

■短期プロジェクトの評価

戦略: 1. 柳川ブランドの構築
目的: 水郷柳川の価値づくり

短・中・長	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	夜の川下りの充実 ・水郷柳川「あかり舟」 ■平成21年7月～	平成21年: 船会社・柳川旅館組合・柳川市観光協会・掘割環境整備機構 平成22年: 船会社・柳川旅館組合・柳川市観光協会・柳川商工会議所・掘割環境整備機構	灯りの演出による夜の川下り。 平成21年: サマーキャンペーンを実施し、メディア及びエージェントに告知宣伝を行った。 平成22年: 会議所記念事業を兼ね開始前夜祭を開催し、招待客や報道関係者を含め約900名を集客し、広くPRを行った。	平成21年は宿泊の目的化に繋がり、宿泊者増になった。 平成22年は一般客は増加したが、宿泊客が減少した。 ■利用状況 平成21年 宿泊客: 2297名 一般客: 164名 平成22年 宿泊客: 431名 一般客: 215名	①貸切船主体での運航を協会主導で参画事業者の共同事業化により、個人客対応型にシフトできた。 ②宿泊施設との時間調整が課題の一つである。	運行等の事業は、各事業者の裁量によるが運行コース内の整備は、観光協会や掘割整備環境整備機構で継続して行う。
短期	継続	ブランディング委員会の設置 ■平成22年2月～	柳川ブランド推進協議会	ブランド戦略構想を実現するため、官民共同で「柳川ブランド推進協議会」を設置。	22年度は、144件もマスメディア等に掲載され、ブランド推進事業が市民に認知された(認知度52.5%)。 また、23年6月に13商品を柳川ブランドとして認定を行った。	ブランド推進事業がどういったものか理解されたかどうかは不明だが、一定の周知ができ、ブランド認定品を選定出来たことは評価できる。	継続
短期	継続	収穫体験のための受け入れ人材育成 ■平成22年10月～	柳川市 (ブランド推進室)	収穫体験受け入れ者を養成する講座を全5回で実施。	受講生の中から観光農園を実施したいという人が現れ、実現に向けた取り組みが始まっている。	養成講座を受けたことで観光農園希望者が出てきたことは評価できる。	観光農園開園希望者の支援は行っていく。
中期	継続	地元食材の流通 ■平成22年9月～	柳川ブランド推進協議会	米粉と海苔を使った新商品づくり(うまかもんづくりぐっちょ)や参加者交流会(地元食材提供事業者と使用事業者との交流)を実施。	うまかもんづくりぐっちょの食材としたことで米粉が市内直売所で販売されることになったり、県給食会へ米粉の原料として米5tを納入するようになったりした。また、新商品が12商品事業終了後も販売されることになり、米粉と海苔の販路開拓にもつながった。	地元食材として米と海苔の流通が始まったことは評価できる。	今年は、大豆とシジミ、海苔餃子を実施中。 平成24年度以降は未定。
短期	スポット	船頭体験 ■平成22年9月	柳川ブランド推進協議会	■目的: 柳川らしい産品やサービスをつくり、良好な地域イメージを形成し、地域外の資金や人材を呼び込むために柳川のブランド化を促進する。 よかばんも～体験 時間: 9:30～12:30 参加料: 1,600円 参加人数: 14名 場所: からたち文人の足湯広場	この船頭体験を基に、かんぼの宿柳川で船頭体験付きの宿泊プランができた。 また、船頭養成講座としても活用でき、当日は初めてなのにうまく竿をさせる参加者があり、船会社に関心を持っていた。	地域資源を掘り起こし、民間ベースで事業化されたことは評価できる。	民間ベースでの事業化を促進する。
長期	実証実験	新規の川下りコースの設定 ■平成20年11月～	水郷柳川まちづくり協議会 (事務局: 観光課)	■目的: 掘割などの観光資源を活かした活力のある拠点の形成と観光地にふさわしい景観の創出を目指し、地域住民及び関係団体の創意を結集して、地域の活性化を図る。 ・市内には縦横に掘割が巡っているが、川下りコースは現在1コースしかなく、実験的に期間限定で2コースを新たに設定した。	新規コース設定に伴い、乗り降り自由にしたことで、短い時間で川下りを体験でき、子ども連れや若者に好評だった。また、通常下れないコースだったので、人気であった。	新規コースを設定したことは、観光客にとっては、観光の幅が広がったと考えられるが、一方で、水不足や運航体制などの課題もある。	平成21年5月協議会解散。

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、6事業の展開ができ柳川でしか体験できない掘割を利用した川下りの船頭体験の実施や夜の川下りの充実、ブランド推進協議会の設置は評価できる。
一つの戦略全体の評価としては、柳川ブランド推進協議会が設置できたことで、戦略全体の幅が広がり、今後のブランド構築の展開につながる。

