



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社インバウンドプラットフォーム | 2023年8月

目次

- 1 会社概要
- 2 事業内容
- 3 財務ハイライト
- 4 当社の強み
- 5 市場環境
- 6 成長戦略



会社概要

COMPANY PROFILE

会社概要

基本情報

会社名	株式会社インバウンドプラットフォーム
設立	2015年10月
所在地	東京都港区新橋六丁目14番5号
従業員数	75名（2023年7月末時点）※アルバイト含む

経営陣	王 伸	代表取締役社長 / CEO
	原 隆之	取締役 / CFO
	武原 等	取締役
	古我 知史	社外取締役
	菅原 洋	社外取締役
	宇尾野 彰大	社外取締役
	宮川 竜一	監査役
	生田目 克	監査役
	三神 拓也	監査役

事業内容	Wi-Fi事業 ライフメディアテック事業 キャンピングカー事業
------	---------------------------------------



私たちのビジョン

また来たい、日本

Make people all over the world Love This Country.

当社は、外国人の日本における不便を解消し、日本に来られる外国人、居住されている外国人の満足度及び来日リピート率の向上に貢献することを目指し、様々なサービス展開を行っております。新型コロナウイルス危機のような突発的な訪日旅行の減退要因は今後も起こりうるものと考えておりますが、人々の根源的な旅への欲求、新興国の経済発展による世界的な海外渡航人口の増加、そして日本の独自かつ魅力的な文化・観光資源・労働環境等を鑑みると、中長期的に見て今後も訪日・在留外国人数や国内における外国人消費額が伸びるマクロトレンドは不変であると確信しております。

短期的な滞在の訪日旅行領域にとどまらず、長期的に日本に滞在する在留外国人も顧客の対象としてとらえ、外国人が日本において感じる様々な不便さを解決するために事業拡大及び新規事業開拓にも取り組み、訪日・在留外国人市場の拡大に大きく貢献できる業界のリーダーを目指してまいります。

経営陣紹介



王 伸 / 代表取締役社長 CEO

慶応義塾大学経済学部卒業後、税理士法人トーマツ及びKPMG税理士法人にてコンサルティング事業に従事。2014年11月に株式会社エボラブルアジア（現：株式会社エアトリ）入社、経営企画室室長、執行役員、取締役COOを歴任。2018年8月当社代表取締役社長に就任。



原 隆之 / 取締役 CFO

東京大学経済学部卒業後、株式会社NTTドコモに入社。2018年10月に当社入社、同年12月当社取締役CFOに就任。



武原 等 / 取締役

1993年株式会社アップルホテルズ（現：株式会社アップルワールド）取締役に就任。2014年7月同社常務執行役員に就任。2015年10月に当社を創業し、代表取締役社長に就任。2018年8月当社取締役に就任し、キャンピングカー事業を牽引。



宮川 竜一 / 監査役

東北大学法科大学院卒業後、2015年12月弁護士登録、リーガルキュレート総合法律事務所勤務。2018年12月、当社常勤監査役就任。



事業内容

BUSINESS SUMMARY

事業セグメント

訪日外国人 / 在留外国人 / 日本人 / 法人 を顧客対象とする3つの事業を展開

Wi-Fi事業

快適なインターネット環境の実現を目指し、顧客の利用用途に合わせたWi-Fiレンタルを提供する通信事業

■ サービス内容

- ・ 訪日外国人向けにWi-Fiレンタルサービスの提供
- ・ 日本人の海外旅行利用にWi-Fiレンタルサービスの提供
- ・ リモートワークを中心とする国内利用向け（法人/個人）にWi-Fiレンタルサービスの提供

ライフメディアテック事業

「通信」「住まい」「医療・ヘルスケア」「移動」をはじめとする在留外国人向けの統合ライフサービス事業

■ サービス内容

- ・ 在留外国人向けに生活関連サービスの提供
- ・ 自社保有の多言語コールセンターを活用し、外国人をサポート

キャンピングカー事業

米国キャンピングカーレンタル大手であるEl Monte RVの正規代理店としてレンタルを行なうキャンピングカー事業

■ サービス内容

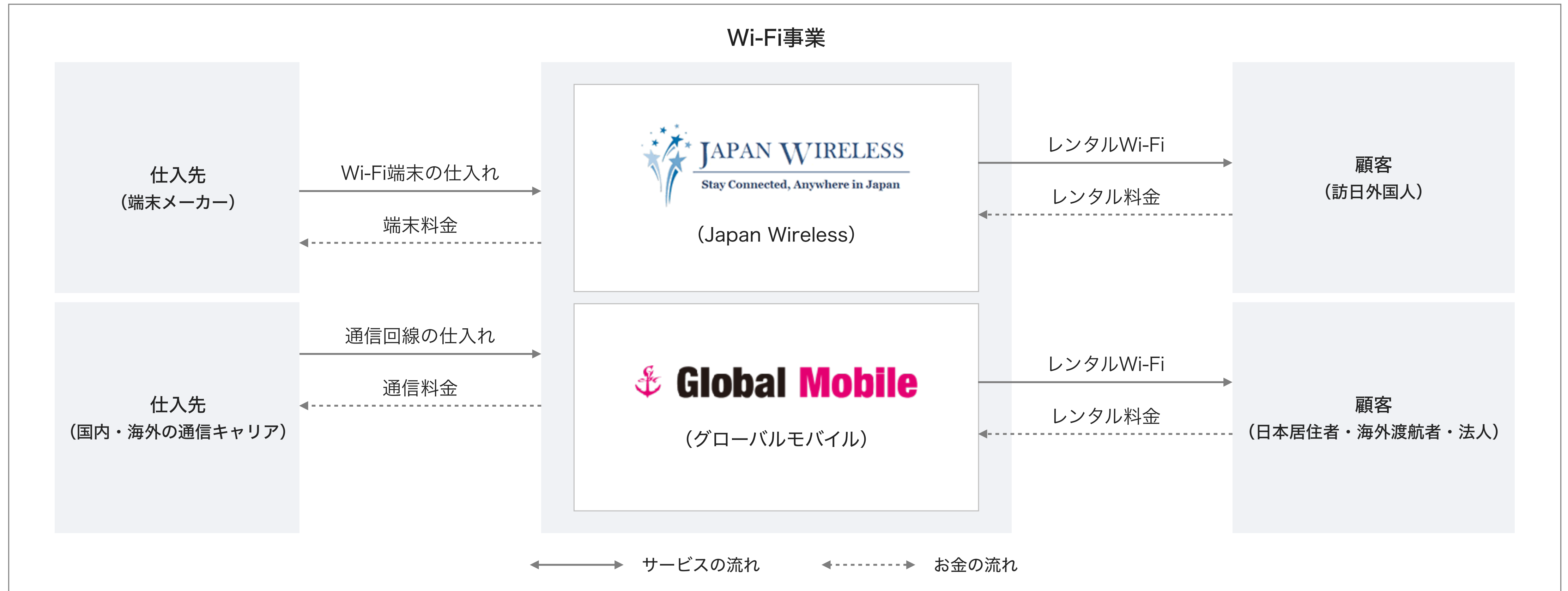
- ・ 国内でのキャンピングカーレンタルサービスの提供
- ・ 海外でのキャンピングカーレンタル取次サービスの提供
- ・ キャンピングカーレンタルのプラットフォームサイトの提供（※1）

※1 日本全国のレンタルキャンピングカーを検索・予約できるWebサービス「キャンピングカージャパン (<https://www.rv-japan.com/>)」を運営しております。

Wi-Fi事業の概要

国内・海外・訪日領域で事業展開。安心・安全・快適なインターネット環境を世界中に提供。

お客様の利用用途に合わせたお得なWi-Fiレンタルサービスを提供しています。長年の販売実績をもとに、競争力のある価格で通信回線をキャリアから安定的に仕入れています。オペレーション面では、大量のWi-Fi端末をスピーディーに充電・梱包のうえ、顧客へ発送する体制が整っています。



Wi-Fi事業

提供サービス

累計レンタル実績**80万台**突破。高品質の通信キャリア回線を**通信データ完全無制限**で提供。

Japan Wireless



訪日外国人から高い顧客評価実績
Webサイトにおいて16ヶ国語対応

訪日外国人

- 欧米圏からの訪日外国人顧客を中心とする (※1)。
- 滞在先ホテル、空港カウンター等での受け取りサービス提供。
- 自社保有の多言語コールセンターによる365日のサポート提供。
- 2023年3月末時点において、4.92点/5点 (口コミ数9,970名) の高い顧客評価実績 (※2)。
- 14日間のプランは11,050円でレンタル提供 (※3)。

グローバルモバイル



国内レンタルは大容量で安心
海外渡航先ごとにお得なプランをご用意

国内 (法人/個人)

海外渡航

- 1泊2日の利用からレンタルできるプランを販売。
- 海外渡航時は自宅・空港カウンター等での受け取りサービス提供。
- 実店舗は構えず、オンライン申込に特化することで大容量のプランをお得な価格で提供。
- 国内向けプランは月額6,000円、海外渡航は1日535円 (韓国)でレンタル提供 (※4)。

※1 アジア圏からの訪日外国人と比較して、欧米圏からの訪日外国人顧客は日本到着後にレンタルWi-Fi端末を受取る傾向があるため、現在は欧米圏からの顧客を中心としています。

※2 顧客評価については、レビューページ (<https://www.japan-wireless.com/en/reviews>) をご参照ください。

※3 表示の価格は参考価格 (税込) です。料金はプランによって異なります。

※4 表示の価格は参考価格 (税込) です。料金はプランや渡航先によって異なります。

豊富な取引実績

リモートワークの環境整備ニーズが高まり、**1,300社以上**(※1)の法人様に信頼された品質をご提供しています。

官公庁

国土交通省／総務省／防衛省／文部科学省／経済産業省／金融庁／海上自衛隊／北海道庁／日本スポーツ振興センター／宇宙航空研究開発機構／理化学研究所／日本貿易振興機構／産業技術総合研究所／茨城県つくば市役所／神奈川県相模原市／他

教育機関

東京大学／京都大学／大阪大学／早稲田大学／上智大学／立教大学／明治大学／学習院大学／日本女子大学／成蹊大学／日本大学／多摩美術大学／東北大学／九州大学／熊本大学／首都大学東京／関東学院大学／國學院高等学校／筑波大学付属中学校／他

公益財団・社団法人

長野県中小企業振興センター／東京都宅地建物取引業協会／新国立劇場運営財団／東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会／ユニバーサル財団／びわ湖高島観光協会／堀江オルゴール博物館／数学オリンピック財団／東京観光財団／他

民間企業

アマゾンジャパン株式会社／伊藤忠商事株式会社／株式会社NTTデータ／京セラ株式会社／株式会社資生堂／住友商事株式会社／株式会社TBSテレビ／日本マイクロソフト株式会社／日本赤十字社／三井住友銀行／楽天株式会社／株式会社リコー／他

※1FY2019.9以降より取引を行った法人顧客数となります。

主要KPIと収益構造

コロナ禍により訪日外国人向けのレンタルの需要は一時的に減少となるが、国内における在宅ワークの整備に伴い、民間企業・学校・官公庁をはじめとする法人需要が増加し、Wi-Fi事業全体においては稼働端末台数を維持。

主要KPI

稼働端末台数 (※1)

(端末台数 × 稼働率)

収益構造

主な売上：1日あたりのレンタル料 × レンタル日数

主な原価：端末の本体費用、通信費

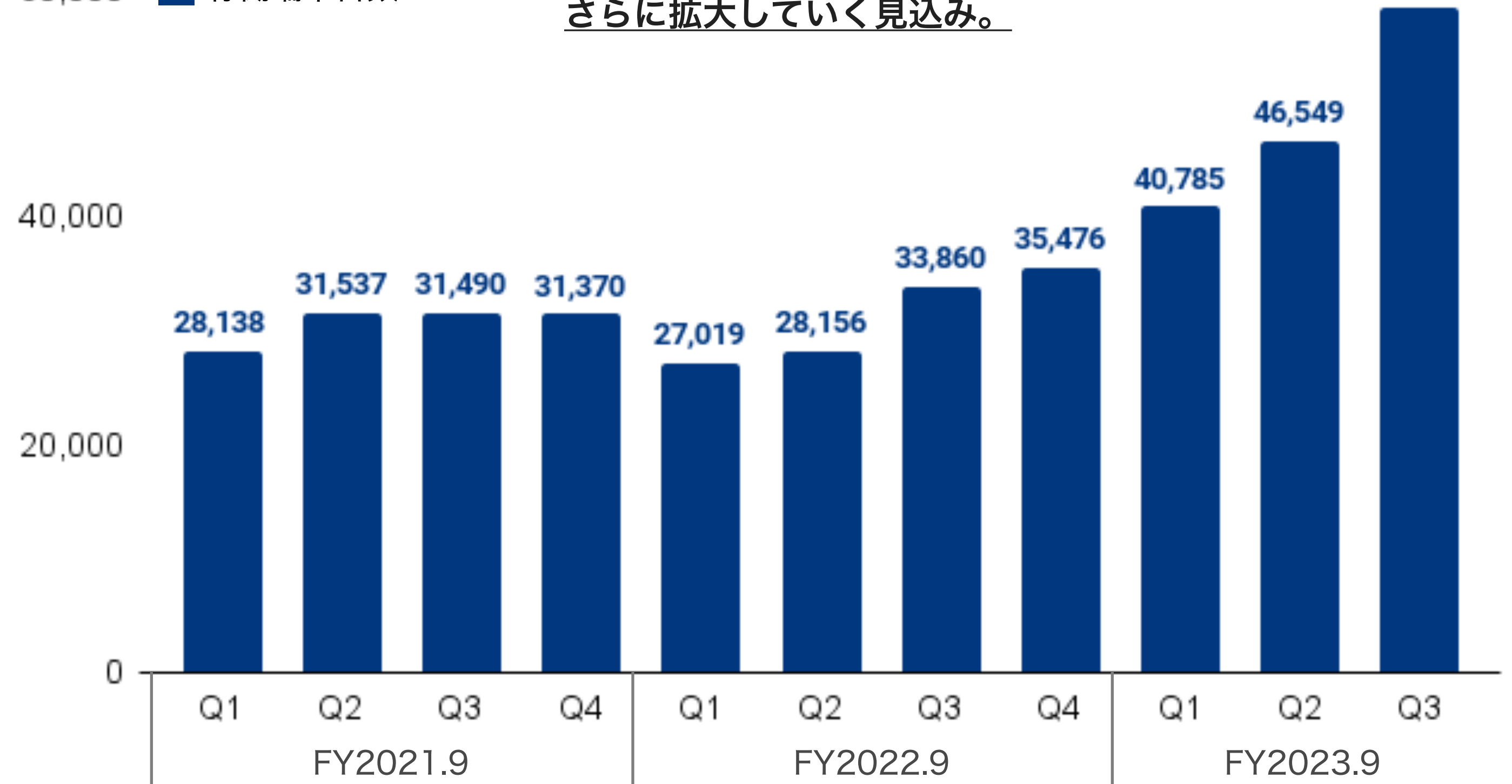
主な販管費：広告費、人件費、ソフトウェア減価償却費

(単位：台)

