

◆ 第3回柳川市観光まちづくり推進委員会議事録

平成23年10月7日作成

◇ 日 時：平成23年10月5日(水) 14時00分から16時30分まで

◇ 場 所：柳川市民会館 第2会議室

時刻	項目	担当	内容
14:03	●会長挨拶	千会長	こんにちは。今日は選択と集中プランづくりということで、市長に提言を行う素案をつくっていきたいと思います。選択と集中プラン作りとして柳川市としてこれまで取り組んできた事業やこれから取り組もうとする事業もございます。これらの取り組みを時代の変化も視野に入れ、予算を重点的に投資すべき事業を考えていただきたいと思います。皆さんの専門的なご意見をお願いします。 それでは、議題1をお願いします。
14:05	●前回会議までのポイント整理	山田係長	資料1・2・3に基づき説明。
		千会長	それでは、短期計画が終了し、満足度やマーケットがどのように変わったのかを報告をお願いします。
14:10	●満足度に関するアンケート調査まとめ・評価	津留	資料4に基づき説明。
		千会長	アンケート結果を参考に、資料5・6から選択と集中プラン作りを行っていききたいと思います。 アクセスが改善され、新幹線も開業し、九州観光推進機構で関東圏でのPRも効果が表れていると思います。皆さんご意見ございますでしょうか。
		横山委員	土産品の不満に関してですが、物が無いのか、買える場所が分からないのか。12月にアンテナショップを開店するので、そのことが分かればと思いました。
		立花委員	満足する商品がないことだと思います。
		横山委員	お土産として満足するものがないということでしょうか。
		立花委員	いっぱいある中で、色々な商品が普通に売れる。これといった商品はございません。あそこのまちな行

			<p>ったらこれだけは絶対買って帰らないといけないといった商品が必要です。お土産品のうなぎメシみたいなものが必要ではないでしょうか。柳川行ったらうなぎめしを食べないといけないと思うように、柳川に行ったらこのお土産を買わないといけないと思わせるような商品の開発が必要です。</p>
		横山委員	<p>特定の物が無いという解釈でよろしいでしょうか。</p>
		千教授	<p>これといったものがないといった事やまとまった商品がないといったご意見もたくさんあります。</p> <p>特色がないということと、どこで柳川のお土産が買えるのかが分からないといったご意見も多くございました。</p>
		待鳥委員	<p>旅に行ったら土産を買いたいと思います。柳川市ではブランド商品の開発にも取り組んでいらっしゃるのでもいいと思いますが、何か「柳川のお土産のキャッチコピー的なもの」が必要ではないでしょうか。</p>
		立花委員	<p>昔のお土産はご近所に配る物だったが、今は自分のために買うように代わってきています。特に、女性が圧倒的に多いと思いますが、そのことを踏まえて女性をターゲットを絞っていく必要があるのではないのでしょうか。</p>
		本田委員	<p>特に、主婦層は土産の購買力が高く、ここにしかないものを買いたい、価値観のあるものを求めています。</p> <p>単なるお菓子ではない何かを買いたいと常に思っています。</p>
		立花委員	<p>知り合いから出身地でもない土地のお土産が送られてくることがあります。美味しいから食べてくださいと行って送ってくれます。送ってくださる方が自慢してくれる商品が必要だと思います。</p>
		待鳥委員	<p>ブランド化と連携して取り組んでいければいい商品ができるのではないのでしょうか。</p>
		大江委員	<p>物語が欲しいですね。自慢したくなるような物語。期待を裏切らないものがあることが重要です。なるほどと思わせるものが必要。商品を渡す時に商品に</p>

