

(1)-3-2):「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～博報堂クライアント実績～

業界名	呼び掛け企業・団体	呼び掛け数
通信・ISP	[Redacted Content]	
運輸		
小売・流通		
金融・保険		
その他の産業		

※個々の連携取組概要は「平成18年度前期迄の成果」を参照

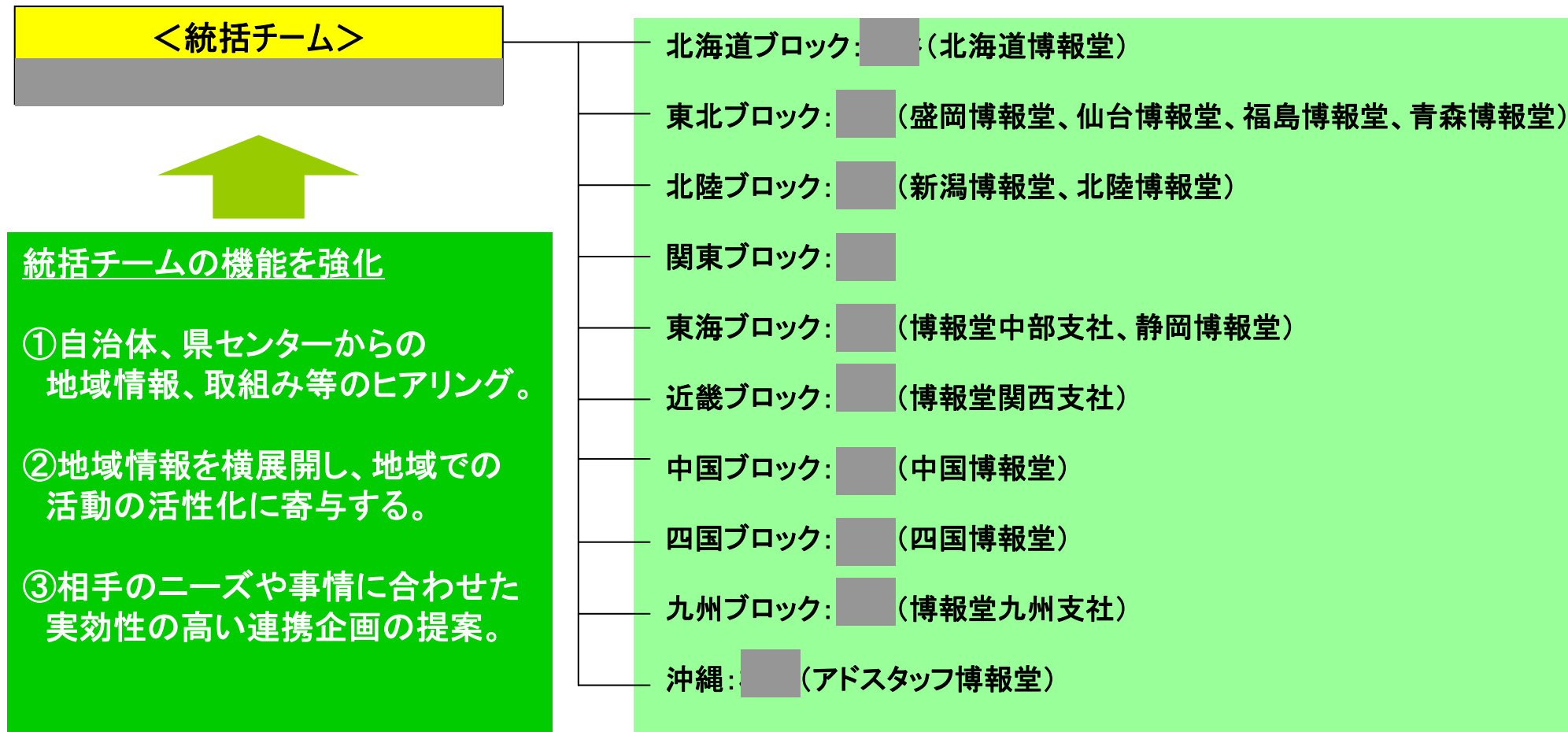
(1)-3-2):「チーム・マイナス6%」のロゴマーク及び名称の普及・定着への寄与～博報堂クライアント実績～

