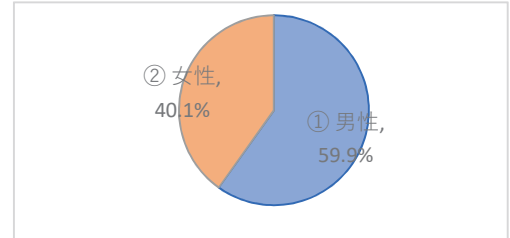


令和8年度 鹿屋市 市政モニター アンケート集計

- テーマ：鹿屋市の観光について
- 調査期間：令和8年6月9日（火）～ 令和8年6月29日（月）
- 回収結果：送付数200人、回答数157人、回答率78.5%

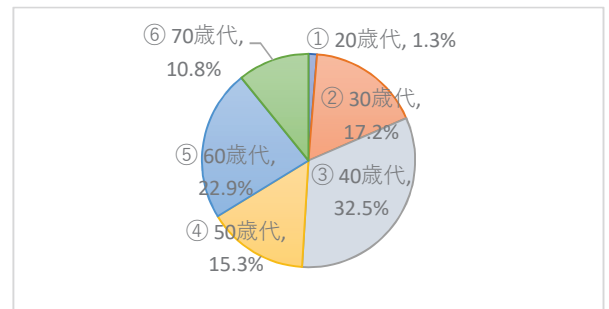
問1 性別

回 答		件 数	割 合
①	男性	94	59.9%
②	女性	63	40.1%
合 計		157	100.0%



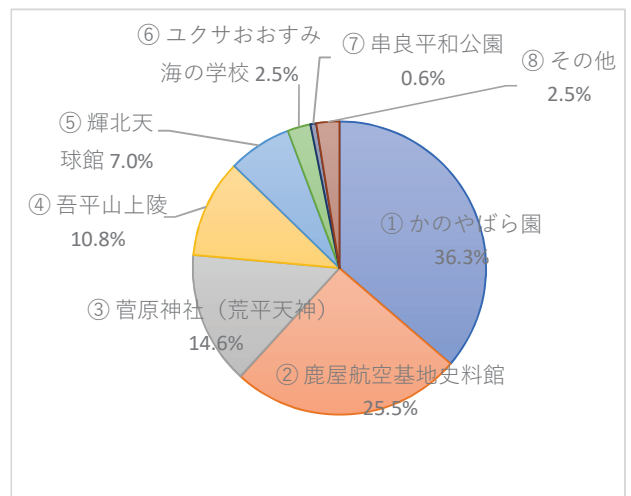
問2 年代

回 答		件 数	割 合
①	20歳代	2	1.3%
②	30歳代	27	17.2%
③	40歳代	51	32.5%
④	50歳代	24	15.3%
⑤	60歳代	36	22.9%
⑥	70歳代	17	10.8%
合 計		157	100.0%



問3 市外の方に最もお勧めしたい観光名所はどこですか？

回 答		件 数	割 合
①	かのやばら園	57	36.3%
②	鹿屋航空基地史料館	40	25.5%
③	菅原神社（荒平天神）	23	14.6%
④	吾平山上陵	17	10.8%
⑤	輝北天球館	11	7.0%
⑥	ユクサおおすみ海の学校	4	2.5%
⑦	串良平和公園	1	0.6%
⑧	その他	4	2.5%
合 計		157	100.0%

