旅行業・運輸

HTB売却も95億赤字

HIS通期決算　3期連続赤字、翌期予想は未定に

エイチ・アイ・エス（HIS、澤田秀雄会長、矢田素史社長）は12月15日、2022年10月期（21年11月1日～22年10月31日）連結決算を発表した。コロナ禍の影響が続き、当期純損失は95億4700万円（前期は500億5千万円の赤字）と3期連続の赤字となった。ハウステンボス（HTB）の売却による関係会社売却益などで特別利益を545億円計上するなど、赤字は約405億円を圧縮。澤田会長は今後について「欧米と比べて海外渡航は約6カ月遅れているが、予約は増えている。海外旅行が本格的に戻る予測である23年は、全社一丸で取り組む」と決意を述べる。23年10月期の予想は、コロナ禍で合理的算定が困難であることから未定とした。

売上高は前年比20・4%増の1427億9400万円、営業損失が479億3400万円（前年は640億5800万円の赤字）、経常損失が490億100万円（同632億9900万円の赤字）。

旅行事業は、売上高が同319・7%増の676億9300万円、営業損失が286億2900万円（同3883億3600万円の赤字）。コロナ禍の段階的な水際緩和で、海外における旅行事業が回復するほか、コスト削減の徹底に努めたが、収益性が高い海外旅行事業の回復が遅れた。

テーマパーク事業は、売上高が同45・7%増の212億2500万円、営業利益が1億8300万円（同35億5900万円の赤字）。HTBでは、開業30周年を記念したアニバーサリーイベントや、季節に応じた環境演出に重点を置いた各種イベントが好評を得た。

ホテル事業は、売上高が同93・5%増の92億700万円、営業損失が41億2200万円（同58億6800億円の赤字）、EBITDAベースでは1億9200万円の損失（同25億5700万円の赤字）。軒数が国内1軒増の22軒、海外1軒増の18軒と増加したほか、行動制限緩和の影響で増収となった。

九州産交グループは、売上高が同16・3%増の179億6千万円、営業損失が15億5400万円（同27億1200万円の赤字）、EBITDAベースでは3億900万円の利益（同8億4600万円の赤字）。路線バスの輸送人員増加や、高速バスの運行再開、サクラマチクマモトの入館者増加など、一部が回復した。

エネルギー事業は、売上高が27・3%減の243億7600万円、営業損失が99億7800万円（同102億6400万円の赤字）。電力小売事業では、調達電源の価格高騰の常態化、発電事業は燃料となるパーム油の価格高騰の影響を受けた。電力小売事業は22年5月、発電事業は同10月に全株式の譲渡が完了した。

旅行、非旅行1対1　BPO事業を加速

同日に開催された決算発表会では、矢田社長が今後の経営方針を発表。

事業構造改革では、旅行事業の深化として、HISでしか体験できない旅、持続可能な観光の提供、非旅行事業の探索として、自治体の事業受託の強化、企業連携協働事業の展開、既存事業領域の拡大、新規事業の開発に取り組む。「ポートフォリオを再構築し、現在全体利益の2割を占める非旅行事業を押し上げ、中長期で旅行関連事業（6種）と非旅行事業（8種）の利益を1対1にする」と矢田社長。

マインド改革として、パーパス「『心躍る』を解き放つ」を導入。原点の再確認、グループの意識統一、判断基準の整理を行う。

財務改革では、自己資本比率の改善、B/Sのスリム化、コスト削減を推進。自己資本比率は、現在の11・4%から20%以上を目指す。販管費は、出向や休業していた社員が復職して人件費が増えるなど、前年比46億円増の761億円となった。設備投資は、ホテルへの投資を減らし、前年実績から51億円減の52億円に。24年には31億円まで減少させる計画だ。

今後の旅行事業について、矢田社長は「海外旅行の回復と国内旅行の底上げで業績は回復する見込み。欧米発着を中心に定期航空便が回復傾向にあり、25年にはHIS単体で19年を上回る水準となる売上高4800億円（国内旅行1200億円、海外旅行3600億円）を目指す」と話した。

注目する旅行事業として、気球型宇宙船「ネプチューン」の日本・カナダでの販売権契約締結などを挙げた。

非旅行事業では、自治体のBPO事業を強化する方針。矢田社長は「後発ではあるが、マーケットは大きく、期待する声も大きい。HISならではの新しい視点は、チャンスを生む」と意気込んだ。今後は、国内外支店のネットワークを生かし、取り組みを加速する。【長木利通】

