

グループディスカッションのテーマ

普及啓発（サンゴ礁保全の意識向上・広報啓発）

座長：灘岡和夫（東京工業大学大学院情報理工学研究科 教授）

1. 基本的なコンセプト

「サンゴ礁の保全」、「サンゴ礁の自然再生」のプロモーション。

問題解決のための行動が、特に地域において共通理解となり、地域による主体的な行動が創出されていくことを目指す。

2. 効果的な普及啓発の実施

石西礁湖自然再生全体構想の中で、石西礁湖サンゴ礁生態系の危機と、その「原因」が整理された（全体構想の表 4-1（57 頁）及び参考資料 1）。石西礁湖自然再生に向けた広報啓発では、この原因に応じ、又は横断的に取り組んでいく。

○広報啓発に向けた要素

1) 対象者（ターゲット）

各原因には、その原因に関わっている、又は解決に関われる対象者がいる。各原因の改善のためには、各原因に対する主な対象者の特定が必要である。

2) 対象者の広報啓発の段階（フェーズ）

対象者によって、広報啓発の段階が異なる。例えば、そもそもサンゴ礁に関心がない対象者には、サンゴ礁のすばらしさと大切さの普及から始まる。サンゴ礁のすばらしさや、その課題、原因を理解している対象者には、行動を起こすための広報啓発から始めればよい。フェーズには、認知、理解、共感、行動がある。（資料 7-2-2 参照）

3) 広報啓発の内容（メッセージ）

原因改善のため、何を普及するかが重要である。

4) 広報啓発の媒体

広報啓発は、何らかの媒体を通して行われる。媒体には、直接的な自然解説や、ポスター、マスメディア等、様々な媒体がある。多用される媒体の分類等を資料 7-2-3 に示した。

○原因ごとの構造分析

以上を、原因毎に資料 7-2-4 に分析、整理した。この中で、横断的な取組の主となると思われる「サンゴ礁への関心・理解」、「ライフスタイル」について分析した。この構造を踏まえ、原因に応じた対象者に対して、そのフェーズ上げ、行動に近づけていくように実施していくと、各原因の改善に着実且つ効率的な広報啓発が行えると思われる。石西礁湖自然再生協議会委員又はその他の主体が、関係の深い又は対応可能な原因、対象者に応じて取り組んでいくことが必要である。（なお、ここに示した普及啓発の内容は、一例である。）

○具体例

具体的な活動の例は、全体構想参考資料 2-2 にも挙げられているが、その他の例をアイデア集として資料 7-2-5 にまとめた。

石西礁湖自然再生に向けた取組の流れの詳細（広報啓発抜粋）



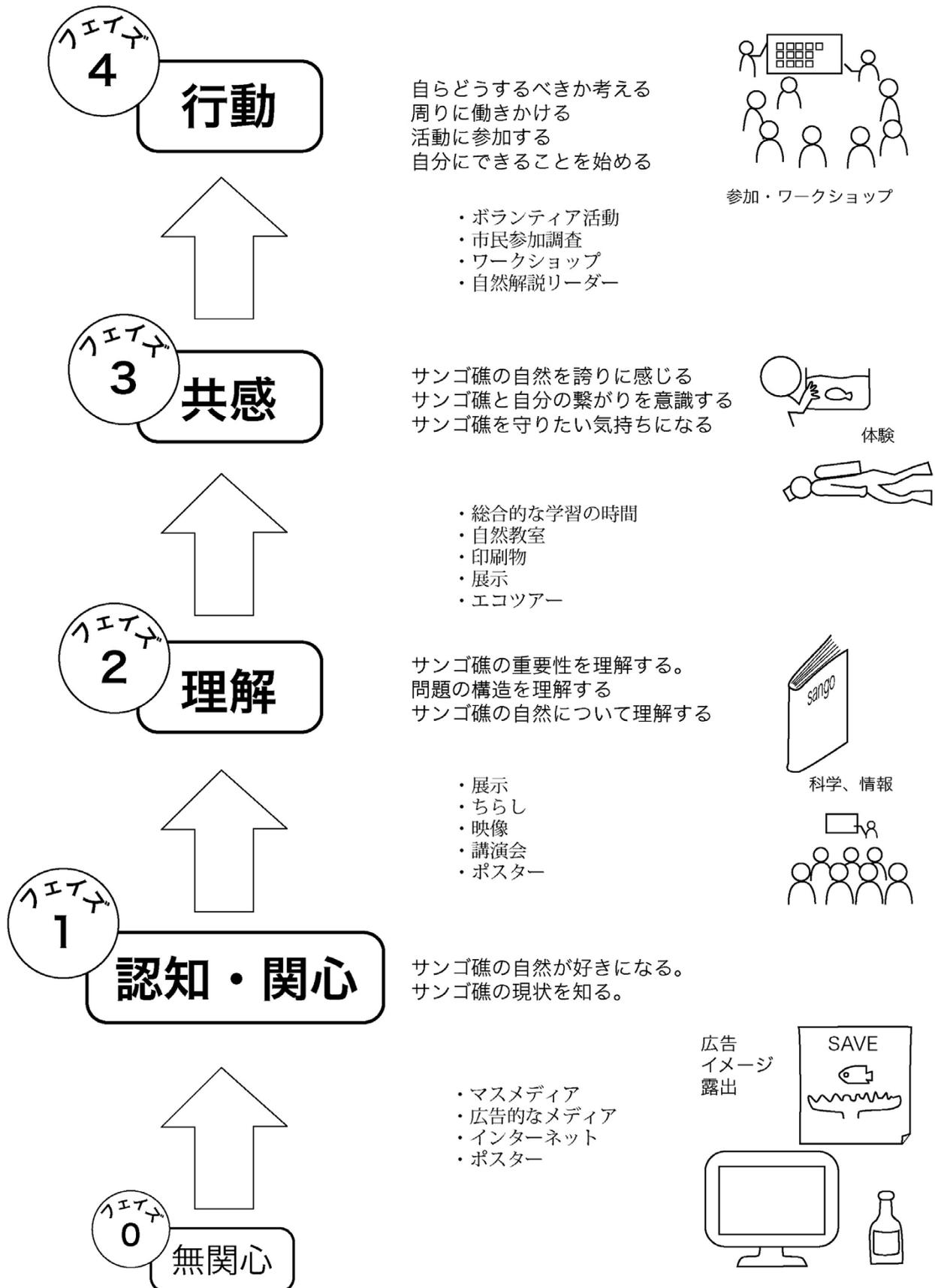
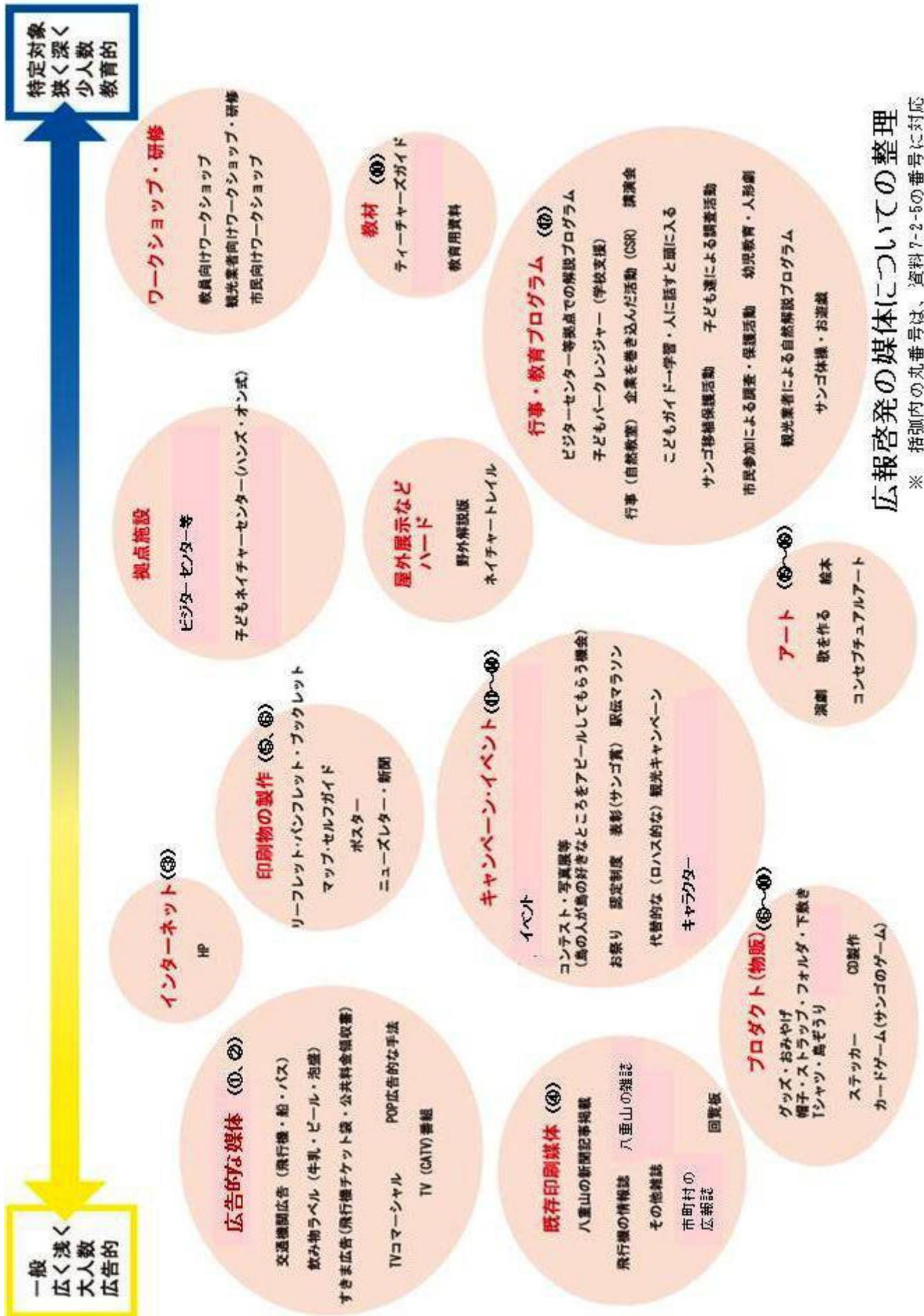


