

令和3年度知床国立公園におけるヒグマへの  
餌付け・接近等の行為規制に関するPR業務  
報告書

令和4年3月

公益財団法人 知床財団



## 目次

1. 業務概要 .....	1
2. 効果的な広報策の企画 .....	2
1) 既存の普及啓発の把握 .....	2
2) 改正法施行前の広報策 .....	3
3) 改正法施行後の広報策 .....	3
① 啓発イベントの開催及び YouTube 配信 .....	3
② マンガ等多様な媒体での訴求 .....	5
③ プッシュ型のツール配布 .....	5
3. 広報策に使用するコンテンツの制作 .....	6
1) キービジュアルの設定 .....	6
2) 配布ツールの制作 .....	7
3) Web ページの制作 .....	11
4) ヒグマの等身大パネルの制作 .....	14
5) マンガの制作 .....	16
6) コンテンツにおける第三者の著作物について .....	17
4. 広報の実施 .....	21
1) 地域施設へのツール配布 .....	21
2) Web サイトの公開 .....	25
3) マンガの Web サイト掲載、および SNS 等を用いた発信 .....	25
4) 観光媒体へのキービジュアルの掲載営業 .....	27
5. 打合せ .....	28
6. 考察 .....	46
7. 参考資料 .....	49
1) Adobe Stock 素材購入領収書 .....	49



## 1. 業務概要

### 1) 業務名

令和3年度知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等の行為規制に関するPR業務

### 2) 業務目的

環境省では「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月30日。明日の日本を支える観光ビジョン構想会議）に基づき、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」として、2020年までに訪日外国人を惹きつける取組を計画的、集中的に実施してきた。

2020年以降も、それまでの満喫プロジェクトの取組に加え、新型コロナウイルス感染症による社会的な情勢等も加味し、ポストコロナ・ウィズコロナの新時代における観光のあり方について、国立公園が我が国の観光を牽引することが求められている状況である。

世界でも屈指のヒグマの高密度生息地である知床国立公園では、近年、インバウンドも含め、観光客やカメラマンの過度な接近等によるヒグマの人慣れ、ヒグマ渋滞の発生等が課題となっている。関係機関と連携し、餌やり禁止キャンペーン（2013年～）や知床ディスタンスキャンペーン（2020年～）、知床バスデイズ（2020年）等の普及啓発を実施しているが、依然として当該公園の利用上の大きな課題となっている。

これらの状況を踏まえ、「自然公園法の一部を改正する法律」（以下、「改正法」という。）が令和4年4月1日に施行され、野生動物への餌付け及び接近等の行為が規制されることとなった。当該公園では、特にヒグマに対してこれらの行為が規制対象となる。本業務では、知床国立公園の来訪者に対して、令和4年4月1日からヒグマへの餌付け及び接近等の行為規制が開始されることについて周知徹底を図ることを目的とし、その広報策の企画、制作、および広報の実施を行った。

### 3) 業務の実施体制

本事業は、環境省からの請負事業として公益財団法人知床財団が実施した。

### 4) 業務期間

令和3年（2021年）12月23日～令和4年（2022年）3月30日

## 2. 効果的な広報策の企画

改正法の施行に伴い、令和4年4月1日からヒグマへの餌付け及び接近、つきまとい行為が規制され、悪質な違反者には罰金も課せられることをターゲットに対して効果的に周知するため、コンテンツ制作やそれらコンテンツを用いた広報策を企画した。ターゲットは、知床半島以外からの知床国立公園への来訪者、特にカメラマンや釣り人（コアターゲット）とする。

### 1) 既存の普及啓発の把握

- ・知床ヒグマえさやり禁止キャンペーン

<実施状況>

実施年：2013年～2021年

実施主体：知床ヒグマえさやり禁止キャンペーン企画実行委員会

構成団体：NPO法人知床斜里町観光協会、斜里町、知床羅臼町観光協会、羅臼町、ウトロ自然保護官事務所、知床森林生態系保全センター、公益財団法人知床財団、一般社団法人自然公園財団知床支部、ウトロ自治会、ウトロ地域連絡協議会、しれとこフォーラム21、北海道

制作された広報媒体：

ロゴマーク、ステッカー、フライヤー、ポスター、車体用マグネット、横断幕等  
イベント実施回数：2回（2013年7-8月、2014年8月）

※ほか、知床横断道路開通式の際は、横断幕の掲示や広報物の配布等を実施

- ・知床ディスタンスキャンペーン

<実施状況>

実施年：2020年～2021年

実施主体：知床世界自然遺産地域適正利用・エコツーリズム検討会議カムイワッカ部会

構成団体：一般社団法人自然公園財団知床支部、公益財団法人知床財団、知床自然保護協会、斜里山岳会、羅臼山岳会、北見地区ハイヤー協会、北見地区バス協会、斜里バス、NPO法人知床斜里町観光協会、知床温泉旅館協同組合、知床民宿協会、ウトロ自治会、株式会社ユートピア知床、知床ガイド協議会、斜里町（環境課、商工観光課）、北海道オホーツク総合振興局（網走建設管理部、保健環境部）、北海道警察（北見方面本部、斜里警察署）、北海道開発局網走開発建設部、北海道運輸局北見運輸支局、環境省釧路自然環境事務所、北海道森林管理局

イベント実施回数：2回（2020年9月、2021年8月）

※ほか、知床横断道路開通式の際は、横断幕の掲示や広報物の配布等を実施

## 2) 改正法施行前の広報策

改正法施行前の広報策およびコンテンツを企画、制作するにあたり、各種コンテンツにおいて視覚的に統一感が生まれるよう、共通で使用するキービジュアルを設定した。制作するコンテンツは、フライヤー、ポスター、ステッカーの3つを主軸として企画した。また、旅行前または旅行時の情報収集媒体として Web サイトや SNS を閲覧することを想定し、これらの媒体において広報を行うため、改正法施行の背景や趣旨を解説した特設 Web ページの作成、SNS での配信・拡散を狙ったマンガの制作も企画した。

各コンテンツの具体的な内容は、3.広報策に使用するコンテンツの制作（P.6-19）に記載する。

## 3) 改正法施行後の広報策

改正法施行後（2022年4月1日以降）の広報策については、以下の①～③の通り企画した。また、普及啓発イベント等での使用を想定したイベントツールとして、人の目にとまりやすくインパクトのあるヒグマの等身大パネルの制作を企画した。

### ① 啓発イベントの開催及び YouTube 配信

これまで知床では「エサやり禁止キャンペーン」（2013年～）や「知床ディスタンスキャンペーン」（2020年～）など、官民および地域が連携した普及啓発のイベントが実施され、それぞれのキャンペーンにおいては、ロゴマークやチラシ、ポスターが製作され、各施設等への掲示が行われてきた。本業務では、これらの各種キャンペーンでの製作物や啓発素材を踏襲し、各種チラシ等の配布ツールについて連携を図りながら、各種啓発内容を包括したイベントの開催を提案する。

#### <イベント概要>

開催時期：2022年10月1日（土）、2日（日）

場 所：知床自然センター周辺、または知床世界遺産センター

内 容：

- ・知床自然センターにおいて開催予定の「Shiretoko Sustainable Fes」（2022年9月30日～10月10日開催予定）の一部として本業務内容のキャンペーンブースを出展する。設置したブースにおいては、本業務で制作したポスターを掲示し、フライヤー、ステッカーの配布を行うほか、等身大パネルを配置し、来場者の目に留まりやすいブースデザインの装飾、組み立てを行う。

- ・ブース出展を運営するスタッフは、本業務で設定したキービジュアルをプリントしたスタッフジャケットを着用し、イベント内において視覚的に注意を引くような空気感を作り上げ、来場者に対する PR 度の向上を図るものとする。
- ・Shiretoko Sustainable Fes 中に開催される「Shiretoko Bus Days」においては、知床国立公園内を走るシャトルバスに本業務で制作したキービジュアルをあしらった広告をラッピングし、新聞や Web ニュース等でも取り上げてもらうよう積極的にプレスリリースも行う。
- ・ブース出展期間中、知床自然センター内メガスクリーン KINETOKO を使用したトークイベントを企画、開催する。同トークは YouTube 等の活用によりオンライン配信を行い、現地に訪れることができない人々にもひろく発信する。

表 1. イベント実施における必要経費 概算一覧

費用項目	単価	数量	合計	備考
ブース出展費	5,000 円	2 日	10,000 円	地元関係者価格
スタッフジャケット 制作費	30,000 円	20 着	600,000 円	THE NORTHFACE を想定
バスラッピング費用	1,000,000 円	1 式	1,000,000 円	
トークイベントゲスト招聘費 (動物写真家)	500,000 円	1 式	500,000 円	トークゲストのレベルにより 変動の可能性大
トークイベント会場費および オンライン配信費	200,000 円	1 式	200,000 円	知床自然センター半日貸切、 スタッフ 2 名配置の場合 YouTube 配信は知床自然セン ターチャンネルを想定
イベントディレクション費	600,000 円	1 式	600,000 円	2 日間のイベントトータルコ ーディネート費用



## ② マンガ等多様な媒体での訴求

本業務で設定したキービジュアルや、制作したマンガを活用し、クリアファイルやマスキングテープ等を制作し、①で企画提案したイベント等で配布する。

表 2. 広報ツール制作費概算

費用項目	単価	数量	合計	備考
クリアファイル制作費用	60 円	5,000 部	300,000 円	A4、フルカラー デザイン費込
マスキングテープ製作費	175 円	2,000 部	350,000 円	幅 18 mm×7m 巻き デザイン費込

## ③ プッシュ型のツール配布

本業務で制作したステッカーデザインを踏襲し、知床やその周辺を走るレンタカーや商業車両用のステッカーを制作し、配布、貼付の協力要請を行う。

また、釣り雑誌等に本業務のフライヤーやマンガの広告掲載を行い、メインターゲットへの広報効果を狙う。

表 3. 制作物および広告掲載概算

費用項目	単価	数量	合計	備考
車両用ステッカー制作費	60 円	10,000 部	600,000 円	サイズ 60 mm×120 mm ※デザイン費含まず
釣り雑誌広告費	1,000,000 円	一式	1,000,000 円	A4、1 頁、フルカラー／広告制作費含む

### 3. 広報策に使用するコンテンツの制作

本業務の実施内容に基づき、以下の通りコンテンツ制作を行った。各種コンテンツについて、その制作物を掲載する。なお、各コンテンツの制作にあたっては、そのデザイン等は環境省職員と都度協議のうえ、決定した。

#### 1) キービジュアルの設定

各種広報コンテンツに統一感をもたせるため、「キービジュアル」を設定し、各広報コンテンツに組み込んだ。



図 1. キービジュアル

## 2) 配布ツールの制作

広報のための配布ツールは、ステッカー10,000枚、ポスター200枚、フライヤー31,000枚を制作した。具体的な制作物については次のとおりである。

### i. ステッカー

配布後もキービジュアルが人の目に多くふれる機会の造成を期待し、ステッカーを制作した。ステッカーはキービジュアルを全面に押し出したデザインとし、色は2種類作成した。また、長期間の使用を想定し、仕様はマットコート加工を施し、耐久性を重視した。



