

身近な話題で分かりやすく
環境マンガによる新展開



2013年12月13日
地球環境関西フォーラム

組織の概要

- 名称 地球環境関西フォーラム
- 設立 1990年、大阪市内に任意団体として
- 特徴 産官学民 (= 産業界、自治体、大学・研究機関、労働団体・婦人団体等) の連携のもと、自由闊達に議論し、地球環境問題の克服に取り組む
- 活動分野
- ・地球温暖化問題
 - ・**循環型社会の構築**
 - ・**生物多様性の保全**
 - ・持続可能な都市再生
 - ・アジアを中心とする国際貢献
 - ・環境教育 など
- } 今回の取組み
- 活動の傾向 設立当初は、調査研究・提言が中心
最近は、市民向けの実践活動を重視
- 事務局人員 5名体制
(事務総長1名、企業出向者2名、派遣社員2名)



環境マンガ作成のきっかけ

人々の意識が二極分化

関心層

- ・環境問題に一定の理解を示し、具体的な取組みも実施している。
- ・知りたいと思えば、本や資料が豊富にあり、行動したいと思えば、活動の場も相当数存在する状況にある。

無関心層

- ・環境問題に対する理解・行動とも、余り進んでいない。
- ・「環境問題は難しそう」「環境、環境と余りうるさく言わないでほしい」など一種の抵抗感を持っていることもある。

フォーラムの方向性

「環境、環境」とうるさく言わない。

日常生活の中の不安や悩みなど、ごく身近な関心事を取り上げる。

これらに取り組むことが、環境問題の解決にもつながることに

気づいてもらう。

できるだけ平易な内容にする。

難しい話は敢えて避ける。

親しみやすいツールにする。

環境マンガ

2011年度 「シンプルエコライフのススメ」発行 (当初3000部、後に6000部増刷)



- ・身近な関心事 = 「スッキリとした快適な生活」(断捨離ブームにちなんで)
- ・不要なものを極力持たないようにすることで、家の中がスッキリと快適になるだけでなく、廃棄物の発生抑制(Reduce)にもつながる事を紹介
- ・マンガは、Webサイトにも掲載、講演会も実施

2012年度 「シンプルエコライフのススメ2 ~ 本当にいいものを選ぶために ~」発行

(当初3000部、後に5000部増刷)



- ・身近な関心事 = 「本当にいいものを選ぶ」
- ・不要なものは極力持たず、本当にいいものを選ぶ極意を、インテリアコーディネーターのノウハウに基づいてまとめた
- ・マンガはWebサイトにも掲載、講演会も実施

2013年度 「シンプルエコライフのススメ3 ~ 本当にいいものを長く大切に使う北欧のライフスタイル ~」



- ・身近な関心事 = 「憧れの北欧のライフスタイル」
- ・過去2回の取組みを踏まえ、読者にこうしたライフスタイルの実践を促すため、具体的な事例紹介と体験的要素で構成(11/15、12/7)

北欧のライフスタイル、デザインに関する講演会

北欧雑貨(フェルト)の手作り体験、自然体験(オーロラ映像鑑賞)も併催

2012年度 「こどもたちのためにできること」発行 (当初6000部、後に3000部増刷)



・身近な関心事 = 「寿司ダネ、インフルエンザの薬の危機」

・FSC認証商品、MSC認証商品などを購入することで、誰でも、いつでも生物多様性保全に取り組むことができることを紹介した。(グリーン購入に近い)

FSC: 持続可能な森林管理、MSC: 持続可能な水産資源管理

・マンガはWebサイトにも掲載

2013年度

・Webコンテンツ「環境マンガはこうしてできた！」の公表(7月)

・他団体等の方にも参考にしていただけるよう、制作ノウハウを公開

・一般の読者も読みやすい、マンガの主人公とフォーラム・スタッフの対話形式

京都女子大との連携

・参加メンバー・・・京都女子大、MSC、イオン、フォーラム

・家政学部 生活造形学科による、MSCの普及促進ツール(ポスター、POP等)の制作と、普及促進キャンペーンの実施

・11月、京都女子大 学園祭

・12月、エコプロダクツ展

・3月、イオン店頭(京都) 予定



マンガ冊子の配布状況

配布部数と主な配布先(2013.10月末現在)

(部)

