

意見照会（7月実施）で提出された意見について

■ 照会に対する意見提出状況

（１）意見照会概要

- ・ 照会実施期間：令和8年7月8日（水）～7月23日（木）
- ・ 照会項目（抄）
 - Q1 本市観光振興の議論にあたって、押さえておくべき現状認識や各業界の諸課題について
 - Q2 観光客のニーズや受入環境の課題について
 - Q3 5期戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組例等について
 - Q4 その他、5期戦略に関し行政に求める取組や各業界で実施したいと考える取組等について

（２）意見提出状況

団体名等	委員名	Q 1	Q 2	Q 3	Q 4	計
鹿児島商工会議所	岩崎委員	6件	－	11件	－	17件
鹿児島県観光連盟	橋木委員	2件	3件	4件	3件	12件
鹿児島観光コンベンション協会	池田委員	8件	10件	4件	－	22件
鹿児島県特産品協会	津田委員	4件	3件	3件	1件	11件
鹿児島市タクシー協会	迫田委員	2件	2件	－	－	4件
鹿児島県飲食業生活衛生同業組合	肥田木委員	2件	2件	3件	2件	9件
鹿児島市社交業組合	中田委員	2件	－	1件	1件	4件
公募委員	奈良迫委員	6件	7件	4件	4件	21件
公募委員	白坂委員	6件	3件	2件	9件	20件
公募委員	盛永委員	1件	2件	1件	1件	5件
公募委員	野田委員	4件	3件	2件	2件	11件
総 計		43件	35件	35件	23件	136件

※鹿児島商工会議所意見は、(戦略策定にあたっての現状や課題などの意見)をQ 1、(骨子に関する意見)をQ 3に対するものとして整理

※一部委員の意見については、文章形式であったものを事務局にて箇条書き整理し、件数計上

（戦略策定にあたっての現状や課題などの意見）

- 鹿児島は首都圏、関西圏などの大きなマーケットから遠く、地理的にハンディを背負っている。鹿児島までの移動費が高額となるため、大都市圏から近い観光地はオーバーツーリズムとなっているが、県内の観光地は衰退していく一方である。
- 鹿児島市は圧倒的にM I C E 施設が不足しており、長崎、熊本に遅れを取っている。
- 事業者はコロナ渦で借り入れた融資の返済が続いており、国内客、国外客からの戻りが鈍く、非常に厳しい経営環境におかれている。
- 県外資本のホテルが県内に参入しており、地元のホテル、飲食店は厳しい環境におかれている。
- 本県、本市観光が置かれている厳しい状況に関して、行政、団体、事業者に危機感がない。
- 鹿児島市はナイトライフ観光が脆弱である。

（骨子に関する意見）

- 骨子は鹿児島市が置かれている実情を把握した上で、根本的に見直すべきである。
- 戦略にKPI、KGIを含めるべきではない。
- 鹿児島市は鹿児島サンロイヤルホテルを運営する鹿児島国際観光(株)に24%出資する筆頭株主である。鹿児島サンロイヤルホテルは住吉町への移転が予定されており、M I C E 施設が不足する鹿児島市においてM I C E 施設整備は急務である。筆頭株主である鹿児島市の観光戦略に、「M I C E 施設の整備の推進」は大きな柱として入れるべきである。
- 鹿児島市は宿泊税の導入を予定していることから、宿泊税で得た収入の使い方を明記すべきである。宿泊税の税収の半分はD M O の財源として入れるべきで、そのスキームを観光戦略の中で明確に示さなければならない。
- 大都市圏や海外からの観光客、ビジネス客の誘致に際して、マーケティング戦略と整合性をとった具体的な施策を明記すべきである。
- ナイトライフ観光の強化を基本方針に記載すべきである。
- 「観光人材の育成」の記載があるが、まず、観光を担う人材の確保が急務である。ホテル短期大学校への入学者が激減しており、かつ卒業生は県外に就職している。観光を担う人材の確保の強化を具体策とともに記載すべきである。
- 鹿児島市は県をはじめとする地方自治体との連携強化を記載すべき。
- 鹿児島市街地にバス乗降場が極端に少ないので、バス乗降場の整備を記載すべきである。
- インバウンドに対応するサインが全く足りない。外国語サインの充実を記載すべきである。現在の看板は海外からの旅行客にわかりづらい。
- 観光戦略の策定にあたり、鹿児島市は、市の総合計画があってその先に観光未来戦略があるという位置づけだが、観光戦略があって、それを総合計画に入れ込むという手法が望ましい。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