60,000

■ 稼働端末台数

訪日外国人数・出国日本人数が回復するに連れ、さらに拡大していく見込み。



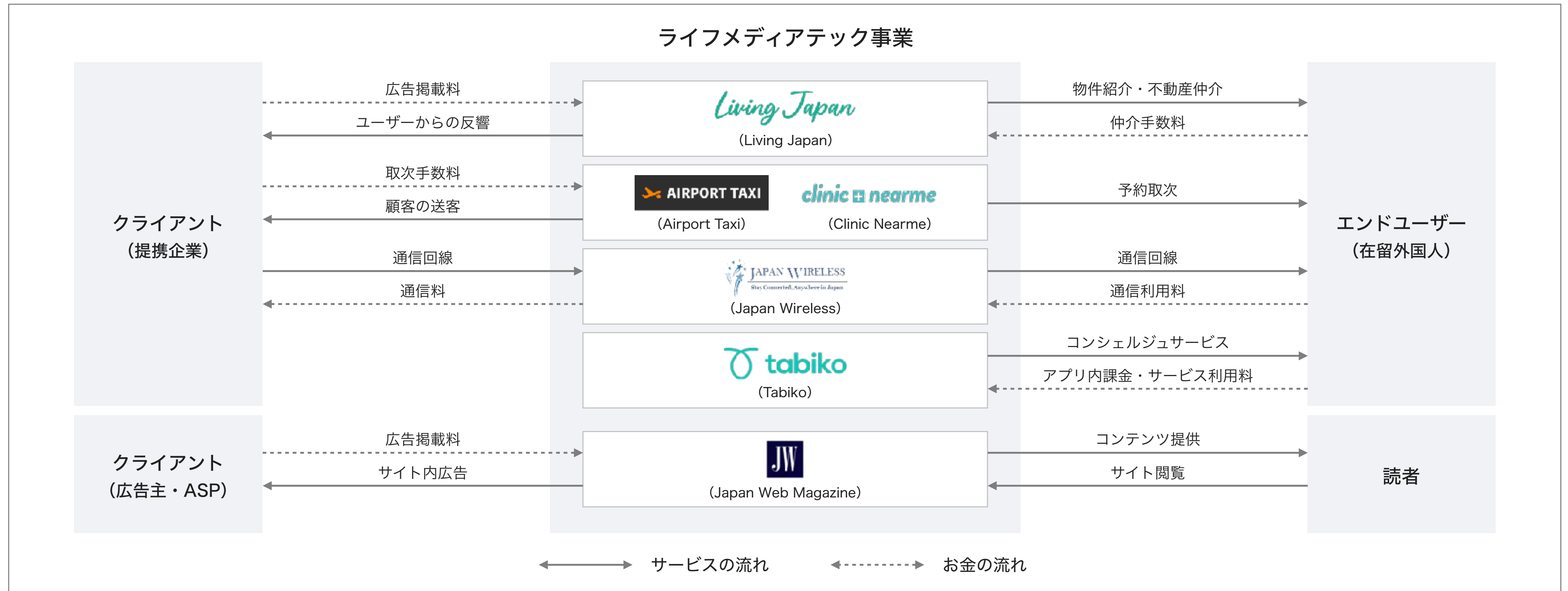
※1 稼働端末台数は、指定期間における顧客との契約が発生している端末台数の平均値により算出した台数となります。

ライフメディアテック事業の概要

在留外国人の生活をサポートする統合ライフサポートサービスを提供。

日本で生活する上で必要なサービスは、問合せ先や各種手続きが煩雑であり、日本語が難しい外国人にとって時間と手間がかかります。在留外国人の方が必要とするサービスを垂直的に立ち上げ、自社保有の多言語コールセンターを活用しながら日本での生活をサポートしています。

ライフメディアテック事業



提供サービス

ライフメディアテック事業

在留外国人の生活シーンにあわせたサービスを垂直的に立ち上げています。

領域	Web・アプリ	概要	主な収益モデル	主な収受先
住まい		外国人居住可能な物件を専門に扱う不動産情報サイト。 広告掲載を通じて不動産会社へ送客を行う。自社での仲介サービスも提供。	広告掲載料	クライアント
			仲介手数料	エンドユーザー
通信		「Japan Wireless」ブランドとして、在留外国人向けにSIMサービスを提供（※1）。	通信利用料	エンドユーザー
医療・ヘルスケア		外国人向けのPCR検査予約サービスをはじめとする各種医療取次サービス。	取次手数料	クライアント
移動		国内の空港から自宅・滞在先等へのハイヤー送迎の予約取次サービス	取次手数料	クライアント
メディア		日本の旅行及び生活に関する情報を発信するメディア。	純広告/記事広告	広告主
			アフィリエイト広告	広告主・ASP
コンシェルジュ		日本の旅行や生活に関することを自社のコンシェルジュがチャットでサポートするアプリ。 アプリ内課金では有料サブスクリプションとチップ課金を導入（※2）。	アプリ内課金	エンドユーザー
			サービス利用料（※3）	エンドユーザー

※1 Japan WirelessのSIMサービスの主要顧客は在留外国人のため、SIMサービスについてはライフメディアテック事業に属するものとしています。

※2 有料サブスクリプションは、一部の機能・サービスを利用するための課金プランです。チップ課金は、コンシェルジュへのお礼としてチップを送ることができる課金です。

※3 サービス利用料は、主に飲食店やアクティビティの予約手数料です。

主要KPIと収益構造

FY2021Q1より新規事業として発足し、Clinic Nearmeを中心に取次件数が増加。
 海外渡航時のPCR検査（陰性証明書提出）が不要となり取次件数が減少。今後は他サービスを軸に取次件数の増加を目指す。

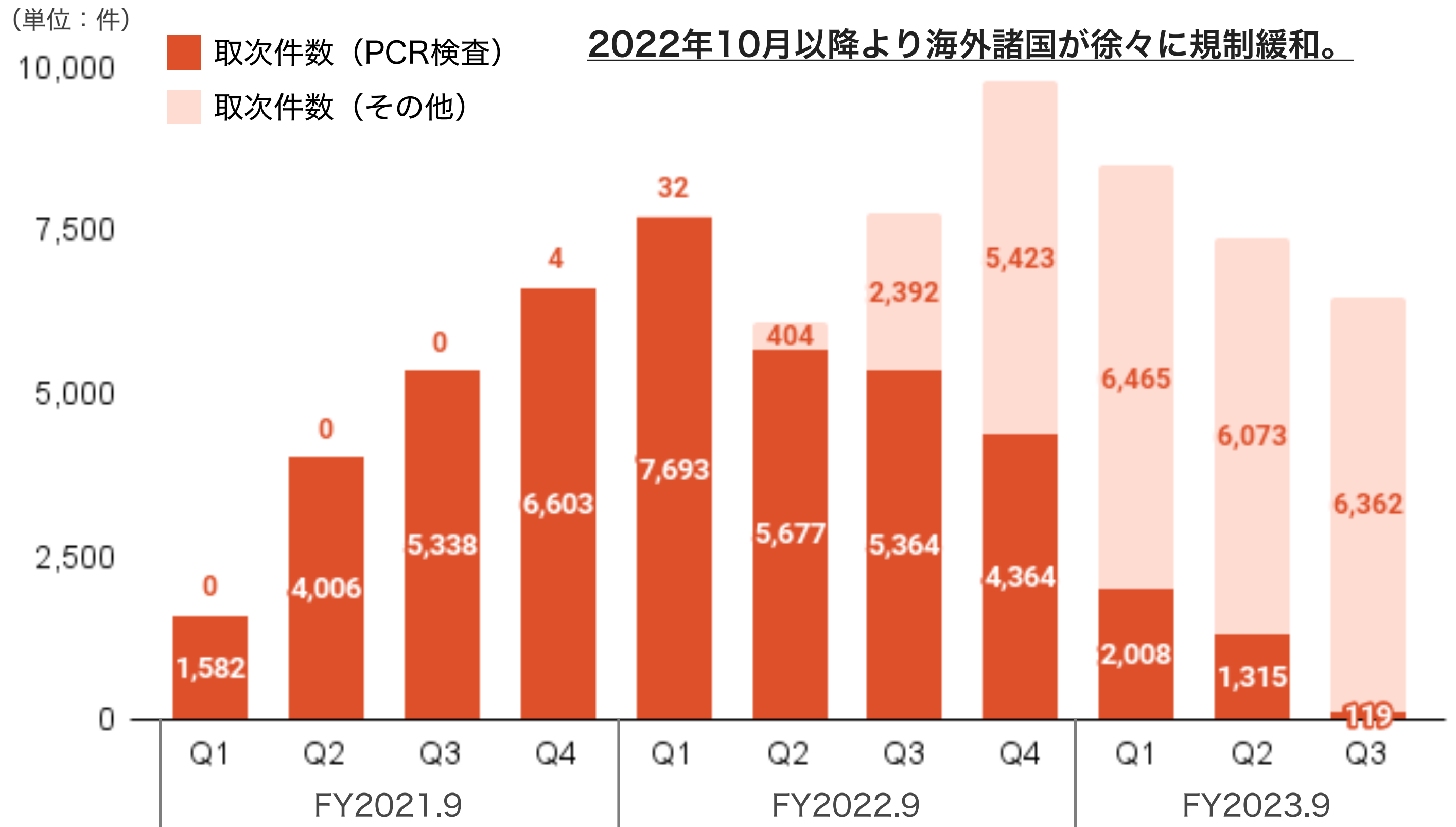
主要KPI

取次件数

(UU数 ※1) × 成約率

収益構造

主な売上：1日あたりの取次手数料 × 取次件数
 主な原価：特になし ※2
 主な販管費：広告費、人件費、ソフトウェア減価償却費



※1 ユニークユーザーの略称で、一定期間においてWebサイトやアプリを訪問した人数を指す指標です。

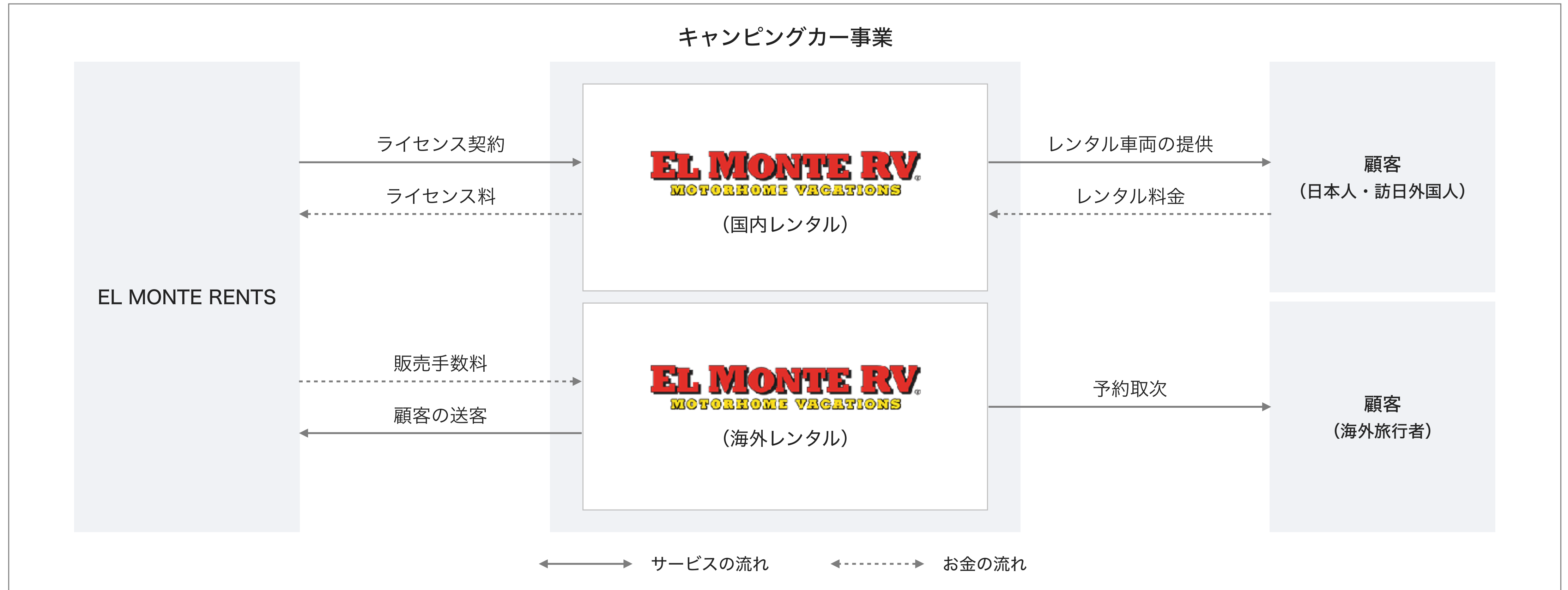
※2 純額計上なため原価はありません。

キャンピングカー事業の概要

米国キャンピングカーレンタル大手の代理店として、国内・海外でのレンタルキャンピングカーサービスを提供。

国内レンタルでは、18台のキャンピングカーを保有し、訪日旅行客及び日本人顧客向けにレンタルサービスを提供しています。

海外レンタルでは、米国キャンピングカーレンタル大手EL MONTE RENTS, INCへの日本人顧客の取次ぎを代理店として行っています。



提供サービス

国内レンタル



- 全国6拠点において訪日旅行客や日本人顧客向け提供。
- 全社新車を導入。車両を再販売することでコストを効率化（※1）。
- 自社店舗だけでなく、提携店でのレンタルを行うことで地代家賃を削減。
- 1日あたり22,000円からレンタル提供。

海外レンタル



- 世界4カ国において日本人顧客向けに提供。
- 自社保有のコールセンターによる安心のカスタマーサポートを提供。
- 7泊あたり\$1,308からレンタル提供（※2）。

※1 一般的にキャンピングカー車両の残価率は高く、再販売による収益を新車購入費用のへ充当することができます。

※2 表示の価格はアメリカでの利用となります。利用国ごとに異なります。

主要KPIと収益構造

レンタル需要の低減が一定見込まれるコロナ禍において、車両稼働率を最大化するため一部車両の売却を実施。中長期においては、稼働率を適切にコントロールしながら需要にあわせて車両を確保していく。

