第5回 粧工連サステナビリティ指針に沿った 取組事例の紹介

2021年3月

日本化粧品工業連合会

環境・サステナビリティ委員会

第5回「粧工連サステナビリティ指針に沿った取組事例の紹介」に当たって

日本化粧品工業連合会(粧工連)では、2015 年 8 月 10 日に「粧工連サステナビリティ 指針」を策定し、粧工連傘下会員企業に対し今後の事業展開において本指針を活用し、サ ステナビリティの推進を図るよう要請しているところです。

本指針におきましては、化粧品を製造販売する企業が特に関与すべきサステナビリティへの取り組み分野として、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、さらに、その解説編(サステナビリティ指針解説編)も作成しております。

本指針に沿った取組事例については、会員企業から収集、分野ごとに取りまとめ、2016 年度から年度末の3月に公表(粧工連ホームページでの掲載・紹介)を行っています。

第4回目の 2020 年度は、13 社 26 件の取組事例の公表を行うこととなりました。なお、本事例に先立ち、今年度は新型コロナウィルス感染症対応に関する取組事例を緊急募集し、2020 年 8 月に「特別編」として皆様のご参考に供しております。

粧工連では傘下会員企業に対して本指針に沿った取り組みの推進を引き続き要請してい くとともに、今後も定期的に取組事例を収集、紹介して参ります。

2021年3月

日本化粧品工業連合会

環境・サステナビリティ委員長

【参考】粧工連サステナビリティ指針における分野、課題等

分 野	課題番号	課題	行 動
	1 – 1	商品の品質・安全性の確保と、QOLの向	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
		上をめざした商品開発の推進	発を推進します。
	1 – 2	お客様への適正でわかりやすい商品・サー	お客様が適切に商品を選択していただくための適正な情報をわかりやすく提供します。
消費者課題	1 – 2	ビスの情報提供	
/ 月月日	1 – 3	お客様からの問い合わせへの適切な対応	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の誠実かつ迅速な対応を行
	1-3	と、お客さまのご意見による改善の推進	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。
	1 – 4	伊人性報の流れた笠田	お客様をはじめとする個人情報を適正に管理し、不適当な利用および漏えいや紛失などが生じないよ
	1 – 4	個人情報の適切な管理 	うな最大限の配慮をします。
		美」との字珥と理接配度がせた」と 充足め	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
	2 – 1	美しさの実現と環境配慮が共存した商品や	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
環境		サービスの開発	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。
	2 2	事業活動における環境負荷低減および環境保	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
	2 – 2	全活動	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。
	3 – 1		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
		3- 人権の尊重	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
人権・労働慣行			
八作 为倒頂1	3 – 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
		コート エがいこのかがらいるが、カ関係規の貨幣	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。
	3-3	3-3 対話の促進	職場において、労働環境や労働条件に関しての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。
コミュニティへ の参画	4 – 1	4- 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
			話による相互理解を深めます。
	4-2	4 2 7 7 7 10 0 T t k	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
		コミュニティへの貢献	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。

【紹介取組事例一覧表】

番号	会社名	課題番号	見出し	紹介ページ
ı	(株)マンダム	1-1	要時生成型亜塩素酸イオン水溶液である除菌剤「MA-T」 を配合した新除菌ブランド「MA-T Pure」を開発	I
2	(株)アイメイト	2-1	化粧用木軸ペンシル用パルプキャップ等の開発	3
3	ハリウッド(株)	2-1	非木材紙(バイオマス)使用の商品パッケージの採用	5
4	(株)ファンケル	2-1	無添加化粧品のつめかえ対応	6
5	(株)アルビオン	2-1	「イグニス」シリーズでの地球環境に配慮した容器・包装	8
6	ポーラ化成工業(株)	2-1	環境にやさしく機能に優れた化粧品容器・原料の開発へ -ポーラ化成工業と日立造船が共同で植物由来の バイオポリマー「トチュウエラストマー®」を適用	10
7	(株)資生堂	2-1	優れた生分解性プラスチックの採用	12
8	花王(株)	2-1	プラスチック製アイキャッチシールの廃止	14
9	花王(株)	2-1	包装容器からの環境保全へのチャレンジ	16
10	ライオン(株)	2-1、2-2	プラスチック包装容器資源循環型社会の実現に向けて、 つめかえ容器のリサイクルへの共同取組開始	18
11	(株)コーセー	2-1、2-2	雪肌精ブランドにおける、環境負荷低減への新たな取り組み	20
12	(株)コーセー	2-1、2- 2、3-1	サステナブルなパーム油への対応	22
13	(株)ファンケル	2-1、2- 2、4-1、 4-2	ファンケルのサステナブルを発信 「ファンケル フォレ ストカフェ」	24
14	ライオン(株)	2-1、4-1、4-2	地域の生物多様性保全活動を、日本国内の全事業所にて スタート	26
15	ハリウッド(株)	2-2、4-1	地方の地域活性と環境保全への協同	28

番号	会社名	課題番号	見出し	紹介ページ
16	ハリウッド(株)	2-2、4- 1、4-2	被災地支援から地域活性へつながる商品開発	29
17	ハリウッド(株)	3-1	障がいのある方の社会参加と能力開発支援(I)	30
18	ハリウッド(株)	3-1、4-2	障がいのある方の社会参加と能力開発支援(2)	31
19	(株)ファンケル	3-1、4- 1、4-2	オンラインを活用した「ファンケルセミナー」	32
20	(株)コーセー	3-2、3-3	導入職種にかかわらず活躍できる制度づくり -ビューティコンサルタント(BC)活躍を目指して	34
21	(株)ウテナ	3-3	テレワークの推進	36
22	(株)カネボウ 化粧品	4-1	ピンクリボンキャンペーン -店頭の取り組み、SNS を活用した啓発活動(国内・外)	38
23	(株)クレシェ コスメティックス	4-1, 4-2	「グローバルな女性支援活動」及び「ピンクリボンキャン ペーン」	40
24	(株)ウテナ	4-1、4-2	地方自治体との協働による、ゆず農家への支援	42
25	サンスター(株)	4-2	コロナ禍等の消費者課題に対応した製品開発と健康啓発 活動の推進	44
26	(株)コーセー	全て含む	「コーセー サステナビリティ プラン」を掲げ、 「人」と「地球」へ向けた取り組みの実践を開始。	46

【個別取組事例】

番号	ı	
会社名	株式会社マンダム	
該当分野	⊠消費者課題 □環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	1-1	
見出し	要時生成型亜塩素酸イオン水溶液である除菌剤「MA-T」を配合した	
	新除菌ブランド「MA-T Pure」を開発	

1. 取組を始めた背景

昨今、新型コロナウイルス感染拡大により、生活者の清潔意識が高まっています。そして 自分自身のみならず、家族やパートナーなど自分の大切な人の衛生面や健康を守りたいと いう気持ちも強くなっています。その一方で、多くの除菌に関する情報があふれる中、何が 正しいのかわからず、人体への影響などに不安や不満を感じつつ、除菌行動を続けている生 活者は多く存在します。

2. 取組の内容

「新しい生活様式」におけるお役立ちとして、2020年 II 月に新除菌ブランド「MA-T Pure (エムエーティ ピュア)」を立ち上げました。MA-T Pure (エムエーティ ピュア)は、「必要な時に、必要な分だけ水性ラジカルが生成される」MA-T (要時生成型亜塩素酸イオン水溶液)の技術を採用することで、高い効果性と安心・安全の両立を実現しました。With コロナ時代に定着した除菌行動を、生活者が長期的に安心して続けることができるよう、新ブランドで「日常に取り入れやすく、信頼して行える徹底ケア習慣」を提案し、「健康」「清潔」領域でのお役立ちを拡大してまいります。



2020年9月28日に新製品発表会を行い、多くのメディアに取り上げられました。中味機能の特徴として口に触れるものにまで安心してお使いいただけることや、引火性もないため、小さなお子さんがいる場所でも安心して使えることに共感をいただいております。

4. 課題と今後の取り組み

必要な時に、必要な分だけ水性ラジカルが生成されるという「MA-T」の技術に対して一般生活者の認知が低いという課題があるため、TVCMの投下を含め、認知拡大のための施策を計画しています。

番号	2
会社名	株式会社アイメイト
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	化粧用木軸ペンシル用パルプキャップ等の開発

弊社は、木軸ペンシル、繰り出しペンシル、ジェルライナー、リップスティックなどのメイクアップ化粧品の ODM、OEM を行っております。木軸ペンシルの製造元は国内で数社しかなく、世界的に見ても数が限られている状況ですが、本製品分野についても環境配慮を進めることは重要なことと考え、原材料の調達や原料調達等、様々な視点で取組を進めています。木軸ペンシルには、北米原産の「インセンスシダー」という、ヒノキ科の針葉樹が使用されています。樹木は光合成により二酸化炭素を吸収しますが、成熟するとその吸収量が減ってしまうことから、間伐して新しい木を植える事がとても重要です。そのため弊社では、管理植林(計画的に伐採し、伐採した数より多く再植林する)された木材を使用しております。木の無秩序な伐採により森林破壊が進み、CO2 を増やしているのでは、という声を耳にしますので、サプライチェーンを通して適正管理されていることを明確にするために、2015 年に森林認証(PEFC-CoC)を取得致しました。

