若者が「作り手」になる、地域体験コンテンツプログラム

やっぱり香南市がえい！香南市魅力発掘プロジェクト（香南市・FLASPO）応募企画書［公開用］

企画内容

① 香南市のどんな魅力に注目したか、選んだ理由と合わせて教えてください

注目した魅力：みかん・ニラ農業 × 太平洋の海・自然 × 土佐の食文化

香南市には「本物の一次産業」がある。みかんや土佐文旦の果樹農業、年間を通じて収穫できるニラ栽培、太平洋に面した漁業、豪快な藁焼きカツオのたたきという食文化——これらはどれも「都市部の若者が日常では絶対に経験できない」体験だ。

選んだ理由は2つある。第1に、これらの資源には「映像コンテンツとしての強度」がある。ニラを一本一本引っこ抜く手触り、藁の炎に包まれるカツオ、夜明けの漁港——こうした場面は、TikTokやInstagramで爆発的に再生される「農業・食・地方ライフ」ジャンルと完全に合致する。第2に、「生産者との対話」が生まれやすい。農家・漁師・食堂店主といった人々は、香南市という場所に根を張って生きる"物語の主人公"であり、若者がインタビューすることで「地域の人とつながった」実感が得られる。単なる観光ではなく、「ここに来てよかった」という深い体験になる。

> **② その魅力をもとに、若者が「関わってみたい」と思える企画・コンテンツを提案してください**

・目的：

若者が香南市の地域資源を「自分の言葉と映像」で発信する体験を通じ、「関わってみたい」「また来たい」「友達を連れてきたい」という関係人口の入口をつくる。

・ターゲット：

高知・香南市出身の大学生（帰省のたびに「香南っていいかも」と気づいてもらう）

高知旅行中の学生グループ（龍馬空港から近い立地を活かして立ち寄り先にしてもらう）農業・食・地方創生に関心のある全国の大学生（SNS・UniLife経由で募集）

・企画概要：

若者を「観光客」としてではなく「ローカルコンテンツクリエイター」として迎える1泊2日の体験プログラム。みかん農業・ニラ収穫・漁業・食文化・祭りなど香南市の資源を「体験しながら撮影・編集・SNS発信」するサイクルを一連のプログラムとし

て設計する。

参加者は農家・漁師・食堂の人々と直接交流しながら映像や写真を制作し、統一ハッシュタグ「#香南クリエイターラボ」でSNS投稿する。行政・観光協会が発信するのではなく、若者が「自分の体験として」発信することで、同世代への有機的な波及が起きる構造をつくる。

