

-サステナブル啓発企画-

# ピースフォーアース

-サステナブルが育つ場所を発見！-



運営：ピースフォーアース実行委員会

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

[www.peace4earth.org](http://www.peace4earth.org)

2021年ピースフォーアースアンバサダー ユカ

## 入場無料

当日会場アンケートに  
お答えいただくと  
『SDGsな商品』  
プレゼント

※本館ブースにて画面ご提示で  
引き換えいたします  
※各日先着100名様 ※無くなり次第終了

イベントの最新情報  
はこちら！



### ● EVENT INFORMATION ●

地球温暖化のポーズをSNSにアップ  
するとその場でプレゼント！

会場でアナタの温暖化ポーズを  
プロのカメラマンが撮影します！

MINAMI(仮)と一緒に会場で  
笑顔トレーニング！自撮り力UP!!

カワイイ！キラキラ！超癒さな  
映える自撮りスポットが現れる！

**サステナブルを叶えるミラクルなコスメブランド、20ブランドが原宿に上陸！！**

新しい私に出会えるコミュニケーションプレイス  
**愛を感じて輝け！**

2025年7月 10:00~20:00

26日(土) 27日(日)

名称 | SDGs体験エリア「ピースフォーアース」2025原宿 -ハイスクール-  
場所 | 「おもはらの森」 in 東急プラザ参道 東京都渋谷区神宮前4-30-3  
主催 | 特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン  
運営 | ピースフォーアース実行委員会  
協賛 | 株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
後援 | 東京都環境局 消費庁庁令予定

ピースフォーアース

<https://www.peace4earth.org>  
問合せ: [peace.4.earth@forever-green](mailto:peace.4.earth@forever-green)

東京都環境局

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



主催者および協賛者による、この企画は、あらゆる公共団体の協力を得て行われます。

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン、サステナブル消費イベント「ピースフォーアース」SDGs体験プレイス「SDGs」を企画・運営しています。



# 初めに | フォーエヴァーグリーンにとってのマーケティングの意味

## 「消費者/エンドユーザー/市民」 が関わる地球温暖化防止

私たち個人が毎日の生活の中で出来ることは「消費の選択」。  
**「炭素排出量の少ない物 = サステナブル商品」**の購入こそが、  
 新しい未来を築くことだと信じています。→非営利法人の当法人にとって、マーケティングはビジネスで「売上」を上げる  
 ことではなく、**消費者に選択肢を与えること、マーケティングは  
 「サステナブル市場を作ってゆく」**活動だと考えています。



## ゴール：2023年G7広島サミット ト首脳宣言、2035年60%以上 の温室効果ガス削減目標

一言で言うと、日本はこないだのサミットで**「現在の生活で  
 使っている食品や日用品の6割がCO2を排出しない製品に切り  
 替わっている世界になっていることを、世界の国に約束した」**  
 と想像して下さい。サステナブランドで集まって話し合いま  
 しょう。消費者は安くなりさえすればサステナ商品を買います  
 か？そんなに簡単な話ですか？もっと複雑な問題だと考えてい  
 ます。

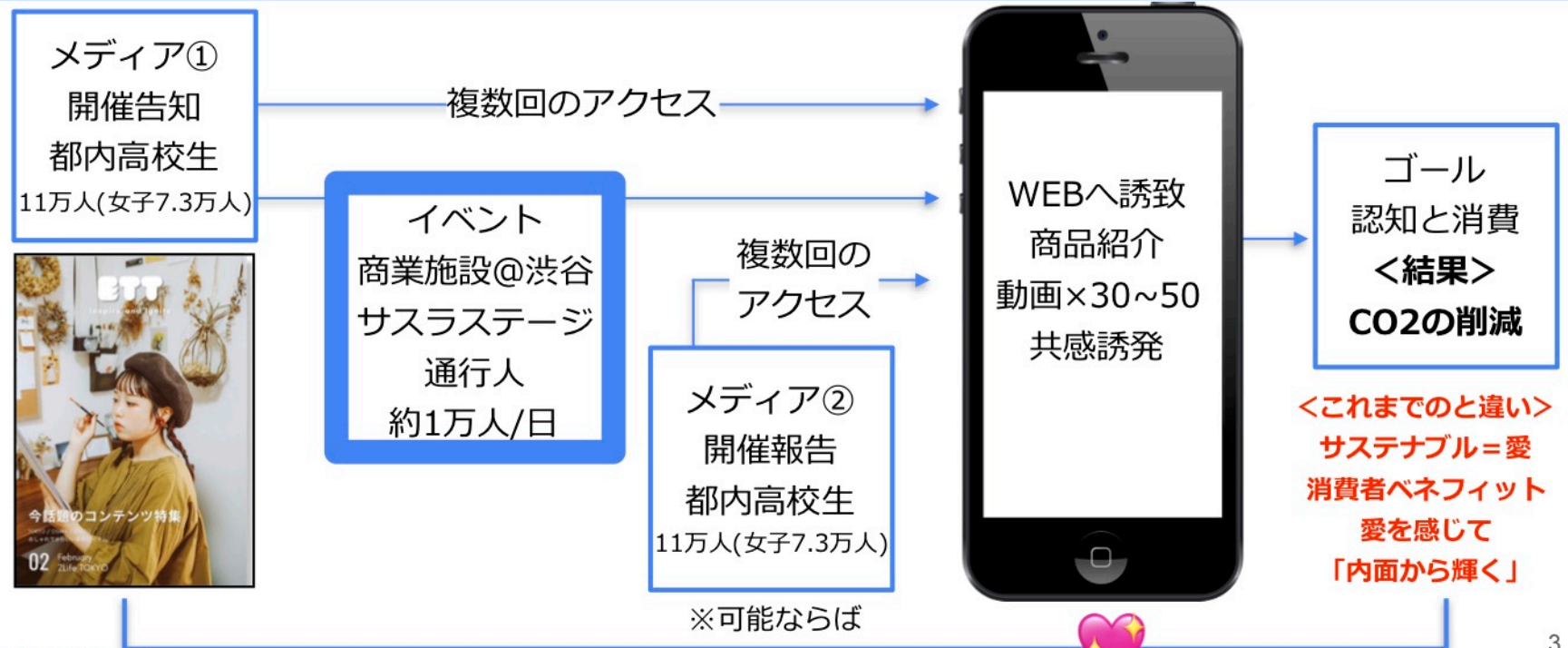




# 企画|イベントを柱に啓発誌×動画配信の複合企画で効果を最大化

「知る」から「欲しい!」までの、意識変化を産むシステムを提案。サステナブルに共感する可能性のありそうな人に啓発紙でアクセス、イベント会場でコミュニケーションを取り、動画で共感を誘い、ベネフィットを感じさせること。

## 環境省コンセプト「消費の行動変容」で、地球温暖化防止を目指す



<これまでのと違い>  
サステナブル=愛  
消費者ベネフィット  
愛を感じて  
「内面から輝く」





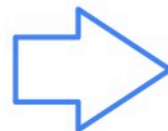
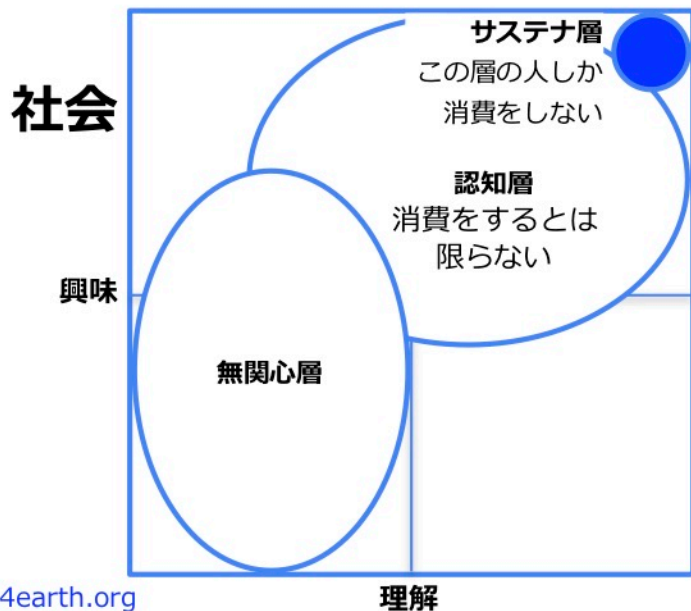
# 趣旨 | 行動変容を起こせ！ジェネレーションマスメディアが武器！

サステナブルが価値観として確立しているのは実は教育機関内だけなのではないか？社会の中の多様な世代を対象にイベント開催してきたが、学校では教えているので高校生ならば、多数がサステナブルを肯定すると気がきました。

