



環境省における消費者教育、普及・啓発等の施策について

第39回消費者教育推進会議

2024年10月30日

環境省大臣官房総合政策課環境教育推進室



1. 環境教育等促進法及び同法に基づく基本方針について2-4
2. 「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）
推進事業について.....5-10
3. J-GBF行動変容WGの活動について.....11-18
4. 環境ラベル等データベースについて19-20

環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律（環境教育等促進法）

平成15年成立、平成23年改正（議員立法）

文部科学省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省の5省共管

○目的（法1条）

持続可能な社会の構築に向け、環境保全活動、環境保全の意欲の増進及び環境教育並びに協働取組について、基本理念を定め、国民、民間団体等、国、地方公共団体の責務を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の必要な事項を規定。

○基本理念（法3条）

- 国民、民間団体等の自発的意思を尊重し、対等な立場で相互に協力して実施。
- 経済社会との統合的発展、循環型社会形成の重要性を考慮。
- 体験活動を通じて、生命を尊び、自然を大切にし、環境保全に寄与する態度を醸成。
- 国土の保全、産業との調和、地域住民の生活の安定、文化・歴史の継承等に配慮。

○基本方針の策定（法7条）

平成24年6月「環境保全活動、環境保全の意欲の増進及び環境教育並びに協働取組の推進に関する基本的な方針」閣議決定。

環境教育等の基盤強化

○環境教育等支援団体の指定 （法10条の2）

各主体による環境教育等の取組を支援する非営利団体を環境教育等支援団体として国が指定。

○人材認定等事業の登録（法11条）

民間事業者が行う環境教育等指導者の育成認定、環境教育等に関する教材の開発等の事業を、国が登録し、公示。

○地方自治体による推進枠組み（法8条）

環境教育等の取組推進の行動計画の作成と計画策定等に際しての地域協議会の設置。

○体験の機会の場の認定（法20条）

土地所有者等が提供する自然体験等の機会の場について、安全性等の要件を満たすことを都道府県知事が認定。

○協働取組推進のための枠組み （法21条の4、5）

行政機関及び国民、民間団体等の関係主体による、環境保全に係る**協働取組**の協定の締結。



○国民、民間団体等、行政機関の責務 （法4条～6条）

- 国民、民間団体等：家庭、職場、地域等において環境教育等を自ら進んで実施。
- 国、地方公共団体：相互の役割分担の下、環境教育等に関する施策を実施。

○学校教育等における環境教育の充実 （法9条）

- 発達段階に応じて、体系的な環境教育が行われるよう、情報の提供、教材の開発、教育職員 の資質向上のための措置を実施。
- 環境を考慮した学校施設（エコスクール）の整備・活用。

○その他

- 雇用する者に対する環境教育等の実施
- 職場における学生の就業体験等への配慮
- 顕著な功績のある者に対する表彰 等

附則 法施行後5年を目途とした検討 等

環境教育等促進法に基づく基本的な方針の変更（令和6年5月）

- 環境教育等促進法第7条に基づき定める政府の環境保全活動、環境保全の意欲の増進及び環境教育並びに協働取組の推進に関する基本的な方針。
- 平成30年6月に変更（閣議決定）され、変更後の基本方針では、改定後5年を目途に、基本方針の改定等必要な措置を講じるとされている。
- 令和5年6月から有識者による環境教育等推進専門家会議（全6回）において変更案を議論し、パブリックコメント等を経て、令和6年5月14日閣議決定。

環境教育等を取り巻く現状

- 今夏の異常高温等の気候変動の危機を踏まえ、我が国は2050年カーボンニュートラルの実現をはじめとした持続可能な社会への変革が急務
- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響、小中学校での「GIGAスクール構想」により、ICTの利活用の進展による国内外等の学びの可能性の拡大
- SDGsの普及も背景とした、「誰一人取り残さない」公正な社会の実現を目指すことの世界的な認識の高まり
- 社会変革における若者の参画、環境教育等に取り組む人材の確保・育成、教職員等の負担軽減、環境教育の機会均等の必要性

