ADVENTURE

INTEGRATED REPORT 2026

株式会社アドベンチャー | 統合報告書 2026

〒150-6004

東京都渋谷区恵比寿4丁目20-3　ガーデンプレイスタワー 4F

https://jp.adventurekk.com/

skyticket by ADVENTURE

目次

会社概要

- アドベンチャーの歴史・サービス概要 4-5
- トップメッセージ 6-7
- 当社グループについて 8-10
- グループ会社インタビュー 11

価値源泉

- 価値源泉と成長サイクル 13-14
- 当社の強み 15-17
- 従業員インタビュー 18-22

成長戦略

- 外部環境と旅行市場について 24
- 事業活動方針 25-28
- 多拠点展開 29

SDGs

- 取組事例 31

ガバナンス・データセクション

- コーポレート・ガバナンス体制 33-34
- 事業等のリスク 35
- ESGデータ 36
- 財務・株式データ 37-39

本統合報告書について

【対象期間】

業績については2026年6月期（2025年7月1日～2026年6月30日）を対象としていますが、非財務情報についてはそれ以前・以後の情報についても掲載しています。さらに詳しい内容は当社ウェブサイトへ https://jp.adventurekk.com/

【将来の見通しについて】

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。



会社概要

グローバルOTAへの挑戦

アドベンチャーについて

2026年6月期 連結実績

取扱高	収益	営業利益	親会社所有者帰属 当期利益	親会社所有者帰属 持分比率
749億円	256億円	11億円	4.6億円	32.1%

※2026年6月30日時点

Mission・Value

Mission	Value		
社会貢献とビジネスを両立する 仕事を通じて、人の役に立ち、よりよい社会をつくる、それが私たちの使命です。	**Integrity** 高潔な倫理観を持ち、誠実かつ公正に業務を遂行する	**Visionary** 理想から妥協せず、社会公益性の高い事業の創出にリスクを恐れず挑戦する	**Flexibility** 市場や社会情勢の変化に対応する柔軟性を持ち、常に最適な手段を選択する

アドベンチャーの歴史

2006

1. 立ち上げ期

インターネットで旅行予約自体がまだ珍しい時代に、OTA（Online Travel Agent）の先駆けとして航空券予約サービス「skyticket」をリリース。

2014

2. 成長期

日本でのLCC本格参入（2012年）に伴い売上を急拡大し、東証マザーズ（現グロース市場）に上場。

2019

3. 国内拡大期

レンタカー・ホテルなど旅行関連予約サービスをさらに展開し、規模はさらに拡大。

2021

4. コロナ期

多くの競合他社がコロナ禍で赤字となる中、旅行のオンライン予約ニーズを取り込み、黒字を維持。

2024～

5. 再拡大準備期

市場の回復と同時に、海外グループ会社設立やM&Aなど、中長期的な事業成長に向けた準備を推進。

サービス概要

2006年に航空券予約サービスを提供開始してから、多数の旅行商品予約サービスを展開しています。継続的に新規予約サービスを展開することでクロスセルによるLTVの向上、また「旅行商品ならなんでも予約できる」というブランド認知を作れる土台造りを目指しています。

skyticket取扱サービス

- 国内航空券
- 海外航空券
- 国内ツアー
- 海外ツアー
- ホテル
- レンタカー
- 高速バス
- フェリー
- 新幹線+ホテル
- 国内航空券+ホテル
- 海外航空券+ホテル
- 留学
- Wi-Fi
- eSIM
- 観光ガイド

skyticketの収益構造



当社主要取扱サービス

国内航空券

当社の収益構成比で大部分を占めるメインサービス。収入源は、ユーザーからの手数料、航空会社からのコミッション

26年6月期 取扱高
401億円
前期比 ▲11.6%
構成比 55.1%

海外航空券

世界20言語対応。NDC接続5社の実績を誇る。主な収入源は、ユーザーからの手数料

26年6月期 取扱高
95億円
前期比 +12.9%
構成比 13.0%

ツアー

航空券と宿泊商品をセットで販売。主な収入源は、ユーザーからの手数料。募集型企画旅行は、グロス計上のため取扱高=収益

26年6月期 取扱高
25億円
前期比 ▲7.3%
構成比 3.5%

レンタカー

レジャーエリアを中心に販売実績を伸張。主な収入源は、事業者からの成果報酬型販売手数料

26年6月期 取扱高
84億円
前期比 +14.1%
構成比 11.6%

高速バス

大手バス会社を中心に実績好調。主な収入源は、事業者からの成果報酬型段階手数料

26年6月期 取扱高
65億円
前期比 +8.6%
構成比 9.0%

ホテル

国内外の宿泊施設を横断比較し予約可能。主な収入源は、事業者からの成果報酬型手数料

26年6月期 取扱高
49億円
前期比 +23.6%
構成比 6.8%

※取扱高・前期比・構成比は当社単体（2026年6月期）

トップメッセージ

代表取締役社長 メッセージ



代表取締役社長

中村 俊一

Shunichi Nakamura

はじめに

株式会社アドベンチャー代表取締役の中村です。日頃よりご支援いただいているお客様、お取引先の皆様、株主の皆様に、心より御礼申し上げます。

本題に入る前に、まずお詫びを申し上げます。2026年10月、当社が運営するskyticketが第三者による不正アクセスを受け、お客様の個人情報が外部に流出するという事態が発生しました。被害に遭われたお客様をはじめ、お取引先の皆様、株主の皆様、関係するすべての皆様に多大なご迷惑とご心配をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。経営者としての責任を重く受け止め、信頼の回復を最優先に経営にあたってまいります。

信頼の回復に向けて

発覚後、当社は直ちに不正アクセスの遮断に努め、被害に遭われたお客様へのご連絡、お問い合わせ窓口の設置、二次被害防止のための注意喚起を行いました。現在は外部の専門家による調査を進めており、確定した事実から順次お知らせしてまいります。

再発防止に向けては、脆弱性への恒久的な対策、システムの常時監視と休日・夜間を含む対応体制の強化、全社員へのセキュリティ教育、第三者による継続的な評価を進めています。あわせて、責任者を明確にしたセキュリティ体制を置き、取締役会が定期的に報告を受けて監督します。守りは一度作れば終わりではなく、作り続け、作り直し続けるものです。この当たり前を、全社で徹底してまいります。

稼ぐ力と資本効率を高め、利益成長の軌道へ

前期（2026年6月期）の連結業績は、収益256億円（前期比1.0%増）、営業利益11億円となり、一過性の損失を計上して赤字となった前々期から黒字に回復しました。しかし、期初に掲げた営業利益18億円の予想に対しては届きませんでした。当社単体で、大阪・関西万博の影響や航空会社の新システム対応に伴う航空券需要の取りこぼしがあったことに加え、グローバル展開に向けた広告やシステムへの先行投資が想定以上に膨らんだことが主な要因です。株主の皆様のご期待に応えられなかったことを、重く受け止めています。一方で、レンタカー（前期比14.1%増）や高速バスは増収となり、アプリ予約比率などの先行指標も着実に改善しています。

当社の株価は長く低迷しています。AIの台頭によってOTAが不要になるという見方が広がったことに加え、「中長期の方針が見えない」というご指摘を多くいただいたことが背景にあると受け止めています。当社は創業以来、環境の変化に合わせて柔軟に打ち手を変えてきましたが、その柔軟さが外からは「方針がない」ように映っていたのだと思います。

そこで当社は、2026年6月に「2026年7月－2029年6月3か年中期経営計画」を発表しました。基本方針は「利益の拡大と株価の上昇」です。国内市場で利益を拡大し、グローバル市場で取扱高を伸ばすことで、毎期の増収増益を続け、過去最高益を目指します。最終年度の2029年6月期には、連結で収益320億円、営業利益40億円、当期利益24億円、ROE20%を目標としています。当社単体では取扱高1,000億円（うちグローバル100億円）、アプリのダウンロード数4,000万（うちグローバル1,000万）を掲げ、海外ではインドを最優先の注力国と位置づけました。初年度となる2027年6月期は、収益260億円、営業利益20億円（前期比82%増）を予想しています。

トップメッセージ

そのために、二つのことに取り組みます。一つは、既存のOTA事業の資本効率を高めることです。当社グループの利益の源泉はアドベンチャー単体のOTA事業であり、ここでの収益力が全体の資本効率を決めます。前期に悪化した広告宣伝費比率を今期は約2ポイント改善させ、SEOや生成AI検索への対応によるオーガニックユーザーの拡大、会員予約率とアプリ予約比率の向上によるリピートの拡大、AIを活用した機能改善の高速化による購入率の改善を通じて、同じ投資からより多くの利益を生み出していきます。あわせて、不採算のグループ会社を売却し、グループのポートフォリオを見直しました。
もう一つは、足元の余剰キャッシュを、資本効率を高める投資にしっかりと振り向けることです。当社は有利子負債を上回る現預金を保有していますが、現金を手元に置いたままでは企業価値は高まりません。この資金余力を、既存事業の収益力を高める投資と、新たな成長の柱をつくる旅行業に特化したM&Aに積極的に活用し、ROEの改善につなげます。前期にはファイブスターコーポレーションが新たにグループに加わりました。また、複数のグループ会社で最短2029年6月期中の株式上場の準備を進めます。
計画は発表して終わりではありません。掲げた数字を一年ずつ確実に実現していくことが、皆様の信頼にお応えする最も確かな道だと考えています。不退転の決意で取り組んでまいります。

AIを武器に、選ばれ続けるOTAへ

この一年で最も大きく変わったのは、AIを取り巻く環境であると考えています。AIは脅威とも言われますが、当社にとっては最大の武器です。
「AIエージェントが旅行を予約する時代にOTAは不要になる」という言説が広がり、当社の株価もそれに反応する局面がありました。確かに、単に情報を掲示しているだけのサイトであれば、AIに代替されるでしょう。しかし当社の強みは、航空会社、ホテル、レンタカー会社、バス会社といった事業者と、より良い条件の契約を直接結び、航空会社の新しい予約接続方式（NDC）やAPI連携で在庫と価格をリアルタイムにお届けできることです。そして、航空券からホテル、レンタカー、バスまで、幅広い旅行商品の予約が一つの場所で、一気通貫で完結すること。この利便性と、2,600万を超えるアプリのダウンロードに支えられた顧客基盤は、AIが一朝一夕に代替できるものではありません。今後はここにアクティビティなどの旅中商品を加え、「当社の中でAIが旅行に必要なものをすべて取り揃えられる」環境を作っていきます。AIが旅行を手配する時代に、AIからも人からも選ばれるOTAになる。それが当社の目指す道です。
一方でAIは当社の武器でもあります。当社では全社員がClaudeをはじめとするAIを業務で使える環境を整え、開発の生産性は大きく向上しました。今期は、AIを使って機能改善を高速で回し、購入率の向上につなげることを計画にも織り込んでいます。ただ、できることはまだ多くあります。データの活用や業務のストリームライン化はこれからです。
この一年、AIが人に勝る領域は、私の想像を超えて広がりました。最終的な判断を下すのは人間であるべきです。しかし、思考のスピードと、一度に考慮できる事柄の幅広さでは、もはや人はAIに勝てません。AIを過信するのでも侮るのでもなく、AIが示す重要な示唆や提案を、人間側がどれだけ早く実行に移せるか。その実行のスピードこそが、これからの企業の競争力を決めると考えています。そのために、社内のデータや業務の情報をAIが活用できる形に整え、AIが考慮できる情報の幅を広げ、経営改善の速度を上げていきます。この取り組みはすでに成果を上げはじめており、生産性はさらに改善していきます。
現時点では、AIをここまで業務に組み込んでいる会社はまだ多くありません。だからこそ、AIの活用そのものが差別化になると考えています。

