



2027年4月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社ブッキングリゾート
証券コード:324A(東証グロース)
2026年9月

BR
Booking Resort

売上・利益ともに社内計画を上振れて好調に進捗

将来成長を加速させる戦略投資および事業拡大に伴う一時費用を織り込みつつ、高水準の利益を確保

【全社業績：計画超過達成と積極投資】

■ 計画比：営業利益・経常利益・当期純利益において、社内計画（予算）を上振れて推移。

通期計画達成に向け、きわめて順調なスタートダッシュを切る。

■ 売上高：445百万円（YoY +16.4%、+62百万円）

主力の集客支援事業の堅調な拡大に加え、直営宿泊事業が大幅に伸長し、第1四半期として過去最高の売上高を更新。

■ 営業利益：80百万円（YoY ▲26.4%、計画比上振れ）

前年同期比では減益となるものの、これは「将来成長を加速させる人材拡充（人件費増）」「認知・予約獲得に向けた広告投資」「直営施設（あさふじ）取得に伴うのれん償却費」「インバウンド獲得向けOTA手数料の一時的増加」など、計画的に実行した戦略投資・成長費用の計上によるもの。実態としては社内計画を上回る利益水準を着実に達成。

【セグメント別動向】

■ 集客支援事業：売上高 YoY +8.7%

掲載施設数461施設（YoY +22.3%）、予約件数50千件（YoY +7.7%）と事業基盤が拡大。

「いぬやど」会員数は86,500人を突破。直営施設と連携した「運営支援サービス」を本格開始し、顧客単価の向上を推進。

■ 直営宿泊事業：売上高 YoY +60.5%

2025年12月に譲受した「湖風の宿 あさふじ」の通期寄与および既存施設（千葉南房総、秩父）の高稼働継続により売上が急拡大。

各拠点でしっかりと黒字・営業キャッシュフローを創出しており、グループ全体の収益絶対額の拡大に大きく貢献。

売上高

約 **4.4** 億円

(YoY +16.4%)

営業利益

約 **80** 百万円

(YoY -26.4%)

経常利益

約 **80** 百万円

(YoY -27.2%)

サイトユーザー数

約 **16** 百万人

(YoY +11.0%)

掲載施設数

461 施設

(YoY +22.3%)

予約獲得件数

50 千件

(YoY +7.7%)

公式ティザーサイト公開と今後の事業展開 ～高収益・高資本効率モデルの確立に向けて～

【新ブランド「ONSEN DOG RESORT」第1弾の優位性】

■ 国内屈指の温泉地×高まる愛犬同伴ラグジュアリー需要

- ・圧倒的な源泉数を誇る静岡県伊豆市に立地。
- ・日本の温泉文化とペットツーリズム需要を融合させたオリジナルブランドのフラッグシップ案件。

■ 1日3室限定・全室温泉&プライベートプール・ドッグラン完備

- ・完全プライベート型の圧倒的な世界観を構築し、旅の目的地となる「デスティネーション・ホテル」として高ADR(客室単価)と高OCC(稼働率)を実現。

■ 最先端の無人オペレーション体制

- ・宿泊業界の課題である人手不足をDX・省人化で克服。
- ・圧倒的な営業利益率と持続可能な高収益体質を両立。



【高資本効率を実現する「再生・リセール×ストック」モデル】

■ 短期回収フロー × 継続的ストックのハイブリッド収益

- ・迅速な資本回収(フロー)
バリューアップ後に早期売却(2027年4月期中予定)を行い、投下資本を素早く回収。
- ・安定・高利益率(ストック)
売却後も当社が集客・運営支援を継続受注し、低リスクな手数料収益を半永久的に獲得。

■ 投資家ネットワークの直接構築(プラットフォーム化)

- ・投資家専用ウェイティングフォームを開設。
- ・リセール物件の買い手ネットワークを自社で囲い込み、流動性と資本回転率を最大化。

■ 中長期の事業拡張(仲介・M&Aアドバイザー)

- ・蓄積された投資家・宿泊事業者基盤を活かし、宿泊特化型M&A・不動産売買仲介領域へ事業を横展開。
- 新たな収益の柱へ育成。



税制適正化による財務健全性の維持と、将来に向けた機動的な資本政策の柔軟性を確保

【事業規模に応じた税制最適化と財務健全性の向上】

■ 適切な税制適用によるキャッシュフローの改善

資本金を1億円とすることで、現事業規模に即した税制上の優遇措置等を享受し、税負担の適正化および内部留保(実質キャッシュ)の確保を推進。

■ 機動的な事業展開・投資を支える資本戦略の柔軟性を確保

減少額の全額を「その他資本剰余金」へ振り替えることで、将来の事業拡大や機動的な投資機会への対応など、経営環境の変化に柔軟に対応できる資本構成を整備。

■ 攻めの成長投資・企業価値向上へ再投資

創出された手元資金・財務余力を、施設再生事業やDX等の高収益成長分野へ集中的に再投資し、中長期のROE・ROIC向上を目指す。

【株主価値・純資産への影響なし(完全無償減資)】

■ 株式の希薄化は一切なし(発行済株式総数の維持

・発行済株式数および各株主様の保有株式数・持分割合に変動はありません。

■ 純資産額の変動なし・金銭流出ゼロ

・純資産の部における勘定科目間の振替処理(「資本金」→「その他資本剰余金」)であり、当社の純資産総額に変更はなく、社外への資金流出(キャッシュアウト)も生じておりません。

■ 欠損填補目的ではない前向きな資本適正化

・過去の累積損失を埋めるための減資ではなく、財務柔軟性と税務効率を同時に高めるための戦略的資本政策です。

監督機能の高度化と執行の機動化を両立し、持続的な企業価値向上を牽引する経営基盤を確立

【新体制における「2つの構造的進化」】

(1) 【守りの強化】取締役会の監督機能のさらなる高度化

① 議決権を持つ監査等委員(過半数が社外取締役)が直接監督

取締役会における議決権を有する社外取締役が経営の監査・監督を担うことで、外部の客観的視点を経営判断にダイレクトに反映。

② 取締役会の透明性・客観性と少数株主保護の徹底

ガバナンスの実効性を飛躍的に高め、資本コストや株主目線を意識した規律あるモニタリング体制を構築。

(2) 【攻めの加速】意思決定の迅速化と執行体制の機動化

① 重要な業務執行権限を経営陣(執行側)へ大幅に委任

取締役会から執行側への権限委譲により、激変する市場環境や好機に対し、即断即決・機動的な事業遂行を実現。

② 成長事業(再生・リセール等)の機会損失を防止

物件の仕入れや迅速なバリューアップ・売却判断など、スピードが競争力となるビジネスの推進スピードを最大化。

目次

2027年4月期 第1四半期 決算概要	P8
中長期的な展望	P19
Appendix	P31

2027年4月期 第1四半期 決算概要

2027年4月期 第1四半期 決算概要：PLサマリー

売上高は第1四半期として過去最高(YoY +16.4%)。

営業利益・経常利益・四半期純利益は社内計画を上振れて推移。

直営拡大による事業構成比の変化および戦略的成長費用の投下により利益率は一時的に低下も、
拠点ごとの収益力・利益絶対額は着実に強化。

項目 (単位:百万円)	2026年4月期 1Q実績	2027年4月期 1Q計画	2027年4月期 1Q実績	計画比 (差異)	前年同期比 (増減率)
売上高	382	451	445	-6	16.4%
売上原価	113	162	159	-3	40.3%
売上総利益	269	289	286	-2	6.3%
販管費	160	212	205	-6	28.4%
営業利益	108	76	80	3	-26.4%
営業利益率	28.5%	16.9%	18.0%	+1.1pt%	-10.5%
経常利益	110	75	80	4	-27.2%
四半期純利益	79	51	59	7	-26.0%

【利益率変動・前年同期比差の分析とポジティブ要因】

1. 事業ミックス(ポートフォリオ)の変化

直営宿泊事業(売上YoY +60.5%)の比率が拡大。
直営事業は粗利率・営業利益率の計算上、高利益率な集客支援手数料モデルに比べて見かけ上の利益率を押し下げる要因となるが、全拠点で着実に営業黒字化を達成。
創出する粗利およびキャッシュの「絶対額」は前年同期を大きく上回る。

2. 成長を加速させる戦略投資・費用の具体内訳

①人件費(+26百万円):

「あさふじ」譲受および集客支援体制強化の戦略的採用。

②広告宣伝費(+15百万円)

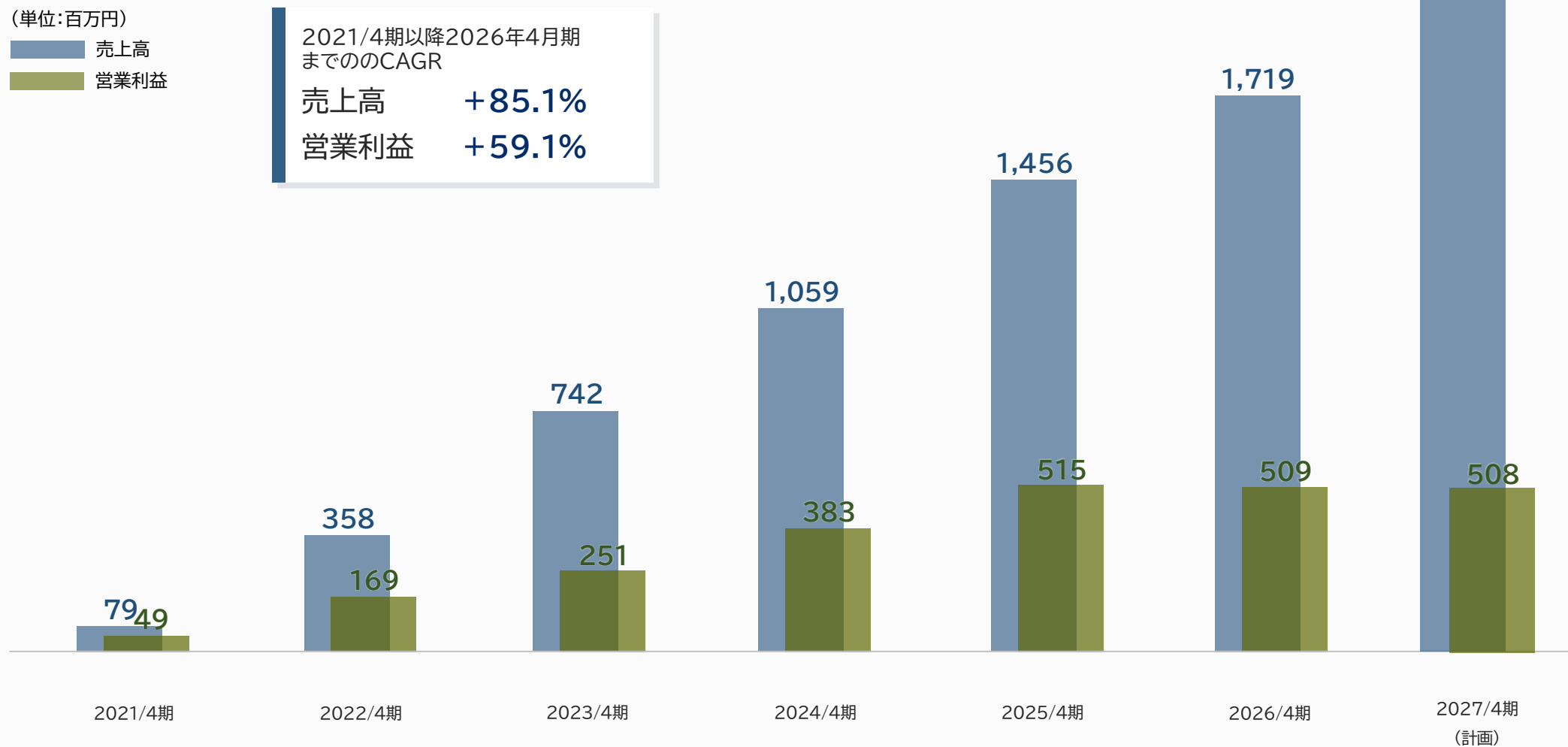
サイト認知向上および掲載施設の予約最大化に向けた積極投資。

③のれん償却費(+4百万円)

