成長可能性に関する説明資料

株式会社旅工房

（証券コード6548）

2017年4月

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

目次

１．会社概要

２．市場の状況

３．当社の特徴・強み

４．今後の戦略

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

目次

1．会社概要

2．市場の状況

3．当社の特徴・強み

4．今後の戦略

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

会社概要

社名	株式会社 旅工房（TABIKOBO Co. Ltd.）
本社	東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60 46階
設立	1994年4月18日
資本金	9,000万円
事業内容	旅行代理店として、主に国内の個人・法人顧客向けに 海外旅行の手配サービスを提供
従業員数	306名（連結、2017年2月28日現在）
代表取締役会長兼社長	高山 泰仁
海外子会社 （当社100%子会社）	ALOHA 7, Inc.（米国ハワイ州） Tabikobo Vietnam Co., Ltd. （ベトナム社会主義共和国ホーチミン市）

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

経営理念と行動指針

経営理念

国際交流の発展及び世界平和に貢献することと同時に、
全従業員および関係者の物心両面の充足と幸福を追求する

行動指針

自ら考え、自ら行動し、自ら創り出す。

丁寧・親切・迅速な対応を心がける。

常に若さを保ち、高い志を持つ。

一分・一秒を大切にし、一歩前へ踏み出す勇気を持つ。

日本という概念にとらわれず、常に世界へという視点を持つ。

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

クレド

当社グループは「お客様中心」の考え方を全社で徹底しております

クレド

私たちは、お客様一人一人の満足を追求するトラベル・コンシェルジュです。

お客様が本当に求めている旅をご提案します

電話でお客様と「対話」します（お客様のご都合が許す限り）
旅の楽しさ、美しさ、心地よささをお伝えします
「安さだけで勝負」「思いつきだけのご提案」はしません

プロフェッショナルな行動と言葉づかいを心がけます

仕事にスピード、正確さ、丁寧さを求めます
高級感、信頼感、親しみやすさのあるご対応をします
お客様のご要望に「No」を言いません

良い職場づくりに貢献します

教え合い、ほめ合い、感謝し合います
常に自身の成長とお客様の満足のために知識とスキルの向上を怠りません
自分たちが楽しくなければ、お客様を楽しませることはできません

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

沿革

当社グループは早くからインターネットの可能性に着目し、
旅行商品のオンライン販売で成長してまいりました

旅工房の沿革

1994年	4月	東京都豊島区池袋に株式会社旅工房設立（資本金1,000万円）
1998年	9月	格安航空券のインターネット販売を開始
2003年	9月	観光庁長官（旧国土交通大臣）登録旅行業第1683号（第1種）を取得することによりパッケージツアーの取扱いを開始
2015年	3月	ALOHA 7, INC.の全株式を取得し完全子会社化
2016年	2月	オンライン上で航空券と宿泊施設を自由に組み合わせて予約ができる「ダイナミック・パッケージサービス」を本格開始
2016年	12月	Tabikobo Vietnam Co. Ltdをベトナム社会主義共和国ホーチミン市に設立（現・連結子会社）

旅行業界の流れ

1996年 米エクスペディア設立
世界で2番目のネット予約システム

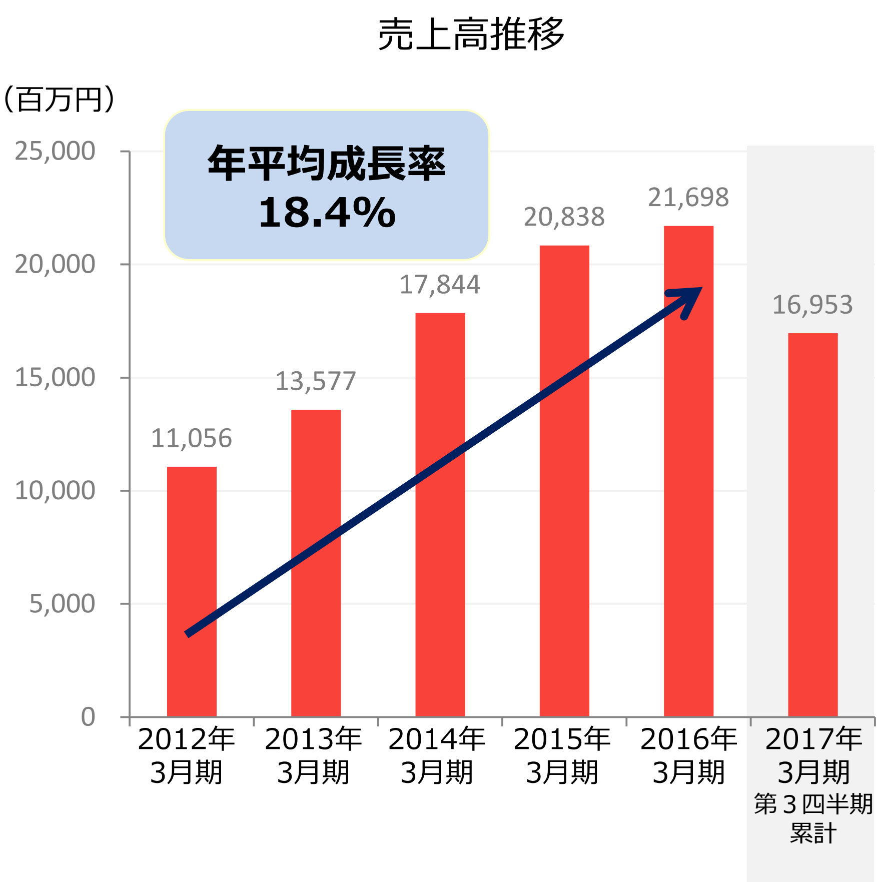
2012年 エクスペディアが世界最大の旅行会社に

わずか16年で世界最大の旅行会社に成長

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

業績の推移

直近５期間の売上高平均成長率は18.4%、直近4期間の経常利益平均成長率は74.1%と持続的な成長をとげてまいりました



※売上高の年平均成長率は2012/3期～2016/3期の5期間、経常利益又は経常損失の年平均成長率は2013/3期～2016/3期の4期間
※2012年3月期～2014年3月期は単体、2015年3月期～2017年3月期第3四半期累計は連結の数値
出所：当社内分析

