

# ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

## 2023年6月期第1四半期 決算説明資料

株式会社 アドベンチャー  
(証券コード:6030)



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

# 日本初のグローバルOTAへの挑戦

skyticket  
アプリ  
1800万DL  
突破

寡占している  
OTAが存在  
しない  
東南アジアへ  
進出

国内シェア  
大幅に拡大

東南アジアに  
留まらず世界  
へ進出

営業利益  
1兆円



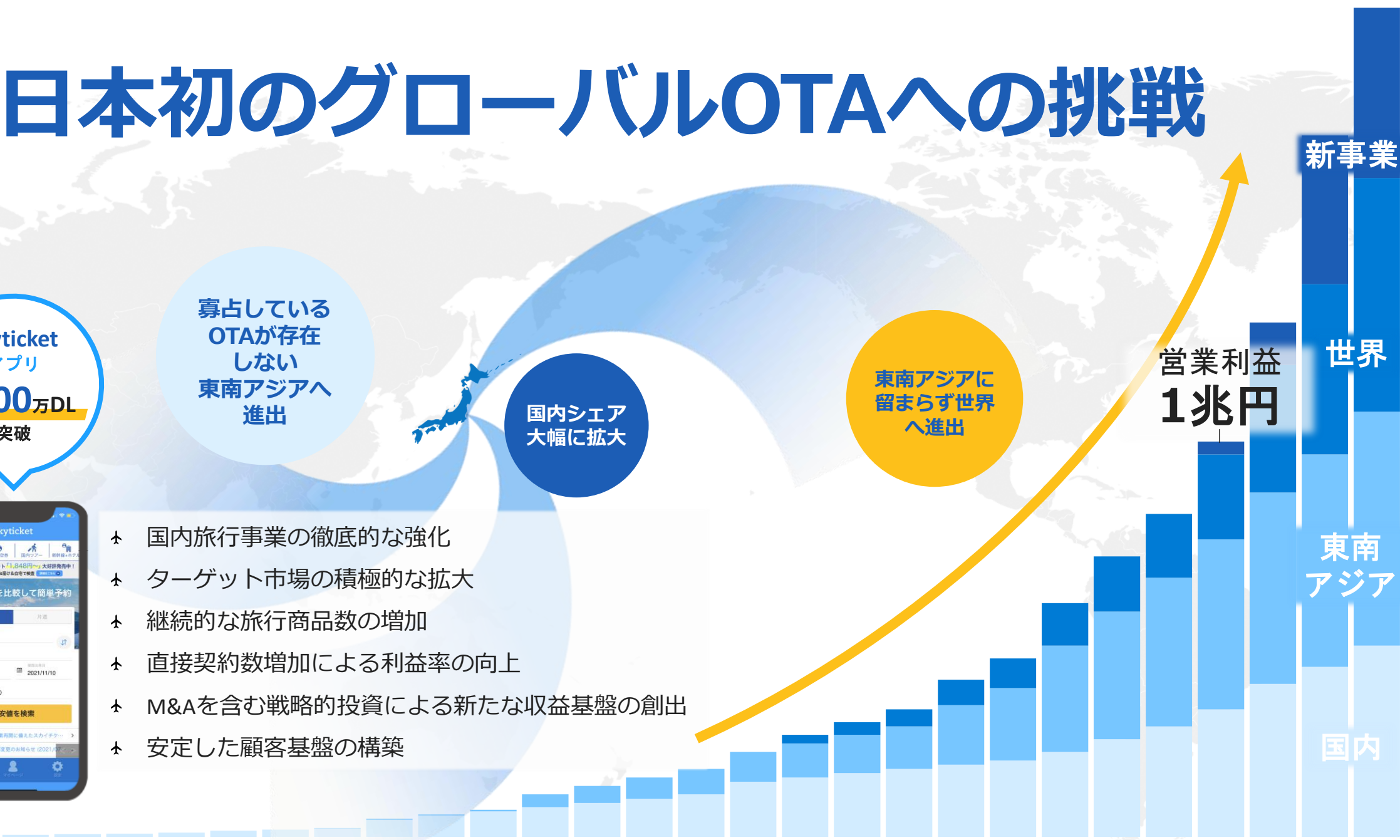
- ✦ 国内旅行事業の徹底的な強化
- ✦ ターゲット市場の積極的な拡大
- ✦ 継続的な旅行商品数の増加
- ✦ 直接契約数増加による利益率の向上
- ✦ M&Aを含む戦略的投資による新たな収益基盤の創出
- ✦ 安定した顧客基盤の構築

新事業

世界

東南  
アジア

国内



## skyticket

### アプリを中心とした横断検索、即時予約が可能



#### 低価格帯商品が充実

節約思考のユーザーをターゲットに  
低価格帯商品が充実

#### 海外のユーザー多数

18言語対応



#### 国内外で取扱商品を拡充

更なるユーザー獲得に向け、  
取扱商品を拡充



#### 低価格帯商品の 総合予約プラットフォーム

#### アプリ広告に注力

スマホユーザーの拡大に伴い、  
従来の広告からSNS広告を利用



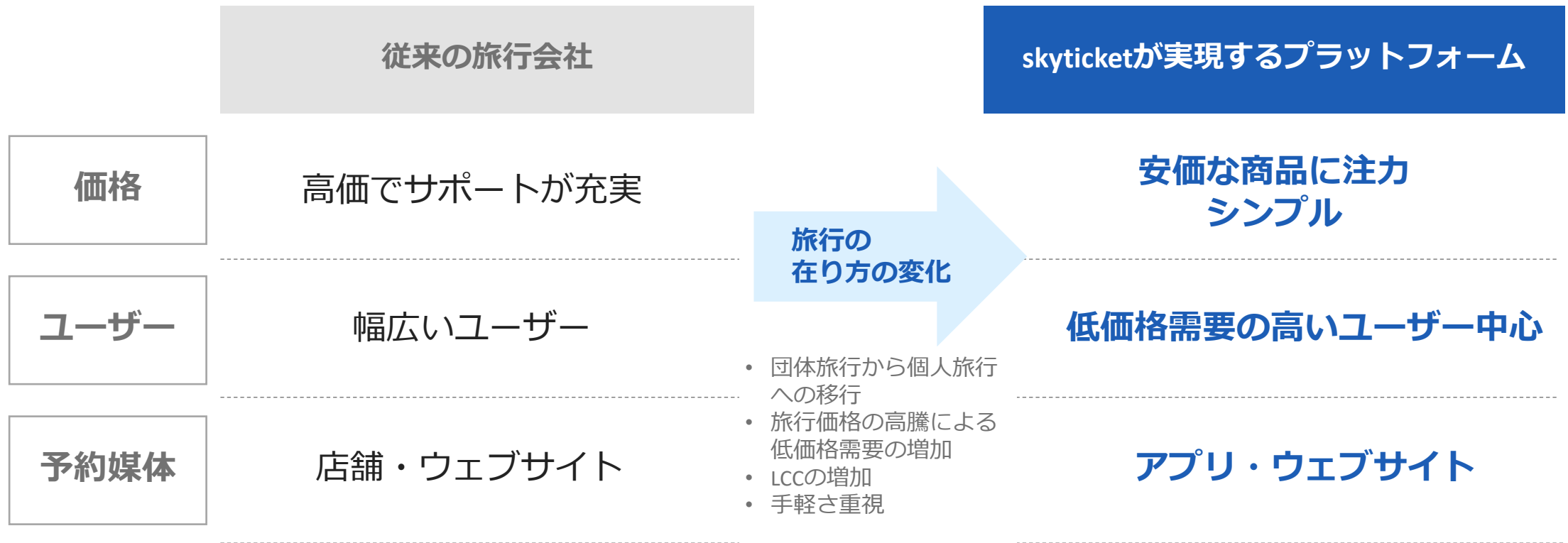
グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

