



UR MISSION IS...

UMN!

OUR CURRENT STATUS IS...

今日、多くの企業がプラスチック製品で提供していたものを紙などの違った素材で提供し始めている。スーパーマーケットではビニール袋を有料化するなど工夫している。だが、ビニール袋やストローに比べ、漂着物の重量の中で約42%を占めているのが「漁網」だ。マイクロプラスチックも個数の割合としては広く占めているが、重量でいうと8パーセントにしか及ばないという。さらにこのような漁具の10~20%は、2011年に起きた東日本大震災によって流れたものである事も近年明らかになってきた。

＜漂着ごみ(プラスチック類のみ)の種類別割合＞

分類	重量	容積	個数
飲料用ボトル	7.3%	12.7%	38.5%
その他プラスチック類	5.3%	6.5%	9.6%
食品類 (調味料容器、トレイ、カップ等)	0.5%	0.5%	7.4%
容器	0.4%	0.3%	0.6%
カトラリー (スプーン、フォーク、スプーン、ナイフ、マドラー)	0.5%	0.5%	2.7%
漁網、ロープ	41.8%	26.2%	10.4%
ビニ	10.7%	8.9%	11.9%
発泡スチロールビニ	4.1%	14.9%	3.2%
その他漁具	2.7%	2.6%	12.3%
その他プラスチック (ライター、注射器、発泡スチロール片等)	26.7%	26.9%	3.3% ※3
	100%	100%	100%



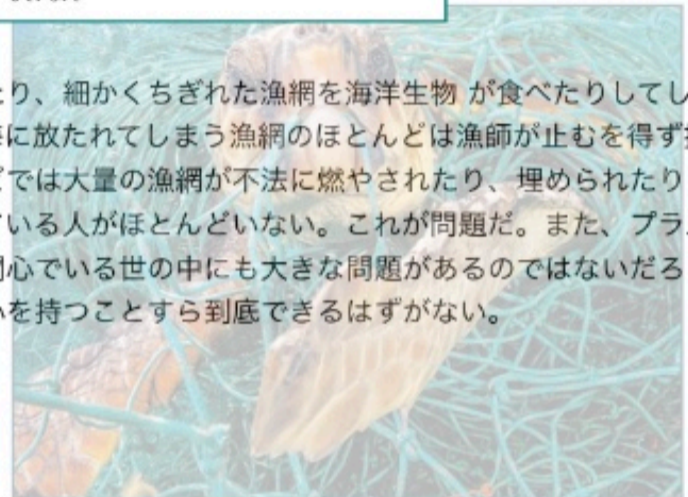
環境省より
(平成30年度9月時点)

- ※1 調査対象の10地点は、平成22~27年度の間調査した5地点及び平成28年度に新たに調査した5地点の計10地点。(全国の状況を表すものではないことに留意。)
- ※2 各地点の海岸線50mの中に存在したごみの量や種類等を調査した。
- ※3 発泡スチロール片等、劣化して微小であったものは、個数の計測はしていない。



漂着した漁網を集めた山

漁網は魚をはじめとする海洋生物を絡めたり、細かくちぎれた漁網を海洋生物が食べたりしてしまい、海洋生物に悪影響を及ぼしている。海に放たれてしまう漁網のほとんどは漁師が止むを得ず捨ててしまうもの。さらには、市場などでは大量の漁網が不法に燃やされたり、埋められたりしている。しかし、このような現実を知っている人がほとんどいない。これが問題だ。また、プラスチック問題の深刻さに気付きながらも無関心でいる世の中にも大きな問題があるのではないだろうか。まず現実を知り、理解しなければ関心を持つことすら到底できるはずがない。



SOLUTION PROJECT AMI

海洋プラスチック問題をあまり身近に感じないからと他人のままにするのではなく、積極的に関わることで理解を深め、社会全体の意識向上に取り組みたいという思いでこのプロジェクトを立ち上げた。STAGE 1では、企業が回収している漁網を分けてもらい、加工をみどり工房にお願いする。みどり工房とは、精神科に受診している人たちが社会復帰に向けて、自分のペースで仕事をする就労継続支援事業所である。STAGE 2の販売対象は高校生と『minne』アプリを使用している人である。販売の際に商品にUMIからのメッセージが書いてあるタグを付け、私たちの活動目的を簡単に知ってもらう。STAGE 3では漁網を使ったミサンガのワークショップを開くことで児童にも漁網に触れる機会を作る。ワークショップ後に私たちの活動の詳細が書かれた紙を持って帰ってもらう。

