

国内向け及び海外向け広報活動の検討

1. 目 的

漂流・漂着ゴミ問題は以下のような特徴を有している。

- 企業だけでなく市民一人一人が発生源となっている可能性がある。
- 発生源と漂着場所が遠く離れている場合が多いと想定され、自らが発生源となっているという自覚が少ない。
- 国境を越えてのゴミの移動があり、自国の取り組みだけでは解決できない。

このため、広く市民一般への広報活動を行い、自らが発生源となっている可能性に気づかせ、ゴミの発生を減らすように促す必要がある。さらに周辺諸国に対する同様の広報活動も必要である。

本調査では、国内で実施されている漂流・漂着ゴミに係る広報活動の実態と、効果的な広報活動に係る要因・要素を把握することにより、H20 年度に実施する国内向け及び海外向けの広報活動の検討に資することを目的とする。

2. 調査内容

調査項目は以下のとおりである。調査の概要を図 1 に示す。

①国内で実施されている広報活動の実態調査

国（環境省、国土交通省、海上保安庁、水産庁等）、自治体、NGO/NPO（JEAN/クリーンアップ全国事務局、(財)環日本海環境協力センター、マリンプルー21 等）が実施している漂流・漂着ゴミに係る広報活動について、インターネット、文献検索、ヒアリングにより実態を調査し、実施機関、目的、対象者、手段、コンテンツ、頻度、継続性、苦慮している事項等を整理する。

②効果的な広報活動に係る調査

漂流・漂着ゴミ以外の環境問題に係る広報活動のうち、成功を収めている事例を収集し、その要因について分析する。さらに、ゴミの投棄に係る心理学的要因について、文献調査及び専門家へのヒアリングにより把握する。

