



tabikobo

# 2025年6月期 通期 決算説明資料

株式会社 旅工房

(証券コード 6548)

2025年10月31日



# 雇調金不正受給等に関する再発防止策

## 雇調金不正受給等に関する再発防止策

「第2の創業」として、信頼回復と持続的成長を目指す。

その実現に向け、健全なガバナンスと企業文化の定着を最優先課題として取り組みます。

### 経緯と背景

2025年3月、労働局からの通知を契機に、2021年から2023年にかけて受給していた雇用調整助成金について不正受給の疑義が判明しました。これを受け、特別調査委員会を設置し、詳細な調査を実施した結果、休業中であったにもかかわらず稼働指示が出され、虚偽の申請が行われていたことが明らかになりました。また、件外調査の過程で、ソフトウェアの不適切な資産計上や損失先送りなどの事案も判明しています。過去に講じた再発防止策が十分に機能しなかった背景には、当時の経営トップによる関与・容認があり、抑止効果が限定的であったことが確認されました。

### 再発防止策の実施状況

#### 経営体制の刷新と意識改革

- ・経営トップの刷新と外部からの新社長招聘
- ・全社的なコンプライアンス・ガバナンス研修の継続実施  
↳ 役員・管理職・全社員階層別に、外部専門家も交えた実践的内容で実施

#### ガバナンス・リスク管理機能の強化

- ・リスク・コンプライアンス委員会の体制強化（月次開催化、監査役の出席必須化）
- ・コーポレート部門・内部監査部門からのリスク情報共有体制の構築
- ・取締役会への直接報告ルートの整備によるリスク認識の共有徹底