- 訪日客の行動は、高付加価値志向と低価格志向の二極化となっている。(出所：公益財団法人日本交通公社 観光文化267号)
- 旅行者のニーズは、国内・海外問わず、体験型・学び型・ストーリー型のコンテンツへの需要が増加している。(出所：じゃらんリサーチセンター 最新版!!体験・アクティビティ市場実態分析＆「ご当地体験」開発取り組み)

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

- 地域間競争が激化する中、鹿児島市は、桜島・維新・温泉などの観光素材は強いものの、他都市との差別化を図るため、どの観光素材に特化し、磨き上げ、P Rしていくのが不明瞭との声がある。
- 火山・自然・食文化・歴史に対する深い理解を求める旅行者が増えている中、深度あるガイド・解説の不足との声がある。
- 交通関係の分かりやすさ・多言語案内・キャッシュレスなど、基本的な受入環境の改善ニーズが高い。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

- 旅行者に選ばれる都市として、鹿児島市内の観光資源に、具体的な価値やストーリー等を加え、わかりやすく示すなど、観光素材の磨き上げが必要ではないか。
- M I C E は、地域への経済波及効果が大きい高付加価値な市場であり、これまで以上に誘致活動に取り組むことが必要ではないか。
- 旅行者の旅行中の価値を高めるための大きな柱として、案内ガイドの育成の充実を図ることが必要ではないか。
- 交通結節点からの二次交通、多言語案内やキャッシュレス化など、受入環境について、観光関係事業者との役割分担を進め、改善に取り組むことが必要ではないか。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

- 観光未来戦略に関して、行政、各種団体、観光事業者など関係者間の役割分担のもと、施策・取組ごとに、どこが中心となって実施するのか示すことが必要ではないか。その上で、行政に求める取組については、受入環境づくりのためのハード整備や、受入のために各種団体や民間事業者が行う取組に対する財政的な支援を行う必要があると考える。
- 当連盟では、観光施策基本戦略の策定を進めているところである。その中で、地域が主体的に取り組む観光地域づくりへの支援を柱の一つに掲げており、現在、地域ごとに、現状や課題、目指す方向性等について、協議・検討を進めているところである。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題は下記のとおりです。

- ・地理的ハンディキャップ（時間的距離・移動コストなど）
- ・観光事業者（宿泊・飲食・空港等）の深刻な人手不足
- ・宿泊施設（ナショナルチェーン）の新規参入による価格競争の激化
- ・国際情勢、自然災害、風評被害の影響
- ・コンベンション誘致の都市間競争が激化する中、競争力向上を図るため、財源確保による補助金制度の拡充や誘致体制の強化が必要
- ・歴史・桜島を活用した鹿児島への誘客が限定的
- ・日本人・外国人ともに残念だったことの一位は「交通アクセス」。
具体的には、バス乗り場や路線、案内板が分かりづらいが上位
- ・情報発信・プロモーション不足

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

○本市を訪れる観光客のニーズ ※ターゲットによって変化

- ・活火山桜島や錦江湾などの自然・景観
- ・黒豚・黒牛・黒さつま鶏、焼酎などの多様な食文化
- ・幕末・明治維新に象徴される個性あふれる歴史・文化
- ・東京・京都・大阪等に比べて、混在していないので、自分のペースで観光を楽しめる。
- ・屋久島などの自然コンテンツへの経由地

○受入環境の課題

- ・公共交通の案内表示や時刻表、交通情報がわかりにくい。
- ・英語等の多言語での案内表示が十分でない。
- ・Google Mapsの誤表記に困って観光案内所を訪れる人がいる。
- ・ヴィーガン、ベジタリアン、ハラル対応の飲食店の情報が不足している。
- ・観光事業者（宿泊・飲食・空港等）の深刻な人手不足

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

○第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例

- ・インバウンド受入体制強化
→・ハード面での交通サイン等の改善や多言語表示の充実
- ・観光関連産業における人材の育成・確保の促進
→・宿泊事業者等の人材確保に向けた支援
- ・生産性向上、サービス向上、D X 支援
- ・西郷プロジェクトを一過性にせず、レガシーとして次につなげる。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

