

熊本学園大学産業経営研究第45号抜刷

2026年3月発行

<一般研究論文>

地域活性化のための商品開発と流通

—熊本県玉名市を事例として—

吉 川 勝 広

熊 本 学 園 大 学

産 業 経 営 研 究 所

地域活性化のための商品開発と流通

—熊本県玉名市を事例として—

吉川 勝 広

1. はじめに

活気に満ちた都市部と比べ、地方は様々な課題を抱える。例えば熊本県でも熊本市を除き、少子高齢化による人口減少などにより、地域の活性化が必要になっているように思われるが、一向にその解決策が見いだせていない。さらに若者層の都市部への流出もあって地方では過疎化が進み、町の活気がそこなわれていっている。これも2000年代に進んだ市町村合併などにより、地域に活気が戻ってくるかに思われた。しかし、2020年代となった今日になっても大きく変化した様子はない。そこで地方の市町村は行政主体であったり、農業、商業、工業が主体となって地域の活性化に取り組んでいたりする。手段は様々であるが、解決策の一つと考えられるのが、地域マーケティングである。

地域マーケティングはその地にあった手法がとられる。そこで本研究では事例として熊本県玉名市をとりあげて地域マーケティングによる地域の活性化に関して考察を試みる。それでは玉名市とはどのようなところなのであろうか。その概況を示しておこう。現在の玉名市は2005年10月3日に玉名市、岱明町、横島町及び天水町の1市3町が合併して発足した市で、熊本県の北西部に位置し、南北の距離約17km、東西の距離約14.5kmの町で、古くから豊かな暮らしを物語る遺跡や有明海から外海へと広がる交流を示す遺物が出土するなど、菊池川と豊かな

海がもたらす恵みとともに繁栄をしてきた町であった。それが明治以降になると干拓による米の生産、鉄道の開通による発展に加え、有明海、菊池川、小岱山及び金峰山系の山々などの豊かな自然による農林水産業が盛んな地域へと発展していく。そうして熊本県北地域の拠点都市となっていく。九州のほぼ真ん中、熊本都市圏と福岡都市圏の間に位置している。市の中央には九州新幹線新玉名駅があり、JR 鹿児島本線では、玉名駅をはじめ3つの駅を有している。それに1300余年の歴史と優秀な泉質を誇る玉名温泉や、夏目漱石ゆかりの小天温泉（おあまおんせん）をはじめ、装飾古墳など歴史文化の観光資源もあって、山鹿、菊池との連携による広域観光エリアの拠点としての発展も期待されている。¹人口は市町村合併もあって2025年10月現在、61,757人の市となっている。

このような玉名市のなかで特に事例として着目したのが、天水地区である。天水地区は熊本市北西部に隣接し、第1次産業人口の割合が高く、本地域に広がる田園地帯でイチゴ・トマト・ミニトマトの施設園芸や稲作が盛んで、有明海を望む丘陵地では全国でもトップクラスの生産量を誇るみかんの産地となっている。ただ、人口減少や少子高齢化が急速に進む中、本地域の生活環境の整備や基幹産業である農業の振興を図るため、これまで地域内道路網や生産基盤の整備、地域資源の磨き上げが行政によって進められてきた。他にも市の均衡ある発展を目指し

¹ 熊本県玉名市（2023）「玉名市過疎地域持続的発展計画」（令和4年度～令和7年度）、p.1

た取組も行われてきたが、2020年の国勢調査の結果、天水地域の人口は5,580人となって、人口密度も玉名市全体の421.3人/㎢より少ない、259.8人/㎢、高齢化率も39.1%と高い状況になってしまっている。そのため、人口減少や高齢化の進展による集落機能の低下、地域を担う基幹産業である農業の衰退が危惧されている。このような状況下で、過疎法（過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法（令和3年法律第19号））の規定により公示された旧市町村として、天水町が過疎地域の対象となってしまった。²

天水町は玉名市中心部から車で20分ほど、公共交通機関が脆弱な地域で、地域の基幹産業は農業であり、特に斜面を活用した温州みかんの栽培が盛んにおこなわれてきた。ただ柑橘類の価格低迷や従事者不足、農業後継者があられもない等の状況におかれている。唯一着目される点として、当地は夏目漱石が1909年（明治42年）に訪れ、その時の体験をもとに執筆した小説「草枕」の舞台となった。それゆえ現在でも草枕を冠した観光施設等が点在している。しかし観光スタイルの多様化だけではなく、来訪者の高齢化も進んで来訪者の減少が課題になってきている。

このような玉名市天水地区であるが、本研究では天水地区で産出されるみかんを使った商品開発とその流通を事例として地方都市の地域活性化に向け、玉名市の地域活性化を図る地域マーケティングの視点から検証してみようとするものである。

2. 地域活性化の視点

地域活性化をテーマとした研究は様々な視点から考察されている。上原（2011）は地域振興のための産業集積政策の一つとして農商工連携という政策が展開され、農商工連携が推奨されてきたことを前提として、これによる地域活性化は、財の売買で複数の企業が結び付く垂直的統合組織の形成が明確に意識されているとし、「マーケティング戦略を共有する垂直統合システム」であると述べ、中小企業との連携による地域マーケティングという視点から地域活性化に関して考察をおこなっている³。

