メディアと生物多様性

自然・生物分野人材の関心形成におけるメディアの役割

Report 02 2026 ver. | Summary for Media



その番組が未来の自然科学人材を生むかもしれない。

生物多様性メディア機構 ROOTs

自然・生きものに関心を持つ人は、どのような経験を通じてその関心を深め、進路へとつなげていくのでしょうか。

本調査では、自然・生物分野に関わる研究者・実務者・学生を対象に、幼少期から社会人段階までの関心形成のきっかけを尋ねました。

KEY MESSAGE

本調査からは、自然・生物分野に関わる人々の多くが、幼少期から社会人段階にわたり、メディアを自然・生きものへの関心形成のきっかけの一つとして経験してきたことが示されました。テレビ、ドキュメンタリー、書籍、自然番組、映像作品は、回答者の記憶の中で、関心を深める重要な接点として残っていました。

一方で、若年層ではSNS・YouTubeを含むデジタルメディアの存在感が高まり、自然・生きものへの入口は多層化しています。接点が広がることは、関心形成の機会を増やす可能性がある一方、発信主体や監修体制が多様化することで、科学的正確性、文脈の不足、過度な演出、飼育需要の助長などの課題も生じやすくなります。

メディアは、自然・生きものへの関心を広げる力を持っています。だからこそ、自然・生きものを扱うコンテンツは、短期的な視聴率や話題性だけでなく、長期的な学習、関心形成、将来の人材育成にも関わりうるものとして設計する視点が重要です。企画・制作・発信の初期段階から、正確性、文脈、表現の影響、視聴者の行動への波及を意識することが求められます。

KEY FINDINGS

1. 回答者の78.7%が、少なくとも1つのライフステージで、メディアを自然や生きものへの関心形成のきっかけとして選択。
2. 思春期では、メディアが家庭環境・野外体験・学校教育を上回り、関心形成のきっかけとして最も多く認識されている。
3. 若年層ではSNS・YouTubeの存在感が高まる一方、テレビ・書籍・ドキュメンタリーも依然として重要な接点である。
4. ドキュメンタリーやバラエティを中心とした記憶に残る作品は、関心形成の原体験として語られている。
5. 回答者はメディアの価値を認めつつ、科学的正確性の不足、過度な演出、飼育需要の助長等の課題も指摘している。

調査の設計と解釈上の注意

本調査は、研究者・実務者・学生223名を対象としたオンラインアンケート（2026年3月実施）。回答経路は学会メーリングリスト73%、大学・研究室11%、NGO・ネットワーク8%。回答者属性はアカデミア寄りであり、一般化には留意が必要です。なお、223件の回答のうち、7件が活動分野において「自然・動物とは直接関係しない分野」を選択したため、これ以降の分析においてはこの7件は除外しています。

有効回答者の構成

年代別

10代8件（3.7%）、20代69件（31.9%）、30代39件（18.1%）、40代37件（17.1%）、50代30件（13.9%）、60代以上32件（14.8%）、回答しない1件（0.5%）。

立場別

学部生28件（13.0%）、大学院生25件（11.6%）、ポスドク・研究員11件（5.1%）、教員46件（21.3%）、社会人87件（40.3%）、その他19件（8.8%）。

活動分野別

基礎研究（生態・分類・進化・行動など）64件（29.6%）、応用研究・保全・社会科学28件（13.0%）、民間企業（環境コンサル・技術）26件（12.0%）、民間企業（上記以外）14件（6.5%）、動物園・水族館・博物館等17件（7.9%）、行政・政策・国際機関13件（6.0%）、教育13件（6.0%）、NGO・保全実務11件（5.1%）、メディア・コミュニケーション3件（1.4%）、その他10件（4.6%）。

本調査における「きっかけ」の意味

本調査で測定しているのは、回答者が自身の関心形成や進路選択を振り返った際に、メディアをきっかけの一つとして認識しているかどうかです。したがって、メディア接触が関心形成や進路選択に与えた因果効果を直接測定したものではありません。