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

事業の構成

当社グループでは、個人旅行事業、法人旅行事業、インバウンド旅行事業の
３つの主要事業を取扱っており、個人旅行事業で取扱額の8割を占めております

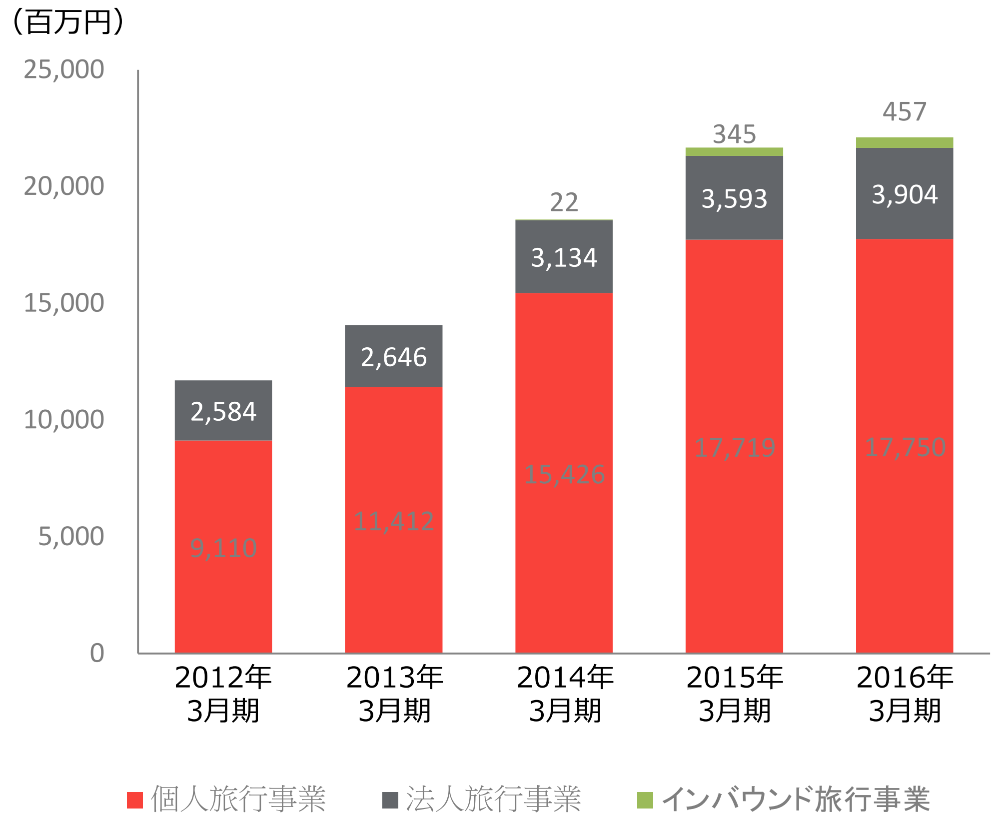
３つの主要事業

個人旅行事業
国内の個人のお客様に対し、海外旅行を中心とするパッケージ旅行の企画・販売と、航空券、ホテル宿泊等の旅行商品を販売しております

法人旅行事業
国内の企業、官公庁、学校法人等のお客様に対し、国内及び海外への出張等の業務渡航の手配や団体旅行の手配を行っております

インバウンド旅行事業
海外の企業や団体等のお客様を対象に、業務渡航や団体旅行の手配を行っております

主要事業における旅行取扱額推移



Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

目次

1．会社概要

2．市場の状況

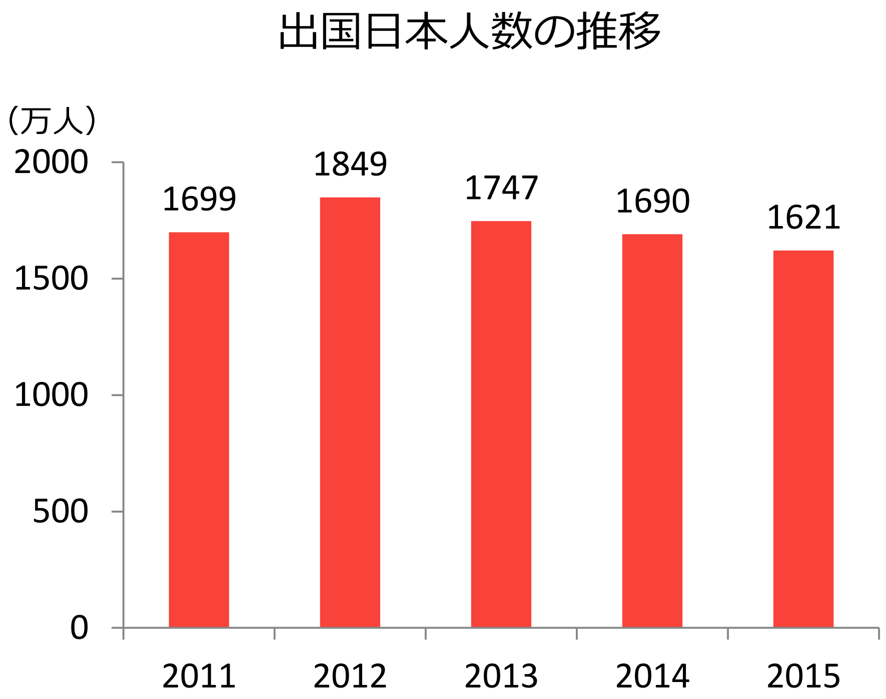
3．当社の特徴・強み

4．今後の戦略

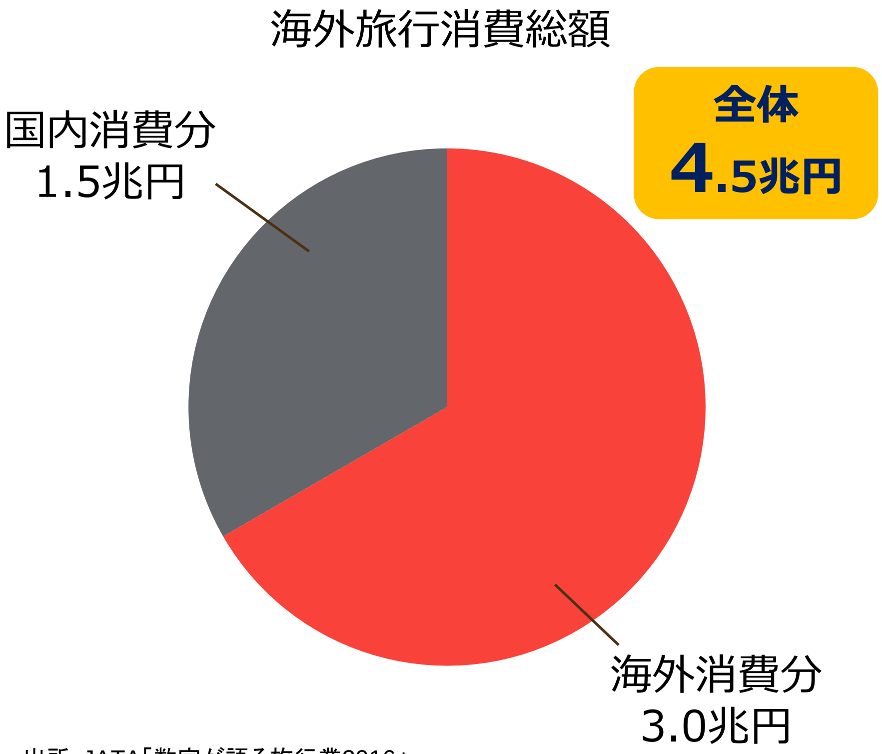
Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

