

株式会社エイチ・アイ・エス
2011年10月期
第2四半期決算説明会

2011年6月10日



2011年10月期 第2四半期の業績ハイライト	P.3
2011年10月期 第2四半期の連結業績概要	P.4
日本人出国者数の推移 (2010年11月～2011年4月)	P.5
第2四半期の出国者数・出国シェアの推移 (単体)	P.6
第2四半期の売上高・営業利益の過年度推移 (連結)	P.7
第2四半期の海外旅行売上と売上シェアの推移 (単体)	P.8
海外旅行取扱高月次推移	P.9
原価率の状況 (単体:第2四半期)	P.10
インターネットを利用した旅行販売の推移 (単体海外:第2四半期)	P.11
法人団体旅行の売上高推移 (単体海外:第2四半期)	P.12
海外における事業展開	P.13
ハウステンボス	P.14
参考資料:燃油サーチャージの推移	P.15
2011年10月期の連結業績予想	P.17
目標達成への取り組み	P.18-P.22

■ 旅行事業

- 商品単価や原価率の改善、生産効率を重視した営業展開(商品機能別に商品流通の見直しを実施)が寄与し、売上高1,690億48百万円、営業利益39億8百万円と増収増益を達成
- 日本人出国者数(推計値)は前期比約99.7% => H.I.S.出国シェアは17.5%(推計値)
- 主要旅行業者に占める海外旅行売上シェア => 13.6%から14.6%(推計値)に上昇
- 2011年3月には創業以来初の海外旅行単月売上NO1を達成
- インターネットを利用した旅行販売(オンライン・モバイル含む)は好調に推移(売上前年同期比122.1%)
- 法人・団体旅行 …… 官公庁など新たなお客様の獲得に注力し、好調に推移(売上前年同期比125.1%)
- 海外展開 …… 南米初サンパウロ支店(ブラジル)オープン、アジア圏中心に海外発海外旅行を引き続き強化

■ その他事業

- ホテル事業 …… 顧客満足、収益性の向上に注力
=> 売上高12億13百万円、営業利益57百万円と増収増益を達成
- ハウステンボス …… 新たなイベントやきめ細かな営業施策がご好評を頂き、入場者数が大幅に増加
=> 売上高58億14百万円、営業利益2億48百万円を計上し、上半期としては初の営業黒字

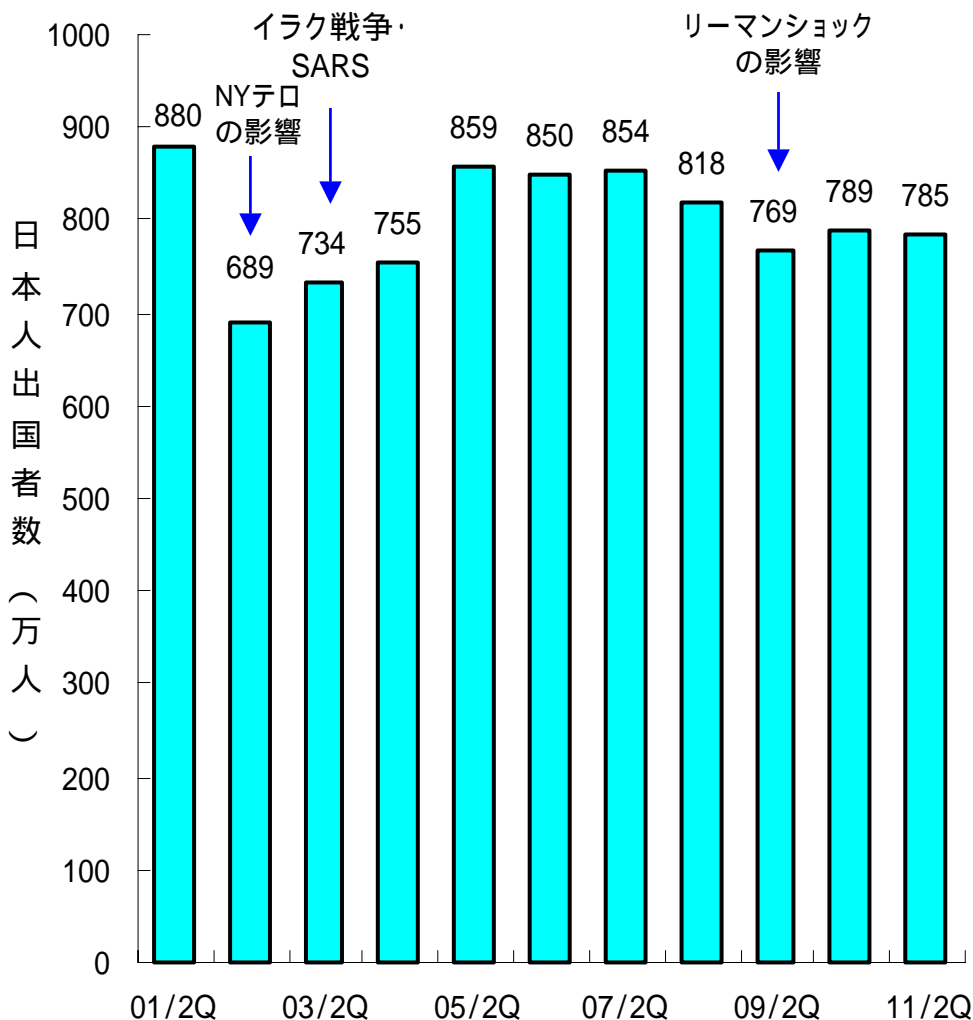
2011年10月期 第2四半期の連結業績概要



単位:百万円

	連結業績概要			
	2010/2Q	2011/2Q	増減額	前年同期比
売上高	154,151	175,923	21,771	114.1%
売上総利益	25,496	33,775	8,279	132.5%
販管費	23,134	30,360	7,226	131.2%
営業利益	2,362	3,415	1,053	144.6%
経常利益	1,994	4,343	2,348	217.7%
四半期純利益	1,857	4,571	2,713	246.0%
店舗数(海外 / 国内)	海外105/国内275	海外112/国内270	合計+2店舗	100.5%
正社員数(人)	6,409	6,444	35	100.5%