自然・生物分野に進んだ人々の回顧的経験から、メディアの役割を探索的に把握する調査として位置づけています。

Finding 01

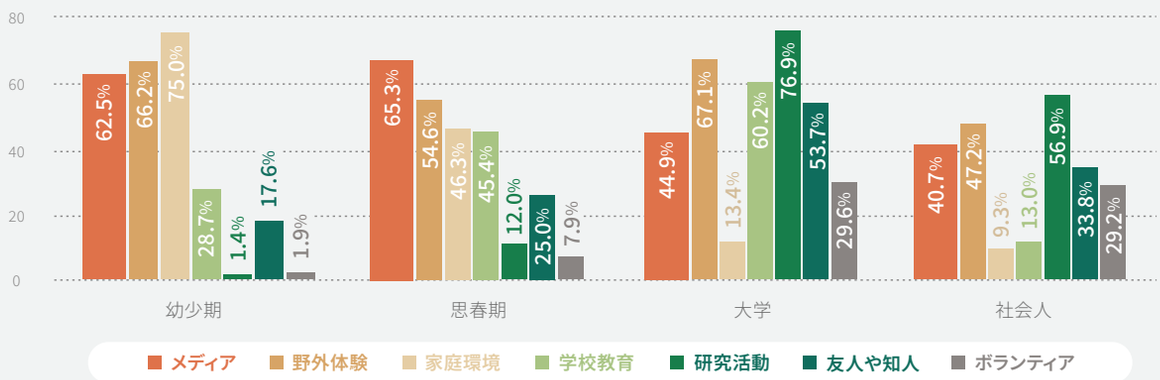
メディアは、自然・生きものへの関心をもつ大きな接点になっている

ライフステージごとの自然や生きものへの関心のきっかけを複数回答で尋ねたところ、メディアは幼少期で62%、思春期で65%が選択されました（図1）。特に思春期では、家庭環境、野外体験、学校教育を上回り、選択肢の中で最も高い選択率を示しました。この結果から、テレビ、書籍、ドキュメンタリー、SNSなどのメディアが、自然や生きものへの関心を広げる重要な入口になっていることがうかがえます。

図1　ライフステージ別：関心のきっかけの選択率（%、複数回答）

78.7%

170件 / 216件が、少なくとも1つのライフステージで
自然・生きものに関心を持った主なきっかけにメディアを選択



一方で、メディアが単独で関心形成や進路選択を決定しているわけではありません。大学・専門課程以降では、研究活動や野外体験が主なきっかけとして挙げられており、メディアも一定の接点として認識されていました。メディアは、家庭環境、野外体験、学校教育、研究活動と組み合わさりながら、自然・生きものへの関心を支える複数の入口の一つとして機能していると考えられます。[1]

1.　株式会社浜銀総合研究所 (2023年)「体験活動の質を高めるためのデジタル技術活用に関する調査研究」

また、全体の約4人に1人（52件、24.1%）は、すべてのライフステージでメディアを関心形成のきっかけとして挙げており、メディアが継続的な接点として認識されていることがうかがえます。

