

NEWS RELEASE

平成22年2月24日

「DENTSU グリーンウォッシュガイド」を作成
—より良い環境コミュニケーションのために—

株式会社電通(本社:東京都港区、社長:高嶋達佳、以下電通)は、リスクマネジメントの観点から環境に配慮したコミュニケーションを行う際に参考となる各種事例の紹介や注意事項を整理した、「DENTSU グリーンウォッシュ (※) ガイド」(正式名称:グリーンウォッシュにならないためのDENTSU 環境コミュニケーションガイド)を作成しました。

環境への社会的関心が大きく高まるなか、省エネ家電やエコカーに限らず、環境に配慮した商品やサービスが広く生活者に受容されています。そのような中、現在「環境」をテーマとしたコミュニケーションの重要性が一段と高まってきていますが、コミュニケーションをしていく際には、環境課題への理解不足や行き過ぎた表現による誤った情報発信などにより、生活者をミスリードしてしまうことに留意しなければいけません。こうした誤った環境コミュニケーションは、海外では「グリーンウォッシュ」と呼ばれ、仮にそのようなコミュニケーションを行った場合には、その企業は大きな社会的批判を受けることになってしまいます。

そこで、このたび電通では、適切な環境コミュニケーションの在り方やグリーンウォッシュに陥りやすいポイントをまとめた「DENTSU グリーンウォッシュガイド」を作成しました。また、本ガイドでは昨今の環境コミュニケーション事例の分析や生活者調査、また海外からの情報も掲載し、環境コミュニケーションの現状を伝えています。

電通グループでは、環境問題への取り組みを強力に推進するため、2008年7月から社長を議長とする「環境戦略会議」を社内に設置し、自社の取り組みや環境コミュニケーションに関するソリューションの提供を推進していますが、今後も自社における環境負荷削減に積極的に取り組むと共に、環境コミュニケーション領域においても様々な環境課題への取り組みを推進してまいります。

(※) グリーンウォッシュ (greenwash) : 「green(環境に配慮した)」と「whitewash(ごまかし)」を合わせた造語で、うわべだけの環境イメージや紛らわしい表現で生活者を誤解させるおそれのある広告コミュニケーションや企業活動のこと

■ 「DENTSU グリーンウォッシュガイド」のポイント

本ガイドは環境コミュニケーションについての現状をイラストや図解、コラムにより、紹介したガイドとなっています。

1. 生活者調査 (2009年7月実施)
生活者はグリーンウォッシュをどう感じるのか?を調査
2. グリーンウォッシュとは
グリーンウォッシュの語源やグリーンウォッシュの影響を解説
3. グリーンウォッシュ7つのポイント
電通オリジナル編集によるポイント
4. 有識者コラム (環境NPO/NGO)
著名NPO/NGOからコラム4本の寄稿
5. ダミー広告による解説
気をつけるべきポイントを具体的に紹介

