

第3回
柳川市観光まちづくり推進委員会
～住んでよし、訪れてよいまち 柳川～

補足説明資料

平成23年10月5日
福岡県柳川市建設部観光課

■議題（3）振興計画のおさらい ～柳川観光の環境分析＜第1回会議資料から＞

観光環境	内部環境	外部環境
プラス要因	<ul style="list-style-type: none"> ①全国的な知名度がある ②川下り、うなぎなどの集客力のある地域ブランドの存在 ③福岡都市圏から近い ④お寺、武家屋敷、文人たちのふるさとなど歴史、文化資源が多く、今後の取り組みによっては集客が期待できる地域資源が存在する ⑤観光客のニーズ(癒し志向)に適合する水郷のイメージがある ⑥食材が豊富である ⑦年中行事が盛んである 	<ul style="list-style-type: none"> ①「有明海沿岸道路」開通で、大川市、柳川市、大牟田市が短時間で結ばれる ②「みやま柳川IC」完成、高速道路からのアクセスが良くなる ③「国道443号バイパス」は、平成24年春に開通予定で、みやま柳川ICへのアクセスが良くなる ④国道385号バイパスが、平成24年春に開通予定である ⑤平成23年3月、九州新幹線博多～新八代間が全線開通、最寄りの筑後船小屋駅完成、新幹線アクセスが良くなる ⑥“癒し”、“安らぎ”も求める観光客の増加 ⑦アジアからの来訪者の増加 ⑧国の観光振興策 ⑨九州観光推進機構との連携
マイナス要因	<ul style="list-style-type: none"> ①新しい観光資源を開発する取り組みが弱く、一部の観光資源に偏りがみられる ②市内をスムーズに移動できる手段の不足 ③“食”に関して不十分である ④観光客の視点が入り入れられていない ⑤観光振興に対する市民の意識が低く、観光推進体制も充分とは言えない ⑥情報発信が不十分である 	<ul style="list-style-type: none"> ①景気の低迷 ②国内・外の観光地間競争の激化 ③観光市場規模の縮小 ④旅行費用が減少

■議題（3）振興計画のおさらい ～柳川観光の問題点＜第1回会議資料から＞

- ①川下り、沖端が中心で周遊ルートが確立されていない
- ②体験メニューが乏しい
- ③水郷のイメージが強いのに対し、水がきれいではない
- ④“うなぎ食”以外の食の認知度が低い
- ⑤駅から沖端までの公共交通機関の利便性が低い
- ⑥ゆっくりくつろげる場所が少ない
- ⑦川下りの季節・時間的制約がある
- ⑧市民への情報提供が不十分である
- ⑨市民の中に、観光への理解、もてなし意識が不十分である
- ⑩案内標識などの情報提供が不十分である
- ⑪観光に関する活動団体間の連携が不十分である
- ⑫日帰り客及びリピーターが多いが消費の拡大につなげにくい

■議題（3）振興計画のおさらい ～柳川観光の課題＜第1回会議資料から＞

■柳川観光の課題1 柳川ブランドの創出

- ①食の多様化
- ②土産品の開発
- ③川下りの楽しみ方の創出

■柳川観光の課題2 観光資源の魅力向上と地域一体的な観光地域づくり

- ①テーマによる観光資源の結びつきや活動メニューの開発
- ②景観の統一
- ③観光素材の発掘

■柳川観光の課題3 観光行動に対応した受け入れ環境の整備・充実

- ①まち巡りのためのルートづくり、案内、トイレ、休憩施設などの環境整備
- ②駐車場の確保と案内の充実
- ③公共交通機関の利便性向上

■柳川観光の課題4 情報の受信・発信を含めた観光推進体制の確立

- ①活動団体の連携体制の確立
- ②目的に応じた的確で適時のわかりやすい情報の提供と発信
- ③観光客のニーズをキャッチし、共有できる体制づくり
- ④まちの活性化、経済効果につなげていく仕組みづくり

