

2023年度テーマ

海のミライを守るため、海のファンを増やす。

熊本原産「クマモト・オイスター」から 海の環境と生き物のつながりを学ぶ



応募総数:131名
特に熱意の感じられた
21名を選出。県職員・
漁業者・研究者など様
々な人から海について
学んだ。
イベント開催後には、
参加者それぞれが考える「海のためにできること」につい
て、オリジナルイベントで勉強した編集テクニックを駆使し
動画で発信。総再生回数は1か月で2500回超えに。



SNSを活用しファンを獲得

アマビーが活躍！



X(旧Twitter)で他企業アカウントや
フォロワーと継続的かつアクティブな交
流を実施。中の人人間味が感じられる
アカウント運用を心掛けた。フォロワー
数は年度末より+300前後。

★リアルタイムポストで臨場感UP

オリジナルイベント開催の2日間で32
投稿。イベント中はリアルタイムでポスト
し、SNSを見ている保護者やフォロワー
が臨場感を得られる発信を心掛けた。一
緒に体験している気持ちで楽しんで見
守ってもらえ、リプライ数も増加。トータ
ルインプレッションも2万ほどまで延び、
手ごたえがあった。



イベント周知でファンを獲得



大事な子どもを預けるには
雰囲気に分からなすぎる…

昨年放送した応援動画にHPへのQRコードなどを記載
したL字テロップをつけ、計6回の再放送を実施。



イベントの様子を保護者に自分事化して伝えることがで
き、新規のファン獲得に繋がった。

海と山の環境の繋がりを伝播！ 新商品「海藻バター」を開発！

山エリア代表

海エリア代表



熊本が全国3位の生産量を誇る
生乳に注目！



熊本県木村副知事に表敬訪問



料理の道を目指す専門学生を対象に
「食材で海のミライを感じてもらうには」
の講義

2024年度の事業推進テーマは……「海のミライを守るため、海のファン層拡大へ」

本年度テーマ「海のミライを守るため、海のファンを増やす」を次年度も引継ぎ「海のミライを守るため、海のファン層拡大へ」とし、更に発展させる。熊本は海エリア～山エリア間が車で3時間以上かかるなどなかなか距離が離れており、山エリアの人が海を身近に感じづらい環境にある。山と海
の環境は切っても切り離せないが、山エリアは山エリアで身近な課題(森林や農業用水、ダム問題など)も多く抱えており、なかなか連携できずにい
る。熊本の海の問題を解決するためには、海エリアの人々だけの活動では足りず、山エリアの人の意識改革と協力が必要不可欠であるため、まずは山
エリアの人々が海に関心をもつきっかけを作るべく、山エリアでも海を感じられるイベントを開催し、エリア問わず、有事の際に海のありがたみを知っ
てもらえるような取り組みをする。例えば「災害時」に着目した商品開発等、山エリアの自治体にも取り入れやすいコンテンツを作ること、県内全域
が積極的に海の未来について考えていくような土壌を作る。オリジナルイベントでは今年度の小学生の参加だけでなく、更なるファン層拡大を図る
べく年齢層を拡大し高校生・大学生を加える。また、海沿いだけにとどまらず山エリアで海のために活動する人を積極的に取材し、地域としてのファ
ン層の拡大を目指す。