



サステナビリティ 取組事例集2025年度版

日本化粧品工業会
サステナビリティ推進委員会
2026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	16
– 人権・労働慣行	17
– 公正な事業慣行	18

みんなのために	19
– 消費者課題とイノベーション	20
– コミュニティへの参画	22

詳細編

[25](#)



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. ブランド価値を生かした資源循環と環境保全への取り組み
(株式会社コーセー) | p.9 | 1. 資生堂5Rsを体現したパッケージ開発
(株式会社資生堂) | p.12 | 6. 化粧品プラスチック容器の水平リサイクル
(花王株式会社 株式会社コーセー) | p.14 |
| 2. 環境負荷を抑える包材容器への取り組みと自然原料への取り組み
(サントリーウエルネス株式会社) | p.9 | 2. 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.12 | 7. プラスチック使用量削減の取り組み「FANCL リサイクルプログラム」
(株式会社ファンケル) | p.14 |
| 3. モノ作りプロセスの改善と革新による価値創造と環境調和
(癸巳化成株式会社) | p.9 | 3. 包装・販促物における環境配慮素材の積極的採用
(株式会社アジュバンコスメジャパン) | p.12 | 8. 資源循環社会実現に向けたプラスチック製品の回収・リサイクル活動、10年間の実績
(ライオン株式会社) | p.14 |
| 4. ゼロカーボンで新しいサロンの在り方
(株式会社ナンバースリー) | p.10 | 4. リサイクルポリエチレンを採用したコンディショナーボトルの製品化
(クラシエ株式会社) | p.13 | 9. 本来捨てられてしまう資源を美しさにつながる新しい価値へ。資源活用・地域活性で美しさの可能性を広げる
(株式会社ポーラ) | p.15 |
| 5. 製品売上に応じた植樹活動
(株式会社アジュバンコスメジャパン) | p.10 | 5. プラスチック使用量の削減とバイオプラスチックの採用
(株式会社アジュバンコスメジャパン) | p.13 | 10. 環境配慮型原料の積極採用
(株式会社アジュバンコスメジャパン) | p.15 |
| 6. 気候・自然に関連するリスク・インパクトの評価と開示
(株式会社資生堂) | p.10 | | | | |

事例一覧(続き)

一人ひとりのために

人権・労働慣行

1. 人材育成の知見を社会に還元
(P&Gジャパン合同会社)
2. ISO45001(労働安全衛生マネジメントシステム)の取得
(岩瀬コスファ株式会社)
3. 購買力を社会変革の力に:
ロレアルの「インクルーシブソーシング」
(日本ロレアル株式会社)

p.17

p.17

p.17

公正な事業慣行

1. 化粧品成分の安全性評価における
シミュレーションモデルを活用した取り組み
(ポーラ化成工業株式会社)
2. GCNJ コレクティブアクション2030へ署名
(岩瀬コスファ株式会社)
3. 皮脂RNAモニタリング技術を応用し、
自分の肌に合う化粧品との出会いを創出
(花王株式会社)

p.18

p.18

p.18

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. あらゆる人が負担なく使用できるユニバーサルデザインの実現
(株式会社コーセー) | p.20 | 1. DE & I 推進に向けた学校・自治体との取り組み
(株式会社コーセー) | p.22 | 7. 理工チャレンジ(リコチャレ)
(P&Gジャパン合同会社) | p.24 |
| 2. こども食堂を通したより良い習慣づくりを啓発する活動の推進
(ライオン株式会社) | p.20 | 2. 地域に寄り添う化粧の取り組み
専任人材が広げる社会参加の可能性
(株式会社資生堂) | p.22 | 8. 親子向けSDGs講座
(キッズスキンケア)
(株式会社ファンケル) | p.24 |
| 3. 自己表現としてのメイクの楽しさを伝える「KISSMEメイク部」
(株式会社伊勢半) | p.20 | 3. 手話人材の活躍を広げる、企業間連携によるキャリア支援
(株式会社資生堂) | p.22 | 9. セルフケア アカデミー
(第一三共ヘルスケア株式会社) | p.24 |
| 4. 誰もがメイクを楽しめる社会へ一障がい・ジェンダーの多様性に配慮した 情報発信
(株式会社資生堂) | p.21 | 4. 小児がん患者のご家族にスキンケアセットを提供
(オルビス株式会社) | p.23 | | |
| | | 5. 地域と次世代をつなぐSDGs推進への取り組み
(株式会社シーエスラボ) | p.23 | | |
| | | 6. スポーツチームと連携した地域の衛生教育活動
(ライオン株式会社) | p.23 | | |

「2025年度 サステナビリティ取組事例集」の発行にあたって

本年もまた、『サステナビリティ取組事例集』の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。貴重な事例をご提供いただきました会員企業の皆様、そして、本事例集の企画・編集から発行に至るまでご尽力くださったサステナビリティ推進委員会の委員、事務局、関係者の皆様方に深く感謝申し上げます。

本年度も会員企業各社からの意欲的な取り組みが数多く寄せられましたが、その内容を拝見しますと、それぞれが社会実装のステージへと着実に歩みを進めていることを強く感じます。特に顕著なのは、プラスチックのリデュース・リサイクル、環境に配慮した素材の活用に代表される製品の環境負荷低減のための活動の加速です。また同時に、美容、衛生、健康、人材育成といった各社が培ってきた専門性を活かし、教育プログラム等を通じて社会に還元する活動も広がりを見せています。このほか、多様な個性を尊重するインクルーシブな社会の実現に向けた取り組み、そして、先端技術をサステナビリティ推進に繋げる取り組みなどもあり、いずれも注目いただくに値するものと思います。

これらの活動は、個々の企業努力に留まらず、業界内での協働に加え、異業種、行政、自治体、地域社会などとの連携を一層深化させることで、より大きな社会変革へと繋がる可能性を秘めています。本事例集が、会員企業の皆様に新たな視点や刺激をもたらすと同時に、ステークホルダーの皆様方には、化粧品業界が積極的に取り組む様々な活動を知っていただく機会となることを願っています。そしてそれが、今後のさらなる連携や協働に繋がり、活動がより深まり、広がっていくことを心から望んでおります。

『日本化粧品工業会 ビジョン2030』には、「日本の化粧品産業を人々の幸せ(well-being)とサステナビリティに貢献する産業へとさらに発展させます。」と掲げられています。サステナビリティ推進委員会といたしましても、この実現を目指し、今後も積極的に活動を推進してまいります。引き続き、皆様方の温かいご支援と忌憚のないご意見を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2026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

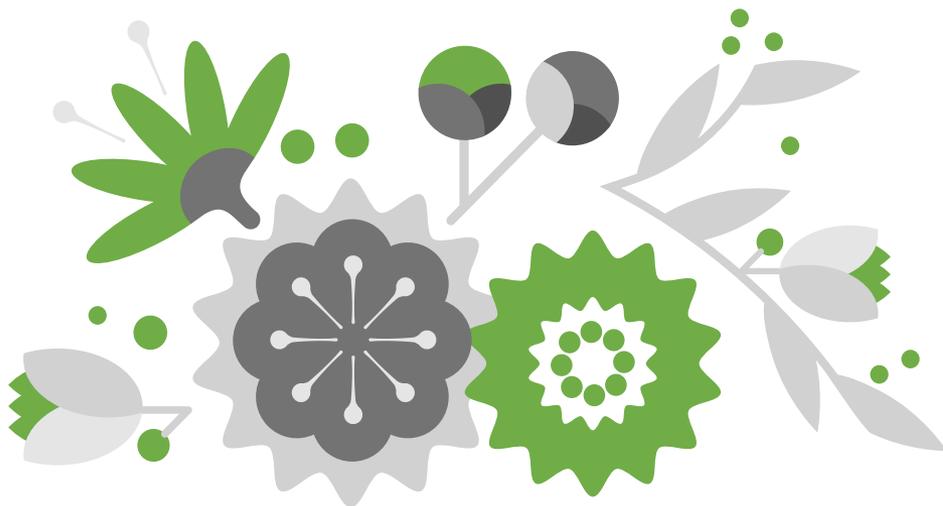
本書は大きく【概要編】と【詳細編】の2つのパートで構成されています。

【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。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



概要編



地球環境のために

気候変動

気候変動問題は、人類や全ての生き物にとっての生存基盤を揺るがす「気候危機」とも言われており、国民、政府、事業者等の全ての主体の意識変革、行動変革そして連携強化が鍵となっています。

日本は、2030年度までに温室効果ガスを2013年度比で46%削減する目標を堅持するとともに、2025年2月に改定された「地球温暖化対策計画」において、2050年ネット・ゼロの実現に向けた直線的な経路を明確化しました。その一環として、2035年度に60%、2040年度に73%削減を目指す新たな「日本のNDC(国が決定する貢献)」を策定し、気候変動に関する国際連合枠組条約事務局へ提出しています。

脱炭素社会の実現に向けて 化粧品業界においてもビジネスの優先事項

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といった一連のステップで実施されます。そこで、日本化粧品工業会(粧工会)は2025年度環境省「製品・サービスのカーボンフットプリント(CFP)に係るモデル事業」に参加し、[化粧品に関するCFP算定ルールの策定](#)を行いました。

粧工会会員は、原料や製品開発からだけでなく、再生可能エネルギーの利用、森林管理活動や物流効率化等、様々なステージにおいてさまざまな取り組みを進めています。



地球環境のために(気候変動)(1)

ブランド価値を生かした資源循環と環境保全への取り組み

【株式会社コーセー】

コーセーは、伸長するナチュラル・クリーンビューティ市場に向けて、2025年5月16日に“人と地球の調和”という持続可能な未来を目指した新シリーズ「雪肌精 BLUE」と「Prédia BLUE」を発売しました。同シリーズでは、独自の成分選択基準に基づいた商品づくりを行う他、積極的に、自然由来指数や生分解性成分割合の開示・産地の見える日本産素材の採用・アップサイクル素材の活用・環境負荷の低い容器の採用・環境保全活動への支援・容器回収などに取り組み、持続可能な地球環境へつなげていく取り組みを推進しています。



『雪肌精』ブランドで使用するハトムギエキスを抽出する過程で発生する「もみ殻」をアップサイクルした容器の活用や、サステナブルな素材を積極的に採用した店舗づくり

→ p.26

環境負荷を抑える包材容器への取り組みと自然原料への取り組み

【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。2025年11月17日にリニューアルした女性向けスキンケア「F.A. G. E」はバイオマスプラスチックを採用。付け替えのレフィルタイプも発売し、環境負荷を抑えるサステナビリティと、お客様のユーザビリティの両立を目指しています。また、当製品には「サントリー天然水の森」から採取したヤロウミア酵母を採用しています。



バイオマスプラスチック・エコレフィルを採用した容器



ヤロウミア酵母を採取したサントリー天然水の森

→ p.27

モノ作りプロセスの改善と革新による価値創造と環境調和

【癸巳化成株式会社】

癸巳化成のモノ作りは、日々の改善活動と従来法とは異なる革新的な製法の採用活動によって支えられています。我々が、試行錯誤によってのみ、新価値創造と環境調和の両立ができると信じているからです。ここでは改善事例として、天然色素の食品への応用検討から得られた、高純度アントシアニン類の高効率回収法についてと、革新的な製法の採用について、スマートセルを用いた高機能性素材製法の確立について紹介します。



高純度アントシアニン類の高効率回収法の確立(改善)



スマートセルによる機能性素材の製造法の確立(革新)

→ p.28

地球環境のために(気候変動)(2)

ゼロカーボンで新しいサロンの在り方

【株式会社ナンバーズリー】

ナンバーズリーは、ISO 14068-1(カーボンニュートラル規格)に準拠した評価・計画策定を基盤として、自社製品および製造プロセスのCO₂排出削減に取り組んでいます。特に、世界初ゼロカーボンカラー剤 HUE Miraiシリーズ(0/CL、3/NaB)は、第三者機関による検証を受け、ISO 14068-1に準拠したカーボンニュートラルを達成しています。これらの製品は、ライフサイクル全体でCO₂削減に寄与する設計となっており、サロン施術を通して環境負荷低減への貢献が期待されています。また短期・中長期のCO₂削減計画として2030年および2050年の目標を明示するとともに、製品ライフサイクル全体でのGHG排出量の見える化と削減策を戦略的に進めています。



ゼロカーボンカラー剤

→ p.29

製品売上に応じた植樹活動

【株式会社アジュバンコスメジャパン】

2025年6月より、手肌へのやさしさにこだわり生まれたサロン専売品シャンプー「Re:>>>ブランド」の売上1,000本につき1本の植樹を寄付する取り組みを開始しました。植樹のための寄付額は四半期ごとに算定し、「東京に美しい里山を取り戻す森づくり」を進める、東京都松原村で実施予定です。



Re:>>>ブランド

→ p.30

気候・自然に関連するリスク・インパクトの評価と開示

【株式会社資生堂】

資生堂は、気候変動、自然、生物多様性に関するリスクとインパクトについて包括的な定性評価を実施し、そのなかでも重要度が高いと思われる要因について定量評価に取り組んできました。可能な限り科学的な証拠に基づいた独自のリスク定量評価モデルを構築するとともに、ライフサイクル影響評価手法LIME3を用いることで、自社の経済活動が自然や社会に及ぼすインパクトについても、金額として算定しています。評価結果は、「資生堂 気候・自然関連財務情報開示レポート」で開示し、持続可能な事業成長と持続可能な社会・地球環境の両立に貢献しています。



2024資生堂 気候・自然関連財務情報開示レポート

→ p.31

地球環境のために

容器包装・リサイクル等

プラスチックは人々の豊かな暮らしに欠かせない一方、海洋プラスチックごみ問題に代表される廃棄物処理が世界中で社会問題となっています。

「プラスチック汚染に関する法的拘束力のある国際文書(条約)の策定に向けた政府間交渉委員会(INC)」では各国の意見の対立が見られるなか、欧州では「包装および包装廃棄物に関する規則(EU) 2025/40」(PPWR)が2025年に公布されました。

