

第6章 観光振興のための取り組み

1. 観光振興の目標

観光振興の最大の目標は観光地としての魅力向上を図り、観光客の滞在時間の延長と入込み客数を増加させることです。観光消費額を増大させて地域の活性化を図ることにより、観光地としての更なる発展を目指します。そこで、次のような目標を設定します。

(1) 入込み観光客数

平成 20 年の観光客延べ人数(推計)1,112,886 人を短期計画が終了する平成 22 年までに 115 万人、中期計画が終了する平成 25 年までに 130 万人、長期計画が終了する平成 30 年までに 150 万人にすることを目標にします。

【推計値】

観光客延べ人数は 1,112,886 人です。(ii + iii)

観光客実人数は 572,979 人です。(i + iv)

(観光施設)

- ① 観光施設調査で回収した 13 施設（御花、北原白秋生家・記念館、川下り 6 社、かんぼの宿柳川、旧戸島住宅、目野酒造、高橋商店、雲龍資料館）の入館・利用者数（実績）は年間 761,776 人です。
- ② 平均立ち寄りカ所数は、1.77 カ所／人です。（観光客アンケート調査より）
- ③ 入館・利用者実数は、430,382 人です。（761,776 人÷1.77）
- ④ 観光客の施設立ち寄り率は、85.7%です。（観光客アンケート調査より）
- ⑤ 観光客実人数は 502,196 人です。（430,382÷85.7%）… i）
- ⑥ 観光客延べ人数は、888,887 人です。（502,196×1.77）… ii）

(飲食店)

- ① 観光客アンケート調査によると、観光目的の中に“食事”が含まれている比率は 25.2%です。
- ② “食事”をする観光客数は 223,999 人です。（888,887×25.2%）… iii）
- ③ ②のうち“食事”だけを目的に訪れる観光客比率は 31.6%です。（アンケート調査より）
- ④ “食事”だけを目的に訪れる観光客実数は 70,783 人です。… iv）

* 市民まつり、花火大会だけを目的に来訪した観光客数は含まれていません。

* 実人数と延べ人数：

実人数は、1 人の観光客が 1 回の旅行で、複数の観光施設を利用している場合でも、1 人と数えます。

延べ人数は、1 人の観光客が 1 回の旅行で、3 ヶ所の観光施設を利用している場合は、3 人と数えます。

(2) 外国人観光客数

平成 20 年の外国人観光客数延べ人数 82,372 人を短期計画が終了する平成 22 年までに 10 万人、中期計画が終了する平成 25 年までに 14 万人、長期計画が終了する平成 30 年までに 18 万人にすることを目標にします。

【推計値】

- ① 外国人観光客の川下り利用者数（実績）は年間 20,578 人です。
- ② 外国人観光客が川下りをする割合は、66.7%です。（観光客アンケート調査より）
- ③ 外国人観光客実数は 30,851 人です。（ $20,578 \div 66.7\%$ ）
- ④ 外国人観光客の施設立ち寄り率は 2.67 です。（観光客アンケート調査より）
- ⑤ 外国人観光客延べ人数は、82,372 人です。

(3) 観光消費額

市内アンケート調査結果から得られた観光客一人当たりの消費額を用いて、本市での観光消費額を推計します。観光消費額は「宿泊費」「飲食費」「おみやげ費」「交通費」「川下り費」「入場・観覧・利用料等」の合計とします。

平成 20 年の観光消費額 46 億円を観光客一人当たりの消費額にすると 4,144 円になります。これを短期計画が終了する平成 22 年までに 4,300 円、中期計画が終了する平成 25 年までに 4,500 円、長期計画が終了する平成 30 年までに 5,000 円にすることを目標にします。その場合、観光消費額は平成 22 年が約 49 億円、平成 25 年が約 58.5 億円、平成 30 年が約 75 億円になります。

【推計値】

① 項目別一人当たりの消費単価

	回答者数	一人当たり単価(円)
宿泊費	66	11,540
飲食費	982	2,650
おみやげ費	529	2,650
交通費	260	1,340
川下り費	466	1,410
入場・観覧・利用料等	281	610

