

事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

証券コード 6561

2021年9月

株式会社HANATOUR JAPAN



目次

01 ビジネスモデル

02 市場環境

03 競争力の源泉

04 事業計画

05 リスク情報



01 ビジネスモデル

会社概要

インバウンド専門のBtoB向け旅行会社として訪日観光サービスをワンストップで提供

会社名	株式会社 HANATOURE JAPAN
設立	2005年9月
代表者	代表取締役社長 李炳燦 (Byung-Chan Lee)
資本金	10億2,200万円
従業員数	176名 (2020年12月末現在)

MISSION

世界の旅行者に「安全」で「感動的」な旅行（体験）を提供し、人々を幸せにすることを通じて、世界平和に貢献する

Heart : 旅行を通じて幸福な世界を期待する

New Vision : 顧客満足のため先に未来を開く

Trust : 新しい文化創造を通じた感動と信頼を約束する

(株) HANATOURE JAPAN

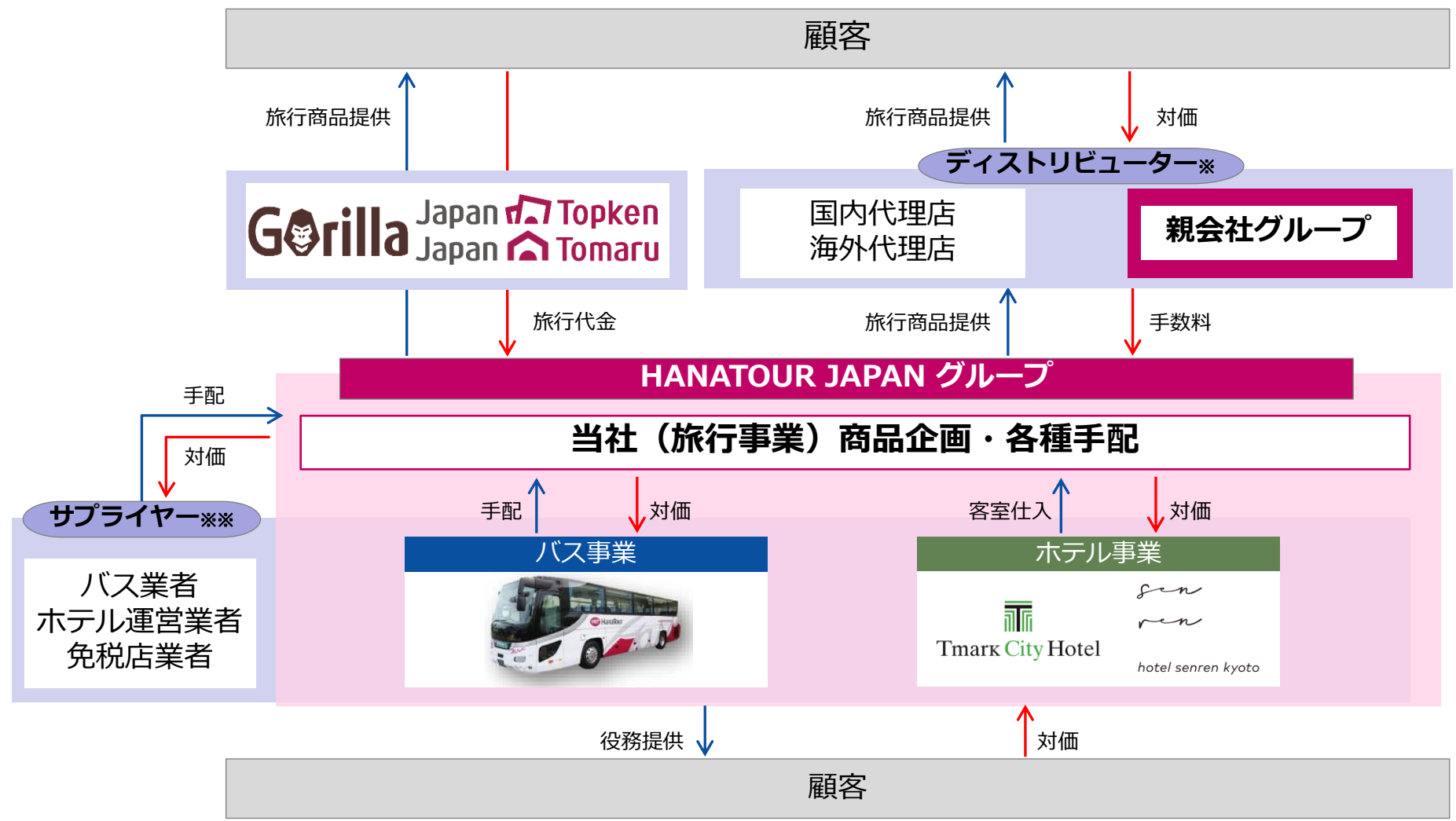
旅行事業

	(株) 友愛観光バス	(株) アレグロクスTM ホテルマネジメント	(有) HANATOURE JAPAN SYSTEM VIETNAM COMPANY LIMITED
資本金 ※	75百万円 (100%)	9.9百万円 (100%)	11百万円 (100%)
事業内容	インバウンドを中心とした貸切観光バスの運行及び送迎バスの運行	宿泊特化型ホテルの運営	ソフトウェア開発
事業セグメント	バス事業	ホテル等施設運営事業	その他

※資本金（カッコ内）は(株) HANATOURE JAPANの出資比率

ビジネスモデル

インバウンド旅行商品の企画・各種手配、移動・宿泊をグループでワンストップで提供



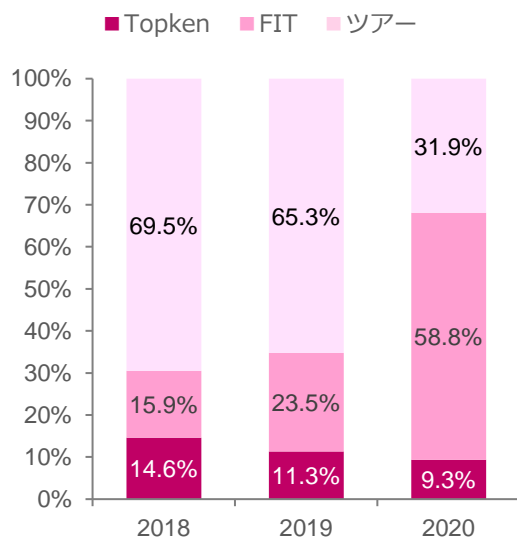
※ディストリビューター：海外旅行素材を旅行会社に卸売
 ※※サプライヤー：運輸・宿泊・レストラン・土産物・観光施設等、旅行を構成するサービスの提供者

