

サステナビリティ 取組事例集

日本化粧品工業会
サステナビリティ推進委員会
2025年3月

目次

事例一覧	2
サステナビリティ取組事例集の 発行にあたって	5
本書の構成	6

概要編

地球環境のために	
- 気候変動	8
- 容器包装・リサイクル等	11
一人ひとりのために	
- 人権・労働慣行	16
- 公正な事業慣行	20
みんなのために	
- 消費者課題とイノベーション	22
- コミュニティへの参画	25

詳細編

[29](#)



事例一覧

地球環境のために

気候変動

容器包装・リサイクル等

- | | | |
|---|---|---|
| 1. 環境課題の解決や保全の取り組みと、環境意識の啓発
(株式会社コーセー) p.9 | 1. リサイクル性を向上させたつめかえパックを初の製品化
(ライオン株式会社) p.12 | 7. 新製品「vitoasマイパーフェクション」における取り組み
(サントリーウエルネス株式会社) p.14 |
| 2. 物流の効率化でCO2削減を実現
日用品メーカーと物流事業者の連携
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.9 | 2. 美大生を対象に化粧品アップサイクルパンを用いたコンテストを実施
(花王株式会社、株式会社コーセー) p.12 | 8. 製品容器の損傷が軽度で品質に問題がない場合には出荷するという取り組み～NIKKOL ECO ACTION～
(日光ケミカルズ株式会社) p.14 |
| 3. 自然冷媒ヒートポンプの導入
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.9 | 3. 化粧品PETボトルの水平リサイクル
(花王株式会社) p.12 | 9. SDGsプラットフォーム
UMILE(ユーマイル)
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.14 |
| 4. 化粧品におけるレフィラブル促進によるCO2削減への取り組み
(株式会社資生堂) p.10 | 4. リサイクル循環を可能にする
100%紙製のショッパー
(ハリウッド株式会社) p.13 | 10. ポリオレフィン単一構成液体向けパウチの採用
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.15 |
| 5. パーム油搾りカスのラベルへの再利用
(日光ケミカルズ株式会社) p.10 | 5. サンプル提案容器のサステナブル化の取り組み
(株式会社日本色材工業研究所) p.13 | 11. ラグジュアリーな本体容器と再生材料を活用した簡易脱着可能なレフィル容器
(株式会社資生堂) p.15 |
| 6. 海洋環境に配慮した商品
(ハリウッド株式会社) p.10 | 6. デザイン性と環境性能が両立するバイオマスプラをハブラシに採用
(サンスター株式会社) p.13 | 12. 「アーユルタイム」つめかえ用登場廃棄プラスチック量約88%削減
(株式会社バスクリン) p.15 |

事例一覧(続き)

一人ひとりのために			
人権・労働慣行		公正な事業慣行	
1. 多様な人財の活躍と企業成長との関係 を研究する「資生堂 DE & I ラボ」発足 (株式会社資生堂)	p.17	1. マテリアリティの全面改定 (株式会社ファイントウデイ)	p.20
2. 社員に向けたDE & I推進の取り組み (株式会社コーセー)	p.17	2. パーム油の持続可能なサプライチェーン の実現 (花王株式会社)	p.20
3. タンザニアの少女たちに向けた教育機会の エンパワーメント (株式会社コーセー)	p.17	3. パートナーシップ構築宣言に署名し、 サプライチェーンの連携強化 (岩瀬コスファ株式会社)	p.20
4. インクルーシブな買い物環境づくりに 向けた取り組み (P&Gジャパン合同会社)	p.18	4. 持続可能なパーム油の調達に向けて、 小規模パーム農園支援を開始 (株式会社ポーラ・オルビスホールディングス)	p.21
5. 「アライ育成研修」を社外向けに提供 (P&Gジャパン合同会社)	p.18		
6. ジュニア講座『科学と美しさの未来を探索 しよう』を開催 (株式会社ポーラ・オルビスホールディングス)	p.18		
7. よりフェアでインクルーシブな世界のために Colorful is Powerful (ユニリーバ・ジャパン株式会社)	p.19		

事例一覧(続き)

みんなのために

消費者課題とイノベーション

コミュニティへの参画

- | | | |
|---|--|--|
| 1. 生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』でUX創造企業をめざす
(花王株式会社) p.23 | 1. JICAと協働で Bangladesh の清潔・衛生の習慣づくりに貢献
(ライオン株式会社) p.25 | 7. 美容業からスポーツを通じてチャレンジすることや健康促進を後押し -ピックルボール支援-
(ハリウッド株式会社) p.27 |
| 2. 障がいのある方の作品を起用
配送段ボールのイラスト
(ハリウッド株式会社) p.23 | 2. 香川県坂出市の全ての市立小学校で衛生授業を開催
(ライオン株式会社) p.25 | 8. 未来のデザイナーたちと社会課題解決を考える産学連携授業に協力
(サンスター株式会社) p.27 |
| 3. 汗やにおいと上手に付き合い、快適に過ごすことを啓発
(株式会社マンダム) p.23 | 3. 地域と共に未来をつくるSDGs イベント
(株式会社シーエスラボ) p.25 | 9. コスメバンクプロジェクトへの参画
(株式会社伊勢半) p.27 |
| 4. 顔情報によるストレスマネジメント技術でウェルネスづくりに貢献
(ポーラ化成工業株式会社) p.24 | 4. ピンクリボンキャンペーン
(株式会社カネボウ化粧品) p.26 | 10. 親子で作る自分だけの入浴剤
(クラシエ株式会社) p.28 |
| 5. 手話を用いたオンライン美容相談サービスを開始
(株式会社資生堂ほか国内グループ会社) p.24 | 5. 被災地支援を継続的に行う
気仙椿ハンドクリーム
(ハリウッド株式会社) p.26 | 11. 「美」「インクルーシブ(包摂性)」
「サステナビリティ」を融合した
インクルーシブアート
(日本ロレアル株式会社) p.28 |
| 6. 化粧品のより良い安全性評価の普及を目指して関係各社が研究協働
(サンスター(株)、小林製薬(株)、TOA(株)、(株)マンダム、ロート製薬(株)) p.24 | 6. 地方創生を応援する
伊勢の香(イセノカ)
(ハリウッド株式会社) p.26 | 12. 里山保全活動を通して、
生物多様性の実現へ
(日本ロレアル株式会社) p.28 |

「2024年度 サステナビリティ取組事例集」の発行にあたって

2016年度より毎年の発行を続けてまいりました『サステナビリティ取組事例集』ですが、本年もまた発行を迎えることができ、皆様方にご案内できますことを心から嬉しく思っております。本事例集は、事例を提供いただいている会員企業の方々、そして、事例集の企画・編集から発行に至るまで献身的に作業にあたってくださるサステナビリティ推進委員会の委員・事務局・関係者の方々のおかげで発行に至っています。改めて、ご協力・ご尽力をいただきましたすべての皆様方に感謝申し上げます。

日本化粧品工業会(粧工会)は1,400社を超える会員企業を有し、各社の事業規模や取り扱い商品も多岐にわたっています。そうした意味において、極めて多様性に富む業界と言えます。そのような業界特性を踏まえ、サステナビリティ活動にあたっては、これまで、一律の目標を定めるというやり方ではなく、サステナビリティ指針に基づいて各社それぞれに合った取り組みを推進してきました。その中で、この取組事例集は、会員企業間において他社の取り組みを知り、学び、そして自社への適用を考える役割を果たしてきており、その結果として、それぞれの会社が始めた活動が広がりを見せていることが、この事例集からも見て取れます。特に、重点分野として取り組んできた容器包装の環境配慮については、リサイクルや環境にやさしい素材の利用といった事例が多く示されています。また、ここ数年の傾向として、DE&I(Diversity, Equity & Inclusion)に関する取り組みがその数を増しています。DE&Iの分野は、これまでも多くの生活者に商品をお届けし、生活の質を向上するお手伝いをしてきた化粧品だからこそ、そして、化粧品業界だからこそできることがあると思いますし、今後さらに大きく貢献できる可能性を有しています。今後の委員会や部会の活動において、より積極的な支援ができるよう検討を進めたいと考えているところです。

取組事例集は、また同時に、会員企業のみならず、あらゆる関係の皆様には粧工会の活動を知っていただきたい、その思いを持って作成しております。これから更に、ビジョン2030の達成に向けた活動を強化してまいります。ご関係の皆様方におかれましては、是非、この事例集から会員企業の活動を知っていただき、そして、忌憚のないご意見をお聞かせいただければと思っております。引き続きのご支援の程、何卒よろしくお願い申し上げます。

2025年3月

日本化粧品工業会 サステナビリティ推進委員会
委員長 川田 貴史



本書の構成

本書は大きく【概要編】と【詳細編】の2つのパートで構成されています。

【概要編】では、各社取組事例をまとめてご覧いただけるよう、「地球環境のために」「みんなのために」「一人ひとりのために」のそれぞれのテーマごとに、1ページにつき2～3事例ずつコンパクトにまとめて掲載しています。

その後に続く【詳細編】では、一つの事例を1ページでより詳細に説明しています。またその事例が関連するSDGsを、最大3つまでアイコンで紹介しております。

概要編をご覧いただき、ご興味を持っていただいた事例やより詳細を知りたい事例についてこちらの詳細編をご覧いただく等、自由にご覧いただければと思います。



概要編



地球環境のために

気候変動

化粧品業界においてもビジネスの優先事項

世界・国内で気候変動への取組、脱炭素経営への推進が加速しています。

日本においても、「2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、すなわち2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」ことが宣言されています。しかしながら、日本の産業構造や自然条約を踏まえるとその実現は容易ではなく、産業界、消費者、政府を含め、日本全体で総力を挙げた取り組みが必要とされています。

脱炭素社会の実現に向けて

化粧品産業界も社会の一員として、創意工夫のもと、温室効果ガス削減に取り組んでいるところです。脱炭素を進める上では、最初に、どれだけの温室効果ガスをどこから排出しているのか科学的な「算定」が鍵となります。そのうえでどこを減らすのかを検討・実行すること、そして、お客様を含めたステークホルダーにその効果等をご理解いただきアクションを効果的なものにしていくなどの一連のステップで実施されます。

粧工会員は、原料や製品開発からだけでなく、オフィスや工場といった事業所の設計、エネルギー転換や植林活動など、様々なステージで取り組みを進めています。



地球環境のために(気候変動)(1)

環境課題の解決や保全の取り組みと、 環境意識の啓発

【株式会社コーセー】

コーセーは、環境課題の解決や保全と、環境意識の啓発の取り組みを行っています。雪肌精「SAVE the BLUE」は、サンゴ保全や植樹、雪を守る活動を実施し、“青い地球を守るプロジェクト”です。また、ハイレステージブランド『コスメデコルテ』では、原料原産地の自然保護と地域創生支援を目的として、北海道美深町と「DECORTÉ 森林づくり活動協定」を締結しました。原料の一つである「白樺水」の産地である美深町が保有する町有林において、植樹や間伐などの森林管理の支援を行います。



雪肌精「SAVE the BLUE〜
Ocean Project〜」



「DECORTÉ 森林づくり活動協定締結式」

→ p.30

物流の効率化でCO2削減を実現 日用品メーカーと物流事業者の連携

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

ユニリーバは2039年までにバリューチェーン全体で温室効果ガスのネットゼロを目指し、「ユニリーバ・クライメート・アクション・プラン」を策定しました。日本では物流の効率化を図る取引制度を導入し、CO2排出量を年間950トン削減しました。また、日用品メーカーや物流事業者と連携し、サプライチェーン全体の最適化を進めています。この取り組みは「サプライチェーン イノベーション大賞2024」で大賞を受賞しました。



→ p.31

自然冷媒ヒートポンプの導入

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

ユニリーバ・ジャパンは、持続可能な社会の実現に向けて、前川製作所のヒートポンプ「ユニモ WW」を「Dove」の生産設備に採用し、製品1トン当たりのエネルギー消費量を1割削減しました。このシステムは自然冷媒CO₂を使用し、温水と冷水を同時に供給することで、既設ボイラーとチラーの負荷を大幅に削減します。



生産設備に採用した「ユニモWW」×2台

→ p.32

地球環境のために(気候変動)(2)

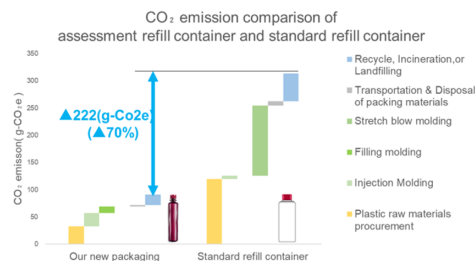
化粧品におけるレフィラブル促進によるCO₂削減への取り組み

【株式会社資生堂】

2023年からCO₂排出量を大幅に減らす、ボトル製造と中味液充填をワンステップで実現する技術「LiquiForm®(リキフォーム)」を採用しました。
この技術はCO₂排出量を削減するだけでなく、パウチではなくボトル形状で実現できることで、「化粧品としての佇まい」や付け替えるだけの「美しい操作」を実現することができます。
化粧品は生活者に情緒価値を届ける使命もっており、このような技術の活用により「Premium」と「Sustainability」の両立を実現し、さらなるレフィルの促進を目指します。



Premiumとの両立



CO₂削減効果

→ p.33

パーム油搾りカスのラベルへの再利用

【日光ケミカルズ株式会社】

日光ケミカルズが属するニッコールグループの製造拠点では、パーム油を絞った後に焼却廃棄される搾りカスを再利用したラベルを社内用ラベルとして使用しています。
持続的にパーム油由来の原料を調達する取り組みの一環として、様々なラベルに展開しております。



出荷時の SHIPPING マーク



中間品ラベル

→ p.34

海洋環境に配慮した商品

【ハリウッド株式会社】

サンゴの白化現象によるサンゴ礁の減少が問題になっています。その原因の一つが、日やけ止めクリームに入っている成分ともいわれています。feel coral サンプロテクトミルクは、世界で規制されている成分を一切使用せずに開発しました。さらに環境問題に配慮した商品であるコンセプトを表現するため、容器や外箱にも環境に配慮した素材を採用しました。
また、この商品を通じて、海洋環境問題への意識が広がるよう、同じ志を持って活動する個人や団体を応援する取り組みを続けています。



Feel coral サンプロテクト



サンゴ保全活動

→ p.35

地球環境のために

容器包装・リサイクル等

プラスチックは軽量で加工適性にすぐれ、多様な機能性を有することから人々の豊かな暮らしに欠かせないものとなりましたが、近年では海洋プラスチックごみ問題に代表される廃棄物処理が各国で社会問題となっています。

地球規模でのプラスチック問題に対して、欧州ではEUサーキュラーエコノミーパッケージ(2015年)のもと、「包装および包装廃棄物に関する規則(EU) 2025/40」(PPWR)が2025年1月に公布されました。

日本でも「プラスチック資源循環戦略(2018年)」に基づき2022年4月に「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」が施行され、業界団体等が製品分野ごとの環境配慮設計ガイドライン等を策定することと、事業者がそれらを遵守するよう努力することが求められています。

JCIAサステナビリティ推進委員会では、2022年6月に「化粧品の容器包装に関する環境配慮設計指針」を策定し、その解説編とともにホームページにて公開して広くご活用いただけるようにしました。

本指針の普及により、人にも地球環境にも魅力的な化粧品がより一層広まる一助となることを期待しています。



地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(1)

リサイクル性を向上させたつめかえパックを初の製品化

【ライオン株式会社】

日用品で用いられるつめかえパックの多くは、複合素材よりなることから、容器としてリサイクルすることが困難でした。当社は、東洋インキ株式会社と共同で、洗剤などの日用品の包装容器にも利用できる「剥離リサイクル技術」を開発しました。複合素材を分離し、高純度な単一素材としての回収が可能になることで、プラスチックリサイクルの促進が期待できます。



剥離接着剤を用いた剥離及び分離技術

→ p.36

美大生を対象に化粧品アップサイクルペンを用いたコンテストを実施

【花王株式会社、株式会社コーセー】

化粧品事業のサステナビリティ領域で協働している花王とコーセーは、研究所の品質追求等の過程で商品にならなかったメイクアップ化粧品を、ボールペン「SminkArtペン※」にアップサイクルしました。パール感や透き通った色味など、化粧品の品質を活かした表現が特徴です。このペンを用い、多摩美術大学の学生を対象にデザインコンテストを開催しました。「彩りがひらく、未来」をテーマに作品を募集し、審査を実施。グランプリ、花王賞、コーセー賞などの賞を決定し、表彰しました。地球環境問題を、学生さん自身に考え・学んでいただくと共に、作品を通して社会に発信する機会となりました。
※ 株式会社モーニングスターの登録商標です。



役目を終えたアイカラーをアップサイクルしたボールペン

多摩美術大学の学生を対象にデザインコンテストを実施

→ p.37

化粧品PETボトルの水平リサイクル

【花王株式会社】

花王は、水平リサイクルによる化粧品PETボトルの再生・商品化を実現しました。本取り組みは2021年6月から開始しており、約三年で実証実験を完了することができました。今後は持続可能な社会実装モデルとして確立すべく、使用済み化粧品プラスチックボトルの回収スキーム構築など、インフラ整備を進めます。



実証実験の流れ

→ p.38

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(2)

リサイクル循環を可能にする 100%紙製のショッパー

【ハリウッド株式会社】

プラスチックや金属など、自然に還らないものの、リサイクルできないものを一切使用しない、オール紙製の手提袋に変更しました。



オール紙製の手提げ袋

→ p.39

サンプル提案容器のサステナブル化 の取り組み

【株式会社日本色材工業研究所】

日本色材では、サステナビリティについてのマテリアリティ(重要課題)を設定し、全社をあげて取り組みを推進しています。2024年度は、サンプル提案容器のサステナブル化に取り組み、「金皿保護用レフィルケース」のサステナブル化を進めました。今後も引き続き、様々な分野でサスティナブル化を進めてまいります。



従来品(プラスチック)



開発品
(パルプモールド)

→ p.40

デザイン性と環境性能が両立する バイオマスプラをハブラシに採用

【サンスター株式会社】

スタイリッシュなデザインとみがき心地のよさを追求した新製品「オーラツー プレミアム ハブラシ なめらかフィット」のハンドルにバイオマスプラスチック(植物由来原料を基に合成したプラスチック)を採用しました。ハンドルの約30%が植物由来原料で、市販ハブラシで初めて日本バイオマス協会認定のバイオマスプラマーク(BPマーク)を取得しました。今回、ハブラシの持ち手部分に使った透明材料は、温室効果ガス低減に貢献できることと、意匠性と透明性の高さを併せ持つバイオマスプラスチック。美しいガラス調のデザインと環境性能を両立することから採用に至りました。



透明性が高いバイオマスプラスチックを使用

→ p.41

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(3)

新製品「vitoasマイパーフェクション」 における取り組み

【サントリーウエルネス株式会社】

サントリーウエルネスでは、お客様の「いい表情」を作り出すことを目指し、スキンケア商品の開発を行っております。
お客様のユーザビリティと負荷軽減を考え、2024年10月29日にリニューアルした女性向けオールインワン「vitoas マイパーフェクション」は付け替えのレフィルタイプを発売。
また、当製品には「サントリー登美の丘ワイナリー」のワインの生産工程の中で残ったぶどうの果皮と種子から抽出した赤ワインポリフェノールを配合しています。



vitoas マイパーフェクション



サントリー登美の丘ワイナリー

→ p.42

製品容器の損傷が軽度で品質に問題がない場合には出荷するという取り組み ～NIKKOL ECO ACTION～

【日光ケミカルズ株式会社】

弊社では持続可能な社会の実現に寄与するため「NIKKOL ECO-Friendly Policy (ニッコール エコフレンドリー ポリシー)」を策定。2024年4月から産業廃棄物の削減を目的に、製品の包装や容器損傷が軽度のもの、且つ従来の品質基準に合致するものを対象に、出荷・販売する活動を進めています。



発送する際に貼るラベル

→ p.43

SDGsプラットフォーム UMILE(ユーマイル)

