

2008年6月13日
株式会社日立製作所

地球温暖化防止に向けた長期計画「環境ビジョン 2025」のプロモーション活動を実施
日立グループの企業イメージキャラクターとして佐藤浩市さん、宮沢りえさんを起用し、広告展開を開始

株式会社日立製作所(執行役社長:古川 一夫 / 以下、日立)は、2007年12月に策定した「環境ビジョン 2025」を推進するために、6月17日から地球温暖化防止に向けた広告展開を順次実施していきます。広告展開は、「日立はすべてを、地球のために。」をコンセプトに、日立グループの企業イメージキャラクターとして佐藤浩市さん、宮沢りえさんを起用し、日立グループの地球環境保全に対する考え方や取り組みを伝えていきます。

日立グループは、地球環境を保全しながら、持続可能な社会の実現をめざす長期計画として2007年12月に「環境ビジョン 2025」を策定しました。本ビジョンは、2007年6月のドイツ ハイリゲンダムでの主要国首脳会議(ハイリゲンダム・サミット)で議論された、2050年までに世界全体の温室効果ガス排出量を半減するという目標を達成するためには、実現に向けた着実な取り組みが重要であるとの認識のもと、まずその中間時点である2025年度までの行動計画を具体化し、グループをあげて地球環境保全への取り組みを強化すべく策定したものです。

具体的には、日立グループは、地球環境を保全し、持続可能な社会を実現するために、グループの製品により、2025年度時点で年間1億トンの二酸化炭素の排出量抑制に貢献することをめざすものです。

これまで日立グループにおいては、家庭やオフィスの電気製品から社会インフラまで、幅広い領域で環境に配慮した技術開発に取り組んでおり、今後も積極的に事業を展開していきます。

今回の広告展開は、「環境ビジョン 2025」のもと、今後展開される環境関連事業を強力に支援するために、広告やイベントなどを積極的に利用していく予定です。

「環境ビジョン 2025」広告キャンペーンの概要

1. キャンペーンのコネプト

今回のキャンペーンについては、「日立はすべてを、地球のために。」をコンセプトに、家庭やオフィスの電気製品から社会インフラまで、幅広い領域を有する日立グループの環境保全への取り組みのスケールの大きさを示していく考えです。

本キャンペーンについては、まずは日本国内からはじめ、順次、海外展開も予定しています。

2.日立グループの企業イメージキャラクターとして佐藤浩市さん、宮沢りえさんを起用

家庭やオフィスの電気製品から社会インフラまで、幅広い事業領域を有する日立グループのスケール感とともに、安心・信頼という企業ブランドを最大限に伝えるためのイメージキャラクターとして、佐藤浩市さん、宮沢りえさんを起用します。

アクティブでかつ誠実、信頼、説得力のある、といったイメージを併せ持つ佐藤さんは、日立グループの企業としての考え方を強い意志をもって伝えるのに最適であることから起用することを決定しました。

また、自己の考えをしっかりと持ち、その行動を見る人に強い影響力を与え、かつ美しい地球のイメージと共通する透明感を併せ持つ宮沢さんは、生活者の視点から環境問題を考え、環境保全行動の必要性を伝えるのに最適であることから起用することを決定しました。

今後は、テレビ、新聞、雑誌、交通媒体など幅広いメディアを通じて、佐藤浩市さん、宮沢りえさんを起用したスケール感あふれる広告展開で、「環境ビジョン 2025」のプロモーション活動を展開していきます。

照会先

株式会社日立製作所 コーポレート・コミュニケーション本部 宣伝部 [担当:中村]

〒101-8608 東京都千代田区外神田一丁目 18 番 13 号 秋葉原ダイビル

電話 03-4564-5513 (直通)

以上

このニュースリリース記載の情報(製品価格、製品仕様、サービスの内容、発売日、お問い合わせ先、URL 等)は、発表日現在の情報です。予告なしに変更され、検索日と情報が異なる可能性もありますので、あらかじめご了承ください。
