

## 【論説】

## 柳川観光の新展開

## — 地域力及び観光質の向上の視点から —

千 相 哲

## 要 約

本稿では、福岡県屈指の観光地で、観光の質（滞在時間、消費額）の向上に取り組んでいる柳川市を取り上げ、観光の質の向上への転換を図るようになった背景に何があったのか、そしてその転換は具体的にどうしたことなのかについて考察し、その成功の可能性と鍵は何かについて検討した。その結果、①着地型旅行商品である「ゆるり旅」は、地域住民参加によって得られる地域力の向上を通して観光の質的変換を図っており、その成果も見えている。②着地型旅行商品は訴求マーケットが狭いため、通年型プログラムの多様化とプログラムに関する情報の発信、そして既存の観光商品との掛け合わせによるオプションツアーとして販売を進める必要がある。③第2の観光エンジンとして位置づけている「両開地域」の賑わいづくりは、既存の観光資源にはない体験を重視しており、滞在力の向上が期待できるが、既存観光資源との掛け合わせを強化する必要がある。④多様な観光魅力の打ち出しとともに、地域の核となる観光資源—掘割を中心とする自然や文化、歴史—を守り抜くための取り組みを加速する必要があるという点を明らかにした。

Keyword : 柳川, 地域力, ゆるり旅, 滞在力, 着地型旅行

## 1. はじめに

柳川は、掘割を資源とする九州有数の観光地である。「川下り」、「鰻のセイロ蒸し」は、九州のみならず関東、関西、海外、特に韓国、台湾などにも知られているキラーコンテンツである。特に福岡都市圏から電車で1時間内といった立地の優位性もあり、これらの資源は柳川が通年型の観光地となり得るための基盤となっている。

城下町柳川の掘割が完成したのは江戸時代であるが、「鰻のセイロ蒸し」は江戸中期頃から老舗のウナギ料理店の名物料理であった。掘割は当初は生活用水や水上道路として利用され、明治以降はどんこ舟を使った川遊びがさかんに行われるようになった。川下りは、柳川出身の詩人、北原白秋の少年時代を描いた長谷健原作の『からたちの花』が1954年（昭和29年）に映画となり、柳川で撮影が行われたのがきっかけである。柳川の風景が全国のスクリーンに映し出されたことから、映画に登場した川遊びが注目を浴びたことを機に、柳川商工会議所有志が出資し、5艘の船を建造、1956年4月から運航を開始し、川下りが誕生した。

柳川の観光は、これまで順調に観光客の増加を実現し、現在年間約140万人の観光客を受け入れている。農漁業とともに基幹産業となっているが、少子高齢化の波による国内マーケットの縮小が進行していく中で、川下り、鰻のセイロ蒸しなどのような従来の観光資源だけでは、これらの変化に対応することが難しく、観光の量から質への転換が迫られている。また、増加

している外国人観光客への対応を図り、どうすれば地域社会の持続的な発展を確立することができるかといった課題に直面している。

このような状況で柳川市では、「川下り」、「鰻のセイロ蒸し」の観光資源を磨き上げながら、第二の観光エンジンとして有明海を観光資源とする両開地区での体験メニューを開発し、既存の観光資源との掛け合わせによる面的広がりを図り、観光客の市内での周遊行動の拡大につなげようとしている。観光の中心地である沖端は、柳川藩四代藩主立花鑑任が藩主別邸として建設し、現在は一般に公開されていて宿泊や結婚式場としても利用されている「松涛館」（御花）、北原白秋生家などがあるが、第二のエンジンと期待されている両開地域とは直線で約4.8km離れており、交通アクセスが整備されていない。本稿では柳川市が第二の観光エンジンを打ち出した背景に何があるのか、その成功の可能性と鍵は何かについて検討する。

## 2. 柳川観光の概況

### 2.1. 柳川の立地

柳川は、福岡県南部で筑後平野の西南部にあり、筑後川と矢部川による沖積と、有明海の潮汐による自然干陸化と干拓等により沖積平野が形成され、極めて軟弱地盤である有明粘土層が広く分布している（国土交通省）。また、町中の河川はほとんどが感潮河川（下流において流速や水位が潮の干満の影響を受けて変動する河川）で、有明海の干満の差が6mもあるために、干潮時には岸边から数km沖合いまでが干潟となる（柳川市建設部、2011）。

柳川市によると、柳川に鉄道が敷かれたのは大善寺～九鉄柳河間の運転営業が開始された1937年である。1924年に営業開始した福岡～久留米が、津福、大善寺に延伸され、福岡と柳河が結ばれた。大牟田線の特急が運転開始されたのは1939年で当時の所要時間は75分であったが、西鉄福岡-薬院間などの高架新線開通、西鉄福岡駅、久留米駅などの高架新駅で営業が開始されたことにより、現在の所要時間は48分に短縮されている。筑後地域に位置する柳川の背後には福岡県福岡市と周辺の衛星都市を含む福岡都市圏17市町村、人口約252万人のマーケットがある。福岡から柳川へ行く途中に太宰府天満宮があり、立地面において恵まれている環境と言える。

