

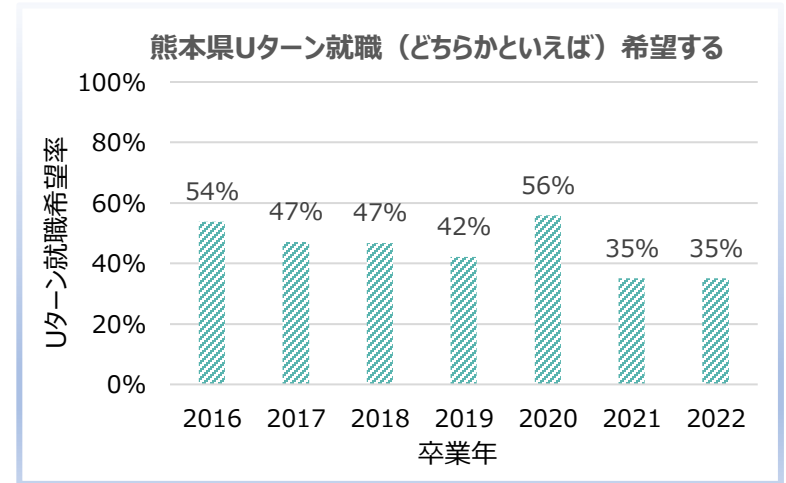
県外にいても関係ない！
「MoTool（もつーる）」で地元愛をもう一度！！

MKレストラン同好会

1. 背景・課題

熊本の現状

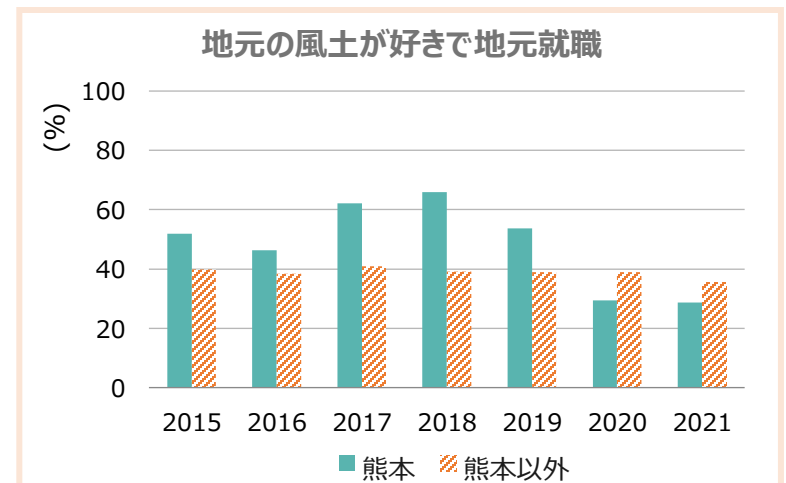
- 大都市圏への転出超過が深刻な問題
- 高校生の県外就職率 **4位** (H29年時点)
※文部科学省「平成28年度高等学校卒業者の就職状況に関する調査」
- 大学生のUターン希望就職率は年々減少傾向



マイナビキャリアサポート
「大学生Uターン・地元就職に関する調査」より作成

転出の原因

- 魅力的な就職先が少ないなど
- 地域の風土への好意的な割合が減少
- 「くまもとへの**愛着**や**つながり**」が希薄化しているのではないかと

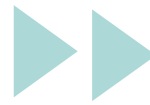


マイナビキャリアサポート
「大学生Uターン・地元就職に関する調査」より作成

1. 背景・課題

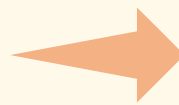
メンバー内

- 地元の情報が入ってこない
- 帰省の際しか地元と接点がない
- COVID-19により頻繁な往来が困難
- 地域間での繋がりも作りづらい



**県外に出ると接点を持つことが難しい
(コロナ禍で追い打ち)**

このままでは……



**ふるさと（くまもと）と
継続的に接点をもってもらおう**

2. 提案

ふるさと（熊本）の「食や情報」を届ける サブスクリプション型サービス



定期的に“くまもと”を届けて
継続的なつながりを生む

2. 提案



“もつーる”
MoTool

目的

もつる（熊本弁）

-熊本が人気・長持ちするツールに-

- ・ くまもとの継続的なつながりの創出
- ・ 若い世代の地元愛を育む

MoTool

内容

サブスク内容

くまもとの「食・情報」の発信

主なターゲット

- ・ 熊本出身の県外在住者
- ・ 大学入学等熊本とかかわりが深い人

料金（月額）

A: 3500円 B: 2500円 C: 1500円
※初回3か月間は500円

運営主体

行政・地元企業・商品生産者・
（高校生）

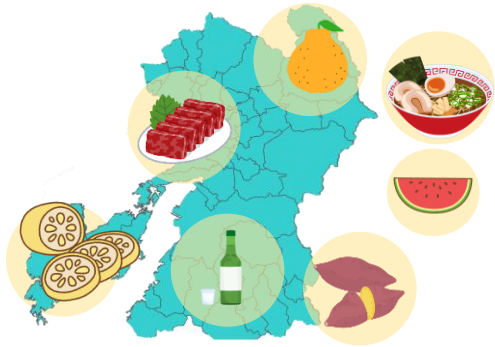
金額に応じて
商品を送送



地域内の新たな
つながり創出



くまもとの“食”の発信



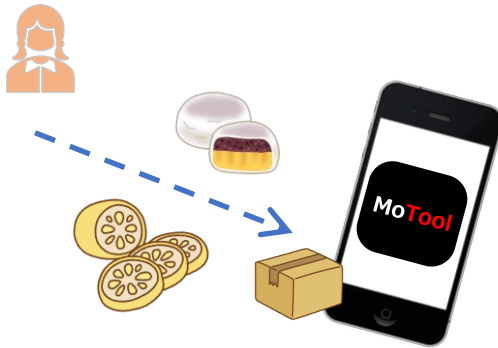
名産品を“おくる”

- ・ 県内各地の名産品を送る（有名からマイナーまで）
- ・ 季節にあわせたおすすめ提示
- ・ レコメンド機能で利用者のニーズに合わせる

地元をなつかしむ&新たな発見



全国高等学校家庭クラブ連盟HPより



新たな名産品を“つくる”

- ・ 地元高校生が名産品の企画開発（コンペで競う）
- ・ 優秀なものを商品化（サブスクで提供）

地元を知る&商品化での達成感



モニターとして“体験する”