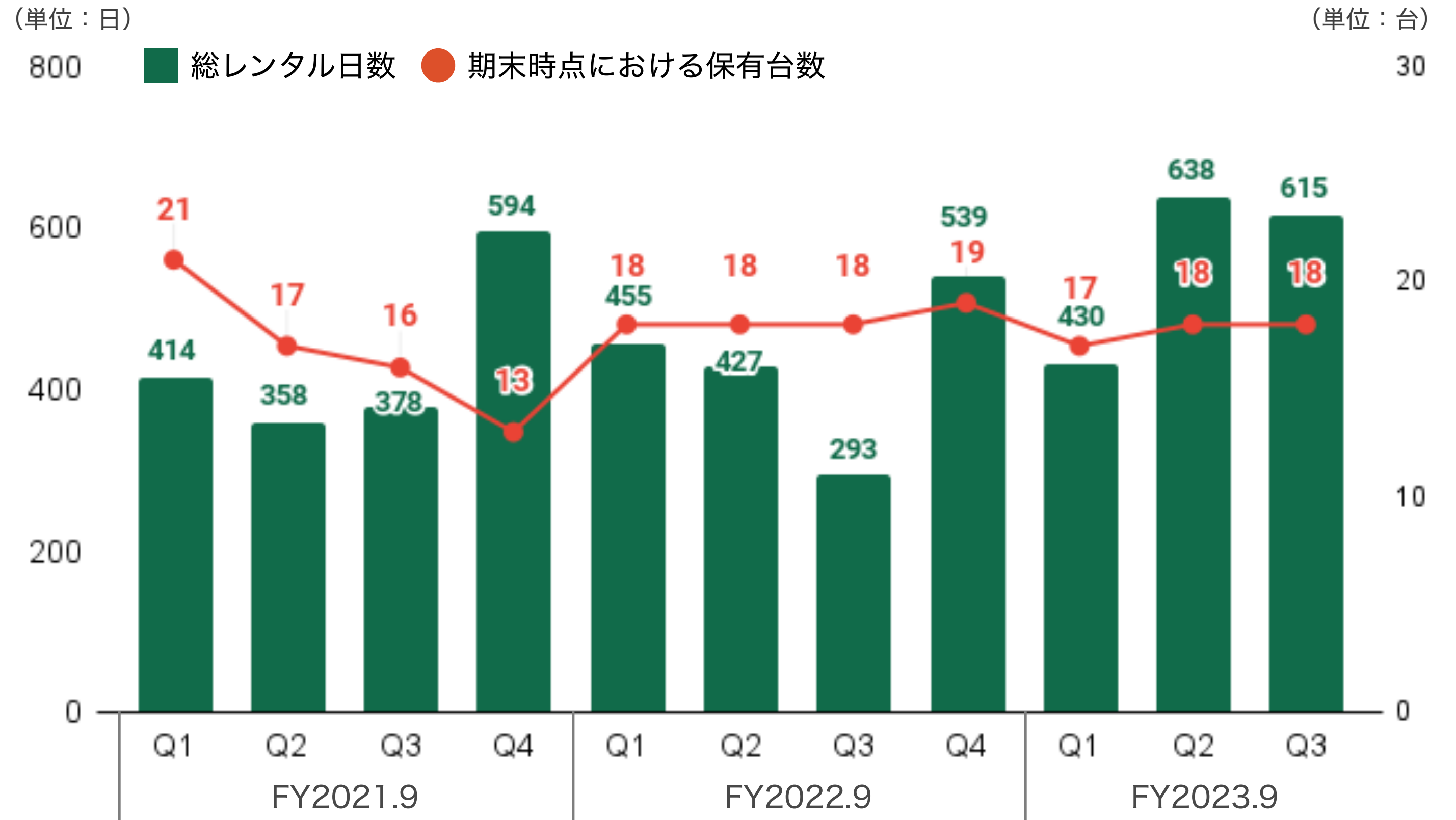
主要KPI

総レンタル日数 (※1)

(利用者数 × レンタル日数)

収益構造

主な売上：1日あたりのレンタル料 × レンタル日数
 主な原価：車両の減価償却費、保険料
 主な販管費：広告費、人件費、店舗の賃料



※1 総レンタル日数は、レンタル開始日から返却日までの日数を合計した日数となります。なお、国内レンタルのみ（海外レンタルを含まない）に基づき算出しています。

SWOT分析

	Strength 強み	Weakness 弱み
Wi-Fi事業	<ul style="list-style-type: none"> ・長年の法人取引実績に基づく強い信頼 ・多言語コールセンターを活用した顧客サポート体制 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社と比較して認知度がまだ低い
ライフメディアテック事業	<ul style="list-style-type: none"> ・オウンドメディアによる効率的な集客 ・多言語コールセンターを活用した顧客サポート体制 	<ul style="list-style-type: none"> ・需要急増時におけるオペレーション体制
キャンピングカー事業	<ul style="list-style-type: none"> ・米国のキャンピングカーレンタル大手「El Monte RV」の国内代理店としての認知度活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・平日や閑散期における稼働率の低下

	Opportunity 機会	Threat 脅威
Wi-Fi事業	<ul style="list-style-type: none"> ・在宅ワーク普及に伴う需要増加 ・訪日旅行者及び海外渡航者の回復に伴う需要増加 	<ul style="list-style-type: none"> ・感染症、自然災害、地政学的リスク ・競合激化、新規参入
ライフメディアテック事業	<ul style="list-style-type: none"> ・入国緩和により来日する外国人の増加に伴う需要増加 	
キャンピングカー事業	<ul style="list-style-type: none"> ・3密を避けたアウトドア旅行の高まりに伴う需要増加 	

【Wi-Fi事業】 競合との比較 (※1)

ブランディングを強化していくことで、訪日外国人及び日本人向けの市場シェア拡大を目指す。

		当社	A社	B社	C社	D社	E社
訪日外国人向け	サービス提供	○	○	—	○	○	○
	各社のサービスサイト規模を示す 月間セッション数 <small>(※2)</small>	250K	120K	—	10K	< 10K	10K
日本人向け (国内・海外渡航)	サービス提供	○	○	○	○	○	○
	各社のサービスサイト規模を示す 月間セッション数 <small>(※2)</small>	50K	830K	160K	< 10K	60K	50K

※1 2023年6月末日時点における各社サービスサイトの情報等に基づき表を作成しています。

※2 マーケティングツール「SimilarWeb (<https://www.similarweb.com/>)」のデータに基づき、3ヶ月間（2023年3月から6月）の月間セッション数の平均値を記載しています（10,000単位）。

※ ライフメディアテック事業は幅広いサービス郡を営んでいるため、ライフメディアテック事業全体での特定の主要な競合企業は存在しません。サービスごとの類似事業を営む企業と競合関係にある場合があります。

【キャンピングカー事業】 競合との比較 (※1)

直営店運営による品質管理を徹底的に行い、日本人顧客だけでなく、訪日外国人客を取り込むことで市場シェア拡大を目指す。

	当社	A社	B社	C社	D社	E社
主な営業形態	直営店	直営店	フランチャイズ	フランチャイズ	フランチャイズ	直営店
各社のサービスサイト規模を示す 月間セッション数 <small>(※2)</small>	10K	160K	10K	70K	10K	< 10K
インバウンド対応 <small>(サイト内対応言語数)</small>	英語圏に対応 <small>(2言語)</small>	— <small>(日本語のみ)</small>	— <small>(日本語のみ)</small>	英語圏と中華圏に対応 <small>(3言語)</small>	Google翻訳で対応 <small>(30言語)</small>	— <small>(日本語のみ)</small>
インバウンド利用規模を示す 月間セッション数 <small>(※3)</small>	3K	2K	< 1K	20K	< 1K	< 1K
海外レンタル対応	米国・カナダ・オーストラリア・ ニュージーランドの4ヶ国で予約取次	—	—	—	—	—

※1 2023年6月末日時点における各社サービスサイトの情報等に基づき表を作成しています。

※2 マーケティングツール「SimilarWeb (<https://www.similarweb.com/>)」のデータに基づき、3ヶ月間（2023年3月から6月）の月間セッション数の平均値を記載しています（10,000単位）。

※3 「各社のサービスサイト規模を示す月間セッション数」のうち、日本以外からアクセスされた月間セッション数を示します（1,000単位）。

※ ライフメディアテック事業は幅広いサービス郡を営んでいるため、ライフメディアテック事業全体での特定の主要な競合企業は存在しません。サービスごとの類似事業を営む企業と競合関係にある場合があります。



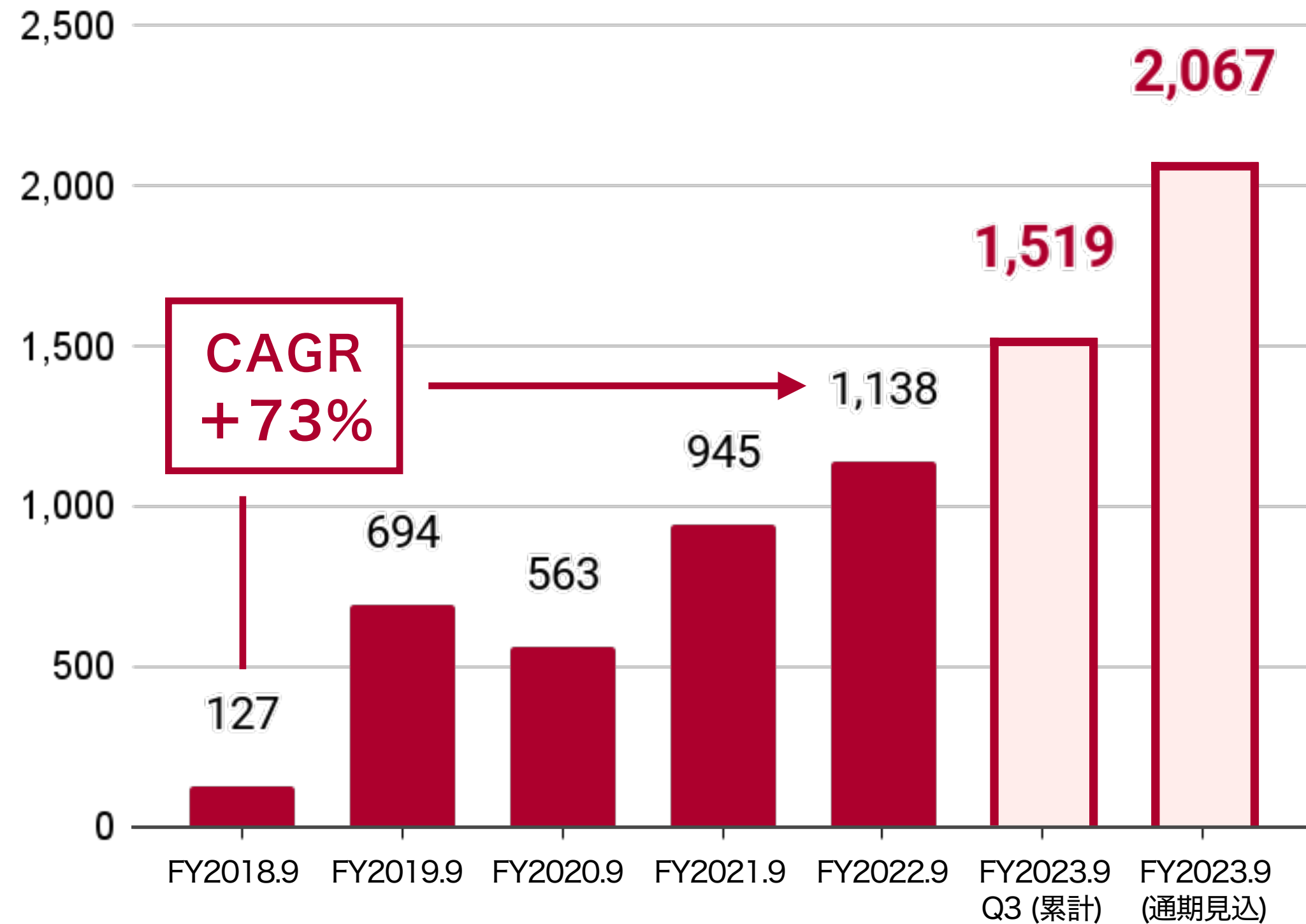
財務ハイライト

FINANCIAL HIGHLIGHTS

売上高・営業利益

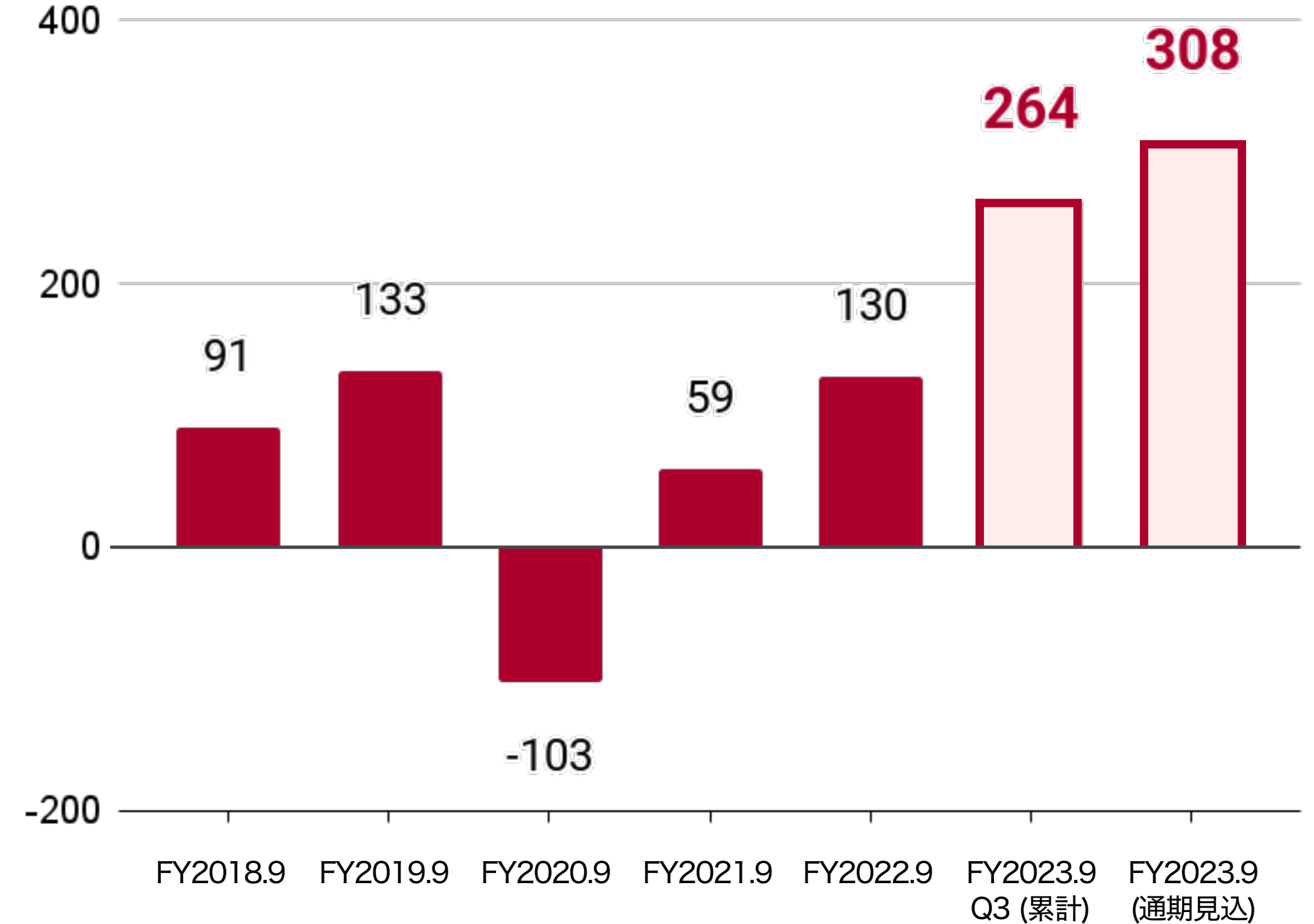
【売上高】

(単位：百万円)



【営業利益】

(単位：百万円)

