

2022年6月16日

宮交ホールディングス株式会社
代表取締役社長 渡 邊 俊 隆

2021年度 業績に関するお知らせ

当期におけるわが国の経済は、ワクチン接種の進行とともにコロナ感染者が減少し、人の動きが持ち直した時期がみられましたが、オミクロン変異株の拡大により再び個人消費が大きく落ち込んだほか、原油高騰をはじめ物価の上昇傾向が続くなど、厳しい状況が続きました。

このような経済環境の下、当社として、当期は事業再構築における最重要時期であり「新しい宮交グループの創成期」と位置づけ、①生き残りのための緊急対応策②安定経営のための事業再構築 ③未来に向かう基盤づくり の3つを基本戦略として取り組んでまいりました。

当期の主な取り組みとして、宮崎交通では需要がコロナ禍以前の水準に戻らない中、路線バスの企画乗車券の価格見直しやモバイルチケットサービスの販売開始、高速バスでの変動運賃導入などで増収に努めたほか、旅行部では行政の委託業務を受託するなど、新たなビジネスに取り組みました。宮交タクシーでは修学旅行などの大口の受注獲得や「ジモ・ミヤ・タビ」などのキャンペーンに積極的に参画いたしました。

宮崎観光ホテルではテナントの新規誘致など需要に左右されない収益を上げるための構造改革に取り組みました。青島リゾートでは東京オリンピック・パラリンピック合宿受入れなど、スポーツ合宿の獲得に力を入れ宿泊者の増加に努めました。宮交ショップアンドレストランでは生活様式の変容に合わせ、ネット通販を強化しました。宮交ビルマネジメントでは新型コロナワクチン接種会場などといったイベント会場設営を積極的に受注しました。

そのほかの取り組みとして、宮交ホールディングスおよび宮崎交通本社を宮崎観光ホテル西館に移転させたほか、旅行部の窓口を南宮崎駅前の自社物件に移し、資金の外部流出防止に取り組むとともに、宮交グループ全社で聖域を設けずにコスト削減を進めました。

以上の結果、当期の連結売上高は114億63百万円（前期比117.5%）、連結営業損失は7億11百万円、法人税等を差し引いた親会社株主に帰属する当期純損失は1億94百万円となりました。

1. 営業成績の状況

(1) グループ業績 (連結ベース)

(単位：百万円)

【連結グループ業績】	当期実績	前期実績	前期比較	前期比 (%)
営業収入	11,463	9,760	1,703	117.5
営業損益	▲711	▲2,783	2,071	—
経常損益	▲114	▲1,568	1,454	—
親会社株主に帰属する当期純損益	▲194	▲1,544	1,349	—
償却前営業損益	196	▲1,901	2,097	—

注1) 数値については、連結ベースでございます。

注2) 連結子会社は次の7社でございます。

宮崎交通(株)、宮交タクシー(株)、(株)宮崎観光ホテル、青島リゾート(株)、
宮交ショップアンドレストラン(株)、宮交ビルマネジメント(株)、
宮交都市クリエイト(株)

注3) 持分法を適用した関連会社は、次の2社でございます。

宮崎空港ビル(株)、宮崎パブリックゴルフ(株)

注4) 上記数値は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

(2) 事業部門別業績 (連結ベース)

(単位：百万円、%)

事業部門		当期売上高	前期売上高	前期比較	前期比
宮崎交通(株)	バス事業	3,927	3,551	376	110.6
	旅行事業	638	131	506	485.3
	航空事業	667	615	52	108.6
	保険事業	139	145	▲5	95.9
	こどものくに事業	32	34	▲1	96.2
	熱源センター事業	—	213	▲213	—
	不動産事業	379	346	32	109.5
	本社	65	59	5	109.6
小計		5,851	5,097	753	114.8
宮交タクシー(株)		1,341	1,276	65	105.1
(株)宮崎観光ホテル		1,240	977	262	126.9
青島リゾート(株)		879	750	128	117.1
宮交ショップアンドレストラン(株)		1,374	1,273	100	107.9
宮交ビルマネジメント(株)		1,271	1,044	227	121.8
宮交ホールディングス(株)		592	334	258	177.3
連結消去		▲1,085	▲991	▲94	—
連結売上高合計		11,463	9,760	1,703	117.5