AMIはこの三つのステージを繰り返して持続可能なサイクルを保つ。

ミサンガはお手頃な価格で主に学生を対象とし、バッグは幅広い年代層に販売する。



STAGE 1
商品製作

廃棄漁網でエコバックを製作。
ニチモウ株式会社から頂いた漁網をそのまま加工した商品を作ることで消費者に問題を身近に感じてもらう。

STAGE 2
販売



4 質の高い教育をみんなに



児童向けの無料ワークショップを地元の児童館で開催。主にミサンガ作りやクイズなどのアクティビティをすることで「廃棄漁網の現状」について児童(及び親)に啓発する。

STAGE 3
ワークショップ

—エコバック—

小物からA4サイズのものまで伸縮性に優れ強度が高い漁網の性質を十分に生かしたエコバックになっている。アンケート結果により明らかになった使用目的のバリエーションの多さに、入れたものの形に変形できるデザインにした。



—ミサンガ—

低学年でも作れる糸をねじるだけのデザインと、高学年が楽しんで作れる少し難易度の高いデザインを選んだ。完成後は、付け外しができるように加工することで長く使えるアクセサリである。

OUR RESOURCE IS...

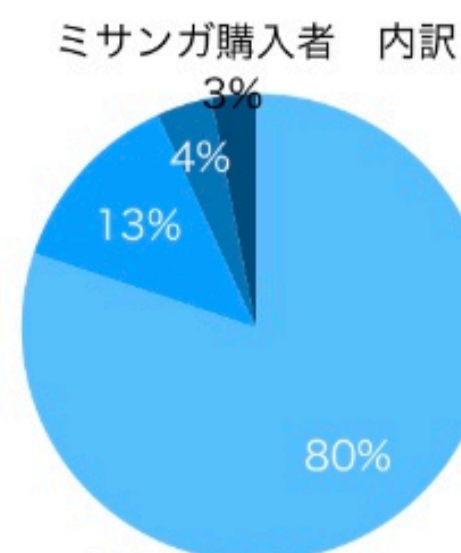
方法・資源

- 1.ニチモウ株式会社から漁網を生産する際に出た端材を調達。
- 2.校内販売にてミサンガを1本100円、バッグを1個500円で販売。
- 3.利益は下記のようになった。

プロジェクトAMIでの収支

	項目	金額
売り上げ	ミサンガ	¥13100
	バッグ	¥1000
	売り上げ合計	¥14100
支出	漁網（送料）	¥0
	材料費	¥990
	支出合計	¥990
当期利益		¥13110

● 国際高校生徒 ● 高校生 ● 中学生 ● 小学生



漁網↑



↑ミサンガ

今回得た利益は、材料の確保、生産費、私たちの活動の広告費に活用。

OUR SUSTAINABILITY IS...

今後の展望

1. 資源確保の確実性

漁網を製作しているニチモウ株式会社に生産の過程で出た端材を売っていただける確約を得た。また、漁網は数年毎に買い替えを行ったりするため、持続可能性が窺える。さらに今後、海で使われた後に大量廃棄された漁網を資源とした新たなプロジェクトを展開していくことも考えている。

2. ワークショップのモデル化

ワークショップ終了後、駒場児童館の職員の方々から「子供たちにとっても良い刺激になった。また是非ワークショップを開催してほしい」とのお声を頂いた。今後も継続的にワークショップを開催できることが窺える。ワークショップ終了後にはマニュアルを作成しており、また、材料の確保もできているため、他の児童館やイベントでも開催が可能である。私たちの活動の根本である、人々にプラスチック問題について「理解してもらうこと」を持続的に進めることができる。

3. アプリを使った販売

今後も持続的な販売を行うため、手作りのアクセサリなどを売ることができるアプリ『minne』の活用を検討中である。あらゆる決済方法、そして高校生以外の世代にもネットワークを広げられるアプリでの販売経路の確保は事業の安定化に繋がる。

4. 新たなプロジェクト

今回のプロジェクトAMIでは、商品品質を考慮した結果、漁網を作成する過程で出た端材などを利用することが条件となった。そこで、実際に海で使われてから廃棄処分となった漁網を、スポーツ用のネットに活用する新たなプロジェクトを思案中である。既にビーチバレーボール協会とコンタクトを取っており、今後の事業拡大が期待できる。

OUR GOALS ARE...

