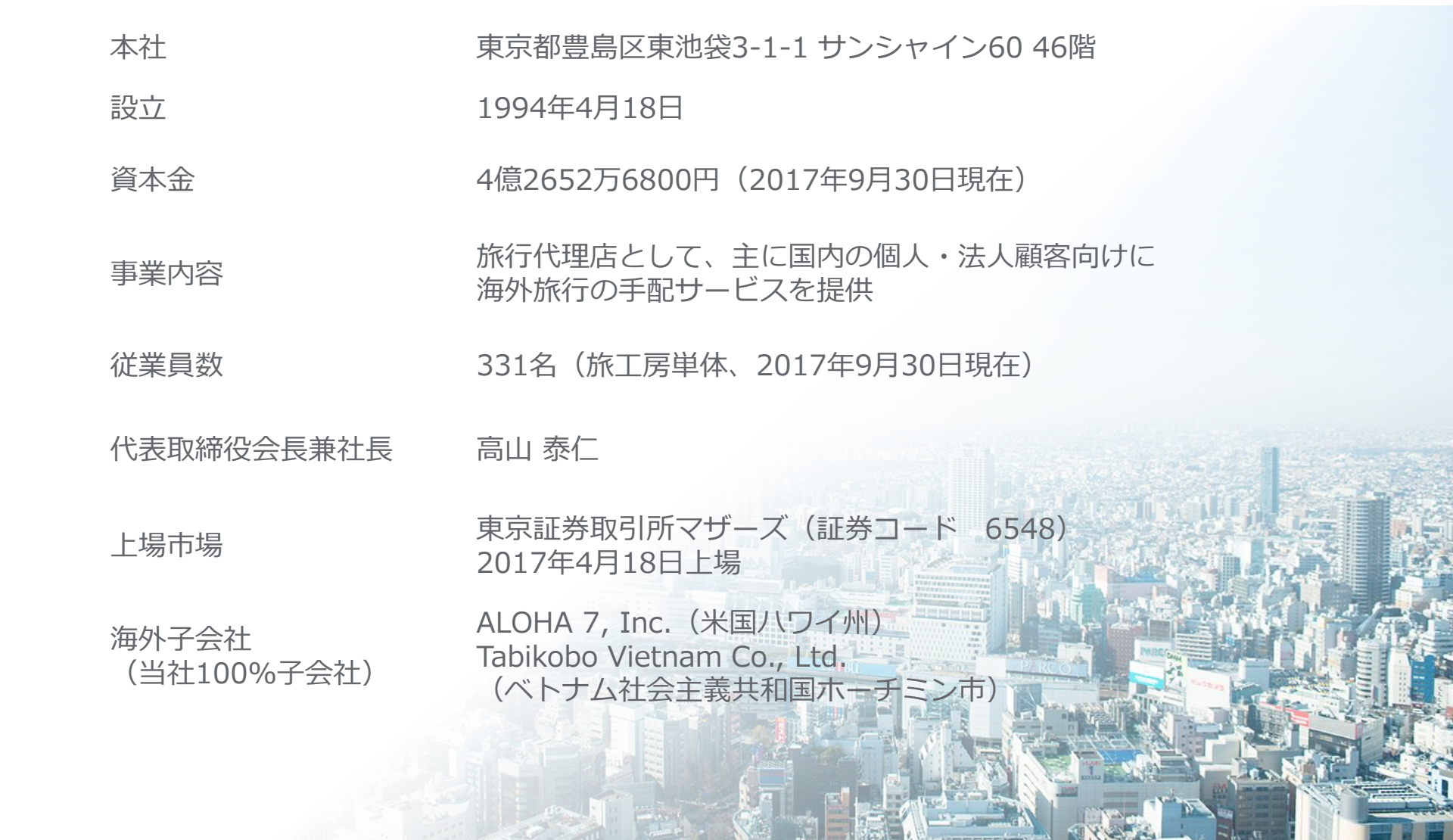


2018年3月期 第2四半期決算説明資料

株式会社旅工房
(証券コード6548)
2017年11月21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	331名 (旅工房単体、2017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 (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2四半期 決算概要