市場：海外旅行市場

出国日本人数は年間約1600万人台を維持しております
また日本人の海外旅行消費総額は4.5兆円となっております



出所：日本政府観光局（JNTO）

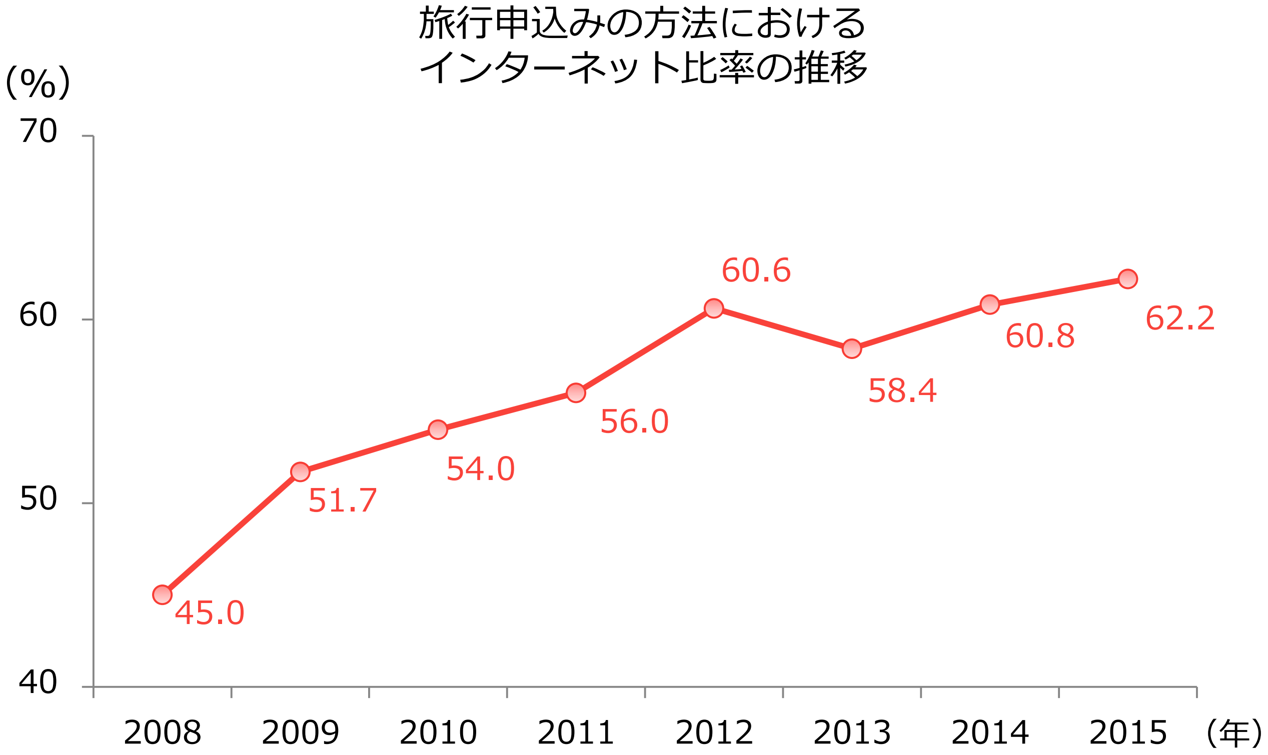


出所：JATA「数字が語る旅行業2016」

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

市場：インターネットによる旅行申込み

当社グループの主要販売チャネルであるインターネットを経由した
旅行申込みは増加傾向にあります

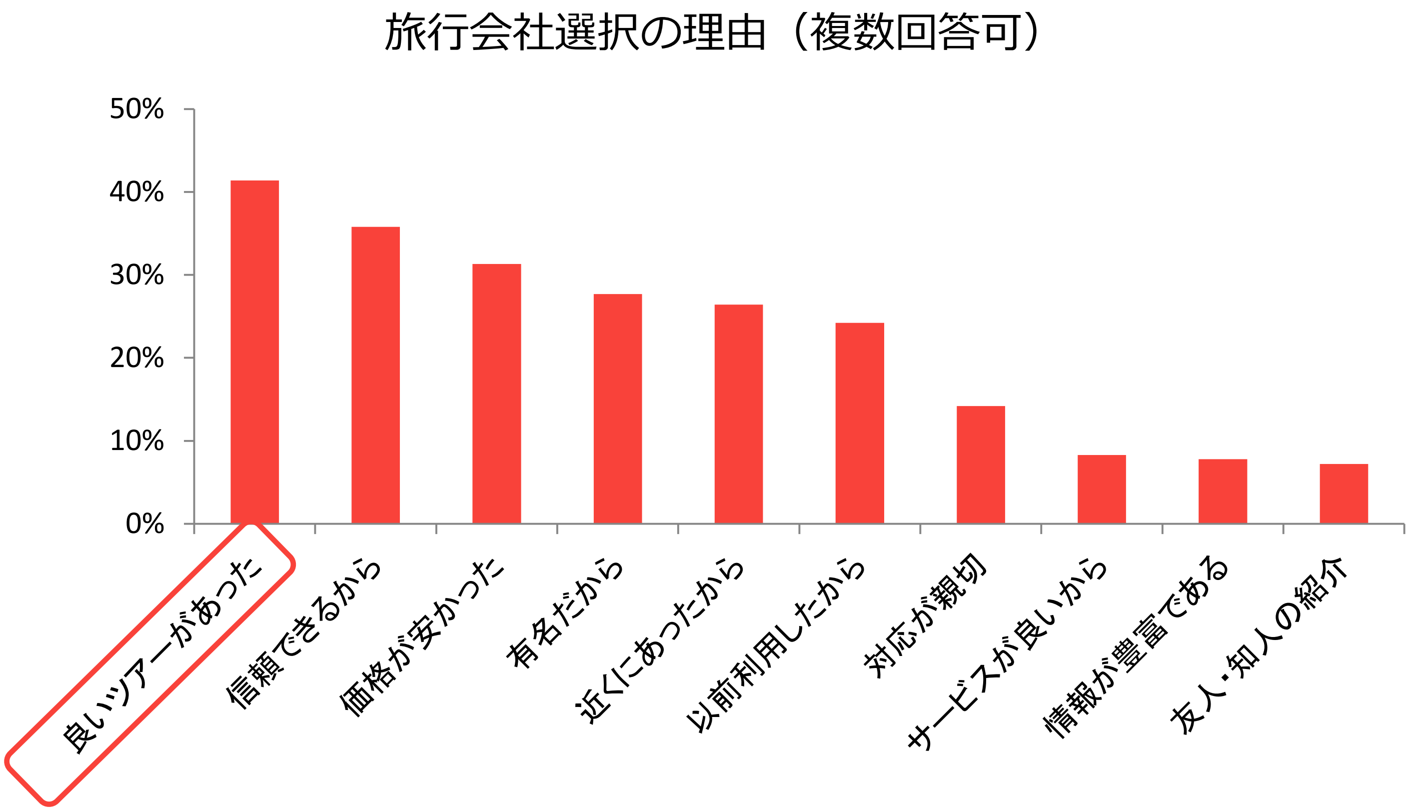


出所:「JTB REPORT 2016」 株式会社JTB総合研究所

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

市場：旅行会社の選択理由

「良いツアーがあった」が旅行会社を選ぶ理由の第1位となっております。
このことから、価格や信頼性・知名度も重要ですが、商品性で勝つことで成長が可能と認識しております



出所:「JTB REPORT 2016」 株式会社JTB総合研究所

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

競合：競合の状況

旅行市場は、大手グループと小規模事業者に二極化した分散市場です。9000社以上ある旅行業者の中で当社は観光庁が選定する主要旅行事業者49社に含まれております

競合状況の概要

- ✓ 旅行業者は全国で**9,321社**存在。（2016年4月1日現在）
- ✓ 知名度と支店網で大規模展開する**大手旅行会社**と、**小規模旅行会社**に二極化している

出所：一般社団法人日本旅行業協会「数字が語る旅行業2016」

旅工房のポジション

順位	会社名	海外旅行取扱額（百万円）
1	ジェイティービー（15社計）	34,405
2	エイチ・アイ・エス（5社計）	30,991
3	（株）JTBワールドバケーションズ	18,463