② 推計結果

	回答者数	一人当たり単価(円)	アンケート割合(%)	年間客数	観光消費額(円)
宿泊費	66	11,540	4.6	51,193	590,767,220
飲食費	982	2,650	68.5	762,327	2,020,166,550
おみやげ費	529	2,650	36.9	410,655	1,088,235,750
交通費	260	1,340	18.1	201,432	269,918,880
川下り費	466	1,410	32.5	361,688	509,980,080
入場・観覧・利用料等	281	610	19.6	218,126	133,056,860
合計				2,005,421	4,612,125,340

(4) 満足度

観光客の満足度（市内アンケート調査で“やや満足”と“満足”と答えた割合の合計値）を次のようにアップさせます。

【項目別満足度】				
	平成 20 年 調査結果 (%)	目 標 値 (%)		
		平成 22 年	平成 25 年	平成 30 年
食事	59.2	60.0	65.0	70.0
みやげ品	37.2	40.0	45.0	50.0
観光施設と その内容	42.6	45.0	50.0	55.0
当地までの案内看 板等の整備状況	36.4	40.0	45.0	50.0
市内での移動	37.3	40.0	45.0	50.0
観光施設、街の人 たちのおもてなし	54.2	55.0	60.0	65.0
市内での観光情報	35.0	40.0	45.0	50.0
旅行全体	62.1	65.0	70.0	80.0

2. 観光振興の基本コンセプトと体系

(1) 基本コンセプト

基本コンセプト

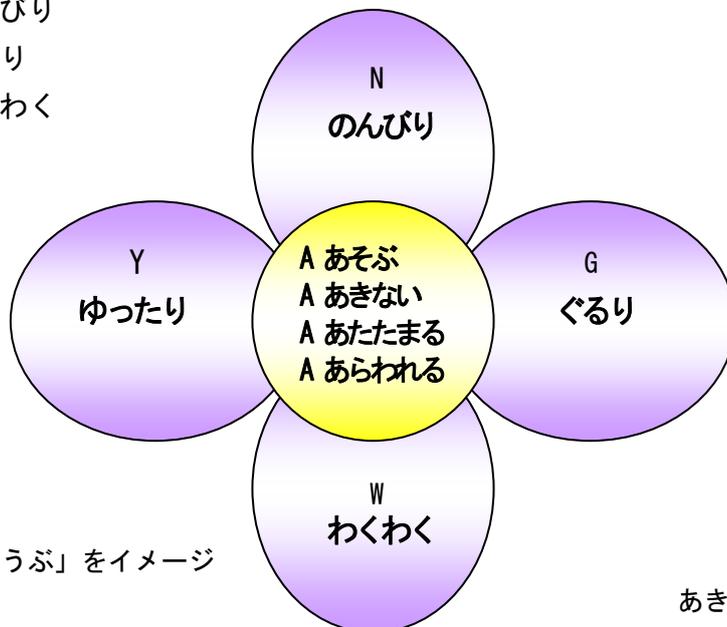
水郷といやしのたたずまい

本市観光の将来像『地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」』を実現していくために、「水郷といやしのたたずまい」を基本コンセプトとし、観光振興の基本視点ごとに基本方針と施策展開の方向性を示し、目標の達成に向けて実施すべき項目を掲げます。

コンセプトの「水郷といやしのたたずまい」のイメージは、“ゆったり”、“のんびり”、“ぐるり”、“わくわく”と“あそぶ”、“あきない”、“あたたまる”、“あらわれる”を組み合わせたものです。情緒的でありながら感動と驚きのストーリー性のある観光地形成を表しています。

柳川 (YANAGAWA)

- Y ゆったり
- N のんびり
- G ぐるり
- W わくわく



市の花
「花しょうぶ」をイメージ

あそぶ=旅行する
あきない=何度も訪れたいくなる
あたたまる=心が豊かになる
あらわれる=発見

(2) 観光振興計画の体系

地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」

基本視点	基本方針	施策展開の方向性
柳川らしさの育成・発展	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
	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
	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	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
	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市民参画体制づくり
観光情報システムの構築	6. 観光情報発信・受信の 充実 —柳川の魅力を適時・ 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	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

