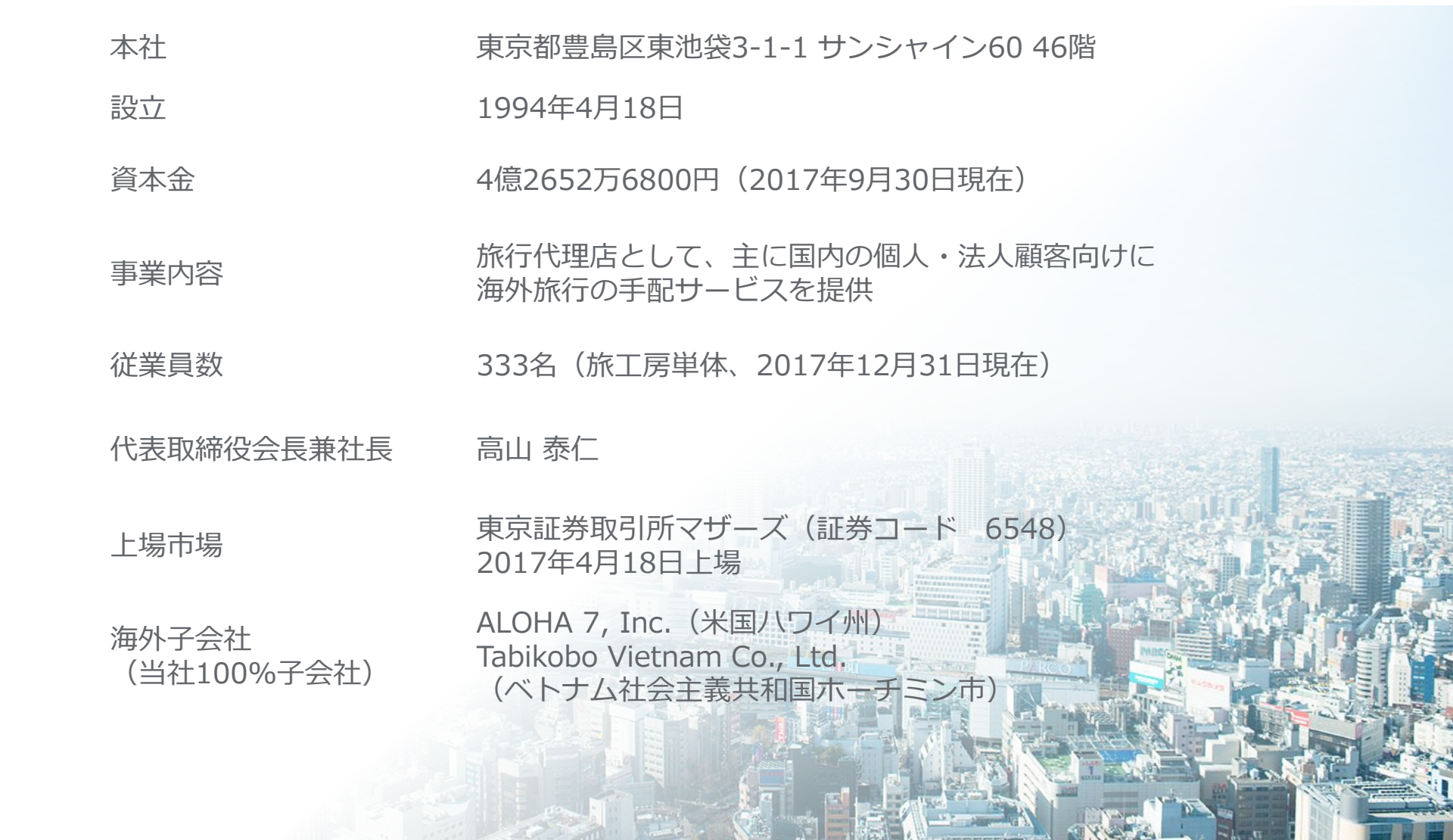


# 2018年3月期 第3四半期決算説明資料

株式会社旅工房  
(証券コード6548)  
2018年2月9日





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	4億2652万6800円 (2017年9月30日現在)
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	333名 (旅工房単体、2017年12月31日現在)
代表取締役会長兼社長	高山 泰仁
上場市場	東京証券取引所マザーズ (証券コード 6548) 2017年4月18日上場
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)

