

可視化
行動化

リアルタイム電力削減生番組

チームプレーヤー

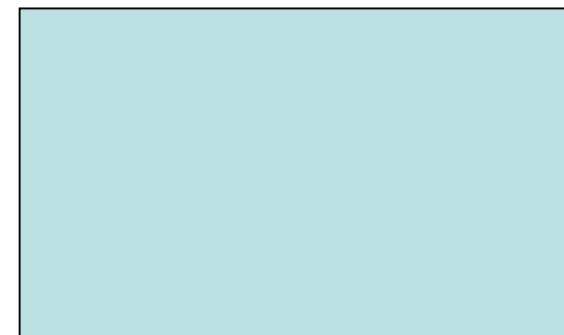
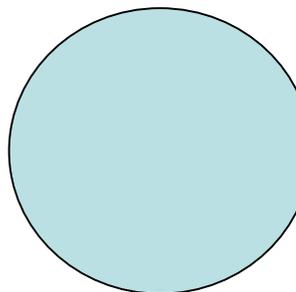
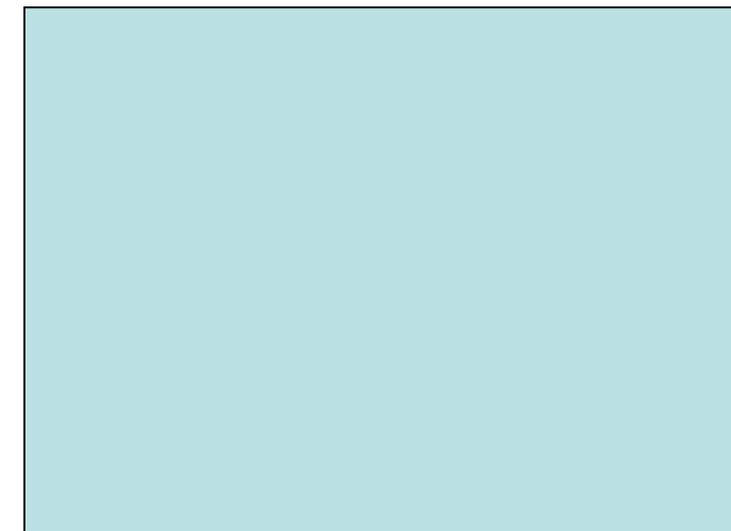
テレビ局／電力会社