図2 普及啓発の段階的な目標



原因	オニヒトデによる食害
広報啓発のサブカテゴリー	1) サンゴ礁生態系保全のための理解の増進
主な対象者	漁業従事者、ダイビング業者、ダイバー、地域住民、農業従事者、畜産業従事者
他の対象者	観光客
原因の特徴	一般市民や観光客が直接的な行動をとりにくいので、普及啓発を通じて克服しにくい課題の一つだと思われる。水質悪化などの課題とセットで扱うことが考えられる。 「水質悪化」と関連が深い。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	・オニヒトデの大発生によりサンゴ礁生態系が大きな影響を受けている。	認知レベルではかなり達成されていると思われる。
理解	・オニヒトデは本来はサンゴ礁生態系の一員。 ・水質汚染など、生態系のバランスが崩れることによって大発生が起これと考えられている。(水質悪化と重複) ・計画的な駆除が必要である。	
共感	(理解と一部重複)	
行動	・オニヒトデ駆除を支援しよう(募金等) ・オニヒトデ駆除へ参加しよう ・水質対策をしよう(水質悪化のシート参照)	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
漁業従事者	広告的なメディア、印刷物の製作、ワークショップ・研修	、
ダイバー	広告的なメディア、プロダクト、インターネット、キャンペーン・イベント	、
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、 、 、
農業従事者	既存印刷媒体、印刷物の製作、行事・教育プログラム	
畜産業従事者	既存印刷媒体、印刷物の製作、ワークショップ・研修行事・教育プログラム	

原因	人間による破壊(開発、改変行為)
広報啓発のサブカテゴリ	(3)観光客の意識向上につながる観光の推進)
主な対象者	地域住民(有権者)
他の対象者	国県市町、企業、議員
原因の特徴	道徳など、全関連的な教育のアプローチが必要である。 「サンゴ礁への関心・理解」と関連が深い。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	開発によってサンゴ礁が失われてきた。	
理解	持続可能な開発が重要である。	
共感	不要な開発は避け、必要な開発には環境配慮を求めよう。	
行動	サンゴにやさしい政策を行政に働きかけよう。	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、
観光客	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード	

原因	水質悪化(生活排水、農業廃水、産業排水、農薬、化学物質の流入)
広報啓発のサブカテゴリー	1) サンゴ礁生態系保全のための理解の増進 2) 関連産業、生活等における意識の向上
主な対象者	農業・畜産従事者 主婦 地域住民 飲食店
他の対象者	企業、ホテル宿泊施設、市町下水道担当部局、観光客、子ども、塗料販売者、ダイビング業者、漁業従事者、船舶所有者(塗料、トイレ)
原因の特徴	問題と原因が明確であり、また一部の原因には一般市民や観光客が直接的に関係しているため、普及啓発の効果が期待できる。 「サンゴ礁への関心・理解」と関連が深い。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	昔、澄んでいた海がいろいろな排水によって汚れている。	
理解	サンゴはデリケートな生物であり汚れた海では生きていけない。 水質の悪化はサンゴの成育に様々な悪影響をもたらしている。 水質悪化は、サンゴ群集の減少、劣化を引き起こしている。 水質の悪化は下水道の整備、接続によって軽減できる。 工夫によって排水の影響を軽減できる。	
共感	海と川と陸は繋がっている。 私たちの生活とサンゴ礁は(水を介しても)繋がっている。 暮らし方を工夫するなど、私たちの現在の行動によってサンゴを保全することができる。	
行動	下水道を整備、接続しよう。 無農薬野菜を生産しよう(買おう)。 栄養塩の流出の少ない肥料を使おう。(有機肥料、被服肥料等) 環境に優しい洗剤を使おう。 有機物の排水を減らそう。	下水道の接続は住民が負担するコストの問題がある。

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
農業・畜産業従事者	既存印刷媒体、印刷物の製作、ワークショップ・研修行事・教育プログラム	、 、 、
主婦	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、アート	、 、 、 、
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、 、 、 、
飲食店	既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント	、 、 、

