

---

# 生物多様性の主流化に向けて ～行動変容～

---



2025年1月28日

環境省 自然環境局

生物多様性主流化室 細田容子

「ネイチャーポジティブ」イメージキャラクター

だいだらぽじー  
DAIDARAPOSIE

# 2030生物多様性枠組実現日本会議 (J-GBF)

- 国連生物多様性の10年日本委員会 (UNDB-J) の後継組織として、2021年11月に**2030生物多様性枠組実現日本会議(Japan Conference for 2030 Global Biodiversity Framework/通称：J-GBF)**を設置。
- 日本経済団体連合会会長（十倉雅和氏）を会長とし、各界・各層に発信力・影響力を持つ経済団体・自治体ネットワーク・NGO・ユース・関係省庁等の約40団体が加盟する、産官学民からなる連携プラットフォーム。事務局は環境省。
- 「昆明・モントリオール生物多様性枠組」に対応した「生物多様性国内戦略2023-2030」の達成に向け、国内のマルチステークホルダーの参画及び自発的な取組と連携の促進を目的に活動。
- 総会の下に、各テーマ・主体にフォーカスしたフォーラム・WGを設け、シンポジウムやビジネスマッチングイベント等を実施。



## <J-GBFの全体構造>

### 総会

会長：十倉雅和（経団連会長）

### 幹事会

### 企画委員会

### ビジネス フォーラム

生物多様性に関するビジネス分野（企業等）への情報提供や関心向上に向けた**経済3団体**を中心とするフォーラム

### 地域連携 フォーラム

**生物多様性自治体ネットワーク等**と連携し、自治体の現場の生物多様性への知見共有や具体的取組を促すフォーラム

### 行動変容WG

**マルチステークホルダー**による、ナッジやポイント制度等を活用した、市民や企業等の行動変容を促す取組を議論・検討する会議体

### 支援事業検討委員会

企画委員会からの寄付金活用計画等の検討依頼を受け、用途を決定し、幹事会に報告する。

※ ビジネスフォーラム、地域連携フォーラム、行動変容WGの代表メンバーで構成

※EPC内に設置

# 「生物多様性国家戦略2023-2030」の枠組 基本戦略4

## 第1部 戦略

2050年ビジョン『自然と共生する社会』

2030年に向けた目標：ネイチャーポジティブ（自然再興）の実現

### 基本戦略1 生態系の健全性の回復

#### 状態目標（3つ）

- 生態系の健全性の回復
- 種の絶滅リスクの低減
- 遺伝的多様性の維持

#### 行動目標（6つ）

- 陸と海の30%以上保全
- 劣化地の30%以上再生
- 汚染削減・外来種防止
- 気候変動影響の最小化
- 希少種保護・状況改善
- 遺伝的多様性保全

#### 施策

- 国立公園やOECM等
- 自然再生等
- 汚染・外来種対策等
- 気候変動影響評価等
- レッドリスト・希少種等
- 遺伝資源収集・保全等

### 基本戦略2 自然を活用した社会課題の解決（NbS）

#### 状態目標（3つ）

- 生態系サービス向上
- 気候変動対策による生態系影響減、
- 鳥獣被害の緩和

#### 行動目標（5つ）

- 生態系機能の可視化
- 自然活用地域づくり
- 気候変動関連自然再生
- 再エネ導入時の配慮
- 鳥獣との軋轢緩和

#### 施策

- ECO-DRR等
- 地域循環共生圏等
- 気候変動緩和策等
- バードストライク等
- 鳥獣被害防止対策等

### 基本戦略3 ネイチャーポジティブ経済の実現

#### 状態目標（3つ）

- ESG投融资推進等
- 負の影響の低減等
- 持続可能な農林水産業の拡大

#### 行動目標（4つ）

- 企業の情報開示
- 貢献技術
- サービス支援
- 遺伝資源ABS