図 2. ステッカー（白／ゴールド／60 mm×60 mm） ※図はホワイト版

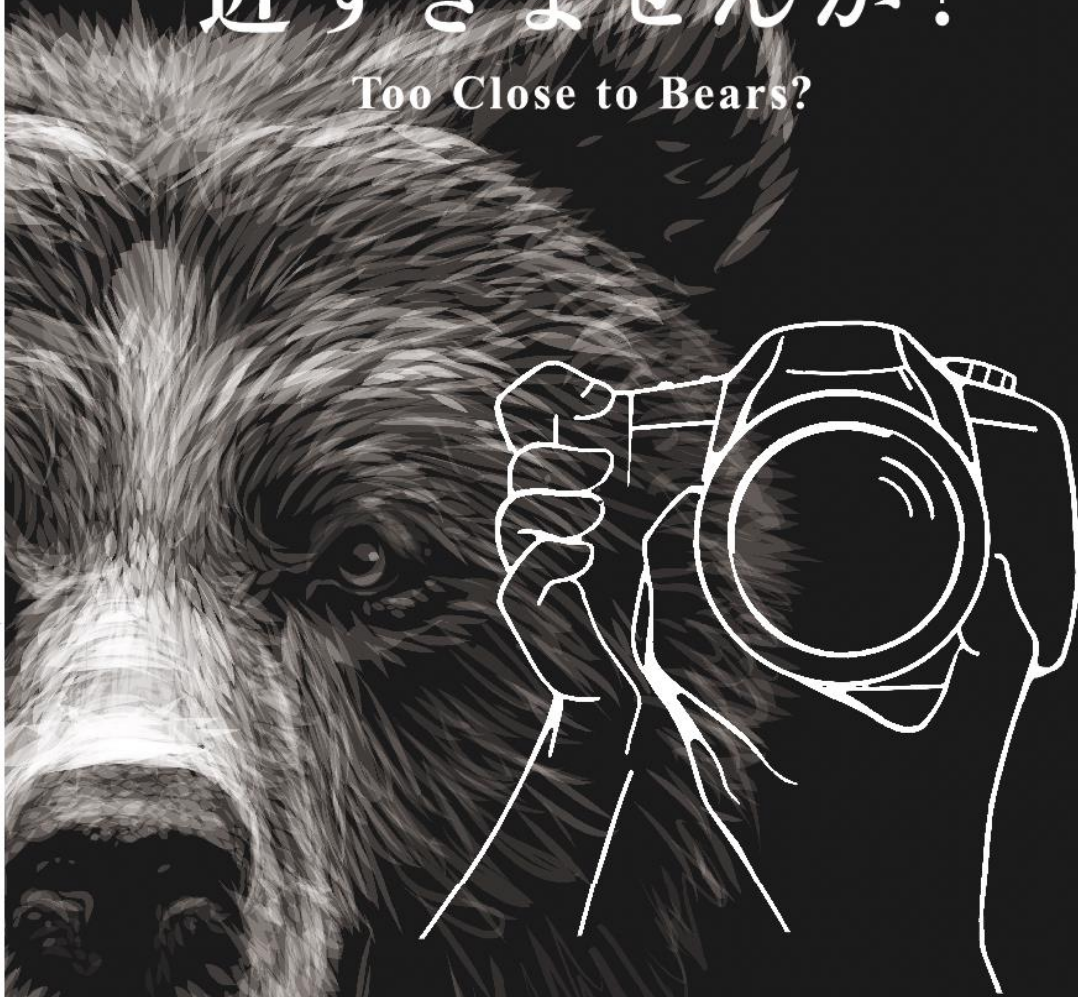
### ii. ポスター

ポスターは A2 サイズ、フルカラーで制作し、キービジュアルをメインにデザインを行った。ポスターには本業務で制作した Web ページの QR コードを掲載した。



# 近すぎませんか？

Too Close to Bears?



国立公園・国定公園の特別地域では、  
ヒグマへの接近・つきまとい・餌やりは  
違法行為になりました。

自然公園法が改正され、令和4年4月1日から、国立公園又は国定公園の特別地域、  
海域公園地区又は集団施設地区内において、みだりにヒグマなどの野生動物(鳥類又は哺乳類)に対して  
餌を与えること、著しく接近すること、つきまとうことが規制対象となりました。  
中止指示に従わなければ、30万円以下の罰金が科される場合があります。

発行：環境省 嗣路自然環境事務所

もっと  
知りたい方は  
こちらへ



図 3. ポスターデザイン

iii. フライヤーの制作

フライヤーは A4、両面フルカラーの仕様とし、表面は ii のポスターと同様のデザインを用いた。裏面は、改正法施行に至る知床国立公園内における背景および同様の罰則について掲載した。フライヤーにもポスター同様に本業務の Web ページのリンクを掲載した。



図 4. フライヤーデザイン（表面）



## なぜ、野生動物への著しい 接近・つきまとい・餌やりが 規制されたのか

～知床のヒグマの例～

世界自然遺産地域である知床国立公園は、世界有数のヒグマの生息地であり、年間約 170 万人の観光客が訪れます。そのため、国立公園を訪れた観光客の前にヒグマが姿を現すこともめずらしくありません。

“ヒグマを近くで見たい・撮りたい”という欲求から、一部の観光客やカメラマンによるヒグマに対する過度な接近や餌やり等が後を絶ちません。

本来ヒグマは人を警戒して近づこうとはしませんが、人による過度な接近や餌やり等を繰り返すことにより、人を恐れない“人なれ”ヒグマへと変わってしまいます。

人なれしたヒグマは、自ら人や車両に近づいたり、人の荷物を物色したりするようになり、「問題グマ」と判断されます。そして、人間への危害を及ぼすおそれが高い場合には、やむなく捕殺されます。

このため、環境省など関係機関が連携して、ヒグマを人なれさせる行為を止めるよう注意喚起を行ってきましたが、注意に従わない観光客やカメラマンが少なくありません。

こうした状況を踏まえ、自然公園法が改正され、令和 4 年 4 月 1 日から、国立公園又は国定公園の特別地域等において、『野生動物の生態に影響を及ぼし公園利用に支障を及ぼすおそれのある行為』として、野生動物への著しい接近等が規制されることになりました。環境省職員の中止指示に従わず、これらの行為をやめない場合には、30 万円以下の罰金が科される場合があります。

人とヒグマのより良い関係のために、ヒグマとは一定距離を保つようお願いします。



ヒグマに近づき過ぎる観光客やカメラマン



たびたび発生する「クマ渋滞」



車の中をのぞき込むヒグマ



ザックをくわえるヒグマ



人なれした結果、問題グマとして最終的に捕殺されたヒグマ

規制対象となつた行為\*



野生動物への  
著しい接近  
つきまとい



野生動物への  
餌やり

\*ヒグマに限らず、野生動物（鳥類又は哺乳類）に対する同様の行為は、規制対象になる可能性があります。ただし、行政機関等が事業として行う希少種保全のための給餌など、社会通念上、正当な理由がある場合には規制対象とはなりません。

図 5. フライヤーデザイン（裏面）

### 3) Web ページの制作

改正法施行の背景や趣旨を伝えるため、Web 上での特設ページを制作した。Web ページは公益財団法人知床財団が管理・運営する Web サイト「知床のひぐま」内に設置した。ページ内ではキービジュアルをトップにあしらったほか、フライヤーにも掲載した改正法施行に至る知床国立公園でのヒグマをとりまく現状や法改正の背景を掲載した。また、これまで知床で取り組んできた「エサやり禁止キャンペーン」や「知床ディスタンスキャンペーン」での制作物（カードやピクトグラム）も掲載し、それらのキャンペーンとの連動性を示す内容とした。

Web ページ URL : <https://brownbear.shiretoko.or.jp/higumakisei/>





ヒグマに近づき過ぎる観光客やカメラマン



たびたび発生する「クマ渋滞」

本来ヒグマは人を警戒して近づこうとはしませんが、人による過度な接近や餌やり等を繰り返すことにより、人を恐れない“人なれ”ヒグマへと変わってしまいます。人なれしたヒグマは、自ら人や車両に近づいたり、人の荷物を物色したりするようになり、人身事故や物理的な被害を起す可能性が高い「問題グマ」と判断されます。そして、人間への危害を及ぼすおそれが高い場合には、やむなく捕殺されます。



車の中をのぞきこむヒグマ



ザックをくわえるヒグマ



人なれした結果、問題グマとして最終的に捕殺されたヒグマ

岩尾別川のカメラマンによる  
ヒグマの「人なれ」の危険性について



環境省など関係行政機関・地域団体が連携して、ヒグマを人なれさせる行為を止めてもらうように、2012年から「知床ヒグマえさやり禁止キャンペーン」、2020年から「知床ディスタンス!キャンペーン」を始め、注意喚起や普及啓発を継続して行ってきました。人が野生動物に対してとるべき距離を測ることができるディスタンスカードを配布しています。



しかし、注意に従わない観光客やカメラマンが少なくありません。

こうした状況を踏まえ、自然公園法が改正され、令和4年4月1日から、国立公園又は国定公園の特別地域等において、『野生動物の生態に影響を及ぼし公園利用に支障を及ぼすおそれのある行為』として、野生動物への著しい接近等が規制されることになりました。



規制対象となった行為※



野生動物への  
著しい接近  
つきまとい



野生動物への  
餌やり

※ヒグマに限らず、野生動物（鳥類又は哺乳類）に対する同様の行為は、規制対象になる可能性があります。ただし、行政機関等が事業として行う希少種保全のための給餌など、社会通念上、正当な理由がある場合には規制対象とはなりません。

ヒトとヒグマの関係性について  
マンガをSNSで公開中です。



© Asuka Ishii 2022

#ヒトとヒグマの良い関係



知床自然センターSNS

ヒグマについて、さらに詳しく知ろう！

いまのヒグマの状況は



もしもヒグマに出会ったら



ヒグマの出現情報は



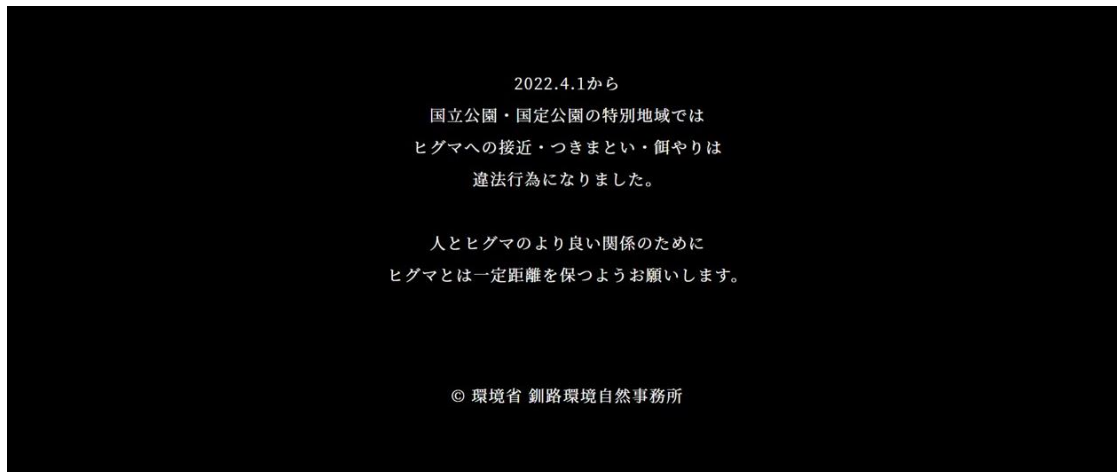


図 6. Web サイト「知床のひぐま」内の Web ページの掲載内容

#### 4) ヒグマの等身大パネルの制作

普及啓発イベント等での活用を想定し、ヒグマのメス成獣サイズの等身大パネルを制作した。パネルには、改正法に関する解説を記載したほか、屋外のイベントでも使用できるように、耐水性、耐久性に優れた素材を選定した。仕上がりサイズは、縦 180 cm×横 80 cmとした。



