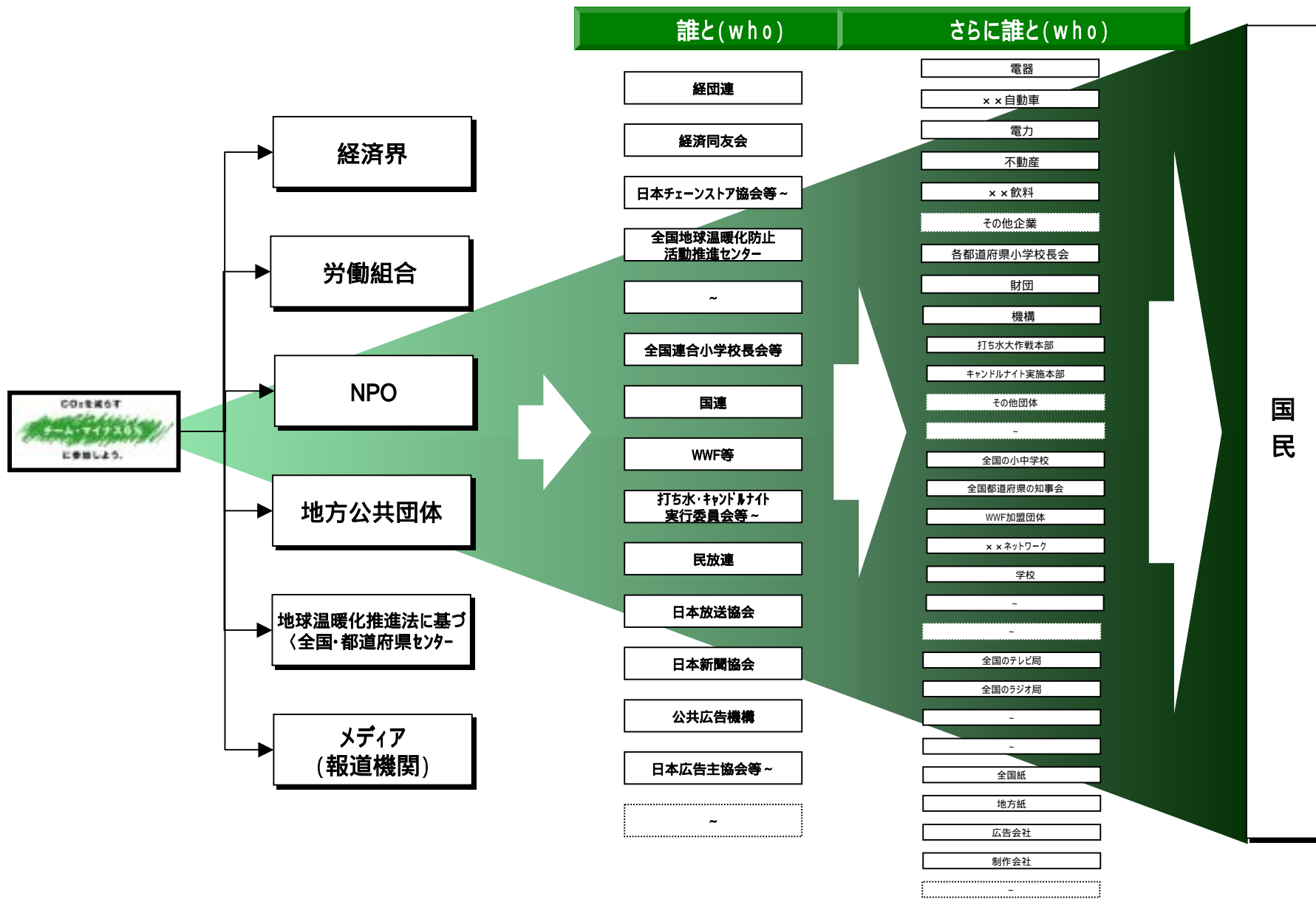


2) 運動を継続させるために必要なものは何か？

様々なセクターとの連携施策(テコの原理)

2) 1 国民運動の主な連携先一覧と波及イメージ

- 経済界と同様に、各ステークホルダーの中でも、既に環境への何らかの取り組みを行っており、かつ同業界への影響力が高く、博報堂としてハンドリングがしやすいトップランナーを選出。



2) 2 企業との連携と提案ポイントA





・経済団体や労働組合を經由したリーダ-企業への依頼に当たっては、候補企業の現状の取組状況を把握し、国民が実施しやすいCO2削減行動とマッチングさせ、予め提案ポイントを絞る事が重要になると想定される。