旅行事業

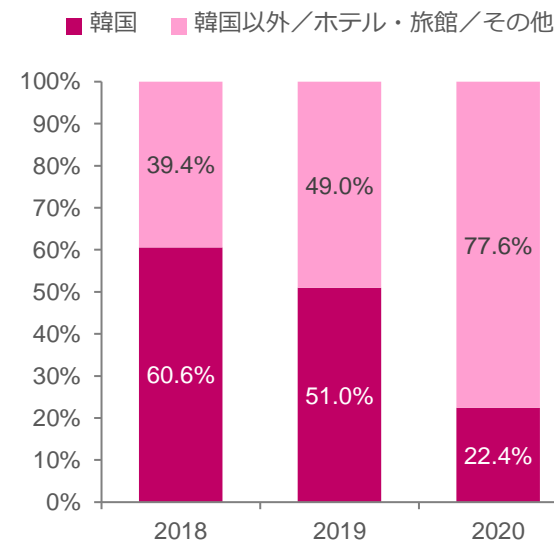
ツアー商品を主軸に幅広い旅行商品を企画・販売 過年度の韓国向け売上高は約6割

- 韓国をはじめインバウンド旅行者の手配（パッケージツアー主体）
- 国内のホテル、各種チケットのオンライン販売
- ホテル・旅館等、宿泊のみの商品手配及び販売
- 日本現地ツアー、オプションツアー、チケット斡旋販売

商品別取扱高構成比



事業部別売上高構成比



- ※Topken : 各種チケット・交通パス販売、オプションツアー
- ※FIT : ホテル・旅館宿泊販売
- ※ツアー : パッケージツアー

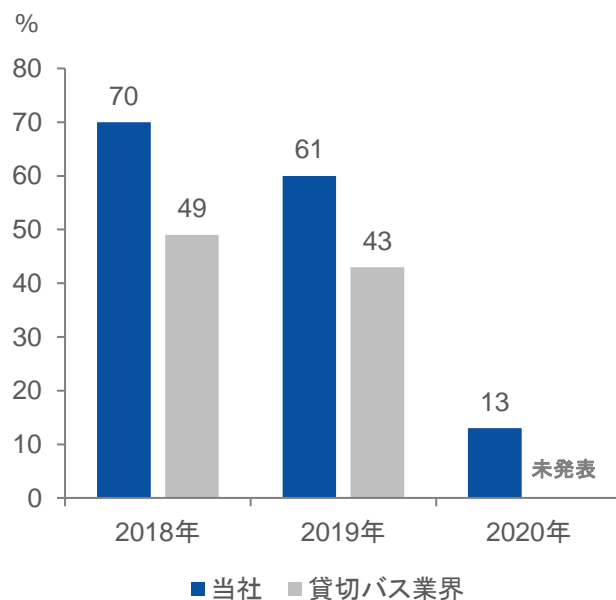
バス事業

インバウンドを中心とした貸切観光バス及び送迎バスの運行

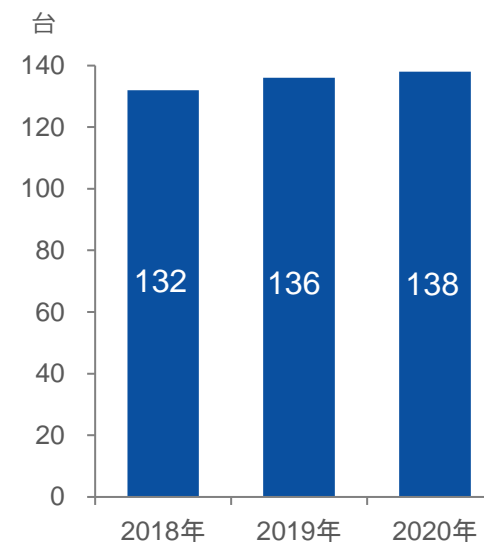
- 業界と比較し、高いバス稼働率に強み
- 51台以上の貸切バスを保有している事業者は全体の2.7%※



貸切バスの稼働率



貸切バスの保有台数



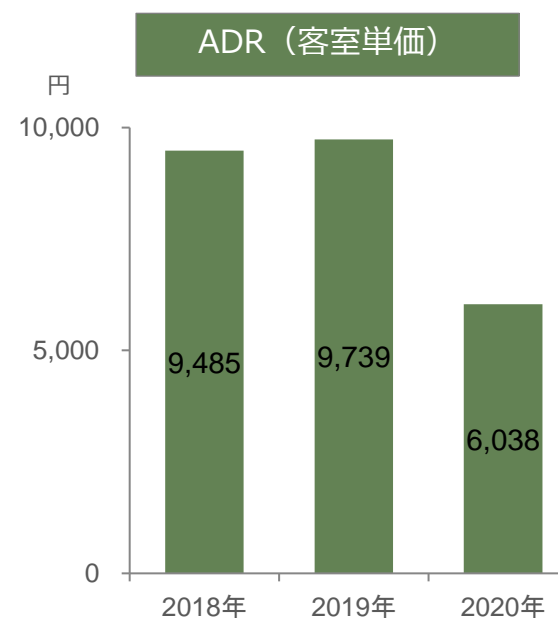
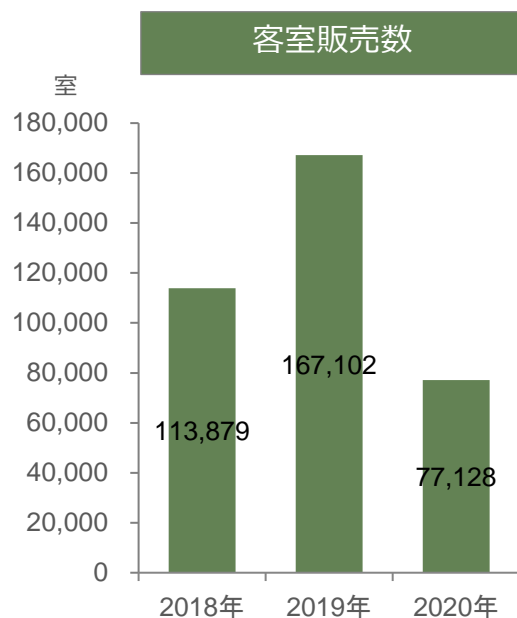
出典：日本バス協会「日本のバス事業2019年」をもとに当社作成

※日本バス協会「日本のバス事業2019年」車両数規模別事業者数構成比率

ホテル等施設運営事業

「Tマークシティホテル」のブランド名で東京・札幌に3棟を運営 総客室数684室

- Tマークシティホテル札幌（246室）、東京大森（288室）、札幌大通（150室）
- 国内外の大手旅行会社との強いパイプ
- 2021年3月 新ブランド・センレン京都東山清水（167室）開業