持続可能な社会への変革に向けた①環境保全活動、②環境教育、③協働取組の方向性

①環境保全活動

気候変動の危機に対応するため、全ての大人や子ども、家庭、民間団体、事業者、行政等のあらゆる主体による自発的な取組によって、

個人の变容



組織や社会経済システムの变革
に連動

②環境教育

ESD（持続可能な開発のための教育）の考え方を踏まえ、環境・経済・社会の統合的向上と、具体的な変革に向けた行動促進の視点から、

体験活動



多様な主体同士の対話と協働、ICTの活用を通じた学び
を様々な機会で開催することが重要

③協働取組

地域の実情や課題等に応じた中間支援機能を軸とする協働ガバナンスに基づき、多様な主体が対等な立場で参画する対話と信頼関係構築、共通理解といった協働のプロセスを、様々な地域において実践し、持続可能な社会への変革につなげていくことが重要

公正で持続可能な社会への変革と一人ひとりの変容を実現し、
地域循環共生圏の創造と、人々のウェルビーイングにつなげていくことが重要

環境教育、協働取組の主な推進策

1. 学校等における環境教育

- ユネスコスクールの普及やエコスクール・プラスの推進を通じたホールスクールアプローチによる学校における環境教育の一層の推進—ユネスコスクールにおけるESD推進拠点としての活動成果の発信等の割合（令和4年度：80.4%）を向上させるように努める—



- 学校での修学旅行等について、地域の自然や文化を体験する貴重な学びの機会になることから、その地域でしか実施できない体験活動の実践が重要



2. 中間支援機能を活用した環境教育・協働取組

- ESD活動支援センター、GEOC、EPO※を中心とした中間支援機能を活用した、環境教育・協働取組の充実、人材の育成
 - 学校内外での対話と協働による学びの推進に向け、学校の教職員の負担軽減と教育の質向上の両立を図るため、ESD活動支援センターにおける相談窓口の周知を図って、その相談対応件数を令和10年度に令和4年度（438件）比で倍増を目指すことにより、ESD活動支援センターの認知度を向上させ、学校と地域等をつなぐ中間支援機能をより一層充実させる
 - 持続可能な地域づくりにつながる協働のプロセスを通じた協働取組の実践支援、中間支援機能を担う人や組織の発掘・育成等を通じた協働取組の普及・拡大



※GEOC：地球環境パートナーシッププラザ、EPO：地方環境パートナーシップオフィス

3. 幅広い場での環境教育や質の高い環境教育の充実・推進

- 環境教育等促進法に基づく「体験の機会の場」の積極的活用

- 国立公園や農山漁村地域等での体験活動の推進

- | | | |
|-------------------|------------------------|-------------------|
| • 国立公園等での自然体験活動 | • 都市公園等の整備や青少年教育施設への支援 | • ロングトレイルの活用 |
| • 子ども農山漁村交流プロジェクト | • 「子どもの水辺」再発見プロジェクト | • 「緑の少年団」活動の支援 |
| • 「遊々の森」の設定 | • 水田や水路等の活用 | • 学校・園庭ビオトープづくり 等 |

- 「自然共生サイト」等との連携

- ユネスコエコパーク等及びラムサール条約湿地での取組

- グリーンインフラの取組による学びの推進

- 「みどりの食料システム戦略」に基づく環境負荷低減の努力の「見える化」等の取組の推進等



4. 若者の社会変革への参加の促進

- 若者に対する、対話や協働、ネットワークや学びの機会創出等を通じ、社会変革への参画の促進につなげる

くらしの10年ロードマップ°（概要）

令和6年2月 デコ活応援団（新国民運動・官民連携協議会）

初めて**国民・消費者目線**で、**脱炭素につながる豊かな暮らしの道筋**（課題と仕掛け）を**全領域**（衣食住・職・移動・買物）で明らかにし、**官民連携**により行動変容・ライフスタイル転換を促進