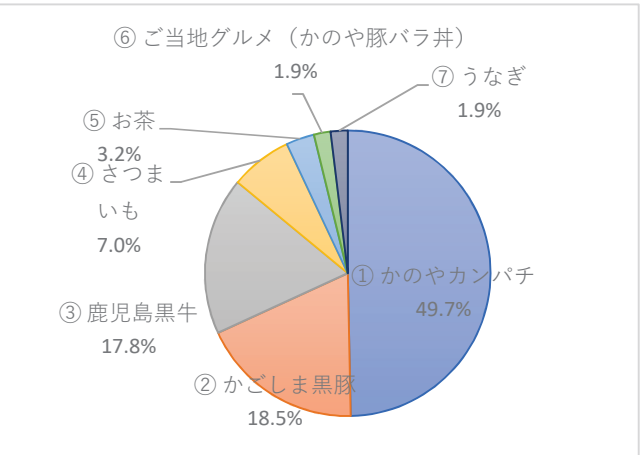


その他の意見

- ・ 神徳稲荷神社
- ・ 神徳稲荷神社とダマスクの風
- ・ 浜田海水浴場

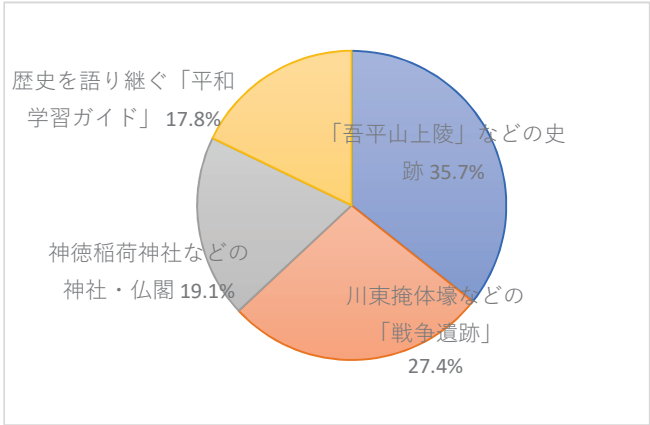
問4-1 鹿屋市で一番にイメージするものは何ですか？「食」

回 答		件 数	割 合
①	かのやカンパチ	78	49.7%
②	かごしま黒豚	29	18.5%
③	鹿児島黒牛	28	17.8%
④	さつまいも	11	7.0%
⑤	お茶	5	3.2%
⑥	ご当地グルメ（かのや豚バラ丼）	3	1.9%
⑦	うなぎ	3	1.9%
合 計		157	100.0%



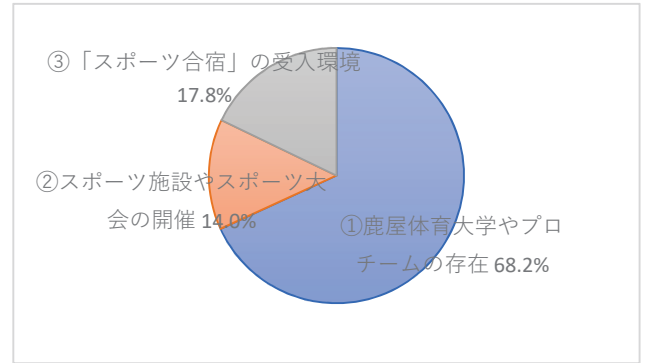
問 4-2 鹿屋市で一番にイメージするものは何ですか？「歴史・戦争遺跡」

回 答		件 数	割 合
①	神武天皇の御父母の御陵である「吾平山上陵」などの史跡	56	35.7%
②	串良基地跡地下壕第一電信室や川東掩体壕などの「戦争遺跡」	43	27.4%
③	荒平天神（菅原神社）や神徳稻荷神社などの神社・仏閣	30	19.1%
④	戦争体験や歴史を語り継ぐ「平和学習ガイド」	28	17.8%
合 計		157	100.0%



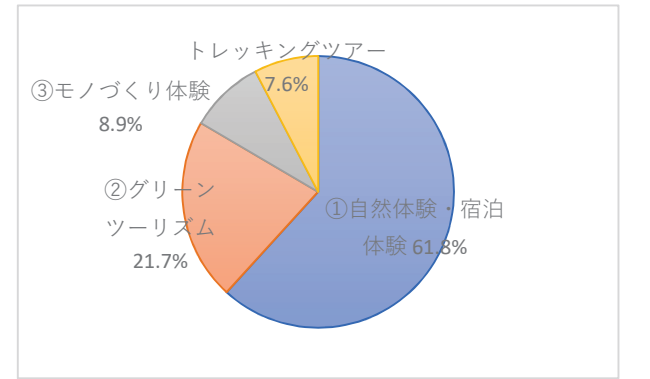
問4-3 鹿屋市で一番にイメージするものは何ですか？「スポーツ」

回 答		件 数	割 合
①	鹿屋体育大学やプロチーム（自転車、ソフトボール）の存在	107	68.2%
②	充実したスポーツ施設や各種スポーツ大会の開催	22	14.0%
③	全国各地から訪れる「スポーツ合宿」の受入環境	28	17.8%
合 計		157	100.0%



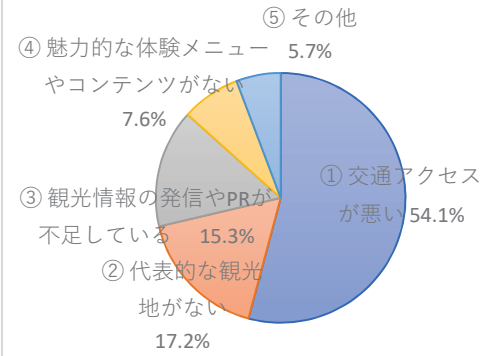
問4-4 鹿屋市で一番にイメージするものは何ですか？「体験プログラム」

回 答		件 数	割 合
①	ユクサおおすみ海の学校などでの「自然体験・宿泊体験」	97	61.8%
②	農業体験や農家民泊などの「グリーンツーリズム」	34	21.7%
③	地元企業が行うモノづくり体験	14	8.9%
④	登山ガイドと登る「トレッキングツアー」	12	7.6%
合 計		157	100.0%