最後に

AIにできることが広がるほど、人にしかできないことの価値が高まります。何を目指すかを決めること、お客様や取引先と信頼関係を築くこと、AIが出したアイデアを人の世界で素早く実現すること。当社の社員には、そうした領域に集中し、成果を出してほしいと思っています。
当社のMISSIONは「社会貢献とビジネスの両立」です。信頼なくして社会貢献はありません。守りを作り直して信頼を取り戻し、中期経営計画の数字を実現し、AI時代に選ばれるOTAとして成長を続ける。今期をその一年とすることを、ここにお約束します。

代表取締役社長　中村 俊一



ADVENTUREグループの全体像

- ✓ 当社グループは、当社を含む計14社で構成されております。
- ✓ OTA事業を日本及び世界で展開するためのADVENTURE現地法人のほか、OTA事業の拡大や新規事業の柱とするべくM&Aでグループ入りいただいた会社もございます。

㈱アドベンチャー

ADVENTURE

海外グループ会社

ADVENTURE Korea	ADVENTURE Philippines	ADVENTURE Bangladesh	ADVENTURE India	ADVENTURE Singapore	ADVENTURE U.S.A.
Adventure Korea, Inc.	**Adventure Global OTA Philippines**	**Adventure Dhaka Limited**	**Adventure India Journey Private Limited**	**Adventure APAC PTE. LTD.**	**Adventure Global Travel**
2022年7月設立	2022年12月設立	2022年12月設立	2022年12月設立	2023年11月設立	2024年4月設立

国内グループ会社

㈱TET 2018年6月取得	**ラド観光㈱** 2019年1月取得	**㈱Vacations** 2022年3月設立	**㈱旅工房** 2023年10月取得
アヤベックス㈱ 2023年10月取得	**㈱LALALA Plus** 2024年7月取得	**㈱ファイブスターコーポレーション** 2025年11月取得	

グループ会社の概要①

- ✓ 中核事業であるOTA事業について、当社は日本向けの「skyticket」、グローバル向けの「ADVENTURE」の2つのブランドを運営しております。
- ✓ 以下のグループ会社の主な役割はOTA事業の開発、拡大になります。

会社名	ロゴ	参画日 (設立日)	業種	業務内容／設立目的
Adventure Korea, Inc.	ADVENTURE Korea	2022/7/7	OTA	• 韓国に拠点を置き、航空券やホテルなどの販売、仕入れ、支払い回収会社との提携、および新規技術・サービスのマーケティング機能を担っている
Adventure Global OTA Philippines	ADVENTURE Philippines	2022/12/6	OTA	• フィリピンに拠点を置き、航空券やホテルなどの仕入れ、支払い回収会社との提携、および新規技術・サービスのマーケティング機能を担っている • サービス開始前のため取扱高は計上されていない
Adventure Dhaka Limited	ADVENTURE Bangladesh	2022/12/2	OTA オフショア開発	• バングラディッシュに拠点を置き、ITサービスのオフショア技術開発拠点としての機能を担っている
Adventure India Journey Private Limited	ADVENTURE India	2022/12/7	OTA オフショア開発	• インドに拠点を置き、グローバルOTAサービスの技術開発拠点、航空券やホテルなどの仕入れなどを担っている
Adventure APAC Pte Ltd	ADVENTURE Singapore	2023/11/27	投資事業	• シンガポールに拠点を置き、アジア地域における投資および事業展開の拠点としての機能を担っている
Adventure Global Travel	ADVENTURE U.S.A.	2024/4/10	OTA	• アメリカ西海岸に拠点を置き、航空券やホテルなどの仕入れ、支払い回収会社との提携、および新規技術・サービスのマーケティング機能を担っている • サービス開始前のため取扱高は計上されていない
株式会社 TET	TET Travel Expert Team	2018/6/12 (2011/5/16)	OTA	• 日本航空の認可代理店として国内線の仕入れに強みを持っており、skyticketの商品力を拡充するためにグループイン • 現在はskyticketで予約された日本航空の航空券の発券対応業務を行っている

グループ会社の概要②

✓ OTA事業の他、新規の事業の柱を築くため、M&Aで当社とシナジーのある会社にグループ入りいただいております。

会社名	ロゴ	参画日 (設立日)	業種	2026年 取扱高	M&Aの理由／業務内容
ラド観光 株式会社	RADO ラド観光 NET WORK TOUR	2019/1/1 (1968/11/2)	旅行代理店	2,351 百万円	• 関西、中部、信州方面のスキーバスツアー（特に学生向け）に強みを持つ会社で、skyticketの商品力を拡充するためにグループイン
株式会社 Vacations	vacations	2022/3/24 (2022/3/14)	宿泊施設 運営代行	56 百万円	• 「紡」というブランドで京都において京町屋の一棟貸しのビジネスを展開している。 • skyticket上でバケーションレンタルやスペースレンタル、不動産の売買などを行う将来像を描いてグループ入り
株式会社 旅工房	tabikobo	2023/10/31 (1994/4/18)	海外ツアー販売	4,766 百万円	• 海外ツアーのオンライン販売を手掛ける会社でパッケージツアーにカスタマイズ要素を加えたオリジナルのツアー組成に強みがある • Adventureと同じく東証グロース市場に上場（6548） • 仕入、ノウハウの共有でシナジーを生み出すことを狙いグループイン
アヤベックス 株式会社	AYABEX INC. Japan Tour Operator	2023/10/27 (2013/7/19)	ランド オペレーター	3,212 百万円	• インバウンド旅行者を顧客に持つ海外旅行代理店から、国内旅行の手配を請け負うビジネスを展開（いわゆるランドオペレーター） • インバウンド市場の取り込みやノウハウの共有等のシナジーを生み出すことを目指してグループイン
株式会社 LALALA Plus	LALALA+	2024/7/1 (2009/2)	留学 エージェント	105 百万円	• オンラインで留学パッケージを販売している会社でアメリカやオーストラリア向けに強みがある • skyticketの留学部門とノウハウの共有などのシナジーがあるため、グループイン
株式会社 ファイブスター コーポレーション ※	FIVE STAR CORPORATION	2025/11/28 (2009/5/14)	宿泊施設 運営代行	434 百万円 ※	• 沖縄県を中心に、宿泊施設向けのWeb集客代行～宿泊施設の運営代行まで幅広く宿泊施設向けのサービスを展開 • skyticketと同じく宿泊施設様が顧客であることからシナジーを想定してグループイン

※　ファイブスターコーポレーショングループは、ファイブスターコーポレーション、ファイブスターコーポレーション東京、アイランドクリーナーズの3社で構成しておりましたが、現在はファイブスターコーポレーション1社に合併済みです。また、同社の2026年6月期の取扱高は、業績を当社連結に取り込んだ2025年12月以降の7か月分のファイブスターコーポレーショングループ3社の単純合算の数値となります。

グループ会社インタビュー～ファイブスター 鈴木代表取締役～

2025年11月にアドベンチャーグループ入りをした株式会社ファイブスターコーポレーション。グループに加わった理由、ジョイン後のPMIの様子などについてお届けします。



株式会社ファイブスターコーポレーション　代表取締役

鈴木 義浩

Yoshihiro Suzuki

ファイブスターについて

当社は沖縄を拠点に、ホテル・宿泊施設の運営代行を主業としております。オーナーに代わって、OTAや自社サイトでの販売戦略・価格調整といったWEB集客から現場のオペレーションまでを一括で請け負い、稼働率と客室単価を高めて収益を最大化すること、そしてオーナーを運営の手間から解放することが、お客様に提供している価値です。沖縄のホテル運営代行ではトップクラスの実績があり、WEB集客と現場運営の両方を自社で担えること、清掃やクリエイティブ領域まで含めた一気通貫の体制が強みです。従業員数は約90名です。社名には、宿泊者、クライアント企業、宿泊施設で働く方々、社会全体、そして社員とその家族という5つの幸せを提供したい、そして5つ星企業に成長したいという願いを込めています。「繋がるすべての人々を幸せに～Bring Happiness to Everyone Connected～」という企業理念のもと、日々の業務に取り組んでおります。

M&Aを考え始めた経緯

コロナ禍を乗り越え、業績はV字回復しました。社員の社会的・経済的地位の向上を目的に2029年のIPOを目指していましたが、同時に単独で成長することのスピード感と限界も見えてきており、より早く、より大きく成長するにはどうすべきかを考えていました。そうした中、2025年1月に上場維持の新基準が示され、自力でのIPOから方向転換せざるを得なくなりました。そこで「PEファンドの伴走支援によるIPO」と「上場会社へのグループイン」の2つの選択肢を検討し、譲渡先をPEファンドと上場企業に絞って、アドベンチャーを含め10社以上の候補と面談を行いました。

アドベンチャーを選んだ理由と実際

決め手は、事業シナジー、グループの成長ビジョンへの共感、従業員の雇用と現場を尊重してくれる姿勢、条件面、そして取引を通じてすでに当社の事業を深く理解してくれていたことです。アドベンチャーは譲渡前から当社の取引先であり、事業内容や現場をすでに理解してくれていたことは、他の候補にはない安心材料でした。ゼロから説明する必要がなく、譲渡後の姿をイメージしやすかったのです。社員には、アドベンチャーの取締役会決議が開示された直後に全社ミーティングを開き、待遇・労働環境の保証、M&Aに至った経緯、候補先との面談内容、シナジーへの期待などを包み隠さず伝えました。驚きはあったものの動揺や反発はなく、むしろ事業拡大への期待の声が大きく、M&Aをきっかけにした退職も起きていません。

2025年11月末にグループ入りしてからも企業文化を尊重してもらえており、業務はM&A前とほぼ変わりません。一方で、管理体制や経理システム・稟議プロセスの統合、会議体の増加など、上場企業基準への引き上げは必要でした。特に管理部門には苦労をかけましたが、前向きに楽しんで取り組んでもらい、約2か月でスムーズに順応できました。シナジー面では、アドベンチャーのホテル事業部と連携した新規開拓営業で少しずつ成約が出始めているほか、アドベンチャーの連帯保証により銀行融資がスムーズに進み、3件のホテル不動産を取得することができました。

今後の取り組み

私にとってグループ経営とは、グループの組織力をフル活用し、より効率的に、より大きな成長戦略を描けることです。中期的にはファイナンス・投資部門を強化してより高度な資金調達スキームを確立し、最終的には1,000億円規模のホテルリートへと成長させたいと考えています。ホテル不動産の取得・運営はアドベンチャーグループと連携し、グループ全体で投資戦略を検討していきたいですし、保有ホテルやコンサル契約先のホテルへの送客面での連携もさらに深めていければと思っています。社員にはIPO準備や新規施設の立ち上げを任せるなど、新たな挑戦の機会を作っていきます。アドベンチャーグループの一員として、グループ全体の発展に寄与できるよう全力で取り組んでまいりますので、よろしくお願いいたします。





価値源泉

持続的な成長をもたらす当社の強み

ADVENTUREグループの価値創造

- ✓ 基幹ブランドであり主力の「skyticket」からスタートし、現在は14社のグループで成り立っております。
- ✓ グループ全体で、旅行されるユーザー様に対し、当社グループを通じてクライアント様の旅行商品を提供することで、ユーザー様の利便性、クライアント様の業績拡大に貢献し、ひいては旅行産業や地域社会の発展に寄与することで、Missionである「社会貢献とビジネスの両立」の実現を目指しております。



価値源泉と成長サイクル

- ✓ 当社はネット予約の黎明期に航空券のネット予約サービスからスタートし、IT技術力と市場開拓力を武器に取扱サービスを順次拡大してまいりました。このOTA黎明期からの実績に基づく営業・マーケティング・開発力・ノウハウこそが当社の強みである旅行商品の品揃え、価格競争力を実現しております。
- ✓ 資本効率性の高いOTAビジネスの特性とノウハウをかけ合わせて、M&Aを積極的に活用することでお客様に提供する価値の幅・質を更に拡大しております。

