



【目次】

●菊池市の強み・・・・・・・・・・	2	●現在の重点戦略・・・・・・・・・・	10
		1. TSMC への対応	11
●菊池市の課題・・・・・・・・・・	3	2. アウトドア戦略・・・・・・・・・・	14
		3. グルメ戦略・・・・・・・・・・	15
●『癒しの里』戦略・・・・・・・・・・	4	4. まちなか戦略・・・・・・・・・・	16
1. 食（農）の里・・・・・・・・・・	6	5. 菊池一族戦略・・・・・・・・・・	17
2. 花と緑の里・・・・・・・・・・	7	6. 黒船戦略・・・・・・・・・・	18
3. スポーツの里・・・・・・・・・・	8	7. 市民参画・・・・・・・・・・	19
4. 文化の里・・・・・・・・・・	9	8. SDG s 未来都市・・・・・・・・・・	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4年農業総産出額及び生産農業所得(全国)

・農業産出額 418.5億円 **全国13位**

・農業産出額(畜産)328.9億円 **全国7位**
うち肉用牛:106.6億円

・菊池米(江戸時代は基準米)

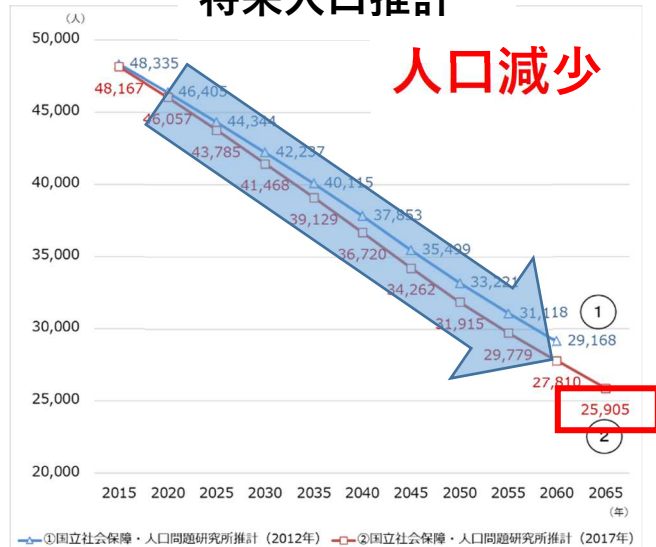
[特A] 11年連続14回受賞

[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

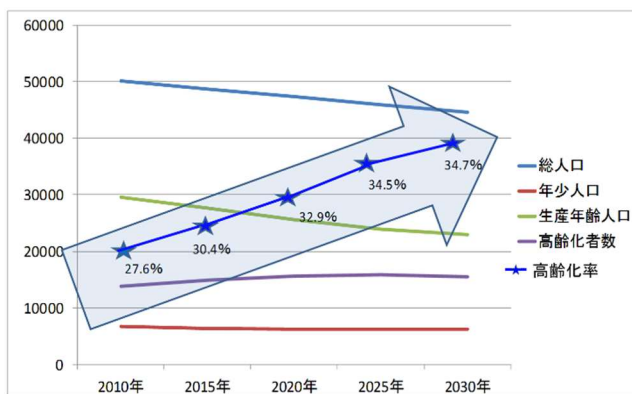
将来人口推計



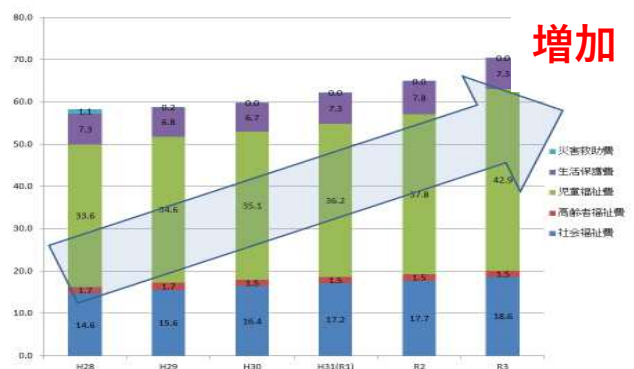
高齢化が進み、社会保障経費が増加

⇒担い手の負担増大！

人口比率



社会保障経費の推移



● 『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
(2019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

