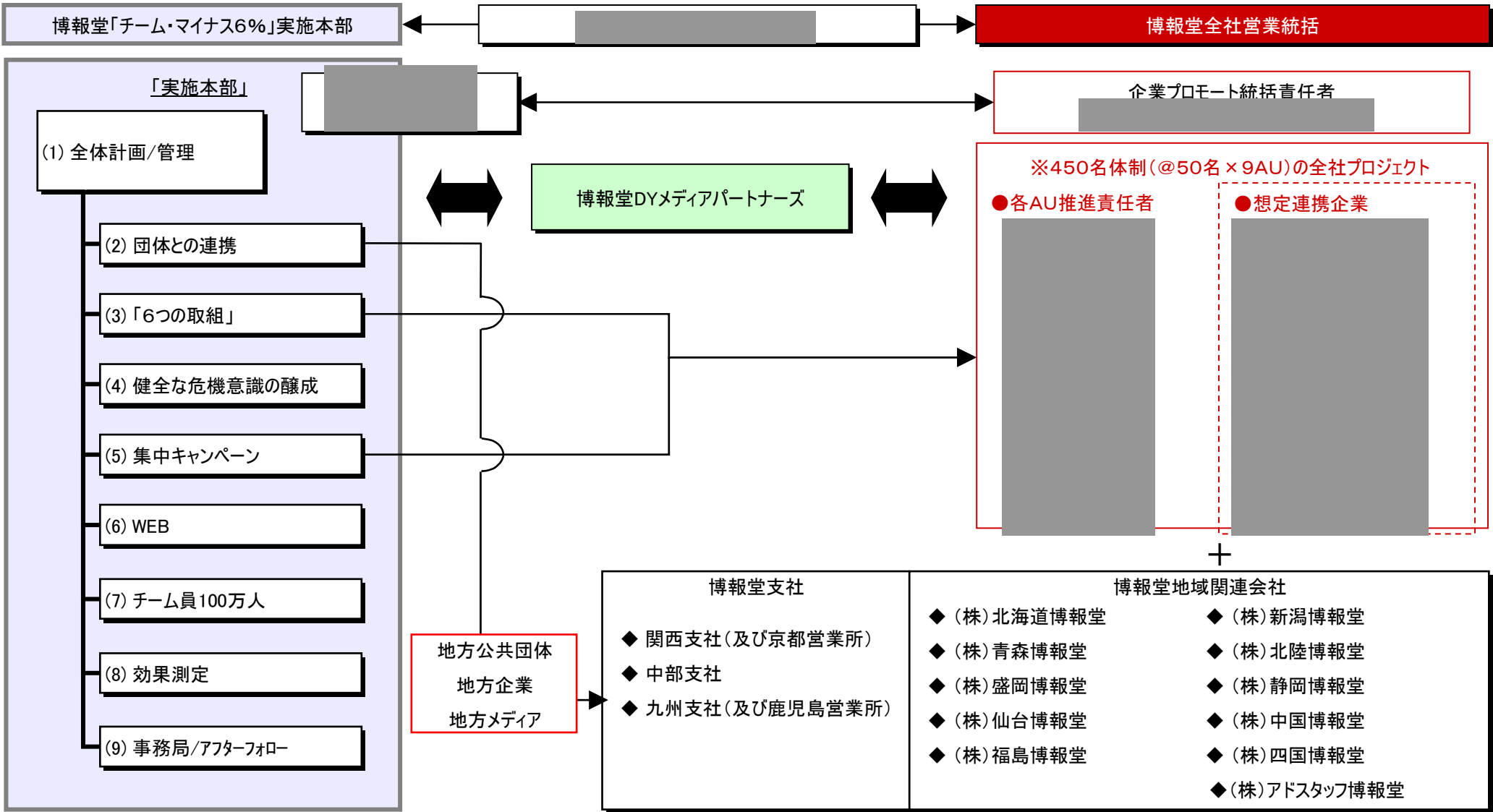


(1)-2: 国民運動事業を円滑に遂行するために必要な経営基盤

実施本部は博報堂の他のAUや博報堂支社及び地域関連会社との密なる連携により、国民運動事業遂行を強力にサポートしていきます。



(1)-3: 国民運動事業を円滑に遂行しうる業務実績を持つ担当者の配置

博報堂の主要メンバーは、これまで本事業の中核に担ってきたスタッフであり、業務遂行に十分な経験と能力を有する人材を適切に配置しています。

博報堂は“企業全体で取組を実践した経験”を持つ企業です



法人登録企業として実践してきた企業だからこそいえること

- ・ 博報堂は、昨年の本事業開始と同時にチーム員としての法人登録を行い、「COOL BIZ」「ライトダウン」をはじめ様々な取組を、全社一丸となって実践してまいりました。
- ・ これは事業受託者である以上、当然の責務ではありますが、同時に我々はこの実践経験を通して「企業として取り組む際の難しさ」や「人を動かす時のポイント」など、数多くの知見を“受信者の視点”で得ることができました。結果的に2つのメリットがあります。
- ・ 1つめは、我々のご提案内容が机上の空論ではなく、企業・団体が実践する上での“リアルな経験”に基づいたものになるということ。
- ・ 2つめは、連携を依頼する際の説得力が違ふということ。“事務局として”でなく“チーム登録した一企業として”実際に取り組んできた我々がお願いするからこそ、依頼された側も信頼し、納得して下さるのです。
- ・ これらは目に見えないことですが、連携事業を進めていく上で非常に重要だと我々は考えます。

博報堂は、平成17年5月17日に「チーム・マイナス6%」に企業参加して以降、全社員が一丸となって地球温暖化防止に取り組んでいます。(現在も継続して活動中)

具体的な実施内容

- ①平成17年5月17日に広告会社上位10社中、一番早くチーム員登録。
- ②平成17年6月1日に、社内イントラネットを通じて、社長から全社員に対して、博報堂が「チーム・マイナス6%」に参加しCO₂排出削減のために具体的に取り組むことを全社員に周知徹底。
- ③同時に、社長を委員長とする全社横断組織「チーム・マイナス6%推進委員会」を設立。

社長の成田純治をはじめ、
2,140名の社員がチーム員登録。



