

# サステナビリティ 取組事例集

日本化粧品工業会  
サステナビリティ推進委員会  
2023年4月



# 目次

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

## 概要編

|          |               |
|----------|---------------|
| 地球環境のために | ... <u>6</u>  |
| - 気候変動   | ... <u>6</u>  |
| - 容器包装   | ... <u>10</u> |
| - リサイクル等 | ... <u>13</u> |

|              |               |
|--------------|---------------|
| みんなのために      | ... <u>16</u> |
| - 消費者・コミュニティ | ...           |

|           |               |
|-----------|---------------|
| 一人ひとりのために | ... <u>22</u> |
| - 人権・労働慣行 | ...           |

## 詳細編

|          |               |
|----------|---------------|
| 各取組事例の詳細 | ... <u>25</u> |
|          | ... <u>28</u> |



# 「2022年度 サステナビリティ取組事例集」の発行にあたって



2014年に環境・サステナビリティ委員会が発足した後、翌年8月には『サステナビリティ指針』を策定、そして2017年からは毎年、会員企業によるサステナビリティ活動の取組事例をまとめ、発行してまいりました。2021年には、サステナビリティ推進委員会と、その名称・体制を改めましたが、この取組事例の共有は、会員企業における相互の啓発と更なる取り組みの推進に役立ててもらうため、継続的に発行しております。そしてこの度、『2022年度 サステナビリティ取組事例集』発行の運びとなりました。企画・事例の提供・編集等にご協力・ご支援をいただきました皆様方に感謝申し上げます。

この数年、サステナビリティに関する社会の関心はますます高まりを見せていますが、それら課題は解決に向かうどころか、地球温暖化の進行が原因と考えられる異常気象や自然災害の頻発、未だ終わることのない紛争や軍事侵攻なども含め、一段と深刻化しているとも言えます。同時に、企業活動における取り組みに対して向けられる社会の目も年々厳しさを増しております。サステナビリティ推進委員会では、こうした動向もふまえながら、化粧品業界として目指す方向をより明確に示すべく、この4月に『サステナビリティ指針』を改訂・発行いたしました。この指針に基づき、一層の活動の推進を図ってまいります。加えて、会員各社におかれましては、この取組事例集を、新たな気づきやより広い連携へのきっかけを得る等、活動推進に役立てていただければと願っております。

また、これまで地域工業会との緊密な連携のもとで活動を行ってきた日本化粧品工業連合会も、この4月よりオールジャパンの『日本化粧品工業会』として新たにスタートいたしました。新団体のもとで、サステナビリティ推進委員会が活動を強化するにあたり、この取組事例集が、あらゆる関係の皆様到我々の活動を知っていただく機会となれればと思います。引き続きのご指導・ご支援の程、何卒よろしくお願い申し上げます。



2023年4月

日本化粧品工業会 サステナビリティ推進委員会  
委員長 川田 貴史

## 本書の構成

本書は大きく【概要編】と【詳細編】の2つのパートで構成されています。

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

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

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





## 概要編



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。

2022年、第27回気候変動枠組み条約締結国会議(COP27)にて、パリ協定における「1.5℃目標」の実現の重要性が強調されました。

国内においては、2021年の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。

### 気候変動の「緩和」と「適応」への工夫

粧工会員は、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。再生可能エネルギーの利用、CO<sub>2</sub>を吸収する森林の適正管理、製造工程の変更、水利用の工夫等、各社のビジネスに合わせた取り組みをしています。また、ごみの運搬や処理する場合にも二酸化炭素が発生するので、資源の好循環の推進等でごみを削減する事例もご紹介いたします。





# 地球環境のために ～気候変動～(1)

## 江戸時代から守り続ける ナチュラルコスメ「小町紅」

【株式会社伊勢半本店】

江戸時代に紅屋として創業した伊勢半グループでは、現存する最後の紅屋としての製法を守り続けています。

紅花を原料とする口紅「小町紅」は100%自然由来のナチュラルコスメ。山形県産の最上紅花を使った良質な紅が江戸時代から変わらぬ製法で今も作られています。

紅花栽培は農薬をほぼ使用しないため畑には多様な生物が生息し良質な土壌環境を保持できることに加え、荒廃しがちな中山間地での栽培は農地保全にもつながります。陸の豊かさを守る紅花栽培、その紅花を使った紅づくり。紅屋と紅花農家はお互いに支えあい持続可能な仕組みを作り出しています。



→ p.28

## 海の環境を考える活動

【クラシエホームプロダクツ株式会社】

一見きれいに見える砂浜にも、プラスチックの破片が砂に混ざっています。海のごみは陸から発生し、プラスチックは粉碎され、マイクロプラスチックとなり、海洋プラスチック問題を引き起こしています。清掃活動を通じてそのメカニズムと深刻さを目の当たりにしました。

クラシエは、これからも環境貢献活動に参加することで、問題の本質に触れ「循環型社会の実現と天然資源の保護」の実現に社員全員で取り組んで行きます。



砂の中に混ざっている  
小さなゴミも拾います



みんなと力を合わせ  
てたくさんのゴミが回  
収できました

→ p.29

## ビューティを通じた 環境課題への貢献

【株式会社コーセー】

沖縄のサンゴ保全への支援などをはじめとする、当社の環境保全活動「雪肌精 SAVE the BLUE」プロジェクトは、2022年に14年目を迎えました。

2022年、冬のプロジェクトでは新たに、「雪肌精 SAVE the BLUE～Snow Project～」として、対象商品の売上の一部を、長野県北部の北アルプス山麓に広がる山岳リゾートである「Hakuba Valley」で使用される電力の再生可能エネルギーへの切り替え支援を開始しました。温暖化の原因となるCO2削減に貢献する“雪を守る”活動を通じて、環境課題への貢献を推進しています。



雪肌精  
SAVE the  
BLUE  
～Snow  
Project～

雪肌精  
SAVE the BLUE  
～Ocean Project～

→ p.30

# 地球環境のために ～気候変動～(2)

## メイク製品を再利用した 循環型アップサイクルの実現

【株式会社コーセー】

当社において品質追求・品質確認のために使用し役目を終えたメイク製品を、絵具へと変換するキット「SminkArt」を販売するモーンガータ社に提供し、価値ある資源として活用するアップサイクルの取り組みに支援してきました。2022年度は、当社が運営するコンセプトストアMaison KOSÉ銀座内「GREEN ATELIER」に、これらのメイク製品から作った絵具で、オリジナルのメッセージカードが作成できるコーナーを設置し、当社の環境への取り組みを発信しました。また、メイク製品をインクにする取り組みにも協力することで、ギフトボックスやショッパーバッグなどの包装資材の印刷への活用も支援を行いました。

「GREEN  
ATELIER」での  
「SminkArt」体験

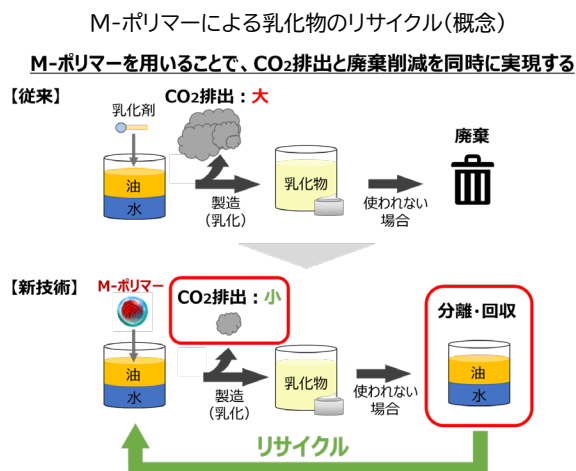


ecosme ink®  
を使用したギフト  
ボックスやショッ  
パー

→ p.31

## リサイクル可能な乳化物 (乳化技術の開発)

【ポーラ化成工業株式会社】



化粧品に広く用いられる乳化物中では、乳化剤が水と油の間に強く結びつき、とても安定な乳化状態を構築しています。そのため成分を分離・回収することが非常に困難で、使用されなかった化粧品はリサイクルされず廃棄されます。そこで、乳化物をリサイクルするための新技術開発に着手。独自開発したM-ポリマーを乳化剤として用いることで、乳化状態をコントロールし、成分を分離・再利用できることが証明できました。現在、実用化に向けた取り組みを進めています。

→ p.32

## ヘアカラー売場の毛束見本の終了で プラスチック使用量を削減し、ARに よる髪色シミュレーションを導入

【花王株式会社】

2021年10月以降すべてのヘアカラー・ヘアマニキュア製品で、店頭での色選びのための販促ツール「毛束色見本」の国内での提供を終了しました。これにより、多い年では年間約56トン 使用していたプラスチックが削減されます。お客さまの色選びサポートツールとして、ARによる髪色シミュレーションを導入しています。店頭POPや商品パッケージ裏面のQRコード\*を読み取ることなどで、ご自身のヘアカラー後のイメージを確認できます。

※「QRコード」は株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



これまでの店頭イメージ

→ p.33



QRコード\*が入った店頭POP



# 地球環境のために ～気候変動～(3)

## 持続可能な原材料調達

【株式会社トキワ】

パーム油 イメージ



トキワでは、持続可能な社会の発展を推進するため、環境や社会問題を抱えるパーム由来原材料、について、持続可能な原材料調達ガイドラインを設定し、持続可能な調達を推進しています。

この他、2021年10月に、持続可能な森林活用・保全を目的とした「適切な森林管理」のCoC認証を取得しております。

→ p.34

## 雨水を活用し、トイレの洗浄水に

【日光ケミカルズ株式会社】

私たち日光ケミカルズが属するニッコールグループの栃木県大田原市にある製造拠点では、地下雨水貯水槽に溜めた雨水をトイレの洗浄水として利用しています。

工場の屋根から雨樋を伝って貯水槽に溜めた雨水を、雨水処理ろ過システムを通し不純物を取り除いてトイレの洗浄水として使えるようにしています。

工場にある全てのトイレの洗浄に、この雨水を利用することで水道水や井戸水の使用量の削減に貢献しています。



様々な配管・ポンプ・ろ過設備が日々稼働しています

→ p.35

## 【コラム】温室効果ガス排出削減策

2020年10月、政府は「2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」ことを宣言しました。

カーボンニュートラルの達成には、事業規模の大小にかかわらず全員で取り組む必要があります。事業者が脱炭素経営の具体的な取組を促進するためのガイドが整備されつつあります。

### 【おすすめサイトの例】

- 経済産業省・環境省、中小企業等のカーボンニュートラル支援策(2023年3月)  
[https://www.meti.go.jp/policy/energy\\_environment/global\\_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/energy_environment/global_warming/SME/pamphlet/pamphlet2022fy01.pdf)
- 環境省、企業の脱炭素の取組状況  
<https://www.env.go.jp/earth/datsutansokeiei.html>
- 横浜市、市内中小企業向け脱炭素ガイドライン(2022年4月)  
<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/machizukuri-kankyo/ondanka/etc/guideline.html>







# 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きています。

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）

## 環境に配慮した容器・パッケージで プラスチック使用量を削減

【株式会社伊勢半】

伊勢半グループでは各ブランドで環境に配慮した容器・パッケージを順次採用し、プラスチック使用量の削減に取り組んでいます。容器においては、中身の品質を保ちながらプラスチック使用量を削減するべく改良をおこないました。また外装パッケージなど可能なものについてはバイオマスプラスチックに切り替えることで、環境に配慮した設計に変更しています。紙製パッケージも積極的に採用し、一部商品にはFSC®認証紙を使い、プラスチック使用量削減につなげるだけでなく、持続可能な森林資源とそれにかかわる人々を守ることに努めています。



→ p.36

## デミ コスメティクス DEMI DO 環境に配慮した商品開発の推進

【日華化学株式会社】



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、商品開発においてSDGsの取組を展開し、23年発売予定の主力スカルプケアブランドDEMI DOでも同様の取り組みを予定しています。

- 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®認証紙の採用

→ p.37

## プラスチック量を約55%削減した カラー剤用小型キャップを採用

【日華化学株式会社】

デミ コスメティクスは、SDGsの取組の一環として、2023年6月発売予定のリニューアルヘアカラーブランド「トイロクシオン」のカラー剤キャップに新形状の小型キャップを採用いたしました。これにより、リニューアル前のヘアカラー剤と比較し、約55%のプラスチック量削減となります。



現行キャップ

新形状小型キャップ

キャップ小型化による現行キャップとの形状比較

→ p.38



# 地球環境のために ～容器包装～（2）

## 環境に配慮した製品開発

【日本コルマー株式会社】

当社は、化粧品の企画から処方開発、生産までを一貫して行うワンストップトータルサービスを提供するOEM・ODM専門企業であり、得意先企業は世界中に広がっています。自社の海外拠点もアジアを中心に中国、ベトナムと徐々に拡大しており、各国の規制や地球環境に配慮した製品開発にも積極的に取り組んでいます。処方だけでなく容器・包装資材の面でも得意先に対して環境に配慮した製品提案を積極的に行っており、採用件数は年々増加傾向にあります。



<リップスティック紙容器>



<リサイクルPET>

→ p.39

## プラスチック使用量削減の取り組み

【株式会社ファンケル】



直営店舗での回収の様子



特例子会社  
ファンケルスマイル  
での容器洗浄の様子

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店舗を除くほぼ全国の直営店舗で回収し、リサイクルする取り組みです。容器の分別・洗浄・乾燥・粉碎は、障がいを持つ従業員が働く特例子会社「ファンケルスマイル」で行っています。回収した容器の一部は「植木鉢」にマテリアルリサイクルし、ファンケル本社がある横浜市内の自治体が開催するイベントなどに寄贈して、緑の多い街づくりにも貢献しています。

→ p.40

## EC限定販売品の個別外装を削除

【株式会社マンダム】

マンダムでは、環境配慮型商品への対応強化のため、ECで販売するギャツビー フェイシャルパーパー、ギャツビー ボディパーパーの各アイテム3個セットを個別の外装をなくし、2022年3月より順次切り替えを進めています。

今回、EC限定で販売している、まとめ買いを好むお客さまに向けた各アイテム3個セットの個別外装を削除したことにより、1個当たりのプラスチック使用量が、フェイシャルパーパーは35%以上、ボディパーパーは40%以上削減されます。

個別外装あり



個別外装なし



個別外装を削除

→ p.41

# 地球環境のために ～リサイクル等～（１）

## 【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(1)

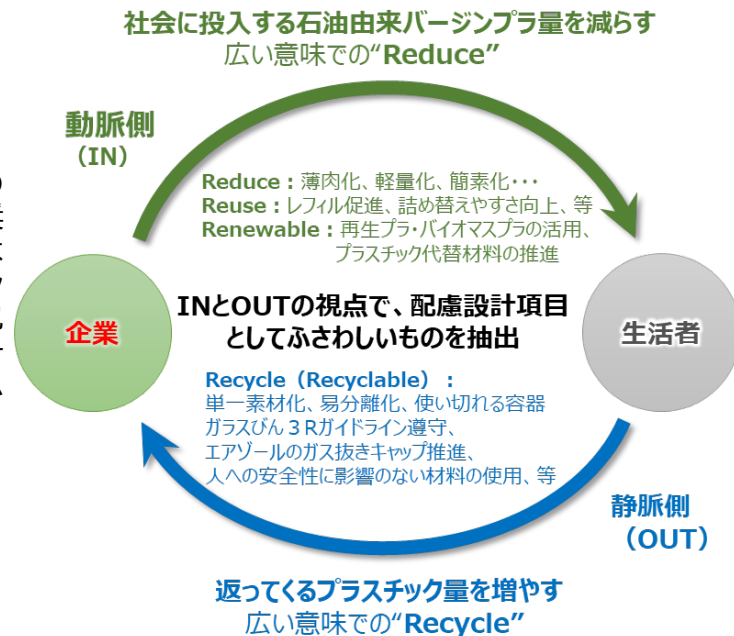
粧工会会員企業は、長年にわたって化粧品の安全性確保、環境保全等さまざまな取り組みを行ってきました。化粧品の容器包装については、内容物の保護、使用や取扱いの利便性、情報の提供といった重要な役割を果たすことが求められる一方、その設計においては、サステナビリティの実現に向けた環境への配慮が重要な要素となっています。

