営するリーディングカンパニー

#### 1. 会社概要

同社は、日本最大級の旅行比較サイト「トラベルコ」の運営を中心にインターネットコンテンツの企画運営、ソフトウェア開発を行うWebサービスプロバイダーである。主力事業は日本人向けの「トラベルコ」の運営で、これに加えて海外ユーザーを対象としたインバウンド・海外向け多言語旅行比較サイト「TRAVELKO」や人間国宝を含む約2,000名の現役作家による美術工芸作品を販売する日本及び世界最大級のオンラインギャラリー「GALLERY JAPAN」も運営している。

#### 2. 沿革

同社は、1997年4月に現 代表取締役社長の関根大介(せきねだいすけ)氏によって設立された。社名には、「常に新しい分野の可能性を求めて、門戸を開き、挑戦し続けたい」という社長の強い想いが込められている。同年8月に海外ツアー、海外航空券の検索サービスを行う旅行比較サイト「トラベルコちゃん(後に「トラベルコ」へ名称変更)」をオープンした。その後2000年6月に国内ツアー、2004年12月には国内宿泊へと旅行比較サイトのメニューを拡大してきた。

2002年7月に携帯関連事業へ参入し、旅行事業と携帯関連事業の2本立てで事業を展開していたが、2010年度に携帯関連事業から撤退し、リソースを旅行事業に集中させた。当時は競合の比較サイトと機能面などで大きな差がなかったため、成長は緩やかなものにとどまっていたが、高成長を実現するために「同じ条件なら最も安い旅行が見つかる」サイトづくりを目指し、すべてのメニューの改修と、足りない商品ジャンルの拡充に取り組んだ。これにより、価格に最もシビアとされるF1層(20~34歳女性)からの支持を集め、クチコミでユーザー基盤が拡大し、成長が加速した。

2014年3月にはホテル及び航空券の予約サイトを運営するホテルスキップ(株)の株式を取得し、子会社化したほか、2014年10月には海外向け多言語旅行比較サイト「HotelSaurus(ホテルサウルス)」(後に「TRAVELKO」へ名称変更)と、伝統工芸作品を世界へ紹介するサイト「GALLERY JAPAN」をオープンするなど、新たな収益事業の育成にも取り組んでいる。また、2023年8月にはトラベルコ「海外旅行保険比較サービス」を開始した。

なお、2015年12月に東京証券取引所(以下、東証)マザーズに上場、2016年12月に東証1部に市場変更し、2022年4月からの東証市場再編に伴い、プライム市場へ移行した。その後、2026年3月よりスタンダード市場に変更となった。

会社概要

沿革

年月	概要
1997年 4月	同社設立
1997年 8月	旅行比較サイト「トラベルコちゃん」をオープン トラベルコちゃん「海外ツアー比較サービス」をオープン トラベルコちゃん「海外航空券比較サービス」をオープン
2000年 6月	トラベルコちゃん「国内ツアー比較サービス」をオープン
2002年 7月	携帯コンテンツ「RPG大集合」をオープン
2003年 7月	携帯コンテンツ「無料ゲーム大集合」をオープン
2004年12月	トラベルコちゃん「国内宿泊比較サービス」をオープン
2010年 1月	トラベルコちゃん「海外宿泊比較サービス」をオープン
2013年 1月	トラベルコちゃん「国内航空券比較サービス」をオープン
2013年 6月	トラベルコちゃん「国内ダイナミックパッケージ比較サービス」をオープン
2014年 1月	トラベルコちゃん「海外ダイナミックパッケージ比較サービス」をオープン トラベルコちゃん「海外現地クチコミサービス」をオープン
2014年 3月	ホテルスキップ(株)の株式を取得し子会社化
2014年 4月	次世代育成支援対策推進法に基づく、基準適合一般事業主認定(くるみんマーク)取得
2014年10月	海外向け多言語旅行比較サイト「HotelSaurus」をオープン HotelSaurus「宿泊比較サービス」をオープン 伝統工芸作品を世界へ紹介するサイト「GALLERY JAPAN」をオープン
2015年 4月	HotelSaurus「航空券比較サービス」をオープン
2015年 5月	HotelSaurus「現地クチコミサービス」をオープン
2015年12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2016年 6月	海外向け多言語旅行比較サイト「HotelSaurus」の名称を「TRAVELKO」に変更
2016年12月	東京証券取引所市場第一部への上場市場変更
2017年 1月	サイト名称を「トラベルコちゃん」から「トラベルコ」に変更
2017年 7月	東京都港区赤坂内で本社移転(現住所)
2017年10月	プロのクチコミをトラベルコがランキング「トラベルコまとめ」をオープン
2019年 4月	トラベルコ「国内新幹線+ホテル比較サービス」をオープン
2022年 4月	東京証券取引所市場再編に伴いプライム市場へ移行
2023年 8月	トラベルコ「海外旅行保険比較サービス」をオープン
2026年 3月	東京証券取引所スタンダード市場へ移行

