観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	（一社）柳川市観光協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	福岡県柳川市	
所在地	福岡県柳川市沖端町 35	
設立時期	昭和 27 年（1952 年）設立 平成 30 年（2018 年）一般社団法人となる 令和 5 年（2022 年）3 月 31 日　DMO 法人登録	
事業年度	令和 6 年 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	10 人【常勤 8 人（正職員 5 人・出向等 3 人）、非常勤 2 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 横山　義嗣 （出身組織名） ときとはな。花ごよみ。	（一社）柳川市観光協会の役員（委員長、副会長）を永年勤め、現在は会長として地域の様々なパイプ役となっており、観光協会が主催するイベントや市が所管する各種協議会等で活躍。成果を挙げている。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・オフィサー	（氏名） 氏家　将利　「専従」 （出身組織名） （一社）柳川市観光協会	ブランドカンパニー・株式会社 MTG でブランド戦略を学んだ後、セーフィー株式会社にて DX 推進と新規事業立ち上げを担当。さらに、マーケティングリサーチサービスの企画・開発と調査提供を経て DMO に参画し、マーケティング戦略の立案と事業開発を牽引する。

様式１

※必ず記入すること		
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 小山　聖子　「専従」 （出身組織名） （一社）柳川市観光協会	司法書士・特許事務所での経理経験及び、保険書類作成、労務処理の経験を活かし、協会の財務・総務を担当。また助成金申請等の書類作成・接客も含めマルチに DMO に関わる。
各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 江上　夏子　「専従」 （出身組織名） （一社）柳川市観光協会	民間企業で 10 年間勤務後、平成 27 年より(一社)柳川市観光協会に勤務。情報発信を通じた国内外のプロモーションに高い能力を持つ。バスツアーの造成などにも関わっている。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 横山　真平 （出身組織名） （一社）柳川市観光協会	事務局長として事務局責任者。前職で地域アートイベントのコーディネーターとして活躍。本市でも着地型観光のコンテンツ造成にも関わる。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	• 柳川市観光課 • 商工・ブランド振興課：物産・ブランド認定品 • 企業誘致課：スタートアップ支援 • 都市計画課：ハード面の環境整備（地域公共交通）・社会資本整備 • 企画課：地域公共交通、移住定住 • その他 • 総務課、農政課、水路課、水産振興課、生涯学習課 • 福岡県商工部観光局：県全体の観光資源開発・人材育成・受入環境整備・プロモーション	
連携する事業者名及び役割	• 水郷柳川旅物語企画会議（着地型旅行商品開発） 体験プログラムを実施し、魅力発掘や磨き上げを行い商品化へ結びつける取り組みを行う。 • 柳川ブランド推進協議会（地元特産品開発、商工業活性化） 市内事業者や行政と連携し、地元特産品を開発し販路拡大を行い、活性化をはかる。	

	• 柳川市内各種団体、組合 柳川料飲組合など、観光誘客に関係のある団体との定期的な意見交換の実施。 • 西日本鉄道株式会社（交通事業者） 西鉄と連携できる賑わい作りを行い、福岡都市圏等を結ぶアクセスの維持・向上に結びつける。 また令和８年秋に向け、現在、柳川市と福岡県、西日本鉄道株式会社の３者による「西鉄柳川駅周辺整備工事」が進んでおり、柳川の玄関口として、シンボリックな掘割を駅まで引き込むほか、西鉄による「賑わい交流施設」の建設も行われる予定であり、観光客と市民双方が楽しめる空間創出や、駅からの川下り、イベント等の開催により活性化を目指す。 • 柳川農業協同組合 • 福岡有明海漁業協同組合連合会 • 九州産業大学（協定締結、外部専門家） • バリューマネジメント株式会社（外部専門家） • 株式会社福岡銀行（外部専門家） • 柳川・大川旅館組合（宿泊施設） • 川下り会社（観光事業者） • 北原白秋生家・記念館（観光施設） • 柳川藩主立花邸御花（観光施設） • 福岡県観光連盟（県全体の観光資源開発、プロモーション） • 九州観光機構
官民･産業間･地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】①に該当 柳川市観光協会理事に観光事業者・宿泊事業者・商工会・商工会議所・交通事業者・農業組合・漁業組合連合会・商店街振興組合・観光施設・行政など幅広い関係者が参画し、観光事業戦略について合意形成の仕組みを総会及び理事会にて構築している。 ＜理事メンバー＞ 土産物店、宿泊施設、観光施設、飲食店、料飲組合、商工会、商工会議所、タクシー協会、漁業協同組合連合会、商店街振興組合、農業協同組合、青年会議所、西鉄、市民団体、行政 〇柳川市観光まちづくり推進委員会 設置日：2014 年 7 月 市内外の関係者・有識者で構成される「柳川市観光まちづくり推進委員会」に委員として参画。検討部会を中心に観光推進組織としての観光プラットフォーム（＝ＤＭＯ）を柳川市観光協会内に設立。また 2020 年 11 月観光課内に DMO 準備室を設立し、2021 年 4 月ＤＭＯ推進室とし官民の連携を強化。 ＜委員メンバー＞ 学識経験者、官公庁、観光推進団体、福岡県、メディア（インバウンド向け）、行政、観光協会、柳川・大川旅館組合、市民団体 〇その他 • 堀割環境整備機構 事務局　観光協会長が会長 • 水の精実行委員会 事務局　観光協会長が会長 • 雛祭り実行委員会 事務局　観光協会長が会長 • 「Attractive YANAGAWA」実行委員会　観光協会長が会長 • 環有明海観光連合　観光協会長が副会長 • 柳川観光活性化協議会　観光協会長が副会長 • 柳川市有明海ツーリズム研究会　観光協会長が副会長 • NHK 大河ドラマ誘致柳川委員会　観光協会長が監事