問5 鹿屋市の観光における主な「課題（弱み）」は何だと思いますか？

回 答		件 数	割 合
①	交通アクセスが悪い	85	54.1%
②	代表的な観光地がない	27	17.2%
③	観光情報の発信やPRが不足している	24	15.3%
④	魅力的な体験メニューやコンテンツがない	12	7.6%
⑤	その他	9	5.7%
合 計		157	100.0%



その他の意見	
・ 中心街の宿泊施設や飲食店が少ない ・ 観光地を短時間で数ヶ所回れる仕組み ・ 1つの事に尖ってやらない事。 ・ わざわざまた行きたくなる差別化した何かがない。大人も子供も1カ所で1日過ごせるところがない。 ・ 例えば「ボケふた」のような、押し活で観光客増加が望めるといいと思う。 ・ リピート性 ・ 代表的な観光地と、伴う宿泊施設 ・ 道の駅がない ・ 点ばかりで全体的に線になっていない	

問6 前問で選んだ課題（弱み）を改善・解決するために、どのような取組が効果的だと思いますか？

回 答
1. 戦略的なPRと目的地の創出（主に20代～40代の傾向） ただ漠然と宣伝するのではなく、ターゲットを絞った効果的なPRと、「わざわざ行きたくなる」キラーコンテンツの必要性が指摘された。 ☑ SNS・デジタルマーケティングの戦略的活用 • 「ただ投稿するのではなく、アルゴリズムを理解しターゲティングを行う」といった専門的視点からの提案があった。（20代男性） • 若者向けには「映えスポット」、年齢層が上がれば「食や自然」とターゲットを分けた宣伝や、インフルエンサーの活用を推奨する声があった。（30代男性、40代女性） • インフルエンサーが発信したくなる「おしゃれスポット（都城図書館など）」の整備要望があった。（40代女性） ☑ 「わざわざ行く理由」となる施設・イベント • 水族館、動物園、大型複合商業施設の誘致など、明確な目的となる場所の必要性を指摘する声があった。（30代・40代男性） • 雨の日に予約なしでいつでも子どもが遊べる「室内遊び場」の整備を求める切実な声があった。（60代女性） • 中途半端な施策を捨て、「1点集中で中・長期的に取り組むべき」との意見があった。（30代男性） ☑ 交通の課題を逆手にとった「ストーリー化」 • アクセスの悪さを直視した上で、「特攻兵がどう鹿屋に辿り着いたか」を案内するなど、「アクセスの悪さ＝時間がゆっくり取れる」ことを価値に変えるテーマとストーリー作りを提案する意見があった。（30代男性）

2. インフラ整備と広域連携・回遊（主に50代～70代以上の傾向）

物理的な交通網の改善に対する要望が強く、同時に「点と点を結ぶ」工夫が求められている。

☑大規模インフラの要望とアクセス改善

- 「錦江湾横断道路の早期開通」や「大隅半島から薩摩半島への橋建設」など、抜本的なインフラ整備を求める声が複数存在した。（40代男性、60代女性、70代以上男性）
- 高速道路のルート見直しや、フェリー乗り場からの直行バス、乗り捨てレンタカーの導入などを提案する声があった。（30代女性、60代男女）

☑回遊性を高めるパッケージ化・ツアー企画

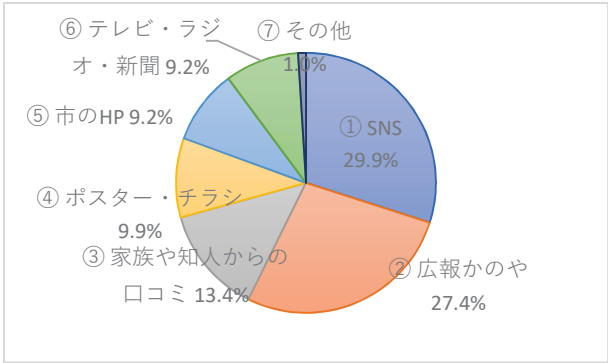
- 「お茶畑散策ツアー」「大隅半島巡りの観光ミニバス」など、テーマを設けたツアー企画の要望があった。（60代・70代以上女性）
- 「鹿屋1日丸ごとクーポン券（バラ園→温泉→ランチ）」のように、市内で完結して楽しめるパッケージの提案があった。（60代女性）

☑市民の意識改革と主体性の醸成

- 「まず地元の良さを知ることから」「市民が街に誇りを持てる環境づくり」など、観光のベースとなる市民のシビックプライド醸成を重視する声があった。（30代女性、70代以上女性）

