

日本化粧品工業連合会

サステナビリティ指針及び解説編

2015年8月

日本化粧品工業連合会

サステナビリティ指針

2015年8月

1. はじめに

「将来の世代の欲求を損なうことなく、現在の世代の欲求も満足させるような開発」と定義される持続可能な発展の実現(サステナビリティ)は、世界的な重要課題となっており、各国政府、市民や、あらゆる産業界の貢献が求められています。各企業にとっても、サステナビリティへの取り組みは、事業活動の発展に不可欠な要件となっています。

日本化粧品工業連合会(粧工連)及びその傘下団体の会員企業は、長年に亘り化粧品の安全性の確保や環境の保全などに様々な取り組みを行ってきました。持続可能な社会の実現に向けては、社会、環境及び経済面を、より一層総合的に考慮する必要があります。

本指針では、化粧品を製造販売する企業が関与すべき分野のうち、①消費者課題、②環境、③人権・労働慣行、④コミュニティへの参画の4つを設定しました。

会員企業は、これらの分野における活動の重要性を認識し、事業のバリューチェーン全体(原材料調達、製造、物流、使用、廃棄の全ての段階)を見渡した自主的な活動方針を策定・実践します。

これらの活動を通じて、環境や社会への影響を考慮し、生産と消費のパターンを変えながら、コミュニティの中で生きる人々に、美しさと豊かさを提供するという化粧品産業の使命を果たします。

また、実践にあたっては、説明責任、透明性、倫理的な行動、ステークホルダーの利害の尊重、法や国際行動規範の尊重、人権の尊重などの社会的責任の原則を常に念頭におく必要があります。

粧工連会員企業は、自らの事業の環境や社会への影響を把握し、持続可能な発展の実現に向けて、活動を実践します。

2. 消費者課題

2-1. 商品の品質・安全性の確保と、QOLの向上をめざした商品開発の推進

安全で高品質であることを前提とし、お客様の声に応えるために生活と心の豊かさをめざした商品開発を推進します。

2-2. お客様への適正でわかりやすい商品・サービスの情報提供

お客様が適切に商品を選択していただくため、適正な情報をわかりやすく提供します。

2-3. お客様からの問い合わせへの適切な対応と、お客さまのご意見による改善の推進

お客様から、商品やサービスに対する問い合わせや苦情が寄せられた場合には、誠実かつ迅速な対応を行います。お客様の声を真摯に受け止め、商品やサービスの改良・改善および開発にいかします。

2-4. 個人情報の適切な管理

お客様をはじめとする個人情報は、適正に管理し、不適当な利用および漏えいや紛失などが生じないように最大限の配慮をします。

3. 環境

3-1. 美しさの実現と環境配慮が共存した商品やサービスの開発

お客様の美しさを実現すると同時に、商品のライフサイクル全体で、地球温暖化の防止、生物多様性の保全、持続可能な資源の利用や廃棄物の削減といった、環境や生物・資源

に対する負荷の最小化をめざし、より環境に配慮された商品やサービスの開発に取り組みます。

3-2. 事業活動における環境負荷低減および環境保全活動

化粧品製造販売業等の事業活動が環境に与える影響を考慮して、環境に関する法令を順守し、更に重要性および優先順位の判断に基づく、自主的な環境負荷低減および環境保全に取り組みます。

4. 人権・労働慣行

4-1. 人権の尊重

人権や労働に関連する法令や国際ルールの順守はもとより、一人ひとりの個性を尊重し、人種、皮膚の色、性別、年齢、言語、財産、国籍または出身国、宗教、民族または社会的出身、政治的見解やその他の見解、障がい、健康状態、性的指向などによるすべての差別や虐待を行いません。さらに、事業影響の及ぶ範囲において、人権侵害に加担することのないように十分な注意を払います。

4-2. 性別にとらわれない労働環境の整備

性別にとらわれず、誰もが働きやすい職場づくりをめざし、仕事と家庭の両立や、男女ともにやりがいを持って、心身が健康で働き続けられる労働環境を整備します。

4-3. 対話の促進

職場において、労働環境や労働条件に関する話し合いが行える仕組みを設け、組織と従業員双方にとって有益な職場づくりを推進します。

5. コミュニティへの参画

5-1. コミュニティとの対話

事業を行う地域において、共生・共栄を強く意識し、その地域の発展や利益に貢献するために、地域社会との対話によって相互理解を深めます。

5-2. コミュニティへの貢献

地域における事業の発展により、雇用の創出や所得の向上に寄与するとともに、教育や文化活動の支援等により地域の発展に貢献します。特に、化粧品製造販売等を行う事業者として、各社の特色を活かした活動を行います。

(以上)

日本化粧品工業連合会

サステナビリティ指針
解説編

2015年8月

1. はじめに

1-1. 背景

最近、「サステナビリティ」という言葉が良く使われますが、どういう意味なのでしょう？

“私は、来たるべき全ての世代のために、
世界中の飢えに苦しむ子供たちのために、
行き場もなく死んでいく無数の動物たちのために、ここに話しに来ました。”
“どうやって直すのかがわからないなら、壊すのを止めて下さい”