また青木（2017）は、食品関連企業で構成されるネットワークに加入することによって生じた商品開発と販路開拓に着目して、そのプロセスについて関係性マーケティングの視点から、6次産業の段階でリーダーが存在し、行政や、民間企業との連携が重要であったとし、6次産業化が確立された後も良好な関係を構築することで、商品の付加価値を高める効果があるという。⁴

大元（2017）は地域性というアイデンティティを保持した形で、商品やサービスを開発することが、地域の社会的・環境的課題の解決を同時に達成するようなマーケティングを「地域マーケティング」と述べた。そうしてどういったアクターの組み合わせがそれを可能にするのか問うことで、町おこし資源を活用した地域マーケティングに果たす地域企業の役割についての研究をおこなっている。⁵

岩永（2020）は利用した地域産品が収益をもたらせば、その際の地域ブランドは直接に経済価値のある公共的な情報材であるとして、地

² 熊本県玉名市（2024）「玉名市過疎地域持続的発展計画の中間評価について」（令和6年度）、p.1

³ 上原征彦（2011）「農商工連携と地域活性化」マーケティングジャーナル Vol.30 No.4、pp.5-9

⁴ 青木美紗（2017）「6次産業の商品開発と販路開拓に関する一考察—古座川ゆず平井の里と西日本産直協議会の関係性に着目して—」『農林業問題研究 Journal of Rural Problems』53（2）、地域農林経済学会、p51

⁵ 大元鈴子（2017）「町おこし資源を活用した地域マーケティングに果たす地域企業の役割—長野県飯綱町の「高坂リング」を事例に—」『政策課題研究』、日本地域政策学会、p84

域ブランドは情報材だから、いずれかの地域産品が利用しても直ちに減ることはない。しかし、マーケティング活動で盛んに利用されれば、また地域産品が市場で広がれば、特別で希少な地域ブランドの価値は、ありきたりのありふれたものになって価値が消耗する。価値付与の効果が薄れる恐れもある。逆に地域産品を売る事業者の活動が地域ブランドの価値をすり減らすのではなく、いっそう高めるほうにはたらくのならば、他の地域事業者の成長可能性をも同時に高めて地域に貢献できるとしている。⁶

これらのように様々な視点から地域活性化に果たすマーケティングの役割に関して研究はなされている。そこで本研究では、これら先行研究でも示唆されている地域マーケティングという視座から、玉名市天水における商品開発と販売の事例からマーケティングが地域活性化にどのように活かされているのかその検証を試みたい。

3. 地域活性化のための商品開発と流通

近年、大学が地域と連携して地域を活性化させる取組みが増加している。これは総務省が進めている「域学連携」などによって、地域連携を推し進めていることが要因と考えられる。一方で地域活動を支援する人材として「地域おこし協力隊」などの「地域サポート人材の重要性も地域活性化には必要となってきている。これ

は総務省がすすめる「地域おこし協力隊」⁷が大学と連携して地域おこしを行うことにより、地域活性化のために展開される動きも広がってきている。⁸

本研究で事例としている玉名市も天水地区が過疎地として認定されてから、この「地域おこし協力隊」が入っている。地域活性化のために地域の産品による商品開発などを行うために、農家の方や産品を作るための企業との関係をつなげる役割を果たしている。地域の大学との連携も積極的に進めることで、活性化のための方策を模索している。

玉名市天水地区の主な産品はみかんである。隣接する熊本市河内町で生産されるみかん⁹と合わせて、熊本県で流通するみかんの約60%を生産している。玉名市に入った「地域おこし協力隊」と筆者の所属する大学との「域学連携」もあって2024年から2025年にかけて地域活性化の一つである地域産品を用いた商品開発と流通に関して、筆者が携わることになった。その経緯から玉名市天水地区を活性化するためのみかんを使った加工食品の取組みを例として考察を進めていくことにする。

3-1 天水のみかん

天水地区は、施設野菜とみかんのような柑橘類農家多く、玉名市に占める施設野菜の約26%。柑橘類に占める割合に至っては約82%となっていて玉名地区、岱明町、横島町と比べ

⁶ 岩永洋平 (2020)『地域活性マーケティング』筑摩書房, pp.132-133

⁷ 地域おこし協力隊とは、地方自治体が都市住民を隊員として受け入れ、隊員は地域活動の支援などを行い、定住、定着を図りつつ、地域活性化を目指す取り組みで、だいたい1年から3年の任期がある。これらの経費は、総務省の特別交付税の対象となる。地域おこし協力隊はその活動分野が14種に分かれており、その種類に応じた活動を行っている。総務省 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/kyoryokutai_r04.html (2025.11.18閲覧)

⁸ 高田晋史・清野未恵子・中塚雅也 (2015)「大学と連携した地域サポート人材の管理体制の構築と課題 —地域おこし協力隊事業を事例にして—」『農林業問題研究 Journal of Rural Problems』, 51 (2), 地域農林経済学会, p122