			<p>関する物語を「実は〇〇なんです」みたいに語れるといいと思います。</p>
	本田委員	<p>アンケートを見てみて、サンプルが少ないのと期間が短いのでこれで一概に結論付けられないと思いますが、震災の時期も入っております。これを全部鵜呑みにはできないと思いますが、目的が、観光なのかビジネスなのかが分からないので、50代であればビジネスが多いだろうし、果たして20代が本当に観光オンリーなのかも分かりません。その部分をもう少し分析できればと思います。</p> <p>貸切バスについては、東日本に行っていた団体ツアーが九州に流れてきていると思われます。また、新幹線が開通すると新幹線の利用率が伸びて、飛行機利用が下がってくるものなのですが、九州として飛行機がまだそこまで落ちていないということも面白いデータだと思いました。</p> <p>アンケート結果の中で不満要素が一番重視すべきことだと思いますが、柳川と言えば掘割、川下りと思います。川が汚れていることは一番の問題でないでしょうか。柳川としては水郷柳川として売っていくならば川をきれいにしていくといった、すぐに取り組めることがあります。もちろん、お土産も大事ですが、このことを整理していかないと柳川を訪れた観光客がロコミで柳川は汚かったといわれるとアウトです。</p>	
	大江委員	<p>マスコミ。ミニコミ、ロコミ。3つのコミュニケーションが大事と言われています。特に、琴奨菊関が大関になって、柳川市がメディアに取り上げられる機会も多くなるとと思いますが、メディアの方が来たときにきれいなものを見せとかなないと怖いですね。富士フィルムのCMもいいですね。観光客がああ撮影の場所を探すなど広がりが出てくると思います。</p> <p>九州も新幹線開業もあり首都圏からの取材が増えてきています。琴奨菊関がパレードした際に水がきれいであるということが大事であり、市民の方々がすみやすいまち・きれいなまちに誇りをもつことが大事ではないかと思います。例えばですが、琴奨菊</p>	

		<p>関が水上パレードをするまでに市民や子供たちが掘割を清掃してお迎えをする。それを聞いたこと奨菊関も喜ばれるといったいい物語ができて、それがメディアに取り上げられて報道されていきます。それがストーリーであると思います。</p>
	本田委員	<p>富士フィルムでは、ディスティネーションキャンペーンとして、全国で写真コンテストを開催しますので、そこからも今回のCM撮影場所が写真を通して相乗効果として観光に繋がっていく感じがします。</p>
	大江委員	<p>不満要素で「トイレ・水・まわりの景色」があげられていましたが、女性をターゲットにすると絶対に必要なことです。旅行の決定率は女性が99, 9%ですので、このことは絶対に必要です。今回は琴奨菊関の凱旋パレードをきっかけにして、まちをきれいにする取り組みが行政からではなく、市民から盛り上げればストーリーが出来上がってくると思います。</p>
	本田委員	<p>絶対必要なものをどれだけ抽出するのが重要だし、問題点をいかに改善して盛り込んでいくかもあります。大変だと思いますが、民間の発意でやることをやる範囲で取り組んでいくことが大事だと思います。</p> <p>例えば、清掃活動も1カ月1回でも行えば予算もかからないと思います。</p>
	大江委員	<p>事例ですが、京都の鴨川では毎日ボランティアで市民が清掃活動を行っています。ゴミ一つ落ちていません。</p>
	本田委員	<p>掘割には生活排水も流れていると思いますので、水をきれいにするのは難しいかもしれませんが、物が流れていることは論外です。</p>
	大江委員	<p>九州のブランドづくりとして概念を一つ統一しております。「期待を裏切らない」ということを掲げています。会社のもので買ったら性能や美観が自慢になります。期待していたものががっかりしてしまったらブランドでも何でもありません。まず、きれいにした上でそれからブランドづくりになっていくのではないかと思います。</p>

	<p>本田委員</p>	<p>3月までJR九州にいたんですが、駅のランキングがございまして、年に3回調査があります。駅のきれいさやお客様への対応がよかった駅をポイント制でランク付けして、会議がある場合は駅長がそのランク順に席に座るということになっており、悪い駅長はいつも後ろの同じ席といったようなこともございます。しかし、どの駅でもそのような取り組みを行うことでどんどん駅がきれいになっていきます。これは自分たちの意識付けだと思えます。皆さんが切磋琢磨していくことで、まちもまち並み含めて美化の意識が芽生えてくるのではないかと思います。市民の方がそのような意識がないときれいにはなりませんし、行政だけでは難しいです。</p>
	<p>大江委員</p>	<p>汚いところには行きたくありません。 観光地に夢を持ってきたのにきれいではなければがっかりします。「汚いものがあることは美しいものを消してしまう」ということだと思えます。期待感を満足させるためには、途中も含めてきれいなことであることが大事です。ゴミが落ちていないまちにすることから始めないとブランド構築はできません。</p>
	<p>荒巻委員</p>	<p>「柳川までの案内看板等の整備状況」が不満ということですが、確かにみやま柳川インターからの道路が未完成ということもあると思います。 最近、続けて聞かれたことなのですが、観光客から柳川橋付近で柳川駅まではどのように行ったらいいでしょうかと聞かれることがあります。私たちは当たり前ですとすぐそこですと分かりますが、知らない観光客からすると分かりません。柳川橋付近には駅までの案内表示はありません。ちょっとした表示でもかまいませんので何らかの対応をお願いします。 また、駅からの観光施設への案内はございますが、逆に駅までの案内がございませんので、観光客がスムーズに駅まで帰れるようにお願いします。</p>
	<p>待鳥委員</p>	<p>アンケート調査の中で柳川に来たきっかけは聞かれていないのでしょうか。</p>

