

将来像：地域力が創る観光・交流都市 水郷・柳川

基本コンセプト：水郷といやしのたたずまい

戦略	計画に掲げるプロジェクト	満足度調査結果・短期事業評価・組織のキーワード・委員のご意見 <すべて事務局案>	選択と集中のキーワード
<p>戦略1 柳川ブランドの構築</p> <p>■目的:「水郷柳川」の価値づくり</p>	<p>■短期</p> <p>①船頭体験(スポット)</p> <p>②夜の川下りの充実(継続)</p> <p>③ブランディング委員会の設置(継続)</p> <p>■中期</p> <p>①地元食材の流通フロー及びコーディネート組織づくり</p> <p>②有明海のクルージング</p> <p>③収穫体験ができる観光農園の設置</p> <p>④ジェットスキーを利用した湯スキーの実施</p> <p>■長期</p> <p>①柳川学の確立</p> <p>②新規の川下りコースの設定</p>	<p>■満足度調査結果(事務局分析案)</p> <p>■短期事業評価</p> <p>個別事業として6本展開しており、戦略全体の幅が広がった事業展開ができた。</p> <p>■柳川ブランド推進協議会:柳川ブランドの構築</p> <p>■委員のご意見</p> <p>1 マーケティング・モニタリング</p> <p>①体験モニターツアーの検証が必要。利用者のニーズやどのようなことを欲しているのか、ブランド認定品ではどのような商品がどのような年代に売れているのか、といったマーケティングが必要。</p> <p>②ニーズにあったモニター商品の開発も必要。</p> <p>③アンケートやモニタリングを確実にすることで事業が地に足のついたものになる。このプロセスを経た結果として、事業の「集中」することが必要。</p> <p>④課題を解決するためにもマーケティングが必要であり、モニタリングも必要。集中するにもマーケティング、モニタリングは必要であり、どこに力を入れたらよいか分かる。</p>	
<p>戦略2 食の魅力づくり</p> <p>■目的:柳川の食の強みを生かす</p>	<p>■短期</p> <p>①名物料理の開発(継続)</p> <p>②商品開発(スイーツ・ソフトクリーム)(継続)</p> <p>③地元食材(素材)のリスト化(継続)</p> <p>④食関係者(組織・団体)のリスト化(継続)</p> <p>■中期</p> <p>①家庭料理フェスティバル</p> <p>②有明海を臨む堤防バーベキュー</p> <p>③中島の朝市に食堂</p> <p>④加工品のコンテストの開催</p> <p>■長期</p> <p>①川下りの風景を楽しみながら食事</p> <p>②掘割沿いのオープンカフェ</p> <p>③直売所のある「道の駅」の設置</p>	<p>■満足度調査結果(事務局分析案)</p> <p>①ターゲット層の変化。20代、30代、初めて、九州外の人、が伸びる。遠方から時間とお金をかけて来ていただく割合が高まることは、期待度合いが高まること。満足度のハードルが高まる。</p> <p>②お土産の消費は伸びたが、不満割合高い。</p> <p>■短期事業評価</p> <p>柳川の食材を使った加工品の開発が展開できた。</p> <p>■柳川ブランド推進協議会:特産品、お土産、ブランド認定、販促など、「商品」。</p> <p>■委員のご意見</p> <p>1 マーケティング・モニタリング</p> <p>①例えば、夜の川下りで、夜お客さんが入れば宿泊施設は時間的に夕食の提供ができないのであれば、翌日の朝昼の食事を提供するという工夫も必要。</p>	