### 2.2. 観光の歴史

柳川の掘割は、かつて炊事・洗濯・飲料水などの生活用水の供給源であっただけでなく、泳いだり、魚を採ったりすることもできる、子どもにとっての遊び場でもあった。しかし、1953年に九州北部地方（福岡県・佐賀県・熊本県・大分県）を襲った集中豪雨による水害を契機に上水道や簡易水道が整備されると生活用水を掘割に頼る必要がなくなった。その結果、それまでは自家処理を行ってから掘割に流していた排水をそのまま垂れ流すようになったため、掘割

は瞬く間に汚濁してゴミ捨て場と化した。1961年からは城堀を使った観光川下りが始まるが、内堀コースはすでに使えず、外堀コースを使っていた。柳川市役所は、1968年から3カ年計画で川下りの行われている城堀の幹線ルートの新築を行ったが、1974年頃には再び元の汚濁した状態に戻ってしまった。市は、柳川の城堀が農業用水や観光資源として重要であると考えていたため、これを残す代わりに一部の幹線水路を都市下水路にして、その他の汚れた中小水路は埋め立てるという都市下水路計画を決定した。この計画を実行に移すために、1977年に環境課の中に都市下水路係が設置された。しかし、「掘割は決して埋めてはいけないものであり、掘割がなくなれば柳川は亡びてしまう」という行政担当者の信念により柳川の掘割は残り、柳川を代表する観光資源として掘割を活用するに至ったのである。

柳川市の第2次総合計画（2017年 - 2024年）によると、網の目のように巡っている掘割の水郷景観の水の大部分は矢部川水系に依存している。掘割が農業・水産業・観光業の振興と、快適な生活空間の創出の役割を果たすためには、良質で豊富な水量（流量）が不可欠であるが、水量は、矢部川上流の日向神ダムから放流される水量に大きく影響される。水利権を持つ三つの団体（柳川みやま土木組合、花宗太田土木組合、花宗用水組合）があるが、水利団体との連携や、水利施設の適切な操作により流量の確保を図るとともに、水質の保全のため、生活排水が掘割に流入しないようにするなど、住民への意識啓発を図りながら、良好な水環境の維持が必要とされ、矢部川流域の自治体や関係機関と連携し、水量を確保していくことが本市の最重要課題となっていると述べている。市外からの観光客が期待している柳川のイメージは「水郷」であり、透き通った水のふるさとである。現実的に水量の確保には難しい面があるだろうが、柳川が目指すべき観光まちづくりの姿は明確である。掘割は、柳川市を象徴する自然、歴史文化の空間、シンボルとして、また市民活動の源泉として、誇りとなるものに昇華していくべき対象である。

### 3. 観光振興計画の策定と観光プロジェクト

#### 3.1. 第1次 観光基本計画（2000年代～）

柳川市において観光基本計画が策定されたのは2000年3月である。計画策定の目的を見ると、「社会状況及び周辺の交通体系の変化を考慮し、柳川市の持つ特色を活かしながら、来訪者には快適な余暇を、市民には観光による地域の活性化を通じたより良い生活を与えることのできるステージづくり」となっている。

当時の社会経済の情勢は、高齢化社会の進展、広域基幹交通網の整備とともに情報通信技術が急速に発展し携帯電話・PHSの普及率が52.6%（2000年、厚生労働省）に達するなど、情報化が進んだ時期である。観光旅行においては、日本人国内宿泊旅行者の延べ数が1990年代に

はほぼ頭打ちとなり、2003年以降は減少局面に入るが、特に15～19歳、20代の若者の宿泊・日帰り旅行の参加率が1986年から2001年にかけて減少した。バブル経済が崩壊し低成長期に入った1990年以降、規制緩和が進み、企業は競争力強化の必要性に迫られ、コスト削減のため、また将来の需要の不確実性への対応のため、正社員採用を抑制し、安い非正規社員を増加させることで労働力をまかなっていくようになっていく。同時に、若年労働者の数が減ってしまっているため、終身雇用も年功序列制度も崩壊せざるをえなかった。働き方が変わり、人々はこれまでの安定した人生設計から自助努力、つまり自己責任による人生設計へと移っていく。若年層の旅行離れと言われるようになる初期の段階であるが、「時間的余裕」「経済的余裕」がなくなったこともあり、「友人・知人」「職場・学校」が主催する旅行や人とのつながりを重視し、参加するという団体旅行が減少してきたこともある（日比野・佐藤、2012）。

