

## True Japan Tour 株式会社 第10期事業計画

## 第1 総括収支

## 1 収支計画

単位 千円

区分		第8期実績	第9期実績	第10期見込
		2019～20年	2020～21年	2021年～2022年
		10～9月	10～9月	10～9月
収入	営業収入	384,978	295,859	250,000
	営業外収入	13,675	15,775	6,500
	経常収入	398,653	311,634	256,500
支出	営業支出	404,158	351,092	260,000
	営業外支出	408	2,238	1,500
	経常支出計	404,566	353,330	261,500
収支	営業収支	-19,180	-55,233	-10,000
	営業外収支	13,267	13,537	5,000
	経常収支	-5,913	-41,696	-5,000

## 2 収入計画

区分		8期実績	9期実績
		2019-20年	2020-21年
		10月～9月	10月～9月
旅行事業部	金額(千円)	190,496	17,684
	対前期比		9.3%
人材派遣事業	金額(千円)	8,223	0
	対前期比	53%	0%
スクール事業 (旅程管理を含む)	金額(千円)	41,542	39,093
	対前期比	54%	94.1%
国際観光支援事業	金額(千円)	128,551	219,537
	対前期比	215%	170.8%
事務受託事業	金額(千円)	14,400	15,005
	対前期比	84%	104.2%
その他収入	金額(千円)	1,766	4,540
	対前期比	52%	257.1%
営業収入	金額(千円)	384,978	295,859
	対前期比	57%	76.9%

### 3 支出の部

区 分	説明	第 8 期実績	9 期実績
		2019～20 年	2020-21 年
		10 月～9 月	10 月～9 月
経費（謝金、宿泊・交通費等）	事業に伴う経費	203,328	183,140
給料手当、賞与、役員報酬	固定費(人件費)	83,594	66,875
法定福利費、福利厚生費	固定費(人件費)	13,920	12,528
地代家賃（事務所家賃等）	固定費プラス事業経費	33,391	25,000
消耗品費（備品、消耗品等）	固定費プラス事業経費	8,617	7,755
減価償却費	固定経費	3,803	3,423
外注費・支払報酬料	事業に伴う経費	20,817	8,471
広告宣伝費	事業に伴う経費	1,954	1,759
通信費	固定費プラス事業経費	5,238	4,714
支払手数料（振込手数料等）	事業経費	4,556	2,052
租税公課		9,555	8,600
その他支出		15,386	26,775
営業支出		404,158	351,092

支出については、2020 年度において、人件費が約 8 千万円ある。赤字を縮小するためには、これを 6500 万円を目途に削減していく。

## 第2 事業の基本方針

本期を取り巻く新型コロナウイルス感染症及び訪日客の動向は、極めて予測しがたい。

したがって、本期においては、基本方針を示し、取締役会において、機動的に対応していくものとする。

### 1 ポストコロナ、With コロナ時代への対応

国際観光の復活傾向は確実である。多くの識者は、新型コロナウイルス感染症が完全になくなることはないという。2022年には、ポストコロナ、With コロナとして、世界の国際観光は、徐々に復活すると予想する。しかし、今後の世界の観光は、パンデミック以前の観光には戻らないという。

新しい傾向として、以下の3点が重要であり、こうした状況の変化にいち早く対応し、With コロナ時代に先陣をきっていくことが、True Japan Tour 株式会社(以下「当社」という)が存続し、機能強化できる道である。

#### (1) 感染症対策

With コロナの時代においては、特定の有名観光地での三密状態での観光は避けられるべきである。NPO 日本文化体験交流塾(以下「IJCEE」という)においても、研修の実施に当たっては、新型コロナウイルス感染症などへの万全の対策を実施していく。また、2019年当時にオーバーツーリズムも見られた、過密な地域や時間帯を避けたインバウンド観光の取り組みを進める。

