第4章

環境学習プログラム実施上の留意点

4-1　安全対策

自然体験や野外での環境学習には危険が伴うため、安全に野外活動をするためには安全管理の意識とノウハウが必要です。安全はすべての要素に優先します。どんなに優れたプログラムでも安全が確保できなければ実施することはできません。環境学習のプログラムの作成と実施にはリスクマネジメントを考慮して行うことが大切です。ぜひ多くの経験と現場を見ることをおすすめします。

自然の中での安全管理

1．生物による危険

◆マムシ・ヤマカガシ

これらは季節により出現します。活動の時期と主に生息する場所などを把握し、その近くで活動するときには事前に下見をしたり、立ち入り禁止の対策などが必要です。

マムシ

ヤマカガシ

◆スズメバチ

事前の下見で巣を発見したら、そのような場所では活動を控えましょう。偶然遭遇した場合は手を振ったり、急に逃げたりなどの行動は避けましょう。服装は黒い物は避けましょう。

スズメバチ

◆ウルシやイラクサなど

事前の下見で存在を確認したら予防の対策をとりましょう、もし触ってしまったら速やかに水で洗いましょう。症状が出てひどい場合は病院で診療を受けましょう。

ウルシ

2．気候や気象による危険

◆日射病や熱中症

参加者が子どもや高齢者の場合は特に気を付けましょう。夏に行う場合には涼しい午前中に活動するとか、涼しい木陰での休憩、十分な水分補給（飲料持参）、帽子の着用など対策を忘れずに行いましょう。また、活動する時間帯でどこが日陰になるかを事前に把握し活動の説明をする時はその日陰を使いましょう。

◆突然の雷雨など

最近は異常気象などで集中豪雨や落雷による事故が増えています。気象情報に注意をして開始前に気象情報の確認や天候が変わりそうな場合には早めに避難をして危険を避けましょう。

総合的な対策

プログラムの企画や作成の時から想定される危険に対しては事前の下見や当日ロープを張る、直前に再度点検をするなど配慮をし、危険な箇所には人員を配置するなどの対策をしてください。転倒や転落などの危険も事前のチェックで見つけて対策をしてください。さらに事故が発生したときの緊急の対応についても、事前に協議をして万が一の時にも適切な対応がとれるようにしておいてください。できればリスクマネジメントのチェックシートを作成して、事前にチェックもれのないように準備しましょう。応急処置や心肺蘇生法も学んでおくとよいでしょう。

4-2　フィールドマナー

自然の中でのマナー

ち	近づきすぎないように、鳥の巣や動物に。
き	急な動きはケガの原因、動物を驚かせます。 ハチも驚き攻撃してきます。
ゆ	ゆったりとした気持ちで自然を楽しみましょう。 心のゆとりが多くのものを見せてくれます。
う	美しい花は見るだけで、採集はしないで。 自然のものは自然のままで。
に	逃げる動物追いかけないで、静かに立ち止まり観察しよう。
や	野外での服装に注意。帽子、長袖、長ズボン、手袋タオルに、雨具に水筒、双眼鏡に虫眼鏡。
さ	さわるときには確かめて、さわると危険な植物、昆虫、自然の中には危険がいっぱい。
し	静かに行動、自然のマナー、野鳥や虫の鳴き声を聞こう。 動物に出会えるかも。
く	来るときよりもきれいにして帰ろう。 自分のごみは持ち帰ろう。

(1) 基本的に自然を大切にする気持ちが大切です。むやみに踏みつけたり、踏み荒らさないように行動をします。大声で野鳥を驚かさないように、採集は最小限にとどめましょう。

(2) 貴重種や絶滅危惧種などは必要がなければ知らせないですませましょう。

(3) 観察などで移動したものは必ず元に戻しましょう。

(4) ごみは必ず持ち帰りましょう。

(5) 繁殖期や子育ての動物には近づかないようにしましょう。

(6) 昆虫や草花も採集は必要なだけにしましょう。

アオスジアゲハ

4-3　広報･ＰＲ

広報には、行事の案内・参加者募集、団体のＰＲ、記録・報告などがあります。

(1) 行事の案内・参加者募集

①企画・渉外、②製作、③配信の３つの段階があります。

①　企画・渉外

どのような広報を行うのか、全体を企画します。プロジェクト全体を見ることができ、人脈のある人が担当します。

- 広報の機関・媒体（メディア）は？

  どんな団体・人が協力してくれそうでしょうか。
  - チラシを置いてくれる場所はどこか。
  - 行政の広報紙に掲載してもらえるか。
  - マスコミは？　告知欄での掲載か、記事を掲載してくれるか。
  - インターネットのホームページやメールマガジンで紹介してもらえるか。
  - 団体の広報紙や雑誌の告知欄は利用できないか。

  これに基づいて、協力者や団体と連絡を取り、どんな媒体をどれぐらいの量を製作し予算はどれだけ必要か計画します。
- 集客範囲、人数は？

  どんな地域、層に広報し、何人ぐらい集めたいのでしょうか。
- スケジュールは？

  行事の規模にもよりますが、２か月前から告知を始めるのが理想です。媒体や協力団体に応じて、どんなタイミングで原稿が必要か確認します。

  チラシやポスターは、製作後の配布に手間と時間がかかることを忘れないようにしましょう。

②　製作

文章力・デザイン力のある人が担当します。

- 媒体

  チラシ、ポスター、電子メール配信文、ホームページ原稿、マスコミ用案内文、プレスリリース文など。
- ポイント
  - ５Ｗ１Ｈ　いつ、どこで、誰が（主催）、誰を対象に、何をする、を明確に。
  - タイトル　良し悪しで集客力に差が出ます。ただし、凝り過ぎて内容の分からないタイトルは不適です。
  - 具 体 性　具体的にどんな活動をするのか分からないと人は集まりません。
  - ｱｲｷｬｯﾁｬｰ　写真やイラストなど視聴覚的に引きつけるものを入れると効果的です。

③　配信

- すばらしいチラシを作っても、配布されなければ意味がありません。これが一番大切なのに見落とされがちです。誰がどこを担当するかを決め、確実に配布する必要があります。
- 電子メールでの配信のために、メールアドレスのリストを作るのも重要な仕事です。

※電子メール（メーリングリストを含む）は効率よく人が多く集まる重要な媒体です。ただし、リピーターが多く、新しい層に広がらない欠点もあります。メールによる告知文を正式文書として作成し、配信・転送依頼をします。告知文があいまいだと、間違った情報が伝わることになります。

㈱トヨタ自動車主催「森遊び倶楽部」の参加者募集チラシ　制作：㈲木文化研究所

行事の広報は、参加しない人も「こんな団体がこんな活動をしているのだ」と見守っています。参加者募集以上の効果があることを念頭において行いましょう。

(2) 記録・報告（ニュースレター）

行った行事は、ホームページやニュースレターにまとめ、発表しましょう。これは単なる記録の意味にとどまりません。参加しなかった人に知ってもらえるだけでなく、参加した人もその行事への理解が深まります。そして、行事そのものに意味付けができ価値が上がっていきます。さらに、今後のためのＰＲにもつながります。

社会に広くその行事の意義を知ってもらいたいなら、当日マスコミに取材してもらうよう依頼します。

㈱デンソー主催「ECOレンジャー21」のニュースレター　制作：㈱木文化研究所