観光基本計画の策定に当たり基礎となった観光客へのアンケート調査の結果からは、「飲食・休憩施設の充実」「自然景観の保全」「緑地・河川の整備美化」「史跡・旧跡歴史景観の保全」という要望が多くあったようである。自由回答では「鰻が口に合わない」「鰻しかない飽きる」「川下りに関する楽しい説明が不足」「河川の浄化」「舟からの景観の悪さ」「案内所・案内施設の整備」「案内板・説明版の整備」「道路・歩道の整備」「トイレの整備」などの意見も多く聞かれたとされている。

これらの柳川観光を取り巻く内外の環境や状況を踏まえて振興計画の理念に「「水郷・柳川」の創造に努め、観光産業の振興を軸に、地域の産業経済の発展を目指し、同時に市民の生活環境の向上に寄与させることで、魅力ある地域をつくること」を掲げている。「水郷・柳川」を核とする「観光産業の振興」が謳われている。そのためにテーマ性の強化、個性ある観光地づくり、観光資源の高質化、情報受発信機能の強化の4つの基本施策の柱と15の方策、43の施策を盛り込んだ（表1）。

これらの施策の中には現在においても改善が求められているものが多い。例えば、掘割の再整備、川下りルートの新検討は、現在の観光振興においても掘割と周辺の一体となった環境の整備、川下りの途中下船の導入などの改善や改良対象に挙げられている。

当時の観光振興がこの計画に基づいて行われたことはなく、長らく本棚に置かれるままだったという話を柳川市の関係者から伺ったことがある。これには次のような理由が考えられる。計画を作成した後にそれを実行するための組織づくりに着手しなかったからではないだろうか。計画の中には行政、業界、関係団体、地域社会、関連機関のそれぞれの役割があり、相互に連絡を取り合い、協調しなければならない。また周辺地域と連携の取れた観光施策の展開をするためにも、広範囲で協調し、より強力な体制を作り上げていくことが必要とされている。本計画を受けて既存の組織をはじめ、地域、個人、ボランティアの中で積極的な活動を行っている

表1 柳川市観光基本計画(2000)における基本施策の柱に対応した施策展開例

施策の柱	方策	施策展開
テーマ性の強化	テーマ別ゾーン整備の推進	水郷ゾーン 文化歴史ゾーン 臨海レクリエーションゾーン 有明エコパークゾーン
	既存観光関連施設再整備の推進	掘割 観光案内所 御花、並倉、白秋生家などの史跡 矢留神社、白秋公園などの公園神社仏閣 白秋道路の遊歩道
	新規核施設整備の推進	花ショウブ園 駐車場 地域産品加工流通施設(柳川よかよか市場) 昭南町の梅堤 有明エコパーク
個性ある観光地づくり	周遊ルートの設定	歴史と漁港風景探訪ルート 海童神社巡り 文学碑巡り 歴史探訪ルート 周辺地域回遊ルート
	景観整備の推進	花いっぱい運動 まちなみ整備の推進
	観光イベントの創出と強化	有明の朝市 キャンドルボートフェスティバル 船頭さんフェスティバル 白秋祭 柳川ひな祭り・さげもんめぐり 「柳川の日」の制定
	「食のまち柳川」の展開	新規メニューの開発 新規ブランド開発
観光資源の高質化	川下りルートの再検討	新規ルートの設定 中途下船場の設置 新規体系による舟の運行
	宿泊機能の強化	新規宿泊施設
	ホスピタリティーの醸成	駅およびロータリー周辺整備 あいさつ運動 柳川市民講座
情報受発信機能の強化	インターネットの利用による広域への発信と受信	柳川WEB
	観光案内機能の強化	総合パンフレットの作成 インフォステーション 定期刊行物による情報提供
	サイン計画	ロードサインの充実 市内案内板の充実
	人的PRの推進	柳川観光大使

出所：柳川市(2000)『柳川市観光基本計画』

人、団体、グループ等に参加を呼びかけ、各々がそれぞれの立場からの意見を述べ、地域の利益の最大化を目的として、これを調整するオープンな場としての性格を持つ「(仮称)柳川まちづくり推進協議会—ホッと柳川語ろう会」を組織することとした(柳川市, 2000)。つまり、計画を実行するためのまとまった組織がなく、これまでと同じように既存の組織の活動に委ねられたわけである。全体が同じ方向を向いて優先順位を決めながら取り組むような体制がなかったため、結果的には絵に描いた餅で終わってしまったのではないかと推察される。

### 3.2. 第2次 観光振興計画(2010年代～)

#### 3.2.1. 時代背景

第1次観光基本計画の中に盛り込まれている新規事業が計画上の組織的な実施に至ることもなく、第2次観光振興計画が策定された。背景には、2005年(平成17年)3月に柳川市、大和