出所：有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 「トラベルコ」が収益の柱、 収益多角化に向けた取り組みも積極的に推進

#### 1. トラベルコ

##### (1) 概要

「トラベルコ」は、国内外1,500以上(2026年3月末現在)の予約サイトと連携し、海外及び国内のパッケージツアー、ホテル、格安航空券、ダイナミックパッケージなどのほぼすべての旅行商品をオンラインで一括して検索・比較できる旅行比較サイトで、ブラウザ版とスマートフォン用アプリの両方でサービスを提供している。レジャー・ビジネス・格安・5つ星など、目的に応じたプラン・チケットを網羅し、パッケージツアー、ホテル、格安航空券などの各旅行商品のジャンルごとの横断検索ができるほか海外在住のプロのガイドなどによる現地のクチコミ情報や旅の情報ブログを掲載し、ユーザーが求める旅行関連情報を網羅できるように構築されている。



出所：決算説明会資料より掲載

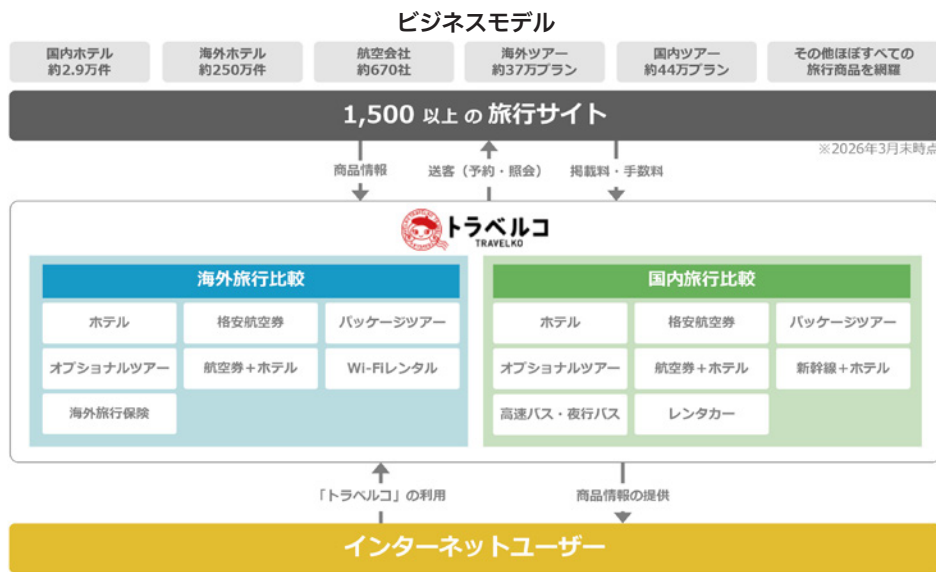
##### (2) ビジネスモデル

「トラベルコ」のビジネスモデルは、同サイト経由でユーザーが旅行商品を予約・購入・利用した際に、同商品の掲載元である旅行サイト運営会社から得られる手数料収入で全体の9割程度を占めている。成果報酬型のビジネスモデルであり、いかに旅行ユーザーを「トラベルコ」に集客し、旅行予約をしてもらうかが収益拡大のカギを握っている。ユーザーにとっては、掲載商品数が多いほど選択肢が増えるだけでなく、その中から一番価値な旅行プランを選んで予約できるため、強い旅行商品を有している旅行サイトとの連携拡大も重要である。国内においてはほぼ網羅した状況となっており、今後は海外の旅行予約サイトの増加を図る。

事業概要

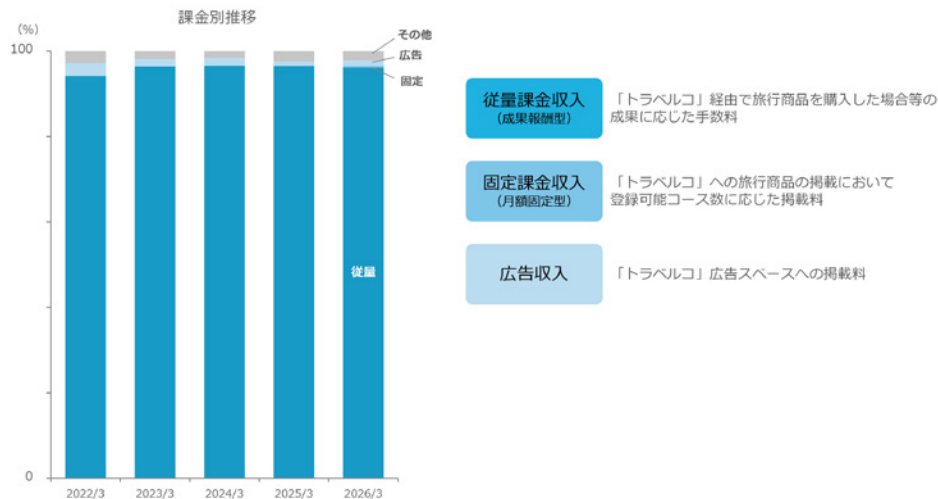
成果報酬の発生タイミングは、大半が連携先の旅行サイトで予約が確定した段階となる。そのため、夏期休暇シーズンの第2四半期、ゴールデンウィークの第4四半期に売上が偏重する季節性がある。