国民にとってのボトルネック

意欲

導入メリット・意義が不明
昔のイメージのまま敬遠
手間・難しさの忌避感
問題への理解・関心不足

実践

初期費用・大規模支出
導入に時間がかかる
機会・情報が限定・不十分
慣習・制度が実践を妨げ

課題解消に向けた仕掛け（主な対策）

2024~2026

2027~2029

2030~

メリット・意義、最新情報を導入機会と同時に伝達（商業・公共施設等を体験・体感の場に）

新築/既存住宅リフォーム+太陽光発電設備・高効率給湯器等のパッケージ化

住

商品・ブランド別のエシカル度の見える化

衣

サステナブルツアー（出張・旅行 等）、カーボンオフセット付き旅行保険等

移

科学的情報等を行動とセットで提供（DXを活用したワクワク感、楽しさなどの動機付け）

基盤

サブスクリプション型サービスやPPA・リース、環境配慮型ローン等の提供拡大

公的支援情報を分かりやすく提供し、複数補助制度の一括申請の受付を拡大

住

通常リフォームに合わせた+aの断熱、家電販売時の省エネ・再エネのパッケージ提案

住

リペア、アップサイクル・染め直し等、衣類の交換会、回収リサイクルの場の拡大

衣

フードシェアリング、フードドライブ・フードバンク活動、エシカル商品サービス等の拡大

買・食

テレワークとマッチするよう必要に応じてルール見直し、必要なサービス・インフラ・情報提供

職

データ活用した行動見える化、ダイヤモンドレスポンス、住民・従業員へのインセンティブ拡大

基盤

費用対効果に優れた気付き・ナッジの提供

基盤

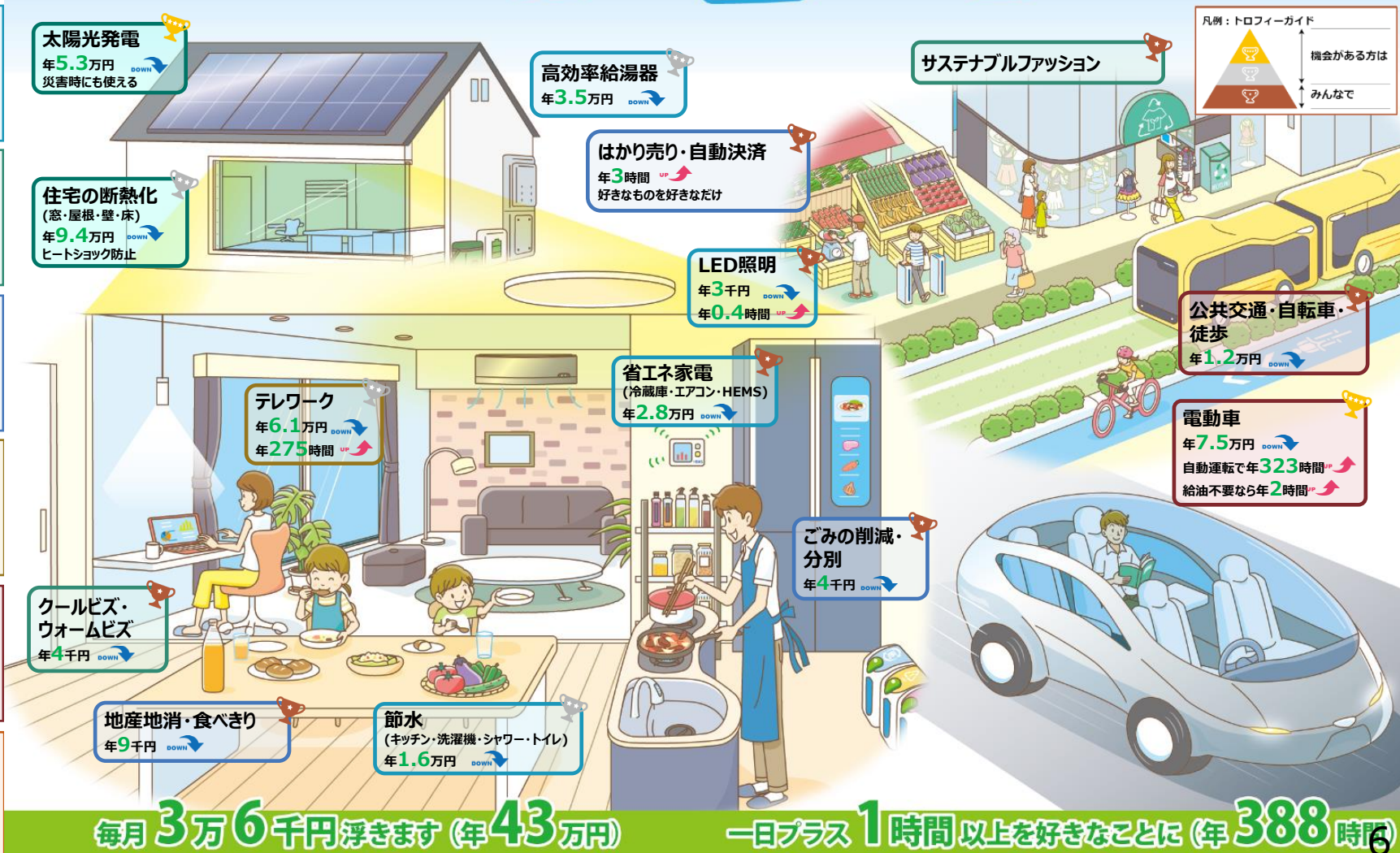
行動制約

行動変容・ライフスタイル転換

ロードマップのスコープ（暮らし全領域を大きく7分野に）

- 1 住[外]
 - 2 住[内]
 - 3 衣
 - 4 買・食
 - 5 職
 - 6 移
 - 7 基盤
- 住宅の省エネ化・再エネ導入（断熱化、太陽光発電 等）