柳川らし

さを育成・発展する	戦略	計画に掲げるプロジェクト	満足度調査結果・短期事業評価・組織のキーワード・委員のご意見 <すべて事務局案>	選択と集中のキーワード
	<b>戦略3</b> <b>魅力的な地域づくり</b> <b>■目的:市民・観光客双方にとって心地よい空間づくり</b>	<b>■短期</b> <b>①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設置したメニューの開発(継続)</b> <b>②川下りの定期船の運航(実証実験)</b> <b>■中期</b> <b>①掘割沿いの自然景観の保全</b> <b>②掘割沿いの花いっぱい運動</b> <b>■長期</b> <b>①川下りの乗り場を一本化</b> <b>②川下りコース沿いを含む全市的な良好な景観形成</b> <b>③期間限定の歩行者天国の実施</b> <b>④コンベンションの誘致</b>	<b>■満足度調査結果(事務局分析案)</b> <b>①柳川に来る前の水郷柳川のイメージと現実のギャップに対する不満割合高い。</b> <b>②まちが汚れている、堀が汚い、公衆トイレが少ない、不満度高い。清潔、きれいなまち、掘割が求められる。</b> <b>■短期事業評価</b> 柳川でしか体験できない体験メニューを開発し定期的実施している。 <b>■柳川市観光協会:掘割などの環境美化。</b> <b>■柳川観光活性化協議会:心地よい空間づくり。観光従事者の研修。</b> <b>■委員のご意見</b> <b>1 マーケットの広がりによる受け入れる側の質の向上</b> <b>①マーケットが広がって関西からも多くのお客様がきているので、質を上げないといけない。</b> <b>2 ソーシャルメディア</b> <b>①</b> ツイッターやフェイスブックといったソーシャルメディアの活用がない。フェイスブックで繋がっている方からの魅力的な情報をやり取りしている内に、身近に感じてその人が住んでいる場所に行ってみたいと思っている。 <b>②</b> ソーシャルメディアは重要。マスメディアとソーシャルメディアをうまく使って行く戦略。 <b>③</b> 震災以降、「人と人との絆」と言われている。受発信では、ソーシャルネットワークの活用を。誰でも関われる「小さいメディアだが、とても濃い世界で繋がっているメディア」。「個人の魅力的な情報発信」しているところに行きたいニーズがある。拡散も広く、瞬時に情報が流れる。「あの人言うなら行ってみよう」。 <b>④</b> 地元の方が楽しみ、その楽しさをフェイスブックやツイッターなどで発信できたら心が伝わってくる。見た人が行ってみようかなと思う。「フェイスブック講座」を市民の方向けに実施することも面白い。 <b>⑤</b> 地元の人楽しんで、それをSNSで伝えるモデルをまずやってみてはどうか。「柳川に行ってみよう」と思わせる伝え方の講座づくりは有効。市民は発信したくてたまらない。 <b>⑥</b> 「マスメディアとソーシャルネットワーク」の双方活用。 <b>3 観光と市民との距離を縮める</b> <b>①</b> 課題として「観光と市民の距離を近づける」とあったが、その有効な手段の一つとして、市民による柳川の身近な情報発信を仕掛けてみてはどうか。市民一人ひとりがメディアの媒体。市民に柳川の身近な情報を発信してもらうことで距離感が縮まる。 <b>②</b> 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?」。「西鉄電車の特急が止まっていなかったかもしれないね」。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。「観光は裾野の広い産業」だが、市民は遊びとの認識がまだ多い。観光は農業漁業と並ぶ産業だということを市民に知っていただく努力が必要。	
全	<b>戦略4</b> <b>多様な集客資源の融合</b> <b>■目的:柳川市全体の観光魅力を最大限に生かす</b>	<b>■短期</b> <b>①通り名の標示及び標識の設置(継続)</b> <b>②QRコードの設置(継続)</b> <b>③小路めぐり(継続)</b> <b>■中期</b> <b>①白秋祭の演出</b> <b>②季節イベントの開催(ガタリンピック・水上オリエンテーション・堀ンピック)</b> <b>■長期</b> <b>①武家屋敷を利用した食事処の設置</b>	<b>■満足度調査結果(事務局分析案)</b> <b>①不案内、不便。市内観光スポット間の交通の便の悪さ。交通案内の少なさ。</b> <b>■短期事業評価</b> 個別事業として13本展開でき、柳川市の昔からある資源や歴史を活用した事業が展開できている。 <b>■委員のご意見</b>	

