

サステナビリティ取組事例集

JCiA
Japan Cosmetic Industry Association



日本化粧品工業会
サステナビリティ推進委員会
2024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・リサイクル等	... 11

みんなのために	... 17
- 消費者・コミュニティ	

一人ひとりのために	... 22
- 人権・労働慣行	

詳細編

各取組事例の詳細	... 29
----------	--------



「2023年度 サステナビリティ取組事例集」の発行にあたって



この度、『2023年度 サステナビリティ取組事例集』の発行を迎えることができました。2016年度より毎年の発行を続けてまいりましたが、本年度は会員企業からの事例提供がこれまでで最多を数え、年を重ねるごとに、より充実した内容となってきたことを実感しています。本事例集の企画・事例の提供・編集等にご協力・ご支援をいただきましたすべての皆様方に感謝申し上げます。

さて、2023年度のトピックスとして海外との直接対話の再開が挙げられるかと思えます。私も、サステナビリティ推進委員長として、昨年11月に中国香料香精化粧品工業協会(China Association of Fragrance Flavour and Cosmetic Industries:CAFFCI)の年会および国際フォーラムに参加してまいりました。その時の会場の熱量は驚くばかりで、コロナ禍を乗り越えた今、再び化粧品業界を大きく発展させていこうという前向きな強い思いを感じました。と同時に、中国並びに世界各国の工業会関係者は、サステナビリティに関して、皆、極めて高い課題意識を持っていたことが強く印象に残っています。

わが国の化粧品業界もまた新たに力強い経済活動を行うステージに入ろうとしています。そしてそれは、これまでとは異なり、より一層高いレベルでサステナビリティ、すなわち、環境問題や社会課題の解決への貢献を同時に見据えたものとなっていくはずです。冒頭に述べたとおり、会員企業の取り組みも年々その質を高め充実してきており、そのことはこの取組事例集に如実に表れています。一方、サステナビリティへの取り組みは、まだまだ多くの場合に大きな投資やコスト負担を強いるのもまた事実です。昨年7月に新たに制定されました『日本化粧品工業会ビジョン2030』において、持続可能な社会の実現への貢献が明確に謳われました。このビジョン2030の達成のために我々は、持続可能な社会実現のための取り組みを企業活動の負担や足かせとしてでなく、経済的な発展と同一線上に見据えることができる世界を目指していかなければならないと考えます。そのためには、多くの知恵を共有し、個々の力を結集することが必要です。サステナビリティ推進委員会が担う役割も大きなものであると認識しており、鋭意、新たな施策も含め検討を進める所存です。

改めまして、あらゆる関係の皆様、この取組事例集を通じて年々深化している会員企業の取り組みを知っていただければと思います。そして、これから更に業界一体となってビジョン2030達成に向けての活動を推進したいと考えています。引き続きのご支援の程、何卒よろしくお願い申し上げます。

2024年3月

日本化粧品工業会 サステナビリティ推進委員会
委員長 川田 貴史



本書の構成

本書は大きく【概要編】と【詳細編】の2つのパートで構成されています。

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

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

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



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



概要編



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・国内で気候変動への取組、脱炭素経営への推進が加速しています。

日本においても、「2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、すなわち2050年カーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」ことが宣言されています。しかしながら、日本の産業構造や自然条件を踏まえるとその実現は容易ではなく、産業界、消費者、政府を含め、日本全体で総力を挙げた取り組みが必要とされています。

脱炭素社会の実現に向けて

化粧品産業界も社会の一員として、創意工夫のもと、温室効果ガス削減に取り組んでいるところです。脱炭素を進める上では、最初に、どれだけの温室効果ガスをどこから排出しているのか科学的な「算定」が鍵となります。そのうえでどこを減らすのかを検討・実行すること、そして、お客様を含めたステークホルダーにその効果等をご理解いただきアクションを効果的なものにしていくといった一連のステップで実施されます。

粧工学会員は、原料や製品開発からだけでなく、オフィスや工場といった事業所の設計、エネルギー転換や植林活動といった、様々なステージで取り組みを進めています。



環境(気候変動)(1)

資生堂の伊吹山での自然保護活動

【株式会社資生堂】

資生堂は、社名の由来「万物資生」の思想や、R&D理念「Premium/Sustainability」のアプローチに基づき、高機能性と持続可能性を両立する「循環型」の原料・製品開発を進めています。

2018年より、サステナブルな原料の開発を目的として、伊吹山山麓に薬草園を開設し、原料となる植物の栽培と原料の開発を進めました。

これに加え、伊吹山では当社社員自らが環境保全に取り組むNPO法人とともに、植生の回復活動にも取り組んでいます。



伊吹山は、古来より薬草の聖地ですが、近年の環境変動によって植生が大きく悪化しています

植生回復のため、現地のNPO法人と当社社員が協力し、自然保護活動を行っています

→ p.29

宮城県石巻市「石巻復興祈念公園植樹活動」で累計1万本の植樹達成

【ライオン株式会社】

当社は、東日本大震災の復興支援活動被災地支援の一環として、2019年から宮城県石巻市と「石巻復興祈念公園植樹活動」に取り組んできました。2023年に実施した植樹活動により、「石巻南浜津波復興祈念公園」全体の植樹本数の約1割となる累計1万本の植樹を達成いたしました。



植樹活動の様子

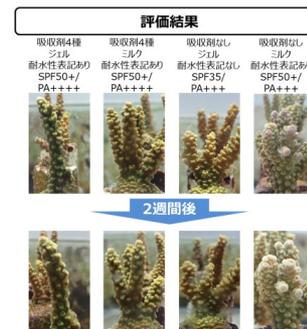
→ p.30

サンゴに与える影響評価とサンゴにやさしい日やけ止めの開発

【株式会社コーセー】

今年で16年目となる雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトでは、美しい海を次世代につなげる活動として、サンゴの保全や移植を長年の間実施しています。

当社では、ビューティを通じた環境保全を推進する中で、サンゴの健全な成育を目指し、サンゴへの影響が指摘される特定の紫外線防御成分や、それらを配合した製剤が、実際にサンゴの成育に与える影響を確かめる評価系を確立し、商品づくりに役立てています。



日やけ止めのサンゴへの影響評価試験



サンゴの成育に影響を与えないことを確かめた「雪肌精 クリアウェルネス」日やけ止め4品

→ p.31

環境(気候変動)(2)

地球環境と社員に配慮した美の創造拠点「ビューティーバレー」

【日本ロレアル株式会社】

「世界を突き動かす美の創造」をパーパス(存在意義)として掲げるロレアルは、人こそが企業をつくる存在であると考えています。2022年10月にリニューアルした日本ロレアルの新宿本社オフィス「ビューティーバレー」は、ハイブリッド勤務を前提とした環境と社員の安全性・健康・ウェルビーイングに配慮した美の創造拠点です。

アイシャドウやファンデーション、リップなど約60種類・約4,400個の廃棄前の自社製品をアップサイクルし、塗料や照明のシェード、タイルなどに活用しているほか、様々なアップサイクルを実施しています。



新オフィス ビューティーバレー

→ p.32

ライオングループ、CASBEE-スマートウェルネスオフィス認証取得

【ライオン株式会社】

新本社オープンの背景
～すべての生活習慣を、もっと前向きに～

2023年、当社グループは、「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する(ReDesign)」をパーパス(存在意義)としてしています。新しい習慣への気づきや共創を促すため、これまで東京エリアにあった4つのオフィスを集結し、環境にも配慮した新たな本社ビルを台東区蔵前に誕生させました。



新本社



「CASBEE-スマートウェルネスオフィス」認証ロゴ

→ p.33

ビューティ業界初：美容部員の制服のアップサイクル

【日本ロレアル株式会社】

ロレアルがグローバルで取り組む2030年に向けた野心的な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」の取組みの一環として、今まで焼却処分されていた美容部員の制服に着目し、株式会社チクマ(本社:大阪府)と連携し、美容業界で初めて、美容部員の制服のリサイクルを実施しています。

