

2026年10月期第3四半期決算カンファレンスコールにおけるQ & A（要旨）

日時：2026年9月11日（金）16時30分～17時08分

Q1：ホテル事業の第3四半期累計における増収・増益を牽引した「自社Web直販」および「コラボルーム」の効果、ならびに今後の新規開発計画について

公式サイト経由の自社直販比率は、現在約15～20%で徐々に増加傾向にあります。OTA等他チャネル経由での販売も継続しておりますが、収益性の観点から独立した直販体制の強化も図っております。また、海外（グアム・バリ等）のホテルでは、当社における日本発海外旅行の強みを活かし、安定的な送客によるグループシナジーが実現しております。

コラボレーションルームの収益寄与につきましては、世界最多規模の展開によるブランディングが奏功し、お客様よりご好評をいただいております。その結果、高付加価値化によるADR（客室単価）が向上し、利益を牽引しました。

今後の新規開発計画としては、2027年4月に「変なホテル 沖縄 那覇」、2028年冬に「広島駅前」での新ホテル開業を予定しております。

Q2：第3四半期（単体）のホテル事業が増収減益に着地した背景と、その下押し要因の今後の見通しについて

減益の主な要因は、日中関係や中東情勢の悪化など外部環境の影響により、想定より訪日需要が落ちたことで、ADRが伸び悩んだことにあります。これに加え、人員増による人件費の増加や、予約獲得に向けた広告費・販売促進費を投じたことも減益に影響しました。また、一部の海外拠点（グアム・トルコ等）においても中東情勢による稼働下押しの影響を受けております。

今後の見通しにつきましては、第4四半期以降の予約需要は堅調に推移していることから、これらによる下押しリスクは限定的であるとみております。

Q3：第4四半期（単体）の海外旅行取扱高の月別トレンド、「客数」と「単価」の内訳傾向、および第2四半期時点の想定からの乖離について

月別需要トレンドにつきましては、8月は前年並みでの着地となりましたが、9月はシルバーウィーク需要や早期販促が奏功し前年同环比を大きく上回っております。10月においても二桁増で推移しており、第4四半期のトップラインは堅調に推移しております。客数と単価の内訳については、燃油サーチャージ高騰等の影響により単価が上昇しているため、客数の伸びは売上高の伸びを下回る推移となっております。仮に売上が前年比110%の場合、客数はそこから5～10ポイント低い水準に着地する傾向にあります。

また、第2四半期時点の想定との乖離につきましては、2～6月の急激な円安に対し、パッケージツアーの原価が想定よりも上昇しましたが、現在はすでに対応を完了しております。ただし、中東情勢・燃油高・円安の複合的な影響により、現在の第4四半期の売上成長率（前年同环比111.5%）は、第2四半期時点の想定から4～5ポイント程度下振れております。

Q4：第3四半期（単体）の営業損失における計画との差異、および通期予想達成に向けた販管費の抑制状況について

第3四半期の計画差異につきましては、為替の急変動および中東情勢の影響を強く受けたものの、徹底した販管費のコントロールに努めた結果、当初の社内計画に対する利益の下振れを1億円に留めることができております。

具体的には、売上未達に伴う変動費の減少に加え、業務効率化や生産性向上に伴う労働時間の適正化（人件費の効率運用）、さらに広告宣伝費や出張・会議費等の流動費に対する厳格なコスト抑制を実施しました。その結果、第3四半期単体の販管費は、第2四半期時点の見直し計画からさらに3億円弱の削減を実現しております。

第4四半期に向けては、9月からの燃油サーチャージ下落による需要回復を織り込む一方で、11月以降の再上昇リスクも視野に入れ、足元の需要獲得を強化することで通期計画の達成を目指してまいります。