⁹ 熊本市の主産地、河内では天明2年(1782年)に、領主牛島七郎左衛門橘光基が小みかん栽培を奨励したことに始まり、昭和2年(1927年)県立果樹実験場(現在の熊本県果樹研究所)の設置後、玉名、宇城、水俣・葦北、天草…と、県内の温暖な海沿いの傾斜地で生産されている。熊本県農林水産部農業技術課普及振興企画班 Agriくまもと <https://agri-kumamoto.jp/reference/data/vitamin-table> (2025.11.18閲覧)

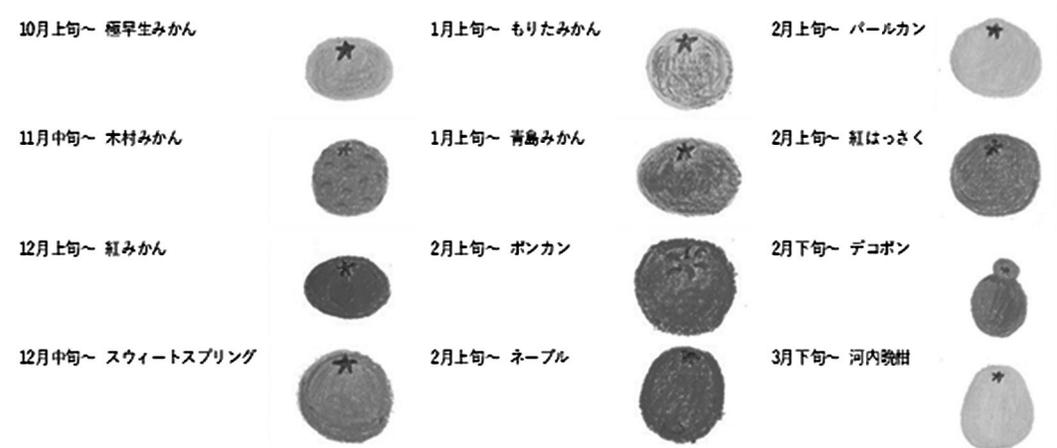
て柑橘類を多く生産する地区であるといえる。¹⁰ ミカンに関しては、近年ではハウス栽培が進んだこともあって、通年で流通するようになってきている。ただ、本来はみかんも旬となる時期がある農作物である。

玉名市天水で作られているみかんもその品種によって時期が異なる。図3-1に示すように、だいたい10月上旬の極早生みかんから始まり、3月下旬から流通し始める河内晩柑まで、約7ヶ月にわたって様々な品種のみかんが産出され段階的に市場に流通する。

10月上旬から流通し始める極早生みかんは、爽やかな甘みと程よい酸味。暑さの残る時期にぴったりのみかん。11月中旬から流通する木村みかんは、天水町生まれの貴重なみかんで濃厚な甘味とプリプリの食感で食べ応えがあるのが特徴。12月上旬から流通する紅みかんは、果皮も果肉も紅色のみかん。鮮やかな見た目と濃厚な味わいで贈答用にもおすすめ。12月中旬から流通するスイートスプリングは、酸っぱそうな見た目とは異なり酸味が少なく、爽やかな香

りと優しい甘味があり果汁がたっぷりのことが特徴。1月上旬からのもりたみかんは、果皮がツルツルの珍しいみかん。濃厚な甘味とゼリーのように上品な食感。同時期には流通する青島みかんは、こたつのお供に欠かせない定番みかん。コクのある甘みで高い満足感。2月上旬になると流通するボンカン、独特の甘い香りが魅力。果肉が柔らかく食べやすい。同時期に流通するネーブルは、食べる前から漂う豊潤な香りとギッシリ詰まった甘い果肉が魅力。2月上旬にはパールカンも流通する。特徴としては真珠のような艶やかさのあるプリプリした果肉。上品な甘みとほのかな酸味。同じ時期に流通する紅はっさくは、通常のはっさくより色が濃く、苦味が少ない。程よい甘味と酸味の果汁がたっぷりのみかん。2月下旬になると出てくるデコポンは、手で剥くことができ、果皮が薄くて食べやすいみかん。3月下旬になって出る河内晩柑は、春から初夏にぴったりのフレッシュな香りと爽やかな甘み。果汁が多く、生搾りジュースにも合うみかん。¹¹

図3-1 天水のみかん



(出所) みかん王国 HP <https://mikan-oukoku.com/item> を基に筆者作成

¹⁰ 玉名市農林業センサスデータ <https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/54/8315.html> (2025.11.12閲覧)

¹¹ みかん王国 HP <https://mikan-oukoku.com/item> (2025.11.14閲覧)

天水で産出されるみかんは1月上旬から始める定番の青島みかん、2月上旬のポンカン、ネーブル、パールカン、紅はっさく、2月下旬のデコポン、3月下旬からの河内晩柑と1月から4月頃にかけて、天水で産出されたみかんが多く流通する時期であるといえる。

