

# News Release

本件は、英国において 2021 年 10 月 6 日 (水) 9 時 (英国現地時間) に発表しました。

2021 年 10 月 14 日  
株式会社日立製作所

## COP26 に向けて 世界初\*となる炭素排出量ゼロの電力で制作した広告動画を公開

サム・メンデス氏がナレーションを務め、  
ネット・ゼロ社会の実現に貢献する日立のイノベーションを表現



株式会社日立製作所(以下、日立)は、炭素排出量ゼロ(ゼロカーボン)のエネルギーによる電力で制作した世界初の広告動画を公開しました。この広告動画は、30名のキャストと撮影クルーによって制作されました。自転車発電装置とソーラー式ジェネレーターのみで発電した電力を使用し、撮影時のエネルギー利用による炭素排出をゼロに抑えました。

動画の舞台は夜のビーチで、暗がりの中、ひとりのサイクリストがバイクに近づき、ペダルをこぎ始めます。他のサイクリストも加わり、接続されたプロジェクターに最終的に電源が入ると、蓄電池鉄道車両をはじめ、日立がこれまでに開発し、また現在手掛けている低炭素モビリティが映し出されます。

本動画は、撮影のあらゆる面において、ゼロカーボンエネルギーが使用されています。具体的には、可能な限り炭素排出を低く抑えるため、撮影も少人数で実施し、現場ではソーラー式ジェネレーターを活用しました。また、Zoom で会議を行い、撮影後の編集では、再生可能エネルギーを利用しました。このような取り組みで制作された本動画は、ナチュラル・キャピタル・パートナーズから「CarbonNeutral®」認証を得ています。また、ナレーションはアカデミー賞受賞歴もあるサム・メンデス氏が務めました。

\* Mamapööl と Hitachi Europe Ltd.(日立ヨーロッパ)が行ったデスクトップリサーチに基づく。

今回の広告動画は、気候変動領域におけるイノベーターとして政府・都市・企業の炭素排出量削減の取り組みを支援する上で中心的な役割を担う、という日立の取り組みの一環として制作されました。また、日立はデジタル・イノベーションを促進するために、今後 3 年間で 1.5 兆円の研究開発投資を行う計画を発表しています。その中には、脱炭素社会の実現に向けたデジタル・イノベーション支援を目的とした、最先端の素材や水素を燃料とするモビリティ(鉄道やバスなど)に加え、再生可能エネルギーの幅広い利活用の実現支援に向けたグリッド・コントロールの研究開発が含まれます。

日立は、今年 11 月にグラスゴーで開催される COP 26 のプリンシパル・パートナーです。日立は気候変動による世界の平均気温上昇を産業革命前と比べて 1.5 度未満に抑えるという「Business Ambition for 1.5°C(1.5 度目標)」に 2020 年末に署名したことで、国連が推進する「Race to Zero Campaign」への参画を果たし、パリ協定が掲げる最も野心的な目標に合致する事業展開に取り組んでいます。

今回の広告動画は、クリエイティブ・エージェンシーである Mamapool が制作を担当し、これまでに多数の賞を受賞している制作会社 Rattling Stick に所属するイヴァン・バード氏(『セクシー・ビースト』やギネスの広告映像『サーファー』の撮影監督)がディレクターを務めました。同動画は、Universal McCann がメディア・バイヤーとなり、10 月 15 日からグローバルなデジタル・チャンネルで公開されます。COP 26 開催期間中は、グラスゴーの IMAX シネマでも上映される予定です。また、日立の公式 YouTube チャンネルでもご覧いただけます。

