

HIS GROUP
Corporate Report 2021



HISグループ企業理念

Corporate philosophy of HIS Group

自然の摂理にのっとり 人類の創造的発展と 世界平和に寄与する。

To work in accordance with the principle of Nature and contribute to the creative development of humanity and world peace.

HIS企業理念

Corporate philosophy of HIS

ツーリズムを通じて、 世界の人々の見識を高め、 国籍、人種、文化、 宗教などを越え、 世界平和・相互理解の 促進に貢献する。

To contribute to the advancement of world peace and mutual understanding by increasing the knowledge of people around the world through tourism, and thereby overcoming the differences of nationality, race, culture and religion.

CONTENTS

P2	会長メッセージ	Message from the chairman (CEO)
P3	会長インタビュー	Interview from the chairman (CEO)
P7	HISグループの挑戦	HIS Group's challenge
P9	沿革	History
P10	財務方針	Financial policy
P11	財務データ	Financial data
P13	新規事業	New business
P19	HISネットワーク	HIS network
P21	旅行事業	Travel business
P29	テーマパーク事業	Theme park business
P31	ホテル事業	Hotel business
P33	地方創生事業	Regional revitalization business
P34	エネルギー事業	Energy business
P35	HISグループのCSR	HIS Group CSR
P37	会社概要	Company profile

Message from the chairman (CEO)

会長メッセージ

お客様各位、関係者各位

はじめに、新型コロナウイルス感染症により亡くなられた方々のご冥福をお祈り申し上げますとともに、罹患された方々、ご家族、関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

また、感染拡大防止に日々ご尽力されている医療関係者をはじめとする多くの方々に心より敬意を表します。

おかげさまで、HISは皆様に支えられて40周年を迎えることができました。改めて、お客様をはじめ、さまざまな形でHISに関わってくださった全ての方々に感謝申し上げます。

グループが発展し事業が多角化しても変わらず求められてきた共通項である、「人」、「価値」、「安心」を送ること。その期待に応えながら、私たちはここまで走り続けてきました。

未曾有の危機が世界全体に押し寄せていますが、アフターコロナの未知、未踏、未聞へ挑戦することで、いままでの歴史の中で最も変化をとり、最も進化したHISになるべく全社一丸で取り組む所存です。

引き続き、皆様の変わらぬご支援をよろしくお願い申し上げます。

スタッフ各位

この時期だからこそ、改めて、HISグループの全スタッフに問いたい。

「夢はあるか」

「自分で考えて、楽しく仕事ができているか」

これからの時代を作るHISグループの全スタッフに、今直面する危機が新たな可能性を見出す絶好の機会だと繰り返し伝えたい。

Change & Create 挑戦者であれ。

お客様をはじめとする関係者の皆様に必要とされる、喜んでいただけるようなHISグループの新たな価値が、この機会から生み出されることを期待しています。



株式会社エイチ・アイ・エス
代表取締役会長兼社長 (CEO)

澤田 秀雄

To our clients and stakeholders

Allow me to begin by expressing my condolences to those who have lost family members or loved ones, and my deepest sympathies go out to all affected with COVID-19.

Moreover, I convey my utmost respect and admiration for the medical professionals and other experts who are hard at work every day for preventing the spread of this pandemic.

It is my pleasure to announce that HIS celebrates forty years since establishment with the support of our clients and stakeholders.

I would like to take this time to show my gratitude once again to everyone involved with HIS, from our clients and customers to the numerous other parties we are lucky to work with.

While our group of companies continues to grow and diversify, we remain committed to our philosophy of providing people, values and trust. We have come this far by meeting these expectations of customers who honor our philosophy.

While we find ourselves in the midst of an unprecedented crisis, HIS will do our part to evolve to face whatever unknowns may come post-COVID, and our company will unite even stronger as a team to achieve our greatest transformation to date, stepping boldly into the unknown.

Thank you for your ongoing support of our mission.

To all HIS personnel and staff members

Given the nature of the times in which we find ourselves now, I want to once again pose this questions to you:

Do you have dreams and aspirations?

Are you equipped to think for yourself and enjoy the work you do?

Take a moment to consider that the crisis we are all facing in turn represents an opportunity for each and every one of you to discover new potential as members of our team, and be instrumental in creating the new HIS.

Change & Create always be a challenger

I am positive that this will be a chance to create new value out of the HIS group, letting us be a vital asset to our customers and stakeholders and finding new ways of delighting them.

Hideo Sawada
H.I.S. Co., Ltd.

Chairman, President and CEO



会長インタビュー Interview from the chairman (CEO)

「HISは危機のたびに飛躍してきた」

コロナ禍を機に国内旅行の強化に本腰 将来の柱となる新規事業創出にも着手

エイチ・アイ・エス(HIS)にとって記念すべき創業40周年目となるはずだった2020年は、新型コロナウイルスにより予想もしない展開を迎えることになってしまった。海外旅行の雄としての地位を固めてきたHISの業績も大打撃を受け40期は初の赤字決算となった。しかし代表取締役会長兼社長(CEO)の澤田秀雄氏は、「過去にも大きな危機を乗り越えるたびに飛躍してきた」と前を向く。未曾有の危機を迎えても、むしろピンチはチャンスとばかりに打ち手を繰り出す澤田氏の未来戦略を聞いた。

(聞き手:株式会社エフネス代表取締役社長兼トラベルビジョン発行人 岡田直樹)

HIS has always excelled in times of adversity.

In the wake of the COVID pandemic, HIS undergoes wholesale revamp of domestic travel; plans also underway to launch new business segments as core spokes for the future

2020 was slated to be a banner year for HIS, 40 years since its establishment. However, the COVID-19 pandemic had other plans unforeseen for the company. HIS has cemented a position for itself as the leading player in outbound travel from Japan, but it sustained a major blow, with 40 term being the first year on record that ran a deficit. CEO Hideo Sawada, however, is positive: "HIS has always excelled in times of adversity." We sat down with him to learn about the company's upcoming strategies and how it turns unprecedented crises into opportunities for growth.

(Interviewer: Naoki Okada, president of F-Ness Corporation and publisher of Travel Vision magazine)

—— 2020年は新型コロナウイルスにより観光産業全体がこれまで経験したことのない状況に置かれました。HISはその危機的状況にどのように対応したのでしょうか。

澤田 HISは海外旅行を主力事業としてきたため、海外旅行需要がゼロになり非常に厳しい状況に直面した。2020年10月期は創業以来40年間で初めての赤字決算となった。旅行事業に係る国内従業員だけでも6000人以上を抱えており、海外拠点も200以上ある。このまま行けば干上がってしまう。

そこで、この機会に新規事業に挑戦して道を切り拓こうと、社内で事業提案を募集したところ5500件以上ものアイデアが集まった。その中身を整理・検討して会社として10の新規事業分野を手掛けていくことを決め、いま新しい事業を始めつつある段階だ。3年後、5年後には、そのうちのいくつかがHISを支える柱に育っていくものと期待している。

—— それぞれの新規事業に専任の責任者を置いて取り組んでいるのですか。

澤田 新規事業に挑んでいるのは専任の責任者で、全員がその新規事業を提案し手掛けてみたいと自ら手を挙げた者たちだ。会社が一方的に、やれと命じても意気が上がらないだろう。だから自ら提案しやる気にあふれ「やりたい」と手を挙げた者に専任してもらっている。HISにはベンチャー精神がある人材も多く、今の状況では幸か不幸か新規事業に人材を異動させることができる。

—— その新規事業に関連して、昨年11月の日経フォーラム世界経営者会議で「将来は売上高に占める旅行の割合を現状の9割から2割に下げる」と発言されています。今後の事業ポートフォリオをどのように組み立てていく考えでしょうか。

澤田 HISはこれまで、ほとんど海外旅行事業で成長してきた企業だったが、今回の新型コロナウイルスで大きな影響を受けた。事業の柱を増やしておかないと、もしもの際に受ける打撃が大きすぎると実感し、柱となる事業を増やしていくべきだと改めて思うようになった。すでに、たとえば電気・エネルギー事業は順調に拡大しているが、こういった取り組みをいろいろな分野で増やすことができれば企業としての安定度が増していく。

ただし誤解してほしくないのは、旅行分野の売り上げを下げるつもりはないということ。あくまでも旅行事業の売り上げを伸ばしながら、グループ全体の売上高に占める割合を下げていくという意味だ。

—— HISが取り組み始めている新規事業の一つに飲食事業があり、すでに蕎麦店がオープンしています。各種ある飲食事業の中で蕎麦店を選んだのはなぜですか。

澤田 海外では蕎麦店のチェーン展開の拡大を図った事業者はまだない。ラーメンはある、寿司もある、しかし蕎麦はない。いずれは海外展開することを念頭に置いたことも蕎麦店を選んだ理由だ。当面は日本国内で蕎麦店を4店展開する。この4店でさまざまな施策を試してみる。それで行けるとなれば半年、1年で一気に100店まで増やし、次は200店を目指す。その先は上場や海外展開も目指す。もっとも最初の4店がうまくいかなければ、考え直さざるを得なくなるかもしれない。

> In the wake of the COVID-19 pandemic, 2020 saw the tourism industry as a whole grappling with conditions the likes of which it never had before. How has HIS adapted to the crisis?

Hideo Sawada: Since the core of our business is in outbound travel from Japan, demand plummeted to zero, so we had a very serious situation on our hands. The fiscal term ending October 2020 was the first year we ran a deficit in the forty years since our founding. We have over 6,000 employees in Japan in our travel segment, and over 200 sites overseas. If we continued in the red, we would go bankrupt. Therefore, we sought to forge a path forward by entering new business segments, and we solicited proposals internally, receiving over 5,500 ideas. After carefully reviewing and considering those suggestions, we selected ten new domains on which to focus, and we have just begun launching business activities in those areas. Our expectations are that in three to five years from now, some of these will have grown to become core pillars of the HIS portfolio.

> Have you allocated dedicated personnel to be in charge of each of these new ventures?

Sawada: Yes, these are full-time people responsible for each segment. All of them expressed their specific interest in moving these projects forward. We would never get things off the ground by just assigning people and ordering them to get the ball rolling; it's a motivational issue. That's why we have people who proposed these ideas and were enthusiastic about tackling them being the ones in charge. Many of the people at HIS have an entrepreneurial spirit, so for better or worse, the current circumstances afford us a chance to allocate people to these new business segments and see what comes of it.

> In connection with those new ventures, at the Nikkei Global Management Forum in November of last year, you stated that you plan to "Reduce the proportion of revenue from travel from 90% today to 20%." How do you plan to structure your business portfolio going forward?

Sawada: HIS has thus far evolved as a company largely in the outbound travel from Japan, but the COVID-19 pandemic had a major impact on that. It made us keenly aware that if we do not add more core pillars to our business, future crises will destabilize us, so we realigned our mission towards the creation of these new pillars. While we are already expanding steadily into the power and energy sector, we want to further stabilize our business by expanding the domains in which we operate.

However, I should make clear that we do not intend to fundamentally decrease our revenue in the travel segment. The goal is to continue growing revenue from that segment while decreasing the proportion it occupies within our portfolio of businesses group-wide.

> One of HIS' new ventures is in the food and drink segment, and you have already launched some soba noodle restaurants. With the variety of options available in the restaurant segment, why did you go for soba noodles?

Sawada: We have yet to see a player opening a chain of soba noodle restaurants overseas. There are ramen chains, sushi chains, and yet no soba noodle chains. We chose soba noodles because we ultimately intend to expand overseas to fill that niche. For the time being, we operate four soba restaurants in Japan. We are testing out a range of initiatives at those locations. If they seem practicable, we would like to rapidly ramp this up to 100 restaurants in the span of six to twelve months, and then aim for 200. The next step would be a public listing and overseas expansion. That being said, if the initial four restaurants do not go to plan, we may have to rethink the idea.

> All the same, we have yet to see an end in sight to the pandemic, so cost-cutting must be inevitable while you wait for demand to return to previous levels.

Sawada: Yes, cost-cutting measures are indeed a must at this juncture. We have tended to take the approach that the era of brick-and-mortar shops is already half over, so we have integrated a lot of our domestic points of sale. COVID-19 accelerated this process, making us need to ramp up that integration even further. At our overseas subsidiaries, the travel segment has all but shrunk to zero, so they are in even more dire straits.

Since we went to the trouble of opening up those sites, folding them right away is not viable. We therefore want each site to come up with its own strategies to remain relevant. We told them, "You need to figure out how to stay afloat. We can't keep sending you funds to prop you up. If you can't keep your location viable, then close shop and come back to Japan." That lit a fire under them, and now each site is working hard to figure out the best survival strategies.

For instance, our subsidiary in Thailand has begun selling appliances by Iris Ohyama, and some of our sites in Europe and Asia are developing overseas sales channels for Japanese sake. Others have launched into the real estate sector and are carrying out commercial trading operations.

> Another area you've actively been exploring is online experiential tours. What potential do you think there is in that area?

Sawada: I think the outlook for the future is good. We already have over 40,000 people taking part in HIS' online experiential tours. Average revenue per capita is 2,000-3,000 JPY, but one benefit of online experiential tours is that they lower the bar for people who may have wanted to go on trips overseas but lacked the funds, the time, or the physical capacity to do so.

Consider an elderly person who may find the prospect of traveling all the way to India to be physically difficult, or find a distant place like Africa to be a bit remote. Taking part online makes it easy. This means we can target a much wider base than the traditional market for overseas travel. This area is likely to continue growing, and there is more than enough potential here for it to become one of the mainstays of our business. Moreover, once overseas travel gets started up again, people who took part in an online tour may decide they want to go see that place in person.

So in that sense, online tours offer not just a broader market, but also more depth in terms of potential we can tease out in the future. It allows for some unique approaches, such as inviting people to have their fortune told by a fortune teller overseas, or perhaps browsing carefully the collection of a foreign museum. It's quite an interesting field in that sense, since there are lots of different spins you can put on it. You could say it's a new approach to travel that we wouldn't have seen without the pandemic.

> You are actively partnering with tech firms. Do you feel that travel companies will be unable to survive going forward without technology?

Sawada: I wouldn't say it's true of every single type of trip or travel firm, but yes, I expect that 70% of companies will go this route. Putting aside whether it's something we can readily implement, there will be more AI available in the future, more advanced chat capabilities, and more functionality to let these tools engage with customers on our behalf.

> Looking at domestic leisure and business travel, outbound leisure and travel, and inbound leisure and business travel, in what order do you think demand will rebound in these sectors?

Sawada: I think we'll first see the domestic tourism sector rebound, followed by inbound tourism. Last would be outbound tourism. As for travel for business, I don't think we will ever see it return to what it once was. COVID-19 has made people aware of how many things can be done remotely. We hold our branch manager meetings at HIS remotely, and the company as a whole is better aware of just how much we can do without needing to physically meet. So I think that traveling for business is going to change considerably, yes.

—— 一方で新型コロナウイルスの収束も先が見通せず、需要が戻るまでに経費削減も避けられないと思いますが。

澤田 もちろん経費の削減は重要だ。これまでも「すでに店舗の時代は半分終わった」と考えていたので国内店舗の統合を進めてきたところだ。それが今回の新型コロナウイルスで店舗統合を加速することにした。海外現地法人も旅行に携わるビジネスがほぼゼロになり、より厳しい状況に置かれている。

とはいえ、せっかく作った海外拠点をすぐに閉めるのではなく、各拠点が自分たちで生き残る道を切り拓いてほしいと考えている。だから「自分たちで食べていく方法を考えろ。もう仕送りはできない。それで駄目なら店をたたんで帰って来い」と伝えてある。そう言い渡したことで各拠点が生き残るための知恵を絞っている。

たとえばタイの現地法人は、アイリスオーヤマの家電製品の販売を始めたし、ヨーロッパやアジアのいくつかの拠点では、日本酒の海外販路開拓を手掛け始めている。ほかにも不動産事業を手掛けたり、さまざまな商社事業としての取り組みが出てきている。

—— オンライン体験ツアーも積極的に展開していますが、可能性についてはどのように考えていますか。

澤田 将来有望だと思う。HISのオンライン体験ツアーにはすでに4万人以上が参加している。1人当たりの売り上げは平均すれば2000~3000円ほどだが、オンライン体験ツアーのいい点はこれまで海外旅行には予算が足りない、時間がない、体力的に難しいなど、さまざまな事情で海外旅行に行けなかった人たちも参加できることだ。

たとえば身体的にインドはきつい、アフリカは不安だという年配者もオンラインなら参加できる。これまでの海外旅行市場より確実に広くマーケットを狙える。今後さらに伸びる市場だし将来の柱の一つになる可能性は十分あると思う。また海外旅行が動き始めれば、「オンライン体験ツアーで行ってみてよかったからリアルな旅行にも行こう」とつながっていくことも想定できる。

オンライン体験ツアーはマーケットの広がりがあるだけでなく、奥行きも出せる。たとえば海外の占い師に運勢を見てもらうとか、海外美術館の収蔵品をじっくり鑑賞するといった切り口も考えることができる。なかなか面白い分野だと思う。新型コロナウイルスがなければ生まれなかった新しい旅行の形だ。

—— テック企業とも積極的に連携していますが、テクノロジーなしには旅行会社は生き残れないと考えますか。

澤田 全部の旅行、全ての旅行会社がそうだとは思わないが、7割方はそういうことになるだろう。すぐにそうなるかどうかは別として、将来的にはもっとAIが入ってきてチャットも進化し、お客様とのやり取りを任せられることも可能になるのではないかと。

—— 需要回復の想定について、国内の観光と業務、海外の観光と業務、訪日の観光と業務の6つのセクター別に、どのような順番で回復すると見えていますか。

澤田 国内(観光)旅行がまず戻るだろうし、その次は訪日(観光)旅行。最後に海外(観光)旅行になるのではないかと。業務渡航は完全には戻らないと思う。新型コロナウイルスによりリモートで代替できることが多いと分かった。HISでも支店長会議はリモートでやっているし、わざわざ人が移動しなくても可能なことも多いと社会全体が気づいた。業務渡航を取り巻く環境は随分と変わるだろう。

—— では日本人の海外観光旅行や訪日観光需要はどうでしょう。いずれは新型コロナウイルス以前の規模に戻りますか。

澤田 戻ると思う。すぐにではないが何年かかけて戻っていく。私の考えでは海外旅行に行きたい人はまだまだ沢山いる。訪日観光も戻ると思う。

ただしかつてのように、海外からの観光客が過度に集中するのは望ましくない。受け入れを増やしながら、各段階で生じた問題点を解決しながら、適正な増え方をやってほしい。かつて海外からの観光客が急増して、国内の人が行きたいレストランの予約も取れないような状況になったこともあった。そういう状況は好ましくない。その意味では訪日旅行者は3000万人で十分だと思う。

—— HISの国内旅行に対する考え方を教えてください。

澤田 HISはこれまで国内旅行に本格的に取り組んできたとはいえなかったが、新型コロナウイルスをきっかけに国内旅行を強化しており、急速に伸びている。

これまで海外旅行に携わっていた人員を国内旅行の仕入や企画に投入した。新型コロナウイルスがなければ、おそらくここまで国内強化を図ることはなかったはずだ。ところがやってみると国内もなかなか面白い。沖縄や九州はグアムやハワイへの送客と似た面、応用できる面もある。

HISが海外旅行で送客No.1になりかけた時に新型コロナウイルスに見舞われてしまった。国内旅行もやるからには目標はNo.1。海外旅行も需要が回復したらいち早くポジションを固める。これまでは考えられないことだったが、今後は海外だけでなく国内でもトップを目指す。これからは海外と国内を車の両輪としていく。

—— 今回のような未曾有の危機を乗り越えていく上での覚悟を伺えますか。

澤田 覚悟というほど大それたことではないが、いつも言っているのは危機というのは考え次第でチャンスに変えていけるということ。HISは今続々と新規事業を立ち上げ始めているが、これも今回の危機がなければできないことだった。もちろん新型コロナウイルスはウェルカムではないが、HISの事業展開に幅がで始めた点に関してはよかったと思う。

過去を振り返るとSARS後にわれわれは業績をバツと伸ばしたし、湾岸戦争等の後もそうだった。今回はこれまでの中でも1、2を争う大きな危機だから、その分だけ伸びも大きくしたいと考えている。HISにとってとても大きなチャンスがやって来ると、勝手に信じている。

—— 最後に、新型コロナウイルスで元気を失っている観光産業に対して何かメッセージがあれば聞かせてください。

澤田 観光産業はいついかなる時代にも素晴らしい産業であると思う。今回のような危機が起きる問題に直面することもあるだろう。それはそれで受け止めなくてはならないが、もちろんチャンスもあるのだし、そもそもお客様に喜んでもらえる事業だ。皆もっと希望を持って、今から前向きに需要回復に備えていくべきだ。観光産業から去るという選択でなく、観光産業をもっと高めていくことを、こういう時期だからこそ考えていくべきだと思う。

—— ありがとうございました。

《旅行業界紙トラベルビジョン2021年1月4日配信 新春インタビュー記事より抜粋》

> What about demand for outbound leisure travel from Japan and inbound travel to Japan? Do you think those will bounce back to what they once were prior to COVID-19?

