

雲仙市観光マーケティングレポート

2025年12月・2026年1月合併号

UNZEN City Tourism Marketing Report

2026
January



今月の風景/雲仙温泉街(雲仙灯りの花ぼうろ)

一般社団法人 雲仙観光局
UNZEN Destination Service



INDEX

今月のサマリー

年間訪問者数推移

今月の日別訪問者推移

今月のブロック別訪問者割合

今月の訪問者属性

今月の発地×年代比率

他都市比較

今月の特集 ①【2025-2026 年末年始 観光客動向調査結果】

今月の特集 ②【春休み市場の実態解明 ~ビッグデータから見えた「多世代市場」の真実~】

雲仙観光局活動報告



【11-12月実績】紅葉ピークの「後ろ倒し」により、11月は年間最多の23万人を記録

見頃が例年より遅れたことで11月下旬に需要が集中し、特に連休（11/23）は記録的な集客となりました。12月は紅葉終了で全体数は落ち着きましたが、平日は前年比122%と好調に推移しています。

【特集①】年末年始は「満足度」と「消費」に“ねじれ”が発生

- ・客層の変化:悪天候の影響を受けつつも、後半の回復で集客を維持。特に「ファミリー」と「カップル」のシェアが拡大しました。
- ・課題の浮き彫り:データ分析により、「満足度は高いが財布の紐が固いファミリー層」と、「お金は使うが満足度が低いひとり旅・カップル層」という二極化が判明。次年度は、ターゲットごとの「体験価値」と「価格設定」の適正化（ゾーニング）が急務。

【特集②】春休みは「多世代市場」。ターゲット別のアプローチへ

市場特性:3-4月の春休み期間は、中年層ファミリー（4割）・若年層（3割）・シニア層（2割）が混在するマルチターゲット市場です。

戦略転換:全方位へのPRではなく、ターゲット別の「刺さる切り口」の用意の必要性の提案

ファミリー：「遊び」ではなく「学び・成長」

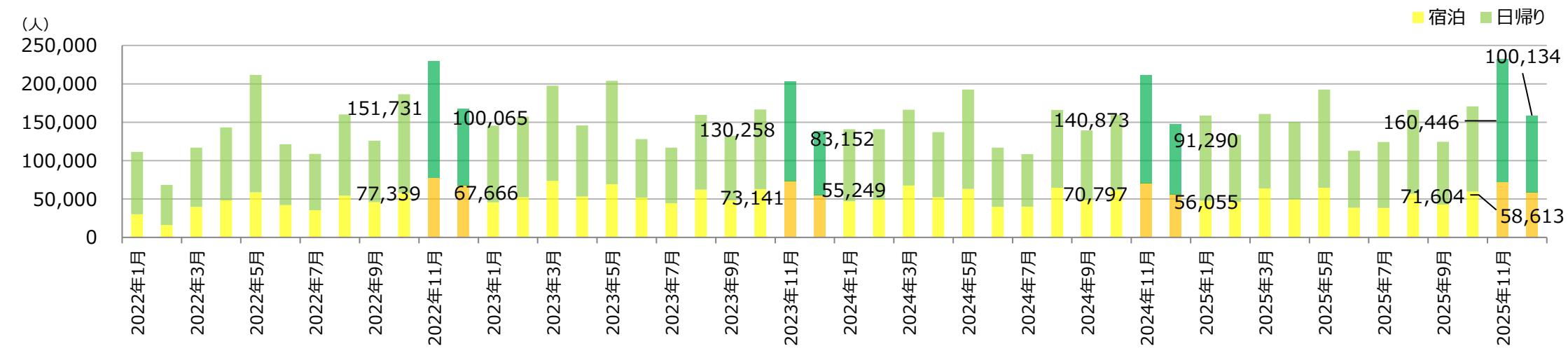
若年層：「観光」ではなく「世界観・エモさ（没入感）」

シニア：「賑わい」ではなく「静寂・時間消費（プレミアム）」

これら既存資産の“再編集”により、春の集客最大化を図ります。

年間訪問客数推移（2022年からの推移）

- 11月は年間最多となる約23万人が来訪。紅葉シーズンの後ろ倒しにより、前年同月比でも104%の微増となった。
- 特に11月23日（日）は単日で1.6万人超を記録するなど、好天と紅葉ピークが重なった週末に集客が集中した。
- 12月に入り全体数は落ちていたものの、平日の来訪者数は前年を大きく上回る（122%）傾向が見られた。

