



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ブッキングリゾート

2025年2月

BR

Booking Resort

- 01 会社概要（ビジネスモデル）
- 02 事業環境
- 03 特徴・強み（競争力の源泉）
- 04 中期展望（成長戦略）
- 05 リスク情報



01

会社概要

(ビジネスモデル)



会社概要

会社名	株式会社ブッキングリゾート		
本社	大阪市北区梅田2-6-20	代表者	坂根 正生
設立	2013年	資本金	1億円

売上高	総資産	従業員数
10億円 (2024/4期)	15億円 (2024/4期)	28名 (2024/4期)

事業内容

- 宿泊施設への集客支援
- リゾートグランピングドットコム[®]の運営 [Resort Glamping.com](#)
- いぬやどの運営 
- 直営宿泊施設の運営

株主構成	<親会社グループ> エス・エヌ・ホールディングス(有) 64.8% (株)にしがき 7.6% (株)デジタルストレージ 3.8% 合計 76.2%	
	当社取引先 その他	12.3% 11.5%

役員構成	代表取締役 取締役 取締役 社外取締役 社外取締役 常勤監査役 社外監査役 社外監査役 社外監査役	坂根 正生 今井 裕二 橋本 紘史朗 井出 久美 清水 奈津 木原 和恵 阪中 達彦 西村 淳彦 梅津 政記
------	---	--



代表取締役
坂根 正生



取締役
今井 裕二



取締役
橋本 紘史朗

親会社グループとの関係

■ 親会社グループの経営方針

グループ各会社の独立性を尊重しており、シナジー効果が見込める領域においては協力体制を構築する。当社に対しては経営の独立性は確立しており、意思決定及び経営方針に影響を与えることはない

■ 取引関係

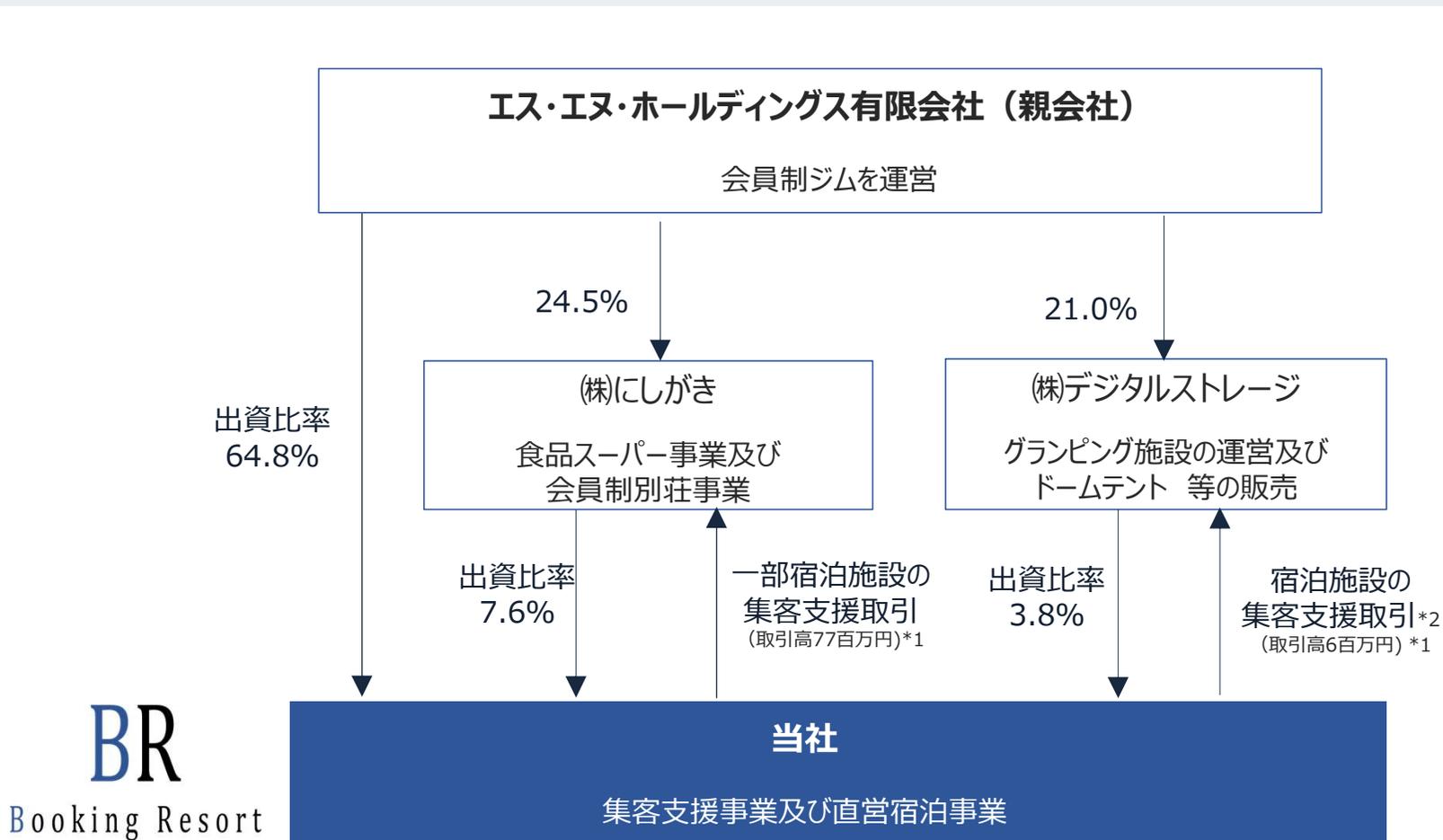
(株)にしがきの運営する宿泊施設の一部及び(株)デジタルストレージの運営する宿泊施設に対し集客支援を実施。2024年4月期において当社売上高の7.4%を構成