・参考資料として、DMO経営企画会議とワーキンググループで出された主な意見を添付します。

○DMO経営企画会議（令和8年7月9日開催）の主な意見

- ・戦略は固定的なものではなく、状況に応じて継続的に見直すことが重要である。
- ・宿泊税の一定割合をDMOに配分し、必要な施策をDMOが実施できるようにすべき。
- ・DMOが持続的に機能する組織となるよう、サステナブルに力を発揮する必要がある。
- ・市の総合計画と観光未来戦略で、宿泊税の用途を明確にする必要がある。
- ・戦略に紐づく戦術を考え、うまくいかないのであれば、再度戦略を考えることも必要。
- ・鹿児島の魅力を全国へ効果的に発信するための戦略を整理する必要がある。
- ・フットサインや観光案内の多言語表記などの充実が必要である。
- ・全ての自治体が先進事例を参考にしすぎである。前提条件が違う地域を真似しても意味がない。
- ・補助制度の充実は都市間競争に勝つための重要な要素である。一方で、開催地として選ばれるためには都市そのものの観光の魅力（夜の観光・観光体験）が重要である。
- ・国際会議の誘致に向けては、高齢の参加者も多いため、医療体制の充実と多言語による医療案内の整備が重要である。
- ・在住外国人へのアンケート・ヒアリングでは、「案内表示の英語表記が少ない」という課題が挙げられており、英語表記の充実が特に必要である。
- ・国内市場は縮小していくため、今後は、受入環境整備を含めたインバウンド市場への対応がより重要になる。
- ・在住外国人が母国へ情報発信する視点が重要である。

（次頁へ続く）

○合同ワーキンググループ（令和８年７月１３日開催）の主な意見

○MICE誘致WG

- ・年に１回でも大きなスポーツ大会があると宿泊施設等が恩恵を受けられる。
- ・MICE開催補助金については、各大会の経済効果を勘案して補助額を整理する必要がある。
- ・MICE開催を検討する段階で手厚く補助できる制度があると良い。
- ・MICE誘致に貢献した地元の関係者を表彰するアワードをぜひ進めてほしい。
- ・鹿児島の日本一のコンテンツを伝える動画を作成してはどうか。鹿児島市は広告やプロモーションを実施していない印象。宮崎のように広告を強化することも重要。
- ・共通のセールスツールを活用するなど「オール鹿児島」の体制の構築が必要

○コンテンツ開発WG

- ・桜島における観光客のニーズを把握するため、まずは利用実態や課題に関する調査を実施する必要がある。
- ・調査結果を踏まえ、サクラジマアイランドビューの混雑解消や新たなコース造成、キャッシュポイントをつなぐ運行ルートの見直しを検討することが望ましい。
- ・クルーズ客を桜島まで誘導する仕組みを整えることで、ガイドドライバー等が収益を得られる観光コンテンツにつなげることができる。
- ・桜島の魅力を活かしたコンテンツ創出に向けて、ハード・ソフト両面の取組方針やビジョンを整理する必要がある。

○受入体制WG

- ・鹿児島の観光を取り巻く状況は厳しく、その現状認識を関係者間でしっかり共有する必要がある。
- ・交通案内表示については、各エリアでフットサインが多く見られる。
- ・インバウンド向けのグルメマップがあると、飲食店の情報が伝わりやすくなり、市内の周遊促進にもつながる。
- ・過去に実施したGoogleビジネスプロフィール登録等の取組について、継続的な活用に向けて改めて支援してはどうか。
- ・交通サイン等の維持管理にも宿泊税を活用できる仕組みがあるとよい。
- ・交通サイン等を検討する段階から事業者も参加し、利用者にとってわかりやすい表示にしていけることが望ましい。
- ・空港リムジンバスの案内は、フットサインが有効である。停留所の案内を一元的に管理し、共通の表示形式を示すことで、各事業者が対応しやすくなり、鹿児島中央駅のバス停案内にも統一感が生まれる。他のJR駅の事例も参考にできる。
- ・都市サインは、外国人観光客にも伝わりやすいよう、ローマ字表記に加えて漢字も併記することが望ましい。

○誘客促進WG

- ・生成AIを活用した広告サービスも始まっており、最新のトレンドを踏まえたプロモーションが重要である。
- ・東京で開催される物産展などの機会を活用し、鹿児島の魅力を積極的に発信する必要がある。
- ・鹿児島ファンを増やし、ファンが新たなファンを呼び込む好循環をつくることが重要である。
- ・桜島を誘客の柱として活用する際は、国内向けと海外向けでターゲットを分けた発信が必要である。
- ・情報発信は、県と市が連携して取り組むことで、より高い効果が期待できる。
- ・PR手法は、発信するコンテンツの内容やターゲットに応じて使い分ける必要がある。
- ・「鹿児島産の食材をここで味わえる」といった、地域の魅力が伝わる打ち出し方が効果的ではないか。
- ・火山灰が降る環境で暮らす鹿児島ならではの生活体験は、火山と共生するまちの魅力を伝える面白いコンテンツになる。
- ・鹿児島は旅の目的となるコンテンツが十分ではなく、その充実が重要。インバウンドの誘客についても、誘客のフックとなるものを打ち出し、来てもらった後に、他のコンテンツも知ってもらおうと良い。
- ・キャッシュポイントづくりという考え方が重要。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

