

# 日奈久温泉街 アンケート集計報告

## 1. 概要

実施方式	オンライン
有効回答数	545 件
集計期間	2026 年 4 月 9 日～4 月 30 日

回答者の 35%が「八代市外」からであり、観光地としての広域的な関心が確認されました。

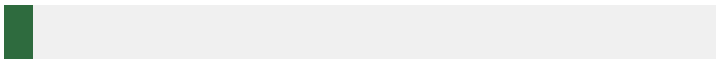
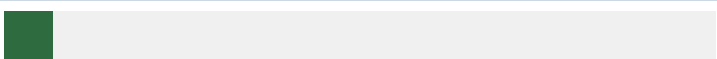
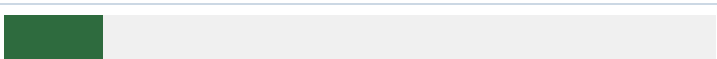
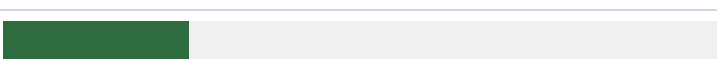

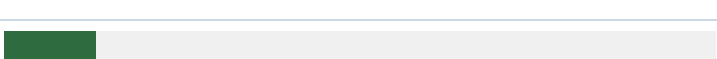
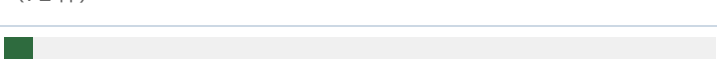
「まあまあ魅力的」「とても魅力的」の合計が 43%と、既存の魅力は一定程度ご評価いただいた結果となりました。

また、まちづくり活動への参加意欲は 72%に達しており、「ぜひ参加したい」層が 18%と熱量の高い関与意識が示された結果となりました。

## 2. 回答者属性

■ Q1：あなたの年代を教えてください。

年代別分布（n=545）

選択肢	回答数／割合	回答率
10代	 (4件)	1%
20代	 (36件)	7%
30代	 (79件)	14%
40代	 (141件)	26%
50代	 (192件)	35%
60代	 (72件)	13%
70代以上	 (21件)	4%


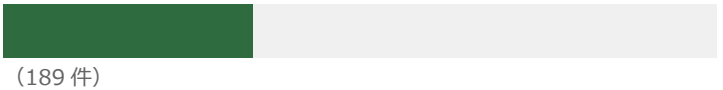
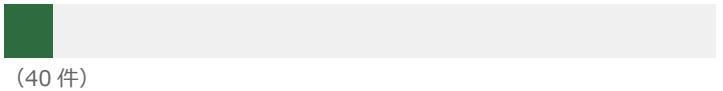
### 【分析】

回答者の中心は50代（35%）・40代（26%）であり、合わせて6割以上を占める結果となりました。

30代（14%）・60代（13%）がこれに続き、幅広い年代からご意見をいただきました。一方、10代・20代を合わせても8%にとどまっており、若年層の声が相対的に少ない点は留意が必要と考えられます。

■ Q2 : お住まいはどちらですか？

居住地域 (n=545)

選択肢	回答数／割合	回答率
八代市内 (日奈久以外)	 (316 件)	58%
八代市外	 (189 件)	35%
八代市日奈久地区	 (40 件)	7%

【分析】

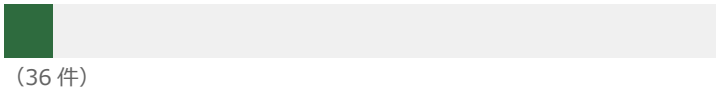
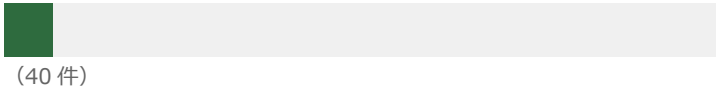
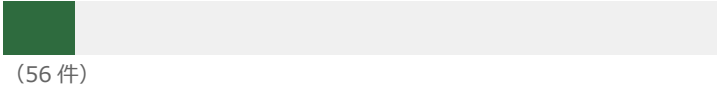
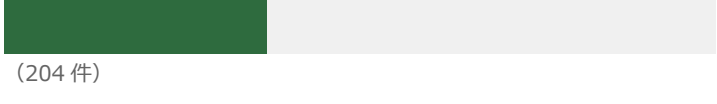
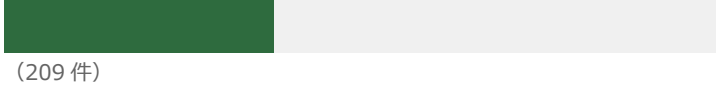
回答者の 35%が「八代市外」からであり、観光地としての広域的な関心が確認されました。地元の日奈久地区在住者は 40 件 (7%) と少なく、外から訪れる立場の市民・観光客の視点が色濃く反映された結果となっています。