原因	赤土等の流入・堆積
広報啓発のサブカテゴリー	1) サンゴ礁生態系保全のための理解の増進 2) 関連産業、生活等における意識の向上
主な対象者	農業従事者 地域住民 消費者 農業関係の学校 子ども
他の対象者	農協、建設業者、県市町農業関係部局、土地改良区、地域住民(家を建てる場合)、不動産業者、市町建設関係部局、新石垣空港関係部局、消費者、土地所有者
原因の特徴	特定の業種の人々が直接的に関係を持っている課題なので、立場の違いに配慮した普及方法が必要。問題と原因が明確で、直接的な対策が行いやすい課題 「サンゴ礁への関心・理解」と関連が深い。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	赤土はサンゴ礁生態系衰退の要因の一つである。	認知レベルでは、かなり普及が進んでいる。
理解	赤土はサンゴ群集の減少・劣化の大きな要因である。 赤土の流出は適切な土地管理によって防ぐことができる。 赤土はサンゴを被覆し窒息させ新しいサンゴの着床を阻害する。 赤土は農地や工事現場の裸地から流出する。 サンゴは環境が悪化しても他の場所に移動することはできない。	赤土の問題に関する理解のための普及啓発ツールはしばしば作られている。
共感	赤土で汚れた海を健全な海にしよう。 (青い海が好きですか？ 赤い海が好きですか？)	
行動	地域のみんなでグリーンベルトを作ろう。 赤土対策のされた農地からの作物を購入しよう。 沈砂池を適切に作り、赤土流出を最小限にしよう。 建築、開発を行う際には、赤土対策を十分に行おう。	赤土流出に関係する当事者だけでなく、地域全体で取り組むような仕組み作りが重要。

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
農業従事者	既存印刷媒体、印刷物の製作、行事・教育プログラム	、
農業関係の学校	教材、行事・教育プログラム	
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、
子ども	拠点施設、教材、行事・教育プログラム、アート	、

原因	人為による破壊(アンカリング、フィンキック) - 観光・レジャーによるインパクト
広報啓発のサブカテゴリー	3) 観光客の意識向上につながる観光の推進
主な対象者	観光客 自然体験事業従事者(ダイビング、スノーケリング、エコツアー)
他の対象者	ダイバー、大手旅行会社、グラスボート業者、航空会社、修学旅行生、マスコミ、採集者、ホテル等の宿泊施設、県市町観光関係部局
原因の特徴	関係者がはっきりしており、普及啓発によって成果を上げやすい課題。 「サンゴ礁への関心・理解」と関連が深い。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	スノーケリングでの踏みつけや、不用意なアンカリングもサンゴ礁衰退の要因の一つである。	認知は現状で充分でない。
理解	気をつければサンゴを傷つけずにスノーケリング(ダイビング)でき、サンゴに配慮してアンカリングすることができる。	本分野の普及活動は観光業に従事する人の役割が大きいと思われる。
共感		
行動	サンゴに優しい観光をしよう。 サンゴは生き物、サンゴに配慮してスノーケリングしよう。 (サンゴも蹴られると骨折します) サンゴに配慮してアンカリングしよう。 エコツーリズムをしよう。広めよう。	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
観光客	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード	
自然体験事業従事者 (ダイビング・エコツアー等)	印刷物の製作、ワークショップ・研修、教材	

原因	過度の漁獲、採取
広報啓発のサブカテゴリー	1) サンゴ礁生態系保全のための理解の増進
主な対象者	漁業従事者、消費者
他の対象者	漁協、さしみや、仲卸、遊漁者、観賞魚採集者、体験漁業者、飲食店、市町水産関係部局、議員
原因の特徴	漁業従事者が生活のために行っている活動であり、普及啓発の方法には工夫が必要である。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	過度の漁獲は水産資源減少の一因である。	認知はある程度されていると思われる。
理解	持続可能な利用が重要。(取り尽くしてはいけない) サンゴは他の生物に食べ物や住み場所を提供し、多様な生物を生息させている。	
共感	海は未来の世代のものでもある。(子々孫々に受け継いでいこう。)	
行動	資源管理をしよう。(取組は始まっている) ・禁漁区・禁漁期間・漁獲サイズ制限等 持続可能に漁獲された海産物を購入しよう。 持続可能な漁業に関する認証制度(MSC(海洋管理協議会)等)を普及しよう。	単に情報を提供するだけでなく、合意形成の場をつくったり、ルール作りを行うなど、関係者が主体的になった多面的な取り組みが必要。

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
漁業従事者	広告的なメディア、印刷物の製作、ワークショップ・研修、既存印刷媒体	、
消費者	広告的なメディア、インターネット、アート、既存印刷媒体	、 、 、

原因	漂着ゴミ、廃油ボール、不法投棄ゴミの漂着
	1) サンゴ礁生態系保全のための理解の増進
主な対象者	船舶乗組員 地域住民 学校(子ども) 漁業従事者
他の対象者	スーパー(小売店)、メーカー、観光客、産廃業者、漁業従事者、飲食店、釣り人、ホテル、農業従事者(ビニルハウス・肥料袋)、近隣の外国
原因の特徴	海岸のゴミ問題は、身近な問題であり、海岸清掃活動など、具体的な行動に繋げやすい側面がある。 誰もが関わりを持っている課題であるが、当事者にアプローチしにくい面もある。海外起源のものについては、一般的に普及啓発よりも外交による対策が有効。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	ゴミや廃油ボールが海岸たくさんある。	地域では認知レベルが高い。
理解	ゴミは地域の資源である海岸の景観に悪影響を与えている。	
	ゴミは海洋生物の生息にも悪影響を与えている。 プラスチックのゴミは分解されず、海を漂い続ける。	
共感	海はゴミ捨て場ではない。捨てたゴミは、別の海岸を汚します。 たくさんの海洋生物がプラスチックのゴミを飲み込み命を落としている。	海岸清掃の行事は比較的行われている。
行動	正しくゴミを処理をしよう。(例えば、粗大ゴミの処理費用は想像されるより安い) ゴミをたくさんださない生活をしよう。 海岸清掃に参加しよう。	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
船舶乗組員	印刷物の製作、ワークショップ・研修、教材	
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、
学校(子ども)	印刷物、拠点施設、教材、行事・教育プログラム、アート	、
漁業従事者	広告的なメディア、印刷物の製作、ワークショップ・研修、既存印刷媒体	、

原因	高水温による白化現象の発生(地球温暖化)
広報啓発のサブカテゴリー	1)サンゴ礁生態系保全のための理解の増進 4)異常気象対策
主な対象者	国民 地域住民
他の対象者	電力会社、ドライバー、市役所、研究者、学校、子ども、議員
7	地域住民の取り組みだけでは解決できない課題。 非サンゴ礁地域の住人も含めて全ての人に関係している。 サンゴ礁保全を、地球環境問題と結びつけ、より多くの人を普及啓発の対象にしたい。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	地球温暖化とサンゴ礁生態系の保全には関係がある。 観光客の生活とサンゴ礁生態系の保全には関係がある。	
理解	サンゴは高水温などのストレスによって、共生藻を失い死に至る。 地球温暖化による水温の上昇は、サンゴにとって脅威である。	
共感	地球環境は今重要な岐路にある。私たちの行動によってサンゴの未来は決まる。	
行動	電気を消して二酸化炭素の排出を減少させよう。 サンゴ礁保全のため、二酸化炭素の削減のために行動しよう。	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
国民	広告的なメディア、インターネット、アート、印刷物の製作、キャンペーン	、 、
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、 、 、 、 、 、