Sawada: I think they will, yes. Not immediately, of course, but in some years' time. In my opinion, there are still quite a lot of people interested in outbound tourism. And inbound tourism will bounce back, I think.

However, it's no longer desirable to have the sheer density of inbound tourists we once had. So the goal is to gradually increase that inbound population while resolving the issues that occur as we shift back -- it has to be done in moderation. In the past, the surge of inbound tourists was such that people living in Japan could not even book reservations at restaurants. That's clearly an undesirable form of over-tourism. So in that sense, I'd say around 30M inbound tourists is a reasonable number to shoot for.

> What are HIS' thoughts on domestic travel at the moment?

Sawada: To be honest, HIS had not really explored domestic travel in earnest thus far. There was still more to explore. Under COVID-19, we've really been ramping up our domestic travel segment, and it is growing by leaps and bounds.

We've been reallocating people who were involved in our overseas travel segment to purchasing and planning for domestic travel. If it weren't for COVID-19, we probably would not have reignited our domestic travel business to this extent. Yet, surprisingly, once we launched into it, domestic travel segment had quite a lot to offer. There are lessons to be learned from the way we operated in other areas, I would say sending the clientele to Okinawa and Kyushu is similar in some ways to sending them to Guam and Hawaii. Namely, that same approach can be repurposed.

We were on the cusp of being #1 in our field in terms of overseas travel when COVID-19 hit. So we have to realign our focus: if we're doing domestic travel now, we want to be #1 in that space. Once demand for overseas travel bounces back, we want to cement our position there as soon as possible. This hadn't even been in our orbit until now, but now we have a new focus to be the top player not just overseas, but in terms of domestic travel, too. So in that sense, overseas and domestic travel will serve as twin engines for our business.

> Are there any things you are steeling yourself for, in terms of overcoming unprecedented crises like this one?

Sawada: Well, I wouldn't go so far as to say I'm "steeling myself," but one thing I tend to tell people is that crises can be turned into opportunities if you change your outlook. HIS is launching a range of new business segments; this is something that would never have even taken place in the absence of the crisis we now find ourselves in. Of course, COVID-19 is by no means desirable, but what I mean is that there was a net positive in terms of it forcing us to expand the breadth of our business.

Looking back, we also posted considerable performance in the wake of SARS, as well as following the Gulf War. This crisis is easily the biggest or second biggest we've faced, so we want the growth we post to be equally large. I personally believe that a major opportunity for HIS lies on the horizon.

> Lastly, do you have any words you would like to give the tourism industry as a whole, which is in a slump following the COVID-19 pandemic?

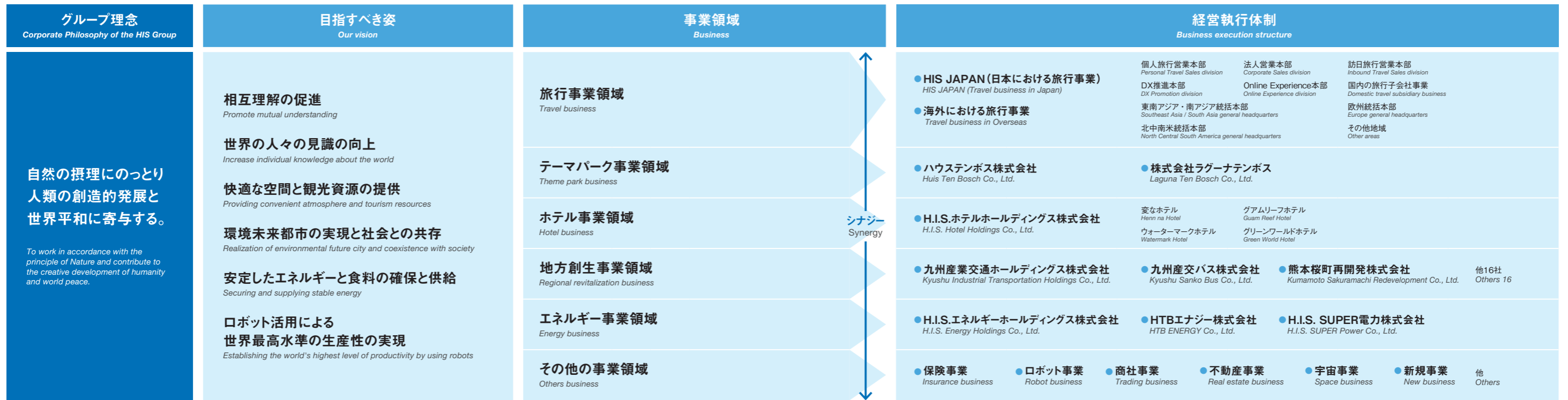
Sawada: My take on it is that the tourism industry remains outstanding, and has been so through the ages. Naturally, we sometimes have to face adversity, such as this emergent crisis. We have no choice but to grapple with it, but it also offers opportunities. Our line of work, first and foremost, is about satisfying our customers. Therefore, I think we should remain hopeful and take the steps we can now to prepare for the bounceback in demand. So our thinking is not stepping out of the tourism sector, but rather using this as an opportunity to really ramp up the industry to be more relevant.

> Thank you for your time.

<<Excerpted from New Year interview published in the January 4, 2021 issue of Travel Vision, the travel industry magazine>>

HISグループの挑戦
HIS Group's challenge

創造的発展による未来創造企業の実現
To evolve as a future developing enterprise



もっと多彩に。よりきめ細やかに。
更なるワクワクと感動を提供します。

Greater variety. Greater attention to detail. Greater excitements.

進出国数 Our global network

65カ国 65 countries

※日本含む *Including Japan

国内
Japan

183拠点
183 branches

※HIS沖縄・特約代理店含む
*Including HIS Okinawa / Special agencies

アジア
Asia

78拠点
78 branches

ヨーロッパ
Europe

36拠点
36 branches

アメリカ
America

47拠点
47 branches

オセアニア
Oceania

13拠点
13 branches

中近東・アフリカ
Near and Middle East & Africa

17拠点
17 branches

2021年1月31日現在 As of January 31, 2021

グループ会社 HIS Group

旅行事業 Travel business

■ **Group MIKI Holdings Limited**
Group MIKI Holdings Limited
欧州並びにアジアにて50年以上事業展開するグローバルツアーオペレーターです。
Group MIKI is a global B2B tour operator and wholesaler which has been developing business for more than 50 years in Europe and Asia.

■ **Jonview Canada Inc.**
Jonview Canada Inc.
カナダを代表するツアーオペレーターであり、30年以上事業展開をしています。
Jonview Canada is Canada's leading receptive operator, which has been developing business for more than 30 years.

■ **クルーズプラネット**
Cruise Planet Co., Ltd.
贅沢なイメージの船旅をリーズナブルに提供するクルーズ専門の旅行会社です。
Cruise Planet provides for and plans anything from casual to luxury around-the-world cruises.

■ **Red Label Vacations Inc.**
Red Label Vacations Inc.
オンラインに強い小売部門と、卸売部門の二軸を持つカナダの旅行会社です。
Red Label Vacations is a Canadian travel company with operating segments split into wholesales and retail featuring online business.

■ **オリオンツアー**
Orion Tour Co., Ltd.
国内旅行全般、スキー、ダイビングなどのスポーツ系ツアー、首都圏・関西・中京を結ぶ都市間バスはお任せください。
We are confident, Domestic travel, Sports-related tours such as skiing and diving, Intercity bus.

■ **クオリタ**
QUALITA Co., Ltd.
ビジネス・ファーストクラスご利用や音楽鑑賞旅行など、ワンランク上のおもてなしで上質な旅をご提供しています。
Qualita provides quality travel with a superior class of hospitality, including business-and first-class accommodations and music-appreciation tours.

■ **MERIT TRAVEL GROUP**
MERIT TRAVEL GROUP
トロントを拠点にしたカナダ最大の旅行会社の一つです。
Merit Travel Group established based in Toronto in 1991 has grown to become one of the largest independent travel companies in Canada.

■ **欧州エクスプレス**
Ohshu Express Limited
日本最大の36ヵ国51種類の鉄道パスの手配が可能。ランドオペレーター業務も日本最大級世界51ヵ国の手配が可能です。
51 kinds of rail passes for 36 countries can be booked our online-largest selection in Japan. We also provide local tour services in 51 countries, one of the largest in Japan.

■ **ツアー・ウェーブ**
TOUR WAVE Co., Ltd.
日本各地の主要空港発着オリジナルパッケージ商品を企画しています。
Tour Wave creates and runs original package tours leaving from every major airports in Japan.

■ **ジャパンホリデートラベル**
Japan Holiday Travel Co., Ltd.
日本国内トップクラスの中国インバウンド取扱実績。訪日旅行を幅広くサポートしています。
One of Japan's Leading Travel Agents for Inbound Travelers from China. We provides extensive services to Chinese travelers to Japan.

■ **エイチ・アイ・エス沖縄**
H.I.S. Okinawa Co., Ltd.
着地型旅行の強化で沖縄の魅力を広め、沖縄の地域社会への貢献を目指しています。
We will promote Okinawa's charm by strengthening landing-type travel. We aim to contribute to the local community of Okinawa.

■ **ナンバーワントラベル渋谷**
NUMBER ONE TRAVEL SHIBUYA Co., Ltd.
■ **アクティビティジャパン**
Activity Japan Co., Ltd.
■ **LY-HISTラベル**
LY-HIS TRAVEL Co., Ltd.

テーマパーク事業
Theme park business

■ **ハウステンボス**
HUIS TEN BOSCH

■ **ラグーナテンボス**
LAGUNA TEN BOSCH

保険事業 Insurance business

■ **エイチ・エス損害保険**
H.S. Insurance Co., Ltd.
海外旅行保険・国内旅行保険を中心とした商品・サービスを提供している損害保険会社です。
We are a non-life insurance company offering products and services centered on overseas travel insurance and domestic travel insurance.

ロボット事業 Robot business

■ **hapi-robo st**
hapi-robo st, Inc.
ロボットのバリューチェーンをトータルにカバーしたGRPとして、さまざまなチャレンジに取り組んでいます。
As a GRP that totally covers the value chain of robots, we are tackling various challenges.

不動産事業 Real estate business

■ **H.I.S.不動産**
H.I.S. Real Estate CO., LTD.
ローリスク、ミドルリターンで安定収益源を確保するとともに、社会に貢献できる不動産事業を手掛けてまいります。
We will secure a stable source of income with low risk and middle return, and build in the real estate business that can contribute to society.

ホテル事業
Hotel business

■ **H.I.S.ホテルホールディングス**
H.I.S. Hotel Holdings Co., Ltd.

地方創生事業
Regional revitalization business

■ **九州産業交通ホールディングス**
Kyushu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd.

エネルギー事業
Energy business

■ **H.I.S.エネルギーホールディングス**
H.I.S. Energy Holdings Co., Ltd.

その他事業 Other business

■ **H.I.S. Mobile** *H.I.S. Mobile Co., Ltd.*
旅にも生活にも無くてはならない通信環境を、手軽に、身近にご利用いただける環境を整え、各種通信サービス・機器を提案してまいります。
The communication environment is indispensable for both travel and daily life. We will provide inexpensive and convenient communication equipment and services.

■ **みなとく** *MINATOKU K.K.*
食品ロスを解決するサービスを提供します。小売店で発生する食品ロスをお客様に販売するアプリ「No Food Loss」を展開しています。
We provide a service to solve food loss. we released "NoFoodLoss", an app that can sell food loss generated at retail stores to nearby customers.

■ **エス・ワイ・エス** *SYS Inc.*
宿泊施設の直販支援サービスを提供しています。予約システムOPTIMAは業界最大級の導入実績、接続メディア数No.1です。
We offer direct sales support services for accommodations. Our reservation system OPTIMA is the industry's No.1. installed and connected media.

■ **Canadian College & CCEL** *Canadian College and The Canadian College of English Language*
バンクーバーにて1991年創立、世界各国から約1000人の留学生が学ぶビジネスカレッジと語学学校です。
Established in 1991 in Vancouver, we are home to a diverse group of students with an average enrolment of 1000 students from around the world.

グループ会社数
Number of group companies
全217社
Total 217 companies
2020年10月31日現在
As of October 31, 2020

1981
一般旅行業代理店業【第3034号】取得
License as retail agency (No. 3034) is obtained from Ministry of Transportation.

1983
九州地区の拠点として福岡営業所オープン
Fukuoka office opened.

1989
初の自社主催商品「Ciao(チャオ)」発売
「アバンティ&オアシス」を新橋営業所に開設
Launched "Ciao", HIS' first tour package.
Set up "Avanti and Oasis" division in Shimbashi office.

Set up "Business" division and "Group Tour" division (Now, Corporate Sales division)

1993
トラベルワンダーランド新宿本社営業所オープン
Travel Wonderlands, a department store for international services, opened.

1995
日本証券業協会に株式を店頭登録
HIS Company stock is offered over the counter.

1996
スカイマークエアラインズ(株)設立(現在はグループ外)
THE WATERMARK HOTEL GOLD COASTオープン(現在はグループ外)
ウェブサイト開設
Skymark Airlines Inc. was established. (Currently, Skymark Airlines Inc. is not our group company.)
The Watermark Hotel Gold Coast opened. (Currently, this hotel is not our group company.)
Set up Website.

2002
(株)クルーズプラネットを子会社化
(株)東京証券取引所市場第一部へ上場
Cruise Planet Co., Ltd. became a subsidiary.
Listed on second section of the Tokyo Stock Exchange.

2004
(株)東京証券取引所市場第一部へ上場
国内拠点200店舗突破
Listed on first section of the Tokyo Stock Exchange.
The number of domestic sales office exceeded 200.

2009
(株)欧州エクスプレスを子会社化
海外拠点100店舗突破
Ohshu Express Limited became a subsidiary.
The number of overseas sales bases exceeded 100.

2014
(株)ラグーナテンボス設立
Laguna Ten Bosch Co., Ltd. was established.

2015
HTBエナジー(株)設立
ハウステンボス内に「変なホテル」オープン
海外拠点200店舗、国内拠点300店舗突破
LY-HISトラベル(株)設立
HTB ENERGY Co., Ltd. was established.
"Henn na Hotel" opened in Huis Ten Bosch.
The number of domestic sales office exceeded 300. The number of overseas sales bases exceeded 200.
LY-HIS TRAVEL Co., Ltd. was established.

2018
H.I.S.Mobile(株)設立
H.I.S.エネルギーホールディングス(株)設立
H.I.S.Mobile Co., Ltd. was established.
H.I.S.Energy Holdings Co., Ltd. was established.

2019
Red Label Vacations Inc.を子会社化
創業40年目を迎え、コーポレートロゴを一新
Red Label Vacations Inc. became a subsidiary.
We marked the 40th anniversary of our founding, updating our corporate logo.

2020
本社を新宿区西新宿から港区虎ノ門(神谷町)へ移転
H.I.S.不動産(株)設立
Our head office was relocated from Nishi-Shinjuku, Shinjuku-ku to Toranomon, Minato-ku(Kamiyacho).
H.I.S. Real Estate CO., LTD.

1980
資本金1,000万円で当社の前身「株式会社インターナショナルツアーズ」を、東京・西新宿に設立
関西地区の拠点として大阪営業所オープン
International Tours Co., Ltd., HIS' predecessor, was established with ¥10 million capital in Tokyo Nishishinjuku.
Osaka office opened.

1984
中部地区の拠点として名古屋営業所オープン
Nagoya office opened.

1985
初の海外拠点として香港支店オープン
Hong Kong office opened.

1986
一般旅行業【第724号】取得
License as general travel agency (No. 724) is obtained from Ministry of Transportation.

1990
社名を「株式会社エイチ・アイ・エス」に変更
(株)ナンバーワントラベル渋谷設立
国際航空運送協会(IATA)に公認代理店として認可される
Company name is officially changed to H.I.S. Co., Ltd.
NUMBERONE TRAVEL SHIBUYA Co., Ltd. was established.
HIS is appointed official IATA agency.

1994
中部・関西・九州の営業本部が統合拡張、各地最大級のオフィスとなる
トラベルワンダーランドオープン
Chubu, Kansai and Kyushu headquarters consolidate and expand, and Travel Wonderlands open in each region to become the largest retail offices in those areas.

1998
国内拠点100店舗突破
The number of domestic sales office exceeded 100.

1999
「impresso(インプレッソ)」発売
Launched "impresso".

2000
(株)豊和トラベルサービス(現：(株)オリオンツアー)を子会社化
Howa Travel Service Co., Ltd. (now Orion Tour Co., Ltd.) became a subsidiary.

