

# 2019年3月期 決算説明資料

株式会社 旅工房

(証券コード6548)

2019年5月13日

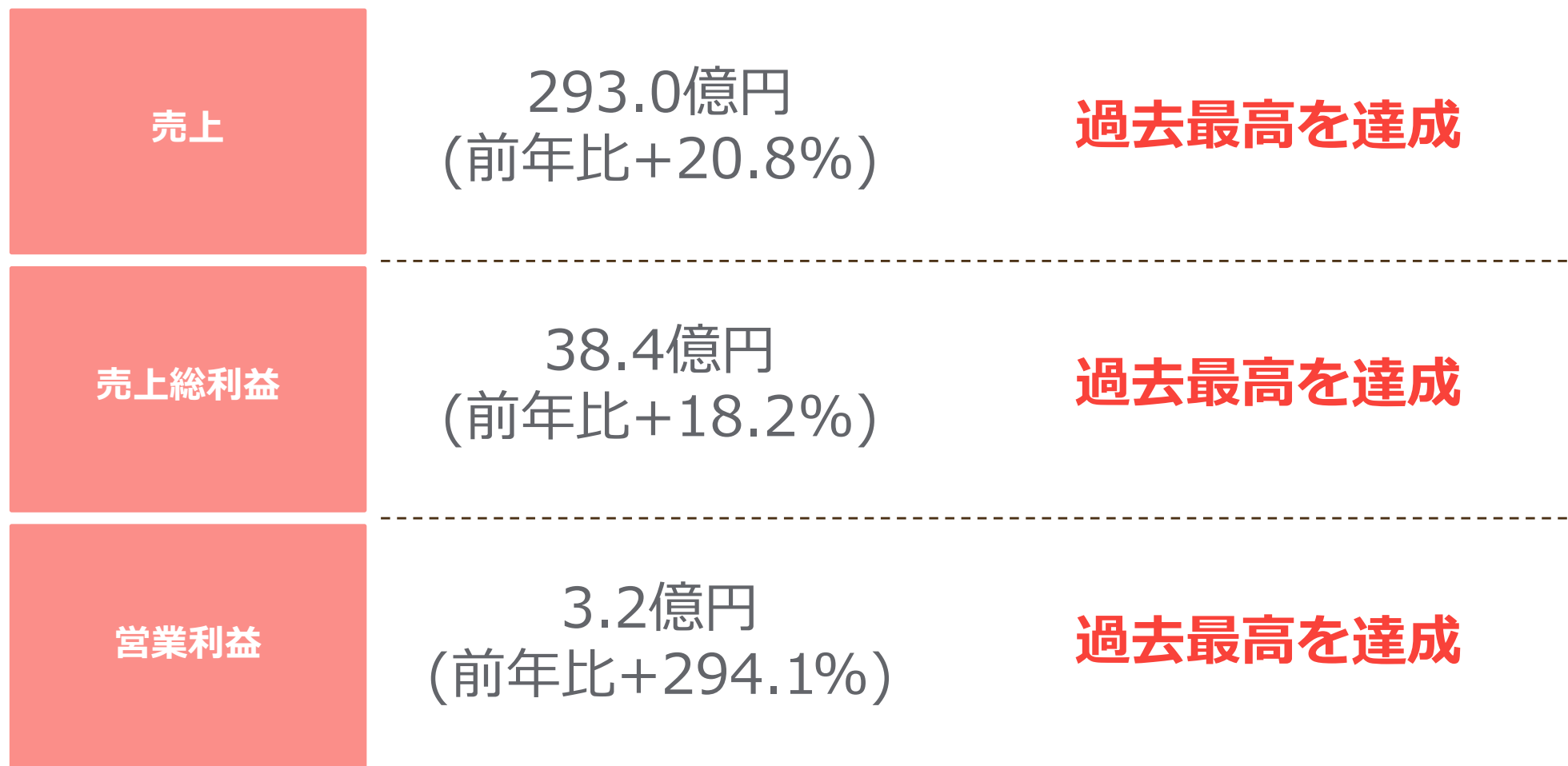


社名	株式会社 旅工房 (TABIKOB0 Co. Ltd.)
本社	東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60 46階
設立	1994年4月18日
資本金	4億2,694万2,600円 (2019年3月31日現在)
事業内容	旅行代理店として、主に国内の個人・法人顧客向けに 海外旅行の手配サービスを提供
従業員数	362名 (旅工房連結、2019年3月31日現在)
代表取締役会長兼社長	高山 泰仁
上場市場	東京証券取引所マザーズ (証券コード 6548) 2017年4月18日上場
海外子会社	ALOHA 7, Inc. (米国ハワイ州) Tabikobo Vietnam Co., Ltd. (ベトナム社会主義共和国ホーチミン市) PT. Ramayana Tabikobo Travel (インドネシア共和国バリ州)

