

2026年4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	18,360,701	16,960,752	108.3%
国内旅行	3,864,751	4,074,889	94.8%
訪日旅行	2,205,886	2,032,682	108.5%
合計	24,431,338	23,068,324	105.9%

※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	112.7%
オセアニア・南太平洋	116.7%
ハワイ・ミクロネシア	98.2%
欧州・中近東・アフリカ	106.8%
北米・中南米	118.9%

商品別	前年同月比
手配旅行	107.9%
企画旅行	111.6%

チャネル別	前年同月比
店舗	110.6%
オンライン	109.8%
法人	104.8%

■ 海外旅行

海外旅行の着実な需要獲得に向け、各国の政府観光局との連携を強化しました。韓国方面においては、若年層をターゲットとした地方都市の魅力発信やテーマ別商品の充実に注力したほか、シンガポール向けにはレジャー需要創出に向けた共同プロモーションを展開するなど、積極的な需要喚起に努めました。取扱高においては、韓国が前年の欠航等の影響から回復したほか、釜山などの路線も高い伸びを見せたことで、前年同月比 136.7%とアジア方面全体の実績を牽引しました。中近東エリアの一部では情勢不安の影響が見られたものの、日並びの良いゴールデンウィークの前半需要を捉え、欧州・中近東・アフリカ方面全体では同 106.8%と堅調に推移しました。特にヨーロッパ方面は、不透明な情勢下にあってもそれを跳ね返す好調ぶりを見せ、全体の取扱高を押し上げました。

以上の結果、海外旅行取扱高は、前年同月比 108.3%の 386 億 4,751 万円となりました。

■ 国内旅行

日本で 37 年ぶりの最上位（A1）クラス開催となる「2027年国際園芸博覧会」の入場チケット販売を4月30日より開始したほか、基幹店での沖縄イベントの実施など、国内旅行の需要獲得に向けた施策を展開しました。取扱高では、九州方面で福岡や長崎ハウステンボスが人気を博し、前年同月比 108%と伸長したものの、前年の特需からの反動減がみられた関西方面が同 95.9%にとどまり、全体では前年割れの着地となりました。商品別では、新規施策が奏功したバスツアーが同 106.2%と堅調に推移いたしました。初参画の「富士山花火 VS 富士スピードウェイ」ツアーが、国際サーキットの観覧席から楽しむ企画として好評を博したほか、東京の最新スポットと近郊観光地を組み合わせ「ハイブリッド型ツアー」などの新ルートの展開がバスツアー全体の底上げに寄与いたしました。

以上の結果、国内旅行取扱高は、前年同月比 94.8%の 38 億 6,475 万円となりました。

■ 訪日旅行

中東情勢の緊迫化により欧州からの受客に一部影響が出たものの、桜需要を捉えたアジア圏からの受客や、国内各地域での FIT オンライン販売が前年の取り扱い数を超え、九州地区では過去最高を記録しました。原宿 TIC でのインフルエンサー商品物販や、西日本・九州での桜や藤を巡る地域限定ツアーなど、春のアクティビティ需要が下支えし、全体の取扱高は前年同月比を上回り堅調に推移しました。ジャパンホリデートラベルでは、中国市場の低迷を補う台湾や東南アジアへのシフトが好調に推移し、売上高は前年同月と同等水準で着地しました。特に日帰りバスツアーが好調で、大阪での桜関連の新商品投入や、東京での立山黒部ルートの新規開拓が奏功するなど、春の需要を的確に取り込みました。

以上の結果、訪日旅行取扱高は、前年同月比 108.5%の 22 億 588 万円となりました。

2026年4月の日本国内における旅行取扱高合計は、前年同月比105.9%の 244 億 3,133 万円となりました。

2026年4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	前年同月取扱高	前年同月比
インバウンド	10,014,510	10,793,209	92.8%
アウトバウンド	11,163,197	10,355,980	107.8%
合 計	21,177,708	21,149,189	100.1%

※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

東南アジアやオセアニア、北米地域の取扱高が好調に推移しました。ベトナムでは、メディア露出を通じた販売強化が奏功し、ベトナム北中部を巡る 3 都市周遊ツアーの需要獲得により、前年同月比 108.9%となりました。ニュージーランドでは日本からの受客需要の高まりを背景に、ニュージーランド南島の周遊や添乗員同行のツアー商品が牽引し同 229.2%と大幅に伸長。アメリカでは、スポーツ観戦需要の増加やファミリー層向けのテーマパーク関連商品が人気を集め同 116.3%となったほか、カナダでは欧州からの需要を捉え、同 119.0%と 4 月としては過去最高の取扱高を達成しました。

一方、欧州の現地法人全体における取扱高は、中東情勢の緊迫化に伴う予約キャンセルのほか、空域制限による中東経由便利用ツアーの催行中止などが響き、同 88.9%に留まりました。

以上の結果、海外インバウンド取扱高は、前年同月比 92.8%の 100 億 1,451 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、カリブ海地域およびメキシコといった温暖な地域へのクルーズ旅行が人気を博し、前年同月比 116.0%となりました。インドネシアでは、レバラン (断食明け大祭) 後の企業活動再開に伴う出張需要の回復や日本および東南アジア地域への MICE 案件の獲得により同 131.3%となりました。フランスでは、日本・ヨーロッパ・アフリカ地域への政府関係機関や現地日系企業の出張手配が寄与し、同 182.6%となりました。

一方、取扱高の構成比約 1 割を担っていたトルコ法人では、2025 年 8 月より実施しているアウトバウンド事業の縮小に伴い、同 5.5%に留まりました。

以上の結果、海外アウトバウンド取扱高は、前年同月比 107.8%の 111 億 6,319 万円となりました。

2026 年 4 月の海外の旅行事業取扱高合計は、前年同月比 100.1%の 211 億 7,770 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

IR室：050-1746-4188

広報室：050-1746-4177