

と連携

お正月別刷り企画「ふるさと新聞」展開 & 「Discover! ECO Life」フォーラムを5地区で開催

チームプレーヤー

ターゲット

共感ポイント

アクション

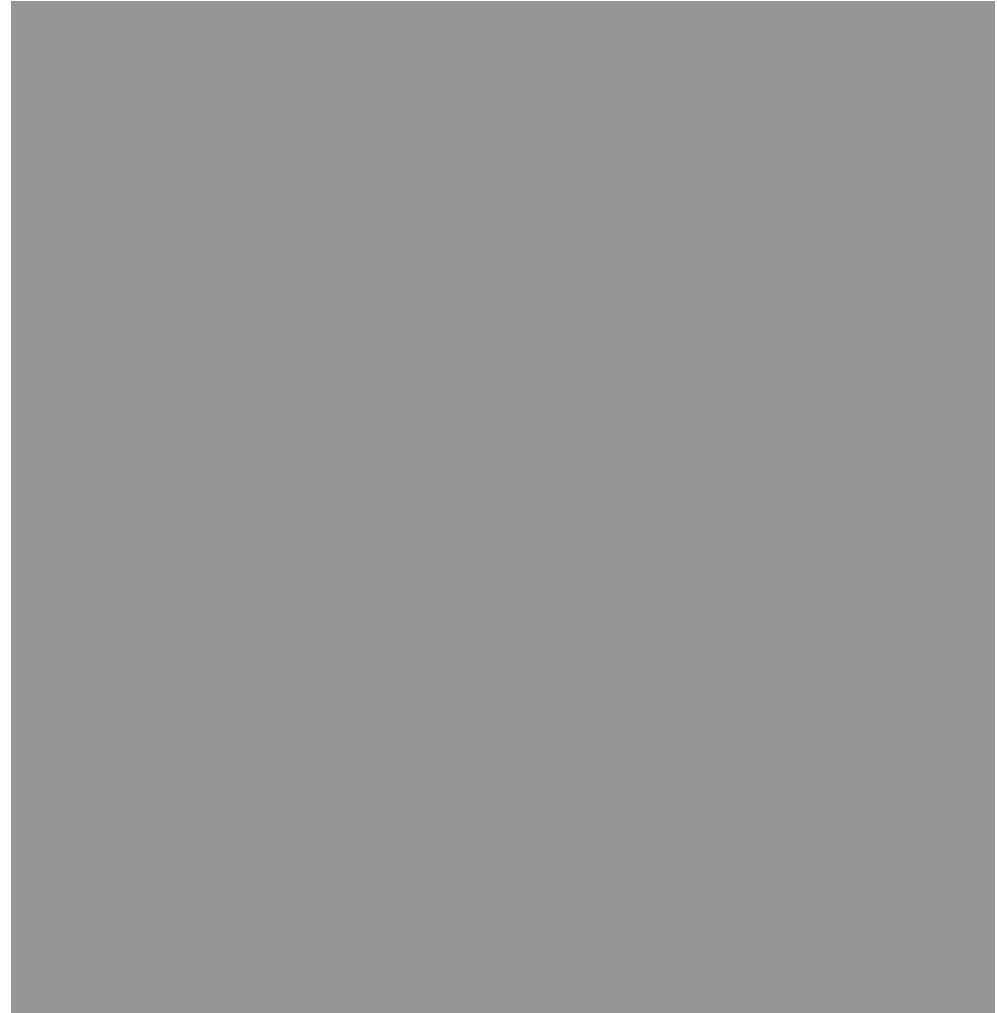
レスポンス
(削減量/登録数)

中高年層

地域色豊かな温暖化の取組が顕在化

10年続いている [] チーム・マイナス6%企画として実施。様々な生活の知恵、ふるさとの知恵を [] の総力で収集。さらに年末には、生活の知恵やふるさとの知恵を伝えるフォーラムを、地元ゆかりの人物などのディスカッションとして全国5ヶ所で開催。このフォーラムの様も「ふるさと新聞」のコンテンツとして展開する。

Discover! ECO Lifeの提案
チーム員宣言の促進



各県のタウン情報誌との連携 ～エコライフをテーマとした フリーペーパーの発行～

各県の
タウン情報誌

チームプレーヤー

ターゲット

アクション

レスポンス
(削減量／登録数)