4	阪急交通社（3社計）	13,531
5	KNT-CTホールディングス（8社計）	9,673
6	（株）日本旅行	8,011
7	（株）DeNAトラベル	5,385
8	（株）ジャルパック	4,255
9	（株）JTBビジネストラベルソリューションズ	3,949
10	楽天(株)	3,379
11	日新航空サービス（株）	2,951
12	エムオーツーリスト（株）	2,399
13	東武トップツアーズ（株）	2,330
14	日通旅行（株）	2,215
15	ANAセールス（株）	1,857
16	（株）旅工房	1,799
17	（株）エヌオーイー	1,792
18	郵船トラベル（株）	1,768
19	（株）IACEトラベル	1,561
20	（株）日立トラベルビューロー	1,412

出所： 観光庁「主要旅行事業者の旅行取扱状況速報」（2016年12月分）を当社にて加工

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

目次

1．会社概要

2．市場の状況

3．当社の特徴・強み

4．今後の戦略

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

ビジネスモデル概要と特徴

当社グループでは、①**収益性の高い海外旅行**を中心に、②こだわりをもった**個人自由旅行**を主な顧客層として、③販売手段は**インターネットに限定**しつつ、④**トラベル・コンシェルジュによる電話やメールでの人的サービス**との組合わせによる**「ハイブリッド戦略」**を強みとして、⑤その強みを活かす**「方面別組織体制」**を採用することにより、既存の店舗型旅行会社やオンライン旅行会社と差別化しているのが特徴です

仕入

販売

特徴１

海外旅行
が主商品

航空会社

ホテル

レンタカー会社

オプショナル
ツアー運営会社
等

直接仕入

仕入

ホールセラー

ランド
オペレーター

ALOHA 7, INC.
(連結子会社)

仕入

方面別組織 特徴５

(ハワイ専門セクションなど)

