

## 第2章 政策の内容

### 第1節 豊富な資源を活用する元気な産業づくり

前期3年で目指す姿

#### 儲かる農業と癒しの観光のまち

菊池市が誇る豊かな自然環境と肥沃な大地から生まれた農林畜産物を、市独自の安全基準を満たした「菊池基準」やインターネットショップを活用し、全国に向けて発信していきます。

さらには、競争力を高めるため6次産業化を支援し、所得向上につなげます。

「癒しの観光きくち」の名のもと、菊池市の豊富な資源を活かした観光戦略を市民と協働で推進します。

#### 施策1 菊池ブランドの確立

重点

《主な取り組み》

- ・ 菊池基準の普及、推進
- ・ 新たなブランド品目の確立
- ・ 広報戦略
- ・ 6次産業化の支援

#### 施策2 競争力のある農業体制の構築

《主な取り組み》

- ・ 生産基盤の整備と維持管理
- ・ 集落営農化の促進
- ・ 担い手、経営者の育成
- ・ 生産性の拡大
- ・ 家畜防疫体制の確立

#### 施策3 観光戦略の構築

重点

《主な取り組み》

- ・ 観光資源の発掘
- ・ 観光イメージアップ戦略
- ・ 観光都市づくり
- ・ グリーンツーリズムの推進
- ・ 桜の里づくり

## 施策 1

### 菊池ブランドの確立

重点

担当課 農政課 ブランド推進課

#### 現状と課題

- 本市の基幹産業である農業は、これまで大消費地への画一的で一方的な販売を主としていましたが、消費低迷や後継者不足もあいまって販売額は伸び悩んでいます。このような中、本市の豊かな自然や菊池溪谷に代表される水資源、多種多様な歴史、文化等を結びつけた安心・安全で高品質な農林畜産物を提供する必要があります。
- 消費者ニーズを的確に捉える販売形態の模索が必要となっており、今後はより付加価値を高めるため、くまもとグリーン農業制度や6次産業化の推進を図る必要があります。

#### 課題解決に向けた取り組み

- 農林畜産物の更なるイメージアップと消費拡大を図るため、市内外のイベント等におけるPR活動を引き続き展開します。また、農林畜産物の高付加価値化を図るため、くまもとグリーン農業の基準に本市独自の安心安全基準を加えた「菊池基準」を設定し、インターネットショッピングサイトを活用することで、安心・安全で高品質な農林畜産物の販路拡大を目指します。
- 6次産業化に向けた補助事業制度等による支援や新たなブランド品目の開発に向けた取り組みを支援しながら、農林畜産物を直接アプローチできる都市と農村との交流機会を増やし、消費者ニーズを的確に捉えた取り組みを推進します。

#### 成果指標

	単位	基準値 (H25)	目標値 (H29)
●「菊池基準」の登録戸数	戸	0	1,300
●新規販路先件数（累計）	件	7	15
●インターネットショップ販売額	万円	0	6,000
●インターネットショップアクセス数	件	0	2,000,000
●6次産業化に取り組む農業経営体数	件	10	20

#### 市民協働との関係

協働の対象者	協働の取り組み
●市民	●市内農林畜産業への理解を深め、市内産物の購入に努めます。
●農業者、JA	●減農薬や肥料の適正使用により、安心・安全で良質な農林畜産物の安定供給を行います。

### 施策 2

## 競争力のある農業体制の構築

担当課 農政課 農林整備課

### 現 状 と 課 題

- 本市の基幹産業である農業は、豊富な自然条件を活かした多様な農業が営まれ、米、メロン、水田ゴボウ等全国でも有数の生産額を誇り、市民の食と恵まれた自然環境を支えています。近年は、高齢化、担い手不足による耕作放棄地が増加し、食料の安定供給や多面的機能の低下が懸念される中、新規就農者・新規参入者の掘り起こし、経営感覚に優れた担い手の育成を図っていく必要があります。
- T P P（環太平洋連携協定）問題を含め、輸入農林畜産物の諸外国との競合が懸念されており、既存の農林畜産物の高品質化に向けた優良品種の導入及び開発等により産地力の強化が重要となっています。
- 西日本最大の畜産（酪農）業においては、近隣諸国において、口蹄疫や鳥インフルエンザ等の悪性伝染病等が続発しており、いづどこで発生してもおかしくない状況下であり、家畜防疫体制の整備・強化が急務となっています。
- 消費者の食の安全や農林業地域の持つ環境保全・景観維持等への関心が高まる一方で、特に中山間地域では、労働力、農業経営力の低下が懸念されます。今後は、消費者に支持される安全・安心で良質な農林畜産物を提供するために、生産基盤等の強化が必要であり、未整備地区の基盤整備を進め、コスト低減、省力化等により経営の安定と競争力のある農業体制を構築する必要があります。