1992年に、当時12才のセヴァン・スズキが、リオデジャネイロで開催された「環境と開発に関する国連会議（地球サミット）」で行ったスピーチは会場に大きな感動を与えました。ここではサステナビリティの考え方がわかりやすく表現されています。

あり余るモノを大量に消費する国もあれば、飢えに苦しむ多数の人々を抱える国もあります。70億人の世界の人々が豊かな暮らしをするためには、貧しい国の経済発展や社会開発を進める必要があります。一方では、地球の資源には限りがありますし、環境や多様な生物種を護らなければ、将来の世代にわたって人類が生存していくことはできません。すなわち、将来にわたって、地球規模で経済的・社会的発展と環境の保全を両立させ、安全で快適な生活を実現していくことが、「サステナブル・ディヴェロップメント（持続可能な発展）」であり、その考え方が「サステナビリティ」です。

1987年の国連の報告書の中で、“将来世代の欲求を満たす可能性を損なうことなく、現在の世代の欲求を満足させるような開発”として、持続可能な発展の概念が提唱されました。その後、上述の地球サミットで採択された、「リオ宣言」、「アジェンダ21」の中で、サステナビリティの環境・経済・社会の3つの側面が明確に示され、貧困撲滅、生産消費形態の変更や天然資源の保護などの行動計画が策定されました。10年後の2002年にヨハネスブルグで開催されたサミットでは、アジェンダ21の内容を実施するための指針「ヨハネスブルグ実施計画」が採択され、これに沿った国際的な取り組みが続けられています。

国内では、例えば2010年の「化学物質審査規制法（化審法）」の改正は、人の健康や環境への影響を最小化するというヨハネスブルグ・サミットでの国際的な合意に沿った内容になっています。また、2012年には、持続可能な社会を目指した「第4次環境基本計画」が策定されました。

では、こうした世界的な動きに企業はどう対応していけば良いのでしょうか？

2000年頃から、企業活動に関わる環境や労働問題への関心の高まりをきっかけに、企業の社会における行動に注目が集まり、自発的に社会的責任（SR）を果たしていくことが求められるようになりました。各企業の取り組みは、事業活動の社会的成果の一部とみなされています。

国連は企業などの取り組みを促すために、組織が社会の良き一員として行動し、持続可能な発展の実現を目指す取り組みの枠組みである「グローバル・コンパクト」を2000年に発足させました。

2010年には、企業などの組織を対象とする国際規格「社会的責任に関する手引書（ISO26000）」が制定されました。ここでは、組織の目的は、社会的に責任ある行動をし、持続可能な発展に貢献することとしています。この内容は、経団連の「企業行動憲章」と「実行の手引き」にも大きく取り入れられました。

本指針では、手引書で示されている分野のうち、私たちの業界全体に関係の深い「消費者課題」、「環境」、「人権・労働慣行」、「コミュニティへの参画」を取り上げています。

化粧品とサステナビリティの関わりは？

化粧品は美と健康と心の豊かさを提供する製品であり、グローバルで世代を超えた生活の質の改善を目指すサステナビリティの実現とは切り離せない価値を持っています。洗うことで髪や肌は清潔を保つことができ、スキンケアは、外界からのバリア、免疫や代謝の機能を担う肌の健康を維持し、UVケアにより肌は紫外線から守られ、美しく魅力を増すメイクアップは、社会性を高め、高齢者にも社会活動への参画を促します。人々の健康と生活の質（QOL）の向上に貢献する化粧品を、環境や社会に配慮した事業活動を通じて提供することにより、持続可能な社会を実現していくことは、化粧品産業に対する社会からの信頼を高め、業界や企業が成長していく上での必須の要件となっています。

海外に目を向けますと、欧州化粧品工業会は、2010年に「化粧品産業のサステナビリティ基準」などの文書を作成し、WEBセミナー等を通じて中小企業を含む会員企業の活動を支援しています。

また、米国化粧品工業会も、「米国パーソナルケア製品産業の経済的・社会的貢献」、「サステナビリティ原則」、環境・社会・経済面での業界の現状や各社の取り組みへのリンクなどをホームページに掲載しています。

1-2. 目的

粧工連は、会員各社それぞれの事業形態や関連分野に合った自主的な取り組みの推進を支援し、業界を挙げ率先して持続可能な社会の実現に貢献し、社会からの尊敬と信頼を築いていくことを目指しています。

日本の化粧品産業として、持続可能な社会の実現に貢献し信頼を得るためには、すべての会員企業が経済、社会、環境の各側面において関与する課題を特定し、ステークホルダーと連携しながら、それらの課題に対応していくための取り組みを事業活動の中に融合していかなければなりません。本指針と解説は、各企業の、持続可能な発展の実現に向けての課題設定と対応する活動の実施を支援することを目的としています。



