



中期経営計画 説明資料

(2024-2026年 10月期)

株式会社エイチ・アイ・エス

2023年12月15日

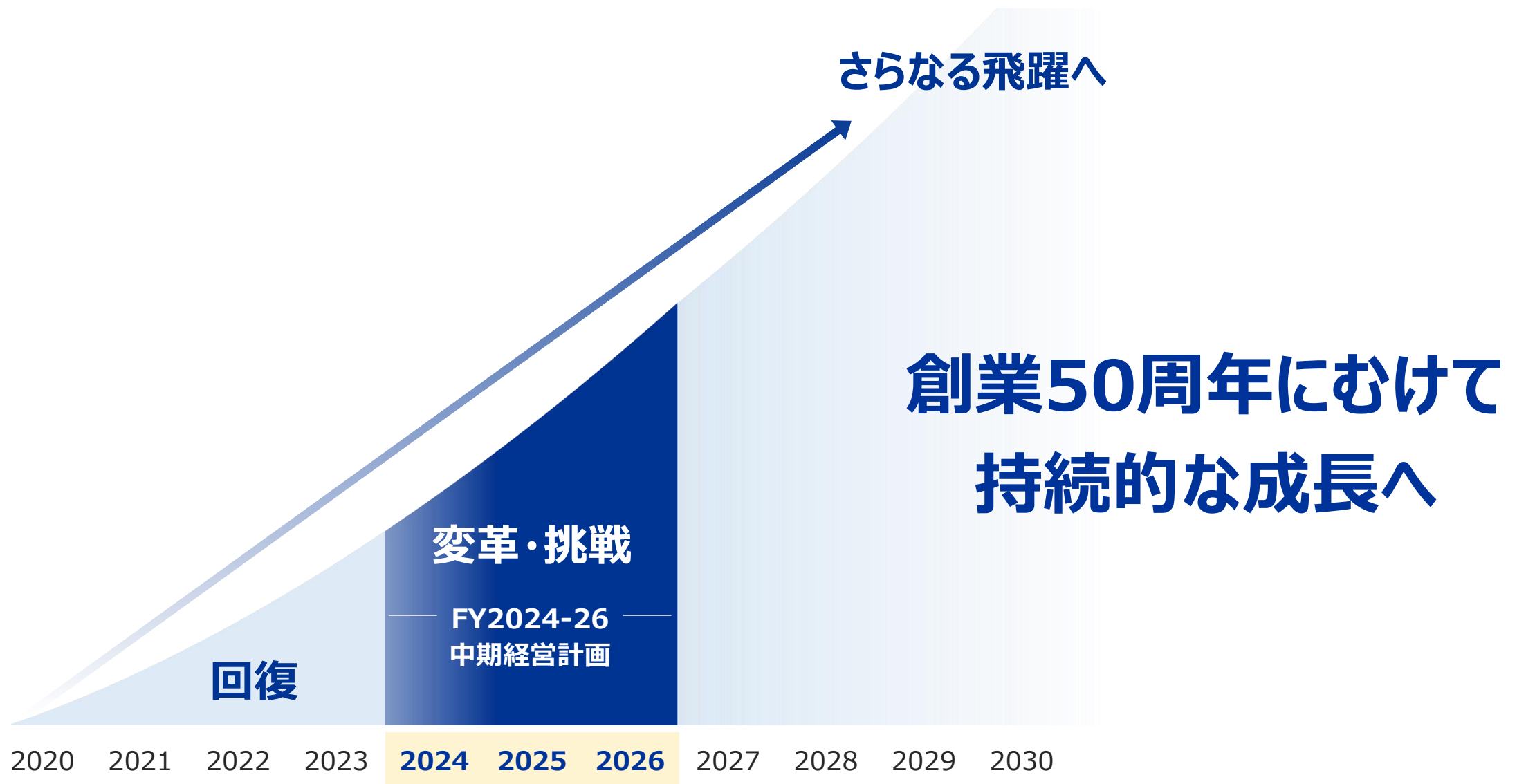
東証プライム：9603

目次

1. 中期経営計画の前提
2. 中期経営計画 概要・経営目標
3. 計画達成のためのアクションプラン
4. 財務施策・計画
5. サステナビリティへの取組み

1. 中期経営計画の前提

中期経営計画の立ち位置 [Vision2030] ヘタimeline



HISグループ 挑戦の歩み

【変革期】 2024年～ 創業50周年にむけて
持続的な成長へ

世界に対して、私たちが提供し続けていきたい価値

HIS Group Purpose

「心躍る」を解き放つ

未知との出会い、人との繋がり、豊かな時間、ワクワク、
高揚感、そして平和への想い。

私たちは「心躍る」を解き放ち、未だ見ぬ世界をつくるため、
冒険する挑戦者で在り続けます。

2022年11月策定



【回復期】 2023年

- 海外旅行への気運醸成
- 旅行事業の回復と収益体質の改善
- 事業ポートフォリオ再構築



【コロナ禍】 2020-2023年

- オンラインツアー先駆者・新規事業進出加速
- To G事業へ進出・海外旅行への気運醸成



【成熟期】 2010年代

- テーマパーク再建・地方創生事業参画
- 海外店舗数拡大・海外のネットワーク
- 法人事業の強化



【成長期】 1990-2000年代

- Ciaoブランドの立ち上げ（自由旅行）
- 航空事業への挑戦・ホテル事業への参画



【創業期】 1980年代

- 日本人にとって海外旅行を身近に
- 格安航空券、価格破壊



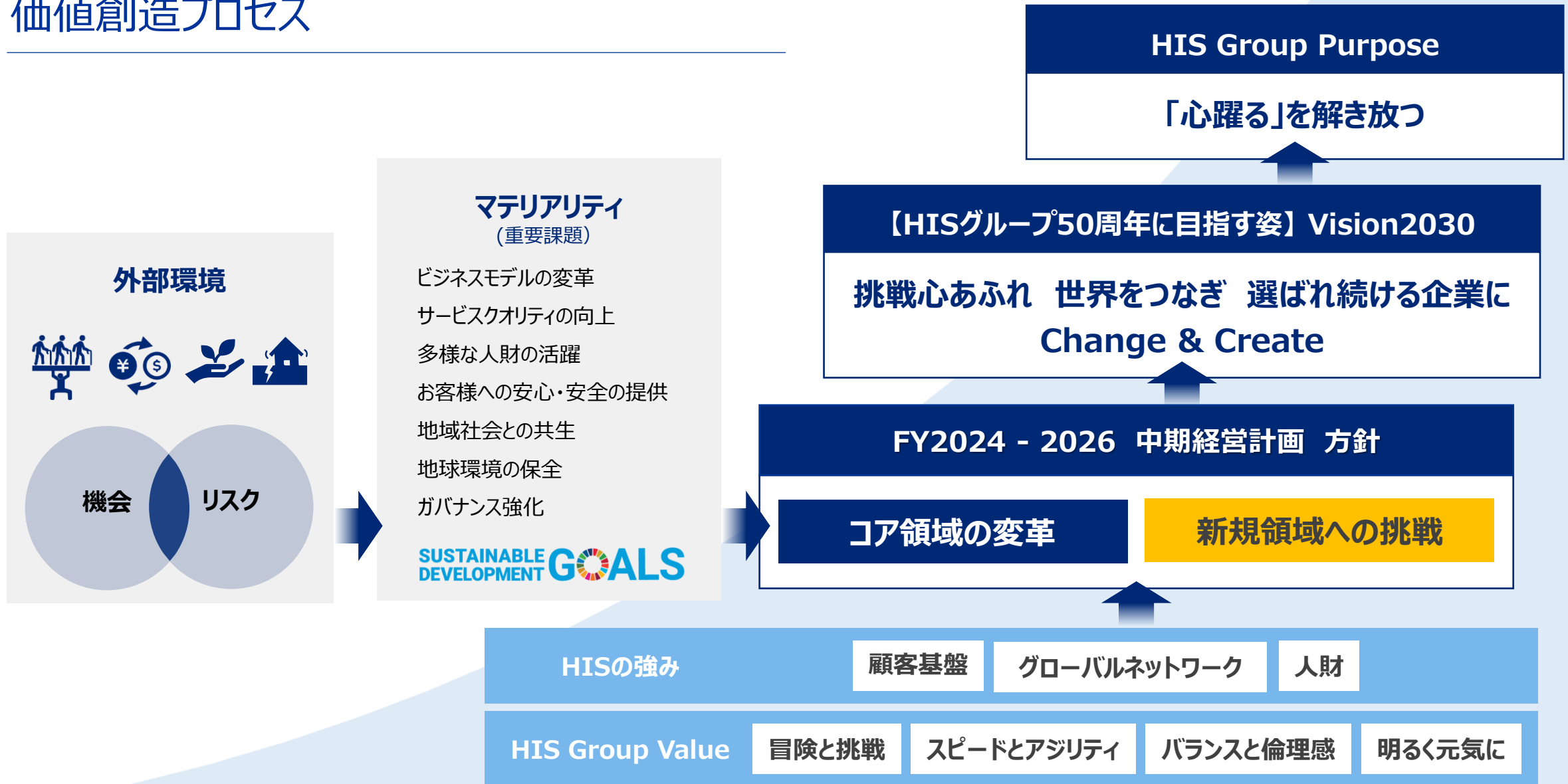
Vision2030

挑戦心あふれ 世界をつなぎ 選ばれ続ける企業に Change & Create

- 創業の原点である「挑戦心」 私たち自身が挑戦を続けるとともに、世界中の様々な挑戦を応援・支援することで、社会ともに成長し、よりよい未来をつくってまいります。
- 我々の強みであるグローバルネットワークを活用し、世界をより近いものへ。地域社会という小さくとも密接な関係にある世界から、地球外に広がる宇宙までがビジネスフィールドです。
- HISグループだからこそ提供できる価値を創出し、お客様から、HISグループスタッフから、社会から、選ばれ続ける企業を目指してまいります。

2. 中期経営計画 概要・経営目標

価値創造プロセス



方針

HISグループ50周年にむけた 「コア領域の変革」と「新規領域への挑戦」

コア領域 [旅行業]

新規領域

① グローバルネットワークの活用 (詳細:p.9)

② 生涯顧客の創造 (LTV最大化) (詳細:P.13)

③ 業務効率化・コスト構造改革 (詳細:p.15)

④ 旅行関連事業・非旅行
事業の成長 (詳細:p.17)

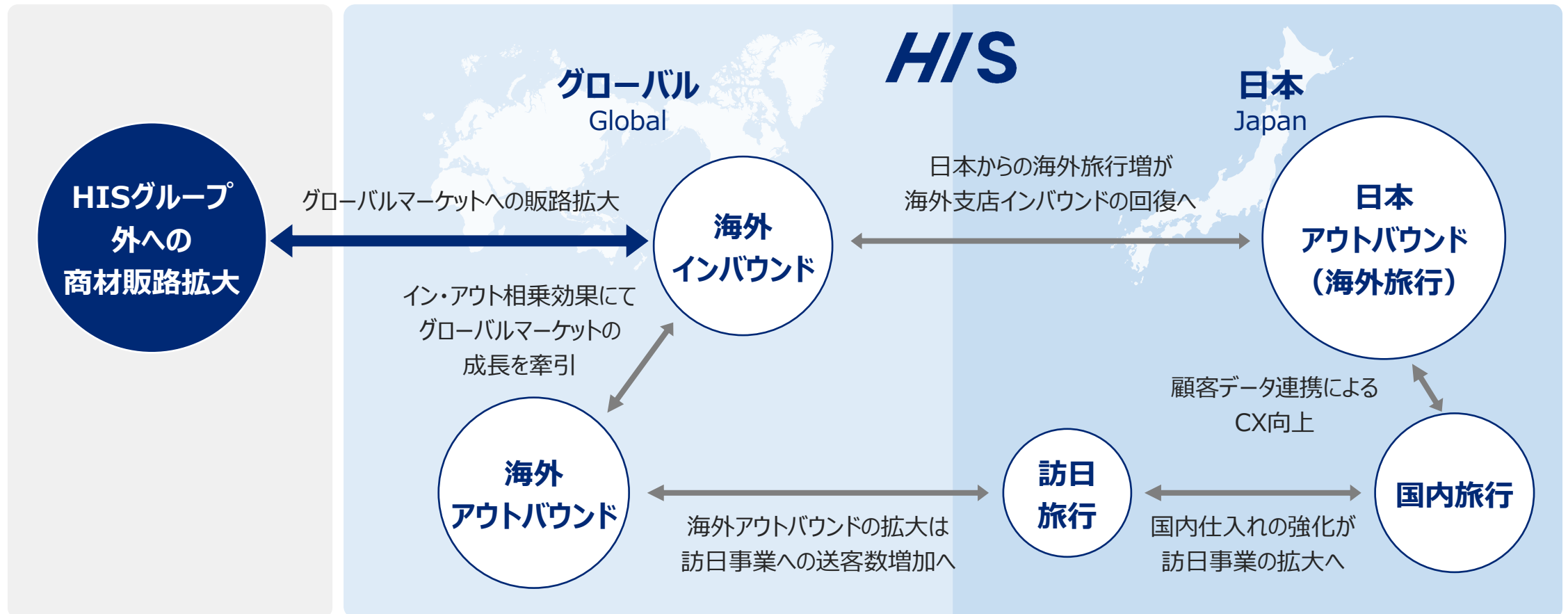
⑤ M&Aによる成長 (投資戦略) (詳細:p.19)

⑥ 人財戦略(人的資本経営) (詳細:p.20)

アクション
プラン

