

True Japan Tour 株式会社第7期事業報告書

第1 総括

1. 収入の部

単位：千円

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

(説明)

2018年2期(第7期)は、営業収入が前期比約28%増であった。前期(2018年1期(第6期))については、事業年度の変更に伴う経過措置期間であり、9ヶ月間での決算であったため、単純比較はできないが、前期からの追加差分が10-12月という閑散期ということを考えると比較的順調に業績が伸びたといえる。

経常収支の黒字は、433千円にとどまった。第6期に比較すると、7,626千円の減益となった。この主たる原因は、料理等の専用体験施設であるグランTJTへの投資及び諸整備費用があり、これを単年度では回収できなかったからである。また、成長を見込んでいた海外営業部門の伸び想定を下回ったことも一因である。

反面、Experience Management部門及び国際観光支援事業の好調さが上記減益要因の大半をカバーした。

2. 支出の部

単位：千円

区 分	第5期	第6期	第7期
	2017年	2018年	2018～9年
	1～12月	1月～9月	10月～9月
経費（謝金、宿泊・交通費等）	303,134	365,452	465,270
給料手当、賞与、役員報酬	75,438	76,228	99,438
法定福利費、福利厚生費	10,972	9,695	16,226
地代家賃（事務所家賃等）	21,663	18,028	32,606
消耗品費（備品、消耗品等）	14,971	11,086	12,676
減価償却費	2,942	2,168	6,475
外注費・支払報酬料	5,903	4,645	8,471
広告宣伝費	4,655	1,588	4,656
通信費	3,882	4,191	4,705
支払手数料（振込手数料等）	4,897	4,094	3,854
租税公課	8,157	9,009	9,791
その他支出	19,295	12,855	23,467
営業支出	475,908	519,038	687,634
営業外支出（固定資産除却損、貸倒損失等）	43	13,636	2,339
経常支出計（除く 法人税等）	475,951	532,674	689,973

3. 総括表

単位：千円

		第5期	第6期	第7期
	年	2017年	2018年	2018～19年
	月	1～12月	1月～9月	10～9月
収入	営業収入	447,967	540,135	689,021
	営業外収入	28,417	598	2,011
	経常収入	476,384	540,733	691,032
支出	営業支出	475,908	519,038	687,634
	営業外支出	43	13,636	2,339
	経常支出計	475,951	532,674	689,973
収支	営業収支	-27,941	21,097	1,387
	営業外収支	28,374	-13,038	-328
	経常収支	433	8,059	1,059

4. 累積収支

		単年度	累積
第1期	2013年	1,232円	1,232円
第2期	2014年	▲3,105,023円	▲3,103,791円
第3期	2015年	2,047,566円	▲1,056,225円
第4期	2016年	4,495,962円	3,439,737円
	配当	▲1,440,000円	1,999,737円
第5期	2017年	▲1,323,635円	676,102円
第6期	2018年1期	3,954,696円	4,630,798円
	配当	▲2,686,250円	1,944,548円
第7期	2018年2期	▲1,963,432円	▲18,884円

5. 株式の発行状況等

	発行済株式の総数	資本金	資本準備金
2013年4月	100株	5,000,000円	
2014年3月	1,120株	56,000,000円	
2016年7月	2,880株	100,000,000円	44,000,000円
2017年3月	3,070株	150,000,000円	3,500,000円

1株あたりの金額：50,000円 単元株式数：10株

6. 過去6年の売上高の推移

	年	年号	売上高	対前年 比 %
第1期	2013年1月から12月	平成25年	5,750千円	
第2期	2014年1月から12月	平成26年	60,600千円	1,053%
第3期	2015年1月から12月	平成27年	140,604千円	232%
第4期	2016年1月から12月	平成28年	248,120千円	176%
第5期	2017年1月から12月	平成29年	447,966千円	181%
第6期	2018年1月から9月	平成30年度	540,135千円	121%
第7期	2018年10月から2019年9月	平成30年度	689,021千円	128%

第2 部門別の事業報告

1 Experience Management 部門

金額(千円)

区 分		第5期	第6期	第7期
		2017年	2018年	2018-19年
		1~12月	1月~9月	10月~9月
Experience Management 部門 (人材派遣事業含む)		219,685	181,046	297,574
主な事業	体験及びガイド派遣	71,855	74,151	126,989
	G Adventures	129,392	104,440	155,164
	Grand Circle (人材派遣事業)	6,093	6,094	15,421