■ 親会社グループとの上場後の関係

上場後も一定期間は当社経営の安定に資することを期待し、エス・エヌ・ホールディングス有限会社は当社筆頭株主として存続する予定（(株)にしがきとの取引は継続予定）

■ 当社のIPOについて

全国の宿泊施設（新規顧客）及び旅行者（ユーザー）に対して社会的信用及び更なる認知度の拡大を目的とし、更なる成長を行うため、上場（P39にて後述）



*1 2024年4月期取引高

*2 2024年8月に運営主体変更に伴い、取引終了

『宿泊』が旅行目的となる リゾート施設の集客支援会社

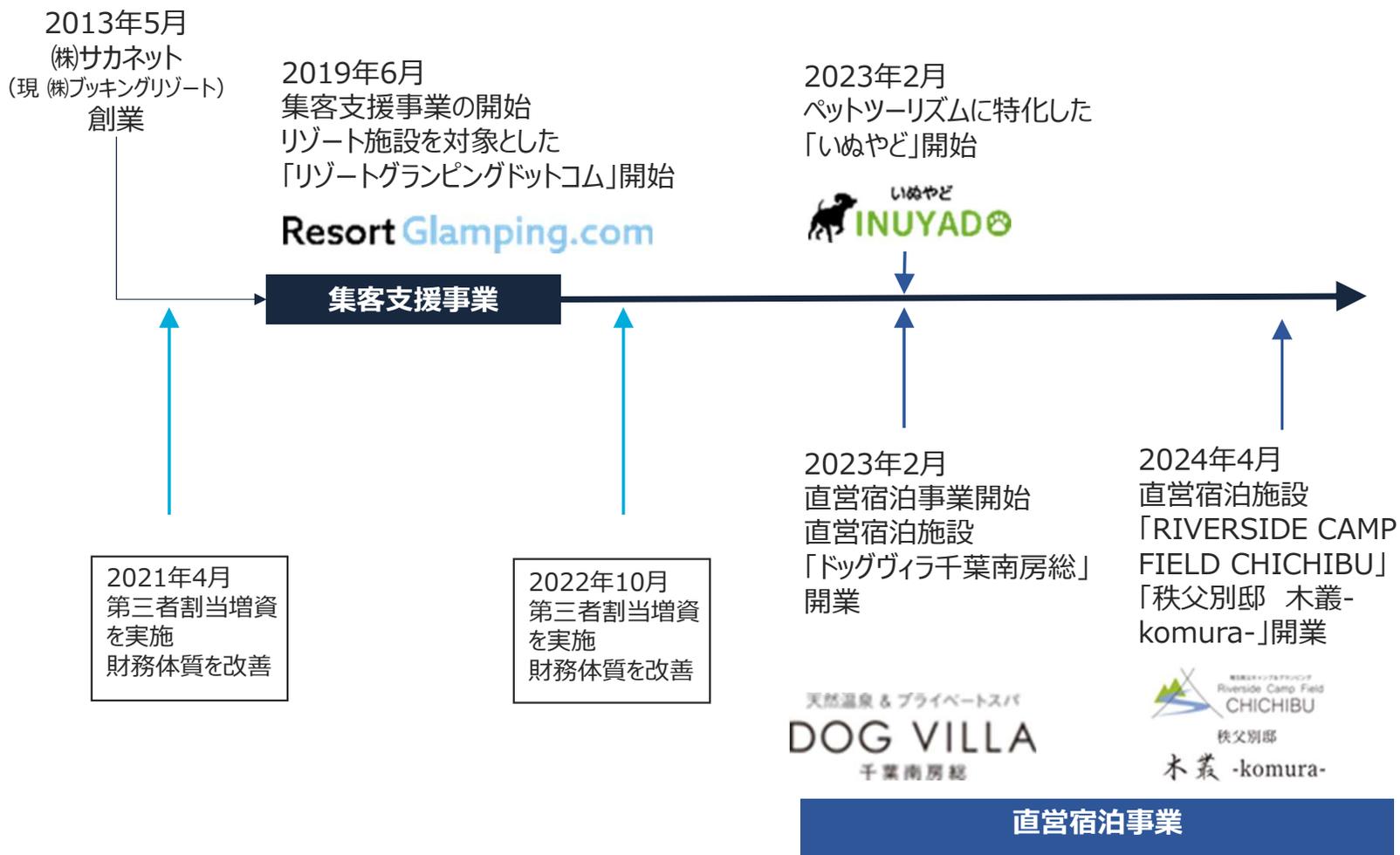
-エリア・価格ではなく施設が旅の動機となる、施設開発・集客・運営の支援-

運営力と集客力でクライアント利益の最大化を追求



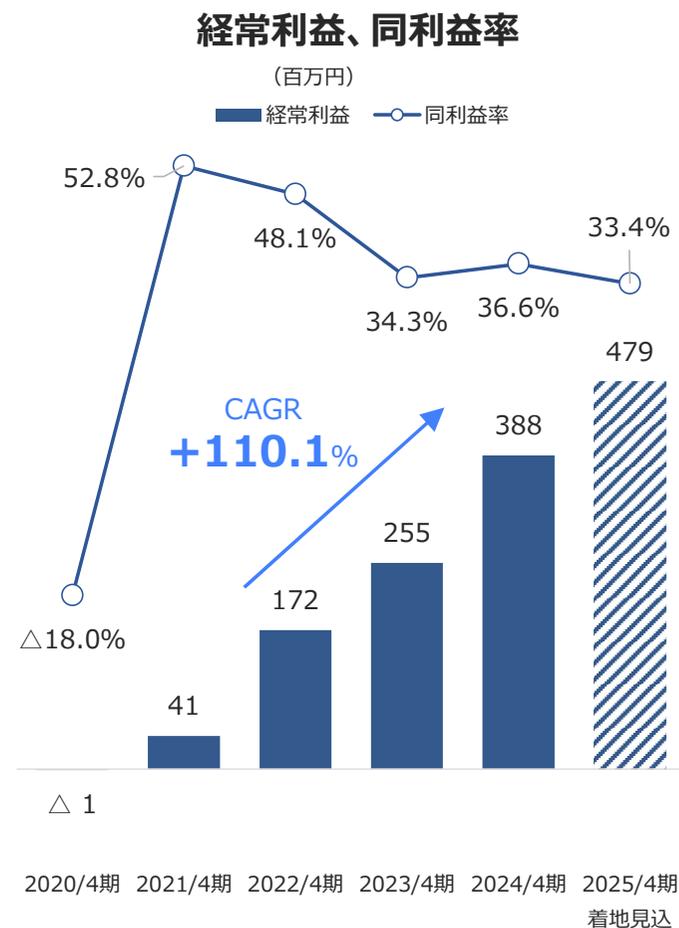
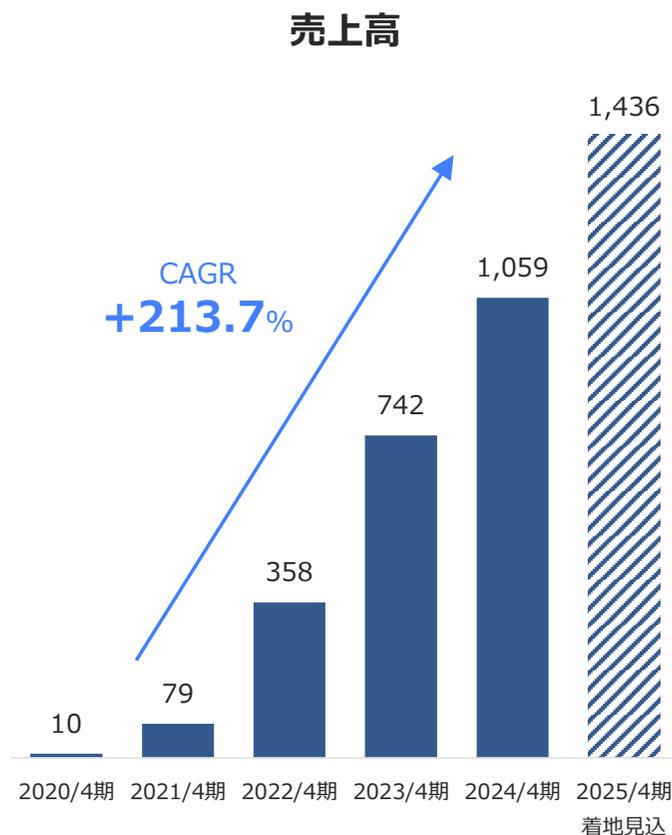
主な沿革

- 2013年5月、親会社グループの一員（100%出資子会社）としてインターネットを利用した情報処理・情報提供サービスを目的に創業
- 会員（オーナー）を対象とした別荘事業を営んでいた親会社グループが、2016～18年に一般消費者に対し旅館及びリゾートヴィラを開業した際に(株)デジタルストレージに所属していた坂根が集客を支援し、販促、予約獲得のノウハウを蓄積。宿泊事業者の課題解決に需要を見出す
- 2019年6月、親会社グループ外からの受注を契機に、グランピングを含むリゾート施設の集客支援事業を開始。宿泊施設の価値の最大化を狙い、「リゾートヴィラ」や「グランピング」のブランディングを推進
- 2023年より、直営宿泊事業を2拠点展開。施設運営に関するノウハウを蓄積し、集客支援事業に活用するのが主な目的



業績推移

- 2020/4期以降の業績においては、コロナ禍を契機に、人との接触の少ないリゾートヴィラ及びグランピング施設の需要が高まったことも拡大の要因
- 売上高成長率は年率213.7%で成長(2020/4期～2024/4期)
- 経常利益も年率110.1%で拡大(2021/4期～2024/4期)。経常利益率は直近30%台で推移



事業内容

- 集客支援事業と直営宿泊事業の2事業を展開。主力は集客支援事業で売上高の9割弱を占める
- 集客支援事業では「完全集客支援」「集客支援」の2形態でサービスを提供
- 直営宿泊事業は新サービスの試験運用など、集客支援事業をサポートする事業としての位置づけ。施設運営に関する成功事例・失敗事例のノウハウを日々蓄積（新たなニーズの察知、集客コンテンツの開発、新サービスの試験的導入など）

集客支援事業
88.5%

集客支援 (集客支援売上上の1割を構成)

完全集客支援 (集客支援売上上の9割を構成)

直営宿泊事業
11.5%

売上高
10.5億円
(2024/4期)

運用サイト

施設個別の予約サイト



ResortGlamping.com

3つの直営施設を運営

天然温泉 & プライベートスパ
DOG VILLA
千葉南房総



秩父別邸
木叢 -komura-

「ドッグヴィラ千葉南房総」
「RIVERSIDE CAMP FIELD CHICHIBU」
「秩父別邸 木叢-komura-」を運営

収益ポイント

$$\text{売上高} = \text{予約獲得高}^* \times \text{集客手数料率}$$

*当社が提供するWebサービスを通じて
獲得した掲載施設の宿泊売上

事業内容 (集客支援事業)

■ 「完全集客支援」の施設においては、当社が施設コンセプト設計、ブランディングを行い、開業までの支援、開業後の運営支援、施設の販促支援及び予約サイトの運営を支援

■ 同時に、顧客の宿泊施設を取りまとめた予約プラットフォームを運営し、サービスの認知度向上（顧客獲得）や消費者への訴求を実施。「集客支援」施設はこのサービスのみを提供

■ 当社は予約獲得金額×集客手数料率の成功報酬を收受。当社はより販促効果が高い完全集客支援での形態を優先。手数料率も完全集客支援に有利設定とし、完全集客支援での契約締結を推進

完全集客支援施設

(掲載施設数*の6割を構成)

*当社が運用するリゾートグランピングドットコム及びいぬやどへ掲載している宿泊施設

- 予約販路を当社に一任することで、施設のプランニング、公式サイトの制作/運営を無償で受けることが可能。広告を通じ、潜在利用者のサイトアクセス数最大化を追求
- 顧客の施設運営及び集客支援を包括的に担い、伴走型の無償支援を実施
- 無償の支援領域が広いことから新規取引の開始や取引の継続性に貢献

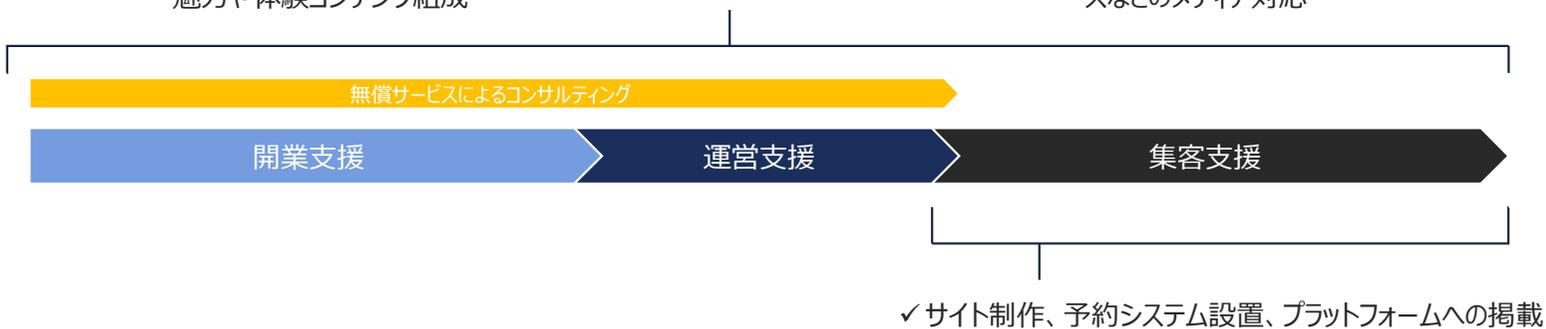
✓ハード面：集客に寄与する施設設計、必要な許認可等の支援

✓運営オペレーション、人員配置、旅行者とのトラブル相談

✓システム面：サイト制作、予約システム整備、予約管理システム整備

✓ソフト面：施設コンセプト、ブランディング、魅力や体験コンテンツ組成

✓販促面：SNS等を使用した販促活動、リリースなどのメディア対応



✓サイト制作、予約システム設置、プラットフォームへの掲載

集客支援施設

(掲載施設数の4割を構成)

- 他社の予約販路を当社サイトと併用
- 各種無償支援を省く予約プラットフォームへの掲載がメイン
- 他OTA*やWebメディア掲載と同様、施設の認知向上のために提供

*Online Travel Agent: インターネット上のみで取引を行う旅行会社

事業内容（集客支援/運用サイトについて）

- 複数の宿泊施設を掲載する予約プラットフォームでは「施設個別の予約サイト」のSEOを向上させ、PR効果を高める。
- 「いぬやど」では会員を組成し、閑散期を対象としたキャンペーンでの予約や、繁忙期の先行予約、会員限定のプランでの予約が可能。宿泊施設にとっても良い消費者を掴まえられるメリット

- 「リゾートグランピングドットコム」においても会員制度の組成を推進していく予定

- 「施設個別の予約サイト」では施設独自の魅力を直接消費者に伝える。施設個別の特色を伝えるとともに旅行への不安解消を担う

当社が施設に代わり発信するPRは主に「施設個別の予約サイト」へ到達するように図り、サイトアクセスを高めるとともに予約獲得に貢献

完全集客支援では「施設個別の予約サイト」を施設の公式サイトとして使用し、PR効果が最大限高まるような運用を行っている

集客事業における運用サイト

Resort Glamping.com

リゾート施設を対象にグランピング施設や1棟貸しのリゾートヴィラを掲載



ペットツーリズムを対象に愛犬と宿泊可能な施設を掲載

- ✓ 様々な施設を掲載する予約プラットフォームで旅行動機の創出
- ✓ 各施設のコンバージョンを最大化するためのチャネルとしてプラットフォームを展開
- ✓ 施設の認知度向上や施設個別の予約サイトのSEO対策に貢献
- ✓ 地域や施設の特色ごとの発信を行うことが可能
- ✓ 新規顧客の獲得にも貢献

施設個別の予約サイト



※完全集客支援の施設においては宿泊施設の公式サイトとして運用

- ✓ 施設ごとの魅力を消費者へ発信
- ✓ 施設個別の詳細な情報の提供し、不安要素の解消を図る
- ✓ 施設のPR効果を最大化し、旅行検討者の予約コンバージョンUP

