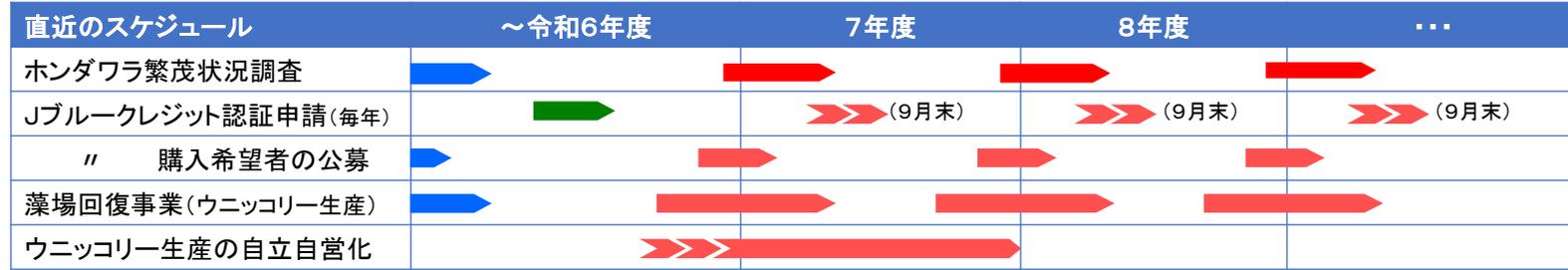




# 海業グランドデザインの進捗状況 愛南町ブルーカーボン創出プロジェクト

## ○進捗状況(グランドデザインスケジュールベース)

※実施済:青、実施中:緑、今後予定:赤



## ○Jブルークレジット認証

- 養殖筏のマメタワラ資源量調査(6月上旬) 申請書を作成、提出(11月上旬)

	申請海域	マメタワラ推定資源量		クレジット発行量(t-CO <sub>2</sub> )
		面積(ha)	湿重量(トン)	
令和5年度	家串	1.75	280.79	5.9
令和6年度	油袋、家串、平簗、柏崎	7.09	1,026.86	申請中

## ○藻場回復事業・ウニッコリー生産

- ウニ駆除作業:愛媛大学ダイビング部のボランティア参加【9月】
- ウニッコリー生産:生産体制を漁協や漁業者等と調整中

## ○取り組みの情報発信

- ディスカバー農山漁村(むら)の宝アワード(中四国農政局)応募【8月】
- 三浦保環境賞(あいテレビ)応募【5月応募】⇒現場取材【11月】
- 愛媛共同通信取材【7月】⇒全国複数社で記事掲載【10月】

**環境と漁業同時に守る 愛媛・愛南**

**海藻CO<sub>2</sub>吸収/厄介な「商品化」**

「真珠の産地が産んだ」。町は環境保全を推進する愛南町が、海藻の過剰な採取を抑制し、資源の持続可能な利用を促すこととした。海藻は、かつての漁業の中心であったが、近年は環境保全の観点から、海藻の採取が制限されている。愛南町は、海藻の資源を有効に活用し、環境と漁業を同時に守ることを目指している。海藻は、かつての漁業の中心であったが、近年は環境保全の観点から、海藻の採取が制限されている。愛南町は、海藻の資源を有効に活用し、環境と漁業を同時に守ることを目指している。

海藻は、かつての漁業の中心であったが、近年は環境保全の観点から、海藻の採取が制限されている。愛南町は、海藻の資源を有効に活用し、環境と漁業を同時に守ることを目指している。

～モニターツアーについて～

## ○目的

「ぎょしょく」活動を観光資源にする。

## ○概要

### ①久留米大学文学部国際文化学科（3回生11名）

- ・実施日：令和6年9月9日～9月13日
- ・概要：マダイ養殖業者見学  
水産加工会社見学  
愛南産養殖マダイを使った調理実習  
シーウォーカー（鹿島）  
石垣の里ツアー（外泊）  
南水研学生との交流