問7 普段、イベントや観光地の情報はどのようにして把握していますか？（複数選択可）

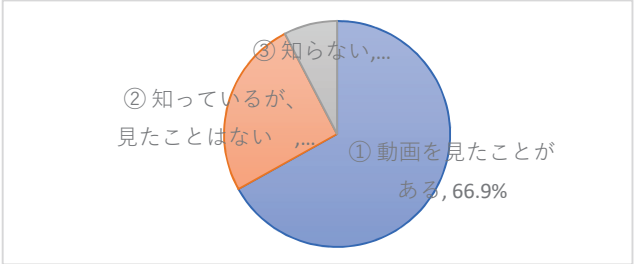
回 答		件 数	割 合
①	SNS	94	29.9%
②	広報かのや	86	27.4%
③	家族や知人からの口コミ	42	13.4%
④	ポスター・チラシ	31	9.9%
⑤	市のHP	29	9.2%
⑥	テレビ・ラジオ・新聞	29	9.2%
⑦	その他	3	1.0%
合 計		314	100.0%



その他の意見	
・ 知る方法が分からないから何が起きているか分からない	
・ 鹿児島県の観光サイト	
・ PCにて、鹿児島観光と入力するとAIが日数に応じて旅程を検討してくれます。	

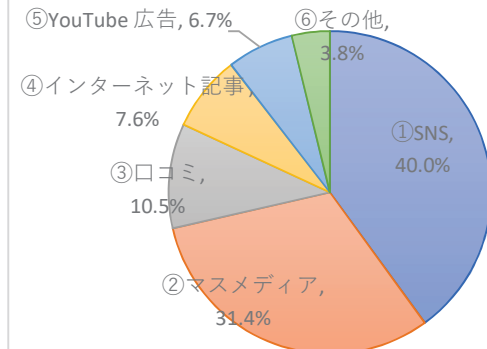
問8 本市出身の「サンシャイン池崎」氏を起用したPR動画（KANOEYeah!CITY等）を見たことがありますか？

回 答		件 数	割 合
①	動画を見たことがある	105	66.9%
②	知っているが、見たことはない	40	25.5%
③	知らない	12	7.6%
合 計		157	100.0%



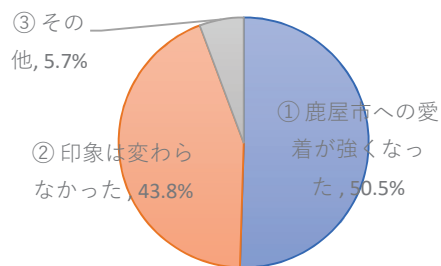
問8-2 動画を知ったきっかけは何ですか？

回 答	件 数	割 合
① SNS(Instagram、X、Facebook 等)	42	40.0%
② マスメディア (テレビ・新聞・雑誌等)	33	31.4%
③ 口コミ	11	10.5%
④ インターネット記事	8	7.6%
⑤ YouTube 広告	7	6.7%
⑥ その他	4	3.8%
合 計	105	100.0%



問8-3 P R 動画を見た感想を教えてください。

回 答	件 数	割 合
① 鹿屋市への愛着が強くなった	53	50.5%
② 印象は変わらなかった	46	43.8%
③ その他	6	5.7%
合 計	105	100.0%

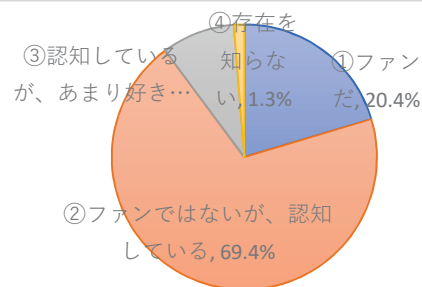


その他の意見

- ・何をメインにPRしたいのか?なぜ池崎さん?C&Kも居るのに?などちょっと思うところはあります。
- ・県外の方が見て興味が湧き訪問したいと思ってくれるのか?
- ・池崎さんありがとう
- ・面白いことするなぁと感じました。
- ・おもしろいし堅苦しくなくて軽くて好き
- ・サンシャイン池崎氏や、カンパチくんなど含めて鹿屋市を盛り上げるために市の広報や市民が頑張っている状況はよく理解できる。ただ、故郷である鹿屋市の現況を知るのに満足してしまい、県内外や海外からの移住者や観光誘致の問題を解決するには、やはり交通の利便性等、インフラ整備が大切と思う。

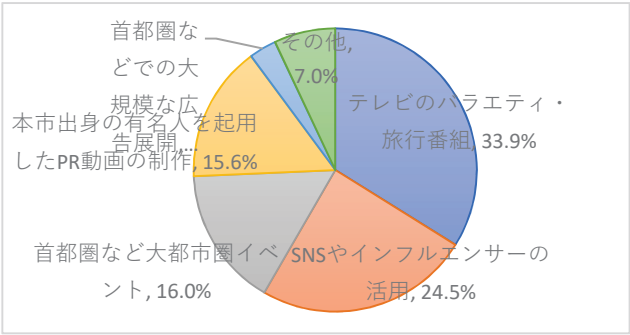
問9 鹿屋市PR特命係長「かのやカンパチロウ」についてどう思いますか。

回 答	件 数	割 合
① ファンだ (カンパチダンスを踊れる、SNSをフォローしている)	32	20.4%
② ファンではないが、認知している (イベントや動画で見たことがある)	109	69.4%
③ 認知しているが、あまり好きではない	14	8.9%
④ 存在を知らない	2	1.3%
合 計	157	100.0%