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

「UMILEプログラム」は、消費者が日常生活の中でお得に楽しく地球に優しい行動を取ることを目的として、2020年11月に開始されました。このプログラムでは、ユニリーバのつめかえ製品を購入することでプラスチック使用量を約70～90%削減できる「買ってためる」方法と、使用後のプラスチック容器をパートナー店舗の回収ボックスに入れて「リサイクルしてためる」方法の2つで「UMILE」ポイントをためることができます。
ためたUMILEポイントは、LINEポイントに交換したり、子どもたちのために活動している団体に寄付することができます。



UMILE ロゴ



回収済み日用品から容器を活用したアップサイクル品

→ p.44

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(4)

ポリオレフィン単一構成液体向け
パウチの採用

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

ユニリーバ・ジャパンは、循環型社会の実現に向けて、TOPPANが開発したリサイクル適性の高いポリオレフィン単一構成のスタンディングパウチを「ダヴ」のクリーミー泡洗顔料シリーズの詰め替え用に採用します。このパウチは従来の複合構成に比べてリサイクル適性の向上が期待されており、今後は大容量サイズなどへの応用も検討されています。



通常品「ダヴ」クリーミー泡洗顔料シリーズ
詰めかえ用

→ p.45

ラグジュアリーな本体容器と再生材料を
活用した簡易脱着可能なレフィル容器

【株式会社資生堂】

メイクアップの楽しさ、高揚感、ラグジュアリー感を伝えるデザインと、本体容器（ホルダー）を使い捨てせず簡単にレフィルをつけかえられるサステナビリティを両立。さらに環境への配慮として、レフィルキャップにPIR樹脂（※）を採用。
※ PIR とは、製造工程において発生する廃棄物を再利用すること。

日本パッケージングコンテスト2023
「ジャパンスター賞」受賞
ワールドスター2024コンテスト
「ワールドスター賞」受賞



サステナビリティに配慮した
レフィル機構



ジュエリーのような
ラグジュアリーデザイン

→ p.46

「アーユルタイム」詰めかえ用登場
廃棄プラスチック量約88%*削減

【株式会社バスクリン】

自然の恵みを感じて、健やかな毎日をサポートするバスソルト「アーユルタイム」の詰めかえ用が2024年8月26日に新登場しました。本体容器につめかえて使うことで、廃棄プラスチック量が約88%*削減されます。今後も限りある資源を大切に扱い、環境負荷を減らすための取り組み強化に努めてまいります。

*:本体容器との重量比



アーユルタイム つめかえ用 520g



→ p.47



一人ひとりのために

人権・労働慣行

人権は、全ての人が生まれながらに持つ権利ですが、経済活動の発展やビジネスのグローバル化に伴い、企業活動が人権侵害を引き起こす事例が散見されるようになりました。そこで2011年に国連は「ビジネスと人権に関する指導原則」を定めました。特に海外では、この原則に基づいた法制化の動きが加速しています。

一方、日本政府においては、2020年、『「ビジネスと人権」に関する行動計画(2020-2025)』が公表され、日本企業に対して人権デューデリジェンスのプロセスを導入することへの期待が明記されました。また、企業の取り組みを後押しするための、責任あるサプライチェーンをテーマとしたガイドラインや実務参考資料などが発行されました。この行動計画の改定に向けた、関係府省庁による議論がはじまっています。今年、改定版が公表される予定であり、人権尊重の取り組みがより注目されると推測されます。

このように、事業規模を問わず、多くの企業が人権尊重に取り組むための環境が整うとともに、企業への期待が高まっています。事業影響の及ぶ範囲における人権リスクを特定し、リスク低減に向けてPDCAを回す取り組みと、情報公開やステークホルダーとの対話は、企業経営において不可欠なものになるでしょう。

一人ひとりのために（人権・労働慣行）(1)

多様な人財の活躍と企業成長との関係 を研究する「資生堂 DE&I ラボ」発足

【株式会社資生堂】

当社は「美の力でよりよい世界を」という使命のもと、ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン(DE&I)を経営戦略の柱とし、多様な人材の活躍を促進していきます。その取り組みの一環として、本ラボが発足しました。研究テーマは、「ジェンダー平等」と「インクルーシブカルチャーの醸成」とし、これらの研究結果は、専用ウェブサイトで公開をしています。ウェブサイトは、美容職の働き方改革や女性管理職育成プログラムを通じて得た知見を「ACTIONS」として公開、東京大学と共同での実証研究結果を「RESEARCH」として公開しています。



ウェブサイトの様子



第1回検証結果の公表

→ p.48

社員に向けたDE&I推進の 取り組み

【株式会社コーセー】

コーセーは、「多様性をチカラに変える」をDE&I宣言として掲げ、社内外のDE&I推進に取り組んでいます。2024年度は、社員に対するDE&I推進を目的に、「コーセーDE&Iハンドブック」の発行、多様なジェンダーに配慮したパートナーシップ制度の導入、異文化ルーツを持った社員のマネジメントに関する講演活動などを実施しました。



「コーセーDE&Iハンドブック」をはじめ、
ポスターやスクリーンセーバーも制作

タンザニアの少女たちに向けた 教育機会のエンパワーメント

【株式会社コーセー】

コーセーは、2017年からタンザニアにある「さくら女子中学」における就学支援を実施しています。ジェンダーなどの属性に関わらず誰もが活躍の機会を得られるよう、ジェンダー平等が実現しているとは言い難いアフリカ・タンザニアにおいて、経済的背景から十分な教育を受けられないタンザニアの少女たちに就学支援の機会を提供しています。



卒業の記念品を贈呈



化粧品について体験し
学ば、スタディツアーを実施

→ p.50

一人ひとりのために（人権・労働慣行）（2）

インクルーシブな買い物環境 づくりに向けた取り組み

【P&Gジャパン合同会社】

店頭で多くのお客様や社外の方と接するP & GグループのSK-IIスキンエキスパート。知識や理解が足りないままで、LGBTQ+ 当事者を含む多様なお客様と接する状態を避けるべく、まずは性の多様性を理解し、お客様がお買い物にいらっしゃるカウンターでの業務はもちろん、同じ職場で働く仲間や同じ商業施設内の他社従業員の方とも気持ちよく働ける職場環境を作るためにできることについて考えました。



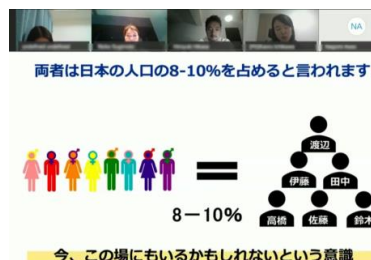
「インクルーシブ・ショッピング
プロジェクト」ロゴ

→ p.51

「アライ育成研修」を社外向けに 提供

【P&Gジャパン合同会社】

全国調査を背景として、LGBTQ+へのアライ（理解者・支援者）の輪を広げることを目的とした社外向け研修プログラム「アライ育成研修」を開発し、2021年5月より、企業や団体など社外への無償提供を開始しました。プライドハウス東京の協力のもと、社外のさまざまな方にも受講いただけるプログラムへと改編。現在までに170以上の企業・団体の700名以上の皆様に研修プログラムを提供いたしました。



社外向けのアライ研修の様子

→ p.52

ジュニア講座『科学と美しさの未来 を探求しよう』を開催

【株式会社ポーラ・オルビスホールディングス】

当社は東京大学メタバース工学部とともに、『科学と美しさの未来を探求しよう』をテーマにジュニア向け講座を開催しました。

講座では、ファンデーション制作の実演・解説といった工学的なアプローチの講演、美容の意識や行動の変遷についての講演、学びの先の個性を活かしたキャリアについて講演に加え、「あなたにとっての美」を見つけるワークショップを行いました。

2日間合計で295名にのぼり、その内女性の参加は8割を超え、中高生を中心に社会人や教育関係者まで様々な方にご参加いただきました。今後もこのような活動を継続していきます。



講座開催の様子



コミュニケーションロゴ

→ p.53

一人ひとりのために（人権・労働慣行）(3)

よりフェアでインクルーシブな
世界のために
Colorful is Powerful

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

ユニリーバは「Be Yourself」を大切に、エクイティ、ダイバーシティ、インクルージョン(ED&I)を推進しています。これにより、消費者ニーズの理解や成長機会の発見、優秀な人材の雇用が促進されます。ユニリーバ・ジャパンは国際女性デーに固定観念のない広告作りのセッションを開催し、設立60周年を機にオフィスを改修しました。また、LGBTQI+への取り組みで「PRIDE指標」ゴールドを2年連続受賞し、様々な社会貢献活動を行っています。



→ p.54

【コラム】 サステナビリティ推進にむけた会員向けの情報提供

サステナビリティには様々な課題があります。多くの課題のうち、化粧品産業界による貢献が特に期待されているものを的確に把握し、それらに焦点を当てた取り組みを進めるため、2022年度にマテリアリティ(重要課題)評価を行いました。 URL: <https://www.jcia.org/user/approach/sustainability/>



粧工会では化粧品業界全体でのサステナビリティ推進や課題解決を進めるべく、会員に向けて様々なセミナーや情報提供を行っています。

会員向け情報提供の例(2024年1月～):

- サステナビリティ取組共有会 ～サステナビリティ取組事例集(2023年度より)～
- イクオリティ(平等な機会)&インクルージョン研修 ～管理職として何ができるのか～
- 持続可能な調達に関するセミナー及び参加型プログラム(ワークショップ)
- 化粧品産業と化学物質管理 ～化学物質排出把握管理促進法PRTR届出について～
- 化粧品産業と化学物質管理 ～化学物質審査規制法について～
- NITE化学物質総合情報提供システムNITE-CHRIP説明会
- マリンレジャーにおける日焼け止めの国内使用実態に関するアンケート調査
- 容器包装に関するプラスチック使用量等調査

一人ひとりのために（公正な事業慣行）(2)

持続可能なパーム油の調達に向けて、小規模パーム農園支援を開始

【株式会社ポーラ・オルビスホールディングス】

当社は持続可能なパーム油の生産を支援するため、YAYASAN(ヤヤサン) FORTASBI (フォルタスビ) Indonesia(インドネシア)(所在地:インドネシア)が取り組む小規模パーム農園支援プロジェクトに2024年11月より参加しています。当団体のパーム農家の生活の向上と環境保護を両立させる取り組みに賛同し、プロジェクトへの参加を決定いたしました。パーム油のサプライチェーンの内、最上流であるパーム農園に顕在する問題解決に取り組みを拡張することで、持続可能なパーム油調達を目指します。



小規模農家訪問の様子

→ p.58

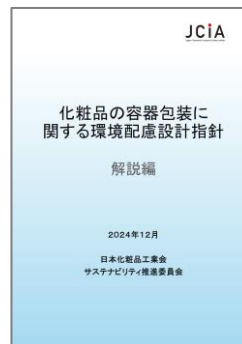
【コラム】化粧品容器包装に関する環境配慮設計指針「解説編」の策定

粧工会では、化粧品産業における持続可能な社会実現への貢献の一環として容器包装に関する環境配慮の取り組みを強化するため、1991年から段階的に容器包装に関する適正化方針や自主行動計画を策定してきました。

2022年4月には「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」が施行され、同法に基づく国の「プラスチック使用製品設計指針」が定められました。国の指針では、業界団体等が製品分野ごとの設計の標準化や設計のガイドライン等を策定するとともに、事業者は当該ガイドライン等を遵守することとされています。

これを受けて、粧工会サステナビリティ推進委員会容器包装部会では、「化粧品の容器包装に関する環境配慮設計指針」を2022年6月に策定しました。

さらに2024年12月に、本指針の化粧品業界・会員へのより一層の理解と普及を切に願い、解説編を策定しました。本解説編が、化粧品業界全体での環境に配慮した容器包装の設計・開発を推し進め、環境負荷の削減やリサイクルの促進への一助となれば幸いです。



URL: <https://www.jcia.org/user/approach/sustainability/packaging>

みんなのために

消費者・コミュニティ

新型コロナウイルスの位置付けが、新型インフルエンザ等感染症(いわゆる2類相当)から5類感染症に変更されて以降、人々の意識や行動にも変化がみられるようになってきました。街の人出は回復し、海外からの旅行者も増加しています。2024年の訪日外国者数は、推計で約3,687万人で、過去最多を記録しました。これは、コロナ禍前の2019年(約3,188万人)を約500万人上回る数です。

一方国内をみると、全国の子ども食堂は2024年に1万866カ所となり、初めて1万カ所を超えました。これは、公立中学校の数を1000以上上回る規模です。コロナ禍や物価高の逆境でも増え続けたのは、食事をする場所だけにとどまらず、世代を超えた地域の「居場所」として浸透してきた背景があるからだといわれています。コロナ時にはコミュニケーションの減少により、孤独や孤立を不安に感じている人は4人に1人の割合に上った、という調査結果も出ています(2021年ニッセイ基礎研究所調べ)。コロナ禍を通じて、人々がつながりの大切さを改めて実感したことも影響していると考えられています。

また多様化する消費者に対し、「誰も取り残さない」というSDGsの基本方針に則り、企業側の様々な取り組みができています。特に、自治体や他企業・NPO・学校など、自社だけでなく連携により社会課題の解決へと取り組む事例が増えてきています。加えて、生活者側のサステナブルやSDGsに関する意識や行動の変化を受け、私たちは今まで以上に生活者視点、地域視点、地球環境視点、などへ変えていかなければならない事を示唆されているのかもしれません。



みんなのために（消費者課題）(1)

生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』で
UX創造企業をめざす

【花王株式会社】

『My Kao』は、生活者との双方向コミュニケーションを実現するデジタルプラットフォームです。
「知る」機能ではサステナビリティに関する教育・啓発を行い、「体験する」ではAIを活用した肌測定など最新技術による顧客体験サービスを提供しています。「買う」機能では製品廃棄削減に取り組み、「創る」では多様なコミュニティを設置し、ユーザーや研究員、美容部員らが共に新商品やサービスの開発に取り組んでいます。
これらの取り組みを通じて、生活者との協創による持続可能な社会の実現を目指しています。



双方向デジタルプラットフォーム「MyKao」

→ p.59

障がいのある方の作品を起用
配送段ボールのイラスト

【株式会社ハリウッド】

商品配送用の段ボールに障害のあるアーティストさんのイラストを採用しています。
商品を受け取るお客様や配送作業に関わる方々に、イラストを通じて笑顔を届けながら、障がい者アートの社会的認知度の向上や活躍の場の提供などのお手伝いをしております。
様々な支援が必要な人々も、社会の一員として経済活動に携われる機会創出につながることを願っています。



オリジナル段ボール

汗やにおいと上手に付き合い、
快適に過ごすことを啓発

【株式会社マンダム】

当社は汗や体臭を身体的な問題だけでなく、精神的にも大きな影響を及ぼすことでQOLに大きく関わる“社会的な問題”と捉え、研究に注力しています。

当社は、汗と体臭の研究情報サイト「汗とにおい総研」を通じて、汗と体臭に関するマンダム独自の研究やお役立ち情報を発信するとともに、7月8日を『汗マネジメントの日』として制定し、汗やにおいの知識やケアについてのさらなる啓発活動を行っています。



汗とにおい総研

→ p.60

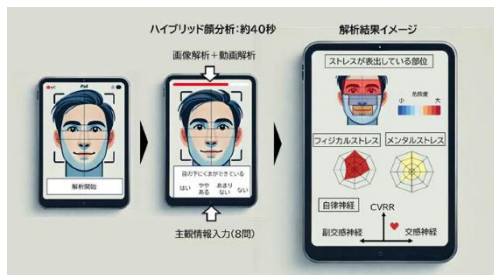
→ p.61

みんなのために（消費者課題）(2)

顔情報によるストレスマネジメント 技術でウェルネスづくりに貢献

【ポーラ化成工業株式会社】

当社は自社の強みを活かした顔分析技術を進化させ、顔に対する客観分析と主観分析を組み合わせた「ハイブリッド顔分析」技術を開発しました。本研究成果を含む顔を使ったストレスマネジメント研究は専門家の間でも高い評価を受けております。ストレスや体の変化は早期発見が重要と言われ、医学界・行政の現場では「未病ケア・予防」「個別ケア」「個人の主体的管理」を助ける技術が必要とされています。本研究は、現代のヘルスケア分野においてスマート社会を実現するIT技術につながるものと期待されています。今後も技術を通してウェルビーイングの価値提供活動を広く行ってまいります。



構築したハイブリッド顔分析の概要

手話を用いたオンライン美容相談 サービスを開始

【株式会社資生堂ほか国内グループ会社】

資生堂は、聴覚に障がいのあるお客さま向けに無料のオンライン美容相談サービス「Online Beauty」を開始しました。2024年11月7日から本格始動し、手話やチャットを用いて美容カウンセリングを提供します。プレオープン期間中には高い満足度を得ており、カウンセリングはお客さまが最も快適に感じる方法で行われます。オンライン形式により、自宅で気軽に相談でき、伝わりやすい手話表現を工夫しているため、ストレスなく美容アドバイスを受けられます。今後もお客さまの声を反映し、サービス向上に努めます。



カウンセリングを
している様子

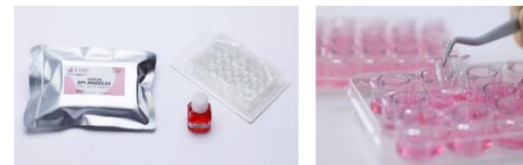


手話による美容情報の発信も

化粧品のより良い安全性評価の普及 を目指して関係各社が研究協働

【小林製薬(株)、サンスター(株)、TOA(株)、
(株)マンダム、ロート製薬(株)】

生活者に新しい価値を提供する医薬部外品や化粧品の開発に欠かせないのが安全性評価。その評価手法について近年、動物愛護の観点から様々な動物実験代替法が開発されています。評価項目のうち皮膚刺激性試験の代替法に関して、当工業会加盟5社と株式会社ジャパン・ティッシュエンジニアリングが行った共同研究成果が日本動物実験代替法学会第37回大会で大会長特別賞を受賞しました。代替法試験の評価指針に、より多くの成分の実使用に即したデータが反映され、メーカー各社が適正に効率的に安全性評価が行えるようになることを目指し、各種成分の試験結果を共有した点が評価されたと考えています。



ヒト3次元培養表皮と使用イメージ

みんなのために（コミュニティ参画）（1）

JICAと協働で Bangladesh の清潔・衛生の習慣づくりに貢献

【ライオン株式会社】

当社は、独立行政法人国際協力機構（JICA）を通して、Bangladesh の小学校の児童や教員をはじめ、保護者や地域住民等への衛生教育を支援する合意書を、2024年4月に締結しました。
Bangladesh は、衛生状態の悪化による様々な感染症が深刻な社会問題となっており、当社は2023年、JICAを通じて、Bangladesh の子どもたちへの衛生教育の支援を行いました。
今後、衛生教育支援の規模を拡大して継続するため、新たな合意書を締結し、これまで以上に、Bangladesh における正しい衛生知識の理解・浸透を目指し、清潔・衛生の習慣づくりに貢献します。



Bangladesh のナラヤングンジ県にある全小学校を対象に、食品衛生・安全の正しい知識や手洗い方法の指導を行いました

→ p.65

香川県坂出市の全ての市立小学校で衛生授業を開催

【ライオン株式会社】

当社は、香川県坂出市で「キレイキレイのまち坂出」プロジェクトを推進しています。その一環として2024年は、香川県坂出市の全ての市立小学校で当社の衛生マイスターによる衛生授業を開催いたしました。全ての市立小学校を対象に行ったのは今回初めての取り組みになります。



衛生マイスターによる授業



衛生授業を体験した子どもたち

→ p.66

地域と共に未来をつくるSDGsイベント

【株式会社シーエスラボ】

地域の皆様や従業員への感謝を込め、SDGsをテーマにした感謝祭を開催しました。体験型アクティビティとして、モルック体験や工場見学を実施。
さらに、本来廃棄される容器を活用したつかみ取りや、捨て水を利用したおもちゃすくいなど、環境に配慮したコンテンツで楽しみながらSDGsについて学ぶ機会を提供しました。地域と企業が協力し、未来に向けた取り組みを共に考えるイベントとなりました。



