

# 第二次柳川市観光振興計画

2019  
～  
2028



福岡県柳川市

二〇一九年三月



# INDEX

y a n a g a w a  
p r o j e c t

## 第1章 計画策定の目的と背景

- 1. 計画策定の目的 ————— 02
- 2. 計画の位置づけ ————— 03

## 第2章 国内外の観光を取り巻く現状

- 1. 国内の観光の状況 ————— 06
- 2. 海外からの観光の状況 ————— 11

## 第3章 柳川市観光の現状と課題

- 1. 柳川市観光の現状 ————— 14
- 2. 現状の課題と解決方策 ————— 17

## 第4章 基本理念と将来像

- 1. 将来の姿とその実現に向けた考え方 ————— 20
- 2. 施策の構造(3本の柱) ————— 21
- 3. 計画に関わる主体とその役割 ————— 22
- 4. 観光プラットフォーム(仮称)の考え方 ————— 23
- 5. 成果指標(KPI) ————— 24

## 第5章 施策の全体像

- 1. 施策の全体像 ————— 28
- 2. 施策一覧 ————— 29

## 第6章 具体的な取り組み

- 1. 基本方針と施策の展開 ————— 32
- 2. 優先プロジェクト ————— 60

巻末資料 ————— 66

表紙の想い：

福岡県指定特産工芸品の柳川鞠のイラストは今後も続く貴重な伝統文化の継承を意味しています。また、右下の川下りは柳川らしさと、今後の柳川の道しるべでもある象徴の意味合いを込めてイラストを作成しています。

# 第1章

---

## 計画策定の目的と背景



## 1 計画策定の目的

国の人口予測では今後も人口減少と少子高齢化が進むとされており、これからの地域振興策は人口減少を前提とする対策が必要です。このような状況の中、観光は成長産業と位置づけられ、少子高齢化や労働人口の減少による経済成長の鈍化が予測されるなか、地場産業の低迷がもたらす地域社会の衰退に歯止めをかける役割が求められています。観光分野においては、そのような中、国による「観光立国宣言」が行われ、ビジット・ジャパン・キャンペーンやそれに次ぐ観光立国推進基本法の制定など、観光の産業化による地域経済の活性化を積極的に推進しています。

本市では、国の「観光立国の実現」に向けた各種施策の実施や国が進める「地方創生」「日本版DMO」の推進等を好機と捉えるとともに、第1次柳川市観光振興計画の評価や市民の声を基礎データとして、観光による交流人口の増加、地域のにぎわい創出を目的として本計画を策定しました。

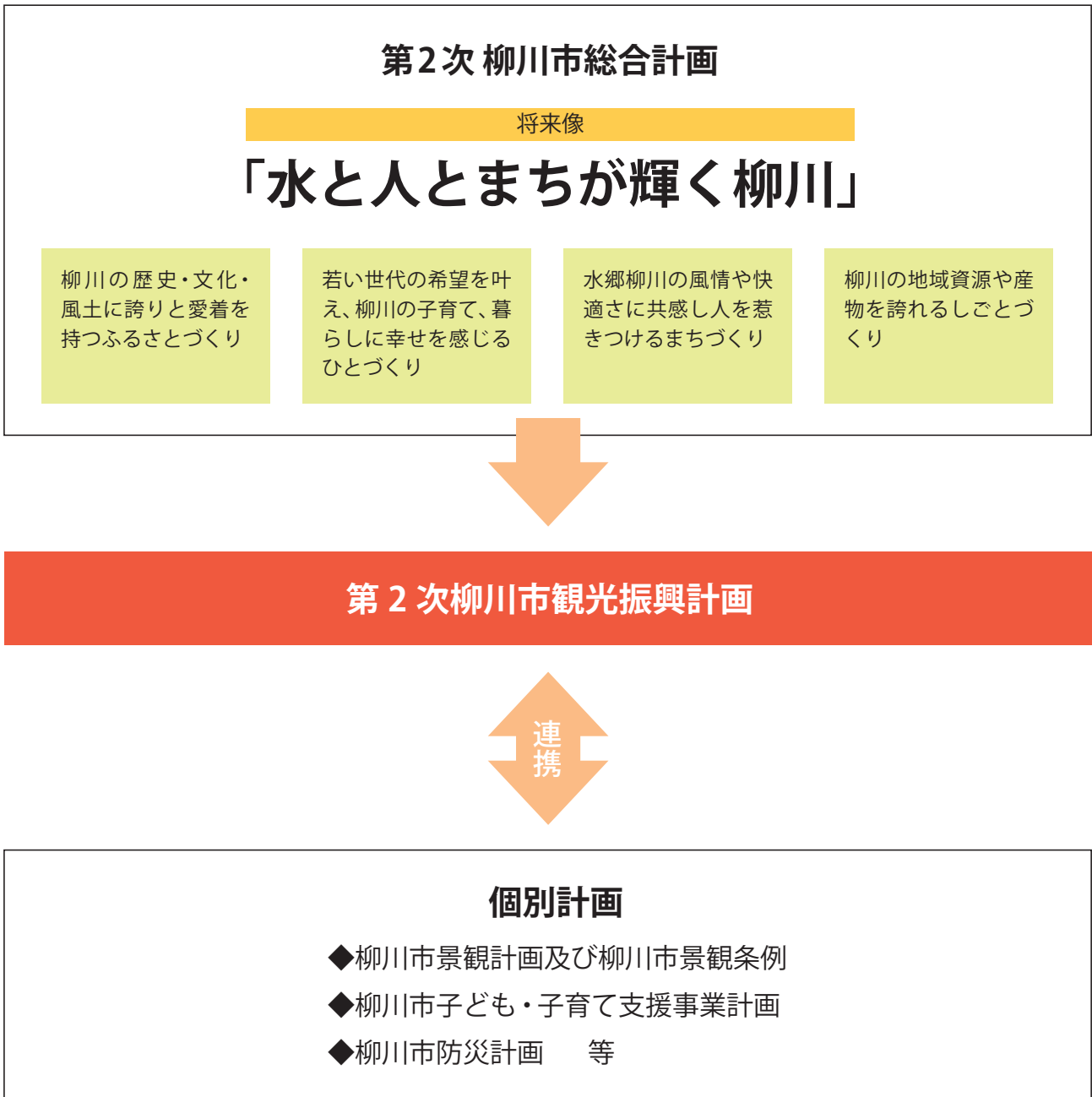
本計画では「掘割や歴史・自然・文化・生活・食」という本市が誇る地域のすばらしさを市民の皆さんが実感し、国内外の観光客の皆さんをもてなす、柳川市らしい観光の姿を目指しています。





## 2 計画の位置づけ

本計画は第2次柳川市総合計画を上位計画としています。「水と人とまちが輝く柳川」という将来像を実現するため、具体的な観光施策を立案し、観光によるまちづくりを進めます。





## 第2章

---

### 国内外の観光を 取り巻く現状



# 1 国内の観光の状況

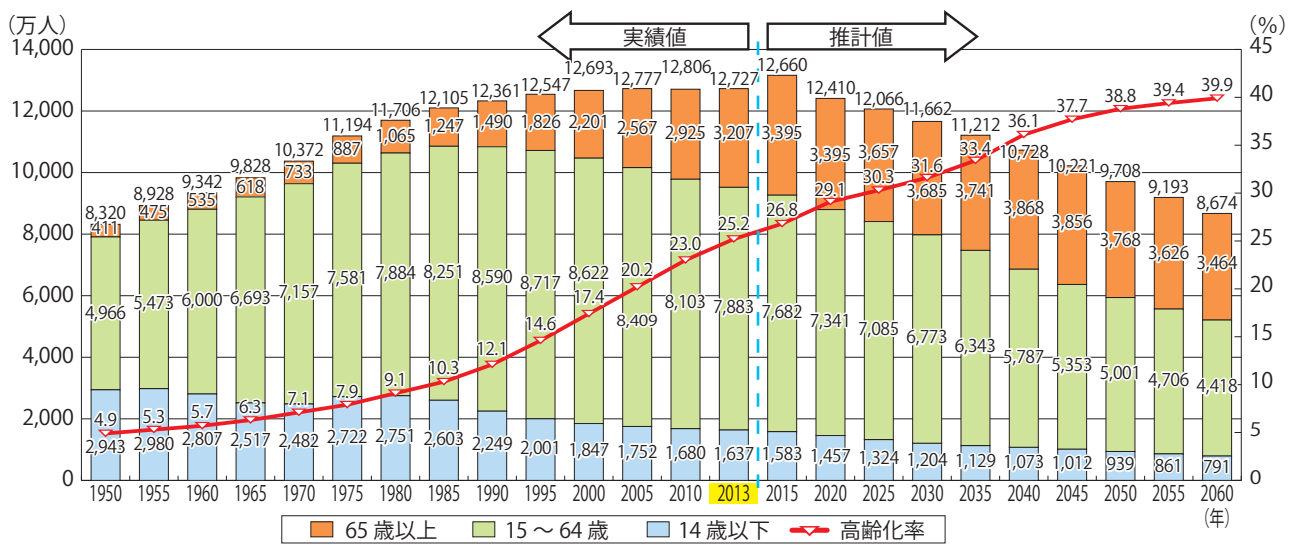
第1章  
第2章  
第3章  
第4章  
第5章  
第6章

## ■人口減少社会への突入

日本は、2005年(平成17年)を境に人口減少要因(死亡など)が人口増加要因(出生など)を上回る「人口減少社会」へと突入しています。65歳以上の高齢者人口は、2016年(平成28年)には3,557万人と過去最高となり、日本の総人口の約28.1%を占めるようになっていました。今後は、さらに人口減少・少子高齢化が確実に進んでいくものと予測されています。

特に地方都市においては、定住人口と生産年齢人口の減少に伴う経済活力の低下が顕著に現れると予測されています。

### 日本の人口の推移と将来推計

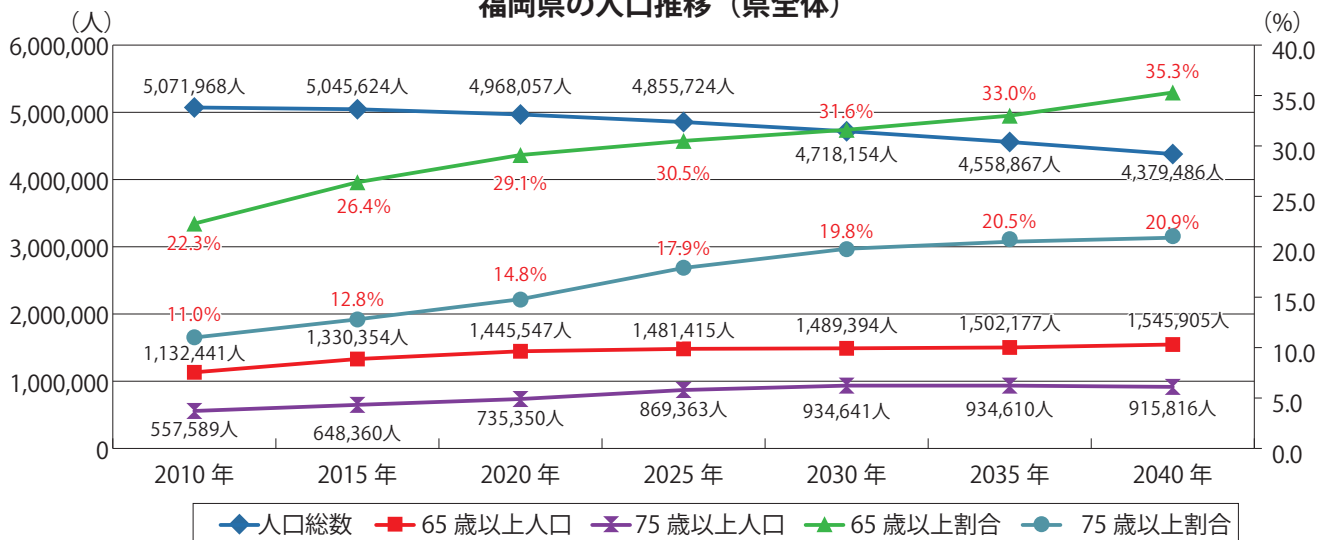


出典：2010年までは国勢調査、2013年は人口推計12月1日確定値、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」(平成24年1月推計)の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

## ■観光消費額

国内人口が減少していくと、観光消費額も比例して減少することが予想されます。観光消費額の減少に歯止めをかけるには訪日外国人の受入れと国内観光客の消費単価増額といった対策が必要です。

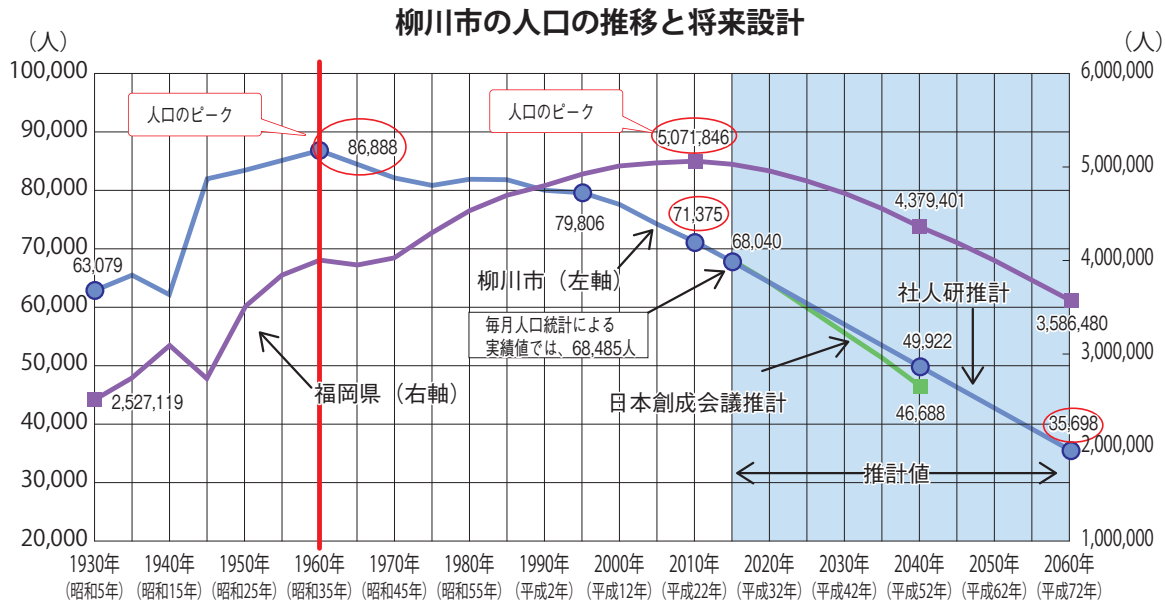
### 福岡県の人口推移 (県全体)



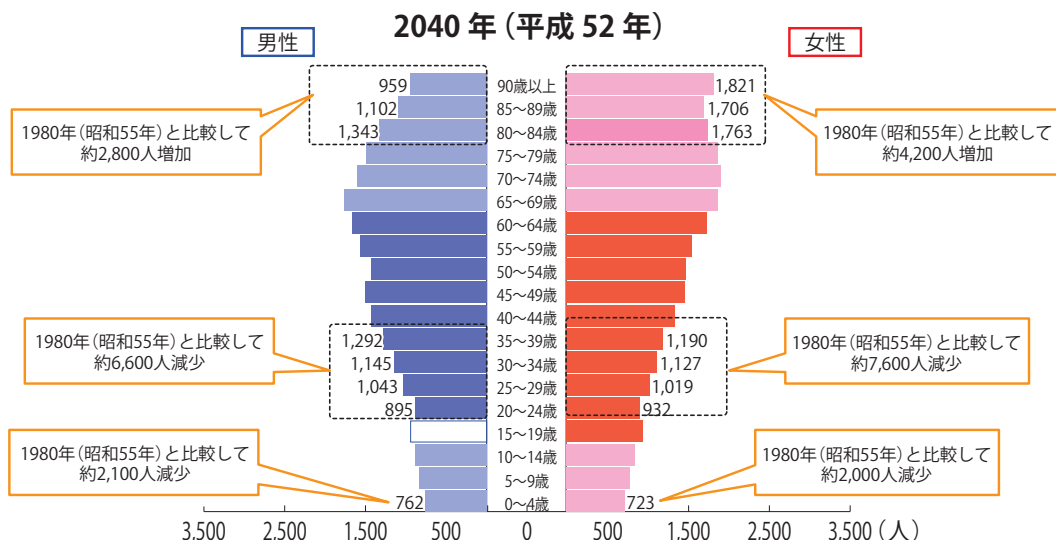
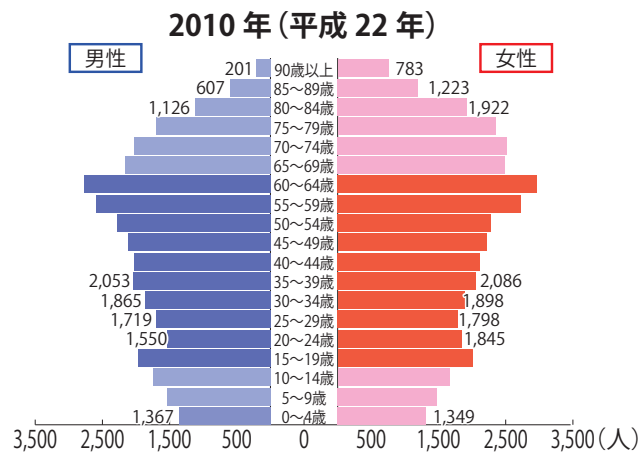
出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月中位推計)」