戦略: 2. 食の魅力づくり
 目的: 柳川の食の強みを生かす

短・中・長	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	名物料理の開発 商品開発(スイーツ・ソフトクリーム) ■平成22年5月～	柳川ブランド推進協議会	米粉と海苔を使った新商品づくり(うまかもんつくりぐっちょ)の実施。	12店舗で19商品が開発され、キャンペーン期間中は、2万人(直接売上げ160万円)の観光客が訪れた。事業終了後も12商品が販売を継続している。この商品からANAファーストクラスの機内食の調味料として採用された商品もある。	地元食材を使った商品ができたことは評価できる。	今年は、大豆とシジミ、海苔餃子を実施中。 平成24年度以降は未定。
短期	継続	柳川農産物を活用した特産品の開発及び販売 ■平成14年10月～	柳川農産物特産品づくり推進協議会	■目的: 柳川市農産物の特産品となる商品づくり・ブランド化を推進する。 ・赤ジャム三姉妹(あまおう・イチジク・トマト)・イチジクの甘露煮・蕾菜のラー油漬け、浅漬け・柳川アイス(あまおう・そら豆・米粉)の開発及び販売	規格外農産物を活用し、新規特産品を開発することにより、少しでも生産者の収入の増加等を図る	現在開発されている特産品については、若干ではあるが生産者の収入増と柳川農産物のPRに寄与している。今後も全19品目を目標に新たな特産品の開発をめざす。例: 大豆マヨネーズ・オクラのピクルス・レトルト野菜カレー・ブドウ等フルーツジュースなど	随時更新。
短期	継続	地元食材のリスト化 ■平成22年～	柳川市 (ブランド推進室)	農水産物の収穫時期のリスト化	何時、どういった産物が取れるのか、把握できる。	何時、どういった産物が取れるのか、把握できたことは評価できる。	新規作物等があれば追加。
長期	検討済み。	直売所のある「道の駅」の設置 ■平成20年4月～	柳川市 (ブランド推進室)	先進事例の調査や地域資源の把握、立地条件等の確認を行ったが、近隣に相次いで設置され、事業的に困難なため、白紙としている。	単に直売所を作れば売れるということではなく、地域イメージをつくり、地域そのものを売り出す方策を持たなければ、設置の意味がないため、ブランド推進事業を進める必要性が高まった。	道の駅調査が、ブランド推進事業につながった(ハード整備よりソフトの充実)ことは評価できる。	未定

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、柳川の食材を使った商品の開発ができたことは評価できる。
 戦略全体の評価としては、柳川の農産物や海産物を活用した加工品の開発を行い、商品化したことは評価できる。

戦略:3. 魅力的な地域づくり

目的:市民、観光客双方にとっての心地よい空間づくり

短・中・長期	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	くもで・タコ釣りなどの漁業体験と田植え・収穫などの農作業体験をセットにしたメニューの開発 ■平成21年3月～	柳川ブランド推進協議会	よかばんも～バスツアーの実施(博多駅発着のバスツアー)	農水産物の収穫体験や商工業の体験を行うバスツアーを5回実施。延べ188人の参加があった(参加料5,500～6,500円)。また、この事業で行った蒲鉾づくり体験や神棚づくり体験は、事業化されている。	1回40人程度の参加があり、直近のツアーでは半数がリピーターと柳川ファンを増やしていることは評価できる。	市内旅行業者が実施できるよう模索中。
その他	継続	イルミネーション「水郷冬蛭」 ■平成17年11月～	柳川市商工会実行委員(協賛後援:県、市、市議会、市商工会議所、市観光協会、(株)西日本鉄道、西鉄通り商店会)	西鉄柳川駅前にイルミネーションを設置して、夜の賑わい、商店街を冬の憩いの場にしてもらうための事業。	「夜も昼も人の集まる明るい商店街」をコンセプトに、イルミネーション事業のほかに、22年度は商店街活性化イベント(農産物などの物産品販売、コンサート等)を2回実施。	イルミネーション事業は一定の評価はできるが、課題としては実施期間の見直し及びライト色(ブルー)が多いため暖色系への見直しなどの要望があっている。	現在の県の補助事業が23年度まで、平成24年度以降は検討が必要。
その他	継続	中山大藤まつり ■平成17年4月～	中山大藤まつり実行委員会(事務局:観光課)	中山にある熊野神社の境内にある大藤を見学してもらう。同時に、郷土芸能や文化協会の発表会などを開催。 中山の大藤は福岡県指定天然記念物。 ■開催期間:平成22年4月15日～4月28日	市外からも多くの見物客が訪れ、その後、柳川観光をするお客さまも大勢いた。また、地元住民の方々の協力もあり、地元で観光客を受け入れているといった雰囲気が出てきている。 ■来場者数:約160,000人	開催期間である2週間で約160,000人の見物客が訪れたことは評価できる。	継続。
その他	継続	柳川ひまわり園 ■平成10年7月～	有明花の里実行委員会(事務局:観光課)	有明海に面した広大な敷地に35万本のひまわりが咲く。 ■開催期間:平成22年7月30日～8月12日	地元住民の協力があり、地元で観光客を受け入れているといった雰囲気が出てきている。 ■来場者:約17,000人	花による地域おこしと合わせて、夏場の観光資源として定着している。	継続。
その他	継続	足湯事業(からたち文人の足湯) ■平成19年2月～	柳川市(観光課)	本市にゆかりのある文人たちに親しむとともに、天然温泉の足湯を利用し、まち歩き拠点施設としている。	市民はもちろん、観光客でにぎわっており、特に、市内をまち歩きされた観光客が利用をしてもらっている。	休憩スペースとしての機能を持たせていることで、まち歩きされた観光客には好評である。	継続。
その他	継続	景観計画及び景観条例の策定 ■平成21年4月～	柳川市(まちづくり課)	柳川のすばらしい景観を守り、整え、育むため、市内全域を対象にゆるやかなルールを定める一方、柳川市のブランド力向上に特に影響が大きい地域については、きめ細やかなルールを定める。	現在策定中。 平成23年度中で策定予定。	現在策定中。 平成23年度中で策定予定。	現在策定中
その他	スポット	壁づくりプロジェクト ■平成21年10月～	柳川市・九州産業大学(観光課)	ブロックで囲われている壁を板塀で隠し、雰囲気作りを行った。	旧小路である通りのブロック塀を板塀で隠すことで、まち歩きをしている観光客に良い雰囲気を与えた。また、地元住民からも好評であった。	作業としては、単純にブロックを板で隠すだけですが、そこに関わっていただいた市民や関係者の協力があったことは評価できる。	地元住民の中で、機運が盛り上がりやってくるという気持ちはあるが、具体的な行動には至っていない。
短期	実証実験	川下りの定期船の運航 ■平成20年11月～	水郷柳川まちづくり協議会	実験的に期間限定で定期船を運航した。利用方法は回数券を利用した乗り降り自由な川下りでお堀の駅を設置した。	いつどこから運行するというのがはっきりしていることから、観光客としては予定を組みやすい。また、乗り降り自由ということで、短い時間で川下りを体験できることから若者や子供連れのお客さんが多かった。	お堀の駅を設置し、乗り降り自由な川下りとしては面白く、観光客も川下りをするのに通常コースか乗り降り自由なコースか選択でき幅が広がった。また、新たな観光客の開拓やリピーターの確保にもつながる可能性があると感じた。しかし、運航体制や水不足といった課題もある。	未定。

