



サステナビリティ 取組事例集



日本化粧品工業連合会
サステナビリティ推進委員会
2022年3月



目次

サステナビリティ取組事例集の発行にあたって	... 3
本書の構成	... 4

概要編

地球環境のために	... 6
－ 気候変動	... 6
－ 容器包装	... 8
－ リサイクル等	... 13
みんなのために	... 16
－ 消費者・コミュニティ	
一人ひとりのために	... 19
－ 人権・労働慣行	

詳細編

各取組事例の詳細	... 28
----------	--------



「サステナビリティ 取組事例集」の発行にあたって

日本化粧品工業連合会(粧工連)では、2015年8月に「粧工連サステナビリティ指針」を策定し、以後、会員企業が本指針を活用してサステナビリティ活動を推進しています。具体的な取り組みについては、2016年度以降、毎年、「粧工連サステナビリティ指針に沿った取組事例の紹介」としてまとめ、粧工連ホームページでの掲載・紹介を行ってまいりました。これは、会員企業においてそうした先進事例の共有を図ることにより、相互の啓発、そして、更なる取り組みの推進に役立ってきたものと思っております。

そして広く世の中に目を向ければ、2015年9月に国連サミットにおいて採択されたSDGs(Sustainable Development Goals;持続可能な開発目標)が大きく社会に浸透したことをはじめとして、この数年の間に、人々のサステナビリティへの関心が高まるとともに、あらゆる取り組みが進んでいます。

粧工連においてはこうした社会の変化を踏まえ、より一層のサステナビリティ活動の強化を目的とし、これまでの「環境・サステナビリティ委員会」を、2021年4月より新たに「サステナビリティ推進委員会」として改組しました。これまでに委員会において、新しい取り組みのための議論をすすめており、今後、新たな施策を打ち出していく予定です。その具体的第一歩として、従来の「取組事例の紹介」を、会員企業のみならず、より多くのステークホルダーの方々にもお読みいただくことを目的として大幅な紙面の刷新を行い、新たに「サステナビリティ取組事例集」として、ここに発行させていただくことになりました。

これまで化粧品業界は、商品の提供や様々な活動を通じて人々の生活を豊かにする重要な役割を果たしてきたと考えます。そして今後、サステナビリティがますます重要となる社会においては、より一層大きな貢献ができる可能性を十分に持ち合わせていると信じております。ただ、そのためには、業界内の各企業が互いにしのぎを削って取り組みをすすめるのみならず、業界内外の多くの方々との連携による活動の更なる広がりと深化、従来の枠を超えたイノベーションの創出などが必要になります。

今回の「サステナビリティ取組事例集」発行が、我々の活動を知っていただける機会になると同時に、志ある多くの方々と手を取り合うことに役立てばというのが我々の思いです。あらゆる関係の皆様方にお読みいただき、ご意見・ご指導をいただけますと幸いです。

2022年3月

日本化粧品工業連合会 サステナビリティ推進委員会
委員長 川田 貴史



本書の構成

本書は大きく【概要編】と【詳細編】の2つのパートで構成されています。

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

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

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



概要編



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。

地球環境のために

気候変動

化粧品業界においてもビジネスの優先事項

世界・国内的にも気候変動への取組が加速しています。
2021年、第26回気候変動枠組条約締結国会議(COP26)にて、パリ協定における「1.5℃目標」に国際社会が足並みを揃えることが合意されました。

国内においては、COP26に先立ち、2021年5月に改正地球温暖化対策推進法が成立し、2050年までの脱炭素社会の実現が基本理念となっています。そして、あらゆる主体(国民、地方公共団体、事業者等)に対して取組やイノベーションの促進が求められています。

気候変動には「緩和」と「適応」が対策の両輪

粧工連会員は科学的根拠に基づいた温室効果ガス削減目標の設定やステークホルダーとの協働を進めています。再生エネルギー導入など、各社のビジネスに合わせた「緩和」事例をご紹介します。



地球環境のために ～気候変動～

再生可能電力導入とプラスチック削減

【サンスター株式会社】

2021年3月に2030年までのグローバル環境中長期目標を発表しました。同4月からはサンスター(株)の主要工場・拠点で使う電力をCO2を排出しない再生可能電力100%に切り換え、国内グループの年間CO2排出量を約6割削減できる見込みです。

容器・包装材・POPの石油由来プラスチック削減、日用品メーカー協働の使用済みプラスチック容器の回収リサイクル実証実験J-CEP(北九州・神戸)への参加など、環境負荷低減の取組みを積極的に推進しました。



→ p.28

脱炭素社会の街づくりに貢献

【日光ケミカルズ株式会社】



私たちは温室効果ガス排出量の削減に取り組み、脱炭素社会の街づくりに貢献します。その取り組みの一例として、当グループの国内工場では、太陽光発電システムを2015年に導入し、再生可能エネルギーであるクリーン電力を使用しています。ほかにも、社用車としてプラグインハイブリット車(PHV)を導入するなど、主要事業以外においても温室効果ガスの排出削減に取り組んでいます。

→ p.29

【コラム】

脱炭素経営に向けた会員企業の積極的な目標設定やアクションの例

(2022年2月現在、正会員及び原料部会員)
SBTi(科学的根拠に基づく二酸化炭素排出量削減目標)の認定獲得:

味の素、花王、コーセー、資生堂、サントリーホールディング、P&G、富士フィルムホールディング、ロレアル、ユニリーバ、ライオン

TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)への賛同表明:

味の素、花王、コーセー、資生堂、サントリーホールディング、ピジョン、富士フィルムホールディング、ファンケル、ポーラ・オルビスホールディングス、ユニリーバ、ライオン

RE100(再エネ100%を目指すイニシアティブ)への参画:

味の素、花王、資生堂、シャネル、J&J、P&G、富士フィルムホールディング、ユニリーバ

CDP(気候変動)2021年度A評価:

味の素、花王、コーセー、サントリーホールディング、ポーラ・オルビスホールディングス、ロレアル、ユニリーバ

1. 自社の状況把握と「緩和」「適応」施策への着手

2. 積極的な目標設定とアクション

・SBT認定、TCFDシナリオ分析の実施と開示、ESG外部評価、等

3. ビジネスモデルの変革や社会イノベーションの実現



地球環境のために

容器包装・リサイクル等

プラスチックはガラスや金属と比べて、軽い・加工しやすい・合成方法によって多様な用途に使用できるなど、人々の豊かな暮らしに貢献し、実に多くの産業がその恩恵に与っています。しかしその高い利便性から大量生産・大量消費経済システムの一因となり、近年では海洋プラスチックごみ問題に代表される廃棄物処理が各国で喫緊の社会問題となっています。

こうした地球規模でのプラスチック問題に対して、2015年にEUサーキュラーエコノミーパッケージが承認され、日本でも2018年5月に「プラスチック資源循環戦略」が発表されました。世界各国の資源循環の潮流は単に廃棄物を減らす環境政策にはとどまらず、イノベーションによる経済活性を原動力とした実効性と持続可能性を重視した政策となっています。

化粧品業界が真に持続可能であり続けるためには、資源効率性を高めると同時に製品を通して化粧品の魅力をより一層広めていくことが求められています。

地球環境のために ～容器包装～（1）

プラスチック削減に貢献するフィルムパッケージイノベーションの推進

【花王株式会社】

フィルム容器の推進はプラスチック量削減に大きく寄与しますが、そのやわらかさのため使いやすさ向上が課題のひとつです。花王は簡単な付け替え方法で面倒な詰めかえ作業を省き、新しい使い勝手を実現するフィルム容器を開発しました。ひとつは従来ポンプ容器のように使用できる「スマートホルダー」と、もうひとつは吊り下げて使う「らくらくスイッチ」で、どちらも驚異の「残量ほぼゼロ」を実現しています。



→ p.30

サステナブルパッケージの導入

【株式会社クレシェコスメティックス】



オリジナル
ECOロゴ



ダンボール素材
化粧箱



グリーンナノを採用

社で掲げたSDGs目標の中で、2021年に取組をスタートさせるために準備をしてきたものが環境を配慮した製品作りです。パッケージをシンプル化して包装ゴミを削減し、また再生利用可能な素材を採用し地球環境を壊さないモノ作りを目指します。オリジナルECOロゴを作成し、取組を始めた商品には順次このロゴを掲載し、お客様にも取組を認知していただきやすいようにしております。

→ p.31

サステナビリティに配慮した容器包装設計の取り組み

【株式会社コーセー】

当社グループは、2030年に向けたサステナビリティ戦略と目標の中で「プラスチック容器包装資材のサステナビリティに配慮した設計」に関する中長期目標を策定しています。2021年には『コスメデコルテ』や『雪肌精』などのブランドをはじめ、多くの商品で4R（Reduce/Reuse/Recycle/Renewable）に適合したものづくりを実行し、サステナビリティに配慮した容器包装設計を推進しました。



→ p.32

地球環境のために ～容器包装～（2）

リサイクルポリエチレンボトルの採用

【クラシエホームプロダクツ株式会社】

資源の大量消費とプラスチックの大量廃棄は環境に大きな影響を与えており、消費と廃棄の両側面からの抑制が求められています。
クラシエでは飲料ペットボトル用キャップを使用したリサイクルポリエチレン製ボトルを「海のうおい藻」に採用しました。
商品容器に多用されるポリエチレンをリサイクル素材へ転換することで、バージンプラスチックの消費を減量し、再生材の利用により廃棄物の削減に取り組んでいます。



バイオマス PE
リサイクル PE
バイオマス PE

→ p.33

サシェにPET単一素材適用

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】



弊社ヘアケア製品のサシェにPET単一素材を適用いたしました。
従来のフィルムパッケージには、中身を守るためにPET、ポリエチレン、アルミなど複数の素材を組み合わせてつくられており、リサイクルしにくいという課題があります。
そこで弊社では2021年4月に日本で初めてPET単一素材のフィルムパッケージ採用製品を発売しました。中身をしっかりと守りながらよりリサイクルしやすくなり、製造時のCO2排出量も減らせます。

→ p.34

単一素材の詰め替えパウチ・アルミボトルの採用

【P&Gジャパン合同会社】

ヘアケアブランド パンテーンでは「責任を果たすP&Gビューティ」という使命の下、“2030年までにヘアケア製品の容器を100%リサイクル・再利用可能にし、2025年までにバージンプラスチックを50%削減*1する”ことを目標に掲げています。
2021年秋にはP&Gジャパン初、単一素材を採用した『詰め替え ECOPOUCH(エコパウチ) TM』と、耐久性に優れ再利用可能な『アルミボトル』を発売し、プラスチック使用量削減に取り組んでいます。

*1:2017 年1 月から12 月に生産されたプラスチック総量との比較



→ p.35

地球環境のために ～容器包装～（3）

サステナブルな包装容器

【株式会社ファンケル】

ファンケルは、4R※にもとづくサステナブルな容器包装2030年度までに100%という目標を掲げ、プラスチック使用量の削減に取り組んでいます。さらに、2021年11月にリニューアルした「マイルドクレンジング オイル」のボトルには、100%再生プラスチックを初めて採用しました。今後は、その他化粧品のPET容器も再生プラスチックに切り替えていきます。

※Reduce(減らす)、Reuse(つめかえ)、Recycle(資源にする)、Renewable(代替する)

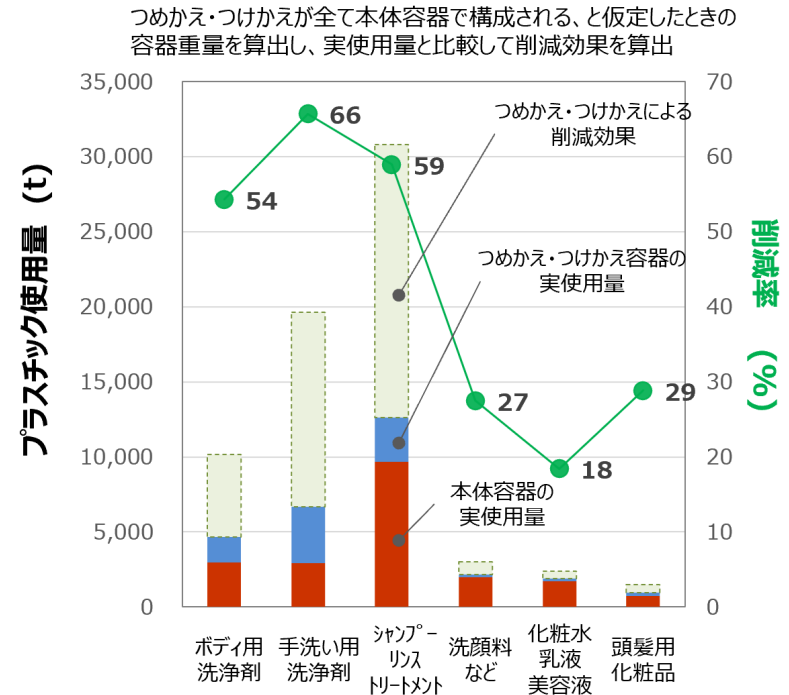


→ p.36

【コラム】化粧品業界における容器包装の環境配慮について

粧工連会員は、以前より製品の詰替え・付替え用製品の開発・発売等、容器包装のリデュース、リユース、リサイクルにより、お客様が使用した後で廃棄する容器包装へのプラスチック使用量の削減努力を続けてきました。2021年度に実施した調査結果は次のとおりです。

今後も容器包装リサイクル法の役割をしっかりと果たすとともに、地球規模の環境問題の解決やプラスチック資源循環にも貢献すべく、リデュース、リユース、リサイクル、リニューアブルへのさらなる取り組みを、それぞれの事業の特性を鑑みて継続してまいります。



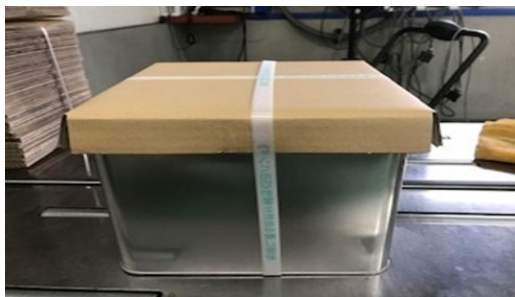
地球環境のために ～容器包装～（４）

“環境対応バンドで脱・廃プラ”活動

【日光ケミカルズ株式会社】

製品を梱包するプラスチック製バンドを、環境にやさしい素材でできたバンドに2015年に全面的に切り替えました。

この環境対応バンドは、自然環境下で光・熱・微生物の働きにより自然分解を起こして微粒子となり、最終的に炭酸ガスと水になります。万が一、不適切な廃棄処理が行われ環境に放出された場合でも分解されるため、プラスチックごみとして環境に残留しません。この取り組みは環境保護の貢献につながります。



→ p.37

紙製アイキャッチシールの採用

【クラシエホームプロダクツ株式会社】

当社ではプラスチック製アイキャッチシールに着目し、プラスチックを使用しない紙製アイキャッチシールの採用を「マー＆ミーウォーター」から始めています。

商品全体に対してアイキャッチシールの占める割合は小さいですが、循環型社会の実現に向けて、できることから一つずつ取り組んでいきます。



→ p.38

主要ブランドでの環境に配慮した容器・包装・販促物の推進

【日華化学株式会社】

FLOWDIA



美容室向け化粧品販売の総合メーカー日華化学(株)デミコスメティクスは、2021年に発売したヘアケアブランド「FLOWDIA」より、以下のSDGsの取組を展開しております。