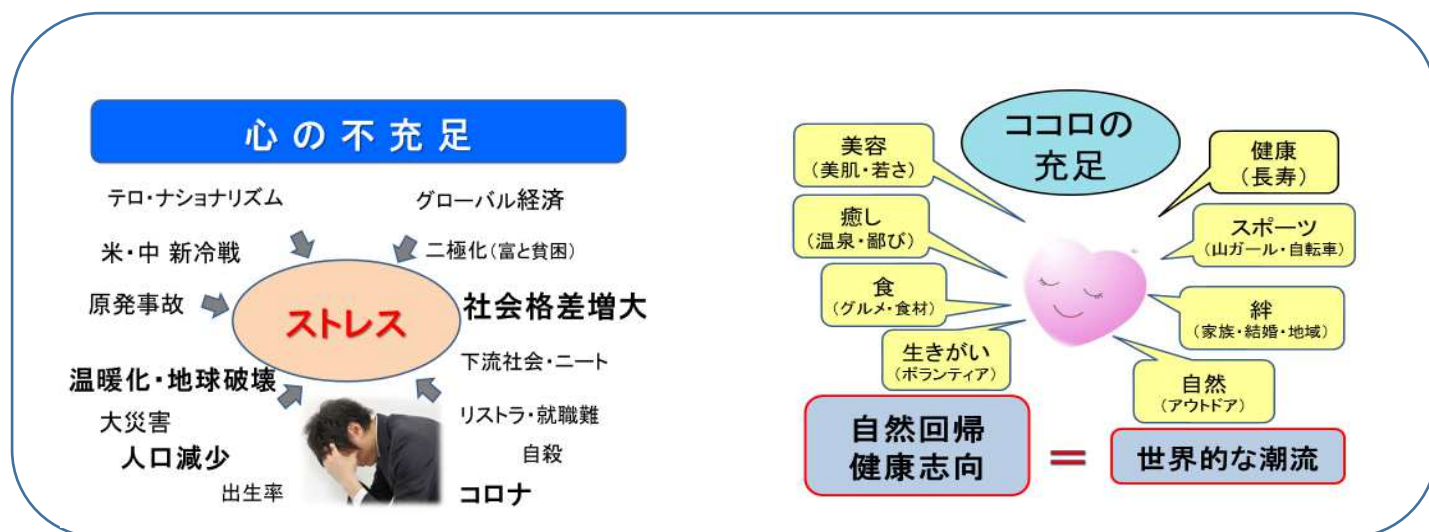
- ・自信
- ・誇り
- ・愛着



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

菊池の魅力(資源)



心と体の健康を取り戻す

命の洗濯の場所

癒しの里 きくち

実現に向けたステップ

戦略のポイント

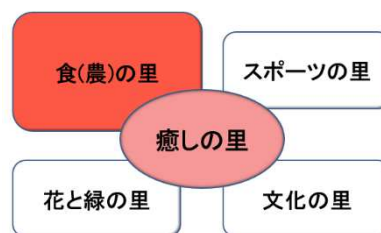
- ・基本テーマは“健康”
 - ・自然を活かす
 - ・滞在時間を延ばす
 - ・つながりを増やす(関係人口)
 - ・市民力を結集する
- 菊池の得意分野**
- 経済につなげる**
- 持続性・コスト**