※「その他」は、観光振興計画P53「プロジェクトと活動内容」の短期・中期・長期のいずれにも掲載されていない事業で実施されたメニューを指します。

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、柳川でしか体験できないメニューの開発や川下り定期船の運航といった観光客のニーズにあった事業展開ができ、柳川ファンを増やしていることは評価できる。しかし、川下りの定期船は実証実験段階で終了しており、その後の展開ができていない。

戦略全体の評価としては、市民と観光客の交流ができる事業展開ができたことは評価できる。

戦略:4. 多様な集客資源の融合
 目的:柳川市全体の観光魅力を最大限に活かす

短・中・長	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	通り名の標示及び標識の設置 ■平成21年3月～	柳川市 (観光課)	旧柳川市街地に昔から残る11の小路に通り名の設置を行った。	旧小路まち歩きマップと連動しており、観光客が何処を歩いているのかが分かり、好評を得ている。また、小路の由来が地名の歴史を語っており街歩きをしながら柳川の歴史が分かることも好評である。	観光客からも問い合わせがあり、もっと詳しく小路の由来を教えてくださいといったことや、地元住民が通り名の設置個所の道路を清掃して観光客をお迎えするといったことも出てきた。	継続
短期	継続	旧小路マップ及びガイドブック作成 ■平成21年4月～	柳川市 (観光課)	旧柳川市街地に昔から残る小路と呼ばれる通りにスポットを当て、通りの由来や歴史を掘り起こしたまち歩きマップと解説版のガイドブックを作成した。	観光客はもちろん、地元住民の方々にも浸透し、実際、市民団体からもマップとガイドブックの問い合わせがある。	昔からあり、現在も残っている小路の歴史や由来を掘り起こし、ガイドブックやマップを作製したことは後世に伝えていく上でも意味のあるものだったと思う。	継続
短期	継続	QRコードの設置 ■平成20年11月～	クラスタープロジェクト (市役所職員有志)	■目的:本市の課題解決に向けた方策や今後のまちづくりなどについて、職員同士が意見や提案を出し合い、分野横断的なテーマを設定し、職員自らが主体的に実践活動を行う。これらの実践活動を通して、職員の人材育成や意識改革を図るとともに、柳川らしく、市民が幸せを実感できる施策を推進することを目的とする。 主要観光施設24か所にQRコードを設置し、施設の概要や歴史背景などを紹介している。	アクセス数としては、約1200回で特に、柳川に多く点在する寺社仏閣が多い。	携帯電話をよく利用する若者に対しては有効な情報発信ができていないが、逆に年配の方々にはあまり浸透していない状況に感じる。しかし、携帯電話を利用した情報発信は必要であり、QRコードに拘らず発信情報を行っていく必要がある。	継続。
短期	継続	ハルイロ柳川日和 ■平成21年3月～	観光振興プロジェクトチーム (事務局:観光課)	■目的:平成20年度に10年間の観光地づくりを計画的戦略的に展開し、地域の活性化を図ることを目的に観光振興計画を策定した。21年度からこの計画を推進していくための組織を立ち上げ事業を展開してきた。 ・築140年のよしぶき屋根の古民家と柳川で唯一の酒蔵であり、築120年の建物を持つ目野酒造を拠点に昔ながらの懐かしさを残る柳川を演出した。着物でおいで頂いたお客さまにサービスを提供した。また、2日間限定で市内の飲食店にハルイロ柳川弁当を販売してもらった。	昔から残るよしぶき屋根の古民家を活用したことで、年配のお客様が懐かしさを求めて来場いただいた。また、普段着ることがない着物を着たお客様が多く来場され、お客様から昔にタイムスリップしたような雰囲気だったとの声も聞かれた。来場者は2日間で約300人。	古民家という新たな観光資源を活用したことで、今までにないおもてなしができたと思われる。着物で来場されたお客様へのサービスも好評だった。昔のものは壊されることが多いが、残すべき物は残すといったことが再確認できた。	今後も市内にある古民家に協力をいただき、できる範囲で継続。
短期	継続	菊の節句 ■平成22年10月～	観光振興プロジェクトチーム (事務局:観光課)	5節句の内の一つである「重陽の節句」に合わせて柳川に昔から伝わる「愛嬌挨拶」の文化を市内の店舗に協力をいただき歴史や由来などを発信すると同時に、柳川まちかどミュージアムとして市内5店舗のお店に眠るお宝を観光客に無料で開放した。また、その際に期間限定で菊をイメージした和菓子などを提供した。	新たな試みとして柳川に昔から伝わる歴史文化にスポットを当て、実施したことで物語性も発信でき、3日間で約600人の来場者があり、来場者は皆さん満足して帰って行かれ、来年もぜひきたいとの声も聞かれた。 ■この企画を契機に、メンバーの一人が「愛嬌挨拶」という名前の商品を販売している。(もっと愛嬌挨拶を市民に知ってもらうために情報発信のツールとしている)	新しいものではなく、昔から伝わる柳川の歴史文化を掘り起こしスポットを当て市民はじめたくさんの方々に発信できたことは評価できる。しかし、歴史文化を如何に正確に観光客に伝えるかという部分では難しく継続していくことが大事だと思う。	より具体的に物語性を正確にし、観光客に楽しんでもらえるように工夫していきながら継続していく。
短期	継続	どんこピア ■平成22年6月～	観光振興プロジェクトチーム (事務局:観光課)	柳川の地域資源である「掘割」と「川下り」のどんこ舟を活用した「どんこピア」を開催。	柳川市民が柳川でしかできない楽しみ方を提案し、実施することで外から見た柳川がより楽しそうに元気に見える。今回は、実際にメンバーと関係団体に限定し実施したが、好評でした。第2弾で一般客等にもお声かけをしていたが、天候不良で中止になった。	夏場のピアガーデンを掘割の上のどんこ舟でできることは柳川でしかできない楽しみであり、まずは何度か実施し定着を図って行く必要がある。	継続。
短期	継続	小路めぐり(柳川さるく) ■平成20年4月～	柳川市観光協会	地域振興策の一つの戦略として、発地主導から着地主導への転換策として、着地型旅行商品造成を行なう事にした。その有効な手段として、旅行者の多様なニーズに応えるためにガイド付き散策プラン「柳川さるく」を商品化した。同時に九州観光推進機構の「九州さるく」に参加した。現在、JTBと契約継続中で、旅行会社などにも販売体制があります。 各旧所名跡を結んだ健脚コースではなく、生活者目線でまちを紹介するので、コース周辺の人々の意思が反映されることとなります。	生活文化のコミュニケーターとしてのガイドは、生まれ育ったまちの魅力を発掘し、磨き、観光客に紹介することにより、観光客との交流を通じて、「観光するこころ」を養って行く事に繋がった。 ■参加者 平成21年度:18回57名 平成22年度:30回86名	観光客と交流することにより、観光概念の普及に繋がっていった。	ガイド並びにサポーターを育成し、まちあるきだけでは無く、地域特性に基づいた体験メニューの開発と事業化に取り組みで行く。ひいては柳川市の地域力増強に発展していく。