- ①ボトル製品において、植物由来のバイオマスプラスチックの使用
- ②化粧箱・主要販促物において、FSC®認証紙の使用

今後発売を予定している主要ブランドではこの2点を基本方針とし、各ブランドにあったSDGsへの取組を積極的に取り入れてまいります。

→ p.39

地球環境のために ～リサイクル等～（1）

花王とライオンの協働による「使用済み つめかえパック」のリサイクル実証実験

【ライオン株式会社・花王株式会社】

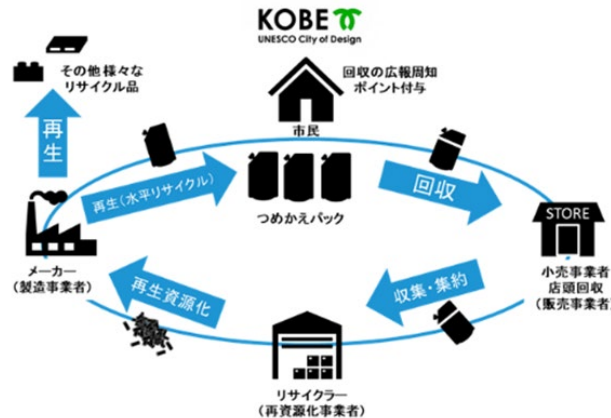
花王とライオンは、プラスチック包装容器資源循環型社会の実現に向けて、東京都墨田区にあるイトーヨーカドー曳舟店と協働して使用済みつめかえパック（以下、フィルム容器という）の分別回収実証実験を行なっています。2020年10月30日（金）から2021年6月15日（火）までに、フィルム容器約5,200枚を回収。お客さまおよびイトーヨーカドー曳舟店のご協力により、計画に対して約2倍の回収量となっています。



→ p.40

神戸市での使用済みつめかえ パックの回収・リサイクルに参加

【ライオン株式会社】



2021年10月、当社は、兵庫県神戸市と小売業・日用品メーカー・リサイクラー16社が協働で使用済みつめかえパックの「水平リサイクル」を目指す「神戸プラスチックネクスト ～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」プロジェクトに参加しています。

→ p.41

お得にエコ活！ UMILE（ユーマイル）プログラム

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

「UMILEプログラム」は、いつものお買い物で、お得にエコ活ができるポイントプログラム。「つめかえ製品を買ってためる」、「空容器をリサイクルしてためる」の2つの方法で、プラスチックの使用量削減や循環利用に参加しながら「UMILE」をためられます。ためた「UMILE」は、エコグッズやLINEポイントへ交換、またはNPO団体へ寄付できます（1 UMILE＝ 20 LINEポイントまたは寄付20円）。



→ p.42

日本ロレアルは、サステナビリティプログラム「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」の下、様々な活動を推進しています。

消費者を巻き込んだ循環型社会の実現も、日本ロレアルが取り組む重要課題の一つです。2021年には先駆者的に取り組んでいたブランド「キールズ」に続き、主要12ブランドがテラサイクル社と包括的なパートナーシップを締結し、化粧品空き容器の回収を実施しています。



FANCL

リサイクルプログラム

～花と緑を広げよう～



○マルドランジングオイル ○ビータモイスト洗顔料 ○化粧液(エンリッチ・モイストリファイン・
 ノイトムンダ・アクタリア・FOR・メン) ○乳液(エンリッチ・モイストリファイン・ノイトムンダ・FOR)

対象商品の空容器のみ入れてください

中身が入っている物は対象外です

洗浄は不要です

このプログラムは、ファンケル化粧品の使用済みプラスチック容器を一部の直営店舗で回収し、花や緑を育てる「植木鉢」にリサイクルする取り組みです。容器の分別・洗浄・乾燥は、特例子会社「ファンケルスマイル」で行っています。そして、回収リサイクルされた「植木鉢」は、ファンケル本社がある横浜市が毎年主催している、花のイベント「ガーデンネックレス横浜」に寄贈することにより地域貢献にもつなげています。

シャンプーやボディウォッシュが好きな量だけ、量り売りで買える。それが新しいお買い物のかたち「リフィルステーション」です。ユニリーバ・ジャパンは、2021年2月から、長野県佐久市で日本初となる移動販売車を利用したリフィルステーションの実証実験をスタート。6月には宮崎県新富町に2店舗目をオープンしました。量り売りという体験を通じて、繰り返し使うライフスタイルをあたりまえにしていきたいと考えています。



JCI
Japan Cosmetic Industry Association

地球環境のために ～リサイクル等～（3）

お客さまと一緒に資源循環を考える
「KOSÉ Green Bazaar
(コーセー グリーン バザール)」を展開

【株式会社コーセー】

2021年4月より、当社のコンセプトストア
Maison KOSÉ銀座と表参道の各店舗、
Maison KOSÉオンラインで「考えよう。人と地
球の美しさ。」をコンセプトに、人の美しさだけで
なく、地球の美しさまで考える「KOSÉ Green
Bazaar」を展開しています。お客さまに、環境課
題への理解を深めていただくと同時に、シーズン
中に売り切れなかった商品をお求めやすい価格
で提供しています。



→ p.46

植物を無駄にしない
化粧品原料の開発

【日本コルマー株式会社】



化粧品によく利用される植物エキスは、葉、花、根、
幹など様々な部位から抽出していますが、部位に
よって含まれる成分が異なることから、一部の部
位から抽出するエキスを製造するためだけに植物
を栽培することが多くありました。近年、植物自体
を伐採したり栽培して増やして収穫するのではな
く、その植物の細胞を培養して増やす技術が、主
に資源保護の面から脚光を浴びています。

また、果実などでは、果汁や果肉部分は食品等に
利用されるものの果皮は廃棄されることがほとん
どですが、その果皮には果実や種を守るために
様々な成分を含んでいることが古くから知られて
います。

→ p.47

【コラム】SDGs17の目標

下の図はSDGsの17の目標を環境、経済、社会の三
層構造で表した木の模式図です。木の枝には、環境、
社会、経済の三層を示す葉が繁り、木を支える幹は、
ガバナンスを示しています。



資料：環境省環境研究総合推進費戦略研究プロジェクト「持続可能な開発目標
とガバナンスに関する総合的研究」より環境省作成

出所：

https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/h29/pdf/1_1.pdf

みんなのために

消費者・コミュニティ

生活者のメディアの接触時間はこの10年間で1日あたり60分以上も増加しました。特にスマートフォンの接触時間は、5倍近くにも増加し、テレビ並みとなりました。また各年代でSNSの接触も多く、目的によってコンテンツを使い分けている実態も見えてきました。

一方、情報の過多について困惑している様子もみられています。またデジタル情報の真偽に対しても疑問をもち、信頼度は、新聞・テレビのマスメディアが依然高くなっています。

こうした中、今まではリアルでしか実施していなかったイベントをデジタルを活用し、リモートで実施する企業が増えてきています。リモートだからできること、新たな手法の構築など、お客様への接点は進化しています。

また、サステナブルやSDGsに関する意識は、若い層を中心に生活者側でも浸透してきています。デジタルの情報拡散力のスピードは革新的です。今後私たちはメーカー視点から、より生活者視点、地域視点、地球環境視点、などへ変えていかなければならない事を示唆されているのかもしれない。



みんなのために（1）



ファンケル神奈川SDGs講座

【株式会社ファンケル】

「神奈川県企業として地域にもっと貢献できないだろうか。世界的な課題であるSDGsに、一企業としてもっとできることはないだろうか。」そんな想いで、2021年5月から「ファンケル神奈川SDGs講座」をスタートしました。この想いに賛同してくださった企業・団体と共に、神奈川県内の高校生向けに「単発講座」・「長期講座」、小学生向けに「夏休み講座」としてSDGsの大切さを伝える講座を開催しています。



<高校生向け長期講座>



<小学生向け夏休み講座>

→ p.48

新・体験型衛生プログラムを開始

【ライオン株式会社】



2021年10月、より良い衛生習慣の定着に貢献することを目的に、全国の保育園・幼稚園・小学校などを対象に、自発的に学べる衛生教材とハンドソープ・消毒ジェルを配布する、新・体験型衛生プログラム「みんなでつなごうキレイの習慣！ Produced by キレイキレイ」を開始しています。

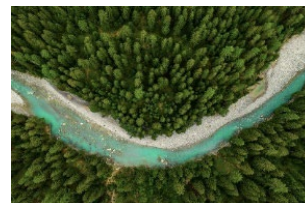
→ p.49

ロレアル・フォー・ザ・フューチャー

【日本ロレアル株式会社】

ロレアルは2020年6月に、2030年に向けた野心的な目標を掲げ、新サステナビリティプログラム「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」を始動しました。

本プログラムは、地球との共存を目指し、「プラネタリー・バウンダリー（地球の限界）」を尊重するビジネスモデルにグループ全体を通して変革を図るほか、ビジネスを展開する世界各国の拠点において、その国々がもつ環境・社会的課題の解決に貢献しうる独自活動を展開します。



→ p.50

みんなのために（2）

オンラインを活用した ファンケルセミナー

【株式会社ファンケル】

ファンケルグループでは、社会貢献活動として1988年より福祉施設や特別支援学校等で、ファンケルの商品を使用したセミナーを全国にて無料で開催しています。コロナ禍で対面のセミナーが難しくなり、昨年度から新たにZOOMによる「オンラインセミナー」を開始しました。オンラインでの開催により、外出が難しい遠隔地の視覚障がいの方や、沖縄県の特別支援学校など、今まで以上に幅広い方々との触れ合いが可能になりました。



＜特別支援学校向けオンラインセミナー＞



＜視覚障がい者向けオンラインセミナー＞

→ p.51

支援学校高等部において、 「身だしなみ教室」をリモートにて開催

【株式会社マンダム】

マンダムでは、知的障がいのある方の自立支援の一環として、社会で必要とされる“身だしなみ”を身につけていただくことを目的に、「身だしなみ教室」を実施しています。新型コロナウイルス感染症により学校や施設への訪問が難しくなったため、2021年2月に初めてリモートでの「身だしなみ教室」を開催しました。“清潔感”をキーワードに講義や体験学習を行い、化粧品が持つ気持ち良さ、楽しさを実感していただきました。



→ p.52

ゆず産地を支援『YUZU-YOUキレイ・ミライプロジェクト』

【株式会社ウテナ】



ウテナのヘアケアブランド「ゆず油」は、髪のカレイだけでなく、環境や生産地、未来にとってもより良いプロダクトであるために「YUZU-YOUキレイ・ミライプロジェクト」を発足しました。廃棄されていたゆず種子の有効活用や、環境にやさしい資材の採用などサステナブルな商品開発に加えて、ゆずのブランディングや、ゆず農家支援、子供達へのふるさと教育など、ゆずの産地高知県北川村と共に様々な課題解決に取り組んでいます。

→ p.53



一人ひとりのために

人権・労働慣行

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

一方、欧米と比較して人権尊重への取組みが遅れていた日本においても、2020年、ビジネスと人権に関する行動計画が公表されました。特に企業に対する期待として、人権デューディリジェンスの実施が示されています。また、2021年のコーポレート・ガバナンス・コードの改訂において、人権尊重を含むサステナビリティ課題への適切な対応が示されました。

今後、日本企業においても、事業影響の及ぶ範囲における人権リスクを特定し、リスク低減に向けてPDCAを回す取組みが加速すると共に、情報公開やステークホルダーとの対話が進むと予想します。

一人ひとりのために (1)

「化粧のちから」によるエンパワーメント活動 資生堂ライフクオリティーメイクアップ

【株式会社資生堂】

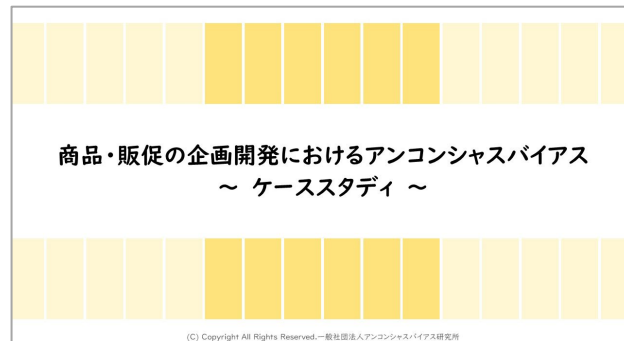
当社は、光の技術を応用し、あざ・白斑・傷跡・肌の凹凸などによる外見上の変化を自然にカバーできる専用ファンデーションを発売、その後様々な外見上のお悩みをお持ちの方に無償でメイクアップ方法をアドバイスする専門施設を開設し、蓄積したノウハウにてがん治療の副作用に対する美容情報を、医療機関やがん支援団体などと共に研究・構築してきました。2017年よりがんサバイバーの方々を応援する「LAVENDER RING」の活動を開始しました。



→ p.54

多様な価値観や人権に配慮した商品サービス提供に向けた「アンコンシャスバイアス」ワークショップの実施

【株式会社コーセー】



商品/サービス/広告などの企画開発業務に携わる従業員に対して「アンコンシャスバイアス」をテーマにしたワークショップを開催しました。これにより「ジェンダーバイアス」など様々なリスクに気づき、必要な知識や考え方を習得することで、多様な価値観や人権に配慮した商品サービス提供を行い更なるグローバルにおいての成長を目指します。

→ p.55

ダヴ:あなたらしさが、美しさ

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】

日本の10代の少女たちのうち、自分の容姿に自信をもっている人はたった7%。ダヴはすべての女性が自分の美しさに気づくきっかけをつくってきました。若い世代の自己肯定感を高める「ダヴセルフエスティーム プロジェクト」には世界で約4,000万人が参加し。ありのままの女性の美しさを伝えるため、すべての広告で画像加工をしていません。「ダヴ リアルビューティID」などの動画も国内外で大きな反響を呼んでいます。



→ p.56

一人ひとりのために (2)

食の不均衡への支援活動

【株式会社マンドム】



TABLE FOR TWO(ふたりの食卓)に賛同し、2021年7月より食の不均衡解消に向けた支援活動に参加しています。社員食堂メニューに肥満を抑えるためのカロリーを抑えたヘルシーメニューを作り、従業員がそのヘルシーメニューを摂ることで、マッチングギフトにより1食につき20円が開発途上国の子どもの学校給食に充てられる仕組みとなっています。

→ p.57

「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」

【株式会社クレシェコスメティックス】

SDGs「For Women Project」も今年で3回目を迎えました。国内外問わず広く女性の人権・健康の支援活動がされているジョイセフに、寄付対象商品を製造し、売上の一部を寄付致します。もう一つはピンクリボンです。対象商品2品の販売と共に、啓蒙用リーフレット配布し、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。売上の一部を、一般社団法人KSHSの活動にお使いいただくために寄付を実施いたしました。



2011年11月スタート
ジョイセフ寄付対象商品



ハンドクリームセット



オイルinフェイスマスク
(10枚入り/1箱)

→ p.58

ピンクリボンキャンペーン

【株式会社カネボウ化粧品】



花王グループでは、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しています。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。

また、KANEBO・TWANY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・啓発致しました。

→ p.59

一人ひとりのために (3)

さらなる働きがい創出する オンライン接客プラットフォーム導入

【株式会社コーセー】

共に働くすべての従業員の働き方や働きがいに対する取り組みを継続してきた当社は、2021年度、ビューティコンサルタントの活躍できる環境を拡大する、独自のオンライン接客プラットフォーム「WEB-BC SYSTEM」を導入しました。これにより、将来的には、社員一人ひとりの生活スタイルや希望に合わせ、時間に制約されずフレキシブルな働き方を目指します。



→ p.60

多様な人財が働きやすい職場

【株式会社シーエスラボ】



『共に働く、共に喜ぶ』を理念に掲げ、ダイバーシティ&インクルージョン(以下D&I)を積極的に推進している当社では、多様な人財が活躍できる環境整備を進めております。
2017年3月「えるぼし認定(3段階目)」を取得したことで、多方面での講演活動等のご依頼をいただいております。また2021年12月にはD&Iに関するトップメッセージの発表を行いました。今後も理解促進・支援の輪を更に広げる活動を継続して参ります。

