

(株)ノルド／循環型社会研究会 CSR特別セミナー
「企業と生物多様性：“2010年”に備えるために」

一般生活者が思い浮かべる 「生物多様性貢献企業」とは

2009年11月27日(金)



株式会社ノルド 社会環境研究所
土方直美

自主調査の概要

● 背景・目的

- 生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)が2010年に名古屋で開催されるにあたり、議長国として、日本国内でも企業・一般市民の関心の向上と積極的な取り組みが求められている。
- 一方で生物多様性は概念が理解しにくいとの指摘が多く、生活者からの期待も明確でないために、企業でも取り組みにくくなっている原因といわれている。
- そこで一般生活者の生物多様性の認知度および企業による取り組みへの期待について明らかにするため、アンケート調査を実施した。

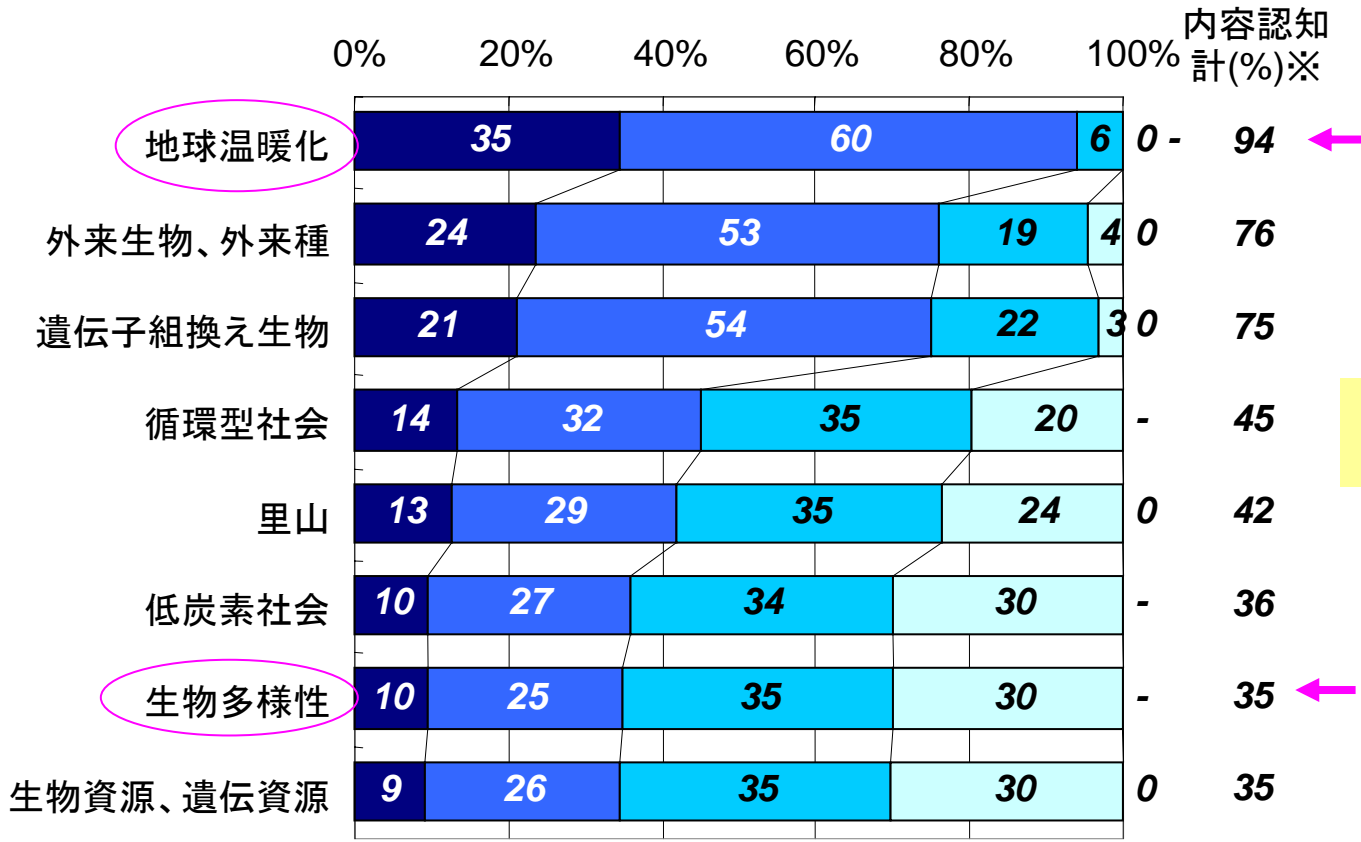
● 調査概要

本調査は、ノルド社会環境研究所の自主調査「社会環境に関するアンケート調査」の一環として実施。

- 調査対象：全国の20歳～59歳の男女個人(インターネットユーザー)
- 調査方法：Webアンケート
- サンプル抽出方法：生活者モニターからの無作為抽出(性・年齢・地域別の人口比に応じて抽出)
- 有効回収集計対象サンプル数：2,000サンプル
- 調査時期：2009年7月10日～17日

