

HIS

2025年10月期 決算説明資料

**株式会社エイチ・アイ・エス
2025年 12月12日
東証プライム：9603**

目次

1. 2025年10月期 決算概要
2. 財務状況
3. 2026年10月期 業績予想
4. 2026年10月期 主な取り組み
5. 次期成長戦略のためのアクションプラン
6. 補足資料

2025年10月期 決算概要

連結業績サマリ

- 売上高ならびに営業利益は、**全てのセグメントにおいて増収増益**を達成。
- 業績予想の未達においては、**下半期における海外旅行ならびにグローバル領域の旅行事業における売上高の伸長の鈍化**が主たる要因。
- 当期純利益においては、トルコ法人による事業縮小に伴う事業整理 損失引当金 繰入額の計上、ならびに**ホテル事業における減損損失**の計上により収益を押し下げ。

(百万円)	FY24	FY25	YoY	前期差	主な前期差増減	業績予想	予想差
売上高	343,334	373,106	108.7%	29,772	旅行+25,166 ホテル+2,254	390,000	△ 16,894
売上総利益	110,617	117,974	106.7%	7,357			
販売費及び一般管理費	99,762	106,346	106.6%	6,583			
営業利益	10,854	11,627	107.1%	773	旅行+333、ホテル+570、	12,000	△ 373
EBITDA	22,202	23,210	-	1,008			
営業外収益	3,154	3,814	120.9%	659			
営業外費用	3,557	4,060	114.1%	503			
経常利益	10,451	11,381	108.9%	929		11,000	381
特別利益	1,101	649	59.0%	△ 451			
特別損失	3,026	4,963	164.0%	1,936			
税引前利益	8,526	7,067	82.9%	△ 1,458			
法人税等	△ 1,090	1,299	-	2,390			
非支配株主に帰属する	899	1,048	116.6%	149			
当期純利益							
親会社株主に帰属する							
当期純利益	8,717	4,719	54.1%	△ 3,997		6,500	△ 1,781
配当	-	20円				20円	-

連結P/L 四半期



(百万円)	FY24					FY25				
	1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
売上高	80,279	80,650	76,407	105,996	343,334	93,333	87,980	85,010	106,781	373,106
YoY	173.6%	142.1%	125.1%	120.3%	136.1%	116.3%	109.1%	111.3%	100.7%	108.7%
売上原価	53,698	53,989	51,637	73,391	232,716	62,494	59,670	58,528	74,438	255,131
売上総利益	26,580	26,661	24,769	32,605	110,617	30,839	28,310	26,482	32,342	117,974
YoY	177.0%	137.8%	119.9%	116.2%	133.1%	116.0%	106.2%	106.9%	99.2%	106.7%
販管費	23,347	24,365	25,097	26,952	99,762	25,629	26,798	26,938	26,980	106,346
YoY	123.7%	129.8%	117.5%	120.1%	122.5%	109.8%	110.0%	107.3%	100.1%	106.6%
営業利益	3,233	2,295	△327	5,652	10,854	5,209	1,511	△456	5,362	11,627
YoY	-	397.7%	-	100.7%	663.8%	161.1%	65.8%	-	94.9%	107.1%
営業利益率	4.0%	2.8%	-	5.3%	3.2%	5.6%	1.7%	-	5.0%	3.1%
EBITDA	6,033	5,072	2,524	8,571	22,202	7,944	4,387	2,316	8,562	23,210
営業外収益	604	1,234	436	879	3,154	1,043	1,333	392	1,045	3,814
営業外費用	682	845	739	1,290	3,557	982	1,233	771	1,073	4,060
経常利益	3,155	2,685	△630	5,241	10,451	5,270	1,611	△835	5,334	11,381
YoY	-	359.1%	-	97.0%	634.7%	167.0%	60.0%	-	101.8%	108.9%
当期純利益	2,373	1,275	△68	5,137	8,717	3,514	284	△2,016	2,936	4,719
YoY	-	-	-	154.4%	-	148.1%	22.3%	-	57.2%	54.1%

セグメント業績



(百万円)

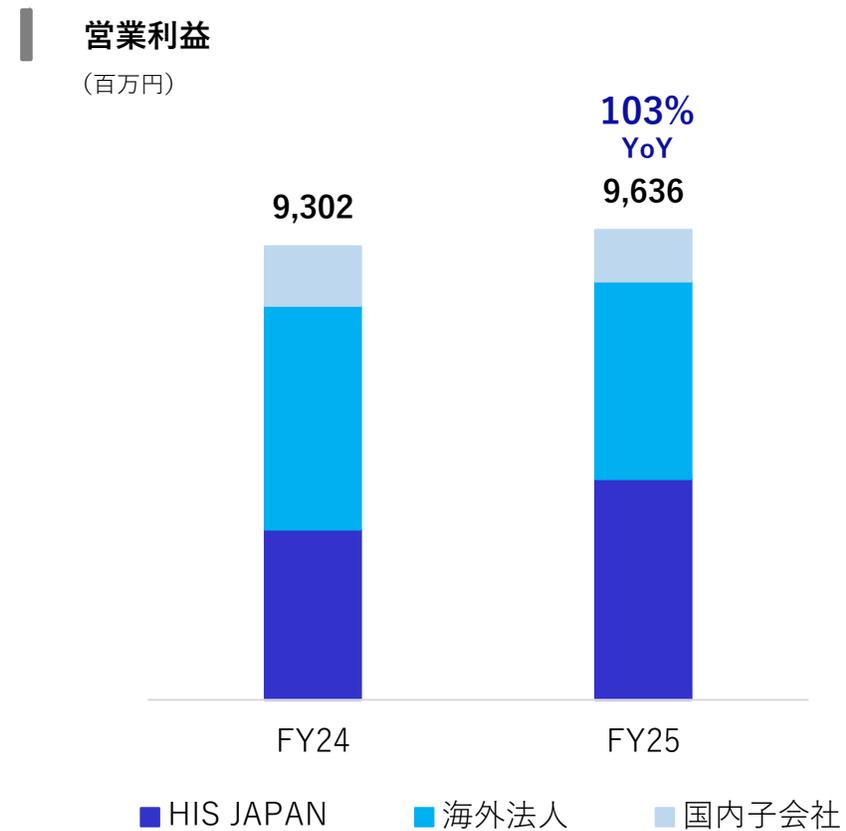
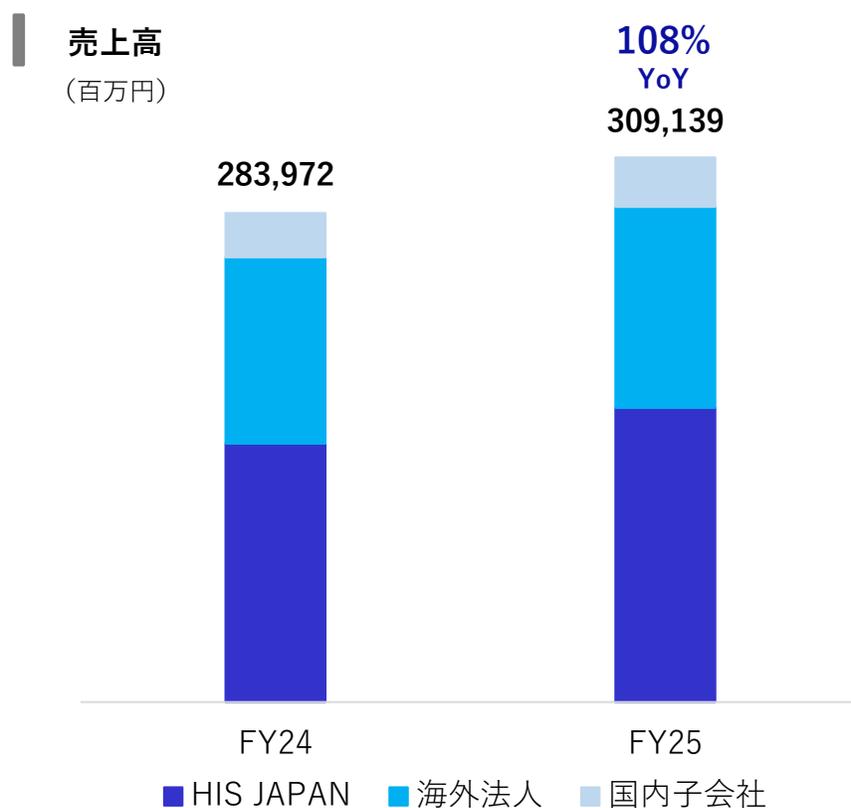
	FY24	FY25	YoY	前期差	業績予想差	
売上高	旅行事業	283,972	309,139	108.9%	25,166	△ 16,861
	ホテル事業	22,989	25,244	109.8%	2,254	△ 1,756
	九州産交グループ	23,985	25,381	105.8%	1,395	881
	その他	15,853	17,484	110.3%	1,630	1,484
	調整・消去等	△3,467	△ 4,143	-	△ 675	△ 643
	計	343,334	373,106	108.7%	29,772	△ 16,894
営業利益	旅行事業	9,302	9,636	103.6%	333	△ 364
	ホテル事業	3,047	3,618	118.7%	570	△ 232
	九州産交グループ	434	806	185.5%	371	266
	その他	219	504	230.4%	285	△ 196
	調整・消去等	△2,149	△ 2,938	-	△ 788	152
	計	10,854	11,627	107.1%	773	△ 373
EBITDA	旅行事業	13,476	13,743	102.0%	266	
	ホテル事業	7,119	7,817	109.8%	698	
	九州産交グループ	2,178	2,553	117.2%	375	
	その他	805	1,124	139.6%	318	
	調整・消去等	△1,377	△ 2,028	-	△ 650	
	計	22,202	23,210	104.5%	1,008	

セグメントP/L 四半期



(百万円)		FY24					FY25				
		1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
旅行	売上高	65,578	65,785	62,826	89,782	283,972	77,355	72,203	69,599	89,981	309,139
	YoY	189.3%	145.8%	127.8%	122.3%	140.3%	118.0%	109.8%	110.8%	100.2%	108.9%
	営業利益	2,373	2,341	△372	4,959	9,302	4,051	1,556	△875	4,904	9,636
	YoY	-	1132.7%	-	99.7%	811.8%	170.7%	66.5%	-	98.9%	103.6%
ホテル	売上高	5,811	5,657	5,717	5,803	22,989	6,532	5,872	6,429	6,409	25,244
	YoY	144.5%	134.6%	122.5%	115.1%	128.2%	112.4%	103.8%	112.5%	110.4%	109.8%
	営業利益	1,035	735	847	428	3,047	1,242	677	1,057	641	3,618
	YoY	-	765.1%	408.1%	134.0%	527.5%	120.0%	92.0%	124.8%	149.5%	118.7%
九州産交 グループ	売上高	6,002	5,954	5,964	6,063	23,985	6,539	6,124	6,237	6,480	25,381
	YoY	109.4%	113.4%	111.6%	108.4%	110.7%	108.9%	102.8%	104.6%	106.9%	105.8%
	営業利益	230	62	59	82	434	327	180	111	187	806
	YoY	702.9%	83.7%	-	1269.1%	749.6%	141.9%	289.6%	188.2%	226.5%	185.5%
その他	売上高	3,610	4,009	3,030	5,202	15,853	4,074	4,740	3,794	4,875	17,484
	YoY	148.0%	151.7%	126.3%	115.4%	132.2%	112.8%	118.2%	125.2%	93.7%	110.3%
	営業利益	119	△13	△190	304	219	212	7	△29	314	504
	YoY	-	-	-	43.1%	58.9%	177.9%	-	-	103.5%	230.4%

- 売上高は、日本発海外旅行の売上高が牽引し、添乗員付きツアーなど高付加価値な商材が好調に推移した結果、前期比108% 251億円増収で着地。
- 営業利益は、HIS JAPANが第4四半期の営業利益を押し上げ、増益に貢献。カナダやトルコの海外法人による減益があったものの前期比103%と増益で着地。



※本社経費調整前

HIS JAPAN 引き続きヨーロッパ方面・添乗員付きツアーが回復を牽引

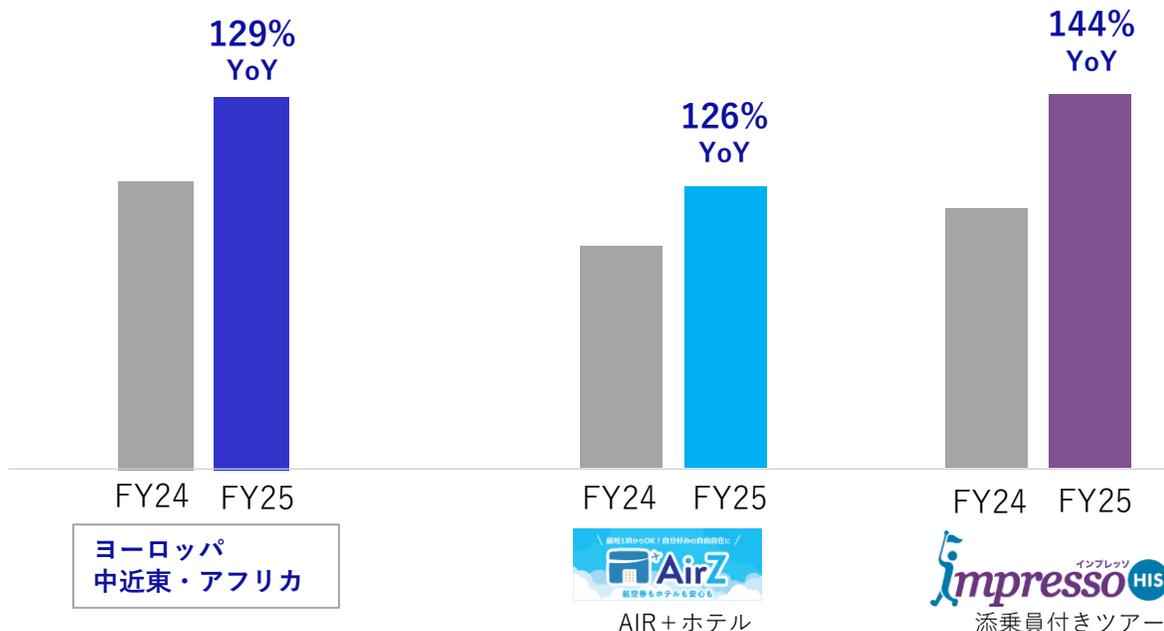
- ・円安ユーロ高にも関わらず、ヨーロッパ・中近東方面を中心としたツアーや航空券手配の売上高が好調
- ・市場を牽引するF1層を中心に航空券＋ホテルが堅調
- ・収益性の高いヨーロッパ・中近東方面の添乗員付きツアーが好調に推移

海外法人 ヨーロッパ法人とカナダ法人の明暗が分かれ前年割れ

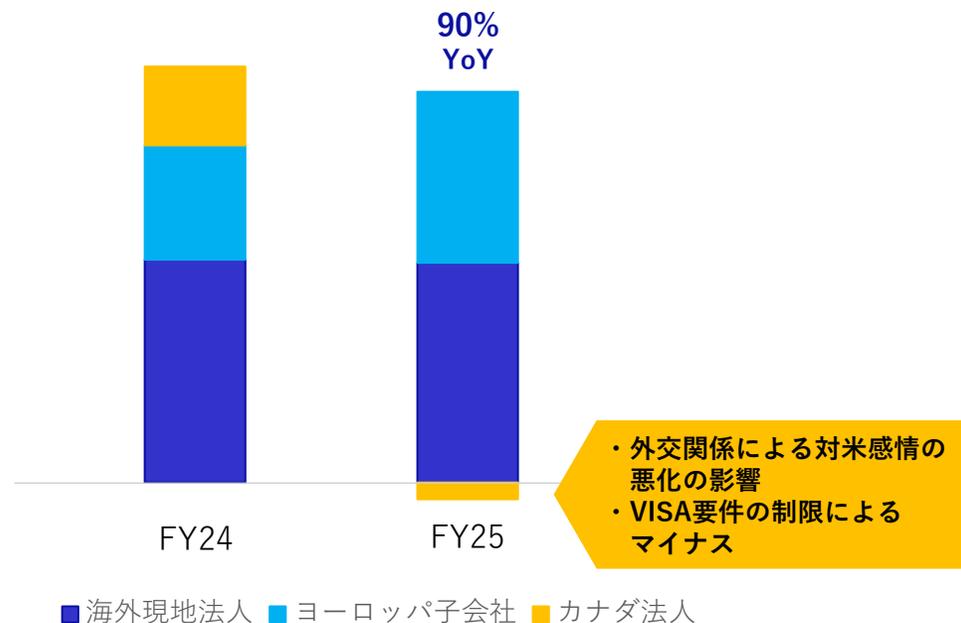
- ・インバウンド事業が夏の繁忙期（1Q）を捉えFY24からの好調を維持
- ・ヨーロッパは年間を通じて好調に推移。イタリア・スペインが牽引。
- ・アウトバウンド事業では、牽引するカナダが景気減速や国際行政の変化により営業損失に。またトルコ法人による事業縮小もマイナス要因に。

