

2021年度 成果

海なし県であるがため普段は海洋ごみ問題を意識しないであろう多くの県民に対し、日常のなかで海洋ごみの問題に関心を持ち、行動するきっかけを作ること成功。（下記具体例）

- ・秋の海ごみゼロウィークとあわせて県内スーパーマーケットでエコトレのリサイクルキャンペーンを展開。一部企業では回収率が昨対比3.5倍達成。
- ・新聞販売店や地元企業協力のもと、ぎふチャンラジオとのコラボイベントを開催。海洋ごみの約8割は街からの流出が原因のためまずは自分たちの街をきれいにしようと呼びかけ、約350人がごみ拾いに参加。
- ・プロスポーツチームや企業、NPO法人や自治体、そして地元住民らと協力し海ごみゼロウィークを中心に啓発活動やごみ拾いを実施。年間をとおして約17,000人が海ごみゼロオリジナルごみ袋でごみ拾いを実施。
- ・世界淡水魚水族館アクア・トトぎふで、小学生を対象とした海洋ごみ学習イベントを年間を通して開催。約200人（親子100組）が参加。



企業連携、参加型周知啓発モデル

企業と協力しオリジナルエコトレを製作。県内スーパーマーケットで使用し、啓発パネルで売り場を装飾しリサイクルキャンペーンを展開。キャンペーン後には回収率の調査も実施。一部店舗では海洋ごみ削減を呼びかけるポップの掲出を継続。



企業連携・巻き込みモデル

岐阜新聞販売店の協力でオリジナルごみ袋を各家庭へ投函。ぎふチャンラジオでもごみ拾いへの参加を呼びかけ、さらに協力企業による参加者景品も用意。



スポーツ・企業・自治体連携モデル

海ごみゼロウィークを中心に、FC岐阜や企業、NPO法人や自治体と連携し啓発活動やごみ拾いを実施。



水族館学習イベント連携モデル

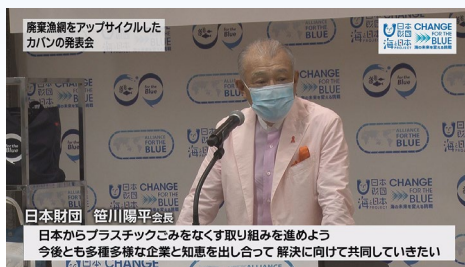
サンタカンパニーの鑑賞をはじめ、海洋ごみの学習イベントを年間を通して開催。200人（100組）の小学生親子が参加。

その他：海洋ごみをリサイクルしたアクセサリ商品販売を準備中。

メディア露出



6/2「ぎふサテ」



7/30「フォーカスぎふ」



10/1「ぎふナビ」



11/3「情報FRESH」

TV全13本、岐阜新聞5回掲載

2021年度の課題とこれからの展望

2021年度を通して、イベントやキャンペーンを開催、また、参加を呼び掛けたり啓発したりするCMを放送することで、昨年よりも確実に多くの人々がCFB事業を認知し、行動を起こすように変化。

もともと環境に興味のある層は多く取り込めたが、ポイ捨てをするなどあまり環境を意識しない層に対する訴求や対策を実施できていない。

より多くの行政や企業を巻き込み、さらに、ごみ拾いなどの行動を可視化することで、若者を中心にさらに多くの人々がCFB事業に参加する仕組みづくりを行う。

また、ラジオやタブロイド新聞を使用し、県内ほぼ全ての児童・生徒へ海洋ごみへの周知啓発を実施。