

チーム員企業

## 危機意識映像の拡充と上映タッチポイントの拡大

チームプレーヤー

チーム員企業

ターゲット

温暖化意識の薄い人々

共感ポイント

身近な動物に対する親近感から  
問題に気付く

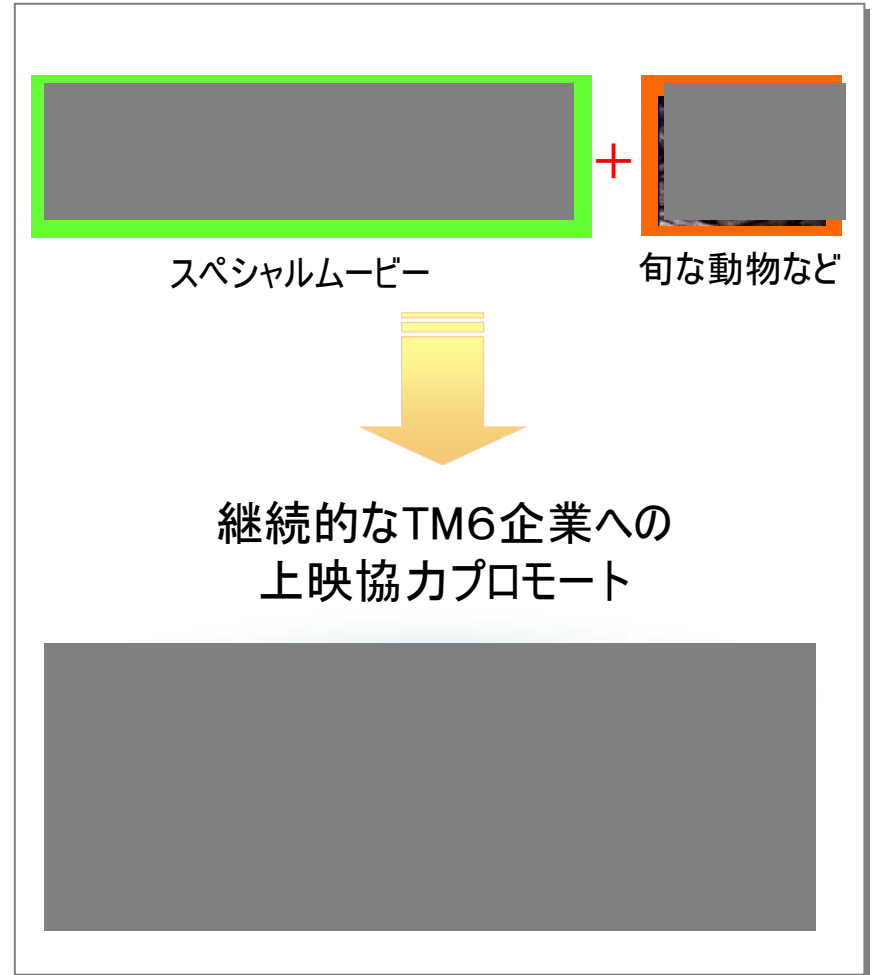
アクション

前期にも各地で上映した「地球温暖化問題を訴える映像」を新規スペシャルムービーとして制作します。

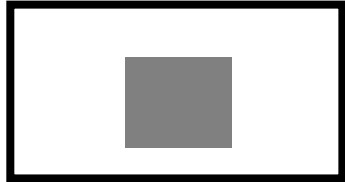
制作した映像素材に関しましては、チーム・マイナス6%チーム員企業に継続的にプロモートを実施し、上映機会の拡大を図ります。

レスポンス  
(削減量／登録数)