- 環境保全型有機農業の推進

#### 施策

- 企業の情報開示等
- ビジネス取組支援等
- ABS指針の推進等
- 有機農業の推進等

### 基本戦略4 生活・消費活動における生物多様性の価値の認識と行動

#### 状態目標（3つ）

- 自然重視の価値観形成
- 消費行動における配慮
- 保全活動への参加

#### 行動目標（5つ）

- 環境教育の推進
- ふれあい機会の提供等
- 自主的行動変容促進
- 消費行動・選択肢提示
- 地域保全再生活動促進

#### 施策

- 環境教育の推進等
- ふれあい機会提供等
- 行動変容の促進等
- 食ロス削減・食育等
- 伝統文化配慮OECM等

### 基本戦略5 生物多様性に係る取組を支える基盤整備と国際連携の推進

#### 状態目標（3つ）

- 情報基盤の整備等
- 生物多様性資金の確保
- 途上国支援能力構築等

#### 行動目標（5つ）

- 学術研究・基礎調査等
- データ活用の人材育成
- 地域戦略等の策定支援
- 資源動員の強化
- 知見活かした国際協力

#### 施策

- 基礎調査等
- 科学的情報の共有等
- 地域戦略策定推進等
- 資源動員の強化等
- 生物多様性日本基金等

関連施策からビジョンまで一貫通貫で整理

戦略

行動計画

# ネイチャーポジティブ経済移行戦略

令和6年3月 環境省、農林水産省、経済産業省、国土交通省

## ネイチャーポジティブ経済への移行の必要性 ～社会経済途絶リスクからの脱却～

経済活動の自然資本への依存とその損失は、**社会経済の持続可能性上の明確なリスク**

社会経済活動を持続可能とするため**ネイチャーポジティブ経営への移行が必要。**

= 自然資本の保全の概念をマテリアリティとして位置づけた経営

CSR的取組から一段踏み込み、自然資本への依存・影響の低減を本業に組み込む

不適切な水資源利用や化学物質の放出等の結果、株価の下落等の財務的損失を被った企業も生じている  
出所：When the Bee Stings (BloombergNEF2023)

When the Bee Stings

Counting the Cost of Nature-Related Risks  
November 6, 2023



## 本戦略の狙い ～単なるコストアップではなくオポチュニティでもあることを示す～

ネイチャーポジティブ経済：個々の企業がネイチャーポジティブ経営に移行し、バリューチェーンにおける負荷の最小化と製品・サービスを通じた自然への貢献の最大化が図られ、**そうした企業の取組を消費者や市場等が評価する社会へと変化することを通じ、自然への配慮や評価が組み込まれる**とともに、行政や市民も含めた多様な主体による取組があいまって、**資金の流れの変革等**がなされた経済。

本戦略では①**企業の価値創造プロセスとビジネス機会の具体例**

②**ネイチャーポジティブ経営への移行に当たり企業が押えるべき要素**

③**国の施策によるバックアップ**

を示し、個々の企業の行動変容を可能とし、その総体としてのネイチャーポジティブ経済への移行を実現。

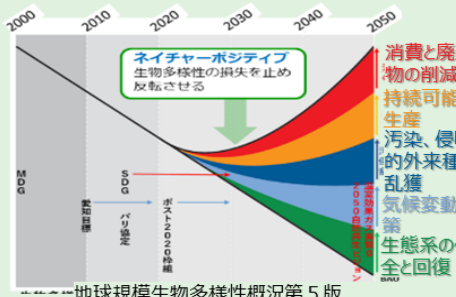
### ① 企業の価値創造プロセスとビジネス機会の具体例

#### TNFD等の情報開示を通じた企業価値向上

情報開示を意識したリスク対応等（それによるレジリエンス・持続可能性向上）で、それが市場や社会に評価されることで民の資金を呼び込み、企業価値向上に結びつける。

#### ビジネス機会の具体例と市場規模（環境省推計）

脱炭素や資源循環、自然資本の活用等、様々な切り口から機会創出。



(ビジネス機会の具体例)  
配合飼への転換や効率的な給飼等の環境配慮型養殖技術  
(市場規模: 年約864億円)



