

【表紙】

【提出書類】 有価証券報告書の訂正報告書

【根拠条文】 金融商品取引法第24条の2第1項

【提出先】 関東財務局長

【提出日】 2020年12月23日

【事業年度】 第26期（自 2019年4月1日 至 2020年3月31日）

【会社名】 株式会社旅工房

【英訳名】 TABIKOBO Co. Ltd.

【代表者の役職氏名】 代表取締役会長兼社長 高山 泰 仁

【本店の所在の場所】 東京都豊島区東池袋三丁目1番1号

【電話番号】 03-5956-3044

【事務連絡者氏名】 執行役員コーポレート本部長 岩 田 静 絵

【最寄りの連絡場所】 東京都豊島区東池袋三丁目1番1号

【電話番号】 03-5956-3044

【事務連絡者氏名】 執行役員コーポレート本部長 岩 田 静 絵

【縦覧に供する場所】 株式会社東京証券取引所
(東京都中央区日本橋兜町2番1号)
株式会社旅工房大阪支店
(大阪府大阪市中央区難波五丁目1番60号)
株式会社旅工房名古屋支店
(愛知県名古屋市中区大須三丁目30番60号)

1 【有価証券報告書の訂正報告書の提出理由】

2020年9月2日に提出いたしました第26期(自 2019年4月1日 至 2020年3月31日)有価証券報告書の記載事項の一部に誤りがありましたので、これを訂正するため有価証券報告書の訂正報告書を提出するものであります。

2 【訂正事項】

第一部 企業情報

第2 事業の状況

- 1 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等
- 2 事業等のリスク
- 3 経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析

第4 提出会社の状況

- 4 コーポレート・ガバナンスの状況等

第5 経理の状況

注記事項

(金融商品関係)

第7 提出会社の参考情報

- 2 その他の参考情報

3 【訂正箇所】

訂正箇所は____を付して表示しております。

なお、訂正箇所が多数に及ぶことから、上記の訂正事項については、訂正後のみを記載しております。

第一部 【企業情報】

第2 【事業の状況】

1 【経営方針、経営環境及び対処すべき課題等】

(中略)

(4)経営環境

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、世界各国において海外渡航制限や行動制限等の措置が取られるなど、旅行業界を取り巻く環境は大変厳しいものとなっております。海外旅行市場におきましては、2020年3月以降、外務省より全世界を対象に危険情報レベル2が発出されていることから海外ツアーの催行中止が続いており、催行再開時期は未だ不透明な状況にあります。また、海外ツアーの催行再開後も感染再拡大リスクへの懸念や、国内経済の低迷により個人旅行需要が下押しされる懸念もあり、海外旅行需要の回復には時間を要するものと想定されます。一方で、国内旅行市場におきましては新型コロナウイルス感染症の経済対策として官民一体の需要喚起キャンペーンが実施されるなど、海外旅行・インバウンド旅行に先んじて需要回復することが期待されます。

中長期的には、日本国内の少子高齢化と人口減少が進む一方、新興のオンライン旅行会社の参入や成長により、国内の旅行業界の競争は激化することが予想されます。また、スマートフォン等の通信端末の進化や新たなオンラインメディアの誕生により、これまでとは異なるマーケティング機会や新たな技術が日々登場しております。

(5)優先的に対処すべき事業上及び財務上の課題

当社グループは以下のような課題に対処すべきと認識しています。

なお、以下に記載する課題に関しては、当社グループとして対処すべき優先順位が高いと考えるものから順番に記載させていただいております。

(コンプライアンス体制の強化)

当社は、2020年5月12日付で公表いたしましたとおり、当社従業員による売上の架空計上及び当社資産の不正領得を認識したことを受け、外部の専門家で構成された外部調査チームによる調査を進め、2020年6月26日に調査報告書を受領いたしました。再発防止に向け、外部調査チームからの提言を踏まえて以下の内容を骨子とする再発防止策を策定し、取組みを進めております。

