

「親子でコンバート EV の可能性に挑戦」

【活動内容：コンバート EV】

「コンバート EV」。この言葉を私が知ったきっかけは車好きの父からでした。

父は町工場を営んでおり、私もそこで父と共に日々汗を流しています。いつものように会社に行くと、唐突に父からこんな言葉をかけられました。

「コンバート EV って知ってる？」

その言葉を皮切りに SDGs や脱炭素などの世の中の動きに興味を持ち始めました。

【活動の理由：SDGs の達成に団結する必要性を感じたから】

世の中には具体的な解決策を出さなければ乗り切れないことがたくさんありますが、そのうちの一つに**脱炭素**があります。

昨今では国連総会で、2030年までに達成すべき**持続可能な開発目標【SDGs】**が採択され、脱炭素の動きは世界各国で重要視されています。

世界一の自動車メーカーであるトヨタが EV 戦線に参戦したのも、人々の EV に対する関心が高まっている証拠であると日本 EV クラブ代表理事の館内 端氏も

「世界は **EV** に大きな舵を切り、

EV は確実に普及する」

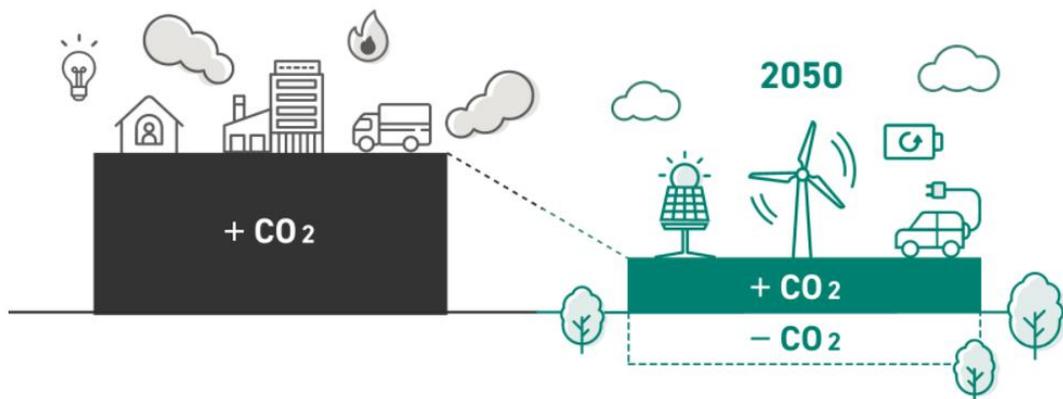
とおっしゃっています。それを聞いたときから、自分の中で興味がわき出てくるような感覚でこの活動に取り組んでいるのも活動理由の一つだと感じます。

そして何よりも地球温暖化による気候変動が活発になり、今から近い未来に世の中に暮らしている人々の生活が脅かされようとしています。

2020年10月、政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロ

にする、**ゼロカーボン**を目指すことを宣言しました。

「排出を全体としてゼロ」というのは、二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの「**排出量**」から、植林、森林管理などによる「**吸収量**」を差し引いて、**合計を実質的にゼロ**にすることを意味しています。



ゼロカーボンの達成のためには、温室効果ガスの排出量の削減 並びに 吸収作用の保全及び強化をする必要があります。

(https://ondankataisaku.env.go.jp/carbon_neutral/about/ 環境省 脱炭素ポータルより引用)

