

その他の取組について



ふんわりアクセル
「eスタート」をしよう



チーム・マイナス6%

クルマは動かすからこそ、
ガソリンはエネルギーと言う。



蛇口をこまめにしめよう

チーム・マイナス6%

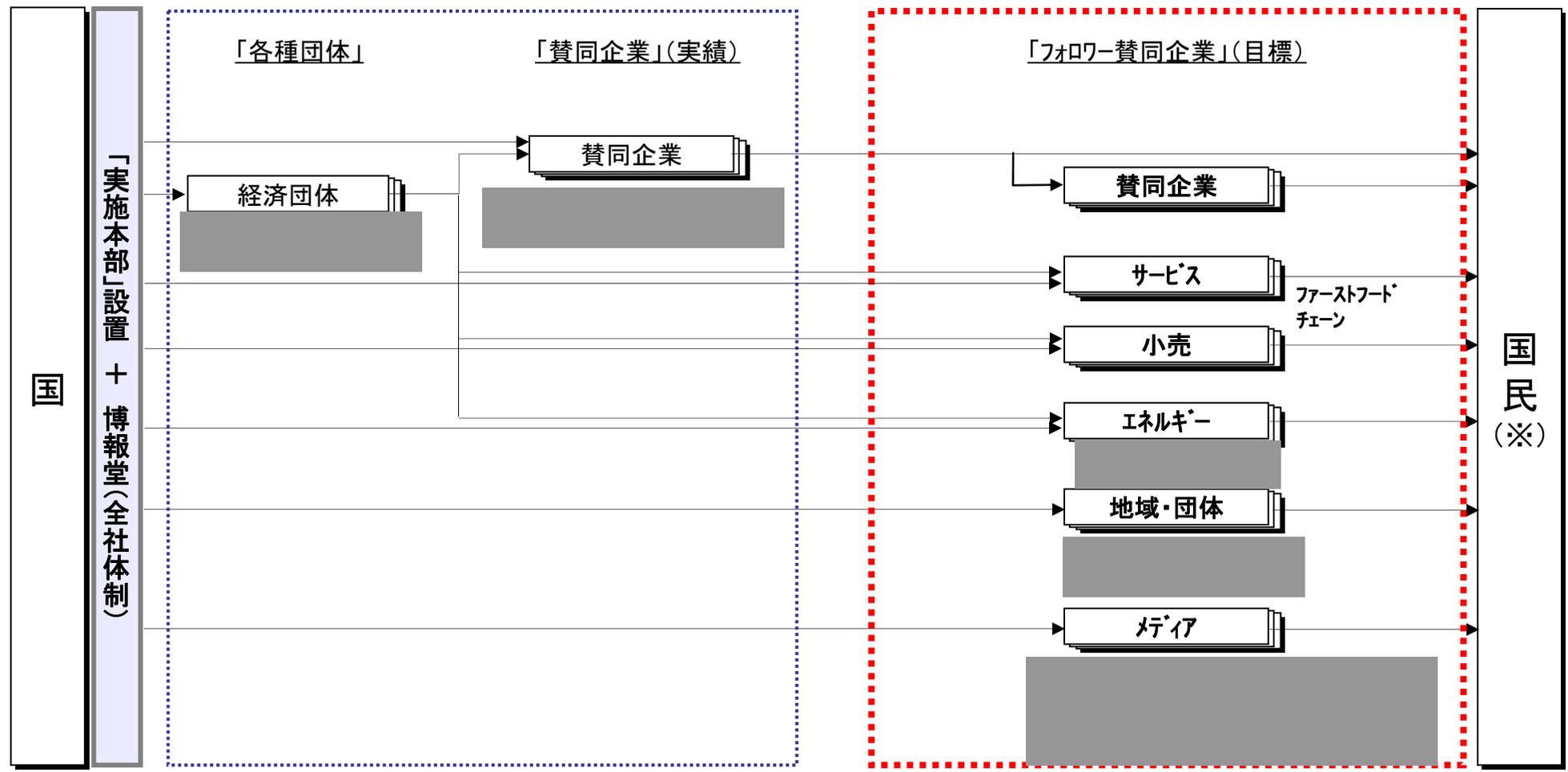


コンセントからこまめに抜こう

チーム・マイナス6%

その他取組における連携企業・団体の拡大

取組2、3、6では消費者のタッチポイントに近いサービス、小売業等を通して、消費者への温暖化防止行動の啓発を行います。



※ターゲットについてはイ(計画詳細の個別施策を参照

平成18年度前期迄に展開した領域
平成18年度後期までに既に連携準備のできている業界

凡例 ◎:企画詳細内容検討中
 ○:協力依頼済
 △:交渉準備中

			平成18年度							平成19年度					
			8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	
取組1 主要マイルストーン															
施策	連携先	進捗状況													
環境省主体事業(食水)															
適合広告事業 タイアップ															
①「水道利用を通じて温暖化を考えるチーム」を結成		△	交渉も含めた準備期間			①									
② [] との連携	小売店 ファーストフード レジャー施設	△	交渉も含めた準備期間			②									
③ 運輸会社をキードライバーにした気づき		○	交渉も含めた準備期間			③									
④ 時差出勤による渋滞の緩和	地方都市企業 工場 小売	△	交渉も含めた準備期間			④									
⑤ お米をおいしく食べよう運動	ガス会社 料理教室 料理雑誌	△	交渉も含めた準備期間			⑤									
⑥ []	マスコミ各位 各記者クラブ	△	交渉も含めた準備期間			⑥									
連携事業															
パブリシティ															