■議題（3）振興計画のおさらい ～柳川観光の課題＜第1回会議資料から＞

■柳川観光の課題5 市民が参加しやすい体制づくり

- ①市民がわかりやすい観光振興の推進
- ②市民が参加しやすい観光振興の推進

■柳川観光の課題6 観光振興をしていくための体制づくり（観光協会の強化）

- ①情報管理の一元化体制づくり
- ②観光協会の体制強化

■柳川観光の課題7 広域観光連携の推進

- ①近隣の市町村や地域、観光事業者などとの連携による広域の観光ルートづくり
- ②観光協会の体制強化

■柳川観光の課題8 外国人観光客の誘致

- ①海外向けの積極的な広報宣伝活動の推進
- ②外国語による観光情報の提供
- ③不自由なく一人歩きできる受入態勢の整備

■議題（3）振興計画のおさらい ～7本の戦略<第1回会議資料から>

地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」			
水郷といやし のたたずまい	柳川らしさの 育成・発展	戦略1 柳川ブランドの構築 —「水郷・柳川」の価値づくり	①水郷・柳川の実現 ②柳川ブランドづくり ③地場製品の品質保証・管理の仕組みづくり ④柳川ならではの体験メニューの開発
		戦略2 食の魅力づくり —柳川の食の強みを活かす	①食を楽しむ空間づくり ②食の選択幅の拡大 ③地元食材を活かした加工品の開発 ④食の魅力を担う人材育成
		戦略3 魅力的な地域づくり —市民、観光客双方にとって の心地よい空間づくり	①四季型・滞在型観光地づくり ②自然環境資源の持続的な活用 ③統一的な景観形成 ④交通インフラの充実 ⑤アメニティ(快適性)の向上
	全域・市民による 観光まちづくり	戦略4 多様な集客資源の融合 —柳川市全体の観光魅力 を最大限に活かす	①広域的な観光プログラムの開発 ②市内でのスムーズな案内誘導の実現 ③潜在的な魅力の発掘と観光活用 ④地域の観光資源とイベントの連携
		戦略5 地域力向上 —柳川市民が担う観光まちづくり	①観光を支える人材育成 ②おもてなしの精神の醸成 ③各組織間の連携仕組みづくり ④市民参加体制づくり
	観光情報 システムの 構築	戦略6 観光情報発信・受信の充実 —柳川の魅力に適時・的確に発信	①柳川観光のイメージアップ ②マスメディアへの積極的な情報提供 ③ターゲットに応じた多様な情報提供 ④観光客のニーズを把握するための定期的なモニタリングと情報の共有
	国際観光 の振興	戦略7 国際観光の推進 —国際観光を振興	①外国人が一人歩きできるまちづくりの推進 ②外国人旅行者の受け入れ態勢の整備

■議題（3）柳川観光の特徴の変化 平成20年と23年比較

<平成20年> 市内アンケート調査、街頭、インターネットアンケート調査、外国人モニター調査	<平成23年> 市内アンケート調査
特徴1 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	関東、関西など、「九州外」からの増加
特徴2 あらゆる世代が訪れているが、50歳以上が約半数を占めている	「20歳代、30歳代」の増加
特徴3 家族旅行客が6割以上と多い	
特徴4 繰り返し訪れる観光客が多く、再来訪意識が高い	「初めて」の増加
特徴5 時季的な変動が大きい(春・秋季が多く、夏・冬季が少ない)	
特徴6 福岡都市圏からの日帰り観光地としての性格が強い	関東、関西から、福岡へのパック商品で来られる方の増加
特徴7 訪問目的が「川下り」「祭り・イベント」「食事」に限定され、滞在時間が3-4時間と短い	
特徴8 外国人旅行者にも「自然」「まち並み」「川下り」「食」に対する評価が高い	

■議題（3）これまでの振り返り ～今後3年間のマーケットとターゲット設定検討

■平成23年満足度調査(平成20年調査比較・割合)

