

1 前回委員会から市長への提言書（写し）

平成23年11月10日

柳川市長 金子 健次 様

柳川市観光まちづくり推進委員会
会長 千 相 哲

観光まちづくりに向けた【選択と集中プラン】について（提言）

首記について、別紙のとおり成案を得ましたので、ここに提言します。

プランづくりにあたり、観光を専門とする委員に参画していただき、精力的かつ積極的な意見をいただきました。

まず、柳川観光の現状と課題、数値目標の達成度、短期プロジェクトの評価、満足度調査など「これまでやってきたこと、やり残したこと」を振り返ると共に、九州・福岡における取り組みを共有した上で、時代の潮流や社会情勢の変化などを踏まえ、「やってきたことは、このままでいいのか」について、広い視点から議論しました。

「選択と集中プラン」は、

①観光施策の方向性として、どうやっていくのか。

②柳川にとっての柱は何か。

③実現するには、具体的にどういったやり方が望ましいのか。

以上の3つの視点から、各論について議論し、提案されたキーワードを中心に抽出し、整理して策定しました。

特に、事業の実施にあたっては、観光の地域貢献度を啓発するとともに市民の暮らしと観光の距離を縮める視点から、「柳川の身の丈に合っている」、「柳川人が根付かせる」、「やっている人が楽しむ」など、プランが絵にかいた餅にならないように、行動実践を重視したプランづくりに努めました。その実施主体は柳川の連携、即ち「地域力」を生かすことが肝要と思われまます。

今後、「観光まちづくり」の実現に向け、柳川内外との連携を進めながら、平成24年度以降の予算編成、人員配置について、重点的かつ具体的に取組まれますよう要請します。

2 前回提言のポイント 平成24年度～3年間の観光施策

1 受け入れる側の質を向上させる・態勢を充実する

①柳川の「快適性」、即ち「アメニティ」に関する不満割合が高かった。

②お客様のマーケットが広がった。

時間とお金をかけて来ていただくことは、期待度合いが高まり、満足度のハードルが高まる。来られる前の柳川のイメージと、実際の柳川のギャップが不満要素に反映されていた。

2 今一度「ベーシックなもの」に立ち返る

「自分が評価するものでないとお金を使わない」消費者が増える中、柳川に求められるものは、「連れてきた人をがっかりさせないまちづくり」。

3 柳川のアイデンティティ＝「水郷柳川」のブランド構築

時代がいかに変化しようとも変えられないアイデンティティ、「絶対価値」は「水郷柳川」。「水郷柳川」ブランド構築に向け、中長期的かつ分野横断的に、市民と連携した取組みを。