本取組みを通し、事業活動による廃棄物・CO2排出量を削減し、循環型社会経済への移行へと貢献していきます。



アップサイクルされた吸音材



弊社美容部員

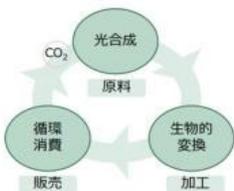
→ p.34

微細藻類を活用した 化粧品原料の開発

【株式会社資生堂】

資生堂は、企業使命「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD(美の力でよりよい世界を)」のもと、人々の肌だけではなく、自然環境をも健やかに美しく維持する、人にも地球にも優しい化粧品開発に取り組んでいます。藻類基点のサステナブルな新産業を構築するプロジェクト「MATSURI」を主導するちとせグループと連携し、藻類を利用した化粧品原料および化粧品容器にかかる原料の開発・量産化、さらには将来的な食品産業に活用できる原料開発などを視野に、共に循環型のモノづくりを加速していきます。

バイオの社会



CO2を有効活用する
社会のイメージ



世界最大級の微細藻類培養施設(ちとせグループ)

→ p.35

環境負荷低減活動: 副生成物(動植物由来)から エネルギーへの変換/水の消費量削減

【クローダジャパン株式会社】

クローダジャパン滋賀工場では環境負荷を低減し、持続可能な未来を築くために積極的に活動しています。工場運営において発生する副生成物(動植物由来)のボイラー燃料への再利用と水の消費量削減に取り組みました。



ボイラー燃料用廃油タンク 冷却水循環冷却塔

→ p.36

環境に優しい工場の実現

【株式会社シーエスラボ】

シーエスラボでは、持続可能な社会の実現に向けて、再生可能エネルギーの活用等、積極的な環境負荷の低減に取り組んでいます。

2020年より、本社ビルで利用する電力を再生可能エネルギー100%に切り替えました。さらに同年竣工した館林本工場では、ソーラーパネルの設置や、地中熱を利用した空調設備を導入することで、再生可能エネルギーの活用等を通じてCO2排出を削減しております。



館林本工場外観



地中熱を利用した
冷暖房システム

→ p.37

石油由来から植物由来へ、容器の原料を替えてCO₂排出量を削減

【サンスター株式会社】

サンスターは、「G・U・M(ガム)」ブランドの液体ハミガキ、洗口液 計13品種のプラスチックボトル容器を、2023年7月下旬の工場出荷分から植物由来原料30%を用いたバイオマスPET(ポリエチレンテレフタレート)製のボトルに切り替えました。石油由来原料に替えて植物由来原料の使用比率を高めることで、1年間で270トンのCO₂排出量を削減できる見込みです。今後も、プラスチック容器・製品への植物原料配合プラスチックや再生プラスチックの採用比率を高め、環境負荷低減を進めていきます。



バイオマスPET採用製品

サトウキビの搾りかすを活用

→ p.38

気候変動と資源循環に向けたサステナブルな化粧品の取組み

【株式会社コーセー】

当社の気候変動対策・脱炭素に向けた取り組みの一環として、2022年に環境省が実施した「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」に参加しました。商品のライフサイクルを通じたCO₂排出量である「カーボンフットプリント」(CFP)の算定を行い、その結果を踏まえ今後のCO₂排出量削減に向けた活動施策を策定しました。

また、4R(Reduce・Reuse・Recycle・Renewable)の視点をベースに、環境に配慮した容器包装の開発検討を行い、資源循環に向けた取り組みを推進しています。



CFP算定対象の「雪肌精 クリアウエルネス ピュア コンク SS」



分別が容易なメタルレスポンプの開発

→ p.39

サステナブル原料の販売

【岩瀬コスファ株式会社】

岩瀬コスファは、地球環境問題を人類共通の最重要課題の一つとして認識し、「地球環境保全に配慮した持続可能な目標」を設定するとともに、その実現に向け努力します。原料調達および販売の観点から、地球の恵みである資源の持続的な利用や環境負荷軽減を推進することで、グローバルにおける企業市民としての責務を全うし、社会に貢献します。岩瀬コスファは、事業活動のあらゆる場面において、環境関連の諸法令遵守と当社のコミットメントを実現します。また、事業活動が環境に与える影響を認識し、環境への配慮と汚染防止に向けて継続的に努力します。



佐賀県唐津市「唐津ウエルネスファーム」



栽培している白いきくらげ

→ p.40

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。

2022年4月には「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」が施行され、業界団体等が製品分野ごとの設計の標準化や設計のガイドライン等を策定するとともに、事業者は当該ガイドライン等を遵守するよう努めることが求められています。

日本化粧品工業会サステナビリティ推進委員会では、2022年6月に「化粧品の容器包装に関する環境配慮設計指針」を策定しました。プラスチックのみならず、ガラスや紙、金属など多様な容器包装についての環境配慮設計指針を定めて、ホームページにて公開して広くご活用いただけるようにしました。本指針の普及により、人にも地球環境にも魅力的な化粧品がより一層広まる一助となることを期待しています。

地球環境のために（容器・包装）(1)

「アーユルタイム」プラスチック使用量を約40%削減*

【株式会社バスクリン】

自然の恵みを感じて、健やかな毎日をサポートするバスソルト「アーユルタイム」を、プラスチック使用量を約40%削減した環境に優しいプラスチックボトルを採用し、2022年8月にリニューアル発売しました。

*:当社従来品比

今後も限りある資源を大切に扱い、環境負荷を減らすための取り組み強化に努めてまいります。



ボトル断面図(左:従来ボトル、右:新ボトル)



アーユルタイム ボトル 720g

→ p.41

製品特徴を生かした包装資材削減の取り組み

【NISSHA株式会社】

NISSHAは、化粧品用溶解性マイクロニードルパッチのOEM・ODMサービスを提供するなかで、SDGsの取り組みの一環として、ブリスターケースの削減を進めています。マイクロニードルパッチは、ブリスターケースを用いた包装が一般的ですが、保護プレートを備えた当社製品は、品質を保持したまま、ブリスターケースの削減・製品の直接包装が可能です。

これにより、包装サイズも小型化でき、従来品と比べ、約50%のプラスチック量削減となります。



ブリスターケース使用品 イメージ



ブリスターケース削減品 イメージ

→ p.42

ボトルの再利用とゴミの減量化を考えた”紙”の詰替用パウチを採用

【クラシエ株式会社】

ボトルの再利用とゴミの減量化を考えた”紙”の詰替用パウチを採用しました。一般的なプラスチックフィルムを使用したスタンディングパウチと比較して、プラスチック使用量を約39%(*1)、包材製造時のCO₂排出量を約23%(*2)削減。併せて内容物のヘアオイルにも耐えられる材質構成を実現しています。

*1 凸版印刷株式会社調べ。プラスチックを使用したラミネート包材との比較。
*2 凸版印刷株式会社算定。プラスチックを使用したラミネート包材との比較。CO₂排出量の算定範囲はパッケージに関わる①原料の調達・製造、②製造、③輸送、④リサイクル・廃棄。



”紙”の詰替用パウチ

紙マーク表記

→ p.43

地球環境のために（容器・包装）（2）

プラスチック使用量削減の取り組み 「FANCL リサイクルプログラム」

【株式会社ファンケル】



直営店舗での
回収の様子



容器洗浄の様子

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

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

→ p.44

廃棄物削減・リサイクルの 取り組み

【株式会社日本色材工業研究所】

日本色材では、環境対応の一環として廃棄物の削減に取り組んでいます。2023年度は、工場で発生する廃棄物のうち、ストレッチフィルム・廃プラスチック類を分別し、リサイクルする取り組みを推進しました。

生産過程で発生したこれらの廃棄物は、当社から専門のリサイクル業者に送り、リサイクル業者でリサイクル原料に加工されます。現在は、この原料を用いてゴミ袋が作られています。

今後も、生産過程で発生する様々な廃棄物のリサイクルを推進し、環境にやさしい工場を目指してまいります。



座間工場



つくば工場

「BeuRing(ビューリング)」 プラスチック製化粧品容器の 循環型プロジェクトスタート

【株式会社資生堂】



BeuRing
BOX

収集するもの



チューブ ジャー ボトル パウチ
リップ コンパクト マスカラ アイライナー
などのプラスチック容器

収集しないもの



ガラス スプレー缶 金属
などのプラスチックでない容器

私たちは、循環型ものづくりによるサステナブルな社会の実現を目指し、使用済みプラスチック製容器を新たな容器へと再生するプロジェクト「BeuRing(ビューリング)」を2023年4月より開始しました。実証試験として、ポーラ・オルビスホールディングスと共に横浜市内の一部店舗等で収集を行っています。

