



【目次】

●菊池市の強み	2	●現在の重点戦略	10
●菊池市の課題	3	1. TSMC への対応	11
●『癒しの里』戦略	4	2. アウトドア戦略	13
1. 食（農）の里	6	3. グルメ戦略	14
2. 花と緑の里	7	4. 菊池一族戦略	15
3. スポーツの里	8	5. まちなか戦略	16
4. 文化の里	9	6. 菊池温泉街リブランディング事業	17
		7. 黒船戦略	18
		8. 市民参画	19
		9. SDGs 未来都市、その他の取組	20
		●まとめ	21
		●おわりに	24

●菊池市の強み

菊池の自然 (6つの日本百選)

名水百選

日本の名湯百選

水源の森百選



森林浴の森百選

日本名瀑百選

遊歩百選



菊池の歴史 (菊池一族)

西郷隆盛
= 菊池 源吾



平安時代の後期から室町時代にかけての450年にわたって活躍した武士の一族。南北朝の動乱期には九州征西府をうちたて一時九州の大半を制圧しました。

菊池の農業



令和5年農業総産出額及び生産農業所得(全国)

・農業産出額 436.8億円 **全国13位**

・農業産出額(畜産) 339.3億円 **全国9位**

うち肉用牛:106.1億円

・菊池米(江戸時代は基準米)



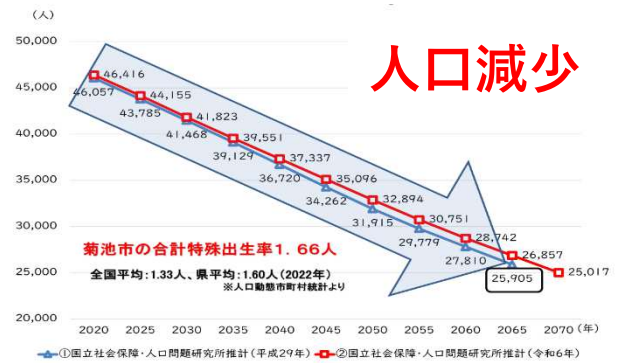
[特A] 11年連続14回受賞

[金賞] 3年連続受賞「日本一の米」

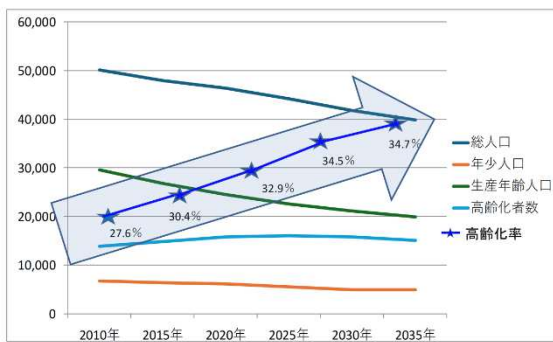
●菊池市の課題

- ① 高齢化と人口減
⇒収入減とコスト負担
- ② JR・高速道路もない
⇒「魅力化」が不可欠
- ③ 豊かさ
⇒低い危機意識

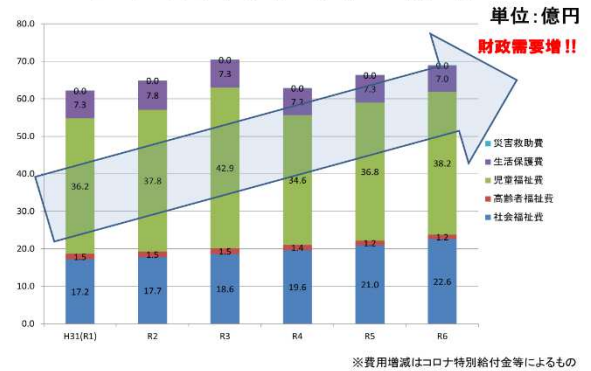
将来人口推計



人口比率



社会保障経費の推移



高齢化が進み、社会保障経費が増加⇒担い手の負担増大！

● 『癒しの里』 戦略

まずは、“経済のエンジンづくり”から！

経済の基盤があってこそ

教育・福祉・自然環境等の暮らしの充実



観光に力を入れる理由

観光交流人口増大の経済効果
(2023年試算)