ターゲット

主婦・OL

アクション

テレビや
テレビなどの大型生放送番組とコラボレーションし番組内で、ひとりひとりのアクションによるCO₂削減効果をリアルタイムで可視化する。



Ⅲ.(6)「健全な危機意識の醸成」について



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

自分事化
可視化
行動化

「」の主題歌
「」のプロモーション

チームプレーヤー

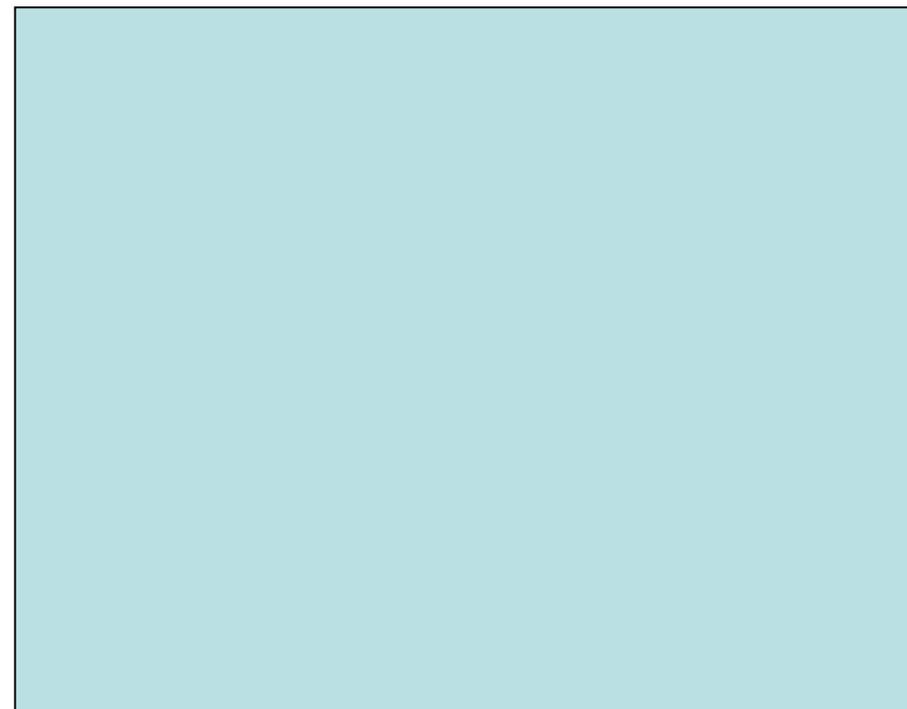
マスメディア

ターゲット

ビジネスマン

アクション

映画「」の主題歌をマスメディア・ラジオDJに展開。「地球温暖化を止め、明るい未来のために、一人ひとりが立ち上がろう」というメッセージを添えて、訴求していく。



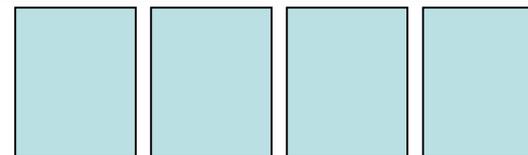
自分事化
可視化
行動化

「」

チームプレーヤー

お天気コーナーでの情報配信

既連携メンバー

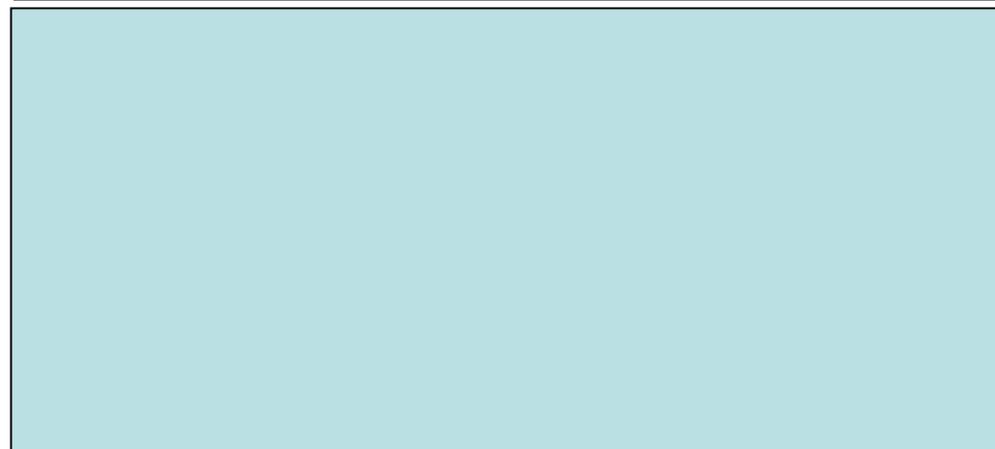


ターゲット

主婦・シニア・子供

: /
 : / :

CO₂排出量予測を可視化（アイコン化）



アクション

お天気キャスターとの連携や から全国のメディアへの情報配信により、テレビ局のお天気コーナーで CO₂排出量予測を配信。排出量 日に をアイコンとして「CO₂警報」を出し協力を呼びかける。温暖化の影響や対策情報も併せて放送。