★年代別

・20～30代の若者層が増加。60～70代が減少。

★居住地

・福岡市内から減少。九州外から増加。

★訪問回数

・「初めて」の割合が増加。

★移動手段

柳川までは、飛行機、新幹線利用が増加。新幹線全線開業で、九州外から博多駅まで、駅から貸切バスでの来柳が増加。

★不満要素

快適性<アメニティ>に対する不満。九州外からは、「観光スポット間の交通の便の悪さ」「交通案内」「観光情報」「まちや川が汚れている」割合が高い。

★満足度

満足度を達成できなかった項目は、「土産品」、「案内看板」、「旅行中の移動」、「観光情報」の4項目。

「土産品」、「案内看板」、「旅行中の移動」は満足度低下。

「食事」、「観光施設と内容」、「まちの人たちのおもてなし」「旅行全体」は満足度高まる。

★消費額

お土産品代が1,000円増加。しかしながら満足度が低下。

★まとめ

①遠方から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。

②多くの事業をしているのに、満足度が高まらなかった理由は何か。

■九州・福岡の取り組みのキーワード

・広域観光の課題

①滞在力、②主体・組織、③自立・継続性

・博多港へのクルーズ船61回。九州152回。

・福岡市コンベンション誘致全国2位。

・国内旅行振興キャンペーン。

長期滞在、若者旅行振興。

・個人旅行へ。

外国人観光客の増加。九州新幹線全線開業。

「福岡プラスワン戦略」。

・中国からの観光客の増加。

・修学旅行、クルーズ船、コンベンション、インセンティブツアー誘致。

・国内外へのPR、プロモーション活動。

■九州・福岡の統計

・宿泊について、九州内の流動で42.7%、関東から19.2%、関西から13.3%。

・2010年海外から九州へ100万人、2011年1～4月で対前年比77.4%。

・平成21年九州(福岡)への入国外国人59.8(47.6)万人。内、アジア54.9(44.5)万人、内、韓国35(27.3)万人、台湾6.2(5.7)万人、中国8(6.3)万人。

■この他

・3.11東日本大震災。風評被害対策。

■議題（3）これまでの振り返り ～今後3年間のマーケットとターゲット設定検討

■観光振興の基本視点 ～計画書第4章

- 1 柳川らしさの育成・発展
- 2 全域・市民による観光まちづくり
- 3 観光情報システムの構築
- 4 国際観光の振興

■「選択と集中」の基本

- ・3年スパンで何を優先すべきか。
- ・プランは、今ある事業を切り捨てることではなく、「予算的、人的、時間的に、何を優先すべきなのか。」。

■「選択と集中プラン」の考え方

- ・長期スパンに立った上で、3年程度で実効性のある短期事業に絞って検討する。
- ・長期的には、柳川にしかない資源を磨いて活かしていく必要。プランでは、「どうやったら滞在時間が延び、観光客が増えるのか、消費額が増えるのか、満足度が高まるのか」からのアプローチから検討する。
- ・実行できる実践的なプランとする。
- ・市内の連携、九州、福岡との連携により達成する。

■国内マーケット考察

- ・マーケットが広がっている。九州圏内の移動が活発である中、関東、関西からの入込が伸びる。
- ・九州外からの入込の増加。平成20年では、福岡県内で50%、特に、福岡市近郊からのお客が多かったが、今回の調査で、福岡市からのお客の割合は減少。
- ・県内、九州からは自動車利用多い。福岡市は西鉄利用。新幹線では博多駅から貸切バス利用が多い。
- ・交流人口を増やす地域間の競争が強まっている。

■海外マーケット考察

- ・人口減少、高齢化、少子化が進む中、国内消費は縮小傾向。インバウンドの取り組みが必要。
- ・九州、福岡には、アジアから、特に、韓国、台湾、中国からのお客が多い。
- ・日本在住の外国人向けの事業も求められる。

■ターゲット考察

- ・50歳代・60歳代を中心としたシニア層の家族連れがメインターゲット。20歳代、30歳代の若い世代をサブとする。
- ・国内外問わず、福岡との緊密な連携が必要。
- ・「滞在力」。宿泊が伸び悩む中、滞在時間を延ばすことで、消費を増やす取り組みが重視される。
- ・「うなぎ」、「川下り」、「北原白秋」、「御花」の4つの柱で誘致してきた。5本目、6本目の柱づくり。
- ・マーケティングによる分析が必要。
- ・修学旅行、アフターコンベンションの誘致が効果的。