2. 消費者課題

2-1. 商品の品質・安全性の確保と、QOLの向上をめざした商品開発の推進

安全で高品質であることを前提とし、お客様の声に応えるために生活と心の豊かさをめざした商品開発を推進します。

◆商品の品質・安全性の確保

【解説】

お客様に満足して商品をご使用いただき、商品や企業への信頼を得るためには、品質と安全性の確保に万全を期すことが前提となります。これらは『医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(医薬品医療機器等法)：旧「薬事法」』で規制されており、また2009年に消費者庁が設置される等、消費者の安全に係わる政策も強化されています。

品質と安全性の確保を確実に継続していくためには、商品の開発・生産・販売後のフォローに至る全てのプロセスにおいて、ルール・基準を明確にした管理体制を構築し、運用の維持・継続的改善を実践する等の仕組みが求められます。

【参考情報】

〔日本化粧品工業連合会 会員専用ホームページより〕

- ・「化粧品の製造管理及び品質管理に関する技術指針（化粧品GMP）：ISO22716」の運用を支援するための「運用留意事項」、「各種手順書」、「Q&A」
- ・「化粧品等製造販売業 品質管理業務指針（GQP指針）」
- ・「化粧品の安全性評価に関する指針（2008年版・2015年版発行予定）」
- ・「化粧品等製造販売業 製造販売後安全管理業務指針（GVP指針）」

◆QOLの向上をめざした商品開発の推進

【解説】

お客様や社会からの期待を的確に捉え、生活と心の豊かさ(QOL)の向上をめざした商品開発を推進し、新たな付加価値やお客様との共通価値を創造することが、持続可能な発展への寄与に繋がります。

【アクションプラン例】

①モニタリング体制の確立

ライフスタイルが多様化するお客様の満足度調査や社会とのコミュニケーションを通じて、ニーズや期待を把握し、商品にフィードバックするための仕組み。

②高齢者・障がいのあるお客様に対するユニバーサル・デザインの採用

触覚識別表示、読みやすい書体(フォント)、

易開封性容器の開発、等

③途上国などの BOP 層(※1)向け商品の提供

小口商品の提供、等

(※1)BOP 層 : Base of the Economic Pyramid 層

一人当たり年間所得が 2002 年購買力平価で 3,000 ドル以下の階層であり、全世界人口の約 7 割である約 40 億人が属するとされる。



【世界の所得ピラミッド】

出所) THE NEXT 4 BILLION(2007 World Resource Institute, International Finance Corporation)より経済産業省作成

2-2. お客様への適正でわかりやすい商品・サービスの情報提供

お客様が適切に商品を選択していただくため、適正な情報をわかりやすく提供します。

【解説】

お客様がお求めになる化粧品を、自主的かつ合理的に選択していただくために、必要な情報を適正に、分かりやすく提供することが必要です。情報提供には、商品自体への表示のほか、広告・宣伝、商品ポスター・カタログ、Webサイト、等の多様な媒体を含みます。

不当な顧客誘引を防止し、お客さまによる自主的・合理的な選択、及び事業者間の公正な競争を確保することを目的とした業界のルールが、「化粧品の表示に関する公正競争規約（化粧品公正取引協議会）」に定められています。

【アクションプラン例】

下記の対応を確実にするため、社内ルールやチェック体制の構築、社員教育、等が求められます。

- ①関係法令、業界自主基準・ガイドラインに則った適正な表示・広告
- ②ご使用方法を分かりやすく表示（必要に応じて図解）
- ③誤使用や危険な使用に対する注意、警告、危険、などを目に付きやすい方法で表示
- ④高齢者、障がいのあるお客様、等に配慮した視覚や聴覚に訴えた情報の提供、等

【参考情報】

〔日本化粧品工業連合会ホームページ「自主基準・ガイドライン」より

<http://www.jcia.org/n/biz/gl/>

- ・「化粧品等の適正広告ガイドライン」（適正な広告のためのガイドライン）
虚偽・誇大とならない事実に基づいた適正な広告を行うため。
- ・「化粧品の全成分表示記載のガイドライン」
粧工連が定めた化粧品の全成分表示を行うためのルール。
- ・「医薬部外品の成分表示に係る日本化粧品工業連合会の基本方針」
粧工連が定めた医薬部外品（薬用化粧品など）の全成分表示を行うためのルール。