決算発表会の様子

10月の旅行取り扱い状況速報

（千円、%）

会社名	国内旅行 取扱額	前年比	2019年比	海外旅行 取扱額	前年比	2019年比	外国人旅行 ＊1 取扱額	前年比	2019年比	合計 取扱額	前年比	2019年比
JTB（7社計 ＊2）	82,537,016	181.9	94.3	10,787,614	747.3	19.5	2,772,164	259.5	17.6	96,096,795	200.6	60.6
エイチ・アイ・エス（6社計 ＊3）	4,821,705	229.0	102.3	6,862,750	897.0	21.3	131,403	293.0	7.4	11,815,858	405.2	30.5
KNT-CTホールディングス（4社計 ＊4）	27,070,973	208.9	97.4	1,754,165	1174.4	10.6	795,404	1057.5	39.2	29,620,542	224.7	64.0
日本旅行	21,695,858	165.1	85.0	4,175,413	888.2	36.0	633,662	2199.0	10.4	26,504,933	194.3	61.3
阪急交通社（3社計 ＊5）	12,469,589	202.1	88.8	2,772,883	435.8	13.2	142,511	76209.1	22.5	15,384,983	226.0	43.2
ジャルパック	9,960,623	209.2	89.1	455,579	8015.1	11.6	3,281	－	86.8	10,419,483	218.6	69.0
ANAX	6,305,086	146.4	45.7	298,111	506.9	15.9	0	－	－	6,603,197	151.3	41.8
東武トップツアーズ	12,463,885	146.7	126.1	1,030,799	653.3	41.7	159,045	2009.4	21.5	13,653,728	157.6	104.3
ジェイアール東海ツアーズ	6,668,632	154.1	87.0	14,859	730.2	9.7	41,216	4396.4	12.9	6,724,706	155.3	82.6
名鉄観光サービス	7,183,058	145.6	86.2	154,685	168.4	7.3	110,339	698.7	55.4	7,448,082	147.8	69.9
農協観光	2,168,751	271.3	42.2	101,343	5454.4	14.1	9,685	－	6.0	2,279,779	284.5	37.9
ビッグホリデー	2,649,350	285.7	55.9	49,854	2583.1	11.0	0	－	－	2,699,204	290.5	52.0
日新航空サービス	275,339	152.1	76.3	2,193,737	400.6	54.2	0	－	－	2,469,076	338.9	56.0
ぴゅうトラベルサービス	1,316,496	161.2	39.8	36,200	980.2	91.8	60,445	2118.6	13.3	1,413,141	171.7	37.2
読売旅行	1,420,443	369.2	51.6	72,590	1406.0	10.6	0	－	－	1,493,033	382.9	43.3
エムオーツーリスト	194,483	160.4	85.8	2,425,103	620.9	70.7	411	－	170.5	2,619,997	511.8	71.7
HTB-BCDトラベル	729,237	150.5	60.9	1,308,687	651.4	72.0	0	－	－	2,037,924	297.3	67.5
西鉄旅行	1,216,449	134.5	62.5	440,277	192.5	46.0	17,063	－	39.2	1,673,789	147.7	56.8
エヌオーイー	148,131	221.9	67.4	1,659,195	457.6	58.3	0	－	－	1,807,325	421.0	58.6
郵船トラベル	169,165	151.6	109.1	1,959,935	602.0	97.2	0	－	－	2,129,100	487.0	98.1
旅工房	52,916	41.9	58.2	233,015	1211.9	9.1	0	－	－	285,931	196.5	10.4
IACEトラベル	309,222	168.0	83.7	1,121,302	503.9	58.0	0	－	－	1,430,524	351.8	62.1
沖縄ツーリスト	501,511	219.2	26.3	0	－	－	0	－	－	501,511	219.2	24.0
T-LIFEホールディングス（2社計 ＊6）	1,235,895	120.8	41.0	149,210	634.3	24.9	155,834	4501.3	51.0	1,540,939	146.7	39.4
WILLER	1,208,269	272.1	96.5	0	－	－	32,434	359.7	58.8	1,240,703	273.9	94.9
京王観光	732,309	147.2	77.3	60,326	407.0	30.9	2,067	－	11.3	794,702	155.1	68.4
トヨタツーリストインターナショナル	68,193	8.7	30.3	640,623	430.2	51.0	0	－	－	708,816	76.1	47.9
三菱電機ライフサービス	440,955	244.2	58.8	291,555	374.7	45.2	0	－	－	732,510	283.5	52.5
イオンコンパス	641,742	147.8	64.5	79,258	943.4	16.5	0	－	－	720,999	163.0	47.7
南海国際旅行	570,755	120.4	65.7	123,588	616.2	41.1	8,126	7387.3	15.0	702,469	142.1	57.4
小田急トラベル	340,163	140.1	45.8	8,199	799.1	3.0	－	－	－	348,362	142.8	34.0
京成トラベルサービス	809,488	169.2	68.4	66,498	5415.1	97.3	－	－	－	875,986	182.7	69.9
日産クリエイティブサービス	149,721	106.0	122.9	131,267	154.3	47.7	－	－	－	280,988	124.1	70.8
フジ・トラベル・サービス	375,736	306.5	47.3	10,769	1531.9	6.7	－	－	－	386,505	313.4	40.5
九州旅客鉄道	217,022	260.1	62.7	2,742	－	15.4	－	－	－	219,764	263.3	60.4
ケイライントラベル	29,423	188.3	103.1	405,121	370.7	76.7	－	－	－	434,544	347.9	78.1
名鉄観光バス	236,636	151.1	48.5	135	－	0.1	－	－	－	236,771	151.2	31.9
テック航空サービス	8,292	120.6	56.4	365,472	724.6	86.4	－	－	－	373,764	652.2	85.4
エスティーエートラベル	0	－	－	83,137	262.2	45.6	－	－	－	83,137	262.2	45.6
菱和ダイヤモンド航空サービス	8	－	0.1	467,462	359.3	96.4	－	－	－	467,471	359.4	95.1
富士急トラベル	573,987	177.5	131.5	8,445	1105.4	20.4	288.4	194.5	534.5	583,052	179.8	122.0
三越伊勢丹ニッコウトラベル	202,854	104.7	156.9	147,230	－	23.2	－	－	3.6	350,475	180.9	45.3
合計	210,447,646	178.8	85.8	42,990,268	631.0	24.5	5,079,547	403.9	17.5	258,517,462	205.6	57.4

