

2024年9月 旅行取扱高状況報告

< 日本国内における旅行区分別取扱高 >

(単位：千円)

区分	取扱高	前年同月取扱高	前年同月比	2019年同月取扱高	2019年同月比
海外旅行	27,540,951	25,748,064	107.0%	36,780,150	74.9%
国内旅行	5,163,374	4,526,982	114.1%	5,622,304	91.8%
訪日旅行	1,223,304	1,027,132	119.1%	2,098,910	58.3%
合計	33,927,630	31,302,179	108.4%	44,501,365	76.2%

※株式会社エイチ・アイ・エス及びグループ5社（株式会社オリオンツアー、株式会社クオリタ、株式会社クルーズプラネット、株式会社ジャパンホリデーtravel、株式会社エイチ・アイ・エス沖縄）の社内取引を相殺した旧会計基準の取扱高となります。また、コロナ以前と比較をするとともに、2019年同月比を記載しております。

■海外旅行

「HISの青春旅」として、年明けの卒業旅行シーズンに向けたプロモーションを例年より早くスタートしたほか、政府観光局との連携強化として、ハワイではレスポンシブル・ツーリズム「マラマハワイ」推進にむけたパートナーシップ協定の延長合意、グアムでは観光促進に関する協定の締結と、人気観光地の販売促進を図りました。

9月出発の取扱高においては、3連休が2回あったことから、近場の韓国・台湾が引き続き好調に推移したほか、香港では香港ディズニーランド・リゾートのパッケージツアーが20代の女性層を中心に人気を博し、前年同月比162.3%、2019年同月比で186.6%と高い伸びをみせました。また、20代・30代のカップル層を中心に添乗員同行のパッケージツアーが好調に推移しているヨーロッパ方面が、前年同月比117.0%、2019年同月比で97.3%となるなど、取扱高を牽引しました。

以上の結果、海外旅行取扱高は、前年同月比107.0%、2019年同月比74.9%の275億4,095万円となりました。

< 海外旅行取扱高 方面別・商品別・チャネル別データ >

方面別	2019年同月比
アジア	78.9%
オセアニア・南太平洋	93.0%
ハワイ・ミクロネシア	38.3%
欧州・中近東・アフリカ	97.4%
北米・中南米	88.7%

商品別	2019年同月比
手配旅行	76.9%
企画旅行	73.6%

チャネル別	2019年同月比
店舗	64.4%
オンライン	96.1%

■国内旅行

9月7日より鹿児島県観光連盟と合同で鹿児島キャンペーンを開催。早期予約割引や客室のグレードアップ・選べる鹿児島ご当地グルメの昼食付など、多数の特典を展開し、沖縄と北海道に次ぐ強化方面として、飛行機を利用したパッケージツアーの強化を図りました。

9月出発の取扱高においては、航空券とホテルを組み合わせた「ダイナミックパッケージ」が前年同月比134.0%と好調に推移したほか、日本で初めてバスが運行した9月20日が「バスの日」に制定されたことにちなんで、バスキャンペーンを月間で実施したことにより、国内バスツアーが前年同月比95.3%、2019年同月比124.5%と堅調に推移しました。

以上の結果、国内旅行取扱高は、前年同月比114.1%、2019年同月比91.8%の51億6,337万円となりました。

■訪日旅行

9月の取扱高においては、引き続き北米マーケットからの団体旅行の受客が好調を維持し牽引したほか、豪州からの学生団体を数多く受注したことで、大幅な伸びをみせました。個人旅行向け商材では、大相撲9月場所（東京）のチケットがほぼ完売となる反響を見せ、「朝稽古体験ツアー」や「ちゃんこ鍋体験ツアー」が人気を博しました。また、バスツアーにおいては大阪・京都発の「広島・宮島1日バスツアー」と東京発「富士&箱根ツアー」の集客が好調で、バスツアーの取扱高を牽引しました。

