



2025年10月期2Q

決算説明資料

tripla株式会社

2025年6月

Agenda

2025年10月期2Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

Appendix

Agenda

✦ 2025年10月期2Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

Appendix

▶ 営業収益、営業利益ともに概ね修正後の計画通りに進捗

● 営業収益

1,230 百万円(連結)
(上期計画 達成率：96.5%)

通期進捗率：**44.4%**^{※1}

● 営業利益

238 百万円(連結)
(上期計画 達成率：97.5%)

通期進捗率：**45.2%**^{※2}

▶ 親会社株主に帰属する当期純利益は通期計画の50%を超過

● 親会社株主に帰属する当期純利益

232 百万円(連結)
(上期計画 達成率：**116.6%**)

通期進捗率：**57.6%**^{※3}

※1: 2025年10月期通期計画の営業収益2,770百万円に対する割合

※2: 2025年10月期通期計画の営業利益528百万円に対する割合

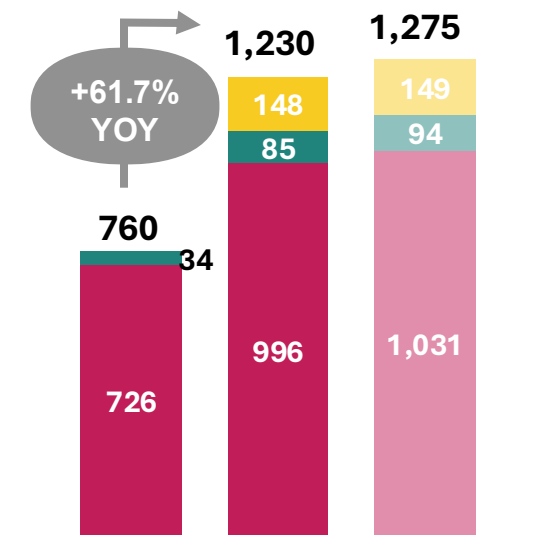
※3: 2025年10月期通期計画の親会社株主に帰属する当期純利益403百万円に対する割合

2025年10月期2Q 結果 (連結・YoY・計画比)

- 営業収益、営業利益とも上期計画は概ね達成し、YoY大きく伸長
- 営業収益：1,230百万円、YoY+61.7%、上期計画96.5%達成
- 営業利益：238百万円、YoY+335.2%、上期計画97.5%達成

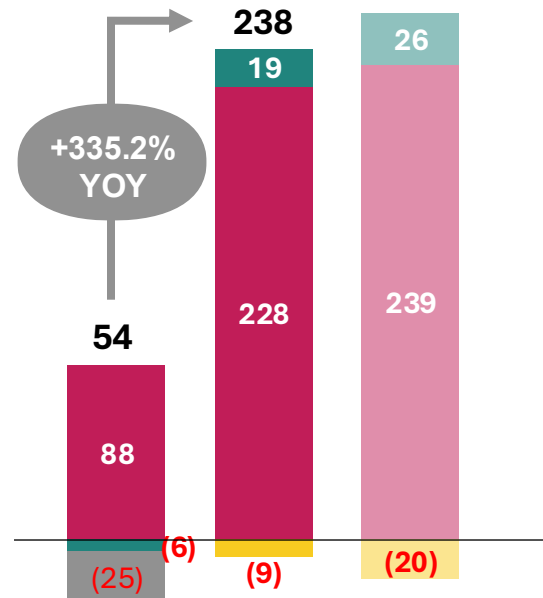
営業収益(連結)

(百万円)



営業利益(連結)

(百万円)



■ tripla単体
■ BookandLink
■ Surehigh

(百万円)

| 営業収益 | 実績 25/10 2Q | YoY | 上期 計画 達成率 |
|----------------|-------------------|--------|-----------------|
| tripla単体 | 996 | +37.1% | 96.5% |
| BookandLink ※5 | 85 | - | 90.9% |
| Surehigh ※6 | 148 | - | 99.4% |
| 合計 | 1,230 | +61.7% | 96.5% |

(百万円)

| 営業利益 | 実績 25/10 2Q | YoY | 上期 計画 達成率 |
|----------------|-------------------|---------|-----------------|
| tripla単体 | 228 | +157.7% | 95.4% |
| BookandLink ※5 | 19 | - | 88.2% |
| Surehigh ※6 | ▲9 | - | - |
| 合計 | 238 | +335.2% | 97.5% |

通期
進捗率

24/10
2Q
実績
40.7%
(※1)

25/10
2Q
実績
44.4%
(※2)

25/10
2Q
計画
46.0%
(※2)

通期
進捗率

24/10
2Q
実績
20.4%
(※3)

25/10
2Q
実績
45.2%
(※4)

25/10
2Q
計画
46.4%
(※4)

※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

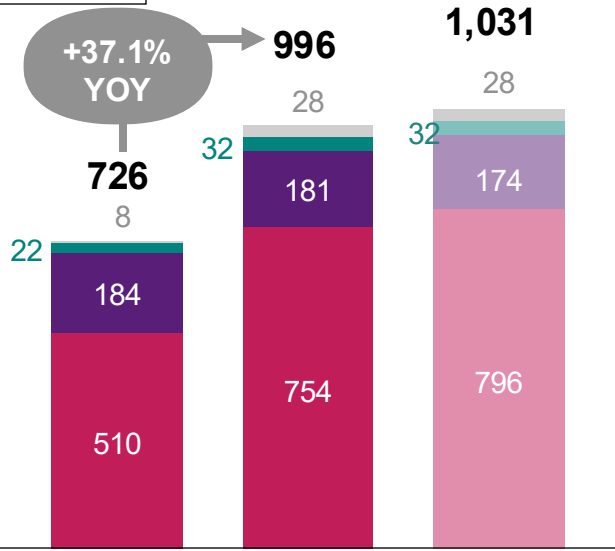
※5: tripla Singapore Pte. Ltd.、インドネシア事業を担う子会社PT. tripla BookandLink Indonesiaの業績。2024年10月期2Qから連結。

※6: 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。

2025年10月期2Q 結果 (単体・営業収益)

● 営業収益：996百万円、YoY+37.1%、通期進捗率 43.5%

営業収益(単体)



| 営業収益 | 実績 25/10 2Q | YoY | 上期 計画 達成率 | 通期 計画 進捗率 ※2 |
|----------------|-------------------|---------|-----------------|-----------------------|
| tripla Book | 754 | +47.6% | 94.7% | 42.0% |
| tripla Bot | 181 | ▲1.9% | 103.7% | 50.3% |
| tripla Connect | 32 | +48.6% | 100.9% | 45.7% |
| その他 | 28 | +219.2% | 99.3% | 43.2% |
| 合計 | 996 | +37.1% | 96.5% | 43.5% |

tripla Bookの補足説明(計画対比)

上期計画対比 ▲5.3%
 固定収益は概ね計画どおりで着地。

- ・ 固定収益 +2百万円 +1.1%
 (計画201百万円→実績203百万円)
- ・ 従量収益 ▲44百万円 ▲7.5%
 (計画595百万円→実績550百万円)
 決済開発の遅れによる (開発完了済)

| | 24/10 2Q 実績 | 25/10 2Q 実績 | 25/10 2Q 計画 |
|-----|-------------------|-------------------|-------------------|
| 進捗率 | 44.3% (※1) | 43.5% (※2) | 45.0% (※2) |

2025年10月期2Q 結果 (単体・営業利益)

● 営業利益：228百万円、YoY+157.7%

営業利益(単体)

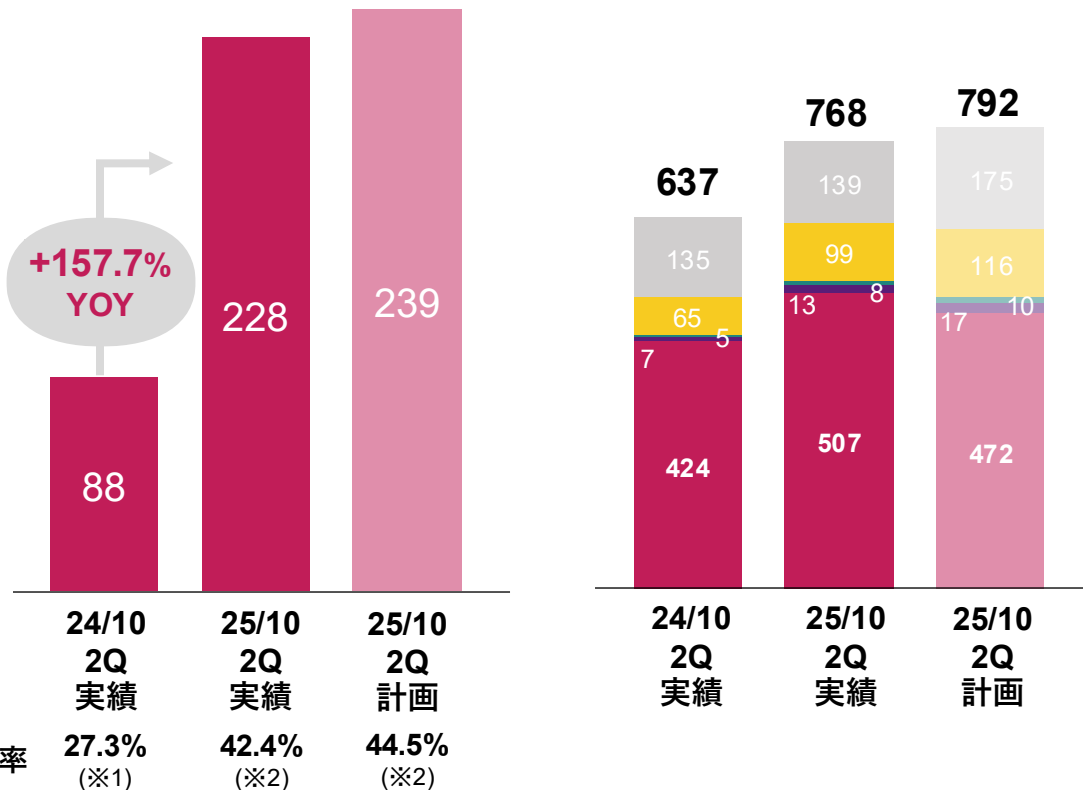
(百万円)

営業費用(単体)

(百万円)

営業費用内訳

- 人件費
- 採用費
- 広告宣伝費
- 通信費
- その他



| 営業費用内訳 | 実績 25/10 2Q | 計画 25/10 2Q | 計画比 |
|--------|-------------|-------------|--------|
| 人件費 ※3 | 507 | 472 | +6.9% |
| 採用費 | 13 | 17 | ▲30.8% |
| 広告宣伝費 | 8 | 10 | ▲25.0% |
| 通信費 | 99 | 116 | ▲17.2% |
| その他 | 139 | 175 | ▲25.9% |
| 合計 | 768 | 792 | ▲3.1% |

※1: 2024年10月期通期実績324百万円に対する進捗率

※2: 2025年10月期通期計画538百万円に対する進捗率

※3: 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。

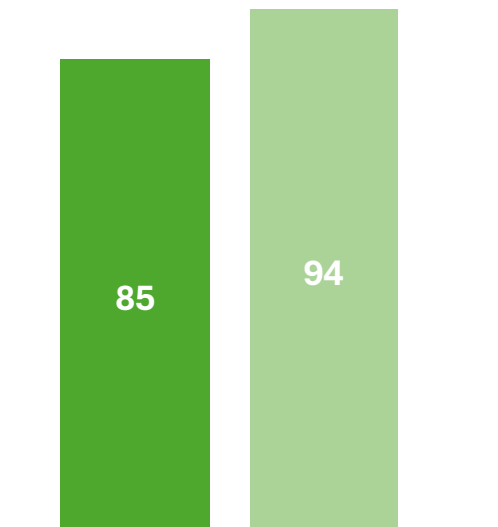
2025年10月期2Q 結果 (BookandLink)

● 2Q営業収益85百万円、営業利益19百万円。

2024年10月期2QよりP/L連結開始

営業収益※1

(百万円)



25/10
2Q
実績

25/10
2Q
計画

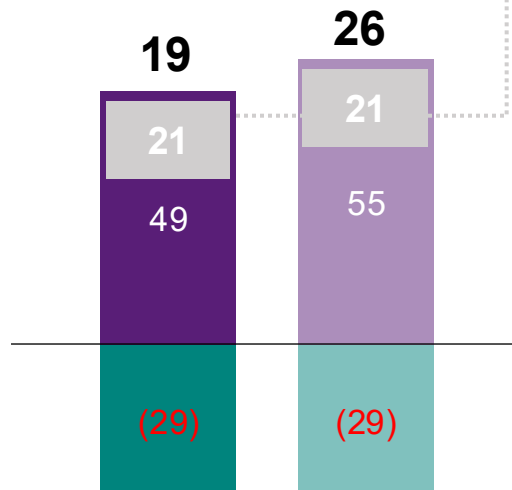
進捗率

43.3%
(※2)

47.7%
(※2)

営業利益※1

■ 営業利益(のれん控除前)
■ のれん償却額



25/10
2Q
実績

25/10
2Q
計画

進捗率

51.9%
(※3)

69.1%
(※3)

日本法人からの開発委託費の精算等
(1Qで発生)

営業収益

2Q実績 85百万円 上期進捗率 43.3%
上期計画達成率 90.9%

2Q末施設数: 3,407施設
(2024年10月末: 3,306施設 +101施設)

営業利益(のれん控除後)

2Q実績 19百万円 上期進捗率 51.9%
上期計画達成率 88.2%

・ 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2Q 結果 (Surehigh)