<table>
<tr><td></td><td>

水郷柳川水の祭典実行委員会　観光協会副会長が会長
水郷柳川旅物語企画会議　観光協会副会長が副会長
柳川観光ガイド　観光協会で手配業務
水郷柳川ゆるり旅　観光協会で受付業務
柳川観光 2025 指針事業　観光協会で事務受託及び企画も実施
柳川まちづくりﾜｰｷﾝｸﾞｸﾞﾙｰﾌﾟ　柳川市関係課と連携
沖端水天宮周辺整備事業　柳川市及び地域と連携
沖端商店会　ｵﾌﾞｻﾞｰﾊﾞｰとして定例役員会に月参加
柳川市・九産大観光連携協定に伴うインターンシップの受入

他に県・市規模の 30 以上の観光に関する組織体に所属・会議参加
</td></tr>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>

平成 24 年度から、着地型体験プログラム「水郷柳川ゆるり旅」に取り組んでおり、市民参加のワークショップで体験メニュー作りを行っている。
【期間】2020 年 4 月～2025 年 3 月迄　計 9 回実施
【メンバー】プログラム実施希望者（市民）、柳川市観光協会、柳川市（事務局）
平成 25 年度、柳川市観光課が事務局となり「住んでよし　訪れてよし」の観光まちづくりを市民団体等と協力して実施するため「おもてなし柳川市民会議」を設立。構成団体は、行政区長代表、各種団体、小・中学校、農協、漁協、商工業、旅館組合、交通事業者など。これまで、「できる人が　できることから」を合言葉に挨拶運動や清掃活動を実施。行政と共同して、市民レベルでの観光まちづくりを具体化し実践してきた。
令和 4 年度から、雛祭り期間に行われる水上パレード無料乗船者の対象を、旧市区域から市町村合併後の現市区域に広げる。観光地域づくりに関する市民意識の向上に繋げる。

</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>
【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>

2021 年に観光協会 HP をリニューアルし、戦略に基づいた情報発信・プロモーションを行った。HP 上で完結できる予約システム、英語ページの構築などの改善を行なった。2024 年に再度 HP のリニューアルを行い、上記の更なる改善やスポットを検索できるように変更するなどの改修を行った。

2021 年：128,666 PV(4 月～12 月)
2022 年：278,269 PV(1 月～12 月)
2023 年：334,050 PV(1 月～12 月)
2024 年：288,861 PV(1 月～12 月)

2021 年 8 月、柳川市観光協会の Instagram を開設。市のキャンペーンレディ「水の精」や職員によるインスタグラムでの情報発信を行なった。2025 年 2 月より柳川に来る人を迎え入れる人たちにフォーカスをした「柳顔」企画を開始。また、以前よりフォロワー数の多かった「柳川日和」のアカウントの管理・運営を行い、フォロワー増加に繋げた。
【フォロワー数】2,066 人（令和 7 年 5 月現在）
2023 年 3 月、観光情報を届けるコンテンツとして協会ホームページと連携して LINE アカウントを開設。
【LINE 友だち登録数】383 名（令和 7 年 5 月現在）
2022 年 4 月、柳川市観光協会の YouTube チャンネルを開設。柳川旅館組合・市・福祉団体と協力した、

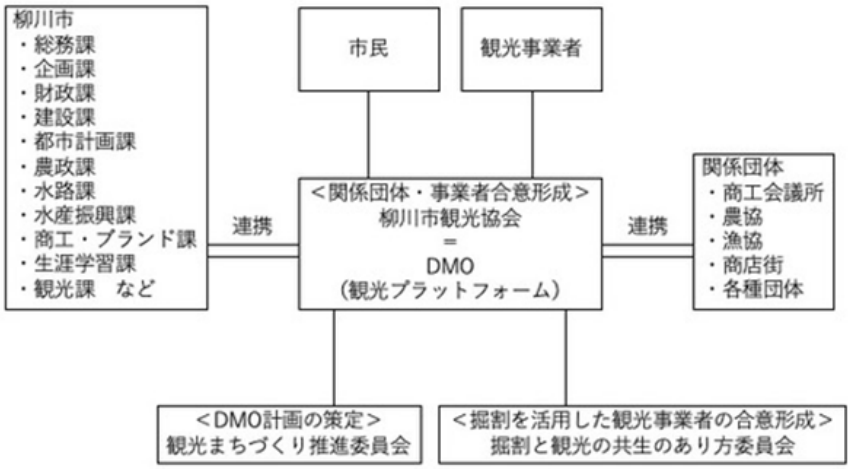
</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

		「観光動画」「宿泊施設紹介動画」などの動画を発信した。 【総再生回数】28,425 回（令和 7 年 5 月現在）
	受入環境の整備	• 西鉄柳川駅・沖端を中心とした観光地区の駐車場不足が懸念される為、また自主財源の確保を目的に、駐車場管理も視野に入れた環境整備・財源検討を引き続き行った。 • 民間の大型バスの駐車場閉鎖に伴い、地域・観光事業者と連携して新たな駐車場確保を市に陳情した。大型バスの駐車場を管理し、受入環境整備に努めている。 • 民泊・体験型宿泊・キャンプ泊等、テーマ型旅行に対する宿泊に関しては見直しが必要という要望に応えるべく、情報収集に努めている。バリアフリー事業に関しても宿泊事業者と連携した動きを継続している。 • 令和 7 年度以降に完成予定の西鉄柳川駅西口周辺整備事業の開発に向けて、観光案内所を含めたソフト事業の協議を進めている。 • 令和 3 年以降駅ビル内観光案内所の設置に向けた形式・運営・スペース等協議。令和 5 年度移転。仮案内所にて対応。5 年度内案内所運営スペースや駅前広場の利活用及び運営受託に向けた提案・協議。 • インバウンドへの受入環境整備として、地域観光新事業を活用し、西日本鉄道株式会社と連携して、川下りなど水上で活用できる「オーディオガイド」を導入した。
	観光資源の磨き上げ	• 歴史ある神社仏閣や市内を流れる 930㎞ の掘割など「観光資源要素」が市内には多数あり、着地型観光「水郷柳川ゆるり旅」のプログラムとして実施するなど磨き上げを行っている。 • 春先のイベントとして「柳川雛祭り・さげもんめぐり」は定着しているが、更にお雛様水上パレードを実施するなど、集客に努めた。また、西鉄柳川駅前にさげもんを展示するスペースを設置し、集客に努めている。 • 柳川市を訪れたお客様の満足度向上と川下り関係者のスキルアップに繋げる為、柳川市役所観光課と川下り事業者連絡会議を立ち上げ、研修や会議を行っている。

