



2026年2月12日

各 位

会社名 t r i p l a 株式会社
代表者名 代表取締役CEO 高橋和久
代表取締役CPO 鳥生格
(コード番号: 5136 東証グロース市場)
問い合わせ先 執行役員CFO 田中 大樹
TEL. 03-6276-6553

第11回定時株主総会の質疑応答の要旨

当社は2026年1月28日に第11回定時株主総会を開催いたしました。本総会中に頂戴したご質問とその回答の要旨について、下記のとおり開示いたします。

■質疑応答でのご質問と回答の要旨

ご質問要旨

株主①

- 前期に新CTOの就任があったが、開発手法の変化を目的としたものか、従来の体制強化を目的としたものなのか、意図をお聞かせください。
- 成長可能性資料において掲げているAI対応について、具体的にどのような取り組みを想定しているのか教えてください。また、中期的にはLLM（大規模言語モデル）開発企業とのアライアンスや連携の可能性はあるのでしょうか。

株主②

- triplaが属する業界ではどのような競合環境があり、その中の立ち位置を、国内およびグローバルの観点からお聞かせください。

株主③

- グローバルホスピタリティ企業としての認知がさらに広がることで、マルチプルの向上も期待しています。海外展開の展望についてお聞かせください。

株主④

- 従業員への還元についてお伺いします。モチベーション維持のためにどのような制度がありますか。従業員持株会制度は導入されているのでしょうか。また、導入されている場合には、その加入率を教えてください。

株主⑤

- グローバル展開を進めるにあたり、機能面のローカライズに加えて、UX/UIのローカライズも重要になると考えております。
国や地域ごとのデザインや利用習慣の違いに対する課題認識と、現在および今後の対応方針についてお聞かせください。

株主⑥

7. これまで決済関連の取り組みが成長を牽引してきたと理解しています。一方で、将来的に決済分野の成長が鈍化した場合、成長全体が頭打ちになるのではないかという懸念もあります。
決済以外の次の成長ドライバーや、中長期的な成長戦略についてお考えをお聞かせください。
8. 既存の海外事業について、前期は計画未達となっています。
その要因についてどのように分析されているのかお聞かせください。

株主⑦

9. インフレが進行する中で、宿泊料金やコスト構造の変化など、外部環境が当社の事業にどのような影響を与えると考えているのか教えてください。

株主⑧

10. 当社はこれまで成長戦略としてM&Aを活用してきたが、逆に当社自身が買収対象となる可能性について、経営としてどのようなスタンスを持っているのかを伺いたい。また、現時点でアクティビスト投資家等からの具体的なコンタクトがあるのでしょうか。

回答要旨

1. 回答者：代表取締役 CPO 鳥生

これまで当社では、代表取締役がプロダクト企画、開発、セキュリティといった領域を横断的に管掌する体制のもと、事業を推進してまいりました。創業期から成長フェーズにかけては、機動力を重視した体制として有効に機能していたと認識しております。

一方で、事業規模の拡大およびプロダクトの高度化に伴い、技術領域およびプロダクト企画領域それぞれにおいて、より高い専門性を持ったマネジメント体制の必要性が高まってまいりました。

このような背景から、技術領域における意思決定および開発体制の強化を担うCTOと、プロダクト戦略および企画を統括するVP of Productによる二名体制を構築し、プロダクト組織全体の強化を図っております。

なお、本件は開発手法そのものを大きく変更することを目的としたものではなく、従来の開発思想や取り組みを継続しつつ、組織体制を強化し、持続的な成長を支える基盤を整備するための取り組みであります。

2. 回答者：代表取締役 CPO 鳥生

当社では、AIおよびLLMに関して、すでに複数の取り組みを進めております。近年、旅行業界においては、従来のOTAを起点とした検索・予約モデルから、AIを起点とした検索・提案・予約体験へと移行する可能性が指摘されており、当社としても重要な構造変化として認識しております。

仮に、ユーザーがAIに希望条件を入力し、宿泊施設の提案から予約までを一貫して任せる体験が一般化した場合、当社がどのような価値を提供できるかが重要になります。その中で当社が最も重視しているのが、tripla Bookにおいてすでに実現し

ている「公式サイトにおけるベストレート提供の仕組み」です。公式サイトで最適な価格を安定的に提供できる点は、宿泊施設の様々な一次データを預かる当社ならではの重要な競争優位性であると考えております。

