

2021年3月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社 旅工房
(証券コード6548)
2020年11月12日



新型コロナウイルス感染症への当社対応

新型コロナウイルスの感染拡大を受け、当社では以下の通り対応策を実施しております。

お客様・お取引先様

お客様向け対応

- 当社が従来の強みとしてきたオンラインによる非接触での接客を引き続き維持しつつ、今後はWEB会議サービスやチャットなど利便性の高いサービスも展開

お取引様向け対応

- お互いの移動負担・リスクを低減するため、直接対面は避け、WEB・電話会議を中心に対応

従業員・社内環境

従業員・勤務体制

- 感染リスクを低減すべく、テレワーク可能な体制を整備し、一部出社が必要な社員を除き原則テレワークで業務を遂行している
- 従業員のメンタルヘルス対策として、WEB会議サービス活用等で従業員同士のコミュニケーションを維持

社内環境対策

- オフィススペースの衛生管理の徹底
- アルコール消毒液の出入り口への配備
- マスクの配布
- 従業員にマスク着用を推奨し、対面会議など人と接触する機会がある場合はマスク着用を指示

| | |
|------------|---|
| 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 | 4億6,472万3,150円 (2020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・法人顧客向けに旅行の手配サービスを提供 |
| 従業員数 | 406名 (旅工房連結、2020年9月30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) |

2021年3月期 第2四半期 決算概要



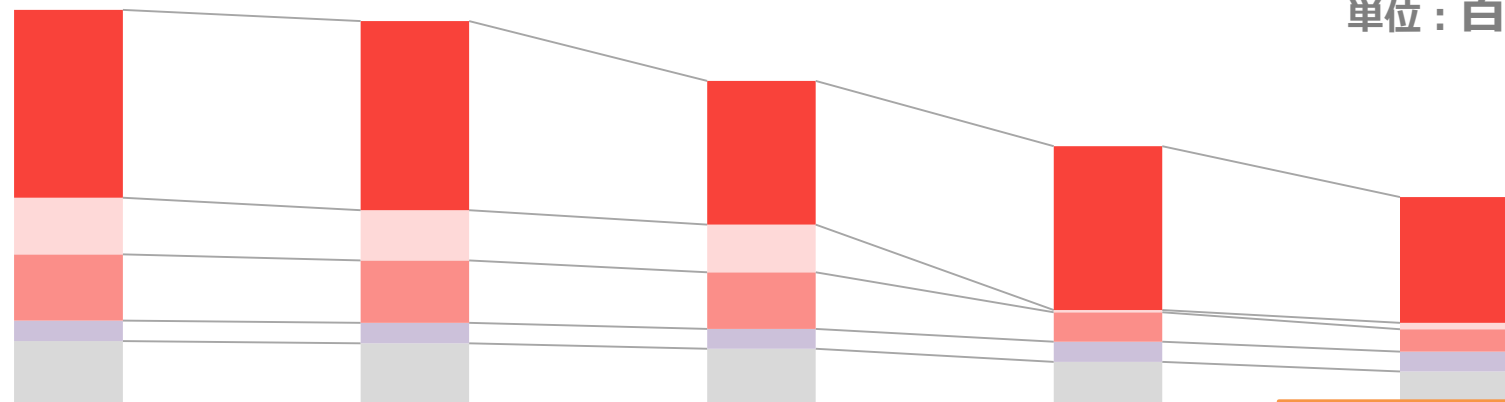
渡航制限等により海外旅行販売の売上はほぼ無いが、固定費を抑えた経営を進め、1Qから更なる費用削減を実現さらに2Qは助成金収入の計上により、経常赤字が大きく改善GOTOキャンペーン開催に合わせ国内旅行販売も開始*

| 単位：百万円 | 2020年3月期 | | | 2021年3月期 決算期間 | | | 前2Q/当2Q 増減比率 | 当1Q/当2Q 増減比率 | 前累計/当累計 増減比率 |
|--------|--------------|--------------|----------------|------------------|--------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 20年3月期 1Q | 20年3月期 2Q | 20年3月期 2Q累計 | 21年3月期 1Q | 21年3月期 2Q | 21年3月期 2Q累計 | | | |
| 売上高 | 7,944 | 10,457 | 18,401 | 150 | 162 | 312 | △98.4% | +7.9% | △98.3% |
| 売上総利益 | 1,121 | 1,411 | 2,532 | 55 | 29 | 84 | △97.9% | △46.6% | △96.6% |
| 販管費 | 1040 | 1,085 | 2,126 | 710 | 572 | 1,283 | △47.3% | △19.4% | △39.6% |
| 営業利益 | 81 | 325 | 406 | △655 | △543 | △1,198 | - | - | - |
| 経常利益 | 80 | 323 | 404 | △648 | △191 | △839 | - | - | - |