■議題（3）振興計画・関連計画 ～柳川のアイデンティティ・絶対価値

■柳川市観光振興計画
柳川観光の将来像

地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」

■柳川市観光振興計画
基本理念

- 1 水郷・柳川のまちづくり
～いやしとやすらぎの提供
- 2 感動と創造のまちづくり
～地域の活性化と満足度の高いサービスの提供
- 3 地域力のまちづくり
～人材育成と協働

■柳川市観光振興計画
基本コンセプト

水郷といやしのたたずまい

■柳川市第1次総合計画
観光施策

『水郷まち歩き観光』の振興

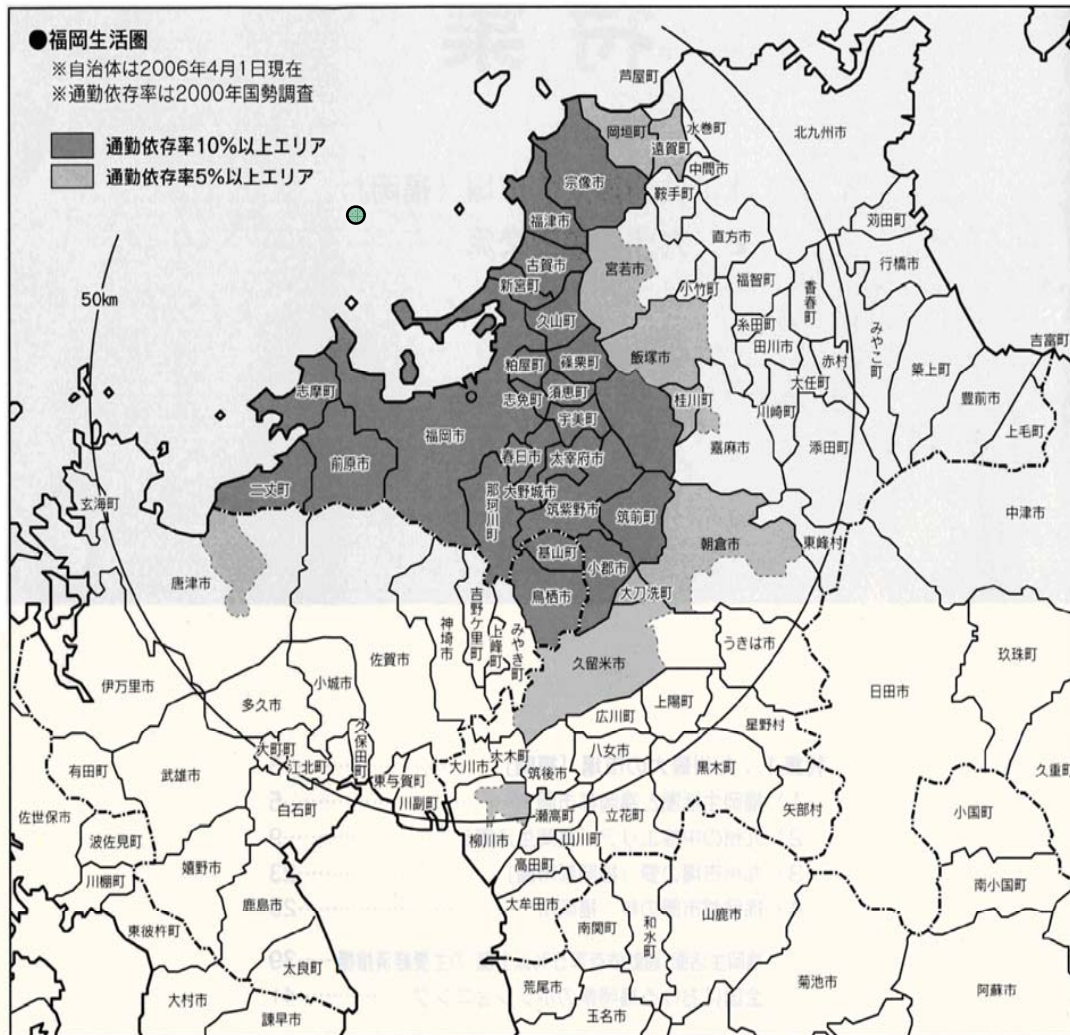
■柳川市地域ブランド戦略構想
ブランドイメージ

