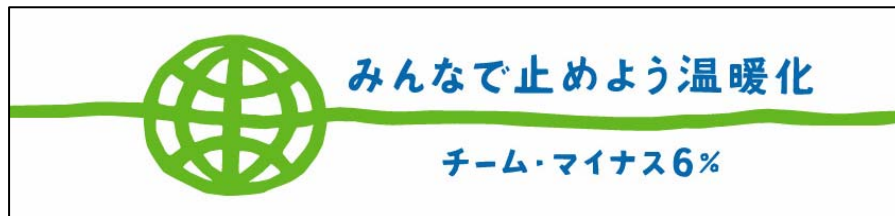


지구 온난화 방지를 위한  
“Team -6%” 캠페인



캠페인의 인식을 높이는 것은 시민과 사업법인이 자발적인 참여를 통해 캠페인의 내용을 더 잘 이해하도록 하므로 더욱 효과적입니다. 또한, 기후변화협약에 대해 시민과 사업법인의 인식과 동기를 높이는 데에도 공헌합니다.

일본 환경청

## “Team -6%” 캠페인 착수

- 교토의정서 발효 하에, 일본은 온실가스 6%를 감소시킬 것을 약속하였습니다.
- 목표를 지키기 위해, 정부는 지구온난화 방지하기 위해 2005년 4월에 “Team -6%”라는 캠페인에 착수하였고, 목표 달성을 위해, 회사와 개인의 특별한 활동을 할 수 있도록 독려하여 왔습니다.
- 고이즈미 준이치로 총리는 팀의 리더입니다. 서브리더로서 고이케 유리코 환경청 장관이 총리를 지원하고 있습니다.



고이즈미 준이치로 총리는 교토의정서의 목표 달성을 위해 직접 시민들의 참여를 독려하였습니다.  
<2005년 5월 29일 신문 광고>

### <팀 구성원>

(2005년 9월20일까지)

개인	116,539명
회사	3,052법인
NPO·NGO	207그룹
지방자치단체	233단체
관공서 등	37개 기관



여름의 뜨거운 열기를 식히기 위해 거리에 물을 뿌리는 “UCHIMIZU” 캠페인에 참여하고 있는 회사 직원들.

# COOLBIZ

## 캠페인

- “Team -6%” 캠페인은 에어컨의 온도를 28°C로 설정하는 것을 말합니다.
- “Cool Biz”는 캠페인의 광범위한 홍보를 위해서 고이즈미 총리 주도하에 도입되었습니다.
- “Cool Biz”는 일본 여름의 높은 온도와 습도를 고려하여, 비즈니스 중에도 사람들이 넥타이와 재킷을 착용하지 않고 시원하고 간편한 옷을 입도록 장려하고 있습니다.



유엔 세계 환경의 날로 선포된 2005년 6월 5일에 “Cool Biz” 스타일의 Nippon Keianren의 회장 Mr. Okuda를 포함한 재계 리더들과 함께 EXPO 2005 Aichi JAPAN에서 “Cool Biz Collection”이 개최되었습니다.

고이즈미 유리코 환경청 장관은 시민들이 “Cool Biz” 캠페인에 자발적으로 참여하도록, “비즈니스맨이 근무 중에 넥타이를 벗는다면, 사무실이 과도하게 냉각되지 않을 것이고 직원들은 더 이상 담요가 필요하지 않을 것입니다.”라고 시민들에게 호소하였습니다.  
 <2005년 6월 1일 신문광고>

- 국회의원들과 재계 리더들의 지지 속에서, “Cool Biz”는 회사와 사람들 대다수에게 폭넓게 받아들여졌습니다.

# COOLBIZ

## 효과

“Cool Biz”는 전기 사용을 절약하여 이산화탄소를 감소시키는 효과 뿐만 아니라 의류 산업에 활력을 불어넣는 효과를 가져올 수 있습니다.

“개주얼 여름 의복”을 알고 있는 사람	94.9%
“개주얼 여름 의복”을 도입한 회사의 비율	59.6%
6월에서 8월 동안에 전기공급 감소 <일본전력공사>	약 210 백만 kwh (감소된 전력에 대한 CO <sub>2</sub> 방출감소는 약 79,000 톤)
경제적 효과	약 6000억엔 (약 55억 US 달러)

# WARMBIZ

## 2005 겨울

- “Team -6%”는 겨울에 사람들이 실내온도를 20°C로 설정하도록 계속 장려할 것입니다.
- “Warm Biz”라고 명명한 캠페인은 “춥다면 옷을 더 입고 히터에 의존하지 마십시오”라는 마음가짐을 가지도록 비즈니스 스타일을 바꾸어 나갈 것입니다.
- 또한, “Warm Biz”는 에너지를 절감하는 제품이나 기술을 권장하며, 에어컨에 의존하지 않는 워크 스타일(의복)의 보급에 공헌합니다.