※PEFC-CoC 認証はサプライチェーン全体を通じ製品が通る経路を全て辿って、認証木材がき ちんと識別され、他の非認証製品と分別されているかを確認するものです。

https://sgec-pefcj.jp/pefcとは/

この森林認証については取得年の化粧品産業展でご紹介しましたが、当時は今ほど環境問題に関心がなかったのか、反響は今ひとつでした。ところが昨今、SDGs やマイクロプラスチックによる海洋汚染等の問題が取り沙汰され、一気に関心が高まって参りました。エシカル消費の概念が浸透しつつある今、あらためて木軸ペンシルの良さ(100%木であり、製造工程において二酸化炭素の排出量は少ない、樹脂の繰り出しタイプより内容量が多く、経済的である)を訴求するとともに、さらなる環境配慮を進めるための製品開発を行いました。

2. 取組の内容

木軸ペンシル自体は、上記のとおりエコフレンドリーでありますが、キャップは殆どが AS や ABS などの樹脂、または金属です。そこで、2013 年、弊社ではリサイクル表示が「紙」に分類されるパルプキャップを開発いたしました(写真①)。マプカ材という、紙を主剤(比重比率 51%以上)とし、ポリオレフィン系樹脂をバインダーとした混合物です。「紙」も元は「木」ですので、全てに環境に優しい「木」を使った化粧品と言えます。



パルプキャップ(マプカ材:紙比重比 51%以上、ポリオレフィン系樹脂をバインダーとする)

また、木軸は、繰出しタイプに比べ「削らなければならず面倒」という声もございます。 専用シャープナーを携帯する煩わしさがその原因と考え、「シャープナー一体型キャップ」 を開発いたしました(写真②)。残念ながら材質はマプカではございませんが、お客様の声を 生かした製品作りにも取り組んでいます。



シャープナー一体型キャップ(コンパクトな形状で、外出先でも容易に削る事が出来る)

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

「ESG(環境・社会・企業統治)投資」は欧米を中心に浸透し、投資判断に大きな影響を与えております。当該木軸ペンシルは SDGs への取り組み製品としてお問合せが増えております。

4. 課題と今後の取り組み

環境配慮設計の拡大とエコ製品の社会への浸透が課題です。

- ・内容物によっては、木軸ペンシルでは対応できない事がございます。また、マプカ材は高価(一般的な樹脂キャップの5倍位)であるため、商品の販売価格は樹脂キャップを使用した製品と比べ10%位高くなると思われます。品質保持のためにプラスチックを使わざるを得ない部分もありますが、今後、なるべく多くの製品について、使用量を減らし(4R取り組みの中の Reduce に該当)木や紙の部分を増やす取り組みを行って参ります。
- ・多くの方にエコ製品を知っていただくことが持続可能な社会形成の第一歩であり、化粧品 展示会等で紹介してまいります。

番号	3
会社名	ハリウッド株式会社
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	非木材紙(バイオマス)使用の商品パッケージの採用

化粧品のパッケージなどに紙の使用が欠かせないことから、ハリウッド化粧品ではできる限り環境に配慮した素材への切り替えが必須だと考えました。

2. 取組の内容

2015年秋よりリサイクルが容易で環境負荷が低いパッケージにするため、化粧箱へラミネート加工のない紙を採用しました。さらに、化粧品のパッケージのリサイクルを推進するとともに、バイオマスであるサトウキビのカスを利用した紙で作ることに挑戦しています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

スキンケアラインの外箱にバイオマス紙を利用した結果、

環境への意識が製品を通じて高まったと思います。





4. 課題と今後の取り組み

あらゆる資材・原料などに対して環境への配慮を検討いたします。 トライ&エラーの連続になりますがこのような環境保全の取組を継続いたします。

番号	4
会社名	株式会社ファンケル
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	無添加化粧品のつめかえ対応

衣料用の洗剤などでは古くからつめかえ用製品が広く導入され、化粧品においても洗浄系製品などのつめかえ用製品が市場されています。ファンケルでも「つめかえ用製品はないか」「つめかえ用製品を発売してほしい」というお客様からのお声は古くからいただいてきました。しかし、防腐剤や殺菌剤を使用しない無添加処方では、つめかえ時に雑菌混入による品質悪化のリスクが障壁となり、お客様のご要望に応えることができませんでした。

ファンケルの無添加化粧品は、発売初期の 1980 年代には I 週間で使い切れる 5ml の小さなバイヤル瓶でした。製造時には重点・密封

後、高温の水槽で滅菌していました。処方改良の研究成果によって、1995年に樹脂容器採用の 10ml に拡大、そして 2002年、現在に通じる 30ml 製品の開発に至りました。防腐剤、殺菌剤を使わなくても、開封後 60 日にわたり使用できる無添加化粧品。容量が増えた分、



使い終わった後の廃棄物量も相対的に減少しました。

このように、ファンケルでは世の中の環境に対する意識が高まる前から、製品の環境配慮に取り組んできましたが、さらなる環境配慮を実現するには、無添加品質を守りながらつめかえ対応のハードルを越えることが必要と考えました。

2. 取組の内容

ファンケルの主力製品「マイルドクレンジング オイル」通称マイクレは、2003 年 4 月の発売から 2020 年 9 月に累計 | 億本を販売しました。今では 4 秒に | 本売れている計算になります。しかし販売量が多ければ使い終わりの廃棄物も比例して多くなります。廃棄物量を減らすために有効なのは容器の軽量化です。輸送中や使用中に破損しない十分な強度を担保しつつ薄肉化で 2004 年当時 30 g だった容器を 18.2 g まで 40%軽量化しました。わずか 12 g 弱の軽量化でも、 | 万本で 18 k g。輸送に必要なエネルギー削減にもつながります。とはいえ、このわずかな違いではお客様にとって軽くなった実感は伝わりません。消費者の商品購買動機に「つめかえができること」が上位にあるこの時代、つめかえニーズを満たすことはこれからもマイクレ人気を保つために必要なことでした。

2020 年 6 月 18 日に「マイルドクレンジング オイル つめかえ用」が発売になりました。本体容器に比べ 82%の樹脂量を削減し、さらに焼却しても C02 排出が少ないサトウキビ由来の樹脂を採用し、地球温暖化対策への貢献も視野に入れました。

発売後は「つめかえ用」ご注文の比率が高くなり、早くも成果が出始めています。





4. 課題と今後の取り組み

現状では、つめかえ対応が難しい製品もありますが、長年にわたって無添加研究を積み重ねてきたファンケルは、引き続きつめかえ対応の可能性を探求していき、SDGs 目標の 12 番「つくる責任つかう責任」、14 番「海の豊かさを守ろう」に貢献していきます。







番号	5
会社名	株式会社アルビオン
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	「イグニス」シリーズでの地球環境に配慮した容器・包装

「イグニス」シリーズは、自然の恵みからうまれた生命力あふれる植物の力に着目したブランドです。素材の品質や大切な自然環境を守るため、秋田県白神山地のふもとにある自社研究所にて無農薬栽培にこだわり、独自成分の研究・開発に取り組んでいます。また、社外から調達する植物も産地や栽培方法が明確な素材を積極的に採用し、トレーサビリティを確保することで安心・安全をご提供しています。植物へのこだわりを大切にするからこそ、自然の恵みのすばらしさを知るからこそ、「イグニス」は、素材に限らず地球環境にやさしいものづくりに取り組む必要があると考えています。

2. 取組の内容

2020 年 4 月発売品「イグニス」シリーズ(全 13 種・16 品)において

①植物由来のプラスチック容器の導入 ※コットンを除く 環境負荷の低いバイオマスプラスチック素材を使用した商品 パッケージを導入しました。



「イグニス」シリーズ

②非木材紙の利用と開発

商品の箱には自然環境に配慮し、バガス(サトウキビを搾汁した後のしぼりかす)と再生紙を原料とした紙を使用しています。さらに、自社で栽培する白神産ウイキョウはエキスに使用する果実を除き、葉や茎などを粉砕して紙に練りこんで使用しています。





バガス

白神産ウイキョウ

③FSC TM認証紙の使用

「イグニス」シリーズのハンドケース(紙袋)、パンフレットやカタログなどの紙資材には、適切に管理された森林的に生産された森林認証紙を使用しています。



取り組み内容を社員向け及び取引店の勉強会にて発信し、今まで以上に地球環境にやさしいものづくりに対する共感を得ることができました。

また、サステナビリティを意識した商品を選択するお客様が増えている中で、化粧品として の効果、効用だけではなく、ブランドの魅力や価値を感じて頂く事にも繋がっています。

4. 課題と今後の取り組み

特定ブランドのみならず対象を拡大し、また、ものづくりだけでなく、店頭什器やパンフレットなど販売活動に使用するものにおいても、サステナビリティを取り入れていくことが課題です。

番号	6	
会社名	ポーラ化成工業株式会社	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	2-1	
見出し	環境にやさしく機能に優れた化粧品容器・原料の開発へ	
	ポーラ化成工業と日立造船が共同で植物由来のバイオポリマー	
	「トチュウエラストマー®」を適用	

ポーラ・オルビスグループでは、お客さまのもとでの廃棄物を減らすために、これまでリフィル容器や詰め替え用化粧品を販売するなど、早期より環境に対する対応を行ってきました。今回は、植物由来の素材を適用拡大することにより、環境負荷の低減に大きく貢献できるものとして、共同開発を通じて新たな容器・原料開発に取り組むことになりました。

2. 取組の内容

持続的な社会の実現と、国連が採択したSDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けて、CO2排出や廃プラスチックの削減など環境課題の解決を図る取り組みが求められています。ポーラ化成工業と日立造船は、化粧品分野においても環境にやさしい容器と原料の開発を進めるべく、植物由来の「※Iトチュウエラストマー®」の特長を生かして以下の2つの開発テーマに取り組んで参ります。