4 最優先すべき戦略「柳川観光の柱」

「市民、観光客双方にとっての心地よい空間づくり」

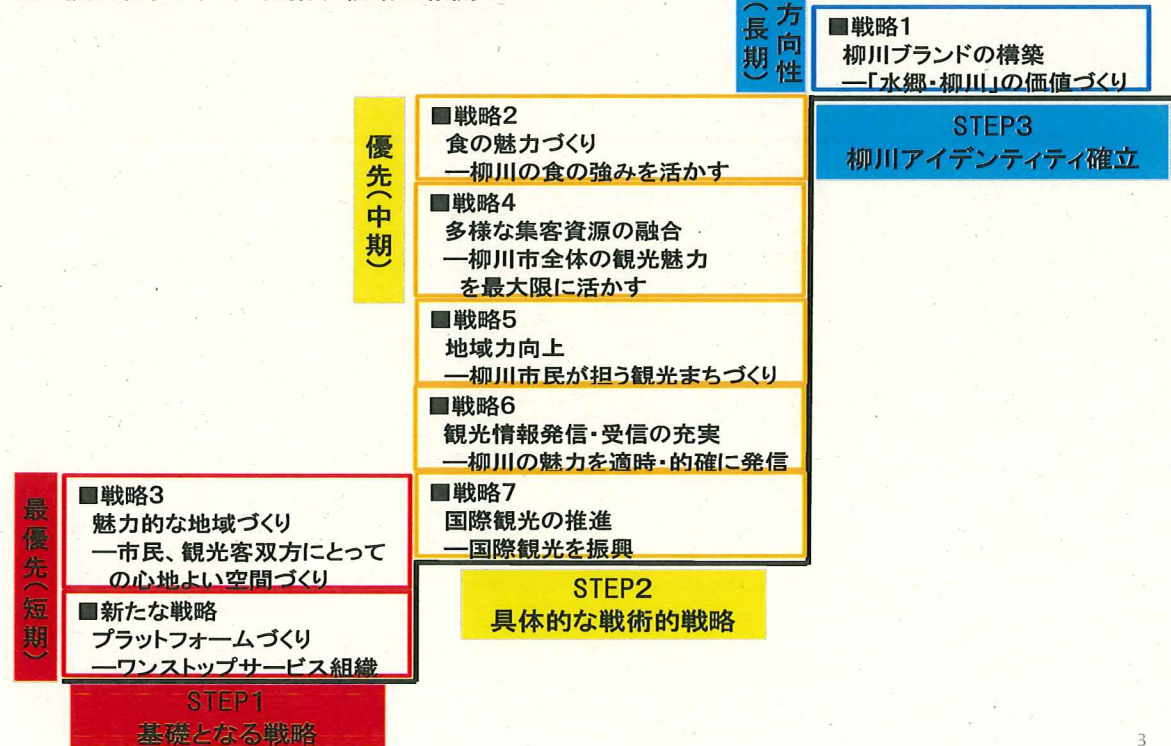
5 柳川の「地域力」による実現

「やり方」は、「できる可能性」を十分に協議して事業化する。

事業の実施にあたっては、観光の地域貢献度を啓発するとともに、市民と観光の距離を縮める視点から、「柳川の身の丈に合っている」、「柳川人が根付かせる」、「やっている人が楽しむ」など、主体は柳川の連携、即ち「地域力」であることに主眼を置いて取り組む。