→ p.61



一人ひとりのために（４）

30%Club Japanをリード

【株式会社資生堂】

組織の重要意思決定機関に占める女性の割合を30%に向上させることで、企業の持続的成長を実現する世界的なキャンペーン「30% Club」は、英国で2010年に創設されました。日本は、2019年5月に「30%Club Japan」として世界で14番目にローンチし、当社代表取締役 社長 CEO 魚谷雅彦が初代会長となり、「2030年を目処にTOPIX100の役員に占める女性の割合を30%にすること」を目標に掲げ、活動をスタートさせました。



育児期社員を部下にもつ
管理職向けガイドライン

30% club Japan TOPIX 社長会



→ p.62

女性起業家支援プログラム

【P&Gプレステージ合同会社】



SK-IIは、社会を変える行動に繋がる試みとして、2021年に渋谷区と「女性起業家の支援に関する連携協定」を締結し、meeTalkと協力して、中小ビジネスを経営する女性起業家・事業主を支援するプログラムを始動しました。第一弾として、2021年夏に約1か月、渋谷区やmeeTalkがこれまでに実施した中で最大規模の全50プログラム、延べ540人以上を動員する女性起業家支援ワークショップを開催しました

→ p.63

【コラム】

粧工連の人権尊重に対する考え方

粧工連は、2015年8月に「サステナビリティ指針」を策定いたしました。このなかで、化粧品を製造販売する企業が関与すべき分野のひとつを、「人権・労働慣行」と認識しています。

「人権・労働慣行」については、次の考え方のもと、活動を推進しています。

- 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ってまいります。

一人ひとりのために (5)

持続可能な原料調達

【ユニリーバ・ジャパン株式会社】



持続可能なパーム油:

シャンプー・コンディショナー・ボディウォッシュなどにRSPO認証原料(MB)を使用し、持続可能なパーム油の調達を推進しています。本社/相模原工場/協力工場/倉庫でRSPO SCCS認証を取得し、トレーサビリティを確立しています。

持続可能なエキス:

「ラックス ルミニーク」シリーズには、アフリカの女性たちが手摘みした花を原料とした天然エッセンシャルオイルを配合し、現地の女性の生活向上に貢献しています。

→ p.64

化粧品やハミガキに使われる ミント「和種ハッカ」のサステナブルな 生産の仕組みの実現

【ライオン株式会社】

当社のハミガキには、香料として世界各地で生産される上質な天然のミントを採用しています。その中でも、「和種ハッカ」というインドを最大の生産地とするミントは、ハミガキの香味を完成させるのに大切な香料です。インドでのミント生産は、すべてが持続可能な生産環境で行われているわけではありません。その和種ハッカを、厳しい審査を通った認証ミントに切り替えています。



【和種ハッカ】

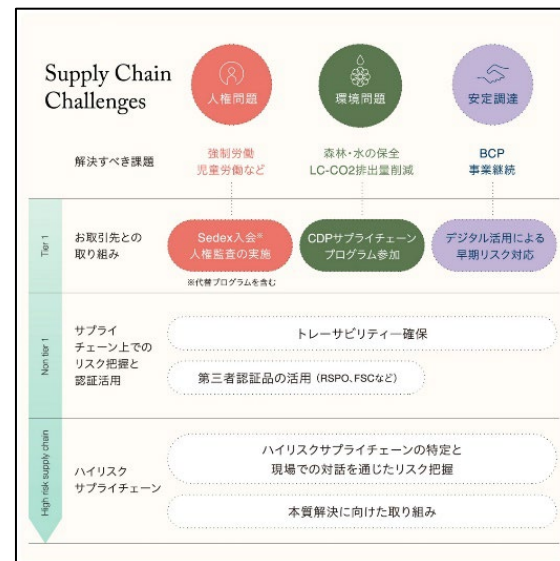


【実地研修の様子】

→ p.65

「調達に関わるサプライチェーンESG 推進ガイドライン」を策定

【花王株式会社】



2021年8月、花王は、ウェブサイトで「調達に関わるサプライチェーンESG推進ガイドライン」を公開しました。取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティ確保や、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献していきます。その一環として、サプライチェーンが抱える社会課題上のリスクの特定や、取引先への第三者監査等を実施します。

→ p.66

詳細編



各社の取組事例を、一つの事例につき1ページでより詳細に説明しています。

事例一覧

地球環境のために(気候変動)

1. 再生可能電力導入とプラスチック削減
(サンスター株式会社)
2. 脱炭素社会の街づくりに貢献
(日光ケミカルズ株式会社)

p.28

p.29

地球環境のために(容器包装)

1. プラスチック削減に貢献するフィルムパッケージイノベーションの推進
(花王株式会社)
2. サステナブルパッケージの導入
(株式会社クレシェコスメティックス)
3. サステナビリティに配慮した容器包装設計の取り組み
(株式会社コーセー)
4. リサイクルポリエチレンボトルの採用
(クラシエホームプロダクツ株式会社)
5. サシェにPET単一素材適用
(ユニリーバ・ジャパン株式会社)
6. 単一素材の詰め替え パウチ・アルミボトルの採用
(P&Gジャパン合同会社)
7. サステナブルな包装容器
(株式会社ファンケル)
8. “環境対応バンドで脱・廃プラ”活動
(日光ケミカルズ株式会社)
9. 紙製アイキャッチシールの採用
(クラシエホームプロダクツ株式会社)
10. 主要ブランドでの環境に配慮した容器・包装・販促物の推進
(日華化学株式会社)

p.30

p.31

p.32

p.33

p.34

p.35

p.36

p.37

p.38

p.39

地球環境のために(リサイクル等)

1. 花王とライオンの協働による「使用済みつめかえパック」のリサイクル実証実験
(ライオン株式会社・花王株式会社)
2. 神戸市での使用済みつめかえパックの回収・リサイクルに参加
(ライオン株式会社)
3. お得にエコ活！UMILE(ユーマイル)プログラム
(ユニリーバ・ジャパン株式会社)
4. 消費者を巻き込んだ循環型社会の実現
(日本ロレアル株式会社)
5. FANCL リサイクルプログラム ～花と緑を広げよう～
(株式会社ファンケル)
6. シャンプーが量り売りで買える！リフィルステーション
(ユニリーバ・ジャパン株式会社)
7. お客さまと一緒に資源循環を考える「KOSÉ Green Bazaar (コーセー グリーン バザール)」を展開
(株式会社コーセー)
8. 植物を無駄にしない化粧品原料の開発
(日本コルマー株式会社)

p.40

p.41

p.42

p.43

p.44

p.45

p.46

p.47

事例一覧(続き)

みんなのために

1. ファンケル神奈川SDGs講座
(株式会社ファンケル) p.48
2. 新・体験型衛生プログラムを開始
(ライオン株式会社) p.49
3. ロレアル・フォー・ザ・フューチャー
(日本ロレアル株式会社) p.50
4. オンラインを活用したファンケルセミナー
(株式会社ファンケル) p.51
5. 支援学校高等部において、「身だしなみ教室」
をリモートにて開催
(株式会社マンダム) p.52
6. ゆず産地を支援『YUZU-YOUキレイ・ミライ
プロジェクト』
(株式会社ウテナ) p.53

一人ひとりのために

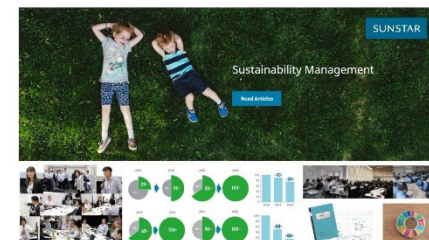
1. 「化粧のちから」によるエンパワーメント活動
資生堂ライフクオリティー メイクアップ
(株式会社 資生堂) p.54
2. 多様な価値観や人権に配慮した商品サービス
提供に向けた「アンコンシャスバイアス」ワーク
ショップの実施
(株式会社コーセー) p.55
3. ダヴ:あなたらしさが、美しさ
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.56
4. 食の不平等への支援活動
(株式会社マンダム) p.57
5. 「グローバルな女性支援活動」及び「ピンクリ
ボンキャンペーン」
(株式会社クレシェコスメティックス) p.58
6. ピンクリボンキャンペーン
(株式会社カネボウ化粧品) p.59
7. さらなる働きがい創出する
オンライン接客プラットフォーム導入
(株式会社コーセー) p.60
8. 多様な人材が働きやすい職場
(株式会社シーエスラボ) p.61
9. 30%Club Japanをリード
(株式会社 資生堂) p.62
10. 女性起業家支援プログラム
(P&Gプレステージ合同会社) p.63
11. 持続可能な原料調達
(ユニリーバ・ジャパン株式会社) p.64
12. 化粧品やハミガキに使われるミント「和種ハッ
カ」のサステナブルな生産の仕組みの実現
(ライオン株式会社) p.65
13. 「調達に関わるサプライチェーンESG推進ガイ
ドライン」を策定
(花王株式会社) p.66

サンスターグループ環境中長期目標を策定

2021年3月に2030年までのグローバル環境中長期目標を発表しました。世界的に深刻化する環境課題解決への貢献に向けてサンスターグループグローバル全社を挙げて取り組み、中長期目標の達成を目指します。製品分野においては、包装材や容器でのプラスチック使用量が多いことから、これらの環境負荷低減に努め、生物多様性保全に配慮した材料調達に努めます。事業運営においては、再生可能エネルギーの導入や事業活動の効率向上によるCO2排出削減、水使用量の適正管理と使用量低減を推進します。

高槻工場、徳島工場で使う電力は100%再生可能エネルギーに切り替え

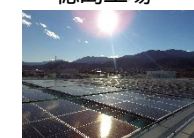
2021年4月より、サンスター(株)で化粧品、ハブラシ、歯間ブラシを製造する徳島工場、ハミガキ、洗口液を製造する高槻工場やサンスターグループ自社主要事業所で使う電力を、太陽光やバイオマス発電などCO2を排出しない再生可能電力100%に切り替えました。これにより、日本国内のサンスターグループの工場・オフィスで使用する電力の約72%が再生可能電力となり、工場・オフィスで1年間に排出されるCO2の約6割に当たる約8,500トン削減できる見込みです。また、2021年10月に稼働を開始し、洗口液などを生産するサンスター(株)山梨工場では、屋上への太陽光発電パネルを設置、高効率空調などを導入しました。日本以外では、ドイツのハブラシ・歯間ブラシ工場も再生可能電力100%で稼働しており、屋上には太陽光発電パネルも設置しています。今後は、他の地域での再生電力や太陽光発電設備の導入も推進し、全世界で環境負荷低減に努めてまいります。



徳島工場



高槻工場



山梨工場(左)、ドイツ工場(右)で太陽光発電

石油由来プラスチック使用量削減、使用済みプラスチックリサイクル実証実験に参加

ハブラシ包装の透明カバーへの再生プラスチック採用を拡大しているほか、プラスチック使用量30%削減となるガム・デンタルリンスのポンプつけかえセットを発売、デンタルリンスの首掛POPをプラスチックからFSC認証紙製に変更して年5.6トンのプラスチック削減を実現するなど、石油由来プラスチック削減に努めています。また、日用品メーカー協働の使用済みプラスチックボトルや詰め替え容器の回収リサイクル実証実験J-CEP(北九州・神戸)に参加するなど、3R+Renewableの取組みを積極的に推進しました。



包装材の再生プラ採用拡大

ポンプ付替え使用でプラ削減

POPを紙製に変更

使用済みプラスチックの回収リサイクル実証実験
「MEGURU BOXプロジェクト」(北九州)の回収ボックス



参照URL:

<https://www.sunstar.com/jp/newsroom/news/20210326/>
<https://www.j-cep.com/>

脱炭素社会の街づくりに貢献

私たち日光ケミカルズ株式会社が属するニッコールグループは、化粧品・医薬品・食品などに使用される原料を製造・販売しています。当グループでは、界面活性剤、ビタミン誘導体、油性成分などのスペシャリティケミカル製品を製造しています。当グループの国内工場では「ISO9001:2008」、「EFfCI GMP」といった品質に関する認証を取得し、安定して品質の高い製品の供給に努めてきました。また環境省が策定した環境経営マネジメントシステムである「エコアクション 21」認証を 2012 年に取得し、持続可能な環境経営体制構築に継続的に取り組んできました。

二酸化炭素といった温室効果ガスによる地球温暖化は、環境に負荷を与え、確実に地球環境を変えています。私たちは環境活動方針を定め、環境負荷低減のためにさまざまな取り組みを行なっています。温室効果ガスの排出削減もその一環であり、この活動を通じて脱炭素社会の街づくりに貢献してまいります。その具体的な取り組みとして、「太陽光発電システム」「プラグインハイブリット車」を導入しました。

取組事例① 太陽光発電システムの導入



宇都宮事業所

2016 年 4 月稼働・最大出力 37.1kW



那須事業所

2015 年 3 月稼働・最大出力 49.0kW

太陽光発電により作られる「再生可能エネルギー」は、石油や石炭などを用いた火力発電の「化石エネルギー」と比べ、発電時の温室効果ガスの排出を大幅に抑えます。「電気」という現社会において必要不可欠なエネルギーの自給自足率を高めることで、地球環境にやさしく、クリーンなエネルギー社会を実現できると、私たちは考えております。国内の全工場にて、太陽光発電システムを早期から導入して、温室効果ガスの排出削減に貢献してきました。

脱炭素社会の街づくりに貢献するため、新たな太陽光発電システムの設置を計画しており、引き続き持続可能な環境経営体制構築に取り組んでまいります。

取組事例② 社用車にプラグインハイブリット車を導入



エコカーであるプラグインハイブリット車を社用車に導入しました。工場における生産以外の事業活動においても温室効果ガスの排出削減による脱炭素に取り組んでいます。

参照URL: <https://www.ns-utsunomiya.com/nissa/environment.html>

フィルムパッケージの特長と課題

やわらかいフィルムで出来ているつめかえパックは、本体容器に比べてプラスチック使用量を大きく削減でき、つめかえ・つけかえのある製品カテゴリーでは、75%ものプラスチック使用量削減に貢献してきました。しかし、シャンプーやコンディショナーのような粘度の高い製品は、つめかえる作業に手間取ったり、本体ボトルの残量もそれなりに残っているという課題がありました。花王はフィルム容器をさらに普及させることを目指し、フィルム容器のイノベーションが必要と考えています。

ラクラクecoパックの開発とそれを応用したフィルム容器の推進

ボトルの口にすっぽりとはめられ、こぼさず安定感抜群の“ラクラクecoパック”のつめかえ製品を2016年に発売し、多くのお客様から好評のお声をいただきました。“ラクラクecoパック”はキャップを回して開けるタイプの容器であり、ねじのある抽出口部分にさまざまな機能性パーツを装着することも可能です。“ラクラクecoパック”の抽出口部分に装着可能なディスペンサーを新たに開発することで、つめかえる手間なく、またやわらかいフィルム容器の特長を活かした新発想の容器が実現できると考えました。そのひとつが「スマートホルダー」であり、もうひとつが「らくらくスイッチ」です。

スマートホルダー

- かんたん3ステップのつけかえ方法で一滴もこぼさずセット可能
1.「スポ」っとつめかえ用を差しこむ → 2.「カチ」っとセット → 3.「クル」っとポンプをはめるだけ。
- 独自開発のエアレスポンプを採用しているため、使い終わりがペタンコになり、最後までムダなく使いきれます。
- 底にヌメリがつきににくく、いつでもキレイで、お風呂場を清潔に保てるというメリットもあります。

らくらくスイッチ

- パックにそのまま、“らくらくスイッチ”を取り付けて、S字フックでお風呂場のタオル掛け等にかけるだけ。
- 最後までムダなく使い切れ、プラスチックボトルレス。ボトル容器に比べてプラスチック使用量を約50%削減。
- 密閉構造で、水や空気が入り込まず清潔。つりさげるから、お掃除しやすくキレイをキープ。

参照URL:

スマートホルダー: <https://www.kao.co.jp/smartholder/>ラクラクスイッチ: <https://www.kao.co.jp/bioreu/thebody/bodycare/>

ラクラクecoパック



スマートホルダー



らくらくスイッチ

化粧品パッケージのSDGs取組スタート

社で掲げたSDGs目標の中で、2021年に取組をスタートさせるために準備をしてきたものが環境を配慮した製品作りです。これまでは、どうしても華美になりがちな化粧箱であったり、化粧箱への細かな傷でさえも付けぬよう包装が過剰になる傾向があったのですが、まずスタッフの意識改革、さらには顧客様のご理解を得ながら、徐々に変えられるものから変えていく形を取ってきました。

パッケージをシンプル化して包装ゴミを削減し、また再生利用可能な素材を採用して地球環境を壊さないモノ作りを目指します。



弊社オリジナルECOロゴを作成し、取組を始めた商品には順次このロゴを掲載し、お客様にも取組を認知していただきやすいようにしております。



「クレシェ ベースウォーター」
2022年3月頃発売予定
グリーンナノ仕様

【変更点】

■容器について

バイオマスプラスチックや、グリーンナノを採用し、CO₂の排出抑制に繋がります。
※他、既存商品を順次切り替えていくために現時点準備進行中です。2022年度内には取扱い製品内11品程がSDGs仕様に切り替わる予定です。(容器・箱共に)

■化粧箱素材について

- ・100%再生可能な段ボールに変更します。
- ・紙を使用する際には、FSC認証の取れている紙を使用し、間接的に環境保全に繋がります。



これまで、化粧箱にはシュリンクフィルムを巻き箱自体に傷がつかないようにしておりましたが、紙の材質自体を傷に強い、また目立ちにくいものに変え、シュリンクフィルムは使用せず少しでもプラスチック資材の削減を図れるようにしております。

商品毎のブランドイメージなどもありますので、その世界観を大事にしながらも、SDGsに即したモノ作りを遂行していきたいと考えております。

4R※に適合した容器包装資材の採用

※Reduce/Reuse/Recycle/Renewable

当社は、世界が直面する気候変動やプラスチックごみの増大、廃棄物問題、人権課題等、様々な社会問題の解決に貢献するために、2030 年に向けたサステナビリティ戦略と目標をまとめた「コーセー サステナビリティ プラン」を策定しました。その取り組みテーマのひとつとして「事業活動全体での環境負荷低減」を掲げる中、気候変動やプラスチックごみ問題の重要性を鑑み、「プラスチック容器包装資材のサステナビリティに配慮した設計」に関する中長期目標を策定し、4R に適合した容器包装設計資材の採用をグループ全体で推進しています。

2021 年 9 月に発売した、『コスメデコルテ』の「リポソーム アドバンスド リペアセラム」は、今回のリニューアルで、75mL のボトルと全サイズのキャップを石油由来 PET からバイオマス由来の PET に切り替え、50mL・30mL のボトルは、ガラス容器へ切り替えを行いました。75mL の商品については、付け替え商品も用意することで、ボトル容器に比べ約 49%のプラスチック量削減に繋げることができました。



75mL 付け替え商品

また、「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』ブランドでは、2020 年に発売した「クリアウェルネス」シリーズで、4R に適合した容器資材の環境負荷低減の取り組みを推進してきました。2021 年には新たに発売した、日焼け止め商品で、従来のプラスチック製袋から、紙製の袋に切り替えをし、さらに環境配慮設計を充実させました。

このような「雪肌精 クリアウェルネス」での環境配慮設計が、高く評価され本シリーズは、2021 年度のグッドデザイン賞を受賞いたしました。

- ① ・ハンドリングが良い形状
・印刷工程を低減した環境配慮
- ② ・詰め替えや付け替え可能な
容器形態
- ③ ・バイオマス樹脂の採用
- ④ ・段ボールの外装や紙製の袋
・別添能書の削除
・バイオマスインクの採用
・ユニバーサルフォントの使用



今後も、お客さまのニーズにお応えしながら、地球環境の課題解決に貢献できる、サステナビリティに配慮した容器包装設計をグループ全体で推進していきます。

参照URL:「コーセー サステナビリティ プラン」

<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/04/20210430.pdf>

Recycle素材として飲料用キャップを採用

化粧品トイレタリー商品のプラスチック容器には多くのポリエチレンが使用されていますが、回収スキームやリサイクル技術がまだ確立されていないのが現状です。一方飲料用プラスチックボトルではリサイクルが定着しています。そのような中、飲料用プラスチックボトルに使用されているキャップを原料としたリサイクルポリエチレンの開発が進んできています。

クラシエホームプロダクツ(株)では石油由来プラスチック削減の為に代替素材として飲料用ボトルのキャップに注目しました。

Recycle特有の課題を3層構造で解決

シャンプーボトルに、飲料用プラスチックボトルのキャップを原料としたリサイクルポリエチレンの使用を検討しました。キャップには様々な着色がされているため、リサイクル過程で色が混合して暗くなってしまうことが課題でした。暗い色味を隠すためにリサイクルポリエチレンを中間層として利用し、両側をバイオマスポリエチレンで挟み込んだ3層構造を成形することで色味の課題を解決しました。

これにより、バージンプラスチックを一切使用しない容器が完成しました。クラシエホームプロダクツ(株)はこの3層構造ボトルを「海のうるおい藻」ブランドに採用しました。これによりボトルの石油由来プラスチック100%削減を実現出来ました(ポンプは除く)。

今後も新商品に対してリサイクルポリエチレンの採用拡大を進めていきます。



バイオマスPE

リサイクルPE

バイオマスPE

4Rの容器設計に取り組みます

(4R:Reduce/Reuse/Recycle/Renewable)

今回、化粧品トイレタリー容器のプラスチック素材のうち、使用量の多いポリエチレンのリサイクルの取り組みができました。将来的には、商品に使用されているポリエチレン容器を回収し、リサイクルを行い、化粧品トイレタリー容器として再利用することが望まれます。しかしまだ回収スキームが確立されておらず、実証実験が一部で行われている段階です。クラシエホームプロダクツ(株)は将来の地球環境を見据えて同業社と共に化粧品トイレタリー容器のリサイクルまたは有効活用を引き続き考えていきます。

また、今回採用したリサイクルポリエチレンのボトルを他の商品にも広げ、石油由来プラスチックの削減をさらに進めていきたいと考えています。

プラスチックボトルは商品全体に対してプラスチックの占める割合が最も大きい部分ですので、今後も4Rの観点でプラスチック使用量の削減に取り組んでいきます。



海のうるおい藻 シャンプー

参照URL:

「クラシエ サステナビリティ」 <https://kracie.disclosure.site/ja>

サシェにPET単一素材を適用

「ラックス ルミニーク サシェセット 限定デザイン」にPET単一素材を適用いたしました。

従来のフィルムパッケージには、中身を守るためにPET、ポリエチレン、アルミなど複数の素材を組み合わせられており、リサイクルしにくいという課題があります。

そこで、ユニリーバ・ジャパンでは、2021年4月に日本で初めて、*1 PET単一素材のフィルムパッケージを採用した「ラックス ルミニーク サシェセット 限定デザイン」を発売することを決定しました。どちらも中身をしっかりと守りながらよりリサイクルしやすくなり、製造時のCO₂排出量も減らせます。今後、より高い強度が求められる通常サイズ・大容量サイズのためかえ用製品を含め、幅広い製品への応用を検討していきます。同時に、使用済パッケージを回収し、水平リサイクルする仕組みの構築に向けた検討も進めています。

*1)ユニリーバと凸版印刷が実現したGR BARRIER®を使用

単一素材のフィルムパッケージ



「ラックス ルミニーク サシェセット 限定デザイン」PET単一素材



フィルムパッケージの
素材構成のイメージ
従来のフィルムパッケージ(左)には
複数の素材が使われています。
単一素材にすることで(右)、
よりリサイクルしやすくなります。

ヘアケアブランド「パンテーン」で単一素材の詰め替えパウチ・アルミボトルを採用

P&G ジャパン合同会社はヘアケアブランド「パンテーン」より、P&G ジャパン初の単一素材を採用したリサイクル可能^{*1}な詰め替え ECOPOUCH(エコパウチ)TMと、耐久性に優れ再利用可能なアルミニウムを採用しプラスチック使用量を最小限に抑えた『アルミボトル』を 2021 年 10 月^{*2}より発売しました。

P&G では世界共通の長期ビジョン「Ambition 2030」に基づき、これまで環境サステナビリティにおける様々な活動を行ってきました。ヘアケアブランド パンテーンは、「責任を果たす P&G ビューティ」というミッションにおいて、“2030 年までにヘアケア製品のパッケージを100%リサイクル・再利用可能にし、2025 年までに再生素材ではないバージンプラスチックを 50%削減^{*3}する”という目標を掲げています。今回発売の製品は持続可能な世界のための一つの方法として、社会・環境に貢献してまいります。

■P&G ジャパン史上初！10 年以上の開発期間を経て実現した”詰め替え ECOPOUCH(エコパウチ)TM”3 つの特長<Point1>リサイクル可能な^{*1}単一素材(モノマテリアル)を採用

これまで耐久性、安定性、外気や空気中の水分などを遮断し製品の品質を保つバリア性などの観点から、単一素材(モノマテリアル)のパッケージ開発が困難でした。また、従来品は複数の素材を組み合わせさせているため、リサイクル後に再生できる二次製品も限定的で汎用性が低く、リサイクルしづらいため焼却廃棄されることがほとんどでした。そのような状況の中、10 年以上の開発期間を経て、リサイクル可能な^{*1}ポリエチレンベースのフィルムを採用した単一素材の『詰め替え ECOPOUCH(エコパウチ)TM』が完成しました。

<Point2>プラスチック使用量約 60%削減^{*4}

パッケージ変更により、従来のプラスチックボトルに比べてプラスチック使用量を約 60%削減^{*4}しました。これにより、再生素材ではない新品のプラスチック(バージン・プラスチック)の生産を避けることにも繋がります。

<Point3>リサイクルを考慮したデザイン

通常詰め替え用パッケージに多用されているメタリックインクを使用せず、シンプルな白を基調とすることで、リサイクル後の影響を考慮したデザインを採用しました。



*1: 使用後の容器を指定の回収ボックス経由で適切に回収された場合

*2: 「新パンテーン エフォートレスシリーズ」の詰め替え ECOPOUCH(エコパウチ)のみ 9 月 4 日(土)から先行発売中

*3: 2017 年 1 月から 12 月に生産されたプラスチック総量との比較

*4: パンテーンボトル 1ml および 1g 当たりの重量に基づく比較

参照URL: <https://pantene.jp/ja-jp/ecopouch>

サステナブルな包装容器

1. 取組を始めた背景

プラスチック使用量の削減目標として、2030年までに4R※に基づき、サステナブルな容器包装100%という定量的な目標を掲げ、取り組んでいます。

2. 取組の内容 3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

Reduce

「マイルドクレンジング オイル ボトル樹脂量削減」



2004年で30gあったボトルを2015年時は、18.2g(約40%)まで削減しました。容器の削減・軽量化により、輸送にかかるエネルギーや使用後の廃棄容器量も削減でき、環境負荷の低減に貢献しています。

Recycle

「容器回収の取り組み」



2021年7月より、ファンケル化粧品の使用済みプラスチック容器を一部の直営店舗で回収し、花や緑を育てる「植木鉢」にリサイクルする取り組みをスタートしました。リサイクルされた「植木鉢」は、ファンケル本社がある横浜市が毎年主催している、花のイベント「ガーデンネックレス横浜」に寄贈します。

Reuse

「詰め替え容器の採用(レフィル化の推進)」

商品名	マイルドクレンジング オイル	ビューアモイスト 泡洗顔料	ビューティブレイク やわ肌泡洗顔
削減率(本体比較)	82%	90%	87.5%
削減量(年間)	26.9t	23.2t	1.5t

詰め替え*で使用することで、約82%~90%のプラスチック量を削減しました。

*本体比較

Renewable

「非石油由来の素材への切り替え」

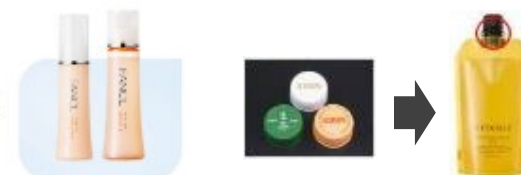
植物由来プラスチックや再生由来プラスチックなど、石油由来プラスチック以外の素材へ切り替えを行っています。

エンリッチプラス

100%環境配慮素材へ!

石油由来のプラスチックを使用せず、植物由来・再生由来のプラスチックで商品化。

※全成分の配合、生産は一部に石油由来プラスチックを使用。



キリンのキャップを原料化(再生プラスチック)し、製品の一部に採用。

4. 課題と今後の取り組み

サステナブルな包装容器は全体の43% (2021年12月現在)

環境にやさしい商品の開発を積極的に進め、お客様に地球にやさしい商品をお選びいただけるよう、環境配慮の商品づくりに取り組んでまいります。

参照URL: <https://www.fancl.jp/sustainable/environment/4r/index.html>

“環境対応バンドで脱・廃プラ”活動

私たち日光ケミカルズ株式会社が属するニッコールグループは、化粧品・医薬品・食品などに使用される原料を製造・販売しています。当グループでは、界面活性剤、ビタミン誘導体、油性成分などのスペシャリティケミカル製品を製造しています。当グループの国内工場では「ISO9001:2008」、「EFfCI GMP」といった品質に関する認証を取得し、安定して品質の高い製品の供給に努めてきました。また環境省が策定した環境経営マネジメントシステムである「エコアクション 21」認証を 2012 年に取得し、持続可能な環境経営体制構築に継続的に取り組んできました。

現在、プラスチックゴミがもたらす環境破壊が世界中でクローズアップされています。廃プラスチックが引き起こす環境破壊や生態系に及ぼす悪影響といった様々な問題の解決には、廃プラスチックの循環再生利用が重要となります。2015 年に国連サミットにおいて加盟国全会一致で採択された SDGs(世界を変えるための17の開発目標)においても環境破壊は重要な課題と捉え、世界中がその解決への取り組みを推進しております。

こうした中、脱プラスチック活動と廃プラスチックの削減のための第一歩として、環境に優しい素材を用いた梱包用バンドを導入いたしました。

梱包用バンドとは、製品を配送する際に容器を保護するほか、荷崩れ防止のために製品をパレットに固定するバンドです(写真)。従来はポリプロピレンというプラスチックでできたバンドを使用しておりましたが、2015 年に環境にやさしい素材でできた梱包用バンドに全面的に切り替えました。

この環境対応バンドは、自然環境下で光・熱・微生物の働きにより自然分解を起こして微粒子となり、最終的に炭酸ガスと水になります。万が一、不適切な廃棄処理が行われ環境に放出された場合でも分解されるため、プラスチックごみとして環境に残留しません。この取り組みは環境保護の貢献につながります。

これからの時代、持続可能な社会を次世代につないでいくために企業は責任をもって行動する必要があります。私たちは、“環境対応バンドで脱・廃プラ”という事業活動を通じて、小さな貢献を確実に積み重ねていくことが、やがて地球を環境破壊から守る大きな力につながると考えています。



缶の保護



荷崩れ防止・製品固定

人を想い続けるサステナビリティ

当社は、2018年に「人を想い続けるクラシエが取り組む3つの重点領域」を定め、世界共通の目標「持続可能な開発目標(SDGs)」への貢献を見据えたサステナビリティ目標を策定しました。誰もが夢中になれる明日を創造するため、社会課題の解決に事業活動を通じて貢献することを目指し、活動を推進して行きます。その取り組みのひとつとして「プラスチック」課題があり、4R*の推進により、再生可能な容器包材の採用を促進することで、循環型社会の実現に貢献します。