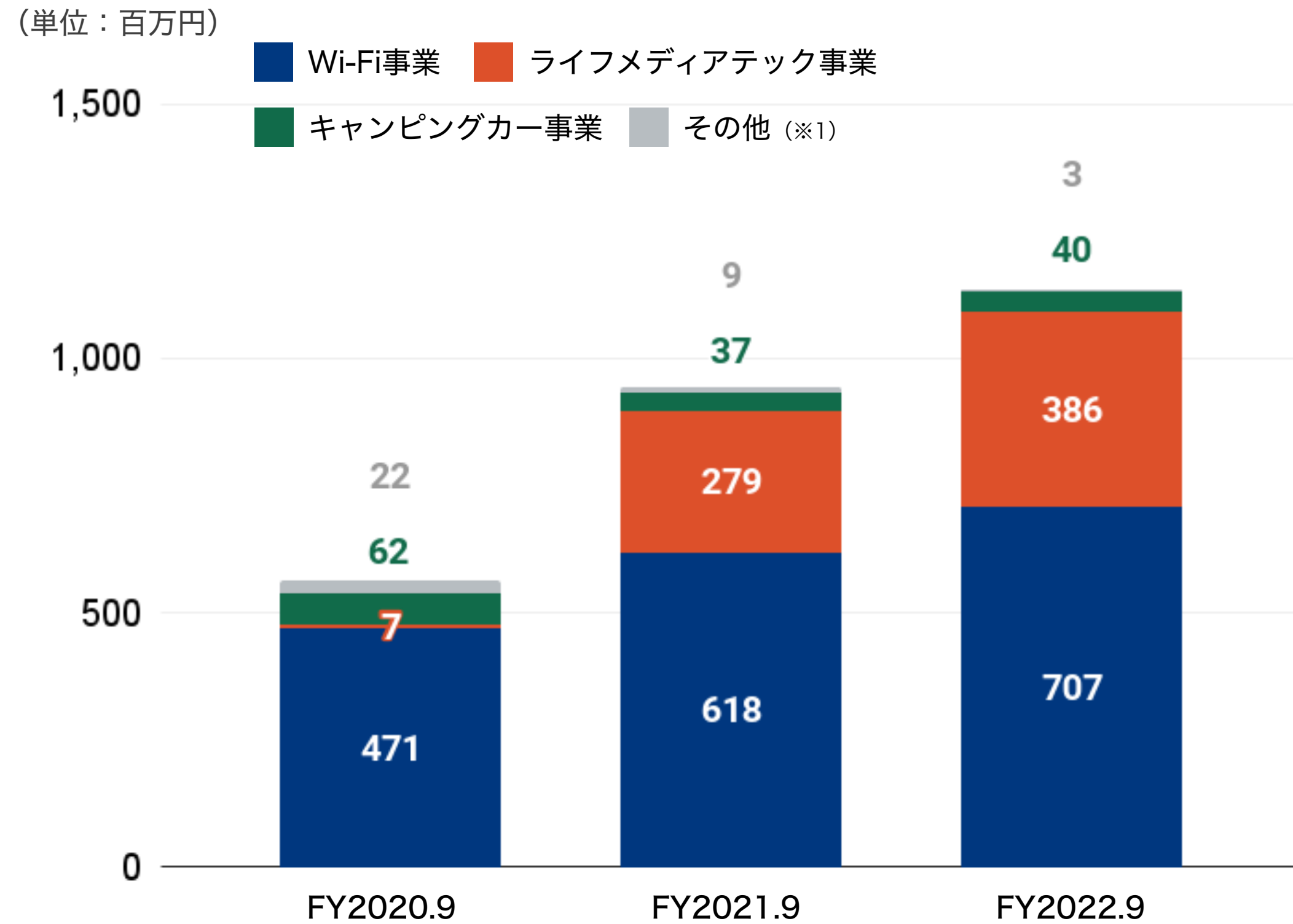


FY2022.9の売上高は11.38億円、直近5年間(※1)のCAGR73%
FY2022.9は新型コロナウイルスの打撃を乗り越え営業利益1.30億円の黒字

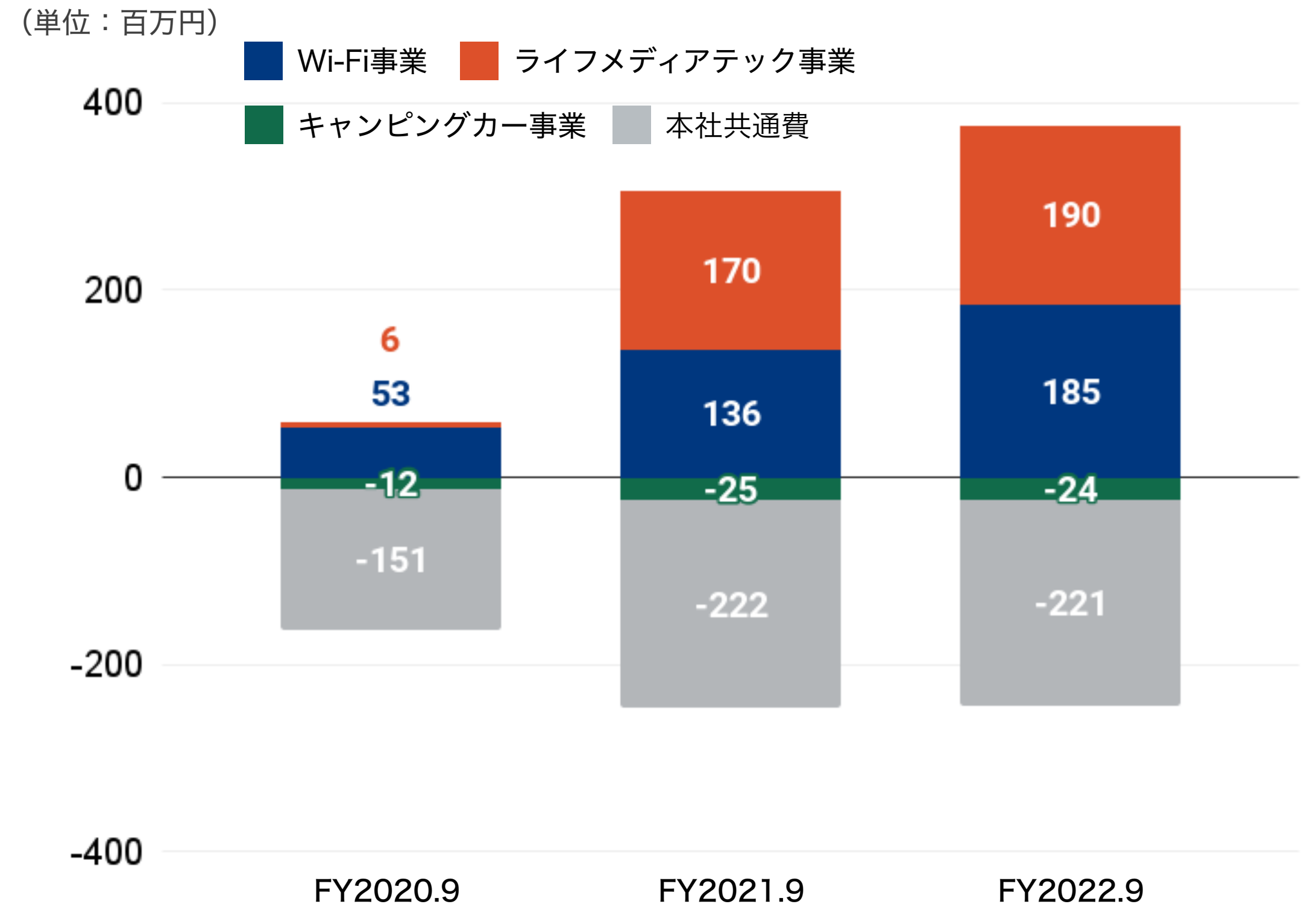
※1 FY2018.9からFY2022.9までの期間となります。

事業セグメント別売上高・営業利益

【売上高】



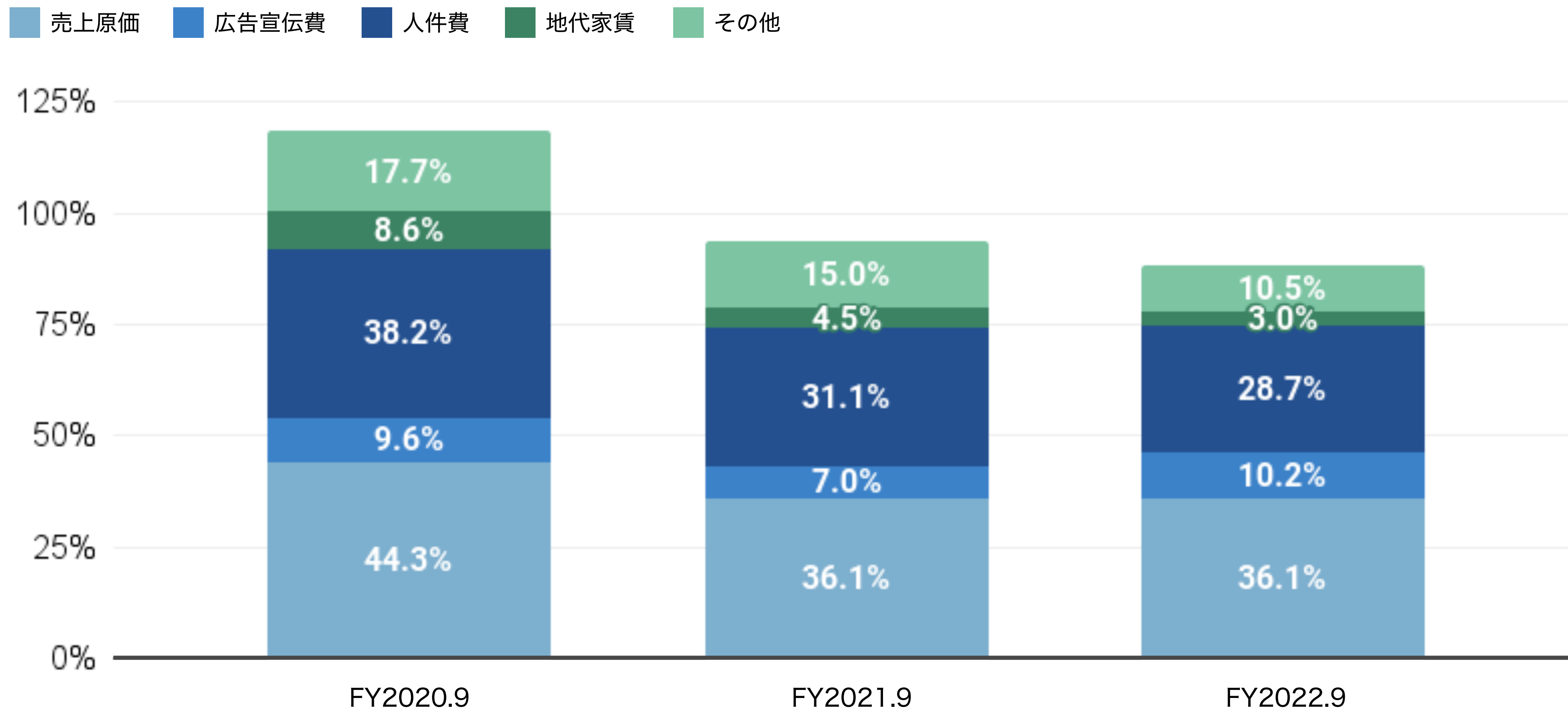
【営業利益】



Wi-Fi事業を収益の柱とし、直近2年間においてはPCR検査取次等によりライフメディアテック事業が伸長
 コロナ禍においては、全社的に在留外国人市場に注力し、事業ポートフォリオの拡充に向け推進

※1 その他は、FY2020.9からFY2021.9においては両替事業等（両替事業はFY2021より廃止）の主事業以外の収益、FY2022.9においてはコンサルティング業務等の主事業以外の収益となります。