【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



連結 経営目標

FY2024	FY2025	FY2026
	売上	
3,500億円 (参考値) 旧基準：7,400億円・FY19対比：92%	3,900億円 (参考値) 旧基準：8,600億円・FY19対比：106%	4,300億円 (参考値) 旧基準：9,500億円・FY19対比：117%
	営業利益	
90億円 FY19対比：51%	120億円 FY19対比：68%	180億円 FY19対比：103%
	営業利益率	
2.6%	3.1%	4.2%
	経常利益	
72億円 FY19対比：42%	100億円 FY19対比：59%	160億円 FY19対比：94%
	自己資本比率	
11%	13%	15%

セグメント 経営目標

(百万円)	FY2024	YoY	前期差	FY2025	YoY	前期差	FY2026	YoY	前期差
連結売上高	350,000	139%	98,134	390,000	112%	40,000	430,000	110%	40,000
旅行事業	288,000	143%	85,992	322,000	112%	34,000	356,600	111%	34,600
テーマパーク事業	3,600	107%	244	3,650	101%	50	3,700	101%	50
ホテル事業	24,000	134%	6,063	25,000	104%	1,000	26,000	104%	1,000
九州産交グループ	23,300	107%	1,624	24,500	105%	1,200	25,200	103%	700
その他	12,700	147%	4,064	16,850	133%	4,150	21,300	127%	4,450
調整・消去	△1,600	-	148	△2,000	-	△400	△2,200	-	△200
連結営業利益	9,000	644%	7,603	12,000	133%	3,000	18,000	150%	6,000
旅行事業	7,500	934%	6,697	10,000	133%	2,500	16,000	160%	6,000
テーマパーク事業	200	125%	40	210	105%	10	250	119%	40
ホテル事業	2,000	347%	1,423	2,500	125%	500	3,000	120%	500
九州産交グループ	140	241%	82	250	179%	110	300	120%	50
その他	400	127%	84	540	135%	140	950	176%	410
調整・消去	△1,240	-	△722	△1,500	-	△260	△2,500	-	△1,000
連結営業利益率	2.6%	-	+2.0	3.1%	-	+0.5	4.2%	-	+1.1
旅行事業	2.6%	-	+2.2	2.7%	-	+0.1	4.5%	-	+1.8
テーマパーク事業	5.6%	-	+0.8	5.8%	-	+0.2	6.8%	-	+1.0
ホテル事業	8.3%	-	+5.0	10.0%	-	+1.7	11.5%	-	+1.5
九州産交グループ	0.6%	-	+0.3	1.0%	-	+0.4	1.2%	-	+0.2
その他	3.1%	-	-0.6	3.2%	-	+0.1	4.5%	-	+1.3