本市の人口は1960年をピークに減少に転じ、1995年以降は減少傾向が顕著になってきました。国の予測では2055年に4万人を切るとしています。年代別の人口構成(下図)を見ると、少子高齢化の傾向が進むため、現役世代の減少による働き手不足や地域コミュニティの弱体化が心配されます。



資料：2010年までは国勢調査。2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所。内閣府地方創生本部提供資料



資料：2010年までは国勢調査、2040年は国立社会保障・人口問題研究所

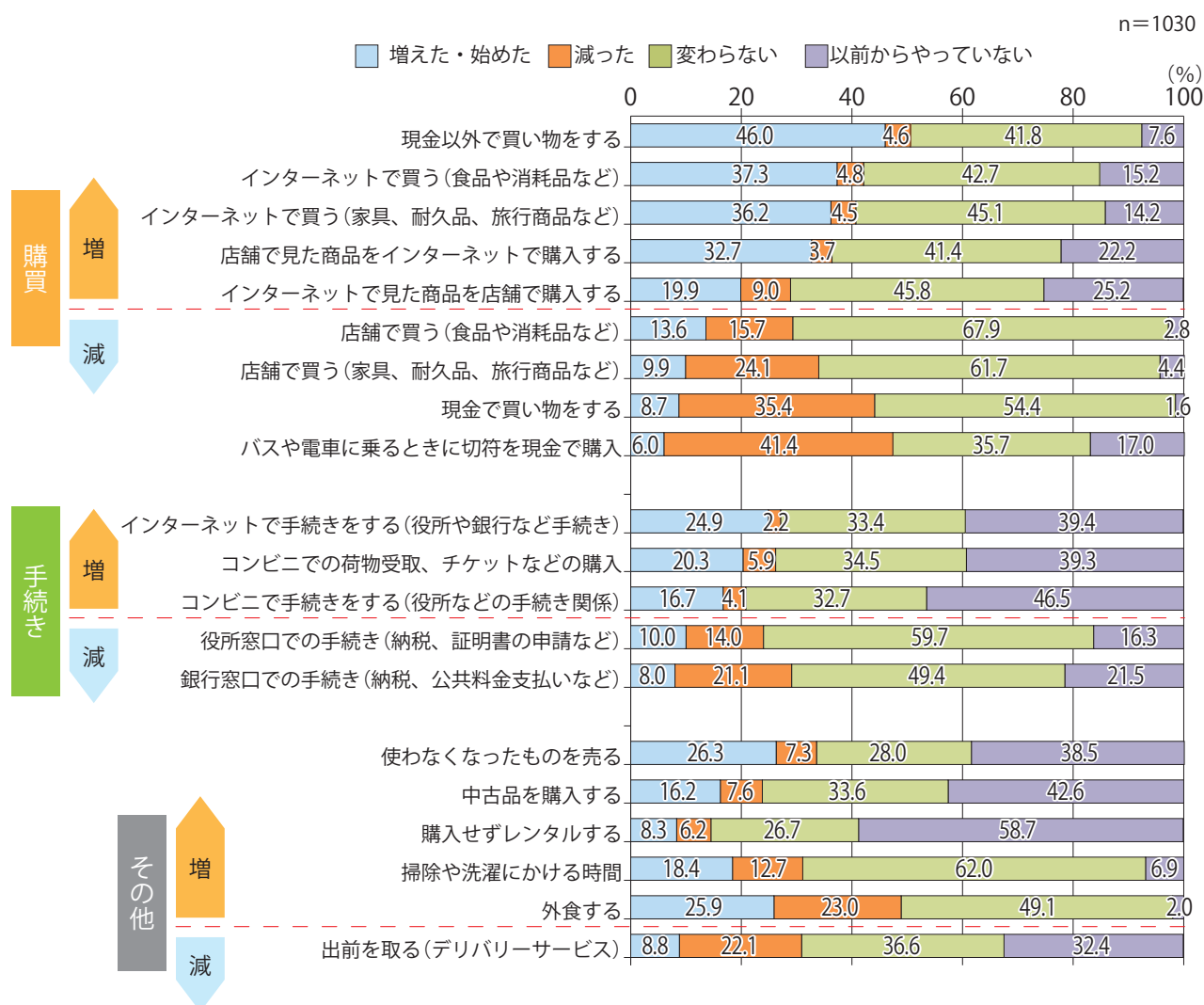
第1章  
第2章  
第3章  
第4章  
第5章  
第6章

## ■ライフスタイルの変化

日常生活の変化では、暮らしの中での購買行動について、「現金以外で買い物をする」(46.0%)が最多となり、「インターネットでの購入」はいずれも機会が増加し「店舗での購入が増えた」を大きく上回りました。コミュニケーション・プライベートの分野では、「メールでのやりとり」「電話でのやり取り」の減少が進み、LINEやメッセージ、SNSが増加。ただし、「対面で家族や友人と話す」のリアルなコミュニケーションも、増加が減少を上回りました。(図1参照)

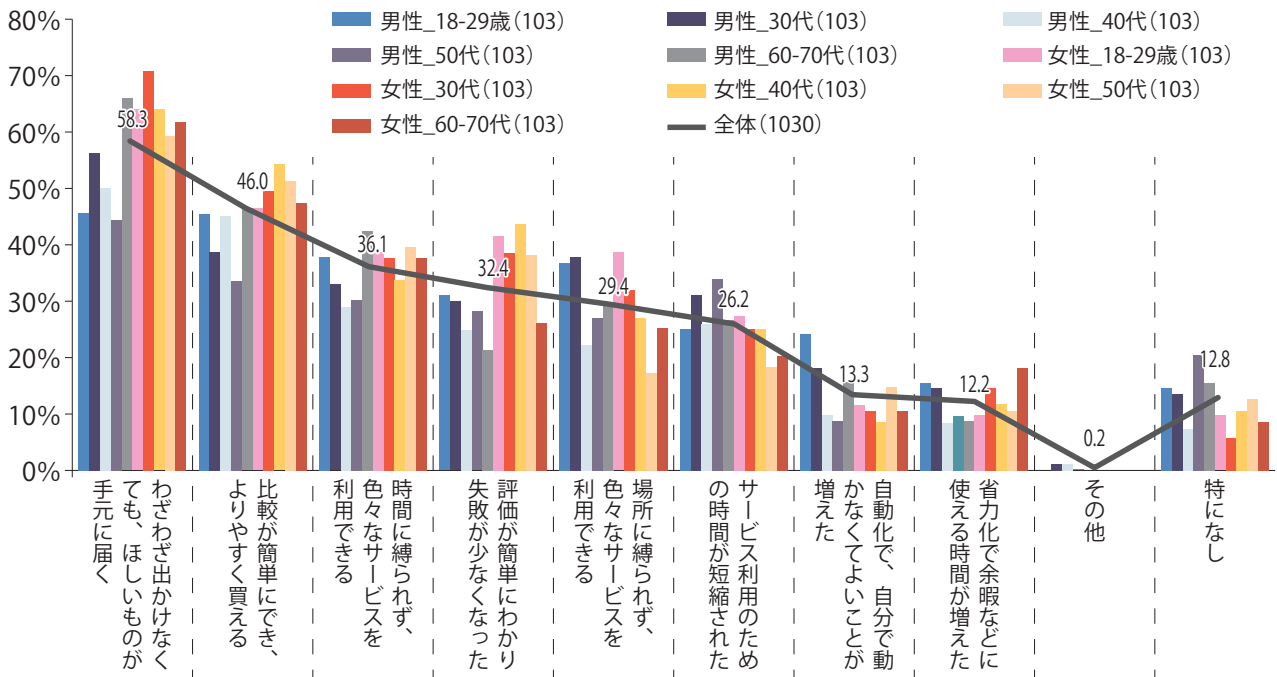
技術革新やサービスの広がりて便利・時短になったと思うことは、「わざわざ出かけなくても欲しいものが手元に届く」(58.3%)、「比較が簡単にでき、より安く買える」(46.0%)、「時間に縛られず、いろいろなサービスを利用できる」(36.1%)の順となっています。(図2参照)

(図1) 新しい技術の浸透で増えたこと・減ったこと



JTB総合研究所「新しい技術やサービスの広がりてライフスタイルに関する調査」より引用

(図2) 新しい技術やサービスの広がりで便利になったと思うこと(性年齢別)



JTB総合研究所「新しい技術やサービスの広がりとライフスタイルに関する調査」より引用

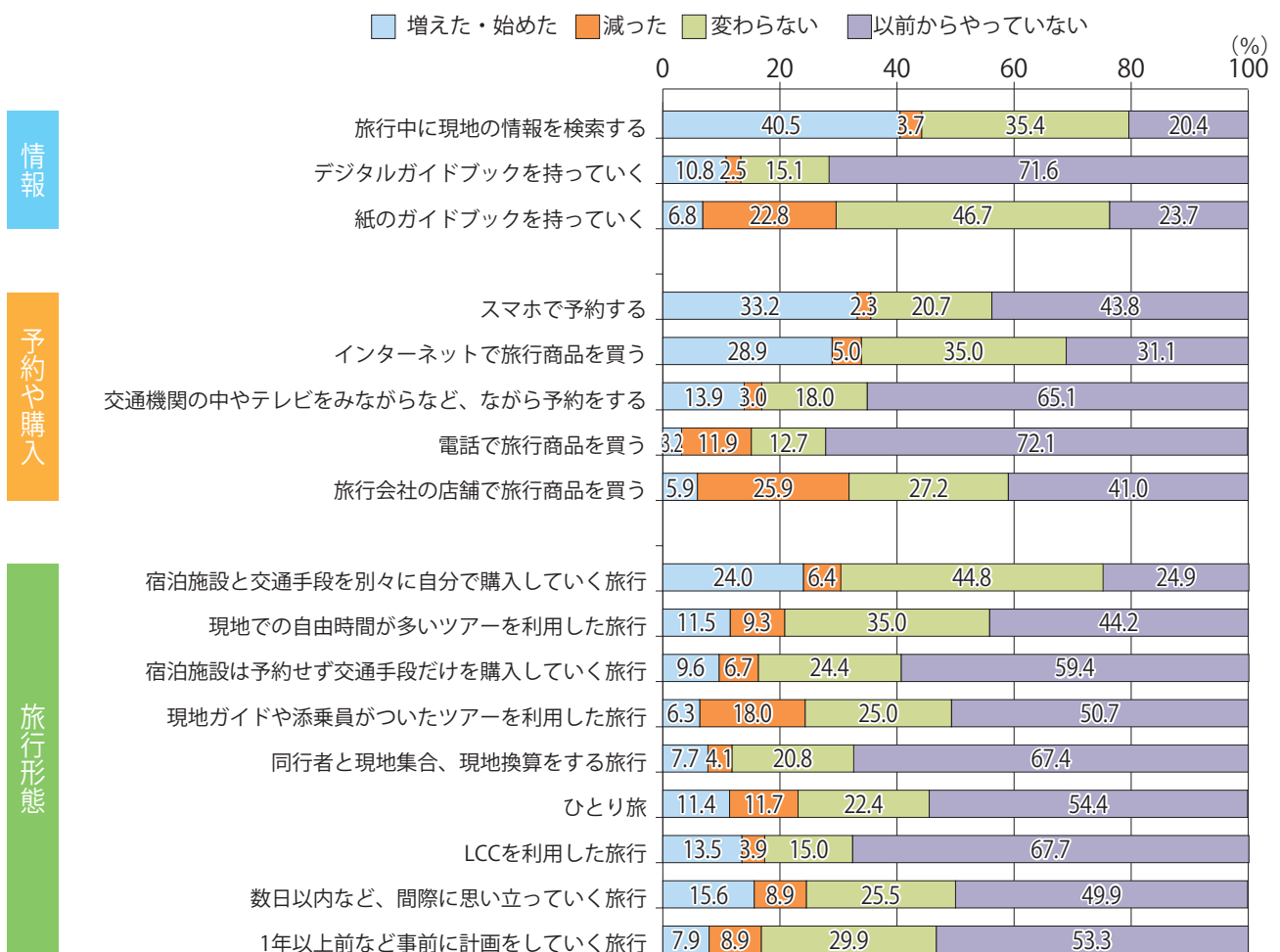
## ■旅行スタイルの変化

旅行スタイルの変化については、情報収集の場面で増えたこととして「旅行中(旅ナカ)の情報検索」(40.5%)が最多となり、「紙のガイドブックを持っていく」は減少しました。また、予約や購入の場面では、「スマホで予約をする」(33.2%)、「インターネットで旅行商品を買う」(28.9%)、テレビを観ながら、電車に乗りながらの「ながら予約する」(13.9%)が増加し、電話や旅行会社の店舗での旅行商品購入は減少しました。

旅行形態では、「宿泊施設と交通手段を別々に自分で購入する旅行」(24.0%)、「数日以内など、実際に思い立っていく旅行」(15.6%)など、個人で自由に動く旅行が増えている傾向がうかがえます。

### 旅行スタイルで変わったこと(3年くらい前と比べて)

n=1030



JTB 総合研究所「新しい技術やサービスの広がりとライフスタイルに関する調査」より引用

旅行スタイルが変化していくと、観光商品や観光客受入れの形も変わらざるを得ません。この変化の本質を捉え、観光の質を高めていくことが重要です。観光客の満足度向上を実現しなければ、選ばれる観光地とはならない時代になったといえるでしょう。

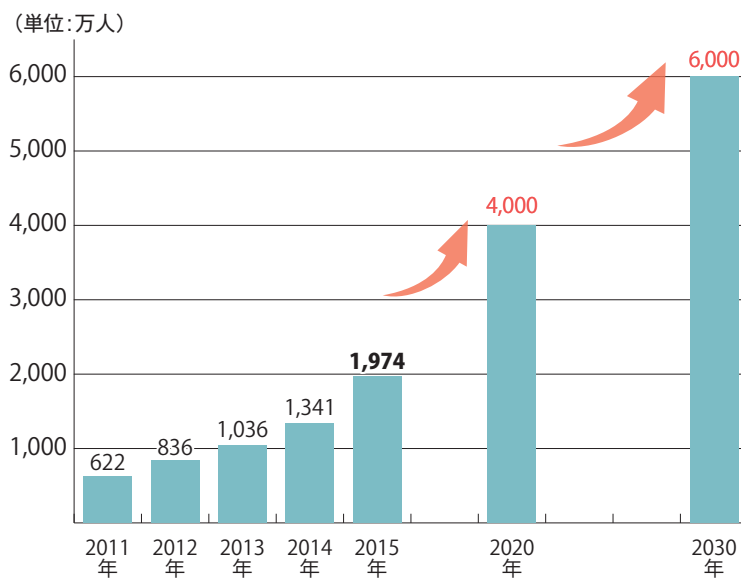


### ■訪日外国人の推移と将来推計

国は、2003年に外国人旅行者増加のための政策「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を推進し、将来的には外国人旅行者数を3,000万人とすることを目標と定めました。