Experience Management 部門(EM)は、日本文化等の体験とガイド派遣が主な事業である。この事業運営の背景には、NPO 日本文化体験交流塾(IJCEE)との連携・協力関係が大きい。IJCEE は、日本最大の通訳案内士団体であり、当社の株主の大半が IJCEE 会員であることもあり、緊密な連携協力関係にある。

本部門は、ガイドの経験を積むための業務機会を多く生み出すことで、質の高いガイドを育成することができる。IJCEE 会員の活動機会を提供する点からも、重要度は極めて高い。

EM 事業に関しては、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る。

(1) 外国語による料理体験、茶道、書道等文化体験、築地、相撲等ツアー、通訳・観光ガイド派遣

① 通訳案内士の派遣状況

IJCEE からの事業継承以来、2016年までの当社の主要営業形態であり、築地ガイド、すもう稽古場見学、茶道・食等の文化体験と、通訳案内士の派遣である。受注方法としては、ホームページによる個人・団体の場合と、他のエージェントの受注案件中、体験又はガイド派遣の部分のみ、当社が担当するものである。ホームページ経由とエージェント経由の両方での受注が伸びたが、特にエージェントからの受注が大きく伸びている。

その背景として、表のように、2018年及び2019年9月までを通じて、台湾、韓国、香港からの訪日客の伸びが停滞するなか、米国、ヨーロッパ、オセアニアからの訪日客が増加している。概ね、年率10%を超えている。その結果、通訳案内士に対するニーズが高まっている。

一方、全国通訳案内士試験の合格者が減少している。この結果、通訳案内士に対する需給において、供給不足の状況が発生している。特に、ハイレベルのFIT対応やスルーガイドとして活動するには、試験合格後一定の現場経験が必要である。当社及びIJCEEは、体験事業やウオーキングガイドの業務を通じて、新人に対する教育が行われている。こうした当社の強みに対し、これまで取引のあったエージェントからは、依頼人数の増大、また、これまで取引のなかったエージェントからの、ガイド派遣のニーズが高まっている。

② 年間の動き

月ごとの売り上げとしては、4月、5月の春シーズンの売り上げが高く、次いで秋のシーズンが高くなっている。12月～2月の冬と7月、8月の夏シーズンの落ち込みが激しい。訪日外国人客数が落ち込む時期と重なるが、EXPEDIA や Trip Advisor などのインターネット旅行代理店(OTA)で個人客を誘客するなどの取り組みが必須である。この分野に関しては、企画担当チームが新規採用したイギリス人ネイティブの社員を含め積極に取り組みを進めており、インターネット上での販売に必須である口コミ対策を中心に対応を進めている。

2017年～2019年の月別売上高の推移

単位:千円

区分	2017年10月～12月 2018年1月～9月		2018年10月～12月 2019年1月～9月			
	収入金額	累積収入金額	収入金額	累積収入金額	月別対前年比	累積対前年比
10月	8,060	8,060	13,640	13,640	169%	169%
11月	3,018	11,078	6,152	19,792	204%	179%
12月	2,600	13,678	3,335	23,127	128%	169%
1月	2,304	15,982	1,584	24,710	69%	155%
2月	3,777	19,759	2,386	27,097	63%	137%
3月	9,830	29,589	10,881	37,978	111%	128%
4月	22,172	51,761	41,366	79,344	187%	153%
5月	10,809	62,570	24,266	103,610	224%	166%
6月	6,117	68,687	8,041	111,651	131%	163%
7月	6,677	75,364	5,450	117,101	82%	155%
8月	7,019	82,383	4,344	121,445	62%	147%
9月	5,445	87,828	5,543	126,989	102%	145%
累計.	87,828		126,989			145%