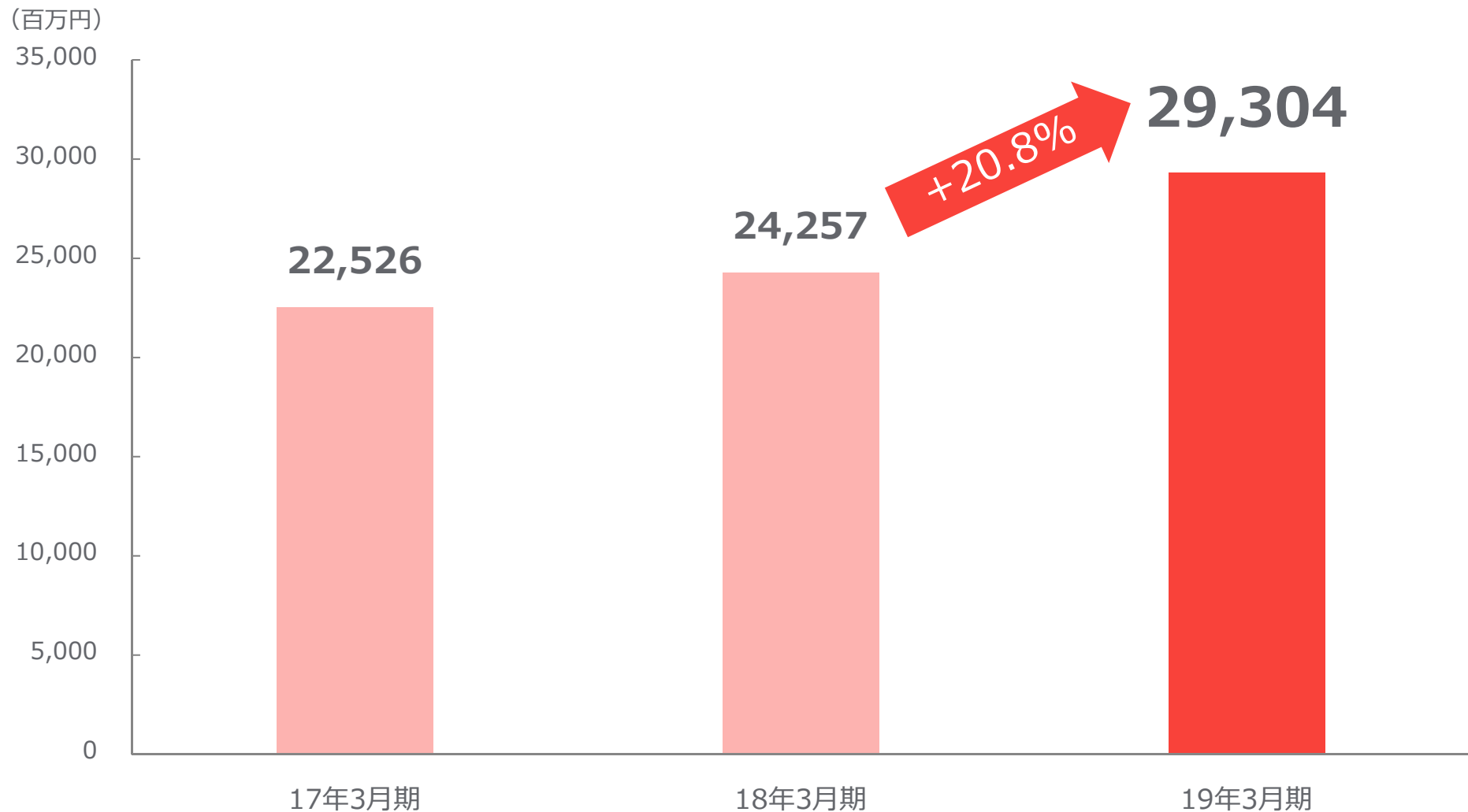
## 2019年3月期 決算概要



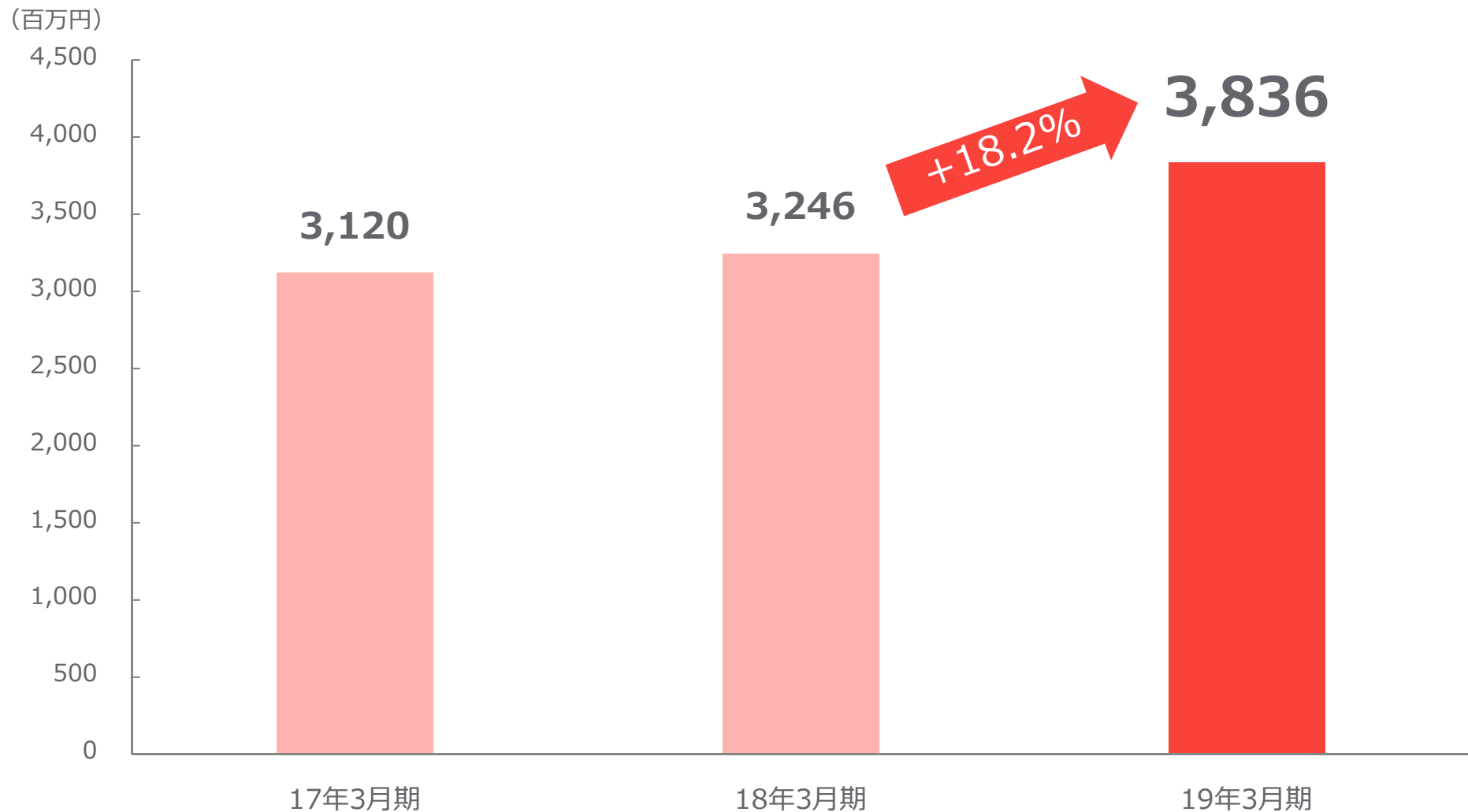
## 売上・利益ともに過去最高を達成



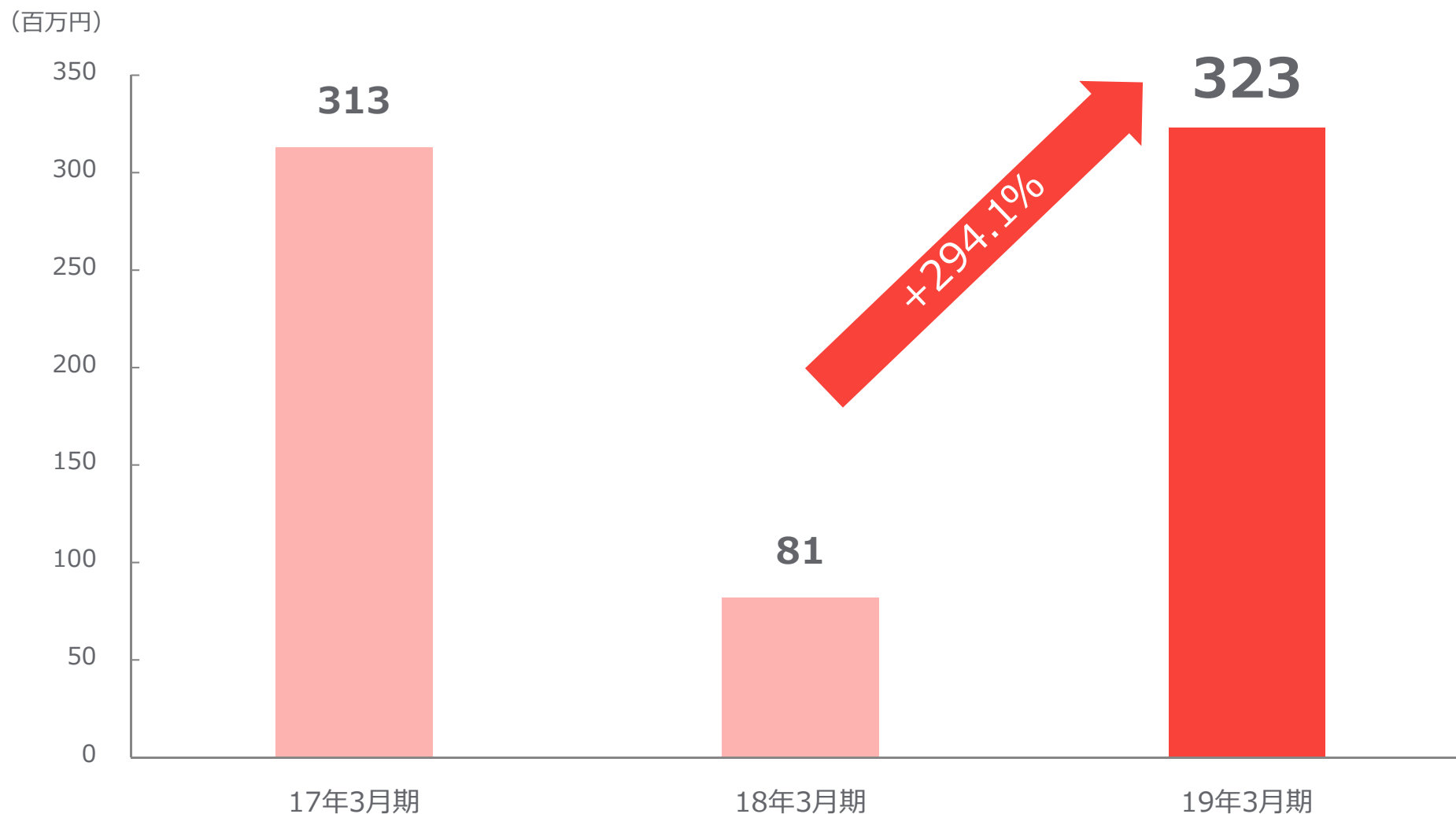
## 売上高は前年同期比**20.8%増**



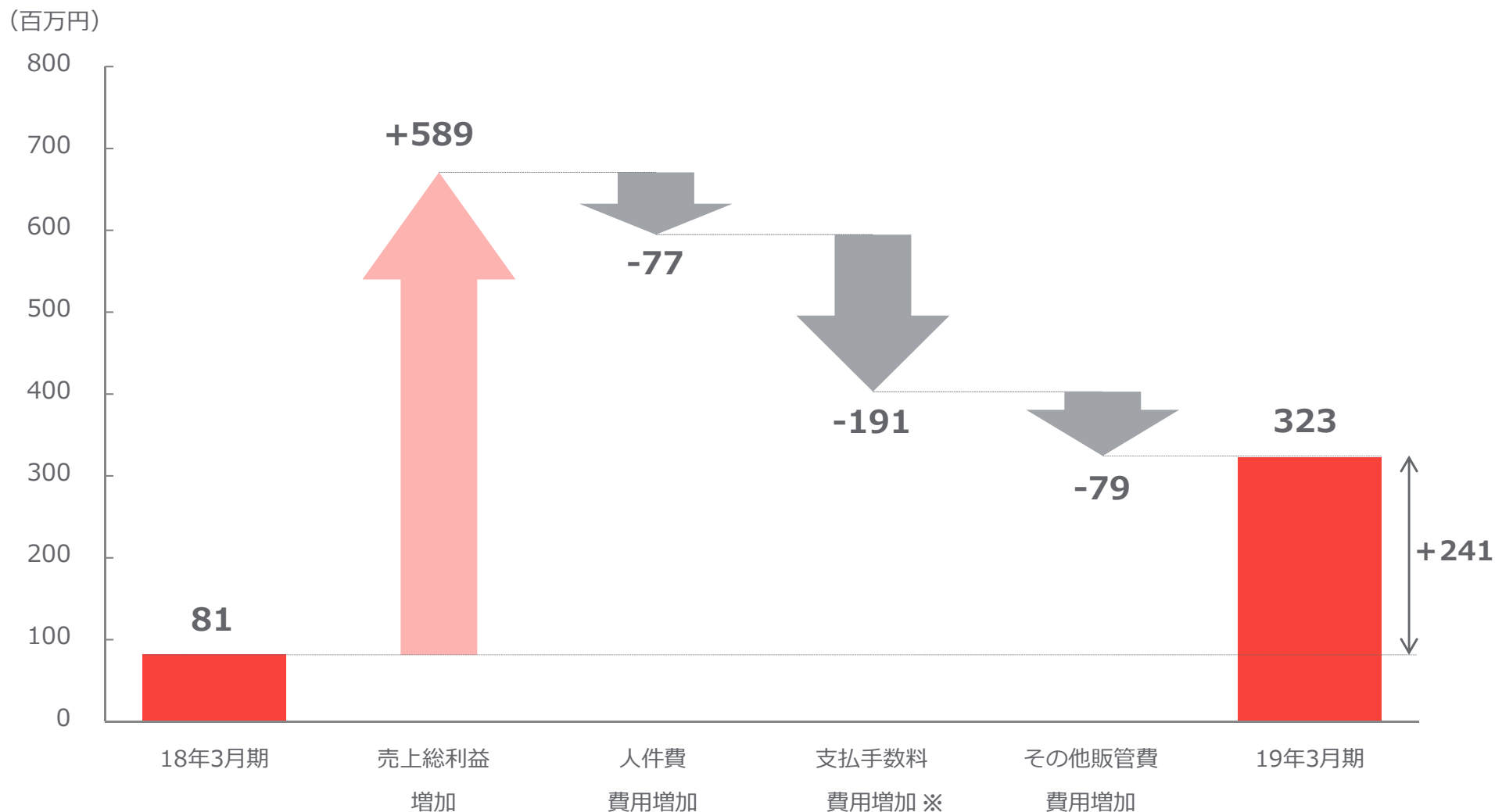
## 売上総利益は前年同期比**18.2%増**



## 営業利益は前年同期比**294.1%増**



前年同期から売上総利益が589百万円増加し、人材・システム・マーケティングへの投資により販管費は348百万円増加、営業利益は241百万円の増加となった



※支払手数料の増加の内訳は、システム・マーケティング投資が103百万円増加、カード手数料が40百万円増加、その他費用が47百万円増加



# 決算概要：連結損益計算書サマリー

- 積極的な人材投資により、人件費が増加
- 中長期の収益力向上のためのシステム投資とマーケティング強化のため、支払手数料が増加

単位：百万円	17年3月期	18年3月期	19年3月期