Appendix



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

オフショア開発拠点として  
インド、バングラデシュ、フィリピンに  
子会社設立準備中

- ✓ エンジニア採用強化と各国でのシステム開発に注力
- ✓ 旅行事業の拡大、新規事業の開発を目的として拡大

### 連結収益**123%**の増収・連結営業利益**146%**の増益 (前年同期比)

- 7・8月の感染者数増加、9月の台風にも関わらず  
大幅な増収・増益



### 単体広告費比率 **通期で49%** (広告費÷売上総利益=広告費比率) ※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く

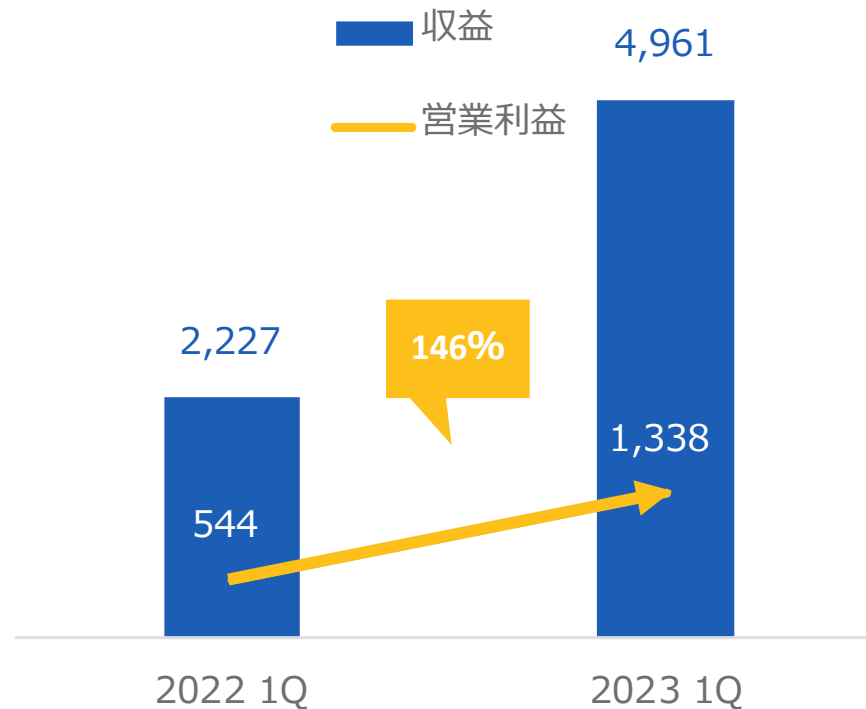
- 収益性を優先しながら旅行需要回復期に向け、  
バランスよく広告宣伝へ投資

※売上総利益に対する広告比率の年度推移はp18を参照





### 連結収益及び営業利益



独自のマーケティング戦略と  
各サービス商品拡充により  
予約が大幅増加

営業利益増加率

**146%**

※前年同期比 2023 1Q時点

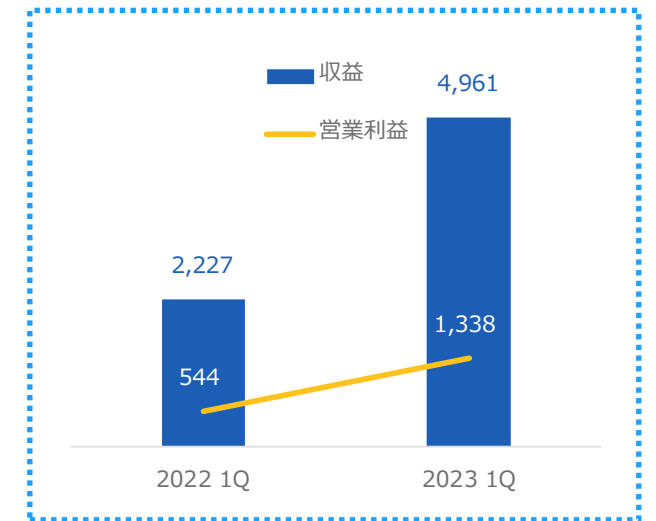
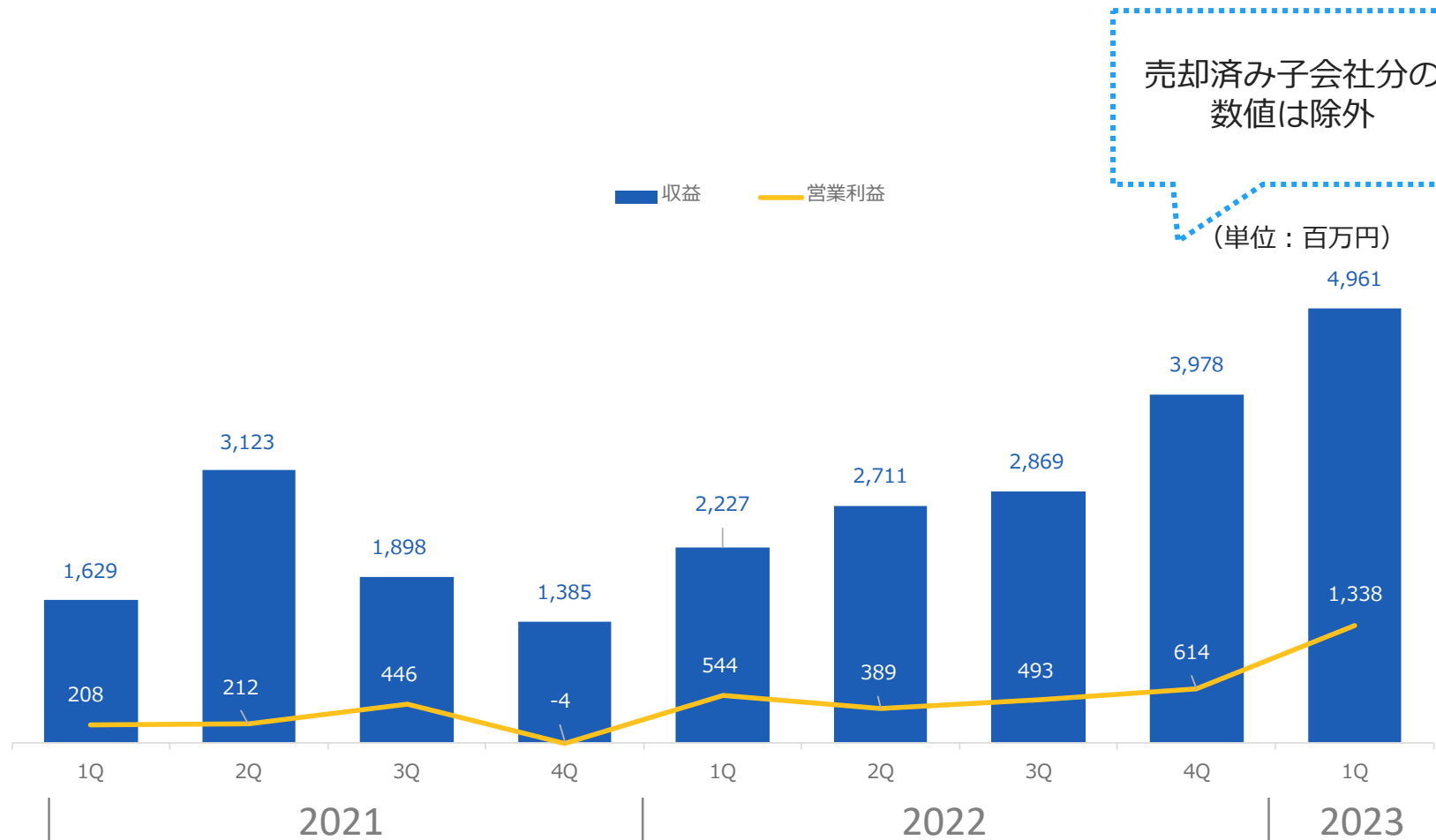
※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

日本初のグローバルOTAへ

独自のマーケティング戦略と  
各サービス商品拡充により  
予約が**大幅増加**

(営業利益の内訳はp12を参照)



※投資事業を含む

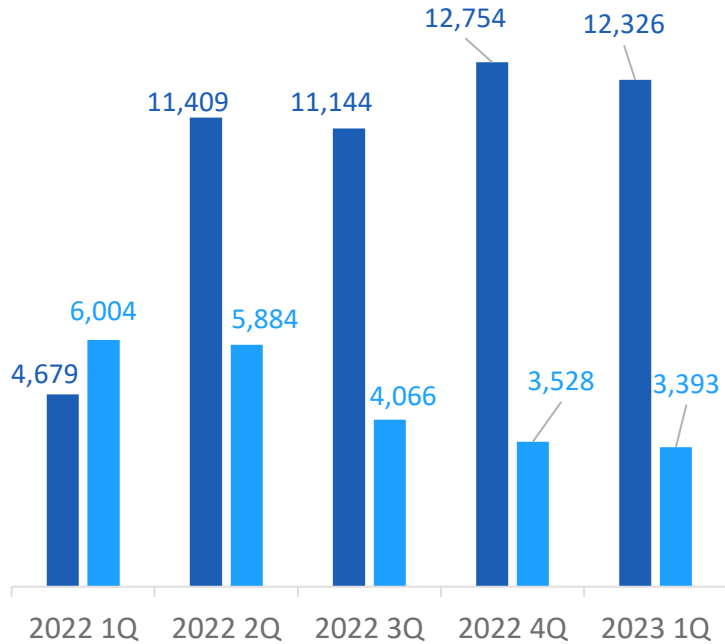


日本初のグローバルLOTAへ

親会社所有者帰属持分比率が**46%**から**52%**へ増加し、**財務体質が改善**

### 現預金及び有利子負債

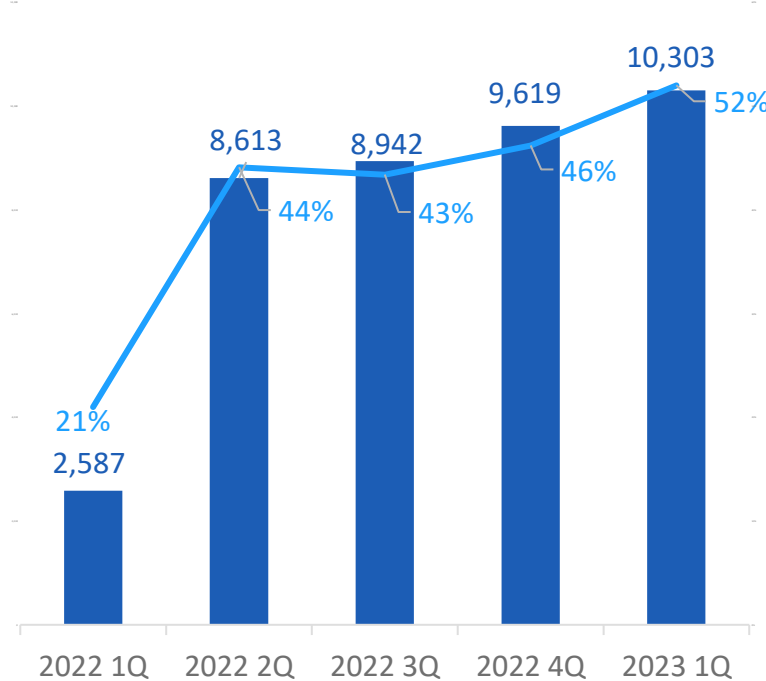
(単位：百万円)



■ 現金及び現金同等物 ■ 有利子負債

### 親会社所有者帰属持分比率

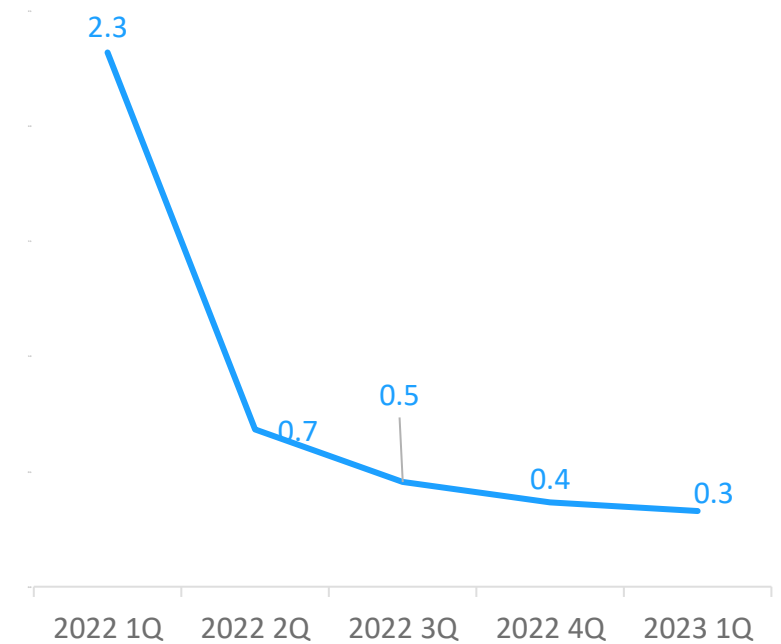
(単位：百万円) (自己資本比率)



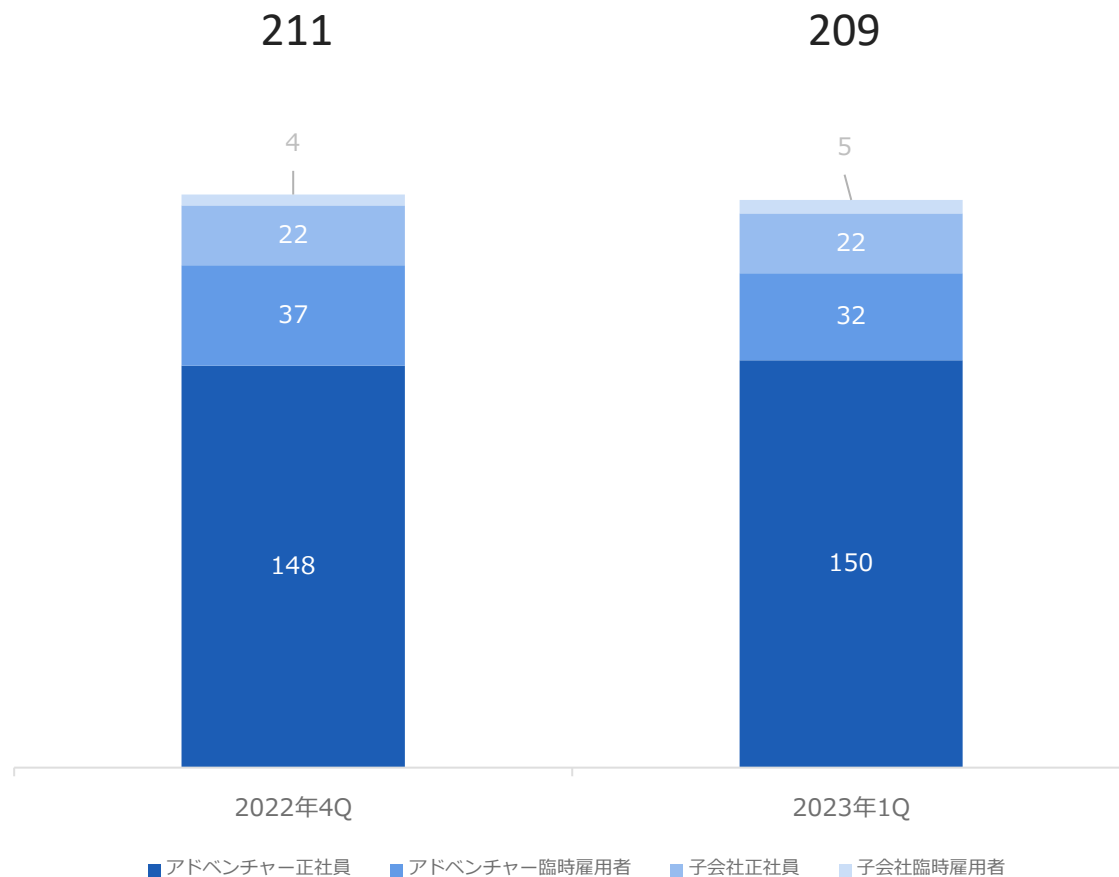
■ 自己資本 — 自己資本比率

### D/Eレシオ

(単位：倍)



— D/Eレシオ



アドベンチャー派遣社員除外（単位：人）

## 新卒採用を継続

2020年に5名、2021年に20名程、2022年に17名、2023年に18名の新卒採用を実施。ホテルの直接契約を増加させるため営業活動を強化。

## 海外エンジニアの採用

グローバル展開する上でグローバルなフィールドで活躍ができる海外エンジニアの採用を計画

### 業績予想進捗率

### 順調な予算進捗率 旅行需要の大幅な増加

	業績予想（通期）	2023年1Q （実績）	達成率
収益	140億円	49.6億円	35%
営業利益	28億円	13.3億円	48%
税引前利益	27.5億円	13.3億円	48%
当期利益	17億円	8.4億円	50%