市外在住者の声を観光コンテンツの充実に活かしながら、日奈久地区在住者が主体的に関与できる環境づくりも並行して進めることが重要と考えられます。



### 3. 訪問頻度

#### ■ Q3：現在、日奈久温泉街をどのくらいの頻度で訪れますか？

選択肢	回答数／割合	回答率
週1回以上	 (36件)	7%
月2～3回	 (40件)	7%
月1回	 (56件)	10%
年数回程度	 (204件)	37%
ほとんど行かない	 (209件)	38%

#### 【分析】


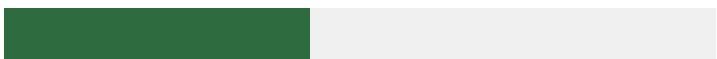
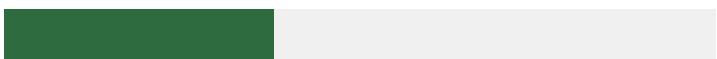
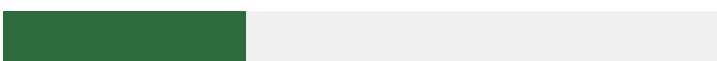
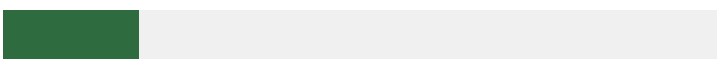
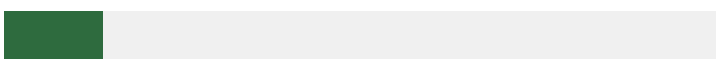
「ほとんど行かない」（38%）と「年数回程度」（37%）を合わせると75%が低頻度訪問者であり、日奈久温泉街が市民・観光客の日常的な目的地となっていない実態が確認されました。

週1回以上訪れる常連は36件（7%）にとどまりますが、月1回以上の訪問者は合計24%おり、なじみのある方が一定数いらっしゃることも確認されました。

「知っているが行く理由・きっかけがない」という潜在層が多数いらっしゃる事が推察され、情報発信や来訪のきっかけとなるコンテンツの整備が訪問頻度向上の鍵となると考えられます。

## 4. 来訪をさまたげている理由

### ■ Q4：日奈久温泉街への来訪をさまたげている理由があるとすれば何ですか？（複数選択）

選択肢	回答数／割合	回答率
温泉・飲食店などの情報が少ない	 (248 件)	46%
行きたい温泉・飲食店がない	 (237 件)	43%
交通アクセスが不便	 (206 件)	38%
日帰り・宿泊メニューが魅力的でない	 (188 件)	34%
その他	 (101 件)	19%
特に理由はない／よく行っている	 (75 件)	14%

#### 【分析】

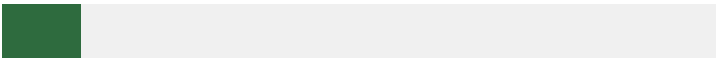
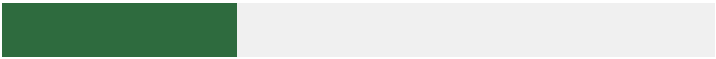
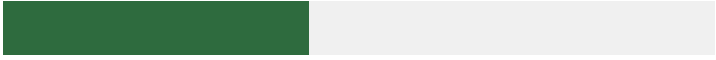
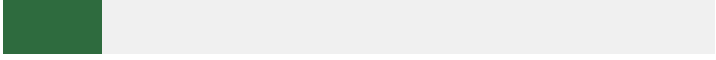
来訪を妨げる理由の第1位は「温泉・飲食店などの情報が少ない」（46%）であり、魅力が市民・観光客に届いていないという情報発信の課題が最も大きな障壁となっている結果となりました。

2位の「行きたい温泉・飲食店がない」（43%）はコンテンツ不足、3位「交通アクセスが不便」（38%）はハード整備、4位「日帰り・宿泊メニューが魅力的でない」（34%）はサービス設計の問題と、情報・コンテンツ・アクセス・メニューという四つの異なる課題が複合的に存在していると考えられます。