3-2 みかんを使った商品開発

(1) 木村みかんを使った商品

みかんを使った商品開発は、地域おこし協力隊の仲介により、産学官連携により進められた。2024年春から原料であるみかんを提供していただける農家と商品開発に協力してくれる製造者と一緒に大学生が商品案を考案することから始まった。

商品の製造はプロが担当し、学生が手伝う形でスタートした。「buchi stand (ぶちスタン

ド)」¹²はコーヒーとスムージーを中心にキッチンカーで商品を販売している。玉名市に隣接した荒尾市の大淵観光梨園が2021年から始めたキッチンカー主体の販売を行っているところで、商品情報などは主に図3-2のようにInstagramやXで情報発信している。

そのぶちスタンドの若手農家でもある竹川氏と大学生による商品開発は「天水町で産出される多種多様なみかんの中でも天水をアピールできるものを探そう。」というところから始まった。¹³ 天水で生産されるみかんは小天みかんとも呼ばれ、10月上旬から出回る極早生みかんから3月下旬から出回る河内晩柑まで多くの品種があるからである。

これらの中で一つだけ、天水に起源のあるみかんがある。今回はそれに白羽の矢が立った。早生みかん的一种で、天水町の農家木村さんの

図3-2 buchi stand の情報発信



(出所) <https://www.instagram.com/buchistand/>

¹² buchi stand は、スイーツの移動販売を行っている店で、梨農園の生産者でもある。異常気象などによって、果実の着色不良や日焼けしてしまう「焼け梨」は、おいしくても売り物にならない。この状況を打破するべく、スムージーとして商品化。令和3年9月1日に開業し、現在はスムージーやスイーツなどの製品開発、キッチンカーを使って製品販売を行っている。 <https://buchistand.wixsite.com/website-3>

¹³ 玉名市天水町は、収穫量・品質ともに全国に名高い温州みかんの生産地で、天水のみかんは小天みかんとも呼ばれる。そのルーツは、今から1800年前、田道間守(たじまもり)が朝鮮から持って来たタチバナを小天の農民たちに植えさせたのが始まりといわれている。

玉名市 HP <https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/419/2136.html> (2025.11.15閲覧)

みかん園で宮川早生の枝変わり（突然変異）として発見されたみかん。それが木村みかんである。現在は生産者が少なく、とても希少なもので、プリプリした感じの食べ応え（歯応え）のある食感が独特。甘みが強く、食感と相まって濃厚な味わいがある。¹⁴

その木村みかんを使い2つの商品が開発される。その1つがアイスクリームである（図3-3蜜柑アイス天水）。天水のみかんを使った商品であるデザインにするため、大学生がカップのデザインを考案した。学生たちはレトロ感が漂うデザインでありながらも商品名がはっきりと分かるよう心がけたと完成に至るまでのポイントを教えてくれた。

もう1つがスムージーである。スムージーはぶちスタンドの得意とする分野である。そこで天水生まれのみかん「木村みかん」を使用したスムージーをぶちスタンドと連携して開発。学生と竹川氏とが販売価格に関して検討し、ぶちスタンドで販売している梨のスムージーが600円台から700円代で販売しているということも

あって、天水 SELECT”シリーズとして、木村みかんスムージー680円、クリーミー木村みかんスムージー780円で販売することになった。このスムージーにも天水のみかんを使ったことが分かるように、図3-4に示すようにみかんのイラストと天水みかんと明記したラベルを作成し、容器に貼って商品を提供することにしたのである。

(2) オーガニックなみかんを使った商品

右田柑橘は、天水地区にあり産直品を中心に販売しているみかん園。可能な限り「自然」であることをモットーに、オーガニック認証も取得し、化学合成農薬、化学肥料は不使用。ミネラルバランスにも気を配り、有機肥料を活用した栽培法を実践し、除草剤も使用しない。手間をかけて草を刈っており、王道のオーガニックをつらぬくみかん農家である。¹⁵

右田柑橘は手塩にかけたみかんを「ぶさいくミカン（有機JAS認証）」と驚きのネーミングで販売している。他に「右田さんちの河内晩柑

図3-3 木村みかんを使ったアイス



(出所) 筆者撮影



¹⁴ みかん王国 HP <https://mikan-oukoku.com/blog/111/> (2025・11・14閲覧)

¹⁵ 右田柑橘 HP <https://migita-mikan.com/index.html>

図3-4 木村みかんを使ったスムージー



(出所) 筆者撮影

(有機 JAS 認証)、「ドライみかん 特濃」、「ドライ不知火」、「みかんシュガー」、「BUSAIKU WINE」のオンラインストアに加え、食べチョコ¹⁶でも「まるごとみかんパウダー」、「BUSAIKU WINE」、「右田さんちの河内晩柑（有機 JAS 認証）」等を販売している。

ただ右田柑橘が生産するみかんは、農薬をほとんど使わないおかげでお世辞にも見かけは良くはない。しかし中の果肉はとても美しく、それでいてバツグンに美味しい。そんな自慢のみかんたちを右田氏は「ぶさいくミカン」¹⁷と名付け全国に販売しているのである。

