

PRESS RELEASE

2025 年 5 月 1 日

SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE 事務局

動物に対する意識調査

日頃、動物モチーフの商品を約 6 割が購入
一方で、キリンやライオンなどの動物が絶滅の危機にあること※を約 8 割が知らず

ゼブラ、シャークら、社名やロゴなどに「生きもの」を掲げる 16 社が参加
動物園等と連携した探究学習プログラムも開始

生きものや自然環境の保全に取り組むプロジェクト 「SOS (SAVE OUR SYMBOLS) チャレンジ」、5/1 から開始

ゼブラ株式会社、シャークニンジャ合同会社など、社名やロゴ、キャラクターに「生きもの」を掲げる企業や、活動に賛同する企業 16 社が共同で組織する SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE 事務局は、生きものや自然環境の保全に取り組むプロジェクト「SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE（以下、「SOS チャレンジ」）」を、2025 年 5 月 1 日（木）に立ち上げます。

この取り組みでは、普段、動物をモチーフやキャラクターにした商品は好きで購入する人が多い一方で野生動物への興味が薄く、その保全活動への関心度も低い現状を解決するために、生きものや自然を社名やロゴに掲げる企業が一つになって生活者の興味や参加を促し、自然環境や生物多様性の保全に取り組むプロジェクトです。



SOS チャレンジでは、よこはま動物園ズーラシア園長・（公社）日本動物園水族館協会会長である村田 浩一氏監修のもと、小中高生向けの探究学習プログラムを開発し、全国の小中学校の総合学習等の授業で導入を進めてまいります。TBS 系列局で 1993 年から約 15 年続いた動物バラエティ番組「どうぶつ奇想天外！」の協力を得て、過去の映像素材などを活用しての事前学習に加え、動物園や水族館と連携してフィールドワークも行う全国的にも珍しい探究学習プログラムとなります。また、楽天市場とも連携し、特設キャンペーンページ「SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE supported by Rakuten」を立ち上げ、本プロジェクトに参画する企業が販売する商品を紹介し、対象商品購入時に使えるクーポンを配布。また、ユーザーが対象商品を購入すると、生きものや自然環境を守る活動へ商品の購入金額の 1%が寄付される取り組みを展開します。

PRESS RELEASE

■プロジェクト実施背景に関して | アンケート調査結果

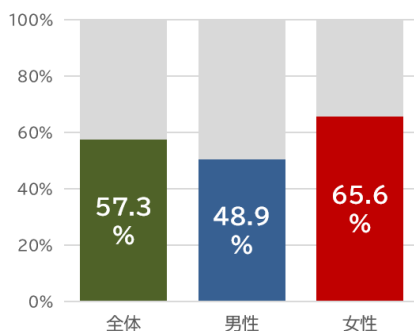
生活者 595 名に対して、動物に対する意識調査を行った結果、「普段、動物をモチーフやキャラクターにしている商品は買うか。」という問いに対して、57.3%が「はい」と回答。女性に関しては 65.6%が「はい」と答える等、普段から動物をモチーフやキャラクターにしている商品に慣れ親しみ、興味を持っている様子が明らかになりました。一方で、「普段から野生動物に関心をもっていますか。」という質問に対しては、60.5%が関心を持っていないと回答。更に、「野生動物のことを知る機会を積極的に作っていますか。」という問いには、78.0%が「いいえ」と回答し、野生動物に対しては多くの人が興味や関心が高くないことを示す結果となりました。

また、絶滅の危機にある動物であることを伏せて「絶滅の危機にある動物※だと知っているか」を尋ねた質問では、「パンダ」は 54.3%、「ゴリラ」は 51.4%が絶滅の危機にあると回答した一方で、「キリン」は 18.3%、「ライオン」は 21.2% となり、約 8 割に上の方がなじみの深いキリンやライオンが絶滅の危機にあることを知らないことが明らかになりました。

※IUCN（国際自然保護連合）が定めるレッドリストより

（2025 年 4 月：The IUCN Red List of Threatened Species. Version 2025-1）

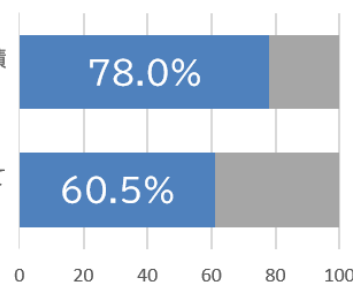
●普段、動物をモチーフやキャラクターにしている商品を購入する人の割合（n 379,有効回答）