トラベル・コンシェルジュ

旅行商品を
企画・造成

顧客からの申し込みを受けて旅行を手配
（航空券・ホテル等を仕入れ予約を確定）

特徴３

インターネット

自社サイト

ポータルサイト

特徴４

電話・メール

顧客

特徴２

個人自由旅行

法人

インバウンド

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

ハイブリッド戦略とは

インターネット販売の利点と人的対応の利点を組合わせた「ハイブリッド戦略」により、
店舗型旅行会社とオンライン旅行会社の双方に対して差別化を図っております

販売チャネルをインターネットに限定	人的対応 （方面別組織の専門性と柔軟かつスピーディな対応）

「ハイブリッド戦略」

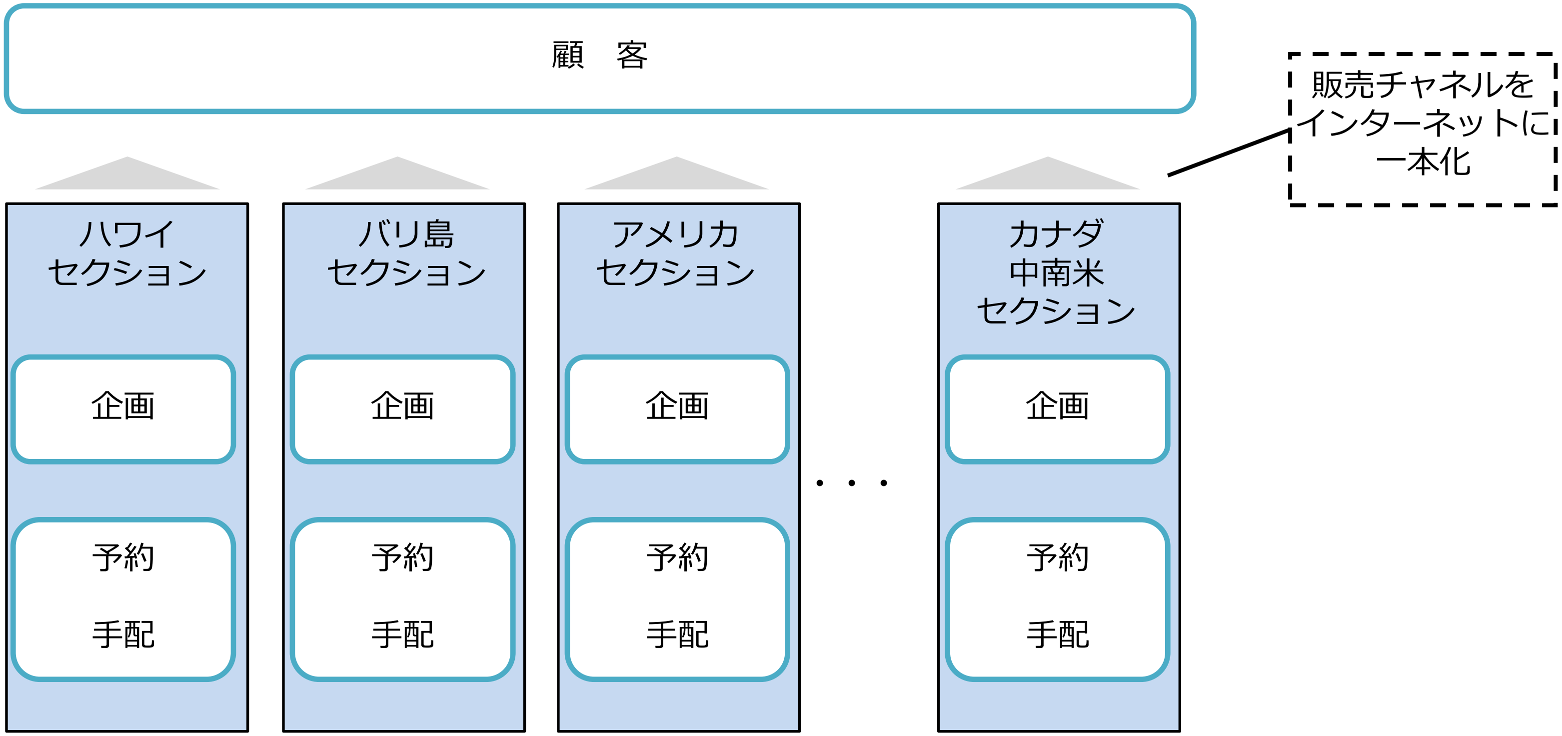
- インターネット販売の利便性と人の手によるきめ細かいサービスの両立を追求
- 方面別組織体制により専門性を追求し、付加価値の高いサービスを提供

	店舗型旅行会社に対する差別化	オンライン完結型旅行会社に対する差別化
商品性	✓ パンフレット（紙面）の制約を受けず大量かつ柔軟な商品企画・掲載が可能 ✓ ツアーの自由なカスタマイズが可能	✓ 航空券とホテルの組み合わせだけでなく専門担当者が企画したパッケージツアーを掲載・販売
サービス	✓ 営業時間の制約なしに自宅で商品検索、予約申込みができる ✓ 方面別組織体制により専門性の高いサービス ✓ 旅行内容のカスタマイズのご要望に迅速に対応可能	✓ 担当者と電話・メールで相談して決められる ✓ 専門性を活かし、複数都市訪問等の複雑な日程のツアー提案が可能

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

方面別組織による専門性と柔軟性

当社グループでは、渡航先の方面別に特化した組織体制を採用することにより、
専門性の高いサービスを提供するとともに、商品企画や旅行手配で迅速な対応を可能とすることで
顧客満足度の高いサービスの提供が可能です



- ✓ 渡航先の方面に特化することで担当する地域に精通
- ✓ 「予約・企画・手配」という旅行業の重要な機能を1つの組織内に配置することで、担当間のスムーズな連携が可能となり、顧客からの要望に迅速に対応

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

トラベル・コンシェルジュ

人によるヒアリングや提案といったコンサルティングによる価値を提供することで、
オンライン完結型の旅行会社では困難な「柔軟性」や「人間による温かみ」も強みとしております