多くの協力企業の出展



「捨て水」を利用した水遊び

→ p.67



みんなのために（コミュニティ参画）(2)

ピンクリボンキャンペーン

【株式会社カネボウ化粧品】

花王グループでは、乳がんの早期発見の大切さを呼びかける世界的な運動「ピンクリボン」に賛同し、2007年から毎年10月1日～11月30日に「ピンクリボンキャンペーン」を実施しています。
2024年は、“あなたと、あなたの大切な人のために For you and your loved ones”をキーメッセージに、社内外、国内外（アジアを中心に日本を含む9の国と地域）で様々な活動を実施しました。
そのなかでKANEBO・LISSAGEブランドの取り組みを取り上げます。



KANEBO



LISSAGE

→ p.68

被災地支援を継続的に行う 気仙椿ハンドクリーム

【ハリウッド株式会社】

東日本大震災後に発足された気仙椿ドリームプロジェクトに協賛し、気仙地方の椿から得たオイルを使った気仙椿コスメの開発、製造に協力してきました。
また、その売り上げの一部を気仙椿ドリームプロジェクトに寄付し、東北地方の復興を支援しています。震災後、10年以上継続した支援として注目いただき、その後地域活性の願いを込めたパッケージデザインでグッドデザイン賞を受賞(2021年)しました。



気仙椿ハンドクリーム



気仙椿の実

→ p.69

地方創生を応援する 伊勢の香(イセノカ)

【ハリウッド株式会社】

伊勢神宮を流れる五十鈴川から採水した清らかな水で、地元出身の尾崎ななみさんのディレクションでフレグランスミストを開発しました。日本古来の植物をモチーフにデザインを施し、お土産としても好評で、2023年外国人が選ぶおもてなし大賞を受賞しました。
発売当時、三重県伊勢市と寄付にともなう協定の調印式を執り行い、『伊勢の香(イセノカ)』売上金の5%を伊勢に咲く花の保全・維持管理のために活用いただいております。



伊勢の香(イセノカ)



2020年新発売時、協定調印式
鈴木健一伊勢市長(右)と

→ p.70

みんなのために（コミュニティ参画）（3）

美容業からスポーツを通じて
チャレンジすることや健康促進を後押し
ピックルボール支援

【ハリウッド株式会社】

ピックルボールはシニア層や女性の健康を支えるスポーツとして注目されています。少子高齢化社会が進む中で健康促進およびウェルネス分野において非常に大きな可能性を秘めたスポーツであることから、美容業から初めて応援しています。まだまだ魅力が世の中に知れ渡っていない新しいスポーツ“ピックルボール”で世界へ挑戦している選手とアンバサダー契約を結び、新しいことへチャレンジすることのすばらしさや、健康的で美しい人々が魅力的であることを世の中へ発信しています。



アンバサダー吉富愛子選手



ピックルボール競技イメージ

→ p.71

未来のデザイナーたちと社会課題
解決を考える産学連携授業に協力

【サンスター株式会社】

サンスターは、御茶の水美術専門学校の産学連携授業に協力しました。これは、持続可能な社会のための課題解決をテーマに、様々な企業や団体が課題を提示し、学生が解決策を提案するカリキュラムです。今回は、デザインを学ぶ学生のみなさんに、お口の健康に関する社会課題を説明し、解決策を考えていただきました。近年、子どものむし歯は減少しているものの、大人のむし歯は増加傾向にあります。特に高校卒業～20代までの年代でむし歯にかかる方が多い現状、お口の健康は全身の健康にも影響すること、そうした課題に対する弊社の取り組みや悩みを共有し、若い感性による斬新な提案を多数いただきました。



弊社にて社会課題の
説明を実施



歯みがき習慣づけ新提案

→ p.72

コスメバンクプロジェクトへの参画

【株式会社伊勢半】

伊勢半グループでは2022年より一般社団法人バンクフォースマイルズが運営するコスメバンクプロジェクトに参画しております。今回、2024秋冬ギフトでは「ヘビーローテーション カラーリングアイブロー」を寄贈させていただきました。寄贈した化粧品は各参画企業から集まった品とともに、シングルマザーを中心とした各世帯へ届けられます。



COSME BANK
PROJECT



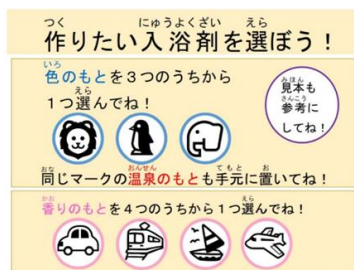
→ p.73

みんなのために（コミュニティ参画）（4）

親子で作る自分だけの入浴剤

【クラシエ株式会社】

昨年の夏休みに、親子で楽しむ入浴剤試作ワークショップを開催しました。別府や箱根などの温泉をイメージし、香りや色を自由に選んでオリジナルの入浴剤を作る体験を提供。親子で相談しながら試行錯誤することで、ものづくりの楽しさを実感し、自然と会話が生まれる時間となりました。完成した入浴剤は持ち帰り、自宅で楽しんでいただきました。参加者からは「親子の会話が増えた」「自分で作ったものを使うのが楽しい」と好評でした。



作り方説明シート

→ p.74

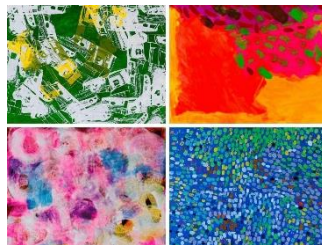
「美」「インクルーシブ(包摂性)」「サステナビリティ」を融合したインクルーシブアート

【日本ロレアル株式会社】

川崎市を拠点とするNPO法人studioFLATと協働し、同法人が運営する生活介護事業所を利用する知的障がいを持つアーティストの作品を半年単位で定期レンタルし、新宿本社オフィスの社内カフェスペースに展示しています。また廃棄予定であった当社製品をアップサイクルし、作品に使用する絵具の一部として使用しており、「美(アート)」、「インクルーシブ(包摂性)」「サステナビリティ」を融合させた取り組みとなっています。



アート作品展示の様子



実際に展示されたアート作品

→ p.75

里山保全活動を通して、生物多様性の実現へ

【日本ロレアル株式会社】

ロレアル リサーチ&イノベーションセンター（所在地・川崎市）と川崎市との協働による、同市の指定する里山保全地区における生物多様性に寄与する活動。川崎市の「新たな木を植え、守り育てる、新しい里山づくり」の一助として、2011年から下草や竹の伐採、植樹などを実施。この活動が発展し、2018年3月には、川崎市と日本ロレアルは「緑地保全管理に関する協定」を締結し、生物多様性の実現のために協働しています。



活動前



活動後

久末イノ木特別緑地保全地区ロレアル
フォレスト

→ p.76

詳細編



各社の取組事例を、一つの事例につき1ページでより詳細に説明しています。



こちらのボタンで「事例一覧」に戻ります

株式会社コーセー

環境課題の解決や保全の取り組みと、
環境意識の啓発



雪肌精「SAVE the BLUE」における取り組み

雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトは、2024年で16年目を迎えました。キャンペーン期間の売上の一部を自然保護活動に寄附する支援活動や、地球の環境保全に対する関心を高め、理解を深める啓発活動のほか、海外では8つの国と地域(中国・台湾・韓国・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・アメリカ)においてサンゴ保全や植樹活動など、各エリアの独自性を活かしながら展開しています。

夏期の雪肌精「SAVE the BLUE～Ocean Project～」のサンゴ保全活動は、雪肌精の青いボトルから連想される美しく青い海を守る取り組みとして、お客さまに環境保全活動への関心を高めていただける取り組みです。

2022年度冬季からは、雪肌精「SAVE the BLUE～Snow Project～」として、雪を守る活動も開始し、“青い地球を守るプロジェクト”として活動の幅を広げています。期間中の「雪肌精」ブランド対象商品の売上の一部を北アルプス山麓に広がる「Hakuba Valley」で使用される電力の再生可能エネルギーへの切り替えに活かし、CO₂排出削減に貢献しています。



雪肌精「SAVE the BLUE～Ocean Project～」



雪肌精「SAVE the BLUE～Snow Project～」

参照URL:雪肌精「SAVE the BLUE」Webサイト
<https://sekkisei.jp/site/p/savetheblue.aspx>

「DECORTÉ Sustainable Ingredients Project」

ハイプレステージブランド『コスメデコルテ』が取り組む、社会課題解消に向けた「DECORTÉ SUSTAINABLE ACTIONS」の一環として、商品に使用している原料原産地の自然保護と地域創生を目指した「Sustainable Ingredients Project」を立ち上げました。「Sustainable Ingredients Project」は、原料産地の自然を守るとともに、地域創生に向けてその地域産業を守ることで、持続可能な社会の構築に寄与しています。その第1弾として、北海道美深町の白樺の森林保全を目的とした『DECORTÉの森プロジェクト』を開始し、北海道美深町と白樺の森林を保全するための協定を締結しました。



「DECORTÉ 森林づくり活動協定締結式」

北海道美深町は、『コスメデコルテ』の象徴ライン「AQ」の原料の一つである「白樺水」の産地です。『DECORTÉの森プロジェクト』では、美深町が保有する町有林において、植樹や間伐などの森林管理の支援を行います。将来的には、この森から採取した白樺樹液で商品を作ること、原料づくりから生産・販売まで一貫して関わり、持続可能なサイクルを築いていきます。



商品化サイクルのイメージ

ユニリーバ・ジャパン株式会社

物流の効率化でCO2削減を実現 日用品メーカーと物流事業者の連携



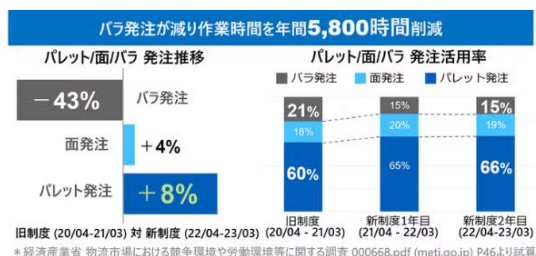
ユニリーバは、2039年までにバリューチェーン全体で温室効果ガス(CO2排出)ネットゼロをめざし、「ユニリーバ・クライメート・アクション・プラン」を策定し、バリューチェーンの中でも大きな変化を起こせる10の行動分野を定めて、世界中でCO2排出量削減につながるような製品の開発・処方改良、森林伐採をしない持続可能なサプライヤーからの調達、輸送の効率化など、バリューチェーン全体を視野に入れて取り組みを進めています。

日本では、2021年4月には、物流の効率化につながる発注に対してインセンティブを設けた「メニュープライシング」を取り入れた取引制度を導入しました。トラックが隙間なく積める量の製品をご発注いただくと割引になる「満車割」、ケース単位ではなくパレット単位でご発注いただくと割引になる「パレット割」、1週間以上前にご発注いただくと割引になる「早期発注割」など、物流の効率化につながる発注に対してインセンティブを設け、また日用品・化粧品大手として初めてすべての発注を翌々日以降配送へ変更しました。

これにより、トラックの台数を年間約5,800台、CO2排出量を950トン削減することに成功いたしました。

さらに、2023年8月からは、日用品メーカー13社(当社を含む)、物流事業者12社が参加する「日用品物流標準化ワーキンググループ」として物流デジタル化を活用したサプライチェーン全体の輸配送や在庫の最適化をめざし、検討を重ねてきました。この取り組みは経済産業省と製・配・販連携協議会が主催の「サプライチェーン イノベーション大賞2024」にて評価され、大賞を受賞しました。

これからもドライバーや物流従事者の皆さまへも地球環境へも負担の少ない、よりサステナブルな物流を推進してまいります。



参照URL:

<https://www.unilever.co.jp/news/press-releases/2024/nichiyouhin-supply-chain-kyougikai/>

ユニリーバ・ジャパン株式会社

自然冷媒ヒートポンプの導入



サステナブルな暮らしの実現に向けて 自然冷媒ヒートポンプをユニリーバで導入

ユニリーバ・ジャパン株式会社は、持続可能な社会の実現に向けて、化石燃料を使用せずに電気で温水と冷水を作り出す、株式会社前川製作所が開発したヒートポンプ水熱源エコキュート「ユニモ WW」を「Dove」のボディウォッシュ、コンディショナーの既設生産設備に採用し、製品1トン当たりのエネルギー消費量を1割削減を実現しています。



生産設備に採用した「ユニモWW」×2台

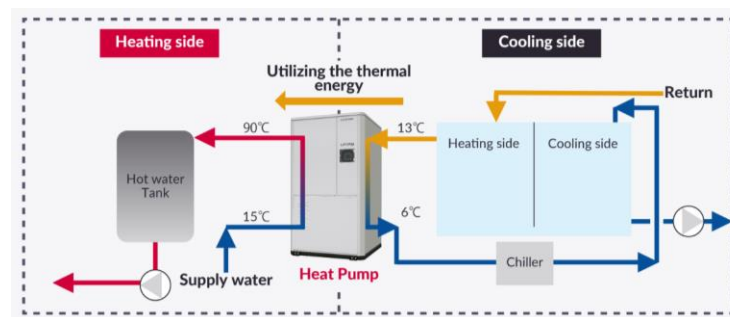
自然冷媒CO₂のヒートポンプで温水と冷水を同時に供給します。最高給湯温度は90℃、チラー水またはブライン冷却にも対応します。「ユニモ WW」で作りに出した90℃の温水を既設ボイラーで昇温し、同時に取り出せる6℃の冷水を既設チラーで冷却するシステムとなり、既設ボイラー及び既設チラーにかかる負荷を大幅に削減可能となります。

■導入の背景

ユニリーバ・ジャパン、相模原工場の生産に必要なエネルギーに関しては2015年にカーボンニュートラルを達成していました。次のステップとして、生産1トンあたりのエネルギー使用量を前年比3%減を目標として省エネルギー活動に取り組んできましたが、日々の小さな取り組みでは目標達成が難しい状況でした。

以前から、現状のボイラーによる昇温設備よりも、省エネルギーで高効率なヒートポンプに注目しており、ヒートポンプ導入によるエネルギー削減を検討していました。昨今の燃料価格高騰に対応するためにも、今回本格的に設備投資を進めることになりました。

ボディウォッシュは、原料を温水で溶かし、冷水で冷却する工程があります。この昇温工程と冷却工程に対して、「ユニモ WW」の特長である温水と冷水を同時に取り出せるという機能が重なったことも導入理由となっています。



ヒートポンプシステム概要

参照URL:

<https://www.mayekawa.co.jp/ja/answers/06/>

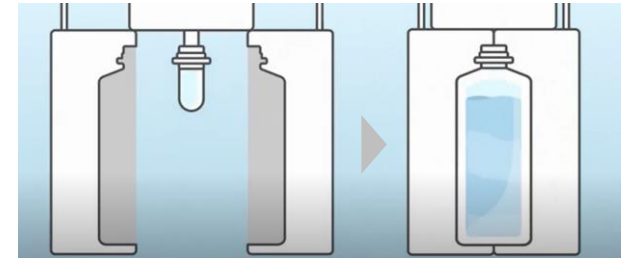
株式会社資生堂

化粧品におけるレフィラブル促進による
CO₂削減への取り組み

2023年からCO₂排出量を大幅に減らす、ボトル製造と中味液充填をワンステップで実現する技術「LiquiForm®(リキフォーム)」を採用しました。

この技術はCO₂排出量を削減するだけでなく、パウチではなくボトル形状で実現できることで、「化粧品としての佇まい」や付け替えるだけの「美しい操作」を実現することができます。

化粧品は生活者に情緒価値を届ける使命もっており、このような技術の活用により「Premium」と「Sustainability」の両立を実現し、さらなるレフィルの促進を目指します。



Filling molding技術

Premium

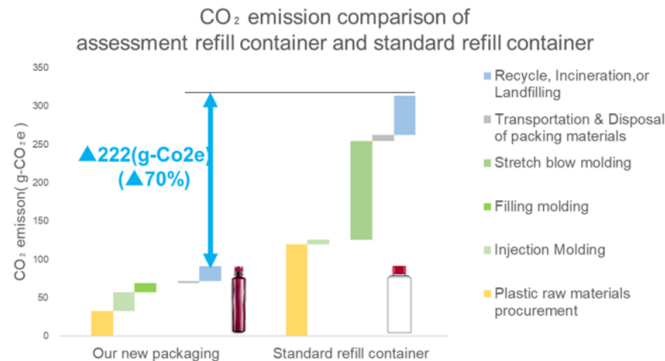
デザイン性も兼ね備えた
美しいユーザビリティを実現



/

Sustainability

パッケージのライフサイクル全体で CO₂ 排出量を約70% 削減
(同じ体積の従来の標準的な詰め替え用パッケージと比較)



2024年6月
世界包装機構(WPO)主催
ワールドスター2024にて
ワールドスター賞受賞

参照URL:<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=00000000003504>

日光ケミカルズ株式会社

パーム油搾りカスのラベルへの再利用



ニッコールグループでは、RSPOへの対応をはじめとして、持続可能なパーム油の調達のために様々な取り組みを行っています。その活動の一環として、パーム油の搾りかすを、ラベルに再利用しています。

パーム油を搾った後に焼却利用される搾りカスを再利用し、社内向けの中間体ラベルや、社外向けの製品輸出時の SHIPPING マークなどに展開しています。搾りカスを再利用することで、焼却廃棄時のCO2排出量を削減するとともに、廃棄物の低減にも寄与しています。中間品・半端品ラベルでは15,000枚、SHIPPING マーク用ラベルでは20,000枚を再利用ラベルに置き換えております。

ニッコールグループでは、昨年ご紹介したリサイクルパレットの取り組みをはじめとして、様々な廃棄物削減の取り組みを行っています。今後も様々な視点で、環境負荷低減活動を進めて参ります。



出荷時の SHIPPING マーク



中間品ラベル

ハリウッド株式会社

海洋環境に配慮した商品



わたしたちの海への想いと

サンゴ、海、環境にやさしい日やけ止めの開発

サンゴの白化現象によるサンゴ礁の減少が問題になっています。その原因の一つが、日やけ止め商品の一部に入っているサンゴに有害な成分と言われている。毎年、6000～1万4000トンもの日やけ止めが人の皮膚から洗い流され、サンゴ礁にたどり着いていると推計されています。研究者によると、最も危険なオキシベンゾンやオクチノキサートなどが含まれている日やけ止め製品は数千点に上るといいます。2015年に発表された調査では、オキシベンゾンはサンゴの幼生の成長を妨げるだけでなく、一部のサンゴに有毒なことが実験で判明しました。

WWF の調査によると、海洋面積全体の 0.2%未満がサンゴ礁で、このエリアに海の生物種の約 1/4 (9万種)が依存して生息しています。サンゴ礁のわずかな部分が破壊されても生態系の大きな部分が壊れてしまうのです。これによりパラオやハワイのビーチでは、特定の紫外線吸収剤などが配合された日やけ止めの使用が禁止されてしまいました。

サンゴ礁が危機的状態といわれる今、私たちはこの One Planet を共生していくためサンゴに優しい成分で日やけ止めをつくることを決意しました。Feel coral サンプロテクトミルクは、サンゴ保全で先進的な取り組みを行っているパラオ共和国やハワイの基準もクリアしており、尚且つ白浮きしない化粧下地にもなる美容成分入りの日やけ止め化粧品です。

パッケージやボトルにもこだわった開発

環境問題を意識したコンセプトを徹底するために、ボトルに再生可能な有機資源を使用したプラスチック素材のバイオ樹脂を採用しました。

また、外箱にはサトウキビの搾りカスである「バガス」を利用したバガス紙を使っています。さらに画家・アーティストの糸川 優さんに、サンゴや海洋生物を包み込んで守る印象のオリジナル作品を提供いただきました。