参考資料

2018年 訪日外客数（総数）

区 分	2018年 訪日客数	2018年伸率 (%)	2018年	2019年	2019年 伸率 (%)
			1月～9月	1月～9月	
総数	31,191,856	8.7	23,468,719	24,417,800	4.0
韓国	7,538,952	8.3	5,697,997	4,934,200	-13.4
中国	8,380,034	5.6	6,448,441	7,402,600	14.8
台湾	4,757,258	13.9	3,689,930	3,736,600	1.3
香港	2,207,804	4.2	1,661,693	1,660,900	0.0
タイ	1,132,160	-1.1	782,996	868,500	10.9
シンガポール	437,280	14.7	260,800	284,600	9.1
マレーシア	468,360	8.2	306,075	309,500	1.1
インドネシア	396,852	6.6	282,523	282,300	-0.1
フィリピン	503,976	12.6	354,029	402,200	13.6
ベトナム	389,005	18.8	291,242	376,000	29.1
インド	154,029	25.9	116,756	135,400	16.0
豪州	552,440	11.6	401,548	449,300	11.9
米国	1,526,407	11.0	1,128,574	1,277,000	13.2
カナダ	330,600	8.2	241,077	269,200	11.7
英国	333,979	7.6	246,824	290,400	17.7
フランス	304,896	13.5	230,790	252,300	9.3
ドイツ	215,336	10.1	159,462	177,200	11.1
イタリア	150,060	19.2	114,433	124,500	8.8
ロシア	94,810	22.7	68,467	83,700	22.2
スペイン	118,901	19.1	89,979	98,700	9.7

日本政府観光局資料より抜粋

③ 外国語による料理体験、茶道、書道等文化体験

当社の創業以来の特色は、外国語による料理体験、特に寿司体験であった。2008年、IJCEEにおいて、ホームビジット型による寿司体験を開始したころは、日本では、ほとんど類似業者がいなかった。しかし、世界的な寿司ブームに加え、訪日外国人の急増、「モノ」から「コト」へのニーズの変化などにより、寿司体験は、爆発的に拡大した。個人の料理研究家に加え、大手寿司店なども、寿司づくりや料理体験の分野に参入するようになった。

当社では、これまで、地下1階の教室で語学研修とともに、文化体験も実施してきたので、寿司体験の雰囲気や機能面で、他社に見劣りする状況が生まれた。そこで、以下のように、新施設を開設した。

しかし、文化体験が転出したのちの地下1階の教室は、IJCEE研修の減少、TJスクールのEラーニング化により、施設の利用効率が低下した。これが第7期の減益の一因となっている。

第8期の課題としては、地下1階の教室について、TJTとしては賃貸を解消するか、他の利用方法を検討するかの課題がある。

④ 新施設の開設 日本文化体験施設「Grand TJT」

顧客やエージェント旅行会社からも、文化体験の内容としては評価が高かったが、施設の貧弱性から、特に富裕層などの有望顧客の受注を逃し、機会損失が目立っていた。そこで、当社が入居するビル内の会議室60坪と5坪を新たに借り上げ、2018年12月から内装工事を開始した。上下水道の給排水設備を完備し、食品衛生法に基づく飲食店営業の許可施設となった。これにより、キッチン施設完備で和のデコレーションを施し、団体対応も可能な文化体験施設 Grand TJT を新設した。また、立礼による茶道体験にも利用できる施設とした。

2019年1月には、3日間、オープンハウスとして、内外の旅行会社を招聘し、寿司、茶道、書道、利き酒、利き茶、華道、琴、殺陣等を実演して、営業活動を行った。(183人ご来場)

新施設の完成により、これまで難しかったハイエンドなお客様の対応に加え、最大60名規模の団体での寿司作りプログラムなども対応が可能になった。新施設を活用したことも含め、4月は前年比188%の売り上げを達成するなど、早くも効果が表れた。

一方、施設について顧客への営業施策がまだ不十分だったことから、夏期等顧客対応が少ない時期などもあり、設備投資の回収にまで本年は至らなかった。

今期に計上した、当該施設関連の経費は以下である。

減価償却費(単年度)	<ul style="list-style-type: none"> ・内装工事費 ・キッチン施設(台下冷蔵庫、食器洗浄機、電気給湯器等) ・内装追加備品(金屏風、壁紙など) 	1,215千円
物品購入等単年度の支出のうち、実施的には投資的な経費	<ul style="list-style-type: none"> ・備品等初年度購入物品 ・レジスター機、照明器具、テレビ、食器類、調理器具、掃除機など 	3,300千円
	・3日間のオープンハウス等プロモーション経費	1,500千円
	The Grand TJT 設営期間2か月での家賃・光熱費	2,202千円

⑤ 営業体制の構築

前記のように、体験商品の多様化が進み、これを販売する営業体制の強化にも取り組んだ。

OTA である EXPEDIA や Trip Advisor、チケットなどでの販売を本格的に開始した。こうしたサイトでは、実績や口コミに関連して、表示順が決定され、開始時点では不利に働くことが多い。今後は、こうしたサイトでの広告費投資による積極営業に加え、既存顧客の旅行会社などへも、団体対応についての営業を積極的に行うなど、施設の稼働率を向上させることで、来期以降の利益への寄与を図っていく。

