

## 集中キャンペーン施策詳細: 抜粋

## チーム・マイナス6%構想キックオフ記者会見

6月1日

### 企画案の概要

#### ねらい: キャンペーンのスタートを大々的に国民に告知

- ・環境月間の初日6月1日に、小泉首相、小池環境大臣、各界トップによる「チーム・マイナス6%構想」発表記者会見を実施
- ・政界、財界のトップが揃って日本国民に対して呼びかける記者会見の様態を、各局テレビニュース番組での取り上げを働きかける
- ・記者会見とは別に小泉首相がラジオ番組に生出演し、「チーム・マイナス6%構想」の考えをアピールする場を設ける

#### 協力企業(例)

- ・新聞各社
- ・テレビ局、ラジオ局各社
- ・情報誌等雑誌社各社

#### < 展開イメージ(例) >

【記者会見イメージ】



## 宣伝広告の掲出

6月5日の環境デー、万博での環境省のイベントタイミングを計算し、小泉首相が日本国民に向けて参加を呼びかける。

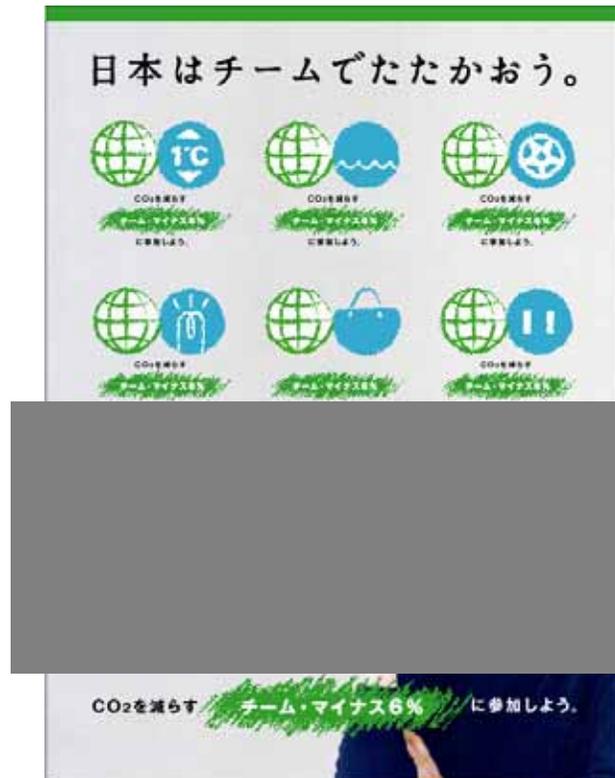
6月5日



## 宣言広告の第2弾の掲出

6月5日の小泉首相の呼びかけに次いで、翌6月6日に、  
小池環境大臣がイベント内容および6つの行動を呼びかける。

6月6日



## ブレア首相との共同宣言の発信(7月)

### 企画案の概要

#### ねらい: 国民的運動を盛り上げる

- ・温暖化防止がメインとなっているG8サミットの中で、小泉首相とブレア首相との共同宣言を発信
- ・国際的問題に対して、日本の戦略である「チームでの行動参加」をアピール
- ・G8サミット報道ニュースとともに、環境共同宣言もニュースで取り上げられることで、より国民の意識を高めていくことへとつなげてゆく

#### 協力企業(例)

- ・新聞各社
- ・テレビ局、ラジオ局各社
- ・情報誌等雑誌社各社

#### < 展開イメージ(例) >

【共同宣言広告表現】

こういうことこそ、  
世界一になろう。



## エコライフフェアで「できることからやりました」宣言

6月12日

### 企画案の概要

#### ねらい:キャンペーンの周知と参加誘引

- ・6月12日に開催される市民参加による環境行動啓蒙イベント「エコライフフェア」で、行動指針を宣言
- ・「エコライフフェア」会場内に「できることからやりました」宣言をポスター等で露出し、周知する
- ・集中キャンペーンでのイベント告知もあわせて行い、ライトダウン、打ち水などのイベント参加も促す