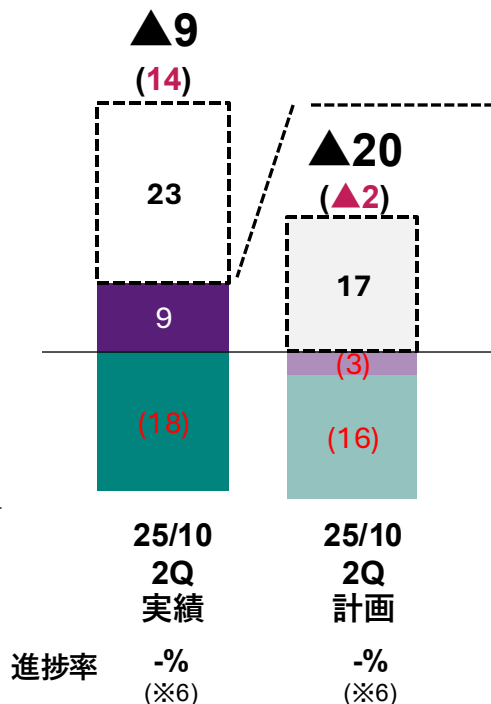
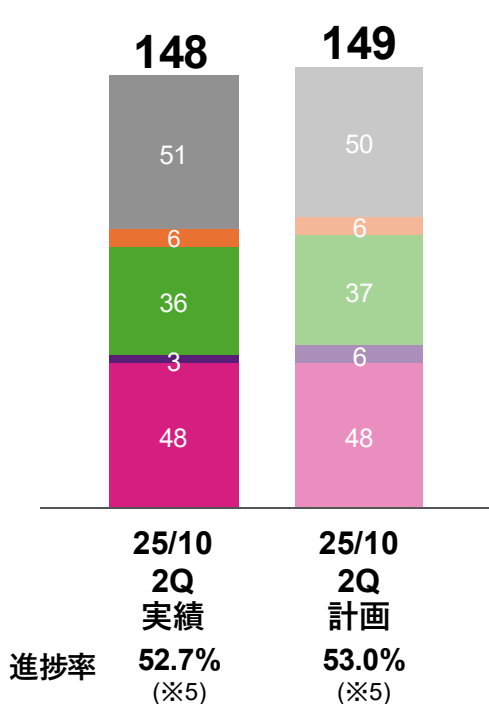
● 2Q経常利益(のれん控除後)は14百万円。 上期計画▲2百万円を大きく超過。

2024年10月期3QよりP/L連結開始

営業収益※1

営業利益※1,2

(百万円)



2Q経常利益 14.4百万円/営業利益 ▲9.2百万円
 ↳ 営業利益(のれん控除前) 8.7百万円
 ↳ のれん償却額 ▲18.0百万円
 ↳ 営業外収益23.6百万円(政府補助金等)

営業収益

2Q末施設数: 1,437施設 ※4
 (2024年10月末: 1,450施設 ▲13施設)

1Q発生 of SI収益49百万円により営業収益の進捗率良好。

- SI※3
- ウェブサイトビルダー
- チャネルマネージャー
- チャットボット
- 予約エンジン

- 営業利益(のれん控除前)
- のれん償却額

※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2Q 業績概要 (連結)

- 営業収益：YoY+61.7%、進捗率44.4%
- 営業利益：YoY+335.2%、進捗率45.2%
- 親会社株主に帰属する当期純利益：YoY+782.2%、進捗率57.6%、前期1年分の利益を上半期で超過

| | 2024年10月期 2Q 実績 | 2024年10月期 通期 実績 | 2025年10月期 2Q 実績 | 2025年10月期 通期 計画 | 2025年10月期 2Q YoY | 2025年10月期 進捗率 対通期計画 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|---------------------------|
| 営業収益 ※1 | 760,807 | 1,867,358 | 1,230,273 | 2,770,182 | +61.7% | 44.4% |
| tripla単体 | 726,493 | 1,639,787 | 996,151 | 2,291,146 | +37.1% | 43.5% |
| BookandLink ※2 | 34,314 | 116,060 | 85,604 | 197,475 | +149.5% | 43.3% |
| Surehigh ※3 | - | 120,672 | 148,517 | 281,559 | - | 52.7% |
| 営業収益成長率 | +40.9% | +58.8% | +61.7% | +48.3% | - | - |
| 営業費用 (のれん償却額※4を含む) | 705,906 | 1,598,860 | 991,332 | 2,241,546 | +40.4% | - |
| 営業利益 | 54,900 | 268,497 | 238,940 | 528,635 | +335.2% | 45.2% |
| 営業利益率 | 7.2% | 14.4% | 19.4% | 19.1% | - | - |
| 経常利益 | 43,822 | 244,591 | 269,870 | 528,202 | +515.8% | 51.1% |
| 当期純利益 | 28,313 | 217,574 | 234,628 | 405,690 | +728.7% | 57.8% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 26,330 | 209,389 | < 232,272 | 403,091 | +782.2% | 57.6% |

※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計

※2 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。

※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。

※4: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2Q 業績概要 (単体)

- 営業収益：YoY+37.1%、進捗率43.5%
- 営業利益：YoY+157.7%、進捗率42.4%

(千円)

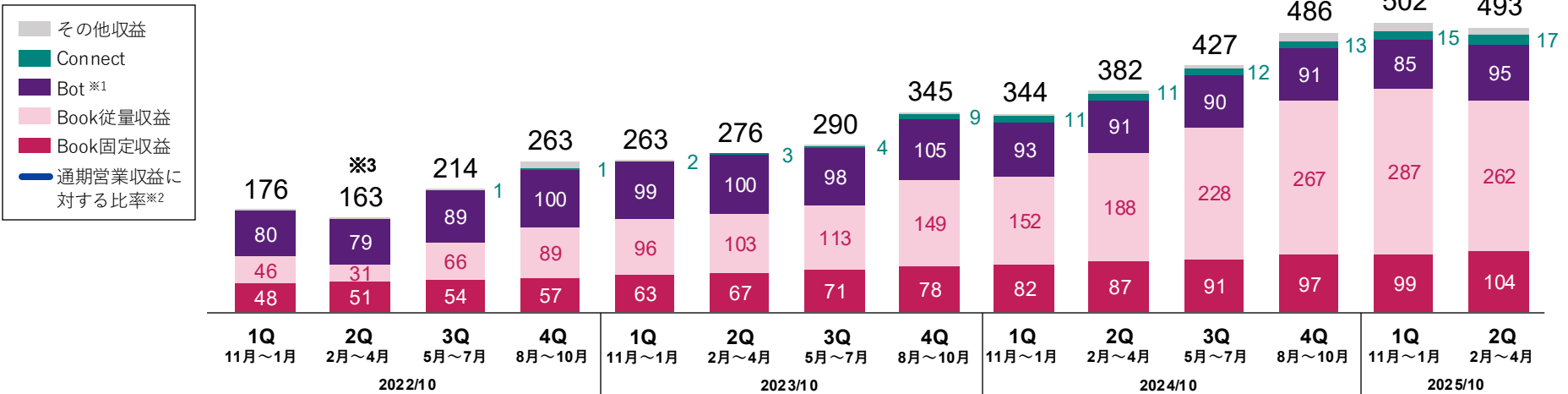
| | 2024年10月期 2Q 実績 | 2024年10月期 通期 実績 | 2025年10月期 2Q 実績 | 2025年10月期 通期 計画 | 2025年10月期 2Q YoY | 2025年10月期 進捗率 対通期計画 |
|-------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|---------------------------|
| 営業収益 | 726,493 | 1,639,787 | 996,151 | 2,291,146 | +37.1% | 43.5% |
| tripla Book | 510,985 | 1,195,996 | 754,025 | 1,794,063 | +47.6% | 42.0% |
| tripla Bot | 184,543 | 366,505 | 181,116 | 360,091 | ▲1.9% | 50.3% |
| tripla Connect | 22,177 | 48,551 | 32,962 | 72,077 | +48.6% | 45.7% |
| その他 | 8,786 | 28,734 | 28,046 | 64,914 | +219.2% | 43.2% |
| 営業収益成長率 | +34.6% | +39.4% | +37.1% | +40.0% | - | - |
| 解約率_tripla Book ^{※1} | 0.5% | 0.4% | 0.3% | 0.3% | - | 0.3% |
| 解約率_tripla Bot ^{※1} | 0.8% | 0.7% | 1.1% | 0.4% | - | 1.1% |
| 営業費用 | 637,972 | 1,315,360 | 768,016 | 1,753,146 | +20.4% | - |
| 営業利益 | 88,521 | 324,426 | 228,134 | 537,815 | +157.7% | 42.4% |
| 営業利益率 | 12.2% | 19.8% | 22.9% | 23.5% | - | - |
| 経常利益 | 75,701 | 284,453 | 224,046 | 510,873 | +196.0% | 43.9% |
| 当期純利益 | 60,389 | 264,228 | 195,896 | 408,202 | +224.4% | 40.2% |

四半期ごとの営業収益の偏重 (単体)

- Book固定収益、Bot収益はQoQ大きく増加。
- Book従量収益は決済開発の遅れでQoQ微減(開発完了済)。YoY+61.5%。前期4Qと同程度の水準は達成。2025年10月期も4Q偏重の傾向。

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。 ※1

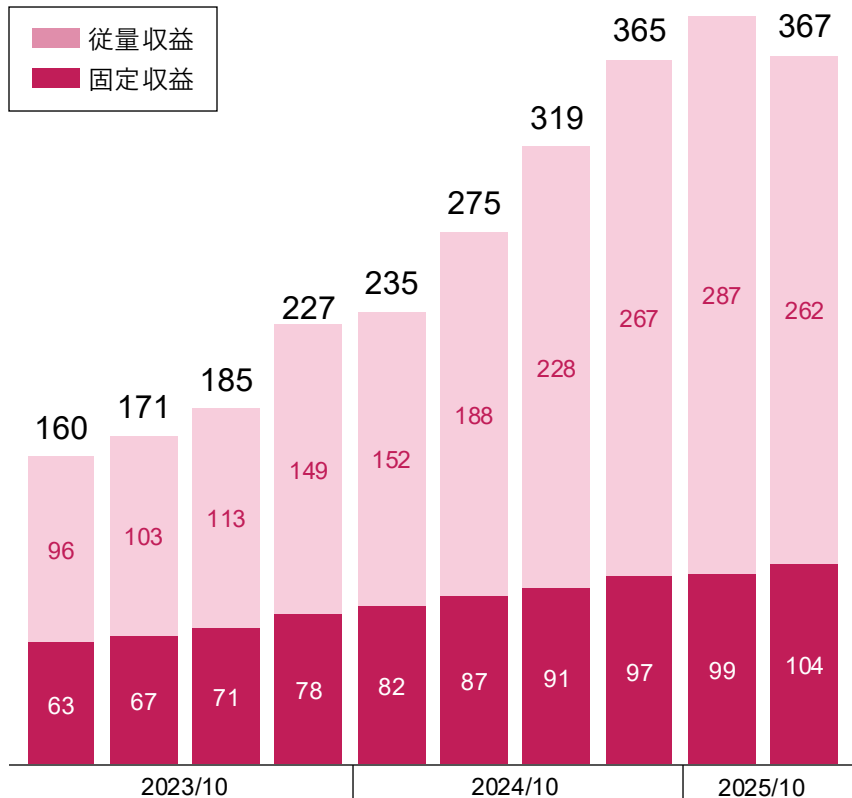
※1: tripla Botは固定収益のみのプランと、固定収益と変動的な収益によって構成されるプランの双方があり季節性があるものの、固定収益のプランに移行を進めておりプラン移行によって内訳が変更される。
 ※2: 2022年10月期は通期の営業収益817百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2023年10月期は通期の営業収益1,176百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2024年10月期は通期の営業収益(単体P/L)1,639百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率、2025年10月期は通期の営業収益の計画2,291百万円に対する四半期ごとの営業収益の比率。
 ※3: 2022年10月期2QはCOVID-19禍オミクロン株のまん延により旅行需要が減退し、営業収益が悪化。

営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Book)

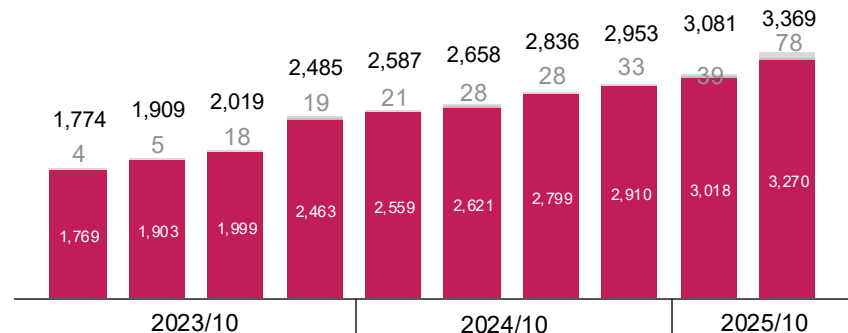
- 導入施設数は+288施設増加し3,369施設。
- 従量収益は決済開発の遅れにより微減(開発完了済)。

Book営業収益 ※1

(百万円)