## 2018年3月期第3 四半期 決算概要



■ サマリー

■ 決算報告

■ 事業の進捗

■ サマリー

■ 決算報告

■ 事業の進捗

## 決算概要

- 2018年3月期第3四半期は売上高は前年同期比増収となるも、売上総利益は減益
- 連結営業利益7百万円、経常損失△11百万円

## 事業進捗

- 今年度下期以降に出発する旅行需要の獲得と認知度向上に向けたさまざまなキャンペーンを展開
- 1：2の株式分割を実施（効力発生日：17年10月1日）

## 通期予想

- 2017年11月10日付公表の業績予想に変更なし



■ サマリー

■ 決算報告

■ 事業の進捗

# 第3四半期決算報告：連結損益計算書サマリー

- 売上高は、前年同期比103.1%の増収となりました。
- 売上総利益は、前年同期比96.9%となりました。
- 販管費は、今後の成長に向けた積極的な人材採用と広告宣伝費の増額により、前年同期比246百万円増加しました。
- 営業損益は、7百万円の営業利益となりました。
- 営業外費用として、上場による株式交付費、為替差損、金融機関に対する支払保証料及び支払手数料等として22百万円を計上しております。
- 経常損益は、△11百万円の経常損失となりました。

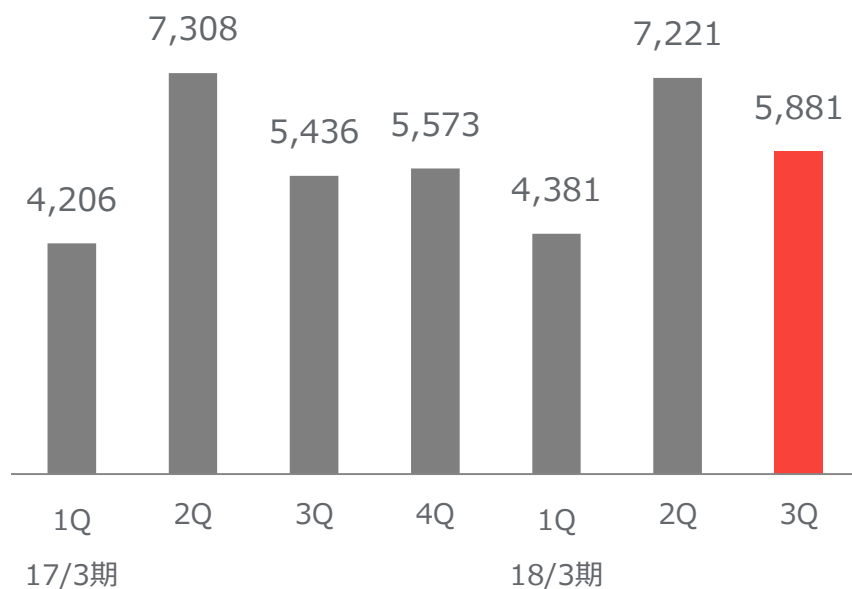
単位：百万円	17年3月期（前期） 第3四半期累計 （2016年4－12月）	18年3月期（当期） 第3四半期累計 （2017年4－12月）	増減額	前年同期比
売上高	16,952	17,484	+531	103.1%
売上総利益	2,436	2,361	△74	96.9%
販売費及び一般管理費	2,107	2,353	+246	111.7%
営業利益	328	7	△321	2.3%
経常利益	310	△11	△321	—
当期純利益	201	△10	△212	—