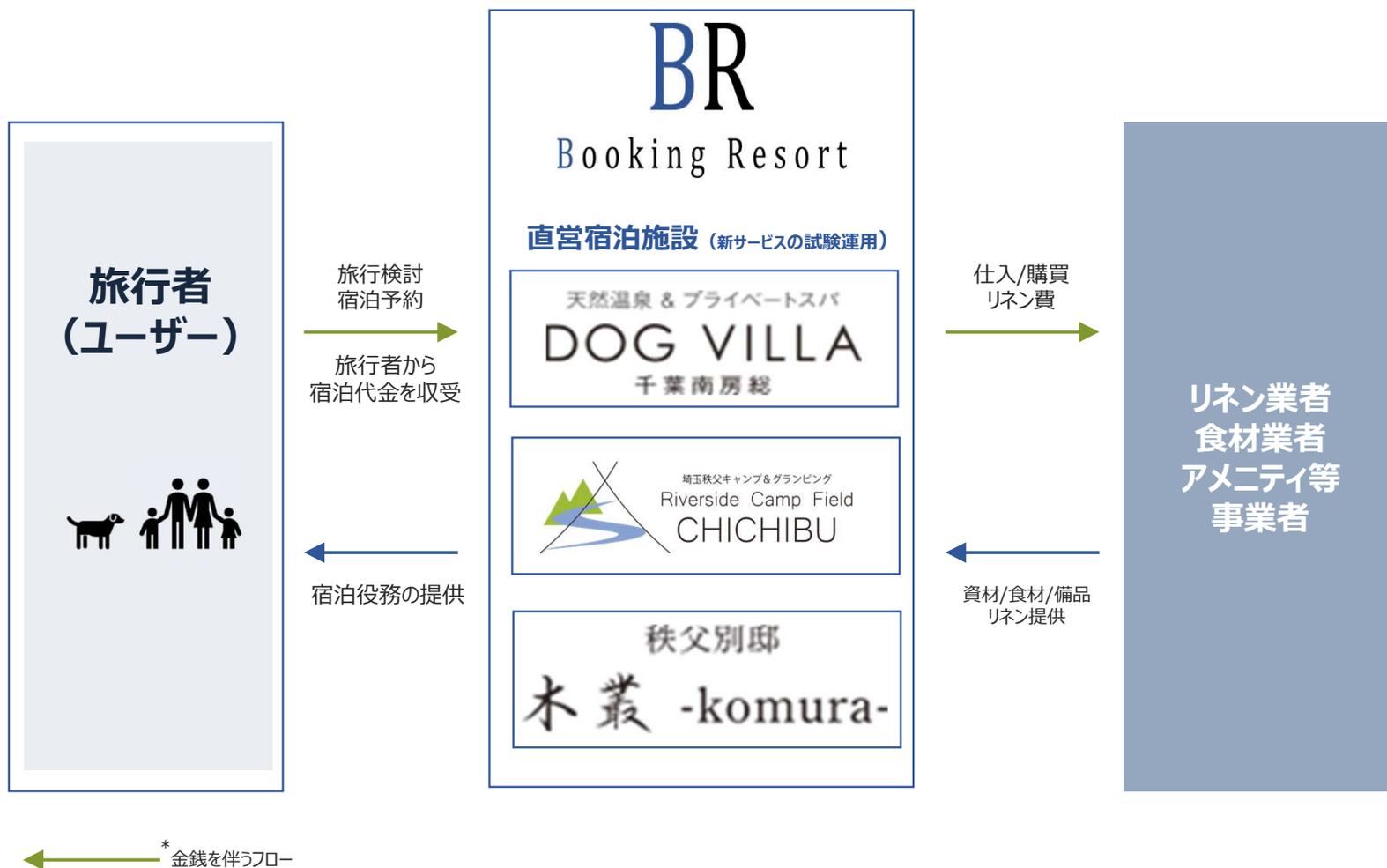
ビジネスフロー (集客支援)

- 宿泊施設事業者は旅行者から宿泊代金を収受し、予約高に応じた成功報酬手数料を当社に支払う
- リゾート施設と旅行者のニーズを繋ぐ予約プラットフォームを提供。ユーザーは無償で当社プラットフォームを利用可能



ビジネスフロー (直営宿泊施設)

- 直営宿泊事業では、旅行者から宿泊料金を受け取り、宿泊施設を提供
- 旅行者のニーズを探る試験的施設として運営。また集客支援事業の取引先と同様の宿泊事業者としての立場に立つ
- 新サービスや宿泊プランの試験的な運用を集客支援事業に活用し事例の共有を行う
- 当社の直営宿泊施設もリゾートグランピングドットコム、いぬやどに掲載



天然温泉 & プライベートスパ
DOG VILLA
千葉南房総
「天然温泉&プライベートスパ
ドッグヴィラ千葉南房総」



- ✓ ペットツーリズム需要をターゲットとする
- ✓ いぬやどの開始に伴い、会員の組成を狙う
- ✓ ペット同伴旅行者への新サービスの試験的運用

埼玉秩父キャンプ&グランピング
Riverside Camp Field
CHICHIBU
「Riverside Camp
Field CHICHIBU」



- ✓ キャンプ場とトレーラーを活用したグランピング
- ✓ 制限のかかる立地での開発
- ✓ 複合施設の遊休地活用と運用方法を試験

秩父別邸
木叢 -komura-
「秩父別邸 木叢-komura-」



- ✓ 連棟型のプライベートヴィラ
- ✓ 高単価、グループでの自由滞在の宿泊施設
- ✓ 運営方法、新サービスの試験的運用

主なKPI

- サイトユーザー数は予約プラットフォーム及び施設サイトに訪問した1日あたりのユーザー数を表しており、サービスの普及度合や消費者の利用動向を示すもの
- 掲載客室数は集客支援を行っている全ての取引先の客室数の合計を表しており、予約獲得件数の基礎となるもので、市場の当社占有率を測るもの
- 予約獲得件数は実際に予約を獲得した客室数を表す
- 平均客室単価は掲載施設における、1客室あたりの平均販売単価を表す

事業KPIs

サイトユーザー数	23百万人 (2025/4期2Qまでの累計)
掲載客室数	2,270室 (2025/4期2Q)
予約獲得件数	96千件 (2025/4期2Qまでの累計)
平均客室単価	84千円 (2025/4期2Q)

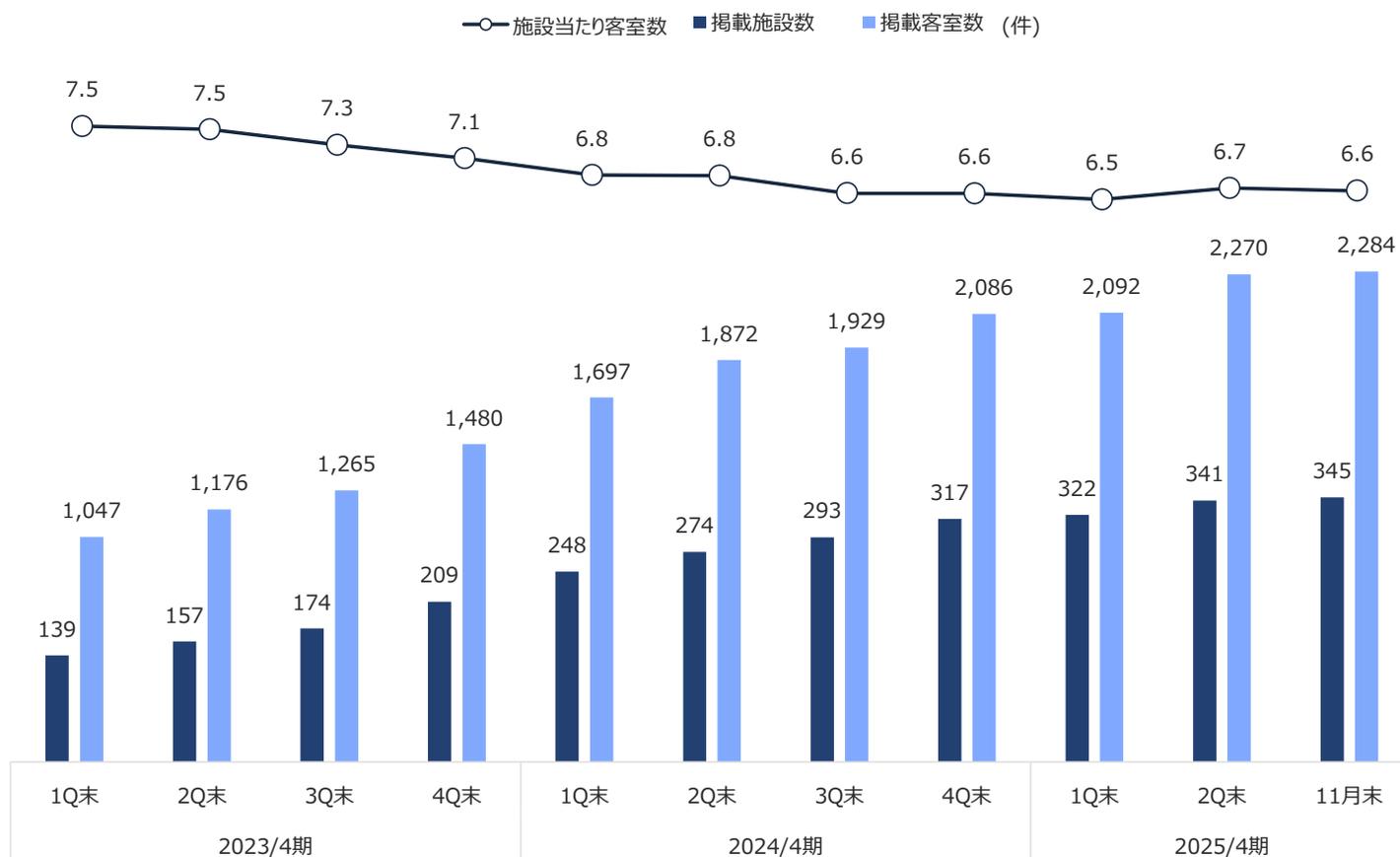
財務KPIs *2024/4期実績

売上高成長率 (2020/4期-2024/4期)	+213.7%
売上総利益率	72.1%
経常利益率	36.8%
ROE	32.4%
自己資本比率	65.0%

事業KPIの動向① 掲載施設数、掲載客室数、施設当たり客室数

- 予約プラットフォームに掲載の施設数は345施設（2024/11末）。直近2年間で2倍強拡大。
- それに伴い、予約プラットフォームの掲載客室数も増加。2024/11末時点で2,284室を掲載
- 施設当たり客室数は7室程度の小規模施設

掲載施設数、掲載客室数、施設当たり客室数の推移



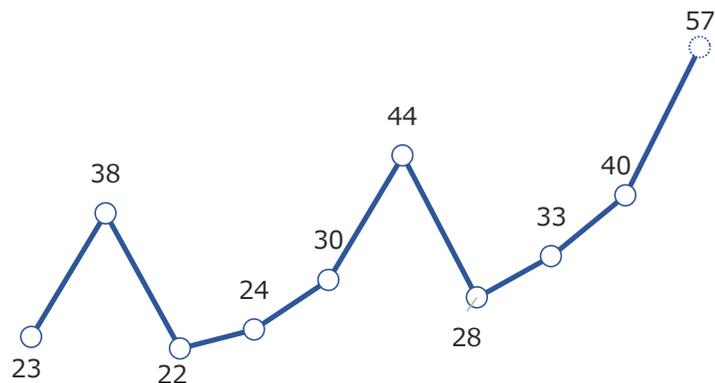
*掲載客室数 = 掲載施設数 × 各施設の取扱部屋数

事業KPIの動向② 予約獲得件数、平均予約単価

- 四半期ごとの予約獲得件数は、季節要因による変動はあるものの、増加傾向で推移。2Qでは5.7万件と、過去最高を更新
- 予約獲得件数は、行楽シーズンである8月～10月にかけて伸長し、閑散期である12月～2月にかけて減少
- 平均客室単価は、概ね8万円前後。宿泊が目的となる施設でもあり、宿泊単価は高水準で推移。

予約獲得件数の推移

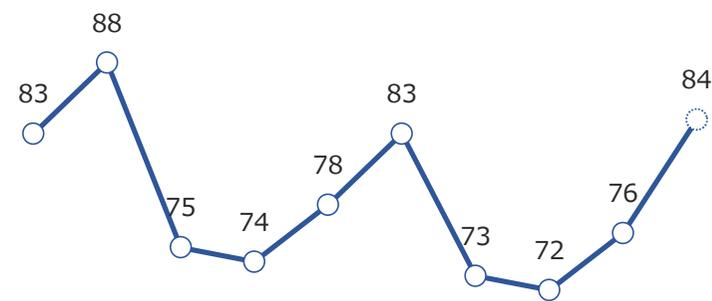
(千件)



