

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)

モータースポーツに興味のある学生

クルマ好きのクルマでできる温暖化防止

・エコドライブ教室への講師派遣。

エコドライブで、CO₂削減

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)

親子

キャラクターの世界観を通じたメッセージ

を様々な地域に巡回展開予定。

- ・各地域で展示会に来た方をチーム員とする。
- ・パッケージ化されている展示会を地域に展開することで、予算的にも安価にでき、且つ展示できた各地域で温暖化防止活動を更に活性化させることが可能となる。

展示会での危機意識醸成
チーム員獲得施策

地方へ巡回展示を実施！

と連携

と連携

と連携

チームプレーヤー

ターゲット

私立大学／学生

共感ポイント

トップダウンアプローチによる波及効果

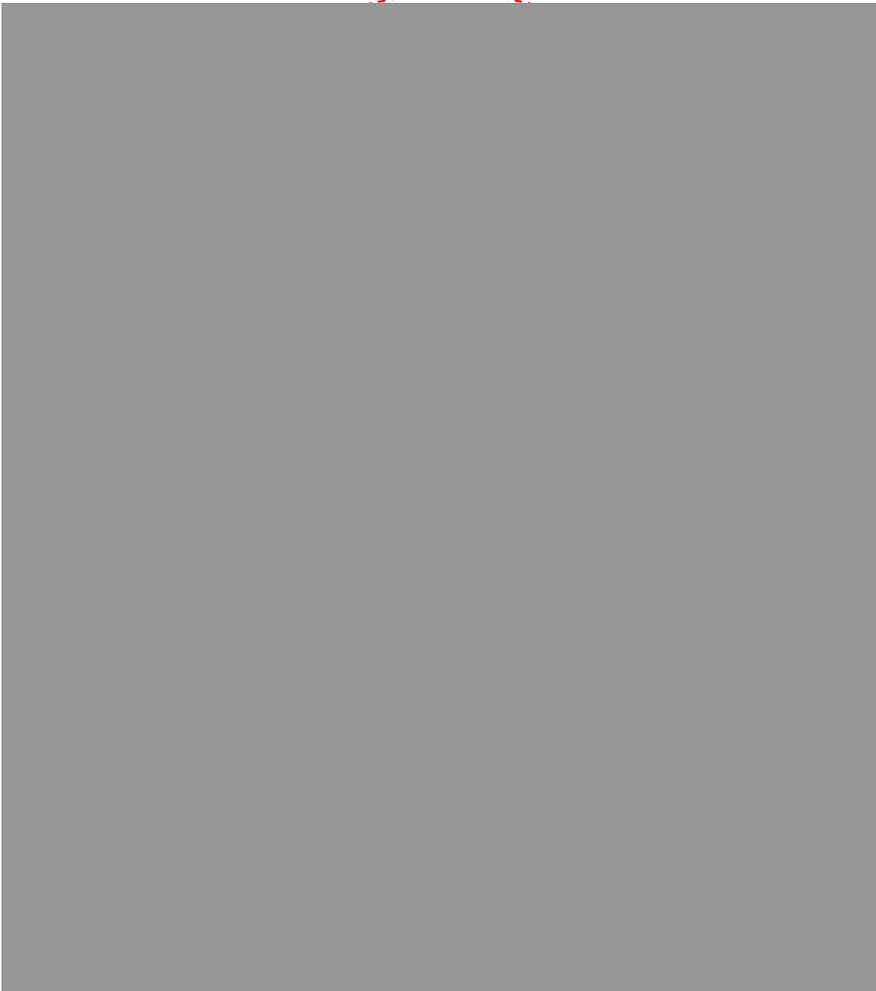
アクション

- ・チーム員となった大学は、学生に対して温暖化防止啓発活動を実施。
⇒ 学生もチーム員となる。

チーム員
となった大学に関して、取材を実施。

レスポンス
(削減量／登録数)