3. 計画達成のためのアクションプラン

アクションプラン① グローバルネットワークの活用

「グローバルマーケット」を開拓し、「日本からのインバウンド」の利益を超える

海外の事業におけるポートフォリオの再構築

海外事業における利益構造の推移

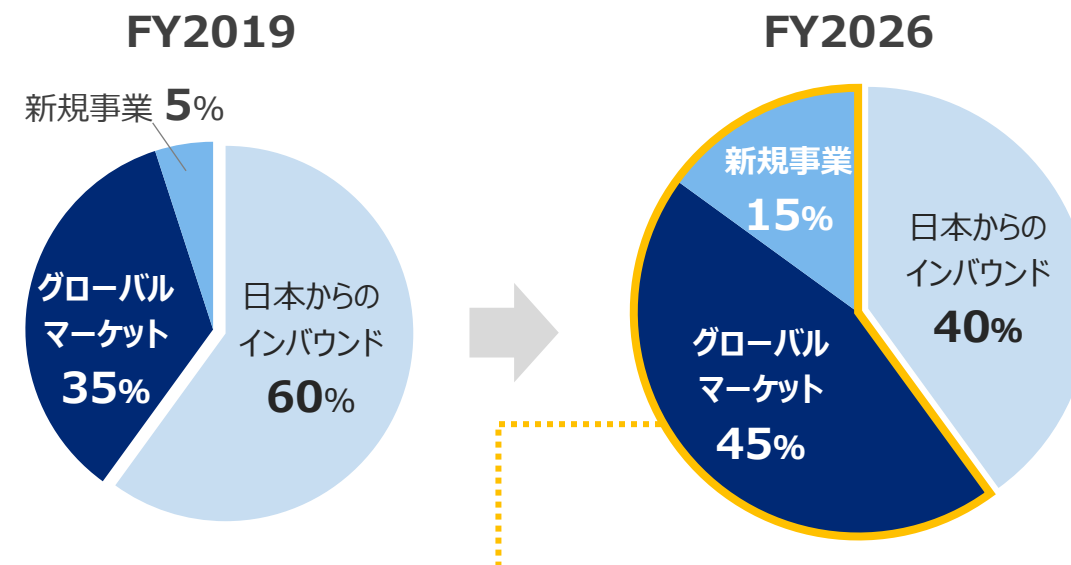
現状：日本から送客されたインバウンドに依存



①-1 | 回復の早いグローバルマーケットを強化・拡大

①-2 | 新規ディスティネーションの開拓

①-3 | グローバルネットワークを活用した新規事業の推進



「グローバルマーケット」+「新規事業」
60%の営業利益の創出へ

アクションプラン① グローバルネットワークの活用

①-1 | グローバルマーケットの拡大・強化

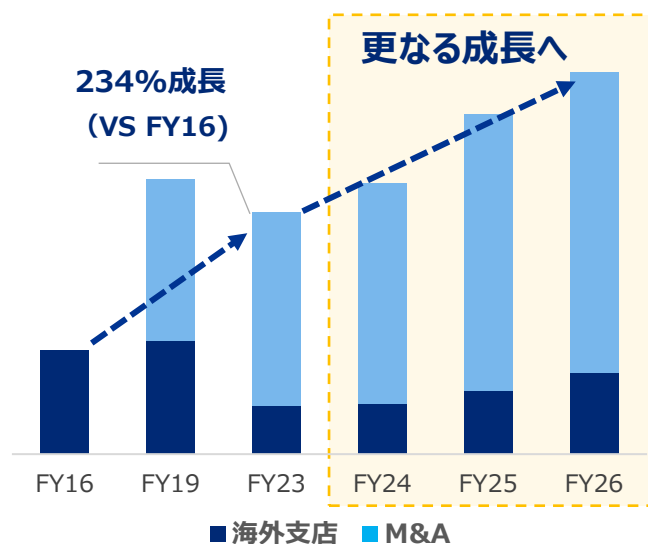
Local Marketに特化したパートナーとの連携

コロナ禍以前より、ローカルマーケットのパートナー連携が、海外における事業成長を牽引。今後も、更なるパートナー連携の促進にて、グローバルマーケットの強化へ。

商材の販路拡大

商品・サービスをより幅広いお客様にご利用いただくため、HISグループの枠を越え、販路を拡大。今までHISと接点のなかった新たなお客様とのつながりを創出。

海外旅行事業 取扱高



欧州・カナダパートナー連携



※ M&A= GROUP MIKI、Red label、Jonview、MeritTravel、CC/CCEL



(BtoB連携一例)

海外プラットフォーム接続を推進することでAPI連携を強化し、グローバルマーケットへの販路を拡大。



(ハワイLealeaラウンジ)

ハワイLealeaラウンジ、トローリーをグローバルマーケットにむけて、HISのお客様以外へもご提供。(一例)

アクションプラン① グローバルネットワークの活用

①-2 | 新規デスティネーションの開拓

新たな旅先の観光マネジメント実施

顧客視点での
満足度向上

×

地域交流や
地域活性化

新たな旅先との出会いを創造し、

- ・ **オーバーツーリズム対策（観光客の分散）**
- ・ **現地雇用機会の創出（地域社会との共生）**

へ取り組んでまいります。

サウジアラビア政府観光局と 観光促進に関する協定を締結 (2023年11月)



2022年に聖地メディナへの観光受け入れが解禁。
観光・エンターテインメントスポーツに力を入れるサウジアラビア政府協力のもと
観光マネジメントを実施。



今後は、北欧、南米、アフリカなど観光資源が豊富な国・都市の魅力発掘。

アクションプラン① グローバルネットワークの活用

①-3 | グローバルネットワークを活用した新規事業の推進

海外日本語学校創設と日本への人材派遣



労働人口が豊富な国にて、日本語学校を創設。
卒業生をHISグループの人材派遣会社にて受け入れ、就労をサポート。
日本が抱える労働人口減少という社会課題へアプローチ。

食を通じた日本文化の発信



食文化をはじめ、日本の文化を発信する情報ステーションへ。
コロナ禍に拡大した非旅行領域でのビジネスネットワークを通じて、日本文化の魅力を海外へ発信。

アクションプラン② 生涯顧客の創造（LTV最大化）

人生のあらゆるシーンで、「選ばれ続ける企業」へ

人生における様々な旅のシーンで

【コア領域（旅行）】

修学旅行



一人旅



仲間との旅



家族旅行



夫婦旅行



子供



学生



趣味



社会人



結婚・子育て



シニア



初めての旅



愛犬との旅



ユニバーサル
ツーリズム



ハネムーン



三世代旅行

日々の生活の中で

【グループシナジー・新規領域】

旅行周辺事業

非旅行周辺事業



「旅」という非日常のシーンだけにとどまらず、お客様の生涯を通じ、日々の生活の様々なシーンにおいて HISグループの商品・サービスをご利用いただく接点を増やしてまいります。

アクションプラン② 生涯顧客の創造（LTV最大化）

シームレスなサービス提供によるCX向上と顧客接点の拡大

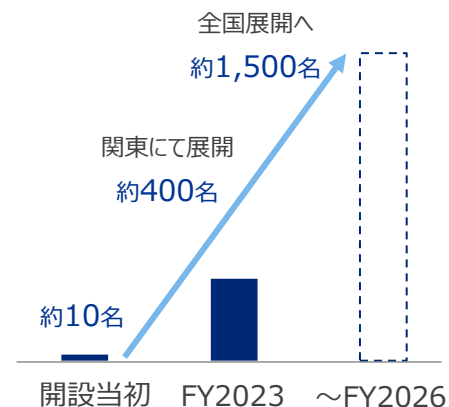
オンライン接客（ビデオチャット）の拡大



博多マルイ オンライン接客カウンター（イメージ）
（ビデオチャット専用カウンター 2023年12月オープン）

- 今後、全国へ対応人員を拡大。
- 全国ベースの混雑状況にあわせ、ご対応可能となり、機会損失を抑制。
- どこからでもアクセスでき、海外在住のお客様へのコンサルティングも可能に。

