

◆ News Release ◆

株式会社阪急交通社

阪急交通社グループ 2024年度 決算について

2024年度(2024年4月1日から2025年3月31日まで)の決算について、下記のとおりお知らせします。

記

(単位:百万円…未満切捨て)

	売上高(対前年度増減率)	営業利益(対前年度増減率)
2024年度 (2025年3月期)	261,104(20.4%)	5,298(6.6%)
2023年度 (2024年3月期)	216,915(13.3%)	4,968(△67.4%)

※阪急交通社グループとは、株式会社阪急交通社、株式会社阪急阪神ビジネスラベル、株式会社阪急トラベルサポートの3社

※売上高は「収益認識に関する会計基準」にて記載。

1. 売上高について

■全体の概況

当期における日本の経済環境は、雇用や所得は一定の改善が見られた一方で、消費者物価の上昇が継続しました。景気は一部で足踏みが残るものの、回復傾向が続きましたが、年間を通じて物価上昇が消費マインドに影響を及ぼしました。

旅行市場においては、訪日外国人の加速的な増加により、観光産業や地域経済の活性化が進みました。一方、日本人の旅行動向については、国内旅行は概ね堅調だったものの、物価上昇に伴う消費者の節約志向が見られました。海外旅行は、回復が徐々に進んだものの、円安、燃油の高止まり、各国の物価上昇の影響により、コロナ禍前の7割程度の回復にとどまりました。

このような状況の中で、当社ではスピードを重視した商品企画と販売を通じて市場の変化に対応し、顧客ニーズに合致した商品の提供を進めました。新規顧客を獲得するだけでなく、顧客との関係性を深化させることで市場開拓に取り組みました。また、企画性の高い周遊型商品を国内外で強化するとともに、日本全国から発着する商品バリエーションを増やしたほか、テレビを利用した販売を推進しました。

そのほか、事業領域の拡大に向けて、ソリューション事業を通じて、行政や自治体との連携強化を図りました。

■国内旅行

物価上昇に伴い、消費者の節約志向が見られる中、当社では四季折々の祭りやイベントを組み込んだ付加価値の高い商品の開発を進めたほか、日本各地の旬の食材を活用したグルメツアーやオールインクルーシブのリゾートホテルに宿泊するツアーなど、消費者の需要を喚起する商品の開発に努めました。さらに、全国各地から発着するグレードの高いホテルを利用した魅力的な商品を、テレビ通販を通じて積極的に販売しました。加えて、閑散期には、地域と連携した誘客イベントを実施し、需要促進や地域活性化に取り組みました。その結果、売上高は前年を上回りました。

■海外旅行

円安や燃油の高止まり、海外各地の物価上昇により、市場の本格的な回復は途上にあり、今後も取組みが必要な市場環境です。一方で、訪日外国人の増加や中国の査証免除措置再開により、日本各地の空港で国際線の復便が進みました。このような状況の中、当社では需要回復が進むアジアや、円安の影響が比較的軽微なトルコ、エジプトの販売を強化するとともに、周遊型旅行の需要が高い欧州や北米についても募集告知を継続的に行いました。また、復便の進む地方空港から発着するアジアや中国の販売を全国で推進するとともに、テレビ通販ではグレードの高いホテルを利用した企画性の高い商品の販売を強化しました。その結果、売上高はコロナ禍前の水準には至らないものの、前年を大きく上回りました。

■訪日旅行

円安を背景に訪日旅行の人気の高まる中、当社では桜の時期や秋の行楽シーズンを中心に、主に欧米や豪州からの訪日客の取り込みを進めました。また、訪日外国人向けの自社サイト「Travel to Japan」の商品ラインナップを充実させることで、BtoC および BtoBtoC による販売強化を図り、売上高は前年を上回りました。

■その他事業

事業領域の拡大により、経営基盤のさらなる安定化を目指す取組みであるソリューション事業においては、旅行事業で構築した自治体や地域との関係性を背景に、災害時における緊急支援を行う DHAT (Disaster Hankyu Assistance Team) を 2024 年 4 月に発足させました。ソリューション事業全体では、新型コロナウイルス関連業務の反動減により、売上高は前年を下回りましたが、事業多角化への動きを推進しました。

2. 営業利益について

ソリューション事業における反動減が見られましたが、国内旅行では付加価値の高い周遊型旅行の販売強化や、新しい素材による商品開発により増収を収めたほか、海外旅行では、グレードの高いホテルを利用した企画性のある商品を、全国各地の空港発着で販売するなど、需要の回復に努めました。その結果、営業利益は 52 億 98 百万円となり、増収・増益となりました。

3. 今後の見通し

日本経済は緩やかな成長が見られるものの、物価上昇やアメリカに端を発する金融市場における動揺など、世界情勢により旅行市場は今後も影響を受けることが想定されます。また、インバウンド需要の増加に伴い、観光地での労働力不足や宿泊施設・交通移動に関わる仕入価格の高騰、仕入数の逼迫など、さまざまな課題が考えられます。

このような状況のもと、今後も当社の強みである添乗員が同行する募集型企画旅行の一層の強化を図ります。新しい需要に応える商品の研鑽と開発に加え、品質管理の徹底とお客様満足度のさらなる向上に取り組みます。

国内旅行では、季節の風物詩や自然、食を素材としたツアーや、消費者の興味やニーズに応じて特別な体験を提供するテーマ型商品の販売拡大を一層進めます。

海外旅行では、円安や燃油高の動向が懸念されるものの、地方空港での復便により、航空座席の供給数が回復傾向にあり、需要の活性化が期待されます。全国各地から手軽で便利に参加できる海外旅行の充実を図るとともに、海外旅行リピーター向けに絶景や秘境の商品開発も一層強化します。

訪日旅行は、桜や紅葉の繁忙期のみならず、年間を通じて好調に推移しています。引き続き欧米豪を中心とした商品開発に努めるとともに、BtoC および BtoBtoC の販売を強化します。

ソリューション事業では、これまで培ったノウハウやネットワークを活かして、DHAT (Disaster Hankyu Assistance Team) の活動により、社会に貢献する事業領域での拡大を目指します。

こうした各事業の強化により事業構造の安定を図る一方で、デジタル技術を活用し、業務体制の効率化と顧客データ分析による募集効率の向上を図ることで、さらなる競争力を保持するべくDX化を推進してまいります。

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社阪急交通社 広報部

〒105-0004 東京都港区新橋 3-3-9 TEL:03-6745-7333/FAX:03-6745-7351

〒530-0001 大阪市北区梅田 2-5-25 TEL:06-4795-5711/FAX:06-4795-5724