方面別（ヨーロッパ・中近東・アフリカ）
売上高（新会計基準）

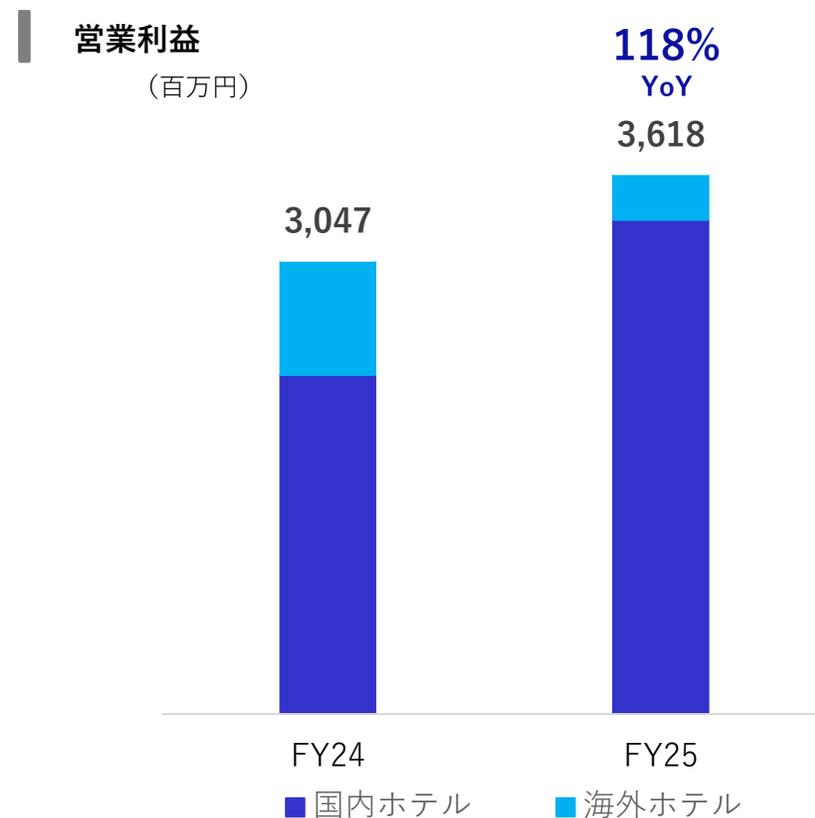
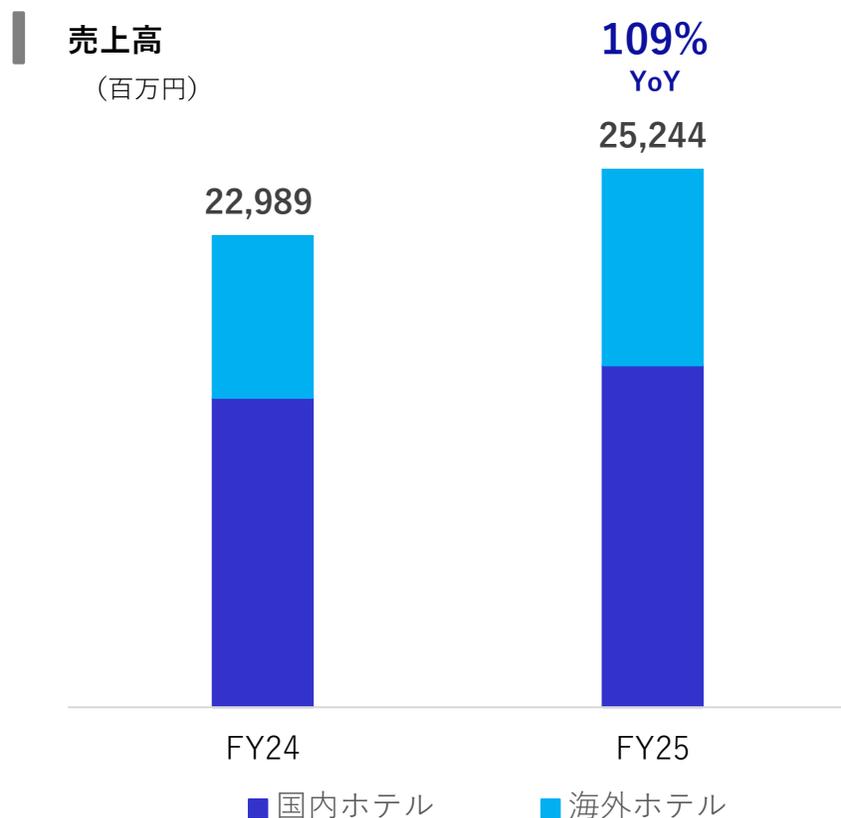
商材別
売上高（新会計基準）



海外法人 営業利益



- 国内ホテルは、訪日需要による高稼働に加え、マルチブランド戦略とコラボルーム展開が高単価に繋がり、過去最高の売上、営業利益を達成。
- 海外ホテルは、ソウル・ニューヨークは最高益を達成。売上・利益を牽引する台湾は好調であった前年から横ばいで推移。
トルコ・カッパドキアでは上半期は営業損失であったが下半期は黒字化を達成。グアムはレジャー需要の低迷が続き営業損失で着地。



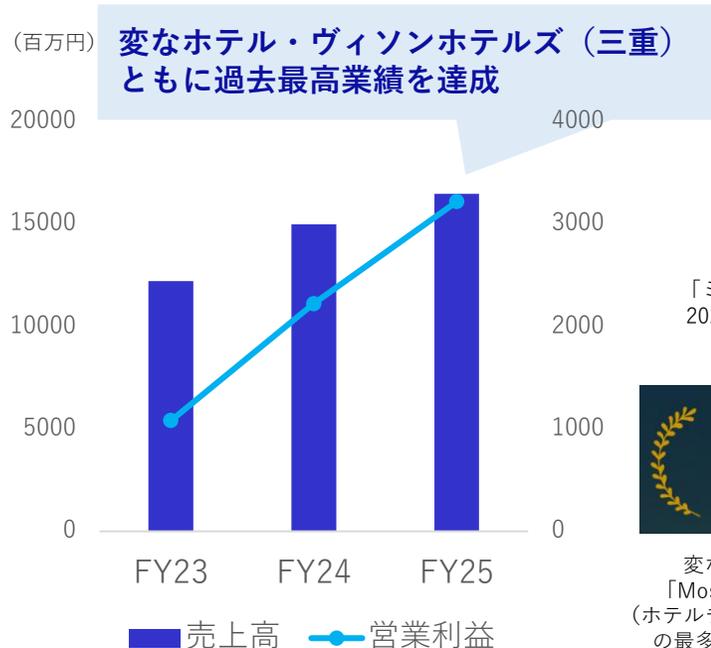
ホテル事業 主な増減益要因

国内ホテル

高稼働・高単価で過去最高業績を更新

- ・マルチブランド戦略の本格始動とコラボルームの展開で顧客体験価値を向上
 - ↳「変なホテルプレミア」全国7ホテルをリブランド
 - リゾートブランド「変なりゾート&スパ関西空港」、
 - ウォーターマークブランドでは沖縄県宮古島、久米島にて展開

国内ホテル 売上高・営業利益 3カ年推移



「ミャクミャクコラボルームプレミア」客室イメージ
2025大阪・関西万博公式ライセンス商品 ©Expo 2025



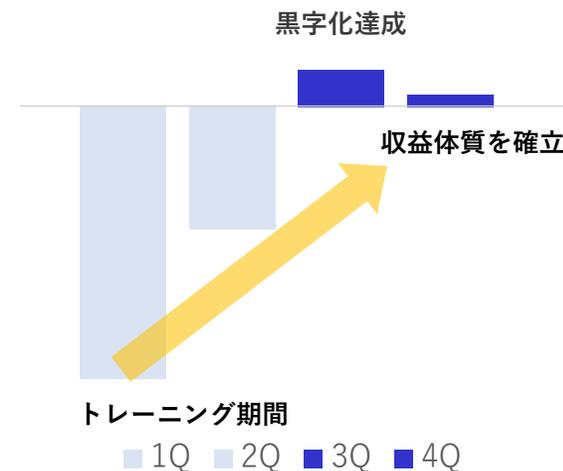
変なホテルは、『コラボルーム世界最多のホテル』、「Most brand-themed room sponsorships in a hotel chain (ホテルチェーンにおけるブランドコンセプトルーム・スポンサーの最多数)」として、ギネス世界記録™に認定されました。
(2025年9月19日(金)/コラボルーム44種類)

海外ホテル

成長の踊り場を越え上向きに転換

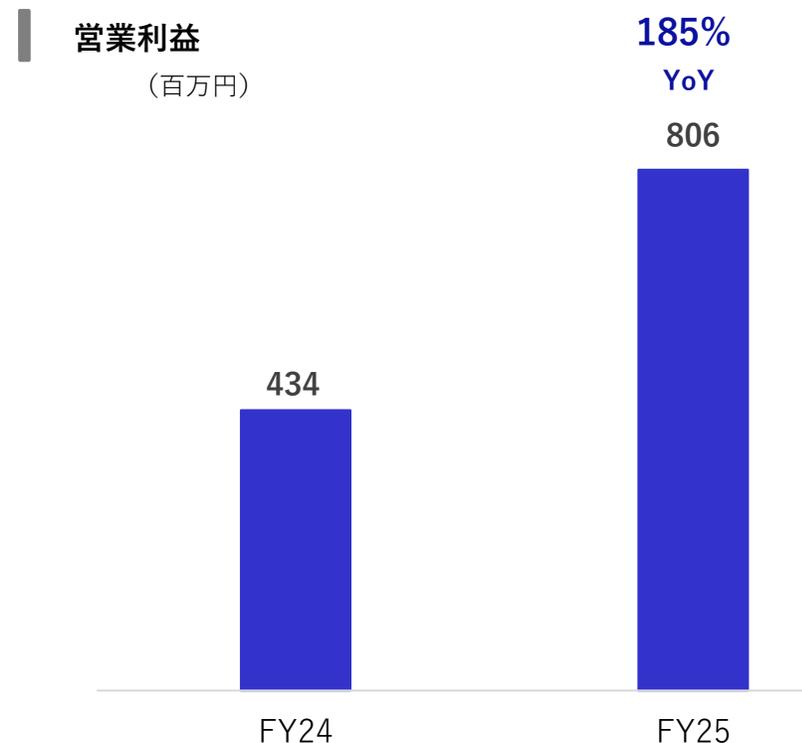
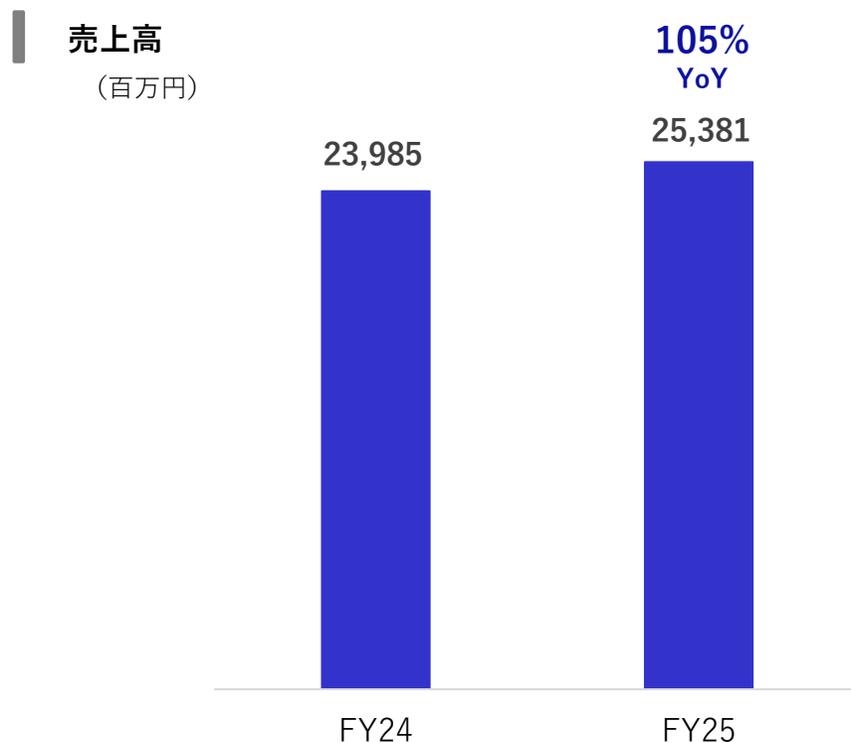
- ・ソウル、ニューヨークは過去最高の売上高、営業利益を達成
- ・2024年11月開業のトルコは下半期から黒字化に
- ・グアムは来島者数の減少で苦戦するものの、海外全体としては上向きに転換

トルコ・カッパドキア 営業利益 四半期推移



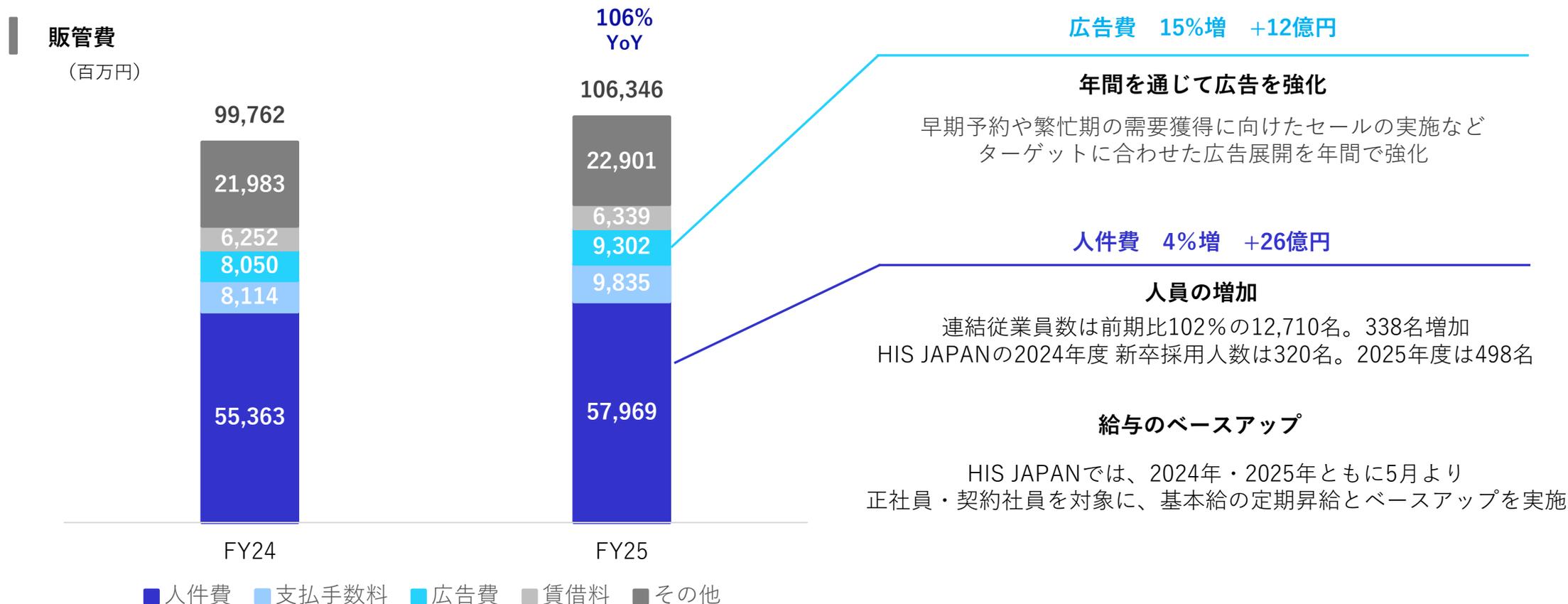
2024年11月開業
「カッパドキア マリオット ホテル」
外観イメージ

- 訪日外国人旅行者の増加に伴い、阿蘇くまもと空港乗降客数も国際線を中心に増加し、バス事業及び航空代理店事業が伸張し業績は顕著に推移。
- 不動産事業のサクラマチクマモトでは様々な企画イベントの開催が奏功し、来館者数は年間1,400万人超え。



販売費及び一般管理費

引き続き旅行需要の回復に伴い広告費や支払手数料が増加したほか、待遇面の改善などにより人件費が増加。



連結B/S 前期末比



(百万円)	FY24	FY25	増減
現金及び預金	138,145	113,392	△24,212
受取手形、売掛金 及び契約資産	25,413	27,581	2,168
営業未収入金	670	798	127
旅行前払金	10,942	12,610	1,668
その他	27,145	25,464	1,681
流動資産計	202,316	180,388	△21,928
有形固定資産	164,104	159,703	△4,401
無形固定資産	13,975	12,795	△1,179
のれん	1,956	1,655	△300
投資その他資産	29,789	31,739	1,949
固定資産計	209,825	205,893	△39,32
繰延資産計	58	49	△9
資産合計	412,200	386,330	△25,870

	FY24	FY25	増減
営業未払金	12,441	15,683	3,241
旅行前受金	36,851	43,193	6,342
社債・転換社債	30,000	5,000	△25,000
借入金	169,095	161,541	△7,554
その他	101,467	93,707	△7,760
負債計	349,857	319,125	△30,731
資本金	100	100	—
資本剰余金	27,645	28,372	726
利益剰余金	24,226	28,137	3,910
自己株式	△13,015	△12,981	33
その他の包括利益 累計額	13,011	11,921	△1,089
新株予約権	282	292	9
非支配株主持分	10,093	11,363	1,270
純資産計	62,343	67,205	4,861
負債・純資産合計	412,200	386,330	△25,870