自主調査結果(1):「生物多様性」内容を知っているのは35%、「地球温暖化」は94%

問:あなたは以下の言葉をご存知ですか。

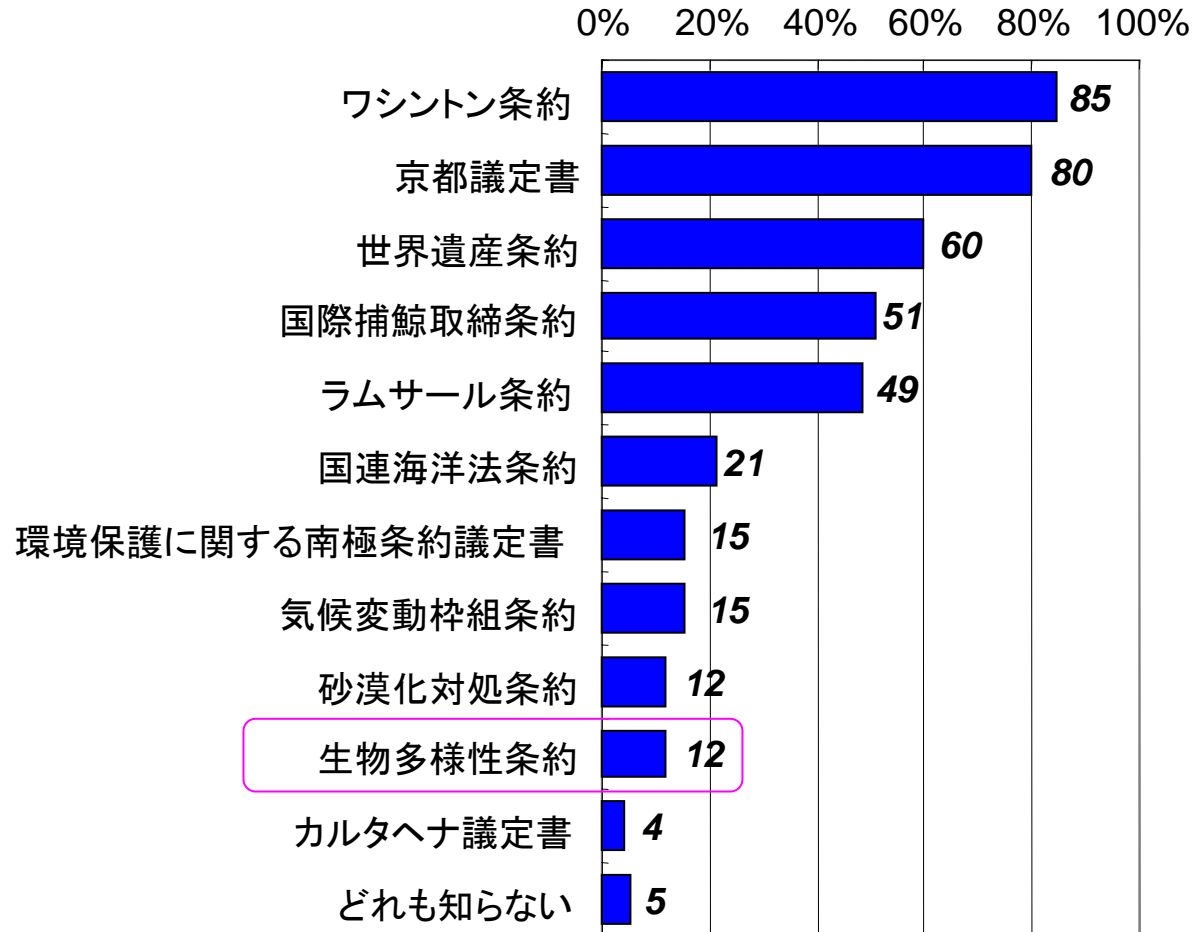


■ 内容をよく知っている ■ 内容をある程度知っている ■ 言葉を聞いたことがある程度 ■ 全く知らない □ 無回答

※内容認知計=「内容をよく知っている」+「内容をある程度知っている」

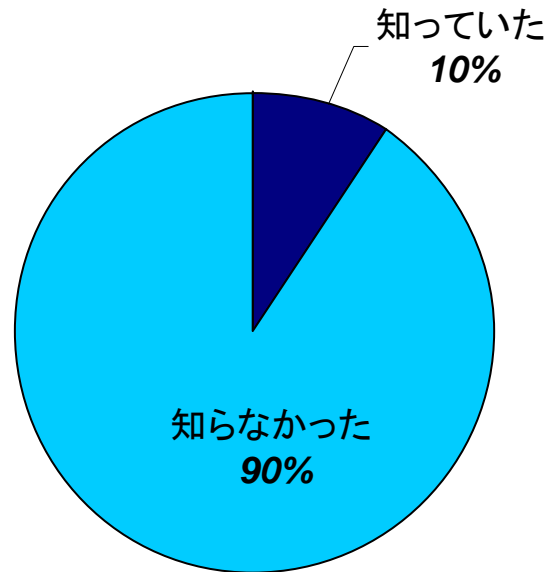
自主調査結果(1):「生物多様性条約」は認知されていない、認知トップは「ワシントン条約」85%

問: 以下の中からあなたが知っているものをあげてください。(複数回答)



自主調査結果(1): 生物多様性条約のCOP10の認知率はわずか1割

問: 生物多様性条約の第10回締約国会議(COP10)が、2010年に名古屋市で開催されることをご存知でしたか。