日本でも2022年に「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」(プラ法)が施行され、2025年には「資源の有効な利用の促進に関する法律(資源法)」と「脱炭素成長型経済構造への円滑な移行の推進に関する法律」(GX法)の改正法が成立するなど、事業者、自治体、生活者などすべてのステークホルダーが各種資源の循環に取り組むことが求められています。

日本化粧品工業会サステナビリティ推進委員会では、2022年に「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。また、プラ法での設計認定制度の開始に向けて、[家庭用化粧品分野における認定基準の策定](#)に協力いたしました。

同指針および認定制度の普及により、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)

資生堂5Rsを体現した パッケージ開発

【株式会社資生堂】

当社では、独自の容器包装開発ポリシー「資生堂5Rs」を前提としたイノベーションを通じて、「つめかえ・つけかえ」容器によるリユースの促進、モノマテリアル化によるリサイクル可能な設計、素材の見直し、容器の軽量化などに取り組みました。

2030年に向けて、ガラスなどの容器も含め、容器素材についてもリサイクル素材やバイオマス由来素材を積極的に活用し、これらの使用割合を15%まで高めるという目標を新たに設定し、更なる循環型ものづくりを推進していきます。

公益社団法人 日本包装技術協会が主催する2025日本パッケージングコンテスト(第47回)で、「イプサ ME n 1~8」が最高賞であるジャパンスター賞の経済産業大臣賞を、「アルティミューン™ パワライジング セラム」が包装部門賞を受賞



「イプサ ME n 1~8」



「SHISEIDOアルティミューン
パワライジングセラム」

→ p.32

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、金血保護用のパルプモールドレフィル容器の開発をご報告しました。2025年度は、バイオマスプラスチックを使用したチューブ容器の開発についてご報告いたします。今後も引き続き、新たな導入事例についてご報告させていただきます。



2024年度開発品



2025年度開発品

→ p.33

包装・販促物における 環境配慮素材の積極的採用

【株式会社アジュバンコスメジャパン】

パッケージや販促ツールにおいて環境負荷低減を目的とした素材を積極的に採用しています。漂白加工を省いた未晒し紙や植物由来のベジタブルインキ、FSC認証紙など、環境配慮素材を活かした製品づくりを通して、持続可能な資源利用と環境保全に貢献しています。



漂白加工のない未晒し紙の化粧袋採用(muts)



FSC認証紙の採用

→ p.34

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(2)

リサイクルポリエチレンを採用した コンディショナーボトルの製品化

【クラシエ株式会社】

クラシエはバージンポリエチレンを50%削減したリサイクルポリエチレン(PCR)を「ディアボーテHIMAWARI」の「ランタンナイトの香り」のコンディショナーボトルに初めて採用しました。
バージンプラスチックの削減に寄与できる材料として他製品への展開も検討されています。



ディアボーテ オイルインコンディショナー
(ムーミン ランタンナイトの香り)

→ p.35

プラスチック使用量の削減と バイオプラスチックの採用

【株式会社アジュバンコスメジャパン】

当社は、環境負荷低減を目的に、プラスチック使用量の削減とバイオプラスチックの採用を推進しています。
キャップやボトルの軽量化、詰替用エコパックの展開に加え、植物由来のバイオマスプラスチックを配合した容器を導入することで、持続可能な製品づくりを実現しています。



ループシアードカラー



muts totte スリークミルク

→ p.36

【コラム】 プラスチック使用製品設計認定制度 の開始

2022年に施行されたプラスチック資源循環促進法（プラ法）に基づき、の循環型社会の構築に向け、リサイクルしやすい設計が重視されています。

この枠組みのなかで、2025年7月に、国が家庭用化粧品を含む4つの製品分野に関する「設計認定基準」を公表いたしました。粧工会は基準検討段階から協力してまいりました。

2026年2月10日付けで、特に優れたプラスチック使用製品の設計について初めての認定が行われました。世界的で進む「デザイン起点のサステナビリティ」に日本の制度も事業者も歩調を合わせ始めています。



写真出典：経済産業省ニュースリリース

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(3)

化粧品プラスチック容器の 水平リサイクル

【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株式会社と、株式会社コーセーは、2025年10月1日より、イオンリテール株式会社と協働し、「化粧品プラスチック容器の水平リサイクル」の取り組みの本格運用を開始しました。

本取り組みでは、東京都、千葉県、埼玉県の「イオン」「イオンスタイル」約70店舗において、使用済み化粧品プラスチック容器の回収ボックスを設置。お客さまに持参いただいた使用済み化粧品プラスチック容器を回収*1します。回収された容器から再生素材を生成し、それを再び、化粧品容器の一部に採用する、「化粧品プラスチック容器の水平リサイクル」に取り組んでいます。

*1 メイクアップ品(口紅・マスカラ・ネイル・ファンデーション・鏡つきコンパクトなど)、パウチ容器、ガラス容器、エアゾール缶、紙や木製素材は対象外になります。



RECYCLE BOX

→ p.37

プラスチック使用量削減の取り組み 「FANCL リサイクルプログラム」

【株式会社ファンケル】

このプログラムは、お客様が使用済みの化粧品容器を全国の直営店舗で回収し、障がいのある方の自立支援を目指す、特例子会社のファンケルスマイルで容器の分別・洗浄・乾燥・粉碎を行った後、協力先のリサイクル会社で、マテリアルリサイクルという技術により植木鉢などにリサイクルする取り組みです。

リサイクルした植木鉢の寄贈を通じ地域に花と緑を増やし、普及活動により子どもの環境教育にも寄与しています。



直営店舗での回収の様子



容器洗浄の様子

→ p.38

資源循環社会実現に向けたプラスチック製品の回収・リサイクル活動、 10年間の実績

【ライオン株式会社】

当社は、商品やサービスの提供にとどまらず、長きにわたり、啓発活動や情報提供等を通じて、生活者の歯とお口の健康維持に取り組んでまいりました。お口の健康維持の観点から、月1回の定期交換を推奨していますが、それに伴い多くのハブラシが消費されることとなります（年間約4.5億本）。

そこで、当社はハブラシを製造・販売するメーカーとして、プラスチックの資源循環および再利用を推進するために、2015年より使用済みハブラシを回収・リサイクルにより、再資源化する取り組みを開始しました。10年間の回収ハブラシは、27.0t(約216.8万本)に達しました。



ハブラシ交換とハブラシリサイクルの考え方

→ p.39

地球環境のために（容器包装・リサイクル等）(4)

本来捨てられてしまう資源を美しさにつながる新しい価値へ。資源活用・地域活性で美しさの可能性を広げる

【株式会社ポーラ】

From Loss To Beauty(フロムロストウビューティー)は、“失われるものを美しさに変えていく”をコンセプトに、本来捨てられてしまう資源を、美しさにつながる新しい価値へと転換し、資源活用や地域活性、第一次産業の応援に貢献しながら、美しさの可能性を広げ、人・社会・地球の未来へつなげていくブランドです。自治体や大学など、産官学で連携し、地域に眠る未利用資源から、秘められた可能性を見つけ出し、スキンケアなどの製品を創出しています。



フロムロストウビューティー
ヘッドスパジェラート



フロムロストウビューティー
マルチボディババロア

→ p.40

環境配慮型原料の積極採用

【株式会社アジュバンコスメジャパン】

アップサイクル原料やエコサート・COSMOS認証原料を積極的に採用し、機能性や品質と環境負荷低減を両立。持続可能な社会の実現に貢献します。



環境配慮型原料を採用している
2025年発売品(nyu, muts)



環境配慮型原料を採用している
その他商品群

→ p.41

【コラム】 化粧品CFP算定ルール の策定

日本化粧品工業会（粧工会）は、2025年6月に環境省「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業（業界団体・企業群支援）」に採択にされました。サステナビリティ推進委員会で議論を重ね、2026年2月、「化粧品カーボンフットプリント（CFP）算定ルール」を策定・公表することができました。

環境省モデル事業参画の背景は次の2つです。

- 粧工会会員が、カーボンフットプリント算定に一步を踏み出せるようにする。
- 製品のライフサイクル全体での環境負荷が「見える化」され、化粧品を使う消費者が環境配慮型製品を意識するきっかけとなり、持続可能な選択が業界全体で促進される世界を目指す。

各社がCFP算定結果から製品のGHG排出量に関するホットスポット（排出量が特に多い箇所）を特定すること等で、環境配慮型製品開発の加速と環境負荷量削減の推進につながるものと考えています。



一人ひとりのために

人権・労働慣行

人権は、全ての人々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。

日本においては、2020年、「『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020－2025）」が公表され、企業の取組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。そして2025年12月、上記の行動計画の改定版が公表され、企業が事業における人権侵害のリスクを把握し、被害の防止・軽減を図る「人権デューデリジェンス及びサプライチェーン」など8つの分野が、「優先分野」として特定されました。

このように、指導原則に基づく企業の人権尊重の取組が、企業の持続的・安定的な成長に寄与し得る行動として位置付けられ、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ってきました。人権尊重に関する情報公開やステークホルダーとの対話は、企業が国際競争力を確保し、持続可能に成長するために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)

人材育成の知見を社会に還元

【P&Gジャパン合同会社】

2023年に日本での営業開始50周年を迎えた当社は、「社員こそが最も重要な経営資産である」という考えのもと、事業成長の源泉として世界中で活躍できる人材の育成に注力してまいりました。そして、これからの50年に向けて、当社の強みである人材育成の知見を社会に還元し、日本経済の成長の一助となるべく、2024年5月にP&Gジャパン初の無償の一般向けビジネススクール「P&G ビジネススクール」を開校し、2025年5月にすべてのプログラムを終了するまで、全五期を通じて約300名の方々にご参加いただきました。



プログラムの様子



P&G ビジネススクール

→ p.42

ISO45001(労働安全衛生マネジメントシステム)の取得

【岩瀬コスファ株式会社】

当社は中期経営計画に基づき「働きがいと働きやすさを両立させる制度構築」を推進しています。その基盤として国際規格ISO45001を取得し、労働災害リスクの低減と全従業員の心身の健康確保を追求しています。単なる法令遵守に留まらず、社員が主体的に安全活動へ参画する文化を醸成することで、人権を尊重し、最大限のパフォーマンスを発揮できる「安全・安心」な基盤を整え、持続可能な企業成長と社会への貢献を目指します。



ISO45001 取得



健康経営優良法人2025
認定取得
中小規模法人部門

→ p.43

購買力を社会変革の力に:ロレアルの「インクルーシブソーシング」

【日本ロレアル株式会社】

ロレアル・グループでは2020年にサステナビリティプログラムを一新し、「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」の傘の下、2030年に向けて野心的な目標をかかげ、推進しています。これらの目標は環境目標に留まらず、人権やコミュニティへの支援・参画にも及んでいます。

ロレアルの推進する「インクルーシブソーシング(包摂的かつ公正な購買活動)」を通じて、世界各地で社会的・経済的に困難な立場にいる人々への、雇用機会の創出を推進しています。

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE



→ p.44

みんなのために

消費者・コミュニティ

2025年は、過去最多を記録した2024年の訪日外国人数をさらに16%上回る約4268万を記録しました。これは、コロナ禍前の2019年(約3,188万人)を約1000万人上回る数です。インバウンド消費額も9兆4559億円となり、年間で過去最高を更新しました。

一方国内をみると、全国の子ども食堂は2025年に1万2601カ所となり、公立小学校の7割に該当する規模です。子どもののべ参加人数も過去最高の1732万人に達しました。またこども食堂の充足率(校区実施率)も39.69%で約4割となりました。人口減少や物価上昇が続く中でも、こども食堂を通じて地域のつながりを生み出そうとする市民の力が示された結果となりました。

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、企業側の様々な取組ができています。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、などを意識していく事を示唆されているのかもしれない。





みんなのために（消費者課題）(1)

あらゆる人が負担なく使用できる
ユニバーサルデザインの実現

【株式会社コーセー】

コーセーは、美を通じて人や社会の課題解決に向けた取り組みを行っています。

一人ひとりの生涯に彩りを与えるテーマ「多彩な美しさの尊重」は、多様なお客さまのニーズに応えるための商品やサービスを目指しています。

不自由を感じているお客さまからの声を活かし、すべての人が負担なく使用できる、閉閉性、視認性、可読性に配慮したユニバーサルデザインを開発しました。

ハイプレステージブランド『インフィニティ』の「ザリペア」ラインで採用しています。



ヒアリング会の様子



開けやすく取り出しやすい外箱

→ p.48

こども食堂を通したより良い
習慣づくりを啓発する活動の推進

【ライオン株式会社】

当社は、「オーラルヘルスケアの習慣づくり」と「自己肯定感の向上」を目指した「おくちからだプロジェクト」を、認定NPO法人全国こども食堂支援センター・むすびえとともに、2021年よりこども食堂を中心に推進しています。

体験プログラムでは、オーラルヘルスケアに関する情報をクイズ形式で楽しく学べる紙芝居や、自分だけのオリジナル歯ブラシをつくる工作(デコ歯ブラシ)、遊びながらオーラルヘルスケアについて学ぶことができるオリジナルゲーム(「はごろく」「もぐしゃか」「ハハハ」)などを通じて、子どもたちは歯と口に関する基本的な知識を習得するとともに、「褒められる体験」、「他者とコミュニケーションをとる体験」、「みんなで楽しく遊びながら学ぶ体験」をしています。



体験キットの紹介(一部)

→ p.49

自己表現としてのメイクの楽しさを伝える「KISSMEメイク部」

【株式会社伊勢半】

当社のコーポレートブランド「KISSME」は、ブランドメッセージ「私らしさを、愛する人へ。」を掲げ、「メイクはマナーではなく、自己表現のツールであり自由なもの」という想いの発信に取り組んでいます。

メイクに触れ、楽しさを知る機会の創出と、KISSMEの想いを伝えるため、2022年から「KISSMEメイク部」をスタートしました。メイクを始める年代として多い10代や、日ごろメイクに触れる機会の少ない男性に対し、部活や放課後のような友達との何気ない会話を楽しむような空間を通して、好きなメイクと一緒に見つけ出し、楽しさを知ってもらう場を目指して活動しています。