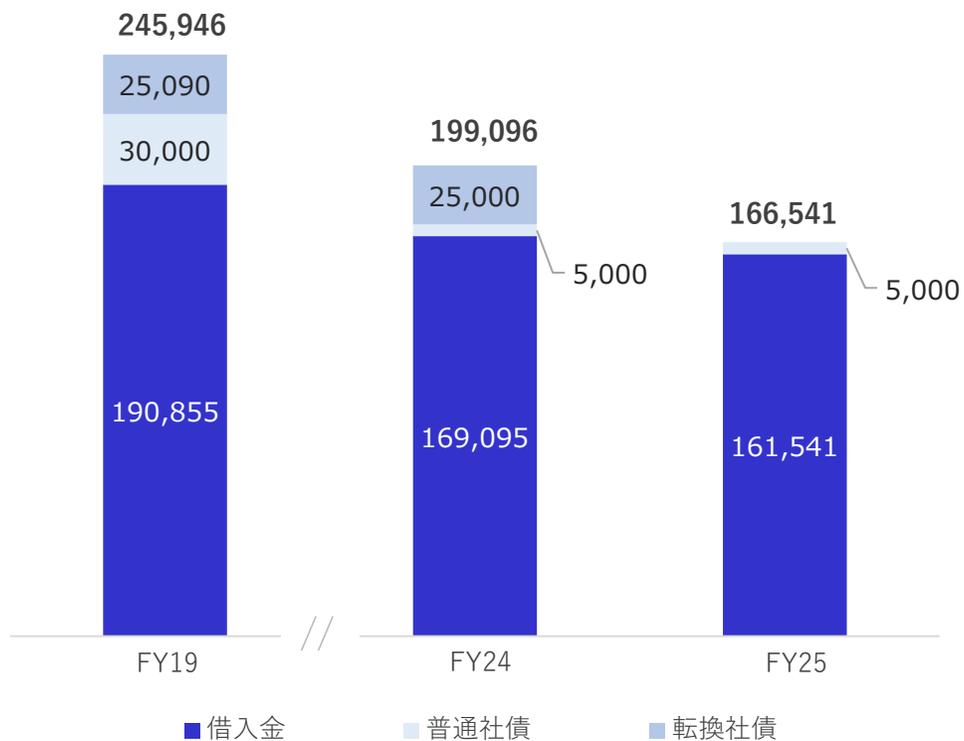
財務状況

有利子負債の償還

- ・ 2024年2月に普通社債150億円・2024年11月に転換社債250億円を償還。
- ・ 2025年10月末の有利子負債残高は1,266億円。
- ・ 2027年2月に普通社債償還予定。

有利子負債

(百万円)

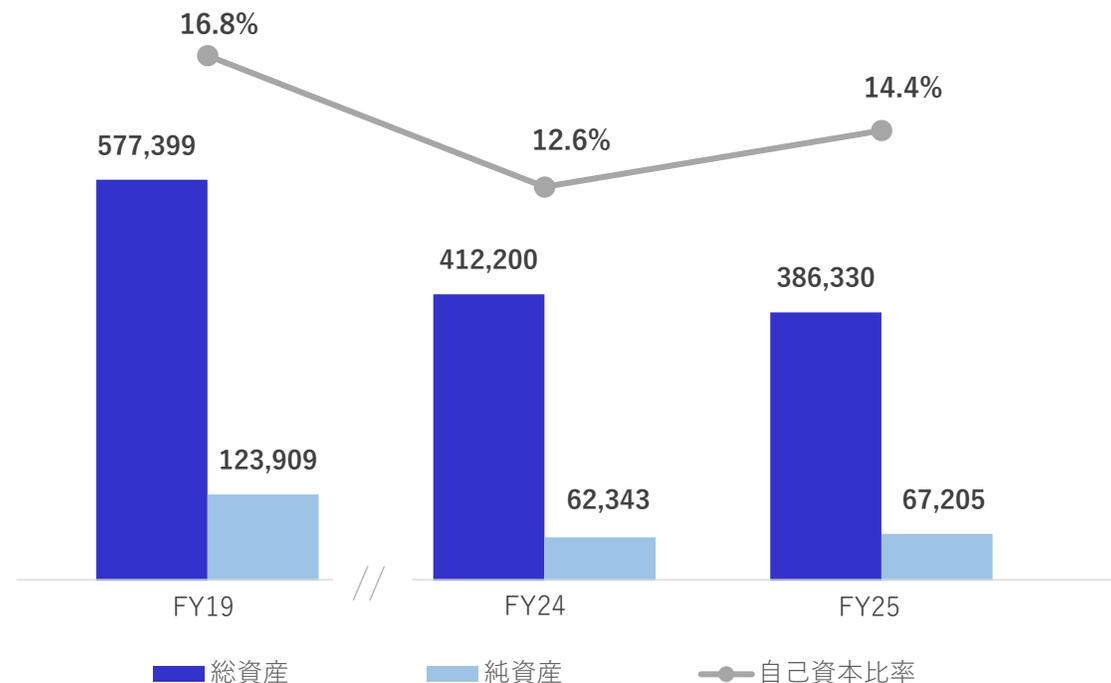


キャッシュポジション

- ・ 現金預金 (1,139億円) ←→ 有利子負債 (1,665億円)
- ・ 自己資本比率は、20%を当面のターゲットとする。

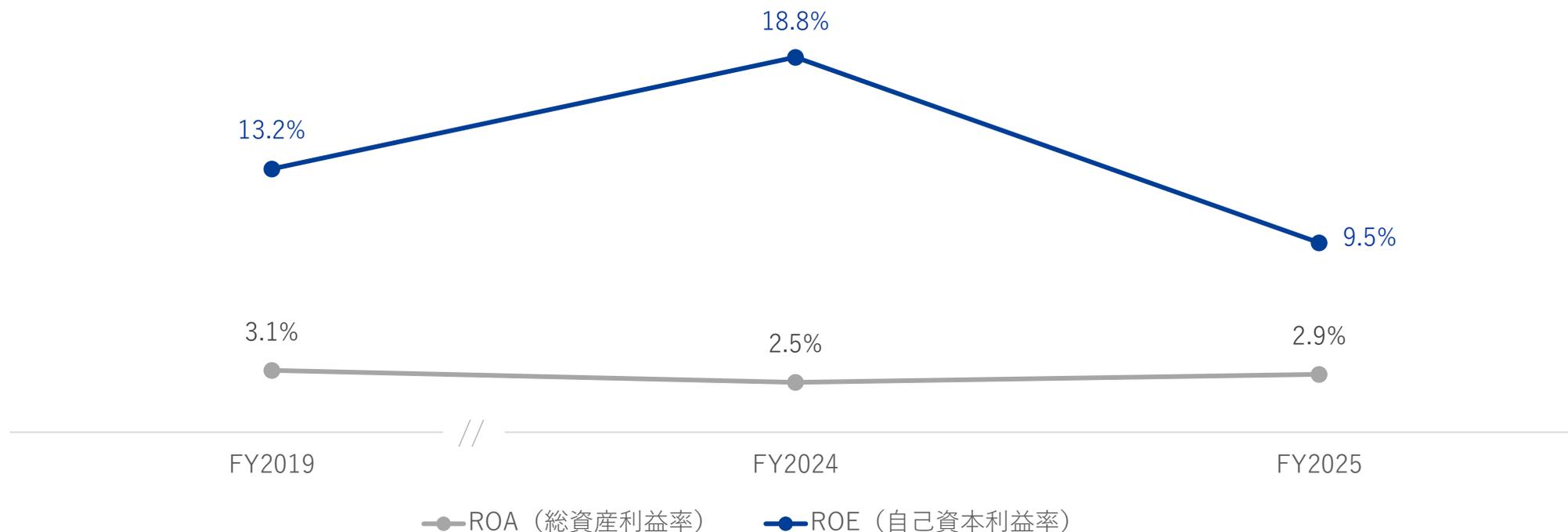
自己資本比率

(百万円)



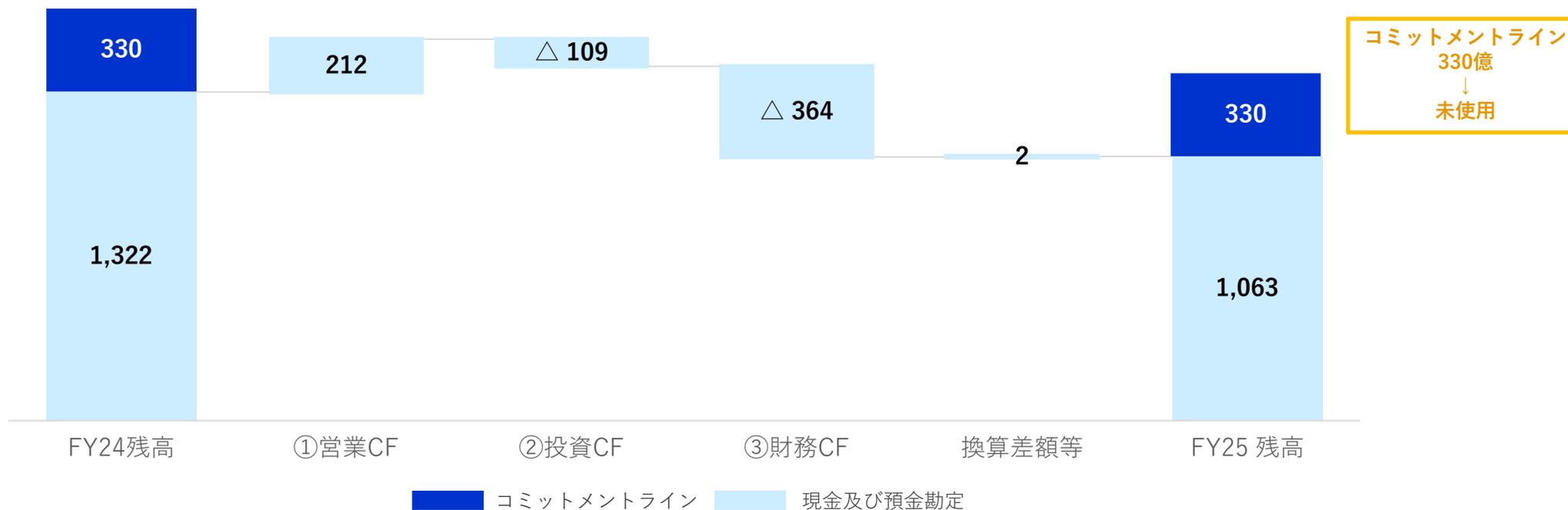
ROAとROE

- ・ コロナ禍からの本格的な回復により、FY2024はROEがFY2019を上回ったものの、FY2025は特別損失の計上により純利益は減少。
- ・ ROEは当面20%をターゲットとする。



手元流動性

(億円)



①営業CF		②投資CF		③財務CF	
税引前当期純利益	70	定期預金の払戻による収入	103	借入れによる収入	1,025
減価償却費	113	定期預金の預入による支出	△121	借入金の返済による支出	△1,101
旅行前受金の増加	64	固定資産の取得による支出	△71	社債償還による支出	△250
法人税等の支払	△22	差入保証金の差入による支出	△18		
利息の支払	△20				

2026年10月期 業績予想

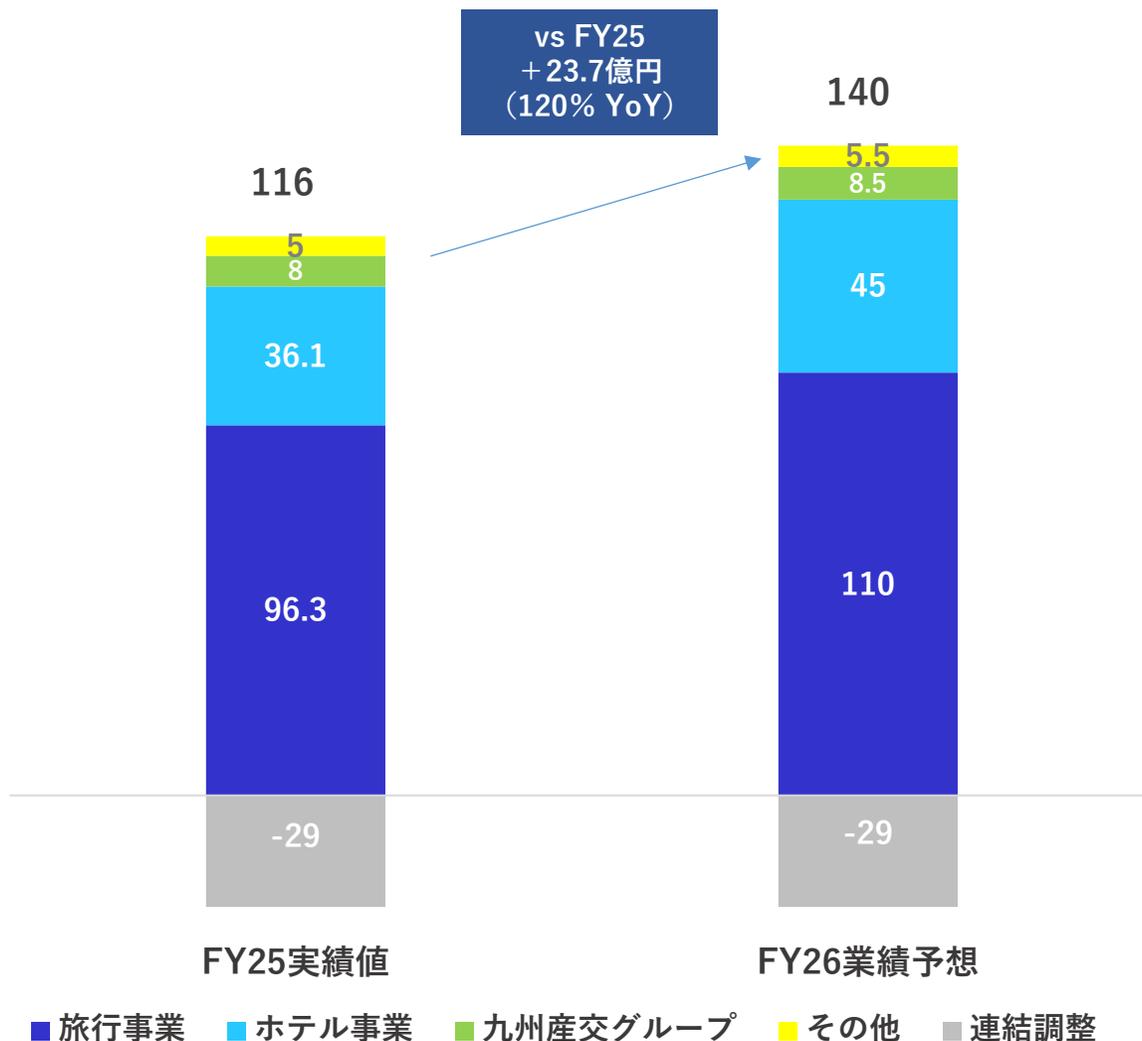
業績予想

■ 中期経営計画から修正をかけ売上高4,200億円、営業利益は140億円。

■ 配当については、期末一括配当 25円を予定。

(百万円)	FY25	FY26	YoY	前期差	FY25 1H	FY26 1H	YoY	前期差
売上高	373,106	420,000	112.6%	46,894	181,313	195,000	107.5%	13,687
旅行事業	309,139	354,000	114.5%	44,861	149,558	163,000	109.0%	13,442
ホテル事業	25,244	28,300	112.1%	3,056	12,405	14,100	113.7%	1,695
九州産交グループ	25,381	26,200	103.2%	819	12,663	13,000	102.7%	337
その他	17,484	15,500	88.0%	△1,984	8,814	7,000	79.4%	△1,814
調整・消去等	△4,143	△4,000	-	143	△2,128	△2,100	-	28
営業利益	11,627	14,000	120.4%	2,373	6,721	6,900	102.7%	179
旅行事業	9,636	11,000	114.2%	1,364	5,607	5,450	97.2%	△157
ホテル事業	3,618	4,500	124.4%	882	1,920	2,300	119.8%	380
九州産交グループ	806	850	105.4%	44	508	580	114.1%	72
その他	504	550	109.0%	46	219	220	100.1%	0
調整・消去等	△2,938	△2,900	-	38	△1,534	△1,650	-	△116
経常利益	11,381	14,000	123.0%	2,619	6,881	6,900	100.3%	19
親会社株主に帰属する当期純利益	4,719	9,000	190.7%	4,281	3,798	4,500	118.5%	702
配当	-	25円			-	0円		

2026年10月期 業績予想 セグメント別 営業利益



成長牽引セグメント

旅行事業 +13.6億円 (114% YoY)

- ✓ 日本人出国者数の着実な回復を見込む
- ✓ グローバルマーケットの受客ビジネスを加速
- ✓ 高付加価値の着地型コンテンツの開発

ホテル事業 +8.8億円 (125% YoY)

- ✓ 都市部を中心にレジャー需要の回復により高単価・高稼働を獲得
- ✓ 新規開業による収益増加
 - 国内に2軒開業
 - ・ 2025年12月 変なホテルエクスプレス大阪 なんば日本橋
 - ・ 2025年12月 変なホテルエクスプレス大阪 なんば日本橋アネックス
- ✓ トルコ・カッパドキアのホテルの収益体質の確保

人件費 +50億円 (108% YoY)