2005
九州産業交通(株)(現：九州産業交通ホールディングス(株))に資本参加
Invested in Kyushu Industrial Transportation Co., Ltd. (now Kyushu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd.)

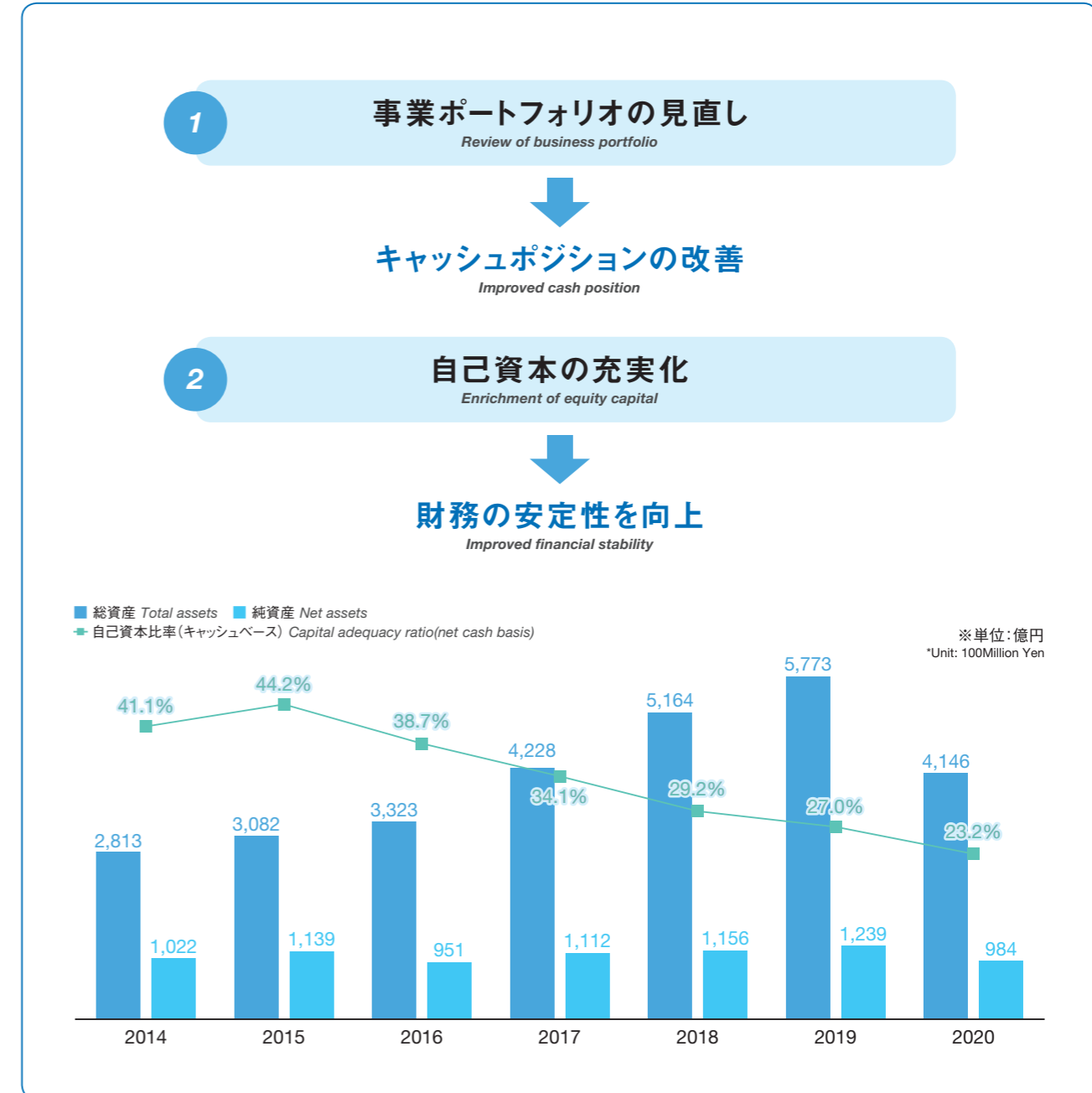
2008
いい旅研究室開設
Set up "the Quality Control & Market Research Room".

2010
ハウステンボス(株)を子会社化
ワンランク上の旅を扱う(株)クオリタ設立
Huis Ten Bosch Co., Ltd. became a subsidiary.
QUALITA Co., Ltd. to deal in travel up a notch was established.

2012
GUAM REEF HOTEL Inc.を子会社化
九州産業交通ホールディングス(株)を子会社化
ASIA ATLANTIC AIRLINES Co., Ltd.設立(現在はグループ外)
GUAM REEF HOTEL Inc. became a subsidiary.
Kyushu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd. became a subsidiary.
ASIA ATLANTIC AIRLINES Co., Ltd. was established.(Currently, out of our group.)

2016
H.I.S.ホテルホールディングス(株)設立
MERIT TRAVEL GROUPを子会社化
エイチ・エス損害保険(株)を子会社化
H.I.S. Hotel Holdings Co., Ltd. was established.
MERIT TRAVEL GROUP became a subsidiary.
H.S. Insurance Co., Ltd. became a subsidiary.

2017
H.I.S.SUPER電力(株)設立
Group MIKI Holdings Limitedを子会社化
(株)エイチ・アイ・エス沖縄設立
Green World Hotels Co., Ltd.を子会社化
Jonview Canada Inc.を子会社化
H.I.S.SUPER Power Co., Ltd. was established.
Group MIKI Holdings Limited became a subsidiary.
H.I.S.Okinawa Co., Ltd. was established.
Green World Hotels Co., Ltd. became a subsidiary.
Jonview Canada Inc. became a subsidiary.



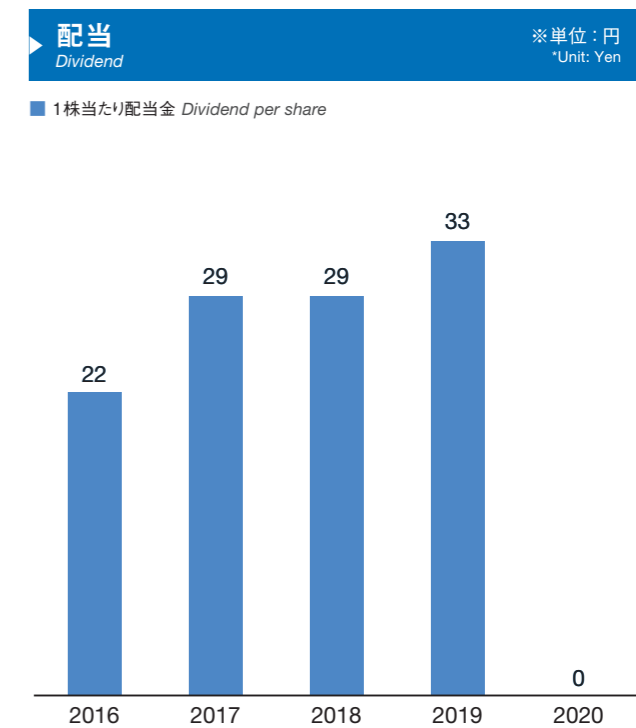
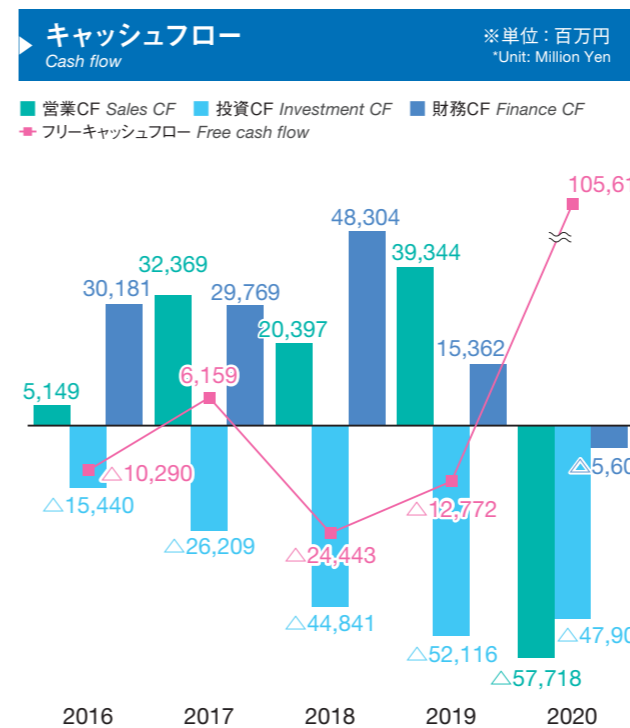
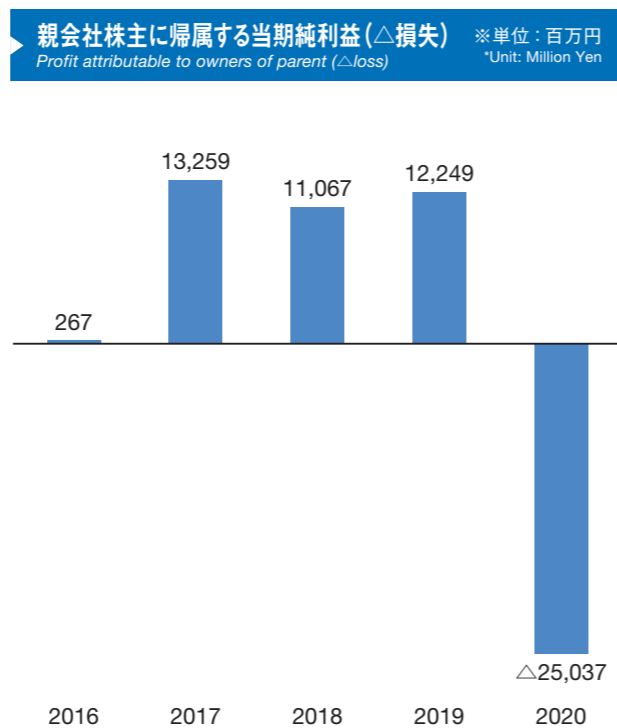
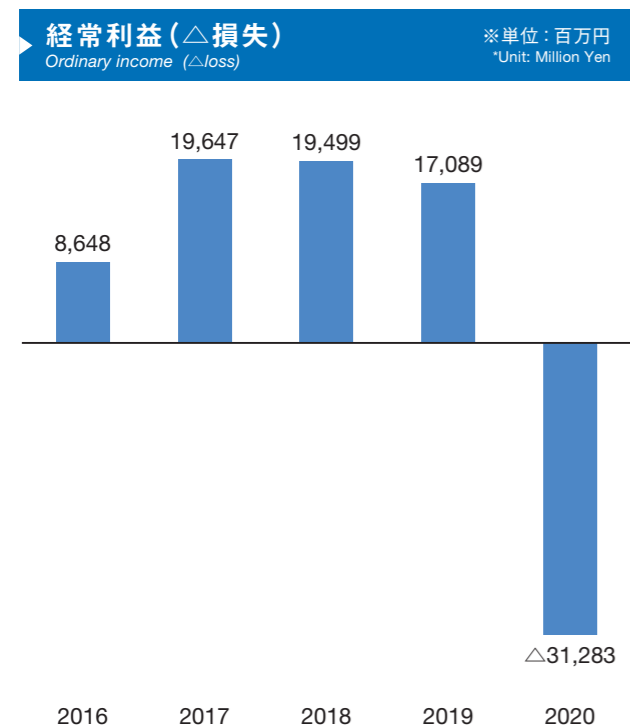
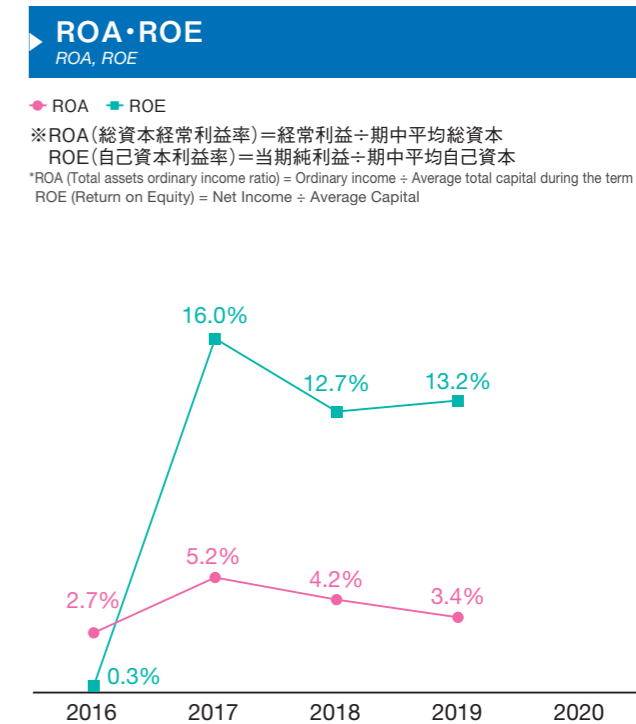
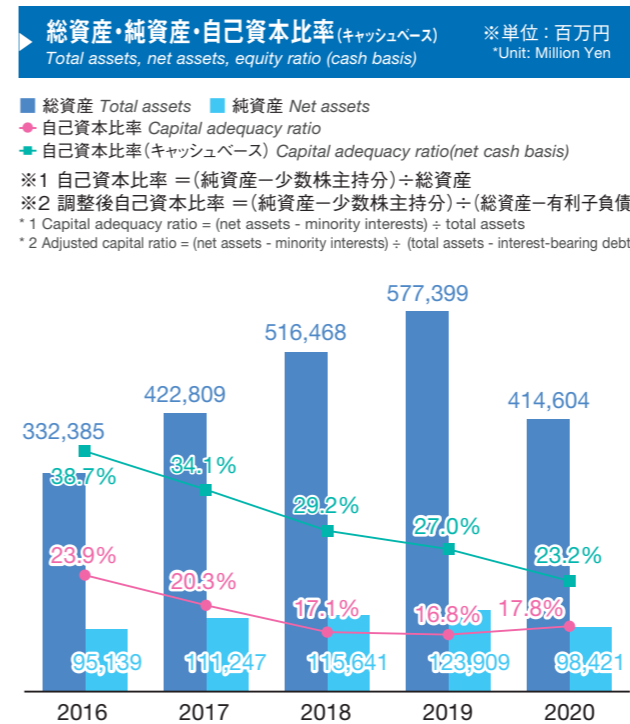
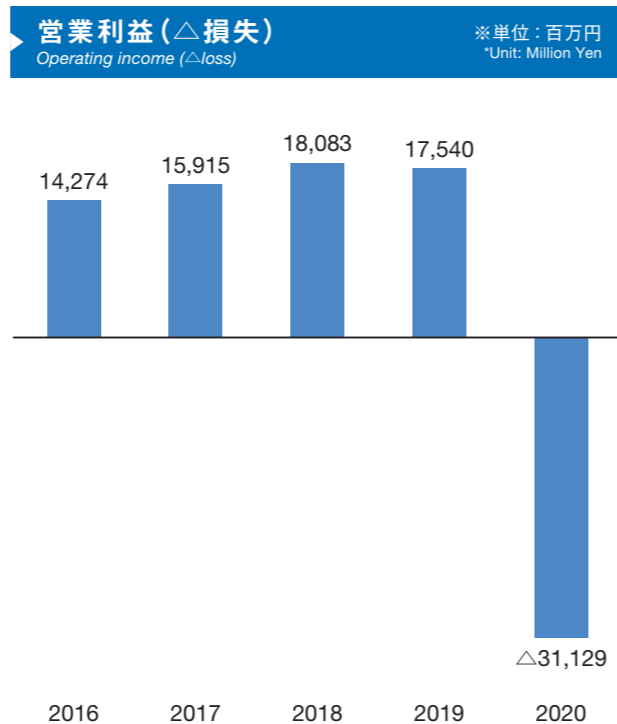
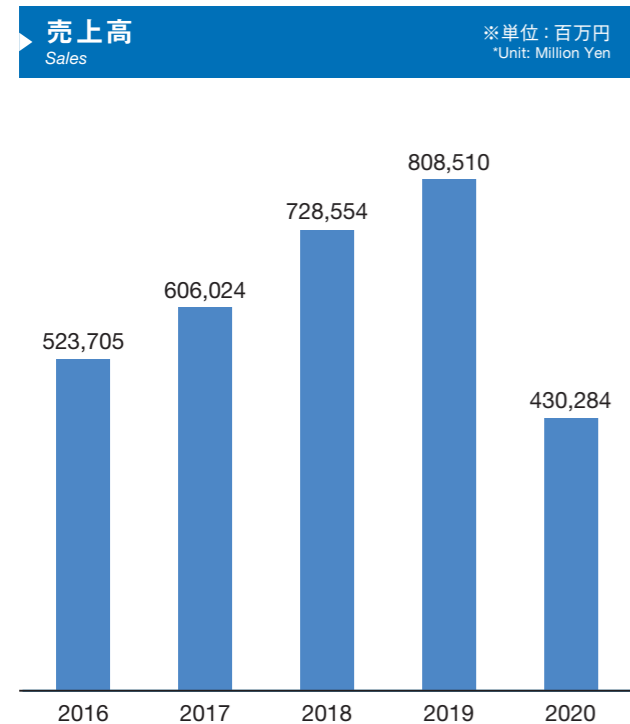
【施策の方針】
Policy of measures

- (1) 自己資本比率(ネットキャッシュベース) 20%を目指す**
Aim for a equity capital ratio (Net cash base) of 20%
- ➡ 資本増強 Recapitalize
 - ➡ 収益力の確保 Securing profitability
- (2) フリーキャッシュフローの改善**
Improved Free Cash Flows
- ➡ 設備投資の見直し Review of capital investment
 - ➡ 保有資産の流動化 Liquidation of owned assets

財務データ Financial data

※各データは、弊社10月期決算に基づきます
*Figures are based on the fiscal year ended October.

＞ 連結決算 Consolidated results





新規事業へのチャレンジ オンライン体験



Challenge to new business
Online Experience

旅はオンラインで行く。そんな時代がやってきた。
道を歩いていく旅。船で海を渡る旅。飛行機で空を飛ぶ旅。
そして再び旅が変わろうとしている。
オンラインで世界とリアルタイムにつながるから、
旅がもっと気軽に、もっと便利に、もっと楽しくなる。
最先端の旅はここにある。

Eliminate financial anxiety
For people who find the price of actual travel intimidating as well, an online experience travel can take you around the world for just 1,000 yen.