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

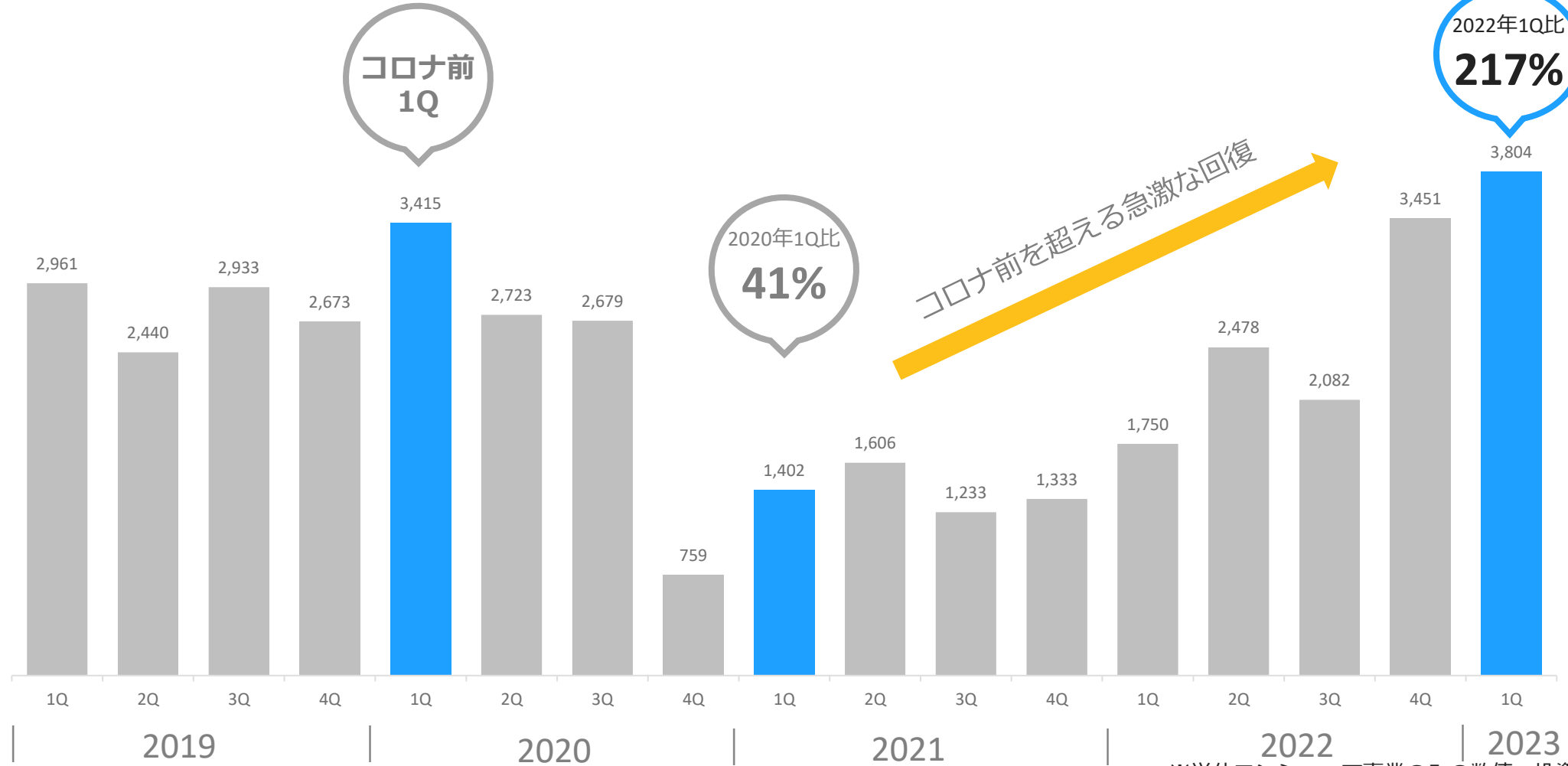


# 単体売上総利益（粗利）

ADVENTURE

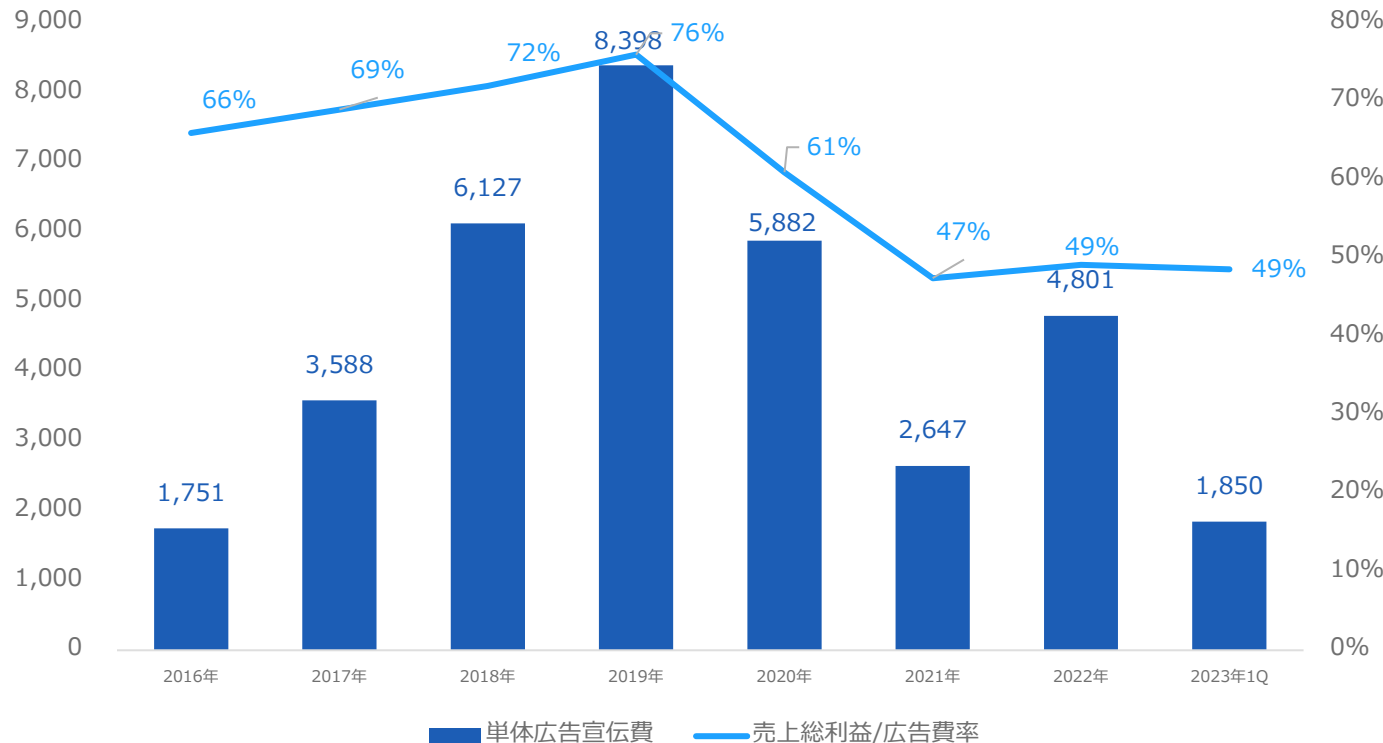
日本初のグローバルOTAへ

(百万円)



コロナ前を超える急激な回復

※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く



※公表当時の数値で比較  
 ※投資事業を除く  
 (単位：百万円)

### 今後の方針

- 収益性を優先し経営基盤を強固にすることで中長期成長を目指す
- 最終的なROIを向上できるように広告の媒体を慎重に検討

1

#### アプリ広告に注力

→ 他社に比べSNS広告を利用したアプリ広告への投資に力を入れている

2

#### リピート率の向上

→ アプリを一度インストールしていただくことにより、再度旅行を検索する際もアプリを利用

3

#### 広告費比率の低下

→ ユーザーが継続的にアプリを利用するため、アプリユーザーに向けた広告を削減

4

#### 利益の拡大

→ 広告費比率が低下することにより利益の拡大へとつながる

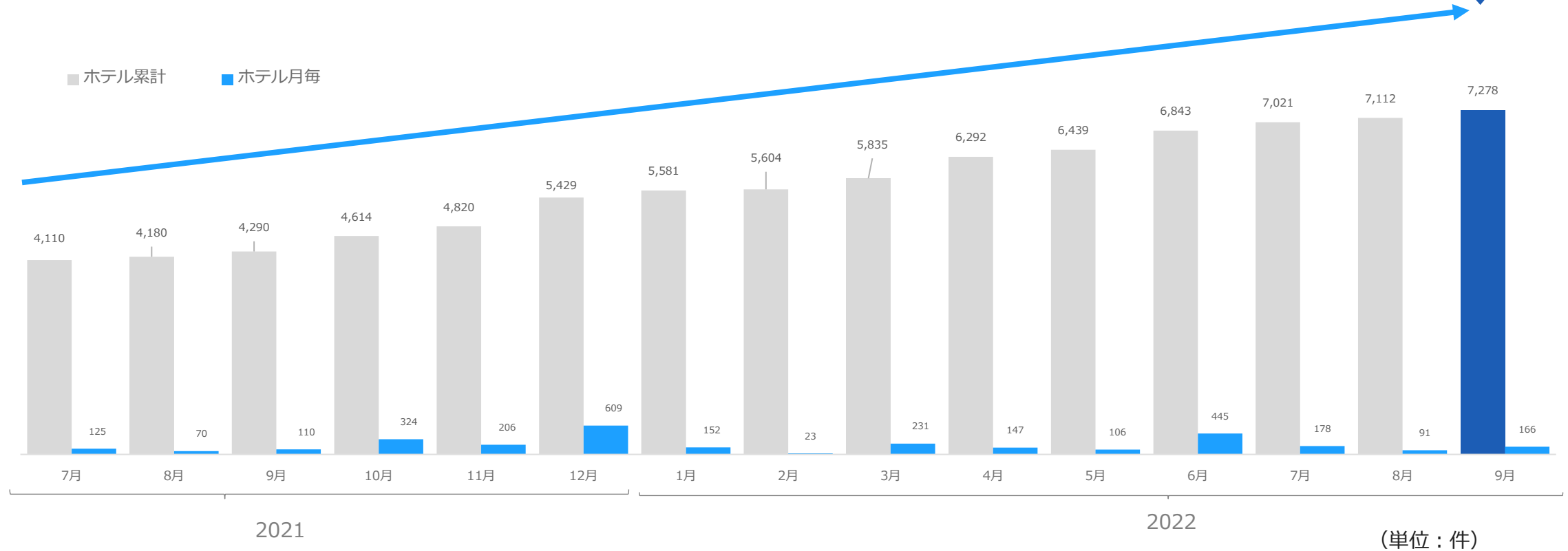
# 単体契約施設数

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ

- ホテルの営業活動強化のため新卒採用による営業人員の増加
- 大手チェーンホテルとの契約が順調に増加
- 直接契約施設数の増加によりテイクレートが増加
- 計画値： 2023年6月末 8,000施設  
2024年6月末 10,000施設