危機意識の醸成  
チーム員登録数の増加



## 環境活動放送人大賞



チームプレーヤー

／テレビ各局

ターゲット

マスコミ関係者

共感ポイント

環境問題の重要性

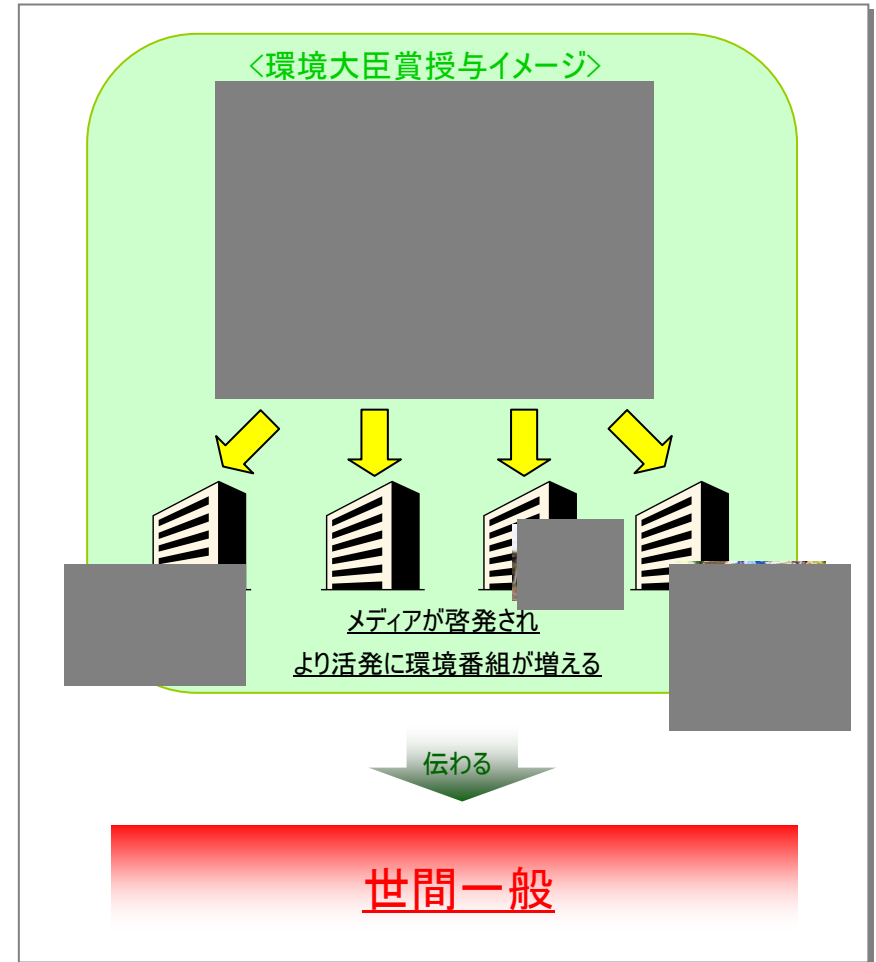
アクション

民放テレビ局で、優れた環境に関する取り組みや、環境問題をテーマにした番組などを、の協力でノミネートしチーム・マイナス6%が入選作品を選定。地道な行動や良質な番組をより多く懸賞最優秀作品には環境大臣賞を授与。

これはメディアがテコとなって各地で環境活動の啓発を推進するきっかけとしていく。

レスポンス  
(削減量／登録数)