観光の重要性

観光 = 究極のお国自慢

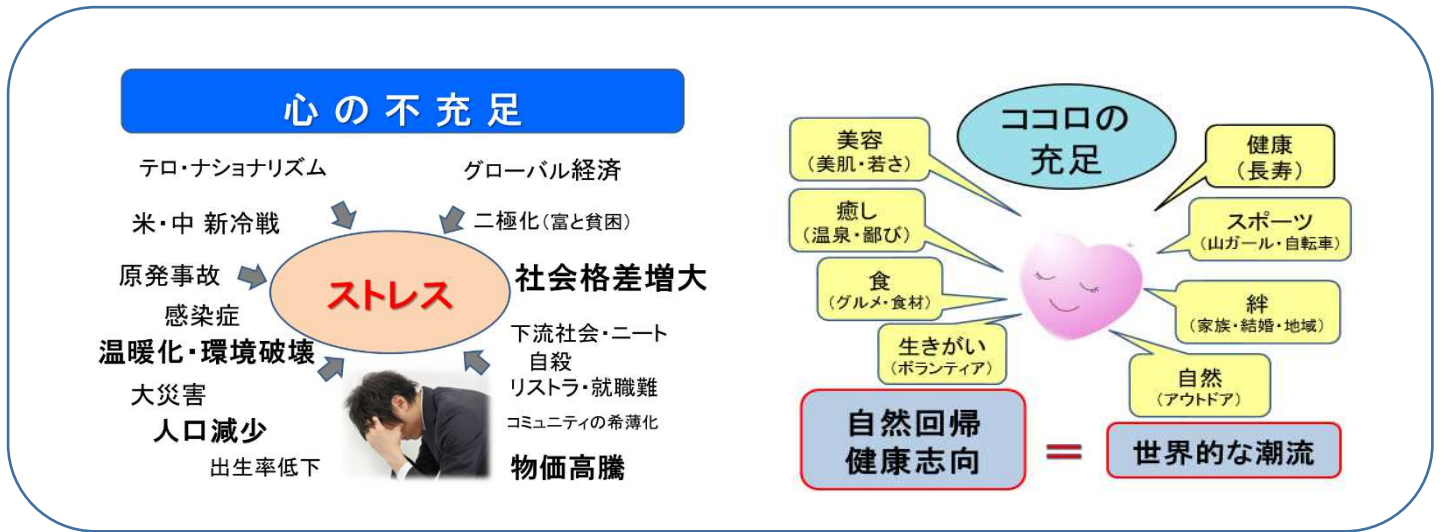
足元の宝を見つけ磨きあげる作業

- ・自信
- ・誇り
- ・愛着

永続性のエネルギー

世界的な価値観の変化

⇒ **観光**に求めるニーズの変化



『癒しの里』 菊池



実現に向けたステップ

戦略のポイント

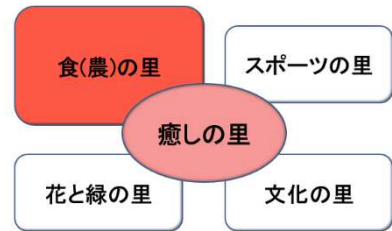
- ・基本テーマは“健康” } **菊池の得意分野**
- ・自然を活かす
- ・滞在時間を延ばす } **経済につなげる**
- ・つながりを増やす(関係人口)
- ・市民力を結集する } **持続性・コスト**