この「ぶさいくミカン」を原料として作られた商品に「BUSAIKU WINE」¹⁸がある。

このワインは製造工程で生詰することから、一切の加熱処理をおこなわない。また低温で発酵させることで、個性的な香り¹⁹のするこだわりのワインとなっている。

これらの商品を全国に向け、販売している右田柑橘であるが、知名度はいまひとつ。売上アップのためにも大学生のアイデアで天水をアピールできる商品の開発ができればということで、2024年春から商品開発が進められることになった。

みかんの生産農家でもある、右田柑橘でできたみかんを何とか利用した商品ができなかと試行錯誤を重ねられた。そこでワインを飲む際に一緒に食べられるようなもの作ってはという提

¹⁶ 食べチョコ右田柑橘ページ

https://www.tabechoku.com/producers/20604?yclid=YSS.1001131196.EAIaIQobChMI49qM_d2EkQMVb-oWBR0ZlxAPEAAYASAAEgL7-PD_BwE

¹⁷ ぶさいくミカンとは、けっして二級品等ではなく、基本的に農薬散布を行っていないので不細工になってしまうみかんのこと。(防除に使用する薬剤は殺虫・殺菌などがあるが、共に見た目にも大きく影響を与える)レギュラー商品はこの「ぶさいくミカン」となる。

¹⁸ 右田氏によれば「ぶさいくワインは、生産者自身が夢みてつくった、これまでにないタイプのみかんワイン。中味で勝負するぶさいくミカンは、樹上で完熟させる事を目指している以上、輸送のことまでを考慮すると生果の食べ頃のピークは非常に短く、生産したミカン全てをお客様に届けることはできない。しかし輸送に耐えられない樹上完熟のみかんこそ、美味しさの詰まった最高の加工原料ではないかとして、2017年にこれまでにないものを目指そうと試行錯誤を重ねてできたワイン」である。

¹⁹ 原料のみかんは無農薬であるため、皮ごと搾汁している。皮ごとまるごと搾ることで、ぶさいくワインの味、柑橘らしさを特徴づけている。

案が出されることになる。ワインのお供ならドライみかんが合うのではと数種類の試作品をつくり最終的にドライみかんのビスコッティで落ち着いた。

図3-5が完成したビスコッティである。「Tensui mikan Biscotti」というこちらのラベルも学生たちが担当した。

3-3 商品販売告知と販売促進

(1) 商品販売告知

開発された商品を販売するために、ここでも産学官連携で多様な告知が行われることになる。販売するところはショッピングモールなどではなく、熊本市の夜市や玉名の温泉施設、産直施設に決まった。

設に決まった。

天水みかんビスコッティが11月23日の白川夜市、天水みかんスムージーが11月30日に郷〇市（ごうまるいち）、蜜柑アイスが12月1日から草枕温泉てんすいにて販売開始するということをInstagram等で情報発信をおこなった。

地元メディアでの告知（ケーブルテレビのひまわりテレビ）、これまでの商品開発の経緯を含めて、アイスクリームの販売先である草枕温泉てんすいとキッチンカーによるスムージーの販売を行う玉名市農産物直売所の郷〇市（ごうまるいち）での販売に関する情報の発信。

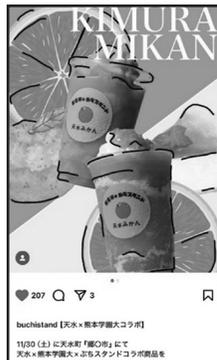
広範囲に知ってもらうために図3-6のよう

図3-5 Tensui mikan Biscotti



(出所) 筆者撮影

図3-6 玉名市、ぶちスタンド、熊本学園大学学生による告知



(出所) 玉名市HP、ぶちスタンドInstagram、熊本学園大学吉川ゼミInstagram

にInstagram（玉名市地域おこし協力隊中島氏、ぶちスタンド、右田柑橘、玉名市、玉名市観光協会）。玉名市公式LINEによる商品販売の告知。

それから天水地区の皆さんに知ってもらうために天水公民館、草枕温泉でんすい、郷〇市（ごうまるいち）などへのポスター掲示による商品開発と商品販売のお知らせ。

加えて商品開発に関わった大学生世代へのアプローチとして、SNS（吉川ゼミのInstagram）で情報を発信することにより、天水のみかんを使った商品が出来上がったこと、商品販売日が告知されたのである。

(2) 商品販売と販売促進

まずは天水みかんビスコッティが11月23日に熊本市の白川河川敷を会場とした白川夜市²⁰で販売されることになった。その際に右田柑橘で販売されたのは、グラスワイン、ボトルワイン、ドライみかん、みかんシュガーといった主力商品に加えて、商品開発段階でも出た、ワイ