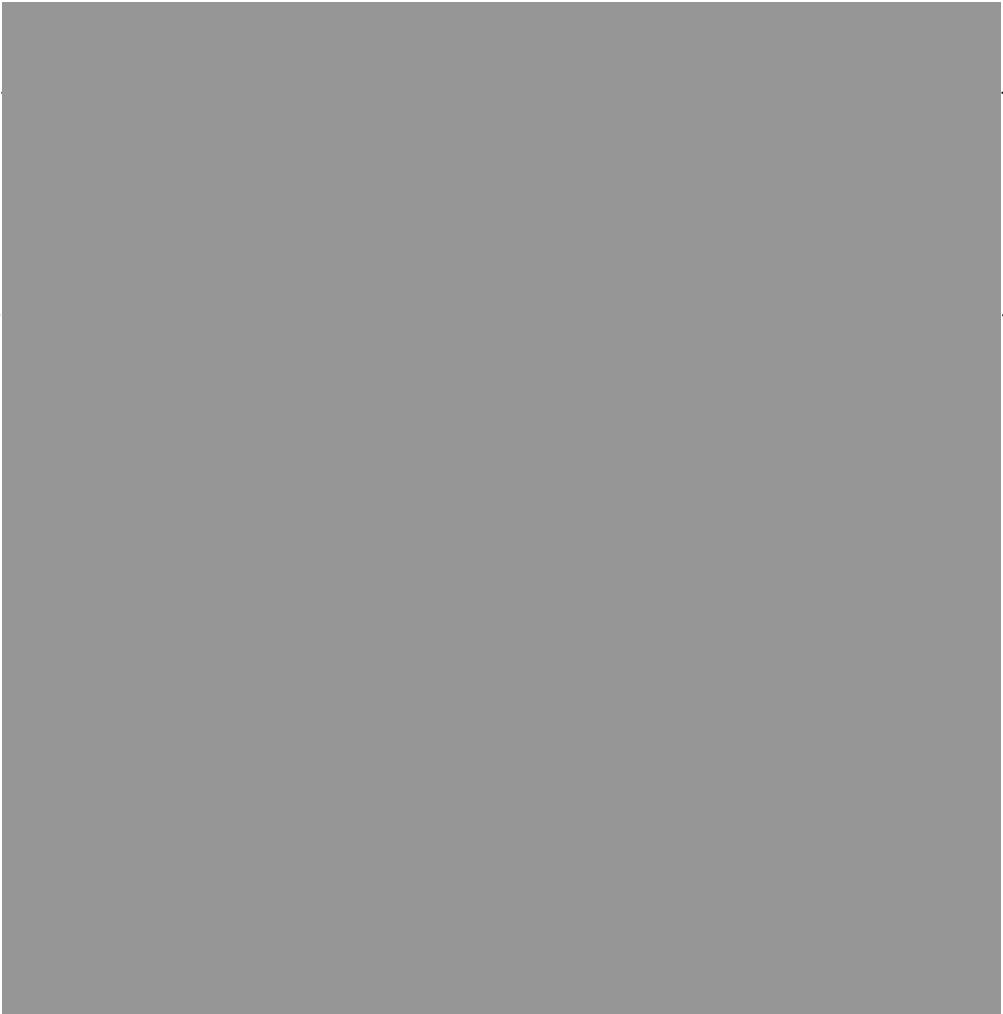
及び各県のタウン情報誌

各県単位の地元在住若年層

を通じて、全国のタウン情報誌にエコライフをテーマにした季刊フリーペーパーの発行を呼びかけ地元で信頼の厚いタウン情報誌のメディア力による若年層の危機意識啓発を狙う。

- 各タウン情報誌にエコライフをテーマにしたフリーペーパーの発行を呼びかけ。(実施の意思があり、最終的に自力でフリーペーパーを継続できる出版社と組む)
- 各出版社は地元企業からの広告収入でフリーペーパーを発行することを基本にしながらも、初期においてはTM6%が広告を出稿することにより、出版社をサポートする。

・地元若年層への危機意識の醸成



との連携

「地球を守ろう！ サッカーが好きな僕／私の環境アクション」

チームプレーヤー

ターゲット

サッカーファン

共感ポイント

サッカーの連帯感を温暖化防止でも共有

アクション

選手出演のリレーメッセージCMを制作。

さらにスタジアムを訪れる子供たちに環境をテーマにした作文、絵画、写真を募集し、多くの賞を設定、

から表彰するなど、選手とファンが一体となった展開を実施。

これらの活動をタブロイドに編集して3月の開幕時に全スタジアムで配布する。

レスポンス
(削減量／登録数)

ホームタウンの子供達が夢と共に
自分の出来ることを環境意識を高める。
(応募者＝チーム員)