経済界		現状の取組み状況		各業界への提案ポイント	
		企業としての取組み	環境対応商品/サービスの展開	各業界共通提案事項	各業界ごとの提案ポイント
<p><以下、すべて例として></p> <p>日本経済団体連合会 Keizai Dainippon Kaishu</p> <p>社団法人 経済同友会</p>	電機業界	・消費者参加による環境商品開発	・省エネ対応商品のパッケージ化	<ul style="list-style-type: none"> ・TVCFでのロゴ露出(エンドカットの統一等) ・店頭表示・店員による説明等での連携(共通オペレーションマニュアル作成等) ・CO2削減商品にロゴ掲載 ・買い替え促進キャンペーン ・環境報告書へのCO2削減項目の統一化 ・ESCO事業の工場外の利用 ・ノータイ運動 ・チームマイナス6%への参加呼びかけ 	<ul style="list-style-type: none"> ・CF等で待機電力カット商品、節水商品による効果訴求 ・万博等イベントでの連携 ・自社調査のナレッジ提供
	自動車業界	・世界各地のNGO等の活動支援	・ハイブリッドカーの技術開発、販売促進 ・燃料電池車		<ul style="list-style-type: none"> ・CF等でエコドライブ、リサイクルによる効果訴求 ・ハイブリッドカー-CF等でのロゴ露出 ・万博等イベントでの連携 ・ディーラーバンクでの訴求
	エネルギー業界	・森林保全活動への寄付	・環境キャンペーン ・省エネ対応商品の販売		<ul style="list-style-type: none"> ・領収書等へのシンボル掲出 ・検針員へのオペレーション ・自社調査のナレッジ提供
	不動産業界	・オフィステナントや住宅購入者向けパンフレット等での啓発	・断熱強化、屋上緑化等		<ul style="list-style-type: none"> ・ビルや商業施設の温度調節、節水、省電気呼びかけ ・エコ対応住設のパッケージ商業施設の包装簡略化
	飲料業界	・環境対応活動(森林保護など)	・びんのリサイクル ・低消費電力ベンダー		<ul style="list-style-type: none"> ・ボトル等にロゴ掲載 ・スポーツ、音楽イベント、美術館での連携 ・エコバンダーにロゴ掲載
労働組合	各業界労働組合	・各組合の環境活動	<ul style="list-style-type: none"> ・ノータイ運動の実施等 		

他業界にも同様のアプローチ

2) 3 企業との連携と提案ポイントB


・その他経済団体を経由したリーダー企業への依頼に当たっても、候補企業の現状の取組状況を把握し、国民が実施しやすいCO2削減行動とマッチングさせ予め提案ポイントを絞る事が重要になると想定される。

経済界		現状の取組み状況		各業界への提案ポイント	
		企業としての取組み	環境対応商品/サービスの展開	各業界共通提案事項	各業界ごとの提案ポイント
<p><以下、すべて例として></p>  <p>Japan Chain Store Association ① 国産チェーンストア協会</p>  <p>日本ホテル協会</p>  <p>日本フードサービス協会</p>  <p>JBA JAPANESE BANKERS ASSOCIATION 全国銀行協会</p> <p>日本民営鉄道協会</p>	流通業界	<ul style="list-style-type: none"> ・ノー残業デーの実施 ・一部店舗にてライトダウンの参加 	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消農産物販売 ・省エネ製品販売の優良店 	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様に「6つの実践」を紹介する </div> <ul style="list-style-type: none"> ・ライトダウンや打ち水への参加を国民へ呼びかけてもらう。 ・チームマイナス6%への参加呼びかけ ・発光ダイオードの利用 ・ノンフロン冷蔵庫への転換 ・ESCO事業の利用 ・TVCFでのロゴ露出 	<ul style="list-style-type: none"> ・CO2削減商品コーナーの設置 ・エコ家計簿の販売 ・家庭版ESCO事業の紹介イベント ・キャンドルナイト、打ち水関連商品販売
	ホテル業界	<ul style="list-style-type: none"> ・残飯の堆肥化 	<ul style="list-style-type: none"> ・カード式点灯システムの導入 		<ul style="list-style-type: none"> ・節水シャワー/トイレの導入 ・浴室やプールのシャワーなどにシンボルロゴの掲出。 ・業界内におけるエコ星制度の導入
	レストラン業界	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗の省エネ設計 ・ゴミの分別推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・カード式点灯システムの導入 		<ul style="list-style-type: none"> ・ランチョンマットでの「6つの実践」を紹介 ・簡易包装による割引セットの販売
	銀行業界		<ul style="list-style-type: none"> ・環境融資 		<ul style="list-style-type: none"> ・CO2削減商品(家、クルマ、設備等)の購入を促進させる低金利の融資商品の販売(温暖化防止融資の推進) ・景品等の簡易包装化
	運輸業界	<ul style="list-style-type: none"> ・自社発電の工夫、インターモダルの実施 ・電気/CMG車の導入等、小型トラックのハイブリッド車の導入、サテライトセンター導入、アイドリングストップの啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ・レンタサイクル、自転車持ちこみの実施 ・宅配メール通知サービスの導入等 		<ul style="list-style-type: none"> ・車体を使ったシンボルの掲出等