#### コーポレート部門（第2線）の体制と牽制機能の強化

- ・法務労務本部の人員補強および外部専門家の活用
- ・第2線向けの継続研修実施（財務報告の誠実性・倫理観向上、ケース演習を含む）

#### 内部通報制度の運用改善

- ・通報者保護の再周知と利用促進
- ・親会社窓口の新設による独立性
- ・匿名性の確保通報内容・対応結果の定期報告

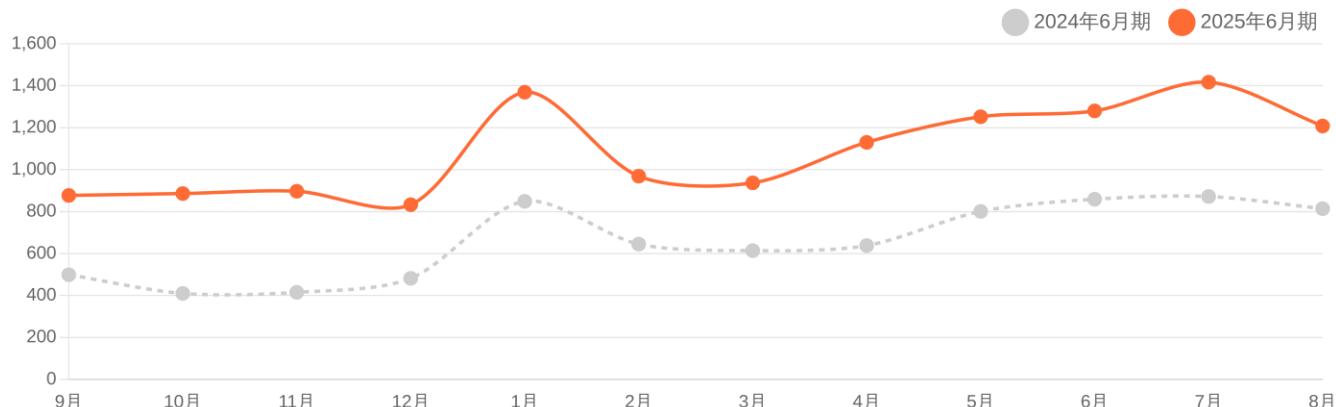


# 2025年6月期

## 通期 受注状況

## 海外旅行受付件数(個人顧客)の月次推移

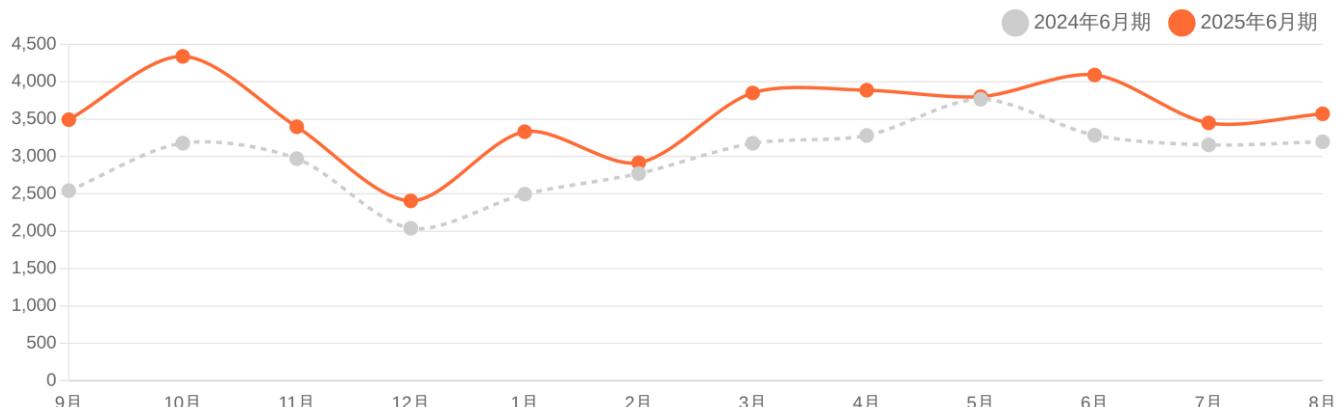
個人顧客からの海外旅行受付件数は堅調に推移し、直近8月は前年同期比 **48%** の伸長



注釈: 受付件数と最終成約件数(売上に直接つながる数値)の間には成約率やキャンセルなどで差異が出ます。また、当社は旅行の催行日で売上計上をしているため、受付と売上計上時期には乖離があります。

## 法人顧客からの受注の手配人数の月次推移

トランシスファーデータ社との業務提携によるクラウド型出張手配管理サービス経由の受注が堅調に推移し、直近8月は前年同期比 **11%** の伸長





# 2025年6月期

## 通期 決算概要

## 2025年6月期 通期業績予想と実績

通期業績は売上高3,722百万円、営業利益△111百万円

項目	22/3期 実績	23/3期 実績	24/6期 15ヶ月	25/6期 業績予想	25/6期 実績
売上高	1,117	1,262	3,342	3,393	3,722
営業利益	△1,294	△885	△352	△205	△111
経常利益	△1,339	△912	△393	△210	△108
親会社株主に帰属する 当期純利益	△1,568	△1,048	△400	△210	△767

単位: 百万円

## 2025年6月期の事業戦略の振り返り

海外旅行市場の回復を捉えるために販売拡大のための施策を実施

### 戦略 1

#### 取扱いエリアの拡大

取り扱いエリアを拡大し、様々なパターンのツアーを用意して、顧客利便性を追求。アジアなど従来取り扱いエリアを、ヨーロッパなどはツアーパターンを中心に拡大

定期での成果: 新規取扱いエリア 6地域 を追加

### 戦略 2

#### オンライン決済商品の拡充

安近短エリアなどでコンシェルジュ対応を必要としないオンラインで決済で済む商品を拡充させオペレーションを効率化

定期での成果: 韓国・香港など 471商品 (2025年9月末時点) を掲載

### 戦略 3

#### 広告宣伝費の積極的投下

潜在顧客への認知を広げ売上を拡大させるため広告宣伝費を積極投下。投下に見合うKPI(受付件数など)が見込まれることを定期的に確認

定期広告宣伝費投下額: 約162百万円(前年同期比約83%増)

### 戦略 4

#### 人員の増加

ツアー商品の拡充および顧客対応のために新卒採用中途採用などで人員の増加を進める

定期での成果: 新規採用者数計 28名

## 決算概要: 四半期連結損益推移

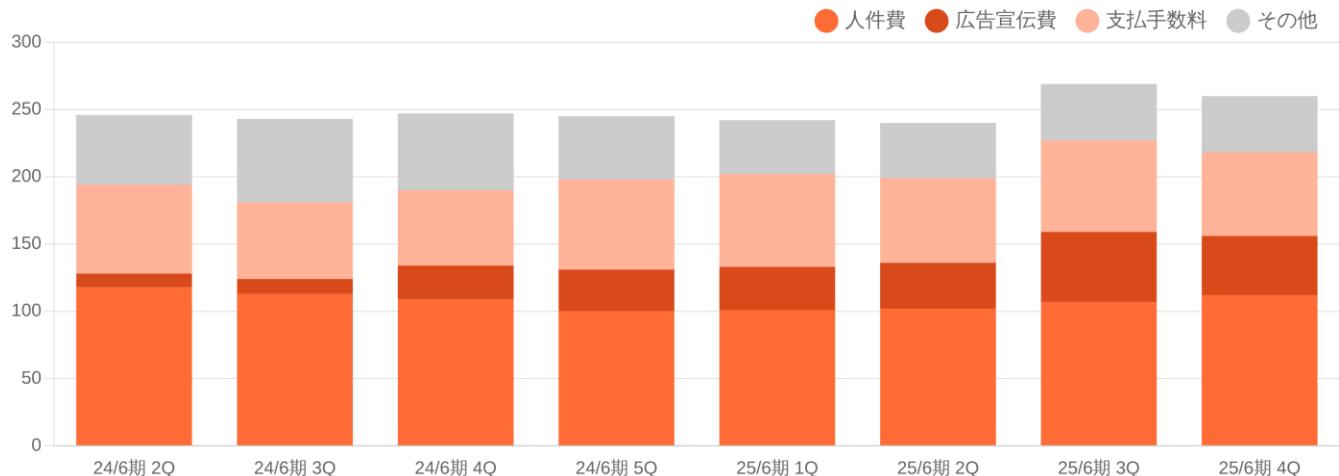
通期の営業利益は△111百万円。前年同期比で売上高は380百万円伸長し、営業赤字が241百万円改善

