

1 委員会の運営・今後の事業展開

(1) まとめ

計画書にある短期計画が平成22年度で終了、見直し。

振興計画を策定し、行動プランまではできていないが、短期プロジェクトが動いて、ある程度成果が上がってきている部分があれば、全く実行できなかった部分もある。

委員会として、PDCAの「C」にあたる部分を検討し、それを踏まえ、時代の潮流も含めて観光客の価値観の変化も踏まえてアクションプランの作成に持っていきたい。

2年間を振り返る資料は2回目の会議に提示するが、委員会としては、

- ①これまでやってきた評価をしていただくこと。
- ②2年間やってきたことがこのままでいいのか時代の変化もあるので、計画書に示している事業をそのまま実行してよいのかも検討していただくこと。
- ③計画の中で優先順位をつけていただいて、具体的に実践的にやって行くために詳細なアイデアご提案・アドバイスなどをしていただくこと。
- ④委員会は1年間の予定だが、中期長期の振り返りもあるので、今後も集まっていただく可能性もある。

(2) 委員会運営

- ①ただの議論ではなく、実行できる実践的な議論を。どうやったら滞在時間・観光客が増えるのか、消費額が増えるのかを4回でより実践的な議論をまとめる。
- ②2年間が経過し、現在の潮流や社会情勢の変化などを踏まえて、どのようなことをやっていくべきなのかご意見をいただき、大事な柱を2本程度位置づけし、2・3年でできる範囲での事業の提案をご助言いただければ。
- ③次回からは事前に配布している資料の説明は簡単にして、委員の皆さんの生の声を聞くことが重要。観光の成功例の真似は必要。

(3) 実現に向けて

- ①行政だけでは観光まちづくりはできない。市民や団体の方々から協力・理解をいただき、相互連携を図りながら進めていきたい。地元からも委員に就任いただいているので、それぞれの関連する団体等にこの中で示されたことについて、伝えていただき、実現につなげていければ。
- ②戦略に関して、振興計画は市民に対するマニフェストだと思っているので、観光協会、会議所、青年会議所などにも声をかけていき、本当に達成できるようにやって行くことが必要。

(4) スケジュール

- ①本委員会からの提言を平成 24 年度事業計画に反映させる。

2 委員の皆様からのご意見

(1) 情報発信

- ①今後どのようにお客様を誘致していくのかを具体的に付け加えていく必要がある。受け地としての柳川はしっかりできるかもしれないが、情報発信面で、柳川をどこまで発信していくかが弱い。
- ②メディアの方と個人的に顔が浮かぶような関係を。人のつながりを気配りしながら情報発信を意図的にしていくことが大事。
- ③柳川ではシーズンごとに情報発信はしているが、定番ではない新しい情報発信が必要。「行ってみようかな」と思うきっかけづくり。
- ④正確な情報を発信していくことが大事。イメージアップ。
- ⑤相手の視点でいかに情報発信をしていくかが大事。
- ⑥6千万円の投資で5億円の効果の話があったが、柳川市は290億円の予算に対して観光宣伝費が200万しかない。これを1千万や2千万円の効果をだすようにしないといけない。

(2) 誘致

- ①柳川でのしっかりとした部分はあるが、福岡、日本、海外からどうやってお客様を誘致するのが描かれていない。今後どのように誘致をしていくのかを具体的に付け加える必要がある。
- ②大事なのは「いかに誘致していくのか」である。お互いに情報共有が重要。各組織との連携を具体的に示していくことも必要。

(3) 事業展開

- ①委員会で、「まずはこれに取り掛かりましょう」といったことを示し、会議所も協会も一斉に同じ目標を持って取り組むことが大事。委員会で柳川にとっての柱を示していただいた方が具体的に動きやすい。
- ②7つの戦略の柱で、具体的に実際柳川はこの施策が弱いといった現状を、具体的な事業を戦略ごとに示し、より具体的な事業展開に結びつける。
- ③戦略ごとにそれぞれ方針があるが、具体的に何をしていくのかが分からないので、意見が言いづらい。

(4) 具体的な取り組みに向けて

- ①観光客の右肩上がりには考えられず、少なくなればそれなりの観光のあり方がある。消費額・滞在時間を延ばすことが考えられ、人口減少社会の中、交流人口を増やす

こともある。少ない人口の中でも、1日・1時間でも長い時間滞在していただくことも大事。

- ②柳川には「リピータが多く、九州外からの入込が多い」といった柳川ならではの魅力がある。そこをいかに活用して地域づくりと観光を一緒にどのようなように行くのが大事。日本の人口が増えることは考えにくく、短期的な集客は必要だが、長期的視点も必要。
- ③観光は常に新しい魅力をつくらないといけない。そこにしかない資源を長期的に磨いて活かしていくことと同時に、一時的に入込客数を増やしていく取り組みが必要。
- ④振興計画策定の際、市民の皆さんに観光がいかに大切かということを理解してもらうために「もしも柳川に観光がなかったらどうなっていたか？」という話になった時に、ある委員さんがおっしゃったのが「西鉄電車の特急が止まっていなかったかもしれないね。」ということだった。柳川市民の方々にもっと観光の大切さを知ってもらうことが重要。資料にも、「観光は裾野の広い産業」と示してあるが、市民の皆さんは遊びとの認識がまだ多いと思う。しかし、観光は農業漁業と並ぶ産業だということを市民の方々に知っていただく努力が必要。

(5) 数値目標達成度

- ①達成していないことに関し、取り組みが不十分だったからなのか、旅行する人が相対的に減ったことが原因なのか、日本全国の観光地と比較してどうなのか、いろいろと考え方がある。しかし、目標として掲げているので、目標を踏まえて検討をしていく必要がある。
- ②第2回委員会で2年間の実績を提示し、どのような取り組みが実施され、どのような成果があったのかを目標数値とセットにして検討していく。また、各組織の取り組みの説明もあり、柳川市として今後の優先順位をつける際の参考資料として使う。

3 次回会議への持ち越し課題

(1) 配布資料の数値の違いの説明。

③観光客の居住地は、
福岡県内からが全体の約50%、
九州圏外からも全体の約27%を占め、
マーケットが全国である。

福岡県内からが全体の約50%の内訳は、
66.9%が福岡都市圏
23.3%が久留米都市圏
全体の90%が福岡県内2つの都市圏から来柳。