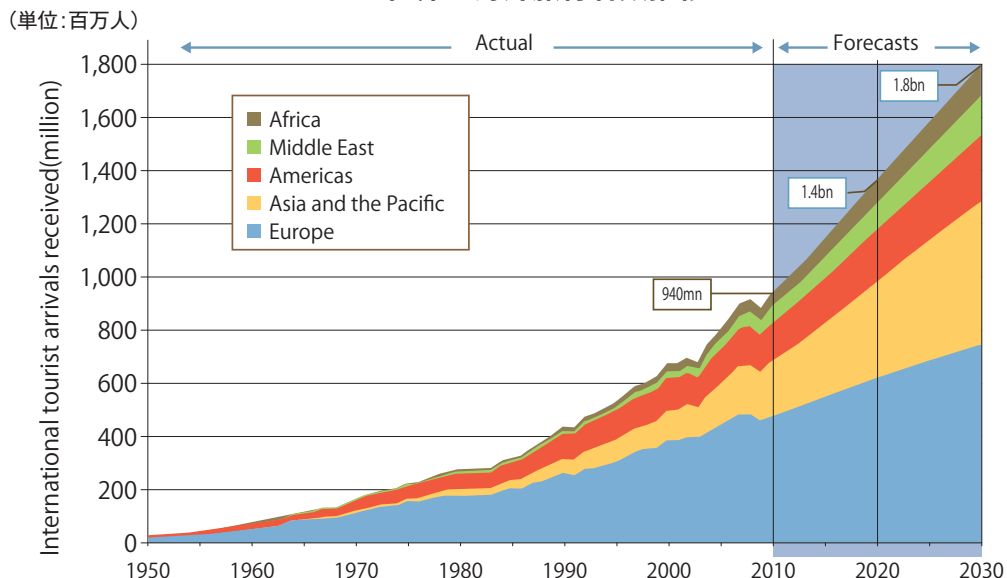
事業の効果もあり、2018年における訪日外国人客数は累計で初の3,000万人台へ到達しました。2019年のラグビーワールドカップ日本大会や、2020年の東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、現在では2020年に4,000万人、2030年には6,000万人という目標を掲げています。

#### 日本への訪日外国人数の推移



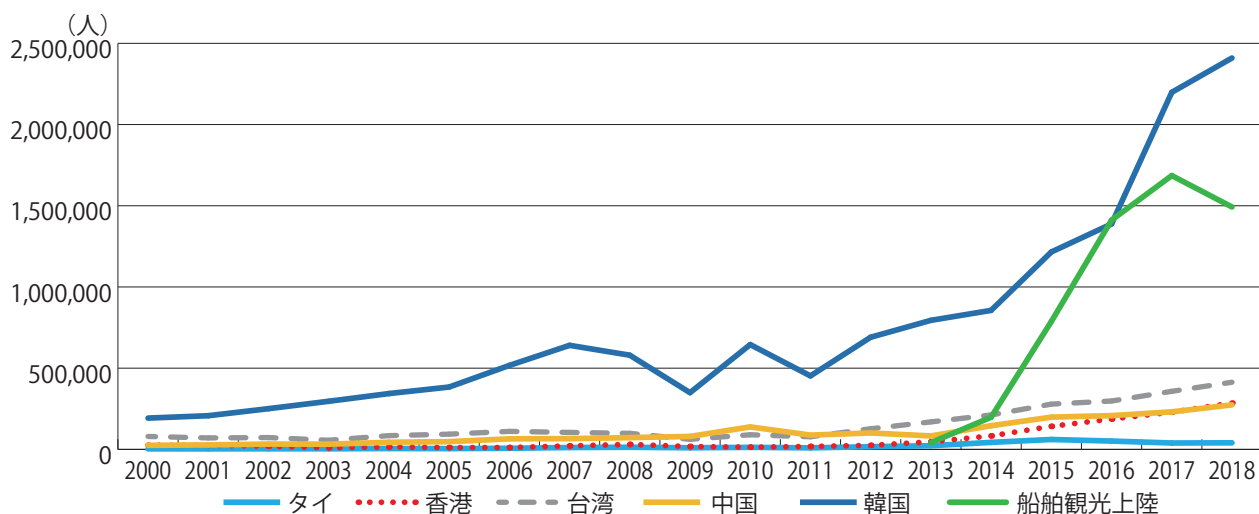
日本政府観光局(JNTO)「訪日外国人数」「明日の日本を支えるビジョン」(2016)より

#### 世界の海外旅行者数推移



Source : World Tourism Organization(UNWTO)©

## 九州入国者の主要国・地域別推移 (注)



出所：法務省「出入国管理統計」 九州運輸局「News Release」[2019年3月11日]  
 千相哲編『九州地域学』(2019年9月発行予定)  
 注：「寄港地上陸」が2015年から「船舶観光上陸」に変更

## ■九州への訪日外国人

国は訪日外国人6,000万人達成に向け、2018年から欧米豪からの観光客誘致に注力しています。しかし、九州の訪日外国人の実態を見ると、韓国を筆頭に東アジアからの訪日外国人が多く、この傾向は今後も続くと思われれます。地理的条件や九州への訪日経験の満足感からリピートしやすいことを考慮すると、九州、福岡、本市がメインターゲットとするべきは東アジア地域と言えるでしょう。

## ■国が進める DMO 構築

持続的な観光立国という視点から、国は地方創生事業の中で観光を主要産業と位置づけ、全国でDMO(\*)構築を進めています。これまでの行政主導から民間組織による観光事業を推進し、持続的で経済効果のある観光の姿を実現するため世界水準のDMOが必要としています。

本市観光のあるべき姿を実現するためにもDMOの役割とされるマネジメントやマーケティングの導入が望まれます。本計画では国の政策と同調するメリットを検討しながら、本市ならではの観光プラットフォーム(仮称)構築を目指します。

DMO(\*)…観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。Destination Management Organization(デスティネーション・マネージメント・オーガニゼーション)の頭文字の略。(JTB総合研究所による)

## 第3章

---

### 柳川市観光の現状と課題



# 1 柳川市観光の現状

第1章

第2章

第3章

第4章

第5章

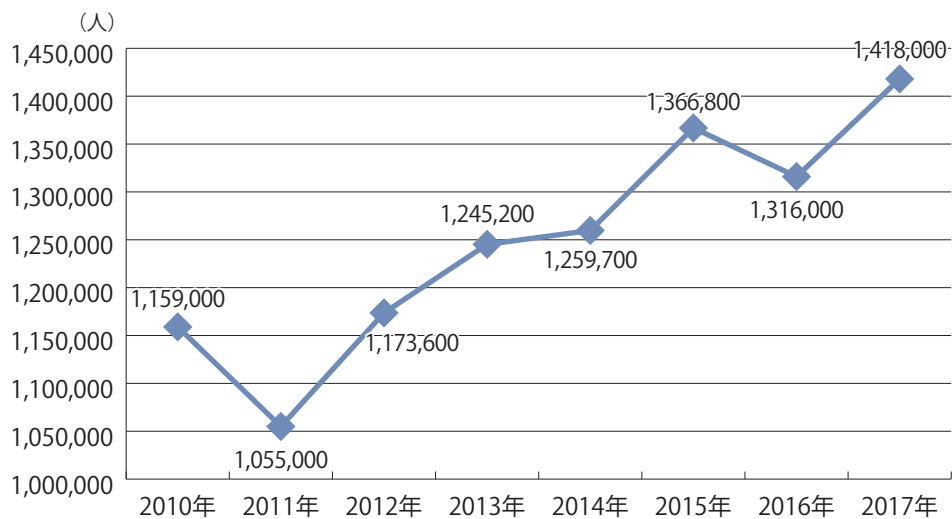
第6章

## ■柳川市観光入込客数の推移

本市の観光入込客数は、2005年の合併後から2017年までに約21,500人増加しています。2011年の東日本大震災や、2016年の熊本地震の影響を受け、その年の入込客数は大幅に落ち込みましたが、外国人観光客が増加したことにより本市において過去最高の入込客数を更新しています。(図1、図4参照)

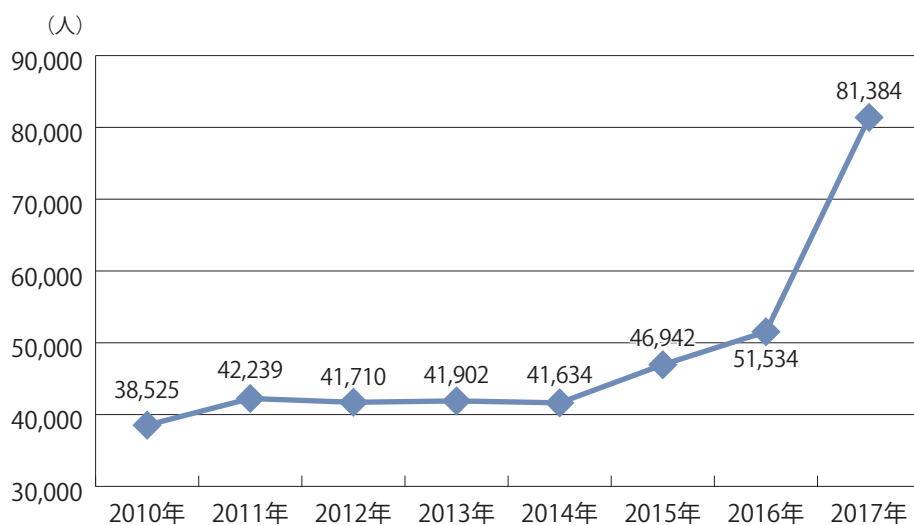
また2016年に開業した「ホテルニューガイア柳川」と2017年に開業した「ホテルルートイン柳川駅前」のほか、宿泊客倍増事業の取り組みにより宿泊者数も80,000人を超えました。(図2参照)

(図1) 観光入込客の推移



「2017年柳川市観光動態調査」より引用

(図2) 宿泊者数の推移



「2017年柳川市観光動態調査」より引用

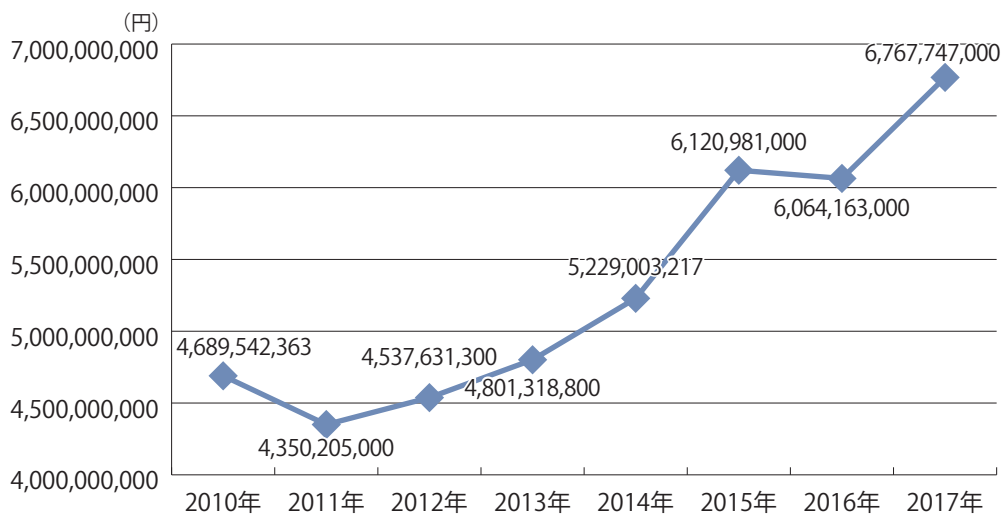


## ■柳川市観光消費額の推移

2017年の観光消費額は約67億7千万円(1人当たりの消費額は約4,770円)となりました。2016年と比較して、全体の消費額は約6億4千万円(1人当たり約120円)増加しました。2016年と2017年に開業したホテル等の影響により、宿泊客数が増加し消費額が増えたと考えられます。(図3参照)

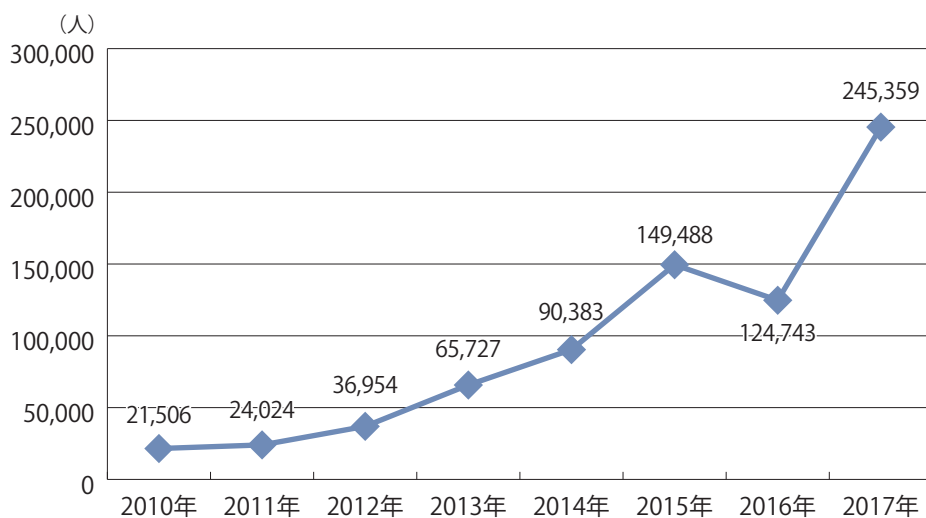
また消費額の内訳は、食事代が27億7千万円と最も多く、次いでお土産品の購入代が24億8千万円となりました。宿泊費は7億8千万円、川下り代は5億7千万円という結果でした。(図5参照)

(図3) 観光消費額の推移



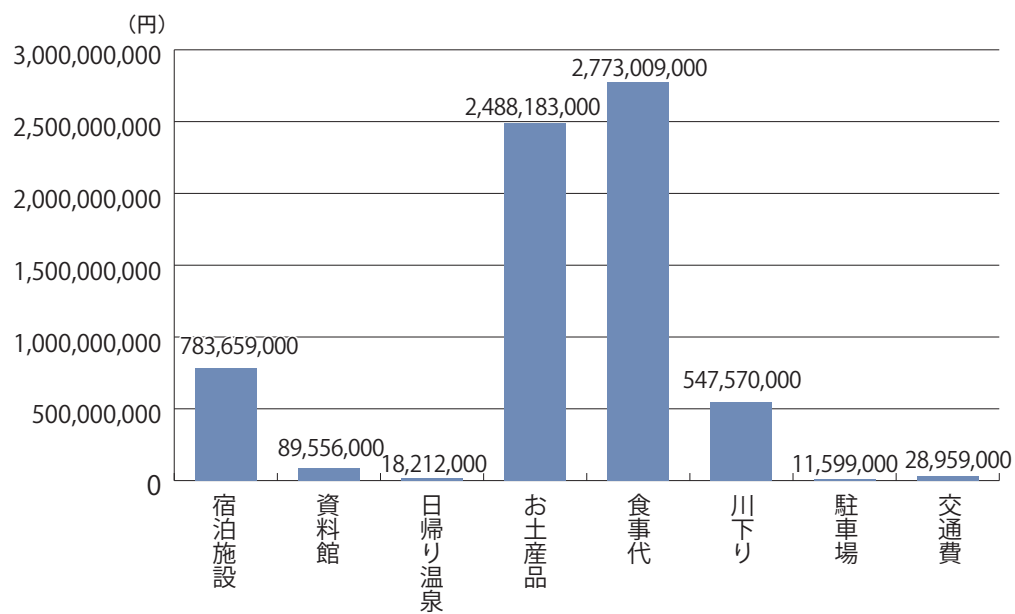
「2017年柳川市観光動態調査」より引用

(図4) 外国人観光客の推移



「2017年柳川市観光動態調査」より引用

(図5) 観光消費額 (内訳)