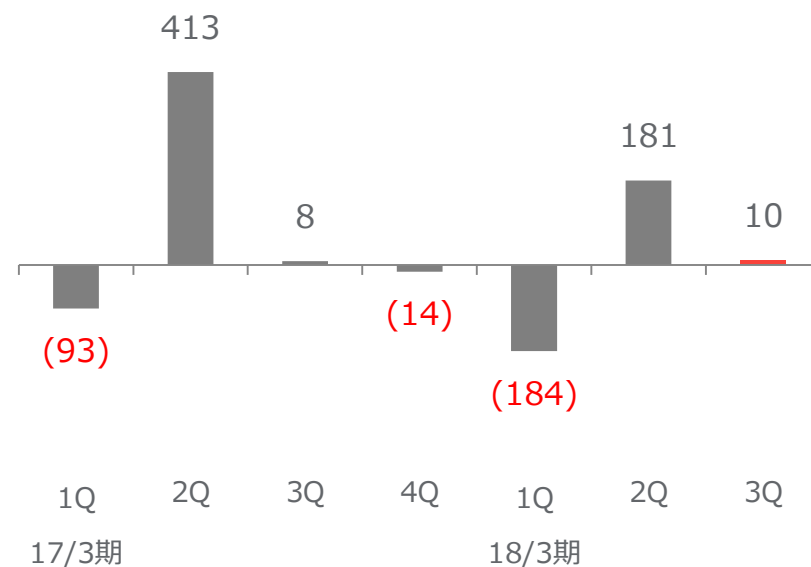
# 第3四半期決算報告：四半期別推移

- 18年3月期第3四半期（2017年10－12月）の売上高は、法人旅行事業及びインバウンド旅行事業の好調が牽引し、前年同期（2016年10－12月）比444百万円増加しました。
- 18年3月期第3四半期（2017年10－12月）の営業利益は、前年同期（2016年10－12月）比1百万円増加しました。

