



エスター・テー (CSR アジア プロジェクト・コーディネーター)

監修：高橋 佳子 (CSR アジア シニア・プロジェクト・マネージャー)

広告を通じたサステナビリティと企業ブランド構築

どんなに企業が熱心に CSR に取り組み、素晴らしいサステナビリティ戦略を策定していたとしても、それを効果的に伝えられなければ意味がない。従来から、企業は年次報告書や独自のサステナビリティ・レポート、ウェブサイトの CSR のページに、人をひきつけるようなサステナブルな社会実現に関するストーリーを掲載してきた。それに加えて広告を利用することで、サステナビリティに向けて企業がどのような取り組みをしているかについて、一般の人々に伝えることができる。広告界の巨匠、デビッド・オグルビーの言葉を引用すると「現代のビジネスの世界では、独創的な発想ができて、そうやって考えだした物を売ることができなければ意味の無いことだ」。

広告は、企業のサステナビリティ方針や取り組みについての情報を伝達する上で便利な媒体となる。実際に、広告はサステナビリティ実現における課題や推進の必要性について、一般の人々の意識を高め、自ら考えさせるようなメッセージを発するために有効なツールなのだ。地域社会が抱える問題、職場でのダイバーシティ、または気候変動とサプライチェーンといった大きな課題もそのテーマになるだろう。

広告を利用したサステナビリティの事例

サステナビリティ・キャンペーンは企業のブランド構築のキャンペーンにもなりうる。たとえば日立製作所はサステナブルな社会の実現をめざし、「SOCIAL INNOVATION —IT'S OUR FUTURE」をスローガンにグローバル・ブランド・キャンペーンを行い、企業ブランド価値向上とサステナビリティの実現に同時に取り組んでいる。同社はエコ製品やサステナビリティへの取り組みを紹介することで、サステナビリティを同社のブランディングの中心に据えている。さらにインパクトを強めるために、キャンペーンでは子どもの写真を使い、グローバル社会が抱える課題に挑戦する姿勢を示し、意志決定者に疑問を提示させている。

企業は、自社のサステナビリティ戦略とコアビジネスに関連性をもたせることが望まれる。イケアはイギリスで「The Wonderful Everyday」キャンペーンを始め「質素でやりくり上手」というス

ウェーデン人の価値意識を紹介し、サステナビリティを毎日の自然な暮らし方として位置づけている。同社では 2016 年以降、節電型の LED 電球のみ販売するという広告を出し、日用品の改善によりサステナビリティ実現に向けて努力している。

社会に影響を与え、社会が直面している課題についての認識を高めることが重要である。その事例として P&G 社のヘアケア製品のパンテーンがあげられる。フィリピンでの「Labels against women」キャンペーンでは、広告を利用して職場における性差別の問題を取り上げている。この広告が与えるインパクトは強く、直接ブランドや製品との関連性はないが、いかなる差別も許さないという企業の核となる価値観と原則を示している。

企業のサステナビリティ戦略といっても理解しにくいのが、実は広告を利用することによって地域社会を巻き込み、その地域の人々の価値観や現状を伝えることができ、効果が高まる。石鹼製造のライフボーイ社は子供の死亡率が高いインドで「Help a child reach 5」の広告を打ち出した。この広告によれば毎年 5 歳未満の子供のうち 2 百万人が下痢や肺炎といった感染症で死亡している。同社はその知識と製品を利用して健康維持のための手洗い習慣を促している。これはサステナビリティのプロジェクトというだけではなくライフボーイ社のブランディング戦略だ。

社会課題を解決するメディアとして広告が果たす役割は大きい。照明器具製造のハロニックス社は、インドで社会問題となっているレイプや性的暴行の危険を減らし、女性が夜の街でも安全に歩けるよう、街中の企業の広告板を街灯にすることで問題解決に貢献した。さらに、ペルーの工科大学では、広告板が空気中の湿気から飲料水をつくり出すという画期的なアイデアを考案した。スキルとテクノロジーを活用したこの取り組みは、生活水不足という地域の問題解決に向けたものだ。

企業が広告を利用して、企業ブランド構築にサステナビリティ実現の取り組みやメッセージを取り入れ、人々の感情に訴え、対話を生み出し、行動を触発するプラスの力になれるのは明らかだ。ぜひ、広告を利用して、人々にサステナビリティのメッセージを伝えていただきたい。

【エスター・テー】ステークホルダー・エンゲージメントやコミュニティ投資を専門とし、多国籍企業をはじめ東南アジア企業に対するコンサルティングで豊富な経験を持つ。CSR のコミュニケーションについても講演経験多数。