※注) 上記数値は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

2. 事業部門別の概況

① 宮崎交通(株) バス事業

一般路線バスでは、乗車人員は前期より回復は見られたものの、コロナ禍以前の8割程度にとどまり、感染拡大時には6割以下に落ち込むなど不安定に推移しました。そのような中、利用実態に合わせて減便や復便のダイヤ改正を実施するなど機動的な需給調整に努めました。また、企画乗車券の価格見直しやモバイルチケットサービスの開始、複数の交通をひとつのサービスとして提供する仕組みであるMaaS（マース：Mobility as a Service の略）のエリアやサービス拡充に取り組むなど、需要喚起策による増収にも努めました。

9月の大雨災害による国道通行止めの際には、通学生など地元住民の移動手段確保のため、いち早くピストン輸送に対応し交通インフラ維持に努めました。尚、コロナ禍以前からの課題である地域間幹線系統のあり方の検討など県市町村と協議を進めました。乗車人員は6,824千人（前期比102.1%）、営業収入32億83百万円（同109.0%）、営業損失1億61百万円となりました。

高速バスでは、観光需要の低迷やビジネス様式の変化により都市間移動の需要回復が遅れ、九州各県での感染拡大防止措置発令時には、コロナ禍以前の2割程度にまで利用が落ち込むなど厳しい状況で推移しました。そのような中、減便や運休による経費抑制を継続する一方、ゴールデンウィークや年末年始など需要が見込める期間においては、積極的に復便、増便対応を行い、さらに3月からは主力の宮崎-福岡線においてダイナミックプライシング（変動運賃）導入による単価アップ施策をスタートさせるなど増収に取り組みました。しかし、採算ラインを超える利用回復には至らず、乗車人員は年間で84千人（同117.5%）、営業収入3億17百万円（同128.5%）、営業損失1億63百万円となりました。

貸切バスでは、コロナ禍の影響による受注キャンセルはありましたが、第5波収束以降は、時期変更の教育旅行やスポーツイベントの有観客開催など取りこぼしなく受注し、JRの鉄道災害代替バスにも他社と連携して対応するなど、積極的な受注、運行に取り組みました。運行回数は3,399回（同121.9%）、営業収入2億48百万円（同125.3%）、営業利益62百万円となりました。

広告宣伝では、各企業の広告宣伝費削減の影響を受けましたが、主力商品のラッピングバスについては新規19台を含む54台（前期比10台増）を受注し、ラッピングの自社施工も18台行いました。また例年、運営受託している宮崎神宮大祭シャンシャン馬は中止となりましたが、小学生対象の第13回バスデザインコンテストを実施いたしました。営業収入76百万円（同82.9%）、営業利益14百万円（同210.0%）となりました。

尚、バス事業では、バス車内の換気、消毒の徹底、全従業員の健康管理の徹底、お客様へのマスク着用の協力依頼を主軸とした取り組み「宮交バスケアスタンダード」を継続して実施し、コロナ禍においても安心してバスをご利用いただける環境を整えました。

バス事業全体では、売上高39億27百万円（同110.6%）、営業損失2億51百万円になりました。

② 宮崎交通(株) 旅行事業

旅行事業では、当期においても需要がコロナ禍以前の10%程度と低迷いたしました。前期において県内事業所の統合や人員の効率化といった安定的な利益の確保のため事業運営体制の抜

宮交グループ

本的な見直しを進め、一定度の収支改善を図ることができましたが、新型コロナウイルス感染症の影響が長引く中、これまでの方針をより深化させ、さらに徹底したローコストオペレーションに特化した事業形態が必要と判断し、7月より宮交トラベルセンター(宮交シティ内)と本社営業課を南宮崎駅前店舗に統合し、固定費の圧縮と業務効率の向上に努めました。