### ② ネイチャーポジティブ経営への移行に当たって企業が押えるべき要素

#### まずは足元の負荷の低減を

自然資本への負荷の回避・低減を検討した上で、自然資本にポジティブな影響を与える取組を検討（ミティゲーション・ヒエラルキー）

#### 総合的な負荷削減に向けた一歩ずつの取組も奨励

総合的な把握・削減を目指す。同時に自然資本との関係を踏まえつつ、事業の一部分から着手することも奨励

#### 損失のスピードダウンの取組にも価値

負荷の最小化と貢献の最大化を同時に図ることで、自然資本の回復力も含めたネイチャーポジティブを実現

#### 消費者ニーズの創出・充足

消費者ニーズを適切に把握するとともに創出し、ネイチャーポジティブに資する製品・サービスを市場に提供

#### 地域価値の向上にも貢献

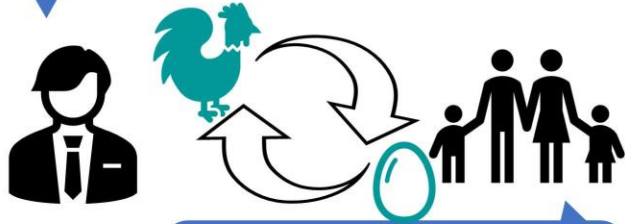
ネイチャーポジティブ経営が地域の生物多様性保全と地域課題の解決に寄与

セクター別の取組内容・取組事例等については、「生物多様性民間参画ガイドライン（第3版）」（2023.4公表）参照。

# 生物多様性の主流化に関する当面の目標と戦略

## 変えたい現状

- ・ニーズが無いから
- ・高く買ってくれないから
- ・どうせ分かってもらえないから



- ・売ってないから
- ・あっても高いから
- ・何が良いか分からないから

それって本当ですか？

## 環境省での主な事業内容

企業の行動変容支援

- ・ NPE戦略策定
- ・ 情報開示支援
- ・ 技術実証
- ・ ビジネスマッチング

国内の緑への価値づけ

- ・ 保全活動認定の法制化
- ・ 支援証明書構築
- ・ 自然資本の経済価値評価

## 行動変容WGでの活動内容

### 企業が使えるデータの提供

環境省事業例

- ・ (R4) 支払意思額調査
- ・ (R5) ECサイト購買行動実証
- ・ (R5) 消費行動ロジックモデル構築事業
- ・ (R6) R5ロジックモデル構築事業を活用したフィールド実証

WG委員研究事例

- ・ 自然観察行為へのモチベーション付けに関する調査  
(佐々木委員、久保委員、藤木委員)

※環境省事業/WG委員の個人研究として実施し、行動変容WGに話題提供されるものも含む。

平行して

- ・ 実践例のナラティブな共有  
(他分野との組み合わせ)
- ・ 過去の研究事例の整理

鶏からでも  
卵からでも  
アプローチできる！

メーカー、小売店、広告  
代理店、教育関連企業etc.

WGでtips整理・共有

実践結果をWGに  
フィードバック

## J-GBF構成員、NP宣言団体の皆様にお願ひしたいこと

個々のノウハウ・ネット  
ワークを生かした、個人/  
個別企業等への働きかけ



“あなた”は、  
どう思いますか？

“やってみる”仲間づくり



NPのボタン、  
一緒に押してみない？

だいだらポチっと



## ■ 調査概要

30by30目標（2030年までに陸と海の30%以上を保全する目標）の達成に向け、自然共生サイトの認定促進や管理への支援を促進するための方策の検討の参考にするため、30by30ロゴマークを活用した調査を行った。

## ■ 調査内容

自然共生サイトの認定や管理に貢献した企業や団体が活用できる認証マーク（本調査においては仮に30by30ロゴマークを使用）がついた商品があったときに、通常の商品より購入意欲が上がるか、購入金額を上げて（管理への寄付分を追加）購入されるか、どの見せ方が購入意欲を上げるか（ロゴに付随する説明方法を変えた場合）などを把握するため、仮想で買い物の場面を設定し、通常の商品、ロゴ付き商品等との比較で、「認証マーク」の効果有無や効果的な説明方法について検証する。

## ■ 30by30ロゴマーク



※本調査内では仮に認証  
マークとして設定

## ■ 調査条件

1. 対象商品は仮想の緑茶：500mlペットボトル140円と設定
2. マークあり・なしで価格差を設け、どちらを購入したいかの意識調査
3. 全ての群について、選択の前に、マークの説明を読んでもらう。
4. 事前に属性等の質問、モニタ自身が日用品を買うのかどうかの質問