その他	継続	雑祭りさげもんめぐり ■平成7年3月～	柳川市雑祭り実行委員会	柳川に昔から伝わるさげもんを観光客に公開した。女の子が生まれた際に発節句の飾りもんとして雑段と併せてさげもんを飾る風習が柳川にあった。それを観光客に広く公開した。	柳川の一大イベントになって毎年多くの観光客に楽しんで頂いている。また、九州のひなまつり広域振興協議会に加入し、広域パンフレットを作成し、回遊性を促している。 ■入込数 平成21年:165,668人 平成22年:152,703人	柳川の一大イベントになって多くの観光客に楽しんで頂いていることは評価できる。しかし、継続していく上で新たな取り組みも求められている。	継続。
その他	継続	市内商店街等合同会議 ■平成21年4月～	市内の5組織商店会(柳川商店街振興組合、沖端商店会、西鉄通り商店会、中島商店会、三橋町商店連合会)	商店会の連絡協調により、振興発展を期すると共に市民の市民の消費生活に寄与するもの。	各商店街合同で柳川藩札事業等として、10月30・31日の2つ日間に藩札(500円)を活用した一札祭を実施。昨年、初の試みとして実施したが周知不足及び各商店の取組などに温度差があった。	今まで各商店街においては単独で実施していたが、22年度に初めて商店会合同で一札祭を実施したことは評価できる。	昨年の課題について検討。
その他	継続	中島朝市の活用 ■平成21年～	まちづくり実践塾、まちカフェ 参加者有志、柳川市	中島を喰らう会	H19からH20に実施した「まちづくり実践塾」、H21からH22に実施した「まちカフェ」の有志と柳川市で中島朝市で不定期に開催される「100円市」に併せて実施している。	まちづくり団体と行政と連携した取組として実施している。今後も継続して取り組む。	・中島を喰らう会の継続。
その他	継続	柳川市民祭り ■平成17年11月～	柳川市民祭り実行委員会 (事務局:観光課)	農産物や魚介類などの物産を販売すると同時に、市民のふれあいの場を創出した。 ■開催日:平成22年10月24日	農漁業や商工観光業が一同に連携した、ふれあいの場を創出したことで、産業への理解と活性化を図り、多くの来場者があり、本市をPRすることができた。 ■来場者:約54,000人	柳川市あげての祭りで様々な業種が連携し、1日で多くの来場者が訪れたことは評価できる。	継続。23年度は2日間開催を検討中。
その他	スポット	北原白秋生誕125年・思ひ出発刊100周年記念事業 ■平成22年11月～	北原白秋生誕125年・思ひ出発刊100周年記念事業実行委員会	本市出身である国民的詩人・北原白秋の生誕125年と詩集思ひ出の発刊100周年を記念してフォーラムを開催。 ■開催日:平成22年11月28日	柳川観光の大きな柱の一つである北原白秋を再度見つめ直したことで、北原白秋の素晴らしさや柳川の素晴らしさを再認識した。 ■来場者:約350人	北原白秋にスポットをあてたことで、改めて白秋先生の柳川に対する思いや柳川の素晴らしさが表現できたことは評価できる。	実行委員会解散。
その他	スポット	武家屋敷の活用 ■平成23年3月～	・柳川観光活性化協議会 構成団体 柳川市 柳川市観光協会 柳川商工会議所 ・新外町北行政区住民	武家屋敷「十時家住宅」を利用した昭和初期の写真パネル展示	柳川市内に現存する武家屋敷も時代の変遷により取り壊しや野放しの状態であり、広く観光客へも開放し運営に地元住民も巻き込んで実施することで、伝統的建造物の保存への意識や利活用への取り組みを推進する。	期間中は、震災の影響等あったが804名の来場者があり、PR期間が無かったものの報道等の効果もあり予想以上の人があった。地元住民の評判も良く武家屋敷の保存や利活用に向けた足がかりができたと思われる。	地域住民の参画を推進し、民間主導でも活用できるような法整備と環境整備の促進や提言を図る。

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、歴史的・文化的資源を活用した事業が12本実施できたことは評価でき、一つの事業を除いて継続していることも評価できる。

全体評価として、柳川市全体の観光魅力を最大限に活かすといった目的に対して、昔からある伝統や文化を掘り起こすと同時に、今ある資源を有効に活用したことは評価できる。

戦略:5. 地域力向上