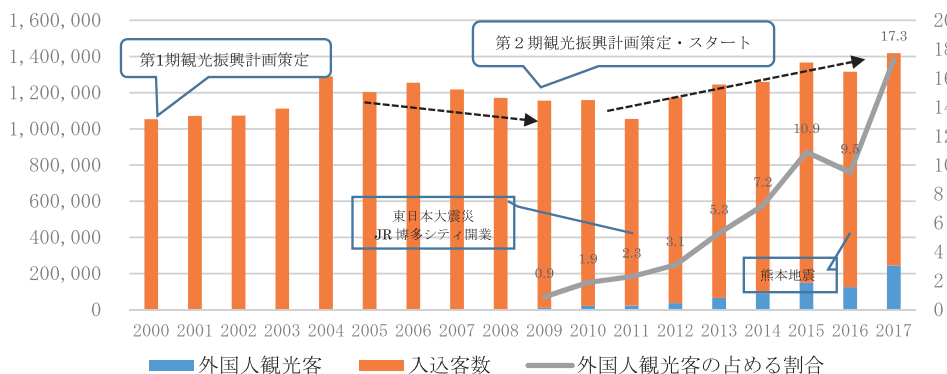


町、三橋町が合併し新しい柳川市が誕生したが、どうすれば一体感のあるまちづくりを図れるか、また観光産業と農漁業や商工業などの地域産業がどのように連携すれば地域の活性化を成し遂げられるかのような地域的課題に取り組む必要があった。同時に2000年代に入って国内の宿泊旅行者数は、景気低迷などにより横ばい状態が続いていたが、一方で中国に代表される新興国の台頭が本格化し、訪日外国人旅行への期待が高まり、訪日旅行の促進が大きな課題となっていた。訪日外国人旅行においては、2002年12月に発表された国の「グローバル観光戦略」において、2003年から2007年までの5年間で「訪日ツーリズム拡大戦略期間」とし、2010年には「21世紀初頭における観光振興方策」に示されている1,000万人を迎えることを目標とする官民連携によるビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）事業が繰り広げられるなど、訪日旅行の促進に国を挙げて取り組み始めた。さらにインターネットの利用者数が、2010年末でおよそ9,400万人に達し、1997年末のおよそ8.2倍にまで増大するなど、情報化社会が進展し（総務省、2011）、観光を取り巻く環境が大きく変わった時期で計画的な観光振興が求められていた。

### 3.2.2. 実行のための観光振興計画

2009年度から10年間の柳川観光の方向性及びビジョンを明確化するため、観光振興計画の策定が行われた。当時の柳川観光において意識されていた問題点としては、・市内の観光周遊圏は川下り、沖端が中心で全体として広がりがない、・体験メニューが乏しい、水郷のイメージに対し、黄土色に濁る掘割の水質、・“うなぎ食”以外の食の認知度が低い、・観光に関する活動団体間の連携不十分などが挙げられていた。これらの問題点を解決するとともに、第1次観光振興計画のような絵に描いた餅に終わらせるのではなく、実行を前提とした計画策定を目指した。そのために計画の検討と同時に若手によるプロジェクトチームを立ち上げ、若手の振興計画への参画を図った。また、若手からの提案プロジェクトを計画策定に盛り込み、若手チームが計画の実行の主体となるように行政、観光事業者、若者の関係性を重視した。

図1 観光客数の推移



データ：柳川市観光客入込客数調べ

計画は、『地域力が創る観光・交流都市「水郷・柳川」』を将来像に、「水郷といやしのたたずまい」をコンセプトとし、柳川ブランドの構築、地域力の向上など7本の戦略と27の施策を10年間で実施するという内容になっている。10年間で短期、中期、長期に分け、計画期間ごとに数値目標が設定され、その一つが2018年までに観光客数を150万人にすることである(図1)。ここで特に注目すべき点は、「観光まちづくり推進委員会」を設置(2011年度、2014年度)し、達成状況と計画を見直すとともに、時代の変化に対応しながらより効果的、スピード感のある事業の実施を目指しているところである。短期、中期それぞれの達成度評価を行い、選択と集中の施策・事業などを市長に提言し、実行に移している。後述する「ゆるり旅」、滞在力強化事業の「第2のエンジン事業」は、これらが結実したものである。

## 4. 地域力と「ゆるり旅」

### 4.1. なぜ、地域力なのか

観光振興計画の将来像と7つの戦略の一つに「地域力」が謳われているが、その理由は、観光まちづくりに住民の参加、関与が重要であるからである。柳川市では毎年11月2日の北原白秋の命日を挟んで「白秋祭水上パレード」や様々な文化・芸能行事が催されている。かつては100艘以上の規模を誇っていたが、最近では約60~70艘のどんこ舟が、夕刻18時に城堀水門より堀めぐりに出発する。コース沿いのステージで、白秋先生の歌の演奏や郷土芸能の演奏などが催され、水上あんどん、かがり火などが設置され、花火による市民の心のこもった歓迎などがある。柳川ならではのおもてなしで、観る人の心に感動を与える。