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



⇒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



⇒確実な成果が結果へ！

③6次産業化＋加工所



⇒付加価値アップ！

農家所得増へ！

④健康食材

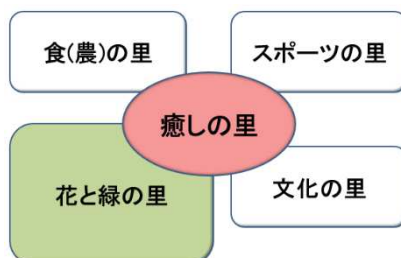


⇒付加価値アップ！

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)
⇒事業の持続性へ

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

食(農)の里

スポーツの里

癒しの里

花と緑の里

文化の里

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

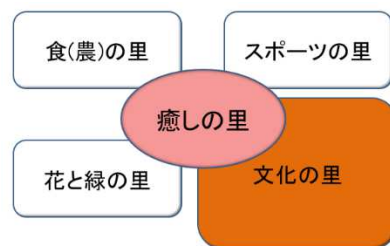


⇒ 唯一無二の観光資源

⇒ 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



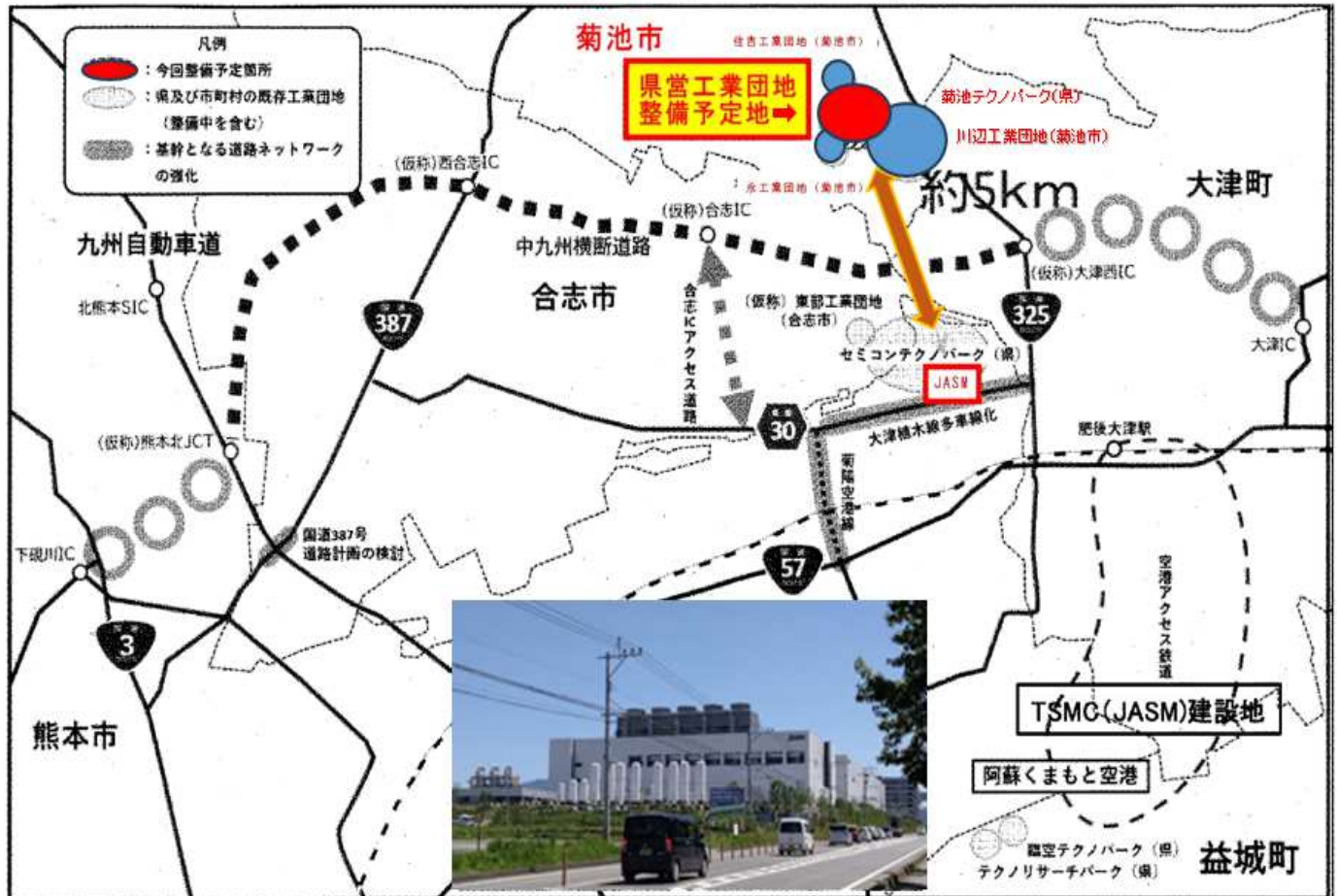
⇒ 記憶の記録

●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. 菊池一族戦略（関係人口づくり）
6. 黒船戦略（インバウンド）
7. 市民参画
8. SDGs 未来都市