1.業務プロセスの改善

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

2.組織体制の整備

- (1)営業担当者と手配担当者等の分離
- (2)コーポレート部門による営業担当者の統制・連携等
- (3)内部統制の充実等

3.コンプライアンス意識の向上

- (1)定期的な質問調査の実施
- (2)発見・通報のチャンネルの拡充
- (3)社内研修の充実

今後もこれらの再発防止策の実行を徹底し、コンプライアンス体制の一層の強化に努めてまいります。

(システム強化)

旅行の申込み方法ではインターネットが最も多く、スマートフォン等の情報端末の進化や電子商取引市場の拡大を勘案すると、今後もインターネット経由での売上が増えることが予想されます。当社グループでの旅行商品の取扱いはインターネットを通じたオンライン販売が中心であり、インターネットを利用して旅行商品を購入する消費者の割合が増えれば当社グループの対象マーケットは拡大し、当社グループの今後の成長に寄与することが見込まれます。当社グループでは、すでにシステム上で予約が完結する「オンライン・パッケージ」システムを稼働させており24時間の自動予約に対応しておりますが、旅行商品データベースの充実やサーバの機能増強等、引続きオンライン予約システムの機能強化を推進してまいります。また、情報端末の多様化への備えや画面上でユーザーが見やすく使い勝手の良いウェブサイト作りに取り組む等、利便性の高いウェブサイトの構築を進めてまいります。

(マーケティングの進化)

スマートフォン等の情報端末や技術の進化、日々の生活へのSNS(ソーシャルネットワーキングサービス)の浸透、新たなオンラインメディアの登場等により、消費者のインターネット上での購買行動が変化していくことが予想されます。その結果、中長期的には、これまでのインターネット上での広告手法や旅行系のポータルサイトを通じた集客が通用しなくなり、これまでとは異なるマーケティング手法への対処が必要となるものと考えております。当社グループでは今後のマーケティングの進化を課題と位置づけ、従来手法にとらわれない新たなマーケティングの方法を模索していきます。

(トラベル・コンシェルジュ教育)

オンラインでの旅行商品販売が拡大するにつれ、システムによるオンライン予約だけでは対応できない潜在ニーズに応えるために、当社グループの特徴である「トラベル・コンシェルジュ」による接客の重要性は高まっていくと考えており、高いスキルを持った優秀な「トラベル・コンシェルジュ」を確保し、その能力を高めることが当社グループの課題であると認識しております。

当社グループでは、「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」を設け、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・対応力向上に努めております。また、随時、海外研修に派遣して現地を実際に体験することにより、「トラベル・コンシェルジュ」として必要な知識のみならず、より実践的かつ具体的な旅のアドバイスにつながる知見の獲得に努めております。これらの活動を通じて、オンライン完結型では困難な「人の温かみ」と「柔軟性」、すなわち人間によるヒアリングや旅行提案という価値をさらに高めていくために、「トラベル・コンシェルジュ」の教育の強化を進めていきます。

(商品企画力の向上)

今後、オンライン化が進み事業者の旅行手配業務への参入が容易になることにより、他社との差別化において旅行の企画力がこれまで以上に重要になるものと考えております。

当社グループは、これまで企画担当者の現地研修や社内での勉強会をはじめとする商品企画力強化のための取り組みを行ってきましたが、他社とのさらなる差別化のために現地情報のデータベース化による知識の集約や社内研修等を活用した共有のための取り組みを強化して、企画力の向上を図ってまいります。また、新たに国内旅行商品の企画・販売を開始するなど、新型コロナウイルス感染症収束後の需要回復を見据えた商品企画を推進いたします。

(ブランド認知度の向上)

旅行業界において、大手の同業他社と比較したとき当社グループの認知度はまだまだ低いものと思われれます。また、旅行商品は個人の消費支出の中では比較的単価の大きな商品であることから、旅行会社の選択にあたっては旅行会社の信頼性及び信用力も重要な要素となっております。多くのお客様から問い合わせを受け、お客様からの信頼を得るには当社グループの認知度向上と信頼性及び信用力の向上が不可欠と考えております。当社グループのブランド価値、認知度及び信頼性向上のため、積極的にPR施策を行ってまいります。