市場環境

日本

- 中長期的には人口減少の問題に直面するが、好調なインバウンド需要に支えられ成長を継続。

世界

- 全世界的には人口増加に加え、引き続き旅行予約のオンライン化の波が続いており、OTA事業には追い風
- 特に当社の注力するアジア市場では、インドを中心に今後も拡大が続く

価値源泉

強み

市場開拓力
2006年から航空券のネット予約を展開

IT技術力と開発体制
国内外のエンジニア約200名

挑戦を促進する企業文化
1年目からの抜擢・海外勤務

健全な資本力
ネットキャッシュ35億円（2026年6月末）

提供価値

旅行商品の品揃え 一気通貫での予約
取扱高749億円（2026年6月期）

価格競争力

継続的なUI・UX改善
アプリ予約比率35%（2026年6月）

グループ企業への成長支援

アウトカム

ユーザー様への利便性の向上
アプリ累計2,600万DL超

クライアント様への業績貢献

社会への貢献と経済的リターンの両立

OTA市場における強み

商品力

- 航空券のネット予約で培ったノウハウを基に、ツアー・レンタカー・高速バス・eSIMなど多数のサービスに拡大
- 大手事業者と直接契約し、NDC接続・API連携等により在庫・価格をリアルタイムに提供

航空券

ANA / JAL / Jetstar / peach / SPRING / CATHAY PACIFIC / American Airlines / DELTA / Lufthansa / tigerair / SpiceJet / KOREAN AIR / 中國東方航空 CHINA EASTERN / etc…

ホテル

Henn na Hotel / dormy inn / 東急ホテルズ / 三井不動産ホテルマネジメント / Okura / nikko hotels international / HOTEL JAL CITY / 加賀屋 / etc…

レンタカー

トヨタレンタカー / オリックスレンタカー / etc…

バス

JR東海バス / Nishitetsu Group / WILLER EXPRESS / etc…

システム開発・サービス開発・マーケティング

- 長年培った開発力とデジタルマーケティングの知見を基盤に、日本及びグローバルのIT人材が多数のサービス開発と各国へのローカライズを高速に実現

システム開発

- 日本に加え、インドとバングラデシュに開発拠点を保有
- 多言語・多通貨決済などのローカライズに対応し、多数のサービス開発を並行して推進

サービス開発

- 航空券から多数のサービスへ展開し、Web・アプリの両面でサービスを提供
- グローバル向け新サイト「ADVENTURE」を開設
- 全社員がAIを活用し、高速な機能改善・CVR改善を実現

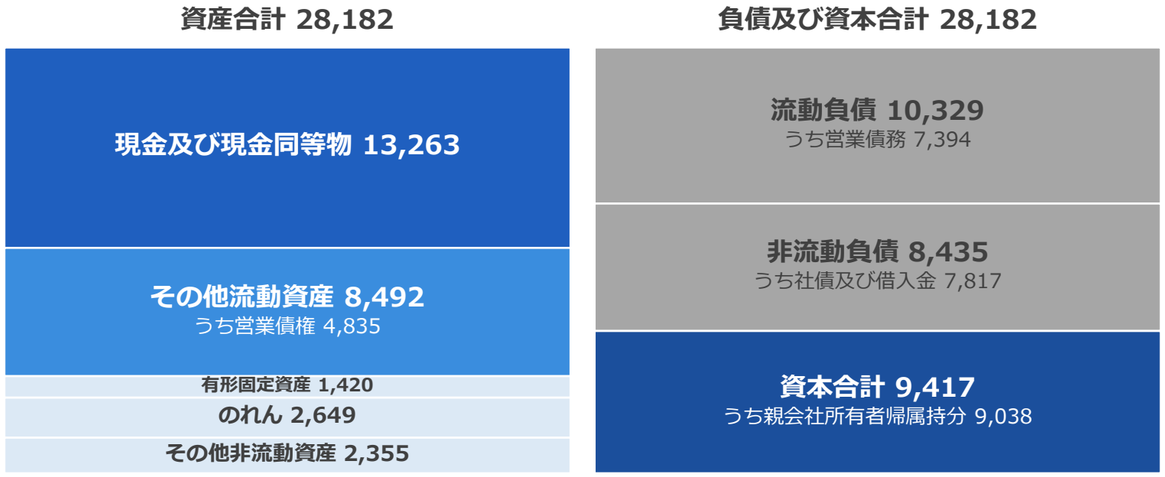
マーケティング

- 2,600万DLを超えるアプリとポイントプログラムにより、リピートとクロスセルを促進
- SEO・GEOの強化によるオーガニックユーザーの拡大
- アプリ予約比率は35%（2026年6月）まで上昇

財務資本：中期経営計画の実現に向けた資本政策

2026年6月期は営業利益11億円と黒字転換を果たしました。M&Aなどの成長投資を進めつつ、手元資金が有利子負債を上回るネットキャッシュの状態を維持しています。今後も財務健全性を確保しながら、成長投資・M&A・株主還元にバランスよく資本を配分し、企業価値の向上を図ります。

連結財政状態（2026年6月末）



（単位：百万円、百万円未満切捨て）

財政状態のポイント

	2025年6月末	2026年6月末	増減
現金及び現金同等物	16,344	**13,263**	▲3,081
有利子負債（社債及び借入金）	6,612	**9,768**	+3,156
ネットキャッシュ	9,732	**3,494**	▲6,237
親会社所有者帰属持分比率	32.7%	**32.1%**	▲0.6pt

（単位：百万円）有利子負債はリース負債を除く

・グループ会社のファイブスターコーポレーションによる宿泊施設の取得等により有形固定資産が増加し、資産合計は281億円となりました。

・成長投資の資金は長期借入れにより調達し、有利子負債は97億円に増加しましたが、現預金132億円と引き続きネットキャッシュを維持しています。

・自己株式の取得・消却を実施しつつ、親会社所有者帰属持分比率は32.1%と前期並みの水準を確保しています。

キャピタルアロケーションの考え方（中期経営計画期間）

原資

事業利益の拡大
単体の利益率改善・グループ会社のPMI

手元資金・有利子負債の活用
現預金132億円（2026年6月末）

ポートフォリオの再編
グループ会社の整理・グループ会社のIPO

成長投資

・グローバル展開の加速（最優先注力国：インド）

・アプリ・SEO/GEO強化によるオーガニックユーザーの拡大

・AI活用による開発・業務の生産性向上

M&A

・新たな成長の柱となる企業への投資

・グループ会社のPMIによるシナジー創出

・資本コストと投資回収を重視した案件選定

株主還元

・安定的な配当

・機動的な自己株式の取得

・2026年6月期：1株15円の配当、4.9億円の自己株式取得

人的資本：挑戦を後押しするカルチャーと就労環境

人的資本への投資は、持続的な企業価値の向上と社会からの信頼獲得に欠かせない経営課題です。当社は、意欲ある人材に年次を問わず挑戦の機会を与えるカルチャーと、その挑戦を支える働きやすい就労環境の両面から、人材の獲得・育成・定着に取り組んでいます。

挑戦を支援するカルチャー

- 学生起業から始まった当社は、挑戦する意欲を何より尊重します。年齢や社歴にかかわらず、新規事業や責任あるポジションに挑戦できます。

1年目からの抜擢

- 年次や前例にとらわれない抜擢人事を行っています
- 意欲と能力を示した人材には、入社1年目から責任あるポジションや新規事業の開発を任せることもあります

幅広いキャリア選択

- 海外グループ会社の経営、新規事業の開発責任者、入社1年目からの海外勤務など、多様な挑戦の場を用意しています
- 意欲ある人材が自ら手を挙げ、伸び伸びと力を発揮できる環境です

挑戦を支える就労環境

- 社員が業務と挑戦に集中できるよう、住まい・オフィス・学び・休暇の各面から働きやすい環境づくりを進めています。

主な福利厚生

住まいの支援
- 住宅手当：賃貸住まいのプロパー正社員に月5万～10万円（最長10年、2026年10月新設）

旅行会社ならではの制度
- 国内航空券の社員優待

オフィス環境
- スタンディングデスク・腰当てクッションを導入（社員アンケートを反映）
- フリードリンク・軽食の提供

学び・成長の支援
- 業務関連書籍の会社負担購入・貸し出し
- 全社員が生成AI（Claude・Gemini）を利用可能

休暇・柔軟な働き方
- 夏季特別休暇（7～9月に2日）
- 有給休暇の半日取得・慶弔休暇
- 子育て・通院などに応じた時差勤務

健康
- インフルエンザ予防接種の費用補助

従業員インタビュー①～AI時代にサービスを伸ばすコツ～

skyticketの中でも、いま改善のスピードが際立っているのがレンタカー事業です。エンジニア出身で事業全体を見る引尻と、「人情派営業」を自認する井澤。営業と開発が一体になってAIを使い倒し、プロダクトを伸ばし続ける2人に、AI時代にサービスを伸ばすコツと、プロダクト改善の秘訣を聞きました。（聞き手：経営企画部）



写真左：引尻、右：井澤

レンタカー事業
プロダクトオーナー

引尻貴俊

Takatoshi Hikijiri

レンタカー事業
営業主任

井澤謙介

Kensuke Izawa

主要プロダクトをひと通り経て、レンタカーへ

―お2人がレンタカー事業に来た経緯を教えてください。

引尻：2021年10月に航空券のエンジニアとして入社し、ホテルのエンジニア統括、統合企画室、データ戦略を経て、2025年5月からレンタカーを見ています。skyticketの主要プロダクトをひと通り触った上で来た、という感じです。

井澤：2022年3月入社で、ホテルのAM、CMを経て2022年末にレンタカーへ。「取引先は中小の事業者さんが多いから、人情派の営業が合うのでは」と声をかけてもらいました。電話一本、訪問一回の積み重ねで信頼を作るタイプなので、相性は良かったと思います。

営業と開発の距離がゼロに

―改善が一気に進み始めたきっかけは何でしょうか。

井澤：一番大きいのは引尻さんが来てくれたことです。それまでは開発との距離が遠く、言いたいことも言いづらかった。今はお客さんの声をつなぐとすぐ直り、結果が出てお客さんも喜ぶ。プロダクトを見るのがどんどん面白くなりました。

引尻：着任当初はシステムの穴を塞ぐことばかりで、CVRは伸び悩んでいました。営業と開発が一緒に改善を回すようになって、流れが変わりました。

一体感の源

―チームの一体感はどう作っているんですか。

引尻：基本的なことですが、週次定例が一番大きいです。現状を共有して、やることを統一する。それだけだと堅くなるので、レンタカーの業界知識やサービス仕様のクイズで盛り上げながらやっています。

盛り上げつつ、クイズでエンジニアにドメイン知識をつけてもらう狙いです。それと、UU、CVR、キャンセル率、単価の4つのKPIを見える化しました。みんなが同じ数字を見ているので、「今、何を良くすればいいか」がチームで揃います。

井澤：クイズ、毎回盛り上がるんですよ（笑）。

―その結果、チームにどんな変化がありましたか。

井澤：エンジニアが営業の話をちゃんと理解してくれるので、お客さんの声を伝えたときの理解が圧倒的に速くなり、仕上がりもかゆいところに手が届くようになりました。

引尻：エンジニアがビジネスを理解しているから速いんです。ドメイン知識をつけてほしいメンバーには、あえて知識が足りない領域のタスクを振ったりもしています。

井澤：雰囲気づくりも引尻さんの得意技です。いじられつつ上手く盛り上げて、誰でも話しやすい空気にしてくれる。

AIで5倍速に

―*AI*を使い始めてからの開発はどうなりましたか。

引尻：レンタカーに来た当初はまだAIは使っていなかったので、最初はこうした地道な運営からです。開発にAIを入れ始めたのは2026年の初め頃で、今はClaudeをメインに開発しています。月のJIRAチケット完了数は、昨年比で5倍くらいになっていると思います。