- エコグッズの選択（LED、家電、給湯、節水 等）
- クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションの実践
- 地産地消、適量購入・食べきりごみの削減・分別
- テレワークの実践
- 電動車の購入
環境負荷がより少ない移動手段の選択
- 情報（教育・ナッジ）インセンティブ

脱炭素につながる新しい豊かな暮らしの10年後



②【住[内]】エコグッズの選択 (LED照明、省エネ家電 (エアコン・冷蔵庫・洗濯機)、高効率給湯器、節水機器、HEMS 等)

仕掛け (対策・
取組)・効果



ボトルネック解消に向けた仕掛け (取組・対策)

2024~2026

2027~2029

2030~

国民・消費者への効果

1 エコグッズを選ぶ意義・メリットを国民・消費者に伝える

具体的・定量的な意義 (気候変動や水環境への貢献 等) やメリット (光熱水道費を節約できる、便利で快適に過ごせる、等) とともに、理解・体験から導入実践までの機会を一気通貫で提供する

商業施設、宿泊施設等での利用体験と購入機会の同時提供

省エネ家電の性能表示、「しんきゅうさん」や家庭エコ診断等を活用した経済的メリットの定量化、高効率給湯器・節水機器のCO2削減効果の見える化の拡大

蛍光灯の製造終了 (2027年予定) に合わせたLED交換のメリット訴求

1 メリットや意義を知り、実感することで導入実践の意欲・機会が得られる

意欲

2 機会損失を防ぐためにもこれからのエコグッズの最新の情報を国民・消費者に伝え、正しい理解を促す

最新情報 (従来品より経済性が高い (長期的に元が取れる)、スマートフォン等を通じて快適に使いこなせる等) を導入機会と同時に伝え、実践につなげる

より省エネ・節水な利用方法 (たとえば洗濯機での「すすぎ1回」、食器洗浄機での「冷水洗浄」等) のデフォルト化・業界標準化、商業施設や公共施設等を活用した認知浸透

