

第1回 ヒグマエサやり禁止キャンペーン企画部会
議事要旨

日時 平成24年11月27日(火) 14:00 - 17:00

場所 知床世界遺産センター レクチャールーム

1. 趣旨説明(知床エコツーリズム戦略での提案)

2. 事例報告

事務局(知床斜里町観光協会)より、提案内容、事例報告、現状と課題についてパワーポイントを用いて説明。

特に意見質問なし

3. エサやり禁止キャンペーンについて

事務局(知床斜里町観光協会)より、部会の設置及び進め方について説明。

本部会でのターゲットをヒグマに置くこと、「エサやり禁止」を主題に部会で活動を検討することについて確認し、部会設置について了承

(意見・質問)

・今現在、知床でのクマの個体数は把握できているのか。

知床半島にメスヒグマが150~200頭生息すると推定されている。

・ヒグマが出没することへの対処についても本部会で議論するべきではないか。ゴミの放置と聞くと地域住民のゴミ処理が悪いようなイメージがあるが、地域住民はクマを寄せ付けたくないような工夫をしている。

地域住民の工夫・配慮に感謝している。ヒグマへの対応については既に知床半島ヒグマ保護管理方針にとりまとめている。

・ヒグマへの接近行為について本部会で取り組み対象とするのか？

接近行為についても具体的に盛り込みたかったが、接近の定義づけが難しく、今後議論が必要である。私たち民間ができることとして、エサやりとゴミ放置の課題に集中したい。

・観光客が知床に来る前に対処しなければならない。

・知床でこうした取り組みをしているということを観光客にもわかってもらいたい。

進行役(斜里町)の進行で、活動メニューのアイデア出し、活動における共通メッセージのアイデア出しの自由討議を行う。

「ヒグマにエサをやってはいけない理由」、「ヒグマへのエサやりをなくすアイデア」
「アイデア・メニューの効果を最大にするには」、「どのような“ことば”に込めて発信するか」について自由討議を行い、下表の意見が得られた。

アイデアを事務局内で整理し、第 2 回部会で具体的企画メニューを提示することとし、第 1 回部会を終了した。

【自由討議の結果】

「ヒグマにエサをやってはいけない」理由は？について

1	人（観光客、住民）に被害が生じるから
2	結果的にヒグマを殺す事になるから
3	野生のヒグマが野生らしく生きられなくなるから
4	接近・付き合い方は別途議論していく必要がある

「ヒグマへのエサやりをなくすアイデアは？」
社会として、教育としての取り組みアイデア

1	エサやり禁止教育活動
2	教育プログラム、学校教材

広報のアイデア

1	北海道新聞の一面広告の掲載
2	TV番組作成
3	映像制作
4	ホームページ用統一バナーの作成
5	ポスターや印刷物にキャンペーンのマークを入れる
6	イベント等のポスター、チラシの作成
7	イベント等で使用するわかりやすいパネル・ポスター・横断幕の展示
8	自販機でのメッセージ発信
9	小中学生に絵ポスターを作成してもらい道の駅などで掲示

共通ステッカーを活用したアイデア

1	自動車に共通のマグネット式ステッカーを貼ることによる広報活動（デザイン性の高いもの）
2	市民パトロール共通ステッカー
3	コンビニの弁当にシールを貼ってもらう
4	知床財団がこれまでに作ったピクトグラムの活用
5	知床財団がヒグマ授業で使用している教材の有効活用（ステッカー作成）
6	トイレでの広報

運転者に周知するためのアイデア

1	道路の電光掲示板への掲示
2	道路標識
3	道路掲示看板
4	道路工事の際に統一したメッセージの表示を依頼
5	レンタカー利用者向け広報パンフレット
6	コンビニやガソリンスタンドに掲示
7	レンタカー用ドライブマップに掲載