		津留	目的は聞いておりますがまだ分析ができていません。
		千会長	<p>今回の調査は20年度の満足度が達成できたかだけを抽出して整理しております。</p> <p>ご意見として、柳川の核となる水郷をきちんと見せ方も含めて考えていくことと、ソフト的な案内やお土産の話をしていただきました。そのことについては、資料6で議論をしていただきたいと思います。</p> <p>その前に資料5の柳川の環境の変化や今後どのような視点や方向性を持って取り組むべきなのかを説明していただき、それを踏まえて優先順位を決定していきたいと思います。</p> <p>説明をお願いします。</p>
●選択と集中プランづくり		山田係長	資料5に基づき説明。
		千会長	マーケットとターゲットの設定ですが、現在の時代の変化や国内観光を取り巻く環境の変化を踏まえて説明がございましたが、これだけは押さえておく必要がある。また、ターゲット・マーケットはこれでいいのかといったご意見ををお願いします。
		荒巻委員	<p>先方はどう思っているかはありますが、インバウンドとしては、ハウステンボスさんにアプローチする必要があるのではないかと思います。</p> <p>国内では福岡都市圏がメインでしょうが、インバウンドを考える上ではハウステンボスさんとタイアップしながら、柳川の素材を磨く必要があると思います。</p>
		待鳥委員	海外マーケットですが、九州は東アジアからの人気が高く、それが福岡に流れていると思います。風評被害対策でもございますが、日本在住の学生に来てもらってその土地のよさを発信してもらうことを実際展開しておりますが、柳川市としても一つの柱として、これからの将来を背負っていくアジアの若者に柳川を見ていただくことも先々のことを考えると大事だと思いますし、良さを発信していくことで、大人になって柳川に再度訪れていただくことにもつながると思います。もちろん基盤の整備等も必要になると思

			<p>ます。着地型観光のまちづくりを前提として進めながら、同時にインバウンドも同じように、きれいで良い印象を与えられるまちづくり、市民が誇れるまちづくりを展開できたらと思います。それが「住んでよし・訪れてよし」に繋がっていくのではないのでしょうか。</p>
	本田委員		<p>委員会を1回目・2回目・3回目と行ってきましたが「食・土産」「交通・アクセス・観光案内」「おもてなし」といった3つの柱が出てきたと思います。</p> <p>先程、ハウステンボスとの連携の話が出ましたが、本当に必要かと感じました。ハウステンボスではそこで完結するのではないかと思います。</p> <p>柳川市としては、ちょっと違ったイメージで50・60代をターゲットとするならば、ファミリー層よりは夫婦で訪れやすいまちをつくることを考えることが必要なのではないのでしょうか。柳川のまちをゆっくり歩いたり、川下りをしたりとした独自のイメージをもっと力強く打っていく必要があると思います。</p> <p>柳川市周辺と連携してブランドを確立していくことの方が大事ではないかと思いました。</p>
	荒巻委員		<p>説明不足ですみませんが、ハウステンボスとの連携はインバウンドでのお話しをさせていただいております。上海長崎航路が入ります。クルーズ船は朝港につき、夜出港するといった行程ですが、今後は長崎でお客さんをおろして、陸を通過して博多港へいくルートも出てくると思います、そのことも踏まえて、長崎ハウステンボスとの連携が必要ではないかのご提案をさせていただきました。</p>
	手嶋委員		<p>トイレがないということですが、柳川のまちを歩いていると「よりめせ柳川の駅」ののぼりを拝見しましたが、これはトイレの借用はお願いされているのでしょうか。</p>
	古賀課長		<p>貸していただくようお願いしております。</p>
	手嶋委員		<p>公衆トイレをつくるには経費がかかりますので、お店が持っているトイレを使ってもらう機能をもっとPRしていくことで改善できていくのではないのでしょうか。</p>
	江崎委員		<p>ターゲット的なことを考えていくと、インバウンドの</p>