(2) GAdventures ツアーへのガイド派遣業務

GAdventures は、カナダの旅行会社の実施する事業で、JR パスを利用し、最大 15 名の顧客に 1 名のガイドが同行するツアーである。このツアーのガイドを CEO と呼ぶが、IJCEE の会員から派遣している。このツアーは、単に人の派遣ではなく、旅行中の支度金の支給や諸経費の清算も行うもので、ランドオペレータ業務として、実施しているものである。

昨年に引き続き、今年度も順調にツアー本数が増加し、それに伴い売り上げも、第 5 期と比較して、119.9%と増加した。本ツアーは、ガイド相互の情報交換や一体感が強い。

(3) 人材派遣事業

現状は、7 日～14 日間の長期ツアーガイド派遣及び支度金支給などの一括受託事業であるアメリカの旅行会社 Grand Circle 社に対応する事業である。訪日観光へのニーズの高まりから、昨年度比 253%と大きく、売り上げを伸ばした。

顧客の知的レベルが高く、ガイドにも高い能力が求められるため、対応できるガイドの確保に非常に苦労しており、IJCEE のガイド供給力への期待は高い。採用されるのは狭き門であるが、今期についても、若干名の採用があり、来期の繁忙期に向けて研修を受けているところである。来年度も引き続きツアー本数が増える予定である。

2 インバウンド旅行事業部（Global Sales 部門（海外営業））

(1) 実績

期	第5期	第6期	第7期
年月	2017年1月～12月	2018年1月～9月	2018年10月～9月
売上高	96,396千円	235,331千円	229,839千円

(2) 事業報告

今期、初のマイナス成長となったのが、海外のエージェントより受注を受け、国内のツアーを販売するインバウンド旅行事業部である。

本部門は、外国の旅行会社から受注し、訪日客・団体に対し、空港送迎に始まり、宿泊施設、交通機関の手配を含むランドオペレータとして活動した。

2016年7月以降、本格的な営業を開始し、現在、世界的に活動する営業代行と契約を結んでいる。2017年度、2018年度第1期に引き続き、WTM ロンドン及び Visit Japan トラベルマート等の展示会への出展等の営業活動を行った。

しかし、2018年10月-2019年9月期は、229,839千円の実績となり、第6期の実績と比較すると、97.7%に止まった。

業績が伸び悩んだ最大の要因は、弊社の最大の顧客であった海外エージェントが、業務拡大のため日本現地法人を大手旅行会社とともに立ち上げたことによる売り上げの大幅減少である。その穴を埋めるべく、積極的な営業を行ったが、リカバリーをすることができなかった。また、大口顧客が確保できないと、小口の顧客に対するサービスが中心になる。これは一件ごとの手配に大変手間がかかわる割には、売上高が多くない。

