

True Japan Tour 株式会社第 8 期(令和元年 10 月～令和 2 年 9 月)事業計画書

第 1 総括

1 収入の部

(千円)

区 分	第 5 期実績	第 6 期実績	第 7 期実績	第 8 期計画
	2017 年	2018 年	2018-19 年	2019-20 年
	1～12 月	1 月～9 月	10 月～9 月	10 月～9 月
Experience Management	219,685	181,046	282,153	341,800
インバウンド旅行事業	96,396	235,331	229,839	215,000
有料職業紹介・人材派遣事業	11,525	5,551	15,421	18,500
True Japan School 事業	54,162	56,471	77,230	77,000
国際観光支援事業	39,101	36,865	59,674	85,100
受託研修事業	8,676	4,547	4,198	3,000
事務受託事業	18,384	12,800	17,100	15,600
その他収入	37	7,524	3,406	11,000
営業収入	447,967	540,135	689,021	767,000
営業外収入	28,4170	598	2,011	3,000
経常収入	476,384	540,733	691,032	770,000

2 支出の部

区 分	第 5 期	第 6 期	第 7 期	第 8 期計画
	2017 年	2018 年	2018～9 年	2019-20 年
	1～12 月	1 月～9 月	10 月～9 月	10 月～9 月
経費（謝金、宿泊・交通費等）	303,134	365,452	465,270	493,186
給料手当、賞与、役員報酬	75,438	76,228	99,438	105,404
法定福利費、福利厚生費	10,972	9,695	16,226	17,200
地代家賃（事務所家賃等）	21,663	18,028	32,606	34,562
消耗品費（備品、消耗品等）	14,971	11,086	12,676	13,437
減価償却費	2,942	2,168	6,475	6,864
外注費・支払報酬料	5,903	4,645	8,471	8,979
広告宣伝費	4,655	1,588	4,656	4,935
通信費	3,882	4,191	4,705	4,987
支払手数料（振込手数料等）	4,897	4,094	3,854	4,085
租税公課	8,157	9,009	9,791	10,378
その他支出	19,295	12,855	23,467	24,875
営業支出	475,908	519,038	687,644	719,597

(説明)

- ・本事業計画の策定にあたっては、確実に実施できるものに限って、掲載した。
- ・第5号議案のとおり、アビリーブ社から株式譲渡の申し入れがあり、取締役会としては、承認する旨、決定し、決議を総会に付した。

取締役会においては、株式譲渡が当社「日本の真の自然、美、精神を海外に伝える。」というの企業理念に合致し、「日本の観光産業の発展に寄与し、当社の従業員の経済的に基盤の強化に資する」とともに、「特定非営利活動法人日本文化体験交流塾との連携を深め、通訳案内士の活躍の場を広げていくことになる」と確信した。

これにより、現経営陣及び現株主による事業運営は、2020年1月期頃までと予想される。

- ・その後、True Japan Tour 株式会社とアビリーブ社の持つ経営資源が相乗効果を生み、飛躍的な拡大も予想されるが、今回の事業計画には、こうした効果の数量化は、行わないこととする。

参考

東京都知事選挙が4年ごとに実施された。その選挙の年、3月に実施される場合、都議会において承認される予算案は、年間の全ての予算事項を計上するのではなく、骨格的な支出に限って予算化するのが、通例であった。これは、いうまでもなく、4月に選出される知事に政策的な経費を残すためであった。今回の実施計画策定にあたっては、この考えを踏まえ、変動要素は、小さくして、計画する。

第2 事業別の計画

1 Experience Management

EM 事業に関しては、第7期においては、ガイド派遣についても数を伸ばしたことに加え、体験型観光の需要の増大を受けて、自社施設での体験プログラムの提供、外部施設への人材派遣ともに、大きく実績を伸ばした。今後もこの傾向は続き、弊社の事業の大きな柱になりえる部門であり、第8期においても、対前年21%の増加を計上した。

① 文化体験

本年度は、「Grand TJT」開設2年目にあたる。2019年に実施した寿司等の料理体験が好評であり、ユーザーとなる旅行会社が確実に増えている。その理由として、雰囲気の良い施設とともに、寿司アカデミー等の講師として活躍する著名な料理人である川澄研氏を、IJCEEの講師として招くなど、多様で質の高い研修を実施することで、料理体験の講師のスキルが向上している。

また、寿司に合わせた利き酒や利き茶などの複合プログラムも定着しつつある。

② 営業の強化

こうした良質な体験を売り上げに結び付けるために、営業を強化する。12月には、新パンフレットを作成し、好評である。これに加え、OTAを中心に営業活動を強めているが、外国人ネイティブによる表現力のアップが効果を生んでいる。

③ ガイド派遣

試験制度が難しくなり、新規のガイド供給が不足するなか、IJCEEの存在価値が高まっている。これまで、当社を通さなかった旅行会社のなかにも、当社との取引を望んでいる社もあり、順調に伸びが期待できる。