図 7. ヒグマの等身大パネル（メス成獣サイズ）



5) マンガの制作

改正法の背景となっている、知床国立公園内における人とヒグマの距離感の問題をマンガという手法を用いて表現した。マンガは印刷物ではなく、データを完成形とし、特設 Web サイト上で掲載したほか、各種 SNS での投稿、さらには SNS での投稿からの拡散を狙い、制作した。



図 8. マンガ (A4/フルカラー/制作: 石井明日香)

## 6) コンテンツにおける第三者の著作物について

制作したコンテンツのうち、キービジュアルのイラスト、および等身大パネルで使用した写真については、アドビ社が管理運営する「Adobe Stock」にて拡張ライセンス購入したものである。拡張ライセンスの規約については表 4 に詳細を記載する。

拡張ライセンスの規約に基づき、発注者（環境省釧路自然環境事務所）が各コンテンツ等にイラストや写真を使用することは可能である。また、それらイラストや写真を使用して制作したコンテンツを第 3 者に配布することも可能である。ただし、第 3 者が制作したコンテンツに使用しているイラストや写真データを使用することは、拡張ライセンスの域を超える可能性があるため、注意が必要である。

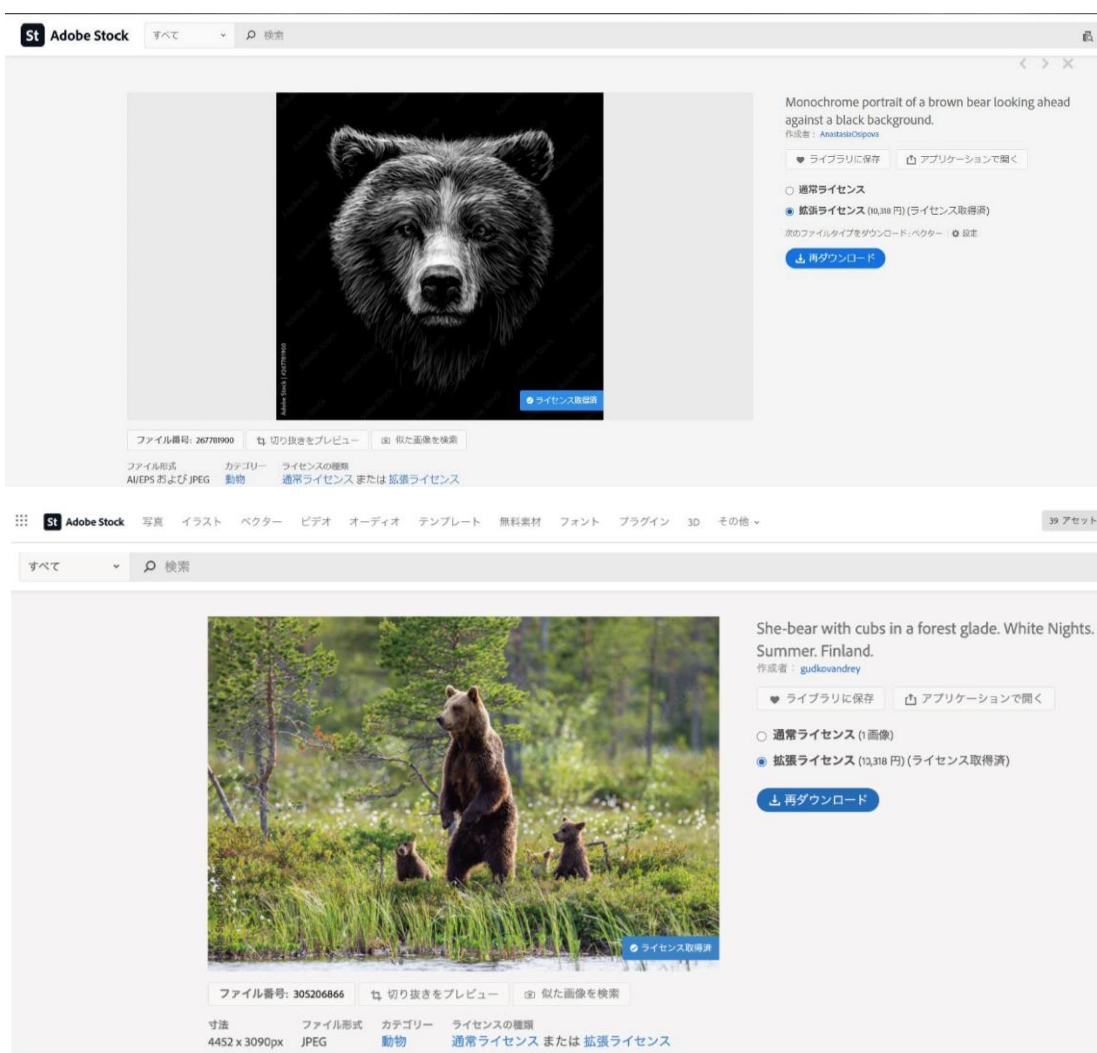


図 9. 拡張ライセンス取得済みのイラスト、および写真

表 4. Adobe Stock 拡張ライセンスについて

Adobe Stock 拡張ライセンス (抜粋)
<p>拡張ライセンスでは以下のことができます。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・製品パッケージ。マーケティング用印刷物、デジタルドキュメント、ソフトウェアなど、すべてのメディアで素材を最大 500,000 部使用する。</li> <li>・予想される閲覧者数が 500,000 人未満の E メールマーケティング、モバイル広告、放送番組、デジタルプログラムに素材を使用する。</li> <li>・閲覧制限なく、Web サイトまたはソーシャルメディアサイトに素材を投稿する。</li> </ul> <p>素材自体が主な購入目的となる製品、製品が 500,000 回以上複製される場合を除き、教科書などの特定の種類の製品に素材を使用する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・未編集の素材を、ライセンス条件に従うことに契約上同意した従業員および業務請負者と共有する。</li> <li>・ライセンスを顧客または雇用主に譲渡する。</li> <li>・通常ライセンスで付与されるすべての権利が適応される。</li> <li>・複製数または閲覧者数が 500,000 までという制限なく、素材を使用する。</li> <li>・マグカップや T シャツなど、素材自体が主な購入目的となる商品や製品を作成し、販売または配布する。</li> </ul> <p>拡張ライセンスでは以下のことはできません。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・独立したファイルとして配布する。</li> </ul>

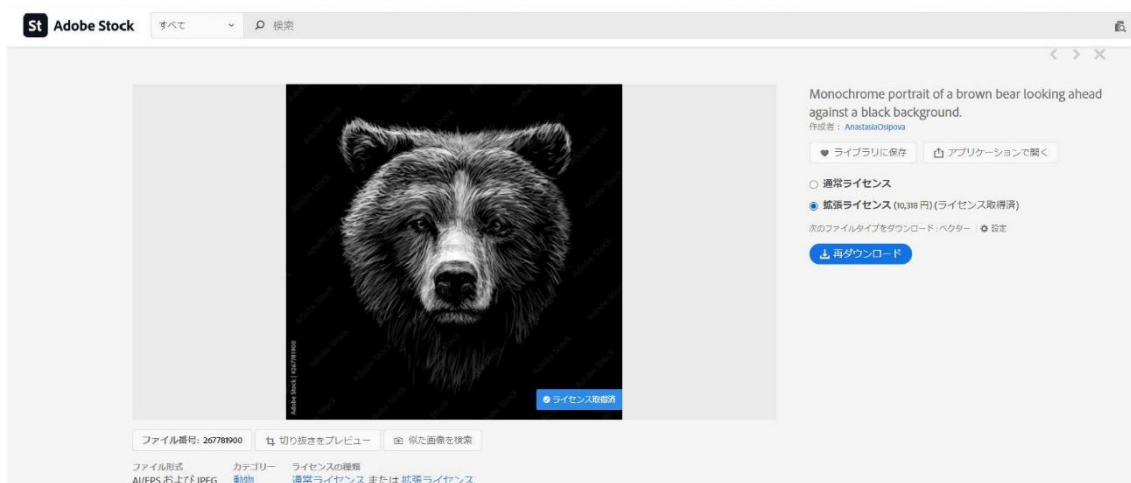


図 10. Adobe Stock 拡張ライセンスに関する記述 (1) (Adobe サイトより抜粋)