ビデオチャット対応人員 推移



販売チャネル別 平均単価順位

※FY2023 海外旅行売上（関東）

1	ビデオチャット	¥ 253,900-
2	店舗	¥ 248,700-
3	コールセンター	¥ 229,000-
4	オンライン	¥ 136,800-

タレントマッチングでお客様満足度向上



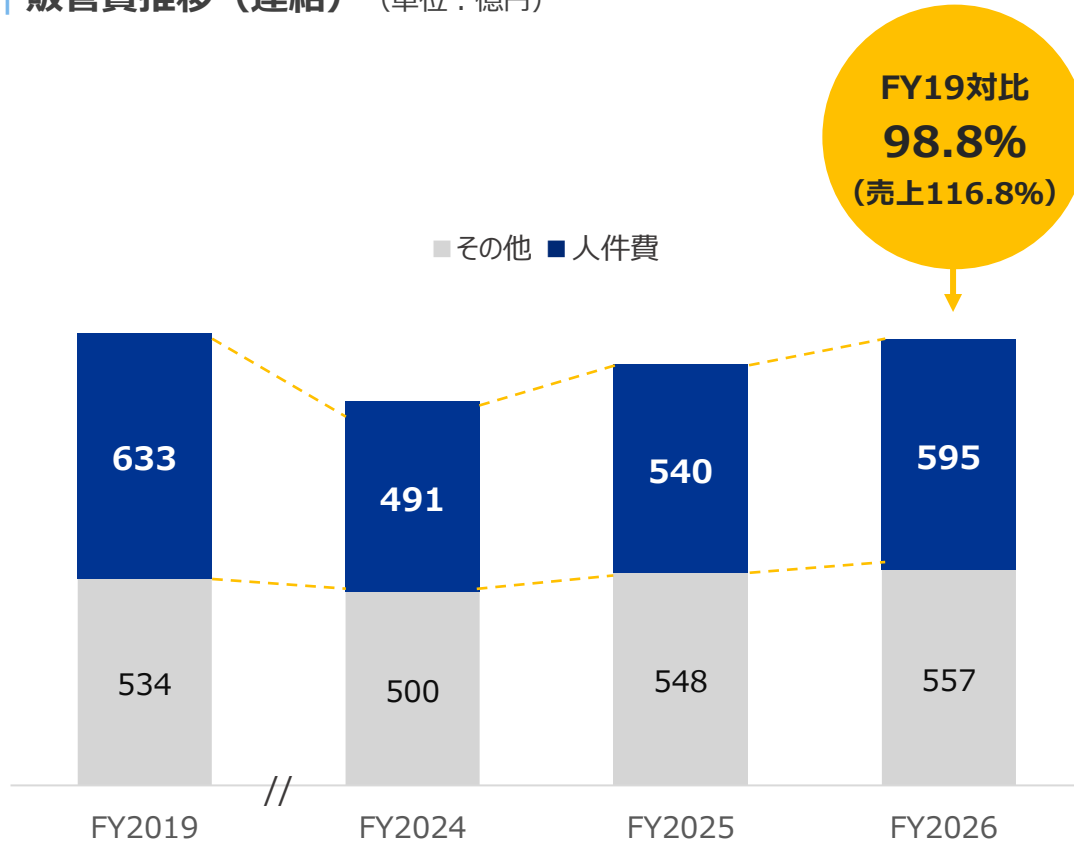
- 予約担当者の経験や得意領域を最大限に活用し、お客様のニーズとマッチングさせることで、高品質なコンサルティングが可能に。

タレントマッチング 比較 ※期間：2022年12月-2023年11月（関東）

	タレントマッチング	通常予約（指名なし）
単価	¥ 282,000-	¥ 227,000-
ロング方面構成比	50%	39%

グローバル視野での業務集約とデータ活用による効率化推進

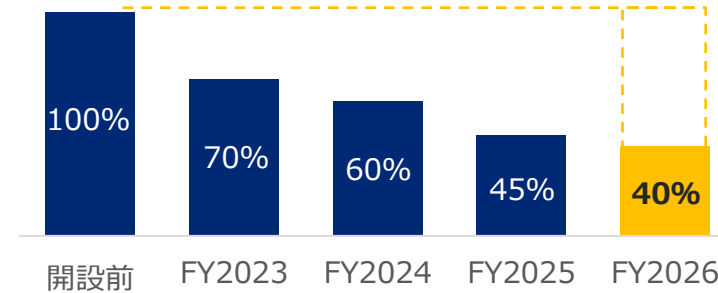
販管費推移（連結）（単位：億円）



[グローバルでの取り組み] ※SSC=シェアードサービスセンター

- SSC（マニラ）にて、各国の予約手配業務を集約

海外における予約手配業務量 推移



SSCへの
業務移管により
40%に削減

- SSC人員を1.6倍に増員（FY2023対比）
- RPAによるDX推進

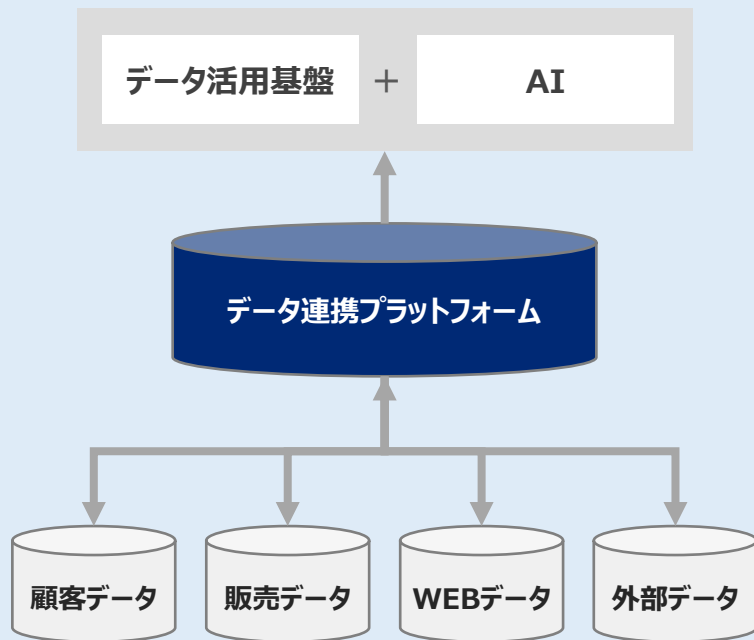
[日本国内での取り組み]

- DX推進による業務プロセスの見直し
- CRMによる広告効果の最大化と費用抑制

コア領域の課題解決と新たな価値創造

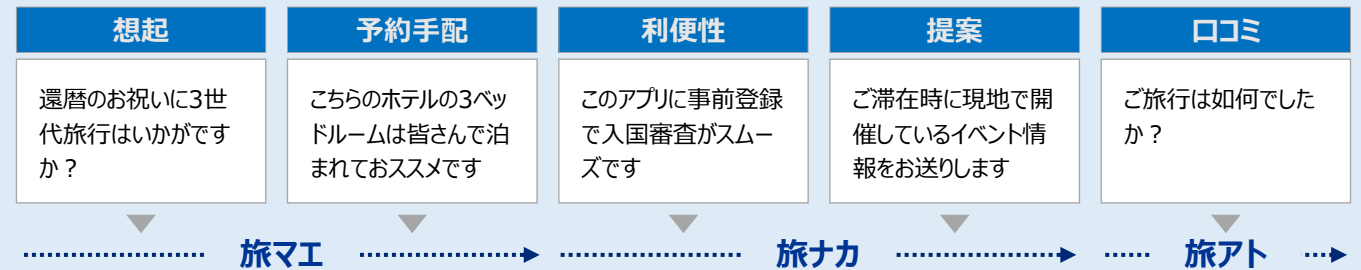
DX強化領域 1 データ活用環境の整備

データを活用するためのデジタル環境を整備



DX強化領域 2 顧客体験 (CX) の向上

- 顧客データの統合とCRMの活用で、パーソナライズされたサービスへ
- 旅マエから旅アトまで、状況とタイミングに合わせたデータの提供（連続した体験価値向上）
- お客様の声（VOC）をデータで可視化し、ペインポイントの解消へ