なお、旅行商品の掲載登録数に応じた掲載料を月額固定料金で得るサービスも提供しているが、現在は成果報酬型でのサービス提供が売上のほとんどを占めている。そのほか、Webサイト内に設けた広告枠から得られる広告収入が数%程度ある。



出所：決算説明会資料より掲載

### トラベルコの収益モデル



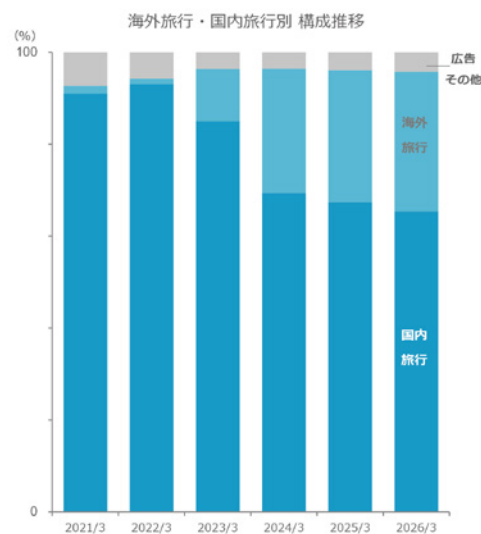
出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

### (3) 海外旅行・国内旅行別売上高比率推移

当初、「トラベルコ」は海外旅行が主力であったが、国内旅行も価格競争力の向上により拡大し、コロナ禍前までは海外旅行と国内旅行はほぼ同様の比率で推移していた。海外及び国内それぞれの人気商品の変化や、テロなどの突発的事象による市場のトレンド変化にも柔軟に対応しており、為替変動にも強い構成である。コロナ禍にあった3期（2021年3月期～2023年3月期）については、海外渡航制限が続いていたため売上構成比が大きく変動し、国内旅行が大半を占めていたが、2024年3月期以降は海外旅行需要の回復により構成比が変化してきている。

#### 海外旅行・国内旅行別売上高比率推移



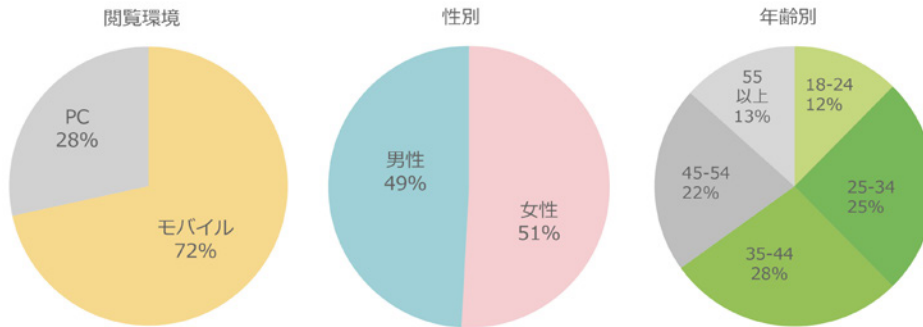
### (4) 利用ユーザー属性

2026年3月期における「トラベルコ」のアクセス解析によるユーザー属性を見ると、サイトにアクセスするデバイスはモバイルが72%、PCが28%となっている。性別については、以前は女性の比率が若干高かったが、現在は女性51%、男性49%と男女比のバランスがとれている。また、年齢別では35～44歳が28%と最も高く、価格と内容に最もシビアな34歳以下の層からの支持だけでなく、35歳以上の年齢層の比率が年々上昇しており、利用者層の拡大も順調に進んでいるものと思われる。

事業概要

ユーザー属性

ユーザー属性※1



※1 2025/4-2026/3までの当社アクセス解析データ

出所：決算説明会資料より掲載

2. TRAVELKO

「TRAVELKO」は海外及びインバウンド市場をターゲットとした海外版「トラベルコ」である。海外在住者が日本への旅行を探す際にはもちろん、自国内及び他国への旅行を探す場合にも利用できる。英語、中国簡体字、繁体字(台湾)、繁体字(香港)、韓国語にも対応している。