メディアがテコとなった活動  
危機意識の醸成。  
チーム員登録者数の増加



チーム・マイナス6%  
運営事務局  
独自企画

# 富士山の展望台で「地球温暖化による異変の現状」を [ ]内で訴えかける

チームプレーヤー

テレビ局／チーム・マイナス6%

ターゲット

家庭

共感ポイント

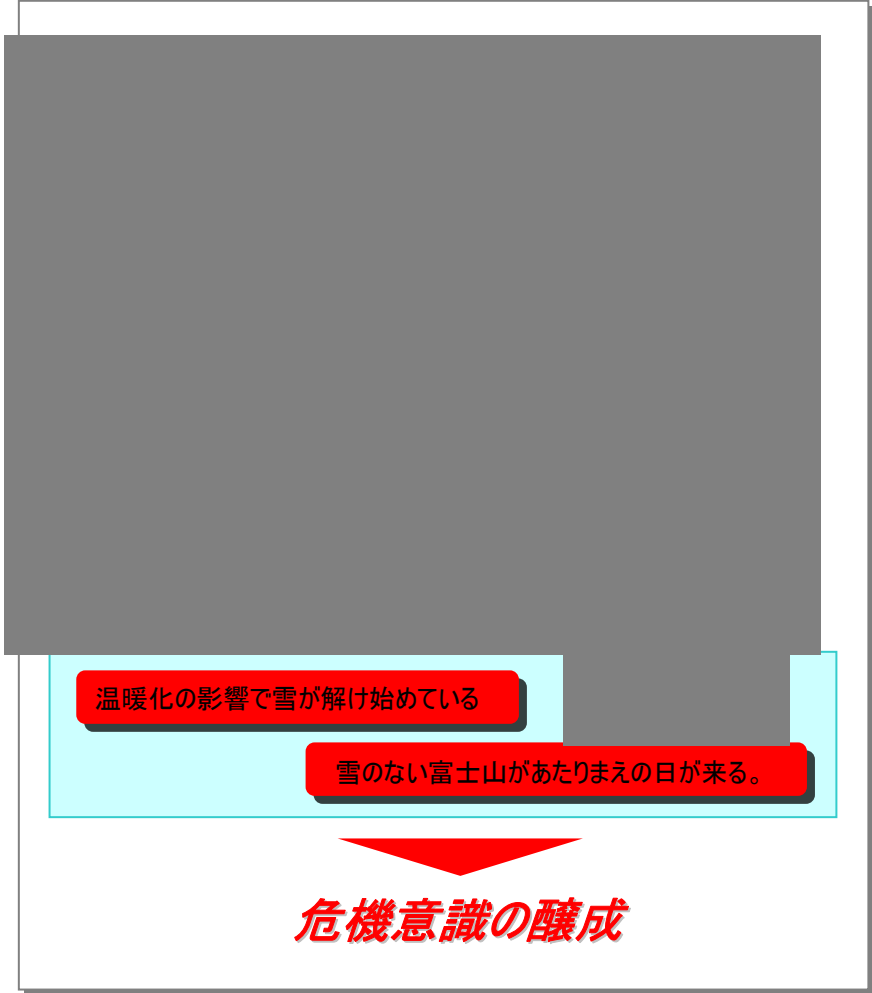
温暖化現象は将来の話ではなく今の問題

アクション

甲信越に数多くする富士山展望台にて「地球温暖化の影響で富士山の雪が解け始めている」「雪のない富士山が当たり前になる日が来る」など、科学的根拠に基づいた情報を [ ] の番組内で紹介。  
  
1年を振り返るこの時期と富士山がキレイだと思う瞬間に危機意識を醸成することで切迫感と具体行動の必要性を喚起する。

レスポンス  
(削減量／登録数)

危機意識の醸成。  
マイロクの露出拡大。



## ブレインショック演出を活用した 日本水没マップによる危機意識醸成コンテンツ

チームプレーヤー

TM6WEBサイト

ターゲット

科学高関心層

共感ポイント

温暖化現象は将来の話ではなく今の問題

アクション

スペシャルコンテンツとして、日本水没マップを活用した危機意識醸成ムービー（ネット専用のFLASHムービーも検討）を設置。

平均気温が上昇することで、自分達の住んでいる場所が無くなるかもしれない、という事実を映像という直接的なメッセージとして伝え、危機意識を醸成。

レスポンス  
（削減量／登録数）

危機意識の醸成  
チーム員登録者数の増加

ブレインショックとは・・・

- ・バラエティ番組等で人気の右脳開発向けのプログラムをベースとしたクイズ。
- ・1枚の写真が時間の経過とともに1箇所変わっていきその場所をあてる。

演出方法は逆ブレインショック？

本来はわかりにくく写真が変わっていくのがブレインショックであるが、このコンテンツは直接的なショックを伝えるために明確に変わっていく演出とし、最後に危機意識を醸成させるメッセージ「あなたのふるさと、大切な人を守るために今からはじめてみませんか」を表示、また、バイラル性を担保する為、友人へ通知機能も検討