最近では、以前と比べて舟の数も歓迎する地域住民の人数も少なくなっている。人口が減少し規模の縮小はやむを得ないところもあるだろうが、柳川の地域力を維持するためには何らかの対策が必要となる。他方、柳川は福岡県内で知名度のある通年観光地であり、観光地としての歴史も長い。全国的に知名度のある観光地であるが故に、既存の観光資源の他には新しい資源の発掘、観光ビジネスの新規参入が少ない。さらに観光と生活の分離が一段と進み、観光への地域住民の関心が必ずしも高いわけではない。

日本の国内観光需要が先細り、観光ニーズが高度化していく中で既存の観光資源の他に地域ならではの体験メニューを提供することは、観光振興において極めて重要な取り組みになる。体験メニューは、受け入れが少人数単位となるため、プログラムを多様化したり、実施回数を多く確保する必要がある。それには地域の資源、産業、人に光を当てることと、それを表現する多くの実演者が参加する必要がある。

地域力、即ち住民自らが地域の課題の解決に関わり、地域の現在・未来に関与する組織的な力は、グローバル化が進行し、地域の文化歴史資源の重要性が高まっていく中で、来たる超高

齢化社会の時代において地域の文化を継承しながら観光まちづくりを進め、持続性を模索・維持する上で必要不可欠である。

#### 4.2. 「ゆるり旅」への挑戦

「ゆるり旅」とは、柳川が誇る「川下り」「御花」「北原白秋」「うなぎセイロ蒸し」の4つの観光資源の影に隠れ、これまで光が当たることのなかったマイナーまたは隠れコンテンツの資源を再発見・再評価し、地域ぐるみでそれに光を当てることから始まった、地域の、地域による、地域のための観光商品を束ねたブランド名である。

「ゆるり旅」は、2011年11月に市の「観光まちづくり推進委員会」が、2009年3月に策定された「観光振興計画」（2009年～2018年）の中期事業の方向性を検討し、市長に対し「選択と集中」の提案事業である。「観光まちづくり推進委員会」は、「観光振興計画」で謳った「地域力が創る観光・交流都市『水郷・柳川』』という将来像を実現すべく、掲げられた7つの戦略と27の施策の進捗や数値目標の達成度を評価するために作られた組織であるが、2011年に2年間の短期事業の検証と4年間の中期事業の方針を検討し、多数の施策の中から重点的に取り組むべき施策を選定し、集客交流を図るための「選択と集中」が必要であるという提案書をまとめたのである。

「ゆるり旅」をスタートするためには地域住民の参加とプログラムの提供が必要となる。その旗振りを行政が担い、観光振興計画の策定と同時に形成された地元の若手から構成された「観光プロジェクトチーム」に実行に加わってもらい、着地型商品づくりに取り組んだ。着地型旅行とは、国土交通省の報告書（2005）の中で、「旅行の発地側で得られる目的地情報や発地側の観点（旅行商品の造成・販売に係る規模の経済性、商品情報の市場への伝わりやすさ等々）を重視して企画・立案・実施されるのが発地型旅行であるのに対し、旅行・観光の目的地である各地域（＝着地）側が有する個別の観光資源（自然、歴史、産業、街並み、文化等々）に係る情報及び着地側での人々の観点（例：各地域での体験・学習等の活動）を重視して企画・立案・実施されるのが着地型観光である」と記されている。つまり、これまでは観光客が送客されるマーケット中心で観光商品を造成・流通していたのに対し、観光客を受け入れる地域側がその造成・流通を担うということである。

これには時代的要請もある。2000年代前半の国内観光の状況は、個人消費が厳しい所得環境を反映して足踏み状態が続き、それに伴って宿泊・観光レクリエーションの旅行回数及び宿泊数はともに減少傾向にあった。国内宿泊旅行人数は、1990年以降は2005年まで毎年3億人を上回っていたが、2000年をピークに減少し、2006年以降は3億人を下回るようになった。このような状況で2003年に「観光立国」が打ち出されインバウンド観光に力点が置かれるようになり、旅行業界でも少品種多量販売から多品種少量販売、多様化した旅行ニーズに旅の質



を重視する思考への転換を迫られた。同時に観光立国の実現に国際交流を増進することが謳われたが、そこでは「住んでよし、訪れてよし」の国づくりと地域の自然環境、歴史、文化などの観光資源を創造・再発見、そして地域が主体となって地域の資源を活かしたまちづくりを進める観光まちづくりが新しい考え方として、またその可能性が注目されるようになった時期でもあった。