ライフサイクル全体でのコスト比較・提示方法の検討

2 新しいエコグッズのお得で便利な使い方をすることで、過去のイメージが払拭され、実践の意欲がわく

3 支払を平準化したり、一回の支払金額が多くならないで済む仕組み・商品・サービスを提供する

ローンやリース等の金融、サブスク (利用に応じた支払) やレンタルサービス等の現金一括払い以外のニーズに合った選択肢を、公的補助など負担軽減措置の情報と合わせて提供

3 多様なサービスを通じて資金面のハードルが下がる

実践

4 事前準備を行うなど、導入時間が短縮される取組を国民・消費者に広げていく

マンション共用部への工事が必要な場合であっても、集合住宅単位での事前準備 (管理組合等と連携した承認 等) により導入時間を短縮

4 導入の時間が短くなり、導入のハードルが下がる

R6年度デコ活補助金 採択案件例

企業名（共同事業者
含む）

代表事業者
一般社団法人LBMA Japan



ANA X株式会社、株式会社unerry、株式会社ブログウォッチャー、ジオテクノロジー株式会社、株式会社データインサイト

代表事業者
一般社団法人unisteps

unisteps

LINEヤフー
good on you®

代表事業者
楽天グループ(株)

Rakuten

Earth hacks & Co.

事業概要（予定）

位置情報活用を推進する非営利業界団体であるLBMA Japan が中心となり、**移動におけるCO2排出量と脱炭素を計測・可視化**する共通ダッシュボードを構築し、そこに繋げる共通APIを開発。共同事業者へのサービスとつなぎ、ナッジ・インセンティブを活用し国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

世界最大級のファッションブランドのサステナビリティ評価機関 GoodOnYou（豪）による評価を大手ECマース各社とデータ連携し**ファッションブランドごとの環境配慮指数をスコアリング**し、わかりやすく国民生活者に提示することで、日々のお買い物の中でサステナブルファッションを実践できる機会を拡大し、国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

国内最大級のECプラットフォームである「楽天市場」を中心に、**商品やサービスの排出CO2相当量の“削減率”**をBefore/Afterで算出するデカボスコアを「楽天市場」及び「Earth hacksモール Yahoo!ショッピング店」などECモールに展開し、多様な製品にCO2可視化表示を行うことで、国民・生活者の行動変容を促進する取り組み。

R6年度デコ活補助金 採択案件例

企業名（共同事業者
含む）

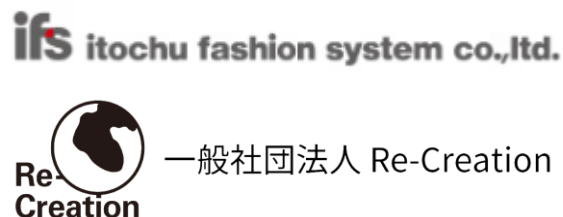
代表事業者
(株)大丸松坂屋百貨店



服の「廃棄を減らす・寿命が伸びる・技術を継承する」循環型ファッションの提案
 アナザーアドレス、百貨店店舗利用者から、思い入れのあるアップサイクルしたいアイテムを回収し、ファッションの未来を担う服飾学生やデザイナーと連携してアップサイクルアイテムを製作します。アナザーアドレスでレンタルとして再び想いを馳せたアップサイクル品をシェアリングサービスとして利用を促進する取り組み。

事業概要（予定）

代表事業者
伊藤忠ファッションシステム(株)



ファッション産業における環境負荷の低減・循環型モデルの実現には企業と生活者の双方のアクションが不可欠だと考え、生産背景の透明性確保、環境負荷の低減、雇用倫理改善など、多岐に渡る課題解決を目指す。
 独自基準に基づいた審査で認証を行い、認証製品へQRコードによるラベリングをすることで、生活者にサステナビリティを浸透させ、行動変容を促進。また、サイト上での認証内容開示により、情報の信頼性、表示のわかりにくさを解決し、大きな費用をかけずに企業の取組を広く正確に生活者に届ける仕組みを提供する。