高校でのメイク部の様子



男性会社員向けメイク部の様子

→ p.50

みんなのために（消費者課題）(2)

誰もがメイクを楽しめる社会へ
—障がい・ジェンダーの多様性に配慮した
情報発信

【株式会社資生堂】

資生堂グループでは、年齢・性別・障がいの有無にかかわらず、誰もが化粧を通して自分らしく前向きに過ごせる社会の実現を目指し、当事者の視点に立った化粧情報の開発・発信に取り組んでいます。

その一環として、視覚障がいのある方や、トランスジェンダー女性・ノンバイナリーの方々など、従来の化粧情報では十分に答えきれなかったニーズに寄り添うメイク情報を制作・公開しています。



「自分らしさを彩る
メイクアップ講座」
の様子



ガイドメイクを実施する
当事者の様子

→ p.51

【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(2025年1月～):

- 持続可能な調達に関する参加型プログラム(第1回～第5回)
- NITE化学物質総合情報提供システムNITE-CHRIP説明会
- 容器包装に関するプラスチック使用量等調査
- プラスチック資源循環法 家庭用化粧品容器に関する設計認定に関する説明会
- 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(2024年度より)～
- 化粧品 カーボンフットプリント算定ルール説明会
～環境省 製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業～

みんなのために(コミュニティ参画)(1)

DE & I推進に向けた 学校・自治体との取り組み

【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、社内外におけるDE&Iの推進に取り組んでいます。教育機関や地方自治体と連携し、誰もが多様な個性を発揮しながら活躍できるよう、さまざまな取り組みや啓発活動を行っています。2025年度は、武庫川女子大学・昭和女子大学での講義、大阪府八尾市役所での男女共同参画研修、そして兵庫県姫路市のクリスマスイベントに参加しました。これらの取り組みを通じ、多様性を尊重する意識の醸成と、誰もが自分らしく活躍できる社会の実現を目指しています。



武庫川女子大学での
講義の様子



大阪府八尾市 男女共同
参画研修での講座の様子

→ p.52

地域に寄り添う化粧の取り組み 専任人材が広げる社会参加の可能性

【株式会社資生堂】

資生堂ジャパンでは、化粧の力を通じて人々の前向きな社会参加を支援するため、社会活動に専任で取り組む「ソーシャルエリアリーダー」「ソーシャルエリアパートナー」を配置しています。地域の特性や社会課題に寄り添いながら、高齢者向け化粧療法講座や外見ケアセミナーなど多様な活動を展開し、地域社会と連携した継続的な取り組みを進めています。



高齢者のための心身
リフレッシュ講座の様子



ソーシャルエリアリーダー

→ p.53

手話人材の活躍を広げる、 企業間連携によるキャリア支援

【株式会社資生堂】

資生堂は、手話を日常的に使っている障がいのある社員の活躍機会を広げる取り組みの一環として、2025年に美容業界を越えた手話交流会を開催しました。本交流会は、企業や職種を超えて手話を用いた接客・サービスに携わる人材がつながり、キャリア形成や職域拡大について考える場として企画したものです。当日は、スターバックス コーヒー ジャパン株式会社、ソフトバンクグループ株式会社が参加し、各社の取り組みや現場での工夫を共有しました。



業界を超えた手話人材による
キャリア交流会

→ p.54

みんなのために(コミュニティ参画)(2)

小児がん患者のご家族に スキンケアセットを提供

【オルビス株式会社】

オルビス株式会社は、9月の世界小児がん啓発月間にあわせ、特定非営利活動法人ジャパンハートとの協働で、小児がんと闘う子どもを支える「ご家族」に向け、スキンケアシリーズ「オルビスユー ドット」とUVケア「リンクルブライトUVプロテクター」をそれぞれ1,700個ずつ、全国の医療機関・施設に提供しました。この取り組みは、子ども支援を目的とした「ORBIS ペンギンリング プロジェクト」の一環で、看病に追われ自身のケアを後回しにしがちな家族の“心身のケア”を支援することと、小児がんへの理解が社会全体で深まり、支援の輪が広がることを目指しています。



流通センターでの
発送作業の様子



プレゼントを
受け取ったご家族

→ p.55

地域と次世代をつなぐ SDGs推進への取り組み

【株式会社シーエスラボ】

当社では、地域と次世代をつなぐサステナブルな取り組みとして、教育・体験型の活動を実施しています。地域小学校では総合的な学習の時間に社員が出向き、再生可能エネルギーの活用、障がい者雇用、地域名産品を活かした化粧品開発など当社のSDGs推進活動を紹介しました。また、中学生の職場体験では2日間にわたり工場見学や技術・秤量体験等を行い、働くことや町おこしへの理解を促進しています。さらに親子工場見学を通じ、化粧品製造工程や科学の学び、ものづくり体験の機会を提供しています。



中学生の秤量体験



親子で化粧品の科学講座

→ p.56

スポーツチームと連携した 地域の衛生教育活動

【ライオン株式会社】

当社は、バレーボールSV.LEAGUEに所属するジェイテクトSTINGS愛知と、地域の子どものための衛生教育を支援しています。この度、ジェイテクトSTINGS愛知によるバレーボール教室と当社衛生マイスターによる手洗いの衛生授業を、2025年7月に愛知県岡崎市立山中小学校において協働で開催いたしました。



衛生マイスターによる授業を
熱心に聞く子どもたち



オリジナルデザインを施した
『キレイキレイ薬用泡ハンドソープ』

→ p.57

みんなのために(コミュニティ参画)(3)

理工チャレンジ(リコチャレ)

【P&Gジャパン合同会社】

P&Gでは、生徒が理工系分野に興味・関心を持ち、理工系への進路選択を応援するために、内閣府男女共同参画局が中心となって行っている「理工チャレンジ(リコチャレ)」に、2021年より毎年参加しており、パンパースを生産するP&G明石工場において、工場ツアーや理系の仕事体験会などを実施しています。

「リコチャレ」は、主に女子生徒の理工系への進路選択を応援する活動ですが、P&Gではイクオリティ&インクルージョンの考えの下、男女問わず学ぶ機会を提供し、明石市内在住の全ての中学生を対象としています。



理工チャレンジ



P&G明石工場
夏のリコチャレ2025

→ p.58

親子向けSDGs講座 (キッズスキンケア)

【株式会社ファンケル】

紫外線・乾燥・花粉・大気汚染に加え、睡眠不足やストレスなどで肌トラブルが増えるなか、とくに子どもの肌はバリア機能が弱く成長期の皮脂分泌変化も大きいいため、早期から適切なケアが不可欠です。

そこでファンケルは桐蔭学園小学校の児童と協働し、約1年かけて、小学生のためのスキンケア製品「クリアアップシリーズ」を開発。

2024年12月に発売し、あわせて同製品を教材にした小学生向け・親子向け講座を学校や地域でスタートしました。子どものうちに正しいスキンケアを身につけ、将来にわたり健やかな肌を保ってほしいという想いで、肌の働きや正しいケア方法を実習を交えながら伝えています。



スキンケアをする親子



小学生のためのスキンケア
シリーズ「クリアアップ」

→ p.59

セルフケア アカデミー

【第一三共ヘルスケア株式会社】

セルフケア アカデミーは、SNSやAIなどの普及により、健康情報が過剰・錯綜する時代において、特に中高生を中心としたZ世代が“正しい情報を自ら見極め、自分の健康を主体的に守る力”を身につけることを目的としています。

偽・誤情報に振り回されるリスクが高まる中、日常の中で適切に判断し行動できる知識と習慣を育むことを目指しています。「自分自身で健康を守り対処できる力=セルフケア力」の大切さに気付き、身につけることで、誰もが健康であり続けることのできる社会づくりに貢献する取組みで、学校に直接訪問して実施する「出張授業」とWebコンテンツの「全国統一セルフケア検定」等を推進しています。



出張授業



セルフケア検定

→ p.60

詳細編



各会員の取組事例を、ひとつの事例につき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

ブランド価値を生かした
資源循環と環境保全への取り組み



コーセーは、伸長を続けるナチュラル・クリーンビューティ市場に向けて、和漢植物由来成分を配合するブランド『雪肌精』と、海由来の成分を配合するブランド『Prédia』から、肌や心の健やかさをサポートするホリスティックビューティを提案する新シリーズ「雪肌精 BLUE」と「Prédia BLUE」を2025年5月に発売しました。また独自のクリーンポリシー「BLUE:美しい地球を未来へ繋ぐ私たちの信念」を掲げ、人にも地球にも配慮したものづくりを進めています。

■ アップサイクル素材や環境に配慮したパッケージの採用、プラスチックの使用量削減に貢献

商品の原料として使用するハトムギエキスの製造過程において、通常は廃棄する「ハトムギのもみ殻」をアップサイクルし、容器に活用、ブランド内の循環を実現。また、日本産の素材を積極的に活用し、産地を開示しています。

キャップに
ハトムギのもみ殻を使用



バイオマスPETやメカニカル
リサイクルPEなどを採用



■ 使用済み容器の回収を実施

全国の取扱店舗にて使用済み空容器の回収「雪肌精 BLUE・Prédia BLUE Recycle Project」を実施。お客様とともに資源循環に取り組む仕組みを展開しています。



旗艦店には回収ボックス
を設置

■ 環境に配慮した店舗デザイン

OSBボード※の採用や壁面の一部には再生率30%のリサイクルガラスなど、サステナブルな素材を採用し、環境に配慮した店舗づくりを実施しています。什器や柱には、沖縄の海から採取された風化造礁サンゴを主原材料とした左官材を自然の土や鉱物からつくられる天然無機顔料にて着色、天然素材を使用。

※間伐材や端材を薄く削った木片を板状に重ねて高温圧縮成形した木質ボード。

参照URL:

<https://sekkisei.jp/site/p/philosophy.aspx>

■ 環境保全活動 雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクト

2025年に17年目を迎えた同プロジェクトは、新たに「雪肌精 BLUE」「Prédia BLUE」も対象に加わり、夏は沖縄のサンゴ植樹・保全活動の支援、そして冬は長野県白馬村のスキー場での再生可能エネルギー化への支援を行い、CO₂削減、温暖化防止に貢献しています。



SAVE the BLUE
Ocean Project



SAVE the BLUE
Snow Project

サントリーウエルネス
株式会社

環境負荷を抑える包材容器への
取り組みと自然原料への取り組み



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」を掲げ、をスキンケア商品の開発・販売を行っております。

2025年11月17日にリニューアルした女性向け「F.A.G.E」は容器にバイオマスプラスチックを採用し、付け替えのレフィルタイプを発売いたしました。商品をご使用いただくお客様のユーザビリティと環境負荷軽減のサステナビリティの両立を目指した商品展開をしております。



バイオマスプラスチック・エコレフィルを採用した容器

水を育むサントリー天然水の森の奥代山から、肌のうるおいに重要な成分を生むヤロウィア酵母を採取。自然の恵みや自然の生命力をお客様に還元できるように、化粧品成分へ応用。今後も、自然と人と響きあう製品を生み出していくべく、自然原料への取り組みを進めていきます。

奥大山の“サントリー天然水の森”



実際の酵母の採取の様子



大雨のなか、約50箇所採取した土の中から3株だけ奇跡的に発見!

サントリー天然水の森

参照URL:[【エファージュ】公式サイト - サントリーウエルネスオンライン](#)



癸巳化成株式会社

モノ作りプロセスの改善と革新による
価値創造と環境調和



天然色素の食品への応用検討から、高効率な高純度アントシアニン類の抽出法の確立を目指し、従来法に対して約20倍の回収率を有するポリマーゲル吸着素材を開発して、使用する吸着剤量、抽出溶媒量、処理時間の最小化を達成することに成功しています。日々の作業の観察からはじまる改善活動によって、高純度アントシアニン類といった高付加価値物質の回収と環境負荷を低減した新製法技術を確立しています。



高純度アントシアニン類の高効率回収法の確立(改善)

従来の化学合成法、天然物からの抽出法では作ることが出来ない、または、達成することが出来ないモノ・コトに対して新たにスマートセルによる高機能性素材の創出法の確立を目指しています。
創薬・先端医療分野では、動物細胞のセルバンク保管によって生物学的製剤の医薬品製造業許可を取得して、独自にバイオシミラーのプロセス開発に挑戦しています。
合成生物・バイオ分野では微生物細胞によって医療機器や再生医療に用いる高付加価値物質の量産化に成功しています。
次世代型グリーンテクノロジーとして、スマートセルを用いた革新的な製法に取組み、試行錯誤による改善活動をまわすことによって、新価値創造と環境調和の両立を目指しています。



スマートセルによる機能性素材の製造法の確立(革新)

参照URL:

<http://www.taketombo.co.jp/pharma/>

株式会社ナンバースリー

ゼロカーボンで新しいサロンの在り方



ナンバースリーは、2026年2月、プロフェッショナル向けヘアカラープロダクト「HUE Mirai 0/CL」および「HUE Mirai 3/NaB」において、国際規格 ISO 14068-1:2023 に準拠した製品単位でのカーボンニュートラルを達成しました。

これは、創業以来大切にしてきた WELLBEING の理念を基盤に、「リジェネラティブ&クリーンビューティ」を経営の中核に据えた取り組みの象徴的な成果です。

カーボンニュートラルは、ISO 14067 に基づき第三者機関によって検証された製品カーボンフットプリント(CFP)を根拠としています。原材料調達から神戸工場での製造工程までを対象としたクレードル・トゥ・ゲートのCO₂排出量の評価結果は、HUE Mirai 0/CLは 0.3865 kg CO₂e/本、HUE Mirai 3/NaB は 0.3395 kg CO₂e/本という数値が確認されました。これらの結果には、再生可能エネルギーの導入やカーボンキャプチャー素材を用いた包装材による排出削減効果が反映されています。

ナンバースリーは、エネルギー効率の向上、スマートウォッシングの導入、太陽光発電の活用、カーボンキャプチャー素材の採用など、CO₂排出量削減を最優先とする施策を着実に実行してきました。その上で、パイロット生産において残存したCO₂排出量については、Gold Standard認証のカーボンクレジットで完全にオフセットし、製品単位での実質ゼロ排出を実現しています。