HIS JAPAN

2026年新卒採用 約400名を予定

賃上げなど給与改定を2025年5月より実施

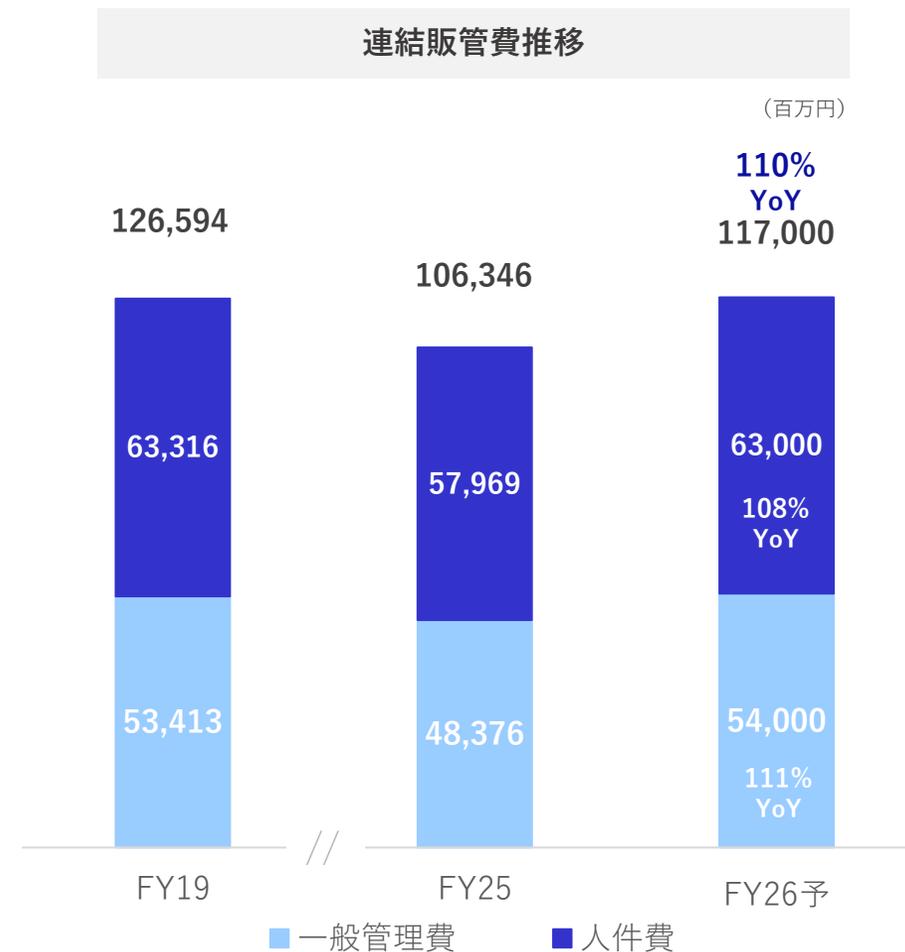
一般管理費 +56億円 (111% YoY)

広告宣伝費

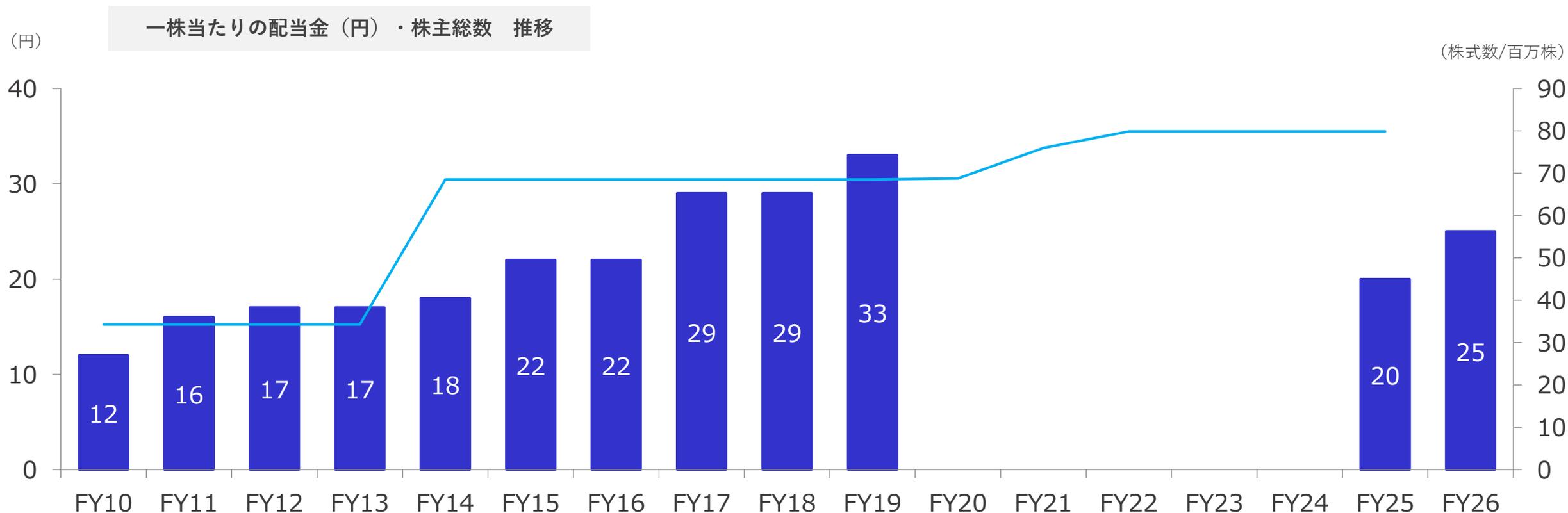
旅行需要の活発化に伴い増加見込み

支払手数料

取引増加、物価上昇に伴い増加見込み



「安定的かつ継続的に会社の利益配分」といった株主還元方針に従い、年間配当は25円を予定。（期末一括配当を予定）



2026年10月期 主な取り組み

HIS JAPAN

海外旅行事業

- ✓ 海外旅行における高付加価値商材の強化を図り、商材ポートフォリオの構築
- ✓ 旅行商材の仕入強化により繁忙期の早期予約喚起を促進
- ✓ 定期便の買取強化・チャーター便の運航など、座席供給量の自力増加

国内旅行

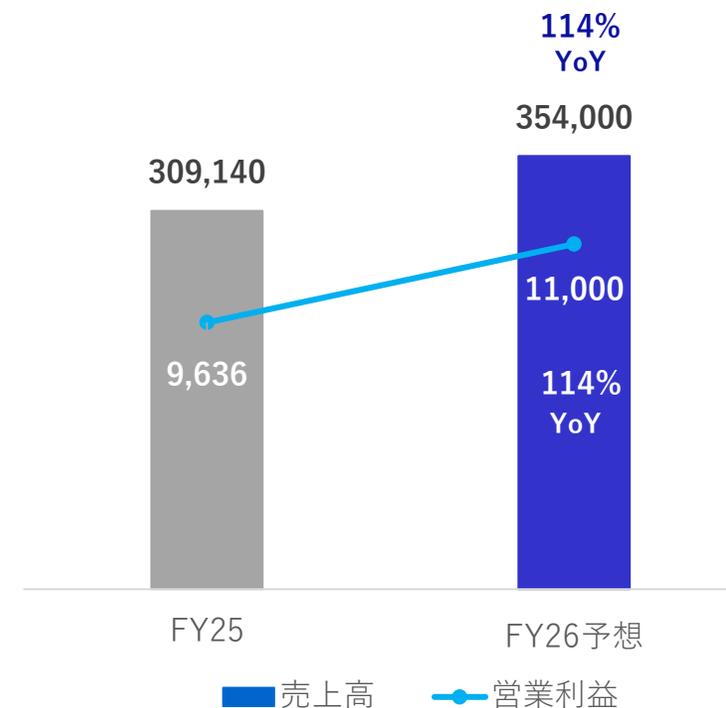
- ✓ 沖縄において着地コンテンツへの投資・開発・運営で送客に加えて着地ビジネスを展開

グローバル

海外における旅行事業 / インバウンド（受客業務）

- ✓ グローバル事業の中核を担う新組織「HIS Global DMC」を設立
- ✓ グローバルMICEの営業を強化
- ✓ 韓国の旅行会社最大手 HANA TOURとの協業
- ✓ コンテンツ事業の強化

セグメント別 業績予想（百万円）



競争力強化のためのポートフォリオの構築

海外

旅行会社の強みである企画力、提案力を兼ね備えた観光付き、差別化された添乗員付きツアーや、内容充実のツアー、クルーズ旅行など、収益性の高いツアーを拡充

HISだから叶えられる「充実の貸切ツアー」の提案



添乗員付きツアー構成比 **18% → 20%**（前年同期比）

座席供給数を自力増加

海外

安定した座席供給を確保するための **定期便の買取強化や、臨時便の座席の確保**、日頃直行便のない都市間の **チャーター便の運航** など、ファミリー層からシニア層まで、さまざまな層の取り込みを拡大

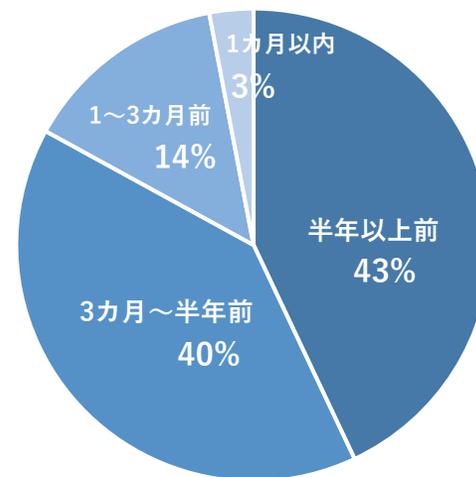
早期予約の更なる促進

海外

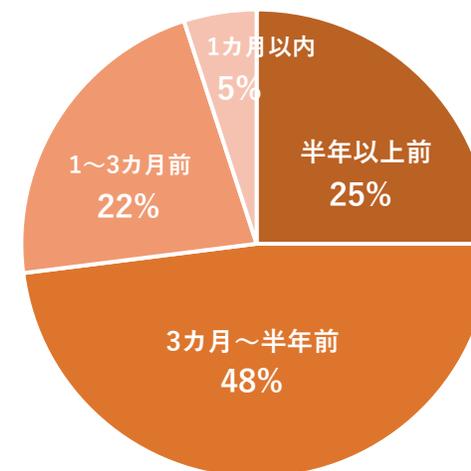
国内

引き続き訪日客が増加傾向にある中、更なる早期予約の促進強化

欧米人



日本人



沖縄送客、20万人（前期比：111%）

海外

国内

✓ 沖縄の強化

→ HISと沖縄法人がより一体化し、着地コンテンツへの投資・開発・運営で送客に加えて着地ビジネスを展開

✓ ダイナミックパッケージ、添乗員付きツアーの強化

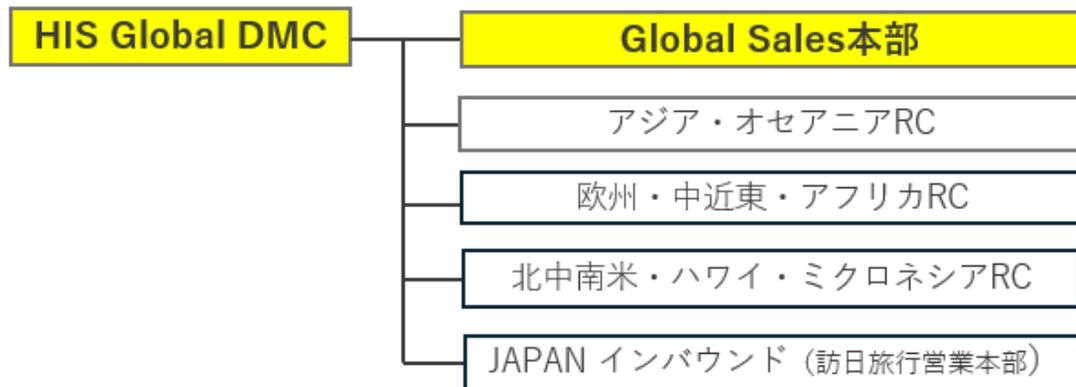
売上目標：前年比**135%**（ダイナミックパッケージ）／**144%**（添乗員付きツアー）

ツアーオペレーターから体験価値創造業へ昇華し、Global DMC^(※)へ

※DMCとは「Destination Management Company (デスティネーション・マネジメント・カンパニー)」の略

組織改編・新本部設立編によりグローバル事業の拡大へ

- ✓ グローバル事業の中核を担う新組織「HIS Global DMC」を設立
海外法人を統括し横断的な連携の強化を促進を図る



各リージョナルカンパニーで造成された旅行商材をもとに
Global Sales本部では、地域横断的なBtoB営業によって販路拡大を狙う
また、訪日旅行业を「JAPAN インバウンド」として、グローバルの傘下にすることで、アウトバウンド事業との連携からグループシナジー最大化へ

グローバルの団体MICEの営業促進

「Global Sales本部」では、B2Bのエージェント開拓によるレジャー需要の開拓のみならず、グローバルの法人営業を対象とした、**グローバルMICEの営業を強化**

グローバル インバウンド領域の拡大に向けた戦略的提携

- ✓ 韓国の旅行会社最大手 HANA TOURとの協業



日本マーケット以外の受客業務（インバウンド事業）を強化。
韓国発の海外旅行マーケットは、日本よりも市場が活性化しており、韓国市場へのアクセス強化と拡大と、世界のOTAとの競争においても持続的な優位性を確保していく。

コンテンツ事業の強化

次なる移動手段の商品化

✓ 空飛ぶクルマ eVTOL

大阪・関西万博の開催中に、大阪市内にて米国 LIFT Aircraft 製空飛ぶクルマ「HEXA」のデモフライト及びシミュレーター体験販売に協力。アメリカでのフライト体験の日本からのツアー組成や、日本における将来的なフライト体験の販売を計画。



✓ ヘリコプター利用サービス

フランス都市間移動の商品販売開始 (2026年02月)
遊覧飛行や、オリジナルのプライベートチャーターを提供

訪日向け オリジナルコンテンツの拡充

他社にはないユニークな体験型商品や地域密着型のツアーの開発と顧客ニーズに合った商品ラインナップを確立。



▶ 自社オペレーションバスの運行
着地型自社商材を拡充

◀ Xplore Ride

海外で展開中のXRを日本でも展開



特別な体験価値プログラムの提供



2026年開業予定のケニア・ロッジにて、新興富裕層向けに現地の方との文化交流をはじめとする体験価値プログラムを提供。

◀ ケニアイメージ

国内ホテル

高付加価値化の推進と訪日客強化

- ・マルチブランド戦略に基づく価値・サービス差別化を強化
- ・「コラボルーム世界最多」の販路拡大を継続し、旅の目的となる体験型宿泊を提供
- ・訪日客に向けたデジタルマーケティング施策を強化し、高稼働を維持

Pick up ▶ 変なホテル 新規開業

2025年12月・2026年2月に大阪なんば日本橋にて「変なホテルエクスプレス」を2軒開業

「変なホテルエクスプレス大阪なんば日本橋アネックス」▶
外観イメージ



海外ホテル

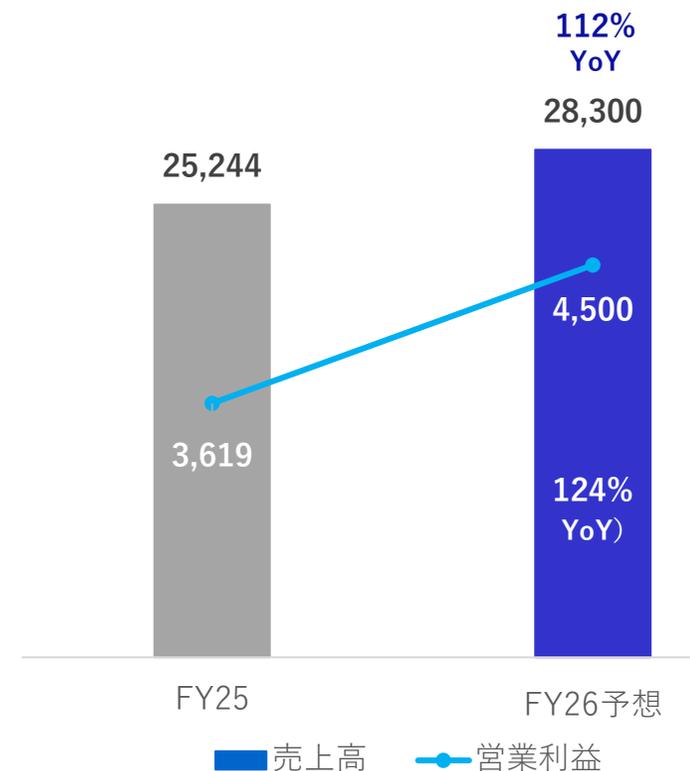
地域に根差した体験型コンテンツの開発と日本の品質による独自性強化

- ・グアム、バリなどで地域観光シャトルバスサービスを拡充。
- ・日本流の接客といったソフト面と、客室内の空間づくりなどハード面でサービスを展開

Pick up ▶ トルコの通期黒字化（前期は開業投資で減益）が、海外ホテル事業全体の増収増益に大きく寄与する見込み

ホテル事業 業績予想

(百万円)



人流増加を取り込む「交通結節点事業」の強化と収益最大化

訪日客をはじめとする国内の人流増加を好機とし、バスターミナルを併設するサクラマチクマモトを『移動』と『観光』の核として活用することで、**イベント・物販を強化し、地域社会のさらなる発展に貢献。**



