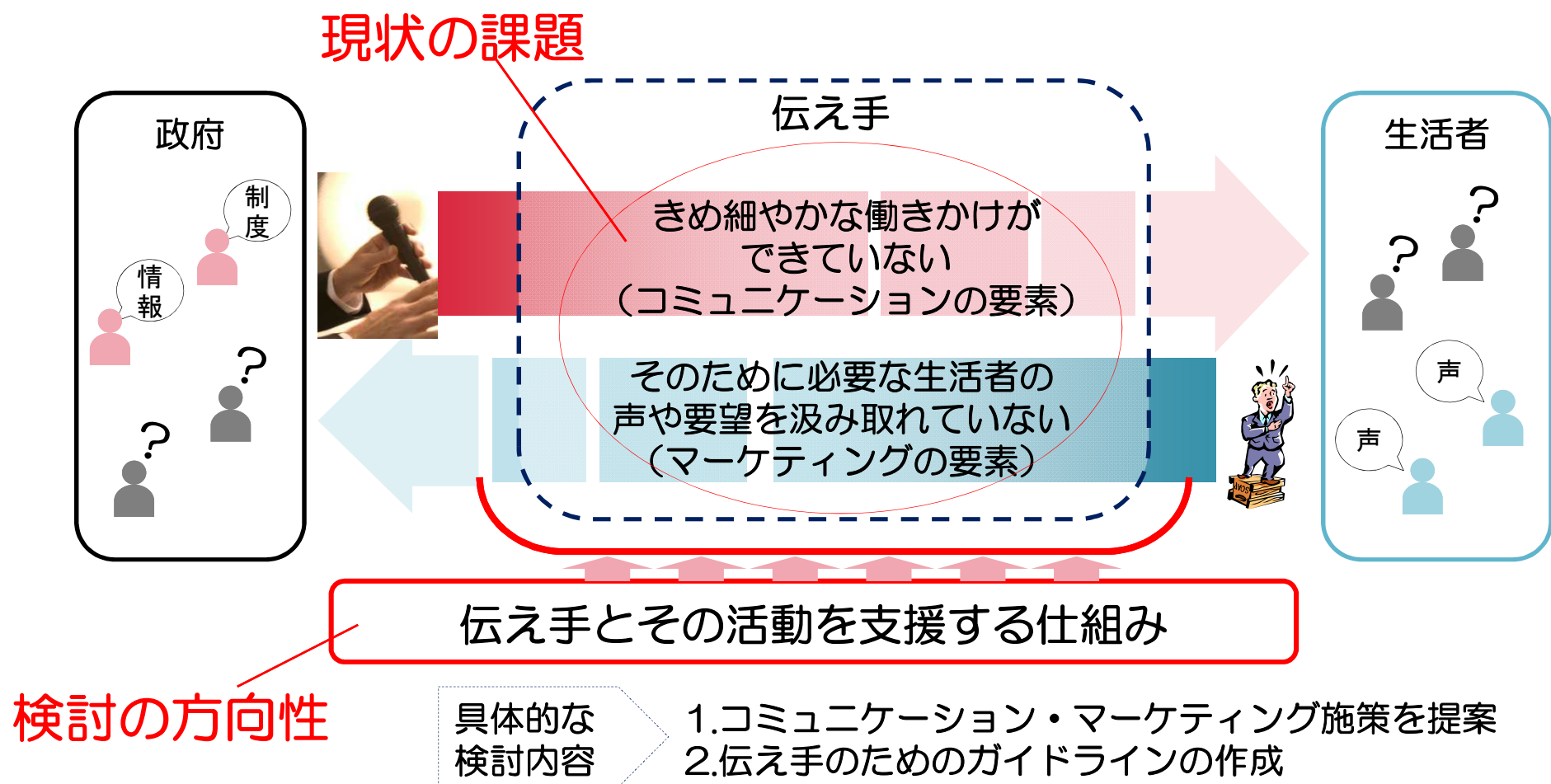


コミュニケーション・マーケティングWG (とりまとめ概要)

