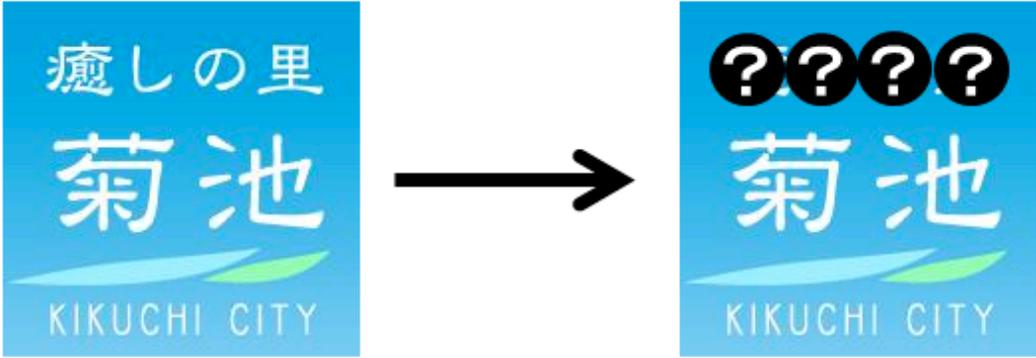


全体で A4 用紙 10 枚以内に納めてください。スペースは自由に動かして構いませんが、字数制限がある箇所は制限以内で記載してください。

チーム名・代表者氏名	チーム名「のび太ともしも BOX」 代表者：坂本 健誠
発表テーマ (50字以内)	もしも、きくちにいやしモンがいたなら ～みんなでつくり、楽しむ癒しの里～
提案概要を 400 字以内でまとめて記述してください。	
<p>菊池市では「癒しの里きくち」をコンセプトにイメージ戦略を行っていますが、現状ではイメージが定着できていない状況にあります。そこで、「きくちヒーリングマップ」の作成と「きくちの癒し研究所」の設立を提言します。</p> <p>成人式で 20 歳のいやしモンたちに自分たちの思う「きくちの癒し」について意見を求め、それぞれの癒しを掲載していき、ヒーリングマップ（癒しの地図）のベースとします。さらに、市民や観光客からもそれぞれが思う「きくちの癒し」を募集し、マップに追加していきます。マップは道の駅などで閲覧ができるようにし、情報発信を行うことでイメージの共有を図ります。</p> <p>マップに掲載された情報は「きくちの癒し研究所」で分析を行い、得られたデータを用いて、よりよい癒しの里づくりをするための事業を展開していきます。</p> <p>これにより、癒しの里きくちのイメージが確立し、菊池市のブランド力向上に寄与できると考えます。</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。	
<div style="text-align: center;">  </div>	
<p>全国で名を馳せている自治体は、そのまち固有のイメージが確立され、市内外・全国での認知度が高く、他の自治体との差別化ができておりブランド力も高いと思われます。</p> <p>みなさんが住んでいるまちには、どのようなイメージがあるでしょうか？</p> <p>現在、菊池市では「癒しの里きくち」をオフィシャルキーワードとして、観光戦略・農</p>	

業ブランド確立などをはじめとする6つの柱を基本に各施策を行っています。

しかし、何をもって「癒しの里」とするのか、イメージが確立されておらず、目指したい形を共有できていないため、市が展開する各支援や各事業に対する適切な評価ができないように思われます。

また、たくさんの農畜産物がきくちにはありますが、「菊池産」といったときに、イメージが未だ確立されていない現状があります。しかし菊池の清らかな水と豊かな自然で育まれる農畜産物は、ここ「きくち」にしかありません。これらの「食」と「自然」と「癒しの里」と結びつくイメージがリンクすることにより、それが付加価値になると考えます。

この場所で、農畜産物を育てる人たちも、それと同じイメージを持つことができれば、この豊かな自然環境の維持に努め、郷土愛をもった生産活動に繋がります。

菊池市民はもちろんのこと、きくちに訪れる人との情報の共有、いわゆる「癒しの里きくち」のイメージを、確立・共有するための施策を提言します。

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。

次の施策を提案します。

【1】ヒーリングマップの作成

- ① 20歳のいやしモンが思う「癒しの里きくち」スポット・モノ・コト
- ② すべてのいやしモンが自由に見て書き込む菊池ヒーリングマップ
- ③ みんなの「癒し」にイイネ！で共感