ビジネス化に向けて 「癒しの里」の4つの窓

- ① 行きたいと思わせる仕掛け
- ② 滞在につなげる仕掛け
- ③ ファン(固定客)作りの仕掛け



1.食(農)の里



①販売戦略

環境王国 菊池基準 = 安心・安全

インターネットショップ

⇒新しい顧客（都市住民の健康志向）

②米日本一プロジェクト

九州のお米食味コンクール (創設・主宰) 金賞 金賞 金賞

米・食味分析鑑定コンクール 国際大会

「菊池米」食味コンクール

H25	H26	H27	H28	H29	H30	...
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

⇒確実な成果が結果へ！

③6次産業化＋加工所

「平成30年度熊本県農産加工食品コンクール」金賞受賞

加工所の建設

⇒付加価値アップ！

農家所得増へ！

④健康食材

天然のインスリン 菊芋

フラクトオリゴ糖 たっぷりヤーコン

食物繊維たっぷり 水田こほう

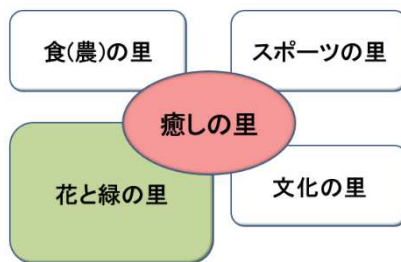
すべてキクチ産
すべてキクチ科
身体にキクチ

⇒付加価値アップ！

他市との差別化！

全国の消費者へ！

2.花と緑の里



①日本一のさくらの里プロジェクト



- ⇒他にない観光資源
- ⇒地域の団結力の育成
(子どもも参加)
- ⇒事業の永続性へ

②はなまちプロジェクト



- ⇒花で育む景観
- ⇒郷土愛育成

③もりまちプロジェクト



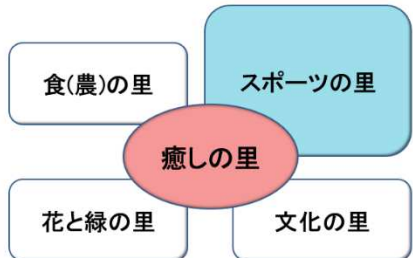
- ⇒滞在時間の延伸
(消費増へつなげる)

④かわまちプロジェクト



- ⇒かわとまちをつなげた
地域活性化

3.スポーツの里



アウトドア



サイクリング × 6コース



フットパス × 7コース



竜門ダム アウトドア拠点



カヤック

⇒ 滞在時間の延伸
(宿泊、消費)

⇒ 若者の集客効果

ボート大会・合宿



⇒ 永続的な菊池ファンの
裾野拡大

⇒ 宿泊効果大

イデベンチャー

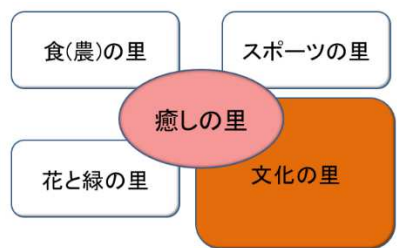


⇒ 唯一無二の観光資源

⇒ 観光客の増大

経済効果アップ

4.文化の里



菊池一族



⇒ 歴史・文化を活かした
観光や交流

菊池一族と延寿鍛冶展



⇒ 刀剣ブーム、刀剣女子
(新しい顧客層)

白龍



⇒ 地域一体となった祭り
⇒ 新しいファンづくり
(若者の集客)

デジタルアーカイブ



菊池文化研究所



⇒ 記憶の記録

●現在の重点戦略

1. TSMC への対応（激変する周辺環境）
2. アウトドア戦略
3. グルメ戦略
4. まちなか戦略
5. 菊池温泉街リブランディング事業
6. 菊池一族戦略（関係人口づくり）
7. 黒船戦略（インバウンド）
8. 市民参画
9. SDG s 未来都市、その他の取組