日本人出国者数の推移 (2010年11月～2011年4月)



■ 日本人出国者数の動向

➤ 2010年11月～2011年4月の日本人出国者数

= > 前年同期比約99.7% (約3.5万人減)
の約785.5万人の見込

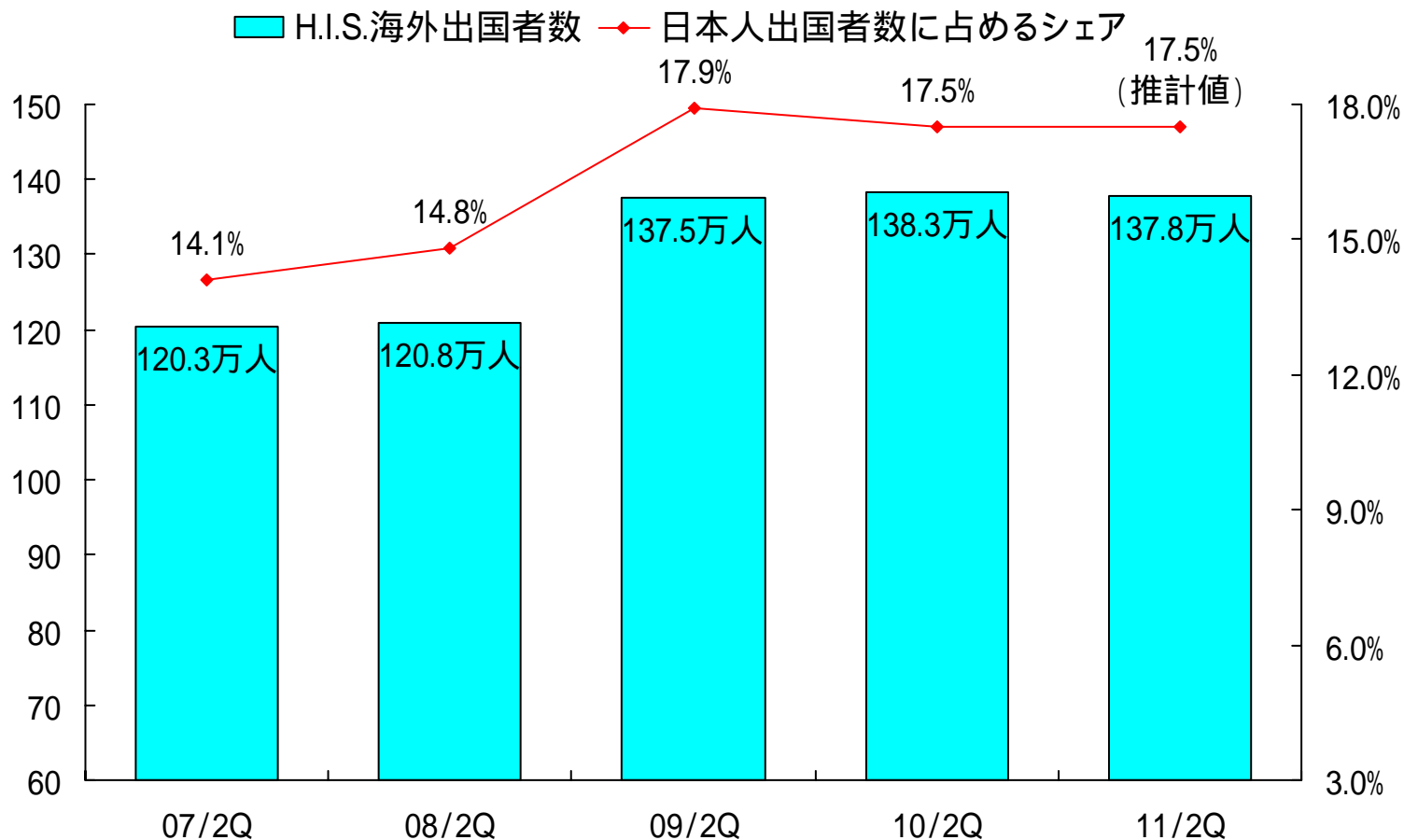
➤ 円高傾向の継続や羽田空港国際線拡張などにより、2月までは順調に増加

➤ 東日本大震災以降、旅行取消が発生

【日本人出国者数】

2011年3月 前年同期比87.8%、
2011年4月 同 91.0%の結果

第2四半期の出国者数・出国シェアの推移 (単体)