- ① 環境に優しい自然に還る容器としての活用
- ② 高い肌実感機能をもつ化粧品原料としての活用

環境にやさしい植物由来成分を、化粧品容器と原料の両方へ活用する共同開発は国内で初めてです。

※Ⅰ:「トチュウエラストマー®」:落葉樹のトチュウ(杜仲茶の木)から抽出・精製した100%植物由来のバイオポリマーで、「柔軟性に優れ衝撃に強い」「水をはじく」といった性質をもちます。日立造船では、新しい機能性材料としてさまざまな用途への展開を図っています。

<トチュウ農園(左)とトチュウの葉(右)は以下の通り>





植物由来の生分解性※2プラスチックは、衝撃に弱いことが課題です。しかし、植物由来の生分解性プラスチックであるポリ乳酸(PLA)に「トチュウエラストマー®」を5%の割合で混ぜると、耐衝撃性が約2.4倍にまで高まります。また「トチュウエラストマー®」の遮水機能は高密度ポリエチレンに匹敵することもわかっています。これらの特長を容器に活用することで、強度に優れた生分解性容器の実現が期待できます。

また「トチュウエラストマー®」は柔軟性にも優れることから、従来の原料に比べ、美容効果としてしなやかでハリのある肌実感の付与が期待されます。

※2: 自然界で微生物などの作用により最終的に水と二酸化炭素にまで分解する性質

4. 課題と今後の取り組み

容器開発においては、意匠性と機能性を両立するための最適なプラスチックの組み合わせ検討と成型方法の開発を並行して進め、化粧品容器から容器を包装する材料まで、幅広い用途に活用できるよう検討してまいります。化粧品処方開発においては、多種多様な化粧品基剤との組み合わせを検討し、「トチュウエラストマー®」が持つ、しなやかな弾力性を保持しながら、ハンドリングよく配合する処方技術の開発を進めてまいります。

番号	7
会社名	株式会社資生堂
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	優れた生分解性プラスチックの採用

資生堂は、人・社会・環境を尊重したサステナブルなアプローチ※で、1926 年に初となる詰め替え商品の発売以来、さまざまな環境配慮パッケージ(バイオマス容器、リサイクル素材、低温度燃焼素材など)の開発に取り組んでいます。

リデュース、リユース、リサイクル、リプレイス可能なパッケージやバイオ由来・生分解性パッケージの開発を加速させ、100%サステナブルパッケージに切り替えることを目指します。

※人体に悪影響を与えない、環境負荷が低い、倫理的な行動に基づくものを意味する。

2. 取組の内容

資生堂は、100%サステナブルパッケージに切り替える取り組みの一つとして、世界 88 の国と地域で展開している「SHISEIDO」より、カネカ生分解性ポリマー PHBH®を世界に先駆けて化粧品容器に採用したリップカラーパレット「アクアジェル リップパレット」を 2020年 11 月より数量限定発売しました。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

採用した素材は、100%植物由来のポリマーであり、海中や土中など幅広い環境下で優れた生分解性が期待できるものです。



0 日 30 日 60 日 90 日

カネカ生分解性ポリマー PHBH®を用いたストローの海洋生分解の様子

サンプル提供:株式会社カネカ

4. 課題と今後の取り組み

今回採用した素材は、優れた生分解性が期待できる反面、使用可能な容器部位に制限があります。このため、幅広く採用可能な生分解性の優れた素材の技術開発を引き続き進めて行きます。

また、銀座の SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE でのレフィル(つめかえ)サービスや、Loop(循環型ショッピングプラットフォーム)による容器回収・リユース化など、サステナブルな社会の実現に向け、様々な活動を行っていきます。

番号	8
会社名	花王株式会社
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	プラスチック製アイキャッチシールの廃止

「プラスチック製アイキャッチシール」は、消費者のみなさんがお店で購入される際には、商品特長や正しい使用方法などがわかりやすいというメリットがある反面、購入後、使用する際には不要となってしまうというデメリットがあります。これらのプラスチックは小さなものではありますが、適切に処理されないと、海や川に流れて、海洋プラスチックごみになってしまったり、燃やすごみといっしょに捨てられると、燃焼時に CO2 排出量の増加につながってしまったりする恐れもあります。



そこで花王は、プラスチック製アイキャッチシールの廃止を始めています。2020年4月より順次発売する「ビオレu」全身洗浄料の一部、ボディケア製品、入浴剤では、従来アイキャッチシールで訴求していた内容をボトルに記載することで、廃止を実現しています。



改良後

改良前

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

社内からの声として、「少ないボトル面積の中に、よりお客さまにビオレ u のやさしさや、親しみやすさを感じていただけるようにしながら、プラスチック製アイキャッチシールで伝えていたことも入れると情報が多すぎるため、そこをどうするか悩みました。そこで、本体と詰め替え用でボトルに入れる情報をそれぞれ整理、最小限にして役割を持たせるように工夫しました。さまざまな ESG の取り組みがありますが、自分の担当商品でできることを積極的に探していきたいです。」という声もあり、環境意識向上へつながっています。

4. 課題と今後の取り組み

環境課題を解決するためには、考えているだけではなく、小さなことからでもコツコツと 行動することが大切です。花王では、しっかり目標を立て、未来に向かって行動を進めてい きます。消費者のみなさんへも働きかけ、できることからいっしょに始めていきたいと考え ています。

```
参考)<a href="https://webmember.kao.com/jp/kaoplaza/contents/esg/001/">https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf">https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf</a> (p. II2)
```

番号	9
会社名	花王株式会社
該当分野	□消費者課題 ⊠環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画
課題番号	2-1
見出し	包装容器からの環境保全へのチャレンジ

包装容器は、運送時における中身の保護や品質の維持はもちろんのこと、使用する際の使い方や注意事項を伝えるなど、製品の一部としての大切な役割や機能を担っています。

花王では、より環境負荷の少ない包装容器に しようと、リデュース(減らす)、リプレイス (置き換える)、リユース(再利用する)、リ



スマートホルダーと ラクラク ecoパック

サイクル(再資源化する)の 4R の視点から研究開発に取り組んでいます。

花王が最初のつめかえ用製品を発売したのは 1991 年のことです。その数は年々増え続け、 2019 年 12 月時点で 326 品目にのぼっています。

2. 取組の内容

2016年には、環境配慮と使いやすさを両立した、粘度の高い製品向けの新つめかえ容器" ラクラク eco パック"を開発しました。この"ラクラク eco パック"は、誰もがかんたんに つめかえられる上、本体容器に比べて、製造から使用、廃棄までの過程で生じる CO2 排出量も約 80%以上削減することができています。

花王は、つめかえやすい「ラクラク eco パック」を「つけかえ」することで、最後までムダなく使えて環境に配慮し、簡単な操作でユーザビリティをさらに向上させた専用ホルダー「スマートホルダー」を 2017 年から提案しています。これにより、プラスチック製の本品ボトルが不要になります。

これまでオンラインサイトのみでの販売でしたが、2020 年 4 月より店頭での販売を本格的に開始しました。より多くの消費者が手に取りやすくなり、使用をさらに促進することができると考えています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

本技術は、第 57 回ジャパン パッケージング コンペティション最高賞の「経済産業大臣賞」、2018 年グッドデザイン賞を受賞しています。

4. 課題と今後の取り組み

Recycle の取り組み:リサイクリエーション活動

花王は、包装容器の新しい資源循環に向けた研究に取り組み、使い終えたものに、技術やさまざまな人の知恵・アイデアを加え、新たな価値を生み出す「リサイクリエーション」という考え方を提案し、これまでに5つの地域の皆さまといっしょに検証を続けています。



実証実験では、地域の皆さまから洗剤やシャンプーなどの使用済みのつめかえパックを回収・リサイクルし、さまざまなモノ・価値をつくるという「クリエーション」を象徴するブロックをつくり、新しいまちづくりや暮らしづくりに役立てようとしています。

この活動は、環境省が発行した「令和元年版環境白書」への掲載や、エコプロ 2019 実行委員長賞受賞など、社外からも高く評価されています。

参考)

https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kaocom/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/klp-pr-2020-all.pdf (p.III-II3)

番号	10	
会社名	ライオン株式会社	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	2-1、2-2	
見出し	プラスチック包装容器資源循環型社会の実現に向けて、	
	つめかえ容器のリサイクルへの共同取組開始	

商品の使用後に廃棄される包装容器のプラスチックをリサイクルさせるためには、地域の方々やパートナー企業との協働が有効な施策のIつと考えました。そこで、花王株式会社、ライオン株式会社および株式会社イトーヨーカ堂の3社が協働して実証実験を行なっています。

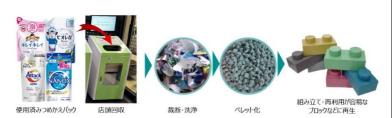
2. 取組の内容

シャンプーや洗剤などの使用済みのつめかえパック等のフィルム容器を回収し、再生プラスチックに加工する分別回収実証実験を目的に、イトーヨーカドー 曳舟店(東京都墨田区)の店頭に専用回収ボックスを設置しました。(2020年 10月 30 日開始)

回収したつめかえパックはブロックや3Dプリンタのフィラメント(3Dプリンタで使用する造形用の原料)に再生し、リサイクルの重要性を伝えるイベント

【実証実験の概要】





「リサイクリエーション活動」における使用済みつめかえパックが再生されるまでのしくみ

で活用するなど、さまざまな用途に役立てるとともに、一部をフィルム TO フィルムの水平 リサイクルを目指したより高度なプラスチック再生技術の開発に使用します。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