*国内旅行販売を中心とした主な取り組みはP10以降をご確認ください。

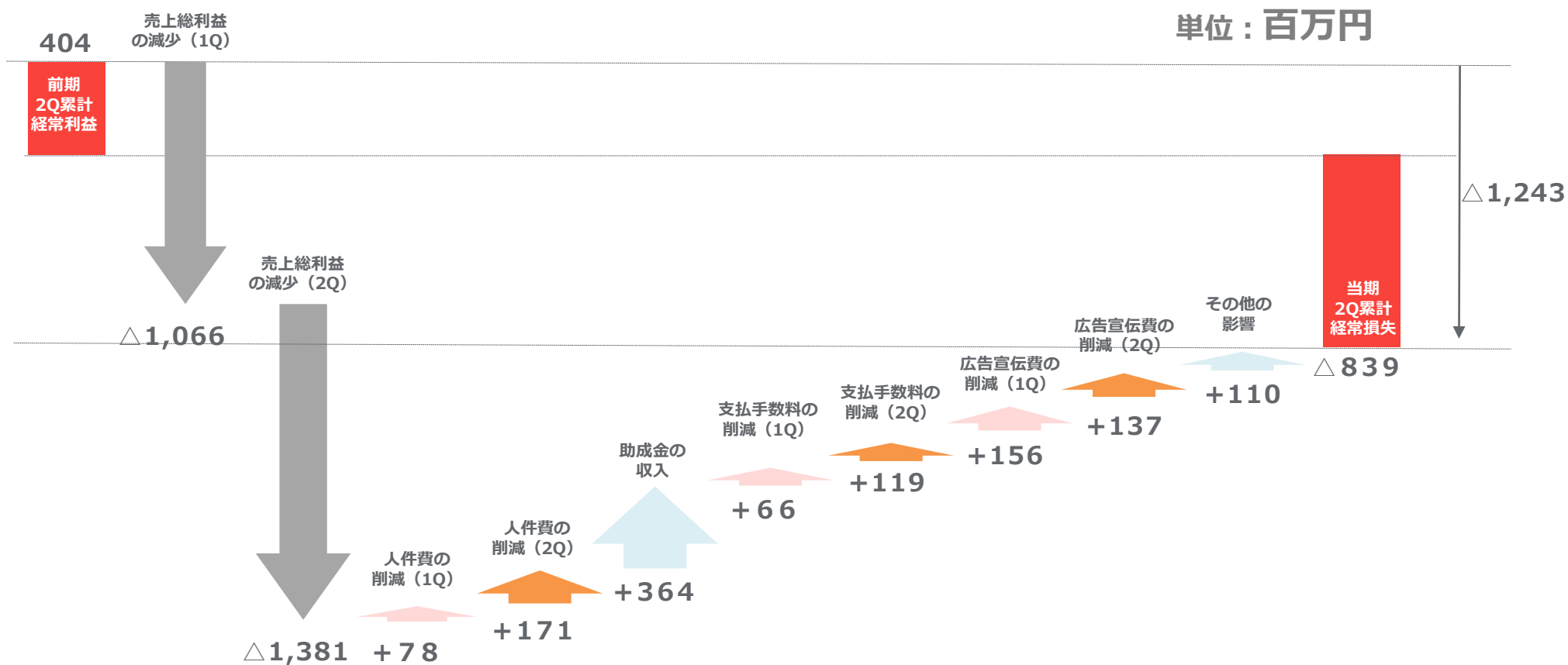
販管費は前年同四半期比で△47.3%、当年第1四半期比で△19.4%
 第3四半期以降は引き続き費用削減の方針を継続しつつ
 国内旅行販売強化の広告宣伝費の投下などを行う予定

単位：百万円



| | 20年3月期 2Q | 20年3月期 3Q | 20年3月期 4Q | 21年3月期 1Q | 21年3月期 2Q |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ■ 人件費 | 515 | 518 | 393 | 448 | 344 |
| ■ 広告宣伝費 | 155 | 137 | 131 | 6 | 18 |
| ■ 支払手数料 | 181 | 171 | 155 | 81 | 61 |
| ■ 地代家賃 | 56 | 56 | 54 | 55 | 54 |
| ■ その他 | 176 | 170 | 155 | 119 | 93 |

海外旅行の販売がほぼ無い中で、各費用の削減を実施
また休業人員の人件費負担に応じた雇用調整助成金を受領



海外旅行販売がほぼ無い状況で、売上および売上総利益が大幅に減少
費用の削減に努め、販管費は前年同期と比較し大きく縮小

| 単位：百万円 | 19年3月期 2Q累計 | 20年3月期 2Q累計 | 21年3月期 2Q累計 | 前年同期 差額 |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 売上高 | 14,531 | 18,401 | 312 | △18,088 |
| 売上総利益 | 1,863 | 2,532 | 84 | △2,447 |
| 人件費 | 917 | 1,041 | 792 | △249 |
| 支払手数料 | 238 | 329 | 142 | △186 |
| 広告宣伝費 | 184 | 318 | 25 | △293 |
| その他販売費及び一般管理費 | 319 | 436 | 322 | △113 |
| 営業利益 | 203 | 406 | △1,198 | △1,604 |
| 経常利益 | 192 | 404 | △839 | △1,243 |
| 税金等調整前四半期純利益 | 190 | 404 | △839 | △1,243 |
| 法人税等合計 | 78 | 148 | △253 | △402 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 112 | 249 | △583 | △832 |