【定量的な評価】

- 年間 HP ユーザー2021 年 128,666 人（一月平均 10,722 人）2022 年 278,269 人（一月平均 23,189 人）、2023 年 334,050 人（一月平均 27,838 人）、2024 年 288,861 人（一月平均 24,072 人）
- 水郷柳川ゆるり旅 2022 年度参加者 84 人（秋編 84 人）、2023 年度参加者 131（春編 131 人）、2024 年参加者 195 人（春編 195 人）

様式１

実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** （一社）柳川市観光協会が母体となり、メンバーには、行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者、漁業者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した組織を運営。 **【実施体制図】** 

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

平成 17 年、柳川市、大和町、三橋町が合併し現在の柳川市が誕生した。観光面では西鉄柳川駅から沖端地区までの間に観光施設が集中しており、その他の地域は観光との結びつきが少なかった。市内全

域に歴史・文化・自然があり、観光への理解を深めてもらうため、矢部川、筑後川と有明海に囲まれた市全体を「水」を基軸とした新たな水郷のイメージづくりとしてすすめたい。
（例）〇年から、区域を構成する地方公共団体で連携協議会を設置しており、顧客視点に立ち、旅行商品の開発、周遊パスの企画など連携した取組を実施。
　また、観光資源の面からみてもコンセプトとして共通する点が多く、当該市町村で連携した区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

- 観光動態調査を見ると交通用具別入込客数は、2021 年自家用車が 52.3%、西鉄電車が 38.6%、大型バスが 9.1%。2022 年自家用車が 56.4%、西鉄電車が約 33.8%、大型バスが 9.9%。2023 年自家用車が 68.1%、西鉄電車が 21.1%、大型バスが 10.8%。2024 年自家用車が 61.9%、西鉄電車が約 24.9%、大型バスが 13.3%。
- 2023 年と比較して自家用自動車の割合が減少し、西鉄と大型バスの利用客の割合が増加している。コロナ禍では密集を避けることが出来る自家用自動車が旅行時の交通手段として選ばれていたが、コロナ後の訪日需要の高まりや円安の影響などで外国人観光客によるバスツアーなどでの旅行が増加したため、自家用車の利用者数が減少したと考えられる。
- 観光客の立ち寄る場所は、西鉄柳川駅から沖端地区までの間に集中している。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

観光施設：川下り（掘割の風景、風情）、北原白秋生家・記念館、柳川藩主立花邸御花、
　　うなぎのせいろ蒸し、有明海料理、むつごろうランド
商業施設：柳川よかもん館、ショッピングモール
自　　然：有明海（ひまわり園、ムツかけ・くもで網体験、干満、干潟、夕日など）
　　中山大藤、弁天桜並木、梅の木街道
文　　化：北原白秋をはじめとした多くの文人を輩出
　　柳川まり、さげもん
スポーツ：大相撲（雲龍、琴奨菊）
　　柔道（園田勇　オリンピック金メダリスト）
　　水泳（坂井聖人　オリンピック銀メダリスト）
　　柳川高校（テニス部、野球部、柔道部、ダンス部）
ｽﾎﾟｰﾂ大会：有明海旗少年剣道大会
　　園田勇杯少年柔道大会
　　おもてなし健康マラソン
ｲﾍﾞﾝﾄ等：柳川雛祭り・さげもんめぐり　　中山大藤まつり
　　沖端水天宮祭　　中島祇園祭　　柳川ひまわり園　　日吉神社節分祭
　　水郷柳川夏の水まつり・スイ！水！すい！　　三柱神社秋季大祭・おにぎえ
　　風流　　白秋祭水上パレード　　柳川よかもんまつり　　白秋生誕祭

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- 域内分布・施設数：柳川市内に全 16 施設
　（ビジネスホテル 3 施設、観光ホテル・旅館 7 施設、ゲストハウス等その他 6 施設）
- 収容力：約 860 名
- 施設規模：385 室

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- 福岡市（天神）から西鉄天神大牟田線の特急で約 50 分。
- 佐賀空港から車で約 30 分。

【外国人観光客への対応】

- 英語、中国語、韓国語、タイ語のパンフレットを用意。応対用には翻訳アプリを用いている。

- 柳川フリーWi-Fi を約 50 箇所整備。民間独自の Wi-Fi 対応とあわせて整備されている。
- 川下りを利用する外国人観光客に対し、多言語オーディオガイドを導入しスポット等の説明が出来るように整備（日本人）。
- 今後の実施予定としては、外国人対応の専従スタッフ配置や旅中で楽しめるコンテンツ開発や情報発信ツールの整備、パンフレット等を紙媒体だけでなく WEB でも見ることが出来るように整備。