✔️ SDGsとの関連性

私たちのプロジェクトAMIでは、様々なゴールにアプローチが可能である。ここでは、特に関連の深いSDGsのゴールについて記す。

No.4 Quality Education

児童館でのワークショップ開催時に、海にプラスチックなどが流れていることがどれほど深刻な問題なのかをプレゼン。児童達の関心を仰ぐだけでなく、帰宅後に親にも同じ内容を伝えるよう促したことで、子供から親への逆教育(parents education)を実現。

No.17 Partnerships For The Goals

ビジネスとして活動を展開していく中で、漁網を製作・回収している企業や私たちが商品を製作するにあたり協力してくださる方々にも、海洋プラスチックに関する問題を知ってもらうことができ、共に問題解決に向けた取り組みを実現できる。

No.12 Responsible Consumption and Production

私たちが生産者側として責任をもって消費者に商品を届ける。また、漁網を活用した視覚的アプローチで消費者側にも責任ある消費を促すことができる。

No.14 Life Below Water



海に廃棄される漁網を回収し、商品としてリユースすることで海洋環境・生態系の改善、保全を実現する。

OUR SOCIAL INFLUENCE IS...

✔️ これまでの成果

私達が営むSNSや漁場を使った商品販売を通じて、人々のプラスチック問題全般についての理解を深められた。

一情報発信

 フォロワー数 計193名
 Likes 計693likes

ワークショップ 目黒区立東山児童館 計24名参加

一商品販売において

私達が漁網を扱った理由の一つは、視覚的にプラスチック問題を訴えかけることができ、より鮮烈な印象を人々に与えられるからである。実際、購入者にアンケートを取ったところ、**半分以上が一般的なリサイクル商品に比べて、漁網の商品はプラスチック問題を意識させると回答した。**また、今回販売したミサンガの色は、私達が特に重きを置いているSDGsの目標のテーマカラーに合わせた。この点においても、視覚的に人々に訴えかけることができたと言える。

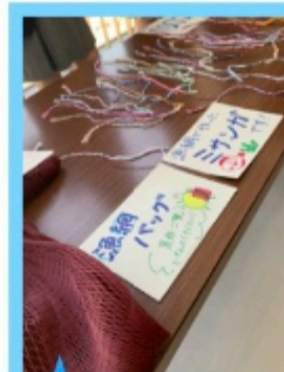
販売は計二日間行った。宣伝していたこともあり、一日目は多くの人が買求めてきてくれた。しかし、二日目になるとなかなか来なくなってしまったため、**宣伝した価格より安くして販売するという工夫をした。**人々の**購買意欲を向上させることに成功し、その分だけ、多くの人にプラスチック問題、SDGsの存在を訴えかけることができた。**

一校内活動・ワークショップ

校内での商品販売・児童館でのワークショップを通じて、若い世代の人々にプラスチック問題についての理解を深め、考えてもらうことに成功した。**将来を担う人々の理解を深めることは、より持続可能な社会を作ることにつながる。**また、子から親への「逆教育」で子供から親へワークショップの内容が伝わり、**親世代もプラスチック問題について理解を深める機会が生まれる。**以上のようなアプローチを経て、社会全体がプラスチック問題を解決するための小さなアクションを起こすようになる。



児童館でのワークショップの様子



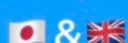
校内販売の商品 (上図)
校内販売の様子 (右図)



OUR BACKGROUND IS...



ADVERTISEMENT
Kana Oguchi



MARKETING
Karin Ono



LEADER
Ren Akagi



SCHEDULING
Rina Miura



DESIGN
Rion Akai



一Expanding NETwork一

エシカル協会や企業、ボランティア団体の方々などの様々な出会いを通し、現在の地球環境問題を学んで初めて、私達はこれらの問題に働きかけるアクションを起こそうと思った。このことから人々が行動を起こすきっかけは「**理解すること**」だと考えた。私達が着目した「漁網」のように、人同士を強く固く繋ぎ、知識と理解を広める**NETwork**を創り上げていきたい。