

「実施本部的な体制の整備」にあたって

- ・ 政府予算を“呼び水”にして、民間企業やメディア／地方公共団体／NGOなど、様々な主体とのコラボレーションを誘引するという複雑なスキームを実現するには、事業者側の体制にも工夫が必要です。
- ・ 例えば、環境省と対峙して政府予算による広報を進める機能と、これを“呼び水”として、多岐に渡る企業・団体の連携へと繋げる機能がうまく噛みあわないと波及効果は期待できません。そこで求められるのは、連携先を効率的に増やしていくことと、相手のニーズに合わせてキメ細かく実効性の高い連携方法を模索するという、一見相反することの両立です。そして、当然ながら連携先が増えれば増えるほど、この両立はますます難しいものになっていきます。
- ・ 現在のように事業が有機的に進むまでには、組織として様々な試行錯誤を経なければなりませんでしたが、結果的にはこうしたプロセスからも数々の貴重な知見を得ることもできました。これも現在の実施体制が持つ大きな資産だといえます。
- ・ もちろん、事業の進捗状況に応じて実施体制も進化すべきだと我々は考えます。引き続き博報堂はこの蓄積した知見を活用し、実施体制を次頁以降に述べるように充実させてまいります。

(1) 国民運動事業を効率的かつ効果的に実施するための体制整備における継続と進化点

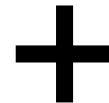
継続（18年度前期の成果）

継続点1:

声かけ機能に留まらない“実施本部”の役割・機能の強化・拡大を前期に引き続き実施

継続点2:

博報堂全社支援体制により、様々な企業・団体との連携を推進を前期に引き続き実施



進化

進化点1:「地域とのネットワーク強化」

地方連携チームを強化、都道府県単位でのニーズや取組み状況を把握し、より実効性の高い連携を実現する。

進化点2:「メディアネットワークの強化」

メディア/ビジネス視点だけの関係ではなく、地球温暖化防止に関する社会貢献を共に考える、まさにパートナーとして連携をさらに強化するため、博報堂、博報堂DYメディアパートナーズ合同でメディアビジネスセンター「チーム・マイナス6%推進チーム」を設置。