1位が「情報不足」であることは、既存の魅力が十分に認知されていない可能性を示しており、発信強化によって来訪を促せる余地が大きいことも示す結果となりました。

## 5. 現在の日奈久温泉街への印象

■ Q5：現在の日奈久温泉街の印象として、最もあてはまるものを選んでください。

選択肢	回答数／割合	回答率
とても魅力的だと思う	 (58件)	11%
まあまあ魅力的だと思う	 (178件)	33%
あまり魅力を感じない	 (235件)	43%
まったく魅力を感じない	 (74件)	14%

### 【分析】

「まあまあ魅力的」（33%）と「とても魅力的」（11%）を合わせると44%が肯定的な評価を示しており、日奈久温泉街の魅力について一定程度ご評価いただいた結果となりました。


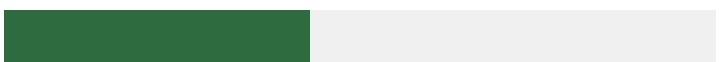
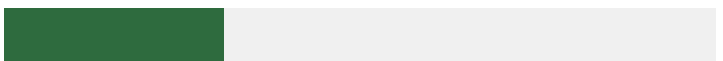
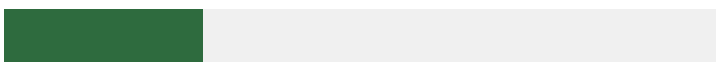
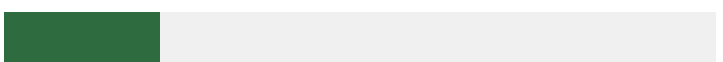
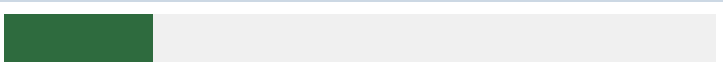
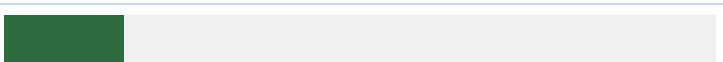
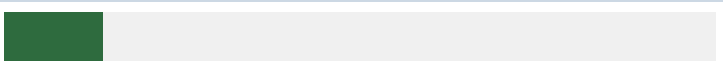
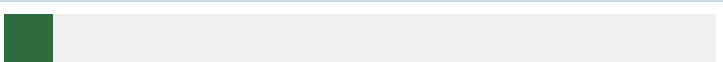
「まったく魅力を感じない」は14%にとどまり、完全に無関心という層は少数であるものの、一方で「あまり魅力を感じない」が43%と最多であることから、魅力は感じているが「もう少し何か足りない」という層が多いと考えられます。

不足しているコンテンツや情報を補うことで評価の転換につながる可能性があると考えられます。



## 6. 増えてほしいもの・あってほしいもの

### ■ Q6：日奈久温泉街に増えてほしいもの・あってほしいものは何ですか？（上位3つ選択）

選択肢	回答数／割合	回答率
カフェ・飲食店	 (387件)	71%
温泉・入浴施設の充実	 (235件)	43%
地元の特産品・土産物店	 (168件)	31%
週末マーケット・イベント	 (150件)	28%
体験・アクティビティ施設	 (121件)	22%
宿泊施設（旅館・民泊等）	 (117件)	21%
休憩スペース・足湯	 (95件)	17%
その他	 (76件)	14%
子育て・高齢者向けサービス	 (37件)	7%

#### 【分析】

「カフェ・飲食店」が71%と圧倒的な1位であり、日奈久温泉街に最も求められているのは「温泉と組み合わせて楽しめる食の場」であることを示す結果となりました。

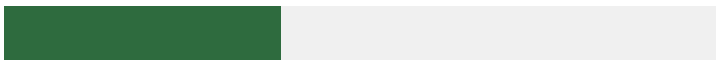
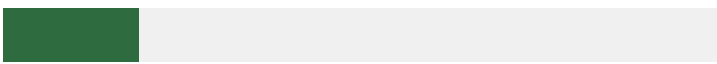
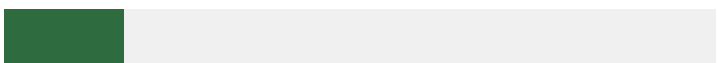
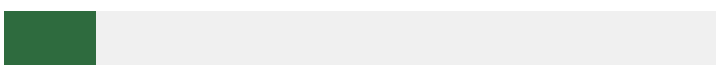
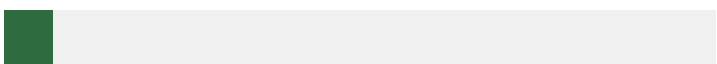
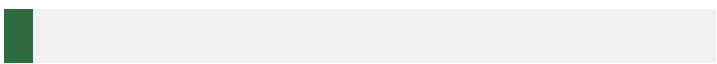
2位の「温泉・入浴施設の充実」（43%）と合わせると、温泉を核としながら飲食体験をセットで楽しめる環境への需要が高いことが確認されました。