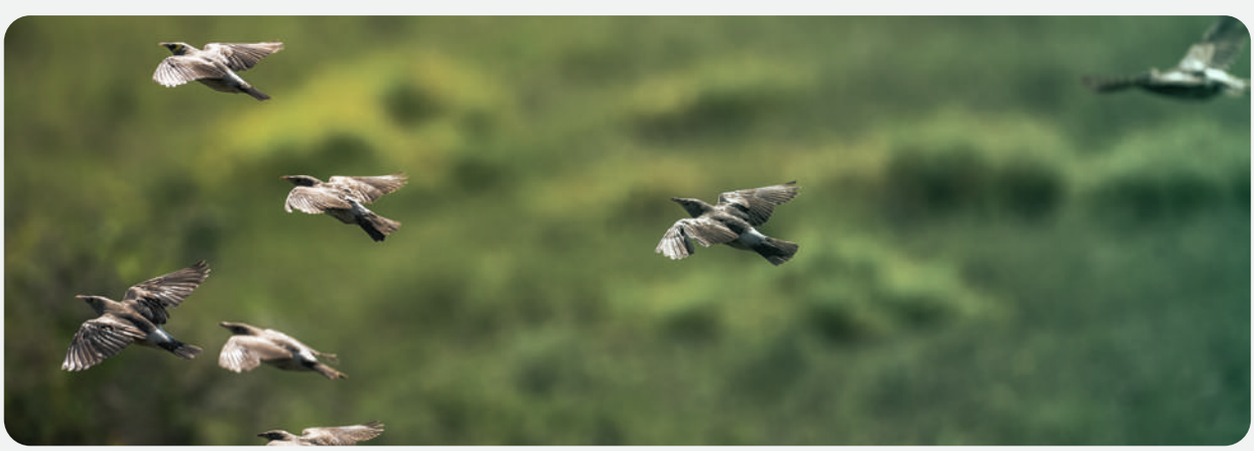
図2　年代 × ステージ別：メディアをきっかけとして選択した割合

	幼少期	思春期	大学	社会人
10代	62.5%	62.5%	75.0%	37.5%
20代	68.1%	75.4%	62.3%	40.6%
30代	75.0%	70.0%	32.5%	42.5%
40代	67.6%	64.9%	43.2%	43.2%
50代	53.3%	60.0%	40.0%	46.7%
60代以上	37.5%	43.8%	21.9%	31.3%

※n=215（年代設問で「回答しない」1件を除く）、複数回答。各セルは各年代の回答者数を分母とした選択率を示す。

年代別に見ると、10代・20代では、複数のライフステージでメディアを関心形成のきっかけとして選択した割合が高くなっていました（図2）。30代・40代でも幼少期から思春期にかけて高い割合が見られ、特に思春期では、30代で70%、40代で65%がメディアをきっかけとして挙げていました（図2）。

一方、60代以上では、幼少期38%、思春期44%、大学段階22%と、若年層に比べて全体的に低い傾向が見られました。このことから、若い世代ほど、自然や生きものへの関心形成において、メディアが複数の段階にわたる接点として認識されている可能性があります。



Finding 02

関心の入口となる媒体は世代で異なり、多層化している

図3　年代 × 影響した媒体タイプ（選択率%、ヒートマップ）

	テレビ（ニュース・情報・バラエティ）	ドキュメンタリー（TV／配信）	書籍・雑誌	SNS	動画プラットフォーム（YouTube等）	アニメ・エンタメ作品	ゲーム	配信サービス作品（Netflix等）
10代 (n=8)	62.5%	37.5%	37.5%	50.0%	37.5%	12.5%	0.0%	0.0%
20代 (n=69)	68.1%	68.1%	62.3%	44.9%	37.7%	26.1%	17.4%	7.2%
30代 (n=39)	64.1%	59.0%	64.1%	25.6%	15.4%	17.9%	15.4%	2.6%
40代 (n=37)	59.5%	70.3%	70.3%	10.8%	2.7%	10.8%	0.0%	0.0%
50代 (n=30)	66.7%	73.3%	83.3%	13.3%	10.0%	6.7%	0.0%	3.3%
60代以上 (n=32)	37.5%	65.6%	62.5%	6.3%	6.3%	3.1%	0.0%	6.3%

※n=215（年代設問で「回答しない」1件を除く）、複数回答。各セルは各年代の回答者数を分母とした選択率を示す。
低頻度項目（新聞、映画、動物園）は本文図では省略。