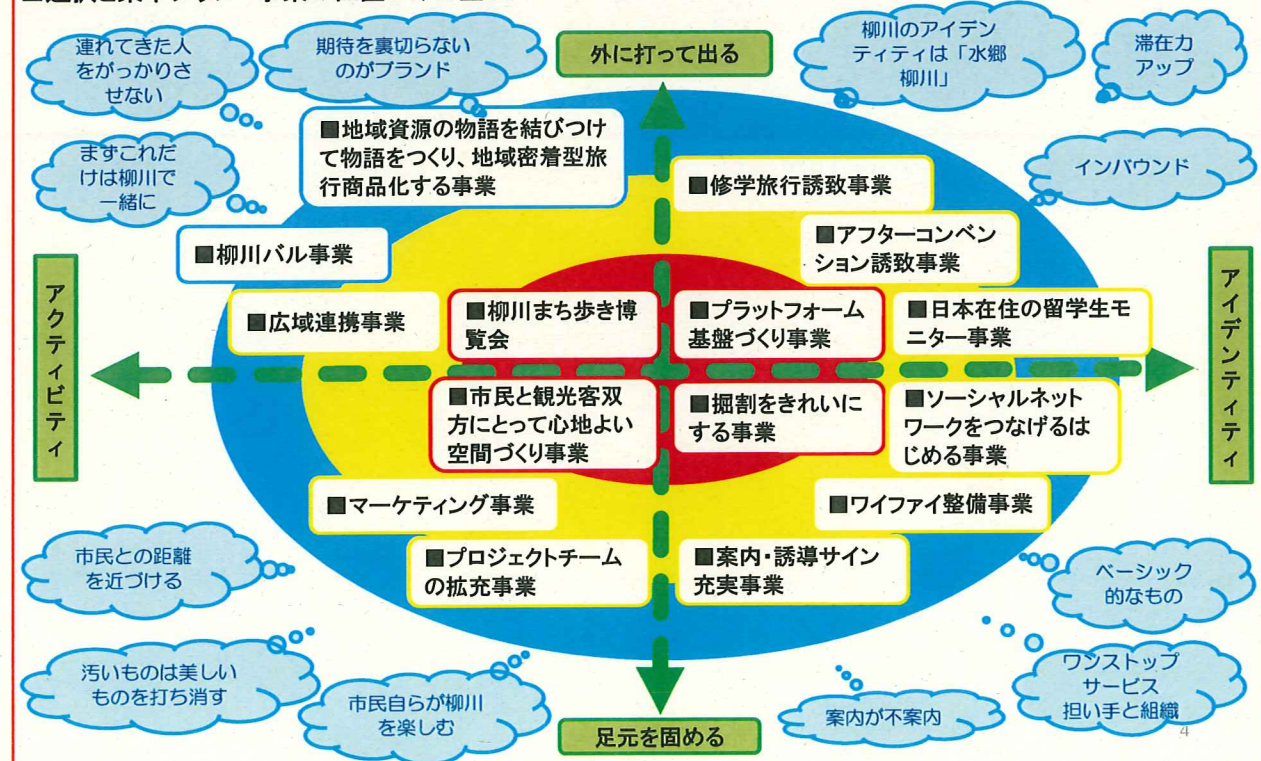
3 前回提言のポイント 平成24年度～3年間の戦略優先

■選択と集中プラン 目指す戦略の相関イメージ



4 前回提言のポイント 平成24年度～3年間の重点事業

■選択と集中プラン 事業の位置づけの整理



No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
1	<p>■最優先事業1 掘割をきれいに する事業</p> <p>■キーワード 川下りコースの清 掃</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> 柳川の地域資産である掘割を、市民・行政・事業者ができることを協働してきれいにする。観光客に「見せる事業化」し、付加価値をつける。 エリアは、城堀(川下りコース)からはじめる。 市民の暮らしと水と観光を近づける。 単なるイベントではなく、日常の当たり前の光景にする。365/365。 将来的に目指す姿、具体的な事業メニューは「柳川市掘割を守り育てる行動計画」に示されている。テコ入れ。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> 清掃を充実させ、まずはゴミの浮いていない掘割にすることから。併せて、生活排水の流入の目隠しも。 掘割環境整備機構と連携し、掘割の清掃を半日から1日に伸ばす。 関係機関で集まる場をつくり、「道守」にちなんだ「堀守」の結成。一定のルールづくり。 船頭がお堀の清掃に参画できる仕組みづくり。 	<ul style="list-style-type: none"> 川下りコースの清掃について、平成23年度に県緊急雇用対策事業を活用して365日1日間に延長、平成24年度からは一般財源化して予算増額、現在も継続中。作業量を増やし、川下りコースの浮遊ゴミの除去には結び付いた。 清掃は、シルバー人材センターに委託。 掘割を管理する水路課や柳川みやま土木組合の協力を得ながら実施した。 一方、お客様アンケート調査やお客様からは、川下りコースのゴミや水質についてのお叱りはいただいている。 「堀守」の組織化は実現できていない。 	<p>■成果は向上余地あり</p> <ul style="list-style-type: none"> 川下りコースの清掃については、提言を反映して充実はできた。しかし、まだ十分とはいえない。 市民や観光従事者の関心を高めることには不十分であった。 	<p>■効率化よりも成果を向上させることを優先する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ゴミを捨てない、ゴミがあったら拾うなど、市民の意識啓発、市民と掘割を近づけるなど、おもてなし事業の一環としても取り組んでいく。 川下りコースの清掃充実のための予算措置や体制充実。関係者が主体となった連携づくり。 水質の浄化策や水量確保などの根本的な点は、市の施策として連携してとりくむ。 舟会社、船頭の協力態勢づくりと意識啓発。 	<p>■全市挙げた取り組みとすること。</p> <ul style="list-style-type: none"> 毎日清掃船を出しているが、舟が1艘で2人体制であり、川下りコースのゴミをすべて除去することは難しい面があるので、まずはゴミが浮いていない状態とするために体制の充実が必要。 水質の浄化には、公共下水道や合併処理浄化槽の普及、維持管理の啓発を進めていき、水量確保には上流や関係機関との調整が必要である。