粧工会では、容器包装に関する環境配慮の取り組みを強化するため、これまで段階的に容器包装に係る適正化方針や自主行動計画を策定してきました。

- 1991年「化粧品包装適正化方針」
- 2006年「化粧品業界における容器包装の3R推進に係る自主行動計画」
- 2016年「化粧品業界における容器包装の環境配慮に係る自主行動計画」

昨年、2022年4月に「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律(プラ新法)」が施行されました。

プラ新法では製品分野ごとの環境配慮設計の策定が推奨されています。粧工会は2022年6月に、右図をコンセプトとして「化粧品の容器包装に関する環境配慮設計指針(2022年度)」を策定・ホームページにて公開しています。



## リユースにつながる 思いやり寄付を実施

【株式会社マンダム】

マンダムでは、社員一人ひとりがSDGsに取り組むことを推進するため、公募による「SDGs推進企画チーム」が活動しております。チームメンバーがアイデア出しと議論を重ね、すぐに取り組めることなどを社内に発信し、社員を巻き込んで取り組みを行っております。取り組みの1つとして、「リユースにつながる思いやり寄付」を2021年12月～2022年12月にかけて4回実施してまいりました。NPO法人を通じ、社員は不要となったがまだまだ使えるものを、海外の難民キャンプや国内の児童養護施設、子育てセンター等へ寄付させていただきました。



第3弾(子供服・文房具・おもちゃ)

→ p.42



# 地球環境のために ～リサイクル等～（2）

## 使用済み容器の回収プラットフォーム構築に向けた実証実験に参加

【ライオン株式会社】

ライオン株式会社は、持続可能な環境と社会の実現に向けて、プラスチックの高度な資源循環に取り組んでいます。一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会会員企業と日用品メーカー4社が推進協議会を組織し、使用済み容器の回収プラットフォーム構築に向けた実証実験をしています。神奈川県横浜市内の店舗に回収ボックスを設置し、2022年6月から2023年3月まで、使用済み容器の回収を行います。

プラもぐスター



イメージキャラクター  
「プラもぐスター」

活動の概要



→ p.43

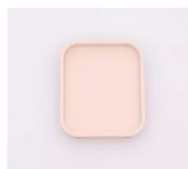
## ケミカルリサイクルPET素材の採用推進

【花王株式会社】



ケミカルリサイクルPET素材を  
採用した「トワニー」ボトル

パウダー  
ファンデーション  
中皿のイメージ



プラスチック循環社会の実現をめざす取り組みの一環として、株式会社JEPLANが保有するケミカルリサイクル技術を用いて再生されたケミカルリサイクルPET素材の採用を進めています。2021年6月より化粧品ブランド「TOWNEY（トワニー）」のボトルを皮切りに順次切り替えを進めており、2022年7月から「media（メディア）」のパウダーファンデーションの中皿の素材としても展開を進めています。

さらにJEPLANと協働し、店頭で回収した使用済み化粧品プラスチックボトルを用いて、“ボトルからボトル”への水平リサイクルに向けた実証実験にも取り組んでいます。

→ p.44

## リサイクル樹脂の採用

【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。2022年には『アディクション ザ コンパクト ケース』Ⅰ & Ⅱをはじめ、多くの商品にリサイクル樹脂を採用し、サステナビリティに配慮した容器包装设计を推進しました。



→ p.45

# 地球環境のために ～リサイクル等～（3）

## SK-II ガラスボトル リサイクルプロジェクト

【P&Gプレステージ合同会社】

SK-II は、環境サステナビリティ活動の一環としてガラスボトルのリサイクルプログラム「CHANGE DESTINY for EARTH」の全国展開を開始しました。  
世界の化粧品業界全体で毎年生産される1200億個以上の容器のほとんどがリサイクルされていないという点に着想を得ました。  
SK-II のガラス製容器をカウンターで返却していただき、会員制プログラムを通じてポイントを付与。回収した空ボトルは、提携ガラスメーカーに送られ、SK-II のボトルを含む新しいガラス製品として生まれ変わらせる仕組みです。

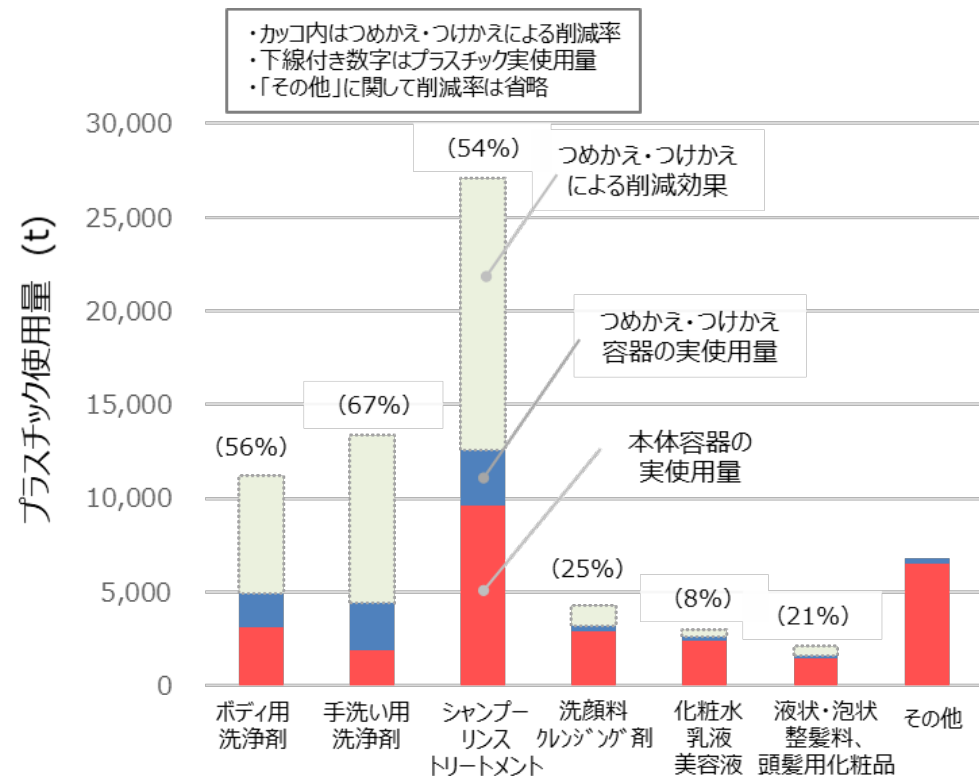


→ p.46

## 【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(2)

粧工会員は、以前より製品の詰替え・つけかえ用製品の開発・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。2022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。





# 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年間で一日当たり60分以上も増加しました。特に携帯電話／スマートフォンの接触時間は3倍以上となり、ついに2022年はテレビの接触時間を上回る結果となりました。特にスマートフォンの普及率は97%となりすべての世代の保有率が9割を超えています。10代、20代の男女とも接触メディアの7割以上がデジタル(パソコン、タブレット端末、携帯電話/スマートフォン)となっており、情報入手先が大きく変わってきています。

またコロナ禍で在宅時間が増えるとともに、メディアサービスのデジタル化が進み、長時間のオンラインによるつながりばなしのコミュニケーションや別の場所にいる人とのオンラインによるコンテンツの同時視聴といった新たなメディア行動が、若年層を中心に根付き始めています。

一方多様化する消費者に対し、企業側の様々な取組がでてきました。「誰も取り残さない」というSDGsの基本方針に則り、こうした動きは今後ますます増えていくものと確信しています。

サステナブルやSDGsに関する意識は、徐々に生活者側でも浸透してきています。また、SNSを中心としたデジタルの情報拡散力のスピードは革新的です。私たちはメーカー視点という姿勢を改め、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ません。



# みんなのために（１）



## リーゼ「聞けばわかる ヘアスタイリング」の情報開発

【花王株式会社】

ヘアケアブランド「リーゼ」は、ヘアスタイリングが苦手な方や視覚に障がいがある方も、すべての人々が安心してわかりやすくスタイリングできる方法をご紹介します音声コンテンツ「聞けばわかるヘアスタイリング」を、2021年4月からブランドサイトにて公開しました。

音声だけで伝える新たな取り組みです。コンテンツ制作は、2020年より視覚障がい者ライフサポート機構“viwa”との協働により実施しました。



リーゼの「聞けばわかるヘアスタイリング」

→ p.47

## 視覚障がいを問わず評価できる 化粧品の官能評価試験を確立

【ポーラ化成工業株式会社】

### 視覚障がい者が官能評価試験を 実施できていることを確認



視覚障がい者による官能試験の様子

誰もが活躍できる社会を目指し、視覚障がいを問わず評価可能な化粧品の感触官能評価試験を確立しました。本プロジェクトは、共生社会の実現に向けた事業を展開するNTTクラリティ社と共同で進めており、試験の検討には視覚障がい者当事者も参画しています。

これを足がかりに、視覚障がい者が化粧品の感触づくりに携わることができる場を生み出すことで、視覚障がい者が自らの持つ力を活かして活躍する選択肢の拡大につなげたいと考えています。

→ p.48

## 「自分らしい美しさ」を制限する 無意識の思い込みや偏見への 取り組み

【株式会社資生堂】

資生堂は、一人ひとりが自分らしい人生を実現できる包摂性の高い社会の実現に向け、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)を重要な経営戦略と位置付けています。「女性のエンパワーメント」と「美の力によるエンパワーメント」を戦略の柱とし、社内におけるD&Iの取り組みや事業活動の実績をいかした社会貢献に注力しています。なかでも、「美の力によるエンパワーメント」として、資生堂が世界88の国と地域で展開しているブランド「SHISEIDO」では、「自分らしい美しさ」を制限する無意識の思い込みや偏見に向けたプロジェクトを展開しています。



「SEE, SAY, DO.」プロジェクトのロゴ



「SEE, SAY, DO.」プロジェクト特設ウェブサイト

→ p.49



# みんなのために（２）

## 濡れた手でも開封しやすい 紙容器の採用

【クラシエホームプロダクツ株式会社】

入浴剤「旅の宿」は1986年に発売以来、プラスチックフィルムからなる分包を採用してきましたが、2022年に紙素材へ変更しました。紙の分包は、お子様からお年寄りまでどなたでも簡単に開封することができます。また、紙の風合いは木田安彦氏の版画デザインとマッチして、日本の温泉風景をより魅力的に演出する仕上がりになりました。このようにプラスチック削減と共に、紙の特性を最大限生かした包材となりました。



デザインとマッチした紙の  
風合い



力をかけずに開封できる

→ p.50

## 全テレビCMに字幕

【ライオン株式会社】



字幕付きCMの例

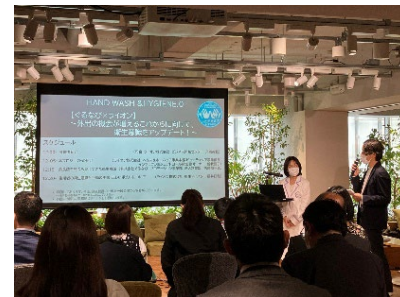
ライオン株式会社は、聴覚障がいを持っている方や難聴に悩む方々にも製品やサービス情報を漏れなく届けるため、国内で放映されるテレビCMのすべてを日本語字幕付きに完全移行しました。字幕により、製品・サービスの使い方や利便性の理解を手助けするとともに、CMの世界観をわかりやすくお伝えします。

→ p.51

## 手指の衛生プロジェクトの実施

【ライオン株式会社】

ライオンは、10月15日の世界手洗いデーに合わせて、手洗いの重要性を啓発する手指の衛生プロジェクト“HAND WASH & HYGIENE「いただきます。」をする前に”を立ち上げ、約1カ月間 にわたり、東京都内のホテルや飲食店、コワーキングスペースの協力を得て、手指衛生剤の設置や従業員向けの衛生講習、リーフレット等による啓発を実施しました。また本プロジェクトの一環として、都内コワーキングスペースにて衛生セミナーを実施しました。



衛生セミナーの開催



プロジェクトの  
シンボルマーク

→ p.52

# みんなのために (3)

## 『キレイキレイグローバルお絵描きマイボトルコンテスト』の実施

【ライオン株式会社】

ライオン株式会社は、一人でも多くの子どもたちが自発的に楽しく手洗いができるようになることを目的に、ハンドソープを発売している日本をはじめ中国や韓国、タイ、マレーシアなどのアジア8拠点の子どもたちを対象とした『キレイキレイグローバルお絵描きマイボトルコンテスト』を実施しました。



金賞の作品

→ p.53

## 紅文化の持続的な発展に向けた取り組み ～紅ミュージアム～

【株式会社伊勢半本店】



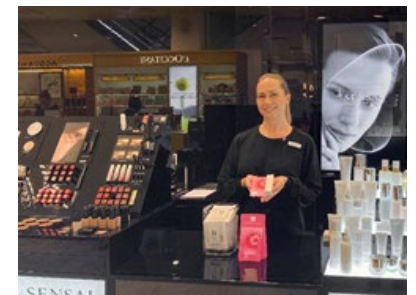
東京・南青山にて伝統の紅づくりや日本の化粧史を知ることができる「紅ミュージアム」を運営し、日本に長らく存在する紅や紅花文化、日本の化粧史について学ぶ場を提供しています。常設展示のほかにもワークショップなど紅や日本の伝統文化に触れてもらう機会を創出しています。通年ワークショップのほか夏休みのこども向け自由研究や、大人向けの「紅染め」「江戸の化粧再現講座」など、紅への興味・知識を深めてもらえるようなイベントを実施しています。また時には全国の学校などへ出向き、伝統の紅づくりの技や江戸時代の化粧文化などに関するレクチャーと紅染めなど、紅の体験プログラムを組み合わせた出前授業にも取り組み、紅について学ぶ機会を提供しています。

→ p.54

## 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、ピンクリボン運動の主旨に賛同し、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は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、期間中はKANEBO・TWANYのカウンターで、乳がんセルフチェック啓発のリーフレットやボディクリームのサンプルを配布したほか、海外でも、中国社、台湾社、タイ社等の6社に続き、本年からドイツ社も活動に参加しました。



→ p.55



# みんなのために（４）



## 農業に挑戦。化粧品製造会社が 育てたボイセンベリーで 館林を盛り上げたい！

【株式会社シーエスラボ】

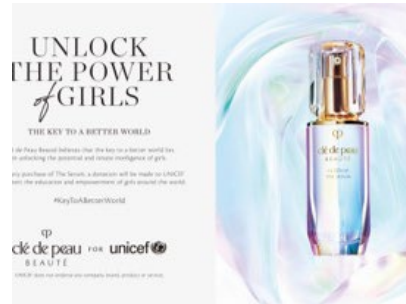
当社は、群馬県立館林高等特別支援学校の生徒のみなさんと群馬県館林市の名産ボイセンベリーを育てています。2017年に耕作放棄地を借りて、小さな苗を植えるところから始めたボイセンベリーの栽培は、毎年収穫量を増やしています。地域創生の取り組みとして、収穫したボイセンベリーは化粧品原料化、研究開発し、ご当地化粧品として販売も行っています。地域名産品の知名度をアップさせることで、まちの活性化に寄与しています。