- サマリー
- 決算報告
- 事業の進捗
- 通期業績予想の修正について
- 配当について

■ サマリー

■ 決算報告

■ 事業の進捗

■ 通期業績予想の修正について

■ 配当について

決算概要

- 2018年3月期第2四半期は売上高は前年同期比増収となるも、売上総利益は減収
- 売上総利益の減収のほか、人材投資とマーケティング費用の増加により、連結営業損失△2百万円、経常損失△19百万円

事業進捗

- 下期に向けたさまざまなキャンペーンを展開
- 旅工房のPRムービーを街頭ビジョンと電車内ビジョンで放映
- 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

- 2018年3月期通期連結業績予想を修正
- 売上高は24,544百万円（前回予想比+488百万円）に上方修正
- 営業利益は42百万円（前回予想比△290百万円）、経常利益は22百万円（同△300百万円）に下方修正

■ サマリー

■ 決算報告

■ 事業の進捗

■ 通期業績予想の修正について

■ 配当について

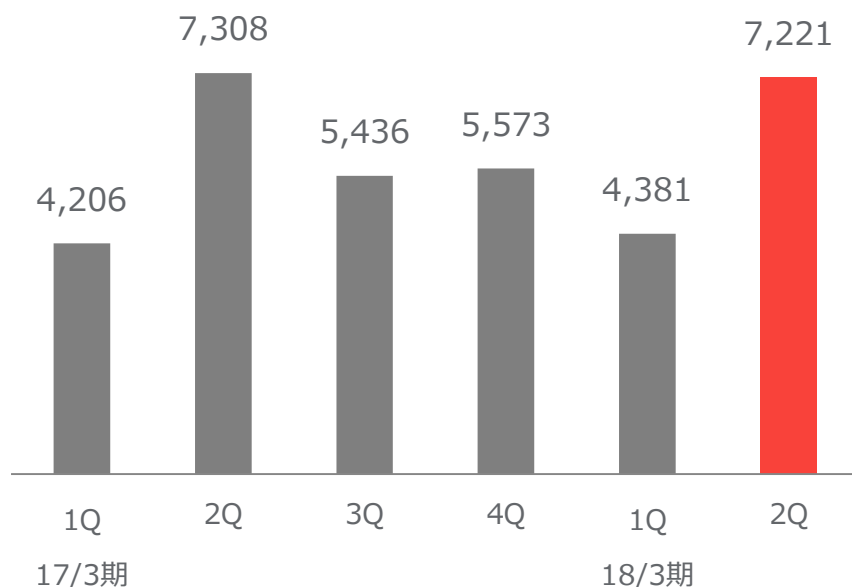
第2四半期決算報告：連結損益計算書サマリー

- 売上高は、前年同期比100.8%の増収となりました。
- 売上総利益は、第1四半期に引き続き価格競争激化による利益率低下の影響により、前年同期比92.4%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193百万円増加しました。
- 営業損益は、売上総利益の減少と販管費増加により、△2百万円の営業損失となりました。
- 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19百万円を計上しております。
- 経常損益は、△19百万円の経常損失となりました。