〔化粧品公正取引協議会ホームページより <http://www.cftc.jp/kiyaku/kiyaku.html>〕

- ・化粧品の表示に関する公正競争規約

〔日本化粧品工業連合会 会員専用ホームページより〕

- ・「容器包装識別表示等に関する化粧品業界のガイドライン」
資源有効利用促進法に基づく
化粧品等の容器包装の適切な
識別表示のため。



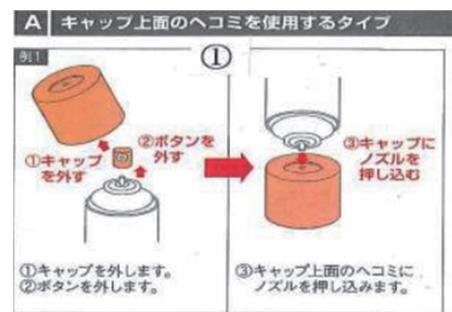
【触覚識別表示】

- ・「洗髪料及び身体用洗浄料容器の触覚識別表示」
高齢者や障がいのある方への配慮として、シャンプーとリンス、及びボディソープの中身を区分するため。
- ・エアゾール製品の「ガス抜きキャップ」統一呼称表示
中身排出機構の利用促進、お客様が理解しやすいものとするため。



イラスト出所：JIS S 0021

【ガス抜きキャップのタイプ例】



2-3. お客様からの問い合わせへの適切な対応と、お客様のご意見による改善の推進

お客様から、商品やサービスに対する問い合わせや苦情が寄せられた場合には、誠実かつ迅速な対応を行います。お客様の声を真摯に受け止め、商品やサービスの改良・改善および開発にいかします。

【解説】

お客様からの化粧品等の使用方法に関する問い合わせや、製品不良・使用後の皮膚や毛髪のトラブル等に関する苦情対応は、その商品やサービスだけに限らず企業の社会的な信頼性にもかかわるため、誠実・適切な対応を速やかに実施する必要があります。

また、緊急な対応を要する事故やトラブルが発生した場合は、速やかに経営層に報告し、企業として適切な処置と再発防止策を講じることが必要です。

お客様の声は、商品やサービスの改良・改善、QOLの向上をめざした商品開発に有用な情報となり得るため、お客様から寄せられた情報を社内で共有できる体制が必要です。

【アクションプラン例】

適切なお客様対応ができるよう、窓口担当者への継続的な教育・訓練や、お客様の声を社内共有する体制を整備し、商品やサービスの改良・改善、商品開発に活用することが、顧客満足の向上にもつながります。

①お客様対応窓口の設置、連絡先の明確化

フリーダイヤルなどを設置し、商品・ホームページなどにて案内

②お客様対応の社内システムの確立

迅速・適切に対応するための業務マニュアル・フローの整備

③対応者の教育を実施する

対応マニュアルの整備、対応内容のモニタリングの実施、等

④お客様情報の管理

対応状況の進捗管理、対応履歴を記録したデータベースの構築

⑤お客様の声を社内共有できる体制の構築

商品やサービスの改良・改善、開発に反映

⑥ホームページに、お客様からの問い合わせ

F A Q (Frequently Asked Questions : よくある質問とその回答)の設置



【参考情報】

〔ACAP 公益社団法人 消費者関連専門家会議ホームページより〕

・ ACAP「消費者対応部門」進化度合いチェックマトリックス

<http://www.acap.or.jp/kigyoun-dantai/syupan-annai/img/matrix2010.pdf>

2-4. 個人情報の適切な管理

お客様をはじめとする個人情報は、適正に管理し、不適当な利用および漏えいや紛失などが生じないように最大限の配慮をします。

【解説】

化粧品業における個人情報には、お客様の嗜好性調査や商品モニターのデータ、対面販売・通信販売等のお客様カルテ、問い合わせや苦情への対応データ等、多くのお客様の個人情報を保有しますが、個人情報にはお客様情報の他、取引先や社員の個人情報等も含まれます。

高度ICT（情報通信技術）社会の現代、個人情報がいったん流出すると、電子媒体を通じて被害が拡大するリスクがあることを十分に認識し、個人情報の収集、利用、保管、そして廃棄といったプロセス全般において、細心の注意を払う必要があります。

2005年には、「個人情報の有用性に配慮しながら、個人の権利利益を保護する」ことを目的として、「個人情報保護法」が全面施行され、個人情報の適正な取り扱い方法等が定められております。

個人情報の流出は、被害者に取り返しのつかないご迷惑をおかけする可能性があり、企業においても経済的損失のほか、社会的な信用も失うこととなります。

【アクションプラン例】

個人情報保護法の目的を認識した上で、情報の重要性に応じた適切な水準の個人情報保護体制を整備し、確実に実施することが必要です。

①個人情報・顧客情報の保護に対する社内体制・ルールの整備

取り組み方針の策定、管理者の設置、従業員の役割・責任、委託を行う場合の処理方法

②実効性確保のための措置の充実

定期的な従業員教育の実施、内部監査の実施、PDCAサイクルの確立

③システムやデータなどに対する技術的・物理的安全管理措置の実施

システムやデータへのアクセス権限の設定、アクセス履歴の記録、入退室・施錠管理
ウイルス対策ソフトウェアの導入、パスワードの設定、
ファイアー・ウォール(社内LAN等への不正侵入防御ウェア)の設置