―*5*倍はすごい。その分、何でもやれるようになった？

引尻：いえ、AIで速くなったから何でもやる、ではないんです。

従業員インタビュー①～AI活用が進んでも変わらないこと～

AIで開発のスピードは大きく上がりました。それでも「変わらないもの」がある。後半では、AI時代にも変わらない営業と開発の価値、レンタカーの仕事の面白さ、そして一緒に働きたい人物像を聞きました。

現場の意見はちゃんと聞いた上で、やる・やらないの取捨選択をする。AIで何でもできる時代だからこそ、何をやるべきかの優先度付けが大事です。その判断にもAIを使っていて、データ分析をさせながら選んでいます。

井澤：僕が頼んだことでも、しれっと優先度を下げられているものがありますけどね（笑）。

―営業側での*AI*活用はどうですか。

井澤：一番分かりやすいのは数字です。以前は「この会社の在庫数や売上を出してほしい」と毎度引尻さんにお願いしていましたが、今はClaudeに聞けば自分で出せる。感覚で営業していたのが、数字を見ながら提案できるようになりました。手じまい時間や長期プランの提案など、お客さんの売上アップにつながる提案がより効果的にできています。在庫監視システムなどの営業支援ツールも、軽く「作ってよ」と言っただけで、気づいたら欲しかったものができあがっていました。エンジニアのビジネス理解度が高いからできる技で、ドメイン知識の大事さを感じますね。

AI活用が進んでも、変わらないこと

―逆に「変わっていないこと」はありますか。

井澤：「AI、AI」って言いますけど、AIはあくまで作業ツールなんですよ。事業者さんに在庫を入れてもらえないと売れない。だからこそ、お客さんとのコミュニケーションや信頼関係は今も一番大事で、そこは何も変わっていません。

引尻：お客さんとの関係があるから改善ポイントがたくさん集まって、サービスが良くなる。この順番はAIが来ても変わらないです。井澤さんのようにお客さんに信頼される営業の価値は、これからも変わらないと思います。

井澤：お客さんが困ったときって、まず誰かに相談したいんですよね。AIに聞けば答えは分かるかもしれないけど、「井澤と話したい」と言ってもらえることが嬉しい。そこが営業の醍醐味で、AIには代替されない価値だと思っています。

引尻：開発も同じです。AIでいくら速く回せても、改善の種がなければ進みません。その種は営業が持ってきてくれる。それに、AIを動かすのも人なので、メンバー同士の連携、チーム運営の大切さは全然変わらないんです。

井澤：結局、人の世界を上手く動かせる人が強いんですよね。

引尻：本当にそう思います。

成果は社内ではなく、世の中に出る

―レンタカーの仕事の醍醐味は何でしょう。

井澤：事業者さんと僕らの両方が儲かる、Win-Winになる瞬間が一番楽しいです。同じことをやっていたら飽きるので、車の業界や他社の動きもしっかり調べて、事業者さんに持っていける話の幅を広げています。

引尻：レンタカーの成果は、社内の成果というより世の中の成果です。事業者さんの車が動いて、お客さんが旅行に行ける。社会に貢献している感覚がちゃんとあります。

AIに代替されない人と、一緒に働きたい

―最後に、*skyticket*にどんな人に来てほしいですか。

井澤：自走できる人、自分で改善できる人です。伸び伸びやれる環境はあるので、それを活かせる人が活躍できます。言われたことをやるだけだと、AIに任せたほうが早くなっちゃうので（笑）。

引尻：AIが作業をやってくれる時代だからこそ、人にしかできないところを磨ける人。お客さんから困りごとを引き出せる人、「この人に相談したい」と思ってもらえる人、チームと協力して物事を前に進められる人。そこはAIには代わりがききません。あとは、コミュニケーションを面倒がらない人。うちは、エンジニアも営業も一緒になって動くチームなので。

従業員インタビュー②～インド立ち上げと社会貢献～

2016年にWebデザイナーとして入社し、最大70名のクリエイティブ組織を率いた横田。2023年に再入社してインドのグループ会社の代表となり、日本人ひとりでグローバル版OTA「ADVENTURE」を立ち上げ、村に学校も開校しました。異国でのマネジメントと、会社として社会貢献に取り組む意味を聞きました。（聞き手：経営企画部）



インドオフィス マネージングディレクター（現 社長室）

横田 絵里香

Yokota Erika

デザイナーとして入社し、家族とインドへ

―もともとは*Web*デザイナーとして入社されたんですよね。

横田：2016年に入社し、Webデザインや広告グラフィックの制作を担当していました。当時はまだ白金の小さなビルのワンフロア。そこから会社がものすごいスピードで大きくなっていくのを目の当たりにしてきました。

―そこから、組織を率いる立場になっていった。

横田：コロナ禍でGoToトラベルが始まったとき、社内全体で緊急的なサービス変更が必要になりました。その頃にはプロジェクトマネジメントも任されるようになっていて、skyticketのフルリニューアルのような大規模改修も経験しました。その後、クリエイティブグループの責任者として、多いときで70名ほどをマネジメントしていました。専門外の領域も多く、スキル不足を痛感する毎日でしたが、メンバーが互いに知識を補い合ってくれたおかげでやってこられました。

―インドに行くことになった経緯は？

横田：2022年に家族の都合でインドに転居することになり、一度退職しました。転居後、まるで図ったようなタイミングで中村社長から「そろそろ働きたくなったんじゃないか」と連絡があったんです（笑）。本格的にオフショア事業を始めるという話を聞いて、2023年に再入社しました。決め手は、中村社長の「社会貢献とビジネスを両立する」という言葉です。インドで現地の実情を目の当たりにしたことで、その言葉が初めて自分の経験とつながりました。

新しいグローバルブランドをゼロから

―インドでは、どんなことを任されていたんですか。

横田：日本本社が牽引するskyticketとは別の新規プロダクト「ADVENTURE」をゼロから立ち上げることです。行った時点でインドに開発メンバーは一人もおらず、一人ずつ採用して体制を組み上げました。インドだけでなく、バングラデシュのグループ会社の開発メンバーとも一緒につくり、最終的にはインド40名、バングラデシュ30名の70名規模になりました。

将来のグローバル展開を見据え、開発当初からGDPR、シンガポールのPDPA、PCI DSS レベル1といった最高水準の基準を前提に設計してきました。こうした基準は後追いで対応すると大きなコストがかかります。2026年7月末までにすべての基準への準拠を達成し、ホテル、航空券、アンシラリーを26言語・34通貨で販売できる基盤も整いました。要件を自分たちで読み解き、設計に落とし込めるチームになったことは、グループ全体に残せた資産だと思っています。インド系航空会社5社との直接契約も、日本本社と連携して締結できました。

「伝えたか」ではなく「伝わったか」

―言葉も文化も違う中で、チームをつくるのは大変だったのでは。

横田：最初は「どうしたら伝わるんだろう」と悩む時間が本当に多かったです。日本人同士ならすぐ通る要件も、図解して、画面を一緒に見ながら何度も確認しました。それでもインドを通しバングラデシュまで渡ると、少し違うものになって返ってくることもある。「私の当たり前は、相手の当たり前ではない」と深く感じ、「伝えたか」ではなく「伝わったか」がすべてだと考えるようになりました。最初は「日本本社の意向を運んでくる人」として見られていたと思います。それでは組織は動かないので、遠回りでも時間をかけて「本気」を伝える方法を選びました。帰任するとき、あるメンバーが「小さな喧嘩も含めて、あなたとの会話はすべて楽しかった」というメッセージをくれました。

―会社をつくる側の苦労もあったと聞きました。

横田：最初にやらなければならないのは「プロダクトを作れる会社を作ること」でした。行政手続きでは、同じ書類でも窓口の担当者によって判断が変わる。根拠を示し、記録を残し、ひとつの許認可に何度も足を運びました。突破できたのは、現地のメンバーや会計士・弁護士の方々が一緒に動いてくれたからです。設立3年目には、スケルトン物件から内装をつくり込むオフィス移転も、開発と並行して進めました。

インドでは、計画通りでなくてもその場にあるもので何とかしてしまう力を「ジュガード（Jugaad）」と呼びます。失敗しない計画を作る日本の力と、何か起きたときに何とかする現地メンバーの力。両方を持っていたいと思っています。

従業員インタビュー②～インド立ち上げと社会貢献～

帰任後は社長室で、ADVENTUREの収益化と、社会貢献と事業が循環する新サービスづくりに取り組む横田。後半では、ビハール州の村に学校を建てた経緯と、アドベンチャーで挑戦することについて聞きました。

性別も経験も、挑戦の壁にならない

―海外グループ会社の代表を、女性が日本人ひとりで務めるのは珍しいケースだと思います。

横田：引き継ぎ期間を除けば、日本人はずっと私ひとりでした。会社を設立した経験はありませんでしたが、会社は法人設立から採用、組織づくりまで任せる判断をしてくれました。女性だから、経験がないから、という理由で止められたことはありません。

とてつもないプレッシャーと日々戦っていたからこそ、自分の主観で決めないことは徹底しました。基準を先に示し、フィードバックは記録に残し、改善の機会を必ず用意する。成果を出しているメンバーが報われない状態を放置しないことは、代表の責任だと思っていました。

インドでは、カラフルなパンジャビ・ドレスの女性と、スーツパンツで颯爽と出勤する女性が同じ街にいる。その多様性の中で調和している世界観が、私は一番好きでした。4年半で自分の芯が太くなったと感じています。完成されたリーダーである必要はない。行った先で、芯を太くして帰ってくればいいんだと思います。

ビハール州の村に、学校を

―事業とは別に、社会貢献の取り組みも実現されたそうですね。

横田：現地のNPO法人結び手を支援する形で、ビハール州の村に学校を中心とした支援拠点を設立しました。学校に通う機会のなかった子どもたちが、今はそこで学んでいます。

きっかけは、毎日通っていたスラム街です。息子と変わらない年齢の子どもたちが、裸足で物乞いをしている。お金を渡しても解決にはならず、子どもが学校に行かなくなる循環を強めるだけだと知っていました。答えが出ないまま通り過ぎる日々の中で、個人ではなく会社を巻き込めば、もっと大きな輪をつくれるのではないかと考えるようになりました。そこで出会ったのが、現場に根を張り、子どもたちの道徳教育まで含めて長い目線で支援を続ける結び手でした。

建設費は全額会社が負担し、2026年5月の開校に向けては経営陣から若手社員までが現地で校舎の建設作業にも参加しました。教育だけでなく、女性の職業訓練や医療へのアクセス改善も担う複合的な拠点として運営していきます。「社会貢献とビジネスを両立する」という言葉は本当だった、と実感した瞬間でした。

ビジネスと社会貢献が循環する仕組み

―日本に戻ってからは、どんな役割を担っているんですか。

横田：社長室で、大きく2つの役割を担っています。1つは「ADVENTURE」の収益を上げること。GAの数値や広告、SEOの施策などからボトルネックを整理し、インドとバングラデシュのチームにフィードバックしています。もう1つが、skyticketの新規サービス「サステナブル・スタディツアー」の立ち上げです。

インドで学んだのは、支援は続かなければ意味がないということでした。教員の報酬も、職業訓練の材料も、医療のための移動手段も、維持するには毎年お金がかかります。そのたびに寄付を募るのではなく、ツアーが生んだ利益がそのまま現地の支援に回る循環をつくりたいと思っています。

―社会貢献だから、利益は二の次というわけではない。

横田：むしろ逆です。社内にも株主の皆様にも継続する意味を納得していただくには、事業として成立させることが必要です。会社が大きな利益を生めば、それだけ社会に返せるものも大きくなる。ゼロから作ったADVENTUREの価値を、最後は数字で証明する。そこは必ずやり切りたいと思っています。