売上高に対する費用項目の内訳





当社の強み

OUR ADVANTAGES

事業の持続的成長サイクルを構築

外国人を対象とする事業の仕組み化

- 蓄積される事業ノウハウを活用した迅速な立ち上げ
- 各種プロセスの効率化及びコスト削減

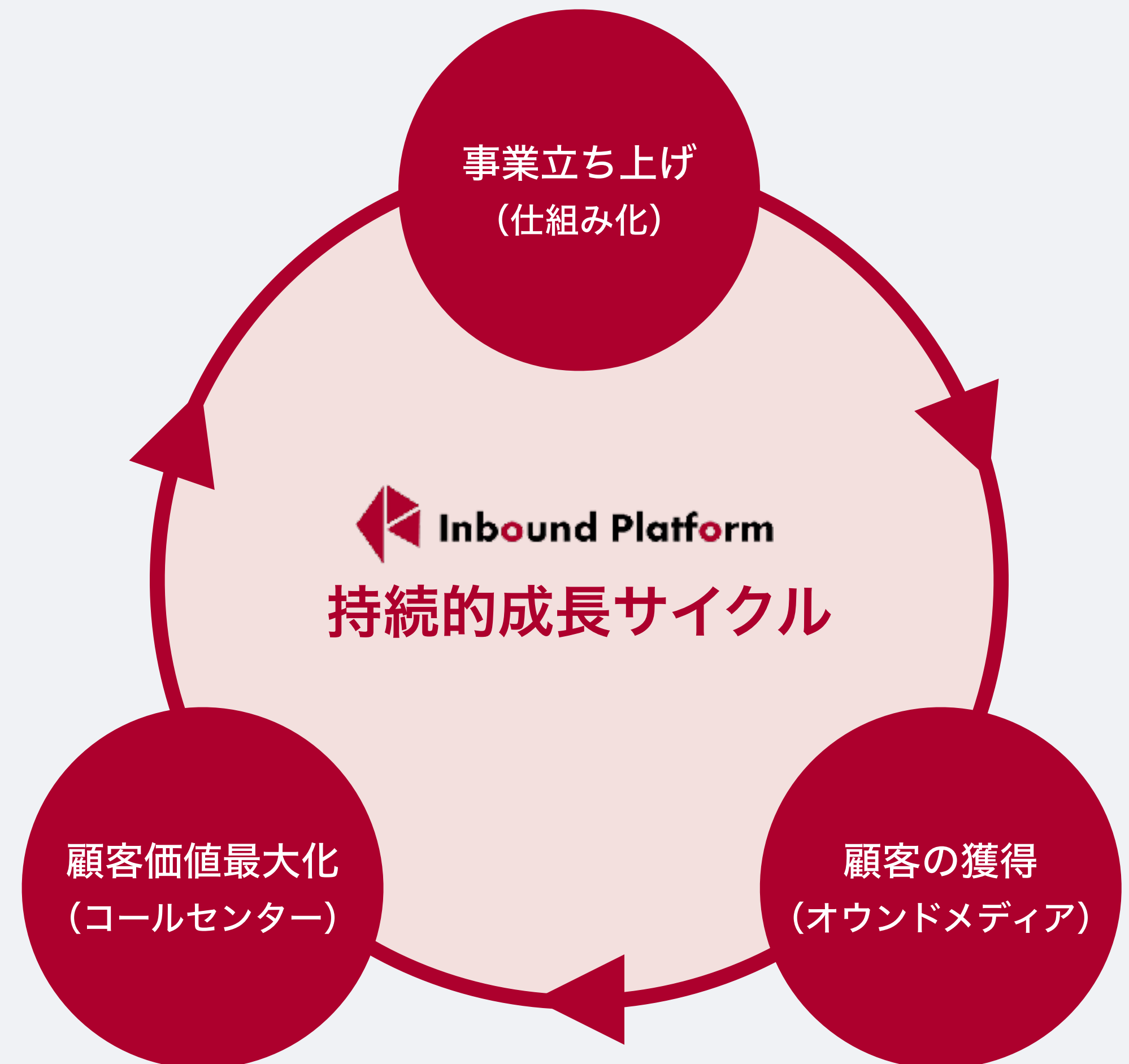
オウンドメディアによる顧客獲得

- 月間最大174万PV (※1) の外国人向けメディアによる情報発信
- 顧客獲得チャネルの自社保有

自社保有のコールセンターによる顧客価値最大化

- 多言語コールセンターによる充実したCS体制
- 新規・既存顧客からのフィードバックを事業改善へ

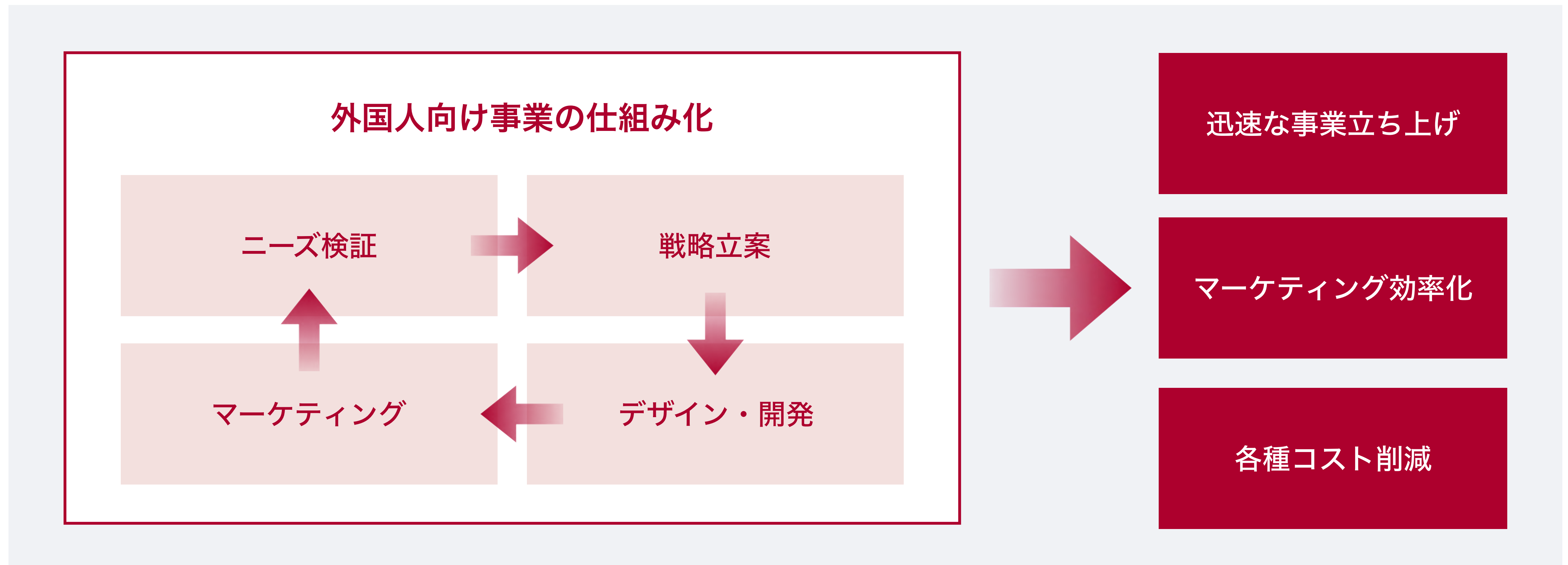
※1 2023年（2023年1月から2023年6月末時点）における月間PV数の最大値となります。



外国人を対象とする事業の仕組み化

蓄積される外国人向け事業ノウハウを活用した効率的な事業の仕組み化を実現。

Wi-Fi事業で培った多言語サイトの立上げノウハウやオペレーションノウハウを活用し、ライフメディアテック事業の各サービスの立上げを行い、またライフメディアテック事業の各サービスで培った外国人向けマーケティングのノウハウを、Wi-Fi事業やキャンピングカー事業のマーケティング活動へ活用することで効率化。

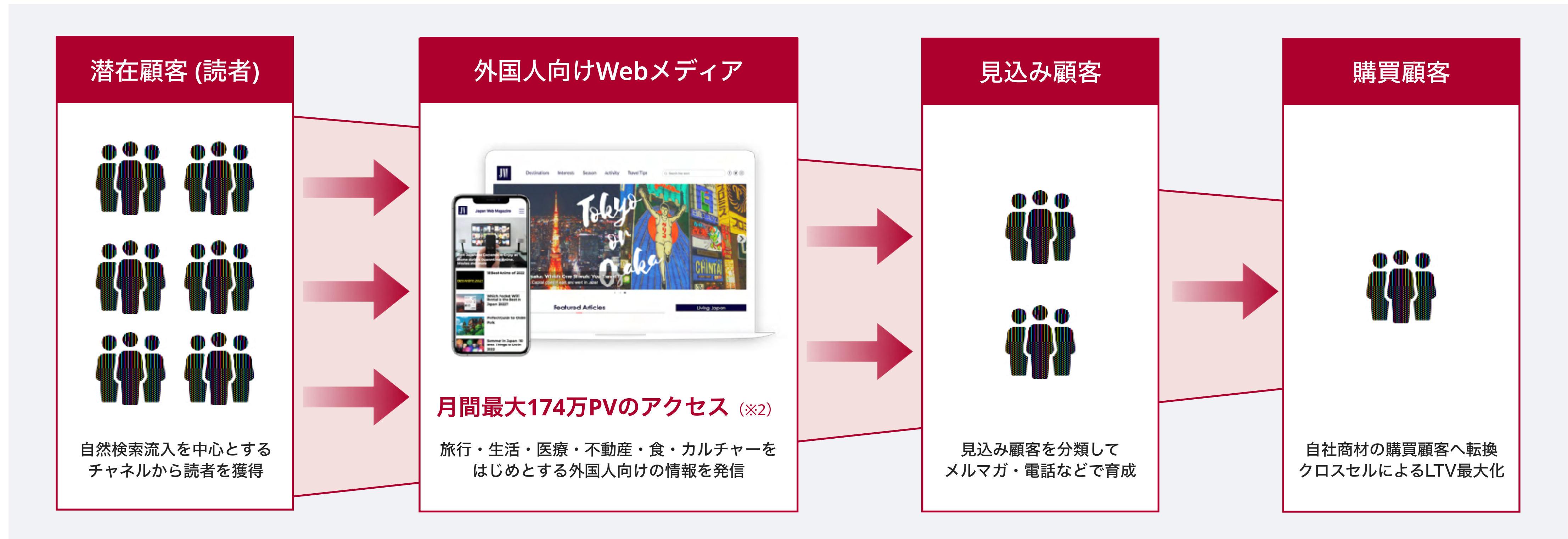


オウンドメディアによる顧客獲得

外国人向けオウンドメディアを活用し、潜在顧客となる読者を「見込み顧客」「購買顧客」へ転換。

ペイドメディア（※1）での集客では多大なる広告費がかかりますが、オウンドメディアでは費用対効果の高い顧客獲得を行うことができます。

コストを抑えて顧客獲得を行える分、クーポンでのディスカウント施策等を実行することが可能となり、より強いマーケティング訴求をすることができます。



※1 ペイドメディアは、費用を支払って利用するメディアを指します。主に4マス媒体の広告（テレビ・新聞・ラジオ・雑誌）やWeb広告（リスティング広告・ディスプレイ広告など）が挙げられます。

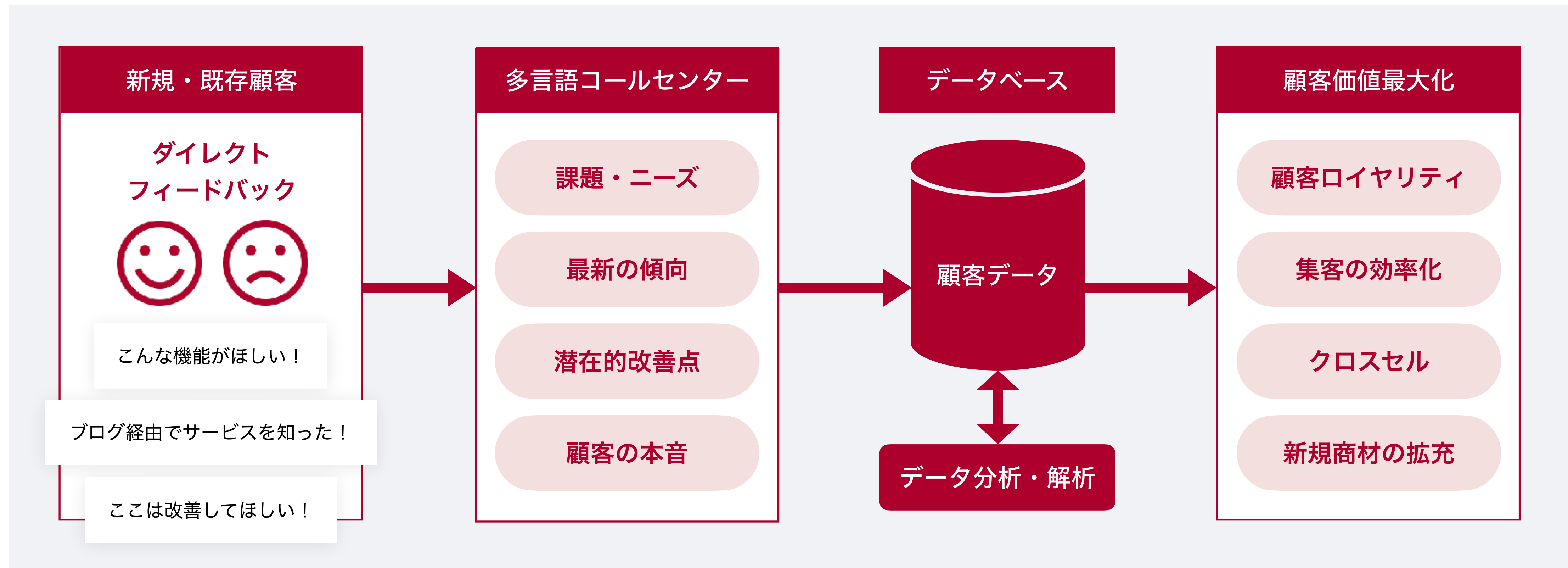
※2 2023年（2023年1月から2023年6月末時点）における月間PV数の最大値となります。

多言語コールセンター活用による顧客価値最大化

自社保有の多言語コールセンター（※1）にて外国人をサポート。蓄積される顧客データを活用し、顧客価値最大化へ。

顧客からダイレクトに多言語でのフィードバックを受け取ることができ、より多くのデータを正しく収集をすることができます。

各サービスを通じて蓄積される顧客データを分析・解析し、マーケティング活動や新規事業の創出へ活用しています。



※1 2023年6月末時点において、英語・スペイン語・フランス語・中国語・韓国語・ベトナム語での多言語対応が可能となっています。

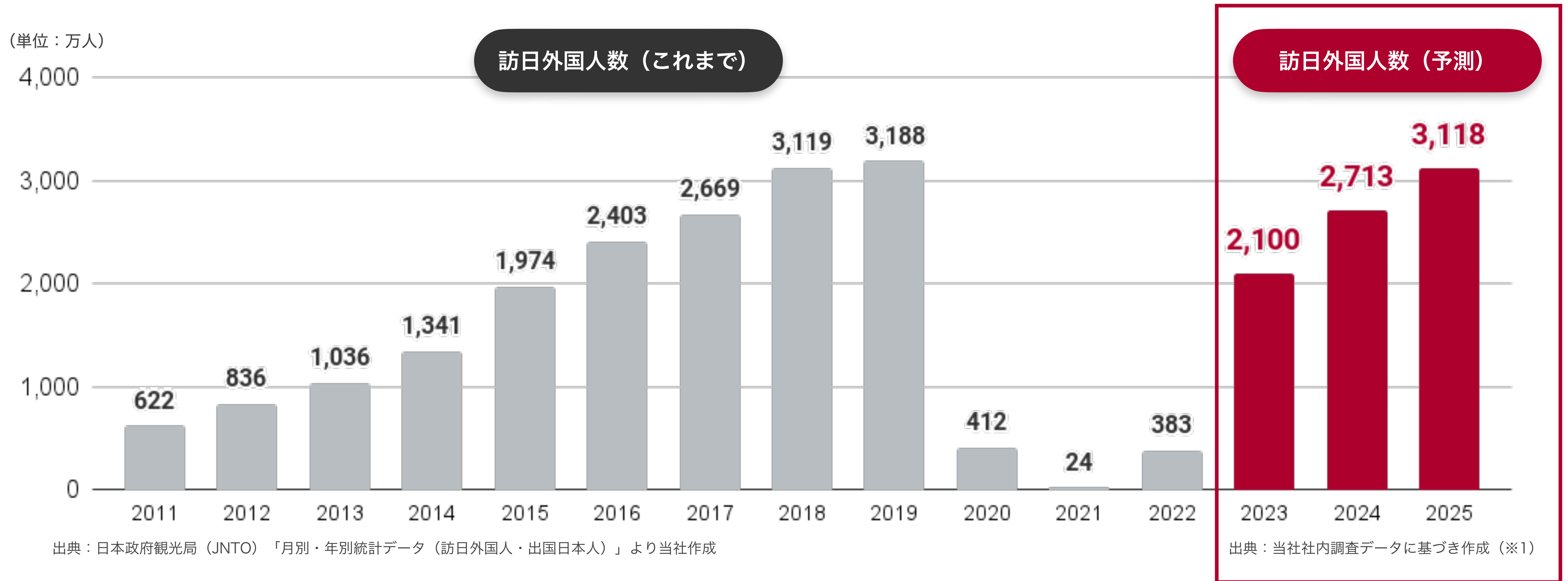


市場環境

MARKET ENVIRONMENT

訪日外国人数の推移と予測

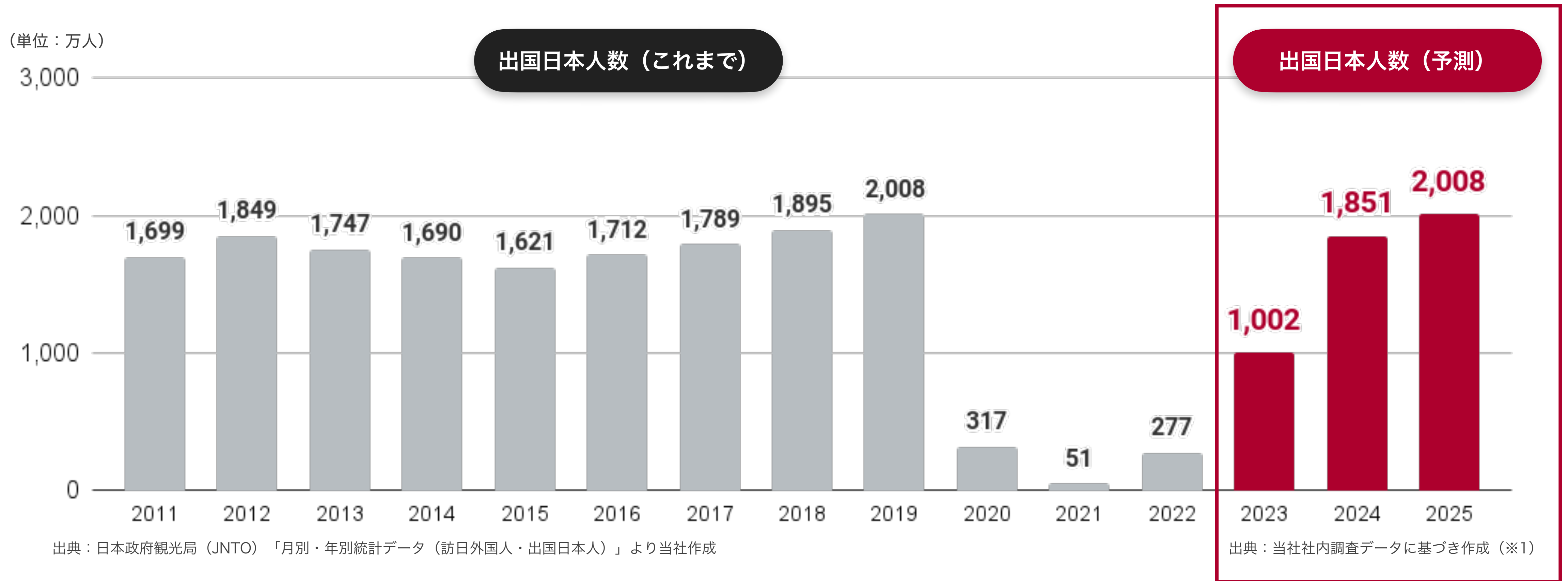
急上昇していた訪日外国人数はコロナ禍で減少するも、中長期的には成長市場へ再び変容。Withコロナ/Afterコロナにおける旅行需要の回復、行動制限や渡航緩和がされていくことで、訪日外国人数も段階的な回復が見込まれる。