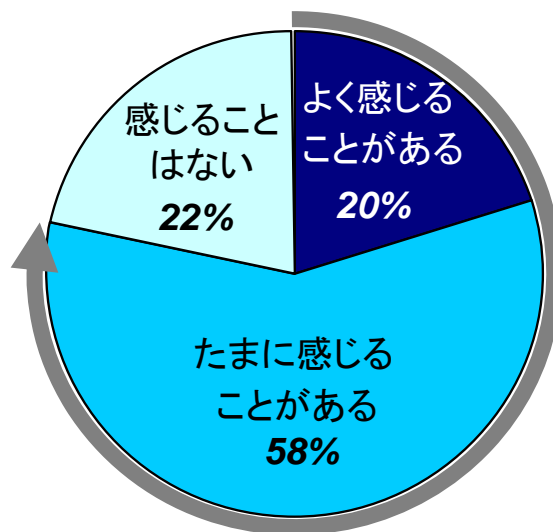
(単位: %)

	全体 [N=2,000]	北海道・東 北[n=235]	関東 [n=681]	中部 [n=342]	近畿 [n=343]	中国・四国 [n=172]	九州・沖縄 [n=227]
知っていた	10	9	9	19	8	5	5
知らなかった	91	92	92	81	92	95	95

COP10開催地である愛知県が含まれる「中部」地域では他地域よりも認知率が高い。

自主調査結果(1): 約8割の生活者が「生物多様性の恵みを感じることもある」

問: (生物多様性と人間の暮らしとのつながりに関する説明文を提示した上で) あなたは生物多様性の恵みに支えられて生きているということを感じるがありますか。



自主調査結果(2): 生物多様性貢献企業はサントリー、イオン、トヨタ自動車

問: 生物多様性の保全に貢献している企業といえばあなたはどこを思い浮かべますか。(自由回答)