No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
2	<p>■最優先事業2 市民と観光客双方 にとって心地よい 空間づくり事業</p> <p>■キーワード 川下りコース沿い の快適な水辺空間 づくり</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> 柳川ならではの水辺空間を快適にする。親水空間を整備する。 質を高めて、滞在力を上げる。静かなまちの佇まい。 エリアは、城堀周辺や沖端からはじめる。 休憩できて、座れる場づくり。 水辺の花見、夜の川下り、納涼船、観月船、こたつ舟、など、四季折々の楽しみ方の提案。夜の楽しみ方の提案や夜の灯りの演出。 掘割から見る景観の修景事業。 「水辺ガーデニング」。流域の方への奨励、きっかけとしてコンテスト。 四季折々の花いっぱい水辺の演出。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業のきっかけは行政。掘割行動計画との整合。 実施主体は流域の市民主体、行政支援。 「堀守」などとの連携。 プロジェクトチームでは、柳川ならではのどんこピア、どんこJAZZの発展形事業の提案も。 トイレは新たに整備するよりも、「柳川の駅」との連携を探る。 	<ul style="list-style-type: none"> 川下りコース沿いの花いっぱい運動や柳など植栽の維持管理には努めたが、親水空間や休憩スペースの整備といったハード面の整備はできていない。 四季を通した川下りPRや、夜の川下りの演出は改善できた部分があるが、情報発信面や協力体制など、まだまだ向上の余地がある。 川下りで食事ができること、持ち込みができること、夜もできることなど、新たな川下りの楽しみ方や、「どんこシリーズ」が定着しつつある。 水辺付近に快適なトイレを確保するには至っていない。 	<p>■成果の向上余地あり。</p> <ul style="list-style-type: none"> 水辺空間や親水空間の整備、休憩スペースの確保には至っていない。 灯り舟、観月船、こたつ舟など四季折々の夜の川下りは少しずつPR効果が出始めている。 「水辺のガーデニング」は、平成24年度から予算化できたが事業化に至らず。 トイレの確保には至っていない。 	<p>■まずはソフト面での計画から。ハード面の整備は事業連携で実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 水辺を散策したいと思っていただける魅力づくり。 ハード整備に向けたソフト面のコンセンサスづくり。 	<ul style="list-style-type: none"> 水辺を生かしたソフト事業を企画していく。 快適な水辺のハード整備については、国や県の補助事業を活用する。 まずは、水辺の植栽や花いっぱいなど、市民協働でできることからやってみて、水辺を散策しやすい環境を整える。