進化点3:「クロスファンクション機能の強化」

クロスファンクショナルな組織を柔軟かつ機動的に機能させるためのプロジェクト管理体制強化。

進化点4:「WEB機能の強化」

国民運動の効果的かつ効率的な推進の受け皿としてのWEB機能の強化。

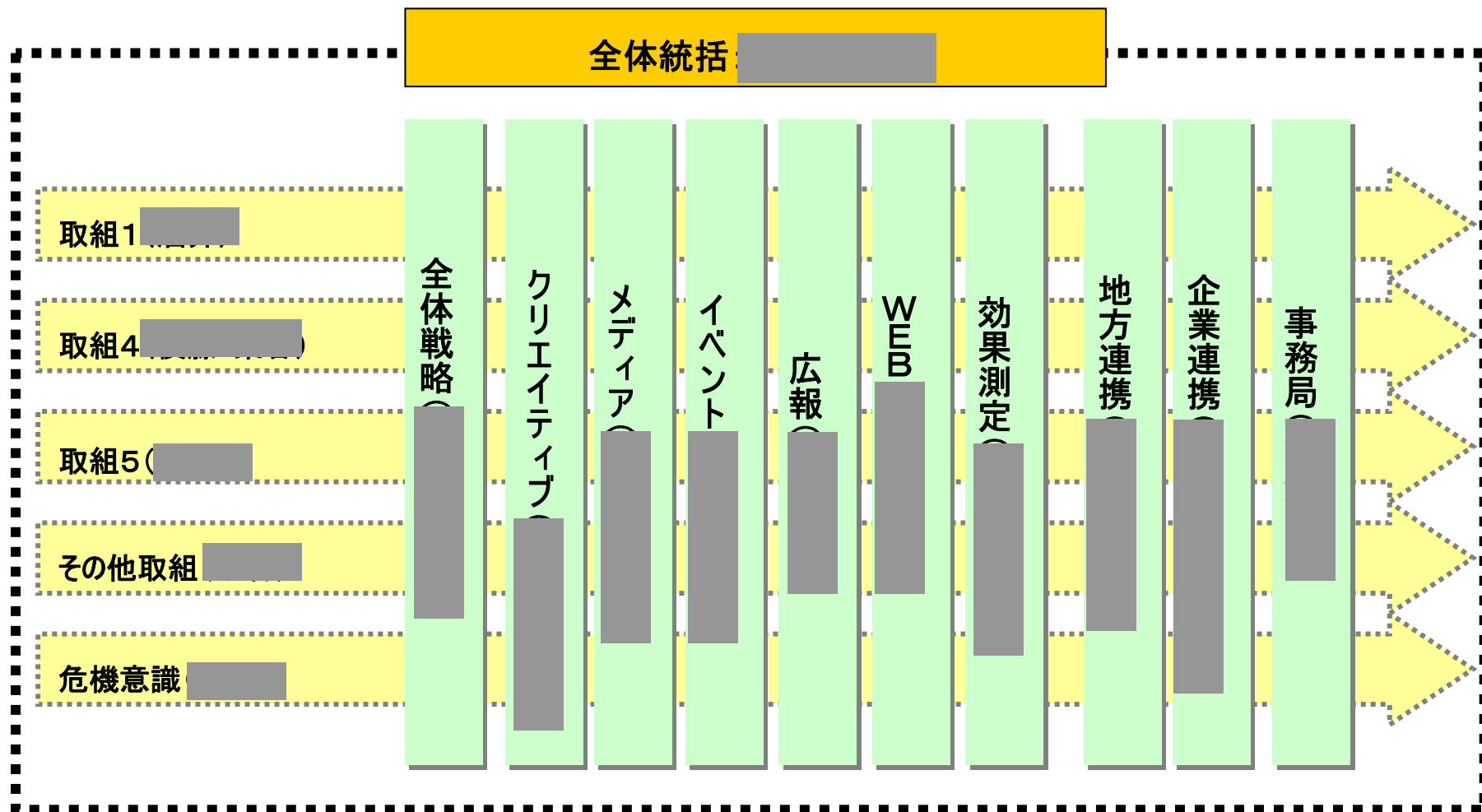
(1)-1-1: 国民運動事業を円滑に実施できる「実施本部」体制／施策別担当表

各組織の主要な役割	担当者	組織図	各組織の主要な役割	担当者
<ul style="list-style-type: none"> ■ 全体戦略（立案/提案/調整/（環境省/博報堂）） <ul style="list-style-type: none"> ・平成19年度提案書 ■ 全体実行計画（立案/管理） <ul style="list-style-type: none"> ・マスタープラン ■ 全体進捗報告（環境省/博報堂） <ul style="list-style-type: none"> ・月次報告（環境省） ・最終報告（下期報告含む） ■ トップ営業（企画/アポイントメント/プレゼン/フォロー） 		<p style="text-align: center;">「実施本部」</p> <p>(1) 全体計画/管理</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 団体との連携 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 費用配分（計画/立案/交渉/進捗管理/承認） <ul style="list-style-type: none"> ・「予算配分の考え方」進化 ・平成19年度予算計画立案 ■ 全体管理仕組み作り/進化 <ul style="list-style-type: none"> ・営業進捗 ・予算進捗 ・組織/役割/責任/改善 ・情報共有/課題管理 		<p>(2) 団体との連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取組1「WARM BIZ」「COOL BIZ」 <ul style="list-style-type: none"> ・大臣引継ぎ広告・「家の中からCO₂削減」・大臣所信表明演説・「地域（ブロック）別“WARM BIZ川柳”募集」 ・「WARM BIZ item100選」の紹介 ～ファッション/生活備品/下着/食/住宅設備まで～ ・衣食住「WARM BIZ」賛同企業大集合・親子で、家族で楽しくみんなで「WARM BIZ」体操、ソング ・2007年「COOLBIZ」実行宣言 ～ 参加～ ・『我が家のオリジナル・ウォーム鍋』コンテスト～大手食品メーカーとの連携イベント～ ・女性誌「WARM BIZ」スタイルブック競演～BOOK IN BOOK企画～ ・アパレル発「WARM BIZ」取組連携広告①賛同企業連合広告 ②重ね着啓発キャンペーン運動 	<p>取組1</p> <p>取組4</p> <p>取組5</p> <p>取組その他</p>
<ul style="list-style-type: none"> ■ 各施策の進捗レビュー/管理/フォロー <p>(2) 団体との連携</p> <p>(3) 「6つの取組」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取組1「COOL BIZ」/「WARM BIZ」 ・取組4「省エネ製品買替」 ・取組5（ゴミを通じた削減） ・取組2（水道利用を通じた削減） ・取組3（自動車利用を通じた削減） ・取組6（電源を通じた削減） 		<p>(3) 「6つの取組」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取組4「ハロー！