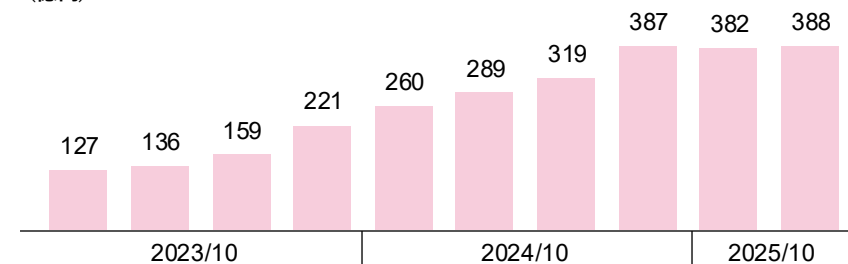


導入施設数 ※2



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。

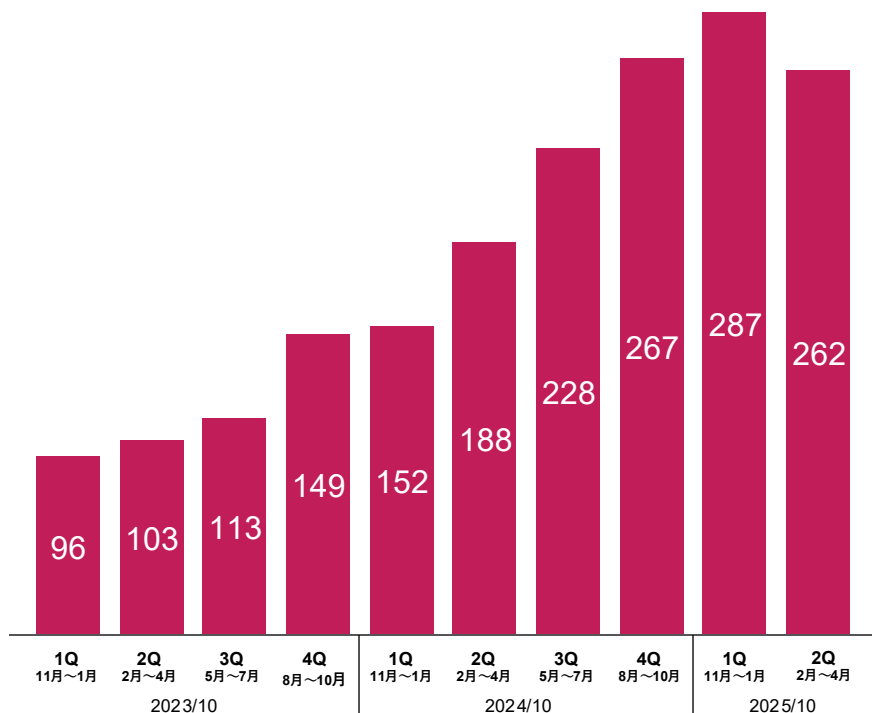
※2: 2025年10月期2Q末の内訳としては日本3,270施設、台湾分78施設、韓国支店等21施設。台湾分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾の施設から得られるものは含まれない。

Book従量収益の季節性について

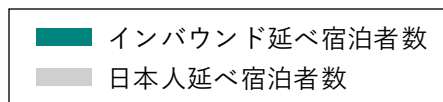
- 市場の宿泊者数はQoQで微減
- 引き続き4Q偏重での推移想定

当社の従量収益

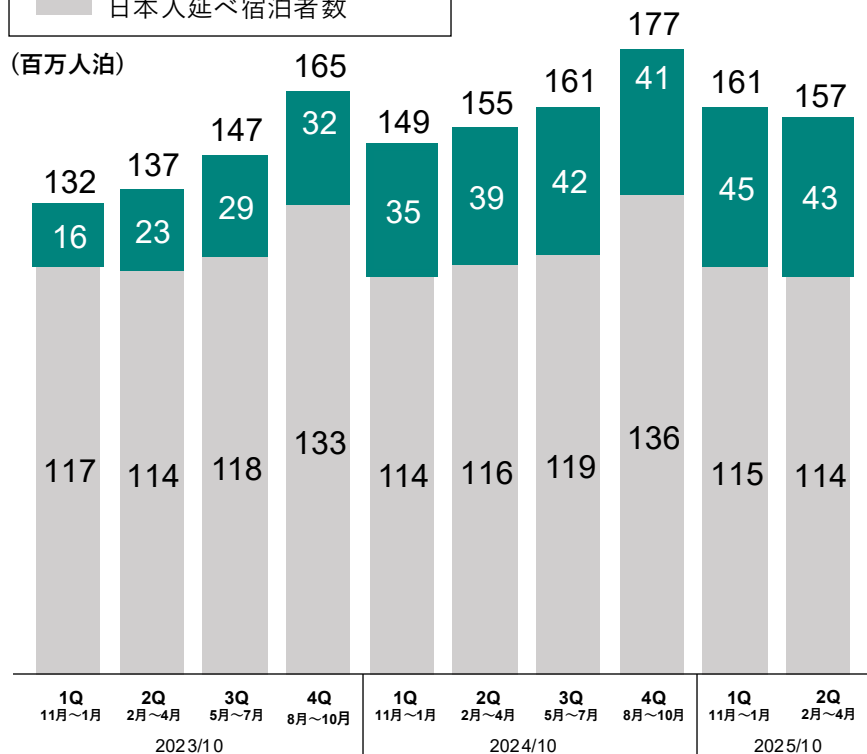
(百万円)



宿泊者数(市場全体・観光庁統計より ※1)



(百万人泊)



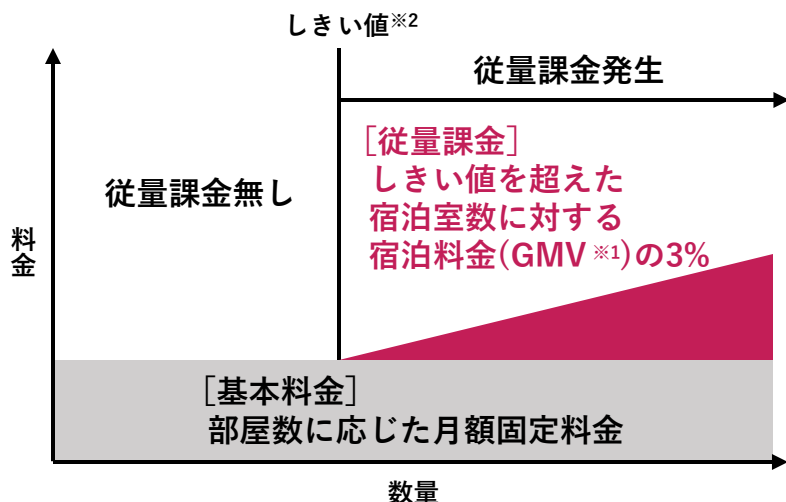
※1: 観光庁統計については、直近データは1次速報値を用いており、その後、確定値へと変更しているため、過去の決算説明資料の記載の数値から変更有。

Book従量収益の収益構造とtake rate

- 決済開発の遅れによりtake rate微減も、前期4Qと同程度の水準を維持(開発完了済)。
- 決済開発を継続しtake rate改善を計画。

tripla Bookの収益構造

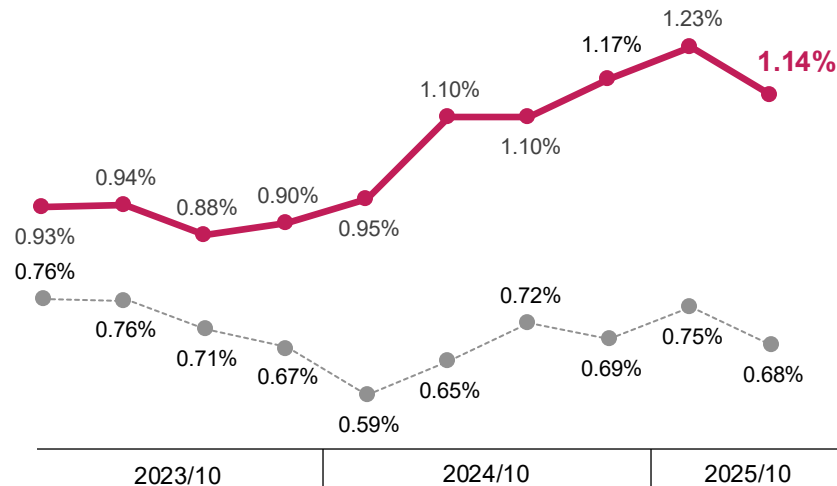
宿泊従量課金



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 ※3)

- - - GMVに対するtake rate(ご参考)
= (宿泊従量課金による収益+決済従量課金による収益) ÷ GMV

※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: 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。

triplaは下期偏重型の収益モデルである理由

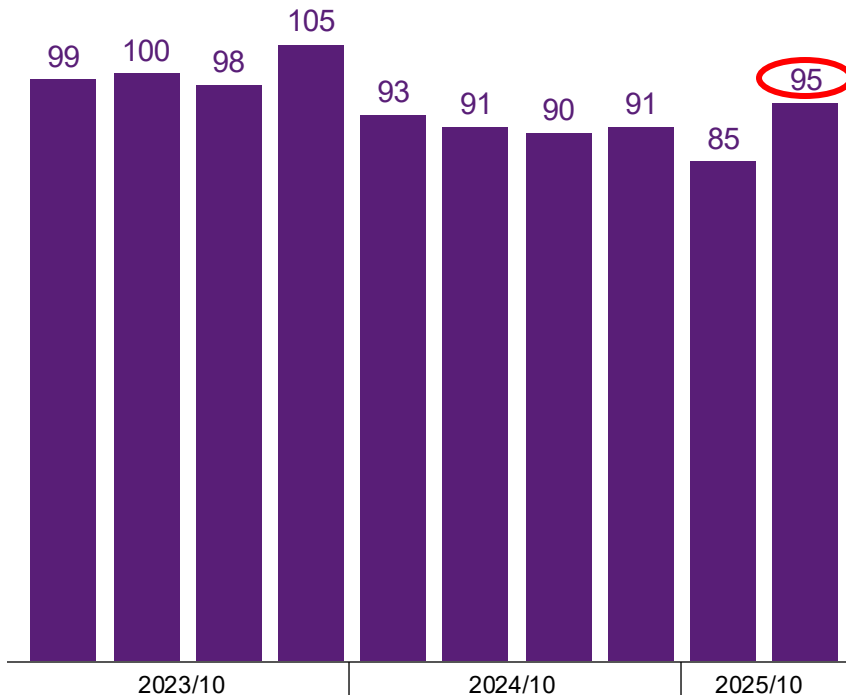
- 1** 固定収益は、サブスクリプションモデルであるため、
施設数の積み上げにより増加
1Q < 2Q < 3Q < 4Q という傾向
- 2** 従量収益は、季節性の影響により、
8月を含む第4四半期に増加する傾向
「Book従量収益の季節性について」ご参考

営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Bot)

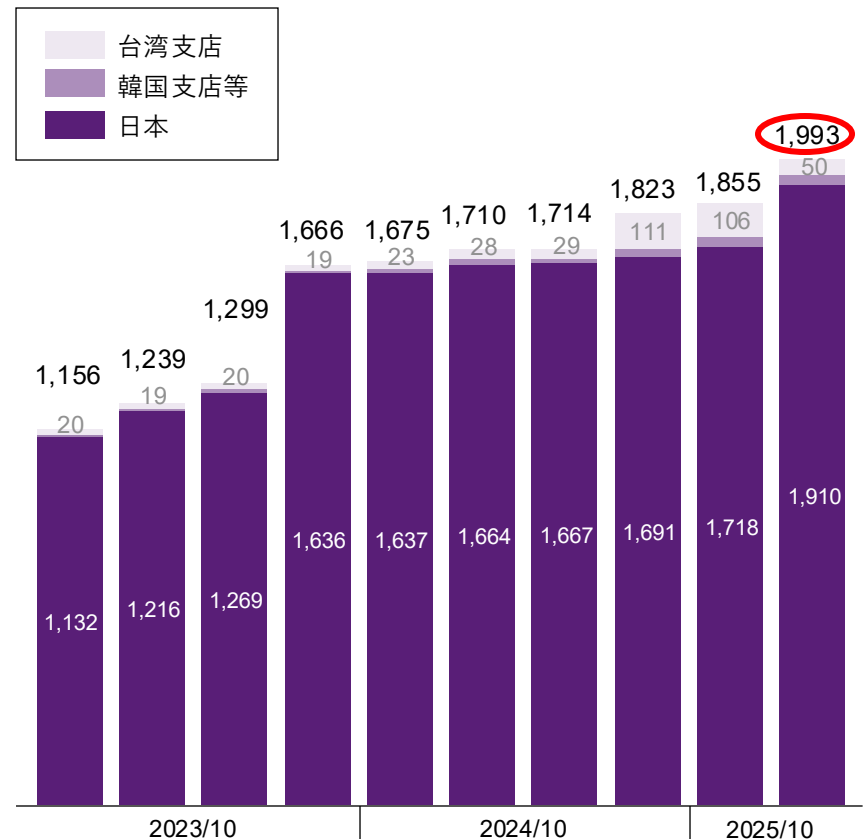
大口顧客の導入により+138施設増。1Q から+10百万円と大きく増収

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2Q末の内訳としては日本1,910施設、台湾50施設、韓国支店等33施設。

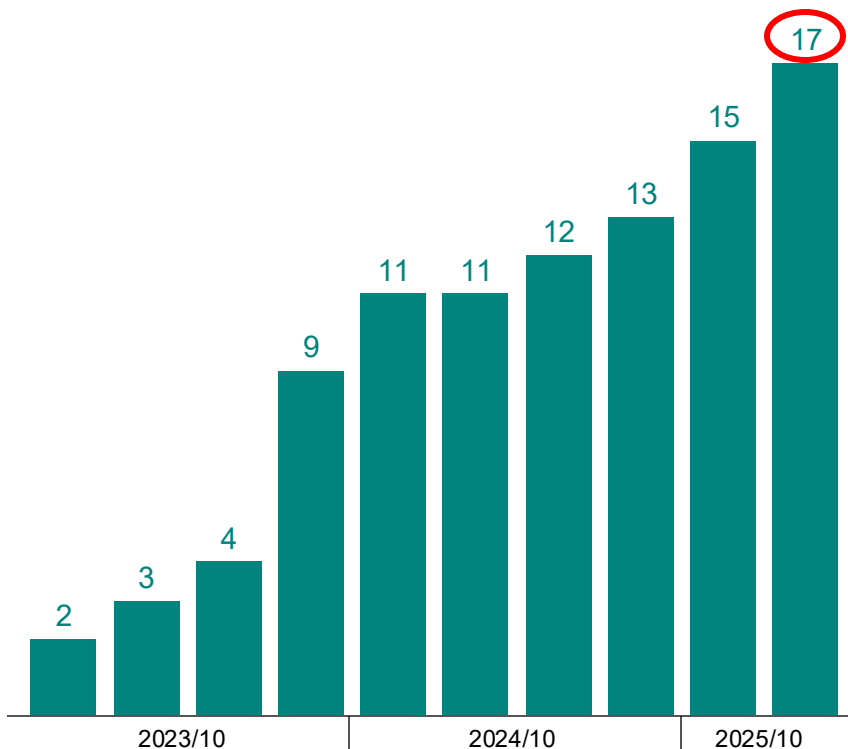
台湾分は2024年9月1日付でSurehigh社に事業譲渡済であるため、単体P/Lの営業収益には台湾の施設から得られるものは含まれない。