		<p>話ですが、中長期的な目線になってきますが国内市場の伸びが期待できない以上、海外からの取り込みも必要になります。</p> <p>福岡・九州の入込を見ますと韓国6割・中国本土から2割弱入ってきておりますので、韓国・中国がメインのターゲットになると思いますが、そうなると外国語表記やお店におけるメニュー標記、従業員の対応などもありますので、長期的な視野で取り組んでいくことが大事だと思います。</p> <p>先程、ハウステンボスの上海航路の話がありました。11月末に上海航路が就航されます。運賃は安いんですが、部屋のチャージ料が発生しますがそれでも3・4万円程度で上海までいける、また、こちらに呼べるということは大きな利点だと思います。クルーズと違って宿泊が伴ってきますので、横軸で佐世保長崎～福岡～大分まで伸ばすことができると思います。</p> <p>国内では、新幹線県南の3駅の利用率を見ますと、筑後船小屋・大牟田・久留米ですが、久留米以外は当初の見込みの7割程度しか達成できていません。そこでやはり柳川が核となることが大事だと思います。交通の2次アクセスやレンタカーの整備も不十分ですし、周辺には大きな観光地もございません。柳川が核になっていただきたいと思います。新幹線を使ってこちらに来ていただくお客様に水郷柳川の魅力をどう発信していくかが県も含めて取り組んでいくことだと思います。</p>
	立花委員	<p>インバウンドも大事だと思いますが、あくまでもプラスαではないかと思います。柳川の場合は国内のお客さんでいいと思います。柳川に来られない人に無理やりきていただく必要はないと思います。</p> <p>柳川としては、近場の国内に力を入れるべきで、観光というのは地域の人が楽しんでいるところに観光客は訪れますし、日本人が来ない所に外国人は魅力を感じないと思います。インバウンドに一生懸命力を入れても予算ばかりかかるような気がしております。</p>

			す。もっと力を入れるべき事業が何かあると思います。
		千会長	<p>これまでのご意見を踏まえながら資料6について検討していきたいと思います。</p> <p>戦略1～7にこだわる必要はございません。計画に掲げるプロジェクトの最優先事業、すぐにでも取り組むべき優先事業、可能であれば取り組む事業と分けられると思います。新たな戦略もありましたらご意見をお願いします。説明をお願いします。</p>
		山田係長	資料6に基づき説明。
		千会長	<p>それでは、説明がありました戦略1～7、新たな戦略も含めて、今後3年間でこれに集中すべきだと思われる事業についてのご意見をいただき、それを事務局でまとめて、4回目に提案をさせていただきます。積極的にご意見をお願いします。戦略ごとに分けてこれが最優先ではないかと思われる戦略のご意見をお願いします。</p>
		大江委員	<p>個人的な意見なのですが、「戦略3」が最優先ではないかと思います。なぜかと言いますと、黒川温泉は、韓国の方がたくさん訪れている。先程も立花委員がおっしゃいましたが、日本人が楽しんでいるところに行く傾向がございます。福岡の方が楽しめる、東京の友人が福岡に遊びに来たら必ず柳川につれてきます。その時に、「連れてきた人ががっかりさせないまちづくり」が大事ではないでしょうか。住んでいる人達は自然に宣伝します。がっかりさせないことが本当に大事だと思います。うなぎはがっかりしないと思います。それが、戦略5に繋がっていくと思います。地元の人たちが一緒になって自慢できるまちづくりにつながっていき、福岡博多の方々が「やっぱり柳川いいよね」という流れに繋がっていくと思います。</p>

	<p>本田委員</p>	<p>私もそう思います。「戦略3」が大事だと思います。アンケート調査の問題点として上がってきているものも改善できるでしょうし、今までの会議でできたソーシャルメディアの活用も含まれていますので、まずは、観光と市民の距離を縮めることが最優先ではないでしょうか。これをはっきり市民が意識づけることによってまちのきれいさや美化にもつながり、それが柳川のブランドに繋がっていくと思います。</p> <p>その後、戦略5につながり、次のステップとしてプロモーションの戦略6につながっていくと思います。目新しいものや新しいものではなく、今の柳川をいかに維持してさらに魅力づけていくことが大事だと思います。</p>
	<p>大江委員</p>	<p>福岡市は国際会議の多い都市です。国際会議で福岡市に来られた方々は発信力がすごい方々ばかりだと思います。その方々をどこに連れて行こうかと福岡の方が思った時に、やはり柳川だと思われるようなことが一番いいと思います。</p>
	<p>本田委員</p>	<p>震災後にすぐに動いたのが韓国のブLOGGER招聘事業でした。その中でも、柳川には訪れています。韓国での発信力はすごかったそうです。それがインセンティブツアーにもつながってきていると思います。</p> <p>FITの個人旅行への影響力はすごいです。そこをどのように柳川を紹介するか、「受け皿としての柳川がしっかりないといけない」と思います。福岡市のコンベンションとして観光客を誘致しておりますが、その後のアフターコンベンションをどこに持ってこようかということがありますが、福岡にないものが柳川にはあるということでお互いに共存共栄していくことでエリアが魅力づけられて行くと思います。</p>
	<p>立花委員</p>	<p>柳川市においで頂く方は、国内だろうが海外だろうがすべて外の人と捉えています。観光は外貨獲得、ドルやウォンではなく外のお金が入ってくればありがたいことです。</p>

