

「1.5°Cの約束」キャンペーンが訴えるメッセージの本質

根本かおる 国連広報センター（UNICC）所長



国連広報センターと国内メディアによる気候危機啓発キャンペーン「1.5°Cの約束——いまずぐ動こう、気温上昇を止めるために。」が今年で3年目を迎えた。同キャンペーンを推進してきた根本かおる氏にこれまでの経緯と成果、そしてこれからの課題について記してもらった。



深刻化する気候変動 地球沸騰化時代への突入

国連での仕事を始める前は東京のテレビ局に勤務していた私にとって、メディアと連携しながら、国連で議論される課題を日本の皆さんに伝える国連広報センターでの仕事には大きなやりがいを感じている。その最たるものが、国連の「SDGメディア・コンパクト」に加盟する日本のメディアの有志とともに2022年に立ち上げた「1.5°Cの約束——いまずぐ動こう、気温上昇を止めるために。」キャンペーンだ。持続可能な開発目標（SDGs）の発信に熱心な世界のメディアと国連との連携の枠組みであるSDGメディア・コンパクトに加盟するおよそ400のメディアのうち、その5割強を日

3」によると、気候変動の影響に関する情報を、9割以上の人がテレビやラジオから取得している。メディアで気候変動について正しく情報を伝えることは非常に重要だ。正しく伝えることに加えて「1.5°Cの約束」キャンペーンで重視しているのはソリューションについての発信だ。気候変動という大きな課題に対して問題意識を持ちながら、声を上げることを含め、できることから行動する人々のストーリーを可視化し、「未来に繋がる今日のアクションを、自分も」と感じてもらい、巻き込んでいく。

本のメディアが占めている。SDGsが日本社会に浸透するなかで生まれたメディア間の貴重な横の繋がりを、人類の存亡を揺るがす脅威である気候危機に立ち向かうためにぜひ活用したいと、国連広報センターでは考えた。参加メディア間で共通のロゴやPR動画、ハッシュタグを使って、メッセージの方向性とタイミングを合わせ、視聴者・読者に気候変動を自分事化してもらい、対策に繋がる行動に移してもらおうというのが、メディア主体のキャンペーン

気候変動の問題は深刻さを増している。2023年7月に「地球温暖化の時代は終わり、私たちは地球沸騰化の時代に突入した」と、国連トップのアントニオ・グテレス事務総長が評してから1年あまり。地球の平均気温は月ごとの最高気温を更新し続けている。世界気象機関（WMO）の分析では、24年から28年までの5年間の平均で地球の平均気温が1.5度を上回る可能性は50%近くになる。

「1.5°Cの約束」の狙いだ。SDGメディア・コンパクト加盟メディアが国レベルで横に繋がってキャンペーンを展開するのは、国連としては世界初の試みだ。今年で3年目になるが、これまで年末にはアンケート調査を実施してキャンペーンの効果測定し、公表してきた。

地球温暖化による異常気象は、猛暑、豪雨、洪水、干ばつなど、すでに世界各地で甚大な被害をもたらしており、私たちの食や農、暮らし、仕事、教育、さらには命と健康を脅かす深刻な問題となっている。今年灼熱の気候のもと、ハッジ（イスラム）巡礼では1300人もが命を落とした。熱波で年間約50万人が死亡していると推定されており、これは熱帯性低気圧による

内閣府「気候変動に関する世論調査2022

死者の約30倍にも相当する。アジアとアフリカ全域では暑さで学校が一時的に閉鎖され、800万人以上の子どもたちに影響を与えている。国際労働機関（ILO）は、世界の労働者の70%以上、つまり24億人が現在、猛暑の危険に晒されているとする。



この10年に行う選択と行動が 将来の重要な分岐点に

次から次へと続く大規模な気候災害のニュースを前に、私たちの心は麻痺しがちだ。職業柄、多くのニュースに接する筆者も、大量の暗いニュースに触れていると受け止めることができなくなる。破壊と喪失の過剰なニュースは、人々の心を麻痺させるだけでなく、恐怖と諦めの



異常な暑さに関する記者会見を行うアントニオ・グテーレス国連事務総長（2024年7月25日、ニューヨークの国連本部にて） ©UN Photo/Mark Garten

念を植え付け、思考をストップさせてしまう。問題を問題として伝えるだけでは、不十分なのだ。気候変動に

関する政府間パネル（IPCC）の第6次評価報告書の統合報告書は、「私たちがこの10年に行う選択と行動が数千年にわたり影響を与える」と指摘し、地球を繋いでいけるかどうかの分岐点にあることを示している。そのような重要な分岐点にあつて、人々の諦めや無関心が勝つてしまうような事態は何としても避けなければならぬ。

ロイタージャーナリズム研究所の「デジタルニュースリポート2024」は、世界的なニュースの忌避を指摘する一方で、ニュースの利用者が自分の周りの世界をよりよく理解するための幅広い視点を提供してくれるようなニュースや、日々の生活に有益な情報、他者との繋がりを感じさせ、また希望を与えてくれるようなニュースを望んでいることを指摘している。