掘割の巡るまち、水郷柳川

■柳川暮らしアクションプラン
サブタイトル

快適な暮らしと水郷情緒が楽しめるまち

■参考 ～マーケット 平成20年ベース



※行政区は市町村合併特別措置法に基づく2006年4月1日時点。

※福岡生活圏…福岡市から半径50kmの範囲に位置し、福岡市への通勤者が5%を超える市町村で構成されるエリア(上図参照)

◆福岡生活圏

1)人口

九州(1340万人)の約4分の1(330万人)が暮らす

2)商業販売額

九州(13兆4千億円)の25%超(3兆3800億円)
 ※九州最大のマーケット。

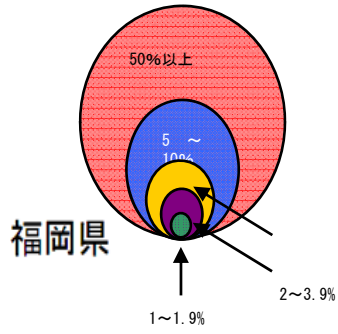
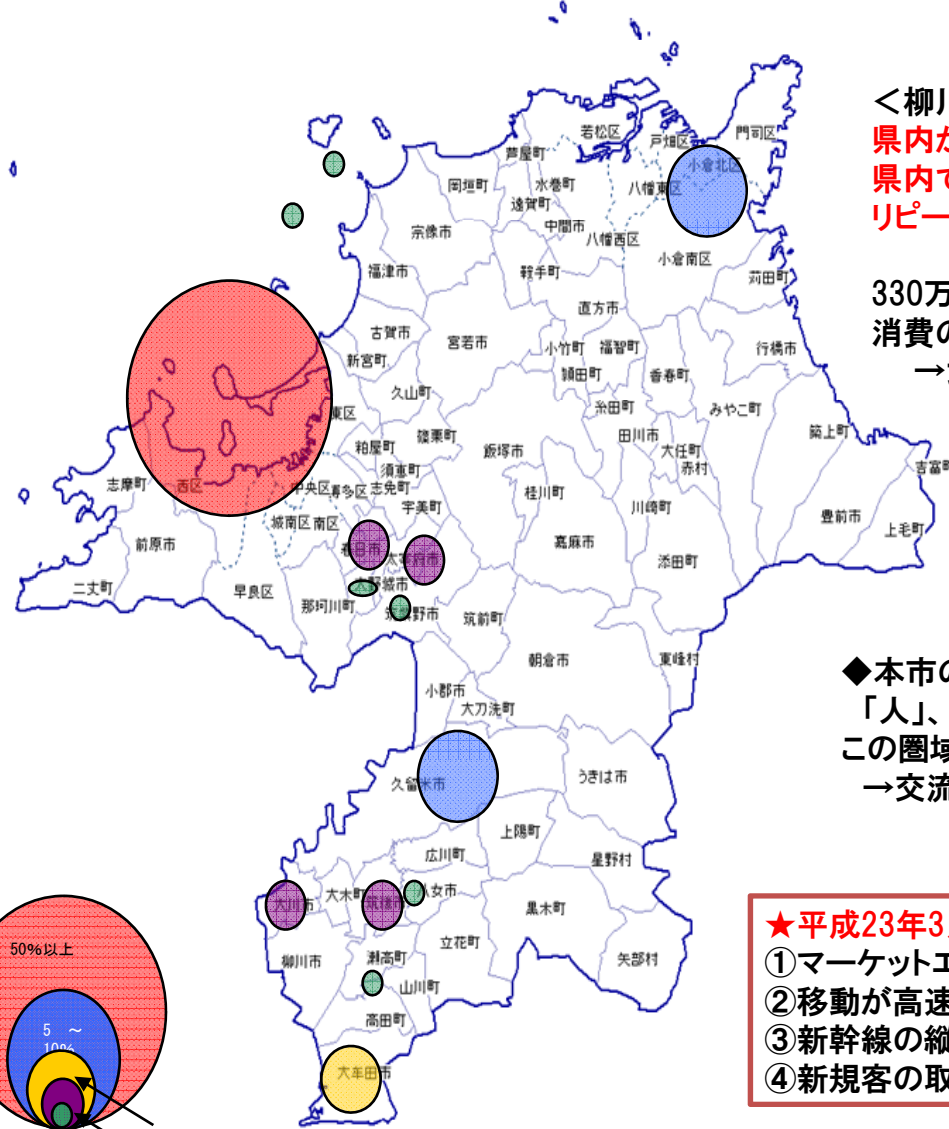
◆ターゲット