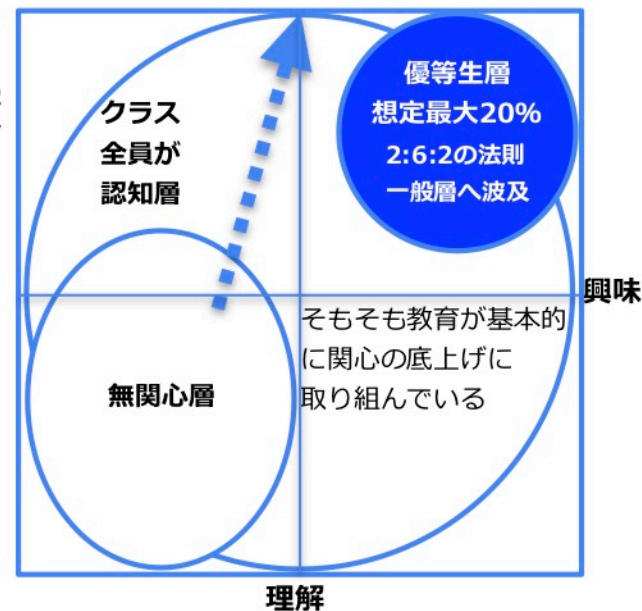
## その世代全員にアクセスしてメッセージ発信 = マスメディア

社会活動では、一部のエリアでターゲットを絞った活動しかできません。

教育機関全体を狙えば、その世代へ包括的にメッセージ発信可能です。



## 学校





# 目次

## 1部

- P1 : 表紙 | ピースフォーアース2025
- P2 : 初めに | フォーエヴァーグリーンにとってのマーケティングの意味
- P3 : 企画 | イベントを柱に啓発誌×動画配信の複合企画で効果を最大化
- P4 : 趣旨 | 行動変容を起こせ！ジェネレーションマスメディアが武器！
- P5 : 目次
- P6 : 表紙2 | -サステナブルの価値が育つ場所を発見！-
- P7 : 独自メディア+リアルイベントを組み合わせて高校生に情報配信
- P8 : 『ピースフォーアース』とは
- P9 : 特別な集客方法→選択肢を変えさせるという「現代の公益活動」
- P10 : 子どもは最強の営業マンだ！：令和の親子の関係性の特徴
- P11 : 家族のコミュニケーションを「子どもから親へのプレゼン」に
- P12 : 差別化優位性 | サステナブルコスメのイメージチェンジ

## 2部

- P13 : 表紙3 -企画概要-
- P14 : イベント概要
- P15 : ピースフォーアースの仕組みについて
- P16 : イベントを構成する3つの“感性向け”コンテンツ
- P17 : A\_サステナブルコレクションエリア
- P18 : A\_サステナブルコレクションエリア2 | 商品紹介/販売
- P19 : B\_サステナブル コンテンツの体験ブース
- P20 : C\_インフルエンサー/タレントの参加
- P21 : D\_インスタスポット：普段捨ててるモノ
- P22 : 会場図：15前後ブース程度設置 ※仮図面
- P23 : 会場内での特筆事項
- P24 : イベントPR | 啓発紙配布
- P25 : WEB | 啓発紙と連動した内容「読んで飛ばす」
- P26 : ご出展費用|各種サービスのみでのご発注も受け付けます
- P27 : SDGs体感エリア『ピースフォーアース』ご協賛のお願い
- P28 : 表紙3 お申し込みの流れ・注意実行・規約

## 3部

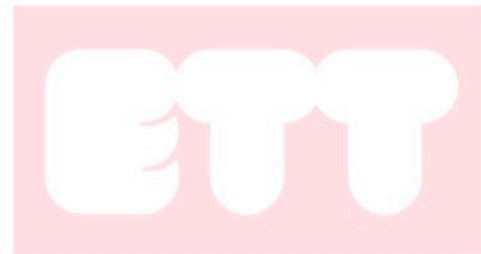
- P29 : お申し込みの流れ
- P30 : ブース出展について：ご注意事項
- P31 : 協賛規約 (1/3)
- P32 : 協賛規約 (2/3)
- P33 : 協賛規約 (3/3)

## 4部

- P34 : 表紙4 -主催者情報-
- P35 : Non-profit Sustainable PR Activity サステナ成長パートナー
- P36 : 実績紹介
- P37 : Ett編集長：フォーエヴァーグリーン クリエイティブディレクター
- P38 : Ett編集長：実績 イベント企画 | 日本制服アワードプロデュース
- P39 : お問い合わせ：ピースフォーアース2024ハイスクール



Forever  
Green







# 独自メディア+リアルイベントを組み合わせることで高校生に情報配信

イベントを開催する場所はそもそも交通量が多い渋谷の駅前、**都内の所得の高い区上位10区の高校240校に独自メディアを配布**します。消費者は、共感する動画コンテンツでWEBサイトに誘導し、理想を叶える仲間を獲得します。

## 3つのコミュニケーションコンテンツがブランドの理想を叶えます

### オリジナルメディア

「Ett・エット」教育機関に配布するサステナブル啓発紙。創刊号は世田谷区の全ての教育機関を通して5万5千部配布された。地域施設含めると6万部。

- ・記事広告
- ・発行部数：11万部  
※女子73,000人
- ・対象：女子高生向け
- ・東京所得の高いエリア



### リアルイベント

今回で9回を迎える実力派イベント。

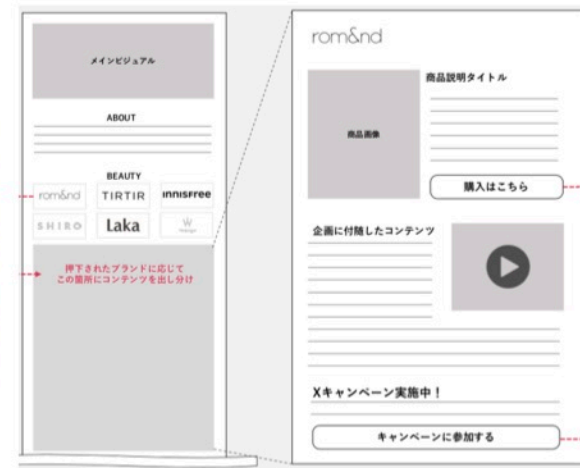
- ・22ブースまで出展可能
- ・来場者が参加できる体験ブース
- ・イベント集客者とは関係無く、来店者の多い場所で開催されます。

おもはらの森 in 東急プラザ：約1万人



### 動画配信&WEBサイト

今回の企画の為に用意された特別サイト、JKの共感を引き起こす特別動画を3ヶ月のキャンペーン期間中に30~50本発信。



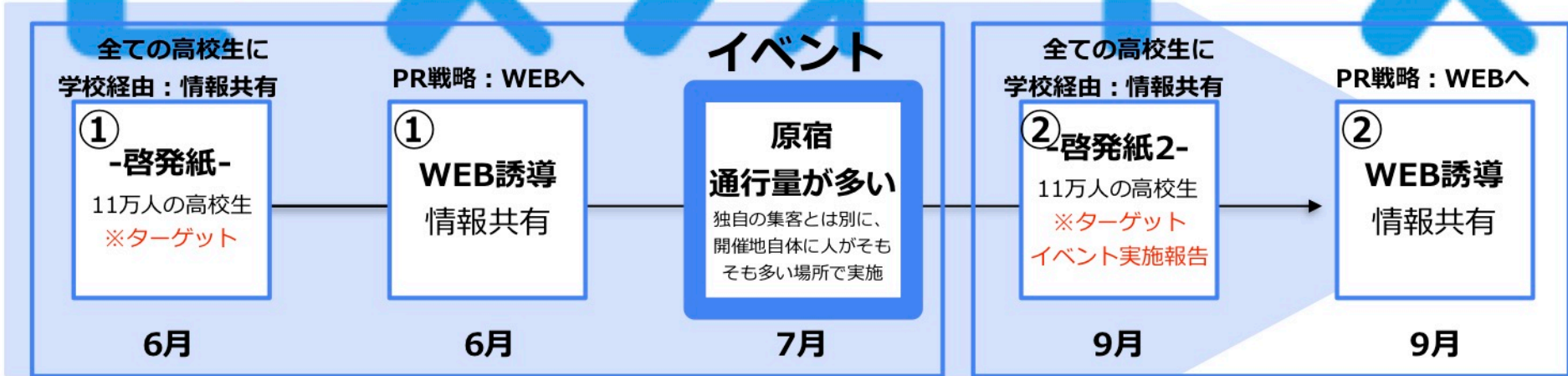
※併売されたブランドに応じてこの場所にコンテンツを差し分け



# 『ピースフォーアース』とは

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーンを中心にイベント実行委員会形式で組織されたプロデューサー、ディレクター、制作会社、代理店などのでイベントを制作するチームで、複数のコンテンツを組み合わせて実施します。