問10 鹿屋市の知名度を全国的に上げるためには、どのような取組が効果的だと思いますか？（複数選択可）

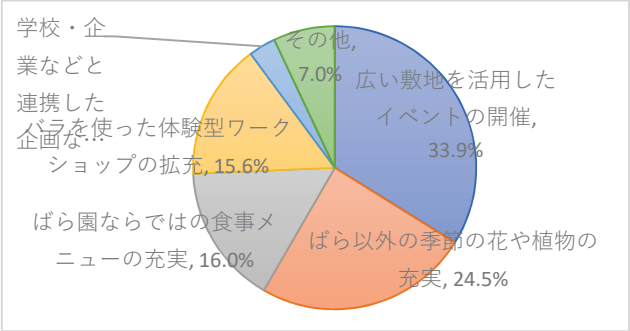
回 答		件 数	割 合
①	テレビのバラエティ・旅行番組などの積極的な誘致	87	33.9%
②	SNSやインフルエンサーを活用したキャンペーンの強化	63	24.5%
③	首都圏など大都市圏での観光PRや特産品販売イベントの開催	41	16.0%
④	本市出身の有名人を起用したPR動画の制作・公開	40	15.6%
⑤	首都圏などでの大規模な広告展開	8	3.1%
⑥	その他	18	7.0%
合 計		257	100.0%



その他の意見
・ ネット配信の利用 ・ 鹿屋市は現状全国的に見ても若者向けとしてはとても退屈な街なので、食をベースに自然を推す宣伝を首都圏等で年配者向けから始めるのが良い。ターゲットを絞って少しずつ改善が良い。宿泊施設や交通インフラ等の問題も出てくるだろうから ・ サンシャイン池崎さんは人柄も良くYouTubeも登録していますがあまり鹿屋の事TVでも話さないし国生さゆりさんもそうですよね。王林さんやサンドイッチマンさんのように地元大好きが伝わると良いですね。 ・ 鹿屋市の観光サイトを作成 ・ 道路沿いの花壇など 協力団体に任せ 一年中美しい鹿屋。カヤが茂りまくり。予算措置だけでなく アイデアを柔軟に募集して知恵を拝借しては。 ・ タ張メロン、宮崎マンゴー、草加煎餅等の名産品 ・ 飛行機や電車から遠い。高速が遠回り ・ 広告手段が鹿屋市の印象や目指している姿と一致させる必要があると思います。黒豚やカンパチを売り出すなら、都市圏や海外の飲食店等にストーリーを語る広告で良いと思いますし、戦争遺構を打ち出したいなら「失敗の本質」のようなビジネスや組織論に触れるような場やそういう人に刺さる広告手段が良いと思います。 ・ 知名度をあげる前に来た人をがっかりさせない受け入れ態勢をまず整えるべき ・ 都城はふるさと納税で有名になった気がする。ふるさと納税に力を入れても良い気がする ・ 現在では人気あるおえかきさん等にご当地グッズを、作ってもらうなど。 ・ そのお金を観光資源や道路に使うべきだと思う 市民の為の観光地が出来れば市民が他の人にprしてくれるようになると思う。わざわざする必要を感じない ・ さつまいも、落花生、カンパチ、花等を生産者に協力していただいてイベントを開催する。たとえば、このさつまいもは何グラムでしょうか？と当てるクイズやこの落花生を2キロ取って下さいと言って当たった人にそれを差し上げるとか。 ・ 県内や宮崎県南部など、日帰り圏内を対象とした観光PRや特産品販売で「ちょっと行ってみようかな」と思われるようなイベントをする。 ・ 全国的な知名度を上げる前に、まず鹿屋市を誰に、何で覚えてもらうのかを絞ることが重要だと思います。大規模広告や番組誘致より、食、自然、スポーツなど既存資源を組み合わせ、ターゲットを明確にした継続的な発信が効果的だと思います。 ・ かのやばら園よりも、鹿屋航空基地資料館やエアームリアル鹿屋、輝北天球館など、他の県や都市には存在し無い鹿屋市のアイデンティティとなり得る場所のメディア通したPR ・ 鹿屋に来られた有名人にメディアでさりげなく特産品を宣伝してもらう