売上減少に伴い営業債権・債務が縮小 当面の運転資金確保のための短期借入金が増加

| 単位：百万円 | 20年3月期 末 | 21年3月期 2Q末 | 増減額 | 単位：百万円 | 20年3月期 末 | 21年3月期 2Q末 | 増減額 |
|--------|-------------|---------------|------|---------|-------------|---------------|--------|
| 流動資産 | 4,281 | 3,886 | △394 | 流動負債 | 3,682 | 4,165 | 483 |
| 現金及び預金 | 2,756 | 3,253 | 496 | 短期借入金 | 700 | 3,700 | 3,000 |
| 売掛金 | 235 | 69 | △166 | 未払金 | 557 | 109 | △447 |
| 旅行前払金 | 398 | 85 | △313 | 旅行前受金 | 832 | 101 | △730 |
| 未収入金 | 686 | 294 | △391 | 預り金 | 1,171 | 87 | △1,084 |
| 固定資産 | 1,012 | 1,296 | 283 | 固定負債 | 69 | 64 | △4 |
| 有形固定資産 | 168 | 160 | △7 | 負債合計 | 3,751 | 4,230 | 478 |
| 無形固定資産 | 390 | 429 | 38 | 株主資本 | 1,512 | 930 | △582 |
| ソフトウェア | 345 | 377 | 32 | 資本金 | 464 | 464 | 0 |
| 投資その他 | 453 | 706 | 253 | 資本剰余金 | 374 | 374 | 0 |
| 繰延税金資産 | 44 | 299 | 255 | 利益剰余金 | 674 | 91 | △583 |
| 資産合計 | 5,293 | 5,182 | △110 | その他包括利益 | 16 | 11 | △4 |
| | | | | 非支配株主持分 | 13 | 10 | △3 |
| | | | | 純資産合計 | 1,542 | 952 | △589 |

前期末の予約キャンセル等により営業CF△24億、
国内旅行販売の本格稼働に伴い継続的に投資を実施、
当面の運転資金確保のための借入実行により財務CF+30億

| 要約連結CF計算書 単位：百万円 | 19年3月期 2Q | 20年3月期 2Q | 21年3月期 2Q | 増減額 |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------|
| 営業CF | +496 | △388 | △2,400 | △2,012 |
| 税金等調整前四半期純利益 | +190 | +404 | △839 | △1,243 |
| 旅行前払金の増減による影響 | △475 | △409 | +312 | +722 |
| 旅行前受金の増減による影響 | +861 | △552 | △730 | △177 |
| 仕入債務の増減による影響 | +267 | +144 | △216 | △360 |
| 未収入金の増減による影響 | △46 | △46 | +532 | +579 |
| 未払金の増減による影響 | △5 | △18 | △446 | △428 |
| 預り金の増減による影響 | +24 | +2 | △1,084 | △1,086 |
| 投資CF | △87 | △155 | △106 | +48 |
| 固定資産の取得による支出 | △58 | △102 | △101 | 0 |
| 財務CF | △9 | △9 | +3,001 | +3,010 |
| 借入金の借入及び返済の影響額 | - | △6 | 3,000 | 3,006 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | +401 | △555 | +490 | +1,045 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 2,519 | 3,082 | 3,193 | +110 |

