

東証マザーズ上場10周年

2026/3/31

M&Aレポート

株式会社エアトリ
東証プライム：6191

エアトリ

次のステージへ

上場後の第3ステージの継続 エアトリグループは再始動する

トラックレコード

約40件のM&A・事業譲受を実行し、引き続き積極的・断続的な投資を企図



M&Aにおけるエアトリの強み

上場後10年間で積み重ねた150以上のソーシングネットワークから豊富な案件の流入を獲得し、その後のビジネス経験豊富な経営層によるスピーディーな判断のもと、断続的な案件実行を重ねる

■ ソーシング

ネットワーク

経営陣の豊富なネットワークや連携するファンド、M&A仲介会社、取引先金融機関や証券会社や問い合わせフォーム等、多種多様な経路から案件を発掘

目利き

これまで豊富な投資経験（CVC投資累計約150社、約40件のM&A実績等）や、長年の多様なビジネス経験に基づく目利き力

■ エクゼキューション

資金調達

十分な手元資金に加え、安定した財務基盤を構築していることから、エクイティ・デットファイナンスともに、大規模な資金調達がスピーディーに実行可能。好機を逃さずに、M&Aを行える資金調達力を有する

プロフェッショナル人材

M&A実務の経験豊富なメンバーや公認会計士をはじめとしたファイナンスに精通したプロフェッショナル人材が多数在籍。内部リソースでのDD、スキームの立案や契約交渉が可能

■ PMI

事業グロース

多角的に事業を展開する中での成功・失敗を繰り返し、実体験に基づく貴重なビジネスノウハウ、広範囲に及ぶネットワークを獲得。蓄積されたビジネスノウハウやネットワークを活用し、買収企業の事業に伴走しながら、企業価値向上を支援

管理体制構築支援

豊富なM&A実績で培ったPMIノウハウ、豊富なPMI人材を活用し、上場企業品質のガバナンス体制を構築

■ 事業シナジー

顧客基盤

ToB・ToCともに豊富な顧客基盤を抱える。ToC領域では、多数のエアトリ会員や上場子会社まぐまぐのメルマガ会員を有し、ToB上領域においても創業来の長年の取引実績からグループ全体で1万社を超える顧客基盤を有する

ブランド力

OTA市場において高い顧客認知度を獲得。今後もエアトリブランドとしての認知度向上とともに、グループ全体としての更なるブランド力の獲得を目指す

マーケティングノウハウ

これまでTV・インターネット・SNS等多方面に大規模な広告投資を実行し、マーケティングノウハウが蓄積。

顕在客・潜在客の双方に効果的なアプローチを図り、短期的な商材の販売促進を行うだけでなく、LTVの最大化をはじめ長期的な顧客基盤の形成も進めている。長期的な顧客基盤の形成の一環としては、大規模な興行への協賛も実行

開発力

上場子会社ハイブリッドテクノロジーズにおいては、オフショア開発に独自の組織体制を組み合わせることで、国内での開発に匹敵する高品質な開発力を価格競争力をもって提供。また、ベトナムにおいてハイブリッドテクノロジーズは高い知名度を獲得しており、エンジニアの高い採用力を有することで安定的な供給力を確保。

また、エアトリ本体にも高スキルなエンジニアを多数抱える。加えて、投資先のピカパカやグループ会社のハイブリッドテックエージェントではSES事業を展開し、今年9月にはチケット販売システム開発・保守運用を手掛けるNAYUTAがグループジョイン。

グループ全体で強固な開発体制を構築

目的

エアトリ旅行事業の ミッシングピースの補填

- クロスセル商材の強化
- 対応エリアの拡充
- 旅行業界のプロフェッショナル人材の獲得

新規事業の創出 /既存事業の業容拡大 (エアトリ経済圏の拡大)

- グループ内に蓄積されたナレッジやノウハウを活用したシナジー創出

スイングバイIPO

- グループ4社上場
- 投資事業(エアトリCVC)での24社のIPO支援実績・ノウハウを活用

ターゲット・狙い

収益性の高い旅行関連プレイヤーの買収

- 高粗利な収益源の獲得
- シナジー・スケールメリットによるコスト削減

旅行周辺領域のクロスセル型M&A

- エアトリの既存ユーザー基盤を活かしたクロスセルによる売上単価上昇、LTV最大化、販売手数料収入の拡大
- クロスセル商材の拡充・仕入れ強化（「なんでもエアトリ」の実現）

海外向け企業への戦略的M&A

- アウトバウンドの強化
ex.) 海外ツアー企業の買収（未開拓エリアへの進出・各エリアの強化）
- インバウンド需要の取り込み、外貨建て収入の獲得（円安メリットの活用）
ex.) 東南アジアのOTA買収、中華圏の富裕層向け旅行代理店との業務提携（アジア→日本の送客ルート確保）

旅行事業以外の新規事業の創出/既存事業の業容拡大

- ToCのブランド力、マーケティング・開発ノウハウ等の活用によるシナジー創出
ex.) IT・DX開発会社/人材会社の買収
- 開発会社としての収益獲得（自社プロダクト販売によるtoB売上拡大）
- 内製化による開発スピードの向上・コスト削減・オフショアBPOの強化
ex.) スタートアップ・ベンチャー企業を顧客ターゲットとするToB企業の買収
- エアトリCVC出資累計約150社・エアトリCXOサロン有料会員700社以上をはじめとしたスタートアップ・ベンチャー界への強固なネットワークを活用

上場を企図する企業

- 販路伸張のための引き合わせ、管理体制構築、主幹事証券・監査法人との対応等の当社グループの実績・ノウハウを用いた包括的な支援