TRAVELKO

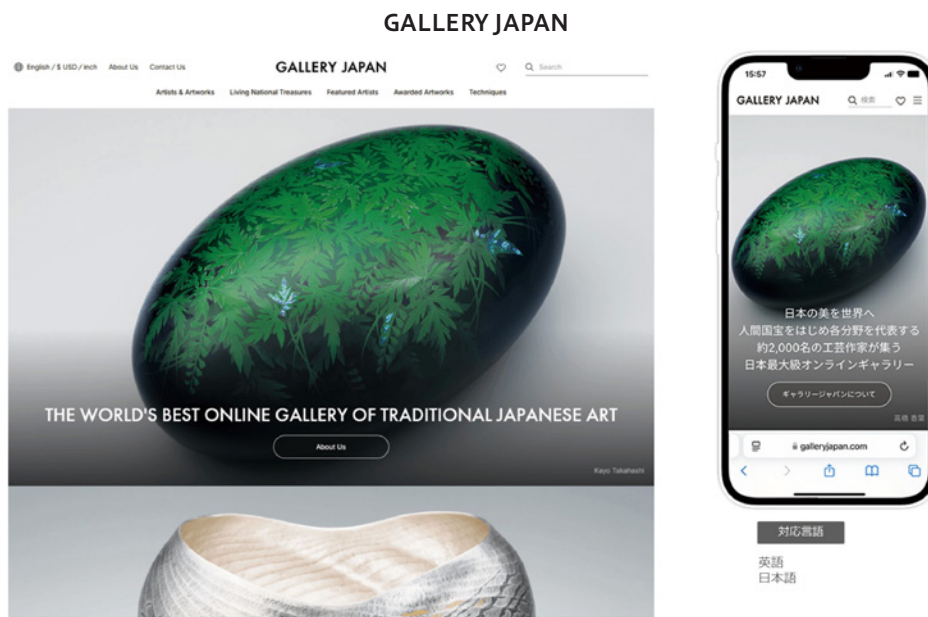


出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

### 3. GALLERY JAPAN

「GALLERY JAPAN」は、人間国宝を含む約2,000名の現役作家による美術工芸作品を販売する日本及び世界最大級のオンラインギャラリーである。日本が誇る伝統美を日本だけでなく世界に向けて発信するため、日本語と英語で展開している。人間国宝（重要無形文化財保持者）や工芸作家が丹精込めて作り上げた陶芸・染織・漆芸・金工・木竹工・人形・ガラス・七宝などを作品ごとに紹介するとともに、作風や経歴など作家の情報も発信している。



出所：決算説明会資料より掲載

## 強みとリスク

システム内製化が競争力の源泉。  
サービスラインの幅広さ・きめ細かさを有する

### 1. 強み

「トラベルコ」の強みは大きく分けて、(1) ほぼすべての旅行ジャンルをカバーしていること、(2) 最も安いプラン・チケットが見つかること、(3) ほぼすべてのシステム開発を内製化していることの3点が挙げられる。

#### 強みとリスク

##### (1) ほぼすべての旅行ジャンルをカバー

旅行比較サイトとして、競合の多くはホテルのみ、航空券のみといった特定のジャンルに特化して比較を行っているなかで、「トラベルコ」はホテルや航空券、パッケージツアー、オプションツアー、レンタカー、夜行バス、海外Wi-Fiレンタルなど旅行の際に必要なと思われるサービスをほぼ網羅していることが強みである。これによりユーザーは、旅行で準備すべきことを「トラベルコ」内で、ワンストップで探せるようになっている。特に、海外市場ではこのように複数のジャンルを提供している比較サイトはほとんどなく、差別化要因となっている。

##### (2) 最も安いプラン・チケットが見つかる

連携する旅行サイト数が1,500以上と、比較できる商品数が日本最大級であるため、同じ条件下での最安値プラン・チケットが見つかる確率もおおのずと高くなる。加えて、旅行サイト側でもすべての比較サイトに同一の価格でプランを掲載しているわけではなく、競争が激しい(掲載商品が多い)比較サイトでは、他のサイトよりも安く価格設定されるケースが多い。価格を多少安く設定しても予約件数が多く入る方が旅行サイト側にとってもメリットとなるためだ。こうした需給環境によって、「トラベルコ」が最も安いプラン・チケットが見つかりやすいサイトとなっている。ユーザーにとって同一条件の旅行であれば低価格である方が望ましく、結果として「トラベルコ」でプランを比較・予約する流れが生まれる。これにより、旅行者、旅行サイト、そして同社の三者がそれぞれメリットを享受できる好循環が構築されていると言える。

##### (3) ほぼすべてのシステム開発の内製化

多くの旅行ジャンルをカバーし、また1,500以上の旅行サイトと連携するなかで、それらすべてを並行して進化させるためには、膨大かつ高度なシステムの開発が必要となる。競合の多くは開発を外注しているが、その場合、外注先のリソース、スキル、スケジュールなどによって、システムの機能強化や改修などの遅延リスクが生じる。

同社では社員の約5割に当たる約90名のシステムエンジニアを抱えており、社内でほぼすべてのシステムを開発しているため、迅速かつ高い品質を維持したまま、市場トレンドに合わせた柔軟かつ効率的な開発が可能となっている。比較サイトのユーザーにとって、安価なプランの存在はもちろん、サイトの使い勝手の良さ(利便性)も重要な選定基準となる。その点、ユーザーの声を迅速に反映し、自社内で即座にサイト改修を行える開発体制を構築していることは、同社の大きな強みと言える。