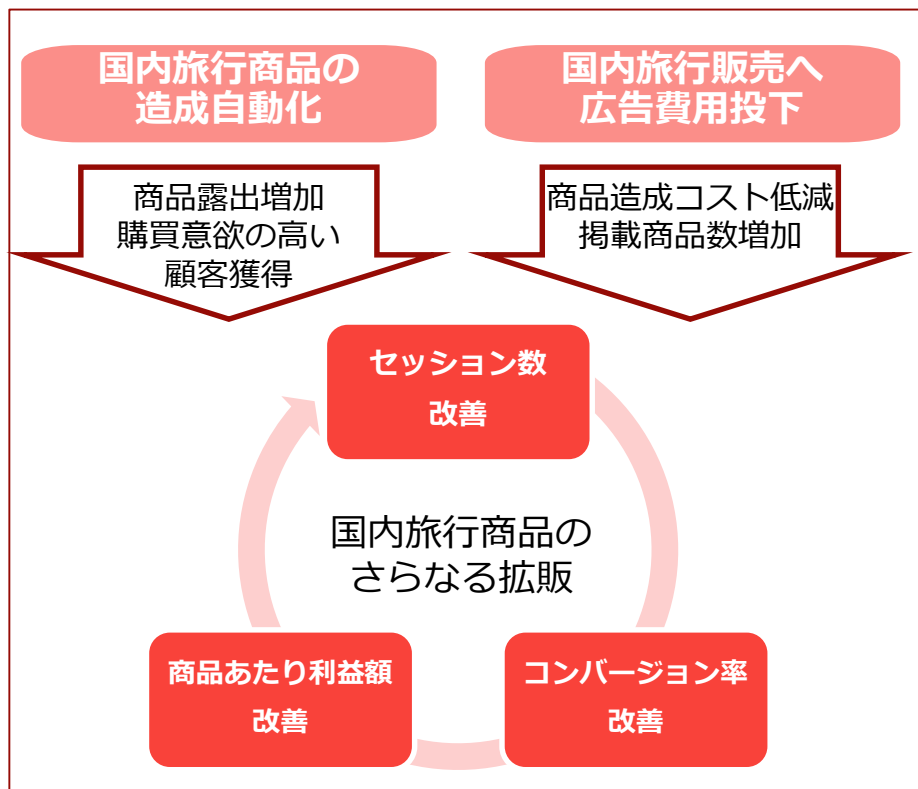
国内旅行販売を中心とした主な取り組み



旅工房の国内旅行販売ハイブリッド戦略

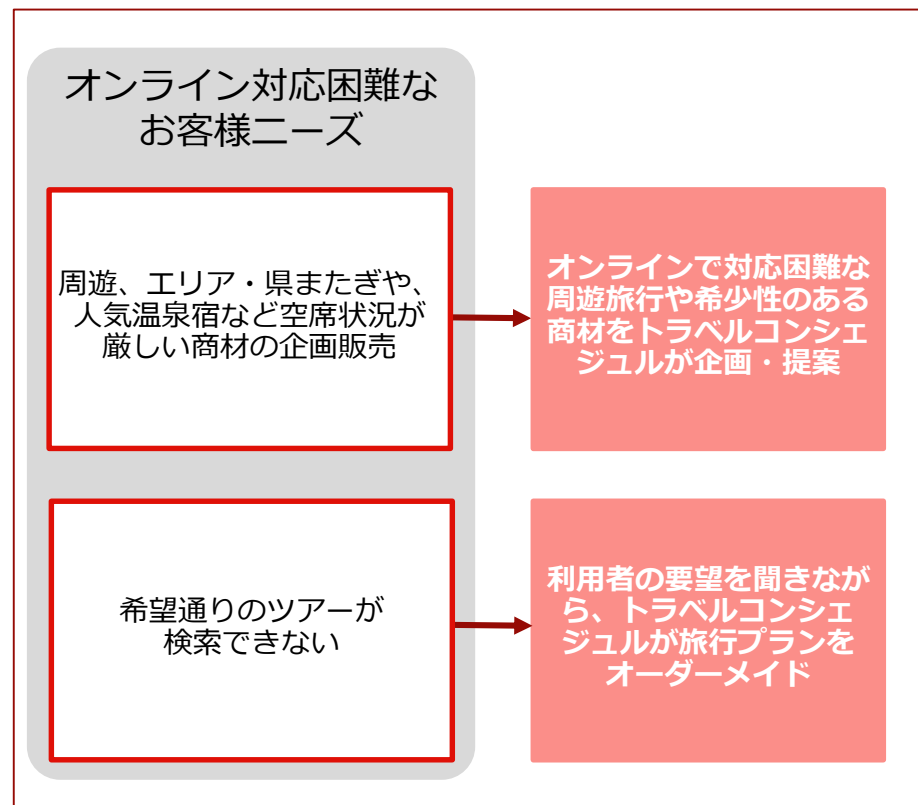
オンライン販売

システム化により商品掲載数を拡大し、セッション数とコンバージョン率を重視した広告戦略



コンシェルジュ対応・オーダーメイド

オンライン販売では対応できないお客様のニーズに
トラベルコンシェルジュが的確に対応



当社はGo To トラベル事業の対象事業者としてキャンペーンを活用し、また都民割併用により国内旅行商品の販売を拡大

Go To トラベルキャンペーン

旅行業者などを経由し旅行商品を購入することで、旅行代金の最大半額分(1人あたり最大2万円まで/泊)の割引やクーポンなどがもらえるキャンペーン

もっと楽しもう！TokyoTokyo(都民割)

東京都在住の方が伊豆諸島・小笠原諸島を含む東京都への旅行をする際に適応される割引。宿泊を伴う旅行は1名1泊あたり5,000円、日帰り旅行は1名1泊あたり2,500円の補助を受けることができる

GO TO 東京解禁

まだまだ 最大**14,000円**引き*

10/1出発以降の旅より TOKYO 都民もOK TOKYO 行きもOK

| | | |
|--|----------|---|
| 得 旅行代金 35%OFF ※ただし1人1泊あたり、1万4千円引きまで(宿泊旅行) ※ただし1人あたり、7千円引きまで(日帰り旅行) | + | 得 地域共通クーポンを付与 旅行代金の 15%相当 ※ただし1人1泊あたり、6千円が上限(宿泊旅行) ※ただし1人あたり、3千円が上限(日帰り旅行) |
|--|----------|---|