手を挙げた人に、本当にやらせる会社

―アドベンチャーで働く魅力は何ですか。

横田：会社を設立した経験がなかった私に、法人設立から組織づくりまで任せてくれた。学校建設も、会社として新しい取り組みだったのに全額を負担してくれた。もちろん、任される以上は結果で見られます。「売上が上がらないものに価値はない」という基準も明確です。厳しいけれど、分かりやすい。手を挙げた人に本当にやらせることと、結果には正直であること。その2つがセットになっているのが、この会社の面白さだと思います。

―これから海外やマネジメントに挑戦したい人へメッセージを。

横田：大きな挑戦に想定外の出来事は避けられません。分からないことがあっても、ピンチだと感じる場面でも、堂々と立ち向かう。決めなければいけないときは決める。間違えたら修正する。そして、自分が決めたことの結果から逃げない。プレッシャーが大きいほど「怖い」という気持ちが出てきますが、経験を重ねるうちに「怖い」が「楽しい」に変わります。落ち着いて周りを見れば、支えになってくれる仲間がいるはずです。アドベンチャーには、挑戦したい人への扉があります。その扉を開く機会は、自分でつかみに行ってください。一緒に挑戦しましょう。

従業員インタビュー③～入社2週間でインドへ～

2026年4月に新卒で入社し、わずか2週間でインド・ニューデリーに赴任した川島。東京大学大学院でAIを研究し、現在はインドグループ会社のAIエンジニアとして「ADVENTURE」のホテル検索を担っています。1年目から何を任され、どう信頼を築いてきたのかを聞きました。（聞き手：経営企画部）



インドグループ会社 AIエンジニア（2026年新卒入社）

川島 涼輔

Ryosuke Kawashima

AIの研究から、社会を動かす仕事へ

―学生時代は、どのような研究をしていたんですか。

川島：東京大学大学院でAIの研究室に進み、大規模言語モデルを使って工場など現場の業務の流れを可視化し、ボトルネックを見つけて解消する仕組みを研究していました。人の経験や勘に頼っている判断を、AIでどう再現し、改善していくかというテーマです。

―なぜ研究ではなく、就職を選んだのですか。

川島：研究で生まれた技術が社会に届くまでには、長い時間がかかります。人手不足や地方の衰退のように、日本が今まさに直面している課題に対して、もっと早く、直接、自分の手で変化を起こしたかった。技術を事業として世の中に届ける側に立つべきだと考えたんです。そして何より、海外で働ける環境を探していました。

海外で、若いうちから経験を積む

―海外で働くことにこだわったのはなぜでしょう。

川島：人口が減っていく日本は、このままでは世界の中で存在感が小さくなっていきます。一方でアジアには、人口も経済も伸び続けている国がたくさんある。成長の只中にある市場で若いうちから経験を積めば、人材として自分を大きく差別化できる。そして、そこで得たものを、いつか日本に還元したいと考えていました。

決め手は、圧倒的な自由度

―なぜアドベンチャーを選んだのでしょう。

川島：就職イベントでアドベンチャーのブースを訪ねたとき、そこにいらしたのが中村社長でした。率直に思いを伝えると、「海外で働ける環境があるので、ぜひ来てほしい。のびのびとやりたいことをやってほしい」と言ってくださったんです。新卒の希望をまっすぐ受け止めてくれる会社は、ほかにありませんでした。

1年目から、AI検索と新規事業を担う

―インドでは、どのような仕事を担当していますか。

川島：「ADVENTURE」のホテル検索の改修を担当しています。今はAIを活用した自然言語検索の開発に取り組んでいて、ユーザーが自然な文章で希望を入力すると、アメニティや星の数などから最適なホテルを探し出します。大学院の研究とも考え方が近く、大いに活きています。並行して、新規事業のプロジェクトオーナーも任されています。

シニアに囲まれた環境で、信頼を築く

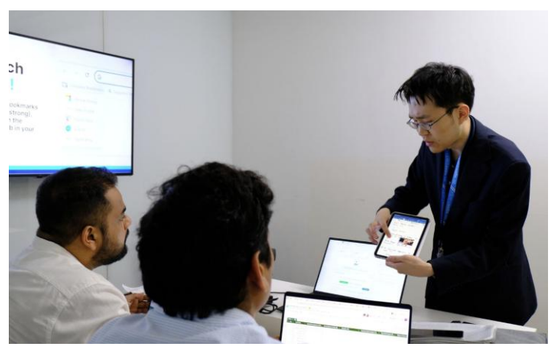
―インドでの生活や仕事には、すぐに慣れましたか。

川島：最初はカルチャーショックの連続で、赴任して2週間で体調を崩しました。仕事でも、インドグループ会社には新卒採用の制度がなく、周りはシニアのエンジニアばかり。最初は発表をきちんと聞いてもらえず、悔しい思いもしました。そこで、現地のAIハッカソンでの3位入賞や講演の様子をLinkedInで発信し続け、会議も自ら開いて議論をリードするようにしました。今では、マネージャーの方から会議や交流の場を設けていただけるようになっています。

圧倒的な当事者意識を持てる人へ

―アドベンチャーで働く魅力は何ですか。

川島：ほかの会社なら何年もかかる仕事を、新卒でも任されることです。責任の範囲が広がるスピードが圧倒的に速い。自分がつくった機能に不具合が起きたら、なぜ起きたのかを自分の言葉で説明できる。そうした当事者意識の高い人にとっては、これ以上ない環境です。一緒に挑戦できることを楽しみにしています。







成長戦略

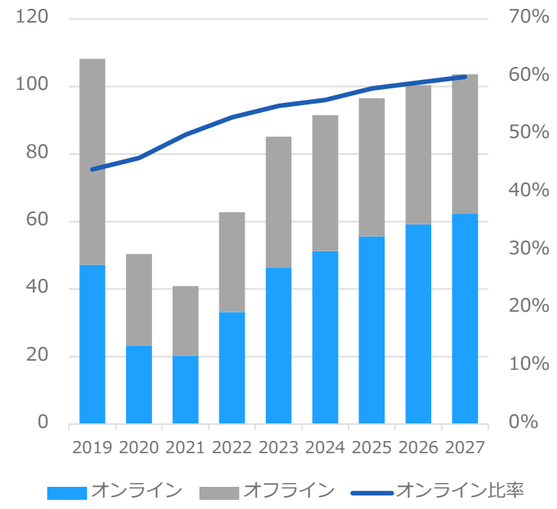
当社の強みを活かした拡大戦略

外部環境と旅行市場について

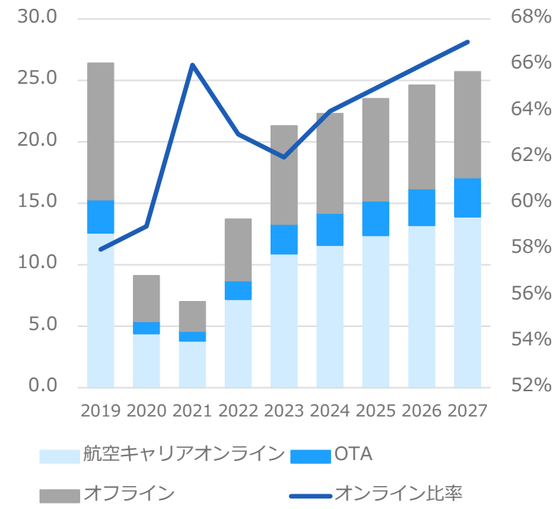
国内旅行市場は円安・物価上昇が続く中でもオンライン化が進み、オンライン予約が定着しています。また、経済成長が続くインドでは旅行市場のオンライン化とLCC比率の上昇が同時に進んでおり、LCCを多く取り扱う当社と親和性の高い注力市場として取り込みを図っています。

日本市場環境

国内旅行取扱高とオンライン比率

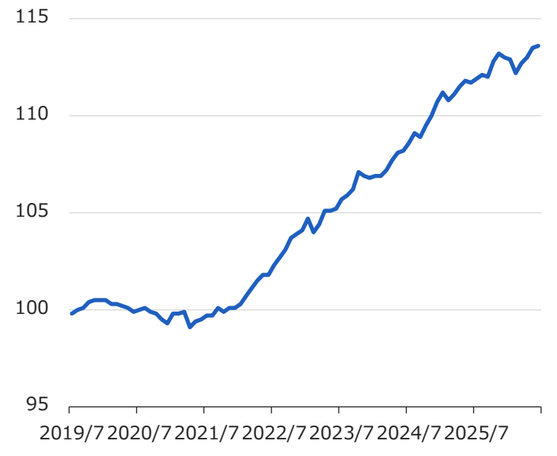


航空券取扱高とオンライン比率



（単位：10億USドル）※Phocuswright.incより引用

消費者物価指数（2020年＝100）



※総務省統計局「2020年基準　消費者物価指数」より引用

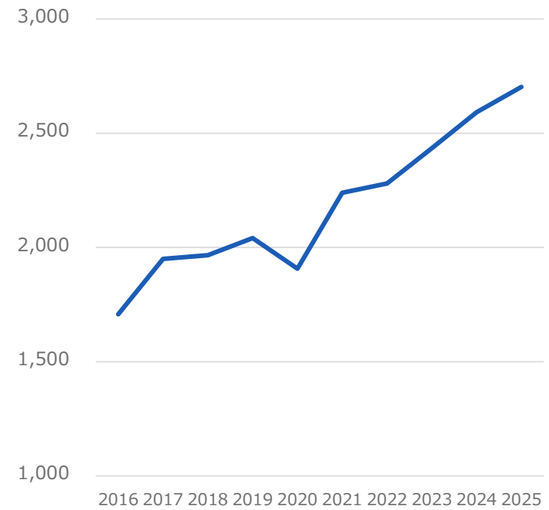
■オンライン化の進展
国内旅行取扱高に占めるオンライン比率は2019年の44%から2026年には59%まで高まり、2027年には60%に達する見込みです。航空券のオンライン比率も66%（2026年）と高く、OTA経由の取扱高も拡大が見込まれるなど、オンライン予約は定着しています。

■物価上昇と低価格ニーズ
消費者物価指数は2026年6月に113.6と、2020年比で約14%上昇しています。物価上昇が続く中、旅行でも低価格商品へのニーズが高まっていると想定され、LCCを含む格安航空券の横断検索を強みとする当社にとって不利な環境ではないと認識しています。

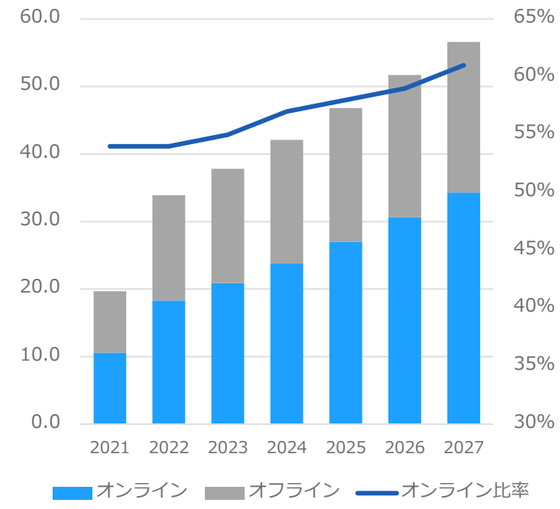
■当社の取り組み
2,600万DLを超えるアプリ基盤を活かし、アプリ予約比率の向上やSEO・GEOの強化によるオーガニックユーザーの拡大を進め、国内市場での利益拡大を図ります。