横断的な原因	ライフスタイル【横断的な取組】
広報啓発のサブカテゴリー	2) 関連産業、生活等における意識の向上
主な対象者	主婦 地域住民
他の対象者	子ども、婦人会、観光客、移住者、島の年配者、公民館、マスコミ、スーパー、商店、製造業(商品開発)
原因の特徴	個別の課題に取り組むために、生活スタイルそのものを変化させていくための普及啓発が必要。

段階的目標	普及啓発する内容・メッセージ	補足事項
認知	資源を大量消費していく現代のライフスタイルは持続可能でなく、サンゴ礁にも優しくない。	
理解	私たちの現在の行動(ライフスタイル)がサンゴ礁生態系の将来を左右する。 サンゴに優しい生活は体にも優しい。	
共感		
行動	暮らし方を工夫することでサンゴ礁を保全できる。こまめにコツコツ、きめ細かい工夫をしよう。 サンゴ礁地域の住民から、サンゴ礁保全を訴えていこう。	

普及啓発の手法

対象	普及啓発の媒体	具体例
主婦	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、アート	、 、 、
地域住民	広告的なメディア、インターネット、既存印刷媒体、印刷物の製作、キャンペーン・イベント、プロダクト、拠点施設、屋外展示などハード、アート、行事・教育プログラム、ワークショップ・研修	、 、 、

① ラベル広告

■主な対象

観光客

■概要

飲み物等のラベルを活用した広告的普及啓発

具体例：

- ・泡盛、ビール、牛乳のラベルなどにメッセージの入った特別ラベル作る
- ※泡盛のオリジナルラベルは1ケース12本で10ケース以上を依頼した場合、デザイン料別で1本750円～、で作ることができる。しかしながら、販売に関してはメーカーの理解が必要となる。



■課題

- ・予算
- ・スポンサー
- ・メーカーの理解

■成果

- ・サンゴ礁保全の必要性の認知
- ・サンゴ礁の現状認知

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

② すきま広告

■主な対象

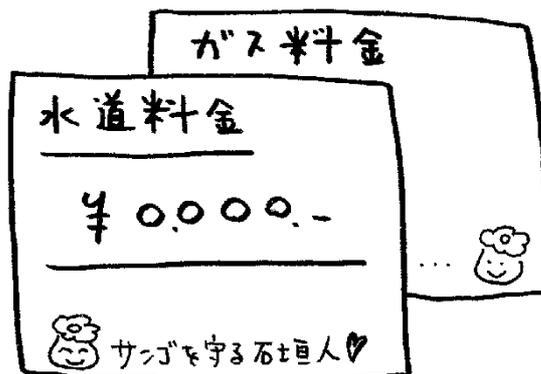
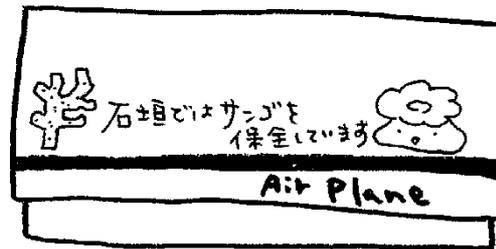
地域住民一般・観光客

■概要

サンゴ礁保全のメッセージやキャラクター等を、人目に触れる様々な既存の紙媒体に「すきま」的な広告を載せる

具体例：

- ・ 航空チケットの袋
- ・ 公共料金領収書
- ・ 観光パンフレット
- ・ 商店の広告



■課題

- ・ 予算
- ・ 媒体の主体者の理解

■成果

- ・ サンゴ礁保全の必要性や課題の認知、理解

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

③ インターネットサイト

■主な対象

国民・地域住民・観光客

■概要

インターネットサイトを活用する

具体例：

□ホームページの活用

- ・サンゴ礁の問題をまとめたサイト
- ・環境学習の素材を集めたサイト
- ・リアルタイムの情報サイト
- ・サンゴ回復を可視化するサイト

□インターネットサービスの活用

- ・掲示板
- ・ウェブログ
- ・コミュニティサイト（MIXI等）
- ・ワンクリック募金
- ・シグネチャーキャンペーン

メールの署名（シグネチャー）にメッセージを入れる活動



■課題

- ・制作の予算
- ・維持の人的費

■成果

- ・サンゴ礁保全の必要性の認知
- ・詳細な情報提供

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

④ 地元新聞へのリレーエッセーの連載

■主な対象

新聞読者・八重山諸島の地域住民

■概要

石西礁湖のサンゴに親しみを持ってもらうために、地元の新聞等にサンゴ礁と暮らしに関するお話をリレーエッセーとして定期的に（週に1回など）掲載する

掲載に当たっての工夫：

1) 石西礁湖に関せ売る今と昔の写真2点を掲載

昔と今の差が歴然としていることを訴える効果的な手法（映画「不都合な真実」でも使われている）。人とサンゴ礁の暮らしに関連するものとして、当時のライフスタイルと今の暮らしも対比すると分かりやすい。

2) インタビューを掲載する。

昔の八重山を知っている地域の人（オジーやオバー）をはじめとして、移住者、自然体験事業従事者（ダイビング業者、エコツアー業者）、学識経験者、小中校生、行政等のインタビューを掲載し、様々な立場からのサンゴ礁に関する思いを掲載すると、注目度が高まり、効果的と考えられる。

3) サンゴ礁が少しずつでもよくなるためにできることを紹介

一言メッセージとして「〇〇をしたら、サンゴが今よりちょっと元気になる」と入れると実行しやすい。

記事の内容はあくまで読み物として、興味深く、共感を得られるようなもので。「危機が迫っているから、こうしないといけない」と押し付けるような内容だと読者には二の足を踏む可能性があるため、事実を興味深く紹介し、簡単にできる行動を紹介するのがいいと考える。最終的に読者がなんとなくサンゴに詳しくなっている状況が望ましい。