1.TSMC への対応

菊池市の対応方針

～TSMC進出を契機とする地域波及効果の創出～

1. ゾーニングによるバランスの取れた開発促進

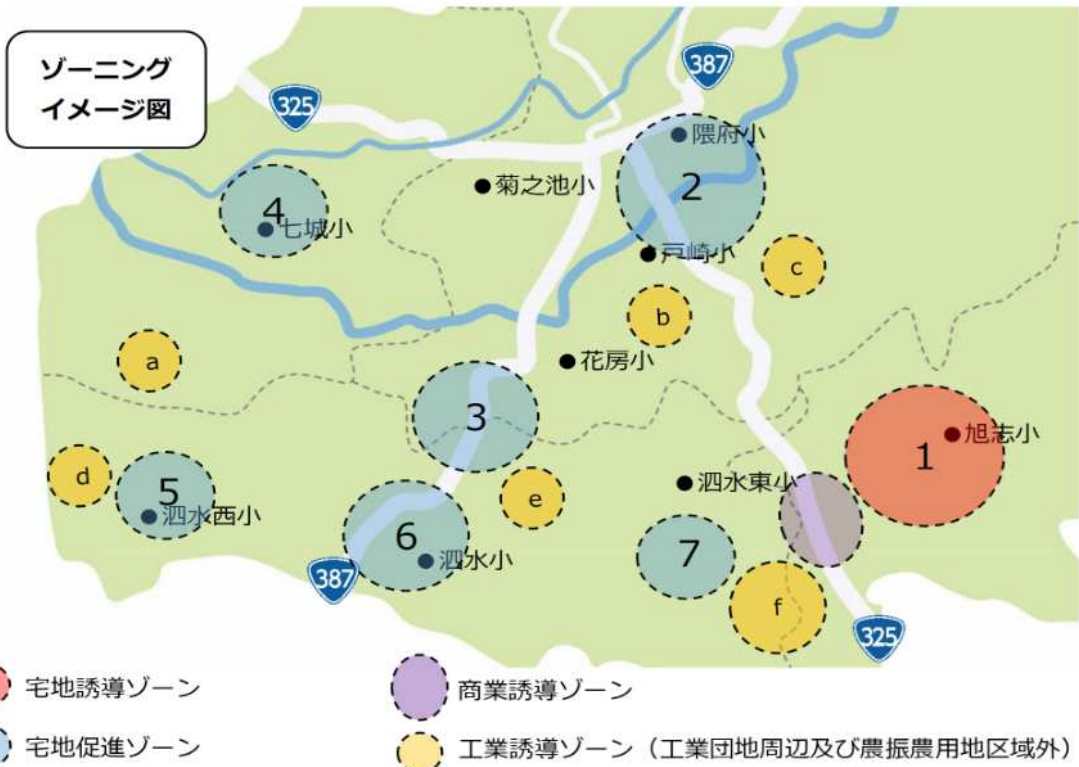
- ・宅地、商業、工業の適地選定(ゾーニング)
- ・指定エリア内民間宅地開発補助金の創設(最大500万円)
- ・生活利便施設の新規出店等に伴う賃借料への補助(最大月額160万円R8～)
- ・集合住宅(旭志地域)への浄化槽設置費用の一部補助(上限232.6万円)
- ・子育て世帯移住定住支援事業補助金最大70万円