1.TSMC への対応

TSMC(JASM)・中九州横断道路



1. 市営の工業団地は造成しない……県営工業団地に集中し、県と協働。
住宅促進に重点注力する。……補助金誘導により民間開発を促進
2. **「ゾーニング計画」**により、農地とのバランスを考慮した地域開発を目指す。
 - ・対象地域：325号線沿い農地＋既存工業団地縁周部分
 - ・商業地・住宅地・工業地をゾーニングし、民間開発を誘導。
 - ・**一定規模**の民間住宅開発に対し補助金を交付し促進を図る。
3. 小規模校区周辺やまちなか農住混在地に対し、住宅開発を促進（実施中）
 - ・道路（側溝）造成費用の一部を補助
 - ・**小規模**の開発にも対応
4. **子育て世代の移住促進**（補助金交付）
5. **「土地バンク」**による売買ニーズのマッチング（実施中）
6. **特別体制**：
 - ・**地域開発推進室4名**（兼務1＋専従3名）……設置済み
 - ・県営工業団地推進プロジェクトチーム（兼務4名）……設置済み
 - ・半導体企業等誘致活性化対策本部は従来通り、**全庁ベース**で推進
7. その他（観光、教育など）
 - ・インバウンド誘客促進事業
 - ・理科に興味を持つ児童育成を目指す菊池市少年少女**発明クラブ**を発足
 - ・文科省指定のDXハイスクール（デジタル人材育成事業）に選ばれた**菊池高校**への支援ほか