「WEBについて」



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

「WEBの強化・拡充」にあたって

- ・ チーム・マイナス6%のホームページは、数度のリニューアルを経て、今では“環境まわりのポータルサイト”としてそのポジションを確立しつつあります。頻繁な更新による高いリアルタイム性も、ポータルとしての信頼性獲得に貢献しているようです。
- ・ さて、本事業にとってのホームページは、活動の単なる告知媒体やチーム員登録を受け付ける“事業のプラットフォーム”というだけでなく、多岐に渡った連携事業を束ねる上での“運動のハブ（中心）”という重要な役割も持っています。PVを獲得することは重要ですが、当然ながら単に目立ったコンテンツとリンクが貼れば良いということではないはずです。
- ・ その観点に立って、博報堂はコンテンツの拡充とリンク拡大に努めるのはもちろん、地域単位のチーム員のアクションを可視化すること、そしてチーム員一人ひとりが発信しあうWEB2.0へ着手すること、この2つに注力し、連携事業の促進を加速させていきます。

通年のWEB戦略上の目的とは・・・？

WEB戦略上の目的は、下記三点である。(通年に渡る目標)

- ① 集客拡大 …… サイトPVをアップし、同時に回遊率も上げることが重要である。
- ② 深度と幅をアップ …… 温暖化防止情報の量や質、TM6やチーム員の活動情報の量や質をアップ。
- ③ 本気度アップ …… 温暖化防止活動の実践に繋がるようなコンテンツを掲載する。

現状の目的達成度を検証 ⇒ 下期の戦略

平成18年度
上期までに達成

- 温暖化防止情報、TM6やチーム員の活動情報は量も十分に、内容も整理されている。
- マイロク先生やスペシャルムービー、用語集など、温暖化防止に関するコンテンツも掲載。
- 温暖化防止に関する情報量があり、且つ内容が整理されて、PVや回遊率が上がった。

+

+

+

平成18年度
下期以降に
必要な戦略

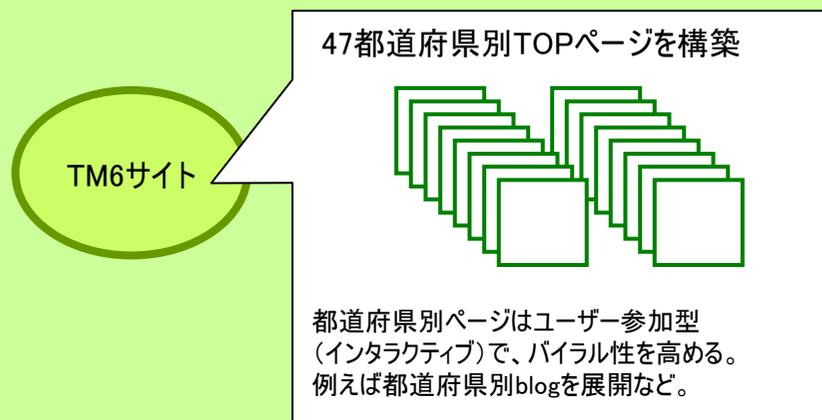
- 温暖化防止情報、TM6やチーム員の活動情報は量も十分に、内容も整理されているが…、
⇒ 更に情報の深度と幅をアップするため、今後は「地域の情報」を追加する。
- マイロク先生やスペシャルムービー、用語集など、温暖化防止コンテンツも掲載されているが…、
⇒ 今後は、更なる温暖化防止活動実践に繋がるように、「より身近に感じる情報」を掲載する。
⇒ 更に実践に繋がるようなコンテンツ拡充のため、外部関連サイトとのリンク強化も行う。
- 上記2点(深度と幅、本気度アップ)に留意することで、更にPVや回遊率を上げる。

平成18年度後期以降の戦略として

前頁に整理した目的 ①集客拡大 ②深度と幅をアップ ③本気度アップ をより達成するために、平成18年度下期以降の戦略として、下記二項目が重要と考える。

■ 戦略A より身近に感じる「地域情報」の追加

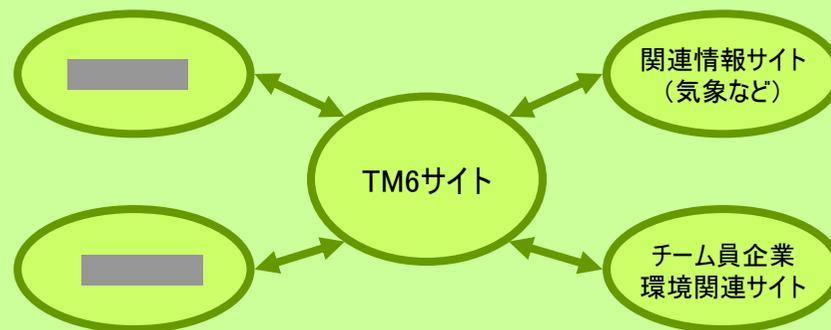
★温暖化情報を身近に感じ、危機意識を醸成するため、都道府県別サイトを新たに構築



旬のトピックスをネタに危機意識醸成
&ライフスタイルへの落とし込み
⇒温暖化防止生活も、夢のある生活と思わせることが必要

■ 戦略B 関連サイトとのリンク強化

★TM6が目指すサイトポジショニング
⇒温暖化防止情報のポータルサイトとして機能する。



環境サイトとしてポータル機能+ハブ機能の実装
＝関連サイトとのリンクを強化し、タッチポイント網を構築

更に

「科学的知見+タイムラグ」を理解させ、「-6%を達成可能とする方法」を浸透させ、「健全な危機意識の醸成」を行うため、地域ページや外部関連サイトから、ケータイ(PCからでも)などをツールとした温暖化防止啓発に必要な「情報源情報」を取得。