## 2. 事業リスク

同社グループが属するインターネット関連市場では、技術革新や顧客ニーズの変化が激しく、新機能の導入が相次いで行われている。同社グループはこれらに迅速に対応すべく、プログラムやシステムの更新を進めるとともに、システム部門を中心とした人材育成やシステムの更新などの対策を講じているが、想定外の技術革新が発生した場合には、多額のシステム関連投資を余儀なくされるリスクがある。また、技術革新に適切な対応ができない場合、同社サービスの競争力が低下し、同社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性がある。さらに、同社は旅行市場をターゲットに事業を展開しているため、旅行需要が大幅に減少する市場環境となった場合、業績に影響を及ぼす可能性がある。

## 業績動向

### 2026年3月期は、旅行費用高止まりが継続するも 海外レジャーがけん引し底堅く推移

#### 1. 2026年3月期の業績概要

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比2.0%増の2,453百万円、営業損失が45百万円（前期は102百万円の損失）、経常損失が34百万円（同101百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純損失が1,131百万円（同120百万円の損失）となった。円安や燃油価格の高止まりによる旅行費用の高騰が継続したものの、増収を確保し、営業損益も大きく改善した。販管費は前期の1,538百万円から1,589百万円へ、うち広告宣伝費は351百万円から476百万円へと増加した。広告宣伝費は増加したものの、運用の効率化を推進しており、費用を上回る効果を楽しんでいる。当期純損失が拡大したのは、特別損失としてペルトラ<7048>の投資有価証券評価損（957百万円）や減損損失（72百万円）を計上したことが主因である。また、期中のトピックスとして、2025年11月には「マイベストアワード2025」旅行予約部門で旅行業界唯一の最優秀賞を受賞している。さらに、(株) oricon MEが2026年3月2日に発表した「2026年オリコン顧客満足度ランキング ホテル比較サイト」においても、3年連続で総合1位を獲得した。「サイト・アプリの使いやすさ」「検索のしやすさ」「検索結果の充実さ」「比較のしやすさ」を評価した項目別ランキングにおいても、全項目で3年連続1位を獲得するなど、外部機関による調査において高い評価を維持している。

#### 2026年3月期業績

（単位：百万円）

	25/3期		26/3期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	2,405	-	2,453	-	48	2.0%
売上総利益	1,435	59.7%	1,544	62.9%	108	7.5%
販管費	1,538	64.0%	1,589	64.8%	51	3.3%
営業利益	-102	-4.2%	-45	-1.8%	56	-
経常利益	-101	-4.2%	-34	-1.4%	67	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-120	-5.0%	-1,131	-46.1%	-1,010	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

同社では開発投資の内製化を加速させており、売上原価は前期比6.1%減の909百万円となった。内訳は、労務費が同18.6%増の569百万円となった一方で、内製化の進展により外注費等が含まれる他が同30.4%減の340百万円へと減少した。販管費は同3.3%増の1,589百万円となった。人件費は同6.3%減の746百万円であったが、広告宣伝費は同35.8%増の476百万円へと一時的に増加した。広告宣伝費については運用最適化を推進しており、次期以降にさらなる費用対効果の向上を見込んでいる。

同社では、為替やインフレ動向などマクロ面での不確実性が高く、業績予測は困難である。しかし、AI技術を積極的に導入したシステム開発や、全社的な業務効率の向上・最適化を推し進めることで、事業成長とコスト削減の両立を図る方針である。人員面では、全従業員の約5割に相当する約90名のシステムエンジニアを擁しており、市場トレンドに合わせた迅速な開発体制を強化している。この強力な開発力を基盤に、足元ではSEMやSEOに加え、AIOを推進することで、さらなる需要獲得と認知度向上を目指す方針である。

2026年3月期は、AI技術導入によるQ&A検索の精度向上や、国内ホテルのクーポン自動適用による割引表示、海外航空券とホテルの同時検索機能などの新機能を実装し、計102件の開発案件をリリースした。2027年3月期も同程度以上の開発案件を計画している。今後は、リリース済みの旅行会社向けオンライン予約システムの拡充・導入拡大を進めるほか、クルーズ等の新メニュー追加や、伝統的工芸品の越境ECマーケットプレイス事業への参入なども予定している。

2026年3月期の主な取り組み

2026年3月期のリリース一例

新規連携

- ・(海外航空券) Agoda、Traveloka
- ・(レンタカー) Jcation
- ・(travelco.com) Tripbtz



新機能

- ・AI技術の導入によりQ&A検索精度向上
- ・国内ホテルクーポン自動適用による割引表示
- ・海外航空券検索時に同条件での航空券+ホテル同時検索



その他

- ・(トラベルコ) 各メニューTOPに最安値早見表の提供開始
- ・(travelco.com) TIDESQUARE (韓国) へのシステム提供
- ・(GALLERY JAPAN) 日本工芸会の協力で「石川工芸特集」開始