環境問題への意識を広める仲間づくり

自分ごととして意識してくださる仲間を増やすために、環境問題に取り組む学術団体や個人みなさんをfeel coral オフィシャルサポーターになっていただき、相互に支援しています。活動を積極的にPRし、さらにコンセプト商品であることの背景やメッセージを多角的に発信することで、多くの評価につながりました。

▼サンゴ群集の維持および回復機構の解明を研究している東海大学海洋学部/中村雅子准教授の研究室へ寄付

▼沖縄科学技術大学院大学(OIST)のサンゴプロジェクト、スペシャルサポーターに参画

▼水中ゴミ拾い専門店 Dr.blue/東 真七水さんを応援

▼サンゴ再生事業に取り組む特定非営利活動法人アクアプラネット/理事長 田中律子さんのサンゴ苗植え付けの支援に参画



OIST海洋気候変動ユニット ティモシー教授
(右から2番目)



Dr.blue 東真七水さん

参照URL: <https://www.hollywood-jp-online.com/view/category/ct556>

参照URL: <https://www.instagram.com/feel coral/>

ライオン株式会社

リサイクル性を向上させたつめかえパックを初の製品化



日用品で用いられるつめかえパックの多くは、複合素材よりなることから、容器としてリサイクルすることが困難でした。当社は、東洋インキ株式会社と共同で、洗剤などの日用品の包装容器にも利用できる「剥離リサイクル技術」を開発しました。複合素材を分離し、高純度な単一素材としての回収が可能になることで、プラスチックリサイクルの促進が期待できます。

「剥離リサイクル技術」について

つめかえパックを含む「軟包装」と呼ばれるフィルムパッケージは、用途ごとに異なる要求性能を確保するために、ポリオレフィンやポリエステルなどのフィルムの間に、印刷インキと接着剤といった多素材を用いる複層構成(積層フィルム)になっています。これが、質の高いリサイクルを阻害する要因の1つとなっていました。そこで、東洋インキ株式会社では、複数の素材のフィルム同士を剥離し、印刷用インキをプラスチックから取り除くことにより高純度な単一材質として素材を回収する「剥離リサイクル技術」を開発しています。

この技術では、水中でのアルカリ処理により接着剤層が溶解し、ナイロンやPETからなる表フィルム層とポリエチレンからなるフィルムが剥離します。剥離後に、比重の大きい表フィルム層は沈み、比重の小さいポリエチレンフィルムは浮いてくることによって、高純度なポリエチレンフィルムを回収することが可能です。

今後の課題

・つめかえパック製造時に発生した端材など、製品として使用されなかった積層フィルムを回収し、再びつめかえパックのフィルムとして活用することを目指します。

・つめかえパックリサイクルの社会実装に向けては、業界の垣根を越えて、社会全体で取り組む必要があります。本技術をつめかえパックの標準的な技術とし、広く利用できるよう、リサイクルしやすい包装容器の設計ガイドラインの策定に取り組めます。

・本つめかえパックと既存のつめかえパックを選別できるシステムの確立を進めます。



剥離接着剤を用いた剥離及び分離技術

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2024/4731>

花王株式会社
株式会社コーセー

美大生を対象に化粧品アップサイクルペン
を用いたコンテストを実施



花王とコーセーは、持続可能な社会の実現をめざし、2021年10月より、化粧品事業のサステナビリティ領域において包括的な協働を進めています。

【SminkArtペンの開発】 その中で、両社の研究所における品質追求等の過程で商品にならなかったメイクアップ化粧品を、絵具や印刷用インキにアップサイクルする取り組みを、株式会社モーニングスターの協力のもと進めています。今回、新たに3色のボールペン「SminkArtペン(スミンクアートペン)※」を開発しました。このペンは、パールによるきらめきや透き通った色味など、化粧品の品質を活かした表現が可能なのが特徴です。

【デザインコンテストの開催】 今回、このSminkArtペンを用い、多摩美術大学の学生を対象にデザインコンテスト「Makeup Art Pen Award 2024」を開催しました。このコンテストでは、両社協働のテーマの一つである「環境保護・循環型社会の実現」の重要性を、参加する学生さんに考え、学んでいただくと共に、作品を通して社会に発信することを目的としました。学生さんには「彩りがひらく、未来」をテーマに、約1か月半をかけて「SminkArtペン」3色のみで作品を制作していただき、多くの個性豊かな作品が集まりました。1次審査を通過した10名を対象に東京・日本橋の会場で最終審査を開催し、作品の評価に加え、制作意図や思いについての制作者自身によるプレゼンテーションを加味し、グランプリ、花王賞、コーセー賞、多摩美大賞、SminkArt賞、優秀賞を決定し、表彰しました。両社からのリリース等の発信に加え、多数来場いただいた業界誌・マスメディア・ティーン誌など様々なメディアを介し、広く社会に向け環境保護、資源循環やアップサイクルの重要性を発信していただきました。

花王とコーセーは、化粧品ならではの価値を通じて、持続可能な社会の実現に寄与すべく、今後も企業の垣根を超えて協働を進めていきます。

※ 株式会社モーニングスターの登録商標です。株式会社モーニングスターはコスメの中身をアップサイクルする事業を展開しています。



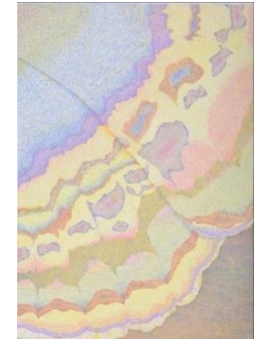
SminkArtペン



デザインコンテストを多摩美術大学の学生を対象に実施



コンテスト最終審査での受賞者と審査員



グランプリ受賞作品
バタフライエフェクト 関原優奈

参照URL: <https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2024/20241010-001/>
<https://corp.kose.co.jp/ja/news/8840/>

花王株式会社

化粧品PETボトルの水平リサイクル



花王グループは、2019年4月にESG戦略「Kirei Lifestyle Plan(キレイライフスタイルプラン)」を策定し、19の重点取り組みテーマを設定しています。今回の「化粧品PETボトルの水平リサイクルの取り組み」は、そのなかの「ごみゼロ」に貢献するものです。

花王がめざす化粧品プラスチックボトルの水平リサイクルとは、回収した使用済み化粧品プラスチックボトルを用いて再生素材を製造し、化粧品ボトル容器に再利用することです。一般的に、着色や加飾が施された化粧品ボトル容器は、包装容器のPET素材へ再生することは難しいとされてきましたが、花王はJEPLANと協働し、同社が保有する独自のケミカルリサイクル*1 技術を活用することで、その実現に向けて取り組んでまいりました。ケミカルリサイクルPETの使いこなしから取り組み、回収した使用済み化粧品プラスチックボトルを「トワニー ローションⅡt(レフィル)」のボトル容器の素材の一部として使用するといった循環の和を作ることができました。

今後は持続可能な社会実装モデルとして確立すべく、使用済み化粧品プラスチックボトルの回収スキーム構築など、インフラ整備を進めます。また、2021年10月より株式会社コーセー(社長・小林一俊)と進めているサステナビリティ領域における協働取り組みのひとつとして、両社で協働することによるスケールアップをめざし、さらに検討を進めてまいります。花王は、経営にESGの視点を導入することで、事業の発展と、消費者や社会へのよりよい製品・サービスの提供をめざしていきます。そして、豊かな共生世界の実現に向けて取り組んでまいります。

*1 使用済みの資源を化学分解によってPET樹脂の原料に変換し、再利用すること。リサイクル対象物の異物や汚れの除去といった点において優れています。



回収後の使用済みボトルが、ケミカルリサイクルにより水平リサイクルされ、再び化粧品ボトルになるまでの流れ

参照URL:<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2024/20240528-001/>

ハリウッド株式会社

リサイクル循環を可能にする
100%紙製のショッパー



100%紙製ショッパー

以前はラミネート加工や、持ち手がナイロンのリボンのような紙以外の材料が入っていました。今回、ハリウッドが強く押し進めるSDGs活動の一環として、本体も持ち手も全て紙で製作し、100%リサイクルを実現するデザインになっています。元となる紙もFSC認証の晒クラフトを活用し、またより薄い紙にすることで資源削減を実現するとともに、縦ラインのエンボス加工をつけることで、薄くても強度のあるデザインの紙袋を実現しました。また、インクはベジタブルオイルインクにこだわりました。

ハリウッドでは、創業以来社会との共存、社会への貢献を歴史的に実践しています。環境への配慮として、いち早く化粧品箱の脱ラミネートを進めたり、リサイクルペーパーによるカタログや名刺の製作などを実践しています。今後も限りある資源に対し、社内でのさらなる意識向上とお客様との協働を考えていきます。

FSC認証

責任ある森林管理

FSC認証は環境、社会、経済の便益に適い、きちんと管理された森林から生産された林産物や、その他のリスクの低い林産物を使用した製品を目に見える形で消費者に届ける仕組みです。森林管理協議会が運営する、国際的な森林認証制度です。



オール紙製の手提げ袋

参照URL:

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000348.000025648.html>

株式会社日本色材工業研究所

サンプル提案容器のサステナブル化の
取り組み

日本色材では、サステナビリティについて、マテリアリティ(重要課題)を設定し、全社をあげて取り組みを推進しています。その一環として、化粧品容器関連においては、サンプル提案容器のサステナブル化に取り組んでいます。目指すゴールは、顧客化粧品メーカー/ブランドやサプライヤーと共同で、最終製品の容器をサステナブル化することです。しかし、実現には多くの課題があるため、まずは、日本色材が裁量をもって選定することができるサンプル提案容器をターゲットとしました。2024年は、多様なサンプル容器のうち、金皿保護用レフィルケースのサステナブル化を検討し、プラスチック製からパルプモールド製へ切り替えました。

今後も足元から一步一步、様々な分野でサステナブル化を進めてまいります。

▶【開発品】金皿保護用レフィルケース(パルプモールド製)の概要

パルプモールドとは水に溶かした紙繊維を金型の表面に漉き上げ、それを乾燥固化して成形する加工方法です。材料には古新聞や段ボールなどの古紙、木材パルプ、竹繊維、サトウキビ繊維などの繊維材料を使用することが一般的で、本容器にはサトウキビの圧搾後の搾りかすであるバガスを70%使用しています。パルプモールドには大きく分けて、乾式方式と湿式方式の2種類の成形方法があります。乾式方式はゴワゴワとした表面に仕上がるのが特徴で、製品を保護する強度が必要な緩衝材として使用され、一般的な例としては卵のパックが挙げられます。一方で、湿式方式は滑らかな表面を成形することができるため、意匠性や高級感のある製品のトレイや外箱など包装全般に使用されることから、本容器はこの湿式方式を採用しています。搾りかすの再利用に加え、紙としてリサイクルすることも可能であるため、環境負荷の少ない容器であると言えます。



サトウキビ



圧搾



バガス

成型
(湿式方式)

開発品(パルプモールド)

※サトウキビ、バガスのイラストは生成AIにて作成したイメージです

参照URL:<http://www.shikizai.com/japanese/ir/irlibrary4.html>

サンスター株式会社

デザイン性と環境性能が両立する バイオマスプラスチックをハブラシに採用



2024年2月に発売されたOra² PREMIUM(オーラツー プレミアム)シリーズの「オーラツー プレミアム ハブラシ なめらかフィット」。この新製品のハンドルにバイオマスプラスチック(植物由来原料を基に合成したプラスチック)を採用しました。ハンドルの約30%が植物由来原料になったことで、日本バイオマス協会認定のバイオマスプラマーク(BPマーク)を取得。これは市販のハブラシで初の認証となりました。

プラスチックの原料を植物由来に切り替えることで、石油の消費量を減らすことができます。ポイントは、太陽の恵みを活用し、繰り返し材料を作り出せること。また植物自体も、温室効果ガスである二酸化炭素を吸収しながら育つため、大気中の温室効果ガスを増やしにくい原料として、植物由来原料の活用が進みつつあります。

サンスターは環境中長期目標の1つとして、2030年までに容器・包装材料のプラスチックの50%を石油由来から植物由来もしくはリサイクル材のプラスチックに置き換えることを掲げています。これまでも、ハブラシのパッケージに使われている透明カバーをリサイクルプラスチックへ転換してきました。また、2023年にはG・U・Mブランドのデンタルリンスのボトル容器の植物由来原料配合プラスチックへの変更を実施し、今回ハブラシとともに新発売となった「オーラツー プレミアム マウスウォッシュ ダブルクレンジング」のプラスチックボトルにも植物由来原料を採用。ハブラシ毛にも植物由来原料配合のプラスチックを使用するなど、温室効果ガス排出量の削減に努めており、今後さらにバイオマスプラスチックへの切り替えを進めていく予定です。このほか、ハミガキの箱やハブラシパッケージの台紙には森林保護につながるFSC認証紙の採用を進めており、今後も環境中長期目標達成に向けて取り組みを加速させていきます。



ハンドルの透明な部分がバイオマスプラ



機能・デザイン・環境性能を追求



洗口液ボトルにもバイオマスプラ採用

参照URL: <https://jp.sunstar.com/s-clip/tag/environment.html>

サントリーウエルネス 株式会社

新製品「vitoasマイパーフェクション」にお ける取り組み

12 つくる責任
つかう責任

■お客様と環境への負荷軽減に向けて

サントリーウエルネスでは、「ひとりひとりの、いい表情を共にみつけよう」と掲げ、スキンケア商品の開発・販売を行っております。商品をご使用いただくお客様のユーザビリティと負荷軽減も含めた商品展開を考え、2024年10月29日にリニューアルした女性向けオールインワン「vitoas マイパーフェクション」は付け替えのレフィルタイプを発売いたしました。同ブランドのラインナップである「vitoas モイストキープクリーム」もレフィルタイプを販売しており、製品の繊細な製剤を守る設計とお客様や環境への負荷削減を目指しています。



vitoas マイパーフェクション・モイストキープクリーム(本体・レフィル)

■ワイン残渣に含まれるポリフェノールの有効活用

「サントリー登美の丘ワイナリー」のワインの生産工程の中で残るぶどうの果皮と種子から、ポリフェノール成分が豊富に含まれている美容効果の高い「赤ワインポリフェノールエキス」を開発。希少な品質の良いぶどうを厳選し、新鮮な状態で工場に届け、ポリフェノール成分の純度が高まるエキスの製造条件で、丁寧に抽出し、「vitoasマイパーフェクション」に配合しています。自然の恵みの価値を循環させていく取り組みをおこない、健康や美容を起点としながら、人々の生活や環境に貢献していきます。



サントリー登美の丘ワイナリー



「赤ワインポリフェノールエキス」の製造工程

日光ケミカルズ株式会社

製品容器の損傷が軽度で品質に問題がない 場合には出荷するという取り組み ～NIKKOL ECO ACTION～



持続可能な社会の実現に寄与するため2023年に「NIKKOL ECO-Friendly Policy(ニッコール エコフレンドリー ポリシー)」を策定。産業廃棄物の削減を目的に、製品の外装や容器損傷が軽度のもの、且つ従来の品質基準に合致するものを対象に、出荷・販売活動を進めています。

2024年4月より、この活動を「NIKKOL ECO ACTION(ニッコール エコアクション)」と称して、品質に問題がなく、外観に傷や凹みがある対象商品については、「NIKKOL ECO ACTION」シール(=写真)を貼付し出荷しています。

NIKKOL ECO ACTION をはじめた背景と目標:

弊社を含むNIKKOL GROUPでは、1946年の創立以来、「安心・安全・安定供給」というポリシーの下、製造過程・原材料や輸入商品の各仕入先に対して、最適な梱包状態や積み方の指導徹底を実施してきました。しかし、まれに商品の輸送過程で外装や容器(缶、ドラム、段ボールケースなど)に、意図せず傷や凹みが生じている。特に輸入商品では、運送中における予想外の事象(荒天による本船の揺れなど)により、コンテナ内の商品が破損や荷崩れを起こす事象も発生していました。この取り組みを行う以前は、製品の的外観も製品の一部と捉え、傷や凹みのあるものは破損品として廃棄していました。しかし、軽度な容器損傷により製品を廃棄することは、サステナビリティを推進する一企業として、「廃棄量削減による環境負荷低減」の観点から本意ではないことから「NIKKOL ECO ACTION」への取り組みに対して、お客様にご理解をいただきながら進めています。



発送する際に貼るラベル

参照URL: <https://www.nikkol.co.jp/csr/ecoaction/>

ユニリーバ・ジャパン株式会社

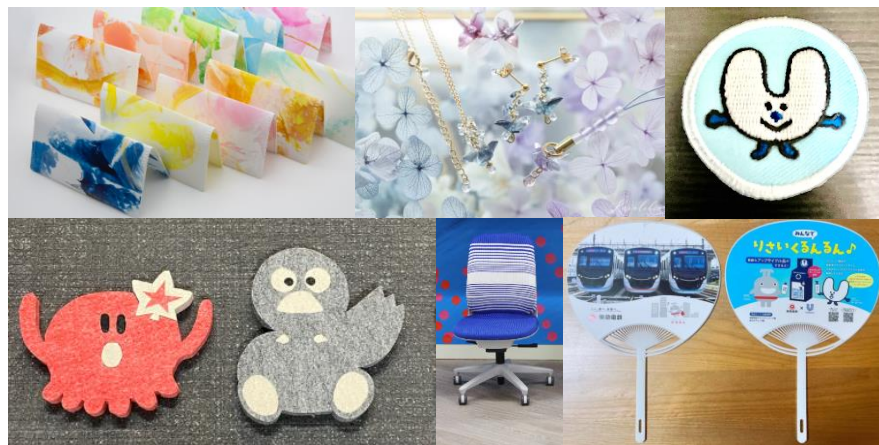
SDGsプラットフォーム
UMILE(ユーマイル)



「UMILEプログラム」は、消費者の皆さまが毎日の暮らしの中でお得に楽しく地球のためのアクションをとれるプログラムとして、2020年11月にスタートしました。

このプログラムでは、ボトル製品に比べてプラスチックの使用量が約70～90%減らせるユニリーバのつめかえ製品を「買ってためる」、ご家庭で使用后に洗浄・乾燥したプラスチック容器をパートナー店舗の回収ボックスに入れて「リサイクルしてためる」の2つの方法で、「UMILE」というポイントをためられます。

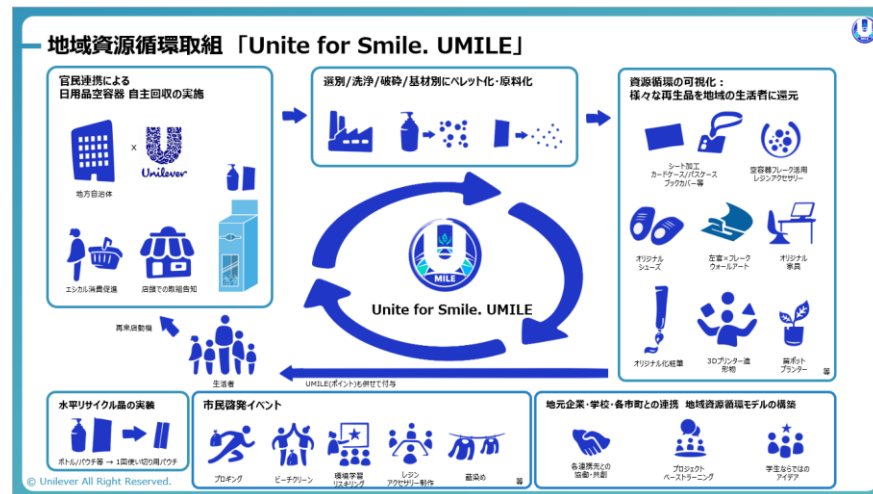
ためたUMILEは、LINEポイントに交換したり、子どもたちのために活動している団体に寄付できます(1UMILE=20LINEポイントまたは20円の寄付)。開始から約4年で公式LINEアカウントの登録者数が150万人を超えました。使用済みプラスチック容器の回収拠点は小売店・鉄道の駅など150拠点、集まったUMILE数は170,000マイル、容器の回収量は400kgに上ります(2025年1月16日現在)。