この目標を達成するためには**世の中の人々の一致団結が必要**です。私はまず一番身近な父と団結することにしました。

【活動の目標規模：地元静岡にてコンバート EV の事業立上】

まずは父と二人で EV 化をやってみようではないかと思い、早速

「よし、**YouTube** に活動の記録を残していこう」



社会貢献を目標に掲げ、チャンネル「**EV CLUB**」を開設。

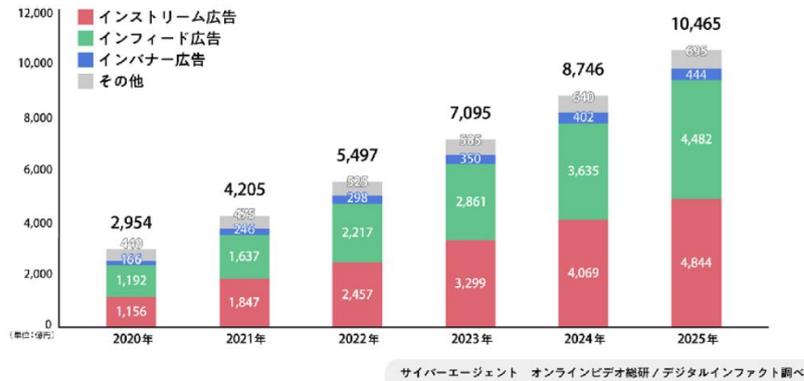
URL【<https://www.youtube.com/channel/UCiEJfQzhFaywOZRmBfU2qSg>】

動画広告市場において YouTube は今や、WEB マーケティングにおいて革命的な規模を有していることは、これを読んでいる皆様をご承知の通りだと思います。

YouTube は全インターネット人口の**約3分の1**を占める10億人以上のユーザーに利用されており、1日あたりの動画視聴時間は**10億時間**、視聴回数は数十億回にもものぼります。(参照：YouTube 公式サイト)

2021年の動画広告市場では、YouTubeにおける需要が大きく増加。業種や規模を問わず、多くの広告主やブランドが動画広告を出稿する傾向がみられました。

動画広告市場規模推計・予測 < 広告商品別 > (2020年-2025年)



また、ソーシャルメディアにおいては、動画から商品購買までに対応する機能が強化。これに対応した魅力的なフォーマットの開発が進められている動画広告がもつ役割は、**今後ますます重視されていくと見込まれます。**

このような背景のもと、2021年の動画広告市場規模は、**昨年対比142.3%**となる**4,205億円**と大きく成長。動画広告市場は今後も高い成長率で推移すると予想され、**2022年には5,497億円、2025年には1兆465億円**に達すると見込まれます。

■ 調査概要

調査主体：株式会社サイバーエージェント

調査時期：2021年10月～2021年12月

調査機関：株式会社 デジタルインファクト

(・ <https://www.exchangewire.jp/2022/01/20/interview-hakata-cyberagent/> サイバーエージェントがみ

る、2022年の動画広告市場4つのトレンド[インタビュー]、

・ <https://media-innovation.jp/2022/01/20/cyberagent-digital-infact-video-ads-market-survey/> Media innovation より引用)

【活動の成果：広告活動の成果報告】

このように今や全世界共通の市場規模となった YouTube を通じ、**地元静岡**
岡に貢献するコンバート EV の事業化を目標に奮闘する親子
というストーリーで、現在(2022/03/06)5 話まで配信中。

知識も経験もないところから始めてみて、いずれはコンバート EV にした車でレースに出ることを目標にしてマーケティングを進めている状況です。

お互いに好きなお面を買って出演し、

「白馬 EV ラリーに出場したらお面を取ろう」

そうしたらストーリー性があって面白いのではないかな?

「毎話 3 分程度に短く情報を凝縮してみよう」

等々、いろいろと思考錯誤しながら楽しく活動させていただいております。

現在コンバート EV を進めている車体はアルファロメオスパイダーの 2000 年モデルです。まずはこの車でレースに出ることが当面の目標になりそうです。





まだ爆発的な視聴回数は記録できていませんが、第一話の視聴者のリーチを分析したところ、「コンバートEV」で検索して動画を視聴した人が**40.2%**と全体の半分近くを占めています。これは人々の電気自動車への関心が上がってきている証拠と言わざるを得ないでしょう。



【今後の活動について】

現在は、10日周期で動画をアップロードしており、今後様々な人と協力して人々の暮らしを豊かにすることを目標に活動してまいります。

【監督】 栗田英行

【企画・動画編集】 栗田莉央佳