

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

tripla

5136 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年8月7日(木)

執筆：客員アナリスト

中西 哲

FISCO Ltd. Analyst **Tetsu Nakanishi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2025年10月期中間期の業績概要	01
3. 2025年10月期の業績見通し	02
4. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	04
1. 会社概要	04
2. 沿革	05
3. ヒト・モノ・カネの評価	06
■ 事業概要	08
1. 宿泊施設に「マーケティングを取り戻す」ための戦略形成	08
2. 黒子に徹し、重層的なサービスを提供	09
3. 模倣困難な価値創造プロセス	11
■ 業績動向	12
1. 2025年10月期中間期の業績概要	12
2. サービス別営業収益の動向	13
3. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
■ 中長期の成長戦略	16
■ 株主還元策	16

■ 要約

宿泊産業の成長と進化を支えるグローバルリーダー。 2025年10月期中間期は大幅な増収増益となり 通期予想への進捗も順調

1. 会社概要

tripla<5136>は、「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。」をパーパスに設定し、宿泊施設に対して SaaS 型ソリューションを提供するテクノロジー企業である。2015年4月に(株)umamiとして設立し、2017年に現社名へ変更した。設立以来、宿泊予約のDXを支援するプロダクトの開発・提供を通じて、宿泊施設の売上拡大と業務の効率化に貢献してきた。

同社のビジョンは「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。」としており、この実現に向け、予約エンジン「tripla Book」、AIチャットボット「tripla Bot」、CRM・MA（マーケティングオートメーション）ツール「tripla Connect」、決済ソリューション「tripla Pay」などを一体的に展開している。予約・問い合わせ・決済・顧客情報の活用といった一連のサービスによって、宿泊施設が持つ潜在的な課題を包括的に解決できることを特徴としている。

このほか同社は7つのコアバリューを掲げ、徹底した現場視点とスピーディな開発体制で、顧客課題に即応するプロダクトの改善と拡張を継続し成果を出し続けている。2022年11月には東京証券取引所グロース市場に上場し、以降は海外展開を加速してきた。同社は今後も、Vertical SaaSのグローバルリーダーとして、宿泊産業の成長と進化を支える存在を目指していく。

2. 2025年10月期中間期の業績概要

2025年10月期中間期の連結業績は、営業収益1,230百万円（前期比61.7%増）で大幅増収となった。主力サービスの拡大と海外子会社の寄与が成長をけん引し、特に宿泊施設向けのVertical SaaSモデルが着実に浸透した。営業利益は238百万円（同335.2%増）と急増し、営業利益率も19.4%に達するなど、収益性の改善が顕著である。経常利益は269百万円（同515.8%増）とさらに高い伸びを示し、金融収支や子会社貢献も含めて収益構造の強化が進んだ。親会社株主に帰属する中間純利益は232百万円（同782.1%増）となり、純利益率も18.9%と高水準で推移した。

要約

同社単体の営業収益は 996 百万円となり、前年同期比で 270 百万円の増収（同 37.1% 増）を達成した。サービス別では、主力の「tripla Book」が宿泊施設の自社予約化ニーズを的確に捉えて、754 百万円（同 47.6% 増）と好調を維持している。「tripla Bot」は 181 百万円（同 1.9% 減）と微減だったが、予定していた提供プラン切り替えによるものであり、計画比では 103.7% と想定を上回る水準を確保し、一定の需要を維持している。「tripla Connect」は宿泊施設向けの CRM・MA ツールとしての認知と導入が進み、32 百万円（同 48.6% 増）と順調に拡大した。その他の収益も 28 百万円（同 219.2% 増）と大幅に伸長し、新たな収益源としての可能性を示した。また、通期業績予想に対する中間期の進捗率は、営業収益が 44.4%、営業利益が 45.2%、経常利益が 51.1%、親会社株主に帰属する中間純利益が 57.6% とおおむね順調であることから、通期業績予想を据え置いた。サービス構成のバランスが取れつつあり、既存顧客の継続率やクロスセルの進展も業績を支える要因となった。

3. 2025 年 10 月期の業績見通し

2025 年 10 月期の営業収益は 2,770 百万円（前期比 48.3% 増）を見込んでおり、事業拡大とグループ会社の成長を背景に着実な拡大が期待される。営業利益は 528 百万円（同 96.9% 増）、経常利益も 528 百万円（同 116.0% 増）と、いずれも 2 倍近い増益となる見通しである。コストを大幅に上回る営業収益獲得により、営業利益率は 14.4% から 19.1%、経常利益率も 13.2% から 19.1% へ上昇するなど、収益性の大幅な改善が見込まれる。親会社株主に帰属する当期純利益は 403 百万円（同 92.5% 増）、純利益率も 11.2% から 14.6% へと上昇するなど、最終利益段階でも顕著な改善が見込まれる。

以上より、同社は 2025 年 10 月期において、量的成長（営業収益拡大）と質的成長（利益率向上）を両立する好調な業績予想を掲げており、中長期的な成長軌道への確かな手応えを示している。

4. 中長期の成長戦略

同社は毎期、ローリングフォーキャストとして来期以降 3 期分の中期経営計画を発表している。直近では 2025 年 10 月期から 2027 年 10 月期を中期経営計画期間と位置付け、SaaS 事業の成長加速とアジア拠点の展開によるグローバル展開強化を柱として掲げている。営業収益は 2024 年 10 月期の 1,867 百万円から 2027 年 10 月期には 4,297 百万円へ、年平均成長率（CAGR）約 32% の高成長を見込む。営業利益も 270 百万円から 1,203 百万円へと約 4.5 倍の増加、営業利益率は 14.5% から 28.0% への改善を計画している。

