

2026年2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
海外旅行	26,933,741	26,919,836	100.1%
国内旅行	5,726,228	5,593,116	102.4%
訪日旅行	789,237	943,985	83.6%
合計	33,449,207	33,456,938	100.0%

※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トラベル、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。

< 海外旅行取扱高 方面別・商品別・チャネル別データ >

方面別	前年同月比
アジア	82.0%
オセアニア・南太平洋	99.9%
ハワイ・ミクロネシア	99.8%
欧州・中近東・アフリカ	121.7%
北米・中南米	108.3%

商品別	前年同月比
手配旅行	95.6%
企画旅行	107.7%

チャネル別	前年同月比
店舗	106.0%
オンライン	101.5%
法人	93.0%

■ 海外旅行

2月20日より「春旅ウルトラセール!!」を開催。卒業旅行や春休み、そしてゴールデンウィークなど春から初夏にかけての旅行需要の最大化を目指した商品ラインナップの拡充を図るとともに、早期割引やグループ割引施策を展開しました。

取扱高においては、ユーロ高が進む欧州方面においても、前年同月比で121.8%と好調に推移しており、引き続きイタリア、スペインが欧州方面を牽引しています。一方で2025年は1月下旬であった春節（旧正月）が、2026年は2月中旬となり、現地での混雑や価格高騰を避ける動きがあったことから、アジアが前年を下回る結果となりました。

以上の結果、海外旅行取扱高は、前年同月比100.1%の269億3,374万円となりました。

■ 国内旅行

国内旅行事業においては、「春旅ウルトラセール!!」を通じて、間際出発から先の大型連休まで、幅広い需要を取り込みました。また、「沖縄ステーションキャンペーン」の開始に合わせ、航空座席の自社買い取りによる供給力を確保したほか、北海道では流氷を陸・海・空の3視点から観賞する「女満別チャーター便」を運航するなど、独自性の高い高付加価値商品の提供に注力しました。

取扱高においては、春節に伴う訪日客の増加による観光地の混雑や宿泊価格の上昇といった外部要因があったものの、前述の販促施策や季節需要を捉えた商品展開により、レジャー需要は堅調に推移しました。特に日帰りバスツアーは、河津桜といちご狩りの季節商材が人気を博し、前年同月比113.1%と好調を維持。主力となる沖縄方面も、学生向けの卒業旅行施策やチャーター施策が奏功し、同105.2%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102.4%の57億2,622万円となりました。

■ 訪日旅行

訪日旅行営業本部においては、インドやマレーシア等からのB2B案件の受入が継続したほか、オペレーションの集約化による効率化が進展しました。取扱高においては、販売プラットフォームにおける競争激化や「旅ナカ」商品の供給制約等が響き、前年を下回る結果となりました。一方、主力の北米団体旅行では、2月としての過去最高を更新したほか、九州エリアでは韓国系OTA経由の予約が前年同月比345.5%と急伸しました。ジャパンホリデートラベルでは、中国団体旅行の減少継続により前年同月を下回りましたが、戦略的に注力する台湾市場（同177.8%）や東南アジア市場が大幅に伸長し、中国市場の停滞を補完する構造への転換が進みました。大阪発の日帰りバスツアーでは、定番商品の乗車効率改善により増益を記録するなど、エリア特化型の効率的な運営が収益を支えました。

以上の結果、訪日旅行取扱高は、前年同月比83.6%の7億8,923万円となりました。

2026年2月の日本国内における旅行取扱高合計は、前年同月比100.0%の334億4,920万円となりました。

2026年2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取扱高 >

(単位：千円)

区 分	取 扱 高	前年同月取扱高	前年同月比
インバウンド	11,874,842	10,721,789	110.8%
アウトバウンド	12,750,190	13,299,964	95.9%
合 計	24,625,032	24,021,753	102.5%

※エイチ・アイ・エス海外現地法人 31 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。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。

※HIS 欧州現地法人の一部と MIKI グループとの統合により調整後の取扱高を反映しております。

■ 海外インバウンド

東アジアは旧正月（春節）の時期のずれ（暦要因）により、前年同月比 74.1%となった一方、欧州はアジア圏からの受客が増加し、同 117.4%と好調に推移しました。イタリアでは、日本発の学生向けの添乗員同行ツアーや中華圏からの団体向け周遊ツアーの取扱高が寄与し、同 129.3%となりました。イギリスでも、ロンドン向けパッケージツアーの需要増加により同 121.6%となりました。ビーチ方面では、2 月に就航した成田発グアム直行チャーター便のデイリー運航が寄与し、取扱高は前年比 138.1%と大幅な伸長を記録しました。カナダは、欧州からの受客に加え、米国情勢の影響による自国（ウイスラー・バンブ等）への旅行先シフトも寄与し、同 105.6%となりました。

以上の結果、海外インバウンド取扱高は、前年同月比 110.8%の 118 億 7,484 万円となりました。

■ 海外アウトバウンド

取扱高を大きく牽引するカナダでは、米国情勢の影響による米国旅行の低迷やキューバ便の運休を背景に、カリブ海地域（カンクン等）へのクルーズ旅行や欧州への長期滞在旅行が人気を博し、前年同月比 105.5%となりました。フィリピンでは、現地企業による訪日インセンティブツアーに加え、訪日団体向け地上手配（ホテル・送迎・観光等）を取り込み、同 104.9%となりました。一方、海外アウトバウンド取扱高の構成比約 1 割を担っていたトルコ法人では、アウトバウンド事業の縮小に伴い、同 2.5%に留まっております。

以上の結果、海外アウトバウンド取扱高は、前年同月比 95.9%の 127 億 5,019 万円となりました。

2026年2月の海外の旅行事業取扱高合計は、前年同月比 102.5%の 246 億 2,503 万円となりました。

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