

2022年度 成果

第2回を迎えた海洋インフォグラフィックコンテストでは今年も全国各地から海への関心が高い人材を発掘することができ、研究や制作を通して学びを深めた。コンテスト終了後は参加者各々が地元地域の公共機関等に展示をお願いするだけでなく、市長に手紙を出し自治体を巻き込みながらクラウドファンディングの立ち上げを模索したり、ブルーカーボン第一人者の研究者とともに活動を広げるなど、1人1人が熱源となって発信を続けている。このイベントに共感頂いた自治体や企業も増え、全国に拠点を持つイトーヨーカドーやネクスコグループからの協力もあり、全国で商品販売や展示を実現することができた。番組制作では全国広報として海プロ事業の特集だけでなく、海のキッズサポーターや小学生の取り組みに密着しながら取材を実施。



全国・BSテレ東にて海プロ番組放送
26本の2分応援動画に加え海プロ事業特番を5本分「みんなのあおいろスペシャル」を制作・放送。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・学校との連携を実施
サンシャイン水族館や羽田未来総合研究所、東京海洋大学の他、新たにイトーヨーカドー・ネクスコ中日本との連携を実施。



第二回海洋インフォグラフィックコンテスト
コンテスト後は参加者1人1人が熱源となり、自らの作品を全国各地でPR。市長へ手紙を出し訴えかける小学生など、活動の幅を各々が広げている。



商品化販売や各地での展示
イトーヨーカドーやネクスコ中日本での全国的な商品販売、展示が実現。トイレットペーパーの売上は2倍に増加。

2023年度 目標

- 【協賛企業の獲得】関係値のある企業を中心に協賛を募る。(SDGsなど社会課題解決に興味関心のある人材HR系、教育系企業や商品化でのトイレットペーパーに関連し大手製紙メーカー等)
- 【海洋インフォグラフィックコンテスト商品化の拡大】イトーヨーカドーでの商品化・販売の他、全国各地での百貨店や公共交通機関の人が集まる施設で販売を模索。
- 【レジェンド小学生の登録】海洋インフォグラフィックコンテストの常連小学生をレジェンド化(殿堂入)し、専用のLPを作成。小学生には名刺を持ってもらい活動の幅を広げつつ事務局としてサポートする。

活動の課題と一般社団法人化で実現していきたいこと

- 【課題：東京都内の自治体・教育委員会の巻き込み】オリジナルイベントを中心に東京都内からの募集をかける際、学校のご協力を得ることが困難。自治体との繋がりを模索し都や区との連携を増やしたい。
- 【実現したいこと：協賛企業の増加・地上波枠での放送】
来年度以降は展示場所の提供や商品化の協力だけでなく協賛企業獲得のための営業を実施。またテレビ東京本社SDGsウィークに絡めた地上波枠での番組露出を模索し全国及び首都圏での海プロ認知度及び訴求力向上を目指す。