●野生動物への関心度に関する質問（n 595,有効回答）

野生動物のことを知る機会を積極的に作っていますか。

普段から野生動物に関心をもっていますか。



●絶滅の危機にある動物と認知している動物（n 595,有効回答）

絶滅の危機 認知の高い動物		絶滅の危機 認知の低い動物	
①	パンダ 54.3%	①	キリン 18.3%
②	ゴリラ 51.4%	②	ライオン 21.2%
③	ラッコ 44.2%	③	ゾウ 28.7%

■「SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE」プロジェクト概要

プロジェクト名：SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE

目的：教育・啓発等による生きものや自然環境の保全に関する興味喚起やアクションの促進

開催期間：2025 年 5 月 1 日～開催、教育プログラムは 9 月以降の開催を計画

実施内容：①全国の小中学校に向けた「探究学習プログラム」

パートナー企業：ゼブラ株式会社、サラヤ株式会社

②寄付連動型のお買い物キャンペーン

パートナー企業：楽天グループ株式会社、シャークニンジャ合同会社、ネスレ日本株式会社、マース ジャパン リミテッド、アイロボットジャパン合同会社、日本ヒルズ・コルゲート株式会社、小米技術日本株式会社、サントリー株式会社、ほか 4 社 ※順不同

PRESS RELEASE

③メディアと連携したコンテンツ配信

パートナーメディア：NewsPicks（株式会社ユーザベース）、ほか 1 社

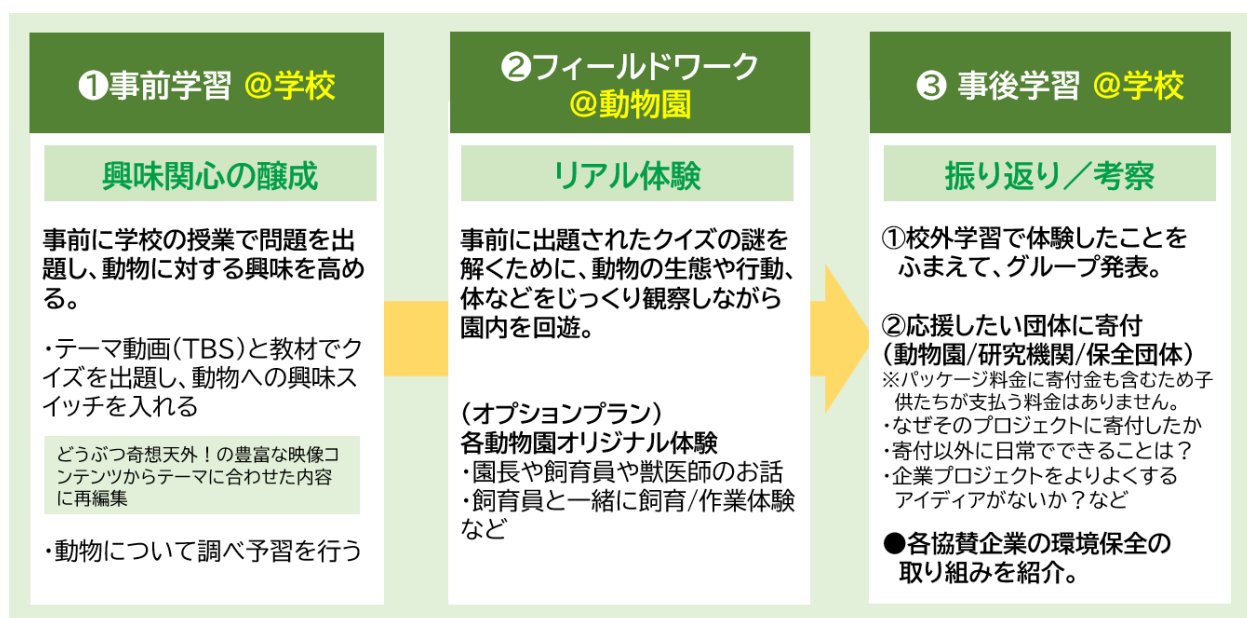
特設サイト：<https://sos-challenge.com/>

■動物園・水族館と連携し、フィールドワークまで行う「探究学習プログラム」

目的：生きものの生態や命のつながりを知り、自然環境を守るためにできることを皆で考える

開催期間：2025 年 9 月以降に全国で展開

実施内容：TBS 系列局で 1993 年から約 15 年続いた動物バラエティ番組「どうぶつ奇想天外！」の協力を得て、過去の映像素材などを活用しての事前学習に加え、動物園・水族館と連携してフィールドワークも行う全国的にも珍しい探究学習プログラムを開発し、全国の小中学校の総合学習等の授業で導入します。プロジェクト参画企業の環境保全に関する活動も紹介予定です。今後旅行代理店と連携し、ツアーとして全国の小中学校へ販売予定です。※動物福祉を念頭においた活動が行われている動物園・水族館を対象



監修：よこはま動物園ズーラシア園長・(公社)日本動物園水族館協会会長 村田 浩一氏

制作：TBS テレビ プロデューサー『どうぶつ奇想天外！』担当 樋江井 彰敏氏

<村田 浩一氏 プロフィール及びコメント>

よこはま動物園ズーラシア園長・(公社)日本動物園水族館協会会長 村田 浩一氏

【プロフィール】1952 年神戸市生まれ。博士（獣医学）。22 年間、神戸市立王子動物園に勤務。大学教員を経て 2011 年よりよこはま動物園ズーラシアの園長と横浜市繁殖センター参事を兼務。国際的視野に立って環境教育や調査研究そして希少種保全などに取り組む公益社団法人日本動物園水族館協会の会長も務め、約 140 の加盟園館と連携しながら地球環境や生物多様性の保全に動物園・水族館が貢献できることを模索し続けている。