DX強化領域 3 海外旅行システムの刷新

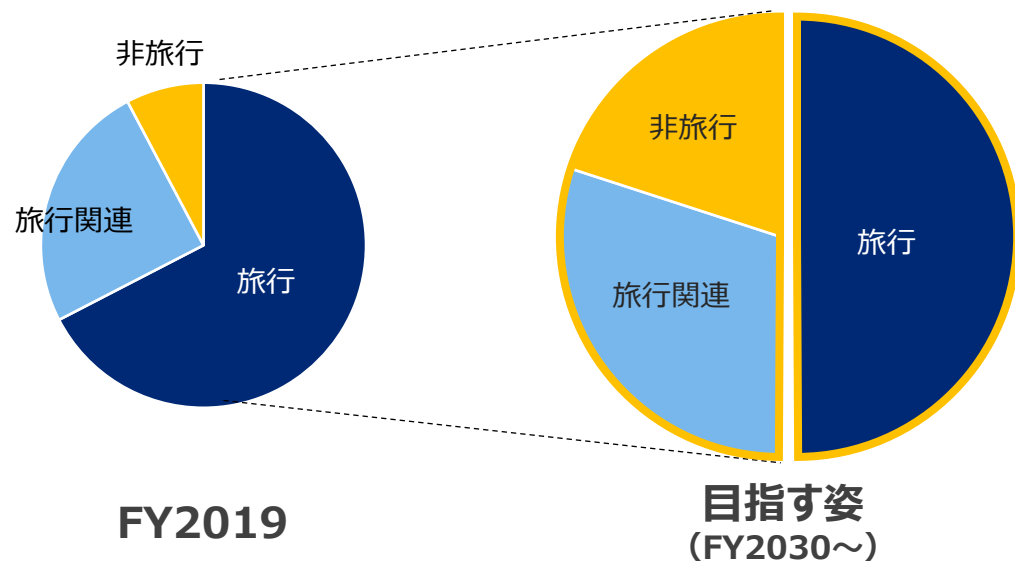
- 営業形態や組織単位でサイロ化しているシステムを統合（店舗とオンラインの融合）
- 海外側の業務を含めた全社横断的なプロセスの見直し（BPR）
- AIを活用した業務の効率化

アクションプラン④ 旅行関連事業・非旅行事業の成長

ポートフォリオ再構築にむけた挑戦を続け、持続的な成長へ

利益構造の変化

推移イメージ



FY2019

目指す姿
(FY2030~)

「旅行」：「旅行関連＋非旅行」＝ **1:1**

旅行事業

旅行業の収益性向上・構造改革が3カ年最重点と捉え、各アクションプラン実施。

旅行関連事業

グループシナジーを高め、HISグループとの接点をつくり、生涯顧客の創造（LTV最大化）を推進。

非旅行事業

コロナ禍において実践してきた新たな事業への挑戦は、今後も継続。

<p>教育</p>	<p>通信</p>	<p>システム</p>	<p>物販</p>
<p>飲食</p>	<p>人材派遣</p>	<p>各種工事 施設管理事業</p>	<p>BPO事業 海外進出支援 ライツ事業</p>

旅行関連事業の成長ドライバー（ホテル事業）

各ホテルブランドにて収益最大化をはかり、旅行関連分野の成長を牽引する事業へ

[3カ年成長戦略]

• 変なホテルブランドの拡張

プレミアム やリゾートなど、変なホテルブランドを拡張し、宿泊ニーズの多様化に対応

• 独自性ある商品プランにて客室単価・稼働率アップ

現在6カ国8ブランドにて展開。各ブランドイメージを明確化し、独自性のある商品プランにて、幅広い顧客層へアプローチし、客室単価・稼働率アップを図る

• ホテル新規開発を再開

地域や規模を見極め、事業拡大のためのホテル新規開発を再開

• 新領域への挑戦

付帯する事業（飲食・宴会/清掃/物販/広告）にて、グループシナジー向上へ

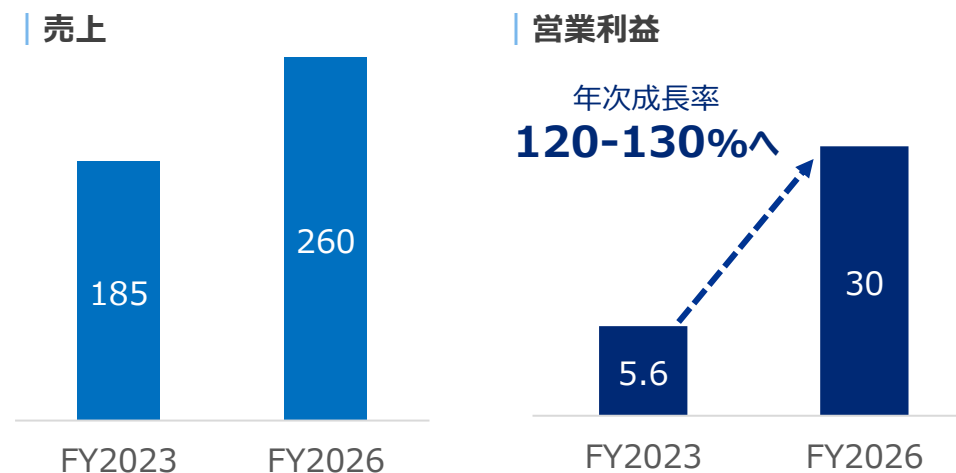
[今後の開業計画]



ホテル棟数（FY2023時点）

・ 国内：24 ・ 海外：18 ・ 計：42

[経営目標]（単位：億円）



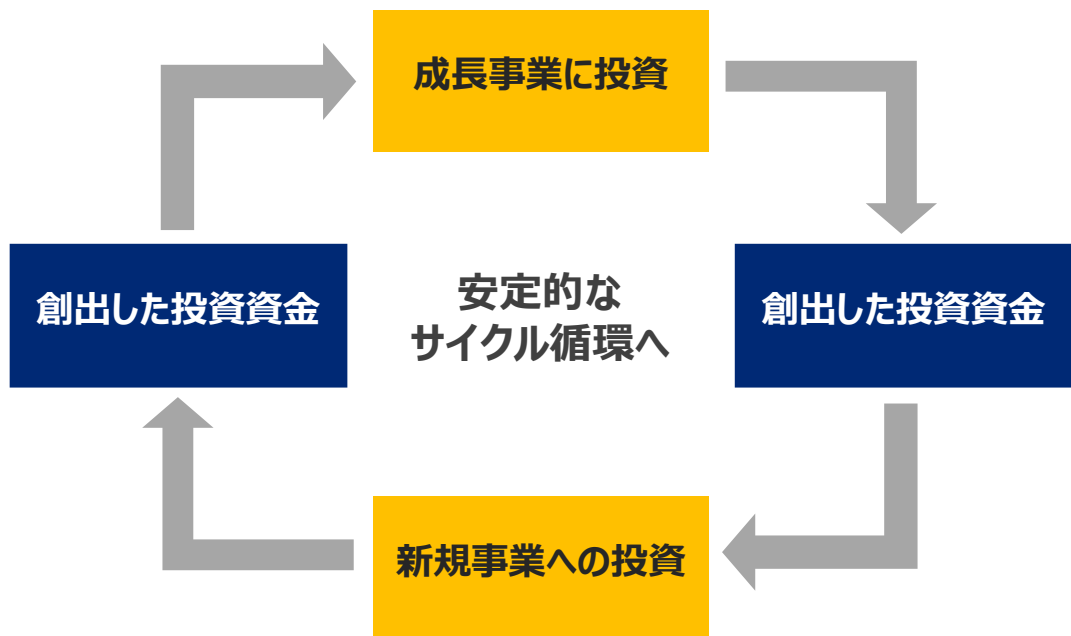
稼働率・客室単価

	FY2026
稼働率	76%（FY2023対比 1.17倍）
客室単価	¥ 15,800-（FY2023対比 1.12倍）

アクションプラン⑤ M&Aによる成長（投資戦略）

HISグループ持続的成長に向けた投資戦略

成長事業や新規事業へ投資し、創出した投資資金を再投資する安定的な投資のサイクル循環を行っています。



今後の投資方針・領域

今後、旅行と旅行関連領域は、既存事業に対し補完となる事業へ、非旅行領域は、将来性ある新しい時代の事業へ投資を検討していきます。

	旅行領域	旅行関連領域	非旅行領域
既存事業			
今後の投資検討事業	<p>コア領域 HISグループ既存事業に対し、シナジー創出、または補完となる事業へ投資</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">MICE 関連</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">訪日旅行</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">沖縄・ 北海道</div> </div>		<p>新規領域 将来性ある新しい時代の事業に投資</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">AI・宇宙・ ヘルスケアなど</div>