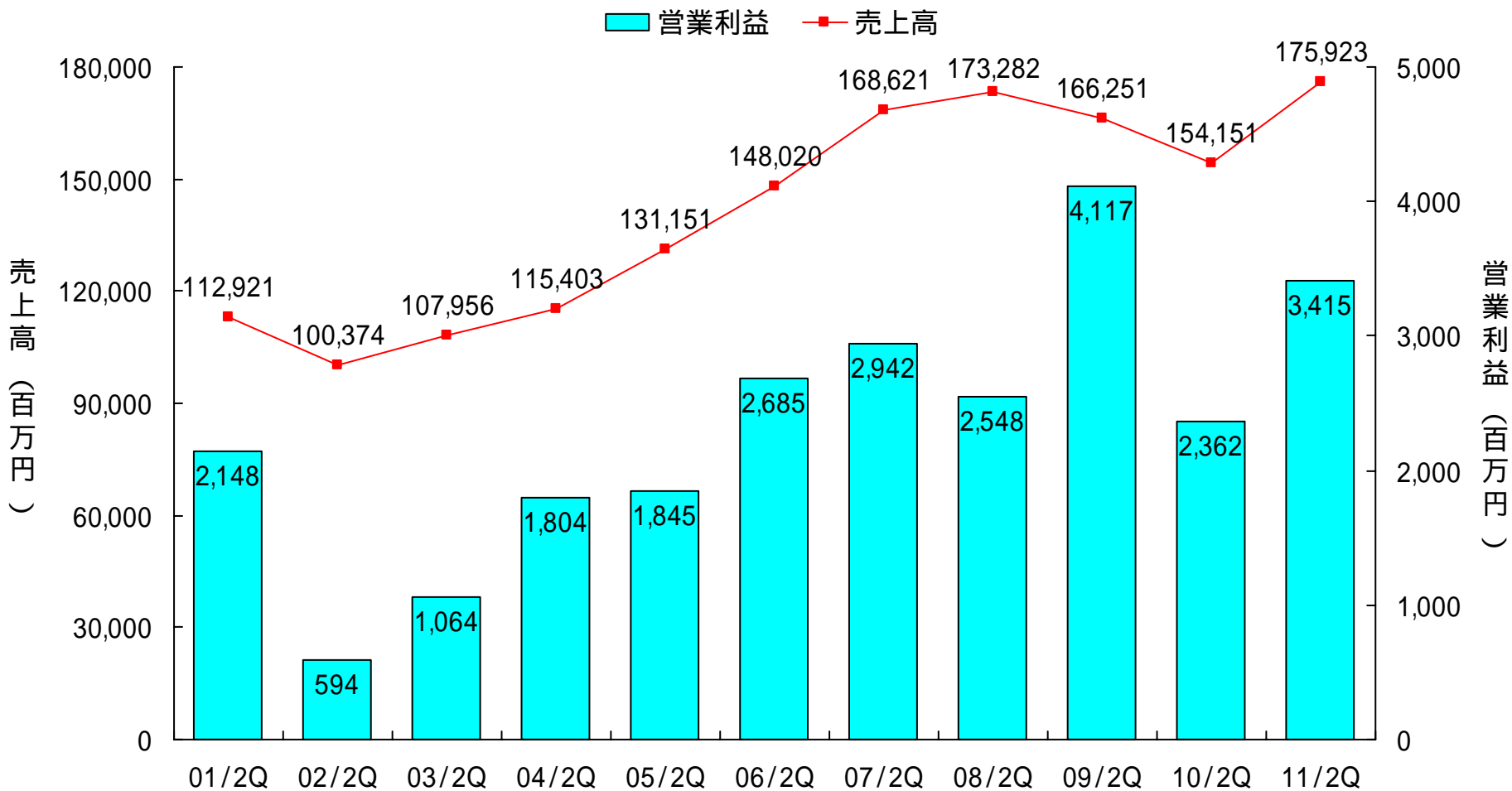


- 東日本大震災による旅行取消の影響があったものの、前年同期並みの出国者数を維持

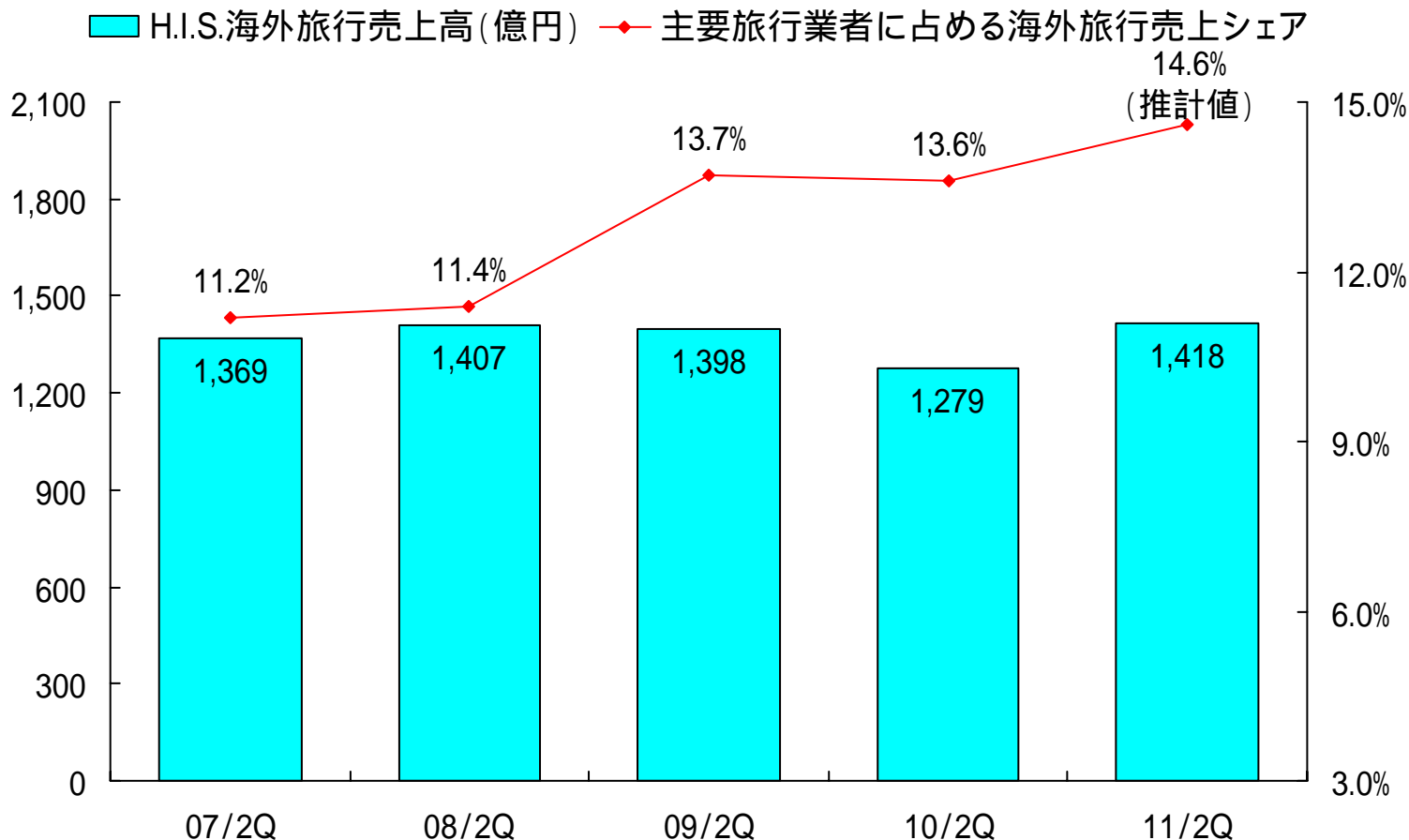
第2四半期の売上高・営業利益 過年度推移 (連結)