容器の素材ごとの分解や分別、洗浄などは必要なく、手軽に投函いただけます。

→ p.45

→ p.46

地球環境のために（容器・包装）（3）

みんなでボトルリサイクルプロジェクト

【ユニリーバジャパン株式会社、花王株式会社、P&Gジャパン合同会社、ライオン株式会社】

みんなでボトルリサイクルプロジェクト(以下「本プロジェクト」という。)は、ユニリーバ・ジャパン株式会社/花王株式会社/P&Gジャパン合同会社 / ライオン株式会社の4社が日用品容器の資源循環を目指し、2021年12月*から始めたプロジェクトです。

(*正式には2021年6月にユニリーバ、花王の2社でスタート)

日用品容器の水平リサイクルできる社会の実現を目指して、ヴェオリア・ジャングループ、株式会社digglueと技術連携をしながら、東京都内の公共施設で日用品使用済み容器を分別回収することにより、①分別回収・リサイクルの仕組みを検討したり、②水平リサイクル技術を検証したりしています。



設置中の空き容器回収ボックス

→ p.47

使用済み包装容器由来の再生プラスチックを一部に使用した買い物カゴを製作

【ライオン株式会社、花王株式会社、P&Gジャパン合同会社、ユニリーバジャパン株式会社】

ライオン株式会社、花王株式会社、P&Gジャパン合同会社、ユニリーバ・ジャパン株式会社の4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。そのなかで、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主要日用品メーカーによる推進協議会が実施する、使用済み包装容器の回収におけるプラットフォーム構築に向けた実証実験に参加しました(本プロジェクトは2023年9月終了)。この度、回収した使用済み包装容器由来の再生プラスチックを一部に使用した再生品として、買い物カゴを製作いたしました。



買い物カゴのデザインと参加企業のロゴ

→ p.48

循環型リサイクルパレット使用によるCO₂削減

【日光ケミカルズ株式会社】

日光ケミカルズが属するニッコールグループの製造拠点では、2015年より環境負荷低減活動の一環として循環型リサイクルパレットの導入を推進しております。

2023年からは海洋への環境負荷低減にも目を向け、流出リスクの高いプラスチックごみを再利用したOBP(オーシャンバウンド プラスチック)パレットを導入、更なるCO₂削減に取り組んでいます。

通常の100%プラスチックパレットを導入した場合と比較すると現在までにCO₂の排出量を累計で約86,000KG削減しています。



リサイクルパレット



→ p.49

地球環境のために（容器・包装）（4）

海洋プラスチックをアップサイクルした物流資材の活用で、豊かな海を守る

【株式会社伊勢半】

伊勢半グループでは、商品の保管・運搬などに使用する物流資材に、海洋プラスチック（OBP:オーシャン・バウンド・プラスチック）を素材の一部として利用したリサイクルパレットを導入しています。

オーシャン・バウンド・プラスチックを活用した物流資材を使うことで、プラスチックごみの海への流出を防ぎ、小さな取り組みからでも豊かな海を守っていくことに貢献していきます。



OBPリサイクルパレット

→ p.50

化粧品容器再生プラスチックのアート活用へむけて

【ポーラ化成工業株式会社】

ポーラ化成工業ではポーラ・オルビスグループの化粧品容器由来の再生プラスチック材料をアート作品の素材として提供するとともに、当社の研究員が材料を加工する技術サポートを行っています。

再生プラスチック材料の特性を研究する中から物性のバラつきや不均一な外観がアート作品の唯一無二の味となる可能性を見出したことから、マテリアルリサイクルの新しい可能性を広げる活動として再生プラスチックを有効活用する用途をこれからも開拓していきます。



→ p.51

日やけ止めブランドで展開するサステナビリティ推進活動

【花王株式会社】



花王は、「Think Sustainability, Be Beautiful」をコンセプトとしたサンスクリーンブランド『ALLIE』を展開しており、製品づくりや社外活動を通じたサステナブルな事業活動を推進しています。

水環境の生態系への影響を考慮した「ビーチフレンドリー処方」を開発し、さらに、プラスチック使用量を削減(当社従来品比)したパッケージの採用及び製造時にかかる電力における100%再生可能エネルギーの利用を推進してきました。また、海洋プラスチックゴミ回収装置である「シービン」の購入・寄付や、ビーチクリーン活動を始めたさまざまなイベントをThink Sustainability Actionとして開催しました。

→ p.52

地球環境のために（容器・包装）（5）

ハミガキ用つけかえ式容器を開発

【花王株式会社】

練りハミガキに一般的に使用されているチューブ容器は、中身が減るにつれて絞りにくくなる不便さがあります。

本製品では指先のポンプでハミガキを出すことができ、使いたい量を調整しやすい、片手で操作しやすいという特徴があります。

また、使用後は新しいパウチに交換するつけかえ式の容器とすることで、廃棄プラスチック量を減らすことが出来る環境に配慮した設計としました。つけかえ式のハミガキ粉は日本で初めての実現です。



→ p.53

【コラム】 サステナビリティ指針(第2版)の発行について

化粧品は、美や健康を提供することに加え、心を豊かにし、人と社会の幸福に貢献するという価値を持っています。日本化粧品工業会(粧工会)では、世界中の消費者が安心して心豊かな化粧生活を送れる持続可能な社会の実現に向けて、これまで様々な取り組みを行ってきました。

2015年には「消費者課題」、「環境」、「人権・労働慣行」、「コミュニティへの参画」の4つを重点課題としたサステナビリティ指針を策定し、取り組みを強化してきたところです。

2022年に、化粧品産業界の貢献が特に期待されている課題を把握し、それらに焦点を当てた取り組みを進めるため、マテリアリティ評価を実施しました。

マテリアリティ評価結果を踏まえ、2023年4月にサステナビリティ指針の改定を行いました。人と社会の幸福への貢献を念頭に、環境課題や社会課題について幅広く網羅し方向性を明示するような内容として、解説編も同時に発行しています。



URL: <https://www.jcia.org/user/approach/sustainability/guidelines>

みんなのために

消費者・コミュニティ

新型コロナウイルスの位置付けが、新型インフルエンザ等感染症(いわゆる2類相当)から5類感染症に変更され人々の意識や行動にも変化がみられるようになってきました。街の人出は回復し、マスクを外して行き交う人も増えてきました。2024年にお金をかけたいという項目では1位が旅行(博報堂生活総合研究所、生活者にきいた“2024年生活気分”より)と、意識が外へ向かっている傾向もでてきています。

しかし、コロナ禍の収束や物価上昇の落ち着きを期待して、経済の好転を予測する一方、物価上昇がそれを上回る影響を及ぼし、2024年も景気が悪くなると考えている生活者が多い様子が見えています。

また多様化する消費者に対し、「誰も取り残さない」というSDGsの基本方針に則り、企業側の様々な取組ができています。SDGsの認知は、どの年代でも5割を超え、名前を聞いたことがある知名度では8割を超えるに至っています。

サステナブルやSDGsに関する意識や行動は、徐々に生活者側でも浸透してきています。買い物の際の環境・社会意識度も高まってきています。特にリユース品の売買など「サーキュラー(循環)」な購買行動が、若年層を中心に徐々に広がりを見せていることを考えると、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ない。



みんなのために(1)

自分らしいインクルーシブな社会に向けてマーケター向けDE&Iセッション実施

【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インクルーシブな社会の実現に向け、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)を重要な経営戦略として位置づけています。

生活者と重要な接点を持つマーケティングを担う社員が、DE&Iのアプローチからブランドや事業活動を通じて新たな価値を創造していくことが重要であると考え、2023年よりマーケター向けDE&Iセッションを実施しました。これまでに、日本地域のマーケター570人が参加しています。

本日のプログラム



プログラム構成

→ p.54

視覚障がいの方に寄り添うファンケルセミナー

【株式会社ファンケル】



セミナーの様子



参加者の様子

ファンケルは、視覚に障がいのある方へ外出して人に会うことや、おしゃれを楽しんでいただきたいという想いから、視覚障がいのある方を対象にスキンケアやメイクのセミナーを2013年から実施しています。

コロナ禍ではオンラインにて開催していましたが、2023年7月に4年ぶりに対面式で再開しました。セミナーでは、自分自身でスキンケアやメイクができるよう、店舗スタッフがサポートしながら実習を行いました。