3. 対象とするモデル地域

全モデル地域を対象とした。

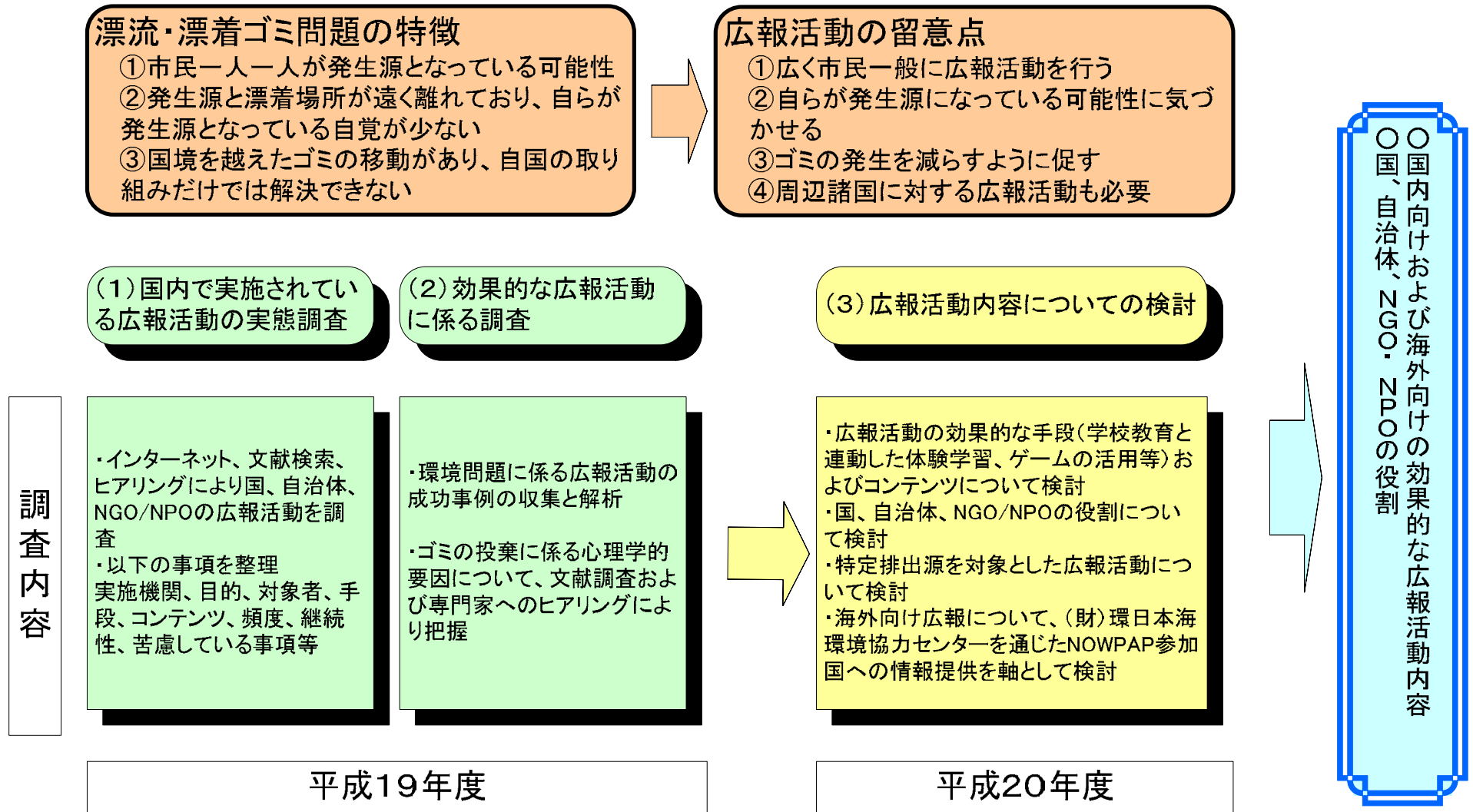


図 1 国内向け及び海外向け広報活動の検討の概要

4. 調査結果

4.1 国内で実施されている広報活動の実態調査

国内向けおよび海外向けの広報活動の検討に際し、特に参考になると考えた JEAN/クリーンアップ全国事務局、(財)環日本海環境協力センター、北西太平洋地域海行動計画の活動についてはヒアリングにより実態を把握した。それ以外の機関については主としてインターネットにより実態を把握した。

(1) JEAN/クリーンアップ全国事務局

ヒアリングは以下のとおり実施した。

日時：2008年3月4日 16:30~18:00

相手：小島あずさ 代表

以下は、ヒアリング内容を踏まえて整理したものである。

①目的

- 市民参加型ごみ調査とクリーンアップ活動は、参加することを通じ、ゴミ問題について知って考えてもらうという教育・啓発の効果がある。ただ拾うだけではその場所をきれいにすることで満足してしまうかもしれないが、漂着ゴミといっても漁業や海浜発生ゴミだけではなく、普通の暮らしから出てくるゴミが多いということや、ゴミが細かい破片になってしまっているなど、種類別に数えさせることによりいろいろな気づきを与え、発生抑制につなげることができる。
- HP、パンフレット、パネル、トランクミュージアム等については、市民参加型ごみ調査とクリーンアップ活動に参加してもらうきっかけとして、また、ゴミ問題について知ってもらうという両方の目的で活用している。

②対象者・手段・コンテンツ

- クリーンアップキャンペーンの前に、環境省の記者クラブを利用して、情報の「投げ込み」やプレス発表を行っている。記事にしてもらうためには、毎回新しいトピックを用意する必要がある。
- ホームページは不特定多数の人を対象としており、高い関心を持っていない人にも見てもらえるように、プロのデザイナーに頼んで、きれいで楽しく見やすいデザインにして、伝えたいことを見てもらえるように工夫している。
- 双方向のコミュニケーションでないと継続しない。各クリーンアップ会場のリーダー（＝キャプテン）には、全会場のデータをまとめたレポートを送付している。
- 市民参加型ごみ調査とクリーンアップ活動の目的や結果の活用方法などを記載したキャプテンマニュアルを各キャプテンに配布しており、参加者の理解を深めモチベーションをあげるために、各キャプテンから必要なことを伝えてもらっている。市民の継続的な参加を促すために、活動後にハガキ1枚でもよいからフィードバックをすることが大切といったことも記している。
- パネルやトランクミュージアムは、環境に関する展示をしたいと思っても材料がないという場合に使用されている。貸出先は、教育機関（小中高、大学）、市町村、海上保安庁（「海洋環境保全推進月間」や「海洋環境保全教室」など）、

企業、市民団体、ダイビング団体等である。

- トランクミュージアムは6種類あるが必ずセットで展示してもらっている。ゴミだけではなく、自然由来のものやキレイなものも含まれており、漂着物は本来困ったものだけではなかったということも伝えている。
- 学校での講演は小中学校が多い。保護者や先生から依頼がある。基本的に学校の方から問い合わせがあるので、こちらから探したことはない。ある学校では十分な質疑応答の時間がとれなかったため、提出されたアンケート票に対して、一人一人に手紙で回答した。せっかく持ってもらった疑問に答えてあげないと、そこで終わってしまうためである。
- パンフレットは水族館や自然誌博物館にも置かせてもらっている。

③頻度・継続性

- クリーンアップキャンペーンは1990年の秋以来、毎年春と秋の年2回実施しており、春は通常のクリーンアップ、秋はICCの日本の活動としてごみ調査とクリーンアップを行なっている。