売上高	22,526	24,257	29,304
売上総利益	3,120	3,246	3,836
人件費	1,574	1,809	1,886
支払手数料	339	335	526
(うち、システム・マーケティング投資)	(58)	(101)	(204)
広告宣伝費	281	398	404
その他販売費及び一般管理費	610	621	695
営業利益	313	81	323
経常利益	300	69	333
親会社株主に帰属する 当期純利益	192	39	203

# 決算概要：連結貸借対照表

- 旅行予約の受注が好調に進んでいることから、前期末と比べて流動資産、流動負債ともに増加

単位：百万円	18年3月期末	19年3月期末	増減額
流動資産	3,559	6,053	+2,493
現金及び預金	2,163	3,689	+1,525
旅行前払金	686	1,225	+539
固定資産	619	850	+230
有形固定資産	86	111	+24
無形固定資産	126	243	+116
投資その他の資産	405	495	+89
資産合計	4,178	6,903	+2,724
流動負債	2,912	5,426	+2,514
旅行前受金	2,087	4,141	+2,054
固定負債	72	69	△2
負債合計	2,985	5,496	+2,511
株主資本	1,178	1,383	+204
その他の包括利益累計額	14	17	+2
純資産合計	1,193	1,407	+213

- 現金及び現金同等物の期末残高は、前期末と比較して1,520百万円の増加

単位：百万円	18年3月期	19年3月期	主な変動要因
営業活動による キャッシュ・フロー	589	1,817	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 増加要因 旅行前受金の増加 2,047百万円 仕入債務の増加 312百万円</li> <li>■ 減少要因 旅行前払金の増加 537百万円 売上債権の増加 388百万円</li> </ul>
投資活動による キャッシュ・フロー	△70	△281	<ul style="list-style-type: none"> <li>固定資産の取得による支出 196百万円</li> <li>敷金の差入による支出 21百万円</li> </ul>
財務活動による キャッシュ・フロー	645	△15	<ul style="list-style-type: none"> <li>リース債務の返済による支出 14百万円</li> </ul>