【参考情報】

〔日本化粧品工業連合会 会員専用ホームページより〕

・「個人情報保護法に関する化粧品業界のガイドライン」



3. 環境

3-1. 美しさの実現と環境配慮が共存した商品やサービスの開発

お客様の美しさを実現すると同時に、商品のライフサイクル全体で、地球温暖化の防止、生物多様性の保全、持続可能な資源の利用や廃棄物の削減といった、環境や生物・資源に対する負荷の最小化をめざし、より環境に配慮された商品やサービスの開発に取り組みます。

【解説】

お客様の美と健康、快適さを実現するために、粧工連の会員企業は様々な商品やサービスを提供していますが、原材料調達から廃棄にいたる商品のライフサイクルのどの段階においても、自然の恵みを楽しみ、かつ環境に負荷を与えています。将来にわたって事業を継続するためには、水、生物等の自然の恵みを使い果たすことの無いように、また温室効果ガスや廃棄物の排出による環境への負荷をできるだけ小さくするように配慮する必要があります。

例えば、原材料調達における森林破壊や、製造、輸送段階における化石燃料の大量使用は、温室効果ガスを一層増加させ、地球温暖化を引き起こします。更に、生物多様性が失われることにもつながるため、未来まで継続することは不可能です。また、資源の需給は人口増加や途上国の発展に伴い



逼迫することが予想されており、環境破壊につながる恐れもある資源の大量消費、大量廃棄という行為も、持続可能ではありません。また万が一、使用や廃棄の段階において大気・水等の環境を汚染する原因となる商品を提供した企業は、存続することが困難となります。

逆に、環境に配慮した商品やサービスを開発し、提供する努力は、個々の企業や化粧品業界全体の評価を高め、顧客満足につながるため、事業の高付加価値化や国際競争力の向上に寄与します。自主的かつ積極的に環境への取り組みを進めていくことが必要です。

【アクションプラン例】

以下のような商品、サービスを開発し、お客様に提供することが、環境配慮の事例です。可能なことから取り組みましょう。

- ①原材料調達段階で、森林破壊や希少生物種の絶滅等、地球温暖化や生物多様性の喪失につながっていないことを確認する。
- ②原材料調達段階で、リサイクル材料を調達し活用する。

- ③製造段階で、エネルギー消費の削減や汚染物質の排出削減等の環境技術を導入する。
- ④輸送段階で、コンパクト化や余分なスペースの削減により輸送効率を向上する。
- ⑤使用段階で、お客様が使用する電気やお湯等、エネルギーや水の量を削減する。
- ⑥使用段階で、環境に関する情報（商品の環境に関する性能、包装容器の廃棄の際の分別方法、環境活動・研究への寄付方法、環境啓発活動・イベント開催等に関する情報）をお客様が入手できるようにする。
- ⑦使用段階、廃棄段階で、水や大気を汚染しないように配慮する。
- ⑧廃棄段階で、簡易包装、つめかえ容器、リサイクル可能な容器等にすることにより、廃棄物の3R（リデュース、リユース、リサイクル）に貢献する。
- ⑨廃棄段階で、廃棄物が自然の循環に戻るよう配慮する。
- ⑩その他、地球温暖化防止、生物多様性保全、持続可能な資源の利用や廃棄物削減等、環境への配慮を行う。

3-2. 事業活動における環境負荷低減および環境保全活動

化粧品製造販売業等の事業活動が環境に与える影響を考慮して、環境に関する法令を順守し、更に重要性および優先順位の判断に基づく、自主的な環境負荷低減および環境保全に取り組みます。

【解説】

まず、最も基本的な活動に環境に関する法令の順守があります。わが国では環境政策の根幹を定める環境基本法のもとに、公害、廃棄物、リサイクル、化学物質、エネルギーなどの法律が体系的に制定されています。これらの法令を順守したうえで、事業活動の原材料調達から廃棄にいたる商品のライフサイクルのいろいろな段階で環境への影響を考慮し、環境負荷低減の目標を定めることが重要です。また、影響を受ける環境についても、地球温暖化、生物多様性、資源、エネルギー、水、といったさまざまな視点からできるだけ考慮する必要があります。これらを重要性や優先順位といった点からも総合的に判断して、事業活動での環境負荷低減と環境保全に取り組むことが社会からの要求と言えるでしょう。



【アクションプラン例（法令に関するもの）】

環境に関する順守すべき法令の一例です。使用量や排出量などが一定の基準を超えると規制の対象になる場合があります。事業活動の中で順守されているか、確認してください。

① 大気汚染防止法

汚染物質の発生源（工場や自動車等）に排出基準や総量規制基準が定められています。

② 水質汚濁防止法

健康被害の恐れのある項目と生活環境項目について全国一律の排出基準があります。

③ 廃棄物処理法

一般廃棄物と産業廃棄物の定義、処理責任の所在、処理方法、処理業の基準や、廃棄物排出者の様々な義務が定められています。

④ 容器包装リサイクル法

消費者が分別して排出、自治体が分別収集、事業者が再商品化するという仕組みを定めています。

⑤ 化学物質排出把握管理促進法（化管法）（P R T R制度）

人の健康や生態系に有害なおそれのある化学物質について、環境中への排出量及び廃棄物に含まれての移動量を事業者が自ら把握して国に報告し、国は集計し公表する仕組みです。