もっと楽しもう！
TokyoTokyo

都民が東京を旅して、お得

✓ GoTo併用OK ✓ 1人1泊あたり

5,000円 OFF※

都民限定 TokyoTokyo

「Go Toトラベル 東京解禁キャンペーン」 の開催に合わせて国内事業戦略推進本部を発足。

Go Toキャンペーン10月1日より東京発着の旅行が追加されたことを受けて、国内旅行事業の一層の強化のため、国内旅行本部の人員強化および、タイアップ企画や特別ツアーなど国内旅行の販売促進強化を目的とした国内事業戦略推進本部を発足。



旅工房×サンシャインシティ サンシャインシティの人気施設を満喫する特別プランを販売開始

商業施設 サンシャインシティの人気施設などを満喫できる、特別な周遊ツアー「サンシャインシティ お得な日帰りパック」の販売を開始



日本各地から出発 3密を避けて移動ができる 新しい旅のスタイル「車旅」を応援 レンタカー付きツアーを販売 コロナ禍でも、より安全に楽しめる新しい旅のスタイルを提案

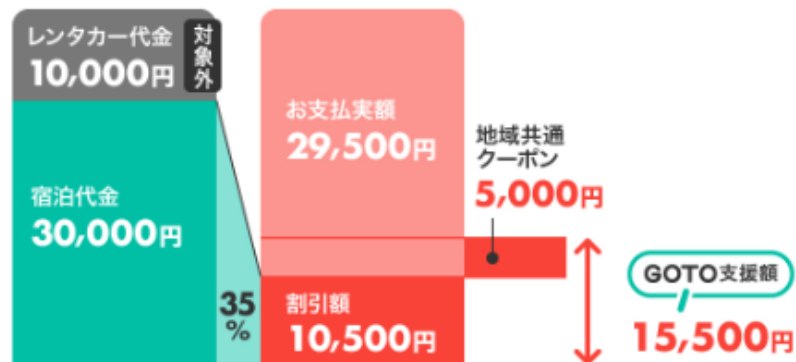
国内の宿泊施設までをレンタカーで移動するツアーの販売を開始

コロナ禍でも、より安全に楽しめる新しい旅のスタイルを提案

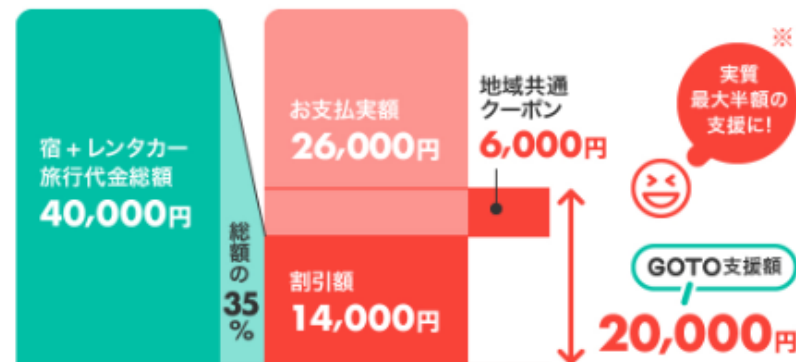
Go To Travelキャンペーンの拡大を受け、旅工房が全国のニッポンレンタカー店舗でレンタカーを予約し、宿泊やアクティビティをセットにしたパッケージツアーを販売します。それにより旅行代金総額からGo To Travelキャンペーンの支援が受けられるため、個人で手配するよりお得なプランとなります。全国から出発ができるレンタカーの特性を活かし、お客様のご希望通りに手配をする「オーダーメイド」にも対応します

個人手配とパッケージツアーの支援額比較

■ 宿3万円+レンタカー1万円を別々に予約した場合



■ 旅工房で4万円のパッケージツアーを予約した場合



旅と体験型プランを組み合わせた国内旅行を販売開始 大切な人と「モノではなくコトを一緒に楽しむ」新しいパッケージツアーを提案

カタログギフトの企画・販売を行うリンベル株式会社と旅工房が主催する国内旅行に、旅行期間中に利用できるリンベルの体験型ギフトから厳選したプランを組み合わせた、新しいパッケージツアーを販売



体験型プランイメージ

日本全国の旬なごちそうを 都内のキッチン付きホテルで楽しむ！ 旅で地域を応援する、新たなツアーを販売開始

ご当地グルメのEコマースサービスを行う株式会社Taste Localとの共同企画で、日本全国からお取り寄せした「ごちそうセット」を「キッチン付きホテル」に宿泊して自分たちで調理を楽しめる、新たなパッケージツアーを販売



ごちそうセット一例 (TASTE LOCAL画像提供)



キッチン付きホテル例 (MIMARU HOTEL画像提供)

アツい東北をお届け！青森ねぶたの魅力伝えるオンライン旅会

公益社団法人 青森観光コンベンション協会協力のもと、東北の夏の風物詩、ねぶた祭の魅力をテーマにオンライン旅会を開催。青森市の人気観光スポット「ねぶたの家 ワ・ラッセ」と中継をつなぎ、ねぶた祭の歴史や2019年度受賞されたねぶたを紹介