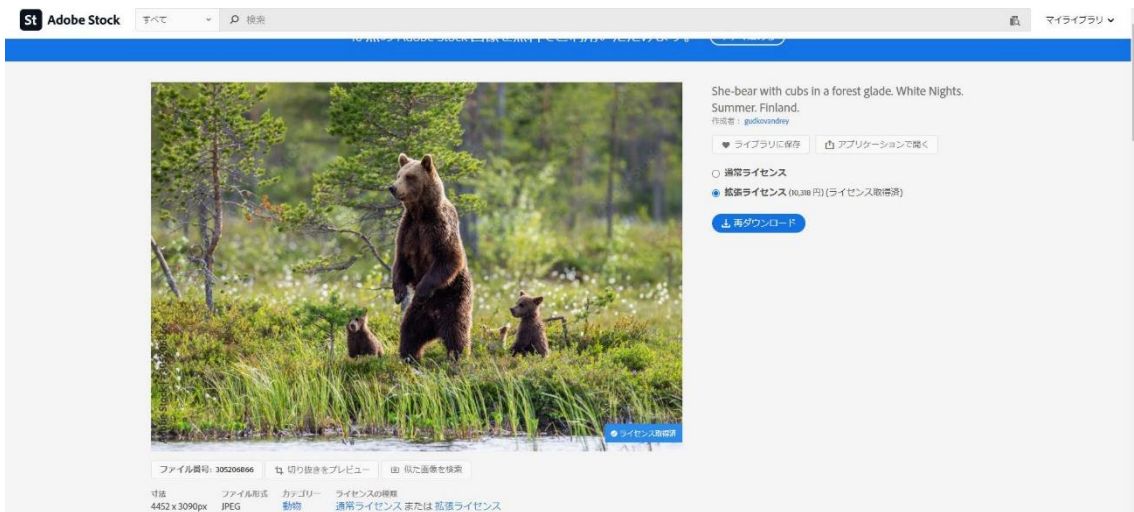


図 11. Adobe Stock 拡張ライセンスに関する記述 (2) (Adobe サイトより抜粋)」

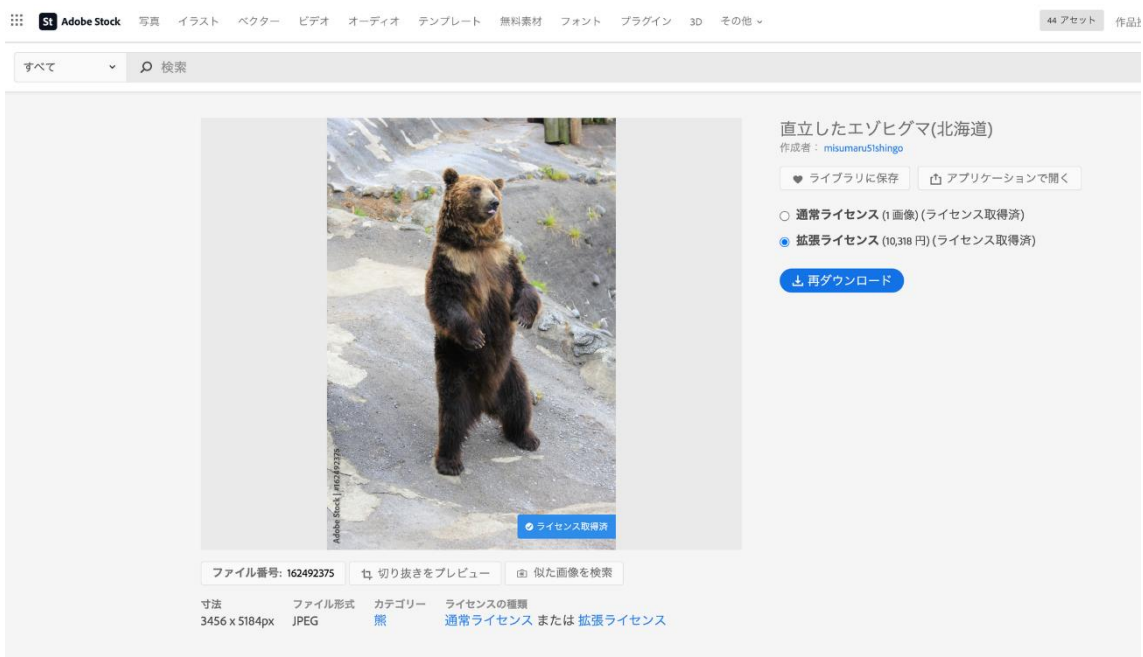


図 12. Adobe Stock 拡張ライセンスに関する記述 (3) (Adobe サイトより抜粋)」

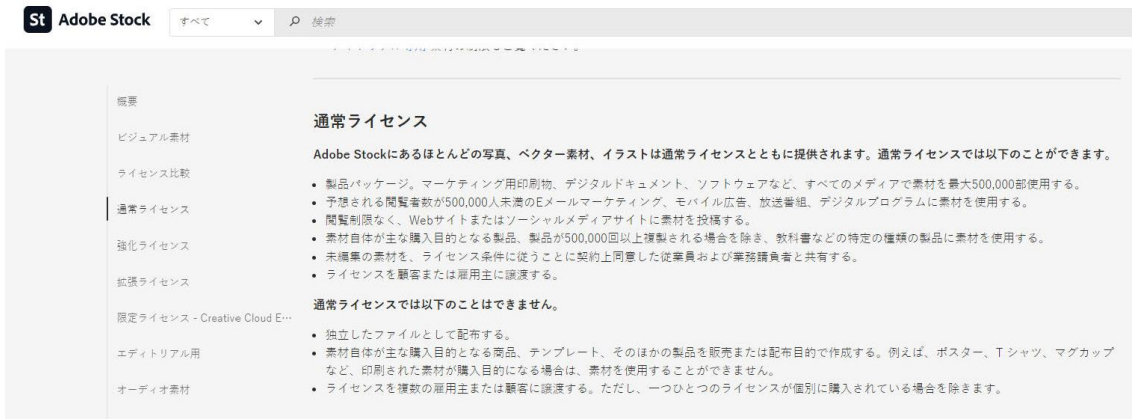


図 13. Adobe Stock 拡張ライセンスに関する記述 (4) (Adobe サイトより抜粋)

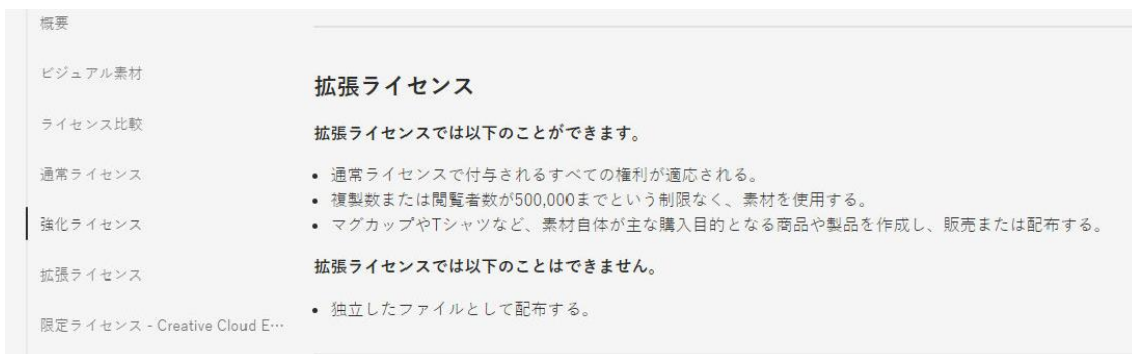


図 14. Adobe Stock 拡張ライセンスに関する記述 (5) (Adobe サイトより抜粋)



## 4. 広報の実施

本業務では、制作したツールを使用し、以下の通り広報を実施した。

### 1) 地域施設へのツール配布

知床を訪れる観光客が事前あるいは現着時に立ち寄る可能性が高い施設等に対し、本業務で制作したステッカー、ポスター、フライヤーを配布し、広報協力を依頼した。環境省担当官と協議のうえ、空港・道の駅については、発注者の方で調整を行った。配布先および配布物の各数量については、表5の通りである。

国施設、空港、道の駅に対しては、各コンテンツを令和4年3月24日に発送し、それ以外の施設等については、令和4年3月25日から3月28日にかけて直接配布、もしくは発送した。冬期閉館等で施設が開館していない箇所については、開館後、速やかに配布する。

なお、各コンテンツの残部（ステッカー2,200枚、ポスター47枚、フライヤー700枚）については、世界遺産センターへ納品した。

表 5. フライヤー、ポスター、ステッカー配布先一覧

配布先		ステッカー	ポスター	フライヤー
国施設ほか	釧路自然環境事務所	100	25	1550
	知床世界遺産センター	1000	1	1000
	知床羅臼ビジターセンター	500	1	1000
	知床五湖FH		2	1000
	ルサFH		1	500
	川湯エコミュージアムセンター		1	100
	阿寒湖畔エコミュージアム		1	100
	温根内ビジターセンター		1	100
	塘路湖エコミュージアムセンター		1	100
	厚岸水鳥観察館		1	100
	知床自然センター	1000	1	1000
	ウトロ国設野営場		1	100
空港	釧路空港ビル（株）		3	1000
	根室中標津空港ビル（株）			500
	女満別空港ビル（株）		3	500
	北海道空港（株）※千歳空港		1	0
	旭川空港ビル（株）		3	500
	帯広空港ターミナルビル（株）		3	500

配布先		ステッカー	ポスター	フライヤー
道の駅	道の駅「うとろ・シリエトク」	500	2	1000
	道の駅「しゃり」	100	2	1000
	道の駅「ババスランドさつつる」		2	200
	道の駅「はなやか小清水」		2	200
	道の駅「メルヘンの丘めまんべつ」		2	200
	道の駅「ぐるっとパノラマ美幌峠」		2	300
	道の駅「あいおい」		2	200
	道の駅「知床・らうす」	500	2	1000
	道の駅「おだいとう」		2	200
	道の駅「スワン44ねむろ」		2	200
	道の駅「阿寒丹頂の里」		2	200
	道の駅「厚岸グルメパーク」		2	200
	道の駅「摩周温泉」		2	200
	道の駅「しらぬか恋問」		2	200
公共交通機関 観光案内所 その他	ウトロバスターミナル	100	2	500
	斜里バスターミナル	100	2	500
	斜里観光案内所（JR知床斜里駅内）	500	2	500
	川湯温泉観光案内所	100	2	300
	釧路フィッシャーマンズワーフMOO	500	3	500
	オホーツク流氷館		2	100
	斜里郵便局		1	100
	斜里南郵便局		1	100
	宇登呂郵便局		1	100
	羅臼郵便局		1	100
	八木浜郵便局		1	100
	オシンコシン館		1	200
	木下小屋	50	1	100
漁業協同組合	斜里第一漁協			100
	斜里第一漁協ウトロ浜			100
	ウトロ漁業協同組合			100
	羅臼漁業協同組合			100
観光事業者	知床ネイチャーオフィス	100	1	500
	SOT!（知床オブショナルツアーズ）	100	1	500
	ARPA	100	1	500
	SHINRA（知床ナチュラルリスト協会）	100	1	500
	ゴジラ岩観光	200	2	1000
	知床遊覧船	100	1	500
	ドルフィン	100	1	500
	Fox	100	1	500
	道東観光（おーろら）	100	1	500

配布先		ステッカー	ポスター	フライヤー
宿泊施設 および飲食店 (羅臼町)	らうす第一ホテル	50	1	100
	ホテル峰の湯	50	1	100
	ビジネスホテル漁火	50	1	50
	ホテル栄屋	50	1	50
	民宿よね丸			50
	民宿本間	50	1	50
	羅臼の宿まるみ	50	1	50
	ラウスクル	50	1	50
	鷺の宿			50
	知床サライ	50	1	50
宿泊施設 および飲食店 (斜里町)	北こぶし知床	50	1	100
	KIKI知床	50	1	100
	知床夕陽のあたる家	50		50
	民宿たんぼぼ	50	1	50
	知床第一ホテル	50	1	100
	ホテル知床	50	1	100
	温泉旅館しれとこ村 (旧 つくだ荘)	50	1	100
	民宿ベレケ	50	1	50
	ボンズホーム	50	1	50
	お宿 来羅玖	50	1	50
	いるかホテル	50	1	50
	民宿石山	50	1	50
	ゲストハウスランタン	50	1	50
	知床ノーブルホテル	50	1	50
	民宿酋長の家	50	1	50
	季風クラブ知床	50	1	50
	国民宿舎桂田	50		50
	ホテル地の涯	50	1	100
	斜里温泉湯元館	50	1	50
	グランティア斜里	50	1	50
	往還丸	50		50
	松の屋旅館	50		50
	斜里第一ホテル	50	1	100
	グリーン温泉	50		50
	セントラルホテル	50		50
	さくら	50		50
	麦畑	50		50
	ピリカデリック			50
	coffee albireo			50
	千葉商店			50
	波飛沫			50
	潮風			50