さらにナンバースリーは、SBTi(Science Based Targets initiative)に整合したカーボンニュートラル・マネジメントプランを策定し、2030年までにScope1・2におけるCO₂排出量を42%削減、2050年までにScope1・2・3全体で90%削減を目標としています。ゼロカーボンファクトリーの実現を見据えた本取り組みは、単なる到達点ではなく、ナンバースリーが次の70年へと歩みを進めるための確かな礎となるものです。

参照URL: <https://www.no3.co.jp>



HUE Mirai カラー



カーボンキャプチャー素材を採用した
ブラシとカップ

株式会社
アジュバンコスメジャパン

製品売上に応じた植樹活動



アジュバンコスメジャパンはNPO法人環境リレーションズ研究所が推進する「Present Tree」プロジェクトに参画し、環境保全活動に取り組んでいます。2025年6月より、Re:>>>ブランドの売上1,000本につき1本の植樹を寄付する活動をスタートしました。

「Present Tree」プロジェクト

植樹予定地である東京都檜原村とは

「Present Tree」プロジェクトは、日本の森林再生と地域振興の同時実現をめざす取り組みです。

東京都檜原村は、東京都多摩地域にある豊かな自然に恵まれています。担い手不足により人と自然が共生する里山の維持が困難になりつつあります。そこで、都市部の人々と地域住民が協働して森を育むことで、生物多様性の保全や地域の活力維持に繋げ、持続可能な美しい里山づくりを目指す取り組みが始まりました。



Re:>>>ブランド

参照URL: <https://www.adjuvant.co.jp>



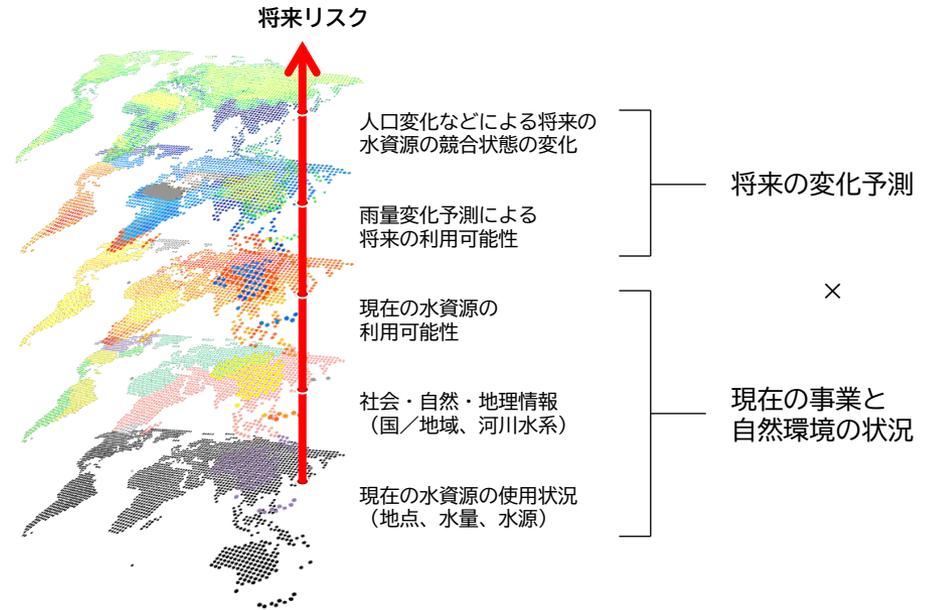


経済活動は、気候や自然の条件により様々な制約を受けます。たとえば、気候変動によって地球の気温が上昇すれば、大気中の水蒸気量が増え、台風が大型化したり集中豪雨が頻発化して洪水リスクが高まります。工場などの事業所が洪水にあえば、従業員の生命が危険にさらされたり、製造設備が損壊したりするのはもちろん、商品の生産や出荷にも大きな影響を及ぼします。原材料のサプライチェーンが世界中に網の目のように張り巡らされている現在では、自社の事業所だけではなく、世界のあらゆる地域で、こうした洪水のような気候変動に関わる事象が事業にとってのリスク要因となり得ます。

そこで資生堂では、2019年にTCFDに賛同表明をして以降、気候変動、自然、生物多様性に関するリスクとインパクトについて包括的な定性評価を実施し、そのなかでも重要度が高いと思われる洪水、水不足、熱波、花粉媒介者(ミツバチ)の減少といった物理的要因や、税制などの移行要因について定量評価に取り組んできました。IPCC第6次評価報告書、科学論文、貿易統計、農業統計など、可能な限り科学的な証拠に基づいた独自のリスク定量評価モデルを構築するとともに、構築した定量評価モデルに従ってリスクの計算を実行するアプリケーションを開発しました。自社の活動データをアプリ上に入力することで、現在と将来のリスクを金額として計算することができます。これにあわせて、ライフサイクル影響評価手法のひとつであるLIME3を用いることで、自社の経済活動が自然や社会に及ぼすインパクトについても、金額として算定しています。

こうした独自の評価モデルを開発したことにより、FSC認証紙やRSPO認証原料への切り替えといった当社が精力的に取り組んできたサステナビリティ活動によって、自然や社会に与えるインパクトをどれだけ小さくすることができたのか、その効果を可視化することができるようになりました。

評価結果は、算定条件とともに「資生堂 気候・自然関連財務情報開示レポート」で開示するとともに、気候学、水文学(すいもんがく)、ライフサイクルアセスメントなどの専門家と議論を重ね、最新の知見を取り込みながら定量評価モデルやアプリケーションを毎年アップデートさせ続けており、持続可能な化粧品事業の成長と持続可能な社会・地球環境の両立に貢献しています。



水リスク評価モデルのイメージ

参照URL: 2024資生堂 気候・自然関連財務情報開示レポート:
https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/env/pdf/risks_report.pdf

株式会社資生堂

資生堂5Rsを体現したパッケージ開発



当社では、気候変動や海洋プラスチックごみ問題を喫緊に解決すべきグローバルな環境課題であると捉え、サステナブルな製品開発の対応を強化しています。当社独自の容器包装開発ポリシー「資生堂5Rs^{※1}」を前提としたイノベーションを通じて、プラスチック製容器においては、2025年までに100%サステナブルな容器を実現する、という目標達成に向け、「つめかえ・つけかえ」容器によるリユースの促進、モノマテリアル化によるリサイクル可能な設計、素材の見直し、容器の軽量化などに取り組ましました^{※2}。更に、2030年に向けて、これまでのプラスチック製容器を対象とした目標から、ガラスなどの容器も含め、容器素材についてもリサイクル素材やバイオマス由来素材を積極的に活用し、これらの使用割合を15%まで高めるという目標を新たに設定しました。また、PET(ポリエチレンテレフタレート)を主な素材とするプラスチック製容器については、PCR(ポストコンシューマーリサイクル)素材の使用を30%とする目標を掲げ、更なる循環型ものづくりを推進していきます。

1926年に初の「つめかえ用」製品を発売して以来、当社ではスキンケア・メイクアップなど幅広いカテゴリーで「つめかえ・つけかえ」が可能な容器を開発してきました。「SHISEIDO」「クレ・ド・ポー ボーテ」「エリクシール」などの主要ブランドだけでなく、国内外全社をあげてさまざまなカテゴリーのブランドでサステナブルな容器への切り替えを進めています。

資生堂5Rs

2025年8月発売の「イプサ ME n 1~8」では、環境負荷を軽減する製造技術「LiquiForm®(リキフォーム)」をディスペンサーポンプ型容器として採用しました。現行品から容器単体のプラスチック使用量を約56%、CO₂排出量が約48%削減可能になっています^{※3}。また、2025年3月に発売の「SHISEIDO アルティミューン™ パワライジング セラム」では、パーツ点数の削減やガラスはリサイクルガラス15%以上使用するなど、重厚感を担保しながら20%軽量化に対応し、レフィルは、通常のパッケージと比較しプラスチック廃棄物が93%削減可能となりました。

本取り組みにより、公益社団法人 日本包装技術協会が開催する2025 日本パッケージングコンテスト(第47回)で、「イプサ ME n 1~8」が最高賞であるジャパンスター賞の経済産業大臣賞を、「アルティミューン™ パワライジング セラム」が包装部門賞を受賞しました。

今後も、製品ライフサイクルを通じた環境負荷低減に貢献するとともに、サーキュラーエコノミーの実現を目指していきます。

※1 容器包装開発ポリシー「Respect(リスペクト)・Reduce(リデュース)・Reuse(リユース)・Recycle(リサイクル)・Replace(リプレース)

※2 2025年実績は2026年発行予定のサステナビリティレポートにて開示予定

※3 リニューアル前後でのレフィル容器単体のプラスチック量と温室効果ガス排出量を当社にて比較。容器単体での温室効果ガス排出量について、SuMPO EPDで第三者検証を実施済(ISO14025に準拠)



「イプサ ME n 1~8」



「SHISEIDOアルティミューン パワライジングセラム」



株式会社日本色材工業研究所

サステナブル容器の開発： バイオマスプラスチックチューブ容器



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。2025年は多様なサンプル容器のうち、プラスチック製チューブ容器のサステナブル化を検討、胴部分にバイオマスPEを70%配合したチューブを選定し導入、顧客向けサンプルとして活用を開始しています。(協力:大和製罐株式会社様) 今後も足元から一歩一歩、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】バイオマスプラスチックチューブ容器の概要

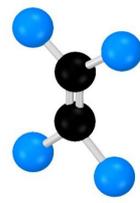
バイオマスプラスチックとは植物などの再生可能資源を原料として作られたプラスチックです。これの使用により、化石資源依存の低減、CO₂排出量の低減が可能です。しかし、バイオマスプラスチックは導入するうえで高コストであることや、石油由来プラスチックとの性能の差異が難点とされています。本容器では、サトウキビを原料としたバイオマスPEを使用しております。サトウキビは短い周期で育てることができ、継続的に生産できる再生可能材料です。また、CO₂を吸収するため気候変動の緩和に貢献します。製造工程としては、サトウキビを破碎して糖を含む液体を抽出し、発酵させエタノールを製造、これを原料にエチレンを経由して、バイオマスPEとします。使用後のバイオマスPEは従来の石油由来PEと同様にリサイクルも可能です。本容器はフードコンタクトグレードです。また、胴部分は右下図のように5層構造であり、印刷面である外層と、バルクと触れ、且つホットシール時の接着面である内層にバイオマスPEを100%使用しています。お客様への提案と同時に従来の石油由来プラスチック容器との機能性差評価を検証、バイオマスプラスチックチューブを使用した製品のスムーズな開発へ繋げていきたいと考えております。



サトウキビ



エタノール



エチレン



ポリエチレン

Sleeve is made from 70% biobased PE.



参照URL : <https://shikizai.com/sustainability/>

株式会社
アジュバンコスメジャパン

包装・販促物における環境配慮素材の
積極的採用



環境負荷の低い仕様を積極採用

アジュバンコスメジャパンでは、製品パッケージや印刷物において環境負荷を低減する仕様を積極的に採用しています。漂白加工を省いた未晒し紙を化粧箱や化粧袋に使用し、化学薬品の使用を抑えた仕様で自然な風合いを活かしながら、従来のパッケージの凹み・傷などによる返品・廃棄数を大幅に削減することに成功しました。さらに、植物由来成分を主原料としたベジタブルインキを印刷物に導入し、石油系資源の使用を減らしつつ品質を維持しています。



漂白加工のない未晒し紙を
化粧箱・化粧袋に採用
muts、Polish

業務用サイズスキンケア各品
漂白工程を省いた未晒し紙を採用。自然な風合いを活かしながら、製造時の化学薬品の使用を抑え、環境負荷の低減に貢献。2025年発売品はラベルレスへの切り替えでさらに環境負荷の低減に貢献しています。



環境負荷低減インキを使用した
印刷物への切り替え
カタログ・各種リーフレット

順次、植物由来成分を主原料としたベジタブルインキを使用した印刷物に切替。石油系資源の使用を抑えつつ、印刷品質を保ちながら環境負荷の低減に貢献しています。

FSC認証紙の積極採用

一部製品では、責任ある森林管理を保証するFSC認証紙を化粧箱やカタログ、各種リーフレットに採用し、資源の持続可能な利用を支援。環境保全への取り組みを推進しています。



TOUQU MELECT rafuna 化粧箱
カタログ・各種リーフレット

参照URL: <https://www.adjuvant.co.jp>

クラシエ株式会社

リサイクルポリエチレンを採用した
コンディショナーボトルの製品化



クラシエ株式会社(ホームプロダクツカンパニー)は、髪のうねり、くせ、パサツキの原因となる「髪のゆがみ」を整え、素直な髪へ導く「ディアボーテ HIMAWARI」から、人気キャラクター「ムーミン」とコラボレーションした「ランタンナイトの香り」の「シャンプー&コンディショナー」を2025年11月14日(金)に数量限定で発売いたしました。

従来このコンディショナーシリーズはバージンポリエチレンでボトルを製造していますが、今回リサイクルポリエチレン(PCR)を50%配合したリサイクル材を採用してバージンプラスチックを削減しました。

リサイクルポリエチレン(PCR)はリサイクル由来の臭いが採用の障壁になっていましたが、材料を選定する中で極めて低臭な物を見出し、採用に至りました。

今後は他製品のポリエチレンボトルにも展開できるよう検討を進め、バージンプラスチックの削減を目指します。



ディアボーテ オイルインコンディショナー
(ムーミン ランタンナイトの香り)

参照URL: https://www.kracie.co.jp/release/10192774_3833.html

株式会社
アジュバンコスメジャパン

プラスチック使用量の削減と
バイオプラスチックの採用

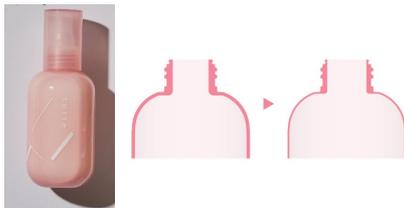


プラスチック使用量の削減

アジュバンコスメジャパンでは、製品の品質を維持しながらプラスチック使用量を減らす取り組みを進めています。具体的には、キャップの小型化、ボトル容器の厚みなど、性能や品質を保ちながらプラスチックを削減する方法を模索し、実現しています。さらに詰替用エコパックや付替ボトルを積極的に展開し、プラスチックごみの減容化に取り組み、環境負荷の低減を図っています。