#### 4.3. 「ゆるり旅」の成果と課題

柳川で着地型のプログラムを作るに当たっては、プログラムの提供・実演者はお客さんへの説明の仕方やコミュニケーションの取り方への不安があり、また事務局としても申し込みの受付方法、お客さんの安全確保など沢山の心配を抱えながらのスタートであった。プログラムの詳細については別の機会に報告することとし、ここではその活動結果と課題について述べるに留めるが、2013年、第1回目のゆるり旅で19プログラムだったのが、2018年11回目では（夏特別編を除く）、32プログラムに増え、ジャンルにおいても民俗芸能・まち歩き・どんこ舟・料理・健康・体験など多岐にわたっている（表2）。そのうち「当たる宝くじ入れ神棚づくり体験」「どんこカフェ」「史跡巡り&ウォーキング」など7プログラムは通年型プログラムになった。また、柳川市は2005年に旧柳川市、旧大和町、旧三橋町が合併してできた都市であるが、ゆるり旅のプログラムは柳川市全域に広がっている。

手探りの状態から回数を重ねていくうちに、プログラムの実演者間で目的意識を共有できるようになり、それぞれの立場から主体的に関わっていくことで、地域内連携の輪を拡げて活動するまでに至った。観光は観光事業者だけがやるものだという認識が強く、地域住民と観光事業者間の観光に対する思いを共有することが難しかったが、一般市民側から観光まちづくりへの関心が深まり、観光事業者との連帯感が増すようになってきたことはこれからの観光まちづくりを進めていく上で基盤づくりの一步として大きな成果と言える。

表2 ゆるり旅の実施結果

実施時期	プログラム数	定員/予約者数 (予約率, %)	通年型プログラム (2018年4月時点)
2013年3月1日~3月31日	19	1,316/436 (33.1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「当たる宝くじ入れ神棚づくり体験」</li> <li>・マイ味噌づくりと味噌蔵見学</li> <li>・板海苔作り体験、味つけのり体験、粕漬けの素作り体験</li> <li>・「どんこカフェ」</li> <li>・美の学び舎でフェイシャルエステ体験</li> <li>・「史跡巡り&amp;ウォーキング」</li> <li>・有明海で柳川ムツかけ・くもで網体験</li> </ul>
10月5日~11月30日	14	404/389 (96.3)	
2014年2月12日~3月30日	30	661/581 (87.9)	
9月13日~11月3日	30	772/681 (88.2)	
2015年2月11日~3月29日	37	782/599 (76.6)	
夏特別編 8月8日~8月30日	5	92/50 (54.3)	
9月27日~11月3日	15	251/216 (86.1)	
2016年2月12日~4月3日	34	624/473 (75.8)	
夏特別編 7月23日~8月27日	9	186/97 (51.9)	
9月22日~11月5日	20	335/326 (97.3)	
2017年2月13日~4月2日	36	693/680 (98.1)	
夏特別編 7月23日~8月19日	8	120/90 (75.0)	
9月17日~11月3日	24	471/360 (76.4)	
2018年2月15日~4月1日	32	526/510 (97.0)	

注：各年のガイドブック及び会議資料をもとに作成。

課題はゆるり旅の安定的な運営である。現在、ゆるり旅の運営に係る組織体は、市と観光協会の連合体（市長が会長）である「水郷柳川旅物語企画会議」とその下部組織としてゆるり旅関連のプログラムの企画・実施を担う「つながる企画会」、それをサポートする事務局（観光課）によって構成されている。開催当時から市の負担金で運営され、プログラム提供者には保険料金として1人100円のみを徴収していた。水郷柳川旅物語企画会議負担金のうち、「着地型観光推進事業費」は2016年度580万円から、2017年度530万円、2018年度500万円へと減り、2年間で14%減額されている。このように負担金が削減されていく中で、どうすれば自主財源を確保し、安定的な運営ができる仕組みが作れるかが大きな課題となっている。昨年からは、「ガイドブック掲載料金」（1人200円）と、観光案内所に受付を依頼する場合のみであるが、「予約受付手数料」（1人100円）を徴収することになっている。年間の集客数が1千人程度であるので、「ガイドブック掲載料金」から年間約20万円の収入が見込まれる。

ゆるり旅の実施目的は、地域の隠れコンテンツの発掘と観光資源化、実演者同士のネットワークづくりと観光まちづくりへの参加促進、柳川魅力の発信などである。集客による収入だけでその効果を計ることはできないが、皆が知恵を出し合ってできる範囲で自主財源を獲得する方法について検討し、取り組むことが必要である。これはただ単に財源獲得のことではなく、プログラムの洗練化、サービス及び満足度向上を促す効果も期待できる。柳川のゆるり旅は、集客力は限定的であるが、地域住民との触れ合いの度合いが強く、機会も多いため、地域のイメージ向上への貢献が期待できる。

着地型観光商品は体験型・交流型の集客が小規模のものがほとんどで、集客を増やすためには実施回数を増やさなければならず、実演者や運営側の負担が大きい。大人数を集客できるものや宿泊を伴うものを造成し、総滞在時間（客数×滞在時間）を増やす方法も検討すべきである。