自宅で恋が実る？ロケ地を楽しむ台湾の旅 映画「越年 Lovers」の世界観を存分に味わえるオンラインツアー 峯田和伸さん&橋本マナミさんからのコメントも！

映画配給事業を営む株式会社ギグリーボックスは共同企画として、Web会議システムZoomを使用した有料オンラインツアーイベント「映画『越年 Lovers』タイアップツアー@台湾」を、2020年12月20日（日）に開催



医療関連ウェビナーの開催

パネリストと海外をつなぎ、日本の医師が参加するウェビナーを開催

都内勤務の人たちを応援！コロナ禍のリフレッシュ 朝ヨガレッスン+宿泊プラン

池袋のランドマークであるサンシャインシティ内にあるイベントスペース「噴水広場」にて仕事前の朝ヨガレッスン+前日から宿泊可能なプランの企画



大人気声優陣の朗読劇で涙活！温泉宿で心と体のデトックスツアー

人気アニメの声優が口演する「涙活朗読劇」×温泉で心身ともにストレス解消できるデトックスツアー

3名の豪華声優陣が皆様に心地よい「涙活」の場を提供



海外拠点では、厳しい入国制限がかかる環境下においても、難易度の高い渡航ニーズに的確に対応するためのコンサルティングや送客、また現地情報の発信などを実施
また、旅工房による国内旅行の販売拡充と同時に、東南アジアでの訪日旅行獲得の準備

- ベトナムへの入国ニーズのある法人顧客への特別入国コンサルティングを実施
- ビザ取得など航空券・ホテル以外のコンサルティングサービスの拡充

Tabikobo Vietnam(ベトナム)

- インドネシア人技能実習生への日本送り出しに関するトータルサポート（航空券など）
- バリ在住日本人への帰国に関する航空券手配・附随サービス
- インドネシア国内旅行の手配

Ramayama Tabikobo(バリ)

- ハワイ中継でリモート旅気分も味わえるフラレッサン旅会開催
- 事前検査プログラムによる入国緩和にあわせた受入準備

Aloha7(ハワイ)

フジテレビ「ライブニュースイット」にハワイ入国制限緩和について取り上げられたほか、会議シーン、個人取材など様々なカットで露出し、メディアとの関係構築を図る

【9/24（木）日本テレビ「ニュースゼロ」】

GoToトラベルの東京解禁対応 東京都民向けの新ツアー「ハイヤープラン」について

【10/1（木）関西テレビ「報道ランナー」】

概要：関西エリア動向について

【10/13（火）フジテレビ「ライブニュースイット」】

概要：GoToトラベル動向について

【10/16（金）フジテレビ「ライブニュースイット」】

概要：ハワイ入国制限緩和について

【10/25（日）TBS「サンデージャポン」】

概要：「もっと楽しもう！TokyoTokyo」に対する対応について

【10/29（木）フジテレビ「めざましテレビ」】

概要：ハワイ入国制限緩和について

国際的な往来の再開やワクチン開発など、 海外旅行需要回復に向けた動きが進んでおり、 需要回復時の取り込みに向けた万全の準備を進める

ビジネス上の
国際的な往来
再開に向けた
段階的措置

- ビジネス上の国際的往来について、下記国と協議、調整し、順次実施
 - ✓ レジデンストラック(入国後14日間の自宅待機は維持しつつ、双方向の往来を再開)
タイ(7/29)、ベトナム(7/29)、マレーシア(9/8)、カンボジア(9/8)、ラオス(9/8)、ミャンマー(9/8)、台湾(9/8)、シンガポール(9/30)、ブルネイ(10/8)、韓国(10/8)
 - ✓ ビジネストラック(14日間の待機中も一定のビジネス活動を認める)
シンガポール(9/18)、韓国(10/8)、ベトナム(11/1)

感染症危険情報レ
ベル引き下げ/
ハワイ入国制限
緩和

- 9か国・地域について、既に発出している感染症危険情報をレベル3（渡航は止めてください）からレベル2（不要不急の渡航は止めてください）に引き下げ
 - ✓ 韓国、シンガポール、タイ、台湾、中国（香港・マカオ含む）、ブルネイ、ベトナム、オーストラリア、ニュージーランド
- 日本からアメリカ・ハワイ州を訪れる旅行者への入国制限が11月6日から緩和され、ハワイ入国時の14日間の待機措置が緩和

コロナワクチン
開発

- 新型コロナウイルス感染症のワクチンは、国内外で開発が進められており、厚生労働省において早期にワクチンの実用化を進めている
 - ✓ 国内：塩野義製薬・感染研/UMNファーマ 組換えタンパクワクチン ほか
 - ✓ 海外：ファイザー社(米) mRNAワクチン(日本に2021年6月末までに1.2億回分供給合意) ほか