「あさふじ」譲受に伴う費用。

2027年4月期 第1四半期 決算概要：売上高・営業利益の推移

利益およびCFを伴う健全な成長を継続。2027/4期において計画達成を目指す。

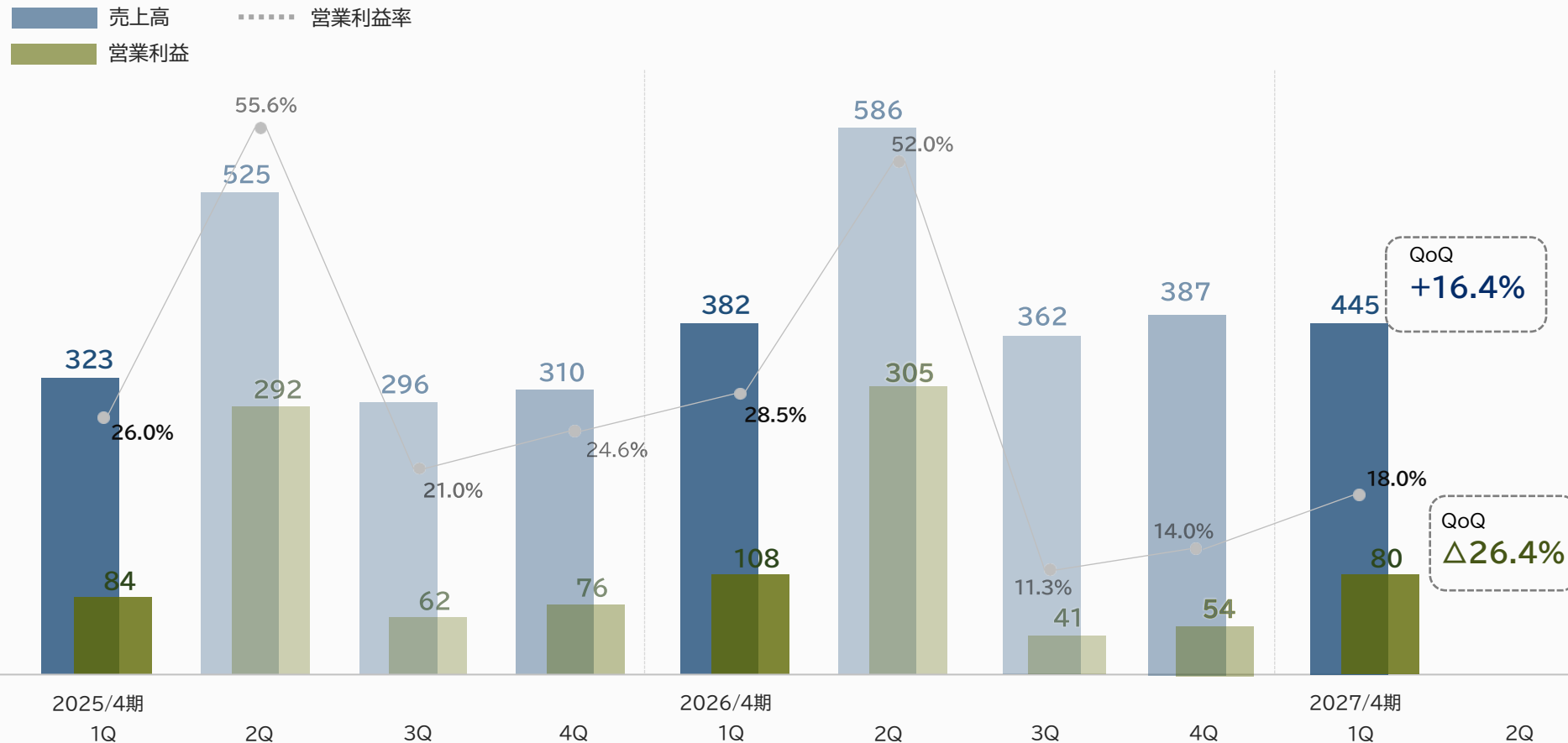


2027年4月期 第1四半期 決算概要：売上高・営業利益の四半期推移

第1四半期売上高は445百万円と、第1四半期として過去最高を大幅更新。

営業利益は、最大の繁忙期である第2四半期(夏休み・行楽期)での収益最大化を見据えた先行投資により一時的に縮小するも、計画水準を堅守。

(単位:百万円)



【第1四半期 売上高・営業利益】

1. 「1Qの先行投資 → 2Qでの収益跳躍」という明確な連動構造

・当社ビジネスは、夏期休暇を含む第2四半期に予約取扱高・直営稼働がピークを迎える明確な季節特性を有している。

・1Qにおいて実施した「広告宣伝強化」および「インバウンド送客基盤の整備(あさふじ等)」は、最も利益率の高まる2Qの予約を前倒しで獲得・確定させるための極めて合理的な先行施策。

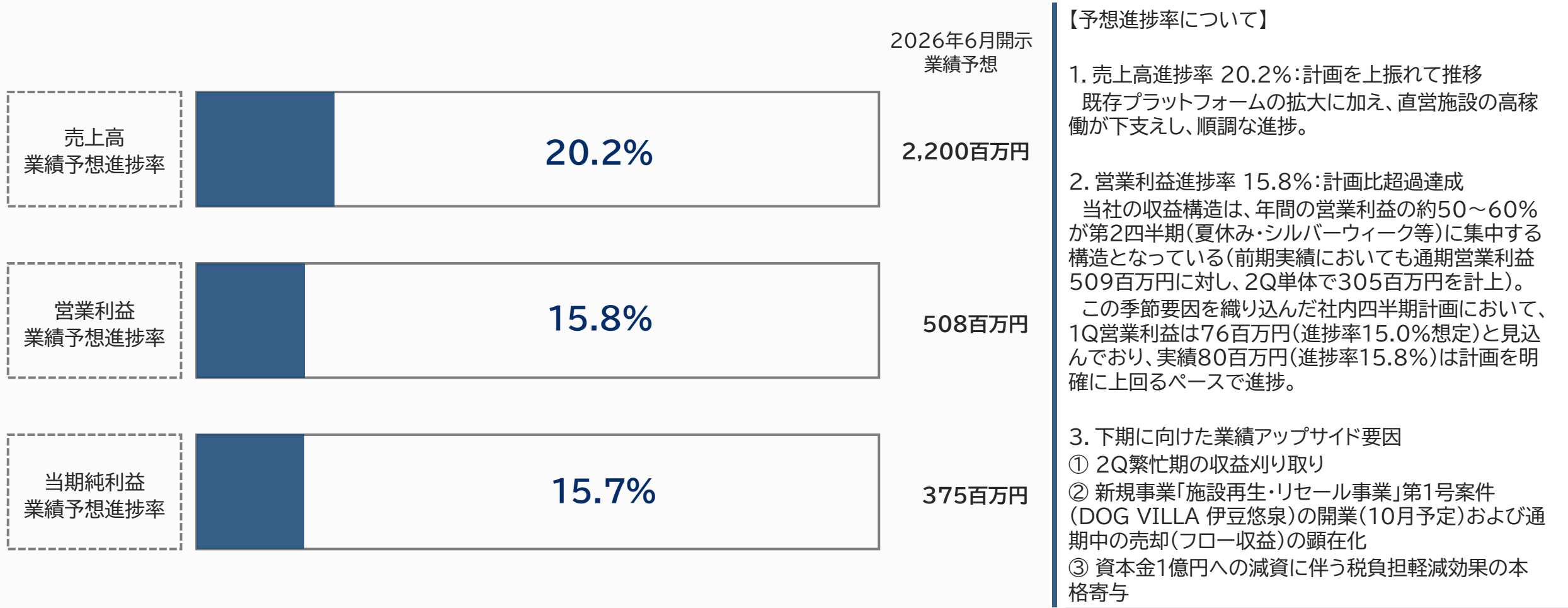
2. 営業利益率(18.0%)の健全性

・過去の推移(前々期1Q: 26.0% → 前期1Q: 28.5%)と比較して一見低下して見えるが、これは直営宿泊事業の売上構成比率増加に伴う事業構成比変化と戦略投資が重なった結果であり、社内計画(16.9%)に対しては+1.1pt上振れて推移。

QoQ
+16.4%

QoQ
Δ26.4%

通期業績予想に対し、売上・利益ともに想定を上回る進捗ペース。当社特有の収益季節性(2Qへの利益集中)を踏まえると、営業利益進捗率15.8%は通期計画達成に向け極めて高い蓋然性を示す水準。

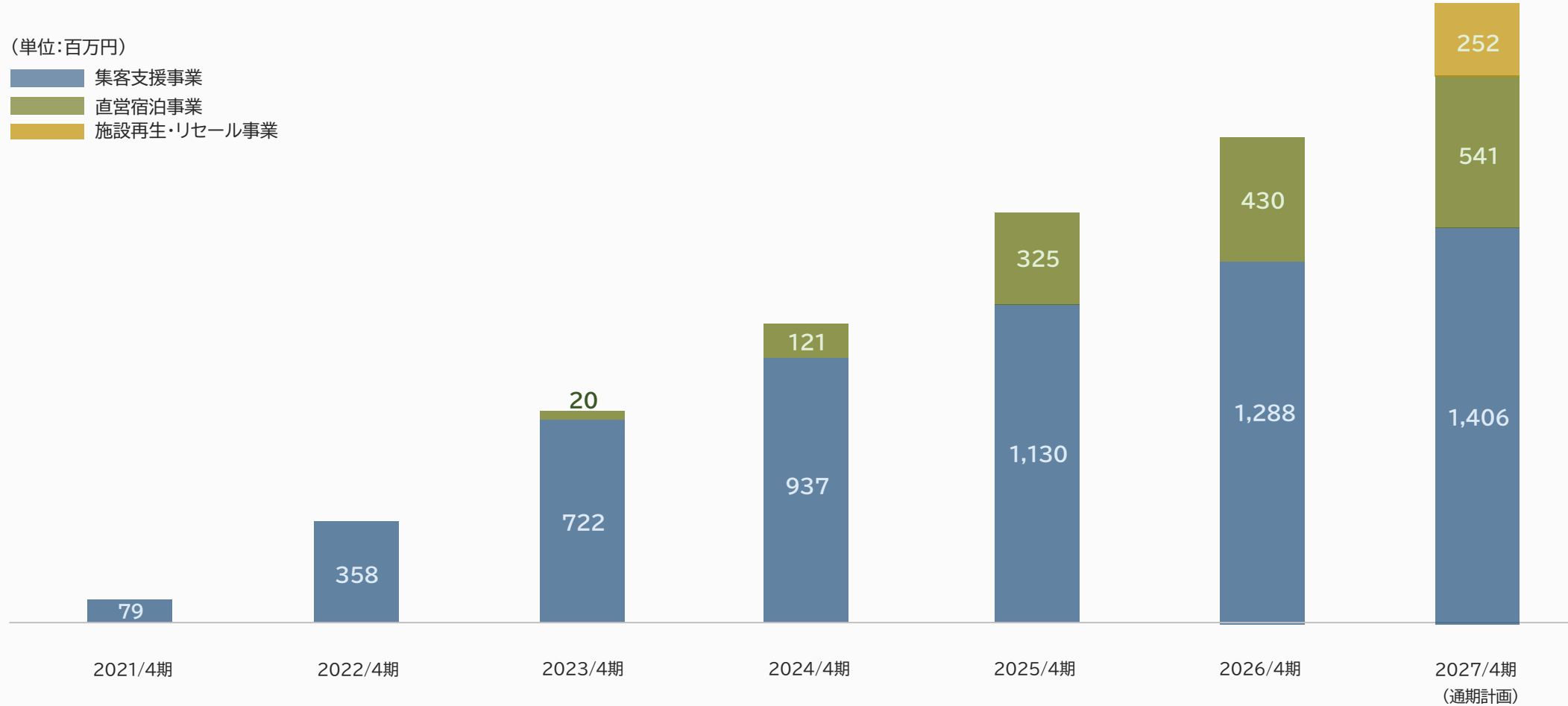


2027年4月期 第1四半期 決算概要：サービス別売上高の推移

集客支援事業の売上高はYoY+8.7%、直営宿泊事業の売上高はYoY+60.5%と、いずれも上昇基調。通期計画達成に向け想定どおりに進捗。

(単位:百万円)