#### (2) アドベンチャーツーリズムやSDGs

以下のようなトレンドが世界的に進行しつつあり、こうした新しい時代に対応していく。

アドベンチャーツーリズム	国際機関である Adventure Travel Trade Association (ATTA) は、アドベンチャーツーリズムの定義として、 ① 「自然とのふれあい/Interaction with Nature」、 ② 「文化交流/Cultural Exchange」、 ③ 「フィジカルなアクティビティ/Physical Activities」の3つの要素のうち、2つ以上が主目的である旅行形態としている。
SDGs	観光庁は、「日本版持続可能な観光ガイドライン」を開発した。そのポイントは、感染症対策等の危機管理、地域の自然環境や文化遺産の保護、観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できること、先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくことなどが求められる。

### (3) 富裕層対応

国において、アフターコロナの復活の過程において、富裕層からまずインバウンドが復活するとの考えがある。IJCEEにおいても、前年度から継続の「全国通訳案内士のためのプレミア・ガイド育成プログラム」を実施している。

本研修においては、国内及び国外から大手旅行会社 6 社を審査委員として招聘している。これらの旅行会社においても、大幅な人員削減により、通訳案内士を良く知るアサイナーの多くが休職又は退職している。今後、インバウンド再拡大期には、新規のガイド需要の発生が予想される。本研修などで得られた人的なネットワークを活用し、IJCEE 会員の仕事の確保に努めるとともに、人材派遣による利益を得ていく。

## 2 日本文化の体験

当社は、2018 年に、機械振興会館の地下 2 階に、200 平方メートルのスペースを借り上げ、料理・茶道などの文化体験施設として、給排水・内装を整備した。本施設は、訪日外国人の減少により、利用頻度が激減したが、解約することなく、賃借を継続した。その間、True Japan School や IJCEE の研修会場として使用したが、コスト面で当社の赤字の一因となった。

しかし、各地域の外国人向けの体験施設は、休止又は廃止されたものが少なくない。再度、訪日客が戻る際には、文化体験に対するニーズは確実に復活すると予想されるので、本年度も継続的に維持する。

## 3 オンライン・トラベルを取り巻く状況

「モノの消費からコトの消費」という世界的なトレンドのなかで、オンライン・トラベルの会社(OTA)の増加、相互競争の激化が進んでいる。OTA は、当初、宿泊、交通など提供するサービスが均質なことから普及したが、年々、体験やショートツアーの分野に進出する企業が増加している。日本では、トリップアドバイザー・Viator が特に有名であるが、エキスペディアやエアビーなども体験型観光を販売している。今後、こうした企業数はますます増加すると思われるが、注目すべきはグーグルである。

各種の体験をグーグルで直接検索できるサイトの拡充を戦略としている。

## 4 旅行事業

### (1) これまでの課題

当社は、2014年第2種旅行業を取得し、体験型観光のパイオニアとして、発足した。築地ツアー、相撲稽古場見学などのツアーが好評で順調に売り上げを伸ばしてきた。

しかし、2018年頃より、その成長に陰りが出てきた。

2017年頃から、日本版DMCとして、交通・宿泊・ガイドの総合的な手配を開始した。2018年は、順調に売上高を増大させた。

また、2018年の中央卸売市場の築地から豊洲への移転を契機に、市場内の見学から場外の見学へとポテンシャルが変更したにも関わらず、対応が遅れた。また、OTA時代における対応にも失敗し、当社の体験型観光は、2019年には、相撲稽古場見学と寿司づくりの2本が主力となった。

2019年、DMC事業であるグローバルセールス事業の突然の不振が発生した。大口顧客が日本に直接進出することにより、海外からの顧客を独自に得るマーケティング力が不足し、小型案件を多く取り扱わざるを得ず、利益率を低下させた。

### (2) 今後の課題

訪日外国人が再度増加し、インバウンド観光に取り組むことは、当然であるが、それだけではない。例えば、会員発案の視察ツアーとして、Go to トラベルの制度を活かし、非会員も参加しやすいバス等のツアーを実施する。

ツアー例)