観光客は「見る観光」だけでなく、「その土地ならではの食や文化、体験」を重視する傾向が強まっており、地域の魅力を総合的に提供することが求められています。

特産品業界においては、原材料価格や物流費の高騰、人手不足などにより事業環境は厳しさを増しています。また、後継者不足や伝統的工芸品の担い手不足も深刻な課題となっています。

一方で、特産品は観光消費を拡大する重要な地域資源であり、観光振興と地域産業振興を一体的に進める視点がこれまで以上に重要になっていると考えます。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

① 観光と特産品を一体的に捉えた戦略の推進

観光資源と食、焼酎、工芸品などを一体的に情報発信し、「鹿児島らしさ」を体感できる観光コンテンツを充実させることが重要と考えます。

② 「体験型観光」の充実

工芸制作体験、焼酎・食文化体験、生産現場の見学など、地域事業者と連携した体験型コンテンツを充実させることで、滞在時間や観光消費額の増加につながると考えます。

③ インバウンド・クルーズ需要への対応

多言語対応、デジタル情報発信、キャッシュレス・免税環境の充実、交通・買い物・体験を組み合わせた受入れ体制の整備を重点的に進める必要があります。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

鹿児島ブランドショップにおいては、国内観光客に加え、近年は外国人観光客やクルーズ船寄港時の利用も増加しています。

観光客からは、「鹿児島らしい商品を購入したい」「商品の背景や作り手のストーリーを知りたい」といったニーズを感じています。

一方で、受入れ環境としては、「多言語による商品説明や案内の充実」「観光施設と物販施設を結ぶ情報発信や周遊促進」などが課題と考えます。

また、クルーズ船客については滞在時間が限られるため、短時間でも効率的に買い物や体験ができる受入れ体制が重要だと思います。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

当協会としても、鹿児島ブランドショップや各種イベントを通じて県産品の魅力発信に取り組むとともに、工芸品や食品などを活用した体験型イベントや情報発信を充実させ、観光消費の拡大や地域産業の振興に貢献してまいりたいと考えています。

1我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

人手不足が常態化している状況の中、一部の観光地等でオーバーツーリズムとならないように気を配る必要性もあろうかと思えます。

また、タクシー乗務員についてもコロナ過以降、新規乗務員は増加していますが、ほぼ同数の乗務員が退職（特に高齢乗務員）しており、二次交通の担い手としては人手不足の状況が課題としてあります。

2旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

●受け入れ環境（課題）

①マリンポートにクルーズ船が寄港する際は多数のタクシー車両を手配しますが、その分鹿児島中央駅や天文館などの主要のりばのタクシーが不足するといった事案が発生することがある。

②クルーズ船の乗客数が多かったり、シャトルバスの運行がなかったりする状況等では相当な人数がタクシー待ちとなる。

③天文館のタクシーのりばや標識の意味が分からず、駐停車禁止区域などでも手を挙げて乗車申込をされる方がいる。

31や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

（特になし）

4そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

（特になし）

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

- ・原材料費の高騰と価格転嫁の難しさ：食材やエネルギー価格の高騰が続き、飲食店の経営を圧迫しています。価格改定が追いつかず、サービスの質の維持が大きな課題となっています。
- ・深刻な人手不足：深刻な人手不足により、営業時間の短縮や席数の制限を余儀なくされる店舗が増えています。外国人材の活用や雇用環境の改善が急務です。が、特定1号の受け入れ停止状態です。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

- ・食を軸にした体験型のアクティビティプランの作成を考えています
- ・受入れ環境の課題：インバウンド対応におけるキャッシュレス決済や、多言語メニューの対応がまだ十分ではない店舗も多く、外国人観光客が気軽に立ち寄れる環境整備が必要です。また、ピーク時の予約対応や分煙に関する案内も課題となっています。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

- ・食文化の発信強化と夜の賑わい創出：鹿児島市の豊かな食材と焼酎文化を核としたプロモーションを行い、宿泊につなげるための試作が必要です。夜の街（飲食店街）への回遊性を高めるためナイトタイムエコノミーを活性化し、夕食後の需要を喚起したいです。
- ・地産地消の推進とサステナブルな食資源の活用：農業や水産業と連携し、鹿児島の食のブランド力をさらに向上させたい。価格レンジをもっと高く保つ必要もあります。環境や地域社会に配慮した持続可能な食の提供を目指します。鹿児島の名物料理の再定義が必要です。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

- ・行政に求める取組：人手不足解消のための人材確保支援や、省人化・DX化を推進するための補助金などの支援策の拡充。また、食のイベントなどでの共同PRや、衛生管理指導の円滑化。
- ・各業界（組合等）で実施したい取組：組合として、衛生管理や接客技術の向上、多言語対応の研修会などを実施し、飲食業界全体の受入れ水準の底上げを図る。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