インド市場環境（当社注力市場）

インド一人当たりGDP

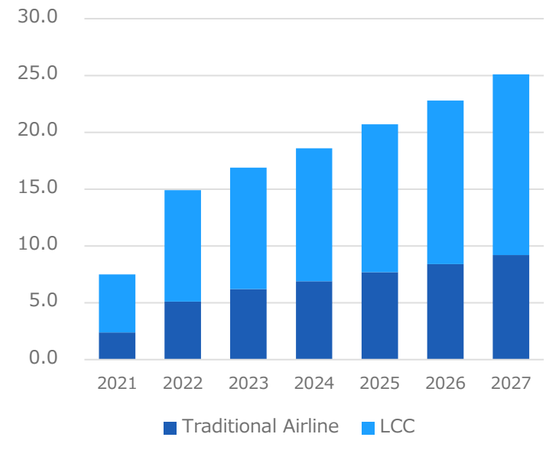


インド旅行取扱高とオンライン比率



左：（単位：USドル）※WORLD BANK OPEN DATAより引用　右：（単位：10億USドル）※Phocuswright.incより引用

インド航空券取扱高（フルキャリア／LCC内訳）



（単位：10億USドル）※Phocuswright.incより引用

■拡大する旅行市場
インドの一人当たりGDPは2016年の約1,700USドルから2025年には約2,700USドルへと約6割増加しました。経済成長を背景に、旅行取扱高は2021年の197億USドルから2027年には566億USドルへの拡大が見込まれ、オンライン比率も54%から61%へ高まる見込みです。

■オンライン化とLCCシフト
航空券ではOTA経由の取扱高が2021年の30億USドルから2027年には102億USドルへ拡大する見込みです。また、LCCの取扱高は2027年に159億USドルと航空券全体の6割超を占める見込みで、オンライン化とLCC比率の高まりが同時に進んでいます。

■当社の取り組み
当社は2022年にインド現地法人を設立し、システム開発に加えて営業およびカスタマーサポート（CS）の拠点として整備を進めています。LCCを多く取り扱う当社のノウハウを活かし、成長するインド市場の取り込みを図っています。

中期経営計画

私たちは、国内市場での利益拡大とグローバル市場での取扱高の成長を両輪に、2029年6月期に連結収益320億円・営業利益40億円（2027年6月期比で営業利益2倍）を目指す3か年計画を策定しました。連結では、旅工房の黒字化とアヤベックス・ファイブスターコーポレーションの高成長を支えるPMIを強化するとともに、余剰現預金を活用したM&Aも視野にグループ全体の再編を進めます。単体では、OTAの主業である取扱商品の拡充を最優先に、SEO・GEOの強化や会員・アプリ予約比率の向上による広告宣伝費比率の改善、AIを活用したデータ分析・機能改善の高速化、BtoB・BTM・アクティビティなどの新規事業に取り組みます。

中期経営計画の数値目標

連結3カ年目標

ADVENTURE
Be a leading Global OTA

FY2027	FY2028	FY2029
収益 260億円	収益 290億円	収益 320億円
営業利益 20億円	営業利益 30億円	営業利益 40億円

2029年6月期のその他の主要目標

取扱高（単体）	アプリDL数（単体）	当期利益（連結）	ROE（連結）
1,000億円	4,000万	24億円	20%
うちグローバル100億円	うちグローバル1,000万		

主な施策

連結

- ✓ グループ全体の再編を検討
  - 旅工房の黒字化、アヤベックス・ファイブスターコーポレーションの高成長を支えるべくPMIを強化
- ✓ 余剰現預金を活用したM&Aも積極的に検討
  - OTAとしての商品力の拡充が最優先
  - グループ会社の事業に関するロールアップ、新たな柱となる新規事業も検討

単体

- ✓ 既存事業の強化
  - 取扱商品の拡充
  - オーガニック施策による広告宣伝費比率の改善
    - ➢ SEO・GEOの強化
    - ➢ 会員予約率、アプリ予約比率の向上
- ✓ AIを活用したデータ分析・機能改善の自動化
- ✓ インドを中心としたグローバルへの展開
- ✓ 新規事業の展開
  - BtoB、BTM、アクティビティを検討中

競争優位性、差別化の方向性

当社の競争優位性は、「旅行商品の多様性」「グローバル展開」「AIの活用」の掛け合わせにあります。国内外航空券、ホテル、レンタカー・バス・eSIMなど幅広い旅行商品をひとつのサイトで購入できる国内最大級の品揃えを基盤に、市場参入の余地があり成長が続く国に絞って海外展開を進めます。最注力国はインドとし、既に拠点を置く国々でも順次拡大していきます。さらに、Claudeを中心とした全社的なAI活用をベンチャーらしい機動力で事業に取り込み、競合との差別化を図ります。

旅行商品の網羅性

- 国内外航空券、ホテル、レンタカー・バス・eSIMなどを取扱い
- サイト内で購入できる旅行商品の幅広さは国内最大級

旅行に必要なサービスをワンサイトで



グローバル

- 市場参入余地があり、市場自体の成長トレンドも続く国に絞って拡大
- 最注力国はインドであり、既に拠点を配置した国々も順次拡大を想定

6法人
海外拠点（韓国・フィリピン・バングラデシュ・インド・シンガポール・米国）

+63.9%
海外航空券の取扱高（2027年6月期第1四半期、前年同期比）

AIの活用

- Claudeを中心に従業員のAI活用を推進
- ベンチャー企業の社風を残した機動力のあるAI活用で競合との差別化を図る

2.2倍
開発のプルリクエストのマージ数（2026年6月期、前期比）

週6.7時間
AI活用による1人あたりの業務時間の短縮（2026年11月 全社員アンケート）

旅行商品の網羅性

グローバルOTAとして市場での優位性が高い商品力を得るためには、各国で新しくパートナーとなるような企業との提携、仕入れ・販売に関する業務プロセスのローカライズ、直接システム連携が必要であり、営業のみならずM&A先とのPMIや管理画面のシステム開発など多様な手法で商品力強化を進めています。

今期の成果：取扱商品・提携の拡大

2026年6月期は、レンタカー（取扱高前期比+14.1%）、高速バス（同+8.6%）、ホテル（同+23.6%）、海外航空券（同+12.9%）が取扱高を伸ばし、国内航空券以外のサービスの構成比が高まるなど、収益源の多様化が進みました。仕入れ面では、ホテルの直契約施設の拡大に加え、海外航空会社との接続や高速バスの取扱い事業者の拡充を進めました。また、グローバルでの販売を拡充するため多言語の新サイト「ADVENTURE」を開設し、旅行商品の販売を開始しています。

ホテル
1万件超
累計の直契約施設数が1万件を突破

海外航空券
エバー航空
NDCによる直接システム接続を開始

海外航空券
フィリピン航空
フィリピンのナショナルフラッグキャリア、ほか多数の海外エアラインの取扱いスタート

高速バス
大手3社
JR東海バス、西鉄バス、北海道内の都市間高速バスネットワーク「楽得バス13（RAKUTOKUBUS 13）」などの取扱い開始

今後の取り組み

2027年6月期は、ホテル・海外航空券・高速バスなど既存サービスの契約をさらに拡充するとともに、BtoB、新幹線、アクティビティ、ツアーのリニューアルなど新規サービスにも着手し、旅行に関わる幅広いニーズに応える商品ラインナップの構築を進めます。



AIの活用により大きく改善する生産性

当社の成長には、国ごとに異なるユーザー画面・管理画面・決済手段を、多数のサービスで開発し続ける必要があります。限られた人員でスピードとクオリティを両立するため、当社は全社でAIの活用を進め、生産性を大きく高めています。現在はClaudeとGeminiを全社員が利用できる環境を整えており、活用はエンジニアなどの開発メンバーにとどまらず、営業・カスタマーサポート・コーポレートなど、あらゆる職種に広がっています。現時点でも生産性は大きく向上していますが、AIエージェントの活用や業務の進め方の見直しなど、伸びしろはまだ大きいと考えています。今後もAIを前提に仕事の進め方を見直し、さらなる生産性の向上を目指します。



開発生産性の向上

開発部門では、AIを前提とした開発が大前提になっています。プログラムの変更を本番に取り込む単位であるプルリクエストのマージ数は、2025年6月期の12,347件から2026年6月期の27,450件へ**2.2倍**に増えました（※1）。四半期ごとに見ると、2年間で**4.5倍**です。

AIの活用の効果

2026年11月に実施した全社員アンケートでは、全社員がAIを業務で利用しており、**91.8%**が毎日使っています。また、**76.5%**がAIエージェントを活用しています。AIを使わずに同じ業務を行った場合と比べ、1人あたり平均で**週6.7時間**、回答者全体で**年間約2.9万時間**（約15人分の労働時間に相当）の短縮となりました（※2）。効果は開発部門にとどまらず、エンジニア以外の職種でも1人あたり平均で週約6時間の短縮となっています。

今後の取り組み：社内データ・ノウハウ×Claudeで、判断を自動化

データ基盤の整備を進め、予約・売上などの自社データに、広告やアプリの計測データを加えてBigQueryに集約しています。**BigQuery上のデータをAIが読み取る**ことで、さまざまな経営上の意思決定に反映できる仕組みづくりと、業務の自動化を進めています。すでに、**広告運用や経理業務の自動化、各種施策の効果検証、LTV（顧客生涯価値）の高い施策の提案**など、多様な活用ができるようになってきています。あわせて、社内ルールの周知や活用事例の共有、利用環境の拡充を進め、AIの効果を全社に広げていきます。

※1 GitHub上の当社開発リポジトリで、既定ブランチにマージされたプルリクエストの件数（2026年10月集計）。2025年6月期＝2024年7月～2025年6月。四半期の伸びは、2025年6月期第1四半期から2026年6月期第4四半期の比較。
※2 2026年11月6日～9日に実施。社員の自己申告にもとづく推計で、AIを使わずに同じ業務を行った場合と比べた1週間あたりの短縮時間を区分で回答してもらい、各区分の代表値（0／0.5／2／4／7.5／10時間）から算出。年換算は週×4.3×12か月、労働時間換算は1人あたり年間1,920時間で計算。「10時間以上」は10時間として計算しているため、実際の短縮時間はこれを上回る可能性がある。

多拠点展開

グローバルに競争力のあるサービスを作るためには、組織体制や採用活動もグローバルスケールで考え、各国人材市場に合わせた人的資本の獲得・配置が必要となります。短期・中期・長期を見据えた拠点展開を行い、各国の特徴を活かしトライアンドエラーを繰り返しながら組織の優位性を高めています。



ADVENTURE
+ Global



アドベンチャー現地法人の拡大

①	2006年12月21日	株式会社 アドベンチャー（日本）設立
②	2022年7月7日	Adventure Korea, Inc. （韓国）設立
③	2022年12月6日	Adventure Global OTA Philippines（フィリピン）設立
④	2022年12月7日	Adventure India Journey Private Limited（インド）設立
⑤	2022年12月2日	Adventure Dhaka Limited（バングラデシュ）設立
⑥	2023年11月27日	ADVENTURE APAC PTE. LTD.（シンガポール）設立
⑦	2024年4月10日	Adventure Global Travel（米国）設立

旅行業　システム開発　投資事業



SDGs

持続可能な開発目標達成のための取り組み

SDGsに関する取り組み



教育支援・社会貢献

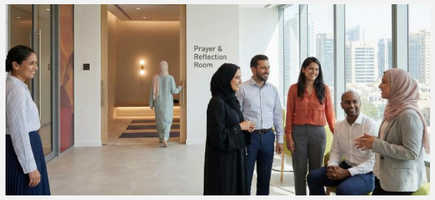
インド・ビハール州の村で、現地のNPO法人と連携して学校を建設し、2026年5月に開校しました（建設費は当社が全額負担）。あわせて、ツアーの利益を現地の支援に回す「サステナブル・スタディツアー」の立ち上げを進めています。

リサイクル促進、CO2削減



社内では1日2本までのフリードリンク制という福利厚生のもと、ペットボトルのキャップを集め、ラベルを外すことにより、リサイクルの促進、CO2の削減に役立つことを目指しています。