との連携

チームプレーヤー

チーム・マイナス6%参加企業



ターゲット

若者／カップル

共感ポイント

温暖化防止とムードな夜をカップルで共有

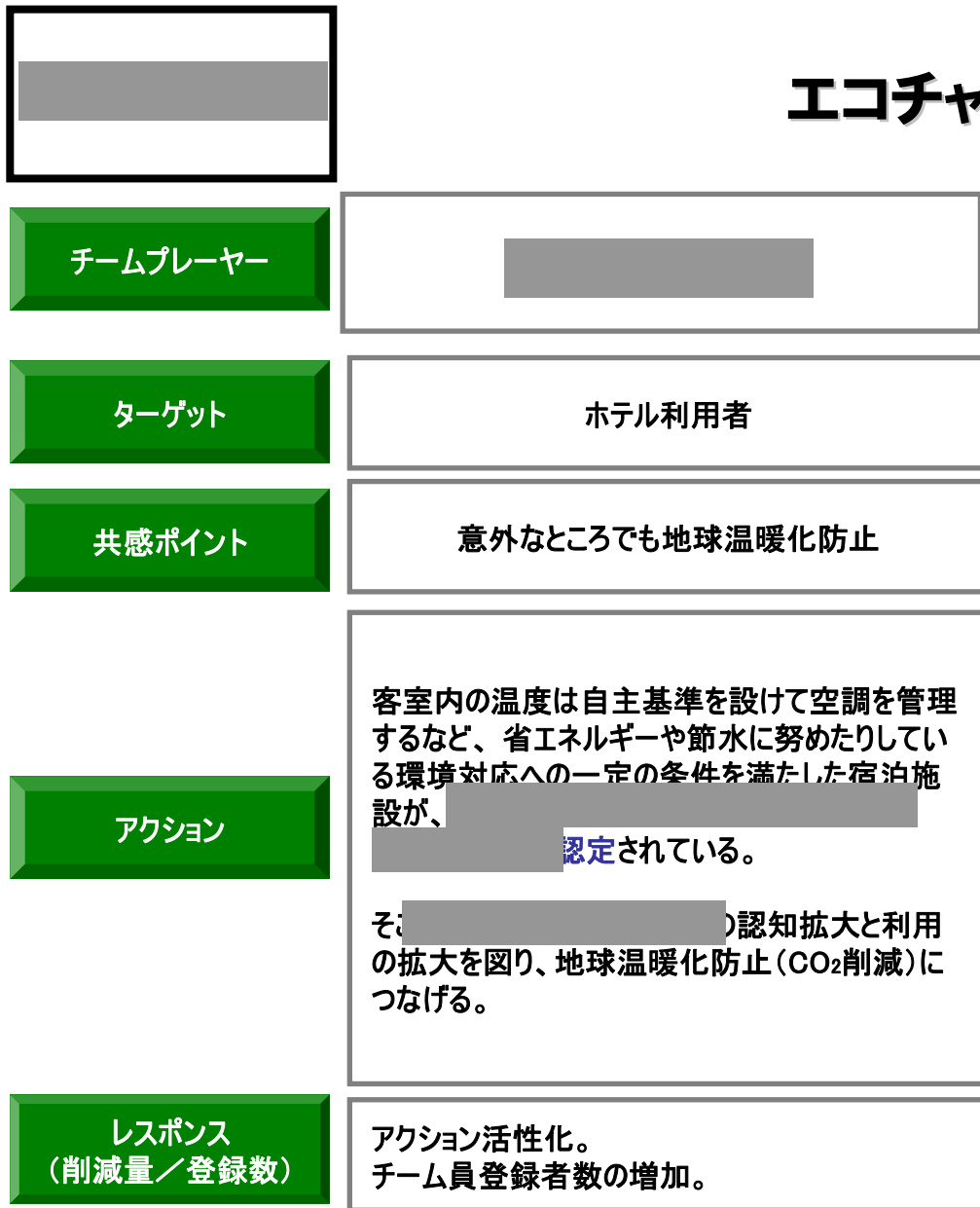
アクション

エコアベニュー宣言をしている表参道があえてイルミネーションを点灯することで環境を語る企画。この灯りは、排出権購入や樺会の店舗がウォーム Biz活動をする事でCO₂を削減、カーボンオフセットすることで点灯していることをアピールし、京都メカニズムについて訪れる人々に実感してもらうもの。また、を活用してメッセージを発信、（壁面）・アストロビジョンなどの表参道の主要スポットと連動したイベントを実施する。