(海外市場の開拓)

当社グループは従来、今後の海外市場の開拓に関して、需要の拡大や新興国での旅行需要の増加によってインバウンド市場が拡大することを見据えて、訪日外国人のインバウンド旅行対応強化と日本国外における海外から海外への三国間旅行事業の強化を重要な戦略の一つとして位置付けておりましたが、直近において発生した新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて、世界各国において海外渡航制限や行動制限等の措置が取られるなど、インバウンド市場の拡大が不透明な状況であります。当社グループとしては中長期的にはインバウンド市場は再び拡大していくと考えておりますが、従来進めていた海外市場の開拓に関しては、市場の動向を鑑みながら慎重に進めてまいります。

2 【事業等のリスク】

(中略)

(2) 電子商取引の普及について

日本と世界における電子商取引は、スマートフォンやタブレット型端末等の新たな情報機器の普及や先進国のみならず新興国での通信環境の向上等に伴って、今後も市場規模が拡大し発展するものと考えております。なかでも旅行サービスの電子商取引の市場規模は、我が国において2017年に3兆3,724億円、2018年に3兆7,186億円(前年比10.27%増)と拡大傾向にあり、サービス系分野の電子商取引において最大の市場規模を有しております(2019年5月 経済産業省「平成30年度電子商取引に関する市場調査」)。

当社グループは、今後も旅行サービスにおける電子商取引の拡大が継続し、インターネット販売比率が高まっていくものと見込んでおります。当社グループでの旅行商品の取扱いがインターネット販売が中心であることから、電子商取引の拡大が当社グループの今後の成長に寄与することが見込まれます。しかしながら、電子商取引に関する新たな規制の導入や何らかの予期せぬ要因により、当社グループの期待どおりにインターネットによる旅行販売の普及が進まない場合には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

当該リスクへの対応策として、地域別に高い専門性とホスピタリティを持ったコンシェルジュ(お客様からの問い合わせ対応担当)を育てることでインターネット販売だけに捉われない付加価値を培っております。

(3) 競合他社の影響について

当社グループの旅行事業は、旅行事業を営む国内外の企業と競合関係にあります。また、これまで旅行事業を行っていなかった企業や新興のベンチャー企業が、新規事業として業界の通例にない技術やビジネスモデルを用いて旅行業界に参入する可能性があります。

また、一般個人が旅行者に宿泊施設を提供するといった消費者同士が直接取引を行う「C to C」の仕組みのように、従来の旅行業界の枠組みを離れた動きもみられます。こうした競争が当社の想定している以上に激化した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

当該リスクへの対応策として、販売チャネルをインターネットに限定し、お客様からの問い合わせに対して、旅行方面別に組織されたコンシェルジュ(お客様からの問い合わせ対応担当)による専門的かつ柔軟でスピーディな対応を行うことで競合他社と差別化を行っております。

(4) インターネットによる直販化について

当社グループは航空会社から航空券を、宿泊施設から滞在サービスを、また現地のオプションツアー催行会社等から現地発着ツアーやアクティビティ等をそれぞれ仕入れて販売しておりますが、近年のインターネットの発達に伴い、航空会社、宿泊施設やオプションツアー催行会社等が消費者に直接販売する例が増えてきています。これらの旅行商品を旅行者自らが組み合わせて旅行することも可能ですが、当社グループは旅行会社として、旅行商品の大量仕入によるコスト競争力や、個々の旅行商品の特長や現地事情に応じて旅行商品を組み合わせることでより充実したツアーを企画する等、直接販売では提供できない付加価値を提供して今後も売上及び利益の成長を図ってまいります。しかしながらこのような旅行商品の直販化の進展に伴い、直販商品の購入を愛好する旅行者が増えた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

当該リスクへの対応策として、仕入れ先との良好な関係を維持することに努め、当社グループが代理販売することが仕入れ先の価値向上に寄与するように自社サービスのお客様からの信頼向上に努めております。