３．各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	柳川市観光動態調査を活用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	柳川市観光動態調査を活用
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	市や観光協会 WEB サイトの言語ごとのアクセス数や観光課 FB のリーチ数などで把握
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	市で調査している住民満足度、アンケート調査等で把握
観光動態調査	毎年の観光客入込客数、消費額等を把握するため。	観光施設等への調査

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

- 宿泊、交通、物販、飲食等の観光関係者員が多いが、観光によるまちづくりが進んでいない。
- 一次産業で成り立っている地域についてはまだ連携という地点まで至っていない産業もあり、農漁業、製造業、サービス業、生活文化など幅広い地域資源の活用ができていない。
- 現在の柳川観光の核は全長 930km にわたる掘割を活用した「川下り」である。掘割を活用した持続可能な観光を進め、柳川市を訪れたお客様の満足度向上と川下り関係者のスキルアップに繋げる為、柳川市役所観光課と川下り事業者連絡会議を立ち上げ、研修や会議を行っている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** • **掘割の風景、川下り、北原白秋、御花、うなぎのせいろ蒸し。** • **市内の掘割の総延長は 930km。城掘り 4km を利用する川下りは、柳川の歴史・文化・風景が凝縮されている。**	**弱み（Weaknesses）** • **観光は一部の地域、事業者のものであるとの意識があり、市民全体との心理的な距離間がある。** • **川下り、うなぎなど既存の資源以外のコンテンツ紹介など、マーケティング機能が不足している。**

	• 農業、漁業が盛ん。農業は県内有数の穀倉地域。漁業は有明海苔が有名であり、全国有数の生産地となっている。 • 有明海に面しており、ここでしかできない食や体験がある。 • これまで観光分野での様々な誘客イベントに取り組んで来た実績と、観光地として県内・県外での知名度がある。	• 交通案内、サイン整備等が不十分である。 • 滞在、宿泊型観光にシフトするための朝・夜のコンテンツが不足そている。
外部環境	機会（Opportunity） • 福岡都市圏から西鉄電車で約 50 分、高速道路利用で約 1 時間の距離。 • 約 1 時間圏内に福岡、佐賀、熊本 3 県の県庁所在地がある。 • ・高速道路みやま柳川インター、九州新幹線や有明海沿岸道路の整備促進による利便性向上。 • 佐賀空港から約 30 分。 • 西鉄柳川駅西口周辺整備事業・沖端水天宮周辺整備による観光需要の増加・利便性の向上	脅威（Threat） • 観光従事者の減少による担い手不足や高齢化。 • インバウンドは継続して増加傾向にあるが、国内観光客の数が減っている。

※上記に加え、ＰＥＳＴ分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

〇第 1 ターゲット層

福岡都市圏、福岡市に観光で訪れた首都圏を中心とした国内旅行客。

〇選定の理由

- 本市による「柳川市観光客動態調査」によると、福岡都市圏からの観光客数が多い。また、福岡市内から西鉄電車で約 50 分とアクセス良好であることなどを踏まえると、福岡都市圏からの観光客は、本市にとって今後も重要なターゲットとなりうる。
- また、少子高齢化による人口減少により、今後国内旅行者の減少が懸念されているが、本市の場合は、県内客が大多数を占めているため、首都圏を中心とした日本国内からの観光客誘致は伸びしろがあると考えており、重要なターゲットとなりうる。

〇取組方針

- 福岡市、西鉄沿線及び筑後地域の市町村との地域連携による周遊機会の提案。
- 旅行博、商談会、メディア等への発信を通じ情報を届ける。
- 特に首都圏からは福岡市内の宿泊の旅行商品が多数を占めるため、柳川を周遊型旅行に繋げるような、旅行会社、航空会社、OTA 等での旅行商品造成への働きかけを強化する。
- 令和 6 年 1 月～12 月にかけて新潟・大阪・高崎・東京・北九州への観光 PR を行った。令和 7 年以降は、関東・関西・東南アジア圏への観光 PR も視野に入れる。
- また GoogleAnalytics 等のデータから 25～44 歳女性のモバイルを使用したアクセスが多数を占めている事から、女性グループ・家族連れを中心とした客層に対し、二次交通の整備や滞在時間延長に向けた取り組みを行う。

〇第 2 ターゲット層

- インバウンド。台湾・韓国・香港・中国を中心とした東アジア。日本を何度も訪れているリピーター。タイ、マレーシア、シンガポールを中心とした東南アジア。滞在日数が長い旅行者。この市場での福岡県への観光客は香港・韓国の 25～44 歳の女性が半数近くを占める為、二国には特に力を入れ、県と連動した集客・受け入れに努める

〇選定の理由

- 総務省「出入国管理統計」によると、九州への入国者数の 9 割以上を東アジア・東南アジアが占め、「柳川市観光動態調査」によると、本市を訪れる外国人観光客の国籍・地域は、韓国、台湾、香港の東アジアが中心。
- 来訪者の満足度が高ければリピーター獲得に繋がり、安定した市場となる。
- 2025 年度に実施された福岡空港第 2 滑走路の共用開始による福岡空港への直行便の増便、今後、九州の各空港への LCC の増便等により、当該地域からの旅行者の増加が見込まれる。

〇取組方針

- 満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求するコンテンツを磨き上げる。
- 新たな磨き上げたコンテンツについては、JNTO、九州観光機構、福岡県などへの情報提供により情報発信を強化すると同時にプロモーション活動等で旅行者へ継続的に情報を届ける。