連結売上高・営業利益 第2四半期過年度推移

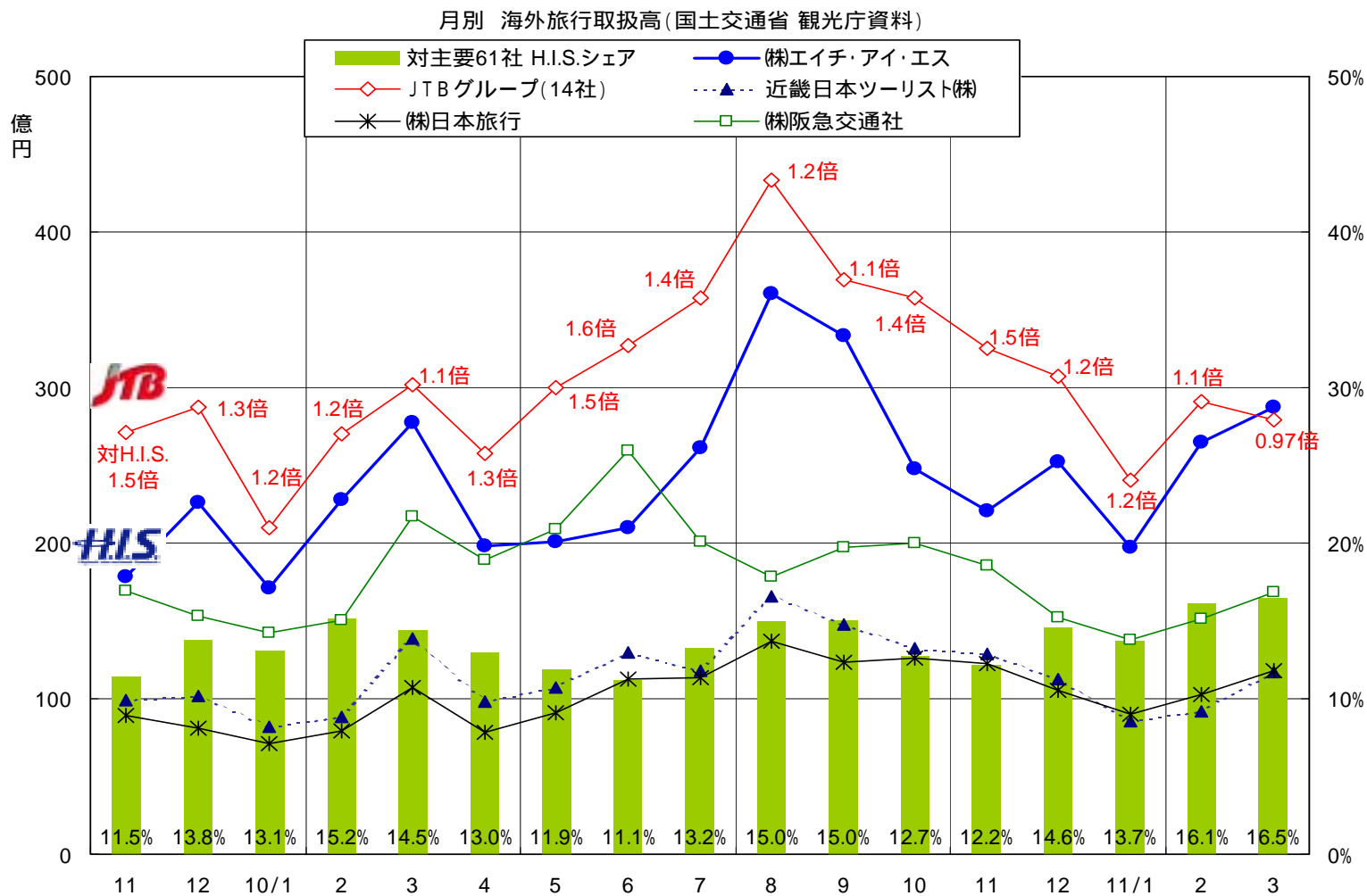


第2四半期の海外旅行売上と売上シェアの推移 (単体)