- 集客支援事業
- 直営宿泊事業
- 施設再生・リセール事業



2019年6月
リゾートグランピングドットコム 開設

2023年2月
いぬやど 開設
ドッグヴィラ千葉南房総 開業

2024年4月
秩父リゾート 開業

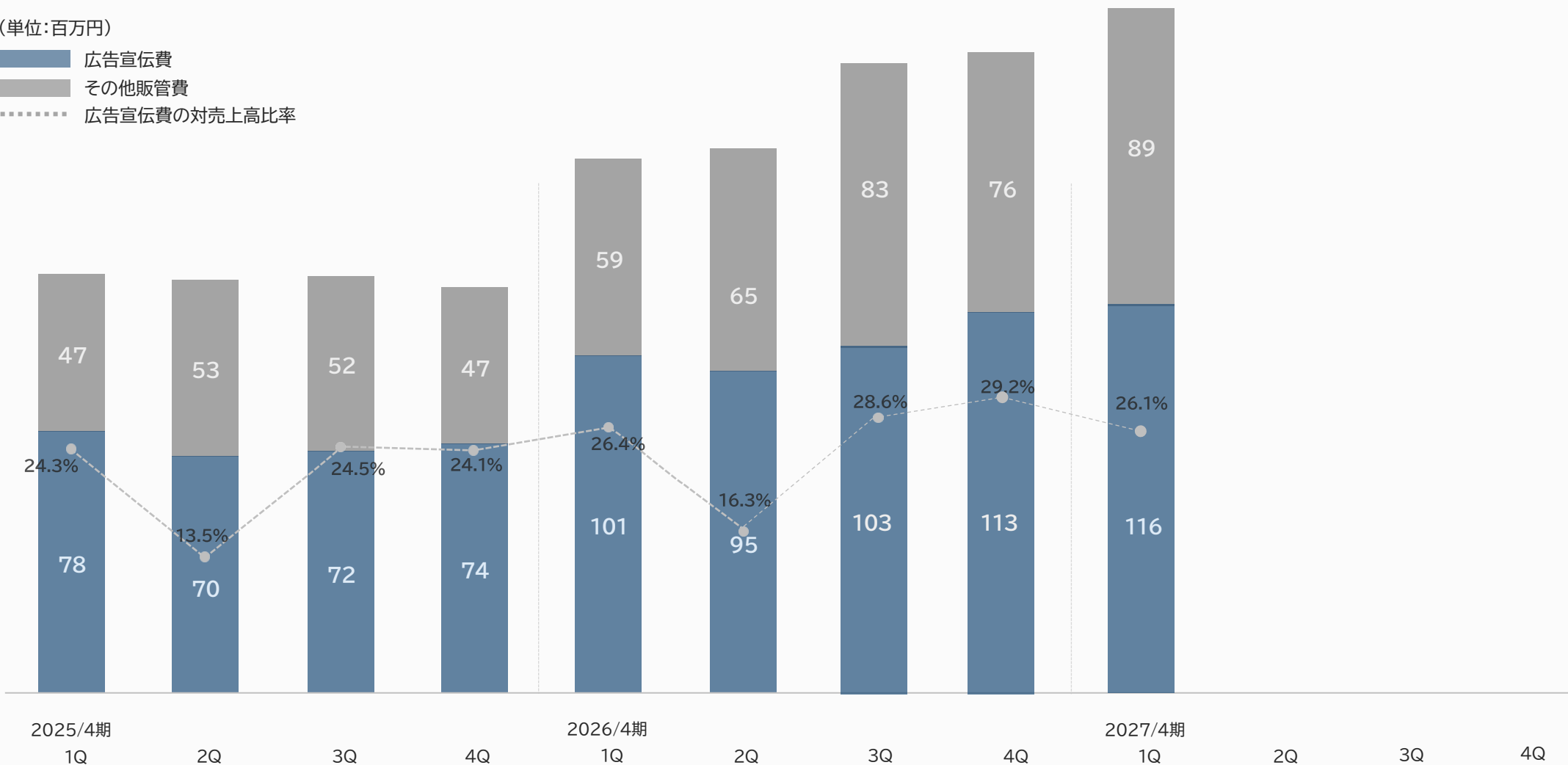
2025年12月
湖風の宿あさふじ 開業

2027年4月期 第1四半期 決算概要：広告宣伝費と広告宣伝費率

掲載施設の売上獲得/新規顧客開拓のため、広告宣伝費を強化。今後も成長に向けた広告投資を継続し、より効果的な広告手法の検討も継続。

(単位:百万円)

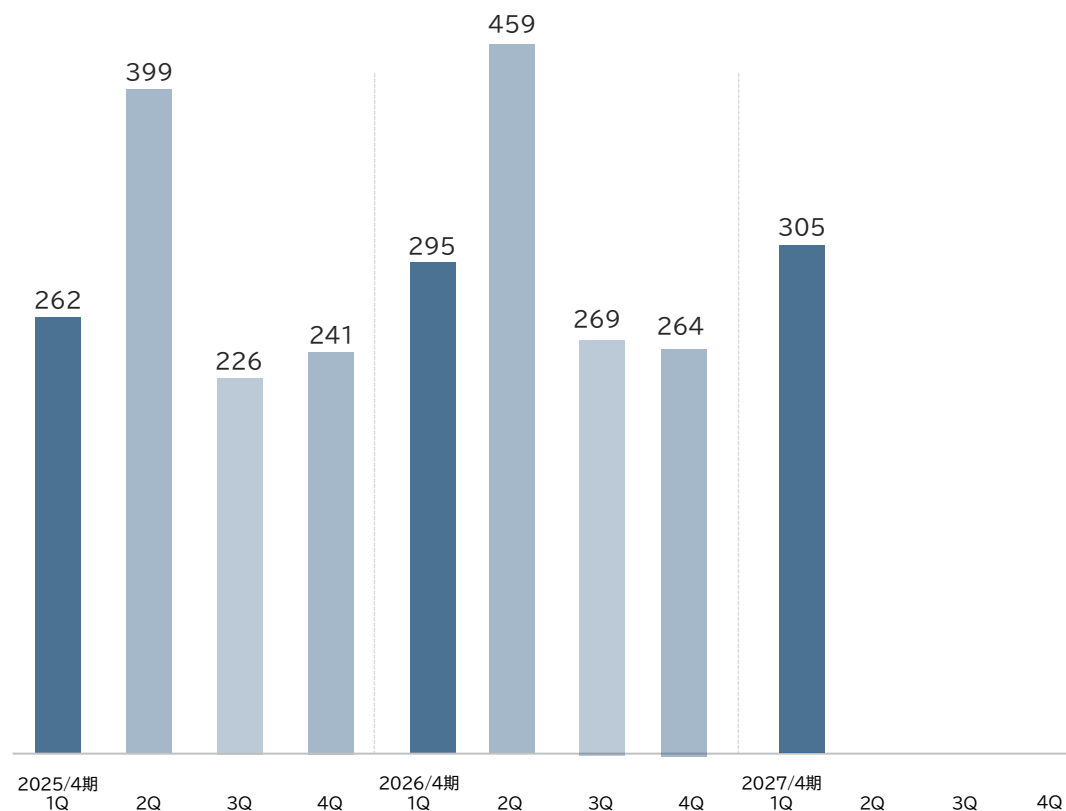
■ 広告宣伝費
■ その他販管費
..... 広告宣伝費の対売上高比率



当社事業の性質上、長期休暇等により2Q売上が大きくなる傾向。予約獲得件数はQoQで順調に拡大しており、売上高はQoQ+8.7%となった。

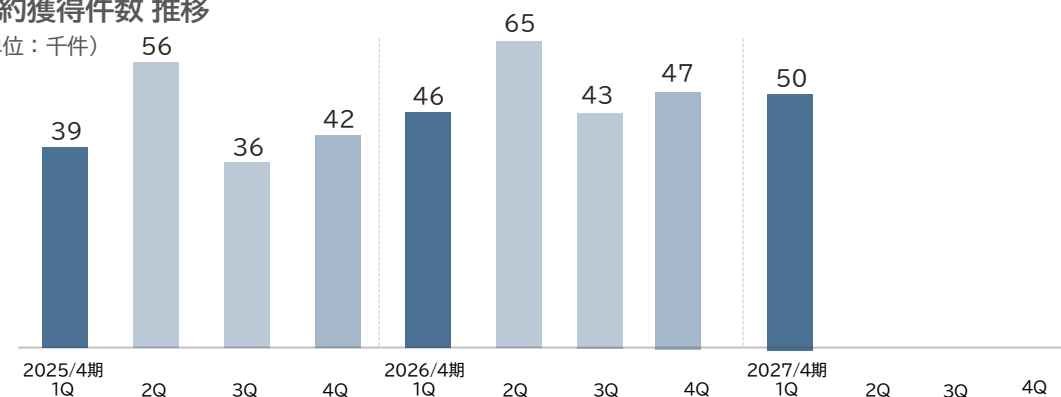
売上高 推移

(単位：百万円)



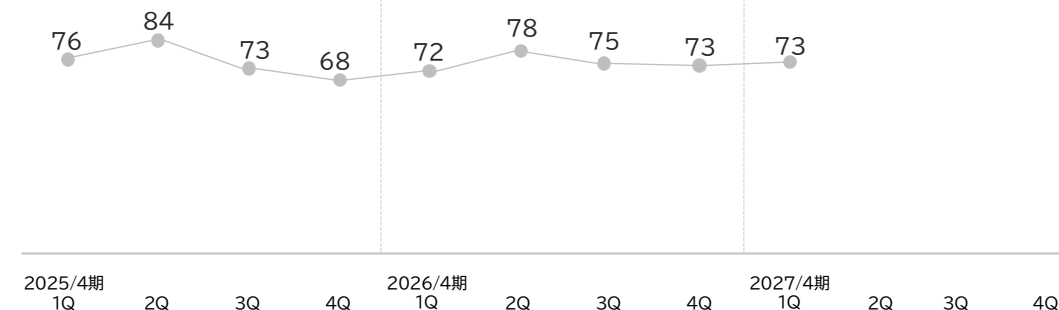
予約獲得件数 推移

(単位：千件)



ADR(客室単価) 推移

(単位：千円)



旅行者の特定ニーズに焦点を当て予約サイトを展開。D2CによるWebマーケティングを用い、旅行者の嗜好と施設特性を高精度かつ効率的にマッチング。
掲載施設数、掲載客室数及びサイトユーザー数は着実に拡大。