回収した使用済容器を活用し
様々なアップサイクル品を制作

2022年3月より、「UMILEプログラム」の枠組を活用し、地域の方々とともに地域資源循環モデルの構築をめざす「Unite for Smile. UMILE」を推進しています。

官民連携のもと、使用済みプラスチック容器の回収、再生品の活用、地域の方々向けのイベントやワークショップの開催などを行い、プラスチックの使用量削減やリサイクルへのご協力を呼びかけており、2024年からは、広島県/埼玉県にて、メーカー問わず、日用品の使用済容器を回収する取組もスタートしています。



地域資源循環取組「Unite for Smile. UMILE」



参照URL: <https://www2.unilever.co.jp/umile/ecocp.html>

ユニリーバ・ジャパン株式会社

ポリオレフィン単一構成液体向けパウチの採用



プラスチックがごみにならない未来へ向けて ポリオレフィン単一構成液体向けパウチをユニリーバで初めて採用

ユニリーバ・ジャパン株式会社は、循環型社会の実現に向けて、TOPPAN株式会社(本社:東京都文京区、代表取締役社長:齊藤 昌典、以下 TOPPAN)が新開発したポリオレフィン単一構成でリサイクル適性を向上させた液体用途向けスタンディングパウチを、パーソナル ビューティーケアブランド「ダヴ(DOVE)」のクリーミー泡洗顔料シリーズつめかえ用に2024年4月から順次採用しています。



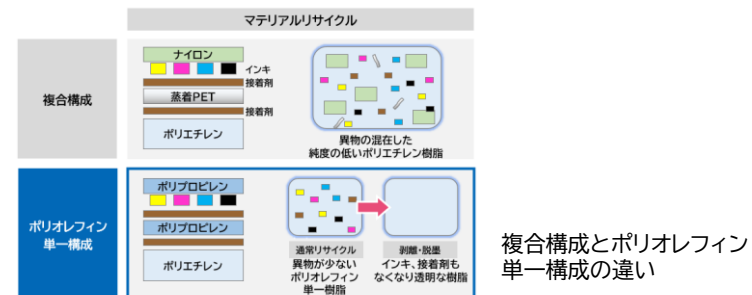
通常品「ダヴ クリーミー泡洗顔料シリーズ つめかえ用」

ポリオレフィン単一の構成の場合、PET、ナイロン、アルミに比べて物理的強度や耐熱性が低く、かつ遮光性やバリア性などの機能を付加させることも難しいことから液体用途向けのパウチへの展開は困難でした。今回、積層する各フィルムをポリオレフィンでの単一構成とするとともに、従来の製品と同等の機能を持った液体用途向けパウチの開発に成功しました。これにより、従来の複合構成のパウチに比べて、リサイクル適性の向上が期待できます。今後、より高い強度が求められる大容量サイズのつめかえ用製品を含め、幅広い製品への応用を検討していきます。

■開発の背景

持続可能な社会の実現に向けた世界的な機運の高まりを受け、環境負荷を低減するパッケージに注目が集まっています。日本では、2022年にプラスチック資源循環促進法が施行され、プラスチックを使用する製品の3R+Renewable※1の取り組みがこれまで以上に重要視されています。また、EUでは、2030年までにすべての包材を再利用・リサイクル可能にするという目標がかかげられるなど、各国が包装廃棄物の資源循環に取り組み始めています。パウチや袋などの軟包装は、複数の異なる素材から成るフィルムを積層した複合構成が市場の大部分を占めていますが、これらを単一素材構成にすることは、リサイクル適性を向上させる有効な手段であり、各国でポリオレフィン単一・ポリエチレン単一・ポリプロピレン単一など、さまざまなアプローチが実施されています。

ユニリーバは2025年までに「プラスチックパッケージを100%再使用可能・リサイクル可能・堆肥化可能にする」「非再生プラスチックの使用量を半減する」「販売する量よりも多くのプラスチックパッケージの回収・再生を支援する」という世界共通の目標を発表しています。どのような製品をつくるのかを決定し、素材を選定して製造する過程のみならず、消費者が使い終わった後のことまで視野に入れ、世界各地で取り組みを進めています。



参照URL: <https://www.unilever.co.jp/news/press-releases/2024/polyolefin-pouch/>

株式会社 資生堂

ラグジュアリーな本体容器と再生材料を活用した簡易脱着可能なレフィル容器



月にインスパイアされた最高峰の煌めき・最高級を表現する容器外観、キャップを開け閉めするたびにうっとりするような感触で、メイクアップの楽しさやわくわく感、高揚感を醸成し、かつ、サステナビリティに配慮し、特別なホルダーを使い捨てることなく、簡単に付け替えられるレフィル式容器の開発に取り組みました。

リップホルダー正面・裏面には、電鍍とポッティングをあしらい、「豊かな光を放つ月」を具現化しています。

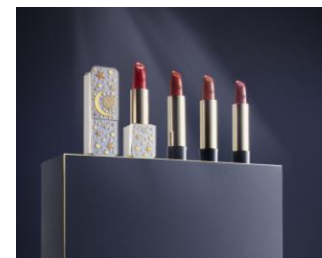
キャップにはマグネットを採用し、開閉感触はまるで日本伝統の「茶筒」のような真空感と奥行きがあり、何度も開け閉めしたくなる、やみつき感触を実現しています。

リップホルダーにレフィルを挿しこむと簡単に脱着でき、毎日の気分や洋服に合わせて色を自由に選べる使い易くサステナブルなレフィル容器になっています。ホルダーとレフィル4本を組み合わせることにより、本体(ホルダー+レフィル)4本分と比較して、50%の重量削減を実現しました。

サステナビリティに配慮し、レフィラブル対応だけにとどまることなく、仮栓に※ PIR(Post-Industrial Recycled)樹脂を採用し、バージンプラスチックの使用量削減にも貢献しています。

※ PIR とは、Post-Industrial Recycled(ポストインダストリアルリサイクルド)の略語で、製造工程において発生する廃棄物を再利用すること

日本パッケージングコンテスト ジャパンスター受賞を獲得しています。



サステナビリティに配慮したレフィル機構



ジュエリーのようなラグジュアリーデザイン

参照URL:

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=00000000003456>

株式会社バスクリン

「アーユルタイム」つめかえ用登場
廃棄プラスチック量約88%^{*1}削減



「アーユルタイム」つめかえ用登場 廃棄プラスチック量約88%^{*1}削減

自然の恵みを感じて、健やかな毎日をサポートするバスソルト「アーユルタイム」のつめかえ用が2024年8月26日に新登場しました。本体容器につめかえて使うことで、廃棄プラスチック量が約88%^{*1}削減されます。今後も限りある資源を大切に扱い、環境負荷を減らすための取り組み強化に努めてまいります。

*1:本体容器との重量比



アーユルタイム つめかえ用 520g



「アーユルタイム」商品一覧

【商品特長】

「アーユルタイム」は、各アイテム2種の天然精油^{*2}を厳選し、調香師がこだわってブレンド配合した、奥深く繊細な香りのバスソルトです。地球最古の生命体ストロマライトが群生する、世界遺産のオーストラリア シャークベイで、太陽と風の力から生まれた天然海塩を基剤として使用し、植物性保湿成分には、ヒマラヤンラズベリーエキス^{*3}とオーガニックセサミオイルを配合しており、95%以上が天然由来成分で構成されています。

*2:香料 *3:オニチゴ根エキス

参照URL: <https://www.bathclin.co.jp/news/2024/0820>

株式会社資生堂

多様な人財の活躍と企業成長との関係を研究する
「資生堂 DE&I ラボ」発足

2024年2月に「資生堂DE&Iラボ」が発足しました。同年3月にオープンした「資生堂D&Iラボサイト」では、「資生堂D&Iラボ」で得た研究結果および、当社のこれまでの取り組みや学びを社内外に公表することで、日本社会のDE&I推進に寄与することをねらいとしています。

「資生堂DE&Iラボサイト」詳細

当社は、企業使命「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD (美の力でよりよい世界を)」のもと、多様なバックグラウンドを持つ人びとが持てる力を発揮し、イノベーションを生み続ける組織カルチャーづくりのためダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン(DE&I)を重要な経営戦略の柱と位置づけています。

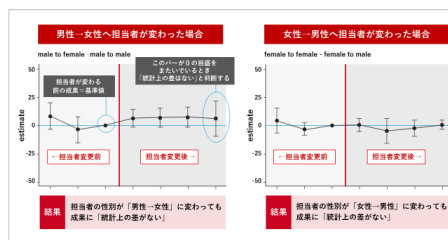
DE&I先進企業としてDE&Iの実現による日本経済の成長促進への貢献を目指し、美容職の働き方改革や女性管理職育成プログラムなど、当社のこれまでの取り組みから得た学びを「ACTIONS」、東京大学の山口慎太郎教授のチーム※1と共同で進めている、多様な人財の活躍と企業成長の関係性についての実証研究で得た結果を「RESEARCH」として公表しています。

※1本研究機関は、山口氏が主幹となり、奥山陽子氏(ウプサラ大学経済学部助教授/東京大学 CREPE招聘研究員)が共同研究者として参画している。



ウェブサイトの様子

図1:成果を出す能力のジェンダー比較(イベントスタディ分析グラフ)

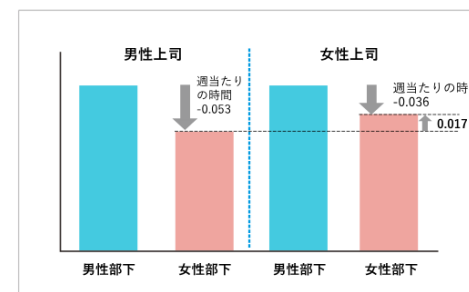


検証結果の例

組織が真のジェンダー平等に前進するための実証結果を公表

2024年4月に公表した前編では、成果を発揮する能力にジェンダーの差は見られなかったものの、難易度の高い役割を担う確率は男性の方が高い組織があること、また一部の職位(グレード)では男性上司は女性部下よりも男性部下に高い評価をつける傾向があることが明らかになりました。これらはアンコンシャスバイアス(先入観や思い込みから判断や意思決定に偏りが生じる現象)が原因ではないかと仮説を立て、後編では組織のバイアスに着目した検証を行い、今後効果的なアプローチについて言及しました。

図4:上司部下間における1on1の平均時間分析



※男性部下の1on1平均時間が週0.33時間、女性部下の1on1平均時間が週0.25時間

資生堂DE&Iラボの今後の展望

DE&Iラボでは、日本の積年の課題である「ジェンダー平等／女性活躍」を最初の重点テーマと捉えています。ジェンダー間にある格差を見極め、実効性の高い取り組みに繋げていくためには、より女性活躍推進の本質に迫る必要があります。今後の研究では、組織のバイアスを可視化し、女性活躍推進への影響を検証する予定です。また、多様性が進んだ先にあるインクルージョンの可視化、定量化にもチャンレジしていきます。

参照URL:

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=00000000003793>
<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=00000000003900>

株式会社コーセー

社員に向けたDE & I推進の取り組み



世界中で「独自の美しい価値と文化を創造する」ため、社員一人ひとりが自分らしく安心して働くことができる組織の実現

コーセーは、存在理念として「英知と感性を融合し、独自の美しい価値と文化を創造する」を掲げ、その実現のためには、当社で働くすべての社員一人ひとりの違いを尊重し、違いを受け入れる風土づくりと、それぞれに合わせた環境を整えること、すなわちDE & Iの推進が重要だと認識しています。また、当社の新中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner」においても、重要課題のひとつに「社会的機会のあと押し」を掲げており、多様なバックボーンを持つ社員の誰もが、個性を十分に発揮しながら活躍できる職場環境を目指しています。

【取り組み事例】

■「コーセーDE&Iハンドブック」の発行：

全社でDE&Iについて理解を深めるハンドブックを発行。導入以前は、社内のDE & Iに対する認知度は約90%、自信を持って説明が出来るレベルの理解度は約20%でした。しかし、導入後は約97%がDE & Iに対する理解が深まったと回答しており、日々の業務でも実践的に活かしていきたいというポジティブな声が多く上がりました。

■ポスターやスクリーンセーバーを利用したDE&Iマインドの啓発：

DE & Iに関する社員のタッチポイントを増やすことで、DE & Iの更なる理解浸透を実施。

■育児と仕事の両立を応援！社内コミュニティ「コーセーパパママラウンジ」の開催：

育児との両立を社員同士で語り合うコミュニティを設け、社員同士の繋がりの場を創出。

■多様なジェンダーに配慮したパートナーシップ制度の導入：

戸籍上の性別が同一のパートナーを持つ社員が、家族として各種手当や特別休暇を利用できる人事制度を導入。

■異文化ルーツの部下マネジメント講座の実施：

日本とは異なる文化にルーツのある部下を指導する際に必要な基礎知識を学ぶ、マネージャー向け講座を実施。

今後も継続して社員に向けたDE & I推進に取り組み、当社で働くすべての社員が持つ強みを活かしていくことで、世界の変化を先取りして独自の価値をグローバルに生み出す組織、企業を目指します。



コーセーDE&Iハンドブックと啓発ポスター



コーセーパパママラウンジ

参照URL：

<https://corp.kose.co.jp/ja/sustainability/diversity/action1/>

株式会社コーセー

タンザニアの少女たちに向けた教育機会の
エンパワーメント

タンザニアの未来を担う少女たちに向け、ジェンダー平等の実現のために

コーセーは、中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner」における重要課題のひとつとして、立場や特性に関わらず誰もが活躍できる機会を提供するためのテーマ「社会的機会のあと押し」を掲げています。美を通じて世界に寄り添い、一人ひとりの生涯を彩る活動の一部として、アフリカ・タンザニアの「さくら女子中学校」の就学支援を行っています。

この学校は、経済的、ジェンダー的背景から、少女たちが十分な教育を受けられない環境にある現状を改善するために、特に理数系の教育(STEM教育)に力を入れる全寮制の女子中学校です。

教育環境が整った中で勉強に打ち込み、将来の就業、活躍につながるよう、当社は生徒への就学支援金の提供や卒業記念品の贈呈を2017年から継続しています。また生徒が来日した際には、化粧品会社での仕事体験に加え、多くの女性がいきいきと働いている姿を実際に見てもらうなど、女子生徒の学習意欲継続に向けたスタディツアーを実施し、未来の女性の地位向上への取り組みを行っています。



■ 卒業式の記念品を贈呈



■ 研究員によるモノづくりワークショップやMaison KOSÉ銀座でのビューティアトラクション体験を通して、化粧品が様々な社会価値に繋がることを体験

参照URL:

<https://corp.kose.co.jp/ja/sustainability/diversity/action1/>

P&Gジャパン合同会社

インクルーシブな買い物環境づくりに向けた取り組み



SK-II スキンエキスパートに対して社内研修を実施

店頭で多くのお客様や社外の方と接するP&GグループのSK-II スキンエキスパート。知識や理解が足りないままで、LGBTQ+ 当事者を含む多様なお客様と接する状態を避けるべく、まずは性の多様性を理解し、お客様がお買い物にいらっしゃるカウンターでの業務はもちろん、同じ職場で働く仲間や同じ商業施設内の他社従業員の方とも気持ちよく働ける職場環境を作るためにできることについて考えました。

トレーニングでLGBTQ+の基礎知識と対面での具体的なアクションを学ぶ

トレーニングはEQUALITY & INCLUSION(平等な機会とインクルーシブな世界の実現:E&I)を基盤として、LGBTQ+に関する基礎知識、「アライ」について、そしてアライとしての行動や役割などを包括的に学びました。また、店頭でのお客様や職場での他者へのアクションプランを軸に、LGBTQ+の方がどのようなことに関して悩みを持っているのか、また自らが「アライ」として相手のためにできる行動について意見を交わし、理解を深めました。

トレーニングでは、自身の体験やこれまでの人生を振り返ることで、自分の周りにLGBTQ+の人々が存在していることを理解するとともに、一人ひとりの言動が他者に影響を与えていることを学びました。また適切な配慮や心づかいをすることで、お互いにとって「自分らしさ」を表現しやすくなり、相手との信頼関係が築きやすくなることを理解しました。



社内トレーニング用リーフレット

全国各地にあるSK-IIのカウンターでは、多くのSK-II スキンエキスパートが働いています。カウンターには多くのお客様が来店されコミュニケーションをとることからも、LGBTQ+を含む多様性について理解を深めることがとても重要です。

SK-II スキンエキスパートが「アライ」となり活動し、誰もが自分らしく過ごせる環境を作り出すため、今後も継続的に社内トレーニングを実施しLGBTQ+を含めた多様性への理解を深めて参ります。

「インクルーシブ・ショッピング ハンドブック」を一般に提供

性のあり方に関わらずLGBTQ+のお客様に安心して必要な買い物をしていただけるよう、多様な一人ひとりに寄り添った接客のヒントになる情報をまとめた「インクルーシブ・ショッピング ハンドブック」を作成し、一般に無償提供しています。本ハンドブックは、どなたでもお手に取っていただけます。多様な一人ひとりが安心して、自分らしく買い物ができるインクルーシブな買い物環境づくりにお役立てください。



弊社SK-II スキンエキスパート



インクルーシブ・ショッピング ハンドブック

参照URL:

<https://jp.pg.com/newsroom/2023lgbtq/>

ハンドブックへのアクセス:

<https://jp.pg.com/newsroom/inclusive-shopping/>

P&Gジャパン合同会社

「アライ育成研修」を社外向けに提供



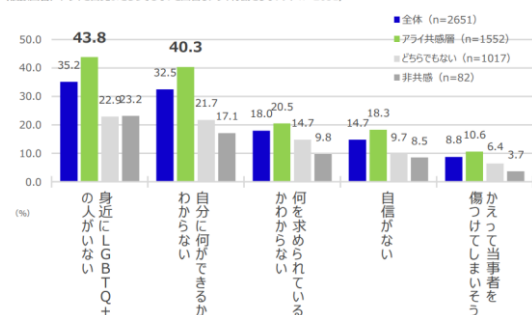
P&Gジャパンのインクルージョンへの継続的な取り組み

人材はP&Gにとって最も重要な経営資源です。そのため、P&Gでは「平等な機会とインクルーシブな世界の実現(Equality & Inclusion =E&I)」を経営戦略の一環として掲げ、社員一人一人が自分らしく、自分の能力を最大限に発揮できる組織づくりに30年以上にわたって取り組んでいます。その取り組みは自社のみならず、社外に向けた啓発活動にも注力しており、2016年には、社外啓発組織「P&Gダイバーシティ&インクルージョン啓発プロジェクト」を発足、従来は社内向けだった独自開発の管理職向け「インクルージョン研修プログラム」の無償提供を軸に、他企業へのレクチャーなどと合わせ、これまでこれまで780社以上へノウハウを提供してきました。

社外活動:日本人5000人を対象にした全国調査の実施

P&Gは2021年に、15歳～69歳の5,000人を対象に、LGBTQ+とアライに関する全国調査を行いました。「半数以上がアライの考え方に共感しつつ、共感しても行動しない理由の4割強は『身近にいない』『自分に何ができるかわからない』というものでした。知識があり、受け入れる気持ちがあれど、すでに身近に存在しているはずの当事者の存在に気づけていないなど、知識不足で行動に至れていない実態が明らかになりました。

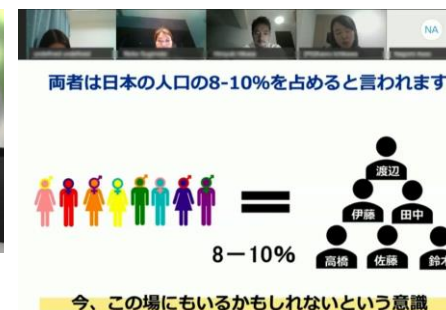
(複数回答/アライを自覚orどちらでもない回答しアライ行動をしない人、n=2651)