※1 2023年1月～2024年9月については、昨年同月対比における回復率をもとに算出しています。2024年10月以降については、新型コロナウイルス蔓延前の2019年における水準まで回復するものとして算出しています。

出国日本人数の推移と予測

訪日外国人数と同様に、行動制限や渡航緩和がされていくことで、海外渡航を行う出国日本人数も段階的な回復が見込まれる。国際的な人の往来再開は、当社のすべての事業において正の影響となり、今後の事業成長を牽引。

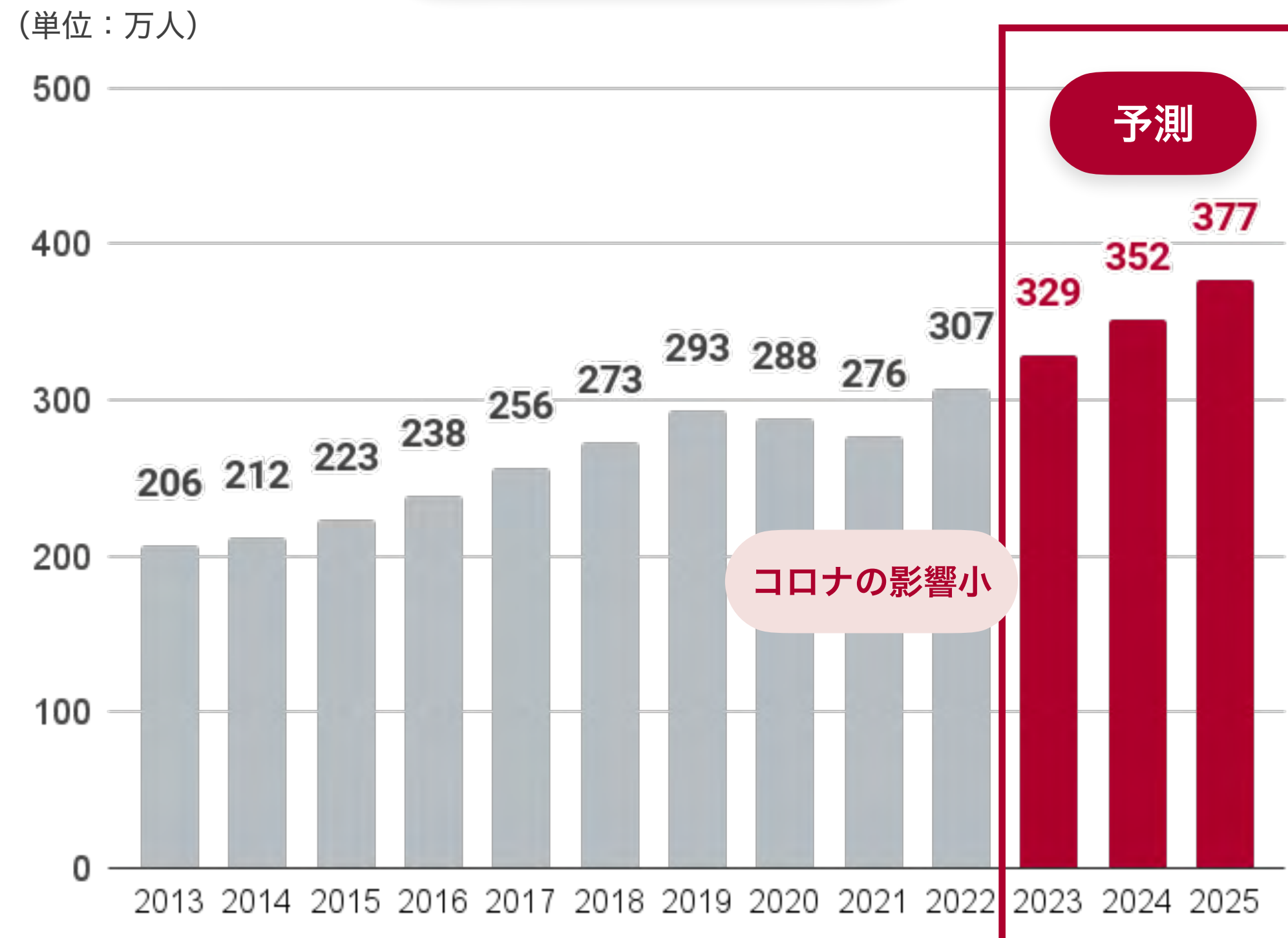


※1 2023年1月～2024年9月については、昨年同月対比における回復率をもとに算出しています。2024年10月以降については、新型コロナウイルス蔓延前の2019年における水準まで回復するものとして算出しています。

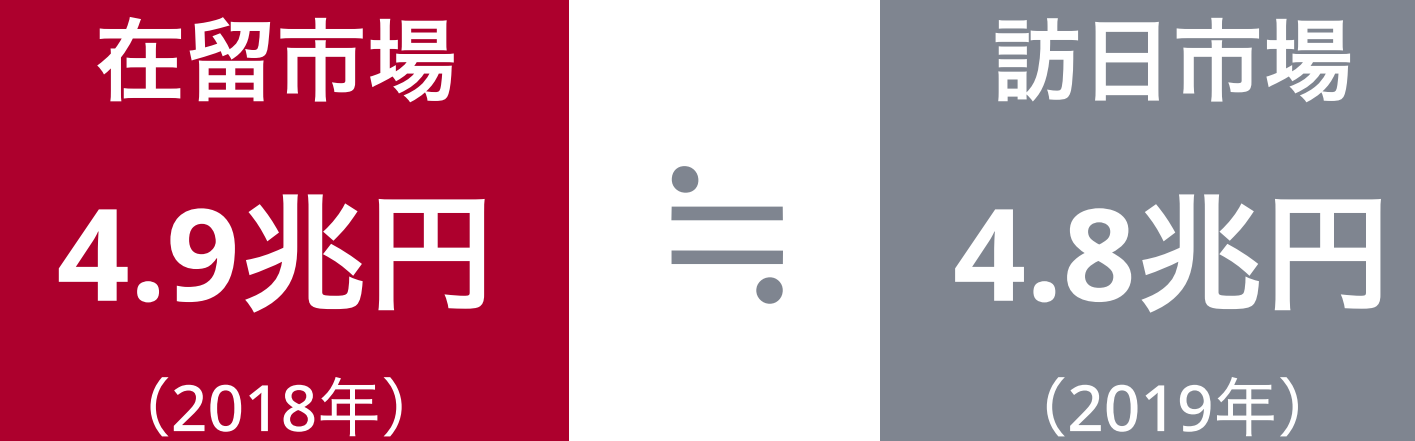
在留外国人数の推移と市場

特定技能の新設、高度外国人材の就業促進により、近年における在留外国人市場数は増加傾向。
在留外国人による消費額は訪日市場と同等であり、外国人全体の消費額は年間約10兆円に達している。

在留外国人数



市場規模



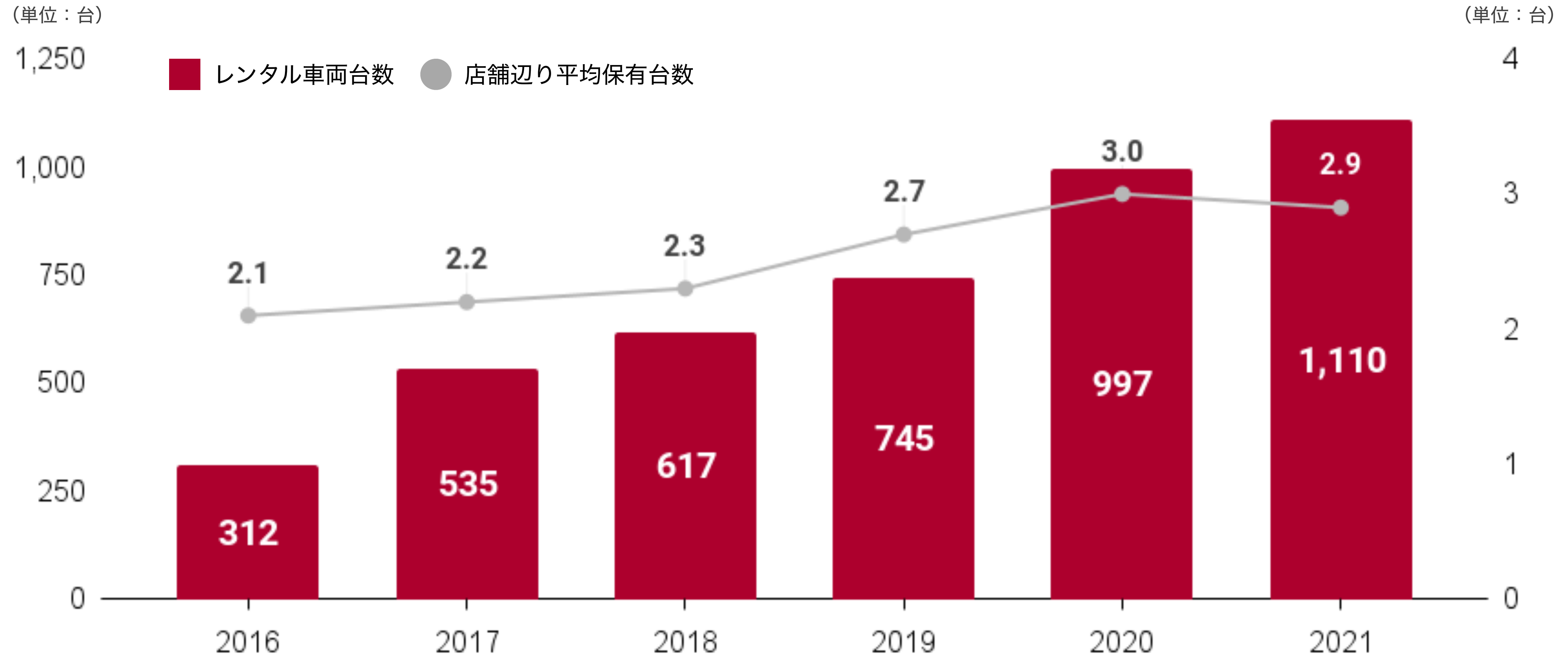
出典：出入国在留管理庁「在留外国人統計」に基づき当社作成（※1）

出典：シティグループ証券株式会社「シティグループ証券レポート」に基づき当社作成

※1 2023年以降については、新型コロナウイルス蔓延前の2019年までの5年間における平均成長率をもとに算出しています。

レンタルキャンピングカー市場の動向

全国のレンタルキャンピングカーの合計車両台数は1,110台となり、前年比111%の増加。3密を避けるアウトドア需要の高まりとともに、消費者が身近にレンタルできる環境を整備することで、さらなる市場の拡大が見込まれる。



出典：レンタルキャンピングカーネット事務局「レンタルキャンピングカー白書2022」に基づき当社作成



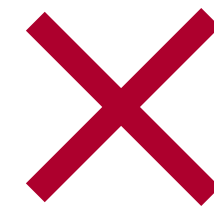
成長戦略

GROWTH STRATEGY

当社の成長戦略

既存事業の拡大による収益基盤強化

- ・ 認知度向上による新規顧客の獲得
- ・ 顧客満足度向上によるリピート顧客の獲得



新規事業への先行投資

- ・ 成長市場での新規事業の推進
- ・ 事業ポートフォリオを構築

既存事業の拡大による収益基盤強化

新規顧客獲得による事業の底上げとリピート顧客への転換により、中長期で安定した収益基盤の構築を実現する。

新規顧客の獲得

マーケティングの強化

- 広告の強化・最適化
- ブランディングの強化
- 獲得チャネルの強化（アフィリエイト・メディア等）

Webサイトの改善

- CVR（コンバージョン率）の改善
- A/Bテスト（※1）の実施

対応言語の拡充

- Webサイト、広告配信、コールセンターのそれぞれで対応言語を順次追加し、新たな顧客層へのリーチ



リピート顧客の獲得

継続的なコミュニケーション

- DM・メルマガ・SNS等での接触頻度を増やす
- リピーター特典の提供
- リターゲティング広告の強化

カスタマーサポート体制の強化

- ナレッジ共有の仕組み化
- AI導入による効率化

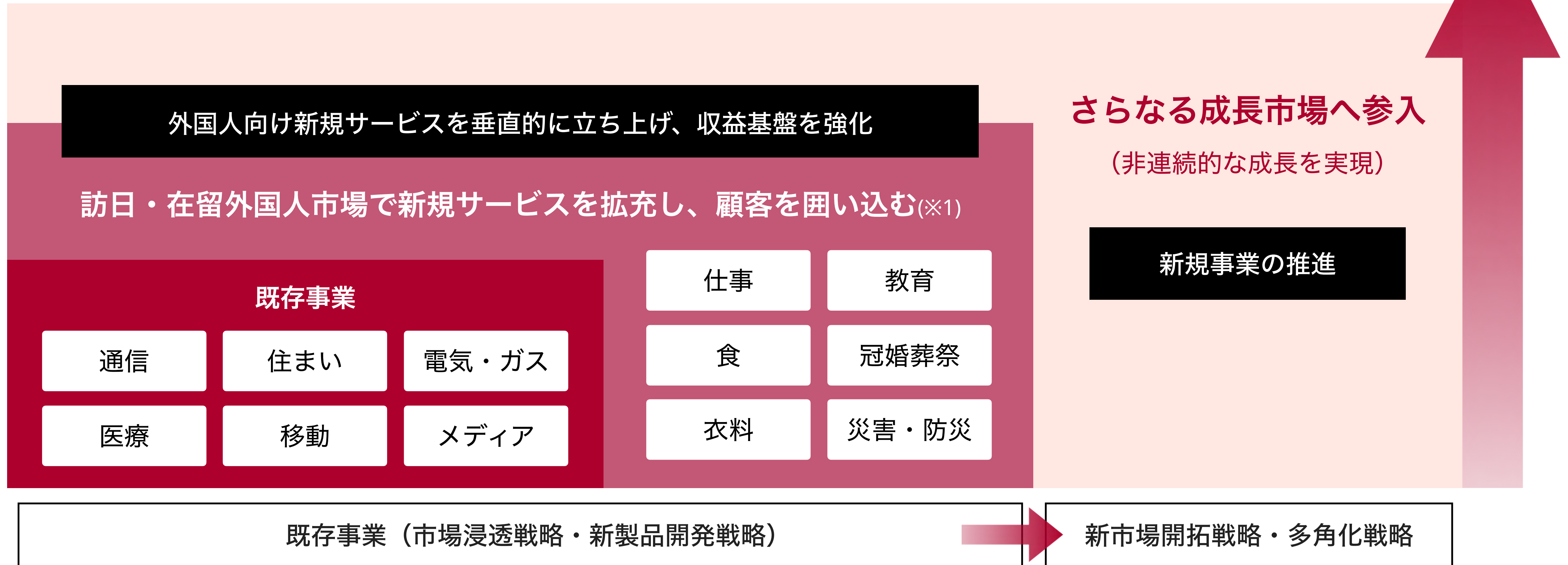
クロスセルの強化

- 購入時やDM等での他サービスの案内

※1 A/Bテストは、ある特定の期間にコンテンツ（Webサイト・バナー・広告文等）を2パターン以上用意して、どのパターンが効果の高い成果を出せるのかを検証することを指します。

