

気候危機で地元どうなる？

未来 47景



●目的

気候変動問題の自分ごと化・個人にできる行動の促進

●ターゲット

問題を知っているが、自分ごと化されていない生活者

●ターゲットに促す行動

- SNSでキャンペーンをシェア
- 取り組みたい行動をクリック

●実施背景

地球温暖化の深刻な状況への警報として、2020年の環境白書で初めて「気候危機」という言葉が用いられました。認知度は高いものの、地球規模の大きな問題と感じてしまい自分ごと化されづらいこの問題に対し、その影響は気温上昇に限らないこと、私たちの日々の生活にも及びうることを知って、ひとりひとりにできる具体的な行動を起こしてほしいという想いから生まれました。



実施概要

STEP 1
SAVE

AUDIENCES

先行研究

ブリティッシュコロンビア州の調査では、気候変動の地域的影響に関するメッセージに加え、場所への強い愛着があれば、行動につながる可能性が最も高いことが示されました。そのため、地元愛に着目してコンテンツを開発。都道府県を選択すると、その地域に起こりうる今世紀末の未来予測を、地域ならではのイラストや方言まじりの解説とともに見ることができるキャンペーンサイトを制作しました。

STEP 2
NATURE

TIMELY

モーメント

豪雨災害や猛暑を実感する梅雨から夏にかけてキャンペーンを開始し、温暖化の影響が生活者にとって腹落ちしやすいタイミングを意識しました。SNSシェアを促すほか、ひとりひとりにできる12のアクションを呼びかけました。

STEP 3
PLEASE

SCALE

メッセンジャー

WWFジャパンからの発信だけでなく、47都道府県から20のゆるキャラにSNS投稿の協力をいただき、話題化とリーチの拡大に寄与しました。

インパクト

公開から1年で、

- キャンペーンサイトが約35万PV
- SNS上で37万回シェア

●関連リンク

キャンペーンサイト

▶ <https://www.wwf.or.jp/campaign/mirai47kei/>

気候危機の解決に向けて、私にできることは？

▶ <https://www.wwf.or.jp/staffblog/campaign/441.3.html>

