

発信年月日：令和 8 年3月25日

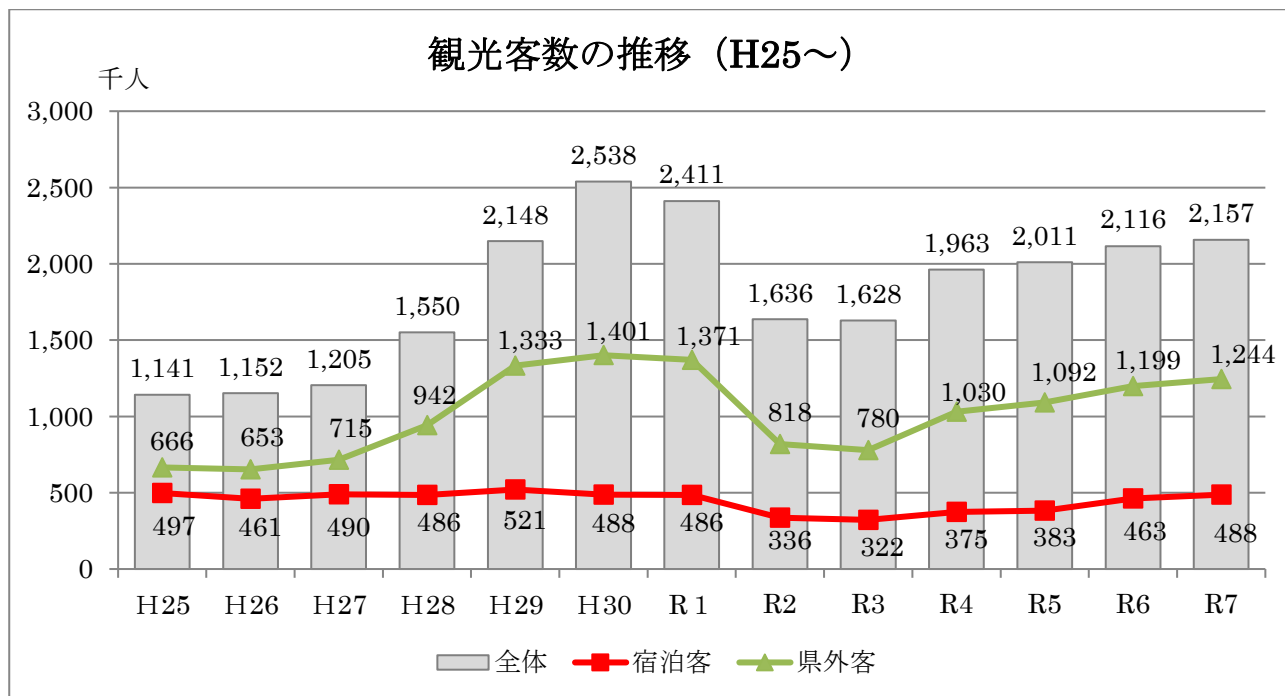
所属部課		連絡先	TEL 0837-23-1251 FAX 0837-22-6487
観光スポーツ 文化部 観光政策課			
件名	長門市の令和 7 年(2025 年)の観光客数について		

このたび、長門市の令和 7 年(2025 年)の観光客動態調査結果がまとまりましたので、下記のとおり概要を報告します。

記

1 観光客数の動向について

令和 7 年(1月～12月)の観光客数は 2,156,940 人で前年から 40,951 人の増(1.9%)となりました。また、宿泊者数は 487,757 人で、前年から 25,148 人の増(5.4%)となりました。



2 観光客数の推移について

(1) 日帰り・宿泊別、県外・県内別（実人数）

区分		R7	R6	増減	対前年比
観光客数		2,156,940 人	2,115,989 人	40,951 人	101.9%
旅行形態別	日帰り客	1,669,183 人	1,653,380 人	15,803 人	101.0%
	宿泊客	487,757 人	462,609 人	25,148 人	105.4%
エリア別	県外客	1,243,606 人	1,198,837 人	44,769 人	103.7%
	県内客	913,334 人	917,152 人	▲3,818 人	99.6%

(2) 主な観光地・イベント(のべ人数)

区分	R7	R6	対前年比
青海島・仙崎地域	882,062 人	871,862 人	101.2%
湯本地域	774,307 人	685,619 人	112.9%
俵山地域	168,197 人	179,249 人	93.8%
三隅地域	73,442 人	83,001 人	88.5%
油谷・日置地域	870,652 人	918,490 人	94.8%
観光客誘客イベント	68,079 人	62,994 人	108.1%

(3) 月別宿泊者数

	1月	2月	3月	4月	5月	6月
R6	32,922	33,982	42,946	35,769	39,863	31,891
R7	34,081	30,820	43,090	41,610	42,777	33,479
前年比	103.5%	90.7%	100.3%	116.3%	107.3%	105.0%
7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
33,668	47,919	36,190	41,749	46,162	39,548	462,609
36,344	48,596	37,738	48,791	48,414	42,017	487,757
107.9%	101.4%	104.3%	116.9%	104.9%	106.2%	105.4%

(4) 外国人宿泊客

区分	R2	R3	R4	R5	R6	R7
外国人宿泊客	1,066 人	228 人	881 人	9,478 人	13,114 人	17,321 人
対前年比	11.3%	21.4%	386.4%	1075.8%	138.4%	132.1%

《特記事項》

【総括】

令和 7 年は、観光客数回復の傾向を維持しつつ、2年連続して210万人を越える結果となった。元乃隅神社の参拝形態の変更による一時的な観光客数の落ち込みや、一部の観光施設・宿泊施設等の改修等により、大幅な伸びとはならなかったが、デスティネーションキャンペーンやながとプレミアム宿泊券の影響により宿泊客数が増加し、全体としては、微増となった。

【居住地別】

前年度に引き続き、県外観光客が県内観光客を上回る結果となり、九州をはじめ中国地方からの観光客の往来も多く見られる傾向となった。

【地域別】

青海島・仙崎地域、湯本地区は、前年度を上回る結果となった。特に、湯本地区は、デスティネーションキャンペーン、ながとプレミアム宿泊券、新規イベント等の影響もあり、約 13%上回る集客となった。

俵山地域、油谷・日置地域では減少したものの、大幅な減少はなく、7%以内の減にとどまった。三隅地区は、観光施設の改修工事等の影響により、11.5%減少する結果となった。

【観光施設・イベント】

長門湯本温泉やセンザキッチンを中心に主要施設は好調を維持した。

イベントについては、SEA TO SUMMIT 等の新規イベントの開催により、前年度を 8.1%上回る集客となった。

【その他】

インバウンドは前年度に引き続き大幅に増加し、観光需要の回復を牽引した。外国人宿泊客は、前年比32.1%の増と大きい伸びをみせ、観光基本計画の目標値を上回った。

また、観光施設の改修や猛暑等の影響を受けつつも、ながとプレミアム宿泊券等の効果により、宿泊者数は増加しており、滞在型観光の定着が進んでいる結果となった。