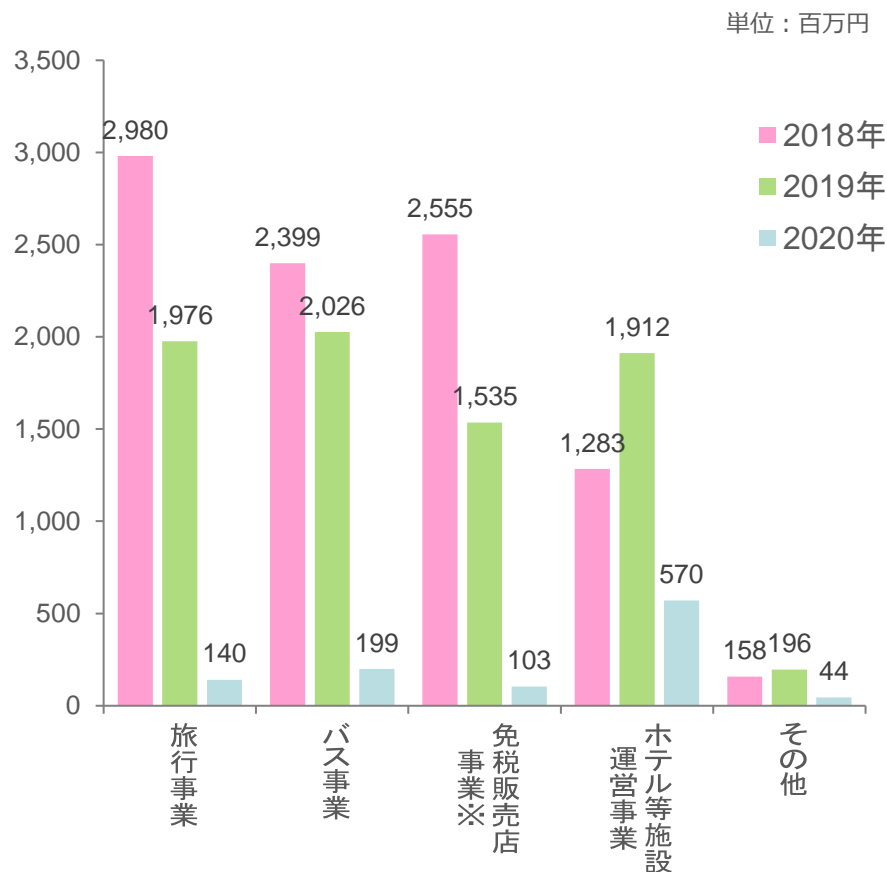


※Tマークシティホテル3棟合計の値。 Tマークシティホテル札幌大通は2019年12月開業以降のデータを反映

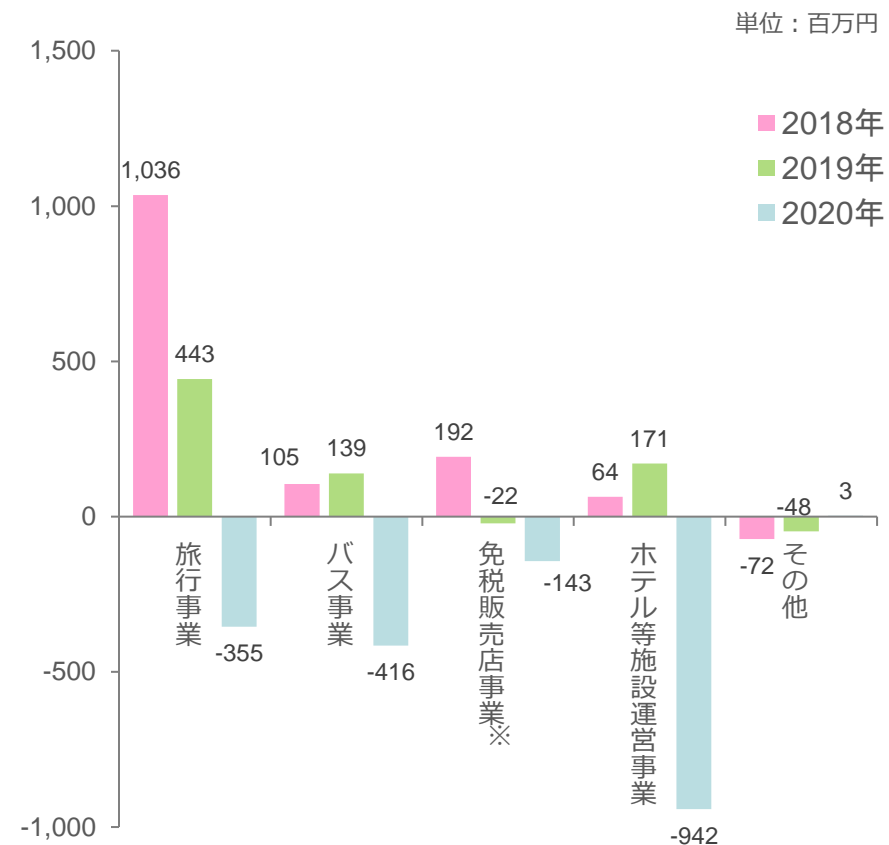
セグメント別動向

訪日旅行で派生する観光・移動・宿泊を自社グループで内製化

セグメント売上高



セグメント利益



※免税販売店事業は2020年12月清算

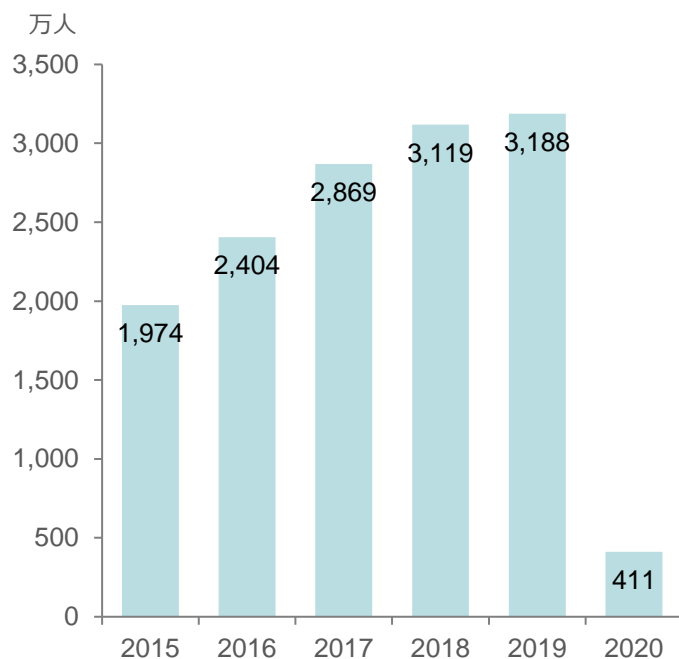


02 市場環境

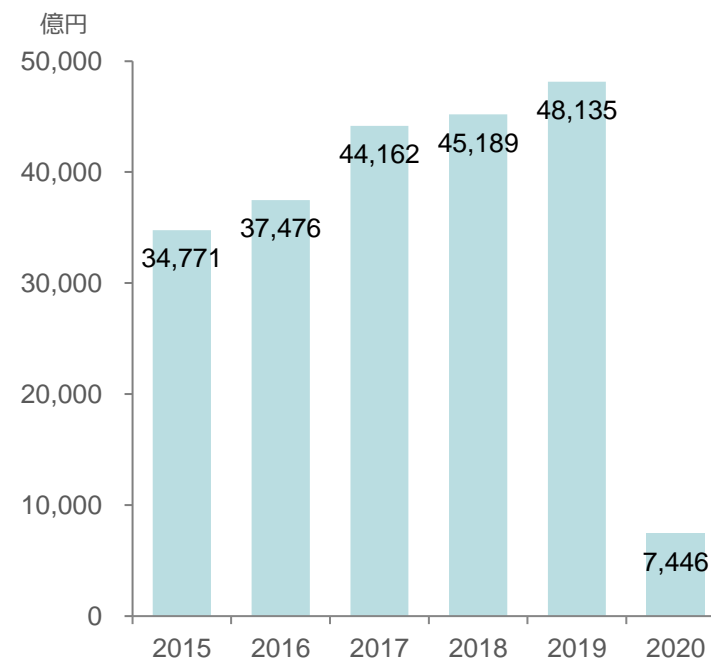
市場環境認識

世界的な新型コロナウイルス感染症拡大により2020年以降のインバウンド市場は急変

訪日外国人旅行者数の推移



訪日外国人旅行消費額の推移

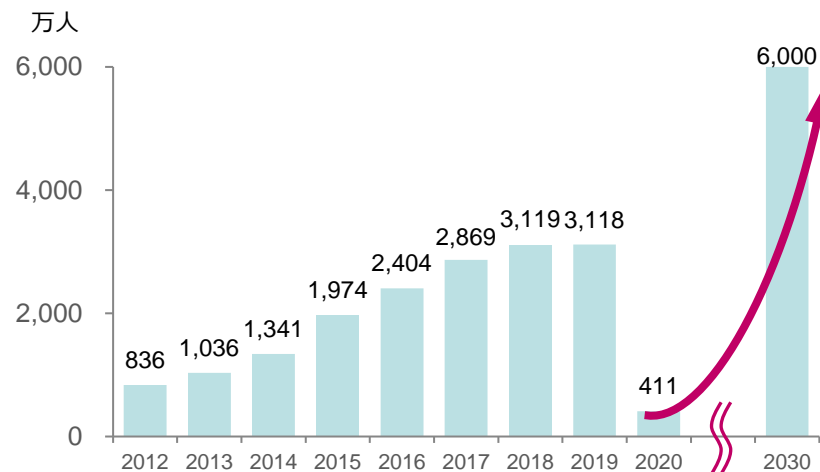


出典：日本政府観光局資料、及び観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに当社作成 ※2020年旅行消費額は1～3月期の1人当たり旅行支出を用いた観光庁試算額

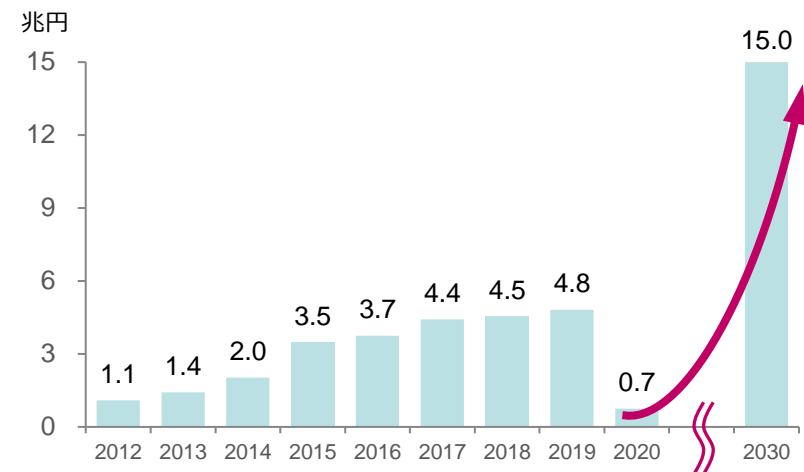
インバウンド旅行市場は各国でのワクチン接種普及に伴い急回復を予想

政府目標「2030年 訪日外国人旅行者数6,000万人・旅行消費額15兆円」は変更せず

訪日外国人旅行者数（2020年までの推移と2030年目標）



訪日外国人旅行消費額（2020年までの推移と2030年目標）



航空便の回復に合わせた訪日プロモーション等、政府による強力な後押しが実行される見込み。

出典：観光立国推進閣僚会議「観光ビジョン実現プログラム2020」をもとに当社作成

訪日客の80%を占める国際定期便の状況

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により各路線での大幅な休航・減便が継続