多様性が拓くイノベーションと働きがい



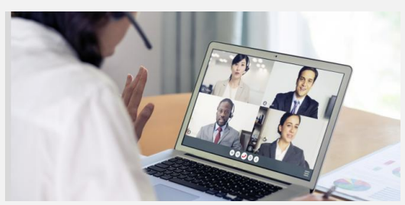
国籍や文化の壁を超えた、誰もが自分らしく輝ける職場づくりを加速させています。
現在、外国人従業員比率は45%に達し、多様なバックグラウンドを持つ人材がイノベーションを牽引しています。その基盤として、宗教的背景に配慮した礼拝スペースを設置するなど、相互尊重に基づいた環境整備を徹底しています。
互いの違いを認め合う受容的な風土こそが、組織の強さです。今後も多様な個性が活躍できる環境を進化させ、真のダイバーシティ実現と持続可能な企業価値向上に貢献してまいります。

ワークライフバランスの実現



小さいお子さんを養育している社員は申請すれば時差出勤可能など、事情に合わせ個別の勤務対応の検討をしています。

ペーパーレスを推進



全サービスがオンライン完結のためペーパーレス。会議や打ち合わせはパソコンを持参し、社内で紙の消費を低減。

環境問題に向き合う体制づくり





京町家の再生・活用
京都市内に現存する町家を、建築的な特徴や生活様式を最大限に尊重しながら再生し、宿泊施設として活用しています。

自然エネルギーの活用
町家特有の「通り庭」や「坪庭」は自然の光や風を取り込む効果が高く、夏の暑さや冬の寒さを和らげる仕組みです。

資源の循環
アメニティはプラスチック製品を極力排除し、自然分解される竹を利用したものを採用しています。

地域・国際交流の促進



国内・インバウンドの旅行事業を推進し、地域復興・国際交流を促進。お客様と関係施設、交通機関を結びつけることで観光産業の活性化へつながります。

グローバル展開



多言語対応のため海外の方にもご購入いただけるサイトを運用。現在は国内での事業展開とともにアジアを中心にグループ会社を設立し、現地での雇用を創出。





ガバナンス・データセクション

持続的な成長を支える経営基盤とデータ

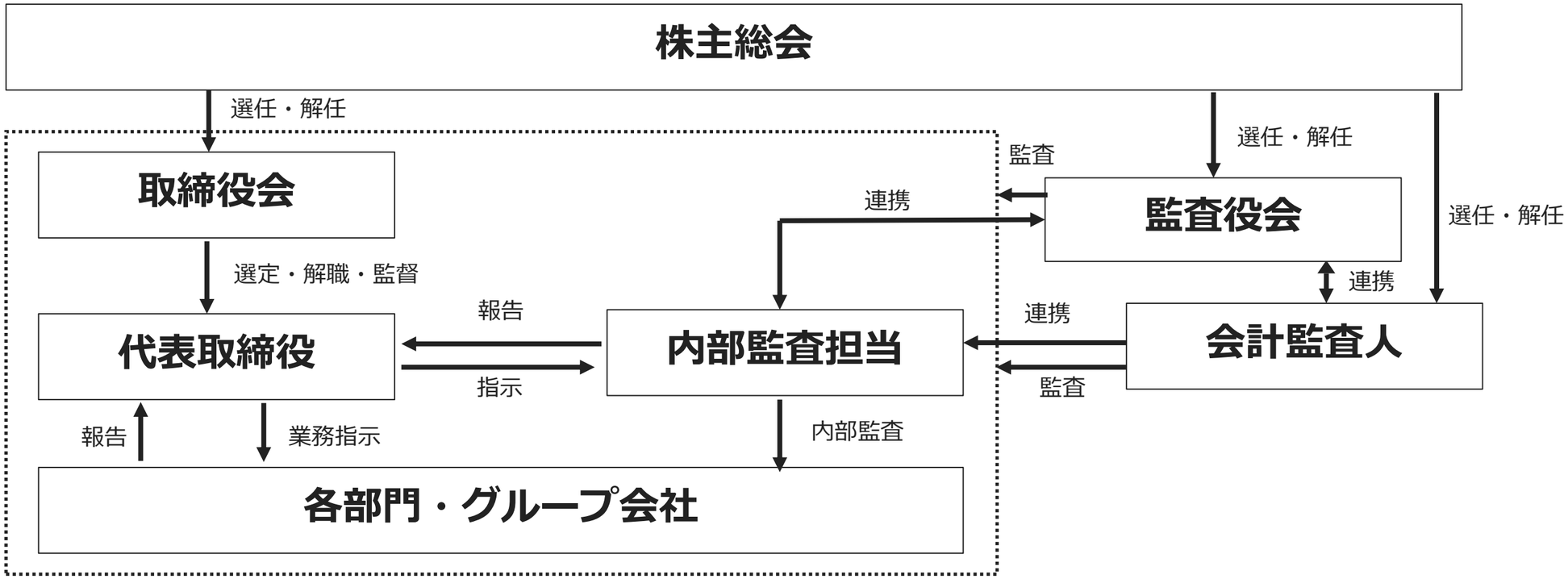
コーポレート・ガバナンス体制

当社のコーポレート・ガバナンスに対する基本的な考え方

当社グループでは、コーポレート・ガバナンスの目的について、株主、取引先、従業員、さらには利用者、地域社会などのステークホルダーの信頼と期待に応え、企業価値を高めるべく、経営の効率化を図るとともに健全性・透明性を確保することにあると考えております。かかる目的を達するためには、役員の選任、報酬の決定、経営の監視、コンプライアンスの実施等により、経営に対する監督並びに監査等が実効的に行われることが肝要であり、当社はコーポレート・ガバナンスの強化・充実を図ることについて経営上の最重要課題の一つと位置づけております。
また、当社グループでは、社外取締役（3名）及び社外監査役（3名）により取締役会の監督機能を高め、経営の効率化並びに健全性・透明性の確保に努めております。

コーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は、会社法に基づく機関として、株主総会、取締役会及び監査役会を設置するとともに、日常的に事業を監視する役割として内部監査担当者を設けております。
2026年6月期は取締役会を17回、監査役会を12回開催したほか、グループ会社の雇用調整助成金不正受給問題を受け、コンプライアンス研修を含む全社研修プログラムの始動や旅工房の経営体制刷新など、グループガバナンスの強化を進めています。



コーポレート・ガバナンス体制

現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は社外取締役3名及び監査役会設置会社として、社外監査役3名を選任しております。社外取締役及び社外監査役は定時取締役会及び臨時取締役会に出席し、取締役の業務執行について適宜意見を述べ、業務執行全般にわたって経営監視を行っております。このようなコーポレート・ガバナンス体制を選択することによって、経営者及び社内取締役による会社の私物化、誤った経営方針や意思決定を未然に防ぐことができると考え、現在の体制を選択しております。

監査役、会計監査人、内部監査部門の連携状況

会計監査において投資家保護を、監査役監査において株主及び債権者の利益の保護を、内部監査において当社グループの継続的発展と企業価値の向上をそれぞれ目的として、三様監査（監査役監査・内部監査・会計監査）を実施し、当社グループの健全な経営及び継続的な発展に不可欠な内部統制の構築並びに運用状況及びその有効性の検証、評価を三様監査相互の連携及び相互補完をもって推進しております。監査役とは内部監査報告書等の共有や都度コミュニケーションを図っております。
また、監査法人とは監査実施時等の社内での作業を行うときに個別に情報を共有しております。
また、三様監査の実効性を高め、かつ、全体としての監査の量的向上を図るため、各監査間での監査計画及び監査結果の報告、意見交換等緊密な相互連携の強化に努めております。

社外取締役

社外取締役 独立役員 **三島 健**	The University of New South Wales (Postgraduate)卒、イーベイ・ジャパン㈱、エクスペディアホールディングス㈱代表取締役、㈱JTB Web販売部戦略統括部長、グーグル合同会社モバイルアプリ統括部長を経て、Rokt合同会社日本代表
社外取締役 独立役員 **雷 蕾**	一橋大学大学院卒、野村證券㈱、㈱ネクソンを経てシンフロンテラ㈱代表取締役
社外取締役 独立役員 **永田 ゆかり**	早稲田大学卒、アクセンチュア㈱、楽天グループ㈱、KPMGコンサルティング㈱、データビズラボ㈱代表取締役

監査役会構成

社外監査役 独立役員 **児玉 尚人**	監査役会議長 公認会計士
社外監査役 独立役員 **角田 千佳**	監査役会構成員 他の会社の出身者
社外監査役 独立役員 **小椋 明子**	監査役会構成員 公認会計士

事業等のリスク

主なリスクファクター	リスクの内容	影響度	リスクへの対応策等
経済情勢の変動に関するリスク	・金利の変動	発生頻度：中 影響度：小	市場動向を注視し、資金調達先や期間の分散及び固定金利での調達の利用による金利変動の影響の抑制
	・為替の変動	発生頻度：中 影響度：小	海外グループ会社との着金、送金対応の時期・契約時期の分散、為替レートの変動による影響の軽減対応
	・ロシアのウクライナ侵攻や中東情勢の悪化等の有事の発生による資源・エネルギー価格の高騰	発生頻度：少 影響度：小	仕入先、販売先の分散、抑制等、価格高騰による影響の軽減対応
事業活動に関するリスク	・航空会社等の契約内容変更・解除	発生頻度：中 影響度：中	取扱商品を拡大することでリスクを分散
	・不正アクセス等による個人情報の漏洩	発生頻度：中 影響度：大	2026年10月の不正アクセス事案を踏まえ、外部専門家による調査と脆弱性対策、常時監視と休日・夜間体制の強化、責任者の明確化、全従業員への教育を進め、取締役会が定期的に監督
	・グローバル人材採用に伴う受け入れ体制不足	発生頻度：少 影響度：中	外国人顧客向けのオペレーターや、国内外の優秀な人材確保に備え、社内における研修制度の充実や語学が堪能な人材の採用強化
	・海外への事業拡大に伴う個別API接続対応等システム基盤不足	発生頻度：少 影響度：中	国内で培った技術力やノウハウを活かし、堅牢なシステム構築の促進と、オフショア開発拠点での基盤強化
災害、気候変動、トラブル等に関するリスク	・世界情勢の変化や地震などの自然災害、事故等による観光インフラへの被害発生リスク	発生頻度：中 影響度：中	手元資金を備えておくことで、余裕をもった対応を実現
	・感染症等の拡大及びそれらに対する緊急事態宣言の発令等による事業者の経営不振や企業活動・社会生活・消費動向の大幅な変化	発生頻度：少 影響度：中	旅行領域にとどまらず利用頻度の高い生活領域の商品拡大
	・IT（情報技術）システムのトラブル	発生頻度：少 影響度：大	技術的側面、プロセス/人的側面、物理的側面等、多面的な対策及び問題発生時に備えた迅速な対応フローの構築
	・気候変動	発生頻度：少 影響度：中	リスクと機会の分析を行い、事業戦略への影響の把握、気候変動の緩和や適応につながる対策の検討
	・サービスの品質トラブルや、旅行先で発生する事件事故、当社グループの役職員・従業員の不祥事等によるブランド価値低下、販売不振等	発生頻度：少 影響度：大	グループ全体のガバナンス、リスク管理体制の強化、コンプライアンス研修を通じた問題発生の防止

※ 発生頻度の「少」は、想定される最大規模のリスクの顕在化の可能性が「10年以上」、影響度の「大」は、その損益影響の可能性が想定される最大規模で「100億円以上」を目途としています。
※ 上記は、不正アクセスに関する記述を除き、2026年6月30日時点において判断したものであり、当社グループの事業に関するリスクをすべて網羅しているとは限らず、不確実性も内在しており、実際の結果と異なる可能性があります。