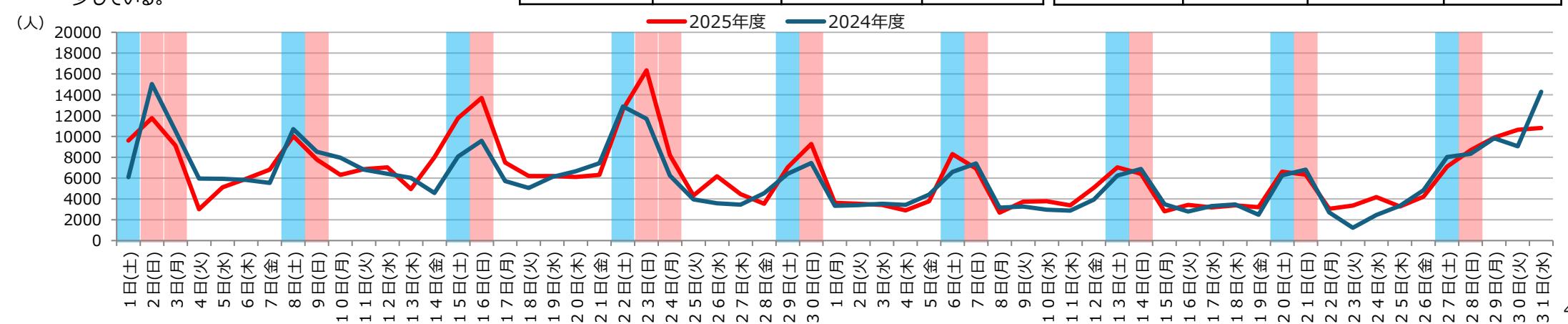


11・12月の日別訪問客数推移

11月は、昨年に引き続き、紅葉時期が例年の見頃より少し後ろにずれ込んだことにより、週末だけでなく、平日にも分散したと考えられる。

12月は紅葉の時期が終了したことにより前月比は減少している。

| 11月 | 平日 | 土曜 | 日・祝 | 12月 | 平日 | 土曜 | 日・祝 |
|-------|----------|-----------|-----------|-------|----------|----------|----------|
| 今月平均 | 6,109人/日 | 10,204人/日 | 11,772人/日 | 今月平均 | 4,607人/日 | 7,261人/日 | 7,086人/日 |
| 前月比 | 144% ↗ | 135% ↗ | 124% ↗ | 前月比 | 75% ↓ | 71% ↓ | 60% ↓ |
| 前年同月比 | 109% ↗ | 131% ↗ | 109% ↗ | 前年同月比 | 122% ↗ | 107% ↗ | 96% ↓ |



*延べ宿泊滞在数（例1名が2泊3日の場合は3名とカウント）

資料）おでかけウォッチャー、入湯税実績より推計

有明ベイサイドエリア(愛野町・吾妻町・瑞穂町)をもっと好きになるワーキング

2025年12月19日、第5回「有明ベイサイドをもっと好きになるワーキング」を開催し、地元の方など35名が参加しました。

地域の価値を伝える資源やそれをまとめた文章の案を元に、参加者と意見交換をしました。8つのテーマについて、3つの「屋台」形式で自由にアイデアを出し合い、活発な議論を展開し、各テーマの内容、全体構成、活用アイデアなど様々な提案が集まりました。