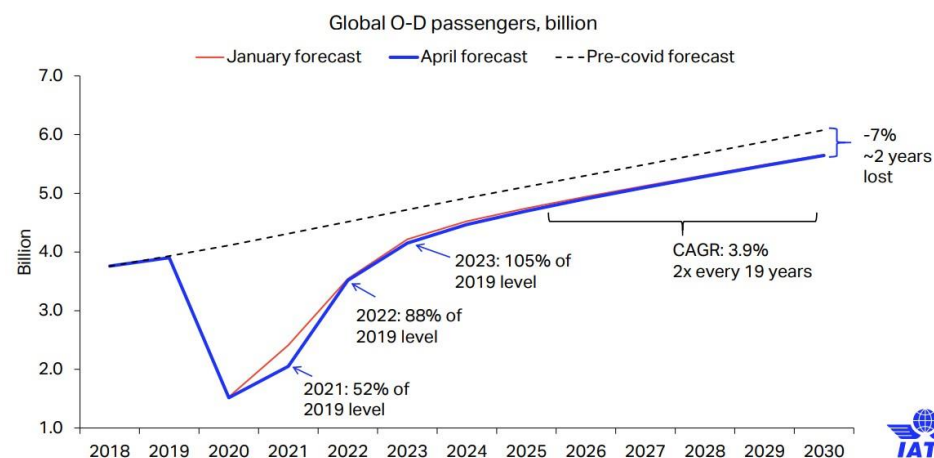
国際定期便（2019年冬ダイヤ）

エリア	空港	韓国	中国	香港	台湾	タイ	その他
北海道	新千歳	○	○	○	○	○	フィリピン、マレーシア、米国 他
	旭川				○		
東北	函館				○		
	仙台	○			○	○	
	新潟	○	○	○	○		
北陸	青森	○			○		
	富山		○		○		
関東	小松		○		○		
	成田	○	○	○	○	○	世界各国
	羽田	○	○	○	○	○	世界各国
東海	茨城		○		○		
	静岡	○	○		○		
近畿	中部	○	○	○	○	○	インドネシア、シンガポール、米国 他
	関西	○	○	○	○	○	世界各国
中国	岡山	○	○	○	○		
	広島	○	○	○	○		シンガポール
四国	米子			○			
	高松	○	○	○	○		
九州	松山	○	○		○		
	福岡	○	○	○	○	○	シンガポール、フィリピン 他
	北九州	○	○		○		
	長崎		○	○			
	佐賀		○		○		
	宮崎	○			○		
	鹿児島	○	○	○	○		
沖縄	熊本			○	○		
	那覇	○	○	○	○	○	シンガポール
	新石垣				○		

国際定期便（2020年冬ダイヤ）

エリア	空港	韓国	中国	香港	台湾	タイ	その他
関東	成田	○	○	○	○	○	世界各国
	羽田				○	○	フィリピン、オーストラリア、米国 他
東海	中部	○			○		フィリピン
近畿	関西	○	○		○	○	インドネシア、シンガポール、米国 他
九州	福岡				○		フィリピン

IATA（国際航空運送協会）におけるシナリオでは、世界の旅客需要は2023年には2019年レベルを回復するとしている。



Source: IATA Economics using data from Tourism Economic/IATA Air Passenger Forecast, April 2021.