営業収益 - セグメント別 (単体・tripla Connect)

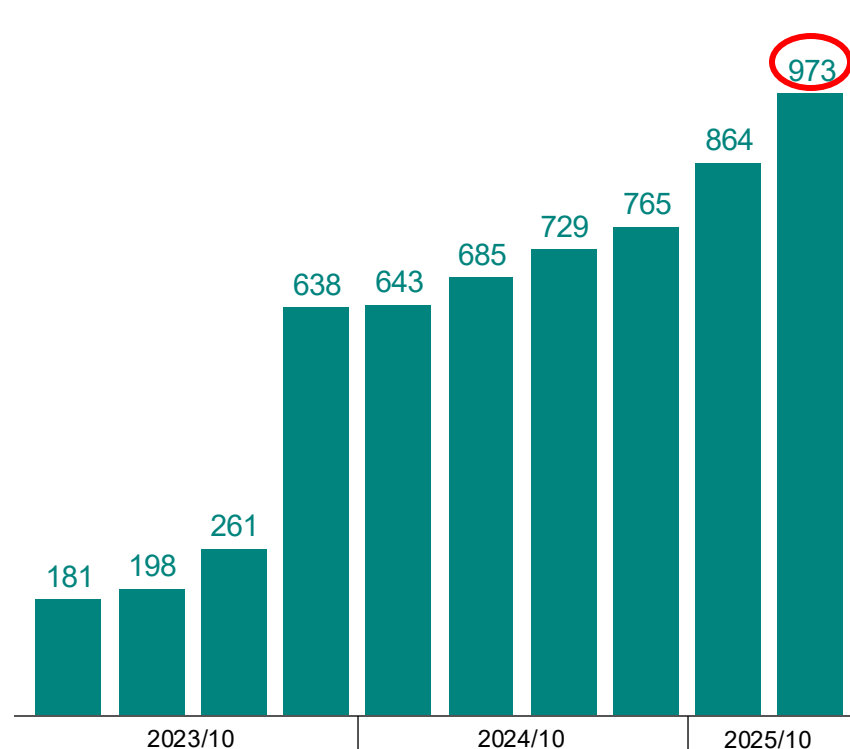
tripla Bookとあわせたクロスセルが進展し、施設数は堅調に増加。
QoQ+109施設純増。5月には1,072施設導入済。

Connect営業収益 ※1

(百万円)



導入施設数 ※1

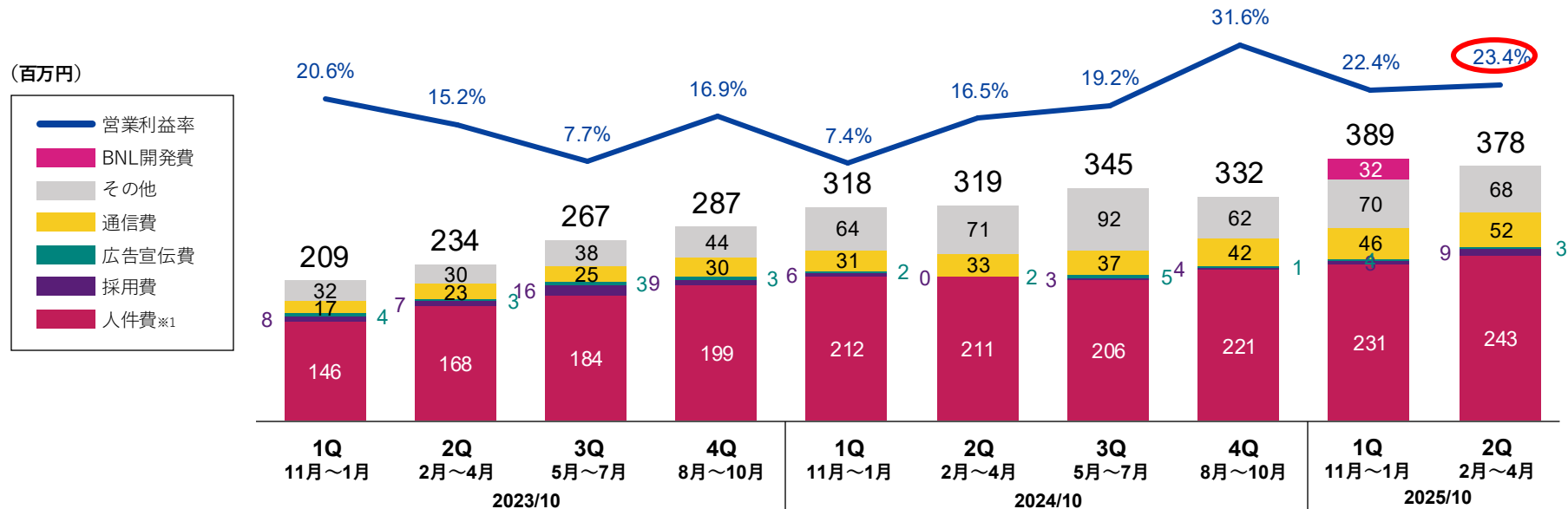


※1: tripla Connectは現時点では日本のみで導入済。

© 2025 tripla Co.,Ltd

四半期ごとの営業費用の推移 (単体)

● 営業利益率は季節偏重の4Qを除き、過去最高24.0%



| | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 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 (44人) | 89人 (42人) | 91人 (43人) | 92人 (43人) | 90人 (40人) | 97人 (44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) |

- 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。
- 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：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2Q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 8億6,500万円

ホームページ <https://tripla.io>

設立日 2015年4月15日

従業員数 単体：97名
連結：173名 ※2025年4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カ国

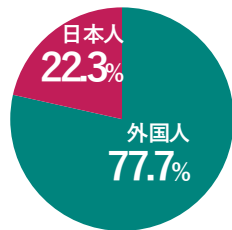
● 導入施設数 ※2
8,631

● サービス数
11サービス

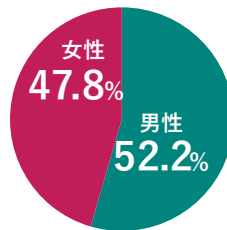
triplaの人材

● 従業員数 **173**名※1 ● 国籍数 **14**カ国※1 ● 平均年齢 **35.5**歳

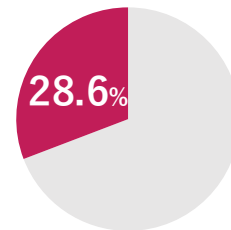
● 外国人比率※1



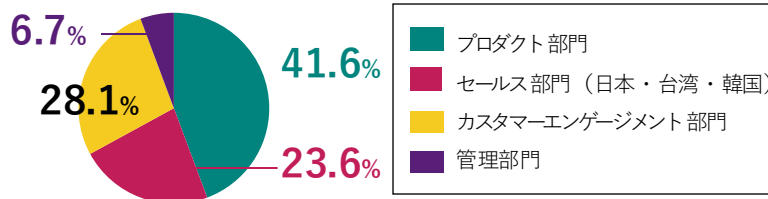
● 男女比率



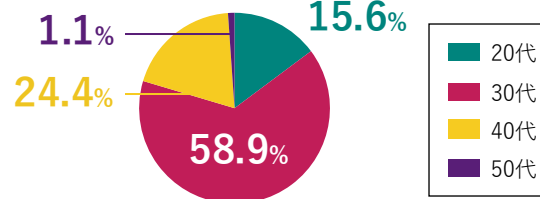
● 女性管理職の割合



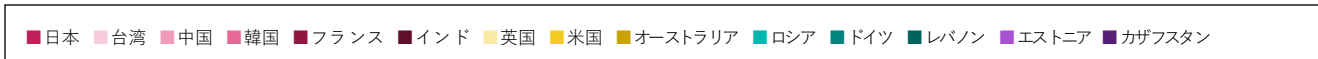
● 職業別割合



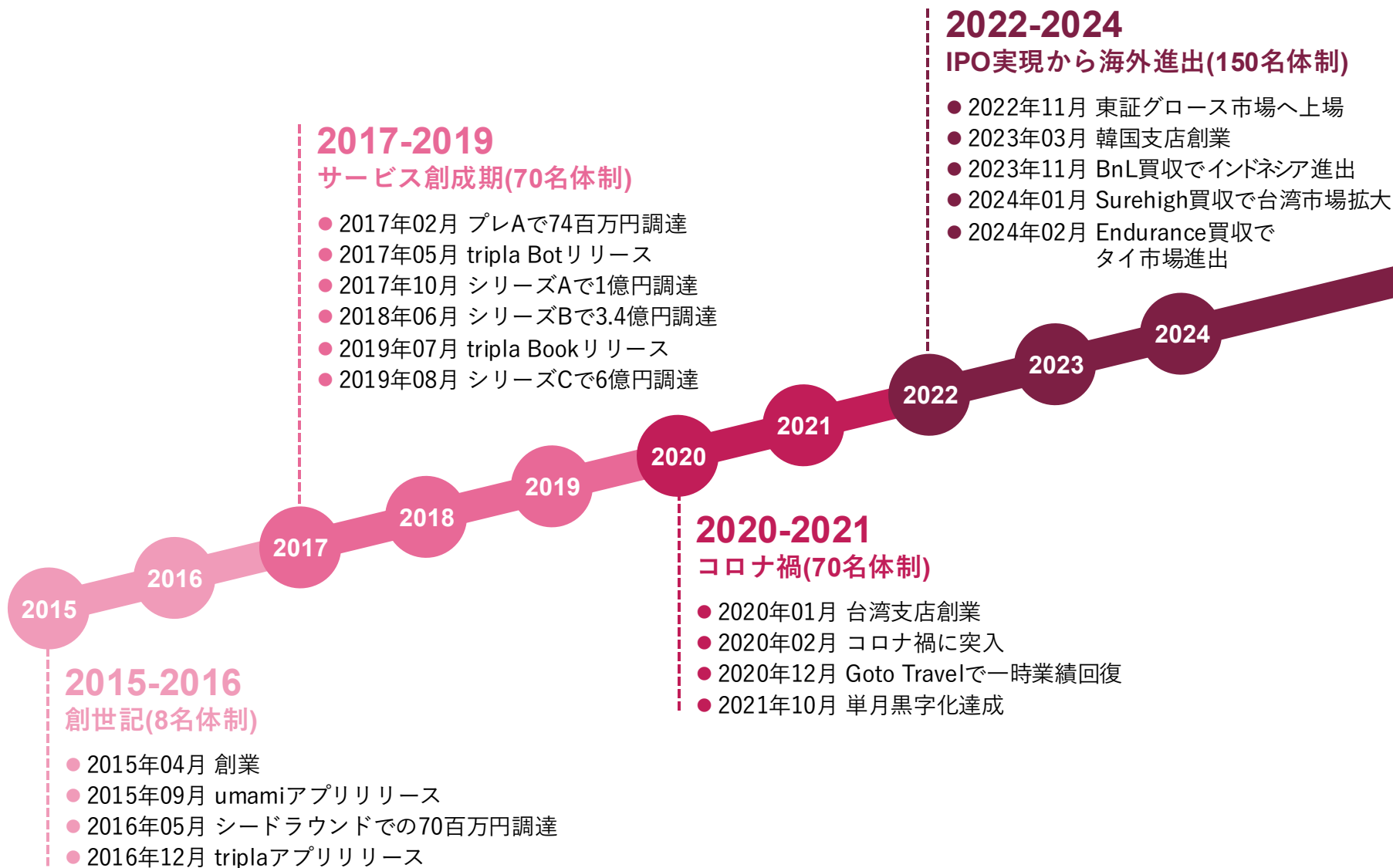
● 年代別社員割合



● 国籍別社員数



※1,2: 子会社を含む。



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兼CTO

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 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2Qの決算概要

会社概要

✦ **ビジネス概要**

Appendix

コンベンションへの参加

2/4~2/7:国際ホテル・レストラン・ショー への出展



3/12:フィリピンにて宿泊業界向けのカンファレンス開催



中計でも掲げる地域社会の発展のためDMOとの協業や、大型チェーンホテルへのtripla Bot導入がされました。

宿泊予約システム「tripla Book」でエリア予約が可能に！持続可能な集客で地域活性化を支援！
～観光サイトで宿泊施設の直販が実現！顧客データを利用したマーケティング活動が可能に～

宿泊施設向け IT ソリューションを展開する tripla 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役 CEO 高橋 和久、代表取締役 CTO 鳥生 格、以下「トリプラ」）が自社で開発・提供する、宿泊予約システム「tripla Book」にて、地域ごとの予約や集客を可能にする新機能の提供を開始しました。

これにより、地方自治体がエリアごとに運用する観光サイトに「tripla Book」を連携することで、宿泊施設の予約や決済ができるようになります。これまで旅行代理店などに流れていた宿泊予約を観光サイトが担うことで、予約手数料を地域発展のために活用できるほか、顧客情報やデータの取得が可能になり、エリアでの会員化や効果的なマーケティング活動が実施できます。



宿泊予約機能が搭載された福島の観光 Web メディア イメージ

■開発背景・目的

各地域の魅力や周辺の宿泊施設を紹介している観光サイトの中には、直接予約ができず、宿泊予約の際にはオンライン旅行代理店などに移行が必要と利便性に欠ける状況が多く見られました。また、サイト運営側にとっても、宿泊者数などの数値や顧客情報を認識できず、データを活用したマーケティング活動ができないことが課題となっていました。