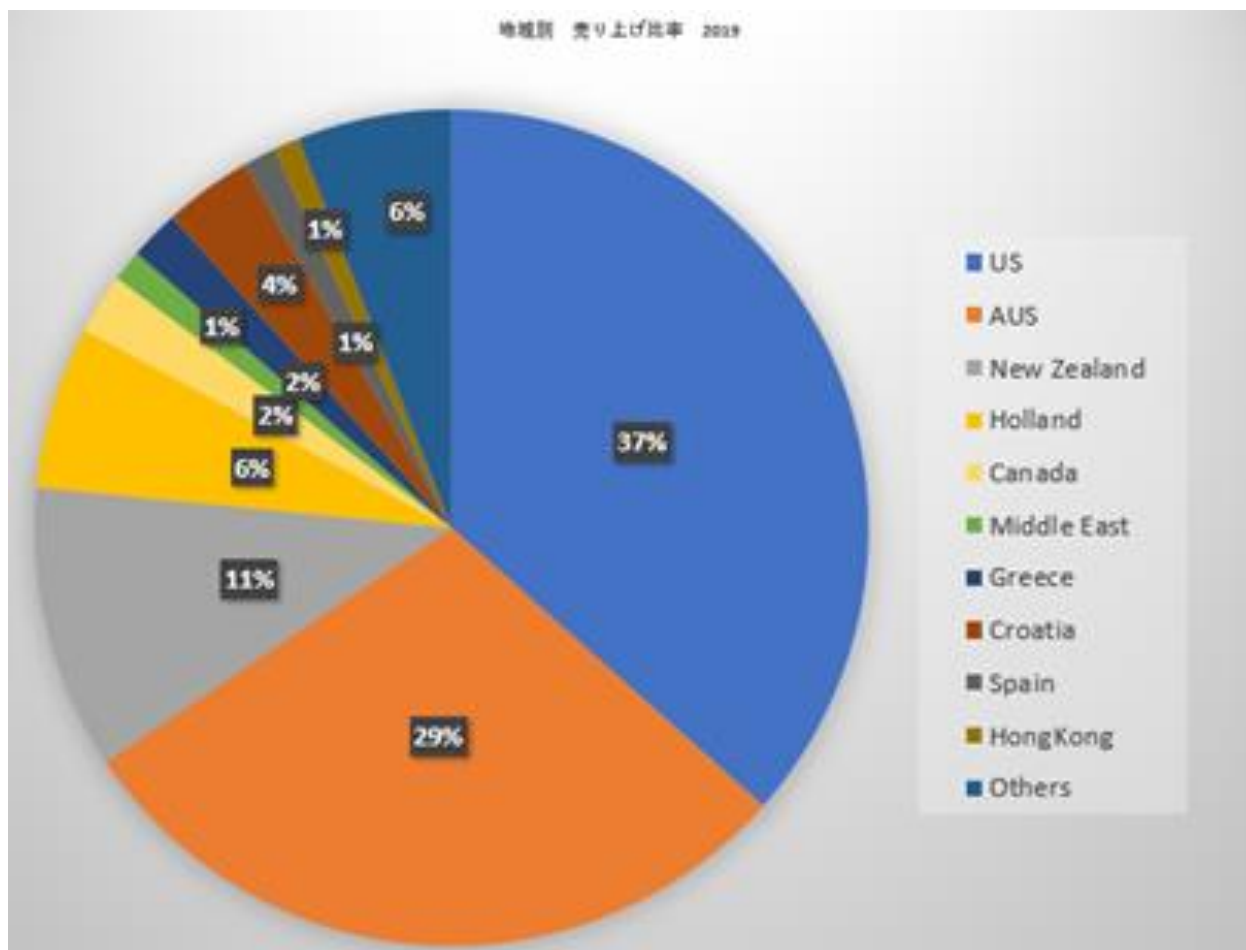
このように、本部門は、特定の顧客の動向に左右され、また、低利益率の可能性があることから、2019年4月以降、本部門の人員を削減し、高い成長が見込める国際観光支援等の部門に異動させた。

また、本事業において、案件失注時のホテル予約のキャンセル期限までのキャンセル漏れによって、70万円を超えるキャンセルフィーが発生し、本来不必要な損失が発生した。今後の再発防止に向けて、各対応期限の部内共有と管理部門によるチェック機能の強化を実施した。

国別売上高 2019年 (円)

	国名	金額
1	US	85,824,996
2	AUS	67,997,250
3	New Zealand	25,822,158
4	Holland	14,787,082
5	Canada	5,490,704
6	Middle East	2,838,360
7	Greece	4,544,448
8	Croatia	7,992,900

9	Spain	3,018,660
10	HongKong	2,351,509
11	Others	14,035,587



3 True Japan School 事業

(1) 実績

売上高の推移

期	第5期	第6期	第7期	
年月	2017年(1月～12月)	2018年(1月～9月)	2019年(10月～9月)	前期比
売上高	54,162,235円	56,471,170円	77,230,779円	136.8%

教育(スクール)事業の内訳

事業名	日数	実績額(円)
必勝セミナー・解答解説会	48日	1,280,000 (1,602,900)
1次試験対策講座(歴史、地理、一般常識、通訳案内の実務、英語、公開模試)	204日	40,419,700 (34,581,100)
2次試験対策講座(シチュエーション質疑演習、通訳演習、インプット座学、アウトプット演習、模擬面接演習等)	152日	29,781,403 (11,910,150)
通訳技術養成講座(Communityクラス、研究科クラス)	21日	3,377,057 (2,320,900)
旅行業務取扱管理者試験対策講座(e-learningのみの開催)		625,300 (843,500)
旅程管理研修	10日	1,718,124 (5,212,620)
観光白書販売 など		29,195

(内は、前年)