金銭的不安も解消

実際の旅行は金銭的にもハードルが高いと感じられる方も、オンライン体験ツアーなら1,000円から世界一周も叶えられるんです。

オンライン体験ツアーが もたらす効果

Benefits of online experience travel

時間・距離を越える

移動時間・滞在日数など旅行はある程度の休暇が必要ですが、オンライン体験ツアーなら1時間もあれば南半球へも行くことができます。

だれでも気軽に参加

小さなお子様がいいらっしゃる方、健康面にご不安のある方、ご高齢の方など、実際のご旅行に不安がある方も気軽にご参加いただけます。

憧れの世界遺産や 行きづらい旅先も 夢じゃなくなる

世界遺産やオーロラなど、一生に一度は行ってみたい国はありませんか。気軽に行けるからこそ選択肢も広がります。

次の旅行先の選定や、 旅の予習に

海外へ行ったことがない方も気軽に世界をお楽しみいただけます。ご旅行前の計画段階で、オンラインで事前に旅先をチェックできれば安心してご旅行へ行けることができます。

An alternative to reality
For ceremonial events, school travels, group travels, and overseas visits, when it's hard to get around as a company, online travel is a new solution for avoiding the 3 Cs (closed spaces, crowded places, and close contact).

For selecting the next travel destination and preparing for the travel.
Even if you've never been overseas before, it's an easy way to enjoy what the world has to offer. In the planning stages of a travel, if you can check out your destination online beforehand, you can travel with peace of mind.

オンライン体験ツアーサイトはこちら

Click here for online experience travel site



体験者数
5万人を
突破

(2020.4.17~
2021.2.28)

The number of experienced people has exceeded 50,000 (April 17, 2020-February 28, 2021)



イメージ (image)

Beyond time and distance
Although traveling requires a certain amount of time off from work due to transportation and the number of days at the destination, with an online experience, if you have an hour free that's all you need to visit the southern hemisphere.

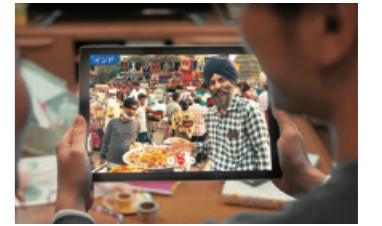
多種多様なオンライン体験

A wide variety of online experiences

LIVEツアー
LIVE tour

経験豊富な知識・スキルを持った現地ガイドとリアルタイムでオンラインでつながり、人気の観光地や博物館などの名所を巡るのが大変人気です。

This service links travelers with knowledgeable and skilled local guides with abundant experience, connecting you online in real-time, and the itineraries visiting popular sightseeing spots, museums, and other famous locations are extremely popular.



イメージ (image)

スキルシェア
Skill share

料理、語学、ダンスなど海外の文化を体験できるものを豊富に展開しております。

Offering a wide range of overseas cultural experiences, such as cooking, language, and dance lessons.



イメージ (image)

LIVEコマース
LIVE commerce

海外でのショッピング代行や、現地の特産品などを事前にご自宅などにお届けし、オンライン体験ツアー中に一緒にお楽しみいただくツアーが人気です。

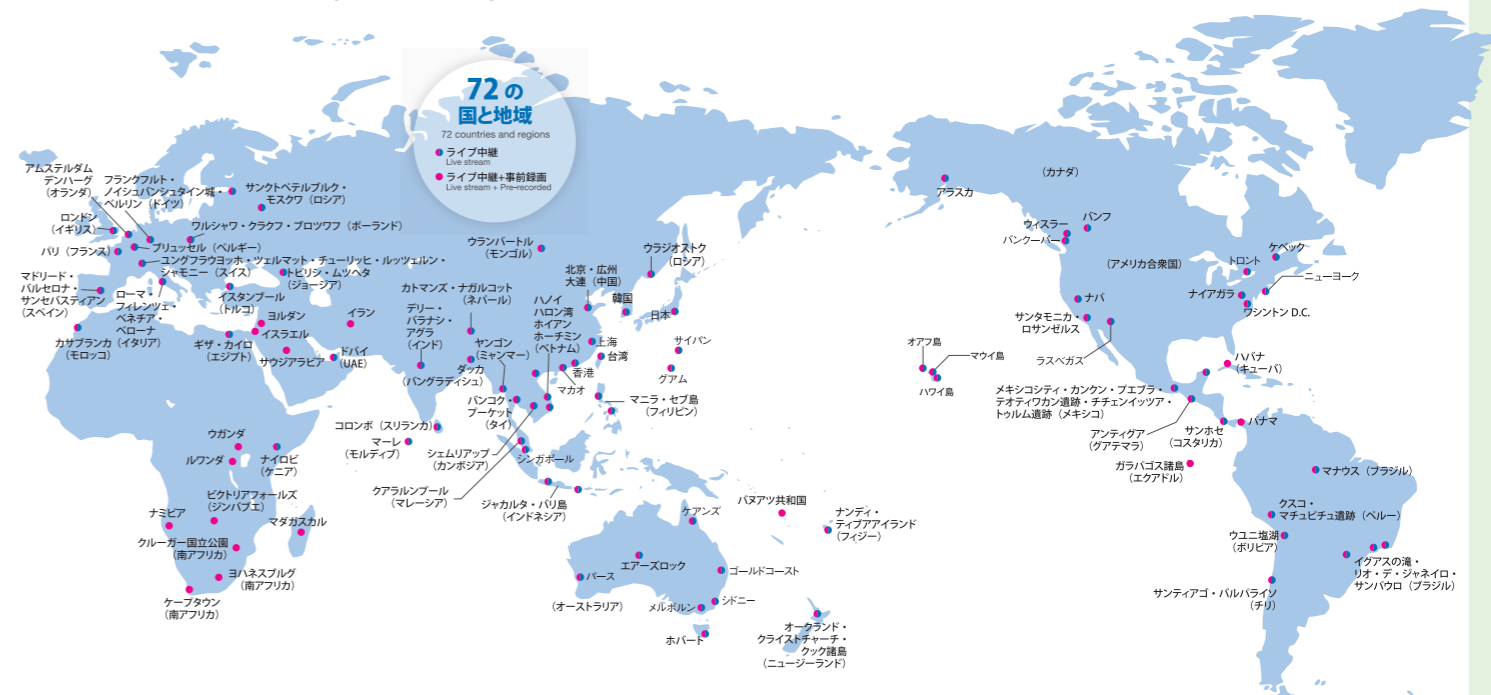
This is a tour which includes overseas shopping by proxy with local goods delivered to your home in advance so you can use them to have fun and participate in activities during the online experience travel.



イメージ (image)

オンライン体験ツアー実施国・地域

Countries where online experience travel is possible



※2021年3月3日現在。情勢や天候などにより上記内容は予告なく変更になる可能性があります。詳しくはお問い合わせください。
*As of March 3, 2021. The above contents are subject to change without notice due to affairs and weather. Please contact us for details.

※上記地図に掲載のない国でもツアーを実施しております：チェコ、ハンガリー、グリーンランド、アルメニア、ギリシャ、スウェーデン、フィンランド、デンマーク他
*We also conduct tours in countries not listed on the map above.: Czech Republic, Hungary, Greenland, Armenia, Greece, Sweden, Finland, Denmark, etc.



各国のベストな瞬間を体験! 1.5時間で世界一周

Experience the best moments of each country around the world in 1.5 hours

ケニアやインドなど実際の旅行で行くには物理的・金銭的にもハードルの高い場所。オンライン体験ツアーであれば、そんな憧れの場所へ気軽に訪れることができます。

The locations are places like Kenya and India that are very time-consuming and expensive to actually visit. With an online experience travel, you can easily visit the places you've always wanted to go to.



イメージ(image)

オリジナリティ溢れる HIS Only1 商品で 業界からも注目

HIS original online experience travel are attracting attention in the industry.



イメージ(image)

年に1度だからこそ! 2021年初日の出リレー

Only once a year! The first sunrise relay in 2021



イメージ(image)

2021年1月1日には世界6ヶ国と中継をつなぎ、世界の初日の出リレーを開催いたしました。400名を超える多くのお客様がご参加され、好評をいただきました。

On January 1st, 2021, we held a first sunset relay with live streams in 6 countries around the world. Over 400 customers participated, and many people loved the event.



メディア露出
Media exposure

オンライン体験ツアーは、《テレビ》情報番組・バラエティ番組など50番組以上、《雑誌》日経トレンディ「業界別ヒット2020 施設・旅行編」に選定されるなど、多数のメディアに取り上げていただいております。

Online experience travel have been featured in many media.

ex. 《TV》 More than 50 programs including information programs and varietyshows. 《Magazine》 Nikkei Trendy "Hits by industry in 2020 -Facilities/Travel" etc.

今だからこそ手に入れたい! バーチャルショッピング

Get what you want right now! Virtual shopping



イメージ(image)

通常であれば長蛇の列ができる人気ショップも、オンラインでつないでバーチャルショッピングが実現! 日本に未上陸の掘り出しものなどの商品購入もでき、とても楽しめます。

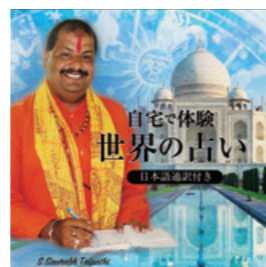
At popular shops where you'd normally have to wait in a long line as well, you can connect over the Internet for virtual shopping! It's really fun to be able to discover new products and make purchases without ever leaving Japan.

オンライン体験ツアー人気NO.1 インドで有名な占い師による占い

Most popular online experience travel Fortune-telling by a famous Indian fortune-teller.

インドでは節目に「人生を良き方向に導く助言」を受ける慣習があり、日本にいながらにしてインドで有名な占い師に占ってもらうことができ、リピート率も高い人気ツアーです。

In India, there is a custom of getting advice to lead your life in the right direction at major turning point ages, and this popular tour with many repeat customers allows you to get a fortunetelling in India while you're still right here in Japan.



イメージ(image)

宇宙を身近に。スペシャルゲスト企画

Collaborative project. Feel familiar with the space



イメージ(image)

オンライン“宇宙”体験では宇宙飛行士の山崎直子さんをゲストにお招きして宇宙トーク。宇宙に行ったあのサバ缶や非売品ワッペンなどの特典付プランも充実。

For the space experience, astronaut Naoko Yamazaki talks about space as a special guest. There are also a variety of plans with special bonuses such as mackerel cans that went to space and emblem goods that you can't get anywhere else.

Pick Up

法人・団体・組織向けのオンライン/リモートでの取り組み

Online / remote efforts for companies, groups and organizations.

HISでは、世界各地に広がる海外ネットワークとオンラインツールを活用し、企業様の海外進出支援サービスを行っています。

HIS supports overseas expansion for companies by utilizing networks around the world and online tools.

イメージ(image)

「レンタルHIS」 Rental HIS

海外ネットワークやオンラインを活用した海外進出支援サービスとして、進出予定国・都市の一般的な小売店を訪問して売れ筋商品の価格をお調べする「小売り価格調査」や、出展企画から当日の運営まで、見本市や展示会の出展に必要な全てを代行する「見本市代行出展」も対応しております。

As an overseas network and online utilization overseas development support services, we offer retail price surveys which allow businesses to visit general retailers in the country or city they're planning to expand into and browse the prices of bestselling products. In addition, a trade fair proxy exhibition service is available which covers all necessary operations from the planning stages to the day of the event for exhibiting at the trade fair or exhibition event of your choice.

その他の事例 Other cases

社員旅行・団体旅行

Company travels / Group travels

新型コロナウイルス感染症の拡大により旅行が難しくなった昨今において、社員間やグループメンバー内のエンゲージメントを高める手段としてオンラインでの社員旅行・団体旅行をご利用いただく機会が増えています。オンライン体験ツアーであれば、日数や費用をあまり気にする必要がないため、実際の旅行では候補にならなかった国・都市への旅行も簡単にできます。またオンライン旅行は、その参加障壁の低さから、社員、メンバーの参加率向上が期待できます。

Since travel was difficult due to the spread of the COVID-19 pandemic, there were increasing opportunities for companies to carry out employee and group travels online as a means for improving engagement among employees and group members. Since conducting these travels online means there is less need to worry about issues such as the number of days and the costs, it's easy to visit countries and cities which could never be considered for actual travels. In addition, online travels make participation less intimidating, which is likely to improve participation rates among employees and members.

地方創生への取り組み

Efforts for regional revitalization

オンラインを活用した地方創生への取り組みも進んでおります。地方自治体や地域に根差した企業様とのコラボレーションにより、国内外に向けて当該地域の観光スポットや特産品といった魅力を伝え、地域経済の活性化を促す取り組みを行っています。また、オンラインを通じてその地域の魅力を知った方々が、今後実際にその地域を訪れたり、移住するといったムーブメントの創出を目指します。

Online initiatives for regional revitalization are also progressing. Through collaborations with corporations that have roots in local municipalities and regions, we are expressing the appeal of the sightseeing spots and specialty products of various localities both inside and outside of Japan, carrying out initiatives to promote revitalization of regional economies. In addition, we are aiming to develop these efforts into a movement, with people who discover the appeal of these areas through our online initiatives going on to visit them in person or move there in the future.

事例 M&A(合併・買収)業務の一部を代行

■投資検討先企業の資産等現況調査

新生事業承継株式会社(新生銀行グループ)様
調査実施場所:ケニア・ベトナム・スリランカ・カンボジア



新型コロナウイルス感染症の拡大により海外での現地調査が制限されるなか、投資検討先企業が海外に保有している特殊車両(重機)について、HISの現地拠点スタッフが現存確認作業や重機の写真撮影等の現況調査を代行いたしました。

M&A (mergers & acquisitions) partial proxy operation services
Field survey of assets, etc. of companies being considered for investments
Shinsei Business Succession Co., Ltd.(Shinsei Bank Group)
Survey location : Kenya-Vietnam-SriLanka-Cambodia
Due to the spread of the COVID-19 pandemic, on-site surveying in overseas locations is restricted. For investigation of special vehicles (heavy machineries) possessed by prospective investment companies overseas, staff at local HIS branches will carry out surveys of current conditions such as confirming the existence of assets and taking photographs of heavy machinery on your behalf.

セミナー・式典運営サポート

Seminar / Ceremony management support

新型コロナウイルス感染症の拡大によりリモートワーク化が進む中、社内外に向けたセミナーや、入社式、表彰式といった式典のオンライン化も急激に進んでいます。HISではこれまでに多くの社内外向けウェビナーを実施してまいりました。その実績を活かし、企業・団体の皆さまのウェビナー運営、オンライン式典の運営を全面的にサポートしております。

As remote work initiatives continue expanding due to the spread of the COVID-19 pandemic, online conversion of special events such as internal and external corporate seminars, company entrance ceremonies, and award ceremonies is progressing rapidly. At HIS, we have held numerous webinar events, both company internal types and external events open to public participation. Utilizing this record of achievement, we provide comprehensive support for webinar and online event operations to our corporate and group customers.

リモート海外視察・調査

Remote overseas inspection / survey

HISでは世界各地に広がる海外ネットワークを活かし、日本に居ながらリモートで行うことのできる海外視察・調査を提供しております。赴任前の視察や、進出前の市場調査などの他、提携候補企業の調査なども承っております(国・地域により制限がある場合がございます)。

HIS is connected to local staff within our wide-ranging branch location network which spreads all over the world through online services, and we can utilize these connections to provide remote overseas observation and investigation services without any need to leave Japan. In addition to checking out new areas before relocating and carrying out market surveys prior to launching products in new markets, we also offer additional services such as surveys of candidate companies. (There may be restrictions on these services for some countries and regions.)



その他の新規事業プロジェクトのご紹介

Introduction of other new business projects

ホテル・旅館再生

Hotel and Ryokan Revitalization Project

HISの強みである国内・海外旅行での集客力、テーマパーク・ホテル事業で培った知見、エネルギー・商社・通信事業などの、HISグループのシナジーを活かし、ホテル・旅館の再生を事業目的としております。



旅館(イメージ)
Ryokan (image)

また、ホテルや旅館だけでなく地元関係者の方々と連携し、地域社会との共存共栄、地域活性化を目指すホテル・旅館再生事業の展開を図ってまいります。

Customer attraction for domestic and overseas travel is one of the strengths of HIS, and through the knowledge built up over years in business running theme parks and hotels in combination with the HIS Group synergy of our energy, commercial, and communications businesses, we are focusing on revitalization of the hotel and Japanese inn industry as our business goal. In addition, we are connected with not only lodging facilities but also local personnel, and we are expanding our hotel and Japanese inn revitalization projects with the goal of achieving co-existence and co-prosperity with the local society and stimulating the local economy.

通信販売

E-commerce Project

“よりのぐりのスポット”から“よりのぐりのモノ”を“よりのぐりのストーリー”に沿って、海外にある商品をサイト上でご紹介し販売。商品が作られる生産の現場、伝統



ケトル(イメージ)
kettle (image)

ハンモック(イメージ)
hammock (image)

的な技術、後継者問題などさまざまな視点からその背景をストーリーとしてご紹介することで、その国に行かなくとも、その国の文化を理解し、共感いただき商品購入につながればと考えております。

通販サイト「From the World」
Online shopping site [From the World]
<https://www.his-j.com/ec/>



We also introduce overseas product sales sites offering superior items with superior stories from superior spots. Since customers can understand background story of these products from a variety of perspectives such as the facilities where they are produced, traditional techniques, and problems finding successors, they can get an understanding of the culture, empathize with the situation, and purchase products even without actually visiting the country.

飲食

Restaurant Business Project



飯田橋店外観(イメージ)
in Iidabashi(image)



天せいろ(イメージ)
Tenzaru-soba(image)

「日本伝統のそばを世界の人に広める」を目標に、そば屋「満天ノ秀そば」を展開。まずは日本国内でお客様に支持されるべく、多様なニーズに対応できるコンセプトのお店を出店していきます。



「満天ノ秀そば」Manten no Hide Soba
川越店、飯田橋店、神田店、四ツ谷店 in Kawagoe, Iidabashi, Kanda, and Yotsuya
<https://www.his.co.jp/project/food/hidesoba/>

The “Manten no Hide Soba” restaurant was established with the goal of spreading Japan’s traditional soba noodle culture to people all over the world. The restaurant first started off in Japan with the concept of fulfilling a variety of needs as a means of supporting its customers.

農業

Agribusiness Project

HIS流にこだわった農業のスマート化を展開し「効率化」「高品質化」「高収入化」の新たな農業3Kの実現に向け、業界の課題解決、活性化に寄与していきます。また、世界では、全ての人々が食べるのに十分な食料が生産されていると言われていた一方で、先進国では余った食品が捨てられ、途上国では飢餓人口が増えるという「食の不均衡」が社会問題となっています。このように農業が抱えるさまざまな課題の改善・改革に取り組み、業界の創造的発展をリードし、世界の食糧問題解決に取り組めます。



農業(イメージ)
Agriculture (image)

Our expansion of smart conversion farming with a commitment to HIS ideals aims to achieve three aspects at a high level: efficiency, quality, and earnings. Through this business, we will contribute to problem-solving and invigoration of the agriculture industry. In addition, even though the total food production of the world as a whole is said to be enough to comfortably feed the entire population, excess foodstuffs are thrown away in developed countries while increasing numbers of people in developing countries suffer from malnutrition and starvation. This so-called food inequality is a social problem. In this way, we are working on initiatives for improvement and innovation related to a variety of issues facing the agriculture industry, taking a leading role in creative development and working to solve global food problems.