代表事業者
三重県



旭建材株式会社、株式会社百五銀行、三重県電器商業組合、三重日産自動車株式会社

三重県が主体となって、みえデコ活！パートナーと連携し、**県民の各自のライフスタイルやニーズ**に即した「デコ活」に関する**体験、相談、マッチング**を一括で行うことができる**プラットフォーム**をリアルとデジタルで構築する。「脱炭素につながる製品のメリットを知らない、感じたことがない」県民に対して脱炭素につながる製品・サービス等の情報や体感・体験できる機会を提供し、社会実装を目指す取り組み。

R6年度デコ活補助金 採択案件例

企業名（共同事業者
含む）

代表事業者
日産自動車(株)



代表事業者
NTTコミュニケーションズ(株)



代表事業者
(株)日本総合研究所



事業概要（予定）

産学官一体となり、幅広い企業と連携し、連携自治体を拡大しながらサステナブルな旅行スタイルを日本中に広げていくプロジェクト。

EVを組み込んだ観光パッケージを販売するほか、旅行者がサステナブル観光を楽しく実践できるLINEアプリを展開。

スタンプラリー形式のコンテンツを提供し、幅広い方々に楽しみながらサステナブル・脱炭素の世の中の実現に繋がる意識・行動変容を目指す。

複数企業で一体となって従業員の環境行動に取組み・効果を可視化・交流会・对外発信を行う活動を積み重ね、取り組みの重要性を高め、社会における行動変容の機運を醸成するプロジェクト。

企業の従業員の環境意識向上・行動変容を促進し、従業員の行動変容の重要性の機運醸成も行い、従業員のエンゲージメント向上につなげる取り組み。

大阪府との連携により府民に対して脱炭素型 購買を促す学習機会

（催事開催、全小学校 向けキット配布、アプリ提供）を提供し、合わせて大阪府内の食品スーパーやドラッグストアなどの身近な売場に、CFPやエコラベルが表示された食品や日用品などの身近な商品を、棚やPOP 等を通じた統一的な訴求を実施し、購買時の CFPやエコラベルが付いた商品の探索・選択の習慣化を図る取り組み。

生物多様性国家戦略2023-2030の枠組 基本戦略4

「2050年自然共生社会」「2030年ネイチャーポジティブ」の実現に向け、
5つの基本戦略、基本戦略ごとの状態目標（あるべき姿）・行動目標（なすべき行動）、個別施策を各
行動目標に紐づけることで、戦略全体を一気通貫で整理するとともに、進捗状況を効果的に管理

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）

- ・生態系の規模と質の増加
- ・種レベルでの絶滅リスク低減
- ・遺伝的多様性の維持

行動目標（6つ）

- ・30by30
- ・自然再生
- ・汚染、外来種対策
- ・希少種保全
- 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
- ・気候変動とのシナジー・トレードオフ緩和
- ・鳥獣被害の緩和

行動目標（5つ）

- ・自然活用地域づくり
- ・再生可能エネルギー導入における配慮
- ・鳥獣との軋轢緩和
- 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
- ・事業活動による生物多様性への配慮
- ・持続可能な農林水産業の拡大

行動目標（4つ）

- ・企業による情報開示等の促進
- ・技術・サービス支援
- ・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）

- ・価値観形成
- ・消費活動における配慮
- ・保全活動への参加

行動目標（5つ）

- ・環境教育の推進
- ・ふれあい機会の増加
- ・行動変容
- ・食品ロス半減
- 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）