- ・物価高騰により、価格面値上げ等慎重に検討していかなければならない。
- ・組合員を増やすために融資の相談など魅力ある組合作りが今後の課題です。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

- ・奄美支部では奄美市の協力のもと、週末に夜行バスを運行してもらっています。
- ・観光においても、アクセスさえ充実していればもっと盛り上がるような気がします。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

- ・社交業組合ではインバウンドのお客様への対応は考えておりません。
- ・あまり恩恵がない業種のような気がします。
- ・飲食店はインバウンドの効果が期待できるような気がします。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

- ・週末などお客様の帰りの手段が少ないため、どうしても早く帰るか、出なくなったという話を聞きます。
- ・「バスや電車」などを遅くまで運行してもらえたらお客様も安心して飲みに出られると思います。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

- ・人口減少、消費者の旅行意識の低迷など日本人の旅行に対するマインドは毎年減少しており、今後も増えるよう要素は乏しい。一方ではインバウンドは確実に増加する。特に国は地方への分散・誘客に力を入れる
- ・鹿児島市は世界遺産、新幹線始発終着駅、温泉、食、歴史等に恵まれた県都である。県内宿泊先として、全体の43%、外国人は6割を占めている。今後もそのシェアは高まる。稼ぐ観光を標榜しそれを確実にするためには滞在時間をいかに増やすかが問われる
- ・一つは中央駅からドルフィンポートまでの回遊をいかに高めるか。特に天文館地域の夜の賑わいの演出が欠かせない。個性ある飲食店の紹介やセンテラスでのイベントも欠かせない
- ・鹿児島市は2月は暖かいのに他の月に比べて宿泊客が少ない。プロスポーツの合宿、コンサート開催外国人のゴルフツアーのさらなる誘客に力を注ぐべきである。
- ・旅行の主演は女性であり、特に若者へのPRが欠かせない。女性の心をくすぐる「カメラ女子」など女性にフィットするサイトを活用したい
- ・PRはプロダクトアウトよりマーケットインの発想で、地元の論理ではなく大都市圏の消費者ニーズをとらえたい

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

- ・外国人の声を聴き、看板、表示、掲示場所、パンフ等のチェックをしてほしい。シテビューの代替バスの表示が分かりにくいなどの声がある。古い看板もある
- ・PRのサイトは今後シンガポール、中国、USA、AUS、英国などに力を入れたい
- ・インバウンドは東アジアから7割である。今後は欧米系が必須である。JNTOへの人の派遣も求めたい。高山市などは成功している
- ・外国人は鹿児島には桜島、切子、薩摩焼、示現流などのニーズが高い。ワンストップでシームレスで予約できる鹿児島での体験メニューを紹介したい
- ・外国人は鹿児島の食には関心が強い、各種協会の食のサイト（英語版）に力を入れたい
- ・クルーズ船は北ふ頭への寄港に力を入れたい

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

- ・インバウンドは東アジアから欧米へシフトする。東アジアはもう民間でできると思います
- ・需要層として女性特に若者の誘客に力を入れる
- ・プロスポーツキャンプ、おいどんカップのような他のスポーツ大会の開催（サッカー、ラグビー、ゴルフなど）
- ・無人駅の仙巖駅の人気が高まっている。世界遺産エリア、桜島、錦江湾などを活用しドラマや映画の舞台として積極的に活用したい、予讃線の【下灘駅】をしのご魅力がある

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

- ・宿泊者は鹿児島市に国内・海外とも収斂している。他の地域（霧島、指宿、種子・屋久、北薩等）と連携を強化することで、鹿児島の魅力が増す。鹿児島市は多様な宿泊施設、アクセス、夜の賑わいなどが優れている。北海道の札幌を目指したい。北海道を旅した人は最後に札幌を目指す。それだけ消費も増える。
- ・R9年度は西郷生誕200年、没後150年にあたる。多くの西郷ファンが訪れる。大久保利通の魅力も語る年にしたい。そのことが相乗効果を発揮する。
- ・いづろ通りからドルフィンポートに至る数百メートルの魅力創出を図る、鹿児島市の港の魅力が発揮できない。体育館が予定されているがこのままでは経済効果創出は乏しい
- ・市民プライドを醸成すべく、美術館、メルヘン館、水族館、あるいは桜島航路など年に数回は無料にして市の魅力に触れる機会を作りたい

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

インバウンドをはじめ、観光客を増やすためには、従来の鹿児島の特徴、特産品だけでなく、新たな商品開発、新たな観光スポットの発掘が必要だと思います。人は常に新しいものを求めています。