現状の課題と検討の方向性

生活者の行動変容を促すためのきめ細やかな働きかけや、そのために必要な生活者の声や要望を汲み取ることができていない（現状の課題）。生活者の身近で、伝える活動を担う主体（伝え手）を支援する何らかの仕組みを構築することが必要（検討の方向性）。



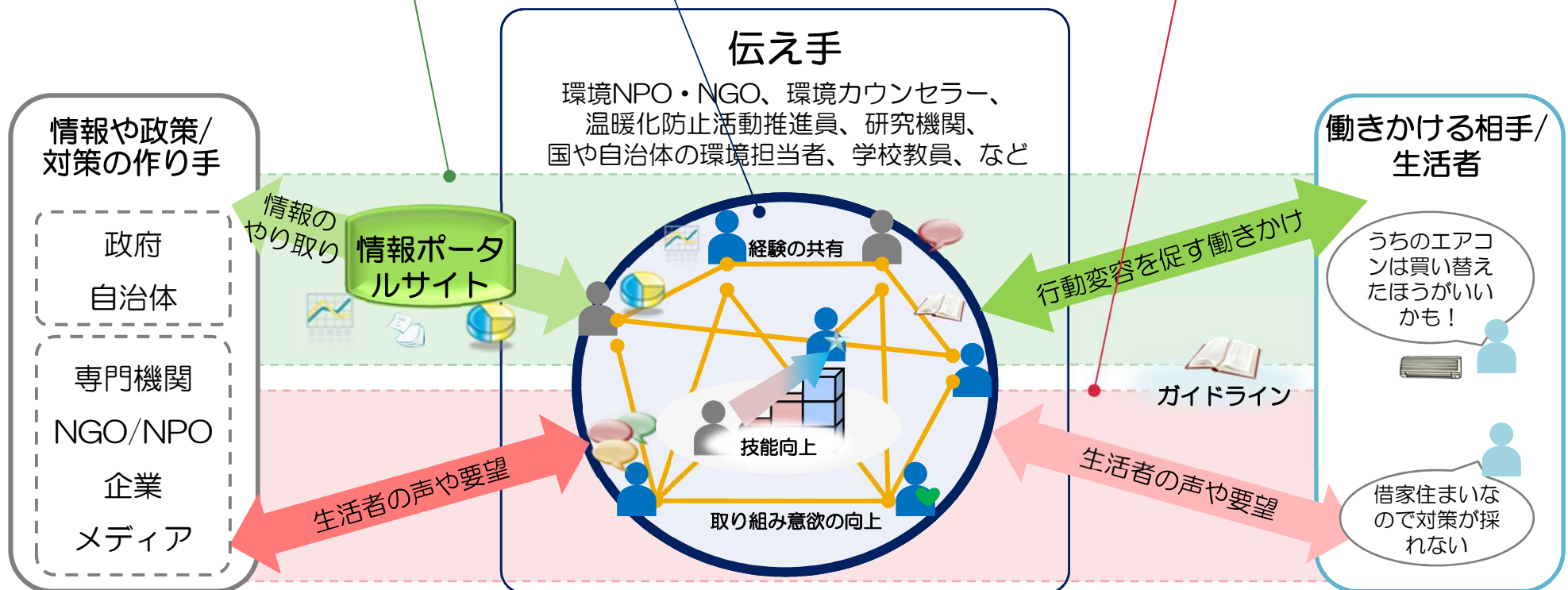
今年度の検討：1.コミュニケーション・マーケティング施策の提案

伝え手とその活動を支援するために、以下に掲げる3つの仕組みを構築することを提案（コミュニケーション・マーケティング施策の提案）。

(1) 伝え手が生活者に働きかけ行動変容を促すことを支援する仕組み

(2) 伝え手が生活者の声を聞きより良い政策に繋げることを支援する仕組み

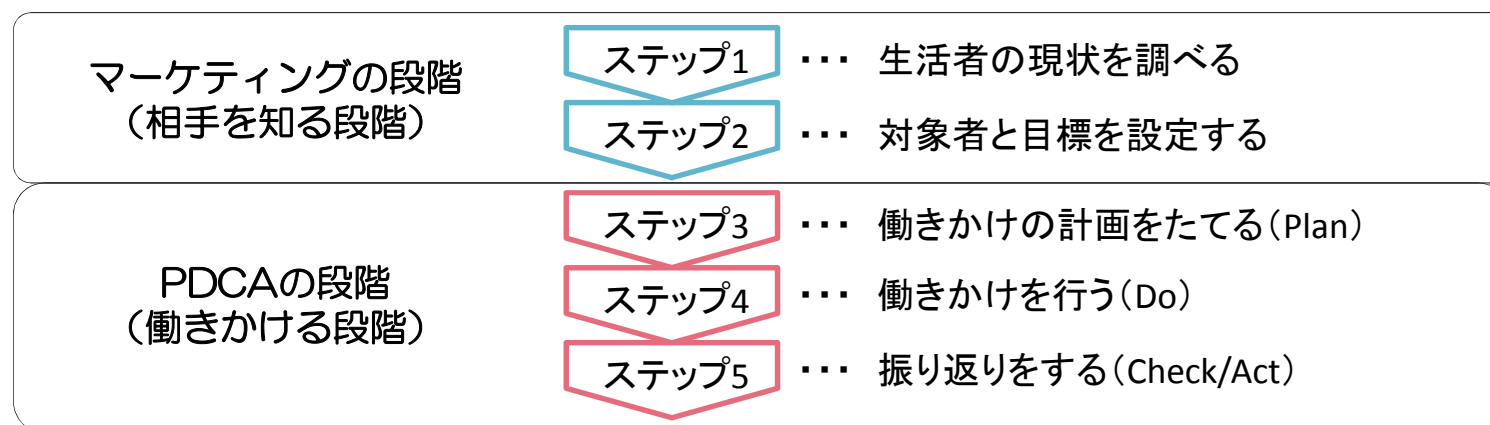
(3) 伝え手を支え続ける仕組み



今年度の検討：2.伝え手のためのガイドライン

主に伝える場をすでに持っている伝え手を対象として、生活者に行動変容を促すような効果的な働きかけのための手引き（伝え手のためのガイドライン）を作成。

□ 伝え方を「2つの段階」「5つのステップ」で解説