水郷といやしのたたずまい

1 柳川ブランドの構築

■ 目的：「水郷・柳川」の価値づくり

柳川のブランドを構築し、その価値を高めることが重要です。地域ブランドとは、「地域に対する消費者の評価や期待」のことです。ここでいう「地域」とは、地域の持つイメージと、地域らしさや地域固有の魅力を生かした商品や観光素材などから構成されています。地域のイメージが良くなり、その地域の商品（産品）や観光、まちに対する消費者の評価が高まれば、地域経済の活性化につながります。また、市民モラルや郷土愛の向上、若者の地元での就職意欲の向上などをもたらし、居住・交流人口の増加につながります。

施策

◆ 水郷・柳川の実現

本市の将来像の重要なキーワードとなっている「水郷・柳川」の姿を確立し、観光振興の柱として位置づけ、その実現に向けて取り組めます。そのために掘割の水量確保や水質の改善を図り、水に親しむことのできる空間を整備します。また、希少な動植物の保護や自然環境の保全、体験を通して地域や自然への愛着、責任感を醸成する取り組みを行います。

◆ 柳川ブランドづくり

本市には、固有の伝統や自然、景観、歴史、文化、技術、イベントなどがあります。これらの地域資源を有効活用し、本市の魅力向上や来訪者の満足度を高めます。そのために伝統工芸品をはじめ、特産品や加工品等の土産品や地域ブランドの創出を目指します。

◆ 地場製品の品質保証・管理の仕組みづくり

観光事業者などの理解と協力のもと、積極的な情報開示などによる地場製品の安全性・信頼性の確保を図ります。また、地場食材の流通フロー及びコーディネート組織をつくり、宿泊施設や飲食店と生産者双方より積極的に推進します。

◆ 柳川ならではの体験メニューの開発

近年の観光客は、体験や交流、学習をはじめ、本物志向や健康志向等のニーズを持っています。創意工夫と自然環境など本市ならではの利点を活かし、食や産業、自然も含めた地域資源の開発・活用、観光客のニーズにあった体験型観光など観光メニューの発掘を行い、市内産業全体の振興を図ります。

プロジェクト

短期

- 船頭体験
- 夜の川下りの充実
- ブランディング委員会の設置

中期

- 地元食材の流通フロー及びコーディネート組織づくり
- 有明海のクルージング
- 収穫体験ができる観光農園の設置
- ジェットスキーを利用した潟スキーの実施

長期

- 柳川学の確立
- 新規の川下りコースの設定

2 食の魅力づくり

■ 目的：柳川の食の強みを活かす

有明海に面した本市は、海の幸に恵まれており、中でも海苔の養殖は全国有数の産地です。有明海固有のタイラギ、ウミタケ、クチゾコ（舌ビラメ）、シャコ、ムツゴロウ、ワタリガニなどといった多種多様な魚介類が生息しています。また、干拓地には広大な農地が広がり、様々な農産物が生産されています。

旅行する際には“食”が大きな魅力であり、中でも地域の旬の食材、美味しくて安全・安心な食材が求められており、それを使った地元の名物料理に期待が高いと言われます。観光地での食の魅力は、来訪目的、観光イメージを形成する重要要素の一つです。“食”の内容が柳川観光全体の満足度を大きく左右することから、地元食材を使ったオリジナル料理の開発、「柳川の食」の魅力づくりを推進します。地元で生産された食材が地元で消費される地産地消によって、経済波及効果が高まり、域内での循環型経済の実現にもつながります。

施策

◆ 食を楽しむ空間づくり

本市には若者からお年寄りまで、様々な人々が楽しめる観光資源があります。食を楽しむ空間も、様々な観光客に対応できるように工夫する必要があります。地元でとれた新鮮な野菜、魚介類、果物、また、農産加工品、水産加工品を生産者が自ら販売でき、旬の食や郷土料理が楽しめる空間づくりを進めます。

◆ 食の選択幅の拡大

観光地の食に関する基本的な姿勢は、観光客が十分な満足が得られるような食を提供することです。そのためには地域が有する食に係わる素材をリスト化するとともに、隠れた食文化を発掘し、食の多様化を図ります。