■課題

- ・新聞社等の理解と協力
- ・予算
- ・実施主体

■成果

- ・サンゴ礁保全の必要性の認知
- ・サンゴ礁の現状認知

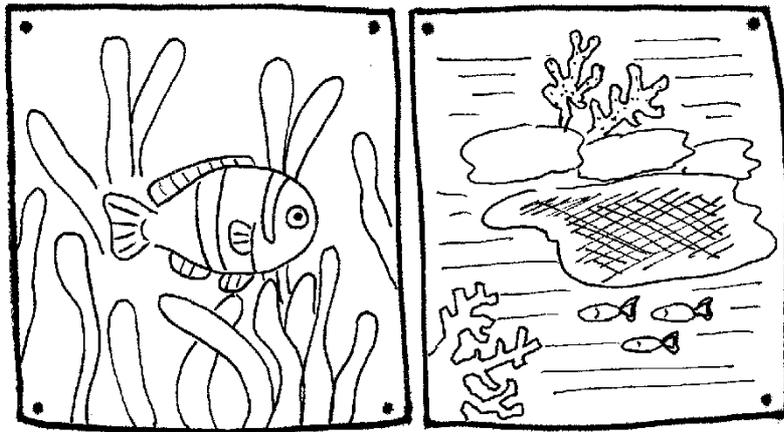
⑤ イメージポスター

■主な対象

一般・観光客

■概要

サンゴに関わる自然の風景をポスターにし、サンゴ礁の自然に親しみを持ってもらう



■課題

- ・ 予算
- ・ 実施する主体

■成果

- ・ サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑥ サンゴカレンダー

■主な対象

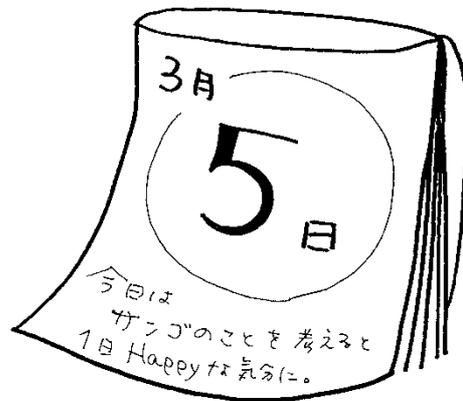
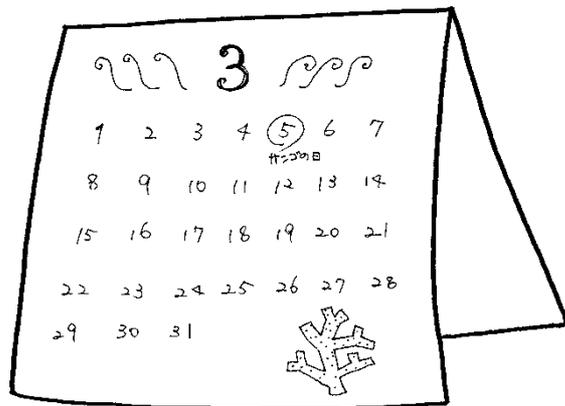
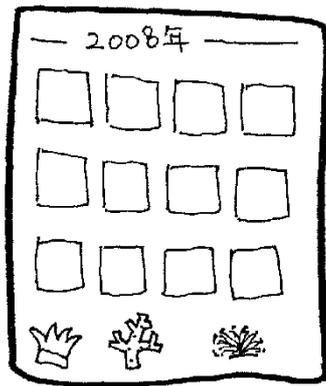
一般・観光客

■概要

サンゴをテーマにしたカレンダーの制作。サンゴの産卵などサンゴに関連した自然情報や地域の海のお祭り、その時期にサンゴのためにできること（冷房の設定温度を上げよう！）等を掲載する。

具体例：

- ・日めくりカレンダー
- ・年間カレンダー
- ・カード型のカレンダー



■課題

- ・開発及び制作費用
- ・販路
- ・制作する主体
- ・サンゴ礁に関心の薄い人も購入したくなる商品とすること

■成果

- ・サンゴ礁保全の必要性の認知
- ・サンゴ礁の現状認知
- ・サンゴ礁の自然についての理解

■アイデアの出どころ

- ・海辺の環境教育フォーラム 2007「サンゴ礁保全のための環境教育」分科会

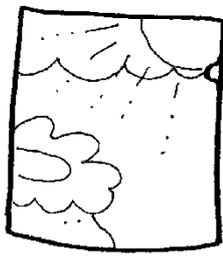
⑦ オリジナルグッズ

■主な対象

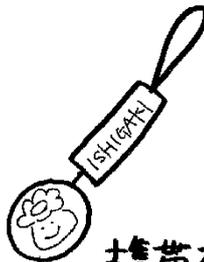
観光客

■概要

Tシャツ・携帯ストラップ・下敷き・島ぞうり・キャップ・ECO バック・灰皿
・マグカップ・携帯灰皿・携帯の画面保護フィルム・クリアファイル・タオル・手ぬぐい・キーホルダー等に共通のマークやキャッチフレーズを活用してオリジナルのグッズをつくる。



クリアファイル



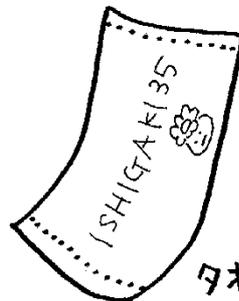
携帯ストラップ



マグカップ



画面保護フィルム



タオル



Tシャツ

■課題

- ・ 開発及び製作費用
- ・ 販路
- ・ 製作する主体

■成果

- ・ サンゴ礁保全の必要性の認知
- ・ サンゴ礁の現状認知

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑧ サンゴデザインのかりゆしシャツ

■主な対象

観光客・一般

■概要

サンゴデザインをブランド化した「かりゆしシャツ」の販売



■課題

- ・開発及び製作費用
- ・販路
- ・製作する主体

■成果

- ・サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑨ お菓子等のおみやげ

■主な対象

観光客

■概要

ちんすこう等のお菓子をサンゴに見立てた商品作り。例えば、白化したサンゴに見立てたしろいちんすこうと生きているサンゴに見立てたちんすこうを作り、サンゴの白化現象について知る機会とする。購入した金額の一部はサンゴ保全に役立てるなど、観光客がサンゴ礁保全に貢献できる機会を創出すると、観光客の購買意欲を高めることもできる。

