

全体で A4 用紙 10 枚以内に納めてください。スペースは自由に動かして構いませんが、字数制限がある箇所は制限以内で記載してください。

チーム名・代表者氏名	きくちカラー・今林茂文
発表テーマ (50字以内)	カタログギフト「菊池良品」～安心してください。全て菊池産です。 ～
提案概要を 400 字以内でまとめて記述してください。	
<p>菊池産の品物の流通量、消費量と菊池ファンの増加策を提案します。</p> <p>具体的施策としては、①品物が全て菊池産のカタログギフトの作成、②ネットショップとの連携、③ネット、はがきを活用した参加型良品発掘の仕組みの構築、です。</p> <p>1 つめの施策は、結婚式の引出物でよく使われるカタログギフトをヒントに考案しました。カタログに載せる品物はすべて菊池産のものとし、菊池の風景や祭りの写真も多用し、品物を選びながら菊池を楽しめる内容とします。</p> <p>2 つめの施策は、すでに菊池市では「菊池まるごと市場」というネットショップが開設されていることから、カタログギフトで菊池の魅力を味わった後、ネットショップでさらに菊池の商品の継続購入を促します。</p> <p>3 つめの施策は、カタログギフトへ掲載した品物の評価を、ネットやはがき、フェイスブックにて回答いただき、その回答をカタログの品物選定につなげる、といった参加型の良品発掘の仕組みを構築します。</p>	
提言の内容	
この提言で解決しようとしている問題・課題とその背景および、提言の目的を明確に記述してください。	
<p>菊池市では近年、観光客や人口の減少が見られます。観光客においては、熊本県観光統計によりますと、平成 20 年には日帰り客で年間約 342 万人、宿泊客で約 20 万人だったものが、平成 23 年には日帰り客で約 300 万人、宿泊客で約 13 万人と、合わせて約 49 万人もの観光客が減少していることがわかります。また、菊池市の人口も減少しており、平成 20 年には約 5 万 2 千人であったものが、平成 27 年には外国人人口を含めて 5 万人を切ろうとしています。観光客、人口の減少による影響としては、平成 26 年 2 月 24 日に発表された観光庁の説明資料(※1)によりますと、観光客が 1 人減ることで日帰り客では 1 万 5 千円、宿泊客で 4 万 7 千円の消費額の減少が予測されます。また、定住人口が 1 人減ることで、121 万円の年間消費額の減少が予測されます。</p> <p>このように、観光客や人口の減少により、菊池市の域内消費量、流通量の減少が危惧されるどころです。そのため、市では移住・定住促進のための部署として、企画振興課内に「集落・定住支援室」を設けたり、域外消費量、流通量を増やすための部署として、農政課内にブランド推進室が設けられています。とくに農政課では、「菊池基準」を策定し、「安心・安全」な農作物の生産を促したり、ブランド推進室では「安心・安全」な農作物の販売促進、販</p>	

路拡大を図るために、インターネットショップ「菊池まるごと市場」の開設や、福岡、大阪、東京など大都市圏にて、県や市町村と共同での物産展の開催、といったことが行われています。

菊池市はそもそも、メロンやお米、菊池溪谷に代表される自然や、そこから湧き出る清らかな水、酪農、畜産など、誇るべき素材はたくさんあります。とくに畜産、酪農はぬきんでいて、西日本一の酪農王国とも呼ばれています。こういった誇るべき素材の多い菊池産の品物の流通量、消費量をさらに増やすことで、農業の活性化や農業従事者の増加、人口減少の要因である雇用状況の改善が進められないかと考えています。そういった誇るべき素材をじかに味わい、体験することで、新たな菊池ファンの創出につながると考えます。

提言の内容については、次のとおりです。

- ① カタログギフト「菊池良品」の作成
- ② ネットショップとの連携
- ③ ネット、はがきを活用した参加型良品発掘の仕組みの構築

提言の目的については、次のとおりです。

- ① 菊池産の品物の流通量、消費量の増加
- ② 農業・商工業の活性化
- ③ 参加型良品発掘の仕組み構築による菊池ファンの創出

(※1) 平成26年2月24日観光庁説明資料「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向けた観光戦略」より

提言の具体的な内容を記述してください。「誰が」、「何を」、「どのように」、「どのくらいの期間をかけて」を明確に、さらに、「いくらぐらいの予算をかけて」するのかについても言及があるとよいです。