「2017年柳川市観光動態調査」より引用



## 2 現状の課題と解決方策

ここまで検証してきた国内外の観光を取り巻く現状、第1次柳川市観光振興計画に加え、本計画策定を目的に開催した柳川市観光まちづくり推進委員会での意見をまとめ、現在の柳川観光の課題を抽出し、その解決方策を検討しました。課題に共通するのは一部の観光関連事業者だけでは解決できない、市や市民全体に関わる課題であるということです。第1次観光振興計画でテーマとされた「地域力」の発揮が改めて問われているのです。

### 第1次観光振興計画の成果・評価

- 柳川らしさの育成・発展…官民連携による掘割清掃、食の商品開発、両開地区、西鉄柳川駅周辺のハード整備などを実施。
- 全域・市民による観光まちづくり…「水郷柳川ゆるり旅」実施。「柳川観光第2のエンジン事業」スタート。地域力向上を目指した事業を実施。
- 観光情報システムの構築…誘致・プロモーションに注力。
- 国際観光の振興…国、県等との連携を強化。インフルエンサー受入れによる市の魅力発信など。

### 観光まちづくり推進委員会の意見

- 現状の観光コンテンツだけでは100万人規模のキャパシティではないか。
- 掘割の水質など、考え方の整理が必要。
- うなぎと川下りのコンテンツとしての見直しが必要。この2つ以外の資源(ex.海苔、干潟)のコンテンツ化に注目したい。
- 観光まちづくり…様々な立場の人が参加するようになり、地域おこし協力隊の視点も活きている。課題の整理が必要だが前向きに取り組みたい。
- 交通案内、サイン整備、キャッシュレス等の受入れ環境整備が必要。
- 訪日外国人の受入れを大きな課題として、観光のあり方を問い直す。

### 外部環境の変化

- インバウンド事情…国は2020年の訪日外国人客数4,000万人を目指し、達成を見込む。人気観光地ではすでにオーバーツーリズム問題も顕在化。
- 人口減少…2050年には人口1億人を切る予測。都市部ではサービス業で働き手不足が現実に。
- 気象の変化…台風の頻発、酷暑、豪雨等による生活への影響が顕著に。
- 自然災害…地震の多発、大規模化による脅威。

## 課題と解決方策

### ①インバウンド観光の受入れ整備

今後受入れを強化するべき訪日外国人に対応する仕組みやハード・ソフトの整備を進める必要がある。

### ②観光コンテンツの再構築

現状の観光コンテンツを見直し、再編集による質の向上が必要。観光消費額増を目指す。

### ③市民参加による観光まちづくり

市民が参画する観光まちづくりの機会創出や、地域としての価値創造による地域力が求められる。

### ④将来の社会変化への視点

計画策定には社会と市の10年後を想定した視点が重要で、激しく変化する社会システムと市の環境変化への対応が考慮されるべきである。

### ⑤観光プラットフォーム(仮称)の構築

多くの施策が打たれてきたが、市の対象エリアや実施主体が単独であるため、事業効果が限定的である。マーケティング機能を持つ観光プラットフォーム(仮称)が必要である。

## 「地域力」による課題解決

〈第1次柳川市観光振興計画の基本理念〉

『地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」』



## 第4章

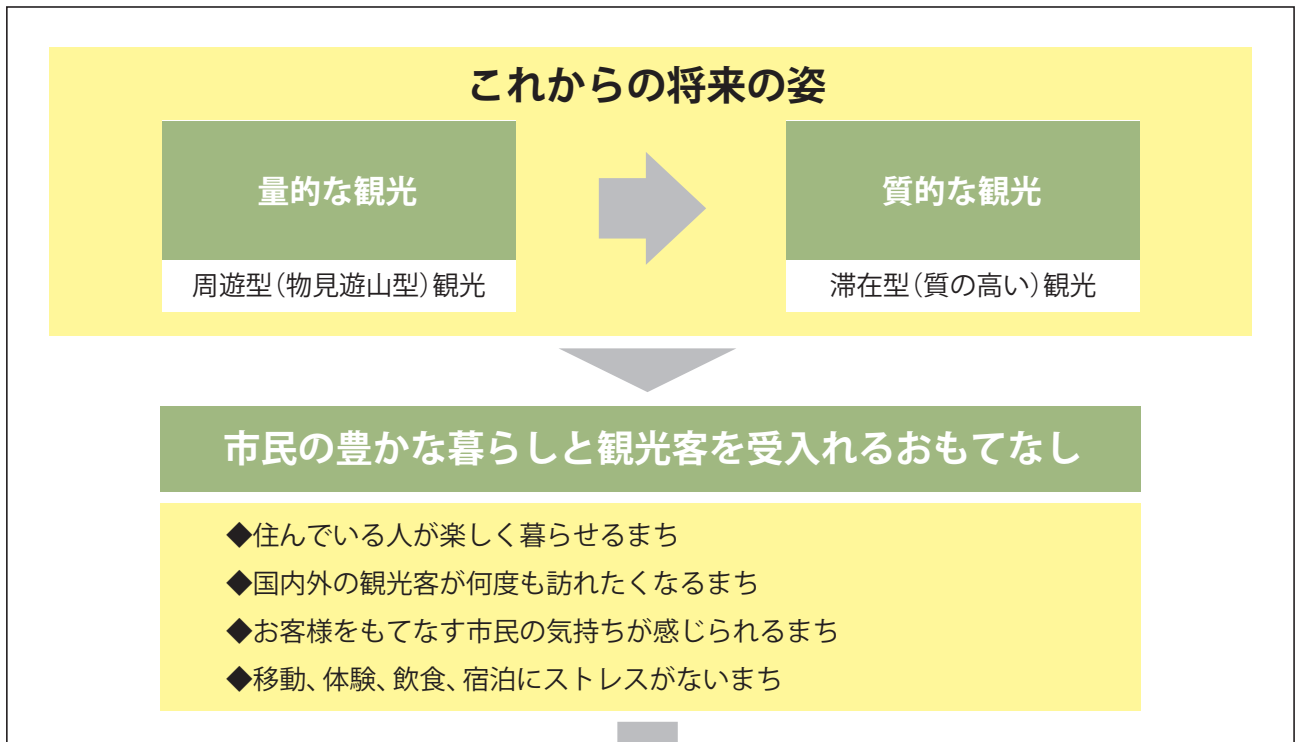
---

### 基本理念と将来像



# 1 将来の姿とその実現に向けた考え方

本計画が目指すのは、これまでの数に頼る観光ではなく、質の高い観光の姿です。それは、これからの観光に求められる滞在型の観光であり、柳川市民がもともと持っている質の高い、豊かな暮らしに根ざした観光によるまちづくりの姿でもあります。この考え方によって、「市民の豊かな暮らしと観光客を受入れるおもてなし」をこれからの将来の姿として描きます。



**柳川観光の新しい価値の創造**

暮らしの中の  
観光の具体化

## <基本理念> 市民みんなでつくる交流力

「交流力」とは・・・

エリア、世代を超えた相互理解の力  
地域の宝を知ることによって生まれる地元愛の力  
観光客を受入れるコミュニケーションの力

市民の暮らしの豊かさを前提にした観光を目指すには、一部の地区だけではなく、市全域で観光に対するビジョンを構築し、市民の観光への関わり方を考えていかななくてはなりません。

そこで、新たな柳川観光を創出するための基本理念を「市民みんなでつくる交流力」とします。

「交流力」はすでに市をあげて取り組んでいる「おもてなし柳川」に通じる理念でもあります。

第1章  
第2章  
第3章  
第4章  
第5章  
第6章

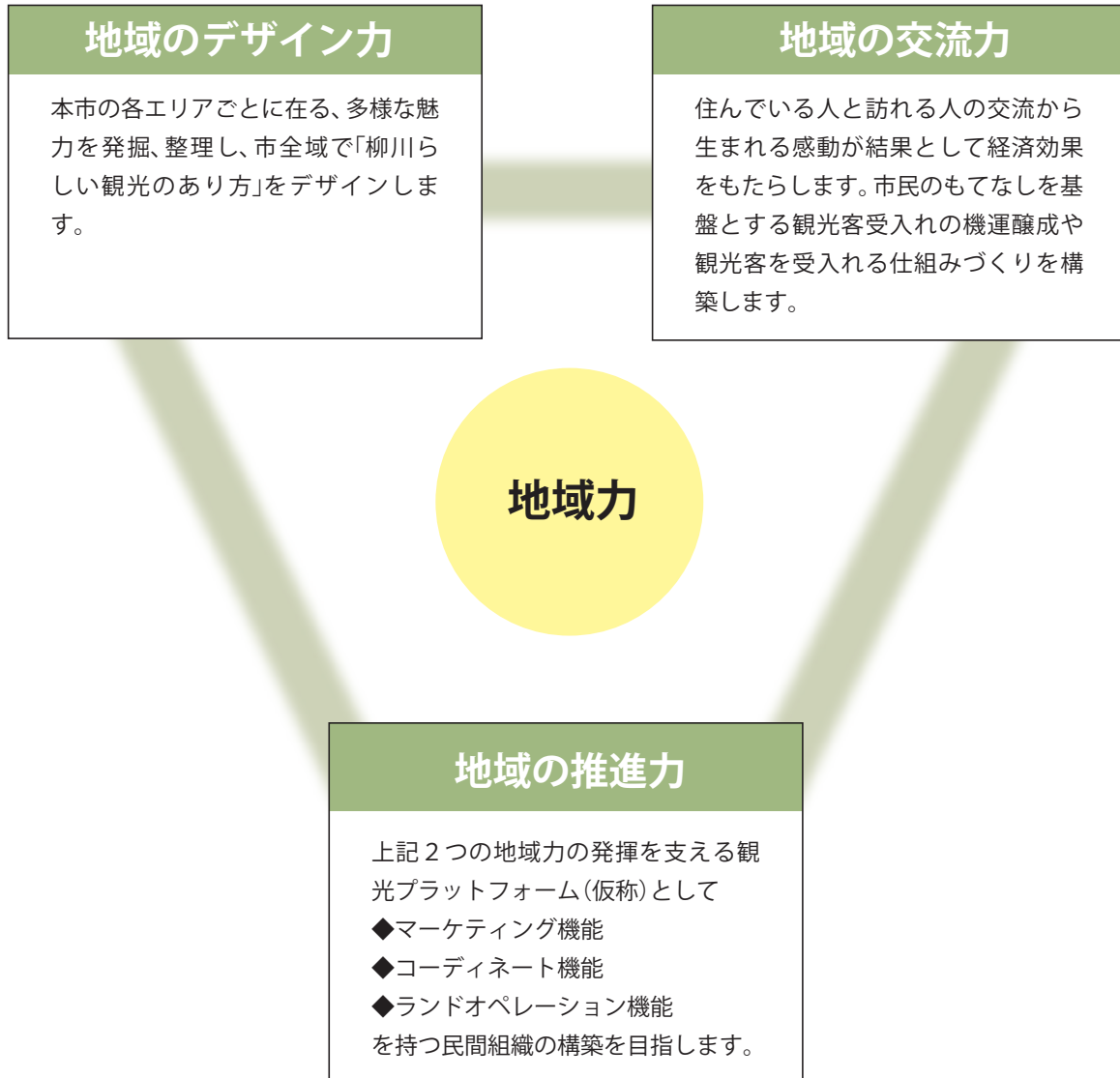


## 2 施策の構造(3本の柱)

本計画の基本理念「市民みんなでつくる交流力」に基づいて、実施する施策に共通する考え方を「地域力」とし、

### ①地域のデザイン力 ②地域の交流力 ③地域の推進力

以上3本の柱によって施策を構成します。



地域のデザイン力、地域の交流力を発揮していくには、観光に関する専門的な知識やマーケティングスキルを持った人材と組織が必要です。本市では、観光協会があるものの、どちらかというと行政主導で観光施策を立案し、実施してきた経緯があります。本計画で目指す「市民みんなでつくる交流力」による柳川観光の新たな価値創造のために、民間による中間支援組織である観光プラットフォーム(仮称)の構築を目指します。組織構築に当たっては、観光協会、観光に係る事業者、農漁業従事者、商工事業者、市民団体、行政等で話し合い、同じ目的に向かっていく合意形成を図ります。

次ページに、本市の観光に関する現状と観光プラットフォーム(仮称)構築後の関係図を示します。



## 3 計画に関わる主体とその役割

本計画を推進し成果を発揮するためには、一部だけではなく幅広い関係者が主体的に関わることが重要です。関係する各主体の役割として、以下を想定しています。

### (1) 市民の役割

市民一人ひとりが、本市の歴史や自然、文化に誇りを持ち、観光によるまちづくりへの関心を高め、積極的に関わることにより、地域が一体となって国内外からの観光客を迎え入れます。

また、観光振興における各事業へ能動的に参画し、地域全体で楽しみながら、魅力ある観光地づくりに努めます。

### (2) 観光事業者の役割

観光施設、川下り会社、宿泊業、飲食業、物産製造販売、交通事業者、農林水産業、各種団体などの、観光に関わりを持つ事業者・団体は、本市の観光振興を推進する上で重要な役割をもっています。「自分たちは観光振興の原動力である」という意識を持ち、来訪者や市民に対して、柳川らしい質の高い、有形・無形の商品やサービスを提供し、顧客満足の上昇に努めます。

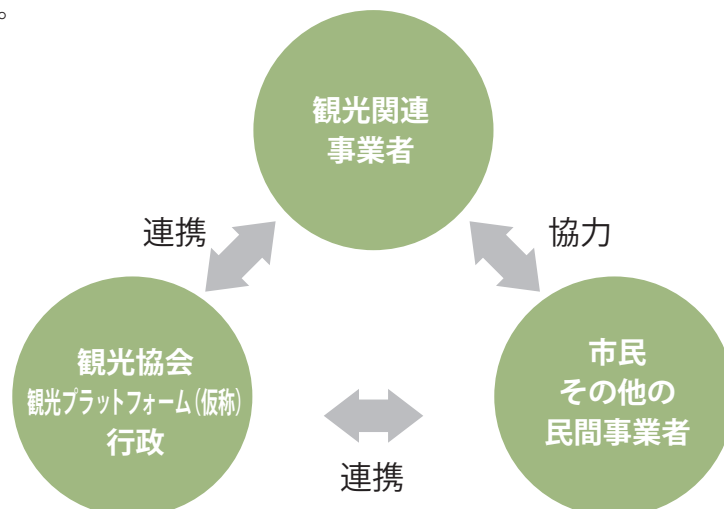
### (3) 観光協会の役割

観光関連やその他の団体や異業種の事業者と連携や調整を行い、観光振興に関する取り組みをサポートします。

また、本市の観光を支えるプレイヤー(実践者)として、観光情報の発信の中心的役割を担うとともに、様々な情報の収集と提供を行い、本市の観光振興の推進における牽引役としての機能を担います。

### (4) 観光プラットフォーム(仮称)、行政の役割

地域の観光資源の分析や観光動向を把握し、地域の魅力を最大限に活かす観光地域づくりに努めるとともに、国・県はもとより農漁業、飲食業、商工団体など幅広い産業団体と地域住民との連携を進め、観光基盤づくりの強化に努めます。さらに、宿泊につながる取り組みを行うなど、市民と観光客双方が満足を得られる観光地づくりを目指します。