TSMC 進出を契機とした菊池市の地域開発促進 ～宅地・商業・工業のゾーニング～

ゾーニング

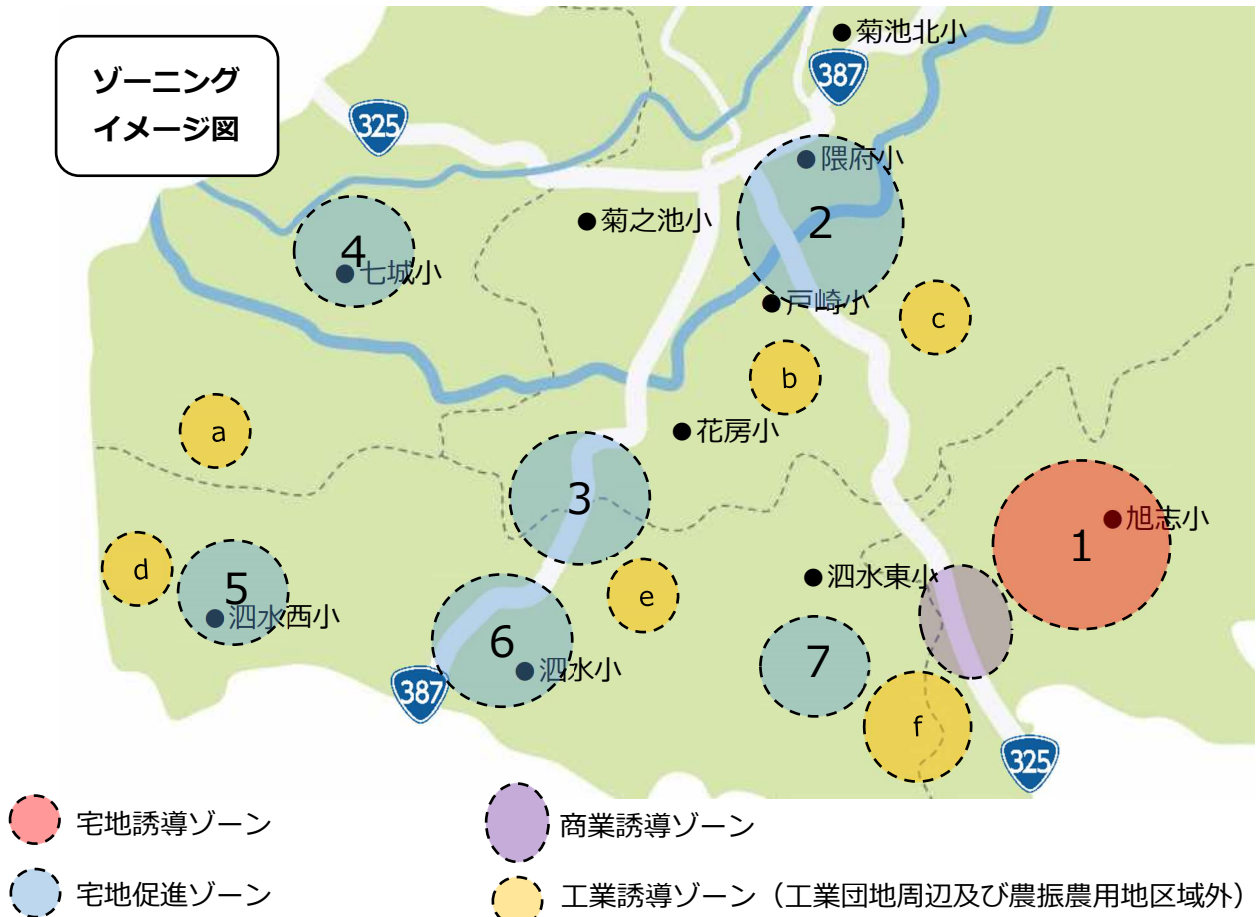
【宅地】宅地開発を重点的に推進する地域を**宅地誘導ゾーン**：1

宅地としての広がりが見込める地域を**宅地促進ゾーン**：2、3、4、5、6、7

(他にも定住化促進につながる地域がある場合は、適宜検討をしていく)

【商業】商業施設の進出を誘導する地域を**商業誘導ゾーン**：旭志伊坂周辺（国道 325 号）

【工業】工場等の進出を誘導する地域を**工業誘導ゾーン**：a、b、c、d、e、f



【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)

「TSMC進出を契機とする 地域波及効果の創出」

個性的な施策（宅地開発事業者支援、移住子育て世帯支援）

3. 菊池市民間宅地開発事業補助金

道路及び側溝の工事費用の一部を補助します。
県内最大級！

◇補助対象（※一部抜粋）
新たに**4区画以上かつ1区画 180㎡以上**
の分譲を目的とした**一戸建て専用住宅**

◇補助金額
新設する道路の総延長(m)×45,000 円
最大500万円

集合型住宅（旭志地域）に対する合併
浄化槽設置費用の一部を補助します。

◇補助対象
11人槽以上の浄化槽

◇補助金額
上限2,326千円

4. 菊池市子育て世帯移住支援事業補助金

◇補助対象者

菊池市外から転入し、市内に住居を**新築、購入**された**子育て世帯**の方に補助金を交付します。
県内初！

◇補助金額

- ・未就学児が**1名**の世帯
・・・**30**万円
- ・未就学児が**2名**以上の世帯
・・・**40**万円
- ・さらに**旭志地域**へ転入した世帯
・・・**+30**万円

