

「行動する受け手」の顔が見えてきた3ヶ年計画の折り返しは、受信者主義の国民運動へと「継続と進化」

「チーム・マイナス6%」は「国民運動」と銘打ってはいますが、ただ漠然と不特定多数に広報をするのではなく、取り組みごとにターゲットとタイミングを明確にし、情報露出を最大化することで、行動を喚起する方法を取ってきました。その結果、企業・団体連携から様々な取り組みが生まれ、それが報道されることでさらに増幅させることができました。

ここまでの歩みは、漠然とした「国民一般」が、顔の見える「行動する受け手」として発見される過程でもありました。それは、企業にとっては、温暖化防止が経済的利益を生むことを実感する経験でもあったといえます。

今秋は国民運動の3ヶ年年計画の折り返し点に入ります。「第1期約束期間」開始の2008年を前に、温暖化防止に向けて「切迫感」「本気感」「やれる感」の3つを高められるよう、国民運動を「継続」かつ「進化」させなければなりません。上記3つの感覚を高めるにあたっては、活用すべきタイミングとターゲットがいくつか存在します。

「切迫感」醸成に向けて、活用すべきタイミングとターゲット

【第1回目:「気象異変×値上げ×政府の追加策発表」(9・10月)】

1. 秋分の日(9月23日)を過ぎても残暑で「紅葉の見ごろ予想」(9月末発表)が遅れ、実りの秋に農産物は高騰という可能性
2. 電力料金(10月、東電)の値上げ
3. 「異常気象レポート2007」(10月末)の発表、『不適切な真実』(原作:アル・ゴア、10月末～)の公開

【第2回目:来年2月の「IPCC×京都議定書発効10周年」】

1. 「IPCC第4次レポートの第1部「気候変動予測」の発表(2月初め)
2. 京都議定書発効から10周年のイベントが各地で実施され(2月16日)、経団連「自主行動計画」もスタートから10年目のレビュー年
3. 気温が平年より高く、オホーツクの流氷の後退が早まり(2月)、桜の開花予想(第1回発表は3月1日)も早まる可能性。

この2回のタイミングを活かすために、気象キャスターやIPCC4次レポート執筆者と共同で「気象マスコミ」への働きかけを行うことが有効です。

「本気感」「やれる感」醸成に向けて、活用すべきタイミングとターゲット

約束年開始の前年である2007年を前倒して、政府の追加策検討作業が今秋から本格化すると思われます。
その場合、各業界への締め付けも伴うため、規制強化を避けたい業界側に取り組み実績のアピール欲求が起きます。
そんな業界団体の気持ちを汲み取り情報発信を手伝え、社会全体の「やれる感」の増大につながるのではないのでしょうか。

実は、ちょうど10年前の京都会議当時のマスコミと良く似た状況が生まれつつあります。

各社とも各部横断の取材チームを編成し、どの業界の、どんな取り組みで何トン削減できるか計算し始め、
温暖化問題を総合的に報道しようとした当時の状況に…。この流れを活用しないテはありません。
マスコミの政治、経済、社会、生活の各部(業界紙を含む)をうまく巻き込む際のために、以下のタイミングを活用すべきと考えます。

1. 内閣改造で新総理と新環境大臣による新たなメッセージの提出(9月下旬)
2. 政府の追加策の発表(夏の予算編成から年末の原案確定まで)
3. 「WARM BIZ開始 商戦、各界での取り組み」(9月、10月)
4. 「COOL BIZの成果発表ー取り組み企業数、削減量、優良事例、経済効果」(10月～12月)
5. 業界の取り組み実績の発表とそのマスコミによる検証(10月～翌3月)

時間と空間を使いこなす豊かなライフスタイルへ

さて、「切迫感」から健全な危機意識を醸成し、実績を背景に「本気感」と「やれる感」を増大した先に見えるのは、
決して「節約」に彩られた省エネ生活ではなく、

伝統や風土に現代の技術が融合した、時間と空間を使いこなす豊かなライフスタイルであるはずで

例えば、「クールビズ」は「開襟シャツ」を、「ライトダウン」は「夏至」を、「打ち水」は日本の「涼」を、それぞれ再発見しました。
同時にそれは、楽しみながら温暖化防止につながり、時間と空間を使いこなすライフスタイルへの入り口にもなったと思います。

秋以降も「チーム・マイナス6%」は、目の前に広がる豊かなライフスタイルへのきっかけになるべきだと考えます。

2年目となる平成18年は、「情報」に加えて「実体」を幅広く流通させることにより全国的な参加実感を獲得し、チーム・マイナス6%の「国民運動」を定着・加速させることが必要です。

そこで、博報堂は、年初のご提案において、平成18年度の「チーム・マイナス6%」の基本戦略を「チームプレー」の視点で考えます、とご提案いたしました。それは、1年目が「チームづくり」だったとすれば、2年目は「チームプレーの創出」ということ。

その方針に基づき、博報堂は1年目の成功要因である「テコの原理・連鎖反応・自然増殖」というスキームを活用し、「中央からの情報発信型」から、「全国同時参加型」への重心を移動させることで、8月初旬の時点で60万人を超えるまでに、チーム員を拡大させることができました。