自然や生きものへの関心形成のきっかけとなったメディア媒体を見ると、10〜20代の回答者ではSNS・YouTubeの選択率が高く、関心の入口がデジタル化・多チャネル化していることがうかがえます（図3）。
一方で、本調査では、20代でもテレビ・ドキュメンタリーが68%、書籍が62%と、従来型メディアの選択率も依然として高くなっていました。

この結果から、自然や生きものへの関心形成は、従来型メディアからデジタルメディアへ単純に置き換わっているのではなく、テレビ、書籍、ドキュメンタリーとSNS・YouTubeが重なり合う、多層的な情報環境の中で起きていると考えられます。一般的なメディア意識に関する既存調査においても、「興味のなかったことに関心を持つうえで」役立つ媒体として、全体ではテレビが26.9%と最も高い一方、YouTubeも15.3%を占めており、関心喚起の媒体がテレビだけに限られないことが示されています。[2]

2.　NHK放送文化研究所 (2025年)「メディア選択 “選び取る”時代に 〜「全国メディア意識世論調査・2024」の結果から〜」

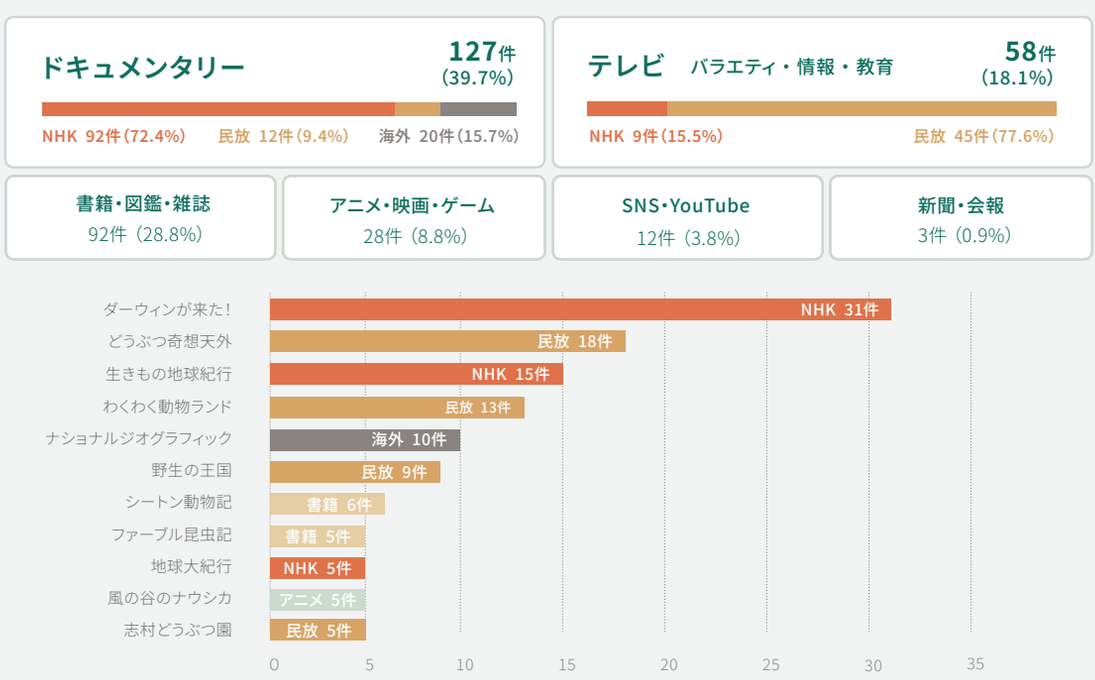
Finding 03

記憶に残る自然・生きもの コンテンツは、関心形成の 原体験として語られている

「自然・生きものへの関心や進路に関係していた、特に印象に残るメディアコンテンツ」を自由記述で尋ねたところ、有効回答153件のうち、57のコンテンツ名が挙げられました。言及されたコンテンツを分類すると、ドキュメンタリー、バラエティ・情報番組、書籍、アニメ・映像作品など、複数の形式に広がっていました（図4）。ドキュメンタリーではNHK制作番組が多く、バラエティ・情報番組では民放番組が多く挙げられており、それぞれ異なる形式で自然・生きものへの関心の入口をつくってきたことがうかがえます。