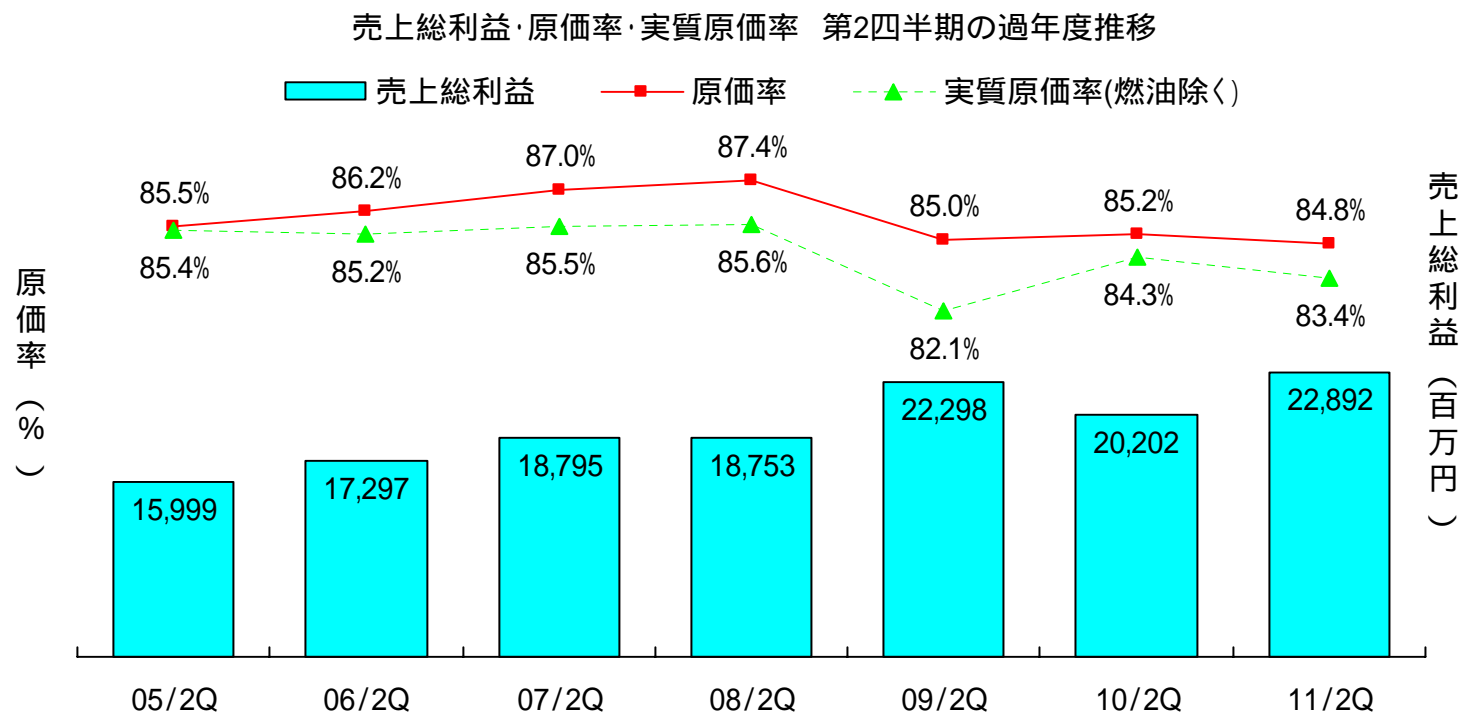
➤ 航空会社直販の影響もあり、出国シェアは微増も旅行業界内の海外旅行売上シェアは上昇

海外旅行取扱高月次推移 (対主要旅行業者)



➤ 2011年3月には創業以来初の海外旅行単月売上NO1を達成

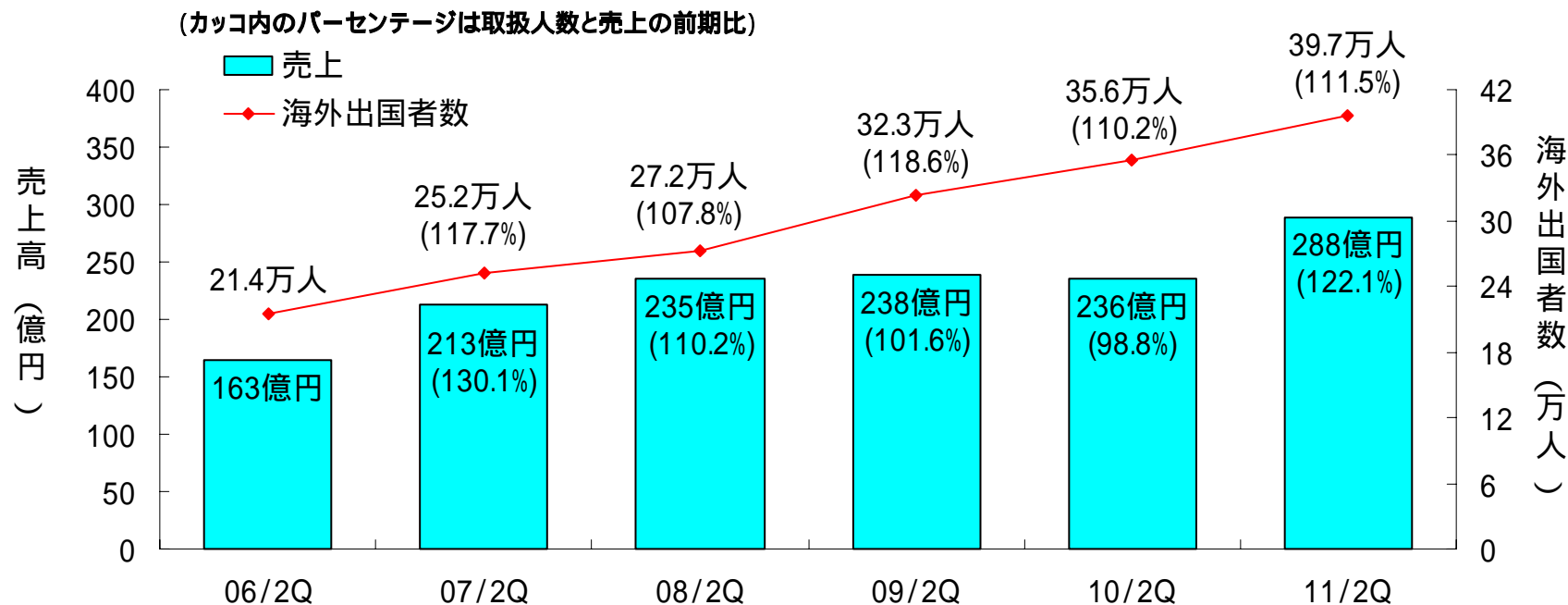
原価率の状況 (単体: 第2四半期)