大学のチーム員化
チーム員獲得施策



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

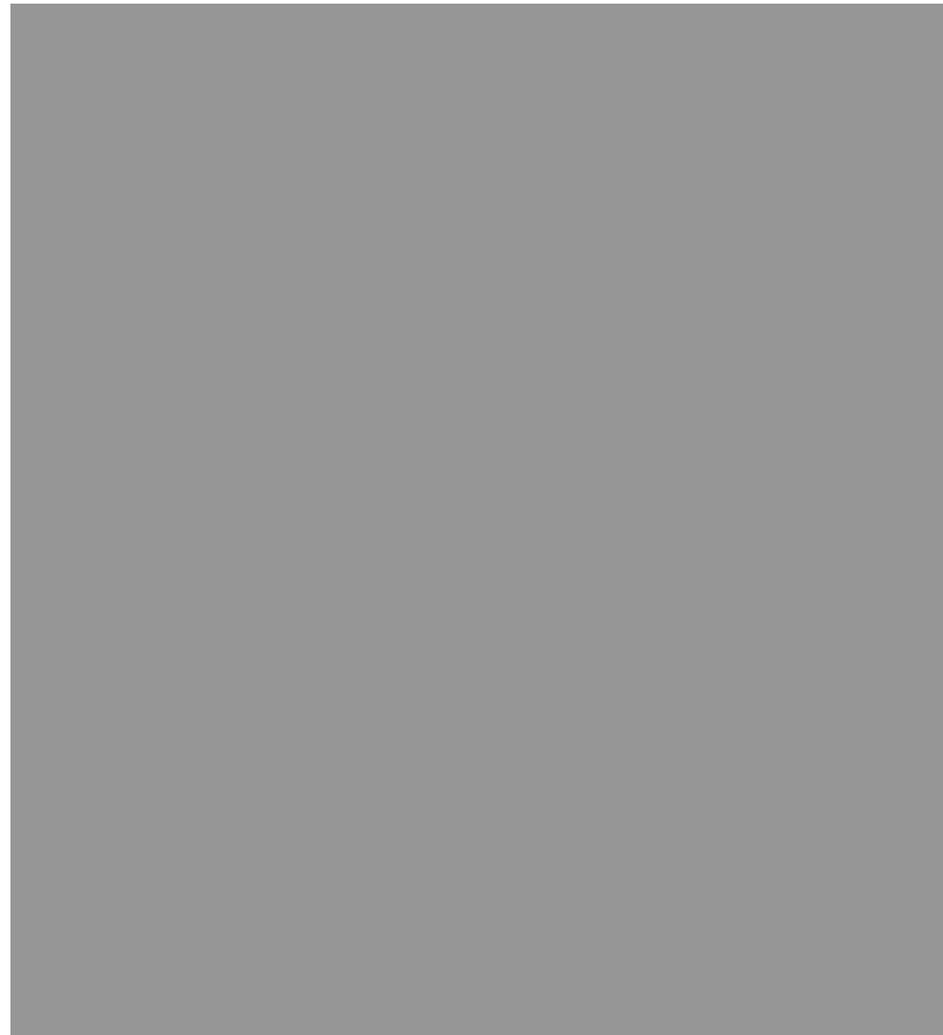
レスポンス
(削減量／登録数)

自然愛好家

温暖化問題が自分事になる人で構成
されているため、アクションに繋がる

・同時に、集会された方に対し、チーム員獲得
施策を実施。

危機意識醸成
チーム員獲得施策



学生と連携

学生と連携

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)

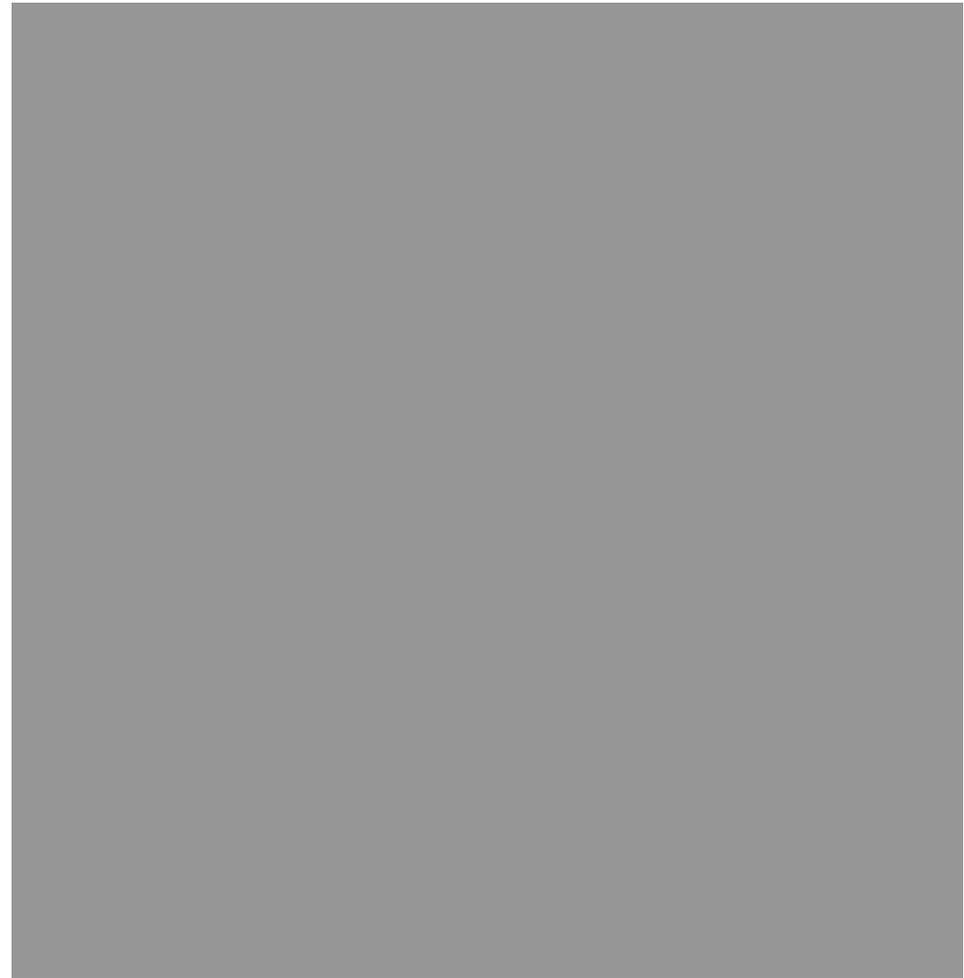
大学生

実績ある能動的な団体との連携
優良コンテンツを多く保有
ルートメディアとして機能

・[] 発信の、大学学園祭で地球温暖化防止の啓発やエコライフ推進呼びかけのイベントを実施。

・また、地球温暖化防止月間(12月)に地域通貨の一種である「[]」を配布を開始し、[] 商店会などで使用できるようにする、等企画。

温暖化防止啓発活動



チーム〇〇商店街 ～地球規模で考えて、商店街で活動する～



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)