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
2023/4期				2024/4期				2025/4期	

平均客室単価

(千円)

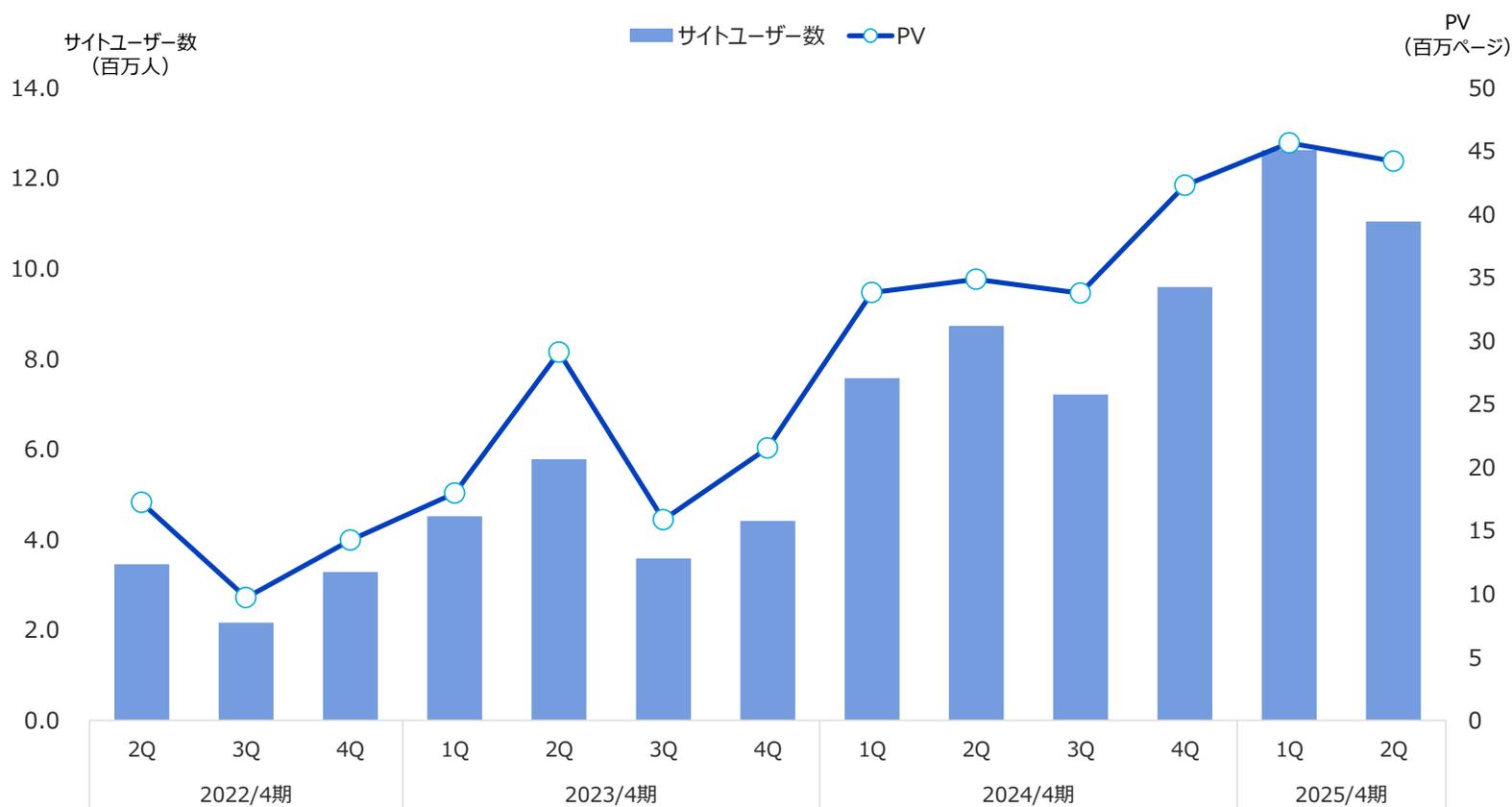


1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
2023/4期				2024/4期				2025/4期	

事業KPIの動向③ 予約サイト認知度

- 予約プラットフォームのサイトユーザー数は増加傾向で推移。ただし、リゾート施設特化であることから季節による変動は避けられず、夏場に急増する傾向がある一方、逆に秋～冬にかけては低下が顕著
- サイトユーザー数増に伴い、PV数も増加。直近7月には需要集中期という季節要因も加わり、PV数は1,740万ページに到達

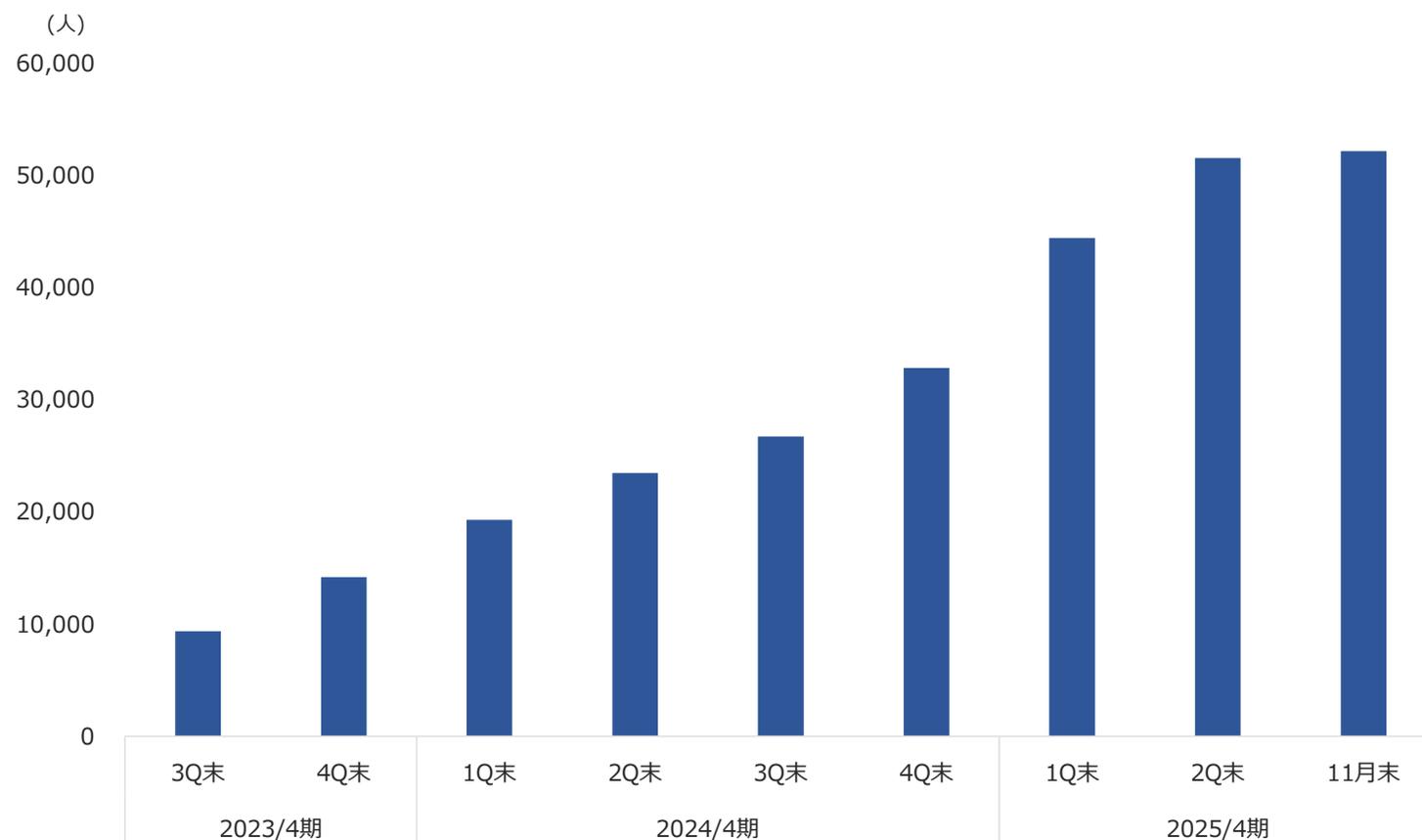
サイトユーザー数の推移



主な事業KPIの動向④「いぬやど」会員数

- 2024年11月末時点における会員数は5.2万人超
- 宿泊時にメリットのある会員は、予約プラットフォームの安定的な閲覧層。潜在的な施設利用需要の囲い込み施策と位置付け

「いぬやど」会員数の推移



02

事業環境

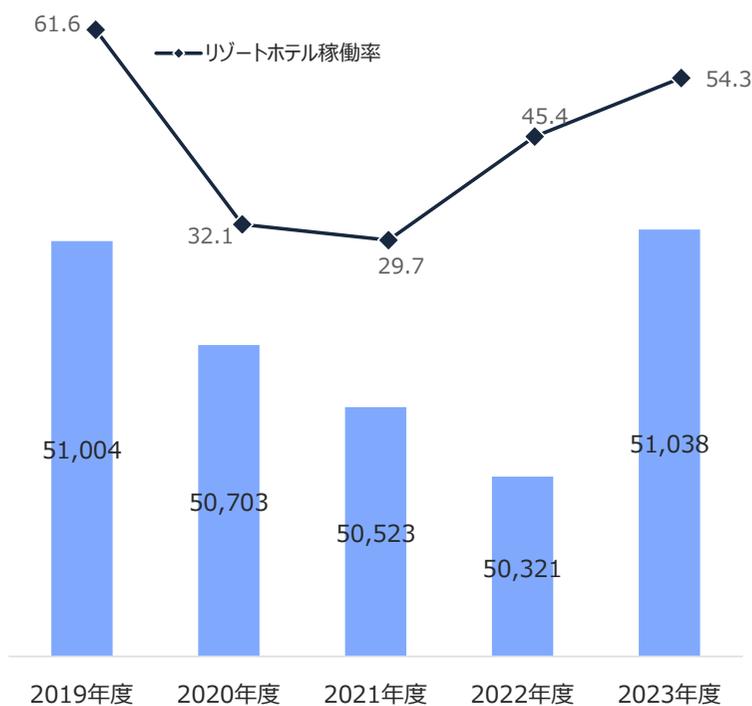


宿泊事業の市場規模

- 当社サービスの掲載施設は主に「リゾートホテル」の業態と類似
- 旅館・ホテルの旅館業取得（開業）状況はコロナ禍で減少となったものの、2023年度から反転増加。コロナ禍沈静化やインバウンド回復に伴って回復を果たし、コロナ禍前の水準を更新
- なお、延べ宿泊者数はコロナ禍からの回復も進み、コロナ禍発生前の水準を既に更新。訪日旅行者需要の回復はあるものの、むしろ日本人旅行者の回復が急務

旅館・ホテルの旅館業取得状況*1 および客室稼働率*2

(件、%)