■ 原価管理の状況

- 前期まで残高があった長期為替予約契約が終了したことに伴い原価率が改善
- ご利用いただいた商品の平均単価が改善し、お客様一人当たりの平均粗利単価も改善

インターネットを利用した旅行販売の推移 (単体海外:第2四半期)

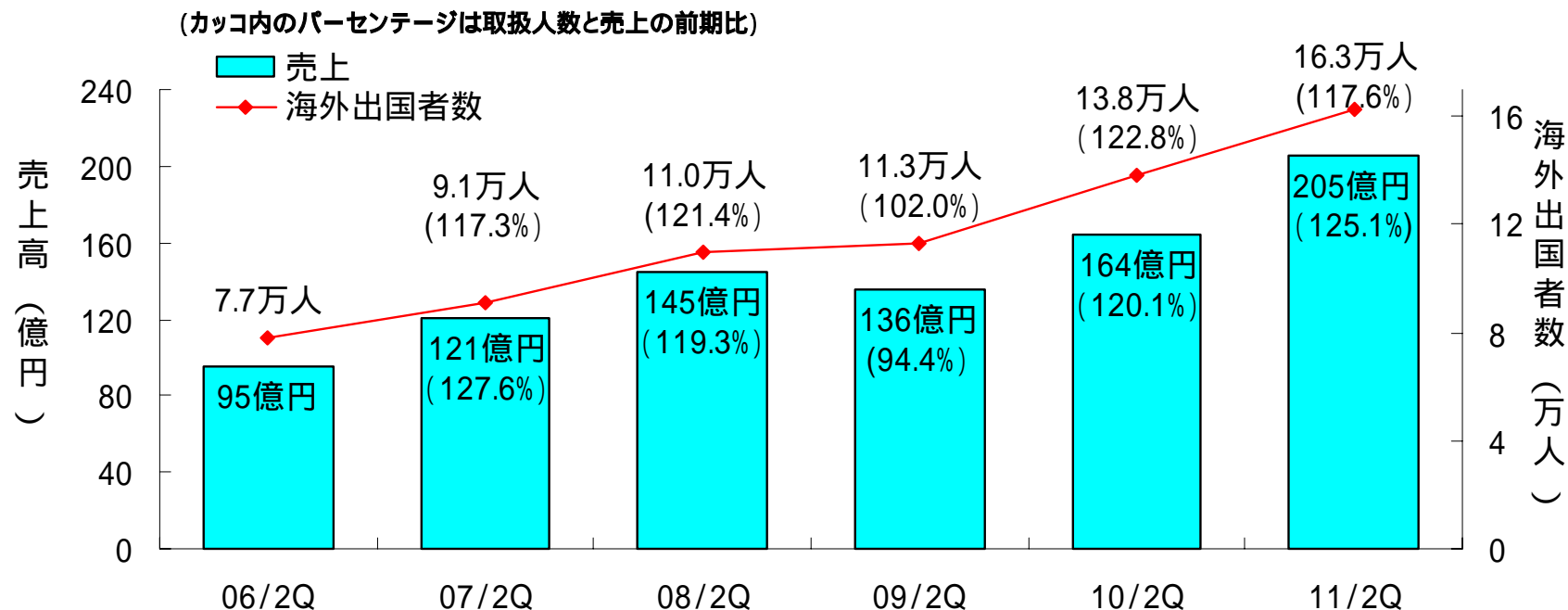


社内シェア(売上)	13.9%	15.6%	16.7%	17.1%	18.5%	20.3%
社内シェア(出国)	18.9%	21.0%	22.6%	23.5%	25.8%	28.8%

■ インターネットを利用した旅行販売のトピックス

- インターネットを利用した旅行販売(海外)は288億円(前年同期比122.1%)、出国者数は39.7万人(同111.5%)人数ベースの社内シェアは28.8%まで上昇
- ホームページの全面リニューアルを行い、対応商品拡充やユーザビリティの一層の向上を図る
- オンライン・モバイルによる自動予約の売上は前年同期比147.8%と好調に推移

法人団体旅行の売上高推移 (単体海外:第2四半期)



社内シェア(売上)	8.1%	8.9%	10.3%	9.8%	12.8%	14.5%
社内シェア(出国)	6.8%	7.6%	9.2%	8.2%	10.0%	11.8%

■ 法人団体旅行のトピックス

- 法人団体旅行における海外旅行の売上は205億円(前年同期比125.1%)、出国者数は16.3万人(同117.6%)
人数ベースの社内シェアは11.8%に到達
- 官公庁デスクの移転拡張、法人様向けの新規店舗の開設(品川・つくば)を行うなど積極的な営業展開を行う
- 平成22年12月には法人様向け専用予約システムが本格的に稼動をスタート