ンに合うものということで、ビスコッティ²¹が販売されたのである。

白川夜市では、図3-7に示すように、みかんワインとスパークリングワインの2種が販売され、その場でワインを飲みながらつまむビスコッティがよく売れた。

次に11月30日から販売されたのが、木村みかんを使った天水みかんスムージーである。スムージーの販売は、郷〇市（ごうまるいち）にて行われることになった。郷〇市（ごうまるいち）は、国道501号沿いの農産物直売所である。不知火みかんや温州みかんなど色々な旬を迎えた柑橘類や野菜を豊富に取り揃え、手作りの漬物や加工品などを販売する。²² 図3-8の写真は、郷〇市（ごうまるいち）でのスムージー販売の様子である。駐車場にぶちスタンドのキッチンカーが止まり、学生の呼び声とともに2種類のスミージーの販売が行われることになった。²³

図3-7 白川夜市での販売



(出所) 筆者撮影

²⁰ 2019年3月から毎月第4土曜日に熊本市白川河川敷「緑の区間」で開催しているナイトマーケット。バラエティーに富む飲食店や物販店が白川河川敷に大集合する。

<https://shirakawabanks.site/>（2025.11.12閲覧）

²¹ チョコレートとプレーンの2本入り、350円で販売。販売開始2時間で売り切れとなった。

²² 玉名市 HP <https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/420/3740.html>

²³ 当初の販売予定は25個程度と見込んでいたが、実際には30個売り上げることになった。

図3-8 郷〇市での木村みかんスムージー販売



(出所) 玉名市 HP, 筆者撮影

12月1日には、草枕温泉てんすいにて木村みかんを使った「蜜柑アイス天水」の販売が開始された。図3-9に示すように学生が考案したポスターとポップが売り場に置かれることになった。店頭ポスターには、天水産の木村みかんを使っているということを強調するために、木村みかんと入れ、キャッチコピーとして「天水生まれ！～雪のようなアイスでちょっぴりの贅沢を～」と明記した。また、売り場に置くポップには12/1から販売、「蜜柑アイス天水」と

いう文字と製品のイラストを入れ、売り場でもわかりやすいように工夫がなされた。図3-10が草枕温泉てんすいのアイス売り場を示している。入口から目に付くところにポスターを置き、商品を守るアイスクースの横には「蜜柑アイス天水」ポップが置かれた。さらに温泉につかって出た客を逃すまいと、そちらにもポスターが貼られ、販売促進効果をはかった。これもあって、12月1日の販売初日だけでも50個のアイスが売れたのである。

図3-9 蜜柑アイスのポスターと商品ポップ



「蜜柑アイス天水」店頭ポスター

「蜜柑アイス天水」ポップ

(出所) 筆者撮影

図3-10 草枕温泉てんすいのアイス売り場



(出所) 筆者撮影

4. 考察

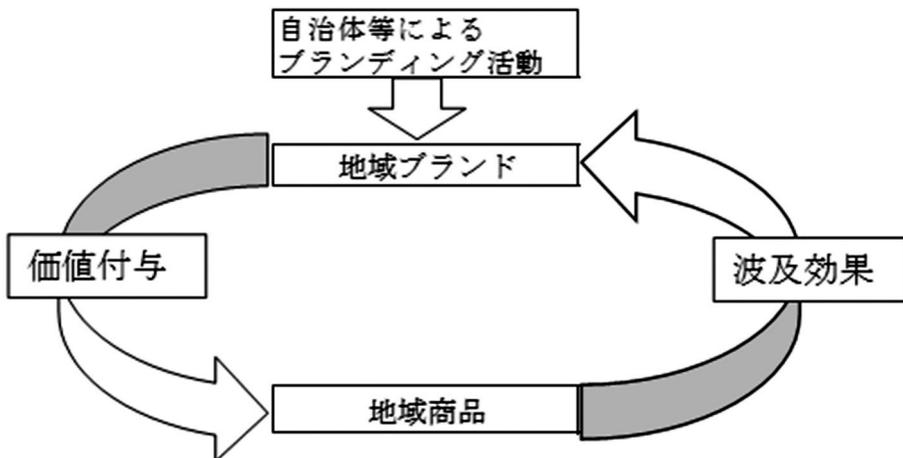
玉名市の事例は、行政と地域おこし協力隊の中島氏が中心になり、大学生も巻き込んだ産学官連携による商品開発と商品の流通であった。これを地域活性マーケティングの視点から考えると、図3-11のモデルのように考えられる。

天水地区が過疎地に認定され何とか活性化を考えていた行政が天水地区の特産品である天水みかんに目を付け、これをブランディングしてはということから商品開発がおこなわれた。こ

こで地域ブランドに該当するのが天水みかんの中でも天水に由来する木村みかん。これに価値を付与するために、「蜜柑アイス天水」と「木村みかんスムージー」という地域商品を開発し、玉名市で流通させる。そうすることで天水のブランドと考えられる天水みかんが改めて認知されるようになる。これにより天水ブランドによる価値形成循環が生み出される。