チーム員ナンバー【205】

〈株〉博報堂 代表取締役社長 成田 純治

博報堂は国連環境計画、スポンサー様、新聞社様などと共同で、地球温暖化防止の京都議定書発効をテーマとする新聞広告を今年度元旦と発効日の2月16日に掲載いたしました。今後も地球温暖化防止につきましては、広告会社としての様々な活動にとどまらず、私たち博報堂役職員一人ひとりが、日々の活動の中でできることを率先して行います。オフィス温度を調節する、エコ製品を選んで買う、など具体的なアクションを通じて、削減に貢献していきます。

※チーム・マイナス6%ホームページより

(1)-3-1):「チーム・マイナス6%」のロゴマーク及び名称の普及・定着への寄与～博報堂実績②～

- ④ 平成17年、ならびに平成18年の夏季期間中の「冷房温度を28℃」に設定。
- ⑤ これに伴い、男性社員に対して、夏季期間中の「COOL BIZ」を奨励。
- ⑥ 平成17年7月1日に、全社員に「チーム・マイナス6%」キャンペーンピンバッジを配布し、啓発を徹底。(2900人分)
- ⑦ 同時に、グループ企業である博報堂DYメディアパートナーズ他関係会社にもピンバッジを配布。(2300人分)
- ⑧ 「チーム・マイナス6%」ロゴマーク入りの名刺を全社員に配布。(@100枚×2900人＝全29万枚)
取引先企業に対して、博報堂の取組をアピールするとともに、「チーム・マイナス6%」への参加を呼びかけ。

名刺での記載例



キャンペーンピンバッジ



(1)-3-1):「チーム・マイナス6%」のロゴマーク及び名称の普及・定着への寄与～博報堂実績③～

- ⑨ 社内イントラネットのスクリーンセ이버を媒体化し、“冷房温度28℃の徹底”、“使用しない会議室の消灯の徹底”、“退社時のPCの電源OFFの徹底”を社内啓発。
- ⑩ 平成17年6月19日のライトダウンイベント「ブラックイルミネーション2005」、さらに継続して平成18年6月18日の同イベント「ブラックイルミネーション2006」にも企業参加し、当日20:00～22:00の2時間、博報堂の全フロアを消灯。
- ⑪ 冬季(平成17年12月1日～)の空調温度に関しては、機密性に優れたビルのため、そもそも暖房機能が無いことから、総務局がビル管理会社と協議・検討し、最もエネルギー消費量の少ない25℃を設定温度とし、全社に徹底。

