

第6回 J-GBF 行動変容ワーキンググループ 議事要旨

1. 令和6年3月25日(月) 14:00~15:30

2. 開催方法: オンライン (Webex)

3. 出席者

(座長) 大阪大学 特任准教授

佐々木 周作

(専門委員) 国立環境研究所 生物多様性領域 主任研究員

久保 雄広

(専門委員) 株式会社バイオーム 代表取締役

藤木 庄五郎

(J-GBF 委員・関係者・一般傍聴者: 64名)

日本商工会議所

一般社団法人日本林業協会

一般社団法人 全国農業協同組合中央会 (JA 全中)

日本生活協同組合連合会

一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA)

国際自然保護連合日本委員会 (IUCN-J)

公益社団法人 日本動物園水族館協会 (JAZA)

公益財団法人 日本博物館協会

一般社団法人 Change Our Next Decade

Japan Youth Platform for Sustainability

NPO 法人持続可能な開発のための教育推進会議 (ESD-J)

生物多様性自治体ネットワーク

消費者庁

4. 開会

ご挨拶 環境省 自然環境局主流化室 浜島 直子 室長

・行動変容ワーキンググループは今回6回目、今年度は最後となる。
・今年度、環境省で実施した調査等のご報告をして、来年度に向けた方針などについて、ご議論いただきたい。本ワーキングは企業の方のご参加が多く、またネイチャーポジティブ経済の実現には企業向けのアプローチが効果的と考え、環境省の施策としては、企業向けを中心としたものを実施している。

・環境省だけでは手が届かないところが多いので、ご参加の皆様のお知恵、ご協力をいただきながら推進していきたい。



5. 議事

(1) 行動変容に関する令和5年度における環境省施策の実施結果報告

資料2「環境省生物多様性主流化室施策の実施結果報告」続けて、

資料3「小売店と連携した情報発信(従業員の意識変容・境配慮商品伝え方研修)」について事務局より報告した。

【質疑応答】

(佐々木座長)

・行動変容の tips の作成というのは来年度の事業か、それとも今年度中にウェブサイトに掲載するのか。

(細田補佐)

・今、準備をされていてウェブへの掲載は来年度になる。

(藤木委員)

・今のご質問と同じ部分で事例の共有というのは、どのようにするのか？ tips のウェブサイトで行うのか、このワーキング内で事例発表を行うイメージか。

(細田補佐)

・両方の予定。ウェブで活用事例を共有して、それをワーキングで報告して、議論をしていただきたいと考えている。

(佐々木座長)

・小売店等との連携について、対象店舗は、既にグリーンラッピングなど色々メニューがあり、能動的なところだと思うが、従業員が薦めない場合もあるので、そこを解消していく話と、そういう取組を採用してくれる店舗を増やすためにはどうしたらいいかという話の両方がある。最後の考察で、その点が混在していると思う。

(細田補佐)

・2つの視点が大事。そごう広島店のように、このような活動に前向きに取り組む店舗を増やしていくことと、今回の研修は動画で撮影して環境省の Youtube チャンネルに掲載するので、興味・関心がある他の店舗でも従業員の研修に取り組んでもらいたい。環境省として研修の問い合わせには真摯に対応していきたい。

資料4 「EC サイトと連携した生物多様性に配慮した消費行動の調査」について、事務局より報告した。

【質疑応答】

(佐々木座長)

・少し補足すると、今回の調査の前に、プレゼントや贈り物と生物多様性、環境配慮につながる商品を掛け合わせることで、消費者の関心に届きやすくなるという仮説があり、今回はそれを検証するプロジェクトとして理解している。

・先ほどの事例で、贈り物の時にグリーンラッピングを選択することで100円のうち50円が寄付になる、という話があった。自分のものではなく、他者に贈るときにかなり親和性があるかもしれないと考えられたということである。

・それと対比させるために、一般的な環境に配慮した商品の特集と比べたときに、どういった変化があるかを検証した。事前には贈答目的の方がいけると予想したが、データとしては「自分へのご褒美」に環境に配慮した商品を掛け合わせた方が、少なくとも情報を閲覧してくれる人の数は増えたという結果になった。

(久保委員)