アライとして行動しない理由

「アライ育成研修」開発と社外への無償提供

全国調査を背景として、LGBTQ+へのアライ(理解者・支援者)の輪を広げることを目的とした社外向け研修プログラム「アライ育成研修」を開発し、2021年5月より、企業や団体など社外への無償提供を開始しました。当初は社員啓発を目的に社内向け研修として実施していましたが、P&Gのこれまでの知見や失敗も含めた経験を社外に提供することで、誰もが自分らしく活躍できるインクルーシブな職場・社会づくりに貢献したいという想いから、プライドハウス東京の協力の下、社外のさまざまな方にも受講いただけるプログラムへと改編。現在までに170以上の企業・団体の700名以上の皆様に研修プログラムを提供いたしました。



社外向けのアライ育成研修の様子

参照URL: <https://jp.pg.com/newsroom/202206lgbtq/>

株式会社ポーラ・オルビス
ホールディングスジュニア講座
『科学と美しさの未来を探求しよう』を開催

女性活躍とダイバーシティ推進を目指して

当社グループでは、多様化する「美」の価値観に応えるため、グループの長期ビジョンにおいて既存の化粧品領域にとどまらず、社会課題領域への提供価値拡張に取り組んでいます。その一環として、若年層の女子学生にも興味をもっていただきやすい「化粧品」「美容」そして「美しさ」を切り口に、工学分野での女性活躍とダイバーシティ推進に寄与したいと考え、東京大学メタバース工学部主催*1の元、ジュニア向け講座*2を開催しました。

東京大学では2022年より、工学や情報の魅力を伝えるため産業界と連携し、主に中高生を対象とした工学教育プログラムを開講しています。今回の講座では、東京大学工学部と当社の研究従事者および人事担当が講師となり、「美」にまつわる様々な視点からの講演・デモンストレーションを行いました。

講座の内容

第1回のオンライン開催では、東京大学の講師によるファンデーション制作の実演・解説といった工学的なアプローチの講演を開催しました。また、当社グループのポーラ文化研究所からは書籍『平成美容開花』をもとに美容の意識や行動の変遷について、当社人事担当からは学びの先の個性を活かしたキャリアについて講演を行いました。第2回目は、当社グループの研究統括と情報収集機能を担うマルチプルインテリジェンスリサーチセンターの研究員が登壇し、世界中の情報を現地に赴きボーダレスに収集する中で見えてきたことを紹介しながら、「あなたにとっての美」を見つけるワークショップを東京大学のキャンパス内に実施しました。

参加者数は2日間合計で295名*3にのぼり、その内女性の参加は8割を超え、中高生を中心に社会人や教育関係者まで様々な方にご参加いただきました。なお、第2回目は抽選で選ばれた31名が参加し、参加者それぞれが自身の考える「美」を紹介するグループワークでは、個性溢れる「美」の事例が出され、盛況のうちに終了しました。

今後に向けて

当社は、美を扱う会社として、「これからの“美”」をテーマに対話型ワークショップを用いた活動を行っています。我々が考える美について一方的に伝えるのではなく、現在の若い世代や海外の方など、異なる立場の方の価値観を対話を通して知り、未来についてともに考える活動を行ってまいります。

*3 2日間とも申込みの場合は、1名として換算



講座開催の様子

参照URL:https://ir.po-holdings.co.jp/news/news/news-3747970740133351429/main/0/link/20240313_toudai_r.pdf

*1 東京大学メタバース工学部:<https://www.meta-school.t.u-tokyo.ac.jp/>

*2 『科学と美しさの未来を探求しよう』特設サイト:<https://www.meta-school.t.u-tokyo.ac.jp/junior/23apl/>

ユニリーバ・ジャパン
株式会社よりフェアでインクルーシブな世界のために
Colorful is Powerful

ユニリーバは「Be Yourself(あなたらしさ)」を大切に、長年エクイティ(公正さ)、ダイバーシティ(多様性)、インクルージョン(受容)を推進してきました。エクイティ、ダイバーシティ、インクルージョン(ED&I)を推進すると、消費者ニーズをより深く理解して満たすことができたり、成長やイノベーションのための新たな機会を見出せたり、優秀な人々の雇用・活躍につながる事がわかっています。ユニリーバでは、ED&Iは オプションではなく、当社の企業文化の基本的な一部です。

ユニリーバ・ジャパンでは、国際女性デーに合わせ、マーケターを対象とした固定観念のない広告の作り方や、ユニリーバ・ジャパンのブランドがどのようにしてジェンダーの包括性をさらに促進できるかについての議論するセッションを、世界中の女性に力と自信を与えることで知られる「ケイト・スペード」や「コーチ」などいくつかのブランドのオーナーであるタペストリー様を招き開催しました。

ユニリーバ・ジャパン設立60周年を機に、企業パーパスやユニリーバが大切にしているED&Iを体感できるようオフィスの改修を行いました。異彩を放つ作家とともに新しい文化をつくるクリエイティブカンパニーハラルボニー契約作家のアート常設展示を開始し、執務エリア中央のカーテンやスツール、カウンターにも異彩アートを感じられます。



撮影：橋本美花

またユニリーバ・ジャパンでは職場におけるLGBTQI+への取り組み評価指標「PRIDE指標」にて2年連続ゴールドを受賞いたしました。

その他にもお寺おやつクラブ、コスメバンクなどを通じてすべての人が尊厳を持ち、自らの可能性を実現できる未来のために活動しております。

これからも、誰もが自分らしく活躍できる社会への変化を起こしていきたいと考えています。



株式会社ファイントウデイ

マテリアリティの全面改定



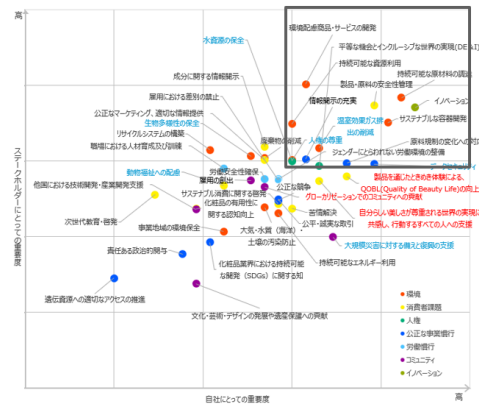
【課題とプロセス】

ファブレス企業としてのマテリアリティでは「責任ある調達」などメーカーとして重要視される項目の重要度が低い状態になっていました。

日本化粧品工業会さまのマテリアリティを参考に、社内外のステークホルダーの皆さまにアンケートを実施し、重要度の高い項目を抽出しました。有識者の意見や他社事例を参考に、42項目を8項目まで絞り込んでいきました。



以前のマテリアリティマトリクス



アンケート結果

【新しいマテリアリティ】

もともと別々に存在していたマテリアリティと中長期目標を統合し、目標管理がしやすいように改善しました。



合わせて、8個のマテリアリティに紐づく16個の取組み項目も新たに設定しました。取組みを具体的にわかりやすく伝えることで、ステークホルダーの皆さまとの対話の機会を増やし、サステナビリティ活動の推進に繋げてまいります。

参照URL: <https://www.finetoday.com/jp/sustainability/esg-approach/>

花王株式会社

パーム油の持続可能なサプライチェーンの実現



花王は、最も重要な自然資本のひとつであるパーム油の持続可能なサプライチェーンにおいて、人権尊重と環境保護の実現に向け、先進的な取り組みを展開しています。

グリーンバンスメカニズムの導入

2022年9月より、NPO法人経済人コー円卓会議日本委員会と協働し、インドネシアの小規模パーム農園を対象としたグリーンバンスメカニズム(苦情処理メカニズム)の運用を開始しています。このシステムでは、スマートフォンシステムを介して現地語での苦情や問い合わせを受け付け、人権侵害や土地紛争などの課題に加え、持続可能なパーム油に対する認証(RSPO)認証取得や農園運営に関する相談にも対応しています。2024年12月末時点で259農園に導入し、271件の問い合わせに対応しました。

ランドスケープアプローチ(森林フットプリント分析)の推進

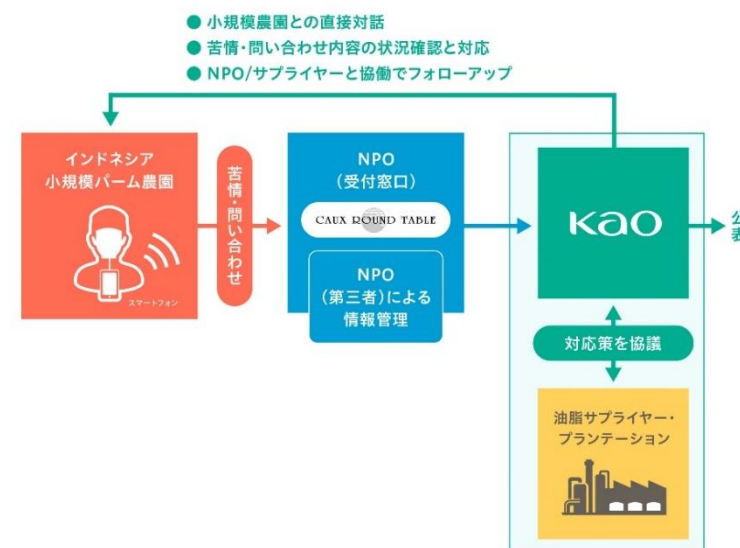
花王はサプライチェーンの透明性を高めるために、2024年5月にはインドネシアでのランドスケープアプローチの調査結果を公開しました。自社調達エリアにおける森林や泥炭地の開発といった環境リスクおよび慣習地での先住民族や地域コミュニティの権利問題を把握することで、持続可能なサプライチェーンの構築に向けた戦略の策定をめざします。

独立小規模パーム農園支援(SMILEプログラム)

2020年からSMILEプログラムを通じて、小規模パーム農園の生産性向上とRSPO認証取得を支援しています。2024年12月末までに当社の支援した3,489農園のうち1,496農園が認証を取得しました。

これらの取り組みは、ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」における「責任ある原材料調達」の一環で進めています。事業の発展と社会・環境への貢献の両立により、「豊かな共生世界の実現」の達成をめざしていきます。

【花王 小規模農園グリーンバンスメカニズム】



参照URL: <https://www.kao.com/jp/sustainability/we/procurement/palm-dashboard/>

岩瀬コスファ株式会社

パートナーシップ構築宣言に署名し、
サプライチェーンの連携強化

当社は、取引先との連携を強化し共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築し、サプライチェーン全体の価値創造を図るため、「パートナーシップ構築宣言」に署名しました。

■当社の取り組み

1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携

直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける(「Tier N」から「Tier N+1」へ)ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模等を超えた連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。その際、災害時等の事業継続や働き方改革の観点から、取引先のテレワーク導入やBCP(事業継続計画)策定の助言等の支援も進めます。

- ・オープンイノベーションを活用した新規事業創出に取り組めます。
- ・サプライチェーン全体の情報共有・可視化による業務効率化を行います。
- ・当社で培ったスキル・経験を社内外で生かす取組を推進します。
- ・社員1人ひとりと、その家族が自ら健康の維持・増進に努めることを支援します。

2. 親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行(下請中小企業振興法に基づく「振興基準」)を遵守し、取引先とのパートナーシップ構築の妨げとなる取引慣行や商慣行の是正に積極的に取り組みます。

3. 「ホワイト物流」に関する「自主行動宣言」を表明し、物流関連各社との相互の理解と協力に基づく物流改善に取り組んでまいります。

■パートナーシップ構築宣言とは・・・？

内閣府や中小企業庁が推進する「パートナーシップ構築宣言」は、事業者が、サプライチェーン全体の付加価値向上、大企業と中小企業の共存共栄を目指し、「発注者」側の立場から、「代表権のある者の名前」で宣言するものです。

「宣言」の内容は、(公財)全国中小企業振興機関協会が運営するポータルサイトにて公表され誰でも確認することができます。

<https://www.biz-partnership.jp/index.html>



パートナーシップ構築宣言のロゴ



佐賀県唐津市の自社倉庫「唐津ロジスティクス」

参照URL:

<https://www.biz-partnership.jp/declaration/69731-09-00-osaka.pdf>

株式会社ポーラ・オルビス
ホールディングス持続可能なパーム油の調達に向けて、
小規模パーム農園支援を開始

持続可能なパーム油の調達に向けて

持続可能なパーム油の生産を支援するため、パーム農家の生活の向上と環境保護を両立させる取り組みに賛同し、YAYASAN(ヤヤサン) FORTASBI(フォルタスビ) Indonesia(インドネシア)(所在地:インドネシア)が取り組む小規模パーム農園支援プロジェクトに2024年11月より参加しました。パーム油のサプライチェーンの内、最上流であるパーム農園に顕在する問題解決に取り組みを拡張することで持続可能なパーム油調達を目指します。

〔パーム油について〕

パーム油は化粧品成分にも使用される原料で、世界で最も生産量の多い植物油です。インドネシアやマレーシアの重要な産業の一つである一方、農地開拓のための過剰な森林伐採による気候変動や生物多様性への影響が問題となっています。特に小規模パーム農園においては、農業技術や産業知識の不足による不安定な生産活動や劣悪な労働環境、児童労働、地域住民との紛争など、さまざまな問題を抱えています。ポーラ・オルビスグループは持続可能なパーム認証油への切り替えに加え、サプライチェーン上流も含めて問題を把握し適切に対処することが重要と考えます。

取り組みの内容

〔YAYASAN FORTASBI Indonesiaの小規模パーム農園支援プロジェクトとは〕

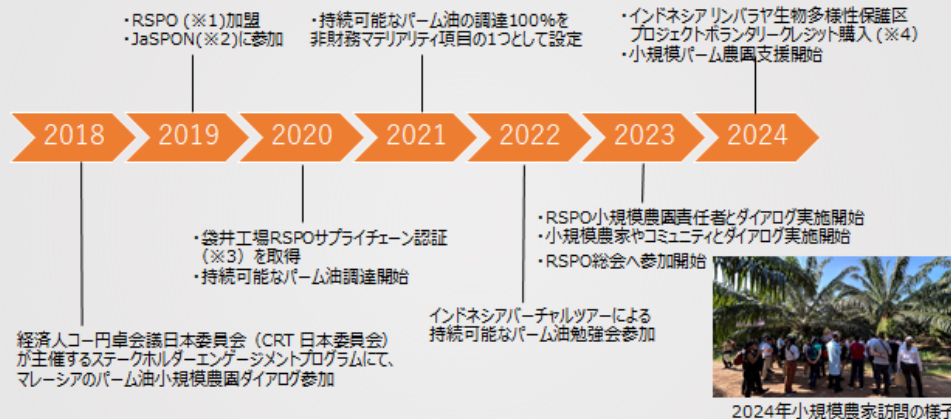
インドネシアのスマトラ島では、パーム農地開拓による森林減少と、それに伴い森を追われたアジアゾウなどの野生動物が農園に入ることで発生する被害が問題の一つとなっています。

そこで本プロジェクトでは、水辺の護岸に適した樹木の植林による河川保護や、人とゾウとの衝突緩和に向けたプログラム実施による動物保護を行います。また、女性雇用創出に向けてナレッジの共有を行い、持続可能なコミュニティ形成支援にも取り組みます。

今後に向けて

当社は、全てのステークホルダーや地球・社会環境と誠実に向き合い、安心・安全で透明性ある化粧品を提供していきます。

参考：パーム油課題に対するこれまでの取り組み



※1 Roundtable on Sustainable Palm Oil (持続可能なパーム油に関する円卓会議)

※2 Japan Sustainable Palm Oil Network (持続可能なパーム油ネットワーク)

※3 認証パーム油を使用して作られた製品を取り扱う製造・加工過程で要求事項を満たしているという認証（SCC認証、SC認証とも呼ぶ）

※4 熱帯泥炭湿地林の保全やCO2排出量の削減アクションにより、自然と社会の共存に取り組みます。

ポーラ・オルビスグループのパーム油課題に対するこれまでの取り組み

参照URL:https://ir.po-holdings.co.jp/news/news/news6764588908875242222/main/0/link/PO_HD_PALM.pdf

花王株式会社

生活者と直接つながる双方向デジタルプラットフォーム『My Kao』でUX創造企業をめざす



生活者とのデジタルコミュニティ構築

『My Kao』は「知る」「体験する」「買う」「創る」の4つの機能で構成され、生活者との双方向コミュニケーションを実現しています。プラットフォーム内にはビューティ領域に関する双方向型のコミュニティサイト「Kao Beauty Brands Play Park」を開設し、社内外の専門家やインフルエンサー、ユーザーの声を基に共創型のコンテンツを制作・展開しています。

サステナビリティに関する教育・啓発

『My Kao』では、花王のサステナブルな取り組みや暮らしに役立つ情報を集約して発信しています。これにより、生活者のサステナビリティに対する意識向上と行動変容を促進しています。また、花王の研究開発を通じて得た知見を「暮らしに役立つ情報」として提供し、科学的な視点でアドバイスを行っています。

製品廃棄削減の取り組み

『My Kao』の自社ECサイト「My Kao Mall」で、自社工場や物流拠点で出荷されることなく、やむを得ず廃棄していた日用品・一部の化粧品の滞留在庫を販売しています。これは、製品廃棄削減を目指す取り組みの一つで、2030年までに、製品廃棄物・販促物廃棄物(未使用)の削減率を2020年比で95%削減することをめざしています。

デジタル技術の活用

『My Kao』では、AIを活用した肌測定コンテンツ「肌レコ」など、最新のデジタル技術を駆使した顧客体験サービスを提供しています。これらのサービスを通じて収集される「くらしビッグデータ」は、商品のレコメンドや開発に活用され、より個別化された製品・サービスの提供につながっています。

花王はDXを活用しながら、製造業から「UX創造企業」への変革をめざすとともに生活者との協創により、サステナブルな社会の実現に貢献していきます。



双方向デジタルプラットフォーム「MyKao」

参照URL: <https://my.kao-kirei.com/>

ハリウッド株式会社

障がいのある方の作品を起用
配送段ボールのイラスト

お客様に美と幸せを贈る

こころなごむ動物イラストの配送用段ボール

配送業務はハリウッドの商品を届ける大切な過程の一つです。その梱包に必ず使用する段ボールのイラストに、多種多様な動物を設えました。配送業務のスタッフの方々は、ミスや遅延が無いよう、気も遣うはずです。そんな現場の空気を少しでも和らげることができるよう、ハートフルな動物のイラストで、多様性を表現しました。

障がいのあるイラストレーターの作品を採用

動物のイラストは、自閉症と知的障がいのある花島愛弥さんの作品を採用しました。段ボールは1色印刷ですが、本来の花島さんの作品は、水彩絵の具や色鉛筆、クレヨンを使用したとてもカラフルなものです。ハリウッドの段ボールには、いきいきとした動物をたくさん描き下ろしてくださいました。障がいのある方々が、得意な分野で社会にかかわり、就労の機会につながることは、多様な社会を作るうえでとても大切です。ハリウッドはあらゆる立場の方々と、幸せを分かち合い、企業活動を推進することを心掛けています。

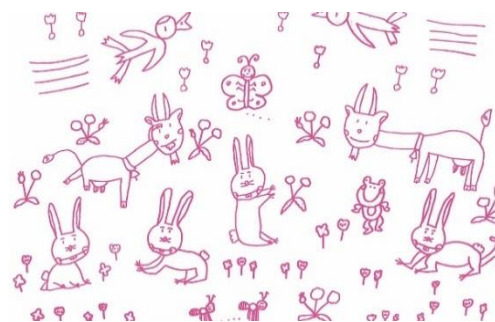


創作中の花島愛弥さん

ハリウッドの商品が関わる現場を笑顔に

2025年10月8日で創業100年のハリウッドは、創業者夫妻がいつも慈愛の精神で、社会的弱者や社会課題と向き合って事業を続けてきました。その社会貢献の姿勢は、いまま社風として根付いています。