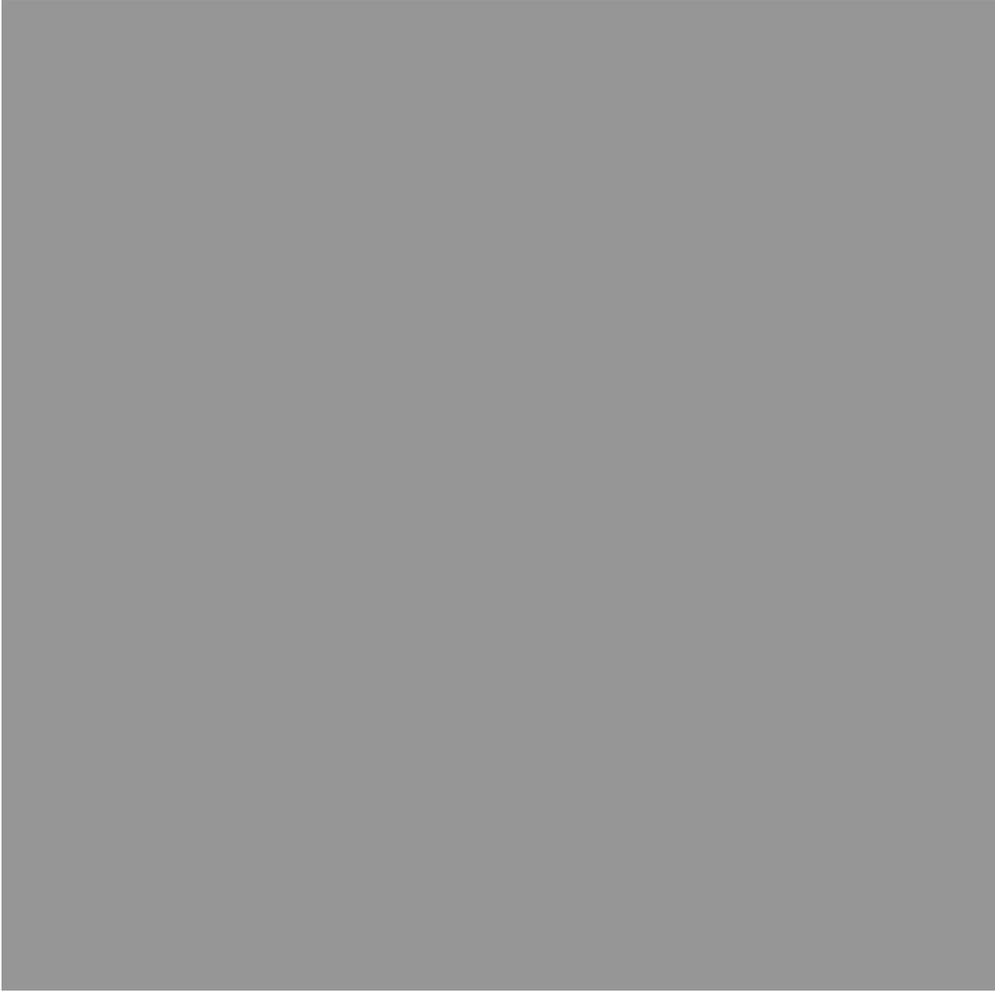
買い物客

各地の特色を生かした温暖化防止
コンテンツの作成が可能

■チーム〇〇県との連動
コミュニティーを盛り上げる1つのネタとして
地球温暖化防止活動を勧める。

■人が動いている感
チーム〇〇県にて人が動いている感を出すため
に実際に人が集まって地球温暖化防止活
動する場所として。

・地域の宣言スキームの促進



雑誌「広告」
との連携

マスメディア業界誌「広告」による チーム・マイナス6%活動媒体社・担当者 応募コラム・特集

チームプレーヤー

雑誌「広告」
チーム員媒体社

ターゲット

全国・各地域の媒体社、担当者

共感ポイント

スポークスマンとなる人たちへの
啓発と行動喚起につながる

アクション

環境省の取組みを理解し、意気を感じ啓発活動
を率先して活動してくれた媒体社及び担当者
にフォーカスを当てて記事化する。

他媒体社の方々に、チーム・マイナス6%の先行
事例を提示し、水平展開を促進する。

レスポンス
(削減量／登録数)

各地域別に特化した媒体社企画の増加