Our expansion of smart conversion farming with a commitment to HIS ideals aims to achieve three aspects at a high level: efficiency, quality, and earnings. Through this business, we will contribute to problem-solving and invigoration of the agriculture industry. In addition, even though the total food production of the world as a whole is said to be enough to comfortably feed the entire population, excess foodstuffs are thrown away in developed countries while increasing numbers of people in developing countries suffer from malnutrition and starvation. This so-called food inequality is a social problem. In this way, we are working on initiatives for improvement and innovation related to a variety of issues facing the agriculture industry, taking a leading role in creative development and working to solve global food problems.

ライフ&エンディング

Life and Ending Project

少子高齢化・核家族化・コロナ禍という時代のなかで、エンディング分野も大きく変化



することが予想されます。人生を旅と捉えた新たな事業としてライフ&エンディングを立ち上げ、お墓参り・掃除代行サービスや終活バスツアー、海洋散骨紹介、禅から学ぶ生涯学習講座を開始しました。今後はお寺や霊園の中にHIS専用区画を確保し、墓石を販売する予定です。個の価値観を尊重した、エンディングを実現していきます。



https://www.his.co.jp/project/life_ending/

In the current era of low birth rates and aging population, conversion to nuclear family units, and the spread of the COVID-19 pandemic, the funeral services industry is expected to go through major changes. Considering life as a journey, we launched a new life and ending business for gravesite visits, proxy cleaning services, end of life bus tours, ocean scattering of ashes, and lifelong learning courses in Zen Buddhism. In the spring, we are planning to launch sales of HIS original gravestones in dedicated cemetery and temple grounds locations. These services achieve an ending to life which respects individual values.

人材派遣

Job Placement Project

現在、日本各地で問題となっている深刻な人手不足。足りない労働力をただ補うだけの採用では根本的な問題解決には至りません。HISは、旅行業・宿泊業をはじめとしたサービス業の観点と、海外拠点で培ったグローバル人材への理解、そして地方創生の観点から企業様とグローバル人材が共に成長につながる新しい人材導入のソリューションに挑みます。ビジネスマナーや日本語研修、着任中の生活サポート、帰国後の就職支援まで、グローバル人材の長期的なキャリアプランをワンストップでご提供いたします。



グローバル人材(イメージ)
Global human resources (image)

Currently, labor shortages are a serious problem in areas all over Japan. Simply hiring new workers to make up for the missing labor does nothing to solve the fundamental problem. At HIS, we have cultivated an understanding of global human resources through our overseas branch location operations from the perspective of businesses such as travel and lodging in the service industry, and we are attempting a new solution for the introduction of new personnel which contributes to growth for both companies and global human resources from the perspective of countryside revitalization. We offer global human resources with assistance ranging from business manners and Japanese language training to lifestyle support during employment and job-hunting support after returning to their home countries, providing one-stop service for their long-term career planning.

選択支援サイト運営

Selection Assistance Website Project



Webサイト活用(イメージ)
website utilization (image)

日本最大級の国内ホテル比較サイト「HIS旅プロ」を運営。Web集客の知識を強みに、今期は他ジャンルへ展開。情報が多過ぎて選べない、ある程度の知識がないと選択ができないといった課題に対して、シンプルでわかりやすいWebサイトを提供し、誰もが公平に選択できる機会の創出を目指します。

旅プロサイト [TAB] pro] site
<https://www.his-vacation.com/>



We operate “HIS Travel Pro,” one of the largest domestic hotel comparison sites in Japan. With our web customer attraction knowledge as a strength, we are expanding to new genres this term. For issues such as overabundance of information that makes choosing impossible and selections that cannot be made without a certain level of knowledge, we provide a simple and easy to understand website, aiming to create opportunities which enable everyone to make a fair selection.

IT新興企業連携・投資

IT Start-ups Cooperation and investment Project

HISのDNAである「感動・ワクワク感の創造」こそ、HISに期待されている「価値」であり、存在意義であると考え、世界の人々の暮らしを豊かで楽しくする新しい技術やサービスの提供を探求していきます。従来の旅行ビジネスに関連する領域はもちろん、将来テクノロジーが必要とされるさまざまな分野で活躍するIT新興企業の成長支援と共に新たなビジネスの構築を目指します。



IT新興企業連携・投資プロジェクト(イメージ)
IT start-up company collaboration-Investment project (image)

<https://www.his.co.jp/project/it/>



At HIS, creating moving emotion and excitement is a part of our corporate DNA. We consider this to be the value that people expect from us and the significance of our existence as a business, and we are pursuing the provision of new technologies and services to enrich people’s lives all over the world and bring them new enjoyment. In addition to business fields related to traditional travel industry operations, we are aiming to build up new businesses alongside growth support for IT start-up companies which are active in a wide variety of fields where technology of the future is needed.

いつでもどこでも、 安心と快適をお届けするために。

Delivering safety and comfort, whenever, and wherever

HISは現在374拠点に展開。広がり続けるネットワークで世界各地の情報をスピーディに入手し、国内旅行から各国間の旅行までさまざまなプランを開発。各種手配もスムーズです。世界中のお客様に安心して快適な旅をお届けします。

HIS currently has 374 branches worldwide. We rapidly obtain information through this steadily expanding network and use it to develop a whole range of travel itineraries, from trips around Japan to overseas travel in countries around the globe. We smoothly take care of all the necessary travel preparations and support a safe and comforting travel experience for customers everywhere.



ロシア・モスクワ支店
Russia / Moscow branch



進出国数 Our global network

65カ国
65 countries
※日本含む
*Including Japan

204都市
204 cities
※日本含む
*Including Japan

374拠点
374 branches
※日本含む
*Including Japan



トルコ・イスタンブール支店
Turkey / Istanbul branch

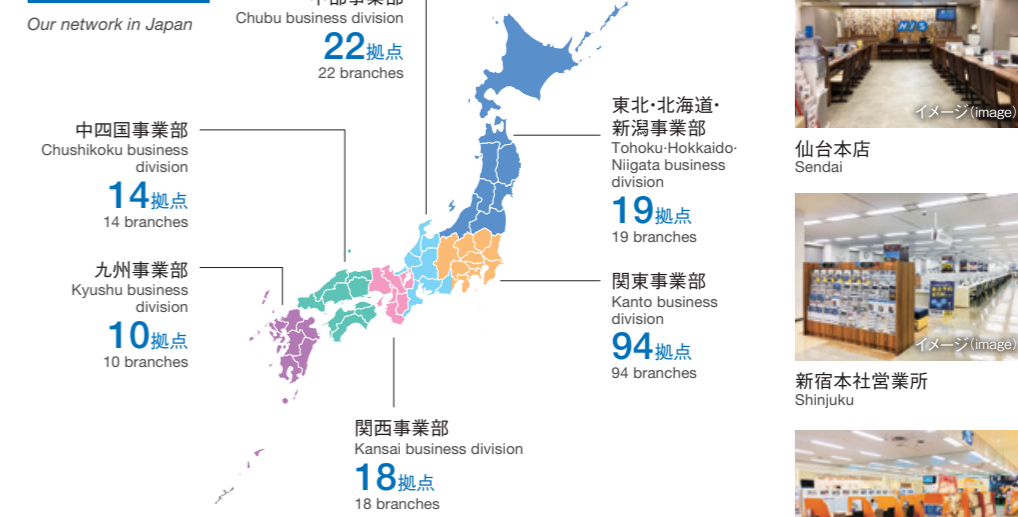


タイ・スクチャイトラベルラウンジ(バンコク)
Thailand / Sukjai travel lounge (Bangkok)



バリ島・MaiMaiラウンジ
Bali / MaiMai lounge

日本国内拠点 Our network in Japan



HIS沖縄 3、関東地区特約店 1・代理店 1、中部地区代理店 1
HIS Okinawa 3, Kanto area special agent 1, Kanto area agent 1, Chubu area agent 1.



名古屋・栄本店
Nagoya / Sakae



広島本店
Hiroshima



福岡天神本店
Fukuokatenjin



仙台本店
Sendai



新宿本社営業所
Shinjuku



大阪・LINKS梅田営業所
Osaka / LINKS Umeda



カナダ・バンクーバー支店
Canada / Vancouver branch



ハワイ・LeaLeaラウンジ
(ホノルル・ロイヤルハワイアンセンター)
Hawaii / LeaLea lounge
(Honolulu / Royal Hawaiian Center)



オーストラリア・ゴールドコースト支店
Australia / Gold Coast branch

● 直営拠点 Direct branches
● グループ／提携拠点 Group / Partnership branches

2021年1月31日現在 As of January 31, 2021

安心、安全に旅行を楽しんでいただくために。

To enjoy your trip safely and securely.

HISではお客様に安心、安全にご旅行を楽しんでいただくため、感染防止と安全確保を最優先に取り組んでまいります。

At HIS, we will give top priority to preventing infections and ensuring safety so that our customers can enjoy their trips safely and securely.

国内・海外拠点での対策 Infection control at domestic and overseas branches

- 1 **健康管理の徹底**
Thorough health management
- 2 **衛生管理の徹底**
Thorough hygiene management
- 3 **定期的な換気と清掃・消毒**
Regular ventilation and cleaning / disinfection
- 4 **透明シールドの設置 (飛沫感染防止)**
Installation of transparent shield (prevention of droplet infection)
- 5 **接客カウンターの間隔を確保 (密防止)**
Secure the space between service counters (prevention of density)
- 6 **営業時間の短縮**
Shortening business hours

■お客様の安全のためにも、事前の来店予約・マスク着用・入店時の消毒のご協力をお願いしております。
For the safety of our customers, we ask for your cooperation in advance reservations, wearing masks, and disinfecting when entering the store.

■WEBによるオンライン旅行相談を、一部の商品で実施しております。
Online travel consultation via the WEB is available for some products.

■衛生基準
パッケージツアーで利用する宿泊施設、観光施設、交通機関は各国の政府機関(それに準ずる機関)が定める感染症予防対策を施した施設または各施設で独自で設けた基準に基づく感染症予防対策を実施している施設を推奨しています。
Hygiene standards
For our package tours, all recommended lodging facilities, sightseeing facilities, and public transportation systems are implementing infection prevention measures as defined by the government agencies of each country (or equivalent to these measures) or based on their own proprietary standards for infection prevention.



イメージ (image) イメージ (image)

国内バスツアーでの感染対策 Infection control on domestic bus tours

HISの取り組み HIS Initiatives

- ① バス車内の消毒 Disinfection inside the bus
- ② 乗務員・添乗員の健康管理 Health management of crew and tour conductor
- ③ マスク着用 Wearing a mask
- ④ 車内換気 Ventilation inside the car

新鮮な空気を取り入れ、5分程で車内の空気を入れ替えることができる「外気導入モード」にて運行しております。
We operate our vehicles in "outside air intake mode," which allows us to bring in fresh air and change the air inside the vehicle every five minutes.

※受付時、37.5度以上の発熱や感染を疑われる症状のあるお客様は乗車をご遠慮いただき、旅行代金を返金いたします。(該当者のみ)
*Passengers with a fever of 37.5 degrees Celsius or higher or symptoms of suspected infection will not be allowed to board the bus and the tour fee will be refunded. (Only applicable passengers)
※ツアー開始後に37.5度以上の発熱や感染を疑われる症状のあるお客様はその時点でツアーを離脱していただきます。(旅行代金返金なし、帰路の交通費各自負担)
*If you have a fever of 37.5 degrees Celsius or higher or symptoms of suspected infection after the tour starts, you will be asked to leave the tour (the tour fee will not be refunded and you will be responsible for your own transportation back home).

お客様へのお願い Request to customers

- ① 検温と健康確認の実施 Implementation of body temperature measurement and health confirmation
- ② 手指の消毒とマスク着用のごお願い Request for disinfection of hands/fingers and wearing a mask
- ③ バス車内での飲食の禁止 Prohibition of eating and drinking on the bus
- ④ 座席移動のお断り Refusal to move seats
- ⑤ ゴミ持ち帰りへのご協力 Cooperation for taking out trash

新サービスの創出

デジタル化を促進し、さらなる利便性・サービスの向上を目指します。

Creation of new services
We will promote digitalization and aim to further improve convenience and services.

DX (デジタルトランスフォーメーション) Digital transformation

HISにおけるDX (デジタルトランスフォーメーション)

Digital transformation at HIS

HISでは、2020年2月に「本社DX推進本部」を発足させました。当社におけるデジタルトランスフォーメーションとは、旅行ビジネスで培ったノウハウや財産をデータ化し、デジタル技術を活用して「新サービスの創出・ビジネスモデルの変革」、「新しい価値とより良い体験を提供し続ける」ことです。併せて、デジタル人材の育成、組織変革も行うグループ全体でビジネスの仕組み、プロセスの変革を推進していきます。

In February 2020, HIS launched the "Head Office Digital Transformation Promotion Headquarters." For our company, digital transformation refers to data conversion of the knowledge we have acquired through our travel business, creation of new services and innovation of business models, and continually providing new value and improved experiences. We are also training digital personnel, carrying out organization reforms, and promoting innovation in group-wide business mechanisms and processes.



イメージ (image)

Pick Up

接客DX (デジタルトランスフォーメーション) の導入 Introduction of customer service digital transformation

接客DXは、LINEなどのチャットサービスをEC領域に活用するチャットコマース(対話型コマース)と、リアルの接客を融合したサービスです。従来のチャット機能に有人対応をシームレスに対応させることで、チャットでの会話で得られたデータを基に、パーソナライズ化したコンテンツを配信し、より深くコミュニケーションを図ることが可能になりました。

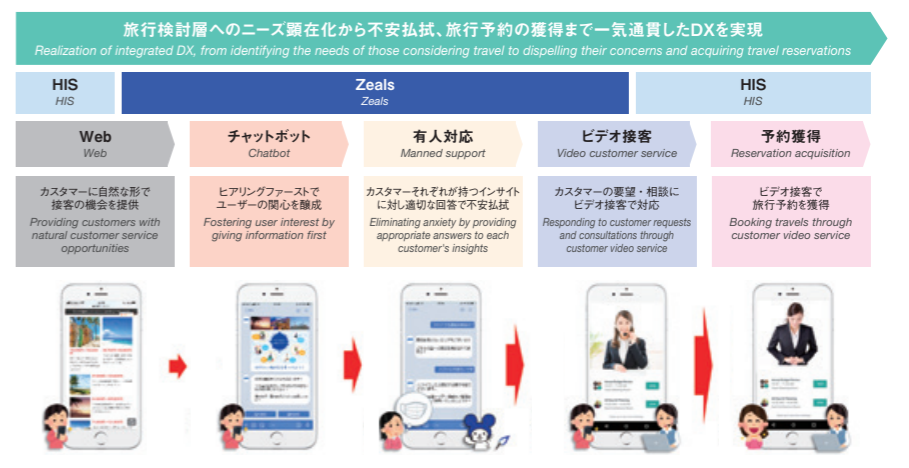
We are also carrying out digital transformation of customer service through chat commerce in the e-commerce field utilizing chat services such as LINE, providing customer service in real-time. Traditionally, chat functionality requires human operators, and by converting this to a seamless system, we are distributing personalized content based on the data from chat conversations in an attempt to achieve more nuanced communications.

- ① チャットボットによるヒアリングファーストの接客
- ② 深い相談解決、不安払拭を担う有人チャット
- ③ 効率的なコミュニケーションをとるビデオ接客

(1) Customer service starting with interviews through chat robots (2) Human-driven chats for nuanced problem solving for inquiries and elimination of anxiety (3) Video services for efficient communications

これにより、スマートフォンを通じたリアルタイムでの接客が可能となり、足を運ばずとも実店舗のような一対一の接客体験をデジタル空間で再現することが可能となりました。

By combining the three approaches above, real-time customer service through smartphones is now possible, recreating the experience of one-on-one support in a digital space without the need to visit an actual store location.



私たちの世界は、ワクワクと感動でできている。

Our world create by full of excitements

体験したことのない新しい世界に飛び込む、旅。
 どんな人々と出会うのか、どんなできごとが待っているのか。
 旅ならではのワクワク感と旅先でしか出会えない感動を何よりも大切に、心に残る本当の旅をお届けします。



The journey that jumps into a new world you have never experienced before. What kinds of people will you meet? What kind of experiences awaiting for you? We emphasize the excitement of travel and the deep emotions only travel bring truly unforgettable experience.

イメージ(image)

新たなスタイル
価値の創造

安心・安全な旅行を提供し、
地域の魅力・旅の楽しさを発信していきます。

Creation of new style value

We will provide safe and secure travel and convey the charm and enjoyment of travel in the region.

未来旅行
プロジェクト

安心・安全な新しい旅のスタイルを考え、
今まで以上のおもてなしを提案します。

Future travel project

We are providing better hospitality than ever before with consideration for a new traveling style that ensure safety and peace of mind.

> 国内旅行 Domestic travel

「旅で日本に元気を。」 “Energizing Japan through Travel”

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けた観光産業にHISが率先して元気を伝える企画として、「旅で日本に元気を。」と題し、各地域を支援できる特典付きの商品を展開しています。

HISでは、3密対策を積極的に実施している宿泊施設を推奨し、観光施設、交通機関、レンタカー会社等への3密対策および衛生管理の徹底を要請しております。引き続き、地域の魅力・旅の楽しさを発信し、お客様に安心・安全な旅・コロナ時代の観光スタイルを提案し、地域経済の回復に努めるとともに、ご旅行を楽しんでいただけるよう取り組んでまいります。

HIS is taking a leading role in reinvigorating the tourism industry, which has been heavily impacted by the COVID-19 pandemic, through a project titled “energizing Japan through travel.” This project is developing beneficial products to support each region. At HIS, we recommend lodging facilities where thorough countermeasures are in place for avoiding social distance, and our recommendations for other facilities such as sightseeing spots, public transportation, and rental car companies are also required to meet strict standards for these infection countermeasures and general hygiene and sanitation. We will continue to share the appeal of different areas and the fun of travel our customers, proposing a new style of tourism for the COVID-19 era which ensure safety and peace of mind for our customers. In addition to striving for recovery of local economies, we are also carrying out initiatives for enjoyable trips.



イメージ(image)



国内ダイナミックパッケージサイト(イメージ)
Website : Domestic dynamic package.(image)

国内ダイナミックパッケージの展開 Developing a dynamic lineup of domestic travel packages

パッケージツアーの変動運賃制への移行に合わせ、いち早く対応サイトを展開。飛行機・ホテル・オプションツアーなどを組み合わせ、オンライン予約を充実させていきます。

We were one of the first to offer a dedicated site accommodating the shift to variable rates for package tours. We offer packages that combine airfare, hotel accommodations, and optional tours, and provide online booking.