出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

## 2. 財務状況と経営指標

2026年3月期末の資産合計は前期末比736百万円減少し4,065百万円となった。このうち流動資産は、現金及び預金が70百万円減少した一方で売掛金及び契約資産が増加したことなどにより、同11百万円減の2,748百万円となった。固定資産は、投資有価証券が695百万円減少したことなどにより、同725百万円減の1,316百万円となった。

負債合計は前期末比129百万円増加し587百万円となった。このうち流動負債はその他流動負債の増加などにより同129百万円増の544百万円となり、固定負債は42百万円で前期末からの変動はなかった。純資産合計は前期末比866百万円減少し3,477百万円となった。これは主に親会社株主に帰属する当期純損失(1,131百万円)を計上した一方で、その他有価証券評価差額金が262百万円増加したことなどによる。

経営指標を見ると、自己資本比率が85.1%(前期末は90.1%)と高い水準を維持しており、借入金はなく、現金及び預金も2,141百万円と潤沢にあることから財務の健全性は高いと判断される。足元の市場環境は依然として厳しいものの、経営のスリム化を継続している。

### 連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	増減
流動資産	3,274	3,419	3,210	2,760	2,748	-11
(現金及び預金)	3,018	2,987	2,626	2,212	2,141	-70
固定資産	2,094	2,983	2,453	2,041	1,316	-725
資産合計	5,368	6,403	5,663	4,802	4,065	-736
負債合計	280	734	551	457	587	129
純資産合計	5,087	5,668	5,111	4,344	3,477	-866
<b>【経営指標】</b>						
自己資本比率	94.6%	88.3%	90.0%	90.1%	85.1%	-5.0pp
<b>【収益性】</b>						
ROA (総資産経常利益率)	-9.0%	0.0%	-2.7%	-1.9%	-0.8%	+1.1pp
ROE (自己資本利益率)	-9.7%	-0.8%	-3.2%	-2.6%	-29.1%	-26.5pp
売上高営業利益率	-54.4%	-2.5%	-7.1%	-4.2%	-1.8%	+2.4pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 3. キャッシュ・フロー

2026年3月期末の現金及び現金同等物の残高は、前期末比70百万円減少し2,136百万円となった。営業活動によるキャッシュ・フローは11百万円の支出となった。これは主に、税金等調整前当期純損失1,064百万円、投資有価証券評価損957百万円、減損損失72百万円などによる。投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得による支出41百万円などにより59百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュ・フローは変動がなかった。

## ■ 今後の見通し

### AI活用による業務最適化で事業成長とコスト削減を両立

#### 1. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期の業績予想については、日本人のレジャー旅行市場は、円安をはじめとするマクロ環境の変動幅が大きく精度の高い予測が困難であることから、現時点では未定としている。今後、合理的な算出が可能となった段階で速やかに公表する方針である。同社では、AIによるシステム開発など、全社的な業務効率の向上と最適化を推し進め、事業成長とコスト削減の両立を図ることを目指している。レジャー旅行市場の動向は、海外で添乗員付きパッケージツアーが需要をけん引する一方で、国内では活発なインパウンド需要に起因する宿泊料金等の上昇が日本人のレジャー需要の伸び悩みにつながっており、依然としてマクロ環境による不透明な状況が継続している。なお、今後の成長施策としてSEM・SEO・AIOを強化・推進することでさらなる需要獲得を図る方針であり、プロモーションについても広告運用の最適化を通じて費用対効果を向上させながら、市場の状況に合わせて検討を継続していくものと見られる。

#### 2. 成長施策

同社は引き続きエンジニアを中心とした開発リソースの強化に注力しており、足元では全従業員の約5割に相当する約90名のシステムエンジニアを擁する。ほぼすべてのシステム開発を内製化する体制を維持することで、市場トレンドに合わせた高品質なサービス開発及び機動的な事業展開を実現している。2027年3月期は、(1) トラベルコ新メニュー、(2) AI事業、(3) 業務渡航、(4) 旅行会社向けオンライン予約システム、(5) 伝統的工芸品の越境を含めたECマーケットプレイスの領域で、成長施策を実施する。

##### (1) トラベルコ新メニュー

主力サービスの「トラベルコ」では、SEM(検索エンジンマーケティング)やSEO(検索エンジン最適化)に加え、新たにAIOを強力に推進することで、さらなる需要獲得を目指す。また、「2026年オリコン顧客満足度ランキング ホテル比較サイト」での3年連続総合1位や、「マイベストアワード2025」での最優秀賞受賞といった高い外部評価を背景に、既存メニューの機能強化や新規提携による商品拡充、サイトデザインのリニューアルを継続し、競合サイトとの差別化を一段と高める。新メニューとしては、需要回復が進むクルーズ旅行の比較サービスをリリース予定であり、新たな成長機会の獲得に注力する方針である。さらに、今後の需要動向に応じて、eSIMや民泊、日帰りレジャーなどの比較メニューの拡充も視野に入れている。