〇第 3 ターゲット層

- 教育旅行。令和 6 年度に引き続いて九州だけでなく、関東などにも広がりを見せているため九州と関東に力を注ぐ。

〇選定の理由

- 社会科では「低地の暮らし」、国語では「北原白秋」、歴史では「立花宗茂」といった、教育旅行に適したコンテンツがあり、以前から修学旅行が盛んに行われている。
- 本市の修学旅行者数は、コロナ禍のマイクロツーリズムの影響もあり、増加傾向である。
  - 2020 年 9,400 人（延べ人数）
  - 2021 年 14,655 人（延べ人数）
  - 2022 年 18,896 人（延べ人数）
  - 2023 年 19,898 人（延べ人数）
  - 2024 年 13,580 人（延べ人数）
- 昨年に引き続き、国内近隣県への修学旅行誘致訪問の継続中。

〇取組方針

- 近年の教科書では柳川市の特徴である「低地の暮らし」「北原白秋」といったコンテンツを扱わないことも増えており、認知度をあげる取り組みが必要。
- 本市の取り組みで、柳川市に来訪する修学旅行に対し助成金の交付を実施。助成金を活用した学校に対しアンケートを行い、分析結果に基づいてコンテンツの磨き上げにつなげている。
- これまでの観光コンテンツだけでなく、SDGs や環境教育、生物多様性、伝統工芸のものづくり体験といった観点から、教育旅行商品づくりを広げていく。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**「市民みんなでつくる交流力」** 市民の豊かな暮らしと観光客を受け入れるおもてなし
②コンセプトの考え方	「第二次柳川市観光振興計画」を基に構築。 • 住んでいる人が楽しく暮らせるまち • 国内外の観光客が何度も訪れたくなるまち • お客様をもてなす市民の気持ちが感じられるまち • ストレスフリー（移動、体験、飲食、宿泊）のまち • 江戸時代から続く町割りやお堀を残し、全長 930㎞ にも及ぶ「堀割」と呼ばれる水路が残る地域は日本全国何処を探しても見当たらない。柳川はその堀割を活用した川下りや、100 年フードにも認定された「鰻のセイロ蒸し」を中心に県内の観光地として注目されている町として、地域資源を守り発展させてきた市民や関係者と共に観光地としての進化を続けていく。

	• 具体的には生活にかかわってきたお堀に対する意識づけを継続するため、「掘割と観光の共生のあり方検討委員会」「観光まちづくり推進委員会」による市への提言をもとに、官民連携による進化した観光地域づくりを行う。そこには観光関係者で実施・改善している夜の川下りコンテンツや、市民や観光客も巻き込んだ郷土料理や特産品の PR も欠かせない。

５．関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	➢ 柳川市観光まちづくり推進委員会による戦略の共有、戦略にもとづく取り組みの評価、改善。
	➢ ＤＭＯを中心として、取り組みテーマごとに現場レベルの関係者によるコミュニケーションの場を月に１回程度設け、課題共有、解決方策を話し合っている。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	• インバウンドの受入環境整備関連では、柳川フリーWi-Fi の整備や飲食店のメニュー表示等を多言語で翻訳する無料アプリの利用を官民連携して推進している。 • 平成 28 年から取り組んでいるやさしい日本語を活用するとともに、令和元年からは、商店街のアンテナショップを拠点に AI 翻訳機と組み合わせた外国人対応を始めている。 • 観光案内所を窓口とした、観光客の意見や要望の把握と改善策を検討し、おもてなしの向上を図りながら快適に観光できるまちづくりをすすめる。必要に応じ行政と連携している。 • 観光人材育成のため、「柳川観光 PR レディ水の精」に対して、観光ガイドや観光施設等の協力による研修を行っている。またメディア戦略として、写真の撮り方や文章校正等講習のもと、インスタグラムなどの拡散に努めている。 • 観光ガイドとは毎月定例会を実施しており、情報共有を通じて互いのスキルアップをはかっている。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーション	• DMO が中心となり、市内の情報を一元的に集約し、旅前や旅中情報を充実させる環境整備や効率的なプロモーション活動を行うため、令和 6 年度に観光協会の HP をリニューアルした。 • Instagram を活用した柳川観光キャンペーンレディ「水の精」や職員による情報発信のほか、新たに「柳顔」企画の実施や「柳川日和」のアカウントを追加し、市内外向けたプロモーションを行った。また LINE を使った情報発信や体験・ツアー等の予約、観光事業者との連携クーポン配布も行っている。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後３年間における明確な数値目標を記入すること。
※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去３年間の実績も記入すること。

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	7,835	8,000	8,000	10,280	10,280	10,280
		(1,175)	(1,200)	(1,200)	(1,200)	(1,200)	(1,200)
	実績	4,109	6,400	6,899			
		(91)	(777)	(1,183)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	89	90	95	125	125	125
		(7.6)	(7.7)	(8.1)	(10.7)	(10.7)	(10.7)
	実績	119	120	120			
		(1.4)	(12)	(17)			
●来訪者満足度（%）	目標	83	84	85	85	85	85
		(-)	(71)	(72)	(72)	(72)	(72)
	実績	93	89	87			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	73	74	75	75	75	75
		(15)	(16)	(17)	(17)	(17)	(17)
	実績	72	55	67			
		(-)	(-)	(-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

- 平成 30 年度に、「柳川市観光まちづくり推進委員会」（観光協会、行政、地域の観光関連事業者等で構成）で検討した「第二次柳川市観光振興計画」の KPI の考え方を踏まえつつ、令和元年度に当該委員会の DMO 設立に向けた検討部会で再度、KPI を検討。
- ホテル新設による延べ宿泊者数の急激な伸び等を考慮し、一部の KPI の数値を修正し、改めて地域の合意を得て、DMO の KPI として決定。
- 新型コロナウイルス感染症により柳川観光が大きな打撃を受けるとともに、観光客の動向やトレンドが大きく変化したため、令和 5 年に市が新たに策定した「柳川観光 2025 指針」を参考に KPI を再設定した。
- 各種データは、「柳川市観光動態調査」（柳川市が昭和 44 年から年１回実施している調査、観光関連施設、交通事業者。宿泊事業者等への聞き取り調査）及び観光客への満足度調査（令和 2 年から年１回実施）により収集。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額・・・「柳川市観光動態調査」により算出。

