

哲学を生活に活かし、人間力を磨く

人間会議

最先端医科学を活かす

健康で長生きできる くらし方

夏

2009

栗原 毅 医師 × 金子郁容 慶應義塾大学 教授

松澤佑次 住友病院 院長

先人に学ぶ、地域活性の ビジネスモデル

江戸・藩政改革のリーダーたちの行動哲理

加来耕三 歴史家

変革を導く人材を どう育てるか

大橋洋治 全日本空輸 会長

地域のキーパーソン47人
ソーシャルビジネスで
町おこし

齋藤



宣伝会議6/15号別冊

2009年6月5日発行(年2回・夏冬発行) 通巻20号

①

環境×モデル

シュガーアンド スパイス
代表取締役

中村敬子

環境広告への出演がきっかけ
モデルも事務所も
意識が変わった



環境コミュニケーション大賞の環境活動レポート部門において環境大臣賞を受賞した、シュガーアンドスパイスの環境活動レポート

環境大臣賞を受賞

子供・キッズモデルのイメージエッセイであるシュガーアンドスパイスは、今年3月、「環境コミュニケーション大賞」環境活動レポート部門

において最優秀賞である「環境大臣賞」を受賞した。

「5年前まで、環境はおよそ関係ない世界のことだと思っていました。2005年の『愛・地球博』のイベントに所属タレントが出演した

ことが、環境への意識が高まったきっかけでした」と語るのは、同社代表取締役の中村敬子氏。

知人の環境カウンセラーに、愛・地球博での仕事を評価され、モデルエージェンシーとして環境活動に取り組む第一号になることを勧められた中村氏は、「確かに企業のCSR広告や環境広告、また環境に配慮した商品の広告に所属モデルを出演させることは、新しい側面からのプロモーションになるかもしれないと考えました」

そして05年には、環境省が策定した企業の環境への取り組みを評価・公表するための認証制度「エコアクシオン21」を取得した。

「取り組みを始めて1年目の07年は、効果を上げることができました。しかし昨年5月以降、景気が悪化

し状況は変わりました。08年は、現実と目標や理想とのギャップが見えた年でした。引き続き新しい活動に挑戦していくことはもちろんですが、今後はもっと営業力を強化し、広告界への周知に力を入れ、浸透させていきたいですね」と中村氏は語る。

社内外で啓発活動に取り組む

同社では現在、「省エネ部」を設置し、2カ月に1回ミーティングを開き、スタッフ同士でアイデアを出し合って環境に関する専門家を招いて社内レクチャーを実施したり、環境関連のDVDを鑑賞したりと、社内の啓発活動を実施しているという。

また年6回行われる子どもモデルの撮影会では、撮影スタジオを会場に、子ども向けの環境トレーニング

「エコトレ」を行い、「撮影会会場に、子ども用分別ごみ箱を設置したりエコバッグを飾ったりするほか、マイ箸・マイカップを持って来た子どもたちを撮影し、『マイカップ大賞』として自社サイトで写真を公開しています。持ってきてくれる子どもは、あまりいないのではないかと思っていました。予想に反して、たくさんの子どもたちが持ってきてくれました」と中村氏は話す。

「その他にも、地球へのプレゼントと題して絵を描いてもらうお絵かきコーナーを設け、その作品もサイト上で公開しています」（中村氏）

こうした同社の取り組みをまとめた環境活動レポートが評価され、前述の環境大臣賞受賞に至ったことについて、中村氏は次のように語る。

「環境報告者が評価されたのは、

まずは分かりやすさだと思います。またこういう業界で取り組んでいるというユニークさも評価されたのではないのでしょうか」

ゆくゆくは、英語版のウェブサイトも作りたいと考えているという中村さん。

今では環境に力を入れているプロダクションということで、所属を希望する人もいるという。

「モデルをすることがエコ活動につながるということが、所属している人も分かっているし、企業にも『環境に取り組んでいるモデルを使ってほしい』と訴求していきたいと思っています。企業は環境広告を出し、我々はモデルを出す。それが外部コミュニケーションとなり、お互いの貢献、連携につながると思います」と中村氏は語る。