

## G1 Reading & Speaking Practice Lesson #2

### Story

#### Greenwashing

In recent years, eco-friendly products have become increasingly popular.

But can we really trust the claims that manufacturers make about their products being beneficial for the environment?

According to research, most of these claims are in fact **deceptive**.

This practice, known as “greenwashing”, usually involves promoting a product by focusing on a single positive aspect while ignoring greater negative ones.

An example of this would be a product that releases harmful chemicals into the environment being **touted** as containing recycled material.

Even though the product may contain recycled material, it is also far from eco-friendly.

Greenwashing **distorts** consumer’s perception of products using **misleading** claims so that they no longer know which is eco-friendly.

Consumers who mistakenly purchase products thinking they are making a positive impact on the environment may later become bitter upon realizing they have been deceived.

26 They are likely to become **cynical** and avoiding  
27 **legitimate** eco-friendly products thinking that all such  
28 claims are lies.

29 Consumers want to believe that their purchasing  
30 decisions will have the greatest possible impact on  
31 the environment.

32 It is then essential part of this **equation** that  
33 consumers have accurate information about which  
34 products will have a positive impact.

35 Manufacturers must be forced to **disclose** all  
36 **relevant** information for consumers to **realistically**  
37 make informed purchasing decisions.

38 Only once this is done can truly eco-friendly  
39 products gain a competitive edge.

## 41 Vocabulary Practice

42 ※ Try making sentences using these vocabulary words.

43 **tout:** 誤解する      **realistically:** 根本の

## 45 Reading Comprehension Questions

46 ※ Find the answer in the text. Try answering the questions yourself  
47 before skipping to the sample answers.

48 1. What has research found about eco-friendly  
49 claims?

51 2. What does greenwashing usually involve?

52  
53 3. What is one example of greenwashing?

54  
55 4. What may happen when a consumer upon a  
56 consumer realizing they have been deceived?

57  
58 5. What must happen for truly eco-friendly products  
59 to gain a competitive edge?

## 60 **Your Thoughts**

61 ✖ Give your own opinion about these questions. Try answering the  
62 questions yourself before skipping to the sample answers.

63  
64  
65 6. Why is greenwashing bad for the environment?

66  
67 7. Do you think a lot about whether the products you  
68 buy are good for the environment?

69  
70 8. Do you think you can benefit the environment by  
71 choosing different products?

72  
73 9. Do you always recycle the products you use?

74  
75 10. What lesson can we learn from this story?

## **Sample Answers**

1. It has found that most claims that manufacturers make about their products being beneficial for the environment are deceptive.
2. It usually involves promoting a product by focusing on a single positive aspect while ignoring greater negative ones.
3. An example is a product that releases harmful chemicals into the environment being touted as containing recycled material.
4. Consumers who mistakenly purchase products thinking they are making a positive impact on the environment may later become bitter upon realizing they have been deceived.
5. Manufacturers must be forced to disclose all relevant information for consumers to realistically make informed purchasing decisions.
6. Because it disguises products that are bad for the environment as being good for the environment.
7. No, I don't. While I would like to avoid products that are bad for the environment, I don't think

105 much about it when I go shopping.

106  
107 8. I don't think one person can make much of a  
108 difference.

109 I think it requires laws requiring all manufacturers  
110 to make better choices when they make products.

111 In the 1980s there were issues with the ozone  
112 layer because of CFCs and when the government  
113 banned manufacturers from making products with  
114 CFCs it stopped the problem.

115  
116 9. No, I don't. I just sort my trash as is required by  
117 the city.

118 I don't have any ability to do more than that.

119  
120 10. We should always be skeptical about what  
121 advertisers say about the products they sell.

122 Their job is to get us to buy their products no  
123 matter what.

124 Even claims about being good for the  
125 environment could be misleading.

126  
127 追加の語彙

128 **deceptive:** 人を欺くような    **tout:** 客引きする    **distort:** ゆがめる

129 **misleading:** 紛らわしい    **mistakenly:** 誤解して    **cynical:** 皮肉な

130 **legitimate:** 正当な    **equation:** 方程式    **disclose:** あらわにする

131 **relevant:** 関連する      **realistically:** 写実的に

132  
133 ※翻訳ツールを使用しています。 参考にまでにご利用下さい。

134 グリーンウォッシング

135 近年、環境に配慮した製品の人気が高まっています。しかし、自社の製  
136 品が環境に有益であるというメーカーの主張を本当に信頼できるの  
137 でしょうか？ 研究によると、これらの主張のほとんどは実際には欺瞞的  
138 です。「グリーンウォッシング」として知られるこの手法には、通常、よ  
139 り大きなマイナス面を無視しながら、単一のプラス面に焦点を当てて製  
140 品を宣伝することが含まれます。この例としては、環境に有害な化学物  
141 質を放出し、リサイクルされた材料が含まれていると宣伝される製品が  
142 挙げられます。製品にリサイクル材料が含まれているとしても、環境に  
143 優しいとは言えません。