【2】きくちの癒し研究所の設立

- ① ヒーリングマップの管理業務
- ② 菊池ヒーリングマップの分析
- ③ 分析した情報の提供



## 【1】ヒーリングマップの作成

### ①20歳のいやしモンが思う「癒しの里きくち」スポット・モノ・コト

20歳の若者には、生まれてからずっと菊池市で暮らしている人や進学や就職で菊池市を離れた人がいます。様々な場所にいる彼らが集まるのが成人式という場です。ずっと菊池市にいるからこそ知っているモノ、一度菊池市を離れたからこそ見えるモノ、それぞれが思う「癒しの里きくち」を示してもらうことで多種多様な「癒し」を集めることができると考えます。また「癒しの里きくち」について考えてもらい「癒し」を共有することで、一人ひとりが菊池のいやしモンとなり、たくさんの「癒し」アイテムを持つことができます。

後日、新成人が思うそれぞれの「癒し」の写真を場所の情報とともに地図に載せます。これで菊池ヒーリングマップのベースが作成されます。

### ②いやしモンが自由に見て書き込む菊池ヒーリングマップ

観光客が来るところではないけれどちょっと景色がいい散歩コース、有名じゃないけどおいしい田舎料理、など、みんながそれぞれ思う「癒し」を集めたいと考えます。自分の

好きな「癒し」や教えたい「癒し」を示してもらうことで、情報を発信するいやしモンになることができます。

ベースマップを市内3箇所の道の駅と菊池物産館に設置したタブレットやパソコンのHP画面から買い物に訪れた市民や観光客に閲覧していただく。このマップを見てもらい、20歳のいやしモンが思う「癒し」をみんなで共有します。共有した「癒し」のほかに、自分が思う「癒し」や知ってほしい「癒し」を随時マップに投稿してもらいます。募集期間はベースマップ作成後から1年間とし、「癒し」のスポット・モノ・コト情報に併せて携帯電話のカメラなどで撮影した写真も投稿してもらい掲載します。

随時情報を追加していくため、その時々旬な「癒し」がくることも期待します。市外の人観光の途中で通りがかった場所の景色など、中の人では気づかない「癒し」も発信してほしいと考えます。

### ③みんなの「癒し」にイイネ！

掲載された情報には、すべての方々から、イイネ！を受け付けます。実際に行ってみたり体験したりしたもの、そんなものもあったのかと驚いたものなどにイイネ！を投票することで、共感を表現してもらいます。

自分の思う「癒し」と他の人が思う「癒し」があり、地域によっても異なる「癒し」があります。それらすべてが「癒しの里きくち」の姿で、それを表すのがこの1枚の地図です。この地図をみんなで共有することで、「癒しの里きくち」のイメージを共有することができます。

## 【2】「菊池の癒し研究所」を設立

① 菊池の癒し研究所を立ち上げます。この研究所ではメールで投稿された癒しの情報を確認しマップに掲載したり、マップのバージョンアップといった管理業務を行います。

② ヒーリングマップで得た癒しに関する情報を分析し、様々な利活用が期待できるデータを作成します。

例えば、「20代男性と40代男性では感じる癒しに違いがあるのか。」「地域ごとに見る癒しの里に対する関心度の違いはどのくらいか。」「ほかにも観光目線、住民目線での癒しの感じ方の違いなど、それぞれのニーズを探ります。

③ 分析・研究を経てまとめたデータを、行政や観光協会や個人に提供し、それを基に戦略的な癒しの里づくり（観光・農業・教育等）に活かします。

市民や観光客の癒しに対するニーズを掴むことで、適切な投資が可能となり、よりよい「癒しの里きくち」づくりを行うことができます。

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。

平成 26 年度は 586 名が新成人となりました。毎年、新成人に菊池市の「癒し」について考えてもらうと、10 年後には約 5000 人分の「癒し」が共有されます。市内外にかかわらず新成人以外の人々も「癒し」を共有すると、さらにその人数は広がります。

また、この施策によって得た癒しの情報を分析することによって、菊池市が目指すべき癒しの形が明確になっていきます。

こうして「癒しの里きくち」のイメージを持って菊池市で生産活動を行う人が増えれば、菊池の豊かな環境を維持した生産活動を行うことができ、市外でも「癒しの里きくち」のイメージを持つ人が増えれば、菊池の生産物に対する付加価値になります。

市民の地元愛が深くなり誇りと自信を持つことができると考えます。