→ p.55

シャンプーできれいになる仕組みを学ぶ出張授業「きれいをたのしむ教室」

【クラシエ株式会社】

クラシエが展開する「きれいをたのしむ教室」は、髪を洗うことを通して、きれいになるしくみがわかる出張授業です。「洗う」という生活習慣を、身近な科学として捉え、しくみがわかると、「ワクワクする面白い!」と思ってもらうことで、子どもの知的好奇心や自ら学ぶ意欲を育みます。また、「ぎゃくシャンプー」という取組を通じ、子どもの成長を応援するとともに、親子のコミュニケーションも、より豊かにしていきたいと考えています。



水と油にシャンプーを
混ぜる実験



頭の洗い方レクチャー

→ p.56

みんなのために（2）

次世代の健やかな肌を守り、豊かな感性を育む啓発活動

【株式会社コーセー】

当社は新たなお客さまとの接点づくりを目指し、グローバル、ジェンダー、ジェネレーションの頭文字をとった「3G」をテーマに掲げ企業活動を推進しています。

その中でも未来を担う次世代へ向け、健やかな肌を守るために、幼少期からのスキンケアの習慣化、紫外線から肌を守る日焼け止めの重要性を伝えるため啓発活動を実施しています。

今後も化粧品を通じて、多くの方のQOL向上に貢献し、ひとりひとりが自分らしくいきいきと活躍できる社会を目指していきます。



中高生に向けた「紫外線対策」の重要性を伝える講座



「幼少期からのスキンケア」の大切さを伝えるセミナー

→ p.57

外出先の紫外線対策習慣を創造するノンガスミストタイプの日焼け止め製品の開発

【花王株式会社】

花王は外出先での塗り直しに適した「ポータブル発想の日焼け止め」というサブカテゴリーを創造し、ビオレUV アクアリッチ アクアプロテクトミスト(瞬感ミストUV)を2023年2月に全国発売しました。

外出先でも気軽に紫外線対策ができるように、多数の工夫を施しています。また、環境にも配慮しており、プラスチック使用量の削減や、ノンガスタイプによる環境に優しい製品設計を実現しています。



ノンガスミストタイプの日焼け止め

→ p.58

蚊による感染症から未来のいのちを守る取り組み

【花王株式会社】

東南アジアでは、蚊が媒介するデング熱の被害が社会課題となっています。温暖化の影響もあり、デング熱を媒介する蚊の生息域が広がりがつあることから感染地域の拡大も懸念されています。

花王は蚊を肌にとまらせない新発想の製品を軸に、蚊から未来のいのちを守る「#GUARD OUR FUTURE」プロジェクトを展開しています。まずは、デング熱被害が深刻な国の一つであるタイにおいて、幅広い官学民パートナーとの協業を通じてデング熱被害の低減をめざしています。



Bioré GUARD Mos Block Serum
(ビオレガード モスブロックセラム)

→ p.59

東京都台東区と 包括連携協定を締結

【ライオン株式会社】

当社は、東京都台東区と、区民の健康増進やサステナビリティの実現に向けた包括連携協定を締結しました。今後は、両組織が連携・協力して、健康や環境など幅広い分野で事業を展開してまいります。
協定締結期間は、2023年3月13日～2026年3月31日です。



締結式の様子

→ p.60

地域の子供達への化学実験教室

【クローダジャパン株式会社】

地域の子供たちに向けたシャンプーの製作ワークショップを通じて、環境に優しい製品づくりの楽しさを学びます。シャンプーは通常のシャンプーとは異なり、水を削減し、固形状の形態を持つ環境に優しい新しい可能性のある製品です。このユニークな形態により、包装材の使用を少なくし、輸送時のエネルギー消費が低減されます。手作り体験を通じて持続可能な生活の重要性を伝え、未来のリーダーたちを育成します。



製作したシャンプー

→ p.61

「どう思う？部活ヘア」活動

【株式会社マンダム】

マンダムは、高校生における「部活ヘア」の存在に着目し、高校生がおしゃれと部活を両立して学校生活を楽しめるよう、部活生も先生もみんなが納得のいく髪型ルールへの第一歩となるべく「どう思う？部活ヘア」を23年5月より開始しました。美容師などのスペシャルサポーターと共創しながら部活生の自分らしさをサポートする活動を実施しています。



→ p.62

みんなのために（4）

Beサポーターズ！ いくつになってもワクワクしたい、 すべての人へ

【サントリーウエルネス株式会社】

「Be supporters!」は、高齢者施設の高齢者や認知症の方など、普段は周囲に「支えられる」場面の多い方が、地元のサッカーリーグのクラブのサポーターとなることで「支える」存在になることを目指す活動で2020年12月よりサントリーウエルネス株式会社が推進しています。

コンセプトは「いくつになってもワクワクしたい、すべての人へ」。2021年12月からはJリーグと協働で推進しており、現在、全国約160施設・延べ6,000人に広がっています。



→ p.63

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、乳がんの早期発見の大切さを呼びかける世界的な運動「ピンクリボン」に賛同し、2007年から「花王グループピンクリボンキャンペーン」を実施してきました。キャンペーンを通じて、より多くの方に早期発見の大切さをお伝えすることで、検診を受ける方が増えることを願い、活動に取り組んでいます。また、この機会に、乳がんのみならず、ご自身や周りの方の健康を考えるきっかけとしていただきたいと考え、幅広い活動を行っています。

また、期間中はKANEBO・LISSAGE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等を配布したほか、海外でも、中国社、タイ社等の6社に続き、2022年からドイツ社、2023年スイスも活動に参加しました。



→ p.64

美を考え、境界を越える グループ 横断プロジェクト「美を紡ぐ」

【ポーラ化成工業株式会社】

「美を紡ぐ」は、「美」を深く見つめなおし、“これから大切にしたい美”を考えるポーラ・オルビスグループ横断のプロジェクトです。

日本の美を見つめる中で、古くから日本文化に大きな影響を与えてきた中国の文化的背景についても視野を広げており、日中共通の美意識の再発見にもつながりました。

2023年は、これまでの活動をまとめ展示や、ワークショップを通して様々な方との対話も進めてきました。2024年からは世代を超えた対話も始まる予定です。



「美を紡ぐ」展



ワークショップの様子

→ p.65



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、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。さらに2023年、これから本格的に人権尊重の取組を進めていく企業にとって、実務レベルで何をすればよいのかイメージできるように、取り組みの初期のステップを概説した「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実務参照資料」が発行されました。

このように、事業規模を問わず、多くの企業が人権尊重への取り組みを開始するために必要な環境が整いつつあります。今後、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ともに、情報公開やステークホルダーとの対話が進むことが期待されます。

一人ひとりのために (1)

外部イニシアティブへの 賛同・参画

【岩瀬コスファ株式会社】

岩瀬コスファは、グループ全体で持続可能な開発目標(SDGs)を支持しており、重点的に取り組むテーマとSDGsを対応させています。常にSDGsへの貢献を意識して事業を推進し、グループ全体への浸透を図ります。

- ・一般社団法人日本経済団体連合会「企業行動憲章」
 - ・経団連生物多様性宣言イニシアチブ
 - ・国連グローバル・コンパクト
 - ・Sedex
 - ・EcoVadis
 - ・CDP
- に参画。



Global Compact
Network Japan

国連グローバルコンパクトに署名

→ p.66

サプライヤーアセスメント プログラム

【株式会社資生堂】

資生堂は、持続可能なサプライチェーンの構築を目指し、サプライヤーアセスメントプログラムの実施を進めています。

新規のサプライヤーには、事前にセルフアセスメントを実施しハイリスクでないことを確認したうえで、「資生堂グループ サプライヤー行動基準(以下SSCC)」に合意いただき取引を行います。

既存のサプライヤーに対しても、セルフアセスメントによりサプライヤーを評価することでSSCCの遵守状況を継続的に確認しています。



ECOVADIS
Best Portfolio Performance
Improvement

SHISEIDO

→ p.67

持続可能な調達

【岩瀬コスファ株式会社】

岩瀬コスファは、人権侵害や環境破壊、労働環境などの問題は、サプライチェーン全体で取り組むことが重要だと認識しています。

持続可能な調達方針のもと、認証原料の調達を推進するとともに、従業員およびサプライヤー、取引先のCSR教育・啓発に努めます。

より良い社会の実現、環境の保護、地域社会の発展を目指して、法令や諸規則を遵守するとともに、「ホワイト物流」推進運動賛同企業として、物流の効率化や従事者の労働環境改善など、包括的に持続可能な調達活動を推進します。