2 インバウンド旅行事業部 (Global Sales 部門 (海外営業))

インバウンド旅行事業部は、縮小した人員により、確実に実現できる目標として、215,000千円を目標とした。なお、事業報告書で、各国の動向を示したが、タイ及びベトナムの訪日客の増加は著しい。アビリブ社は、両国に支店を有していることから、今後新たな可能性が生まれるが、本事業計画には、計上しない。

3 True Japan School

通訳案内士試験の受験資格のレベルアップ等により受験者数と合格者数が減少している。このような状況のなかで、これまで、当社は、新カリキュラムや新テキストの開発、及びEラーニングなどにより、全国の受験生に占める当社の受講生の割合を上げてきた。

2019年12月8日には全国通訳案内士試験の2次試験が行われた。True Japan Schoolは東京2会場でビラ配りを行ったが、全受験生数に占めるTrue Japan School生の数は圧倒的に多かったように感じ

る。「通訳案内試験対策予備校」としての True Japan School の知名度や受講生の占有率は確実に向上している。

また、従来のメールニュースやチラシだけでなく、ツイッターや Facebook 等の多様な広報ツールの活用により新規の顧客を開拓し、True Japan School 全体として、対前年売上の維持・向上を目指す。

① 邦文総合講座の開設

2018 年及び 2019 年の 1 次試験（筆記試験）の大きな傾向として、歴史科目が極めて難しくなっている。また、歴史の問題内容が地理と近くなっているのが、特色となっている。これらへの対策として、2020 年度の対策講座においては、従来の講座を「基礎講座」と位置づけ、その後、地理と歴史科目共通して対応する「邦文総合講座」（仮称）を開講する。そのテキストとしては、IJCEE が発行する予定の新しい歴史参考書（仮称）を使用する。

② 定額制の新サービスによる受講生サービスと業務の簡素化

True Japan School では、週末か平日のいずれかの指定された日に実際に学校に来てライブ授業を聴講できる通学受講と、インターネットを利用して学習する e-learning 受講の 2 種類の受講システムを実施している。

従来、これらのサービスは別々に販売されていた。しかし 2020 年からは、定額の受講料の支払いで、受講生は平日・週末ともに聴講が可能で、さらに e-learning も付いてくるという定額受け放題サービスに切り替える。また、2018 年から 1 次試験対策の英語講座については、2 次試験対策も視野に入れた上で Basic コース、Intermediate コース、Advanced コースとレベル分けを行い、年明けから全 24 回の講座として開催した。この全コースを受講した受験生は確実に実力が養成され、1 次試験だけでなく 2 次試験においても検討が期待される。そこで 2020 年からは、この 1 次試験英語シリーズ全 24 回をより受講しやすくするために、割引を適用した一括受講システムを導入する。

これらは、受験生に対するメリットにより、受講者数の増大を図るとともに、事務の簡素化により、効率化を図る。

③ 2 次試験対策講座

2019 年の通訳案内士試験対策講座では、従来 1 次試験後の 9 月から行ってきた 2 次試験対策講座は春から開講した。これにより受験生のレベルアップが図られ、2 次試験においては大きな手応えを実感した受講生が多数いた。また、2 次試験対策講座自体の収入増にも繋がった。2020 年も春からの 2 次試験対策講座の開講を常設とし、受験生にも「2 次試験対策は 1 次試験対策と並行して春から行うもの」という意識を持たせる。

4 国際観光支援事業

国際観光支援事業については、政府における国際観光旅客税の導入により、観光基盤の拡充のための予算が大幅に増大したことにより、各地の自治体での観光領域の事業の案件が大幅に増えている。

また、2019年に新たに獲得した自治体及び関連自治体から、追加の仕事の問い合わせが寄せられている。当社が、ガイド人材育成や、地域のおもてなし力向上などの分野で、多くの業務を獲得した結果である。この動向は、2020年に向けてさらに拡大しつつあり、143%の成長を見込む。

また、本事業の実施には、企画書が作れ、セミナーや研修会のコーディネーターや司会等に長けた研究員クラスの人材が不可欠である。2020年1月には、社内及び社外からこうした人材を補給し、新規ニーズに対応していく。

なお、アビリブ社との連携においては、以下の事業効果が期待できるが、本事業計画には、反映させていない。

例えば、通訳案内士にとっての課題は、閑散期における仕事の不足である。特に、12月から2月期は、訪日客が減少し、仕事量が減る。宿泊業における多言語表示、事業員の語学力向上の指導は、当社グループの最も得意とする分野であり、現在、千葉県、栃木県等の受託事業において、この取組を進め、テキスト開発などを行っている。

しかし、本事業は、自治体の受託事業の枠内にとどまっており、宿泊業や飲食業等民間事業者そのものへのアプローチは、まだできていない。アビリブ社は、宿泊事業者3,000社のホームページを作成している。また、こうした事業者へのコンサル事業も行っている。そこで、TJTとアビリブ社が連携することにより、新規市場が創出でき、飛躍的な事業の拡大の可能性はある。