

「1.5℃の約束」5年目の決意

——気候変動への関心の高さに見合った報道を

国連広報センター 所長 根本 かおる

日本人選手のメダルラッシュに沸いたミラノ・コルティナ冬季オリンピックは、地球温暖化による雪不足などが深刻な影響を与える中で開催された。前回1956年コルティナダンペッツォ冬季オリンピックと比べて2月の平均気温が3・6℃も上昇し、大量の人工雪に頼らざるを得なかった。国際オリンピック委員会(IOC)が資金提供した2024年発表の研究(注1)によると、開催可能な93都市のうち安定して大会を開催できるのは50年代には52都市、80年代には46都市になる見込みだ。通常開催が3月に入るパラリンピックになると見通しはより悲観的で、50年代には22都市、80年代にはさらに16都市にまで減る。

気候変動による雪不足や気候の不安定化は、選手の安全や競技環境にも影響を及ぼす。23年には500人以上のウィンタースポーツのアスリートが国際スキー連盟(FIS)に対し、気候変動対策の強化を求める署名を行った。さらに、約400人のウィンタースポーツのトップ選手およびコーチを対象にした24年の調査(注2)では、95%以上が「気候変動が自身の競技や次世代のトレーニング機会を減少させ、ウィンタースポーツ文化

全体に悪影響を及ぼす」と回答している。ウィンタースポーツ関係者の危機感も強く、日本でも自ら率先して気候変動への対策を訴える選手がいる。スキー・ジャンプの高梨沙羅選手は将来世代がスノースポーツを楽しみ続けられるように、「JUMP for The Earth PROJECT」を立ち上げ、日本の雪山の自然環境とふれあい、学び、守る活動を推進している。ノルディックスキー複合の渡部暁斗選手は、雪を次世代に残すためのアクションとして、自身の競技活動をカーボンニュートラルで行うことを決め、遠征に伴う渡航などで排出する二酸化炭素を埋め合わせるための協賛金を集める「エコパートナー制度」を設け、協賛企業のロゴをヘッドギアに入れている。

今回の冬季五輪で私たちに感動を与えてくれた日本人選手たちの活躍を支えるためにも、気候変動対策の強化は不可欠だ。

気候変動に関する認識のギャップ

ここにメディア関係者にぜひ知っていただきたいデータがある。

まず、内閣府が1月29日に公表した「気



ねもと・かおる=1963年生まれ。テレビ朝日、WFP国連世界食糧計画広報官、国連UNHCR協会事務局局長などを経て、2013年から現職。21年度日本PR大賞「パーソン・オブ・ザ・イヤー」受賞。

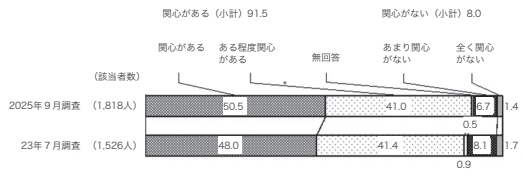
候変動に関する世論調査」(注3)の結果を紹介したい(調査の実施は25年9月)。(10月)。気候変動が引き起こす問題に関心があるか聞いたところ、「関心がある」とする人の割合が91・5%、「関心がない」とする人の割合が8・1%となり、前回の調査結果と比べて「関心がある」と答えた人の割合が上昇した(図表1)。

さらに、「脱炭素社会」の実現に向け、一人一人が二酸化炭素などの排出量を減らす取り組みについて、どのように考えるか聞いたところ、「取り組みたい」とする人の割合が89・3%、「取り組みたくない」とする人の割合が9・7%となった。関心・行動意欲ともに9割が肯定的という高さだ(図表2)。

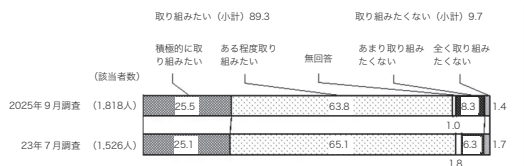
その一方で、24年に発表された125か国を対象にした国際調査(注4)では、

世界平均で69%(日本は49%)が自分の収入の1%を気候変動対策に貢献することに対して前向きに回答し、89%(同86%)が自分の政府に対して気候変動対策を強化してほしいと答えている。その半面、他の人たちも前向きだと考える人の割合は43%(同24%)、前向きな人たちが多数を占めるとの回答は30%(同8%)にとどまり、大きなギャップが見られた。