# (参考) R4 30by30ロゴマークを用いた支払意思額調査概要

## ■ 調査結果

### ■ 多段階二肢選択方式 (対照群)



A. ロゴマークなし

140円



B. ロゴマーク付き

?円



生物多様性・30by30目標  
の実現に貢献しています

支払意思額が  
6～7円up

### ■ 多段階二肢選択方式 (介入群1)



A. ロゴマークなし



B. ロゴマーク付き



里地里山の保全を通じて  
生物多様性・30by30目標  
の実現に貢献しています

支払意思額が  
さらに2～3円up

### ■ 多段階二肢選択方式 (介入群2)



A. ロゴマークなし



B. ロゴマーク付き



トンボが暮らす田んぼや  
水辺の保全を通じて  
生物多様性・30by30目標  
の実現に貢献しています

支払意思額は  
3行の時と変わらない

# (参考) 自然共生サイト認定マーク活用事例

- 自然共生サイト認定を受けると「自然共生サイト認定マーク」の使用が可能
- 商品やWebサイト等での掲示事例多数



商品への掲示例：サイト名：相知町横枕自然共生区域  
(特定非営利活動法人 唐津Farm&Food)



商品への掲示例：サイト名：山川の海のゆりかご (山川町漁業協同組合)



商品への掲示例：サイト名：細尾の棚田、池沼植物群落 (今住悦昌)



ノベルティへの掲示例：サイト名：杉並区遅野井川親水施設 (杉並区・遅野井川かつぱの会)



# (参考) R5 ASC認証商品におけるウェブアンケート調査とAI分析

## 【仮説】

「意識の高い人に対し、ASC認証\*ラベルを提示したら高くても買ってくれるだろう」、「ASCのことを知ってもらえれば、ASC認証ラベルの付いた商品を高く買ってくれるようになるだろう」

\*ASC(Aquaculture Stewardship Council)認証：責任ある養殖により生産された水産物に対する認証

## 【調査手法】

ウェブアンケート調査を実施し、回答結果から「思わず買いたくなる」介入点が何かを因果分析モデルにより検証

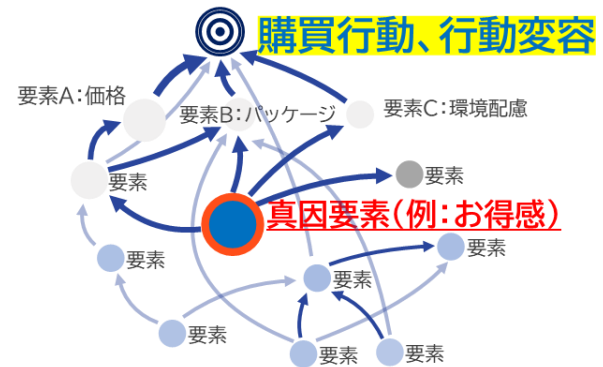
## 【調査結果】

カキの購買意欲には、以下の因果関係が示唆

- **◎ 自然豊かな地域で生産されたこと**
- ⇒ 見た目が美味しそう、品質がよさそう、安心感
- ⇒ 購買意欲

- 製品やサービスに応じた購買ロジックを把握し、適切な介入点を特定するようなマーケティングデータとしての的確な情報を提供する必要あり。
- 同時に、認証品などネイチャーポジティブであることが評価・担保されている製品と購買行動が結びつくような情報提供・取組が必要。