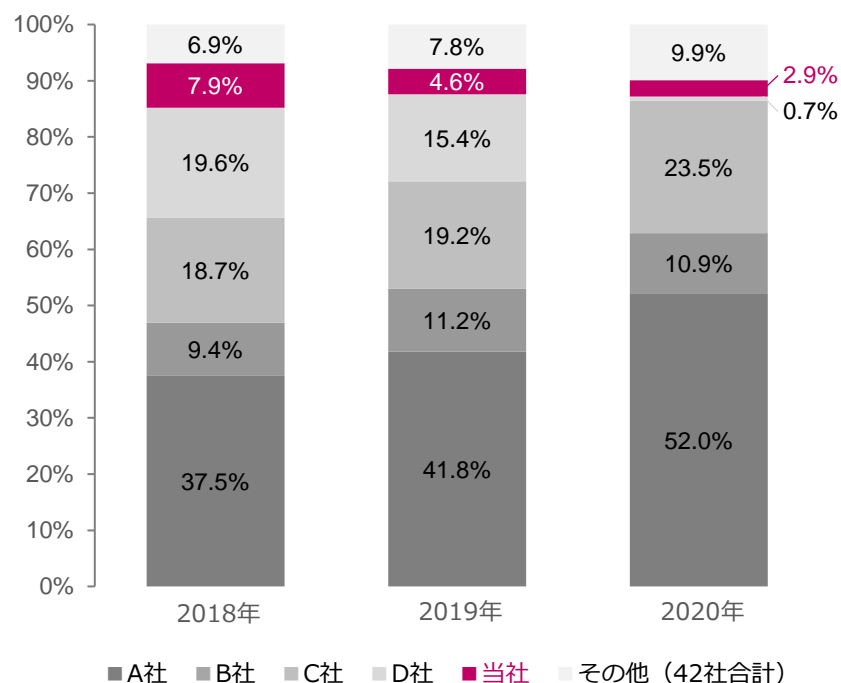
出典：国土交通省「国際線就航状況」をもとに当社作成

2021年5月26日 IATA報道発表資料より

競合環境・インバウンド旅行業界におけるポジショニング

国内旅行代理店ベスト5の一角に位置し、さらなるシェアアップを目指す

外国人旅行取扱額シェア



新型コロナウイルスの収束に合わせ
インバウンド取扱高国内トップクラスを目指す

出典：観光庁「主要旅行業者の旅行取扱状況年度総計」をもとに当社作成



03 競争力の源泉

顧客ニーズを把握し高い収益性を持つ商品企画力

全国の観光局・自治体との連携により知られざる地方の魅力を発掘し送客「地方創生」に貢献

LCC増便を背景に
多様なゲートウェイに
対応

国内のほぼ全ての国際空港と
世界のハブ空港である
ソウルを結ぶ直行便に対応
釜山からの客船による入国対応

魅力ある観光ツアーの
実施

九州・北海道などの人気エリアに加え、
東北・北陸などの人気観光スポットを
短時間で効率的に網羅できる充実した
ツアー提案が可能

顧客ニーズを踏まえた
柔軟な商品企画

観光や食事など国ごとに異なるニーズを
的確に把握し顧客満足度の高いツアーを
企画

インバウンド



地方創生

地方の知られざる観光スポットを発掘

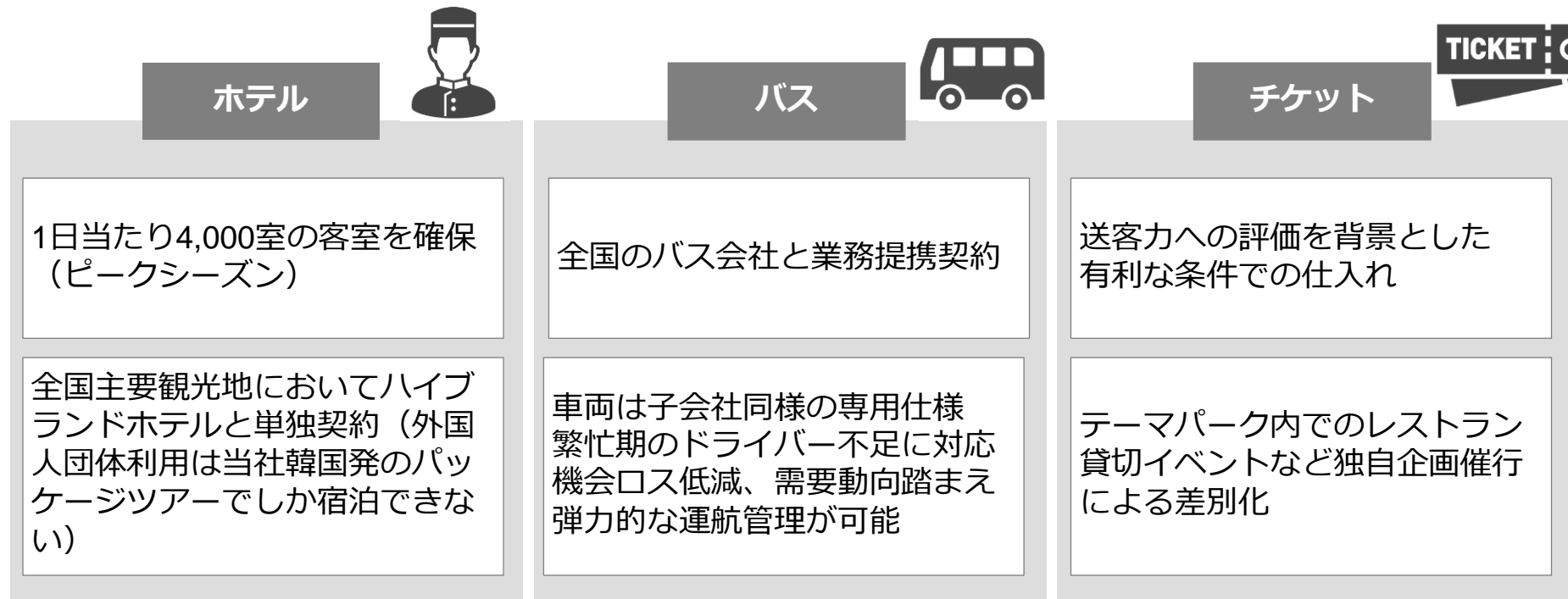
地方自治体との緊密な関係構築により
積極的なプロモーションで世界に発信

各国の旅行者ニーズを考慮し柔軟に商品化
現地にまとまった送客を実現

他社と異なりBtoBを主軸に展開し、
高い利益率を確保

強い仕入力・販売力

送客力を背景にスケールメリットを享受、他社が真似のできない商品企画とコスト競争力



バイイングパワーを発揮することにより好条件の仕入れを実現し魅力的な旅行商品の企画・販売が可能

魅力ある観光ツアーの実施

定番ルートから個人旅行ではたどりつかない場所まで幅広い商品ラインナップを提供



GOLDEN ROUTE - 6DAYS

<Day 1> Narita - Tokyo : Arrived at Narita Airport » Transfer to Tokyo » Asakusa Kannon temple » Nahamisse street » Skytree » Shinjuku (shopping)
 <Day 2> Tokyo : Visit to Imperial Palace » Tokyo tower » Ginza (shopping)
 <Day 3> Mt. Fuji - Toyohashi : Transfer to Mt. Fuji, 5th station - Transfer to Gotemba Premium Outlets (shopping) » Toyohashi
 <Day 4> Toyohashi - Kyoto - Osaka : Transfer to Kyoto, Kiyomizu temple » Golden pavilion temple » Transfer to Osaka » Shinsaibashi (shopping)
 <Day 5> Osaka - USJ - Osaka : Visit to Osaka castle » Transfer to USJ
 <Day 6> Osaka - Kansai airport : Transfer to Kansai airport » Depart from Japan



ALPINE ROUTE - 7DAYS

<Day 1> Kansai airport - Osaka : Arrived at Kansai Airport » Transfer to Osaka » Osaka castle » Umeda sky building » Shinsaibashi (shopping)
 <Day 2> Osaka - Kyoto - Gifu : Transfer to Kyoto » Kiyomizu temple » Golden pavilion temple » Transfer to Gifu
 <Day 3> Gifu - Takayama - Kanazawa : Transfer to Takayama » Takayama oldtown » Shirakawago » Transfer to Kanazawa