Resort Glamping.com



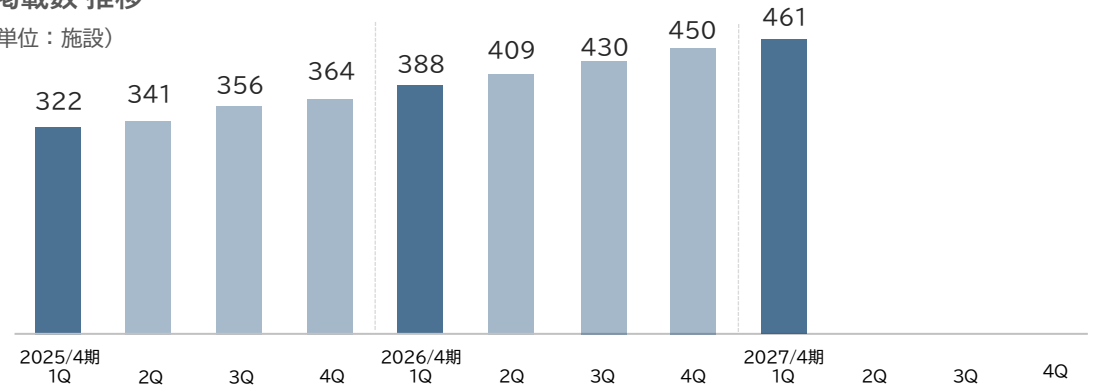
リゾートヴィラ、グランピングに
特化した予約プラットフォーム



ペット同伴で宿泊できる施設に特
化した予約プラットフォーム

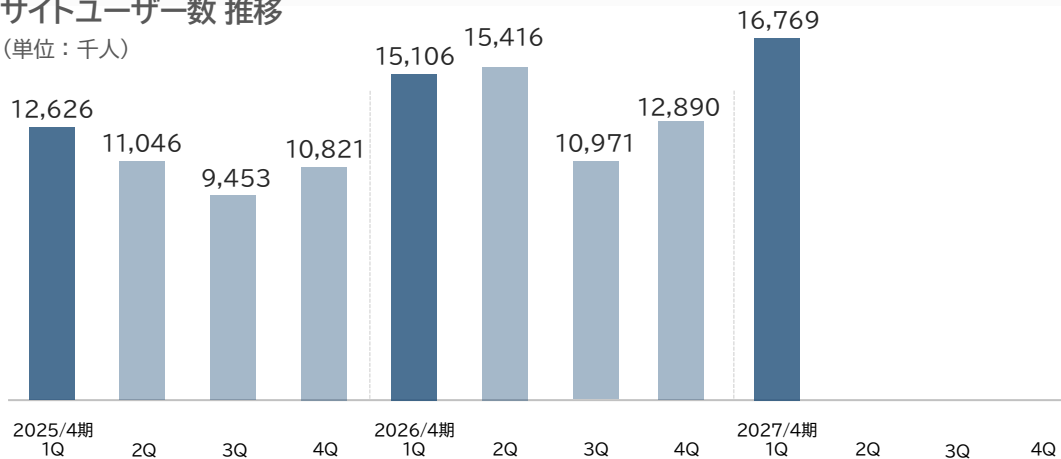
掲載数 推移

(単位：施設)



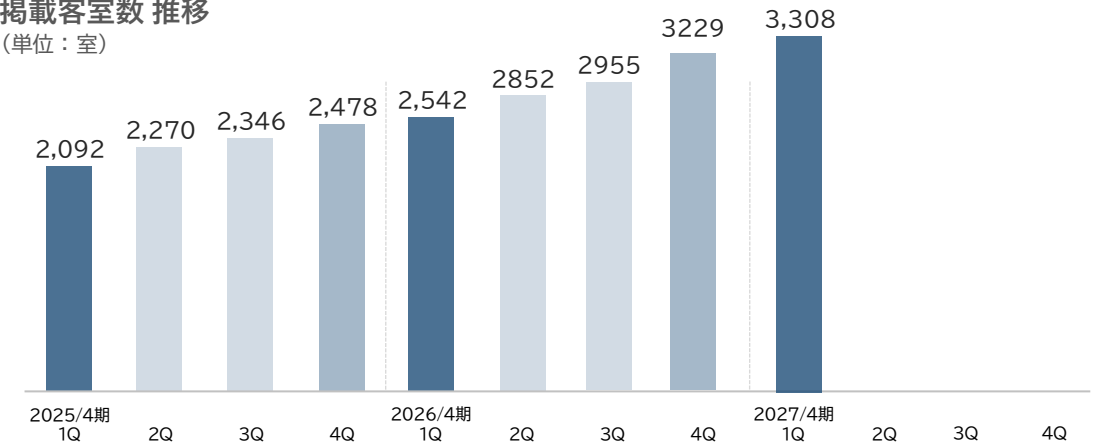
サイトユーザー数 推移

(単位：千人)



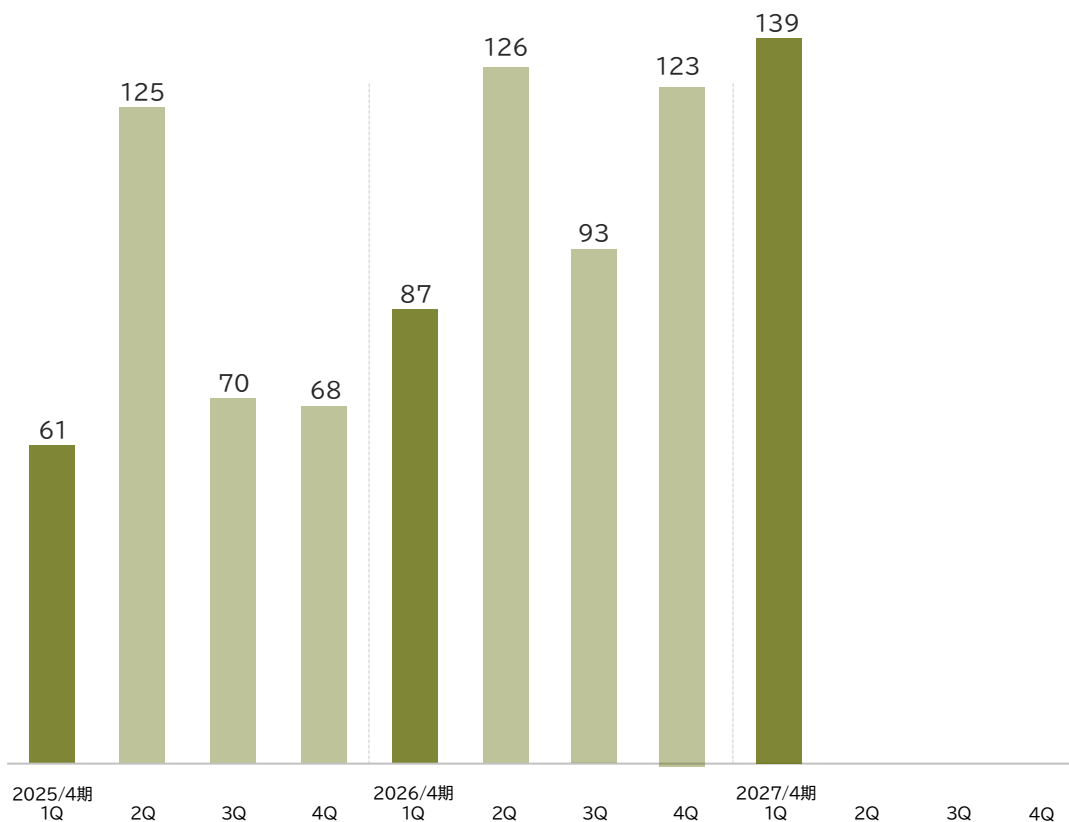
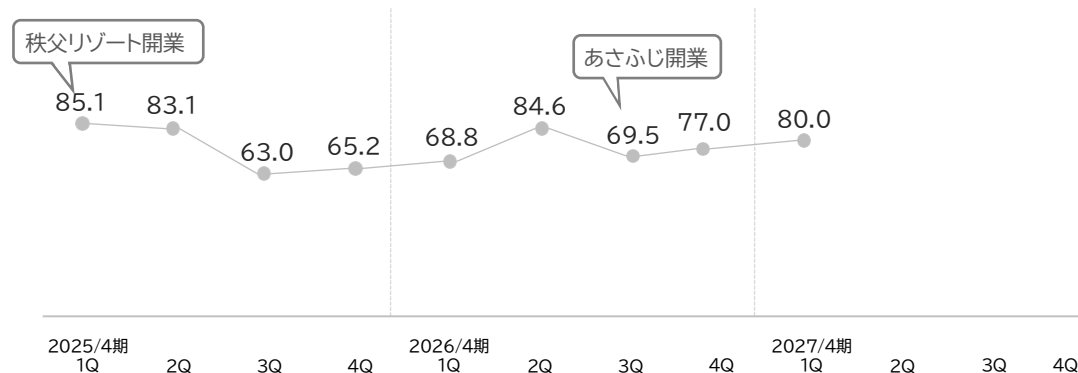
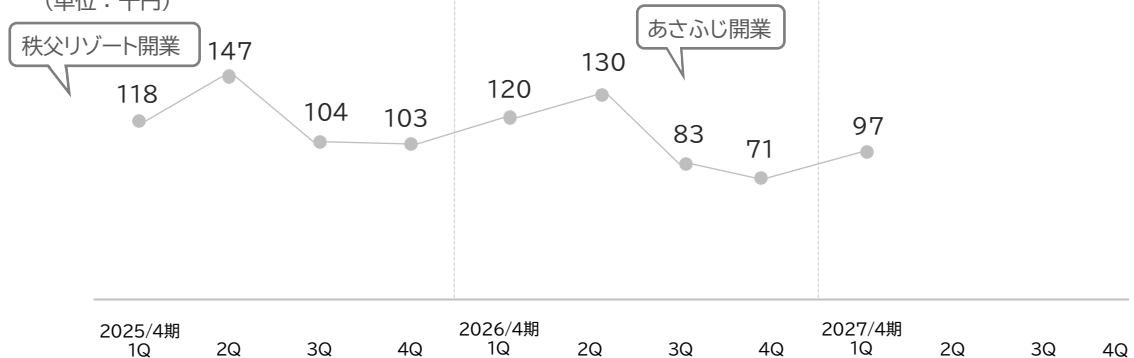
掲載客室数 推移

(単位：室)



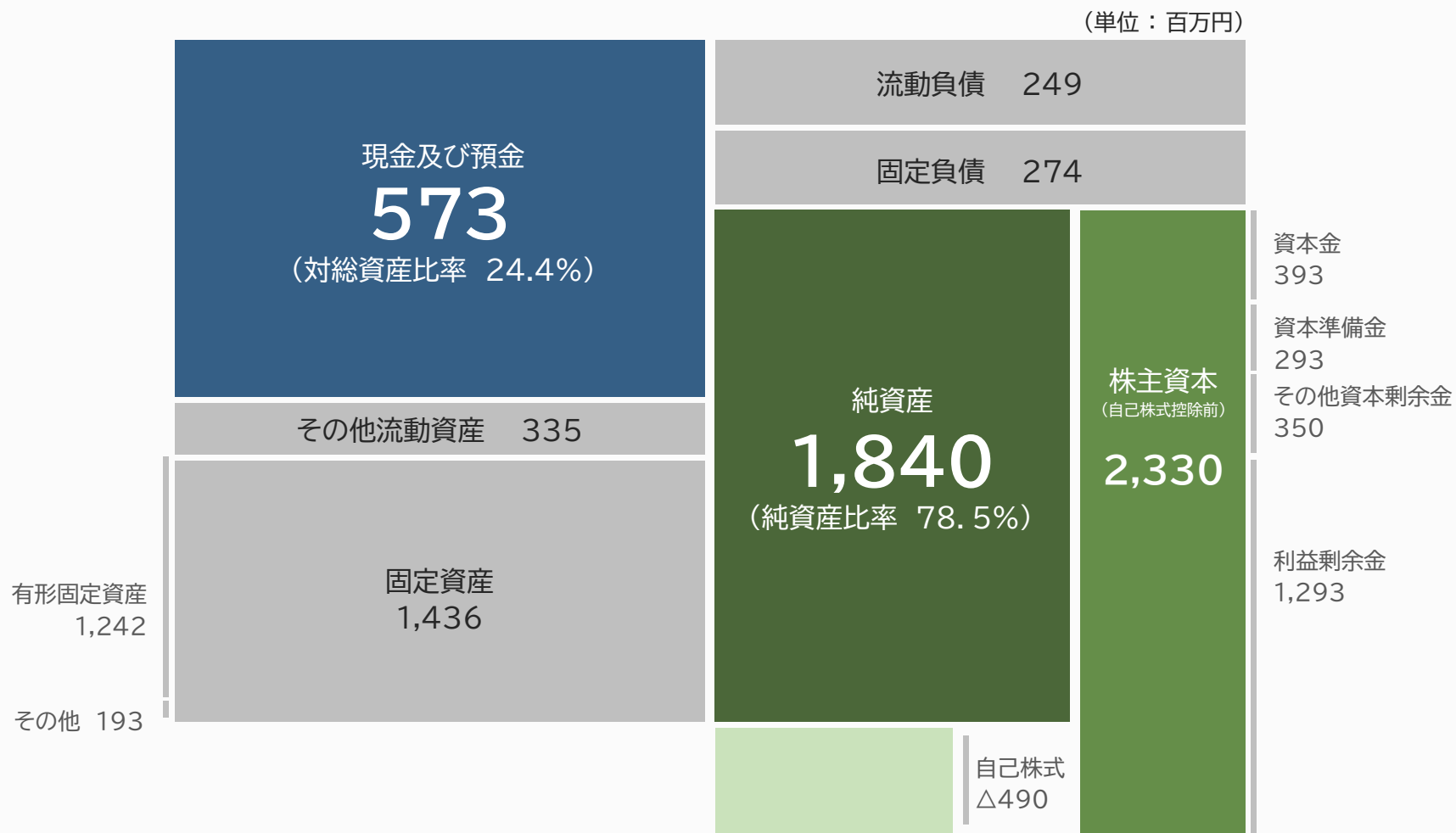
2027年4月期 第1四半期 決算概要：事業別の業績(直営宿泊事業)