3位「地元の特産品・土産物店」（31%）・4位「週末マーケット・イベント」（28%）は、訪れた際のお土産や非日常体験へのニーズを示していると考えられ、温泉滞在をより豊かにするコンテンツの充実が求められています。

5位以下の「体験・アクティビティ」「宿泊施設」も2割前後の支持があり、滞在時間を延ばす体験型観光への期待も確認されました。

## 7. 空き店舗の活用方法

### ■ Q7：空き店舗等をどのように活用してほしいですか？

選択肢	回答数／割合	回答率
起業家・チャレンジショップ向けに開放	 (213 件)	39%
観光案内・まち歩きの特設施設	 (106 件)	19%
体験工房・文化施設	 (93 件)	17%
期間限定のポップアップストア	 (73 件)	13%
その他	 (39 件)	7%
福祉・子育て支援施設	 (21 件)	4%

#### 【分析】

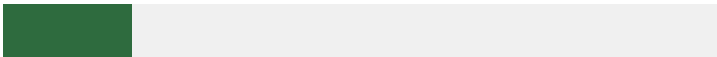

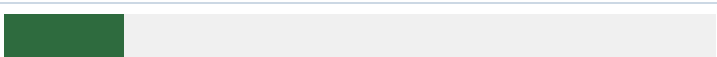
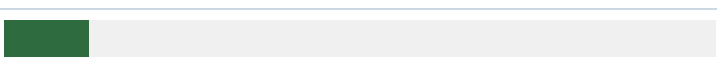
「起業家・チャレンジショップ向けに開放」（39%）が最多であり、新たな担い手が試しやすい場としての活用することへの期待が高い結果となりました。

日奈久ならではの特征として「観光案内・まち歩きの特設施設」（19%）・「体験工房・文化施設」（17%）が上位に入っており、単なる商店誘致にとどまらず、観光客の回遊を支える拠点や地域の文化・体験を提供する施設としての活用を求める声が多くなっていると考えられます。

「期間限定ポップアップストア」（13%）と合わせると、固定的な店舗よりも柔軟・多様な活用形態へのニーズが根強く、試行しやすい仕組みへの期待が読み取れます。

## 8. まちづくり活動への参加意向

■ Q8：もし機会があれば、日奈久温泉街のまちづくり活動（ワークショップ・イベント等）に参加したいと思いますか？

選択肢	回答数／割合	回答率
ぜひ参加したい	 (96 件)	18%
機会があれば参加したい	 (295 件)	54%
あまり参加したくない	 (91 件)	17%
参加したくない	 (63 件)	12%

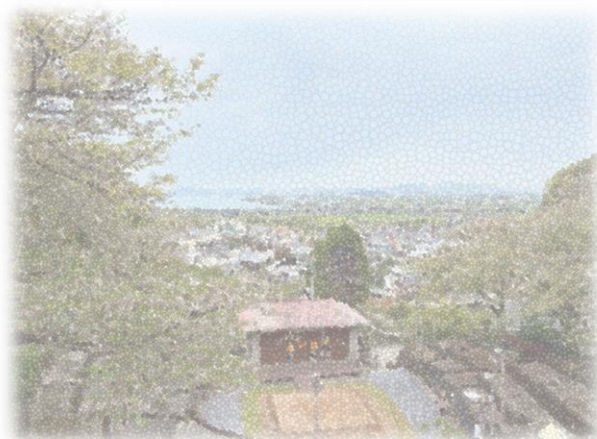
### 【分析】

まちづくり活動への参加意向がある方は 72%と、4 人に 3 人近くが前向きな姿勢を示した結果となりました。

特に「ぜひ参加したい」が 96 件（18%）と、積極的な意欲をお持ちの層の割合が高く、活動の中核を担い得る方が一定数いらっしゃることは大きな強みと考えられます。

「機会があれば参加したい」（54%）という層は参加への扉が開かれれば行動できる潜在的な支持者であり、参加しやすいきっかけや仕組みの整備によって実際の関与につなげることが期待されます。