▲人気アニメ「葬送のフリーレン」とコラボレーション

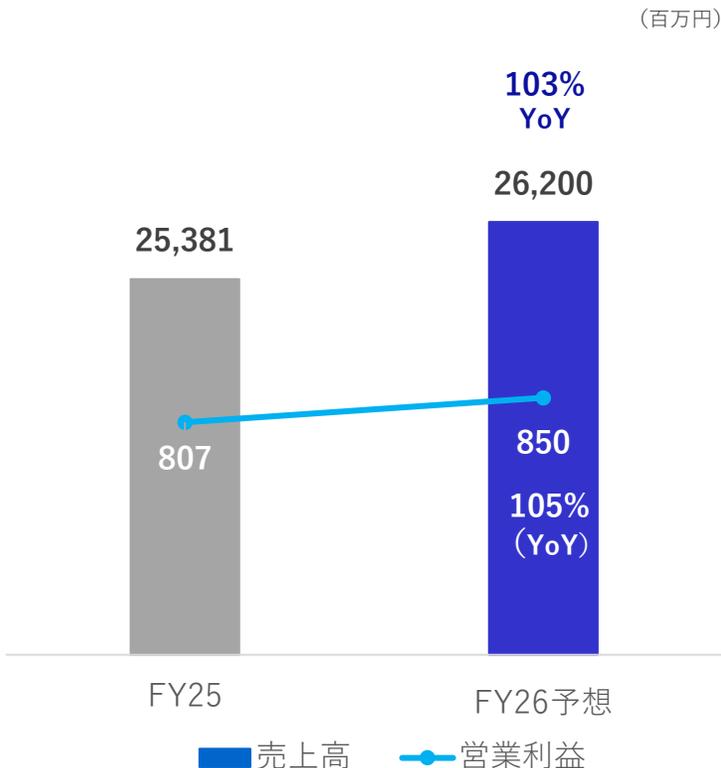
生産性向上とグループシナジーの最大化

各社の販売チャネルと広告媒体を相互活用し、戦略商品の販売・プロモーションの効率化を図る。また、全社横断のグループ営業体制を構築し商材を統一的に販売することで、**営業リソースの最適配置と生産性向上の実現を目指す。**



▲熊本ディステーションキャンペーン (イメージ)

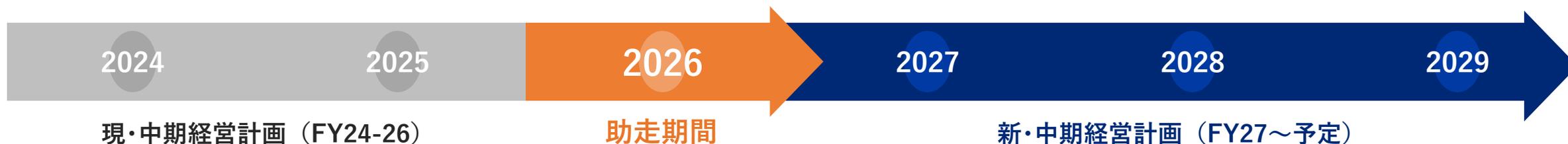
九州産交グループ 業績予想



次期成長戦略のためのアクションプラン

新・中期経営計画 0年度

新・中期経営計画に向けたスタートダッシュの助走期間



外部環境の変化

マーケットの変化

- ・ 体験重視の旅行が拡大
- ・ サステナブル社会への行動変容
- ・ CX向上のパーソナライゼーション

流通チャネルの多様化

- ・ OTA普及で価格競争が激化
- ・ SNS、口コミが主要情報源に
- ・ サプライヤー直販が拡大

AI・テクノロジーの進化

- ・ AIによる提案・サポートが進化
- ・ 需要予測、価格最適化が高度化
- ・ デジタルインフラが急速に普及

【方針】

AI、テクノロジーと人との協業による変革

【アクションプラン7項目】

① AI、テクノロジー推進による体験価値の創造、生産性向上、人財の最適配置

② グローバル（non-Japanese）マーケットでの事業拡大

③ グローバルネットワークを活かした新たな流通の構築

④ M&A・投資・提携による「新規領域への参入」と「既存事業の拡大」

⑤ グループ横断的なCRM導入によるLTVの最大化

⑥ DEIB推進による多様な人財の活躍

⑦ 持続可能な成長を支えるガバナンス体制の確立

横断的な戦略強化のため、組織改編・新本部設立

HIS Global Destination Management Company



グローバル事業の拡大を目的とし、
海外法人を統括し横断的な連携の強化を担う

Global Sales本部

各リージョナルカンパニーで造成された旅行商材をもとに、
地域横断的なBtoB営業によって販路拡大を狙う



AIイノベーション本部

AI活用による事業成長を目的とし、
経営資源の最適化と横断的な戦略策定を担う



CXマネジメント本部

LTVの最大化を目的とし、
顧客タッチポイントのサービス最適化を担う



ガバナンス統括本部

リスク管理機能の一元化により、
強固な体制構築と迅速な意思決定の向上を担う

【長期ビジョン】ホテル施設数100軒、営業利益100億円

HISグループにおける主力事業への昇華

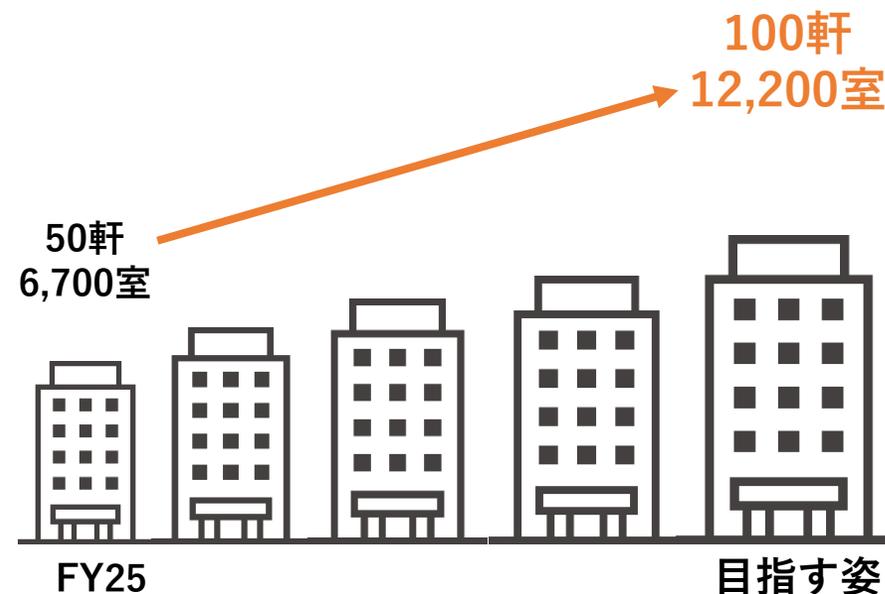
着実な規模拡大

- ✓ 多様な開発スキームによる戦略的拠点展開
自己所有、M&A、マネジメント経営
旅行事業にもメリットがある立地を選定しつつ、最適な開発を柔軟に実施
- ✓ マルチブランド展開
主力ブランド「変なホテル」を、コンセプトやターゲットに応じて細分化
- ✓ ホテル関連事業への挑戦
料飲、リネン、物販、施設管理などを自社運営

徹底的な生産性改革

DX・AIの活用による次世代オペレーションの構築

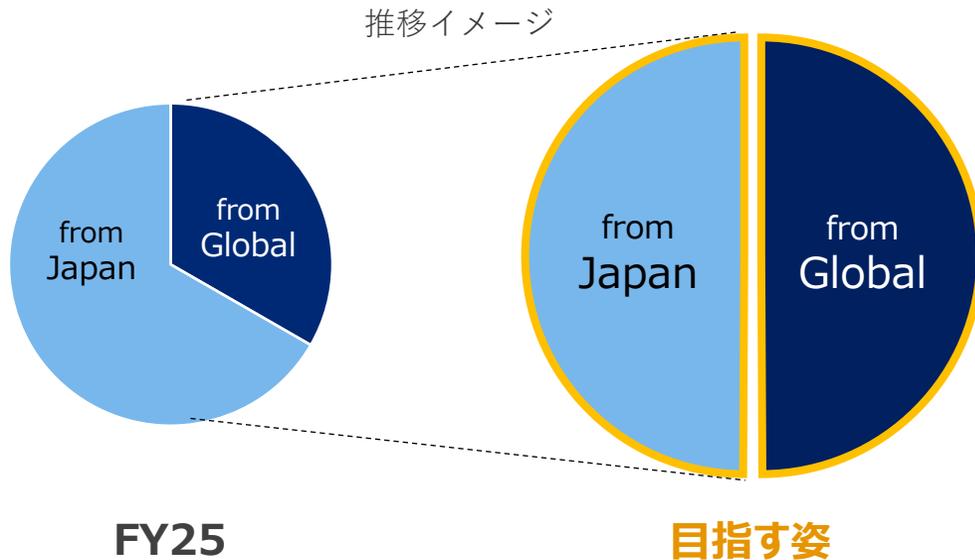
- ✓ 遠隔・無人オペレーション：省人化ソリューションを活用し完全無人化へ
- ✓ AIレベニューマネジメント：最適料金の自動化システムを実装
- ✓ AI口コミ分析：顧客レビューを即時オペレーション改善へ



未来への投資やテクノロジーの変革を通して持続的成長基盤を構築

付加価値の高い「体験価値創造業」へと昇華させ、収益構造を改革

海外の旅行事業 営業利益構成比



基盤強化と領域拡大

新組織「Global Sales本部」を核に、日本、欧米・東南アジアの各市場で事業を戦略的に拡大

収益性の向上

利益率の高いDMC領域への転換、特にMICE事業や団体旅行を強化し、グループ全体の収益構造を改革

新たな体験価値の創造

富裕層向けコンテンツや次世代モビリティを活用し、HISならではの唯一無二の体験を提供

成長の加速

グローバルインバウンド領域をターゲットに、M&Aやアライアンスを積極的に活用し、事業基盤を非連続的に強化・拡大

グローバルの旅行事業の営業利益を約2倍へ。収益の柱を大きく転換

HISグループの持続的成長に向けた投資戦略

旅行事業・旅行関連事業とのシナジー効果加速とともに、新たな成長領域の確立へ

沖縄観光市場における収益基盤の強化

✓ 株式会社サウスウィングの子会社化

- ・好立地を活かした沖縄旅行客の休憩スポットへ（旅ナカ特典）
- ・訪日客専門店としての活用。（観光案内所の機能設置）



沖縄随一の観光地である国際通りにおいて、観光土産品店「KID HOUSE」を6店舗運営。創業30年以上の実績と強固な地元基盤を持ち、工芸品・酒類などの高付加価値商材をの販売ノウハウを有する。

特定地域での競争優位性の向上

✓ 株式会社デベロップとの協業

- ・沖縄にコンテナホテル「HOTEL R9 The Yard」開業予定
- ・HISのツアーで販売連携



可動式で柔軟な需要規模に対応できるコンテナ建築・ホテル事業をメインに展開。地方における宿泊施設の不足等の課題解決に。

既に実装しているユースケース



申請書・パスポートの画像認識



開発コード自動生成・作成補助



英文航空券規定の自動読取&翻訳

etc.

AIイノベーション本部設立

AI、テクノロジー推進に向けた主要な取り組み

FY26
主要
活動計画

基盤整備と戦略策定

- ✓ 戦略的知見の収集と活用
- ✓ 現状の把握と技術基盤の強化
- ✓ 人材およびパートナーシップの強化

施策の具体化とデータ基盤の拡充

- ✓ ユースケースの創出
- ✓ データ基盤の強化

事業におけるAI実装の第一歩を踏み出し、その有効性を検証



事業価値の
最大化へ

体験価値と売上収益の向上

お客様一人ひとりのニーズに合った体験の提供。
成約率の最大化とアップセル・クロスセルの機会を拡大。

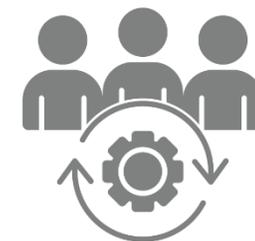
生産性収益力向上

データに基づいた迅速な意思決定と、全社的な業務の
効率化・コスト最適化の実現。



CRM導入し、顧客データを一元化。

- ✓ パersonライズされた顧客アプローチにより、リピート率向上と顧客単価上昇を目指す。
- ✓ 効率化とサービス向上
業務プロセスを標準化し、生産性を向上させるとともに、顧客サービス提供を迅速化
- ✓ 広告宣伝費の効率化を図り、捻出した資源を新規顧客獲得に利用。



LTV最大化戦略の基幹として、予約基幹システムの刷新

- ✓ 商材ごとに異なっていた予約管理システムを順次統一。
- ✓ ジデジタル接点におけるコンバージョン率の飛躍的な向上と、生涯ロイヤルティの構築を推進

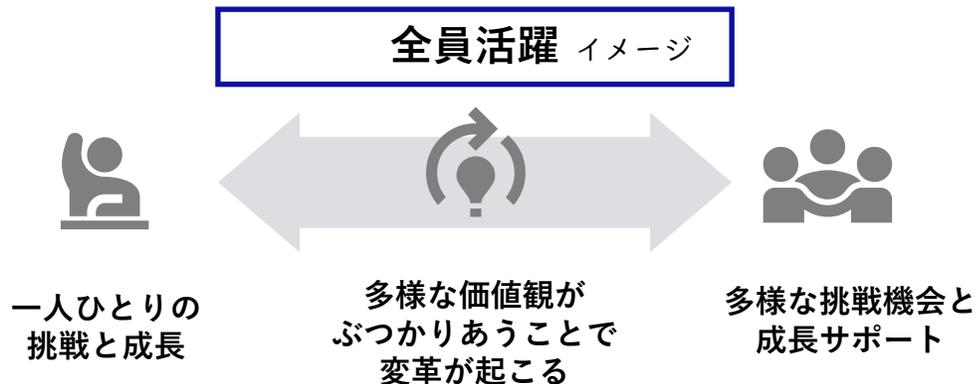


CXマネジメント本部設立

Always be a Challenger

常に挑戦者であり続けよう

HISグループが目指すDEIB



社員一人ひとりが安心して挑戦を楽しみ、成長できる
職場環境の整備・各種人事施策

- ✓ 中期経営計画の根幹を支えるIT・デジタル領域の採用強化
 - ・アプリケーションエンジニア、インフラ、セキュリティ、CX・AI・データ活用と専門領域に特化した採用を強化。
- ✓ 新卒採用「地域活性プロジェクト」新設（2026年新卒採用～）
 - ・入社後、必要な営業・企画・実現力を学び、3年目には、旅行会社のノウハウを生かし、地域活性化の原動力を目指す。
- ✓ 多様な人財が個性を活かし活躍できる環境整備を推進
 - ・女性の活躍を人事戦略における優先課題と捉え、代表取締役社長をリーダーとする全国プロジェクトを推進。
【2030年KPI：女性役員比率30%・女性管理職比率30%】
 - ・障害者活躍を起点としたユニバーサルデザイン(UD)の推進
(UDスタッフ制度、UD通院休暇の導入)
【2026年KPI：障害者雇用率2.7%】

FY26 主要KPI

① 働きがい指数の向上

社員満足度調査「働きがいのある会社である」全世界80%
(FY23時点※単体 56.1%)

② 変革指数（人時生産性）の向上

FY23対比1.6倍(単体)



補足資料

[補足資料] 会計基準に関する定義

2022年10月期第1四半期連結会計期間より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用開始。航空券やホテルといった旅行商材のみを提供する「手配旅行」においては、粗利額が売上として、手配完了日に計上されます。

■ 旅行事業における主な変更点（再掲）

	①売上高の計上金額		②計上のタイミング	
	旧基準	新基準	旧基準	新基準
ツアー(企画旅行)	総額	「本人取引」 = 総額 (※1)	出発日	進行日 (※2)
航空券(手配旅行)	総額	「代理人取引」 = 純額	出発日	手配完了日 (※3)

※1. 燃油サーチャージ、空港使用料などは第三者のための回収にあたるため除く。

※2. 旅行期間にわたり、日割りで収益を認識。

※3. お客様との契約上、「手配が完了した時点＝手配完了日」が当社のサービス提供完了時。

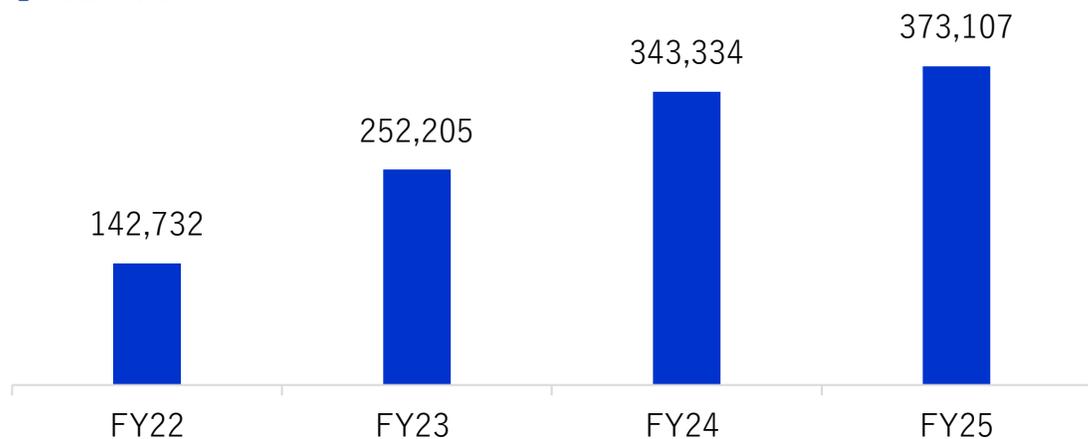
※4. インセンティブについては、手配旅行は「手配売上」、企画旅行は「仕入割戻」とする。