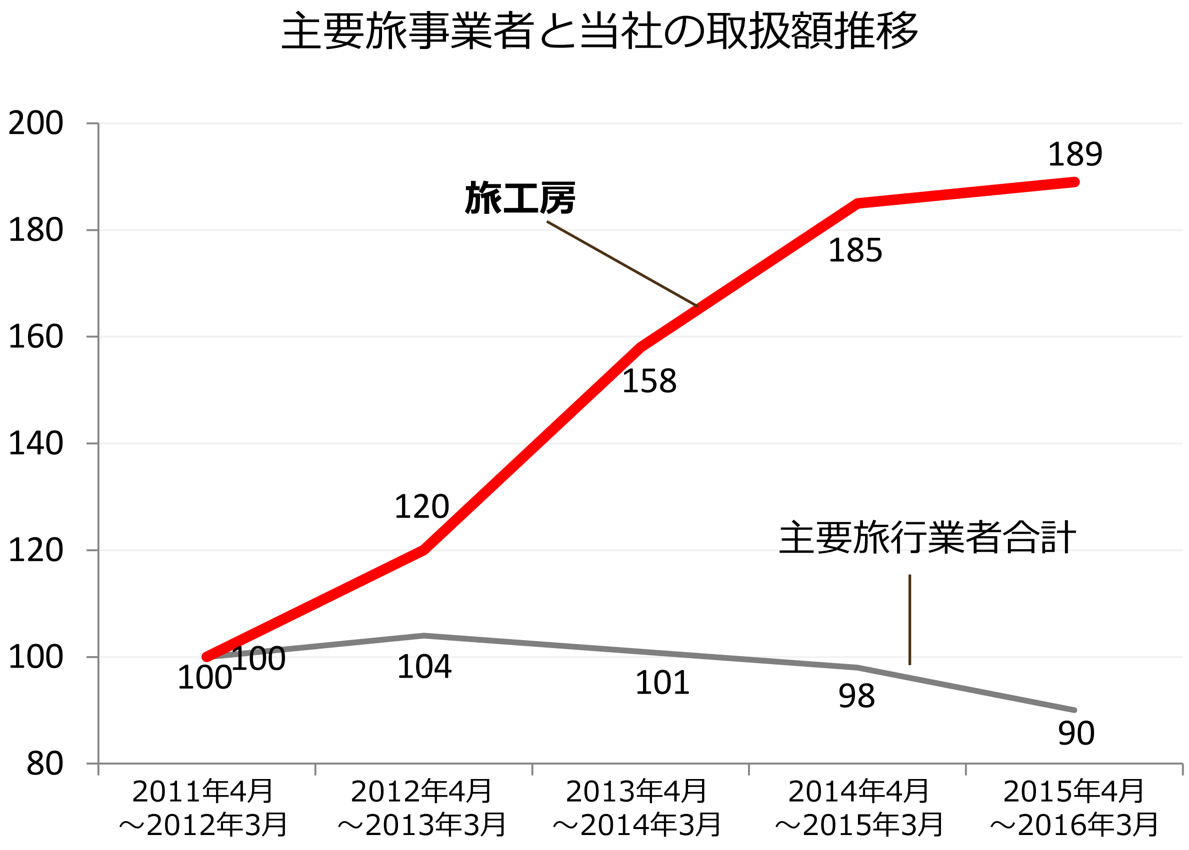
お客様からのインターネット経由での問合わせやご要望に対しても、
トラベル・コンシェルジュが電話やメールで対応いたします

- **1組のお客様に1人のトラベル・コンシェルジュが専任担当**
- **ご要望にあわせて旅を提案**
- **ちょっとしたアレンジからオーダーメイド旅行まで柔軟に対応**

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

主要旅行業者と旅工房の取扱額推移

当社は主要旅行事業者（合計）を上回る成長を実現してまいりました



* 2012年3月期を100として指数化、当社は全社旅行取扱額、主要旅行業者合計は海外旅行取扱額

出所：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計（速報）」平成23年度～平成27年度をもとに当社にて分析

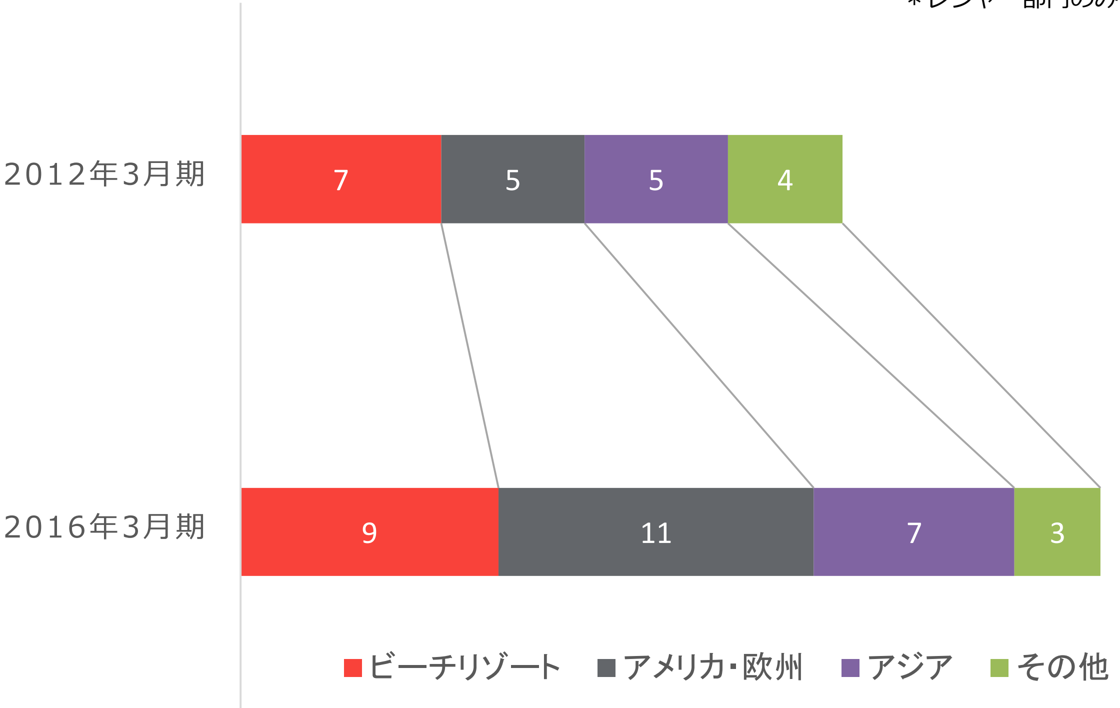
Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長の内訳