市外在住者（35%）の中にも参加意欲のある方が多いと考えられ、日奈久への愛着を持つ広域の方々を巻き込んだ取組みが可能な環境となっています。



## 9. 自由記述の主なテーマ

■ Q9：あなた自身が日奈久温泉街で何かお店や活動をやるとしたら、どんなことをやってみたいですか？（回答数：299件）

■ Q10：日奈久温泉街への期待・ご意見を自由にお書きください。（回答数：344件）

テーマ	主な内容	件数
1位 温泉・飲食セット	足湯カフェ、温泉饅頭、地元食材の定食屋など。「温泉だけでは物足りない」という声が多く、食体験との一体化への期待	362件
2位 イベント・マーケット	週末マルシェ、蚤の市、音楽フェス、季節イベントなど、繰り返し訪れるきっかけとなる定期企画への期待	125件
3位 街並み・歴史活用	古民家カフェ・純喫茶、昭和レトロな雑貨屋・ブックカフェ、路地裏の活用など。歴史的景観を観光資産として活かす提案	118件
4位 駐車場・アクセス	大型バス対応駐車場の整備、夜間の街灯・安全確保、駅から温泉施設への移動手段（馬車の復活等）	99件
5位 宿泊・滞在	旅館・民泊・ゲストハウスの充実、日帰り温泉プランの整備、滞在時間を延ばす体験メニューへの要望	82件
6位 インバウンド・クルーズ	クルーズ船観光客の取り込み、英語・多言語対応の整備、台湾・韓国などアジア向けプロモーションへの期待	74件
7位 体験・ワークショップ	竹細工ワークショップ、い草製品体験、着物体験、アート・文化イベントなど。インバウンド向け和文化体験への関心も高い	68件

### ■ 代表的な声（Q10より抜粋）

市外訪問者	600年の歴史ある日奈久温泉は全国レベルのお湯。最高なのに皆さんに届いていない。大型船の観光客がほぼ熊本市に行くのは、食べる場所がないから観光地から外されているためと聞いた。
40代	空き店舗が多いのに2階に人が住んでいて貸していない場所が多い。低価格帯で借りられるようにしてほしい。場所を借りようと何度も訪問したが、貸す気がない場所が多かった。
30代	竹林の整備など、何もなくても十分な魅力がある街。きっかけさえあれば九州中の大学が集まるフィールドにもなれる。
40代	古き良きものが評価される時代。古さを逆手に取って前に出して売りにしてほしい。温泉手形や蚤の市など定期開催もいい。
20代	ちくワンをもっと活かして。温泉施設の洗面器や椅子をちくワンにしてInstagramにアップするなど、可愛さをもっとアピールしたい！

## 10. まとめ・課題整理

### 現状の課題

- ▶ **情報発信の不足（来訪障壁 1 位 46%）** 魅力があるにもかかわらず情報が届いていない。SNS・観光マップ等の整備が最優先課題と考えられます。
- ▶ **飲食コンテンツの薄さ（71%が飲食店を希望）** 温泉に来て食べる場所がなく滞在時間が短くなっています。温泉と食の一体化が求められています。
- ▶ **交通アクセスの不便さ（38%）** 公共交通・駐車場の不足がリピート来訪の障壁となっており、大型バス対応や移動手段の整備が検討課題となります。
- ▶ **空き家・空き店舗の流動化停滞** 空き家・空き店舗の状況を調査し、賃貸など流動化を促す仕組みづくりが求められています。

### 市民ニーズ

- ▶ **温泉+食のセット体験（362 件・1 位）** 自由記述で最多。温泉を核としながら飲食体験がセットで楽しめる環境の整備が最も強く求められています。
- ▶ **町並みを活かした店舗・施設（118 件）** 古民家カフェ、昭和レトロ、路地裏活用など、歴史的景観を観光資産として前面に出す期待が大きい結果となりました。
- ▶ **体験・ワークショップ施設（68 件）** 竹細工・い草・着物体験など。インバウンドを含む観光客が「日奈久でしかできない体験」が求められています。
- ▶ **観光案内・まち歩き拠点** 「空き家を観光拠点に活用してほしい」という声が複数寄せられており、回遊性を高める拠点整備への期待があります。

### 市民参画の可能性

- ▶ **まちづくり参加意欲 72%・「ぜひ参加したい」18%** 「ぜひ参加したい」が 96 名と積極的な意欲層の割合が際立っており、活動の中核を担える担い手が確実に存在します。
- ▶ **自由記述 644 件のアイデア** Q9・Q10 合わせて 644 件の記述が寄せられ、温泉×食・町並み・体験など多彩な視点から提案が集まりました。
- ▶ **市外在住者 35%の高い関心** 回答者の 35%が市外在住。日奈久への愛着を持つ広域の支持者を巻き込んだ取組みも期待されています。
- ▶ **ちくワン・SNS 活用への期待（40 件）** 市の公認キャラクターである「ちくワンをもっと前面に」という声が 40 件寄せられており、キャラクターを活用した SNS 発信で温泉街の認知拡大を図るチャンスがあります。