国内では「tripla Book」「tripla Bot」「tripla Connect」の深耕と顧客単価の向上を進めるとともに、海外では M&A を含む現地拠点拡充により契約数を積み上げる。特にインドネシア・台湾・シンガポール・タイ・香港の子会社を軸に、現地ニーズに応じた機能開発と営業体制の最適化を通じて、アジア全域でのプレゼンスを拡大していく。

さらに、複数プロダクトを同一顧客に提供するクロスセル戦略の強化、パートナーとの連携による販路拡大、システム連携による導入障壁の低減などを通じ、成長を加速させる考えである。

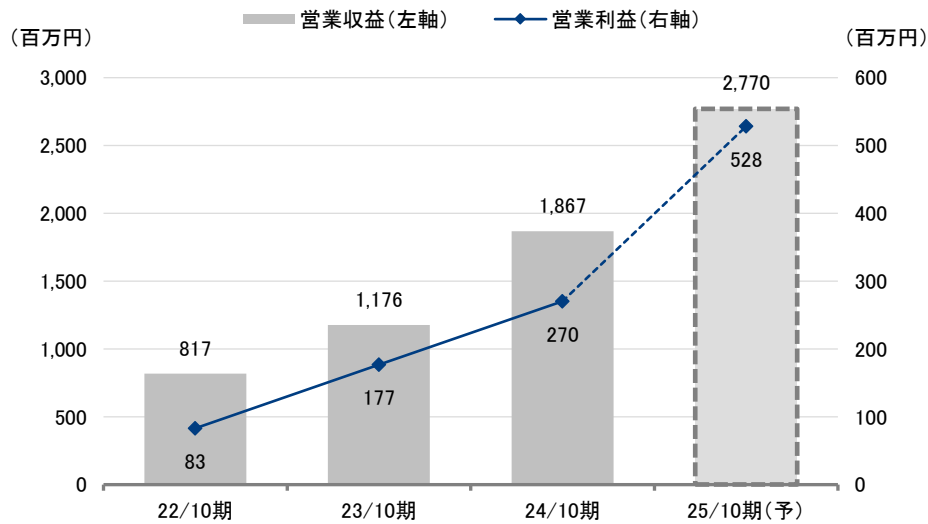
同社は当面、配当は実施せず、M&A や人材確保といった成長投資を優先する方針である。自社ソリューションは市場での浸透が進み、グローバルな収益機会も豊富と捉えており、利益成長により株主の期待に答えていく。

要約

Key Points

- ・宿泊施設に特化した SaaS ソリューションを重層的に提供し、宿泊施設の収益力向上と業務効率化を支援
- ・ポイント経済圏から宿泊施設にマーケティングを取り戻す構造転換をけん引し、宿泊産業のゲームチェンジを狙う
- ・2025年10月期中間期は大幅な増収増益、主力の「tripla Book」が好調で、既存顧客の継続率やクロスセルの進展も好業績を支える
- ・2025年10月期通期も大幅な増収増益、収益性もさらに改善する見通し。中間期の進捗はおおむね順調
- ・当面、配当は実施せず成長投資を優先。利益成長を通じて株主の期待に応えていく方針

業績推移



注：24/10期より連結
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

Vertical SaaS のグローバルリーダーへ。 宿泊産業の成長と進化を支える存在を目指す

1. 会社概要

同社は「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。」をパーパスに掲げ、宿泊施設向けに SaaS 型の業界特化型ソリューションを提供するテクノロジー企業である。旅行者と宿泊施設の間に存在する情報格差や業務負荷といった課題を、テクノロジーの力で解消することを使命とし、業界の DX をけん引している。創業当初はインバウンド旅行者向けのチャットサポート事業からスタートしたが、現場のニーズを取り込みながら宿泊予約のプロセスを支援する SaaS 型プロダクトへと軸足を移し、業態を大きく進化させてきた。宿泊予約や接客の DX を支援する複数のプロダクトを開発・提供することで、宿泊施設の収益最大化と運営効率の向上に寄与している。

同社の掲げるビジョンは、「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。」というものであり、宿泊業界に特化したテクノロジー企業としての存在価値を高めている。その中核をなすのが、予約エンジン「tripla Book」、AI チャットボット「tripla Bot」、CRM・MA ツール「tripla Connect」、そして決済ソリューション「tripla Pay」である。これらのサービスは相互に連携し、1つの導入によって他のサービスとのシームレスな連携が可能となるよう設計されており、施設にとっては段階的な導入とスケラビリティが実現されている。予約、問い合わせ、決済、顧客情報の活用までを一気通貫で支援するこの仕組みにより、宿泊施設は自社予約比率を高め、OTA※依存から脱却する動きを加速させている。さらに、同社は「顧客満足実現へのマーケットイン」「イノベーションへの挑戦」「生産性の追求」「オーナーシップ」「チームと自身の成長」「謙虚、尊敬、信頼」「結果に拘るアクション」という7つのコアバリューを掲げており、これが企業文化の基盤を形成している。2022年11月には東京証券取引所グロース市場に上場し、以降は海外展開を加速している。2023年以降、インドネシアの BOOKANDLINK PTE. LTD. (BookandLink)、台湾の Surehigh International Technology Inc. (Surehigh)、シンガポール・タイの ENDURANCE TECHNOLOGY SOLUTION PTE.LTD. (Endurance) を子会社化し、さらに2024年には香港にも拠点を開設した。こうしたアジアを中心とした多拠点戦略を通じて、現地顧客のニーズに応じた柔軟なサービス提供体制を整えている。