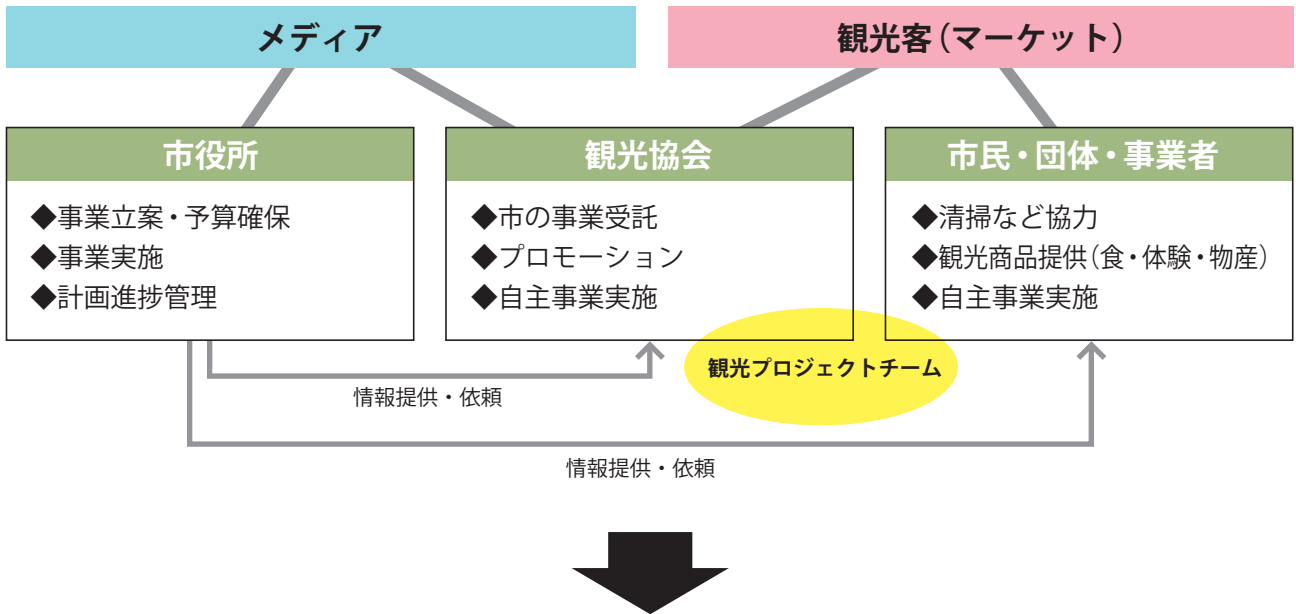






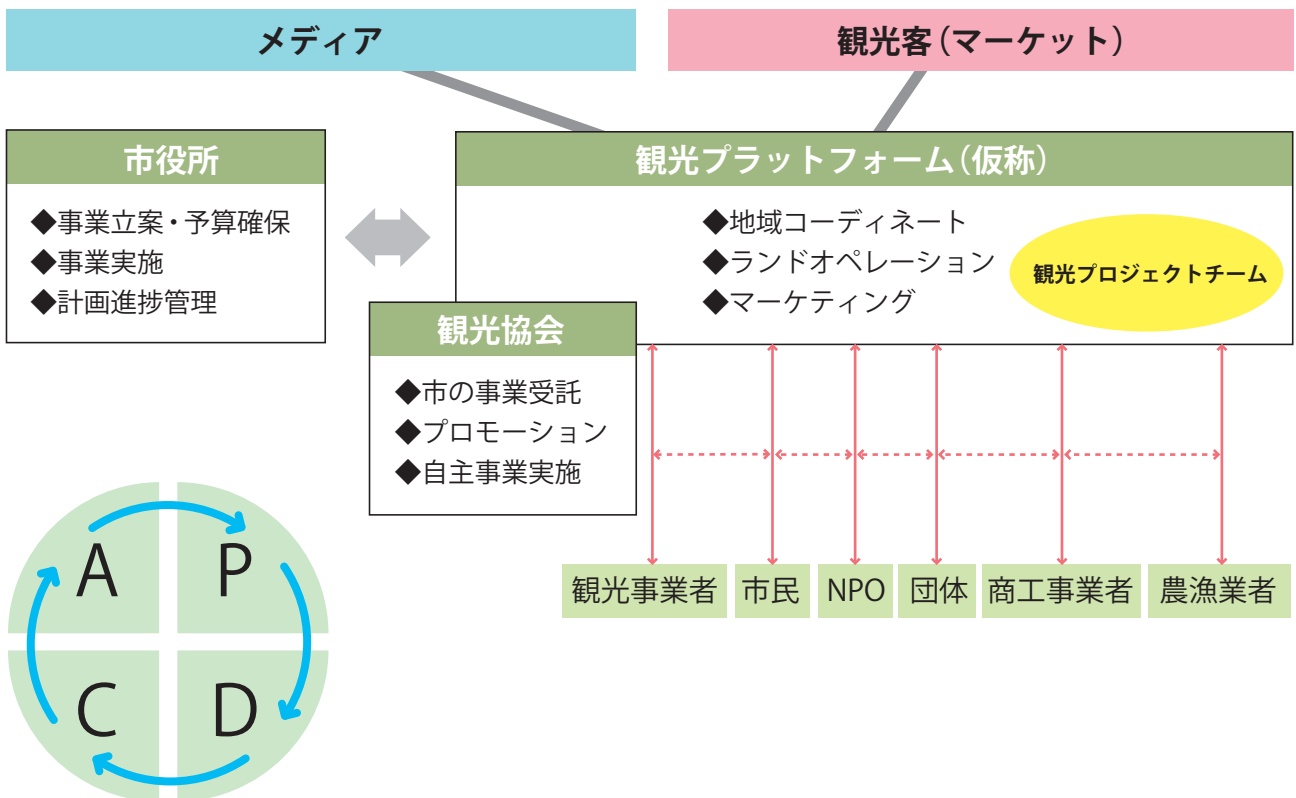
## 4 観光プラットフォーム(仮称)の考え方

### ■現状



### ■目指す姿

従来の観光施策では行政が主導してきた面もありPDCAサイクルが上手くまわっていませんでした。観光プラットフォーム(仮称)の実現によって持続的なPDCAサイクルを実現します。





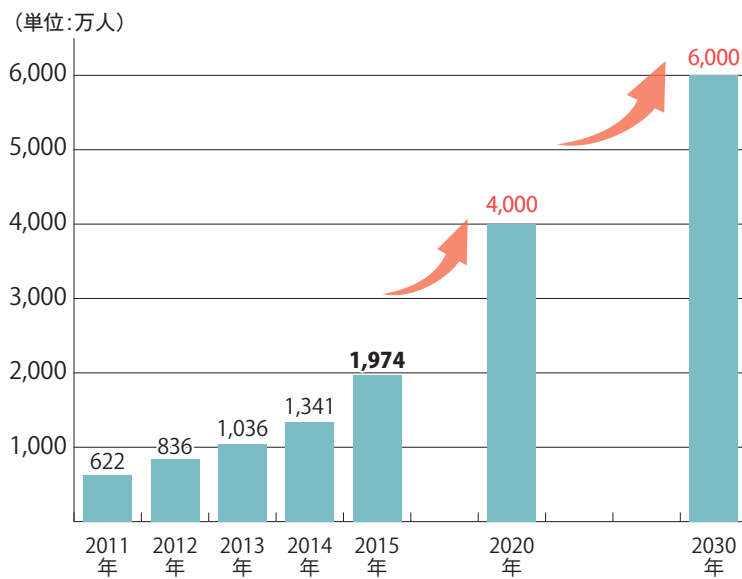
## 5 成果指標(KPI)

本計画においては、本市における既存の観光コンテンツの磨き上げ、市民協働の観光推進への取り組み強化、観光プラットフォーム(仮称)を基にした官民が一体となっていた観光による交流の推進により、市民が誇れるこれからの柳川の観光を目指していくことを目的としています。

特に訪日外国人については、国における目標値の推移と九州および福岡県における訪日外国人の数を見ると順調に増加しており、将来的な増加傾向を予測して成果指標(KPI)の設定を行いました。

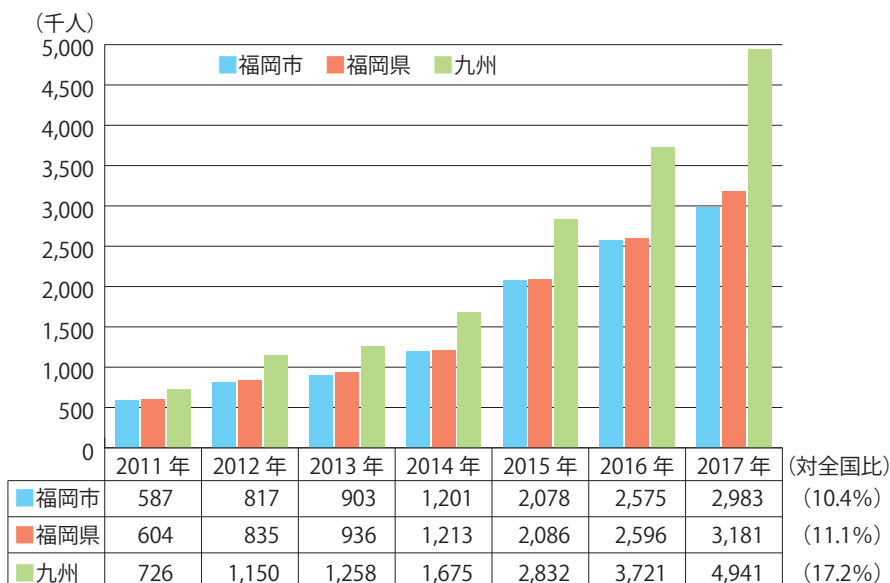
本成果指標(KPI)を目指していく事で、観光産業への担い手についても2次的波及による増加を図っていきます。

### 日本への訪日外国人数の推移



日本政府観光局(JNTO)「訪日外国人数」「明日の日本を支えるビジョン」(2016)より ※再掲

### 九州・福岡県・福岡市への訪日外国人数



※訪日外国人数：2,869万人(2017年)

法務省「出入国管理統計」より

そこで、本計画における成果指標(KPI)は以下の達成を目指します。

- 観光入込み客数については、約165万人を目指します。
- 外国人観光客数については、約50万人を目指します。
- 観光消費額については、約90億円を目指します。

	2008 (H20)	2010 (H22)	2013 (H25)	2018 (H30) ※実績値は H29調査結果
入込み観光客数	117.1万人	115万人 115.9万人	130万人 124.5万人(前年比6%)	150万人 141.8万人
外国人観光客数	未調査	10万人 2.2万人	14万人 6.6万人(前年比78.4%)	18万人 24.5万人
観光消費額	48億円	49億円 46.9億円	58.5億 48.6億円(前年比7%)	75億円 67.7億円
観光消費額(1人当たり)	4,100円	4,300円 4,046円	4,500円 3,900円	5,000円 4,770円
延べ宿泊人数(約)	52,000人	42,000人	42,000人 (宿泊率3.4%)	81,000人
リピート率			55.8% 福岡県内の75.8%がリピーター 九州外の61%がリピーター	

2020	2023	2025	2028
150万人	155万人	160万人	165万人
30万人	35万人	40万人	50万人
75億	80億	85億	90億
5,000円	5,100円	5,300円	5,500円
85,000人	90,000人	95,000人	100,000人
62%	65%	67%	70%

満足度(%)	2008 (H20) 調査結果	2010 (H22) ※実績値は H23調査結果	2013 (H25) ※( )H23対比	2018 (H30) ※赤字H29
食事	59.2	60 67.8%	65 79.2%(11.4%増)	70 85.0
みやげ品	37.2	40 25.8%	45 49.1%(23.3%増)	50 65.7
観光施設とその内容	42.6	45 51.6%	50 61.3%(9.7%増)	55 70.3
当地までの案内看板等の整備状況	36.4	40 34.2%	45 48.9%(14.7%増)	50 63.0
市内での移動	37.3	40 35.7%	45 44.3%(8.6%増)	50 62.4
観光施設、街の人たちのおもてなし	54.2	55 58.8%	60 67.4%(8.6%増)	65 77.0
市内での観光情報	35	40 34.7%	45 49.5%(14.8%増)	50 64.1
旅行全体	62.1	65 67.5%	70 74.5%(7%増)	80 78.2

2020	2023	2025	2028
86	87	89	90
70	72	75	78
72	75	78	81
65	67	69	70
63	65	67	70
79	82	84	87
65	68	72	75
80	82	84	87

※赤字は実績値

#### <指標設定の考え方>

- 国内人口の減少が予測される中、本計画のKPIで影響が大きく、重要項目となるのが外国人観光客数です。

「リピート率」「満足度」を除く指標は、外国人観光客増加に比例して設定しています。

- ① 訪日外国人……………2015年の2,011万人から2018年約3,000万人へ 約1.5倍
- ② 福岡県への訪日外国人…2014年121万人から2017年318万人 約2.6倍
- ③ 本市への訪日外国人……2013年6.6万人から2018年24.5万人 約3.7倍

これらのデータと今後の国レベルでの観光政策を考慮し、2018年比、倍増の50万人と設定しました。

- 「リピート率」「満足度」は定性的な指標です。本計画の基本理念である「市民みんなでつくる交流力」を実現するためのプロジェクト実施によって向上を目指します。リピート率70%、満足度87%は非常に高いレベルの設定です。



## 第5章

---

### 施策の全体像



# 1 施策の全体像

第1章

第2章

第3章

第4章

第5章

第6章

## 地域のデザイン力

### 基本方針1：柳川観光のブランドをデザイン

- 施策①柳川市のエリアごとの資源をデザイン
- 施策②川下り観光の在り方についての検討
- 施策③柳川ブランドの継続実施による物産の充実
- 施策④矢部川、筑後川、有明海を結んだ、柳川の歴史と文化の再検証とコンテンツ化

### 基本方針2：柳川観光の多様な魅力をデザイン

- 施策⑤エリアごとの体験メニューの充実による、食、文化、スポーツ、お酒などのニューツーリズムの促進
- 施策⑥朝観光、夜観光など滞在時間を延ばすための取り組み強化
- 施策⑦映画やドラマなどの撮影誘致の継続実施
- 施策⑧周辺自治体(有明海沿岸部・筑後地域等)との連携強化

### 基本方針3：国内・海外からの観光客の誘客の仕組みをデザイン

- 施策⑨観光客の多様なニーズに沿った観光モデルの構築
- 施策⑩海外誘客の戦略の策定
- 施策⑪福岡県、福岡市、九州運輸局、九州観光推進機構等との連携による誘客の促進及び情報発信

## 地域の交流力

### 基本方針4：受入れ意識の醸成

- 施策⑫市民や子どもが、歴史伝統、文化などの柳川の魅力に触れる機会の創出
- 施策⑬観光客をあたたかく迎える市民協働の取り組みの推進
- 施策⑭観光を基軸とした、中小企業や商店街、商工・農漁業の地場産業との協働

### 基本方針5：国内・海外からの観光客の受入れの仕組みづくり

- 施策⑮多様なガイドの仕組みの構築
- 施策⑯外国人受入れ環境の整備(言語対応、非言語対応)

### 基本方針6：受入れ環境の整備

- 施策⑰観光交流拠点の充実
- 施策⑱まちなみ景観、自然景観などの魅力の保全、活用の創造
- 施策⑲二次交通 交通ネットワークの充実
- 施策⑳観光ICTの積極的な導入
- 施策㉑防災(避難誘導)計画の検討

## 地域の推進力

### 基本方針7：観光まちづくりを推進する組織の構築

- 施策㉒観光プラットフォーム(仮称)構築および手順の明確化

### 基本方針8：稼げる観光産業のマネジメント

- 施策㉓観光プラットフォーム(仮称)の運営

## 基本方針1 柳川観光のブランドをデザイン

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
①柳川市のエリアごとの資源をデザイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域ごとの資源の整理</li> <li>◆ブロックごとのエリアビジョンの設定</li> <li>◆地域横断の観光と交流のメニューづくり</li> <li>◆既存の情報ツールの見直し</li> </ul>	◆情報ツールの充実に向けた整備	◆地域横断による観光と交流イベント(誘客キャンペーン)の実施
②川下り観光の在り方についての検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆川下りの名称の統一</li> <li>◆川下り市民シンポジウムの開催</li> <li>◆川下りマップの整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆川下りを起点とした体験メニューの開発</li> <li>◆多様な船頭体験の実施</li> <li>◆柳川の掘割についての意識醸成</li> </ul>	◆デジタルIT化について協議と導入
③柳川ブランドの継続実施による物産の充実	◆国内に向けた販路拡大事業	◆海外に向けた販路拡大事業	
④矢部川、筑後川、有明海を結んだ、柳川の歴史と文化の再検証とコンテンツ化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆編集会議の開催</li> <li>◆取材及び製作</li> <li>◆市内への発信</li> </ul>	◆第二弾の発行	◆第三弾の発行