AIを実装した構造的因果モデルを活用し、**観察データに基づく消費者の購買行動に影響を与え得る介入点・介入策の探索を試行**



・ 写真提供：浅田政志氏、太藤彰浩氏  
・ 協力：宮城県漁業協同組合 志津川支所

# (速報) R6 店頭にてNP商品(海産物)の購買調査

## 【仮説】

自然豊かな地域で生産されたことがわかる写真は、本当に購買意欲を高めるかどうか。

## 【検証】

実店舗に協力を依頼し、属性が似ている店舗6店舗を対象に、2025年1月8日～1月22日に購買調査を実施。

介入策としては、ASC認証を取得している牡蠣において「自然豊かな地域で生産された」写真を前面に押し出す掲示物追加し、実際の販売数と売上高を確認。

## 【条件】

○介入店舗3店舗

・介入あり

牡蠣の 카테고리 売上げが同等の3店舗

※郊外、ベッタウン、ファミリー層の購入多い特徴あり

○非介入店舗3店舗

・介入なし

※介入店舗と同等の特徴をもつ店舗

## 介入あり

自然豊かな三陸で  
すくすくと育ちました



## 介入なし

ASC牡蠣においては、掲示物なし。

## 【結果】

販売数、売上高ともに、介入店舗3店舗の方が、非介入店舗3店舗より、5%多かったことが示唆された。

# (速報) R6 宅配におけるNP商品(米)の購買調査

## 【仮説】

自然・生きものや品質管理の情報を前面に押し出したチラシ等を掲示することは実際の購買行動に有効か。

## 【検証】

宅配も行っている小売店に協力を依頼し、WEBチラシに掲載の上、2025年1月13日～19日に購買調査を実施。「多くの生きものが住む豊かな土壌」の写真を前面に押し出すWEBチラシを作成。介入策としては、「生き物調査」の写真を掲載して、実際の販売数と購買率を確認。

## 【事前WEB調査】

事前web調査にて、「生き物保全への貢献」や「品質管理」をチラシに掲載すると、購入意欲が促進されると示唆された。

※景品表示法及びJAS法において、「有機」という文字は、有機JASマークがあるものが表示可のため、「品質管理」及び「多くの生きものが住む豊かな土壌」を前面に押し出すチラシを作成。



介入あり



介入なし

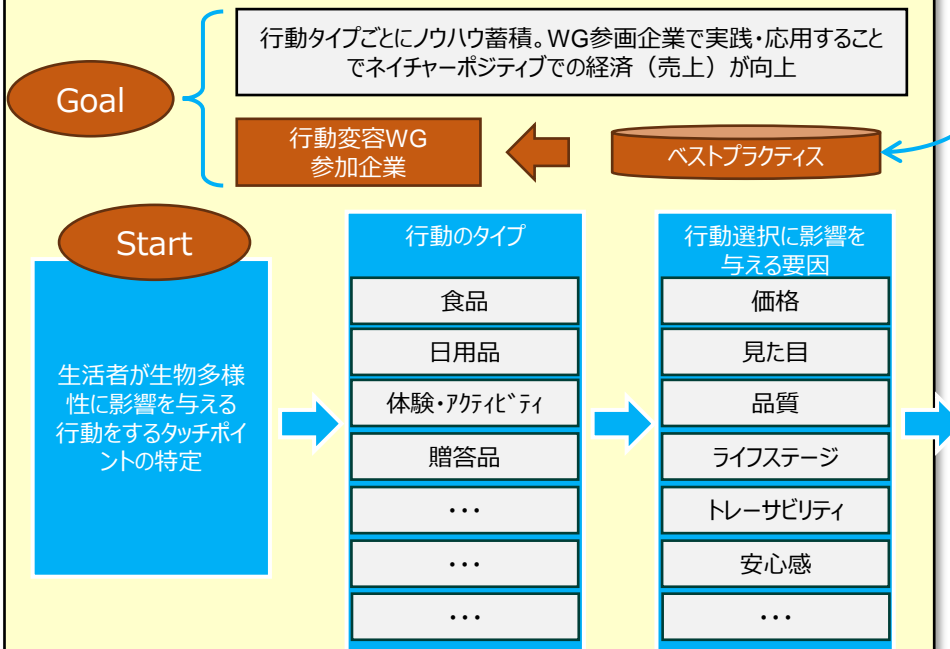


【結果】購買率は、介入あり、介入なしで大きく変わらなかったが、購入者のうち、新規購入者が約3割であった。しかしながら、「多くの生きものが住む豊かな土壌」の写真の効果があったかどうかは、比較する他の商品において、特売等の因子とあわせて分析が必要。