環境技術」 <ul style="list-style-type: none"> ・バーチャルエコハウスによるライフスタイル提案・ワンポイントメッセージシール・家電販売員大賞 ・著名人プロデュース エコドールハウス・「 企画・ 企画」 ・雑誌でのライフスタイル提案 特殊スペース企画・団体ターゲット 省エネ製品買い替え促進企画 ・エコ製品を運ぼうCM店頭活用・「省エネライフ指図書」を作成 ・エコテックネットワーク・リアル「エコ・テック学校」の全国展開・こども「ワンランクアップX'mas」 との連携によるエコ製品推奨・地球に優しい大掃除・最新「環境技術」R&Dフォーラム ■ 取組5「ゴミを通じた削減」 <ul style="list-style-type: none"> ・ヌード・ギフトキャンペーン・殴ってやめようレジ袋！ポスター制作・キャラクターふるしきプレゼント企画 ・マイバッグキャンペーン・マイバッグキャンペーン・成人式でエコバッグの配布 ・地球温暖化防止ソングの制作・マイバッグ募金＆南太平洋地域への寄付・OLランチタイム～ふるしきの普及大作戦～ 協会とのタイアップ・レジ袋を断るキャンペーンキットの作成 ・合同会社説明会で、マイバッグ配布・Xmasギフトをふるしきで贈ろうキャンペーン ・企業内マイバスケット企画・飲料メーカー販促資材「塗り箸」・オリジナルマイバッグの制作 ■ 取組その他 <ul style="list-style-type: none"> ・「水道利用を通じて温暖化を考えるチーム」を結成「エコドライブ宣言」との連携 情報の活用 ・運輸会社をキードライバーにした気づき・時差出勤による渋滞の緩和・お米をおいしく食べよう運動 	
<p>(4) 健全な危機意識の醸成</p> <p>(6) WEB</p> <p>(7) チーム員100万人</p> <p>(8) 効果測定</p> <p>(9) 事務局/アフターフォロー</p>		<p>(4) 健全な危機意識の醸成</p> <p>(5) 集中キャンペーン</p> <p>(6) WEB</p> <p>(7) チーム員100万人</p> <p>(8) 効果測定</p> <p>(9) 事務局/アフターフォロー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 健全な危機意識の醸成 <ul style="list-style-type: none"> ・デ일리-CO₂可視化情報の開発・オンエア・空から見る地球の悲鳴・エコ・ベディヤ・こどもチーム員・エコ・カレンダー ・もしも地球人全員があなただったら・・・年越しカウントダウンコンサート・居酒屋メニューで温暖化を突撃！ ・環境関連映像のアーカイブ化 放送人環境ネットワークの設立・地域ごとの温暖化の影響（被害）情報の開発 試写会によるオピニオンリーダー啓発・ への来場促進・「こどもチーム員」特別特派員で作る「こどもチーム・マイナス6%新聞」 リーダーを活用した環境情報の配信・危機意識映像の拡充と上映タッチポイントの拡大 ネットワークを活用したコンテンツの作成・『京都議定書10周年』 合同企画 ・環境活動放送人大賞・富士山の展望台で「地球温暖化による異変の現状」を訴える・「動物園」動物が困っています。 ・日本水没マップによる危機意識醸成コンテンツ・ と社とコラボレーション・人気イラストレーター ・マイロク仮想温暖化環境ジャーナリストの会・「うたとおどり」を通じたマイロク啓発・リライマイロク先生派遣 ・環境の本を売る ～「エコ読」フェア主要書店で開催～・子供番組と連携した地球温暖化防止啓発ソングの開発 	
			<ul style="list-style-type: none"> ■ WEB <ul style="list-style-type: none"> ・定常運用 ■ チーム員 100万人 	
			<ul style="list-style-type: none"> ■ 個人向け調査・企業向け調査 ■ 一般個人向け対応、一般企業向け対応 	