<https://www.youtube.com/watch?v=tPbgd3jbK44>

#### ■サム・メンデス氏のコメント

「映画『1917』が、英国で制作された初のカーボンニュートラルな映画であることを誇りに思っています。長編映画の制作に伴う炭素排出は膨大です。ゼロカーボンを目的としたプロジェクトは、かねてから支援したいと思っていました。私にとって、今回の動画はまさに、地球の環境をよりグリーンにすることに対して、政府だけでなく、全ての産業や個人一人ひとりに果たすべき役割があることを強調し、炭素排出量を削減することができる手段の例を示しています。今回、ナレーションを務めさせていただき、また COP 26 に出席する参加者やその先の人々に対してささやかながら語りかける機会を持たれたことを嬉しく思います。」

#### ■Chief Environmental Officer アリスティア・ドーマーのコメント

「私たちは、COP 26 の開催を控え、その間に何ができるのかを示すためにこの動画を制作しました。世界初となる動画の制作はまさに偉業であり、今回の重要なプロジェクトに尽力してくれた全ての関係者のおかげです。日立では、将来の持続可能な技術開発に向けた事業展開を積極的に進めています。今回の動画は、限界を押し広げたいという私たちの意欲を具現化したものです。私たちは、スマートエネルギーやモビリティ、そしてインダストリーの分野を中心に非常に大きなチャンスがあると見ており、デジタル・イノベーションにおける分野を超えた経験や専門知識を通じて、こうした転機をもたらすビジネスの価値を引き出すことを支援していくのが日立の役割だと考えています。」

## ■ Mamapööl について

創造的パートナーであるジェイソン・メンデス氏と戦略的パートナーであるトム・ピンセント氏のユニークな発想の下、Mamapööl は 2020 年 6 月に設立されました。旧来のビジネスやネットワークの半分のコストで、そして 2 倍の速さで、より良いアイデアに到達するという野心的な目標を掲げています。同社には、事業所や社内の組織階層、アカウント管理そしてコーヒー・マシンなるものではなく、世界中の野心的なクライアントや才能豊かなフリーランサーと協働しています。ピンセント氏とメンデス氏は、広範囲にわたる知識と世界主要都市での勤務を通じて得た国際経験を活かしています。メンデス氏は、Saatchi & Saatchi 勤務時代、ロンドンや北欧諸国そしてシドニーで創造的リーダーシップの役割を担いました。一方、ピンセント氏も、BMP DDB と CHI & Partners のロンドン拠点でプランナーとして活動した後、Ogilvy ではシンガポールと東京で、Publicis ではスイスの拠点で戦略的リーダーを務めました。同社はこれまでに、今回の日立をはじめ VW、トヨタ、Dove、Coca-Cola、GSK を含む世界最大ブランドの戦略的・創造的なメディア・コンテンツを手掛けており、クリエイティブな広告に与えられる世界で最も人気のある賞を受賞しています。 <https://mamapool.io/>

## ■ 日立製作所について

日立は、データとテクノロジーで社会インフラを革新する社会イノベーション事業を通じて、人々が幸せで豊かに暮らすことができる持続可能な社会の実現に貢献します。「環境(地球環境の保全)」「レジリエンス(企業の事業継続性や社会インフラの強靭さ)」「安心・安全(一人ひとりの健康で快適な生活)」に注力しています。IT・エネルギー・インダストリー・モビリティ・ライフ・オートモティブシステムの 6 分野で、OT、IT およびプロダクトを活用する Lumada ソリューションを提供し、お客さまや社会の課題を解決します。2020 年度(2021 年 3 月期)の連結売上収益は 8 兆 7,291 億円、2021 年 3 月末時点で連結子会社は 871 社、全世界で約 35 万人の従業員を擁しています。また、日立は、COP26 のプリンシパル・パートナーとして、ネット・ゼロ社会の実現に向けて主導的な役割を果たし、気候変動領域のイノベーターになることをめざしています。2030 年度までにすべての事業所で、2050 年度までにバリューチェーン全体でカーボンニュートラルの実現をめざしています。

**HITACHI**  
Inspire the Next



詳しくは、日立のウェブサイト(<https://www.hitachi.co.jp/>)をご覧ください。

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。

---