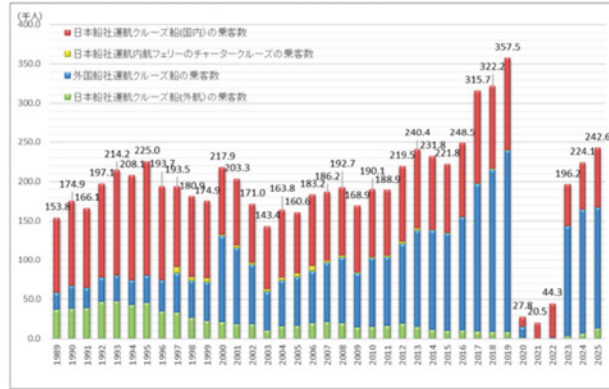
今後の見通し

トラベルコ新メニュー



※イメージ  
出所：決算説明会資料より掲載

●外航・国内クルーズを利用する日本人乗客数の推移表



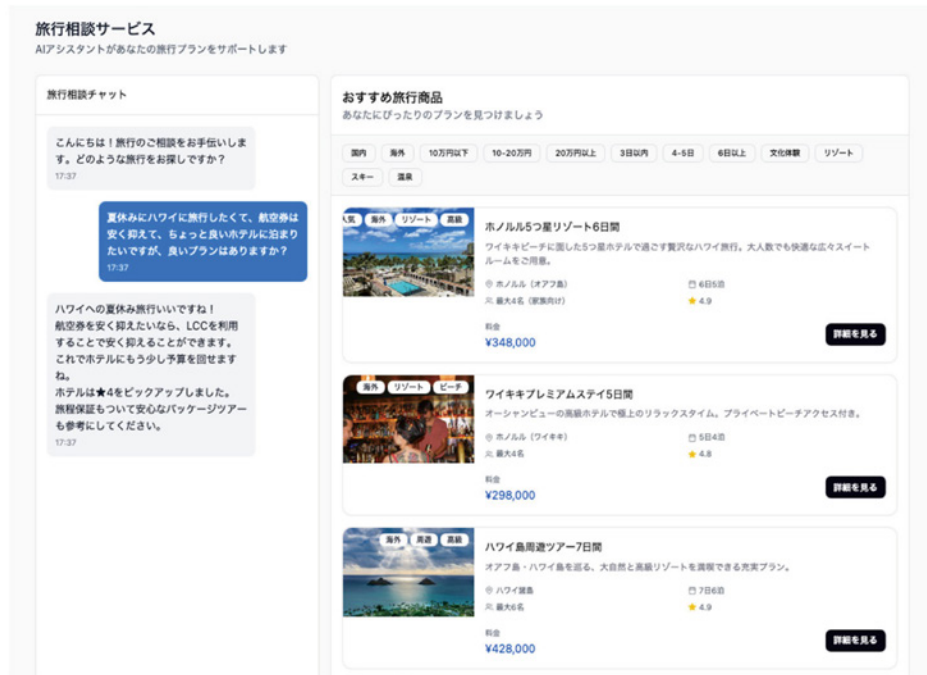
出典：国土交通省「2025年の我が国のクルーズ等の動向」

(2) AI事業

AI分野の開発を加速させ、従来の検索手法に加えてLLM(大規模言語モデル)を利用した自然言語による商品検索システムを構築する方針である。さらに、自社で構築したAI検索やAI FAQ、その他AIサービスのノウハウを活用し、企業向けAIサービスの提供を開始する予定である。

AI検索

(AI検索のイメージ)



出所：決算説明会資料より掲載

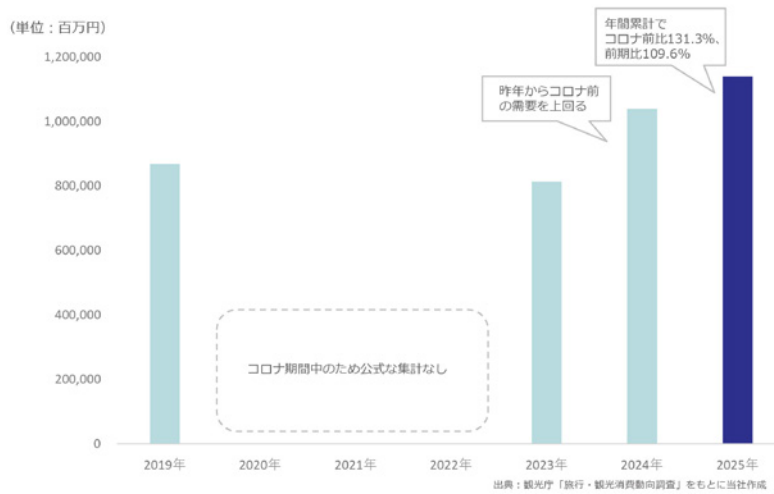
今後の見通し

### (3) 業務渡航システム

業務渡航市場は顕著な回復を見せており、足元ではコロナ禍前の需要を大きく上回る水準(コロナ前比131.3%)となっている。同社はこの旺盛な需要を背景に、旅行会社への業務渡航システムの導入を加速させ、さらなる事業拡大を図る方針である。