## Time Line



全ての高校生に  
学校経由：情報共有

PR戦略：WEBへ

### イベント

全ての高校生に  
学校経由：情報共有

PR戦略：WEBへ

①  
-啓発紙-  
11万人の高校生  
※ターゲット

①  
WEB誘導  
情報共有

原宿  
通行量が多い  
独自の集客とは別に、  
開催地自体に人がそも  
そも多い場所で開催

②  
啓発紙2-  
11万人の高校生  
※ターゲット  
イベント実施報告

②  
WEB誘導  
情報共有

6月

6月

7月

9月

9月

※基本計画

7月26日(土)、27日(日)

※可能ならば2回配布したい

※8月は夏休みの為、配布不可





# 特別な集客方法→選択肢を変えさせる「今の時代の公益活動」

「サステナブル」と呼びかけても共感度が低い→より共感度の高いキーワードから呼びかけ、最終着地点としてサステナブルへ。

① イベント開催案内号



## サステナブルに繋がるポテンシャルカスタマーを見つけ出せ！

理想の社会を描く性格ならば、サステナブルにも共感するはず

※サステナブルから入らない

- 女性の給料差が10万円もつくっておかしいよね！
- 経営者比率、女性は10%以下って許せない！
- ワタシらしさのを見つけ方
- 人生目標が一生のハッピーを産む
- 夢は持つことに意味がある！

SNS動画で記事の続きを観る



イベントでコミュニケーション



選択



②

従来の化粧品



CO2排出削減へ

サステナブルコスメ

イベント開催報告号  
※可能ならば

### ロジックを理解させるのではなく、「共感する性格の人」を導いてゆく



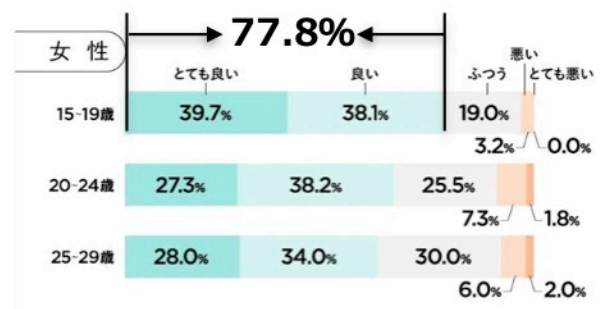
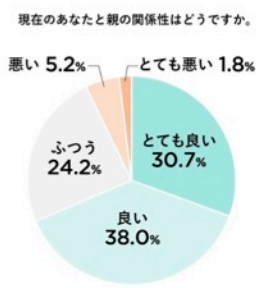
# 子どもは親への最強の営業マンだ！：令和の親子の関係性の特徴

10代では7割以上が「とても良い」「良い」と答えており、実際にZ世代は他の世代以上に親と良好な関係を築いている。

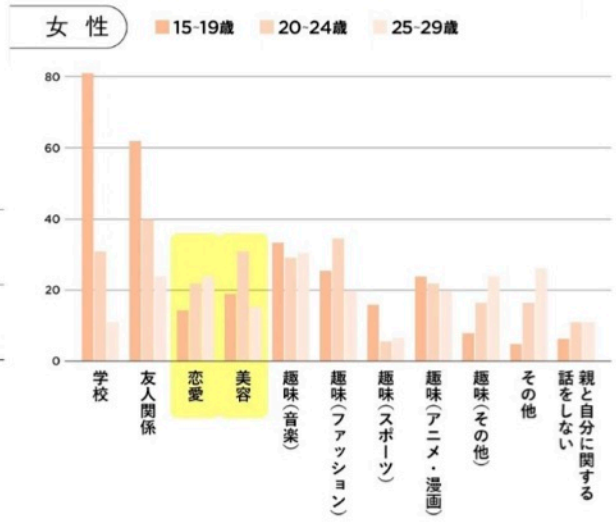
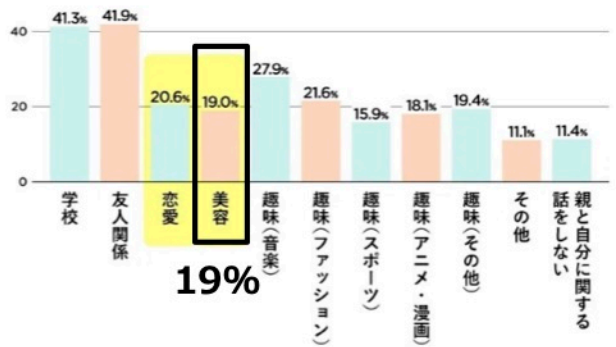
ゆとり世代以降、親子の関係性が徐々にフラットになってきている。出典：<https://note.com/plustechlabo/n/n56787599566a>

**キーワード**

- ・ 友達親子
- ・ 親子デート



あなたは親とどんなことについて話をしますか。当てはまるものをすべてお選びください。



今回特集を組む美容は、授業で取組むスポーツより高い関心度で、親子で会話するテーマに上がっている点が興味深いと言えます。

※親と仲良く美容の話をする女の子の数  
 $73,000人 \times 77.8\% = 56,794$   
 $56,794 \times 19\% = 10,790$   
 $10,790 \div 73,000 = 0.1478 = 14.7\%$

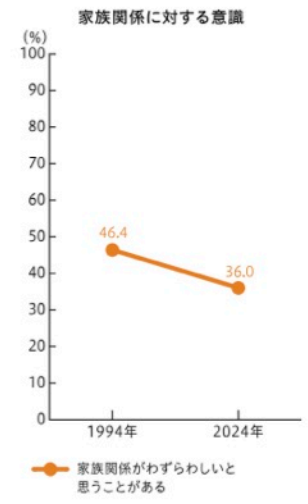
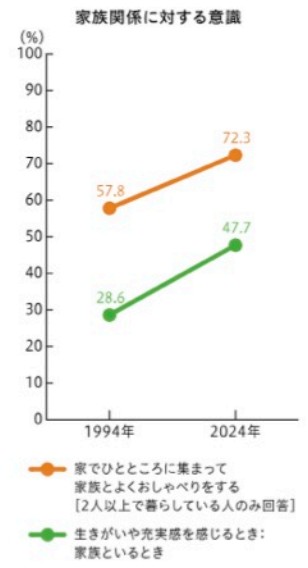
また、親子の会話は学校、友人関係が圧倒的に高いことから、サステナブルの記事より、夢、愛やジェンダーなど普遍的なテーマからサステナブルに紐付けた記事の方が、生徒の関心を誘うと思われます。



# 家族のコミュニケーションを「子どもから親へのプレゼン」に

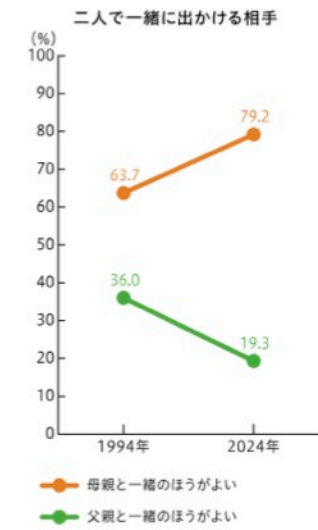
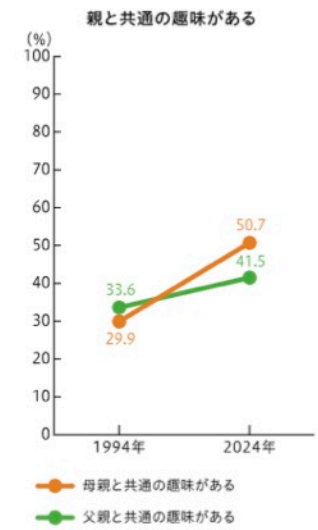
## 「家族好き」が増えた

「家で家族とよくおしゃべりする」あるいは、「家族といるときに生きがいや充実感を感じる」という若者が増加しています。反対に「家族関係がわずらわしいと思うことがある」という若者は減少しました。



## 「母と一緒に」が増えた

母と共通の趣味をもつ若者は30年間で半数を超に増加。一緒に出かける相手も母は父に比べ選ばれるように。これは母娘の関係に限らず、母息子でも共通の趣味を持ち、父より母と出かけたいたいという割合は共にほぼ倍増。定性調査では、母と息子で筋トレやスポーツをしていたり、