# 得られた検証結果を蓄積し、社会知・ナレッジとして共有化

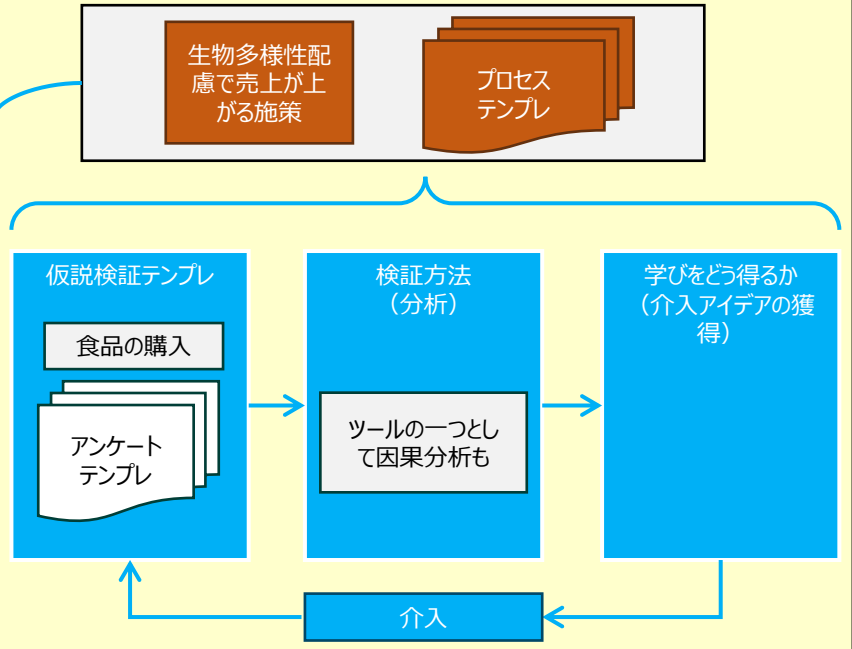
## 鳥の目

- ✓ 経済行動・生活行動においてベストプラクティスを蓄積
- ✓ ナレッジの社会全体への展開を本WGを通して設計



## 虫の目

具体的な仮説検証、介入の「プロセスノウハウ」と具体的な生物多様性を配慮した商品・サービスの市場を創出するべく、施策を得る



# 行動変容ヒント集 ウェブサイトイメージ

## 《掲載イメージ》

ネイチャーポジティブ製品や認証ラベル商品は  
売れるのか知りたい

### アンケート調査データ

#### 30by30ロゴ 支払意思額調査

- 【概要】30by30ロゴマークを用いた支払意思額調査 (PDF : 600KB)
- 【報告書】30by30に係る認証マークを使用した調査 (仮想の買い物実験) ※環境省実施業務 (PDF : 681KB)

#### ASC認証商品 購入意欲促進調査

- 【概要】ASC認証商品 購入意欲促進調査 (PDF : 537KB)  
(参考) 購買調査
- 【報告】因果分析を用いた行動変容の促進手法に関する検討 ※環境省実施業務 (PDF : 2.8MB)  
(参考) 購買調査

### 行動データ

#### 環境配慮商品の注目度

- 【概要】ECサイトにおける環境配慮商品の注目度と購入目的調査 (PDF : 365KB)
- 【報告書】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 ※環境省実施業務 (PDF : 1.5MB)

### 学術研究 (査読付き論文)

#### 森林認証コーヒー購買意欲調査

- 【概要】森林認証コーヒーアイトラッカー及びランダム比較試験行動調査 (PDF : 672KB)
- 【研究】How Can We Motivate Consumers to Purchase Certified Forest Coffee? Evidence From a Laboratory Randomized Experiment Using Eye-trackers

# (今後のイメージ) 生物多様性の主流化に向けて

## 基本戦略 4

### 生活・消費活動における生物多様性の価値の認識と行動

#### 状態目標 (3つ)

- ・ 自然重視の価値観形成
- ・ 消費行動における配慮
- ・ 保全活動への参加

#### 行動目標 (5つ)

- ・ 環境教育の推進
- ・ ふれあい機会の提供等
- ・ 自主的行動変容促進
- ・ 消費行動・選択肢提示
- ・ 地域保全再生活動促進

#### 施策

- ・ 環境教育の推進等
- ・ ふれあい機会提供等
- ・ 行動変容の促進等
- ・ 食ロス削減・食育等
- ・ 伝統文化配慮OECM等



#### 行動変容WGで実施すること

- ネイチャーポジティブに資する市場創出のための行動変容についての議論  
・ 環境省業務調査ほか  
(R6は生鮮食品・日用品)
- ネイチャーポジティブに資する企業の行動変容についての話題提供と意見交換
- 行動変容ヒント集に掲載する研究資料等の報告

保全活動

ビジネス

Well-being