一生によりそう一秒を。 RBC

日本財団 海と日本 PROJECT

CHANGE FOR THE BLUE 海の未来を変える挑戦

リアルイベントで沖縄を”歩いて・拾って・食べて・学んで”！海洋ごみ問題をより身近に「自分ごと化」！

アフターコロナから社会生活が戻ってきた今、海洋ごみ問題へのアプローチは普段の生活の動線上で考えて行動する場を作るだけでなく、リアルイベントや交流の場を通じて広げていくことをテーマに実行した。健康寿命が短い沖縄の課題を念頭にしたウォーキングと飲食店を連携したごみ拾いイベントや、高い訴求力を持つゴジラオフィシャルイベントと連携したごみ拾いイベント、行政連携として中城村とウォーキングイベントを実施し、いつでも使用できる「拾い箱」も設置することができた。またアフターコロナで戻ってきた人流により街なかのごみも増加すると想定し、ホットスポット調査を実行。特定したホットスポットに対して対策アクションを講じる一連の事業は、単年だけでなく次年度以降も継続してデータを蓄積していきたい。県民が興味を持ち、参加が期待できるモデル事業を複数展開してごみ拾い参加の機会を増やし、さらなる海洋ごみ問題の「自分ごと」化の促進を意識して取り組んだ。

2023 年度 実施状況について

国際通りホットスポット調査と調査結果に基づく対策アクション

概要 観光名所である那覇市国際通りでは、自動販売機横の回収 BOX などに普通ごみの投棄やごみのポイ捨てが課題である。国際通りのホットスポットに、どのようなごみがどのくらい捨てられているのか調査を行う。

目的 これまでの CFB の活動で繋がった日本 NUS と連携して国際通り周辺の調査を行い、この調査結果をもとに効果的な対策アクションを実施する狙い。また対策アクション実施後に再度調査を行い、その効果を検証する。

アピールポイント CFB 沖縄のこれまでの事業活動で築いた人脈を駆使し展開する調査事業。個人の感覚で捉えていた那覇市国際通りのごみの状況を数値として”可視化”することができた。また対策アクションとして設置するスマートリサイクルボックス「SmaGO」は、回収アラートの発信・ボックス内でごみの自動圧縮機能等により、ごみ箱周辺の”散乱ごみ”を未然に防ぐことが期待される。これによりごみ箱設置に対する周辺事業者の理解促進と那覇市や公設市場の協力体制の構築によって、観光施設で敬遠されてきたごみ箱の設置を実現する。

効果 5 月 9 日～ 12 日で 1 回目の調査を実施した結果、国際通りの大通りは各店舗が普段から清掃しているため歩道のごみは多くないが、通りから 1 本裏手に入った路地の植え込みや側溝にたばこの吸、テイクアウトした飲食関連のごみが多く捨てられている傾向にあることが初めて分かった。大通りに接続する通りから那覇市第一公設市場へ繋がるため、SmaGO を設置することによるごみの量や内容の変化を再調査する。

行政連携モデル Walking× ごみ拾い in 中城村

概要 行政と連携しオリジナルの「ウォーキング × ごみ拾い啓発イベント」を実施。「拾い箱」の設置も行った。

目的 ウォーキングイベントを通じて参加者が自身の住む地域の海洋ごみ問題を考えるきっかけとする狙い。

アピールポイント 中城村と運営や広報を連携。またイベントだけでなく「拾い箱」を設置することで今後も自治体による自走した事業モデルを展開。中城村全体で海洋ごみ問題の「自分ごと化」を促す。

効果 参加者：約 200 名　　回収ごみ：合計約 100 袋
参加者の声：男性「いい運動になったし、海岸にごみが多いことも分かった」

飲食店連携モデル「街と体をスッキリさせて Enjoy ！飲食」

概要 飲食店と連携した「ウォーキング × ごみ拾い × 飲食店」イベントを実施予定。

目的 適度な運動と清掃で心と体もスッキリした状態で飲食を楽しんでもらう。街なかの国際通りと豊崎海浜公園周辺にて歩きながら清掃活動を行うことで、街なかのごみが海へ流れ出ることへの意識変容を促す。県民には普段の生活圏、観光客には訪問地として沖縄の海を守る担い手を増やすことが目的。さらにウォーキングを絡めることで健康意識向上、さらに地元飲食店と連携することで地域の盛り上げと普段とは違う層へのアプローチを図る。

アピールポイント 11/23（木）、12/9（土）の 2 回開催予定。23 日は国際通りで実施し、計 50 店舗もの飲食店と連携する。12/9 日は豊崎地区で開催し、30 店舗以上の連携を予定。

効果 参加者目標：合計 300 名
回収するごみ袋：200 袋以上
連携する飲食店：80 店舗

海ごみゼロウィーク

ごみ拾い参加人数 約 470 人
箇所数 11 箇所

アピールポイント
「RBCi ラジオ」と連携。番組のラジオパーソナリティと一緒に清掃活動できることや、ラジオ番組の中で自然と海洋ごみ問題の周知・イベント集客ができ、普段の参加者とは違うラジオリスナーの層にアプローチすることができた。またコアなリスナー層のリピート参加率が高いことも分かった。

メディア露出

メディア露出本数 120 本（募集 CM 含む）※11 月時点

アピールポイント
応援動画「海 DO 宝」を中心にメディア露出を展開。
スポ GOMI 甲子園や飲食連携イベントの募集告知等広く実施。

その他事業

スポ GOMI、異分野コンテンツ連携事業、海洋ごみ出前授業 など

2023 年度の課題とこれからの展望

今年度はより「日常の中」でごみ拾いの意識向上のための施策に取り組んできた。普段生活する動線上にどのようなごみが落ちているのか調査を行い、「拾い箱」の設置やウォーキングイベントと掛け合わることで清掃活動への参加ハードルを下げ、「海洋ごみ問題が身近にあるもの」だと考えるきっかけの創出を図った。

次年度は「調査」を軸とした事業展開を目指し、今年度から継続して調査を行うことでごみの種類の分析や比較を行うとともに、街なかから河川まで調査範囲を広げ新たなホットスポットを特定、複数の対策アクションを講じる。数値やデータを活用し、県民に対して海洋ごみ問題のさらなる「自分ごと化」を促進していく。