

宮城海ごみなくし隊 (CFB・海と日本2022)

宮城海ごみプロジェクト実行委員会

＜「宮城県エリア特有の社会問題」との相互解決モデルを新設＞

【「海洋環境美化の重要性」を広く知らしめる】という目的を変えず、より「興味を持ちやすい」「参加モチベーションが上がる」アプローチの取り組みを実施しました。

- 変わりゆく宮城の海洋環境を「食」で表現 → 「宮城の海の今がわかる！お弁当」製造・販売企画
- 「豊かな海の恵み」をダイレクトに体感 → 「海中熟成ワイン」企画開発・飲み比べイベントの実施
- 地域に根差した「サブスクごみ拾いモデル」構築 → 「名取サステイナクト2022」の実施

2022年度 実施状況について

■ 「宮城の海の今がわかる！お弁当」開発販売
海洋環境変化を身近な問題として体感してもらうため、ALL宮城県産の魚貝類を用いた弁当を開発。パッケージにも工夫を凝らした。



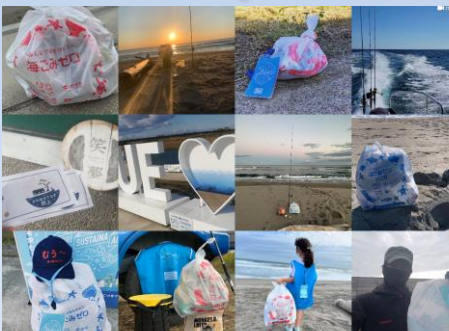
・概要：新顔の魚介類や未利用魚など、宮城の海の今を代表する魚貝類を用いた弁当を開発。パッケージにはおかずの紹介と関連する海洋問題を記載し、食べながら学べる工夫を行った。
・目的：食を通じて宮城の海洋環境変化をしてもらうこと
・連携先：石巻専修大学（監修）、石巻さかな女子部（レシピ考案・製造）
・効果：サッカーJ2「ベガルタ仙台」の試合会場で販売会を実施。限定100個が2時間で完売したが、その後も購入希望者がブースを多く訪れた。

■ 海中熟成ワイン開発・飲み比べイベント開催
「海の恵みをダイレクトに体感できる」コラボ商品を企画開発。販売時には飲み比べイベントを実施し、多くの参加者の驚きを集めた。



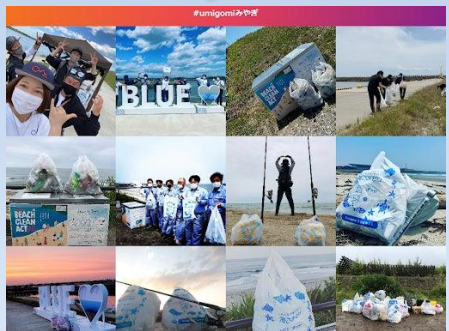
・概要：南三陸・志津川湾の海中で熟成させたワインを企画開発。販売開始時は通常熟成のものとの飲み比べイベントを実施した。
・目的：海の恵みをダイレクトに実感してもらう機会を創出すること。
・連携先：南三陸ワイナリー、宮城ふるさとプラザ（東京・池袋）
・効果：飲み比べイベントにおいてはアンケートを実施。好みは人それぞれであったが、明確に味の違いがでることを実証した。

■ 名取サステイナクト
清掃活動の謝礼として、地域の商店街で使用できるお買物券を付与する「サブスク」清掃モデルを、エリアを特定して実施。サポーター100名が活動した。



・概要：自治体・地域商業施設と連携しながら、長期間でのごみ拾いのサブスクリプションモデルを構築し、8月～11月に活動が行われた。
・目的：単発のイベントやキャンペーンに頼らない、恒常的に清掃活動が行われるための仕組みづくり。
・場所：宮城県名取市
・連携先：名取市、かわまちてらす 関上
・効果：活動ハッシュタグ「#名取サステイナ」の投稿数は活動4か月目で投稿数470件、いいね総数26,048件を記録。毎週末には拾い箱一杯になっており、成果を挙げていると考えている。

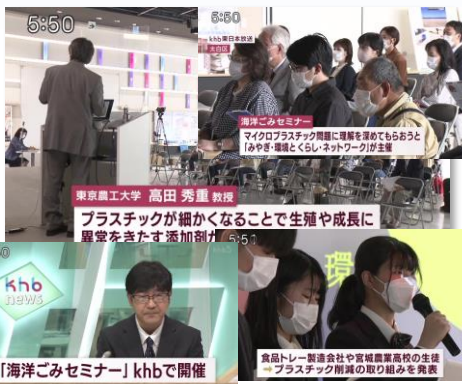
■ miyagi BEACH CLEAN ACT
「SNSでかっこよく投稿できるごみ拾いを活動を！」をテーマに掲げた「拾い箱×SNSフォトコンテンツキャンペーン」を実施。



・概要：拾い箱設置と連動した、ごみ拾いの様子をテーマにしたSNSフォトコンテンツキャンペーン。
・目的：ごみ拾いにかっこいい、スマートであるというイメージを定着させる。活動のきっかけづくりを行う。
・場所：宮城県内全域
・連携先：河北新報社、石巻かほく
・効果：3年目となる今回は、開催期間が例年に比べて短くなったものの、2021年同程度の投稿数(271件)、「いいね！」数(26,145件)を獲得。キャンペーンの浸透を感じ取ることができた。

その他：「スポGOMI甲子園・宮城県予選」を初開催、「スマホアプリウォーキング×ごみ拾い」企画を実施。

メディア露出



5/21 『ANNスーパーチャンネル』



8/12 『チャージ！第1部』



10/18 『突撃！ナマイキTV』



11/1 『チャージ！第2部』

その他：TV5本 掲載

2022年度の課題とこれからの展望

新たなスキームの構築にチャレンジし、及第点の成果を得ることができた1年間だと感じています。今後は、「成果を挙げている取り組みの効率化」ならびに「規模拡大」に向け企画内容のブラッシュアップを行うこと、並行してこれまで未着手の問題だった「釣り関連ごみ」の削減に向けた新規企画を実施すべく、準備を進めています。