(5) 航空会社について

当社グループは日本発着の海外旅行を中心に取扱っていることから航空機による移動が不可欠であるところ、航空会社は採算を勘案し、航空便を減便もしくは廃止することがあります。当社の取り扱う旅行方面で航空便が減便もしくは廃止されると、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

さらに、日本を訪問する外国人が増加すると、外国人の渡航のために座席が割り当てられるため、結果として海外に渡航する日本人のための座席の割り当てが減少する可能性があります。これにより当社の主要ターゲットである日本人の海外旅行(アウトバウンド)に制限が生じ、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

以上のほか、当社グループは、航空券を販売する際に航空会社からコミッションを受け取る場合があります、それを収益の一部として計上しています。航空会社がコミッションを減額もしくは廃止する場合、それが当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

当該リスクへの対応策として、コミッションが減額もしくは廃止になった場合における業績への影響を最小限に抑えるため、システム改善による人員工数削減等の貢献利益率向上策を進めております。

(中略)

(9) 割引運賃を利用した航空券の取扱いについて

一部の航空会社では、普通運賃のほかに、普通運賃よりも低価格の料金体系による航空券を各種設定しており、当社が顧客から得る取扱手数料は航空券により異なっております。当社はこれらの普通運賃より低価格な料金体系による各種割引航空券を取扱うことにより収益性の向上を図っております。ただし、各航空会社の方針変更等により、これら割引航空券の流通量が著しく減少し、当社が十分に確保できない場合等には、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

当該リスクへの対応策として、割引航空券の流通量が著しく減少し、当社が十分に確保できない場合における業績への影響を最小限に抑えるため、システム改善による人員工数削減等の貢献利益率向上策を進めております。

(中略)

(12) 代表者への依存について

当社の代表取締役である高山泰仁は、当社の創業時のメンバーであり、当社の経営方針や経営戦略の決定等、事業活動において重要な役割を果たしております。当社グループにおいては、特定の個人に過度に依存することがないよう、合議制による経営意思決定や権限移譲の推進、経営人材の育成のための教育などを行っておりますが、現時点において同人が何らかの理由により経営者としての業務を執行できなくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

当該リスクへの対応策として、有事の際に代表取締役の業務や決裁を代行する者を取締役会で協議のうえで選任しております。

(後略)

3 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】

(中略)

(2) 経営者の視点による経営成績等の状況に関する分析・検討内容

経営者の視点による当社グループの経営成績等の状況に関する認識及び分析・検討内容は、以下のとおりであります。なお、文中における将来に関する事項については、本書提出日現在において当社グループが判断したものであります。

重要な会計方針及び見積り

当社グループの連結財務諸表は、わが国において一般に公正妥当と認められている会計基準に基づき作成されています。この連結財務諸表の作成にあたって、貸倒引当金、賞与引当金、繰延税金資産、資産除去債務等の計上について見積りを必要としております。これらの見積りについては、過去の実績等を勘案し合理的に判断しておりますが、実際の結果は、見積りによる不確実性のため、これらの見積りとは異なる場合があります。以下に個別の詳細を記載させていただきます。

a. 貸倒引当金

貸倒引当金は、債権の貸倒れによる損失に備えるため、一般債権については貸倒実績率により、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討し、回収不能見込額を計上しております。

当社グループは、適切な与信管理を行い、一般債権の貸倒実績率が低い状況で推移していますが、売上増加により期末時の債権が増加したり、多額の貸倒れが発生した場合、貸倒引当金の金額が増加し、販売費及び一般管理費や営業外費用、特別損失を計上する可能性があります。

b. 賞与引当金

従業員に対する賞与支給に備えるため、支給見込額のうち当連結会計年度に負担すべき額を計上しております。

この金額は一般的に、当社グループの業績を当該賞与制度が規定する基準値と比較・参照することにより算定されます。業績の変化によって賞与引当金の金額が変動し、販売費及び一般管理費を計上する可能性があります。