- ・アンケートの回答数が少なかったので、無理に結論を出した感じが否めない。来年度これにつなげる形でフォローアップするのか聞きたい。
- ・2点目は、必要がないので購入しなかったという人もいた。それは環境配慮としては、良い結果だったと思うが、どう解釈されるか。



(細田補佐)

- ・来年度フォローアップは考えていないが、Yahoo さんでこういう取組を考えているので、今後の展開に期待している。
- ・購入しなかったというのは、おっしゃる通り、良い結果と捉えている。

(佐々木座長)

- ・消費を促進することが、必ずしもポジティブなアウトカムではないかもしれない。企業を通じて消費者行動を促す場合、大きなポイントとなる。本当に購入することが良いのか、最適な行動はなにかを次回の設定に活かした方がいい。
- ・この結果を受けて、企業に対して、どういうメッセージを出すのか？

(細田補佐)

- ・今回は確かな数が得られてはいないが、40代女性が手ごろな衣料品、食品、日用品で生物多様性に配慮した商品を購入しているということがわかった。きちんと商品の背景を伝えることで、普段生活する上で購入しなければならない必需品・日用品で、生物多様性に配慮した商品が選択されることが示唆されたと思う。

(佐々木座長)

- ・過去のデータでは40代女性にそのような傾向があるという結果に基づいて、今後広げていこうとするときにも、まずは40代女性からもっと広げていくということか。

(細田補佐)

- ・そのように考えている。自分へのご褒美として選ばれたオーガニックコットンの靴下は、ヤフーさんでも取り扱いがあるが、TABIOさん、お店自身もオーガニックや製造過程などストーリーを載せることで、購入が増えた。普段買っているものよりも、ちょっといいものを買ってみるところで、今後、購入が見込まれるのではないかと考えている。

(藤木委員)

- ・アンケート回答数が少ないので、結論として出すのは少し危険な部分があると思う。
- ・一方で、LINE ヤフーさんが、新しく生物多様性に配慮した商品を売っていきこうとしているという事実はとても良い。それを見て、他の企業さんもやってみようと思えることが重要。まずはやったこと自体を発信していくことが良いと思う。
- ・環境省が、こういう取組を後押しし、先進的な企業が考えていることを発信して、しっかり促してほしい。

(佐々木座長)

・今回のオンラインショッピングの設定で、確認できた部分とできない部分もあったと思う。追加的に知りたいことがあった場合、どういう実証フィールドでテストする必要があったかを整理しておき、その情報を共有することで、別の企業が協力してくれて、実証事業が積みあがっていく流れになると良い。

資料5「因果分析を用いた行動変容の促進手法に関する検討」について、いであ株式会社 主任研究員 幸福 智氏より報告した。

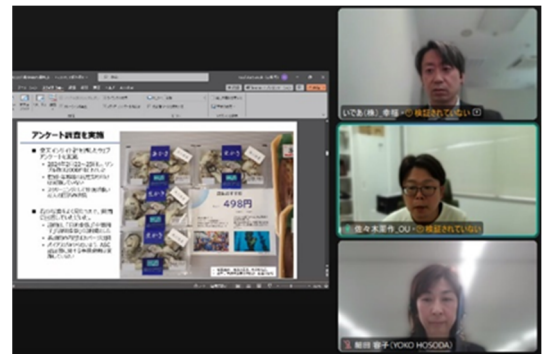
【質疑応答】

(細田補佐)

・今回、認証ラベル単体では、なかなか購買意欲に結び付かなかったが、自然豊かなところで作られたというような、言葉や写真などと一緒に示すことで、購買意欲を高めることができるのではないかとということがわかった。

(佐々木座長)

・昨年行った支払意思額の分析結果と少し似ている部分がある。



資料6「生物多様性保全に関する就活生意識等調査について」事務局より報告した。

【質疑応答】

(久保委員)

・実際の企業が、どれだけウェブサイトで、環境やサステナビリティなどの情報が出されているか、ベースラインの情報を調べているか。もしなければ来年度に調べて欲しい。

(細田補佐)

・現状は調べられていないので、今後考えていきたい。

(佐々木座長)