目的:柳川市民が担う観光まちづくり

短・中・長	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	掘割の定期的な水質検査と市民向けの広報 ■平成19年4月～	柳川市 (生活環境課)	掘割の水質検査を月2回32か所で行い、年度ごとに市のホームページに情報を流している。 ■BODを測定。BODの数値が大きくなれば水が汚れていることになる。	掘割の水質をホームページに掲載することで、柳川市民だけではなく市外の方々にも柳川市が掘割をいかに大切にしているかが分かる。 平成21年度に比べて、平成22年度の方が数値が低く、水がきれいになっていることが分かる。	掘割の水質を市のホームページで発信することは大切なことであり、今後も継続して実施していく必要がある。	継続。
短期	継続	柳川の歴史や文化などの情報を市報に掲載 ■平成21年4月～	柳川市 (企画課)	柳川市民に大切にしたいもの(風景や建物など)を募集し、100点を選んだ。それを柳川市報に毎月1回掲載している。	柳川市内にある、多種多様な資源を市報を通して柳川市民に発信することで柳川の歴史や文化を改めて認識してもらう。それを通して柳川の奥深さ・素晴らしさを知ってもらう。	柳川市民に対して、柳川市民が選んだ大切にしたいものを発信していくことは柳川に住んでいる素晴らしさを知ってもらう上で効果的だと思う。	継続
短期	継続	小学生向けの体験学習 ■平成15年4月～	柳川市観光協会・掘割環境整備機構	柳川市内小学生を対象に、教育課程の一助として「お堀めぐり」を体験してもらう。 ■参加者 平成21年度:18校656校(市内小学校全19校) 平成22年度:17校662名	水環境学習や、歴史及び生活文化への関心を持つようになった。	郷土愛醸成および市民の意識啓発に大いに寄与している。	今後も趣旨を徹底して継続支援して行く。
短期	継続	道守清掃活動 ■平成19年4月～	柳川市、道守柳川ネットワーク	観光地柳川のイメージアップと、観光客への歓迎の気持ちを込めて、白秋祭前の10月と、さげもんめぐり前の2月に、道路の一斉清掃を行った。 ■参加者:32団体1,000人	観光客をお迎えする環境を整えることができた。また、清掃活動をとおして、柳川市民のおもてなしの気持ちを発信できた。	環境、気持ちの両面で観光客を迎える体制ができたことは評価できる。この活動がもっと多くの市民に広がるように、さらなる工夫も必要。	随時実施
短期	継続	水路清掃活動(掘割清掃) ■	柳川市、柳川市用排水路管理委員会、行政区、市民団体	・年間を通して行政区単位で水路清掃を実施している。 ・水路清掃への参加者数は水路課で把握している分で延べ28,329人。内訳は農地水事業以外の清掃参加者1,447人、農地水事業での参加者 26,882人。 ・5月第4日曜の掘割の日を中心に、各行政区単位による水路清掃を実施した。 ・平成23年2月20日には柳川堀と道クリーンアップ大作戦を実施。従来の道守活動とタイアップし、柳河、城内、沖端の城堀地区を中心に、道守活動と水路清掃を実施。住民・観光関係者・各種団体・一般ボランティアなど約2,500人が参加。2tトラック20台分を超えるゴミを回収。 ・このような取り組みは市内の大半の地区で行われており、掘割を守り育てる住民活動として地道に続けられています。	2月の「柳川堀と道クリーンアップ大作戦」は、柳川への来訪者に対する「おもてなしの心」を表すものでもあり、春の観光シーズンを前にこの取り組みの模様をマスコミを通じて周知した。	・住民による地道な掘割維持活動と住民の掘割を守り育てる精神が次の世代へ脈々と受け継がれています。これが、住みよいまち、魅力のあるまちに繋がるものである。	2月の「柳川堀と道クリーンアップ大作戦」は、城堀の水落ちとともに春の柳川の風物詩として定着させていく。
短期	継続	ボランティアガイド ■平成13年4月～	柳川市 (観光課)	まち歩き観光の振興策として、ボランティアガイドを育成し、おもてなしの心をもって観光客を案内している。 ■実績 平成21年度:約200人 平成22年度:約180人	ボランティアガイドを育成することで、柳川市の魅力をより正確に観光客に伝えることができたと同時に、ガイド自身のスキルアップにもつながった。	観光客と交流することにより、観光概念の普及に繋がっていった。	継続。