母と娘で推し活にハマる等。親と一緒にの趣味は、費用を親が負担するため、**子どもは経済的なメリットを享受できる。**



-地球温暖化防止企画-

SDGs啓発イベント **ピースフォーアース** 2025

2部：企画概要



運営：ピースフォーアース実行委員会

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン



# イベント概要

# ピースフォーアース 2025 原宿

名称：SDGs体感エリア『ピースフォーアース』2025 原宿 ハイスクール

対象：高校生(主に女子)、Z世代、ミレニアル世代、主に女性

目的：気候危機、エンゲージメント向上

内容：サステナブルコレクション「愛の力がキミを内面から輝かせます！」

サステナブル(脱炭素、エシカル)商品/サービスの展示紹介

独自メディアを活用したプロモーションを地域教育機関へ展開

期間：2025年7月26日(土)、27日(日) ※雨天：日程を翌日、または翌週へ：調整中

場所：「おもはらの森」

東京都渋谷区神宮前4-30-3 東急プラザ表参道「オモカド」5階

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

運営：ピースフォーアース実行委員会

後援：東京都環境局 消費者庁※予定

協力：(株) CARTA MARKETING FIRM、(株)パル、ユキハナ、  
(株)Sumapla、フォーエヴァーグリーンYouth、プロッサムレポート、他

メディアパートナー：ELEMINIST、

# 入場無料

当日会場アンケートにお答えいただくと『SDGsな商品』プレゼント

※本館ブースにて順番ご提示で引き換えいたします  
※各日先着100名様 ※無くなり次第終了

イベントの最新情報はこちら！



## ● EVENT INFORMATION ●

地球温暖化のポーズをSNSにアップするとその場でプレゼント！

会場でアナタの温暖化ポーズをプロのカメラマンが撮影します！

MINAMI(仮)と一緒に会場で笑顔トレーニング！自撮り力UP!!

カワイイ！キラキラ！超癒しな映える自撮りスポットが現れる！

サステナブルを叶えるミラクルなコスメブランド、20ブランドが原宿に上陸！！

新しい私に出会えるコミュニケーションプレース  
**愛を感じて輝け！**

2025年7月 10:00~20:00

26日(土) 27日(日)

名称 | SDGs体感エリア『ピースフォーアース』2025原宿 -ハイスクール-  
場所 | 「おもはらの森」 in 東急プラザ表参道 東京都渋谷区神宮前4-30-3  
主催 | 特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン  
運営 | ピースフォーアース実行委員会  
協賛 株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、株式会社○○○○、  
後援 | 東京都環境局 消費者庁※予定

# ピースフォーアース

https://www.peace4earth.org  
問合せ：peace.4.earth@forever-green

# 東京都環境局

# SUSTAINABLE GOALS

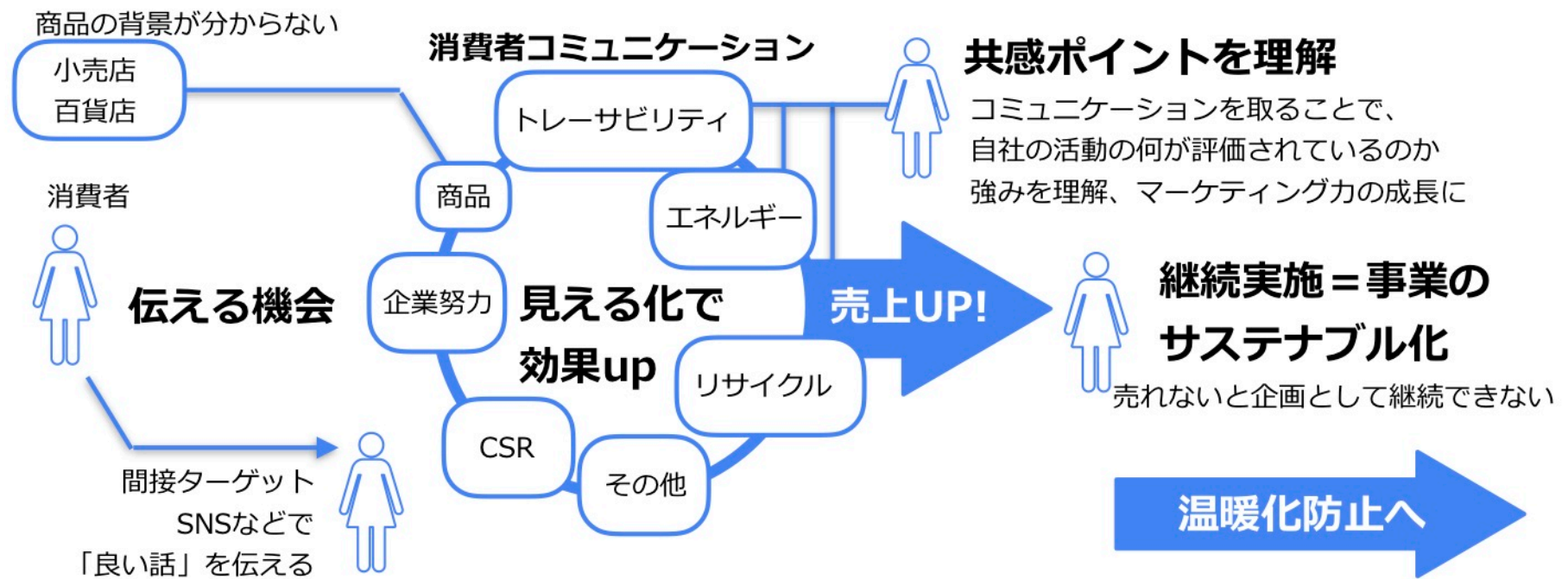




# ピースフォーアースの仕組みについて

サステナブル・エシカル商品/サービスの魅力発掘・CO2削減・売上UP!

## サステナブルの理解度を深め行動変容へ、気候問題に貢献





# イベントを構成するオリジナル”感性向け”コンテンツ

コミュニケーション要素を重視した体験型コンテンツで構成するイベント。知識教育とは異なるスタンスで実施します。私たちはサステナブルに興味を持つ「見て・触れて・感じる」キッカケです。

## A\_メインコンテンツ サステナブルコレクション



サステナブル  
コスメ中心の  
コレクション

一般サステナ  
ブル商品の出展  
エリア

## B\_体験ブース



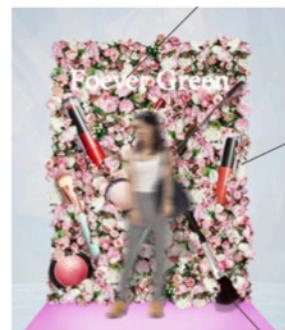
サステナブルコ  
ンテンツの体験  
ブース

## C\_インフルエンサー タレント



高校生の集客を目的と  
したコンテンツ。  
地球温暖化防止のポー  
ズをとってSNS投稿！

## D\_インスタポイント



集客コンテンツ。普段  
使っているモノが巨大  
化！キラキラカワイイ、  
インスタポイント

機会、  
キッカケ、  
場を作る

①

感じる

②

学ぶ

心の働き

③

意欲

行動へ



温暖化防止へ





# A\_サステナブルコレクションエリア

## 「サステナ (ウルトラ) コスメ特集」

コスメは美しくなるためのもの。  
愛を感じた方が美しくなれるなら、  
サステナブルコスメは普通のコスメの  
価値を上回ります！

サステナブルコスメの「内側から輝く」と地球温暖化防止のコンセプトの全てを包括的に理解させて、価値を浸透させる消費者との交流の場です。



## ターゲットの選定

- Z世代      お金を持っていない  
                 購入のライバル要素が多い
- ミレニアル世代      お金は持っているが、  
                 ニーズを持っていない
- 高校生      お金はない→親が買う  
                 最初から何の価値観も持ってない  
                 今勉強している最中、  
                 学校がサステナブルを教えている  
                 ポジティブに受け取る可能性高い