これらのコミットメントを実現するために、調達目標を設定し、達成するように努めます。



「ホワイト物流」
推進運動

賛同企業



→ p.68

一人ひとりのために (2)

インクルーシブショッピングの実現に向けた取り組み

【P&Gジャパン合同会社】

P&Gジャパン合同会社(以下、P&G)は、LGBTQ+をはじめとする多様なお客様が自分らしく、安心して日々の買い物ができる環境の実現を目指して、ウエルシアホールディングス株式会社(以下、ウエルシア)との協働による「インクルーシブ・ショッピングプロジェクト」を実施。多様性に配慮した接客を提案する「インクルーシブ・ショッピングハンドブック」を共同開発しました。ウエルシアではハンドブックを活用した研修を役員に行い、接客研修を店舗スタッフに実施しているほか、旗艦店舗を選定。P&Gでは、自社美容部員やお客様相談室スタッフに同様の研修を展開するなど、多様な人が自分らしく安心して過ごせるインクルーシブな買い物環境・社会づくりに取り組んでいます。



→ p.69

多様な社員をサポートする取り組み

【株式会社コーセー】

当社は多様な社員のチカラが経営基盤には必要であると考え、2019年にダイバーシティ&インクルージョン宣言を策定し、ダイバーシティ&インクルージョン経営に取り組んでいます。

共に働くすべての社員の満足度を高め、エンゲージメントの向上へつなげるため、管理部門だけではなく部門を横断したメンバーにより「働きやすさ」と「働きがい」を高めるため職場の環境づくりに取り組んでいます。



ネットスーパー受け取りスポット
「工場ラクラクパック」設置

→ p.70

【コラム】 粧工会主催セミナーや研修について

粧工会では、会員のサステナビリティ活動を一層推進すべく、社会課題や容器包装等の各種テーマについてセミナーや研修を行っています。

<https://www.jcia.org/admin/event>

社会課題に関する2例をご紹介します。

●2023年度社会課題ウェビナー「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」
2023年4月に策定した手引きについて、社会課題対策部会委員が要点や手引きの使い方を、2023年12月に説明いたしました。



●イクオリティ(平等な機会)・インクルージョン研修 ~管理職としてなにができるか~
組織内でのインクルージョン推進・定着に必要な個人の「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)」を実践し、組織の成長につながるような機会として、P&Gジャパン合同会社から講師をお招きして、2024年1月に開催いたしました。

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. 資生堂の伊吹山での自然保護活動
(株式会社資生堂) p.29
2. 宮城県石巻市「石巻復興祈念公園
植樹活動」で累計1万本の植樹達成
(ライオン株式会社) p.30
3. サンゴに与える影響評価とサンゴに
やさしい日やけ止めの開発
(株式会社コーセー) p.31
4. 地地球環境と社員に配慮した美の
創造拠点「ビューティーバレー」
(日本ロレアル株式会社) p.32
5. ライオングループ～CASBEE-ス
マートウェルネスオフィス認証取得
(ライオン株式会社) p.33
6. ビューティ業界初:美容部員の制服
のアップサイクル
(日本ロレアル株式会社) p.34
7. 微細藻類を活用した化粧品原料の
開発
(株式会社資生堂) p.35
8. 環境負荷低減活動：
副生成物(動植物由来からエネルギー
への変換/水の消費量削減
(クローダジャパン株式会社) p.36
9. 環境に優しい工場の実現
(株式会社シーエスラボ) p.37
10. 石油由来から植物由来へ、容器の
原料を変えてCO2排出量を削減
(サンスター株式会社) p.38
11. 気候変動と資源循環に向けた
サステナブルな化粧品の取組み
(株式会社コーセー) p.39
12. サステナブル原料の販売
(岩瀬コスファ株式会社) p.40

事例一覧(続き)

地球環境のために

容器・包装

1. 「アーユルタイム」プラスチック使用量を約40%削減
(株式会社バスクリン) p.41
2. 製品特徴を生かした包装資材削減の取り組み
(NISSHA株式会社) p.42
3. ボトルの再利用とゴミの減量化を考えた”紙”の詰替用パウチを採用
(クラシエ株式会社) p.43
4. プラスチック使用量削減の取り組み「FANCL リサイクルプログラム」
(株式会社ファンケル) p.44
5. 廃棄物削減・リサイクルの取り組み
(株式会社日本色材工業研究所) p.45
6. 「BeauRing(ビューリング)」プラスチック製化粧品容器の循環型プロジェクトスタート
(株式会社資生堂) p.46
7. みんなでボトルリサイクルプロジェクト
(ユニリーバジャパン株式会社
花王株式会社 P&Gジャパン合同会社 ライオン株式会社) p.47
8. 使用済み包装容器由来の再生プラスチックを一部に使用した買い物カゴを製作
(ライオン株式会社 花王株式会社 P&Gジャパン合同会社
ユニリーバジャパン株式会社) p.48
9. 循環型リサイクルパレット使用によるCO₂削減
(日光ケミカルズ株式会社) p.49
10. 海洋プラスチックをアップサイクルした物流資材の活用で、豊かな海を守る
(株式会社伊勢半) p.50
11. 化粧品容器再生プラスチックのアート活用へむけて
(ポーラ化成工業株式会社) p.51
12. 日やけ止めブランドで展開するサステナビリティ推進活動
(花王株式会社) p.52
13. ハミガキ用つけかえ式容器を開発
(花王株式会社) p.53

事例一覧(続き)

みんなのために

消費者課題

1. 自分らしいインクルーシブな社会に向けてマーケティングDE&Iセッション実施(株式会社資生堂) p.54
2. 視覚障がいの方に寄り添うファンケルセミナー(株式会社ファンケル) p.55
3. シャンプーできれいになる仕組みを学ぶ 出張授業「きれいをたのしむ教室」(クラシエ株式会社) p.56
4. 次世代の健やかな肌を守り、豊かな感性を育くむ啓発活動(株式会社コーセー) p.57
5. 外出先の紫外線対策習慣を創造するノンガスミストタイプの日焼け止め製品の開発(花王株式会社) p.58
6. 蚊による感染症から未来のいのちを守る取り組み(花王株式会社) p.59

コミュニティ

1. 東京都台東区と包括連携協定を締結(ライオン株式会社) p.60
2. 地域の子供達への化学実験教室(クローダジャパン株式会社) p.61
3. 「どう思う?部活ヘア」活動実施(株式会社マンダム) p.62
4. Beサポーターズ! いくつになってもワクワクしたい、すべての人へ(サントリーウェルネス株式会社) p.63
5. ピンクリボンキャンペーン(株式会社カネボウ化粧品) p.64
6. 美を考え、境界を越えるグループ横断プロジェクト「美を紡ぐ」(ポーラ化成工業株式会社) p.65

一人ひとりのために

1. 外部イニシアティブへの賛同・参画(岩瀬コスファ株式会社) p.66
2. サプライヤーアセスメントプログラム(株式会社資生堂) p.67
3. 持続可能な調達(岩瀬コスファ株式会社) p.68
4. インクルーシブショッピングの実現に向けた取り組み(P&Gジャパン合同会社) p.69
5. 多様な社員をサポートする取り組み(株式会社コーセー) p.70



【自社薬草園での栽培の試み】

伊吹山は古くから薬草の採草地として名高く、平安時代に朝廷へ献上された薬草の品目数が最も多かったとする記載も見られます。天然記念物に指定されている山頂の草原植物群落には、特異な地質・気候の恩恵を受けた多種多様な植物が自生し、保護されています。しかし、近年この地域では、薬草栽培の担い手が減少し、薬草文化の継承が危ぶまれています。



伊吹山は古来より薬草の聖地

当社では、伊吹山ならではの価値を持つ薬草を活用することで、高い機能性や安全性、透明性のある原料の調達が可能になると考え、2018年より伊吹山山麓の薬草園を開設し、化粧品などの原料となる植物の栽培を行っています。当社は伊吹山の薬草文化を継承する「伊吹薬草の里文化センター」とともに、「自然に共生させてもらう」という概念に基づいた栽培を進めてきました。栽培では環境負荷の少ない「循環型栽培」を実施しています。



