



2026年4月期 第3四半期 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3月

BR
Booking Resort

全社

第3四半期累計売上高 前年同期比+16.2%、営業利益 同+3.7%、経常利益+6.0%

- 集客支援事業及び直営宿泊事業ともに伸長、売上高は順調に拡大
- 売上高は四半期ベースで3.6億円(QoQ+22.2%)
- 売上高予算進捗率80.1%、営業利益予算進捗率82.2%となり、予算達成の蓋然性が高まる
- 今後もオーガニックな成長を維持しつつ、施設再生・リセール事業の本格展開による非連続的な成長を目指す

集客支援事業

売上高 前年同期比+15.3%、掲載施設数 同+20.8%、予約件数 同+17.5%

- 掲載施設前年同期比+20.8%、サイトユーザー前年同期比+16.1%の伸長により、総取扱高/売上高は順調に拡大
- いぬやど会員数も引き続き増加しており、2026年1月末時点で75,500人に到達
- 直営宿泊事業と連携した運営支援サービスを開始。顧客施設の売上最大化に向けて提供範囲を順次拡大中

直営宿泊事業

売上高 前年同期比+19.5%

- 「ドッグヴィラ千葉南房総」および「秩父リゾート」とともに高稼働を維持
- Web集客及び来館された旅行者の顧客満足に寄与するサービスの試験的運用を継続→集客支援施設へのノウハウ提供を加速
- 愛犬とプールを楽しむプランや、三井アウトレットパーククーポン付きプランなど、付加価値型コンテンツの開発を積極的に推進
- 12月開業の「湖風の宿 あさふじ」を加え、ホテル型宿泊施設のノウハウを構築し、さらなる売上増加を目指す

売上高

約 **13.3** 億円
(YoY +16.2%)

営業利益

約 **4.5** 億円
(YoY +3.7%)

経常利益

約 **4.6** 億円
(YoY +6.0%)

サイトユーザー数

約 **41** 百万人
(YoY +25.3%)

掲載施設数

430 施設
(YoY +20.8%)

予約獲得件数

43 千件
(YoY +17.5%)

2025年12月に富士河口湖エリアのプレミアム・アセット『湖風の宿 あさふじ』を譲受

訪日旅行者向け独自予約プラットフォームの構築と インバウンド集客ノウハウの確立による新フェーズへ

【戦略的アセットの獲得】

■ 圧倒的な立地優位性(景観価値)

- ・富士山と河口湖を同時に望む、国内外の 富裕層・高付加価値層を惹きつける 唯一無二のロケーション。
- ・全室レイクビュー設計により、客室単価(ADR)の高位安定を実現。



■ 富士 × 温泉、インフラの相乗効果

- ・温泉という強力なインフラと、季節ごとに 表情を変える富士の景観価値を掛け合わせることで、年間を通じて高い稼働率(OCC)と安定したストック収益を維持します。



■ 取得概要

- 譲受価格:300百万円(税抜き)
- 対象事業売上高:約160百万円
(直前事業年度参考)



【新展開へのロードマップ】

■ 訪日旅行者向け予約プラットフォームの組成

- 本施設での動向分析に基づき、インバウンド特化型の予約プラットフォームを構築。
- 自社で予約動線を造成し、訪日旅行者の会員化を推進。

■ 集客支援事業との強力なシナジー

- 直営施設で培った「勝てるノウハウ」を既存の顧客施設へ横展開し、サービスラインナップを拡充。
- DX戦略(予約システム・データ活用)の導入により、OCC(稼働率)とADR(客室単価)の最大化を実証。

■ グローバルブランドの確立

- 日本の象徴・富士山エリアでの運営実績を、国内外へのIR・企業ブランド戦略の核として活用。

エグゼクティブサマリー :再生・リセール事業 第1号物件を取得

新事業「施設再生・リセール事業」第1号案件を静岡県伊豆市で取得

独自の「愛犬特化リブランド」と「無人運営DX」で資産価値を最大化

【案件概要とバリューアップ戦略】

■ 第1号案件の概要

物件：静岡県伊豆市の温泉付宿泊施設(元 民宿・全7室)

取得価額：3,400万円

■ リブランドコンセプト

・「愛犬と泊まれる宿泊施設」へ転換

全室に客室温泉とプライベートドッグランを完備した、1日3室限定の「デスティネーション・ホテル」へと再生。

・人材不足へのソリューション

「無人オペレーション体制」を構築し、運営効率を高めた次世代型モデルを導入。

・スケジュール

2026年8月頃に運営開始、2027年3月以降の売却を予定。



【本事業が創出する「2つの収益」】

■ キャピタルゲイン(フロー収益)の最大化

・宿泊業界全体の課題である「老朽化」「後継者不足」に直面した優良資産を、当社の目利きにより厳選取得。

・「愛犬特化型」への大胆なリブランドと、無人オペレーションによる徹底したコスト最適化を施し、資産価値を劇的に向上させた上で売却を実行。

■ 継続的なマネジメント手数料(ストック収益)の確保

・物件売却後も、当社のコア事業である「集客支援」を継続受注する契約形態を標準化。

・資産を持たない(アセットライト)形態で、高利益率な手数料収入を長期にわたり積み上げる「ハイブリッド型収益モデル」を実現。

■ 戦略的フォーカス『量よりも「質」の徹底追求』

・第1号案件の早期実行により、事業スキームの有効性を証明。

・今後は、当社の成功ノウハウが最も発揮される「特定のターゲット(愛犬家等)」かつ「運営効率化が可能な規模」の物件に特化し、一案件あたりの収益性を重視した開発を推進。

目次

2026年4月期 第3四半期 決算概要	P7
中長期的な展望	P18
Appendix	P30

2026年4月期 第3四半期 決算概要

掲載客室数の増加に伴い予約件数が伸長し、売上高はYoY+16.2%。

広告宣伝の強化による認知度拡大に加え、直営拠点の拡充やリセール事業1号物件の取得など、今後の利益成長に向けた先行投資を戦略的に実行。

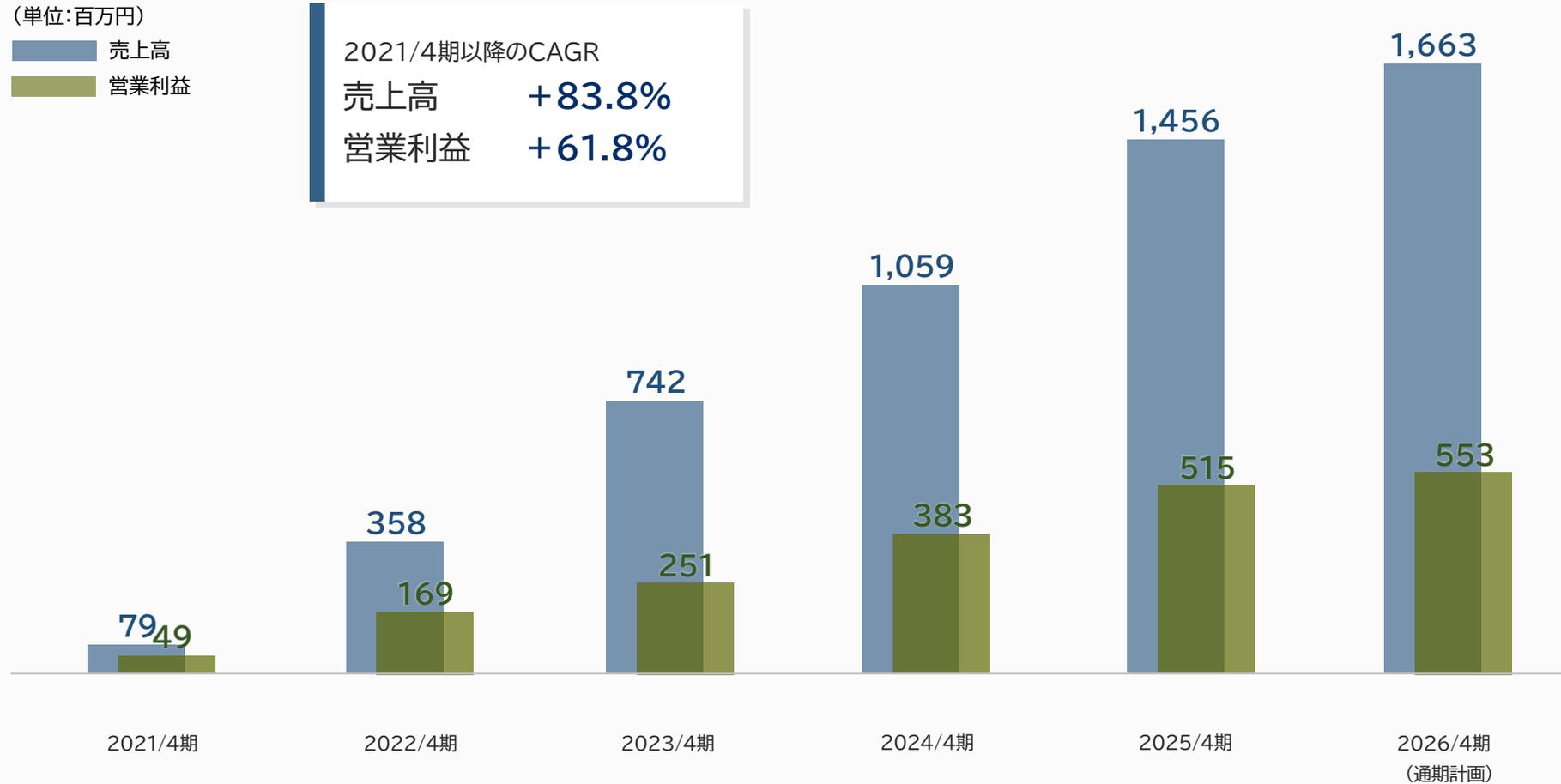
これらの先行費用を計上した結果、販管費がYoY+56百万円、営業利益率は前年同期比4.1ポイント減となりましたが、事業基盤の着実な強化が進む。