8 言語対応の AI チャットボットでインバウンド需要の取り込み強化！
マイステイズ・ホテル・グループ 150 施設に「tripla Bot」の提供開始！

宿泊施設向け IT ソリューションを展開する tripla 株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役 CEO 高橋 和久、代表取締役 CPO 兼 CTO 鳥生 格、以下「トリプラ」）が自社で開発・提供する AI チャットボットサービス「tripla Bot」が、株式会社マイステイズ・ホテル・マネジメント（本社：東京都港区、代表取締役会長 山本 俊祐、代表取締役社長 代田 量一、以下「マイステイズ」）が運営するホテル 150 施設に導入を開始したことをお知らせします。

これにより、多言語で予約や問い合わせへの対応が行えることで、急激なインバウンド需要の高まりに伴う人材不足を補い、訪日外国人宿泊客の利便性向上が期待できます。



■導入背景・目的

マイステイズは、ホテルマイステイズをはじめとし、亀の井ホテルやアートホテルなど、宿泊特化型ホテル、フルサービスホテル、リゾートホテル、旅館からコミュニティホテルに至るまで幅広い業態の施設を日本各地で 170 以上展開しています。

従来、顧客の問い合わせには、自社のオペレーターが対応していましたが、昨今の急激な訪日観光客数の増加に伴い、更なるインバウンド需要の取り込みを図る中で、幅広い言語に対応する人材の確保は難しくなっていました。そこで、標準で 8 言語（英語、簡体字中国語、繁体字中国語、日本語、韓国語、タイ語、インドネシア語、アラビア語）に対応する「tripla Bot」を、オペレーターと併用して利用することで、業務をより効率化し、インバウンドを含む顧客への手厚いサポートの実現を目指したいと考えられました。

マイステイズでは、2021 年 5 月より、トリプラの予約システム「tripla Book」を利用されており、グローバルに展開するトリプラならではの迅速なインバウンド対応も実感いただき、この度の導入に繋がりました。

またこの導入により、チャットボットの吹き出しを利用した販売価格の比較表示や、SNS 連携による予約の簡便化など、予約システムと連携した更なる自社予約比率の増加や、2025 年夏に刷新予定の会員プログラムとの連携による会員組織の強化も期待できます。

トリプラは、今後も更なるサービスの機能拡充を行い、マイステイズの顧客満足度向上と収益最大化に貢献していきます。

インバウンドの好景気の裏で問題となっている不正トラベルに関する実情や地域社会の発展を目指した観光業のDX化の取り組みも特集されました。

東洋経済新報社

「不正トラベル」がインバウンド宿泊の裏に潜む

旅行システム会社「tripla」幹部が明かす被害実態

星出 遼平：東洋経済 記者

2025/02/09 5:30

+ 著者フォロー ブックマーク 印刷 A+ 拡大



写真はイメージです。本文とは関係ありません（撮影：今井康一）

2024年の訪日外国人の数は3686万人と、2019年を上回り過去最高を記録した。人気観光地のホテルでは客室単価が急上昇している。一方、インバウンド需要の裏で宿泊業界では、ある詐欺行為の被害が増えている。それは「不正トラベル」だ。

(出典：<https://toyokeizai.net/articles/-/855480>)

ASAHI INTERACTIVE



IT専任担当が不在でもできる旅館、観光業のDX--福島市に学ぶウェブ活用

高橋和久 (tripla) 2025-04-02 06:00

シェアする 38 X ポスト B! 0 noteで書く Pocket 1

PR 導入事例、製品情報、調査・レポートなど、ホワイトペーパー多数掲載

地域活性化が叫ばれて久しいが、その軸の一つとなるのがシステム全般のデジタルトランスフォーメーション（DX）だ。福島市の観光地域づくりを推進している法人（DMO）福島市観光コンベンション協会（福島市）も、DXに取り組みながら観光ウェブメディア「[福島市観光ノート](#)」などを展開しているが、その実情はどうなっているのだろうか。本稿では、宿泊施設向けITソリューションを展開するtripla（トリプラ）の代表取締役CEOの高橋和久が、地方都市の観光業におけるDXについて解説する。

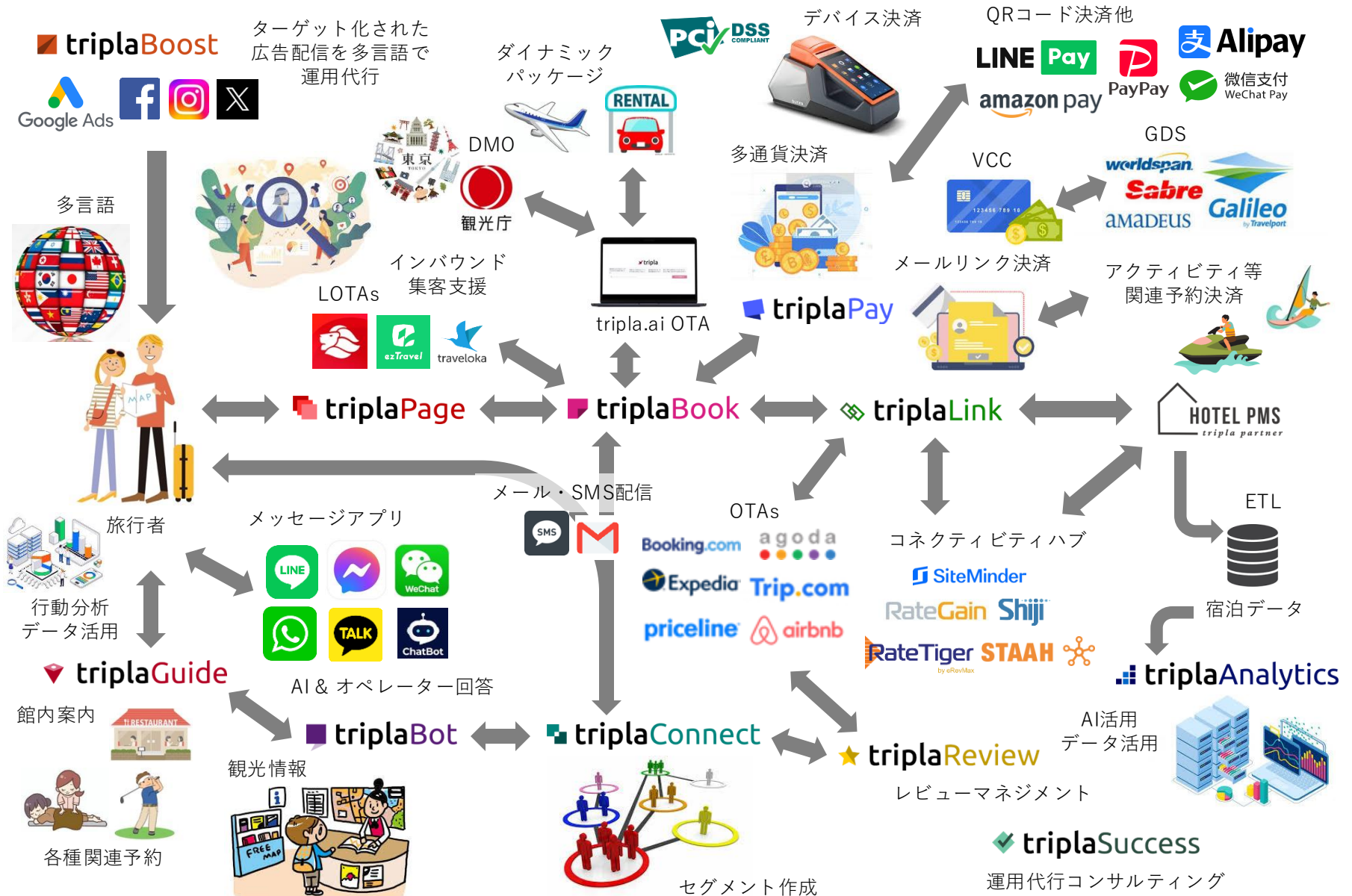
triplaではホテル予約エンジンやAIチャットボットなどを提供しており、企業が抱えるさまざまな課題解決をサポートしている。当社がサポートしている福島市観光コンベンション協会の場合、運営しているメディア福島市観光ノートのアクセス数をアップさせられても、観光スポットや宿泊施設の紹介コンテンツと化し、宿泊予約に関しては、オンライン旅行代理店（OTA）頼みになり、シームレスな予約導線を確保できていなかったことが課題となっていた。

(出典：<https://japan.zdnet.com/article/35230885/>)

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 利益 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 売上 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 売上 貢献すると共に競争力のある決済料率で 利益 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 利益 貢献すると共にメッセージAPP経由の集客を拡大して 売上 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 利益 貢献すると共に宿泊関連予約の拡大で 売上 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 利益 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 売上 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 売上 貢献すると共に料率面で 利益 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 売上 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 利益 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 売上 及び 利益 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 利益 貢献。また、機会損失の削減で 売上 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