＊1　日本の旅行会社によるインバウンド向けの旅行取扱いを指す
＊2　JTBの7社内取引を相殺し、合計したもの
※JTB7社…JTB、JTBグローバルマーケティング＆トラベル、JTB沖縄、JTBメディアリテーリング、JTBビジネストラベルソリューションズ、JTBガイアレック、トラベルプラザインターナショナル
＊3　エイチ・アイ・エスの6社内取引を相殺し、合計したもの
※エイチ・アイ・エス6社…エイチ・アイ・エス、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
＊4　KNT-CTホールディングスの4社内取引を相殺し、合計したもの
※KNT-CTホールディングス4社…クラブツーリズム、近畿日本ツーリスト、近畿日本ツーリストコーポレートビジネス、ユナイテッドツアーズ
＊5　阪急交通社の3社内取引を相殺し、合計したもの
※阪急交通社3社…阪急交通社、阪急阪神ビジネストラベル、阪神トラベル・インターナショナル
＊6　T-LIFEホールディングスの2社内取引を相殺し、合計したもの
※T-LIFEホールディングス2社…T-LIFEホールディングス、T-LIFEパートナーズ
※本集計で計上された取扱額は速報値であり、各社決算報告等の数値と異なる場合がある

鳥海高太朗の交通トレンド分析 ―175―

12月は多い、上級会員狙いの追い込み搭乗

ANA・JALの各マイレージプログラムでは、毎年1～12月までの搭乗実績を基に翌年4月～翌々年3月までの上級会員のランク（ステイタス）が決まる。ANAマイレージクラブでは「プレミアムメンバーサービス」、JALマイレージバンクでは「FLY ON プログラム」などという名称で上級会員制度が用意されている。会員ランクに応じて3万㌄、5万㌄、8万㌄（JALのみ）、10万㌄を到達することで翌年度に受けられるサービスが変わることから1年をかけてポイントをためることになる（JALでは搭乗回数での到達も可能）。

上級会員になるためのポイントは、クレジットカード利用でたくさんのマイルをためても加算されず（ただしANAではカード利用額＋指定サービスを獲得すると上級会員になるためのポイントが下がる）、あくまでも飛行機への搭乗実績でポイントが加算され、ANA・JAL共に日本国内線は1㌄＝2㌄、国際線は1㌄＝1㌄（一部アジア路線などは1・5㌄）となっている。

例年、12月にはポイントが足りなくて駆け込み搭乗するケースが目立つが、今年はANA・JAL共に国内線・国際線共にポイント2倍キャンペーンを実施したことで例年以上に上級会員のハードルが低くなっている。そのため、私の肌感覚としては例年以上にこの12月の追い込み搭乗が続いているように感じた。

いわゆる旅行がメインではなく、飛行機でポイントをためることが目的の搭乗であり、特にポイントが一気に稼げる羽田―那覇、石垣、宮古などの路線が人気で、中には空港から外に出ないで、乗った飛行機でそのまま出発地に戻る「タッチ」と呼ばれる修行（機内で長い時間を過ごすという意味）も増えており、さらにポイントが多く獲得できる上級クラス（ANAプレミアムクラス、JALファーストクラス）の沖縄路線は平日も含めてほぼ全便が満席になっている。