福岡方面からの交流人口増加
 →柳川市の活性化

- 1)福岡生活圏330万人からの交流人口増
 →市内で消費してもらう地域循環型市場を形成
- 2)中高年女性を核に、誘致活動を展開。

特に、総人口に占める割合が一番高い団塊の世代(1947～1949生)とその子ども世代団塊ジュニア(1971～1974生)九州内でも福岡県に集中(40.5%)。その数56万人。
 この世代の女性をターゲットとして誘致活動展開

■参考 ~マーケット 平成20年ベース



＜柳川市観光動態調査＞

県内から全体の約50%、九州圏外から全体の約27%、
県内では、66.9%が福岡都市圏、23.3%が久留米都市圏
リピーターが57.4%と高い水準。

330万人の商圏を取り込むことは必須条件。
消費の主役は女性
→女性に受ける産品・サービスづくりは欠かせない。

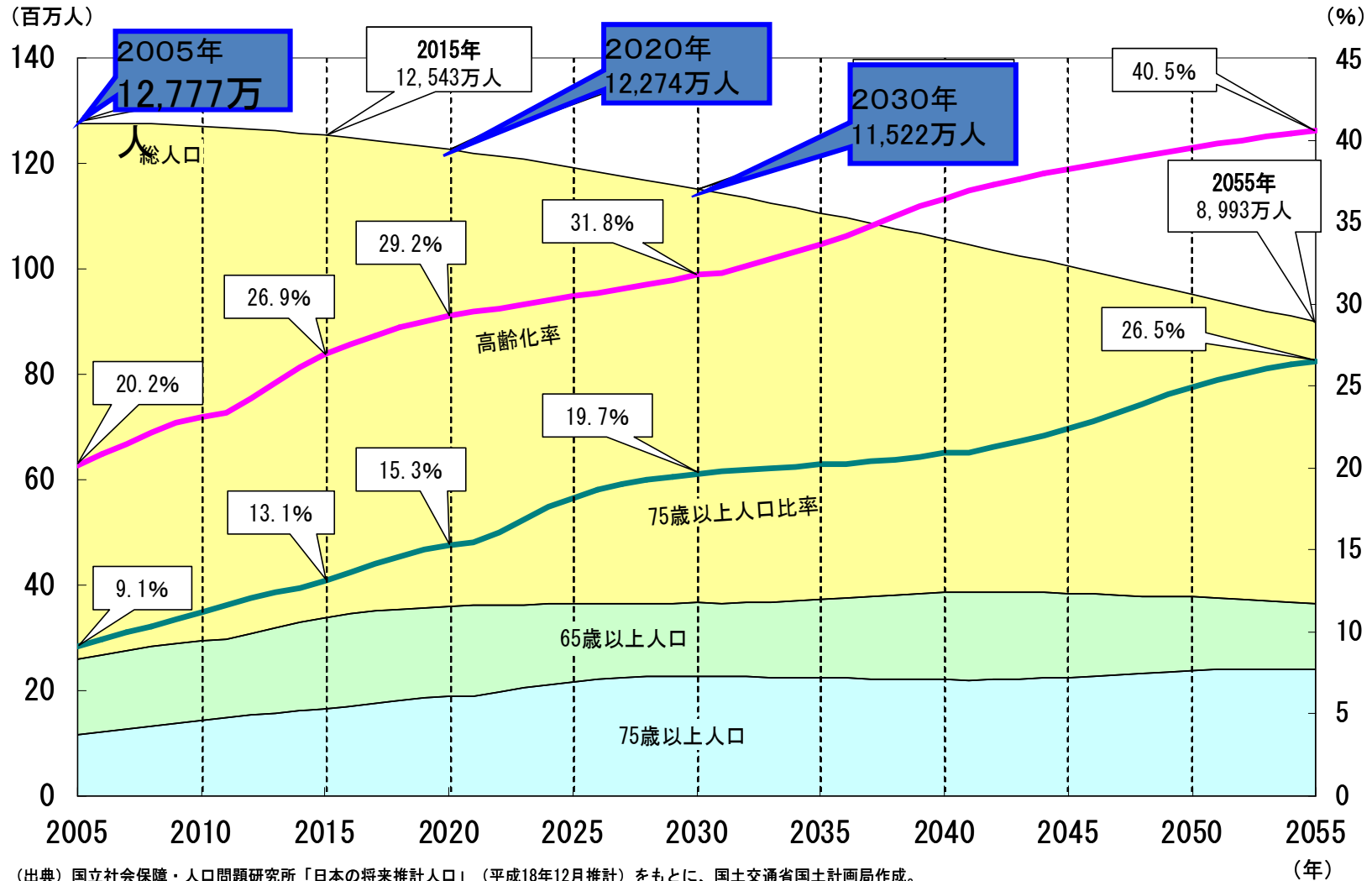
◆本市の地理的条件
「人」、「モノ」、「金」、「情報」が集中している
この圏域の最南端に位置
→交流人口やマーケット獲得に好都合。