### 課 題 解 決 に 向 け た 取 り 組 み

- 農業の多様な担い手を育成するため、県やJ A、協定を結んだ団体と連携し、新規就農者をはじめ認定農業者や営農組織化等を目指す団体に対して各種支援と、経営能力向上を図るためのセミナー、研修機会を提供します。
- 耕種農家と畜産農家の有機的連携を一層密にし、環境保全型農業を推進しながら、安心・安全な農畜産物の付加価値を高め、地域の実情に即した多様な生産組織の育成を推進します。
- 各物産館においては、地域の特性を活かした特産品や新商品開発などを推進するとともに、出荷者協議会構成員への営農指導を強化し、栽培技術や品質向上を図ることを目指します。

課題解決に向けた取り組み

- 家畜防疫に関しては、まずは悪性伝染病等の侵入を未然に防止することが肝要であり、畜産農家に対する防疫意識の高揚に向けた啓発に努めるとともに、有事の際は県の防疫マニュアル等に基づき、円滑な防疫措置が講じられるよう、防疫体制や動員配置の整備を行います。
- 県営事業等により未整備地区の区画整理や用水路等の基盤整備を推進し、農道の維持管理として各地区への原材料支給・舗装工事等を実施します。林務関係では、作業道開設、関係地区への原材料支給、法面復旧・舗装工事等により施設の適正な維持管理を図り、生産基盤の強化を図ります。

成果指標

	単位	基準値 (H25)	目標値 (H29)
●新規就農者数	人	20	30
●認定農業者計画数 (累計)	人	590	600
●圃場整備計画の達成率	%	69	71

市民協働との関係

協働の対象者	協働の取り組み
●農業者、JA	●農薬・肥料の適正使用や土作りを推進し、安心安全な農畜産物を生産します。

用語説明

※菊池基準（環境王国菊池農業生産基準）

通常の栽培方法と比較し、化学肥料や化学合成農薬を削減して栽培する基準のこと。削減する割合により、菊池市独自の基準として7段階を設けている

※6次産業化

農業や水産業などの第一次産業が食品加工・流通販売にも業務展開している経営形態を表す

※くまもとグリーン農業

熊本県が提唱する「環境に配慮した農業」のこと。土づくりや、化学肥料・農薬をできるだけ使わないことが推奨されている

# 第1節 豊富な資源を活用する元気な産業づくり

前期3年で目指す姿

## 儲かる農業と癒しの観光のまち

施策  
3

### 観光戦略の構築

重点

担当課 企画振興課 商工観光課 土木課

現  
状  
と  
課  
題

- 菊池溪谷や菊池温泉、菊池一族などの観光素材（自然、歴史、特産物、ホテルなど）を活用しながら誘客に努めています。しかしながら、日帰り、宿泊客とも大幅に減少し、数多く存在する豊かな観光資源を活かしきれていない状況にあります。資源の磨き上げや魅力アップによる情報発信が重要な課題です。
- 多様化する旅行形態の変化や観光客ニーズに対応するには、広域の観光資源を結びつけ「広域的な観光地」としての魅力を高め、長く滞在して地域の良さを味わえる取り組みが必要です。
- 廃校を活用した「きくちふるさと水源交流館」を拠点にグリーンツーリズムの推進を行い、都市農村交流を行っています。
- 平成25年度に「菊池さくら千年プロジェクト」実行委員会を設立し、桜の里プロジェクトとして「植樹会」を開催し124本の桜を植樹しました。今後は、植樹場所の確保（河川沿い・道路沿い）と実行委員会組織の充実を図る必要があり、さらには持続的な活動となるよう市民団体を主体とした活動への移行が重要です。