		本田委員	<p>日本の人口を見ると福岡市の人口ベースが10年間で減少します。そのことを考えますとインバウンドも視野に入れていく必要もあります。</p> <p>日本人から見た柳川と海外から見た柳川をどうすみ分けするかも必要になります。もちろん言葉や標記の問題もあります。</p>
		立花委員	<p>アンケート調査の不満要素がありましたが、日本人のお客様を満足させることができれば、海外のお客様も満足します。我々は、海外のお客様に来ていただくために日本人の方を満足させることを考えていくことが大事ではないでしょうか。それができれば海外の方がおいでになってもがっかりさせることはありません。</p>
		本田委員	<p>2012年は学会で福岡を訪れる方が多く、釜山でライオンズクラブの世界大会があります。釜山の世界大会に来られた方をアフターツアーで福岡に誘致をしたいと考えています。2016年には福岡でライオンズクラブの国際大会があります。アジアで連携をし、その中で柳川を売っていけるようにしていければと思います。</p>
		荒巻委員	<p>戦略3の話が出ておりますが、柳川はイメージと現実のギャップが大きいということで、まちが汚れている川が汚れているとありましたが、柳川の街並み、道路や歩道にしても他のまちと比較してもきれいだと思っております。ただ、柳川に求められているものが高いからそのようなギャップがあると思います。実際、定期的に清掃活動を行っている市民団体もごさいますし、間違いなく他よりはきれいだと思いますが、求められているレベルに達していないということは課題だと思いますので、自分たちも意識を持って取り組むべきだと思います。</p>
		待鳥委員	<p>「市民の取り組みを市民に発信していく」ことが大事だと思います。市民の意識をもっと上げていくことが必要で、そういった取り組みをもっと市民全体に紹介し、みんながやっているんだと思っていただき、「住んでよしのまちづくり」に市民全体として取り組む</p>

			仕組みができればいいのではないのでしょうか。
	目野委員	<p>我々も市民団体で動いておりますが、市民の観光の意識が高い方とそうでない方のギャップが大きいこともあると思います。</p> <p>清掃活動であつたり水をきれいにする活動の情報発信は大事だと思います。いかに、観光以外の市民の方に意識のレベルを高めていただくことができるかが大きいと思います。</p> <p>柳川にとって今後大きな力を発揮できるかどうかにとっては大きいと思います。</p>	
	手嶋委員	<p>私自身ソーシャルメディア、フェイスブックをやっていますが、地元の北九州の魅力を定期的に発信していますが、見た方が北九州はこんなにきれいな所があるんですねと反応があると自分もうれしいですし、そのようなことから自分の意識も変わってきたんですが、自分のまちがよく見えるように変えていきたいとか、きれいに見えるように写真をとりたいたいとか、もっと街がきれいになるといいとか自分も何か手伝いがしたいなといった意識の変化が現れます。</p> <p>私も一市民の立場として、自分のまちをきれいにみせたいといった気持ちの変化がありましたし、市民一人一人が情報発信するという活動を通して地元を愛する力や思い、その延長線が「愛郷心」や「地元を愛すること」につながると思います。そのような市民は一人でも増やした方がいいですし、そのことがまちのきれいさにもつながります。情報発信もできますし、それがまちづくりもできる力になっていくと思います。</p> <p>ソーシャルメディアは相互交流だけではなく、自分が発信することで自分自身の意識が変わって、それを観光にも取り入れることも効果として大きいと思います。もちろん、検証はできていませんが。</p>	