2020 年 10 月に取組を開始したばかりですので、取組の成果はこれからです。効果的なフィルム容器の回収システムの構築やリサイクル技術の向上が期待できます。

4. 課題と今後の取組

具体策の設定・実行に向けて、社内外における多くのステークホルダーとのパートナーシップを形成します。リサイクルに対する消費者の理解と協力を得て、より効果的なつめかえパックの回収システムの検討、リサイクル技術の向上や開発に取組み、サプライチェーンを構築することによって、プラスチック循環社会の実現をめざします。

番号	П	
会社名	株式会社コーセー	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	2-1、2-2	
見出し	雪肌精ブランドにおける、環境負荷低減への新たな取り組み	

「あなたが美しくなると地球も美しくなる」をブランドメッセージとする『雪肌精』ブランドは、商品が地球から多くの自然の恵みをいただいていることへの恩返しとして、サステナビリティへの取り組みを継続してきました。

2009 年からの「SAVE the BLUE」プロジェクトで、養殖サンゴの苗を海底に植えつけて保全を図り、海をまもる取り組みを行っており、ブランドの海外展開に合わせて、活動範囲をグローバルに広げる一方で、陸上では東北地方の植林活動も始めています。このたび、2020年のリブランディングに際し、新シリーズを中心に、昨今、顕在化している地球環境問題に対応し、製品そのものの環境負荷低減に向けて、本格的に取り組んでいます。

2. 取組の内容

新シリーズ 雪肌精クリアウェルネスを中心とする、容器資材の環境負荷低減の取り組み

■CO₂排出量の削減

商品の外装の一部に、環境に配慮した素材である「バイオマス PET」「バイオマス PE」を採用。これらは、PET 樹脂、PE 樹脂の粗原料である石化由来のモノエチレングリコール(MEG)を、サトウキビの搾りかすを原料とした植物由来の MEG(バイオ MEG)におきかえたもので、生産時のCO₂排出量が、従来の石油系のプラスチックより削減可能です。

■プラスチック使用量の削減

一部アイテムを除き、包装資材やキット品のトレーなどでできるだけプラスチック樹脂の使用 を控えるとともに、商品外装のティアテープ包装を廃止します。

■紙の使用量の削減

従来、商品に同梱していた紙製の説明書や、店頭で配布するパンフレットを、QR コードを発行することでデジタル化し、できるだけ紙の使用量を減らしていきます。

■一部商品でレフィルを追加発売

レフィル化によってプラスチック使用量を低減し、CO2 排出量の削減に寄与します。



■その他、サステナビリティへの取り組み

商品に印字するインキは、生分解されやすく、環境負荷の少ないバイオマスインキを採用。また、商品の外箱は、日本でのリサイクル率が 90%以上と言われるダンボール素材を採用。外箱への表記は、当社が定めたユニバーサルフォントを使用し、どなたにも読みやすい大きさと書体を採用しました。

店頭什器などについても、環境へ配慮して、紙素材を採用する取り組みを行っています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

化粧品ブランドとしての独自の世界観あるデザインと環境配慮を両立している点で、お客さまのエシカルニーズに応え、ご好評をいただいています。







↑バイオマス PET (ボトル)、PE (チューブ)の採用 ボトルへの文字印刷をなくし、凹凸で名称を表現 ←外箱:ダンボール素材を採用。大豆インクを採用。 (一部)

4. 課題と今後の取り組み

化粧品のプラスチック容器回収プログラムを、Maison KOSÉ店舗と全国のイオン 33 店舗で開始しました。各ステークホルダーと連携し、より美しい地球の未来に向けた取り組みを進めていきます。

番号	12	
会社名	株式会社コーセー	
該当分野	□消費者課題 図環境 図人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	2-1、2-2、3-1	
見出し	サステナブルなパーム油への対応	

化粧品原料としても使用されるパーム油は、東南アジア等で生産されるアブラヤシから採取され、世界で食品などをはじめとする多様な用途に使用されている植物油です。アブラヤシのプランテーション開発に関わる問題として、森林破壊や児童労働など、地球環境や人権面におけるリスクが多く指摘されています。

当社グループでは、このパーム油に関わる問題は、化粧品メーカーとしてリスクの高い環境課題と認識しており、グループ全体でサステナブルなパーム油への対応を推進しています。

2. 取組の内容

当社グループでは、2019 年に RSPO*! に加盟し、サステナブルなパーム油の調達を目指して取り組んでいます。また同年、持続可能なパーム油のための日本ネットワークである JaSPON*2 にも参画し、JaSPON メンバーとともに、持続可能なパーム油の調達と消費に向けた取り組みを始めました。

- ※I Roundtable on Sustainable Palm Oil(持続可能なパーム油のための円卓会議)
- ※2 Japan Sustainable Palm Oil Network (持続可能なパーム油ネットワーク)

本取り組みは、2020 年 4 月に策定・公開したグループ全体のサステナビリティに関わる方針と 2030 年までの目標をまとめた「コーセー サステナビリティ プラン」において、中長期ビジョン「VISION2026」と連動しながら、事業成長と持続可能な社会の実現を両立目指す目標として掲げています。また、取り組みについては、当社 Web サイトにて進捗の報告をしています。

【目標】2030年度までに責任あるパーム油の調達を100%目指す。

■コーセー サステナビリティサイト

https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/

[コーセー サステナビリティ プラン] PIO, II

https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2020/04/kose_sustainability_plan20200430.pdf

[環境] 地球環境のために 商品における取り組みサステナブルなパーム油への対応

https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/environment/commodity/

【現地視察とステークホルダーとの対話の実施】

2019年 II 月には、マレーシアで開催された JaSPON 主催の「サステナブル・パーム研修」への参加を通じ、マレーシアの現地環境 NGO、小規模農園、集積所、搾油所、精製所などを訪問し、様々なステークホルダーと、現場における現状と課題・ニーズについて対話をし、課題認識を深めました。





写真左:アブラヤシ栽培農園の見学 写真右:小規模農家への訪問

【調達実績】

2030 年度にサステナブルなパーム油の調達と使用 100%を目指す中で、2019 年度はブックアンドクレームでの認証パーム油クレジットの購入を開始しました。現時点*3でのグループ全体における調達進捗率は 35%です。

※3 2019年1月~12月の購買実績。対象は、アルビオン・Tarteを除くグループ会社。

4. 課題と今後の取り組み

今後は、グループ全体でサステナブルなパーム油の調達を促進させていきます。また、パーム由来原料におけるサプライチェーン上の人権・環境をはじめとするリスクの低減に向け、サプライヤーと協力体制を取ることで、サステナブルな調達を推進していきます。

番号	13	
会社名	株式会社ファンケル	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画	
課題番号	2-1、2-2、4-1、4-2	
見出し	「ファンケル フォレストカフェ」でサステナブル活動を発信	

ファンケルグループでは、「世の中の"不"を解消する」という創業理念のもと、環境や社会の活動にも力を入れています。例えば、環境面では山梨県道志村の水源林を整備する「水源エコプロジェクト W-eco・p(ウィコップ)」(横浜市水道局主催)に協賛し、水源保全に努めています。社会面では、本社と同じ横浜市にある、重度重複障がい者支援施設、社会福祉法人「訪問の家」との交流を30年以上続けています。

ファンケルの活動をお客様に知っていただくことで「SDGs」を身近に感じていただこうと、2020年8月に、旗艦店の「ファンケル 銀座スクエア」にサステナブルをテーマにした「ファンケル フォレストカフェ」をオープンしました。





フォレストカフェ

壁面の間伐材を利用したウッドパネル

2. 取組の内容

フォレストカフェでは、以下の取り組みを行っています。

- ・重度重複障がい者支援施設、社会福祉法人 訪問の家「連」のクッキーを販売
- ・山梨県道志村を流れる道志川の清流水をボトリングした「はまっ子どうし The Water」の 販売(横浜市水道局と連携)
- ・ダイレクトトレードのコーヒーを採用して、コロンビアの女性コーヒー農園主を支援
- ・ファンケルのサステナブル活動を発信する動画の放映
- ・ファンケルの環境活動「HAPPYエコ」を紹介するオリジナルコースターの制作 HAPPYエコサイト https://www.fancl.jp/happy_eco/index.html
- ・山梨県道志の森の間伐材で作ったウッドパネルの設置
- ・紙ストローの採用







オリジナルコースター

ダイレクトトレードコーヒー

訪問の家「連」のクッキー

フォレストカフェでは、お客様が、自然とサステナブルな情報にふれられるよう、環境づくりを意識しています。例えば、サステナブルコーヒーは、ファンケルの環境活動を印刷したコースターにのせて提供し、店内にはオリジナルで作った環境動画を放映しています。

10 月に行った「ピンクリボン月間」の取り組みでは、ピンクリボンかながわと横浜市水道局がコラボレーションした「はまっ子どうし The Water ピンクリボンボトル」を期間限定で販売し、乳がんの早期発見・治療の大切さを伝えるイベントを開催しました。

4. 課題と今後の取り組み

フォレストカフェは、リピーターのお客様も多く、発信する情報を定期的に変えてく必要があります。 店内の動画やオリジナルコースターやランチョンマット等のツールを活用して、ファンケルの活動を、より分かりやすく伝えていきます。