現在の地図



※地図は全国各水没エリア版を開発、より多くのユーザーに対し  
危機意識を醸成



## とのコラボレーション

チームプレーヤー



ターゲット

お天気情報視聴者

共感ポイント

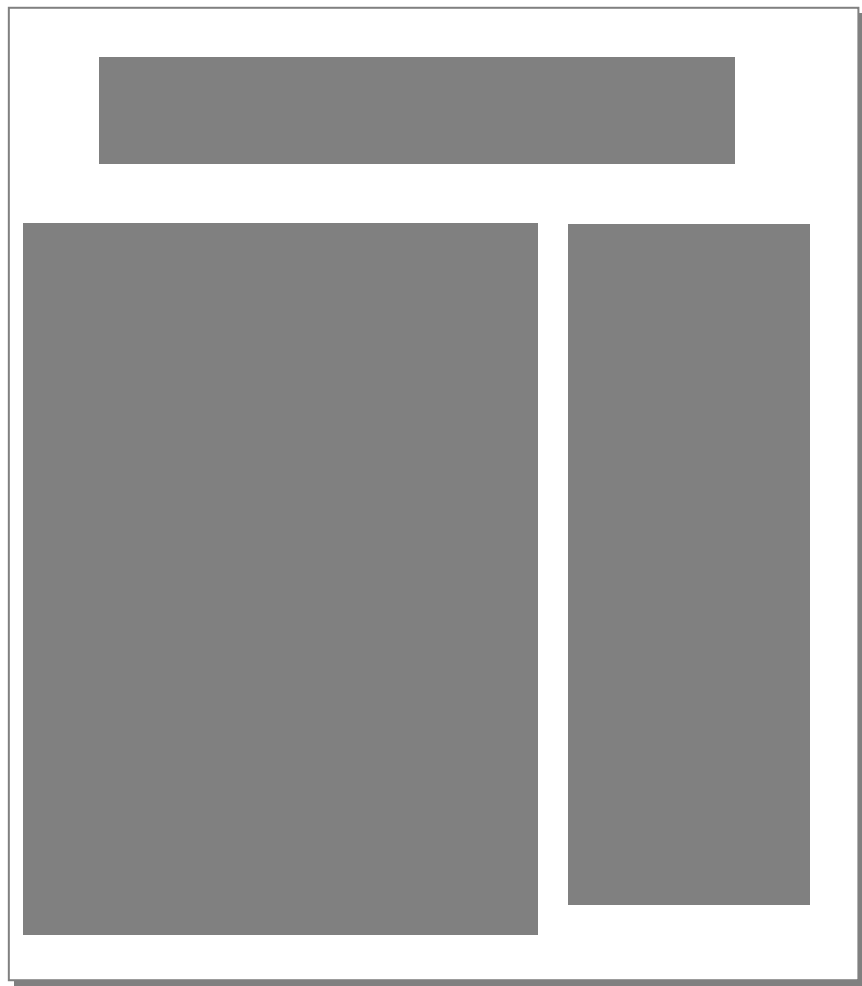
身近な動物に対する親近感から  
問題に気付く

アクション

現在、[ ]が展開している携帯電話サイト「[ ]」等の会員を行っている様々なプロジェクトを共同プロジェクトとし推進。  
環境マインドの高い会員に対し、直接、アプローチが可能となり、かつ、プロジェクトで得られる情報の共有化が可能となります。

レスポンス  
(削減量/登録数)