旅行者が広報に参加できるアイデア

1	旅行者が持ち帰れるようなステッカーなどの商品化
2	旅行者が持ち帰れるような缶バッジなどの商品化

啓発活動で効果が上げられなかったら

1	法的禁止・法規制の導入
2	このキャンペーンで効果が見られなければ条例・法律の制定

「アイデア・メニューの効果を最大にするには？」

1	(一部)多言語化
2	大手企業の協力依頼
3	活動の全国展開
4	観光ウェルカム、迎える側からのPRとしてのメッセージ発信の発想
5	観光関係者からの発信
6	既存の組織とのタイアップ
7	強化週間を設定し、様々な手法で共通のメッセージを伝える
8	クマがゴミ箱をあさる写真は使用しないなど、使用する写真を吟味する
9	クマにエサをやってはいけないことが一目で見てわかるデザインを考案
10	航空会社との連携
11	知床財団で使用している学校教材の中からクローズアップしたもの、ステッカーを作成
12	シーニックバイウェイなどとタイアップ。道路利用者をターゲットにする
13	自然系施設に立ち寄りしくみ作り
14	自然の番人宣言のツール・手法を参考または連携
15	斜里・羅臼・近隣市町村が一体となった取り組み
16	集中的にやる
17	知床方面に向かうレンタカーにステッカーを貼る
18	ステッカーを活用し、監視の目を増やす
19	ステッカーをつけて走る
20	全道・全国の観光関係ネットワークを利用
21	ターゲットは道外、レンタカー利用者
22	誰でもわかる図表を表示
23	短期勝負で集中
24	地域での活動事例を紹介する(地域で金属性のゴミ箱を使用するなどの取り組みなどについて)
25	ツイッター、フェイスブックの活用
26	デザイン性の高いもの
27	デザインは、クマの他に鹿やキタキツネの小さなシルエットを入れて相乗効果を狙う
28	道外からのアクセス拠点を網羅
29	道外者をターゲット
30	道路利用者をターゲット
31	投げっぱなしにしない広報。説明を加えることによる効果。刺激的なものも輝く
32	ヒグマとの付き合い、生きている知床の活動そのものを伝える。使用する写真に気をつける
33	フェリー会社との連携
34	防犯・交通などのネットワークを利用
35	法律的な禁止用語を使用するのではなく観光PRキャンペーンの一貫としてやる

36	マスコミや芸能関係を活用したキャンペーンPR
37	民間のCSRとのタイアップ。既にパイプがあるところを活用
38	メッセージの統一
39	レンタカー会社に協力依頼

「どのような“ことば”に込めて発信しますか？」

1	「ゴミがクマを殺す」
2	直接的に「エサをあげてはいけない」、サブタイトルに工夫
3	「エサをやらないください」
4	インパクトのあるメッセージとその説明
5	「人にクマは殺される」
6	ポジティブなシーンが連想できる言葉
7	観光客が協力しやすいメッセージでポジティブなもの
8	「私はクマを殺したくない」「セーブ～」
9	目的・主旨が明確なもの
10	前向きな絵と厳しいメッセージ
11	クマの側から「エサはもらいません」という発想
12	否定ではなく肯定「クマにエサをやらないでありがとうございました」
13	「クマにエサやったらだめだべさ～（べや～）」地域性を感じる言葉、発信者を明確に
14	インパクトのあるストレートなメッセージ
15	説明する時間を3段階ぐらいに分け、場・時間に応じた使い分けをする
16	車のステッカーには、見てすぐわかるメッセージ

「映像を活用し広報を効果的におこなうためには」

1	林野庁・斜里町などのホームページで発信（短いもの）
2	インパクトがあるすぎると...
3	食事中に見せられる内容で
4	長いものとダイジェスト版と2パターンで作成
5	地域の苦悩が見えるドキュメントなど、インタビューだけの映像でもOK
6	駆除はかわいそう、エサやりで殺させたなど、地域の声・心情をメッセージとして伝える
7	エサやりした本人は善意であったでも駆除。何故だめなのか、何故殺されたのかをドキュメント的に
8	30秒や1分で伝わるものを作る
9	学校施設・宿泊施設・道の駅で映像を発信
10	長いものなら宿泊客に食事後見せられる
11	既存のものと組み合わせて使う
12	学校教材に使用
13	インパクトのあるメッセージ性のあるもの
14	メッセージ性が強くて短いもの
15	管理側からのメッセージではなく、地域の声をコメントとして使用
16	クマを殺させないでくれという声で作りたい（価値観の違いはあるが）
17	羅臼の道の駅（30秒～1分）