また、2020年6月に新発売の「マイルドクレンジング オイル つめかえ用」をはじめ、環境配慮の製品開発にも力を入れており、館内のショップでは商品を購入できます。今後も、フォレストカフェとショップの連携で、製品の付加価値をお客様にしっかりと伝えていきます。

番号	14	
会社名	ライオン株式会社	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画	
課題番号	2-1、4-1、4-2	
見出し	地域の生物多様性保全活動を、日本国内の全事業所にてスタート	

当社の事業活動は自然環境や生物と深い繋がりがあることから、これまで自然の恵みを持続的に享受するため、環境への負荷を減らすなど、生物多様性に与える影響をゼロに近づける取り組みに力を入れてきました。その上で、自然には地域ごとに個性があり、それぞれ地域特性に応じた生物多様性の保全活動と持続可能な利用が重要と考えています。そこで、工場やオフィスが立地する地域の生物多様性を積極的に守るために、地域団体やNPO法人と共同で、森林整備や生物多様性保全活動を進めることとしました。

2. 取組の内容

生物多様性保全活動に事業を通じて取り組むために、まずは従業員一人ひとりが意識を 高めることが大切です。そのため、従業員一人ひとりが生物多様性保全活動に参画すること を目指し、各事業所において、それぞれの地域の課題に対応したテーマを設定し、地域と連 携した持続的な活動を推進することといたしました。

開始年	事業所名	活動内容
2003 年	小田原工場(神奈川県)	酒匂川水系のメダカの繁殖、ホタルの育成
2010年	大阪工場(大阪府)	アカウミガメの保護活動
2011年	千葉工場(千葉県)	里山ビオトープ整備活動
2012年	ライオンケミカル㈱ オレオケミカル 事業所 (香川県)	トンボ池の整備活動(絶滅危惧Ⅱ類マイコアカネの繁殖)
2013年	明石工場(兵庫県)	エノキビオトープ活動(黒蝶オオムラサキ育成)
2015年	ライオン·スペシャリティ·ケミカルズ(株) 四日市事業所(三重県)	吉崎海岸の保全活動(海岸清掃、外来植物種駆除)
2015年	名古屋オフィス(愛知県)	名古屋城外堀のヒメボタル保護活動支援
2016 年	ライオンケミカル㈱ ファインケミカル 事業所 (茨城県)	白砂青松プロジェクト活動
2017年	大阪オフィス(大阪府)	のだふじ保護活動支援
2018年	札幌オフィス(北海道)	札幌ワイルドサーモンプロジェクト(SWSP)活動支援
2018年	仙台オフィス(宮城県)	井土メダカ里親活動
2018年	本社・東京オフィス(東京都)	東京の在来種野草保護活動(野のくさプロジェクト)
開始年	事業所名	活動内容

2019年	ライオン·スペシャリティ·ケミカルズ㈱ 小野事業所(兵庫県)	ため池の水生植物保全活動
2019年	平井事業所 (東京都)	江戸川下流および東京湾の環境整備
2020 年	福岡オフィス(福岡県)	海岸清掃(ラブアース活動)を通じた博多湾自然環境保護 活動支援

「2020年に国内の当社グループ会社の全事業所での実施」を目標に掲げて推進した結果、2020年6月、当社の福岡オフィスにおける博多湾自然環境保護活動支援の開始をもって、全 15 事業所での生物多様性保全活動を実現しました。



【活動の様子】大阪工場のアカウミガメ保護活動の一部 産卵されたウミガメの卵の位置を確認し、砂中に防護柵を埋設している

4. 課題と今後の取り組み

各地域団体やNPO法人との連携を強めつつ、環境保全およびその活動支援に努め、 サステナブルな社会の実現に貢献してまいります。

番号	15	
会社名	ハリウッド株式会社	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画	
課題番号	2-2、4-1	
見出し	地方の地域活性と環境保全への協同	

地域活性に力をいれている市町村を支援することで、日本の社会全体を活性するための 商品開発を企画しました。伊勢志摩アンバサダーの尾崎ななみさんとのご縁とディレク ションで、三重県伊勢市をテーマに商品開発をすることができました。

2. 取組の内容

2020 年秋、地産地消をテーマに、伊勢神宮を流れる五十鈴川から採水した清らかな水でつくったフレグランスミストを開発しました。さらに三重県や伊勢市に由来のある花の香を採用し、お伊勢参りのお土産に最適なセットパッケージを企画しました。この商品の売り上げの一部は、伊勢に咲く美しい花が、未来永劫続くように、自然環境保全を目的に伊勢市へ寄付いたします。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

伊勢市の後押しを頂き、伊勢市 鈴木健一市長とともに、商品記者発表をおこなうことが できました。伊勢市からの先行販売に加え、地元メディアに取り上げていただきました。

4. 課題と今後の取り組み

化粧品販売店ではない、新しい販売ルート拡大に努めています。宿泊、お土産購入、 食事などができる観光業態への販路を拡 大したいです。









番号	16	
会社名	ハリウッド株式会社	
該当分野	□消費者課題 図環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画	
課題番号	2-2、4-1、4-2	
見出し	被災地支援から地域活性へつながる商品開発	

2011 年東日本大震災の被災地支援として、経済を活性化する取り組みをされていた一般 社団法人代表 渡邉さやかさんより、東北沿岸部に原生する気仙椿を原料とした化粧品開 発を相談いただいたことがきっかけとなりました。プロジェクトの考え方に賛同し、女性医 師のグループのみなさんや、椿油の製油所のみなさんと協同し、化粧品開発につながりまし た。

2. 取組の内容

いっときの被災地支援ではなく、継続的な地域への雇用や産業につながる取り組みになるよう、「気仙椿ドリームプロジェクト」として始動しました。ハリウッド化粧品は、化粧品研究開発メーカーとして、良質な地元の気仙椿油を原料としたハンドクリームを研究・開発・製造しました。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

開発経緯に賛同してくださる方が多く、好評をただき、9年たった現在も継続販売しております。さらに売上げの一部は基金として、被災地を中心とした若者や女性の経済的支援や起業家教育に活用しています。

4. 課題と今後の取り組み

商品としての良さをさらに認知いただける ような取り組みや、商品開発を続けたいです。



番号	17	
会社名	ハリウッド株式会社	
該当分野	□消費者課題 □環境 図人権・労働慣行 □コミュニティへの参画	
課題番号	3-1	
見出し	障がいのある方の社会参加と能力開発支援(Ⅰ)	

知的障がいのある方々でとくにプロの芸術活動を目指している方の社会参加や能力開発 への取り組みを具現化させたいと常に思っております。

2. 取組の内容

発売から 60 年、愛用者の多い「酵素パック」というロングセラー商品のパンフレットイメージを変更するにあたり、2017 年秋にイラストレーションによるパッケージの制作を決めました。

イラストはパソナハートフル「アート村」に所属するアーティスト 岩本悠介さんの作品を採用しましたが、障がいのある方々の社会的自立につながるよう、既存作品ではなく、オリジナル作品を描きおろしていただきました。



3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

パンフレットや商品の販促物に採用されているイラスト作品を通じて、障がいのある方と社会でつながることに、たくさんの方へ関心を持っていただくことにつながりました。

4. 課題と今後の取り組み

今回の取組みで作品提供した頂いた方の自信や感動を目の当たりにしました。 ご家族の方から、関係各所からも多くのご意見を頂きました。 今後もこのような活動・施策をあらゆる面で検討していきたいと思っております。

番号	18	
会社名	ハリウッド株式会社	
該当分野	□消費者課題 □環境 図人権・労働慣行 図コミュニティへの参画	
課題番号	3-1、4-2	
見出し	障がいのある方の社会参加と能力開発支援(2)	

「福祉村」を運営する「医療法人さわらび会(愛知県)」の活動を知り、障がいのある方の社会参加や能力開発への取り組みに協同したいと考えました。

2. 取組の内容

2017年秋から商品配送用の段ボールに、愛知県豊橋市「医療法人 さわらび会」の「福祉村」協力のもと、知的障がいがある花島愛弥 さんのイラストを採用しました。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になっていただきながら、

障がいのある方のアートをひとつの作品として社会に認知いただけるお手伝いにつながることを目的としています。 さらに、イラストがあることで、ついぞんざいに扱われがちな段ボールへの違った関心を持っていただくことを狙っています。





3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

運送業者の関心、受け取る側の意識、 社員への効果は非常に大きいです。 間接的な効果で【お荷物を大切に扱って 頂ける】ようになりました。

4. 課題と今後の取り組み

知的障がいがある方の社会的自立や就労支援をおこなっている「さわらび会」の活動を もっと多くの方々へ知っていただくために、計画的にデザインイラストを変更したいと考 えております。

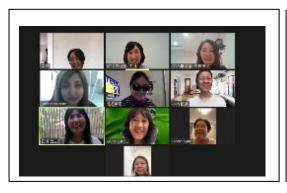
番号	19					
会社名	株式会社ファンケル					
該当分野	□消費者課題 □環境 図人権・労働慣行 図コミュニティへの参画					
課題番号	3-1、4-1、4-2					
見出し	視覚障がい等のハンディキャップをお持ちの方」や「特別支援学校」、					
	「65 歳以上のシニア」を対象とした「ファンケルセミナー」オンライン化					

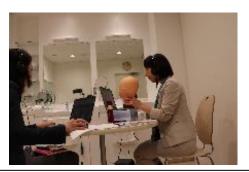
ファンケルグループでは、社会貢献活動として 1988 年より 65 歳以上のシニアが集まる福祉施設や、特別支援学校(高等部)などで、メイクや身だしなみをファンケルセミナーとして無料で開催しています。従業員が講師として活動することが特徴で、会社の理念を体現する場として活動を行ってきました。最近では活動の裾野を広げ、視覚障がい者向けセミナー、がん患者様向けのアピアランスケアメイクセミナー(株式会社アデランス様と協働)も実施しています。2019 年度は 143 回実施、3319 人のお客様にご参加いただきました。