「何もしないと暑くなる」 SNSムーブメント

気になるのは、23年の「1.5℃の約束」キャンペーン2年目の総括として行った効果測定調査で、「脱炭素」に向けて行動している人は33.6%にとどまるなど、関心はあるが行動に至っていない状態が浮かび上がったことだ。23年の夏は「地球沸騰化」と評されるほどの猛暑だったにもかかわらず、キャンペーン1年目から数字はむしろ微減していた。他方、IPCC

の気候科学者たちは、私たちの生活様式と行動の変化を正しい政策、インフラ、テクノロジーで誘導すれば、2050年までに温室効果ガスの排出量を4割〜7割減らすことができると指摘している。つまり、生活者にそれだけの可能性があるということに気づいてもらい、未来を他人任せにせず、ソリユーションの担い手として積極的に行動してもらおうことを当たり前にする必要はあるだろう。

だからこそ、気候変動の認知・理解を超えて、その歯止めにつながる効果的なアクションをムーブメントのレベルにまで高めたい。そう考えて、キャンペーン3年目の今年、夏の猛暑の時期（8月1日から9月30日まで）に合わせて立ち上げたのが、「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントだ。

日本を含む世界的な猛暑が気候変動によるものだと認識は定着しつつあり、本気で暑さ対策しなくては暮らしや健康を損ねてしまうという危機感は生まれている。それをさらに一歩進めて、国連がエビデンスに基づき提唱する、排出削減に繋がる「個人でできる10の行動」を共通のグラフィックを用いながらSNSで発信し、浸透させようというものだ。

キャンペーンを思い立ったのは、最高気温が35度を超える日が続き、人々の関心が地球沸騰化に向いていた7月上旬のこと。この夏のタイミングを逃さないために、わずか3週間の突貫

工事でキャンペーンのタイトルや展開を考えた人目を引くイラスト画像やキャッチコピーを、キャンペーン展開の専門家やコピーライターらとビデオ会議やメールのやり取りを重ねて作りX（旧ツイッター）やフェイスブック、インスタグラムなどで発信した。

同時に、メディアを集めた説明会を開催し、仲間を増やしていった。国連広報センターのSNSから発信するメッセージも、どのようにし

1  家庭で節電する	2  徒歩や自転車移動する、または公共交通機関を利用する	3  野菜をもっと多く食べる	4  長距離の移動手段を考える
5  廃棄食品を減らす	いくつやってる？ 気候危機を解決するための 10の行動。		6  リデュース、リユース、リペア、リサイクル
7  家庭のエネルギー源を替える	8  電気自動車に乗り替える	9  環境に配慮した製品を選ぶ	10  声を上げる

いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。 **1.5℃の約束** 

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントを開始した8月1日、NHKならびに民放キー局全6局は「1.5℃の約束」キャンペーン特番を9月29日に放送することを発表し、6局のマスコットによるショート動画をSNS上で公開した。ムーブメント初日には、名古屋の異なる局のアナウンサーと気象予報士とで、局の垣根を越えたコラボレーションによるライブ配信を行っていた。また、地方局を含む多くのテレビ局で、局のアナウンサーが実践している気候アクションを動画や写真で継続して発信している。さらに、循環型経済を取り上げた特集企画について投稿する番組キャスター、地元の人々による行動をシリーズで投稿しているケ



放送局、出版社など 参加メディアからの発信

たら10の行動をわかりやすく伝えることができるか、何度もチーム内で意見を出し合って練り上げた。国連広報センターと「1.5℃の約束」キャンペーンに参加するメディアは、「#1.5℃の約束」「#何もしないと暑くなる」「#10の行動」という3つの共通のハッシュタグをつけて、それぞれのSNSアカウントから「個人でできる10の行動」を紹介。個人に対してもこれらのハッシュタグを使って、行動をシェアすることを呼びかけている。

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントの異なる局のアナウンサーと気象予報士とで、局の垣根を越えたコラボレーションによるライブ配信を行っていた。また、地方局を含む多くのテレビ局で、局のアナウンサーが実践している気候アクションを動画や写真で継続して発信している。さらに、循環型経済を取り上げた特集企画について投稿する番組キャスター、地元の人々による行動をシリーズで投稿しているケ

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントの後半戦を盛り上げていきたい。気候危機の流れのなかで、ただ手をこまねいているだけか、それともソリューションの担い手として積極的に行動していくのかで、見えてくる景色もきつと違わず、と思っている。

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントの後半戦を盛り上げていきたい。気候危機の流れのなかで、ただ手をこまねいているだけか、それともソリューションの担い手として積極的に行動していくのかで、見えてくる景色もきつと違わず、と思っている。

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントの後半戦を盛り上げていきたい。気候危機の流れのなかで、ただ手をこまねいているだけか、それともソリューションの担い手として積極的に行動していくのかで、見えてくる景色もきつと違わず、と思っている。

「何もしないと暑くなる」SNSムーブメントの後半戦を盛り上げていきたい。気候危機の流れのなかで、ただ手をこまねいているだけか、それともソリューションの担い手として積極的に行動していくのかで、見えてくる景色もきつと違わず、と思っている。