・就職活動の調査の大きな結論は、サステナビリティや生物多様性を強調しても、魅力的な就職先としては、現状では選ばれにくいという結果かと思うが、そういう理解で良いか。

(浜島室長)

・そういう理解でも良いと思うが、2つを分けて考えている。
・サステナビリティをどの順番で表示しても結果が変わらなかったのが、企業の方に、そこは悩まなくてよいというのが一つのメッセージ。
・サステナビリティや環境へ配慮していることを選択されているのが6.7%。この数字が企業の方にとって、どう映るか。

・経営層の方と話していると、ここ4年くらい、環境や地球規模の課題に立ち向かいたいという就活生がすごく多いという声があるが、結果としては意外と少なかった。では6.7%はどういう学生なのか、6.7%しかいないのに経営層がそう感じられるのはなぜかなど、今後、検証が必要だと思っている。

(佐々木座長)

・インターネット調査に集まってくる回答者が、環境に配慮している層が、本当の集団よりは少ないのかもしれない。一方でバイオームの利用者率が1割位。10人に一人がバイオームのアプリを使用しているというのは、実際のバイオーム・ユーザー数を踏まえると多い。環境に関心のある方が回答者に多く含まれているはずなのに、6.7%なのかと思うと、真の集団ではもっと比率が低い可能性もある。

・ウェブサイトの比較で、事業紹介がTOPのAと環境配慮の取組がTOPのBのどちらを選ぶかでは、Aが6割、過半数より多い層がAを選ぶ。就活生の現状としてはこうだったというのが、まずは土台とすべき発見。

・Bを選ぶ4割をどう考えるか、だんだん増えてきて4割に達しているのかとか、解釈は環境省や事務局側では持っているべき。AとBの企業はほとんど同じ企業だけど、就職先の魅力として、なんでBが選ばれにくいのかを次のステップで明らかにすると、Bのデザイン、広報、プロモートの参考にしてもらえる。

(藤木委員)

・バイオームのユーザーは現状90数万人で、国民の百何十人に1人なので、10人に1人は多い。かなり関心の高い人がここに集まっている可能性があり、実際はもっと少ないのかもしれないということもありえるが、一旦そこは考えなくてよいと思う。

・社長の間とかでも、最近の子はサステナに興味がある、会社選びにもそういう軸を使っていると喜んでいたので、このアンケートの結果は結構ショックだが、結果が分かったことは良かったので、継続して追いかけるべきだと思う。

・一方で最近の若者は見せかけだけのサステナを嫌う傾向がある。ホームページのトップで出ているかどうかではなく、中身のある取組をしているかを選ぶのではないか。見せかけの違いを比較することに、どこまで意味があるかは設計の段階で検討すべきだと思う。



(佐々木座長)

・次のステップに向けたコメントもいただいた。チャットに入っている内容については、後ほど検討させていただきます。

【チャット：参加者】

・上位5つで環境を選んだ学生がほかの学生よりBを選ぶ割合が大きいということから、企業に対して、環境に関心がある学生を取りたければ環境を前面に出した方がよいというメッセージが言えたりしませんでしょうか。

(2) 全体における質疑応答

【質疑応答】

(道家氏)

・今年度の事業について、行動変容の過去の知見整理、事例集の作成とあったが、既にどこかで発表されているのか。



(細田補佐)

・tipsの整理のところと一緒に、このウェブサイトにも今年度の結果なども合わせて掲載していきたいと思っている。

(道家氏)

・ECサイト調査の検討に途中から参加したが、来年度なにを検証できるといいか、見せかけだけの環境配慮じゃだめだということはどう検証するかなど、ワークショップなどで色々な仮説を立ててそれで検証ができると、より充実した材料づくりができるのではないかと思います。

・継続的に見ていくべき数字も少しずつ見えてきているので、継続して見るものと1回で良いものも来年度考えられるといいと思う。

【チャット：参加者】

・「企業に求めること」の内容が、「自分に対して」「社会に対して」などが混在していて、就活生の心情的にはどうしても「自分に対して」あるいは「自分の将来に対して」に重きが置かれるのは当然の結果であると思われます。アンケートの内容を分けた方がよいのではないかと思います。

(佐々木座長)