- 新型コロナウイルスの影響により近年減少傾向であったが、2024 年には統計開始以降過去最高の 68 億 9,859 万円を記録した。
- 目標設定としては、コロナウイルス国内の対応状況を踏まえ、2020 年の数値を基準に５年間で国内外の新たな市場からの観光入込客の増加、宿泊客数の増加、着地型旅行商品の売り上げ

増等を見込み、柳川観光 2025 指針にて「160 万人×800 円 （2025 年の入込み観光客数×1 人あたり観光消費額の増加分)」と設定した。

●延べ宿泊者数・・・「柳川市観光動態調査」により、宿泊施設への聞き取り調査を行い算出。
- 2019 年迄は、順調に推移していた。特に 2017 年から 2018 年にかけて、ホテルの開業が相次ぎ、当初の予想を上回る宿泊者数の伸びを記録し、「柳川市観光振興計画」（H30 策定）の KPI 目標値（9 万人）を前倒しで達成。KPI の前倒し達成を受け、ゲストハウス等の開業見込み、市内宿泊施設の客室数・客室稼働率などを踏まえ目標数値を上方修正し、結果 2019 年宿泊者数 10 万人を超えた。新型コロナウイルスの影響にて一時は落ち込むも、2024 年には統計開始以降過去最高の 12 万 268 人を記録した。
- 目標設定としては、「観光立国推進基本計画（第 4 次)」の 2025 年目標が 2019 年の 5%増を目標設定となっており、本市は 2019 年の 10 万人の 5%増は 10.5 万人となるが、2022 年は過去最高の 11.9 万人で目標達成したため客単価の高い宿泊者を増やすことを目指すため 11.9 万人の 5%増 12.5 万人の設定とした。

●来訪者満足度・・・DMO が実施する観光客へのアンケートにより集計
- 昨年度まで柳川市実施がしていた国内観光客を中心にした聞き取り調査を、2024 年度実施分からは DMO にて実施。
- 2020 年・2021 年は駅前にて実施、2022 年は宿泊者（目標設定するも海外客はなし）に対して観光目的や昼食単価聞き取りも実施。2023 年・2024 年は観光主要施設が集まる沖端エリアでも聞き取り調査を実施した。
- 聞き取り調査の結果、85%の観光客が「とても楽しかった」「楽しかった」と回答している。
- 全体の来訪者満足度は R3 年度の実績から毎年上昇させ、R6 年度以降は毎年 85%の水準で達成する目標値を設定。

●リピーター率・・・DMO が実施する観光客へのアンケートにより集計。
- 昨年度まで柳川市実施がしていた観光客への聞き取り調査を、2024 年度実施分からは DMO にて実施。
- 最新の柳川市の観光客のうち、リピーターは約 7 割（リピーター率 67%）であった。昨年に引き続き、新型コロナウイルス感染拡大後の旅行需要などによりはじめて柳川を訪れる観光客が増加したことにより低い数値となっているが、昨年と比較すると、リピート需要も回復傾向となっている。
- 全体のリピーター率は R3 年度の実績から毎年 1%ずつ上昇させ、R6 年度以降は毎年 75%の水準で達成する目標値を設定。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●WEB サイトのアクセス状況（回）	目標	250,000	280,000	290,000	300,000	310,000	320,000
		(6,500)	(7,500)	(8,000)	(8,500)	(9,000)	(9,500)
	実績	278,269	334,050	288,861			
		(7,486)	(16,708)	(25,205)			
●住民満足度（%）	目標	84	77	77	78	78	78
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	76	72	68			
		(-)	(-)	(-)			
●TV 映画等撮影回数	目標	55	50	50	50	50	50
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)

（回）	実績	25 (-)	31 (-)	26 (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】
2019 年度の「DMO 設立に向けた検討部会」において検討。地域の関連事業者とも KPI を共有し、合意を得た。

【設定にあたっての考え方】
●WEB サイトのアクセス状況・・・Google アナリティクスにて柳川市観光サイトの WEB データのアクセス数の解析により集計。
- 今後、該当サイトによる市の観光情報の発信の一元化の強化、内容の充実を図ることにより、2023 年までのアクセス数を 280,000 件とし、以降は年間 1 万件の増加を見込んで設定した。海外アクセス数は 2021 年度分比率をもとに設定。

●住民満足度・・・柳川市民アンケート調査を利用。
- 柳川観光に最も関連性のある「柳川市に愛着や誇りを感じますか」という質問のうち、「大いに感じる」「多少感じる」と回答した割合をもとに、2022 年度に実施した「掘割と観光の共生のあり方検討委員会」を通じて市民にも「柳川の観光資源」に目を向けて頂く動きを行うため、緩やかな伸びを見込む設定とした。

●TV 映画等撮影回数・・・観光協会および柳川フィルムコミッションが依頼を受けた実績数をカウントすることにより集計。
- 「柳川フィルムコミッション」と連携した映画・ドラマやロケ地の積極的誘致活動、国内外のメディアへの PR 活動、また柳川市を舞台とした中国映画「YANAGAWA」が 2022 年 12 月から放映されたことを含め、R7 年度までの目標値を設定。以降は毎年 50 回の水準で達成する目標値を設定。