■水郷柳川ブランドの構築に向けた、市民・お客様双方に「心地よい空間づくり」。

No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
3	<p>■最優先事業3 柳川観光地域づくりプラットフォームづくり事業</p> <p>■キーワード ワンストップサービスを担う組織づくり・情報発信の一元化</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> ・類似事業のバラバラでインパクトがない課題を解決する。 ・情報発信の一元化。情報も一斉発信、対応もワンストップ化。 ・柳川観光情報の一元化、総合インフォメーションを担う。 ・ソーシャルネットワークの情報受発信も担う。 ・人の集まりをつくる。団体同士の連携。雇用を生み出す。 ・実施にあたっては、観光に携わる人だけでなく、市民と一緒に魅力を高めていくことの地域コンセンサスを得る。何をやるのか、やる理由と必要性、事業の意義や意図を共有してからはじめる。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・声掛け・仕掛けは行政、1～2年後には民間主体で。 ・第一段階として、お客様の総合窓口・ワンストップサービスとして、柳川の楽しみ方、過ごし方が伝えるサービスを提供する。 ・主体となる団体、もしくは委託の形態も視野に入れる。 ・3年間程度は、人材育成や団体の育成の視点から支援体制を充実する。 ・プラットフォームの拠点の検討。市役所、協会、空き店舗、公共施設、などインシャルコストをかけないやり方を検討。 ・先進事例などのやり方を学ぶ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「水郷柳川ゆるり旅」を主催する「柳川旅物語企画会議」は、市と観光協会の連合体として、将来のプラットフォームとしてのきかけづくりができた。しかしながら、組織化とまではいかなかった。 ・情報発信の面では、「柳川お出かけ帖」を新たに製作し、これまでバラバラに情報発信していた季節の祭り、イベント情報を集約することができた。 ・お客様にとって利便性の高いワンストップサービス窓口の充実には至らなかった。 	<p>■きかけはできたが、成果の向上余地あり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1つの事業として、市と観光協会の連合体のきかけづくりはできたが、態勢の充実というところまでは至らなかった。 ・情報発信の面では、柳川フィルムコミッションと連携して、市全体の情報をメディア関係に発信することができた。 ・お客様のワンストップサービス窓口として、観光案内所の充実という面では進展がなかった。 	<p>■重点化する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市観光課と観光協会を一つの拠点に集約し、人、モノ、金、権限を一体化する。 	<p>■体制の充実、予算の重点配分。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆるり旅以外でも、観光協会と連合体として事業展開を図り、実績を積んでいく。 ・西鉄柳川駅の整備に合わせ、お客様の窓口として観光案内所の態勢の充実を図る。
4	<p>■最優先事業4 柳川まち歩き博覧会(仮称:事業ネーミングの工夫。柳川らしい言葉で。)</p> <p>■キーワード 市民が、柳川の地域資源を生かした地域密着型観光を推進</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まずは柳川でこれだけは一緒にやってみよう、を実現する。 ・柳川地域密着型観光のはじまり。実際に旅行商品をプログラム化する。 ・バラバラにやっている事業を一堂に集めてやるイメージ、短期事業として既に実施されている事業を総体的に表現しようとするもの。 ・市民が、柳川の地域資源を活用して、お客様の満足度を高める事業。 ・まずは、集客よりも受け入れる側の意識醸成に結び付ける。人材育成事業としての位置づけ。 ・柳川らしく、川下りのお客様のニーズに合ったサービスの充実とメニュー開発も。 ・実施にあたっては、観光に携わる人だけでなく、市民と一緒に魅力を高めていくことの地域コンセンサスを得る。何をやるのか、やる理由と必要性、事業の意義や意図を共有してからはじめる。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企画立案段階から、市民と協働で。平成23年度でも。 ・主体となる団体、もしくは委託の形態も視野に入れる。 ・主体となる可能性のある団体と事前に協議する。 ・この指とまれで募集。仲間を増やす。 ・専門的なアドバイザーを招聘する。 ・柳川版地域密着型観光パンフレットも製作する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・平成24年度から「水郷柳川ゆるり旅」をはじめた。始めるにあたり、まずは着地型観光のセミナーを開催、その後にワークショップを開催し、できるだけ市民の企画をプログラム化した。 ・秋の柳川の祭りやイベント、文化事業などを集約した「柳川お出かけ帖」を発行して、情報発信した。 ・平成23年度事業の地域資源集「柳川千の物語」のウェブ版情報発信事業として、平成24年度から四季折々の柳川の魅力を発信する「柳川お出かけウェブ」を製作した。 	<p>■第一段階は達成できたが、成果の向上余地あり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「まずは柳川でこれだけは一緒にやってみよう」を「水郷柳川ゆるり旅」で実現することはできた。 ・ゆるり旅の市民参加が50人となった。 ・ゆるり旅の公式ガイドブックと、柳川お出かけ帖、柳川お出かけウェブで、季節の情報を集約して情報発信できた。 	<p>■関わる人の輪を広げ、プログラムを充実させる。事務局機能を強化する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆるり旅をはじめ、地域に密着した観光事業はますます拡充させる。 ・四季折々の情報を集約して情報を発信する。 	<p>■次のステップとして、主催者の自立、独立採算を視野に入れる必要がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次のステップとして、コアな柳川ファンから柳川の情報を発信していただく仕組みと仕掛けが必要。 ・九州や福岡、筑後というエリアでの展開、西鉄やJRなど民間事業所との連携など、事業の広がりを果たせる。