(1)-1-2: 国民運動事業を円滑に実施できる「実施本部」体制／担当者

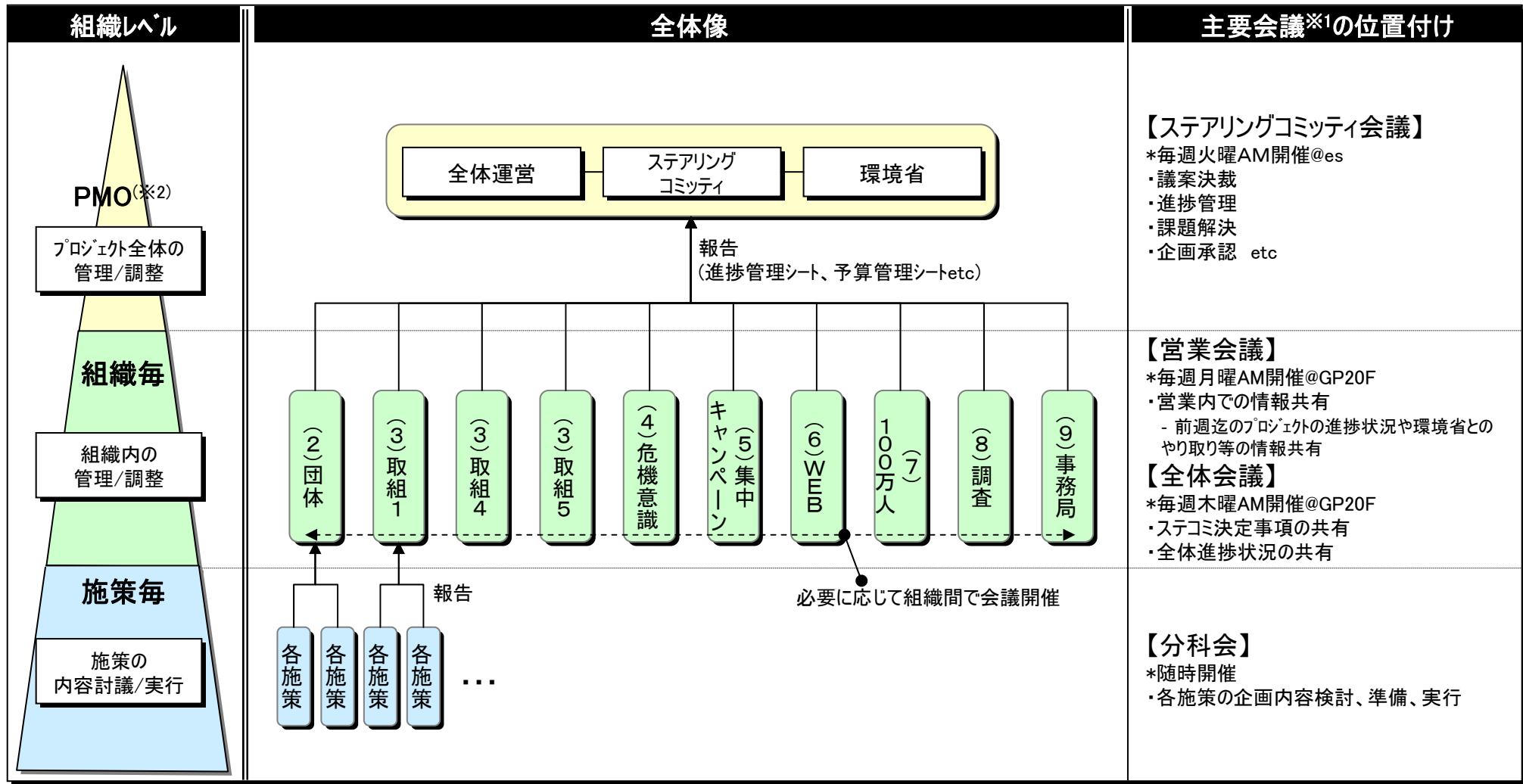
(1)-1-3: 国民運動事業を円滑に実施できる「実施本部」体制／役割と責任①

本事業は、多岐にわたるテーマと機能の組合せによる、複数のプロジェクトが日々、錯綜しながら進んでいくことが特徴だと考えます。そのため、テーマ担当と機能担当の組合せによるクロス・ファンクショナルなチームを柔軟かつ機動的に動かしていくことが求められます。博報堂は [] を実務上の統括責任者とし、その下に以下のテーマ担当の責任者と機能担当の責任者が連携して業務を遂行していく体制を取ります。



(1)-1-4: 国民運動事業を円滑に実施できる「実施本部」体制／役割と責任②

クロス・ファンクショナルなチームを有機的に動かしていく上で、プロジェクト全体の方向付けや、各施策についての総合的な判断を行う会議体を設置し、全体の実施管理を行っていきます。



※1 組織内/施策内会議はそれぞれの担当議案について討議、報告、共有を行う
 ※2 プロジェクトマネジメントオフィス

(1)-1-5: 国民運動事業を円滑に実施できる「実施本部」体制／運用

PDCAを的確に実施することにより、運動を円滑に実施する為の体制・管理の仕組を構築した。また1年半の運動の実施により今後運動を更に拡大するネットワークを構築しています。