- ★平成23年3月12日 九州新幹線開業
- ①マーケットエリアが大幅に拡大。
 - ②移動が高速化。
 - ③新幹線の縦軸に対する各駅からの横軸づくり
 - ④新規客の取り込みは不可欠。

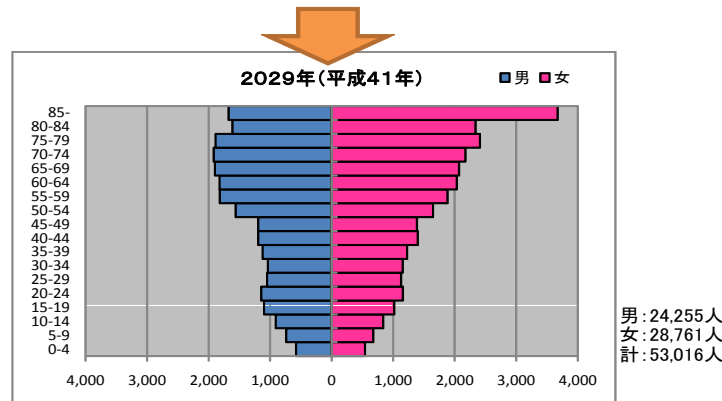
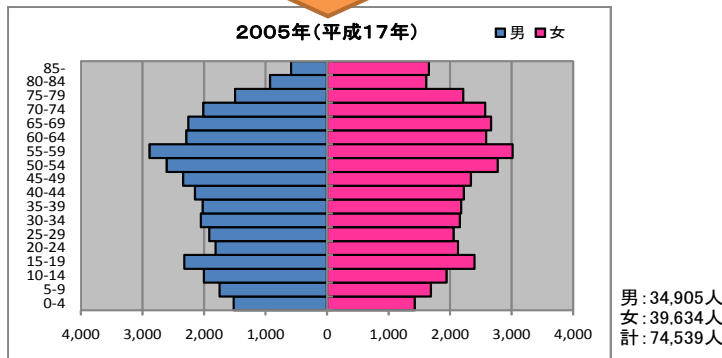
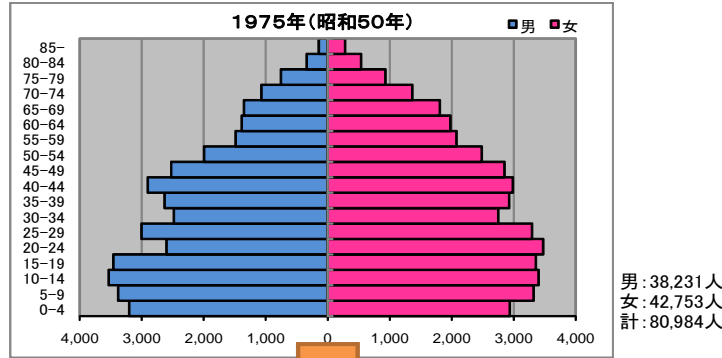
■参考 ~これからの我が国の人口減少動向