(2) 事業報告

True Japan School は、主に全国通訳案内士試験の受験者を対象とした教育事業を実施している。

訪日外国人旅客数は、2011年を底にして、2012年以降急速に回復、増加した。これに伴い通訳案内士に対するニーズが増大し、通訳案内士の量を確保するため通訳案内士試験の受験資格の簡易化が行われた。2015年～2017年の3ヵ年の全国通訳案内士試験の受験者数は10,000人を超え、過去最大規模となった。

しかし、2018年1月からの通訳案内士法の改正等の制度改革により、状況が再度、変化した。通訳案内士試験の受験資格が2018年度から難しくなったことなどにより、受験者数が減少した。

このような厳しい状況にもかかわらず、当社は、公開模試の実施、eラーニングサービスの拡大など事業の充実を図ったことにより、1次試験対策講座においては対前年実績で受講料売上げが11.6%の増加を実現した。また、IJCEEによる実績のある出版社からの関連書籍の発売や、業界では初となる通訳案内士資格試験の模擬試験を実施したことも、当社グループの知名度向上につながり、売り上げ向上に寄与したと考えられる。

これらの結果として、通訳案内士二次試験受験者の5人に1人が当社の受講者となっている。予備校事業は、これまでの教材や講師などの蓄積されたストックを元に事業を展開できるため、利益率の高い事業であり、現状の売り上げを維持していくことで、全社の利益を下支えする事業として重要である。

次に2次試験（口述試験）対策講座である。法改正後初の試験となった2018年の1次試験（筆記）合格者数は対2017年比で17.6%減となった。法改正後2年目である2019年の1次試験（筆記）合格者数は対2018年比で20.3%減と更に大きく減少した。これにより、2018年に引き続き、2次試験対策も困難な状況となった。しかし、春からの2次試験対策講座の開講や、2018年からの新科目であるシチュエーション質疑対策の講座の開講、また受講生のレベルに応じたクラス分けの実施などの経営努力により、9月末時点で2次試験対策講座全体の売上は対2018年比で150.1%の増加を実現した。

全国通訳案内士の合格者数 参考資料1

年度		受験者数（人）	最終合格者数（人）	最終合格率（%）
2015年度	平成27年	10,975	2,119	19.3
2016年度	平成28年	11,307	2,404	21.3
2017年度	平成29年	10,564	1,649	15.6
2018年度	平成30年	7,651	753	9.8

4 国際観光支援事業

(1) 実績

区 分	第5期実績	第6期実績	第7期実績
	2017年	2018年	2018-19年
	1～12月	1月～9月	10月～9月
国際観光支援事業	39,101千円	36,865千円	59,674千円

(1) 平成30年度(2018年4月～2019年3月)

観光庁研修実施事務局（平成30年度全国通訳案内士試験経過措置対応）委託業務
港区観光ボランティアガイド育成支援業務委託
「香川せとうち地域通訳案内士」認定研修の企画運営委託業務
「埼玉県の都市ボランティア」における面接補助業務
東京都地域通訳案内士認定研修及びフォローアップ研修の企画運営業務

(2) 令和元年度(2019年4月～2020年3月)

文京区内商店向け外国人おもてなしセミナー
千葉県訪日観光客商店街おもてなしセミナー
香川せとうち地域通訳案内士認定研修
千葉県海外ゲストへのおもてなしスキル向上研修」
栃木県外国人対応人材拡充事業
観光庁通訳案内の実務研修
中部運輸局・浜松・浜名湖地域における海の湖ブランドコンテンツ造成事業
多摩観光推進協議会 観光ルート開発(ラグビー関連)

(2) 事業報告

国際観光支援事業については、第5期と比較して、約52.6%増と大きく売り上げを伸ばした。その理由として、以下の5点がある。

① 政府及び自治体の動き

政府においては、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。また、訪日客の増大がインバウンド需要を生み、ホテル等の建設など、地域振興への影響も大きい。このようななかで、各地の自治体での観光領域の委託事業が大幅に増えている。

② 人材育成

こうした自治体等委託事業の増大は、WiFi環境の整備など、ハードの整備費。ホームページや動画作成などのIT系。インフルエンサーやモニター等の招へい事業が主である。

しかしながら、本年度は、地域通訳案内士の育成や宿泊施設・飲食店・観光施設等経営者や従業員に対する人材育成事業も増大し始めた。

こうした新しい動向のなかで、当社としては、IJCEEの豊富な人材による研修・セミナー事業の実施、またその教材として、「簡単英語」「双方向コミュニケーションシート」を提案してきた。各地にいるIJCEEの前項通訳案内士のネットワークを活用して、研修現場を事前に調べて各地域に合わせた研修を行うことを提案できた。