新規事業への先行投資

当社の強みとする訪日・在留外国人向け事業を中心として、新規事業を立ち上げる。
事業間シナジーを強化しながらさらなる成長市場への積極的な先行投資を中長期で行う。



※1 記載のサービスは参考例です。

事業ポートフォリオを構成

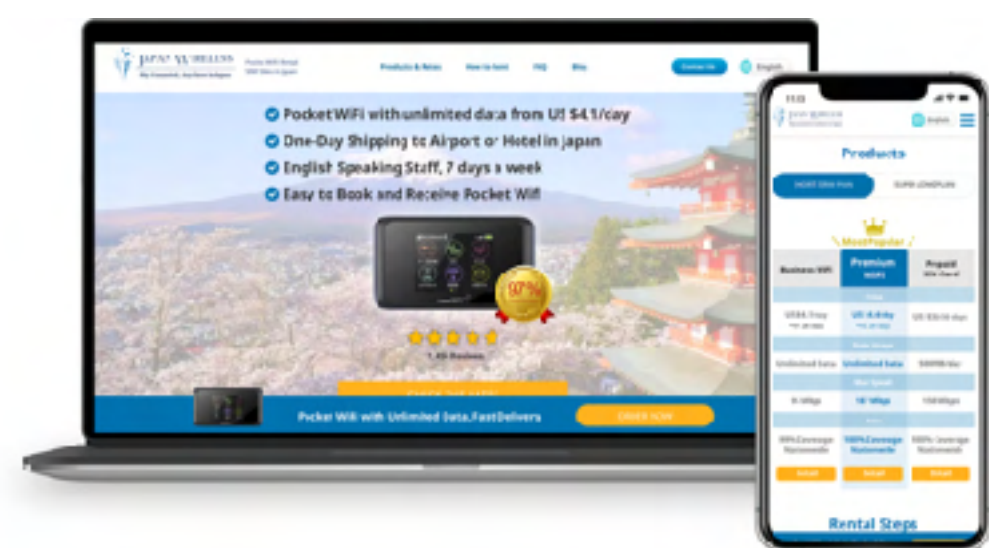
創業当初から事業ポートフォリオを構成することで拡大

中長期での成長を見据えた事業展開

- 新しい成長の柱となる事業の構築
- 新規事業立ち上げによる起業家人材の社内育成

企業環境の変化に対するリスク分散

- 市場や競合環境におけるリスクを分散
- プロダクト成熟期、衰退期におけるリスク回避



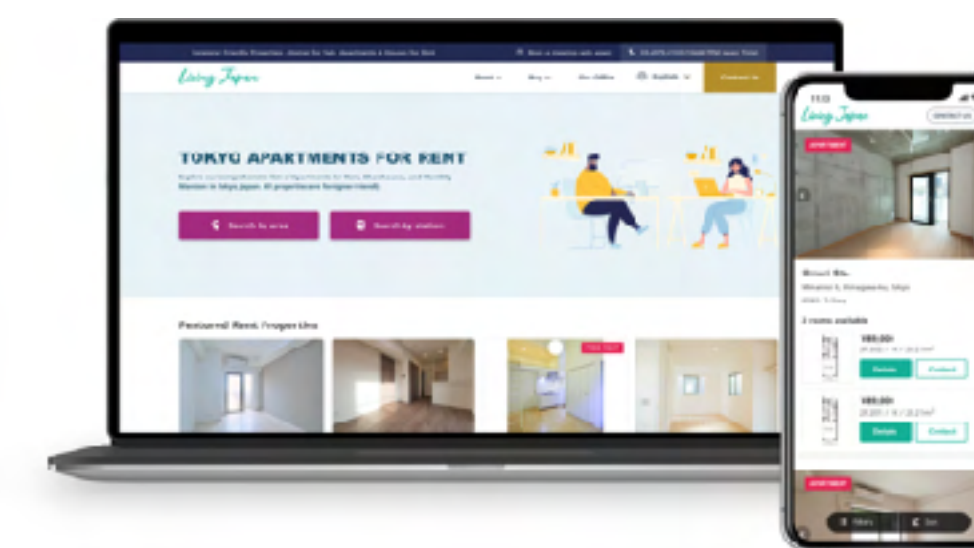
Japan Wireless



Global Mobile



Airport Taxi



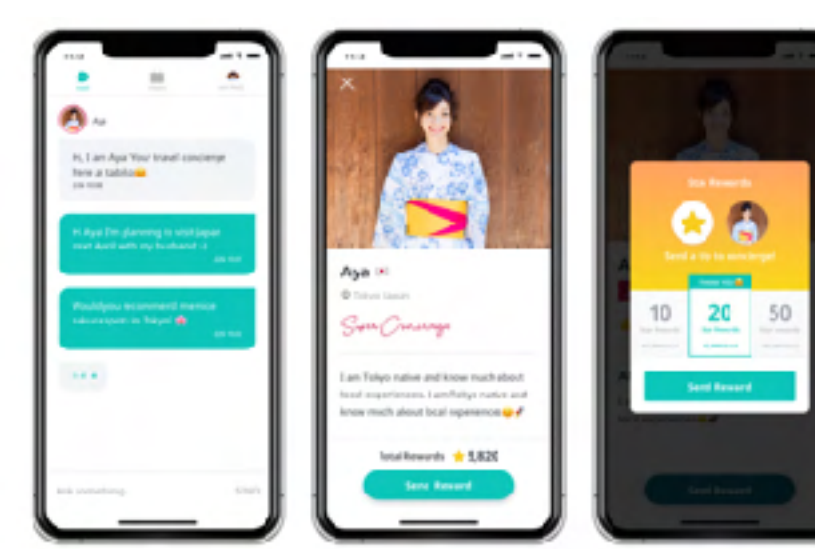
Living Japan



Clinic Nearme



Japan Web Magazine



Tabiko

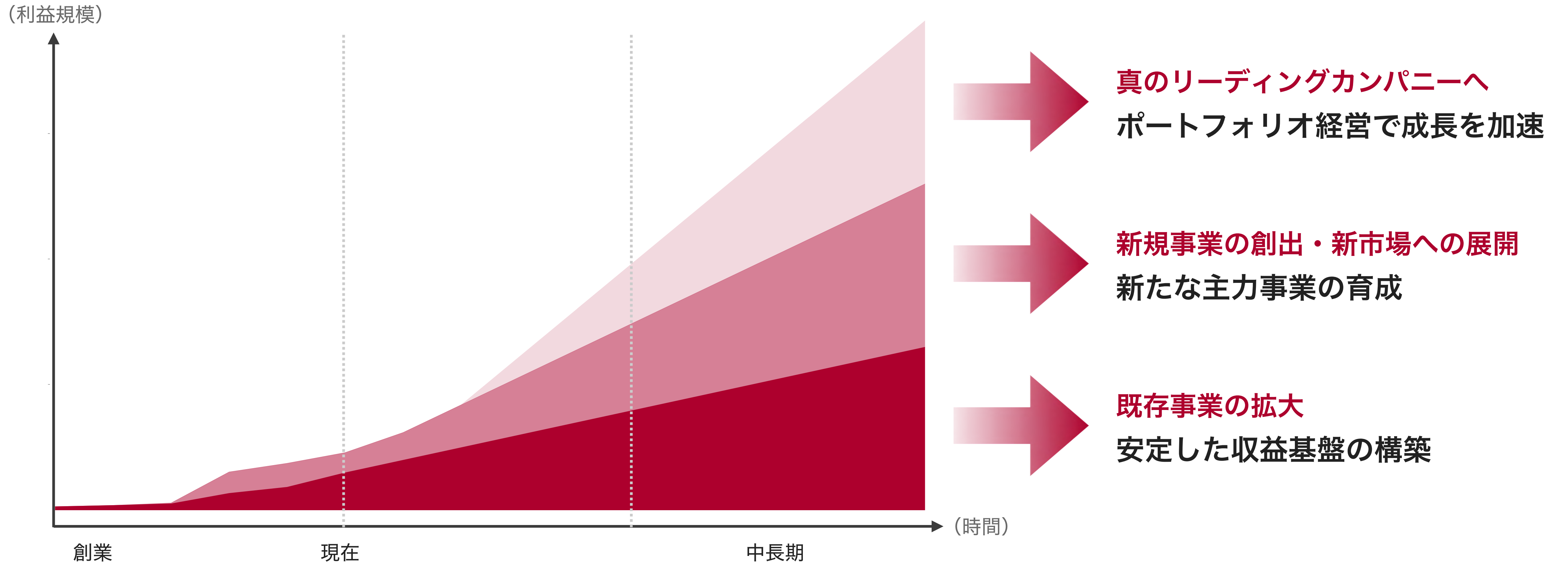


エルモンテRVジャパン

中長期における成長イメージ

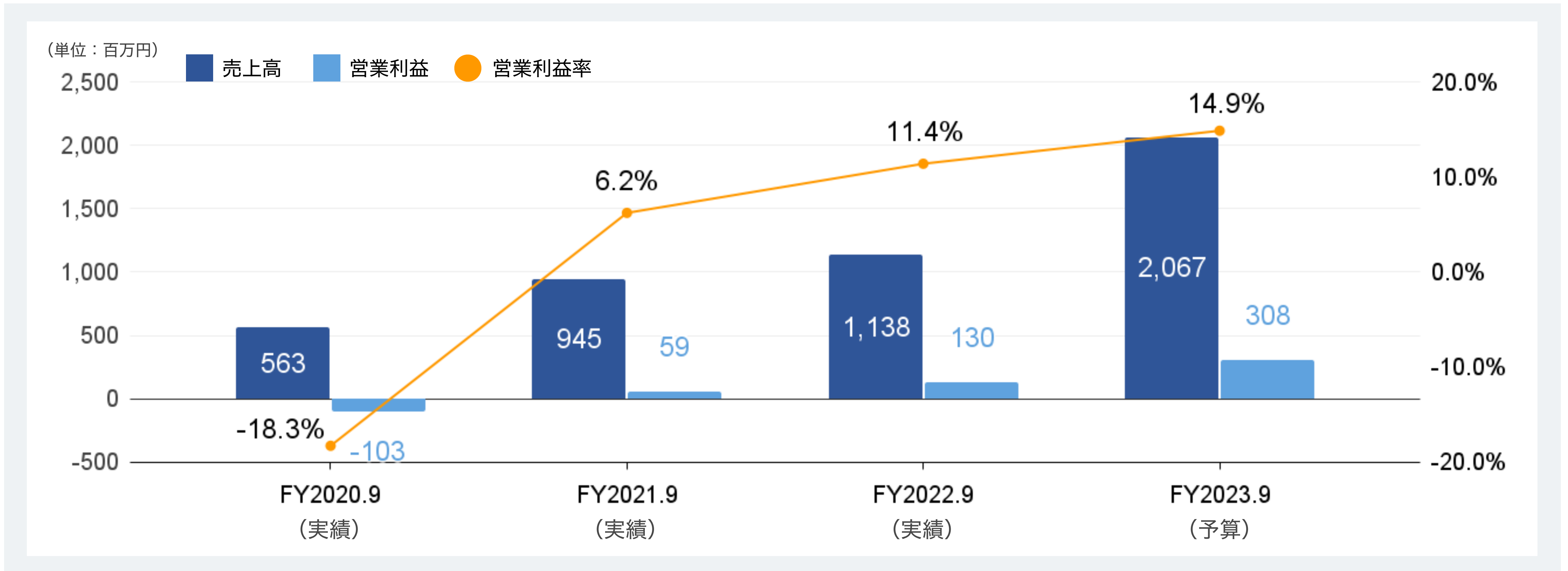
外国人マーケットにおけるリーディングカンパニーへ

既存事業の拡大と新規事業の創出で成長を加速。すべての人にとっての「また来たい、日本」の実現を目指す。



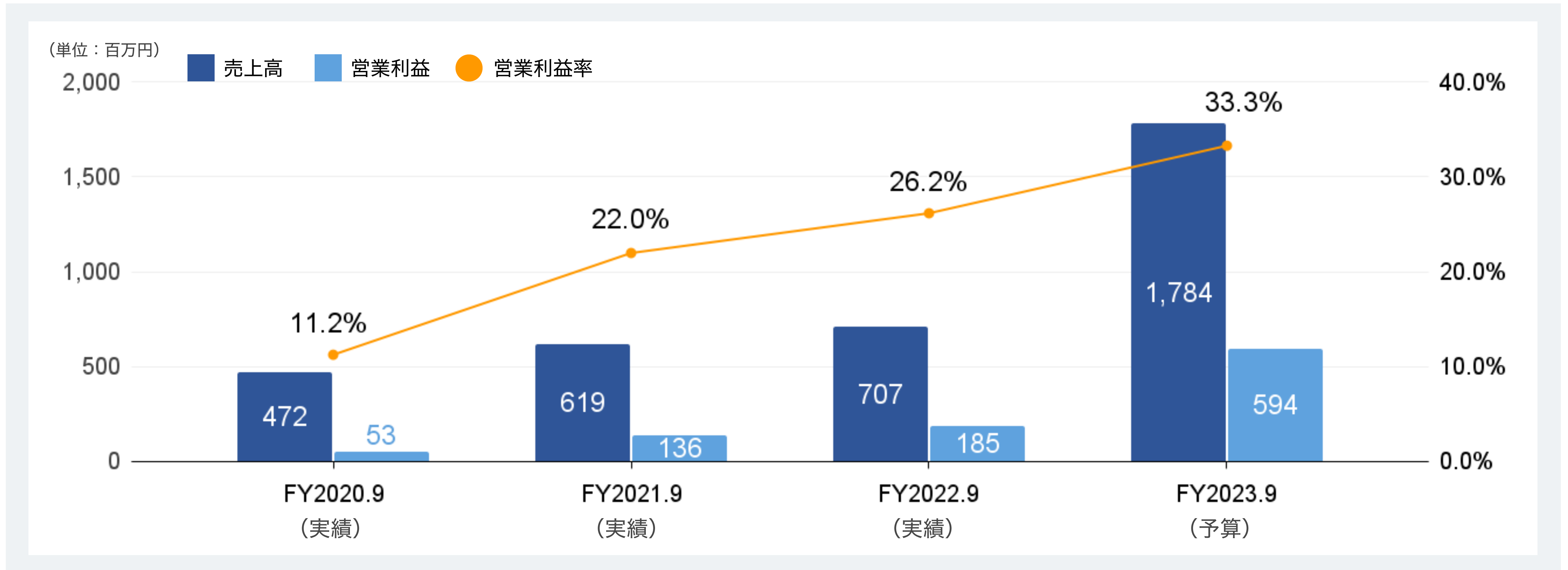
FY2023.9 予算：全社

- ・ FY2023.9の通期予算は、全社売上高2,067百万円、営業利益308百万円を見込む
- ・ 必要な成長投資は継続しながら、利益率基準として10%以上を維持する