現在は、コロナ渦で「ファンケルセミナー」の新規受付は停止中ですが、直接訪問することが難しくとも、特別支援学校に通う卒業前の生徒の皆さんへ向け、「オンライン身だしなみセミナー」・「身だしなみBOOKと商品サンプルの送付」などを実施しています。

2. 取組の内容

2020 年度は、コロナ禍で大人数を集めての従来型のセミナーは実施ができないため「オンライン」でのセミナーをスタートしました。9月25日に実施した、東京都立立川ろう学校の「身だしなみセミナー」を皮切りに10月には「視覚障がい者ライフサポート機構"viwa"」との共催で「視覚障がい者向けオンラインスキンケアセミナー」を実施しました。12月以降もオンラインを活用したセミナーを順次予定しています。





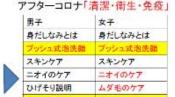
■「身だしなみセミナー」・・・「密」を回避するためコロナウイルス前とアフターコロナでは、プログラム内容を変更しました。

コロナウイルス前

男子	女子
身だしなみとは	身だしなみとは
洗顔パウダー	ふきとり
スキンケア	スキンケア
ニオイのケア	ベースメイク
ひげそり説明	ポイントメイク
整髮	整盤
ネクタイの締め方	
チェックリスト	チェックリスト







整髮

チェックリスト



整聚

チェックリスト

■視覚障がい者向けセミナー コロナウイルス前(密)



アフターコロナ (オンラインにて実施)



3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

<表彰>

- ■「身だしなみセミナー」
- ・文部科学省 令和元年度「青少年の体験活動推進企業表彰」大企業部門 審査委員会優秀賞
- ·文部科学省 平成 30 年度「青少年の体験活動推進企業表彰」大企業部門 審査委員会奨励 賞
- ■「視覚障がい者向けメイクセミナー」
- ・内閣府 令和元年度バリアフリー・ユニバーサルデザイン推進功労者表彰 「内閣府特命担当大臣表彰奨励賞」
- ・神奈川県庁「第 10 回神奈川県バリアフリー街づくり賞」

4. 課題と今後の取り組み

ファンケルでは、初の「オンライン」でのセミナーを開催するにあたって、準備を進め9月に実施に至りました。「オンライン」でのセミナーは、場所に制約がなく、全国各地から参加していただけることで新たな出会いの場も広がり、参加者からもお喜びの声が寄せられています。

これからも「オンライン」を活用したセミナーで、一人でも多くの皆さんに自信をもって明るい気持ちで毎日を過ごしていただけるお手伝いをしてまいります。 (以上)

番号	20					
会社名	株式会社コーセー					
該当分野	□消費者課題 □環境 図人権・労働慣行 □コミュニティへの参画					
課題番号	3-2、3-3					
見出し	導入職種にかかわらず活躍できる制度づくり					
	- ビューティコンサルタント(BC)活躍を目指して-					

「ダイバーシティ&インクルージョン※」を推進する当社にとって、導入職種に関わらず活躍できる場を提供することは、イノベーションを生み出すきっかけになりうると考えます。そのため、ビューティコンサルタント(店頭販売職・以下 BC)職として入社した従業員が、本人の意欲と適性に応じて様々なキャリアパスを描くことができる人事処遇制度を2019年度に導入しました。

また、当社では BC 職に従事しているのが主に女性であることから、BC が活躍する場を広げることは、女性活躍をサポートすることにつながります。当社グループのサステナビリティプランの取り組みのひとつ「ジェンダーにとらわれずに活躍できる社会への貢献」にも通じる取り組みとなるため、開始しました。

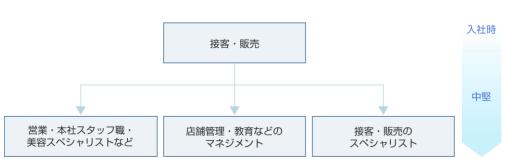
※ダイバーシティ(多様性)&インクルージョン(包摂性)

多様な社会文化的背景や、個人的特性(ジェンダー・人種的特徴・志向や信条など)を尊重し、ありのままを受け入れながら、誰もがそれぞれの個性や能力を発揮できる組織や社会、文化づくりを目指すこと。



2. 取組の内容

制度の導入前から、店頭などで活躍する BC は、販売職としての職務のスキルアップはもちろん、将来的に教育職や店舗責任者などへキャリアパスが選択できるように支援してきました。しかしながら、BC の意欲をさらに引き出すためには、体系的な処遇制度として整備することが必要であると考えました。そこで今回、従来のキャリアパスに加え、一定の選考後、営業職、本社スタッフ職などへとキャリアチェンジできる処遇制度を導入し、一人ひとりが持つ能力を十分に発揮できる職場環境の整備を行っています。



ビューティコンサルタントのキャリアフロー

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

制度導入後、選考を経て、新たな処遇制度適用者が誕生しました。これまでの経験を活かし、意欲的に新しい業務に取り組む姿をみて、今回適用外であった BC に対してもよい影響を与え、モチベーションアップにつながっています。何より、自らのキャリアを切り拓いていく意欲を醸成することで、より主体的に業務を遂行する姿勢へとつながっています。

4. 課題と今後の取り組み

社内での職種チェンジがマッチングするように、求められるスキルや適性など、双方向で 情報を提供していく取り組みをブラッシュアップしていきたいと考えております。

(以上)

番号	21					
会社名	株式会社ウテナ					
該当分野	□消費者課題 □環境 図人権・労働慣行 □コミュニティへの参画					
課題番号	3 – 3					
見出し	テレワークの推進					

時間と場所に捉われない多様な働き方を推進し、ワークライフバランスの実現と業務効率化を目的として、テレワークを推進しています。

2018年から、東京都が実施しているテレワーク活用推進モデル実証事業のモデル企業として試験運用を実施。2019年にテレワーク勤務を導入し、経済産業省、総務省が展開する「テレワークデイズ 2019」にも参画しました。

2020年2月からは、新型コロナウイルス感染拡大の抑止と社員の安全確保の観点からも、より一層テレワークの実現を進めました。

2. 取組の内容

2020年2月からは新型コロナウイルス感染症対策のため原則在宅勤務とし、現在は、I 日平均7~8割の社員がテレワークを行っています。(2020年3月~8月出社率30%) 経費精算などに必要な会計伝票類の電子申請化も進め、出社することなく精算業務を完結 できるようになっています。

テレワーク実施に伴い、早期に全社員アンケートを実施し課題を拾い上げました。運動不足、腰痛肩こり、ストレス、不安感といった心身の健康に関する課題に対しては、オンラインでの朝のラジオ体操の全社実施や、社内ポータルサイトで健康サポート情報の発信を行っています。コミュニケーションの取りにくさの課題に対しては、オンラインでのランチ会を開催したり、部署の違う社員同士が企業理念を体現する行動について話し合うオンラインの集いを毎日実施することにより、エンゲージメントの強化を図っています。

また、新卒採用のインターンシップにおいてもオンラインで実施し、学生とのコミュニケーションができる場をつくっています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

【業務効率・業務精度の向上】

- ・事前に日々の業務予定を申告し、上長と進捗・結果を共有することが徹底・習慣化し、タスクの明確化や上長のタイムリーな助言がしやすくなることで業務の精度が向上しました。
- ・業務のペーパーレス・DX 化により、今後の事業の DX 化への素地が醸成されました。紙の印刷枚数も、直近のデータでは前年同期比 65%減と大きな成果を得ています。

【リスク・コストの低減】

- ・通勤時・職場内のウィルス感染リスクを大幅に低減。社員・家族の安心・安全に直結して います。
- ・通勤時間が無くなり、社員の心身の負担(疲労)が軽減されました。家事・育児等との両立がしやすくなり、家族との接点、趣味の時間確保などの余裕が生まれワークライフバランスが向上しました。精神面の健康確保にもつながっています。

【その他】

・働き方改革、ニューノーマルへの変革が強く意識され、 議論・対応が加速しました。



このような取り組みが評価され、2020年 10 月には、総務 省の実施する「テレワーク先駆者百選」にも選定されました。

4. 課題と今後の取り組み

テレワークは、オフィスに出勤する働き方よりも、社員の業務開始時間や終了時間、また 労働時間の長さといった就労実態を把握しにくいという課題があります。今まで以上に社 員一人ひとりの時間管理の意識を高め、会社全体の生産性向上に取り組んでいきます。

(以上)

番号	22					
会社名	株式会社カネボウ化粧品					
該当分野	□消費者課題 □環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画					
課題番号	4-1					
見出し	ピンクリボンキャンペーン					
	店頭の取り組み、SNS を活用した啓発活動(国内・外)					

現在、乳がんは、日本女性の罹るがんのなかで一番多く、9人に I 人が罹患すると言われています。また、乳がんは、早期に発見・治療すれば治癒率が高いにもかかわらず、アジアでは、欧米に比べて検診受診率が低いため、発見時にはステージが高く死亡率が増加傾向にあります。そこで花王グループでは、ピンクリボン運動に賛同し、乳がんの早期発見の大切さをより多くの方に伝えるため、2007年から「ピンクリボンキャンペーン」を実施。(2014年から海外展開を開始)各地域で開催される啓発イベントにも多くの社員が参加し、ピンクリボン活動の浸透を応援しています。