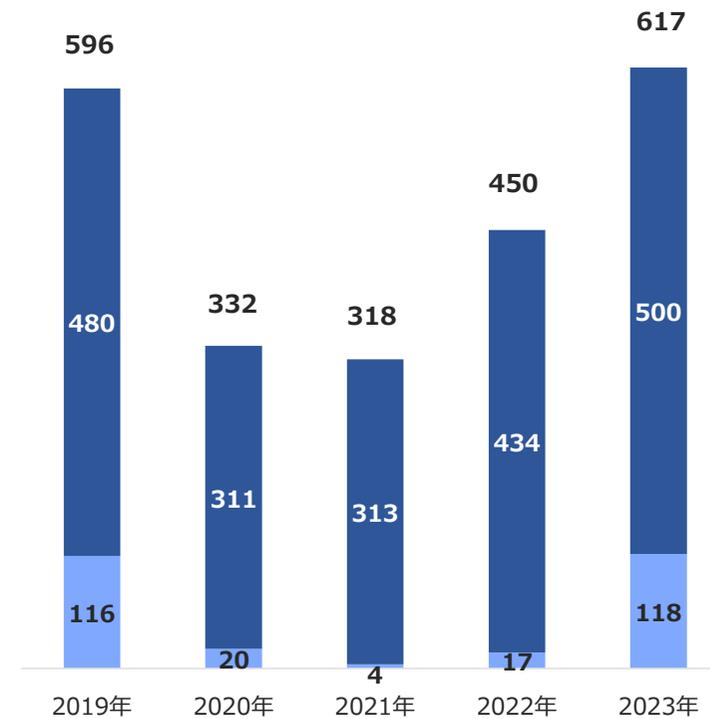


*1：厚生労働省「令和5年衛生行政報告例」より当社作成
*2：観光庁「宿泊旅行統計調査」より当社作成

延べ宿泊者数の推移*2

(百万人：四捨五入)

■ 外国人延べ宿泊者数 ■ 日本人延べ宿泊者数



*2：国土交通省「旅行統計調査」より当社作成

ペット同伴旅行の潜在需要

- 日本人の旅行阻害要因において、ペットの存在は上位に位置する大きな問題
- 逆に、ペット飼育の阻害要因においても、旅行への躊躇が大きな問題
- 換言すれば、ペット問題を解決できれば、犬・猫併せておよそ1,100万世帯が旅行に出ることができる「潜在需要層」と位置づけが可能
- 今後、ペットの飼育に踏み切る世帯においても、旅行需要は減少しないと考えることも

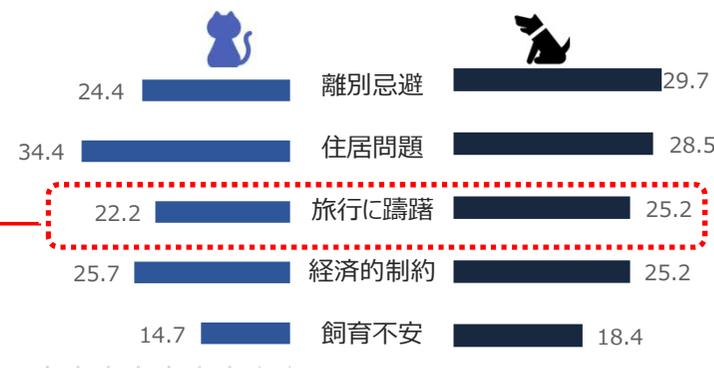
日本人の旅行阻害要因*1

アンケート調査における回答比率（複数回答）
（コロナ禍懸念による外出自粛回答を除くベース）



ペット飼育阻害要因*2

アンケート調査における回答比率（複数回答）



ペット・旅行問題を同時解決できれば・・・

潜在 需要層	犬	猫
	飼育世帯数*2	532.5万世帯
世帯飼育率*2	9.10%	8.69%

*1：（出所）公益財団法人日本交通公社「旅行年報2024」より当社作成

*2：（出所）一般社団法人ペットフード協会「2024年（令和6年）全国犬猫飼育実態調査結果」より当社作成

インバウンド市場規模

■ インバウンド市場はアフターコロナと円安で急回復。2024年は過去最高を5年ぶりに更新するペースで訪日外国人数は増加

■ 一方、訪日外国人客の消費行動はコロナ禍前後で大きく変化。かつての買い物主体の「モノ消費」から体験型主体の「コト消費」への成長の兆しが見られ、消費の中心がシフト。^{*3} 特に平均宿泊消費額は過去10年で最大の上昇に

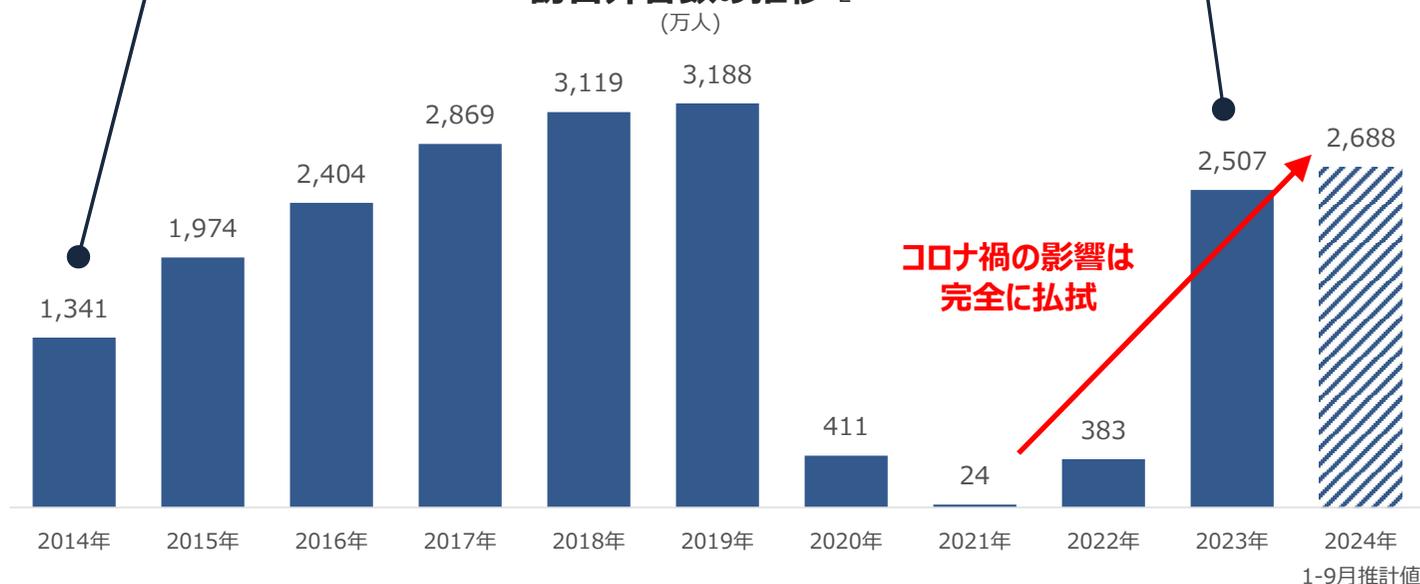
■ 当社がターゲットとする「宿泊が目的となる」ホテルを利用するケースも増加。当社予約取扱高のうち、インバウンドは2024年8月から10月の3ヶ月で37百万円

^{*3} (出所)国土交通省「2024年観光白書」

訪日外国人旅行消費額^{*1}

単位:円	2014年		2023年	2014年比
宿泊料金	65,060	買物代よりも、宿泊費等のボリュームが増加	79,541	+14,481
飲食費	32,902		46,144	+13,242
交通費	18,014		23,995	+5,981
買物代	58,517		57,663	▲854

訪日外客数の推移^{*2}



^{*1} (出所)国土交通省観光庁「インバウンド消費動向調査」より当社作成

^{*2} (出所)日本政府観光局JNTO「日本の観光統計データ」より当社作成

03

特徴・強み

(競争力の源泉)



1. ニッチ市場特化と顧客負担軽減による差別化戦略
2. 宿泊事業者の課題と当社の伴走型課題解決力
（マーケティング・ブランディング・リブランディング機能）
3. 宿泊施設が目的地化する、プロデュース機能

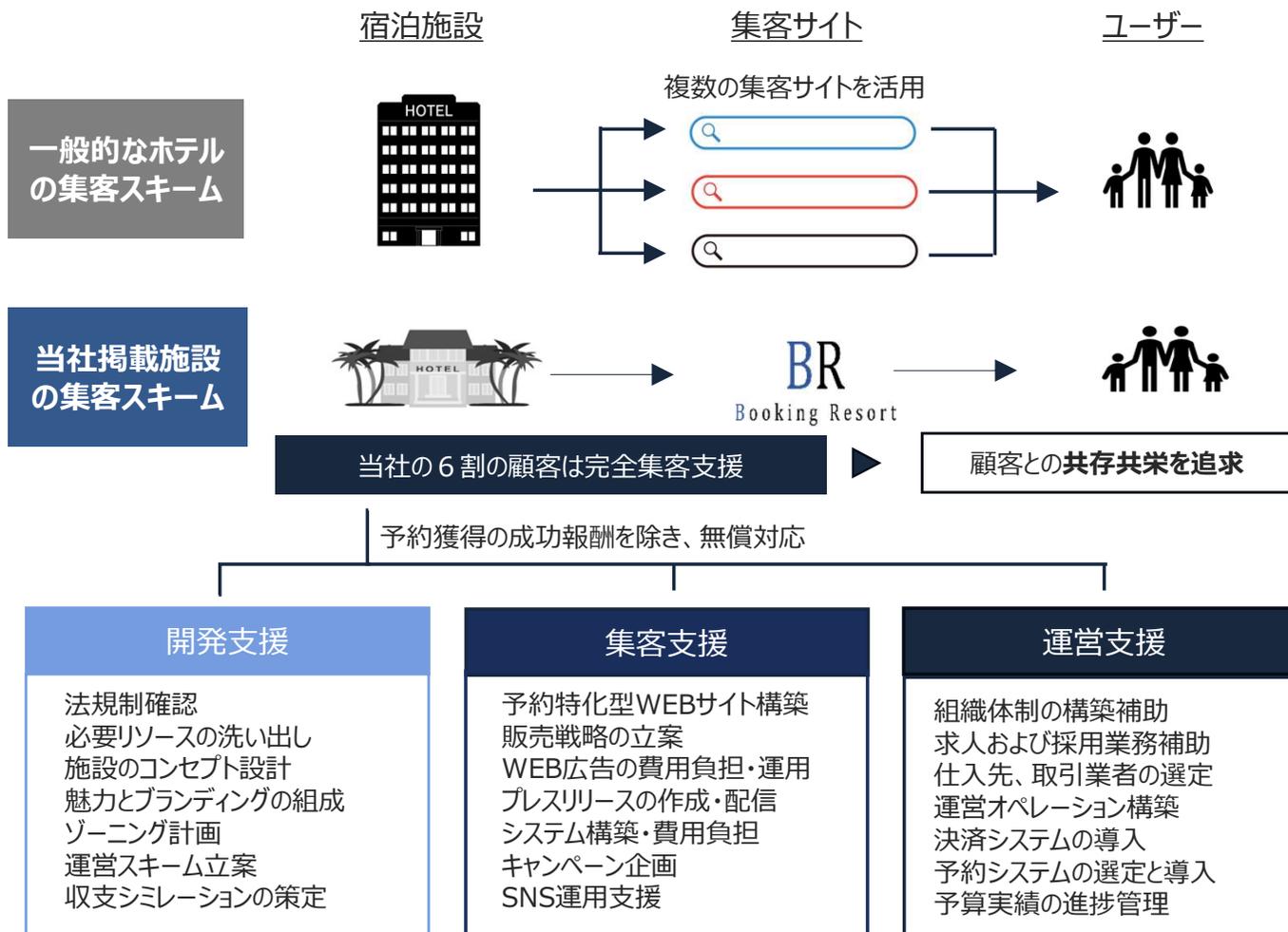
ニッチ市場特化と顧客負担軽減による差別化戦略

■ 当社は高級路線かつ小規模なリゾート施設というニッチな市場に特化。宿泊そのものを目的とする旅行のニーズへピンポイントで対応。様々な形態の宿泊施設を総花的に案内する他の予約サイトとは一線を画す