## 5. 新たな観光魅力の創出と滞在力の強化

### 5.1. 第2のエンジン始動

既存の観光資源に着地型観光商品「ゆるり旅」のプログラムが加わったことで、柳川の観光の幅が広がり、観光地としてのイメージ革新につながった。柳川観光は柳川駅近くから沖端までの川下りと食事が滞在時間の大半を占め、滞在時間の増加が柳川観光発展の大きな課題となっていた。ゆるり旅は、地域レベルの観光コンテンツであるため、情報発信力が弱く、さらに事前予約となっているため、観光客がゆるり旅にオプションツアーとして参加することは期待しにくい。増えている通年のプログラムが認知されるようになれば、ゆるり旅が柳川観光を動かす小さなエンジンとして機能する可能性があるが、同時に現在の沖端で完結される観光

客の観光行動の時間、空間の拡大につながる地域資源を活かした滞在時間、観光消費の増加策を打ち出す必要があった。

そこで柳川市は、沖端中心を「静」の資源、有明海を「動」の資源と捉え、前者を第1のエンジン、後者を第2のエンジンと位置づけ、新規客層の開拓と市内での観光周遊圏の拡大に取り組んでいる。第2のエンジン事業は、平成27年度に地方創生先行型上乗せ交付タイプI採択を受けた100%交付金事業としてスタートしたもので、有明海と干拓地をフィールドにした体験など、滞在時間延長と消費アップを狙った事業である。この事業には、地域の農漁業者、公民館関係者、女性や市民が参画し、26人のメンバーからなる「柳川むつごろう会」が推進母体となっている。両開地域にある「むつごろうランド」を有効活用し、「くもで網漁」や「むつかけ体験」ができるように整備し、ターゲットとなる市内外の子ども、子連れの親子層、若者のグループを集客し、地域の賑わいを作るとともに沖端地域との観光の面的広がりを図ることが狙いである。

今年、施設の整備が完了し、その効果を期待したいところである。これまでにない柳川の新しい魅力をアピールし、柳川が観光地として飛躍する大きなチャンスであり、チャレンジである。知名度のある資源との掛け合わせを進めることで、より多様な観光コンテンツも期待できる。市内から公共の2次交通がないため、アクセスが不便であるが、これを逆手にサイクリングを促進する手もある。柳川は、市のほぼ全域が平坦地であるため、ロードバイク初心者にもやさしく、自然や文化を強みとする柳川の観光イメージにも適している。

## 5.2. 滞在力の強化

日本の観光は、「日帰り型」と「1泊2日型」が中心であり、観光業のビジネスモデルはそれを前提としている。観光ニーズが高度化し、それに対応する形で観光対象も多様化が進んでいる。また、人口減少社会に突入し、地方を活性化する観光への期待が高まっているが、観光客の誘致と滞在時間及び観光消費額の増加は簡単なことではない。休暇制度において休暇取得とその分散化が促進すればその効果が期待できるが、地域内でも観光客が観光するに値する地域資源の掘り起こし、磨き上げ、そして編集を通して観光ビジネスの新たな仕組みづくりと観光の質の向上を図っていく必要がある。

柳川では長らく宿泊施設の不足が悩みのタネであったが、駅周辺にビジネスホテルが立つようになり、滞在型観光地づくりに本腰を入れる時が来た。その一つが、ゆるり旅の宿泊メニューの開発と両開地域の整備である。これらの動きは、国内観光客の縮小とインバウンドの増加など、観光を取り巻く環境が変化していく中で、産業としての観光を維持するための対応策とも言える。

最近では、IoTの活用により、観光収入やリピーターを増やす取り組みも始まっている。柳

表 3 旅行全体への影響

説明変量	標準偏回帰係数
食事	0.179
みやげ品	0.030
観光施設やその内容	0.343
当地までの案内看板などの整備状況	0.023
旅行中の移動	0.049
観光施設、街の人たちのおもてなし	0.247
当地での情報収集	0.124

係数<sup>a</sup>

モデル	非標準化係数		標準化係数	t	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
1 (定数)	-2.589E-15	.033		.000	1.000
Z 得点(食事)	.179	.036	.179	5.033	.000
Z 得点(みやげ品)	2.970E-02	.038	.030	.777	.438
Z 得点(観光施設)	.343	.040	.343	8.542	.000
Z 得点(案内看板)	2.264E-02	.043	.023	.533	.595
Z 得点(移動環境)	4.895E-02	.042	.049	1.156	.248
Z 得点(おもてな)	.247	.038	.247	6.472	.000
Z 得点(観光情報)	.124	.042	.124	2.916	.004

a 従属変数：Z 得点(旅行全体)

川でも観光協会を一般社団法人とし、柳川版DMOモデルづくりに取り組んでいる。観光地にとってリピーターの確保は、新規顧客の開拓に要する費用と比べて遥かに少なく済み、リピーターは経済的、経営的収益の安定的な基盤を支える存在と言える。期待にどの位応えられたかが満足度に大きく影響するためこれからの観光にはマネジメント、マーケティングにおける科学的アプローチが重要であり、それがリピーター獲得にも力を発揮する。