短期	継続	サテライト大学 (産学官連携事業) ■平成21年4月～	柳川市(観光課) 九州産業大学	九州産業大学の学生を柳川に受け入れ様々な事業展開を実施。 ■平成21年 柳川高校の生徒とのワークショップや市内でのフィールドワークし若者の目線を取り入れた観光商品の提案・プレゼンを実施。 ■平成22年 柳川商店街や沖端商店会の空き店舗を活用したアンテナショップの運営を実施。	■平成21年 柳川高校には留学生が多く在籍しているが、川下りや市内でのまち歩きをするのは初めてで、柳川の素晴らしさがよく分かったとの声が聞かれ、大学生からは船頭体験や掘割を自由に移動できるカヌーやボートの提案や空き店舗を活用しカフェやバーの運営も提案があった。 ■平成22年 ※沖端商店会 平成21年に提案があった空き店舗の活用を行い、昼は柳川の特産品の販売、夜はバーの運営を行った。特産品を一店舗で扱ったことにより年代や性別での売れ筋商品が分かり、マーケティングとしても効果が表れた。 ※柳川商店街 地元の小学生と実際に使ういすやオブジェを制作したり、九産大の学生が店舗のしつらえや看板などを製作したりして、手作りの温かみのある店舗づくりができ、観光客からも好評だった。	九州産業大学の学生が大学では経験できない様なことを柳川で経験してもらおうと同時に、地元の人たちとの交流を持つことで、柳川に興味を持ってもらうことができたと考えられる。	継続
短期	継続 (調整中)	産学官連携オープンセミナーの開催 ■平成21年4月～	柳川市 (ブランド推進室)	「地域ブランドづくりによる柳川の活性化」をテーマに九州産業大学と連携して4回実施。	4回で122人の参加があり、まだ馴染みのなかった「地域ブランド」の考えに一定の理解が得られた。	一定の理解が得られ、地域資源を生かす観光に目が向けられたことは評価できる。	収穫体験受け入れ者を養成する講座の実施につなげている。
その他	継続	城掘環境整備 ■平成22年4月～	柳川市 (観光課)	柳川市観光協会に委託し、柳川の顔である掘割の清掃や植栽事業を実施。	観光地として、観光客をおもてなしする上で、大切なことであり、気持ちよく柳川を観光していただくことにつながったと考えられる。	観光地として、まちをきれいにし、観光客をお迎えすることは重要なことであり、特に、柳川の顔である掘割をきれいにお迎えすることは柳川のリピーターにつながるのだと考える。	継続。
その他	継続	観光振興事業 ■平成22年4月～	柳川市 (観光課)	人材育成のために、福岡県のふるさと雇用創出事業を活用し柳川市観光協会に委託し観光アドバイザーを雇用し、市内の観光資源や歴史・文化を活かした観光商品の開発、セミナーを開催。	設置して1年であり、まだ目に見える効果としては、表れていないが、今後はアドバイザーとしての機能を十分に活かして着地型観光の商品造成につながるよう前進していく。	アドバイザーを設置し、人材育成していくといった事業趣旨は評価できるが、成果としてはまだ見えていない状況である。	継続。ただし、平成23年度までの予定。
その他	継続	有明海なんでも探検隊 ■平成22年4月～	柳川市 (生涯学習課)	干潟遊びなどの体験や、朝市での交流を通して「郷土の宝」を深く考え学ぶ。 ■参加者:30人	郷土の自然や環境を知ること、郷土を愛し、誇りに思う心を醸成する。	郷土のことを知ることで、郷土を愛し、誇りに思う心を持つ人が増えることは評価できる。	継続
その他	継続	二ツ河ウオッチング ■平成22年8月～	柳川市 (生涯学習課)	希少な生物が生息する二ツ川をどんこ舟で下りながら観察する。 ■参加者:25人	郷土の自然や環境を知ること、郷土を愛し、誇りに思う心を醸成する。	郷土のことを知ることで、郷土を愛し、誇りに思う心を持つ人が増えることは評価できる。	継続
その他	継続	柳川歴史文化講座 ■平成17年4月～	柳川市 (生涯学習課)	郷土の歴史や先人たちの偉業を学ぶことで知識を深め、郷土を愛する心を醸成する。 ■平成22年度参加者:279人	郷土の自然や環境を知ること、郷土を愛し、誇りに思う心を醸成する。	郷土のことを知ることで、郷土を愛し、誇りに思う心を持つ人が増えることは評価できる。	今後も様々なテーマで、特に若い世代に学ぶ機会を提供していく。
短期	スポット	市民に川下り体験 ■平成20年11月～	水郷柳川まちづくり協議会 (事務局:観光課)	川下りコース沿いの区長約300名に川下りの招待券を配布。	川下りは観光客がするもので、地元住民が利用するものではないという認識が高いこともあり、実際川下りコース沿いに位置する住民の代表として各区長300名に招待券を配布し80名の利用があった。	地元住民に川下りを体験してもらうことは大変重要なことであり、川下りがいかに素晴らしいものかを体感してもらうことで、柳川の素晴らしさに気づいてもらえると考えている。	未定。
短期	未実施	各団体との交流会の開催					