⑥ 省エネ法

工場、運送、建築物、機械器具について省エネルギーをすすめるための仕組みを定めています。エネルギーを一定以上使用している企業は、会社単位の使用量や省エネ計画を報告する義務があります。

⑦ 地球温暖化対策推進法

温室効果ガスを一定量以上排出している企業は会社単位の排出量を国へ報告する義務があります。

⑧ 改正フロン法

業務用エアコンや冷凍・冷蔵庫の所有者・管理者はフロン類の漏えいを防ぐため、点検・修理・報告等の義務を負います。

【アクションプラン例（様々な活動に関するもの）】

環境負荷低減活動、環境保全活動の具体例です。

- ① 事業全体での温室効果ガスの排出量を把握し削減目標を開示する。
- ② 省エネ活動（省エネ設備・機器の導入、空調温度適正化等）を各事業所でおこなう。
- ③ 原材料に植物などの再生可能資源を利用する。
- ④ 生物多様性に配慮した森林の保全活動をおこなう。
- ⑤ 事業に風力発電や太陽光発電などの再生可能エネルギーを利用する。
- ⑥ 廃棄物の削減、分別、再利用、リサイクルに取り組む。
- ⑦ 水の利用に関する方針を策定し開示する。
- ⑧ 節水活動（節水コマの導入、節水に関する啓発活動等）を各事業所でおこなう。
- ⑨ バリューチェーン上の関連企業と環境に関する情報交換をおこなう。

【参考情報】

「環境・循環型社会・生物多様性白書」毎年度公表 環境省

「環境自主行動計画」毎年度公表 日本経団連

「日本経団連生物多様性宣言 行動指針とその手引き」2013年 日本経団連

「化粧品業界における容器包装の3R推進に係る自主行動計画」粧工連会員専用HP

「環境省 環境基準・法令等」<https://www.env.go.jp/kijun/index.html>



4. 人権・労働慣行

4-1. 人権の尊重

人権や労働に関連する法令や国際ルールへの順守はもとより、一人ひとりの個性を尊重し、人種、皮膚の色、性別、年齢、言語、財産、国籍または出身国、宗教、民族または社会的出身、政治的見解やその他の見解、障がい、健康状態、性的指向などによるすべての差別や虐待を行いません。さらに、事業影響の及ぶ範囲において、人権侵害に加担することのないように十分な注意を払います。

【解説】



人権はすべての人に与えられた基本的権利で、日本では憲法にて定められています。人権問題というと身近に感じない方もいるかもしれませんが、しかしながら、一部では未だ差別が残っていたり、近年社会問題となっているハラスメントも人権問題にあたると言われていたりします。さらに、現代のグローバル化・多様化した社会では、異なる文化や価値観への理解不足により差別が発生する恐れがあります。人権の尊重は、平和で良い社会であるための

基本的要素です。基本的で日常忘れがちだからこそ、繰り返し意識する必要があります。社会の一員である企業は、社会のモラルやルールを守り責任ある行動をすることを求められています。企業活動では、従業員、消費者、取引先、株主、地域住民といった多くの人と関わりが発生します。わたしたちは、企業活動がその人々の人権に影響する可能性と人権の尊重も、繰り返し意識しなければなりません。

グローバル化が進み、海外拠点を持たない企業でも、例えば原材料の調達などにおいて間接的に海外の労働者と関わりが発生します。一方で、新興国などでは人権に関する法律が未整備であったり、法規制があっても執行が不十分であったりするケースがあります。貧困、紛争、災害などで混乱した社会では、長時間労働や劣悪な環境での危険な作業、児童労働が行われていることもあります。

このような人権侵害が行われている企業との取引は、間接的に人権侵害に加担することになると世界的に認識されています。人権問題や環境問題などは「地球規模課題（グローバル・イシュー）」と呼ばれ、解決には国際間の協



力が必要不可欠とされています。このような問題に対し、私たち化粧品業界も国際社会の一員として責任を持った対応を行うことが求められます。

【アクションプラン例】

仕事においても人権の尊重を忘れることのないよう、くり返し意識を浸透させることが重要です。国連は世界人権宣言が採択された12月10日を人権デーと定めており、日本では12月4日から12月10日までを人権週間としています。この期間を活用するのも良いでしょう。アクションの具体例として以下のものがあります。

- ① 行動指針などに人権の尊重に関する文言を入れる、
- ② 人権に関する啓発月間を設定し、社内教育や啓蒙活動を行う、
- ③ 応募者の適正や能力とは関係のない事柄で判断しないよう、採用選考基準をあらかじめ設定する。