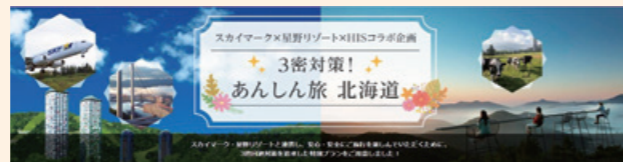
Pick Up

3密対策を追求した北海道特別ツアー Hokkaido special tour pursuing avoidance of social distance.

イメージ(image)

安心・安全に旅行を楽しんでいただけるよう、航空会社、宿泊施設と連携した特別ツアー「3密対策!あんしん旅 北海道」を発売。3人掛けの航空シートを2名様でご利用いただき、「衛生管理」と「3密回避」を徹底したホテルライフをご提供。また、HIS専用カウンターをレンタカー営業所内に設置し、混雑回避を図りました。

To ensure our customers to enjoy travel with safety and peace of mind, we have launched sales of a special tour in cooperation with airlines and lodging facilities. This tour is called “Avoiding Infection Risks! Safe Travel to Hokkaido.” This tour has features such as using 3-seat rows on airplanes for just 2 passengers and providing a hotel experience with thorough hygiene and sanitation measures in combination with avoidance of social distance. In addition, we have set up dedicated counters for HIS customer use at rental car companies with the goal of enabling our customers to avoid crowding.



Pick Up

ハワイ渡航再開に向けた取り組み Efforts to resume travel to Hawaii

海外へ行きづらい状況においてもよりハワイを身近に感じいただけるよう、VRを使った【おうちで「360度ハワイ」体験!Feel Hawaii @Home】を実施いたしました。また、2020年11月より、日本からの渡航者受け入れを開始したことを受け、よりハワイを安心してご旅行いただけるよう、HISハワイ支店が24時間日本語でサポートいたします。

We implemented a VR experience so people can feel closer to Hawaii in times when it's difficult to travel overseas. This project is called “360-Degree Hawaii at Home Experience! Feel Hawaii @ Home.” In addition, starting from November 2020 when visitors from Japan were allowed once again, the HIS Hawaii branch is providing Japanese-language support 24 hours a day to ensure visitors can enjoy their trip with peace of mind.



イメージ(image)

> 海外旅行 Overseas travel

Social Travel

Social Travel



イメージ(image)

安心・安全に旅行を楽しんでいただくため感染症予防対策を追求したツアーです。他グループ様との接触を減らすため、同一グループだけの送迎車をご用意。また、出発の8日前までキャンセル料金を無料にするなど、新しい海外旅行のカタチをご提案します。

This tour pursues strict infection prevention measures to ensure customers can enjoy traveling in safety with peace of mind. To avoid contact with other groups, the tour uses the same car for transporting the group to and from the tour locations. This tour also includes new features such as cancellation free of charge up to 8 days before departure, proposing a new style for overseas travel.

LIVING TRAVEL

LIVING TRAVEL



イメージ(image)

「LIVING TRAVEL」とは、海外で暮らすように旅をしながら、リフレッシュ効果を図りつつリモートワークをする、「ワーケーション」の需要促進につながる旅です。Wi-Fi、キッチン等を完備した長期滞在向けホテルを選出し、現地スタッフが24時間日本語でサポートいたします。

“Living Travel” refers to overseas trips similar to living in foreign countries, providing a refreshing effect in combination with remote work opportunities. This trip format was designed to promote demand for “workcation” travel. We select long-term stay hotels with Wi-Fi service, kitchens for guest use, and local staff who provide Japanese-language support 24 hours a day.

HISあんしんサポート HIS safety support



イメージ(image)

より安心してご旅行を楽しんでいただくため、人気渡航先である「ハワイ」、「グアム」より、旅行中の感染症の発症、急な病気やケガなどに対する「治療・救済費用」を補償する「HISあんしんサポート」プラン付きの海外ツアーを展開しています。

To make sure customers can enjoy their trips with greater peace of mind, we are also developing overseas tour packages which include our “HIS Peace of Mind Support,” an insurance plan which provides coverage for treatment and emergency care related to infectious diseases, sudden illnesses, and injuries in popular travel destinations such as Hawaii and Guam.

課題を見つけ、解決策を探す。 皆さまの成長に伴走します。

ツーリズムで培ったノウハウを活かし、
企業・個人を成長させる解決策をご提供します。
お客様のグローバル事業を発展させるための、
よきパートナーを目指します。

Identifying issues and finding solutions
Working in tandem with the growth of corporate clients

We draw on our expertise from the tourism sector to provide solutions timed to the growth of corporate and individual ventures. We aim to be the best partner to developing clients' global business.

ニューノーマルに対応した HISのソリューション。

新型コロナウイルスの影響により、
「新しい働き方」が企業様の課題となる今、
HIS がお手伝いできる新しい時代のニーズに合った
サービスを提供いたします。

HIS Solution Business for "New Normal"

Now that many companies are facing the issue of "the new working style" due to the influence of Covid-19, HIS will provide the services that meet the needs for the new era.

法人事業 Corporate business

既存事業 Existing business

海外出張
Overseas Business trips

出張経費をより安価に。出張手配をよりスムーズに。出張管理をより効率的に。出張をより快適で安全に。貴社に最も適した運用をご提案します。

Helping you reduce your business trip expenses, prepare business trips arrangement more smoothly, and manage business trips more effectively, HIS offers the best operation method for you.

社員旅行
Company trips

旅行会社として培ったノウハウを活かした社員旅行はもちろん、運動会・チームビルディング旅行によって組織の一体感を醸成します。

Drawing on our expertise as a travel agency, we can craft corporate retreats and trips, as well as programs like sporting events and team-building travel to boost morale and create a sense of unity.

視察旅行
Observational tours

海外の最新技術や市場動向などの視察や、国際会議・見本市・学会などへの参加をサポートします。

HIS supports you to inspecting the latest overseas technologies and market trends, and to participate in international conferences, trade fairs, and academic meetings.

会議
Meetings

HISが持つスピーディな情報提供とサポート体制を活かした、MICE(会議・報奨旅行・学会・展示会など)プランはオリジナリティがあり、組織のビジョンを共有し、モチベーションと組織力のアップに貢献します。

HIS is uniquely poised to offer useful information with alacrity. This lets us assist you with planning original MICE content (meetings, incentives, conferencing, and exhibitions) and better share your corporate vision to boost morale within your organization.

地方創生
Regional revitalization business

従来の旅行業務のノウハウと国内外ネットワークを最大限活用し、旅行のみならず、商品の開発、企画、販売、ブランディング等を支援することで、地域への誘客・交流人口の増加に取り組みます。

Making the most of knowledge of travel business and global network, we work to increase the number of people who attract and interact with the local community by supporting not only travel business but also product development, planning, sales and branding.

インセンティブ旅行
Incentive tours

成績優秀者への表彰式や情報交換会・懇親会などを企画・実施します。旅行を円滑に実施できるように、出発までの事務局運営、集散交通などの対応から帰国までトータルプロデュースします。

Planning and hosting incentive travel including such as a party or an awards ceremony for high achievers. From setting a field office before the trip to taking care of participants till return day, we can handle your trip totally.

エンターテインメント
Entertainment tours

コンサートツアーやファンミーティングをプロデュースします。事務局運営・企画制作まで行い、ファン拡大や顧客満足へとつなげます。

We produce concert tours and fan meetups. Not only planning and hosting it, but we handle operations and help drive more fans and engagement/satisfaction.

スポーツ・イベント
Sports/Event Business

観戦・体験ツアー販売やスポーツ団体手配を軸に、スポーツチームや選手・団体とともにコンテンツを作り、スポーツ大会運営や事務局運営・CSRなど新しい価値提案をいたします。

We design new value propositions such as operating sports tournaments and CSR activities, by making contents with sports teams, athletes or organizations, not to mention offering sports spectating/experiential tours and arranging tours for sports organizations.

教育旅行
Educational trips

日本とはまったく異なる言語・習慣・文化に触れられる海外での経験は、視野を広げるだけでなく今後の人生の大きな財産に。専任スタッフが企画立案から実施までトータルコーディネートします。

Having formative experiences overseas, where the language, customs, and culture can differ, not only expands one's outlook, but can be a vital resource to draw on in the future, both in one's career and personal life. We have a roster of personnel dedicated to planning and implementing educational travel in a comprehensive fashion.

福利厚生
Robust welfare/benefits

従業員特典・内定者割引・永年勤続特典といった、「その企業だけ」のベネフィットは企業への帰属意識をより高いものへと変化させます。

Offering company-exclusive benefits like employee perks, discounts for new hires, and premiums for long years of service helps encourage a sense of belonging to the firm.

SDGs
Supporting SDGs

サステナブルな社会を創ることは今を生きる我々の責任。地球環境保全活動・被災地支援・絶滅危惧種保護など旅で企業価値、組織力を高めるソリューションをご提供します。

Creating a sustainable society is a key goal for all people in today's day and age. We offer solutions to improve your corporate value and organizational strength through many kinds of travels such as environmental preservation activities, restoration projects, activities on wildlife conservation.

法人事業 Corporate business

新規事業 New Business

商社
Trading Business



In order to expand the products that exist in all the places of Japan overseas, we partner closely with local producers and bring their products and content to the world through our unique network of overseas points of sale. As a general trading firm, HIS has created a coherent team and organization that allows for marketing, sales, market development, and retail to operate in a vertically integrated approach. We partner with producers and manufacturers, importers, distributors, wholesalers, and retailers to strategically export to global markets. This helps to make production regions more globally competitive and creating a positive feedback loop that enables producers to develop more and better merchandise.

HISの人と場所を活用したビジネスプラットフォーム
Business Platform that utilizes people and places of HIS

日本の各地域に存在する商材を海外展開させるために、地域の生産者の方々に寄り添い、HISの海外ネットワークに乗せて、世界各国・地域へお届けします。HISではマーケティング、営業および市場開拓、販売までを一気通貫でできる組織を作り上げ、産地・生産者、輸入業者、流通業者、卸売業者、小売業者と連携しながら、戦略的に世界市場への輸出販売を目指します。そうすることで、日本の生産者様がより多くのものを作っていく活力を与えられるような存在を目指してまいります。

オンライン体験
Online Experience



オンライン体験を企業様に合わせてカスタマイズ
Customizing the Online Experience for each client

HISではリアルでのコミュニケーションに代わるものとして、オンラインを利用した団体旅行・セミナー・視察などをご提案しています。オンライン体験ツアーを企業様向けにアレンジし企業様だけのコンテンツをご提供いたします。社内コミュニケーションの活性化や出張経費削減などにもご活用ください。

HIS proposes group trip, seminar and inspection by using the online system instead of "the real communication". We will arrange the online experience tour and provide the only content for each client. You could also utilize this content for revitalizing internal communication and reducing travel expenses.

危機管理
Risk Management



企業にとって一番大切な社員の皆さまの安全をサポート
HIS will support the safety of your employees who are the most important to the company.

日常においては新型コロナウイルスを含む感染症やケガによる入院に対応した保険を提供することによりES向上に貢献し、従業員ロイヤリティを高めます。海外出張時には安全配慮義務を満たす危機管理を実現し、緊急時には危険地帯からの脱出を無料でサポートするサービスを提供いたします。

We will contribute to improve ES and increase the engagement of employees by providing the insurance for the infectious diseases including Covid-19 and the hospitalization due to the injury in daily life. Also, we will realize the corporate risk management that meets the obligation of security while business trip, and provide the free service to support escape from the danger area in case of emergency.

ニューノーマル旅行
"New Normal" Travel



コロナ禍における火急の事態にも対応できるノウハウと情報そして現地支店の安心感

HIS has the expertise, information and the security of overseas branches which can handle the emergency situation in Covid-19 related confusion.

海外へ赴任される予定の方、またご家族のお呼び寄せなどに必要な、隔離措置で滞在するホテルのパッケージプランや、PCR検査や消毒サービスなど、HISへお任せください。国別に新型コロナウイルス対策海外出張プランをご用意いたします。

HIS provides the hotel package plan for quarantine for people who will move overseas or call your family and also PCR testing and disinfection service. We will provide the new Covid-19 counter measures business trip plan for each country.

訪日旅行事業 Inbound Travel business

おもてなしの心を 世界中の人々へ届けたい。

We would like to deliver "The Heart of Japanese Hospitality" to the people all over the world.

訪日旅行の
ソリューション

次の10年を見据えた新しい訪日旅行の形をご提案。
日本各地の活性化に寄与し、訪日旅行で日本を元気にします。

Inbound Travel Solutions

Looking ahead to the next 10 years, We will suggest the new traveling styles to Japan. We will contribute to the revitalization of various parts of Japan and energize Japan by the traveling of foreigners to Japan.

訪日コンサルティング事業

Inbound Travel Consulting Business

多数在籍する海外勤務経験のあるスタッフと海外支店ネットワークが連携し、海外でのプロモーションから日本での受け入れまで旅行会社だからできる具体的な提案を行っています。



イメージ (image)

We have many staff who have the experience of working overseas, and we have many branches in the world which can cooperate together as a big network. Using these networks we can make the specific proposals such as sales promotion from overseas, receiving the various customers.

商材流通システム開発

Product Distribution System Development



イメージ (image)

訪日商材を世界中のお客様に届けるために、各国の旅行会社と接続をもつさまざまな商材流通システムの開発・導入を進めています。

To deliver the inbound products to the customers all over the world, we are developing the various product distribution systems that have connections with travel agencies in each country.

訪日オンライン体験ツアー

Online experience travel to Japan

日本が大好きな多くの海外のお客様のために、日本の旬をオンラインでお届けします。日本縦断する紅葉ツアーや各地の名産を生産者と共に紹介するツアーなど、バーチャルならではの企画も多数ご用意しております。

イメージ (image)



For many overseas customers who love Japan, we are making the newest and hottest special virtual tours to introduce Japan. We have a lot of virtual projects such as a tour of autumn leaves through Japan, or the tour introducing the local specialties with the local producers.

訪日人材育成支援

Inbound Human Resource Development Support



イメージ (image)

今後増加する外国人訪日観光客へのおもてなし向上と労働力不足解消のために観光グローバル人材の育成や観光施設へのインターン派遣等、訪日旅行業界での外国人人材活用の推進をサポートします。

In order to improve the hospitality to the increasing tourists visiting Japan and solve the problems of labor shortages, we are supporting the promotion of utilization of foreign human resources in the inbound travel industry, such as the training of global tourism human resources and the dispatching internships to the tourist facilities and so on.

Tourist Information Center (TIC) 東京・原宿 (Tokyo Harajuku)

観光案内および訪日オプション商品の販売・Wi-Fiレンタル・SIM販売・手荷物預かりなど、多岐にわたり訪日されるお客様へのサービスを行っています。

We are serving the various supports to the guest from abroad such as offering the sightseeing information, selling the optional tours, Wi-Fi rental, sales of SIM card, luggage storage and so on.



イメージ (image)

Pick Up

海外拠点の取り組み Initiatives of overseas branches

地域ごとのニーズに合わせた事業展開、新しい需要・トレンドの創出に取り組み続けます。

We keep developing our business depending on regions, creating new demands and trends.

タイでの展開 Business development in Thailand



イメージ (image)

学研教室のタイ国内のフランチャイズ展開、西松屋の子供服、ベビー服、アウトドアブランドLOGOS(ロコス)の輸入販売を開始しました。教育事業や商社ビジネスを通じて素晴らしい日本製品を紹介してまいります。

We have also launched franchise development of "Gakken training classrooms" in Thailand, and started importing and selling children's and babies' clothing made by Nishimatsuya as well as products of the outdoor brand LOGOS. Through our education and trading businesses, we will continue introducing superb Japanese products.

中国での展開 Business development in China

WeChat(微信)ミニプログラムにECモール「HIS日貨小舗」を開設し、日本産に特化した物販を行っています。日本商品を通じ二国間の相互理解の促進に貢献します。

We have opened an e-commerce mall called "HIS Japanese Goods Shop" on the WeChat mini-program, and we are selling goods specializing in Japanese products. We will contribute to the advancement of mutual understanding between Japan and China through these Japanese products.



イメージ (image)

イメージ (image)



メキシコでの展開 Business development in Mexico

マヤ族の刺繍文化継承と女性の経済的自立を支援する活動を行っており、その活動の一環としてオンラインショップ「Maya Mexico」にて女性たちが作る刺繍商品やメキシコの少数民族が作るサステナブル商品を販売しています。

We are carrying out activities to support both passing on Mayan embroidery culture to the next generation and economic independence for women. As part of these efforts, our "Maya Mexico" online shop sells embroidery products made by these women as well as sustainable products made by minority tribes in Mexico.

ドイツでの展開 Business development in Germany

日本とドイツの架け橋となるべく、ベルリンにて日本の食料店「HIS JAPAN FOOD&TRAVEL in BERLIN」をオープンしました。日本の「本場の本物」マークを取得した製品やこれまでベルリンで販売していなかった商品を各種ご用意しています。

We have opened a Japanese foodstuffs store called "HIS JAPAN FOOD&TRAVEL in BERLIN" in Berlin to serve as a connection between Japan and Germany. This store sells products with the "Hombano Hommono" (it means authentic genuine article) certification as well as various items which were previously unavailable in Berlin.



イメージ (image)



イメージ (image)

アメリカでの展開 Business development in USA

日本食を自宅で手軽に食べられるミールキットの通信販売サイト「Umami Kit」をオープンしました。自由に往来できない今だからこそ「食」を通して文化の交流をしたいと考えます。

We have also opened a meal kit online store site called "Umami Kit" which makes it easy to enjoy Japanese food at home. Now that the restrictions in place make it difficult for people to come and go freely, we hope to promote cultural exchange through food.



イメージ (image)

ハワイ・オセアニアでの展開 Business development in Hawaii and Oceania

日本で広く人気の、ハワイ限定品やオセアニアの自然由来製品などのアイテムを通じ現地をいつでも身近に感じていただきたいという思いから、オンラインストアをオープンしました。

Hawaii limited-edition products and naturally-derived goods from Oceania are popular across a broad range of areas and demographics in Japan. With the hope that these products will help people maintain a constant feeling of closeness with these areas, we opened an online store.

ハワイ「LeaLeaマーケット」 Hawaii "LeaLea market"
<https://www.lealeamarket.com/>

オセアニア「HIS Nature」 Oceania "HIS Nature"
<https://his-nature.com/>

各地から人々が集う。

Bringing people together from everywhere.



ハウステンボス HUIS TEN BOSCH

ここは花と光の感動リゾート。
152万㎡の敷地はテーマパークとして日本最大。
満たされる異国体験があなたを待っています。

This resort has a combination of flowers and light that's truly moving. The total area of this theme park is 1.52 million m², the largest in Japan. A fulfilling experience like visiting another country is waiting for you here.