自分事化

プレスツアー「」

チームプレーヤー

、 他

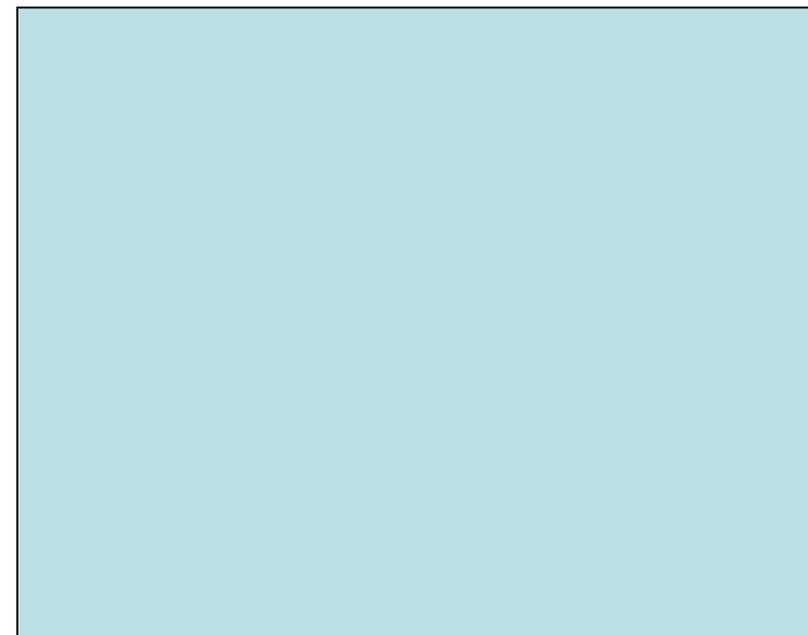
ターゲット

マスコミ、発信力のある有力NPO

アクション

つくば市にある研究施設を活用し、最悪のシナリオ「2016年+1.5度」を体験するマスコミ発表会を行う。

- ・4次報告書の概要
- ・大型降雨体験
- ・食料輸入が半減したランチ体験
- ・感染症の媒介虫の観察
- ・海面上昇体験 など



可視化
行動化

チームプレーヤー

テレビ局

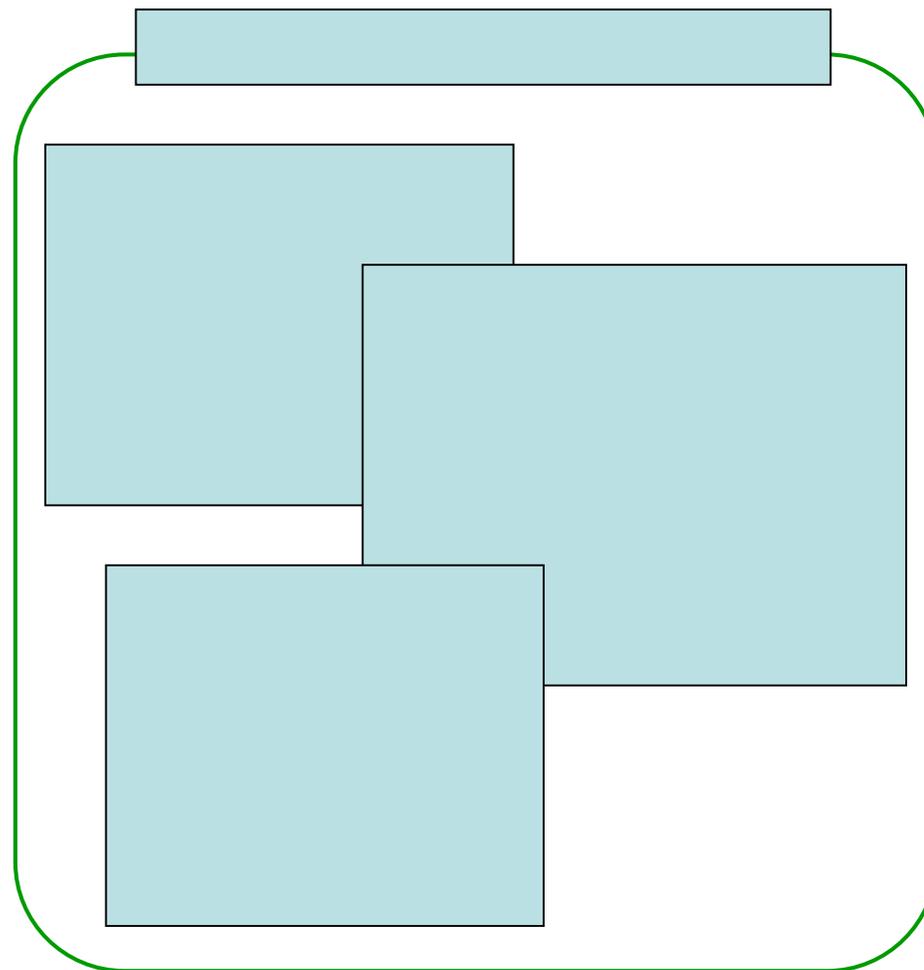
ターゲット

主婦・子供

アクション

テレビ番組でチーム員や賛同企業の活動を紹介。
身近な温暖化情報やうちエコ！情報を発信。番組HPで視聴者の環境宣言（環境アクション）を回収。その効果が可視化できるような仕組みをつくる。企業の環境活動や、エコに取り組む人の生活を紹介する。