2020 年は新型コロナウィルス感染拡大防止の観点から、店頭啓発活動に加え、デジタルコミュニケーションをさらに活用し、アジアを中心に 9 の拠点でグローバルに展開しました。 【海外展開】

- ・2014 年~タイカネボウ化粧品 LTD.・カネボウコスメティックスマレーシア Sdn. Bhd. 花王シンガポール Pte. Ltd.・インドネシア(代理店)*・フィリピン(代理店)* *インドネシアは 2017 年、フィリピンは 2019 年で終了
- ・2015年~佳麗宝化粧品(中国)有限公司
- ・2016年~台湾カネボウ化粧品股份有限公司
- ・2017年~台湾カネボウ化粧品股份有限公司 香港支店
- ・2018 年~カネボウコスメティックスロシア LLC

2. 取り組みの内容

【SNS を活用した乳がん啓発活動】(国内・海外)

キャンペーン期間中、店頭にお越しいただけないお客さまにも乳がんの啓発情報をお伝えするために SNS を活用しました。乳がんの基本的な知識をはじめセルフチェックの仕方など複数回にわたり情報をお届けしました。

海外での SNS 発信(一例)







左から、

【タイの情報発信】

【シンガポールの情報発信】

【ロシアの情報発信】

【店頭でのセルフチェック啓発活動】



乳がんは唯一、自分で発見することができるがんと言われています。月に I 回、乳がんのセルフチェック(自己触診)をすることは大切で、意味のあることです。実際、自分でしこりに気づいて受診される方も少なくありません。そこで、KANEBO・TWANY(一部除く)のカウンターでは、乳がんのセルフチェックの仕方が掲載されたリーフレットと使用できるボディクリームのサンプルを数量限

定で配布しました。

ピンクリボンアンケート(ビューティカウンセラーコメント)

- ・お渡しさせていただいたサンプルでセルフチェックを実施して くださったと伺いました。
- ・お客さまより、セルフチェックをして自分自身でしこりに気が つき早期発見につながったとコメントをいただきました。私たち の活動が少しでもお客さまのお役に立てていることが嬉しいで す。



【商品を通じた寄付活動】

20 | 3年からの取り組みとして、| 0月 | 日から | 1月30日のキャンペーン期間中、KANEBO カウンターにて「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 N P O 法人 乳房健康研究会に寄付しています。(国内のみ)



寄付金は、乳がんの啓発活動「がん教育プロジェクト*」の支援に役立てられます。

*子どもたちが、がんへの正しい理解や向き合い方を学ぶために、文部科学省指導のもと、 2019年から全国の中学校・高等学校で実施。

<乳房健康研究会サイト> http://www.breastcare.jp

3. 取り組みの成果(社外)

店頭や SNS アンケートでは、「自宅にいる時間が増えたのでセルフチェックを丁寧にしてみました」「自分自身でしこりに気づきました」など早期発見につながったなどお客さまから感謝のお声が寄せられています。また、SNS を活用した啓発活動ではお客さまにリツイートをしていただくなど活発な情報発信が行えました。

4. 課題と今後の取り組み

今後も、さまざまな活動を通じて、女性たちの美しく、健康な毎日が実現するよう応援 してまいります。 (以上)

番号	23					
会社名	株式会社クレシェコスメティックス					
該当分野	□消費者課題 □環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画					
課題番号	4-1、4-2					
見出し	「グローバルな女性支援活動」及び「ピンクリボンキャンペーン」					

創立 25 周年を迎えた昨年から、企業として少しでも社会貢献に寄与していきたいという 思いで、社内で「For Women Project」を立ち上げました。当社は、従業員の 9 割、及び 顧客の大半が女性です。女性のために何かサポートできることはないかと考え、国内外問わ ず広く女性の人権・健康の支援活動をされているジョイセフ(JOICFP)のお取組に賛同し、 この企画のための対象商品を製造し、その売上の一部を寄付するという取組をスタートさ せました。2020 年版も 10 月から販売を開始しております(限定品のため無くなり次第終 了)。

また、今年から新たに「For Women Project」の一環としてピンクリボンキャンペーンも実施いたしました。対象商品であるピンクリボンデザインのハンドクリームとトートバッグ、また乳がん検査の重要性や、日本での乳がん罹患率やその他付随するデータ等を載せた啓蒙用リーフレットを作成し、一緒にお渡しすることで広く知っていただき、ご自身やご家族・ご友人など大事な人達の体を気に掛けるきっかけ作りを目的にしております。こちらも売上の一部を、乳がんサバイバーの方々で運営されている一般社団法人 KSHS という団体のお取組に賛同し、活動にお使いいただくために寄付を実施いたしました。

2. 取組の内容

(ジョイセフの女性支援活動)

今年は第二弾として「クレシェ シーバムプレシャスオイル PL」を限定デザインで 10 月から発売しております。社員一人一人の「For Women」の手描き文字をデザインに載せております。限定数量が完売した時点でジョイセフへの寄付を実施いたします。







(ピンクリボンキャンペーン)

新型コロナウイルスの影響もあり、頻繁な手洗い・除菌により乾燥・手荒れの悩みが多く 挙がっていたこともあり、アイテムはハンドクリームにいたしました。そこにレジ袋の有料 化もございましたのでエコバッグをセットしてお作りいたしました。当社オリジナルのピ ンクリボンデザインです。

一般的なピンクリボン月間は 10 月ですが、当社のこの取組はスパンを長くし、7 月から 10 月一杯までといたしました。お客様と接するサロンスタッフは、制服にオリジナルのピンバッジを着けてお話のきっかけ作りを心掛け、ご購入の有無にかかわらず、啓発目的のリーフレットを広く配布してもらうように努めました。









3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

まず、ジョイセフへの取組に関してですが、こちらは通常当社のお客様に大変人気をいただいているアイテムを「For Women Project」限定のデザインでお出ししていることもあり、お客様からはいつもの姿が今年はどのような感じになるのか、というご期待をいただいております。

10月にスタートいたしましたが順調に販売は推移しており来春には完売予定です。ピンクリボンに関しては、お客様ご自身はもちろんですが、お客様がご家族やご友人への有意義なプレゼントとしてご購入いただく場面も多かったという報告が多くございました。検診に行ったことが無いという若いお客様がサロンにて乳がんについてオープンに話をする機会が出来、検診を受けてみようという気になられた、等こちらの望んだ良い流れが出来ておりました。

4. 課題と今後の取り組み

今後も、これらの2つのプロジェクトは毎年実施し、女性がイキイキと元気に前向きに生 きていけるサポートが微力ながらも出来ればと考えております。 (以上)

番号	24				
会社名	株式会社ウテナ				
該当分野	□消費者課題 □環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画				
課題番号	4-1, 4-2				
見出し	地方自治体との協働による、ゆず農家への支援				

ヘアオイル「ゆず油」は、高知県北川村との協働により、これまで廃棄されていたゆずの種から高品質なオイルの抽出し、素材の有効活用をしています。北川村ではゆず農家の後継者不足が問題になっており、担い手を増やすためにも北川村ゆずの認知拡大とブランド化が課題になっています。北川村ゆずを少しでも多くの方に知ってもらうため、2019年12月に東京渋谷でコンセプトショップ、エシカルサロンカフェ「YUZU-YOU」を期間限定でオープンしました。

2. 取組の内容

エシカルサロンカフェ「YUZU-YOU」

「ゆず油」のヘアケア体験ができると同時に、北川村ゆずのオリジナルドリンクや、北川村の美しい風景写真が楽しめるイベントです。「ゆず油」がどうやって作られているのか、北川村がどんな課題を抱えているのかをお伝えすることで、「ゆず油」という商品の背



景にある、ウテナや北川村の想いを知っていただく機会をつくりました。

TV メディアにも紹介され、イベント来場者以外にも北川村を認知してもらうきっかけとなりました。



3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

来場者のアンケートでは、回答者全員が「社会的な取り組みを知って「ゆず油」を好きになった」と答えており、北川村の現状やサステナブルな取り組みを伝達できたことが確認できました。

今回ショップで販売した限定ゆずドリンクの売上は、全額北川村に寄付しています。寄付金は生産増進のためのゆず苗木の購入資金に充てられ、2020年5月に北川村に植えられました。



4. 課題と今後の取り組み

廃棄していた種を買い上げて有効利用するだけでなく、村の人口減少など、地方自治体が 抱える本質的な課題の解決に向けたパートナーとして取り組んでいます。

今後は、大学との協働による、ゆずの機能価値データの研究や、北川村の子供たちへの教育プログラム「北川学」など、長期的なプロジェクトを計画しています。また、この取り組みに共感いただいた販売チェーンも巻き込んで、収穫支援を行うなど北川村の関係人口を増やすつなぎ手としての活動も進めています。

2020 年 II 月には、オフィシャルサイト内に、サステナビリティページを開設し、ウテナと北川村の取り組みについて、情報発信を開始しました。今後もゆず油と一緒に北川村の魅力を発信し、北川村ゆずの認知拡大・ブランド化を通して、北川村の課題解決に取り組んでまいります。

(以上)

番号	25					
会社名	サンスター株式会社					
該当分野	□消費者課題 □環境 □人権・労働慣行 図コミュニティへの参画					
課題番号	4-2					
見出し	コロナ禍等の消費者課題に対応した製品開発と健康啓発活動の推進					