アクションプラン⑥ 人財戦略（人的資本経営）

社員一人ひとりの“心躍る”を解き放ち、変革が巻き起こる基盤構築

社員一人ひとりが働きがいを感じ、心躍る仕事ができること。そうした仕事の連続で、HISグループの変革、そして持続的成長を実現します。

重点課題	① 経営スピードの加速 変化に対応した人財ポートフォリオの構築 <ul style="list-style-type: none">グローバルHR体制の確立次世代リーダーの育成DX人財の採用全社へのDX教育の展開	② 多様な人財の活躍（DEIB推進） 意思決定層の多様性拡大 <ul style="list-style-type: none">女性役員比率20%国内女性管理職比率20%海外関係会社のNon-Japanese Manager比率65% 多様な働き方の推進 <ul style="list-style-type: none">副業制度社内兼業制度リモート旅行コンサルタントの導入	③ エンゲージメントの向上 HIS Group Philosophyへの共感 <ul style="list-style-type: none">Philosophyプログラム全世界導入パーパス連動の新人事制度 主体的なキャリア形成支援 <ul style="list-style-type: none">キャリアデザインプログラムの導入キャリアビジョン(自己申告)制度
	FY2026 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% ※FY2023時点(単体) : 56.1%	② 変革指数（人時生産性）の向上 FY2023対比1.6倍 (単体)