同社は今後も、Vertical SaaS のグローバルリーダーとして、宿泊産業の成長と進化を支える存在を目指していく。

※ Online Travel Agent の略称。実店舗を持たずインターネット上のみで旅行商品の取引を行う旅行会社のことを言う。

2. 沿革

(1) 創業と基幹サービスの事業化

同社は2015年4月15日に(株)umamiとして東京都新宿区に設立された。その後、2017年1月にAIチャットボット「tripla AI チャットボット」(現「tripla Bot」)をリリースし、同年1月に北海道札幌市にオペレーションセンターを開設した。そして、2017年4月に社名をtripla(株)に変更するとともに、東京中央区に本社を移転した。2019年7月には、宿泊予約エンジン「tripla ホテルブッキング」(現「tripla Book」)をリリースし、公式サイト向けの宿泊予約 SaaS の提供を本格化させた。

(2) マルチサービス化とグローバル展開

2020年1月には、日本国内主要チャネルマネージャー4社(手間いらず<2477>、(株)シーナッツ、(株)クリップス、鉄道情報システム(株))との連携を完了し、同時に台湾・台北市に営業所を設立、さらにプライバシーマーク認証を取得した。

2022年1月には宿泊業界特化型 CRM・MA ツール「tripla Connect」をリリースし、同年5月には現地決済サービス「tripla Pay」を導入した。

(3) IPO と M&A によるグローバル組織への進化

また、2022年11月25日には東京証券取引所グロース市場に上場を果たした。

2023年11月にはインドネシアの BookandLink を子会社化し、2024年2月にはタイの Endurance 及び台湾の Surehigh を相次いで子会社化した。また2024年4月には本社を東京都新宿区に移転し、同年8月には BookandLink の株式を追加取得して完全子会社化を完了、さらに2024年12月には香港において tripla HongKong Limited を設立した。

同社は創業期から AI チャットボット、予約エンジンの開発を進め、業界特化型のサービスを順次拡充してきた。また、上場後は積極的に海外展開・M&A を推進し、アジア地域を中心としたグローバル組織へと進化している点が特徴である。

会社概要

会社沿革

年月	主な沿革
2015年 4月	東京都新宿区に(株)umamiを設立
2017年 1月	「tripla AI チャットボット」(現「tripla Bot」)をリリース 北海道札幌市にオペレーションセンターを開設
2017年 4月	tripla(株)に社名変更 本社を東京都中央区に移転
2019年 7月	宿泊予約エンジン「tripla ホテルブッキング」(現「tripla Book」)をリリース
2020年 1月	チャネルマネージャー4社「手間いらず」「TL リンカーン」「ねっぱん」「らく通 with」との連携が完了 台湾台北市に台湾営業所を設立 プライバシーマーク認証取得
2022年 1月	宿泊業界特化型のCRM・MAツール「tripla Connect」をリリース
2022年 5月	現地決済サービス「tripla Pay」をリリース
2022年11月	東京証券取引所グロース市場に上場
2023年11月	インドネシアのBOOKANDLINK PTE. LTD. (BookandLink)を子会社化
2024年 2月	シンガポール・タイのENDURANCE TECHNOLOGY SOLUTION PTE.LTD.を子会社化 台湾のSurehigh International Technology Inc.を子会社化
2024年 4月	本社を東京都新宿区に移転
2024年 8月	連結子会社 BookandLink の株式を追加取得し、完全子会社化
2024年12月	香港子会社 tripla HongKong Limited 設立完了

出所：有価証券報告書、同社ホームページよりフィスコ作成

ヒト・モノ・カネを整合しながら発展する成長企業

3. ヒト・モノ・カネの評価

同社の特徴をヒト・モノ・カネから見ると次のように評価できる。創業間もない若い成長企業としては珍しく、同社の事業推進のステージに応じてヒト・モノ・カネが整合性のある形で形成されてきている。こうした組織形成をけん引するのはグローバルトップ企業で経験を積んできた経営陣である。ベンチャースピリットだけでなく、バランス感覚と企業経営の専門性を持ったハイエンド人材によって事業を推進している。

(1) ヒト：事業推進と組織形成の整合性

同社の2025年4月末時点における従業員数は連結で173名、単体では97名である。国籍数は14カ国に及び、外国籍社員の比率は全体の77.7%を占める。平均年齢は35.5歳と若く、組織全体として活力と柔軟性を併せ持っている点が特徴である。

性別構成は男性52.2%、女性47.8%とほぼ均衡しており、女性管理職比率も28.6%に達していることから、多様なバックグラウンドを持つ人材が意思決定層においても活躍している体制であることが窺える。

職種別では、プロダクト部門、セールス部門(日本・台湾・韓国)、カスタマーエンゲージメント部門といった主要領域に加え、管理部門に人材が配置されており、機能的かつ戦略的な体制が整っている。また、年齢構成については、20代が15.6%、30代が58.9%、40代が24.4%、50代が1.1%と、特に30代を中心とした中堅層が厚く、事業成長フェーズにふさわしい人的資源構成となっている。