また、図鑑や『シートン動物記』などの書籍、ジブリ作品のように自然科学教育を主目的としない作品も、自然や生きものへの感受性を育む入口として語られていました。個別番組では、「ダーウィンが来た!」が31件で最多、「どうぶつ奇想天外」が18件、「生きもの地球紀行」が15件と続きました。
特定の番組や書籍が世代ごとの記憶に残り、自然や生きものへの関心を深める原体験として語られてました。

図4　言及されたコンテンツの媒体構成と、5件以上言及されたコンテンツ



年代別に見ると、20代では「ダーウィンが来た！」、30代では「どうぶつ奇想天外」、40代では「生きもの地球紀行」や「わくわく動物ランド」、50代・60代以上では「野生の王国」や「シートン動物記」などへの言及が見られました（図5）。各世代に、その時代のメディア環境を反映した「入口となるコンテンツ」が存在していたことがうかがえます。

ただし、ここで示されているのは、回答者の記憶に残るコンテンツであり、それぞれの番組や作品の表現がすべて望ましいことを意味するものではありません。むしろ、強く記憶に残るコンテンツほど、関心形成に与える影響が大きい可能性があるため、その表現設計には慎重さが求められます。

図5　言及されたコンテンツの媒体構成と、5件以上言及されたコンテンツ

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上
ダーウィンが来た！	2	21	2	2	4	0
どうぶつ奇想天外	1	4	10	3	0	0
生きもの地球紀行	0	0	5	8	2	0
わくわく動物ランド	0	0	0	9	4	0
ナショナル ジオグラフィック	0	5	1	2	1	1
野生の王国	0	0	0	1	4	4
シートン動物記	0	3	1	0	2	0
ファーブル昆虫記	0	1	2	0	1	1
地球大紀行	0	0	0	3	2	0
風の谷のナウシカ	0	0	3	1	1	0
志村どうぶつ園	0	5	0	0	0	0



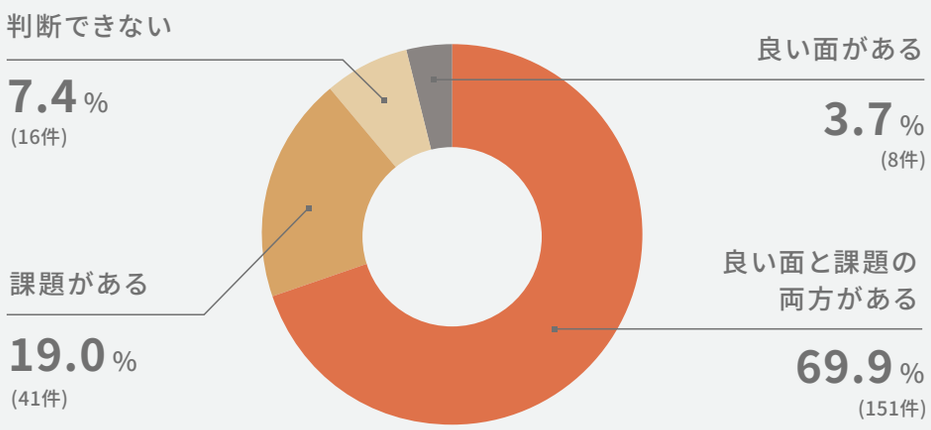
Finding 04

メディアに影響を受けてきた専門家だからこそ、信頼できる情報発信を求めている

前章までで見たように、回答者の多くは、メディアを自然・生きものへの関心形成のきっかけとして経験してきました。そのうえで、現在の自然・野生生物に関する情報発信や表現をどのように評価しているのかを尋ねました（図6）。
その結果、「保全意識向上に寄与する面と、誤解を生む面の両方がある」とする回答が151件で、全体の69.9%を占めました。一方で、「誤解を生む場合がある」は41件、「判断できない」は16件、「保全意識向上に寄与する」は8件でした。