現金及び現金同等物の 増減額	1,162	1,520	
現金及び現金同等物の 期末残高	2,117	3,638	

## 2019年3月期 主な取り組み



## インドネシアバリ島における子会社設立（2018年8月）

インドネシア共和国バリ州を拠点に、8か所のリゾートホテルを所有し、200店舗を超えるコンビニエンスストア、20店舗を超えるスーパーマーケット、レストラン、スパ、食品加工業等の事業を幅広く展開しているRamayanaグループの旅行会社の議決権の67%を取得

現地スタッフ集合写真

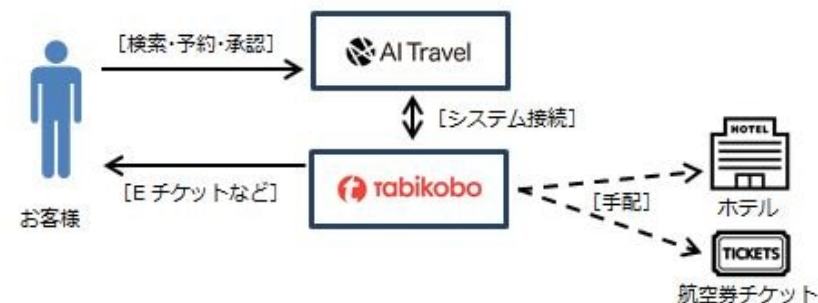


## AIトラベル社との業務提携（2018年8月）

AI技術を活用したクラウド型出張手配管理サービスを運営する株式会社AIトラベルと提携し、法人のお客様へAIを活用した出張手配の予約・管理サービスの提供するための業務提携を実施

当該業務提携により、旅工房の強みである出張手配に関するノウハウとAIトラベル社の強みであるデザイン・テクノロジー力が相互作用し、法人のお客様に対する品質の高い出張手配サービスの提供および大幅な業務効率化の実現を目指す