	戦略	計画に掲げるプロジェクト	満足度調査結果・短期事業評価・組織のキーワード・委員のご意見 <すべて事務局案>	選択と集中のキーワード
域・市民による観光街づくり	<p>戦略5 地域力向上</p> <p>■目的:柳川市民が担う観光まちづくり</p>	<p>■短期</p> <p>①掘割の定期的な水質検査と市民向けの広報(継続)</p> <p>②掘割掃除(クリーンアップ・キャンペーン)(継続)</p> <p>③柳川の歴史や文化などの情報を市報に掲載(継続)</p> <p>④小学生向けの体験学習(継続)</p> <p>⑤市民に川下り体験(スポット)</p> <p>⑥各団体との交流会の開催(継続)</p> <p>⑦産学官連携オープンセミナーの開催(継続)</p> <p>■中期</p> <p>①カリスマ船頭づくり</p> <p>②観光読本の作成</p> <p>■長期</p> <p>①柳川観光交流塾の実施</p> <p>②柳川案内人検定の実施</p>	<p>■満足度調査結果(事務局分析案)</p> <p>■短期事業評価</p> <p>個別事業として14本展開できており、中でも掘割を活用した事業が多くみられ、いかに柳川にとって掘割が重要であるかが分かる。</p> <p>■柳川市建設部観光課:観光まちづくり。</p> <p>■柳川市観光振興プロジェクトチーム:市民が行う観光振興。「近きもの喜び、遠きもの来る」まず、地元が楽しむ。</p> <p>■委員のご意見</p> <p>1 市民が楽しむ</p> <p>①「どんこピア」は市民が最も喜ぶ状態。これを宿泊に結び付けることが「観光の広がり」、エージェントへの売り込み材料になる。具体例をつくること。</p> <p>②「どんこピア」はいい企画。情報発信を。現在のターゲットは市民だが、それを広く観光客にもPRし、宿泊に繋がっていくことが観光。例えば、JTBや西鉄旅行に売り込んでいくことも考えられる。福岡から電車で45分と言った立地的なものを含めてピアガーデンを柳川ではどんこ舟で楽しめるといった売り方も考えられる。</p> <p>③<b>地元の人を楽しんでいるか、が第一</b>。今の柳川は単発で終わっている。</p> <p>④今の観光は地元の人を楽しむこと。地元の方が楽しくないと観光客は来ない。さげもんや白秋祭水上パレードなど、地元が楽しんでいるところに観光客が訪れる。自分達が楽しければ、他の人にも声を掛ける。</p> <p>⑤雑祭も最初はやっている人が楽しむことからスタートし、それがお客様に伝わった。今は義務的になっている、やらされている。やっていておもしろい、がお客様に伝わる。</p> <p>⑥山形県では「サクランボの種飛ばし」のイベントとかやって賑わっている。</p> <p>⑦プロジェクトチームが企画したことを行政が情報発信をしていく、分担の動きができると相乗効果が表れる。</p>	
観光情報システムの構築	<p>戦略6 観光情報発信・受信の充実</p> <p>■目的:柳川の魅力を適時・的確に発信</p>	<p>■短期</p> <p>①食べ歩きマップの作成(継続)</p> <p>②まちかど食堂マップの作成(継続)</p> <p>③有明海の旬の魚などをPR(継続)</p> <p>④旬の農作物のPR(未実施)</p> <p>⑤収穫状況や農産物の広報活動(継続)</p> <p>⑥観光基礎データの整備(未実施)</p> <p>■中期</p> <p>①情報管理の一元化体制づくり</p> <p>②観光情報誌の発行</p> <p>■長期</p> <p>①観光協会の体制強化</p> <p>②フィルムコミッションの設置</p> <p>③ツーリズム協会の発足</p>	<p>■満足度調査結果(事務局分析案)</p> <p>①情報が得られない。</p> <p>■短期事業評価</p> <p>個別事業として8本展開でき、四季折々の情報発信はしているが、新しい情報の発信については弱かった。</p> <p>■九州観光推進機構:「やっていることを知ってもらう。」「内への発信と外への発信。」</p> <p>■福岡県国際経済観光課:「PR、福岡の売り込み」。</p> <p>■福岡観光プロモーション協議会:「誘致」、「プロモーション」。</p> <p>■委員のご意見</p> <p>1 誘致</p> <p>①柳川、福岡、日本、海外からどうやってお客様を誘致するのか。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。</p> <p>②<b>「いかに誘致していくのか」</b>。情報共有が重要。各組織と連携して誘致を。</p> <p>③総論としては、いかに誘客するか。<b>要は、何をすればよいかの各論の議論が必要</b>。</p> <p>ア)3年スパンで何を優先するのか。イ)新たな取り組みの提案。</p> <p>2 <b>情報発信</b></p> <p>①情報発信面で、柳川をどこまで発信していくかが弱い。</p> <p>②メディアの方と個人的に顔が浮かぶような関係を。情報発信を意図的に。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>⑤相手の視点でいかに情報発信をしていくかが大事。</p> <p>3 <b>情報発信・マスメディア</b></p> <p>①メディア戦略が重要。「やっていることを知ってもらう」ことが大事。何をしているのか分かっていたいていない場合がある。新聞やメディアに取り上げられることで組織の役割や目的を知っていただくことが大事。</p> <p>②定期的なプレスリリース、発信作業が重要。「どういう記者に、どういう記事を書いてもらうのか」を具体的に考える。「新しい観点・新しい事業」ネタや「心温まる」ネタ。</p> <p>③リリースを頻繁に。記者の視点でどうやったら取り上げていただけるのかを考える。市民に対する発信でもある。新聞で取り上げてもらうことで市民が知ることができる。</p> <p>④四季的なものと、新しい観点での情報発信を行っていくことが大事。</p> <p>⑤一つ一つの事業はいいが、内部での情報発信で終わっている。もっと広範囲での情報発信を行っていく必要。情報発信をどのようなツールで行っていくか、マスメディアをどう動かしていくか。着地させることが重要。一生懸命実施されているが、この事業はここで情報発信しようといった具体的な情報発信が必要。その部分が抜けている。</p> <p>4 <b>修学旅行誘致</b></p> <p>①ターゲットとして、修学旅行も視野に入れていく必要。</p> <p>②修旅では九州に行きたい意見が多い。博多駅で降りてバスで移動するといった行程が主流。中学は平和学習がメイン。</p>	