具体例：

- ・パッケージや中に同封するチラシでサンゴ礁保全のメッセージを伝える



■課題

- ・ 予算
- ・ 業者の理解、協力

■成果

- ・ サンゴの白化現象の認知、周知
- ・ サンゴ礁保全の必要性の認知

■アイデアの出どころ

- ・ 海辺の環境教育フォーラム 2007「サンゴ礁保全のための環境教育」分科会

⑩ サンゴゲーム

■主な対象

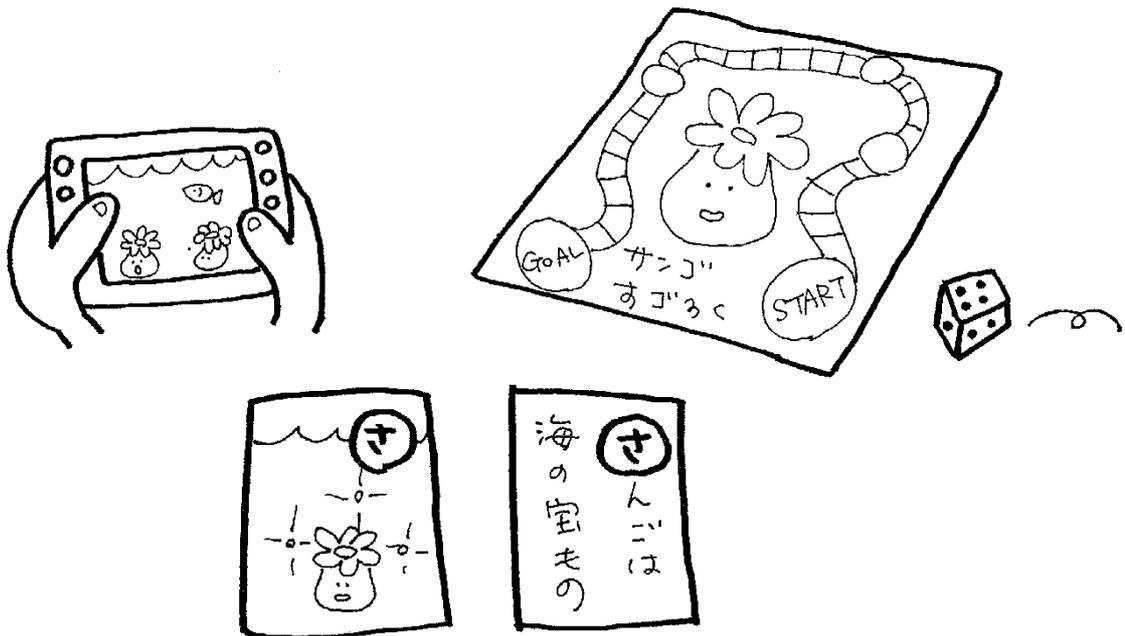
一般・子ども

■概要

サンゴをテーマにしたゲームの開発・販売

具体例：

- ・カルタやすごろくなどの昔ながらのゲーム
- ・テレビゲームやポータブルゲームなどの電子ゲーム



■課題

- ・開発及び製作費用
- ・販路
- ・製作する主体
- ・メーカーの理解

■成果

- ・サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう
- ・サンゴ礁の危機への理解

■アイデアの出どころ

- ・海辺の環境教育フォーラム 2007「サンゴ礁保全のための環境教育」分科会

⑪ 写真展等の開催

■主な対象

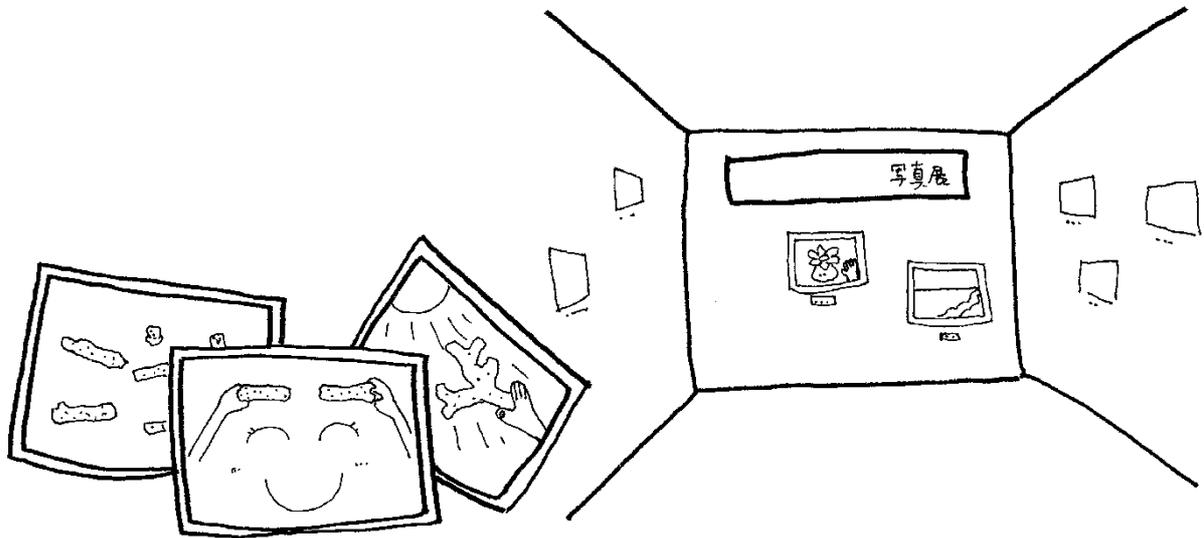
一般・観光客

■概要

サンゴをテーマにした写真展、絵画展、作品展の開催

具体例（写真展の場合）：

- ・ プロの写真家による写真展
- ・ プロの写真家より1点ずつ提供してもらい実施する写真展
- ・ 一般公募による写真展



■課題

- ・ 開催に関わる費用（写真印刷費、会場使用料、写真借用料等）
- ・ 開催場所
- ・ 開催者
- ・ スポンサー

■成果

- ・ サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう
- ・ サンゴ礁保全の必要性についての啓発
- ・ サンゴ礁保全への共感を得る

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑫ ダイエットキャンペーン

■主な対象

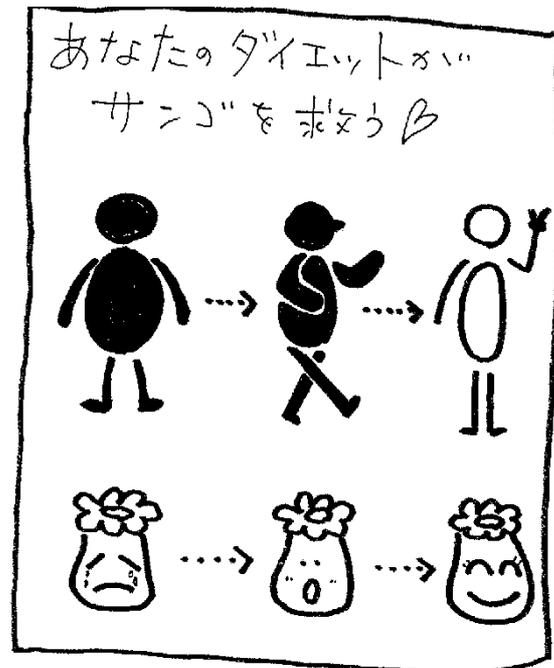
女性・一般（比較的若い層）観光客

■概要

車に乗らずに歩くことなど自然にやさしい生活が自信の健康につながり、ひいてはサンゴの保全につながることをうったえるキャンペーン

具体例：

- ・八重山のどこをどう歩けば、何kcal消費するなどのマップとダイエット情報を掲載したブックレットとホームページを作成する
- ・海を舞台とした自然体験（スノーケル、シーカヤック、ダイビングなど）の活動もカロリー表示。消費したカロリーと削減されたCO₂の量がわかるようにする