7,278  
施設

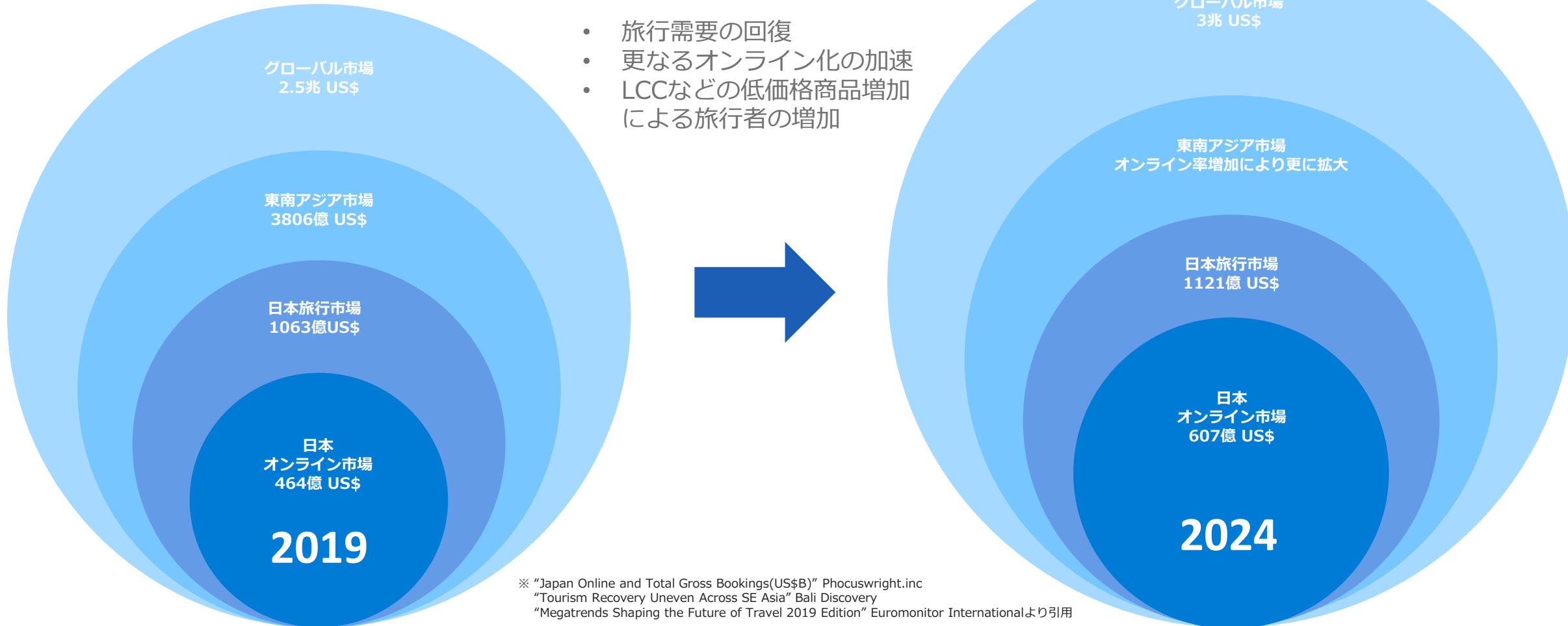


1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

# ターゲット市場の拡大ポテンシャル

## ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

Appendix

日本初のグローバルOTAへ

### グローバル戦略

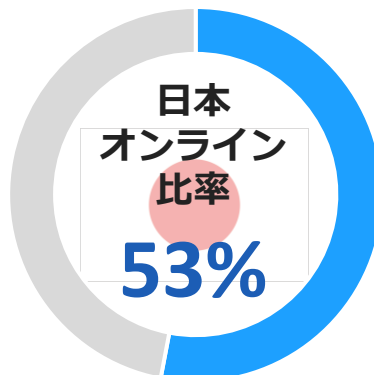
寡占しているOTAが存在しない  
東南アジアを中心にアプローチ

取引先との積極的な  
NDC接続及びAPI連携

各サービスにおける  
直接契約のグローバル展開

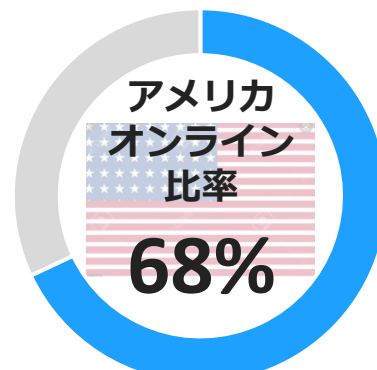
旅行市場が大きく成長している米国と比較し、  
日本はいまだに店舗型旅行会社のシェアが多いため  
**今後急激なオンライン市場の拡大が見込まれる**  
日本オンライン比率 前年比3%増加

東南アジアにおいてもオンライン比率は上昇しているものの、  
欧米と比較すると大幅に少ないため**成長余地は十分存在**

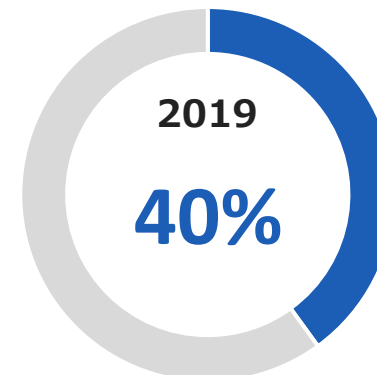


※ "Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)"  
Phocuswright.incより引用

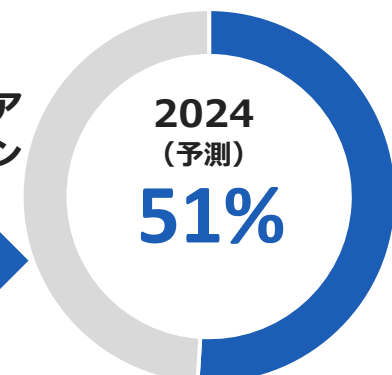
2022  
<



※ Global: travel & tourism sales channel share Statistaより  
引用



東南アジア  
オンライン  
比率  
→



※ "Southeast Asia Online and Total Travel Market Gross Bookings (US\$B),2018-2024" Phocuswright.incより引用

日本初のグローバルLOTAへ

- 1 現在**  
**STEP1の実施準備**  
バケーションレンタル事業  
子会社の設立  
エンジニアの採用
- 2 5年後**  
**STEP2,3の先行投資**  
流通の確保
- 3 順次**  
**STEP3,4の実施準備**  
コロナウイルスの状況に応じて  
各国に支社設立



現在

**STEP1**  
**国内旅行事業強化**  
商品拡大・システム強化

**STEP2**

**海外旅行事業**

海外ツアーの開始

**STEP3**

**東南アジア  
へ拡大**

アジア圏を中心に  
顧客を獲得

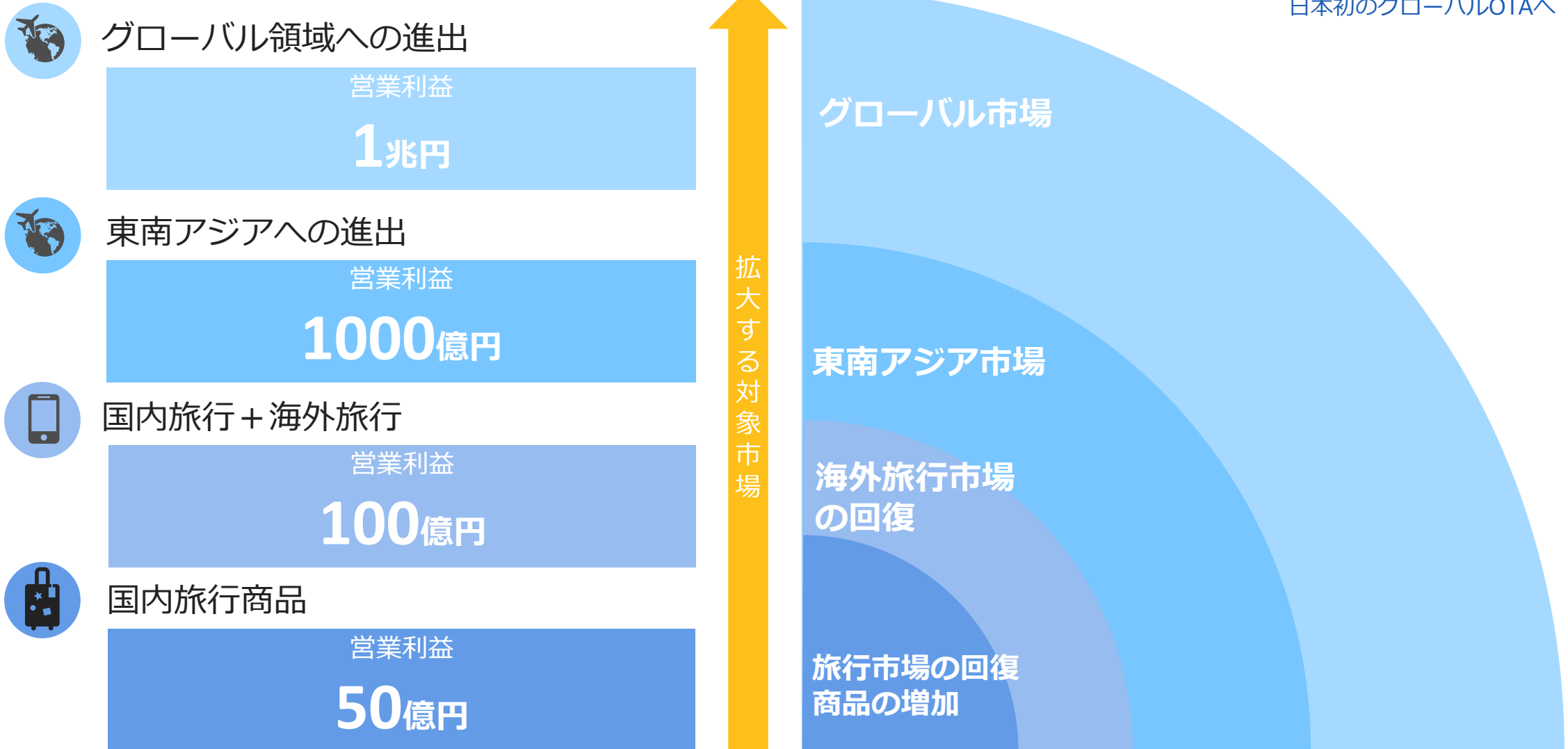
**STEP4**

**グローバル領域  
へと拡大**

# 旅行者数及びターゲット市場の拡大ポテンシャル

ADVENTURE

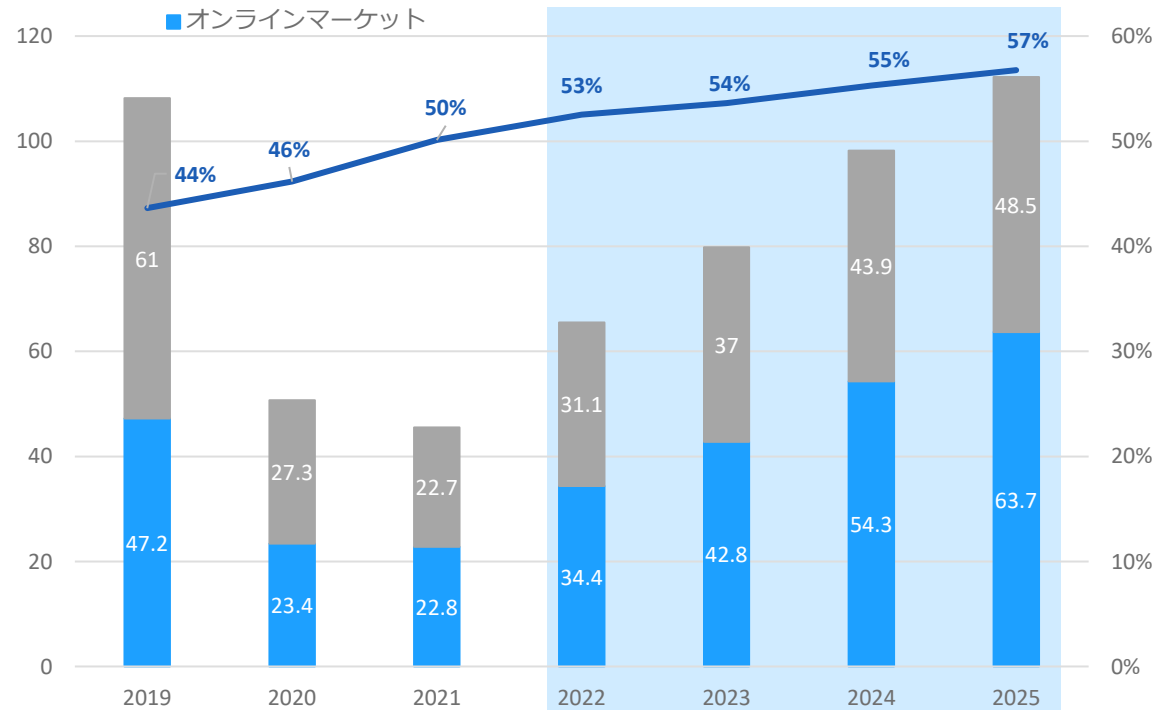
日本初のグローバルOTAへ





## 国内旅行取扱高

※ “Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)”  
Phocuswright.incより引用  
(単位：10億USドル)



TTAからのシェアを大幅獲得できると予測

TTAの店舗閉鎖  
OTAの低価格商品の増加  
オンラインマーケットの比率が上昇

↓

**旅行の予約方法の主流がオンラインに変化**

日本初のグローバルOTAへ

日本OTA市場拡大に伴うシェア獲得



店舗型からオンライン型へ



戦略的マーケティング

SEM  
アプリ広告



SEO  
コンテンツ強化



海外市場へと拡大

顧客生涯  
価値向上

幅広い  
ユーザー層  
獲得

ARPU  
増加

国内市場

各航空会社との関係強化



日本初のグローバルOTAへ



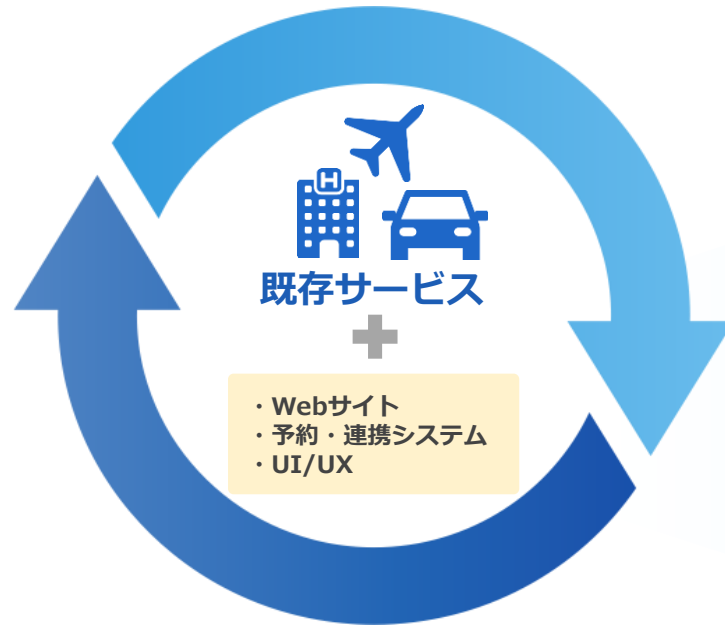
## 国内OTAで最多の言語対応

多言語対応することにより、  
**他社との差別化**及び**ターゲット市場の拡大**が可能。

## 米国では既にオンライン比率68%

旅行市場が大きく成長している米国では  
オンラインでの旅行予約が主流。  
国内は未だTTAのシェアが大きく  
オンライン比率**わずか53%**。  
日本を含めた東南アジアは成長余地が十分  
に存在するため、アドベンチャーは積極  
的に**マーケットシェアを獲得**する。