### 業務提携のスキーム



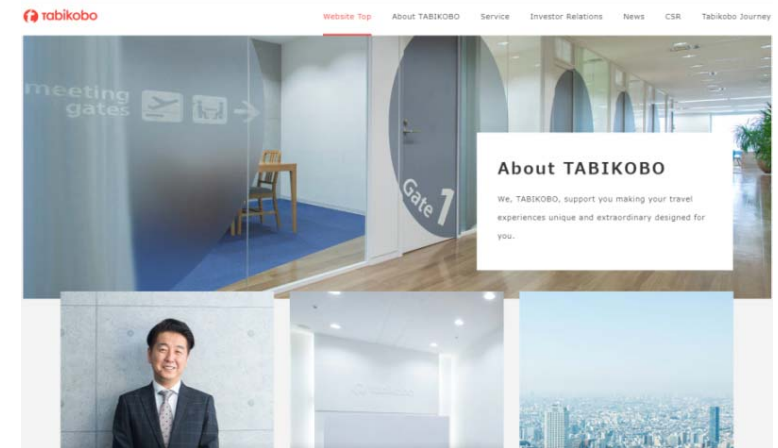
## 英語版コーポレートサイト開設（2019年3月）

海外展開の加速を目指すこと、海外ホテルや海外航空会社等の日本語話者以外の取引先への当社および当社サービス理解促進のため、コーポレートサイトの英語版を開設

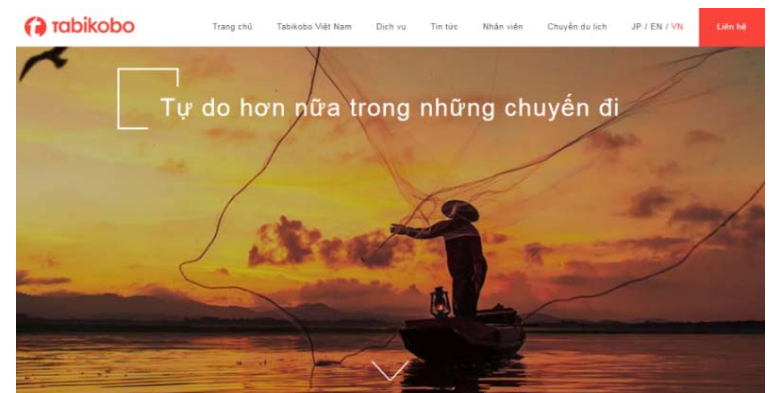
## 海外子会社での現地語サイト開設

ベトナム現地子会社の現地語、英語、日本語対応のサイトを開設  
現地での日本語話者以外へのサービス提供を目指す

### 英語版コーポレートサイト



### 現地語サイト（ベトナム）

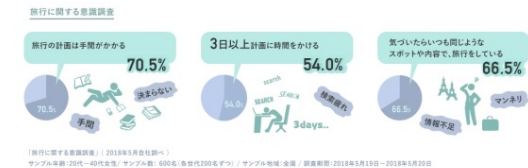


ABOUT  
Giới thiệu Tabikobo Việt Nam

## コンシェル旅（2018年6月）

全国20~40代女性600名に向けて実施した旅行意識調査の結果を用いて、旅工房のトラベル・コンシェルジュサービスの便利さをアピールすることを目的として、「コンシェル旅」をプレスリリース

## コンシェル旅イメージ



### 「コンシェル旅」がすべて解決

- 知識豊富な  
トラベル・コンシェルジュ**  
ご希望のエリアに詳しい知識豊富なトラベル・コンシェルジュが無料で手配いたします  
FREE CONCIERGE
- あなたにぴったり合う  
オリジナルアレンジ**  
あなたにぴったり合うプランをトラベル・コンシェルジュが提案いたします  
ORIGINAL PLAN
- 良質な旅行もお手頃価格で**  
良質な旅行をお手頃価格でトラベル・コンシェルジュが提案いたします  
NICE VALUE