調査はこの認識ギャップの根底にある理由について、おそらく多面的であり、メディアや公共の議論が気候変動に懐疑的な少数派の意見を不釣り合いに強調することや、利害関係団体によるキャンペーン活動の影響などの要因が含まれるだろうと指摘している。また、気候変動への対処が十分に進んでいないことを、気候変動対策を取ることへの個人々の支持が不足しているせいだと、人々が誤って結びつけてしまう場合がある——とも指摘している。さらに、こうした体系的な認識ギャップが気候アクションへの障害となり得ることを強調し、他者が気候アクションを支持していないのではないかとという広範な見方が、気候アクションに取り組む人々の意欲を削ぐことにつながりかねない、と問題視している。



図表1 地球環境問題に対する関心



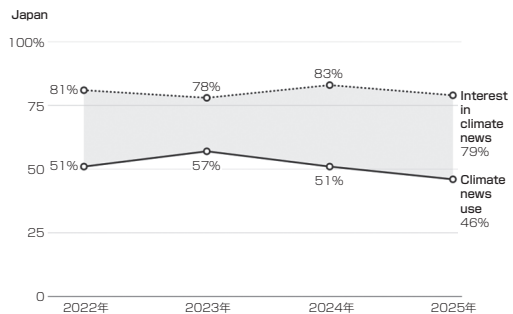
図表2 脱炭素社会の実現に向けた取り組みへの意欲 (出典: 図表1、2ともに内閣府「気候変動に関する世論調査」2025年9月実施)

報道は関心に込んでいるか

では、日本のメディアは、気候変動への関心の高さに見合った質の高い報道や情報を、十分に提供できているだろうか。23年、小学校の教員が中心となって、「天気予報での猛暑の事実(暑さ)だけでなく、その背景にある『気候変動(温暖化)』の原因まで伝えてほしい」と訴える署名活動を行ったことが話題となった。年々、猛暑日が増えて子どもたちが外で遊べない日やプールが中止になる日

が増加しており、子どもたちに未来の環境への危機感と社会の責任を伝えるために、メディアに報道姿勢を変えてほしいという願いから始まったものだ。さらに、24年6月5日の「世界環境デー」には、井田寛子さんと正木明さんら日々気象情報を伝える全国の気象予報士・キャスター44人が、日常の天気予報で気候変動の影響も伝えられるよう、メディアに協力を求める共同声明「気候危機に関する気象予報士・気象キャスター共同声明」を発表した。気候科学の分野でも、25年5月に「極端気象アトリビューションセンター」が立ち上がり、日本各地で発生した極端気象について、人間の活動による地球温暖化やその他の気候変動がどの程度影響しているかを「イベント・アトリビューション」という科学的手法で分析し、その結果を公表した。25年7月下旬の日本の記録的高温について、「地球温暖化の影響がなければ発生しなかったレベル」だとの分析結果を、8月8日と時間を置かずに発表している。分析発表の迅速化は、報道する側にとって大いに助かるだろう。

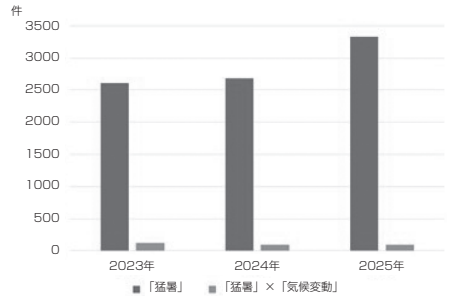
しかしながら、25年12月発表のロイター・ジャーナリズム研究所の調査(注5)



図表3 日本において「気候・環境関連のニュースにどれだけ関心があるか」という問いに肯定的に回答した人の割合(点線)、「最後に気候変動に関するニュースや情報に接したのはいつか?」との問いに「1週間以内」と回答した人の割合(実線)(出典:ロイタージャーナリズム研究所「Climate change and news audiences report 2025」)

によると、日本では気候ニュースへの関心はおおむね安定しているものの、調査対象の1週間で気候に関するニュースや情報に接したという人の割合が、ピークだった23年の57%から25年には46%に減少している(図表3)。同様の傾向はアメリカ、イギリス、フランスでも見られるが、人々の全体的なニュース利用がどの国でも安定しているにもかかわらず気候変動については減少していることは、気候関連ニュースの供給が減少していることを意味している。