このような中、感染状況が落ち着いた秋の行楽シーズンには、旅行需要の回復の兆しが見られ、県内の観光支援事業を利用した日帰りバスツアーならびに教育旅行が大きく売上を伸ばしました。

また、当期より新規事業(行政からの委託業務の受託)に着手し、実績を重ねるごとに幅広い分野で継続して受託するなど、感染状況に左右されやすい旅行事業の収入を補完するための新たなビジネスモデル構築の足掛かりとすることができました。

旅行事業では、売上高6億38百万円(同485.3%)、営業利益1億75百万円と、増収増益になりました。

③ 宮崎交通㈱ 航空事業

航空事業では、当期においても新型コロナウイルス感染症の影響はありましたが、就航便数および旅客数ともに前期実績を上回ることができました。運航便数については片道ベースでANA 5,837便(同130.7%)、その他3社(ソラシドエア、オリエンタルエアブリッジ、ピーチ・アビエーション)合計9,376便(同116.9%)、総合計15,213便(同121.9%)となりました。

旅客数は、年間でANA 345千人(同142.6%)、その他3社合計545千人(同143.2%)、総合計890千人(同143.1%)となりました。

2020年度比較では、就航便数および旅客数は回復傾向にありますが、2019年度比較では、地上業務手数料が大幅に減少する中、人件費(時間外)および諸経費の減少を図るとともに、作業安全・接遇・定時運航など品質の維持向上にも努めてまいりました。

航空事業では、売上高6億67百万円(同108.6%)、営業利益85百万円(同315.3%)と、増収増益になりました。

④ 宮崎交通㈱ 保険事業

長引くコロナ禍の中、訪問営業の緩和や来店型ショップの開設に加え、従来の電話・郵送・WEB対応もあり、生命保険・損害保険ともに対面、非対面の両面でお客様との接点保持に努めた結果、新規契約件数が前期比151.3%となりました。

しかし、前期の募集活動の自粛による手数料の減少と新設したアフラック未来創造課の固定費の増加によって営業収益としては厳しい結果となりました。

保険事業では、売上高1億39百万円(同95.9%)、営業損失11百万円になりました。

⑤ 宮崎交通㈱ こどものくに事業

こどものくにでは、新型コロナウイルス感染症防止策を図りながらお客様の安全確保を最優先事項として取り組む中、宮崎県の緊急事態宣言を受け二度にわたり休園・休場いたしました。

当期も大型イベントの中止が一部ありましたが、4月にはイベント「東京2020オリンピックトーチリレー」青島聖火リレースタート地点に始まり、7月「ハワイアンフェスティバル」、10月「サンロードフェスティバル」、11月「神武東遷～青を照らす～」ならびに「ベリーダンス」と新規5件を含む8件を実施、感染症対策を遵守し、無事開催することができました。

こどものくにガーデンでは、市民参加型ボランティアグループ「ときどき花くらぶ」によるバラ園および椿園の整備活動や宮崎市中心部の「花みちプロジェクト」等、園内に留まらない

植栽ボランティアの活動など、活動の場もさらに広がりました。

園内併設の「宮崎市青島パークゴルフ場」については、県内外の修学旅行誘致が15件、435名の利用者がありましたが、コロナ禍の影響による全国規模の大会開催の自粛等あり、来場者数20千人（同94.3%）となりました。

こどものくに事業では、売上高32百万円（同96.2%）、営業損失27百万円になりました。

⑥ 宮崎交通(株) 不動産事業

所有する不動産の維持管理、環境整備によりテナントの退去抑制に努めたほか、諸経費削減等によるローコストオペレーションに取り組みました。また2020年11月にオープンした「アミュプラザみやざき」が1周年を迎え、コロナ禍においても継続して多くのお客様にご利用いただくためイベント誘致を実施するなど、宮崎駅西口や中心市街地の賑わい創出につなげました。さらにグループ所有の資産活用にも取り組み、ホテルへのテナント誘致支援を行いました。