配布先		ステッカー	ポスター	フライヤー	
商業施設	セイコーマート（富士見町）		1		
	セイコーマート（羅臼礼文町）		1		
	セイコーマート（あしざき）		1		
	セイコーマート（ウトロ）		1		
	セイコーマート（八木浜）		1		
	セイコーマート（こんどう標津）		1		
	セイコーマート（標津まるよし）		1		
	セイコーマート（清里水元）		1		
	セブン-イレブン（斜里ウトロ）		1		
	セブン-イレブン（斜里本町）		1		
	セブン-イレブン（斜里青葉町）		1		
	セブン-イレブン（標津町）		1		
	セブン-イレブン（清里羽衣）		1		
	ローソン（斜里朝日町）		1		
	アポロ石油		1		
	羅臼石油（本町）		1		
	エネオスウトロSS（ヨネザワ）		1		
	出光ウトロ（ウトロ石油）		1		
	レンタカー店舗	(株) トヨタレンタリース旭川			100
(株) トヨタレンタリース釧路				100	
(株) トヨタレンタリース帯広				100	
オリックスレンタカー旭川駅前店				100	
オリックスレンタカー帯広駅前店				100	
オリックスレンタカー釧路駅前店				200	
ニッポンレンタカー旭川駅前営業所				100	
ニッポンレンタカー帯広空港前店				100	
ニッポンレンタカー中標津空港前営業所				200	
日産レンタカー 旭川駅前営業所				100	
日産レンタカー 釧路空港前営業所				200	
日産レンタカー 札幌駅北口営業所				100	
日産レンタカー 中標津空港前営業所				200	
日産レンタカー旭川空港店				100	
日産レンタカー帯広空港案内所				100	
(株) トヨタレンタリース北見（北見）				200	
(株) トヨタレンタリース北見（網走）				200	
(株) トヨタレンタリース北見（女満別）				200	
オリックスレンタカー北海道(株)女満別空港店				200	
ニッポンレンタカー北海道(株)北見営業所				200	
ニッポンレンタカー女満別空港前営業所				200	
日産レンタカー(株)女満別空港前営業所				200	
J R北海道レンタリース(株)網走営業所（駅レンタカー）				100	
J R北海道レンタリース(株)北見営業所（駅レンタカー）				200	
タイムズカーレンタル網走駅前店				100	
タイムズカーレンタル北見駅前店				100	
タイムズカーレンタル女満別空港前店				200	
北見三菱自動車販売(株)網走店レンタカー事業部				100	
北見三菱自動車販売(株)北見本店レンタカー事業部				100	
		合計	7,800	153	30,300

## 2) Web サイトの公開

本業務において制作した特設 Web ページを 2022 年 3 月 25 日に公開した。本 Web ページの URL については QR コードを作成し、ポスター、フライヤーに掲載した。また、ディスタンスキャンペーンチラシ（発行：適正利用・エコツーリズム検討会議カムイワッカ部会、2022 年 3 月改訂版）の改訂版にも同 QR コードを掲載した。

## 3) マンガの Web サイト掲載、および SNS 等を用いた発信

本業務で制作したマンガ（A4、1 ページ、フルカラー）は、2) の Web サイトに掲載したほか、下記 SNS アカウントでも広く告知した。

また、プレスリリースも検討したが、発注者から、制作したコンテンツも含めて改正法施行の報道発表を実施する予定のため、本業務ではプレスリリースを実施しないこととなった。

- Instagram（アカウント：知床自然センター）
- Twitter（アカウント：知床自然センター）
- Facebook（アカウント：公益財団法人 知床財団）



図 15. Instagram の投稿画面（アカウント：知床自然センター）

← **知床自然センター**  
8,919 件のツイート

ツイート      ツイートと返信      メディア      いいね

✦ 固定されたツイート

**知床自然センター** @shiretoko\_NC · 3月26日

《近すぎませんか？/Too Close to Bears?》  
2022.4.1から国立公園・国定公園の特別地域では、ヒグマへの接近・つきまとい・餌やりは違法行為になりました。  
ヒトとヒグマの関係性について考えませんか？

>>公式ページ  
[brownbear.shiretoko.or.jp/higumakisei/](http://brownbear.shiretoko.or.jp/higumakisei/)  
#ヒトとヒグマの良い関係

今日午前  
北海道 知床で  
学校周辺に  
ヒグマが出没  
駆除されました

このクマは度々  
国立公園内でも  
観光客の前にも  
姿を現しており

人なれが  
進んだものと  
思われます

そういや

この前  
見たクマ  
だいふ  
近かった  
なあ

熊も  
結構近くで  
捕れたし

あれ？  
この模様！

あの時  
クマ...?

人なれ原因の  
NEWS 学校周辺に七

🗨️    ↻ 1,174    ❤️ 1,733    📤    ☰

図 16. Twitter の投稿画面 (アカウント：知床自然センター)



《近すぎませんか? /Too Close to Bears?》

2022.4.1から国立公園・国定公園の特別地域では、ヒグマへの接近・つきまとい・餌やりは違法行為になりました。

ヒトとヒグマの関係性について考えませんか?... **もっと見る**



図 17. Facebook の投稿画面 (アカウント: 公益財団法人知床財団)

4) 観光媒体へのキービジュアルの掲載営業

NPO 法人知床斜里町観光協会、および一般社団法人知床しゃりの Web サイトへ掲載の依頼を行った。各 Web サイトへの掲載の可否については、先方の組織内稟議を踏っている最中である。キービジュアル掲載が可能な場合には、同時に本業務で作成した Web ページの URL のリンクの掲載についても依頼している。

## 5. 打合せ

本業務において、打合せを5回実施した。また、コンテンツ等の具体的な作業を進めるうえで、打合せ以外にも都度メールや電話等で内容の確認やすり合わせを行った。打合せの実施日および主な議案は表6の通りである。

表 6. 打合せ実施日時および主な議案

回数	実施日	主な議案
1	2021年12月24日(金)	業務仕様、業務実施体制及び業務スケジュール等の確認
2	2022年1月20日(木)	第1回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認(主にポスター、フライヤー、キービジュアル等について)
3	2022年2月9日(水)	第2回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認(主にポスターデザインについて)
4	2022年2月18日(金)	第3回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認(主に各種制作物のデザインおよびターゲットの再確認と方向性の再確認)
5	2022年2月25日(金)	第4回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認(主にマンガのストーリーについて)

各回の内容の詳細については、次の通り記載する。



## 打 合 せ 記 録 簿

第 1 回					追番			
発注者 印			主任監督員	監督員	受注者 印	管理技術者	主任技術者	担当技術者
日時	2021年12月24日				場所	釧路自然保護官事務所		
業務名	令和3年度 知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等の行為規制に関するPR業務				打合方式	会議 (一部オンライン)		
出席者	発注者側	川村 胡桃 生態系保全等専門員 (釧路自然保護官事務所) 小川 佳織 自然保護官 (釧路自然保護官事務所) 山田 秋奈 国立公園管理官 (ウトロ自然保護官事務所)			受注者側	山本幸(企画総務部普及企画係) 田中優子(企画総務部普及企画係) 初海淳(JTB コミュニケーションデザイン)		

議事：業務仕様、業務実施体制及び業務スケジュール等の確認

### 1 業務実施体制

- 業務実施体制は以下を予定している。(山本)
  - 主担当：山本 幸 (知床財団)
  - クリエイティブディレクター：初海淳 (JTB コミュニケーションデザイン)
  - 担当：田中 優子 (知床財団)
  - 担当：川村 喜一 (知床財団)

### 2 業務の仕様書の確認

#### (1) 効果的な広報策の企画

##### SNSによる拡散機能を活かした情報発信について

- #タグの活用を含め、SNSでの具体的な情報発信とはなにか。現状の第一ステップの広報手段では訴求性の弱さを感じる(川村(胡))
  - LINE、Instagram、twitter、Youtubeの4大SNSで発信し、知床財団や観光協会、宿泊施設など既存の知床関連サイトにシェアしてもらう。また、不特定多数に向けてはSNS上の広告やマスメディア、知床に所縁のある新聞記者を通して新聞記事に取り上げてもらうことを検討している。(初海)

- 改正法の普及にはまずインパクトが大事である。知床では、例えばヒグマに遭遇したときの対応として、住民も観光客も、大半の方がやっつけられないことを知っている。ただ、認識していても行動できない、大丈夫とってしまうことから行動につながっていない現状があると感じている。中には法改正を知らずに知床に来る人も多いと思うが、その方達に向けて、どこで情報を入手してもらい、なぜダメなのかを知ってもらうのか、広報のストーリーと目標設定が必要である。(山田)
- ステップ2でのマンガによる普及はよい方法だと思うが、ステップ1の訴求性が弱いように思う。初めの段階で空港での広報や新聞への掲載をするべきではないか。(川村(胡))

## (2) 広報策に使用するコンテンツの制作

### ①ポスター、フライヤーの制作について

- ポスターとフライヤーは同様のデザインか。(川村(胡))
  - 基本的に同じである。フライヤーは手に取ってもらいやすくするため表はマンガ、裏は法改正の説明文を入れるイメージである。(山本)
- ポスターやフライヤーに使用するキービジュアルは見た人が危険！と感じるくらいのインパクトが欲しい。従来はお願いベースであったが、今回は法改正なのでしっかり強く伝えたい。現状の木彫りクマだとイメージが柔らかすぎる。(小川)
- ポスターのイメージはインパクトのある写真と文言が大きく全面に出るイメージ。暗い背景の中でクマがこちらをじっとみているような写真などを使ってはどうか。(川村(胡))
  - 写真を使うことは一つの手法だが、見た方が自分もこんなクマの写真が撮れると期待を持ってしまう写真はよくない。(初海)
  - クマは狂暴だから近づかないで、という使い方もよくない。写真の使い方は注意が必要(山本)
  - 写真をもとにしたイラストも検討してはどうか。(山田)
  - ポスターとリーフレットについてはキービジュアルを使わずに写真でインパクト、かつ、メッセージ性のあるデザインを再検討する。(山本)
- マンガの活用について、現状ではリーフレットへ掲載予定だか、ポスター、リーフレットが狙う力強さ、危険性、インパクトとはコンセプトが違うのではないか。(田中)

- ポスターとリーフレットでデザインを変えることも検討してほしい。マンガの位置づけについては要検討。(川村(胡))

#### ②ステッカーの制作について

- ステッカーはひと目でメッセージが伝わるものがよく、キツイイメージのものでは手に取ってもらえない。(山本)
  - ステッカーは某町のクマステッカーのように、分かりやすくシンプルできつくないものの方がよいだろう。(川村(胡))
  - ポスターとは違い、キービジュアルを使ったデザインを検討する。(山本)