No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
5	マーケティング事業	■事業の意図 ・観光客の属性の調査分析。 ・不特定多数から、特定の人へのアプローチへの転換。 ・お客様一人ひとりのマーケティング。満足度から感動へ。 ・不満が多かったお土産に関する調査、マッチングに結び付ける。 ■やり方 ・主体は行政。緊急雇用対策事業の活用を視野に。平成23年度からでも。	・毎年、市内観光施設や交通事業所などの協力を得ながら本市の「観光動態調査」をまとめている。 ・九産大千教授に委託し、本市にお越しいただいたお客様への聞き取り調査(「観光客動態調査」)を実施した。	■調査結果を事業に反映させるなど、成果の向上余地あり。 ・2つの調査結果によるマーケットやターゲットの設定、事業展開に十分活用できていない。	■事業継続する。 ・実施した調査結果を分析し、マーケットとターゲットを具体的に設定するとともに、効果的な事業を打つ。	■調査結果の十分な分析、事業立案に結びつける。 ・本市の観光施設関係の理解を得る必要がある。
6	ソーシャルネットワークをつなげる始める事業	■事業の意図 ・柳川の情報を市民が発信することで、観光と市民を近づける。 ・これから始めようとしている人へのきっかけづくり。 ・やっている人たちをつなげる場をつくり、ネットだけでない関係性を築くことも視野に入れる。 ■やり方 ・主体は行政。平成23年度からでも。 ・Facebook、ツイッター、ブログなどの初心者向け講座開催。 ・やっている人たちが集える場の提供。「日本Facebook学会」の誘致。	・平成24年度に開発したスマホ観光アプリ「柳川旅物語」は、観光協会や会議所、JCなど関心の高い民間団体のメンバーと一緒に開発し、協働で事業展開した。 ・観光課FBを開設した。 ・スマホ観光アプリ「柳川旅物語」は、四カ国語版も開発し、現在も運営している。	■事業の効率化を図る。 ・それぞれの事業は実施することができたが、十分に活用できていないといえない、内容もまだまだ充実できる。 ・市民・団体と協働しながら、市内外の方に情報が届けられるように努める。	■事業継続する。 ・関わる人を増やすとともに、あること自体の周知や、利用者を増やす工夫をする。	■事業を単発でなく、連動させる。 ・費用対効果を高める。



スマホアプリ「柳川旅物語」

No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
7	プロジェクトチームの拡充事業	■事業の意図 ・やりたい人が集い、自らが柳川を楽しむ。 ・コンセプト「近きもの喜び、遠きもの来る」を実践することで、観光と市民を近づける。 ■やり方 ・主体はやりたい市民。平成23年度からでも。 ・メンバーの輪を広げることと、仲間の団体との連携。 ・柳川ならではのどんこピア、どんこJAZZの発展形事業も。	・メンバーを拡充することができた。 ・どんこカフェやどんこバーベキューの「どんこシリーズ事業」の新規企画の母体となった。また、菊の節句・愛嬌挨拶事業が展開できた。	■新規事業の可能性など、成果の向上余地あり。 ・現在も、メンバー自身がやりたい事業を企画中で、これからも新規事業が展開できる可能性が高い。	■事業継続する。 ・「近きもの喜び、遠きもの来る」を motto に、無理なく楽しく事業展開する。	■メンバー、事業ともに輪を広げる。