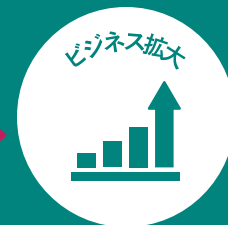
アクション 01-03



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



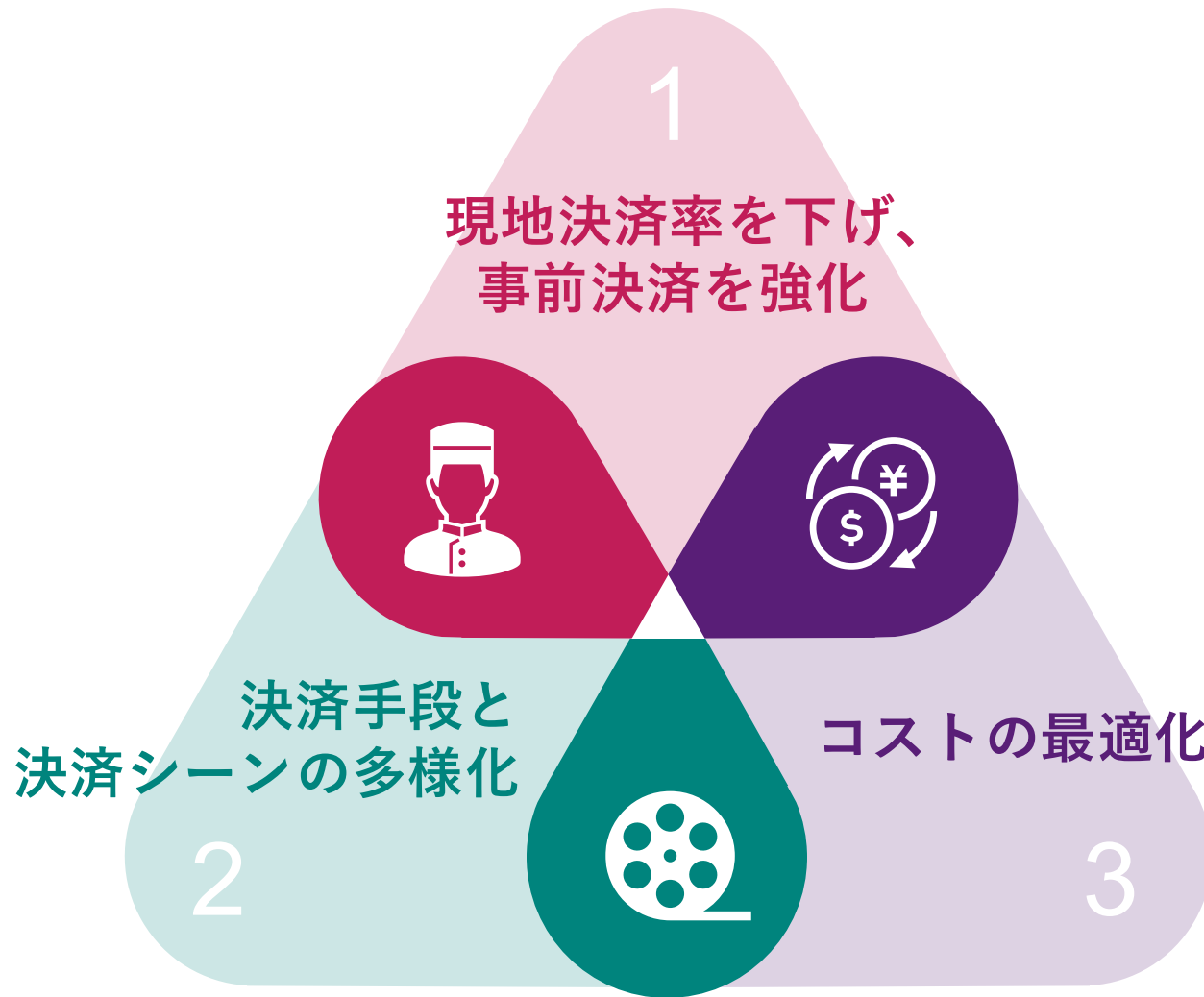
 人材のグローバル化

 08. 各国のローカル人材登用でグローバル化





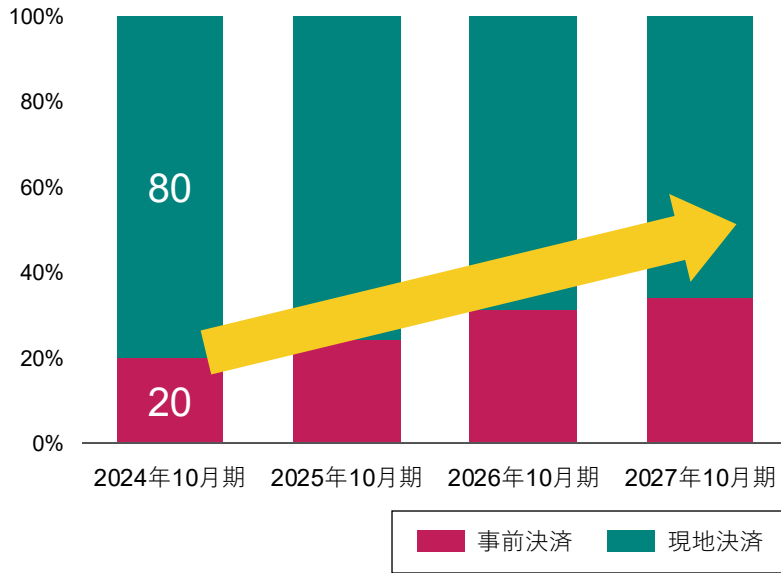
01. 決済ソリューションの強化と多様化





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

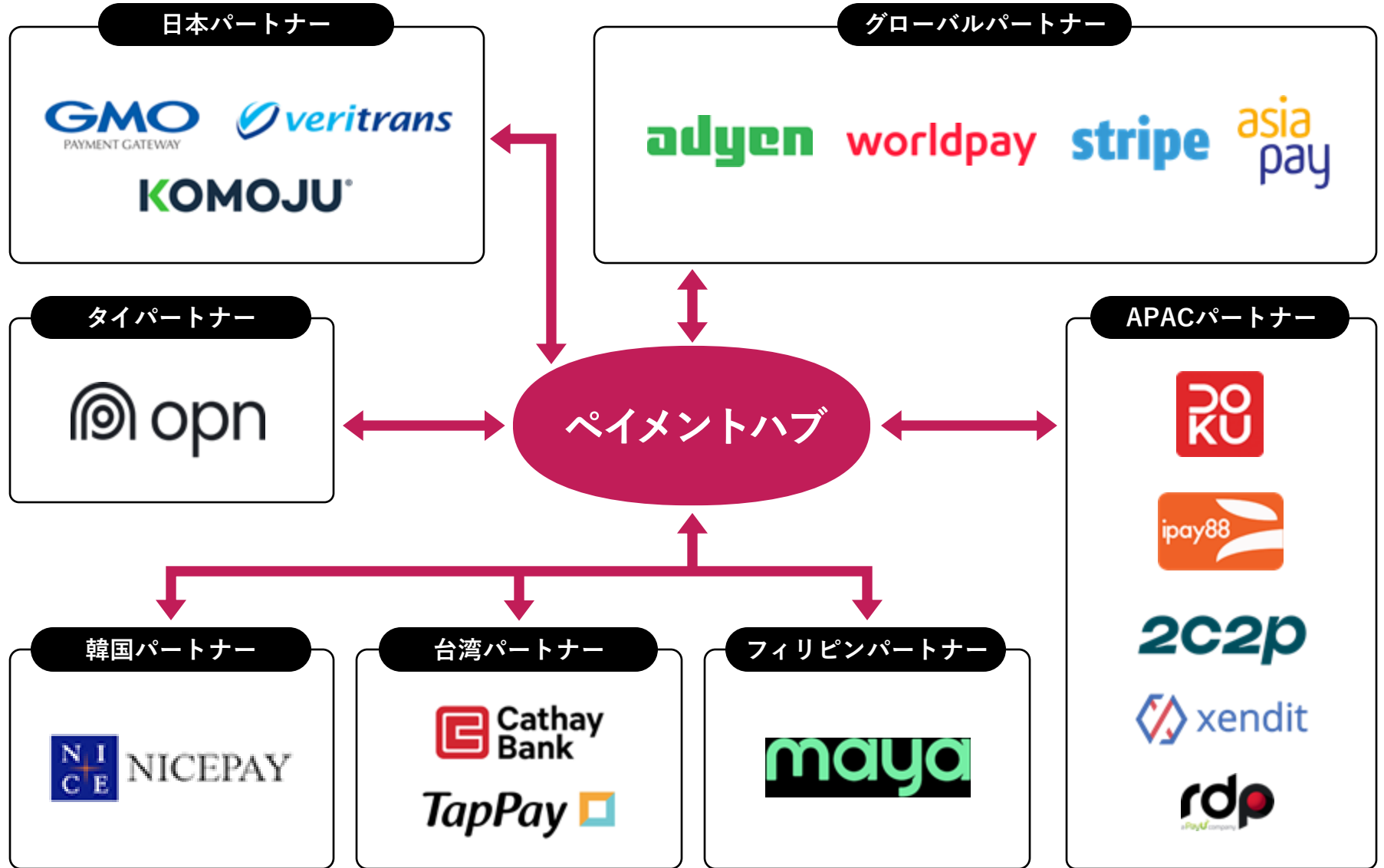
チェックインからチェックアウトまで

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



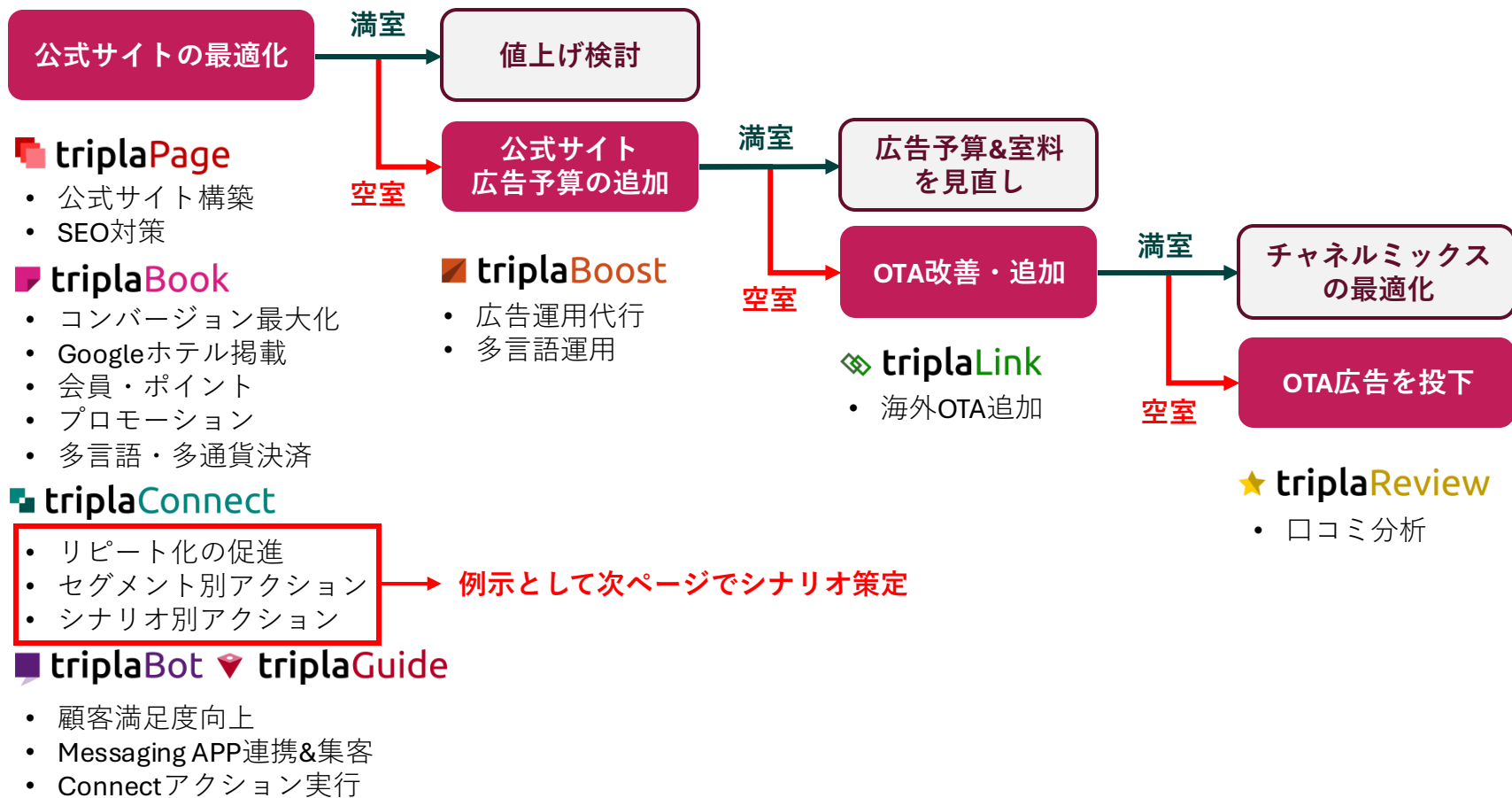
01. コストの最適化を常に実行





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

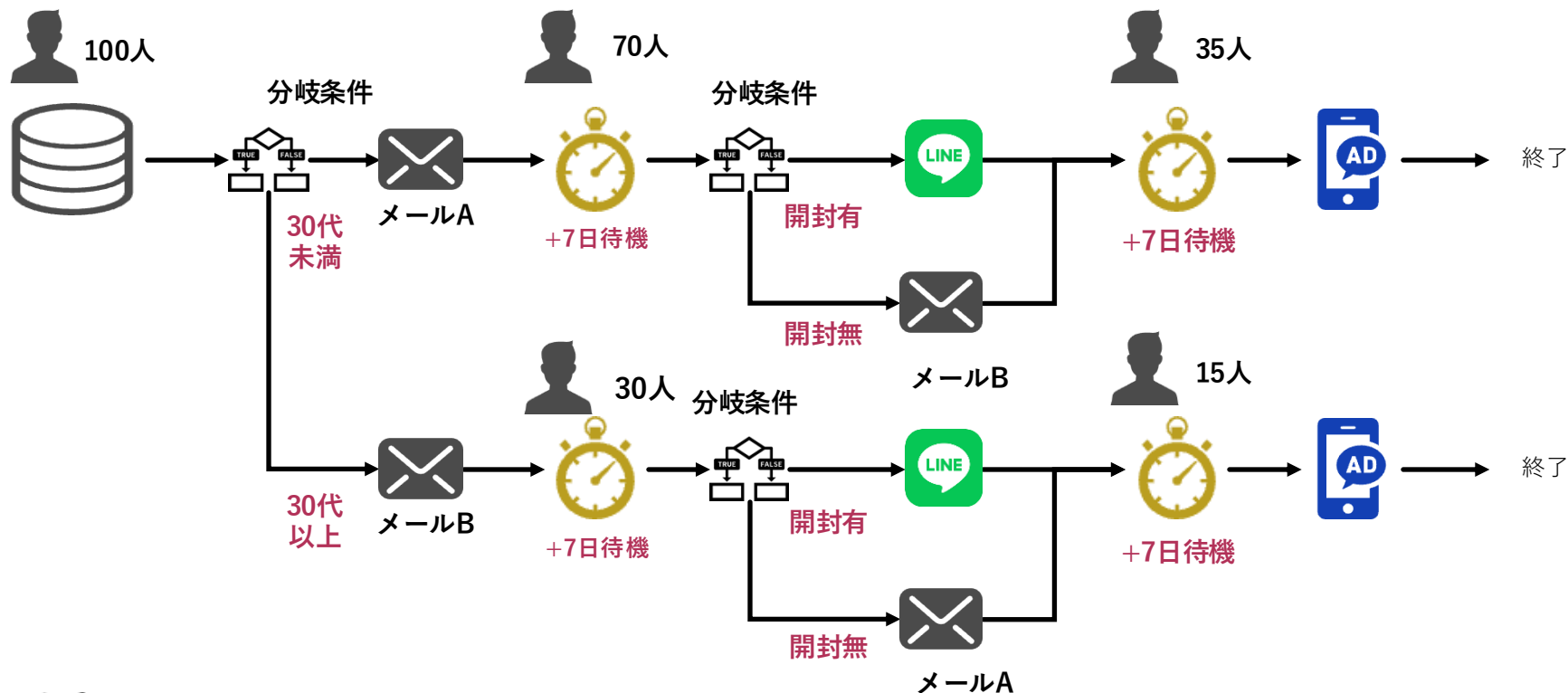
例示的

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

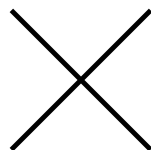