郷〇市(ごうまるいち)で販売したスムージーを販売した際に取ったアンケートでは、来場者の比率は40代28%、30代14%、20代57%この

図3-11 地域ブランドを活かした価値形成循環



(出所) 岩永洋平 (2020) 『地域活性マーケティング』 筑摩書房, p130を基に筆者作成

うち85%の方がおいしかったと回答。来場者の多くは、「地元産を使用しているから購入した」という。地元特産品（木村みかん）を活用した商品が好評だった点は地元愛の表れであると考えられる。また来店者は熊本県外7%、熊本県内57%、天水地区11%、天水地区以外の玉名市25%であった。地元メディアやSNSで今回の取り組みを知って訪れた方が多く、天水への関心が高まったという回答が70%以上となった。

草枕温泉天水で「蜜柑アイス天水」を販売した際のアンケートでは「木村みかん」を知っていたかとの問いに32%が知っていると回答。67%が知らなかったと答えた。木村みかんアイスをどのようにして知ったのかということに関しては、25%が吉川ゼミのインスタグラム、ぶちスタンドのインスタグラムが3.6%、その他SNSが14.3%、ポスターが3.6%、大学生による販売促進活動が35.7%、たまたま見かけて10.7%、口コミ、知人からの情報が14.3%であった。また、購入してもらった人たちに何う²⁴と、おいしそう53.6%、パッケージが可愛い25%、数量限定だから25%、地域貢献したい14%、SNSや広告で見たから10%などの結果を得ることになった。

右田柑橘のビスコッティに関しても白川夜市で購入していただいた顧客にアンケートを実施した。味の満足度77%、価格に関しても76%が満足であった。ワインとの相性もとても合う46%、合う47%と満足度の高いものとなった。²⁵

大元（2017）は「食と地域」からとらえた地域マーケティングに関して「共通価値の創造であり、地域資源の再評価と多様な共同による

新たな価値の創造による社会的課題の解決を可能にするビジネスモデル」と述べていた。²⁶

玉名市天水の事例をこの地域マーケティングの定義から考察すると、共通価値の創造のため、天水産のみかんを使った商品開発は農家だけでなく行政、地域おこし協力隊、大学生など複合的に進められた。「蜜柑アイス天水」、「木村みかんスムージー」、「ぶさいくみかん」を使ったビスコッティを商品化して新たな価値を創造し、プロジェクトに参加した各々が情報発信し、新たな販路を開こうとした。すぐに売り上げにつながりながらも、これがきっかけで次の商品開発の方向性として価値形成の循環を構築できたことが、過疎地となった天水地区を活性化の一つのビジネスモデルとなったのではないかと考察できる。

2025年になってからも「蜜柑アイス天水」の商品バリエーションは増え、早生みかんを使ったもの、カボスを使ったシャーベットが作られ、11月には熊本学園大学で販売され、12月からは玉名市でも販売される。

5. おわりに

本研究では、玉名市天水地区を活性化するためにはどの様にしたらよいのであろう。ということから始まった。産学官連携による商品開発とその商品の流通によって玉名市の天水地区を少しでも活性化出来たらということ地域マーケティングの視点から検証してきた。

みかんの産地でもある天水で「天水のみかん」というのは、少なくとも熊本県では一つブランドとなっていた。これを使い、そこに新たな価

²⁴ 複数回答でアンケートを実施。意見として「よくある蜜柑シャーベットよりも素朴な味わいで、より果物の蜜柑みを感じて美味しかったです。シャーベットで水分が多い分、もう少しだけ濃くても美味しそうと思いました。」「素材を活かした素朴な味わいが良かったです。味やお店の雰囲気合った素敵なパッケージが目を楽しませました。」などがあった。

²⁵ ビスコッティを購入してもらった人たちからは「値段もちょうど良かったし味も美味しかった。」「ワインとビスコッティの相性が良くて美味しかった。」「ビスコッティの値段が少し高いと思った。」との意見もあった。

²⁶ 大元鈴子（2017）前掲論文、p87 大元は「地域マーケティングを「地域密着資源の価値の（再）創出・発信を通じて、地域の社会的・環境的課題の解決を同時に達成するようなマーケティング」と定義していた。

値を付与するために「蜜柑アイス天水」、「木村みかんスムージー」、有機栽培された「ぶさいくみかん」を使ったビスコッティの商品化と流通は、地域マーケティングによる玉名市の活性化に少なからず貢献したのではないかと考えられる。余談ではあるが、全国的にも珍しい「BUSAIKU WINE」は、得も言われぬとても美味なワインで、飲んだらそのうまさを誰かに教えたくなる魅惑の味がする。

本研究で取り上げた天水のみかんを使って商品開発をおこない、その商品を流通させることで玉名市の活性化を目指す取り組みは、行政と地域おこし協力隊がリードすることによって実現した。これをどのように継続していくのかということが大きな課題となろう。農商工連携による地域企業の役割が見直されていくのではないか。今回の事例では農業と中小企業による連携によって商品化と流通に結び付いたが、この両者間の信頼関係と地域資源の特性をどのように活かすのかということは、行政と地域おこし協力隊というけん引役がいたことで一つの地域活性マーケティングの成功事例となったと推察できる。