自由記述では、メディアのポジティブな役割として、普段は自然や保全に接点の少ない層へ情報を届けること、生態や保全状況への理解を深めること、保全活動や日常生活での行動につなげることが挙げられました（図7）。

図6　メディアによる自然・野生生物の情報発信・表現における保全への寄与と課題



04　メディアに影響を受けてきた専門家だからこそ、信頼できる情報発信を求めている

メディアは、自然や野生生物への関心を広げる入口であるだけでなく、理解や行動への接続点にもなりうると捉えられています。一方で、最も多く見られたのは、正確性だけでなく、背景・文脈や多角的視点を備えた情報発信を求める声でした。科学的根拠や専門性、出典の明示に加え、生態、歴史的経緯、人間社会との関係、保全・管理の選択肢まで含めて伝えてほしいという要望が示されました。
また、表現や演出についても、過度な擬人化、恐怖や危険性を煽る表現、野生動物をペットや消費対象のように扱う表現、過度な接触やふれあいを肯定的に見せる表現への懸念が挙げられました。

これらは、単に表現上の好みの問題ではなく、視聴者の理解、行動、社会的議論に影響しうるものとして捉えられています。
このように、回答者はメディアの影響力を認めているからこそ、その力が誤解や不適切な行動ではなく、関心、理解、保全への行動につながることを求めています。そのためには、科学的根拠、専門性、背景説明、多角的視点、適切な距離感を踏まえた情報発信が重要です。



図7　メディアの自然・野生生物の情報発信・表現における保全への寄与と課題の内訳

保全への寄与

認知・関心の拡大　46件

普段接点の少ない層にも届け、関心を持つきっかけをつくる

”全く興味関心のない方に事象を知ってもらう第一歩。”

理解を深める情報提供　11件

生態、保全状況、専門家の知見を伝え、課題への理解を深める

”映像で見知らぬ生物や自然を身近に感じることで、守っていこうという意識が芽生える。”

行動・支援への接続　6件

保全活動への支援、行動規範の見直し、社会的議論への参加につながる

”研究者が生態を解き明かす姿を見せることで、そうした仕事に就こうとする子供が増える。”

課題と求められる対応

01 情報の正確性・信頼性の欠如

内容が正しいか、根拠や専門性があるか

科学的根拠・出典・専門性の不足

課題の指摘 27件　求められる対応 37件

正確な情報発信、専門家チェック、出典の明示、適切な専門家の起用が求められた。

”科学的な根拠に基づかない報道、誤った情報が多いので、専門家・研究者による監修やファクトチェックを経て発信してほしい。”

背景・文脈・多角的視点の不足

課題の指摘 46件　求められる対応 42件

生態、歴史的経緯、人間社会との関係、保全・管理の選択肢を含め、多角的に伝えてほしいという要望が多く見られた。

”被害・危機・個体の魅力だけでなく、生態、歴史的経緯、生態系での役割などまで含めて伝えてほしい。”

02 表現・演出上の課題

どう見せるか、どんな印象を与えるか

過度な擬人化

課題の指摘 8件　求められる対応 11件

動物の行動や感情を人間的に解釈しすぎず、実際の特徴に基づいて伝えてほしいという声があった。

”擬人化、アテレコ、過度なストーリー化、個体のキャラクター化などに偏らず、野生動物の生態や種としての特徴が伝わる表現にしてほしい。”

感情的な切り取り・一面的なイメージ形成

課題の指摘 6件　求められる対応 8件

恐怖や危険性を煽ったり、かわいさだけを強調したりせず、科学的情報や背景を踏まえて冷静に伝えることが求められた。

”野生動物を過度に怖い存在として扱ったり、被害や危険性だけを強調したりするのではなく、背景や対策を踏まえ、冷静で中立的に伝えてほしい。”