かわいらしい花島さんのイラストがある段ボールを手取る人々が、そのイラストを目にすることで、こころがなごんだり、笑顔がこぼれたりすることを願っています。



花島愛弥さんのイラスト



参照URL: <https://hollywood-jp.com/sdgs/sdgs16/>

株式会社マンドム

汗やにおいと上手に付き合い、
快適に過ごすことを啓発



■汗と体臭の研究情報サイトを通じたお役立ち情報の発信

汗と体臭の問題は暑い夏に最も多く発生しますが、緊張など精神的要因による発汗や厚手の衣服のムレなど、季節を問わず存在しています。マンドムは汗や体臭を身体的な問題だけでなく、精神的にも大きな影響を及ぼすことでQOLに大きく関わる“社会的な問題”と捉え、研究に注力しています。

そこでマンドムでは、汗と体臭の研究情報サイト「汗とにおい総研」を2024年3月より公開し、汗と体臭に関するマンドム独自の研究やお役立ち情報を発信しています。

サイトでの紹介内容

- ・マンドム独自の汗、汗腺、体臭に関する研究や最先端技術
- ・汗とにおいの基礎知識やにおい発生メカニズムと対処方法
- ・汗とにおいに関する意識や実態の調査
- ・汗とにおいにまつわる疑問や対処法に対する専門家の意見
- ・季節を問わず発生する汗とにおいのお悩みや、対処について応えるQ&A



汗とにおい総研

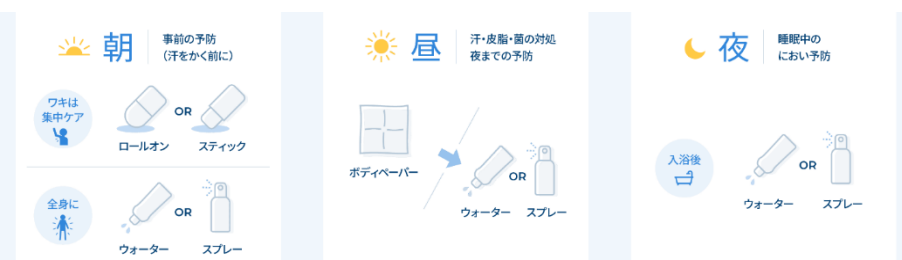
参照URL: <https://www.mandom.co.jp/sweat-smell/>

■汗マネジメントの日を制定し、汗とにおいの知識やケアについての啓発活動

マンドムは、汗とにおいを主要な研究テーマとして位置づけ、体臭研究は2006年から、汗腺研究は2010年から、様々な研究を重ねています。年々夏の暑さが厳しくなり、暑さが社会課題化する中で、より多くの人が汗やにおいの知識を持ち、性別・年代問わず正しくケアすることが生活の質の向上につながると考え、本格的な夏の到来時期である7月8日を7(なつ)の8(はっかん)の語呂を踏まえ、『汗マネジメントの日』と制定いたしました(一般社団法人日本記念日協会認定)。

おしゃれ意識や清潔志向が高まる中、他者に不快感を与えない「身だしなみ・マナー」としての制汗・防臭はもちろん、自己のコンプレックスの解消や、他者とのコミュニケーションを円滑にし、スマートでポジティブな生活へのお役立ちが出来るよう、独自の研究開発と製品開発に取り組んでいます。

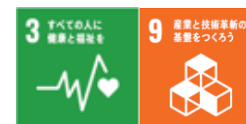
長年、汗やにおいの課題と向き合い研究を積み重ねてきた企業として、汗やにおいを気にする生活者にお役立ちできるよう、より啓発活動をしていきたいと考えております。



おススメの汗やにおいのケア

ポーラ化成工業株式会社

顔情報によるストレスマネジメント技術で
ウェルネステックに貢献



「ハイブリッド顔分析」技術によるスマート社会の促進

当社は自社の強みを活かした顔分析技術を進化させ、顔に対する客観分析と主観分析を組み合わせた「ハイブリッド顔分析」技術を開発しました。本研究成果を含む顔を使ったストレスマネジメント研究は専門家の間でも高い評価を受けております。

ストレスや体の変化は早期発見が重要と言われ、医学界・行政の現場では「未病ケア・予防」「個別ケア」「個人の主体的管理」を助ける技術が必要とされています。本研究は、現代のヘルスケア分野においてスマート社会を実現するIT技術につながるものと期待されています。

技術の内容

当社が3000人を超える日本人男女でデータを取得し解析を行った結果、顔の状態に対する主観的評価と、メンタルストレスとの間に関係性があることを発見しました。これらの情報を用いて、顔情報からメンタルストレス9種のリスクを7割以上の精度で推測できるモデルを構築しました。

さらに、それまでに構築していた、顔画像を用いた身体的ストレス分析技術(疲労度、不眠度など)と融合し、ハイブリッド顔分析技術を構築しました。

これにより、顔情報をフルに活用し、メンタル面と身体面のストレスを網羅的に分析できるようになりました。

今後に向けて

当社は、化粧品技術を活用したウェルビーイング実現の可能性にいち早く着目し研究を推進してきました。

今後も本技術の社会実装を進め、技術を通してウェルビーイングの価値提供活動を広く行ってまいります。

構築したハイブリッド顔分析の概要



〔今回開発したシステムのメリット〕

- ① 未病段階のさまざまな変化を早期に検出。見逃しがちなメンタルストレスも把握できる。
- ② ユーザーごとに異なるストレス状態を簡便に把握でき、効果的な健康管理に活用できる。
- ③ 結果画面にストレスが表出している顔の部位を表示するなど、ユーザー自身にも気づきを与えることで、自らの健康状態を深く理解でき、ヘルスリテラシー向上が期待できる。

参照URL:https://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20241223.pdf

株式会社資生堂ほか 国内グループ会社

手話を用いたオンライン美容相談サービスを開始



資生堂は、オンライン総合美容相談Online Beautyにて、聴覚に障がいのあるお客さまを対象とした無料のオンライン美容相談サービスを開始しました。本サービスは2024年10月からのプレオープン期間を経て、11月7日(木)より本格始動しました。手話や口話、チャット等の方法を取り入れ、聴覚に障がいのあるお客さまが美容カウンセリングを受けられる際に存在する物理的・心理的ハードルを解消し、パーソナルな美容体験を提供します。

美容カウンセリングの利用について、社内外の聴覚に障がいのある方々にヒアリングをした結果、「手話ができるスタッフがいないため気軽に相談できない」「筆談だと時間がかかり頼みづらい」「ガヤガヤしたところでは聞き取りづらい」といった物理的・心理的ハードルがあり、結果として利用を諦めてしまうことが少なくないことがわかりました。これらの課題を解決するため、社内の当事者が中心となりプロジェクトを立ち上げ、対応方法や伝わりやすい手話表現の開発など、約10か月かけてサービスを構築しました。本サービスでは、当事者のニーズに対応した最適なコミュニケーションの方法を取り入れます。

<サービスの特徴>

① 最適なコミュニケーションスタイルでカウンセリングを提供
手話、口話、チャットなどからコミュニケーションスタイルを選択できます。

② 好きな場所でオンラインカウンセリングが受けられる
オンラインを活用することで、周囲を気にせず美容アドバイスを受けることができます。

③ 伝わりやすく工夫した手話を提供
オンラインでも理解しやすい手話表現を工夫しています。



カウンセリングの様子

手話による美容情報の発信

デジタル活動に特化したオムニPBP(PBP: パーソナルビューティーパートナー)は、一人ひとりのニーズに合った美容体験を提供することを目的に、カウンセリングだけではなく個人SNSやライブ配信、YouTube、TikTokなどの活動を行っています。その中で2024年5月よりオムニPBP2名のInstagramアカウントにて「手話による美容情報発信」を開始しました。聴覚に障がいのあるお客さまも分かりやすく美容情報を入手できるよう発信を行っています。



←手話による美容情報発信



手話付きの
Instagramリール→

参照URL:

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=00000000003912>

小林製薬株式会社、サンスター株式会社、TOA株式会社、株式会社マンダム、ロート製薬株式会社

化粧品のより良い安全性評価の普及を目指して関係各社が研究協働



生活者に新しい価値を提供する医薬部外品や化粧品の開発に欠かせないのが安全性評価。その評価手法について近年、動物愛護の観点から様々な動物実験代替法が開発されています。評価項目のうち皮膚刺激性試験の代替法に関して、標記の当工業会加盟5社と株式会社ジャパン・ティッシュエンジニアリング(J-TEC)が行った共同研究成果が日本動物実験代替法学会第37回大会で大会長特別賞を受賞しました。

厚生労働省より2021年4月に発出された医薬部外品・化粧品の皮膚刺激性評価体系に関するガイダンスでは、試験に利用できる医薬部外品・化粧品成分が皮膚刺激性のリスクがほぼないと予想される物質に限定されています。そこで、我々は評価可能な成分の適用拡大ができるようにガイダンスが改定されることを目的に、動物実験代替法のデータ拡充や試験条件の充実に取り組んでまいりました。この研究成果を2024年11月29日(金)～12月1日(日)にライトキューブ宇都宮で開催された日本動物実験代替法学会第37回大会において発表し、その結果、発表内容が大会長特別賞を受賞しました。

今回、日本動物実験代替法学会が主催する「第8回 化粧品等の安全性確保を目的とした試験法評価に関する研究助成金」を受け、J-TECのヒト3次元培養表皮 LabCyte EPI-MODEL24(写真)を用いて、以前実施した16成分のうち6成分と、新たに18成分を加えた24成分について、本ガイダンスでのOECD TG439*の試験後に協力機関のご協力を得ながらヒトパッチテストを実施し、相関性のデータを取得しました。

今回の研究成果創出にあたり、日本動物実験代替法学会が主催する「第8回 化粧品等の安全性確保を目的とした試験法評価に関する研究助成金」を受けました。さらに、アドバイザーとして株式会社コーセー、一般社団法人SSCI-Net、日本化粧品工業会にも参画を仰ぎ、研究内容について議論を重ねました。今後、化粧品業界への貢献を目指し、共同でさらなるデータ拡充や試験条件の充実をさせ、取得した試験結果や知見をデータベース化したものを公表していきたいと考えています。



共同研究で使用したJ-TEC社のヒト3次元培養表皮と使用イメージ

*OECD TG439:経済協力開発機構(OECD: the Organization for Economic Co-operation and Development)が皮膚刺激性試験に関する in vitro試験法「再構築ヒト表皮(RhE: Reconstructed human Epidermis)を用いる試験法」を OECD 試験法ガイドライン(TG: Test Guideline)439として採択した。

参照URL: (共同研究参加各社のプレスリリース)

https://jp.sunstar.com/notice/press_release/20250129_007417.html

<https://www.toa-cosme.co.jp/toa-news/5041/>

<https://www.mandom.co.jp/release/2025012901.html>

https://www.rohto.co.jp/research/researchnews/technologyrelease/2025/0129_01/

ライオン株式会社

JICAと協働で Bangladesh の清潔・衛生の
習慣づくりに貢献

Bangladesh の衛生教育支援を強化

当社は、独立行政法人国際協力機構（JICA）を通して、Bangladesh の小学校の児童や教員をはじめ、保護者や地域住民等への衛生教育を支援する合意書を、2024年4月に締結しました。Bangladesh は、衛生状態の悪化による様々な感染症が深刻な社会問題となっており、当社は2023年、JICAを通じて、Bangladesh の子どもたちへの衛生教育の支援を行いました。今後、衛生教育支援の規模を拡大して継続するため、新たな合意書を締結し、これまで以上に、Bangladesh における正しい衛生知識の理解・浸透を目指し、清潔・衛生の習慣づくりに貢献します。

これまでの活動成果

1. 商品の売り上げの一部を寄附

「大切な誰かを守る清潔衛生習慣を広げる」をコンセプトとする「キレイキレイ」ブランドより、ハンドソープの売り上げの一部を、JICAを通じて Bangladesh に寄附しました。

2. 衛生教育の支援

上記の寄附金は Bangladesh のナラヤングンジ県にある全小学校を対象に、食品衛生・安全の正しい知識や手洗い方法の指導のために活用されました。

< 衛生教育の概要 >

対象: Bangladesh ダッカ管区 ナラヤングンジ県の全小学校539校の児童約2万4千人

期間: 2023年9月～2023年11月

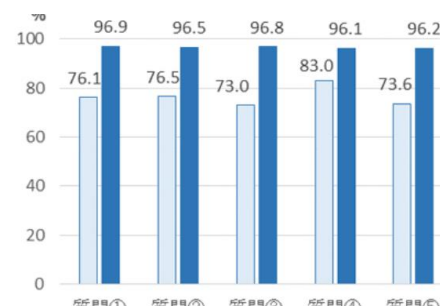
方法: 対象小学校の教員へ衛生に関する研修を行った後、その教員が各学校に戻り衛生教育を実施することにより、県内の全小学校への啓発活動を実現いたしました。

内容: 専用のカード教材や紙芝居を利用した食品衛生・安全の正しい知識や手洗い方法の指導

結果: 指導の前後に、手を洗うタイミングや手の洗い方を問うクイズを実施したところ、すべての設問において、実施後の正解率が95%以上と、実施前と比較して大きく向上しました。



小学校での衛生教育



指導により5つの設問の正解率が向上

参照URL

<https://www.lion.co.jp/ja/news/2024/4650>

ライオン株式会社

香川県坂出市の全ての市立小学校で
衛生授業を開催

当社は、香川県坂出市で「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトを推進しています。その一環として2024年は、香川県坂出市の全ての市立小学校で当社の衛生マイスターによる衛生授業を開催いたしました。全ての市立小学校を対象に行ったのは今回初めての取り組みになります。

「キレイキレイのまち 坂出」プロジェクトは、市民の衛生習慣の浸透・定着を目的に2014年より坂出市とライオン(株)、そしてライオンの関係会社であるライオンケミカル(株)の3者が連携し推進しているプロジェクトです。これまで小・中学校、市の公共施設などへの泡ハンドソープの設置をはじめ、手洗い啓発イベントを開催してまいりました。11年目を迎える2024年は第3期となる協定を結び、坂出市との更なる活動の活性化を図っています。

衛生授業の概要

2024年6月から7月にかけて当社衛生マイスターによる衛生授業を坂出市の全ての市立小学校にて開催いたしました。動画教材を元にクイズに答えながら手洗いの歴史や、感染症対策の大切さを学べる内容です。泡に関する実験も行い、ハンドソープの“もこもこ泡”ができる仕組みをお伝えしました。

衛生授業を体験した子どもたちの声

「色々なところに菌がついていて、特に爪の間に菌がついていることに驚きました。手洗いすることの大切さを学ぶことができました。」
「ハンドソープの泡は汚れを包み込んで落とす大切な役割をしていることが分かりました。これから、もっとしっかり手洗いをしようと思います。」



衛生マイスターによる授業



衛生授業を体験した子どもたち

参照URL:<https://www.lion.co.jp/ja/news/2024/4686>

株式会社シーエスラボ

地域と共に未来をつくるSDGsイベント



SDGsをテーマにした感謝祭を開催

株式会社シーエスラボでは、地域の皆様や従業員への日頃の感謝を込め、SDGs(持続可能な開発目標)をテーマにした感謝祭を開催いたしました。本イベントでは、楽しみながらSDGsについて学ぶことができる多彩な体験型アクティビティを通じて、地域社会と企業が未来への取り組みを共に考える機会を提供しました。

主なアクティビティの内容:

モルック体験

フィンランド発祥のモルックを体験いただくコーナーを設けました。モルックは年齢や体力に関係なく、誰でも楽しむことができるゲームです。この活動を通じて、自然との触れ合いや家族・友人との交流を楽しんでいただくことができました。木材を使用したエコフレンドリーな遊びとしても注目を集めました。



モルック体験

工場見学ツアー

当社の工場内を見学いただきました。参加者が製品の作り方や使用法に対する責任を学ぶことで、製造と消費における重要性を理解する良い機会となりました。

リサイクル容器を活用したつかみ取り

本来であれば廃棄される予定だった容器を再利用し、つかみ取りゲームを実施しました。廃棄物の新しい活用方法として、参加者にリサイクルの重要性を感じていただく機会となりました。

捨て水を利用したおもちゃすくい

超純水装置から排出される「捨て水」を活用したおもちゃすくいを実施しました。水資源の有効活用について考えるきっかけを提供するとともに、子どもたちにも楽しんでいただける内容となりました。



多くの協力企業の出展



お絵かきせんべい
子どもたちが自由に絵を描いたり文字を学んだりすることができるお菓子



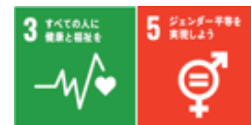
「捨て水」を利用した水遊び

イベント全体を通じて、持続可能な社会づくりの重要性を楽しく学べる内容を提供しました。私たち企業は、地域社会と手を携えて未来への責任を果たしていくことを目指しています。今後も地域と共に持続可能な未来の実現に向けた取り組みを推進してまいります。

参照URL: <https://www.cs-lab.co.jp/sdgs/>

株式会社カネボウ化粧品

ピンクリボンキャンペーン



乳がんは、早期発見・早期治療開始で生存率は高く、定期的な検診やセルフチェックがとても重要です。しかし、現状はセルフチェックが習慣化されていないという課題があります。生活の中で楽しみながらセルフチェックの習慣化につなげていくことが大きなテーマです。

【LISSAGE の取り組み】

LISSAGE はブランド誕生から 32 年間、働く女性を応援してきました。2023 年 10 月、浴室内でケアするボディ用美容液「バスタイム ボディセラム」を発売のタイミングに合わせて、ピンクリボン活動に参画することになりました。今年で2年目の活動になります。

①お客さまへの啓発

店頭では、リーフレット&サンプルを使ってピンクリボン活動を実施しました。認定 NPO 法人乳房健康研究会さまの監修のもと、よりわかりやすいセルフチェック方法を開発しました。また、ブランドサイト、公式 SNS でもピンクリボン情報を配信しました。



リーフレット

②取組企業さまとの協業

従業員さまへの勉強会、企業さまの SNS からの情報発信など、この活動に賛同いただいた企業さまと協力して啓発活動を実施しました。

LISSAGE は、お取引先の従業員さまの力をお借りし、お客さまに寄り添うカウンセリングにより、ふさわしいアイテムをお選びいただくブランドです。コミュニケーター(ブランドとお客さまをつなぐ従業員さま)の皆さまが、店頭でピンクリボン活動に取り組むためには正しい知識が必要です。乳がんの現状とセルフチェックの大切さを啓発する動画を新たに制作し、勉強会に取り入れていただきました。

③超音波技師の育成支援

超音波技師の育成支援として、「バスタイムボディセラム」の売上の一部を寄付しました。マンモグラフィと超音波検査を併用した乳がん検診を推進するには、女性技師の数が不足しているとお聞きしています。その課題解決に使っていただきたいという思いのもと、超音波検査技師、特に女性技師の育成費用として活用いただきます。

【KANEBO の取り組み】

KANEBO は乳がんの早期発見・早期治療の大切さを呼びかける「ピンクリボン活動」に賛同しています。2017 年より認定 NPO 法人乳房健康研究会の協力のもと啓発キャンペーンを実施。リーフレットを通じたセルフチェックの啓蒙や関連団体への寄付など、幅広く活動しています。

① お客さまへの啓発

店頭ではリーフレット&サンプルをお渡しし、カネボウ ボディ リピッド ウェアを使用したセルフチェックの方法をご紹介します。また公式サイトや SNS 等でも情報を発信しています。



リーフレット

② 店頭的美容部員や従業員さまとの取り組み

毎年、認定 NPO 法人乳房健康研究会ピンクリボンアドバイザーの方をお呼びし、セルフチェックの重要性をお話いただき、従業員さまや店頭で活動する KANEBO コンサルタントのピンクリボンキャンペーンやがんについての理解をより深められる時間としています。講演内容は全国の研修会で共有し、全員が同じ想いで活動に取り組めるよう、努めています。

③ がん教育への活用

子供たちが、がんへの正しい理解や向き合い方を学ぶために、文部科学省主導のもと、2019 年から全国の学校でスタートした「がん教育」。そんな「がん教育」への取り組み支援として、カネボウ ボディ リピッド ウェアの売上金額のうち一定額を「認定 NPO 法人乳房健康研究会」に寄付いたしました。寄付金は乳房健康研究会を通して「がん教育」に活用いただきます。