■ トピックス

- 海外拠点から日本へ向けた直販システムの確立
インターネットを利用して直接ホテル・オプションツアーの販売

現地におけるオプション販売やホテル客室の仕入強化を行い、収益性の向上に努める

- アジア圏中心に進めている海外発海外旅行業務、海外拠点間での送受客業務は好調に推移
- 4月には南米初のサンパウロ支店(ブラジル)オープンなど新たな拠点の拡充



- 売上高58億14百万円、営業利益2億48百万円を計上
- 上半期としては初の営業黒字を達成
- 季節ごとのエンターテイメントやイベントに創意工夫、きめ細やかな営業施策がご好評いただく

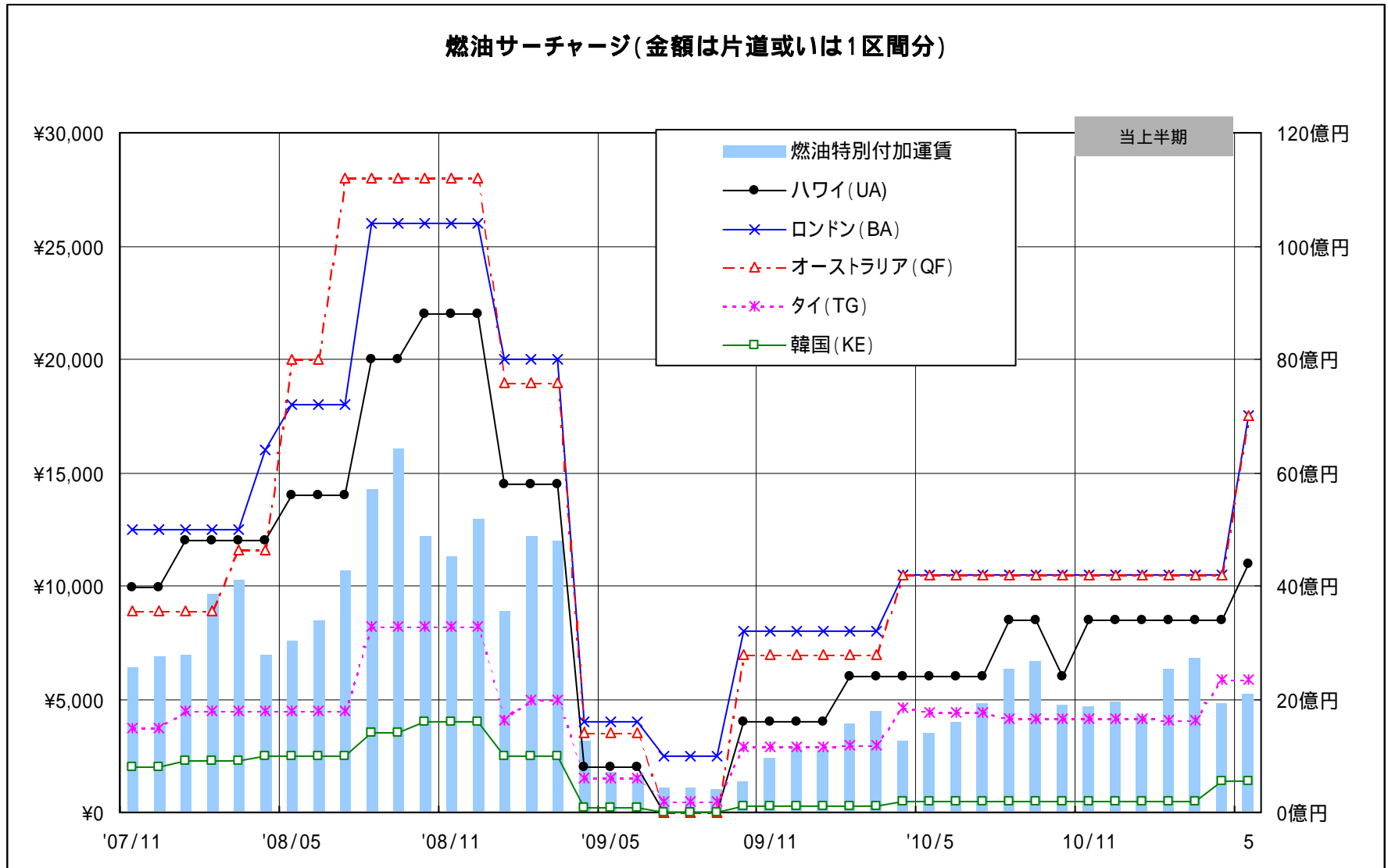
■ 上半期の主な施策

- 2010年10月 「ガーデニングワールドカップ2010ナガサキ」開催
- 2010年11月 「700万球の東洋一のイルミネーションが街を彩る光の王国」開催
- 2011年3月 「花の王国」開催(6月12日まで)

参考資料: 燃油サーチャージの推移



燃油サーチャージ(金額は片道或いは1区間分)



2011年10月期の連結業績予想



単位:百万円

	連結業績予想			
	FY2010	FY2011	増減額	前期比
売上高	348,065	409,000	60,935	117.5%
営業利益	6,278	7,400	1,122	117.9%
経常利益	5,019	9,000	3,981	179.3%
当期純利益	3,384	7,000	3,616	206.8%