2. 半導体関連企業等の従業員やその家族の観光地

工場集積地から最も近い温泉地としての特性を活かし、従業員やその家族の奥座敷として自然や温泉、食などの癒しの環境を提供。

3. くまもとサイエンスパーク推進ビジョン

旭志地域の一部は熊本県が発表した「くまもとサイエンスパーク推進ビジョン」のエリアに位置付け。

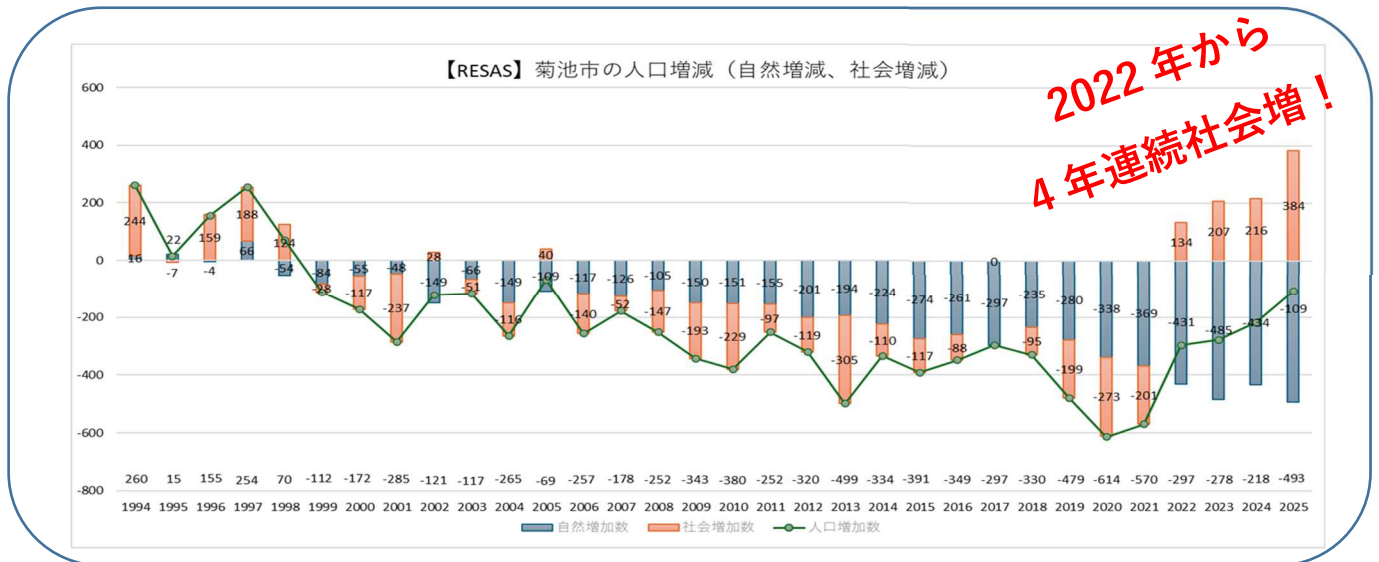


【補足】ゾーニング：土地を用途別に区分すること
 ゾーン：用途別に区分された個別の地域のこと
 (ゾーンから具体的な候補地を選定しますので、
 ゾーン内が全て開発の対象となるわけではありません)

住宅・人口増の施策を展開



1994年～2025年の人口増減



	R2	R3	R4	R5	R6	R7
人口	47,990	47,414	47,103	46,814	46,599	46,484
社会増減	-273	-201	134	207	216	384

■子育て世帯移住支援事業 実績

令和5年度 22世帯(83名)

令和6年度 43世帯(148名)

令和7年度 【移住】 18世帯(65名)

【定住】 15世帯(56名)

(令和7年12月31日時点)

2.アウトドア戦略

竜門ダム周辺の自然を活かしたアウトドア環境を整備



⇒サイクリング、水遊び、フットパスなど、一日中家族で健康的に過ごせる場所

⇒アウトドア愛好家、子育て世代の集客

3.グルメ戦略

菊池の農産物

- 菊池の食 → 付加価値UP
- 観光とのシナジー



×



滞在時間の延伸



⇒消費増（外部からのマネー流入）

4.まちなか戦略

菊池市の取組み

まちなか戦略マップ（ウォーカーシティ構想）



⇒ 里山の古都の癒し（グルメ、温泉、歴史）

✕ ウォーカーブル ✕ ワークーション

古民家活用



よかとこ広場



まちなかの巨木(みどりの癒し)



キクロス
(中央図書館)