７．活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後３年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。
※現に活動している法人にあっては、過去３年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）年度	**89,856,223（円）**	
	3,360,000	**【会費収入】**
	3,394,000	**【市からの補助金】**
	11,351,927	**【市からの業務委託金】**
	38,387,181	**【収益事業収入】白秋祭水上パレード、観光カレンダー、物販事業、着地型観光等**
	30,025,175	**【市からの補正業務委託金】観光支援事業（V 字回復キャンペーン）**
	583,440	**【雑収入】**
	1,785,000	**【協賛金】**
	969,500	**【その他収入】**

様式１

2023（Ｒ５）	55,575,773（円）	
年度	3,320,000	【会費収入】
	3,394,000	【市からの補助金】
	11,532,690	【市からの業務委託金】
	24,951,506	【収益事業収入】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	10,296,238	【市からの補正業務委託金】観光支援事業（V 字回復キャンペーン※観光バスクーポン事業・修学旅行誘致事業など）
	169,339	【雑収入】
	1,135,000	【協賛金】
	777,000	【その他収入】各実行委員会事務局手数料
2024（Ｒ６）	90,338,474（円）	
年度	3,320,000	【会費収入】
	2,962,000	【市からの補助金】一般補助金、白秋祭特定補助金
	6,300,000	【市からの補助金】DMO 専門人材人件費
	4,498,000	【市からの補助金】地域観光新発見事業
	2,000,000	【県からの補助金】地域観光新発見事業
	10,498,000	【国からの補助金】地域観光新発見事業
	14,395,344	【市からの業務委託金】
	1,540,000	【協賛金】
	39,413,607	【収益事業収入・協賛金】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	4,069,156	【市からの補正業務委託金】観光支援事業（柳川観光 2025 指針）
	565,367	【雑収入】
	777,000	【その他収入】各実行委員会事務局手数料
2025（Ｒ７）	68,877,000（円）	
年度	3,320,000	【会費収入】
	3,394,000	【市からの補助金】一般補助金、白秋祭特定補助金
	6,300,000	【市からの補助金】DMO 専門人材人件費
	14,788,000	【市からの業務委託金】
	1,540,000	【協賛金】
	34,835,000	【収益事業収入・協賛金】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	3,650,000	【市からの補正業務委託金】観光支援事業（柳川観光 2025 指針）
	250,000	【雑収入】

様式１

	800,000	【その他収入】各実行委員会事務局手数料
2026（Ｒ８）	71,877,000（円）	
年度	3,320,000	【会費収入】
	3,394,000	【市からの補助金】一般補助金、白秋祭特定補助金
	6,300,000	【市からの補助金】DMO 専門人材人件費
	14,788,000	【市からの業務委託金】
	1,540,000	【協賛金】
	37,835,000	【収益事業収入・協賛金】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	3,650,000	【市からの補正業務委託金】観光支援事業（柳川観光 2025 指針）
	250,000	【雑収入】
	800,000	【その他収入】各実行委員会事務局手数料
2027（Ｒ９）	68,577,000（円）	
年度	3,320,000	【会費収入】
	3,394,000	【市からの補助金】一般補助金、白秋祭特定補助金
	14,788,000	【市からの業務委託金】
	1,540,000	【協賛金】
	40,835,000	【収益事業収入・協賛金】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	3,650,000	【市からの補正業務委託金】観光支援事業（柳川観光 2025 指針）
	250,000	【雑収入】
	800,000	【その他収入】各実行委員会事務局手数料

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４）	87,190,415（円）	
年度	5,945,481	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	9,796,194	【案内所管理費】人件費等
	8,501,847	【事務局費】人件費等
	34,175,222	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	25,615,175	【業務委託経費】市観光支援事業
	3,156,496	【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等
2023（Ｒ５）	54,925,026（円）	
年度	3,499,827	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	10,189,440	【案内所管理費】人件費等

様式１

	11,069,713	【事務局費】人件費等
	18,308,888	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	9,190,238	【業務委託経費】市観光支援事業
	2,666,920	【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等
2024（Ｒ６）年度	87,748,968（円）	
	4,288,490	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	11,124,867	【案内所管理費】人件費等
	14,907,669	【事務局費】人件費等
	28,009,880	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	23,296,000	【DMO 事業費】
	3,354,156	【業務委託経費】市観光支援事業
	2,767,906	【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等
2025（Ｒ７）年度	68,877,000（円）	
	5,160,000	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	12,788,000	【案内所管理費】人件費等
	15,146,000	【事務局費】人件費等
	23,200,000	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	6,300,000	【DMO 事業費】
	3,100,000	【業務委託経費】市観光支援事業
	3,183,000	【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等
2026（Ｒ８）年度	71,377,000（円）	
	5,160,000	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	12,788,000	【案内所管理費】人件費等
	15,146,000	【事務局費】人件費等
	25,700,000	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等
	6,300,000	【DMO 事業費】
	3,100,000	【業務委託経費】市観光支援事業
	3,183,000	【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等
2027（Ｒ９）年度	67,577,000（円）	
	5,160,000	【事業費】ﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ・ｶﾞｲﾄﾞ運営等
	12,788,000	【案内所管理費】人件費等
	15,146,000	【事務局費】人件費等
	28,200,000	【収益事業支出】白秋祭水上パレード・観光カレンダー・物販事業・着地型観光等

	3,100,000 3,183,000	【業務委託経費】市観光支援事業 【その他支出】会議費・負担金・前年度損金・所得税等

（３）自律的･継続的な活動に向けた運営資金確保の取組･方針

- 西鉄柳川駅西口周辺整備事業や沖端水天宮周辺の整備事業が進行中。整備完了時期にあわせ、川下りと観光施設を組み合わせた観光商品の造成や販売を構築。令和 7 年度以降の駅周辺の開発完了時に販売予定。また、観光案内所の運営を基本に、川下りのハンドリングによる事務手数料の徴収のほか、広場や水辺親水空間の運営についても検討していく。
- ふるさと納税の返礼品取扱い業務などを実施できる体制を整えるとともに、ブランド認定品をはじめとする地元特産品の PR や販路拡大を図る。
- 現状行っているイベントをさらに磨き上げ来客数・収益を増やす(白秋祭水上パレード・さげもん巡り・夜の川下り等)。
- 観光客から、掘割の維持・改善のための掘割環境協力金の導入を検討する。掘割の清掃や川下り共同バスの運行などに活用し、安定的な財源確保につなげる。
- 柳川市内外の企業からの出資を募る。