売上高



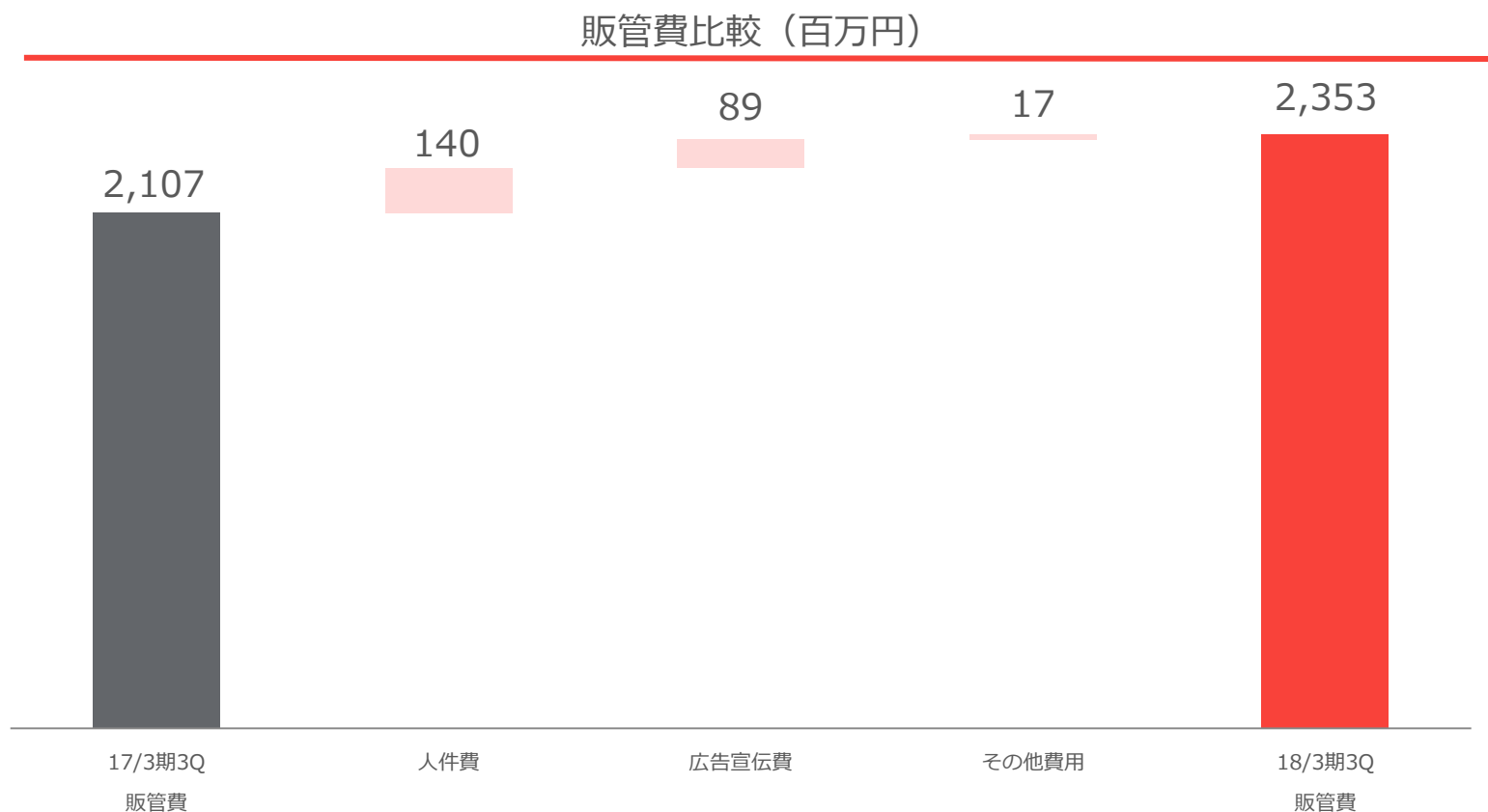
営業利益



事業部門	事業の振り返り
個人旅行事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● ビーチ方面については、価格競争が激化したことに加え、北朝鮮情勢やバリ島の火山噴火による渡航者数の減少が響き、取扱額と粗利のいずれも前年同期を下回る結果となりました。</li><li>● アメリカ欧州方面は、回復傾向にある旅行需要を着実に取り込むことで、取扱額及び粗利のいずれも前年同期に比べ増加いたしました。</li><li>● アメリカ欧州方面は好調であったものの、ビーチ方面の不振等により、個人旅行事業全体としては、取扱額と粗利ともに、前年同期を下回る結果となりました。</li></ul>
法人旅行事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 新規取引先の開拓に注力するとともに、既存顧客企業とのリレーション強化を図り、取引拡大に努めました。</li><li>● 企業出張需要と団体旅行の受注が好調に推移したことから、取扱額及び粗利のいずれも前年同期に比べ増加しました。</li></ul>
インバウンド旅行事業	<ul style="list-style-type: none"><li>● 訪日旅行事業については引続き好調に推移した結果、取扱額及び粗利のいずれも前年同期に比べ増加しました。</li></ul>

# 第3四半期決算報告：販管費増分析

- 販管費は、前年同期（2016年4－12月）比246百万円の増加となりました。
- 今後の事業拡大に備えて積極的な人材投資を行っていることから、人件費が前年同期（2016年4－12月）比140百万円増加しました。
- 広告宣伝費は前年同期（2016年4－12月）比89百万円増加しました。



# 第3四半期決算報告：連結貸借対照表

- 旅行予約の受注増加により、2017年3月期末と比べて流動資産、流動負債ともに増加しております。

単位：百万円	17年3月期末	18年3月期 第3四半期末	増減額
流動資産	2,270	3,781	+1,511
現金及び預金	997	2,074	+1,076
旅行前払金	668	1,048	+379
固定資産	579	584	+4
有形固定資産	122	98	△23
無形固定資産	76	81	+4
投資その他の資産	380	404	+23
資産合計	2,850	4,366	+1,515
流動負債	2,285	3,140	+854
旅行前受金	1,643	2,382	+739
固定負債	90	77	△13
負債合計	2,376	3,217	+841
株主資本	466	1,129	+662
その他の包括利益累計額	7	19	+11
純資産合計	474	1,148	+674

- サマリー
- 決算報告
- 事業の進捗

## ● 旅行需要獲得に向けたキャンペーンを展開

- 今年度下期のみならず来年度に出発する旅行需要も見据えて、さまざまなキャンペーンを実施いたしました。

<実施キャンペーン例>



2017年最終 大幅プライスダウン 海外ツアー 今すぐチェック >

出発直前/年末年始

海外ツアー 最終 SALE

年内の海外旅行、諦めていませんか？  
まだ間に合う、人気の海外ツアーを最終値下げでご紹介！  
空席状況は随時変動しますので、お早めにお問い合わせください。

### 出発直前/年末年始セール

- 年末年始の出発間際の旅行需要獲得のため、「出発直前/年末年始セール」を開催しました。

## 先取り初売 SALE 2018

1月2日🔥まで開催中!