## A\_サステナブルコレクションエリア2 | 商品紹介/販売

# 見る・触れる・感じる

## その他のアイテム

### ■ 生活消費財

洗剤、スポンジ、お皿、カップ、タオル、包丁など

### ■ 食品

パッケージの脱炭素化、オーガニック、無添加、地産地消など

### ■ 家電など

冷蔵庫、ソーダストリーマー、エコキュート、スマートホン  
浄水器、マイボトル、コンポスト、自然エネルギーなど





# B\_サステナブル コンテンツの体験ブース

## サステナブルに 触れることができる

子供向けから、大人まで簡単にSDGsを理解できるサステナブルコンテンツを用意しています。

シンプルな塗り絵や、長々とした説明を必要としない、パラパラとめくるだけのABクイズを楽しみSDGsの倫理観を理解する新しい理解方法で触れることができます。

**13** 気候変動に具体的な対策を 17個の目標の中でも特にむずかしい気候変動について **13**

**Q** 今、これまでに無いほど自然がおかしくなってるって本当？



**A** 地球には特に問題は無い  
宇宙旅行でもしようかな



**B** とても大きな台風が来るようになった  
皆でなんとかしよう！

05

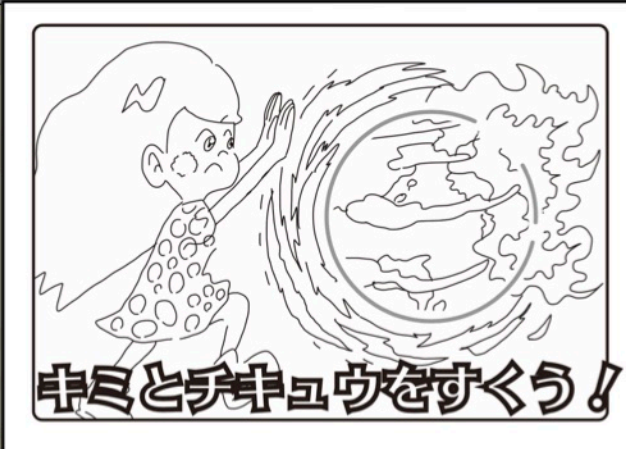
**13** 気候変動に具体的な対策を 17個の目標の中でも特にむずかしい気候変動について **13**

正解



**B** とても大きな台風が来るようになった  
皆でなんとかしよう！

これは、絶対に後回しにしてはイケないって！ 皆の命が危ないんだ！  
気候問題は、すべての自然に影響する大きな問題なんだって。  
大雨で家が流される、熱すぎて火事が起きる、怖いことがいっぱい！！ 06



**7** 「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」  
**Q** どうやってエネルギーを作ればよいだろう??



**A** 太陽や風、自然の力をエネルギーにする



**B** 石油や石炭もやしてはむりもくもく、温暖化の元 (CO2) いっぱい



# C\_\_ステージを活用した女子高生が楽しめるコンテンツ

- ・ 温暖化ポーズのSNS投稿  
来場者にメイクをして  
カメラマンが写真撮影  
盛れてる写真が撮れます♪
- ・ SNSにUPすると商品プレゼント
- ・ 一緒に笑顔トレーニングなど

EYE'S





## 君と地球を救う

SDGs 気候問題は目のマーク！  
ポーズでメッセージ発信しよう！



Forever  
Green

LOGO	15mm × 15mm				

© 2024 NPO Forever Green. ALL RIGHTS RESERVED.



## D\_\_インスタスポット：普段捨ててるモノ

### コンセプト：気付きを与える

単純に会場で楽しめる「映えるインスタスポット」の提供は、イベントを楽しむには大切ですが、普段自分が「捨てているもの」が巨大になっていることで、「コレ、この後どうなるんだろう??」と疑問が浮かびます。ゴミだらけの世界に住めません。普段イメージ出来ないCO2も、巨大なゴミの煙に包まれたら、、、?



コスメとお花

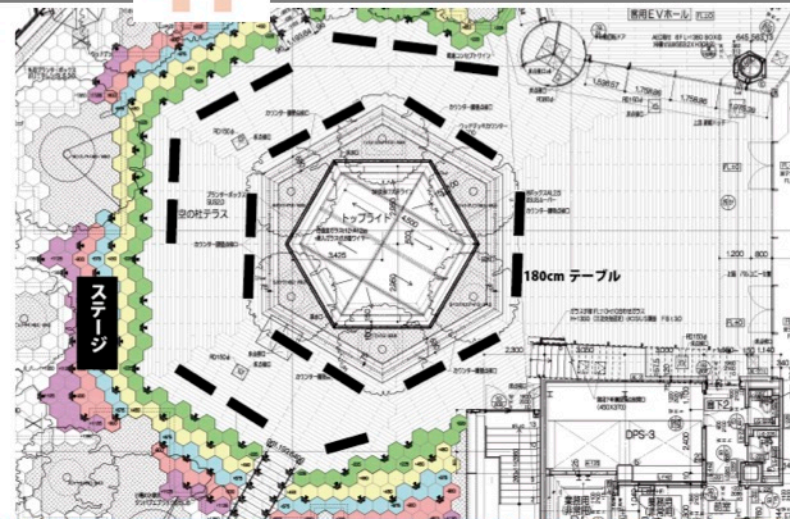


スプーン  
歯磨き粉  
とお花

※予算により  
2点とも配置



## 会場図：22ブース程度設置



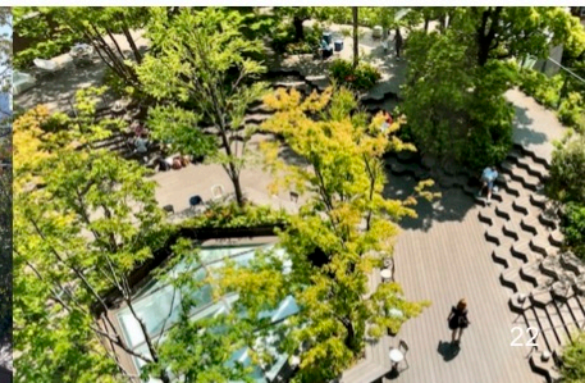
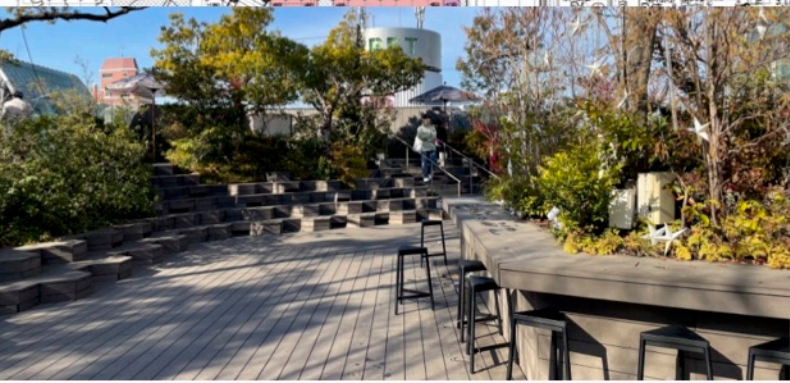
## 各ブランド毎にブースを設置

- ・ サステナブルポイントをブランド毎に来場者に紹介
- ・ 各ブランド毎に販売、テスト



### ■ 出展者のサステナブルについてのPR方法

- ・ 消費者に、サステナブルの理解を促す資料を手渡す。
- ・ 商品を手にとってもらい「見る・触れる・感じる」等して理解を深めてもら、ブランドの担当者とコミュニケーションを取る。
- ・ 動画を観てもらう
- ・ サンプルを持ち帰ってもらうなど





# 会場内での特筆事項

## サンプリング販売 サステナブル認定

啓発イベントの為、販売が目的ではありませんが、ブランドは消費者に様々な質問があります。実際にご使用いただくことで商品クオリティ確認することが可能となる為、一部のブランド様は商品を有料で消費者にお持ち帰りいただく場合があります、「サンプリング販売」として認めています。

フォーエヴァーグリーンは認証機関ではありませんが、一人でも多くの人にサステナブルを理解し、参加してもらいたいと願い活動しております。そこで、一目で理解出来る簡単なサステナ認定マークをイベント当日のみ発行しております。



コンセプト：わかりやすいこと

- ① サステナブルの種類をデザインで伝える
- ② 「❤️が多いとサステナブルレベルも高いんだろうな」と、視認性を持たせる

- ❤️ 国産：輸送の際に発生するCO2が少ない
  - ※加工品の場合：主成分が国産の場合
  - 例：ケーキの場合、小麦粉が国産など
  - 砂糖だけは不可など
- ❤️ 製造場所が再生可能エネルギーで稼働
- ❤️ 電気を使わないで機能する
- ❤️ パッケージが脱プラスチック
  - ※紙、植物性プラスチック包装など