菊の節句
「愛嬌挨拶」事業



柳川ならではのナイトメニュー
どんこバーベキュー体験

No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
8	修学旅行誘致事業	■事業の意図 ・小学校の「低地の暮らし」、中高生への水環境をテーマに、体験メニューを中心に充実させる。 ・将来的には民泊、寺社仏閣の活用など、柳川らしい受け入れ態勢をつくりあげる。 ■やり方 ・主体は行政。官民組織の立ち上げを視野に。平成23年度からでも。 ・福岡観光プロモーション協議会との緊密な連携が必要不可欠。	・柳川単独では事業していない。 ・九州、福岡県、福岡観光プロモーション協議会(事務局:福岡観光コンベンションビューロー)と 連携 して事業展開している。	■実態を把握し、マーケットとターゲットを設定すること、受け入れメニューの開発など、成果の向上余地あり。 ・誘致活動が直接成果に結びついていないのか把握できていない。 ・市内観光施設に協力を求め、実態がどうなっているのか把握に努める。	■九州、福岡の広域連携を進める。 ・まずは、本市への動態がどうなっているのか、現状把握からはじめる。 ・成果をあげ、費用対効果を高める。	■受け入れる側の準備。 ・本市で何ができるのか、受け入れメニューをきちんと整理するとともに、ニーズに合ったサービス開拓を進める。 ・国内外など地域マーケットと、小中高などターゲットを押さえる。 ・市民との交流や、本市の地域経済への波及効果など、事業の必要性を整理し直す。
9	アフターコンベンション誘致事業	■事業の意図 ・「ベーシック的」部分をブラッシュアップ。 ・全国2位の誘致実績を誇る福岡市と連携し、国内外のコンベンションのアフターを受け入れる。 ■やり方 ・主体は行政。官民組織の立ち上げを視野に。平成23年度からでも。 ・福岡観光コンベンションビューローとの緊密な連携が必要不可欠。	・九州、福岡と連携しながら、アフターコンベンションやインセンティブツアーの受け入れを行った。 ・福岡に来られたお客様がほとんどのマーケットであり、九州や県、福岡観光コンベンションビューローとの緊密な 連携 を図る。	■受け入れ側のスキルアップ、メニューのブラッシュアップなど、成果の向上余地あり。 ・九州、県、福岡観光コンベンションビューローと連携し、国内外のお客様の誘致を図ることができた。 ・本市の受け入れについて、どういふことができるのか基本的な材料が整理できなかった。	■九州、福岡の広域連携を進める。 ・本市の受け入れ面の材料整理と、充実を図る。	■受け入れ側のスキルアップ、メニューのブラッシュアップ。 ・本市で何ができるのか、受け入れメニューをきちんと整理するとともに、ニーズに合ったサービス開拓を進める。 ・九州、福岡との緊密な連携と、本市がどういった面で貢献できるのか。 ・市民との交流や、本市の地域経済への波及効果など、事業の必要性を整理し直す。



■台湾インセンティブツアーを「おもてなし」

No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
10	案内・誘導サイン充実事業	■事業の意図 ・「ベーシック的」なものからはじめる。 ・現在も整備はしているものの、連続性が欠けているせいで目的地まで到着できないのが問題点。 ・自動車と歩行者の誘導。歩きながら情報をキャッチできる仕組みも。 ■やり方 ・主体は行政。緊急雇用対策事業の活用を視野に。平成23年度からでも。 ・まずは現状把握調査・分析。そして、景観とマッチングした整備。 ・スマートフォンAR(※)を活用した事業展開も視野に入れる。 ・設置する際は、QRコード(※)を入れる。 ・サイン整備とともに、色差ブロックによる誘導も検討。 ・マップによって意図的に行かせたいところへ誘導することも検討。	・お客様からの改善要望事項が多いものの、 国道、県道中心に自動車用サインのハード整備した程度で終わっている。 ・歩行者向けサインは整備に至らず。 ・スマホ観光アプリ「柳川旅物語」と連携し、GPSやまち歩きモデルコースを設定した。ただし、ARの活用には至っていない。 ・QRコードの設定には至っていない。	■事業は十分にはできなかった。 ・お客様からの要望に応えきれていないのが現状である。 ・ソフト事業では、西鉄柳川駅からの歩行者サインを計画中であるので、既存のサインとの連続性を持たせるなど検討している。 ・ARやQRコードなどは実現できなかった。	■ソフト計画を進めるとともに、ハード事業を実施する。 ・お客様からの改善要望が多いため、国、県の事業を活用しながら、事業を促進する。 ・おもてなし事業として、今年度計画し、来年度以降整備することとする。 ・ARやQRコードは今後の検討課題とする。	■国・県の事業メニューの活用など、費用対効果を高める。 ・モデル事業やエリアの優先順位付けなど。 ・ピクトの活用や「指さしマップ」の製作など、インバウンド対策も必要。
11	日本在住の留学生モニター事業	■事業の意図 ・インバウンドの柱事業として、海外からの留学生をモニターとして受け入れ、海外からのお客様の受け入れ環境整備の準備を進める。 ・短期的戦略として、留学生からは母国へ柳川の情報を発信してもらう。 ・中長期的戦略としては、留学生を柳川ファンにして、レポートしていただけるような仕組みをつくる。 ■やり方 ・主体は行政ながらも、官民の取り組み。平成24年度。 ・九州運輸局、九州観光推進機構などとの連携。	・平成24年度は、 九州運輸局事業 の一環で本市に受け入れた。 ・平成25年度は、 市単独事業 として、九州在住の留学生(韓国3人、中国1人、イギリス1人)に実際に柳川を体験していただいた。情報を母国に発信していただくとともに、本市の海外客の受入環境面の改善点について意見をいただいた。	■モニターからいただいた意見を事業の改善に結びつけ切れていない。 ・母国への情報発信には結び付いたが、意見が多かったWi-Fiやサインなどの改善に結び付いていない。	■広域事業としてやってみる。 ・実際に海外の観光客が動いているルートなどで広域的に実施した方が費用対効果が高いと思われる。	■モニター結果の事業への反映。
12	ワイファイ整備事業	■事業の意図 ・海外からのスマートフォン利用者には必須。 ・インバウンド事業としても位置付ける。 ■やり方 ・主体は行政。平成24年度。 ・まずはワイファイゾーンを設定することから始める。	・事業に至らず	■事業に至らず。	■インバウンドの実績を高め、事業の必要性を説明して事業化する。 ・国・県の動向を見ながら進めていく。	■海外のお客様の入込を増やして実績を積みこく。