#### 協力機関(例)

- ・エコライフフェア出展企業、団体
- ・エコライフフェア協力、協賛企業、団体

#### < 展開イメージ(例) >

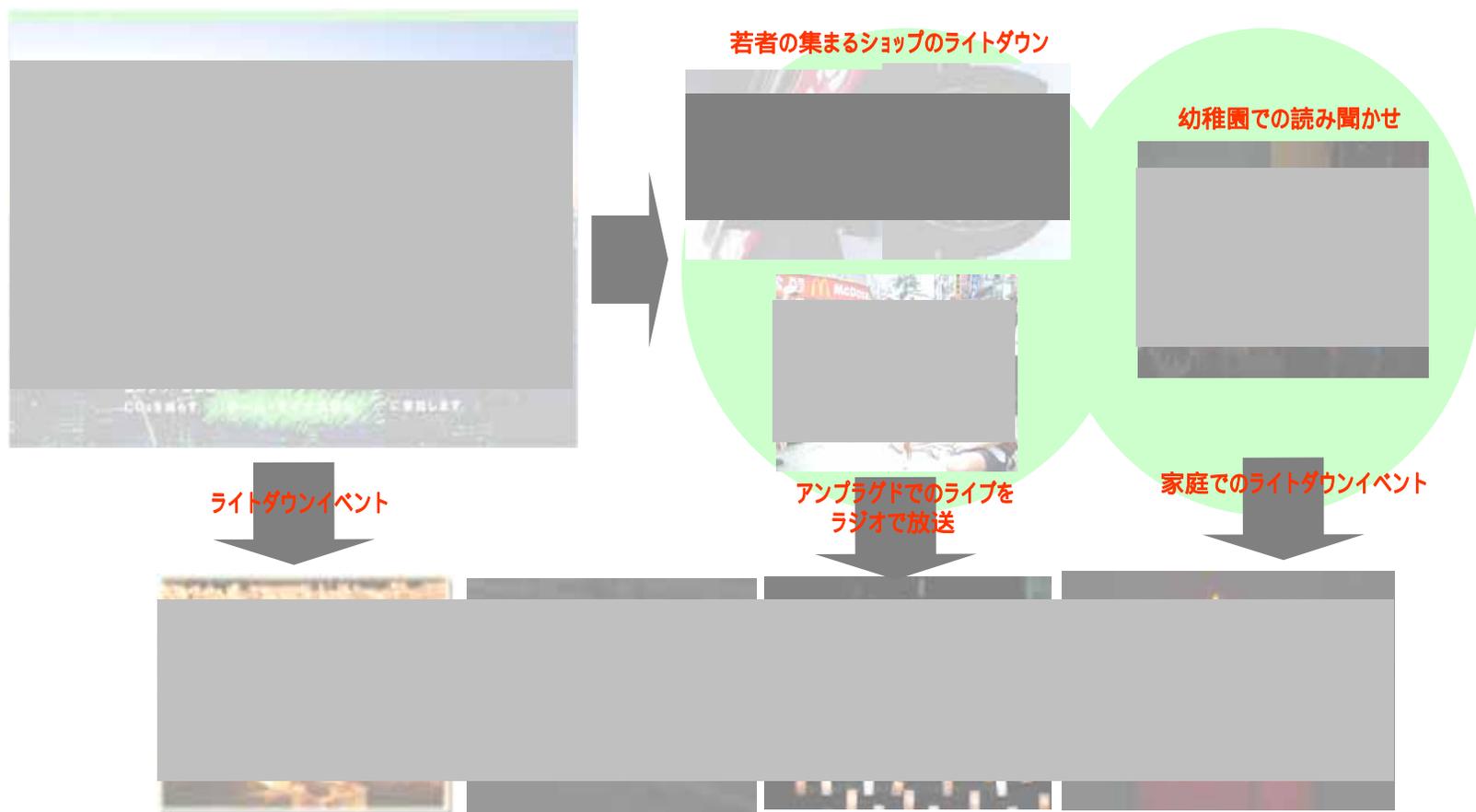
【エコライフフェア会場】



# 集中キャンペーン:キャンドルナイト・ライトダウン

同時多発1dayイベント  
若者を巻き込むさまざまな施策とともに、  
子どもへの読み聞かせ教育等を活用した家庭でのライトダウンを推進

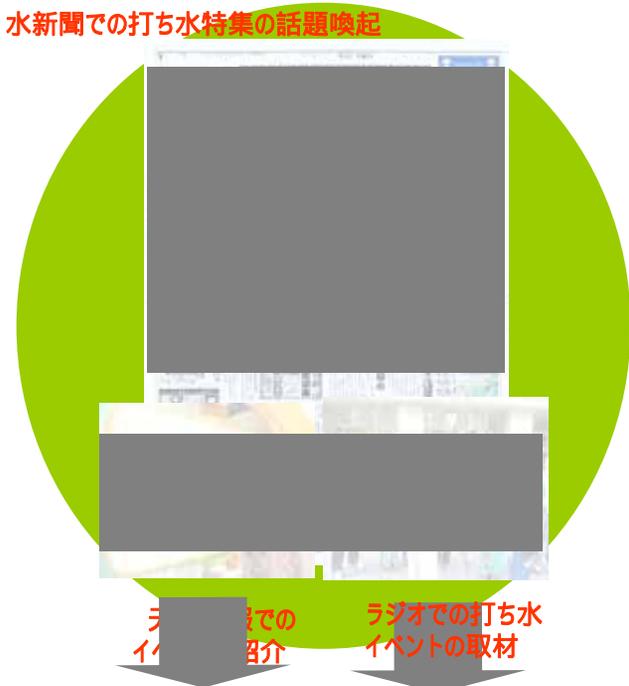
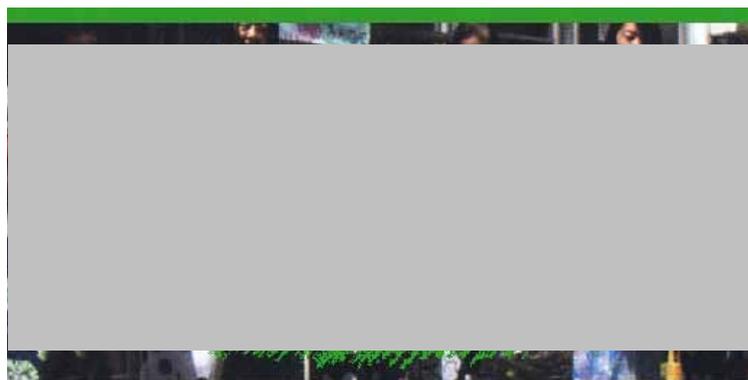
6月21日



地域密着コミュニティ参加イベント  
マスコミと連携し全国的に話題を高め、  
昨年の約7～800万人参加を倍増させるチームイベントを構築

7月-8月

