

2026年7月7日

株式会社博報堂DYホールディングス

**博報堂DYホールディングス、環境省の「環境表示ガイドライン」に基づき
企業の適切な情報発信を支援する「実践ガイドブック」を公開**

ーグリーンウォッシュを防ぎ、信頼されるサステナビリティコミュニケーションを提案ー

株式会社博報堂DYホールディングス（東京都港区、代表取締役社長：西山泰央）は、2026年3月末に13年ぶりに改定された環境省の「環境表示ガイドライン」に基づき、企業の適切な情報発信を支援する『環境表示ガイドライン実践ガイドブック ～グリーンウォッシュを越えて、よりよいコミュニケーションを実践するために～』を制作、サイトに公開いたしました。

▼「環境表示ガイドライン実践ガイドブック」

https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/corporate/20260707_guidebook.pdf

近年、企業のサステナビリティ経営や脱炭素への取り組みに注目が集まる中、その内容を生活者や社会にどのように伝えるかが重要な経営課題となっています。実体が伴わない、あるいは根拠が不十分な環境訴求を行う「グリーンウォッシュ」への社会的な関心も高まっており、企業には正確で透明性の高い情報発信が求められています。一方、企業の中にはグリーンウォッシュと受け取られることを過度に懸念し、自社の環境・サステナビリティに関する取り組みについて発信を控える「グリーンハッシング」を選択するケースも増えているといわれています。

こうした状況を踏まえ、本ガイドブックでは、「伝え過ぎない」ことではなく、「正しく伝える」ことを重視し、企業と生活者の健全な対話を促進するコミュニケーションのあり方を提案しています。今回改定された環境表示ガイドラインのポイントをわかりやすく解説するとともに、企業が発信する際に必要な考え方や留意点をまとめました。企業のサステナビリティのみならず、広告・広報・マーケティングコミュニケーションに携わる方を含め広くご活用いただけます。

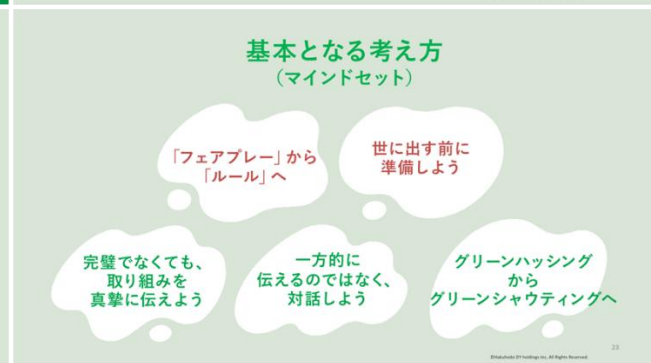
■本ガイドブックの構成

1. 背景と課題
2. 環境表示ガイドライン改定の概要
3. コミュニケーション実践へのガイド
4. さいごに



目次

- 01 背景と課題
- 02 環境表示ガイドライン改定の概要
- 03 コミュニケーション実践へのガイド
- 04 さいごに



第2章では、今回の環境省による「環境表示ガイドライン」改定の中核となる「5つの基本的な考え方」について解説。また第3章では、企業が発信する際に留意すべきポイントをまとめました。

■本ガイドブック作成にご協力いただいた、環境省大臣官房環境経済課 課長 平尾禎秀氏からのコメント
国際的な動向も背景に、前回版から13年が経過していた環境表示ガイドラインを今般改定しました。狙いとしては、グリーンウォッシュの防止はもちろんのことですが、批判を恐れるあまり環境主張を行わないこと（グリーンハッシュと呼ばれます）もあわせて抑制し、率直な対話から信頼の好循環、さらに環境製品・サービスの市場拡大を図っていくことにあります。
あいまいな表現を使わない、説明をつける、ライフサイクルで考える、根拠をもって、情報にたどれるようにするといったポイントを示しており、これを積極的に御活用いただき、信頼度の高いコミュニケーション・広告の差別化につなげていただくことを期待します。

▼「環境表示ガイドライン実践ガイドブック」

https://www.hakuhodody-holdings.co.jp/news/corporate/20260707_guidebook.pdf

当社グループは引き続き、環境・サステナビリティ領域の活動を進めていくとともに、社員一人ひとりが持つクリエイティビティや行動力、実現力を活かし、持続可能な社会の実現と発展を目指してまいります。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 玉
koho.mail@hakuhodo.co.jp