温泉・足湯

かわまちプロジェクト



もりまちプロジェクト



はなまちプロジェクト



ラブベンチ



5. 菊池温泉街リブランディング事業



⇒10年後（2033年）目指す姿

- ・情緒ある温泉街
- ・軒先空間を活用したおもてなし
- ・浴衣でそぞろ歩きが楽しめる

①旅館・ホテルの経営基盤強化



②食を通じた温泉街魅力化



⇒取り組み方針

- ・旅館・ホテルの経営基盤強化
- ・食を通じた温泉街魅力化
- ・景観まちづくりの推進

③景観まちづくりの推進



白龍伝説



菊池溪谷



⇒地域・観光資源の磨き上げ

座禅体験



菊池一族SAMURAI体験



和菓子づくり体験



6.菊池一族戦略（関係人口づくり）

①関連自治体との交流

南北朝・菊池一族歴史街道推進連絡協議会



②菊池ファンの掘り起こし

菊池ファンクラブ

効果的マーケティング手法

菊池さん
 菊地さん → 34万人(?)
 (赤星さん)
 (西郷さん) 潜在的固定客



菊池の情報発信 ⇒ 菊池ファン(リピーター)

菊池ファン=リピーターになると...

《潜在的な顧客》
 ・自治体ネットワーク 600万人～700万人 × 1% = 6～7万人
 ・菊池一族ネットワーク 34万人 × 10% = 3.4万人
 計 10万人・・・(A)

《期待される消費額》
 ・観光(宿泊、買い物...etc)
 ・ふるさと納税
 ・ネットショップ
 2～3万円/年・・・(B)

(A) 10万人 × (B) 2～3万円/年 = 20～30億円

⇒ 菊池市ならではの
 歴史・文化を
 活かした観光戦略

7. 黒船戦略（インバウンド）

ONSEN



イテベンチャー



⇒菊池温泉を
活用した誘客

弓道体験



サムライ



⇒サムライの活用
（菊池一族）

民泊交流(くらし)



⇒菊池の文化と
ふれ合う

外国人が求めるもの ⇒ 里山文化 (菊池市のもつ強み)

⇒外国人観光客の増加 ⇒ 日本国内の評価アップ

8.市民参画

菊池さくら千年プロジェクト



⇒ 地域づくりと次世代の観光資源

新しい公園管理のあり方

10月桜公園



⇒ 市民が手がける公園管理
3方一両得 (景観・やりがい・コストダウン)