#### ③キービジュアルの設定について

- 木彫りのクマはステッカーやリーフレットにした際に立体感がいかに再現できるのかが未知数であり、バツテンの仕草で何を伝えたいのか分かりづらい。(川村(胡)、小川)
  - マンガのイラストのひとコマをキービジュアルにしてはどうか。(山田)
  - 現状の木彫りクマ案は提案ベースである。再度、精度を上げた木彫りクマ案とマンガクマ案の2つを提案するので検討してもらいたい。(初海)

#### ④ヒグマの等身大パネルの制作について

- 屋外でも設置できる材質が望ましいが、コストがかかるため空港など屋内での設置を想定した材質でも可。他のコンテンツ制作費等との兼ね合いで今後要相談。(川村(胡))
  - 空港内で手荷物を受け取るターンテーブルへの設置も案の一つとして考えている。(山本)
  - 設置場所は要検討であるが、デザインは進める。(山本)

#### ⑤WEB ページの制作について

- 知床のひぐま HP やクマ活 HP など既存のサイトの間口を広げる 1 ページを製作するイメージである。このサイトへはポスターやリーフレットなどの QR コードからリンクさせる。(山本)

#### (3) 広報について

- 広報の対象者に対して、空港内や関連施設のみの設置では弱いのではないかと。よりコアターゲットを狙った機内誌やバス車内、レンタカー、コンビニ、釣り雑誌への掲載も検討してほしい。(山田)

- 配布方法について、リーフレット単体では手に取ってもらいづらい。既存の訴求性のある媒体に挟むなど配布戦略を考えてもらいたい。(小川)
- 環境省からも情報の掲載、フライヤー等の配布について、年度内に交渉していきたいと考えている。候補も含めて配布先のリストを作成して、共有してもらいたい。(川村(胡))
  - 掲載・配布先のリストを作成し、マスメディアへの掲載料は今回の事業費予算に入っていないため、事業報告書に来年度以降への提案という形で試算したコストも合わせて記載させていただく。(山本)

(4) 今後のスケジュールについて

- 今回の検討事項は年明けに進める
- 1/20 前後に第2回打ち合わせをオンラインで実施予定

## 打 合 せ 記 録 簿

第 2 回				追番			
発注者 印	主任監督員		監督員	受注者 印	管理技術者	主任技術者	担当技術者
日時	2022年1月20日			場所	オンライン(zoom)		
業務名	令和3年度 知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等 の行為規制に関するPR業務			打合方式	オンライン		
出席者	発注者側	川村 胡桃 生態系保全等専門員 (釧路自然保護官事務所) 小川 佳織 自然保護官 (釧路自然保護官事務所) 山田 秋奈 国立公園管理官 (ウトロ自然保護官事務所)		受注者側	山本幸(企画総務部普及企画係) 田中優子(企画総務部普及企画係) 川村喜一(企画総務部普及企画係) 初海淳(JTB コミュニケーションデザイン)		

議事：第1回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認

1 第1回打ち合わせにて指摘された事項の修正案の報告（初海）

- ポスターの修正デザイン案
- フライヤー案
- キービジュアルの修正案
- 具体的な SNS 広報アプローチについて

2 広報媒体の修正案・進捗、および具体的な広報の方向性について

(1) 広報媒体について

①ポスターについて

- 全体的なデザインがシンプルでインパクトに欠ける。「餌付け、接近禁止」の文字が小さく、何がダメなのかが伝わらない。(山田)
- デザインについてシンプルであるため警告色を抑えすぎになっている印象を持つ。「ご注意ください」だと餌付けや接近が犯罪であることが伝わらない。(小川)
- 写真は一提案であったためイラストを使うなど写真に縛られなくてもよい。全体的な文字量は現状程度でよいが、映画広告等のよりスタイリッシュなデザインにしてもらいたい。(川村(胡))
- 警告メッセージを前面に押し出してほしい。ソーセージハガキの「エサやりがヒ

グマをころす」のようなキャッチコピーがあってもよいと思う。(小川)

- いただいた指摘をもとにデザインを再検討する(初海)
- ポスターデザインは細やかなやり取りが必要となるため修正案は随時メールで送ってもらいたい。(川村(胡))

## ②キービジュアルについて

- 立体の木彫りクマ案自体に異議はないが、制作コストはどのくらいか。(山田)
- 木彫りクマの立体感が2Dだと分かりづらい、伝えたい要素が伝わるのかという不安感がぬぐい切れない。木彫りクマではない、キービジュアルは設定できないか?(川村(胡))
- 今回木彫りクマを採用した背景には、近年木彫りクマのルーツや魅力が見直されている風潮の中で、鮭を咥えているという普段見慣れているスタイルの木彫りクマがバツテンしていたらムーブメントのきっかけになるのではないかという視点がある。(初海)
- 木彫りクマのキービジュアルを使ったムーブメント企画がご意向に沿わないようであれば、ムーブメント業務を縮小し、餌やり・接近禁止を警告的にPRする業務に注力するという案もある。(初海)
- 今回のPR業務は法改正を警告的に伝えることと、さらに広い層に向けて共感のムーブメントを作るという2面性がある。知床にも自然にも興味がない一般の方に気づいてもらい、ムーブメントにつなげるためには、既存の視点を変え、ちょっとユニークなものでなければユーザーには届かないのではないかと思う。(山本)
  - ムーブメントに繋げる、視点を変えて、クマや自然等に興味がない人にも届くようにということだが、木彫りグマは3Dであればユーザーに響くかもしれないが、2Dにした時にユーザーの関心をひけるような魅力があるとは思えない。(川村)
- 木彫りクマ自体を否定しているのではなく、2D化の際の不安感があるだけだと思う。(山田)
  - 一度木彫りクマの試作制作を進める。今後、2Dに応用できるかどうかを含めて、試作品を見て改めて検討してもらいたい。(初海)

## ③ステッカーについて

- トコさんではないクマのように見えるが、知床にはトコさんがいる以上別のクマキャラクターがあると混乱するのではないか。このステッカー自体をトコさんで作ることは可能か。(山田)
  - 原案のステッカーはトコさんである。トコさんが使用可能か否かを確認した

上で、ステッカーはトコさんで制作する。(初海)

- トコさんはポスターとフライヤーにも使うのか？(小川)
  - トコさんはステッカーのみである。(山本)

#### ④ヒグマの等身大パネルの制作について

- 木彫りクマをパネル化にするかどうかは、試作の仕上がりをみて再検討する。あとは制作スケジュールや金額、パネルの運びやすさ等を考慮して形態を決定したい。(小川)

#### ⑤マンガについて

- 担当作家である石井明日香氏と1月中旬にマンガの方向性を話し合った。マンガはSNSでの拡散を視野に入れているため、対象は知床に来院した方やコアターゲットではなく、例えば自然に興味もなく、東京で仕事をしているような人も含めたより広い一般層である。マンガを入口に、自然やヒグマとの関係性に興味をもつきっかけとなり、ムーブメントへとつなげることが狙いである。(山本)
  - 2月上旬にネームをあげてもらう予定である。本描きに入ってしまうと修正はできないため、内容等の修正指示はネーム段階でお願いしたい。ネーム提出後、打ち合わせの場を設けたい。(山本)

#### (2) 広報について

- PRとしてご当地キャラクターである「シャリッとさん」や「くま五郎」にバツェンさせた仕草でSNS拡散することは賛成か。(山本)
  - (各キャラクターの著作権を持っている人に確認は取る前提で)異論はない。(川村(胡)、小川、山田)
  - キャラクターの関係機関に確認の上進めていきたい。(山本)
- SNSを使ったプロモーションの方向性は分かったが、具体的なイメージは現時点ではつかないので、素材が出揃った時点で改めて運用は検討したい。(小川)
- 広報配布リストを事前にお送りしているので確認していただきたい。(山本)
  - 空港へのポスター配布数を増やしてもらいたい。ほか、配布先と枚数含めて改めて確認する。(小川)

#### (3) 今後のスケジュールについて

- ポスター案については1/28、31目処に修正案を提出
- 次回の打ち合わせについてはポスター案を受けて適宜設定する

## 打 合 せ 記 録 簿

第 3 回				追番			
発注者 印	主任監督員		監督員	受注者 印	管理技術者	主任技術者	担当技術者
日時	2022年2月9日			場所	オンライン(zoom)		
業務名	令和3年度 知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等 の行為規制に関するPR業務			打合方式	オンライン		
出席者	発注者側	川村 胡桃 生態系保全等専門員 (釧路自然保護官事務所) 小川 佳織 自然保護官 (釧路自然保護官事務所) 山田 秋奈 国立公園管理官 (ウトロ自然保護官事務所)		受注者側	山本幸(企画総務部普及企画係) 田中優子(企画総務部普及企画係) 川村喜一(企画総務部普及企画係) 初海淳(JTB コミュニケーションデザイン) 原耕一(トラウト) 原せい(トラウト)		

議事：第2回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認

1 ポスターの修正案について、初海氏とトラウト・原耕一氏より説明

2 ポスター修正案への意見

(1) 方向性について

- 当初、受注側としてはピクトや禁止看板のような直接的にターゲットに届けるものではなく、まずデザインで目を留めさせてそこから波及させ、ムーブメントにつなげる企画を評価していただいたと認識している。前回指摘され今回提出した修正したポスター案は禁止看板のような直接的なもので、趣旨がずれているように思うがその点はいかがだろうか。(山本、初海)
  - 環境省としては直接的に伝わるポスターをイメージしている。(小川)
  - ポスターで伝えたいことは、法律が改正され、それに罰則があることということ。餌やり、接近はこれまで法で規制されてこなかったことであり、これをアピールするにあたり、従来よりワンランク上の目を引くポスターを作りたい。(小川)
  - 餌付けや接近等がヒグマの生態系に悪影響を与えることや、地域住民の安全を脅かすことなど、法改正に至る経緯や実情を知ってもらいたいという意図もある。(川村(胡))



## (2) デザインについて

- イラストになり分かりやすくなった。環境省の担当者ベースでは、これまでの案の中で最もイメージに近い。(小川)
- キャッチコピーは枠外にという指摘がありましたが、やはりキャッチコピーとデザインは一体化するべきである。(山本)
- 例えばカメラを構えた「パパラッチ」のような直接的なデザインの場合、ターゲットを狭め、かつ、特定の行為を否定してしまう可能性がある。クマの写真を撮ること自体を否定したいわけでも、カメラマンを排除したいわけでもないので、どう伝えるデザインにするのかは熟考すべきである。(川村(喜))
  - 否定も排除もしたいわけではないので、ポスターを見た方が周りを気にかかけ、自分の行動を見直すきっかけになればと思う。(小川)
  - ポスターは国立公園のイメージを印象づけるものでもある。レクリエーションとして魅力的な国立公園のイメージを損ねないかという観点も必要。(川村(喜))
- 知床は国立公園であり、世界遺産でもあるので、デザインにあたってはチープなものにすべきではなく、それらの威厳を損ねないものがよいのではないか。(川村(喜))
- 例えば道路標識とポスターでは役割が違う。道路標識やピクトは誰が見ても間違わず、そこで完結するもの。ポスターはコミュニケーションツールである。(初海)
- 撮影自体がダメだというデザインにはしたくないが、現状の案では「餌付け・接近はダメ」というメッセージが伝わりづらい。視覚で分かりやすいデザインにならないだろうか？キャッチコピーとセットに、ポスターを見た方が「それは近すぎじゃない!？」と思うような。(川村(胡))
  - イメージに近いのは知床ディスタンスのポスターと思われるが、行動と距離の近さを伝えるには図解が必要である。ポスターはコミュニケーションなので、ディスタンスキャンペーンのポスターは興味を持った方に向けてQRコードをつけている。(初海)
  - キャッチコピーとビジュアルはそれぞれ役割がある。ビジュアルで伝えたいことをすべて説明しようと思わなくてもよいのではないか。(川村(喜))

