

2024年度テーマ 福岡における海への意識喚起機会の創出。

<企画名>

海を感じる啓発キャンペーン「海week 2024」を軸とした海プロ啓発企画



<実施期間>

2024年7月15日（月）～21日（火）、12月、2月

<開催場所>

福岡市ほか

<参加人数>

延べ100万人（小学生：約7.5万人、保護者：約5万人）



<協力団体>

ドン・キホーテ福重店、セブンイレブン、ふくれん、吉本興業、ほか



<開催概要>

7月15日の「海の日」に合わせて「海week」を実施。テレビやラジオ番組など、

複数を横断して同一キャンペーンを企画し、

海に触れ、海を楽しみ、海を学ぶきっかけを、様々な番組や全国的にも

著名なタレントらを通して提供・発信。

また、キャンペーンを年間通して展開するため、

海weekで取り上げた漁業従事者や県内の海の幸に出会えるマルシェを、

地元の人気マルシェ「海マルシェ」とコラボレーションして実施。



さらには農作物など山の幸も有名な福岡において、

“海と山は繋がっている”というエリアを通した理念の元、地域の端材を利用した

飲料を開発し、県内のセブンイレブン全店で販売し、生活動線の中にも

「海プロ」を感じる仕掛けを用意した。



2024年度の課題と今後

海weekが“継続性のあるキャンペーンか”という点が判断つかない中、局としてもどれくらい一体となって大々的に訴求した方が良いのか各番組が悩んでいる印象が強かった。今年やってみて来年やらないという流れが対視聴者に対しても海プロがネガティブに映ってしまう可能性があり、単年の助成事業とはいえ「キャンペーンの継続性」は非常に意識される点だった。継続して展開している商品同様、キャンペーンも毎年実施し、継続させる事で、より一層、視聴者・エリアの理解が増していくものだと感じている。海の日が近くなると海weekだと感じられるための継続は必要であり、「海の日」がいつかを答えられる子供を増やし、「海」への意識を醸成させるためにも途切れさせずに継続・発展していく必要があり、局主導のキャンペーンとする事で継続性の可能性の幅は広がると思われる。