



リアルマイロク先生派遣

チームプレーヤー

地域学校

ターゲット

小学生、中学生

共感ポイント

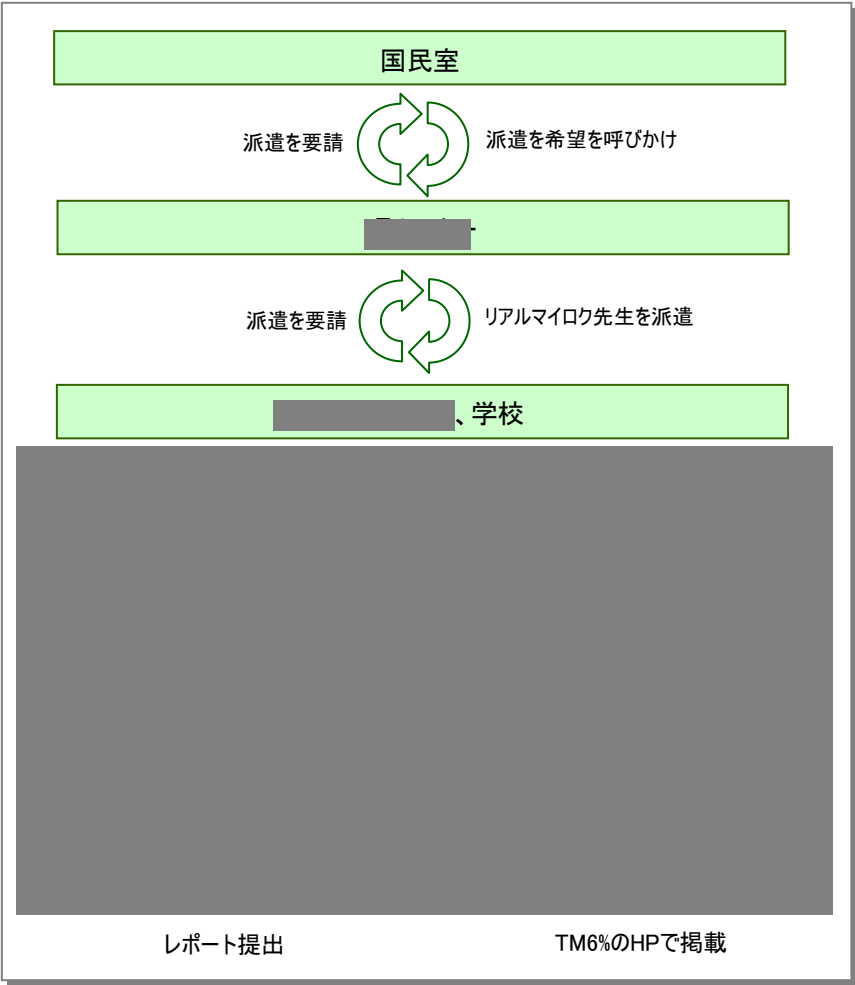
温暖化現象は将来の話ではなく今の問題

アクション

- リアルマイロク先生による「地球温暖化防止についての派遣授業」をパッケージ化。
- 国民室から[]呼びかけをし、派遣を希望する県センターを募る。(先着順とし、10~15県に派遣)
- []は地元の[]会もしくは学校と連携し派遣授業を実施。
- 授業を受けた子供たちには宿題として、親子で自分の家庭で出来る地球温暖化活動を考えレポートを提出してもらう。
- レポートは、チーム・マイナス6%のHP上で掲載し、子供たちが地球温暖化防止の取り組みを拡げていることをアピールする。

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。



カレンダーメーカー

エコ・カレンダーの制作

チームプレーヤー

チーム員各企業、各団体

ターゲット

企業、団体、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
自分でも何か出来るんだ感
何をすれば良いのか分かりやすく解説

アクション

毎年自社カレンダーを制作しているチーム員企業に「エコ啓発TIPS」などを盛り込んでもらえるよう交渉。

更には、カレンダーに「エコライフ・チェック・シート」や「環境家計簿」などを織り込み各企業、各家庭への啓発を行う。

レスポンス
(削減量／登録数)