 <Day 4> Kanazawa - Tateyama Alpine route - Matsumoto : Transfer to Tateyama Kurobe Alpine route » Transfer to Matsumoto
 <Day 5> Matsumoto - Mt. Fuji - Tokyo : Transfer to Mt. Fuji, 5th station » Transfer to Gotemba premium outlet (shopping)
 <Day 6> Tokyo : Visit Asakusa Kannon temple Ginza/ikebukuro (shopping)
 <Day 7> Tokyo - Narita airport : Transfer to Narita airport » Depart from Japan



Kimono Wearing



Rickshaw Ride

Activities

People visit Japan for many reasons including adventure, cultural experience, visiting friends, business, shopping, hobbies, entertainment and so on. Whatever your mission, you need to know that there are many unique activities you can do. We have several ideas to do some activities in popular destination all over Japan. Let's check it out!

More Activities

Workshops

Hand-on activity or workshop can enrich a trip by creating fond memories and instilling knowledge about the local culture through interactivity. Craft villages are one-stop destinations where numerous different types of workshops are being conducted. Note that many of the lessons may only be conducted in Japanese, and prior reservations may be required. Let's check some popular workshops available in Japan.



Food Sample Making



Tea Ceremony

More Workshops



Asakusa



Harajuku Street

Shopping

Who doesn't like shopping? Take to the streets of chic shopping districts in the city or hunt for traditional wares in the country's rural regions. In this page, we will explain where you can find some stuffs such as Japanese traditional souvenirs, food, local product or branded things.

More Shopping

Special Dinings

Japan is one of destination for MICE or Incentive groups. So many incentive groups are come year by year. They who conduct the tours, usually need some special arrangement for their event. Especially for gathering people on lunch or dinner time with special experiences. We will offer you many things, start from local restaurant with cultural experiences, lunch or dinner courses, and many more. Just check this out.