## (3) ポスターのデザイン・方向性の議論を受けて

- 現状のポスター案は、制作側としては禁止看板やピクトと同種の「直接的なデザイン」であるという認識なのか？(川村(胡))
  - そうである。(山本、初海、原耕一)
- デザインを進めてからの方針転換はスケジュール的にも避けたいので、環境省内

部でポスターデザインの方向性をしっかり協議していただきたい。(山本)

- キャッチコピーはこの他にも案を挙げてもらいたい。(小川)

### 3 今後のスケジュールについて

- 現時点の最終案にキャッチコピーを挿入したものをトラウトで制作。
- それを受けて、環境省内部で方向性を検討・決定する。

<二つの方向性についての補足>

#### ①波及・共感を目指すデザイン

例：ビジュアルで目を引き、見た人がスマホで撮影、SNS でシェアしたくなるようなデザイン。規制を強いるのではなく、共感によって世間に波及するムードづくりのためのデザイン。

#### ②直接的な禁止を目指すデザイン

例：ピクトグラムや道路標識などのように、「違法」「警告」を万人に伝えるためのデザイン。

## 打 合 せ 記 録 簿

第 4 回				追番				
発注者 印			主任監督員	監督員	受注者 印	管理技術者	主任技術者	担当技術者
日時	2022年2月18日				場所	知床自然教育研修所		
業務名	令和3年度 知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等の行為規制に関するPR業務				打合方式	会議		
出席者	発注者側	山田 秋奈 国立公園管理官 (ウトロ自然保護官事務所)			受注者側	山本幸(企画総務部普及企画係) 田中優子(企画総務部普及企画係) 川村喜一(企画総務部普及企画係) 初海淳(JTB コミュニケーションデザイン)		

議事：第3回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認

1 第3回打ち合わせ後に提出したポスター案について確認（山本）

以下、環境省の指摘点

- 写真ではなく、イラストをベースに
- 法改正はしっかり伝えたい
- 「違法」「犯罪」という文言は強すぎるため避けたい

補足：(イワウベツ川での実例を踏まえ) 撮影時の行動を見直してほしい、又は考えてみてほしいということを伝えるようなものにしてほしい。「撮影＝違法」と誤解されないように配慮する必要はあるだろう。

2 広報媒体の修正案・進捗、および具体的な広報の方向性について

(1) 広報媒体について

①ポスターについて

- 環境省として現状選んだ2案について、受注者側の認識ではピクトグラムや禁止看板のような直接的な禁止を呼び掛けるデザインということだが、発注側の意図としてはピクトグラムのような記号的なデザインはイメージしていない。法改正については「直接的」に伝えたいが、「自分の行動が正しいのかどうかを気付かせる」という点で、共感を目指すデザイン・キャッチコピーの要素もぜひデザインに入れてほしい。(山田)
- ポスターのデザインはチラシの表面にも踏襲されるという認識。チラシは、既にある知床ディスタンスキャンペーンチラシと一緒に配ることも意識したデザイン

としてほしい。(山田)

- ヒグマ管理計画の改定の中で悪質な行為、指導の対象となる行為を協議しているところであるが、違法の対象であるかの判断は、そのときの状況や行為内容毎に判断されることになると思われ、「違法」「犯罪」などと明記することは避けたい。(山田)
- カメラは入れたデザインで、「接近」「付きまとい」の禁止を強調させたい。キャッチコピーについては、「餌付け」「接近」「つきまとい」の順番はこだわらない。また、縦書きや横書きもこだわらないので、印象に残るスタイリッシュなデザインでお願いしたい。(山田)
- 規制行為の対象となるのはヒグマだけではなく野生動物であるが、ポスターのキャッチコピーに「ヒグマ」の文言を載せてよいのか？(川村(喜))
  - 新たに改正される国立公園法の対象は野生動物だが、本業務は知床国立公園における「ヒグマへの餌付け、ヒグマに関する正しい知識の普及」が目的の発注内容であり仕様書にも記載されているので、キャッチコピーに「ヒグマ」を載せることは問題ない。(山田)
  - ポスターに載せる法改正についての説明文言は環境省で作成するため、デザイン案の際には受注者側で固めなくて良い。(山田)
  - 次回修正案は来週半ばまでに提出する。今後のスケジュールは3/5 目処にデータ入稿、3/14, 15に釧路自然環境事務所に納品を目指す。(山本)
  - デザインについては次提出する案が最終案に近いものと思う。デザインは好みで左右されてしまうこともあるが、最終的にはクリエイティブディレクター、アートディレクターを信じていただきたい。(山本)

## ②マンガについて

- このコマ数であればすぐに読めて、内容も分かりやすい。知床にもヒグマにも興味がない方向けということなので、このくらいの雰囲気が良いと思う。都会での自分の行動も見直すきっかけになると思う。ただし、方向性については釧路の確認が必要。(山田)
- コアターゲット以外のライト層へのアプローチとしてはマンガをいう入り口がよいと思っている。(初海)
- マンガを見てさらに興味を持つ方はソーセージの話を掲載したサイトなどに飛ばせればよい。(初海)
  - 環境省の川村さん、小川さんも確認した後、ネーム確定としたい。ネームが固まり制作に進むと大幅な修正はできないということをご承知いただきたい(山本)

### ③チラシについて

- 当初、表はポスターデザインを踏襲し、裏はマンガとする案を想定していたが、現時点案のマンガの内容では、ポスターの内容を補足するのは難しいように感じる。マンガは SNS での拡散を主に想定しているということなので、チラシとは別枠で作成を進めてもよいと思う。チラシの裏面は、法改正を補足説明する内容がよい。当方としては、なぜこの法改正までに至ることになったのかという経緯を盛り込みたいが、難しければ、詳細は新たに作成する Web ページ上に載せることでもよい。(山田)
- 裏面の内容を、法改正に至った経緯を含めた内容を含めることについては同意するが、文字で紙面が埋まるのは避けたい。(山本)
- 文章とともに、「近づいて写真を撮る」「餌付けをする」など具体的な違法な行為をイラストで表してはどうか。(田中)
- 現状を率直に知ってもらおう写真を入れるべきではないか。(川村)
  - 法改正の経緯と根拠となる知床の現状(写真)、ダメな行為のラフ案を知床財団が作成。来週半ばに初海氏に提出する。(山本)

### ③キービジュアル・ステッカーについて

(トコさん採用案があがっていたが、斜里町より本事業へのトコさん使用は不可との返答をいただいた。)

- 当初、マンガの一場面を切り取りステッカーにする案もあったが、マンガのネームを拝見するにこの案は難しいと思われ、別途デザイン案を作成してもらう必要がある。(山田)
- 木彫りクマ案について、(実際に作成したものをサンプルにしたという木彫りグマの案を見て)平面化した木彫りクマは人間のような印象を受ける。(山田)
- ステッカーの配布目的を固めたいので意見をもらいたい。それによって、直接的にメッセージを伝えるデザインにするのか、ムーブメント的なデザインにするのかが変わらと思う。
- ポスター案とともにいただいた、ポスターのイラストをステッカー化したものについてはどうか。(山田)
  - ポスターのイラストを使ったステッカーは、メッセージ性はあるものの、貼っておきたいステッカーではないと思う。(山本)
- ステッカーは、対象の間口を広げるツールであり、貼りたいと思うデザインが望ましいと考える。また対象がだれなのかというのも重要な要素である。(初海)
  - ステッカーの対象はどうするのか。(山本)
  - メッセージ性を重要とするのか、貼りたくなるようなデザインで間口を広げるツールとなるようなステッカーをつくるのか、環境省で方向性を協議して

いただきたい。(山本)

- スケジュールはポスターと同様か確認願いたい。(山本)

#### ④ヒグマの等身大パネルの制作について

- 木彫りクマを採用するか否かを確認した後、デザインの方角性を協議したい。(山本) ※スケジュールは 3/16, 17 にデータ入稿し、3/28 までに釧路自然環境事務所に納品予定
  - 釧路に共有・確認後、釧路事務所より回答する。(山田)

#### ⑤web サイトについて

- 当初新規サイトを立ち上げる仕様であったが、環境省で新たにドメインを取得することが困難なことが分かった。このため、発注者側と協議して、知床財団が運営している「知床のひぐま HP」に新規ページを 1 ページ制作し、ランディングページとすることになった。(山本)
    - むしろ、既にこのサイトにある程度知床のヒグマ情報が集約されている形になっているので、また新たに作るよりはそちらのほうがよいと思う。(山田)
- 「知床のひぐま」サイトの制作・管理を委託している㈱ソラリンクに制作を委託する。ページ公開は 3 月末を予定している。(山本)

## 打 合 せ 記 録 簿

第 5 回				追番			
発注者 印	主任監督員		監督員	受注者 印	管理技術者	主任技術者	担当技術者
日時	2022年2月25日			場所	オンライン(zoom)		
業務名	令和3年度 知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等 の行為規制に関するPR業務			打合方式	オンライン		
出席者	発注者側	川村 胡桃 生態系保全等専門員 (釧路自然保護官事務所) 小川 佳織 自然保護官 (釧路自然保護官事務所) 山田 秋奈 国立公園管理官 (ウトロ自然保護官事務所)		受注者側	山本幸(企画総務部普及企画係) 田中優子(企画総務部普及企画係) 初海淳(JTB コミュニケーションデザイン) 石井明日香(絵描き/マンガ家)		

議事：第4回打ち合わせ結果を踏まえた検討事項の修正案の確認

1 第4回打ち合わせ時に提出したマンガのネームの修正案について

以下、マンガの方向性について確認（山本）

- 当初、マンガのターゲットはカメラマンや釣り人といったコアターゲットのみならず、知床に無関心な人の興味をひき、ムーブメントを造成するためのツールという位置づけであった。しかしポスターや前回のネームに対する指摘を鑑み方向転換し、マンガも直接的なメッセージを届けるツールである、マンガの構成もメインターゲット向けの直接的な内容に変更すると認識でよろしいでしょうか。
- 直接的な内容でよい。（小川）