* 4R:Reduce/Reuse/Recycle/Renewable

紙素材の弱点克服で、湿度に強く破れにくい品質に

商品に貼られているアイキャッチシールには商品の特徴や使用方法が記載されており、消費者へ分かりやすく情報を伝える為に幅広く使われています。

しかしアイキャッチシールの素材はプラスチックが主に使用されており、昨今の海洋プラスチックごみ問題に代表されるプラスチックごみになるだけでなく、焼却時のCO2の排出にもつながります。

そこでクラシエホームプロダクツ(株)ではプラスチック削減の為に代替素材として紙に注目しました。

プラスチック製アイキャッチシールを紙へ変更するに当たって様々な紙の素材を調査しました。一般的に紙はプラスチックに比べて湿度に弱く破れやすい性質があります。湿度に弱い紙の場合、反ってしまう、垂れ下がってしまう等の問題がありアイキャッチの機能を果たすことが出来ません。また破れやすい紙の場合、剥がす際に商品に紙片が残ってしまい商品の外観を損ねる恐れがあります。これらの課題に取り組んだ結果、問題を解決する紙の質を見出すことができました。

プラスチックから紙製になったアイキャッチシール

アイキャッチシールをプラスチック製から紙製に変更することが技術的に可能になり、「マー&ミー ウォーター」に採用しました。これによりアイキャッチシールの脱プラスチックを実現することが出来ました。

お客様からは、「マー&ミー」ブランドのイメージにとっても合うとのことのお声が寄せられました。また、紙製アイキャッチシールはプラスチック製アイキャッチシールよりもコストが下がるメリットがありました。

できることから取り組んでいきます

アイキャッチシールとして使用できる紙のグレードが限られている為、商品の形状によっては、浮き上がり剥がれてしまうことが課題としてあります。今後は紙と粘着剤のバリエーションを増やし、様々な商品へ安定して貼ることの出来るアイキャッチシールを開発し、紙製アイキャッチシールの採用を進めていきます。

商品全体に対してアイキャッチシールの占める割合は小さいですが、循環型社会の実現に向けて、できることから一つずつ取り組んでいきたいと考えています。



マー&ミー ウォーター

参照URL:
「クラシエ サステナビリティ」
<https://kracie.disclosure.site/ja>

デミコスメティクス 主要ブランドでの環境に配慮した容器・包装・販促物の推進

1. 取組をはじめた経緯

日華化学(株)デミコスメティクスは、美容室向け化粧品販売の総合メーカーとして、ひとりひとりの髪と頭皮のパフォーマンスを最大限に引き出すプロユースの商品にこだわり開発を続けています。かねてより取り組んできた剤、成分のこだわりだけでなく、容器包装も地球環境に配慮することで、プロユース化粧品を幅広いユーザーに届け、安心して使い続けてもらうことができると考え、2021 年発売のヘアケアブランド「FLOWDIA」より、環境にやさしい製品づくりを推進しております。

2. 取組の内容

①サトウキビ由来で環境への負荷が少ない、「バイオマス PET」「バイオマス PE」の使用

2021 年発売のデミメインヘアケアブランド「FLOWDIA」では全てのボトル製品※にバイオマスプラスチックを使用しております。また、美容室の現場で使用される詰替用空容器においても同様の取組を行っております。
※ミニヘアケアを除く



②FSC®認証紙の使用

FSC®認証紙を商品パッケージ全てに使用しております。また、カタログ、リーフレット、ショッピングバックなどの主要販促物においても積極的に FSC®認証紙を使用しております。



3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

お取引代理店・美容室へセミナーなどを通じて発信させていただいたところ、想像よりも大きな共感をいただきました。美容業界においても SDGs への関心が高まっており、ブランドの商品価値にもつながっていくことを感じております。

4. 今後の取組

2021 年以降発売を予定している新商品においては、基本的にすべてのヘアケアブランドにおいて、①バイオマスプラスチックの使用、②FSC®認証紙の使用を進めてまいります。またこの2点だけでなく、それぞれのブランドにあった SDGs の取組を積極的に取り入れていくことで、サステナブルな社会への実現に向けてデミコスメティクス全体で取り組んでまいります。



HALEMA'O

2022 年3月発売予定
ラベル粘着剤に植物由来原料を使用
循環型農法で栽培された植物エキスを採用

U
T
A
U

歌うようば、きれいな暮らし

2022 年6月 追加品発売予定
ISO16128に準ずる自然由来指数を提示

参照URL:
<https://www.demi.nicca.co.jp/>
<https://flowdia.jp/>

花王とライオンは、プラスチック包装容器資源循環型社会の実現に向けて、東京都墨田区にあるイトーヨーカドー曳舟店と協働して使用済みつめかえパック(以下、フィルム容器という)の分別回収実証実験を行なっています。

【本取組の位置づけ】

回収したフィルム容器をリサイクルして、新たなフィルム容器に再生する取り組みを行っています。
その入り口に当たる「回収」に関する実証実験を行っています。

【取組み実績】

2020年10月30日(金)から2021年6月15日(火)までに、フィルム容器約5,200枚を回収。
お客さまおよびイトーヨーカドー曳舟店のご協力により、計画に対して約2倍の回収量となっています。

【さらなる回収拡大に向けての課題】

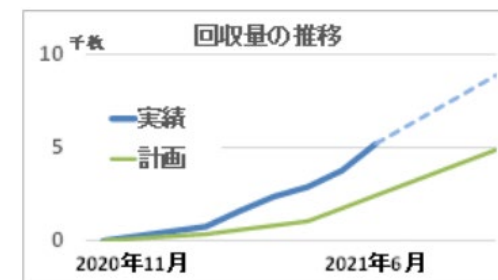
- ・より多くのお客さまに回収について知ってもらい、参加していただくための啓発活動。
- ・効率的なリサイクルのため、フィルム容器を事前に洗浄・乾燥していただくことをお知らせする活動。
- ・フィルム容器以外のものが混入しないような働きかけ・しくみの検討。

【課題解決に向けての取り組み】

- ・フィルム容器の回収を行なっていること、洗って乾燥させてからお持ちいただくことなど、活動の目的や回収の方法等について広くお知らせできるよう、店内の掲示や資料の配布など情報提供に取り組めます。
- ・回収にご協力いただいたフィルム容器を再生したブロックを使った作品や、回収量の進捗が見える展示などにより、お客さまにさらに回収に協力いただけるよう工夫を継続します。

- ・フィルム容器の洗い方をわかりやすく説明した動画を公開しています。

<https://www.youtube.com/watch?v=wnLV6-VGJ8E>



回収ボックスの例



参照URL:

<https://www.lion.co.jp/ja/company/press/2021/3577>

<https://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2021/20210709-001/>

神戸市と小売業・日用品メーカー・リサイクラー16社が協働「神戸プラスチックネクスト ～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」神戸市での使用済みつめかえパックの回収・リサイクルに参加

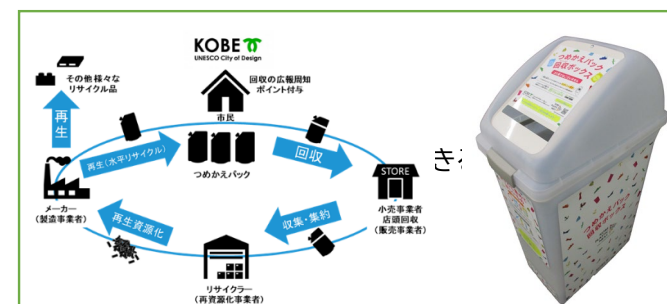
当社は、兵庫県神戸市と小売業・日用品メーカー・リサイクラー16社が協働で使用済みつめかえパックの「水平リサイクル」を目指す「神戸プラスチックネクスト ～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」プロジェクトに参加します。

【プロジェクトの目的】

本プロジェクトは、神戸市と小売業・日用品メーカー・リサイクラー(再資源化事業者)16社が協働し、プラスチックの循環型社会を目指し、使用済みの日用品のつめかえパックを分別回収して再びつめかえパックに戻す「水平リサイクル」を目指すプロジェクトです。日用品のつめかえパックはプラスチック使用量の削減に大きく貢献している反面、様々な特性を持つ多層構造のフィルムは、リサイクルが難しいとされてきました。そこで当社はつめかえパックの回収・リサイクルのプロジェクトに参画し、プラスチックを同じ用途で使い続けることで天然資源の消費を抑制する「水平リサイクル」(フィルム to フィルム)に挑戦します。

【概要】

本プロジェクトでは、2021年10月1日から神戸市内75店舗の小売店に回収ボックスを設置し、神戸市民に回収を呼びかけます。使用済みのつめかえパックを店頭へ持参した方には各種電子ポイントに交換できる神戸市「イイぐるポイント」が付与されます。回収物は「水平リサイクル」に向けた技術研究に活用するとともに、魅力的なリサイクル製品を神戸市民に還元していく予定です。

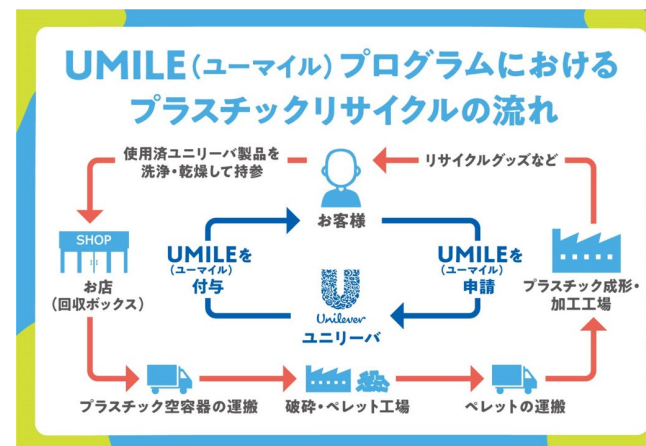


参照URL: https://lion-corp.s3.amazonaws.com/uploads/tmg_block_page_image/file/7705/20210929.pdf

お得にエコ活！UMILE プログラム

「UMILEプログラム」は、消費者の皆さまとともに、“プラスチックは資源”があたりまえな未来を目指すプログラムです。
このプログラムでは、ボトル製品に比べてプラスチックの使用量が約70～90%減らせるユニリーバのつめかえ製品を「買ってためる」、ご家庭で使用後に洗浄・乾燥した空容器をパートナー店舗の回収ボックスに入れて「リサイクルしてためる」の2つの方法で、「UMILE」というポイントをためられます。

ためたUMILEは、LINEポイント(1UMILE=20LINEポイント)やエコグッズに交換したり、子どもたちのために活動している団体に寄付できます(1UMILE=20円の寄付)。毎日のお買い物や暮らしの中で、「気軽に」かつ「お得に」、プラスチックの使用量削減や循環利用に参加できます。



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

L'ORÉAL
FOR THE FUTURE

ロレアル・フォー・ザ・フューチャー:消費者を巻き込み循環型社会の実現へ

ロレアルグループは、2020年6月より新サステナビリティプログラム「ロレアル フォー ザ フューチャー」を推進しています。本プログラムは、地球との共存を目指し、「プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)」を尊重した事業への変革を推進しています。

あらゆる人間の活動と経済活動の例にもれず、ロレアルの事業においても天然資源の消費は避けられません。こうした消費を管理し測定するために、ロレアルはリサイクルを可能にし、循環型経済の発展を促進する解決策を見出すことを目指しています。ロレアルグループ全体で、2030年までに、製品に使用するパッケージの量を2019年比で20%削減(原単位)、2025年までに、プラスチック製パッケージの100%を詰め替え可能、再利用可能、リサイクル可能、あるいは堆肥化可能なものに切り替えることを目標として掲げています。日本ロレアルでは、事業活動で使用する紙を100%FSC認証紙へ、製品輸送時に使用する梱包材ならびに緩衝材を100%紙ベースのものに切り替えました。また2021年2月には、「テラサイクル社」と包括的なパートナーシップを締結しました。日本ロレアルの全事業部、主要12ブランドが化粧品空き容器の回収を実施し、日本市場において、消費者を巻き込んだ循環型社会の実現を目指し歩んでいます。

廃棄物に関する、2030年へ向けた日本ロレアルのコミットメント:



100%エコデザイン: 2021年度中に店頭什器と新規路面店を100%エコデザイン化



ゴミのリサイクル化促進: 100%リサイクルに向け、事業活動を見直すとともに、先駆者的な企業・団体とのパートナーシップを通し、リユース、リサイクルを推進



ゴミの総量削減: 当社のバリューチェーン全体を通して、先駆者的な企業・団体とのパートナーシップを構築し、ゴミの総量削減を推進



スキんケアブランド キールズの店頭回収ボックス

参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/articles/commitments/resources/>

FANCL リサイクルプログラム～花と緑を広げよう～

1. 取組を始めた背景

容器本体の軽量化や、素材の見直しを進めるだけではなく、「使い終わるたびに捨てるのはもったいない！」というお客様のお声に寄り添い、容器の軽量化やつめかえ用の販売を実現してきました。さらなるチャレンジとして、化粧品の使用済みプラスチック容器を回収しリサイクルする取り組みをスタートしました。

2. 取り組みの内容

ファンケル化粧品の使用済みプラスチック容器を一部の直営店舗で回収し、花や緑を育てる「植木鉢」にリサイクルする取り組みです。回収した容器は、分別・洗浄・乾燥などのプロセスを当社の特例子会社である株式会社ファンケルスマイルで行っています。容器回収を通じて、雇用機会の創出・障がい者の活躍を推進し、地域貢献にもつなげています。



障がい者の活躍を推進

化粧品容器を回収後、分別・洗浄・乾燥などのプロセスは障がい者の活躍を推進する特例子会社「ファンケルスマイル」で行っています。容器回収リサイクルは環境だけでなく、社会貢献にもつながっています。

回収された容器は植木鉢へ

化粧品容器からリサイクルした植木鉢は、美しい花の移り変わりが楽しめるイベント「ガーデンネックレス横浜」に寄贈します。豊かな自然環境を創る取り組みに活用され、地域貢献につながります。



容器回収ボックス



リサイクル対象商品

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

- ・独自の資源循環の仕組みを構築
- ・雇用機会の創出・障がい者の活躍を推進 ※ファンケルグループ 障がい者雇用率3.7%(2021年3月末時点)
- ・従業員も容器回収に参加できるよう社内に回収BOXを設置
- ・お客様からは「今回リサイクル回収すると聞いて、大事にしていた可愛いボトルを前向きに手放せるとして空容器を持ってきた。」
- 「回収できる場所ができて嬉しい。」といったお声を頂いています。

4. 課題と今後の取り組み

現在、関東の8店舗と、京都の1店舗で行っています。
 今後は、さらに実施店舗の拡大も予定しています。

参照URL: <https://www.fancl.jp/sustainable/topics/2107/index.html>

シャンプーが量り売りで買える！リフィルステーション

プラスチックごみの削減には、プラスチックの使用量を減らすこと(リデュース)、資源として再生すること(リサイクル)に加えて、繰り返し使うこと(リフィル&リユース)が大切です。そこで、ユニリーバは、インドネシア、英国、チリなどで、シャンプーや洗剤を量り売りで買える「リフィルステーション」を試験的に導入してきました。

日本でも、2021年2月から、長野県佐久市において、日本初となる移動販売車を利用したリフィルステーションの実証実験をスタート。日用品・食品の移動販売サービス「みんなのご近所さん」と連携し、シャンプーやボディウォッシュを量り売りしています。

さらに6月からは、ユニリーバ・ジャパンと地域連携包括協定を結ぶ宮崎県新富町内にもリフィルステーションを開設。同町の「新富町チャレンジショップ」内に常設コーナーとして設置し、「ダヴ」のシャンプーやボディウォッシュを好きなときに、好きな量だけ、量り売りでお買い求めいただけるようにしています。今後、2店舗での学びを基に他の地域への展開を検討していく予定です。