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



×

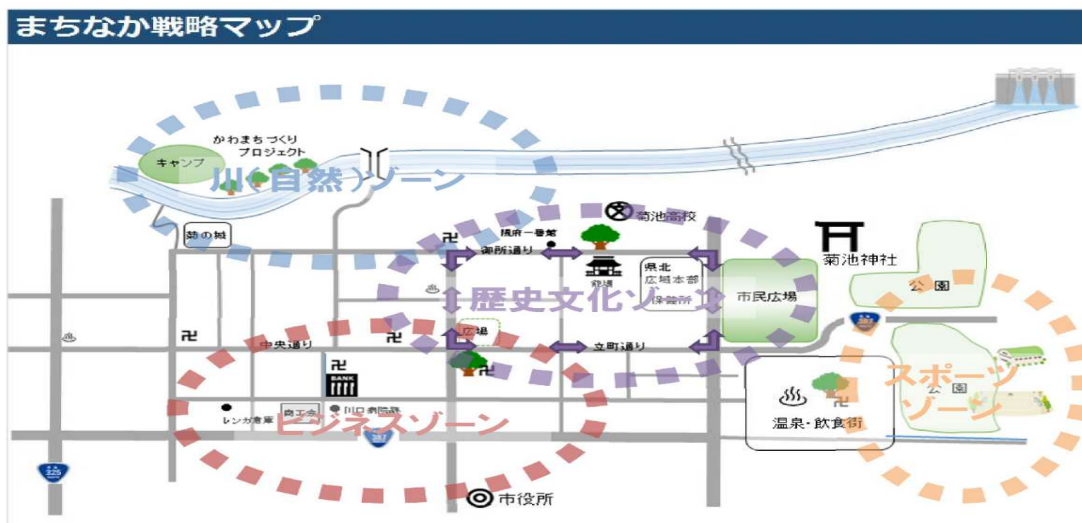


滞在時間の延伸



⇒消費増（外部からのマネー流入）

4. まちなか戦略



⇒ 里山の古都の癒し（グルメ、温泉、歴史）

✕ ウォーカブル ✕ ワークーション

能場を活用した舞台



古民家活用



よかところ広場



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



5. 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

効果的マーケティング手法

菊池さん
菊池さん
(赤星さん)
(西郷さん)

➡ 34万人(?)

||

潜在的固定客

菊池ファンクラブ



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

6. 黒船戦略（インバウンド）

ONSEN



イデベンチャー



⇒ 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

7.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

8.SDGs 未来都市



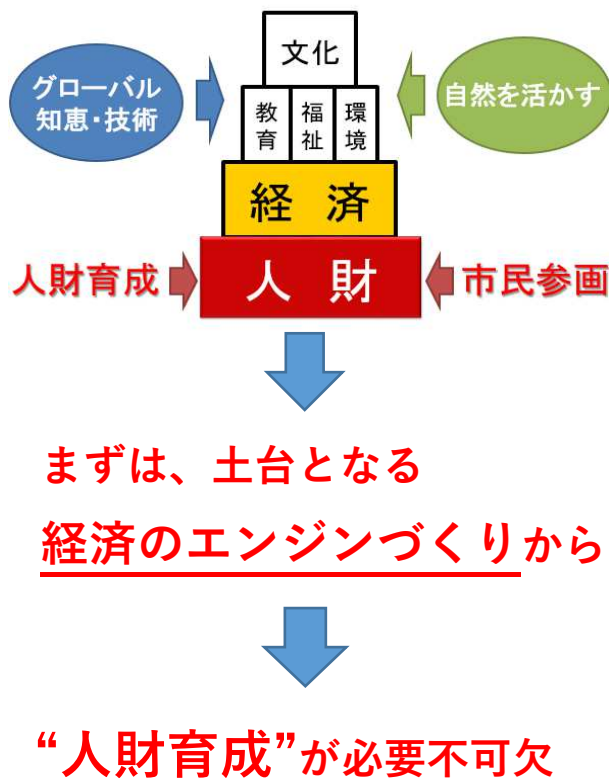
●まとめ

観光戦略



自然回帰・健康志向

人財（地域・市民）の重要性 持続可能な仕組みづくり



人財育成一覧

菊池市の人財育成

中学生	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	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	フューチャーラボKIKUCHI(H30～R2) きくち未来創造塾(R4～)	
起業	きくち起業塾(R3～)	
職員	地域活性化センターと連携した職員研修	
農業	実践農業者経営力養成セミナー	
市民	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	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 ハイスクールフェスティバル



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）

【市民】キクロスカレッジ講座の様子



【職員】地域活性化センターと連携した職員研修



【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



地域資源 ← 宝の山？
資源ゴミ？

ないものねだり
ではなく、
あるもの探し

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】

ニューヨーク・タイムズ紙(NYT)で
「2024年に行くべき52カ所」で
山口県 **山口市が第3位**
〈主な観光地〉



ニューヨーク・タイムズ紙(NYT)で
「2023年に行くべき52カ所」で
岩手県 **盛岡市が第2位**
〈主な観光地〉



住みたい田舎ベストランキング

宝島社出版 田舎暮らしの本2024年2月号「住みたい田舎ベストランキング」

3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

●若者世代・単身者部門 3位

●子育て世代部門 4位

●シニア世代部門 9位



※宝島社出版「田舎暮らしの本2024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