

【第3回】SDGメディア・コンパクト加盟のテレビ局共同による気候変動キャンペーン
「1.5℃の約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」
全国のLIVE BOARDにて9月20日よりキャンペーン動画を配信



株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：櫻井 順 以下、LIVE BOARD）は、国連と日本のメディアによる国レベルでの世界初の共同キャンペーン「[1.5℃の約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。](#)」の一環として、2022年2023年に引き続き※1、NHKと民放5局が連動して展開する取り組みに賛同し、2024年9月20日（金）より、当社が所有している全国（北海道、宮城県、首都圏、愛知県、大阪府、広島県、福岡県等を含む）約70面のデジタルOOH※2にて、本キャンペーンのコンテンツ動画を配信します。

本キャンペーンは、産業革命以前とくらべた世界の平均気温の上昇を1.5℃に抑えるために、今すぐ動くべき事を伝えるもので、テレビ6局の各キャスターとキャラクターが一堂に会して登場するオリジナル動画となります。

※1 参照リリース：[2022年09月27日配信](#)、[2023年9月13日配信](#)

※2 Digital Out of Homeの略。交通広告、屋外広告、商業施設などに設置されたデジタルサイネージを活用した広告媒体

◆放映イメージ



◆配信媒体概要

配信開始日：2024年9月20日（金）

配信面：全国（北海道、宮城県、首都圏、愛知県、大阪府、広島県、福岡県等を含む）約70面の自社所有デジタルOOH

放映時間：7：00～24：00

※ムービーはランダムに配信されます

※各媒体により放映開始/終了時間が異なる場合がございますため、ご了承ください

◆「1.5℃の約束」昨年に続き、本年も参加社が増加

本年で実施3年目となり、165社がキャンペーンに参加を表明（2024年7月12日現在）。参加メディアはいずれも国連とメディアとのグローバルな連携の枠組みである「[SDGメディア・コンパクト](#)」に加盟しています。

参照：[SDGメディア・コンパクト 参加企業（アルファベット順）](#)

◆更なる気温上昇を食い止めるための気候行動を市民に呼びかける

国連広報センターと今年で3年目となる「1.5℃の約束」キャンペーンの参加メディア・団体は、メディアによる報道や企画に加えて、国連が推奨する「**個人でできる10の行動**」を中心に個人に気候行動を呼びかける、SNSムーブメントを開始しています。8月1日から9月30日までの2カ月間、国連広報センターとこれらのメディア・団体は、#1.5℃の約束 #何もしないともっと暑くなる #10の行動の3つのハッシュタグをつけて、それぞれのSNSアカウントから「野菜をもっと多く食べる」「環境に配慮した製品を選ぶ」「声を上げる」といった気候行動を紹介します。そして、個人に対してもこれらのハッシュタグを使って、「個人でできる10の行動」のうち、すでにとっている行動やこの機会に始めた行動をシェアすることを呼びかけます。そうして、行動を実践していることを共有し合う好循環を生み出すことを目指します。

1  家庭で節電する	2  徒歩や自転車で移動する、 または公共交通機関を利用する	3  野菜をもっと多く食べる	4  長距離の移動手段を考える
5  廃棄食品を減らす	いくつやってる？ 気候危機を解決するための 10の行動。		6  リデュース、リユース、 リペア、リサイクル
7  家庭のエネルギー源を替える	8  電気自動車に乗り替える	9  環境に配慮した製品を選ぶ	10  声を上げる

いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。

1.5℃の約束 

◆9月29日（日）にNHK 民放6局連動環境スペシャル番組を放送

キャンペーンの一環として気候変動と“食”をテーマにした環境スペシャル番組を放送予定。NHKのスタジオにNHKと民放のキャスターたちが集結し、温暖化の解決策を模索する各局の世界各地からのレポートや2100年には消えてしまいかねない食材の紹介などを紹介します。

番組名：「1.5℃の約束 いますぐ動こう、気温上昇を止めるために 気候変動で“食”が大ピンチ！」

放送予定：9月29日（日）総合 午前10:05-11:00

[1.5℃の約束 いますぐ動こう、気温上昇を止めるために - NHK](#)

◆「1.5℃の約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」

地球温暖化は、気温を上昇させるだけでなく地球全体の気候を大きく変える「気候変動」を引き起こします。既に世界各地では、自然環境や人の暮らしに、そのさまざまな影響や被害が現れ始めており、その深刻さから近年は「気候危機」という言葉も使われるようになりました。こうした問題は、温暖化への対策を十分に行なわない場合、さらに重大化し、取り返しのつかない被害をもたらす危険性が指摘されています。

このような状況下において、国連広報センターは、「SDGメディア・コンパクト」に加盟する日本のメディア有志と共に、2022年6月17日より、国レベルでの世界初の共同キャンペーン「1.5℃の約束 - いますぐ動こう、気温上昇を止めるために。」を始動。今年で3年目の実施となります。（参照：https://www.unic.or.jp/news_press/info/49224/）

動画配信は、この一環で行われる、NHKや民放キー局（日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ）の6局の取り組みに賛同するものです。

国連広報センター公式サイト：https://www.unic.or.jp/news_press/info/50564/

・NHKと民放キー局によるステートメント（国連広報センターYouTube掲載）

URL：<https://youtu.be/dGQnEZxa1nY>

◆LIVE BOARD 全国のスクリーン

現在、全国に64,500以上の配信面を運用。自社で設置したスクリーンだけでなく、他社との連携も日々拡大中です。

URL：<https://liveboard.co.jp/screen>

◆株式会社 LIVE BOARD

データドリブンにターゲティングや効果検証を実現する

デジタル OOH アドネットワークオペレーター

OOH 領域において国内で初めてインプレッション（VAC）※に基づく配信を実現。コロナ禍のような人流変化が起こりやすい状況下でも、“そのとき、その場所で、その広告を”見ると仮定される人数をもとに、限りなく実態に即した広告配信および課金体系を展開。加えて、屋外・屋内、電車内、駅構内など日本全国の多様なデジタル OOH を束ねた独自ネットワークに国内最大級キャリアのビッグデータを掛け合わせることで、性・年代別によるターゲティングなど、従来の OOH では難しかった“ヒト”基点による配信を可能にしました。

※ LIVE BOARD は、OOH グローバルメジャメントガイドラインにて推奨されている、視認調査に基づく視認率を加味したインプレッション（VAC=Visibility Adjusted Contact / のべ広告視認者数）を採用しています。媒体の視認エリアの中にいる人数（OTS=Opportunity to See）のうち、OOH 広告に接触する可能性のあるべ人数（OTC=Opportunity to Contact / 視認エリア内での移動方向や障害物の有無を考慮）を定義。この数に媒体に応じた視認率を加味することで、実際に広告を見るであろうべ人数（VAC）を推計しています。

会社名	株式会社 LIVE BOARD
代表者	代表取締役社長 櫻井 順
所在地	東京都渋谷区神宮前 3-1-30 Daiwa 青山ビル7階
営業開始日・創立日	2019年2月1日
事業内容	デジタル OOH 広告配信プラットフォームの運営、デジタル OOH 広告媒体の開拓、デジタル OOH 広告枠の販売
ホームページ	https://www.liveboard.co.jp

<本リリースに関するお問合せ先>

LIVE BOARD 広報事務局 担当：安部

TEL : 090-5393-0219 / 03-5843-0932 E-mail : info_press@liveboard.co.jp