会社概要

このように同社の人材は、国籍・性別・年齢・職種のいずれにおいても多様性に富んでおり、グローバルな視点とローカル市場への対応力を兼ね備えた組織形成が進んでいる。こうした組織形成は多様性そのものが目的ではなく、事業の成長ステージに応じた過不足のない人材獲得を進めてきた結果であり、同社の事業推進との整合性が見て取れる。今後もアジア太平洋地域を中心とした国際展開を支える原動力として、その人材基盤は極めて重要な経営資源となっている。

(2) モノ：宿泊施設の黒子に徹するサービス展開

同社は、宿泊業界における DX を主導する SaaS ベンダーとして、予約、接客、マーケティング、決済に関わる一連のプロダクト群を垂直統合型で展開している点が最大の特徴である。自社開発の SaaS は 11 種類にのぼり、宿泊施設の売上・利益最大化に資する「直接予約比率の向上」「業務効率化」「集客支援」など多様な機能を提供している。

中核サービスには、「tripla Book」「tripla Bot」「tripla Connect」「tripla Pay」などがあり、これらは相互に連携することで一貫性のある顧客体験と運用効率を実現している。また、各サービスはノーコード対応・多言語・多通貨仕様となっており、国内外の宿泊施設のニーズに即した設計となっている。導入施設数は 2025 年 6 月末時点で 8,631 施設に達し、日本・台湾・韓国・東南アジアなどアジア太平洋地域を中心に展開が加速している。また、拠点数は 9 カ国におよび、M&A を活用した海外展開によって多様なプロダクトローカライズを進めている。特に、インドネシア、タイ、台湾、シンガポールでは現地法人やパートナー企業を通じたローカル対応を進めており、予約・決済・在庫管理を統合するチャネルマネジメントも含めた地域最適化が進んでいる。こうした同社のサービスはあくまで黒子として提供される点が特徴である。

さらに、収益モデルは月額課金と従量課金のハイブリッド構造であり、宿泊件数や決済額に連動する従量収益に加え、安定的な固定収益を積み上げるモデルを採用している。こうしたプロダクトと収益構造の一体設計は、事業のスケラビリティと収益の安定性の両立を可能にしている。

このように、同社の「モノ」の強みは、宿泊業界に特化した高機能・高連携の SaaS 群によって、施設の売上・利益・業務効率のすべてを支援できる包括性と、地域・顧客ニーズに応じた柔軟な展開力にある。

(3) カネ：成長ステージに応じた適切な資金調達

同社は、創業以来の成長ステージに応じて、段階的かつ戦略的な資金調達を実行し、事業基盤と成長投資を着実に両立させてきた。特に、プロダクト開発、国内外での顧客拡大、グローバル M&A といった主要な成長ドライバーを支える資金を、エクイティファイナンスを中心に効果的に調達している点が特徴である。創業初期の 2015 年～2017 年にかけては、少額のエンジェル投資や VC からのプレシード・シード投資を中心に資金を確保し、「tripla Bot」等のプロダクト開発を進めた。2019 年～2020 年にかけては、予約エンジン「tripla Book」などの事業化と商用展開を背景にシリーズ A/B ラウンドによる資金調達を実施し、外部資本による開発リソースと営業体制の強化が進められた。その後、プロダクトの顧客導入拡大とマルチサービス化に伴い、2022 年 11 月には東京証券取引所グロース市場へ上場した。上場により調達した資金は、海外事業拡大、人材獲得・育成、新規プロダクト開発、M&A 等の成長戦略の原資として有効に活用されている。特に、2023 年以降はインドネシア、台湾、シンガポール、タイなどでの買収・子会社化を連続的に実施しており、上場によって獲得したエクイティ資金がグローバル展開の推進力となっている。

会社概要

このように、同社は資金調達において短期的な資金繰りではなく、中長期の企業価値向上を意識したファイナンス戦略を一貫して採用している。ステージごとの成長戦略と一体化した調達計画により、無理のない財務健全性と、機動的な投資判断を両立させている点が高く評価できる。

■ 事業概要

宿泊施設に「マーケティングを取り戻す」戦略形成と模倣困難な価値創造

1. 宿泊施設に「マーケティングを取り戻す」ための戦略形成

あらゆる B2C ビジネスにおいて、近年は d ポイント、V ポイント、楽天ポイント、PayPay などの有力ポイント経済圏が消費者の消費行動全般にアプローチし、各種ポイント還元やクーポンの発行等で製品・サービスの提供主体以上にマーケティング機能の中心的な役割を果たしている。宿泊産業においても同様のことが言え、宿泊施設の集客は OTA に依存しており、その背景にはポイント経済圏による囲い込みがある。つまり、本来主役であるべき宿泊施設よりもポイント経済圏の存在がマーケティングの主役となっており、宿泊施設はこれまで受け身の姿勢に終始することが多かった。