④苦慮している事項

- 資金不足が問題である。また、社会問題化した結果、メディア対応（基本的に無償）に追われ、マンパワーと資金の不足に追い討ちをかけられている。

⑤環境省が実施する広報活動に対するご意見

- 漁業系のゴミなど、発生源が特定できるものについては、関連の産業に働きかけることは有効である。
- 自宅周辺でも、ぱっと見にはきれいでも、拾ってみると毎朝レジ袋2~3袋分のゴミが落ちている。タバコの吸殻の他、食べ物や飲み物系のゴミが多い。昔の調査のデータだが、2%の人がポイ捨てをしているとの結果があり、一般市民がゴミの発生源になっていることは疑いない。ただし、ポイ捨てをしている人を特定しての働きかけは困難であり、地域全体での意識の底上げをして、例えば子供同士が「ゴミを捨ててはいけない」と教えあうような地域にする必要がある。
- 一部のリーダーだけががんばっても環境問題は解決しない。ささやかな行動ではあっても多くの人々に取り組んでもらうことが必要。そのためには、ガマンを伴う行動ではなく、これならできると思ってもらえる行動を提示する。初めの一歩が踏み出せれば、二歩目に進んで行ける。
- ゴミ問題だけでなく海の環境問題というくりにした方が良い。ゴミに関しては、JEAN や NPEC などが出かけていくことも可能だが、それ以外に、地域の環境を良く知っている人を呼んで話をしてもらおう。必ずしも教育関係者にこだわることはなく、地元で環境の活動をしている人や、漁師、郷土研究者などが考えられる。海自体の楽しさやすばらしさ、食べ物の供給場所になっているなど、海が本当に大事な場所であるということを実感してもらえれば、大切にしようになる。
- 0 と 1 との差は大きく、一度経験してもらうことが重要である。その上で、一回だけよりも何回も繰り返し機会があるとなお良い。例えば、一口に子供とい

っても、小学校低学年と中学生・高校生とでは視野の広さが異なる。すべてをひとまとめにするのではなく、対象に応じた情報を提供すべきである。

- もっとも効果があるのは人と人のつながりであり、環境省が体験型学習の募集をする場合でも、マス広報だけに頼るのではなく、人のつながりを活用した方がよい。

(2) (財)環日本海環境協力センター (NPEC)

ヒアリングは以下のとおり実施した。

日時：2008年2月26日 10:30～13:00

相手：調査研究部 藤谷亮一 主任研究員

以下は、ヒアリング結果及び事前に電話で伺った内容を踏まえて整理したものである。

①目的

- 漂流・漂着ゴミ問題の解決策は、回収と排出抑制の二通りだけである。そのためには、人々の行動を変える必要がある。

②対象者

- 漂着物調査の良いところは誰でもできる点である。NPECの調査では、小学校4～5年生と老人クラブを対象としている。
- 文科省の学習指導要領では、小学校4年生で廃棄物の処理を取り上げるようになっており、それに対応してゴミ処理施設の見学に行く場合が多い。その発展として漂着物調査を位置づけることにより、学校側も取り入れやすくなるため、小学校4～5年生を対象としている。
- 参加する小学校の手配は各自治体をお願いしている。

③手段

- キーワードは協力・協働である。NPECでは、日本、韓国、中国、ロシアの自治体と直接の協定を結んでいる。自治体を相手に選んだのは、もともと自治体とのネットワークを有していたことと、自治体の方がNGOよりも組織がしっかりしているためである。中国では省、韓国では道、ロシアでは地方政府（沿海州、ハバロフスク州、サハリン州）である。
- まずは相手をいかに巻き込むか、テーブルにつかせるかが重要であり、そのためには何種類かの料理を並べる必要がある。各国とも漂流・漂着ゴミが最も重要な問題というわけではないが、各国の自治体にとっては「国際協力事業」をやるのが誇りになるということで乗ってきたのだと思う。
- 漂着物調査への参加というプロセスを通じて、市民への啓発を行っている。
- 各海岸ごとに4万円の支援金を出している。それにより、調査で用いるロープ、杭、秤、人件費などを賄っている。相手方に主体的に取り組んでもらうために（やらされていると思われないように）、調査費全額を援助するのではなく、一部を負担させることが重要である。
- 安全管理のために、調査前日に現地を視察し危険なものを取り除く。当日は帽子と手袋を着用させ、開始前に注意事項を説明する。10×10mの枠ごとに小学生7名、先生1名、スタッフ2名、老人会3名程度の組み合わせである。保険

もかけている。

- NPEC のパンフレットは調査結果概要版との位置づけではあるが、内容は半分は環境教育読本となっている。海外用のパンフレットは 200 部印刷している。

④コンテンツ

- 従来のパンフレットでは、陸域と海域とがつながっていなかった。NPEC のパンフレットではその両者をつなげ、さらに、陸上起因活動がどのようなものであるのかをはっきりと示し、一人一人の市民にイメージをもたせることとした。
- 初めにゴミの写真を見せると嫌がられる。今年のパンフレットでは良い沿岸のイメージをもってもらい、これまでは漂着ゴミの現状を知るだけだったが、今後は行動を起してもらえるように工夫した。
- 成果物を相手に利用してもらうことが重要であり、そのためには特定の国を名指しで非難するようなことは避ける必要がある。発生海域が韓国や中国とはっきりしているゴミがあるが、NPEC のパンフレットではぼかしている。韓国のアナゴ漁具もそれを示唆する漁船を載せていると使ってもらえない。日本海の表記も問題になる。

⑤頻度・継続性

- 漂流物調査は 1996 年以來、毎年継続して実施している。

⑥苦慮している事項

- 紙資源節約のため、役所では普及啓発用のパンフは基本的に作れない。

⑦環境省が実施する広報活動に対するご意見

- パンフレットの作成にあたっては、どのように利用してもらい、どのような効果を期待するのかをしっかりと検討する必要がある。すなわち、目標、課題、対策を筋道立てて検討する。
- 漂流・漂着ゴミの発生源や経路ははっきりとは分かっておらず、今後も明らかになるとは思えない。しかしながら、それを使用していたのは一人一人の市民であることは間違いない。このため、彼らに働きかけ意識と行動を変えさせることは重要である。
- ルートとしては、NOWPAP の政府間会合やフォーカルポイント、あるいは日中韓三カ国環境大臣会合 (TEMM)、日中・日韓の環境大臣会談などがあげられる。環境省が相手国の自治体と直接やるのは現実的ではない。自治体は国の顔が見えると嫌がるため、あくまでも NOWPAP などを利用して国レベルから自治体レベルに下ろした方がよい。
- NOWPAP では、会議で使ってもらうには英語にする必要があり、実際に使ってもらうには相手国の言語にする必要がある。