例：焼き菓子→国産材料❤️+オーガニック❤️+手作り❤️+紙包装❤️=4❤️



# イベントPR | 啓発紙配布

対象：都内高校に配布 所得の高い区TOP10区 1～10位

港区	31校	11,829校
千代田区	34校	11,483校
渋谷区	17校	8,956校
中央区	3校	2,441校
目黒区	17校	7,670校
文京区	38校	14,461校
世田谷区	61校	21,494校
新宿区	18校	7,293校
新宿区	12校	8,911校
杉並区	30校	15,231校

合計 261校 約11万人に配布  
女子約73,000人

- ①啓発紙：独自目線でサステナブルを伝える
- ②配布先の教育機関は増やせる→部数調整
- ③文化観を創る→サステナブルとは何か

## サステナコスメ特集を組む

「百年先の未来を築く人との対話」  
サステナブル事業を生み出した事業家への特別インタビュー 特集

先ず目指すのバックグラウンドを知って下さい  
サステナブルコスメの定義  
サステナブルコスメのメリット  
サステナブルコスメのデメリット  
サステナブルコスメの選び方  
サステナブルコスメの未来

雑誌やネットで、この事業を立ち上げようとする方々へのアドバイス  
サステナブルコスメの市場規模  
サステナブルコスメの競争相手  
サステナブルコスメの成功事例  
サステナブルコスメの課題  
サステナブルコスメの未来

今後はどうやって展開して行きたいか  
サステナブルコスメの今後の展開  
サステナブルコスメの今後の課題  
サステナブルコスメの今後の展望  
サステナブルコスメの今後の期待

QR







# WEB | 啓発紙と連動した内容「読んで飛ぶ」

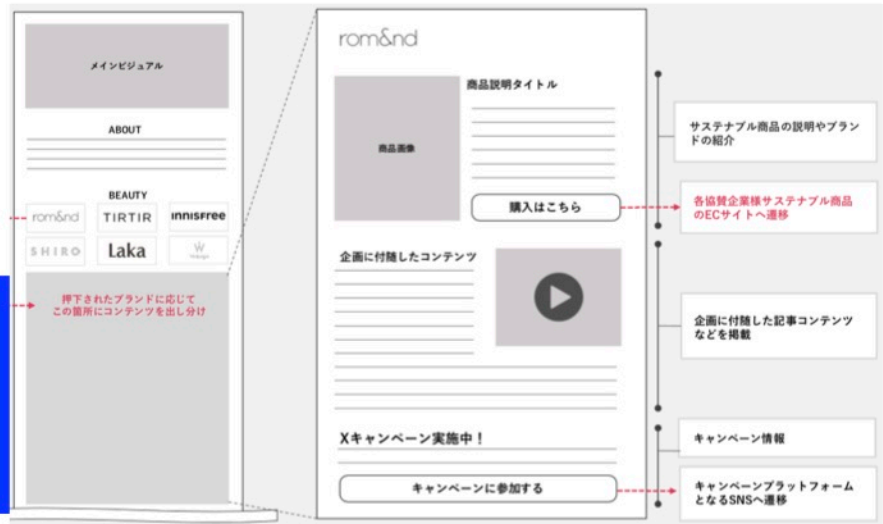
## あえてサステナブルを前面に出して語らない！

### 例：「女性の給料差が10万円っておかしいよね！」など 女性が関心を示す内容で理想の社会をイメージする内容で共感を高める

将来的に、きっとサステナブルにも理解を示してくれるであろう人の芽を獲得してゆく戦略。  
メイク動画以外は、そのような動画を豊富に用意し、オンライン上に「仲間意識」を高めるような場作りをしてゆく。

## 仲間が持つものがサステナ コスメ！顧客満足度を連帯 感で与える

**Webマーケティング会社  
が管理運営します！**  
※到達KPIなどはマーケ会社からの別紙資料にて紹介





# ご出展費用 | 各種サービスのみでのご発注も受け付けます

ピースフォーアースではより社会の脱炭素化に貢献するために、CO2の算定や提携WEB媒体への掲載といった新たなサービスを付加しました。これらのサービスはイベント出展とは別に、単体でも承ります。

	イベント出展	記事広告A4開催号	動画配信	WEBサイト掲載	CO2算定サービス	人気WEB媒体記事広告	価格(税込)
ベースセット	○	○	×	○	×	×	180万円
ゴールドA	○	○○	×	○	×	×	240万円
プラチナ	○	○○	○	○	×	×	360万円
ダイヤモンド	○	○	○	○	○	○	ASK



A4






## SDGs体感エリア『ピースフォーアース』ご協賛のお願い

### サステナブル、脱炭素、地球温暖化防止を盛り上げたい。

気候問題を志す人々を応援したい。

G7で決まったCO2の60%削減を達成したい。

そんな皆様の思いと共に、イベントを盛り上げ、今後も継続するためには、皆様のご支援とご協力が不可欠です。

個人から企業の皆様まで、広くご協賛いただけますよう、何卒よろしくお願ひいたします。

※ご協賛金は会場代、印刷物などの費用に使わせていただきます

### ご協賛金 1口 1万円

75口：Ett(啓発紙)に1/2出稿(記事広告)

50口：Ett(啓発紙)に1/4出稿(記事広告)

30口：Ett(啓発紙)1/8掲載 ブランド紹介 QR掲載

5口：Ett(啓発紙)とホームページにロゴ掲載

3口：ウェブに打ち文字で会社名掲載

同様の内容で、イベント会場のデジタルサイネージにも流れます。(静止画、10分に1回)

オリジナルの映像等を流したい場合は、頻度と長さによって変動しますので、お問い合わせください

-地球温暖化防止企画-



## 3部：お申し込みの流れ・注意実行・規約

- 1.表紙3 お申し込みの流れ・注意実行・規約
- 2.お申し込みの流れ
- 3.ブース出展について：ご注意事項（1/2）
- 4.ブース出展について：ご注意事項（2/2）
- 5.協賛規約（1/3）
- 6.協賛規約（2/3）
- 7.協賛規約（3/3）