通期業績予想

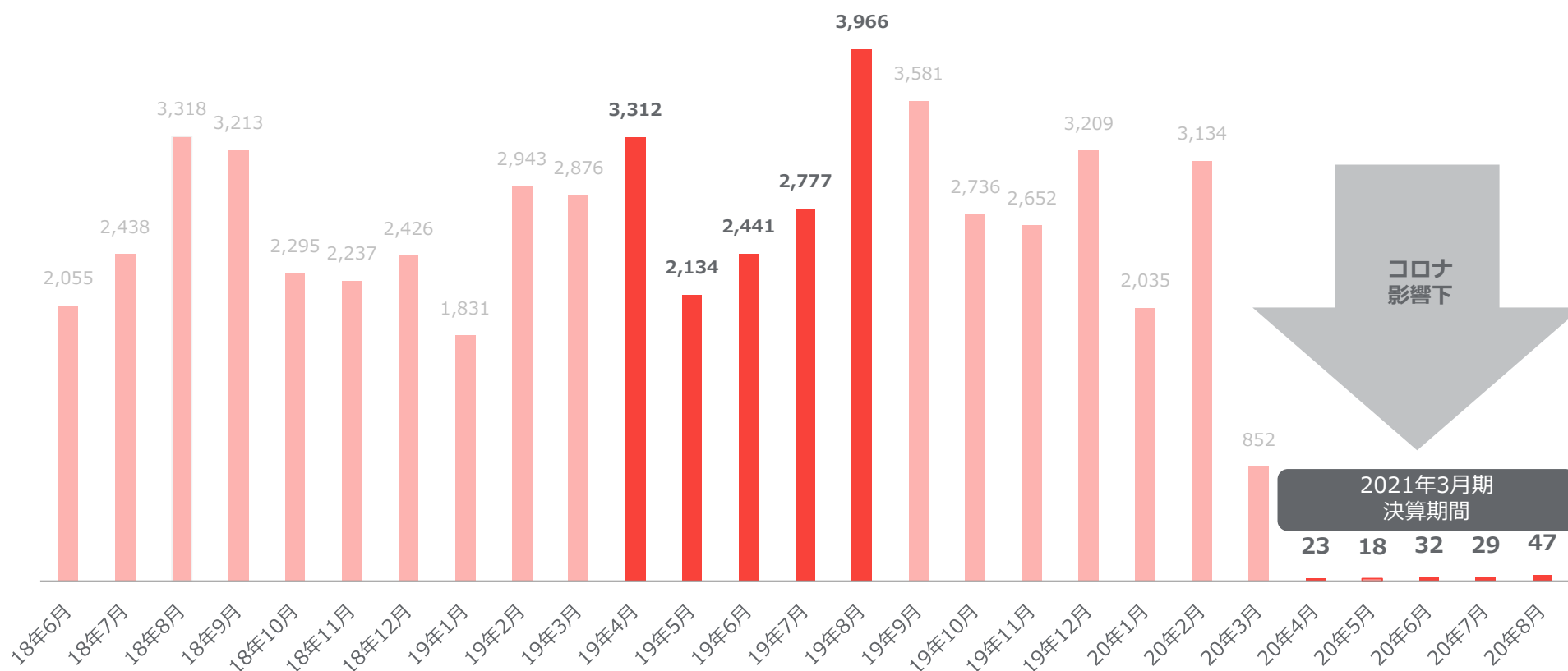


新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により情勢が日ごとに変化する中、現時点での合理的な業績予想の算定ができな
いため、2021年3月期の業績予想は引き続き未定とさせて
いただきます。

今後、業績予想の開示が可能となった時点で速やかに開示いた
します。

2020年2月まで単月前年対比で成長を続けてきたが 2020年3月以降コロナの影響により急速に縮小

単位：百万円



※ 弊社が月次で公表している旅行取扱状況速報の数値に2020年6月26日に開示した従業員の不正による影響額の修正を加えたものです。
 なお、月次公表値は監査法人監査前の速報ベースのため決算数値とは一致していません。

2021年3月期 事業戦略



新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受けた市場の中での生存戦略

国内旅行商品の販売強化と海外旅行需要回復に備えた対応

- 国内旅行商品の販売を中心とした収益の獲得を最優先
- 徹底的な費用対効果の追及

費用の削減・資金の確保

- 固定費・変動費全ての費用の見直し
- 影響の長期化を想定した事業継続のための資金の確保

ガバナンスの強化

- 旅行業界の経営経験豊富な2名の新任役員を含めた新経営体制
- 法人営業部門の従業員による売上の架空計上および当社資産の不正領得に関する外部調査チームによる調査報告を受けた再発防止のための内部統制充実にに向けた施策を推進

※詳細は次ページ以降に記載

2020年3月期

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、トップライン・市場シェア拡大を図る
- サービス向上チームと生産性向上チームに組織を分け、製販分離型で送客・売上拡大を図る

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・方面別組織体制による専門性の高い良質なサービスで安定的な利益の獲得を図る
- ヨーロッパ方面を中心に組織体制を強化

2021年3月期

- 海外旅行販売で培った商品力・販売力を武器に、**新たな事業ポートフォリオとしての国内旅行販売を開始し、当社収益基盤としての国内旅行事業を確立**

➤ **商品**
飛行機、鉄道、レンタカーを利用した周遊商品やお客様にとって付加価値が高く、かつ他社にはないストーリー性のあるオリジナリティの高いパッケージ商品

➤ **販売**
国内旅行専門のトラベル・コンシェルジュを配置し、目的や予算などのお客様ニーズに応じ、航空、ホテル、アクティビティを組み合わせたオーダーメイドのオリジナル旅を販売