８．観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

[柳川市の意見]
本市では、2019 年 3 月、19 年度から 10 ヵ年の観光振興計画を策定した。施策は①地域のデザイン力、②地域の交流力、③地域の推進力、以上 3 本の柱で構成しており、地域のデザイン力と交流力を支える推進力となる組織の確立が重要だと位置づけている。
マーケティング、コーディネート、ランドオペレーション機能を持つ民間組織である一般財団法人柳川市観光協会を母体として組織構築を目指したい。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	川原　洋一
担当部署名（役職）	（一社）柳川市観光協会　DMO 推進室長
郵便番号	832-0065
所在地	福岡県柳川市沖端町 35
電話番号（直通）	0944-88-9027
ＦＡＸ番号	0944-72-9013

Ｅ－ｍａｉｌ	dmo@yanagawa-net.com

１１．関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県･市町村名	福岡県柳川市
担当者氏名	武下　明美
担当部署名（役職）	柳川市産業経済部観光課　おもてなし推進係長
郵便番号	832-8601
所在地	福岡県柳川市本町 87-1
電話番号（直通）	0944-77-8564
ＦＡＸ番号	0944-73-2145
Ｅ－ｍａｉｌ	Takeshita-0982@city.yanagawa.lg.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人　柳川市観光協会

様式2

記入日：　令和7年　7月　1日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
福岡県柳川市
【設立時期】 昭和27年
【設立経緯】
③区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 横山　義嗣
【マーケティング責任者（CMO）】 氏家　将利
【財務責任者（CFO）】 小山　聖子
【職員数】 10人（常勤8人（正職員5人・出向等3人）、非常勤2人）
【主な収入】
収益事業：3,941万円、委託事業：3,546万円、会費：332万円
（R6年度決算）
【総支出】
事業経費：5,559万円、委託経費：2,983万円、経費276万円
（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
柳川市、水郷柳川旅物語企画会議、柳川市商工会議所、柳川市商工会、西日本鉄道（株）、柳川農業協同組合、福岡有明海漁業協同組合連合会、九州産業大学、バリューマネジメント株式会社、株式会社福岡銀行、柳川・大川旅館組合、川下り会社、資料館等各観光施設、福岡県観光連盟、九州観光機構

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	7,835（1,175）	8,000（1,200）	8,000（1,200）	10,280（1,200）	10,280（1,200）	10,280（1,200）
	実績	4,109（91）	6,400（777）	6,899（1,183）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	89（7.6）	90（7.7）	95（8.1）	125（10.7）	125（10.7）	125（10.7）
	実績	119（1.4）	120（12）	120（17）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	83（–）	84（71）	85（72）	85（72）	85（72）	85（72）
	実績	93（–）	89（–）	87（–）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	73（15）	74（16）	75（17）	75（17）	75（17）	75（17）
	実績	72（–）	55（–）	67（–）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
第1ターゲット：福岡都市圏に観光に訪れた首都圏を中心とした国内旅行客
第2ターゲット：インバウンド。香港・台湾・韓国・中国を中心とした東アジア。日本を何度も訪れているリピーター等
第3ターゲット：教育旅行
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
第1ターゲット：福岡市・西鉄沿線及び筑後地域の市町村との地域連携による周辺機会の提案や旅行博、メディアへの情報発信等。
第2ターゲット：満足度調査の充実等により再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に強力に訴求する。コンテンツを磨き上げ、JNTO、九州観光機構、福岡県などへの情報提供により継続的に情報発信をする。
第3ターゲット ：国内（関東）や九州隣県へ誘致訪問を行っている。
【観光地域づくりのコンセプト】
市民みんなで作る交流力
市民の豊かな暮らしと観光客を受け入れるおもてなし

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
◆「観光資源要素」が市内には多数あり、着地型観光「水郷柳川ゆるり旅)」のプログラムとして実施するなど磨き上げを行っている。
◆春先のメインイベントである「柳川雛祭り・さげもんめぐり」では、市内外の子どもたちを「稚児」に見立て「お雛様水上パレード」を実施するなど、地域の観光への理解促進に努めた。また、西鉄柳川駅前にさげもんを展示するスペースを設置し、集客に努める。
【受入環境整備】
◆沖端地区・西鉄柳川駅での窓口案内業務。
◆大型バスの駐車場を管理、受入環境整備に努めた。
◆インバウンドへの受入環境整備として、地域観光新発見事業を活用し、西日本鉄道株式会社と連携して、川下りなど水上で活用できる「オーディオガイド」を導入した。

【情報発信・プロモーション】
◆Instagramを活用した柳川観光キャンペーンレディ「水の精」による情報発信のほか、新たに「柳顔」企画の実施や「柳川日和」アカウントを追加し、市内外向けたプロモーションを行う。
◆雛祭り実行委員会事務局として「柳川雛祭り・さげもんめぐり」の情報発信
◆YouTubeのチャンネルを開設し「観光動画」「宿泊施設紹介」などの動画を発信

【その他】
◆柳川観光の根幹である「掘割」を活用した観光を磨き上げるため、市関係課をはじめ市内農業漁業商工団体や九州運輸局、県などとともに、諸問題を解決しながら、西鉄柳川駅西口周辺整備事業完工に標準を合わせて協議を継続していく。