また、複雑なサプライチェーンでは取引先の人権問題の把握は簡単ではありませんが、児童労働や長時間労働が行われている企業との取引を回避する努力が必要です。

- ① 取引先選定方針を明文化し、選定基準の中に人権への配慮を盛り込む。
- ② 取引先に方針を伝え、理解を求める。

【参考情報】

- 世界人権宣言（国連 1948年採択）
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/udhr/index.html>
- 国連グローバル・コンパクト
<http://ungcjn.org/gc/principles/index.html>
- ISO 26000 組織の社会的責任に関する国際規格
<http://iso26000.jsa.or.jp/contents/>
<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>
- 日本経済団体連合会 企業行動憲章
<https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/charter.html>
- 国連 子どもの権利条約（児童の権利に関する条約）1989年採択
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/jido/index.html>
- 日本と国連 日本の外交政策と国連の重要性 地球規模課題への対処
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000064922.pdf#page=6>

4-2. 性別にとらわれない労働環境の整備

性別にとらわれず、誰もが働きやすい職場づくりをめざし、仕事と家庭の両立や、男女ともによりがいを持って、心身が健康で働き続けられる労働環境を整備します。

【解説】

女性と男性は対等であり、仕事の場では「男女雇用機会均等法」により機会・待遇に男女の差をつけてはなりません。採用や昇進、降格、教育訓練などにおいて、合理的な理由なしに、男性もしくは女性のいずれかを優遇または排除することは法律で禁止されています。性別にとらわれず、個人の能力や適性に基づいて判断する必要があります。



近年、セクシャルハラスメントやパワーハラスメントは社会的問題になっています。ハラスメントは相手を人として対等とみていない時に起こります。加害者は「冗談」とかわしたり「どこが悪いのか」と開き直ったりと軽く考えがちですが、被害者にとっては深刻であり、人権侵害に当たる重大な問題です。このような職場では従業員のモチベーションは下がり能力は発揮されません。さらに、ハラスメントの横行は職場環境を悪化させるだけでなく、企業の評価を下げることにもつながります。

また、女性の社会進出が進むにつれ、問題になっているのが仕事と家庭の両立です。今日でも、家事、育児、介護は女性の役割という考え方は根強く存在します。そのため女性は子供が産まれると離職をせざるを得ない状況になることも少なくありません。また、性別に限らず、長時間労働による心身への健康被害も問題になっています。

働き方の変化に、意識や環境が追い付いていないのが現状です。そこで、目指すべき社会の実現のため、社会全体で取り組むべく「ワーク・ライフ・バランス」憲章が内閣府により策定されています。憲章では、就労により経済的自立が可能であり、健康で豊かな生活のための時間が確保でき、人生の各段階、個人の置かれた状況に応じて多様で柔軟な働き方の選択ができる社会を目指すべきとされています。

【アクションプラン例】

かつては許容・黙認されていた言動も今の世の中では不適切な場合が多々あります。社員全員がハラスメントへの理解を深めるとともに、企業・各部署でハラスメントを容認しない姿勢を示すことが大切です。理解を深めるため、例えば以下の取り組みがあります。

- ① セクシャルハラスメント、パワーハラスメント撲滅のための社内ガイドライン作成
- ② トレーニング・ワークショップの実施やアンケートによる意識確認
- ③ ストレスチェック診断の活用やメンタルヘルスセミナーの開催

また、ワーク・ライフ・バランスの推進の支援には、以下のような例があります。

- ① ノー残業デーの設定
- ② 有給休暇取得推進日の設定
- ③ フレックスタイム制の導入
- ④ 長期休業後社会復帰の為にキャリア開発相談・支援

誰もがライフステージに合わせて、働き方を変える必要が出てくる可能性があります。制度は設定するだけでなく、利用しやすい環境を整えることが重要です。多様な働き方を受容する意識変革が必要になるかもしれません。



【参考情報】

- 男女雇用機会均等法
http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyoukintou/danjokintou/
- 男女雇用機会均等法 育児介護休業法のあらまし
<http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11900000-Koyoukintoujidoukateikyoku/0000039926.pdf>
- 厚生労働省 セクシュアルハラスメント対策に取り組む事業主の方へ
<http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/danjokintou/kigyoushou01.html>
- 内閣府 仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）憲章
http://www.cao.go.jp/wlb/government/20barrier_html/20html/charter.html

4-3. 対話の促進

職場において、労働環境や労働条件に関する話し合いが行える仕組みを設け、組織と従業員双方にとって有益な職場づくりを推進します。

【解説】

企業にとって重要なステークホルダーは、顧客や取引先だけではなく、従業員も含まれます。労働環境や労働条件に関する法律に労働基準法がありますが、この法律で定める労働条件の基準は最低ラインのものであり、その向上を図るよう努めなければならないとされています。また、労働者が集団となることで、雇用者と対等な立場で交渉ができるよう、憲法では団結権、団体交渉権、団体行動権の労働三権を保証しています。