例えば、卒業旅行 GW旅行 有休消化 での旅行は  
年が明けると、混雑時期の飛行機は大変予約が取りにくくなります。  
空席がなくなる前の“年内に”早めのご予約を!

随時更新!  
先取りSALE  
目玉ツアー  
はこちら

### 先取り初売セール

- 年明けからの初売りに先行して、12月から「先取り初売」を開始しました。おかげさまで、来年度（2018年4月以降）に出発予定のご旅行についても多くのご予約をいただくことができました。

## ● 認知度向上に向けたSNSキャンペーンの実施

- 認知度向上のためSNSを活用したさまざまなキャンペーンを実施して、フォロワー数を着実に増加させることができました。

＜実施キャンペーン例＞



## LINEを活用したプロモーション施策

- LINEを積極的に活用してLINEユーザーの皆様へ情報提供とプロモーションを実施しました。



## ハロウィンリツイートキャンペーン

- ハロウィンにあわせてリツイートでプレゼントが当たるキャンペーンを実施しました。



## トルコリツイートキャンペーン

- トルコの魅力をツイートして航空券、食事券、映画のチケットが抽選で当たるキャンペーンを開催し、4,000名以上の方にご参加いただきました。



## ● 株式分割及び株式分割に伴う定款の一部変更について

- 当社は平成29年8月10日開催の取締役会において、普通株式1株につき2株の割合による株式分割及び株式分割に伴う定款の一部変更を行うことについて決議し、平成29年10月1日を効力発生日として株式の分割及び定款の一部変更を行っております。
- 当該株式分割及び定款変更の内容は、次のとおりであります。

### 1. 分割により増加する株式数

- |                |             |
|----------------|-------------|
| ① 分割前の発行済株式総数  | 2,334,000株  |
| ② 分割により増加する株式数 | 2,334,000株  |
| ③ 分割後の発行済株式総数  | 4,668,000株  |
| ④ 分割後の発行可能株式総数 | 14,000,000株 |

### 2. 日程

- |         |            |
|---------|------------|
| ① 基準日   | 平成29年9月30日 |
| ② 効力発生日 | 平成29年10月1日 |

### 3. 定款変更の内容

現行定款	変更後
第6条（発行可能株式総数） 当社の発行可能株式総数は、 <u>7,000,000株</u> とする。	第6条（発行可能株式総数） 当社の発行可能株式総数は、 <u>14,000,000株</u> とする。

## 今後の成長戦略（再掲）



当社の強みである「ハイブリッド戦略」を拡大・深化させるための施策を実施してまいります

## 「ハイブリッド戦略」の拡大・深化に向けて

- ✓ 当社クレド「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」の徹底（旅工房の事業存続理由）
- ✓ 世界中、どこからどこへでも行けること（コア旅行商品の充実）
- ✓ 使い勝手のよく利便性の高い販売プラットフォームを提供すること（システム投資）
- ✓ 世界中の人々から旅行サービス企業として「第一想起」たる存在となること（マーケティング戦略）
- ✓ 旅行のプロフェッショナル集団であること（人材採用と教育投資）
- ✓ 世界の誰もが利用できること（海外展開と多言語化）

旅行を通じた世界平和への貢献という経営理念実現のため、「世界中、どこからどこへでも」を実現させるべく、コア旅行商品の充実を図ってまいります

対象地域	現状	課題
日本発海外旅行	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>世界123カ国に対応済み</li> <li>未対応地域への進出、世に出ていない隠れたツアーの発掘を推進</li> </ul>
日本国内旅行	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内ツアーについては引続き充実</li> <li>単品（宿泊施設、交通手段）の品揃え強化</li> <li>民泊等の多様化への対応</li> </ul>
インバウンド旅行 （訪日旅行）	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>現在は法人・団体旅行の取扱いのみ</li> <li>個人旅行の取扱い拡充</li> <li>国内旅行商品の商品仕入強化</li> </ul>
三国間旅行 （out-out）	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存のプラットフォームの多言語化</li> <li>海外SEO、海外SEMの対応</li> <li>海外コンシェルジュ育成</li> </ul>

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

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、国際旅行事業の強化により、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



## 国際旅行事業 (インバウンド＋海外展開)

### インバウンド（海外旅行客の日本国内受入） は高単価・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旅行客（現地発旅行客）の取り込みを皮切りに、海外拠点網の整備を通じた各国発旅行客の取扱い拡充