(3) 北西太平洋地域会行動計画 (NOWPAP)

ヒアリングは以下のとおり実施した。

日時：2008 年 2 月 26 日 14：00～15：00

相手：RCU 富山事務所 馬場典夫 総務担当官

以下は、ヒアリング結果を踏まえて整理したものである。

①目的・対象者・手段・コンテンツ

- NOWPAP RCU (Regional Coordinating Unit) の役割はコーディネーション (調整) であり、主体となって活動するのは加盟各国 (日本、中国、韓国、ロシア) である。
- RCU では、材料作りとノウハウ提供を行う。海洋ゴミの現状報告書や国際ワークショップ報告書、各種のガイドライン (海岸ゴミ・海底ゴミのモニタリング、貨物や乗客の輸送、漁業、レクリエーション、船舶廃棄物の受け入れ港湾施設の整備等) は英語であり専門家向けである。ガイドラインは強制力のあるものではなく、各国に該当するものがなければ使用するというものである。
- この他に一般市民向けのパンフレットを作成している。4ヶ国語に翻訳したものはすぐに配布できるが、英語のものは各国で自国語に翻訳する必要がある。
- 国内の催しに呼ばれて話をしたり、新聞や雑誌に寄稿している。

②苦慮している事項

- NOWPAP 自体が、地中海や OSPAR 等と異なり強い条約機構ではないため、加盟国の活動に制約はない。唯一、海洋汚染緊急時の対応計画は各国が調印しているものである。2002年に RAC (地域活動センター) の活動が本格化し、2004年に RCU が開設され、ようやくこれからといったところである。
- 地域海における課題は整理されているが、その後のフォローアップがないのが現状である。RCU の役割はあくまでも調整であるので加盟各国が活動しないとだめだが、予算上の制約や、各国の「やる気」が欠けている点が大い。
- 各国からなかなか情報が出てこない。公式言語がいずれの国の母国語でもない英語である点がネックとなっていると思われる。

⑧環境省が実施する広報活動に対するご意見

- 環境省がパンフレットを作成するのであれば、MALITA (海洋ゴミに関する実施計画) のホームページに掲載することができる。Steering Committee の承認を得る必要があるが、Focal Point (各国の窓口) 経由で配布したり、ワークショップで紹介したりすることもできる。

(4) その他の機関

国、自治体、各種団体の主な取組みは以下のとおりである。

①環境省

ホームページにおいて、漂流・漂着ゴミに係る国内削減方策モデル調査、および漂流・漂着ゴミ対策に関する関係省庁会議の資料を公開している。

②国土交通省

7月に都道府県および市町村との共催で「河川愛護月間」および「海岸愛護月間」を実施している。河川愛護月間では、河川愛護意識の醸成を図るために講演会やシン

ポジウム等のイベントを開催するとともに、市民団体、町内会、関係行政機関と協力しつつ、河川の美化活動を行っている。海岸愛護月間では、海岸愛護思想の普及を図るために講演会や交歓会等のイベントを実施し、また、沿岸地域住民等の協力を得て、海岸清掃を実施している。また、河川巡視により不法投棄を早期発見して対応するとともに、看板の設置や「河川ゴミマップ」の作成による啓発に努めている。このような情報は本省や各河川国道事務所のホームページで公表されている。

③海上保安庁

6月の「海洋環境保全推進月間」を中心として、海事・漁業関係者を対象とした指導、一般市民および子供達を対象とした「海洋環境保全教室」の実施、漂着ゴミ調査の実施と漂着ゴミマップの作成等が行われている。

これらの活動は、各管区海上保安本部のホームページで公表されている。第十一管区海上保安本部のホームページでは、同保安本部が事務局を務める沖縄クリーンコーストネットワーク（OCCN）の活動も紹介されている。

※OCCNは、同保安本部、環境省沖縄奄美地区自然保護事務所、内閣府沖縄総合事務局、県、市町村、各種団体（ボランティア関係、海事関係、マリンレジャー関係）等が集まったネットワークで、沖縄県の自然環境保全のために活動する各種団体やボランティアのサポートを行っている。ビーチクリーンアップ等も実施されている。

④水産庁

漁場環境保全方針の策定や漁業者、市民の参加による漁場環境監視体制の強化を進めるほか、一般市民に対する漁場環境保全のための普及・啓発活動やボランティアが行う海と渚の清掃活動を促進している。

⑤山形県

「ふるさとの川アダプト事業」を実施しており、県管理の河川・海岸・砂防区域を対象に責任を持って清掃美化活動等を行う「河川アダプト団体」と県・市町村とが協定を締結し、団体の活動に対して、市町村は収集したゴミの処分や広報等を行い、県は団体に対して助成金の交付や看板設置等の支援を行なっている。