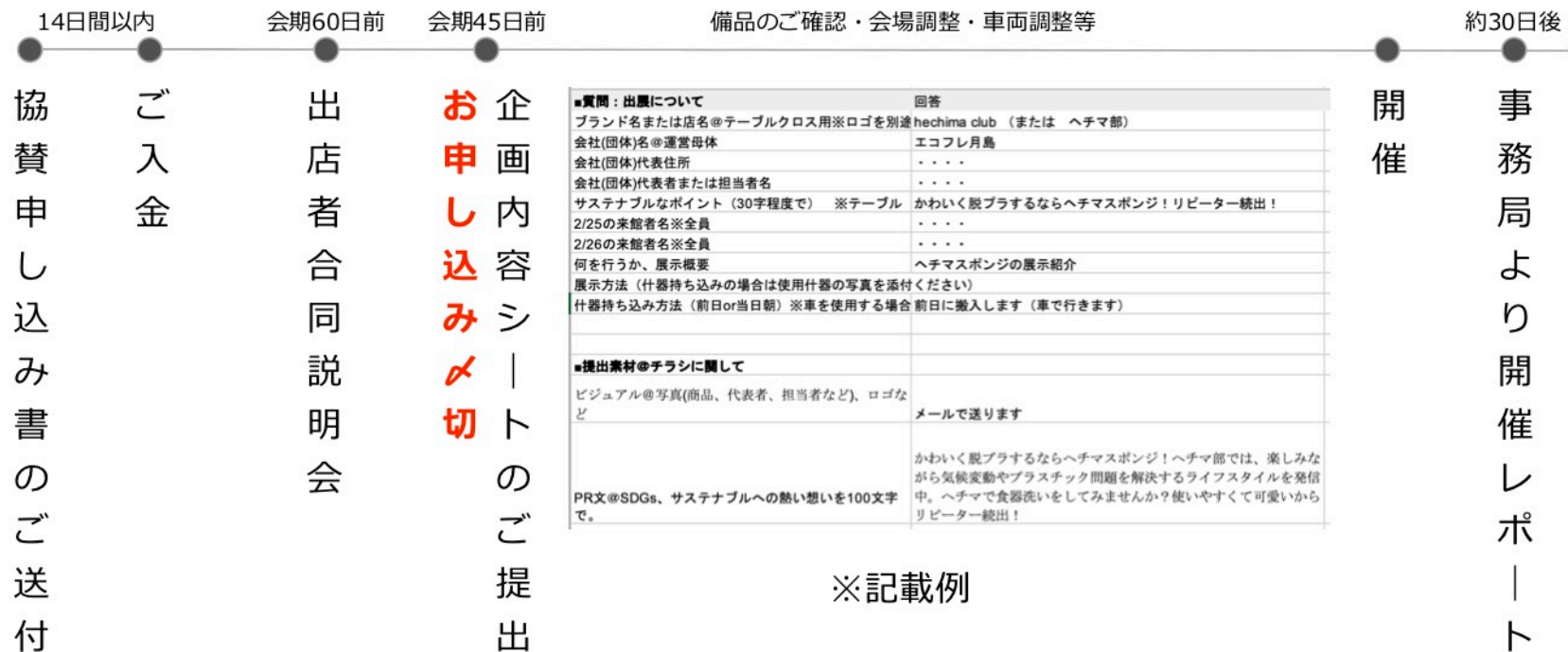


運営：ピースフォーアース実行委員会

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン



# お申し込みの流れ



■質問：出展について	回答
ブランド名または店名@テーブルクロス用※ロゴを別途	hechima club（または ヘチマ部）
会社(団体)名@運営母体	エコフレ月島
会社(団体)代表住所	.....
会社(団体)代表者または担当者名	.....
サステナブルなポイント（30字程度で） ※テーブル	かわいく脱プラするならヘチマスボンジ！リピーター続出！
2/25の来館者名※全員	.....
2/26の来館者名※全員	.....
何を行うか、展示概要	ヘチマスボンジの展示紹介
展示方法（什器持ち込みの場合は使用什器の写真を添付ください）	
什器持ち込み方法（前日or当日朝）※車を使用する場合 前日に搬入します（車で行きます）	
■提出素材@チラシに関して	
ビジュアル@写真(商品、代表者、担当者など)、ロゴなど	メールで送ります
PR文@SDGs、サステナブルへの熱い想いを100文字で。	かわいく脱プラするならヘチマスボンジ！ヘチマ部では、楽しみながら気候変動やプラスチック問題を解決するライフスタイルを発信中。ヘチマで食器洗いをしてみませんか？使いやすくて可愛いからリピーター続出！

※記載例



## ブース出展について：ご注意事項

### 商品送り込み・返送について

- 送り込みの場合、会期の前日着が可能です。ご希望の方へ別途ご案内いたします。

### 電力の使用について

- ・ 電気機器使用の場合は、ご使用になる機材の名称とワット数をご共有ください。

### 販売について

- ・ 内容を確認させていただきます。事務局までお問い合わせください。また会場内で調理しての販売はできません。

### 飲食について

- ・ 食事はブース外にてお願いいたします。

### 運び込み車両について

- ・ ご希望の方へ別途資料を送付いたします

そのほか、環境保全の主旨にそぐわない企画、または渋谷サクラステージさまが不適切と判断した企画については、変更していただく可能性がございます。ご不明点はピースフォーアース実行委員会事務局【[peace.4.earth@forever-green.jp](mailto:peace.4.earth@forever-green.jp)】までご連絡ください。



# 協賛規約 (1/3)

特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン（以下、(特活)法人フォーエヴァーグリーンという。）が主催するピースフォーアースにおけるエントリーならびに協賛をする会社・団体など（以下「協賛者」といいます。）は、本協賛規約（以下「本規約」といいます。）に定められた条件に従って寄付するものとします。なお、本規約にある「主催者」とは、(特活)法人フォーエヴァーグリーンを指します。協賛・寄付は、(特活)法人フォーエヴァーグリーンの活動全般に対しての寄付金として受け取り、地球温暖化防止活動全般への協賛とみなされます。

## 第1条 協賛契約の成立条件

1. 協賛希望者は、ピースフォーアース協賛・参加申込書に必要事項を入力し、当該申込書に署名または記名・捺印の上、ピースフォーアース実行委員会（以下「実行委員会」といいます。）に送付するものとします。なお、署名または記名・捺印は、その会社・団体において当該業務の職務権限を有する課長職同等以上の方が行うこととします。
2. 主催者は、申込書を受領した後、記載事項を確認し支障がないと判断したときは、当該申込書に受入の旨の捺印と受入日を入れ、その写しを協賛希望者に返送するものとします。なお、主催者が申込書に記載した受入日（以下「基準日」といいます。）に、協賛契約が成立します。

## 第2条 協賛申込のお断り

主催者は、申込み内容がピースフォーアースの開催目的や協賛契約対象に適さないと判断した場合に、協賛申込みをお断りすることができるものとします。

## 第3条 協賛金の請求と支払い

第1条に基づき、協賛契約が成宣した場合、協賛者は、請求書記載の支払期日までに、協賛料金全額を、請求書に記載される指定金融機関口座に現金にて振込むことにより支払うものとします。また、振込手数料は協賛者が負担するものとします。

2. 協賛者が支払期日までに出展料金全額の振込みを行わない場合、主催者は、支払期日の翌日に当該「協賛契約」が解約されたものとみなすことができます。その場合主催者は、協賛者に対し、本規約第4条に従い解約に伴う費用を請求できるものとします。

## 第4条 協賛契約の解約と解約料

1. 協賛契約の成立後は、協賛者からの協賛契約の解約は原則として認められないものとします。



## 協賛規約 (2/3)

2. 前項にかかわらず、協賛者がやむを得ない理由により、協賛契約の解約を希望する場合には、実行委員会に対し、その理由などを明記した書状または電子メールによる解約通知を送付し、主催者の承諾を得るものとします。但し、解約した場合でも、協賛者は協賛金全額の支払い義務は消滅しないものとします。
3. 協賛者がピースフォーアース開催日の1か月前の期日以後に、協賛契約を解約した場合には、協賛にかかわる製作物の内容には、その解約に伴う変更を反映しないことがあります。
4. 協賛契約の解約により発生する、ピースフォーアースの逸失利益については、主催者はこれを請求しないこととします。

### 第5条 協賛金と協賛特典

協賛金と協賛特典について、一部または全部を売買、譲渡することはできません。

### 第6条 個人情報の取り扱いについて

参加に伴う個人情報にかかわるデータについては、主催者により適切に保護・管理されます。

### 第7条 展示会の延期・中止および補償

1. 天災やその他の不可抗力事由により開催が困難あるいは不可能と主催者が判断した場合、主催者は、ピースフォーアースの延期・中止を決定できるものとします。この場合、主催者は、協賛者への協賛金の返金あるいは補償等を行いません。
2. 主催者が、自ら責任を負うべき事由によってピースフォーアースを中止した場合に限り、協賛者が協賛特典を使用できなくなったことに対する補償を行うこととし、補償額は協賛金を上限とします。

### 第8条 解除

1. 協賛者が次の各号のいずれかに該当した場合、主催者は、何らの通知・催告なしに、また協賛者に対して何らの賠償を行うことなく、直ちに協賛契約を解除できるものとします。





## 協賛規約 (3/3)

- 1 所有物件または権利につき、差押、仮差押、仮処分、競売の申立または租税公課の滞納処分等を受けたとき。但し、第三債務者として差押または仮差押を受けた場合を除く。
  - 2 支払停止があったとき、支払不能に陥ったとき。
  - 3 監督官庁から営業の取消、停止等の命令を受けたとき。
  - 4 協賛者が、本展示会の開催目的や出展対象に適さないと主催者が判断した場合、その他協賛者の社会的信用にかかわる民事上、刑事上または行政法上の問題が懸念され、違法または不当な行為、犯罪行為その他が行われたあるいはその恐れがあると認められることから、協賛者がピースフォーアースの協賛契約を行うことが社会的に妥当性を欠くと主催者が判断したとき。
  - 5 前各号の場合のほか、協賛者が本規約の全部または一部に違背し、主催者からの催告にもかかわらず、主催者が定める相当期間内に当該瑕疵が治癒されないとき。
2. 本条に基づき主催者が協賛契約を解除した場合、主催者は、第4条の定めによる解約料およびその他の損害の賠償を、協賛者に請求することを妨げられないものとします。