<1位~10位>

順位	企業名	件数
1	サントリー	76
2	イオン	42
2	トヨタ自動車	42
4	東京電力	23
5	日本たばこ産業	22
6	住友林業	14
7	パナソニック	12
8	コスモ石油	11
9	日立	10
10	アサヒビール	10

<11位~20位>

順位	企業名	件数
11	三井住友海上	9
12	本田技研工業	8
13	NGO/NPO団体	7
14	新日本石油	7
15	シャープ	7
16	富士通	6
17	麒麟	6
18	マクドナルド	6
19	動物園	6
20	パタゴニア	6

<21位~(4件以上)>

順位	企業名	件数
21	ソニー	5
22	リコー	5
23	日本製紙	5
24	NEC	4
25	ワタミ	4
26	マルハ	4
27	花王	4
28	生活協同組合	4

無回答、「わからない」「思い浮かばない」との回答も7割超。

自主調査結果(2): 生物多様性貢献企業は「森」や「植樹」のイメージが強い

1位: サントリー

順位	理由	件数
1	水と森を守る活動をしている	32
2	自然・生態系の保全に積極的	10
3	企業の広報活動から	9
4	環境保全に積極的	7
5	木を植えている	5
6	工場での環境配慮	3
6	自然の恵みを利用している	3
6	自然に関する研究を行っている	3
9	寄付活動	2
	その他	3

2位: イオン

順位	理由	件数
1	木を植えている	28
2	身近なところで見聞きする	4
3	環境保全に積極的	3
4	自然・生態系の保全に積極的	2
4	商品が環境に配慮している	2
	その他	4

2位: トヨタ自動車

順位	理由	件数
1	エコカー(ハイブリッド、低燃費)の開発・生産をしている	20
2	企業の広報活動から(番組のスポンサーなど)	6
3	自然・生態系の保全に積極的	5
4	なんとなく	3
5	環境保全に積極的	2
	その他	6

4位: 東京電力

順位	理由	件数
1	尾瀬の自然を守る活動をしている	9
2	自然・生態系の保全に積極的	6
2	CO2削減や省エネに取り組んでいる	5
	その他	3

5位: 日本たばこ産業

順位	理由	件数
1	木を植えている	7
1	企業の広報活動から(CMなど)	7
3	環境保全に積極的	5
4	自然・生態系の保全に積極的	2
4	バイオ分野の事業を行っている	2

※「環境保全」: 自然保護に言及しない取り組み。ごみ拾い、工場での環境配慮などを含む

※「自然・生態系の保全」: 自然保護中心。植林に言及しない森林保護活動などを含む。

参考：生物多様性貢献企業と社会・環境貢献企業の上位はほぼ一致

生物多様性貢献企業

順位	企業名	件数
1	サントリー	76
2	イオン	42
2	トヨタ自動車	42
4	東京電力	23
5	日本たばこ産業	22
6	住友林業	14
7	パナソニック	12
8	コスモ石油	11
9	日立	10
10	アサヒビール	10

社会・環境貢献企業

順位	企業名	件数
1	トヨタ自動車	329
2	イオン	133
2	シャープ	106
4	サントリー	94
5	本田技研工業	67
6	東京電力	38
7	日本たばこ産業	38
8	パナソニック	37
9	麒麟ビール	27
10	日立製作所	23