第6回は2026年1月16日に開催され、約40名が参加。前回を踏まえて、改善された文章案を再度検討しました。全6回のワーキングを通じて、今まで知ることができなかった新たな資源や、視点を変えると魅力が増す環境、何より熱意のある人々と多く出会うことができました。ワーキング自体はこれで最後となりましたが、ここから事務局を中心まとめていく段階に入ります。ひきつづき完成まで、参加者の皆様、地元の方々と走って参りますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

ワーキングに参加してきた長崎大学のゼミ生からは、地元の方と一緒に制作した雲仙こぶ高菜にまつわる絵本の報告があるなど、早速地域の価値を伝えるコンテンツができ始めています。この取り組みは長崎県のテレビ番組「みジカナナガサキ」で1月21日から27日に放送されました。YouTubeでも見ることができます。ぜひご覧ください。



↑第5回ワーキングの様子



↑第6回ワーキングの様子



↑みジカナナガサキYouTube



↑これまでのワーキングの様子

ラージボール卓球大会で雲仙市の観光物産をPR！

2025年12月13日から14日にかけて、長崎県雲仙市小浜体育館で第4回ニッタク杯雲仙小浜温泉ラージボールオープン大会が開催されました。九州だけでなく中部や四国からも選手が集まり、過去最大規模となりました。

会場では雲仙觀光局が市内事業者と協力し、物産とPRブースを出展。南串山町の幻のじゃがいも「デジマ」、小浜町の藍製品、千々石のミニトマトなど地元の逸品が並び、生産者自ら参加者と交流しながら販売を行いました。県内外から訪れた選手や関係者から好評を博し、雲仙市の魅力を広く発信する機会となりました。

セールス報告：アジア高付加価値旅行会社商談会

1月13日、JNTO主催の「アジア高付加価値旅行会社商談会」が鹿児島県霧島市の天空の森で開催されました。シンガポールを中心としたアジアの有力エージェント4社が参加し、九州の火山エリアが持つ価値を再認識する貴重な機会となりました。

会場となった天空の森の非日常的な空間が、参加者に高付加価値旅行の本質を五感で体感させ、深い議論を実現。シンガポール市場では、マス向けツアーから2~14名程度の個人旅行へのシフトが進んでおり、60歳以上のアクティビシニア層による質重視の滞在ニーズが高まっています。また、「ここでしか味わえない癒し」という、リトリートへの需要も多く聞かれました。

商談会では具体的な送客案件が発生し、鹿児島・雲仙・阿蘇を火山というストーリーで繋ぐ広域連携の提案が高評価を獲得。今後はモデルコース作成や見積もり提示など、具体的なアクションを進めていく予定です。



↑商談会の様子

雲仙觀光局 よろず相談窓口



お気軽にご相談ください

- とくに得意です
 - ・人と人をおつなぎする
 - ・SNSの活用
 - ・Googleのビジネス活用
- どんな相談ができるか
 - ・観光や地域づくり
 - ・SNSやWebまわり
 - ・人材育成 など

予約フォーム→→→

次回

2026年2月24日(火)
雲仙温泉エリア



担当：地域営業部（堀口）

雲仙市観光マーケティングレポート 2025年12月・2026年1月合併号

一般社団法人 雲仙觀光局 UNZEN Destination Service

〒854-0621 雲仙市小浜町雲仙320番地 TEL : 0957-73-3639 FAX: 0957-73-3620

(公式URL) <https://unzen-dmo.com> (全員集合！雲仙ポータル) <https://www.unzen-portal.jp/>

【注意：本資料の転載・複製での利用について】

本資料は、一般社団法人 雲仙觀光局の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。

本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。事前に当局までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮いただく場合もございます、予めご了承ください。

※お問い合わせ先：雲仙觀光局／ブランディング・マーケティング部（担当：黒原・白濱・金澤）

本資料は弊局が信頼できると判断した各種データに基づき作成しておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様のご判断でご利用ください。

Find UNZEN 雲仙觀光情報サイト
|自分らしい雲仙を見つける|