◆ 地元食材を活かした加工品の開発

観光による経済波及効果をさらに高めるため、地元産品の利用促進と加工品の開発を図るとともに観光関連産業と他産業との連携強化に努めます。

◆ 食の魅力を担う人材育成

食に関連する人材（料理人、料理研究家、生産者、加工業者等）と組織・団体（生産者組合、調理学校、教育機関等）のリスト化とともに、地域の教育機関、地域産業との連携を図りながら地元の食の魅力向上に挑戦する人づくりに努めます。

プロジェクト

短期

- 名物料理の開発
- 商品開発(スイーツ・ソフトクリーム)
- 地元食材(素材)のリスト化
- 食関係者(組織・団体)のリスト化

中期

- 家庭料理フェスティバル
- 有明海を臨む堤防バーベキュー
- 中島の朝市に食堂
- 加工品のコンテストの開催

長期

- 川下りの風景を楽しみながら食事
- 掘割沿いのオープンカフェ
- 直売所のある「道の駅」の設置

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

市民と観光客双方にとって魅力的な地域を実現するため、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」の考え方にに基づき、双方の立場に配慮したハード（都市基盤施設や公共施設の整備）、ソフト（自然との調和や文化・環境への配慮）両面からの空間づくりを進めます。城下町のたたずまいと掘割など地域が持つ様々な資源を最大限に活用しながら、観光客が訪れたい個性豊かなまち、観光や交流が振興し、市民が誇りの持てる観光まちづくりを行います。

施 策

◆ 四季型・滞在型観光地づくり

春季・秋季に集中する観光地から四季型・滞在型観光地を目指します。自然、食などを通じて癒し、健康などの生活体感観光にこだわるとともに、本市の景観、歴史、文化、食、特産品、産業の掘り起こしを通して新たな魅力を創造します。また、観光資源を幅広く情報発信し、立ち寄りなどの利便性や地域内の周遊性を高めます。

◆ 自然環境資源の持続的な活用

本市の優れた観光資源の多くは、地域市民が誇りと愛着を持って大切に守り伝えてきた歴史・文化や自然遺産です。良好な状態で後世に伝えるための資源管理を行い、保全とのバランスがとれた適正な利活用に努めます。

◆ 統一的な景観形成

「景観」は、長い時間の中で、我々の生活（営み）を通して育まれる、身の回りの環境の姿であり、地域の歴史や文化でもあります。掘割を中心とした旧城下町のたたずまいは本市の個性であり魅力です。その掘割景観と歴史的まち並みの保存に努めるとともに景観を考えた護岸整備などに取り組み、私たちのふるさと「柳川」をより美しく、より快適なまちにつくりあげます。さらに、『百年後も誇りに思える美しい水郷・柳川』をめざし、いつまでも住み続けたいと思えるような、また、訪れた人々が魅力を感じるような、個性

あるまちづくりを目指します。

◆ 交通インフラの充実

本市は、福岡都市圏から電車で約45分というアクセスの良さがあり、一次交通は恵まれています。しかしながら、二次交通は整備が遅れている状況です。観光客がスムーズに周遊できるように期間限定で周遊バスを運行したり、レンタサイクルなどを充実させたり、交通インフラの改善に努めます。

◆ アメニティ（快適性）の向上

アメニティとは、心地よさ、快適性、快適に過ごすための環境が整備されている状態などを言います。本市でのアメニティは、あたたかな人情や接遇態度、豊かな自然の心地良さ、観光施設の感じの良さ、都市的な利便さなどです。アメニティをさらに向上させるため、もてなしの対応ができる人づくり、快適な環境づくりとしてのまちの美化、自動車のスムーズな運行と安全で楽しめる歩行者空間の創出に努めます。

プロジェクト

短期

- 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
- 川下りの定期船の運航

中期

- 掘割沿いの自然景観の保全
- 掘割沿いの花いっぱい運動

長期

- 川下りの乗り場を一本化
- 川下りコース沿いを含む全市的な良好な景観形成
- 期間限定の歩行者天国の実施
- コンベンションの誘致

■ 目的：柳川市全体の観光魅力を最大限に活かす

本市には、川下り、中島の朝市、有明海の潮干狩り、中山の大フジ、温泉などの資源や各地の伝統芸能、文化財、そしてイベントなどが数多くあります。これらの資源を活かし、「水郷・柳川」の理想を示すことが重要です。そのために、市全体を一つの観光地と捉え、地域の多様な文化的・歴史的資源や自然環境等を連携し、その魅力を最大限に活かした観光振興を推進します。