③ 関西地域での受託事業

前年度に引き続き、香川せとうち地域通訳案内士認定研修の企画運営事業を受託した。前年度の英語、中国語に加え、韓国語の認定研修も実施した。このほか、奈良市や広川町など、様々な自治体連携事業を実施した。

④ 通訳案内士の閑散期の仕事を提供

2017年～2019年の月別売上高の推移でもみられるように、ガイド需要は、3月、4月に高く、12月、1月、2月は低くなる。低いときは、4月の1割台に過ぎない。これに対し、国際観光支援事業の実施日は、12月、1月、2月が多くなる。当社の国際観光支援の中核事業は、宿泊事業者や飲食店、観光事業者に対する語学指導である。本事業には、多くの通訳案内士が講師として活動する。つまり、ガイドの閑散期に、仕事の開発を行うことで、IJCEE会員に対する支援事業となっている。

⑤ 提携事業

これと同時に、様々な企業との事業連携が増加した。例えば、日本旅行ビジネスクリエイトとの本格的な業務委託契約を締結して、大手旅行会社である日本旅行と連携して事業を進められたこと。当社は、東京と大阪にしか、事務所を有せず、この弱点を補強できた。また、本年9月より採用した外国人ネイティブは、コンペの受注競争のための企画段階において、また、実施段階において、いずれにおいてもプラス効果が高かった。当社の強みである人材育成と、アビリブ社の強みであるITが連携することで、さらなる発展が期待できる。

5 受託研修事業

主に、IJCEEの新人研修や各種バス研修に関するバス手配等に係る収入である。IJCEEの事業規模が縮小するに伴って縮小した。

6 事務受託事業

IJCEEの所在する機械振興会館（東京本部）及び四ツ橋近商ビル（関西支部）に関する家賃、消耗品等の諸経費は、True Japan Tour 株式会社が支出しており、その施設内で活動しているIJCEEから事務受託料を収受している。2019年9月現在、月額130万円となっている。

7 その他収入

厚生労働省のキャリアアップ助成金「正社員化コース」が主たる収入である。

第3 支出について

1 外注費、現地実費

ガイドへの謝金・立替経費、宿泊・交通機関の手配料等である。

2 人件費(役員報酬、社員の給料手当、賞与等)

主に従業員及び役員等の人件費である。2017年は、大幅に増加したが、この3年間は、ほぼ現状維持となっている。

	16年	17年末	18末	19年9月末
役員・正社員	15名	27名	27名	25名
非常勤・在宅等		14名	16名	19名

3 地代家賃

2018年11月までの月額家賃は2,033,512円。2018年12月以降は、機械振興会館本館B208を追加契約するため、983,016円の増額となり、月額3,016,528円となる。

4 消耗品費

備品、消耗品、プリンター使用料等。売り上げの増加に伴い増加した。

5 法定福利費、福利厚生費

社会保険料、福利厚生費等。社員数に比例する性質の項目であることから、人件費の増加率と連動して増加した。

6 減価償却費

主には、新体験施設の新設に伴い増加した他、営業力増強のためのホームページ改修と社内管理システム構築のため、増加した。

2018年2期において新たに発生した減価償却費は以下の通り。

- ・B208改装費用（12,500千円の5年償却で2,500千円）
- ・業務管理システム構築費（2,000千円の5年償却で400千円）
- ・社用車購入費（2,000千円の2年償却で1,000千円）

7 外注費

税理士報酬等。事業規模拡大に伴い、社内委託人員も増員したため、費用が増加した。

8 広告宣伝費

グーグル広告、パンフレット、展示会出展費等である。今期、新規のパンフレット制作を新規で行ったため、昨期より増額した。

9 通信費

ネットワーク、電話料金等。社員数に比例する性質の項目である。若干増加した。

10 支払手数料 (PayPal 手数料、振込手数料等)

PayPal 手数料、振込手数料等。主要売上項目である「インバウンド旅行事業 (Global Sales)」「インバウンド旅行事業 (Experience Management)」「有料職業紹介・人材派遣事業」「True Japan School 事業」「国際観光支援事業」「受託研修事業」等の売上に連動する項目である。

売上げの伸長は、法人での営業が多く、振込手数料は昨年水準よりは減少した。