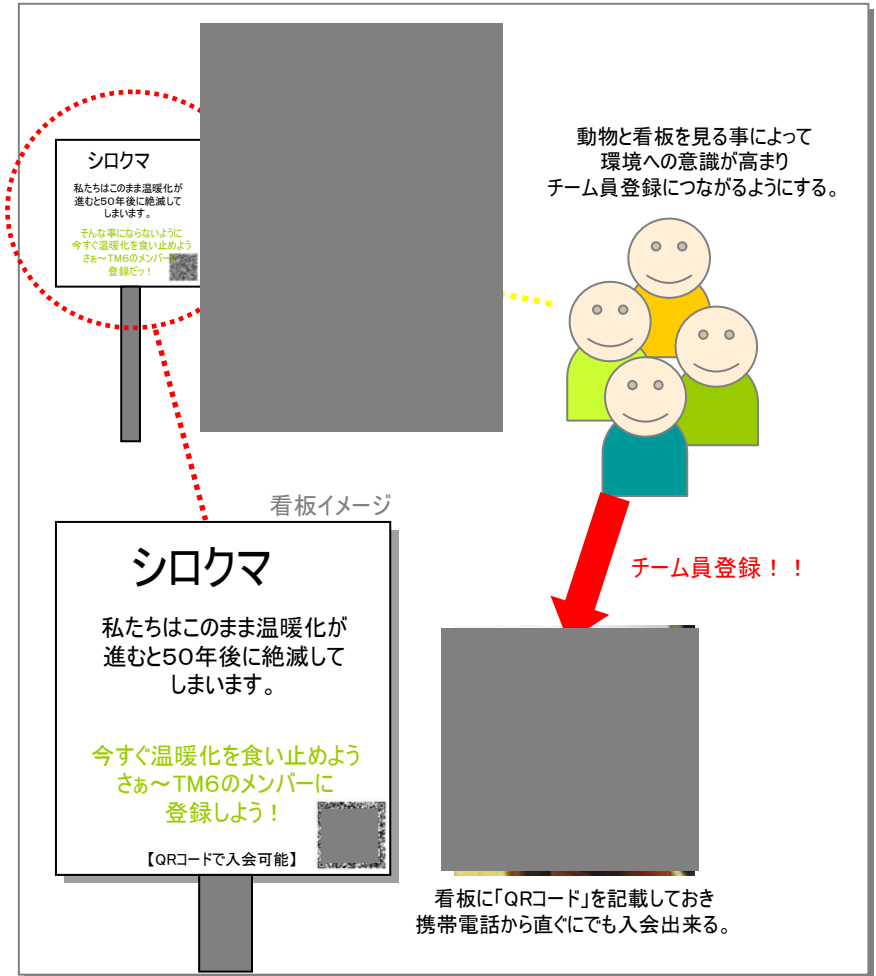
タッチポイント網の形成。  
チーム員登録者数の増加



## 「動物園」で危機意識醸成を図る ～動物が困っています～



チームプレーヤー	動物園
ターゲット	来園者
共感ポイント	身近な動物を見る事で危機感をあおる
アクション	温暖化現象の影響を受けやすい動物の檻の前で、温暖化が進むと、そこにいる動物が絶滅してしまうという事を展示する。 また、絶滅危機の看板に「チーム・マイナス6%」の告知も記載しておき、携帯を使用してその場で「チーム員」の会員になれるようにする。
レスポンス (削減量／登録数)	チーム員登録数の増加



TM6事務局  
独自企画

## 「うたとおどり」を通したマイロク啓発

チームプレーヤー

全国の幼稚園、保育園


ターゲット

各地域の幼稚園児、父母

共感ポイント

温暖化現象は将来の話ではなく今の問題

アクション

名古屋地域で知られている「」  
や「ストップ・ザ・温暖化・たいそう」などの環  
境ソングを更に普及させる。

幼稚園やイベントで展開してもらい、その事実を  
テレビ、新聞などのメディアで取り上げてもらう。

①各都道府県の  にアプローチして、  
お遊戯に取り入れてもらう。⇒ 父母への浸透

②各プロ野球・Jリーグなどでマスコット、チアリー  
ダーに歌い、踊ってもらう。

③ 

レスポンス  
(削減量／登録数)

危機意識の醸成。  
アクション活性化。

♪ストップ・ザ・温暖化・たいそう♪