## 基本方針2 柳川観光の多様な魅力をデザイン

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
⑤エリアごとの体験メニューの充実による、食、文化、スポーツ、お酒などのニューツーリズムの促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆水郷柳川ゆるり旅の継続実施</li> <li>◆新たな体験メニューの構築</li> <li>◆多様な体験メニューの構築</li> </ul>	◆プレミアム版水郷柳川ゆるり旅の実施	◆成果と課題を整理し、水郷柳川ゆるり旅のブラッシュアップを図る
⑥朝観光、夜観光など滞在時間を延ばすための取り組み強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆朝型観光のコンテンツ化</li> <li>◆夜型観光のコンテンツ化</li> </ul>	◆水郷柳川ゆるり旅への組み込み	◆成果と課題を整理し、コンテンツのブラッシュアップを図る
⑦映画やドラマなどの撮影誘致の継続実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆撮影誘致の継続実施</li> <li>◆NHK大河ドラマの招致</li> </ul>	→ →	
⑧周辺自治体(有明海沿岸部・筑後地域等)との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆連携先ごとに対応した、柳川のコンテンツの整備</li> <li>◆連携による誘客展開の共同実施</li> </ul>	◆共同のセールスプロモーション	◆新たな広域観光圏の形成

## 基本方針3 国内・海外からの観光客の誘客の仕組みをデザイン

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
⑨観光客の多様なニーズに沿った観光モデルの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆時間軸を基にした観光モデルの形成</li> <li>◆交通機関を基にした観光モデルの形成</li> </ul>	◆整備されたコンテンツを基にした誘客ターゲットの設定	◆観光モデル、ターゲットの見直し
⑩海外誘客の戦略の策定	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ターゲット国ごとのニーズの把握</li> <li>◆観光コンテンツの選択</li> <li>◆誘客テーマの設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆情報ツール発信(印刷物、外国語HP)などの見直し</li> <li>◆効果的な情報発信</li> </ul>	◆観光モデル、ターゲットの見直し
⑪福岡県、福岡市、九州運輸局、九州観光推進機構等との連携による誘客の促進及び情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各連携事業の積極的参加</li> <li>◆情報ツールの整備と相互リンクの促進</li> <li>◆VJ事業への積極的参加</li> </ul>	◆市の立案によるVJ事業の実施	

## 基本方針4 受入れ意識の醸成

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
⑫市民や子どもが、歴史伝統、文化などの柳川の魅力に触れる機会の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勉強会の資料作成</li> <li>◆子ども版水郷柳川ゆるり旅の実施</li> <li>◆学校向け体験プログラムの開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勉強会の実施(市内限定)</li> <li>◆学校向け体験プログラムの実施</li> </ul>	◆勉強会の実施(市域外へ拡大)

⑬観光客をあたたかく迎える市民協働の取り組みの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆「おもてなし柳川」市民会議の継続実施</li> <li>◆水路清掃活動の継続実施</li> <li>◆産学官連携オープンセミナーの継続実施</li> <li>◆子ども版案内ガイドの仕組みの検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆子ども版案内ガイドの実施</li> </ul>	→
⑭観光を基軸とした、中小企業や商店街、商工・農漁業の地場産業との協働	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆柳川産農水産品のブランド浸透</li> <li>◆ふるさと納税謝礼品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆柳川産農水産品の新グルメの開発</li> <li>◆柳川の食や物産品の集う場の創出</li> <li>◆開発商品の一般販売</li> </ul>	

### 基本方針5 国内・海外からの観光客の受入れの仕組みづくり

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
⑮多様なガイドの仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆テーマごとのガイド養成講座</li> <li>◆柳川マイスターの養成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆専門ガイドの登録の推進</li> <li>◆柳川案内人としての登録の推進</li> </ul>	◆本市の体験コンテンツとして活用
⑯外国人受入れ環境の整備(言語対応、非言語対応)	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆事例共有会の開催</li> <li>◆善意通訳案内のセミナーの実施</li> </ul>	◆善意通訳案内人の登録	◆通訳案内士の育成

### 基本方針6 受入れ環境の整備

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
⑰観光交流拠点の充実	◆観光交流拠点のネットワーク化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆柳川らしい「観光交流拠点等」の在り方について検討</li> <li>◆都市圏等での情報発信</li> </ul>	
⑱まちなみ景観、自然景観などの魅力の保全、活用の創造	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆景観計画及び景観条例の浸透</li> <li>◆古民家・空家の利活用促進のルールづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆古民家/空家の活用促進事業の実施</li> <li>◆西鉄柳川駅周辺環境の魅力の保全</li> </ul>	
⑲二次交通 交通ネットワークの充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆レンタサイクル事業の拡大(実証実験)</li> <li>◆観光向け路線バスルート(既存)の整理とツール作成</li> <li>◆柳川らしい二次交通のあり方について検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆レンタサイクル事業の市域での実施</li> <li>◆路線バスの観光キャンペーンの実施</li> <li>◆水上交通などの柳川らしい二次交通の新たな導入</li> </ul>	◆観光に特化した路線バスルートの開発
⑳観光ICTの積極的な導入	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光案内サイン等への多言語アナウンスの導入の検討</li> <li>◆キャッシュレス導入セミナーの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆デジタル技術導入の検討</li> <li>◆キャッシュレス化の推進</li> </ul>	
㉑防災(避難誘導)計画の検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆屋外における観光客の避難誘導計画の検討</li> <li>◆屋内における観光客の避難誘導計画の検討</li> <li>◆外国人向け避難誘導計画の検討</li> </ul>		

### 基本方針7 観光まちづくりを推進する組織の構築

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
㉒観光プラットフォーム(仮称)構築および手順の明確化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光まちづくり推進委員会(仮称)の設置</li> <li>◆観光プラットフォーム(仮称)構築のロードマップ策定</li> <li>◆マーケティング計画の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光まちづくり地域セミナーの実施</li> <li>◆必要な視察事業</li> </ul>	

### 基本方針8 稼げる観光産業のマネジメント

プロジェクト	施策と活動計画		
	短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
㉓観光プラットフォーム(仮称)の運営	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆専任者の配置、人材育成</li> <li>◆ニーズの把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光事業者、市民、まちづくり団体、観光関係事業者等への支援等</li> <li>◆自立した組織運営</li> </ul>	



## 第6章

---

### 具体的な取り組み



# 1 基本方針と施策の展開

## 基本方針1 柳川観光のブランドをデザイン

### 施策① 柳川市のエリアごとの資源をデザイン

本市の各地域に点在する魅力=資源を整理し、観光と交流を生み出すコンテンツ(メニューやプログラム)として整備するとともに、本市をブロック化し、ブロックごとのエリアビジョン=旅の過ごし方を設定します。本市内の地域ごとの旅の過ごし方を整備することで、多様な観光と交流を生み出し、質の高い観光及び滞在時間の延長に寄与する、まち歩きメニューの充実や新たな柳川の旅のストーリーづくりを行います。

## プロジェクト

### 1 地域ごとの資源の整理(地域デザイン会議(仮称)の実施)

地域ごとの、固有の伝統や文化、歴史、風景などの資源を整理し、どのような旅の時間を消費してもらいたいのか、地域視点での観光交流コンテンツとして整備します。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光事業者、市民

### 2 ブロックごとのエリアビジョンの設定

本市をブロック化し、資源や旅のストーリーを基に、本市のブロックごとの観光交流のビジョン(旅の過ごし方)を設定します。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光事業者、観光プラットフォーム(仮称)

### 3 地域横断の観光と交流のメニューづくり

ブロックごとの資源やストーリー、そこから導き出されたビジョンを基に、市域横断の着地型の観光交流メニューを整備します。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光事業者、観光プラットフォーム(仮称)

第1章  
第2章  
第3章  
第4章  
第5章  
第6章

## 4 地域の魅力を効率的に伝える情報発信

地域コンテンツを活用し、本市の魅力が最大限に伝わる情報発信を行います。情報ツールの見直しと充実を図っていきます。合わせて地域横断による観光と交流イベント(誘客キャンペーン)の実施を検討します。

**実施主体者** (順不同) **行政、観光協会、観光プラットフォーム(仮称)**

施策と活動計画		
短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域ごとの資源の整理</li> <li>◆ブロックごとのエリアビジョンの設定</li> <li>◆地域横断の観光と交流のメニューづくり</li> <li>◆既存の情報ツールの見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆情報ツールの充実に向けた整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆地域横断による観光と交流イベント(誘客キャンペーン)の実施</li> </ul>

## 基本方針1 柳川観光のブランドデザイン

### 施策② 川下り観光の在り方についての検討

本市の観光の根幹を成す「川下り」について、今後も柳川観光の中核として継続的に、その魅力が発揮されるように「柳川の川下り」の在り方について、市民協働で検討します。

#### プロジェクト

##### 5 川下りの名称の統一

行政、川下り会社、観光協会、市民の意見を基に名称を統一します。合わせて訪日外国人向けの名称についても検討を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、川下り会社、観光協会、市民

##### 6 川下り市民シンポジウムの開催

川下りの魅力とは何か、掘割への市民との共生の仕方、掘割の整備、船頭のモチベーションの向上など、今後の川下り観光の将来像について市民で協議する場を設けます。

実施主体者(順不同) 行政、川下り会社、観光協会、市民

##### 7 川下りを起点とした体験メニューの開発

過去に実施した「夜の川下り」や「船頭体験」、「新規の川下りコース」などの検証とともに、体験メニューの開発を行います。

実施主体者(順不同) 行政、川下り会社、観光協会

##### 8 多様な船頭体験の実施

子ども船頭や外国人船頭など簡易な体験メニューを整備し、様々な方々が触れ合える機会の創出を図ります。合わせて、期間限定船頭など様々な働き方の船頭の在り方について協議を行い、将来的な後継者の育成を図っていきます。

実施主体者(順不同) 行政、川下り会社、観光協会

## 9 柳川の掘割についての意識醸成

1987年上映のドキュメンタリー映画「柳川掘割物語」を活用した、川下りの歴史や文化を発信します。

**実施主体者** (順不同) **行政、柳川フィルムコミッション、観光協会**

## 10 川下りマップの整備

川下りの歴史やフォトスポット、マメ知識など、インバウンド対応も視野に、船頭だけに依存しない、情報ツールの整備を行うとともに、将来的なAR<sup>(※1)</sup>等のデジタル化についても検討を図ります。

**実施主体者** (順不同) **行政、川下り会社、観光協会**

※1：ARとは「Augmented Reality」の略。人が知覚する現実環境とコンピュータにより拡張する技術、およびコンピュータにより拡張された現実環境そのものを指す言葉。

### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆川下りの名称の統一</li> <li>◆川下り市民シンポジウムの開催</li> <li>◆川下りマップの整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆川下りを起点とした体験メニューの開発</li> <li>◆多様な船頭体験の実施</li> <li>◆柳川の掘割についての意識醸成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆デジタルIT化について協議と導入</li> </ul>

**基本方針1 柳川観光のブランドデザイン**

**施策③ 柳川ブランドの継続実施による物産の充実**

第1次柳川市観光振興計画に基づき実施している「柳川ブランドづくり」の施策については、2019年から始まる『第3次柳川ブランド戦略構想』に基づき、柳川ブランド推進協議会を中心に事業を行っていきながら、物産観光施設との連携など、物産を活用した柳川の魅力のPRなど観光や商工の側面から支援を行います。

**プロジェクト**

**11 国内に向けた販路拡大**

百貨店、スーパーなどのバイヤーを対象とした展示商談会等への参加、又は、自主開催による新たな販路の拡大を図ります。

**実施主体者(順不同) 行政、柳川ブランド推進協議会、観光プラットフォーム(仮称)**

**12 海外に向けた販路拡大**

物産観光施設のサイトを多言語化するとともに、東アジアを中心としたECサイトとの連動による海外への販路の拡大を図ります。

**実施主体者(順不同) 行政、柳川ブランド推進協議会、観光プラットフォーム(仮称)**

施策と活動計画		
短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
◆国内に向けた販路拡大	◆海外に向けた販路拡大	

## 基本方針1 柳川観光のブランドデザイン

### 施策④ 矢部川、筑後川、有明海を結んだ、柳川の歴史と文化の再検証とコンテンツ化

二つの大河と世界有数の干潟を有する海とに囲まれた本市の成り立ちや、そこから生み出された伝統や文化を、もう一度検証し、市民又は観光客の方々が目にする情報ツール(冊子や動画)として整備することで、物見遊山ではない地域への理解を深めてもらい、「水」を基軸とした新たな「水郷」のイメージづくりを図ります。

## プロジェクト

### 13 柳川水郷物語(仮称)の整備

柳川フィルムコミッションにて製作している「柳川物語」を更に発展させ、「歴史」「文化」「暮らし」などの、テーマごとの「柳川水郷物語(仮称)」を作成します。各テーマごとに数年ごとの定期発行します。

- ⇒施策①編集会議の開催
- ⇒施策②取材及び製作
- ⇒施策③市域内への発信
- ⇒施策④動画等の製作へも転用

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、柳川フィルムコミッション

## 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆編集会議の開催</li> <li>◆取材及び製作</li> <li>◆市域内への発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆第二弾の発行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆第三弾の発行</li> </ul>

## 基本方針2 柳川観光の多様な魅力をデザイン

### 施策⑤ エリアごとの体験メニューの充実による、食、文化、スポーツ、お酒などのニューツーリズムの促進

2013年に実施が始まった「水郷柳川ゆるり旅」を継続実施し、引き続きコンテンツの発掘と観光資源化、市内のネットワークの拡大を図ります。将来の自走化に向けて、コンテンツごとの評価、予約体制などの見直しによる新たな「ゆるり旅」の形を検討します。

#### プロジェクト

#### 14 水郷柳川ゆるり旅の継続実施

本市の隠れた資源の発掘や人的ネットワークの拡がりなどを目的に、今後も「水郷柳川ゆるり旅」を引き続き継続して実施します。

実施主体者(順不同) ▶ 行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議

#### 15 新たな体験メニューの構築

柳川らしい体験メニュー、宿泊を伴う体験メニュー、期間限定などの希少性の高い体験メニューなど、総滞在時間の増加を目的とした新たな体験メニューを構築します。

実施主体者(順不同) ▶ 行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議

#### 16 多様な体験メニューの構築

当日予約などの予約形態や実施者及び参加者に対して適切な価格帯の設定など、自走化に向けた取り組みの検討を行います。

実施主体者(順不同) ▶ 行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議



## 17 プレミアム版水郷柳川ゆるり旅の実施

顧客満足度が高いコンテンツを揃え、本市の観光キャンペーンとしての「水郷柳川ゆるり旅」の開催を図り、その成果と課題を抽出します。

**実施主体者** (順不同) **行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議**

### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆水郷柳川ゆるり旅の継続実施</li> <li>◆新たな体験メニューの構築</li> <li>◆多様な体験メニューの構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆プレミアム版水郷柳川ゆるり旅の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆成果と課題を整理し、水郷柳川ゆるり旅のブラッシュアップを図る</li> </ul>

**基本方針2 柳川観光の多様な魅力をデザイン**

**施策⑥ 朝観光、夜観光など滞在時間を延ばすための取り組み強化**

柳川の観光は、日中の「日帰り型」観光が強い現状にあります。宿泊施設の充実も視野に、朝や夜の時間帯の観光コンテンツを充実していくことで、滞在時間の延長を図ります。

**プロジェクト**

**18 朝型観光のコンテンツ化**

宿泊施設共同の朝食、朝限定のウォーキング型体験メニュー、早朝川下りなど、朝型の体験メニューのコンテンツ化を検討します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、宿泊施設、川下り会社**

**19 夜型観光のコンテンツ化**

夕日の鑑賞会、夕日ヨガ、夜の川下りの継続など、夜型の体験メニューのコンテンツ化を検討します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、宿泊施設、川下り会社**

**20 水郷柳川ゆるり旅への組み込み**

コンテンツ化されたメニューを「水郷柳川ゆるり旅」のコンテンツメニューとしても組み込みます。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議**

施策と活動計画		
短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆朝型観光のコンテンツ化</li> <li>◆夜型観光のコンテンツ化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆水郷柳川ゆるり旅への組み込み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆成果と課題を整理し、コンテンツのブラッシュアップを図る</li> </ul>