課  
題  
解  
決  
に  
向  
け  
た  
取  
り  
組  
み

- 観光、イベントに特化したホームページ、SNSなどあらゆるメディアを活用し、菊池の魅力発信・イメージアップを図りながら、各種団体と連携し市民参加による体験型観光の企画や地域の人々と交流できるイベントを企画します。
- 周遊散策コースや観光客をもてなすインフラの整備、既存の観光資源（まちなか、建物、ダムなど）を磨き上げ、また健康志向が強まるなかで温泉を活用したヘルスツーリズムによる滞在型の観光にも取り組みます。
- 県北観光合同PR事業（玉名・和水・山鹿）等による観光物産展などを通じ、テーマを持った観光ルートや滞在プログラムの開発・提供を行うことで、魅力ある観光地のイメージアップや滞在型観光を促進します。

課題解決に向けた取り組み

- 廃校周辺の棚田や河原など自然豊かな地域資源をグリーンツーリズムとして活用し、農業体験等や自然体験キャンプなどを通して、都市と農山村の交流を促進します。また、豊かな地域資源を活用したフットパスコースやサイクリングコースを回遊し、地域一体となって楽しめる観光づくりを図ります。
- 「市民の市民による市民のための桜の里づくり」の基本理念に基づき、桜の植樹については地域住民が話し合いの中で土地を確保し、行政は桜のオーナーになれる基金制度やさくらサポーター制度を広く周知し、地域の「市民力」の活用を支援します。

成果指標

	単位	基準値 (H25)	目標値 (H29)
● 観光客総入込数	人	3,100,000	3,300,000
● 菊池溪谷入谷者数	人	275,000	300,000
● グリーンツーリズム宿泊者数	人	1,700	1,800

市民協働との関係

協働の対象者	協働の取り組み
● 市民、観光関連事業者 (観光協会・商工会、旅館組合など)	● それぞれの立場・役割をもって「おもてなし」の心を育てるため、「おもてなし研修会」を実施します。
● 地区住民等	● 地区住民が桜植樹について理解を深め、植樹及び管理を行います。

用語説明

※グリーンツーリズム

都市住民が農家などにホームステイして農作業を体験するなど、その地域の歴史や自然に親しむ余暇活動のこと

※SNS

ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略。インターネットを通じて、人同士のつながりやコミュニケーションを促進させるサービス

※さくらサポーター制度

市内各地域のさくらの名所における清掃・植樹などのボランティア活動や関連イベントへの参加等にご協力いただける方を会員として登録する制度





前期3年で目指す姿

## 活力ある商工業が生まれるまち

菊池市の地場産業を支援し、商店街を守り、事業発展や雇用や起業の増加、空き店舗の減少につながる対策を実施します。

工業団地への優良企業の誘致を推進します。また中山間地域の居住施設のストックを活用し、新しいビジネスの場として活性化を図ります。

### 施策4 商工業の活性化

《主な取り組み》

- ・ 商店街の魅力向上の推進
- ・ 雇用対策の支援
- ・ 中小企業等の経営支援
- ・ 地場産業の振興

### 施策5 優良企業の誘致

《主な取り組み》

- ・ 新規雇用者の創出
- ・ 税収の確保
- ・ 誘致施策の充実
- ・ アクセス道路の整備



### 施策 4

## 商工業の活性化

担当課 商工観光課

### 現 状 と 課 題

- 大型店舗やコンビニエンスストア、インターネットショッピング利用者の増加により、中心市街地の空洞化や商店街の衰退が加速しています。個性や魅力ある商業空間の整備・形成に加え、大型店舗には無い付加価値の創造が求められています。
- 消費者の生活圏の広域化、後継者不足の問題等により空き店舗が数多く存在し、商店街の魅力が急激に低下しています。景観整備を含め、人を呼び込むための仕掛けと仕組みづくりが必要です。
- 市内中小企業及び小規模事業者の受注量や売上高が低迷しており、地場産業を支援する必要があります。また、人口減少や少子高齢化の加速に伴い、地域社会の担い手や労働力不足が懸念されますので、関係機関と連携して推進する必要があります。
- 景気回復の兆しをみせていますが、ニートと呼ばれる若年層は全国で60万人を超えるといわれています。本市も若年層の雇用対策を重点的に取り組む必要があります。