(単位：百万円)

	2025/4期 3Q累計	2026/4期 3Q累計	増減額	増減率
売上高	1,145	1,331	+185	+16.2%
営業利益	438	455	+16	+3.7%
営業利益率	38.3%	34.2%	-	-
経常利益	433	460	+26	+6.0%
経常利益率	37.9%	34.6%	-	-
四半期純利益	324	328	+4	+1.2%
四半期純利益率	28.3%	24.6%	-	-

2026年4月期 第3四半期 決算概要：売上高・営業利益の推移

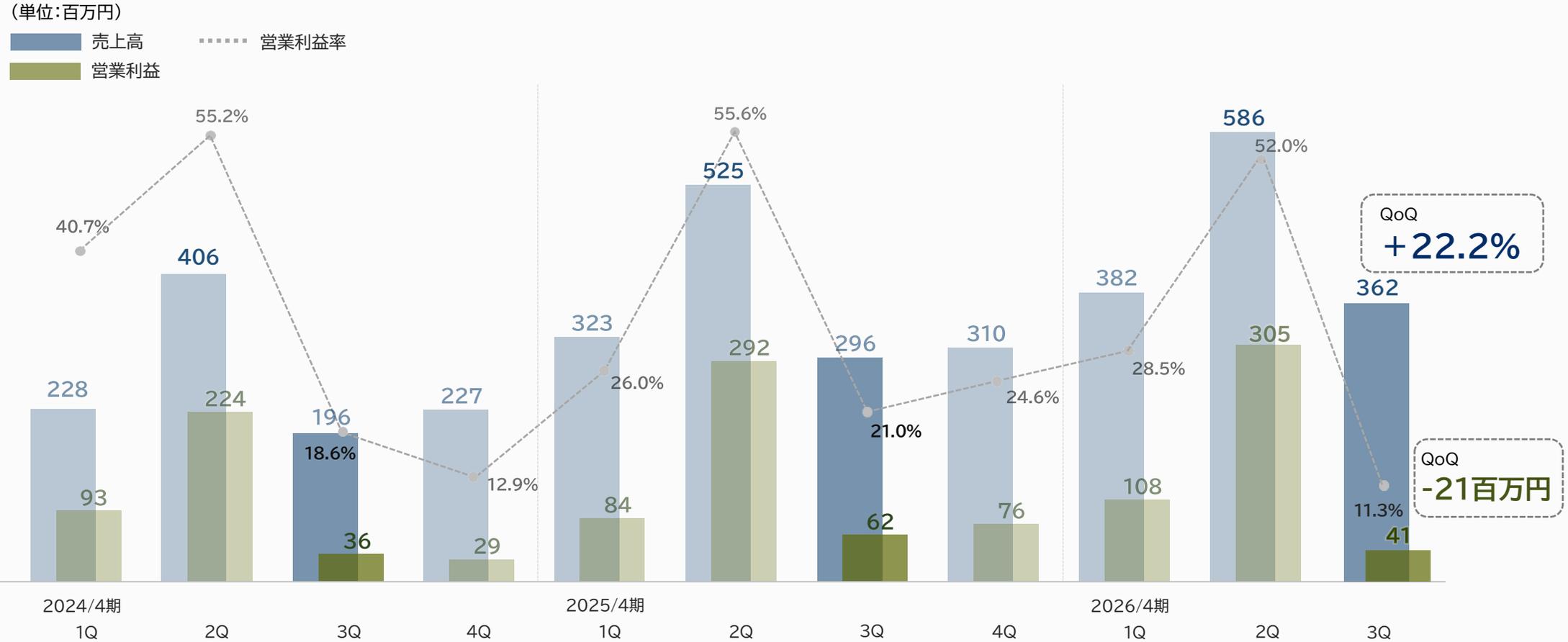
利益およびCFを伴う健全な成長を継続。2026/4期において計画達成を目指す。



2026年4月期 第3四半期 決算概要：売上高・営業利益の四半期推移

3Q単体での売上高はQoQ+22.2%、営業利益はQoQ-21百万円。

物件取得関連の販管費発生に伴い営業利益はQoQで減少したものの、売上高は3Q単体で過去最高を記録。

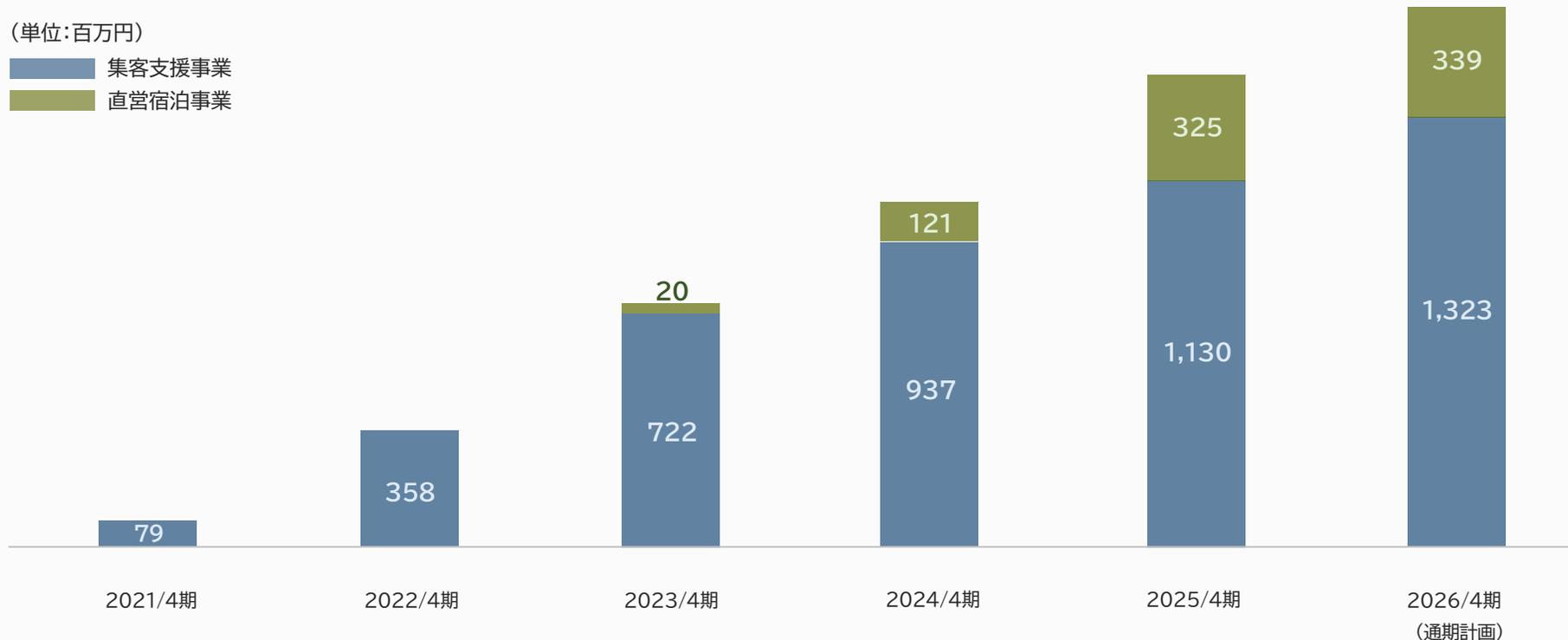


2025年6月に開示した業績予想に対して順調に推移。売上・利益ともに計画を上回る水準であり、通期計画達成の蓋然性が高まる。



2026年4月期 第3四半期 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+15.3%、直営宿泊事業の売上高はYoY+19.5%と、いずれも上昇基調。
2025年12月の新施設「湖風の宿 あさふじ」開業により、直営宿泊事業売上高が拡大する見込み。