日本では廃れてしまった「量り売り」に、気軽に、楽しく触れていただくことで、日用品の容器に限らず、ものを使い捨てせず、繰り返し使うライフスタイルを”あたりまえ”にするきっかけをつくっていきたいと考えています。



長野県佐久市のリフィルステーション(移動販売)



宮崎県新富町のリフィルステーション

参照URL:

<https://www.unilever.co.jp/planet-and-society/approach-to-plastic/>

「考えよう。人と地球の美しさ。」

現在私たちを取り巻く地球環境は、気候変動による温暖化、天然資源の枯渇などの課題に直面しています。

2021年に創業75周年を迎えた当社は、1946年以来、美の創造企業として、「英知と感性を融合し、独自の美しい価値と文化を創造する」という存在理念のもと商品やサービスを提供し、お客さまに支えられてきました。しかし、現在の社会環境をから、今後のよりよい未来を見据えた、持続可能な社会の実現を目指し、環境、社会、人権に関わる課題へ取り組みながら、新たな価値づくりを一層強化していくことが急務であると考え、様々な取り組みを続けています。

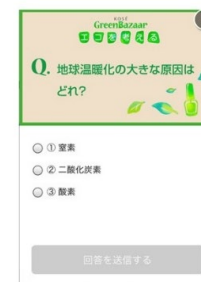
その取り組みの一環として、2021年4月より、当社のコンセプトストア Maison KOSÉ 銀座と表参道の各店舗、Maison KOSÉ オンラインで「考えよう。人と地球の美しさ。」をコンセプトに、人の美しさだけでなく、地球の美しさまで考える「KOSÉ Green Bazaar」を展開しています。



本店舗は、お客さまに、環境について学ぶことができるクイズに参加いただき、環境課題への理解を深めていただくと同時に、シーズン中に売り切れなかった商品を、お求めやすい価格で提供することを通じ、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」が目指す持続可能な生産消費形態についてお客さまと一緒に考えながら、地球環境保全や循環型社会の実現を目指すものです。

実際に参加されたお客さまからも、「私も(エコについて)何かできたらいいなと思った」「環境課題について考えながら、買い物も楽しめた」「素敵な考えをもっとたくさんの方に知って頂き、エコ活動が広がることを願っている」といった賛同の声を多くいただくことができました。

今後も、商品購入そのものがエコにつながるだけでなく、店舗への来店、オンラインサイトへのアクセスそのものがエコな活動に興味をもち、気軽に実践してもらうきっかけとなることを期待しています。



出題されるクイズの一例

また、本取り組みを通じ、コーセーが2019年6月に山梨県南アルプス市と締結した「森林保全協定」に則って、同市に収益金の一部を森林保全のための寄付を行いました。

今後も、このような取り組みを通じて、地球環境保全や循環型社会の実現を目指していきます。

参照URL: <https://maison.kose.co.jp/site/p/greenbazaar.aspx>

取組みを始めた背景

化粧品によく利用される植物エキスは、葉、花、根、幹など様々な部位から抽出していますが、部位によって含まれる成分が異なることから、一部の部位から抽出するエキスを製造するためだけに植物を栽培することが多くありました。近年、植物自体を伐採したり栽培して増やして収穫するのではなく、その植物の細胞を培養して増やす技術が、主に資源保護の面から脚光を浴びています。

また、果実などでは、果汁や果肉部分は食品等に利用されるものの果皮は廃棄されることがほとんどですが、その果皮には果実や種を守るために様々な成分を含んでいることが古くから知られています。

当社では20年ほど前から化粧品原料の開発を手掛けていますが、当初から資源の有効利用と地域産業の活性化を目指し、植物を無駄にしない廃棄物の有効利用や新たな技術の活用を強く意識した化粧品原料の開発を進めてきました。

具体的な取組み内容

<じゃばら果皮エキス>

和歌山県北山村に自生していた柑橘類の一種「じゃばら」は、自然交配で偶然に発生したものとされており、生産量も少ないことから幻の果実と言われています。果汁には花粉症の炎症反応を緩和させることが知られており、様々な食品に利用されています。その加工の際に発



生し、ほとんど破棄していた果皮を化粧品原料として有効利用しています。

<DELAMYPH(デラウエア果皮エキス)>

当社出雲工場がある島根県は、全国屈指のデラウエアの生産地です。デラウエアのほとんどは一般食用として流通しますが、一部はワインやジュースに加工されており、県内のワイナリーでワイン製造の際に廃棄されているデラウエア果皮を化粧品原料として有効利用しています。



<メアカンキンバイカルスエキス>

近年、植物の全分化能力に着目した培養技術が世界的に利用されています。これは、植物の細胞は微生物のように培養条件次第で増やすことができ、その条件次第で機能性成分を効率的に産生させることができる技術です。この技術を用いて製造されたエキスは、資源保護や安定生産といった観点からも既存植物エキスの代替原料として注目されています。当社では北海道固有種である雌阿寒金梅(メアカンキンバイ)の細胞を培養したメアカンキンバイカルスエキスを化粧品原料として開発しました。



ファンケル神奈川 SDGs講座

1. 取組を始めた背景

ファンケルは、「もっと何かできるはず」を経営理念に掲げており、「神奈川県内の企業として地域にもっと貢献できないだろうか。SDGs について、一企業としてもっとできることはないか。」そんな思いで 2021 年 5 月から「ファンケル神奈川 SDGs 講座」をスタートしました。この思いに賛同してくださった企業・団体と共に、神奈川県内の子どもたちに対して SDGs の大切さを伝える講座を展開しています。

2. 取組の内容

神奈川県内の高校生向けに「単発講座」・「長期講座」、小学生向けに「夏休み講座」を開催しています。高校生向け単発講座では、環境問題、世界と日本の栄養課題についての講義、小学生向けには、SDGs をクイズ形式で学び、自分ができる SDGs の取り組みをポスターにして宣言するワークショップを実施しました。高校生向け長期講座では、横浜市立東高等学校サステナブル研究部と「環境にやさしい素材である 100%植物由来のプラスチック容器を採用した化粧品のパッケージデザインを共同開発」をテーマに、ファンケルの従業員が講師を務め全9回の講座を開催しました。パッケージデザインの共同開発を通じて環境問題を学ぶだけでなく、商品を通じて自ら生活者へ環境に対する意識を高めてもらうための情報発信まで考え実行し、生徒の皆さんと一緒に SDGs の推進を行いました。



高校生向け単発講座①



単発講座②



小学生向け夏休み講座



高校生向け長期講座①



長期講座②



洗顔パウダー
<SDGsを身近に>

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

2022 年 1 月 17 日(月)から、横浜市立東高等学校サステナブル研究部と共創で、SDGsのメッセージをボトル容器とパッケージにデザイン化した「洗顔パウダー <SDGsを身近に>」(容量:50g/価格:1,320 円<税込>)を、通信販売と直営店舗にて数量限定で発売します。本製品の売上金の一部は公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン(<https://cfc.or.jp/>)に寄付をし、子どもの教育に役立てられます。

4. 課題と今後の取り組み

これからも、未来を創る若い世代が SDGs を理解・推進していくお手伝いをし、未来を希望に変えていきます。

参照URL: ファンケル神奈川SDGs講座
<https://fancl-kanagawa-sdgs.jp/>

新・体験型衛生プログラム「みんなでつなごうキレイの習慣！ Produced by キレイキレイ」を開始

より良い衛生習慣の定着に貢献することを目的に、全国の保育園・幼稚園・小学校などを対象に、自発的に学べる衛生教材とハンドソープ・消毒ジェルを配布する、新・体験型衛生プログラム「みんなでつなごうキレイの習慣！ Produced by キレイキレイ」を開始しています。

【プログラムの目的】

昨今、社会情勢と子どもたちを取り巻く環境は日々変化しています。そのような中、子どもたちを預かる保育園・幼稚園や小学校などの先生方は、子どもたちの感染対策と教育活動の両立に取り組んでいらっしゃいます。

そこで、2021年10月、子どもたち、先生、保護者が、楽しく学び明るく生活できるお手伝いをしたいという想いから、本プログラムを用意しました。本プログラムは、**手洗いや消毒を行う必要性や意味を正しく理解し、自発的な清潔衛生習慣を身につけるためのもの**で、ライオンが2012年から保育園・幼稚園、小学生向けに行ってきた手洗い啓発活動のコンテンツを活用しています。

「手洗いと手指消毒剤の使い分け」「消毒剤のジェルタイプとスプレータイプの使い分け」といったご質問(2021年当社調べ)や、本プログラムに今回参加いただいた先生方からの不安や困りごとも含めた回答も教材として随時配信し、みんなにより良い衛生習慣の定着に繋げていきます。



【概要】

- ・対象 : 保育園・幼稚園・小学校・放課後児童クラブ(学童保育)
- ・対象地域: 全国
- ・費用 : 無料
- ・提供内容: ・授業用教材(衛生習慣の向上を目指した内容で、幼稚園・保育園用、小学校用を準備)
 - ・家庭用衛生習慣啓発キット
 - ・当社製品

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/company/press/2021/3668>



L'ORÉAL FOR THE FUTURE 環境・社会課題の2軸で展開する、ロレアルのサステナビリティプログラム

ロレアルグループは、2020年6月より新サステナビリティプログラム「L'Oréal for the Future(ロレアル フォー ザ フューチャー)」を推進しています。本プログラムは、地球との共存を目指し、「プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)」を尊重するビジネスモデルにグループ全体を通して変革を図るほか、ビジネスを展開する世界各国の拠点において、その国々がもつ環境・社会的課題の解決に貢献しうる独自活動を展開していきます。

日本では、政府が掲げる8つのSDGsの優先課題の中でも、特に、「目標5 ジェンダー平等」「目標12 持続可能な消費と生産」「目標13 気候変動」「目標17 グローバル・パートナーシップの活性化」の4つが重要課題とされていますが、日本ロレアルもこれらの課題に重点的に取り組んでいます。

主な取り組み例:

気候変動:

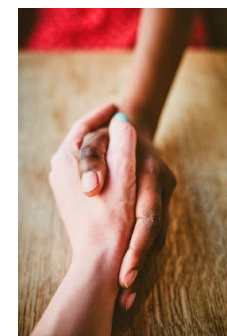
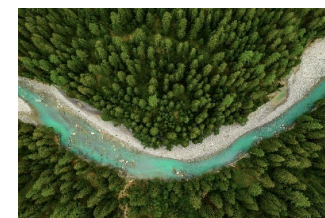
- 2022年末までに、日本ロレアルの全拠点においてカーボン・ニュートラルを達成(再生可能エネルギーの100%採用は既に全拠点にて達成済)

持続可能な消費と生産:

- 2021年6月末までに、すべての新規什器を100%エコデザインPOSに切り替え
- 2030年までに、ゴミの総量を30%削減、2030年までにゴミを100%リサイクル(*2019年対比、労働時間100時間当たりの重量)
- 2023年末までに、日本ロレアルリサーチ & イノベーションセンターによる製品開発において、当社独自の基準および環境影響評価ツールにおいてカテゴリ平均以上のスコア獲得を100%達成するとともに、持続可能なイノベーションと消費者に信頼される製品づくりを目指す
- 2021年までに、日本ロレアルの主要ブランドが独自のサステナビリティアクションに着手、日本の環境・社会的課題解決に貢献

ジェンダー平等の実現・女性のエンパワーメント:

- 2016年からシングルマザーの就労支援プログラム「未来への扉」を実施
- 女性管理職比率52%(2021度)、2025年末までにエグゼクティブコミッティー(役員レベル)で50%を目指す
- 若手女性科学者支援:ロレアル-ユネスコ女性科学者 日本奨励賞(2005年より)
- 社外有識者を招き「日本ロレアル・女性のエンパワーメント・アドバイザリー・ボード」を発足、社内外におけるさらなる女性のエンパワーメント推進



参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/articles/commitments/sustainability-commitements/>

オンラインを活用したファンケルセミナー

1. 取組を始めた背景

ファンケルグループでは、社会貢献活動として 1988 年より福祉施設や特別支援学校等で、ファンケルの商品を使用したセミナーを全国にて無料で開催しています。コロナ禍により大人数を集めた対面のセミナー開催が難しくなり、昨年度から新たな取り組みとして ZOOM を使用したオンラインセミナーを開始しました。

2. 取組の内容

オンラインでの実施により、遠隔地の視覚障がいの方や特別支援学校など、今まで開催が難しかった地域の方々との触れ合いが簡単にできるようになりました。特に視覚に障がいのある方はガイドヘルパーさんがいないと外出が難しい方も多く、オンラインセミナーは自宅からの参加が可能ため大変喜ばれています。また、セミナーで紹介した商品だけでなく、美容・健康のお悩みをその場でいろいろ相談したいという要望も多かったことから、電話窓口のスタッフにも一緒に参加してもらい、気軽にお悩み相談できる環境づくりも新たに始めています。



視覚障がい者向けスキンケアセミナー



視覚障がい者向けメイクセミナー



電話窓口スタッフとの対話

3. 取組の成果(社内及び社外への効果)

視覚に障がいのある方からは、「会場に集まってる講座であれば私は参加できなかったが、zoom だったので自宅から気楽に参加することができた」、「言葉での指導が適切で、そばにいて教えてもらっているようで分かりやすかった」、「少人数で、講師の方が一人一人丁寧にみてくださったので、オンラインでも自分がちゃんとできているのかと不安を感じることもなく、安心して受講できた。」等の感想をいただいております。山形県や広島県など全国からの参加者が増えています。

4. 課題と今後の取り組み

男性向け視覚障がい者向けセミナーの要望が増えたため、男性向けセミナーも開催数も増やしていき、QOL 向上のお手伝いをしていこうと考えています。

参照URL: ファンケルセミナー
<https://www.fancl.jp/sustainable/society/education/fanclseminar/index.html>



身だしなみ教室とは

マンダムでは、知的障がいのある方の自立支援の一環として、就労するにあたり社会で必要とされる“身だしなみ”を身につけていただくことを目的に、2004 年度より「身だしなみ教室」を継続的に実施しています。

「身だしなみ教室」は知的障がいのある方を対象に開催しているため、“初めて化粧品を使用する人”を想定して、商品の開け方、使い方、しまい方、そして社会へ出て必要とされる“身だしなみ”については“おしゃれとの違い”をハッキリとお伝えし、“清潔感”をキーワードに講義を進めています。商品の使い方では、洗顔、スキンケア、寝ぐせ直し、スタイリング、ボディケア、フェイスクアについて体験学習を行い、“化粧品が持つ気持ち良さ、楽しさ”を実感していただきます。

新型コロナウイルス感染症の影響により、リモートで開催

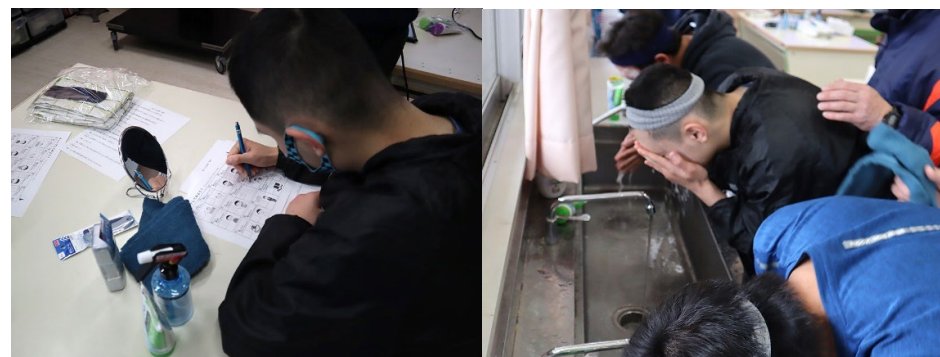
新型コロナウイルス感染症により学校や施設への訪問が難しくなったため、2021年2月に大阪府立吹田支援学校 高等部にて、初めてリモートでの「身だしなみ教室」を開催しました。リモートを活用しての「身だしなみ教室」はお互い初めての試みだったため、事前の打ち合わせを入念に行いました。密を避けるため教室を2つに分けて受講することや、生徒の皆さんに画面の前で集中して聞いてもらえるためのポイント、講義用スライドの投影方法や試用体験について確認の上、講義内容を決定しました。