現在、市の販路拡大戦略としては、「安心・安全な『癒しの里』きくち」の実現を目指し、菊池溪谷に代表される豊かな自然、清らかな水などから市のイメージアップを図り、その水から生まれる安心・安全な美味しい農畜産物を紹介、販売しています。企業向けだけでなく、一般消費者向けには、福岡、大阪、東京など大都市圏にて紹介、販売したり、インターネットショップ「菊池まるごと市場」の整備により、どこにいても菊池の農畜産物を購入することができるようになっています。こういった状況のもと、流通量、消費量をさらに増やすために、①カタログギフト「菊池良品」の作成、②ネットショップとの連携、を考えました。さらに、菊池産の品物を継続して購入してもらう菊池ファンを創出するため、③ネット、はがきを活用した参加型良品発掘の仕組みの構築、を考えました。

1つめの施策は、結婚式の引出物でよく使われるカタログギフトをヒントに考案しまし

た。カタログギフトをもらった場合、カタログの中身を見て、品物、サービスを選びます。そのなかの品物、サービスをすべて菊池産のものにすれば、菊池産の品物のPRとともに消費量の拡大につながります。またこのカタログには、菊池の風景や祭りの写真も多用し、品物を選びながら菊池を楽しめる内容とします。カタログに載せる品物についてですが、なんでも載せる、というわけにはいきません。そのため、基準を作成し、基準に合格したものを載せる、というかたちにしていきます。カタログに載せるために生産者が努力し、よりよいものを作る、切磋琢磨する、それが菊池の活性化につながります。

具体的な基準としては、農作物については現在、市で「菊池基準」というものを作成しており、インターネットショップ「菊池まるごと市場」ではこの「菊池基準」に適合しているものを販売しています。今回、カタログギフトにおいてもこの基準を準用し、「安心・安全」な農作物を提供します。なお、カタログへの掲載商品を選定する際は、こういった基準のみならず、商工会、観光協会、農協等関係団体で「安心・安全」な品物を提供できるよう検討を進めていきます。

また、カタログに掲載する品物は固定化せず、四半期ごとに選定を行っていきます。毎回同じものでは目新しさがありませんし、生産者の皆様も努力する甲斐がなくなってしまいます。売り上げ状況によってターゲット層を変えたり、テーマを作ってそれにあう品物を選定してもおもしろいと思います。もちろん選定する人々も入れ替えを行い、いろいろな人が取り組みに関われるようにしていきます。

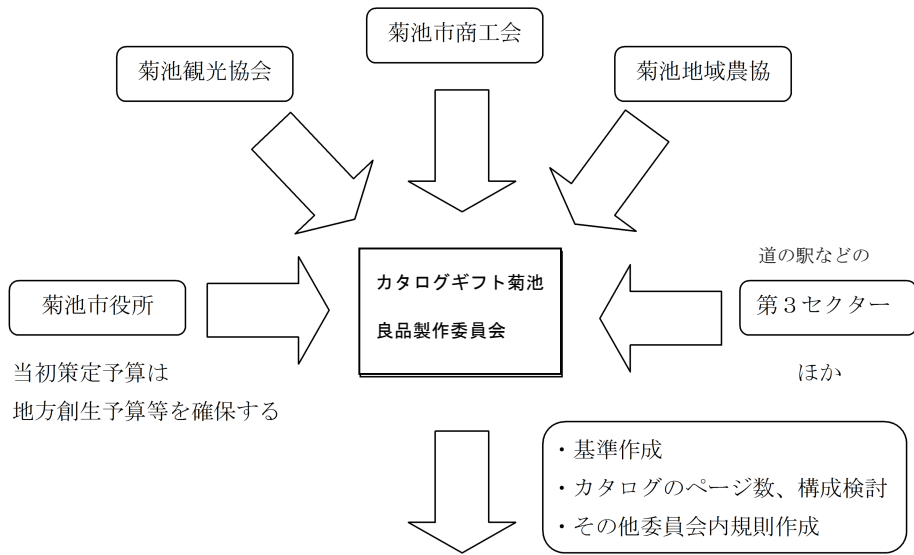
カタログギフトの作成にあたり、当初は「市」が主体となって「カタログギフト」の目的、内容を関係団体に説明し、「カタログギフト『菊池良品』製作委員会」を作ります。その後、このカタログに掲載する品物について、選定基準の作成、確認、カタログのおおよそのページ数、費用の確認を行います。その後、団体、個人から希望を募り、委員会において選定を行います。選定後、カタログの構成などを行い、販売を行う流れになります。委員会立ち上げ、選定基準の作成等に5～6ヶ月、掲載希望者の受付に1～2ヶ月、選定に1～2ヶ月、カタログ構成、製作に3ヶ月ぐらいかかると考えます。費用については、当初は市が国の地方創生関連予算等を活用して作成しますが、カタログが売れた段階でまず「カタログギフト『菊池良品』製作委員会」にカタログの売り上げが入り、その後、発注があった業者、個人に対してお金を支払います。ただし、その売り上げの一部からカタログ製作費用、製作委員会積立分は除きます。売り上げの中にカタログ製作費を入れておけば、最初の持ち出しはなくなります。また、市ができるだけ介在しなくてもよい仕組みをとるべきだと考えており、流れができれば商工会や農協が中心となって製作委員会をまわしてもらいたいと考えています。製作委員会には事務局員も必要であるため、事務局員の人件費も稼ぎ出せるよう、製作委員会積立分としてカタログの費用内訳を考慮しております。