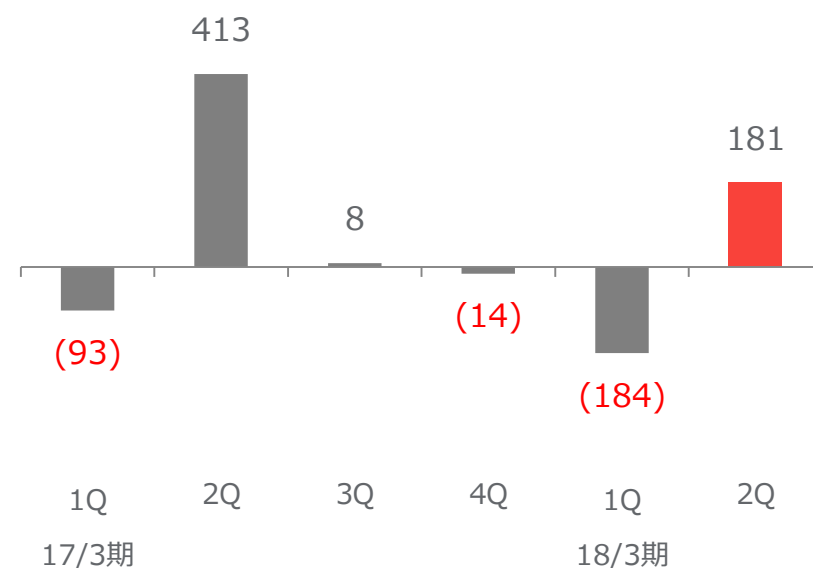
単位：百万円	17年3月期（前期） 第2四半期累計 (2016年4—9月)	18年3月期（当期） 第2四半期累計 (2017年4—9月)	増減額	前年同期比
売上高	11,515	11,603	+87	100.8%
売上総利益	1,700	1,570	△129	92.4%
販売費及び一般管理費	1,379	1,572	+193	114.0%
営業利益	320	△2	△322	—
経常利益	307	△19	△327	—
当期純利益	202	△11	△214	—

- 18年3月期第2四半期（2017年7-9月）の売上高は、法人旅行事業及びインバウンド旅行事業が好調であったものの、個人旅行事業が価格競争激化等により低調に推移したことから、前年同期（2016年7-9月）比△87百万円となりました。
- 18年3月期第2四半期（2017年7-9月）の営業利益は、価格競争激化等により売上総利益が計画に対し未達となったこと及び人材投資とマーケティング施策により販管費が増加したことから、前年同期（2016年7-9月）比△231百万円となりました。