伊吹山麓における当社の薬草園での素原料の栽培の様子

【自然環境保護活動】

近年、日本各地で深刻化している獣害と植生悪化。伊吹山においてもシカの急増により山中の植物が食べつくされた場所では、植生が大きく変化し、生物の種数や個体数が減少しています。植物が減少することで、根が抑えていた土壌が、大雨により流されて、土石流が発生しやすくなり、植物が再定着することが困難な状況となっています。



伊吹山での自然回復活動の様子

当社では自然の恵みへの感謝の念とともに、緑に覆われ多種多様な植生がはぐくまれる伊吹山の自然環境を回復することを目的に、NPO法人「霊峰伊吹山の会」の協力の下、伊吹山での自然保護活動を開始しました。初回の活動では、原料開発部門のメンバーが中心となり、植生回復の第一歩となる表土流出を防止するための板材運搬を行いました。

参加者からは、「被害の深刻さを目の当たりにし、植生回復活動を続けていくことの重要性を実感した」との声が多く聞かれました。また、伊吹山地域の連携先職員による講演会や、本活動を発信するための社内外の普及イベントなどの情報普及活動も行っています。

本活動においては、地元の方々と共に環境を保護しながら、資生堂独自の安全で効果の高い原料開発を推進するとともに、脈々と受け継がれる日本古来の貴重な薬草文化の保護・復興を目指します。

参照 米原市天然記念物「伊吹山頂草原植物群落」保存管理計画より
<https://www.city.maibara.lg.jp/material/files/group/47/i/bukiyama2.pdf>



当社は、東日本大震災の復興支援活動被災地支援の一環として、2019年から宮城県石巻市と「石巻復興祈念公園植樹活動」に取り組んできました。2023年に実施した植樹活動により、「石巻南浜津波復興祈念公園」全体の植樹本数の約1割となる累計1万本の植樹を達成いたしました。

■植樹活動の概要

当社は2011年の東日本大震災以降、創業者小林富次郎のゆかりの地である宮城県石巻市の市内で、独自に復興支援活動を行ってきました。2011年からは、「東北に元気をlove.石巻」プロジェクトとして当社従業員が参加し、保育所・幼稚園での生活習慣(歯みがき、手洗い)の啓発活動や、水産加工業の企業の皆さんを当社の各事業所にお招きして石巻マルシェ(物産展)を開催するなどの取り組みを行って参りました。

さらに2019年には、当社が培ってきた健康づくりに関する知見を活用して、市民の皆さんの健康増進と地域の活性化を図るために、石巻市と包括連携協定を締結しました。

石巻市では、復興祈念公園での植樹活動として約10万本の植樹を計画しています。当社も包括連携協定の一環として、2019年から毎年当社従業員、お取引先様、石巻市民の皆さんで、力を合わせて植樹に取り組んで参りました。5回目となる今年、苗木本数が累計で1万本となり、当社が石巻市へ寄贈をお約束した1万本の植樹を達成いたしました。

当社は今後も、石巻市の皆さんとともに、従業員参加のもと、様々な活動に取り組んで参ります。



植樹活動の様子

参照URL:<https://www.lion.co.jp/ja/news/2023/4417>



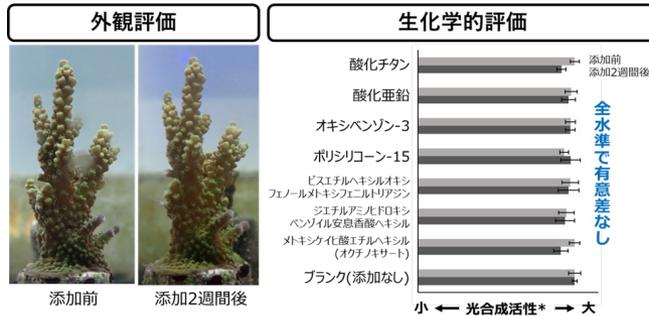
今年で16年目となる雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトでは、美しい海を次世代につなげる活動として、サンゴの保全や移植を長年の間実施しています。



2023年に実施した、雪肌精 SAVE the BLUE~Ocean Project~

ビューティを通じたこの環境保全を推進する中で、サンゴの健全な成育を目指し、サンゴへの影響が指摘される特定の紫外線防御成分が、実際にサンゴの成育に与える影響を確かめる評価系を確立し、原料の採用に役立てています。

※一部の国や地域で販売が制限される

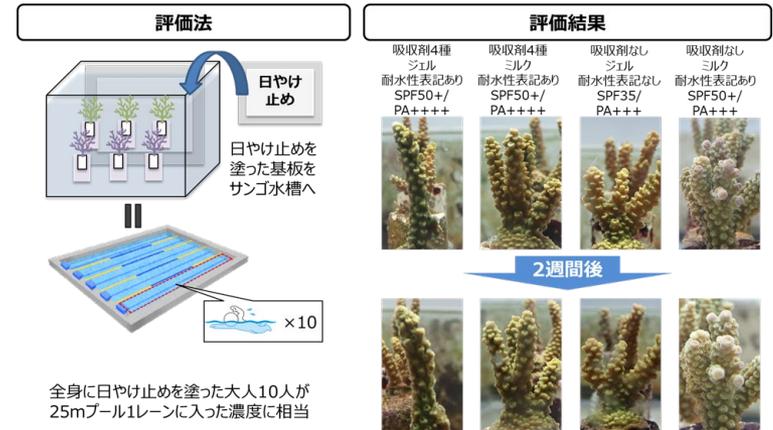


※代表としてオクチノキサート添加の一部検体を表示 *サンゴと共生するプランクトンの光合成活性

紫外線防御剤7成分のサンゴへの影響評価

参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/media/2022/02/20220207.pdf>

この評価系に基づき、海の環境に配慮した処方設計の日焼け止めを開発。実際の使用を想定したサンゴ成育への影響評価系を開発し、サンゴに影響がないことを評価・確認しました。



実際の日焼け止め使用を十分にカバーできる濃度

いずれも外観に異常なし

日焼け止め使用を想定したサンゴ評価法と実験結果

当社では、これまで推進してきたサンゴ保全活動を発展させ、独自の研究と商品づくりの観点でもサンゴへの優しさを追求した取り組みを進めています。



サンゴの成育に影響を与えないことを確かめた処方設計の「雪肌精 クリアウェルネス」日焼け止め4品

参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/media/2022/04/20220413.pdf>
参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/news/8496/>



「世界を突き動かす美の創造」をパーパス(存在意義)として掲げるロレアルは、人こそが企業をつくる存在であると考えています。2022年10月にリニューアルした日本ロレアルの新宿本社オフィス「ビューティーバレー」は、ハイブリッド勤務を前提とする地球環境と社員の安全性・健康・ウェルビーイングに配慮した美の創造拠点です。

- 非営利団体・米国グリーンビルディング協会(USGBC) ¹ が開発・運営する建築の環境性能評価制度「LEED GOLD®認証」を取得
- アイシャドウやファンデーション、リップなど約60種類・約4,400個の廃棄前の自社製品をアップサイクルし、塗料や照明のシェード、タイルなどに活用
- ロレアルテナント内カフェで発生する生ごみのバイオガス化リサイクルを実現



The LEED® certification trademark is owned by the U.S. Green Building Council and is used with permission.