2 マンガの修正ネーム案の構成について

- 餌付けを題材とした初回ネームは一般の方が興味を持ちやすい内容であったが、この業務で作るマンガとしては法改正の背景や意図が直接的に伝わる、岩尾別の現状を題材にした内容にしてもらいたい。今回のネーム案の全体的な流れはよいと思う。しかし、冒頭の主人公が自身の撮影したクマと捕殺されたクマを同一かもしれないと結びつけるためには、クマを撮影した場所と捕殺された場所を統一した方がよいのではないか。（川村（胡））
- 公園内の岩尾別でクマが捕殺されることはほとんどないため、知床の現実には則していない内容となる。また、岩尾別が捕殺の舞台となるのは望ましくない。（山本）

- 見た場所と捕殺された場所が違おうとしても、例えばパンダ目のようなクマなど、クマ自体に特徴のあるクマを題材にすれば結びつけやすいと思う。(石井)
- 人馴れし、人を怖がらなくなったクマは結果的に市街地に侵入してしまうことがある。だからこそ公園内での行動、マナーが鍵となる。(山本)
  - 公園内での接近やつきまといが、クマを人慣れさせ、人に危険を及ぼす(利用に支障を及ぼす)可能性のある行動に変えてしまうということを伝えたい。公園利用に支障がある場合が規制の対象だが、クマの市街地(公園区域外)への侵入だから今回のマンガの主旨に適さない、ということではない。(川村(胡))
  - 公園内での行為として「接近・つきまといはダメだ。」という認識に繋がればよい。(小川)
- 幌別や岩尾別の地名は出した方がよいか。(山本)
  - 地名は出さなくてもよいが、国立公園内であると分かった方がよい。また、地名を出すことで、クマが出る場所と認識されることも避けたい。(小川)
- (クマに数名の大人が間近で取り囲んで写真を撮っている写真を例に)一番ダメだということはキービジュアルとしてしっかり絵で見せないと直接的に伝わらないのではないかと思う。(初海)
  - マンガはインパクトがないとあっさり終わってしまうので、このようなキービジュアルを中央に差し込むのはよいと思う。印象的なシーンになると思う。(石井)
  - ネーム案にある、主人公の回想シーンはこの絵を想定していた。(山本)
- ネーム案として、法改正の意図が伝わる内容で、全体的に方向性はよいと思う。(山田)
- 一眼レフを持った人ばかりではなく、スマホを持った人(より一般的な利用者の人)も描いてもらいたい。(川村(胡))
- 主人公は女性と男性どちらがよいか。(石井)
  - 現場にくるカメラマンは圧倒的に男性が多い。(山本)
  - 個人的には男性のイメージ。ただ、年配の方というよりは比較的若い方(30代をイメージ)を主人公にしたほうが若い層にも受け入れやすいのではないか。(山田)
  - 性別は男性にこだわらず、女性も入れた方がよいと思う。(初海)
  - 主人公は男性にして、彼女やグループの一人として女性を入れる構成で描いてみたい。(石井)
- クマ渋滞の写真も印象的だがこのシーンも入れた方がよいか。(石井)
  - 可能であれば入れてもらいたい。(山本)



### 3 マンガの SNS 発信について

- マンガは SNS 発信が主となるが、具体的にどのようにコマを表現するのか。(川村(胡))
  - Twitter ではすべてのコマを入れた 1 枚の絵で発信できる。Instagram については画像の拡大ができないため、コマごとに切り分け、最後に全コマを一枚絵で見せる形になると思う。(石井)
  - 画像をコマごとに切り離す作業は私の方でやる。また、マンガはプレスリリースと併せて流すことも想定している。(初海)

### 4 マンガ制作のスケジュールについて

- 次回のネームラフ案は来週前半を目処に石井より提出する。
- 提出されたネームをもとに環境省内部で特にセリフ・文章を確認する。
- 3/22 までには環境省確認済みの状態で完成、3/25 から SNS 上で配信開始。

## 6. 考察

知床国立公園は年間 170 万人を超える観光客が利用する場所であり、同時に世界でも有数のヒグマの生息地でもある。ヒグマの目撃は年間約 1,000 件にも及び、公園利用者によるヒグマへの過度な接近などの行為がたびたび確認されており、未だその問題解決には至っていない。特に、近年は人を怖がらない、いわば新世代グマといわれているヒグマも目にすることも多く、カメラを片手に人々が近づいても知らない顔で餌を食べているヒグマがいる光景も珍しく無くなった。公園内ではこのような状況が続いており、ヒグマと人との事故がいつ起きてもおかしくない。

2011 年から導入された知床五湖における利用調整地区制度は、ヒグマと公園利用者との軋轢の低減と公園利用機会の確保に一定の成果を上げているものの、知床全体をカバーする制度ではなく、同様の問題はその後国立公園内の特に道路沿線で起き続けている。

環境省職員をはじめとした知床国立公園内で働く現地スタッフは、常にヒグマと人との事故が起きる危険性を感じ、ヒグマの周囲に集まる人々へ啓発活動を続けてきたものの、法的担保がない中での現地対応には限界があり、課題解決の糸口を見いだせないままである。

このたびの「自然公園法の一部を改正する法律」の成立および施行は、公園利用に伴う野生動物の課題に対して初めて明確なルールを示したもので、知床が希求していた内容そのものと言える。改正法が施行されることにより、人のヒグマに対する過度な接近などの行為に対して“単なる注意”ではなく、法的根拠に基づいた指導や啓発活動が実施可能となるであろう。

一方で、これらの法的根拠をただ「禁止事項」として告知するだけではなく、法的担保に加えて、広く社会とコミュニケーションをはかり、共感を醸成する中である種のムーブメントを起こし、法の趣旨への共感、賛同を得て、ひいては個人の行動そのものを変えてもらえるような働きかけを継続的に行っていく必要がある。

本業務では様々なコンテンツを制作したが、それらは制作が完了した段階からが、その機能発揮のスタートラインである。これらのコンテンツが多くの人々の目に留まり、改正法の背景や意図も含めて周知・拡散され、共感の醸成やムーブメントの形成に寄与することを期待する。

本業務では、チラシやポスター、ステッカーといった従来型の広報物だけではなく、一般の人々が気軽に手に取り、読んでくれることを期待した「マンガ」という広報媒体を企画、制作した。人々の何気ない行動がヒグマの運命を左右する可能性があるということを示唆する話を A4、1 頁ものにまとめており、知床そのものや、知床国立公園内のルール、

マナーに関心のない層にも目に留めてもらうことをねらった内容に仕上げている。マンガを通じて、改正法施行の事実そのものだけでなく、施行に至った背景までを多くの人々に伝えることができれば幸いである。また、マンガは、近年広報媒体として世の中に認識されている Twitter や Instagram 等 SNS の市場において、情報発信されることを想定しており、業務終了後もさらに拡散していくことを望んでいる。

また本報告書内には、さらなる情報の発信、拡散を目的に、普及啓発イベント等の実施を企画提案している。本業務で制作した広報媒体が存分に活かされるよう、次のステップとしてイベントの実施が望ましい。

本業務をきっかけとして、知床におけるヒグマと人の適切な距離感の重要性が日本国内における常識へと変わっていくムーブメントが造成され、国立公園らしい利用環境を提供できる知床となっていくよう期待する。



## 7. 参考資料

### 1) Adobe Stock 素材購入領収書



Adobe Systems Software Ireland Ltd  
4-6 Riverwalk  
Citywest Business Park  
Dublin 24  
Ireland  
登録国外事業者番号: 00002

オリジナル

#### 請求情報

ご請求番号	2128609305
発行日	2022年3月14日
支払い条件	クレジットカード
注文書	AE00782601299CJP
ご注文番号	7072011765
お客様	549433696
通貨	円

#### 領収書送付先

099-4356

公益財団法人知床財団  
山崎 幸様

## 領収書

### 品目詳細

製品番号	製品説明	数量	単位	単価	小計	税率	税	金額
65272936	Adobe Stock - オンデマンド	1	点	9,380	9,380	10.00%	938	10,318

### 領収書の合計

小計(円)	9,380
消費税 JCT	938
合計金額(円)	10,318

#### 備考欄:

上記登録国外事業者が消費税を納める義務を負います  
<http://www.adobe.com/support/service/Consumption Tax>

#### 請求先連絡先

eCommerce - ASIA (Japan C Cards)

ご注文いただき、誠にありがとうございます!

ページ 1 / 1



Adobe Systems Software Ireland Ltd  
4-6 Riverwalk  
Citywest Business Park  
Dublin 24  
Ireland  
登録国外事業者番号: 00002

オリジナル

請求情報

ご請求番号	2138092720
発行日	2022年 3月27日
支払い条件	クレジットカード
注文書	AE00833900178CJP
ご注文番号	206294214
お客様	549433696
通貨	円

領収書送付先

099-4356

公益財団法人知床財団  
山崎 幸様

## 領収書

### 品目詳細

製品番号	製品説明	数量	単位	単価	小計	税率	税	金額
65272922	Adobe Stock - オンデマンド	1	点	9,380	9,380	10.00%	938	10,318

### 領収書の合計

小計(円)	9,380
消費税	938
JCT	
合計金額(円)	10,318

備考欄:

上記登録国外事業者が消費税を納める義務を負います  
<http://www.adobe.com/support/service/Consumption Tax>

請求先連絡先

eCommerce - ASIA (Japan C Cards)

ご注文いただき、誠にありがとうございます!

ページ 1 / 1



Adobe Systems Software Ireland Ltd  
4-6 Riverwalk  
Citywest Business Park  
Dublin 24  
Ireland  
登録国外事業者番号: 00002

オリジナル

請求情報

ご請求番号	2138096474
発行日	2022年3月27日
支払い条件	クレジットカード
注文書	AE00833900207CJP
ご注文番号	206288770
お客様	549433696
通貨	円

領収書送付先

099-4356

公益財団法人知床財団  
山崎 幸 様

## 領収書

### 品目詳細

製品番号	製品説明	数量	単位	単価	小計	税率	税	金額
65272922	Adobe Stock - オンデマンド	1	点	9,380	9,380	10.00%	938	10,318

### 領収書の合計

小計(円)	9,380
消費税	938
JCT	
合計金額(円)	10,318

備考欄:

上記登録国外事業者が消費税を納める義務を負います  
<http://www.adobe.com/support/service/Consumption Tax>

請求先連絡先

eCommerce - ASIA (Japan C Cards)

ご注文いただき、誠にありがとうございます!

ページ 1 / 1







令和3年度 環境省北海道地方環境事務所釧路自然環境事務所 請負事業

事業名：令和3年度知床国立公園におけるヒグマへの餌付け・接近等の行為規制に関するPR  
業務

事業期間：令和3（2021）年12月23日～令和4（2022）年3月30日

事業実施者：公益財団法人 知床財団

〒099-4356

北海道斜里郡斜里町大字遠音別村字岩宇別 531 番地



リサイクル適正の表示：紙へリサイクル可

この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」に係る判断の基準にしたがい、印刷用の紙へのリサイクルに適した材料（Aランク）のみを用いて作製しています。