ESGデータ

Environment　環境

環境負荷の低い移動手段の提供

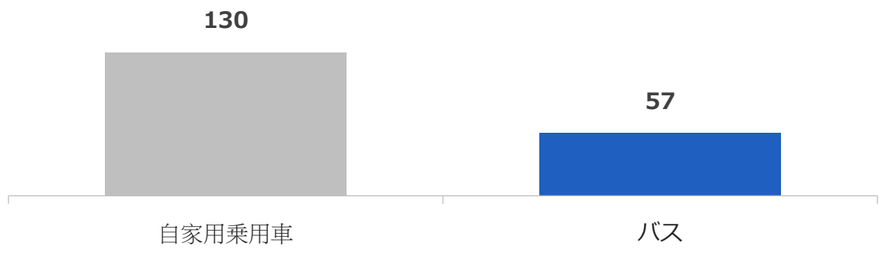
高速バス取扱高（単位：百万円）



※当社単体の高速バス取扱高。高速バスは自家用乗用車に比べ、旅客1人あたりのCO2排出量が半分以下の移動手段です。

輸送機関別のCO2排出量（旅客）

単位：g-CO2/人キロ



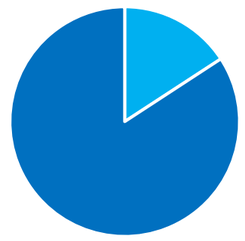
※2019年度。国土交通省「鉄道分野のカーボンニュートラルの目指すべき姿」より

Social　社会

従業員データ

項目	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
本社従業員数（アルバイトを除く）	126名	158名	144名
障がい者雇用比率	1.6% （2名/126名）	0.6% （1名/158名）	1.4% （2名/144名）
育児休業取得者数	5名	2名	4名
労働災害度数率	0.00	0.00	0.00
正社員平均年齢	32.9歳	33.5歳	34.7歳
平均勤続年数	3年6か月	3年1か月	3年11か月

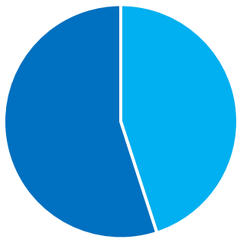
女性管理職比率



15.8%

※提出会社（女性活躍推進法に基づく算出）

海外国籍比率



45%

※有報記載の外国人比率（連結）

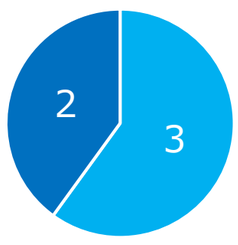
Governance ガバナンス

取締役データ

	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
取締役	6名	5名	5名
女性取締役	3名	2名	2名
社外取締役	4名	3名	3名
監査役	3名	3名	3名
社外監査役	3名	3名	3名

※2026年6月期時点

社外取締役比率



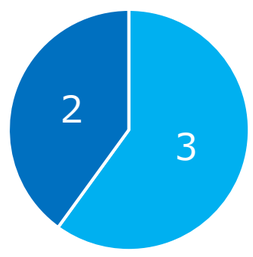
60%

社外監査役比率



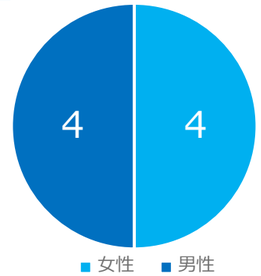
100%

独立取締役比率



60%

女性役員比率



50%

財務データ

［IFRS］連結財政状態計算書

（単位：百万円、百万円未満切捨て）

	2025年6月期				2026年6月期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
資産								
現金及び現金同等物	15,251	15,140	16,586	16,344	14,845	14,020	15,562	13,263
営業債権及びその他の債権	3,473	3,033	3,624	3,765	3,734	3,248	4,214	4,835
その他	3,033	3,661	3,736	2,720	2,861	2,896	2,900	3,658
流動資産合計	**21,757**	**21,834**	**23,946**	**22,829**	**21,440**	**20,164**	**22,676**	**21,756**
のれん	3,967	3,995	3,969	2,214	2,218	2,995	2,999	2,649
その他	3,009	2,611	2,516	2,418	2,855	2,707	2,852	3,777
非流動資産合計	**6,976**	**6,606**	**6,485**	**4,632**	**5,073**	**5,702**	**5,851**	**6,426**
資産合計	**28,733**	**28,440**	**30,432**	**27,461**	**26,514**	**25,867**	**28,527**	**28,182**
負債及び資本								
営業債務及びその他の債務	7,133	6,379	8,460	8,142	7,953	6,604	7,945	7,394
社債及び借入金	954	927	921	955	1,056	1,305	1,865	1,951
その他	1,260	1,524	1,360	2,855	2,005	1,232	1,002	984
流動負債合計	**9,347**	**8,830**	**10,741**	**11,952**	**11,014**	**9,141**	**10,812**	**10,329**
社債及び借入金	6,381	6,152	5,920	5,657	5,326	6,118	7,255	7,817
その他	790	792	818	570	546	642	740	618
非流動負債合計	**7,171**	**6,944**	**6,738**	**6,227**	**5,872**	**6,760**	**7,995**	**8,435**
負債合計	**16,518**	**15,775**	**17,480**	**18,179**	**16,886**	**15,902**	**18,808**	**18,764**
資本金	4,072	4,072	4,072	4,072	4,072	4,072	4,072	4,072
資本剰余金	4,007	4,015	4,023	4,027	4,034	4,041	4,003	3,570
利益剰余金	5,631	6,013	6,372	3,430	3,714	3,862	4,106	1,391
自己株式	-2,459	-2,463	-2,468	-2,471	-2,476	-2,481	-2,909	-5
その他	-73	9	-76	-70	-55	2	-8	10
親会社の所有者に帰属する持分合計	**11,178**	**11,646**	**11,923**	**8,988**	**9,289**	**9,496**	**9,264**	**9,038**
非支配持分	1,037	1,018	1,028	293	338	468	455	379
資本合計	**12,215**	**12,665**	**12,951**	**9,282**	**9,627**	**9,964**	**9,719**	**9,417**
負債及び資本合計	**28,733**	**28,440**	**30,432**	**27,461**	**26,514**	**25,867**	**28,527**	**28,182**

財務データ

［IFRS］連結損益計算書

（単位：百万円）

	2025年6月期					2026年6月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
収益	6,645	6,008	6,908	5,808	25,370	6,967	6,385	6,335	5,945	25,634
売上原価	2,377	2,208	2,650	2,487	9,723	2,841	2,806	2,772	2,367	10,788
営業総利益	**4,267**	**3,799**	**4,258**	**3,321**	**15,646**	**4,125**	**3,578**	**3,563**	**3,578**	**14,845**
販売費及び一般管理費	3,402	3,159	3,638	3,699	13,898	3,564	3,518	3,118	3,636	13,838
その他の収益	3	8	16	21	49	56	361	24	106	549
その他の費用	1	0	1	2,950	2,953	80	27	10	337	456
営業利益（損失）	**867**	**648**	**634**	**-3,306**	**-1,155**	**536**	**393**	**459**	**-288**	**1,100**
金融収益	2	1	8	1	13	14	2	15	2	35
金融費用	37	39	38	32	148	36	48	49	75	210
税引前利益（損失）	**832**	**610**	**604**	**-3,338**	**-1,290**	**514**	**347**	**424**	**-362**	**925**
法人所得税費用	336	244	238	-41	778	185	76	207	-83	385
当期利益（損失）	**496**	**366**	**365**	**-3,297**	**-2,069**	**329**	**271**	**216**	**-278**	**539**
親会社の所有者に帰属	489	381	359	-2,942	-1,711	283	148	244	-210	465
非支配持分に帰属	6	-15	6	-355	-357	45	123	-27	-67	73

［IFRS］連結包括利益計算書

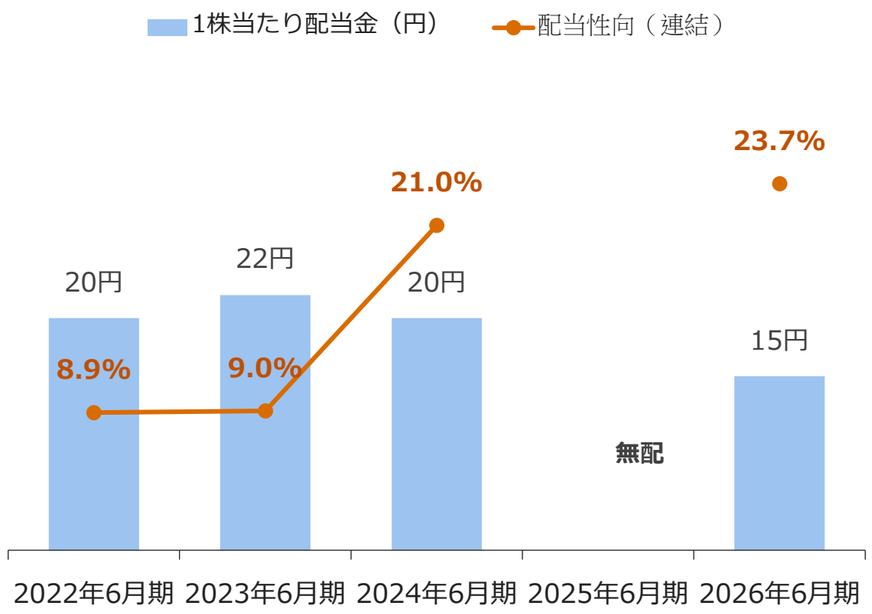
（単位：百万円）

	2025年6月期					2026年6月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
その他の包括利益合計	-143	79	-82	2	-143	13	63	3	11	91
当期包括利益	**352**	**446**	**282**	**-3,294**	**-2,213**	**342**	**334**	**220**	**-267**	**630**
親会社の所有者に帰属	343	465	273	-2,934	-1,852	298	204	233	-191	545
非支配持分に帰属	8	-19	9	-359	-360	44	130	-12	-76	85

株式データ

株主還元の推移

1株当たり配当金と配当性向（連結）



株主還元指標

	2022年6月期	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期
1株当たり配当金（円）	20	22	20	—	**15**
配当性向（連結）	8.9%	9.0%	21.0%	—	**23.7%**
株主還元額（百万円）	150	165	2,616	32	**607**
うち配当総額	150	165	148	—	**107**
うち自己株式取得額	—	—	2,467	32	**499**
総還元性向	9.3%	9.1%	367.2%	—	**130.5%**
自己株式消却（株）	—	—	—	—	**800,000**

※配当は基準日の属する期に計上。配当性向は連結の基本的1株当たり当期利益に対する比率。
※株主還元額＝配当総額＋自己株式取得額（取締役会決議分）。
※総還元性向＝株主還元額÷親会社の所有者に帰属する当期利益。

大株主一覧（2026年6月30日現在）

株主名	持株数（千株）	持株比率（%）
中村　俊一	4,950	68.97
日本カストディ銀行（信託口）	174	2.44
DAIWA CM SINGAPORE LTD-NOMINEE YAGI RIEKO	155	2.16
下中　佳生	90	1.25
株式会社中村	85	1.18
楽天証券株式会社共有口	63	0.89
株式会社SBI証券	43	0.61
宮石　久夫	38	0.54
松井証券株式会社	26	0.37
岩田　靖宏	26	0.36

（注）「株式会社中村」名義の株式は、当社代表取締役である中村俊一が実質株主として所有しております。

所有者別状況（2026年6月30日現在）

	政府及び地方公共団体	金融機関	金融商品取引業者	その他の法人	外国法人等 個人以外	外国法人等 個人	個人 その他	計	単元未満株式の状況（株）
株主数（人）	—	3	23	36	29	23	3,328	3,442	—
所有株式数（単元）	—	1,919	1,874	1,418	2,845	92	63,569	71,717	7,200
所有株式数の割合（%）	—	2.68	2.61	1.98	3.97	0.13	88.64	100.00	—

（注）自己株式1,523株は、「個人その他」の欄に15単元及び「単元未満株式の状況」の欄に23株を含めて記載しております