【カタログの費用内訳イメージ - 概算】

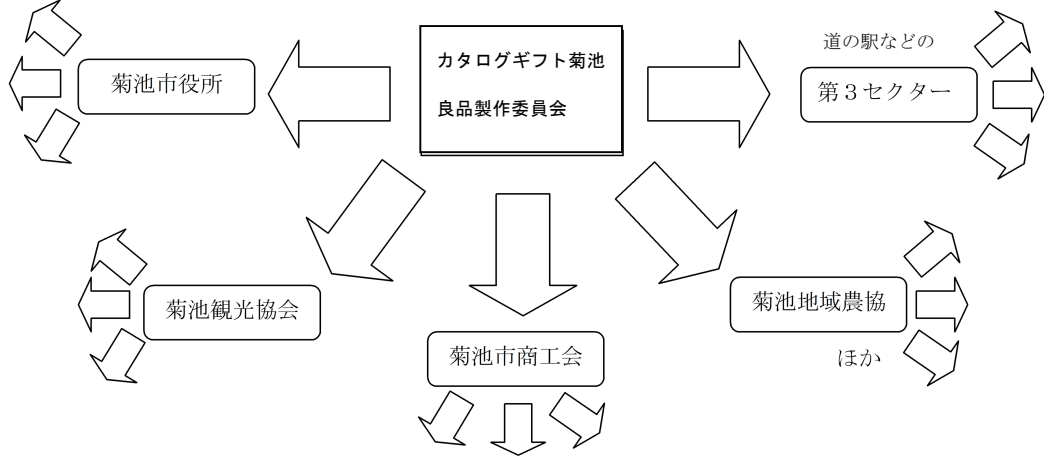
<p>3,000 円のカタログ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○品物 1,000 円</li> <li>○送料 1,000 円 (平均)</li> <li>○販売店利益 500 円</li> <li>○製作委員会 300 円</li> <li>○カタログ費用 200 円</li> </ul>	<p>5,000 円のカタログ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○品物 2,200 円</li> <li>○送料 1,200 円 (平均)</li> <li>○販売店利益 800 円</li> <li>○製作委員会 600 円</li> <li>○カタログ費用 200 円</li> </ul>	<p>10,000 円のカタログ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○品物 6,500 円</li> <li>○送料 1,500 円 (平均)</li> <li>○販売店利益 1,000 円</li> <li>○製作委員会 800 円</li> <li>○カタログ費用 200 円</li> </ul>
--	--	---