2019年6月
リゾートグランピングドットコム 開設

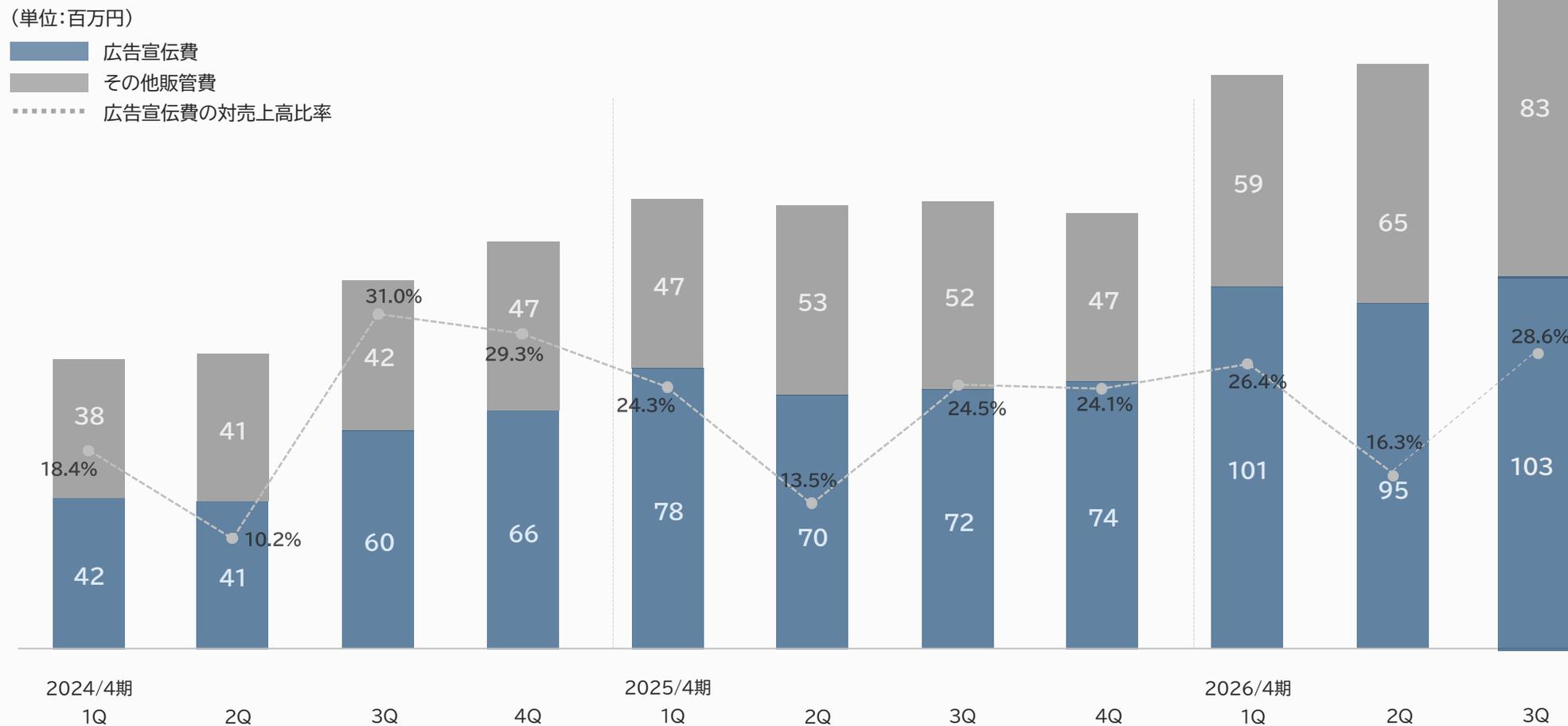
2023年2月
いぬやど 開設
ドッグヴィラ千葉南房総 開業

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

2026年4月期 第3四半期 決算概要：広告宣伝費と広告宣伝費率

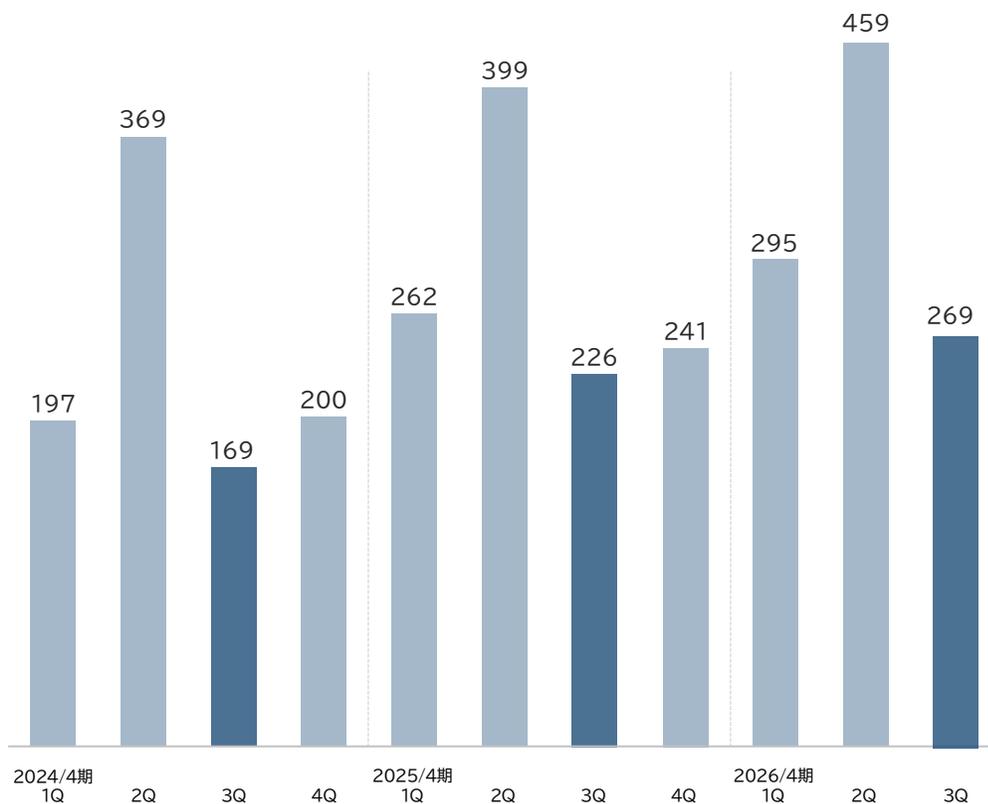
掲載施設の売上獲得/新規顧客開拓のため、広告宣伝費を強化。今後も成長に向けた広告投資を継続し、より効果的な広告手法の検討も継続。



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+19.0%となった。

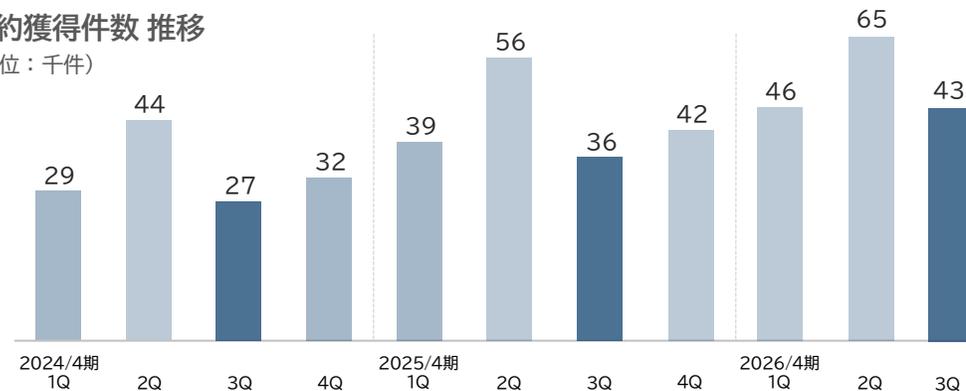
売上高 推移

(単位：百万円)



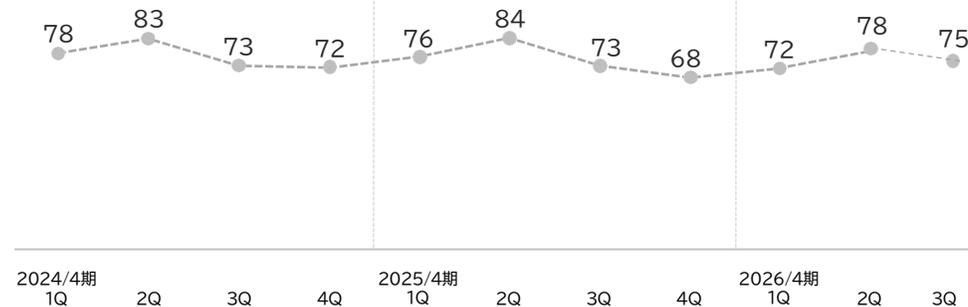
予約獲得件数 推移

(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



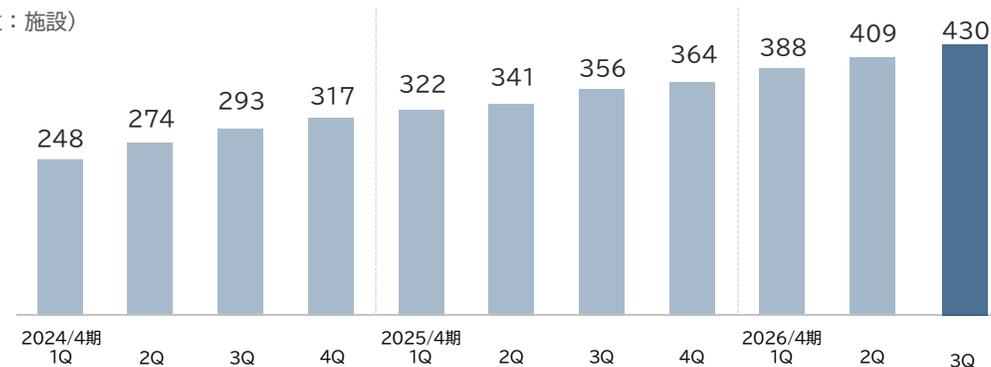
リゾートヴィラ、グランピングに特化した予約プラットフォーム



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

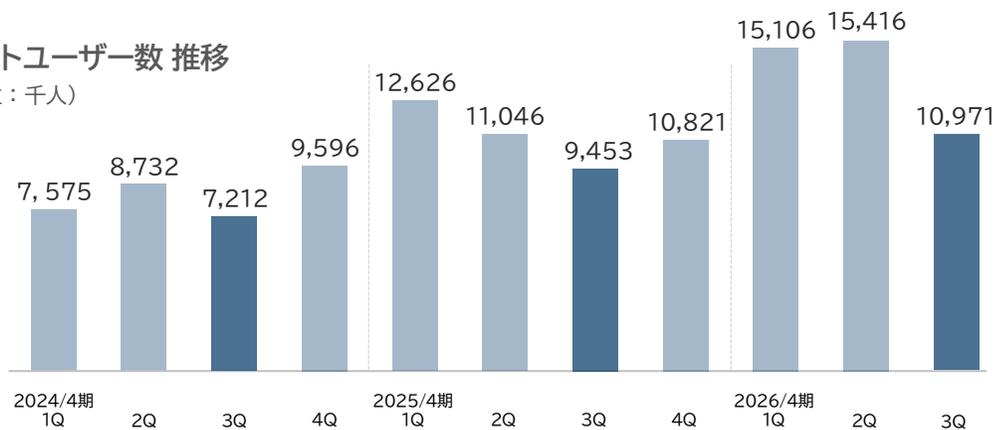
掲載数 推移

(単位：施設)