今回は取り上げられなかったが、玉名市は熊本県内でもラーメンが有名な地区でもあって、熊本ラーメンの元祖と呼ばれているラーメン店が多くある。熊本県内だけでなく、インバウンド客がそのラーメンを求めてくるようになっている。その中でも人気のあるラーメン店のラーメンを即席ラーメンとして商品化²⁷することで玉名の名を知らしめ、玉名ラーメンを玉名に来て食してもらおう誘引ともなっている。

地域を活性化させるマーケティングとして天水の特産でもあるみかんを使った商品化が進み販売されたが、玉名ラーメンのように継続的に続けていくための取組みが必要であることを課

題として考えていかなければならない。

謝辞

本研究を進めるにあたりヒアリング等で玉名市役所地域振興課の平野氏、徳丸氏、田上氏、企画経営課池田氏、観光物産課井上氏、草枕温泉てんすいの中村氏、杉森氏、玉名市地域おこし協力隊中島健太氏、ぶちスタンド竹川優也氏、右田柑橘右田桂郷氏、郷〇市の皆様、熊本学園大学学術文化課の坂田氏、木村氏、熊本学園大学商学部吉川ゼミの皆さんにお世話になりました。ここに記して謝意を申し上げます。

²⁷ 玉名市天水にある企業「ものがたり JAPAN 株式会社」が「玉名ラーメン」という商品と玉名で人気のラーメン店「桃苑ラーメン」、「千籠ラーメン」、「大輪ラーメン」を商品化して、HP から産直商品として販売するだけでなく、玉名市をはじめ、熊本県内の店舗で販売している。

(参考文献)

- 岩崎邦彦 (2019)『地域引力を生み出す 観光プラン
Dの教科書』日本経済新聞社
- 岩永洋平 (2020)『地域活性マーケティング』筑摩書房
- 枝廣順子 (2021)『好循環のまちづくり』岩波書店
- ingectar-e (2025)『Branding Design』翔泳社
- 青木美紗 (2017)「6次産業の商品開発と販路開拓に
関する一考察 ―古座川ゆず平井の里と西日本産直
協議会の関係性に着目して―」『農林業問題研究
Journal of Rural Problems』53 (2), 地域農林経済
学会
- 上原征彦 (2011)「農商工連携と地域活性化」マーケ
ティングジャーナル Vol.30 No.4
- 大原興太郎 (2012)「直売所が果たす地域活性化機能
と課題 -松坂農業公園ベルファームを事例として-」
『村落社会研究』第18巻第2号, 日本村落研究学会
- 大元鈴子 (2017)「町おこし資源を活用した地域マー
ケティングに果たす地域企業の役割―長野県飯綱
町の「高坂リング」を事例に―」『政策課題研究』,
日本地域政策学会
- 神山卓也 (2009)「地域 SNS 発のまちおこしに関する
事例研究」『日本情報経営学会誌』, Vol.30, No.2,
日本情報経営学会
- 杉田直樹・大栗行昭 (2018)「地域特産農産物の産地
復活に果たす農商工連携の役割 ―栃木県大田原市
のとうがらし「栃木改良三鷹」を事例に―」『農業
経済研究第』89巻, 第4号, 農業経済学会
- 高田晋史・清野未恵子・中塚雅也 (2015)「大学と連
携した地域サポート人材の管理体制の構築と課題
―地域おこし協力隊事業を事例にして―」『農林業
問題研究 Journal of Rural Problems』, 51 (2),
地域農林経済学会
- 松原洋子 (2024)「大学生による商品開発及び発信を
地域振興につなげる試み」『美作大学・美作大学短
期大学部紀要』, Vol.69, 美作大学
- 総務省地域おこし協力隊 [https://www.soumu.go.jp/
main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/kyoryokutai_
r04.html](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/kyoryokutai_r04.html)
- 熊本県玉名市「玉名市過疎地域持続的発展計画の中
間評価について」令和6年度
- 熊本県玉名市「玉名市過疎地域持続的発展計画」令
和4年度～令和7年度
- 「天水ミカンで新商品開発へ」熊本日日新聞2024年8月
28日朝刊
- 「玉名のミカンでスムージー」熊本日日新聞2024年12月
7日
広報たまな令和6年11月号
みかん王国 <https://mikan-oukoku.com/>
玉名市統計データ [https://www.city.tamana.lg.jp/q/
aview/54/8253.html](https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/54/8253.html)
玉名市農林・商工業 [https://www.city.tamana.lg.jp/q/
list/376.html](https://www.city.tamana.lg.jp/q/list/376.html)
ものがたり JAPAN 株式会社 [https://mono-japan.p-kit.
com/page0002.html](https://mono-japan.p-kit.com/page0002.html)
玉名市玉名ラーメン [https://www.city.tamana.lg.jp/q/
aview/418/3562.html](https://www.city.tamana.lg.jp/q/aview/418/3562.html)
草枕温泉てんすい [https://www.kusamakura.jp/kusa_
on/index.html](https://www.kusamakura.jp/kusa_on/index.html)
右田柑橘 <https://migita-mikan.com/index.html>