FY2023.9 予算：Wi-Fi事業

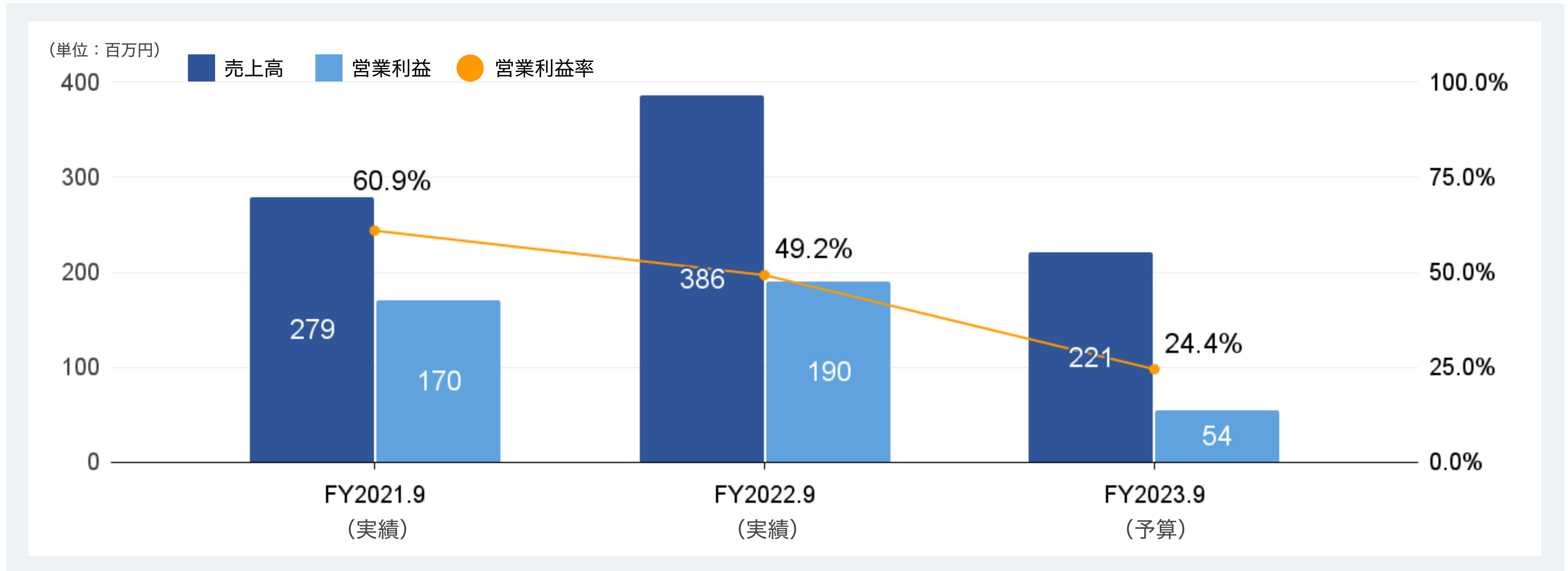
- ・インバウンド及び海外旅行の急速な需要回復に伴い、売上高及び営業利益の大幅な成長を見込む
- ・安定した収益と高い営業利益率により、当社収益のトップラインを牽引



※ 営業利益については、本社費が配賦されていない数値となります。

FY2023.9 予算：ライフメディアテック事業

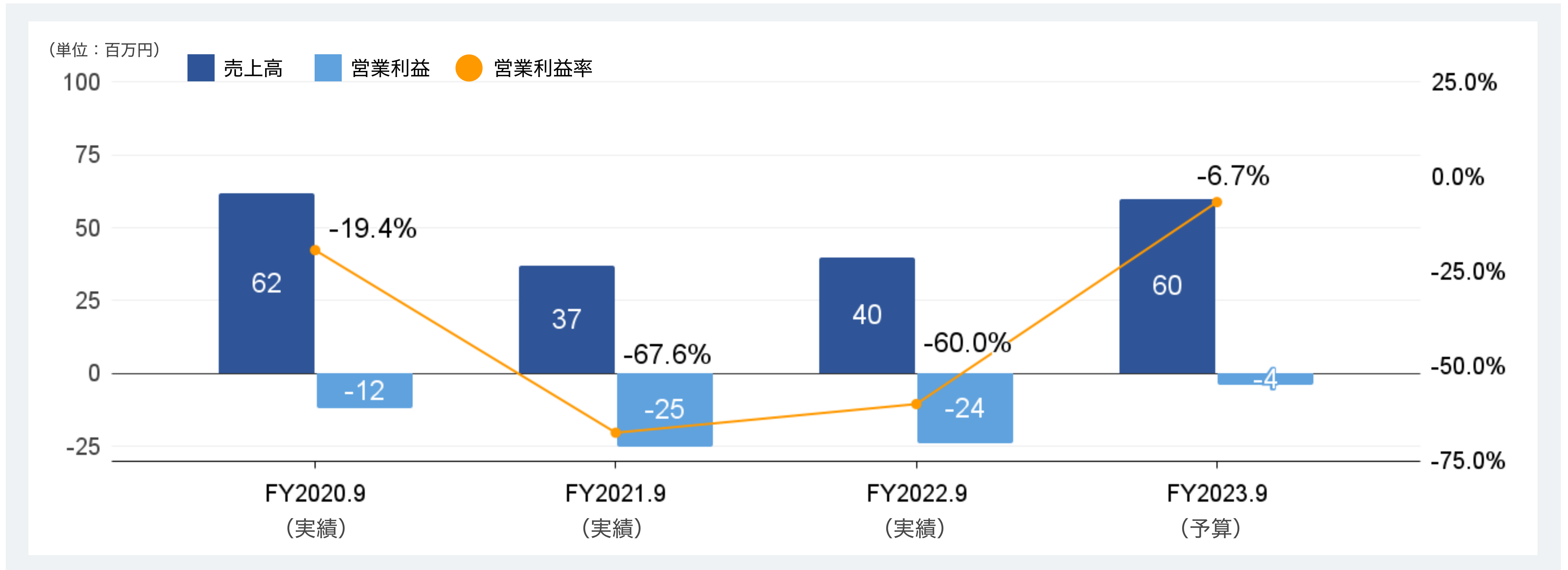
- ・ 高利益率の外国人向けPCR検査の取次を中心に拡大したClinic Nearmeの取次件数が縮小
- ・ 一方でAirport Taxiを中心とする他サービスの売上拡大により、事業全体で54百万円の営業利益を見込む



※ 営業利益については、本社費が配賦されていない数値となります。

FY2023.9 予算：キャンピングカー事業

- ・ FY2023.9においては、需要回復の早い国内レンタルにおける収益を中心に予算管理
- ・ 当社強みである海外レンタルの予約取次は、コロナ以前の水準回復には時間を要することを考慮し、事業全体では赤字を見込む



※ 営業利益については、本社費が配賦されていない数値となります。

ご参考資料

APPENDIX

財務諸表（1）損益計算書

（単位：百万円）

	FY2018.9	FY2019.9	FY2020.9	FY2021.9	FY2022.9
売上高	127	694	563	945	1,138
年率成長率	-	443%	-19%	67%	21%
売上原価	21	206	249	340	411
売上総利益	106	487	314	604	727
販売費及び一般管理費	97	354	417	544	596
営業利益	9	133	-103	59	130
営業利益率	7.2%	19.2%	-18.4%	6.3%	11.5%
税金等調整前当期純利益	4	128	-359	86	130
法人税等合計	0.6	22	13	-9	33
当期純利益	3	106	-372	95	96
当期純利益率	2.8%	15.3%	-65.9%	10.2%	8.5%

財務諸表（2）貸借対照表

(単位：百万円)

(単位：百万円)

資産	FY2019.9	FY2020.9	FY2021.9	FY2022.9	負債及び純資産	FY2019.9	FY2020.9	FY2021.9	FY2022.9
流動資産	317	446	643	570	流動負債	162	321	336	282
現金及び預金	270	341	596	521	未払金	41	19	70	34
受取手形及び売掛金	6	15	14	25	前受金 (※1)	52	55	63	76
その他の流動資産	40	88	32	23	その他の流動負債	68	247	202	171
固定資産	352	288	288	349	固定負債	43	290	327	271
有形固定資産	211	169	163	186	長期借入金	38	285	321	265
無形固定資産	93	72	52	130	その他の固定負債	5	5	6	6
投資その他の資産	46	45	72	32	負債合計	206	612	664	554
					純資産合計	464	121	267	364
資産合計	670	734	932	919	負債及び純資産合計	670	734	932	919

※1 2021年4月に適用された「新収益認識基準」により、前受金はFY2022.9から契約負債となります。

リスク情報 (※1)

項目	主要なリスク	可能性	影響度	リスク対応策
インバウンド市場の動向について	当社が展開する事業が属するインバウンド市場は、近年の傾向としましては、訪日旅行客の増加により安定的に収益を確保しやすい環境が継続していると考えております。しかしながら、自然災害などの天変地異、新型コロナウイルス等の感染症の流行、国際紛争等の不測の事態により、訪日旅行客が減少し市場が縮小した場合、当社の事業及び業績に影響が生じる可能性があります。	中	大	新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、事業対象を日本在留外国人並びに国内企業に拡大することによって、仮にリスクが顕在化した場合においても、当社業績への影響を限定的なものに抑えられるよう努めております。引き続き、日本在留外国人並びに国内企業を事業対象とするサービスの拡充に努めます。
仕入条件の影響について	当社のWi-Fi事業では、通信キャリア等から通信サービス及びWi-Fi端末を仕入れておりますが、当社が、従前と同様の仕入条件で更新できるという保証はありません。更に、各通信キャリア等の事業方針の変更により、当社が従前より不利な仕入条件への変更を余儀なくされる可能性もあります。当社における通信キャリア等からの仕入条件が悪化した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	既存の仕入先とは、契約の基本的事項を厳守し、定期的な情報交換をすることで、緊密な関係構築に努めております。加えて、特定の仕入先への依存度が高くならないよう、仕入先の拡充に努めます。

※1 本記載は、将来において発生の可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。有価証券届出書等もご参照ください。

リスク情報 (※1)

項目	主要なリスク	可能性	影響度	リスク対応策
許認可等について	<p>当社は、主要事業であるWi-Fi事業の運営に関し、電気通信事業法に基づき届出をしております。また、ライフメディアテック事業に関して宅地建物取引業の免許と第三種旅行業の登録、キャンピングカー事業に関して自家用自動車有償貸渡業の許可と第三種旅行業の登録、全社としてプライバシーマークの付与及び古物商の営業許可を受けております。今後、関連法規の改正などによっては、各種許認可の保持が前提となる一部のサービスを継続できなくなる可能性があります。</p>			<p>各事業部、管理部において関連法規の改廃等の情報収集を行うとともに、関連法規を遵守すべく顧問弁護士の指導のもと作成したマニュアル、ガイドラインを用いて、法令遵守を徹底した事業運営を行い、関連法規の改廃等に伴う許認可の取得・更新等に適時対応して参ります。</p>
競合他社の影響について	<p>当社が事業を展開する市場では、各分野において、競合企業が存在しております。当社では、引き続き、顧客のニーズに応える商品・サービスの提供及び販売価格等において差別化を図り、競争力を維持してまいります。が、異業種からの新規参入者等を含め競合他社との競争激化による収益力の低下や、広告宣伝費の増加等により当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>			<p>① Wi-Fi事業：当社の強みである、多言語でのWebサイト構築や多言語カスタマーサポート体制の整備、海外におけるブランドの認知拡大の維持・向上を図り、競合他社との差別化に努めます。</p> <p>② ライフメディアテック事業：当社の強みである、外国人向けオウンドメディアでの集客、外国人向けのEコマースノウハウを活かした販促、自社の多言語コールセンターによるカスタマーサポートの強化・拡大を図り、参入障壁の構築に努めます。</p> <p>③ キャンピングカー事業：当社の強みである、多言語でのWebサイト構築や多言語カスタマーサポート体制の整備、海外におけるブランドの認知拡大の維持・向上を図り、競合他社との差別化に努めます。</p>

※1 本記載は、将来において発生の可能性のあるすべてのリスクを網羅するものではありません。有価証券届出書等もご参照ください。

沿革

- | | |
|----------|---|
| 2015年10月 | 株式会社エルモンテRV ジャパン(現:株式会社インバウンドプラットフォーム)を設立
海外キャンピングカーレンタルの取次ぎ事業(現:キャンピングカー事業)を開始 |
| 2016年7月 | 株式会社エルモンテRVジャパンの株式の100%を株式会社エポラブルアジア(現:株式会社エアトリ)が取得 |
| 2016年10月 | 本店所在地を東京都渋谷区千駄ヶ谷五丁目23番6-301号から、東京都港区愛宕二丁目5番1号に移転 |
| 2017年6月 | 日本国内におけるキャンピングカーレンタル事業(現:キャンピングカー事業)を開始 |
| 2018年4月 | 外貨両替事業を営む株式会社エアトリの100%子会社であった株式会社Airtrip Exchangeを吸収合併 |
| 2018年8月 | 訪日旅行者向けのWi-Fiレンタル事業を営む株式会社エアトリの100%子会社であった株式会社Destination Japanを吸収合併し、
当社として訪日旅行者向けのWi-Fiレンタル事業（現：Wi-Fi事業）及びWebメディア事業（現：ライフメディアテック事業）を開始
商号を「株式会社インバウンドプラットフォーム」に変更 |
| 2019年9月 | 本店所在地を東京都港区愛宕二丁目5番1号から、現在の東京都港区新橋六丁目14番5号に移転 |
| 2020年4月 | 株式会社グローバルモバイルの株式を100%取得し子会社化 日本人顧客向け Wi-Fiレンタル事業(現:Wi-Fi 事業)を本格化 |
| 2020年6月 | 子会社の株式会社グローバルモバイルを吸収合併 |
| 2021年6月 | 事業領域の再整理を行い、蓄積される事業ノウハウによる外国人向けEコマースサイト立上げの仕組化、オウンドメディアによる顧客の獲得、
自社コンシェルジュによる高い顧客ロイヤリティの実現という3つの強みを生かしてより広い意味での外国人向けのサービス展開を図ることを目的とし、ライフメディアテック事業部を新設 |

本資料の取り扱いについて

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠しています。

発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

今後の開示について

当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。