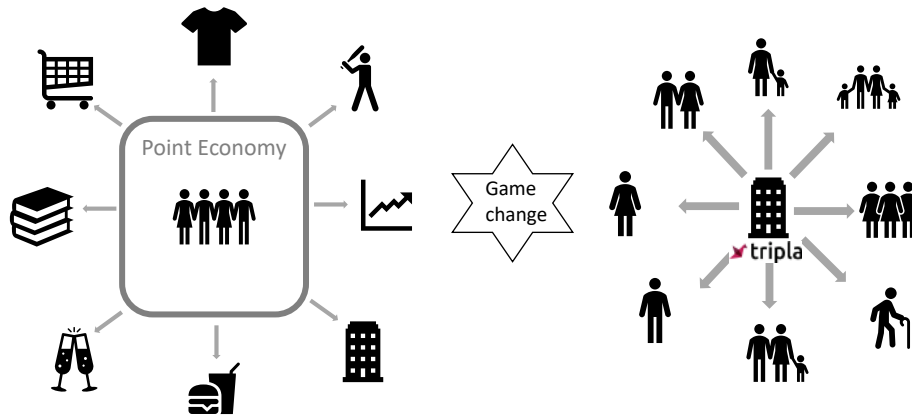
同社は現場の業務改善ツールである「tripla Bot」を祖業にサービスを開始したが、自社予約サイトである「tripla Book」のローンチにより自社サイト経由の集客による収益性向上をもたらし、さらに、獲得した顧客情報を「tripla Connect」に利活用することできめ細かなダイレクトマーケティングを展開し、リピート顧客の増加をもたらした。こうした変化は宿泊産業におけるゲームチェンジをもたらす可能性を秘めている。すなわち、ポイント経済圏から宿泊施設にマーケティングを取り戻す効果である。宿泊施設がポイント経済圏からマーケティングを取り戻し、ブランド価値を訴求し、顧客と継続的な関係を築く主体へと進化することで価格競争に陥りがちであった業界構造から脱却し、サービス内容やユーザーエクスペリエンスによる差別化が可能となる。今後、こうした潮流が広がれば、宿泊産業全体の収益構造やマーケティングモデルが大きく変化するだろう。

事業概要

宿泊産業のゲームチェンジ

ポイント経済圏に主導権

宿泊施設に主導権



出所：同社取材よりフィスコ作成

2. 黒子に徹し、重層的なサービスを提供

同社は宿泊施設に特化した SaaS 型ソリューションを提供している。いずれも、既存の OTA などの代理店とは違い、旅行者に対してはあくまで宿泊施設が窓口となり、宿泊施設の黒子となってシステムの裏側で機能を提供するものである。

主なサービスは次のとおりである。

(1) tripla Book

同社の主力サービスである「tripla Book」は、宿泊施設の自社公式ウェブサイト向け予約エンジンであり、ユーザーフレンドリーな操作性と高いコンバージョン率を実現する設計が特徴である。SNS アカウント連携、クーポン発行、ポイント機能、Google ホテル広告連携など、多様な機能を標準装備しており、2025 年 4 月末現在で導入施設数は 3,369 件に達している。また、多言語対応やベストレート保証機能を通じて、訪日外国人の予約ニーズにも的確に対応している。

これまで主流だった OTA 経由の予約では、宿泊施設は 15% ~ 25% の手数料を支払わなければならないため収益の圧迫要因だった。それが「tripla Book」を導入すると手数料がわずか 3% 程度にとどまるため宿泊施設の収益向上に大きく貢献する。また、OTA 経由の宿泊客の場合、獲得できる顧客情報は氏名と電話番号程度にとどまっていたが、「tripla Book」を導入した場合、自社公式ウェブサイト経由の顧客となるため顧客情報を網羅的に取得できる点も見逃せない。宿泊施設にとっては、一度宿泊した顧客に対するアフターフォローや再宿泊の提案などのダイレクトマーケティングにもつなげられる。

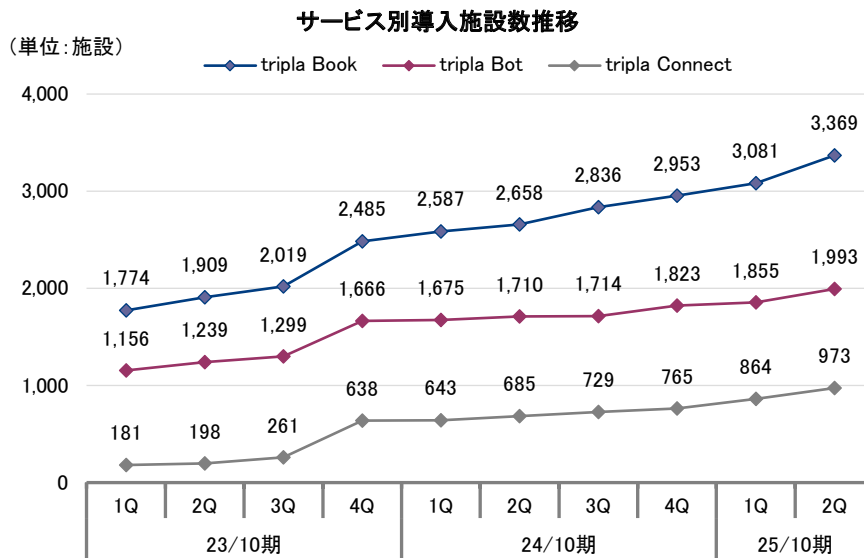
事業概要

(2) tripla Bot

「tripla Bot」は、宿泊施設向けのAIチャットボットであり、同社の祖業となったサービスである。日本語・英語・中国語・韓国語など複数言語に対応し、FAQ対応と予約連携を統合したユーザーエクスペリエンスを提供する。顧客からの質問に対するAI応答率は95%以上とされ、問い合わせ対応の省力化と顧客満足度の向上に資するプロダクトである。たとえば、女性客から頻出する問い合わせのなかに「カールドライヤーの設置有無」がある。従来のAIチャットボットであれば「設置していない」と回答するにとどまっていたが、「tripla Bot」であれば宿泊施設側に「カールドライヤーの設置提案」という形でフィードバックを行う。つまり、単なるチャットボットの枠を超え、頻出する問い合わせに応じて宿泊施設側にユーザーエクスペリエンス向上に資する価値提供を提案するサービスである。2025年4月末現在で、導入施設数は1,993件に上る。