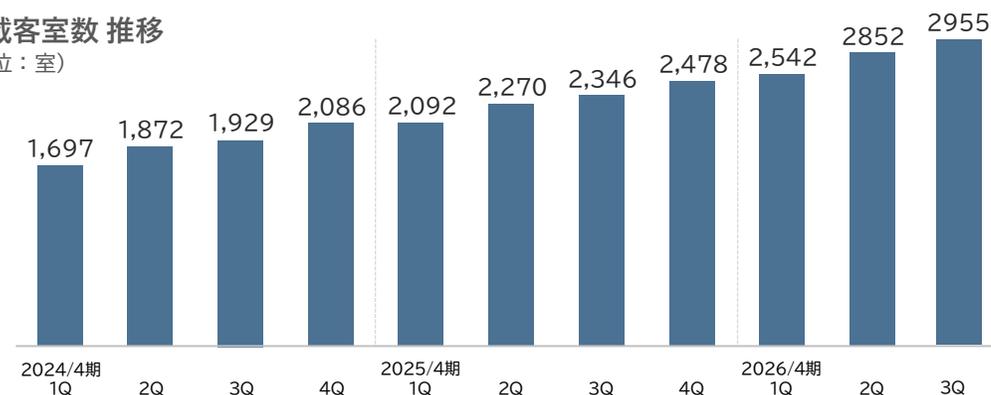
サイトユーザー数 推移

(単位：千人)



掲載客室数 推移

(単位：室)

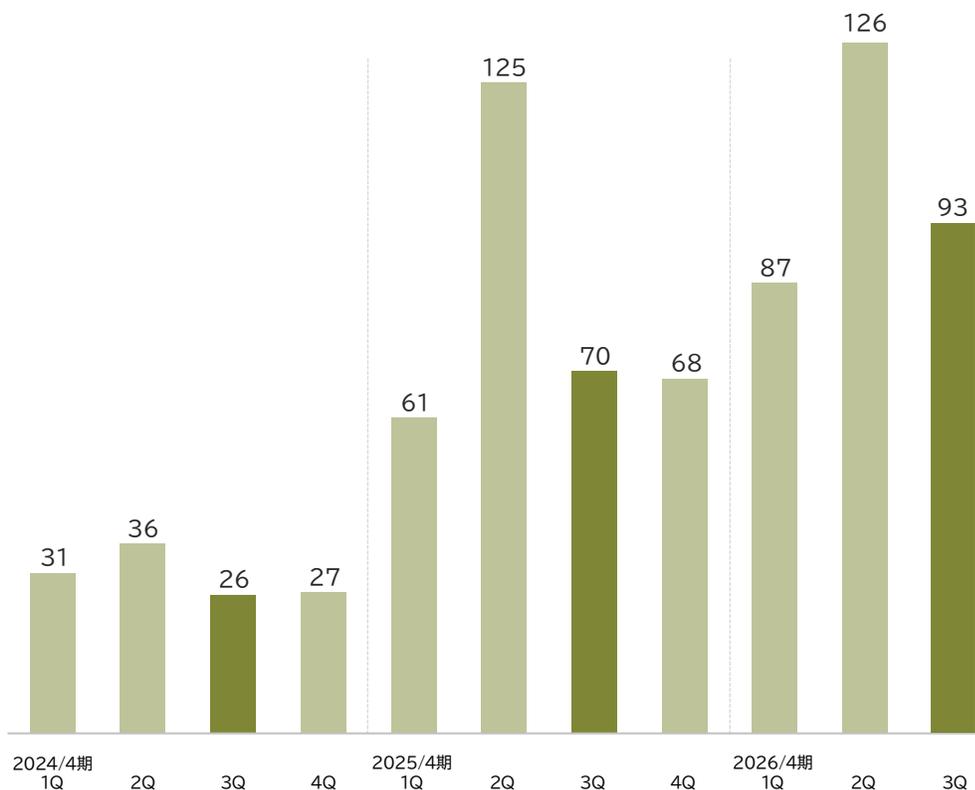


2026年4月期 第3四半期 決算概要：事業別の業績(直営宿泊事業)

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「あさふじ」については、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。

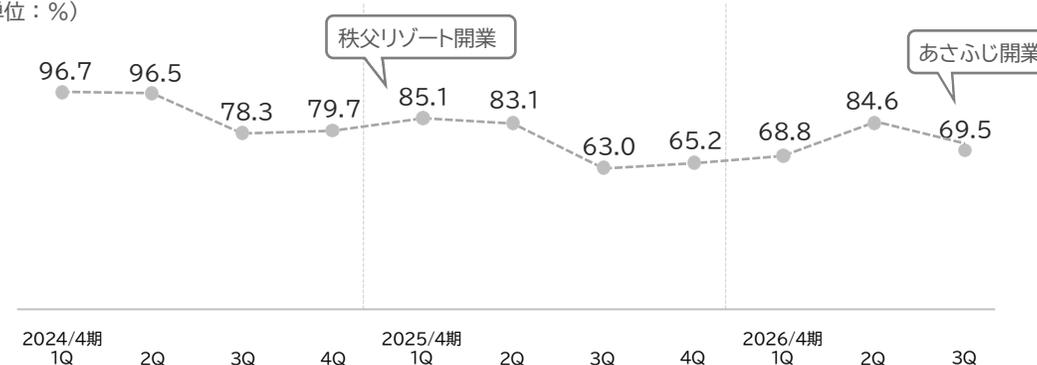
売上高 推移

(単位：百万円)



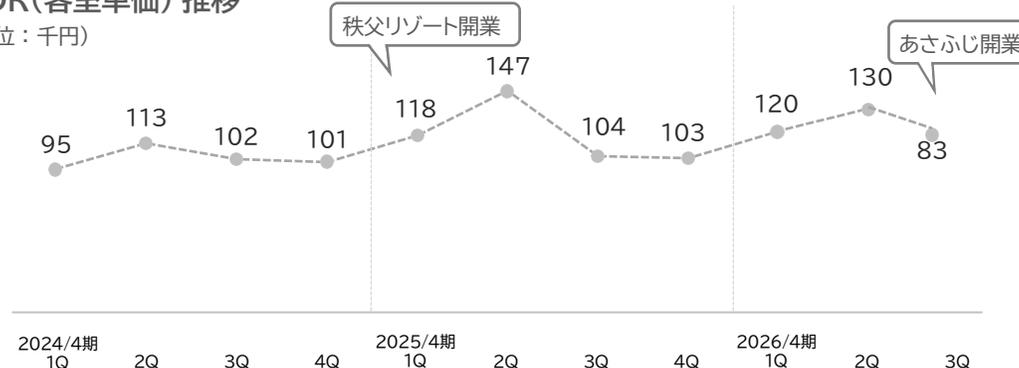
稼働率 推移 ※

(単位：%)