## TABIKOBO JOURNEYの開設（2018年9月）

旅工房のトラベル・コンシェルジュやサービスを記事で紹介し、ブランド認知拡大を目的としたオウンドメディア「TABIKOBO JOURNEY」を開設

## TABIKOBO JOURNEY





## SNSを活用した各種キャンペーンの実施（随時）

認知度向上に向けた動画広告、SNSを活用したキャンペーンや航空会社、政府観光局、他業種とタイアップしたマーケティング施策を推進

## WEBサイトの利便性向上に向けた体制構築（2018年10月～）

急速に変化していくトレンドを捉え、スピーディーに改善が行えるようA/Bテストを用いたサイト改善チームを立ち上げ、運用を開始

## WEB広告運用の内製化（2018年12月～）

WEB広告のさらなる最適化・最大化を行うため、WEB広告運用を代理店運用から内製化し、より費用対効果などを意識した運用を実現

### SNSキャンペーンの例



## 新基幹システムの導入（2018年11月）

今後の事業規模拡大に備え、IPO時に計画していた新基幹システムを一部導入し、業務効率化を推進  
事業の変革に瞬時に対応できるように新規に自社独自開発にて対応

## お客様マイページの刷新（2018年11月）

お客様の利便性向上のため、マイページを刷新し、お客様への情報提供、各種手続きがスムーズに行えるように機能改善を実施

## LINEトラベルjpとの接続開始（2019年3月）

オンラインパッケージ商品\*の販路拡大のため、LINEトラベルjpへオンラインパッケージ商品の提供を開始

## 新マイページのイメージ



The screenshot displays the Tabikobo user interface. At the top, the Tabikobo logo is on the left, and navigation icons for '予約確認' (Check Booking) and 'お気に入り' (Favorites) are on the right. Below the header, the breadcrumb trail reads '海外旅行の旅工房 > 予約の確認 > 予約の詳細'. The main content area shows a user profile for '旅工房 テストさん' and a menu with options like '旅行', '予約の確認', 'お気に入り', '閲覧履歴', and 'よくある質問'. The '予約の詳細' (Booking Details) section is highlighted, showing a reservation for '東京オンラインパッケージ販売' (Tokyo Online Package Sales) for the dates 2019/01/24 (木) to 2019/01/26 (土). The 'お手続き' (Check-out) section displays payment information: '請求総額: 79,000円 (支払い期限: 2019/02/07)', '残金: 76,000円 (支払い期限: 2019/02/07)', and '※予約時に指定された時刻までにお手続きください。'. There are buttons for '支払い' (Payment), '参加申込' (Apply for Participation), and '申込' (Apply). The '参加申込' section shows '旅行参加申込書: 0 / 2名 完了' and '※予約時に指定された時刻までにお手続きください。'. There are buttons for 'おとめて' (Apply), '個別/代表者' (Individual/Representative), and '個別/同行者' (Individual/Travel Companion). At the bottom, there are options for '書類の出力' (Print Documents) and 'まとめて' (Apply).

\*オンラインパッケージ商品：航空券とホテル、送迎等がセットになったオンライン上でのパッケージツアーの販売

## 一般社団法人 日本経済団体連合会への入会（2019年3月）

お客様満足度の向上や旅行業界のさらなる発展および  
産業界全体への貢献を目指し、積極的な政策提言活動  
ならびに社会貢献活動へ参画予定

### 経団連会員証



## 2020年3月期 通期業績予想



- 当社グループでは、「ハイブリッド戦略」のさらなる深化を図るため、オンライン商品販売を積極的に行い、アジア方面を中心とした「安近短」市場のシェア拡大を図るとともに、トラベルコンシェルジュによるオフライン商品の販売についてもヨーロッパ方面を中心に展開を図り、安定的な利益獲得に努める
- また、法人営業部門も引き続き強化するとともに、日本国外での事業拠点の拡大と海外ネットワークの拡充により、インバウンド旅行事業のさらなる強化と海外における旅行需要獲得を推進する
- 一方で、経費面では、オンライン商品販売の積極的な拡大に伴うマーケティング費用およびシステム投資費用、その他変動費の増加を見込み、人員増強に伴う人件費の増加も見込む

単位：百万円	19年3月期（実績）	20年3月期（予想）	増減額	前年同期比
売上高	29,304	40,000	+10,695	136.5%
営業利益	323	351	+27	108.6%
経常利益	333	342	+9	102.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	203	216	+12	106.1%

# 2020年3月期 事業戦略



## オンライン販売による送客・売上拡大とオーダーメイド販売による 安定的な利益獲得を同時に実現する

### オンライン販売 (オンラインパッケージ商品/ 航空券、ホテル等および ダイナミックパッケージ商品)

- 集客に重点を置いた上で、トップライン・市場シェア拡大を図る
- お客様サービスの向上に集中する企画チームと生産性向上およびコスト管理に注力する手配チームに組織を分けた上で、製販分離型の販売形態をとり、送客・売上拡大を図る
- システムおよびマーケティング戦略については、後述

### トラベル・コンシェルジュに よるオーダーメイド販売

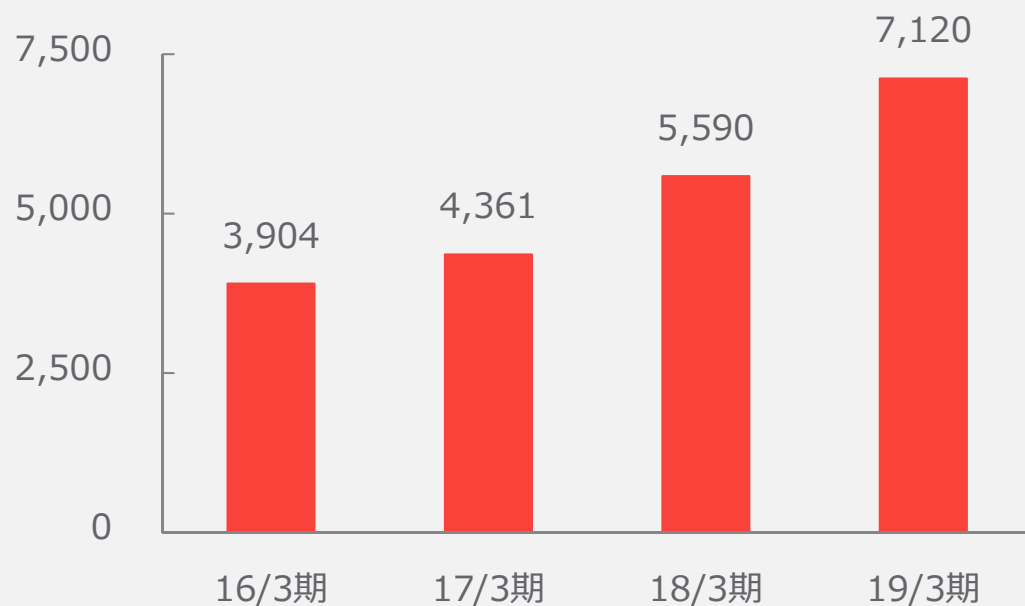
- 製販一体型の方面別組織体制により、カスタマイズされた専門性の高い良質なサービスをお客様へ提供し、安定的な利益の獲得を図る
- 2019年度は、ヨーロッパ方面を中心に組織体制を強化する