- ① 酒蔵めぐり利き酒バスツアー
- ② 自動車工場、ビール工場など工場見学バスツアー
- ③ 慈雲寺と桜と桃の花、恵林寺やワイナリー巡り
- ④ 河口湖・西湖ツーリングツアー
- ⑤ 静岡側から登る富士登山ツアー
- ⑥ 金峯山寺、吉野、長谷寺など、春のバスツアー

以上のように、旅行そのものを楽しめるツアーも会員のアイデアを生かして実施していく。

## 5 国際観光支援事業

2019年、グローバルセールス部門に、発生した過剰人員を吸収することもあり、国や自治体からの受託事業である国際観光支援事業を強化した。これは、閑散期における通訳案内士の雇用対策でもあった。

2020年、新型コロナウイルス感染症による訪日客の激減により、旅行業の収入はさらに激減した。これを行うため、国際観光支援事業をさらに強化した。これにより、固定設備を抱えつつも、小幅な赤字にとどめることができた。

2021年4月以降、国際観光支援事業にも、厳しい状況が発生した。新型コロナウイルス感染症にともなう旅行の縮小により、JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行など多くの旅行会社が赤字に陥った。国や自治体、DMOなどの発注する案件に、これまでは参加しなかった小口案件にまで、多くの企業が参入し、過当競争となった。2019年には、3割を超える受注実績を得た当社であるが、2021年4月から9月期は、1割程度にまで、受注実績が低下した。

一方、こうした企画競争に当社のシンクタンク部門が没頭するあまり、ホームページの更新やレベルアップがおろそかになった。とはいえ、より良いツアーを作ったとしても、訪日客ゼロで、集客の見通しがない時期に取り組む課題でないことも言えた。

一方、日本の大手旅行会社との連携で、効率的な事業が行われた側面もあった。

また、香川県、栃木県では、当社の得意とする人材育成、語学教育の事業であり、継続的に実施できた。今後の国際観光事業は、幅広い分野で競うのではなく、最も得意な分野で活動することにより、費用対効果の高い事業とする。

また、今後は、各地域発のツアーづくりが多くなることが、予想される。そのためには、当社のホームページの改善を図り、アクセス数の向上が不可欠となる。

## 6 動画制作

HISをはじめとする旅行会社のなかには、バーチャルツアーの動画を販売する会社もあり、社会的なブームがあった。しかし、当社として参加するには、費用対収益の面で2の足を踏んだ。

このようななかで、観光庁及び千葉市の受託事業で10本を超える動画を制作した。そのなかで、動画制作のためのカメラ等の器具、スタジオ設備を整備するとともに、動画制作会社等のネットワークを拡大した。また、True Japan Schoolの授業にZoomやEラーニングを取り入れることにより、動画発信技術も飛躍的に向上した。スクール事業では今後もリモート授業に注力し、遠方の方など、これまで通学が困難だった受講者を更に獲得していく。

東京都において、動画制作に対する補助事業がある。製作費の3分2を補助する事業で補助金の上限は、300万円である。こうした補助制度の活用などにより、良質の広報用コンテンツを作成していく。

## 7 書籍(True Japan book)販売

2021年度の取り組みとして、出版事業がある。2019年までは、出版事業は、IJCEEの事業であったが、収益事業の性格が強いことから、True Japan Tourに移管した。また、あわせて、出版社としての登録を済ませ、Amazon等で販売できる体制とした。「地域の歴史が学べる観光ガイドブック」東京編、京都編、近畿・岡山編を書籍として出版した。また、「True Japan Keywords 600 日英対訳集」全3冊を出版した。これらは、休業中の通訳案内士が力を合わせて執筆したもので、新型コロナウイルス感染症の期間という「ピンチ」を「チャンス」に変える取り組みである。Kindleも販売だけでなく販売促進ツールとして積極的に活用していく。

また、当社において、こうした書籍発行のスキルがついたIJCEE会員が発案し、執筆する書籍の出版を請け負うなど、新規事業の展開を検討していく。

## 8 旅行業の資格事業

2021年12月16日(木)より、通訳案内士法に基づく、国内旅程管理主任者研修を、「いつでも、どこでもオンラインで受講できる」制度として全国に先駆けて開始する。これまでの旅程管理研修は、2日間連続で実施し、試験時間を含めると、計17時間もの長い座学授業が必要であったが、在宅でも少しずつ、分割でも受講することができるようになる。