(3) tripla Connect

「tripla Connect」は宿泊施設向けに特化したCRM・MAツールである。予約経路を問わず顧客情報を一元管理し、属性や予約履歴に基づいたメール・LINE配信を自動化することで、最適なタイミングでのコミュニケーションを実現する。「tripla Book」との連携により予約情報の即時反映が可能であり、宿泊前後のクロスセル提案や口コミ促進、再訪喚起など、顧客のLTV向上を支援する。グループ施設をまたいだ分析・配信にも対応し、チェーンホテルのCRM戦略にも有効である。セールスフォースなど著名なCRMサービスとは異なり、宿泊施設に特化した機能のみを提供しているため、初期導入費用不要で安価に提供できている。顧客に対するマーケティングについては、従来はポイント経済圏のプラットフォームが主導し、宿泊施設側は受け身に終始していたが、「tripla Connect」によりダイレクトにマーケティングを行えるようになった。2025年4月末現在で、導入施設数は973件に上る。



出所: 決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

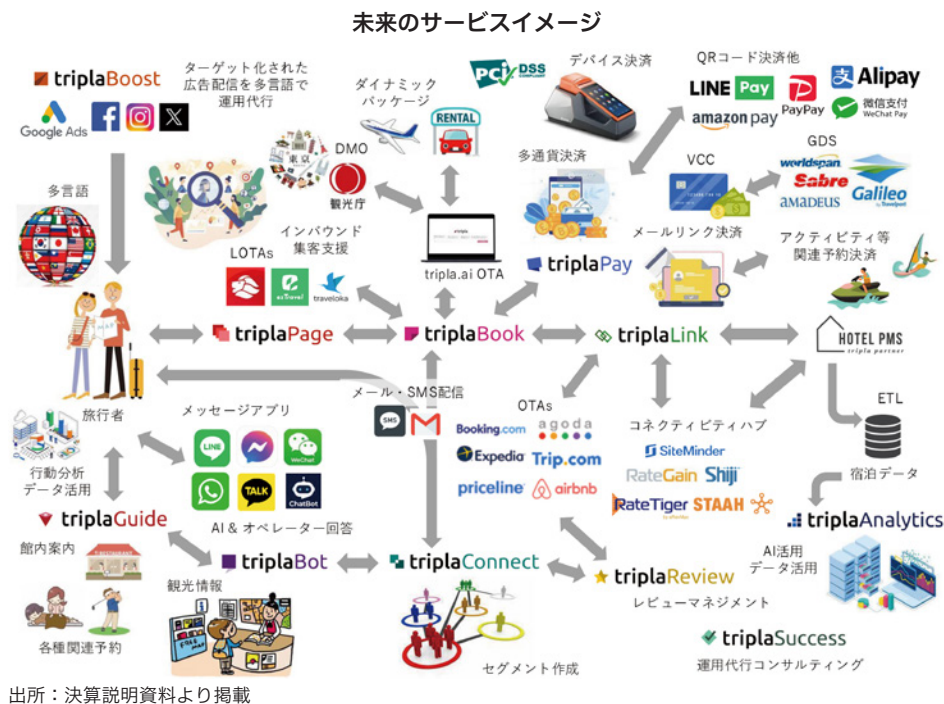
(4) その他

「tripla Pay」は、現地決済と事前決済の両方に対応するキャッシュレス決済サービスであり、多通貨・多言語へ対応している。主にノーショー防止やキャンセル料徴収にも寄与するサービスである。広告運用代行サービスである「tripla Boost」は、Web 広告や SNS 広告を活用し、宿泊施設の直接集客を強化するソリューションである。

同社は国内のみならず、台湾、韓国、タイ、インドネシアなどアジア地域を中心に海外展開も積極的に進めており、現地パートナー企業の買収や現地法人の設立を通じてグローバル体制を整備している。

3. 模倣困難な価値創造プロセス

同社が構築してきた重層的な価値創造は、世界の有力チャネルマネージャーや OTA との提携、宿泊に関する購買行動のビックデータの構築、運用能力、弛まぬ研究開発やグローバルニーズを把握する人材の存在等、数え上げれば枚挙にいとまがないほどに多種多様なケイパビリティの集合によって構築されてきた。そうした同社の価値創造は未来に向けて絶えず進化し、それぞれのケイパビリティが相互依存し、社会実装にまで及ぶことが想定される。そうした未来像が実現したとき、模倣困難性は極まるだろう。宿泊産業のゲームチェンジャーとして、着実に歩みを進めているところである。