03 社会的な影響・波及リスク

視聴者の行動や社会的議論への影響

ペット化・飼育需要の喚起

課題の指摘 4件　求められる対応 7件

野生動物をペットや消費対象のように扱わず、飼育の難しさ、流通背景、保全上のリスクを伝えてほしいという声があった。

”野生動物をペットのように扱ったり、かわいさ・希少性・取引価格を強調して消費対象化したりせず、野生動物としての距離感、飼育の難しさ、保全上のリスクを踏まえて伝えてほしい。”

不適切な接触・関与の助長

課題の指摘 6件　求められる対応 4件

野生動物に近づく・触れる行動を肯定的に見せず、適切な距離感を伝えることが求められた。

”野生動物にむやみに近づく、触れる、過度にふれあうといった行動を肯定的に見せるのではなく、人と野生動物の適切な距離感や関わり方を伝えてほしい。”

保全・駆除をめぐる分断

課題の指摘 3件　求められる対応 5件

恐怖や対立を煽らず、地域の実情や管理の背景を踏まえて冷静に伝えてほしいという要望があった。

”野生動物への恐怖や保全・駆除をめぐる対立を煽らず、地域の実情や管理の背景を踏まえて冷静に伝えてほしい。”

04 その他の課題

行動変容への接続　求められる対応 6件

情報提供にとどまらず、視聴者が自分ごととして捉え、日常で実践できる保全行動につなげてほしいという声があった。

”情報提供にとどまらず、視聴者が自分ごととして捉え、日常生活で実践できる保全行動につながる発信にしてほしい。”

研究者からの発信不足　求められる対応 2件

研究者自身も、より積極的にメディアで発信すべきという指摘があった。

”専門家も積極的にアウトプットや発信をすべき。”

IMPLICATIONS FOR MEDIA

1. 自然・生きものコンテンツを、長期的な関心形成の接点として設計する

回答者の多くが、メディアを自然や生きものについての関心形成のきっかけとして挙げました。コンテンツは、短期的な視聴率や話題化だけでなく、長期的な学習や進路形成に関係しうるものとして設計する視点が重要です。

2. 専門家監修を「最後の確認」ではなく、企画初期から組み込む

回答者から、現在のメディアにおいて、科学的正確性、過度な演出、動物福祉、保全上の影響、飼育需要の助長リスクなどへの懸念が示されました。これらのリスクは、撮影後・編集後の確認では修正しにくいため、企画段階から専門家や関係者と確認する体制が求められます。

3. 信頼性を“見える化”する

SNS・YouTubeは若年層への到達力を持つ一方、発信主体や監修体制が多様です。出典、監修、補足情報、誤解を避ける表現上の注意点を明示し、信頼できる自然・生きもの情報をデジタル環境に適した形で届ける必要があります。

4. 「かわいい」「怖い」だけに閉じない文脈を加える

感情に届く表現は、視聴者の関心の入口として有効です。一方で、生態、環境、保全、人との距離感を補足することで、一時的な印象にとどめず、より深い理解へ接続できます。

5. ポジティブな影響も含めて、コンテンツの効果を評価する

自然・生きものコンテンツは、誤解や不適切な行動につながるリスクだけでなく、関心喚起、理解の深化、保全行動への接続、将来の人材形成など、ポジティブな影響も持ち得ます。こうした影響は見えにくく、十分に評価されていない場合も多いため、視聴率や再生数だけでなく、学び、認識変化、行動意図、保全への関与なども含めて、コンテンツの効果を検証していく視点が重要です。

生物多様性メディア機構 ROOTs
Rooting Our Own Tomorrows

ROOTs

発行日：2026年6月5日
お問い合わせ：info@roots-wildlife.org