家庭での環境活動実践数の増加

〈通常の会社カレンダー〉



+ 温暖化防止啓発情報



〈温暖化防止啓発情報を盛り込んだ会社カレンダー〉



取次会社
出版社 書店
一般企業

環境の本を売る ～「エコ読」フェア主要書店で開催～

チームプレーヤー

／出版各社／書店／

ターゲット

小、中学生

共感ポイント

温暖化現象は将来の話ではなく今の問題
誰でもCO₂削減できる
何をすれば良いのか分かりやすく解説

アクション

■専門書より枠を広げて、環境関連書籍を100冊、選定委員がセレクト。チーム・マイナス6%編集の小冊子を開発し、選定本と小冊子を全国数千店の書店に、書店取次より配本。

■このスキームについての支援企業を募り、書店をメディアとしたCSR活動としての新聞、書店POP、葉等でチーム・マイナス6%と企業とのタイアッププロモーションを行う。

■候補タイアップ先  照明メーカー……「エコ球」で「エコ読」

レスポンス
(削減量／登録数)

書籍購入者の10%がチーム員
 $100冊 \times 3000店 \times 販売20\% \times 10\% = 6千人$

【書店での販売展開イメージ】

<売場イメージ>



<小冊子イメージ>

<書籍帯イメージ>





子供番組と連携した 地球温暖化防止啓発ソングの開発

チームプレーヤー



ターゲット

未就学児童及びその家族

アクション

と連携し、
未就学児童向けの地球温暖化防止啓発の
歌(及びダンス)を開発。

- 夕方の子供向け番組内で、全国の幼稚園に出向き、園児達と番組キャラクターが地球温暖化防止啓発ソングを歌い踊る模様を放映。
- 同時に、全国の幼稚園にDVDを配布し、幼稚園のお遊戯や催し物での活用を呼びかける。
- また、連動したWEBコンテンツを公開

レスポンス
(削減量／登録数)