問11 「かのやばら園」の来園者を増やすためには、どのような工夫・改善が必要だと思いますか？【閑散期の取組など】（複数選択可）

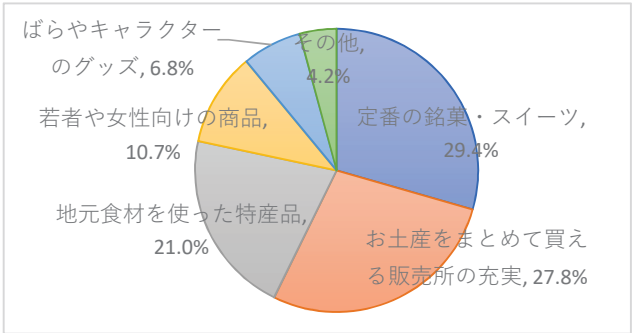
回 答		件 数	割 合
①	広い敷地を活用したイベントの開催	87	33.9%
②	ばら以外の季節の花や植物の充実	63	24.5%
③	ばら園ならではの食事メニュー（バラのスイーツやドリンク）カフェ・レストランの充実	41	16.0%
④	バラを使った香水づくりや加工品製作など、体験型ワークショップの拡充	40	15.6%
⑤	学校・企業などと連携した企画や特産品販売の実施	8	3.1%
⑥	その他	18	7.0%
合 計		257	100.0%



その他の意見
・木陰がほしいです ・学校遠足で、タダで入園できるように ・キャンプ場の整備をしてもっと気軽に自然を楽しめる空間作りをぜひお願いしたい!!! ・有名歌手やアイドル等のLIVE等をすればどうでしょう?花に囲まれ自然一派の中でのLIVEも最高の思い出になるのでは。食事美味しいだけじゃなくてここでしか見れない映えが大事。思わず写真撮っちゃう感じで、定期的に変わって行くことでリピーターを呼ぶ。体験も色々定期的に変えないと飽きられる。香水も車用とかなんなら洗剤なんかに混ぜる匂い付けの位置づけとして欲しい ・イベントがなくても雨でも暑い日でもいつでも行ける室内遊び場を作って欲しいです。 ・大変残念なバラ園です。ただっ広いだけで、魅力なし。 ・入場料を無料とし、財源は企業からの寄付や税金で賄う ・フェスやライブ ・ベースロードの来園者を増やしたいのか、ピークを作りたいのかで手段は変わると思います。 ・バラに特化せず、園芸全般のワークショップやお悩み相談などを計画してはどうでしょう?例えば家にある鉢物、元気がないとか大きくなりすぎたとか花が咲かないとか ・バラと錦江湾を見ながら、敷地が広いのでドライブスルー付き、サイクリングでも寄れるように、鹿屋特産の限定お茶ラテやさつまいものフラッペでスターバックスの誘致 ・鹿児島県各地が展望できることのPR。「かのやばら園」の名称のPRによって「霧島ヶ丘」という景色が良さそうなイメージをもたれそうな地名が隠れてしまっています ・ここでしか見れない薔薇や、ここでしか食べれないスイーツ等があればいい。 ・花は一度見て終わるので 家族連れに対しての収穫体験や動物触れ合いのような体験を増やすべき ・園芸番組で紹介していただく。you tube で栽培の方法、バラ園の紹介 ・来園者にバラの花束をあげる。バラプレゼントデーを設ける。 ・ばら以外の集客面での強みの創設。現行はレストランや公園程度しかなく、地元在住者でもばら以外に行く機会を見出せない。「ばら『も』楽しめる」形が望ましい。 ・ばらの時期だけに頼らず、年間を通じて立ち寄る理由をつくるのが重要だと思います。大規模イベントより、季節ごとの花、散策、写真、食事などを組み合わせ、短時間でも楽しめる場所にする工夫が効果的だと思います。 ・花をテーマにした観光地は日本の至るところに存在している。バラの花や新種で来園者を増やす方法に加えて、桜島や開聞岳、霧島が丘などの鹿屋の景色を取り込んだ、映える写真の撮り方等の技法のプロの写真家の実写方法の催しなども実に効果的な気がする。 ・かのやバラ園は、観光スポットの一つではあるが、年配向けの雰囲気か否か否めない。全国的にもバラ園はいくつもあり、鹿屋じゃないと、という感じも薄い。バラのアイスも癖があり、苦手な人も多い。果物狩りができるとか、雨の日でも室内で遊べるスポットを作って家族連れがわざわざ来くなるような場所になるともっとよくなるのでは。 ・子どもと一緒にできるような体験型ワークショップが充実して欲しい。 ・バラ園の大 駐車場 屋外のトイレ施設などそのまま 活用して道の駅にもできます ・入園料を安くする。鹿屋市民は安くするとか ・広報 ・バラ園の価格を下げるか市民無料、維持費がお金がかかるなら縮小して遊具や施設にお金をかける

