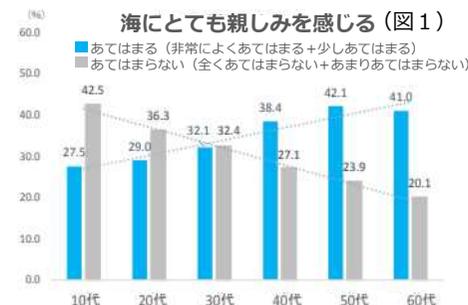


「C to Seaプロジェクト」について

背景

四面を海に囲まれた海洋国日本にとって、海事分野で働く人材の確保、国民にとって重要な海洋に関する諸施策に関する国民の理解は必要不可欠である。

しかし昨今、国民が海水浴・海洋レジャーを含め、海を訪れることが減少しているなど、いわゆる「国民の海離れ」という傾向が見られる。そしてこの傾向は特に10代～20代の若者に顕著に見られる。



プロジェクト概要

海離れが指摘されている子どもや若者を始めとした国民全体に対して、海・船への興味・関心をより一層高めるとともに、海洋レジャーの市場拡大と国民の接点を拡大していくため、平成29年夏に「C to Seaプロジェクト」を開始。

国土交通省と海事関係団体が官民一体となった海事広報活性化協議会において、海や船に触れる機会の創出と、海事・海洋に関する情報発信を行っている。

※本プロジェクトは、国土交通省や日本財団等を中心に産学官民共同で行う「海と日本プロジェクト」の一環です。

【シンボルマーク】



「国民 (Citizen)、子供達 (Children)、文化 (Culture) などの様々な「C」を「Sea (海)」につなげる。

施策実績

海や船に触れる機会の創出



クルーズ船における「C to Sea クルーズ」の実施
クルーズ内でキッズクルー体験や船に関する講演等を実施。
(2017年12月、2018年12月(予定))
(主催：商船三井客船)



「海の駅」を拠点にクルーズ
観光周遊のモデルルート制作
(2018年3月～)



マリレジャー無料体験
プロジェクト (2018年5月～)
(主催：リクルート)

海事・海洋に関する情報発信



「C to Seaプロジェクト」
アンバサダーとしてSTU48
が就任。(2018年2月～)



各種啓発
グッズ配布
(2018年
7月～)



ポータルサイト「海ココ」及び
各種SNSの運用 (2018年4月～)