#### 業務渡航の推移

海外旅行(出張・業務)\_旅行消費額\_年間推移



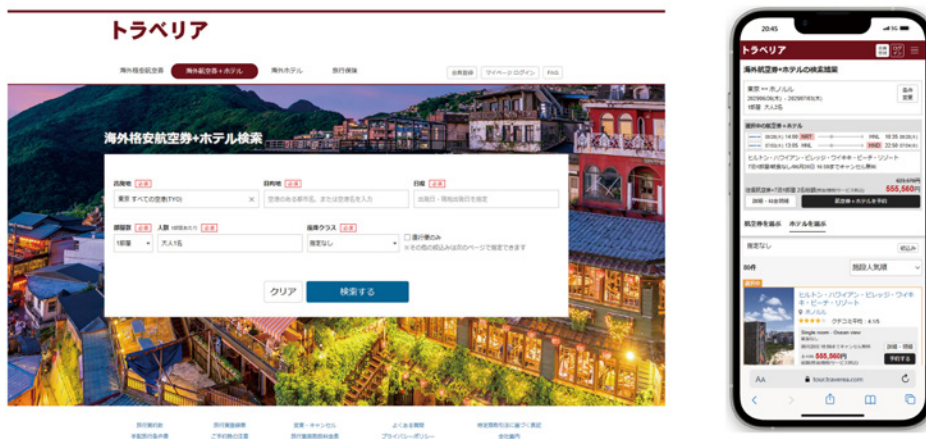
出所: 決算説明会資料より掲載

### (4) 旅行会社向けオンライン予約システム

既に複数社への導入実績がある旅行会社向けフライト・ホテルオンライン予約システムについて、開発の拡充と一段の導入拡大を推進する。システムの利便性を高めることで、旅行業界全体のオンライン化・効率化を支援し、同時に同社の収益基盤の強化を図る。

#### 旅行会社向けオンライン予約システム

(導入イメージ)



出所: 決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。

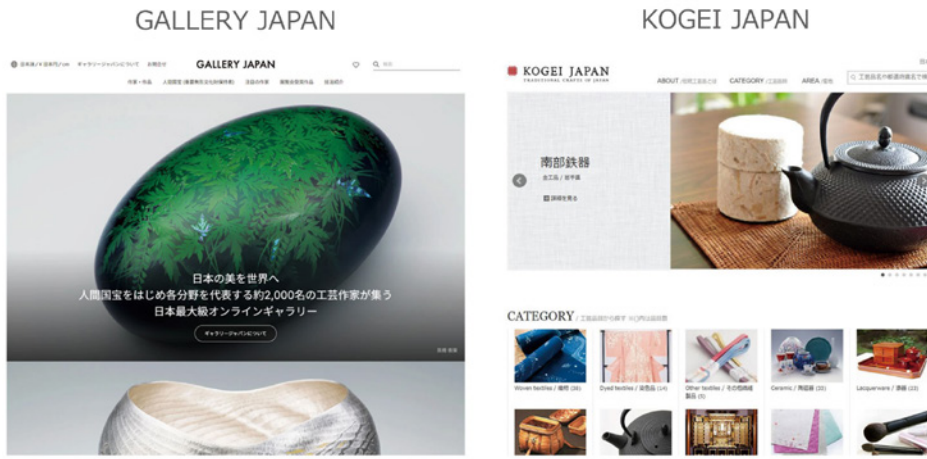
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

(5) 伝統的工芸品の越境を含めたECマーケットプレイス

日本の伝統工芸に対する海外市場の関心は極めて高く、美術工芸品を扱う「GALLERY JAPAN」では既に海外販売額が国内を上回っている。こうした実績を背景に、同社はより市場規模の大きい日常工芸品をターゲットとする「KOGEI JAPAN」において、越境ECマーケットプレイス事業を開始する予定である。これにより、日本の伝統文化の海外発信と販売チャネルの拡大を同時に実現する狙いである。

GALLERY JAPAN / KOGEI JAPAN



出所：決算説明会資料より掲載

## 株主還元策

### 内部留保の充実を優先し、業績拡大による株価上昇で株主に報いる方針は変わらず

同社は、株主への利益還元を経営上の重要施策と認識しつつも、現在は高い成長の持続によって株主に報いることを最優先の経営課題としている。そのため、これまでは将来の成長に向けた内部留保を優先する方針をとっており、配当は実施していない。2027年3月期の年間配当予想についても、引き続き無配としている。将来的には業績動向や財務体質を勘案しつつ利益還元を検討する方針だが、当面はAI技術の導入に伴う全社的な業務効率化・最適化を通じて業績拡大に注力する構えである。これにより1株当たり当期純利益 (EPS) を増大させ、企業価値 (時価総額) を高めることが、最善の株主還元につながると同社は捉えている。

#### 重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

#### ■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp