事例No.	1313
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	熊本県菊池市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・観光 ・移住定住

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

地域の歴史・文化・観光資源を活用した「菊池一族SAMURAIブランド化」プロジェクト

出典

関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

1.地域概要・地域課題・事業に取り組む背景

地域の概要

地域名：熊本県菊池市
人　　口：48,582人（令和元年12月末現在）

- 熊本県北東部、阿蘇外輪山の西端に位置し、名水・名湯といった「日本の○○百選」が6つもある自然に恵まれたまちで、西日本有数の農業地帯である。特に肉用牛、豚、鶏卵等の畜産業が盛んで、農業の付加価値額は全国平均より高い。
- 菊池渓谷や菊池温泉、豊富な農畜産物、南北朝時代に九州を平定した武士団・菊池一族の歴史文化など地域資源がそろっており、年間約300万人が訪れる観光業も重要な産業となっている。







解決したい地域課題

- ①対応体制の問題
  既存の観光事業者だけでは対応が困難。官民がバラバラで観光によるまちづくりを行ってきた。
- ②地域資源単発の問題
  豊富な地域資源を有機的に結びつけることができずシナジー効果が生み出せていない。
- ③情報発信の問題
  海外向けのPRがほとんどできておらず、ターゲットである外国人に伝えられていない

本事業に取り組むに至った背景

- 2016年4月の熊本地震をきっかけに関係人口づくりを始めたが、関係を維持・発展する仕組みがなかったため関係人口との継続的なつながりができていない。
- 近年のインバウンド市場では「サムライ・ニンジャ・ゲイシャ」という日本特有の文化が魅力的であることが分かり、市の方針（観光産業の活性化による成長と持続可能なまちづくり）の実現に向け、サムライを軸にした観光コンテンツの開発によるインバウンドの拡大を目指すこととなった。
- その中で本モデル事業の応募があることを知り、インバウンドの体制づくりと関係人口創出・拡大を目指し、今回の事業を立ち上げた。

2. 事業概要

●事業概要

＜ターゲット＞
- 日本の歴史文化ファン、サブカルチャーファンの外国人

＜概要＞
- 地域主体の組織を立ち上げ、新たな着地型観光コンテンツを創出・発信し、菊池一族の歴史文化を「The First SAMURAI」としてブランド化していく。
- 関係人口となる「九州サムライ伝道師(Kyusyu Samurai Evangelist)」の登録者を増やす。
- 地域が事業を継続していくために必要なノウハウやスキルを習得するために、人材育成研修事業を実施。

＜実施事項＞
- 菊池一族SAMURAIブランディング調査
- 訪日外国人モニターツアー（2泊3日×2回）
- ブランディングサイト構築
- 多言語PR動画制作
- 九州サムライ伝道師制度
- 人材育成

●地域の理想の姿

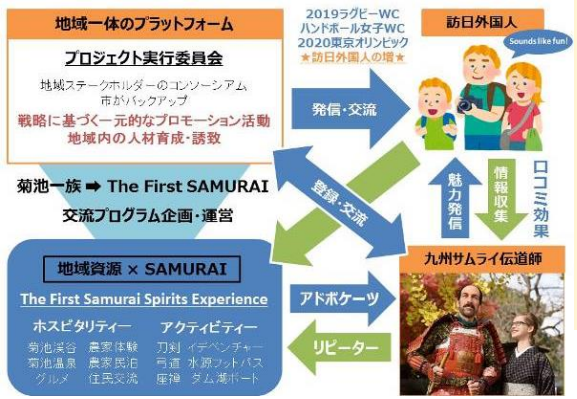
- 地域資源を磨き上げ、商品化し、域外と繋ぎ合わせる仕組みづくりを行うとともに、「関係人口」となる菊池ファンを増やすことにより、人やモノの流れを創出し地域が活性化していく。
- 地域住民が郷土史の価値を見直すきっかけとなり、シビックプライドを醸成することにより、地域への貢献・推奨意欲を持つ人が増え、持続可能なまちづくりへ発展していく。

●理想を実現するための本年度事業の位置づけ

- 地域のステークホルダーと連携・協働する体制を整備する。
- ユニークな地域資源を有機的に組み合わせ、新たな着地型観光商品をつくり発信・提供する。
- 「菊池ファン」となる訪日外国人にアプローチして継続的につながる仕組みを構築し、関係人口を増やしていく第一歩とする。

●本年度の目標

- モニターツアー参加者数…20人
- 九州サムライ伝道師登録者数…10人
- 地域内人材育成…3人以上
- スキル・ノウハウを持つ人材の誘致…1人
- 事業戦略と実施計画素案の策定

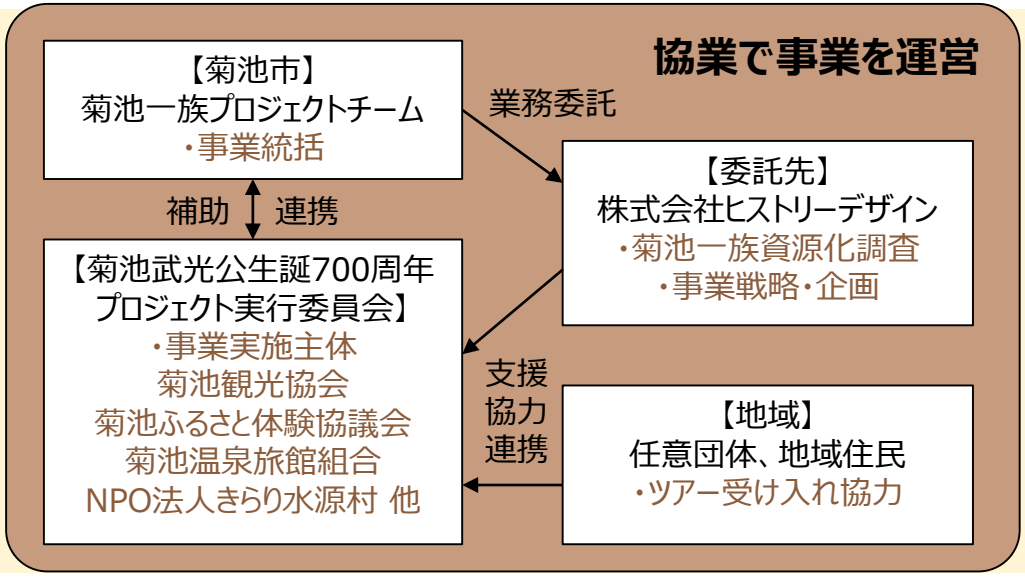


3.事業実施体制・スケジュール

●事業実施体制（受け入れ体制を含む）

市が統括し、観光協会や協議会、NPO等のステークホルダーで構成する実行委員会を実施主体とし、企業や地域住民と協力・連携しながら戦略に基づく一元的なプロモーション活動を行う。





●スケジュール

実施事項	7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月		
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下
1 菊池一族SAMURAIブランディング調査						既存データ取りまとめ、ヒアリング、分析・仮説構築																					
2 訪日外国人モニターツアー（2回）						プログラム作成、参加者募集 モニターツアー実施、アンケート調査										1回目：9/2～4 2回目：11/28～12/1												
3 ブランディングサイト制作・保守										多言語ウェブサイト構築																	
4 SAMURAI伝道師制度							SAMURAI伝道師募集、運用、モニタリングシステム構築																				
5 多言語PR動画制作													多言語PR動画制作														
6 人材育成セミナー																観光ビジネスセミナー（4回） 12/17・26、1/20・21											

関係者のスケジュール調整等で多言語PR動画の制作開始と人材育成セミナーの開始時期が遅れたが、ほぼ計画どおりに進めることができた。



4.事業の「ターゲット」

●事業のターゲット

- 日本の歴史文化に興味・関心を持つ訪日外国人
- 日本のアニメやマンガ等、サブカルチャーに興味・関心を持つ訪日外国人





●参加者募集のターゲットの設定経緯

- 外国人にとってサムライの認知度は極めて高く、観光コンテンツとして注目されている。そうしたなかで、菊池一族の歴史文化は格好の地域資源となりえる。
- 菊池一族の歴史文化資源を活用し、日本の歴史文化としてのサムライを感じるグループ（主に欧米）と、アニメなどサブカルチャーとしてのサムライを感じるグループ（主にアジア）の両方にアプローチする。

●ターゲットへの広報・アプローチ

【実施事項・成果】

- 第1回モニターツアーの集客（9月）
  再委託先である株式会社ヒストリーデザインの紹介で、日本文化に関心の高い台湾の学生（大学・大学院）が訪日観光を予定していることを知り、この団体にアプローチし、10人の学生と引率の先生1人の計11人に参加してもらった。

- 第2回モニターツアーの集客（11月）
  第1回のツアーにおいて、国外から訪れる観光目的の外国人に対し、一回の体験で継続的な関係を求めるのは困難であることが分かったため、第2回は日本在住の外国人をターゲットとした。また、欧米人の考えも収集する必要があると考え、参加者の国籍のバランスを取ることにした。
  地域おこし協力隊が制作した外国人観光客向けのウェブサイトにツアーの情報を掲載。県内在住の外国人留学生のコミュニティーに発信したり、実行委のネットワークを活用して募集を行った。結果として九州に留学中の大学生10人（フランス、ドイツ、スウェーデン、韓国、モンゴル、インドネシア）が参加した。

5.関係人口の活動内容

●参加者（関係人口）が取り組んだ活動の内容

＜菊池一族SAMURAI体験ツアー＞
【日程】 ①2019年8月2日～4日（2泊3日）
②2019年11月29日～12月1日（2泊3日）
【参加者】①台湾在住大学生…10人（引率1名除く）
②九州に留学中の大学生…10人　計20人

- 菊池一族歴史講座、座禅体験、居合体験、鎧甲冑着付け体験、街中・菊池渓谷散策、温泉、農家民泊、最後にアンケートを実施。PR動画の撮影も行った。
- 最初に歴史や物語をインプットすることで体験の没入感を高め、住民との交流をとおして地域への愛着を深める。
- ツアースケジュール（2回目）

時　刻	実施内容
1日目	
13:10	菊池一族歴史講座
13:30	御所通り散策
14:30	座禅体験
16:20	郷土料理・温泉・農泊体験
2日目	
9:30	菊池渓谷散策
13:00	甲冑体験 / 居合道体験
16:30	郷土料理・温泉・農泊体験
3日目	
9:30	記念撮影 / アンケート・ヒアリン
10:45	解　散

- 行動パターンや趣向も多様なため、条件が違う外国人を対象に2回に分けて実施。アジア、ムスリム、欧米全ての国において高い評価を得ることができた。
- 「民泊とサムライ体験がセットになっているのはユニーク」「講師の先生のサムライスピリッツを感じた」「ホストファミリーとの交流が楽しかった」「ハラル食の対応も丁寧で友人にも安心して勧められる」等の感想があり、特に住民交流の満足度が高いことが分かった。
- 当初は受け入れに不安を感じていた地域住民も、「こんなに楽しんでもらえると思わなかったし、自分たちも楽しめた」と手ごたえを感じている。






6.活動の成果

●本年度の目標達成状況

- ツアー参加者数…20人（目標20人）
- サムライ伝道師登録者数…10人（目標10人）
- 地域内人材育成…6人（目標3人以上）
- 人材の誘致…1人（1人）
- 事業戦略と実施計画素案の策定…策定済み

✓ ツアーに参加した20人のうち、日本在住の外国人10人にサムライ伝道師に登録してもらうことができた。
✓ 地域内人材育成は、ツアーの商品化と自立した運営を目指しセミナーを開催。延べ43人が参加し、うち6人が商品化や事業改善を行うこととなった。
✓ 再委託先である業者の代表が事業戦略と実施計画の素案を策定し、今後も継続して支援に関わる意思を示している。

●関係人口の地域との関わり方

- サムライ伝道師に登録した10人は日本在住の外国人で、菊池の魅力を発信したり、再訪したり、今後も何らかの形で関わっていきたいという意思があるものと考えられる。中でも第2回ツアーに参加したインドネシア人の留学生は「今度ほかの留学生を誘って訪問する」とのことで早速成果が表れている。
- 地域住民との交流を通じてファンになった人が多いことから、今後は体験と交流を含めたコンテンツの拡充を検討していく。
- サムライ体験に参加した証を形（認定証）にすることで、SNSでの拡散のみならず、菊池との関係を強化する可能性も示唆されたため、作成することとした。