※5. 旅行以外の取引に関しても基本的な考え方は「本人取引」か「代理人取引」かで、区別する。

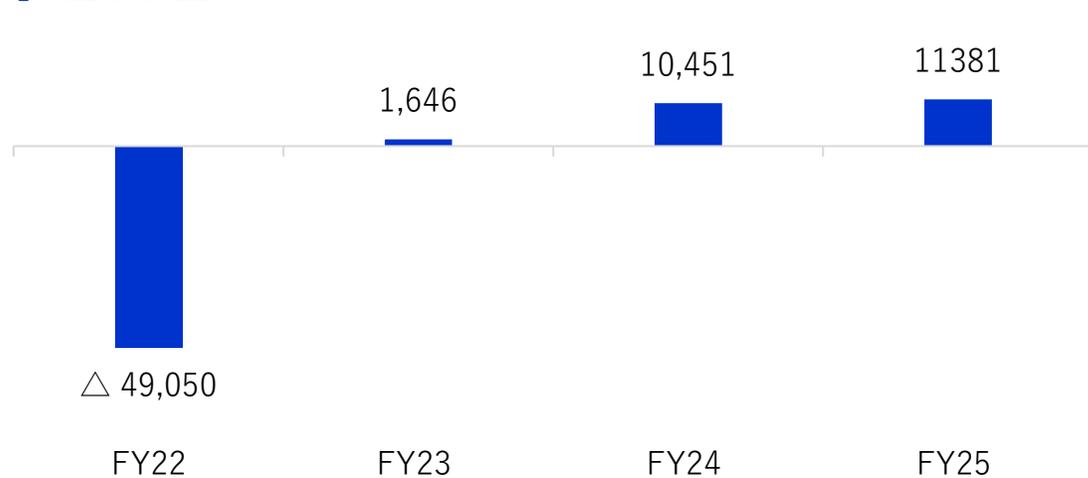
原則は全ての取引（旅行以外）が新基準の適用範囲ではあるが、重要性の観点より適用外。

[補足資料] 連結業績推移

売上高



経常利益

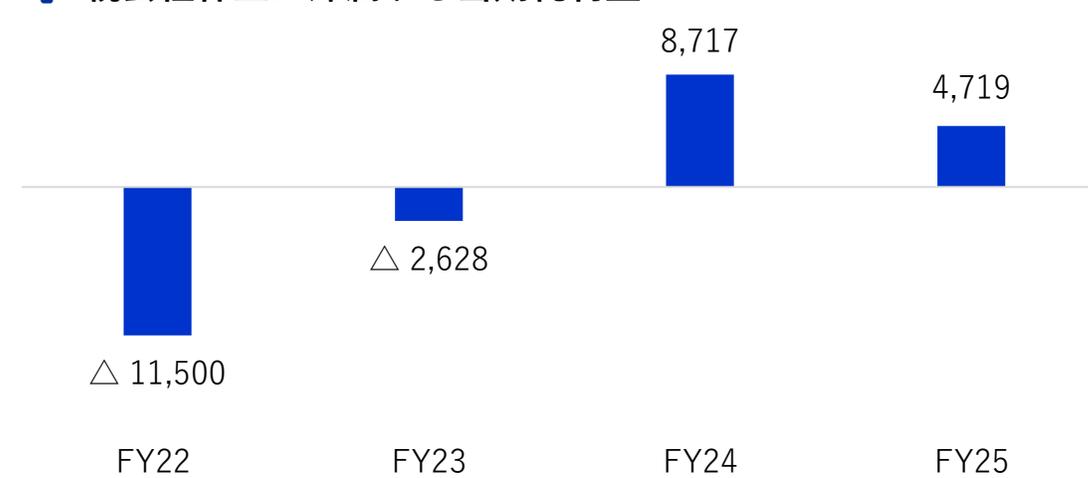


営業利益

(百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益

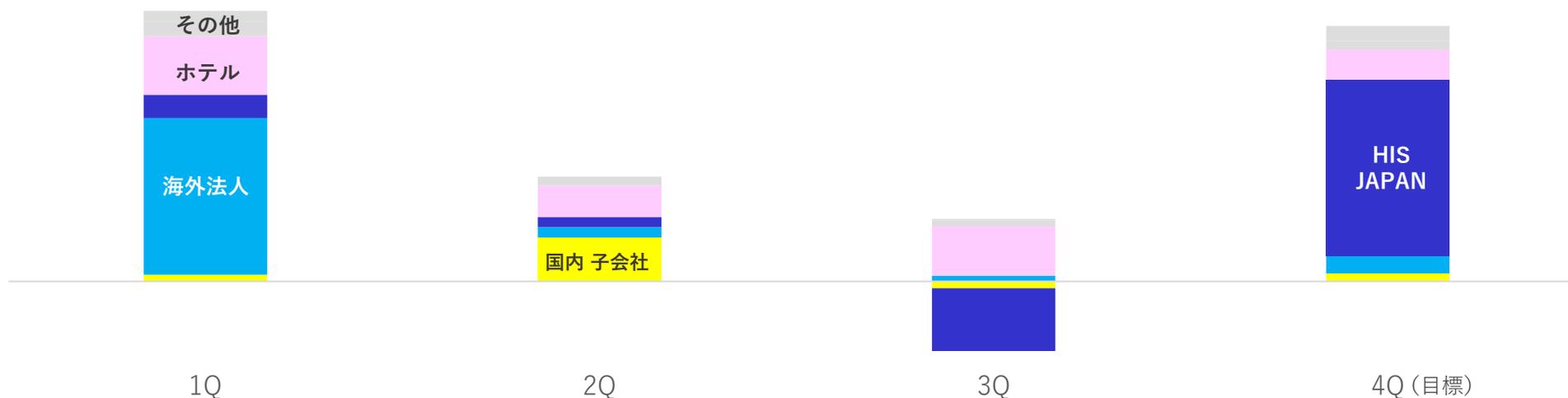


[補足資料] 事業別決算期・シーズナリティ (参考)

	1Q			2Q			3Q			4Q		
旅行 (HIS JAPAN)	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
旅行 (国内子会社)	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
旅行 (海外法人)	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
ホテル (国内・台湾・トルコ)	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
ホテル (海外)	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
九州産交グループ	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月

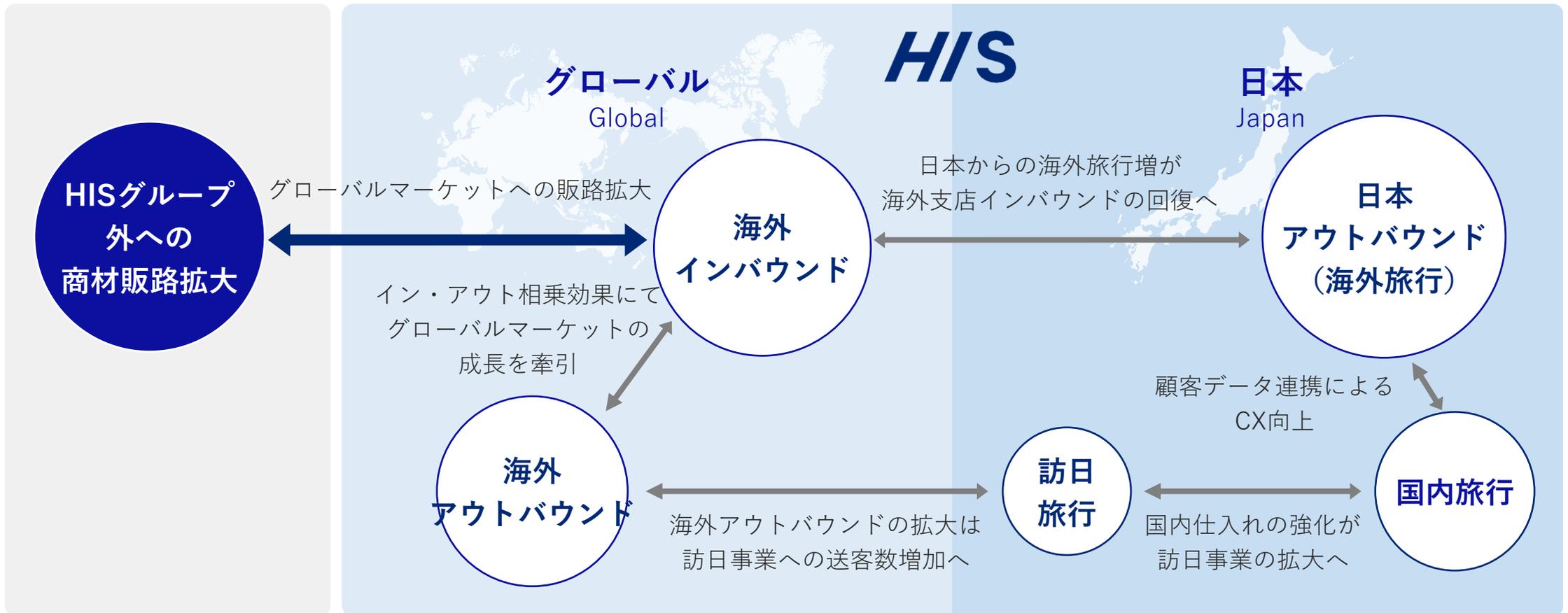
オフシーズン
 ノーマルシーズン
 オンシーズン

FY25 営業利益 推移 (連結調整前)



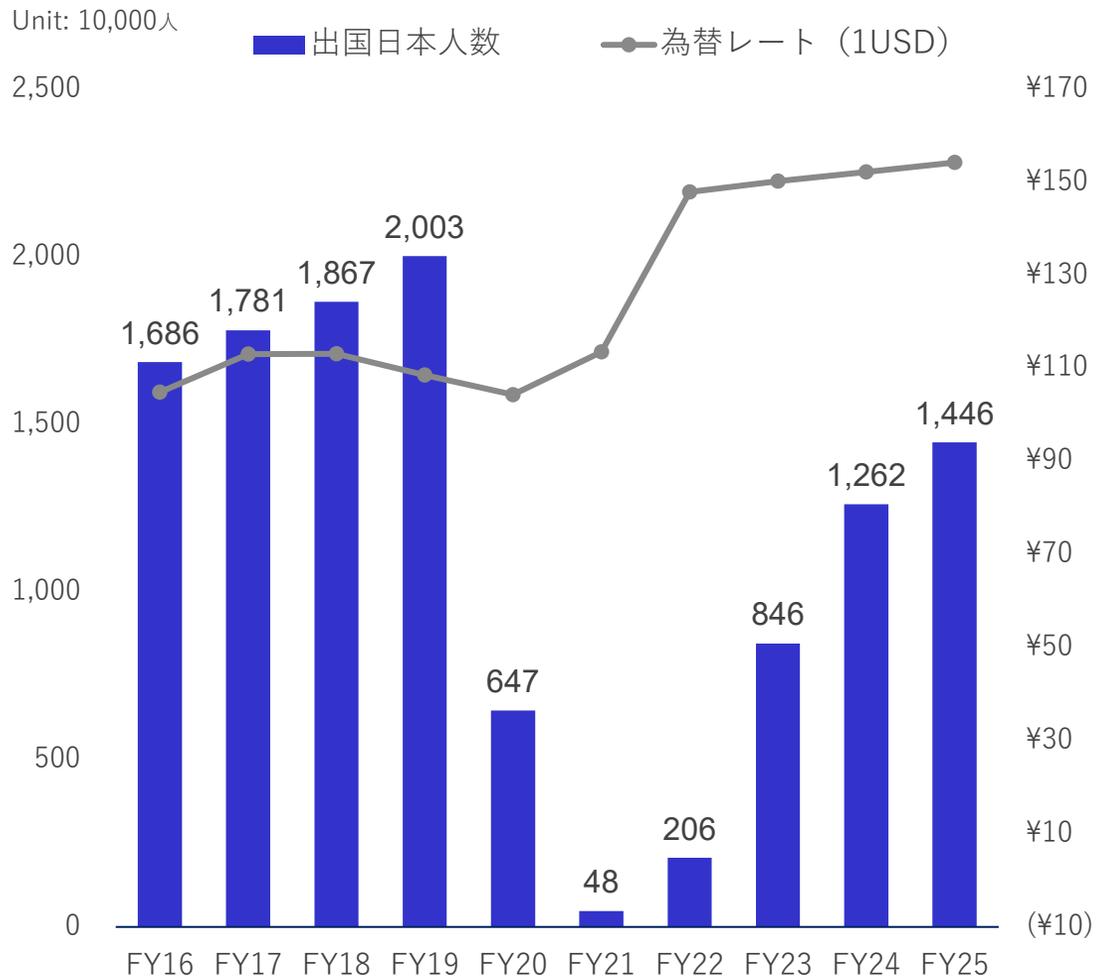
【コア領域の変革】 基幹となる旅行業の収益性向上・構造改革に注力

HISの強みである「グローバルネットワーク」を最大限活用



当社を取り巻く外部環境 出国日本人数と国際観光動向

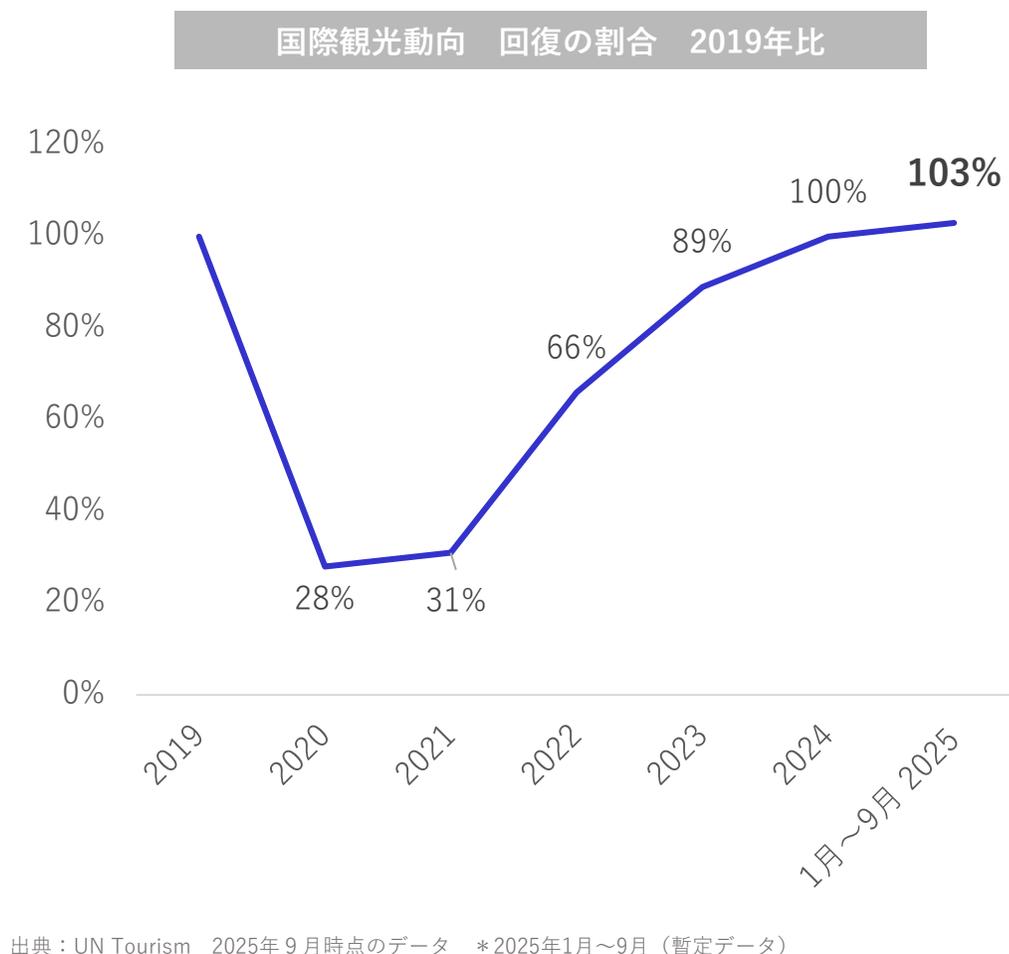
FY2025の日本人の海外旅行マーケットは、前年比114.5%と着実な回復傾向



出典：日本政府観光局 期間：11月～10月

為替レート 出典：日本銀行 東京市場 10月月末/17時時点

2025年の国際観光客数は、2019年水準を上回る見込み



出典：UN Tourism 2025年9月時点のデータ *2025年1月～9月（暫定データ）

[補足資料] 旅行事業 サブセグメント状況 (旧会計基準・参考値)



(百万円)	FY19 (旧会計基準)					FY24 (旧会計基準)					FY25 (旧会計基準)				
	1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
海外旅行取扱高	87,899	110,754	86,748	116,545	401,948	58,844	69,451	58,680	88,650	275,627	66,234	73,810	62,598	94,765	297,409
YoY	106%	114%	98%	97%	103%	233%	155%	114%	109%	136%	112%	106%	106%	106%	107%
内、燃油サーチャージ	6,030	8,005	4,308	6,957	25,302	6,584	9,045	6,902	10,345	32,877	7,189	7,235	6,884	8,521	29,831
国内旅行取扱高	11,941	18,154	13,693	18,044	61,833	10,357	14,276	12,556	17,802	54,992	11,988	15,707	13,559	18,817	60,073
YoY	101%	106%	99%	99%	101%	77%	86%	91%	110%	91%	115%	110%	108%	106%	109%
訪日旅行取扱高	7,116	8,075	8,375	6,464	30,032	2,247	3,405	3,171	3,841	12,666	3,194	5,022	3,887	4,478	16,582
YoY	119%	105%	88%	87%	96%	219%	147%	140%	134%	149%	142%	147%	122%	116%	130%