不動産事業では、売上高3億79百万円（同109.5%）、営業利益1億66百万円（同154.5%）と、増収増益になりました。

⑦ 宮交タクシー(株)

タクシー事業では、新型コロナウイルス感染症によるまん延防止等重点措置などにより、外出自粛などの行動要請が繰り返される中、観光タクシーを利用した修学旅行の大口受注や「ジモ・ミヤ・タビ」「プレミアム付きタクシー回数券」等の各種キャンペーンへの参画、さらにはコロナ感染の自宅療養者への支援物資の配達（置き配）にも取り組み、収入の確保に努めました。また、需要に合わせた出勤調整により雇用調整助成金を活用したほか、車両更新の見送り、待機場の見直し等によるコスト削減も行いました。

貸切バス事業においても、コミュニティーバスや支援学校スクールバス等の請負事業においては前期の契約をほぼ維持しつつ、JR日南線の災害運休による貸切バス代替輸送等も積極的に受注し、収入の確保に努めました。

このような営業活動の結果、新型コロナウイルス感染症の影響はありましたが、タクシー事業の輸送回数は815,726回（同102.2%）、運送収入は10億86百万円（同104.5%）、貸切バス事業についても、輸送回数は3,468回（同276.5%）、運送収入は97百万円（同221.7%）と前期を上回ったものの、営業損益としては前期に引き続き赤字になりました。

宮交タクシーでは、売上高13億41百万円（同105.1%）、営業損失1億47百万円になりました。

⑧ (株)宮崎観光ホテル

当期については観光需要回復キャンペーン等により、一時的に宿泊を中心に需要は回復したものの、期を通して観光需要の高いゴールデンウィークや夏休みなどの多客期間を中心に、緊急事態宣言の発令や飲食店における時短営業の要請などにより、前期同様、大きな影響を受けました。

一方、前期から取り組む構造改革では、損益改善策として、パン・ケーキ部門の事業転換のほか、西館フロアへの宮交ホールディングスおよび宮崎交通本社の移転入居や、直営方式の婚礼部門の外部のブライダル事業者との提携による新しい婚礼ビジネスへの転換を実施いたしました。そのほか、ローコストオペレーションによる経費圧縮をはじめ、行政機関の各種支援策の活用等により、あらゆる損益改善に取り組み、営業損失の縮小につなげました。

宮崎観光ホテルでは、売上高12 億40 百万円（同126.9%）、営業損失3 億54百万円になりました。

⑨ 青島リゾート㈱（ANA ホリデイ・イン リゾート 宮崎）

新型コロナウイルス感染症に伴う緊急事態宣言および、まん延防止等重点措置が発令され、宿泊・料飲部門の集客を中心に大きな影響を受けました。厳しい環境の下、宿泊稼働に応じた最小限のレストラン営業を行ったほか、6 月には宿泊部門を20 日間休業するなど効率的な運用に努めました。同時に効率的な人員配置と出勤調整により、雇用調整助成金を活用し損益改善に努めました。

宿泊部門では、7月、8月に東京オリンピック・パラリンピック事前合宿としてドイツ陸上競技チーム、また1月、2月にはプロスポーツチームのキャンプを受け入れたほか、下期においては「ジモ・ミヤ・タビ」キャンペーンを中心に県内個人客の集客が好調に推移いたしました。また県内外の修学旅行団体の増加に伴い、アクティビティ部門では年間4,750名の利用があり、前期の1,590名を大きく上回りましたが、営業損益としては前期に引き続き赤字になりました。

青島リゾートでは、売上高8 億79 百万円（同117.1%）、営業損失1 億13 百万円になりました。

⑩ 宮交ショップアンドレストラン㈱

当期においても新型コロナウイルス感染症による度重なる人の移動制限により各施設の臨時休業・時短営業を余儀なくされ、業績に大きな影響を受けました。

レストラン・売店部門では、県内や近県から自家用車で移動する日帰り旅行などの「マイクロツーリズム（短距離旅行）」にターゲットを置き、宮崎の魅力を再発見してもらう取り組みとして宮崎県下で活躍の企業の特産品数を増やし、積極的に情報発信をおこない地域魅力の創出に努めました。