	江崎委員	<p>優先順位からすると観光地としての中身の充実、市民の方々の自覚から始まって、次がそれを発信することだと思います。福岡県でも新幹線開業もありフェイスブックを始めました。半月で約200から300人に集まってきていただいております。数としてはあまり多くありませんが、そこに入ってきてくださった方が、さらに自分が知っている情報を付随して発信していただきます。有力なツールだと思います。ただ、新しい情報を常に発信していかないとすぐにダメになっていきます。それを維持していく、核になっていく組織が必要ですし、しっかりと新しい情報・イベントを常に発信して、それに集まってくれる人を引き付けていく努力が求められるメディアだと思います。</p>
	大江委員	<p>その通りだと思います。ツイッターとフェイスブックを持っておりませんが、常に一生懸命フォローをしています。常に発信力を持っていないと見なくなりますので、センスがある方が常にメディアに発信していかないとだめですね。</p> <p>一つの例ですが、飯塚市は常に何かと結び付ける努力をされています。何に繋がるかということを常に考えていらっしゃると思います。</p> <p>柳川も何かと結びつける関係のある人や柳川を思い出させるイベントや発信を常に考え続ける人がいないと難しいと思います。現在、四季折々の情報発信はされていますが、プラスαでそのようなことを発信できるといいと思います。大変だが、何か面白い、関わってみたくなる発信、喜ぶ発信のようなものが必要だと思います。</p>
	江崎委員	<p>発信側の負荷が高いですね。不断の努力が必要です。</p>
	大江委員	<p>いったん流れができ始めると大きな流れになると思います。</p>
	手嶋委員	<p>ソーシャルメディアは発信側と受信側とは固定してないと思います。パワーブロガーも一人の市民ですので、そのような人たちを柳川から一人でも多くの人が発信できる勝手に観光協会みたいな人がでく</p>

			れば組織にもあまり負担がかからないと思います。その人たちは楽しいから続けていきますので、その人たちを増やすことも必要だと思います。
		大江委員	両方だと思います。きちっとする組織があれば相乗効果が表れるので、組織としてはマスメディアへの組織への発信も大事だと思います。
		手嶋委員	両輪だと思います。
		目野委員	ソーシャルメディアはいきた生の情報ですし、どちらからの発信もできるメディアとしては積極的に活用していくべきだと思います。もちろん、観光協会として発信する内容と市民の方が発信する内容は違ってくると思いますので、ソーシャルメディアについてはもっと積極的に活用すべきだと思います。
		千会長	<p>今までのご意見を整理すると、戦略3が大事だといった意見がございました。</p> <p>水郷柳川を求めてこられる方の期待にどう応えることができるか、満足と感動を与える「水郷柳川づくり」をつくることは本質だと思います。それを手助けする清掃活動であったり、市民団体を巻き込んだ活動、風景写真をとって柳川を表現するやり方、ソーシャルメディアの活用の仕方といったところもございますが、本質的な部分のアイデアをいただきたいと思います。絵にかいた餅にならないような具体的なアイデアをお願いします。</p>
		本田委員	「水郷柳川」と言われていますが、なぜ水郷なのか、ここをもっと掘り下げていくべきだと思います。どのようにして「水郷柳川」が始まったんですよといった部分のアプローチが大事だと思います。
		立花委員	北原白秋がはじめていった言葉だと思います。白秋先生は「すいきょう」とおっしゃっていたのが「すいごう」になっていると思います。我々は水郷(すいごう)柳川と言っております。それに物語・ストーリーをつけて発信するともっといいものになると思います。
		本田委員	歴史に興味がある方はたくさんいると思います。水郷と柳川をブランドとして結びつけて分かる方々もいらっしゃると思いますが、すべての方ではないと思い