また、同時に、一度本市を訪れた皆様に、いかにリピーターになっていただくか、その為の施策も、大変重要だと思います。リピーターを増やすためのヒントは、観光関連の、各企業の経営者の皆様の意見もさることながら、直接、観光客に接する現場の皆様の声を、ぜひ一度ヒヤリングする事をお勧めします。

更なる観光施設の充実（ハード面）や、補助金制度なども大変重要な施策ですが、観光客が最後に「また訪れたい！」と思う動機は、人の感情を揺さぶる、ワクワクした感動体験ではないでしょうか。それは、何も特別な事だけではなく、その土地で出会った人との触れ合い、宿泊先でのスタッフとの触れ合い、街中であった人からの、さりげないおもてなしの心を表す態度、言葉遣いなど、人を介しての感動体験も含まれます。

本市もあらゆる方法で、観光客が訪れる動機、鹿児島の印象などをリサーチしていると思いますが、それに加え、現場で直接観光客の方に接する皆さんの声の中に、今後の鹿児島の観光戦略のヒントがあるように思います。「なぜ鹿児島に行ってみようと思われたのか、そのきっかけは？」など、現場スタッフは、折々で接するお客様から、何気ない会話の中で、直接お客様の思いを聞く事の出来る絶好の機会に恵まれています。日々現場スタッフの皆様は、観光客の思い、声を聞いているのではないかと推察します。ただ、その声を反映する機会がないのではないのでしょうか。この機会に、現場スタッフに協力をお願いして、ぜひ一度声を拾い上げて下さいませ。

以前、ある客室清掃の方に、話を聞いた際「観光客の方の声に、とても励まされたと」話していた言葉がとても印象的でした。現場スタッフに対するヒヤリング方法は、企業側の協力の元、幾つもあるように思います。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

SNSを通して、観光客の方は、事前に旅行先の情報は得て来鹿していると思います。今スマホで行きたい場所、行きたいお店を手軽に検索できる時代です。しかし、実際の現場に行くと、やはり検索だけでは分かりにくい事も多々あるのではないのでしょうか。

これまでもシニア世代の観光客の方が、行きたい施設、お店の場所が分からず、人を探している場面をよく見かけました。その度に声をかけて、可能な限り現場にご案内した事も度々あります。

そこで一例ですが、鹿児島市の中央駅、天文館など、主要な観光施設の交差点などに、一目で分かる大きな周辺地図の設置があればと思います（すでに現状設置されているかも知れませんが・・・）

神戸市の例ですが、主要スポットの交差点には、大きな周辺地図が掲示されていて、はじめて神戸を訪れた時も、大変分かりやすい地図のお陰で目的地に行くことが出来ました。同様に、関西の観光施設（なんば、高野山、伊丹空港等々）でも、主要拠点で、直接目にすることが出来る大きなマップがあり、スムーズに目的地に着くことが出来、とても助かりました。また、今後可能なら、観光シーズンの週末だけでも、街中コンシェルジュを配備し、主要箇所を一定時間巡回し、観光客が気軽に声をかけられる取り組みもいかがでしょうか。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取り組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

観光関連のボランティア団体はじめ、民間の関連企業の皆様に、機会を設け、活動の現状をヒヤリングする機会があればと思います。実際の現場で、観光客に接して、どのように感じているか、観光客からの要望、または案内する際、もっと〇〇があれば・・・など、実際の現場で頑張っている皆様の声を聞き、現状を把握し、その中から、現状の改善点や、新しいアイデアを得る事も出来るように思います。

また、観光関連の経営者様向けに、更なる接客サービス向上の為に何が必要か、対従業員、対お客様対応で、現在困っている事、疑問に思っている事、こんな時、どうすればいいのか？などなど、重ねて現状の把握と、問題解決のヒントを得る機会を提供し、皆様で情報を共有する場を持ち、机上では出てきにくい、率直な意見交換会があるといいのではないのでしょうか。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

- ・第5期戦略骨子案に対する幹事会のおもな意見等「資料4」を拝見して思う事
- ・オンリーワンの魅力創出について

県飲食業生活衛生同業組合、県飲食業生活衛生同業組合の皆様の意見は、日々現場で頑張っているからこそその意見だと思います。それを踏まえて、質問ですが、観光戦略の観点とは少し外れるかも知れませんが、焼酎や、飲食店を活用したスタンプラリーなどの企画は、本市に住んでいる皆様も参加できる企画でしょうか？折角の企画なら、観光客のみならず、地元の皆様の巻き込んだ企画になれば、より効果もあがり、また、地元の方と、県外のお客様との触れ合いもあり、双方にメリットがあるように思います。一人でも多くの県民、市民の皆様にも、企画の情報を共有していただき、一緒に観光客を歓迎し、もてなす機会を提供したらいいのではないのでしょうか。