【カタログの製作イメージ】

① 各団体等から製作委員を出してもらい、製作委員会を立ち上げる。

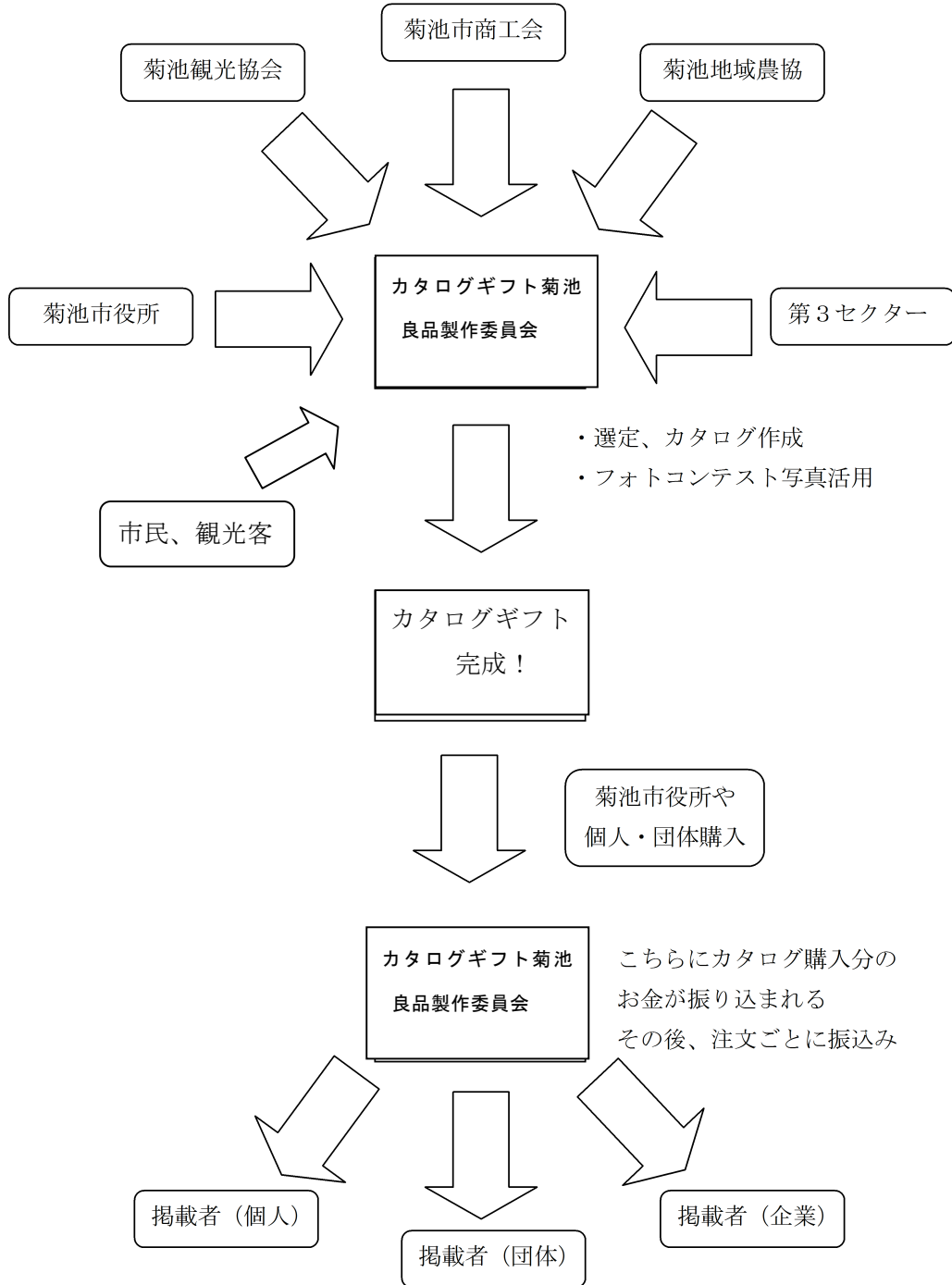


② 企業、個人、団体へ  
カタログ掲載希望者受付開始の連絡、広報



③ 企業、個人、団体から

カタログ掲載希望の申請を受け付ける。とくに団体を經由する必要はない。



- ・選定、カタログ作成
- ・フォトコンテスト写真活用

菊池市役所や  
個人・団体購入

こちらにカタログ購入分のお金が振り込まれる  
その後、注文ごとに振込み

売り上げの一部は製作委員会へ天引き。次回カタログ製作費として積立。

カタログの販売ルートについてですが、当初はまずそういったものがある！というPRが必要なので、市が積極的に活用していきます。例えば、「東京菊池会」での抽選会の景品

やブランド推進室が行っている物産展での抽選会での景品、雑誌のプレゼント企画、成人式での無料配布、市職員の結婚式での活用を考えています。とくに結婚式については、平成22年の市内結婚組数は約180組（※2）であるため、その1割の人が活用したとしても、1組平均の招待客を100人とすれば年間1,800冊の活用が考えられます。他にも、商工会や観光協会とともに結婚式場やホテル、業者等に宣伝し、活用を進めていきます。