		<p>ます。柳川のブランドである水郷が何で結び付くのかを自から鱗かもしませんが、それをしっかりと柳川は水郷であることを発信することが大事ですし、実は水郷があることが知られていない、どんこ舟と水郷のつながりが分かっていないかもしません。北原白秋を知らない方々もいらっしゃるかもしません。特に、今回アンケート調査結果で20代が増えたとありますが、その方々が北原白秋を知っているのか、40代50代にしてもそうです。そのような問題もごございます。</p> <p>そうすると、戦略4にあるような白秋祭の演出や地元の祭り、人物に焦点を当てた発信をしていくことも重要ですし、水郷と柳川と白秋が本当に発信されていたのか、根底を洗い出し、掘り下げた方が、今後のまちを売っていくためのブランドをつくっていくために必要ですし、「柳川を知ること」が大事だと思います。</p> <p>何で水郷なのかを本当の基本をとらえて売って行った方がいいと思います。</p>
	立花委員	<p>柳川の方は水郷柳川とは思っておられません。だから一生懸命売っていきながら、皆さんに感じていただくかと努力をしています。</p>
	本田委員	<p>写真で出ていることが、言葉にくっついていてと思います。どんこ舟と水郷の写真のイメージですね。それしか観光客にはないと思います。水郷の歴史や掘割のルートなどは市民の方々は知っていると思いますが、福岡市内の方や九州外の方は写真のワンショットしか知りません。それを裏切らない魅力づくりが大事だと思います。本質を理解した上で、ワンショットをいかに売っていくかが大事ではないかと思いました。</p> <p>本当に今ある物をいかに売っていくことを考えることが大事だと思います。</p>
	江崎委員	<p>旅行先を決める材料としては、旅行雑誌があるとと思いますが、そこに柳川の川下りの写真や美味しそううなぎめしの写真があるとそれを食べに行こうと</p>

			<p>思います。特に、深い予備知識もなく歴史も関係なく旅行をしたいと思います。そこには、ブランドの意識は初めての方はないと思います。初めて訪れた場所がきれいで清潔でお土産物もあってということから気に入って初めてその地域の歴史を知りたいと思うのではないのでしょうか。初めから歴史的背景から入ってもらうことは難しいと思います。まずはワンショットの魅力を知ってもらい、来てもらって、川下りしてもらい、うなぎめしを食べてもらい、地域の良さを知ってもらうことから始めるのではないかなと思いました。</p>
		本田委員	<p>私もワンショットで来られて、おそらく20代の方々は行きたいと思って旅行をされるので、そう思わせることが大事ですし、それから水郷柳川とはこのようなものだと思ってもらい掘り下げていくことが大事だと思います。</p>
		立花委員	<p>930km は川ではなく、掘割なんですよね。昔から川下りと言っておりますが、イメージとしてお堀巡りの方がしっくりくるのではないかと思います。川下りというと皆さん急流下りをイメージされますので、それを考えると柳川の川下りはお堀巡りがイメージとしていいような気がします。</p>
		待鳥委員	<p>柳川の場合は、川下りで全国的に売れているので、川下りでよいと思います。お堀巡りのことはきちんと船頭さんが説明するといいたいです。</p> <p>湯布院に辻馬車がございますが、そこであのガイドの方の馬車に乗りたいといわれる方がいらっしゃいます。柳川でも船頭さんが柳川の歴史やなぜ川下りなのかを口頭で説明すると皆さん喜ばれると思います。船頭さんの発信は大切だと思います、非常に宝だと思います。</p>
		本田委員	<p>それが満足度にもつながってくると思います。</p>
		待鳥委員	<p>あの船頭さんの舟に乗りたいと思わせることができればと思います。そのような地道なところ、小さなところをクローズアップして、柳川の観光を含めた取り組みを船頭さんが発信していく。</p> <p>また、それを市民の方々が他で発信していくことか</p>

			ら柳川を愛していくことにもつながっていくのではないのでしょうか。
	刈茅副会長		<p>色々と貴重なご意見をいただきありがとうございます。魅力的な地域づくり・観光地づくりが大事だと思います。その中で、「ベーシック的」なもので堀が汚い、それをいかにきれいにしていくかがより魅力アップにつながってくると思いますし、駐車場が少ないと不満要素にありましたが、本当に少ないのか、案内看板が少ないのかもしれませんが。いろんなサインの問題など「ベーシック的」なものに力を入れていく必要があると思います。</p> <p>水の問題については、雨が多いときは非常にいいんですが、水量が少ないと堀の清掃は日ごろから行っていますが、観光客にとってはイメージダウンになっております。しかし、すぐには解決できない部分でもございます。</p>
	千会長		今、水をきれいにすることはハードルの高いということですが、それを前提の上で可能な限りで環境を改善していく方向で検討していくことが大事だと思います。
	江崎委員		今までの議論の中で、柳川の玄関口である西鉄柳川駅に関する内容がありませんがどうお考えですか。
	野田委員		柳川駅地区の周辺整備を平成26年度までに整備します。柳川駅を橋上駅にして、駅前広場を東口・西口に設けて、自由通路で行き来できるような計画がございませう。柳川観光の表玄関として整備を西鉄と一緒に進めております。
	大江委員		タクシー待合場所には、屋根がないので不便ですね。雨が降った時は困りますよね。
	野田委員		その辺も含めて西鉄と整備を進めてまいります。
	千会長		最近の傾向として、旅行をする若い方はスマートフォンを持って歩く人が増えてきています。韓国人観光客もそうですが、柳川に来る若い人もスマートフォンで情報を得る方が増えてきています。スマートフォンでWiFiが繋がっているかどうかを確認しています。