→ p.56

## 教育を通じて、少女たちの雇用と エンパワメントを支援

【株式会社資生堂】



UN LOCK THE POWER of GIRLS

資生堂は、一人ひとりが自分らしい人生を実現できる包摂性の高い社会の実現に向け、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)を重要な経営戦略と位置付けています。「女性のエンパワメント」と「美の力によるエンパワメント」を戦略の柱とし、社内におけるD&Iの取り組みや事業活動の実績をいかした社会貢献に注力しています。なかでも、「女性のエンパワメント」においては、資生堂のグローバルラグジュアリーブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」では、少女への教育支援を展開しています。STEM教育の提供や将来に役立つスキルの習得を促進し、彼女たちの可能性を解き放つことを目指しています。

→ p.57

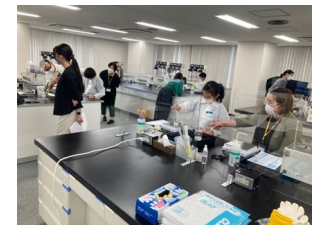
## 化学の楽しさを子ども達に夏休み 親子参加型イベント実施で 教育・地域社会へ貢献

【日光ケミカルズ株式会社】

子どもたちに界面活性剤をより身近に感じてもらうことを目的とし、小学生を対象にイベントを実施しました。当社ショールームでは簡単な実験やクイズ、当社の肌感触検索システムを使って自分の好きなクリームを探す体験を行いました。後半はラボに場所を移し、4つのスイーツコスメの中から、自分が好きなクリームを親子で作る体験を行いました。実験やクイズ、クリーム作りを通じて、暮らしの様々な場面で活躍する界面活性剤の魅力について楽しく学んでいただくことができました。



化学のクイズ、わかるかな？



実験って、楽しい～！

→ p.58

# みんなのために（5）

## 自社の目指す社会課題解決へ ステークホルダーとの対話を促進

【サンスター株式会社】

①地元中学校のSDGs学習で社会課題を議論  
サンスターの本社がある大阪府高槻市の市立中学校のSDGs学習協力として、未解決な社会課題（健康・環境）を提示し議論しながら一緒に解決策を探るプロジェクトを実施。

②自社Web内に社会課題の特設サイトを新設  
自社ホームページ内に「人と地球の未来を健康にする Webマガジン」を新設。コロナ禍・高齢化時代の健康、環境、防災、共生社会をテーマに旬な話題で問題提起し、自社活動も紹介。



地元中学生とSDGsで議論



自社サイトで社会課題議論

→ p.59

## 年少者に対する啓発活動

【株式会社コーセー】



当社では、中長期ビジョン「VISION2026」の中で、新たなお客さまづくりの拡大領域としてグローバル（Global）・ジェンダー（Gender）・ジェネレーション（Generation）それぞれの頭文字をとった“3 G”を掲げています。国籍、性別、年齢にとらわれない、より多くのお客さまに寄り添う商品やサービスを提供するため、「ジェネレーション」においては幼少期より多様な価値観に触れ感性を育む体験の場を提供しています。また幼保施設を拠点にスキンケア習慣の啓発活動を行うなど、多方面から次世代を担う子どもたちの成長支援に向けて取り組んでいます。

→ p.60

## 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4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SDGsの大切さを伝えるべく、神奈川県内の小・中・高の学生を対象とした単発講座や特定の高校と長期間取り組む長期講座、小学生向けに実施する夏休み講座を開催しています。

※高校生を対象とした単発講座では、新たに神奈川県外（福岡県や北海道など）でも実施しました



小学生向け夏休み講座



高校生向け長期講座

→ p.61





# 一人ひとりのために

## 人権・労働慣行

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

一方、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、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。さらに2022年、日本政府は、企業の取組を後押しするため、「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」を策定しました。

こうした動きを踏まえ、粧工会では、2023年2月に「バリューチェーンにおける人権・労働リスク対応の手引き」を策定・公表いたしました。今後、各企業においては、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)

## RSPOを通じた 環境、人権保護への貢献

【日光ケミカルズ株式会社】

私たち日光ケミカルズが属するニッコールグループでは、2017年1月にRSPOプロジェクトを開始しました。サプライヤー様のご理解・ご協力を得ながら、RSPOの監査・要件に準拠できるよう対応を進め、2018年に前述の栃木県宇都宮市、さらにシンガポールの製造拠点でRSPO (MB) 製品の製造工場としての認証を取得しました。

2022年時点では、ニッコールグループの購入原料や自社製品のパーム誘導体について、RSPOマスマランス(MB)認証品の割合 97.76%を達成しています。



2-1283-21-100-01

当グループとサプライヤー様が一貫連携して初めてRSPO対応となります。

→ p.62

## 女性がいいきいと 自分らしく活躍する社会のために

【株式会社コーセー】

当社グループ全体として存在理念をミッションと捉え、中長期ビジョン「VISION2026」、「コーセー サステナビリティ プラン」に取り組んでいます。

このサステナビリティプランのテーマのひとつである「ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献」への取り組みとして、「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」を立ち上げました。また、日本のモノづくりを継承するため、日本伝統工芸を分野とする女性工芸士を応援するため、育成を支援する活動をしています。



コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト

→ p.63

## 働きがいの向上を目的とした 女性社員の積極登用

【株式会社マンドム】

マンドムでは、女性活躍推進の主な取組として、異業種のキャリアデザインフォーラムへの参画、海外出向機会を促進するなど管理職候補の育成を強化し、働きがいの向上を目的とした女性社員の積極登用を行っています。また、女性の活躍推進を考える上で重要な「男性の家庭参画」についても取り組み、2021年度に対象となった男性社員19人の内、現時点で18人が育児休業を取得いたしました。

その結果、2022年6月1日に「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」の最高ランクである三つ星認証を取得しました。



→ p.64



## 一人ひとりのために (2)

### 性別にとらわれない美容提案 に向けた社内外の取り組み

【株式会社コーセー】

当社グループ全体として存在理念をミッションと捉え中長期ビジョン「VISION2026」、「コーセーサステナビリティプラン」に取り組んでいます。このサステナビリティプランのテーマのひとつである「アダプタブルな商品・サービスの提供」の取り組みは創業以来大切にしてきた、「個」に寄り添った「美」の価値を提供することでもあります。2022年はメンズメイク市場の拡大傾向を背景に、新たなお客さまづくりの取り組みのひとつとなる、性別にとらわれず幅広い年代へ美容の楽しさを提案するため、社内啓発活動としてはグループ会社の男性社員にビジネスシーンに役立つメンズメイクセミナーを開催し、社会に対してはジェンダーバイアスにとらわれない発信を実施しました。



メンズメイクセミナー風景

→ p.65

### 「アライ育成研修」 開発と社外への無償提供

【P&Gジャパン合同会社】

P & Gでは「平等な機会とインクルーシブな世界の実現 (Equality & Inclusion = E&I)」を経営戦略の一環として掲げ、社員一人一人が自分らしく、自分の能力を最大限に発揮できる組織づくりに取り組んできました。その一環として、2021年にLGBTQ+の理解者・支援者の増加、社員啓発を目的とした「アライ育成研修」を開始しました。その後、プライドハウス東京の協力の下、社外のさまざまな方にも受講いただけるプログラムへと改編し、これまでに107団体・460名に研修をご提供してきました。



→ p.66

### 「インクルージョン研修プログラム」 の社外への無償提供

【P&Gジャパン合同会社】

新型コロナウイルス禍によりリモートワークをはじめとした柔軟な働き方が広がりつつある今、多様な働き方の中での社員同士のコミュニケーションやお互いを理解し合うインクルージョンのスキルの重要性が高まっています。イクオリティ&インクルージョン推進に意欲的に取り組まれている企業内での更なる推進を後押しするために、30年近くにわたって推進してきたインクルージョンへの取り組みやそのノウハウを広く提供・共有し、より良い社会づくりに貢献する事を目的とした「インクルージョン研修プログラム」を実施してきました。2022年度も計25社に無償提供を実施しました。



→ p.67

## 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. 江戸時代から守り続けるナチュラルコスメ  
(株式会社伊勢半本店) p.28
2. 海の環境を考える活動  
(クラシエホームプロダクツ株式会社) p.29
3. ビューティを通じた環境課題への貢献  
(株式会社コーセー) p.30
4. メイク製品を再利用した循環型アップサイクルの実現  
(株式会社コーセー) p.31
5. リサイクル可能な乳化物(乳化技術の開発)  
(ポーラ化成工業) p.32
6. ヘアカラー売場の毛束見本の終了でプラスチック使用量を削減し、ARによる髪色シミュレーションを導入  
(花王株式会社) p.33
7. 持続可能な原材料調達  
(株式会社トキワ) p.34
8. 雨水を活用し、トイレの洗浄水に  
(日光ケミカルズ株式会社) p.35

### 容器包装

1. 環境に配慮した容器・パッケージでプラスチック使用量を削減  
(株式会社伊勢半) p.36
2. デミ コスメティクスDEMI DO環境に配慮した商品開発の推進  
(日華化学株式会社) p.37
3. プラスチック量を約55%削減したカラー剤用小型キャップを採用  
(日華化学株式会社) p.38
4. 環境に配慮した製品開発  
(日本コルマー株式会社) p.39
5. プラスチック使用量削減の取り組み  
(株式会社ファンケル) p.40
6. ギャツビー フェイシャルペーパー/ボディペーパー EC限定販売品の個別外装を削除  
(株式会社マンダム) p.41

### リサイクル等

1. リユースにつながる思いやり寄付を実施  
(株式会社マンダム) p.42
2. 使用済み容器の回収プラットフォーム構築に向けた実証実験に参加  
(ライオン株式会社) p.43
3. ケミカルリサイクルPET素材の採用推進  
(花王株式会社) p.44
4. リサイクル樹脂の採用  
(株式会社コーセー) p.45
5. SK-II ガラスボトルリサイクルプロジェクト  
(P&Gジャパン合同会社) p.46

# 事例一覧(続き)

## みんなのために

### 消費者課題

1. リーゼ「聞けばわかるヘアスタイリング」の情報開発  
(花王株式会社) p.47
2. 視覚障がい問わず評価できる化粧品の官能評価試験を確立  
(ポーラ化成工業) p.48
3. 「自分らしい美しさ」を制限する無意識の思い込みや偏見への取り組み  
(株式会社資生堂) p.49
4. 濡れた手でも開封しやすい紙容器の採用  
(クラシエホームプロダクツ株式会社) p.50
5. 全テレビCMに字幕  
(ライオン株式会社) p.51

### コミュニティ

1. 手指の衛生プロジェクト  
(ライオン株式会社) p.52
2. キレイキレイ グローバルお絵描きマイボトルコンテストの実施  
(ライオン株式会社) p.53
3. 紅文化の持続的な発展に向けた取り組み～紅ミュージアム～  
(株式会社伊勢半本店) p.54
4. ピンクリボンキャンペーン  
(株式会社カネボウ化粧品) p.55
5. 農業に挑戦。化粧品製造会社が育てたボイセンベリーで館林を盛り上げたい！  
(株式会社シーエスラボ) p.56
6. 教育を通じて、少女たちの雇用とエンパワーメントを支援  
(株式会社資生堂) p.57
7. 化学の楽しさを子ども達に夏休み親子参加型イベント実施で教育・地域社会へ貢献  
(日光ケミカルズ株式会社) p.58
8. 自社の目指す社会課題解決へ-ステークホルダーとの対話を促進-  
(サンスター株式会社) p.59
9. 年少者に対する啓発活動  
(株式会社コーセー) p.60
10. ファンケル 神奈川SDGs講座  
(株式会社ファンケル) p.61

## 一人ひとりのために

1. RSPOを通じた環境、人権保護への貢献  
(日光ケミカルズ株式会社) p.62
2. 女性がいきいきと自分らしく活躍する社会のために  
(株式会社コーセー) p.63
3. 働きがいの向上を目的とした女性社員の積極登用  
(株式会社マダモ) p.64
4. 性別にとらわれない美容提案に向けた社内外の取り組み  
(株式会社コーセー) p.65
5. 「アライ育成研修」開発と社外への無償提供  
(P&Gジャパン合同会社) p.66
6. 「インクルージョン研修プログラム」の社外への無償提供  
(P&Gジャパン合同会社) p.67



## 株式会社伊勢半本店 (伊勢半グループ)

## 江戸時代から守り続ける ナチュラルコスメ「小町紅」

関連する  
SDGs  
目標



伊勢半グループは江戸時代1825年に紅屋として創業したのが始まりです。グループ会社の伊勢半本店は現存する最後の紅屋として紅の製造販売などを通し紅を後世に残すべく大切に守り継いでいます。

### 江戸時代から変わらぬ製法で守り継ぐ玉虫色に輝く小町紅

紅花の花びらを原料とする小町紅は100%自然由来のナチュラルコスメ。花びらにわずかに含まれる赤色色素を秘伝の製法で抽出すると、赤い紅は乾いて玉虫色に輝き、水を含ませた筆で溶くと鮮やかな赤にまた戻るという自然の不思議が詰まった品です。

玉虫色の輝きは良質な紅の証で、山形県産の最上紅花から作られる半加工品、紅餅でのみ出すことができます。紅餅づくりも江戸時代から変わらぬ製法を守り続けています。この紅花生産・染色加工システムは世界的にも稀有なことから6次産業化の先駆的な事例として日本農業遺産にも認定されています。

### 陸の豊かさを守る紅花栽培

紅花栽培は農薬をほぼ使用しない持続性の高い農法で行われており、畑には多様な生物が生息しています。ミツバチなどの訪花昆虫は紅花の種子量を増やし、テントウムシなどの天敵昆虫は花の品質向上に貢献しています。また、荒廃しがちな中山間地で行われる紅花栽培は農地の保全にもつながっています。

紅花栽培や紅づくりを通して、紅屋と紅花農家はお互いに支え合い、陸の豊かさを守りながら持続可能な仕組みを作り出しています。

### 身近な日常使いのコスメとして

天然素材で作られた小町紅はサラッとしたつけ心地が特徴で、つける人の唇の色を透かして発色するため、どんな人でも自分の肌になじむ色に仕上がります。また、水を含ませる量によって濃淡を調整することができます。誰でも自然と似合い肌の色を良く見せてくれる小町紅はチークやアイシャドーとしても使えるマルチユースコスメです。

日本では古くから人生の節目に紅を使う風習があり、現在でも七五三・成人式・結婚式といったハレの日に使われることが多いですが、普段使いにも取り入れやすいナチュラルコスメである小町紅を身近な日常的に使ってもらうことは、紅の持続的な発展にもつながっていくと思います。



# クラシエホームプロダクツ 株式会社

## 海の環境を考える活動

関連する  
SDGs  
目標



### ■環境に配慮したパッケージの採用

海のうるおい藻は、「11種類の海藻成分」や「富山の海洋深層水」などの「海からの恵み」で健やかで美しいへ導くヘアケアブランドです。2022年3月のリニューアルを機に、多くの恵みを与えてくれる海を大切にしたいと思い、環境に配慮したパッケージを採用しました。

アイキャッチシールを  
廃止

バイオマスプラスチックと  
飲料用ペットボトルのキャップの端材を  
リサイクルしたプラスチックを使用しています。



PETフィルムの一部に  
再生プラスチックを  
使用しています。

また、日本財団の「海と日本PROJECT」に賛同し、プロジェクトが推奨する5つのアクションのうち「2. 海をキレイにしよう！」の実践に社員が取り組んでいます。

### ■海岸の清掃活動

海の環境を考える活動を行っている企業、団体と連携した海岸の清掃活動も行いました。

2022年7月16日、海のうるおい藻が「富山の海洋深層水」を配合しているご縁から、北日本放送様主催の富山県岩瀬浜海岸のゴミ拾いイベントに協賛。地元住民の皆さまと一緒にクラシエ社員も清掃活動を行いました。

そして、2022年7月18日の海の日には、「海と日本PROJECT」と「目指せ！日本一楽しいゴミ拾い！」をモットーに活動している「NPO法人海さくら」が主催する、江の島の片瀬東浜海岸のゴミ拾いイベントに、クラシエ社員も参加しました。