以上の結果、訪日旅行取扱高は、前年同月比119.1%、2019年同月比58.3%の12億2,330万円となりました。

2024年9月の日本国内における旅行取扱高合計は、前年同月比108.4%、2019年同月比76.2%の339億2,763万円となりました。

2024年9月 海外における旅行取扱高状況報告

< 海外における旅行区分別 >

(単位：千円)

区分	取扱高	前年度同月取扱高	前年度同月比	2019年度同月取扱高	2019年度同月比
インバウンド	18,677,621	15,297,800	122.1%	19,290,548	96.8%
アウトバウンド	14,940,583	15,074,337	99.1%	5,746,465	260.0%
合計	33,618,204	30,372,138	110.7%	25,037,013	134.3%

※エイチ・アイ・エス海外現地法人 35 社と海外子会社 4 ブランド (MIKI グループ、MERIT TRAVEL、JONVIEW CANADA、RED LABEL VACATIONS) の社内取引相殺前の取扱高となります。また、2019 年度は旧会計基準、2024 年度のツアー商品は「進行日」、手配旅行は「手配完了日」に計上基準を変更した参考値となります。また、コロナ以前と比較するため、2019 年度同月比を記載しております。なお、為替換算レートにつきましては、期中平均レートにて算出しております。

※海外におけるインバウンドとは、各海外拠点における旅行受客業務の取扱高。海外におけるアウトバウンドとは、各海外拠点における旅行送客業務の取扱高。

※海外における旅行事業は 7 月期決算のため、2019 年度は 2018 年 9 月の業績を比較対象としております。

■ 海外インバウンド

フランスでは、パリオリンピック終了に伴う交通規制などの緩和により、旅行需要が回復したことで受客ツアー数も増加し、前年度同月比 108.2%、2019 年度同月比 190.3%と好調に推移しました。韓国では、ソウル市内を巡る定番コースの観光ツアーが好評だったほか、K-POP アーティストのファンミーティングが取引高を牽引し、前年度同月比 137.7%、2019 年比 158.8%となりました。カナダでは、トロント、バンクーバーの集客が好調だったことに加え、グループ旅行が売上に貢献し、前年度同月比 118.9%、2019 年度同月比 143.0%となりました。

以上の結果、海外インバウンド取扱高は、前年度同月比 122.1%、2019 年度同月比 96.8%の 186 億 7,762 万円となりました。

■ 海外アウトバウンド

オランダでは、日本行き河口湖でのカヌーや、岐阜県や京都でのサイクリングツアーなどのアクティビティ商材をはじめとする B2B の送客が好調に推移し、前年度同月比 190.1%、2019 年度同月比 385.3%となりました。スペインでも、日本行き個人旅行における鉄道パスの増加が売上に貢献し、前年度同月比 160.3%、2019 年度同月比 332.3%と好調に推移しました。一方、カナダでは、カンクンやプンタ・カナ、モンテゴベイなどの中南米リゾート行きのパッケージツアーが集客数を牽引し、前年度同月比 101.6%となりました。(2019 年度同月比は、「RED LABEL VACATIONS (※1)」が連結対象外のため非掲載)

以上の結果、海外アウトバウンド取扱高は、前年度同月比 99.1%、2019 年度同月比 260.0%の 149 億 4,058 万円となりました。

2024 年 9 月の海外の旅行事業取扱高合計は、前年度同月比 110.7%、2019 年度同月比 134.3%の 336 億 1,820 万円となりました。

(※1) RED LABEL VACATIONS (連結対象：2019 年 3 月～)

カナダを拠点にオンライン旅行販売とホールセラー事業を通じてアウトバウンド事業を展開。オンライン販売のブランド (redtag.ca と itravel2000.com) を通じて、世界中のパッケージツアー、フライト、ホテル、周遊など、多様な旅行商品を提供。ホールセラーとしては、カナダの旅行代理店にあらゆる旅行商材を提供。

2023 年 8 月より HIS グループカナダ法人「HIS Canada Travel」として合併。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社エイチ・アイ・エス I R室：050-1746-4188
広報室：050-1746-4177