- ・データ利活用・様々な主体の連携促進
- ・資金ギャップの改善
- ・途上国の能力構築等の推進

行動目標（5つ）

- ・基礎調査・モニタリング
- ・データ・ツールの提供
- ・計画策定支援
- ・国際協力
- 等

第2部 行動計画

5つの基本戦略の下に25ある行動目標ごとに、関係省庁の関連する施策を掲載

関連施策からビジョンまで一気通貫で整理

基本戦略

状態目標

行動目標

関連施策

生物多様性国家戦略2023-2030 基本戦略4に関する記述

【状態目標】

- 4-1 教育や普及啓発を通じて、生物多様性や人と自然のつながりを重要視する価値観が形成されている
- 4-2 消費行動において、生物多様性への配慮が行われている
- 4-3 自然環境を保全・再生する活動に対する国民の積極的な参加が行われている

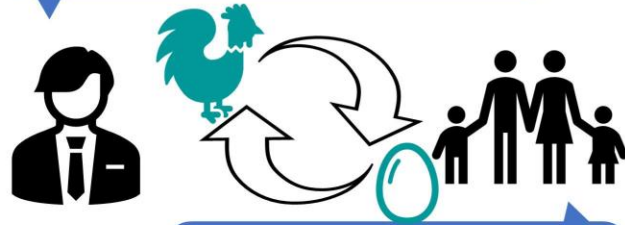
【行動目標】

- 4-1 学校等における生物多様性に関する環境教育を推進する
- 4-2 日常的に自然とふれあう機会を提供することで、自然の恩恵や自然と人との関わりなど様々な知識の習得や関心の醸成、人としての豊かな成長を図るとともに、人と動物の適切な関係についての考え方を普及させる
- 4-3 国民に積極的かつ自主的な行動変容を促す
- 4-4 食品ロスの半減及びその他の物質の廃棄を減少させることを含め、生物多様性に配慮した消費行動を促すため、生物多様性に配慮した選択肢を周知啓発するとともに、選択の機会を増加させ、インセンティブを提示する
- 4-5 伝統文化や地域知・伝統知も活用しつつ地域における自然環境を保全・再生する活動を促進する

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宣言団体の皆様をお願いしたいこと

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



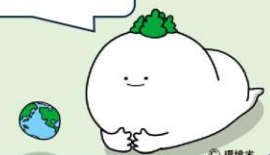
“あなた”は、
どう思いますか？

“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



キャンペーンのお知らせ

- 本年7月以降に、①昼の余剰電力需要の創出②家庭系廃食用油の資源回収促進③ネイチャーポジティブ製品の市場活性について、行動変容に繋がるキャンペーンを展開することを考えています。本キャンペーンにご関心のある方は事務局へご連絡ください。

①昼の余剰電力需要創出キャンペーン（カーボンニュートラル）

- 余剰な再エネ電力の有効活用に向けた、昼への電力利用シフトを促すキャンペーンを実施します。
 - 再エネの導入拡大が進む一方、出力制御が増加傾向にあり、昼に使用しきれない“余剰な再エネ電力”が発生しています。
 - 余剰電力を無駄にしないためには、昼の電力需要を創出（昼にシフト）することが重要。

⇒行動変容型・機器制御型DRの実施・昼の電力利用による生活者の利益・利便性の発信などを行うキャンペーン

②家庭系廃食用油の資源回収促進キャンペーン（サーキュラーエコノミー）

- 家庭系廃食用油の有効活用を目的とした回収を促すキャンペーンを実施します。
 - 9割程度（およそ9万t）が廃棄されてしまっていると言われている家庭系廃食用油の有効活用
 - 14万tともいわれるGHG排出量削減ポテンシャルを活かすことによる、将来のCO₂排出量削減への貢献

⇒回収拠点の拡大・可視化・発信・インセンティブを活用した行動変容を促進するキャンペーン

③ネイチャーポジティブ製品の市場活性キャンペーン（ネイチャーポジティブ）

- ネイチャーポジティブに資する製品・サービスの市場活性を目的とするキャンペーンを実施します。
 - R6年3月29日環境省、農林水産省、経済産業省、国土交通省にて「ネイチャーポジティブ経済移行戦略」を策定
 - 需要側の視点：どれがNP商品なのか？どこに売っているのか？どんなメリットがあるのかわからない
 - 供給側の視点：どういった製品のニーズがあるのか？