AIサーチとのプラグイン連携自体も重要ではありますが、それ以上に、AIが参照・提示する価格や在庫情報の正確性および信頼性をいかに担保するかが鍵になります。そのため当社では、MCP (Multi Context Protocol)への対応や、データ精度の高度化に向けた取り組みを進めております。

このようなデータ基盤とプロダクトの競争力が強化され、導入施設数が拡大していくことで、AI活用における精度や提供価値も一層高まっていくと考えております。その結果として、将来的にはLLM開発企業やAIプラットフォームとの連携・アライアンスについても、検討の余地が広がっていくものと認識しております。

なお、現時点では特定のLLM開発企業との提携を前提としたものではありませんが、当社としては、事業戦略およびデータ基盤の進化に応じて、戦略的なアライアンスの可能性についても柔軟に検討していく方針です。

3. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

当社は現在、日本国内において約4,000施設に導入いただいており、グローバルでは約10,000施設と契約しております。グローバルでの10,000施設突破については、直近でプレスリリースを行っております。

日本国内の宿泊施設数は、おおむね5万強の規模であると認識しておりますが、の中には簡易宿所や民宿など、自社公式サイトでの直接販売を行っていない施設も含まれております。

当社が主なターゲットとしているのは、OTAを通じた販売に加え、公式サイトでの直接販売にも注力している宿泊施設であり、この対象施設数は国内で約4万施設弱と捉えております。その中で当社は、件数ベースで約10%程度のシェアを有していると認識しております。

次に、グローバル市場における競合環境についてご説明いたします。当社が認識している主な競合企業としては、オーストラリアで上場しているSiteMinder社、インドで上場しているRateGain社、フランスのアコーグループ傘下であるD-EDGE社、ならびに米国のSabre社傘下であったSynXisなどがございます。これらの企業はいずれも欧米を中心に展開しており、数万施設規模の導入実績を有する競合企業です。

現時点では、これら4社が主要なグローバル競合であると認識しております。当社としては、各社の強み・弱みを分析した上で、当社が提供できる価値を明確にし、差別化を図っていく方針です。

なお、中期経営計画において掲げている2030年に向けた成長戦略の中では、欧米市場への展開を重要なテーマとして位置付けております。現時点では欧米市場における顧客基盤は限定的ですが、今後は競合各社と競争可能なプロダクトおよび提案力を磨き、グローバルでの事業拡大を進めていく考えです。

4. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

当社は現在、日本に加え、台湾および韓国を中心とした東アジア市場、ならびにタイ、フィリピン、インドネシアといった東南アジア市場において事業を展開して

おります。これまでの海外展開においては、地理的な近さや文化的な親和性、時差が小さいといった点を重視し、アジア圏を中心に段階的に進めてまいりました。

その背景として、当社は上場後、現経営体制のもとで海外事業の立ち上げや運営、ならびにM&A後のPMIを複数経験してきましたが、初期段階から欧米市場へ進出することについては、時差や距離の問題により、経営および統合面でのリスクが相対的に高いと判断しておりました。特にPMIにおいては、経営陣が現地と日本の双方を適切にマネジメントする体制構築が必要であることから、慎重な判断を行ってきました。

一方で、ホテル予約システムというプロダクト特性上、予約フロー 자체は国や地域を問わず共通性が高く、グローバル展開に適した事業領域であるとも認識しております。そのため、まずはアジア圏において実績とノウハウを積み上げることを優先してまいりました。

ただし、中長期的な売上規模や収益性の観点では、東南アジア市場は欧米市場と比較して、1施設あたりの宿泊単価や当社が得られる収益水準が相対的に低いという構造的な特性があります。こうした点を踏まえると、欧州市場を含めた展開が重要なテーマであると考えております。

現在では、アジア圏における事業展開やM&A、PMIを通じて、海外展開に関する一定の知見や経験が蓄積されてきました。これを踏まえ、今後は欧州を中心に、ターゲットとすべき企業の選定や、現地での経営・統合を担う人材の確保といった点について、具体的な検討を進めてまいります。

今後は、グローバルでの事業基盤拡大を通じて当社の認知度および事業規模を高め、結果として企業価値評価、すなわちマルチプルの向上につなげていきたいと考えております。

5. 回答者：取締役 CFO 岡

当社では、従業員のモチベーション向上および中長期的な企業価値向上への意識醸成を目的として、複数のインセンティブ施策を導入しております。例えば、発行済株式総数の0.2%～0.4%相当の比率で、ストックオプションの付与を継続的に実施しております。