全国の未就学児童のいる家庭での、
CO₂削減活動実践。



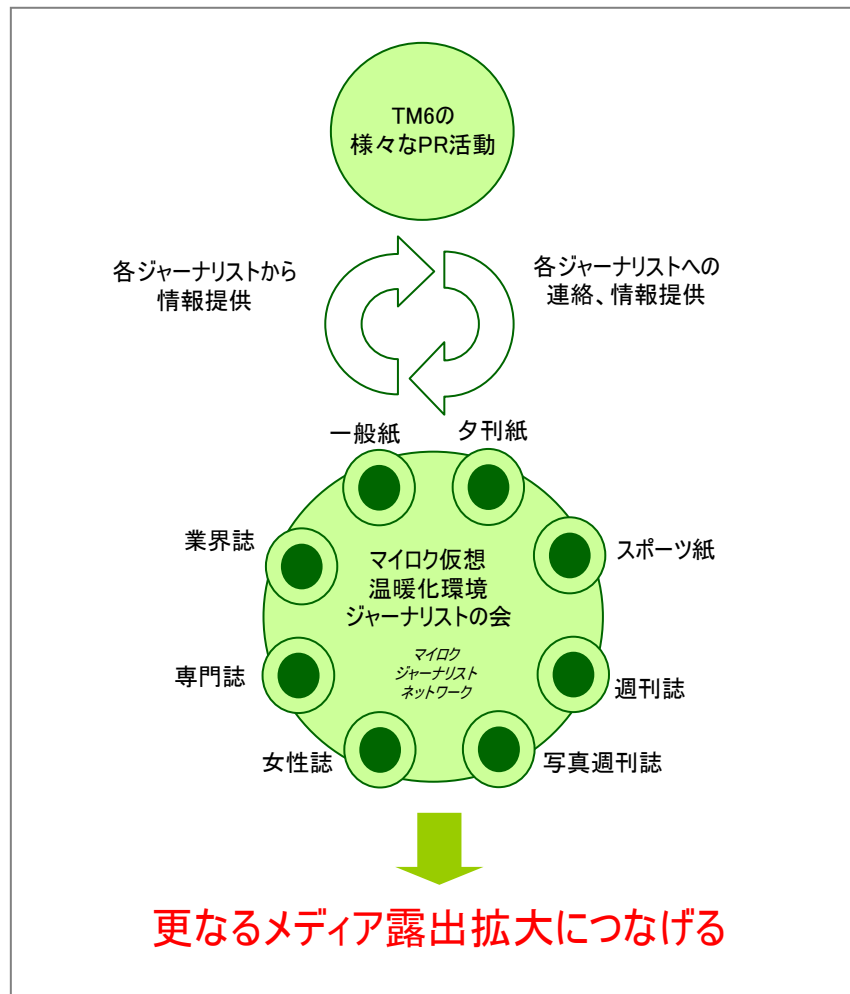
<想定番組>

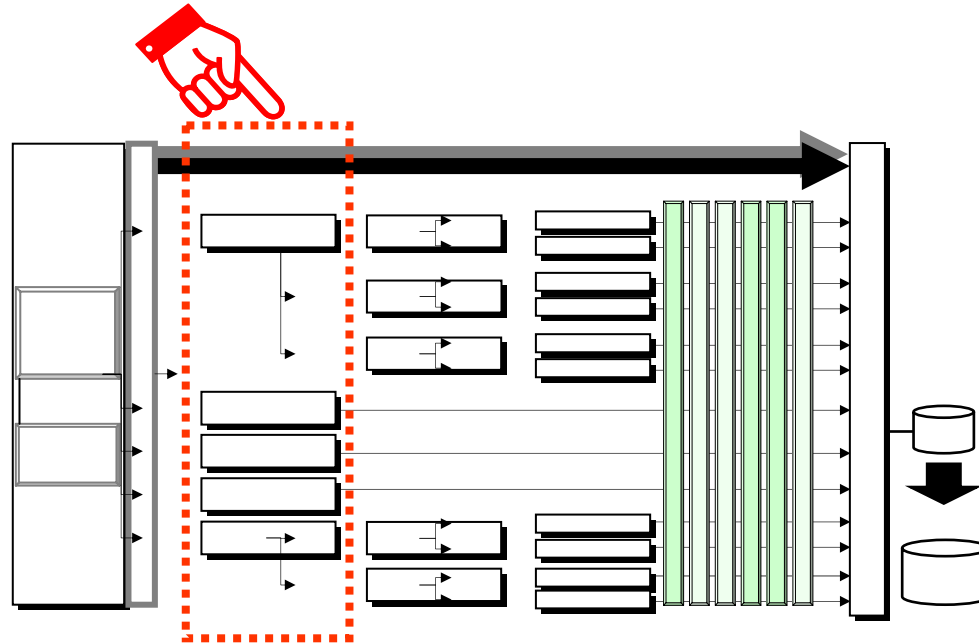


チーム・マイナス6%
運営事務局
独自企画

マイロクをウォッチしているメディアとの連携を更に強化 マイロク仮想温暖化環境ジャーナリストの会 ～「マイロクジャーナリストネットワーク」～の立ち上げ

チームプレーヤー	チーム・マイナス6%運営事務局
ターゲット	ジャーナリスト
共感ポイント	自分達でも何(報道)が出来る
アクション	<p>マイロクに興味、関心を持っている全国のメディアと関係をより深め、温暖化に関する情報の連絡ネットワークを築く。</p> <p>TM6からの情報発信だけでなく、メディアのジャーナリストからの情報提供など相互的で、しかも持続、継続性を持たせる。</p> <p>通常中央では取り上げられないような各地域での取り組みや温暖化の影響などをマイロクが取り上げて全国に発信し、情報を共有する。</p>
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。





「団体との更なる連携」について

計画詳細篇

連携先のニーズや課題、状況を正確に把握した上での
相互にメリットのある「コンテンツ開発」と、「仕組みづくり」に関するノウハウの確立

連携先の選定

率先主義に基づいて連携先を選定する

能動性・自発性

+

- 地球温暖化防止活動に対して、先進性がある、もしくは潜在的なニーズがある
- 波及効果の期待がある（トップアプローチが効く、ルートメディアとして機能する等）
- CO₂削減のアクションに近い人々で構成

継続的なオリエンテーション・ワーキンググループ・ヒアリング

連携相手のニーズや課題、状況を把握、共有

Phase-1. コンテンツ開発

相互にメリットのある
コンテンツの開発

Phase-2. 連携の仕組みづくり

政府+連携団体+関連団体、国民が
WIN WIN WINとなる連携構造づくり

「国民の行動喚起」の拡大する効果的な連携のノウハウの確立