**ループシアードカラー
1剤(ファッション・グレイ)**
カラー剤1剤キャップについて、従来品に比べ小型化することで、プラスチック使用量を削減しています。



muts totte スリークミルク
品質を保ちながらも容器ボトルの厚みを従来品※に比べて薄く、プラスチック使用量を削減しています。
※muts hair touch から過去に発売した同形状の2アイテムのこと



**ヘアケア・スキンケア等
各種詰替用エコパック/付替ボトル**
内容物保護と環境負荷低減を考えたプラスチック使用量の少ない詰替パウチや付替ボトルを、スキンケア・ヘアケア・ボディケア全般で、店頭品・業務用品ともに積極的に展開しています。

バイオプラスチックの採用

プラスチック使用量の削減と並行して、一部では植物廃棄物を再利用したバイオマスプラスチックをパーツに一定量配合したボトル容器やチューブ容器を採用し、品質を保ちながら環境負荷低減に貢献しています。



**TOUQU to tone
ローション・クリームジョン
muts ミルク・オイル**



**muts totte
スリークミルク
ボンディングジェル**

参照URL: <https://www.adjuvant.co.jp>

花王株式会社
株式会社コーセー

化粧品プラスチック容器の水平リサイクル



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。

2025年10月1日より、東京都・千葉県・埼玉県の「イオン」「イオンスタイル」約70店舗内に展開する花王ソフィーナとカネボウ化粧品、コーセーの各売り場に回収ボックスを設置し、お客さまに持参いただいた使用済み化粧品プラスチック容器を回収*1し始めました。今後、回収された容器から再生素材を生成し、それを再び、花王グループとコーセーの化粧品容器の一部に採用する、「化粧品プラスチック容器の水平リサイクル」に取り組んでいます。

花王はこれまで、2022年2月から7月にかけてイオンリテールと協働し、関東エリアの「イオン」「イオンスタイル」など約40店舗で使用済み化粧品プラスチック容器回収を実施してきました。その取り組みで、回収した使用済み化粧品プラスチック容器を水平リサイクルするまでのスキーム構築の検討を重ねてきました。そして、2024年5月には、回収した使用済み化粧品プラスチック容器を原料に、ケミカルリサイクル技術を用いて製造した再生素材を、スキンケアブランド「TWANY (トワニー)」の化粧水つけかえ容器の一部に採用し商品化に成功。数量限定で販売*2しました。

これまでの取り組みで使用済み化粧品プラスチック容器の回収スキームや規模の拡大、生産性やコスト効率の向上、生活者において、化粧品容器のリサイクル習慣が十分に浸透していないといった課題が化粧品業界には存在することがわかりました。

一方、コーセーでは、これまで直営店のMaison KOSÉ銀座やイオンの一部店舗で使用済み容器の回収を実施したり、ケミカルリサイクルPETを製品の容器に採用するなど、使用済み容器の循環にむけた取り組みを行ってきました。

花王とコーセーの協働の取り組みにより、回収エリアの拡大を行っています。それによって回収量の大幅な拡大が期待されます。あわせて水平リサイクルによる再生素材を採用した商品ラインアップのさらなる拡充につながるものと考えています。

今回の3社協働による取り組みを持続可能な社会実装モデルとして、「化粧品プラスチック容器の水平リサイクル」を各社一層推進してまいります。また、回収エリアについても順次拡大をめざし、将来的には、環境に配慮した持続可能な社会の実現に寄与するものとして、より多くの化粧品メーカーとの取り組みへと発展させてまいります。

*1 メイクアップ品(口紅・マスカラ・ネイル・ファンデーション・鏡つきコンパクトなど)、パウチ容器、ガラス容器、エアゾール缶、紙や木製素材は対象外になります。

*2 現在は販売されていません。



RECYCLE BOX

参照URL:<https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2025/20250925-001/>



株式会社ファンケル

プラスチック使用量削減の取り組み 「FANCL リサイクルプログラム」



「FANCL リサイクルプログラム」とは

このプログラムは、使用済みの化粧品容器を全国の店舗で回収し、障がいを持つ従業員が働く特例子会社のファンケルスマイルで容器の分別・洗浄・乾燥・粉碎を行った後、協力先のリサイクル会社で、マテリアルリサイクルという技術により植木鉢等にリサイクルする取り組みです。

2021年7月に6店舗でスタートしたこの取り組みは、2023年11月にすべての直営店舗で回収可能となり、多くのお客様にプログラムへの共感とご参加をいただいています。

これまで、お客様から回収した容器は、植木鉢、トートバッグやアクセサリーといった新たな製品にリサイクルしてきました。

将来的には、ケミカルリサイクル技術により、再び化粧品容器へリサイクルする「水平リサイクル」の実現を目指しています。

FANCL リサイクルプログラム

お客様

全国の直営店舗で
使用済みの化粧品容器を回収



回収

特例子会社 ファンケルスマイル

障がいのある従業員が
分別・洗浄等の作業を行う



マテリアル
リサイクル

地域

植木鉢等にリサイクルし
地域に寄贈



<リサイクル植木鉢を地域へ寄贈>

リサイクルした植木鉢は横浜市や地域社会へ寄贈し、花と緑あふれる街づくりにご活用いただいています。例えば、横浜市民の方が成人や結婚などの人生の節目を迎えられる際には、横浜市から贈られる苗木とともに、弊社のリサイクルした植木鉢も寄贈しています(人生記念樹施策)。さらに、「ガーデンネックレス横浜」などの取り組みにも参画しています。また、小学校では植木鉢を活用した環境講座を実施し、リサイクルや花や緑の大切さを伝えています。



<製品やプレゼント品へのアップサイクル>

容器回収にご協力くださるお客様への感謝の意を込めて、身近で使いやすい物に生まれ変わらせ、販売品やプレゼント品として活用しています。



化粧品容器から生まれたピアス

参照URL:<https://www.fancl.jp/recycleprogram/index.html>



ライオン株式会社

資源循環社会実現に向けたプラスチック製品の回収・リサイクル活動、10年間の実績



当社は、商品やサービスの提供にとどまらず、長きにわたり、啓発活動や情報提供等を通じて、生活者の歯とお口の健康維持に取り組んでまいりました。お口の健康維持の観点からもハブラシの月1回の定期交換を推奨していますが、それに伴い多くのハブラシが消費されることとなります（年間約4.5億本）。そこで、当社はハブラシを製造・販売するメーカーとして、プラスチックの資源循環および再利用を推進するために、2015年より使用済みハブラシを回収・リサイクルし、再資源化する取り組みを開始しました。生活に欠かせないプラスチック、それを廃棄するのではなく再び利用可能な形にすることで、環境負荷軽減と資源循環型社会への貢献を果たすことも、当社の責任であると考えています。

■取り組み内容とこれまでの回収実績

10年間のハブラシリサイクル活動で回収した使用済みハブラシは、27.0t(約216.8万本)に達しました。この活動を長期間にわたり継続できたのは、多くのステークホルダーの方々の協力があってこそです。そして、この活動を通じて築いたものは、産官学民のみなさまとの「共創」です。特に環境負荷の軽減活動において、個社だけでの実現は難しく、多くの方々と協力して推進することの重要性を再認識しました。

■今後の展望

私たちは誰もが使うハブラシを通じて、「健康な習慣づくり」と「捨てない習慣づくり」を促進する活動を引き続き推進します。この目標に向けて、自治体との取り組みに加え、教育現場でのハブラシリサイクル活動を展開します。子どもたちが幼いころから資源を大切に使い、再利用することを”当たり前”と感じられるよう、環境や資源の大切さを学び、体験するプログラムを推進します。さらに、回収したハブラシを質の高い再生樹脂にリサイクルする技術を開発し、その活用法についても取り組みます。



ハブラシ交換とハブラシリサイクルの考え方

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2025/4911>



株式会社ポーラ

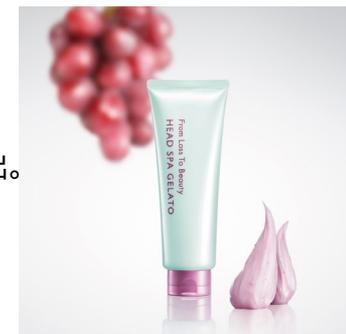
本来捨てられてしまう資源を美しさにつながる新しい価値へ。資源活用・地域活性で美しさの可能性を広げる



From Loss To Beauty(フロムロストウービューティー)は、“失われるものを美しさに変えていく”をコンセプトに、本来捨てられてしまう資源を、美しさにつながる新しい価値へと転換し、資源活用や地域活性、第一次産業の応援に貢献しながら、美しさの可能性を広げ、人・社会・地球の未来へつなげていくブランドです。自治体や大学など、産官学で連携し、地域に眠る未利用資源から、秘められた可能性を見つけ出し、スキンケアなどの製品を創出しています。

【フロムロストウービューティー ヘッドスパジェラート】 2025年4月発売

島根県特産のブドウ品種「神紅」の生産過程で、果実を成長させたり日光を当て色づけるために途中で摘み取られる未利用資源「副梢」(葉茎)から、島根県・島根大学・ポーラが産官学で連携し、シंकエキスを抽出。島根県は眠っていた資源の提供、島根大学はエキスの分析、そしてポーラはシंकエキスの抽出からプロダクト開発までを行い、誕生しました。うねりやパサつきなど大人の髪のエイジングケアに。ヘッドスパ・シャンプー・トリートメントの1品3役の頭皮・ヘアケア製品です。



フロムロストウービューティー
ヘッドスパジェラート

【フロムロストウービューティー メルティボディババロア】 2025年11月発売

高知県の清流のほとりに実る「ゆず」の未利用資源「さのう」に着目。産官学が連携し、「さのう」を活用した、「ゆずのさのうエキス」の抽出に挑戦し、しっとりとしたすこやかな肌に整えるボディ美容液を開発しました。今回着目したゆずの搾汁カス「さのう」は、使い道がなく、廃棄され、加工過程で1年の収穫量約10,000tのうち約3,600tを廃棄するため、廃棄の手間やコストもかかり、地域の課題となっています。高知県は眠っていた資源の提供、ポーラは、発酵を通して未利用資源を活用し、サステナブルな循環社会をつくるという理念をもつファーマンステーションに共鳴し、ともにエキスの抽出やプロダクト開発を、そして東京工科大学はエキスの検証・分析に取り組みました。



フロムロストウービューティー
メルティボディババロア

参照URL: [From Loss To Beauty | ポーラ公式 エイジングケアと美白・化粧品](#)



株式会社
アジュバンコスメジャパン

環境配慮型原料の積極採用



アップサイクル原料、エコサート原料、COSMOS認証原料の採用

環境負荷の低減と持続可能な社会の実現に向けて、原料選定においても環境配慮型素材を積極的に採用しています。製造過程で廃棄される副産物を有効活用するアップサイクル原料、国際的なオーガニック認証であるエコサート認証原料、さらに厳格な基準を満たしたCOSMOS認証原料を取り入れています。これらの原料は、性能や効果に加えて環境への負荷を軽減することが可能です。アジュバンコスメジャパンは原料の選定を単なる機能訴求や調達を重視した活動ではなく、製品の性能や安全性を重視した製品設計と同時に、地球環境への責任ある選択と捉えています。今後も、環境にやさしい原料の導入を拡大し、持続可能な製品開発を通じて、企業としての社会的責任を果たしてまいります。



nyu カラーケアトリートメント※1
muts totte スリークミルク※2

アップサイクル原料や、エコサート対応の環境配慮型原料を採用しています。機能性と安全性・品質を確保しながら、持続可能な社会の実現に貢献します。

※1シルク加工時の副産物を活用したシルクペプチド(ラウロイル加水分解シルクNa)[アップサイクル原料]
※2ビート根エキスとトウモロコシ由来の加水分解コーンスターチからなるサブプラタッチ[エコサート対応原料]



環境配慮型原料を採用しているその他商品群

参照URL: <https://www.adjuvant.co.jp>

P&Gジャパン合同会社

人材育成の知見を社会に還元



2024年5月に開校したP&Gジャパン初の無償の一般向けビジネススクール「P&G ビジネススクール(以下、当スクール)」は、想定を大きく上回る10,000件を超える応募の中から、全五期を通じて約300名の方々にご参加いただき、2025年5月にすべてのプログラムを終了いたしました。

P&Gの人材育成の基本には、社員一人ひとりの能力を最大限に発揮させるために実践されてきた、人材育成や自己成長を促進するためのP&G流の戦略的コミュニケーションがあります。

当スクールでは、戦略的コミュニケーションの手法が学べる「シン・コミュニケーション力習得プログラム」を、第一期から第五期を通じて「管理職向けコース」と「すべての方向けコース」の2コースにおいて無償提供いたしました。

「管理職向けコース」では、相手の行動変容を促して成果に繋げるための効果的な「フィードバック」と、部下が目指す目標に到達するための能力を最大限に引き出す「コーチング」の講義を提供し、「すべての方向けコース」においては、自分の可能性を広げる心構えである「成長思考」と、リーダーシップの心構えを持つことにより自己成長を促進する「リーダーシップ思考」の講義を行いました。



プログラムの様子

P&Gの「シン・コミュニケーション力」について

昨今、価値観の多様化や、デジタルコミュニケーションツールの発達などにより、日本社会における働き方や、コミュニケーションの方法は以前より多様化しています。当社では 30以上もの国籍の社員が働き、また20年以上前から在宅勤務を導入するなど、背景や価値観が異なる中で、多様な人々の能力を最大限発揮させるためのコミュニケーションに対する知見を有しています。また、AIを活用していくこれからの時代においては、目的や状況を明確化する能力がより必要になると言われており、そういった面からも戦略的コミュニケーション力の重要性が高まっていくことが考えられます。