上級会員になることで、ラウンジの利用、優先チェックイン、優先保安検査場、優先手荷物の引き渡し、空席待ちの優先などのサービスが受けられるメリットがあり、最上級のダイヤモンド会員を目指す人もいる。

追い込み搭乗には二つの種類があり、出張など仕事を中心にポイントをためてあと少しポイントが足りないことから最後にポイント獲得目的で出かける場合と年間計画で上級会員になることを目指して旅行よりもポイント目的で最後に追い込み搭乗する場合の二つがあるのだ。

また、1月から新たに2024年度の上級会員のポイント獲得が始まる。

（航空・旅行アナリスト、帝京大学非常勤講師）

秋田体感で交流拡大

羽田で魅力発信イベント開催　ANAあきんど

ANAあきんどは12月9～11日、日本航空ビルデングと秋田県と連携し、初となる地域を体感できるイベント「Find Your Sky in HANEDA～第1弾 秋田～」を羽田空港第2ターミナル5階の屋内展望フロアで開いた。当日には秋田犬見学会などを実施。地域の魅力の体感をきっかけに、関係人口や交流人口の拡大を目指す。

イベントは、地域の魅力を体感できる仕掛けから、「行ってみたい」「もっと知りたい」「この地域のここが好き」という気持ちを喚起するもの。秋田県の観光資源のPRを行いながら、航空・旅行需要の拡大、ふるさと納税の利用拡大を図る。

今回は、第1弾として、秋田犬見学会のほか、秋田県名産品マルシェ、2022年11月から流通が始まった新ブランド米「サキホコレ」の試食会、販売会、23年の「ハチ公生誕100年」や、大館能代空港、現在秋田県10自治体が参加する「ANAのふるさと納税」を通じた返礼品のPRなどが行われた。

イベントの成果について、同イベントを担当したANAあきんど事業開発部の田鍋公大氏は、「22年夏ごろから連携を始めた。地域を体感できるマルシェにこだわりながら、さまざまなコンテンツを多くの人に体感してもらえた。三つが重なりながら、今後も相乗効果を生んでいく」と話した。

秋田をPRする田鍋氏

好評だった秋田犬の見学

主要旅行業月別実績　観光庁

10月　総販は106%の増加　19年比では43%の減少

観光庁が9日に発表した主要旅行業43社・グループの22年10月の旅行取り扱い状況（速報）は、総取扱額が前年同月比105・6%増の2585億1746万円だった。政府が実施する観光需要喚起策「全国旅行支援」の開始や、韓国や米国など68の国・地域に対するビザ免除措置が再開されたことなどから前年から増加するも、コロナ禍の影響が続き、2019年と比較すると47・4%減となった。

総取扱額は、KNT―CTホールディングスを除く全社が前年実績を上回った。一方、19年同月比は東武トップツアーズ、富士急トラベル以外の41社が下回った。また、19年比では、50%に満たなかった会社が5割以上あった。

分野別に前年実績と比較すると、国内旅行が78・8%増の2104億4765万円、海外旅行が531・0%増の4299億9027万円、外国人旅行が303・9%減の1050億7955万円。19年比では、国内旅行が14・2%減、海外旅行が75・5%減、外国人旅行が82・5%減。

募集型企画旅行の総取扱額は、前年同月比130・4%増、19年同月比では48・3%減の5831億6501万円だった。内訳は国内旅行が19年同月比24・6%減の5711億8522万円、海外旅行が同96・8%減の11億6953万円、外国人旅行が同97・6%減の1026万円だった。

募集型企画旅行の取扱人数は前年同月比120・7%増の170万6296人だった。19年同月比では33・0%減。内訳は国内旅行が19年同月比28・0%減の170万3086人、海外旅行が同97・9%減の3069人、外国人旅行が同99・6%減の141人だった。

読売旅行　DP型旅行商品　基幹システム稼働で発売

読売旅行は11月28日、ダイナミックプライシング（DP＝変動価格制）に対応した新しい旅行基幹システムを稼働させるとともに、同社のオンライン予約サイトでDP型の旅行商品を発売した。

DP型旅行商品は、往復航空券と宿泊を自由に組み合わせられる個人型の商品。空席・空室状況により代金が変動する。

今回、導入した新しい旅行基幹システム「Dream Journey Cue（DJCue＝ドリームジャーニーキュー）」は大塚商会とアイズテクノロジーが新規開発したもので、旅行業界初のクラウド型の基幹システムという。

ツアー型検索システム「フォルシアwebコネクト」と宿泊施設の予約・販売管理システム「TL―リンカーン」をDJCueで連携させることで、条件が複雑な検索でも瞬時に結果が表示できる。