また、従業員が自社株式を保有し、会社の成長をより直接的に実感できる仕組みとして、従業員持株会制度を導入しております。本制度は導入から日が浅いものの、現時点での加入率は約37%となっております。

今後につきましては、制度の周知や運用面の改善を通じて、従業員がより参加しやすい環境を整え、加入率の向上を図っていきたいと考えております。引き続き、従業員と会社が成長の成果を共有できる仕組みづくりを進めてまいります。

6. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

当社の主力プロダクトである「tripla Book」は、2019年の提供開始当初より、予約のしやすさを最重要視したUX/UI設計を行ってまいりました。開発の背景として、当時の宿泊施設公式サイトにおいては、入力項目が過度に多い、会員登録を強制されるなど、ユーザー体験の観点で課題が多いと感じていたことがあります。これらの課題を解決することを目的として、本プロダクトを立ち上げました。

設計にあたっては、日本人ユーザーのみならず、インバウンドを含むグローバルユーザーが直感的に利用できることを重視し、国内OTAではなく、ExpediaやBooking.comなど、グローバルで広く利用されているOTAのUX/UIをベンチマークとしてきました。

その一方で、当社はグローバルOTAとは異なり、宿泊施設の公式サイト向けの予約システムを提供しているため、国や地域ごとに求められる要件に対応するローカライズも不可欠であると認識しております。実際に、各国・地域の文化的・制度的背景に応じた機能面での対応を進めてまいりました。

例えば、インドネシアでは宗教行事の影響により、特定日にチェックイン・チェックアウトができないといった制約がありますが、これに対応するため、予約システム上で該当日を選択できない設計を実装しております。また、台湾においては、政府認定を受けた事業者のみが対応可能な台湾高速鉄道との連携機能が存在しております、当社グループでは、現地子会社が有する権利を活用し、宿泊予約と鉄道予約を組み合わせた販売にも対応予定です。

このように、当社では、予約体験の基本的なUX/UIについてはグローバルで共通性の高い設計を維持しつつ、各国・地域固有の制度や文化に起因する要件については、機能面を中心にローカライズを行うという方針でプロダクト開発を進めております。

今後のグローバル展開においても、この基本方針を維持しながら、必要に応じてUX/UIや機能の改善を行い、各市場において受け入れられるプロダクト提供を進めていきたいと考えております。

7. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

当社としては、まず足元の成長ドライバーであるtripla Bookの導入拡大や、決済機能の多様化・利用率拡大については、今後数年間にわたり引き続き成長余地があると見込んでおります。

一方で、ご指摘のとおり、特定の施策やプロダクトに成長を依存するのではなく、成長の柱を複数持つことが重要であると認識しております。そのため、今期公表した中期経営計画においては、戦略の第一の柱を「宿泊施設のブランド力および集客力の強化への寄与」と位置付け、従来の戦略から表現を変更いたしました。

これまで当社は、宿泊施設の公式サイト経由の売上を最大化し、あわせて集客コストを抑制することを主な価値提供としてきました。今期からはこれに加え、OTA経由の販売も含め、宿泊施設全体の正味売上を最大化することを中長期的な戦略として掲げております。

この戦略の具体的な取り組みの一つが、海外OTAを戦略的に活用し、宿泊施設の集客力を高める新サービス「tripla Nexus」です。本サービスは今期から本格的に展開を開始する新しい取り組みであり、現時点で具体的な売上規模をお示しできる段階にはありませんが、中長期的には大きな成長ポテンシャルを有していると考えております。

当社としては、決済関連の成長を引き続き推進しつつ、宿泊施設の集客力やブランド価値向上に貢献するサービスを拡充することで、複数の成長ドライバーを育成

し、持続的な成長を実現していく方針です。

8. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

まず、BookandLink社につきましては、前期の売上計画1億9,700万円に対し、実績は1億6,200万円となり、約3,500万円の未達が生じました。この差異が発生した主な要因は、新規契約の獲得は順調に進んでいた一方で、解約率が想定よりも高く推移したことあります。