項目	24/6期 1Q	24/6期 2Q	24/6期 3Q	24/6期 4Q	24/6期 5Q	25/6期 1Q	25/6期 2Q	25/6期 3Q	25/6期 4Q	25/6期 通期	24/6期 通期	比較 増減
売上高	520	852	662	737	568	1,034	796	1,201	690	3,722	3,342	+380
売上総利益	140	220	191	212	142	246	207	280	173	909	907	+1
販管費	268	248	246	249	247	243	242	271	263	1,020	1,260	-239
営業利益	△128	△28	△54	△36	△105	2	△34	9	△89	△111	△352	+241
経常利益	△127	△36	△89	△36	△103	4	△35	10	△90	△111	△393	+281

単位: 百万円

## 決算概要: 四半期連結販管費推移

「人件費」「広告宣伝費」「支払手数料」が増加。広告宣伝費を投下し、顧客からの問合せを増やし、問合せを成約に繋げるために人件費にも投資





# 2025年6月期

## 通期

### 財務状況



## 決算概要: 連結財政状態サマリー

運転資本の回収などにより現金及び預金残高は**26億円**を維持

項目	24年6月期 期末	25年6月期 期末	差額
総資産	3,524	3,720	+196
自己資本	1,360	588	-772
自己資本比率	38.6%	15.8%	-22.8%
有利子負債	500	500	-
現金及び預金	2,479	2,603	+124
運転資本	△807	△1,725	-918
敷金・保証金・預け金等	253	274	+21

単位:百万円

注釈: 運転資本=流動資産(除く現金及び預金)-流動負債(除く短期借入金)



# 2026年6月期 業績予想・事業戦略

## 2026年6月期 業績予想と事業戦略

2025年6月期の実践した施策を基盤として、2026年6月期は更に売上を成長させ通期黒字化を達成する

項目	2025年6月期 実績	2026年6月期 予想	増減	増減率
売上高	3,722	5,414	+1,692	+45%
営業利益	△111	19	+130	-
経常利益	△108	14	+122	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△767	29	+796	-

単位: 百万円

### 既存顧客への積極的なアプローチ

個人旅行事業、法人旅行事業の両方で既存顧客へのアプローチを増やし、リピート率や顧客満足度の向上を目指す

### AI活用などデジタル化の加速

アナログ業務が残るコンシェルジュのお客様対応やWEB掲載商品の企画・造成業務などのデジタルを用いた効率化

### 新規顧客獲得に向けた営業活動

法人営業部門における新規顧客獲得に向けた動きの加速、個人旅行事業に関しても引き続きKPIを重視した積極的なWEB広告などの投下

### 経営効率の向上

引き続きの採算性重視のコストコントロール

## 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

### 本資料に含まれる情報について

本資料は株式会社旅工房の投資家向け情報提供を目的として作成されたものです。本資料に含まれるすべての情報は、作成日現在における当社の見解に基づくものであり、将来の事業成果を保証するものではありません。

### 数値データについて

本資料に含まれるすべての数値データは、当社の内部資料に基づいて作成されています。ただし、本資料は情報提供目的であり、投資判断の唯一の基準とはなりません。投資判断にあたっては、本資料を含む複数の情報源を参考にしてください。

### 将来見通しに関する注意事項

本資料に含まれる将来見通しに関する記述は、現在入手可能な情報に基づいた仮定や判断を含んでいます。実際の結果は、経済環境の変化、市場動向、競争状況、法的・規制的環境の変化、その他予測不可能な要因により、大きく異なる可能性があります。

### 本資料の利用について

本資料の一部または全部を、当社の事前承諾なく転載、複製、配布することは禁止されています。本資料に関するご質問やご意見は、当社投資家向けお問い合わせ窓口までお願いいたします。