

2026年3月期第2四半期決算説明会 主な質疑応答(要旨)

(1)2026年3月期第2四半期の業績について

Q1: 第2四半期でのEBITの計画対比の詳細を教えてください。

A1: 第2四半期単独の計画差については、収入は概ね計画通りであったものの、費用が+30億円とやや上振れた結果、EBITは計画対比▲30億円の未達となった。第1四半期単独のEBITは+180億円であったため、上期累計ではEBITは+150億円となった。

Q2: 第2四半期単独の費用の計画上振れの内訳を教えてください。

A2: 燃油費で▲50億円、燃油費以外で+80億円。燃油費以外の部分について、整備費+10億円、人件費+30億円、その他+40億円。整備費については、エンジンの傷みがひどく想定以上に整備が必要となった。人件費は上振れて見えるが、元々チャレンジングな効率化目標を入れていた中で消化できなかったため。その他も、チャレンジングな削減目標を入れていた部分が未達の状況にある。

(2)2026年3月期下期の見通しについて

Q3: 通期EBITは据置とのことだが、下期EBITの上振れ・下振れ要素を教えてください。

A3: 概ね計画通りとなる見込み。収入は国際・国内旅客が好調を維持して上振れするものの、費用は計画がチャレンジングであるため、計画を上回る可能性がある。結果、EBITは計画通りを見込んでいる。

■国際・国内旅客について

Q4: 第3四半期に期待しているが、予約状況等を教えてください。

A4: 国内線の見通しは堅調に推移している。第3四半期は10、11月が繁忙期のため、単価向上に努め、単価は前年対比で103%程度を見込む。紅葉シーズンで需要が強くなるため旅客数は102%、結果として収入105%を見込む。国際線は単価・旅客数共に対前年比で106%を見込む。

Q5: 国際線のイールド、燃油サーチャージ除きのネット単価は前年比で上がっているとのことだが、方面別の状況および下期の見込みを教えてください。

A5: 太平洋路線を中心に大きくイールドは上がった。ヨーロッパ線は高いロードファクターとレベニューマネジメントにより、こちらもイールド向上に成功した。また、ホノルル線等ほかの路線についても堅調。下期においても、上期の好調なトレンドは継続するものとみている。計画からは大きな変更はない。

Q6: ZIPAIRについて、第2四半期単独では旅客数が減っており、利用率も下がっている。こうしたトレンドは一時的ということだが、今後の回復シナリオを教えてください。

A6: ZIPAIRの状況は、第2四半期単独ではロードファクターが70.2%と前年同期比で落ちている。これは、単価向上を狙いにいったが、想定していたほどインバウンド需要が強くなかったため。第3四半期以降はこの反省を生かして、方向転換をしていく。少なくとも第1四半期程度には回復していく予定。

■費用について

Q7: 下期の見立ては想定通りとのことだが、売上と費用どちらも上回り結果差し引きゼロとの理解でよいか。説明資料では為替が150円/ドル程度で推移すると、利益▲40億円とあるが。

A7: 下期の見立てはご認識の通り。為替150円/ドルで利益▲40億円は表通りだが、計画に入れていない燃油の補助金により市況を打ち返せると考えている。暫定税率廃止(ガソリン激変緩和措置が無くなる)に関する報道があるが、少なくとも12月まで補助金はあると見込んでいる。

(3)その他

Q8: 生産性向上が計画未達と見受けられるが、下期の計画達成および通期EBIT2,000億の目標に変更はないか。また2028年のEBIT目標2,300億も変更はないか、教えてほしい。

A8: 計画に変更はない。円安やインフレは注視すべきポイントだが、生産性向上は1年単位で効果が出るものでなく、3年程度で見ていく。来年以降もコスト増は続くと認識しているが、効率化だけで打ち返すのは難しいため、収益性を上げていく。事業構造改革は、まさに収益性を上げるために行う施策であり、こちらにも舵を切っていく。国際旅客は下期に向けて順調だが、イールド向上は想定以上に進んでおり、今の状況だと更なる向上が見込まれる。事業のフレームワークをしっかりと構築して、コスト増に耐え得る体質を作っていく。

Q9: 次期中期経営計画に向けてどのようなことを議論しているか。

A9: コロナ明けの新しい事業環境の中で、また人手不足も深刻化する中、生産性向上と収益性向上が航空業界のテーマとして挙げられる。一方で当社としては、事業構造改革の加速を目指し、非航空事業であるマイレージ事業を非連続的に伸ばしていくことがテーマの一つに挙げられる。LCCについては今期は足踏みしたが、インバウンド需要に頼りすぎているという課題も同時に特定できたので、今後業績成長を加速させていく。

Q10: 飲酒問題について、業績に影響は無いという理解で良いか。

A10: 業績への影響は今のところはみられないものの、再発防止に取り組まなければ今後ブランドに影響が出てくるだろう。安全なくして弊社の事業は成り立たないので、信頼回復に全社一丸で取り組んでいく。

以上