教室で TV モニターに講義スライドを投影していただき、「身だしなみ」と「おしゃれ」の違いについての説明や、「身だしなみチェックシート」を使い○×をつけながら、自分自身で気をつける、気がつくことの大切さを理解していただきました。実際に化粧品を使った体験コーナーでは、洗顔フォームを泡立てた正しい洗顔や、洗顔後の保湿方法の説明を動画を使って行いました。体験中は先生が画面をタブレッ

ト端末に切り替えて生徒の皆さんの近くを巡回していただき、こちらからモニターを通して声を掛けたり、生徒の方から「さっぱりしました！」や「気持ちいい〜」という声が届いたりコミュニケーションも取ることができました。髪の毛の寝ぐせ直し、ボディペーパーを使った身体のおい・ベタつきの拭き取り方などケア方法を学び、全員で身だしなみを整えていただきました。

リモートという制限された環境での実施でしたが、画面を通して、生徒の皆さまがしっかり聞いてくださり、楽しんで受講してくれている様子がありました。

「身だしなみ教室」は、自立度を高める支援として、化粧品の使用実体験を交えながら講義を行っています。これからも、就労支援へのお役立ちと、化粧品を使い自身の変化への喜びに少しでもお役立ちできればと考えています。



参照URL:

https://www.mandom.co.jp/csr/latestinfo/20210324_01.html

YUZU-YOUキレイ・ミライプロジェクト

ウテナのヘアケアブランド「ゆず油」は、髪の手入れだけでなく、環境や生産地、未来にとってもより良いプロダクトであるために「YUZU-YOU キレイ・ミライプロジェクト」を発足しました。

廃棄されていたゆず種子の有効活用や、環境にやさしい資材の採用などサステナブルな商品開発を行っています。また、ゆずの産地高知県北川村と共に、ゆずのブランディングや、ゆず農家支援、子供達へのふるさと教育など、様々な課題解決に取り組んでいます。

環境に配慮した素材・パッケージの採用

「ゆず油」ブランドは、それまで廃棄されていた北川村産のゆずの種を有効活用し、オイルを抽出して製品に利用しています。ウテナが年間約 3tの種を原料会社を通して購入することで、地域活性化や、種の廃棄費用の削減にもつながっています。

また、商品パッケージについても、2021年9月にリニューアルを行い、これまで以上に環境に配慮したものに変更しました。ヘアオイルは再生ガラスを90%以上使用したエコロジーボトルを使用。オイルミストは植物由来素材のバイオマス PET を、オイルミストの詰めかえ用はボタニカルインキ印刷を新採用しました。



ゆず果実の収穫支援

北川村によると、ゆず農家の減少や高齢化に伴う人手不足で、収穫時期に実を獲りきれないまま時期を終えてしまうこともあるそうです。そこで、収穫最盛期の2021年11月には、ウテナ社員がゆず果実収穫のお手伝いを実施しました。



限定品売上の一部をゆず農家支援に

また、2021年12月より、ヘアオイルの限定品売上の一部を北川村のゆず生産振興のために寄付する取り組みを実施しています。限定品の売上1つにつき50円をウテナから北川村に寄付し、ゆずの生産増進や、ゆず農家への支援などに活用します。

小中学生へのオンラインふるさと授業

北川村では、ふるさとへの愛着と誇りを育むことを目的に、特産品のゆずなど、地域資源を題材とした探究的な総合学習「北川学」を実施しています。

ウテナもこの取り組みに参画し、2021年2月に小学4年生、10月に中学2年生を対象にしたオンライン授業を実施しました。北川村ゆずがどのように商品に活用されているか紹介しながら、子供たちと共に、産業の活性化や地域貢献について考えています。



参照URL: <https://www.utena.co.jp/yuzu-yu/sustainability/policy.html>

生まれつきのあざ、やけど、傷跡、がん治療の副作用などによる外見変化でお悩みの方へ。

はじめは1956年。戦禍でやけどをおった方の心の苦しみを少しでもやわらげたいと考え、カバー専用ファンデーション「資生堂スポッツカバー」を発売しました。



その後、光の技術を応用し、あざ・白斑・傷跡・肌の凹凸・がん治療などによる、外見上の変化を自然にカバーできる専用ファンデーション「パーフェクトカバー」を発売。2006年には、さまざまな外見上のお悩みをお持ちの方に、無償でメイクアップ方法をアドバイスする専門施設ライフクオリティー ビューティーセンターを開設しました。現在ではオンラインでのアドバイスも実施しています。

*日本、中国、台湾、シンガポールで展開中です。



2013年10月からは、これまで蓄積したノウハウを応用し、がん治療の副作用による外見変化に対し、医療機関やがん支援団体などと共に、美容情報を研究・構築してきました。

性別を問わず、スキンケアやメイクアップによって外見変化をカバーする美容テクニックをまとめた小冊子「外見ケアBOOK ～自分らしく、心地よく。～」を世界対がんデー*である2022年2月4日（金）に発行します。

*世界対がんデー（World Cancer Day）： 国際対がん連合（UICC）が主唱し、毎年2月4日を記念日として世界各国でがんに関する啓発行事が行われています。



2017年には、がんになっても自分らしく笑顔で暮らせる社会を目指し、がんサバイバーの方々に応援する「LAVENDER RING」の活動を開始しました。その中の「MAKEUP & PHOTOS WITH SMILES」では、資生堂のクリエイティブとヘア&メイクアップの力を結集したお一人おひとりのポスターを制作し、がんになっても生きいきと笑顔で暮らしている人がいることを伝える活動をしています。



一人ひとりに寄り添った価値を提供し続けるために(アダプタビリティ∞の実現に向けて)

自社では様々な場面で生じる「人権」に関わる課題について、全社員が理解し各自がそれぞれの業務において起こりえるリスクを意識し考えながら事業活動に取り組めるよういくつかの目的をもち社内啓発を実施しています。

また多様な価値観やバックボーンを持つ人々に寄り添った商品サービス提供の実現に向けて、「アダプタビリティ∞(アダプタビリティ エイト)」という取り組みテーマを設定することで、アダプタブルな商品・サービスの提供を目指しています。

そのため、2021年度はマーケティング部門、宣伝開発部門、研究開発部門を対象にし、化粧品を世の中に提供する上で必要な「人権」「多様性」の知識や考え方を習得するため、約170名の従業員がオンラインでワークショップに参加しました。

人権や多様性を踏まえた価値創出の必要性が問われ始めている中、今回は「アンコンシャスバイアス(無意識の思い込み)」をテーマにし、商品/サービス/広告などの企画開発業務に携わるメンバーが「ジェンダーバイアス」をはじめとした様々なリスクに気づき、習得した知識や考え方を新しい価値創出のために活かしていくことを目的としワークショップを開催しました。

このワークショップにより、気づきや知識を習得し、必要な価値観や考え方を受容することで、人権や多様性に配慮した価値創出を行い更なるグローバルにおいての成長を目指します。



商品・販促の企画開発におけるアンコンシャスバイアス ～ ケーススタディ ～



(C) Copyright All Rights Reserved.一般社団法人アンコンシャスバイアス研究所

参照URL: <https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/rights/action/>

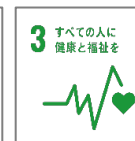
ダヴ:あなたらしさが、美しさ

「ダヴによる少女たちの美と自己肯定感に関する世界調査レポート(2017年)」によると、日本の10代の少女たちのうち、自分の容姿に自信を持っている人はたった7%。これは、世界でもっとも低い数値です。自分の容姿に自信が持てないと、やりたいことがあっても諦めてしまったり、過度な食事制限により健康に影響を及ぼしてしまったりすることもある。

美しさは不安の種ではなく、自信の源であるべきです。だからこそ、ダヴはすべての女性が自分の美しさに気づくきっかけをつくってきました。「ダヴリアルビューティ スケッチ」「ダヴリアルビューティID」などの動画やキャンペーンは、国内外で大きな反響を呼びました。若い世代の自己肯定感を高める「ダヴセルフエスティーム プロジェクト」には、世界で約4,000万人が参加。日本でも、自己肯定感を高めるワークショップ「大好きなわたし～Free Being Me～」をのべ2万人以上の子どもたちに提供しました。「自分に自信が持てるようになった」「自分をもっと好きになれた」などの声が寄せられており、多くの参加者が、プログラムに参加することで自信が高まり、自己を肯定することができるようになっています。その功績が認められ、文部科学省が主催する「令和2年度 青少年の体験活動推進企業表彰」で「審査員会優秀賞」を受賞しています。さらに、2018年からは、ありのままの女性の美しさを伝えるため、すべての広告で画像加工をしていません。



参照URL: <https://www.dove.com/jp/home.html>



取組を始めた背景

マンダムグループの企業理念の一つに、「社会との共存・共生・共創」を掲げており、社会課題の解決に向けたサステナブル経営を実践しています。さまざまな存在する社会課題解決に向けては、企業組織としての取組だけではなく、社員個々人が「自分事」として捉えた取組を進めています。

上述の考え方のもと、TABLE FOR TWO様の活動理念に賛同し、2021年7月より開始しました。

取組の内容

現在、世界の約75億人のうち約8億人が飢餓や栄養失調の問題で苦しむ一方で、先進国を中心に約20億人近くが肥満など食に起因する生活習慣病をかかえており、「食の不均衡」が起きています。

TABLE FOR TWO活動は、社員食堂メニューに肥満を抑えるためのカロリーを抑えたヘルシーメニューを作り、従業員がそのヘルシーメニューを摂ることで、マッチングギフトにより1食につき20円が開発途上国の子どもの学校給食に充てられる仕組みになっています。

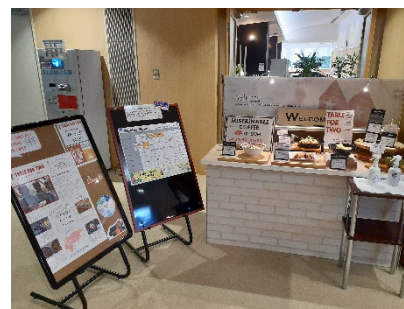
世界規模で起きているこの「食の不均衡」を解消し、開発途上国と先進国双方の人々の健康を同時に改善することを目的に活動しています。

取組の成果

コロナ禍での食堂利用の中、半年間で2千食強の寄付ができ、社会課題解決に向けたサステナブル経営とSDGs目標達成に向けた理解、推進に結び付けることができました。

課題と今後の取組

コロナ禍により在宅勤務が推奨され、社員食堂利用者が低下しています。今後は、食堂運営会社様とのコミュニケーションを通じ、TABLE FOR TWOメニューを選びたい工夫や、出社している社員に対する情報配信方法などを検討しています。



参照URL: <https://jp.tablefor2.org/about/>

「いつものコスメ購入が誰かのサポートになっている」 気負わずに取り組める好循環の定着

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立ち上げましたSDGsの取組み、「For Women Project」も今年で3回目を迎えました。当社は、従業員の9割、及び顧客の大半が女性です。この実情から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公益財団法人ジョイセフ(JOICFP)のお取組に賛同し、この企画のための対象商品を製造販売し、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。2021年版の対象商品も11月から販売を開始しております。



今年は第3弾として「クレシェソフォーミングジェル」を限定デザインで11月から発売。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。

また、同じく「For Women Project」の一環としてスタートしましたピンクリボンキャンペーンは今年で2回目を迎え10月末に終了したところです。このキャンペーンでは、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』、『オイルinフェイスマスク』に加え、乳がん検査の重要性や日本での乳がん罹患率、その他付随するデータ等を載せた自社作成の啓蒙用リーフレットを

一緒にお渡しすることで乳がんについて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に役立てていただくことを目的にしております。こちらのキャンペーンも売上の一部を、当社が賛同している乳がんサバイバーの方々に運営されている一般社団法人KSHSへ、その活動にお使いいただくために寄付を実施いたしました(2021年12月寄付完了)。

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、5月からは下の写真のハンドクリームセットを、7月からは併せて今年初の商品としてオイルinフェイスマスクをそれぞれ10月末まで販売いたしました。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、啓蒙目的のリーフレットを広く配布するよう努めました。



サロンスタッフは毎年5月～10月末まで弊社オリジナルのピンクリボンバッジを着装して接客



ハンドクリームセット



オイルinフェイスマスク (10枚入り/1箱)

2021版リーフレット





1. 取り組みを始めた背景

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1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。

2021年はアジアを中心に9の拠点をグローバルに展開しました。

・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

・2019年～カネボウコスメティックスコリア Co.,Ltd.



ロシアでの啓発イベント

2. 取り組みの内容

【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1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 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。

セルフチェックリーフレット(KANEBO・TWANY)



【商品を通じた寄付活動】

2013年からの取り組みとして、10月1日から11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NPO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. 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。

ビューティコンサルタントの活躍のために

当社は、共に働くすべての従業員の働き方や働きがいの向上に対する取り組みを継続してまいりました。2017年度より、働き方に関連する全社横断型委員会を設置し、取り組みをより強化してきた当社は、総合職はもちろん、店頭で接客するビューティコンサルタントの働きがいを高める活動を実施してきました。それを通じて、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。2019年度には、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実施しています。

2021年度、ビューティコンサルタントの活躍できる環境を拡大する、独自のオンライン接客プラットフォーム「WEB-BC SYSTEM」を導入。従来のオフライン接客は派遣先の店舗に限定されるのに対し、「WEB-BC SYSTEM」に携わるビューティコンサルタントは、国内のサービス拠点から、全国の顧客に対して遠隔で接客をすることが可能になります。将来的には、社員一人ひとりの生活スタイルや希望に合わせ、時間に制約されずフレキシブルな働き方を目指します。また、「WEB-BC SYSTEM」を通じて接客を行うと、お客さまからのフィードバックがデータとして蓄積され可視化できるため、さらなるスキル向上を目指すことができます。今後も、継続的にビューティコンサルタントの働きがいを高める支援に取り組むことで、女性活躍の推進を実施してまいります



参照URL: <https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/diversity/action1/>

女性活躍推進・障がい者支援を中心とした D&I (ダイバーシティ&インクルージョン)

『共に働く、共に喜ぶ』を理念に掲げ、D&Iを積極的に推進している当社では、障がい者や女性といった多様な人財が活躍できる環境を整えていくことを進めています。私たちが、障がい者や女性の雇用を推進するのは、法令遵守のため、社会的責任を果たすためだけではなく、必要な戦力であると考えているからです。すべての社員に活躍の機会を提供し、安定的・長期的な就労の実現を目指しております。

【取り組みの内容(一例)】

●女性活躍推進

- ・女性が管理職や現場リーダーとして活躍できる雇用環境の整備を行うため、女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画を策定しております。
- ・従業員が仕事と子育てを両立させることができ、従業員全員が働きがいのある環境をつくることによって、すべての従業員がその能力を十分に発揮できる企業風土を醸成するため、次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定しております。
- ・女性管理職比率も上昇傾向にあります。専門の研修受講を促進するなどしており、更なる向上に向けて邁進中です。2021年7月決算時には、25%を達成しております。(目標は25%以上を維持。)



- ・自治体や群馬県内の大学より理工チャレンジ(リコチャレ)の依頼を受け開催しました。女子中高生・女子学生の皆様が、理工系分野に興味・関心を持ち、将来の自分をしっかりイメージして、進路選択(チャレンジ)できるよう、会社説明の後に工場見学、座談会、オリジナル化粧品づくり体験会を行いました。

●障がい者支援

・障がい者スタッフが活き活きと働ける環境を整備すべく、専用の人事制度を設けました。これにより当社では障がいがあっても経営者や管理職を目指す権利が健常者と同様にあります。