こうした背景から、当スクールでは、P&Gが社員一人ひとりの能力を最大限に発揮させるために実践してきた戦略的思考やコミュニケーションの手法が学べる「シン・コミュニケーション力習得プログラム」を提供しました。P&Gの戦略的コミュニケーション「シン・コミュニケーション力」の特徴は、①相手の行動を促すための「コミュニケーションの目的」を常に明確にすること、②「どのように伝えるか (HOW)」だけでなく、「伝える相手(WHO)」を深く理解した上で「伝えるべきこと (WHAT)」を構築すること、③「個々の能力を最大限に引き出すための人材育成の基本」であることが挙げられます。また、シン・コミュニケーション力は、ビジネスシーンに限らず日常生活でも活用できるのも特徴です。



P&G ビジネススクール

参照URL: <https://jp.pg.com/newsroom/business-school/>

岩瀬コスファ株式会社

ISO45001の取得と「働きがい」の両立



製造・物流現場の特性に応じた 国際基準の安全マネジメント

当社は、化粧品・健康食品原料の商社でありながら、自社物流拠点(唐津ロジスティクス、つくば配送センター)や自社ファーム(唐津ウェルネスファーム)といった拠点を有しています。これらの現場で働く社員の安全を守るため、改めてリスクの洗い出しを行い、2025年4月、まずは大阪・東京本社にて労働安全衛生の国際規格であるISO45001を取得いたしました。単なる認証取得に留まらず、化学物質の取り扱い、機械操作といった現場特有の危険源を特定し、客観的なリスクアセスメントに基づく事故の未然防止体制を強化するとともに、月例の安全衛生委員会を通じて、現場の従業員が主体的に危険源を特定・改善する文化を醸成しています。

現場主導の安全衛生委員会と リスクコミュニケーションの徹底

「安全は全員参加で創るもの」という考えのもと、現場の従業員も参加する安全衛生委員会を毎月開催しています。
また唐津ウェルネスファームでは、9月の全国労働衛生週間を積極的に意識し、自主点検や作業環境の改善点、ヒヤリハットの報告・共有など、現場での担当者一人ひとりが安全衛生を意識する仕組みを取り入れています。
これにより、リスク情報を迅速に共有する体制が整い、作業動線の改善や保護具の適正化など、実効性の高い安全対策をスピーディーに実行しています。

参照URL:

<https://www.cosfa.co.jp/sustainability/social/work-environment/>
<https://www.cosfa.co.jp/news/20250822/>

DXによる安全性の向上と 多様な働き方を支える制度の融合

第10次中期経営計画の柱でもある「デジタル活用」は、安全性向上にも寄与しています。IT化による発注予測や資材管理の精度向上は、現場の突発的な業務負荷を軽減し、心身の余裕を生むことで作業ミスや事故の低減に繋がっています。これに併せ、復職者の声を反映した「育児休業復帰特別休暇」や定年延長(62歳)・再雇用制度(67歳)を運用。安全な職場環境という土台の上に、柔軟な働き方を重ねることで、全世代の社員がいきいきと活躍できるサステナブルな組織を目指します。



日本ロレアル株式会社

購買力を社会変革の力に：
ロレアルの「インクルーシブソーシング」



日本ロレアルを含むロレアルグループでは、企業の購買活動が社会に与える影響を重視し、2010年より「インクルーシブソーシング」を開始しました。これは、原材料の調達から包装、物流、各種サービスに至るまで、サプライチェーン全体において包括的に「経済的・社会的弱者の雇用」を条件に組み込むものです。

【2024年度実績】:

■1,245のプロジェクト ■69ヶ国で展開 ■106,298名の雇用創出 ■39,840の女性をエンパワメント

【主な取り組み】

雇用機会の創出：仏政府指定の経済脆弱地域(FRR)にて、主要サプライヤーと連携し雇用を創出。アルゴンヌ地方の拠点では、ヘアカラー用チューブ製造を通じて2024年に137名の雇用を支援しました。購買力を活用し、地域経済の自立と格差是正に貢献しています。日本国内では、女性経営者が代表をつとめるサプライヤーの起用や、倉庫業務における高齢者の積極的な雇用などに取り組んでいます。

ジェンダー平等の推進：原材料の生産地において女性の協同組合などと直接取引を行い、生活の質の向上と教育機会の提供に寄与しています。

レジリエントな供給網の構築：多様な価値観を持つ小規模生産者や社会的企業と連携することで、変動の激しいグローバル市場における調達の安定性と透明性を高めています。

ロレアル・フォー・ザ・フューチャー(2030年サステナビリティ目標)目標の達成に向けて：グループ全体で、世界で10万人の雇用創出を目指すこの取り組みは、SDGs(持続可能な開発目標)の「貧困をなくそう」「働きがいも経済成長も」に直結しています。



事例@ロレアルグループ

参照URL: [L'Oréal Groupe: More details about the L'Oréal Inclusive Sourcing Program](https://www.loreal.com/en/our-approach/inclusive-sourcing)



ポーラ化成工業株式会社

化粧品成分の安全性評価における
シミュレーションモデルを活用した取り組み



化粧品成分の安全性評価において、国際的に注目されている次世代リスク評価(NGRA: Next Generation Risk Assessment)の普及を目指し、動物実験に依存しない革新的な評価手法の開発に取り組んでいます。NGRAは、ヒトにおける安全性を科学的根拠に基づいて予測することを目的とし、倫理的配慮と科学的信頼性を両立する新しい評価体系です。

当社はこの理念に基づき、オープンソースソフトウェアを活用した血中濃度シミュレーションの有用性を検証しました。血中濃度シミュレーションは、化粧品成分が体内でどのように吸収・分布・代謝・排泄されるかを予測する技術であり、従来の動物実験に代わる評価モデルとして注目されています。これにより、ヒトにおける曝露量を定量的に把握し、より正確な安全性評価が可能になります。

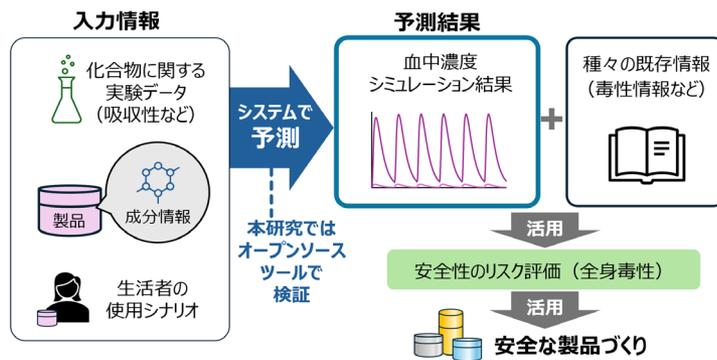
この取り組みは、製品開発の迅速化やコスト削減に寄与するだけでなく、動物福祉の観点からも大きな意義を持ちます。さらに、国際的な規制動向やサステナビリティの潮流に沿った評価手法を導入することで、業界全体の信頼性向上にも貢献します。当社は、科学的な革新を通じて社会に価値を提供し続けることを使命とし、今後もNGRAの実装に向けた研究を推進してまいります。

なお、本研究は日本動物実験代替法学会において優秀演題賞を受賞し、学術的にも高く評価されました。

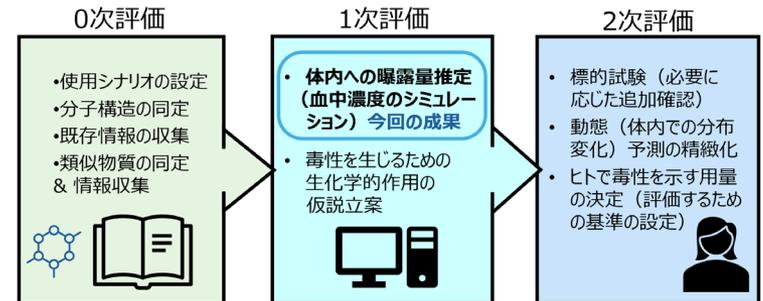
次世代リスク評価では

既存情報やヒトにおけるシミュレーションなどを組み合わせ、「どのくらい暴露されるか(血中濃度)」を起点に現実的なリスクを数値化する

さまざまな情報を元にシミュレーションを行い安全性リスク評価に役立てる



血中濃度シミュレーションの活用イメージ



全身毒性評価における次世代リスク評価

最初からすべての評価を行うのではなく、折簡便で低コストな評価からスタートし、段階的に必要なデータや評価を積み上げていく階層的アプローチを採用。

参照URL:

https://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20251201.pdf



岩瀬コスファ株式会社

GCNJ「コレクティブ・アクション2030」
参画による「公平な働き方」とDEIの実現

中計戦略としての「働きがいと働きやすさ」の両立と Well-being

当社は国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン(GCNJ)の「コレクティブ・アクション2030」に署名し、公平な働き方の実現を宣言しました。2026年度からスタートする第10次中期経営計画においても、当社は「人材・組織」を成長の源泉と位置づけ、「働きがいと働きやすさを両立させる制度構築」を基本戦略として掲げています。性別やライフステージにかかわらず、一人ひとりの強みや個性が最大限発揮され、全従業員がWell-being(ウェルビーイング)を実感できる「公平な労働環境」の整備をトップコミットメントのもと推進しています。

デジタル活用による業務効率化と「長時間労働を前提としない」風土

ウェルビーイング実現の土台として、中期経営計画の柱の一つである「デジタル活用(IT化・DX)」を強力に進めています。市場動向の把握や高度な発注予測、資材管理のシステム化により、抜本的な業務効率化を断行しました。毎週水曜日の「ノー残業デー」を定着させ、私生活を犠牲にする「長時間労働を前提としない働き方」確立に向けた取り組みを推進しています。仕事とプライベートの相乗効果(ワークライフ・ミックス)を生む環境を整えていきます。

現場起点の「公平性(Equity)」を重視した独自制度の拡充

働く場所や時間に制約がある社員が公平に力を発揮できるよう、現場の切実な声を積極的に制度へ反映しています。育休から復職した社員の「子供の急な通院や生活リズムの変化に柔軟に対応したい」という要望を形にし、時間単位で取得可能な「育児休業復帰特別休暇」を新たに制定しました。また、定年を62歳へ引き上げ、希望者は67歳まで継続して活躍できる再雇用制度も運用しています。これらの施策を通じ、ケア役割を持つ社員やシニア層など、多様なバックグラウンドを持つ社員が「自分らしく、長く働ける」組織文化を醸成してまいります。



賛同企業によるラウンドテーブルにて
社長の岩瀬よりご挨拶

参照URL:

<https://www.ungcnj.org/ca2030/fairness/action.report.html>

花王株式会社

皮脂RNAモニタリング技術を応用し、
自分の肌に合う化粧品との出会いを創出

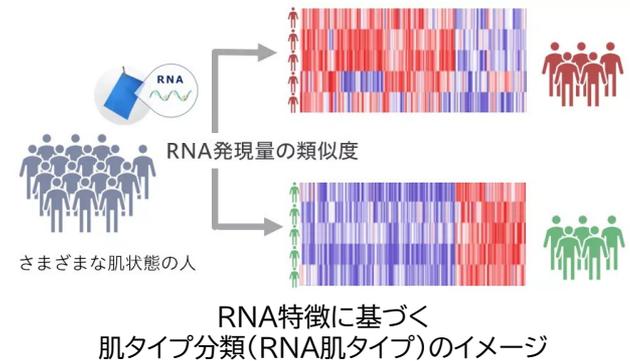


皮脂RNAモニタリング技術

花王は、長年の研究開発で培ってきた皮脂RNAモニタリング技術を基盤に、生活者の肌状態を把握する新たな指標の社会実装を進めています。本技術は、皮脂中のRNA発現情報を解析し、肌状態や身体状態の理解につなげるものです。従来のRNA解析技術と異なり、非侵襲的な手法となっているのが特長になります。

RNA肌タイプの発見

皮脂RNAモニタリング技術を用いて、多数の方の皮脂RNAを解析すると、RNA発現量が異なる2つのタイプ(RNA肌タイプ)が存在することが分かりました。さらに、RNA肌タイプが異なると、同じスキンケア品を使用しているにもかかわらず、その商品に対する評価(肌への効果実感)が異なることが分かりました。この結果から、RNA肌タイプを考慮することで、自分の肌に合う化粧品との出会いを創出することを目指しています。



サービス実装(肌遺伝子モード判定)

花王・アイスタイルでは、このRNA肌タイプを顔画像などの非侵襲的な情報から簡便に推定できる(肌遺伝子モード判定)技術を開発しました。この技術は、アイスタイルの”@cosme”や、花王の”SOFINA 肌id”に搭載され、生活者は自身の肌遺伝子モードに基づいて、自分に合った化粧品と出会う体験が可能となっています。

RNA共創コンソーシアム

さらに、花王・アイスタイルを始めとする7社で設立した「RNA共創コンソーシアム」では、これらの取り組みを美容業界のみに留まらない、セルフケア市場全般に普及させる取り組みを進めています。

これらの取り組みは、生活者満足度の向上に加え、ミスマッチ購入の抑制による商品廃棄削減を通じて、環境負荷や温室効果ガス排出の低減にも寄与します。企業間共創によるイノベーションを通じ、美容・健康分野における持続可能な社会価値の創出を目指しています。



AI解析
肌遺伝子モード判定
(顔画像解析)イメージ



肌遺伝子モードに合わせた
商品提案(SOFINA SYNC+)

参照URL:

<https://www.kao-kirei.com/ja/official/sofina-syncplus/> (SOFINA SYNC+)
<https://www.rna-co-creation.jp/> (RNA共創コンソーシアム)

株式会社コーセー

あらゆる人が負担なく使用できる
ユニバーサルデザインの実現



コーセーは、中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner」の中で、その人らしい美しさを大切にするために、「多彩な美しさの尊重」をテーマとして掲げています。その実現のため、年齢、性別、身体的な特徴、文化などを超えた多様なお客さまのニーズに応える商品やサービスを提供する独自の指標、“アダプタビリティ∞(エイト)”を定めています。