■ 一方、予約サイトの維持運営は当社が大きくサポート。完全集客支援では、プライシングやマーケティングを含めた運営支援により、カスタマイズした見せ方を提供。施設事業者の予約サイト運営負担を軽減した立ち位置を形成

■ 特に、開発・集客・運営を当社が対応する「完全集客支援」により、顧客負担の軽減と当社取扱高の最大化を実現する相互メリット関係を構築

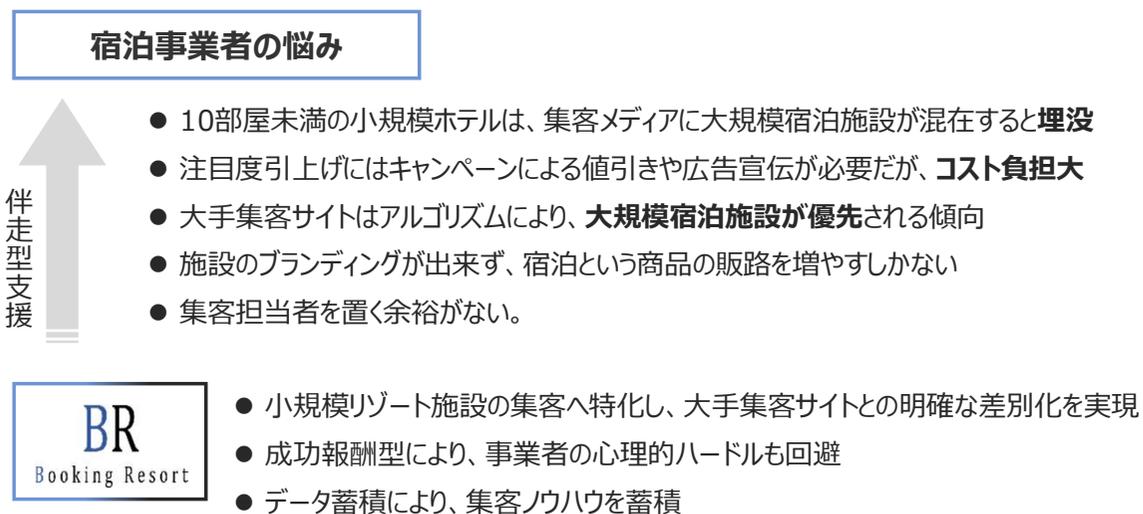
■ 競合大手の運営する予約システムは、全方位型ホテルを対象に、大量の品揃えを付加価値とする戦略。プライシングやマーケティングの支援は基本的にはなく、施設事業者の負担は重い傾向



宿泊事業者の課題と当社の伴走型課題解決力

- 事業者・利用者が直面する課題の解決支援を通じ、両者との伴走型ビジネスを展開。これにより、持続可能な成長モデルを確立

- 当社の課題解決力の源泉は開発/運営/集客の3領域を跨いだ共存共栄の仕組み。これら3領域を同時に提供できる企業は多くなくサイト制作会社、SNS代行会社、宿泊コンサルティング会社などは1～2領域の支援に留まるのが一般的



複合サービスで課題解決

開発支援

運営支援

集客支援

宿泊施設の売上最大化

- ✓ 宿泊単価向上、魅力組成のブランディング・リブランディング
- ✓ 施設認知度を上げ、サイトアクセスの向上
- ✓ 旅行者の不安要素解消で予約獲得を促進
- ✓ 施設運営負担、人員負担軽減

共存共栄の仕組み

- ✓ 宿泊施設事業者と当社の共存共栄を図る仕組みを確立し、持続可能な成果を志向
- ✓ 宿泊事業者の利益成長と経営体力の増強を支援

サービス競合との差別化

■ 当社は宿泊施設に対し伴走型の支援を実施。施設ブランディング、サイト制作、運営支援、予約獲得とワンストップで担い、顧客の売上最大化を追求

■ 一気通貫サービスでは、大手OTAで対応出来ない施設個別の課題解決力、宿泊コンサルティングが持っていない販路の設計力、サイト制作会社やPR会社が持っていない継続性のある支援や宿泊業に対するノウハウ力などの差別化を実現

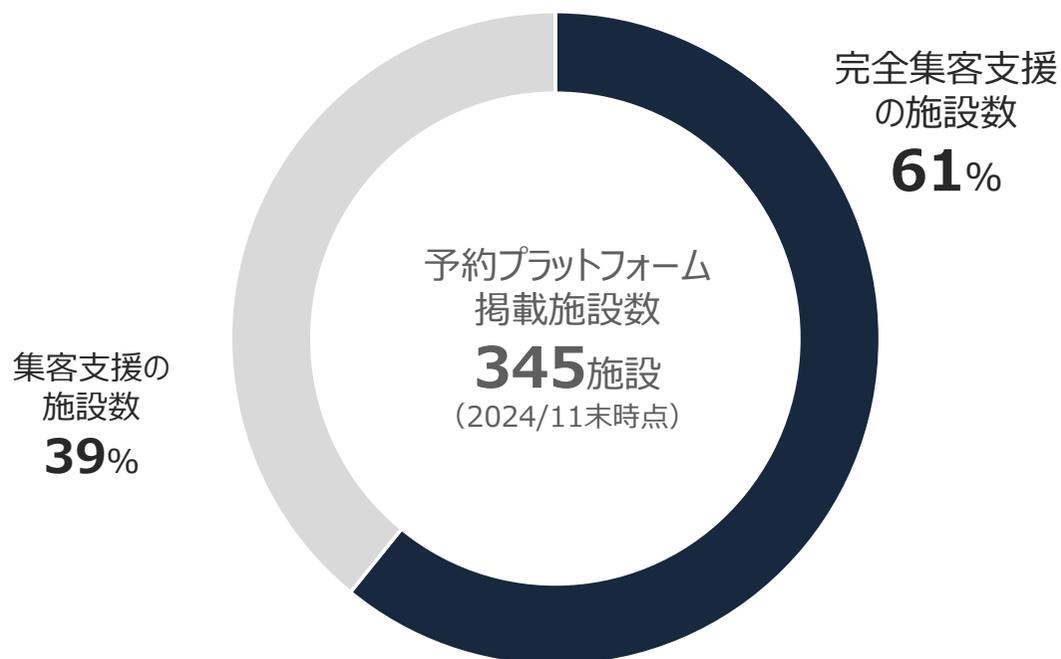
■ また、マネタイズポイントを成功報酬とするため、施設負担となる固定費や広告費等を設けず、宿泊施設が疲弊しない継続的な支援を図る

	当社	各種OTA	宿泊コンサル	サイト制作/PR会社
対象施設	小規模施設	小規模～大規模	小規模～中規模	中規模～大規模
マネタイズ	成功報酬のみ 予約獲得金額×集客手数料率	手数料+広告+ キャンペーン参画費	月額コンサル料+成功報酬	広告費用+手数料
PR 認知度強化	○ 当社から施設毎に配信 費用は当社負担	○ 但し、実費負担。かつOTA 内での掲載順位UP	△ 各種OTAの使用を推奨。 費用は実費負担	○ 実費+手数料
予約獲得	○	○	× 各種OTAを使用	×
取引の継続性	○	○	×	△
施設負担	<ul style="list-style-type: none"> ● 完全報酬型のため小コスト ● 代行範囲が広く、人的負担も少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 知名度や立地が他施設に優れていれば基本手数料は少なめ ● OTA内での競争に勝つために追加費用発生 ● 多種のOTAを運用するため人的負担が大きい 	<ul style="list-style-type: none"> ● 施策の資本は全て施設のためコストがかかる ● 手を動かしてくれるわけではないので人的負担は大きい ● スポットでの支援体系のため目的達成後は支援終了となる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 費用のみの負担 ● 全て対応してくれるため人的負担は無し

プロデュースからマーケティング・ブランディングに至るトータルサポート

- 予約プラットフォーム掲載施設の6割以上は、当社のマーケティング・ブランディング支援、プロデュース支援を通じたもの（完全集客支援）
- これは顧客との関係値を示しており、マーケティング・ブランディング支援、プロデュース支援は直接の収益貢献はないものの、集客支援においてより継続的な顧客として囲い込みに成功

予約プラットフォーム掲載施設数内訳



当社がプロデュース機能やマーケティング・ブランディング機能を提供した案件が6割を占有

ゼロからの開業、プロデュース支援の実例

- 開業前から支援。土地の条件に応じた設備設計、集客に寄与するコンテンツを提案
- 計画段階から、予約獲得まで見込み、サイト制作に反映。消費者にとって旅行の目的となる施設を創り上げる。

三重県伊勢志摩エリア ペットツーリズム対応 ヴィラ型リゾート施設の 支援事例

- 2021年7月に開業した三重県伊勢エリア初の全4室ドッグヴィラ
- 英虞湾を望む全室オーシャンビュー、三重県初の約100㎡を超える専用のプライベートドッグランを完備
- 開業以来、年間稼働率60%を継続し、4室で年間1億を超える売上高を継続している。



支援成果と開発ポイント

- ✓ 東海・関西エリアを中心に、愛犬家から幅広く支持を獲得
- ✓ 近隣既存施設と連携し、半無人運営を展開。人件費の圧縮を実現
- 観光エリアとは言い難いため、宿泊を目的とするコンセプトを導入。ドッグヴィラを提案
- 自然公園法特別地域（1,000㎡に1棟）という制限を活用し、連棟型の施設を提案。建築コスト圧縮で投資回収を短期化
- 目的地化する施設として、1部屋70㎡以上を確保して他ホテルと差別化。海の見える景色を活用し、解放感と大型ドッグランを整備

1客室あたり年間売上高2,500万円を
超える高収益施設

全国平均は995万円/1室
※一般社団法人日本旅館協会

既存宿泊施設のリブランド・マーケティング支援の事例

- リブランディング、一宿泊施設をリゾート施設（『宿泊』が目的となる施設）へと向上させることで、宿泊単価と予約獲得のコンバージョンUPを目指す
- 施設運営者に代わって掲載施設のPRを行うことで、マーケティングコストを削減
- 運営方法の見直しを行い、運営面で削るべき箇所と、強化すべき場所

和歌山県白浜エリア ドーム型テントを利用したグランピング施設 の支援事例

- 2019年、和歌山県白浜エリア高台に10室のグランピング施設としてオープン
- オープン後は集客に苦戦。赤字計上を余儀なくされ、開業1年を迎えるにあたり、当社に予約獲得の相談依頼あり
- 2020年7月にリニューアルオープン。当社関与後の売上はオープン時売上の約10倍となる年商1.4億円に



支援成果

- ✓ 施設コンセプト、販売手法の見直しを行い、サイトアクセスの増大化をさせる
- ✓ 敷地内で体験できるコンテンツを組み合わせ、もの珍しさだけでなく、滞在を楽しむ施設へ変更
- ✓ 料理内容の見直しを行い、食材の仕入れ、提供方法と合わせて魅力的かつ運営負担を減らす料理に変更
- 多方面に販路を持っていたが、販売ルートを当社に一任いただき、より効率的なPRが可能に。施設側においても管理負担の軽減

成果（年間）

改善項目	当社関与前	当社関与後
売上高	13.7百万円	1億35.4百万円
販管費合計	20.8百万円	51.0百万円
内、広告、集客費	0.5百万円	0円
利益率	赤字	62%

04

中期展望

(成長戦略)