4. 財務施策・計画

財務方針：財務基盤の強化〔自己資本比率の回復〕

資本増強

本業の利益積み上げ

既に旅行事業の売上はコロナ前の7割まで回復。
FY2025には、コロナ前の水準へ。
全事業において収益性向上を意識。

有利子負債の削減

一部返済・本社社屋買戻し

グループ内の現預金管理を徹底し、余剰な現金を眠らせることなく有利子負債の返済を実行。併せて、早期の本社社屋の買戻しへ。

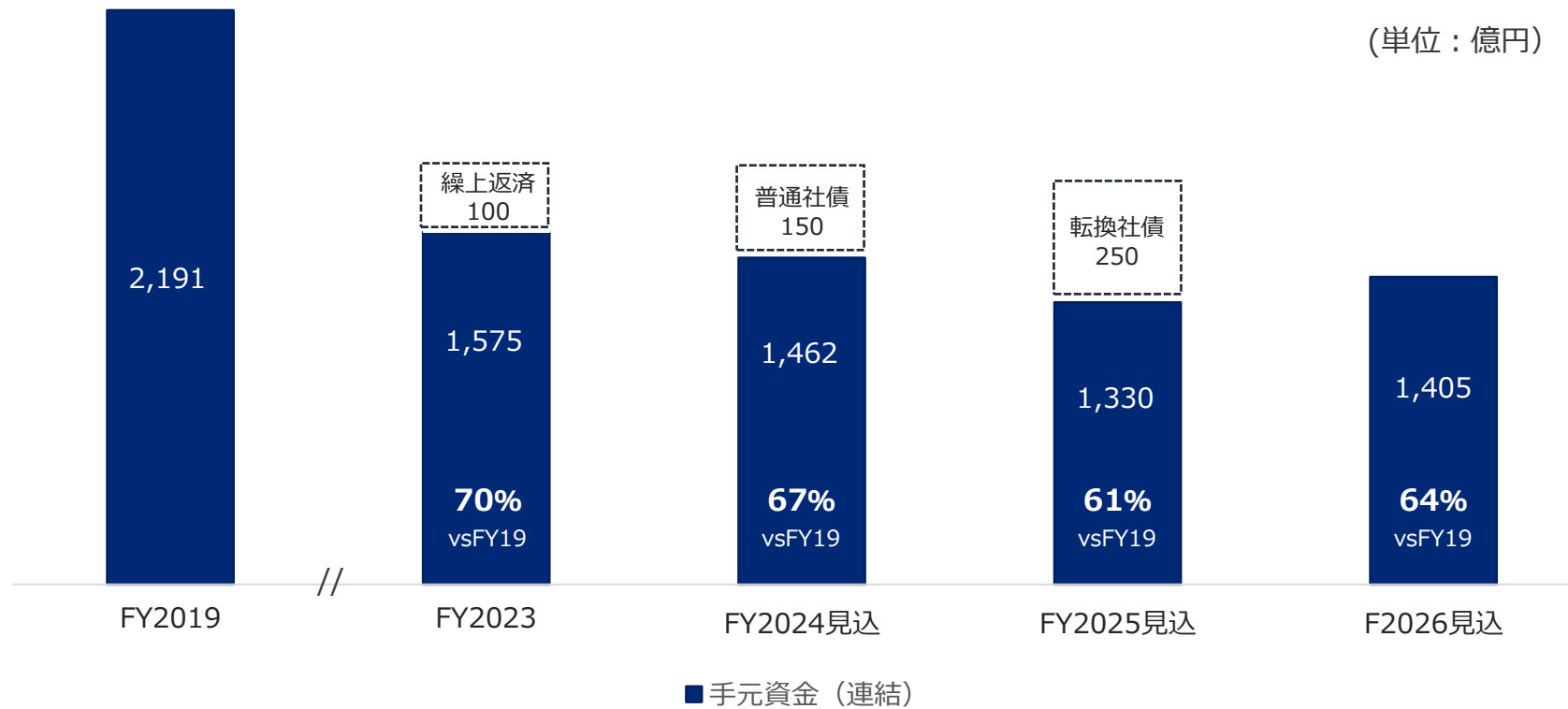
事業の取捨選択

収益性・将来性の
高い事業へ集中

攻めに転じるためのアクション。
限られた財源を収益性・将来性の高い事業に集中。

本業の業績回復により利益を積み上げ、社債と有利子負債の償還を図る

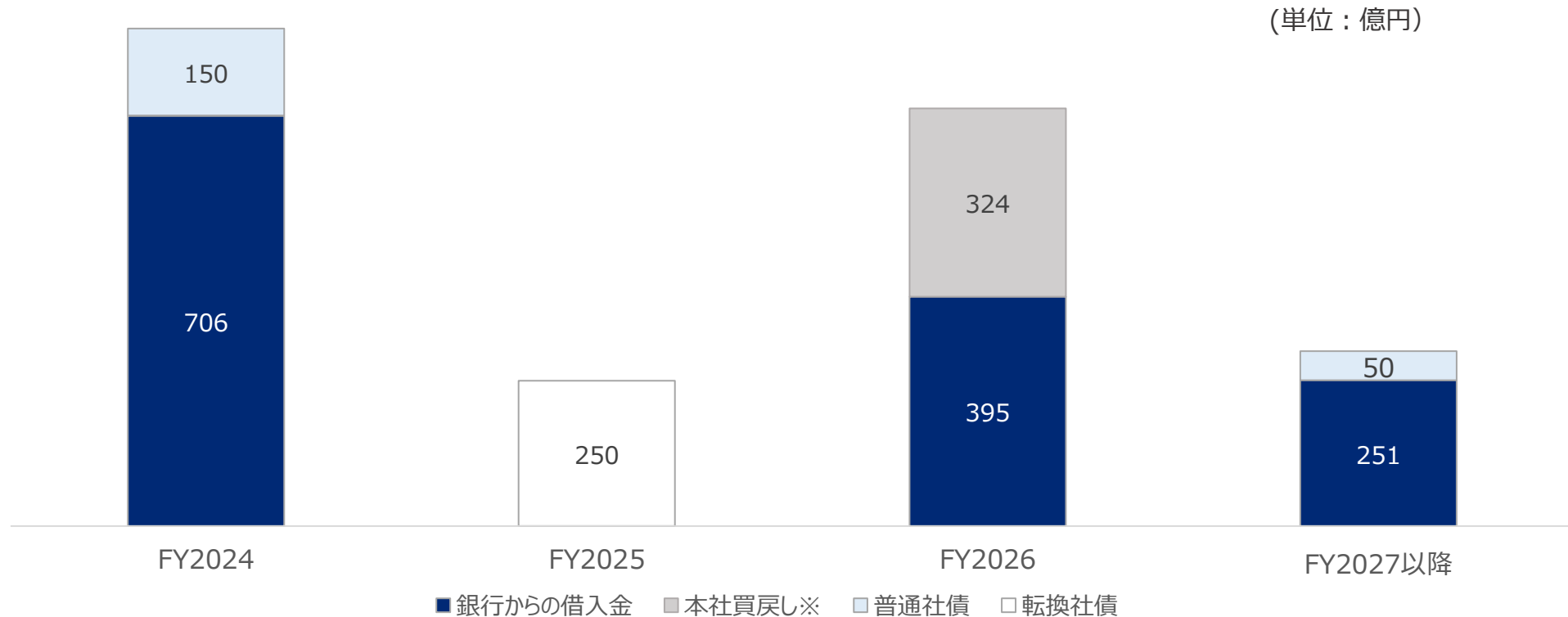
※コミットメントライン除く



キャッシュポジションを見ながら返済を進める

有利子負債（単体）の償還スケジュール

2023年10月期末時点 有利子負債（単体）：2,129億円

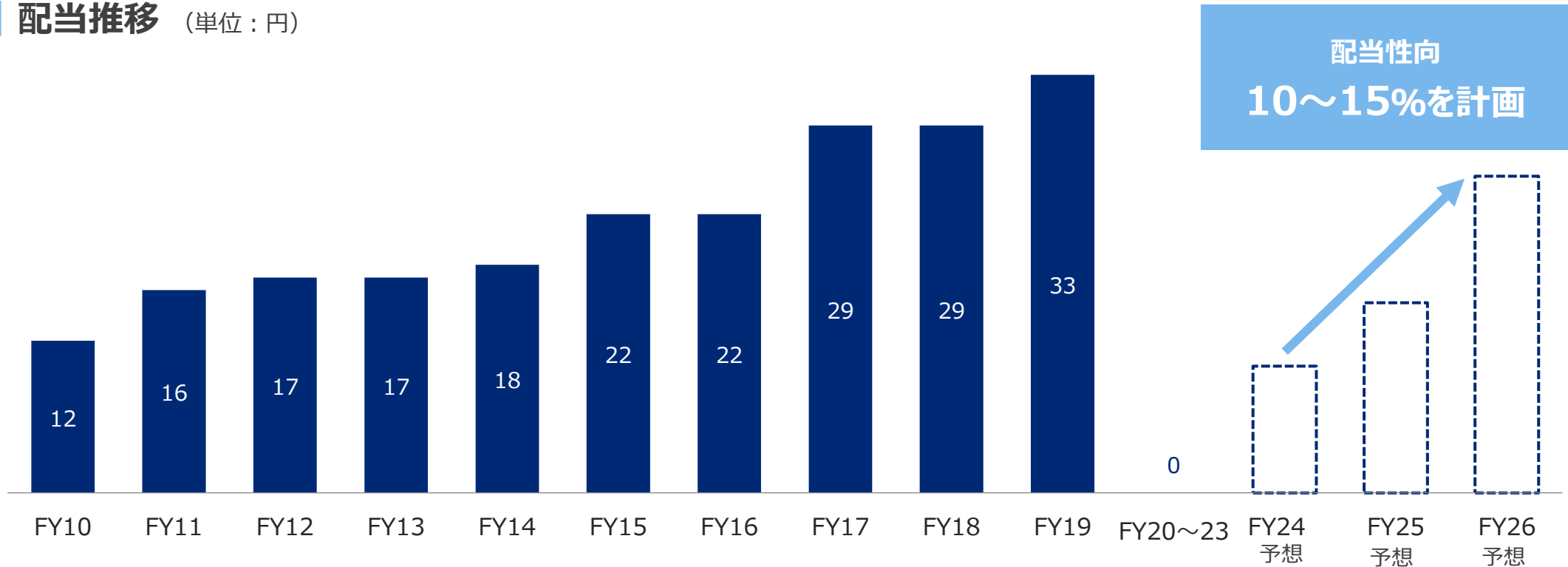


※本社買戻し（リースバック）…契約期間は20年であるが5年での返済を予定しているためFY2026に含める。

株主還元の基本の方針

業績予想通りの実績となった際は、安定的かつ継続的な利益還元を再開

配当推移 (単位：円)



5. サステナビリティへの取組み

サステナビリティへの取組み

環境問題や社会問題への事業を通じて向き合い、貢献することで、次世代の未来に繋ぐ

HISグループは“「心躍る」を解き放つ”というパーパスを掲げ、旅行事業を中心とした幅広い事業を展開し、グループ全体の企業価値を向上するとともに、持続可能な社会の発展に貢献することを目指しています。

世界中の人々が「心躍る」ことができる前提には、人や地域との繋がり・相互理解、健全な地球環境、そして世界平和が必要だと考えています。

E [Environment]

- **TCFD提言への対応**

TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言に沿ってガバナンス・戦略・リスク・指標目標を定め改善を実施。

- **事業における環境負荷軽減の取組み**

- **省資源への取組み**

S [Social]

- **多様な人財の活躍**（詳細:p.20）

- **地域社会との共生**

G [Governance]

- **取締役会の実効性強化**

- **リスク・コンプライアンスへの対応強化**

- **サステナビリティへの対応強化**

事業における環境負荷軽減の取組み

旅の移動における排気ガス削減



(左: Lealea Okinawa シャトルバス、右: Lealea Hawaii トロリーバス)

トロリー、バス運行による レンタカー利用削減

沖縄、ハワイ等人気観光地でトロリーバス、シャトルバスを運行することで、レンタカー利用による排気ガス増加を抑制。



(タイ: EVトゥクトゥカー)

EV車導入による排気ガス削減

タイのバンコク市内の観光や、沖縄県の久米島・宮古島のホテル内においてEVトゥクトゥカーを導入し、移動による排気ガス排出削減を推進。将来は空港送迎用車両や観光バスなどにもEV車導入を目指す。

SDGsについて学ぶ旅の提案



(ハワイ: アラワイ運河の水質改善プロジェクト)

自然環境保護体験プログラム提供

ハワイ州観光局との「マラマハワイ」では、社員向け教育プログラムを実施すると共に、お客様への情報発信や、自然環境保護体験プログラムの提供を行い、再生型観光を推進。また、国内・海外複数の地域で自治体・企業・NGO・NPO等と連携し体験プログラムを開発。個人旅行・教育旅行・社員旅行等で提案し、旅を通じてSDGsに触れる機会を提供。

省資源やCO₂削減への取組み

事業活動における省資源化の促進



(変なホテル内アメニティバー)

プラスチック製品やコピー用紙 消費の削減

旅行者にお渡ししていたビニール製バッグの廃止、宅配用ビニール袋の紙袋への変更、ホテル事業においては、施設内でのアメニティバーの導入等の取組みにより、事業活動におけるプラスチック消費を削減。また紙資源については、森を守るFSC®認証 コピー用紙を利用すると共に、社内資料や文書の電子化や旅行日程表の電子化を促進し、コピー用紙消費量を削減。

持続可能な未来へ向けての投資



(写真提要：Space Perspective)

カーボンニュートラルな 宇宙旅行を販売

HISアメリカ法人では、世界初のカーボンニュートラルな宇宙旅行を提供する会社であるSpace Perspective社に出資し、業務提携。



※ イメージ

九州産交グループにおける 輸送手段のEV化・FCV化

九州産交グループでは公共バスのカーボンネガティブ輸送サービスの実現を目指し、スリーダムアライアンスグループと共同でEV化・FCV化の研究開発を実施中。

地域社会との共生

様々な方へのサービスの提供



(ユニバーサルツーリズム ツアーの様子)

誰もが世界と繋がれるサービス

介護・福祉関連の専門知識を持ったスタッフや手話のできるスタッフが案内する「ユニバーサルツーリズム」、どこからでも世界と繋がれる「オンライントラベル」等、誰もがいつでも自由に世界と繋がれるサービスを提供。

地域社会との共創



(子どもたちの学び場をつくるカンボジアツアーの様子)

国や自治体、NGOとの連携

2017年にカンボジアに小学校を建設し、その後も教育支援と交流の旅を継続的に実施していることが評価され、2023年第1回「日本旅行業協会SDGsアワード」にて大賞を受賞。
世界の国や自治体、地域等と連携し、観光地の新たな魅力発掘やオーバーツーリズム対策を推進。