定住人口の減少

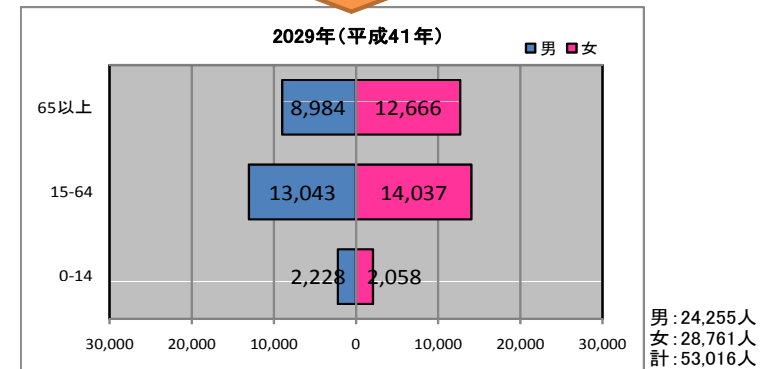
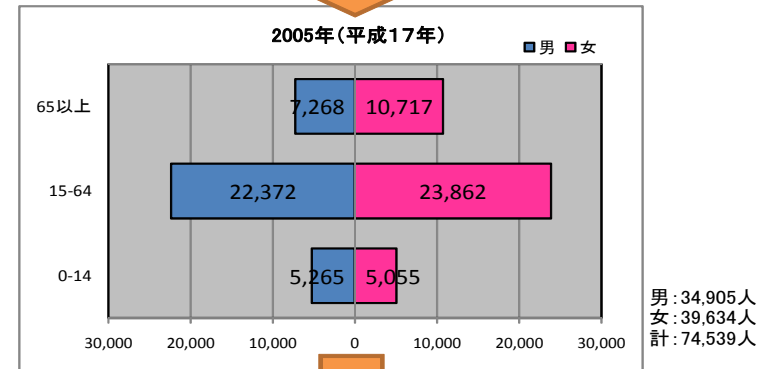
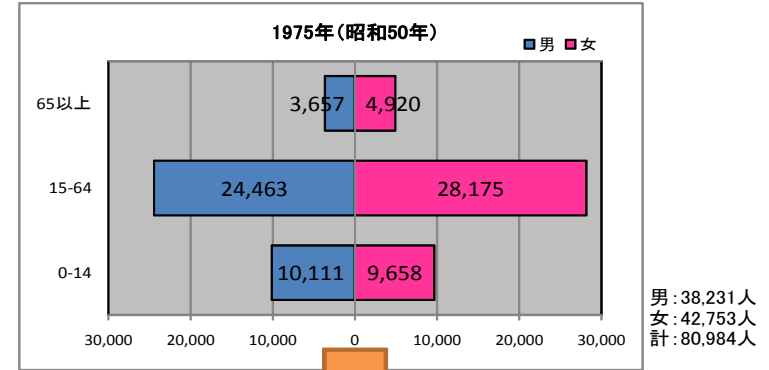


■参考 ～本市の人口構造の変化予測

◎構成別の推計(5歳区分男女別)



◎年齢3区分別推計人口 男女構成別



■参考 ～本市の人口構造・産業別構造の変化

◆柳川市の年齢3区分別人口推計

