

報道関係者各位

2023年6月9日

株式会社アマナ

「1.5°Cの約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」
料理通信社が、国連とSDGメディア・コンパクト加盟社による
共同キャンペーンに今年も参加

コミュニケーション変革をクリエイティブで実現するアマナグループ傘下で、食にまつわるメディア事業を軸に、コンテンツ制作や商品開発、その他イベントの運営企画などを手掛ける株式会社料理通信社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：堀越欣也、以下「料理通信社」）は、国連とSDGメディア・コンパクト加盟社による共同キャンペーン「1.5°Cの約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」に今年も参加いたします。

いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。

1.5°Cの約束 

昨年からスタートした本キャンペーンは、国連広報センターが「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、気候変動対策のアクションを呼び掛けるものです。“世界の平均気温上昇を産業革命以前と比較して1.5°Cに抑える”ことを目指し、情報発信を通じて、気候変動に歯止めをかけるための具体的なアクションを提示し、個人や組織に行動変容を促します。

なお、本キャンペーンは、個人レベルでの気候アクションを呼びかける国連本部の「ActNow」グローバル・キャンペーンの一環として展開されます。料理通信では、「ActNow」で提示されている“私たちにできる10の行動”を例に、暮らしの中で実践できる具体的な方法を“食”を切り口に伝えてまいります。

〈気候変動の抑制に関わるアクションを伝えるコンテンツ例〉

■「地産地消」や「廃棄食品を減らす」など気候変動の抑制に向けた世界の取り組みをレポート。

「“地産地消”に取り組む注目の動き7選【2021-2022年】」

https://r-tsushin.com/sdgs/select_local_product/

「フードロスに向き合う世界の事例9選【2021-2022年】」

https://r-tsushin.com/sdgs/select_foodloss/

■植物性食材を主体とする「プラントベースレシピ」、食品ロスを出さない「レスキューレシピ」、電気やガスを使わない「パワーオフレシピ」など、レシピを軸に個人レベルでの気候アクションを考える連載を実施。

「プラントベースレシピ」

https://r-tsushin.com/recipe/series/plantbased_recipe/

「レスキューレシピ」

https://r-tsushin.com/recipe/series/rescue_recipe/

〈なぜ、1.5°C？なぜ、“いますぐ”動く必要がある？〉

■世界の平均気温の上昇を産業革命以前と比べて1.5°Cに抑えることによって、多くの気候変動の影響が回避できます（※1）。

- 1.5°C目標を維持するために、世界は2030年までに2010年比で二酸化炭素排出量を45%、2050年ごろに実質ゼロにまで削減する必要があります（※2）。
- しかし、現時点での各国の温室効果ガス削減目標では、排出量が2030年には2010年比で14%近く増加することになります（※3）。
- 世界の平均気温はすでに1.1°C上昇しています（※4）。
- 2022年から2026年までの5年間に気温上昇が1.5°Cを超えてしまう可能性は50%近くと発表されました（※5）。

※1,2 気候変動に関する政府間パネル（IPCC）が2018年に発表した特別報告書『1.5°Cの地球温暖化』より。

※3 2021年11月に国連気候変動枠組条約（UNFCCC）事務局が発表した「自国が決定する貢献（NDC）」に関する統合報告書（アップデート版）より。

※4 2021年8月に発表されたIPCC第1作業部会の報告書『気候変動2021：自然科学的根拠』より。

※5 2022年5月に国連の世界気象機関（WMO）が発表した報告書『WMO Global Annual to Decadal Climate Update for 2022-2026』より。

この緊急事態を前に、気候キャンペーン「1.5°Cの約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」は2022年6月17日に初めて始動。今年、2年目を迎えました。

（参考リンク）

国連広報センタープレスリリース（2022年6月17日付）

https://www.unic.or.jp/news_press/info/44283/

国連広報センタープレスリリース（2023年3月20日付）

https://www.unic.or.jp/news_press/info/47272/

国連広報センター「気候変動と国連」

https://www.unic.or.jp/news_press/info/climate_change_un1/

▼「SDGメディア・コンパクト」と料理通信社の加盟について

2018年9月に国連が世界中の報道機関とエンターテインメント企業の資源と創造力を持続可能な開発目標（SDGs）の推進に動員するために発足し、300社近くが加盟しています。料理通信社は2020年5月、食を専門とする国内メディア初の加盟社となりました。

〈国連広報センターと参加社の決意表明〉

「世界の平均気温の上昇を産業革命以前に比べて1.5°Cに抑える」ために、
国内メディアが結集し、力を合わせ、新たな取り組みをはじめ。
そんな大きな一歩を、昨年私たちは踏み出した。
でも、それ以上のスピードで気候変動は進んでいる。事態はむしろ悪化している。

もう一度、自分たちに問いかけよう。
この危機を乗り越えるために、もっとメディアにできることはないか？
CO2をはじめとする温室効果ガスを減らすアクションを、
自分たちはもちろん、日本の人に、企業に、自治体に、政府に、
取り組んでもらうために何が必要か？

私たちにできることは、きっとまだまだあるはずだ。

いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。

1.5°Cの約束



詳細は、国連のプレスリリース（2023年3月20日付け）をご覧ください。

https://www.unic.or.jp/news_press/info/47270/

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社アマナ | Communication Design Room / 広報・PR 担当：武内

株式会社料理通信社 | 担当：浅井

TEL：武内/090-7819-4897、浅井/090-9841-8929

MAIL：pr@amana.jp

株式会社アマナ 会社概要

- 代表者 : 代表取締役社長 兼 グループ CEO 進藤博信
- 所在地 : 東京都品川区東品川 2-2-43
- 設立 : 1979 年 4 月
- 資本金 : 100 百万円
- 証券コード : 東証グロース市場 2402
- 売上高 : (連結) 17,748 百万円 ※2021 年 12 月期実績
- 従業員数 : (連結) 820 名 ※2023 年 1 月 1 日現在
- 事業内容 : ビジュアルコミュニケーション事業 (コミュニケーション領域における戦略・企画立案、ブランドデザイン&アクティベーション、インナーコミュニケーション、コンテンツマーケティング、コンテンツ制作・編集、プロトタイピング、ムービー/グラフィック制作、WEB制作、その他各種プロモーション施策の立案など)
- URL : <https://amana.jp/>