売上高



営業利益

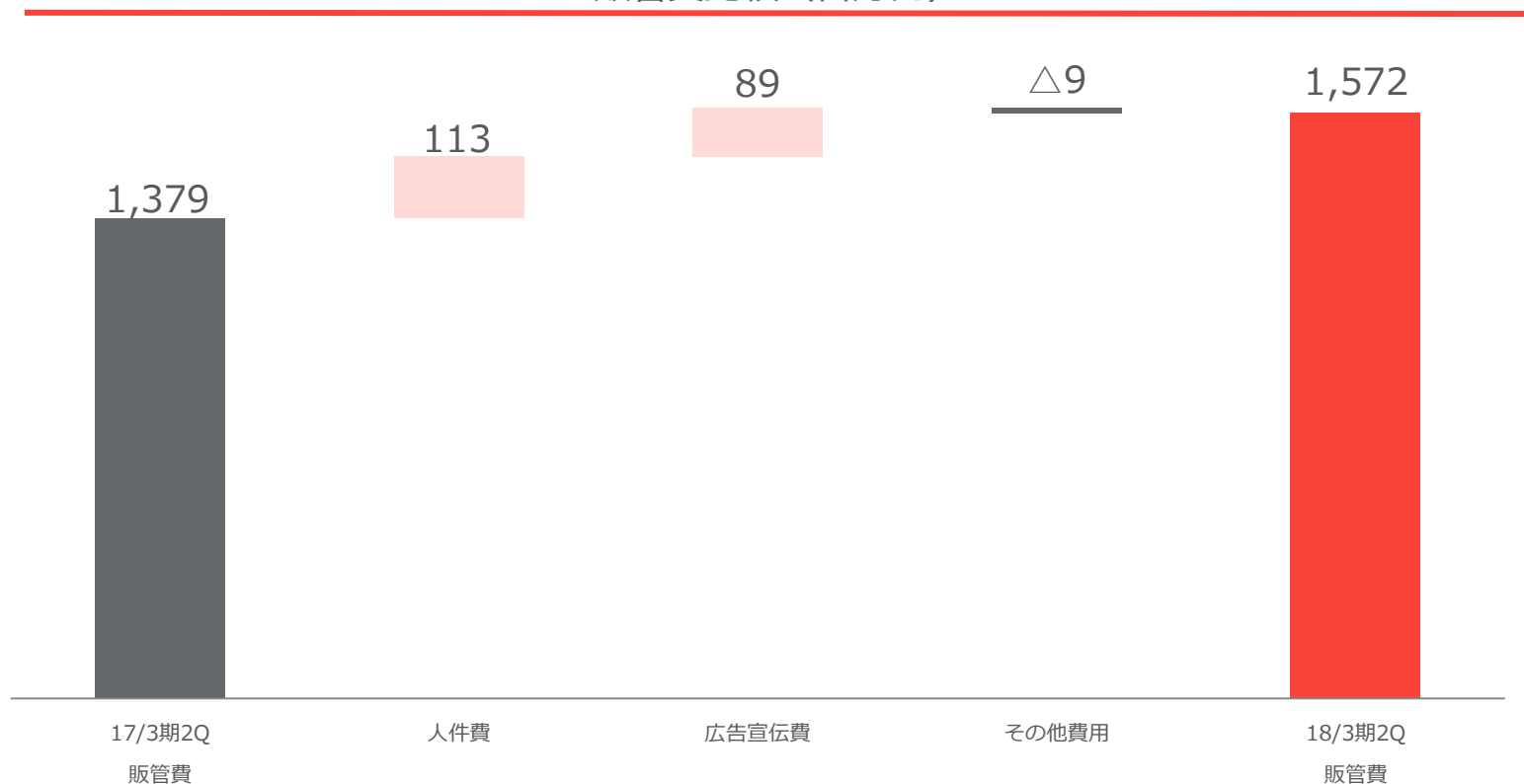


事業部門	事業の振り返り
個人旅行事業	<ul style="list-style-type: none">● ビーチ方面については、ハワイを中心に価格競争が激化したことに加え、北朝鮮情勢によるグアム渡航キャンセルが響き、取扱額と粗利のいずれも前年同期を下回る結果となりました。● アメリカ欧州方面は、欧州における昨年までのテロ等の政情不安が一服した結果、取扱額及び粗利のいずれも前年同期に比べ増加いたしました。● アメリカ欧州方面は好調であったものの、ビーチ方面の不調等により、個人旅行事業全体としては、取扱額と粗利ともに、前年同期を下回る結果となりました。
法人旅行事業	<ul style="list-style-type: none">● 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。● 企業出張需要の取込み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。
インバウンド旅行事業	<ul style="list-style-type: none">● 訪日旅行事業の受注が既存顧客及び新規顧客ともに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。

第2四半期決算報告：販管費増分析

- 販管費は、前年同期（2016年4－9月）比193百万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4－9月）比113百万円増加しました。
- 第3四半期以降の旅行需要の取込みを見据えて積極的なマーケティング施策を実施した結果、広告宣伝費は前年同期（2016年4－9月）比89百万円増加しました。

販管費比較（百万円）



第2四半期決算報告：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2四半期末	増減額
流動資産	2,270	3,641	+1,370
現金及び預金	997	2,062	+1,064
旅行前払金	668	811	+143
固定資産	579	591	+12
有形固定資産	122	107	△14
無形固定資産	76	77	+0
投資その他の資産	380	406	+26
資産合計	2,850	4,233	+1,382
流動負債	2,285	3,005	+720
旅行前受金	1,643	2,109	+466
固定負債	90	79	△11
負債合計	2,376	3,085	+709
株主資本	466	1,128	+661
その他の包括利益累計額	7	19	+11
純資産合計	474	1,147	+673

第2四半期決算報告：連結キャッシュ・フロー

- 当第2四半期末（2017年9月末）における現金及び現金同等物の期末残高は2,019百万円と、前期末（2017年3月末）と比べ1,064百万円の増加となりました。
- 当第2四半期末における各キャッシュ・フローの状況は次のとおりであります。