営業部門では、観光客の減少に伴い箱菓子商品の売場の縮小を進め、加工食品の売場を拡大し、コロナ禍におけるニーズに合わせた商品展開を実施しました。ネット通販事業では、販売サイトやシーズンごとにセールを的確に行いコロナ禍におけるステイホーム需要の獲得に努めてまいりました。しかしながら前期に引き続き営業損失を計上いたしました。

尚、指定管理事業（高岡温泉やすらぎの郷）は2022年3月で撤退いたしました。

宮交ショップアンドレストランでは、売上高13 億74 百万円（同107.9%）、営業損失2 億11 百万円になりました。

⑪ 宮交ビルマネジメント㈱

当期においても空港清掃が新型コロナウイルス感染症拡大に伴う宮崎空港発着便の減便や搭乗旅客数の減少の影響を受けましたが、4月に統合した旧宮崎交通熱源センターの熱供給収入と、ジャイアントフラワーが新型コロナワクチン接種会場の設営や有観客で開催となったスポーツイベント会場の設営によって収入が伸びたことにより、増収となりました。

経費については、外部委託費等の経費が増加しましたが、勤務の見直しなどにより時間外勤務を減らすことで人件費の抑制に努めました。

宮交ビルマネジメントでは、売上高12 億71 百万円（同121.8%）、営業利益31百万円（同275.4%）と、増収増益になりました。

3. 連結有利子負債の状況

2021年3月31日残高	22,681百万円
2022年3月31日現在残高	22,355百万円
差 引	▲326百万円

4. 2022年度の取り組みと計画について

今後の経済情勢としては、新型コロナウイルス感染症の影響が緩やかに収束に向かうことが期待されますが、ロシア・ウクライナ情勢の影響、燃油価格をはじめとする原材料費の上昇など、依然として不透明な状況が続くものと思われまます。

このような環境の下、宮交グループは昨年から取り組んでいる事業再構築プランをさらに深化させ「筋肉質な経営体質の確立」をもって営業損益の黒字化を目指すとする「2022年度～2024年度3ヶ年経営計画」を策定いたしました。

会社にとって「筋肉」とは、人・モノ・金・情報といった、売上と利益を生み出す会社の資産であり、一方、過剰な設備などは贅肉であるとの考えのもと、非効率な資産を徹底して削ぎ落とし、有効な資産を最大限に活用することで、どのような市場環境においても発展し続けられる「筋肉質」な企業体質への変革を進めていきます。

具体的にはwith コロナにおける営業力強化やデジタル化に対応し業務効率を上げながら、グループ内で重複する人事や経理業務をシェアードサービスとして集約し生産性向上を図るほか、各事業会社においては本業の磨き上げや非成長事業の削ぎ落としを実行するとともに、ローコストオペレーションを深化させてまいります。

さらにイベントリスクに強い体制を整えるため、新たな事業領域を検討し未来に向かう基盤づくりを推し進め、チャレンジングな企業風土を醸成するための施策にも取り組むことで、どのような外部環境の変化にもしなやかに対応できる体制を構築してまいります。また、一昨年開業した「アミュプラザみやざき」によって定着してきた宮崎駅周辺の賑わいを持続発展させていくためにも充実した交通網の維持やイベント誘致など全社を挙げて取り組み、県内の経済活動の活性化に貢献するとともに、コロナ禍によって中止や縮小が続いていたイベントやMICEの再開を視野に受入態勢を整え、県内イベント開催に積極的に取り組んでまいります。

これまで通り新型コロナウイルス感染症拡大防止対策は優先事項とし、お客様の安心・安全と信頼につなげ、生活に密着した社会インフラを担う使命感を持って、将来に渡りグループ一丸となって宮崎県の発展に貢献し続けてまいります。