業績動向

2025年10月期中間期は同社ソリューションが浸透し、大幅増収増益

1. 2025年10月期中間期の業績概要

2025年10月期中間期における連結業績は、営業収益が1,230百万円（前期比61.7%増）で大幅増収となった。主力サービスの拡大や海外子会社の寄与が成長をけん引した。営業利益は238百万円（同335.2%増）と急増し、営業利益率は19.4%に達した。経常利益は269百万円（同515.8%増）とさらに高い伸びを示し、収益構造の強化が進んでいる。親会社株主に帰属する中間純利益は232百万円（同782.1%増）と、前年同期比で8倍以上の水準に達し、純利益率は18.9%と高水準で推移した。

また、通期業績予想に対する進捗率は、営業収益が44.4%、営業利益が45.2%、経常利益が51.1%、親会社株主に帰属する中間純利益が57.6%とおおむね順調であることから、通期業績予想を据え置いた。

2025年10月期中間期の業績概要

(単位：百万円)

	24/10期2Q		25/10期2Q		前年同期比		25/10期通期	
	実績	営業収益比	実績	営業収益比	増減額	増減率	会社予想	2Q進捗率
営業収益	760	-	1,230	-	469	61.7%	2,770	44.4%
営業利益	54	7.2%	238	19.4%	184	335.2%	528	45.2%
経常利益	43	5.8%	269	21.9%	226	515.8%	528	51.1%
親会社株主に帰属する 中間純利益	26	3.5%	232	18.9%	205	782.1%	403	57.6%

注：会社予想は2025年3月17日公表の修正値

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

会社別に見ると、同社単体の営業収益は996百万円（前年同期比270百万円、37.1%増）となった。計画の達成率は96.5%と高水準であり、国内SaaS事業の順調な拡大が収益をけん引した。営業利益は228百万円（同140百万円、157.7%増）を計上し、コストを大きく上回る営業収益を獲得した効果が顕著に表れている。計画の達成率は95.4%となっており、安定した収益体質が構築されている。

次に、連結子会社であるBookandLinkの営業収益は85百万円で、前年同期の34百万円から51百万円増加した。計画の達成率は90.9%とやや未達ながら、堅調な成長を維持している。営業利益は19百万円で黒字転換を実現した（前年同期は6百万円の損失）。

さらに、2024年に連結子会社化されたSurehighは前年同期には連結されていなかったことから実質ゼロからの立ち上がりであったが、営業収益は148百万円でほぼ計画どおり着地した。また、営業損失は計画を下回る9.2百万円にとどめており、のれん控除前の営業利益は8.7百万円であるため今後の利益貢献に期待したい。

業績動向

このように、各社とも営業収益・営業利益の両面で成長基調を維持しており、グループ全体としての収益拡大が順調に進行している。特に海外子会社の早期立ち上がりと黒字化が、今後のグローバル戦略における大きな推進力として期待できる。

2025年10月期中間期の会社別業績概要

(単位：百万円)

		24/10期2Q		25/10期2Q		前年同期比		計画比 達成率
		実績	計画	実績	増減額	増減率		
tripla 単体	営業収益	726	1,031	996	270	37.1%	96.5%	
	営業利益	88	239	228	140	157.7%	95.4%	
BookandLink	営業収益	34	94	85	51	149.5%	90.9%	
	営業利益	-6	26	19	25	-	88.2%	
Surehigh	営業収益	-	149	148	148	-	99.4%	
	営業利益	-	-20	-9	-9	-	-	
計	営業収益	760	1,275	1,230	469	61.7%	96.5%	
	営業利益	54	245	238	184	335.2%	97.5%	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

主力サービスの力強い成長を中心に重層的な成長を実現

2. サービス別営業収益の動向

2025年10月期中間期における同社単体の営業収益は996百万円（前年同期比37.1%増）となった。サービス別に見ると、以下のとおりである。

主力サービスである「tripla Book」は、宿泊施設の自社予約化ニーズを的確に捉えて利用が拡大し、営業収益は754百万円（同47.6%増）となった。

「tripla Bot」の営業収益は181百万円（前期比1.9%減）となったが、計画の達成率は103.7%で、プラン変更に伴う減収傾向の中でも安定した需要を維持している。

「tripla Connect」は宿泊業界向けCRM・MAツールとしての認知と導入が進み、32百万円（同48.6%増）と順調に拡大した。計画の達成率も100.9%とほぼ想定どおりに推移した。

その他の収益は28百万円で、前年同期の8百万円から20百万円の増収（前期比219.2%増）を記録し、計画比も99.3%と順調な水準である。

総じて、主力の「tripla Book」が収益をけん引しつつ、「tripla Connect」など新サービスも順調に拡大しており、サービス構成のバランスが取れてきている。「tripla Bot」は減収となったものの、計画していたサービス提供プランの変更に伴うもので計画超過の進捗を維持しており、毎四半期で利用顧客を積み上げている。今後も主力サービスを中心に重層的な成長が期待される。

業績動向

サービス別の営業収益（同社単体）

（単位：百万円）

	24/10期2Q		25/10期2Q		前期比		計画比 達成率
	実績	計画	実績	増減額	増減率		
tripla Book	510	796	754	244	47.6%	94.7%	
tripla Bot	184	174	181	-3	-1.9%	103.7%	
tripla Connect	22	32	32	10	48.6%	100.9%	
その他	8	28	28	20	219.2%	99.3%	
計	726	1,031	996	270	37.1%	96.5%	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2025年10月期第中間期末における同社の資産合計は13,739百万円（前期末比2,744百万円増加）となった。そのうち、流動資産は12,925百万円（同2,759百万円増）、固定資産は813百万円（同15百万円減）であり、引き続き資産構成の大半を流動資産が占めている。