・第26回職業リハビリテーション研究・実践発表会において、障がい者スタッフ・支援者ならびに人事担当者という異色のコラボにて取り組み事例を発表いたしました。

・「グッジョブぐんま 群馬の障がい者雇用」等のイベントや講演会に積極的に参加し、障がい者雇用を率先して取り組んでいる企業の事例を拝聴し、自社の仕組みづくりに活かしております。

・群馬県立館林高等特別支援学校様と一緒に館林市の名産であるボイセンベリーを育てております。元耕作放棄地を借り上げ、農福連携にて6次産業化を目指し活動しております。既にここで採れたボイセンベリーを用いて、かき氷を製作し、館林市内のイベントにて販売に成功しております。

●高齢者雇用

・エイジフリー雇用を目指すべく高齢の方であっても積極的に雇用しております。既存従業員の父親(70代)をリファラル採用したというケースもあります。

●外国籍者採用

・外国籍の方の積極採用をしております。営業や研究開発、生産現場と多方面で活躍していただいております。

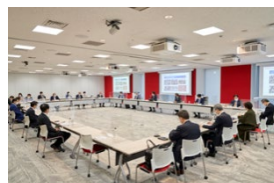


成果として、女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況等が優良な企業として「えるぼし認定3段階目(取得当時最高位)」を取得しました。今後も働きやすい職場環境の実現の重要性を改めて認識し、積極的かつ継続的に取り組んで参ります。更には自社のみならず環境整備と理解促進の支援の輪を広げていきたいと考えております。



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

企業の枠組みを超え、ジェンダーダイバーシティの実現に取り組む



組織の重要意思決定機関に占める女性の割合を30%に向上させることで、企業の持続的成長を実現する世界的なキャンペーン「30% Club」は、英国で2010年に創設されました。日本は、2019年5月に「30%Club Japan」として世界で14番目にローンチし、当社代表取締役社長 CEO 魚谷雅彦が初代会長となり、「2030年を目処にTOPIX100の役員に占める女性の割合を30%にすること」を目標に掲げ、活動をスタートさせました。具体的な活動を推進するワーキンググループとして、TOPIX 100、TOPIX Mid 400のメンバーからなる「TOPIX社長会」を設立し、31社の企業が参加(22年1月時点)、トップ自らが参加する「トップ会議」では、ジェンダーダイバーシティが進まない本質的課題についての本音のディスカッションを展開しています。また、トップ会議を通じて浮き彫りになった、女性のキャリア成長を阻む3つの課題(ライフイベント前/育児期/リーダー期)を解消するため、TOPIX社長会の参加企業の実務責任者で構成されたプロジェクトマネジメントチームが、企業横断でのクイックアクションを展開しています。

◆3つの課題を解決するためのクイックアクション◆

◆1つ目は、入社直後からライフイベント前の若手女性社員を対象にした「メンタリングプログラム」です。これからのキャリアやライフイベントに漠然とした不安を持ち、

キャリアに躓きやすい社員に向けて、自身のキャリア開発について自律的に考えていくきっかけを提供しています。

◆2つ目は、育児期社員を部下に持つ管理職のマネジメント力強化に向けた取り組みです。育児期社員に対する上司の理解不足や過剰な配慮などによりマミートラックに陥りやすい状況を解決するため、企業のベストプラクティスを集めたノウハウ集を作成し、各企業のマネジメント研修などで活用しています。



◆3つ目は、女性幹部候補者とトップとの「メンタリングプログラム」です。トップから様々な示唆を受けるだけでなく、幹部候補者からトップへ直接声を届ける機会となり、相互作用を生み出しています。また幹部候補者同士のネットワーク作りの役割も担っています。

「#CHANGESTINY 資金」を活用した女性起業家支援プログラム

SK-II は、ブランドの信念である「#CHANGESTINY ～運命を変えよう。」をさらに一歩前進させ、実際に社会を変える行動に繋げる試みとして、渋谷区と「女性起業家の支援に関する連携協定」を締結し、meeTalk(東京を拠点とする女性起業家ネットワークを運営)と協力して、中小ビジネスを経営する女性起業家・事業主を支援する年間プログラムをスタートさせました。このプログラムを通じて、女性起業家・事業主が未曾有の時代にビジネスを生み出し、維持するためのデジタル・ソーシャルメディアプラットフォーム、活用スキルの習得、ビジネス上のネットワークへの接続を可能にします。

その第一弾として、2021年7月21日(水)～8月26日(木) までの約1か月間にわたり女性起業家支援プログラムを実施しました。

本プログラムの運営資金には、「#CHANGESTINY 資金」※1から拠出する50万ドルを活用し、Facebook Japan や Google など多数の企業の協力を得て、「学ぶ」、「つながる」、「発信する」という3つのアプローチで、ソーシャルメディア・E コマース・マーケティング PR・デジタルツール・資金調達・渋谷区との行政連携の6つのテーマでワークショップや個別のビジネス・コンサルテーションを行い、渋谷区や meeTalk がこれまでに実施した女性起業家支援ワークショップの中で最大規模の、約1か月にわたる全50プログラムに延べ540人以上が参加しました。

「学ぶ」では、Facebook Japan と Google の協力も得ながら、デジタルプラットフォームの構築、ソーシャル・コマース、さらには海外展開などのテーマについて、ワークショップや個別のビジネス・コンサルテーションを行いました。「つながる」では、中小ビジネスを経営する女性起業家・事業主の課題である、ビジネス上ネットワークへの接続を支援し、適切なロールモデルとのマッチングを行いました。「発信する」では、女性起業家・事業主が、世界中のより多くの人々に自らのビジネスを発信できるよう、渋谷スクランブル交差点をはじめとする東京の街並みに着想を得て作られたバーチャルシティ「SK-II CITY」等、SK-II の有するプラットフォームを通じ、ユニークなブランド体験発信の機会を提供しました。

※1「#CHANGESTINY 資金」は、2021年3月に始動した、現代の女性が直面している様々なプレッシャーに立ち向かう映像作品を発信するコンテンツハブ「SK-II StudioTM」の映像1再生につき1ドルを、本年の拠出額50万ドルを上限として運命を変えようと挑戦し続ける女性のための支援活動に拠出する取り組みです。

参照URL: <https://meetalk.org/sk2changedestiny/>

原料を選ぶ

ユニリーバは、製品の原材料としてさまざまな農産物を使っていますが、環境や人にできるかぎり配慮して育てられたものを選んで調達するようにしています。

持続可能なパーム油

パーム油はアブラヤシの実からとれる油で、シャンプー、ボディウォッシュ、チョコレート、アイスクリームなどの原料として使用されています。世界中で急激に需要が増えていることを受け、アブラヤシの農地を広げるために多くの熱帯雨林が伐採され、現地の人々や生態系を脅かすとともに、気候変動を加速させています。

ユニリーバは製品の原料として多くのパーム油やパーム油由来の原料を使っているため、1990年代半ばから環境や人に配慮して栽培されたパーム油を調達するための取り組みを進めてきました。2004年にはWWFの呼びかけのもと「持続可能なパーム油のための円卓会議」(RSPO)を設立。2020年末までにほぼすべての原料を持続可能な調達に切り替えました。

ユニリーバ・ジャパンでも、シャンプー・コンディショナー・ボディウォッシュなどにRSPO認証原料(MB)を使用し、持続可能なパーム油の調達を推進しています。また、ユニリーバ・ジャパンの本社/相模原工場/協力工場/倉庫でRSPO SCCS認証を取得し、トレーサビリティを確立しています。

しかしながら、森林破壊に終止符を打つには、さらに高い基準を目指さなければなりません。ユニリーバは、「2023年までに、パーム油、紙・ボール紙、茶、大豆、ココアのサプライチェーンにおける森林伐採をゼロにする」「2030年までに、150万ヘクタールの土地、森林、海洋の保護と再生を支援する」といった目標を掲げています。

持続可能なエキス

日本の「ラックス ルミニーク」シリーズには、アフリカの女性たちが手摘みした花を原料とした天然エッセンシャルオイルを配合しています。現地の女性たちにさまざまなトレーニングの機会を提供したり、現地の女性の生活向上にも貢献しています。



私たちの願い

こうした取り組みにより、消費者の皆さまが、高品質なシャンプーやボディウォッシュを楽しみながら、原料を生産している国々の環境保全や経済発展を支援できるようにしています。

参照URL:

<https://www.unilever.co.jp/news/2020/climate-and-nature/>

化粧品やハミガキに使われるミント 「和種ハッカ」の持続可能な生産の仕組みの実現

関連する
SDGs
目標



当社のハミガキには、香料として世界各地で生産される上質な天然のミントを採用しています。その中でも、「和種ハッカ」というインドを最大の生産地とするミントは、ハミガキの香味を完成させるのに大切な香料です。その和種ハッカを、厳しい審査を通った認証ミント(※1)に切り替えています。

【本取組の背景】

当社では、ハミガキに使用する天然ミントの味にこだわりを持っており、その一部をインドから輸入しています。インド産の「和種ハッカ」は、程よい苦みとすっきりとした香味が特徴です。しかしながら、インドでのミント生産は、すべてが持続可能な生産環境で行われているわけではありません。この認証ミントを生産できるのは、厳しい審査に通った農家に限られており、現状では持続可能な労働条件や生産条件などが整えられた「認証農家(※2)」は不足しています。

【課題解決に向けての取り組み】

当社では2021年6月から、「デンタークリア MAX」から認証ミントの採用を開始し、2022年までに和種ハッカを配合している8つのハミガキブランドに拡大予定です。当社は、この認証ミントを調達・継続購入することで、認証取得を目指す農家の拡大を促進していきます。インドの香料会社を通じてその取り組みの意義を伝え、実地研修等のサポートをしていくことで、持続可能な生産の仕組みを実現してまいります。インドの認証農家の数を2022年までに2021年現在の5倍に増やすことを目標としています。



【和種ハッカ】



【実地研修の様子】

認証ミントを動画で紹介しています

<https://www.youtube.com/watch?v=bTqrM9JIPMs&list=PL4LnNBk6aDsXm8lKjXoX8zPTRiH0AkPb&index=9>

※1: 認証ミント: SAI(※3)プラットフォームが提供する、経営・環境・労働・生産に関する条件が揃い、FSA(Farm Sustainability Assessment)の検証を受けた「認証農家」が生産するミント。127の質問・回答によって検証格付けしている。

※2: 認証農家になるための条件の代表例

・労働者の人権が守られている。・近代的な農法により収穫率が高い。・畑を整備し水の使用量を削減できている。・環境に悪影響を与えるような肥料は使用しない。・定期的にトレーニングが行われている。・労働者に対し差別なく賃金が支払われている。

※3: Sustainable Agriculture Initiative: ユニリーバ、ダノン、ネスレが設立した、持続可能な農業サプライチェーンを支えるプラットフォーム。

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/sustainability/inclusiveoralcare/>

「調達に関わるサプライチェーン ESG 推進ガイドライン」を策定

2021年8月、花王は、ウェブサイト上で「調達に関わるサプライチェーン ESG 推進ガイドライン」を公開しました。取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティ確保や、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献していきます。その一環として、サプライチェーンが抱える社会課題上のリスクの特定や、取引先への第三者監査等を実施します。

「調達に関わるサプライチェーン ESG 推進ガイドライン」

花王は、より活力と思いやりのある社会の実現に向けて、お取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティを確保し、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献します。

花王は、法令遵守はもとより、社会的な責任を果たすべく、お取引先に「社会的責任」と「環境」への配慮を求め、遵守するお取引先から優先して調達します。すべてのお取引先に「調達先ガイドライン」を周知し、監査を含めた遵守状況の確認を行ない、違反がある場合には改善指導やお取引の中止など適切な対応をします。また、花王調達原材料の中から、人権・環境における課題が大きなサプライチェーンを特定し、現場における対話を通じたリスク把握を行ない、課題の本質を見極め、解決に向けた活動をお取引先や NGO と一緒に取り組み、その進捗を確認・公表してまいります。

1. サプライチェーン ESG 推進に向けたお取引先との取り組み

花王はお取引先と共に、持続可能な原材料調達に向けた活動を実践します。お取引先には、花王の「調達基本方針」、「調達先ガイドライン」を理解いただき、調達に関わるサプライチェーン全体での人権尊重・保護および環境保全や、法令遵守の徹底をお願いしています。その上で、お取引先の遵守状況を第三者監査などにより確認いたします。

2. 「ハイリスクサプライチェーン」の特定と本質的解決に向けた取り組み

花王は、調達する原材料の中から、以下の点を考慮し、「ハイリスクサプライチェーン」を特定します。

- ビジネス視点: 調達購入額、代替原料への置き換え可否など(クリティカルサプライヤーの特定)
- エリア視点: 素原料までのサプライチェーンの所在地のリスク
- ESG 視点: サプライヤーデュー・ディリジェンスの結果

参照URL:

<https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/procurement-esg-promotion-guidelines.pdf>

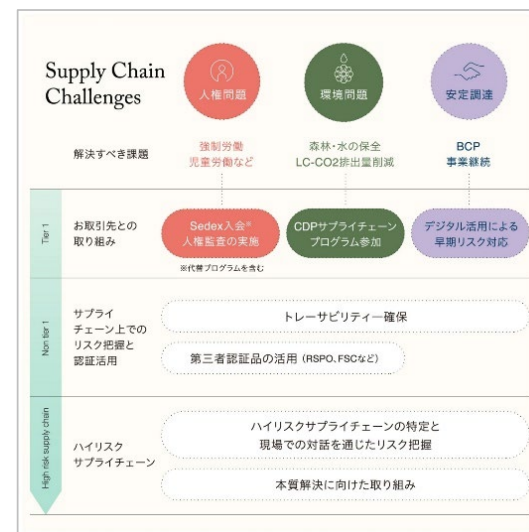
調達に関わるサプライチェーン ESG 推進ガイドライン

花王は、より活力と思いやりのある社会の実現に向けて、お取引先と共に、サプライチェーン全体のトレーサビリティを確保し、資源保護・環境保全や安全、人権などの社会的課題の解決に貢献します。

花王は、法令遵守はもとより、社会的な責任を果たすべく、お取引先に「社会的責任」と「環境」への配慮を求め、遵守するお取引先から優先して調達します。すべてのお取引先に「調達先ガイドライン」を周知し、監査を含めた遵守状況の確認を行ない、違反がある場合には改善指導やお取引の中止など適切な対応をします。また、花王調達原材料の中から、人権・環境における課題が大きなサプライチェーンを特定し、現場における対話を通じたリスク把握を行ない、課題の本質を見極め、解決に向けた活動をお取引先や NGO と一緒に取り組み、その進捗を確認・公表してまいります。

1. サプライチェーン ESG 推進に向けたお取引先との取り組み

花王はお取引先と共に、持続可能な原材料調達に向けた活動を実践します。お取引先には、花王の「調達基本方針」、「調達先ガイドライン」を理解いただき、調達に関わるサプライチェーン全体での



日本化粧品工業連合会／サステナビリティ推進委員会について

日本化粧品工業連合会とは

消費者の化粧品産業に対する信頼性の向上、および、日本の化粧品産業全体のグローバル競争力の強化を目指して活動しています。今後も、化粧品産業の発展を通じて、世界中の消費者が安心して心豊かな化粧生活を送れることに寄与し、人と社会の幸福に貢献してまいります。

サステナビリティ推進委員会について

日本化粧品工業連合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	及川 佳寿子	太田 豊	小久保 淳治	小和田 みどり
	塩出 佐知子	田中 一光	田中 直樹	鳥川 行雄
	中野 愛美	蜷川 絵美	野崎 琢馬	原田 康子
	三木 崇絵	三谷 光正	持田 卓也	築瀬 香織

*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 稲葉 真一氏の協力もいただきました。

日本化粧品工業連合会／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/>