水新聞での打ち水特集の話題喚起



打ち水参加者倍増



## 気象予報士 & 天気予報番組の連動施策

### 企画案の概要

#### ねらい:意識喚起と打ち水イベントへの参加促進

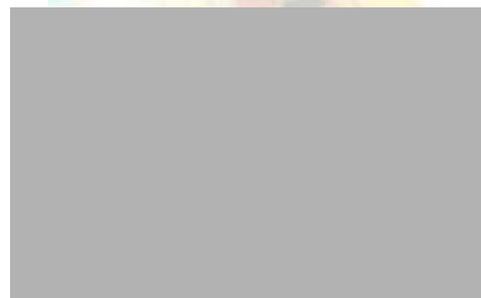
- ・気象とCO2の関係を気象キャスターを媒体に結びつけ、CO2削減問題を身近なものにするともに打ち水イベントへの参加を誘引する
- ・各局の天気予報コーナーで、気象キャスターからのCO2削減の一言コメントコーナーを実施
- ・打ち水イベント当日には気象キャスターがイベント参加し、イベントの様子をレポートする

#### 協力機関(例)

- ・各テレビ局
- ・気象、天気予報関連NPOなど

#### < 展開イメージ(例) >

【人気天気キャスターからの呼びかけ】



【気象キャスターがイベント参加】