大方(2011)は、旅行先への愛着の形成に影響を与える要因について理論的考察を行い、旅行先において非常に強い満足感を得た場合、その旅行先への愛着が形成されるとした。鎌田(2018)は、観光客の価値観に着目して満足度と再訪意向について分析し、両者間には高い相関関係があるとした。満足度の向上はリピーターの獲得に有効であると言えるが、満足度調査といっても多様な手法がある。井門(2005)は、利用者アンケートによる調査について言及し、総合満足度に影響の大きい要素は何かを明らかにする手法を取る。筆者は、柳川の観光客動態調査を定期的に行っているが、いくつかの項目を5段階評価とし、それぞれの項目の満足度を算出している。項目には旅行全体の満足度もあるが、旅行全体の満足度に大きく影響する項目を調べた結果、旅行全体に及ぼす影響は、「観光施設とその内容」が最も大きく、次に「観光施設、街の人たちのおもてなし」、「食事」、「当地での情報収集」の順となっている(表3)。つまり、これらの項目がまさに柳川の観光目的に大きくかかわっていることを示している。このことから柳川観光の潜在力を強化するためには、ゆるり旅、両開地域の観光コンテンツを魅力あるものに磨き上げるとともに、柳川観光の本質とも言える掘割を中心とする自然や文化、

歴史を守り抜くことである。地域住民が地元を誇りに思い、観光客の期待を裏切らないように努力することこそが持続可能な観光発展、滞在力の向上につながる。

## 6. おわりに

国内マーケットが縮小し、観光客のニーズも多様化、高度化が一段と進んだ。地域は観光の量から質への転換を図ることが、喫緊の課題となっている。客数という従来の尺度から消費額や滞在時間、リピート率などに目を向ける必要がある。川下りとウナギ食のコンテンツだけでは滞在時間が長くて3～4時間と短い。着地型商品の「ゆるり旅」のプログラムに「さげもんづくり教室」や「味噌づくりと工場見学」、「車庫見学と車掌体験」など地域の資源を生かした体験プログラムが多く提案され、一定の集客と地域力の向上につながっている。観光の質的変換を図っていく基盤としてその成果は評価できる。一方でこれらの着地型観光プログラムは、特定の時期に開催され、また予約制となっているため、現地でオプションツアーとして観光客が気軽に選択することが難しく、滞在時間の伸びにはつながりにくい。通年型プログラムの多様化とプログラムに関する情報の発信、そして既存の観光商品との掛け合わせによるオプションツアーとして販売を進める必要がある。また、両開地域にある「むつごろうランド」を活用した、「くもで網漁」や「むつかけ体験」は新規客層の開拓が期待できる。これまでの観光資源と合わせて5～6時間のプログラムまたは楽しみ方が提供できれば滞在の延長につながりやすくなる。そのためにはアメニティと観光スポット間のアクセスの充実を図る必要がある。

本稿で取り上げた柳川観光の質の向上に向けたハード、ソフト両面の取り組みは、他の観光地でなかなか真似できるものではない。行政の関与とリードが功を奏したと思われるが、これらの取り組みをさらに深化させ、柳川観光の本質とも言える掘割を中心とする自然や文化、歴史を守り抜くための取り組みの進展を期待したい。

## 参考文献

- 井門隆夫（2005）「観光・旅行分野における顧客満足度調査について」『日本オペレーションズ・リサーチ学会1月号』.
- 大方優子（2011）「旅行先へのリピーターに関する研究－旅行先への愛着形成に関する理論的考察－」『東海大学短期大学紀要』（45）.
- 鎌田裕美（2018）「訪日外国人の価値観と再訪意向に関する考察」『The 32nd Annual Conference of the Japanese Society for Artificial Intelligence, 2018』.
- 国土交通省「日本の川 九州の河川」.
- [http://www.mlit.go.jp/river/toukei\\_chousa/kasen/jiten/nihon\\_kawa/index.html](http://www.mlit.go.jp/river/toukei_chousa/kasen/jiten/nihon_kawa/index.html)



国土交通省総合政策局（2005）「沖縄観光における外国人向け着地方旅行の充実化及び販売促進のための調査（報告書）」.

総務省（2011）『情報通信白書』平成23年版.

日比野直彦，佐藤真理子（2012）「若者と旅—若年層の国内観光行動の時系列分析」『国際交通安全学会誌』37(2).

柳川市（2000）「柳川市観光基本計画」.

柳川市（2009）「柳川市観光基本計画」.

柳川市建設部（2011）「柳川市の道路維持と伝統行事 「城堀の水落ち」について」，道路行政セミナー.  
[https://www.hido.or.jp/14gyousei\\_backnumber/2011data/1104/1104chiiki-yanagawa\\_city.pdf](https://www.hido.or.jp/14gyousei_backnumber/2011data/1104/1104chiiki-yanagawa_city.pdf)