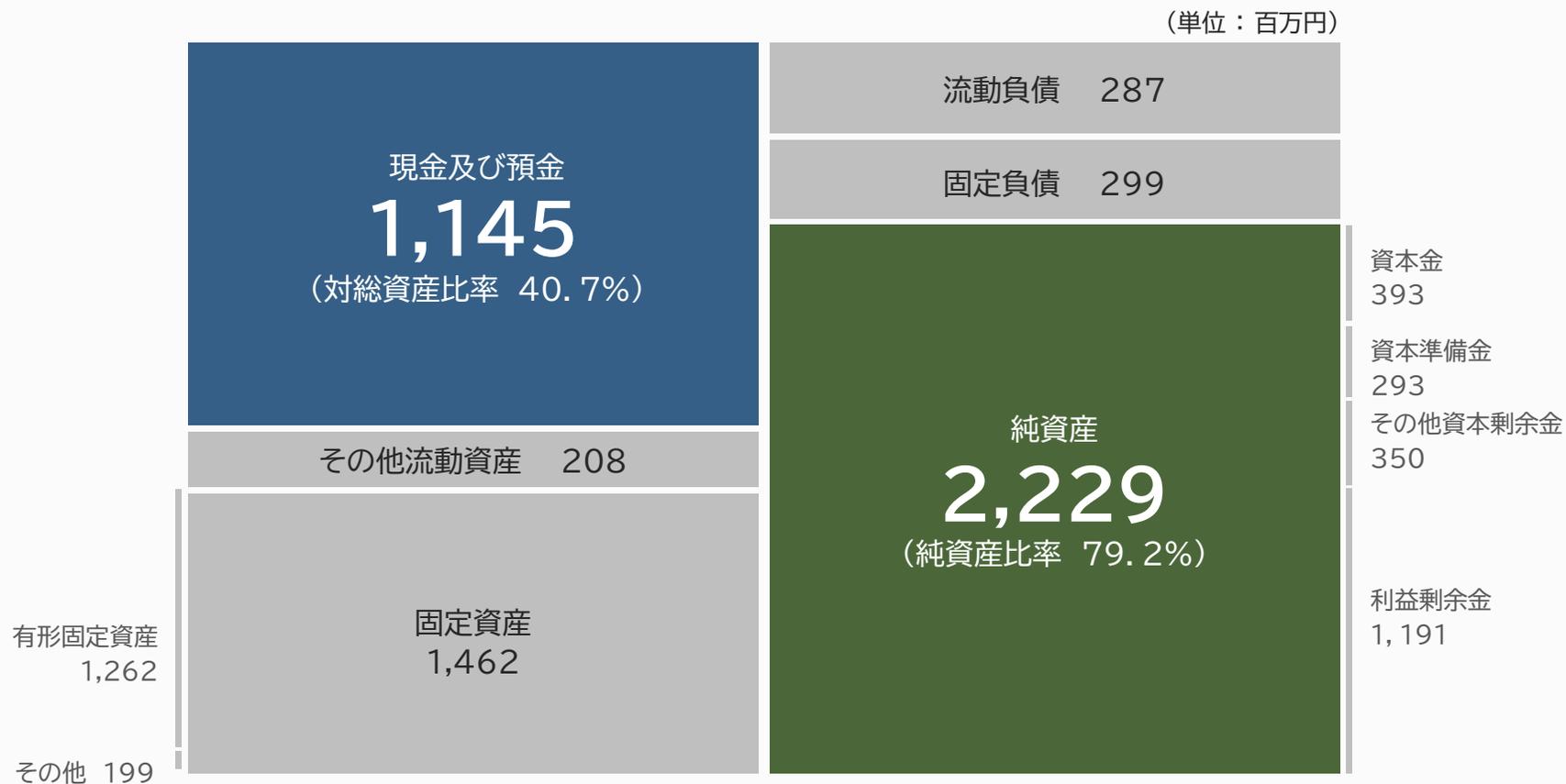
ADR(客室単価) 推移 ※

(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

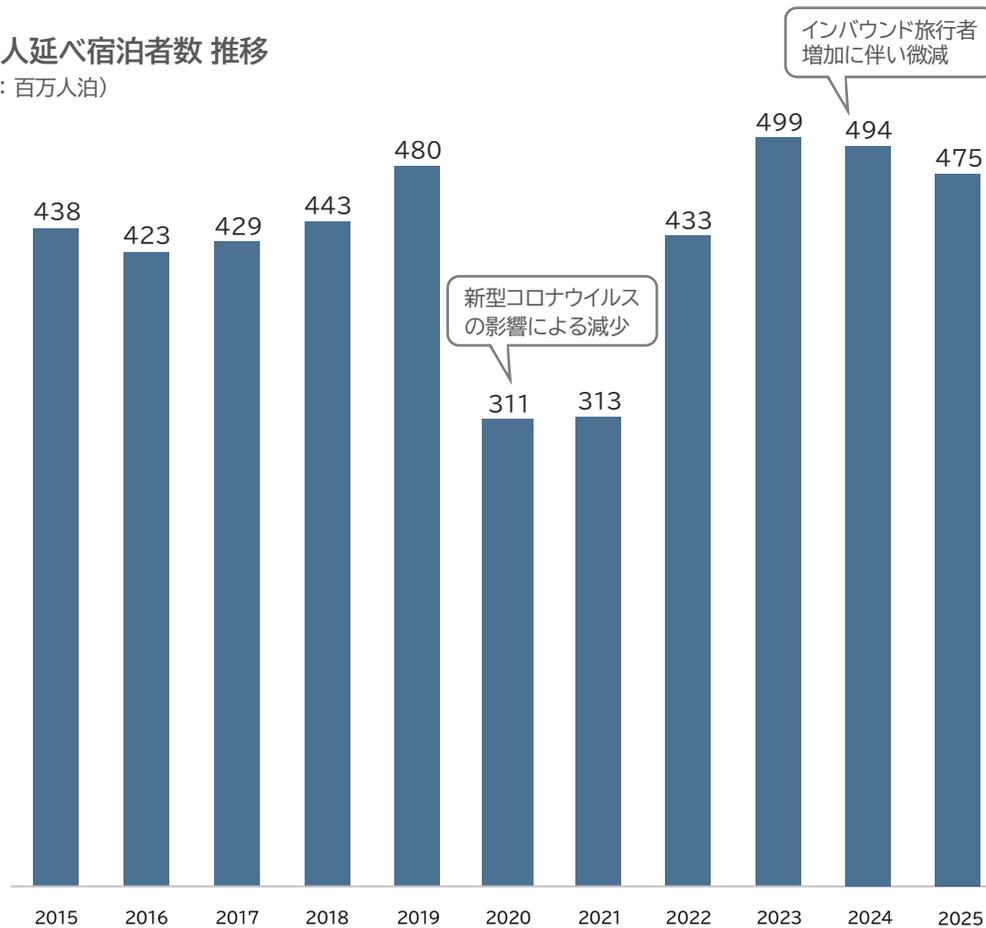
BR
Booking Resort

中長期的な展望：市場環境

日本人宿泊者数はわずかに減少したものの、依然としてコロナ禍前を上回る水準を維持。
一方、外国人宿泊者数はコロナ禍前の水準を大きく超え、引き続き増加傾向にある。
これにより、全体的な宿泊者数は堅調に推移しており、今後も持続的な成長が見込まれる。

日本人延べ宿泊者数 推移

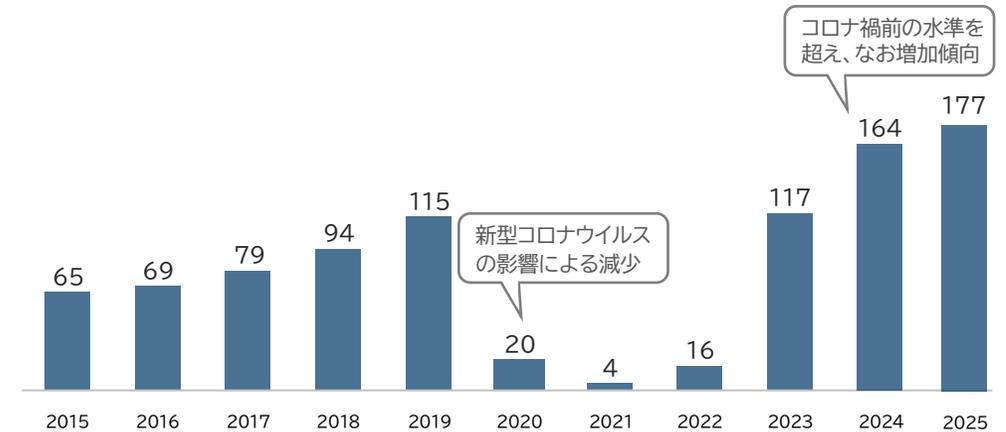
(単位：百万人泊)



出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

外国人延べ宿泊者数 推移

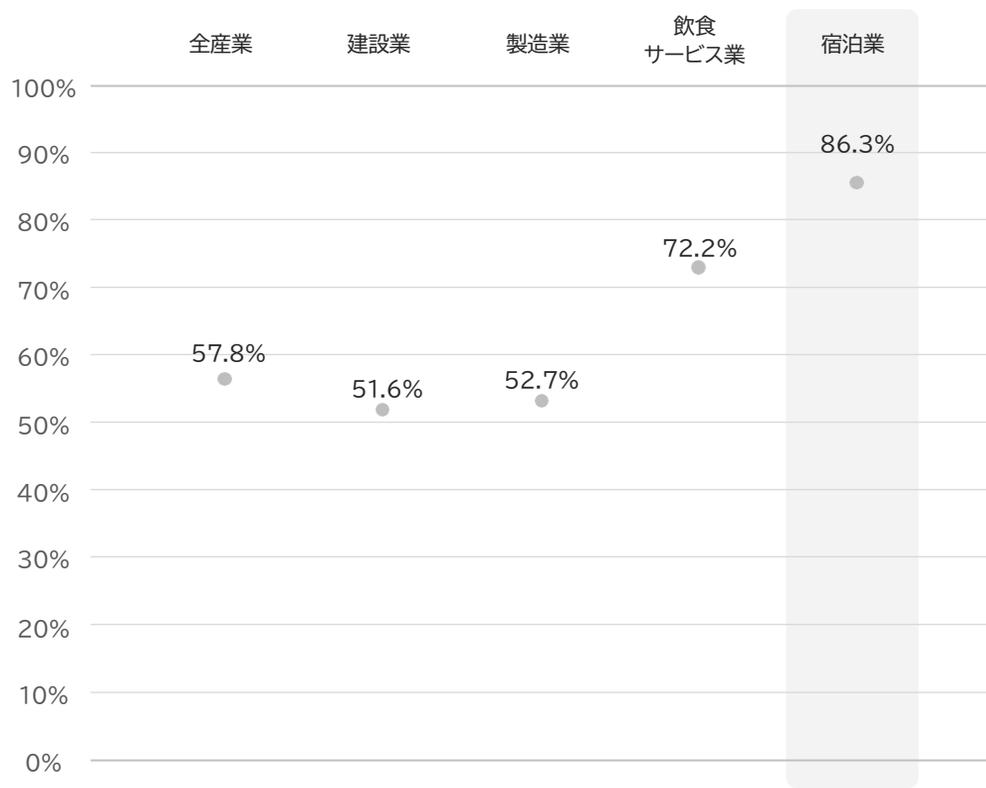
(単位：百万人泊)