	平成17年度	平成18年度前期	平成18年度後期
・ 実施本部体制	・ 一部のメンバーのみでの施策実施	・ 博報堂全社体制 ・ 担当者の責任/役割を明確化	【継続】 ・ 博報堂全社体制 ・ 担当者の責任/役割を明確化 【進化】 ・ 博報堂支社の自発的な運動展開
・ プロジェクト管理	—	・ プロジェクト運用体制、 管理手法の導入	【継続】 ・ プロジェクト運用体制、管理手法の導入 【進化】 ・ 情報共有、活用の仕組の精度向上
・ 企業・団体等連携			
— 企業・団体	・ 賛同企業5,000社との連携実現	・ 賛同企業8,000社との連携実現	【継続】 ・ 更に多くの賛同企業拡大 【進化】 ・ 取組の実施を伴う連携の拡大
— 地方	—	・ トップダウン型、ボトムアップ型、 イベント型、メディア起点型での 地方自治体との連携実施	【継続】 ・ 未アプローチ自治体へのアプローチ 【進化】 ・ メディア起点型での連携施策への注力
— メディア	・ 媒体としての連携	・ 媒体としての連携 ・ 運動体の一部としての連携	【継続】 ・ 媒体としての連携 ・ 運動体の一部としての連携 【進化】 ・ 地域プレーヤーを巻き込んだ、新しいメディア 連携スキームの構築。

運動を円滑に実施する為の体制構築

運動を円滑に実施する為の管理の仕組構築

運動を更に拡大するネットワークの構築
(1年半で8,000団体)



PDCAを的確に実施することにより、最適な展開方法が選択可能