

2021年度 成果

今期から始まった海のキッズサポーター事業に合わせて、海に関心度の高い小学生にフォーカスし番組制作。マリンチャレンジや熱源コンテストなどの海プロ事業を取り上げ全国広報に努めた。また新たな未来の熱源を発掘しつつ、発信力の高いイベントを実施し話題性を集めるため、全国小学生対象に海洋インフォグラフィックコンテストを実施。自由研究・インフォグラフィック制作のための美術専門学生とのコミュニケーション・プレゼンなど濃いアウトプットの機会を重ねて多くの未来の熱源人材を発掘。多くの作品が全国のテレビ局や公共機関、企業などに掲示され、更に優良作品がトイレトペーパーとして商品化され販売・設置された。誰もが参加しやすく、興味関心が寄せられるコンテンツを展開したことで、募集数は去年の約10倍近くに伸び、サンシャイン水族館にて商品化されたトイレトペーパーも各所で報道され首都圏で話題となった。



全国・BSテレ東にて海プロ番組放送

26本の2分応援動画に加えて海プロ事業特番を5本分「みんなのおおいるスペシャル」にて制作・放送。本年度は次世代の熱源となる子どもや学生を中心に密着取材を実施。

大企業・学校連携を実施

サンシャイン水族館・ナショナルジオグラフィック・羽田未来総合研究所や御茶の水美術専門学校など、産学民連携による番組制作やイベントを実施。

海洋インフォグラフィックコンテスト

全国の小学生対象に自由研究を募集し20名の小学生が美術専門学生と共同制作。プレゼンを実施し最優秀賞が決定された。

【商品販売】トイレトペーパー

日常のトイレタイムを勉強時間に。インフォグラフィックをじっくり読んでいただくため小学生の作品を元に「プラスチックごみをもっと知ることができるトイレトペーパー」を開発。

2022年度 目標

- ・【全国・首都圏での発信力拡大】今まで築いた企業・学校・自治体の連携をさらに深めつつ、新規の大企業（もしくは自治体）連携をも模索し、番組コンテンツの充実化や商品化連携を通して全国・首都圏のさらなる話題化を目指す。
- ・【海洋インフォグラフィックコンテストの発展】2021年度に全国で実施した海洋インフォグラフィックコンテストの小学生と美術専門学生の共同制作を事業モデルとし、国際大会を視野にさらにクオリティの高い作品作りとともに、小学生の発信型教育プログラム及び美術大学生の実践的なビジネスプログラムとしてさらに基盤づくりを進め、3年後、5年後へ繋げていく。

中長期度 目標

- ・【世界発信の模索】海洋問題は日本に留まらず世界の問題であるため、この海洋問題及び海プロの取り組みを世界的に発信する機会を模索。
- ・【地上波番組枠の確保と人気番組連携】地上波枠にてさらに高い視聴率を獲得し全国及び首都圏での海プロ認知度の向上を目指す。
- ・【教育プログラムとしてコンテンツ拡大】日本は海洋国家であるにもかかわらず、小学校の教育カリキュラムには明確に位置付けられていないという。そんな小学生と、海洋教育を受けてこなかった大人（企業・学生など）をも含めた海洋インフォグラフィックコンテストの発信型海洋教育プログラムを実施。