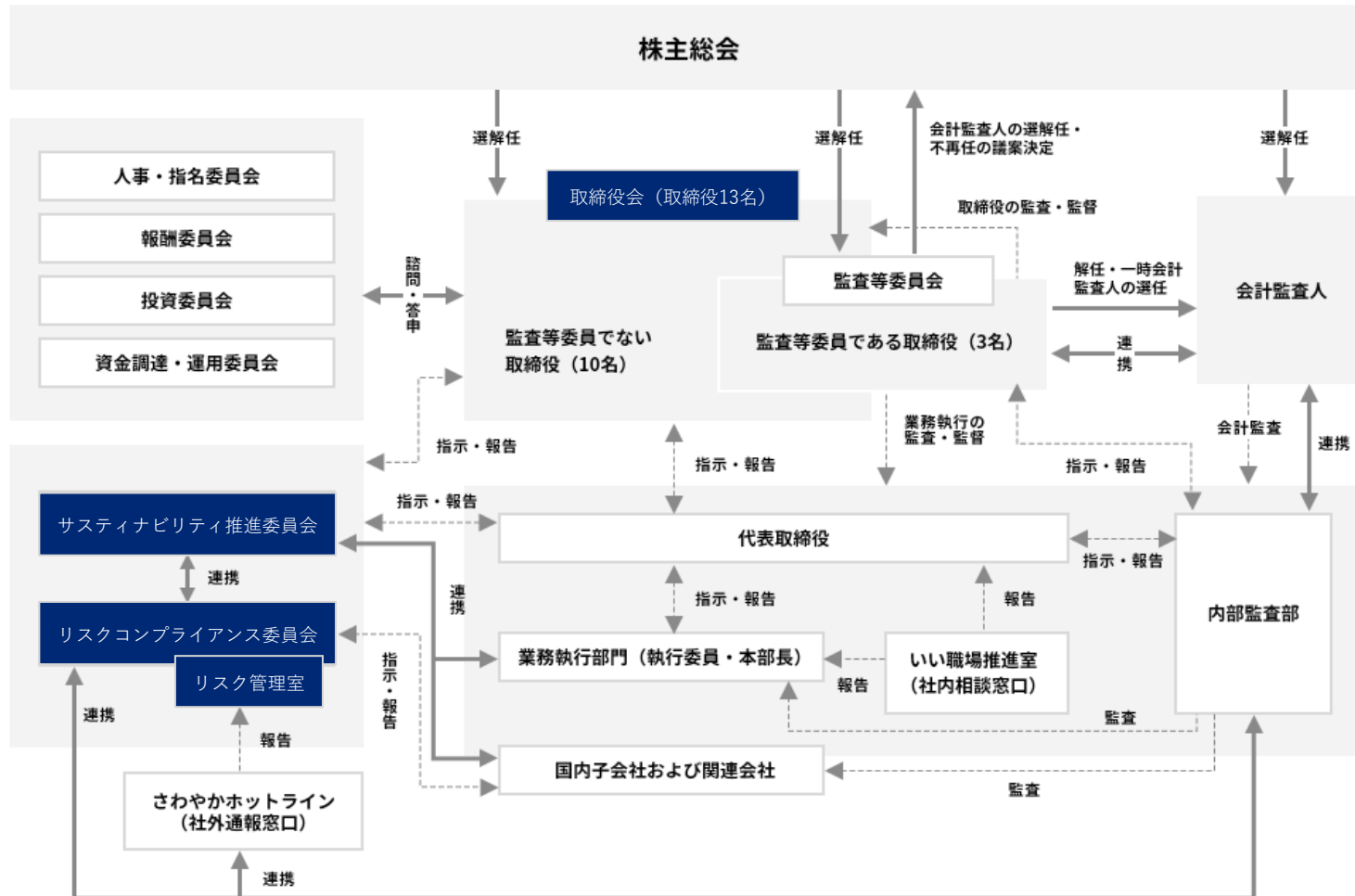
(SAKURAMACHI Kumamoto)

地域に根差した事業

九州産交グループの運営する複合型商業施設「SAKURAMACHI Kumamoto」は、観光・交通の拠点として、地場企業を積極的にテナント誘致する他、行政関連施設など多様な生活サポート機能も備える。
ハード・ソフト両面において地域に根差した取組みが評価され数々の賞を受賞。

Governance | ガバナンスへの取り組み

コーポレートガバナンス体制図



取締役会の実効性強化

以下4点の実効性強化に注力

- ① 後継者育成計画
- ② 取締役の多様性（性別、国籍等）向上
- ③ 中期経営計画のモニタリング
- ④ サステナビリティ推進

サステナビリティへの対応強化

サステナビリティ推進委員会から取締役会への報告頻度の向上及び議論の活性化

リスクコンプライアンスへの対応強化

リスク・コンプライアンス委員の適切な配置及び管理体制の強化

【補足資料】 マテリアリティとリスク・機会との関連性

マテリアリティ	関連リスク・機会	主な目標、KPI	貢献するSDG s 目標
ビジネスモデルの変革	a. 経済・社会情勢の変化 b. 市場の変化 c. 技術革新への対応	<ul style="list-style-type: none"> グローバルマーケットの拡大・強化 新規ディスティネーション開発 業務効率化・コスト構造改革 新規事業の推進 KPI (連結) FY2026 売上 4,300億円	
サービスクオリティの向上	a. 経済・社会情勢の変化 b. 市場の変化 c. 技術革新への対応	<ul style="list-style-type: none"> DX推進による顧客体験価値の向上 販売チャネルのシームレス化 (OMO推進) 高付加価値商品の拡充 	
多様な人財の活躍	b. 市場の変化 f. 人財の育成・確保	<ul style="list-style-type: none"> DEIB推進 経営リーダー育成 働き方・風土改革 KPI FY2026 働きがい指数80%, (単体) FY2026 女性役員・管理職比率20%	
お客様への安心、安全の提供	d. 提供するサービスの安全管理・品質管理 e. システム、設備の障害などによるサービスの中断・品質低下	<ul style="list-style-type: none"> 各種安全ガイドラインやマニュアルの整備・更新 システムセキュリティ対策 KPI (単体) 毎年 eラーニング研修受講率 個人情報100%/セキュリティ100%	
地域社会との共生	a. 経済・社会情勢の変化 g. 気候変動、環境規制	<ul style="list-style-type: none"> 誰もが世界と繋がるサービスの提供 (ユニバーサルツーリズム、オンライントラベル) 地域社会との共創 (自治体、NGO・NPOとの連携) 	
地球環境の保全	g. 気候変動、環境規制	<ul style="list-style-type: none"> 事業における環境負荷軽減の取り組み 省エネ・省資源化の促進 KPI (単体) FY2026プラスチック削減70%、紙資源削減70% (2019年比)	
ガバナンス強化	h. ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> 取締役会の実効性強化 リスク・コンプライアンス、サステナビリティへの対応強化 KPI (単体) FY2024 コンプライアンス研修年間6回実施、受講率100%	

方針

HISグループ50周年にむけた 「コア領域の変革」と「新規領域への挑戦」

コア領域 [旅行業]

新規領域

① グローバルネットワークの活用 (詳細:p.9)

② 生涯顧客の創造 (LTV最大化) (詳細:P.13)

③ 業務効率化・コスト構造改革 (詳細:p.15)

④ 旅行関連事業・非旅行
事業の成長 (詳細:p.17)

⑤ M&Aによる成長 (投資戦略) (詳細:p.19)

⑥ 人財戦略(人的資本経営) (詳細:p.20)

アクション
プラン

【再掲】連結 経営目標

FY2024	FY2025	FY2026
	売上	
3,500億円 (参考値) 旧基準：7,400億円・FY19対比：92%	3,900億円 (参考値) 旧基準：8,600億円・FY19対比：106%	4,300億円 (参考値) 旧基準：9,500億円・FY19対比：117%
	営業利益	
90億円 FY19対比：51%	120億円 FY19対比：68%	180億円 FY19対比：103%
	営業利益率	
2.6%	3.1%	4.2%
	経常利益	
72億円 FY19対比：42%	100億円 FY19対比：59%	160億円 FY19対比：94%
	自己資本比率	
11%	13%	15%

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。