No.	提言事業	提言内容 (事業の意図とやり方)	現状・達成度 (できたこと・できなかったこと)	自己評価 (振り返り・反省点など)	今後の展開・方向性	解決すべき課題・改善策
13	広域連携事業	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> 柳川だけで完結するのではなく、県南、福岡、九州での連携によりお客様を誘致する。 柳川の玄関である福岡との連携を緊密にする。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> 主体は行政。平成23年度からでも。 筑後田園事業の案内所情報共有事業など、筑後レベルでのプラットフォームづくりも視野に入れる。 	<ul style="list-style-type: none"> 九州運輸局や九州観光推進機構の事業の参加した。 福岡観光プロモーション協議会では、修学旅行誘致や海外客誘致を行った。また、アフターコンベンションやインセンティブツアーの受け入れにも結び付いた。 筑後七国では、ソフトバンクホークスファーム誘致に成功した。 大牟田市を中心市とする定住自立圏では特に実績なし。 	<p>■連携を深めることができた。</p> <ul style="list-style-type: none"> 単独事業よりも広域で取り組んだ方が効果的、効率的な事業を行うことはできた。 	<p>■九州、福岡への本市の貢献度を高める。</p> <ul style="list-style-type: none"> 福岡観光コンベンションビューローとはますます連携を深める。 筑後七国では広域的にスポーツや宿泊などの面で連携する。 有明広域定住自立圏ではまずは一つでも事業連携する。 	<p>■本市に何が求められているかの把握と、ブラッシュアップ。</p> <ul style="list-style-type: none"> 広域のエリア連携では温度差があるものの、積極的に事業連携を図っていく必要がある。
14	<p>■No.4関連事業</p> <p>地域資源の物語を結びつけて物語をつくり、地域密着型旅行商品化する事業</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> 柳川百選、柳川千の物語事業などを発展させ、データベース化した地域資源を内外にPRするとともに、物語同士の物語をつくり、それを商品化する。 柳川の新たな企画商品化を目指す。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> 主体は行政。緊急雇用対策事業の活用を視野に。平成24年度。 必要であれば、アドバイザーの招聘を。 県ボランティアガイドの発展形で。 柳川物語研究所の今後の展開。 ④柳川まち歩き事業、⑮柳川バル、との統合もあり。 	<ul style="list-style-type: none"> No.4事業に同じ 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左。
15	<p>■No.4関連事業</p> <p>柳川バルウォーク事業</p>	<p>■事業の意図</p> <ul style="list-style-type: none"> 飲食店の協力を得て、柳川の郷土料理や特産品、お酒などが楽しめるまち歩き事業を企画する。 食の発見と、まち歩きの融合。 <p>■やり方</p> <ul style="list-style-type: none"> 主体は民間。平成24年度。 地域密着型旅行商品企画との連動。 「④柳川まち歩き博覧会事業」、「⑮地域資源の物語を結びつけて物語をつくり、地域密着型旅行商品化する事業」、との統合もあり。 NPO法人アイデア九州アジアから学ぶ。 	<ul style="list-style-type: none"> No.4の「ゆるり旅」プログラムで、事業の意図は実現できたが、本事業自体としては実施に至らず。 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左 	<ul style="list-style-type: none"> 同左。