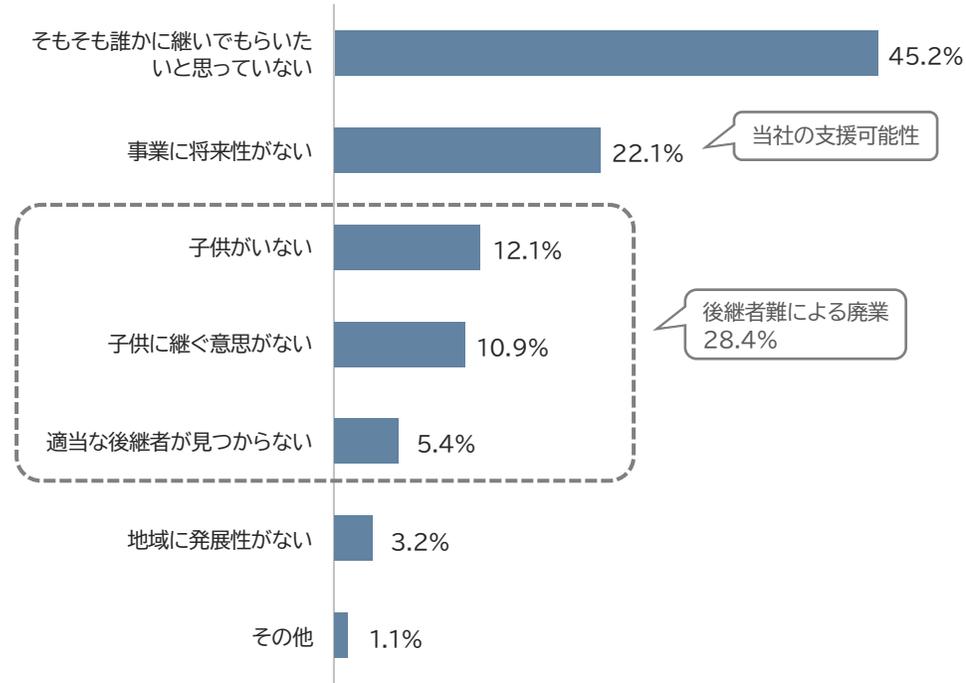
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

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)