Adaptability ∞

- 誰も取り残さない
- ジェンダーにとらわれない
- 多様な文化へ溶け込む
- 誰もが心地よい表現を使う
- あらゆる肌と髪に向き合う
- 個々のポリシーに寄り添う
- 使いやすい、分かりやすい
- 幅広い世代の垣根を超える



■ヒアリング会の様子

商品デザイン部ではあらゆる人に「キレイをもっと自由に」楽しんでほしいという想いから、社会貢献活動として実施した“脳卒中障がい者のためのメイクセミナー”に参加し、容器に関するヒアリングを実施しました。そのセミナー参加者の声を、容器や外箱などに活かした『インフィニティ』のスキンケアライン「ザリペア」を2025年9月に発売しています。

ユニバーサルデザインで実現する「多彩な美しさの尊重」

【取り組み内容】

■底面に滑りにくい素材を採用

底面にエラストマー樹脂を使用することで、片手でキャップを開閉することを可能に。さらに既存品の半分の回転数で開閉できるネジキャップを採用。また、スパチュラ立てを付加することで衛生的に収納できます。



■開けやすく取り出しやすい外箱

力が弱い方でも開けやすいよう、側面のミシン線から開封できるように。また、容器を持ち上げることなく取り出すことが可能に。



■視認性・可読性を高めた書体に変更

スマホのような小さい画面でも見やすいよう、ほどよい丸みを施すことで、お客さまに優しく寄り添うようなイメージを表現しています。



ユニバーサルデザインは、特定の方だけではなく、さまざまな理由で感じる「使いづらさ」を解消するインクルーシブ・イノベーションです。今後も世界中のあらゆる人の多様なニーズに応えながら消費者課題の解決に取り組んでいきます。

参照URL:<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000693.000041232.html>

ライオン株式会社

こども食堂を通したより良い習慣づくりを啓発する活動の推進



■「おくちからだプロジェクト」の概要

当社は「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する(ReDesign)」をパーパスに掲げ、サステナビリティ領域における重要課題のうち、事業・社会ともに影響度が高い「健康な生活習慣づくり」を最重要課題に特定し、オーラルヘルスケア分野では、予防歯科習慣づくりを推進しています。その中で、「オーラルヘルスケアの習慣づくり」と「自己肯定感の向上」を目指した「おくちからだプロジェクト」を、認定NPO法人全国こども食堂支援センター・むすびえとともに、2021年よりこども食堂を中心に推進しています。

体験プログラムでは、オーラルヘルスケアに関する情報をクイズ形式で楽しく学べる紙芝居や、自分だけのオリジナル歯ブラシをつくる工作(デコ歯ブラシ)、遊びながらオーラルヘルスケアについて学ぶことができるオリジナルゲーム(「はごろく」「もぐしゃか」「ハハハ)などを通じて、子どもたちは歯と口に関する基本的な知識を習得するとともに、「褒められる体験」、「他者とコミュニケーションをとる体験」、「みんなで楽しく遊びながら学ぶ体験」をしています。

■活動実績

2025年10月末までに、全国のこども食堂2,600カ所まで延べ13万人以上の子どもたちにこの体験プログラムのキットを提供しました。

・成果1. オーラルヘルスケアの習慣化 体験プログラムに参加1ヵ月後の1日の歯みがき回数が全体的に増え、1日3回歯をみがく子どもは 41.7%→55.0%へ増加しました。また、参加した子どもたちの約75%において、歯みがきが楽しい習慣へと変化しました。面倒だけど必要な生活習慣が楽しくなることは、習慣の定着に繋がる必要な要素だと考えています。

・成果2. 自己肯定感の向上 自己肯定感測定のための設問を新たに構築し、対話形式のインタビューで検証を実施しました。自己肯定感を構成する4つの要素(自尊感情、自己有用感、他者信頼感、自己効力感)に基づく対話をプログラム実施前後で比較し、「数値的」に自己肯定感の変化を捉えました。その結果、子どもたちの行動の変化もみられ、調査対象者全員の自己肯定感がプラスに転じたことが確認できました。



体験キットの紹介(一部)



自己肯定感の変化

参照URL: https://doc.lion.co.jp/uploads/tmg_block_page_image/file/11018/20251106.pdf



株式会社 伊勢半

自己表現としてのメイクの楽しさを伝える
「KISSMEメイク部」

当社のコーポレートブランド「KISSME」は、ブランドメッセージ「私らしさを、愛する人へ。」を掲げ、「メイクはマナーではなく、自己表現のツールであり自由なもの」という想いの発信に取り組んでいます。

メイクに触れ、楽しさを知る機会の創出と、KISSMEの想いを伝えるため、2022年から「KISSMEメイク部」をスタートしました。メイクを始める年代として多い10代や、日ごろメイクに触れる機会の少ない男性に対し、部活や放課後のような友達との何気ない会話を楽しむような空間を通して、好きなメイクを一緒に見つけ出し、楽しさを知ってもらう場を目指して活動しています。

「KISSMEメイク部」 in 愛知商業高校

2025年5月に愛知県の愛知商業高校で実施した「KISSMEメイク部」では、メイクに触れるきっかけをつくり、「好きなメイクを楽しむ」ことを目的として、参加した生徒さんにトレンドメイクを体験していただきました。眉の形やアイラインの描き方など特徴的なポイントを説明しながらフルメイクに挑戦し、新しい自分の発見やメイクの楽しさを実感していただきました。校則でメイクが禁止される学校も多い中、同校の「愛商オフィスカジュアルデー」に合わせて実施することで、生徒が自らの意思でスタイルを選び、自己表現の幅を広げる機会となりました。



KISSMEメイク部の様子

男性向け「KISSMEメイク部」

男性のメイク需要は年々増加傾向にあるものの、メイクアップはスキンケア等と比べると、まだ取り入れている男性は少なく、発展途上といえます。そこで、日頃メイクに触れる機会の少ない男性に向け、初めて「KISSMEメイク部」を実施しました。

2025年12月に都内企業で開催し、20代の男性社員がベースメイクや眉メイク、リップメイクに挑戦。「少しメイクをただけで印象が変化した」「今後もメイクをしたい」という前向きな感想が多く寄せられました。

このほか、2023年から実施する「眉毛ホームルーム」も、眉メイクをテーマにした特別授業として行われ、2025年12月には初の男子校開催として、武相高校(神奈川)で開催。

当社の「ヘビーローテーション カラーリングアイブロウEX」を使った眉メイクをレクチャー。初めてメイクに挑戦する生徒さんが、緊張しながらも楽しく取り組む様子がみられ、性別を問わずメイクを楽しめることを伝える機会となりました。

伊勢半では今後も、「自己表現のツールであり自由なものとしてのメイク」を楽しんでいただけるきっかけとなるような活動を継続していきます。



男性向け「KISSMEメイク部」の様子

参照URL:<https://www.isehangroup.jp/news/20250530/856/>
<https://www.isehangroup.jp/news/20260203/916/>

株式会社資生堂

誰もがメイクを楽しめる社会へ
—障がい・ジェンダーの多様性に配慮した情報発信

資生堂グループでは、年齢・性別・障がいの有無にかかわらず、誰もが化粧を通じて自分らしく前向きに過ごせる社会の実現を目指し、当事者の視点に立った化粧情報の開発・発信に取り組んでいます。

その一環として、視覚障がいのある方や、トランスジェンダー女性・ノンバイナリーの方々など、従来の化粧情報では十分に伝えきれなかったニーズに寄り添うメイク情報を制作・公開しています。

トランスジェンダー女性・ノンバイナリーの方に向けたメイクアップガイドの制作

2025年6月には、トランスジェンダー女性・ノンバイナリーの方々が抱える化粧に関する悩みや不安に寄り添い、自分らしい魅力を引き立てることを目的として、『自分らしさを彩るメイクアップガイド』を公開しました。

本ガイドの制作にあたっては、LGBTQ+支援団体の協力のもとアンケートやインタビューを実施し、当事者の方々の声を丁寧に反映しています。内容は、資生堂ビューティークリエイションセンター所属のヘアメイクアップアーティストが監修し、これからメイクを始めたい方にも分かりやすい構成としました。

顔立ちや肌づくりの基本から、眉・目もと・口もとといったパーツごとの悩みに応じたテクニックを紹介しています。

さらに、本ガイドを活用した「自分らしさを彩るメイクアップ講座」を開催し、当事者の方々が実習を通じて、自分らしい美しさをメイクで表現する体験の場も提供しています。



「自分らしさを彩るメイクアップ講座」の様子

視覚障がい者向け「ガイドメイク」の開発と情報提供

資生堂ジャパンでは、視覚に障がいのある方がご自身の手指を“ガイドライン”として活用し、鏡に頼らずにメイクができる独自の化粧法「ガイドメイク」を開発し、「資生堂 ライフクオリティー ビューティーセミナー」のメニューとして提供しています。

2025年12月には、この「ガイドメイク」をより多くの方に手軽に体験していただくことを目的に、ハンドブック『資生堂 視覚障がい者のためのガイドメイク』を公開しました。



ガイドメイクを実施する当事者の様子

これら二つの取り組みに共通するのは、当事者の声を起点に情報を設計し、「使える」「試せる」形で社会に届けるという姿勢です。

資生堂グループは今後も、一人ひとりの多様な背景や価値観を尊重し、化粧を通じて自分らしく生きることを後押しする情報・機会の提供に取り組んでいきます。

※各ガイドはPDF形式で公開しており、他社・団体の皆さまにも取り組み内容をご覧ください。

参照URL:

[自分らしさを彩るメイクアップガイド](#)
[資生堂 視覚障がい者のためのガイドメイク](#)

株式会社コーセー

DE & I推進に向けた学校・自治体との取組み



教育機関や地方自治体との連携を通じ、
誰もが多様な個性を發揮しながら活躍できる社会を目指した取組みや啓発活動の推進

コーセーは、中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner」における重点課題のひとつとして、一人ひとりが個性を發揮し、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。社内のみならず、教育機関や地方自治体と連携することで、一人ひとりが自分らしく力を發揮できる社会の実現を目指しています。

学校

自治体



昭和女子大学
「ソーシャル・イノベーション概論」

当社が人や社会に対して
どのような考えのもと、どの
ような取組みを行っている
かをはじめ、サステナビリティ
活動について講義でご紹介。



武庫川女子大学
「コスメバンクボランティア」

経済的困難下にあるひとり
親世帯の女性に化粧品を届ける
「コスメバンクプロジェクト」
の梱包作業を武庫川女子大学
の学生とともに実施。



兵庫県姫路市
「Hitotoki Christmas」

クリスマスイベントにてブースを
出展。“わたし”だけの香りをつくる
ワークショップや、香りや
使用感の違いを試せるハンド
クリームバーの設置など、多様性
理解につながる取組みを実施。



大阪府八尾市
「男女共同参画研修」

「誰もが個性を發揮し輝ける社会をつくるために」をテーマに、
当社のDE & Iを広げるための
取組みのご紹介や、香りの
ワークショップを開催。

株式会社資生堂

地域に寄り添う化粧の取り組み
専任人材が広げる社会参加の可能性



資生堂グループでは、化粧の力を通じて、一人ひとりが自分らしく前向きに社会と関わることを大切にしています。その考えのもと、資生堂ジャパンでは、地域社会や自治体と連携しながら社会活動に専任で取り組む社員として、「ソーシャルエリアリーダー」「ソーシャルエリアパートナー」を配置しています。日本国内では、7名のソーシャルエリアリーダーと43名のソーシャルエリアパートナーが、それぞれの地域特性や社会課題に向き合いながら活動を展開しています。

社会活動に必要な知識や技術を身につけ、地域の声に耳を傾けながら、きめ細かな活動の企画・実行を担っている点が特長です。2025年には、累計2,524件の社会活動を実施し、そのうち約40%が新たに立ち上げた活動でした。地域ごとのニーズに応じて活動内容を更新しながら、新しい社会参加のきっかけづくりに取り組んでいます。

具体的な取り組みとしては、高齢者の方を対象とした化粧療法講座や、がん治療中の方に向けた外見ケアセミナー、視覚障がいのある方へのガイドメイク講座のほか、学生や社会人を対象とした身だしなみ講座などがあります。化粧や身だしなみをきっかけに、自信を取り戻し、社会とのつながりを感じてもらうことを目的としています。また近年は、地域社会との連携をより深めるため、自治体との協定を通じた取り組みも進めています。健康づくりやウェルビーイングに関する啓発、情報発信などを通して、地域に暮らす人々のより健やかな生活を支援しています。こうした活動は、専任人材が地域に寄り添い、継続的に関係性を築くことで成り立っています。



ソーシャルエリアリーダー



高齢者のための心身リフレッシュ講座の様子



警察学校における身だしなみ講座の様子

参照URL: [資生堂ライフクオリティービューティーセミナー | 資生堂](#)



株式会社資生堂

手話人材の活躍を広げる、
企業間連携によるキャリア支援



資生堂は、障がいの有無にかかわらず、一人ひとりが自分らしく能力を発揮できる社会の実現を目指し、事業活動の中で多様な人材が活躍できる環境づくりに取り組んでいます。

その一例として、2024年には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「Online Beauty」を開始しました。本サービスでは、手話を日常的に使っている障がいのある社員が、資生堂パーソナルビューティーパートナー(PBP)として勤務し、手話を含む最適なコミュニケーションスタイルで美容カウンセリングを提供しています。こうした業務を通じて、障がいのある社員が専門性を発揮しながら活躍する一方で、手話を用いた接客に携わる人材同士が、企業や業界を越えて経験や知見を共有する場の必要性も見えてきました。

2025年に美容業界を越えた手話を用いた接客に携わる人材のキャリア交流会を開催しました。企業や職種の枠を超えてつながりを持ち、今後のキャリア形成や職域拡大について考える機会として企画したものです。

本交流会には、スターバックス コーヒー ジャパン株式会社、ソフトバンクグループ株式会社が参加し、各社の現場での取り組みや工夫を共有しました。手話を用いた接客やサービスの実践例について意見交換を行い、参加者にとって新たな視点や気づきを得る機会を提供しています。

