

第一部【企業情報】

第1【企業の概況】

1【主要な経営指標等の推移】

回次	第33期 第2四半期連結 累計期間	第34期 第2四半期連結 累計期間	第33期
会計期間	自平成24年 11月1日 至平成25年 4月30日	自平成25年 11月1日 至平成26年 4月30日	自平成24年 11月1日 至平成25年 10月31日
売上高（百万円）	224,633	252,634	479,478
経常利益（百万円）	7,847	9,641	15,203
四半期（当期）純利益（百万円）	4,681	4,360	8,903
四半期包括利益又は包括利益 （百万円）	9,560	6,797	15,024
純資産額（百万円）	85,197	96,345	90,680
総資産額（百万円）	182,170	233,476	215,913
1株当たり四半期（当期）純利益 金額（円）	72.18	67.24	137.30
潜在株式調整後1株当たり四半期 （当期）純利益金額（円）	—	—	—
自己資本比率（%）	41.1	37.3	36.6
営業活動による キャッシュ・フロー（百万円）	2,167	7,492	15,360
投資活動による キャッシュ・フロー（百万円）	50	1,766	△10,975
財務活動による キャッシュ・フロー（百万円）	△2,874	△2,563	16,817
現金及び現金同等物の四半期末 （期末）残高（百万円）	37,750	68,618	61,426

回次	第33期 第2四半期連結 会計期間	第34期 第2四半期連結 会計期間
会計期間	自平成25年 2月1日 至平成25年 4月30日	自平成26年 2月1日 至平成26年 4月30日
1株当たり四半期純利益金額 （円）	35.92	31.29

- （注） 1. 当社は四半期連結財務諸表を作成しておりますので、提出会社の主要な経営指標等の推移については記載しておりません。
2. 売上高には、消費税等は含まれておりません。
3. 潜在株式調整後1株当たり四半期（当期）純利益金額については、潜在株式が存在しないため記載しておりません。
4. 当社は、平成26年5月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり四半期（当期）純利益金額を算定しております。

2【事業の内容】

当第2四半期連結累計期間において、当社グループ（当社及び当社の関係会社）が営む事業の内容について、重要な変更はありません。また、主要な関係会社における異動もありません。

第2【事業の状況】

1【事業等のリスク】

当第2四半期連結累計期間において、新たな事業等のリスクの発生、または、前事業年度の有価証券報告書に記載した事業等のリスクについての重要な変更はありません。

2【経営上の重要な契約等】

当第2四半期連結会計期間において、経営上の重要な契約等の決定又は締結等はありません。

3【財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】

文中の将来に関する事項は、当四半期連結会計期間の末日現在において当社グループ（当社及び連結子会社）が判断したものであります。

(1) 業績の状況

当第2四半期連結累計期間におけるわが国の経済については、4月は消費税率引上げに伴い弱い動きがみられたものの、全体として緩やかな回復基調となりました。

海外旅行の動向は、アジアを中心とした外交問題、情勢不安や円安基調などの影響が依然として残りましたが、個人消費の持ち直しや、平成26年3月30日からの羽田空港国際線発着枠増加などがプラス要因となり、堅調に推移しました。当第2四半期連結累計期間の日本人出国者数（日本政府観光局推計値）は、約832万人（前期比2.8%減）となる見込みです。国内旅行の動向は、LCCの浸透や路線拡充による利便性の向上、主要観光地である沖縄・北海道旅行需要の高まりなどを背景に順調に推移しました。訪日外国人旅行の動向につきましては、タイなど東南アジア諸国の査証条件緩和国からの訪日客が引き続き増加し、中国からの旅行需要も大幅に回復するなど好調に推移しました。同期間の訪日外国人数（同推計値）は、約581万人（同28.7%増）の見込みです。

このような経営環境の中で、当社グループでは、「安全」と「安心」、「サービス」と「品質」の向上に努めつつ、日本国内及び海外での事業を拡大していくために、オリジナリティ溢れる各種の施策を展開いたしました。

セグメント別の業績は次のとおりであります。

(旅行事業)

日本発の海外旅行事業について、新たなサービス施策として開始しました自由旅行時の安心を提供する現地での人的サポート「旅先コンシェルジュ」や「レストラン代行予約」等において、サービス拠点や対象を拡大するなど、当社の礎であります自由旅行の強化を実施いたしました。独自の旅行商品としましては、特別アメニティ等を設置した「ドラえもんルーム（ハワイ）」に宿泊する特別企画や、ご好評いただいております「サグラダファミリア（スペイン）」に加え、「バチカン美術館・システィーナ礼拝堂（バチカン市国）」など人気施設の貸切鑑賞プランを組み入れた商品を拡充して販売を開始いたしました。そのほか、学生の海外旅行需要を高める「出世払いキャンペーン」や「ワンコインオプションツアー」など特別施策も実施いたしました。また、平成26年3月30日の羽田空港国際線発着枠増加に伴う新コースの造成や各地区発着チャーター便の積極活用など、各種需要喚起に取り組みました。

販売チャンネルにつきましては、イオンタウン長野三輪（長野）、イオンモール和歌山（和歌山）、くずはモール（大阪）など全国的にショッピングセンターを中心に新たな営業拠点を設けたほか、首都圏未進出エリアである笹塚（東京）や武蔵小杉（神奈川）への出店に加え、繁忙期の需要に応じた機動的な期間出店も実施するなど、生産効率を重視した店舗網の拡充を行いました。

一方、インターネットを利用した取り組みとしましては、「航空券＋ホテル」サイトにおいて、オプションツアーや送迎手配をパソコン・スマートフォンともに同時予約が可能になるよう改修いたしました。また、LINEなどSNSを活用した商品配信の強化も実施し、お客様との接点拡大、更なる利便性向上を図りました。国内宿泊予約サイト「スマ宿」においては、引き続き契約施設数や利用者数の増加に努めてまいりました。