### ■本社ビル周辺の清掃活動

問題となっている海洋プラスチックの8割は、陸上で発生し、海に流出したものとされています。「街をキレイにすると、海がキレイになる」ということで、2022年7月と12月に、社員が参加し、クラシエ本社ビル（東京都港区）周辺の歩道上を清掃しました。

約1時間の活動で、それぞれ約8kgと25kgのゴミを回収。特に、植え込みの中にペットボトル、缶、タバコの吸い殻の投げ捨てが目立ち、これらが風に吹かれ、河川や運河を通じて、海に流れ込むことを実感し、参加した社員の意識も高まり、海の環境を“自分ゴト”化できました。



### ■海洋プラスチック問題について考える

一見きれいに見える砂浜にも、小さいプラスチックの破片が砂と共に混ざっています。海のごみは陸から発生している。そしてプラスチックはどんどん粉碎され、マイクロプラスチックとなり、海洋プラスチック問題を引き起こしている、そのメカニズムと深刻さを目の当たりにしました。

クラシエは、これからも製品を通じた環境貢献活動を行うと共に、こうした活動に参加することで、問題の本質に触れ、クラシエの環境重点目標である「循環型社会の実現と天然資源の保護」の実現に社員全員で取り組んで行きます。



参照URL:<https://kracie.disclosure.site/ja/themes/176#996>  
「海と日本PROJECT」URL: <https://uminohi.jp/>





## サンゴの保全活動を支援

雪肌精 SAVE the BLUE ～Ocean project～

2009年から始まり、2022年で14年目を迎えた雪肌精の「SAVE the BLUE」の夏期プロジェクト～Ocean Project～では、当社のスキンケアブランドである『雪肌精』の売上の一部を、沖縄のサンゴの育成活動費用として寄附する、環境保全活動を継続しています。

本プロジェクトを通じて、お客さまが購入した商品の底面積分に相当するサンゴを、毎年、沖縄の海に植え付けており、これまでに25m公認プールの約30.8面分に相当する面積の、サンゴの森が広がっています。

雪肌精 SAVE the BLUE  
～Ocean project～

◇ 雪肌精 SAVE the BLUE

[https://sekkisei.jp/site/p/savetheblue\\_about.aspx](https://sekkisei.jp/site/p/savetheblue_about.aspx)

## 温暖化の抑制を支援

雪肌精 SAVE the BLUE ～Snow project～

2022年から冬期の雪肌精「SAVE the BLUE」は“～Snow Project～”として、期間中の『雪肌精』の売上の一部を、長野県北部の北アルプス山麓に広がる山岳リゾートである「Hakuba Valley」で使用する電力の再生可能エネルギーへの切り替えを支援し、温暖化の原因となるCO2削減に貢献する“雪を守る”活動を開始しました。

また、本取り組みを広げる啓発活動も同時に実施していき、ビューティを通じた環境課題への貢献を推進しています。

雪肌精 SAVE the BLUE  
～Snow Project～

Hakuba Valley

◇ 2022年11月11付リリース

<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/11/20221111.pdf>

## メイク製品から作った絵具を活用した 環境課題への啓発活動

当社において品質追求・品質確認のために使用し役目を終えたメイク製品を、絵具へと変換するキット「SminkArt」を販売するモーニングスター社に提供し、価値ある資源として活用するアップサイクルの取り組みに支援してきました。

2022年には、当社が運営するコンセプトストアMaison KOSÉ銀座内「GREEN ATELIER」に、これらのメイク製品から作った絵具で、オリジナルのメッセージカードが作成できるコーナーを設置し、当社の環境への取り組みを発信しました。



「GREEN ATELIER」での「SminkArt」体験

◇ 2022年8月17日付リリース

<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/08/20220817.pdf>

## 化粧品を再生したインクの 包装資材への活用

役目を終えたメイク製品をインキにアップサイクルする取り組みに協力し、ギフトボックスやショッパーバッグなど包装資材への印刷活用の支援を行いました。

このインキは、当社から提供した役目を終えたメイク製品を、モーニングスター社が凸版印刷株式会社、東洋インキ株式会社と協業し、印刷用インキ「ecosmeink®」にアップサイクルしたものです。今後、当社で使用するギフトボックスやショッパーバッグをはじめ、様々な包装資材の印刷に活用することを検討していきます。



「ecosme ink®」を使用した印刷物の例

◇ 2022年10月26日付リリース

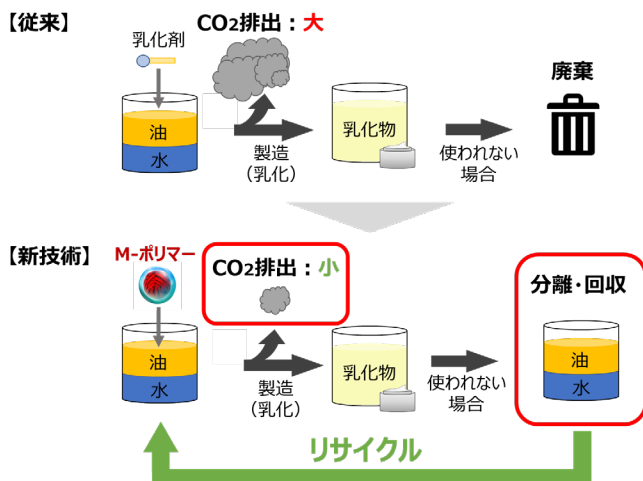
<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/10/20221026.pdf>



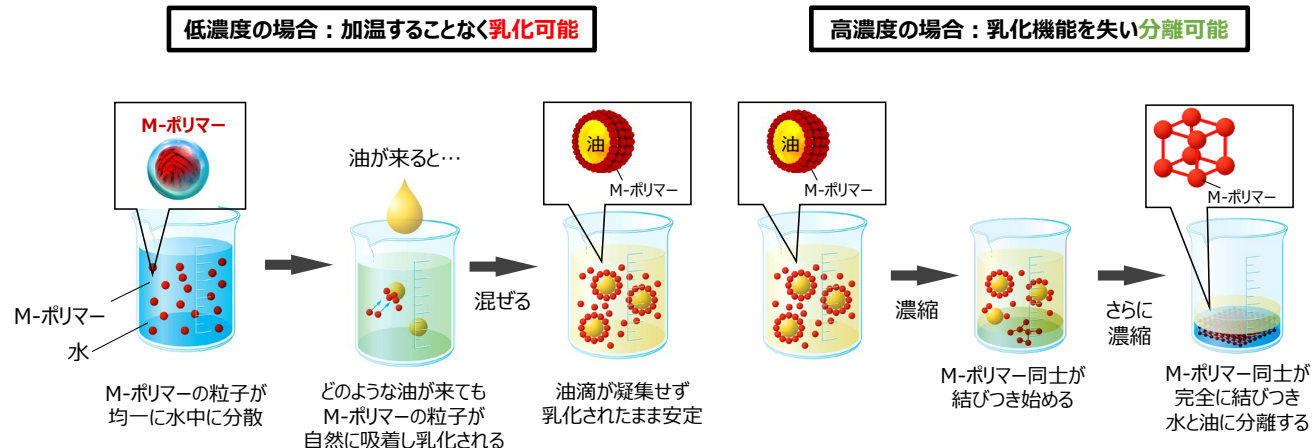
化粧品に広く用いられる乳化物中では、乳化剤が水と油の間に強く結びつき、とても安定な乳化状態を構築しています。そのため成分を分離・回収することが非常に困難で、使用されなかった化粧品はリサイクルされず廃棄されます。そこで、乳化物をリサイクルするための新技術開発に着手しました。研究の結果、独自開発したM-ポリマーを乳化剤として用いることで、乳化状態をコントロールし、成分を分離・再利用できることが証明できました。実は、M-ポリマーによる乳化の利点は、これだけにとどまりません。乳化の工程で加熱する必要がないため、製造過程で発生するCO<sub>2</sub>の排出を大幅に削減することもできるのです。

現在、乳化物リサイクルの実用化に向けた検討を進めています。

### M-ポリマーを用いることで、CO<sub>2</sub>排出と廃棄削減を同時に実現する



M-ポリマーによる乳化物のリサイクル(概念)



参照URL: [http://www.pola-rm.co.jp/pdf/release\\_20220915\\_01.pdf](http://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20220915_01.pdf)

2021年10月以降すべてのヘアカラー・ヘアマニキュア製品で、店頭での色選びのための販促ツール「毛束色見本」の国内での提供を終了しました。これにより、多い年では年間約56トン 使用していたプラスチックが削減されます。

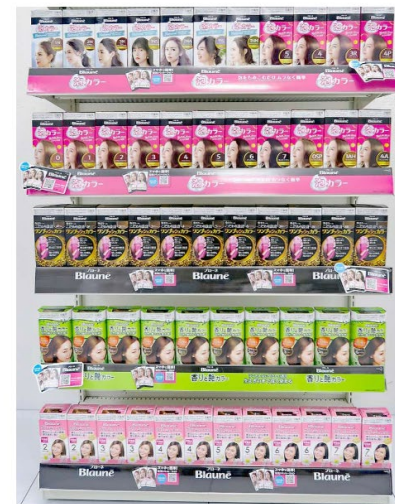
お客さまの色選びサポートツールとして、ARによる髪色シミュレーション\*1を導入しています。店頭POPや商品パッケージ裏面のQRコード\*2を読み取ることなどで、いつでもどこでも簡単に楽しく、ご自身のヘアカラー後のイメージを確認できるものです。導入直後より、大変多くのお客さまから好評の声を頂きました。

\*1 パーフェクト株式会社と協働し、ARメイクアプリ「YouCam メイク」のブラウザ向けモジュールを活用しています。

\*2 「QRコード」は株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



これまでの店頭（イメージ）



2021年10月以降の店頭（イメージ）



QRコード\*が入った店頭POP

参照URL: <https://www.kao.com/jp/corporate/news/products/2021/20210624-001/>  
<https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2022-all.pdf>





## RSPO※1のSC認証

パーム油は、東南アジア等を中心に生産されるアブラヤシから採取され、世界中で食品や化粧品、バイオマス燃料などの多様な用途に使用されています。一方で、アブラヤシ農園の拡大により熱帯林が破壊されるなどの環境問題や生産国の農園労働者への深刻な人権労働問題も指摘されています。

このような中、原材料産地の社会課題や環境に配慮する持続可能な原料調達へ取り組むことを決め、当社は2019年にRSPOに準会員として加盟、2021年より生産工場のSC認証取得を進めております。

当社はパーム油を使用する企業として、今後も自然環境の保全や社会への影響に配慮し、持続可能なパーム油の普及へ貢献していきます。



9-3473-19-100-00

※1 持続可能なパーム油のための円卓会議

(Roundtable on Sustainable Palm Oil)  
パーム油に関わる多様なセクターの利害関係者が参加する、持続可能なパーム油製品の国際規格を開発し実行する非営利の国際会員制団体。

## FSC®認証(Forest Stewardship Council®-森林管理協議会)

持続可能な材料調達を進めるため、木製製品についてFSC®のCoC認証※2を2021年10月に取得いたしました。

FSC®(Forest Stewardship Council®, 森林管理協議会)は、限りある森林資源を将来にわたって使い続けられるよう適切に管理された森林から調達された林産物に対する国際認証制度です。

FSC®認証を受けた製品は、適切に管理された森林に由来する製品であることを表す環境配慮の商品であり、専用のロゴマークを使用することが可能です。

当社は森林資源が豊かな岐阜県中津川市にて、1948年に鉛筆生産を祖業とし、木軸のアイブロウやリップライナーなどの化粧品製造を行ってまいりました。

木製繰り出し容器は、繰り出し容器の一部を木材に置き換えることにより、最大約60%のプラスチック削減が可能となる新しい開発品で、アイブロウペンシル、アイライナーペンシル、リキッドアイライナー向けの容器をラインナップしています。



木製ボディー繰り出し容器

※2 CoC認証 CoC:Chain of Custodyの略林から産出された木材・紙製品を、適切に管理・加工しているを認証する制度。

参照URL:

<https://www.tokiwa-corp.com/jp/assets/sustainability/TOKIWA Sustainability Report 2022.pdf>



## 循環型社会へ向けた活動で社会から信頼される企業になる

私たち日光ケミカルズが属するニッコールグループの栃木県大田原市にある製造拠点では、地下雨水貯水槽に溜めた雨水をトイレの洗浄水として利用しています。

工場の屋根から雨樋を伝って貯水槽に溜めた雨水を、雨水処理ろ過システムを通し不純物を取り除いてトイレの洗浄水として使えるようにしています。工場にある全てのトイレの洗浄に、この雨水を利用することで水道水や井戸水の使用量の削減に貢献しています。

当グループが進めるSDGs達成への貢献を目標としたサステナビリティ活動の中で、当グループの多くの社員が環境保全について学んでいます。日々の生活の中で、担当する業務を通じて、そして他社事例からも多くのアイデアやヒントをいただいております。今回の活動を通じて、雨水をトイレだけでなく植栽への水やりや、空調機器の冷却水など様々な活用方法があることも学ぶことができました。サステナビリティについて学ぶべきことはまだまだ沢山ありますが、他企業の皆様の活動も参考にしながら、身近なところ、できることから積極的に取り組んでいきたいと考えています。

### 【水の保全について】

「SDGs.6 安全な水とトイレを世界中に」で取り上げられているように、水の管理・確保はサステナビリティ活動の重要な課題の一つです。日本にいと実感しにくいですが、世界人口の40%を超える人達が水不足に苦しんでいます。化粧品業界でも多くの企業が水の削減目標を設定しており、CO2だけでなく、水削減の取り組みも非常に重要となっています。



たくさんの配管が張り巡らされ、様々なポンプ室・ろ過設備が日々稼働しています。

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





## パッケージ材質のプラスチック→紙への切り替えを推進

化粧品のパッケージにおいて、プラスチックから紙への切り替えは、一見簡単のように見えますが、紙はプラスチックより強度が低く、特に湿気や中身重量に対する耐久性に劣るという課題があります。また、生産時の包装仕上げにおいて、工程が複雑化することによるコストアップも発生します。しかし、パッケージの設計段階で耐久性を上げる工夫をしたり、生産工程を見直すことにより課題をクリアし、伊勢半グループの各ブランドで紙製パッケージを順次採用しております。

また、紙製パッケージには、可能な限りFSC®認証紙を使用。プラスチック削減だけではなく、持続可能な森林資源と、それに関わる人々を守ることに努めています。



紙製パッケージの採用

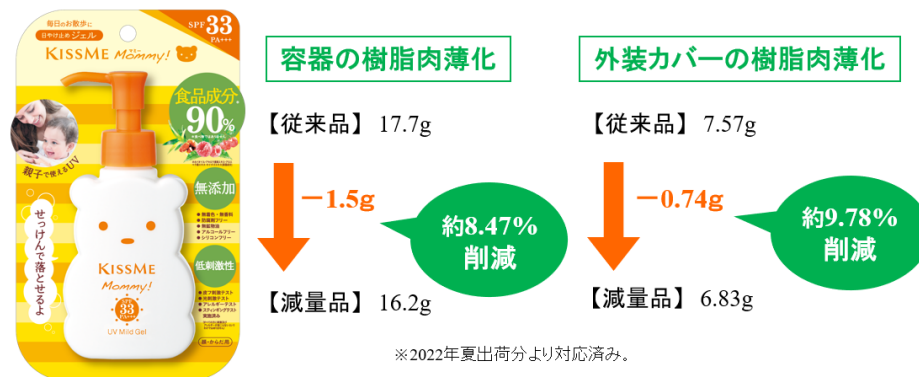
プラスチック使用量  
削減へ改良

## プラスチック使用量を減らす工夫

紙製パッケージへの切り替えが難しい製品や、プラスチック容器については、できるだけプラスチック使用量を減らす工夫をしています。

- ・ 二次包材として使用されるブリスターの厚みを薄くすることで、従来よりプラスチック使用量を削減
- ・ ブリスター原反の100%リサイクルPETへの切り替えを、当社主力ブランドの一部から進めており、将来的には全ブランドでの採用を目指します。
- ・ プラスチックボトル容器において、ボトルの軽量化によりプラスチック使用量を削減
- ・ 包材にバイオマスプラスチックを採用
- ・ アイブロー製品などにおいて、付け替え(リフィル化)の推進