業界名	呼び掛け企業・団体	呼び掛け数
学校		
地方自治体		
県センター		
NGO・NPO		
その他団体		
合計		

※個々の連携取組概要は「平成18年度前期迄の成果」を参照

# (1)-4: 実施本部を強化するための施策① ～地方連携チーム～

地方連携統括チームのスタッフ拡充と機能強化を実施し、都道府県毎に状況把握を行い、実効性のある連携を目指します。博報堂の地域会社とも緊密に連携し、地域へのきめ細かい対応も可能とします。




# (1)-4: 実施本部を強化するための施策② ～メディア連携の強化～




メディア統括チームのスタッフ拡充と機能強化を実施し、各メディアや各種団体に状況把握を行い、実効性のある連携を目指します。

**メディアビジネスセンター**  
**<チーム・マイナス6%推進チーム>**

**【博報堂側担当】**

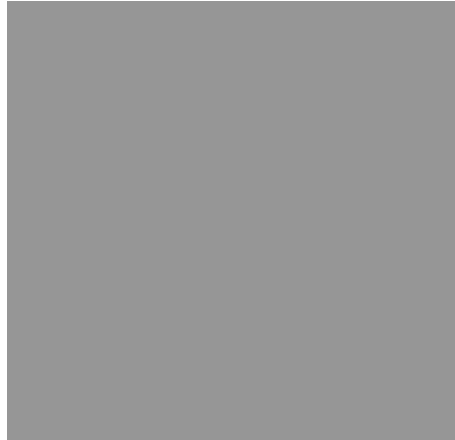
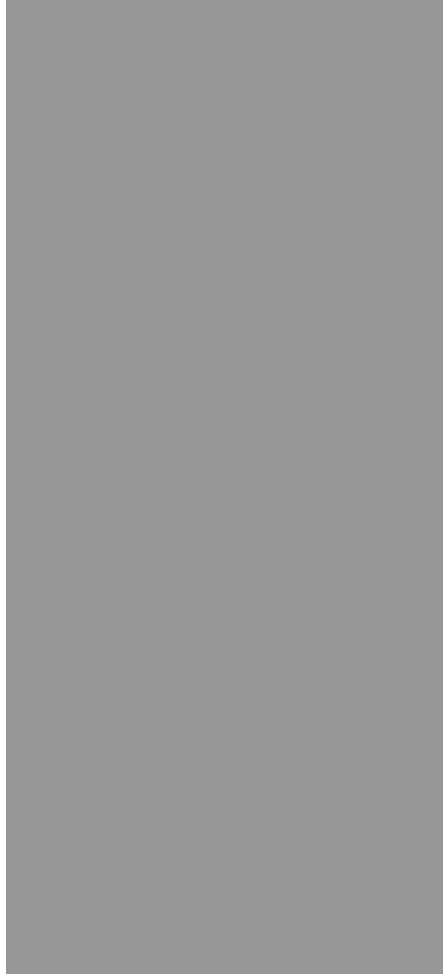


**【博報堂DYMP側担当】**



## (1)-4: 実施本部を強化するための施策② ～メディア連携の強化～

チーム・マイナス6%説明会を実施。メディア各社への連携協力依頼をスタート。その後、個別ミーティングを重ね、FACE TO FACEで熱意を伝え各エリアでのムーブメントの種蒔きをしてきました。後期は前期の成果をケーススタディとして示し、さらにこの熱意が伝播するよう新聞社、テレビ局のほか、ラジオ局への説明会を実施していきます。



