

# 企業の環境活動の見せ方・捉え方

セイコーエプソン株式会社

---

加藤剛 小西美紀 増田真佑

# 目次

インターンシップ前の主観

エプソンの環境配慮

インターンシップで体験したこと

気付いたこと

まとめ

# インターンシップ前の主観

エプソンの環境イメージ

漠然と：

「エプソンって環境アピールやってないなあ」

「エプソンの環境広告や環境CMを見たことがない」

「環境配慮企業って、リコーとかTOYOTAだよな」

私たち消費者はわかりやすい広告とかCM  
とかに惹かれる。むしろそれしか知らない。

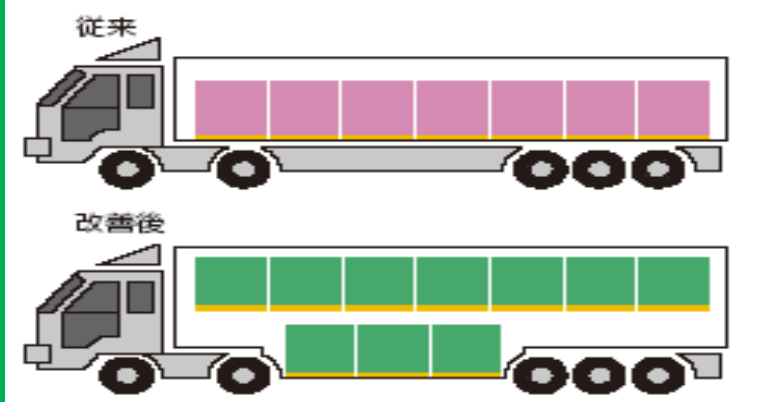


## 共通の主張

企業はやってることを消費者にアピールし、  
企業のブランドイメージを高めていくもので、  
エプソンもそうであるべき！

# エプソンの環境配慮

## トラックの効率化



## インクカートリッジの回収・リサイクル



## 海外植林・保全活動



他にも...

- ・省エネパトロール
- ・ゼロエミッション
- ・リスクアセスメント
- ・グリーン調達 etc.



## 室内温度を逃がさない工夫



## 消費電力を抑える設計



**+less design**

待機時電流を大幅にカットする低リークプロセス。

# エプソンの環境配慮

## 信州 省エネパトロール隊

このような活動は、サステナビリティレポートを開いて  
インターンシップに行って、初めて知った。



# インターンシップで体験したこと

社員さん達とのふれあいや現場見学を通じて、

**「環境活動をアピールしていく  
のが目的ではない！！」という姿勢**

# 社員さん達との対話

環境活動って何のために  
エプソンはしているのか？  
アピールに必要だから？

企業の社会的責任

社内コンセンサス

「環境商品はアピールだけを重視しない」という考え

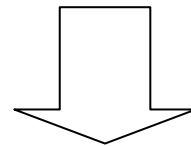
# 気付いたこと

1. 企業は必ずしも環境活動をアピールしなければなら  
ないとは捉えていない。

2. 消費者

環境をアピールしている会社 = 積極的に環境活動している会社

実際



環境をアピールしている会社 積極的に環境活動している会社



# まとめ

1. 「企業はもっとやっことを消費者にアピールし  
ブランドイメージを高めていくものだ！」  
という考えに**捉われていた!!**  
アピール方法と材料を考えられていなかった。

2. 消費者はCMや広告とか目を引くものだけではなく、  
企業の環境活動を多角的に見ていかなきゃいけない!!!  
その見方が企業や商品の価値を見る時に必要

# 謝辞

私たちがエコインターンシップに参加するにあたり、  
ご協力いただいた皆様には感謝しております。  
誠にありがとうございました。



以上で発表を終了します。  
ご清聴ありがとうございました。