### 第9条 紛争解決

本規約に規定されていない事項や解釈上の疑義については、主催者と協賛者とで誠意をもって協議を行い、これを解決するものとします。

### 第10条 準拠法および合意管轄

本規約ならびに協賛契約は日本国の法律に準拠するものとし、これらに基づく訴訟については、主催者の本社所在地を管轄する地方裁判所を第一審の管轄裁判所とします。

-地球温暖化防止企画-



## 4部：主催者情報

1. Non-profit Sustainable PR Activity サステナ成長パートナー
2. 実績紹介
3. お問い合わせ | ピースフォーアース2025ハイスクール



運営：ピースフォーアース実行委員会

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

# ピースフォーアース



これまでの活動の詳細内容は  
<https://www.peace4earth.org>



## サステナ成長パートナー

## 消費の行動変容を引き起こすために新たな次元に突入！ リアルイベント×啓発紙×SNS動画コンテンツ×WEBサイト



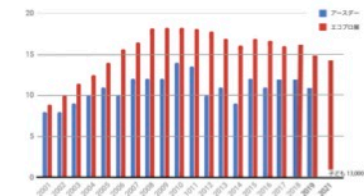
愛というキーワードを見つけた際に、遂に突破口が開いたように感じました。いつも思っていたのは、車を買う際にボンネットの素材やエンジンの仕組みを説明しないですわね。大事なのはアクセルを踏んだらどこに行けるかです。私たちは愛し合うために地球の温暖化を防止するのです。それを口にしないうまま、CO2を削減しようと訴えていたから環境活動は共感してもらえなかったのではないのでしょうか。高校生たちに最大限のコミュニケーション手段で愛の力を伝えましょう。

## 開催地：2024年7月オープン！「サクラステージ」 渋谷の新商業施設に、高校生を集めPR効果を最大化

## 新たにできる渋谷改札口前交通量、10,000人もターゲット！

ヒカリエ、MIYASHITA PARK、渋谷ストリームと次々にオープンする渋谷の新施設。100年に1度と言われる再開発の中、この夏にオープンするサクラステージも話題の施設です。渋谷駅に隣接し、駅改札口も新たにできる。隣には大学、ハイアットホテルが入る。

## キッカケ：最大級のエコ系イベント成長の鈍化▶新規層が増えてない 環境関係者・自然好きイベントの成長の停滞。温暖化防止には、サステナブルを拡大し、高いエンターテインメント性で参加し続けたいと感じる新コンセプトの企画が必要。



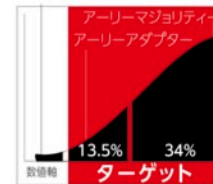
主催者発表をグラフ化  
赤：エコプロ展(約15万人) 青：アースデー(約12万人)



## ターゲット転換

- ・新しいモノが好き  
インサイト：内面的  
ニーズへ

- ・初心者(SDGs1年生)



## コンセプトの方向転換

- ・初心者 = SDGs1年生に居心地の良い場所
- ・初心者が何をすれば良いかがわかる場所
- ※行動変容に繋げる▶消費が生まれる
- ・大学時代に何かしたいの「場所」「企画」

# 実績紹介

## ピースフォーアース誕生の年に、日本一達成！

## 22年より新たな挑戦、地域密着版スタート！

今迄と違う啓発に挑戦開始！@2020年川崎  
SDGs1年生が活躍

- ・一般消費者に限りなく近い若者がメッセージを発信
- ・ロジック解説を控える
- <参加> 山本良一東京大学名誉教授、ミスアース2019、ご当地アイドル「川崎純情小町」、(株)日産、(株)日能研、他

史上初、ハチ公前ジャック成功！

日本最高峰の若者のトレンド発信地よりSDGsを発信！  
 人がいる場所で開催：「集客しないイベント」という発想。  
 最初から人がいる場所で情報を発信、SDGsに興味が無い人に  
 情報を届ける。<参加>(株)ユニリーバ、(株)吉本興業、(株)  
 日能研、杉本彩(写真協賛)、(株)近畿日本ツーリスト、他



フリマ、WEB  
雑誌連携と多展  
開！

会員増加に伴い、イベント  
の場所・形式・テーマを多  
様化、規模を拡大！全企画  
を単独主催で開催実現。  
とにかく自由！表現は無限  
にある。新しいことにドン  
ドン挑戦するのがピース  
フォーアースのスタイル！

## 23年2月銀座、24年3月二子玉川と成長

銀座三越「銀座サステナブルコレクション」にはリクシル様など多様な企業が参加。24年  
は二子玉川は高島屋と、高所得ファミリー層を狙って高級百貨店で連続開催しました。その  
お陰で「サステナブルは愛情表現」というコンセプトが確立されてゆきます。

## 2021渋谷モディ&more：より消費者の側に



サスティナブル・SDGsってどんな印象ですか？ファッション  
の街渋谷でミレニアル、学生、女性に参加したくなるキラキ  
ラ、カワイイ世界観に大胆にイメージチェンジ。

## Reプロデュース

モディポップアップストアでサステナ  
展。ビックビジョンから世界最先端の  
ファッションとしてサスティナブル  
ファッションを呼びかけました。※交差  
点交通量：50万～60万人/1週間  
<参加> (株)大日本印刷、(株)島村楽  
器、(株)三栄コーポレーション、ほか



# Ett編集長：フォーエヴァーグリーン クリエイティブディレクター



## 北條俊正プロフィール

フォーエヴァーグリーン  
関西支部長

### Z世代を心を掴む！型にハマらないマルチクリエイター！

大阪芸術大学大学院芸術制作研究科修了。写真家、小説家、TVディレクター。映像・出版・WEB制作会社・番組制作会社株式会社プロッサムレポート(2006年設立) 代表取締役社長。週刊ヤングジャンプ等、雑誌グラビアカメラマン。著書多数。KBS 京都でサステナブルを発信すると共に、京都企業との交流までを実現する、文化アライアンス型 ラジオ番組も企画中。



TV NHK『あさイチ』『世界制服』『シンデレラ・ネットワーク』ポスター写真撮影、オープニングムービー制作。小説『ヒナの魂』(角川書店)、『拝啓、あなたはボーカロイドを知っていますか?』(廣済堂出版)『STER EDGE』(徳間書店)。神奈川県庁『プラごみゼロ宣言』CMムービー制作。集英社 週刊ヤングジャンプ『ギャルコンオンライン』連載中([https://youngjump.jp/galcon\\_online/](https://youngjump.jp/galcon_online/)) 玄光社 月刊フォトテクニックデジタル『全国美少女行脚』連載中(<http://bisyojo-angya.net>) 他。

## Ett編集長：実績 イベント企画 | 日本制服アワードプロデュース

主催：気制服ブランドCONOMi <https://seifukuaward.com/>

## 「今、日本一制服が似合う男女を決めるコンテスト」

グランプリ・準グランプリに輝いた人は、CONOMi2024年度イメージモデルとして、全国20万部配布のカタログやファッション誌、WEB、雑誌広告などで1年間活動する他、副賞を用意。過去の受賞者では矢野優花さん(第1回)がテレビ朝日「手裏剣戦隊ニンニンジャー」のヒロインに抜擢、マーシュ彩さん(第2回)がミスセブンティーンに選出、中村麗乃さん(第3回)がアイドルグループ「乃木坂46」に加入など、その後様々な舞台で活躍、若手モデルの登竜門的にも注目されている大会。第7回目に選ばれた三原羽衣さんはSNS総フォロワー174万人を誇るインフルエンサーとして、「超十代」「TGC teen」「関西コレクション」などのファッションイベントに出演。第10回目グランプリに選ばれたみとゆなさんは2023年「流行予想ランキング」のタレント部門では1位、TikTok部門で3位にランクインし、モデル・インフルエンサーとして活躍。さらに協賛芸能事務所のスカウトも審査に参加。応募者全員に芸能界デビューの可能性もあり。「かわいい制服を着たい!」「モデルに興味がある」という方を募集。

JAPAN SEIFUKU AWARD

HOME 応募方法 デザインアワード 発表アワード オンラインストア お問い合わせ

第12回日本制服アワード開催!  
今、日本一制服が似合う男女を決めるコンテスト  
全国20万部発行のCONOMiカタログデビュー!  
セブンティーン、ポポロ等の雑誌やCONOMi広告内にもモデルとして登場!  
協賛芸能事務所所属のチャンスも!

WEBから応募

三原羽衣さんから応援コメントを頂きました!

日本制服アワードへ三原羽衣さんから応援コメントを頂きました!

0:39 / 0:40

審査員特別賞

ABEMA

Sony Music

CM Now

Teikyū

NAVY

RISING PRODUCTION

Licht

STARLIGHT



# お問い合わせ：ピースフォーアース2025原宿ハイスクール



SDGs体感エリア **ピースフォーアース**

お問い合わせ **peace.4.earth@forever-green.jp**

運営：ピースフォーアース実行委員会

株式会社パル・コーポレーション内『ピースフォーアース』実行委員会事務局 担当：伊藤

<https://www.peace4earth.org>

主催：特定非営利活動法人フォーエヴァーグリーン

コミュニケーションで世界を変える 地球温暖化・気候危機に取り組む非営利法人

住 所：東京都渋谷区神宮前6-23-4 2F

電 話：050-3702-0982

メール：info@forever-green.jp

U R L：www.forever-green.jp