問：社会や環境に配慮し、貢献している企業といえば、あなたはどこを思い浮かべますか。（自由記述）

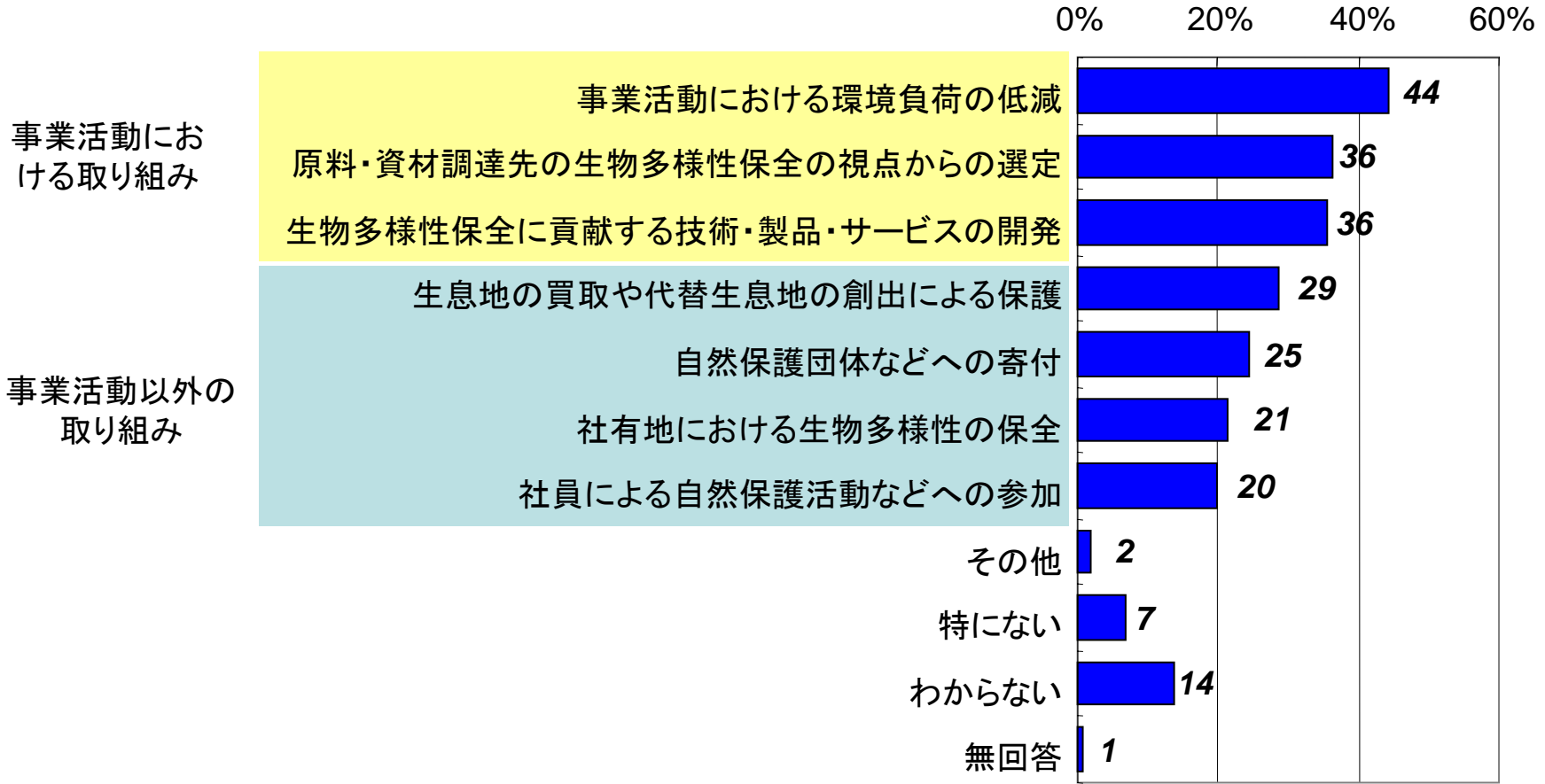
※生物多様性関連の設問の前に尋ねた

社会・環境貢献企業であれば生物多様性にも取り組んでいるだろう、
あるいは、環境配慮活動が何らかの形で生物多様性に貢献しているだろう
との推測に基づく回答とも考えられる

- 具体的な取り組みとして「植樹」や「森林保全活動(特定の地域)」が印象付けられている企業が生物多様性貢献企業として思い浮かべられやすい。
- 温暖化対策が主眼と考えられる「エコカー(低燃費)」「省エネ」関係の取り組みも理由にあげられている。
→社会・環境貢献企業の上位企業との一致
- 無回答の多さからも、生活者にとって生物多様性というキーワードで企業を評価する機会が少ないと考えられる。
- 「生物多様性」の内容認知率の低さも影響していると考えられる。