問12 鹿屋市のお土産（お菓子、加工品、グッズなど）について、今後どのようなものがあれば良いと思いますか？（複数選択可）

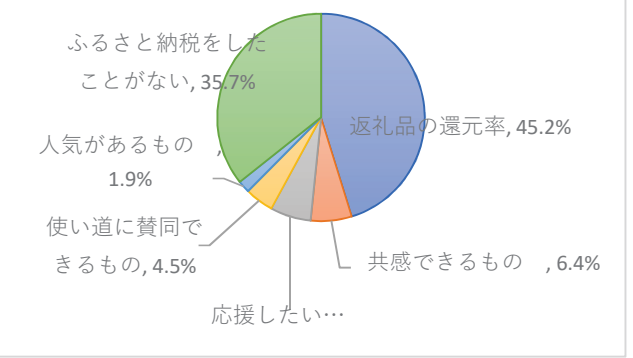
回 答		件 数	割 合
①	「鹿屋といえばこれ！」という定番の銘菓・スイーツ	91	29.4%
②	お土産をまとめて買える販売所の充実	86	27.8%
③	黒牛やカンパチなど地元食材を使った特産品	65	21.0%
④	若者や女性向けのおしゃれなパッケージの商品	33	10.7%
⑤	ばらやキャラクター（カンパチロウ・ばらちゃん等）のグッズ	21	6.8%
⑥	その他	13	4.2%
合 計		309	100.0%



その他の意見	
・鹿屋でしか買えない、食べれないものは欲しい。インターネットでも買えない現地民のソウルフード	
・地元食材を使った健康的なもの	
・さつまいもは普遍的な人気だと思う。県外の人や、小学生になったぼを作ってあげるととても喜ばれる。netabo とかネーミングしてみても可愛いと思います。	
・鹿屋市丸ごとギフトボックス、メーカーの垣根を越えて色んなものを送ってあげたいんですよ、鹿屋を知らない人に。自分で集めて箱に詰めて宅配頼むのめんどいじゃないですか	
・他県ではここですか、買えないドレッシングを、よく見ます	
・黒豚丼のようなB級グルメ 家に持って帰って食べれる惣菜	
・キャラクターグッズで外れのないガチャポンフィギュアで少しレア感のあるもの。	
・バラの花が載った買い物用のマイバックの販売	
・職場や友人に配りやすい、個包装で手軽に買えるお土産が少ないと感じます。焼酎や生ものではない鹿屋らしさが伝わる小さなお菓子や加工品を増やし、観光客が気軽に選べる売り場を充実させると良いと思います。空港に売っている西郷せんべいや雀の学校の小分けのものを参考にしてみようでしょうか？	
・空港従事者から全国的に評判となったフェスティバロの有名菓子となったスウィートポテトに加えて、さつま大海酒造、また鹿屋の地ビール（Let it Beer）等、企業名よりも品名で有名になっている。加えて中国輸入製品の多い中、茹でピーナッツなどの珍しい酒のつまみも喜ばれると個人的には思う。	

問12 ふるさと納税先を選ぶ際、最も重視する理由は何ですか？

回 答		件 数	割 合
①	返礼品の還元率（お得感）やコストパフォーマンスの高いもの	71	45.2%
②	生産者の思いや地域のストーリー・背景へ共感できるもの	10	6.4%
③	純粋に応援したい自治体（出身地など）	10	6.4%
④	寄附金の使い道に賛同できるもの	7	4.5%
⑤	ポータルサイトのランキング上位など、人気があるもの	3	1.9%
⑥	ふるさと納税をしたことがない	56	35.7%
合 計		157	100.0%