新オフィス「ビューティーバレー」

参考URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/articles/brands/our-office/>

- オフィスで発生する紙ごみをタオルにアップサイクル
- ネスプレッソとのパートナーシップで、廃棄となる使用済コーヒーを使用した腐葉土をオフィスの観葉植物に使用
- カフェテリアでは、ロレアルのDE & Iの取組みの一環として、NPO法人 studioFLATとのパートナーシップにより、精神障がいのある当事者アーティストの方々の作品をサブスクリプションをして掲示をするという「美(アート)」「インクルーシブ(包摂性)」「サステナビリティ(持続可能性)」を融合させた先駆的な取組みを実施。また作品で使用する絵の具の一部に、廃棄予定のロレアル製品をアップサイクルした絵の具を使用



社員用カフェテリアに掲示している
インクルーシブ・アート作品 (StudioFlat提供)

参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/press-releases/brands/j-web-pr-studioflat-subscription/>

ライオン株式会社

ライオングループ、～CASBEE-
スマートウェルネスオフィス認証取得～

関連する
SDGs
目標



■新本社オープンの背景 ～すべての生活習慣を、もっと前向きに～
2023年、当社グループは、「より良い習慣づくりで、人々の毎日に貢献する
(ReDesign)」をパーパス(存在意義)としています。新しい習慣への気づきや共創を
促すため、これまで東京エリアにあった4つのオフィスを集結し、環境にも配慮した新た
な本社ビルを台東区蔵前に誕生させました。



新本社

■環境への配慮

～CASBEE-スマートウェルネスオフィス Sランク～
当ビルは空間構成、取り組み等が評価され、建築物の総合的
環境性能とともにウェルネス性能の認証を行う「CASBEE-
スマートウェルネスオフィス」認証の最高ランクである「Sラン
ク」の認定を受けております。



「CASBEE-スマートウェル
ネスオフィス」認証ロゴ

■「親子ルーム」「マザーズルーム」

「親子ルーム」は子育て中の従業員による子連れ勤務に利用されるだけでなく、普段は
会議室として活用されています。

また、「マザーズルーム」には搾乳室が設置されており、授乳期に職場復帰した母親従
業員の健康・育児サポートとして活用されています。

<https://www.lion.co.jp/ja/sustainability/employee/work life/>



親子ルーム

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2023/4265>





ロレアルがグローバルで取り組む2030年に向けた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」では、火急の環境・社会課題に対し、野心的な目標を掲げ、持続可能な世界の実現に貢献しています。

日本においては、環境面では気候変動・廃棄、社会面ではジェンダー平等の実現、女性のエンパワーメントに注力しています。

この取組みの一環として、今までモデルチェンジや退職などによって焼却処分されていた美容部員の制服に着目し、2022年より株式会社チクマ(本社:大阪府)と連携し、美容業界で初めて、美容部員の制服のリサイクルを実施しています。日本ロレアル取り扱い全ブランド、全ての制服が自動車部品(吸音材)としてリサイクルされています。

初年度である2022年には、倉庫に在庫のあった旧デザインの制服、約1.7トンおよび、退職した美容部員分の制服、約560kgがアップサイクルされました。これにより、2022年度は約9トン(9,000kg)、以降は年間約2.2トン(2,200kg)のCO2排出削減につながっています。

本取組みを通し、事業活動による廃棄物・CO2排出量を削減し、循環型社会経済への移行へと貢献していきます。



弊社美容部員



参照URL: <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/press-releases/brands/j-web-pr-lld-uniformdocx-j/>



バイオベンチャー企業ちとせグループへの出資

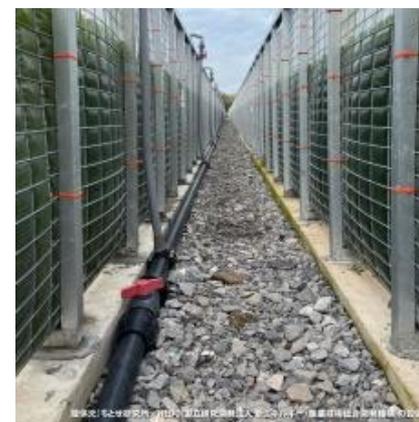
資生堂は、企業使命「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD(美の力でよりよい世界を)」のもと、人々の肌だけではなく、自然環境をも健やかに美しく維持する、人にも地球にも優しい化粧品開発に取り組んでいます。この度、藻類基点の持続可能な新産業を構築するプロジェクト「MATSURI」を主導するちとせグループに出資し、研究開発を中心とした戦略協業契約を締結することを決定しました。藻類を利用した化粧品原料および化粧品容器にかかる原料の開発および量産化、さらには将来的な食品産業に活用できる原料開発などを視野に、共に循環型のモノづくりを加速していきます。



世界最大級の微細藻類培養施設
(ちとせグループ)

微細藻類の可能性と今後の開発方針

藻類は太陽の力を元に、二酸化炭素からタンパク質・脂質・炭水化物などの多様な有機物を効率的に生成します。また、砂漠や荒地のような農業利用が難しい土地でも生産可能であり、かつ陸上植物と比較して圧倒的なバイオマス生産効率を誇ることから、有限な化石資源に依存しない新たな資源となる可能性を秘めています。資生堂はこれら「藻」の持つポテンシャルを最大化し、資源を枯渇させることのない、地球のシステムと一体となった循環型モデルをちとせグループと共に築き、グローバル化粧品市場を刷新する持続可能な価値創造をリードしていきます。



太陽光を受け培養されている微細藻類
(ちとせグループ)

参照URL: <https://matsuri.chitose-bio.com/>



副生成物(動植物由来)をボイラー用燃料として利用

クローダジャパン滋賀工場では、製造工程中から発生する副生成物を革新的な手法でボイラー用燃料として再利用しています。
この取り組みにより、二重の効果を産み出しています。一方で廃棄物の削減が実現され、もう一方で化石燃料の消費を著しく削減しています。



副生成物(廃液油)

ボイラー燃料副生成物用タンク

エネルギー削減の先駆けとして、ボイラー燃料として再利用される副生成物の再利用に取り組んできました。この副生成物は石油由来ではなく、自然由来の持続可能な燃料として再利用しています。
この活動を継続するとともに、引き続き、ボイラーから生成されるスチーム削減に取り組み、さらなるエネルギー削減に貢献したいと思います。

参照URL:

<https://www.croda.com/ja-jp/about-us/where-we-operate/asia-pacific/japan>

冷却水の再生循環、持続可能な水資源の未来へ

弊社は琵琶湖の美しい自然に囲まれた場所で、水の大切さをより一層理解し、それに応えるべく冷却水の再生循環システムを導入しました。
湖の美しい水域に近接していることから、水資源の大切さを肌で感じながら、地元の水環境への貢献に力をいれています。

かつては、冷却水として使用した水を循環せずに河川放流していましたが、新しい循環システムにより、冷却水を再利用し、持続可能な水資源の未来に向けて積極的な活動を行っています。このシステム導入により水の消費量は1/10まで削減できました。

琵琶湖の美しさを守りながら、冷却水の再生循環は地元の水資源への負荷を軽減し、環境への貢献を強化しています。私たちはこの取り組みを通じて、水の重要性をより深く理解し、地域社会と協力して持続可能な未来の水資源を築いていくことをお約束します。



冷却水循環冷却塔



供給ヘッダー



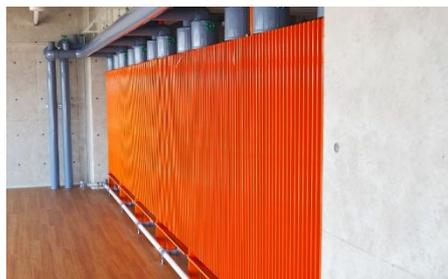
株式会社シーエスラボでは、持続可能な社会の実現に向けて、再生可能エネルギーの活用等、積極的な環境負荷の低減に取り組んでいます。

再生可能エネルギー100%の電力

2020年5月より、本社ビルの事業活動で利用する電力を再生可能エネルギー100%に切り替えました。

地中熱を利用した空調設備

館林本工場の食堂には、夏場は涼しく、冬場は暖かい地中熱を利用した放射型の空調設備を取り入れています。エアコンのように風が直接人に当たることがなく電気使用量も抑えることができるため人にも環境にも優しい仕組みになっています。



地中熱を利用した冷暖房システム



ソーラーパネル

ソーラーパネルの設置

館林本工場では、屋上にソーラーパネルを設置しています。工場で消費する電力の約2割をまかなっており、省エネ活動の中でも最も大きな成果が出ています。

再生可能エネルギーによるCO2削減

ソーラーパネル・地中熱利用空調設備の設置等、再生可能エネルギーの活用によりCO2の削減に努めています。

導入前と比較し、館林本工場だけで、樹木換算約3000本分／年(※)のCO2を削減しました。

※0.462kg-CO2/kWh:高さ10mの樹木1本分の吸収量=44.2kg-CO2で計算した場合



館林本工場外観



製造室内

廃熱回収ボイラー・クーリングタワー

再生可能エネルギー以外にも、廃熱回収ボイラーやクーリングタワー(乳化釜の一次冷却水を再利用する装置)などを設置し、生産効率とエネルギー効率を兼ね備えた工場となっています。