## 一例: マミー UVマイルドジェルN



## デミ コスメティクス 主要ブランドでの環境に配慮した商品開発(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、商品開発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、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  
2023年発売予定のメインブランド「DEMI DO」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。

### ②FSC®認証紙の採用

FSC®認証を取得し、商品パッケージ全てに採用しております。  
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. 今後の取組

発売を予定している新商品においては、基本的にすべてのブランドにおいて、バイオマスプラスチックの採用、FSC®認証紙の採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。

一生、  
この髪とあそぼう。  
SMART SCALP CARE

DEMI DO

参照URL: <http://demido.jp>

デミ コスメティクスは、SDGsの取組の一環として、2023年6月発売予定のリニューアルヘアカラーブランド「トイロクション」のカラー剤キャップに新形状の小型キャップを採用いたしました。これにより、リニューアル前のヘアカラー剤と比較し、約55%のプラスチック量削減となります。

## ■小型キャップ採用の背景

日華化学株式会社は、サステナブルな社会の実現にグループの技術力でより具体的に貢献していきたいとの考えから、中期経営計画「INNOVATION25」の中で「Environment(環境)」「Health(健康・衛生)」「Digital(先端材料)」の達成と社会・地球環境の持続可能な発展に向けて、これまで以上に積極的な取組みを行っております。小型キャップの採用は「Environment(環境)」の一環としての取組となります。

## ■プラスチック削減量見込み

|                                                     |       |
|-----------------------------------------------------|-------|
| 2023年度発売ヘアカラーブランド「トイロクション」小型キャップ採用による年間プラスチック削減量見込み | 約2.6t |
| キャップ小型化によるプラスチック削減量(1個あたり)                          | 約55%  |

## ■2023年6月発売「トイロクション」について

ヘアカラー総合ブランド「アソートアリアC」が「トイロクション」とブランド名も新たにフルリニューアル。  
十人十色、男女、年齢、ライフスタイル問わず、いつでもなりたい自分にキマる。全104アイテム発売予定。



現行キャップ

新形状小型キャップ

キャップ小型化による現行キャップとの形状比較

十人十色、自分のカラーで。  
**TOIROCTION**  
ASSORT ALLIA



参照URL:<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000017.000017911.html>



## 環境に配慮した製品開発

## ●処方

森林破壊がおこなわれた農園などで無作為に採取された原料を調達することは間接的に環境負荷を与えることになります。  
当社は2021年にRSPO会員となり、持続可能な認証パーム油(MB)原料を採用しながら得意先へ製品提案を行っています。  
当社だけの努力では採用・切り替えは難しいのですが、得意先ブランドメーカー様のご理解もあり、認証原料への置き換えを中期的に取り組んでいる事例もあります。

その他、マイクロプラスチックビーズの不使用処方や日焼け止めにおけるリーフセーフ処方、固形化シャンプー、コンディショナーによる容器不使用処方など、環境負荷を減らすための新規処方の開発に多く取り組んでいます。

また、既存製品についても製造フローを細かく見直し、温度条件や保持時間を減縮することでエネルギー削減につなげており、一部の製品ではコールドプロセスも採用しています。

参照

URL:[https://www.kolmar.co.jp/lib/pdf/KOLMAR\\_SUSTAINABLE\\_SALES.pdf](https://www.kolmar.co.jp/lib/pdf/KOLMAR_SUSTAINABLE_SALES.pdf)

## ●容器・資材

再生可能なバイオマスプラスチックやリサイクルPET容器、古紙含有率が高いバガス系用紙を使用したパッケージなど環境に配慮した容器資材の提案を積極的に実施しています。最近ではリップスティックの紙容器も提案を始めました。  
燃焼廃棄時に二酸化炭素の排出が抑制される特殊な樹脂を使った容器など、実際に採用が進んでいる容器資材もあり、今後も容器メーカーの協力を得ながら、製品開発につなげていきます。

こうした環境に配慮した容器の採用は年々増えており、当社が取り組みを始めた2019年からの検討実績は120SKUにのびります。



&lt;リップスティック紙容器&gt;



&lt;リサイクルPET&gt;

## ファンケルの環境への取り組み

ファンケルは創業理念「正義感を持って世の中の『不』を解消しよう」という想いを大切にしています。創業時から続く想いに基づき、ファンケルは、プラスチックごみ問題の解決にも挑戦しています。プラスチック容器本体の軽量化や、素材の見直しだけでなく、「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、リサイクル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。

## FANCL リサイクルプログラムについて

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店舗を除くほぼ全国の直営店舗で回収し、リサイクルする取り組みです。このプログラムを通じて、使用済みの化粧品PET容器52,316本※1を回収し、環境配慮を推進しています。回収した容器※2は、協力会社で約4,500個の植木鉢にマテリアルリサイクルし、横浜市内の自治体が開催するイベントなどに寄贈して、緑の多い街づくりにも貢献しています。

※1 2021年7月～2022年12月末時点

※2 2021年7月～2022年7月末まで



直営店舗での回収の様子



植木鉢を使用した「環境授業」を  
横浜市の小学校で実施



特例子会社ファンケルスマイルでの  
容器洗浄の様子

## ダイバーシティ&インクルージョン

回収した容器の分別・洗浄・乾燥・粉碎のプロセスは、障がいを持つ従業員が働く特例子会社「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、環境だけでなく、ダイバーシティ&インクルージョンの推進にもつなげています。

## 今後の取り組み

今後はボトルtoボトルのケミカルリサイクルを目指していきます。

参照URL:<https://www.fancl.co.jp/clip/sdgs/2212-02/index.html>

## プラスチック容器包装の削減

マンドムでは、環境配慮型商品への対応強化のため、ECで販売するギャツビー フェイシャルペーパー、ギャツビー ボディペーパーの各アイテム3個セットを個別の外装をなくし、2022年3月より順次切り替えを進めています。

ギャツビー フェイシャルペーパーには天然コットン100%の不織布を、ボディペーパーには天然パルプ100%の不織布・ボタニカル繊維(※1)100%の不織布を使用(※2)。気持ちいい拭き心地を実現しながら、プラスチック繊維を使用しない不織布を採用することで、環境にも配慮しています。

今回、さらに環境配慮型商品への対応を強化するため、EC限定で販売している、まとめ買いを好むお客さまに向けた各アイテム3個セットの個別外装を順次削除。これにより1個当たりのプラスチック使用量が、フェイシャルペーパーは35%以上、ボディペーパーは40%以上削減されます。

※1 コットン及びパルプ

※2 不織布の種類はアイテムによって異なります



参照URL: [https://www.mandom.co.jp/csr/eco\\_example.html](https://www.mandom.co.jp/csr/eco_example.html)





## 有志による推進企画チームを発足

マンドムでは、SDGsの取り組みにおいて「本業」による各部門の業務と直結として進めていく一方で、社員レベルにおいても、1人ひとりが主体性をもって課題解決にのぞむ全員参画の機会を進めていく2つの方向からの推進が必要であると考えています。

社員発の主体性をもったSDGsへの取り組みが全社へ波及されることを目的とし、部門を超えた横断的なメンバーによる社員間連携強化をめざした「SDGs推進企画チーム」を立ち上げました。担当業務の合間を縫って定期的にミーティングを行い、社員1人ひとりが日常で考働を始めるテーマを検討・企画し、社内報や社内メールを使った社内発信、啓発活動を行っています。

## リユースにつながる思いやり寄付を4回実施

メンバーは少数精鋭ですが、これまでに「リユースにつながる思いやり寄付」を4回企画し、実施しました。

- 第1弾：スニーカー
- 第2弾：バスタオル、タオル、ハンカチ、ぬいぐるみ、ランドセル
- 第3弾：子供服・文房具・おもちゃ
- 第4弾：スニーカー

また、それ以外にも「おにぎりアクション」への参加を促進するなど、社員一人ひとりができることを考え、主体的に取り組んでおります



第3弾(子供服・文房具・おもちゃ)

参照URL: <https://eco-to-ship.jp/report/6419//>

## 1. 取り組みの概要

ライオン株式会社は、持続可能な環境と社会の実現に向けて、プラスチックの高度な資源循環に取り組んでいます。一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会会員企業と日用品メーカー4社が推進協議会を組織し、使用済み容器の回収プラットフォーム構築に向けた実証実験をしています。神奈川県横浜市内の店舗に回収ボックスを設置し、2022年6月から2023年3月まで、使用済み容器の回収を行います。

## 2. 取り組みの成果

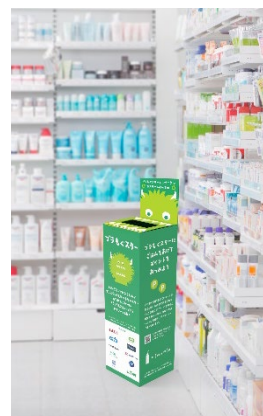
・参加ドラッグストア店舗数:  
31店舗

## 3. 課題と今後の取り組み

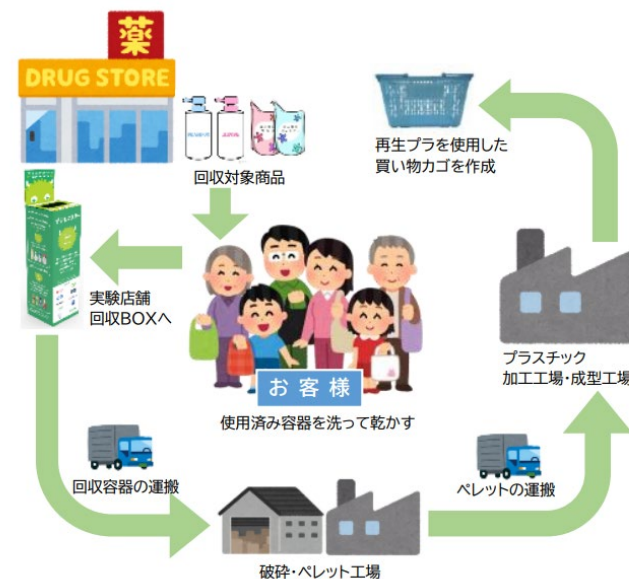
・使用済み容器の回収プラットフォームの構築に向けて、店頭回収から再生品を作成するまでの技術的な問題点等の課題の洗い出しを行います。  
・生活者に対して、SDGsですぐに実践できることやサーキュラーエコノミーへの参加を呼びかけ、日用品のリサイクルが当たり前の社会を実現していきます。



イメージキャラクター  
「プラもぐスター」



店頭回収イメージ



活動の概要

参照URL:

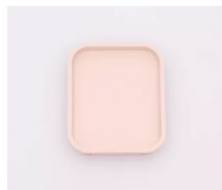
<https://www.lion.co.jp/ja/news/2022/3934>

プラスチック循環社会の実現をめざす取り組みの一環として、株式会社JEPLANが保有するケミカルリサイクル技術を用いて同グループ会社のペトリファインテクノロジーが製造するケミカルリサイクルPET素材の採用を進めています。2021年6月より化粧品ブランド「TWANY(トフニー)」のボトルを皮切りに、PET素材のボトルについて順次切り替えを進め、またメイクカテゴリーにおいても、2022年7月から「media(メディア)」のパウダーファンデーションの中皿の素材として、ケミカルリサイクルPET素材への切り替えを進めています。これらのバージンプラスチックの使用量を削減する取り組みをまず「第1弾」として推進しています。

昨今、環境負荷低減への社会的な機運はいっそう高まっており、化粧品業界においても、環境に配慮した商品を選択する人が増えるなど、生活者の購買意識に変化がみられます。一方で、再生プラスチックを包装容器として採用するためには、品質の担保と安定供給が必要となります。今回、花王が化粧品ボトル容器に採用するケミカルリサイクルPETは、日本環境設計が保有するケミカルリサイクル技術「BRING Technology™」により開発されました。この技術は使用済みPET素材の容器を、バージンPETと同等の品質を有するPET素材に再生でき、製造された再生PET素材は、内閣府食品安全委員会に食品容器としても承認されるなど、品質面でも評価を受けています。



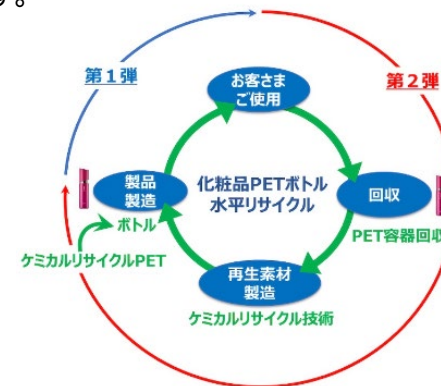
ケミカルリサイクルPET素材を  
採用した「トフニー」ボトル



パウダーファンデーション  
中皿のイメージ

一般的に、化粧品ボトルには着色や加飾が施され、包装容器のPET素材へ再生することは難しいとされてきました。そこで「第二弾」として、実際に回収した使用済み化粧品ボトル容器を用いて、再び化粧品容器を製造する実証実験に取り組んでいます。2022年2月から7月までの間、化粧品ブランド「TWANY」を取り扱う関東エリアのイオン直営店舗、および同イオンモールで展開する「カラススタジオ」において実施し、お客様から回収した化粧水や乳液などのPET容器を用いて、JEPLANと共に化粧品の“ボトルからボトルへ”の水平リサイクル実験を検証中です。

今後は、「TWANY」以外にもケミカルリサイクルPET素材の採用ブランド拡大を進めるとともに、回収規模を広げていく予定です。そして、今回の実証実験で得られた知見を活かし、早期に化粧品プラスチックボトル水平リサイクルの社会実装をめざします。



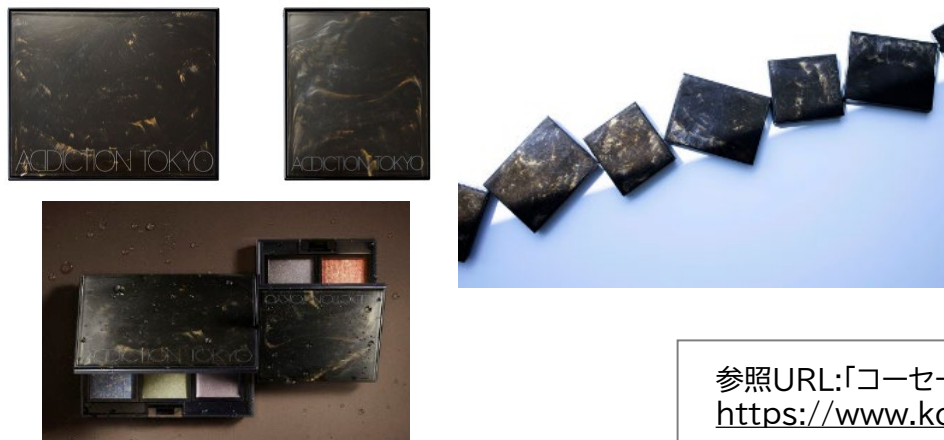
<https://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2021/20210526-001/>