⇒売り場と連携をしたネイチャーポジティブ製品の可視化・情報提供による消費選択を促すキャンペーン

R6 行動変容WG 実施内容

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
⇒企業目線での消費者・生活者行動変容tips（みんなが活用できる素材PPT等）を作成し、行動変容WG参加者、J-GBF構成団体、企業等に広く活用してもらえよう、ウェブサイトにおいて公開・発信する。

□令和6年度 取組内容

◆事業者の行動変容を促すための消費者の行動変容調査

・認証商品購入等、消費者の行動変容がネイチャーポジティブに至る機序を示したロジックモデル作成業務（R5実施）得た結果をもとに実際の店舗にて介入策を実施する。

◆生物多様性に係る行動変容に関する取組事例の共有

・生物多様性に資する取組を行っている（行動を促している）活動の事例を共有・研究。

⇒WGでの事例発表の継続。

※企業経由でない事例についても歓迎

◆ナッジ等を活用した調査事業（R6調整中）

（参考）

- ・就職活動×生物多様性（R5）
- ・30by30ロゴマークを活用した支払い意思額の調査（R4）

行動変容WGの活動報告については、「第7回 J-GBF行動変容ワーキンググループ【開催報告】」ページをご欄ください。



30by30ロゴマークを用いた支払意思額調査概要



令和4年度 環境省実施調査

■ 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

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・遅野井川かっぱの会）

ISOの環境ラベルに関する規格

■ ISOでは**環境ラベルを3タイプに分けて規格を制定**。(ただし、3タイプに分類されない環境ラベルもある)

タイプⅠ (ISO14024) “第三者認証”

特徴

第三者認証による環境ラベル

内容

- ・ **第三者実施機関**によって運営
- ・ 製品・サービスの**ライフサイクル**を考慮した基準策定
- ・ 事業者の申請に応じて審査して、マーク使用を認可



エコマーク (日本)

タイプⅡ (ISO14021) “自己宣言”

特徴

事業者の自己宣言による環境主張

内容

- ・ 製品における環境改善を市場に対して主張する
- ・ 製品やサービスの宣伝広告にも適用される
- ・ **第三者による判断は入らない**

タイプⅢ (ISO14025) “定量データ”

特徴

製品の環境負荷の定量的データの表示

内容

- ・ 合格・不合格の判断はしない
- ・ **定量的データのみ表示**
- ・ 判断は購買者に任される



エコリーフ (日本)

*環境ラベル：製品やサービスの環境側面について、製品や包装ラベル、製品説明書、技術報告、広告、広報などに書かれた文言、シンボルまたは図形・図表を通じて購入者に伝達するもの。

*ISO：製品やサービスの国際交流を容易にし、知的、科学的、技術的および経済的活動分野における国際間の協力を助長するために世界的な標準化およびその関連活動の発展促進を目指す機関。

■ 環境省HPにおいて環境物品を選ぶ際に参考となる情報源として環境ラベル等を紹介。

環境ラベル等データベース



ホーム



環境ラベルとは



情報を見る



情報を掲載する



Q&A



お問い合わせ

国および第三者機
関による取組

事業者団体等によ
る取組

事業者による取組

地方公共団体

世界の主要なラベ
ル

リユース・リサイ
クルのための表示



国際エネルギースタープロ
グラム



カーボン・オフセット認証ラ
ベル



カーボン・ニュートラルラベル



カーボンフットプリントコミュ
ニケーションプログラム



省エネラベリング制度



統一省エネラベル



燃費基準達成車ステッカー



低排出ガス車認定（平成17年お
よび21年基準）



エコマーク



エコリーフ環境ラベル



グリーンマーク



牛乳パック再利用マーク