**基本方針2** 柳川観光の多様な魅力をデザイン**施策⑦** 映画やドラマなどの撮影誘致の継続実施

聖地巡礼やロケーションツーリズムを含め、柳川の魅力を広く発信し、市民の地元への愛着醸成を目的に、今後も引き続き映画やドラマの撮影誘致を図ります。

## プロジェクト

**21** 撮影誘致の継続実施

これまでの誘致活動を継続実施します。

**実施主体者(順不同)** 観光協会、柳川フィルムコミッション

**22** NHK大河ドラマの招致

2021年以降の早い時期のNHK大河ドラマ招致に向けて、市民の地元への愛着意識を醸成するため官民一体となって取り組みを継続していきます。

**実施主体者(順不同)** 行政、招致委員会、観光協会、柳川フィルムコミッション

## 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
◆撮影誘致の継続実施	→	
◆NHK大河ドラマの招致	→	

**基本方針2 柳川観光の多様な魅力をデザイン**

**施策⑧ 周辺自治体(有明海沿岸部・筑後地域等)との連携強化**

本市の地理的、交通環境などの要因を考慮して、周辺自治体との連携を強化し、有明海沿岸部や筑後地域等の広域観光エリアの形成を目指します。

観光客の行動範囲にふさわしい広域連携の強化により、福岡県南地域等の回遊性を向上させ、多彩な観光交流の促進を図ります。

**プロジェクト**

**23 柳川駅を起点とした広域連携の強化**

西鉄沿線との連携を強化し、公共交通機関を利用した観光地の形成を推進します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、公共交通機関**

**24 有明海沿岸部・筑後地域等の広域連携の強化**

有明海沿岸部・筑後地域等の自治体との連携を強化し、有明海や福岡県南地域の魅力を生かした、観光地の形成を推進します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会**

**25 佐賀空港を活用した広域連携の強化**

佐賀空港の利用者(首都圏、韓国、上海、台湾)をターゲットとした、訪日外国人の誘客を目的に県域を越えた連携を推進します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、柳川フィルムコミッション**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆連携先ごとに対応した、柳川のコンテンツの整備</li> <li>◆連携による誘客展開の共同実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆共同のセールスプロモーション</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆新たな広域観光圏の形成</li> </ul>

## 基本方針3 国内・海外からの観光客の誘客の仕組みをデザイン

### 施策⑨ 観光客の多様なニーズに沿った観光モデルの構築

観光客の様々な旅の形態ごとに、柳川の観光コンテンツを整理します。柳川の観光モデルを整理することで分かりやすい観光モデルを用意し、顧客ニーズに沿った質の高い観光サービスを提供し、旅行の訪問先として選んでいただくための情報発信を行います。

#### プロジェクト

#### 26 時間軸を基にした観光モデルの形成

「半日」「一日」「1泊2日」「複数回の来訪」など観光客の滞在時間ごとにコンテンツを整理し、観光モデルコースづくりを行います。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会

#### 27 交通機関を基にした観光モデルの形成

「大型バス」「マイカー」「公共交通」など観光客の交通手段ごとにコンテンツを整理し、観光モデルコースづくりを行います。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会

#### 28 整備されたコンテンツを基にした誘客ターゲットの設定

整備されたコンテンツを基に、「初来訪」「複数来訪」「ターゲットエリア」などによって、最適な観光モデルを選択し、情報発信を行います。加えて、ユニバーサルデザインの積極的な導入により、幅広い層からの誘客を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会

#### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆時間軸を基にした観光モデルの形成</li> <li>◆交通機関を基にした観光モデルの形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆整備されたコンテンツを基にした誘客ターゲットの設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光モデル、ターゲットの見直し</li> </ul>

**基本方針3 国内・海外からの観光客の誘客の仕組みをデザイン**

**施策⑩ 海外誘客の戦略の策定**

2019年、2020年に世界的なスポーツ大会の開催、そして、国でも2020年に訪日外国人観光客の目標を4千万人としているように、今後、訪日観光のニーズは高まるばかりです。そのような中で、本市としても能動的なインバウンド対策を実践します。

**プロジェクト**

**29 ターゲット国ごとの訪日観光に対するニーズと情報入手方法などの把握**

韓国、台湾、香港、中国、タイ、東南アジア地域及び欧米豪の柳川観光へのニーズの把握を行います。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

**30 柳川市の観光コンテンツの選択と集中**

福岡県、福岡市、周辺自治体との連携を視野に、本市の訪日外国人観光客に対して最大の魅力が発揮される観光コンテンツを選択します。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

**31 ターゲット国ごとの旅のテーマを設定**

ターゲット国ごとに、旅のテーマなどを設定し、情報発信する際の指針にするとともに、誘客を促進する重点エリアなどもあわせて設定します。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

## 32 情報発信ツール(印刷物、外国語HP)などの見直し

ターゲット国のニーズ把握と柳川の観光コンテンツの選択により整理されたテーマを基に、既存のパンフレットや外国語のHPなどの情報発信ツールについて内容等の見直しを図ります。

実施主体者(順不同) ▶ 行政、観光協会

## 33 効果的な情報発信

SNSや海外インフルエンサー、メディアとの連携など、効果的な情報発信の手法を用い、情報発信を図ります。

実施主体者(順不同) ▶ 行政、観光協会、柳川フィルムコミッション

### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ターゲット国ごとのニーズの把握</li> <li>◆観光コンテンツの選択</li> <li>◆誘客テーマの設定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆情報ツール発信(印刷物、外国語HP)などの見直し</li> <li>◆効果的な情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光モデル、ターゲットの見直し</li> </ul>

**基本方針3** 国内・海外からの観光客の誘客の仕組みをデザイン

**施策⑪ 福岡県、福岡市、九州運輸局、九州観光推進機構等との連携による誘客の促進及び情報発信**

福岡県を代表する観光地としてのポジションを最大限に活用し、関係機関との連携をこれまで以上に強化します。

**プロジェクト**

**34 各団体との連携事業の積極的参加**

福岡県及び福岡市との共同セールスプロモーションの推進及び、九州観光推進機構、九州運輸局、JNTO主催のセミナー商談会等への積極的な参加による誘客を促進します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会**

**35 柳川市の情報ツールの整備と相互リンクの促進**

行政や観光協会の多言語HPの最適化と各HPへの相互リンクの促進による情報発信経路の拡大を図ります。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会**

**36 VJ事業<sup>(※1)</sup>への積極的参加による誘客促進**

市立案によるVJ事業の提案などにより、市単独ではなく広域連携の観光プロモーションを実施します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会**

※1：訪日外国人観光客の増加を目的とした訪日プロモーション事業のこと。ビジット・ジャパン事業の略称。

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆各連携事業の積極的参加</li> <li>◆情報ツールの整備と相互リンクの促進</li> <li>◆VJ事業への積極的参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市が立案するVJ事業の実施</li> </ul>	



**基本方針 4 受入れ意識の醸成****施策⑫ 市民や子どもが、歴史伝統、文化などの柳川の魅力に触れる機会の創出**

市民に対する魅力的な地域資源に関する情報発信を強化します。そのことにより、地域への帰属意識が醸成され、観光客へのおもてなしが自然に生まれ、観光施設等への来訪や地域の祭り・イベントへ自ら参加するなど、「プライド(愛着・誇り)」が生まれてきます。市民一人ひとりが本市の魅力、良さというものを再認識することはもちろんですが、目指すべきは、地域に関わる人々が、まちづくりへの参画意欲を高めることにあります。本市への愛着を大切にすることで「市民の手による観光」を推進します。

**プロジェクト****37 柳川を学ぶ機会の創出**

柳川歴史文化講座や出前講座などを積極的に活用し、柳川の歴史や文化、伝統を知る機会として勉強会を実施し、「知る」機会の創出に努めます。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、教育委員会**

**38 子ども版水郷柳川ゆるり旅の実施**

未来を担う柳川の子ども達に、更に深く柳川の魅力を知ってもらう機会として、子どもの参加を対象とした「水郷柳川ゆるり旅」を開催します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、水郷柳川旅物語企画会議**

**39 学校向け体験プログラムの整備**

学校の課外活動の一環として、柳川の歴史や文化に触れてもらう機会として、総合的な学習の時間や自由研究などに活用できる体験プログラムを整備し、情報提供を図ります。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、教育委員会**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勉強会の資料作成</li> <li>◆子ども版水郷柳川ゆるり旅の実施</li> <li>◆学校向け体験プログラムの開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勉強会の実施(市域内限定)</li> <li>◆学校向け体験プログラムの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆勉強会の実施(市域外へ拡大)</li> </ul>

## 基本方針4 受入れ意識の醸成

### 施策⑬ 観光客をあたたかく迎える市民協働の取り組みの推進

本市の観光振興を進めていくため、行政、観光事業者、民間団体、市民が一体となり地域の魅力を活かした個性ある質の高い観光を推進します。

柳川に住む人が「地元を誇りに思い、まちづくりを楽しみ、観光客をもてなす」など、市民の「地域力」を最大限に活かした市民協働の取り組みを推進します。

#### プロジェクト

#### 40 『“おもてなし柳川”市民会議』の継続実施

平成26年より開催している『“おもてなし柳川”市民会議』を継続実施し、更に裾野を拡げるためのミニ講演などにより市民への浸透を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、“おもてなし柳川”市民会議

#### 41 水路清掃活動の継続実施

「水路清掃活動」を継続実施するとともに、道守柳川ネットワーク等と今後も連携していきます。

実施主体者(順不同) 行政、市民

#### 42 産学官連携オープンセミナーの継続実施

平成21年より開催されている、九州産業大学との連携事業を継続して実施します。

実施主体者(順不同) 行政、九州産業大学

### 43 子ども版案内ガイドの育成

子どもたち目線で、柳川の魅力を掘り起こすために、子どもたちが案内を行うガイド体験を実施します。夏休みなどの自由研究として活用し市民の参加を募ります。

**実施主体者** (順不同) **行政、観光協会、市民、教育委員会**

施策と活動計画		
短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆“おもてなし柳川”市民会議の継続実施</li> <li>◆水路清掃活動の継続実施</li> <li>◆産学官連携オープンセミナーの継続実施</li> <li>◆子ども版案内ガイドの仕組みの検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→</li> <li>→</li> <li>→</li> <li>◆子ども版案内ガイドの実施</li> </ul>	

**基本方針4 受入れ意識の醸成**

**施策⑭ 観光を基軸とした、中小企業や商店街、  
商工・農漁業の地場産業との協働**

豊富な農水産物を中心とした「食」に関連する幅広い取り組みの展開により、世界に通じる“柳川の新たなブランド”の構築を図り、食関連産業の競争力向上や新たな産業の育成と雇用の創出を図るとともに、豊かな市民生活が育まれるまちを目指します。

**プロジェクト**

**44 柳川産農水産品のブランドの浸透**

メディアタイアップなどを活用した、柳川産農水産品のブランド浸透を図ります。合わせて、柳川産農水産品を使った、新たな柳川グルメの開発も行います。

**実施主体者(順不同) 行政、商工業者、JA、漁連、柳川ブランド推進協議会**

**45 柳川の食や物産品の集う場の創出**

柳川の「食」や「物産品」が一同に集うグルメイベントを開催。新たな「食」や「物産品」の発表の場などを通して、市外の方々との交流による新たなブランドづくりをすすめます。

**実施主体者(順不同) 行政、商工業者、JA、漁連、柳川ブランド推進協議会**

**46 ふるさと納税謝礼品の開発**

柳川らしい品質の高い商品など、地元商工業者と協働で、謝礼品の開発を進めます。将来的には大量販売を視野に、テストマーケティングとしてふるさと納税の謝礼品開発をすすめます。

**実施主体者(順不同) 行政、商工業者、JA、漁連、柳川ブランド推進協議会**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆柳川産農水産品のブランド浸透</li> <li>◆ふるさと納税謝礼品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆柳川産農水産品の新グルメの開発</li> <li>◆柳川の食や物産品の集う場の創出</li> <li>◆開発商品の一般販売</li> </ul>	

## 基本方針5 国内・海外からの観光客の受入れの仕組みづくり

### 施策⑮ 多様なガイドの仕組みの構築

地域の魅力を伝えるのは「人」です。何よりも人が観光資源であり、交流を促す上で人の存在は欠かせません。本市の歴史・文化・産業・自然の魅力を伝える伝道師として、市民参加を更に促すため、様々な形でのガイドを育成し、観光客に柳川の「本物」の魅力を伝えます。

#### プロジェクト

#### 47 テーマごとのガイド養成講座の開催

柳川の「歴史」「食と文化」「まち歩き」「体験」など、テーマを絞り、特化した養成講座を開催し、テーマ性の高いガイドの育成を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、市民

#### 48 個々の趣味や強みを活かしたガイド＝柳川マイスターの養成

個人の仕事や趣味などの実益を活かした「柳川マイスター」を養成し、専門性の高い案内ガイドの育成を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、市民

#### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆テーマごとのガイド養成講座</li> <li>◆柳川マイスターの養成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆専門ガイドの登録の推進</li> <li>◆柳川案内人としての登録の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆本市の体験コンテンツとして活用</li> </ul>

**基本方針5 国内・海外からの観光客の受入れの仕組みづくり**

**施策①6 外国人受入れ環境の整備(言語対応、非言語対応)**

訪日外国人観光客に対する受入れ力の向上を目的に、観光関係者・市民の方々の言葉の壁を超えたコミュニケーション能力を高め、訪日外国人観光客に対する受入れ力の向上を図ります。

**プロジェクト**

**49 外国人受入れ対応おもてなしの事例共有会の開催**

「観光施設」「宿泊施設」「飲食施設」「交通事業者」ごとに、実際に外国人に対しての対応や懸念する点など事例共有する場を設け、おもてなし意識の醸成を図ります。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光事業者**

**50 善意通訳者(グッドウィルガイド)の育成**

「やさしい日本語ツーリズム」などの実績を基に、観光案内役としての通訳者を育成し、登録する仕組みを構築します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光協会、市民**

**51 通訳案内士の育成**

訪日外国人に対するコミュニケーションについて、市民の方々の苦手意識がなくなり、将来的に報酬を得て訪日外国人旅行に付き添い、案内を行う、通訳案内士の育成を行います。

**実施主体者(順不同) 行政、市民、観光プラットフォーム(仮称)**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(~2024年度)	長期(~2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆事例共有会の開催</li> <li>◆善意通訳案内のセミナーの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆善意通訳案内人の登録</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆通訳案内士の育成</li> </ul>

**基本方針6 受入れ環境の整備****施策⑱ 観光交流拠点の充実**

観光と交流を促進する拠点として、人と物が集まり、観光客と交流が生まれるような在り方について検討を図ります。将来的には柳川らしい観光交流施設としての設置を模索します。

**プロジェクト****52 観光交流拠点のネットワーク化**

沖端の観光情報センター、柳川駅の観光案内所に加え、各地域の既存の施設を活用して観光情報の受発信の拠点としてネットワーク化を行い、情報の一元化を行います。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

**53 観光交流拠点等の設置**

柳川らしい観光交流拠点等の在り方を検討します。周辺の道の駅等とは差別化を図った観光交流拠点等の設置を模索します。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

**54 都市圏等での情報発信**

福岡都市圏や大都市圏を対象に、柳川の情報受発信の拠点づくりを図ります。また柳川出身者や県人会等のネットワークについても活用を検討します。

実施主体者(順不同) **行政、観光協会**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
◆観光交流拠点のネットワーク化	◆柳川らしい「観光交流拠点等」の在り方について検討 ◆都市圏等での情報発信	

## 基本方針6 受入れ環境の整備

### 施策⑱ まちなみ景観、自然景観などの魅力の保全、活用の創造

本市を代表する観光資源である「掘割」の保護保全に努めるとともに、風情のある街並み景観、有明海沿岸部の自然景観をつくるため、市民・事業者への啓発など本市景観計画にそった良好な景観の形成に努めます。また、市内に点在する史跡や歴史的な建物、まち並み等の保護・保存に努めます。

#### プロジェクト

##### 55 景観計画及び景観条例の観光面での浸透

本計画にて実施するエリアビジョンを基に、景観計画及び条例で定める地区ごとの景観の浸透を図ります。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光プラットフォーム(仮称)

##### 56 古民家や空家の利活用促進

古民家を活用した民泊や空家の活用など、外部の企業や団体との連携も含め、景観維持と新たな交流の場を創出します。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光プラットフォーム(仮称)