中期展望（成長戦略）

1. 対象施設の領域拡大による掲載件数積上げと宿泊単価の引上げ
2. 当社運用サイトのユーザー数の拡大
3. 開発・運営等の付随サービスの有償化

対象施設の領域拡大による掲載件数積上げと宿泊単価の引上げ

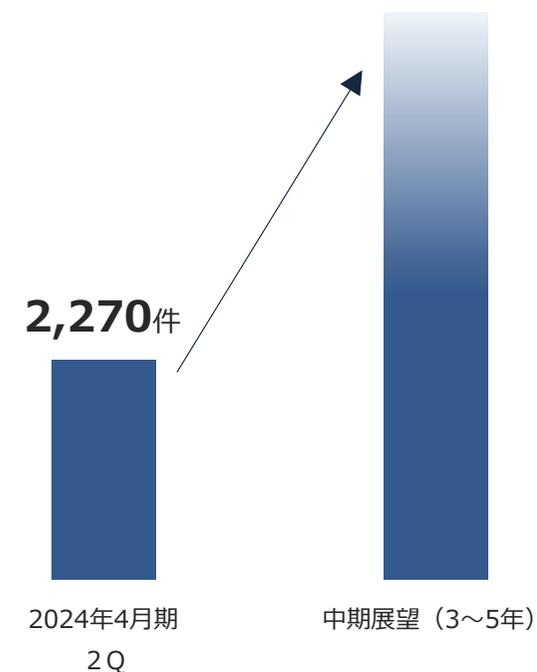
- 集客対象施設を拡大し、集客サイト「リゾートグランピングドットコム」の掲載客室数を現状の約2,270件から積上げを追求
- 既存の高級旅館、リゾートホテルに加え、通常の旅館、ホテルをリブランドし、集客力のある施設への転換支援も推進。それらを高単価の高級旅館/ホテルへの引上げを目指す

対象リゾート施設の領域拡大

対象施設の領域拡大による掲載件数積上げと宿泊単価の引上げを同時に達成



掲載客室数の中期展望



掲載件数積上げ/宿泊単価引上げに向けてのアクションプラン

- 既存対象領域に関しては現状の顧客開拓施策を継続。現在は顧客からの問い合わせによるインバウンド営業がビジネスの起点。今後はさらに知名度向上を図り、潜在顧客へ当社の認知度上げを狙う

- 拡大対象領域は、旅館や貸別荘などを想定。宿泊単価のより高い「宿泊そのものが付加価値」といった領域に注力

既存の対象領域

グランピング



リゾートヴィラ



- 施設業者からの支援要請に対応する現状の顧客開拓施策を継続



- ✓ WEB中心に掲載施設の広告宣伝を強化し、各施設の売上の最大化
- ✓ 既存掲載施設の売上向上により、宿泊事業者に対する当社サービスの認知を強化し、新規掲載施設の増加を図る

拡大対象領域候補 (旅館/ホテル)

リブランド



高級旅館



リブランド



ホテル

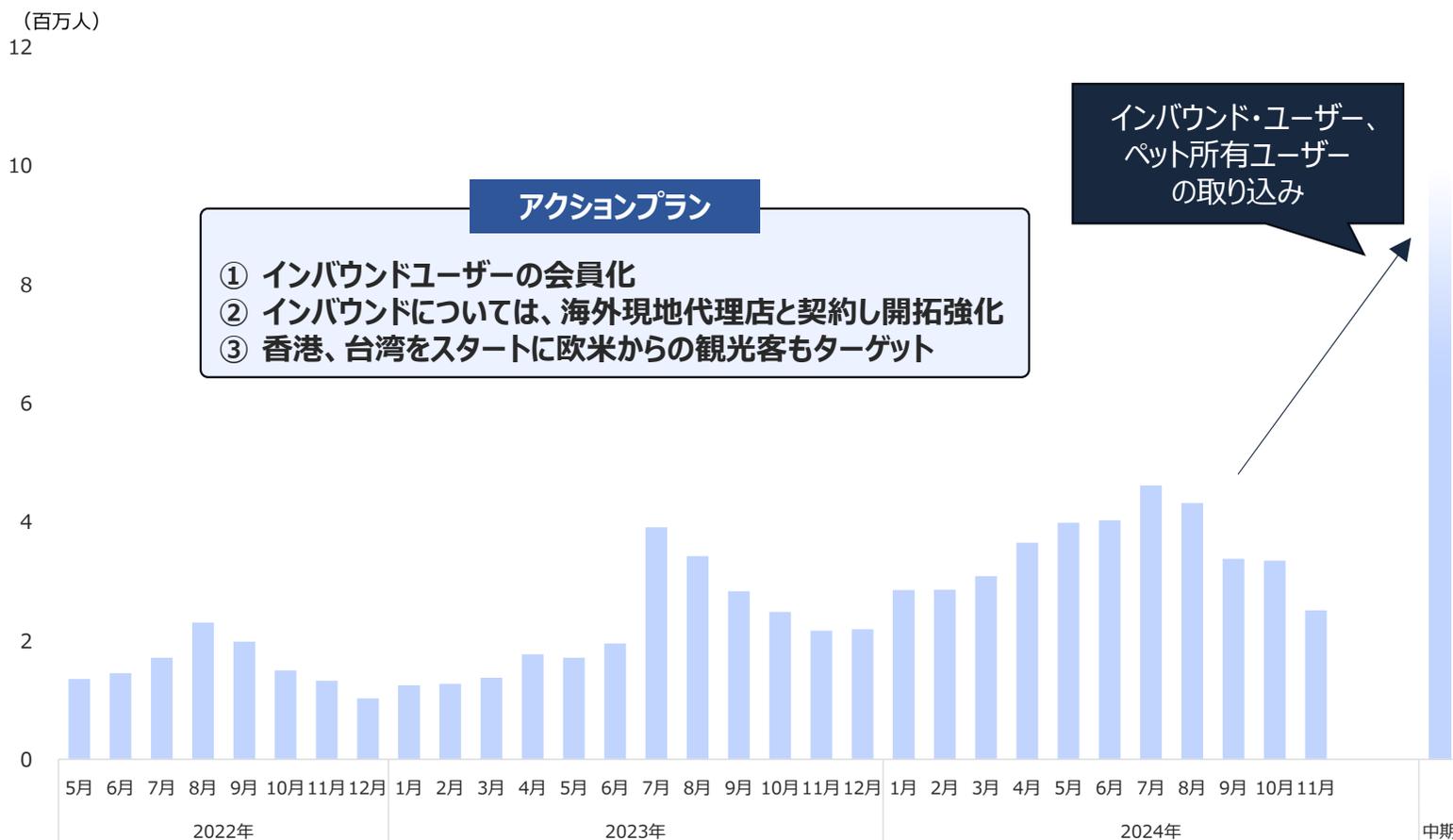


- グランピング、リゾートヴィラの集客実績を入口に全国の対象領域施設にアプローチ
- 後継者問題や集客面に課題を抱える全国の旅館及び小規模ホテルの集客支援を行う
- 既存の高級旅館、リゾートホテルに加え、通常の旅館、ホテルをリブランドし、集客力のある施設へと転換して高級旅館へ引き上げる。それによって対象施設を拡大
- ✓ 2026年4月期に採用を進め、人的リソースを投入。既存メンバーによるOJT等、教育/研修を行い、旅館ホテルに対する少数の顧客開拓チームを編成する計画

集客サイトのサイトユーザー数の拡大

- 予約プラットフォームの集客力強化に向けて、サイトユーザーの積上げも必須。掲載件数の増加に見合ったサイトユーザー数を用意し、予約獲得件数の維持向上を図る
- サイトユーザー増加の対象は、インバウンドユーザーやペット所有ユーザーなど。ペット所有ユーザーはペット同伴施設の増加などをテコに知名度向上で訴求
- 現在当社サービスによる宿泊予約を行う訪日旅行者は香港・台湾を中心としたアジア圏からがメイン
- インバウンドユーザーには、“日本を味わう”高級旅館を積極的にアピール。海外現地代理店を活用し、まずは香港・台湾のサイトユーザー獲得を急ぐ

サイトユーザー数の推移※1



アクションプラン

- ① インバウンドユーザーの会員化
- ② インバウンドについては、海外現地代理店と契約し開拓強化
- ③ 香港、台湾をスタートに欧米からの観光客もターゲット

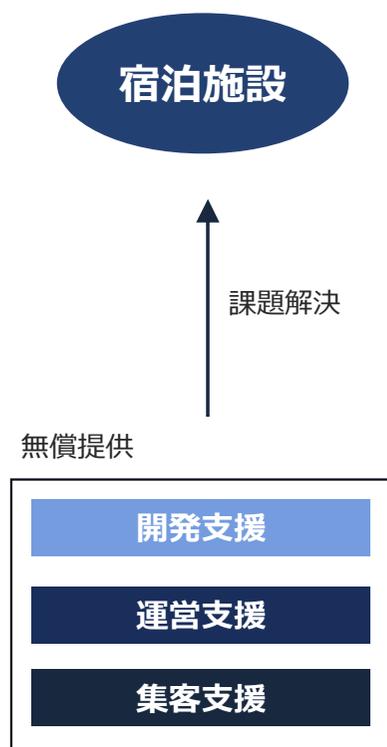
インバウンド・ユーザー、
ペット所有ユーザー
の取り込み

※1 プラットフォーム及び各施設個別の予約サイトの合計

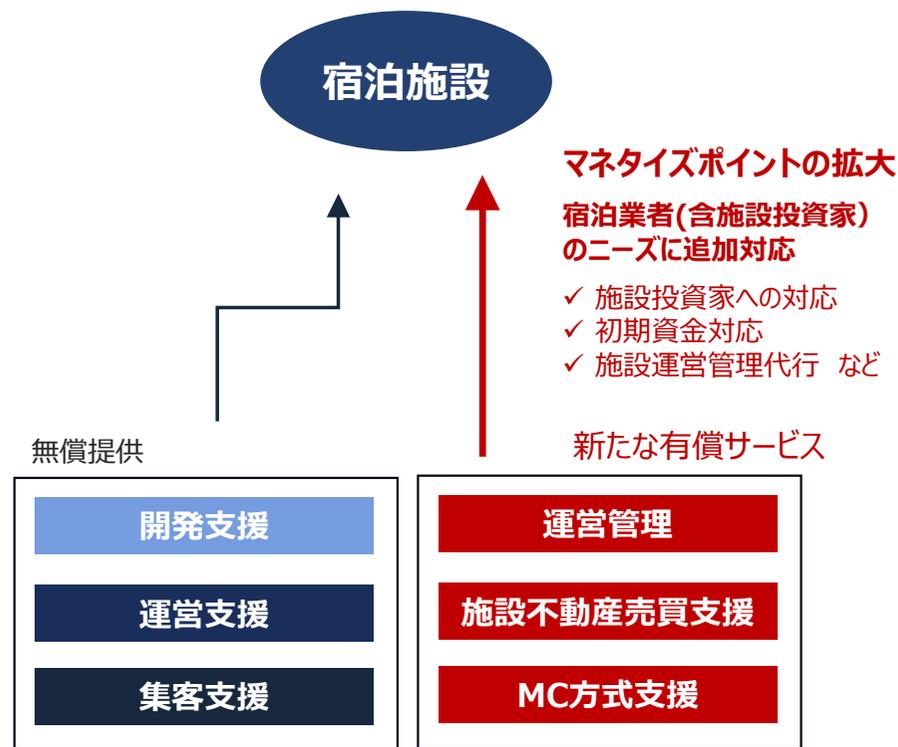
新たな有償サービスの開始

- 宿泊業者の様々なニーズに当社が支援することで確実な収益性を持つ宿泊施設としてプランニング
- 加えて、無人や少人数の宿泊施設の運営に関し、より深く介入した「運営管理」として人員の工面や手配、旅行者の問い合わせ対応、予約管理などを担うことにより、集客支援のマネタイズポイントを拡大
- 後継者不足や不動産への投資需要、運営者不足など、課題解決後の集客販路を持つ当社だからこそ出来るサービスの提供を推進