AIを活用することで、
革新的なDXソリューションを提供



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

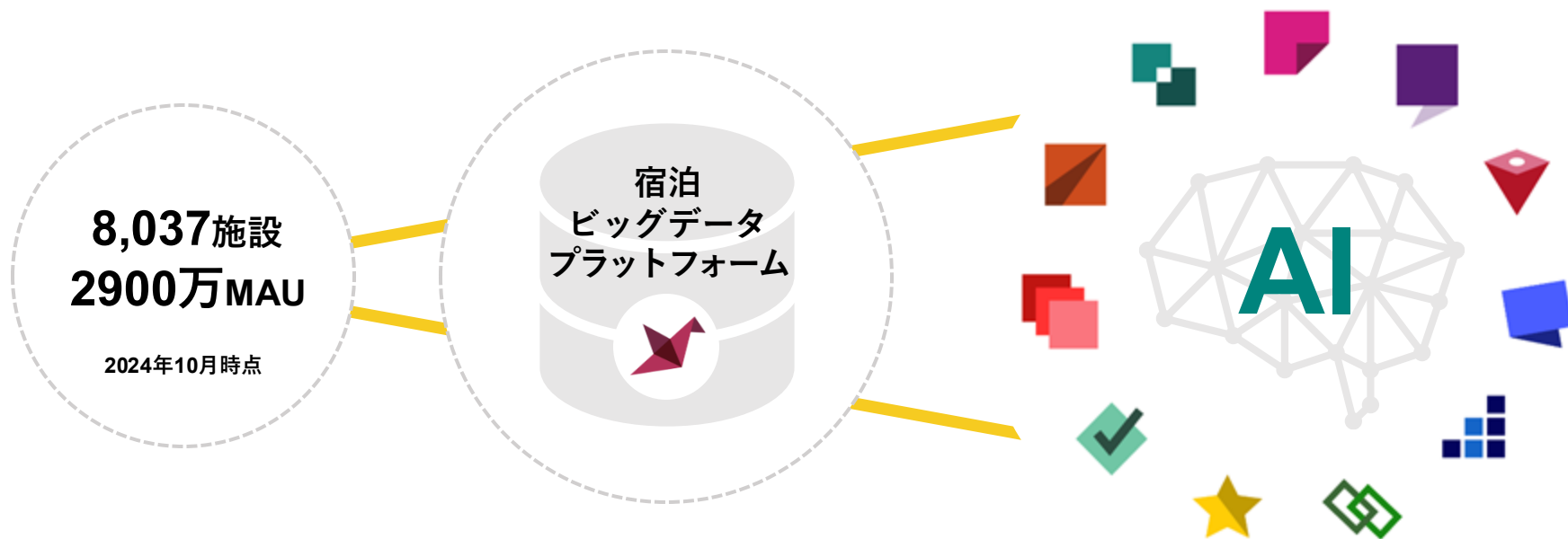


エンジニア採用、
AI基盤の活用促進により
開発力を強化





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 

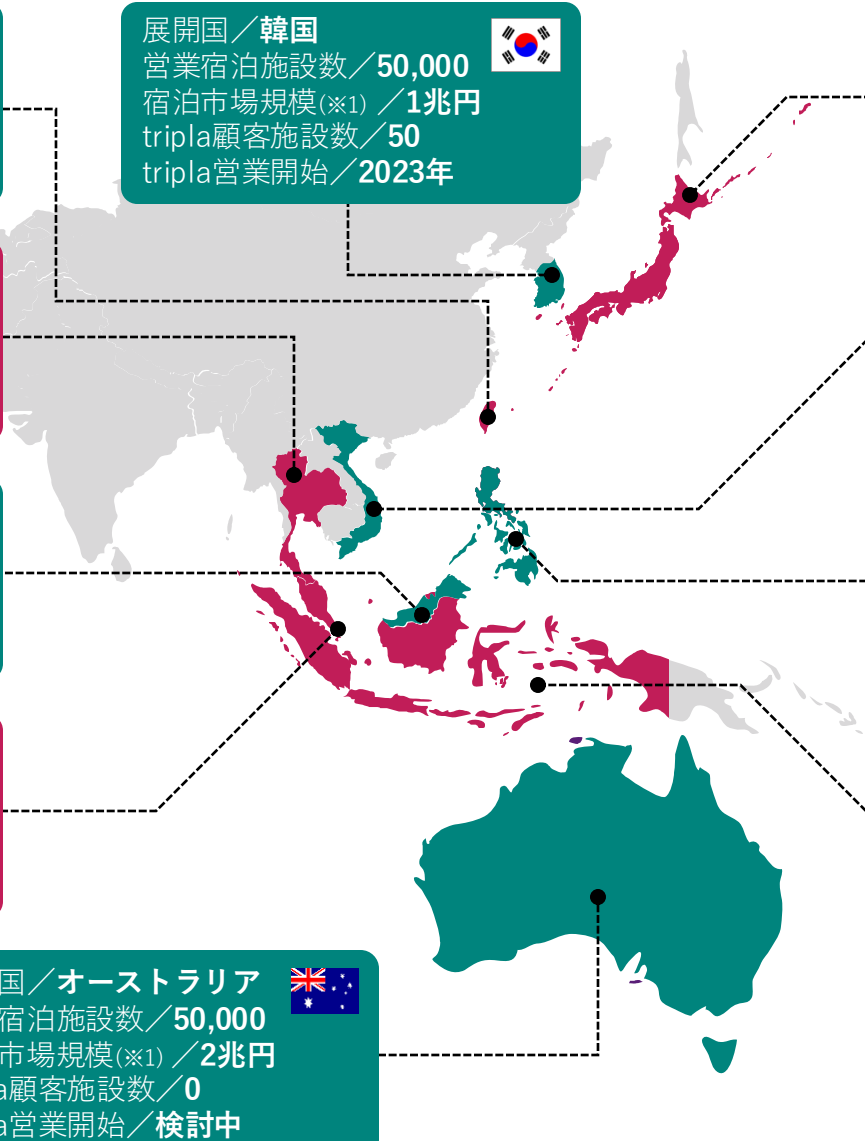
営業宿泊施設数／600
 宿泊市場規模(※1)／4,500億円
 tripla顧客施設数／10
 tripla営業開始／2023年 M&A

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: P58 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"> 責任を持ってビジネスをリードしていける triplaの企業文化を反映させた組織作りが海外でも可能 ビジネスを拡大させる際に手数料やのれん代が不要 小規模からビジネスを展開することができる triplaの拠点として銀行やペイメント会社との口座開設 | <ul style="list-style-type: none"> 責任ある人材を海外拠点に採用するハードル 顧客獲得までに時間がかかる 支店や法人を設立するため撤退リスクが発生する |