受講料は、IJCEE 会員価格が10,000円、一般価格で13,000円である。本研修実施の我が国の最大組織で、毎年、総修了者の過半数を占める社団法人日本添乗サービス協会の受講料が、2万6,500円であるので、格安である。

本研修を2021年度の主力事業として、IJCEE 会員以外の企業・教育機関にも、積極的に営業していく。

また、国内のみならず、総合旅程管理主任者研修についても、実施を申請する。

現在、国内旅行業務取扱管理者試験について、受験指導をしている。本年度はさらに、総合旅行業取扱管理者試験についても、受験指導していく。

当社は、こうした事業に不可欠な、**厚生労働省の認可する職業紹介、人材派遣業**の資格を有しており、**国土交通省の認可する国内旅程管理主任者研修**の実施機関でもあり、実習に不可欠な旅行業の資格も合わせて持っている。また、受講生のためのEラーニングの配信システムも有している。

これまで、こうした能力を主に通訳案内士に限定して事業展開してきたが、今後は培ってきた技術やノウハウ、資格を有効活用して新たな事業を展開していく。

## 9 新規ツアーの募集

IJCEE・TJTグループは、2021年11月、IJCEE 会員から新しいツアーの募集を行い、63本のツアー案が寄せられた。また、TJTにおいても、これまでの経験を踏まえた新規ツアーの提案がある。そのなかで、以下のツアーづくりを重点的に進める。

ツアー例)

- ① 築地、月島、谷中等
- ② 皇居・新橋
- ③ 青山・表参道
- ④ 京都
- ⑤ 富士山・河口湖
- ⑥ 箱根
- ⑦ 羽田・成田

その他、多様なツアーづくりを行う。

## 10 ホームページの改修

これらのツアーは、TJT のホームページの改修により、ホームページの検索率を高めることで、他のツアーの実現性を高め、百人百様の訪日客に対応できるツアーを実現する。

### (1) ツアー紹介用の動画作成、オンラインツアーの販売

別途作成した動画を営業用として貼り付ける。

3分程度の紹介用動画を作成し、YouTube 等に掲出する。

### (2) 写真の追加・更新

・写真の見直し、取材を行う。

・プロの写真家に一部委託する。

・特に、モデルが出演する写真を多く掲載することで、魅力度を高める。

### (3) ツアー紹介記事の改訂、作成

IJCEE の米原亮三理事長、山口和加子副理事長、菊地くに子専務理事、村上堅治理事、尾辻まゆみ常務理事を中心に、ツアーコンテンツの検証を行う。必要に応じて、実地調査を行う。

### (4) 観光地情報の掲載

①「地域の歴史が学べる観光ガイドブック」東京編、京都編、近畿・岡山編を書籍として出版した。これを一部英訳して、ホームページに掲載する。

②「True Japan Keywords 600 日英対訳集」全3冊を出版した。これの一部を掲載する。

③「観光庁 地域資源の多言語解説整備支援事業における『多言語解説文』の民間二次利用が予定されている。外国人ネイティブが書いた解説文を、随時、掲載していく。

#### ④ 英文コラム記事の掲載

石井隆之理事ほかの英文コラムを随時掲載する

#### ⑤ 会員の投稿記事の掲載

IJCEE 会員からツアーに関する魅力、観光ポイントなどを随時受け付ける

### (5) ホームページの再編

当社及び IJCEE に関する活動の広報媒体は、TJT ホームページに一元化する。

① IJCEE のホームページとの統合。IJCEE に関する記事の掲載は、TJT ホームページに移管する。

② TJT ホームページに会員専用ページを新たに設置する。

③ True Japan School のホームページとの統合。

### (6) TJT ホームページの改修

上記(1)～(5)の機能の充実を図るため、ホームページの改修を行う。

なお、改修に要する経費の一部は、東京都の助成事業として、申請中である。