また、食品ロスと気候変動との関わりについて積極的に発信している井出留美



図表4 2023~25年のそれぞれ8月1~20日に「猛暑」が報じられた件数と、「猛暑」「気候変動」が併せて報じられた件数(G-searchの検索結果をもとに井出留美氏が制作・提供)

さんが、23~25年の8月1日から20日の期間に、「猛暑」が報じられた件数と「猛暑」と「気候変動」とが併せて報じられた件数とを調べたところ、猛暑については件数が増えているものの、猛暑と気候変動のセットでの報道の増加にはつながっていない(図表4、注6)。

複数情報との接触が意識高める

22年から「SDGメディア・コンパクト」に加盟する日本のメディア有志とともに「1.5℃の約束 いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」気候アクションキャンペーン(画像55ページ、注

暑すぎるのはいやだ。
洪水や山火事が増えるのはいやだ。
食べたいものが食べられなくなるのはいやだ。
いまできていることが、できなくなるとはいやだ。

だから、全世界の89%の人が、気候変動対策の強化を望んでいる。
暮らしが、文化が、この星の美しさが、いつまでも続くことを、
声を大にはしなくても、心のどこかで願っている。

そんな一人ひとりの思いに、私たちメディアはもっと耳を傾け、みんなに届けていきます。
同じ思いを持つ人が、もっと大勢いるはずだから。
一人の声は小さくても、その声がたくさん集まれば、大きな力に変わっていくから。

いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。

1.5℃の約束

画像 「1.5℃の約束」キャンペーンの2026年の宣言でも、気候変動対策の強化を望む89%の人々の声を届けることを決意している（国連広報センター提供）

7) を展開してきた立場として、**忸怩**たる思いでロイター・ジャーナリズム研究所や井出さんの分析結果を読んだ。

「1.5℃の約束」キャンペーンのインパクト調査(注8)からも、複数の媒体で気候変動に関する情報に接することが、人々の危機感や行動変容への意識を高めることが明らかに becoming しており、タイミングを合わせながら情報を発信していくことの有用性が浮き彫りになっている。だからこそ、キャンペーン立ち上げから5年目となる今年には、この原稿を書いている時点で135にもなる参加メディアととともに、気候変動に関する報道や情報発信の減少傾向に歯止めをかけ、気候変動を「自分事」と考える生活者の具

体的な声を見える化していきたいと強く願っている。89%の人々が政府に気候変動対策の強化を望んでいるということ、自分もその一人だと自認するインフルエンサーの力を借りながら、多くの方々にまず知ってもらいたい。そして、先に述べた高梨、渡部両選手をはじめ、気候変動の抑制につながるアクションや解決策を実践する人の姿を取り上げ、具体的な気候行動を促進する発信を目指す。

脱炭素型ライフスタイルを可視化

私たちのライフスタイルを見つめる上で、便利なツールがある。国立環境研究所が、脱炭素型ライフスタイルを可視化するために、全国/52都市/10地方/4大都市圏別のデータブックとインタラクティブなデータベース(注9)、そして個人のカーボンフットプリント可視化プラットフォーム「じぶんごとプラネット」(注10)を提供している。自分の住む地域、そして自分の世帯に引き寄せて診断してみると、がぜん興味が湧く。ちなみに私も環境研のツールで測ってみたところ、出張や旅行での飛行機の移動の多さが排出量を大きく押し上げていることがわか

った。じぶんごとプラネットはさらに、毎日の生活で工夫できることを提案し、それぞれの工夫でどれだけ排出量を減らせるかを示してくれる。こうした便利な可視化ツールを、報道でも活用してほしい。

注1 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2024.2403133>

注2 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/24704067.2024.2398746>

注3 <https://survey.gov.online.go.jp/environment/202510/r07/r07-kikohendo/>

注4 <https://www.nature.com/articles/s41558-024-01925-3>

注5 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/climate-change-and-news-audiences-report-2025-analysis-news-use-and-attitudes-eight-countries>

注6 <https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/6f7965cd303c643d67959e448b0526d005abc28b>

注7 https://www.unic.or.jp/news_press/info/53290/

注8 <https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/topics/2026/01/6257.html>

注9 <https://lifestylenics.go.jp/index.html>

注10 <https://www.jibungoto-planet.jp/top>