			<p>今後はワイファイの整備が情報インフラとして重要になってくると思います。自分で柳川のよいところや美味しいお店をキャッチします。もちろん、案内サインの整備も大事ですが、これからはワイファイゾーンの整備が求められてくると思います。</p>
	本田委員		<p>私の娘もスマートフォンで情報をとるのが早いです。今の若い人たちは「るるぶ」といった情報誌を開くことが少なくなっているのではないのでしょうか。</p>
	大江委員		<p>スマートフォンを持っていらっしゃる方は、この中でも数名でしょうか。現在は、変わり目で、50・60代の方々はまだ使っていないのでしょうか。でも、準備をしていかないといけないでしょうね。</p>
	荒巻委員		<p>ここでの議論とはちょっとずれますが、大相撲琴奨菊関が旬なんです。徳島県の阿南市が野球課をつくってキャンプの誘致を行っておりますが、まだ結果は知りませんが、市内の方はご存じだと思いますが、第10代横綱雲龍は柳川出身で、毎年11月3日には記念の相撲大会が開かれています。ぜひ、柳川市の組織として相撲課をつくって学生相撲や社会人相撲もごぞいますので大会の誘致を行って交流人口を増やすことも考えられるのではないのでしょうか。</p>
	大江委員		<p>佐賀県武雄市の樋渡市長が有名です。映画の誘致のために、課をつくるのに通常はフィルムコミッション課といったような組織名になると思いますが、佐賀のがばいばあちゃん課なんですよ。ネーミングが面白いとマスコミがとりあげてくれます。もう一つ、いのししがまちに出てきて迷惑なので、その対応のためにいのし課長とつけるんですよ。福岡市でも屋台課長をつくられましたが、一時的でもクローズアップされます。雲龍のことも初めて知りましたが、それを知らせるためにも、相撲課がつくられて全国相撲大会を計画されると琴奨菊関と結び付きます。そのような発想がメディアに対して必要だと思います。好感を迎えられる情報をいかに発信できるかと思います。</p>

	荒巻委員	ありがとうございます。さすがに、琴奨菊関課はあんまりでしょうからですね。
	本田委員	でも、JRでは、魁皇といった特急列車ができましたよ。
	荒巻委員	大分駅に着くときは、地球の歩き方のメロディーがながれますので、柳川駅に着いた時は琴奨菊関のアナウンスが流れるのも考えられます。
	大江委員	そのようなことが、メディアに取り上げられます。
	本田委員	竹田市は荒城の月が流れます。
	千会長	それでは、そろそろ時間になりましたので、今日ご意見をいただいた内容を事務局で整理をしていただき、次回はそれを検討していただくと共にやり方についてもご意見いただきたいと思ひます。これまで、短期計画に掲げた様々な事業を展開してきましたが、満足度が改善できなかった項目もございました。もちろん内容もあると思ひますが、やり方にも問題があったのではないかと考えられます。次回、取り組みと同時にやり方についてもご意見をいただきたいと思ひます。それでは、次回についてお願いします。
	山田係長	次回は、10月31日午後2時から開催させていただきます。会場は柳川庁舎で行います。 後日、案内文書を送付させていただきます。 一つ、目野委員からメールがありましたどんこジャズについて、いいでしょうか。
	目野委員	プロジェクトチームは市民の有志の方の集まりで活動しておりますが、川下りだけではない柳川の新しい魅力の発信ということで、水辺の有効活用をしようということで、昨年どんこ舟を係留して「どんこビア」を開催しました。第2弾として10月8日にどんこジャズを行います。今回、国指定名勝に指定された御花さんの東庭園で柳川市出身の演奏者を中心にジャズを聞きながらゆっくりとした時間を皆さんと共有したいということで開催します。ロケーションも素晴らしい、音楽も素晴らしい、お酒でも飲みながらといった楽しいイベントを開催しますのでよろしくお願ひします。

	千会長	それでは、3回目の委員会を閉会させていただきます。ありがとうございました。
--	-----	---------------------------------------