① 宮崎交通(株) バス事業

バス事業全体として、今後もコロナ禍により縮小した需要の完全回復は厳しいことや周期的に感染拡大が繰り返されることを前提に、ダイヤの見直しや減便・運休等の需給調整を図りながら地域の足を守る交通事業者としての役割を果たしてまいります。また、抜本的な固定費削減を念頭に各拠点の管理機能の集約や業務効率化を進め費用の圧縮を図ります。同時に、運転士、整備士をはじめとする人材確保は最優先課題であり、採用チャンネルの多様化を進めるとともに定着率向上に向けた施策にも積極的に取り組みます。

一般路線バスでは、地域に最適な移動サービスを提供するために、コロナ禍以前からの課題である地域間幹線系統のあり方を見直す中で、さらなる自社の努力を進めながら、行政各所と協議を行ってまいります。また、既存の路線網を活用した需要喚起策による増収や他の交通機関との連携強化など新たな収益の基盤づくりを進めてまいります。

宮交グループ

高速バスでは、引き続き市場環境に合わせた需給調整を徹底してまいります。一方、ダイナミックプライシング（変動運賃）の導入効果検証を進めながら商品性を高め、他路線への展開を進めます。また客貨混載の実証実験を次のステージへと押し進めるなど、事業全体の収益性を高め、バス事業の収益の柱として利益確保を目指します。

貸切バスでは、観光マインドの回復に備え、県内マーケットを中心にセールスを進めるとともに、パートナー関係にある貸切事業者との連携をさらに強化し収益の最大化を図ってまいります。

広告宣伝では、営業業務を広告代理店へ移管し、販売チャネルの増加によりラッピングバスの新規獲得を増やすとともに自社施工を行うことで増収と経費抑制に努めてまいります。

② 宮崎交通㈱ 旅行事業

コロナ禍による需要の激減に対応するため、前期から実施しているローコストオペレーション体制をさらに深化させてまいります。

主催旅行では、ホームページの内容を充実させるなど、さらなるデジタル化を進め、新聞広告・DMなどの既存手法と融合させ集客力アップを図ります。

手配旅行においては、収益の最大化に向けて、ターゲットの選択とマーケット状況に則した有効的なセールスを組み合わせた需要促進策を実施してまいります。

また、新規事業の開拓と受託事業の安定軌道化を目指し、旅行需要の変動に左右されない新たな柱として体制を整えてまいります。

③ 宮崎交通㈱ 航空事業

航空事業では、新型コロナウイルス感染症の影響による航空各社の大幅な減便や乗降旅客数の減少が継続しています。このような環境の中、安全の追求を第一に取り組みとともに、品質維持のため人材育成と定着率向上に注力してまいります。

また、運航計画に即した出勤数調整を徹底し、従業員のマルチスキル化により生産性の向上を図りながら、安全性・定刻性・利便性などのサービス品質の向上に努めてまいります。

④ 宮崎交通㈱ 保険事業

保険事業では、競合する保険代理店との差別化を図るため、来店型のサービスショップを開設、加えて遠距離やコロナ禍にも対応可能なオンライン面談を推進し、既存契約者のサポートや新たなお客様との接点強化による新規契約の獲得に努めてまいります。

また、サービスショップ開設によって増員した人材のスキル向上とともに、多様なニーズに寄り添ったご提案ができるよう、これまで以上に日々の情報収集や幅広い商品知識の習得に励み、顧客サポート体制、保全サービス力の向上に努めてまいります。

⑤ 宮崎交通㈱ こどものくに事業

こどものくにでは、市民の憩いの場となるよう「自然と遊ぶ自由な空間」をテーマに、新型コロナウイルス感染拡大防止策を継続し、安全に楽しめる場所として提供してまいります。