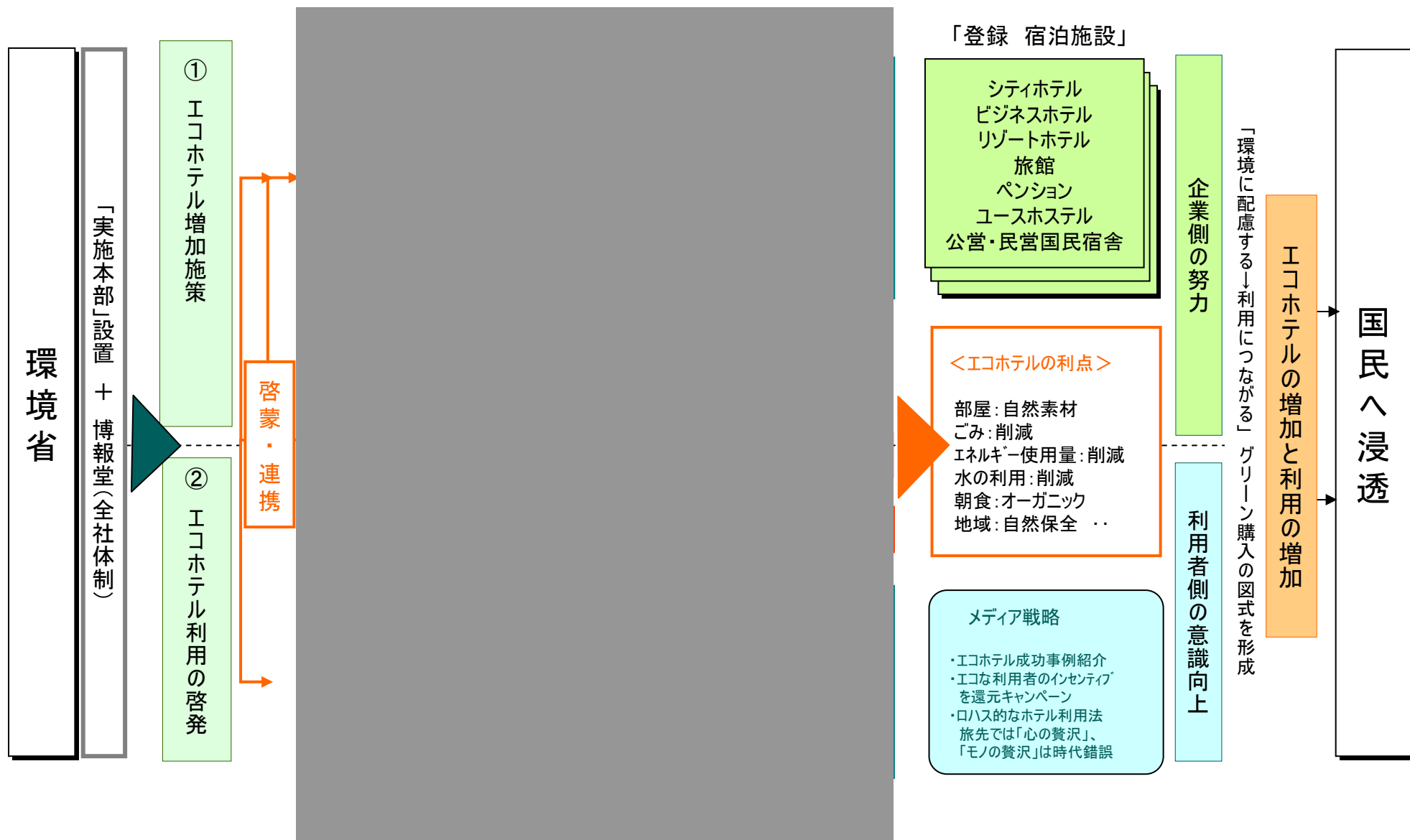
レスポンス
(削減量／登録数)

京都メカニズムの理解促進
チーム員宣言促進

エコチャレンジ ホテルの普及



普及の構図



と連携

と連携

チームプレーヤー

ターゲット

共感ポイント

アクション

レスポンス
(削減量／登録数)

買い物客

生活者に近い場所での温暖化防止

「WARM BIZ」の展開要請実施予定。

・ふろしきをはじめとする、「スマートラッピング」
運動推進の実施要請。

・各百貨店のポスター掲示スペースにおける、
普及啓発ポスター掲出の協力依頼。

6つのアクションでCO₂削減
ポスター掲出による危機意識醸成