2つめの施策は、すでに菊池市では「菊池まるごと市場」というネットショップが開設されていることから、カタログギフトで菊池の魅力を味わった後、ネットショップでさらに菊池の商品を購入してもらおうと考えています。カタログギフトに、「菊池まるごと市場」を利用するとお米とシャーベット（※3）をプレゼント、といったおまけをつけておくと、カタログギフトをもらった人はそれを見て購入してくれる可能性があります。カタログギフト利用者にネットショップも活用してもらうことで、さらに菊池の品物の流通量、消費量を増やしていきます。

3つめの施策は、ネット、はがきを活用した参加型良品発掘の仕組みの構築です。カタログギフトで注文した品物の中にアンケートを同封しておきます。このアンケートでは顧客満足度の調査を行うだけでなく、そこで書いた感想、評価がカタログギフト、ネットショップに掲載された場合、アンケート記入者に品物をプレゼントすることで楽しみもプラスします。このアンケートは実際に品物を作られている生産者の方々のやる気につながります。また、ネットショップのカタログに実際の利用者の感想、評価が書いてあると、品物を購入しようとする人も選びやすくなります。

さらに、カタログに掲載してほしい品物を「カタログギフト菊池良品製作委員会」へ応募し、製作委員会がインターネットやフェイスブックに掲載し、皆様に投票してもらいます。その投票の結果を次回のカタログへの掲載に反映します。その際、応募した人と生産者との対談を掲載することで、応募する人のやりがいにもつながると考えます。観光客でも「イイネ!」と思ったものを応募できますし、投票することができます。市民だけでなく観光客も参加してもらい、全員で菊池の良いもの、菊池の魅力を発掘し宣伝していきたいと考えています。

（※2）「菊池市市勢要覧2011 資料編」より

（※3）現在でもネットショップを活用した人に、次回購入時にお米とシャーベットがプレゼントされます。

提言を実装したときに、期待できる効果はどのようなものですか。

これらの提言により、具体的に次のような効果が期待できます。

（1）菊池産の品物の流通量、消費量の増加

カタログギフトの特徴として、カタログギフトを購入した時点ですでお金を支払っているため、カタログをもらった人は一円も出さずに品物を買うことができます。そのた

め、もらった人はなにかしら注文しようとして、中身を確認し品物を選びます。中身の品物はすべて菊池産なので、カタログギフトの活用が増えれば増えるほど、菊池産の品物の流通量、消費量が増加することになりますし、注文されなかった商品もPRになります。これまで菊池産の品物を見たことがない、食べたことのない人でも、カタログギフトをもらう機会があれば品物を味わうことができ、菊池の魅力を経験することができます。インターネットショップがあるため、継続して菊池産の品物を味わってもらうことも可能です。

さらに、カタログギフトの品物に同封したアンケートに回答してもらうことで、アンケートの回答による生産者の商品開発へのやる気の向上でさらに良い品が出来ますし、実際に購入した人の感想、評価による購入者の増加も見込めるため、さらなる流通量、消費量の増加が見込めます。

## (2) 農業・商工業の活性化

カタログギフトの活用により菊池産の品物の流通量、消費量が増加し、それにより菊池の農業・商工業の活性化が進むと考えています。そこに掲載されるような品物を作ろう！ということで各業種の皆様が努力することで、さらに菊池産の品物に磨きがかかることも期待しています。また、製作委員会を設けることで各業種間の連携が深まり、各業種にてコラボが生まれたり、新たな発想が生まれることも期待しています。カタログギフトには菊池の風景写真や祭りの写真を絵葉書サイズで掲載したり、フォトコンテストの披露の場としても考えていますが、例えば美しい棚田の風景写真と、そこで取れた美味しいお米とを掲載することで、中山間地域の下支えに加え文化的景観の保全にもつながりはしないか、と思っています。実際に選んでいただいた方からいただくアンケートなどの感想を、品物を作った方にお渡しすることでやる気につながるとも考えています。