ハリウッド株式会社

被災地支援を継続的に行う
気仙椿ハンドクリーム東日本大震災の復興支援から生まれた
多くの人々の願いが込められた商品

2011年の東日本大震災後の支援の輪は、さまざまな形で世界中から寄せられました。ハリウッドは美容業として自分たちができることを模索し、化粧品開発の支援という形で、持続性の高いものを選択しました。

当時、東北地方に現地ボランティアとして携わっていた一般社団法人re:terraのみなさんが、三陸の気仙地域の良質な油が採れる椿を復活させ、純国産／東北原産の気仙椿油を使用した自然派化粧品を開発するプロジェクトを立ち上げ、その開発製造に参画しました。当時、震災の影響でストップしていた椿オイル抽出にかかわっていた人々、商品の開発にアイデアを出してくださった女医の皆さんなど、様々な人々とのつながりから商品を誕生させることができました。商品はその後2019年にパッケージなどがリニューアルされ、東北地方の特産原料を用いた商品として、全国、そして世界へと広まっています。



東北から世界へ。人と人をつなぐ優しく持続的な事業

人と人とのつながりで生まれた逸品の売上げの一部は、基金として寄付されており、被災地を中心とした若者や女性の経済的支援、アジア圏の女性起業家教育に活用いただいております。

参照URL: <https://youtu.be/zpo12l7wHfw?feature=shared>

パッケージに込められた思い

SDGsな商品として 2021年グッドデザイン賞受賞

東日本大震災をきっかけに生まれ、発売から7年目にリニューアルデザインをかけました。売上げの一部を基金とし、産業復興型の支援に加え、搾油で参画していた社会福祉法人青松館(2011年当時)への支援、被災地を中心とした若者や女性の経済的自立支援や起業家教育として活用していることが、美容というポジティブなメッセージと被災地・地方の起業家を結ぶ新たなビジネスデザインとして評価いただきました。

(1) 2011年に発足したプロジェクトの一環としての商品化のリニューアル。

(2) 椿の花を切り絵風にデザイン。

日本らしいデザインで地域の良さを表しました。

(3) 東北産の原料や製造所を利用することで、多角的に東北支援をしています。



参照URL: <https://hollywood-jp.com/product/kesentsubaki/>

ハリウッド株式会社

地方創生を応援する
伊勢の香(イセノカ)



伊勢神宮に流れる五十鈴川の清水から化粧品を製造

五十鈴川から採水した清らかな水でフレグランスミストを開発しました。伊勢に咲く美しい花からイメージした3種の香りで、つけた瞬間にやさしく香りが広がり、心身ともに浄化されていくような気分になります。保湿成分も配合し、ノンアルコール、無着色、鉱物油フリーの肌に直接使用できるフレグランスミストです。

<伊勢の良さを伝えるために厳選した3つの香り>

伊勢の香 桜

ふんわりと優しい桜の中に白檀の香りが寄り添う、優しいだけじゃない、味方になってくれる香り。

伊勢市横輪町だけに存在する非常に珍しい品種の桜横輪桜(ヨコワザクラ)をイメージしました。

伊勢の香 花菖蒲

初夏に咲く花。凛とした花菖蒲らしい甘く、ややスパイシーな香りが魅力を際立てます。

三重の県花 伊勢市二見町に咲く花菖蒲をイメージしました。

伊勢の香 梅

梅の上品な香りにジャスミンとローズがバランスのよい、シーンを選ばない香り。伊勢市の天然記念物に指定されている伊勢市御園町に咲く臥竜梅(ガリュウバイ)をイメージしました。

三重県出身の尾崎ななみさんがディレクション

地域の特性を生かした商品を開発するため、三重県伊勢市出身で伊勢志摩アンバサダーの尾崎ななみさんをディレクターにお招きしました。「育ててもらった大好きな地元へ、大人になった今だからこそ、出来ることはないかという思いから、商品作りが始まりました。もらって嬉しい、使って幸せな気分、そして伊勢市のまちづくりにも貢献できる、みんなが笑顔になる商品です。」と当時コメントしています。

売上金の一部を伊勢に咲く花の保全・維持へ寄付

発売当時、三重県伊勢市と寄付にともなう協定の調印式を執り行い、『伊勢の香(イセノカ)』売上金の5%を寄付しており、伊勢に咲く花の保全・維持管理のために活用いただいております。

おみやげとしても最適なサイズとパッケージで 2023年おもてなしセレクション金賞受賞

メイクポーチにも入りやすいコンパクトな形状で持ち運びにも便利。単品と3本セットパッケージと、用途に合わせて選べます。デザインは伊勢神宮の鳥居をイメージしたイラストがワンポイントで入った花柄で、五十鈴川をイメージして水彩で施しました。2023年に、OMOTENASHI NIPPON(おもてなしニッポン)が運営する、日本在住の外国人有識者による審査でセレクトされる「おもてなしセレクション」金賞を受賞しました。さらに、地域資源を活用した地域発の美容アイテムを表彰する第9回ジャパンメイド・ビューティ アワードで優秀賞を受賞しました。



外国人の方からも好評



ディレクター 尾崎ななみさん

参照URL:

<https://www.hollywood-jp-online.com/view/category/ct377>

ハリウッド株式会社

美容業からスポーツを通じて
チャレンジすることや健康促進を後押し
ピククルボール支援



健康的で美しい人々が魅力的であることを 美容業から世の中へ発信

「美しい」ということを見た目だけに求めず、健康で幸せである事にこだわり、社会課題と向き合いながら常にチャレンジするベンチャー精神で商品を開発しています。特に夫婦でハリウッドグループを牽引した美容家のメイ・ウシヤマは、独自のSBM美容法を提唱し、「Skin=お肌はいつも清潔に」「Body=体の中から美しく」「Mind=心はいつも明るく」をモットーに、スキンケアだけでなく健康食品も開発しています。

まだまだ魅力が世の中に知れ渡っていない新しいスポーツ“ピククルボール”で世界へ挑戦している吉富愛子選手を応援し、新しいことへチャレンジすることのすばらしさや、健康的で美しい人々が魅力的であることを世の中へ発信してまいります。

ピククルボールのプロ選手である吉富愛子さんは、以前はプロテニス選手として活動されていました。現在ご夫婦でプロピククルボール選手として活躍されています。生涯スポーツとしても注目されている新スポーツピククルボールの競技活動とともに、普及活動のための情報発信しながら世界へ挑戦しています。吉富選手のほか、お仕事と両立しながらプレイヤーとしてがんばっている羽澤選手ともアンバサダー契約を結んでいます。



吉富愛子選手



羽澤末有選手

ピククルボール

1980年代に誕生したスポーツで、シニア層や女性の健康を支える活動として注目されています。近年では競技性が高まり、全米ではすでに約4,000万人もの競技人口を誇る人気スポーツへと成長。日本国内ではまだ発展途上の段階ですが、少子高齢化社会が進む中で健康促進およびウェルネス分野において非常に大きな可能性を秘めたスポーツとして注目を集めています。



ピククルボール競技のイメージ



ピククルボール企業交流会

参照URL:

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000601.000025648.html>

サンスター株式会社

未来のデザイナーたちと社会課題解決を
考える産学連携授業に協力

サンスターは、御茶の水美術専門学校の産学連携授業に協力しました。これは、持続可能な社会のための課題解決をテーマに、様々な企業や団体が課題を提示し、学生が解決策を提案するカリキュラムです。今回は、デザインを学ぶ学生のみなさんに、お口の健康に関する社会課題を説明し、解決策を考えていただきました。近年、子どものむし歯は減少しているものの、大人のむし歯は増加傾向にあります。特に高校卒業～20代までの年代でむし歯にかかる方が多い現状、お口の健康は全身の健康にも影響すること、そうした課題に対する弊社の取り組みや悩みを共有し、若い感性による斬新な提案を多数いただきました。

実施にあたり参加学生のみなさんをオフィスに招き、サンスターの企業理念や事業、テーマの背景などを説明、学生からの質問にも答えました。そして5週間の検討・準備期間を経て、発表会が開催されました。4グループがそれぞれのアイデアをパネルやモックにしてプレゼン。課題解決のためのアイデアだけでなく、ターゲットの人物像の設定や調査結果、ビジネスの展開案なども盛り込んで発表いただきました。それぞれの提案には、義務感にかられて行う歯みがきを、いかに楽しい歯みがきに変えるか。歯みがきができにくいタイミングにどうみがいてもらうか。さらには、Z世代が喜んで取り組めるしかけなど、独創的な内容が見られました。

学生のみなさんからは「今回、このテーマに取り組むにあたり、お口の健康が全身の健康につながることを知り、何気なくやっていた歯みがきという行為を改めて、見直すきっかけになりました。」提案するにあたり、初めて洗口液を試してみました。」といった声をいただきました。指導担当の先生からも「身近な歯みがきという行為ですが、どうしたら習慣化するか、どのように独自性を出すかなど、少し苦戦しましたが、楽しく取り組みました。制作途中で進行が滞る場面では不安になりますが、最後には充実した提案に仕上げてきます。チームで協力しながらお互いに成長する学生たちの姿には、いつも驚かされます。」とコメントいただきました。

いただいた提案は全社員向けのポータルサイトで共有しました。固定概念を覆す提案があったり、新しい発想に触れることができ、サンスターとしてもとても有意義な活動になりました。今後も、社外ステークホルダーとの対話や連携を進め、社会課題の解決に取り組んでいきます。



弊社にて社会課題の説明を実施



学校で社会課題解決策の発表会を実施



参照URL: <https://jp.sunstar.com/s-clip/tag/symbiosis.html>

株式会社伊勢半

コスメバンクプロジェクトへの参画



伊勢半グループでは2022年より一般社団法人バンクフォースマイルズが運営するコスメバンクプロジェクトに参加しております。今回、2024秋冬ギフトでは「ヘビーローテーション カラーリングアイブロウ」を寄贈させていただきました。寄贈した化粧品は各参画企業から集まった品とともに、シングルマザーを中心とした各世帯へ届けられます。

伊勢半グループにも通じる、コスメバンクプロジェクトの想いに共感

伊勢半グループのパーパスは、「The 1st Cosmetics 伊勢半 いちばんほしいを、いちばんに」です。これは私たちが化粧品を通して実現していきたい想いであり、あらゆる人に「いちばんほしい」と思う化粧品を「いちばんに」お届けしていきたいと思っています。そんな私たちは、コスメバンクプロジェクトの想いに共感し、2022年より本プロジェクトへの参画をスタートしました。2024年からは継続的なさらなるサポートを行うべく、アドバイザリーボードメンバーとして活動させていただいております。各参画企業からお寄せいただいた商品は、コスメバンクプロジェクトのスタッフや各社からのボランティアにより丁寧に梱包してお届けされます。伊勢半からも梱包作業のお手伝いを行いました。

化粧品で社会課題の解決に貢献し、すべての人々の「あしたは、もっと美しく。」を叶えたい

私たちは、化粧品は使う人に自信と希望を与えるアイテムだと信じて事業に取り組んでいます。しかしながら、経済的な理由をはじめさまざまな事情により、必要としているにもかかわらず化粧品を手にすることができない人々がいるという事実にも胸を痛めました。この取り組みを通し化粧品を必要とする人々のもとへ届け、ひとりでも多くの方がメイクで美しさという自信と希望を得る機会づくりができればと思います。

伊勢半グループはこれからも、すべての人々の「あしたは、もっと美しく。」を実現するため、化粧品を通して社会課題の解決に貢献していきます。



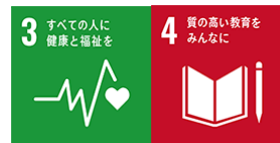
COSME BANK
PROJECT



参照URL: <https://www.isehangroup.jp/news/20241213/749/>

クラシエ株式会社

親子で作る自分だけの入浴剤



1. ワークショップの目的

昨年の夏休み、親子で一緒に楽しめるものづくりの機会を提供するため、「入浴剤試作ワークショップ」を開催しました。このワークショップでは、日本各地の温泉（別府や箱根など）をイメージしながら、香りや色を再現したオリジナルの入浴剤を作ります。親子で協力しながら作ることで、ものづくりの楽しさを体感するとともに、コミュニケーションを深めてもらうことを目的としました。

2. ワークショップの内容

ワークショップは、次のような流れで進めました。

温泉について学ぶ

まず、温泉の特徴や成分について簡単な説明を行いました。「温泉にはどんな香りがあるの？」「なぜ色が違うの？」といった身近な疑問を親子で話しながら学んでもらいました。

入浴剤を作ってみよう！

事前に用意した試作キットを使い、好きな香りや色を組み合わせながら、オリジナルの入浴剤作りに挑戦。香り付けには日本各地の温泉をイメージしたオリジナル香料を、色付けには安全な素材を使用し、自分だけの特別な入浴剤を作りました。親子で「どの香りにしよう？」「この色を混ぜるとどうなるかな？」と話しながら作る様子が印象的でした。

持ち帰っておうちで楽しむ

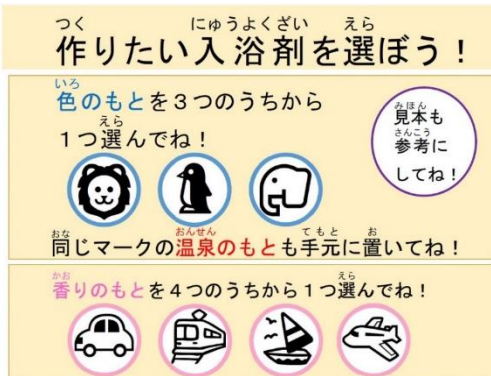
完成した入浴剤は、それぞれお持ち帰りいただきました。後日、参加者の方から「お風呂の時間がいつもより楽しくなった！」「自分で作ったものを使うのは特別な感じがする」といった嬉しい感想をいただきました。

3. 参加者の反応と今後の展開

ワークショップに参加した方からは、「親子で一緒に作業をする時間がとても楽しかった」「子どもが夢中になって取り組んでいた」といった声を多くいただきました。特に、普段はなかなか時間をとれない親子の会話 が自然と生まれ、一緒に試行錯誤しながら作る過程を楽しんでいたようです。今後は、さらに親子で楽しめるような要素を取り入れ、季節ごとに異なるテーマでの開催も検討しています。ものづくりを通じて、親子の思い出に残る時間を提供できるよう、工夫を重ねていきたいと思ひます。



試作風景



作り方説明シート

参照URL: <https://kracie.disclosure.site/ja>

日本ロレアル株式会社

「美」「インクルーシブ(包摂性)」「サステナビリティ」を融合した
インクルーシブアート

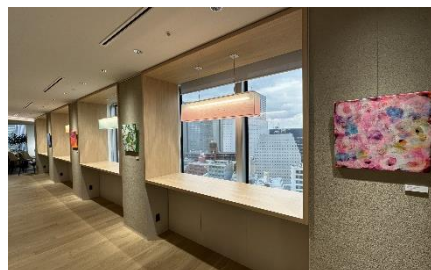


日本ロレアル株式会社は、ロレアルグループのパーパス(存在意義)における重要な柱のひとつであるDE&I(ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン:多様性、公正性ならびに包摂性)の職場環境への浸透を推進するため、2022年に社内委員会「日本ロレアル DE&Iコミッティ」を設立しました。

「世界をつき動かすような美の創造」をパーパスとして掲げるロレアルにとって、美とは多様、公正であり包摂的なものです。全世界の一人ひとりにテラーメイドの美を提供するという使命を持っているロレアルでは、多様性は創業当時から企業文化に根付いています。

これまでもDE&Iの社内外への浸透に向け、取組みを推進してきましたが、高まるDE&Iに対するニーズにあわせ更に進化し続けていくため、グループが展開する全世界の各拠点で、DE&Iに関する社内委員会を設置しています。委員会(DE & Iコミッティ)は通年さまざまな活動を社内外で推進していますが、その取り組みの一環として、障がいのあるアーティストの作品「インクルーシブアート」をサブスクリプションという形で、社内のカフェや研究所に掲示しています。NPO法人studioFLAT(スタジオフラット)の「障がいのあるなしに関わらずアート作品の魅力を伝え続け、包摂的な社会の実現を目指す」という理念に共鳴し、今回のコラボレーションが実現しました。

インクルーシブアートとは、障がいのあるなし、年齢や性別、国籍などに関わらず、誰でも参加できる芸術活動です。スタジオフラット所属のアーティストのみなさんには、一部画材として廃棄予定のロレアルの製品をアップサイクルした絵具をご活用いただいております。「インクルーシブ」と「サステナビリティ」が融合したプロジェクトとなっています。



社内カフェに展示されているアート作品



ロレアル社長とアーティスト

参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/press-releases/brands/j-web-pr-studioflat-subscription/>

日本ロレアル株式会社

里山保全活動を通して、生物多様性の実現へ



ロレアルグループは、2030年に向けた包括的なサステナビリティプログラム「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」を推進しています。生物多様性に関しては、2030年までに、2019年と比較して、当社のすべての工業用地と運営するすべての建物が生物多様性にプラスの影響を与えることを、コミットメントとして掲げています。

当社事業所の敷地管理において、敷地内の緑地の有無に関わらず、生物多様性の視点を組み込んでいくこと、また「生物多様性文化」を育み、全社員の生物多様性問題への意識を高めることをめざしています。

この活動の一環として、ロレアル リサーチ＆インベーション(R&I)では、所在地である川崎市の「新たな木を植え、守り育てる、新しい里山づくり」に貢献するため、久末イノ木特別緑地保全地区の里山保全活動に取り組んでいます。2011年からロレアルR&Iの社員が中心となり、下草や竹の伐採、植樹などを実施してきました。この活動が発展し、2018年3月には、「緑地保全管理に関する協定」を川崎市と日本ロレアルの間で締結するに至り、里山の保全活動への取り組みが一層強化されました。活動を実施している里山は近年「ロレアルフォレスト」と名付けられました。

この長年にわたる取り組みを受け、2024年に日本ロレアルは「川崎市市制100周年記念表彰 環境保全分野 未来賞」を受賞しました。

ロレアルグループは地球温暖化や環境変化は人類と自然が生きる場所を潜在的かつ永久的に劣化させると考えており、それを打開するため長年にわたりサステナビリティ活動に注力しています。

里山保全活動も事業拠点の生物多様性を守る上で重要な活動と位置付けています。



植樹活動



川崎市市制100周年記念 授賞式の様子

参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/press-releases/commitment/jp-pr-awarded-by-kawasaki-city/>

日本化粧品工業会／サステナビリティ推進委員会について

日本化粧品工業会とは

日本の化粧品産業が、日本の先端技術と文化に基づいたJapan Beautyを世界への発信するとともに、人々の幸せ(well-being)とサステナビリティに貢献する産業となることを目指して活動しています。

そのために、グローバル競争力の強化、化粧品の品質・信頼性の向上、サステナビリティの課題解決に向けた取り組み等を進めています。

サステナビリティ推進委員会について

日本化粧品工業会におけるサステナビリティに関わる施策を立案・推進する役割を担っています。この『サステナビリティ取組事例集』もサステナビリティ推進委員会の企画・編集によるものです。

サステナビリティ推進委員会 委員名簿

委員長	川田 貴史*			
委員	今西 豊	上田 愛子	河野 斉治	楠田 倫子
	小和田 みどり*	瀬戸 洋一	田中 直樹	中野 愛美*
	蜷川 絵美	野崎 琢馬	原田 康子	古屋 律子
	三谷 光正	宮本 敬子	村上 奈歩	森 茂樹
	矢野 元*	山本 さや香	横山 卓未	
			*取組事例集タスクフォース委員	

*事例集作成にあたっては、社会課題対策部会長 西村 英司氏、容器包装部会長 松本 州平氏及び取組事例集タスクフォース鹿野 真氏の協力もいただきました。

日本化粧品工業会／Japan Cosmetic Industry Association

〒105-0001 東京都港区虎ノ門5-1-5

電話:03-5472-2530 ホームページ:<https://www.jcia.org/>