【コメント】きわめて危機的な状況にある地球環境や生物多様性を保全するために、動物園・水族館が果たせる役割は多くて大いにはずです。人類がこれからも生存するために必要な社会変革や行動変容を先導し期待される存在でありたいと願っています。

PRESS RELEASE

<樋江井 彰敏氏 プロフィール及びコメント>

TBS テレビ コンテンツ制作局（バラエティ制作一部）

（兼アニメ映画イベント事業局ライブエンターテインメント部）樋江井 彰敏氏

【プロフィール】「どうぶつ奇想天外！」「スパスパ人間学」「飛び出せ！科学くん」「人間とは何だ!?」を演出、プロデューサーとして担当。現在はクレイジージャーニーに演出監修、YouTube チャンネル、どうぶつ奇想天外/wakuwaku で様々な動物コンテンツを配信中。



【コメント】動物、生きものの面白いポイントは「どうしてこんな姿をしているんだろう？」「どうしてこんな行動をするんだろう？」と不思議に満ち溢れているところ。これは 1993 年から 15 年間放送されていた、テレビ番組「どうぶつ奇想天外！」の監修者、千石正一先生が教えてくれた考え方です。多くの人が生きものは面白いと知ってくれることが、動物への理解、保護へとつながるはずです。子どもたちに少しでも生きものへの興味をもってもらえれば、生きもの達に明るい未来がやってくると思っています。

■「SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE supported by Rakuten」概要

開催日時：2025 年 5 月 1 日（木）10：00～2025 年 5 月 31 日（土）9：59

内容：プロジェクトの協賛企業の対象商品購入時に消費者に値引きクーポンを進呈すると共に、環境や生態系保全の活動を行う団体・組織へ購入金額の 1%をドネーションプラットフォーム「OSUSO（おすそ）」を通じて寄付

寄付先団体・組織：

（公社）日本動物園水族館協会（野生動物の保全や環境教育、調査研究の活性化に活用）

京都大学野生動物研究センター（野生動物に関する様々な知見を収集し、確かな保全を行うための研究調査に活用）

国際自然保護連合日本委員会（レッドリストなど世界の知見や政策を日本に広め、多様な分野と連携した自然保護の推進に活用）

（公財）日本自然保護協会（野生動物や自然環境を守るための活動や地域づくり、環境教育に活用）

寄付プロジェクト協力：「OSUSO（おすそ）」

特設サイト：https://event.rakuten.co.jp/mc/save_our_symbols_challenge/

<調査概要>

調査主体：SAVE OUR SYMBOLS CHALLENGE 事務局

調査名：動物に対する意識調査

実施時期：2025 年 4 月

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国の 20 代から 60 代の男女 595 名