解約率が高く推移した原因は、システムの安定稼働性に課題があったことが判明しました。この点については、昨年度中にサーバー環境の全面的な刷新を行うなど、インフラ面での改善を実施しており、基盤部分の安定性は一定程度確保できたと認識しております。

ただし、インフラの改善に加え、その上で稼働するアプリケーション全体の安定性向上については、引き続き対応が必要であると考えております。現在は、今期以降に向けてプロダクトの改良を進めており、より高い安定性を実現するための取り組みを継続しております。

次に、台湾事業につきましては、売上面で一定の乖離が生じておりますが、主な要因はPMIの進捗が当初計画より遅れていることがあります。これは、クレジットカード決済ネットワークへの対応や、他社システムとの連携など、当初想定していた以上の開発工数が必要となつたためです。

これらの課題については、順次対応を進めており、今後はPMIを着実に完了させることで、台湾事業についても本来想定していた成長軌道に戻していきたいと考えております。

当社としては、これらの課題を明確に認識した上で、プロダクトの安定性向上およびPMIの完遂を通じて、海外事業の立て直しを図り、今後の成長につなげていく方針です。

9. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

ご質問のとおり、インフレがグローバルおよび日本において進行していくことは、当社としても重要な外部環境の変化であると認識しております。この点について、当社のビジネスモデルとの関係からご説明いたします。

当社の売上は、大きく分けてサブスクリプション型の固定収益と、取扱高に連動するコミッショナリーリート型の固定収益の二つで構成されております。このうち、コミッショナリーリート型の固定収益については、宿泊料金に一定のティクレートを乗じる形で算出されるため、インフレの進行により宿泊施設のADR（平均客室単価）が上昇した場合、取扱高が増加し、結果として当社のコミッショナリーリート型の固定収益も自動的に拡大する構造となっております。

実際に、直近1~2年においては、国内外で宿泊施設のADRが上昇しており、この点は当社のコミッショナリーリート型の固定収益の成長にも寄与しております。ティクレート自体は変わらないものの、単価上昇により売上金額が拡大するため、インフレは当社にとって一定の追い風となる側面があると考えております。

一方で、サブスクリプション型の固定収益については、基本的に金額固定で契約しているケースが多いものの、インフレ率が高い国・地域においては、実情に応じ

た価格改定を行っております。例えば、インドネシアではインフレ率を踏まえ、年次で料金改定を実施し、その都度、顧客と合意の上で価格調整を行っております。

このような海外での実績を踏まえると、今後、日本においても物価上昇が定着していく局面では、提供価値に見合った形での価格見直しについて、顧客の理解を得られる余地は十分にあると考えております。

当社としては、インフレを単なるコスト上昇リスクとして捉えるのではなく、取扱高運動型の収益構造や、サービス価値に基づく価格設定を通じて、インフレ環境に適応しやすいビジネスモデルであると認識しております。今後も外部環境の変化を注視しながら、収益性と顧客価値の両立を図ってまいります。

10. 回答者：代表取締役 CEO 高橋

現時点において、当社自身の売却や事業譲渡を前提とした具体的な検討を行っている事実はございません。当社は、中長期的に見て、売上、利益、そして企業価値を引き続き大きく成長させていく余地が十分にあると考えており、独立した上場企業として事業成長を実現していくことが、株主価値の最大化につながるとの判断をしております。

次に、アクティビスト投資家からのコンタクトについてですが、現時点において、当社の経営方針や資本政策に対して具体的な提案や要求を受けている事実はございません。引き続き、当社としては、株主との建設的な対話を重視しながら、事業成長と資本効率の向上を通じて、持続的な企業価値の向上に取り組んでまいります。

意見

- 事業成長や経営方針については高く評価しており、今後も順調に推移していくものと考えている。一方で、BCPAの観点から、事業継続リスクについて意見を述べたい。サイバー攻撃やシステム障害そのものについては、一定程度は不可避であり、限定的な影響であれば許容されるものと考えている。しかし、ソースコードやデータベースといった事業の中核資産が失われ、事業継続が困難となる事態については、投資家として強い懸念を持っている。

特定のクラウド事業者やインフラに依存していたとしても、仮に一部が機能しなくなった場合でも事業を継続できる体制が構築されていることが重要であると考えている。具体的な対応内容を本総会で開示する必要はないが、こうした事業継続体制の整備と継続的な強化に取り組んでいただければ、安心して中長期的な投資を継続できると考えている。