「」番組



自分事化
可視化

理科

「地球温暖化を体験の巻」

チームプレーヤー



ターゲット

学生・子供・OL

アクション

番組「」にて地球温暖化による影響として、豪雨を体験する。
で150mmの雨を体験。

地球温暖化による降雨量の増加について、メカニズムの解説と簡単な実験を行う。

自分事化

ニッポンの「今」を残そう！ 2007年のニッポンの情景・フォトコンテスト

チームプレーヤー

_____ / _____
(カメラ業界)

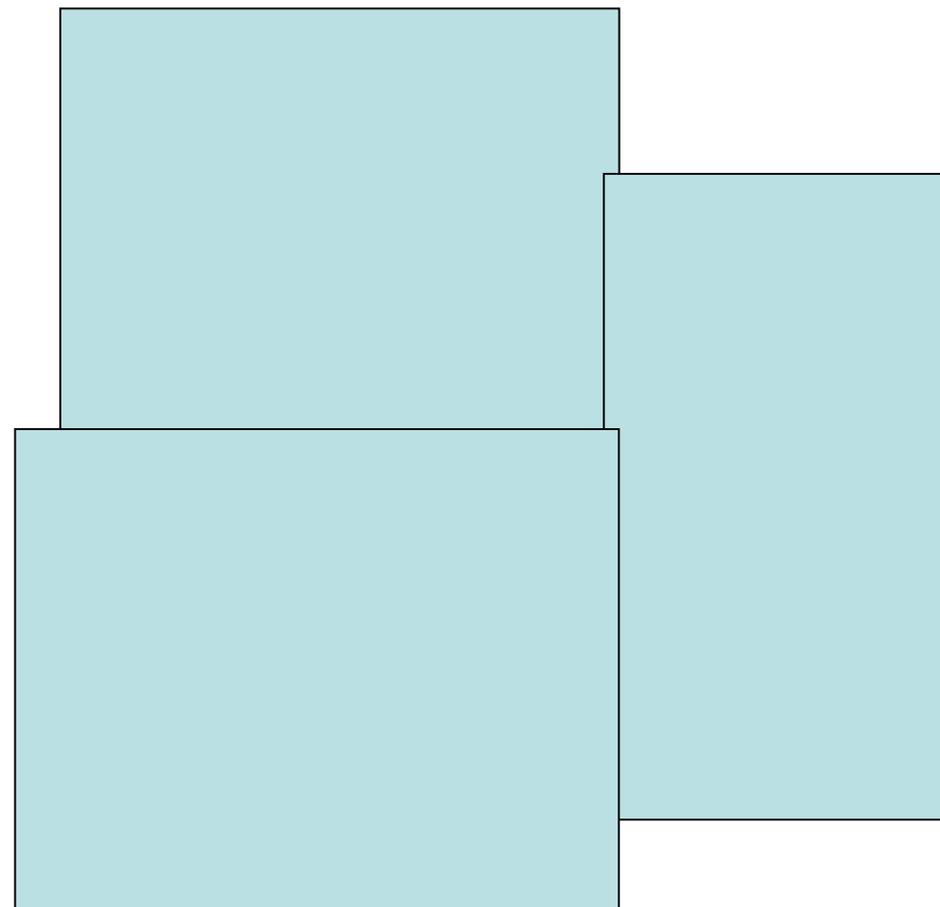
ターゲット

ビジネスマン・シニア・学生

アクション

2016年に無くなってしまいかも知れない美しい自然、海岸、森、生物などの写真を公募するフォトコンテストを開催。

日本の危機を身近に感じてもらう。



自分事化
可視化
行動化

地球の未来編

チームプレーヤー