More Options



Yakatabune Dinner Cruise



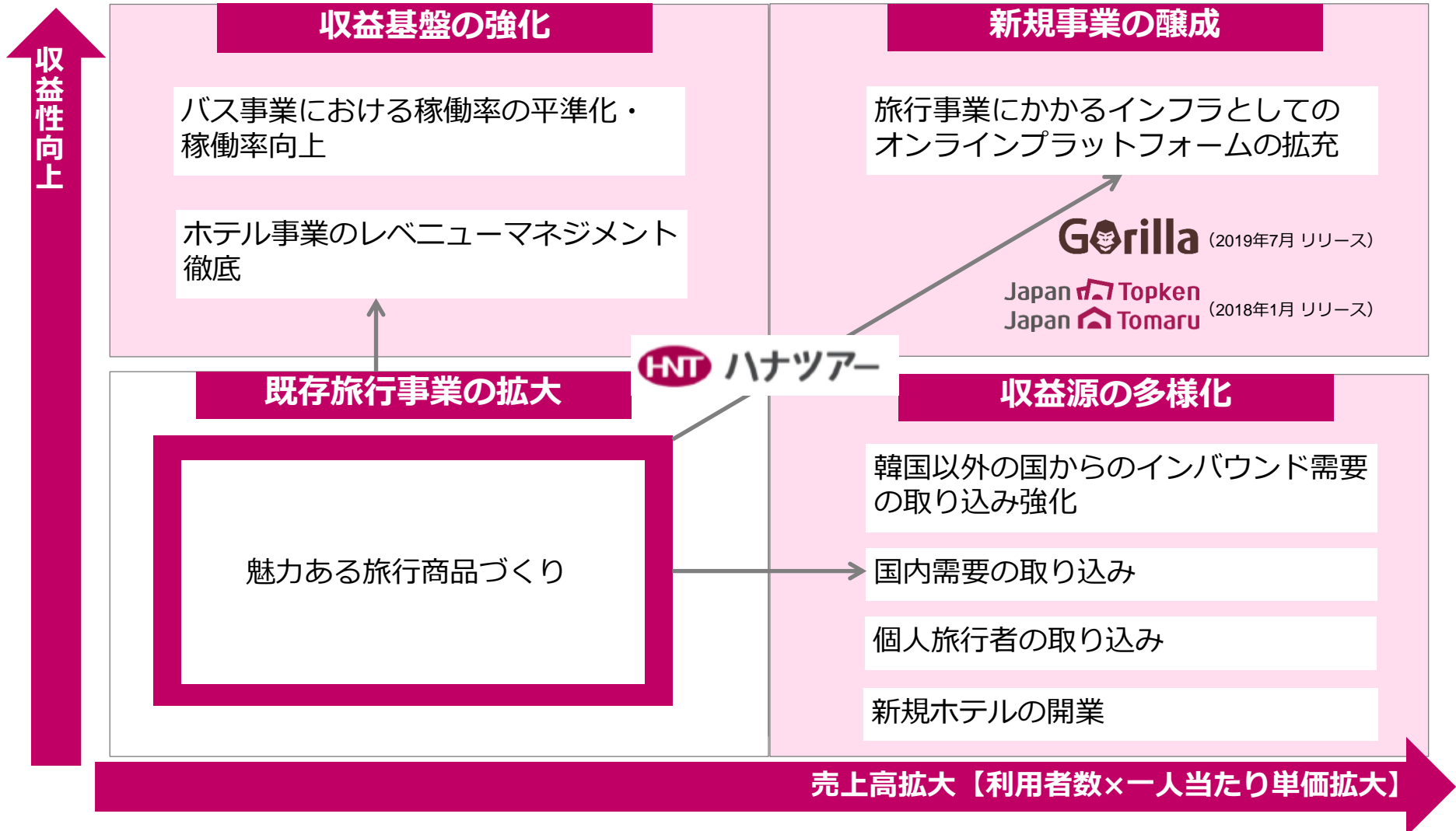
Robot Restaurant



04 事業計画

基本戦略

インバウンド旅行に関するオンライン・オフライン両面におけるインフラ確立し収益拡大



収益源の多様化

韓国以外からのインバウンド需要、個人旅行者及び国内需要の取り込み

収益拡大のKPI

利用者数



販売単価（交通+宿泊+飲食+観光+買物）

- 東南アジア圏からのパッケージツアー拡販：ジャカルタに営業拠点設置
→2019年2月 設置
- 宿泊・現地ツアー・チケット販売強化
→2018年1月よりJapan Tomaru, Japan Topkenリリース
- 国内外のOTAとのAPI連携により旅行商材の販売チャネル拡充
→2019年5月より海外大手有力サイトとのAPI連携開始

	2018年	2019年	2020年
韓国からの利用者数（人）	267,297	140,973	5,406
販売単価（韓国、円）	42,802	41,915	38,177
韓国以外からの利用者数（人）	22,239	16,005	1,111
販売単価（韓国以外、円）	66,169	82,719	57,722

収益基盤の強化

採算・投資効率を重視しながら業容拡大を目指す

バス稼働率の平準化・稼働率のさらなる向上

収益拡大のKPI

適正な車両台数



稼働率

- 運行管理合理化・運営コスト削減・車両の配車効率向上
- ファミリー等小グループ客の取り込み

	2018年	2019年	2020年
保有バス台数 (台)	132	136	138
稼働率 (%)	70	61	13

ホテル事業のレベニューマネジメント徹底

収益拡大のKPI

ホテル客室数



ADR (客室単価)



稼働率

- 運営受託を中心とした新規ホテル増加と客室単価コントロール

	2018年	2019年	2020年
ホテル客室数 (室)	534	684	684
ADR (客室単価、円)	9,485	9,739	6,038
稼働率 (%)	79.8	83.7	25.3
新規ホテル開業	東京大森【288室】	札幌大通【150室】	

Tマークシティホテル札幌【246室】は
2015年4月開業

新規事業の育成

世界のOTAとAPI連携旅行商材を拡販

- 国内のホテル、各種チケットをオンラインで販売

海外旅行会社・旅行代理店

予約 ↓ ↑ 納品

Gorilla

Japan  Tomaru

Japan  Topken

ADMIN統合

API連携

 Ctrip

agoda

GLOBAL OTA

 tripadvisor®

kkday

2021年12月期 セグメント別重点施策

外部環境の継続を前提とし、当面は必要最低人員を維持しながら市場回復に備える

経営効率化

営業力強化

旅行事業

- ▶ 本社移転、子会社の集約
- ▶ 全社的休業によるコスト削減
- ▶ 雇用調整助成金の活用

- ▶ インバウンド市場回復を見据えた取組み
 - 政府インバウンド実証事業参画準備
 - 観光地紹介動画によるPR開始
 - 海外有力サイトとのAPI連携推進
- ▶ GoTo再開・国内需要を見据えた取組み
 - 在留外国人向けSNS PR活用
 - 在日外資系企業への営業強化

バス事業

- ▶ 営業拠点の選択と集中
 - 東京・大阪の2拠点へ絞り込み
- ▶ 全社的休業によるコスト削減

- ▶ オリンピック（メディアクルー送迎）需要の獲得
- ▶ クルー送迎便の獲得
- ▶ 国内AGTへの営業強化
- ▶ 国内向け販売強化

ホテル等施設
運営事業

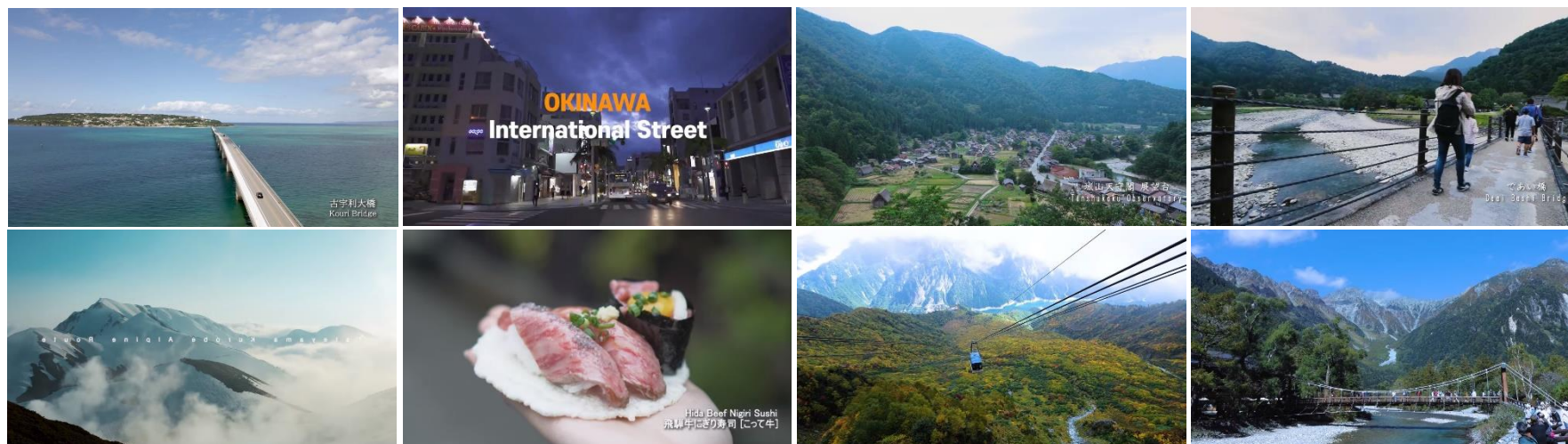
- ▶ Tマークシティホテル札幌の一時休業（当面の間）
- ▶ 賃貸料の減免・猶予など交渉
- ▶ 清掃等ランニングコストの見直し