主な変動項目 単位：百万円	17年3月期 第2四半期 (2016年4-9月)	18年3月期 第2四半期 (2017年4-9月)	当期の主な変動要因
営業活動による キャッシュ・フロー	393	441	<ul style="list-style-type: none"> ● 増加要因：仕入債務の増加197百万円、旅行前受金の増加466百万円等 ● 減少要因：税金等調整前四半期純損失19百万円の計上、売上債権の増加187百万円、旅行前払金の増加143百万円等
投資活動による キャッシュ・フロー	△29	△34	<ul style="list-style-type: none"> ● 固定資産の取得による支出13百万円、敷金の差入による支出24百万円等
財務活動による キャッシュ・フロー	△16	657	<ul style="list-style-type: none"> ● 増加要因：株式の発行による収入669百万円等 ● 減少要因：リース債務の支払による支出11百万円等
現金及び現金同等物の増減額	339	1,064	
現金及び現金同等物の期末残高	1,588	2,019	

- サマリー
- 決算報告
- **事業の進捗**
- 通期業績予想の修正について
- 配当について

● 下期に向けたキャンペーン展開

- 秋以降の旅行需要獲得のため、さまざまなキャンペーンを開催しました。



連休の機会が多い秋シーズンに、短い日程でも行ける旅行を取りそろえた「秋の連休SALE」を開催しました。



年末年始の年越しを、年に一度の特別な旅で。トラベル・コンシェルジュが年末年始のご旅行を提案する「年末年始特集ページ」をオープンしました。
年末年始特集ページ：<https://www.tabikobo.com/nenmatsu/>

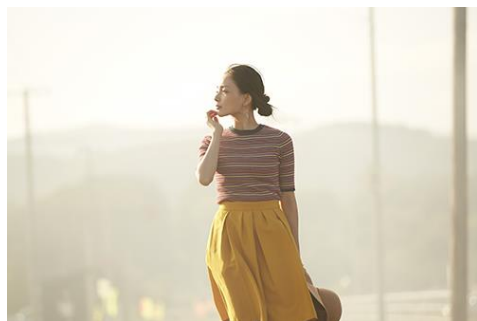


卒業旅行シーズンに向けて、テーマごとにトラベル・コンシェルジュが実際の体験を紹介し魅力的な卒業旅行を提案する「卒業旅行特集ページ」をオープンしました

卒業旅行特集ページ：<https://www.tabikobo.com/special/student/>

● 旅工房のPRムービー放映

- トラベル・コンシェルジュのサービスを紹介するPRムービー「私たちがつくる、私たちの旅。」を街頭ビジョンとJR線車内ビジョンで放映いたしました。
- あわせて、一人旅、親子旅、二人旅をテーマとしたwebムービーも公開しております。