ドッグヴィラ千葉南房総の稼働率が高く、施設平均で算定した場合の稼働率は下落傾向となるが、依然として60%を超える高水準を維持。
一方でADRは秩父リゾート開業により上昇しており、客単価の高いプラン構成や付加価値の高い宿泊体験の提供が全体の収益性向上に寄与。
2025年12月開業の「湖風の宿あさふじ」は、幅広い顧客層にアプローチ可能な施設特性から、他施設比でADRは低水準に推移し、全体の平均値を平準化する傾向。
ただし、想定を上回るペースでの高稼働継続により、グループ全体の利益総額(絶対額)の着実な積み上げに大きく寄与する見込み。

売上高 推移
(単位：百万円)稼働率 推移 ※
(単位：%)ADR(客室単価) 推移 ※
(単位：千円)

※ 秩父リゾートのうち、ヴィラ施設稼働率・ADRのみ反映

現金及び預金の対総資産比率、純資産比率を高い水準で維持。今後「施設再生・リセール事業」での投資資金として活用を予定。

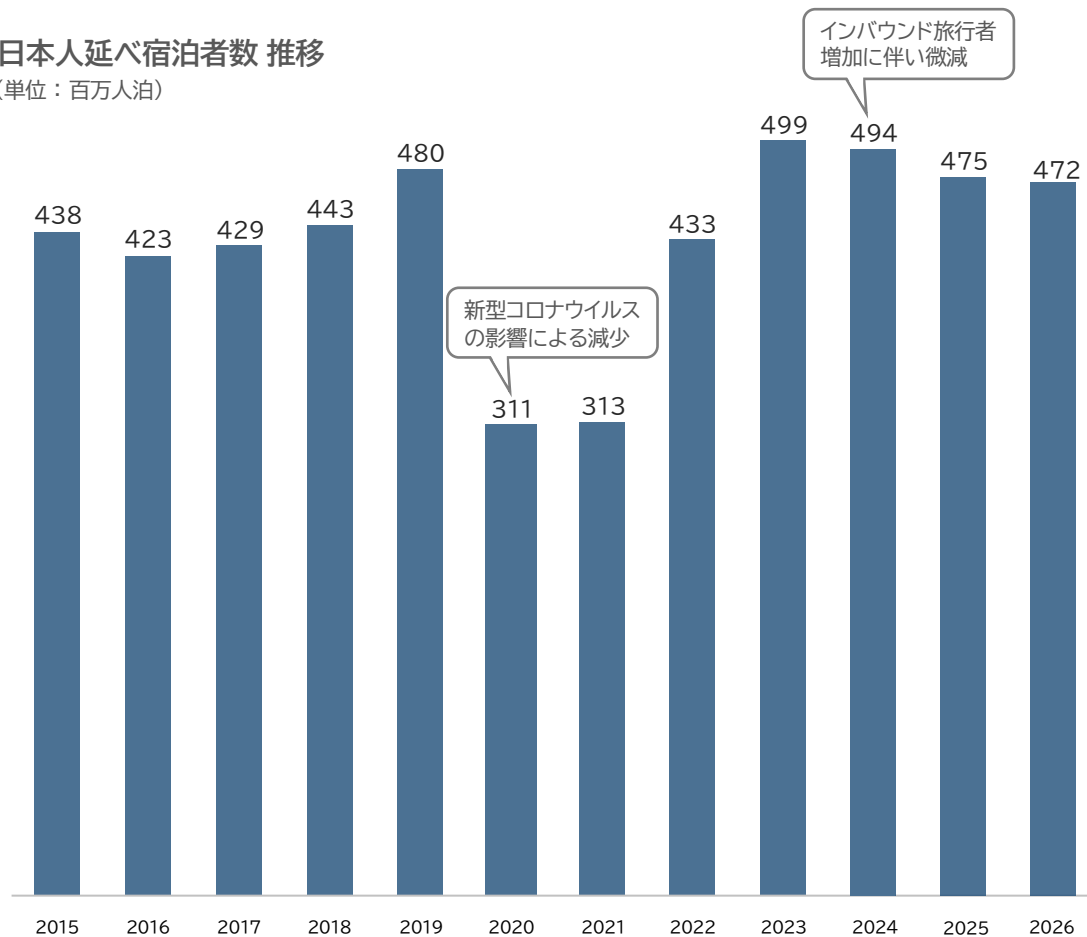


中長期的な展望

日本人宿泊の安定したリピート需要と、外国人宿泊の着実な底堅さから、現在の宿泊市場は質の高い安定期に入っている。
全体数に一時の爆発的な伸びは見られないものの、「量から質(消費単価・連泊)への転換」を伴いながら市場は極めて健全に推移。
この良好なマクロ環境を追い風に、施設の高付加価値化と安定した稼働を維持し、持続的な成長を図る。

日本人延べ宿泊者数 推移

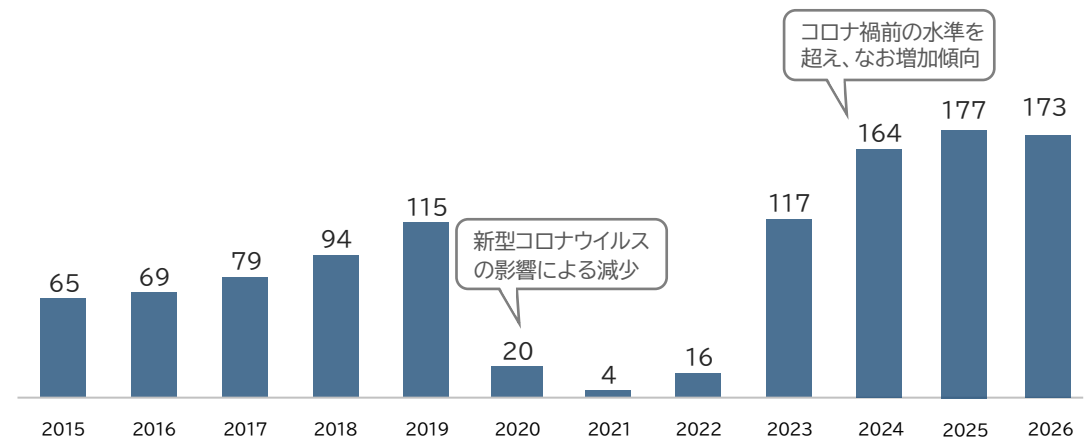
(単位：百万人泊)



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

外国人延べ宿泊者数 推移

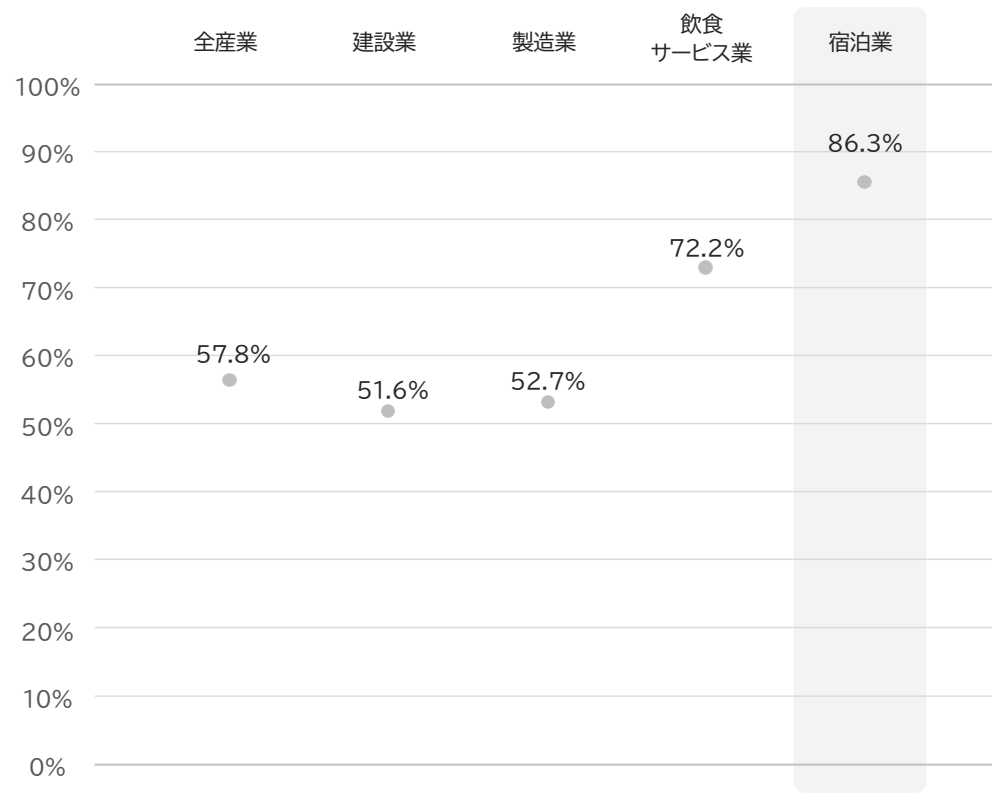
(単位：百万人泊)