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

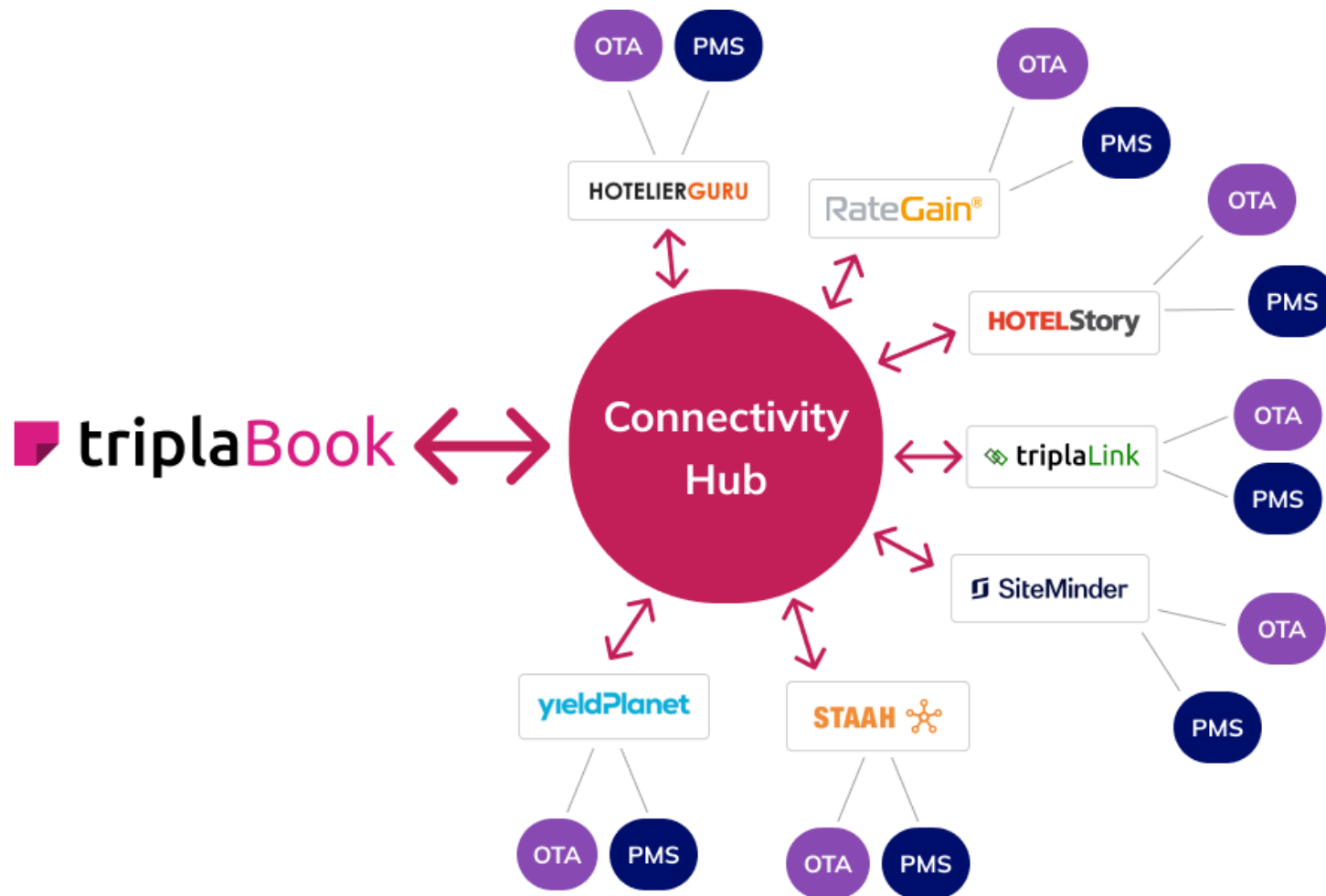
3. M&Aを実行して進出：インドネシア・タイ・シンガポール・台湾

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



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ージャーと連携が実現



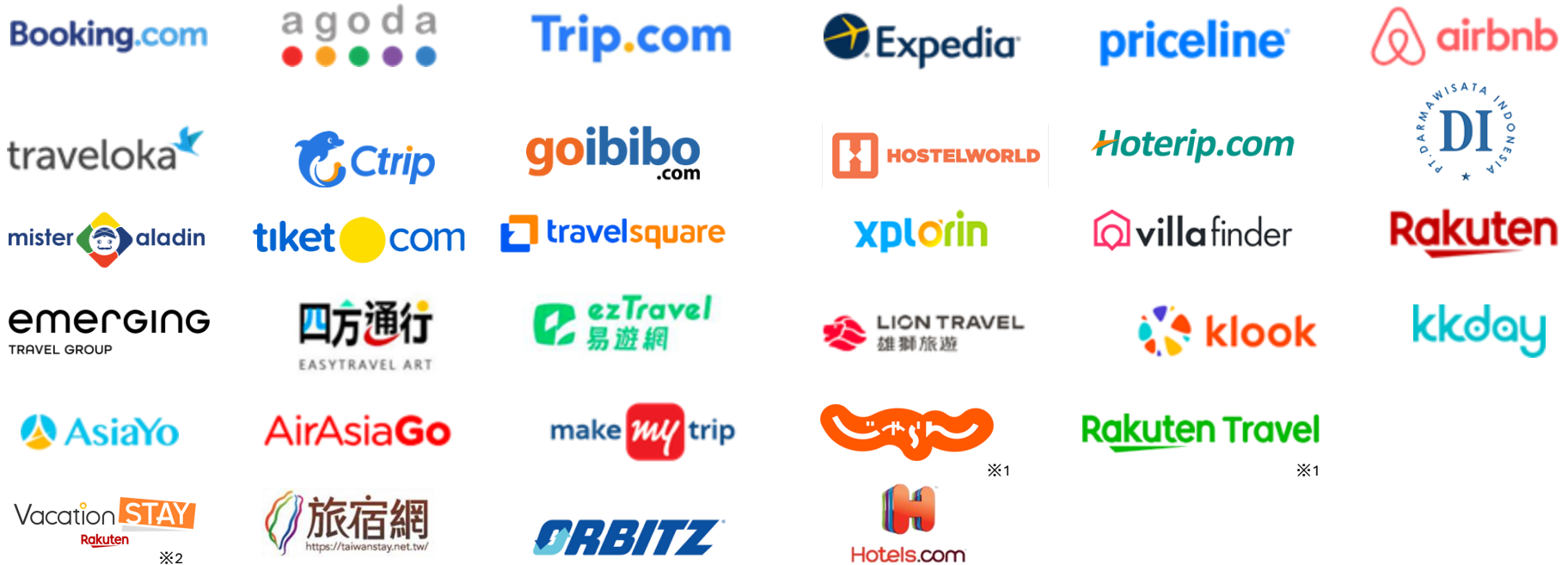


06.triplaLinkが連携しているOTA及びWholesale一覧

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



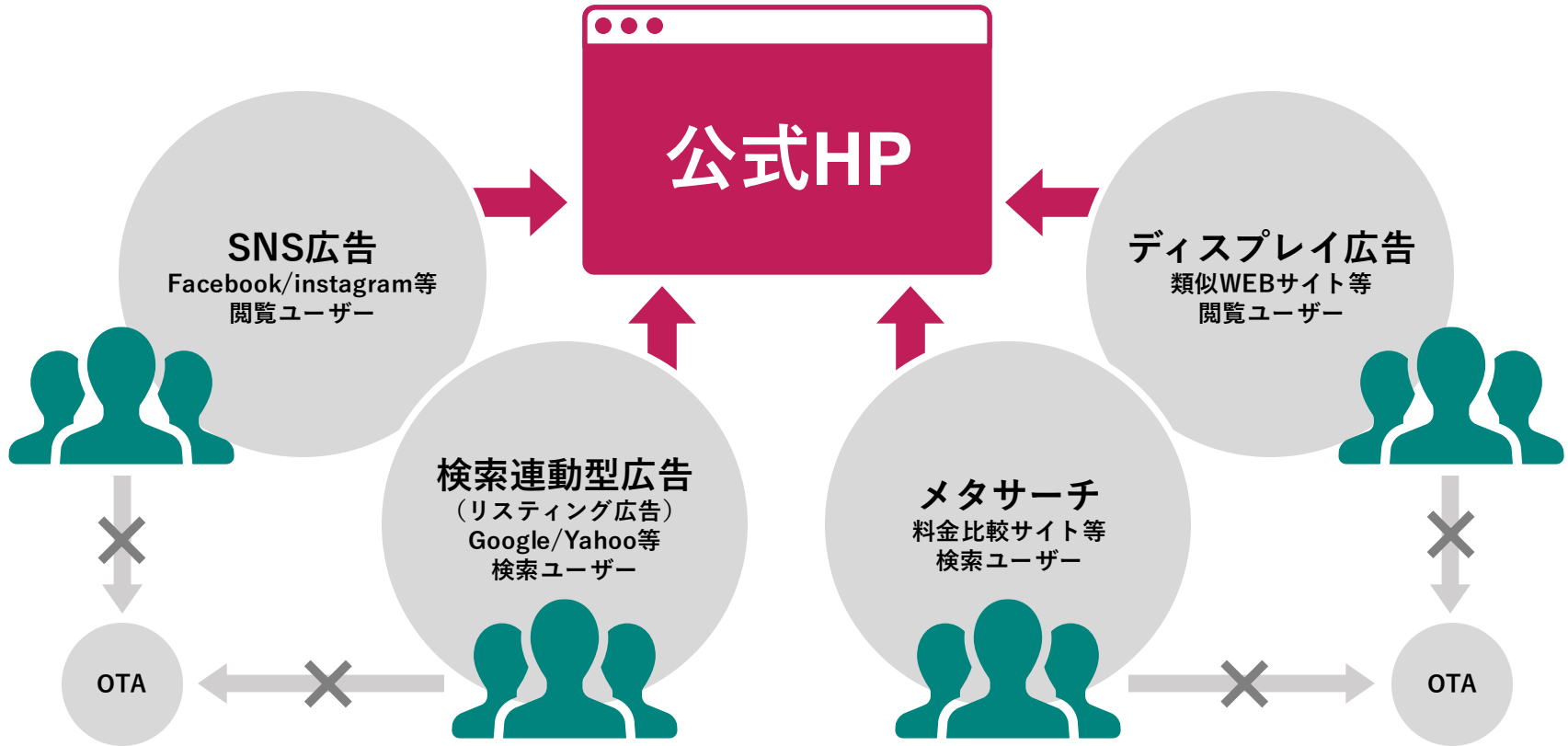
掲載するOTAを宿泊施設が決定し、triplaが代理店として契約



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

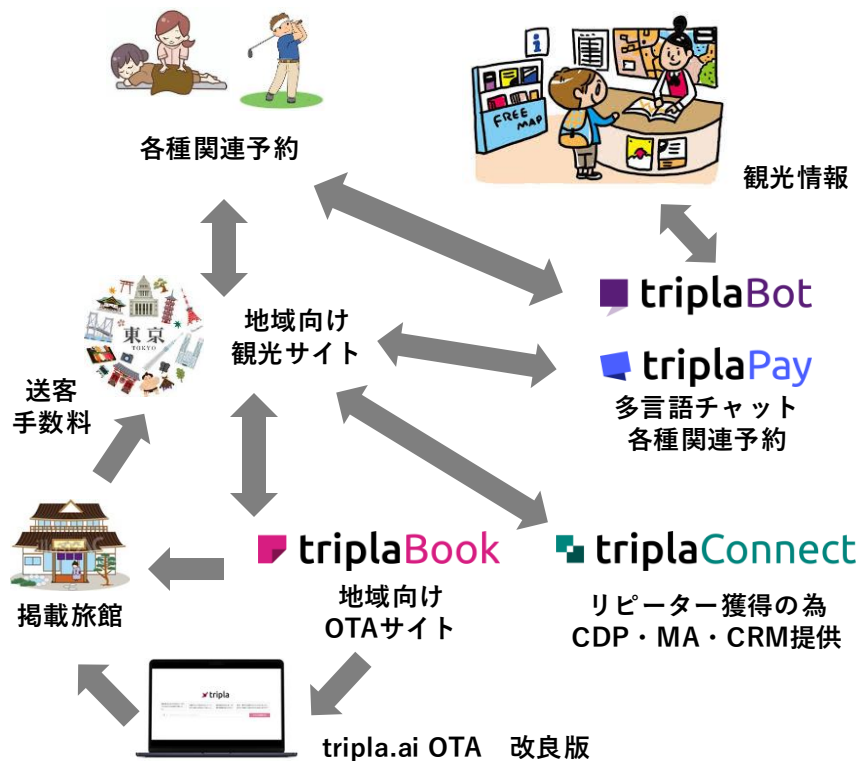


地域に仕事を生み出したり、地方の文化や特産品を広めるような持続可能な観光業に対して、持続可能な開発がもたらす影響をはかるための方法を考え、実行する。

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



07.地域社会の発展支援 – つくる責任つかう責任 (SDGs #12)

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

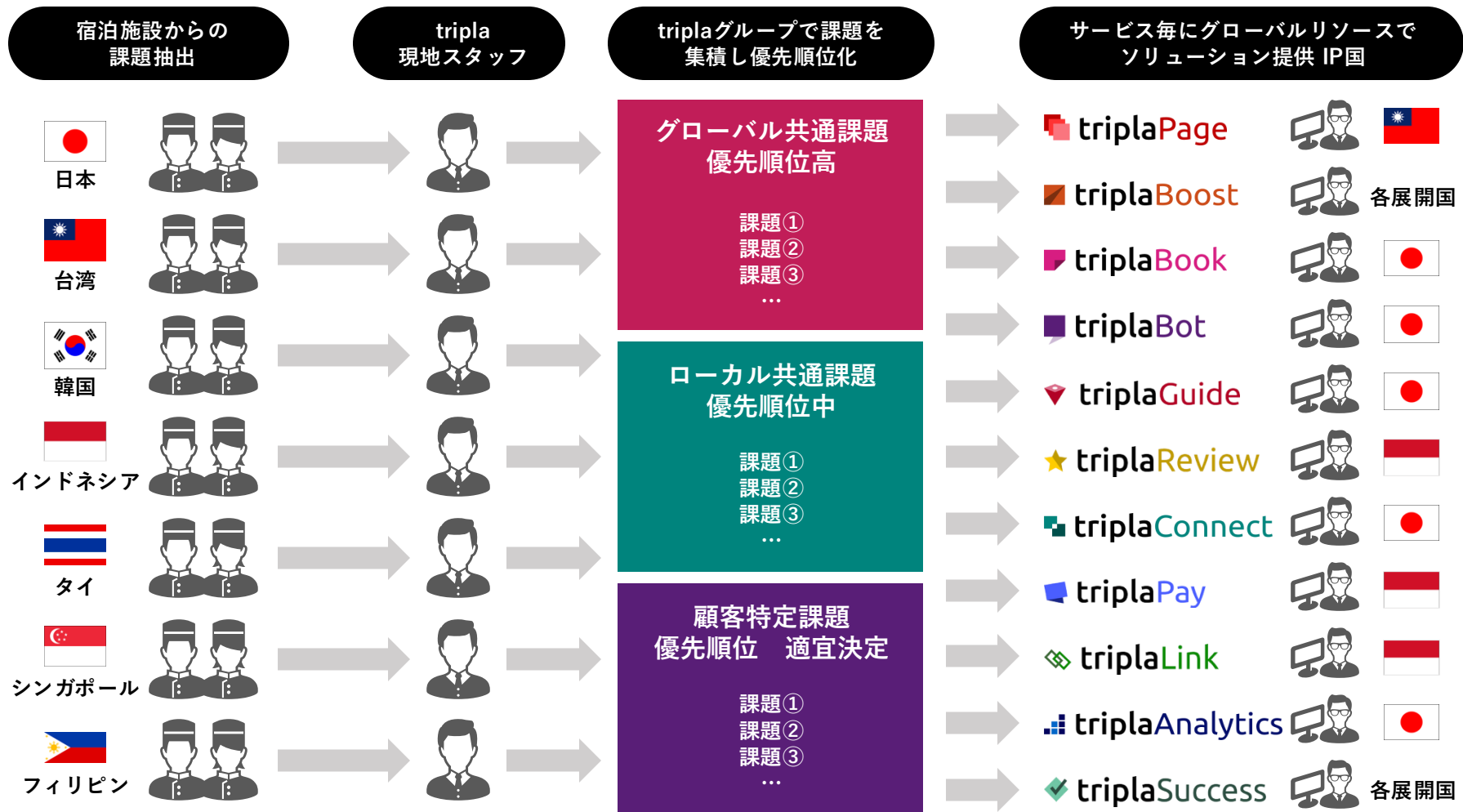
- 月間10万円以上と費用が高額になる
- OTA&公式サイト掲載に特化しているのでCDPやMAには対応できない

✔ 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

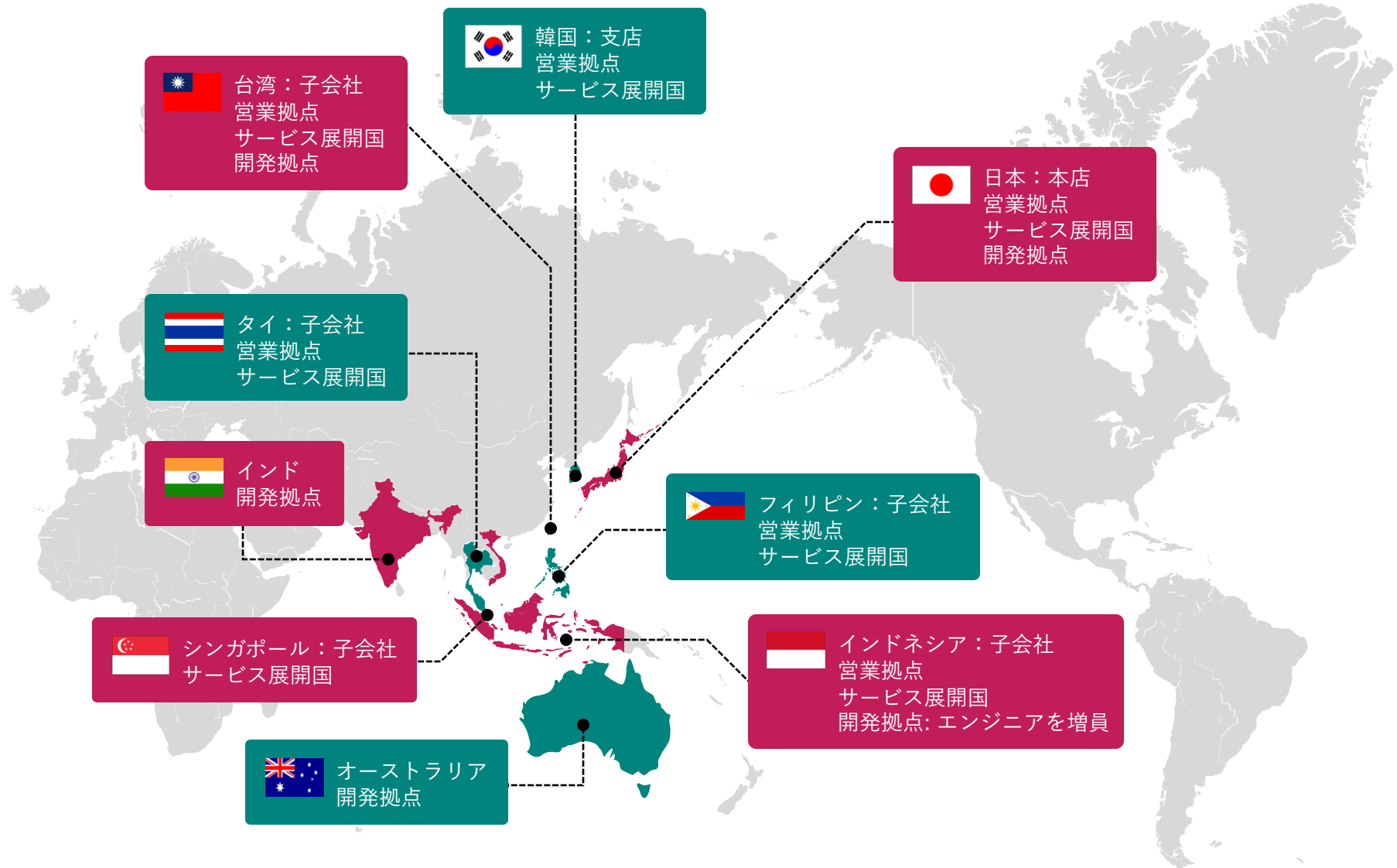
08.人材のグローバル化を推進

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。

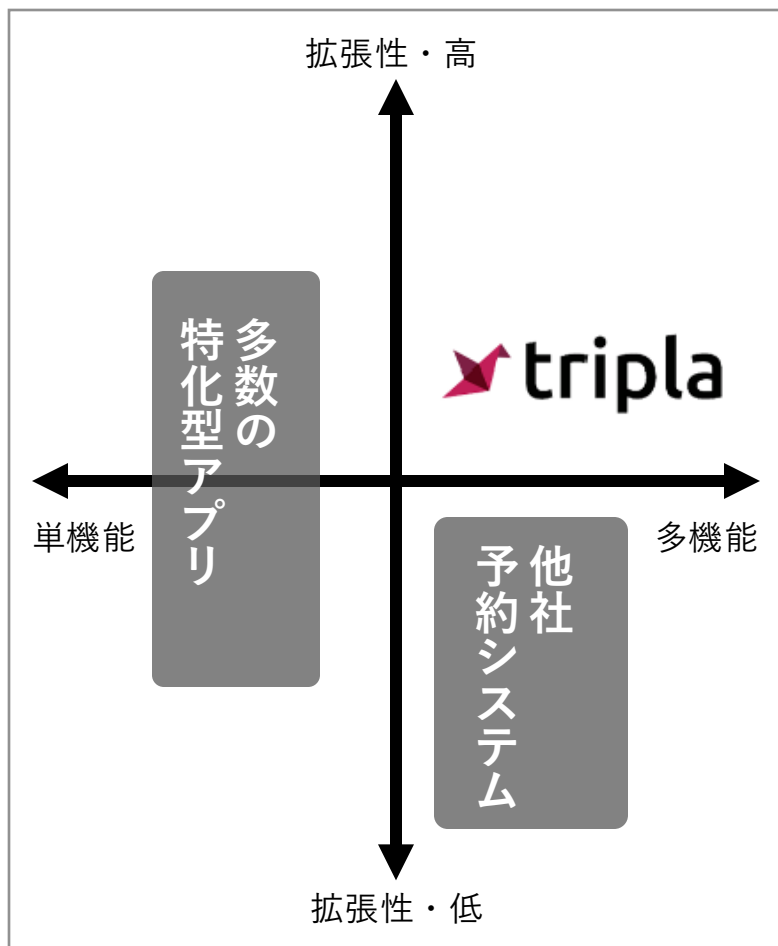




08.海外人材を各国で積極的にローカル登用



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^(※1)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2Qの決算概要

会社概要

ビジネス概要

✦ Appendix

P45

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。