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

- 商品データベースの充実、UI改善やサーバーの機能増強等による、「ダイナミック・パッケージ」と「オンライン・パッケージ」システムのさらなる利便性向上



## 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



認知度向上による顧客基盤拡大と、リピート利用拡大のため、マーケティング強化のための施策を積極的に実施してまいります

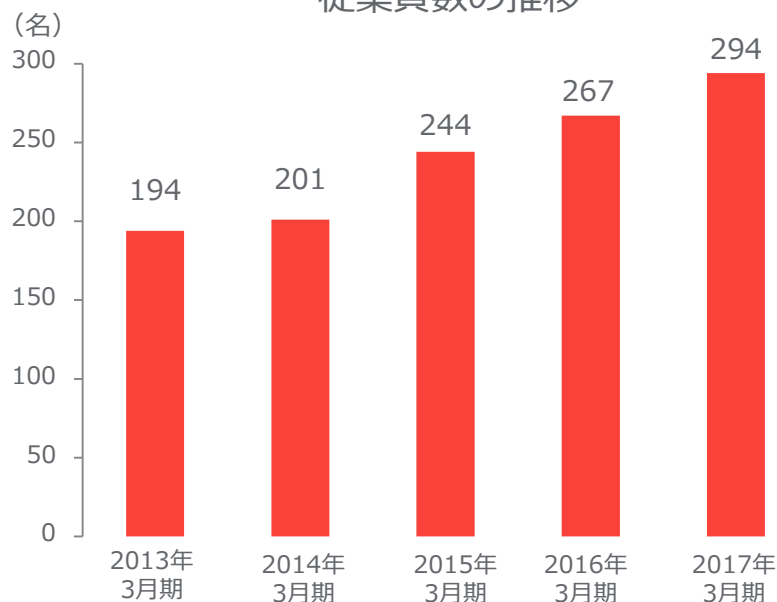
- さらなる顧客基盤拡大のため、**認知度向上に向けた広告宣伝活動**を実施
  - 従来のネット中心の広告から、テレビCM等のマス広告も検討
  - 自社サイト流入比率のさらなる向上にむけて、SEOやSEM施策を強化
- 顧客層に最適化された商品戦略・マーケティング戦略の実施
  - **お客様全体の48%をF1層・F2層（20代～40代女性）**が占める（2017年3月期）
  - 「新しいトレンドに敏感」、「消費意欲が旺盛」、「ネットリテラシーが高い」といったF1層・F2層の特長を踏まえた商品企画やマーケティング戦略を推進
- 顧客基盤が拡大した場合でも、現在のリピート率（**約20%**）を維持し改善するため、**顧客囲い込み強化のための施策**を実施
  - これまで蓄積された膨大な旅行データを活用すべくDMP導入を検討
  - 顧客データを活用して「トラベル・コンシェルジュ」がお客様ひとりひとりに最適化された提案を行うことで、顧客満足度のさらなる向上を図る（記念日旅行の提案、食事・遊び方の嗜好分析に基づいたアクティビティ提案、渡航履歴を踏まえた旅行先の提案等）
  - マイページ機能の活用、旅工房アプリの機能強化、ポイント施策の導入等による囲い込み施策の検討
- 後述の多言語化の進捗状況も踏まえて、海外SEO・海外SEMも今後検討

航空券・ホテルといった単品素材の提供だけでなく、  
専門知識に裏打ちされた旅行に関する「プロフェッショナル集団」として  
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

- 「トラベル・コンシェルジュ」に求められるサービスポリシー、価値観、企業風土の浸透のため、引続き新卒を中心に積極採用
- 経営管理部門は即戦力を重視して、経験者による中途採用を強化

従業員数の推移



※2013年3月期～2014年3月期は単体、2015年3月期～2017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

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

ウェブサイトとサービスの多言語化をすすめることで、日本語以外の話者へのサービス提供を目指します

- 英語版のサービスサイトをリリースし、在日外国人と日本国外の利用者に向けたサービス提供を目指す（2017年度中を目標）
- 英語以外の多言語化も推進（中国語、ベトナム語、インドネシア語、スペイン語等。2018年度以降）

## 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、作成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。