日本初のグローバルOTAへ



一括予約できる利便性  
による新規顧客の増加



ポイントステイタス、  
アプリ利用等による  
リピーターの獲得

## 既存サービス

- ・ 直接契約比率向上による**商品数の増加**

## 新規サービス

- ・ 旅行事業とシナジー効果が期待できる**新規事業**を積極的に追加

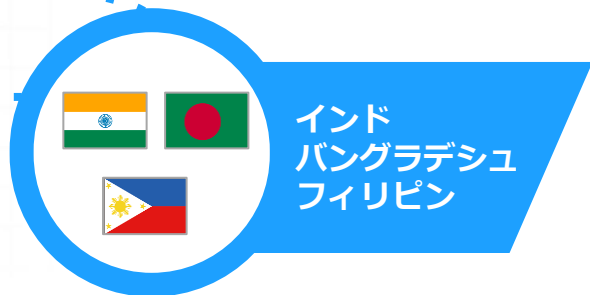
## ADVENTURE 日本初のグローバルOTAへの挑戦

未開拓であるアジア市場からグローバル展開の開始に伴い、多言語化の強化



2022年7月  
韓国

2024年 東南アジアへ拡大



インド  
バングラデシュ  
フィリピン

多言語サービス拡大

海外支社設立

### アジア市場へ展開

- 1 低所得層の旅行需要拡大により、**低価格帯の商品需要が増加**
- 2 **圧倒的なシェアを持つOTAが**少ない市場

## 基本方針

### 今後は積極的にM&Aを検討

財務健全性の維持及び資本効率の向上を含むバランスシートマネジメントを重視

海外旅行に  
注力している  
日本の会社

オプションツアーを  
行っている会社

エアラインとの関係が  
強いアジアの会社

オフショア開発の会社  
エンジニアの採用

etc

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

親会社所有者帰属持分比率が**46.2%**から**51.8%**へ増加し、**財務体質が改善**

	2022. 4Q	2023. 1Q	増減（率）
<b>流動資産</b>	18,251	16,908	▲7%
現金及び現金同等物	12,754	12,326	▲3%
<b>非流動資産</b>	2,584	2,989	16%
のれん	529	529	0%
<b>資産合計</b>	20,835	19,898	▲5%
<b>流動負債</b>	7,629	6,035	▲21%
<b>非流動負債</b>	3,587	3,559	▲1%
<b>負債合計</b>	11,216	9,594	▲14%
<b>資本合計</b>	9,619	10,303	7%
<b>負債及び資本合計</b>	20,835	19,898	▲5%
<b>親会社所有者帰属持分比率</b>	46.2%	51.8%	-

(単位：百万円)



**積極的な広告投資に関わらず、前年同期比で大幅増収増益**

収益**123%増**、営業利益**146%増** 四半期利益**146%増**

	2022. 1Q	2023. 1Q	増減（率）
※収益	2,227	4,961	123%
※売上総利益	1,966	4,098	108%
※販売費及び一般管理費	1,445	2,766	91%
※うち広告宣伝費	710	1,854	161%
※営業利益	544	1,338	146%
当期利益	341	841	146%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	341	841	146%

※売却済み、清算済みの子会社は非継続事業として実績から除外して比較（単位：百万円）

### 全てのサービスにおいて取扱高・収益ともに増加

	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	高速バス	ツアー	その他	合計
取扱高	14,683	1,072	793	1,906	810	729	97	20,094
(前期比増減率)	134%	1351%	270%	243%	500%	420%	152%	170%
収益	3,138	81	83	211	123	729	79	4,448
(前期比増減率)	97%	993%	341%	293%	428%	420%	164%	138%

2022年6月期1Q	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	高速バス	ツアー	その他	合計
取扱高	6,274	73	214	555	135	140	38	7,432
収益	1,595	7	18	53	23	140	30	1,869

※ツアーはグロス計上のため取扱高=収益。粗利は10%程度。(単位：百万円)

## 連結・単体ともに資本（純資産）が増加

	当社	ラド観光	TET	連結調整	合計
資産合計	18,084	708	346	758	19,898
(対前4Q比増減率)	▲6%	▲5%	▲30%	100%	▲5%
負債合計	8,537	302	222	531	9,594
(対前4Q比増減率)	▲16%	▲8%	▲42%	69%	▲14%
内有利子負債	3,234	159	-	0	3,393
(対前4Q比増減率)	▲4%	▲8%	-	-	▲4%
資本（純資産）	9,547	406	123	226	10,303
(対前4Q比増減率)	6%	▲3%	7%	259%	7%

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較  
 ※連結調整に、子会社であるVacationsとAdventure Koreaを含む  
 (単位：百万円)

前年同期比で順調に増収増益

単体の営業利益は**1,120百万円**と好調 連結営業利益前期比**146%増**

2023年6月期1Q	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	4,448	274	12	226	4,961
(前期比増減率)	138%	63%	141%	23%	123%
営業利益	1,120	▲ 13	12	219	1,338
(前期比増減率)	205%	-	161%	5%	146%

2022年6月期1Q	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	1,869	168	5	184	2,227
営業利益	367	▲ 35	4	208	544

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較  
 ※連結調整に、子会社であるVacationsとAdventure Koreaを含む  
 (単位：百万円)

## コンシューマ事業増収増益 コンシューマ事業の営業利益前年同期比 **146%増**

2023年6月期1Q	コンシューマ事業		投資事業		調整		合計	
	前期1Q	当期1Q	前期1Q	当期1Q	前期1Q	当期1Q	前期1Q	当期1Q
収益	2,043	4,734	184	226	-	-	2,227	4,961
(前期比増減率)		132%		23%		-		123%
営業総利益	1,782	3,871	184	226	-	-	1,966	4,098
(前期比増減率)		117%		23%		-		108%
販売費及び一般管理費	1,445	2,766	0	0	-	-	1,445	2,766
(前期比増減率)		91%		-		-		91%
うち広告宣伝費	710	1,854	0	0	-	-	710	1,854
(前期比増減率)		161%		-		-		161%
営業利益	360	1,112	184	226	-	-	544	1,338
(前期比増減率)		208%		23%		-		146%

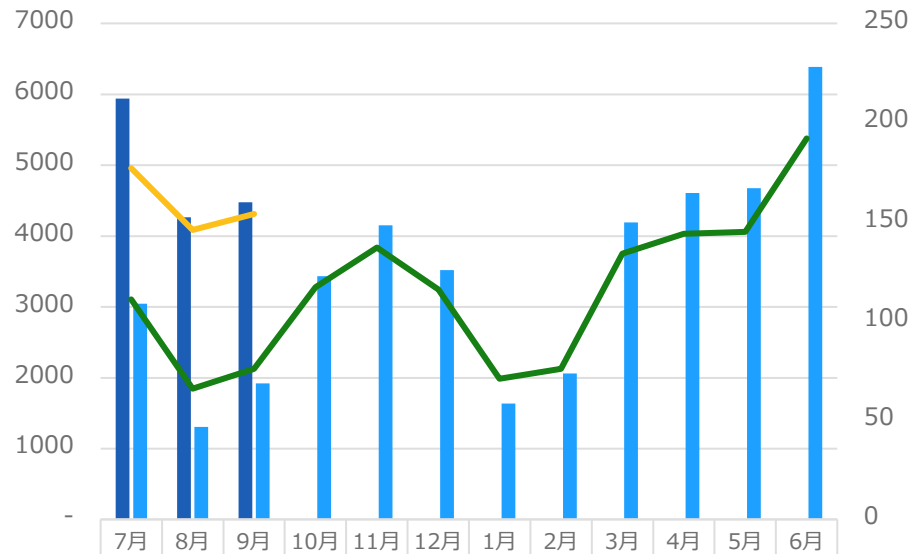
※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較（単位：百万円）

### 主要サービス合計取扱高、収益、売上総利益、営業利益 全てにおいて前年同期比増加

	取扱高	収益	売上総利益	営業利益
2023 1Q	20,094	4,448	3,804	1,122
2022 1Q	7,432	1,869	1,750	360
前年同期比	170%	138%	117%	211%

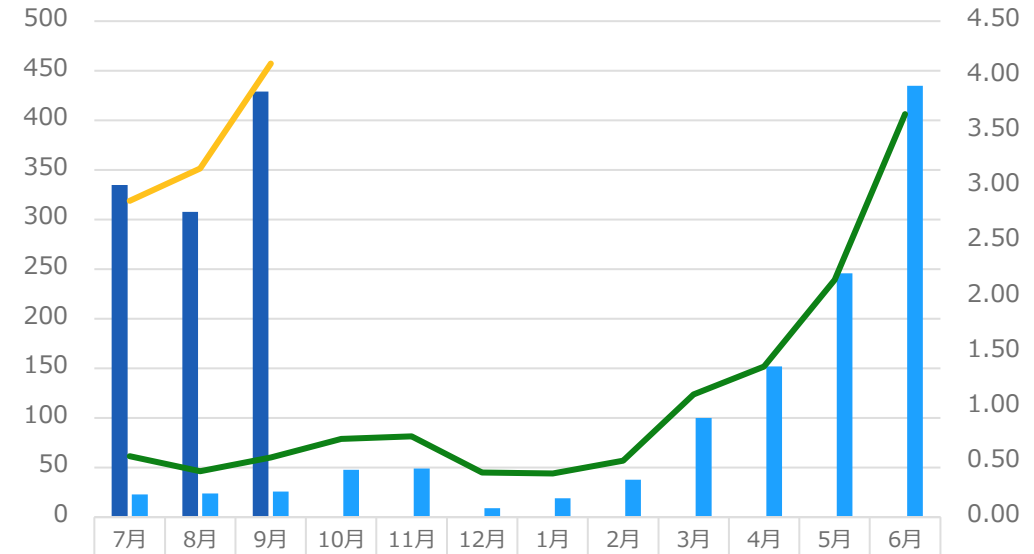
※単体コンシューマ事業のみの数値（単位：百万円）

## 国内航空券



	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
国内航空券 取扱高	5940	4265	4477	-	-	-	-	-	-	-	-	-
国内航空券 前期取扱高	3045	1308	1921	3432	4150	3518	1636	2061	4192	4607	4676	6388
国内航空券 申込件数	177	146	154									
国内航空券 前期申込件数	111	66	76	117	137	116	71	76	134	144	145	192

## 海外航空券



	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
海外航空券 取扱高	335	308	429	-	-	-	-	-	-	-	-	-
海外航空券 前期取扱高	23	24	26	48	49	9	19	38	100	152	246	435
海外航空券 申込件数	2.87	3.16	4.12									
海外航空券 前期申込件数	0.55	0.42	0.54	0.71	0.73	0.41	0.40	0.51	1.11	1.37	2.15	3.66

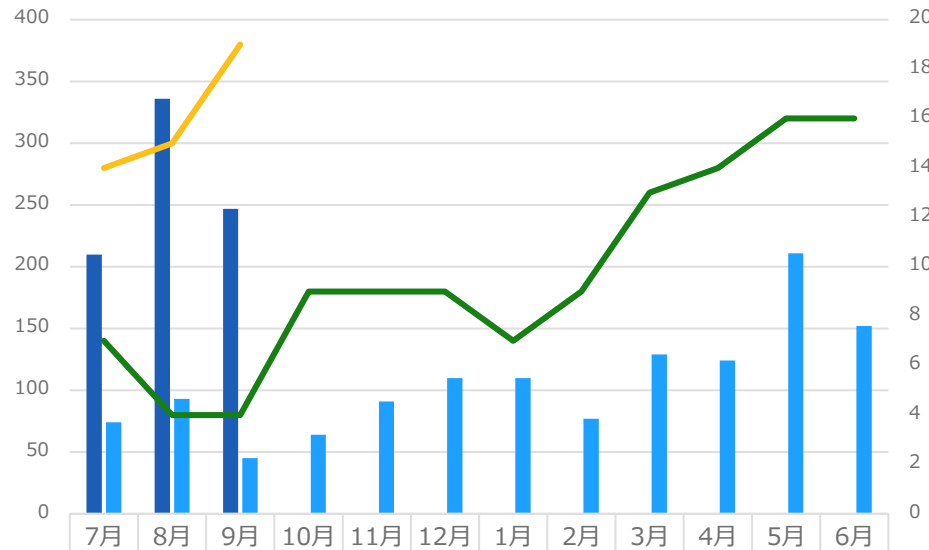
(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