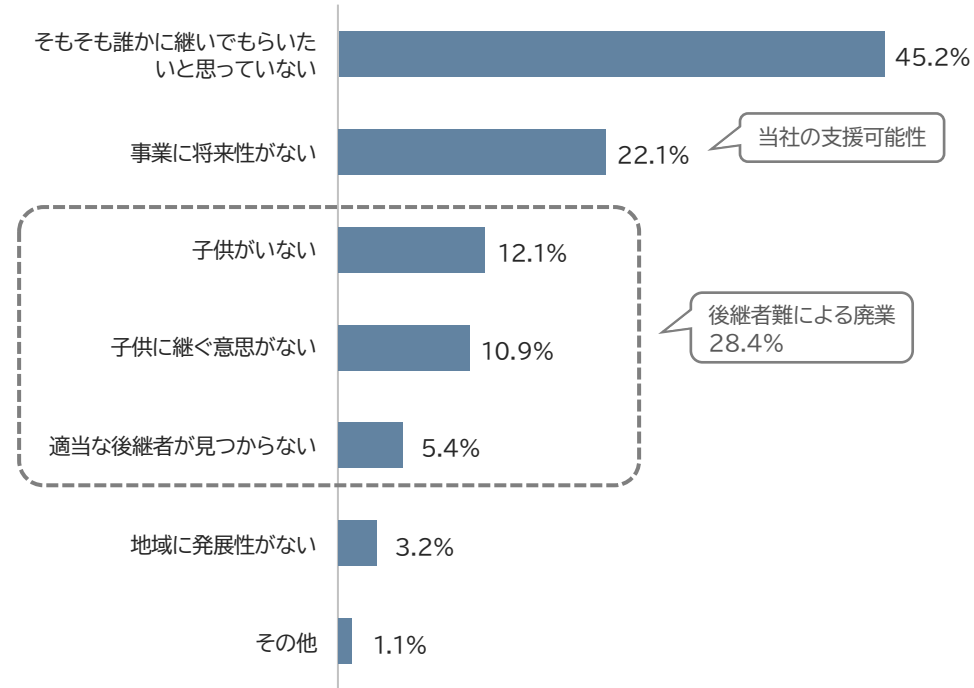
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

当社のメインターゲットである資本金1,000万円以下の宿泊事業者は、他業種と比較しても借入依存度が高い傾向にある。また、後継者難により廃業を選択する宿泊施設は廃業施設全体の28.4%存在し、再生・リセール事業の拡大余地の大きさを表している。

資本金1,000万円未満の事業者の借入依存度[※]の比較
(2022年-2024年度の平均)



廃業予定企業の廃業理由
(n=2,491)

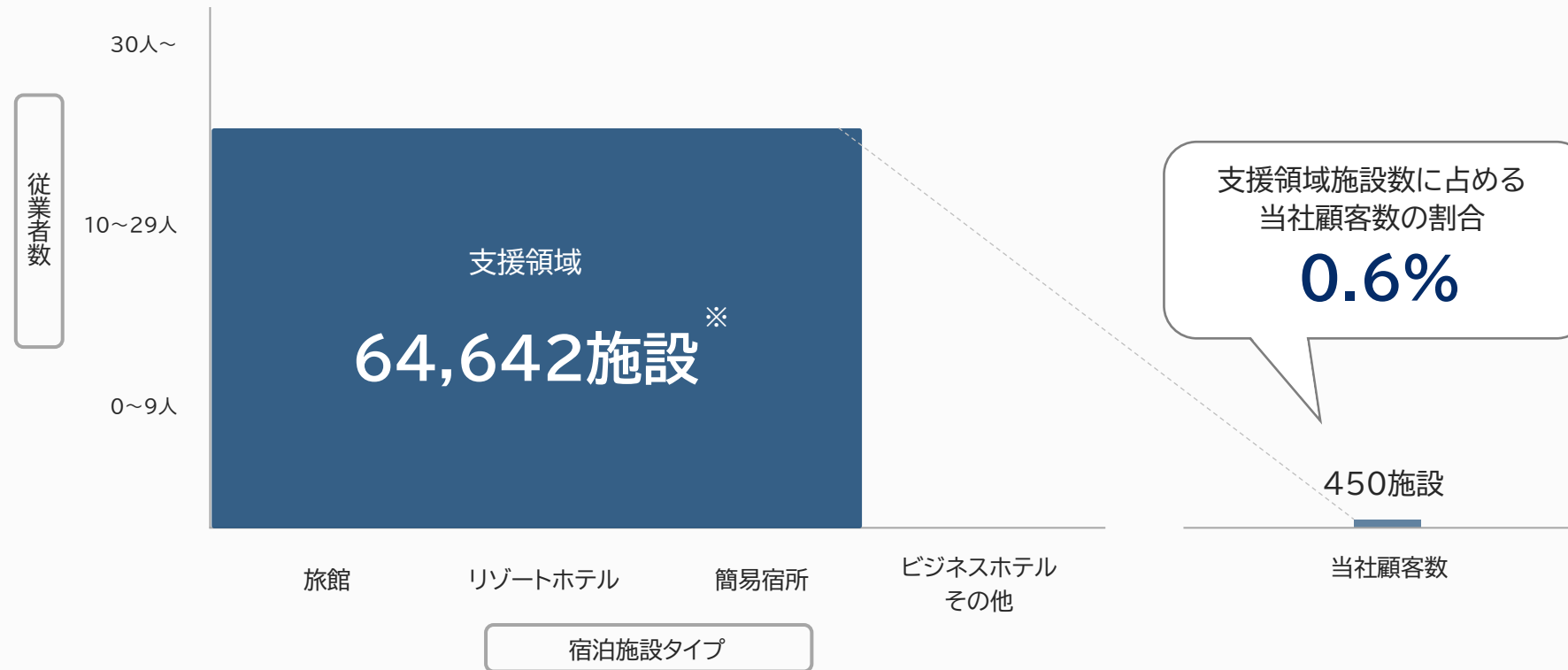


出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」

※ 借入金依存度 = (金融機関借入 + その他の借入金 + 社債) ÷ 総資産

出典：日本政策金融公庫総合研究所「中小企業の事業承継に関するインターネット調査(2023年調査)」

当社の主なターゲットは、滞在そのものが目的となる比較的小規模な宿泊施設。
現時点における顧客数は市場全体から見ればまだまだ限定的であり、今後も大きな拡大余地が残されている。





戦略 1

支援サービスの強化

戦略 2

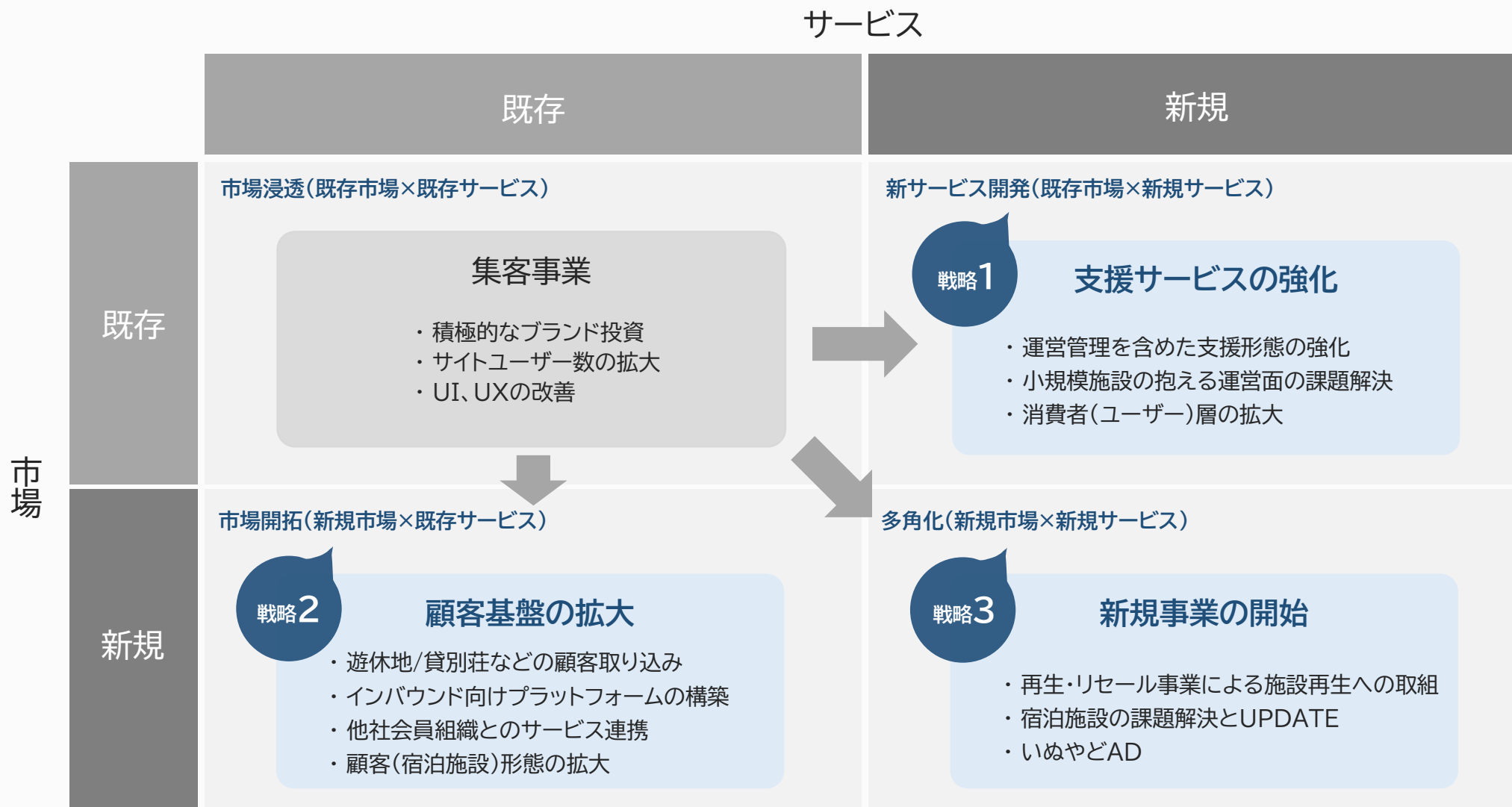
顧客基盤の拡大



戦略 3

新規事業の開始





直営施設で培った運営ノウハウを基盤に、人材不足や運営コスト上昇といった環境変化に対応しつつ、効率的な運営体制を提供することで、運営受託の獲得と手数料収入の拡大を進める。

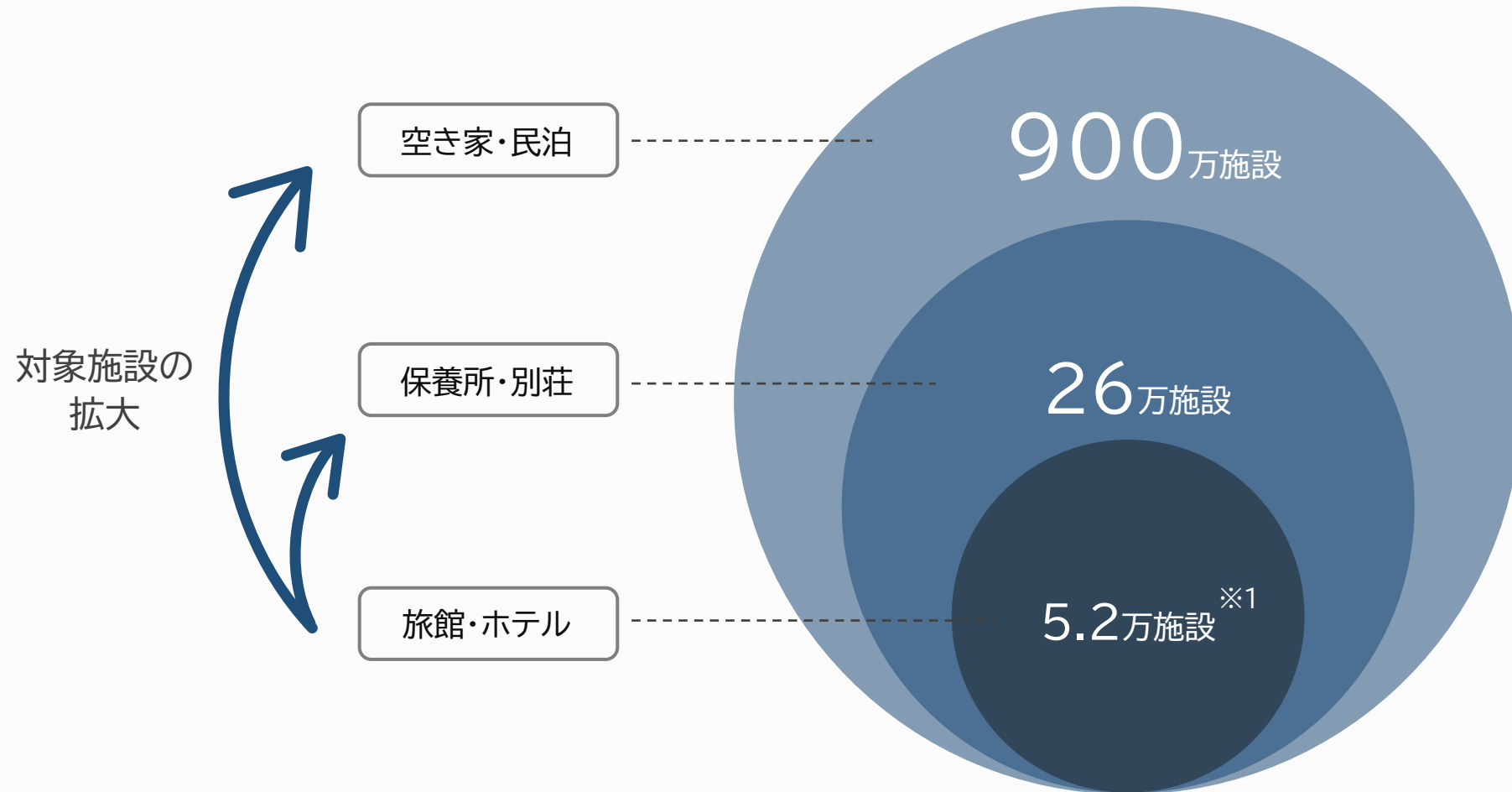
	運営支援 (集客支援事業)	運営管理
Webサイト構築	○	○
各種システムの導入	○	○
運営オペレーション構築	○	○
接客トレーニング	○	○
口コミ改善	○	○
予約管理、部屋割り	-	○
食材等の手配	-	○
予約メール、問い合わせ対応	-	○
人員手配、勤怠管理	-	○
アメニティ管理	-	○