負債合計は12,373百万円（同2,487百万円増加）となったが、主な要因は預り金の増加（同2,731百万円）である。これは契約した宿泊施設から受け取ったもので、預り金の増加は契約施設の増加を意味しており、ポジティブな変化である。有利子負債は長期借入金の減少により113百万円減少した。現金及び預金が12,420百万円に達しており、これは預り金および有利子負債を含む負債全体をほぼカバーできる水準である。

純資産は1,366百万円と前期比で257百万円増加しており、収益の積み上げに伴う自己資本の蓄積が進んでいる。自己資本比率は前期末の9.7%から9.6%へとやや低下したが、前述のとおり負債構成の性質を踏まえれば、実質的な財務安全性には懸念がない。

今後の成長投資に対しても、十分なキャッシュリザーブを有しており、財務基盤の堅牢さが今後の戦略展開の強固な下支えとなるであろう。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

（単位：百万円）

	24/10期末	25/10期2Q末	前期末比
流動資産	10,165	12,925	2,759
現金及び預金	9,717	12,420	2,703
固定資産	829	813	-15
資産合計	10,995	13,739	2,744
負債合計	9,886	12,373	2,487
預り金	8,158	10,889	2,731
有利子負債	1,244	1,131	-113
純資産合計	1,108	1,366	257
負債純資産合計	10,995	13,739	2,744
自己資本比率	9.7%	9.6%	-0.1pp
現預金回転期間（月）	62.4	60.6	-1.8

注：現預金回転期間について、2024年10月期末は2024年10月期通期、2025年10月期中間期末は2025年10月期中間期の営業収益を各会計期間の月数で除した値を分母としている。

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

通期業績も大幅増収増益予想。 中長期的な成長軌道に向けて確かな手応え

2025年10月期の通期業績は大幅な増収増益を見込んでいる。営業収益は2,770百万円（前期比48.3%増）の増収を計画しており、事業拡大とグループ会社の成長を背景とした着実な拡大が期待される。

営業利益については528百万円（同96.9%増）、経常利益は528百万円（同116.0%増）と、いずれも2倍近い増益を見込んでいる。コストを大幅に上回る営業収益獲得により、営業利益率は14.4%から19.1%へ、経常利益率も13.2%から19.1%へと、収益性の大幅な向上が見込まれる。

また、親会社株主に帰属する当期純利益は403百万円となる見込みで、前期比193百万円（同92.5%増）の増益を計画している。純利益率も11.2%から14.6%へと上昇し、最終利益段階でも大幅な収益改善を見込んでいる。

以上により、同社は2025年10月期において、量的成長（営業収益拡大）と質的成長（利益率向上）を両立する好調な業績予想を掲げており、中長期的な成長軌道への確かな手応えを示している。

2025年10月期の業績予想

（単位：百万円）

	24/10期		25/10期		前期比	
	実績	営業収益比	会社予想	営業収益比	増減額	増減率
営業収益	1,867	-	2,770	-	902	48.3%
営業利益	270	14.5%	528	19.1%	258	96.9%
経常利益	246	13.2%	528	19.1%	281	116.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	209	11.2%	403	14.6%	193	92.5%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営計画では、 CAGR32%の高成長で営業収益 40 億円超えを展望

同社は毎期、ローリングフォーキャストとして来期以降3期分の中期経営計画を発表している。直近では2025年10月期から2027年10月期を中期経営計画の期間と位置づけ、SaaS事業の成長加速とアジア圏での拠点展開によるグローバル展開の強化を柱として掲げている。

営業収益は、2024年10月期の1,867百万円を起点として、2027年10月期に4,297百万円の達成を目指す計画であり、年平均成長率(CAGR)約32%の高成長を想定している。また、営業利益については2024年10月期の270百万円から2027年には1,203百万円へと約4.5倍の増加を見込んでおり、営業利益率も14.5%から28.0%への改善を計画している。

これを実現するため、国内では既存サービスである「tripla Book」「tripla Bot」「tripla Connect」の深耕と顧客単価向上を進めるとともに、海外においてはM&Aを含む現地拠点の拡充により、契約先数を積み上げる。特に、インドネシア・台湾・シンガポール・タイ・香港における子会社を成長エンジンとし、現地ニーズに応じた機能開発と営業体制の最適化を通じて、アジア全域でのプレゼンスを拡大していく。

加えて、複数プロダクトを同一顧客に提供する「クロスセル戦略」を強化し、収益の最大化とLTV(顧客生涯価値)の向上を目指す。また、国内外のパートナーとの連携による販路拡大や、システム連携による導入障壁の低減も進め、成長を加速させる考えである。

■ 株主還元策

当面は成長機会を捕捉し利益成長で還元

同社は直近決算及び中期経営計画において配当による株主還元を予定していない。同社の提供するソリューションは急速にマーケットに受け入れられつつあり、かつ、グローバルに収益獲得機会が豊富にあると認識している。このため、当面はM&Aや人材獲得などの成長投資に資金を割り当て、利益成長により株主の期待に応えていく。とりわけ、M&Aについては鋭意注力中であり、アジアにおける新たな買収候補先は常時リストアップし、毎月数社以上の候補先と面談をしている。同社の次なる布石に注目したい。

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・表示したのですが、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、配布等することは堅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