<https://www.kao.com/jp/corporate/news/sustainability/2022/20220127-002/>

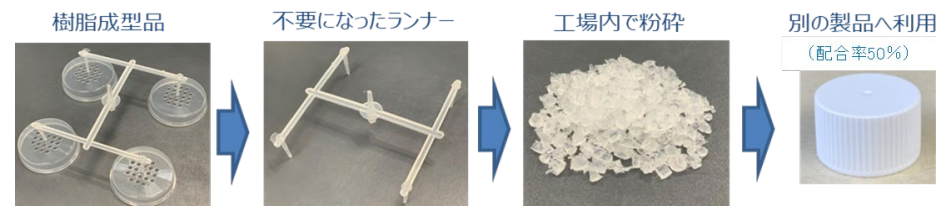


当社は、世界が直面する気候変動やプラスチックごみの増大、廃棄物問題、人権課題等、様々な社会問題の解決に貢献するために、2030年に向けたサステナビリティ戦略と目標をまとめた「コーセー サステナビリティ プラン」を策定しました。その取り組みテーマのひとつとして「事業活動全体での環境負荷低減」を掲げる中、気候変動やプラスチックごみ問題の重要性を鑑み、「プラスチック容器包装資材のサステナビリティに配慮した設計」に関する中長期目標を策定し、リサイクル樹脂の採用をグループ全体で推進しています。

2022年4月に発売した、『アディクション ザ コンパクト ケース I “ソングス オブ レイン”』『アディクション ザ コンパクト ケース II “ソングス オブ レイン”』プラスチック部分の85%にリサイクル樹脂を使用した“アップサイクルなコンパクトケース”を開発しました。リサイクル樹脂は、用いる材料や使用方法によってデザイン上の制約になりがちですが、マーブル成形を採用することで、1つとして同じ模様にはならないため、「世界に1つの自分だけのもの」が実現できました。



コーセーでは、化粧品容器をグループ会社でも製造しており、プラスチックの成型時に発生する残材を、より多く活用する社内スキームを確立し、キャップやサンプル容器の材料として積極的に再使用しています。製品のキャップについては、2022年6月からリサイクル樹脂の配合率を50%に引き上げています。このことにより、二酸化炭素(CO2)排出量の削減につながっています。



リサイクル樹脂の配合率を50%に高めたキャップを採用した商品



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>

## あなたのボトル1本から。地球の運命を変えよう。

SK-II は 2022 年 10 月1日より、ブランドの信念である「運命を、変えよう。～#CHANGEDESTINY～」のもと、環境サステナビリティ活動の一環としてガラスボトルのリサイクルプログラム「CHANGE DESTINY for EARTH」の全国展開を開始しました。

化粧品業界は毎年世界中で 1200 億個以上の容器を生産していますが、そのほとんどがリサイクルされていないという点に着目し、お客様、日本のガラスメーカー、そして販売店とのパートナーシップにより、SK-II 初のガラスリサイクルプログラムとして 2020 年 10 月より一部店舗での試験運用を実施(旧称「Mottainai プロジェクト」)し、SK-II のボトルに「再利用」というセカンドライフを与えてきました。

SK-II の容器の大半がガラス製であることから、ガラスの特性を活かし製造過程においてリサイクルガラスを使用することで、資源を守り、気候変動に向けた努力に貢献します。ガラスを 1 kg (SK-II フェイシャルトリートメント エッセンスの 230ml ボトル約 5 本分) リサイクルすると、丸 1 日 2 つの電球を灯すのに必要なエネルギーの節約になることがわかっています。

お客様には、SK-II の製品の空ボトルを SK-II カウンターで返却していただき、SK-II の LINE上の会員制プログラム「NOW」プログラムからポイント「ミラクルドロップ」を受け取っていただきます。回収した空ボトルは、提携ガラスメーカーに送られ、SK-II のボトルを含む新しいガラス製品として生まれ変わらせる仕組みです。

このプロジェクトを全国規模へと拡大することで、これからもお客様と共に環境サステナビリティの推進を目指します。



参照URL:  
[https://assets.ctfassets.net/ugm1tr5brd4w/2xnIJPznHE8zkaVcyCk7ay/528f2049419c280967b89a6b6f4014d5/20220926\\_SK-II\\_Change\\_Destiny\\_for\\_Earth\\_Press\\_Release\\_JP.pdf](https://assets.ctfassets.net/ugm1tr5brd4w/2xnIJPznHE8zkaVcyCk7ay/528f2049419c280967b89a6b6f4014d5/20220926_SK-II_Change_Destiny_for_Earth_Press_Release_JP.pdf)



ヘアケアブランド「リーゼ」は、ヘアスタイリングが苦手な方や視覚に障がいがある方も、すべての人々が安心してわかりやすくスタイリングできる方法をご紹介します音声コンテンツ「聞けばわかるヘアスタイリング」を、2021年4月からブランドサイトにて公開しました。

音声だけで伝える新たな取り組みです。めざしたのは、初心者から上級者まで誰にでも“聞くだけで”伝わるスタイリング情報です。コンテンツ制作にあたっては、視覚障がい者ライフサポート機構“viwa”と2020年より協働し、視覚障がい者のヘアスタイリングに関する疑問にも応えられるようにしました。

“viwa”に所属される方からは、  
「音声の説明でイメージしながらやってみたら、キレイにスタイリングできた！」  
「ナレーションが頭に入ってきやすく、どのアイテム、どのくらいの量、どこに使えばいいのかわかった！」

「こんなに簡単にできるなら、今まで挑戦してこなかったヘアスタイルもやってみたい！」

と喜びの声をたくさんいただきました。

今後も誰にでも伝わりやすい情報を提供し、誰もが自信をもって前向きな毎日が過ごせるようなお手伝いをしていきます。



誰でもヘアスタイリングがキレイにできる！  
身だしなみを整える「寝ぐせの直し方」をはじめ  
おしゃれを楽しむ「くるりんぱヘア」まで。

初心者はもちろん、上級者にも、  
手順やコツをわかりやすく解説した  
リーゼの音声コンテンツです。

リーゼの「聞けばわかるヘアスタイリング」

聞けばわかるヘアスタイリング  
12種類のヘアスタイリング

1 寝ぐせの直し方

2 ナチュラルなストレートヘアのつくり方

3 ボニーテールのつくり方

4 おだんごヘアのつくり方

5 ハーフアップヘアのつくり方

6 くるりんぱヘアのつくり方

7 パーマラインのもどし方

8 ストレートヘアのつくり方(ヘアアイロン用)

9 カールヘアのつくり方(ヘアアイロン用)

10 髪のボリュームの出し方(男性編)

11 髪のボリュームの出し方(女性編)

12 浮き毛のおさえ方

12種類のヘアスタイリング

参照URL: <https://www.kao.co.jp/lieze/listen hairstyling/>

<https://www.kao.com/content/dam/sites/kao/www-kao-com/jp/ja/corporate/sustainability/pdf/sustainability2022-all.pdf>





視覚障がい者の方は、日常生活にて「触る」ことからさまざまな情報を得ています。そこから、化粧品開発に欠かせない「感触づくり」は視覚障がいを問わず活躍できる場になるのではないかと考え、誰もが活躍できる社会を目指し、視覚障がいを問わず評価可能な化粧品の感触官能評価試験の確立に取り組みました。

本プロジェクトは、共生社会の実現に向けた事業を展開するNTTクラリティ社と共同で行っており、試験の検討には視覚障がい者当事者も参画しました。また、プロジェクトメンバー以外の視覚障がい者の方にも参加していただき、化粧品ごとの感触の差を評価できる手法となっていることや、提供したサポートにより、試験をスムーズに実施できることを確認しています。サポートや配慮があれば障がい者にできることがたくさんあるということを知ってもらうことで、さまざまなことにチャレンジできる機会を増えることを期待しています。



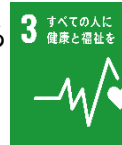
視覚障がい者が官能評価試験を試行し  
評価しやすい手法や必要なサポートを一緒に考案



視覚障がい者による官能試験の様子

官能評価試験では、参加者と晴眼者のサポートスタッフの会話も生まれ、新しいコミュニケーションの場となる可能性も感じました。引き続き本プロジェクトをさらに進めることで、視覚障がい者と晴眼者が相互に理解を深め、互いの良さを活かして助け合える社会の実現に貢献したいと考えています。

参照URL: [release 20221024.pdf \(pola-rm.co.jp\)](https://pola-rm.co.jp/release/20221024.pdf)



## SHISEIDO Sustainable Beauty Actions 「SEE, SAY, DO.」プロジェクトを展開

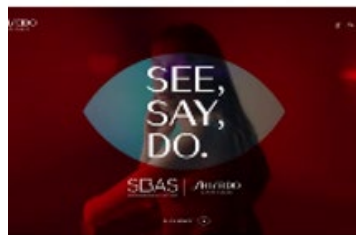
資生堂が世界88の国と地域で展開しているブランド「SHISEIDO」は 持続可能な開発目標(SDGs)に取り組むグローバルプロジェクト「Sustainable Beauty Actions」の一環として、2022年9月より、「EMPATHY(共鳴)」の考えに基づいた「SEE, SAY, DO.」プロジェクトを展開しています。  
「Unconscious Beauty Bias(「自分らしい美しさ」を制限する無意識の思い込みや偏見。以下、UBB)」を体感できる特設ウェブサイト同年同月より公開するとともに、企業／団体向けにUBBを考える、「SEE, SAY, DO. プログラム」も開発し、無償で提供しています。

### 「SEE, SAY, DO. プロジェクト」について

性別、年齢、国籍などにとらわれず、誰もが自分らしく人生を楽しみ、個々の美しさに共鳴しあえる世界の実現にむけた第一歩として、「Unconscious Beauty Bias(UBB)」に注目しました。  
プロジェクトに先立ち世の中に存在するUBBを明らかにするため、SHISEIDO はリサ・ジェンキンス博士監修のもと、世界10ヵ国(オーストラリア、ブラジル、中国、フランス、ドイツ、イタリア、日本、タイ、アラブ首長国連邦、アメリカ)で、オンライン定性調査を行い、5,000件の体験談をUBB体験サイトで公開しています。



「SEE, SAY, DO.」プロジェクトのロゴ



「SEE, SAY, DO.」プロジェクト特設ウェブサイト

### 「SEE, SAY, DO. プログラム」について

本プログラムは、全ての人が多様な価値観を尊重し合い、生き生きと美しい「ありたい自分」に向かうことができる社会を創ることを目的とし、UBBを知り、議論し、アクションするため3つのフェーズから構成されています。企業や団体の方向けには、ワークショップ形式のプログラムを実施できるよう、無償でダウンロードしていただける資料をご用意しています。

### UBBを知り、議論し、アクションするため3つのフェーズ

#### ■SEE:「UBBを知ろう」

グローバル調査から収集した証言・体験談を通じ、UBBについての理解を深めます。

#### ■SAY:「UBBを議論しよう」

SEEで学んだことや自らの体験や思いを共有、そして議論します。

#### ■DO:「アクションを起こそう」

SEEとSAYのフェーズで明らかになった私たちを取り巻くUBBをより多くの人と共有し、共に挑戦していくため、具体的なアクションを順次展開していきます。

### ブランド SHISEIDO について

世界88の国と地域で、スキンケア、メイクアップ、サンケア、フレグランス製品を展開している、資生堂グループを代表するグローバルプレステージブランドです。最新技術を搭載したスキンケアやメイクアップで、お客さま一人ひとりの美しさを最大限に引き出し、心身共に生命力溢れる美しさを実現します。

■「SEE, SAY, DO.」プロジェクト特設サイト: <https://www.sbas-empathy.shiseido.com/seesaydo/ja/>

■UBB体験サイトURL: <https://www.sbas-empathy.shiseido.com/seesaydo/ja/seeubb/>

■SEE, SAY, DO.プログラム特設サイト: <https://www.sbas-empathy.shiseido.com/seesaydo/ja/education/>  
【SHISEIDO公式サイト】<https://brand.shiseido.co.jp/>





■入浴剤「旅の宿」は1986年に発売以来、プラスチックフィルムからなる分包を採用してきましたが、2022年に紙素材へ変更しました。プラスチック削減の抜本策として、持続可能な素材である「紙」の利用を推進。紙の特性を最大限生かした包材となりました。

具体的には表面の印刷層であるプラスチック(PET)を紙に置き換え、さらに熱接着に必要な内面層のプラスチック(PE)は出来る限り薄肉化することで、プラスチック量を削減しました。強度や耐中身性などを確認し、安定な品質が保持できる紙フィルム・パウチが完成しました。

濡れた手ではプラスチックフィルムが開封性が悪くなることもありましたが。紙の分包は開封性が格段に良くなり、お子様からお年寄りまでどなたでも力を入れずに簡単に開封することができます。

容器包装の環境配慮設計では、内容物に応じた機能並びに商品の顔としてのデザイン性を満たすことを前提として、環境に配慮することが求められます。旅の宿では版画家木田安彦氏のデザインが人気ですが、紙の風合いと版画デザインの独特な世界観がマッチして、より一層魅力的な仕上がりになりました。今回のチャレンジは、プラスチック削減という環境配慮設計を実現した上に、機能及びデザイン性を維持・向上し、さらにコストを据え置いた画期的な成果であったと感じています。



参照URL:<https://www.kracie.co.jp/khp/tabi/>



1. 取り組みの概要

ライオン株式会社は、聴覚障がいを持っている方や難聴に悩む方々にも製品やサービス情報を漏れなく届けるため、国内で放映されるテレビCMのすべてを日本語字幕付きに完全移行しました。字幕により、製品・サービスの使い方や利便性の理解を手助けするとともに、CMの世界観をわかりやすくお伝えします。

2. 取り組みの成果

ライオンは、2010年11月から国内で初めて全国ネット番組での字幕付きCMのトライアル放映を開始、2013年には、複数番組での字幕付きCMの放映を進めてきました。2023年1月からは、完全字幕化に移行、国内すべてのライオンのCMが字幕付きで視聴可能となりました。

3. 課題と今後の取り組み

字幕付きCM実施の先駆者として、他企業への啓発活動等により、字幕付きCMの普及に貢献します。

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2022/4161>



字幕付きCMの例



## 1. 取り組みの概要

ライオンは、10月15日の世界手洗いデーに合わせて、手洗いの重要性を啓発する手指の衛生プロジェクト“HAND WASH & HYGIENE「いただきます。」をする前に”を立ち上げ、約1カ月間にわたり、東京都内のホテルや飲食店、コワーキングスペースの協力を得て、手指衛生剤の設置や従業員向けの衛生講習、リーフレット等による啓発を実施しました。また本プロジェクトの一環として、都内コワーキングスペースにて衛生セミナーを実施しました。

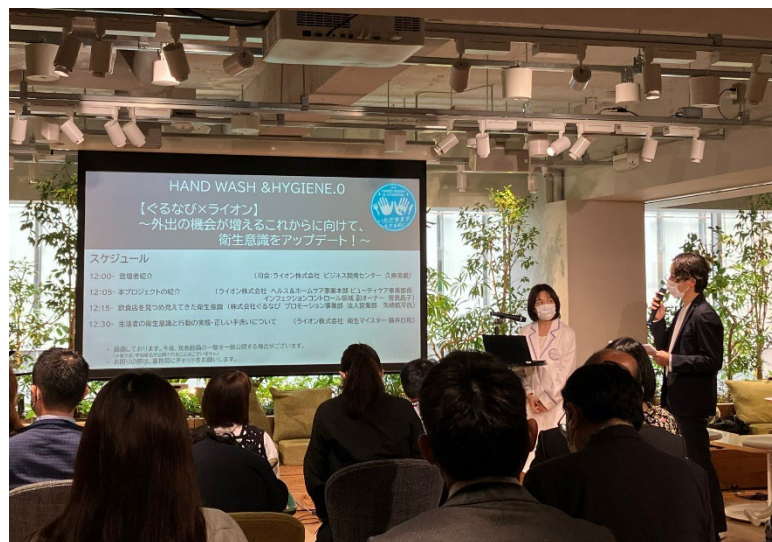
## 2. 取り組みの目的

衛生を中心とした生活習慣づくりにより、生活者の皆さまとともに、清潔に暮らせる社会の実現を目指します。本活動は、当社の提供価値領域の1つである「インフェクションコントロール」\*の取り組みの一環と位置付けています。