- ▶ 東京大森
 - 航空会社乗務員の宿泊誘致強化
- ▶ 新ブランド「ホテルセンレン京都東山清水（167室）」2021年3月1日開業
- ▶ 2021年9月 金沢に開業予定（110室）

2021年12月期 セグメント別の取り組み

旅行事業：インバウンド市場回復を見据えた取り組み

■ 観光地の魅力を紹介するプロモーション映像（サンプル）



■ 観光庁発表の「インバウンド復活の実証事業」構想

令和2年12月3日 観光戦略実行推進会議にて示された「インバウンドの段階的回復に向けた小規模分散型パッケージツアー」の実証事業を念頭に、ポストコロナに相応しい商品開発、及び受入体制の整備と構築を行う。

出典：観光戦略実行推進会議（第41回）観光庁資料



2021年12月期 セグメント別の取り組み

バス事業：新規需要の獲得と国内販売強化

- オリンピック需要（メディアクルー送迎）の獲得
- クルー送迎便の獲得

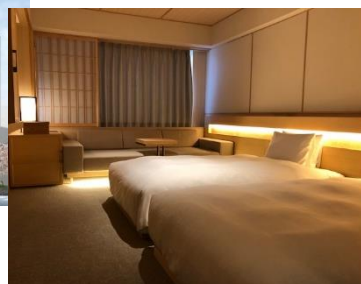


ホテル等施設運営事業：新規ホテルの開業

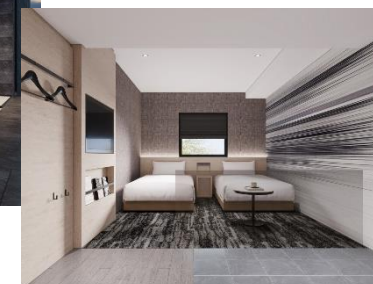
- 新ブランド「ホテルセンレン京都東山清水」2021年3月1日開業 167室
- 2021年9月 金沢に開業予定 110室



ホテルセンレン京都東山清水



金沢イメージ図



中期利益計画について

当社は中期利益計画は非公表といたします。



05 リスク情報

リスク情報（1）

当社事業の成長を阻害する「主な」リスク要因として、以下が考えられます

新型コロナウイルス感染症によるリスク

リスクが顕在化する可能性の程度	高	顕在化の時期	中長期	顕在化した場合の影響	大
リスク	<ul style="list-style-type: none"> ●当社グループは、韓国をはじめ、中国、東南アジア、欧米からのインバウンド旅行需要の取り込みによって事業運営を行っております。 ●2020年3月5日に新型コロナウイルス感染症対策本部により「水際対策の抜本的強化に向けた新たな措置」（「本件措置」）が決定されて以降、諸外国からの入国が制限され、インバウンド旅行客数の急激な減少により当社グループの各事業の成長戦略や施策に大きな影響を与えております。 <p>※現時点において継続企業の前提に重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。</p>				
対応	<ul style="list-style-type: none"> ●人員削減や固定費用の圧縮を図ることで、継続的成長への基盤を強化してまいります。 <p>※影響が長期化した場合を想定し、中長期的な資金需要に対応するためにグループ親会社からの資金支援を受ける体制を構築し、取引金融機関には継続して経営改善を前提とした支援を要請し、各方面へ資金調達準備を進めてまいります。</p>				

自然災害・国際情勢等のリスク

リスクが顕在化する可能性の程度	中	顕在化の時期	随時	顕在化した場合の影響	大
リスク	<ul style="list-style-type: none"> ●わが国又は海外における戦争・紛争・テロの発生、大規模地震や台風等の自然災害、事業対象国との外交関係の悪化による訪日外国人客の減少等の場合や、予期せぬ自然災害や事故等の発生により被災地等において多額の設備復旧費用や対策費用等が発生した場合、当社グループの財政状態及び経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。 				
対応	<ul style="list-style-type: none"> ●取扱旅行客の大半が韓国からとなっておりますが、2019年3月にインドネシアに駐在員事務所を開設しており、更に欧州地域にも設置を検討する等、ベトナムやインドネシアなどの東南アジア諸国、欧米、中国や台湾などのマーケットを拡充し、特定の国への依存度を縮小しリスク分散することで対応してまいります。 				

リスク情報（2）

親会社グループとの取引条件変更によるリスク

リスクが顕在化する可能性の程度	低	顕在化の時期	随時	顕在化した場合の影響	大
リスク	<ul style="list-style-type: none"> ●当社グループと親会社グループとの取引については、「旅行商品代金に関する覚書」に基づいて履行されており、当該覚書には利益の配分割合の他、条件の見直し、及び1ヶ月前の予告による解約等が定められております。当社は、親会社グループとの取引を今後も継続する方針ではありますが、今後の交渉により取引条件が変更となった場合、又は親会社の経営方針の変更により取引条件に変更が生じた場合には、当社グループの財政状態や経営成績に影響を与える可能性があります。 				
対応	<ul style="list-style-type: none"> ●取締役会において半期に一度、他社との取引条件等を比較しその適正性等を様々な観点から検証を行い、当社にとって不利益となる場合は条件の見直しや解約を親会社と交渉を行うことで取引条件の妥当性を確保しております。 				

為替変動に関するリスク

リスクが顕在化する可能性の程度	中	顕在化の時期	随時	顕在化した場合の影響	大
リスク	<ul style="list-style-type: none"> ●当社グループは旅行商品の中でも海外からのインバウンド旅行の取扱いを主力事業としており、一部の旅行代金の決済に際し外貨建の取引を行っていることから、為替変動リスクに晒されております。 ●当社グループの連結財務諸表作成にあたっては、在外連結子会社の財務諸表を円貨換算しており、為替変動により期間損益の円貨換算額が増減するリスクが存在します。これらの為替変動リスクは、当社グループの財政状態及び経営成績等に影響を及ぼす可能性があります。 				
対応	<ul style="list-style-type: none"> ●デリバティブ取引等により為替リスクをヘッジすること、また、インバウンド旅行以外の国内旅行商品やアウトバウンド旅行の取引を拡大し、インバウンド旅行による為替変動リスクの影響を最小限に抑えることで対応してまいります。 				

なお、その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

免責事項

- 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、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますがこれらに限られるものではなく、また、事業環境および市場動向の分析等による競争力の維持・強化に努めておりますが、上記リスクや不確実性を排除するものではありません。

【本資料の開示について】

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の更新は、今後、本決算発表後に開示を行う予定です。次回の更新は、2022年2月の決算発表後を予定しております。