菊池市ふるさと創生市民広場



⇒ 市民と観光客の交流の場
⇒ 若者（子育て世代）の集客

竜門ダムを活かした地域活性化

竜門ダム 地域活性化プロジェクト



⇒ 地域一体で目指す
一大アウトドア拠点づくり

防災士育成



⇒ 自助・共助意識の醸成

健康づくり教室



健康ポイント事業（熊本連携中枢都市圏事業）

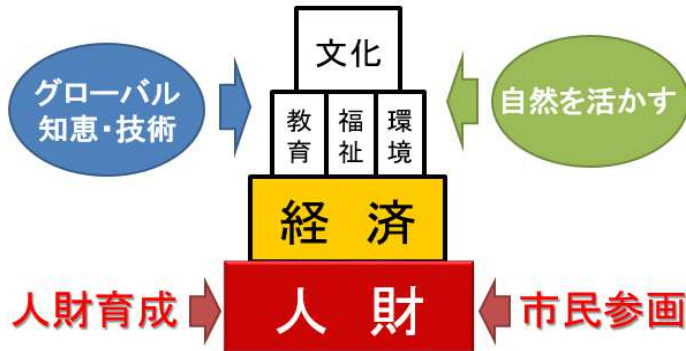


⇒ 健康寿命の延伸により、
医療費削減につながる

●まとめ

人財（地域・市民）の重要性

持続可能な仕組みづくり



まずは、土台となる経済のエンジンづくりから

“人財育成”が必要不可欠

菊池市の人財育成

中学生	<ul style="list-style-type: none"> ・プラチナ未来人財育成塾 ・森の学校きくち ・みんなのSDGsフェスティバル(発表会) 	
高校生	<ul style="list-style-type: none"> ・高大連携事業、市内3高校魅力化プロジェクト、 ・公営塾「菊池前進塾」、ハイスクールフェスティバル(菊池高校、菊池女子高校、菊池農業高校) 	
若手	<ul style="list-style-type: none"> ・フューチャーラボKIKUCHI(H30～R2) ・きくち未来創造塾(R4～) 	
起業	<ul style="list-style-type: none"> ・きくち起業塾(R3～) 	
職員	<ul style="list-style-type: none"> ・地域活性化センターと連携した職員研修 	
農業	<ul style="list-style-type: none"> ・実践農業者経営力養成セミナー 	
市民	<ul style="list-style-type: none"> ・菊池市キクロスカレッジ(R4～) ・SDGsまちなかデザイン会議、かわまちづくり 	
企業・大学	<ul style="list-style-type: none"> ・包括連携企業、大学等とのSDGs交流会 	

【中学生】プラチナ未来人財育成塾・森の学校きくち

プラチナ未来人財育成塾



プラチナ 森の学校・きくち



【中学生】みんなのSDGsフェスティバル(発表会)

みんなのSDGsフェスティバル(発表会)



【高校生】3校魅力化プロジェクト

菊池高校
(菊高ジャック(スクール婚活・キクザニア))



菊池女子高校
(各種行事等への協力)



3高校合同
ハイス쿨フェスティバル



公営塾「菊池前進塾」



菊池農業高校
(ダンボールコンポスト)



【若手】フューチャーラボKIKUCHI(H30~R2)

SLOW-DAY-KIKUCHI



カレーフェス



【若手】きくち未来創造塾(R4~)



【起業】きくち起業塾(R3~)



【農業】実践農業者経営力養成セミナー



主催：菊池市・アグリフューチャージャパン（日本農業経営大学校）

【職員】地域活性化センターと連携した職員研修



【市民】キクロスカレッジ講座の様子



【市民】SDGsまちなかデザイン会議



【市民】かわまちづくり



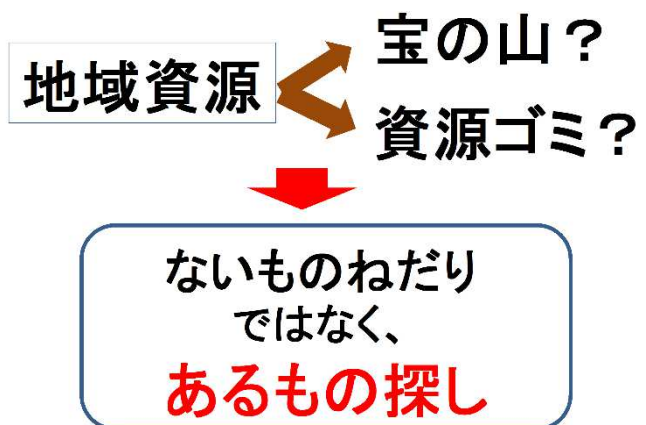
【企業・大学】包括連携協定企業・大学とのSDGs交流会



【その他】市民との協働



●おわりに



人（市民力）の力を結集（一致団結）し、
さらに菊池市を盛り上げるためのポイント

【参考】

【最後に】住みたい田舎ベストランキング

宝島社出版 2026年版田舎暮らしの本「住みたい田舎ベストランキング」2部門で全国トップ10入り！

※人口3万人以上5万人未満のカテゴリー

●子育て世代部門 5位

●シニア世代部門 7位



※宝島社出版「田舎暮らしの本 2026年2月号」より引用

3つの「つ」

①「**つ**どう」:新しい知恵と力

②「**つ**なげる」:素材・アイデア・人
→新しい価値

③「**つ**づける」:継続こそが力