収益性の高いハワイを中心としたビーチリゾートとアメリカ・欧州方面が
全社の成長を牽引しております

方面別のセクション数*　（2012年3月期と2016年3月期）

＊レジャー部門のみ



Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長の理由：満たされないニーズへの対応

店舗型旅行会社の定型ツアーや、オンライン特化型旅行会社の航空券とホテルのオンライン予約だけでは満たされない「カスタマイズ」や「相談したいニーズ」を持つ顧客層が存在するものと認識しております
当社グループは、方面別組織体制とトラベル・コンシェルジュの組み合わせによるサービスで、このような顧客層のニーズを満たすことを戦略としております

満たされないニーズ	旅行会社の課題	tabikobo
カスタマイズのニーズ 希望通りのツアー日程、ホテル・航空会社で旅行したい	• 店舗型旅行会社では定型ツアーのカスタマイズが必ずしも容易ではない • オンライン特化型の旅行会社ではお客様が複雑な旅程で予約する際の作業負担が大きい	**ハイブリッド戦略によりこれらのニーズに対応** • 方面別組織体制を基盤に、トラベル・コンシェルジュによるコンサルティング、商品企画、カスタマイズによるアレンジカ
相談のニーズ 初めての旅行先は相談して最終決定したい	• オンライン特化型の旅行会社では、相談相手がいない不安がある	• 特に、高単価かつ旅程の長い長距離方面（ビーチリゾート、アメリカ・ヨーロッパ等）で上記アレンジカが活きる傾向

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

ニーズ対応力①　品揃えによる対応

方面別組織とインターネットの柔軟性の活用により、
豊富な品揃えでお客様の様々なニーズに対応しております

商品掲載件数＊

■羽田 ⇒ ハワイ
8,601件

■羽田 ⇒ 北米
3,970件

■羽田 ⇒ 欧州
3,972件

※検索条件
- 当社自社サイトにて「海外ツアー」を検索
- 5月出発ツアーのみ
- 検索日：2017年3月13日

- 「掲載商品数の制約がない」というインターネットの特性を活かして、幅広い種類の商品を豊富に提供しております
（ロングテール戦略）

- 行程が複雑な2都市以上の周遊ツアーや、一つの都市で複数のホテルに宿泊するツアーなど、他社のツアーやオンライン特化型の旅行会社ではカバーが難しい顧客ニーズにも対応しております

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

ニーズ対応力②　商品企画力

方面別の企画担当者がお客様の多様なニーズに応える旅行商品を企画するとともに、
お客様のニーズに即して迅速かつ柔軟な商品カスタマイズが可能です

魅力的な旅行商品の企画・造成

同一の方面別組織に企画担当と予約担当が所属することで、迅速に顧客ニーズを反映しツアーを企画するとともに、柔軟なカスタマイズを可能としております

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

ニーズ対応力③　カスタマイズと顧客対応

担当エリアに精通した専属のトラベル・コンシェルジュが、
一人ひとりのご要望に応じたコンサルティング、カスタマイズを行うことで、
お客様のニーズにくまなく対応することが可能です

「トラベル・コンシェルジュ」
による旅行カスタマイズ

担当方面に精通した「トラベル・コンシェルジュ」
が要望をヒアリングし、一人ひとりのお客様に最適
な旅行を提供し付加価値の高い商品を提案

- メール・電話による人的接客
- ツアーのカスタマイズ
- 顧客の要望に迅速・柔軟に対応
（日程の短縮・延長・ホテルや航空券の変更など）

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

目次

1． 会社概要

2． 市場の状況

3． 当社の特徴・強み

4． 今後の戦略

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長戦略① システム投資

オンライン予約システムの強化により利便性向上を追求するとともに、
基幹業務システム、顧客管理システムの強化により、業務効率化を進めてまいります

オンライン予約の強化

- 2016年2月よりシステム上で予約が完結する「ダイナミック・パッケージ」システムを稼働。24時間自動予約ができる「オンライン・パッケージシステム」にも対応済み
- 旅行商品データーベースの充実やサーバーの機能増強等のシステム強化による、さらなる利便性の向上

業務系システムの強化

基幹業務システムの改善

- 原価管理、予約管理等の業務のさらなる効率化
- 作業効率の改善により、商品企画や顧客対応業務に注力

顧客管理システムの導入

- トラベル・コンシェルジュによる接客サービスの品質・効率をより向上させるため、顧客データベースを効率的に活用する顧客管理システムを導入
- 顧客管理の強化による様々なマーケティング施策の導入により、集客力・CV率改善を企図

現地情報のデータベース化

- 現地情報のデータベース化による知識の集約により他社と差別化

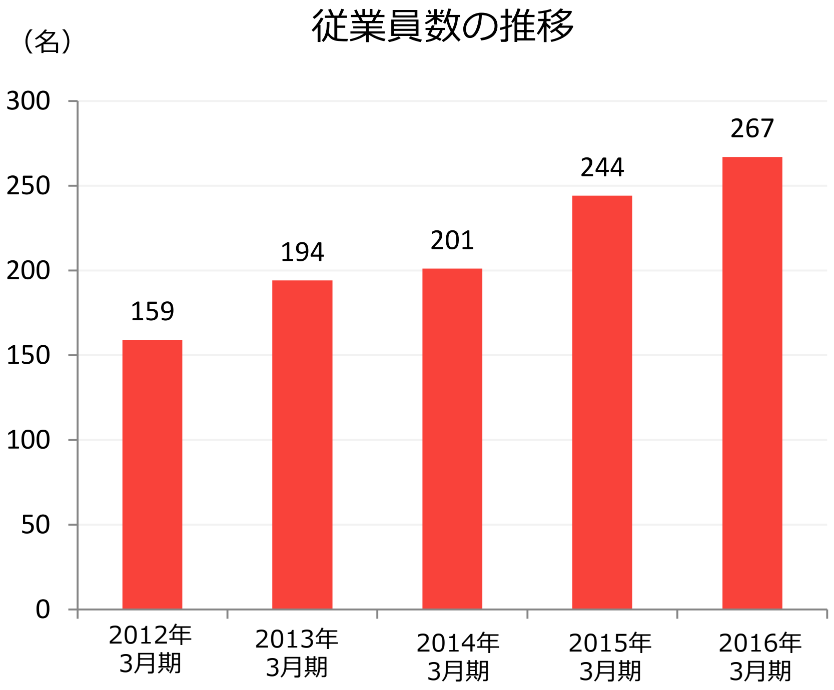
Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長戦略② 人材の採用・教育・配置