さらに、カタログギフトの特徴として、品物の到着時期をあらかじめ掲載することにより、品物の発送時期をコントロールすることができ、旬にまとめて発送できます。注文する方も、すぐに必要！というものではなく、せっかくもらったからなにか頼もう！という心持のため、発送準備に余裕をもって行うことができます。

カタログギフトの印刷も市内業者にて印刷を考えていますが、実際に結婚式での活用を想定した場合、通常は1ヶ月前に発注、といったようにある程度時間があります。そのため、印刷機が空いているときにカタログギフトを刷ることで、費用も大幅におさえることができます。

このような事務局は、多くの場合市が担っていることが多いですが、できるだけ市の負担も減らしたいので、カタログギフトの売り上げの一部を製作委員会積立とし、その積立が事務局員の人件費にあてられるような仕組みがよいと考えています。我々は、ある程度流れができれば商工会に事務局を担ってもらい、事務局員を新たに雇ってもらうことを想定しています。新たな事務局員の人件費すべてをカタログギフトの売り上げの一部積立でまかなえるとは思っていませんが、商工会の業務を兼任しながらの事務局員であれば可能と

思います。こうすることで商工会も人員が増えて活動しやすくなるのではないかと、ひいては各業種の活性化につながるのではないかと考えています。

### (3) 参加型良品発掘の仕組み構築による菊池ファンの創出

カタログギフト、インターネットショップの活用により菊池産の品物の流通量、消費量が増加し、それにより菊池の農業・商工業の活性化が進むと考えますが、はがきやインターネット、フェイスブックの活用により市民だけでなく観光客も参加してもらい、全員で菊池の良いもの、菊池の魅力を発掘することを考えています。こういった菊池の魅力を発掘するとともに、カタログギフトに無料温泉入浴券を入れることで、実際に菊池にきてもらうきっかけにもつながるのではないかと考えています。

菊池の魅力を発掘することで、他では味わえない菊池独自の良いもの、魅力を未来に残すことができるのではないかと考えています。菊池独自の良いもの、魅力が失われると、きくちの色、「きくちカラー」がなくなります。その土地で自慢できるものがなくなると、その土地に行こう、その土地に帰ってこよう、その土地に住もう、といった流れがなくなり、どんどん衰退してしまいます。他では味わえない魅力がある、それを磨き上げるとともに、市民自らその魅力を発掘することで自信につながり、観光客にも自慢できる。これらの提言を行うことで、そういったにぎわいのある市にしていけるのではないかと考えています。

最後に、この提案を行うことで、それぞれの10年後の将来ビジョンがどのようなものかをまとめておきたいと思います。

#### 【菊池市】

他では味わえない菊池独自の良いもの、魅力が未来に残り、周辺自治体との差別化が来てきます。農業出荷額はもとより、商工業も活性化が進み、にぎわいのある市に変化していきます。雇用状況も改善され、人口の流出に歯止めがかかります。

#### 【生産者】

流通量、消費量が増加することにより、収入が増加します。また、購入者から感想・評価をいただくことでやる気につながり、もっとよいものを作ろう、という原動力になります。生産規模も拡大し、雇用増加につながります。TPP締結による海外との競争にも渡り合えるだけでなく、日本独自の食文化を海外に発信することができます。

#### 【消費者】

菊池のことを知らない人は、カタログギフトを受け取ることで菊池の魅力を知ることができます。インターネットショップもあるため、何かを購入するときの選択肢の一つにな



ります。また、他では見られない参加型良品発掘の仕組みや、誇るべき素材により菊池ファンとなってもらい、SNSなどを活用して自らが菊池を宣伝する「広報マン」となってもらいます。そういった宣伝により、数々の菊池ファンが生まれ、菊池産の品物の流通量、消費量が増加します。菊池のことを知っている人においても、これまで知らなかった菊池の魅力が発掘できます。品物の流通量、消費量がこれまでよりも増加することにより、商工業も活性化が進み、にぎわいのある市に変化します。菊池ファンとなった消費者は、菊池を訪れることが増え、定住にいたることで人口流出に歯止めがかかります。

売れる機会、菊池を訪れるきっかけを創出することが各業種の活性化には必要だと考えています。みなで協力して、菊池印良品の発掘、市の活性化を進めていきたいと考えています。