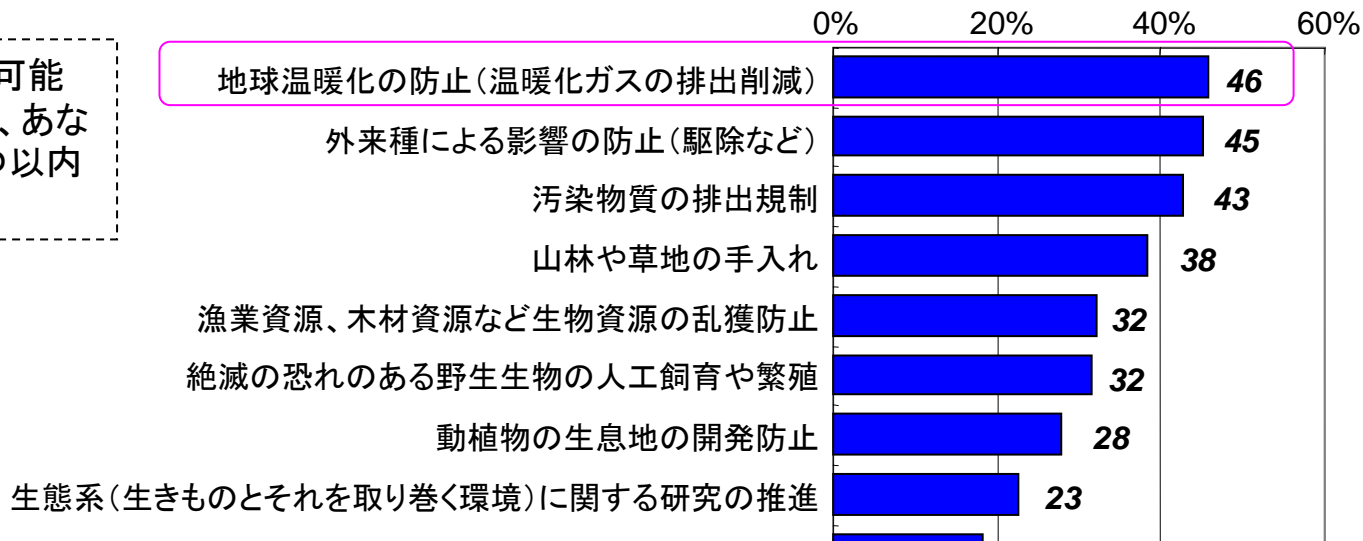
自主調査結果(2): 生物多様性においても事業活動における取り組みへの期待が高い

問: 生物多様性の保全に向けて、あなたが企業に期待するのはどのような形の活動ですか。(複数回答)

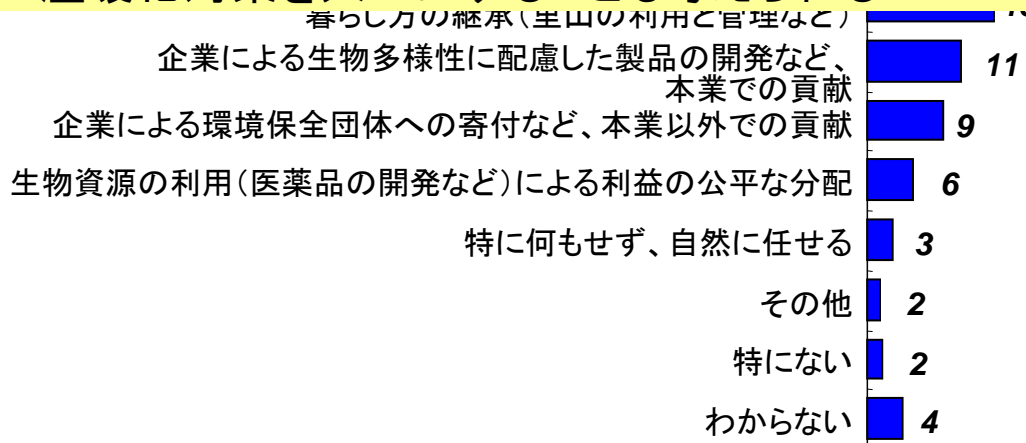


参考：生物多様性保全のために重要な対策は「地球温暖化対策」が46%

問：生物多様性の保全と持続可能な利用に関する対策について、あなたが重要だと考える対策を5つ以内でお答え下さい。



生活者に理解されやすい生物多様性保全の取り組みとして、
温暖化対策を入口にすることも考えられる？



● 第1の危機

- 人間活動や開発が直接的にもたらす、種の減少、絶滅、あるいは生態系の破壊、分断、劣化を通じた生息空間の縮小、消失。
- この対策として、人間活動の影響の低減、消失した生態系・生息地の再生を提起している。