雇用者と従業員の定期的な対話の場を持つことは、双方にとって有益です。職場での課題を共有し改善に取り組むことは、仕事の効率化やモチベーションのアップにつながります。また、対話により組織のミッションやビジョンに対する理解度を上げることができます。誰もがやりがいを持つことができ働きやすい職場環境を整える為には、お互いの理解が必要不可欠です。

【アクションプラン例】

労働関係法制度の順守はもちろんですが、

- ① 従業員と経営層の意見交換会
- ② 従業員と経営層の合同で研修
- ③ 経営層・従業員とその家族を対象とした交流イベントの開催

などで、お互いを理解し信頼関係を強化していくことも、双方にとって有益な職場づくりにつなげることができるでしょう。

【参考情報】

- 労働基準法
<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S22/S22HO049.html>
- 厚生労働省 知って役に立つ労働法
http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudouzenpan/roudouhou/

5. コミュニティへの参画

5-1. コミュニティとの対話

事業を行う地域において、共生・共栄を強く意識し、その地域の発展や利益に貢献するために、地域社会との対話によって相互理解を深めます。

【解説】

企業は単独では存在せず、必ず「コミュニティ」を構成する一員であり、その関係性を切り離すことはできません。ここでのコミュニティとは、企業の各拠点の所在地に近接する、限られた地域のコミュニティから、事業活動を通して影響の及ぶ範囲全体の地域社会までを幅広く含みます。したがって

各企業は、自らが多様なコミュニティの一員であることを意識し、それぞれのコミュニティにおける共生・共栄を目指すことが必要です。

そのために、事業活動に関わるステークホルダーとの積極的な対話やエンゲージメントはもちろん、その他の各種コミュニティにおいても、その価値を認めて積極的に参画し、対話を行い、関係構築を図ることが、相互理解と信頼の獲得、更には持続可能な相互発展にも繋がります。



【アクションプラン例】

①行政、企業、NPO、学校等と協働した活動や、市民参加型のイベントを通じて対話を促進する。

- ・市民公開講座や、各種セミナー等の開催
- ・フォーラムや地域対話集会等への参画

②施設見学、職業体験の実施等を通じて、地域における対話と理解を促進する。

- ・工場見学や事業所見学を行い、地域住民を招待
- ・小中高生を対象とした職場体験学習を積極的に受け入れ

③CSRレポートやその他各種手段で積極的に情報を発信する。

- ・企業活動を広く情報公開して、住民と企業の対話を促進

5-2. コミュニティへの貢献

地域における事業の発展により、雇用の創出や所得の向上に寄与するとともに、教育や文化活動の支援等により地域の発展に貢献します。特に、化粧品製造販売等を行う事業者として、各社の特色を活かした活動を行います。

【解説】

それぞれのコミュニティにおける共生・共栄を目指すなかで、事業を行う地域において各企業が貢献すべき点として、まずはその経済活動や事業の発展による、地域における雇用の創出や地域経済の発展が挙げられます。また、地域の環境保護活動、教育や技能の向上、文化・芸術の発展、医療の進歩などに対する慈善事業や社会的投資などを通じた、コミュニティの人々のQOL向上への貢献も可能です。

特に、化粧品製造販売等を行う事業者としての、各社の特色を活かした活動が望まれます。

【アクションプラン例】

①それぞれの地域に適応した自然環境の保護・保全活動を行う。

- ・ 環境を守る各種市民活動の支援
- ・ 森林保全や海の環境保護の活動の支援

②次代を担う子供や、子供を育てる家庭を支援する。

- ・ 理科教室を開催して科学教育の支援活動
- ・ 小学生から大学生までを対象に、様々な教育支援
- ・ 子育てや教育を対象とした基金等の支援

③伝統文化や芸術、学術研究等の発展に貢献する。

- ・ 化粧品と文化の研究成果の提供
- ・ 地域の伝統文化振興のための活動の支援
- ・ 若手アーティストへの助成や美術館等の運営支援
- ・ 化粧品学、皮膚・毛髪科学等の学術支援

④化粧品が持つ多様な効用を活かして生活の質の向上に貢献する。

- ・ 被災地でのメイクアップ支援



- ・老人福祉施設や病院でのメイクアップ講座の開催

⑤自然災害等の被災地における復旧・復興の取り組みを支援する。

- ・東日本大震災の被災地の継続的な復興支援
被災地特産品の社内での販売、復興支援プロジェクト活動、
美容ボランティアの実施、社員のボランティア活動サポート、等に取り組む
- ・その他自然災害等の被災地への寄附、寄贈や復旧・復興の支援活動

(以上)

サステナビリティ指針及び解説編

2015年8月

日本化粧品工業連合会 環境・サステナビリティ委員会

住所：〒105-0001東京都港区虎ノ門5丁目1番5号 メトロシティ神谷町6階

電話：03-5472-2530