■課題

- ・予算
- ・開催者
- ・ホームページ維持管理

■成果

- ・CO₂削減の具体的な方法を提案する
- ・サンゴの重要性や課題の認知

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑬ サンゴ礁に優しい取組の認定プログラム

■主な対象

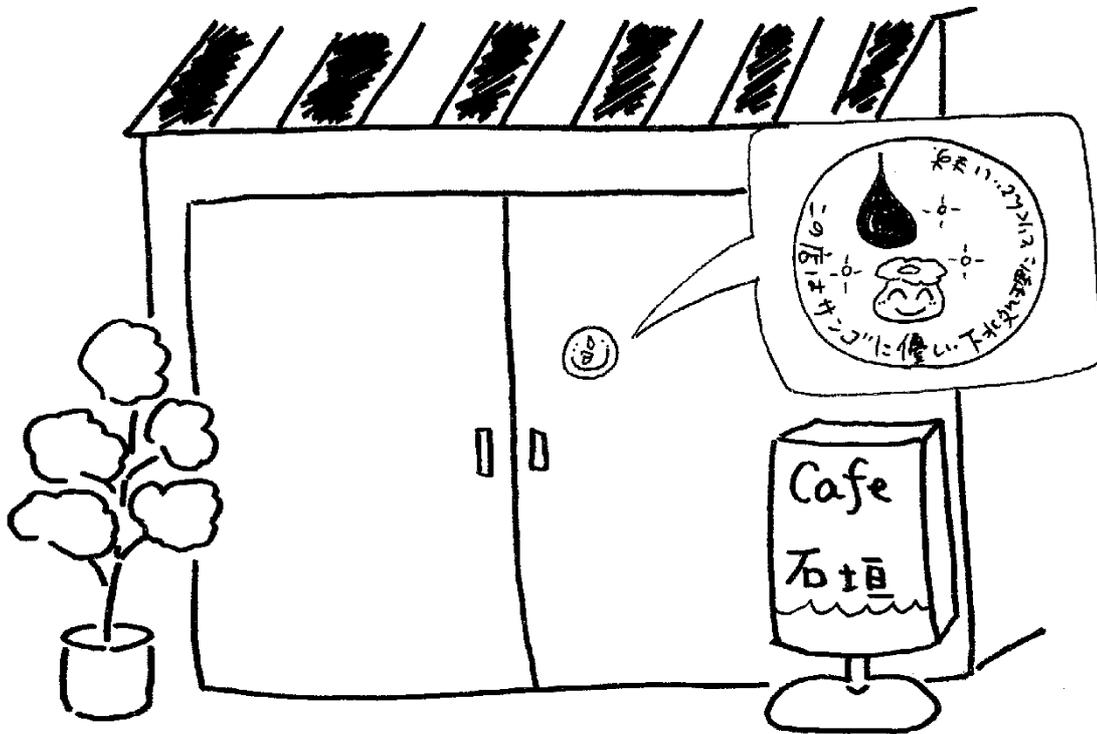
企業（例えば飲食店・宿泊施設）、団体

■概要

地球温暖化対策、水質汚染対策、赤土対策、サンゴ礁保全に関する普及啓発等、サンゴ礁に優しい取組を認定して、ステッカーなどを配布するプログラム

下水道への接続等、水質改善にかかる取組はクローズアップした方がよいと考えられる。

イメージ



■課題

- ・ 予算
- ・ 仕組みづくり
- ・ 制度の周知

■成果

- ・ 下水処理に関する意識の高揚、行動のきっかけ作り→下水処理の取組増進

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑭ キャラクターの開発

■主な対象

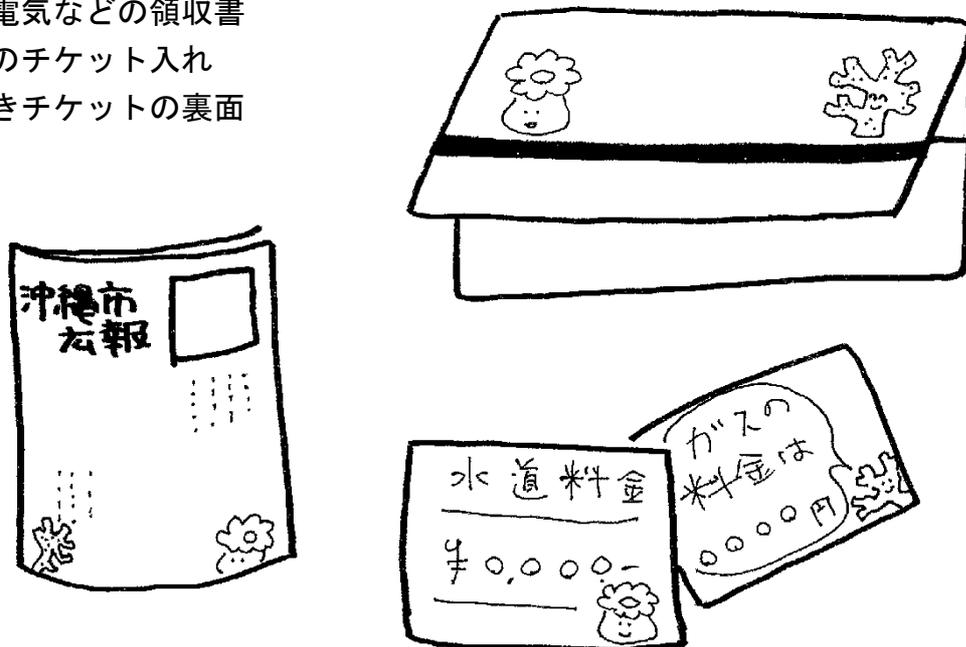
一般・観光客

■概要

サンゴのキャラクターを一般より募集したり、デザイナーへの委託などで開発し、キャラクターを八重山の出版物やオリジナルグッズに登場させる。

具体例：

- ・市町村の広報紙
- ・ガス、電気などの領収書
- ・航空券のチケット入れ
- ・離島行きチケットの裏面



■課題

- ・開発及び製作費用
- ・製作する主体
- ・キャラクターの掲載先

■成果

- ・サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑮ サンゴの歌と踊り

■主な対象

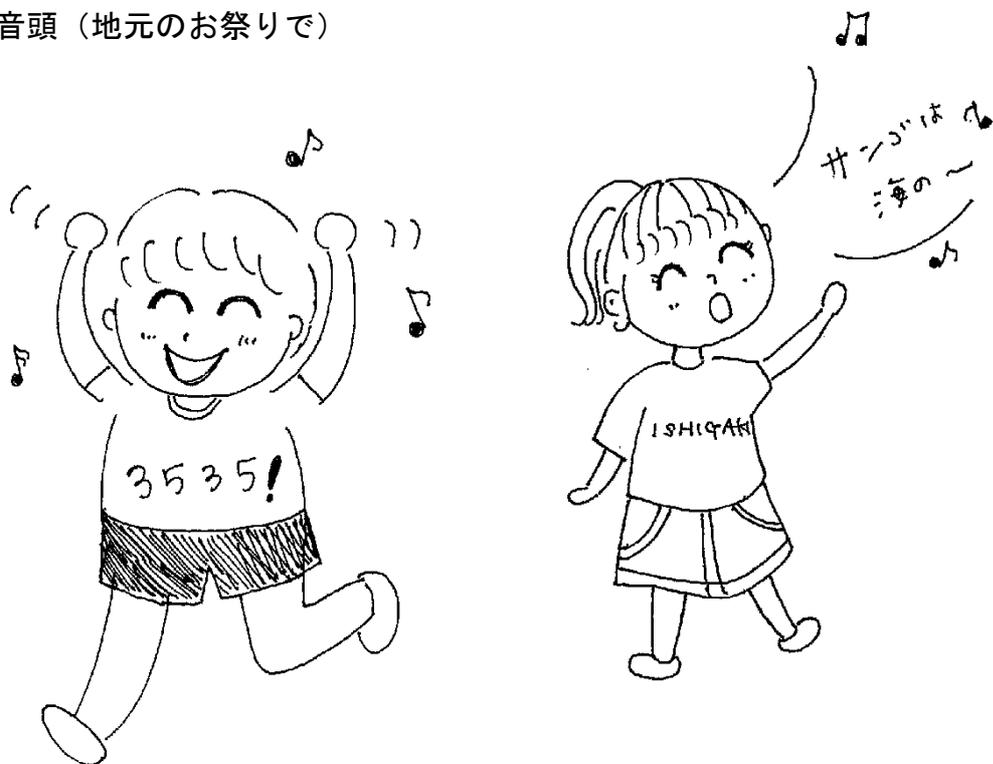
子ども・一般・観光客

■概要

サンゴをテーマにした歌と踊りの開発・普及

具体例：

- ・子ども向けのおゆうぎ（幼稚園などで）
- ・サンゴ体操（小学校などで）
- ・サンゴ音頭（地元のお祭りで）



■課題

- ・開発及び制作費用
- ・普及の方法
- ・制作する主体
- ・スポンサー

■成果

- ・サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑩ 物語作り

■主な対象

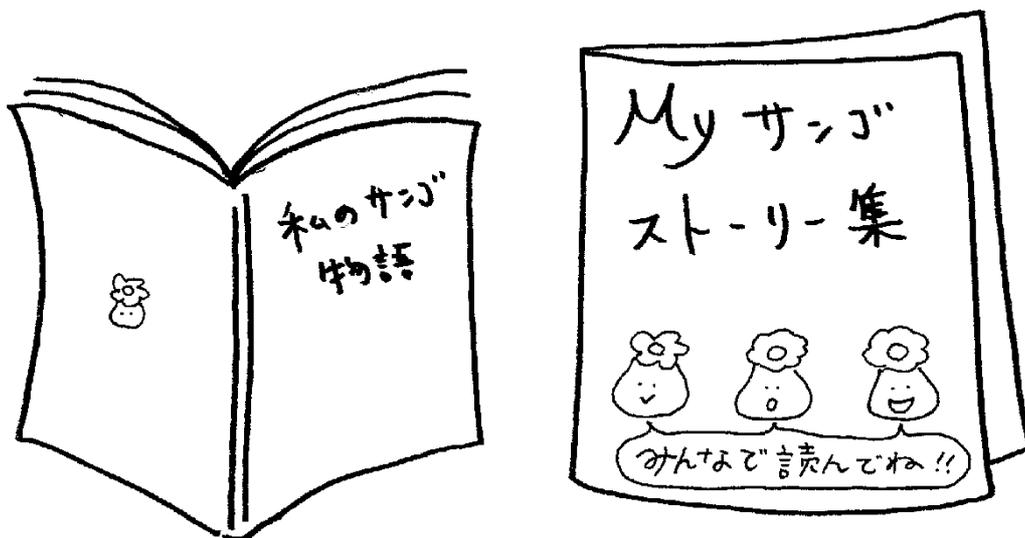