⑥長崎県

日韓海峡沿岸情報ネットワーク（福岡県、佐賀県、長崎県、山口県と韓国南岸の4自治体）の共同交流事業の一環として、海洋環境保全の意識高揚のため、概ね1か月間の「海の環境美化キャンペーン」を平成15～17年度に実施している。平成18年度からは「日韓学生つしま会議」として、韓国の学生と長崎県内外の学生等が協力し海岸清掃を実施している。

⑦（社）海と渚環境美化推進機構（マリンブルー21）

必要な清掃機材の提供を通じて、漁業者や市民団体等が行う海浜清掃を支援している。その際には、認定する170人余の海浜美化指導員（マリンブルーレンジャー）が啓発資料の提供など活動支援を行っている。

⑧ (社) 食品容器環境美化協会

まち美化の手法として「アダプト・プログラム」の普及に努めると同時に、小中学校の環境学習を通じた「環境美化意識の向上」と「マナーの改善」、広告媒体を通じた「ポイ捨て防止の呼びかけ」を行っている。

4.2 効果的な広報活動に係る調査

(1) 成功を収めている環境問題に係る広報活動の事例

広報活動では、単に人々の意識を変えるだけでなく、それを通じて「行動を変える」ことが重要である。この観点から、人々の行動に影響を及ぼしたと推察される事例を、主としてインターネットにより収集した。各事例における特筆すべき点は以下のとおりである。

①環境広報誌「かえる通信」

「かえる通信」は福井県池田町で活躍する「環境パートナー池田」によって発行されている環境広報誌である。2004年以來、毎月1回発行され、町内の全戸に配布されている。

特徴は、同団体の活動ではなく、池田町内の環境活動を広く紹介する点であり、運営主体を問わず、行政、関連団体、個人の活動に至るまで取り上げている。このことにより、縦割りで他との交流が持ちにくくなりがちな事業が、情報を共有するうちに緩やかに連携され、類似の活動が集約されてグレードアップしたり、単独の活動では実現が難しそうな企画が合同・分担などの連携を見出して可能となったりという効果が得られている。

なお、池田町は人口3000人の小さな町であり、掲載される記事が具体的で身近な話題として捉えられやすいという特質がある点には注意を要する。

②京都市長選挙の啓発キャンペーン

2008年2月17日投票の京都市長選挙では、選挙管理委員会が様々な啓発活動を行っている。その一つとして、特に選挙離れが著しい若者をターゲットとして、若者にとって身近な存在である店舗（カフェ、ヘアサロン、ショップ等）の協力を得て、「市長選挙+店舗コラボ・ポスター」の掲示と、店舗スタッフの市長選オリジナルTシャツ着用によるPRが実施された。

コラボ・ポスターは、店舗オーナーやスタッフが有権者の若者たちに向けた直筆のメッセージを記入するものであり、また、オリジナルTシャツは、店舗スタッフが自分で着たいと思うようなデザイン性に優れたものが用意された。

これらは、従来の方法ではアプローチが難しかった特定の対象者層にメッセージを届けられる広報手段を採用した点に特徴があると言える。

③クリーン・ビーチいしかわ

「クリーン・ビーチいしかわ」は、1996年以來、石川県の全県一斉の活動として実施され、毎年10万人余が海岸清掃に参加している。第21回全国豊かな海づくり大会では、海岸美化に取り組むボランティア団体として初めて大会会長賞を受賞している。

特徴は、実行委員会の事務局をローカルFM局である「エフエム石川」が務めている点にある。ローカル局では全国局と異なり地域に密着した情報を提供することができる。この点が、県民運動として大人数の参加者を確保する一因になっていると推察さ

れる。すなわち、ローカルメディアの活用がポイントと言える。

※例えば、新潟県中越沖地震（2007年7月）の発生後には、柏崎市のコミュニティFM局「FMピッカラ」が身近な災害関連情報を提供し、市民の重要な情報源として利用された事例がある。

④道の駅のトイレ清掃

漂流・漂着ゴミ対策に関する情報交換会（2008年2月18日）において、国土交通省河川局堂菌企画専門官より、道の駅のトイレに「このトイレは地元中学生、高校生の善意によってきれいに保たれています」という写真を貼ったところ、利用者がトイレを汚さなくなった事例が紹介された。

利用者に清掃をしている人の姿をイメージさせたこと、清掃をしているのが中学生・高校生であったことが、トイレを汚すことに対する（特に大人の）心理的抵抗を高めたものと推察される。これは、次項で紹介する社会的規範による効果と言える。

(2) 心理的要因

ゴミの投棄に係る心理的要因について、北海道大学文学研究科行動システム科学講座 大沼進 准教授に e-mail で問い合わせを行い、紹介された文献およびいただいたコメントをもとに、関連する文献とあわせて以下をとりまとめた。