他団体にも同様のアプローチ




2) - - 4 その他団体等への提案のポイント

・JCCCAや全国連合小学校長会、高連協などを経由したリーダ-団体への声かけ、またはキーマン紹介を依頼するに当たっては、候補団体の現状の取組状況を把握し、日常生活における国民が実施しやすいCO2削減に関する取り組みとマッチングさせ、予め提案ポイントを絞る事が重要になると想定される。

NPO		現状の取り組み状況 団体としての 取組み	各団体への提案ポイント	
地方公共団体	地球温暖化推進法に基づき全国・都道府県センター		各団体 共通事項	各団体ごとの 提案ポイント
<p><以下、すべて例として></p>  <p>全国地球温暖化防止活動 推進センター</p>		<p>都道府県センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ・温暖化防止に関わる各地の体制づくり ・推進員の養成 ・調査研究 ・普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ・環境教育プログラムや授業などの具体化 ・社会テーマの一つとして「CO2」の議題化等 ・チームマイナス6%への参加の呼びかけ ・家庭版/地域版ESCO事業の拡充 ・キャンドルナイト/打ち水への参加呼びかけ 	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント/シンポジウム/講習会の開催 ・クールダウン・ジャパン・市民ネット ・媒体社との共同で環境賞の創設
<p>全国連合小学校長会</p>	<p>各都道府県小学校長会 各小中学校環境教育研究会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・研究授業 ・現地研修会 ・研究発表会 		<ul style="list-style-type: none"> ・実践教育セット制作委員会を組織 ・全国の小学校へ教育キットを提供 ・教師・児童対象アンケート調査の実施
<p>全国小中学校 環境教育研究会</p>				
<p>高齢社会NGO連携協議会 (高連協) JANCA</p>	<p>約50NGO・NPO団体</p>			<ul style="list-style-type: none"> ・シニアエコアドバイザーの養成・資格の設置 ・シニアのためのエコ生活相談
<p>気候変動系NPO</p>	<p>気候変動系NPO (CANJなど)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・セミナー/シンポジウムの開催 ・連携ネットワークによる環境教育の実施 ・ネットワークを活用した全国的なキャンペーンの展開 		<ul style="list-style-type: none"> ・温暖化防止行動や環境商品選択の呼びかけなど
<p>実行委員会 (キャンドルナイト/打ち水)</p>	<p>打ち水大作戦本部</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・残り湯など二次利用水を使ってみんなで、いっせいに打ち水をすることで温度を下げるイベントへの参加と啓発運動 	<ul style="list-style-type: none"> ・マニュアル、ポスターを各イベント配布 ・ランドマークのライトダウン・メッセージの展開 各主要紙にて広告メッセージ “Light Down For G 8” 	

2) - 5 メディアへの提案ポイント

・民放連や日本新聞協会、日本広告主協会などを経由し、全国の報道機関等への依頼に当たっては、候補機関の現状の取組状況を把握し、国民が実施しやすいCO2削減行動とマッチングさせ、予め提案ポイントを絞る事が重要になると想定される。

メディア (報道機関)	現状の取組み状況		各団体への提案ポイント
	団体としての取組み	各団体共通提案事項	
<p><以下、すべて例として></p>  社団法人 日本民間放送連盟	全国テレビ局 / ラジオ局 / BSテレビ局	・平成11年度から継続的に統一キャンペーンスポットのテーマとして、「守ろう地球環境」を掲げ、各放送局の優秀作品を表彰している	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・CO2削減を訴える番組 / 広告 / イベント等の製作・実施 ・チームマイナス6%への参加呼びかけ </div>
	全国NHK放送局 (テレビ/ラジオ / BS等)	・地球環境をテーマにしたNHK特集、レギュラー番組ドキュメンタリーなどを数多く放送している。 ・平成16年度には「環境問題」を公共広告機構(AC)との共同キャンペーンで実施した。	
社団法人 日本新聞協会	新聞・通信・放送の全144社	・日本新聞協会は、昭和21年に設立された。現在の加盟社数は、新聞社108社、通信社4社、放送局32社、計144社である。「日本新聞教育文化財団(NIE)」との連動。1988年、日本新聞協会内に「NIE委員会」が設置され、翌89年から試験的にスタート、平成16年度には402校で2400人の先生が9万4000人の児童・生徒にNIEを教えた	
 公共広告機構	広告主、メディア、広告会社、制作会社計1366社	・広告主、メディア、広告会社、制作会社 計1366社が会員となっている。各媒体社・放送会社は広告スペース、CMタイムの一部を無料で提供しており、平成16年度は346億円相当の広告露出を行っている。 ・既に環境問題を取り上げており、今年度も8つの全国テーマの一つとして「地球温暖化」を取り上げている。またNHKとの共同キャンペーンを「環境問題」で実施した。さらに日米合同キャンペーンでは、「水質資源の保全」テーマに3素材を制作した。	
社団法人 日本広告主協会	主要加盟各社	・昭和32年に設立され、現在は約300社が加盟している。	

他団体にも同様のアプローチ