

2026 年 8 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	38,477,041	38,666,036	99.5%
国内旅行	6,374,434	7,684,410	83.0%
訪日旅行	973,214	895,480	108.7%
合 計	45,824,691	47,245,927	97.0%

※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	104.6%
オセアニア・南太平洋	120.5%
ハワイ・ミクロネシア	94.3%
欧州・中近東・アフリカ	92.0%
北米・中南米	107.9%

商品別	前年同月比
手配旅行	99.1%
企画旅行	101.1%

チャネル別	前年同月比
店舗	100.3%
オンライン	93.9%
法人	111.5%

■ 海外旅行

国内初となる AI アバターを活用した顧客体験として、韓国に見識の高い HIS 社員 275 名の実践的な経験知と、韓国観光公社との連携による旅行情報の提供を開始しました。また、夏休みの間際需要の獲得に加え、早期予約を促すクーポンや特典を展開する「秋の旅フェスティバル」を開催し、秋口および年末年始に向けた早期予約の取り込みを強化しました。

取扱高においては、LCC を利用したツアーが牽引した豪州（前年同月比 124.1%）や、ベトナムビーチ（同 117.7%）など、燃油高の影響を受けにくく比較のお手頃な方面が大きく伸長しました。一方、欧州・中近東・アフリカ方面は中東情勢の影響等で同 92.0%と前年を下回りましたが、8 月 7 日より中東系航空会社を利用したツアーを再開したことで、同航空会社の取扱高は同 33.6%となり、5～7 月平均から大幅に改善し、着実に回復しています。また、ハワイ・ミクロネシア方面は同 94.3%となりました。ハワイ単体では団体旅行需要を獲得し前年同水準を維持したものの、価格重視の層が多いミクロネシアから、前述の豪州（ケアンズ）やベトナムのリゾート地へ需要がシフトした影響を受けました。

以上の結果、海外旅行取扱高は、前年同月比 99.5%の 384 億 7,704 万円となりました。

■ 国内旅行

秋の行楽シーズンに向け「秋旅フェスティバル」で商品拡充を図ったほか、間際需要を狙うタイムセールを実施しました。また「2027 年国際園芸博覧会（GREEN×EXPO 2027）」の関東発バスツアーの販売を開始するなど、早期需要の取り込みを図りました。

取扱高においては、記録的な猛暑に伴う「避暑（クールケーション）」需要の高まりや「青森ねぶた祭」等の夏祭りの盛況を受け、東北方面が前年同月比 120.8%と大幅な伸びを見せました。一方で、複数台風の接近による航空便欠航が響いた沖縄（前年同月比 79.9%）や、地震被害に加え台風の影響があった九州方面（同 90.0%）が苦戦し、前年を下回る着地となりました。

以上の結果、国内旅行取扱高は、前年同月比 83.0%の 63 億 7,443 万円となりました。

■ 訪日旅行

欧米を中心とする訪日需要の高まりを背景に、欧州市場が前年同月比 127.4%と 8 月過去最高を更新し、全体を牽引しました。オランダ支店からの受客増やアゼルバイジャンの大型 MICE の受注が寄与したほか、北米からの団体旅行も同 101.0%と堅調でした。

ジャパンホリデートラベルでは、FIT（個人旅行）取扱高が同 107.5%と伸長し、日帰りバスツアー（同 111.5%）が牽引しました。「長岡花火」等のイベントツアーが好評を博したほか、欧米豪や台湾からの付加価値の高い需要を獲得しました。

以上の結果、訪日旅行事業全体の取扱高は、前年同月比 108.7 %の 9 億 7,321 万円となりました。

2026 年 8 月の日本国内における旅行取扱高合計は、前年同月比97.0%の 458 億 2,469 万円となりました。

2026 年 8 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	20,929,962	19,783,796	105.8%
アウトバウンド	9,387,819	9,622,733	97.6%
合 計	30,317,781	29,406,529	103.1%

※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

カナダでは、夏のベストシーズン需要の確実な取り込みや欧州からの団体需要の獲得により、前年同月比 140.3%と好調に推移しました。オーストラリア (同 126.0%) はファミリー層の獲得や大型市民マラソンへの注目を背景としたスポーツツアーが寄与し、イギリス (同 134.8%) は日本発の個人旅行需要が逆風を受ける中、世界的ロックバンドのゆかりの地を巡るテーマツアーや学生団体の受客が大きく貢献しました。シンガポール (同 114.7%) においても、夏休みの個人旅行や大型企業インセンティブの受客により伸長しました。アメリカ (同 107.3%) は燃油高の影響で伸びが鈍化したものの、スポーツ観戦やテーマパーク関連の早期予約が奏功しました。

一方、中近東・アフリカ方面においては、情勢の緊迫化に伴う一部ツアーの不催行の影響等により、同 83.6%と需要が落ち込み前年を下回りました。

以上の結果、海外インバウンド取扱高は、前年同月比 105.8%の 209 億 2,996 万円となりました。

■ 海外アウトバウンド

各海外拠点から日本へ向けた送客が引き続き好調に推移しました。オーストラリア (前年同月比 130.1%) では、根強い日本人気を背景に、京都・大阪・広島等を巡る家族向けパッケージや教育旅行が堅調に推移しました。オランダ (同 114.1%) においても、レンタカーを利用した個人向けのオーダーメイド旅行や、本州・沖縄への家族旅行需要を着実に取り込みました。ドイツ (同 110.3%) では、添乗員が同行する少人数・長期滞在型の日本周遊ツアーが需要を伸ばしました。

一方、取扱高の 8 割以上を占めるカナダにおいては、カリブ海やメキシコ向けのオールインクルーシブ・パッケージや、欧州市場向けのクルーズ・個人旅行 (FIT) は好調に推移したものの、中東情勢の緊迫化に伴う燃料費高騰・運航便の削減や、米国情勢の影響による同国への旅行控えが消費者マインドを冷え込ませ、同 96.5%となりました。

以上の結果、海外アウトバウンド取扱高は、前年同月比 97.6%の 93 億 8,781 万円となりました。

2026 年 8 月の海外の旅行事業取扱高合計は、前年同月比 103.1%の 303 億 1,778 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