##### 57 西鉄柳川駅前から沖端地区にかかる景観の整備

柳川の玄関口である西鉄柳川駅から沖端地区までの導線上にある景観の魅力保全に努め、観光客のワクワク感を醸成します。

実施主体者(順不同) 行政、観光協会、観光プラットフォーム(仮称)

#### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
◆古民家・空家の利活用のルールづくり	◆古民家/空家の活用事業の実施 ◆西鉄柳川駅周辺環境の魅力の保全	



**基本方針6 受入れ環境の整備****施策⑱ 二次交通 交通ネットワークの充実**

西鉄やJRの駅をはじめ、九州自動車道などからの二次交通網の整備について、既存事業の有効性を高めるとともに、民間事業者等の協力を得ながら問題の解決に努めます。観光客が利用しやすい交通環境整備を行うことで、観光地までの交通利便性の向上を目指します。

## プロジェクト

**58 レンタサイクル事業の拡大**

現在、沖端地区を中心に実施しているレンタサイクル事業を、両開地区、中島地区でも実施します。

**実施主体者(順不同)** 行政、観光協会、観光プラットフォーム(仮称)

**59 路線バス網を活用した観光受入れの整備**

既存の路線バス網を活用した、バス移動による観光に特化したルートを整備し、情報発信を行います。将来的に、観光に特化したルートの開発も行います。

**実施主体者(順不同)** 行政、観光協会、交通事業者

**60 柳川らしい二次交通のあり方について検討**

掘割を活用した水上交通や、まち歩きなど、柳川らしい二次交通の導入を検討します。

**実施主体者(順不同)** 行政、観光プラットフォーム(仮称)

## 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(~2024年度)	長期(~2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆レンタサイクル事業の拡大(実証実験)</li> <li>◆観光向け路線バスルート(既存)の整理とツール作成</li> <li>◆柳川らしい二次交通のあり方についての検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆レンタサイクル事業の市域での実施</li> <li>◆路線バスの観光キャンペーンの実施</li> <li>◆水上交通などの柳川らしい二次交通の新たな導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光に特化した路線バスルートの開発</li> </ul>

**基本方針6 受入れ環境の整備**

**施策⑳ 観光ICTの積極的な導入**

情報通信技術 (ICT) は、私たちの生活に身近なものとなっています。ウェブサイトを通じた情報発信、ブログやフェイスブック等のソーシャルメディアを介したコミュニケーション、スマートフォンで使えるアプリケーションの提供や携帯端末の位置情報の活用など、私たちの生活をより便利に、より楽しくしています。なかでも、旅ナカでの情報収集手段として、スマートフォン、タブレット端末を利用することが多くなっています。そのため、国内外問わず、観光情報の効果的な発信においては、ICTの活用が重要で、本市においても積極的な活用を図ります。

**プロジェクト**

**61 デジタル技術の導入の検討**

AI(人工知能)やIoT化(モノのインターネット)化の普及拡大など日々変貌しているデジタル分野において、本市に最適なデジタルを活用した交流のあり方について検討します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、観光事業者**

**62 観光案内サイン等への多言語アナウンス**

観光案内や施設の説明板など、現状、日本語表記のみの案内板について、QRコードなどのサービスを利用した多言語アナウンスのサービスの導入を図ります。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、観光事業者**

**63 キャッシュレス化の推進**

観光施設、飲食施設、宿泊施設などへのキャッシュレスサービスの導入を推進します。

**実施主体者 (順不同) 行政、観光協会、観光事業者**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光案内サイン等への多言語アナウンスの導入の検討</li> <li>◆キャッシュレス導入セミナーの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆デジタル技術導入の検討</li> <li>◆キャッシュレス化の推進</li> </ul>	

**基本方針6 受入れ環境の整備****施策②1 防災(避難誘導)計画の検討**

台風、集中豪雨、地震など大きな災害が発生した際に、国内外からの観光客が安心・安全に避難誘導を行うために、防災計画等を基にした誘導手法について検討します。

## プロジェクト

**64 屋外における観光客の避難誘導計画の検討**

観光客が屋外で災害等の緊急事態に遭遇した際の誘導方法などを明記した誘導計画を検討します。

実施主体者(順不同) ▶ **行政、観光協会、観光事業者**

**65 屋内における観光客の避難誘導計画の検討**

観光客が観光施設、飲食施設、宿泊施設などの屋内で災害等の緊急事態に遭遇した際の、誘導方法などを明記した誘導計画を検討します。

実施主体者(順不同) ▶ **行政、観光協会、観光事業者**

**66 外国人向け避難誘導計画の検討**

外国人の避難を想定した、言語・非言語の避難誘導計画を検討します。

実施主体者(順不同) ▶ **行政、観光協会、観光事業者**

## 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆屋外における観光客の避難誘導計画の検討</li> <li>◆屋内における観光客の避難誘導計画の検討</li> <li>◆外国人向け避難誘導計画の検討</li> </ul>		

**基本方針7 観光まちづくりを推進する組織の構築**

**施策②② 観光プラットフォーム(仮称)構築および手順の明確化**

本市への観光誘客を推進する中核支援組織として、行政や観光協会などの観光関係者だけでなく、漁業や農業、商工業などの異業種や、市民の方々も巻き込んだ「地域内における横断的な体制の構築」に努めます。将来的には、多種多様な地域の人や組織、資源などを有機的に繋ぎながら、新たな産業と雇用の創出を目指し、一層の交流人口の拡大と観光による消費拡大を図ります。

**プロジェクト**

**67 観光まちづくり推進委員会(仮称)の設置**

観光に関連する様々な事業を定期的に評価し、必要に応じて見直しをしていく「PDCAサイクルによる進行管理」を行う、委員会等を設置します。また組織構築に向けた設立準備についても本委員会にて推進します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)**

**68 観光プラットフォーム(仮称)構築に向けたロードマップ策定**

組織構築に向けた基本計画策定・人材の確保と育成・関係者への啓蒙などの、ロードマップを策定し、円滑な組織構築を目指します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)**

**69 観光プラットフォーム(仮称)基本計画書の作成**

プラットフォーム組織の目的と役割、組織構築までのロードマップやマーケティング計画などの基本計画の策定を行います。計画策定において先進地視察や地域セミナーなどの必要な事業についても実施します。

**実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)**

**施策と活動計画**

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光まちづくり推進委員会(仮称)の設置</li> <li>◆観光プラットフォーム(仮称)構築のロードマップ策定</li> <li>◆マーケティング計画の策定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光まちづくり地域セミナーの実施</li> <li>◆必要な視察事業</li> </ul>	

## 基本方針8 稼げる観光産業のマネジメント

### 施策⑳ 観光プラットフォーム(仮称)の運営

基本計画に沿って柳川の「ヒト」「モノ」「コト」を有機的につなぎ魅力を発信するとともに、経営感覚を持った組織として自立した運営を推進する組織づくりを行います。

#### プロジェクト

#### 70 専任者の配置、人材育成

組織全体のかじ取りを行う人材を配置し、地域の取り組みを支援しマーケット等の情報発信を担う人材を育成します。

実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)

#### 71 市場のニーズの把握

観光客に、本市で何を見て、どんな体験をしてもらいたいかなどの、観光客の行動や動態等について現状を把握する各種調査を実施します。

実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)

#### 72 観光事業者、市民、まちづくり団体、観光関係事業者等への支援等

人的、物的な支援を観光事業者に行い、柳川の統一した観光と交流の全体コーディネートを行います。

実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)

#### 73 自立した組織運営

観光プラットフォーム組織の自立的・継続的な活動が行われるよう、各種補助金や委託事業などの支援策の活用や民間企業との共同事業など安定的な運営資金を確保するために様々な取り組みを推進します。

実施主体者(順不同) 行政、観光プラットフォーム(仮称)

#### 施策と活動計画

短期(2019年～2021年度)	中期(～2024年度)	長期(～2028年度)
<ul style="list-style-type: none"> <li>◆専任者の配置、人材育成</li> <li>◆ニーズの把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆観光事業者、市民、まちづくり団体、観光関係事業者等への支援等</li> <li>◆自立した組織運営</li> </ul>	



## 2 優先プロジェクト

観光と交流によるまちづくりを推進し、成果目標を達成するために優先プロジェクトとして、次の視点から特に優先的に実施します。

### 《視点1》

他のプロジェクトの基盤となる取り組みであること

### 《視点2》

課題に直面していて、対策に迫られていること

### 《視点3》

市民が柳川の魅力に触れる機会となること

### 《視点4》

市民の交流を支える取り組みであること



1 市民の意識醸成

2 観光と交流の基盤整備

3 訪日外国人観光客の誘客

4 快適な時を過ごす環境づくり

5 柳川の『観光と交流』をささえる

## ① 市民の意識醸成

地域の魅力を伝えるのは人です。本計画の振興には観光関係者だけではなく、市民全体の参加がとても大切です。その為には、市民の方々が柳川の歴史や文化を知り、地元を愛することが観光と交流に対する意識の醸成に繋がります。本プロジェクトを通じて、市民意識の向上を図っていきます。

### 優先するプロジェクト

- プロジェクト(13)柳川水郷物語(仮称)の整備
- プロジェクト(22)NHK大河ドラマの招致
- プロジェクト(37)柳川を学ぶ機会の創出
- プロジェクト(38)子ども版水郷柳川ゆるり旅の実施
- プロジェクト(47)テーマごとのガイド養成講座の開催

推進の流れ

- ・歴史や文化、暮らしなどのテーマごとの柳川の物語を整備
- ・テキスト化
- ・セミナー等の開催

- ・テーマごとのガイド養成講座の開催

- ・柳川の魅力に触れる、市民・子ども向けの体験プログラムを実施

## ② 観光と交流の基盤整備

私たちが住む柳川とはどういうところか、川下りの魅力とは何か、それぞれの想いや視点を少しでも同じベクトルにし、共通認識を進めることで、効果的な観光によるまちづくりの実践に繋がります。

### 優先するプロジェクト

- プロジェクト(1)地域ごとの資源の整理(地域デザイン会議(仮称)の実施)
- プロジェクト(2)ブロックごとのエリアビジョンの設定
- プロジェクト(5)川下りの名称の統一
- プロジェクト(6)川下り市民シンポジウムの開催

推進の流れ

- ・地域ごとの資源の整理
- ・川下り名称の統一

- ・地域のブロック化とエリアビジョンの設定

- ・市民シンポジウムによる市民への啓蒙

### ③訪日外国人観光客の誘客

訪日外国人観光客に効果的な情報を発信し、誘客に繋げるためにそれぞれの国のニーズを把握し、ニーズにあわせたPRをすることで訪日外国人の入込み客増に繋がります。

#### 優先するプロジェクト

プロジェクト(29) ターゲット国ごとの訪日観光に対するニーズと情報入手方法などの把握

プロジェクト(30) 柳川市の観光コンテンツの選択と集中

プロジェクト(31) ターゲット国ごとの旅のテーマの設定

推進の流れ

・ターゲット国のニーズと  
ウォンツを把握する  
・観光コンテンツを整備

・外国人向けの誘客戦略を策定

### ④快適な時を過ごす環境づくり

柳川らしさが存分に発揮される水上交通を活用した二次交通網を整備することで、観光客の周遊を促し、滞在時間の延長に繋がるとともに、柳川らしい景観の維持にも努めます。

#### 優先するプロジェクト

プロジェクト(56) 古民家や空家の利活用促進

プロジェクト(60) 柳川らしい二次交通のあり方について検討

推進の流れ

・柳川らしさが発揮される  
掘割などを活用し、水上交通  
などの二次交通のあり方につ  
いて検討

・掘割、徒歩などを活用した  
ルートづくり

・起点箇所や途中箇所へ立寄  
ることのできる施設などを  
設置



## ⑤柳川の『観光と交流』をささえる

本計画を実行し、目指すべき将来像を実現するには中間支援組織である観光プラットフォーム(仮称)の構築が必要です。観光に関わる市民、事業者、関係者を支える組織構築を計画的に進めます。

### 優先するプロジェクト

- プロジェクト(67)観光まちづくり推進委員会(仮称)の設置
- プロジェクト(68)観光プラットフォーム(仮称)構築に向けたロードマップ策定
- プロジェクト(69)観光プラットフォーム(仮称)基本計画書の作成

推進の流れ

- ・組織構築までのロードマップ作成
- ・組織の基本形計画の作成

- ・計画に沿ったマネジメント、マーケティング活動を実施



卷末資料



# 1 柳川市観光まちづくり推進委員会 開催記録

## 推進委員参加者名簿 (順不同・敬称略)

	所 属	役 職	氏 名
1	九州産業大学地域共創学部	学部長	千 相哲 ◎
2	国土交通省九州運輸局観光部観光地域振興課	課長	山下 賢舟
3	一般社団法人九州観光推進機構	専務理事	渡邊 太志
4	福岡県商工部観光局観光政策課	課長	神代 眞澄
5	公益社団法人福岡県観光連盟	専務理事	濱田 洋一
6	公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー	事務局長	野中 晶
7	西日本鉄道株式会社事業創造本部観光・レジャー事業部内西鉄グループ観光委員会事務局	事務局長	今村 義民
8	有限会社フクオカ・ナウ	ジェネラルマネージャー	サーズ 恵美子
9	一般社団法人柳川市観光協会	会長	高橋 努武
10	柳川・大川旅館組合	組合長	富安 信一郎
11	柳川商工会議所観光対策委員会	委員長	渡邊 力
12	柳川市商工会	副会長	田中 義隆
13	“おもてなし柳川” 市民会議	副会長	山田 三代子
14	NPO 法人柳川フィルムコミッション	理事長	風間 英人
15	柳川市	副市長	酒見 勇次 ○

◎会長 ○副会長

## 開催記録

名 称	開催日	主な内容
第1回まちづくり推進委員会	2018年8月17日	・計画の概要と方向性について
第2回まちづくり推進委員会	2018年10月25日	・コンセプトシートについて協議 ・「水郷・柳川」の将来像について協議
第3回まちづくり推進委員会	2018年11月29日	・ワーキンググループの意見共有 ・観光コンテンツの方向性について説明
第4回まちづくり推進委員会	2019年1月16日	・観光振興計画素案のご提案
第5回まちづくり推進委員会	2019年2月25日	・観光振興計画素案の最終協議 ・観光振興目標値について協議



# 1 観光振興計画ワーキンググループ 開催記録

## ワーキンググループ委員参加者名簿（順不同・敬称略）

	機関・団体	役 職	氏 名
1	柳川商工会議所	青年部	荻島 博
2	福岡有明海漁業協同組合連合会	参事	太田 豪
3	柳川商店街振興組合		岩崎 薫
4	沖端商店会	副会長	金子 英典
5	一般社団法人柳川青年会議所	事務局長	川口 流香
6	一般社団法人柳川市観光協会	事業戦略委員長	横山 義嗣
7	水郷柳川観光株式会社	業務部長	森田 亮路
8	株式会社御花	ゼネラルマネージャー	立花 健太郎 ◎
9	公益財団法人北原白秋生家記念財団	事務局長	高田 杏子
10	柳川むつごろう会	事務局長	笠間 幸吉
11	交流館なかしまワッセ!		北島 智美 ○
12	柳川市観光ボランティアガイドの会	副会長	戸島 隆宏
13	地域おこし協力隊		千原 久美子

◎グループ長 ○副グループ長

## 開催記録

名 称	開催日	主な内容
第1回ワーキンググループ会議	2018年11月8日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・計画の概要と方向性について</li> <li>・委員会の役割と位置づけについて</li> </ul>
第2回ワーキンググループ会議	2018年11月20日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前回の振り返り</li> <li>・観光コンテンツの現状把握と意見交換</li> </ul>
第3回ワーキンググループ会議	2019年1月10日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光振興計画素案のご提案</li> <li>・計画についての意見集約</li> </ul>
第4回ワーキンググループ会議	2019年1月30日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光振興計画修正案のご提案</li> <li>・優先プロジェクトについての意見交換</li> </ul>



## 柳川市観光振興計画

---

発行／2019年3月

発行者／柳川市役所産業経済部観光課

〒832-8601 柳川市本町87番地1

TEL：0944-73-8111

FAX：0944-73-2516

柳川市観光振興計画



2019年3月  
福岡県柳川市