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、14の事業展開ができ、市民向けの情報発信や市民と協力して行っている清掃活動など、市民を対象とした取り組みを継続して実施していることは評価できる。

全体評価としては、将来像にも掲げているとおり「地域力が創る観光交流都市」とあるように7本の戦略の中でも「地域力向上」は重要な柱であり、この事業だけで十分であったとは評価しにくい。

戦略: 6. 観光情報発信・受信の充実
 目的: 柳川の魅力を適時・的確に発信

短・中・長期	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
短期	継続	街角食堂マップの作成 ■平成21年4月～	柳川市(観光課) 九州産業大学	市内で食堂とうなぎめしを提供しているお店を募集し、2種類(街角食堂マップとうなぎめしマップ)のマップを作成。	食事処に関する観光客からの問い合わせが多く、特にうなぎめしについてはどこがお勧めですかとの問いが多く、行政としては情報を観光客に正確にお伝えすることが難しかった。しかし、マップを作製したことで、正確に情報を発信することができる。同時に何回か柳川に足を運び色々なお店に行ってみようと考えている観光客が増えている。(リピータの確保につながっている)	魅力を的確に発信といった部分では、柳川の食に関する魅力をニーズに応じて的確に発信することができるツールができたことは評価できる。	随時更新
短期	継続	有明海の旬の魚などをPR ■平成21年5月～	柳川ブランド推進協議会	よかばんも～体験(現地集合現地解散)、よかばんも～バスツアー(博多駅発着)の実施。	市の農水産物は、市民でも知らないことが多く、体験やバスツアーを通してPRを行っており、当初は農水産物の産地だと知らない参加者が多かったが、知られるようになった(参加者アンケートによる)。	川下り、うなぎのイメージだけでなく、農水産物の産地というイメージができたことは評価できる。	今後もイメージ発信を行っていく。
短期	継続	収穫状況や農産物の広報活動 ■平成23年3月～	柳川ブランド推進協議会	ホームページで旬の農水産物のPRを実施	ブランド推進協議会ホームページで旬の農水産物をPRしており、月に2,3度は問合せの電話がかかってくるようになった。	川下り、うなぎのイメージだけでなく、農水産物の産地というイメージができたことは評価できる。	今後もイメージ発信を行っていく。
その他	継続	広告宣伝 ■平成21年4月～	柳川市(観光課)	新聞や旅行雑誌などに柳川観光の情報を掲載した。 ■平成22年度: 11件に掲載。	旅行雑誌やフリーペーパーに掲載したこと、雑誌を見たといったことでの問い合わせもあり、もっと露出していくことが重要だと思ふ。	新聞やフリーペーパーは単発であり、もっと継続性のある雑誌に掲載していく必要がある。	継続。
その他	継続	筑後地域広域観光推進協議会 ■平成22年2月～	5市2町で構成	九州新幹線全線開通に伴い、筑後船小屋駅を中心に5市2町(筑後市・八女市・柳川市・大川市・みやま市・大木町・広川町)で協議会を立ち上げ、筑後船小屋駅構内へ情報発信施設の整備や広域観光パンフレットを製作。	筑後船小屋駅を中心に観光客を誘致することが目的だが、まだまだ、筑後船小屋駅の認知度が低く、より情報発信を行っていく必要がある。	新幹線効果が一過性にならないようなソフト事業をもっと充実する必要がある。	継続。
その他	継続	観光ホームページの充実 ■平成18年4月～	柳川市(観光課)	インターネットを活用した観光情報の収集が多くなっており、柳川市のサイトの中の観光のホームページを充実した。	柳川市のサイトの中でも観光情報へのアクセスが年間通しても多い。また、マップの郵送の問い合わせにもネットからのダウンロードで対応できるようになった。	日本語表記のホームページは充実できたが、外国人向けの対応ができていない。今後は、外国人にも対応できる表記が必要だと考える。	継続。
その他	継続	よりめせ柳川の駅 ■平成23年2月～	柳川市(観光課)	市内や近隣にあるコンビニや各店舗に観光パンフの設置を行い、観光客が手軽に観光情報入手できるようにした。	観光客が手軽に観光情報入手でき、各店舗からはパンフレット補充の要望があるほど、利用があった。	各店舗からはパンフレットの補充の要望が来るほど、利用者が多いと考えられ好評と思われる。	継続。
その他	継続	観光DVDの作成 ■平成21年8月～	柳川市(観光課)	柳川観光プロモーションDVDを作成。	旅行会社への説明や県外で開催される物産展・観光展等で柳川の自然、食、歴史文化等の魅力を動画でリアルに紹介することで紙媒体では伝わりにくい要素をより分かりやすく水郷柳川をイメージしてもらえた。	旅行会社の商品造成担当者が実際に柳川の商品をつくる際に紙媒体では弱く、柳川のイメージを正確に伝えるツールとして好評である。	随時更新
短期	未実施	旬の農産物のPR					
短期	未実施	観光基礎データの整備					