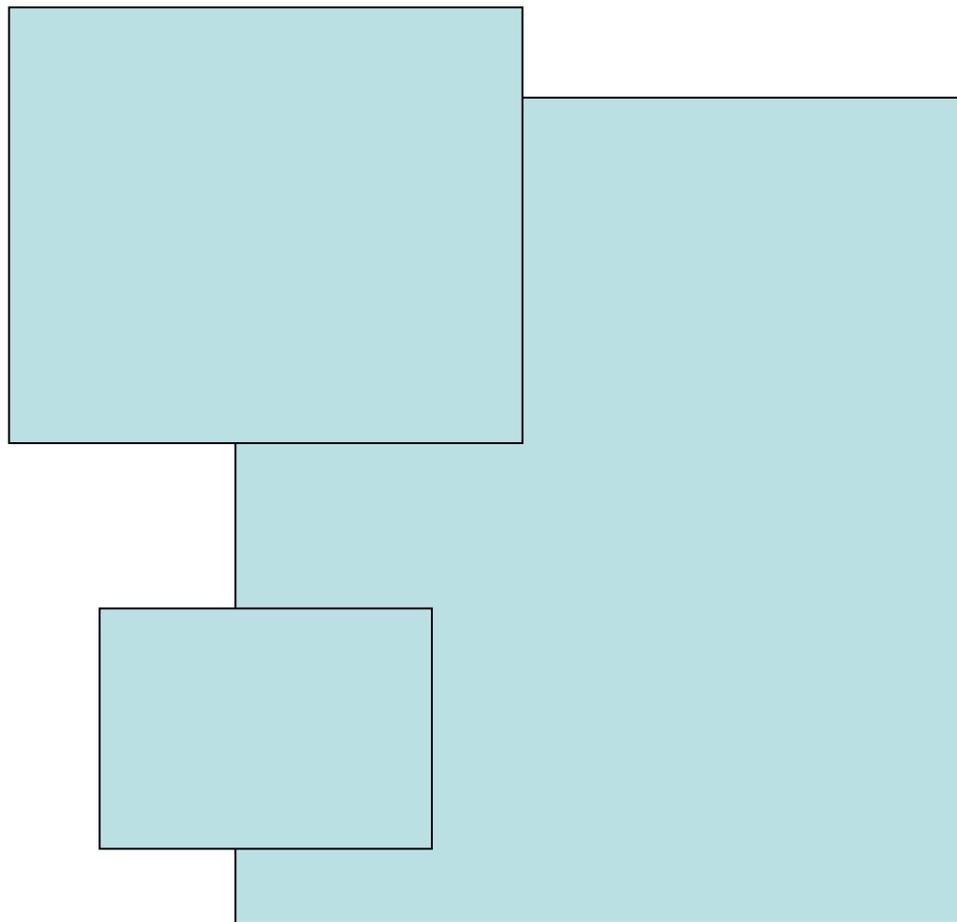
、

ターゲット

学生・子供・OL・ビジネスマン

アクション

IPCCによる温暖化影響調査が発表された後に、ゲーム大手と共同開発した を発売。若年層へ向けて、楽しく学べる学習エンタテインメントツールとして位置づけるとともに、ユニークな話題をパブリシティ化。



自分事化
可視化
行動化

毎日使う「」

チームプレーヤー

、

ターゲット

OL・ビジネスマン

アクション

温暖化歳時入り手帳を発売。大手手帳メーカーとの共同開発を話題化。
社会常識としてクール ビズ、ウォーム ビズ、うちエコ!、COP、京都議定書記念日など大きなイベントの予告に加え、「環境ミニ知識」として6つの取組や、「今日のうちエコ」として、アクションとCO₂排出量も記載。

環境ミニ知識
□□□□□□□□□□
□□□□□□□□□□