- ・ 利用者がモニターの役割を担う → **安い価格**で提供可能
- ・ 市場に出ていないレアな商品を楽しめる

モニターの意見・レビューの獲得

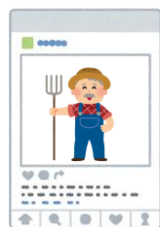
くまもとの“情報”の発信

-利用者の知りたい情報を発信！！-



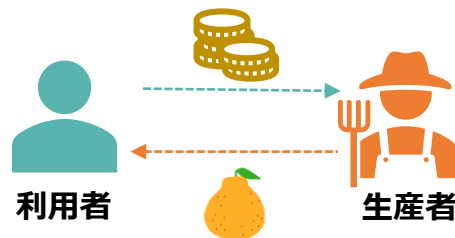
-生産者情報の公開・応援-

生産者応援システム「一口農家」



生産者情報の公開

- ・ 利用者側の安心
- ・ 生産者の意識向上



- ・ “推し”の農家に援助
- ・ 取れたて・旬の食材が手元に
- ・ 農業体験等でのつながり

MoTool内というクローズドな空間であるからこそ
顧客の需要に合わせた有益な情報の発信が可能

利用者特典



継続利用者

地域内クーポンや
宿泊割引



継続利用者

- ・ 地域内クーポン・宿泊割引の付与
- ・ 里帰りのきっかけに



頻繁な
レビュー・評価

モツール内での
ポイント付与



商品レビュー時

- ・ レビューへのポイント付与
- ・ 評価を行いやさしい環境へ

提案の効果とメリット

提案の効果

くまもと内外の
継続的なつながりを生む

高校生

- ・ 地域愛の醸成
- ・ 貴重な経験
- ・ 地元就職の増加

行政

- ・ UJターン増加
- ・ 地域の魅力向上
- ・ くまもと活性化

MoTool

利用者

- ・ 安価な商品の取得
- ・ 欲しい情報の入手
- ・ 様々な特典

生産者

- ・ 食材の販路拡大
- ・ 豊富なレビュー
- ・ 「一口農家」での援助

企業

- ・ 利用者情報把握
- ・ 新ビジネス開拓
- ・ 地元貢献

関係者それぞれにメリットがあり
持続可能なサービスが可能

補足：ふるさと納税との差別化

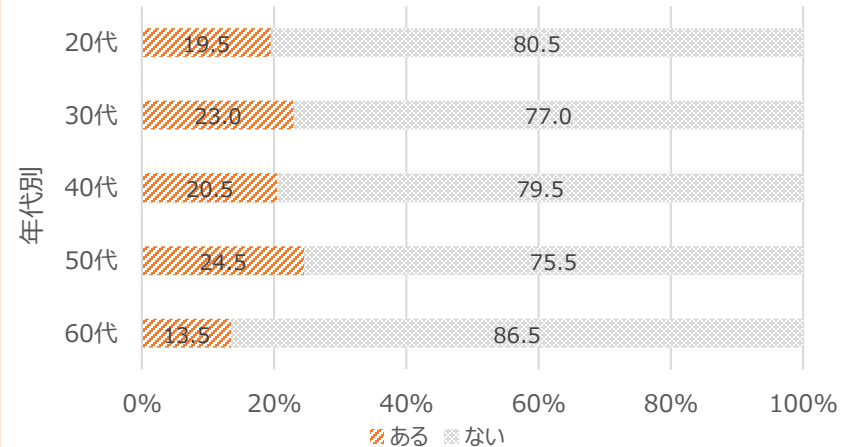
ふるさと納税

- 20代の利用割合が60代に次いで低い
- 20代のふるさと納税を利用しない理由として、「仕組みが分からない」、「寄付する余裕がない」が多い
- 収入によって納税額が決まる

MoTool

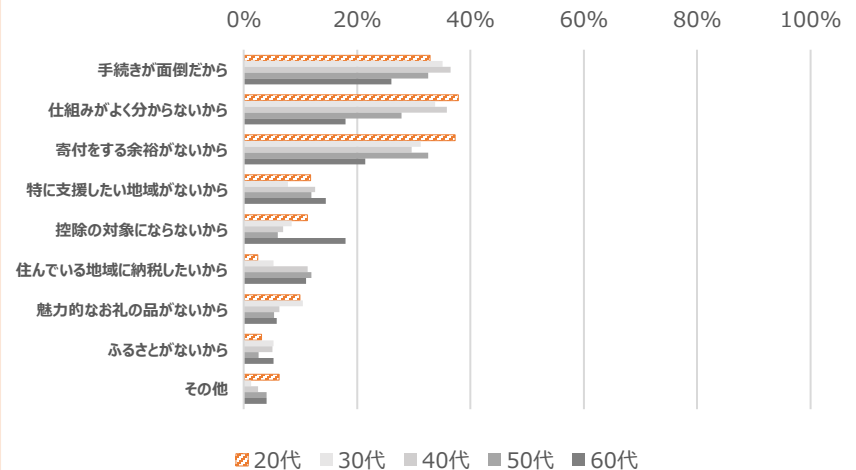
- 安価な商品の提供
- 若者が利用しやすいサービス
- 利用者自身で値段を決められる

ふるさと納税の利用の有無



株式会社アスマーク
「ふるさと納税に関するアンケート調査」より作成

ふるさと納税をしない理由（複数回答可）



株式会社アスマーク
「ふるさと納税に関するアンケート調査」より作成