子ども・一般・観光客

■概要

サンゴ礁をテーマにした「お話」募集とブックレット作成

具体例：

- ・ お話はインターネット上で公開する
- ・ ブックレットを各所で配布する
- ・ ブックレットを有料にして、その料金はすべて保全活動に寄付される仕組みにする
- ・ お話のお題として、例えば「私とサンゴ」、「サンゴからもらったもの」等が考えられる。



■課題

- ・ ブックレット作成費用
- ・ 配布協力先
- ・ 制作する主体
- ・ スポンサー

■成果

- ・ サンゴ礁の自然に親しみをもってもらう
- ・ サンゴ礁保全への共感を得る

■アイデアの出どころ

- ・ 普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑰ 計画的なポスター教材提供プログラム

■主な対象

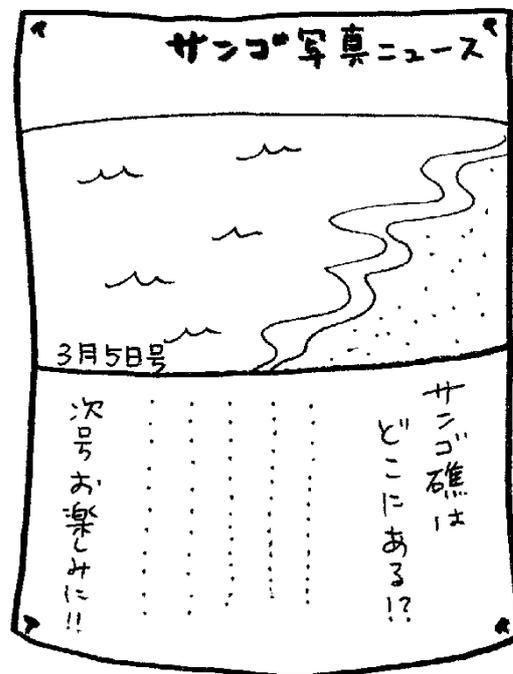
地域の子ども

■概要

学校内の掲示板や教室に掲示することを目的としたポスターを、継続的、計画的に提供するプログラム

具体例：

- ・サンゴ礁の自然や保全上のトピックを、関心をひきやすい写真を中心にポスター（写真ニュース）として定期的に発刊する



■課題

- ・予算
- ・制作する主体

■成果

- ・サンゴ礁に関する関心や理解の促進
- ・学校におけるサンゴ礁に関連した学習のきっかけの提供

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ

⑱赤土流出防止モデル地区

■主な対象

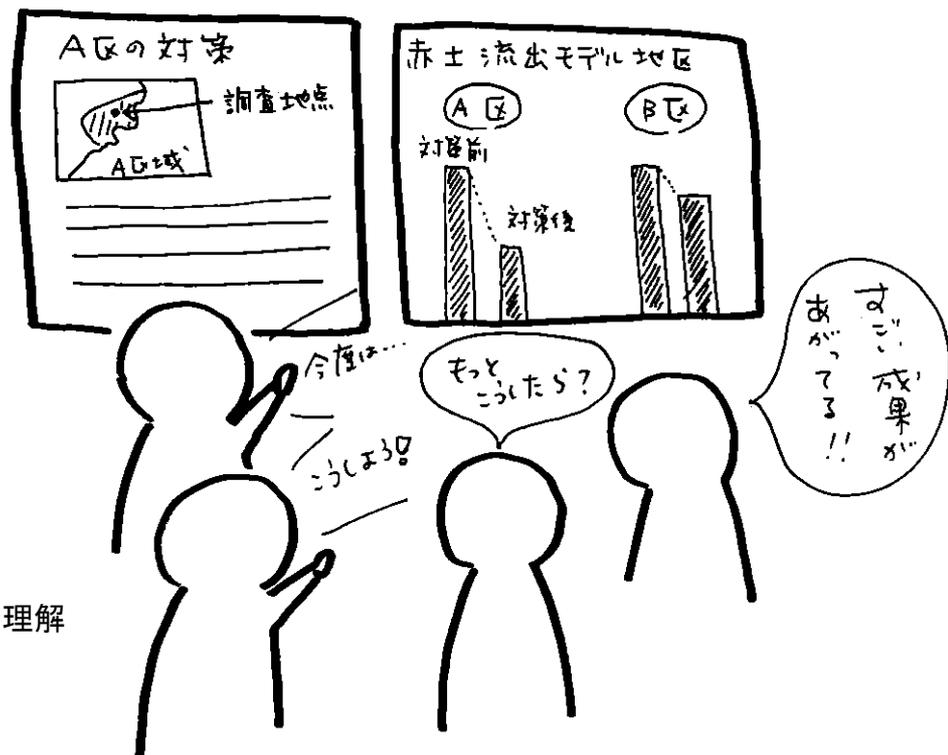
農業従事者・地域住民・農業関係の学校・子ども

■概要

サンゴをテーマにした歌と踊りの開発・普及赤土流出が見られる流域を選定し、農業従事者の協力を得ながら対策を重点的に行い、流出をモニタリングして結果をして示す。(成功事例作り)

具体例：

- ・モデル流域を選定する。
- ・ワークショップを行い、住民参加で対策を検討する。
- ・赤土流出防止のためのグリーンベルト植栽等のボランティア活動を組織する。
- ・赤土の流出状況の変化をモニタリングし、公表する。
- ・取り組みの成果を報告し他地域への波及を図る。



■課題

- ・農業従事者の理解
- ・予算

■成果

- ・赤土対策の効果の実感
- ・赤土対策の推進

■アイデアの出どころ

- ・普及啓発計画策定ワーキンググループ