旅行業の核である人材の採用・教育を引続き強化してまいります

人材の採用・教育強化

- 新卒・中途での積極採用を継続



※2012年3月期～2014年3月期は単体、2015年3月期～2016年3月期は連結の数値

教育の強化

- 積極的に海外研修に派遣して現地を実際に体験することにより、知識・ノウハウを獲得
- 「トラベル・コンシェルジュ」の教育を専門に行う「教育セクション」を設置済み
- 継続的な研修実施や外部講師の招聘等により「トラベル・コンシェルジュ」の接客力・対応力向上
- 魅力的な旅行商品の企画・造成を行う担当者を確保・育成

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長戦略③　商品企画の強化

旅行業の核である商品企画力をさらに強化し、お客様に対して付加価値の高い商品とサービスを提供してまいります

商品企画の例

根強い人気のあるハワイの強化
- ハワイ島、マウイ島、カウアイ島などの離島ツアー強化

ニーズのある高付加価値ロングテール商品の強化
- ヨーロッパ高級ビーチリゾートの商品化
- 北欧、東欧など他社が手薄な地域のさらなる強化
- ヨーロッパの小規模都市や村の商品化

成長分野かつ高単価のクルーズツアーの強化
- 地中海、カリブ海、太平洋、インド洋など
- 日本人になじみのないクルーズツアーの提供

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長戦略④　法人・インバウンド

営業・マーケティングの効率化により法人旅行事業を強化するとともに、
インバウンド旅行の強化により、事業ポートフォリオの多様化を図り安定的な収益拡大を目指します

法人旅行事業

営業・マーケティング効率の向上
- 法人顧客向けWebサイトを強化し、新規顧客開拓を効率化

システムによる顧客利便性の向上
- 法人用「MY PAGE」システムを展開し、顧客の利便性を向上

インバウンド旅行事業

高単価・高利益率の大型案件に注力
- 競争の激しい個人旅行客よりも収益性の高い団体旅行の取扱いに注力

ベトナム現地法人を通じたベトナム人インバウンド旅行客の取り込み（次頁）

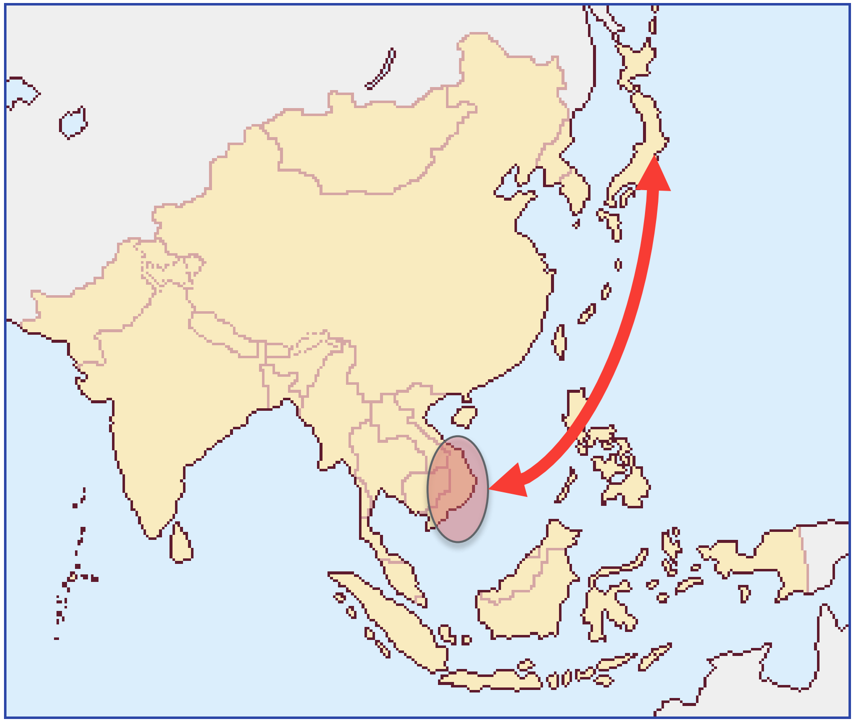
Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

成長戦略⑤　海外展開

ベトナム進出により成長マーケットを取り込むとともに、その他の地域にも積極的に
進出することで、事業の地域ポートフォリオの多様化を目指します

2016年12月にベトナム現地法人を設立。
拡大するアジアでの旅行需要を取り込む。

- ベトナムを訪問する日本人顧客のサポート
（既存ビジネスの満足度向上）
- ベトナムから日本へのインバウンド営業の拠点として活用
- ベトナムから第３国への旅行需要の取り込み



出所：http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/asia.html
*当社にて加工

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

免責事項

- この資料は投資家の皆様の参考に資するため、株式会社旅工房（以下、「当社」という。）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、2017年4月18日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが､経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 当資料に掲載されている内容は、資料作成時における当社の判断であり、作成にあたり当社は細心の注意を払っておりますが、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではなく、内容についていかなる表明・保証を行うものでもありません。

将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

Copyright ©　TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved

tabikobo
SEE THE WORLD

Copyright © TABIKOBO Co. Ltd. All right reserved