■お客様に安心してお楽しみいただけるように新型コロナウイルス感染防止に取り組んでおります。

We are carrying out infection prevention initiatives to ensure customers can enjoy their stay with peace of mind.

ハウステンボス独自の取り組み Proprietary initiatives of Huis Ten Bosch



イメージ (image)

濃厚接触防止のためにお客様にはお食事中の会話の際は、ハンカチや紙ナフキンを口にあててお楽しみいただくようにご協力をお願いしております。

To prevent close contact, we request all guests hold a handkerchief or paper napkin to their mouths when enjoying conversation with other guests at meal times.



イメージ (image)

入り口にてエチケットティッシュを配布して接触感染防止に取り組んでおります。

Etiquette tissues are distributed at the entrance in an effort to prevent infection from direct contact.

イメージ (image)



Pick Up

場内各ホテル(ホテルヨーロッパ、ホテルアムステルダム、フォレストヴィラ、変なホテル)は、長崎市・雲仙市・佐世保市がチームで取り組む安心・安全のための認証制度「チームナガサキセーフティ」のガイドラインを実施し、認証を受けています。

At the hotels on the site (Hotel Europe, Hotel Amsterdam, Forest Villa, and Henn na Hotel), we are implementing the "Team Nagasaki Safety" guidelines developed as a cooperative project by the cities of Nagasaki, Unzen, and Sasebo, and have received a certification.



ラグーナテンボス

ラグーナテンボス LAGUNA TEN BOSCH

自然豊かな三河湾を望む複合型リゾート
さまざまなスタイルで
海をお楽しみいただけます。

At the complex type resort which enjoys nature rich Mikawa bay, you can enjoy the sea in various styles.



イメージ (image)

ラグーナテンボスでの感染症対策 Infection prevention countermeasures of Laguna Ten Bosch

- ・熱・風邪のような症状のある方のご来場はお控えいただいております。・Please refrain from visiting if you have symptoms such as fever or cold.
- ・マスク着用、手指の消毒のご協力をお願いしております。・Please wear masks and disinfect your fingers.
- ・スタッフも検温・手指消毒、マスク着用を徹底しております。・All staff perform temperature measurements, disinfect fingers and wear masks.

各地に笑顔が広がる。

Spreading smiles around the various place.

日本一広いテーマパーク ハウステンボスはモナコ公国と同じ広さの「街」です。ヨーロッパのような街並みと石畳、海へとつながる運河をはじめ、街と自然が調和した「美しい街」です。四季の花が咲き誇り、一年を通してイルミネーションが華やかな街の中で、目いっぱい遊ぶこともゆっくりと宿泊することもできます。

Japan's largest theme park, Huis Ten Bosch, is styled as a town, and it's the same size as the Principality of Monaco. Elements such as the picturesque European townscape, stone-paved roads, and the waterways leading out into the ocean create a truly beautiful town in harmony with its natural surroundings. Different seasonal flowers bloom, and a year-round illumination display keeps the town sparkling at night. There are plenty of fun activities to enjoy here, or you can just take it easy and enjoy a relaxing stay.



イメージ (image)

光のファンタジアシティ Fantasia City of Lights



「光のファンタジアシティ」(イメージ)
"Fantasia City of Lights"(image)

いよいよグランドオープン!

Finally grand open!

「NAKED, INC.」、「スクウェア・エニックス」をはじめ、トップレベルの技術を結集した最先端デジタルアトラクション施設が集まる新エリア、「光のファンタジアシティ」がいよいよ誕生します。思わず息をのむ美しさ。触れて、聴いて、香る喜び。誰も体験したことがない、デジタルとリアルが融合する圧倒的なイマージブ(没入)体験を、この街で。

A new area called "Fantasia City of Lights" will finally be unveiled, featuring cutting-edge digital attraction facilities that bring together top-level technologies from companies including NAKED INC. and Square Enix. Breathtaking beauty. The joy of touch, sound, and smell. Experience an overwhelmingly immersive fusion of digital and real, seen never before.

VRワールド

VR world

リニューアルオープン!

Renewal open!

人気施設「VRの館」が、よりリアル&スリリングな「VRワールド」としてリニューアルオープン!体感5Gの宇宙旅行を楽しめる「ウルトラ逆バンジー」と、常設施設としては西日本初の「激流ラフティング〜恐竜島の大冒険〜」の2つを体験いただけます。

The popular "House of VR" opened with the new, even more thrilling, now overhauled "VR world"! Visitors can enjoy the "Ultra Reverse Bungee," a 5G space travel experience, and the first permanent facility of its kind in western Japan, the "Rapids Rafting: The Great Adventure of Dinosaur Island".



「VRワールド」(イメージ)
"VR world"(image)

ラグナシア LAGUNASIA

夢いっぱいの海のテーマパーク A dream filled sea theme park

日本最大級ウェーブプール、アトラクション、花火、イルミネーションなど多彩なエンターテインメントを提供いたします。

Lagunasia offers a variety of entertainment including Japan's largest wave pool, attractions, fireworks and illumination.



©Benesse Corporation/しまじろう

変なホテル ラグーナテンボス

Henn na hotel Laguna Ten Bosch

ラグナシアに直結したロボットホテル
Robot hotel directly connected to Lagunasia

心地よさと機能性を追求した寝室で快適なホテルステイを提供いたします。

We offer a comfortable hotel stay in the bedroom pursuing comfort and functionality.



イメージ (image)

フェスティバルマーケット FESTIVAL MARKET

リゾート気分が満喫できるショッピングモール&レストラン

Shopping mall & restaurant where you can enjoy the resort feeling

海辺を舞台に、ファッション・グッズ、レストランなどが揃うショッピングスポットです。

Set in the seaside, it is a shopping spot with fashion, goods and restaurants.



イメージ (image)



変なホテル東京 浜松町
Henn na Hotel Tokyo Hamamatsucho

変なホテル Henn na Hotel



変わり続けることを約束するホテル

変わり続けることを約束するホテル
Henn na Hotel a commitment evolution

変なホテルのポリシーは「変わり続けることを約束するホテル」。世界初のロボットが働くホテルとしてギネス認定されました。先進技術やテクノロジー・ロボットを導入し、心地よい滞在だけでなくワクワクと感動をご提供するロボットホテルです。

The policy of Henn na Hotel is "a hotel that promises to always keep changing." This facility is certified by the Guinness Book of World Records as the first hotel with a working robot. Implementing cutting-edge robot technology, this robot hotel provides not only a comfortable stay but also an exciting and moving experience.

その日、その場所で
最上のひとときを
お届けするために。

Delivering the ultimate quality time anywhere, anytime.

ホテルで過ごす時間は、旅の大きな楽しみのひとつです。HISグループではホテル事業も積極的に展開。「繋がる」「快適」「先進的」「遊び心」「生産性」の5つをコアバリューに掲げ追求、生産性／効率性を掛け合わせ、お客様へよりリーズナブルに、より人生のスパイスとなるような楽しい体験を提供していきます。

Time spent at a hotel is one of the great pleasures of travel. The HIS Group is actively expanding and refining its hotel business. In pursuit of the 5 core values of "connection," "comfort," "advancement," "playfulness," and "productivity," we combine productivity with efficiency, providing more enjoyable experiences at more reasonable prices that spice up the lives of our customers.



変なホテル舞浜 東京ベイ
Henn na Hotel Maihama Tokyo Bay



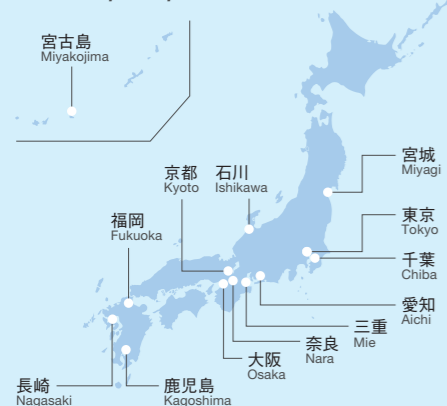
変なホテル東京 浅草田原町
コーナースイートルーム
Henn na Hotel Tokyo Asakusa Tawaramachi
Corner Suite Room



変なホテル東京 羽田
Henn na Hotel Tokyo Haneda

日本国内ホテルラインナップ

Hotel lineup in Japan



変なホテル

- 変なホテル舞浜 東京ベイ(千葉)
- 変なホテル東京 西葛西
- 変なホテル東京 銀座
- 変なホテル東京 浜松町
- 変なホテル東京 浅草橋
- 変なホテル東京 浅草田原町
- 変なホテル東京 赤坂
- 変なホテル東京 羽田
- 変なホテル大阪 心斎橋
- 変なホテル大阪 なんば
- 変なホテル 関西空港(大阪)
- 変なホテル京都 八条口駅前
- 変なホテル 奈良
- 変なホテル金沢 香林坊(石川)
- 変なホテル 小松駅前(石川)
- 変なホテル ラグーナテンボス(愛知)
- 変なホテル福岡 博多
- 変なホテル ハウステンボス(長崎)

Watermark

- ウォーターマークホテル 京都 Watermark Hotel Kyoto
- ウォーターマークホテル 長崎・ハウステンボス Watermark Hotel Nagasaki Huis Ten Bosch

- Henn na Hotel Maihama Tokyo Bay (Chiba)
- Henn na Hotel Tokyo Nishikasai
- Henn na Hotel Tokyo Ginza
- Henn na Hotel Tokyo Hamamatsucho
- Henn na Hotel Tokyo Asakusabashi
- Henn na Hotel Tokyo Asakusa Tawaramachi
- Henn na Hotel Tokyo Akasaka
- Henn na Hotel Tokyo Haneda
- Henn na Hotel Osaka Shinsaibashi
- Henn na Hotel Osaka Namba
- Henn na Hotel Kansai Airport (Osaka)
- Henn na Hotel Kyoto Hachijoguchi
- Henn na Hotel Nara
- Henn na Hotel Kanazawa Korinbo (Ishikawa)
- Henn na Hotel Komatsuekimae (Ishikawa)
- Henn na Hotel LAGUNA TEN BOSCH (Aichi)
- Henn na Hotel Fukuoka Hakata
- Henn na Hotel Huis Ten Bosch (Nagasaki)

2021年開業予定

- 変なホテル 仙台
- 国分町(宮城)
- VISION(三重)

2022年以降開業予定

- 名古屋(愛知)、鹿児島、宮古島

Schedule OPEN for 2021

- Henn na Hotel Sendai
- Kokubuncho (Miyagi)
- VISION (Mie)

Schedule OPEN after 2022

- Nagoya (Aichi), Kagoshima, Miyakojima

ウォーターマークホテル Watermark Hotel



ウォーターマークホテル 京都
Watermark Hotel Kyoto

1996年にオーストラリアで開業以来、国際級ホテルとして世界中の皆さまに愛され、現在は長崎ハウステンボスとインドネシア・バリ島、また2020年9月には京都の五条にも新規開業いたしました。

Since its establishment in Australia in 1996, it has been loved by everyone around the world as an international hotel, and now it is developing to Nagasaki Huis Ten Bosch, Bali island of Indonesia. And in September 2020, it was newly opened in Gojo, Kyoto.

グアムリーフホテル GUAM REEF HOTEL

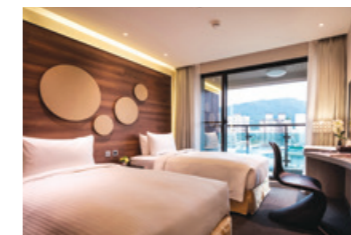


グアムリーフホテル
Guam Reef Hotel

グアムの中心地、タモン地区に位置し、癒しに満ちた極上の時間をお過ごしいただけるリゾートホテルです。白い砂浜とエメラルドグリーン的大海がすぐ目の前に広がり、南国情緒あふれる充実のリゾートステイをお約束します。

Located in the heart of Guam, Tumon area, it is a resort hotel where you can enjoy a healing and exquisite time. The white sand beach and the sea of the emerald green promptly spread right in front of you, promising a fulfilling resort stay full of tropical emotions.

グリーンワールドホテル Green World Hotels



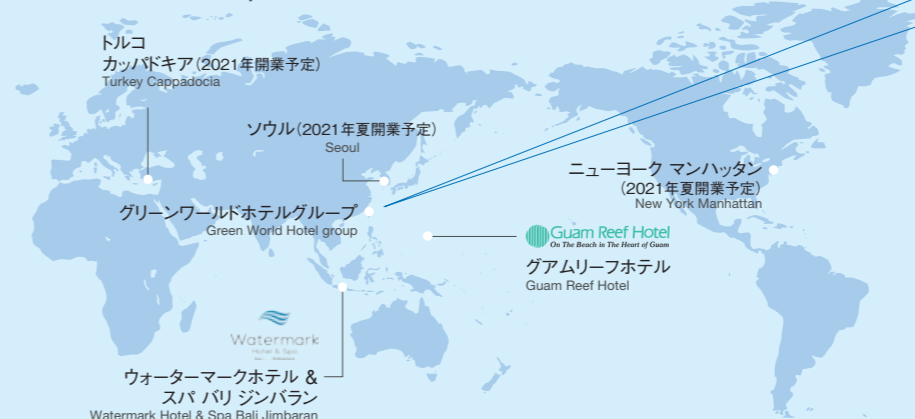
グリーンワールド 松山
Green World SongShan

台北市内に14軒のホテルを有する、台湾最大級のホテルチェーンです。全ホテル日本語に完全対応し、「日本のお客様にご満足いただけるサービスクオリティ」をモットーとし、忘れられない台湾旅行をプロデュースいたします。

It is Taiwan's big hotel chain with 14 hotels in Taipei. Completely responding to all hotels in Japanese, we will produce an unforgettable trip to Taiwan, with the motto "service quality you can satisfy our customers in Japan."

海外ホテルラインナップ

Overseas hotel lineup



- グリーンワールド 台北駅 Green World Taipei Station
- グリーンワールド グランド 南京 Green World Grand NanJing
- グリーンワールド 忠孝 Green World ZhongXiao
- グリーンワールド 建北 Green World JianPei
- グリーンワールド 南港 Green World NanGang
- グリーンワールド 松山 Green World SongShan
- グリーンワールド 中華 Green World ZhongHua
- グリーンワールド 舞衣中山 Green World Mai - ZhongShan
- グリーンワールド 舞衣南京 Green World Mai - NanJing
- グリーンワールド 花華分館 Green World Flora Branch
- グリーンワールド 山水閣 Green World Sansui
- グリーンワールド 林森 Green World Linsen
- グリーンワールド 新仕界 New World Hotel
- グリーンワールド トリプルベツ Green World Triple Beds

■HISホテルホールディングスではさまざまな感染症予防対策を実践しています
「変なホテル」は、ロボットや光のホログラムを活用した非対面チェックインを導入しておりますので、お客様とホテルスタッフの接触頻度・機会が極めて少ないホテルです。またHISホテルホールディングスで運営する国内外全ての施設において、感染症予防対策として、館内共用部のアルコール消毒の強化、フロントチェックインカウンターでのソーシャルディスタンスの確保、換気の励行、ホテルスタッフのマスク着用などを実施しております。新しい観光様式においても安全で快適な滞在のみならず、質の高いエンターテインメントの提供も目指してまいります。

We are implementing a variety of infection prevention countermeasures at HIS Hotel Holdings, and the Henn na Hotel uses a robot and light hologram technology to achieve check-in without any face to face contact. For this reason, guests at this hotel very rarely come into any contact with the hotel staff. In addition, all of the facilities operated by HIS Hotel Holdings both inside and outside of Japan are implementing infection countermeasures such as reinforced alcohol disinfection in shared areas within the hotels, social distancing in check-in counter areas, strict ventilation of all areas, and ensuring all hotel staff wear masks. For the new style of tourism as well, simply a safe and comfortable stay is not enough. Instead, we strive to provide high-quality entertainment.

九州に深く、世界に広く。 皆さまのニーズと期待におこたえます。

Acting deeply in Kyushu, wide in the world, meeting the needs and expectations of our customers.

> 九州産業交通ホールディングス株式会社 Kyushu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd.

企業理念 Corporate philosophy

顧客本位のサービスを提供することにより、
地域とともに繁栄し、社会の発展に貢献する。

Provide customer-oriented services, prosper with the region,
contribute to social development.

企業ビジョン Corporate vision

サービスをもって社会と顧客のニーズ・期待にこたえ、
持続的に発展する九州のリーディングカンパニーを目指します。

Respond to the needs and expectations of society and customers with services and
aim to become a leading company in Kyushu progressing continuously.

九州産交バス株式会社

Kyushu Sanko Bus Co., Ltd

バス回送時におけるLED方向幕の実施

Utilization of LED destination sign while deadheading the bus

新型コロナウイルスの感染拡大が進むなか、医療の最前線
でご尽力くださっている医療従事者の皆さまに感謝と敬意を
お伝えするために、熊本都市圏の路線バス車両190台の
LED方向幕にメッセージを表示し回送しています。

Under the circumstances of the new coronavirus spreading, words of encouragement are displayed on the LED destination sign of the 190 local busses in the
Kumamoto metropolitan area to express our gratitude and respect to the medical staff who are making efforts at the forefront of medical care.



【前面】
医療従事者のみなさまに感謝!
Thank you to all the healthcare professionals!



【コロナ対策】
(例)バス車内の消毒
ex. countermeasures against covid-19

熊本桜町再開発株式会社

Kumamoto Sakuramachi Redevelopment Co., Ltd

「桜町・花畑地区のまちづくり」2020年都市住宅学会・国土交通大臣賞受賞

Received the 2020 "Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award" of Association of Urban Housing Sciences / for "Urban Development
project in Sakuramachi / Hanabata District"

熊本桜町再開発(株)は花畑地区オープンスペース整備事業を進める熊本市と一体的に取り組んだ「桜町・花畑地区のまちづくり」において、
公益社団法人都市住宅学会が主催する「2020 都市住宅学会業績賞」の国土交通大臣賞を受賞しました。またIFLAアジア太平洋地域
が主催する「海外のランドスケープ(景観・造園空間)の賞」において「Culture & Traditions」部門の最優秀賞を受賞しました。

SAKURA MACHIは「まちづくり」、「防災・減災機能」、「ランドスケープ」に優れた施設であることが証明されました。



イメージ(image)



イメージ(image)

Received the "2020 Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award" of Association of Urban Housing Sciences for the project regarding the "Sakuramachi / Hanabata District Urban Development" that was integrated with Kumamoto City, which is promoting the Hanabata District Open Space Development Project. Moreover, we won the best prize of the "Culture & Traditions" category for "Overseas Landscape Awards" sponsored by the IFLA Asia-Pacific region. SAKURA MACHI has proved to be an excellent facility for "Urban development," "disaster prevention and mitigation functions," and "landscapes."