後期以降は、この60万人超のチーム員が運動推進の主役となり、“チームプレー”を発揮して組織的に運動を盛り上げていくことに重点を置きたいと考えます。

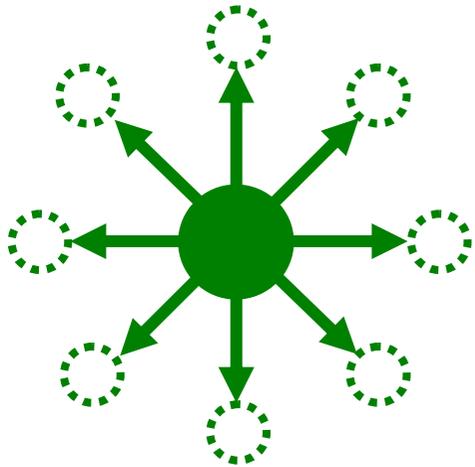
国民運動の目標を共有し、
ひとりひとりの能動的・率先的な行動を引き出す。
そして、チーム員ひとりの行動が複数の新たな行動を生み出す。
さしずめ、昨今WEBの世界でいわれている概念を用いるならば
「チームプレー2.0」とでもいえましょう。

博報堂は、この乗数効果的に国民の行動を増殖させるスキームで2009年のチーム員630万と大規模運動化の実現を目指してまいります。

1-4: 平成18年度後期以降の「国民運動」基本方針 ～「チームプレー2.0」の概念図

平成17年度の国民運動

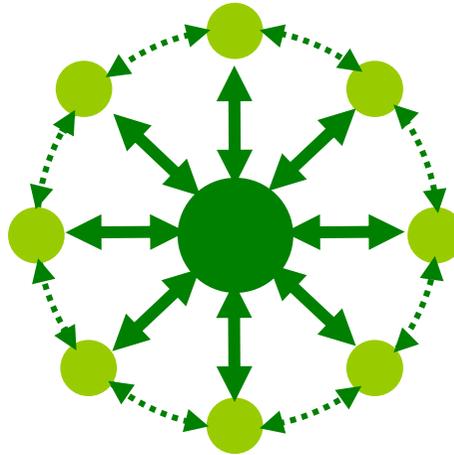
呼びかけによりチームメイトを増やし
チームづくりを促進する



連携の
プラットフォーム
を提供

平成18年度の国民運動

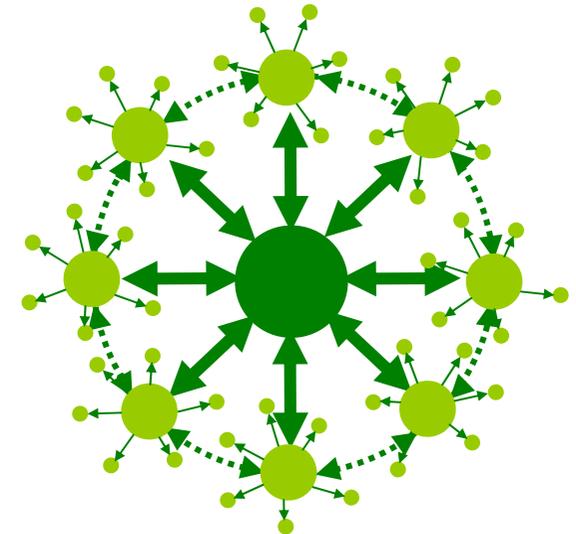
(引き続きチームメイトを増やしつつ)
チームメイト同士の連携による
チームプレーを実践させる



自然増殖を
加速させる
仕組みの提供

平成18年度後期以降の国民運動

(チームメイト同士の連携を進めつつ)
取組の実践と共に
チームメイトの自己増殖も促進する



単に「呼びかける」だけでなく、「声を聞き」そして「フィードバック」する。
活動しているチームメイト同士が「つながる仕掛けを提供」する。
下期以降は、運動が「点」が「線」になり「面」となる流れを確立すると共に、
その動きを加速させる仕組みも提供してゆく。

継続すべき点

“政府の本気感”を引き続き活用する。(トップダウン)

- “政府の本気感”を起点とする「テコの原理→連鎖反応→自己増殖」という事業スキームを継続する。
- 大臣交代時においても“政府の本気感”を継承し、団体連携を途切れさせない情報戦略を構築する。

「健全な危機意識の醸成」を引き続き進める。(ボトムアップ)

- 単に恐怖をあおるだけでなく、より身近な問題として啓発を進めると同時に、接点を啓発機会を拡大する。

前期にご提案した基本戦略: チームプレーを継続する。

- 単にチーム員を拡大するだけでなく、取組の実践とチーム員同士の連携をも促進させる。

前期に注力した取組の促進を継続する。

- 取組1. 「WARM BIZ」の対象拡大により連携先を広げる。また平成19年度前期「COOL BIZ」の連携準備を進める。
- 取組4. 家電関連業界だけにとどまらない連携先拡大により「ハロー！環境技術」の普及を加速させる。
- 取組5. 容り法施行を見据え関連団体への連携を強化し、「風呂敷」「エコバッグ」の普及を加速させる。

進化すべき点

取組を統合する視点も加え、“ワークスタイル革新”を“ライフスタイル革新”へと進化・拡大させる。

- 「WARM BIZ」を始め上記3つの取組を起点に、オフィスだけでなく家庭でも可能な身近な運動としての理解を進める。
 - また、長期的には取組3「自動車利用を通じた削減」との組み込みをも視野に入れて準備を行う。

団体特性に応じた連携モデルを確立し、チーム員と実践者の拡大をはかる。

- 地方自治体モデル／学校モデル…などの団体特性に応じた活動促進スキームを開発する。
- 先行した事例の汎用性を高め、類似した団体グループ内での横展開とチーム員と実践者の拡大をはかる。

2.達成目標について

平成18年度中には100万人(将来的には約5%以上の国民=約630万人以上)がチーム員となり、何らかの地球温暖化防止行動を実践し始めることを目標とする。
また、最終的にはどれだけの個人、企業・団体等が温暖化防止行動を起こし、その温室効果ガスの削減効果はどのくらいか、ということが評価となる。

※平成18年度地球温暖化防止大規模「国民運動」推進事業 基本仕様書より(平成18/7/28)