※エイチ・アイ・エス及び同グループ5社（オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル、エイチ・アイ・エス沖縄）の社内取引を相殺した取扱高合計。

(百万円)	FY19 (旧会計基準)					FY24 (参考値*)					FY25 (参考値*)				
	1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total	1Q	2Q	3Q	4Q	Total
海外法人インバウンド取扱高	54,059	34,389	40,965	51,247	180,663	40,035	24,778	29,865	41,956	136,636	52,010	30,154	33,567	46,593	161,741
YoY	122%	104%	107%	99%	108%	220%	205%	168%	131%	170%	129%	121%	112%	114%	119%
海外法人アウトバウンド取扱高	17,860	18,761	38,857	39,868	115,347	44,515	48,181	49,214	37,525	179,436	39,268	41,386	37,824	29,718	147,945
YoY	95%	93%	183%	203%	144%	122%	102%	98%	96%	104%	88%	86%	76%	80%	82%

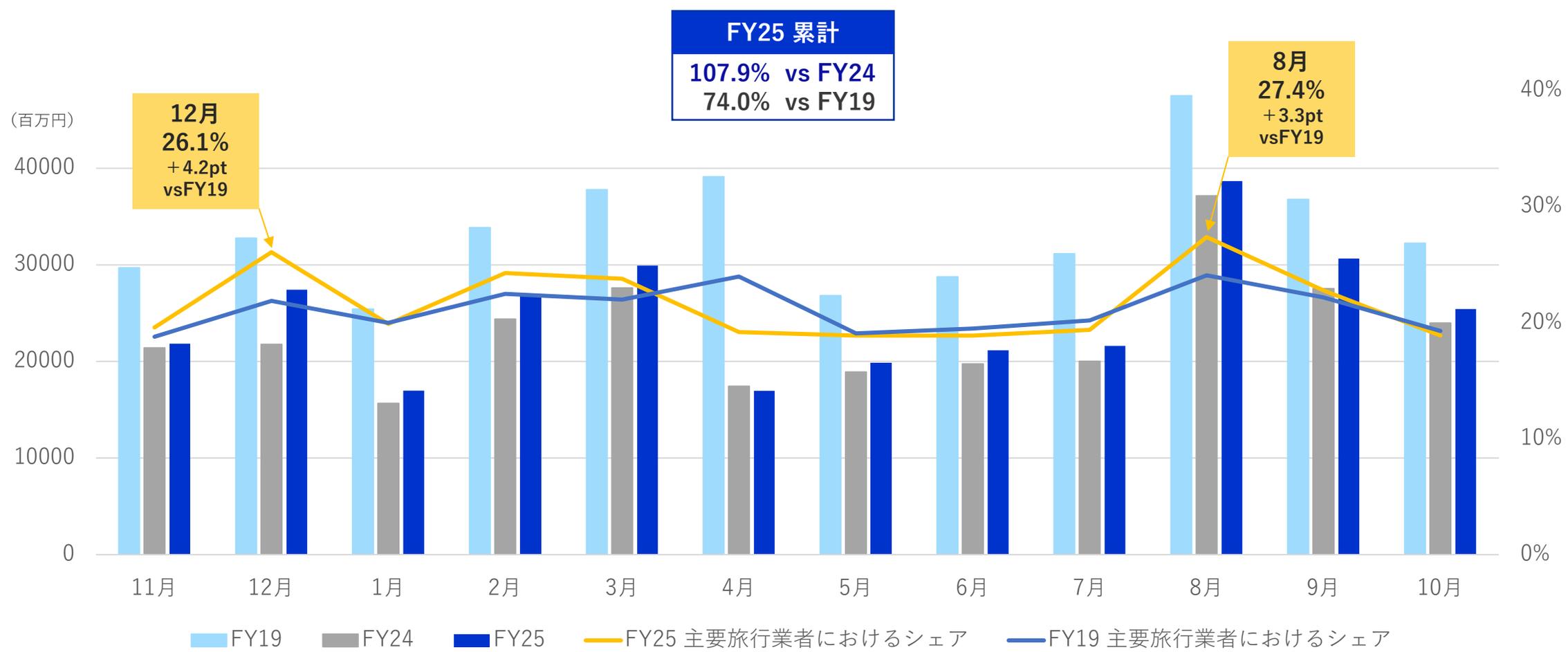
※FY23以降、取扱高の計上基準をツアー商品（本人取引）は「進行日」、手配旅行（代理人取引）は「手配完了日」とした参考値となっております。

※海外における旅行事業は、7月期決算の為、FY25は、2024年8月～2025年7月の取扱高（参考値）を記載しており、CCEL（語学学校）などの非旅行事業の取扱高を除いております。

※エイチ・アイ・エス海外現地法人32社と海外子会社4ブランド（MIKIグループ、MERIT TRAVEL、JONVIEW CANADA、RED LABEL VACATIONS）の社内取引相殺前の取扱高となります。

※HIS欧州現地法人の一部とMIKIグループとの統合により調整後の取扱高を反映しております。

[補足資料] 海外旅行取扱高推移 (旧会計基準)



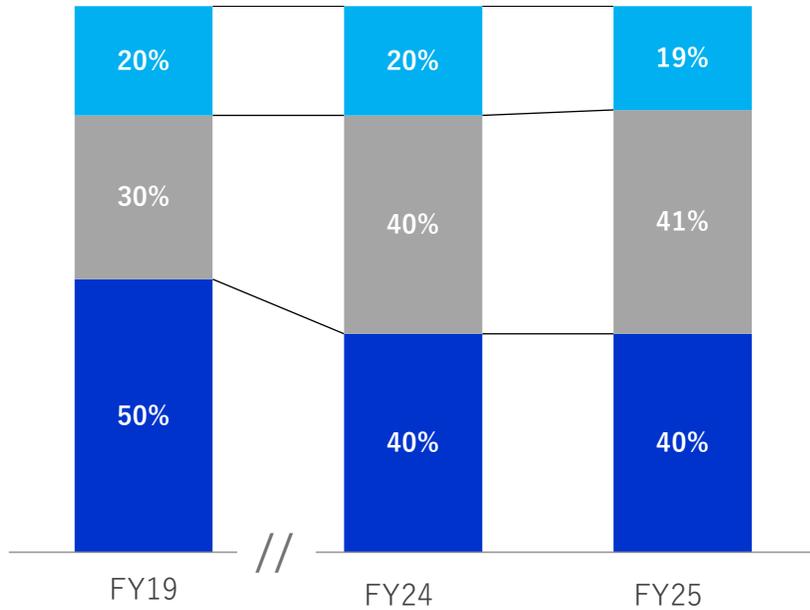
出典 観光庁 (旅行業者取扱高)

※エイチ・アイ・エス及び同グループ5社 (オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル、エイチ・アイ・エス沖縄) の社内取引を相殺した取扱高合計

[補足資料] 海外旅行構成比 (旧会計基準)

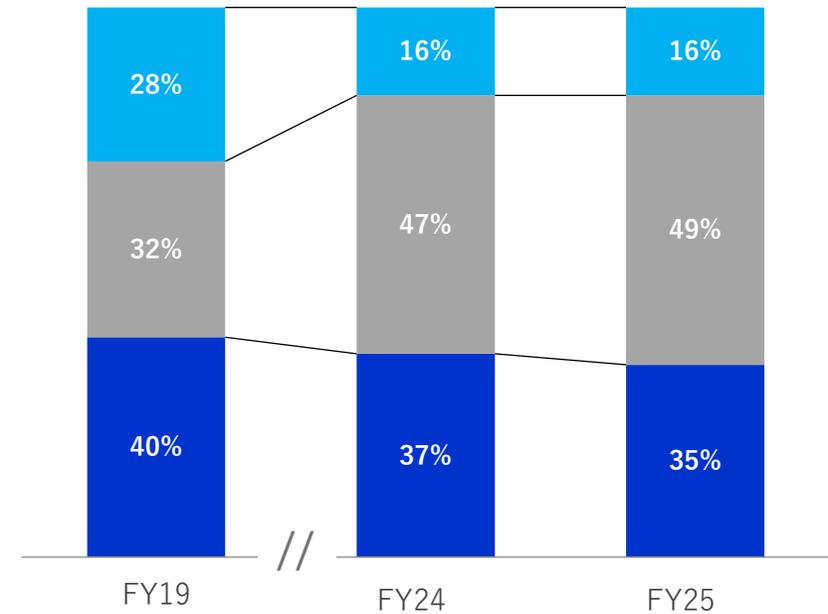
海外旅行チャンネル別 取扱高

■ 店舗 ■ インターネット ■ コーポレート



海外旅行方面別 取扱高

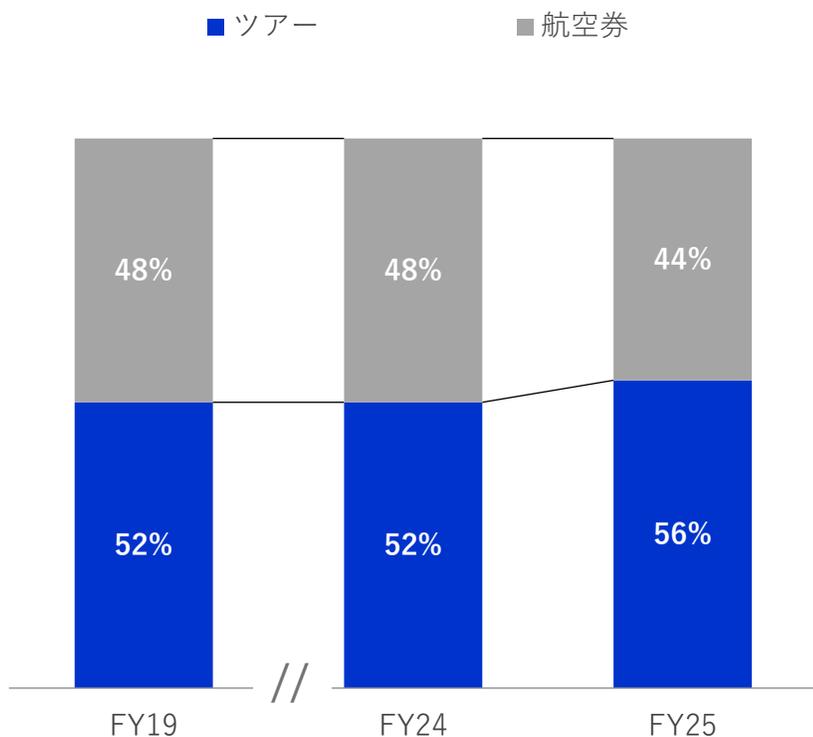
■ アジア (Asia) ■ 欧米豪 (Americas/Australia) ■ ハワイ・ミクロネシア (Hawaii/Micronesia)



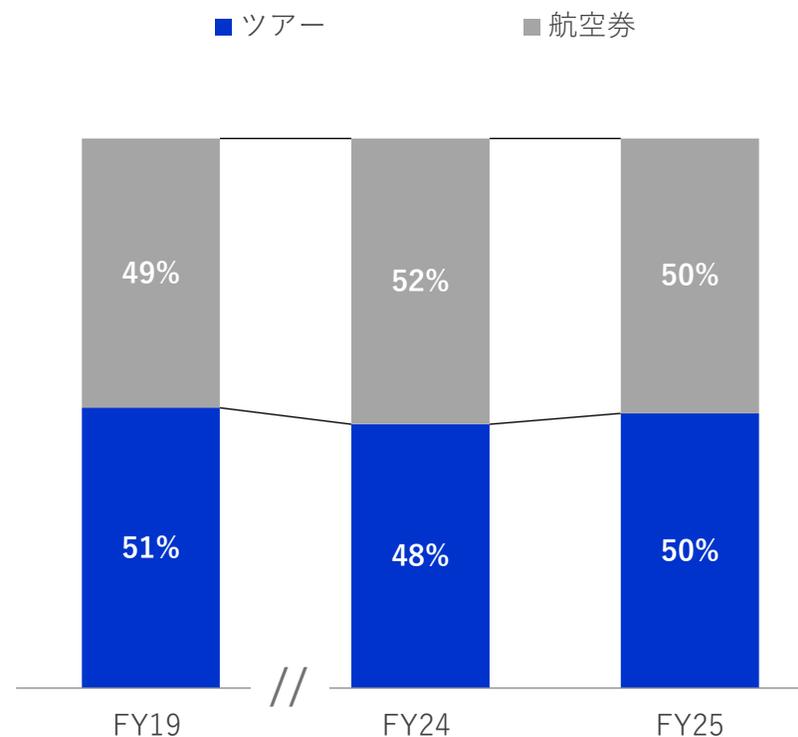
[補足資料] 海外旅行構成比 (旧会計基準)

※ツアー：募集型エアー＋ホテル含む

海外旅行商品種別 取扱高

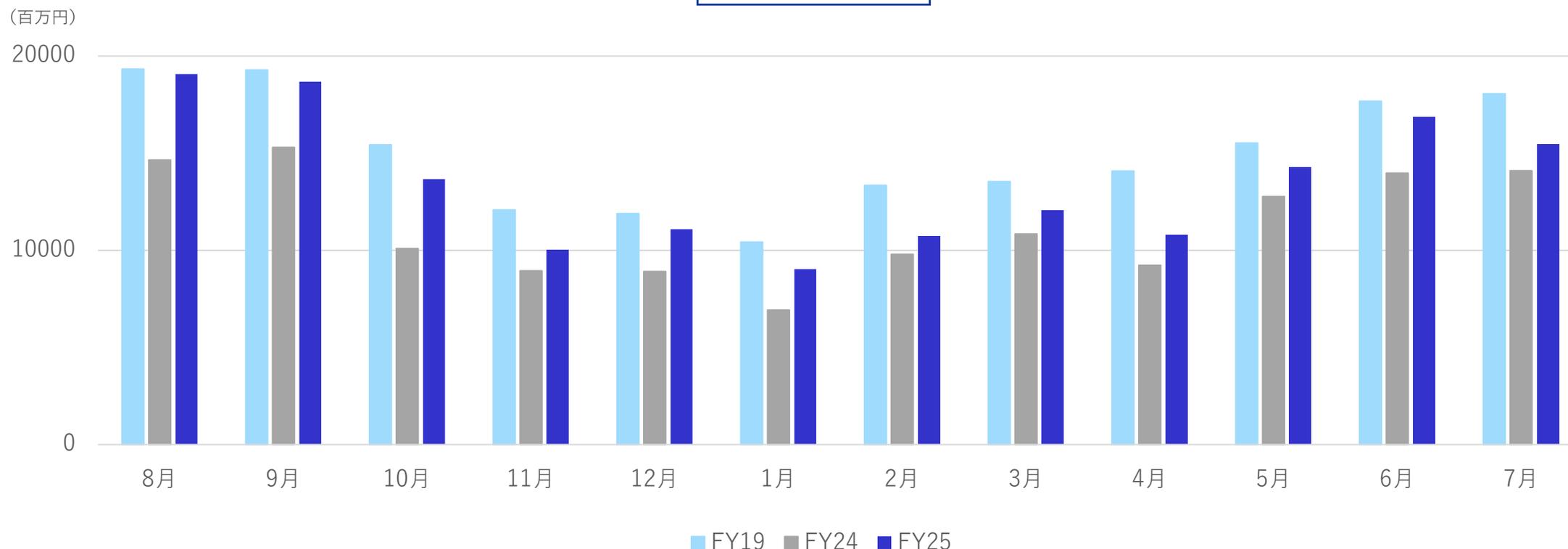


海外旅行商品種別 送客数



[補足資料] 海外におけるインバウンド取扱高推移 (旧会計基準・参考値)