戦略	計画に掲げるプロジェクト	満足度調査結果・短期事業評価・組織のキーワード・委員のご意見 <すべて事務局案>	選択と集中のキーワード
<p>戦略7 国際観光の推進</p> <p>■目的:国際観光を振興</p>	<p>■短期 ①外国人向けの誘導サインの設置(未実施) ②外国人旅行者向け無料電話通訳サポートサービスの導入(廃止)</p> <p>■中期 ①善意通訳者(グッドウィルガイド)運動 ②ホームページの多言語化</p> <p>■長期 ①外貨両替所の設置 ②外国のクレジットカード使用可能施設の拡充</p>	<p>■満足度調査結果(事務局分析案)</p> <p>■短期事業評価 情報発信ツールとして、4カ国語DVDやリーフレットを作成。また、関係団体と連携し、マスコミの招聘事業が展開できたことは今後の外国人誘致につながる。</p> <p>■九州運輸局:「海外誘致」 ■九州観光推進機構:「風評被害対策。海外への情報発信、誘致」 ■福岡県国際経済観光課:「PR、福岡の売り込み。」 ■福岡観光プロモーション協議会:「誘致。」 ■柳川市:「国際観光」</p> <p>■委員のご意見 ①国内観光客、人口が減少する中、交流人口を増やすことが考えられる。国内だけではなく、<b>インバウンド</b>にも力を入れる必要。運輸局や県などとの連携がキーワードではないか。</p>	
<p>新たな戦略</p>		<p>■満足度調査結果</p> <p>■短期事業評価</p> <p>■九州運輸局:プラットフォーム、ワンストップ窓口。</p> <p>■委員のご意見</p> <p>1 <b>類似事業の整理</b> ①様々な事業が各組織で展開されている。ダブっている事業や類似事業などの調整が行われていない。 ②類似したたくさんの事業がある。母体がバラバラ。事業調整はやっているのか。集約できないか。個別の事業評価はできないし、調整は難航するかもしれないが、それができたらパワーアップするのではないか。 ③活動母体ごとに組織が違うが、より整理ができればもっと<b>力が集約</b>できるのではないか。 ④事業の量が多い。ふるいにかけてしっかりやるのが重要。具体的に、誰が、何の手段を使うのか。</p> <p>2 <b>プラットフォーム事業・ワンストップサービス・コーディネートする組織</b> ①観光地域づくりプラットフォーム支援事業。柳川では、観光関係者や商工・農業・漁業関係者が連携し、このようなプラットフォーム事業的な取り組みが必要ではないか。地域資源を生かして連携し、点を線で結び、面にしていくことが大事。 ②観光圏やプラットフォームを担う組織づくり。 ③数多くの事業が実施されている。この委員会が集中的に力を入れるべき事業を検討しているところであるが、主催者が思い思いにやり、事業の重複や、力が分散している。プラットフォーム事業のイメージで、<b>力の分散ではなくもっと効率的にコーディネートできる仕組みが必要</b>。 ④事業数は多い。事業の重複ややる人たちの力が分散されていないか。今回、委員会が「集中」すべきことを提案しなければならない。例えば、ワンストップ窓口となるプラットフォームや、コーディネートする組織が必要。 ⑤組織の集約をしなければならない。やっていることは近い事業。 ⑥市内にいろいろな組織があり、思いは同じでも別々の事をやっている。参加している感じがしない。だからアピールできない。各組織の思いがある事業もあるべきだと思うが、「<b>まず、これだけは一緒になって実施して行こう</b>」といったものを一つでいいので決めないといけない。共通のテーマや行動目的を示していくことが重要。 ⑦観光客の右肩上がりには考えられない。人口減少社会の中、交流人口を増やす。1日・1時間でも<b>長く滞在</b>していただき、消費額を延ばす。「九州・県との連携」と「市内の連携」による滞在力アップ。</p> <p>3 <b>着地型旅行商品</b> ①福岡市や久留米が着地型のパンフレットを作成している。機構でも「九州さるく」をやっている。現在、柳川市でやっているお客が参加できる着地型の事業をすべて一つのパンフレットにまとめたものを作成することも一つの手ではないか。事業主体は別として観光客が参加できるいろんなイベントをまとめて作成できたらよくないか。</p>	