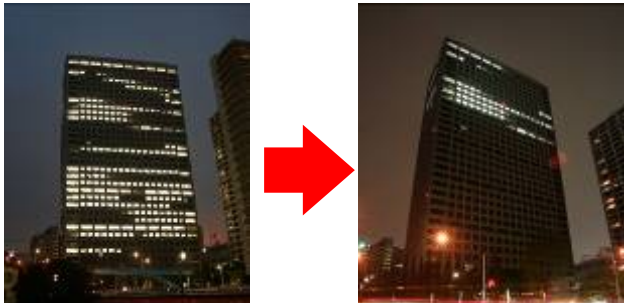
社内で掲出したポスター例



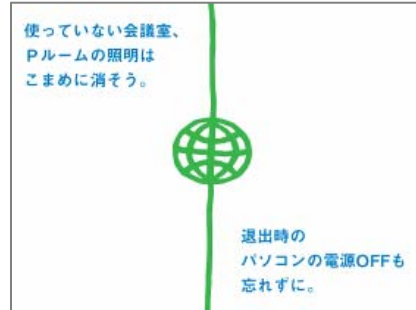
博報堂で実施したブラックイルミネーション



社内イントラネットで配布したスクリーンセ이버



※博報堂が入居している1～21階までの全フロアを消灯



■昨年度の活動の結果、博報堂本社ビルにおける平成17年度の電気使用量は前年度比で94.8%となりました。

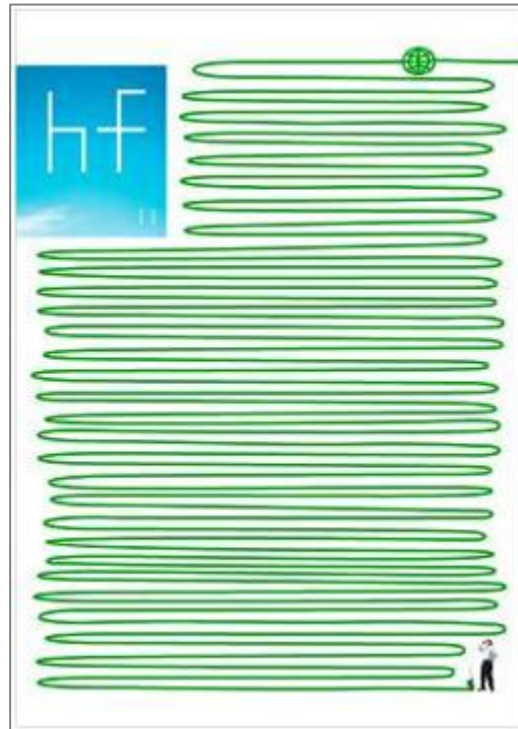
(1)-3-1):「チーム・マイナス6%」のロゴマーク及び名称の普及・定着への寄与～博報堂実績④～

- ⑫ 社員家族向け社内報「はくほうファミリー」を通じて、社員の家族にも啓発を実施。(2900世帯に配布)
特集タイトル「みんなで参加しよう、チーム・マイナス6%」(社員と家族から、家庭での省エネアイデアを募集・掲載)
- ⑬ 継続して平成18年度も、社内報「はくほうファミリー」を通じて、社員ならびに家族に啓発を実施。(2900世帯に配布)
特集タイトル「2年目のチーム・マイナス6%」
- ⑭ 博報堂本社のロビー受付に「クールビスでお越しくささい」ポスターを掲出し、取引先への普及・啓発を実施中。

社内報での啓発
(2005年・夏号)



社内報での啓発
(2006年・夏号)



本社ロビー受付の
ポスター掲出



今年も博報堂は
地球温暖化防止対策を
推進しています。 CoolBiz

博報堂
マネジメント戦略 (広報室・総務局)