また、アルコールを飲まない、飲めない観光客、地元の方々に対しても、楽しく参加できる企画があるといいのではないのでしょうか。（特に女性限定の食に特化した企画との併用など）

- ・観光客の満足度を高める受入環境づくりについて

閑散期の需要を獲得していくには、ご意見にあった鹿児島の魅力、感動体験を訴求していく事が重要ですが、感動は、五感のみならず、人の思いやりや、親切心と言った要素から生まれると考える（市ホテル旅館組合）のご意見に全く同感です。感動体験を増やすには、鹿児島の魅力を、自分の言葉で伝える、鹿児島の情報に精通する現場スタッフをはじめ、人材の育成が必要だと思います。そして、閑散期を少しでも補うリピーターづくりの為の方策を、現場スタッフと共に考え、いい提案は、まずやってみる、どんどん行動に移すことで、その後に繋げるヒントを得る事にならないのでしょうか。

- ・稼ぐ観光の基盤強化・

実施主体が誰になるのかが重要な論点である（県飲食業生活衛生同業組合）全く同感です。あらたな取り組みを具体化し、実現するためには、市直轄の、観光戦略部を設け、関係団体の情報も、すべて集約できる仕組みを作り、場合によっては、現場の要望を、速やかに実行できる部署があるといいのではないのでしょうか。行動する部署です。それを元に、PDCAを回していく。「稼ぐ観光」の実現のためには、鹿児島商工会議所のご意見通り、事業者が収益を実現できる仕組みが不可欠です。また価格面でも（ハード面）お客様の為の施設のリニューアルはじめ、（ソフト面）現場スタッフの、更なる意識改革を図るなど、ワンランク上の接客ができる人の育成も重要です。それによって、宿泊費の客単価を上げ、お客様に鹿児島ならではの観光、滞在ができるよう、その土地、その宿泊先の最大の強みをアピールし、感動体験を味わう取り組み「鹿児島に来てよかった。また来たい！」とっていただく事が叶うように思います。人は価値あるものには、相応の代価を払うように思います。

- ・人材不足、従業員の高齢化については、採用条件の緩和（年齢制限撤廃、短時間、短期間勤務など）企業側はすでに取り組んでいる事項だと思いますが、今以上に、より柔軟に、人材募集の方法をお考えいただきたいです。以前、60歳以上の女性が、仕事を探すための説明会を拝見しました。その際、ある女性が、接客業

で培った経験を活かしたくても、応募時、年齢を伝えた瞬間、面接の機会すら得られない。と話をしていました。当日集まっていた女性のなかには、豊富な接客業のキャリアを持っている方、接客経験がなくても、接客係として未知の可能性を持っている方などにもお会いしました。経営者の皆様には、ぜひ、今以上に、柔軟な働き方の提案をお考えいただき、働く意欲のある、特にシニア世代の採用を、ご検討いただけたらと思います。人が働くうえで大切にしている事は、待遇改善だけではなく「御社が好きでぜひ〇〇で働きたい」「御社の企業理念に大変共感している」など、それぞれの思いで応募する方も大勢います。仕事の遣り甲斐、生きがいとは、待遇面の考慮も大切ですが、それだけではないように思います。

（最後に）

これまで生業（接遇講師）を通して、民間企業、医療機関、公共機関など、様々な現場に直接入り、働く皆様と一緒に接客させていただきました。その中で、感じる事は、接客の基本をわきまえ、接客する事は大切ですが、接客する人の、その人しかない個性、強み、長所を生かし、目の前のお客様に、個別対応のできる現場スタッフの育成が、さらに重要ではないかと思っています。

経営側のお考えもあると思いますが、お客様の価値観も多様化しています。観光客の方のみならず、人はSNSでは味わえない目の前の人から、直接感じる思いやりの心、態度、言葉遣いに、これまで以上に大変感動する時代です。観光業に限らず、人手不足もあり、スタッフの個性を生かした接客法を学ぶ機会は、少ないかも知れません。しかし、その中で、出来る事は沢山あります。鹿児島の宿泊施設に対する口コミを拝見すると、高評価を得ている所が多いです。今後可能であれば、関係団体で情報共有できる機会を設け、各宿泊施設で、お客様から喜ばれた好事例などの情報を共有し、他施設でもどんどん取り入れることが出来ればいいのではないかと思います。鹿児島に来られたすべての観光客の皆様が「鹿児島に来てよかった！また必ず来よう」と、思っただけのよう、出来る事を、出来る時に、行動に移し、これからも、一人でも多く方に鹿児島のファンになっていただけたらと思います。