# 主要サービス推移

## ADVENTURE

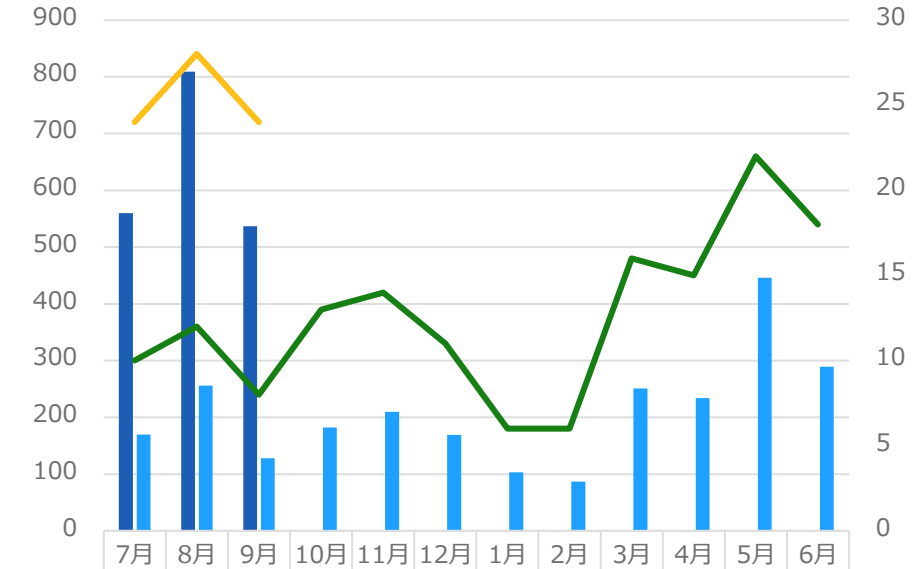
日本初のグローバルOTAへ

### ホテル



■ ホテル 取扱高	210	336	247	-	-	-	-	-	-	-	-	-
■ ホテル 前期取扱高	74	93	45	64	91	110	110	77	129	124	211	152
■ ホテル 申込件数	14	15	19									
■ ホテル 前期申込件数	7	4	4	9	9	9	7	9	13	14	16	16

### レンタカー



■ レンタカー 取扱高	560	809	537	-	-	-	-	-	-	-	-	-
■ レンタカー 前期取扱高	170	256	128	182	210	169	103	87	251	234	446	289
■ レンタカー 申込件数	24	28	24									
■ レンタカー 前期申込件数	10	12	8	13	14	11	6	6	16	15	22	18

(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

グループ概要

ハイライト

業績

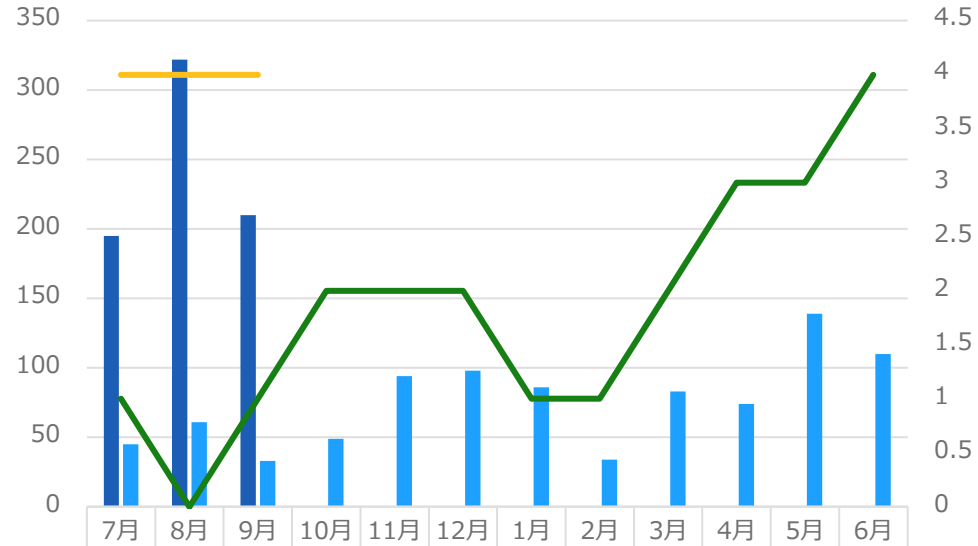
今後の戦略

Appendix



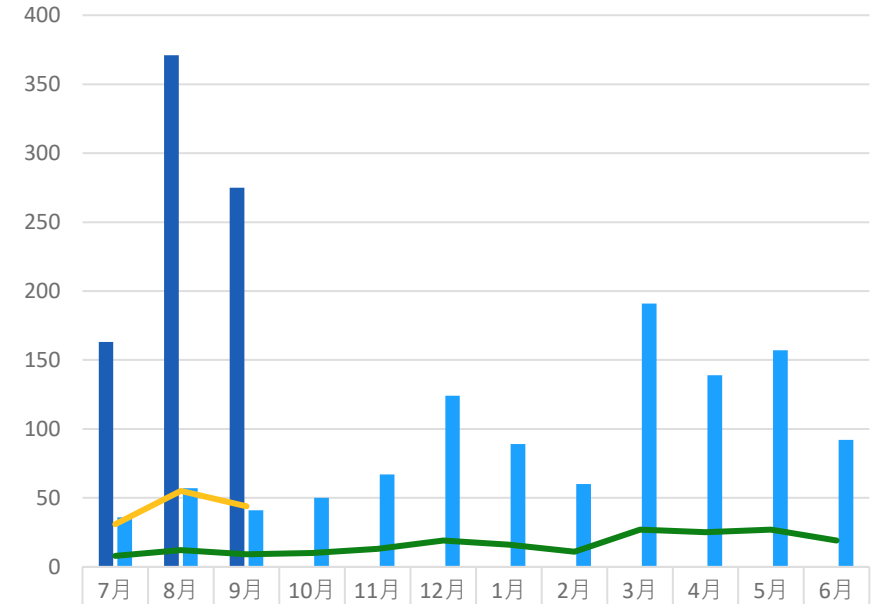
日本初のグローバルOTAへ

## ツアー



■ ツアー 取扱高	195	322	210	-	-	-	-	-	-	-	-	-
■ ツアー 前期取扱高	45	61	33	49	94	98	86	34	83	74	139	110
— ツアー 申込件数	4	4	4									
— ツアー 前期申込件数	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	3	4

## 高速バス

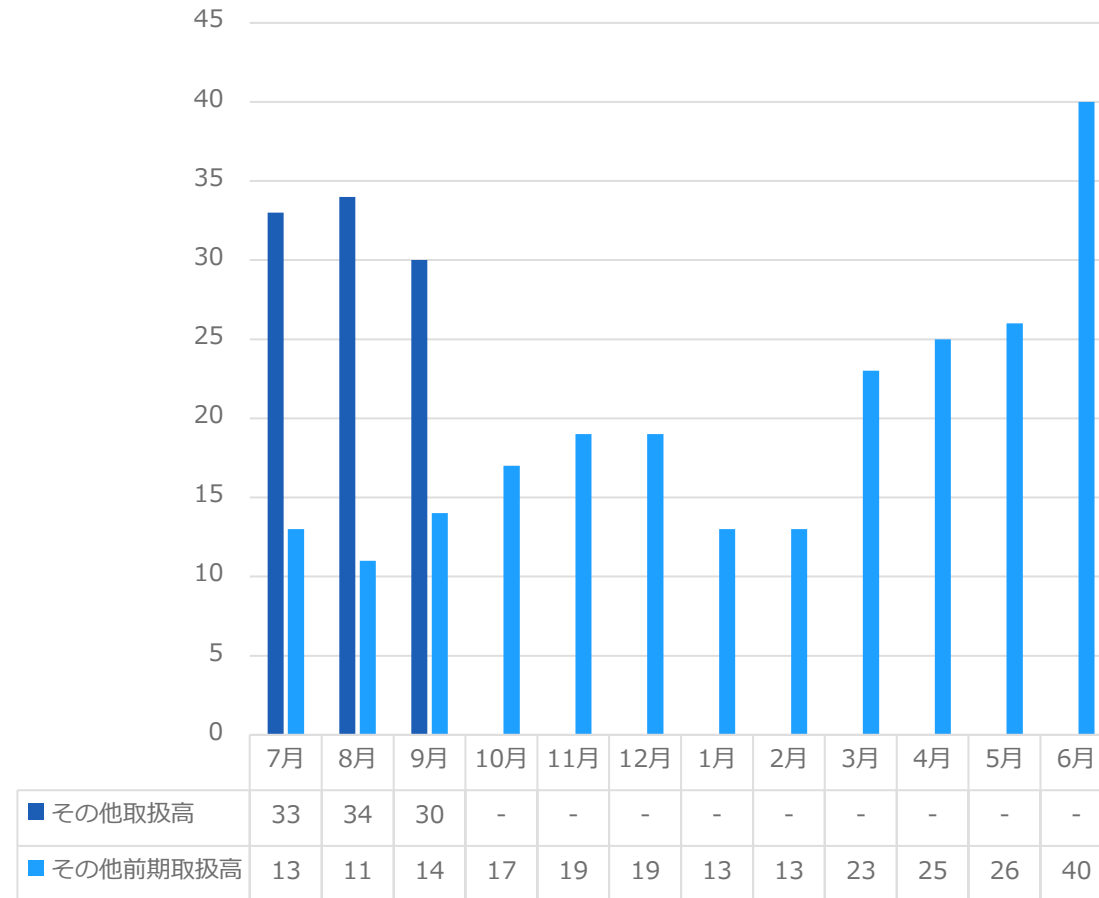


■ 高速バス 取扱高	163	371	275									
■ 高速バス 前期取扱高	36	57	41	50	67	124	89	60	191	139	157	92
— 高速バス 申込件数	31	55	44									
— 高速バス 前期申込件数	8	12	9	10	13	19	16	11	27	25	27	19

(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

日本初のグローバルLOTAへ

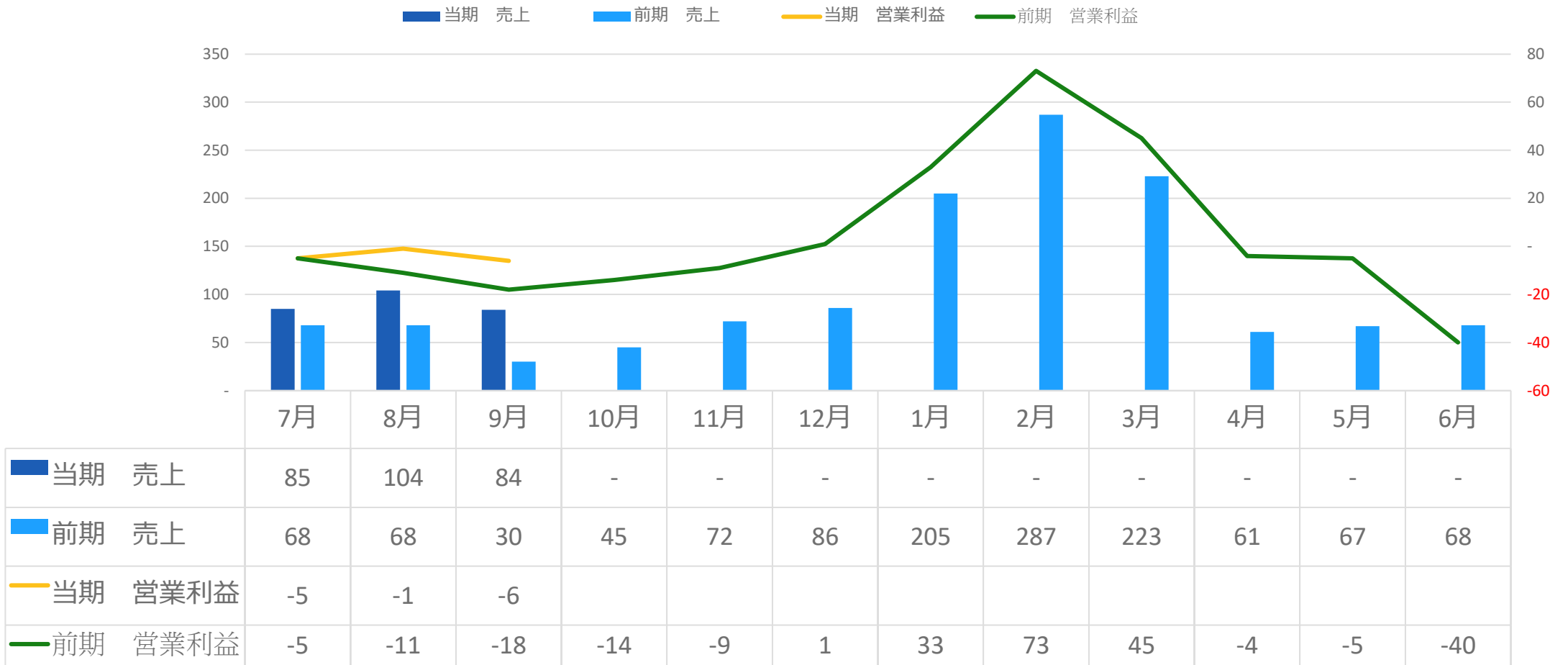
その他



※その他：フェリー・保険・Wifi・アフィリエイト等

(取扱高単位：百万円)  
(申込件数単位：千件)