施 策

◆ 広域的な観光プログラムの開発

観光客の多様なニーズに対応するためには、面的な観光魅力が必要です。観光資源に歴史と文化、産業などのストーリー性を持たせて展開させることで、回遊性の向上につながります。合併による効果を活かし、異なる魅力を持つ地区間を連携し、市域での観光圏形成を図ります。さらに市域での活動のみならず、柳川の知名度と立地を活かして、筑後地域をはじめ、九州、福岡県内での広域的な連携を進めていく必要があります。

◆ 市内でのスムーズな案内誘導の実現

現在の案内標識（道路、歩行者用）の状況把握や問題・課題を抽出し、本市の景観を考慮した視認性に優れ、誰もが分かり易い体系的なサイン計画を図り、スムーズな誘導の実現を目指します。

◆ 潜在的な魅力の発掘と観光活用

何度来ても新しい発見と驚きのある楽しい魅力を提供できるように、既存の観光資源の活用や潜在する観光資源の発掘に努めます。

◆ 地域の観光資源とイベントの連携

市民には、住むことの楽しさを、観光客には市民とのふれあいを通じた思い出に残る旅を提供するため、市民と観光客がともに楽しめる観光メニューを創出し、さらに、伝統文化に由来する祭り・イベントと周辺観光資源との連携による観光魅力の向上に努めます。

プロジェクト

短期

- 通り名の標示及び標識の設置
- QRコードの設置
- 小路めぐり

中期

- 白秋祭の演出
- 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)

長期

- 武家屋敷を利用した食事処の設置

5 地域力向上

■ 目的：柳川市民が担う観光まちづくり

少子高齢化が急速に進み、本格的な人口減少の時代を迎える中、地域によってはコミュニティの維持が困難となることも予想されます。さらに、地域の課題やニーズが多様化、高度化する一方で、地方自治体の厳しい財政状況を背景にこれまでの公共サービスを維持することが難しくなるなど、行政による課題解決の限界も指摘されています。これからの地域社会では、市民、NPO、ボランティア、観光事業者、観光関連団体（観光協会、経済団体など）が相互に連携し、地域課題を自ら解決することで、地域活性化を図る必要があります。

地域を魅力的にするにはそこに住む人たちが自らの手で活動することが大切です。地域にはそこに根ざした、文化・生活・習慣など様々な魅力があります。その“魅力”を輝かせるために地域力を最大限に活用し、観光まちづくりを促進します。

施策

◆ 観光を支える人材育成

「水郷・柳川」ブランドを確立するためには、地域の資源に精通した人材の育成が急務と考えます。産学官連携オープンセミナー^(注)を通して観光人材の育成に努めます。

(注) 本市と九州産業大学が連携し、市民、観光関係者向けのオープンセミナーを開催します。

◆ おもてなしの精神の醸成

本市の観光振興を推進する上で、観光事業者や地域市民がホスピタリティ（おもてなし）の精神で観光客を迎え入れることが大切な要素となります。観光客をあたたかく迎えられ
るまちにするため、市民や観光事業者、行政のホスピタリティ意識の向上に努めます。

◆ 各組織間の連携仕組みづくり

魅力ある観光まちづくりは、市民やNPO、ボランティア、観光事業者、観光関連団体（観光協会、経済団体など）及び行政など、市の観光振興関係者が幅広くネットワークを形成することによって実現できます。そのため、各組織間の連携がスムーズにできる仕組みづくりを進めます。

◆ 市民参画体制づくり

観光まちづくりの形成には、観光客の視点だけではなく、生活者（市民）の視点が必要です。市民とともに考え、ともに進めていくために、様々な市民参画の場と機会を設け、参画体制の仕組みをつくりま