### ②愛媛大学社会共創学部産業イノベーション学科（1回生25名）

- ・実施日：令和6年9月17日～9月18日
- ・概要：マダイ養殖業者見学  
愛南産養殖マダイを使った調理実習  
バロック真珠アクセサリー作り

### ※参加者及び体験提供事業者へのアンケート調査を実施（漁村総研）

⇒愛南ならではの非日常体験や経験・食といったコンテンツは人気。  
説明方法や時間配分、関係者への配慮等の課題も明確化。



## イベントの概要

「盛旬満喫スタンプラリー2024」は愛南町合併20周年記念事業としても実施される観光振興等イベント補助金を受け、町内各地の飲食・観光・宿泊・買い物スポットをスタンプラリーをしてつなぎ、愛南町特産品を景品として町内外へPRする企画（3年目）

以下の3つを今回はチャレンジしています。

- ①長期間（6月～12月） ②デジタルスタンプの導入 ③宿泊施設や夜のお店との連携

## 各チャレンジに対する評価

### ①長期間（6月～12月）

デメリット: イベントが間延びしてしまい告知のインパクトや話題性が薄れ、広告費や台紙印刷費用も増加。

メリット: 反応がある時期とそうでない時期を知ることができた。

※まだ冬季の動きが計上できていない。（11月10日現在のデータまで）

### ②デジタルスタンプラリーの試み

デジタル導入が参加者に十分に認知されていなかった可能性もある

今後、利用しやすい設計や広報活動を見直す必要がある

参加の手軽さや公式LINEアカウントとの連携が取れ、データも集めやすい

### ③宿泊施設、夜のお店との連携

期待していた観光動線の確立には至らなかった（今のところ）

当イベントへの理解度や協力体制が各店により差がある

## 現在の応募状況

・応募数：約40～50通（回収済みの一部店舗のみ）

・前年度応募総数：378通

・デジタルスタンプラリーの応募者数：5名

・これまでのチェックイン数：496件

（40ヶ所のチェックポイント）

## デジタルスタンプでのランキング

1位：紫電改：38ポイント 2位：なにわ：37ポイント

3位：市場食堂：35ポイント 4位：ゆらり内海：34ポイント

5位：須ノ川公園：30ポイント 6位：道の駅MIC：27ポイント

7位：緑新鮮市：27ポイント 8位：観自在寺：27ポイント

9位：一本松あけぼの荘温泉：23ポイント

## LINE公式アカウント登録者数について

現在=330名

6月：124名（-2名） 7月：172名（+48名/-4名）

8月：217名（+45名/0名） 9月：268名（+51名/-2名）

10月：310名（+42名/-7名） 11月：330名（+20名/-3名）

アナログ応募の現在の状況

年代	人数	比率
10代未満	2	12.5%
20代	2	12.5%
30代	3	18.8%
40代	3	18.8%
50代	0	0.0%
60代	2	12.5%
70代以上	4	25.0%

性別	人数	比率
男性	7	43.8%
女性	9	56.3%
未回答	0	0.0%

応募コース	人数	比率
梅コース	13	81.3%
竹コース	3	18.8%
松コース	0	0.0%

地域	人数	比率
愛媛県	9	56.3%
東京都	3	18.8%
高知県	4	25.0%



## イベント告知と反省点

昨年と同様、ラジオ放送、SNS、ポスターを活用してイベントの告知を行いました。イベントの期間が長期化したことから宣伝費が倍額となりました。

また、メディアからの取材も前回ほどの対応が得られず、認知度の向上に課題が残りました。

SNSでの告知には前年に比べて人材を投入し、Instagramでの投稿を行いました。発信数や戦略や計画性に問題があり、SNS活用の難しさを思い知らされています。

## フライヤー配布状況

現在、10,600枚を各店舗に配布。残数計算はしていないが、1万枚近くは配布済みと見込まれる。

## 配布されたフライヤー数が増えない原因

今年は設定されたルールが前年と違い、参加意欲を低下させる一因と考えられます。

前はスタンプ加盟店が10か所で赤と青のスタンプを集める形式でしたが、

今回は35か所の店舗でポイント制となり、気軽に参加して応募する人が減少しました。

また、前年と今年では配布店舗のスタンスにも違いがあり、市場食堂のようにセルフ参加的な取り組みが広がったこともフライヤー数の増加に影響しています。

各店舗別状況（2024年11月12日現在）

店舗コード	店舗名	フライヤー	スタンプ数
A-1	ゆらり内海	500	9
A-2	お食事処なにわ	2000	6
A-3	愛南市場食堂	500	6
A-4	炭焼き船波	300	3
A-5	一本松あけぼの荘	50	11
B-1	西海観光船	2800	6
B-2	山出温泉	50	7
B-3	ゆらり内海温泉	100	11
B-4	あけぼの荘温泉	50	12
C-1	道の駅みしょうMIC	400	15
C-2	緑新鮮市	200	13
C-3	フレッシュ本松	100	15
D-1	須ノ川公園	100	10
D-2	松野山公園	50	8
D-3	観自在寺	250	12
D-4	紫電改展示館	750	8