説明会資料をマイバッグに入れて配布

## (1)-4: 実施本部を強化するための施策③ ～WEBの強化～

これまでに引き続き、チーム・マイナス6%WEBを下記の3点から強化します。

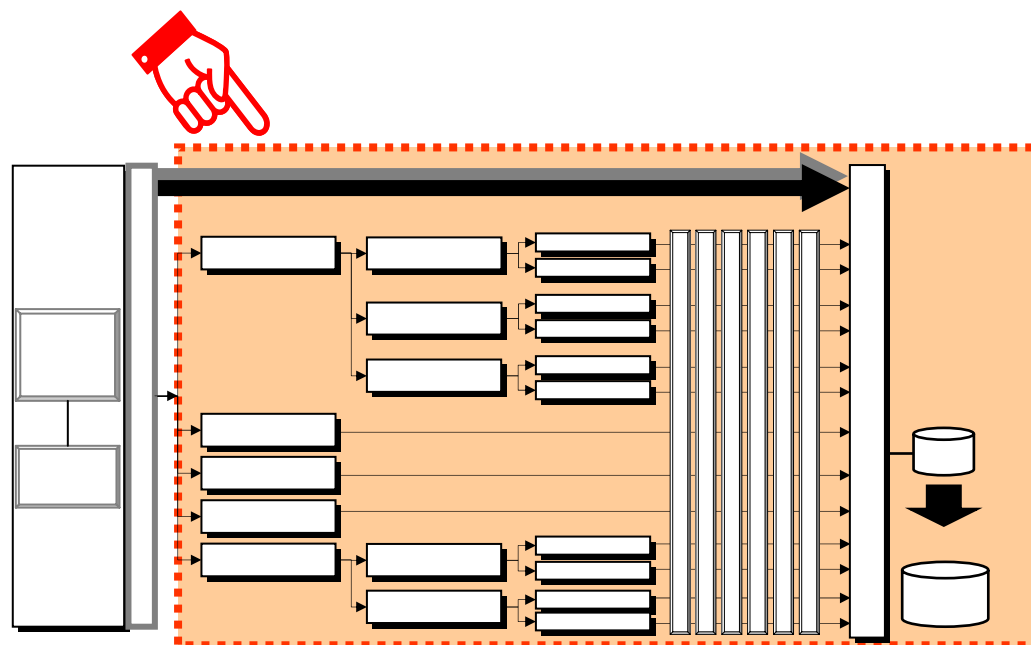
- **危機意識醸成 ⇒ 地球のレイヤーから地域・身体のレイヤーへ**  
地球温暖化防止を、より身近に、自分事化して意識してもらうために、語り口を地球規模から、地域、身体へのレイヤーへと移行していく
- **チーム員(企業・団体)との連携 ⇒ チーム員同士のコミュニケーション促進**  
チーム員である企業・団体・個人の活動の受け皿に加え、団体同士、チーム員同士が相互にコミュニケーションできる、WEB2.0環境を促進し、活動を自己増殖させる
- **100万人獲得 ⇒ デバイス機能の強化と拡大**  
地域毎のコンテンツと連携した登録の入り口、イベントとの連携を拡大するモバイルでの専用入り口など、デバイス機能の強化と拡大を促進

本体サイトのみならず、チーム・マイナス6%の広範なリンク網そのものが  
チーム・マイナス6%WEBサイトになっていく



国民運動の効果的かつ効率的な遂行が可能に

※詳細については、「WEBの強化・拡充」の項にて詳述。



## (2) これまでの国民運動事業の成果を踏まえた効率的・効果的な事業実施

～基本仕様書～

政府の地球温暖化対策推進本部において決定したロゴマーク及び「チーム・マイナス6%」の名称を使用し、下記①～④の国民運動事業を展開する。

- ① 国民に対して呼びかける具体的な地球温暖化防止について、別紙に掲げる「6つの取組」を基にして、効率的・効果的に普及啓発し行動に結びつける
- ② 地球温暖化の「健全な危機意識」を醸成するため、効率的かつ効果的な方法を検討し、実施する。
- ③ チーム員数を平成18年度中に100万人にするため、効率的かつ効果的な方法を検討し、実施する。
- ④ 経済界、労働組合、NPO、地方公共団体及び地球温暖化対策推進法に基づく全国センター、都道府県センター等幅広い関係者との連絡調整を行う

※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)