資生堂は今後も、事業活動を通じて多様な人材が活躍できる環境づくりを進めるとともに、企業間の連携やネットワークづくりを通じて、誰もが自分らしく働ける社会の実現に貢献していきます。



手話キャリア交流会の様子

参照URL: [オンラインビューティーパートナー \[オンライン総合美容相談\] | Beauty Key \(ビューティーカー\) by Shiseido/資生堂](#)

オルビス株式会社

小児がん患者のご家族にスキンケアセットを提供



■背景 | 看病に向き合う家族のセルフケア課題

小児がんと闘う子どもを支える家族は、付き添いや看病による心身の負担が大きく、自身のケアを後回しにしがちな状況にあります。治療が長期化するほどストレスや疲労が蓄積し、心の余裕を保つことが難しくなるという課題があります。

■目的 | 家族の心身の負担軽減と前向きな気持ちの支援

看病に向き合う家族の心身の負担を少しでも和らげ、自分自身を労わる時間を持つきっかけを届けることを目的に本取り組みを実施しました。日常のスキンケアを通じて、気持ちを整え、前向きになれる時間の創出を目指しています。

■取り組み内容 | スキンケア・UVケア製品の無償提供

世界小児がん啓発月間にあわせ、協力団体を通じて、小児がんの子どもを支える家族に向け、スキンケアおよびUVケア製品を全国の医療機関・施設へ無償提供しました。本取り組みは、顧客参加型の寄付を原資とする「ペンギンリングプロジェクト」の一環として実施されています。



流通センターでの発送作業の様子



プレゼントを受け取ったご家族

■反響 | スキンケア品を提供したご家族からのお声

スキンケアセットを提供したご家族からは、特定非営利活動法人ジャパンハートを通じて沢山の反響をいただきました。

- ・子どもの病気で孤独を感じる毎日。でも、応援してくれる人がいると思うと、前を向けます。
- ・こんなにも疾患を持つ親のことまで考え行動してくれている人達がいることに言葉では表せないほど感謝しています。
- ・オルビスさんが未来ある子ども達のために国内外の様々な活動をされていることを知りました。病気と闘う子どもを支えるには親が精神的に強く前向きでいることが大切だと思っています。リフレッシュして笑顔で子どもに接することができるよう是非使わせていただきます。

■「ORBIS ペンギンリング プロジェクト」について

『ORBIS ペンギンリング プロジェクト』では、お客様が保有されているオルビスポイントを、特定非営利活動法人キッズドア(所在地:東京都中央区、理事長:渡辺由美子)及び特定非営利活動法人ジャパンハート(東京都台東区、理事長 吉岡春菜)を通じて、子どもたちを支える活動に寄付しています。

また、特定非営利活動法人子供地球基金(所在地:東京都港区、理事長:鳥居晴美)とコラボレーションするオリジナル商品をお客様が購入いただくことで、その商品の売上の一部が子供地球基金を通して世界中の子どもたちのために役立てられます。



参照URL:

<https://www.orbis.co.jp/contents/sustainability/index>

株式会社シーエスラボ

地域と次世代をつなぐSDGs推進への取り組み



株式会社シーエスラボでは、「地域とともに成長する化粧品メーカー」を目指し、環境・社会・教育の観点から持続可能な社会の実現に向けた取り組みを行っています。特に次世代育成および地域連携を重視し、以下の活動を実施しています。

①地域小学校への出前授業

地域小学校の総合的な学習の時間において、社員が学校へ出向き、出前授業を実施しました。児童が「自分たちの暮らす地域と企業の関わり」を理解できるよう、当社の具体的な取り組みを分かりやすく紹介しました。

【主な内容】

- ・会社紹介
- ・SDGsの取り組み紹介
- ・グループワーク



小学校での出前授業

②中学生の職場体験受け入れ

地域中学生を対象に、2日間の職場体験学習を受け入れています。製造業・化粧品業界への理解だけでなく、「働くこと」「地域で仕事をする事」「SDGsと産業のつながり」を学ぶ機会として実施しています。

【主な内容】

- ・工場見学
- ・技術体験、秤量体験
- ・前準備室作業体験
- ・ワークショップ



中学生の前準備室作業体験

③親子工場見学会の実施

地域住民との交流および化粧品産業への理解促進を目的に、親子参加型の工場見学会を開催しています。製造工程を映像・実地見学の両面から体験し、安全・品質管理の重要性や化粧品の科学的側面を学べる内容としています。

【主な内容】

- ・製造工程の映像視聴
- ・工場見学
- ・化粧品の科学講座
- ・ハンドクリーム作り体験講座



親子で化粧品の科学講座

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

ライオン株式会社

スポーツチームと連携した地域の衛生教育活動



当社は、バレーボールSV.LEAGUEに所属するジェイテクトSTINGS愛知と、地域の子どもたちの衛生教育を支援しています。この度、ジェイテクトSTINGS愛知によるバレーボール教室と当社衛生マイスターによる手洗いの衛生授業を、2025年7月に愛知県岡崎市立山中小学校において協働開催いたしました。

■ジェイテクトSTINGS愛知との取り組みの背景

ジェイテクトSTINGS愛知は、2024-2025シーズンよりSV.LEAGUEに所属するバレーボールチームで、愛知県岡崎市をホームタウンとしています。ジェイテクトSTINGS愛知は、当社と連携し、「キレイキレイファミリー」と、チームの公式ロゴでデザインしたオリジナルラベルの『キレイキレイ薬用泡ハンドソープ』を作製しました。地域貢献の一環として、作製したハンドソープを、ホームタウンの岡崎市をはじめ、刈谷市、碧南市、西尾市、豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、大府市、半田市、東海市、日進市の計12市の小中学校等へ2024年12月より寄贈しています。この活動を契機に、当社とジェイテクトSTINGS愛知は、協働で岡崎市立山中小学校にて出張授業を開催することとなりました。当社は製品を通じて、より多くの地域へ「キレイの輪」を広げられるよう、引き続き衛生習慣の定着に取り組んでまいります。

■今後について

当社グループは、「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する(ReDesign)」というパーパスを起点に、「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」という経営ビジョンの実現に向けた中長期経営戦略フレーム「Vision2030」に基づき、事業活動を展開しています。「大切な人を守る清潔・衛生行動」を定着化させるために、今後も他企業や自治体等と連携しながら、啓発活動を継続してまいります。当社は、このような取り組みを中心に、清潔・衛生習慣の5億人への提供を目指してまいります。



オリジナルデザインを施した『キレイキレイ薬用泡ハンドソープ』



衛生授業終了後に山中小学校バレーボールチームの皆さんと撮影した集合写真

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2025/4948>



P&Gジャパン合同会社

理工チャレンジ(リコチャレ)



ジェンダー平等推進における社外での取り組み

P&Gでは、生徒が理工系分野に興味・関心を持ち、理工系への進路選択を応援するために、内閣府男女共同参画局が中心となって行っている「理工チャレンジ(リコチャレ)」に、2021年より毎年参加しており、パンパースを生産するP&G明石工場において、工場ツアーや理系の仕事体験会などを実施しています。

「リコチャレ」は、主に女子生徒の理工系への進路選択を応援する活動ですが、P&Gではイクオリティ&インクルージョンの考えの下、男女問わず学ぶ機会を提供し、明石市内在住の全ての中学生を対象としています。

P&G明石工場「夏のリコチャレ2025」イベントを開催

「P&G明石工場 夏のリコチャレ(理工チャレンジ)2025～パンパースの生産工場で理系の仕事を体験しよう～」を8月20日～21日の2日間、開催しました。(共催:明石市インクルーシブ推進課、協力:あかし女性応援ネット)



理工チャレンジ



P&G明石工場 夏のリコチャレ2025

リコチャレは内閣府男女共同参画局が中心となって取り組まれている活動であり、主に女子生徒の理工系進路選択を応援するために毎年夏に全国の企業、大学などにて開催されています。P&G明石工場ではイクオリティ&インクルージョンの考えの下、男女問わず学ぶ機会を提供し、誰もが理工系の仕事体験を通してその分野の楽しさを知り、興味・関心を広げ、将来の進路選択をできるように明石市内在住の全ての中学生を対象としました。

今年は5回目の開催となり、2日間で合計26名の中学生がパンパース生産ラインを見学し、小グループに分かれて品質検査、機械メンテナンス、バーチャルリアリティーなど理系の仕事を体験しました。参加した中学生のアンケートから、普段できない体験ができてよかった、理系職業への関心が高まった、ものづくりの楽しさに気づいたなどの感想が寄せられ、大変有意義なイベントとなりました。

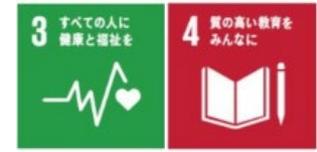


イベントの様子

参照URL:<https://jp.pg.com/newsroom/Riko-challe-2025/>

株式会社 ファンケル

親子向けSDGs講座(キッズスキンケア)



肌不調の増加への対処

私たちの肌は、紫外線や乾燥、花粉、大気汚染などの外的要因や、睡眠不足やストレス、生活習慣の乱れなどによる内的要因により、肌あれのリスクが高まっているといわれています。

また、子どもの肌は大人よりバリア機能が弱いため、紫外線や花粉、ブルーライトなど外的要因によるダメージを受けやすいといわれています。

特に、小学生の肌は、生活習慣、食生活、身体の成長やホルモンバランスの変化による影響を受け皮脂分泌が大きく増え、調子の悪さを感じやすくなります。そのような変化の大きな時期に、肌の状態に合ったスキンケアをすることが、肌悩みの少ない健やかな肌を育むことにつながります。

桐蔭小学校の児童とともに考えた"子どものスキンケア"

ファンケルは、子どもたちに肌の状態を正しく伝え、スキンケアへの意識を高めることが必要と考え、桐蔭学園小学校の5年生とともに"子どものスキンケア"について考える講座を2023年度にスタート。

ファンケルの従業員が講師を務め、スキンケアの大切さを学び、商品デザインの協創や子どものスキンケア促進のアイデア開発、情報発信に取り組みました。約1年の講座を通じて、児童の声を反映させ、製品の色は誰もが使いやすい水色、容器は力が弱い子どもでも自分で使えるポンプ式にするなど「キッズフレンドリー設計」にしたスキンケア製品が2024年12月に誕生しました。



スキンケアの実験をする桐蔭小学校の児童

ファンケルSDGs講座(キッズスキンケア講座)

桐蔭学園小学校の児童の声を反映して開発したキッズスキンケア「クリアアップシリーズ」を活用した小学生向けのスキンケア講座を2024年12月から開始し、小学校や地域ケアプラザなどで実施しています。

講座では、環境が肌に及ぼす影響や肌の働き、子どもの肌の特徴、適切なスキンケアの方法について学んだ後、洗顔とスキンケアの実習を行います。

夏休みなどの長期休暇期間中には、親子向け講座も行っています。参加した保護者の方からは、「子どもにも大人にも分かりやすく、楽しかった」「子どもの洗顔方法がわからなかったが、肌の水分量を測り、スキンケアの重要性を改めて感じた」「子どもたちがスキンケアや化粧品に興味を持ったようだった」「学校で教えてもらえないことが学べて楽しそうだった」などたくさんの嬉しい声をいただいています。

今後も、子どもたちの健やかな肌を守るため、この活動を継続していきます。



スキンケアをする親子の様子

参照URL: <https://fancl-kanagawa-sdgs.jp/>



第一三共ヘルスケア
株式会社

セルフケアアカデミー
①出張授業 ②全国統一セルフケア検定



●出張授業

SNSの普及により健康に関する情報も氾濫する現代において、中高生に対し、正しいセルフケア知識を身につけ、情報を自ら見極める力=ヘルスリテラシーを育むことを目的に、出張授業を行っています。
中高生はスマートフォンを持ち始める時期で、偽情報・誤情報に触れやすく、健康に関する判断を誤るリスクが増えています。授業では「自分の健康を自分で守る」という考え方を軸に、日常生活の中でセルフケアを実践できる力を育て、将来にわたって健康と向き合う姿勢を育むことを目指しています。

全国の高校を対象に、探求学習形式でセルフケアを深く理解する出張授業を展開しています。授業は12コマほどで、OTC医薬品の正しい使い方やスキンケアのHow toなど、学生の日常に密着したテーマを取り上げ、対話を通じて実践的な知識を習得できる構成となっています。また、SNSなどで見た健康情報を鵜呑みにせず、正確な情報を自ら選び取る判断力を養う内容としています。さらに、学びをアウトプットする機会として、自分たちで動画を制作し、同世代にセルフケアを広める「セルフケアアンバサダー」の活動も実施し、セルフケア文化を広げる取り組みを推進しています。



授業風景、動画発表風景

●全国統一セルフケア検定

いま必要な正しい知識を身につけ、自分らしいセルフケアを始めるきっかけづくりを目的に2025年10月に公開したのが、全国統一セルフケア検定です。
自分自身の健康を守る力、すなわち“セルフケア力”を測ることができる検定形式のWebコンテンツです。

薬の知識から、食事・運動・生活習慣・美容までの5つのカテゴリから出題される全15問に回答。正解とともに詳しい解説が提示されることで、セルフケアに関する間違った情報や巷で流れているうわさに惑わされない、正しい知識が楽しく学べます。問題の中には、スキンケアに関する問題もあり、日頃のケアに役立つ内容になっています。
結果は全17タイプに分類され、自身の得意・苦手な分野を知ることができます。パソコン・スマートフォンから誰でも手軽に無料で受検でき、約3分で完了します。特にヘルスリテラシーがまだ十分でない若年層やデジタルネイティブ世代にとって、日常の中で正しい情報を身につけるきっかけとなることを目指しています。



全国統一セルフケア検定トップ画面、キャラクター、検定結果

参照URL:[全国セルフケア検定](#)

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	亀岡 千佳
	楠田 倫子	小和田 みどり*	瀬戸 洋一	田中 直樹
	中野 愛美*	西山 将司	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*	山口 英夫
	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木川 雄太郎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/>