環境配慮行動は、それを実行したくとも行動に移せない「社会的ジレンマ」の構造を有している（杉浦，2003a）。例えば、ゴミを公園や観光地などでポイ捨てる「ごみ捨て行動」は、「社会的ジレンマ」問題と言える。一人がゴミを捨てれば多くの人が嫌な思いをする、すなわち、ゴミを捨てることによる弊害は多くの人々に拡散されるが、ゴミを捨てる本人はゴミ箱までゴミを持っていく手間を省くことができ、ゴミを捨てることによる利益は本人にだけ占有される（山岸，2000）。社会的ジレンマの正確な定義は次のとおりである（大沼，2007）。

- ①まず、一人一人の人間にとって、「協力」か「非協力」かのいずれかを選択できる状況がある。
- ②このような状況のもと、一人一人の人間にとっては、「協力」を選択するよりも「非協力」を選択する方が望ましい結果が得られる。
- ③一人一人の人間にとっては、「非協力」の方が「協力」よりも望ましい結果を生むが、集団の全員が自分個人にとって有利な「非協力」を選択した場合の結果は、全員が「協力」を選択した場合の結果よりも悪いものになってしまう。

社会的ジレンマ状況の中で人々に環境配慮行動を選択させるための要因について研究が進められており、広瀬（1995）により環境配慮行動の規定因のモデルが提唱されている（図 2）。

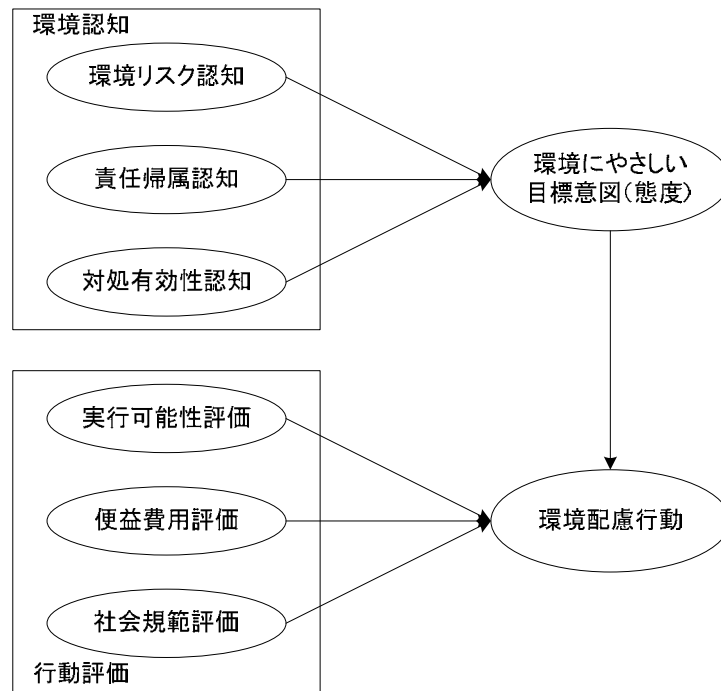


図 2 環境配慮行動の規定因のモデル (広瀬, 1995)

広瀬 (1995) は、行動までの意思決定プロセスは、環境にやさしい目標意図を形成するまでと、環境配慮の行動意図を形成するまでの 2 段階に分かれると仮定している。

環境問題について自分にできる貢献をしたいという態度を、ここでは「環境にやさしい目標意図」と呼んでいる。それを規定する要因は、その環境問題の三つの側面についての認知としてまとめられている。一点目は、環境汚染がどれほど深刻であり、その発生がどれほど確からしいかについての環境リスクの認知、いわば危機感である。二点目は、環境汚染や破壊の原因が誰あるいは何にあるのかといった責任帰属の認知、いわば責任感である。三点目は、なんらかの対処をすれば環境問題は解決できるだろうという対処有効性の認知、いわば有効感である。

次に、環境配慮の行動意図を規定する要因は、三つの側面からの、その行動の評価である。一点目は、行動の実行可能性の評価である。二点目は、行動によってもたらされる結果の便益・費用についての評価である。三点目は、行動に対する社会的規範 (social norm) の評価である。

ある行動様式が望ましく、それが他者から期待されているという判断が社会的規範である (杉浦, 2003a)。Cialdini らの一連の研究 (Cialdini et al., 1990; 1991; Reno et al., 1993) は、記述的規範 (descriptive norm) と指示的規範 (injunctive norm) が環境配慮行動に影響することを見出している (大沼, 2007)。前者は、ゴミがいつも捨てられているところでは新たにゴミを捨てやすいのに対して、まったく落ちていないところでは捨てる行為がはばかられる、といった状況認知による規範であり、後者は、「ここにゴミを捨てないでください」といったメッセージなどによってゴミを捨てさせないように働く規範である (杉浦, 2003a)。

すなわち、「社会的な目 (social eyes)」が、その場面において、ポイ捨てをする行為者に喚起されるかどうか、そして、その喚起させる装置をどう作るかが重要ということになると言える (大沼准教授のコメント)。実際に、北海道開発局釧路開発建設部 (2007) が国道で行った調査では、花植えを行い沿道の美化活動に熱心な地域では、捨てられているゴミが少ないとの結果が得られている。