・チャットでいただいた、このご意見について、次回も継続するのであれば質問設計の参考にしてほしい。

(久保委員)

・グリーンウォッシュについては、私もいつも言っているので気を付けて欲しい。

・今回の行動変容ワーキングの中では、企業の案件と、行動変容の案件が混ざっている、整理されていない感じがする。

・行動変容のtipsをまとめることと、それとは別にJ-GBF自体の取組として貢献に値するものは企業目線のtipsとしてまとめてもいいと思う。例えば、企業のウェブサイトにサステナビリティや環境配慮の文字が入っているかどうかは本委員会として出せばいいが、行動変容のtipsは独立したtipsとして整理して一般的に見れるように公開して欲しい。

(細田補佐)

・ご指摘について、気を付けて検討していきたい。

(佐々木座長)

- ・大きなリクエストとして、調査や実験をもう少しシンプルにして欲しい。今回の調査の中にも途中からアドバイスするものがあったが、すでに仕様が一定程度固まっていて、変更は難しいように感じたあし、そもそもの調査設計が複雑だと感じるが多かった。
- ・複雑な調査・実験から出てくる結果もまた複雑になり、解釈やメッセージも複雑になる。今回の5件の報告は内容が複雑で、初見の参加者にとって理解が追いつかないものも多いのではないかと。そのせいか、質問やコメントの数が少なかった。
- ・行動変容ワーキングは、参加した方が、ここで得た知見を、それぞれのフィールド・現場に持ち帰って広げてもらえるようなプラットフォームだと思っている。複雑なメッセージは広がりにくい。次年度からは、同じ仮説を検証するにしても、皆さんに共有してもらいやすい形式にするためには、どういう質問、実験設計がいいか、できるだけシンプルに、あまり込み入らないようにしてほしい。
- ・就活生の調査は、テーマもわかりやすい。現状の結果のままでは使いづらいが、こうすれば、環境に配慮することを打ち出すことで、活動的な学生の関心が高まるというような結果が出せると、皆さんも関心を持って広めてもらえるように思う。

(藤木委員)

- ・できるだけシンプルだと、メッセージ性が高まる。シンプルだと、後々継続していくためにもいいと思う。
- ・行動変容ワーキングがどこまでがスコープなのか捉え損ねている。最近だと企業が情報開示の影響などもあり、BtoBで売り先より買い先の方を気にしている感じが強い。これが行動変容の範囲に入るかはわからないが、企業の購入行動、仕入れの方でも良い知見が集まると大きなインパクトになると思う。

【チャット：久保委員】

- ・佐々木さんコメントに関連し、(来年度)業務で得られる知見がtips ウェブサイトに掲載できる内容になると良いと思います。

(佐々木座長)

- ・皆様からご意見をいただいたり、かみ砕く時間の余裕が少なかったが、来年度のワーキングにつなげていって、実質的に使ってもらえるような知見とそのために活動につなげていきたい。

閉会挨拶 環境省 自然環境局主流化室 浜島 直子 室長

- ・環境省の実証事業の活かし方、広げ方、発信の仕方、調査の設計の際の注意事項とか、発展についても、ヒントをいただいた。
- ・ECサイトの調査については、昨年度の支払意思額調査は仮想の調査だったので、実際のECの実証をやった。必要なものがないから買わなかったというのは、ネイチャーポジティブ的には満点の回答だと思っている。今後の展開として必要になったら買おうと、お気に入りに入れた数を調べるなどもあると思う。自分たちもこういう調査をしようという企業が出てきてくれるのが重要。
- ・就活生調査は解釈が難しく、我々が思っていなかった解釈も教えていただいた。この調査は今後も継続していきたい。

- ・行動変容ワーキングでは、あくまで行動を変容させる対象は消費者や生活者であって、それを企業からのアプローチでやっていこうとしている。企業のB to Bなどについては、ネイチャーポジティブ経済研究会の業務でやっている。
- ・調査設計をシンプルにという点は、早めにご相談させていただき、より分かりやすい結果を企業や世の中に提供していきたい。
- ・今年度も多くのご示唆をいただいた。来年度も行動変容ワーキングへのご協力を引き続き宜しく願いたい。

以上