- 内容をコンパクトにまとめた簡易版と、具体例などを織り込んでより詳しくまとめた詳細版を作成。簡易版には「実践シート」がついており、効果的な伝える活動が準備できるようになっている。
- ガイドラインは、伝え手の声を聞きながら、伝え手とともに、より実践的・効果的なものに改訂し続ける。

まとめ

□ 今年度の検討の成果

1. コミュニケーション・マーケティング施策を提案

- (1) 生活者に働きかけ行動変容を促す事を支援する仕組み
- (2) 生活者の声を聞きより良い政策に繋げる事を支援する仕組み
- (3) 伝え手を支え続ける仕組み

2. 伝え手のためのガイドラインの作成（上記(1)の施策の具体例）

効果的な働きかけをするための「伝え手」のための手引き。伝え手の声を聞きながら、伝え手とともに、より実践的・効果的なものに改訂し続ける。

□ 今後のコミュニケーション・マーケティングの必要性

2050年の持続可能な低炭素社会の構築に向けて、より多くの生活者の声を聴き、より多くの生活者に低炭素行動を促すコミュニケーション・マーケティング施策は2013年以降の対策を促す施策として必要不可欠。

- 生活者に行動を促す情報等の加工・提供
- 伝え手が生活者に働きかける力を高めるガイドライン の充実
- 審議会や政策立案過程などに生活者の声を届ける仕組み
- 伝え手の能力やモチベーション向上を図る取組

を順次実施・構築していく必要がある。