プロジェクト

短期

- 掘割の定期的な水質検査と市民向けの広報
- 掘割掃除（クリーンアップ・キャンペーン）
- 柳川の歴史や文化などの情報を市報に掲載
- 小学生向けの体験学習
- 市民に川下り体験
- 各団体との交流会の開催
- 産学官連携オープンセミナーの開催

中期

- カリスマ船頭づくり
- 観光読本の作成

長期

- 柳川観光交流塾の実施
- 柳川案内人検定の実施

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

本市の認知度を高めるとともに、積極的な情報の発信・受信により、「水郷・柳川」のイメージアップを図る広報活動を展開します。また、情報管理の一元化と観光協会の体制を強化し、マスメディアへのPR活動及び本市が有する多様な魅力を効果的かつ効率的に発信できるようにし、国内外へ観光・集客都市として本市をアピールすることで、観光客増加につなげます。さらに、施策の効果を客観的に評価するため、統計調査など観光基礎データの整備を行います。

施 策

◆ 柳川観光のイメージアップ

観光ニーズの多様化や高度情報化が進む中で、本市の魅力を適時・的確に発信し、観光地としてのイメージアップを図ります。

◆ マスメディアへの積極的な情報提供

本市の観光ではマスメディアが観光情報源として大きな役割を果たしています。広範囲に情報を発信するためには、マスメディアへの情報提供は欠かせません。様々なメディアとの接触を図り、メディアミックス^(注)による観光情報提供と広域宣伝PRを強化します。また、効果的な情報提供を行うための窓口機能の充実を図ります。

(注) メディアミックスとは、複数の媒体を連動させて効果を引き出す広告手法です。

◆ ターゲットに応じた多様な情報提供

国内外からより多くの観光客を誘致するために、発地や年齢、性別など誘客するターゲットに応じた観光情報を提供し、効果的な誘致活動を促進します。また、日々進化するITを活用した観光情報の発信方法に対応できるようにします。

◆ 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

本市の観光状況や観光客の満足度、観光ニーズの変化などを定期的にモニタリングし、観光客のニーズに対応できるようにします。また、集積された観光データ（情報）を観光関係者や地域の人の生活に役立つよう還元し、ビジネスチャンスにつなげます。

プロジェクト

短期

- 食べ歩きマップの作成
- まちかど食堂マップの作成
- 有明海の旬の魚などをPR
- 旬の農作物のPR
- 収穫状況や農産物の広報活動
- 観光基礎データの整備

中期

- 情報管理の一元化体制づくり
- 観光情報誌の発行

長期

- 観光協会の体制強化
- フィルムコミッションの設置
- ツーリズム協会の発足

7 国際観光の推進

■ 目的：国際観光を振興

国では、「ビジット・ジャパン・キャンペーン」として、年間約 500 万人（2002 年）の訪日外国人旅行者を 2010 年には 1,000 万人に倍増する方針を打ち出しています。経済発展が続き国民の所得が高まる東アジア諸国は、世界の観光市場の中で、今後の発展が有望視されています。外国人観光客が安心して観光を楽しむことができるよう、観光施設や交通機関等の外国語表記や善意通訳者（グッドウィルガイド）^(注)の充実など、外国人観光客の受け入れ態勢の整備を図ります。

(注) 外国語で道案内や状況に応じた簡単な情報提供のできる 18 歳以上の人、柳川市が主催する善意通訳運動への登録者を言います。

施策

◆ 外国人が一人歩きできるまちづくりの推進

国際化の進展等に伴い、我が国を訪れる外国人が増加しており、特に、韓国・中国などアジア各国からの観光客の増加が見込まれます。本市を訪れた外国人が一人歩きできるまちづくりを推進します。

◆ 外国人旅行者の受け入れ態勢の整備

外国人旅行者が本市に来てから帰るまでの行程で、不安や不便、不自由を感じることなく観光ができるよう受け入れ態勢の充実を図ります。

プロジェクト

短期

- 外国人観光客向けの誘導サインの設置
- 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

中期

- 善意通訳者（グッドウィルガイド）運動
- ホームページの多言語化

長期

- 外貨両替所の設置
- 外国のクレジットカード使用可能施設の拡充



有明海のノリひび