店舗コード	店舗名	フライヤー	スタンプ数
E-1	スナック ジュン	100	0
E-2	爛漫亭	100	0
E-3	らいと	100	0
E-4	カラオケ南天	100	0
E-5	モンロ	100	0
E-6	FREJA（フレイア）	200	0
E-7	CAP	100	0
E-8	マリアッチ	100	0
E-9	825 haniko（ハニコ）	100	0
E-10	スナック アミーゴ	100	0
H-1	青い国ホテル	200	0
H-2	大下民宿	100	0
H-3	山代屋旅館	100	0
H-4	きさらぎ旅館	100	0
H-5	ビジネスホテル プラザ御荘	100	0
H-6	ホテルセレクト愛媛愛南町	50	0
H-7	一本松温泉あけぼの荘	100	7
H-8	山出憩いの里温泉	50	2
H-9	ゲストハウス カイタク舎	50	3

## これまでに寄せられている感想

「ふねにのっておさかなたくさんみられてたのしかったよ。じゅんのすけ」(6才 男性) / 「かつおのタタキ最高でした！」(33才 男性) / 「愛南ゴールドのアイスやジュースがとてもおいしかったです。海もきれいで絶景でした！！」(35才 女性) / 「・アイスがおいしかった！・海のお魚がかわいかった♡」(3才 女性) / 「6月に訪れ、晩柑楽しみました！びやびやかつお美味しかったです！次は2月頃訪れたいです！」(57才 女性) / 「1週間ほど滞在しましたが、どのお店も料理が本当においしかったです！海の景色も温泉も大満足でした！またうかがいます！」(23才 男性) / 「愛南町では青い国ホテルと山出憩いの里宿泊しましたがスタンプに反映されないのが残念です。びやびやかつおたきすごくおいしかった。河内晩柑、東京に送りました。届くのが楽しみです。」(64才 男性) / 「愛南町に2泊しました。」(65才 女性) / 「美味しい食事と非日常の観光を体験し愛南町を楽しむ事が出来ました。全ての体験をしたいので、また愛南町に行きたいです。」(24才 男性) / 「ヒオウギ貝からふるでとてもきれいで大好きです。」(11才 女性) / 「部活動で南へ行く事が多くあります。毎回帰りに温泉へ行く事がとても楽しみになってます。」(14才 男性) / 「おかげ様でいまで行ったことのない飲食店に行けました」(60才 女性) / 「愛南町が好きで色々なお店に行きます。今回のキャンペーン楽しめました」(59才 女性) / 「スタンプラリー楽しかったです」(36才 女性) / 「昔行ったことがあり久しぶりに訪れた所や知ってるけど行ったことない所も含め良かったです」(61才 女性) / 「このスタンプラリーをするだけで、愛南の風土や自然、食事を楽しめた。宇和島育ちではあるが、愛南を時間をかけて回ったことがなかったので、愛南のいいところをたくさん知れてよかった。ありがとうございました。」(23才 男性)

## 統括と今後の課題

盛旬満喫スタンプラリー2024は、愛南町合併20周年記念事業として新たな取り組みを実施しましたが参加者の伸び悩みや告知不足、デジタルスタンプラリーの利用が少ない点、宿泊施設をはじめとするスタンプ協力店との連携に課題が見られました。

今回は「スタンプ協力店のメリット」「当イベントの主旨」をしっかりと説明した上でスタンプ協力店を公募するなどの検討が必要。関わる人達がみんな前向きになるようなイベントにしていきたい。また、参加者が手軽に楽しめるルール設定や、効果的なイベント期間の設定、SNS等広報活動の強化、デジタル導入の工夫が求められます。また、宿泊施設や飲食店との観光ルートを明確化させるなどして、地域経済活性化への一層の寄与を目指していきます。