法人旅行事業および国際旅行事業は、4期連続の増収を達成  
2020年3月期も増収増益に向け、組織体制の強化を図る

## 法人旅行事業

- 法人・団体のお客様のニーズに応えるべく、組織面での体制強化を実施し、増収増益を図る

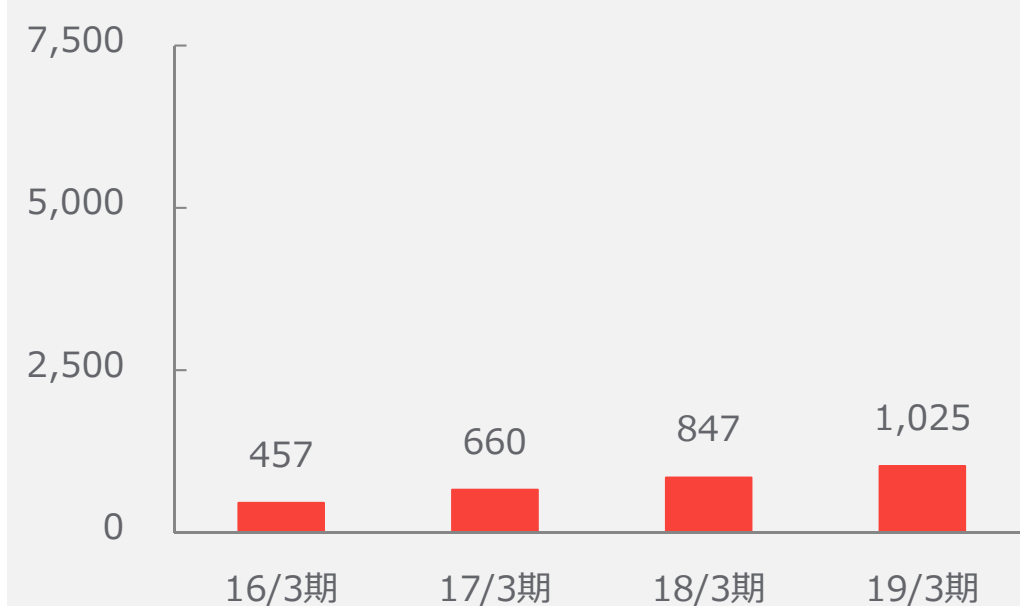
法人旅行事業 取扱額推移(百万円)



## 国際旅行事業 (インバウンド+海外展開)

- 収益性の高いインバウンド団体旅行の取扱いに注力
- インバウンド個人旅行の取扱い拡充も積極的に推進

国際旅行事業 取扱額推移(百万円)





## オンライン販売拡大のための3つのマーケティング施策を実行する

### 1. WEBマーケティングの強化

- ・リスティング広告やリターゲティング広告への投資を増加し、顕在層顧客の獲得を強化
- ・コンテンツSEO施策強化のため、専任チームを立ち上げ、継続的に運用可能な体制を構築
- ・アフェリエイトを積極的に活用することで自社以外の母集団へアプローチ

### 2. コンバージョン率の向上

- ・サイト改善チームにより、継続的にサイト改善を実施
  - チャネル毎の特性や顧客属性を考慮したランディングページの作成
  - パーソナライズ化された情報が提供できるサイトの構築

### 3. 認知度の向上

- ・動画コンテンツの新規立ち上げ、オウンドメディア・SNSを活用したキャンペーンおよび航空会社、政府観光局、他業種とタイアップしたマーケティング施策を引き続き推進

## オンライン販売拡大のための4つのシステム施策を実行する

### 1. 取扱商品数の拡大

- ・ ツアー造成システムのリニューアルを行うことで取扱いデスティネーションを拡大
- ・ 拡大した方面の商品力強化のため、API接続可能なサプライヤー数を増加

### 2. 商品掲載サイト数の拡大

- ・ 商品掲載可能な外部サイト数を拡大

### 3. リピート施策基盤の構築

- ・ お客様一人一人に対し、パーソナライズ化された情報を提供するための顧客管理基盤を構築
- ・ タビナカでのお客様満足度の向上を目的とした自社アプリを開発

### 4. 業務効率化

- ・ 業務自動化および顧客問合せの削減を目的に基幹システム&マイページを継続的に改善

全世界を対象に海外事業を展開し、事業の地域ポートフォリオの多様化を目指す

## 海外事業の展開方針

全世界を対象に海外事業を展開し、インドネシアにおける展開モデルと同様に現地パートナーとの提携により、現地ランドオペレータとしての日本からの送客による収益取り込みや商品およびブランディング強化を図る



## 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・社会等の情勢及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、予測及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及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。