

2023年度テーマ

海のミライを守るために、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。中の人の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ば、リプライ数も増加。トータルインプレッションも2万ほどまで伸び、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
雰囲気が分からなすぎる…

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

ふくの山マガジン
ふくの山ミルク牧場

海エリア代表

良
KANERYO®

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に、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に、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に、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に距離が離れており、山エリアの人が海を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つ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で、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壤を作る。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も目指す。