●その他の成果

- 実行委や地域の人々が外国人からの良い反応を直に感じたことで、継続していくためのモチベーションを高めることができた。ツアーの商品化だけでなく、既存事業のブラッシュアップ等、想定以上の行動変容につながっている。
- これまでの行政主導のスタイルから、実行委を立ち上げ地域のステークホルダーが自分たちで議論し、自分たちで決めて実行していくスタイルに変更したことから、民間のやらされ感をなくし、主体性を高めることに成功した。
- 歴史講座の講師や通訳等、ツアー運営にはOBを含む数名の地域おこし協力隊が参加。それぞれビジネス化を見据え、事業内容の改善案や新規コンテンツ制作などを進めており、定住や起業への後押しとなった。

7.課題への対応

●事業で直面した課題とその対応策･解決方法

- 【関係人口ターゲット】 観光目的での訪日外国人に対し、一回の体験で継続的に関わってもらうことを要求するには心理的にも物理的にもハードルが高いことが分かった。そのため、日本在住の外国人をターゲットに関係人口化を進める方針に変更した。
- 【外国語の対応】 ポケトークなどの自動翻訳機を使っても、年配の方は方言などもあり、なかなか上手く機能しない。トレーニングと経験を重ねる必要である。
- 【食事の対応】 ハラル対応してくれる飲食店が少ない。今回は喫茶店に依頼し、肉や油を使わないサンドイッチを提供してもらって対応したが、今後も継続して協力してくれる飲食店の開拓が必要である。
- 【交通手段】 交通手段が限られている菊池市では、交通手段の確保も課題。タクシーでは費用が高くなってしまうため、今回は「観光あいのりタクシー」など既存の仕組みを使い、費用を抑えながらコースを設定した。その結果、「個人的に来たときの交通手段をどうすれば良いのか分かりやすくて良かった」という参加者の声もあった。

●今後の課題と対応方針

- 日本文化や歴史に興味を示す訪日外国人という曖昧なターゲッティングであったため、今後は「日本文化や歴史に興味関心を持つ日本在住の外国人」と「サブカルチャーファンの訪日外国人」をターゲット像と定める。
- 関係人口について、一過性のPRや数だけを追い求めても期待していた行動（菊池市に愛着を持ち、自ら魅力を情報発信）を促すことは困難だと分かった。まずは質（菊池市を深く理解してもらう）を高めるために、体制と仕組みづくりを優先して事業を展開していく。
- サムライブランディングを行う上で、地域にサムライ体験のコンテンツが少ないため、協賛店を募るなどまち全体でサービス的な側面からサムライ体験のコンテンツを増やしていく。
- サムライブランドに感銘を受けた外国人が情報発信などを継続的に実施できるよう、参加型企画やイベント開催等、外国人材の能力が生かされるための場や機会を用意する。



8.将来への展望

●来年度以降の関係人口とのかかわり方

- 今回のツアーを通じて、体験よりも地域住民との交流を通じてファンになった人が多いと感じることから、今後はブランディングサイトやSNS、メール等を活用し、登録者に対してローカル情報を定期的に届けたり、特典を用意したりして再訪問を促す取り組みを行い、継続的なつながりを確保していく。







●「関係人口」施策の展望

- 今回行った菊池一族SAMURAI体験ツアーの内容を商品化し、観光協会が主体となり継続的に提供し、九州サムライ伝道師の登録者数を増やしていく。
- 日本人向けに予定している菊池ファンクラブ（仮称）と並行して日本在住の外国人版菊池ファンクラブを立ち上げ、関係人口の創出・拡大を図る。
- 菊池市や菊池一族とゆかりのある自治体や民間での交流（菊池一族に関する勉強会や各種イベントの実施、相互訪問等）を行っていく。（2019年10月、南北朝・菊池一族歴史街道推進連絡協議会を設立。加盟自治体：福岡県久留米市、八女市、小郡市、うきは市、大刀洗町、菊池市の5市1町）
- 事業を恒久的に推進していく体制として、菊池武光公生誕700周年プロジェクト実行委員会を協議会に転換し、人材の継続的な育成と企画の推進を進めていく。