問13 鹿屋市に新しく整備してほしい観光施設や体験プログラムなどがありますか？（自由記述）

回 答	
年代によって鹿屋市に求めるもののベクトルが明確に異なり、若年層・子育て世代（30～40代）は「天候に左右されない遊び場・大型商業施設」を求める一方、シニア層（60代～70代以上）は「既存資源の活用・ガイド付きツアー・交通手段の整備」を求めている。	
1. 全天候型の施設と大型エンタメの誘致（主に30代～40代の傾向）	
男女ともに「子どもと一緒に過ごせる場所」に対するニーズが圧倒的に高い。	
☑天候に左右されない屋内施設・大型公園	
●「雨の日でも遊べる大きい施設」や、幅広い年齢が遊べる「広大な公園」を求める声が多数あった。（30代～40代男女）	
●無料で子どもが遊べて憩いの場となる、都城市の「NiQLL（道の駅）」や「図書館」をベンチマークとする意見があった。（30代・40代女性）	
●障害者にも優しいインクルーシブな施設を望む声があった。（40代男性）	
☑大型商業施設・トレンドを意識したアクティビティ	
●ラウンドワン、コストコ、IKEA、アウトレットモールなど、市外からも人を呼べる大型商業施設・エンタメ施設の誘致要望があった。（30代女性、40代男女）	
●カヤックやSUPなどの体験や、糸島（福岡）のような「写真映えするブランコやカフェ」など、トレンドを意識した海沿い開発の提案があった。（30代女性）	
☑情報の整理と既存施設のブラッシュアップ	
●「新しいハコモノよりも既存資産のブラッシュアップ」や「日帰り・宿泊型の方向性整理」など、観光戦略や情報導線（マップ・カレンダー化）の改善を求める論理的な意見があった。（30代・40代男性）	
2. 滞在型レジャーと大型直売所の整備（主に50代の傾向）	
子育てが一段落し、ゆったりと楽しめる施設やアウトドアへの関心が高い。	
☑「道の駅」や大型物産館の要望	
●「九州一大きく新鮮素材と温泉が揃った道の駅」や「大きな広い鹿屋市の物産館」など、食と買い物为一体となった施設の整備を求める声があった。（50代男女）	
☑滞在型アウトドアの充実	
●霧島ヶ丘公園でのオートキャンプ場整備や農業体験施設など、県外からの集客も視野に入れた滞在型レジャーの要望があった。（50代男性）	
3. 既存資源の活用と交通手段・環境整備（主に60代～70代以上の傾向）	
新規の大型施設建設よりも、既存の歴史・文化・自然の「見せ方」と「移動のしやすさ」に焦点が当たっている。	
☑交通手段（ツアー）と既存資源の活用	
●ばら園や航空基地などの名所を繋ぐ「テーマ別バスツアー（歴史・遺跡めぐりなど）」や「周遊バスルート」の新設を求める声が多数あった。（60代男女）	
●そば作り、あくまき作り、農業、郷土料理など、鹿屋の日常や文化を体験できるプログラムの誘致提案があった。（60代・70代以上女性）	
施設管理と景観への意識	
●ばら園等での外来性雑草（メリケントキンソウ）の除草伐採や、既存施設（輝北天球館ゲストハウス）の設備改修など、維持管理への厳しい指摘があった。（60代女性）	
●上場公園への定点カメラ設置（桜島眺望用）、高隈山のハイキングコース、海釣り公園など、今ある自然景観を利用しやすくする工夫が求められた。（60代男女、70代以上男性）	

問14 今後の鹿屋市の観光について、ご意見やご提案があれば自由にお書きください。（自由記述）

回 答	
【全体傾向】 「観光資源（食・自然・歴史）は素晴らしいが、それが知られておらず、アクセスも悪いため活かされていない」という強い危機感が世代を問わず共有されている。 1. 情報戦略と現実的な観光デザイン（主に30代～40代の傾向） SNSの活用状況やアクセスの不便さを冷静に分析し、戦略的なPRや現実的な観光モデルへの転換を求めている。 ☒ デジタルPRと情報集約の不足 ●個人経営の飲食店等のホームページやSNS更新がなく、観光客がネット上で情報を得にくい点が致命的であるとの指摘があった。（30代女性） ●インフルエンサーや広告のフル活用を求める声が多く、市内を効率よく回遊するための「鹿屋市お勧めマップ」等の整備要望があった。（30代・40代女性） ●「キャンプ場に併設したフェス」など、若年層や市外客をターゲットにした新しいイベント企画の提案があった。（40代女性） ☒ ストーリー構築と日帰り観光へのシフト ●知覧の特攻平和会館のように、鹿屋の事業所や飲食店に眠る「人の物語（歴史や背景）」を発掘し、広めることで人を惹きつけるべきだという提案があった。（40代男性） ●アクセスの悪さを客観視し、無理に「宿泊型」を目指すのではなく「日帰り・立ち寄り型」を基本方針とし、既存資源の回遊性を高めるべきだという論理的な提案があった。（30代・40代男性） ●バラ園等を見学した後の「夜の楽しみ（中心街の充実）」がないため、宿泊客が鹿児島市などに流出している現状への懸念が示された。（30代男性） 2. 広域連携と環境整備、市民参画（主に50代～70代以上の傾向） 鹿屋市単体ではなく大隅半島全体としての見せ方や、観光客を迎えるにあたっての足元の環境整備（美化や臭い対策）に強く言及している。 ☒ 大隅半島一帯での周遊ルート構築 ●県外からは薩摩半島（桜島や指宿）しか認知されていない現状を打破するため、大隅半島の各市町村が連携した観光周遊プランやツアーの発信が必須であるとの指摘があった。（60代男性） ●点在する名所をシリーズ化してYouTube等で発信し、観光ルート化するアイデアが寄せられた。（60代女性） 受け入れ環境の改善と既存施設の適切な管理 ●大雨の後などに漂う「家畜の臭気」に対する対策の徹底を求める厳しい声や、道路の草刈りなど景観美化の重要性を説く声があった。（30代女性、60代男性） ●戦争史跡の整備不足や「造りっぱなし」を批判し、適切な管理や数年単位での見直し（ニーズに合わせたリノベーション）の重要性が指摘された。（60代男女） 市民が主役となる観光づくり ●市民自身の「観光リテラシー」を向上させ、地元住民が主体となって地域資源を発掘・発信する、持続可能なまちづくり（市民が主役の観光まちづくり）が提唱された。（60代女性）	