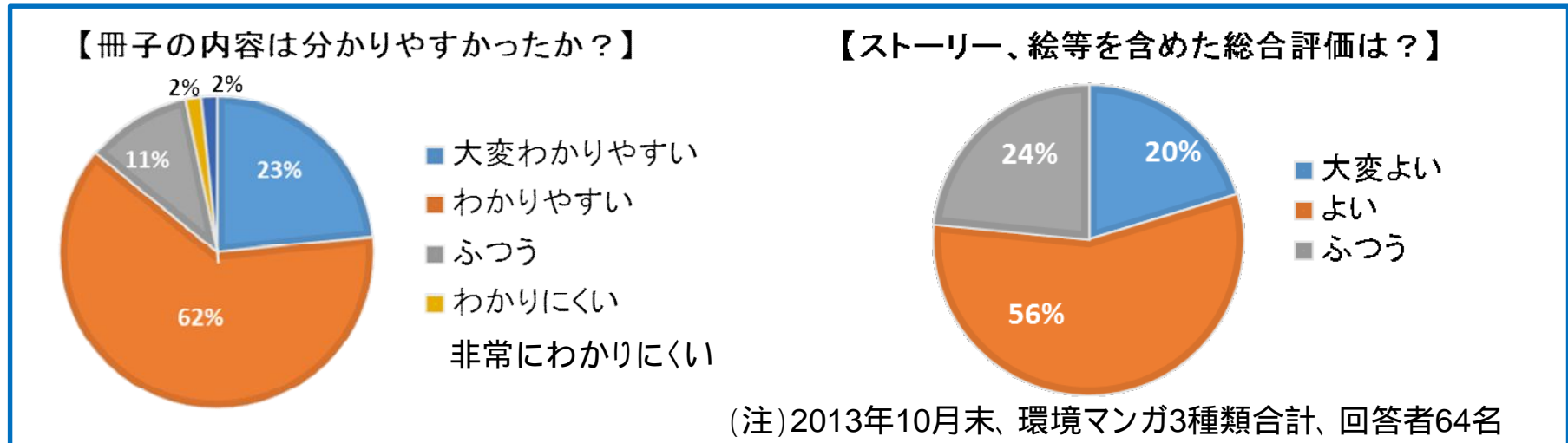
	配 布 総部数	内 訳				
		行 政	企業・ 労働団体	環境団体・ 社会教育施設	高校・ 大学等	その他
シンプル エコライフ	5,905	1,208	491	2,389	584	1,233
シンプル エコライフ	4,129	656	1,186	1,305	63	919
こどもたちのために できること	5,876	354	849	2,933	657	1,083
合 計	15,910	2,218	2,526	6,627	1,304	3,235

配布部数が多いのは、「環境団体・社会教育施設(市民大学等)」「企業・労働団体」「行政」など。

「高校・大学等」には、ガールスカウト連盟も含んでおり、若い世代にも一定部数配布。

「その他」については、個人の方からの電話による送付依頼も多いことから、これまで環境問題に余り関心がなかった人にも、関心を持ってもらえたと判断している。

読者アンケートの結果



- ・「分かりやすさ」「総合評価」については、おおむね好評価
- ・環境マンガの「分かりやすさ」については、85%が「分かりやすい」と回答。
- ・「総合評価」については、76%が「よい」と回答。
- ・主な意見
 - ・不要なものを持たない習慣を、身につけるよう努力しようと思う。
 - ・できるだけ今あるものを工夫して使うようにしようと思う。
 - ・今後、FSC・MSC認証商品を買うようにしたい。家族や知人にも教えたい。

メディア登場状況

テレビ NHK大阪「新・ルソンの壺」(2013.6)

新聞 読売(2012.6、2013.6)、京都(2013.6)、環境(2013.7)、日刊水産経済(2013.5)

先進性・独自性

- ・環境問題にあまり関心がない人を主な対象とした。
- ・環境問題を、ごく身近な関心事と関連づけて説明した。
- ・誰でもすぐに取り組めるポイントを、簡単明瞭なメッセージにして紹介した。

継続性・発展性

- ・一般的な市民向け講演会からスタートし、マンガ化、体験的要素の追加、社会実験（スーパーでのキャンペーン）へと継続的に発展してきた。
- ・多様な団体と連携し、社会実験など、新たな取組みに結びつけた。
（国内外NGO、インテリアコーディネーター、大手スーパー、デザインの専門家など）
- ・制作ノウハウを公開することにより、他機関において、より良いツールづくりの参考にしていただけた。

以上の取組みは、配布部数が15,000部の小さな取組みです。

しかしながら、小さいながらも、ちょっと新しいこの取組みが、多くの方、特に環境関連機関の方の目にとまり、さらに工夫を凝らした、より効果的なツールの制作などにつながれば、より大きな成果に結びついていくものと考えます。

弊方は、今後も、このような、**ちょっと新しい取組みにチャレンジしていきたい**と考えています。例えば、アニメーションなど…。

人々の意識や行動に変化をもたらすようなものを作るのは、容易ではありませんが、多くの人々の知恵を結集すれば、実現可能と考えます。

本日、発表の機会をいただいたことに、改めてお礼を申し上げます。