当社が運営オペレーションの一部を代行することで、施設運営者の業務負担を軽減。

運営管理手数料を通常手数料に加算することで、収益性が向上。

中長期的な展望：②顧客基盤の拡大(遊休地/貸別荘などの顧客取り込み)

現在は、稼働中の宿泊施設および新規開業施設を対象としてサービスを提供しているが、全国には未利用の空き家・別荘・保養所が数多く存在する。これらの遊休資産を宿泊施設として有効活用する機会を創出し、当社サービスの提供領域を広げることで、さらなる顧客基盤の拡大を図る。



インバウンドプラットフォーム

- 日本の大自然を望む、唯一無二の自由体験を世界へ発信、差別化された商品で8兆円を超える市場へ参入
- 香港・台湾・シンガポールを重点エリアとし、集中的にプロモーションを実施。インフルエンサーマーケティングによる取扱高増加を目指す
- 直営施設を活用した訪日旅行者の会員獲得に注力
- ゴールデンルート・各国際空港から1時間圏内を重点エリアと位置づけ予約獲得に注力
- 高単価な医療ツーリズム等、需要の取り込みを検討

年間取扱高

2025/4期

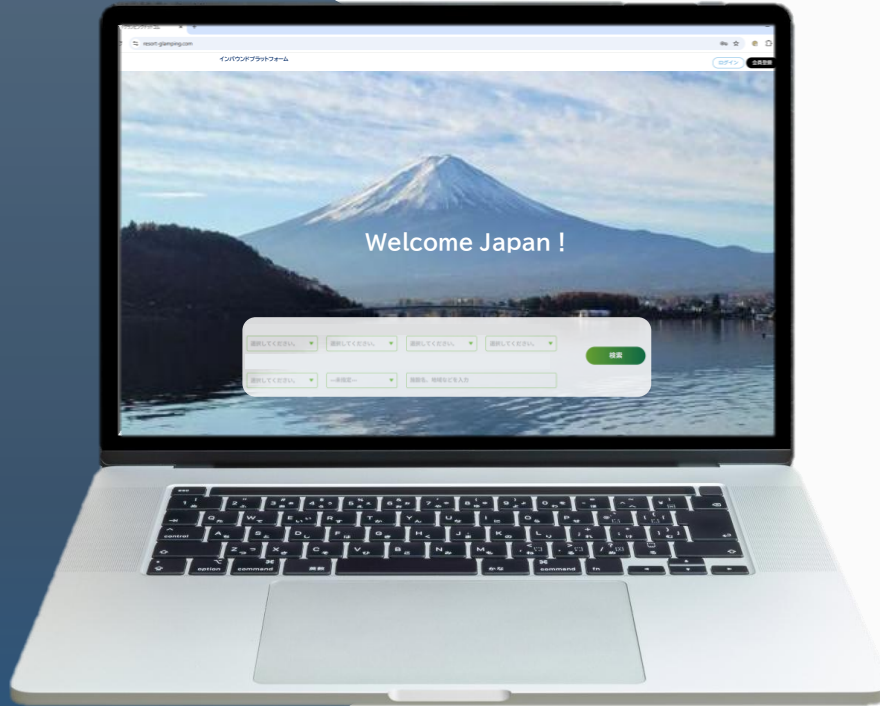
1.8億円



年間取扱高

2028/4期(目標)

20億円

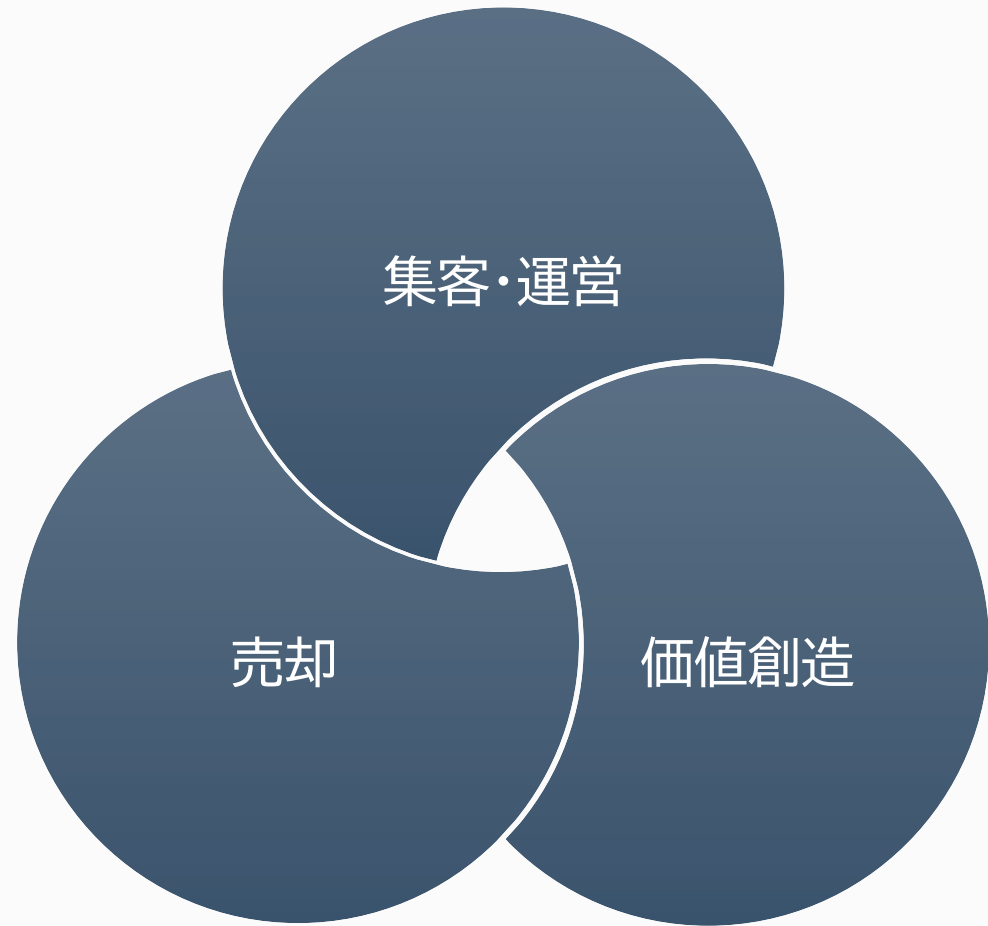


再生・リセール事業

日本の遊休資産へ革新を 新たな価値を創造し収益化へと導く

日本には、世界に誇る多様な観光資源が存在する一方、かつて地域観光を支えてきた小規模旅館・ホテルの中には、設備投資の遅れやエリア全体の衰退、後継者不在等を背景に、廃業や業績不振に直面する施設が増加している。