### 課 題 解 決 に 向 け た 取 り 組 み

- 市内共通商品券「めぐるん券」の普及を推進し、消費活動を市内へ囲い込むことで、市内の商工業者等の所得向上、地域経済の活性化に努めます。
- きらりと光る繁盛店を育成し、個店の考える力の醸成や魅力向上を図り、商店街を牽引していけるよう支援します。
- 空き店舗を活用して開業する新規業態の事業者に対し、空き店舗の情報提供や経営相談等できる体制づくりを商工会と連携して構築するとともに、賃借料や店舗改修費等の助成を実施します。
- 軽トラ朝市への支援を行うとともに、市街地での賑わいの創出に努めます。また、商店街と温泉街との連帯を深め、宿泊者が商店街に回遊できるような景観づくりを推進します。
- 市民が安定した生活を営むことができる雇用対策を、県やハローワーク等と情報を共有し、連携して雇用の安定に努めます。また、若年層を対象とした就業相談窓口を設置し、就業につなげるための訓練や職場体験等を行うことで、自立した社会の支え手を育成します。

# 第3編 前期基本計画 第2章 政策の内容

成果指標	単位		
		基準値 (H25)	目標値 (H29)
● 中心市街地空き店舗の新規開業数	店舗	4	6
● 市内共通商品券の加盟店舗数 (累計)	店舗	228	350

  

市民協働との関係	協働の対象者	協働の取り組み
	● 市民、商工会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● できる限り地元の商店街で買い物（消費）をします。</li> <li>● 魅力ある商品開発、活力ある商店づくりを支援します。</li> </ul>

## 用語説明

### ※ニート

15～34歳までの非労働力人口のうち、通学しておらず、家事を行っていない「若年無業者」を指している

### 施策 5

## 優良企業の誘致

担当課 商工観光課 土木課

### 現状と課題

- 企業側の用地取得に係る面積は、初期投資を抑えるために小規模面積からの進出を検討する企業が多いのが実情で、長期間販売できていない田島工業団地は、大規模工業団地として位置づけられているため、初期投資を抑えたい企業側としては進出の弊害になっているため、様々な視点から検討が必要です。
- 生産年齢人口の流出や少子高齢化の進展に伴い、地域社会の担い手不足が予測されます。最近では、緩やかに景気は回復していますが、人件費が安い東南アジアへの投資が集中している現状に変わりはなく、企業誘致は厳しさを増し、経営改革により工業団地からの撤退や空き店舗、空き家も増えています。財政基盤を強化するためには、優良企業の誘致により産業基盤の強化と安定した雇用機会の創出を行い、若者の定住促進に繋げていく必要があります。
- 工業団地へのアクセス道路の整備は、企業誘致における重要な要素であるため整備を進めてきましたが、一部の工業団地においては主要幹線道路へのアクセス道路の整備が不十分な状況であり、早期に事業を完了させ、企業誘致の環境を整える必要があります。

### 課題解決に向けた取り組み

- 既立地企業からの情報収集とダイレクトメールや展示会等でのPRを足がかりに、これまであまり着目しなかった九州内及び県内の企業情報収集を強化し、優良企業の誘致により安定雇用を図ります。また、熊本県が整備しました「菊池テクノパーク」についても、県と一体的になって積極的な誘致に取り組みます。
- 中山間地域の空き家や空き店舗をITやデジタルコンテンツ制作起業家へ紹介、誘致を図ります。中山間地域の活性化により工業団地とリンクさせることで、大手製造企業とのビジネスマッチングを誘導させ、田島工業団地3区画、林原・蘇崎工業団地1区画 合計4区画の早期完売に努めます。
- 工業団地と主要幹線道路を結ぶアクセス道路の整備を行うため、早期に必要な用地の確保を行います。

# 第3編 前期基本計画 第2章 政策の内容

	単位	基準値 (H25)	目標値 (H29)	
成果指標	●企業立地件数 (累計)	件	82	95
	●新規雇用者数 (累計)	人	7,038	7,160

市民協働との関係	協働の対象者	協働の取り組み
	●企業連絡協議会連合会、 東京菊池会	●工業団地の情報提供、発信を行います。

## 用語説明



### ※デジタルコンテンツ

デジタルデータで表現された文章、音楽、画像、映像を組み合わせた情報とそれらを再生するためのソフトウェアを指す。



田島工業団地