2020年3月期

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

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推進

2021年3月期

- レジャー（個人向け）よりも早期の需要回復が見込まれる**国内出張手配やMICE案件の取り込みを最優先とし、収益拡大に注力**
 - 日々変化する市場動向に対し、受注機会を失わないよう提案営業を積極的に実施
- 法人営業部門で生じた不正事案を受け、**再発防止策を徹底**
 - 業務プロセスの改善
 - 組織体制の整備
 - コンプライアンス意識の向上

オンライン販売拡大のためのマーケティング施策

2020年3月期

1. WEBマーケティングの強化

- ・リスティング・リターゲティングによる顕在顧客の獲得
- ・コンテンツSEO専任チームによる継続的な更新・改善
- ・アフェリエイト広告による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る継続的サイト改善
 - チャネル・顧客毎の属性を考慮したランディングページ
 - 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

2021年3月期

前期（2020年3月期）で進めてきた施策の方針は変更せず、当期（2021年3月期）も引き続き、WEBマーケティングの強化、コンバージョン率の向上、認知度の向上の3つを押し進めるが、**市場の需要を鑑みた集中と選択による費用対効果を強く意識したマーケティング施策に絞って実施**

オンライン販売拡大のためのシステム施策

2020年3月期

1. 取扱商品数の拡大

- ・ ツアー造成システム一新による取扱い方面の拡大
- ・ API接続可能なサブプライヤー数増加による商品力強化

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の拡大

3. リピート施策基盤の構築

- ・ 顧客毎に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
- ・ タビナカでの顧客満足度の向上を目的とした自社アプリの開発

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

2021年3月期

前期（2020年3月期）で進めてきた施策の方針は変更せず、当期（2021年3月期）も引き続き、取扱商品数の拡大、商品掲載サイト数の拡大、リピート施策基盤の構築、業務効率化を推し進めるが、**市場の需要を鑑みた集中と選択による費用対効果を強く意識したシステム施策のプライオリティを上げて実施**

業務プロセスの改善

- 取引の実在性の確保（実施期限：2021年3月末日）
- 金券取得プロセスの統制（実施期限：2021年3月末日）
- 予約登録システムと整合する額の請求書の発行（実施期限：2021年3月末日）
- 恣意的な入金振り分けの防止（実施期限：2021年3月末日）

組織体制の整備

- 営業担当者と手配担当者等の分離（実施期限：2021年3月末日）
- コーポレート部門による営業担当者の統制・連携等（実施期限：2021年3月末日）
- 内部統制の充実等（実施期限：2021年3月末日）

コンプライアンス意識の向上

- 定期的な質問調査の実施（実施期限：2021年3月末日）
- 発見・通報チャンネルの拡充（実施期限：2021年3月末日）
- 社内研修の充実（実施期限：2021年3月末日）

※詳細は2020年7月15日に公表させていただいてる「当社法人営業部門の従業員による不正行為に関する再発防止策の策定および不正関与者の処分、役員報酬の一部自主返上に関するお知らせ」をご確認ください。

費用の削減

店舗の統合・縮小

- 札幌支店（2020年4月）
- 福岡支店（2020年4月）
- 名古屋支店（2020年5月）

人件費の削減

- 役員報酬の減額
- 従業員の給与・賞与支給額の見直し
- 休業に伴う助成金の活用

その他費用の削減

- 市場縮小規模に合わせた広告費用の圧縮
- 開発外注費やマーケティング費用の見直し
- 休業等に伴う水道光熱費の圧縮
- その他補助金の活用等

資金の確保

借入枠の設定・借入の実行

- 当面の運転資金の確保および今後の市場環境への対応のため、複数の金融機関を借入先としたコミットメントライン・当座貸越契約等を締結

あらゆる資金調達手段の模索

- 今後の状況に合わせて資産の流動化や資本市場からの調達等あらゆる資金調達の手段を模索

- 新型コロナウイルスにより、旅行市場は大きな影響を受け、当社もその影響を受けております
- しかし、コロナ禍が起こす旅行市場の変化と旅行需要が回復するタイミングを好機と捉え、旅行事業拡大に向けた万全の準備を進めてまいります

国内旅行

- ✓ 旅工房がもつ年間30万人にのぼる海外旅行の個人顧客と約900社の法人顧客へアプローチを行い、早期の国内旅行の収益基盤化を図る
- ✓ インバウンド需要回復後は、確立した国内旅行事業をベースに、インバウンド事業の展開を図る

海外旅行

- ✓ 今後、紙のパンフレットや店舗販売が縮小していく中で、販売チャネルをインターネットに特化する当社は、企画、販売、価格競争力の面で大きなアドバンテージをもつため、海外旅行需要回復後は、質・量の両面で大規模なマーケット展開を図り、市場におけるシェアの一気拡大を図る

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。