c. 繰延税金資産

繰延税金資産については、将来の利益計画に基づいて課税所得を見積り、回収可能性があると判断した将来減算一時差異について計上しております。なお、当該課税所得を見積るにあたって前提とした条件や仮定に変更が生じこれが減少した場合、繰延税金資産が減額され税金費用が計上される可能性があります。また、実際の結果は、見積り特有の不確実性があるため、これらの見積りと異なる場合があります。

e. 資産除去債務

当社は、事務所等の開設・移転にあたり、不動産所有者との間で不動産賃貸借契約を締結しており、退去時における原状回復義務に関し、「資産除去債務に関する会計基準」に基づき過去の実績等から合理的な見積りを行い、資産除去債務を計上しております。しかしながら、新たな事実の発生等に伴い、資産除去債務の計上額が変動し、販売費及び一般管理費を計上する可能性があります。

f. 固定資産の減損

固定資産のうち減損の兆候がある資産又は資産グループについて、当該資産又は資産グループから得られる割引前将来キャッシュ・フローの総額が帳簿価額を下回る場合には、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失として計上しております。事業計画や市場環境の変化により、見積りの前提とした条件や仮定に変更が生じた場合、減損処理が必要となる可能性があります。

その他重要な会計方針は「第5 経理の状況 1 連結財務諸表等 (1) 連結財務諸表 注記事項 重要な会計方針」及び「第5 経理の状況 2 財務諸表等 (1) 財務諸表 注記事項 重要な会計方針」をご参照ください。また、新型コロナウイルス感染症による仮定に関する情報は、「第5 経理の状況 1 連結財務諸表等 (1) 連結財務諸表 注記事項 (追加情報)」、「第5 経理の状況 2 財務諸表等 (1) 財務諸表 注記事項 (追加情報)」に記載しております。

当連結会計年度の経営成績等の状況に関する認識及び分析・検討内容

a. 財政状態の分析

(中略)

(売上原価及び売上総利益)

売上原価は、29,146,028千円(前連結会計年度比14.6%増)となり、この結果、売上総利益は4,209,358千円(前連結会計年度比9.5%増)となりました。売上高が前連結会計年度比14.0%増となった一方で、売上総利益が前連結会計年度比9.5%増に留まったのは、第4四半期に新型コロナウイルス感染症の影響によるツアー催行中止やキャンセルが相次いだことで返金手数料の負担等が発生し、売上総利益率が減少したためです。

(中略)

(1株当たり当期純利益及び経営上の重要な指標)

普通株式の期中平均株式数は、4,723,468株(前連結会計年度は4,678,205株)となり、1株当たり当期純利益は18.70円(前連結会計年度40.64円)となりました。

なお、当社グループでは、事業規模拡大の観点から、売上高及び売上総利益の額とそれらの成長率を重要な経営指標と位置付け、事業の収益性と企業価値の向上の観点から、営業利益、経常利益及び1株当たり当期純利益の額とそれらの成長率についても重要な経営指標としておりますが、第4四半期に新型コロナウイルス感染症の影響を受けてツアーの催行中止やキャンセルが相次いで発生したことで、売上高及び売上総利益は前連結会計年度比で増加いたしました。営業利益、経常利益及び1株当たり当期純利益の額に関しては減少いたしました。

今後は、優先的に対処すべき課題としても挙げているシステム強化、マーケティングの強化、トラベル・コンシェルジュ教育、商品企画力の向上、ブランド認知度の向上等に努め、売上高、売上総利益、営業利益、経常利益、1株当たり当期純利益の額を成長させてまいります。

(後略)

第4 【提出会社の状況】

4 【コーポレート・ガバナンスの状況等】

(中略)