様々な取り組み、提案は「理屈の世界」で考えますが、人は「気持ちの世界」で動きます。「デジタルとアナログの融合」現場で頑張っている皆さんの力を、更にお借り出来ればと思います。またその為に、今後何か少しでもお役に立つことがあれば、大変微力ですが、御協力できればと思います。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

・鹿児島市に限らず、観光を広報するには、今の時代ネットを活用することが主流である。鹿児島市は十分なのか把握し、鹿児島市に観光資源はあるのだから、まずは広報に注力すべきだ考える。

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

・第1回会議であったように、新幹線が通っているという利点があるが、鹿児島まで十分ではないとの声から、コト観光を新しく作るのか、広報をもっと強く働きかけるのか決めて集中的に動くことが良いのではないかと思った。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

・観光において、インバウンドによる経済効果は大きいと、受け入れ環境のうち利用しやすい交通の便に改善することがレポートに繋がる。また、市電の電光掲示をQRコードで見る形式になったことや、市電内の多言語対応のパンフレットがない時がある状況を見たことがあり、このような「分かりにくい」を減らす取り組みを行うとよいのではないかと。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

・このアンケートの趣旨を繰り返すようだが、成果が出た後ではなく、過程の情報も市民が知ることができるようにし、さらに行政だけでなく広く意見を掬う取組みがパブリックコメントで集められれば良いと思う。

1 我が国の観光の動向や、観光をとりまく社会経済環境の変化など、今後の本市の観光振興を議論するにあたり、押さえておくべき現状認識や各業界が抱える諸課題について、ご意見等をお聞かせください。

観光振興についてソフトが先かハードが先かの論点から、現在までの私のキャリアとこの委員になるにあたっての要望・希望を周辺に聞いてみたことから述べます。

ハード面は言うまでもなく費用面に問題。費用対効果が心配なため、ここではソフト面から拾ってみると、

- ①案内窓口（案内看板とも）英語表記
- ②各戦略を推進する人材の育成（官民で）（鹿児島大好き人間の育成）
- ③鹿児島市が南北600 k mの起点であることからの観光の発想

3 1や2、また、お示した骨子案を踏まえ、第5期観光未来戦略において重点的に取り組むべきと考える施策の方向性や取組み例などについて、ご意見等をお聞かせください。また、不足する視点や施策があれば、あわせてお聞かせください。

第五期に限らず目標とする姿をとともに共有できないかと思います。例えばですが、観光での消費額目標、交流人口増に対する対策や施策。数字で語れるものは提示してP D C Aを繰り返す。そして市民の協力が不可欠ですが、例えば宿泊税の一部を功労した方や団体への支援金（報奨金か）、実利的での援助など、市民が観光で実利を得るという実感があれば関心を寄せたり、アイデア提供があったりと活性化するのではと思います。

2 旅行需要の変化やインバウンドへの対応など、本市を訪れる観光客がどのようなニーズを持っているか、受入れ環境としてどのような課題があるかについて、各業界・公的機関・個人として把握している声などをお聞かせください。また、関連する調査結果や統計等があればご共有をお願いします。

1でも述べましたが、案内方法、案内看板、最低でも英語表記。

クルーズ船おもてなし隊としての意見としては、マリンポートからバス・タクシーでなく歩いて陸橋をわたり周辺店舗へ流れている人々がいますが、そのことから宇宿商店街は力を入れているようですが、イオン、オプシアなどへの誘客の仕組みがあると落としてくれるお金が増える。クルーズ船下船前か直後にそういうパンフなりを配布して、方面別シャトルを用意するなどの取り組み。

とにかく鹿児島の観光はバラバラのイメージが強いので観光ネットワークづくりがうまく言っていないように思われます。

4 そのほか、第5期観光未来戦略に関し、行政に求める取組や各業界において実施したいと考える取組など、何かありましたらご意見等をお聞かせください。

行政に対しては、基本的にアイデアや提案に対して検討する前からNOを仰らないことが望まれます。その提案はそのままではNOだが、代案ではOKというような前向きな姿勢が活性化を生むと思います。これは経験的に嫌というほどこれまで経験していることです。

民間、各業界に対しては業界の利益を守ることは勿論ですが、タイアップ、コラボするなどパワーを2倍にも3倍にも底上げできると想定される事案がいくつもありますので、第五次戦略策定に当たってマッチングも柱として考えて欲しいと思っています。

今、県や市での民間業者での小規模なマッチング事業が展開されていますが、行政も入ってバックアップ体制をとるとまた違う景色が展開されるのではと思います。