サンスターグループは、「常に人々の健康の増進と生活文化の向上に奉仕する」の社是のもと、社会に役立つ製品、サービスの提供に努めています。コロナ禍でも消費者の皆さまが健康でいられるよう、この時期に必要な課題解決の製品開発、有用な製品サービスに関連する健康情報の発信を推進しました。

また、医科・歯科専門家との対話をもとに、お口の健康維持が全身の健康維持にとって重要である事をいち早く提唱し、医科・歯科専門家と共に、各地域コミュニティに向けて啓発活動を続けています。

2. 取り組み内容の一例

①エタノール 70vol%&オリーブ果実油配合で手肌を洗浄しながら保湿する乳液を商品化エタノール製品を利用する 15 歳~75 歳の方へのアンケート調査で、

6割の方が「手荒れがある」と回答、うち手荒れが気になる方が8割に上ったことから、衛生対策をしながら手肌の潤いを保つ「ピュアリアうるおい in 手肌すっきり洗浄乳液」を 2020 年秋に発売しました。

②「Stay Healthy, Stay Safe! 健康でいよう、元気でいよう!」特設サイトの開設

コロナ禍でも健康に過ごしていただきたいという願いから、これまで発信してきた生活環境に関する健康情報、お口とからだ、お子さま向けのお楽しみコンテンツをまとめまた特設サイトを 2020 年 4 月に開設、正しい手洗いや手洗いにともなう感染対策として適切なハンドケアの必要性をご紹介しています。 URL: https://jp.sunstar.com/stayhome/







③健康寿命延伸に向けたオーラルフレイル予防啓発を推進

お口の機能の衰えが全身の虚弱化を早めてしまうオーラルフレイル の予防啓発を推進。サンスター財団歯科衛生士によるセミナー講師 派遣、啓発冊子・アプリ・アニメの提供や、日本歯科医師会と連携 した市民公開講座、大阪医科大、高槻市と連携した市民公開講座を 行うなど、食べられるお口の維持が健康寿命延伸に繋がることを啓 発しています。コロナ禍で人と人との交流が制限される中、高齢者



の外出や会話が減ることによるオーラルフレイル増加が心配されており、「会話減に対策を」 と題した、お口の機能維持の啓発活動も行っています。

④災害時のオーラルケアの重要性啓発と支援活動

大規模災害で水が不足すると歯みがきがしにくく、お口の中が汚れやすくなり、避難生活 の中で誤嚥性肺炎で亡くなる方が多いことから災害時のお口のケア啓発を行っています。 水がなくても使用できる液体ハミガキやハブラシなどのオーラルケア製品を支援物資とし

て提供、災害時のお口のケア方法を示した避難所掲 示ポスターなどを提供しています。地域防災担当者 との対話により防災備蓄に適した長期保存用ガム・ デンタルリンスを開発、提供しています。









コロナ禍に大規模災害が重なるとますます、手肌の 清潔習慣とお口の健康啓発の重要になると考えています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

衛生対策をしながら手肌の潤いを保つ「ピュアリアうるおい in 手肌すっきり洗浄乳液」 については、発表当初から「こんな商品を待っていました」といった歓迎の声や販売店の問 合せが多く寄せられ、多くの方からご愛用のお声もいただいています。

健康啓発情報についても様々な形でご活用いただいており、特に、オーラルフレイルや災害 時のオーラルフレイルの発信情報に関しては、多くの方に Web 上でご覧いただいています。

4. 課題と今後の取り組み

製品情報、健康啓発情報とも、健康意識の高い方は積極的に情報を集めてくださるものの、 まだまだうまく伝えきれていません。今後とも情報発信に工夫するなど、より多くの人に お伝えできるよう努力してまいります。

2019年に、サンスターグループ創業 100周年にあたる 2032年に向けた長期ビジョンを発 表いたしました。これからも世界になくてはならない企業でありつづけることができるよ う、環境負荷低減などに力を入れ、社会課題解決に寄与する事業の推進につとめ、ステーク ホルダーとの対話を深め、信頼できる企業となることを目指します。 (以上)

番号	26					
会社名	株式会社コーセー					
該当分野	図消費者課題 図環境 図人権・労働慣行 図コミュニティへの参画					
課題番号	全て含む					
見出し	「コーセー サステナビリティ プラン」を掲げ、					
	「人」と「地球」へ向けた取り組みの実践を開始					

現在、グローバリゼーションや人口構造の変化、人々の在り方やニーズの多様化、気候変動による温暖化、天然資源の枯渇など、私たちを取り巻く社会環境は大きく変容しつつあります。

よりよい未来を見据えた、新たな価値づくりの視点から、持続可能な社会の実現を目指 し、今まで以上に私たちの英知と感性を活かしていく必要があると考えます。

コーセーグループでは、人々や地球環境の未来をよりよいものとするための「コーセーサステナビリティ プラン」を策定し、グローバル社会の一員としての責任をしっかりと果たしながら、世界で存在感のある、信頼される企業となることを目指します。

2. 取組の内容

【取り組みの主旨】

「コーセー サステナビリティ プラン」を掲げ、長期視点で企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」を実践していくことで、グループ全体で、サステナブルな社会の実現と事 業成長の両立を目指します。



【マテリアリティの特定と目標設定】

「人へ」「地球へ」にテーマを大分しマテリアリティを特定。取り組みテーマと個別目標を 設定。 (詳細はウェブサイトにて公開: https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/)

【取り組みテーマの一部(環境対策)】 ※(人へ)の目標はサイトをご参照ください。

テーマの中長期目標とSDGsとの連動(地球へ)

ビューティを じた環境課題 への貢献	ビューティを基軸としながら、 環境課題解決への取り組みを 促進します。また、その取り組みを 世の中に広く伝え、多くの生活者に 環境課題への気づきを与え、 ビューティを通じて課題解決の 輪を広げます。	植サンゴ 面積 商品・サービス を通じた環境 課題の啓発	20,000m ² 25m公認ブール 面積約53倍	2030	・雪肌精「SAVE the BLUE」活動の進化 ※目標値は2009年からの累積面積 ・雪肌精「SAVE the BLUE」活動の進化	12 10 10 13 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15
	環境課題への気づきを与え、 ビューティを通じて課題解決の	を通じた環境			・雪肌精「SAVE the BLUE」活動の進化	
			以上	2030	・各種事業を通じた環境保全、啓発 ・ロングセラー製品の育成による、間接資材の 節減	14 doi:10 15 doi
事業地域の 環境保全	地域と共存共栄し、地域環境へ 影響を与えうる生産拠点を中心に、 環境保全に対する取り組みを 行います。	地域環境 保全活動	20件 以上	2030	・南アルプス周辺など、関連会社も含む生産、研究拠点などを中心とした事業地域での環境保全活動	13 HMM. 14 400mm
地球へ事業活動全体での環境負荷低減・	CO2排出量の削減	SCOPE 1·2	▲ 28% (2018年比 総量目標)	2030	・再生可能エネルギーの利用・エネルギー効率のよい設備などの導入	7 ************************************
	CO2排出量の削減	SCOPE 3	2021年までに 目標を設定	2021	・情報を整理し、2021年までに目標設定・ 具体的取り組み事例を設定	
			100%	2030	 4R※に適合した容器包装資材の採用 ※Reduce/Reuse/Recycle/Renewable 2030年までにバイオマス/リサイクル樹脂の 採用比率(樹脂量)を50%まで高める 	12 55111 13 11115
	責任ある水資源利用のための何	吏用量削減	▲12% (2018年比、 生産原単位)	2030	・水資源の3R*の推進など ※Reduce/Reuse/Recycle	6 Secolaria 12 Secolaria CO
	環境保護を推進し、社会と共に 発展すべく、持続可能な パーム油調達を実現します。	責任ある パーム油の 調達	100%	2030	・認証パーム油の調達と使用 ・調達先との環境面での協働	12 *******
	環境保全 事業活動 全体での 境負荷低減・	環境保全 環境保全に対する取り組みを 行います。 CO2排出量の削減 CO2排出量の削減 プラスチック容器包装資材に サステナビリティに配慮した サステナビリティに配慮した 環境保護を推進し、社会と共に 発展すべく、持続可能な パーム油調達を実現します。	環境保全 環境保全に対する取り組みを 行います。 CO2排出量の削減 SCOPE 1・2 CO2排出量の削減 SCOPE 3 プラスチック容器包装資材についての サステナビリティに配慮した設計 責任ある水資源利用のための使用量削減 環境保護を推進し、社会と共に 発展すべく、持続可能な パーム油の	環境保全 環境保全に対する取り組みを 保全活動 以上	環境保全 環境保全に対する取り組みを 行います。	環境保全 環境保全に対する取り組みを 行います。

【取り組みの推進】

有識者による役員向けセミナー開催、主要事業所におけるセミナー開催等により、プラン全 体の意義や内容の浸透を図りました。また、個々のテーマに基づき、部門横断のワーキング グループや、各部門による取り組みを進めつつ、委員会及び取締役会での報告を実施するこ とで、経営戦略の一環として、目標達成に向けたサステナビリティ推進を開始しています。

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

- ・外部団体への参画や、社内セミナー等の開催による社内の意識、知識の向上
- ・経営戦略と連動した中長期 VISION への反映と推進
- ・各種 ESG インデックス等への採用、CDP 気候変動 A リスト入り 等

4. 課題と今後の取り組み

- ・目標と取り組み方向の精緻化と実践
- ・社会動向の変化に応じたフレキシブルな対応
- ・さらなる社内啓発と取り組みのレベルアップによる社会課題への対応 (以上)

47