これまでの集客支援



これからの集客支援

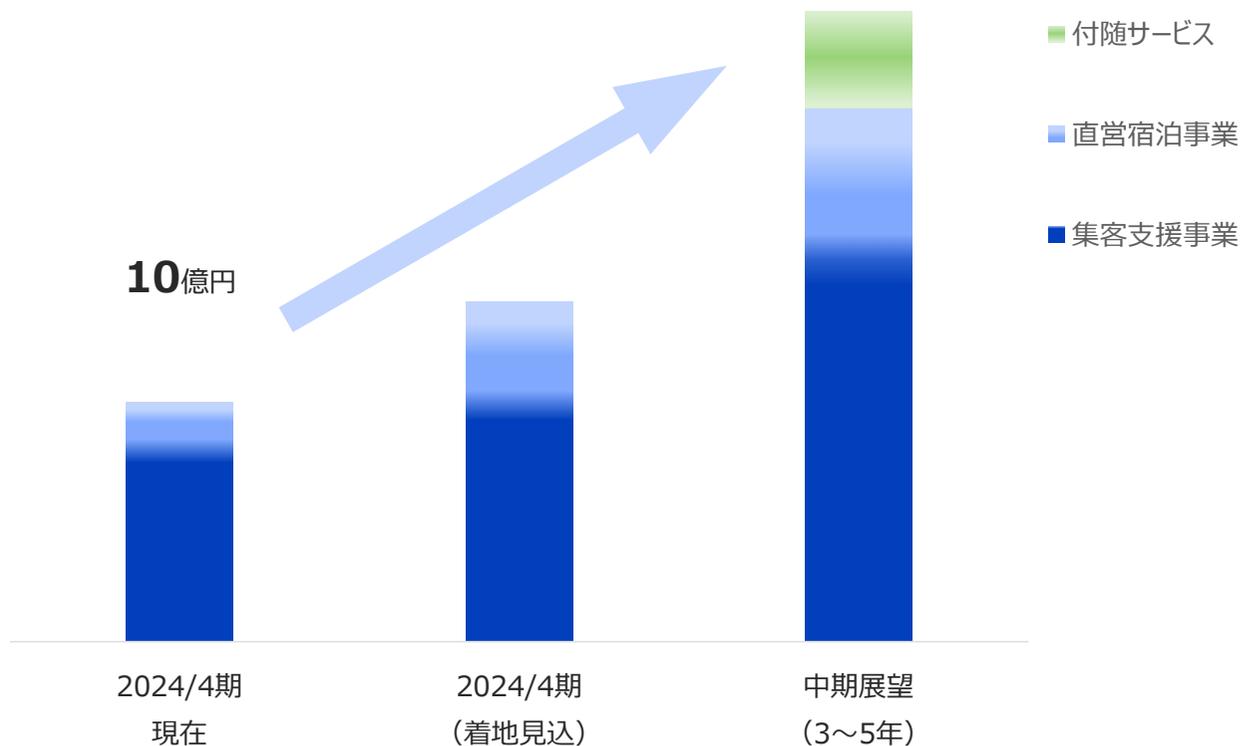


※MC マネジメントコントラクト
宿泊施設の所有・経営・運営
を異なる会社が行う運営方式

売上成長イメージ

- 成長ドライバーはあくまで集客支援。直営宿泊事業も拡大はするものの、サービス拡充に向けてのノウハウ蓄積機能との認識
- 集客支援の成長は、①掲載客室数のさらなる積上げ、②サイトユーザー数拡大による予約獲得率の引上げ、③集客支援のサービス領域の拡大（マネタイズポイントの拡大）、の相乗効果を目論む

これまでの開発・運営・集客ノウハウを活かし
全国55,000軒の旅館・ホテルをターゲットに成長を目指す



IPOの目的及び資金使途

IPOの目的

IPOを行うことにより、当社の集客支援事業において、全国の宿泊施設（新規顧客）及び旅行者（ユーザー）に対して社会的信用及び更なる認知度の拡大に貢献するものと考えております。

当該事業の開始から持続的な成長を行ってまいりましたが、さらなる成長に向けた資金調達の円滑化及び知名度の向上を期待しIPOを行うことといたしました。

調達資金の使途は、設備投資及び当社事業の成長資金等として、下記を予定しております。

直営宿泊施設開発費

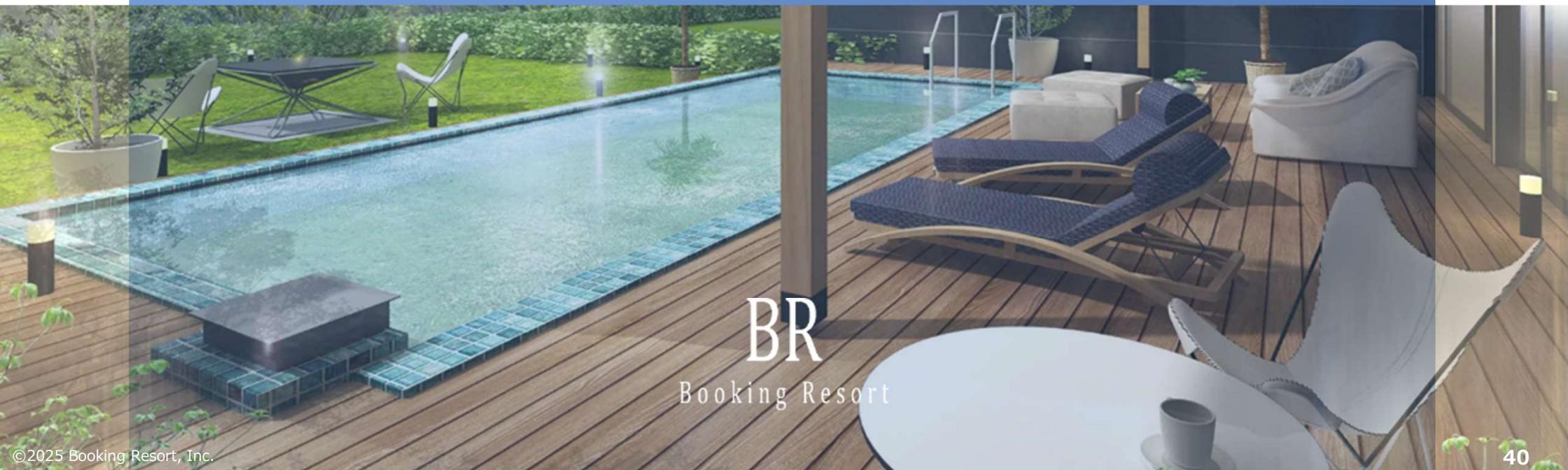
集客支援の対象とする掲載施設をさらに広げ、インバウンド旅行者の予約獲得を見込む掲載施設の課題解決も行うため、インバウンド事業におけるノウハウ獲得を目的とした都市型インバウンドホテルの開発を計画しており、不動産取得費用及び内装リフォーム費用等の一部として500,000千円(2026年4月期500,000千円)を充当する予定であります

広告宣伝費用

集客支援事業における、「リゾートグランピングドットコム」及び「いぬやど」並びに各掲載施設の公式サイトへの認知拡大に向けた広告宣伝費として2026年4月期に調達資金の残額を充当する予定であります。

05

リスク情報



BR
Booking Resort

主な事業上のリスク

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
グランピング市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社が提供している予約プラットフォーム「リゾートグランピングドットコム」が属するグランピング市場は、比較的新しい市場ということもあり、ここ数年間順調に成長を続けている。グランピング施設数は年々増加しており、当社は同市場が引き続き拡大することを見込んでいる ✓ しかし、景気の停滞等の外部要因によって消費者心理が冷え込むことや、新たな規制の導入等、何らかの予期せぬ要因により、市場規模が想定したほど拡大しない場合、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性あり 	中	中	当社は、中長期的な視点として、グランピング施設を含む「『宿泊』が旅の目的となるリゾート施設”をメインターゲットと考えている引き続きグランピング市場での事業拡大を図るとともに、リゾートホテルや旅館といった市場への拡大を図ることで継続的な事業成長に努める
グランピング事業への法的規制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社は、掲載施設に代わり、旅行者（ユーザー）に対して掲載施設のPRを行い、旅行者（ユーザー）は掲載施設に対して直接予約を行うビジネスモデルのため、直接規制対象となる法規制はない ✓ しかし、事業の特性上遵守すべき法規として、個人情報の保護に関する法律や、不正アクセス行為禁止等に関する法律、不当景品類及び不当表示防止法等の適用を受けている。今後、適用を受けている法令の改正や新たな法令の制定等が行われ、又は既存の法令等の解釈に変化が生じたりするような状況が生じた場合には、当社の事業展開に影響を及ぼす可能性あり 	低	大	当社は、これらの法的規制を遵守して事業を行う社内管理体制を構築している 規制当局の動向や既存の法的規制の改正動向等については、顧問弁護士等と連携をとり、適切に対応する予定
許認可	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社の主力事業である集客支援事業においては、許認可による規制は受けていない。一方、当社が営む直営宿泊事業では、事業を行うために必要な以下の法令及び規則に基づく許認可等を取得しており、当該法令及び規則を遵守し、安全に業務を行うことを徹底している。また、今後予定しているインバウンド事業においては、旅行業法の規制を受ける可能性があるため、旅行業法の資格を取得している ✓ これらの許認可等については、それぞれ欠格事由が定められており、法的規制の変更に当社が的確に対応できなかった等により関係法令に違反があった場合には、当該許可等の取消し又は事業の停止が命じられること等により、当社の事業活動に支障をきたすとともに、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性あり 	低	大	当社が許認可を得ている法令及び規則については、その内容や期限等を管理し、遵守して事業を行うための社内管理体制を構築している 今後新たな事業展開やサービス拡充を行う際は、顧問弁護士等と連携をとり、必要な許認可を確認し取得する予定
親会社グループ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社は、自らの経営責任を負って独立した事業経営を行っているが、当社の親会社であるエス・エヌ・ホールディングス有限会社は同社の関係会社である株式会社にしがき及び株式会社デジタルストレージと合わせて当社の議決権の76.2%（本書提出日現在）を所有している。親会社の関係会社は上場時に保有株式を全て売却するもの、親会社においては、当社の上場後においても、支配関係を維持するために必要となる当社株式を継続的に所有する方針である。 ✓ 親会社は当社の株主総会における取締役の任免等を通じて当社の経営判断に影響を及ぼし得る立場にあることから、議決権の行使にあたり、親会社の利益は当社の他の株主の利益と一致しない可能性がある。また、親会社の経営方針の変更や経営状態の悪化等により、問題が生じた場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。 	低	小	当社の株式を保有する親会社グループからの事前承認事項・報告事項の存在はなく、また役員の兼務、従業員の派遣、出向及び受入もなく、経営の意思決定は当社が独立して実施している グループ間取引は減少傾向にあり、同社グループと少数株主間の利益相反問題を監視・監督し、少数株主の利益を適切に保護するために、社外役員のみで構成される特別委員会を設置している また引き続き適切なコミュニケーションを行うことにより、同社が資本政策等の変更を行った際の影響を軽減できるよう努める

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

なお、今後の当資料のアップデートは、2025年4月期通期決算発表時を予定しております。