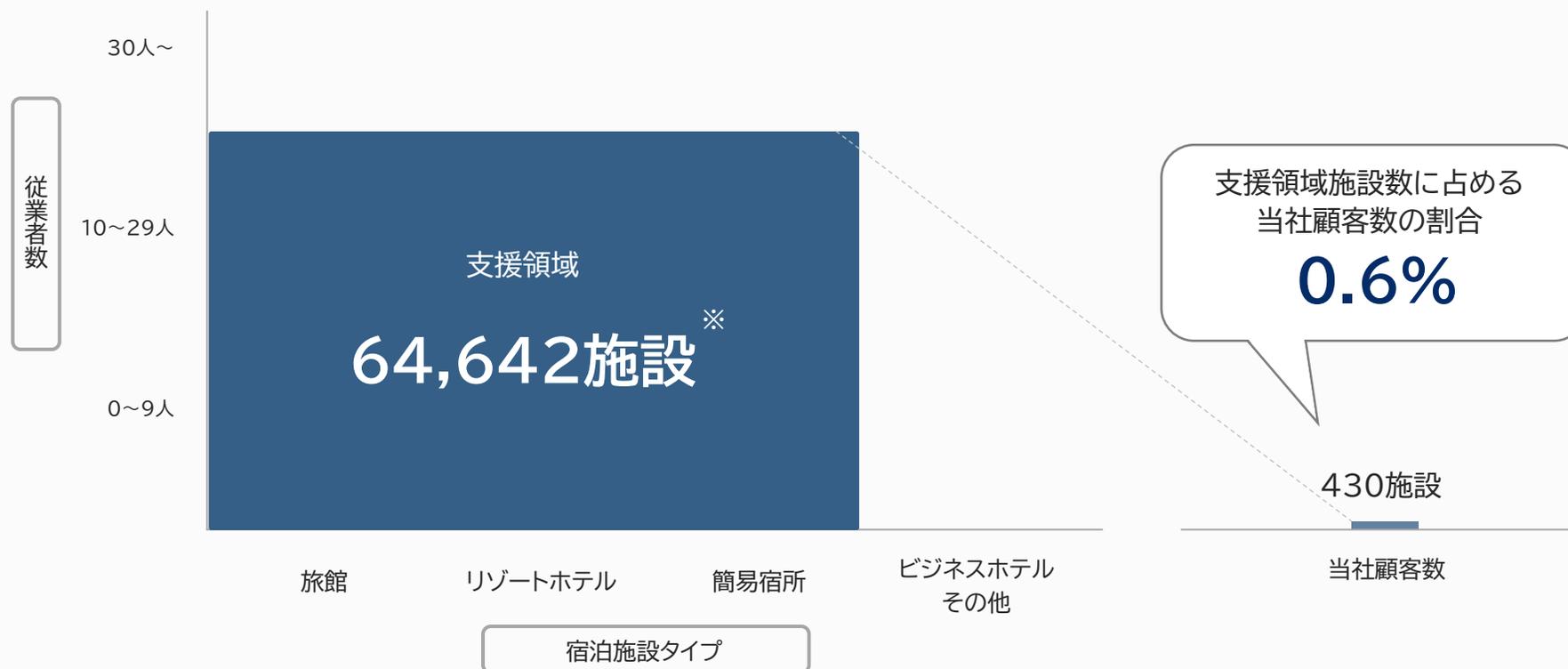


出典：財務総合政策研究所「法人企業統計調査」

※ 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

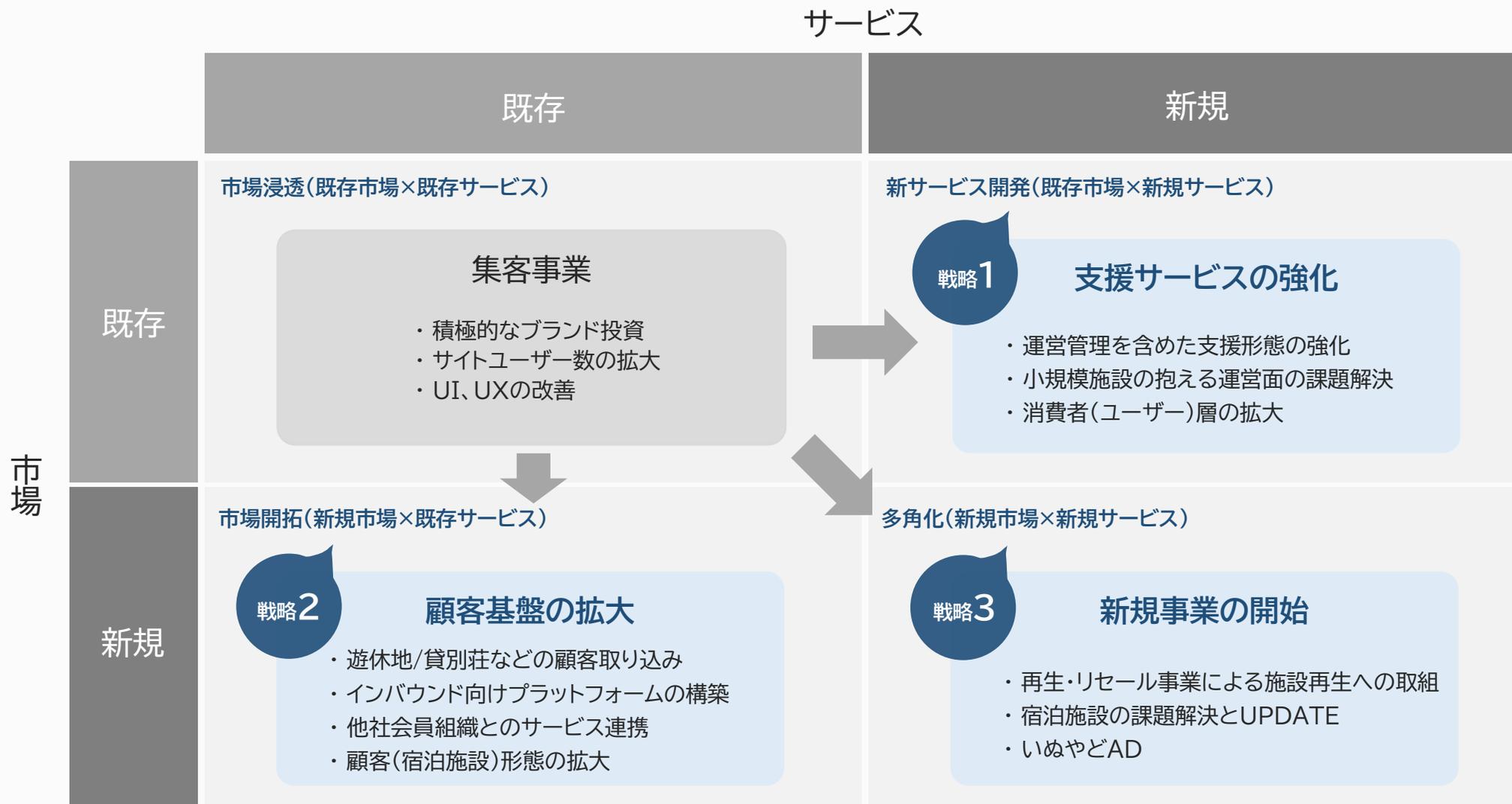
顧客基盤の拡大



戦略 3

新規事業の開始





中長期的な展望：①支援サービスの強化

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。

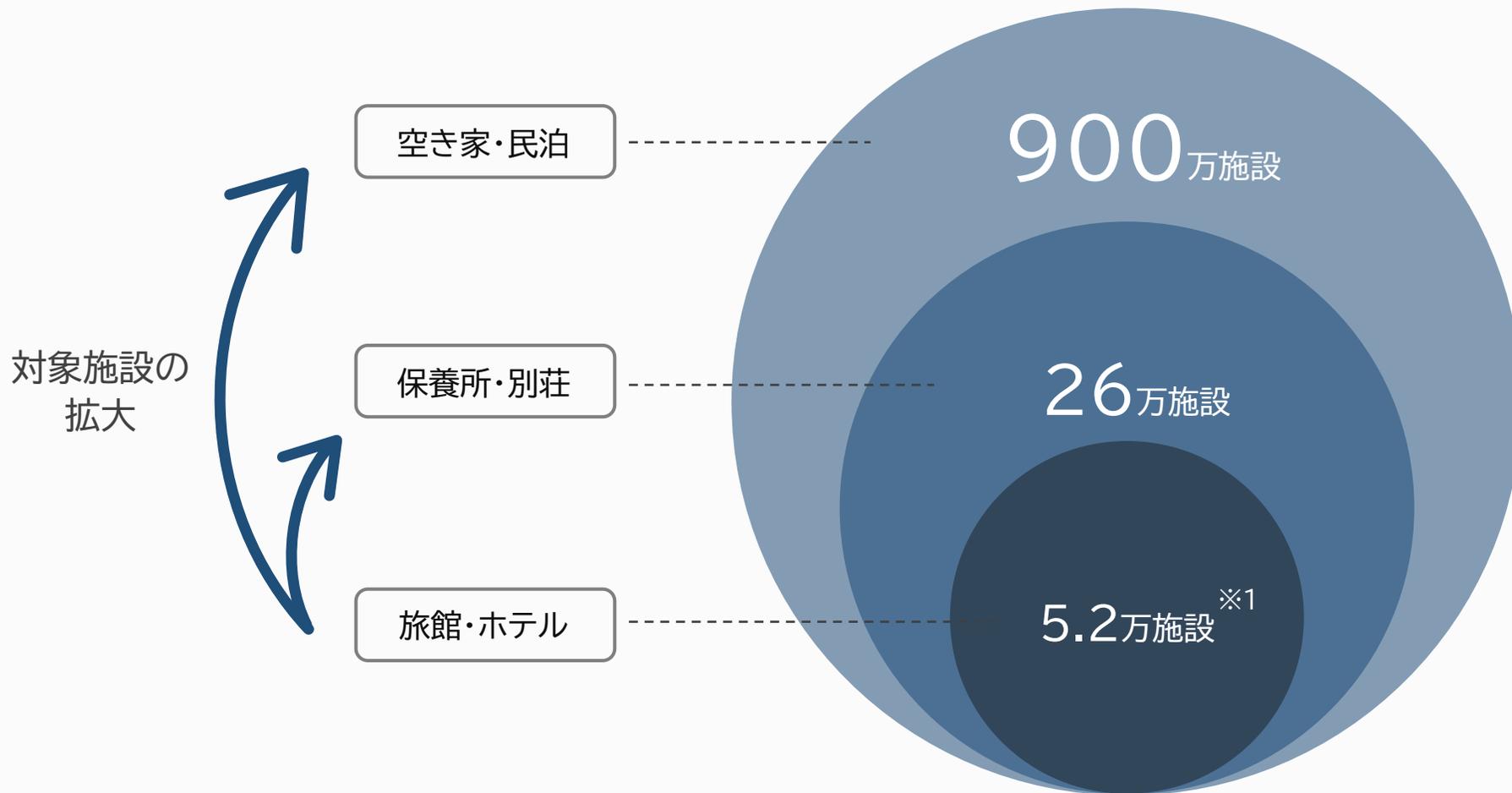
	運営支援 (集客支援事業)	運営管理
Webサイト構築	○	○
各種システムの導入	○	○
運営オペレーション構築	○	○
接客トレーニング	○	○
口コミ改善	○	○
予約管理、部屋割り	-	○
食材等の手配	-	○
予約メール、問い合わせ対応	-	○
人員手配、勤怠管理	-	○
アメニティ管理	-	○

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。

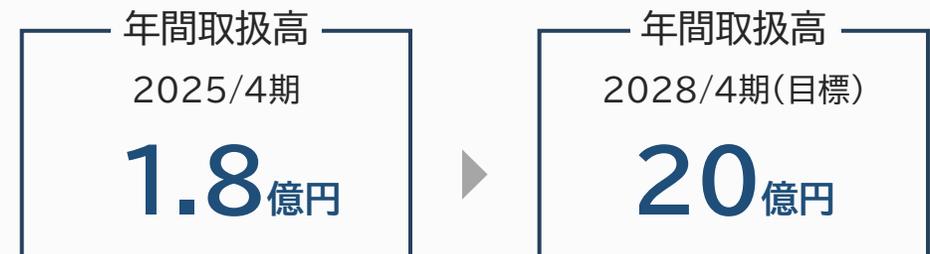
中長期的な展望：②顧客基盤の拡大(遊休地/貸別荘などの顧客取り込み)