\*当社中期経営計画で定めた、当社グループの成長の方向性を示す4つの提供価値領域の1つ

## 3. 取り組み実績

東武ホテルレバント東京ほか  
都内近郊飲食店約30店舗



衛生セミナーの開催



プロジェクトのシンボルマーク

## 4. 今後の展開

本プロジェクトを通じて、清潔衛生習慣の定着化につながる情報を継続的に発信して参ります。

参照URL: [https://lion-corp.s3.amazonaws.com/uploads/tmg\\_block\\_page\\_image/file/8365/20221021.pdf](https://lion-corp.s3.amazonaws.com/uploads/tmg_block_page_image/file/8365/20221021.pdf)

## 1. 取り組みの概要

ライオン株式会社は、一人でも多くの子どもたちが自発的に楽しく手洗いができるようになることを目的に、ハンドソープを発売している日本をはじめ中国や韓国、タイ、マレーシアなどのアジア8拠点の子どもたちを対象とした『キレイキレイグローバルお絵描きマイボトルコンテスト』を実施しました。

## 2. 取り組みの成果

- ・応募点数:24, 250点
- ・代表的な作品を特設サイトで公開

## 3. 今後の取り組み

正しく楽しい手洗いを皆さまにお伝えできるよう、今後も活動を続けます。



金賞の作品



参照URL:  
<https://lidea.today/articles/003350>



## 現存する最後の紅屋として… 紅や紅花文化、日本の化粧史について学ぶ場を提供

東京・南青山にて伝統の紅づくりや日本の化粧史を知ることができる「紅ミュージアム」を運営し、より多くの方に日本に長く存在する紅や紅花文化、日本の化粧史について学ぶ場を提供しています。



常設展示のほかにも紅に関するイベントやワークショップ、日本の伝統文化を守り継いでいくために様々なテーマにて企画展・特別展などを実施し、多様な切り口で紅や日本の伝統文化に触れてもらう機会を創出しています。

通年ワークショップ「紅のミニ実験」では、黄色の紅花の花びらから赤色素を抽出する過程を、簡単な実験を通して観察。黄色い花びらに本当に赤色素「紅」が隠れているのかを知ることができるワークショップです。

また夏休みに開催されることも向け自由研究ワークショップのほか、大人向けの「紅染め」「江戸の化粧再現講座」など、いろいろな切り口から紅への興味・知識を深めてもらえるようなイベントを実施しています。

参照URL: <https://www.isehanhonten.co.jp/museum/>



## 全国各地に出向いての出前授業も実施

時にはミュージアムを飛び出し、全国の学校などへ出向き伝統の紅づくりの技や江戸時代の化粧文化などに関するレクチャーと紅染めなど紅の体験プログラムを組み合わせた出前授業にも取り組み、紅について学ぶ機会を提供しています。

出前授業ではただ話をするだけでなく、紅花や紅餅(紅花を発酵させた紅づくりの材料となるもの)に触れてみたり、香りをかいだりと五感で体験してもらえる授業を心がけています。





## 花王グループの取り組み

現在、乳がんは、日本女性がかかるがんのなかでも最も割合が高く、9人にひとりが罹患するとも言われています。また、早期に発見・治療をすれば高い確率で治癒するにも関わらず、アジアでは、欧米に比べて検診受診率が低いいため、乳がんと診断されたときには発症から時間が経っており、死亡率も高い傾向にあります。

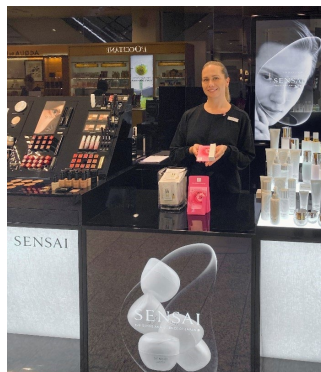
そこで、花王グループでは、乳がんの早期発見の大切さをより多くの方に伝えるため、ピンクリボン運動の主旨に賛同し、2007年から「ピンクリボンキャンペーン」を実施しています。

## 海外での活動

2014年から海外展開を開始し、今年も中国、台湾、香港、タイ、マレーシア、シンガポールの一部のカウンターで、ピンクリボンのバッジ着用、SNSでの情報発信などの活動を実施いたしました。

そして、今年もカネボウ化粧品ドイツ社(Kanebo Cosmetics Deutschland GmbH)でも、初めてピンクリボンキャンペーンの活動を実施しました。

期間中は、SNSでの情報発信などのほか、乳がん啓発月間についてや早期発見の重要性、セルフチェックの大切さなどをお知らせするカードを作成し、首元からバストラインまでをケアするSENSAI商品のサンプルとともに、店頭・オンラインでご購入いただいたお客様にお渡しする活動を行いました。美容部員からは、「多くのお客様が興味を持ってくださり、セルフケアや女性の健康などについてお話しするよい機会となった」というお声が届いており、SNSのストーリーにも多くの反応をいただきました。



## 日本国内での活動

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おり、月に1回、乳がんのセルフチェックはとても大切です。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のカウンターでは期間中、乳がんのセルフチェック方法を掲載したリーフレットと、ボディクリームのサンプルを、数量限定で配布しました。



## 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>

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。





## 農福連携推進

全国に点在する耕作放棄地は、工場のある群馬県館林市でも例外ではなく問題となっています。農家さんの高齢化や若者の都市部への流出などで後継者が不足し、耕作放棄地が増え続けています。その耕作放棄地を地元の農家さんにお借りし、群馬県立館林高等特別支援学校の生徒のみなさんと館林市の名産であるボイセンベリーを育てています。2017年に小さな苗を植えるところから始めたボイセンベリーの栽培は、毎年収穫量を増やしています。

## 地域名産品の6次産業化推進

令和元年度文化庁「日本遺産」に認定された「里沼(SATO-NUMA)ー『祈り』『実り』『守り』の沼が磨き上げた館林の沼辺文化ー」PRのため、群馬県館林市の名産ボイセンベリーを使用したかき氷を商品開発しました。夏の城沼花ハスまつり2019の期間中、つつじが岡公園にて販売し、多くの来場者にご好評いただきました。今後も地域の方々と協力し、6次産業化を推進することでまちを元気にします。



## 地域名産品を使用した化粧品の研究開発

研究開発の一例として、【館林産ボイセンベリー濃い化粧水】があります。上州名物といえば「かかあ天下と空っ風」。冬は「空っ風」と呼ばれる強風が吹いて乾燥し、湿度が下がります。夏は日照時間が長く、館林市は全国屈指の「暑い町」としても知られ、群馬県は肌の老化を加速する『乾燥』と『紫外線』の2大要因を抱える過酷な土地柄です。もうひとつの名物「かかあ天下」とは、毎日元気でよく働く群馬女性を讃える言葉です。冬の強風にも夏の暑さにも負けない、働きの群馬女性の肌を守り、応援したい思いから、ボイセンベリーを使ったこの【濃い化粧水】は生まれました。

## 今後の取り組み

化粧品製造会社として「美と健康を多くの人にお届けする」という目標を達成し、私たちの工場がある群馬県館林市を盛り上げ、さらに地域に貢献するためにも「ボイセンベリー」プロジェクトに参加してみたいと思う仲間を増やし、ボイセンベリーを群馬県だけでなく、日本全国に知っていただきたいと考えています。また、このプロジェクトが成功した次のステップとして、日本中で栽培されている特産品の魅力に着目した商品開発や販売のサポートをする地方創生事業への展開も考えています。



参照URL: <https://www.makuake.com/project/cs-lab/>



## 少女たちの教育支援を行い、より良い世界の実現に取り組む「クレ・ド・ポー ボーテ」

資生堂のグローバルラグジュアリーブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、長期的な社会貢献活動の一環として、ブランドのベストセラー美容液「ル・セラム」の全世界での売上の一部を国際連合児童基金(以下、ユニセフ)の活動へ寄付し、少女たちの教育支援を行い、より良い世界の実現に取り組んでいます。

本パートナーシップは、これまで固定観念やジェンダー差別によって少女たちが遠ざけられてきたSTEM\*教育や学習、将来に役立つスキルの習得を促進し、知識の向上を通じて彼女たちの可能性を解き放つことを目的としています。

2022年も、この一環として、店頭を中心に「ル・セラム」を用いたキャンペーン\*を実施し、同商品の全世界での売り上げの一部を、キルギス、ニジェール、バングラデシュなどの国や地域において、少女たちの教育とエンパワーメントを促進するユニセフのプログラムに寄付しています。

世界がパンデミック後の新しい社会様式を模索する中、課題解決などあらゆる局面で科学的・工学的な対応が必要とされています。STEM分野への関心がいっそう高まるなか、次世代の少女たちに、彼女たち自身と社会全体によりよい未来をもたらすために必要なSTEM教育とツールを提供することが、これまで以上に重要だと「クレ・ド・ポー ボーテ」は考えています。

なお、日本ユニセフ協会への寄付を通じた世界中の少女たちへの教育およびエンパワーメントの活動支援に対する功績が認められ、2022年9月、資生堂は紺綬褒章に係る褒状を受章しました。

\* STEM=科学(Science)、技術(Technology)、工学(Engineering)・数学(Math)の教育分野を総称した名称。

\*\* 「ル・セラム」を1本ご購入いただくごとに、その売上の一部をユニセフの活動へ寄付するCRM (Cause Related Marketing) キャンペーン。



UN LOCK THE POWER of GIRLS

■UN LOCK THE POWER of GIRLS特設ページ:  
<https://www.cledepeau-beaute.com/jp/unlockthepowerofgirls.html>

2021年の主な実績は以下の通り:

■**バングラデシュ:青年期の少女を対象とした教育プログラムのジェンダー主流化**  
学校に通っていない最も弱い立場にある少女たちを対象に、代替教育プログラム(ALP)を実施し、インターンシップ、就労体験により、ビジネスの理論的及び基礎的なスキルの習得を提供しています。これまでに1,100人の青年期の少女たちが参加しました。

■**キルギス:21世紀の労働力に向けたSTEM教育プログラムの拡大**  
600人以上の少女たちが、地域社会のロールモデルとなるようにSTEMやジェンダー平等、コミュニケーションスキルを学ぶトレーニングを受けました。彼女たちによって更に16,000人以上の少女が研修を受け、80%を超える参加者がSTEMにおける職業的な選択肢を見出すことに役立ったと報告しています。150人以上の少女がSTEMを学ぶために大学に入学し、約40%が奨学金を受けています。

■**ニジェール:少女たちのエンパワーメントの促進**  
数学とフランス語の基本的なスキルを身につけるために約900人の女子児童を支援しました。更に、900人のうち、303人は学校を辞める状況にありましたが、メンターシステムに参加したおかげで無事に復学することができました。これまでに、約25,000人の少女と女性が、ジェンダーの固定観念に立ち向かい、自らの生活を向上させるためのメッセージを受け取ることができました。

\*ユニセフは特定の企業やブランド、商品、またはサービスを推奨するものではありません。

**クレ・ド・ポー ボーテについて**

資生堂初のグローバルラグジュアリーブランドとして1982年に誕生。モダンで魅惑的、ダイナミックな効果を持つ商品は世界の23の国と地域で販売されています。

## 夏休み親子参加型イベント実施で教育・地域社会へ貢献

私たち日光ケミカルズが属するニッコールグループでは、化粧品・医薬品・化成品などに使用される原料を研究開発・製造・販売しています。当グループでは、SDGsが掲げる「持続可能な開発目標」の達成に貢献すべく、事業活動を通じ様々な取り組みを推進しています。その一つが、4:「質の高い教育をみんなに」、17:「パートナーシップで目標を達成しよう」を念頭に実施した「夏休みこどもイベント」です。

子どもたちに界面活性剤をより身近に感じてもらうことを目的とし、小学生を対象にイベントを実施しました。2022年7月、2日間にわたって開催された当イベントには、合わせて40名を超えるお子さんとお父さん・お母さんが参加してくださいました。イベント前半では、当社「ショールーム」において、界面化学に関する簡単な実験やクイズ、当社の肌感触検索システムを使って自分の好きなクリームを探す体験を行いました。後半の部では、当社「開放研究室」に場所を移し、4つのスイーツコスメの中から、自分が好きなクリームを親子で作る体験を行いました。実験やクイズ、クリーム作りを通じて、暮らしの様々な場面で活躍する界面活性剤の魅力について楽しく学んでいただくことができました。

実験って、楽しい！化学、面白い！  
@当社開放研究室



化学のクイズ、わかるかな？  
@当社ショールーム



### 【ニッコールグループ:開放研究室】

1976年に当社の開かれた研究室として開設されて以来、化粧品メーカー様、医薬品メーカー様、食品メーカー様等幅広いお客様にご利用いただいています。2009年には、海外初となる開放研究室を上海に設置。海外のお客様にも、ご利用いただいています。

開放研究室では、様々な業種のお客様に対し、界面活性剤の特性把握や乳化・可溶化などの基礎的な内容から、トレンド化粧品の参考処方紹介など応用的な内容、お客様のテーマ持ち込みによるお悩み相談など幅広い研修を用意しています。

また研修だけでなく、上記のような様々なイベントを行うことで、地域社会への貢献も行っています。

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

## 地元中学校のSDGs学習で社会課題を議論

サンスターの本社がある大阪府高槻市の市立城南中学校3年生の総合的な学習の時間を使ったSDGs学習協力として3か月のプロジェクトを実施。サンスターが取り組む社会課題(健康・環境に関するSDGs重点目標)やその解決を目指す活動、未解決で今後解決したい課題を共有し、生徒の皆さんが自由に選んだテーマで解決策を提案してもらい、個別に議論を深めました。その中から中高生の健康課題を選んで深掘りし、最後に本社会議室でサンスターへの新製品・新施策を発表頂きました。中学生60名のWebアンケートを使った実りの多い内容でした。「当初提案したことは全て検討済みで新提案の大変さを知った」「社会課題解決の新商品を考えるのは楽しかった」「新たなアイデアを出せてそれを評価してくれて嬉しかった」などの感想があり、社会課題解決への意欲にスイッチの入った若者たちの将来がとても楽しみとなるプロジェクトでした。



製品・素材を見ながら課題を共有



渾身の新提案を緊張しながら発表！

## 自社Web内に社会課題の特設サイトを新設

サンスターのホームページ内に特設サイト「人と地球の未来を健康にする Web マガジン New Normal, New Care!」を新設。サンスターの商品情報を調べにホームページに訪れる生活者の皆さまに向けて、New Normal時代に解決していきたい社会課題の旬な話題を読み物として提供し、自社の取り組みも紹介。新型コロナ・人生100年・地球環境・防災減災・共生社会の5つのテーマで定期的に情報発信。コロナ禍の生活者の健康意識調査、海洋プラスチック問題、備蓄食材による災害時の簡単料理、在宅避難時の防災備蓄最新事情、発達障害のお子さまの健康指導などを取り上げ、社会課題の多い時代を明るく乗り切る知恵を提供、マスメディアにも情報発信するなど、広く対話を促進しました。



参照URL: <https://jp.sunstar.com/newnormal/>



## キッザニア東京に『ビューティスタジオ』出展 ～“きれい”を楽しみながら、多様な価値観・感性を育む体験を提供～



2022年10月より、子ども達が社会の一員として働くことを楽しく学ぶ「キッザニア東京」に、「きれいを、もっと自由に」をテーマとした『ビューティスタジオ』パビリオンを出展しています。化粧や美容体験を楽しみながら、多様な価値観に触れ一人ひとりの感性を育む場を提供しています。