144 グリーンウォッシングは、誤解を招くような宣伝文句を使用して製品に  
145 対する消費者の認識を歪め、どれが環境に優しいのか分からなくなり  
146 ます。環境に良い影響を与えていると考えて誤って製品を購入した  
147 消費者は、後で騙されたことに気づき苦い思いをする可能性があります  
148 す。彼らは冷笑的になり、そのような主張はすべて嘘であると考え  
149 て、正規の環境に優しい製品を避けるようになる可能性があります。  
150 消費者は、自分の購入決定が環境に最大限の影響を与えると信じたい  
151 と考えています。したがって、消費者がどの製品がプラスの影響を  
152 与えるかについて正確な情報を持っていることが、この方程式の重要  
153 な部分となります。メーカーは、消費者が現実的に情報に基づいて  
154 購入の意思決定を行えるよう、関連情報をすべて開示することを強制  
155 されなければなりません。これが行われて初めて、真に環境に優し  
156 い製品は競争力を獲得することができます。



## 157 読解問題

158 ※答えは本文中にあります。 回答例に進む前に、自分で質問に答え  
159 てみてください。

- 160 1. 環境に優しいという主張について、研究で何が判明しましたか？
- 161 2. グリーンウォッシングには通常何が含まれますか？
- 162 3. グリーンウォッシングの一例は何ですか？
- 163 4. 消費者が騙されたと気づいた場合、何が起こるでしょうか？
- 164 5. 真に環境に優しい製品が競争力を得るには何が必要ですか？

### 165 どう思いますか？

166 ※これらの質問について、あなた自身の意見を述べてください。

167 回答例に進む前に、自分で質問に答えてみてください。

- 168 6. グリーンウォッシングはなぜ環境に悪いのですか？
- 169 7. あなたが購入する製品が環境に良いかどうかについてよく考えます  
170 か？
- 171 8. さまざまな製品を選択することで環境に利益をもたらすと思います  
172 か？
- 173 9. 使用する製品は必ずリサイクルしますか？
- 174 10. この話からどんな教訓が得られますか？

## 175 回答例

- 176 1. 製品が環境に有益であるというメーカーの主張のほとんどが欺瞞で  
177 あることが判明しました。
- 178 2. 通常、より大きなマイナス面を無視して、単一のプラス面に焦点を  
179 当てて製品を宣伝することが含まれます。
- 180 3. 一例としては、環境に有害な化学物質を放出し、リサイクルされた  
181 材料が含まれていると宣伝されている製品が挙げられます。

- 182 4. 環境に良い影響を与えていると考えて誤って製品を購入した消費者  
183 は、後で騙されたことに気づき苦い思いをする可能性があります。
- 184 5. メーカーは、消費者が現実的に情報に基づいて購入の意思決定を行  
185 えるよう、関連情報をすべて開示することを強制されなければなり  
186 ません。
- 187 6. 環境に悪い製品を環境に良いもののように偽装するからです。
- 188 7. いいえ、私はしません。環境に悪い商品は避けたいと思っていま  
189 すが、買い物をするときはあまり環境のことを考えません。
- 190 8. 一人の人間が大きな違いを生むことはできないと思います。すべ  
191 てのメーカーが製品を作る際により良い選択をすることを義務付け  
192 る法律が必要だと思います。1980年代にはCFCが原因でオゾン  
193 層の問題が発生し、政府が製造業者によるCFCを使用した製品の  
194 製造を禁止したとき、問題は止まりました。
- 195 9. いいえ、私はしません。私は市の義務に従ってゴミを分別してい  
196 るだけです。私にはそれ以上のことをする能力はありません。
- 197 10. 私たちは、広告主が販売する商品について言うことには常に懐疑的  
198 であるべきです。彼らの仕事は、何があっても私たちに自社の製  
199 品を買わせることです。