第1話「はじめての、ひとり旅」
<https://youtu.be/nnYjWzAa1WY>



第2話「驚きの親子旅」
<https://youtu.be/ecC1g0YDNao>



第3話「久しぶりの二人旅」
<https://youtu.be/3PIKOOgD10U>

● 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。

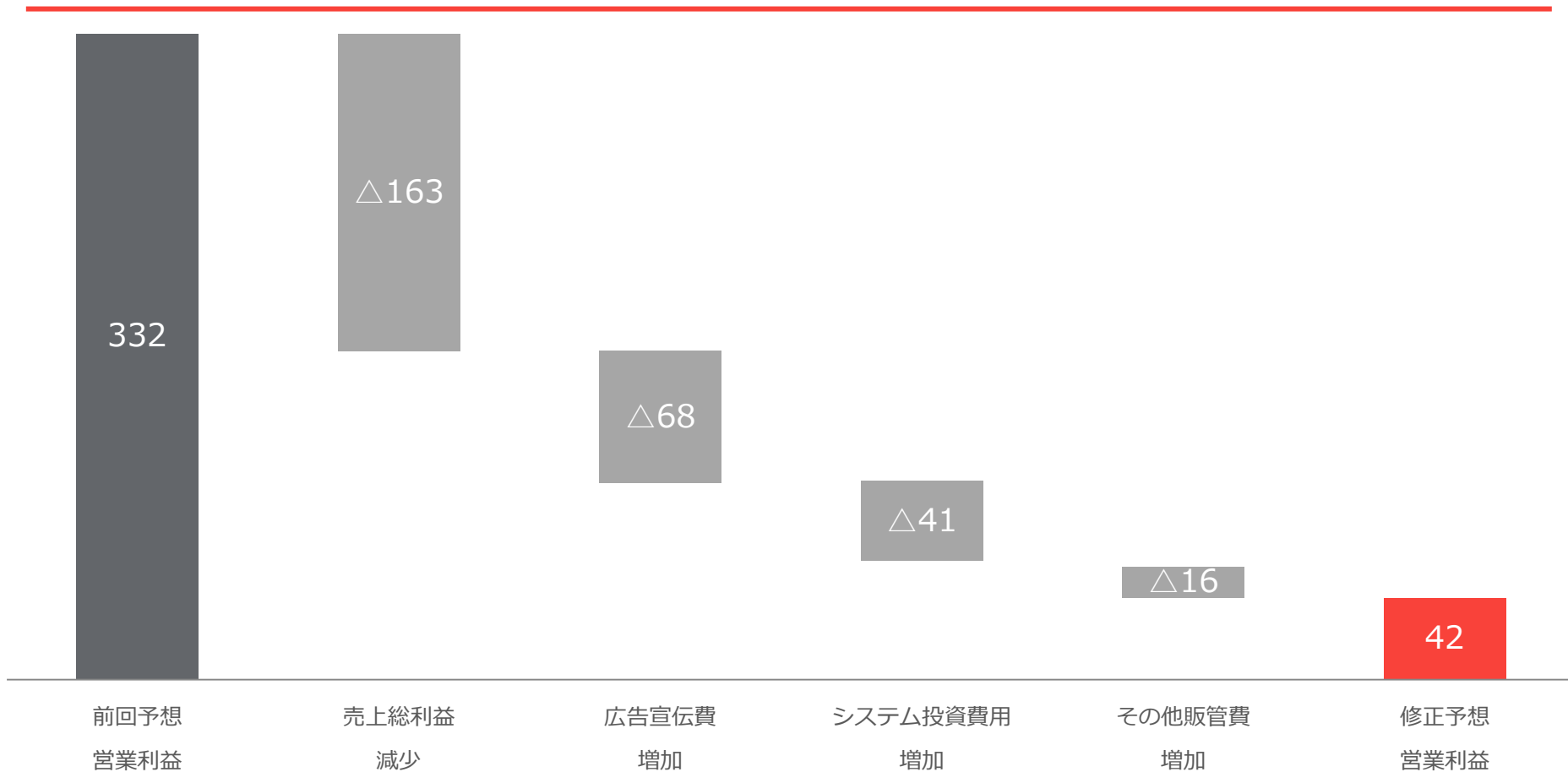
- サマリー
- 決算報告
- 事業の進捗
- **通期業績予想の修正について**
- 配当について

2018年3月期通期連結業績予想の修正

- 売上高は上方修正
 - 売上高は、足元では旅行予約の獲得が順調に推移していることから、前回予想比488百万円増の24,544百万円（前期比109.0%）を見込んでおります。
- 売上総利益は、足元は好調であるものの第2四半期までの減収分をカバーできない見込み
 - 売上総利益につきましても、足元は好調であり第3四半期以降は当初計画を達成する見込みであるものの、第2四半期までの減収分をカバーできないことから、計画対比4.9%減の3,175百万円（前期比101.8%）に留まる見通しです。
- 積極的なマーケティング施策とシステム投資により販管費は増額の見込み
 - 販管費は、当期及び来期を見据えた積極的なマーケティング施策とシステム投資の推進により、当初計画より127百万円の増額となる見通しです。
- 以上より、営業利益は42百万円、経常利益は22百万円となる見込みです。

	17年3月期（実績）		18年3月期 （2017年5月12日予想）		18年3月期（修正予想）				
	実績	構成比	予測	構成比	予測	構成比	増減額	増減率	前期比
単位：百万円									
売上高	22,526	100%	24,056	100%	24,544	100%	488	2.0%	109.0%
営業利益	313	1.4%	332	1.4%	42	0.2%	△290	△87.4%	13.4%
経常利益	300	1.3%	323	1.3%	22	0.1%	△300	△93.0%	7.5%
当期純利益	192	0.9%	207	0.9%	17	0.1%	△190	△91.4%	9.3%