FY25 累計
119.4% vs FY24
89.5% vs FY19



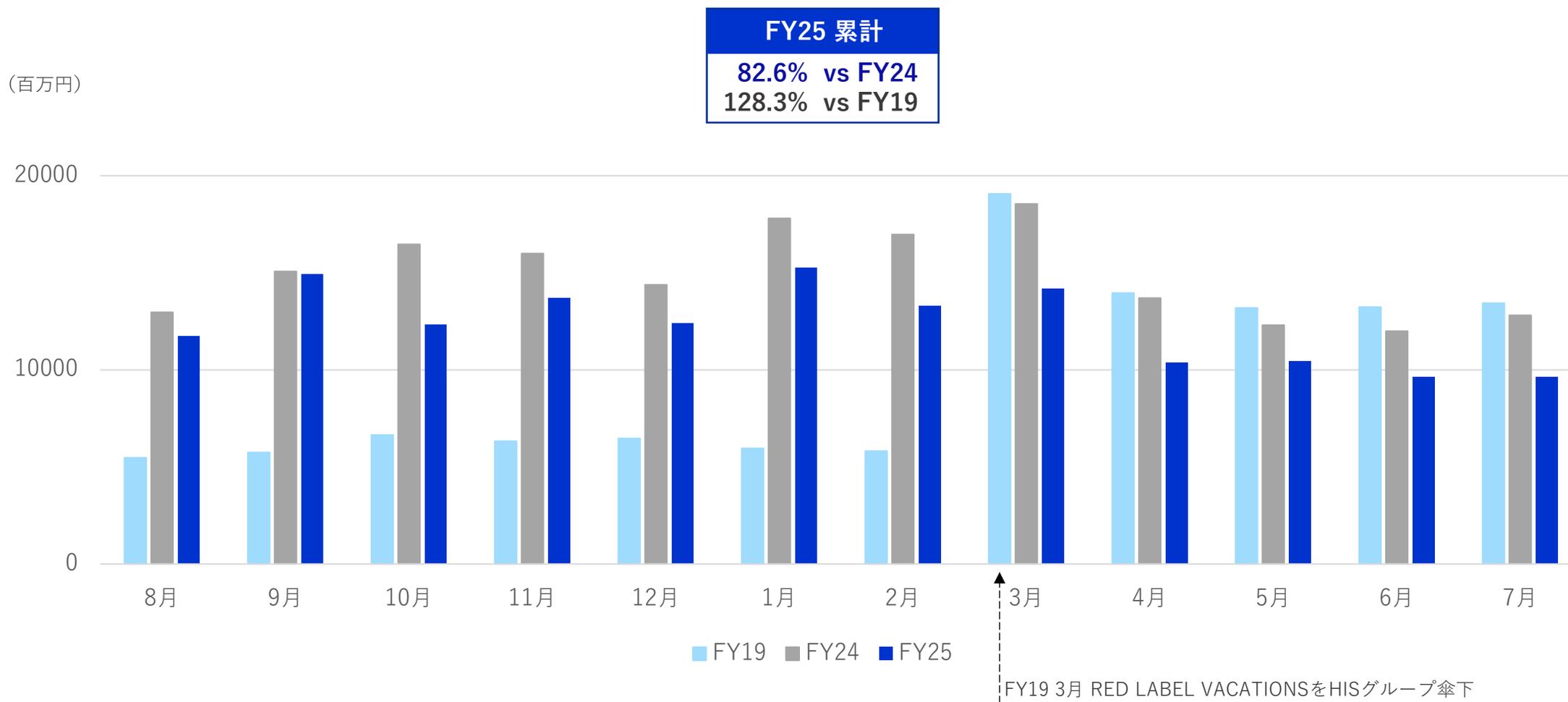
※海外におけるインバウンドとは、各海外拠点における旅行受客業務の取扱高。

※エイチ・アイ・エス海外現地法人32社と海外子会社4ブランド（MIKIグループ、MERIT TRAVEL、JONVIEW CANADA、RED LABEL VACATIONS）の社内取引相殺前の取扱高となります。

なお、為替換算レートにつきましては、期中平均レートにて算出しております。

※HIS欧州現地法人の一部とMIKIグループとの統合により調整後の取扱高を反映しております。

[補足資料] 海外におけるアウトバウンド取扱高推移 (旧会計基準・参考値)



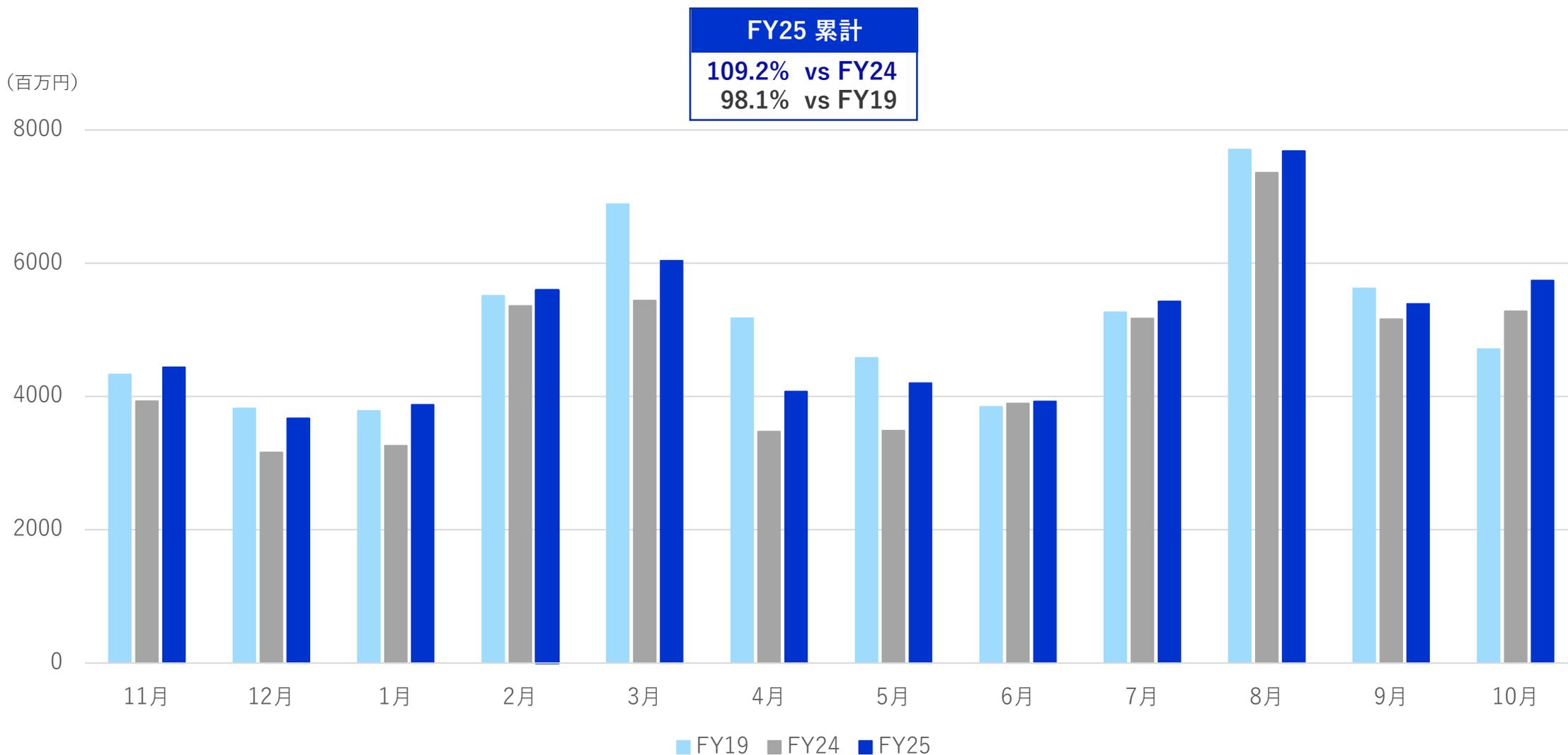
※海外におけるアウトバウンドとは、各海外拠点における旅行送客業務の取扱高。

※エイチ・アイ・エス海外現地法人32社と海外子会社4ブランド（MIKIグループ、MERIT TRAVEL、JONVIEW CANADA、RED LABEL VACATIONS）の社内取引相殺前の取扱高となります。

なお、為替換算レートにつきましては、期中平均レートにて算出しております。

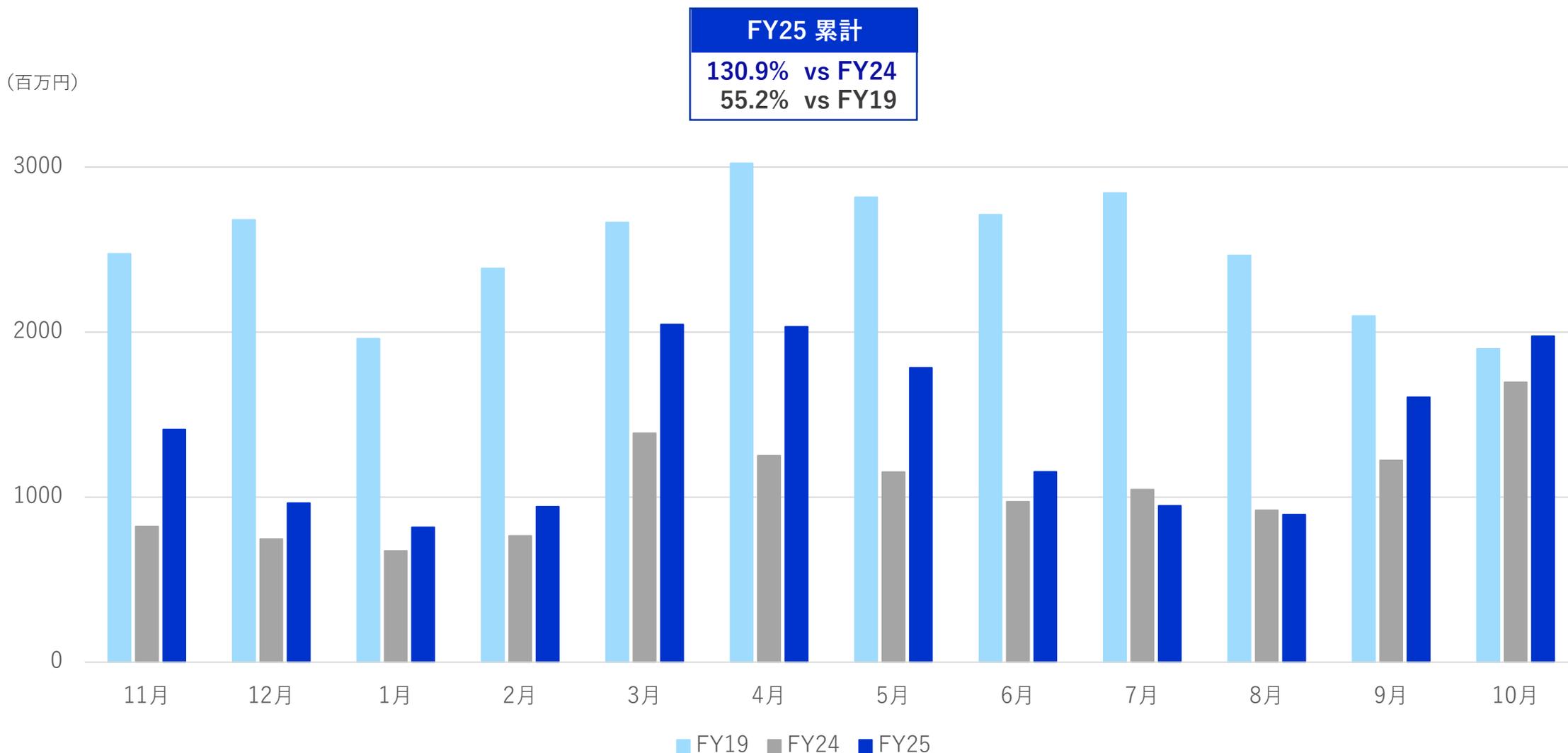
※HIS欧州現地法人の一部とMIKIグループとの統合により調整後の取扱高を反映しております。

[補足資料] 国内旅行取扱高推移 (旧会計基準)



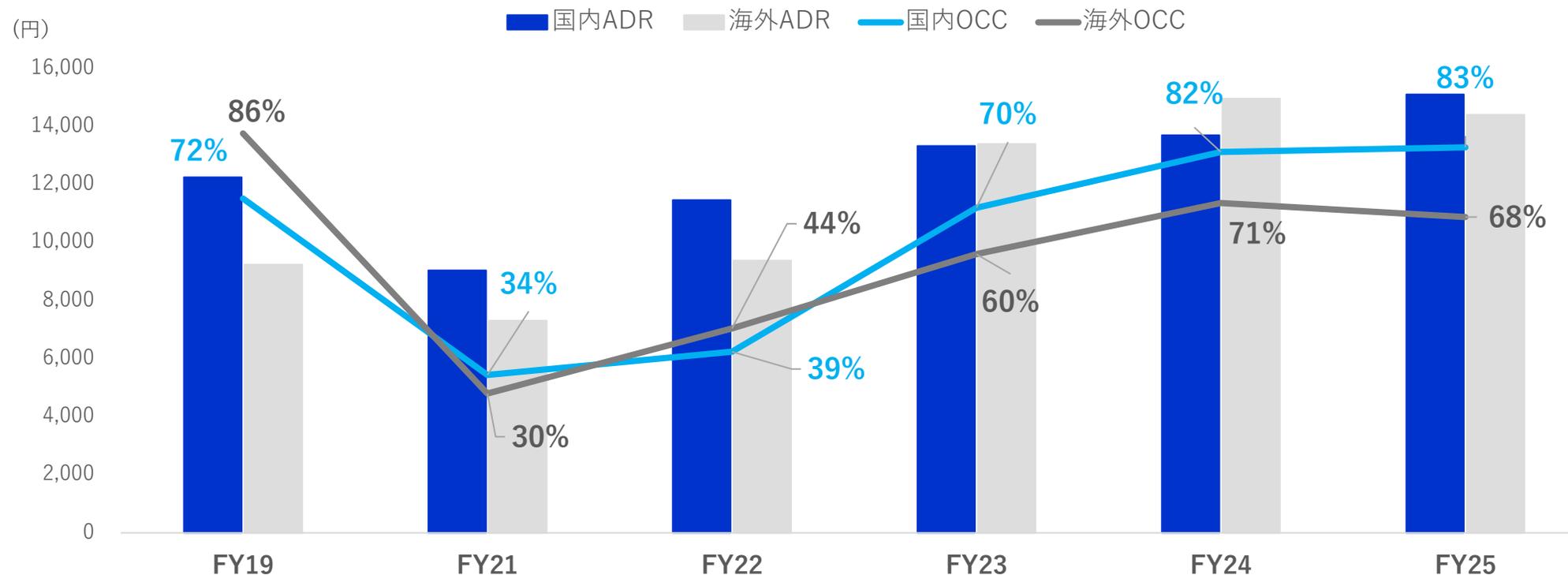
※エイチ・アイ・エス及び同グループ5社（オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル、エイチ・アイ・エス沖縄）の社内取引を相殺した取扱高合計

[補足資料] 訪日旅行取扱高推移 (旧会計基準)



※エイチ・アイ・エス及び同グループ5社（オリオンツアー、クオリタ、クルーズプラネット、ジャパンホリデートラベル、エイチ・アイ・エス沖縄）の社内取引を相殺した取扱高合計

[補足資料] ホテル事業 国内と海外のADR・OCC推移

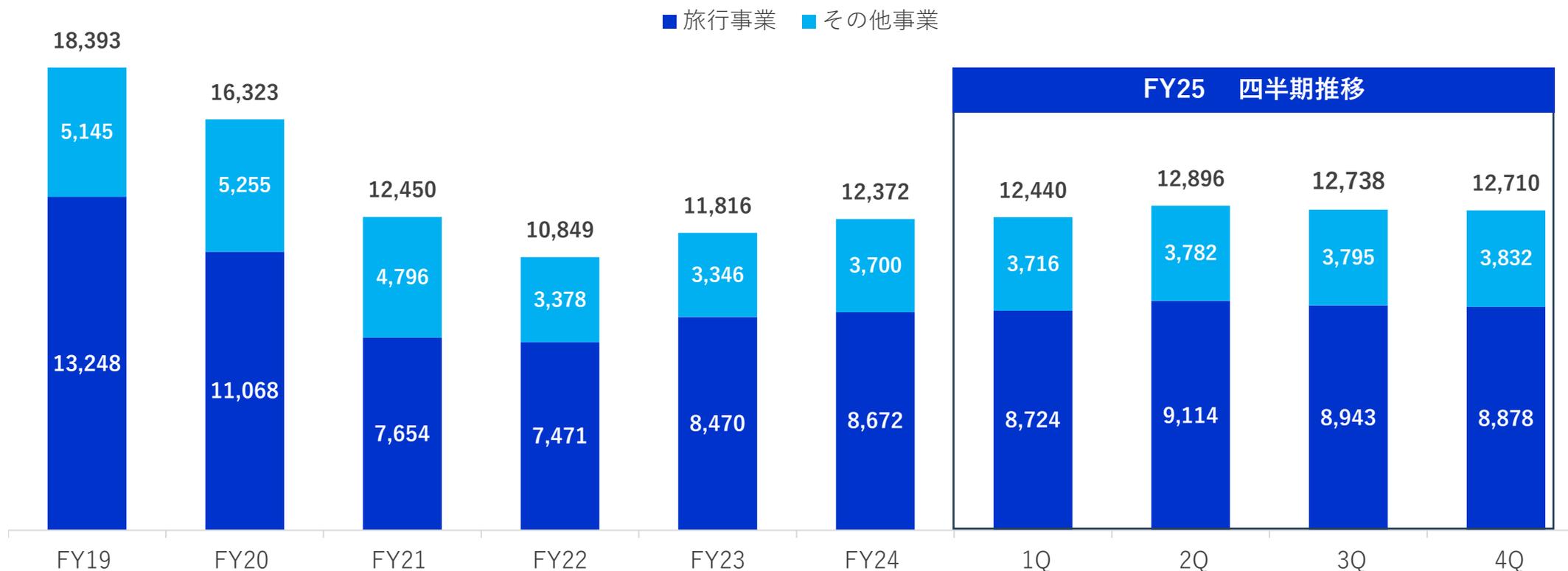


軒数	国内	12	21	22	24	24	24
	海外	15	15	18	18	18	19 (※)
	計	27	36	40	42	42	43
部屋数	国内	1,479	2,594	2,644	2,844	2,844	2,840
	海外	1,870	1,870	2,062	2,202	2,202	2,501
	計	3,349	4,464	4,706	5,046	5,046	5,341

※トルコ以外の他社運営ホテルを除く

[補足資料] 従業員数 推移

グループ従業員数



免責事項

本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能なあらゆる情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。

本資料には、当社の将来の営業活動、業績の見通し等の将来予測に関する記述が含まれています。かかる将来予測に関する記述は作成段階において入手可能な情報を基に当社経営陣が判断したものであり、様々なリスク要因や不確実性を持ちます。実際の営業成績や財務状態は、これらの将来予測において示唆されたものとは、著しく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述を過度に信頼することのないようご留意下さい。また、当社は新しい情報、将来の事象又は新たな知見に応じて将来予測を変更する責任を負うものではありません。



本資料に関するお問い合わせは、弊社IR室までご連絡ください。