> **③ 具体的な企画の行程・実施イメージを教えてください**

【DAY 1：体験・撮影・制作】

時間

内容

09:00

高知龍馬空港 or 野市駅に集合・オリエンテーション（プログラム説明・撮影のコツ共有）

10:00

みかん農家訪問 → 収穫体験・農家インタビュー撮影

12:00

農家のお母さんが作る地産地消ランチ（撮影可・食レポ動画を各自制作）

13:30

ニラ収穫体験 → 即席ニラ料理ショート動画を撮影・制作

15:30

夜須の海岸へ → 絶景写真・ドローン映像素材の収集タイム

17:00

地元漁師さんとの交流・漁業や海の話を取材

18:30

宿泊先チェックイン・夕食（カツオのたたき藁焼き体験も撮影）

20:00

コンテンツ編集ワークショップ：当日撮影した素材をチームで編集し、投稿準備

【DAY 2：発信・対話・提言】
時間

内容

08:00

朝市・マルシェ訪問 → 生産者インタビュー映像を制作

09:30

地域の伝統文化体験（よさこい踊り・地元祭りの見学など）

11:00

SNS一斉公開タイム（#香南クリエイターラボ でチーム全員が一斉投稿）

12:00

地元食堂でランチ → 香南グルメリポート動画を収録

13:30

市役所ブリーフィング：香南市の課題・未来について担当者
から説明を受ける

時間

内容

15:00

チーム別「香南市PR企画書」作成ワーク（翌年度以降に使
える発信プランを提案）

16:30

発表・フィードバック・「また来たい」リストを各自作成

17:30

解散（高知龍馬空港 or 野市駅）

④ そのアイデアをどうやって若者に届けるか、発信方法・広め方を教えてください

参加者を集める経路：
UniLife（JSBグループ） との連携：全国で約9.9万室を管理する学生マンション企業ネットワークを通じ、高知県出身の学生へ直接アプローチ。掲示板・入居者向けメールなどで告知する。
Instagram / TikTok広告：「農業×旅行×コンテンツ制作」というキーワードで大学生をターゲットにした広告配信。費用対効果が高い。
農業・地方創生系学生サークルへのDM：全国の大学の農業系・よさこい系サークルへ直接コンタクトし、コラボ企画として周知する。
学生メディアへのプレスリリース：学生新聞・学生YouTuberへ取材を依頼し、「面白い地方体験プログラム」として記事・動画にしてもらう。
コンテンツを広げる仕組み：
統一ハッシュタグ #香南クリエイターラボ で全参加者の投稿を集約。SNS検索での露出を高める。
香南市の公式InstagramやXが参加者の投稿をリポスト・シェアし、公式アカウントが「市民目線のリアルなコンテンツ」を持てるようになる。
参加者同士がお互いの動画にタグ付け・コメントすることで、フォロワー同士の相互拡散が起きる。
参加者のコンテンツを集めた「香南市体験マップ（アーカイブサイト）」を構築し、「行く前に検索したら出てくる香南市」をつくる。

⑤ あなたの企画に参加した若者は、どのように香南市への興味・関わりが変化すると思いますか

・参加前：
「香南市」という名前を知らない、あるいは「なんとなく高知にある町」程度の認識。農業や漁業を

「体験したことのない世界」として遠くに感じている。地方に興味はあるが、「どう関わっていいかわからない」という状態。

・参加中：
農家のおじいさんがみかんを愛情込めて育てている話を聞いて、「食べ物の向こうに人がいる」ことを実感する。ニラを自分で引っこ抜いて調理した動画が100いいねを超え、「地元の人に感謝された」体験が

生まれる。夜須の海に沈む夕日を撮影しながら「こんな場所があったのか」と素直に驚く。漁師さんの言葉が刺さって、インタビュー動画に本気で向き合う。「ここって、めちゃくちゃいい場所じゃないか」という感情が、体験を通じて自然と生まれる。
・参加後：
SNSに投稿した動画に友達から「どこ？行きたい！」というコメントが届き、香南市を「紹介したい場所」として語るようになる。帰省するたびに香南市に立ち寄る理由ができる。1年後には「今度は友達と一緒に来よう」「いつか香南市で何か仕事がしたい」という意識に変化している。「観光で来た場所」ではなく「自分が発信した場所」として記憶に残るため、愛着の深さがまったく異なる。関係人口として、じわじわと香南市の"非公式アンバサダー"になっていく。

⑥ 1泊2日のフィールドワークでは、どこを訪問して何を確かめたいですか

1. みかん・ニラ農家
農家さんが若者の訪問・撮影を「どこまで受け入れられるか」を直接ヒアリングしたい。負担感と、逆にPR効果として喜んでもらえる部分のバランスを確認する。「どんな発信をしてほしいか」という農家側のニーズも聞く。
2. 夜須の海岸・漁港
実際に撮影ポイントとして使えるか（光の条件・アクセス・許可の要否）を確認。漁師さんに同乗体験の受け入れ意向があるかを直接確かめたい。
3. 地元の飲食店・食堂
地産地消メニューのストーリー性（どこの農家から仕入れているか等）を確認。「取材・動画撮影に協力してもらえる」店主を発掘したい。ニラを使った独自メニューの存在も調査する。
4. 赤岡町・絵金祭り関連の地域担当者
地域の伝統文化・祭りを若者が「体験・撮影」できる機会があるかを確認。祭りの雰囲気・若者が入れるかを肌感覚で確かめる。
5. 市役所・地域おこし協力隊
行政側の受け入れ体制・予算感・他の若者誘致施策との連携可能性を確認。「クリエイターラボ」を継続的な施策として位置づけてもらうための対話を行う。

⑦その他、工夫した点、補足となる資料・スライドなどがあれば記入・添付してください

さい
工夫した点：
「発信する」ことを体験の中心に置いた点が最大の工夫。既存の農業体験ツアーや観光プログラムは

「消費する」体験だが、本企画は若者が「作り手」になることで、体験の記憶の深さがまったく異なる。「自分が撮った動画が拡散した」体験は、香南市との感情的な結びつきを強固にする。
コストをかけずに有機的に広がる構造を設計した点。香南市が広告費を使わずとも、参加者自身のSNSフォロワーへ波及する仕組みをプログラムに組み込んでいる。
スケールする設計にした点。Phase 1（2026年9月・10名試験）→ Phase 2（2027年・年3〜4回・30名規模）→Phase 3（公認クリエイター制度化）という段階的な展開を想定しており、初年度の成果をもとに翌年度の施策反映が可能。
添付資料：別途作成のスライド資料（「香南クリエイターラボ_企画提案.pptx」）に、ターゲット分析・1泊2日コース・KPI・予算試算・差別化比較表・市長への3つの提言を詳細に記載しています。

【URL】
（リンクは掲載していません）

※応募内容のうち、氏名・住所・出身地などの個人情報、アンケート回答、図表・添付資料、外部リンクを除いて掲載しています。企画書の著作権は考案者に帰属します。