キッザニア東京  
『ビューティスタジオ』  
パビリオン

<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/10/20221005.pdf>

## 子どものスキンケアの習慣化を目指し、 「スキンケアはじめて、つづけてサポート」を開始 ～認定こども園・小児アレルギーの専門医療チーム・コーセーにて協同～



子どもたちの成長過程において、適切なスキンケアを行うことはアトピー性皮膚炎やアレルギー予防に繋がります。将来も含めたQOLの向上への有用性が広く知られるようになっていきます。このスキンケアの習慣化のため、幼保施設へ当社オリジナルの「はじめてのスキンケアキット」を導入し、子どもたちが興味を持って楽しく学び、自立したスキンケア習慣を身につけるサポートをしています。



「はじめてのスキンケアキット」

小児科アレルギーの専門医療チーム  
(千葉愛友会記念病院所属)



<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/09/20220922.pdf>

## 1. ファンケルの社会貢献への取り組み

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。」そんな想いで2021年4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. ファンケル 神奈川SDGs講座について

神奈川県内の小学生・中学生・高校生を対象とした「単発講座」や特定の高校と長期間にわたって取り組む「長期講座」、小学生向けに実施する「夏休み講座」を開催しています。

「単発講座」では、環境問題、世界と日本の栄養課題、働き方や女性の活躍について、一方通行にならないよう双方向コミュニケーションを意識した講義を行い、高校生を対象とした講座では、新たに神奈川県外(福岡県や北海道など)でも実施しました。

「夏休み講座」では、使わなくなった化粧品を絵の具にしてSDGsポスターを作り、宣言をするという「アップサイクル」に子どもたちと共に取り組みました。

2022年度の「長期講座」では、「桐蔭学園×ファンケル SDGsプロジェクト」と題し、私立桐蔭学園高等学校の公募で集まった20名の高校一年生と8か月間に渡って活動し、以下の3つをテーマに講座に取り組んでいます。

- ① SDGsをコンセプトにした商品デザインの共創 ② 容器回収を促進させるアイデアを考える ③ SDGsの大切さを世の中に伝える

## 3. 長期講座内の商品共創について

2023年2月16日(木)から、桐蔭学園高等学校と共創で、SDGsのメッセージを容器とパッケージにデザイン化した「マイルドクレンジング オイル」(容量:120mL)「ピュアモイスト 泡洗顔料」(容量:150mL)を、通信販売と直営店舗にて数量限定で発売します。

また、2月19日には、高校生自らがプレゼンテーションの内容を考え、メディア向け説明会を実施。商品のPRではなく、SDGsの大切さと行動することの重要性や広く世の中に伝えたいという高校生の想いを、メディアを通じて世の中に発信いたしました。

## 4. 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。



”SDGsは1人ひとりの身近な行動が、それぞれが願う明るい未来につながっていく”事をカラフルなデザインで表現



高校生向け単発講座



単発講座を受講する生徒



小学生向け夏休み講座



高校生向け長期講座



長期講座の様子

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

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                     |                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日光ケミカルズ株式会社                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | RSPOを通じた環境、人権保護への貢献 | <div> <div>関連するSDGs目標</div> <div> <div>10 人や国の不平等をなくそう</div> <div>15 陸の豊かさも守ろう</div> <div>17 パートナリーシップで目標を達成しよう</div> </div> </div> |
| <p>RSPOを通じて環境、野生生物、人権の保護に貢献</p> <p>私たち日光ケミカルズが属するニッコールグループでは、2017年1月にRSPOプロジェクトを開始しました。当グループのサプライチェーンにRSPO対応の必要性を説明していくことで、サプライヤー様のご理解・ご協力を得るとともに、栃木県宇都宮市の製造拠点において、RSPOの監査・要件に準拠できるよう対応を進めました。</p> <p>その結果、2018年に前述の宇都宮、さらにシンガポールの製造拠点でRSPO（MB）製品の製造工場としての認証を取得しました。2022年時点では、ニッコールグループの購入原料や支社製品のパーム誘導体について、RSPOマスマランス（MB）認証品の割合97.76%（※）を達成しています。</p> <p>※ニッコールグループが購入、販売しているパーム油、パーム誘導体全量（パーム由来の素原料＋製造している製品）に対するMB対応している量</p> <p><b>【RSPO：Roundtable on Sustainable Palm Oil、持続可能なパーム油のための円卓会議】</b><br/> アブラヤシ農園の急速な拡大による環境への影響懸念から、世界自然保護基金（WWF）、欧米各国の関連企業、マレーシアパーム油協会などが中心となり、2004年に設立された国際NPOです。<br/> 持続可能なパーム油製品の生産および利用の促進を目的とし、パーム油産業をめぐる7つのセクターの関係者（パーム油生産業、搾油・貿易業、消費者製品製造業、小売業、銀行・投資会社、環境NGO、社会・開発系NGO）の協力のもと運営されています。</p> <div>  <div> <p>RSPO認証は、製品ごとではなく会社に対して与えられ、サプライチェーン全体での対応が必要となります。私たちニッコールグループ製品の場合、アブラヤシ生産者、油脂会社や商社、当社および当グループ各社まで一貫連携して初めてRSPO対応となります。</p> </div> </div> <div> <div>参照URL: <a href="https://rspo.org/ja/">https://rspo.org/ja/</a><br/> <a href="https://www.nikkol.co.jp/csr/">https://www.nikkol.co.jp/csr/</a></div> </div> |                     |                                                                                                                                     |

2-1283-21-100-01





## 暴力のない社会の啓発と実現へ向けて ～「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」～

当社のハイプレステージブランド『コスメデコルテ』は独自の取り組みである、女性を取りまく社会課題を解消する活動の一環として、すべての女性がより心豊かに暮らし、そして自分らしく輝ける未来へ向けて暴力のない社会の啓発と実現を目指し支援活動を実施しています。

このプロジェクトは内閣府が毎年 11 月に推進する「女性に対する暴力をなくす運動※1」に賛同し、コスメデコルテでは限定キットにて発売された「リポソーム アドバンスド パープルリボン セット」の売り上げの一部を寄付するなど、独自の活動を積極的に取り組み、より多くの女性が救われるようシェルターの運営維持や活動を支援しています。

※1 政府が推進する女性に対する暴力根絶に向けた活動。



コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト

◇「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」

<https://www.decorte.com/site/s/purpleribbonproject.aspx>

## 日本の伝統工芸の分野で活躍する女性を応援

～“KIHIN” to the future～ ものづくりの誇りを未来へつなぐ

ブランド誕生以降、長い歴史と経験のなかで培ったものづくりの誇りを大切に守り続けてきた当社の『コスメデコルテ』は、国を超えて人びとを魅了する日本の伝統工芸を後世に継承するため、この分野で活躍する女性をサポートする活動を行っています。この活動は、啓発と支援の両面から実施しており、一般財団法人の伝統的工芸産業振興協会を通じて、後継者の育成を支援する活動に寄付をしています。

また、公式サイトにある特設サイトにて『ものづくりの誇り×KIHIN』について語るさまざまな女性の日本伝統工芸士のインタビュー動画を掲載し、多くの方に現状を知っていただく活動を行っています。



女性の若手職人を支援をした日本伝統工芸

◇DECORTÉ 公式オンラインブティック:<https://www.decorte.com/>



## 女性活躍推進に向けた取り組み

マンドムは、多様な属性や価値観を持つ人財を確保し、それぞれの能力を最大限発揮できるように、「ダイバーシティ&インクルージョン」を目指した組織体制づくりを推進しています。また、2017年5月に公表した「マンドム社員が常に遵守すべき考働原則」である5つの「MANDOM PRINCIPLES」の中で「全員参画」と「人財主義」を掲げております。

女性活躍推進の主な取り組みとして、以下のように働きがいの向上を目的とした女性社員の積極登用を行い、管理職候補の育成を強化しています。

- ・異業種のキャリアデザインフォーラムへの参画
- ・海外出向機会を促進する など

また、女性の活躍推進を考える上で重要な「男性の家庭参画」についても、給与を保証した短期育児休暇の制度化や人事部、直属上長、本人との三者面談の実施および育児休業取得計画書の提出の義務化を行っています。

2021年度に対象となった男性社員19人の内、現時点で18人が育児休業を取得いたしました。休業者には男女に関係なく、任意でPCを貸与し、会社提供の教育コンテンツの受講、社内報や役員スピーチ動画の閲覧などが可能となり、円滑な復帰を支援しています。

## 「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」の最高ランク 「三つ星認証企業」に認証

これらの取り組みが評価され、マンドムは2022年6月1日に「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」の最高ランクである三つ星認証を取得しました。  
(三つ星認証:2022年4月から導入された、女性活躍の取り組みがより進展した区分)

※「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」認証とは、大阪市の「意欲のある女性が活躍し続けられる組織づくり」、「仕事と生活の両立(ワーク・ライフ・バランス)支援」、「男性の家庭参画」について積極的に推進する企業等を、一定の基準に則り認証し、該当する企業等が社会的に認知されることでその取り組みが広く普及することを目的として行っている認証事業です。



大阪市女性活躍リーディングカンパニー  
認証書

参照URL:

<https://www.mandom.co.jp/release/2022060201.html>

## コーセーグループ社員を対象に、 メンズメイクセミナーを開催

現在はジェンダーにとらわれずメイクを楽しむ時代へと少しずつ変わってきています。

メンズメイクのニーズが増えてきているこの時代にまずは社員の理解を深めるため、特有のテクニックなどを社内外に向け改めて伝えながら、性別や世代を問わずにメイクの魅力を発信するためにメンズメイクセミナーを開催しました。



メンズメイクセミナー風景



## ジェンダー的アンコンシャスバイアス にとらわれない価値の提供

美容は性別を問わず楽しめるということをビジュアルから提案

少しずつ男性も美容を楽しむようになってきている流れではありますが、興味を持ちながらも化粧品を使用する段階まで踏み出せていない生活者もいることから、美容は性別を問わず楽しめるということをビジュアルから提案するべく、広告表現にも取り入れ社会に発信しています。



### UISEE 「ニュアンス マット クリエイター」アイカラー

“囲み目メイク”をジェンダーレスに提案



### 雪肌精 羽生選手CMに起用

性別や年齢を問わず使える  
スキンケアブランドとして発信



## LGBTQ+へのアライの輪を広げるP&G独自の「アライ育成研修」を社外向けに無償提供

人材はP&Gにとって最も重要な経営資源です。そのため、P&Gでは「平等な機会とインクルーシブな世界の実現(Equality & Inclusion =E&I)」を経営戦略の一環として掲げ、社員一人一人が自分らしく、自分の能力を最大限に発揮できる組織づくりに30年近く関わって取り組んでいます。

その取り組みは自社のみならず、社外に向けた啓発活動にも注力しており、2016年には、社外啓発組織「P&Gダイバーシティ&インクルージョン啓発プロジェクト」を発足、従来は社内向けだった独自開発の管理職向け「インクルージョン研修プログラム」の無償提供を軸に、他企業へのレクチャーを行っています。

2021年からは、新たにLGBTQ+の理解者・支援者の増加を目的とした「アライ育成研修」を展開しており、これまでに107団体・460名\*に提供しています。

\*2022年12月末時点

### ～LGBTQ+とアライ(理解者・支援者)に関する全国調査の実施～

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

### ～「アライ育成研修」開発と社外への無償提供～

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

「アライ育成研修」は講義とワークショップの2つのパートから構成されています。前半の講義パートでは、性の多様性についての知識を身に付けるほか、P&Gの事例などを通し、インクルージョンの重要性について理解を促進します。そして、後半のワークショップでは、参加者同士でのディスカッションを通して、参加者一人一人が、「アライ」可視化の重要性、明日から「アライ」として何ができるか、「アライ」がもたらすものとは何かを考え、少しでも多くの参加者が「アライ」としてのスキルを身に付けることを狙いとしています。プログラムの講師は、P&Gの中でも特にインクルージョンに精通した社員や執行役員が担当し、高品質な研修プログラムの提供を実現しています。



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

## P&Gが独自開発した「インクルージョン研修プログラム」を実施

P&Gでは、経営戦略の一環として「平等な機会とインクルーシブな世界の実現(イクオリティ&インクルージョン=E&I)」を掲げ、「文化」「制度」「スキル」を三本柱に、経営陣の強いコミットメントのもと、インクルージョン推進、ジェンダー平等、更に多様な社員一人ひとりが最大限に能力を発揮できる組織づくりに取り組んでいます。社外からインクルージョン推進について多くのお問い合わせをいただく中で、30年近くにわたって推進してきたインクルージョンへの取り組みやそのノウハウを広く提供・共有し、より良い社会づくりに貢献すべく、2016年に社外啓発組織「P&Gダイバーシティ&インクルージョン啓発プロジェクト」を発足しました。同プロジェクトにおいて、ダイバーシティ(多様性)・イクオリティ(平等な機会)・インクルージョンの啓発活動や、P&Gが独自に開発した「インクルージョン研修プログラム」の無償提供を行っており、これまでに760社\*へノウハウを提供しています。 \*2022年12月末時点

### ■「インクルージョン研修プログラム」とは■

- 多様性・平等な機会推進を形だけに終わらせない、個人の“インクルージョン・スキル”(=個々の多様性を受け入れ活用する能力)を身に付けるために、P&Gが独自開発した、管理職向け研修プログラム
- 30年近くにわたってインクルージョンへの取り組みを推進してきたP&Gの知見やノウハウを、日本社会に広く共有すべく、従来は門外不出だった研修プログラムを、他企業・団体に無償で提供
- P&Gの中でもインクルージョンに精通した社員や執行役員が講師を担当しているため、高品質の研修プログラム提供を実現



### ～2022年は合計 25 社の企業向けに、P&G流のノウハウを提供～

新型コロナウイルス禍によりリモートワークをはじめとした柔軟な働き方が広がりつつある今、多様な働き方の中での社員同士のコミュニケーションやお互いを理解し合うインクルージョンのスキルの重要性が高まっています。イクオリティ&インクルージョン推進に意欲的に取り組まれている企業内での更なる推進を後押しするため、2022年は、オンラインによるインクルージョン研修会(12社 17名)と2つの講演会(13社 74名)を通じて計 25社 91名の担当者に向け、インクルージョンスキル(多様性の受容と活用)を社内でも推進するためのノウハウを提供しました。

人事部門と執行役員のP&G社員が講師となり、グループ討論を含む活発なコミュニケーションを通じて、社内でイクオリティ&インクルージョンを推進・定着させるために必要な心構えや具体的なスキル、さらに“無意識の偏見(アンコンシャス・バイアス)”などについて、当社事例を共有し、意見交換を行いました。

参照URL:

[https://assets.ctfassets.net/ugm1tr5brd4w/26grE9HZwkHhV04B8C7M9A/594680758dc41d934654de8c7d0b601d/20221223\\_online-inclusion-training.pdf](https://assets.ctfassets.net/ugm1tr5brd4w/26grE9HZwkHhV04B8C7M9A/594680758dc41d934654de8c7d0b601d/20221223_online-inclusion-training.pdf)

## 日本化粧品工業会／サステナビリティ推進委員会について

### 日本化粧品工業会とは

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

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

### サステナビリティ推進委員会について

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



#### サステナビリティ推進委員会 委員名簿

|     |        |         |        |        |
|-----|--------|---------|--------|--------|
| 委員長 | 川田 貴史  |         |        |        |
| 委員  | 及川 佳寿子 | 太田 豊    | 河野 斉治  | 楠田 倫子  |
|     | 小久保 淳治 | 小和田 みどり | 塩出 佐知子 | 田中 一光  |
|     | 田中 直樹  | 中野 愛美   | 蜷川 絵美  | 野崎 琢馬  |
|     | 原田 康子  | 三谷 光正   | 築瀬 香織  | 山本 さや香 |

\*事例集作成にあたっては、社会課題対策部会長 西村 英司氏、容器包装部会長 松本 州平氏の協力もいただきました。

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

〒105-0001 東京都港区虎ノ門5-1-5

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