■ 業績予想の前提

- 2011年の日本人出国者数は、東日本大震災後の日本経済の先行きに大きく左右されると思われるものの、円高傾向の継続や羽田空港国際線拡張、企業の夏期休暇長期化の流れなどにより、大幅な減少は無いものと予想
当社グループの連結業績予想は、計画通りに夏期需要の取り込みを見込み、据え置き
- 当社独自の強み(品質管理体制・専属担当者制・海外サポート体制・価格面・商品ラインナップなど)を積極的な広告展開で訴求しながら営業強化・・・安全・安心な旅の提供、商品品質の向上
- インターネット(オンライン・モバイル・スマートフォン)を利用した旅行販売や法人団体旅行をいっそう強化
- 中国含めたアジア圏を中心とした海外における事業展開を加速
- ハウステンボス・・・引き続き季節に応じた新たなイベントを導入、今後は日本国内へ向けた営業も強化
- 全社的にコストの効率的な利用を徹底、需要動向に応じて柔軟に対処できる体制を整える

目標達成への取り組み

■ 商品力・対応力の強化

- 当社独自のオリジナリティを追求したパッケージツアーや航空券の販売を強化
一例：航空券販売 旅行先におけるポイントサービスの展開(ソウルの免税店)
添乗員同行パッケージツアー 「impresso」のルーヴル美術館貸切観光付など
- チャーター便を使った商品にも注力・・・7月～メリディアーナ・フライ(イタリア行き)
7月～ビジネスエアー(タイ行き)
- 店頭販売商品の絞り込み・・・利益ある商品の集中販売(自社、他社商品ともに)

■ 販売チャネルの見直し

- 店舗・コールセンター・パソコンやモバイル、スマートフォンの自動予約など
販売チャネルの役割を明確にし、生産性や効率化を重視した展開(商品流通の見直し)
- お客様の利便性を損なうことが無い様に十分配慮しつつ、主に東京電力や東北電力管内
の営業所で節電を意識した営業展開を実施
- 専門デスクの拡充・・・海外ウェディング、エコツアー、バリアフリー、ボランティアなど
- 効率的な運営を行う観点から店舗網の再配置も引き続き実施

目標達成への取り組み

■ インターネットを利用した旅行販売の継続強化

- オンライン・モバイル予約の操作性を向上させ、さらなる販売強化・生産効率化を図る
- オンライン・モバイル対応商品の拡充 ……
航空券・パッケージツアー・オプション・鉄道パス・ホテル(日本払い・現地払い)等
- モバイル・スマートフォンの積極活用 ……
海外において情報収集まで活用できるシステムの進化・発展
モバイル会員数の獲得強化(リピーターの囲い込み)

■ 法人団体旅行の取り込み継続強化

- 東日本大震災直後は法人様の出張自粛が見られたが、足元では回復傾向
- 営業力強化 …… 大企業や官公庁、大型案件や修学旅行など、新たなお客様獲得
- 営業拠点拡充 …… 地域密着の営業が出来るよう地方中心に専門営業拠点の拡充
5月には海外初の法人団体専門営業所オープン(タイ・バンコク)
- 2012年ロンドンオリンピック、JOC公式代理店に決定
商品造成、販売に向けた準備

目標達成への取り組み

■ 海外における事業展開の加速

- 海外拠点のさらなる拡充 …… 新たな国や地域へ進出、同一都市内での積極的な展開
安心してご旅行が出来るようサポート体制の充実
- 他社では出来ない独自サービスの開発 …… 海外におけるポイントサービスの展開、
クーポンビジネスの展開など
- アジア圏中心に、海外現地発の旅行提供を強化、海外拠点間での送受客業務を強化
- 海外拠点からの直販システム強化 …… インターネット、スマートフォンでの
ホテル・オプションツアー販売

**世界112拠点を有する
H.I.S.ならではの着地型システム**

どの国の人か、世界のどこに訪れようと
H.I.S.のランドサービスが提供される

世界のお客様に支持していただけるビジネスモデルへ

目標達成への取り組み

■ ハウステンボス

- これからも新たなエンターテイメントやイベントを開催し、集客増を図る
 - ・ 「ONE PIECE ”サウザンド・サニー号”」(4月運航スタート)
 - ・ 感動映像アトラクション「5D MIRACLE TOUR」オープン(4月)
 - ・ 「ハウステンボス元気祭り」開催(7月16日開幕)
- 今後は日本国内へ向けた営業も強化
- 今夏には英語を共用語とする
「ウォーターマークホテル長崎・ハウステンボス」開業予定
- アジア客の誘致強化を計画
 - クルーズ客船「長崎港～上海航路」就航へ向けた準備、
 - 医療観光の検討開始



将来的には東洋一のテーマパーク 観光ビジネス都市を目指す

目標達成への取り組み

■ その他グループ会社の展開

- ホテル事業 …… 顧客満足・収益性の向上に注力(ゴールドコースト・ブリスベン・札幌)
今夏、英語を共用語とする「ウォーターマークホテル長崎・ハウステンボス」開業予定
- オリオンツアー …… 都市間バスやパッケージツアーの強化を図り、収益向上を目指す
- クルーズプラネット …… 船会社との連携強化、日本発着クルーズの積極的な販売
- 欧州エクスプレス …… 新たな鉄道関連商品の販売を強化
(モバイルサイト、スマートフォンサイトの強化)

■ 効率的な経費の利用(需要動向に応じて柔軟に対処できる体制)

- 人件費 …… 適正な人員配置、残業管理の徹底、間接部門業務の効率化を図る
- 広告宣伝費 …… ターゲットの見極めと費用対効果の追求、新たなIT媒体の積極活用
(これまでの全商品・全方位型の展開から ブランド・商品・ターゲット層別の展開)
- 店舗展開 …… 営業効率や生産性を追求し、引き続き店舗網の再配置を計画
- その他 …… 印刷費・運送費・通信費など細かな経費項目も部署ごとに見直しを図る

弊社IRに関するお問合せは下記までご連絡下さい



株式会社エイチ・アイ・エス

本社経営企画室 清國・清水・三浦

TEL 03-5908-2070 FAX 03-5908-2423

Mail tp-shimizu@his-world.co.jp