こどものくにガーデンでは、市民参加型ボランティアグループ「ときどき花くらぶ」の協力を得て魅力ある庭園を発信できるよう引き続き修景活動に取り組んでまいります。

パークゴルフ場では自主大会の実施を通して健康増進のスポーツとしての魅力を発信しながら、隣接する「ANA ホリデイ・イン リゾート 宮崎」と連携し、青島地区全体の活性化に貢献してまいります。

⑥ 宮崎交通㈱ 不動産事業

不動産事業としては所有する不動産のさらなる有効活用や老朽化している建物の再開発の検

討を進めるとともに、グループ所有資産へのテナント誘致支援を進めてまいります。

また、「アミュプラザみやぎ」の来館者数増加に向けてイベント誘致等を実施し、地域の皆様と連携を図り、中心市街地の活性化に取り組んでまいります。

⑦ 宮交タクシー㈱

長引くコロナ禍の影響により、引き続き厳しい状況が予想されますが、安心して快適にご利用いただけるよう感染対策に万全を期してまいります。県内主要地域でのホテル・ゴルフ場・医療機関等へのセールスやポスティングによる需要の取り込みを図るとともに、収入の下支えとしてタクシー車両を媒体とした広告事業や有償貨物事業の継続をはじめ、小口化した修学旅行や各種研修等、地域の皆様の多様なニーズにお応えできるよう努めてまいります。

また、コロナ禍で悪化した収支改善に向け、各種システムや運営体制の見直し等、コスト削減も継続してまいります。

⑧ ㈱宮崎観光ホテル

新型コロナウイルス感染症による影響や燃料高騰によるコスト上昇など、厳しい経営環境が継続することを念頭に、コア事業（宿泊・バンケット・レストラン）の磨き上げに加えて、「賃貸事業」「新ブライダル事業」「新テナント誘致」といった施策に取り組んでまいります。そしてお客様の期待に応えるサービスの提供、ならびに厳しい環境変化に対応できる構造改革を、全役職員一丸となり進めてまいります。

⑨ 青島リゾート㈱（ANA ホリデイ・イン リゾート 宮崎）

引き続き新型コロナウイルス感染症の影響が続くものと予想し、宿泊部門では比較的感染状況による影響が少ない個人客を中心とした集客に努めます。さらに平日を中心にスポーツキャンプや新規団体をターゲットにセールスを行い、稼働率の向上と、宿泊部門ならびにバンケット部門の増収を図ってまいります。料飲部門では伊勢海老料理など季節ごとのランチ企画の充実や、アクティビティ部門では魅力あるメニューを増やし、修学旅行団体の獲得につなげるなど、全部門において集客の底上げを図ってまいります。

⑩ 宮交ショップアンドレストラン㈱

コロナ禍の中、レストラン・売店部門では、引き続き「マイクロツーリズム」にターゲットを置き、地域No.1の特産品の品揃えを行うとともに、自社商品を中心とした販売強化を図りながら、在庫調整を厳格化するなどマーケットに合わせたコスト管理を徹底します。さらに、状況に合わせた営業体制の見直しも図り、収支改善に努めてまいります。

⑪ 宮交ビルマネジメント㈱

総合ビルメンテナンス会社として、電気設備保守事業の既存顧客への営業を強化し、将来に向かう基盤づくりとしてBM事業（ビル管理業務）の本格的始動、またPM事業（賃貸借等含めた総合的な建物維持管理業務）やマンション管理事業へ参入することで収益性の向上に努めてまいります。さらに、専門知識の教育、講習会への積極的な参加や資格取得を促進し、従業員のスキルおよび生産性の向上に努めるとともに、引き続き外注費等の経費削減を行うことで、収益拡大に取り組んでまいります。

2023年3月期での見込みは、以下の通りです。

(単位：百万円、%)

【グループ単純合算】	2023年3月期 見込	2022年3月期 実績	前期比較	前期比
営業収入	13,800	12,551	1,249	109.9
営業損益	200	▲464	664	—
経常損益	10	197	▲187	5.1
償却前営業損益	800	227	573	352.4

以上