(4) 【役員の報酬等】

役員の報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針に係る事項

取締役の報酬の額については、取締役会として代表取締役兼会長に一任することとしており、固定報酬及び譲渡制限付株式報酬であります。代表取締役兼会長は固定報酬に関して、2015年6月26日開催の第21回定時株主総会で決議された年額500,000千円以内(ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まない。)の範囲で、譲渡制限付株式報酬の割り当てに関する報酬限度額は、2019年6月28日開催の第25回定時株主総会で決議された年額50,000千円以内(うち社外取締役分は年額10,000千円以内)の範囲で、個々の職責や貢献、会社の業績等を勘案して各人別の報酬額を決定しております。

当該事業年度における固定報酬の額は、2019年6月28日開催の取締役会において上記の方針に基づき審議の上、決議いたしました。

監査役の報酬額は、常勤・非常勤の別、監査業務等を勘案し、固定報酬に関しては、2015年6月26日開催の第21回定時株主総会で決議された年額300,000千円の範囲で、譲渡制限付株式報酬の割り当てに関する報酬限度額は、2019年6月28日開催の第25回定時株主総会で決議された年額30,000千円以内の範囲で、監査役の協議により決定しております。

(後略)

第5 【経理の状況】

【注記事項】

(金融商品関係)

1 金融商品の状況に関する事項

(中略)

(2) 金融商品の内容及びリスク

営業債権である受取手形及び売掛金、並びに未収入金は、取引先の信用リスクに晒されております。割賦売掛金については、信販会社との保証契約により顧客の信用リスクをヘッジしております。

営業債務である買掛金、未払金、並びに預り金は、1年以内の支払期日であります。

短期借入金は主に運転資金の調達を目的にしたものであります。

デリバティブ取引は、外貨建金銭債務に係る為替変動リスクに対するヘッジを目的とした為替予約取引であります。ヘッジ会計に関するヘッジ手段とヘッジ対象、ヘッジ方針、ヘッジ有効性の評価方法等については、前述の連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項「3. 会計方針に関する事項(5) 重要なヘッジ会計の方法」をご参照ください。

(後略)

第7 【提出会社の参考情報】

(中略)

2 【その他の参考情報】

当事業年度の開始日から有価証券報告書提出日までの間に、次の書類を提出しております。

(1) 有価証券報告書及びその添付書類並びに確認書

事業年度 第25期(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日) 2019年6月28日関東財務局長に提出。

(2) 有価証券報告書の訂正報告書及び確認書

事業年度 第24期(自 2017年4月1日 至 2018年3月31日) 2020年7月31日関東財務局長に提出。

事業年度 第25期(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日) 2020年7月31日関東財務局長に提出。

(3) 臨時報告書

企業内容等の開示に関する内閣府令第19条第2項第9号の2(株主総会における議決権行使の結果)の規定に基づ

く臨時報告書

2019年7月2日関東財務局長に提出。

(4) 内部統制報告書及びその添付書類

事業年度 第25期(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日) 2019年6月28日関東財務局長に提出。

(5) 内部統制報告書の訂正報告書

事業年度 第24期(自 2017年4月1日 至 2018年3月31日) 2020年7月31日関東財務局長に提出。

事業年度 第25期(自 2018年4月1日 至 2019年3月31日) 2020年7月31日関東財務局長に提出。

(6) 四半期報告書及び確認書

第26期第1四半期(自 2019年4月1日 至 2019年6月30日) 2019年8月13日関東財務局長に提出。

第26期第2四半期(自 2019年7月1日 至 2019年9月30日) 2019年11月11日関東財務局長に提出。

第26期第3四半期(自 2019年10月1日 至 2019年12月31日) 2020年2月10日関東財務局長に提出。

(7) 四半期報告書の訂正報告書及び確認書

第25期第1四半期(自	2018年4月1日	至	2018年6月30日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。
第25期第2四半期(自	2018年7月1日	至	2018年9月30日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。
第25期第3四半期(自	2018年10月1日	至	2018年12月31日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。
第26期第1四半期(自	2019年4月1日	至	2019年6月30日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。
第26期第2四半期(自	2019年7月1日	至	2019年9月30日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。
第26期第3四半期(自	2019年10月1日	至	2019年12月31日)	2020年7月31日	関東財務局長に提出。