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、食や農産物で観光客が欲しい情報を発信できるツールができたことは評価できる。しかし、それらを活かした事業展開ができなかったことは残念である。

全体評価としては、柳川の魅力を如何に正確に発信することができたかを評価すると、十分ではない。

戦略: 7. 国際観光の推進
目的: 国際観光の推進

短・中・長	継続・スポット	プロジェクトと活動内容	実施主体	内容	効果	評価(自己評価)	今後の展開
その他	継続	観光DVDの作成 ■平成21年8月～	柳川市 (観光課)	4カ国語(英語・韓国語・中国語・台湾語)の柳川観光プロモーションDVDを作成。	旅行会社への説明や海外で開催される物産展・観光展等で柳川の自然、食、歴史文化等の魅力を動画でリアルに紹介することで紙媒体では伝わりにくい要素をより分かりやすく水郷柳川をイメージしてもらえた。	旅行会社の担当者や外国人観光客にDVDを見せるだけで、柳川のイメージを伝えられる。	随時更新
その他	継続	観光パンフレットの作成 ■平成18年4月～	柳川市 (観光課)	4カ国語(英語・韓国語・中国語・台湾語)の観光パンフレットを作成。	市内の観光施設からの問い合わせも多く、海外での営業等に活用した。また、外国人観光客への情報発信ツールとして効果的であったと考えられる。	現在のパンフレットは内容が少なく、外国人観光客が欲しい情報を掲載するようなものに改定する必要がある。 ■平成23年度に改訂	継続
その他	継続	中国余姚市との観光文化交流都市締結 ■平成22年5月～	柳川市 (観光課)	民間ベースで約30年あまりの交流がある、中国余姚市と観光文化交流都市の締結を行った。きっかけは、余姚市出身の儒学者「朱舜水」と柳川市出身の「安東省庵」とのつながりから始まった。	即効性のある具体的な効果は特にまだないが、修学旅行生が柳川を訪問した。	中国本土としては広く、どこにプロモーションをかけてよいかわからない状況で、歴史的文化的つながりがある余姚市との締結は今後の誘客のきっかけになると考えられる。	継続
その他	継続	エージェントの招聘事業 ■平成22年5月～	柳川市 (観光課)	韓国からの観光客を誘致するために、韓国の旅行会社を柳川市に招聘し、川下りをしていただき、うなぎのせいり蒸しを食べていただいたり、柳川のよさを実際に体感していただいた。	実際に柳川に訪問してもらい柳川のよさを体感してもらうことは大切であり、柳川をコースに入れた商品造成にも期待がある。	パンフレットでは伝えきれない柳川の情緒や風景を実際に体感していただく機会があり、今後の柳川への韓国人観光客の誘客にはつながると考えられる。	継続
短期	廃止	外国人観光客向け無料電話通訳サポートサービスの導入	柳川市 (観光課)	平成20年8月から柳川市観光情報センターに外国人観光客向け無料電話通訳サポートサービス(英語・中国語・韓国語)を導入。	平成20年8月から導入を開始したが、年間20件程度の利用しがなく、情報センターの施設管理者が変更に伴い、廃止。	通訳サービスについては、今後必要な事業であり、電話通訳に限らず通訳体制は整備していく必要がある。	今後は外国人観光客受け入れの充実を図るために通訳体制を整えていく。
短期	未実施	外国人観光客向けの誘導サインの設置					

■戦略の振り返りと評価

個別事業としては、情報発信ツールの作成や招聘事業の実施などを行い、外国人観光客誘致のための種をまきまじめたことは評価できる。

全体評価としては、柳川市だけで外国人観光客を誘致するのは厳しい状況であり、広域連携での取り組みが弱かった。