日本初のグローバルLOTAへ



※一部純額で表示 (単位：百万円)

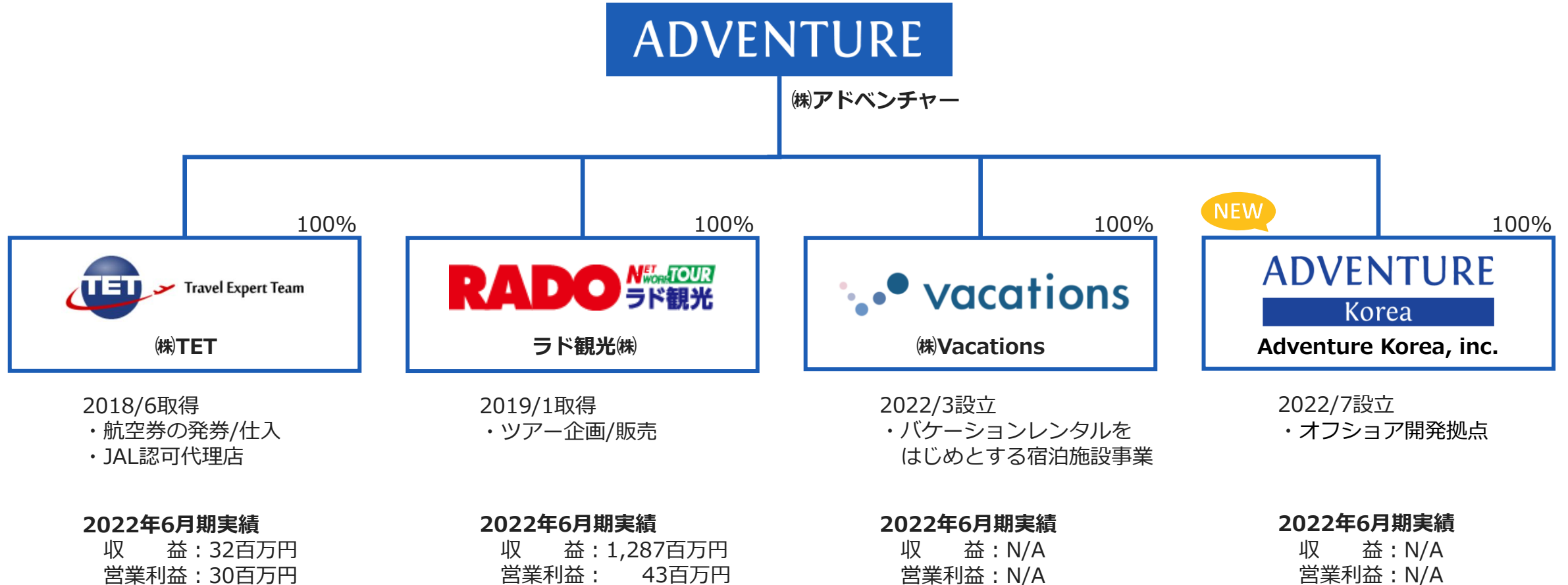
1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	東京本社 〒150-6024 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー24F 大阪事務所 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーBオフィス27F
設立	2006年12月21日
資本金	3,283,126千円（2022年9月30日現在）
従業員数	連結：209人， 単体：150人（アルバイトは除く）（2022年9月30日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
加盟・認可団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員/国際航空運送協会（IATA）公認代理店
事業内容	コンシューマ事業（航空券等販売サイト「skyticket」の運営）・投資事業

## KPIハイライト（2023年6月期連結予想）

収益	営業利益	当期利益	アプリダウンロード数
<b>140</b> 億円	<b>28</b> 億	<b>17</b> 億	<b>1800</b> 万DL突破

※2022年9月30日時点



代表取締役社長  
**中村 俊一**

慶応義塾大学卒、大学在学中の2004年に起業（IT関連企業）  
2006年からOTAとして旅行事業に参入

取締役  
**中島 照**

Western Illinois University卒、KLab(株)等を経て、2013年に当社入社

社外取締役  
**三島 健**

The University of New South Wales (Postgraduate)卒、イーベイ・ジャパン(株)、  
エクスペディアホールディングス(株)代表取締役、(株)JTBWeb販売部戦略統括部長等  
を経てグーグル合資会社モバイルアプリ統括部長