エネルギーをみんなに そしてクリーンに

Clean energy for everyone



イメージ(image)

> H.I.S.エネルギーホールディングス株式会社 H.I.S. Energy Holdings Co., Ltd.



エネルギーは世界が抱える重要な課題と機会のほとんどで中心的な位置を占めています。
持続可能な開発目標(SDGs)にある多くの課題はエネルギーをもって解決できる可能性が
あります。HISエネルギーホールディングスはSDGsの達成に貢献し、限りない人類を未来へ
つないでいくために事業を拡大していきます。

Energy is central to most of the world's important challenges and opportunities. Many challenges in
the Sustainable Development Goals (SDGs) can be solved with energy. H.I.S. Energy Holdings Co.,
Ltd. will contribute to the achievement of the SDGs and expand its business to connect endless
humanity to the future.

HTBエナジー株式会社

HTB ENERGY Co., Ltd.



HTBエナジーは、「いつでもどこでもだれでも」をコンセプトに、日本全国、お客様のライフスタイルに合わせたプランのご提供とサポート体制を充
実させ、皆さまの日々の生活を支えてまいります。人々の豊かな生活と、地球環境の調和を目指し、環境にやさしい新たなイノベーションと、未
来をワクワクさせるアイデアやサービスで、電力新時代をリードしていきます。

HTB ENERGY Co., Ltd. as the concept of "Anytime, Anywhere, Anybody" are supporting for daily life of people, providing a plan for every customer all
over Japan to suit lifestyle and carrying out reliable customer support. We are proposing to work for harmonize happy life and global environment. Also, we
lead new period of electricity as creating new innovation for eco-friendly, ideas and some service that can be excited for the future.

H.I.S. SUPER電力株式会社

H.I.S.SUPER Power Co., Ltd.



HIS SUPER電力は再生可能なエネルギーを利用して発電・電力供給を行う発電事業者です。化石燃料から再生可能エネルギーへの転換
を進め、化石燃料資源の枯渇と地球温暖化の問題について取り組むことも視野に入れ、再生可能エネルギー発電事業に取り組みます。

H.I.S.SUPER Power Co., Ltd. is a power generation company that uses renewable energy to generate and supply electricity. We will promote the transition
from fossil fuels to renewable energy, and work on the renewable energy power generation business with a view to tackling the problems of fossil fuel
resource depletion and global warming.

Pick Up

「H.I.S.角田バイオマスパーク」[H.I.S.KAKUDA BIOMASS PARK]

宮城県角田市で操業中のバイオマス発電所です。ディーゼルエンジン発電機で発電し、さら
にその排熱を利用して蒸気タービンで発電を行うコンバインドサイクル発電所です。
私たちが目指す発電所は「地域と共に創る発電所」です。将来的にはこの熱を活用し、地域
の発展に貢献していきたいと考えています。

This is a biomass power plant operating in the city of Kakuda in Miyagi Prefecture. There is a diesel engine generation in operation, and the waste
heat is also used to operate a steam turbine for additional power generation at this combined cycle plant. With this power plant facility, we aim to
create a site together with the community. In the future, we are planning to apply this passion to contributing to regional development.



イメージ(image)

HISグループのCSR

HIS Group CSR

私たちHISグループは、「自然の摂理にのっとり、人類の創造的発展と世界平和に寄与する」というグループ企業理念を掲げ、未来をより豊かにするために、世界が直面する課題の解決に向けた取り組みにチャレンジし、社会と共に持続的な成長を続けることを目指しています。

Seeking to achieve the HIS group of corporate philosophy of working in accordance with the principle of Nature and contributing to the creative development of humanity and world peace, we boldly take on new initiatives to solve pressing issues faced by today's society and make the world a better place. We are working with society to achieve sustainability.

5つの重要テーマとSDGs

5 core themes and SDGs

SDGs※で示された世界規模の社会課題を踏まえ、経営資源、ステークホルダーの皆様のご意見・ご期待と照らし、重点的に取り組むべきテーマを5つ掲げています。

We are serious about the issues of global importance outlined in the SDGs*. To that end, we have set a series of five issues of key interest vis-a-vis our resources and the feedback and expectations of stakeholders.



基本的CSR Core CSR approach

※SDGs (持続可能な開発目標)

2015年に国連で採択された貧困や不平等、気候変動等の社会課題や環境問題を解決し、2030年までに持続可能な世界を実現するための世界共通の目標。17の目標と169のターゲットに取り組むことで「地球上の誰一人として取り残さないこと」を目指しています。

*SDGs (Sustainable Development Goals) explained It is a shared global goal to achieve a sustainable society by 2030 and eliminate problems of poverty, inequality, and climate change adopted by the United Nations in September 2015. We are engaging in these 17 goals and 169 targets within them in order to leave no one behind.



CSRの考え方

取締役常務執行役員 CSR担当 織田 正幸
Masayuki Oda, Director/Managing Executive Officer

事業を通じて、世界平和に貢献することを目指すHISグループにとっては、事業活動そのものが社会的価値を生むCSRになること(つながること)を理想とし、2つのテーマを掲げ日々実践しています。中期に向けた重点として設定している2つのテーマは、「旅行マーケットの拡大」と「ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)の推進」です。

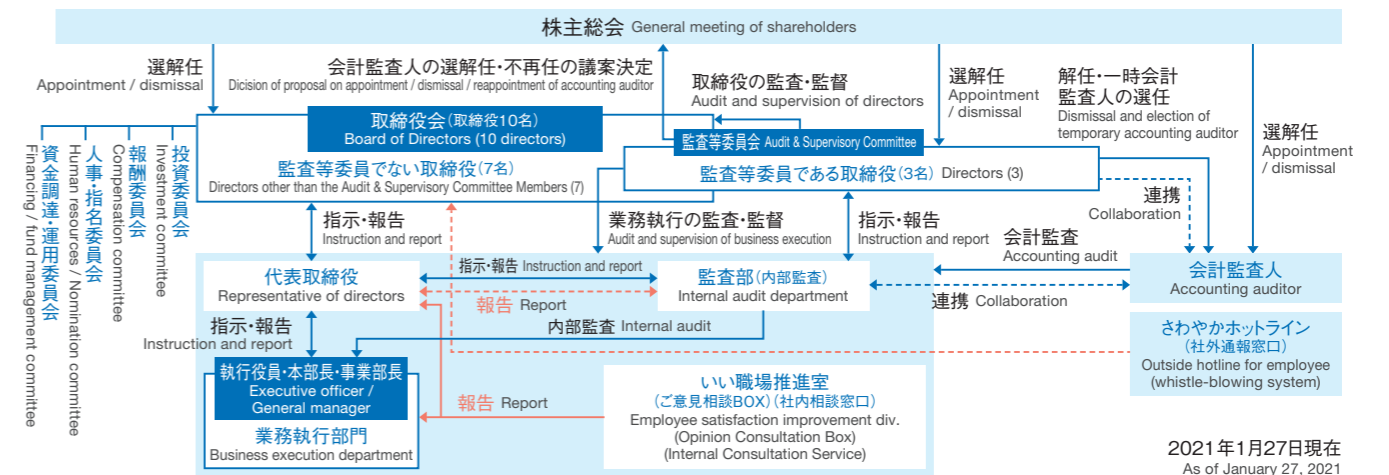
「旅行マーケットの拡大」は、基幹事業である旅行業においてはマーケットリーダーとして、国籍、人種、文化、宗教などを越えた相互理解を促進するために、世界の交流人口を増やし、旅行マーケットを活性化させることが、私たちに課せられた社会的役割であると考えています。

コロナ禍においても私たちの社会的役割を充足させるために、リアルな旅行の実施が難しい中、新規事業としてオンラインツアーへの取り組みを強化しております。オンラインにより環境変化に対応し、従来の目的通り特に若い世代の海外旅行経験を推進すること、また従来旅行に出ることが難しかった旅行弱者の方々にも、オンラインの特性を生かし今まで以上に気軽に旅行機会を得ていただくことによって業界全体に新機軸を打ち立てること、リアルな旅行が再開された際には、ご旅行者の事前体験の場として定着させ、マーケット全体の拡大に寄与してまいります。そして、オンラインツアーを体験された方が、リアルな旅行と同様に各地域で抱える社会的課題に触れる機会を創出できれば、その気づきから新たな行動が生まれる「きっかけ」を提供することとなり、その連鎖を広げることが、課題解決に向けた大きなエネルギーになると信じています。

また「D&Iの推進」においては、多様な価値観を許容できる組織だからこそ、さまざまなお客様のご要望にご満足いただけるサービスを提供できるのだと考え、まずは社内のD&Iとして、国籍や環境が異なる多様な社員が活躍できる職場を作ることを推進してまいります。

その上で、追求するのは、お客様、関係者の皆様、社員の「喜び」です。価値観を受容し、社員一人ひとりが自らの仕事にやりがいを見出し、誇りと自信をもって日々業務に取り組むHISグループの各社がさまざまな領域で発展することで、社会・地域に貢献しお客様に幸せを提供する。その基盤強化のためにも、D&Iの推進が非常に重要と位置付けています。これからも、HISグループはお客様、社員、取引先の皆様、地域・社会の皆様、私たちに関わる全ての皆様のために取り組みを続けてまいります。

コーポレート・ガバナンス体制 Corporate governance structure



HISグループでは、企業理念の下に、その社会的責任を果たすため、ステークホルダーの皆様から信頼される企業を目指し、コーポレート・ガバナンス体制の中にCSR推進活動を組み込んでいます。持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指して、コーポレート・ガバナンスについては一層の強化を図ってまいります。

CSR approach

The HIS Group defines as its raison d'être contributing to world peace through our business. We therefore feel that our work creating social value is instrumental to CSR, and we are hard at work every day to make this a reality. Two key areas of focus for the medium term are expansion of the travel market and the promotion of diversity and inclusion (D&I). Expansion of the travel market: seeking to act as a leader in the travel sector and promote mutual understanding that goes beyond nationality, ethnicity, culture, or creed, we want to foster more opportunities for people to engage with each other and in turn vitalize the travel market. We see this as one of our key social roles. Amidst the COVID-19 pandemic and the difficulties posed by real travel, we are seeking to fulfill our social responsibilities as purveyors of tourism experiences by ramping up our online tour offerings. By adapting to these changes through the use of online spaces, we are able to tailor our offerings to make travel more accessible, particularly to populations such as the infirm or those unable to travel. This allows us to usher in new winds of change to the industry and, when real-world travel eventually returns, contribute to a larger and renewed market in which people will want to draw on those online experiences to travel abroad. By creating opportunities for people who went on online tours to come face-to-face with the social issues faced in regions around the world, we enable them to take positive actions towards change, in turn creating a positive feedback loop and vital energy that will change the world for the better. We began by promoting D&I internally and creating a workplace in which personnel from all places can work together in harmony. This allows us to better create services that our diverse customer base can appreciate. What we seek to achieve is the mutual joy and satisfaction of our customers, stakeholders, and employees. We accept diverse values and develop work that is personally fulfilling for personnel -- work they can take pride in every day. By expanding our sphere of activity, we are giving back to society and local economies and making our customers happy and more prosperous. To that end, we consider D&I absolutely instrumental in creating a solid foundation for mutual collaboration that will enable us to succeed. Going forward, the HIS Group seeks to continue contributing to the happiness and success of all customers, personnel, clients, shareholders, and local communities with which we work.

The HIS group pursues a range of CSR initiatives as part of its corporate governance in order to act as a trusted ally of stakeholders and fulfill our social responsibility in accordance with our corporate philosophy. We continue to pursue better corporate governance so as to achieve sustainable growth and enhance our corporate value in the medium and long term.

会社概要 Company profile

2020年10月31日現在
As of October 31, 2020

名称	株式会社エイチ・アイ・エス (東証一部: 会社コード9603)	Name	H.I.S. Co., Ltd.
登録番号	観光庁長官登録旅行業第724号	Licensed No.	No.724 by Commissioner of Japan Tourism Agency
資本金	15,000百万円	Common stock	15,000 million Yen
設立	1980年12月19日	Established	December 19, 1980
本社	〒105-6905 東京都港区虎ノ門4-1-1 神谷町トラストタワー5階	Address	Kamiyacho Trust Tower 5F, 4-1-1 Toranomon, Minato-ku, Tokyo 105-6905, Japan
売上高	4,302億円	Net sales	430 billion Yen
従業員数	13,990名	Number of employees	13,990
加盟団体	日本旅行業協会(JATA) 国際航空運送協会(IATA)	Affiliations	Japan Association of Travel Agents International Air Transport Association, Japan
取引銀行	三井住友銀行 みずほ銀行 きらぼし銀行 その他	Bank references	Sumitomo Mitsui Banking Corporation Mizuho Bank, Ltd. Kiraboshi Bank, Ltd.
旅行事業	株式会社オリオンツアー H.I.S. INTERNATIONAL TOURS(NY)INC. 他141社	Tourism business	ORION TOUR Co., LTD H.I.S. INTERNATIONAL TOURS(NY)INC. (141)
テーマパーク事業	ハウステンボス株式会社 他12社	Theme Park	Huis Ten Bosch Co., Ltd (12)
ホテル事業	H.I.S.ホテルホールディングス株式会社 他16社	Hotels	H.I.S. Hotel Holdings Co., Ltd. (16)
九州産交グループ	九州産業交通ホールディングス株式会社 他18社	Kyusyu Industrial Transportation group	Kyusyu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd (18)
エネルギー事業	H.I.S.エネルギーホールディングス株式会社 他3社	Energy	H.I.S. Energy Holdings Co., Ltd. (3)
その他	エイチ・エス損害保険株式会社 他20社	Other	H.S. Insurance Co., Ltd (20)



編集方針

本レポートは、HISグループの経営及び企業活動全体をお伝えするため、経営の方向性や戦略、事業概況に加え、CSR活動などの非財務情報を総合的に取り入れて編集しています。尚、本レポート掲載の画像は全てイメージです。

Editorial policy

This report contains a comprehensive range of information covering management approaches and strategy, a survey of the business, and other non-fiduciary considerations like CSR activities, and serves to convey details on management of the HIS Group and its activities across the board. In addition, all pictures in this report are images.

見通しに関するご注意

本レポート中の将来の見通しについては、当社が現在入手可能な情報から、本レポートの作成時点において行った予測をもとに記載しているもので、一定のリスクや不確実性を内包しています。したがって、実際の業績が本レポートに記載された見通しや予測と大きく異なる可能性がある点をご承知おください。

Note on projections

Forecasts and outlooks included herein are based on information available at the time of writing and may include some risks and uncertainties. Note that, for that reason, the forecasts and outlooks listed in this report may differ markedly from actual outcomes.

2021年1月27日現在
As of January 27, 2021

取締役	代表取締役会長兼社長 社長執行役員 (CEO)	澤田 秀雄	Representative Director and Chairman and President (CEO)	Hideo Sawada
	取締役専務執行役員 (CDO)	中森 達也	Director/Senior Managing Executive Officer (CDO)	Tatsuya Nakamori
	取締役常務執行役員	織田 正幸	Director/Managing Executive Officer	Masayuki Oda
	取締役	矢田 素史	Director	Motoshi Yada
	取締役上席執行役員	山野 邊 淳	Director/Senior Executive Officer	Atsushi Yamanobe
	取締役上席執行役員	五味 睦	Director/Senior Executive Officer	Mutsumi Gomi
	取締役	澤田 秀太	Director	Hidetaka Sawada
	取締役・監査等委員 (独立社外取締役)	梅田 常和	Director Audit & Supervisory Committee Member	Tsunekazu Umeda
	取締役・監査等委員 (独立社外取締役)	鍋島 厚	Director Audit & Supervisory Committee Member	Atsushi Nabeshima
取締役・監査等委員 (常勤)	関田 園子	Director Audit & Supervisory Committee Member	Sonoko Sekita	
執行役員	執行役員	高野 清	Officer	Kiyoshi Takano
	執行役員	福島 研	Officer	Ken Fukushima
	執行役員	岩間 雄二	Officer	Yuji Iwama
	執行役員	波多野 英夫	Officer	Hideo Hatano
	執行役員	有田 浩三	Officer	Kozo Arita
	執行役員	片岡 由佳	Officer	Yuka Kataoka
	執行役員	赤尾 昇平	Officer	Shohei Akao
	執行役員	小田 孝之介	Officer	Konosuke Oda
	執行役員	飯田 憲史	Officer	Kenji Iida
	執行役員	日根 克巳	Officer	Katsumi Hine
	執行役員	花崎 理	Officer	Osamu Hanazaki
	執行役員	瀬川 活	Officer	Katsu Segawa
	執行役員	熊本 智久	Officer	Tomohisa Kumamoto
	執行役員 (CIO)	加堂 直行	Officer (CIO)	Naoyuki Kado

(注) 取締役 矢田素史は2021年4月1日付にて取締役上席執行役員 (CFO) に就任いたします。
Director Satoshi Yada will assume the position of Director/Senior Executive Officer (CFO) as of April 1, 2021.

ウェブサイトにおける情報提供

HISグループ公式サイト

<https://www.his.co.jp/>

Provision of information on the website

HIS Group Official Website

<https://www.his.co.jp/>

編集 Edit

株式会社エイチ・アイ・エス H.I.S. CO., LTD.							
福島 研	Ken Fukushima	三浦 達樹	Tatsuki Miura	八幡 正昭	Masaaki Yahata	池田 幹	Motoki Ikeda
大橋 裕直	Hironao Ohashi	星野 友和	Tomokazu Hoshino	児島 敬太郎	Keitaro Kojima	海津 誠之	Masayuki Umitsu
林 浩二	Koji Hayashi	山崎 祐介	Yusuke Yamazaki	猿渡 充	Mitsuru Sawatari	丹下 陽一郎	Yoichiro Tange
山本 晋子	Kuniko Yamamoto	河村 智子	Tomoko Kawamura	渋谷 澄子	Sumiko Shibuya	加藤 沙織里	Saori Kato
伊藤 桃子	Momoko Ito	大西 奈緒	Nao Onishi	江本 南	Minami Emoto	野田 恵	Megumi Noda
小幡 敬之	Takayuki Obata	佐藤 真梨	Mari Sato				
ハウステンボス株式会社 Huis Ten Bosch Co., Ltd.							
滝本 智美	Tomomi Takimoto						
株式会社ラグーナテンボス Laguna Ten Bosch Co., Ltd.							
倉田 恵太	Keita Kurata						
H.I.S.ホテルホールディングス株式会社 H.I.S. Hotel Holdings Co., LTD.							
松本 真実	Mami Matsumoto						
H.I.S. SUPER電力株式会社 H.I.S.SUPER Power Co., Ltd.							
影山 雄登	Yuto Kageyama						
九州産業交通ホールディングス株式会社 Kyushu Industrial Transportation Holdings Co., Ltd.							
鈴木 理智佳	Richika Suzuki						

発行日 2021年3月31日 Date of issue March 31, 2021