当社は保有するリソースを活用し、こうした価値ある宿泊施設に対し、支援・新規開業・再生を通じて持続的な成長へと導く。



集客・運営ノウハウを活用した宿泊施設専門のM&A、不動産売買の支援サービス

売り手施設

事業承継
M&A
不動産売買
債権過多
遊休地活用
保養所活用
行政関連

バリューアップ

業態転換
リブランド
客室、単価見直し
ターゲットの見直し
コンテンツの付与
食事の改善

運営体制再構築

組織体制の構築
取引業者の選定
オペレーション構築
予約システム再編
予算の進捗管理
人員配置見直し

集客/予約獲得

予約特化型
Webサイト構築
Web広告の運用
メディア対応
プレスリリース
プライシング施策

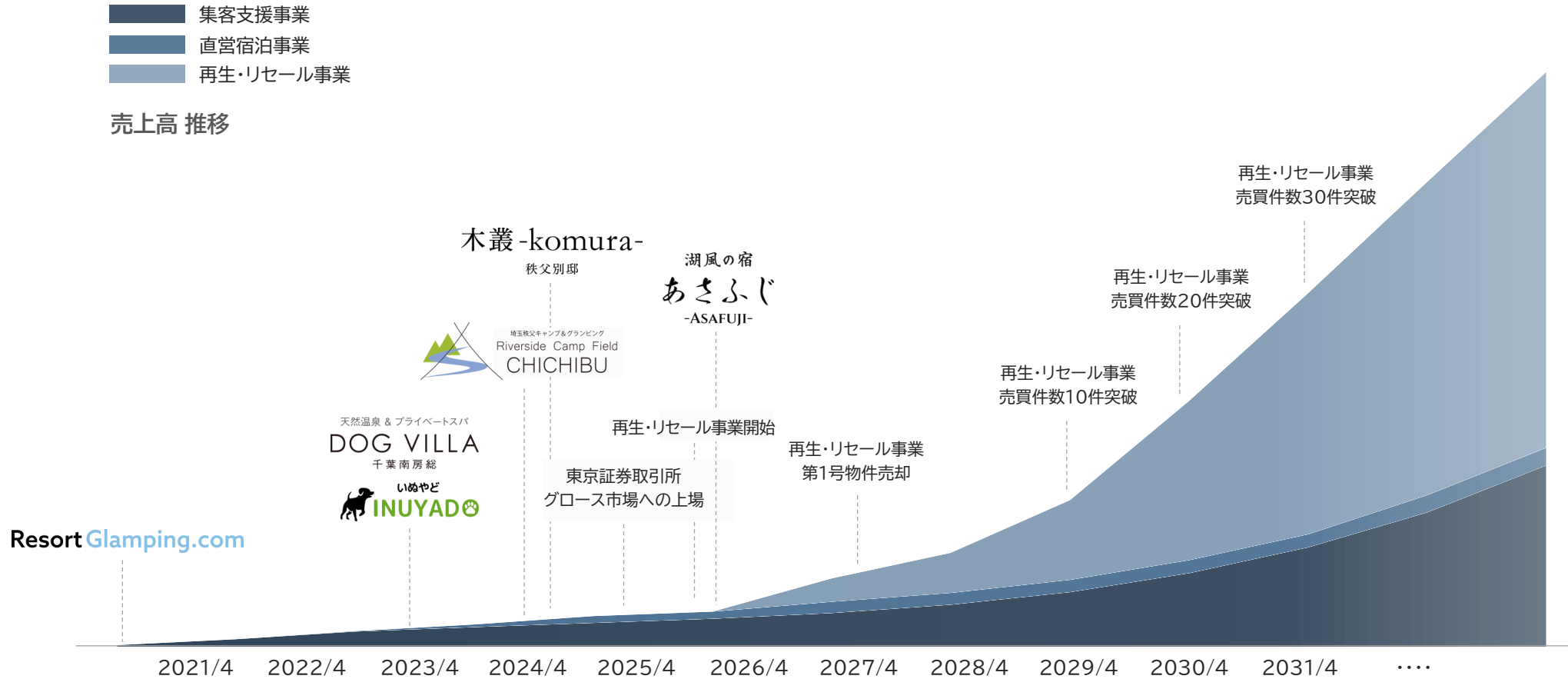
出口戦略

継続運営
M&A
不動産売却
不動産賃貸

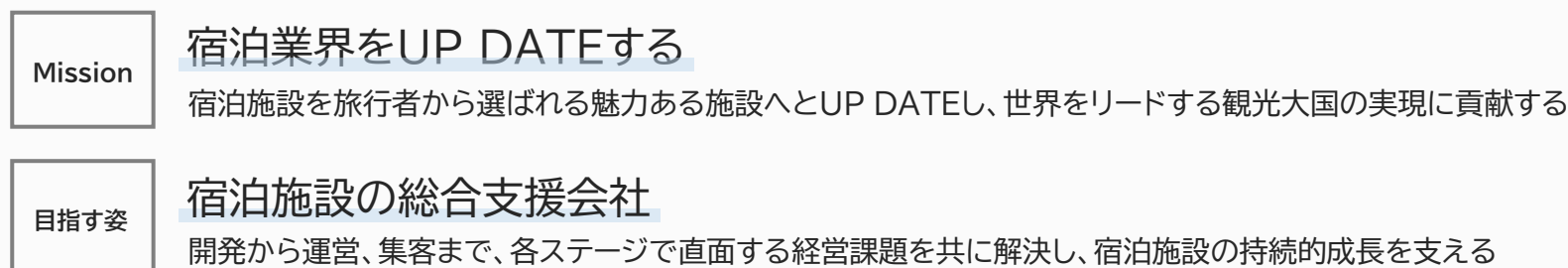
施設の課題解決に取り組み、
施設および事業価値を向上

中長期的な展望：新規事業の開始(再生・リセール事業による施設再生への取組)

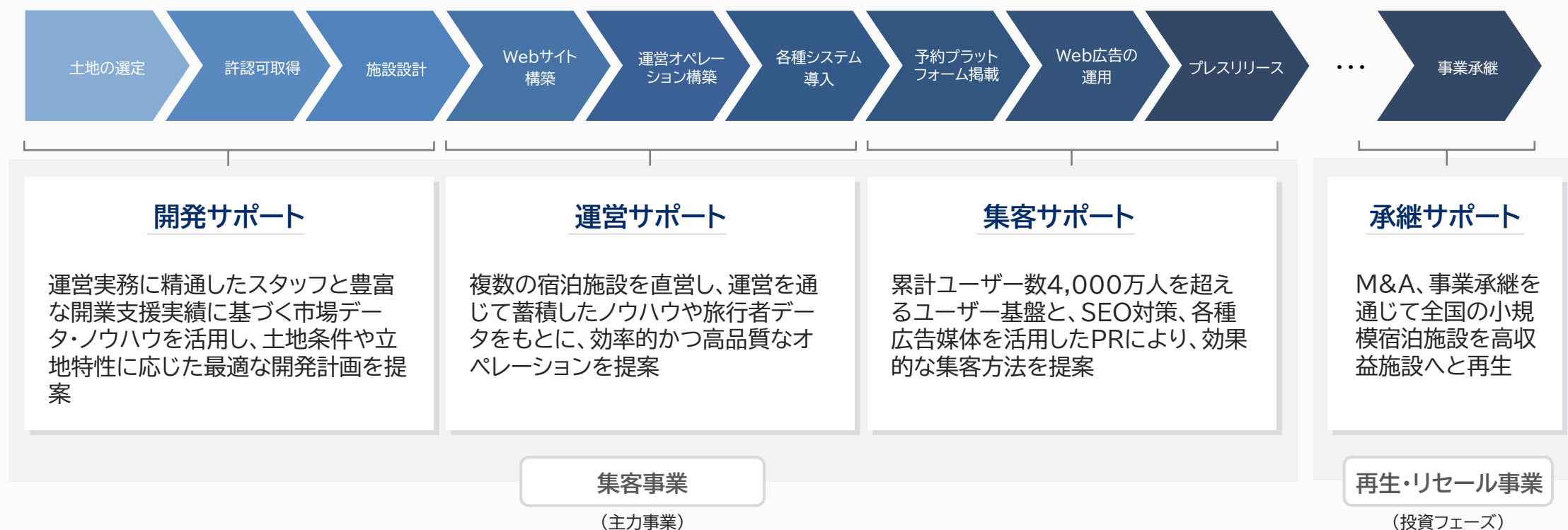
中長期的な収益拡大イメージ。現在の主力事業である集客支援事業の堅調な成長に加え、2031年4月期には再生・リセール事業において売却件数30件の達成を見込み、事業規模の飛躍的拡大を図る。



Appendix



施設運営者の対応業務

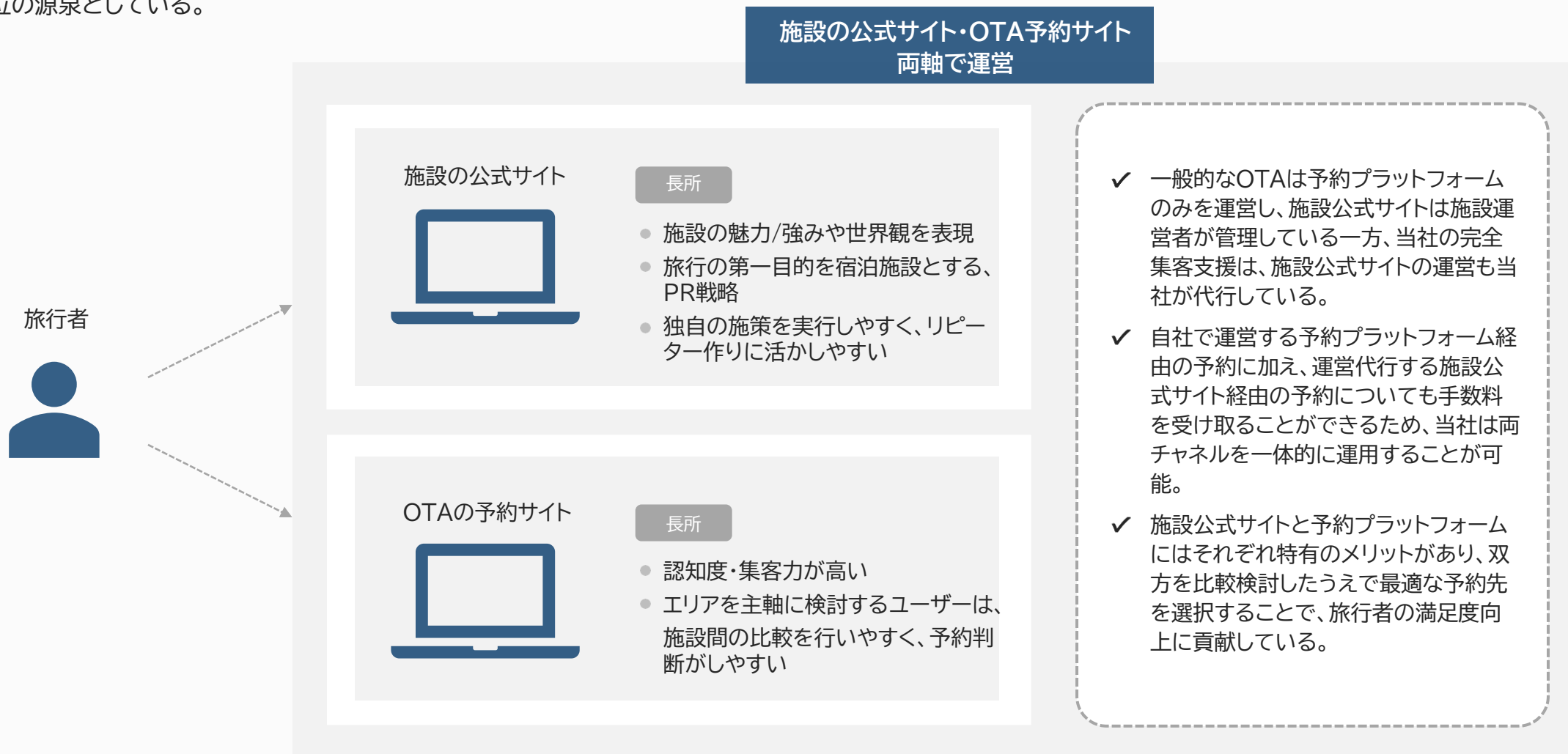


集客支援事業で蓄積した施設運営データと、サービス創造の場と位置付ける直営宿泊施設で得られる一次情報を統合的に活用することで、旅行者のニーズを捉えた情報提供と、顧客施設に対する実践的なコンサルティングを実現。



Appendix: 事業概要 - 集客支援事業

一般的なOTA(Online Travel Agent)と当社ビジネスモデルの大きな相違点は、施設固有の予約サイト運営まで担うか否かにある。当社は予約プラットフォーム及び施設固有の予約サイトを両軸で運営し、Webプロモーションを推進する運営体制を構築することで差別化。競争優位の源泉としている。



施設単体の売上を獲得する他に、集客支援事業のノウハウを蓄積する創造の場として、3拠点4施設の直営施設を運営。
得られた知見を集客支援事業の提案内容に反映させることで、顧客施設の運営者に対してより実効性の高い支援を提供している。

天然温泉 & プライベートスパ
DOG VILLA
千葉南房総

場 所：千葉県南房総市高崎885-1
客室数：4部屋
形 態：ペットツーリズムを中心としたモデル施設

【今期の取組】

愛犬と一緒にプールを楽しめるプランや、三井アウトレットパーククーポン付のプランを販売。



湖風の宿
あさふじ
-ASAFUJI-

場 所：山梨県南都留郡富士河口湖町浅川358
客室数：13部屋
形 態：訪日旅行者を中心としたモデル施設

【今期の取組】

・訪日旅行者向け予約獲得プラットフォームの組成
・企業ブランド価値の向上

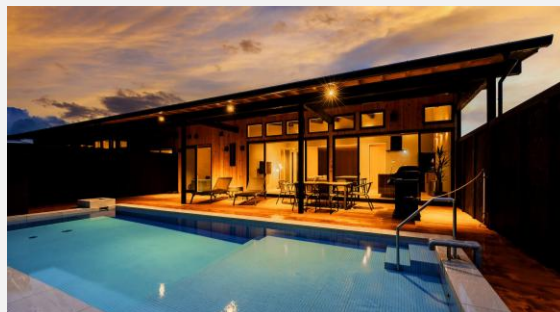


木叢 -komura-
秩父別邸

場 所：埼玉県秩父市下影森2201-1
客室数：8部屋
形 態：リゾートヴィラを中心としたモデル施設

【今期の取組】

プール水面に鮮やかな紋様デザインイルミネーションを投影することで宿泊者の特別なひとときを演出するプランを販売。



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

場 所：埼玉県秩父市下影森2222-4
客室数：グランデ 4、アップー 12、スタンダード29
形 態：アウトドアを中心としたモデル施設

【今期の取組】

稼働が集中する土日祝の利用者の顧客満足度を高めるイベント開催、平日の利用を促進するリピータ施策及び連泊訴求を実施。



本資料に含まれる将来の計画や見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。

なお、本資料に含まれる業界等に関する記述については、公開情報等に基づいておりますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。