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

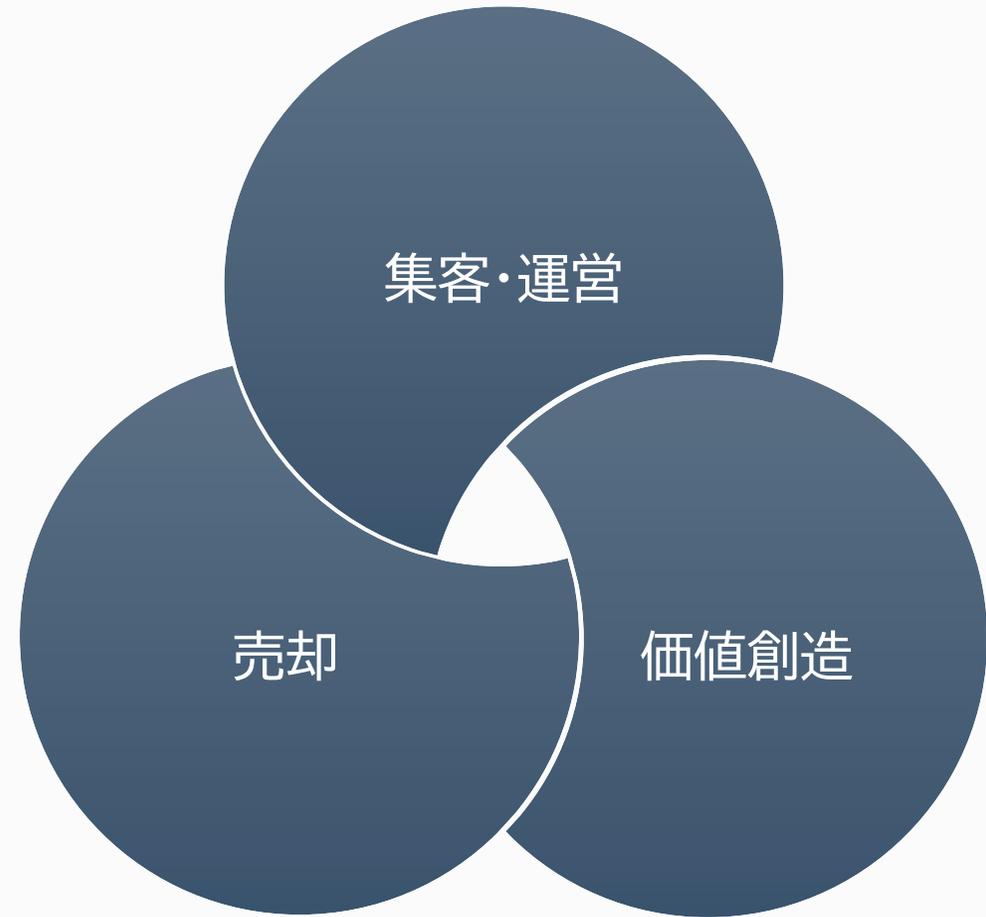


再生・リセール事業

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

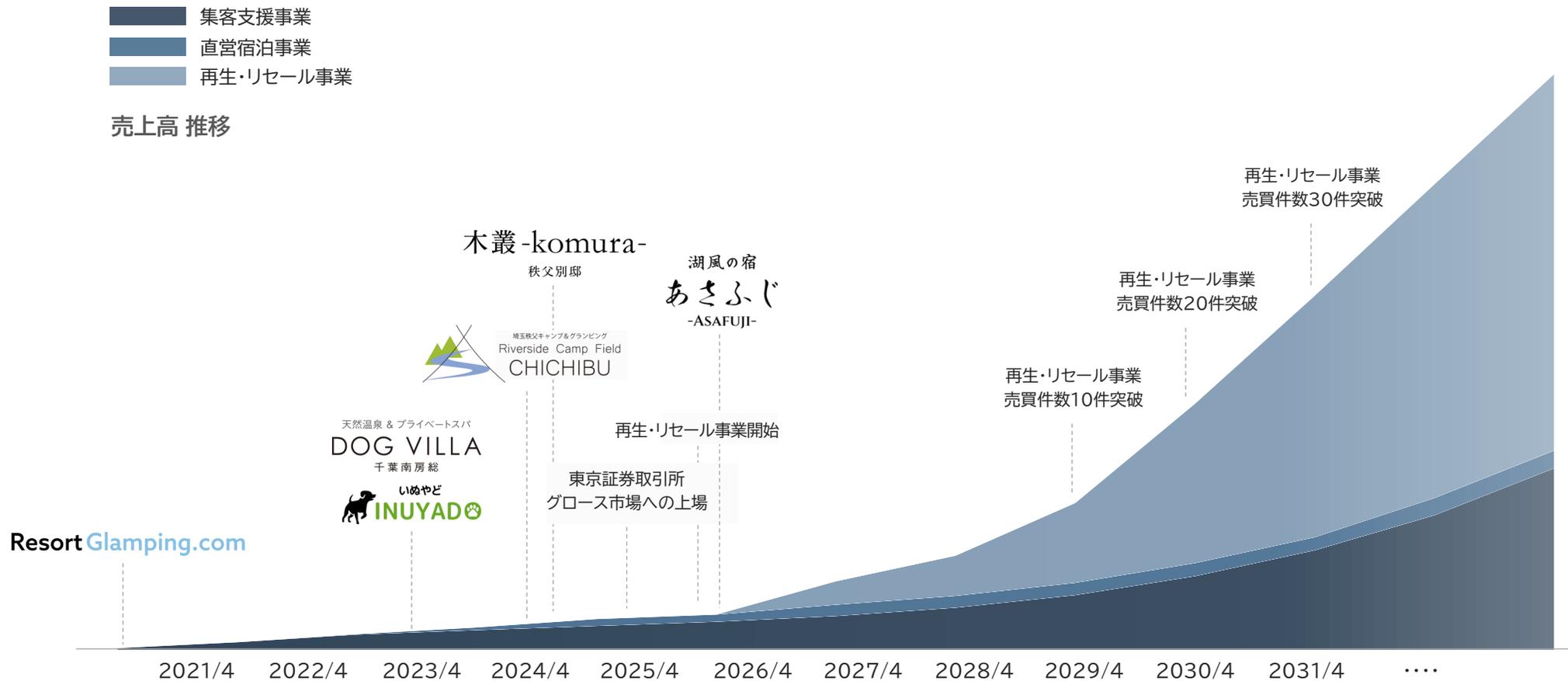
出口戦略

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

Appendix: 事業概要 - Mission・目指す姿

Mission

宿泊業界をUP DATEする

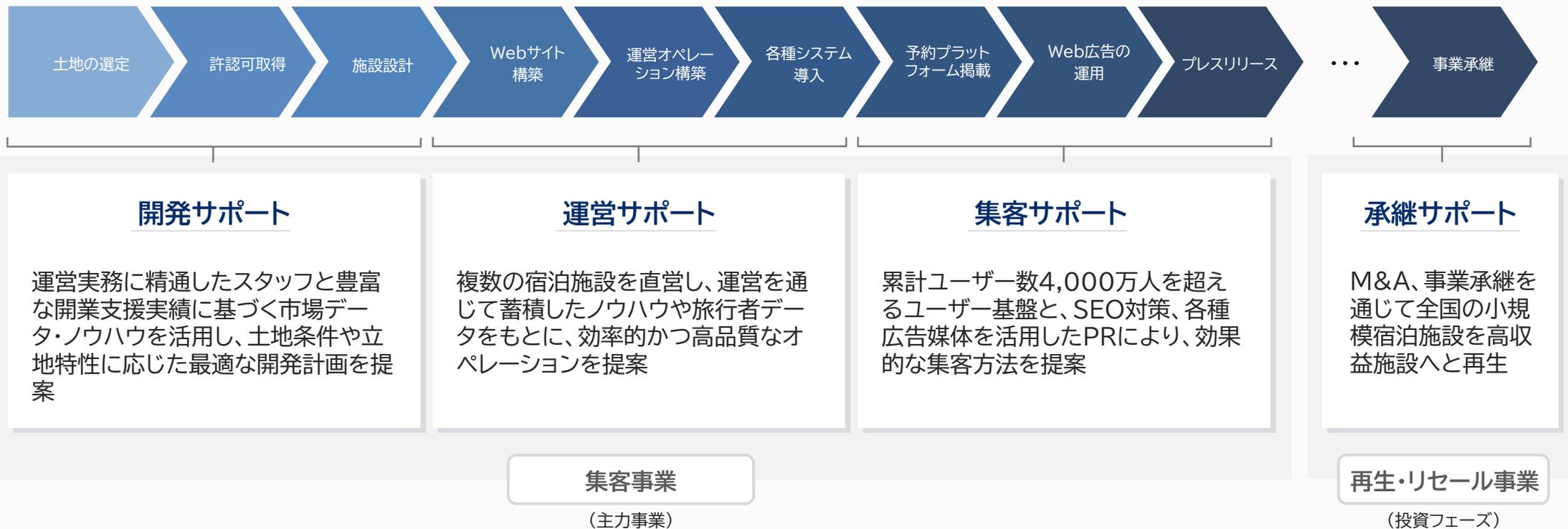
宿泊施設を旅行者から選ばれる魅力ある施設へとUP DATEし、世界をリードする観光大国の実現に貢献する

目指す姿

宿泊施設の総合支援会社

開発から運営、集客まで、各ステージで直面する経営課題を共に解決し、宿泊施設の持続的成長を支える

施設運営者の対応業務



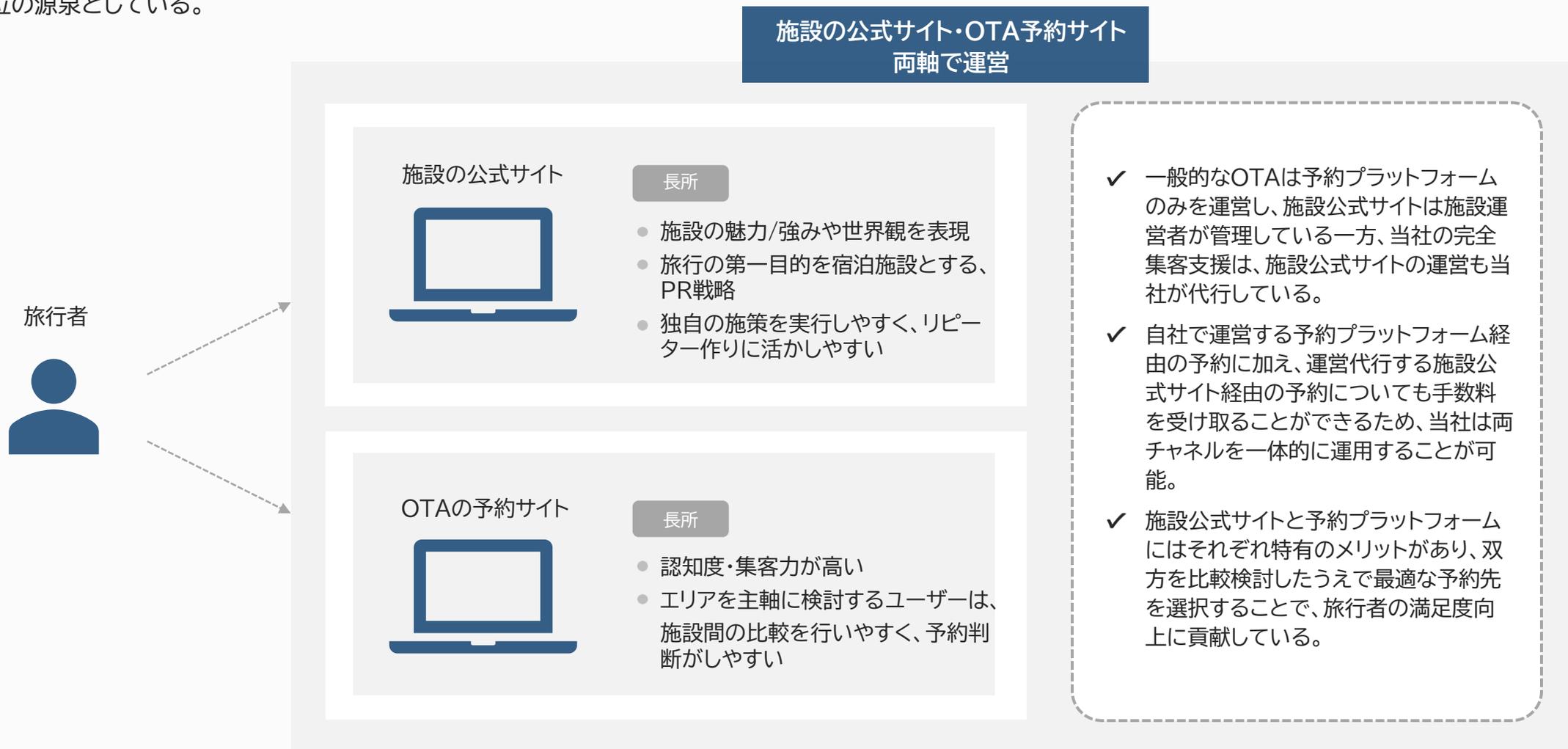
Appendix: 事業概要 - 集客支援事業

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。



Appendix: 事業概要 - 直営宿泊事業

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、アッパー 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。