前回予想営業利益との比較（百万円）



- サマリー
- 決算報告
- 事業の進捗
- 通期業績予想の修正について
- 配当について

- 当社は、株主への利益還元を経営の重要課題として認識しており、配当原資確保のための収益力を強化し、内部留保を確保しつつ、財政状態及び経営成績等を総合的に勘案しながら、継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針としております。
- 2017年5月12日の公表時において配当予想を未定としておりましたが、当期の剰余金の配当（中間配当）につきましては、当第2四半期連結累計期間の業績を踏まえ、無配とさせていただきます。
- また、当期の連結業績の状況に鑑み、誠に遺憾ながら、期末配当予想を無配に修正させていただきます。
- 今後、全社一丸となって収益基盤の強化に取り組み、株主の皆様のご期待にお応えできるよう努力してまいりますので、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

今後の成長戦略



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"> 世界123カ国に対応済み 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
日本国内旅行	△	<ul style="list-style-type: none"> 国内ツアーについては引続き充実 単品（宿泊施設、交通手段）の品揃え強化 民泊等の多様化への対応
インバウンド旅行 （訪日旅行）	△	<ul style="list-style-type: none"> 現在は法人・団体旅行の取扱いのみ 個人旅行の取扱い拡充 国内旅行商品の商品仕入強化
三国間旅行 （out-out）	×	<ul style="list-style-type: none"> 既存のプラットフォームの多言語化 海外SEO、海外SEMの対応 海外コンシェルジュ育成

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

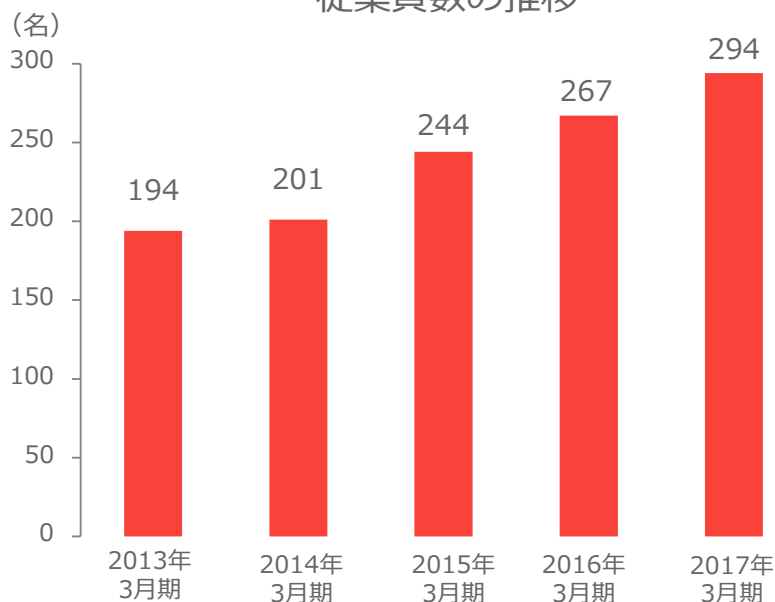
- さらなる顧客基盤拡大のため、**認知度向上に向けた広告宣伝活動**を実施
 - 従来のネット中心の広告から、テレビCM等のマス広告も検討
 - 自社サイト流入比率のさらなる向上にむけて、SEOやSEM施策を強化
- 顧客層に最適化された商品戦略・マーケティング戦略の実施
 - **お客様全体の48%をF1層・F2層（20代～40代女性）**が占める（2017年3月期）
 - 「新しいトレンドに敏感」、「消費意欲が旺盛」、「ネットリテラシーが高い」といったF1層・F2層の特長を踏まえた商品企画やマーケティング戦略を推進
- 顧客基盤が拡大した場合でも、現在のリピート率（**約20%**）を維持し改善するため、**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。