杉浦 (2003b) は、環境配慮行動の普及に向けたメディアの機能についても論じている。個人個人の行動が継続されるには、マスメディアが実際に取り組みられている環境配慮行動について発信し、環境配慮行動を開始・実践した本人達はその情報を受け取ることで、個人のとった行動が社会的に望まれているものであり、個人々が環境配慮行動を実行することで社会的利益につながるのだと認識させるコミュニケーションが必要である。つまり、環境配慮行動を実行した個人が自らの行動に肯定的な評価を下すサポートとしての機能をマスメディアが担うことになるのである。

なお、産業廃棄物の不法投棄問題については、社会的ジレンマ問題にあてはまるとしても、それ以外の要因が多く混在しており単純ではないとされている。大沼・北梶 (2007) は、社会的ジレンマ構造に、産業廃棄物の不法投棄問題と関連していると考えられる要因を加えた、「産業廃棄物不法投棄ゲーム」を開発し、5種類のプレイヤー（排出事業者、一次収集運搬業者、中間処理業者、二次収集運搬業者、最終処理業者）を参加させ、どのような行動をとるのか実験を行った。その結果、①排出事業者への罰金や環境修復費用の過分負担などが、それに備えて委託金を少なく抑えることにつながり、かえって不法投棄を誘発する原因になっていること、②関係者がお互いに直接接触することにより信頼が高まり、また、コミュニケーションを通じて社会全体の利益に目が向き、相互協力に向かうきっかけとなる可能性があることが示されている。

4.3 今後の広報活動に向けて

上記の調査結果を踏まえて、環境省が今後実施する国内向けおよび国外向けの広報活動の原案をとりまとめた。

(1) 国内向けの広報活動

①目的

兼廣・藤枝 (2005) によれば、海岸に漂着するゴミの量はだまかに見積もって、人工ゴミが約5万トン/年、そのうちプラスチックゴミが1~2万トン/年程度と推定され、これらの量はそれぞれ、全国の一般廃棄物の排出量 (約5000万トン/年) およびプラスチック生産量 (約1400万トン/年) の0.1%程度に相当するとされている。すなわち、漂着ゴミは発生するゴミ (あるいは、そのもとになる製品) のごく一部に過ぎず、もともとのゴミの発生量 (ないしは製品の使用量) を大幅に削減しない限り、根本的な対策にはならないと言える。このため、ゴミの発生抑制につながるような意識と行動の変容をもたらすことを目的とする。

②対象者

漁業系のゴミ等、発生源が特定できるものについては、関連の産業に働きかけることが有効である。その一方で、生活系ゴミのように、発生源の特定が困難であるものも存在する。これに関しては、一般市民を対象とした啓発活動を実施する。これは以下の理由による。

- ゴミの発生源や発生経路については、本事業においても必ずしも明らかにはされていないが、経路はどうあれ、ゴミとなる前の使用者は一般市民であると考えられる。
- また、ゴミのポイ捨てをする市民はごく一部であると想定されるが、そのような人々を特定して直接アプローチすることは現実的ではなく、市民全体の意識

を底上げし、社会規範の面から行動改善を促す方が良いと考えられる。

その上で、対象者層を以下の3つに分類する。これは、それぞれのステージによって視野の広さが異なるために伝えられる／伝えるべきメッセージが異なること、メッセージに繰り返し触れる機会を提供するためである。ただし、最も優先すべきは、正しいことは正しいと素直に感じやすい小学生であろう。また、子供の態度や行動が変化することにより、周囲の大人の態度や行動に良い影響を及ぼすことも期待できる。

- 小学生
- 中高校生
- 大人

③手段・コンテンツ

ヒアリングの結果から啓発効果が高いと推察された体験型の手法を用いる。具体的には、海岸でのクリーンアップ活動と海の自然を体感する活動をセットで用いる。テーマはゴミ問題に限定せずに海の環境問題とし、その中でゴミ問題を取り扱うようにする。その方が啓発効果が高いと考えられるし、参加者にとっても楽しい活動になる。

海の環境については、地域の環境を良く知っている人に協力してもらう。例えば、地元で環境の活動をしている人、自然愛好家、漁師、ダイバー、郷土研究者などがあげられる。自然観察や講義を通じて、海自体の楽しさやすばらしさ、食料の供給場所になっているなど、海が大事な場所であるということを「実感」あるいは「再発見」させることにより、海を大切にしようという動機付けを与える。

ゴミについては、クリーンアップ活動と、収集したゴミの分類・計測を通じ、問題の重大性や自分たちの生活が原因になっていることなどについて「気づき」を与えられるようにする。JEAN/クリーンアップ全国事務局、NPEC、各地域でゴミ問題に取り組んでいる人々などに協力を依頼する。

表1に、体験型啓発活動に盛り込むべき、環境配慮行動の規定因に対応した具体的な内容を整理した。いずれにしても、「教える」というよりも、実感あるいは再発見の「手助けをする」ようにした方が啓発効果は高いと考えられる。