社外取締役 独立役員  
**雷 蕾**

一橋大学大学院卒、野村證券(株)、(株)ネクソンを経てシンフロンテラ(株)代表取締役

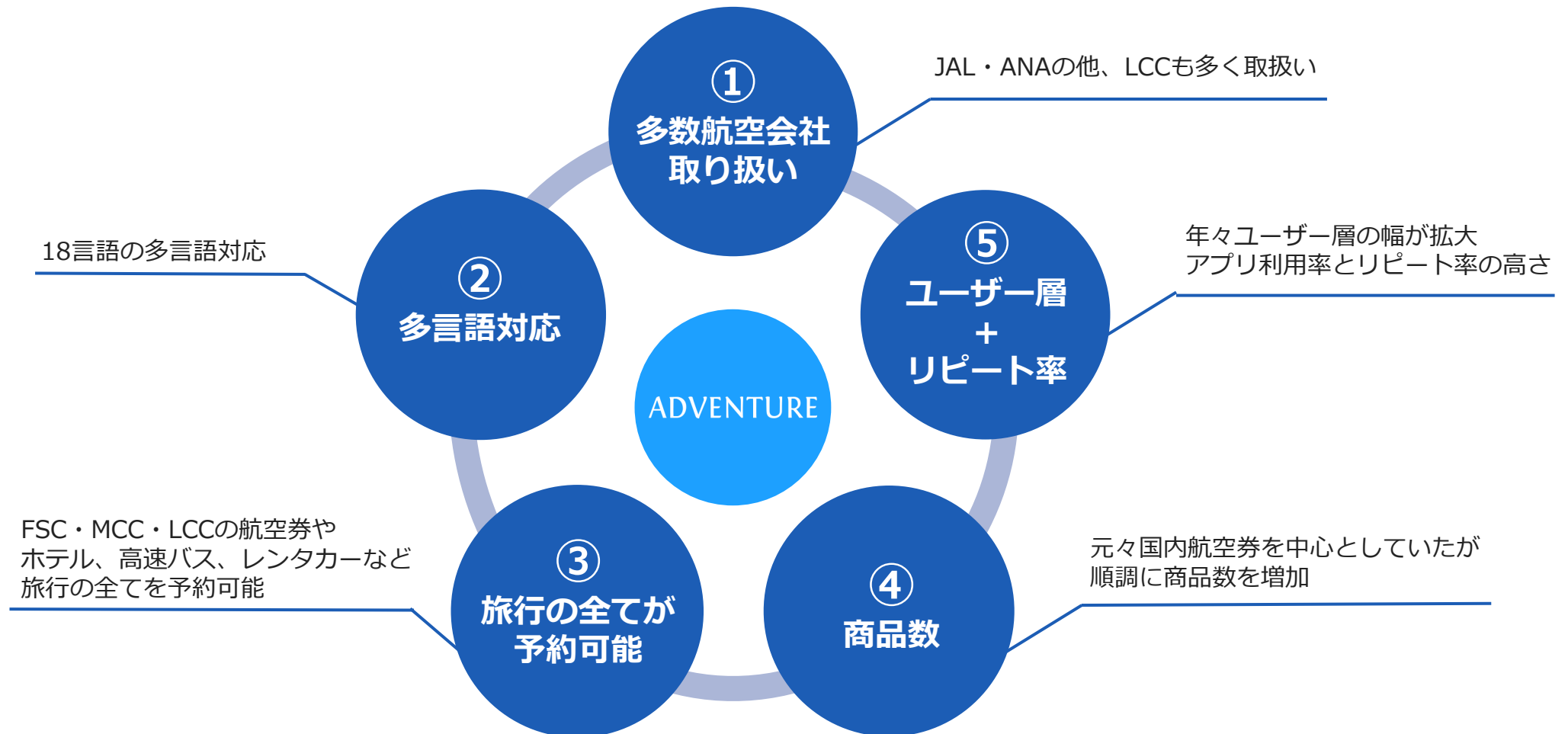
社外取締役 独立役員  
**永田 ゆかり**

早稲田大学卒、アクセンチュア(株)、楽天グループ(株)、KMPGコンサルティング(株)、デ  
ータビズラボ(株)代表取締役

社外取締役 独立役員  
**平山 絢理**

東京外国語大学在籍中

日本初のグローバルOTAへ





日本初のグローバルOTAへ

### アプリ広告

#### 高いアプリ広告比率

- ・ InstagramやYouTubeのSNS広告などを通してアプリの広告を積極的に実施
- ・ 他社に比べアプリ広告への投資比率が圧倒的に多い

#### 早い段階から アプリ広告に注力

1800万DLという国内OTAではトップクラスのアプリインストール数を達成し、高いアプリ粗利比率を維持できている

### リスティング広告 (ウェブ広告)

#### サイトからアプリへの誘導

skyticketのサイトから  
アプリをインストールして予約いただく  
ユーザー多数



アプリ  
**1800万**DL達成

1

#### 離脱率の低下

→ 他社サイトに移動せずアプリ内で商品を検索していただける

2

#### リピート率の向上

→ 再度旅行を検索する際も、アプリを利用していただける

3

#### 広告費の最適化

→ ユーザーが継続的にアプリを利用

4

#### 売上総利益の継続的な向上

→ アプリユーザーは積みあげ式で増加し続けるため営業利益率が継続的に高まっていく

予約成約に対するクライアントからの成果報酬



※一部直接契約以外も含む  
※一部お客様からの手数料を含むサービス有

# サービス別テイクレートの概要

## ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



国内線 **15%~25%**  
国際線 **10%程度**  
キャンセル数によって変動



募集型企画旅行は  
グロス計上のため取扱高=収益  
**テイクレート：10%**



直接契約のホテル **13%**  
A社経由のホテル **約6.5%**  
B社経由のホテル 価格設定



席のみ予約 **180円**  
コース予約 **10%**  
テイクアウト予約 **13%**



①会社によって固定  
②段階手数料制



段階手数料制

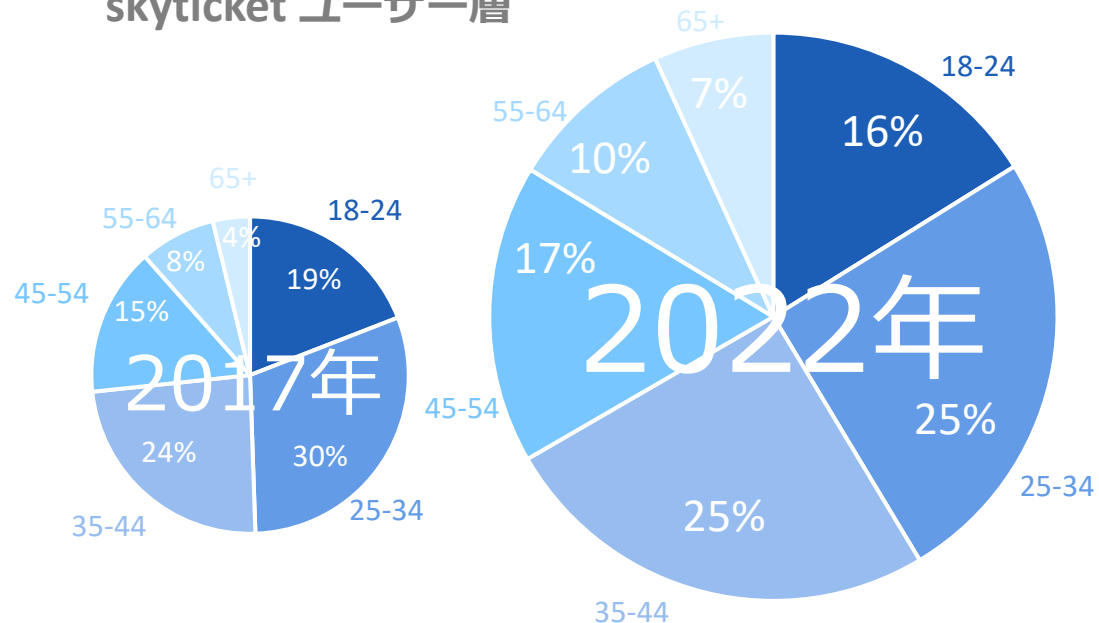


①会社によって固定  
②段階手数料制

## 幅広いユーザー層へと変化

TTA利用者だった45歳以上の顧客がコロナウイルスによる店舗閉鎖に伴いskyticketを利用

### skyticket ユーザー層

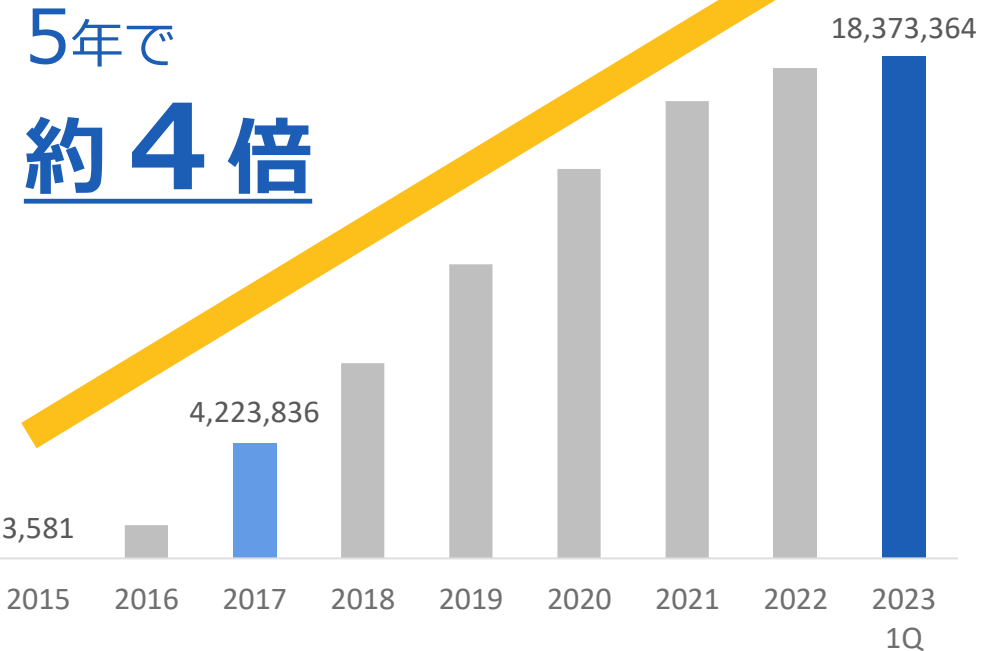


※2017年6月期・2023年6月期のサイト訪問者データに基づく

## アプリ利用者増加に伴うリピート率の増加

アプリを一度ダウンロードすることで、再度旅行を予約する際もアプリを利用

### skyticket アプリDL数



1800万  
DL突破

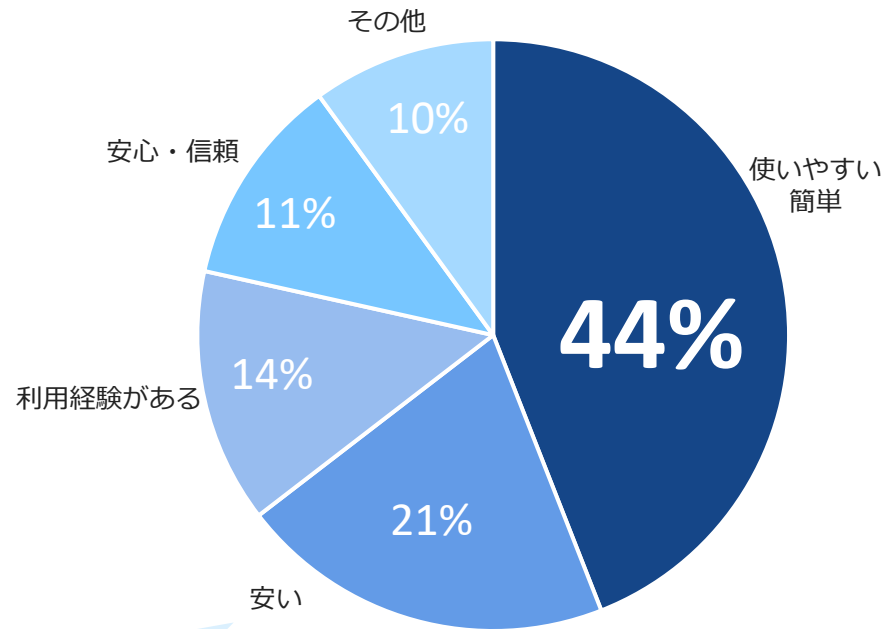
5年で  
**約4倍**

# ユーザーはなぜ“skyticket”を選ぶのか

## ADVENTURE

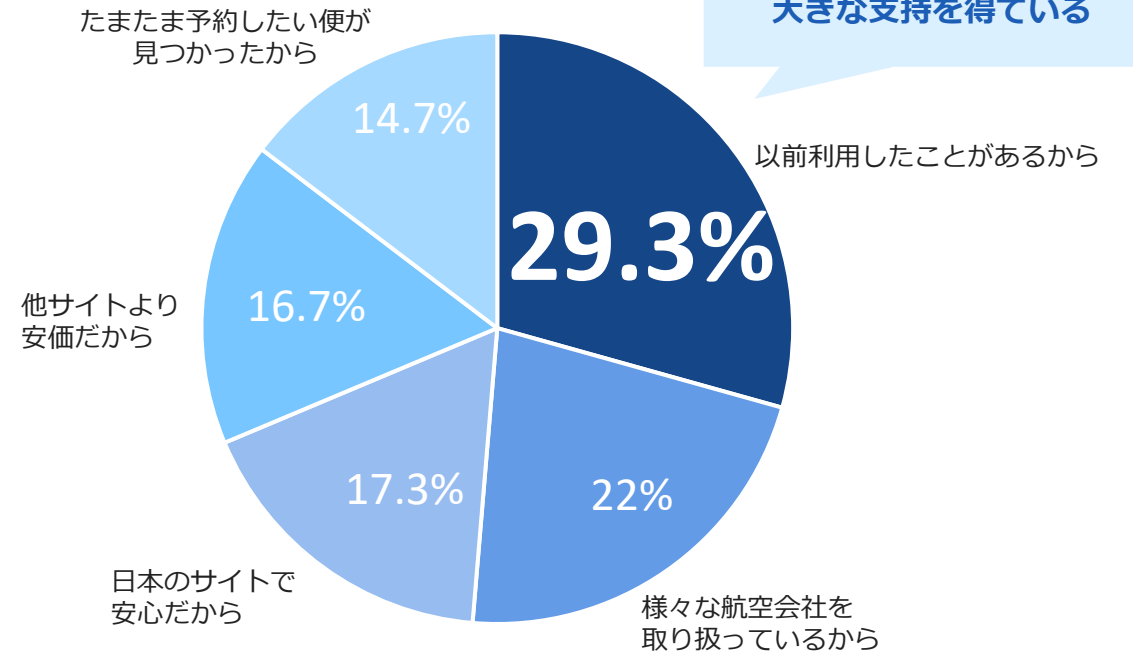
日本初のグローバルLOTAへ

### スカイチケットを使う目的




旅行予約の全てを一つのサイトで完結できることや操作のしやすさなどが評価されている

### 予約の理由



リピーターのユーザーから大きな支持を得ている

※2021年7月-9月実施アンケート調査結果

 アドベンチャーが取り組む支援活動は多岐にわたり、医療・教育・職業・給食支援を推進  
今後世界に対して行動し、貢献できること、ユーザーにとって利便性が高いサイトを構築



- ・ ミャンマーファミリー・クリニックと菜園の会
- ・ 認定NPO法人国境なき子どもたち (KnK)
- ・ ウクライナ人道支援
- ・ 「テーブルクロス」との販売連携による子供たちへの給食支援と飲食店様への送客支援
- ・ ペットボトルのリサイクル促進

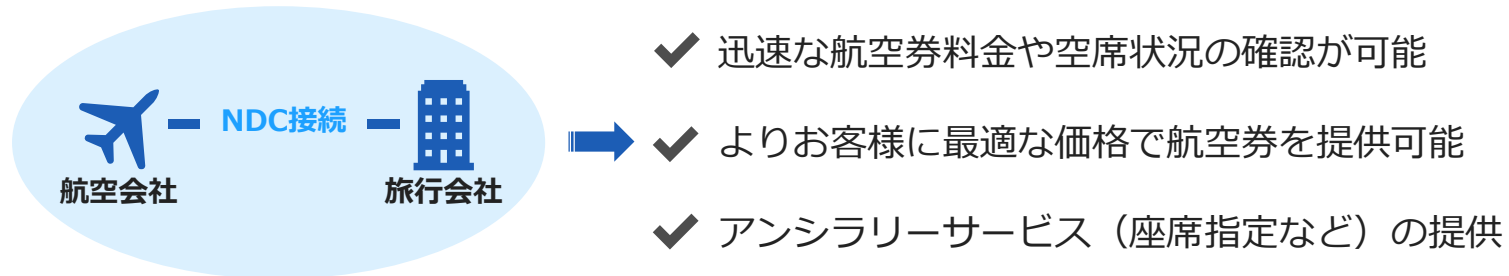


- ・ 働きがいのある職場
- ・ ワークライフバランスの実現
- ・ ペーパーレス推進
- ・ 地域・国際交流の促進



- ・ 健康維持のための旅行推進
- ・ 環境問題に向き合う体制づくり
- ・ 旅行サービスのDX化
- ・ クロスセルで利便化と地域活性化
- ・ グローバルな展開を目指す

IATA（国際航空運送協会）が推進する、航空券流通データの新しい通信規格



〈GDS(Global Distribution System)との違い〉

- 航空会社と旅行会社の直接契約のため、仲介手数料無し
- 画像や動画情報の取得が可能（GDSは基本文字によって構成）

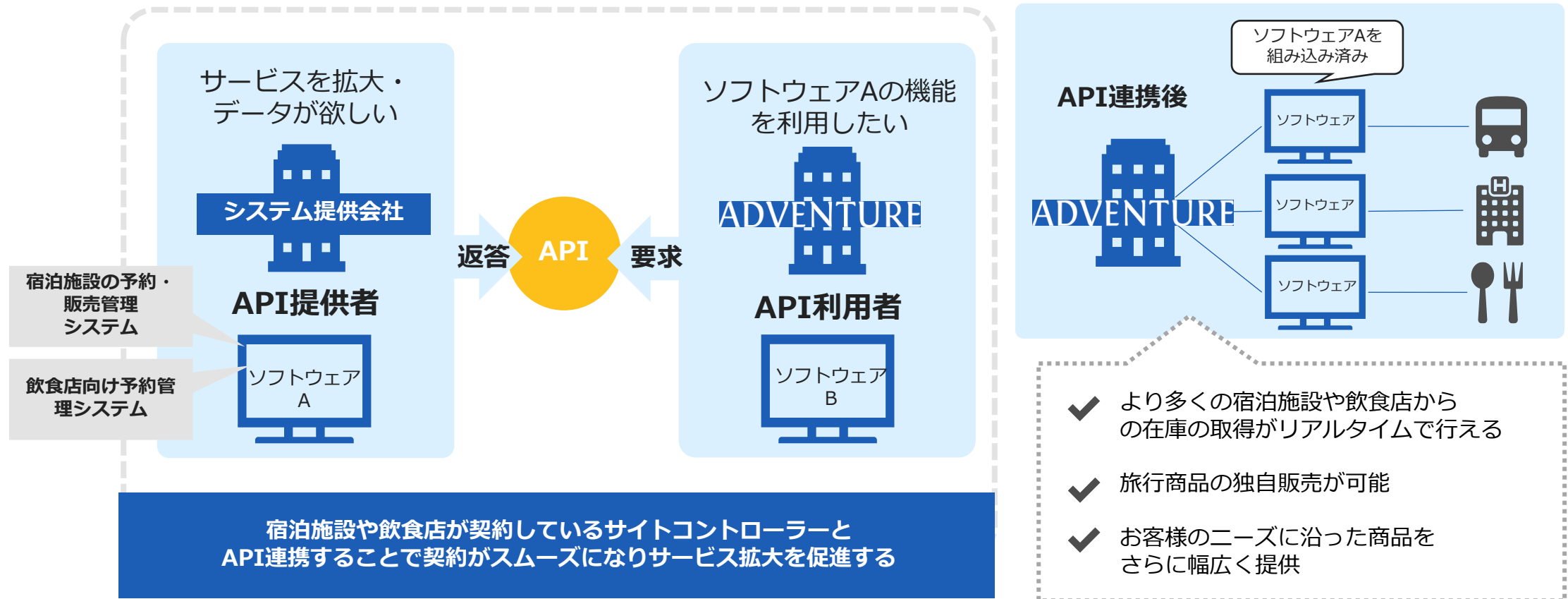
海外では主流であるNDC接続をいち早く取り入れ  
今後も積極的に契約社数を増加

当社と  
NDCのダイレクト接続  
における契約社数

アメリカン航空  
ルフトハンザグループ  
シンガポール航空  
ユナイテッド航空

**累計4社**

「機能を公開しているソフトウェア」と「その機能を使いたいソフトウェア」をつなげる窓口





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、一般的な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。