● 第2の危機

- 生活様式・産業構造の変化、人口減少など社会経済の変化に伴い、自然に対する人間の働きかけが縮小することによる里地里山などの環境の質の変化、種の現象ないし生息状況の変化。
- この解決には、地域特性に応じた、自然と社会の新たな関係の構築という視点を必要としている。

● 第3の危機

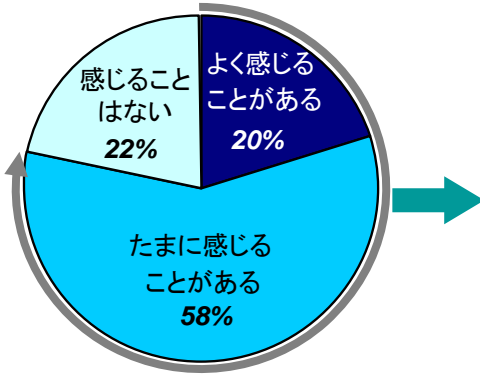
- 日本の生態系に従来存在しなかった要素による攪乱の危機。
例 ⇒ アライグマ・セイタカアワダチソウなどの外来種、ダイオキシン・PCBなどの化学物質など
- 事前のリスク評価と侵入防止など管理、生態系からの除去などの対策を必要としている。

出典：EICネット「生物多様性3つの危機」(<http://www.eic.or.jp/ecoterm/?act=view&serial=1487>)

生活者による生物多様性の危機・対策の認識は、国家戦略と微妙に一致しない。

参考：大自然に触れるときに生物多様性の恵みを感じやすい。日常では映像、食卓、庭・道端が接点に。

生物多様性の恵みに支えられて
生きているということを「感じる」
と回答した人に



順位	生物多様性の恵みを感じる場面(複数回答)	(%)
1	雄大な自然にふれたとき	59
2	きれいな空気や水のおいしさを感じたとき	57
3	自然環境に関するドキュメンタリー番組や映画、映像を見たとき	47
4	庭や道端などの身近な自然にふれたとき	43
4	生き物の命をいただく日々の料理や食事のとき	43
6	地球温暖化や開発などによる生物種の絶滅の危機を知ったとき	41
7	地震や風水害など自然災害の被害を知ったとき	37
8	めずらしい動植物を見たとき	25
9	木材や繊維、燃料、医薬品なども生物資源由来であることに気づいたとき	23
9	動物園、植物園、博物館、科学館などに行ったとき	23
11	山菜取りや釣りなどをしているとき	21
12	地域独特の風土や文化にふれたとき	19
13	農山漁村に行ったときや農林漁業の体験をしたとき	13
14	学校の授業や市民講座などで生態学や生物多様性について学んだとき	8
15	エコツアーや自然観察会に参加したとき	7
16	その地	2

まとめ

- 一般生活者の間では「生物多様性」の内容が認知されていない。しかし、生物多様性と生活とのつながりを例示した場合、「恵み」を感じる人は8割にも上る。
- また、一般生活者にとって生物多様性は地球温暖化と関連付けて認識されやすいことが示唆された。
- 今後、COP10の開催に向けて「生物多様性」の普及が予想されるため、新たに生物多様性保全活動への生活者からの期待も高まると予想される。
- 生物多様性貢献企業として思い浮かべられやすいのは、具体的な取り組みとして「植林」や「森林保全活動」が印象付けられている企業。
- とはいえ、生活者が企業に期待しているのは、事業活動における貢献。植林のような事業活動以外での貢献への期待度は低い。
- 生物多様性の内容認知率の低さを踏まえ、各企業の広報活動に当たっては、取り組みの意義を理解しやすいように配慮する必要がある。