表 1 体験型啓発活動に盛り込むべき、環境配慮行動の規定因に対応した具体的な内容

環境配慮行動の規定因	各規定因に対応する具体的な内容
環境リスク認知	漂着ゴミ問題の深刻さに気づかせる。
責任帰属認知	自分たちの生活が原因の一端となっていることを気づかせる。
対処有効性認知	地点の特性にもよるが、当該地域からの発生が主たる汚染源となっていることを示し、自分たちの取組みにより問題の解決につなげることができることを示す。
実行可能性評価	「自分たちでできること」について教えたり気づきを与える。
便益費用評価	海が大事な場所であることを気づかせるとともに、現在の快適な生活を犠牲にせずに実行できる「なるべくささやかな対策」を提示する（社会的利益と個人コスト）。
社会規範評価	参加者全員で海岸をきれいにすることにより、社会規範を共有する。

④頻度・継続性

少なくとも毎年1回の頻度で継続的に実施することにより、先に述べたステージに応じて繰り返し参加ができるようにする。

⑤その他の活動

上記で述べてきた体験型啓発活動を補完するものとして、表2のような啓発活動があると良い。手段としては、環境省の漂流・漂着ゴミに関連するホームページを活用して、以下のような機能を持たせることが現実的であろう。

表 2 体験型啓発活動を補完する活動の対象者および目的・内容

対象者	目的・内容
各地で活動に取り組んでいる人々	各団体の取組み（クリーンアップやイベントなど）を紹介するコーナーを用意し、とくに地域での連携を強められるようにする。各団体に自ら記載してもらえらるシステムとする。 参加人数やゴミの処理量などがあれば、社会一般に向けての社会的利益の提示や社会的規範の共有にもつながる。
体験型活動に参加した人々	参加者の取組みを社会一般に伝えることにより、それが社会的に望まれているものであり、社会的利益につながると認識させ、行動の継続に寄与する。 真の対象者は参加者である一方、社会全体に向けて発信することが必要である。
体験型活動に参加する可能性のある人々	参加を促すための情報提供 ※ローカルメディアや人的つながりを介した働きかけの併用が必要
体験型活動に参加するほどではないが多少の関心がある人々	基礎的な事項の情報提供

(2) 海外向けの広報活動

①目的

調査の結果、事業開始当初に想定していたよりも、海外の発生源の寄与は小さいことが明らかになりつつあるが、地域によっては無視し得ない負荷がある現状である。国内向けの広報活動と同様に、ゴミの発生抑制につながるような意識と行動の変容をもたらすことを目的とする。

②対象者

漁業系のゴミ等、発生源が特定できるものについては、関連の産業に働きかけることが有効であろう。その一方で、生活系ゴミのように、発生源の特定が困難であるものも存在する。これに関しては、一般市民を対象とした啓発活動を実施する。

③手段・コンテンツ

体験型の手法を用いることが望ましいが、その実施に際しては人員や予算上の困難が伴うと推測される。このため、NOWPAP を介してのパンフレットの配布、あるいはNOWPAP のホームページへのコンテンツの掲載が現実的と考えられる。いずれにしても、各国の一般市民にメッセージを伝達するには、各国の言語に翻訳した材料を提示する必要があると言える。また、一般市民向けの情報提供では、特定の国を発生源として非難するのではなく、4 カ国が協働・連携をして漂流・漂着ゴミ問題に取り組んでいくとのスタンスを守るようにする。

内容としては、表 1 で整理した、海のすばらしさや大切さ、漂着ゴミ問題の深刻さ、自分たちの生活との関係、自分たちにできるささやかなとりくみと期待される効果、各国の様々な取組みなどを盛り込む。

④頻度・継続性

まずは第一歩として始めることが重要であり、その後、継続的な情報提供をめざすものとする。

Cialdini, R. B., Reno, R. R., & Kallgren, C. A. (1990). A Focus Theory of Normative Conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public place. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1051-1026.

Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A Focus Theory of Normative Conduct: A Theoretical Refinement and Reevaluation of the Roll of Norms in Human Behavior. *Advance in Experimental Social Psychology*, 24, 201-234.

Reno, R. R., Cialdini, R. B., & Kallgren, C. A. (1993). The transsituational influence of social norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 104-112.

大沼進 (2007) 「人はどのような環境問題解決を望むのか」 ナカニシヤ出版.

大沼進・北梶陽子 (2007) 産業廃棄物不法投棄ゲームの開発と社会的ジレンマアプローチ：利得構造と情報の非対称性という構造的与件がもたらす効果の検討. *シミュレーション&ゲーミング* 17(1), 5-16.

兼廣春之・藤枝繁 (2007) 海の漂着ごみ. 市民がつくるごみ読本「C&G」, 第9号, 42-47.

杉浦淳吉 (2003a) 「環境配慮の社会心理学」 ナカニシヤ出版.

杉浦淳吉 (2003b) 環境配慮行動の普及に向けたメディアの機能と役割.

http://homepage2.nifty.com/jsugiura/zatsu_10.htm

広瀬幸雄(1995)「環境と消費の社会心理学ー共益と私益のジレンマー」名古屋大学出版会.

北海道開発局釧路開発建設部 (2007) 国道に投棄される飲料系ゴミの実態調査を実施！

<http://www.ks.hkd.mlit.go.jp/oshirase/071116/pdf/dust.pdf>

山岸俊男 (2000) 「社会的ジレンマー「環境破壊」から「いじめ」までー」 PHP 研究所.