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



プラスチック使用量の多いボトル容器に植物由来原料を活用し環境負荷低減

サンスター製品の容器・包装材に使用するプラスチック使用量は日本で年間3,000トン。中でも液体ハミガキ・洗口液のボトルでの使用量が最も多く、環境配慮への観点から、プラスチックの薄肉・軽量化や、つぶせるボトルの設計を進めてきました。これらの取り組みに加え、2023年7月からは、ボトルに使うプラスチックを石油由来原料から植物由来原料30%配合のバイオマスプラスチックに切り替えをはじめました。バイオマスプラスチックを採用するポイントは、太陽の恵みを活用して繰り返し原料を作り出せること。また植物自身が温室効果ガスであるCO₂を吸収しながら育つため、大気中の温室効果ガスを増やしにくいという利点があります。今回採用したバイオマスプラスチックは、サトウキビの搾りかすなどを原料としたバイオマスPET(ポリエチレンテレフタレート)で、石油由来プラスチックと比較すると、CO₂排出量を28%削減できます。



サトウキビの搾りかすを原料に採用



ボトル容器にバイオマスPETを採用

今後も容器・包装材・製品に植物由来・リサイクル材採用の幅を拡大

サンスターは環境中長期目標で、2030年までに容器・包装材に使うプラスチックの50%を植物由来のバイオマスプラスチックおよびリサイクルプラスチックに置き換えることを目標に掲げています。今回その一環としてサンスター(株)山梨工場で生産する13品種のボトルをバイオマスプラスチックに切り替えたもので、1年間で270トンのCO₂排出削減が見込めます。今後もプラスチック容器・製品への植物原料配合プラスチックや再生プラスチックの採用比率を高め、環境負荷低減を進めていきます。

参照URL: <https://jp.sunstar.com/s-clip/tag/environment.html>



2022年に環境省が実施した「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」に参加しました。「雪肌精 クリアウェルネス」シリーズのスキンケア製品を対象に、ライフサイクルを通じたCO₂排出量である「カーボンフットプリント」(以下、CFP)の算定を行い、今後の排出削減にむけた施策を策定しました。

「雪肌精 クリアウェルネス」は、“つくり方にも透明感を”というメッセージを掲げています。環境負荷の低いパッケージの採用や、詰め替えレフィルのラインナップ、製造方法の見直し検討など環境に配慮した商品設計を行った「雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS」を対象に、ボトル入り本品と詰め替えレフィルのCFPを算定。レフィルのCFPはボトルより約28%少なく、「原材料調達」と「廃棄・リサイクル」の過程において差がある事が確認できました。外箱への段ボールの採用や製造・生産工程での再生可能エネルギー導入などの対応についても、その効果が確認されました。

今回の一次結果を基に、算定の精緻化や環境配慮型原料・材料開発など、バリューチェーン全体で削減施策の実施検討を進めます。また、お客さまが脱炭素に貢献する商品を選択するための情報についても発信を検討していきます。



CFP算定結果の容器包装の違いによる比較

環境に配慮した容器包装の開発において、「分別のしやすさ」は、お客様視点で重要な要素の一つになります。化粧品容器として一般的に使用されるポンプディスペンサーは、大部分がプラスチックで構成されますが、中味を吸い上げるための機構部に金属製のバネが使用されており、リサイクル・廃棄時に分別が困難であることや、分別せずに処理した場合の焼却残渣など、適切な資源循環における課題がありました。

今回、株式会社アルビオンと株式会社吉野工業所とともに、金属部品を使用しない「メタルレスポンプ」を共同開発しました。機構部内の金属製バネをプラスチックに置き換えたもので、廃棄後の分別回収が容易になることでプラスチックのリサイクルを促進することが期待できます。

本品を足がかりに、パッケージに使用する素材の単一化、使用素材の種類の削減に取り組み、廃棄後の分別回収を容易にし、プラスチックのリサイクル促進に繋がります。今後も、容器包装をとりまく資源循環や環境負荷低減に向け、積極的に新技術開発とオープンイノベーションを推進していきます。



通常のポンプと開発したメタルレスポンプ

画像提供: 株式会社吉野工業所

参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/news/8078/>

参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/news/8247/>

岩瀬コスファ株式会社

サステナブル原料の販売

関連する
SDGs
目標



サステナブル原料の販売

岩瀬コスファは、CO₂やその他の温室効果ガスの排出に起因する地球温暖化の問題を最も重要な課題として認識しており、気候変動の諸問題に対応するためにさまざまな対策を講じています。毎年、環境に対し直接的または間接的に環境負荷やリスクを低減できる原料資材の販売目標を設定し、サステナブル原料(「エコ商品」)の拡販に努めています。

エコ商品の定義:

- 植物由来原料
- 使用時に加熱工程を含まない原料
- 生産工程の短縮化が可能な原料
- 環境リスクの低減と防止が可能であると思われる原料

ダネツジの活用による梱包資材の削減

ダネツジとは、積載物の形状に成形されたシートで、商品を積み重ね梱包し、そのまま輸送するシステムで、従来輸送のために使用していた梱包資材などの削減につながります。岩瀬コスファでは、一斗缶の梱包にダネツジを取り入れ再利用することで、梱包資材の削減に取り組んでいます。

菌床の活用

岩瀬コスファは、美と健康に資する事業の一環として佐賀県唐津市で自社農園「唐津ウェルネスファーム」を運営し、きくらげを栽培・販売しています。栽培後は、本来廃棄される菌床を地元の農業組合や就労支援施設へ提供したり、廃菌床で飼育したカブトムシを近隣の幼稚園に無償提供するなど、廃棄資源の削減や地域貢献に努めています。



佐賀県唐津市「唐津ウェルネスファーム」



栽培している白いきくらげ

参照URL:

<https://www.cosfa.co.jp/company/pdf/csrreport-jp.pdf>



株式会社バスクリン

「アーユルタイム」プラスチック使用量を
約40%削減*1

関連する
SDGs
目標



「アーユルタイム」ボトルのプラスチック使用量約40%削減(当社従来品比)

自然の恵みを感じて、健やかな毎日をサポートするバスソルト「アーユルタイム」を、プラスチック使用量を約40%削減*1した環境に優しいプラスチックボトルを採用し、2022年8月にリニューアル発売しました。

ボトルの胴厚みを最適化し、年間約12トン*2削減。流通に必要な強度と今までと同様の使用感を保ったままプラスチック使用量を削減し、より環境に配慮した容器となりました。*1:当社従来品比 *2:2021年1-12月売上数換算



ボトル断面図(左:従来ボトル、右:新ボトル)



アーユルタイム ボトル 720g

世界的に自然環境やSDGsへの関心が高まる中、SDGsの目標12「つくる責任・つかう責任」を果たすため、包装仕様の最適化を図り、環境に配慮した容器への改良として、プラスチック使用量を削減しました。

プラスチックの原材料は石油です。石油からできているプラスチックを廃棄する際に燃やすと、CO₂(二酸化炭素)が発生します。CO₂は、地球温暖化の原因となっている「温室効果ガス」に分類されるため、プラスチックの使用量を抑えることで、地球温暖化への影響を減らすことができ、軽量化することで輸送にかかる環境負担軽減にもつながります。

「アーユルタイム」は自然の恵みを楽しむ、健やかな毎日をサポートするブランドとして、今後も限りある資源を大切に扱い、環境負荷を減らすための取り組み強化に努めてまいります。

参照URL: <https://www.bathclin.co.jp/bs/ayurtime/>





NISSHAのプラスチック量削減の取り組み

化粧品用溶解性マイクロニードルパッチは、ニードル保護のためのブリスターケース、さらに、湿度による品質への影響を防ぐためにアルミ袋で包装するのが一般的です。
ただ、SDGsの観点から、プラスチック使用量が多いことに問題意識を持っていた当社は、保護プレートを用意した製品仕様だからこそできる対応として、ブリスターケースの削減に取り組みました。
ブリスターケースを削減することで、最終製品のサイズダウンにもつながり、結果として包材使用量も削減することができました。
これにより、当社のブリスターケースに入った製品と比べ、約50%のプラスチック量削減を実現します。

保護プレートを備えた製品仕様

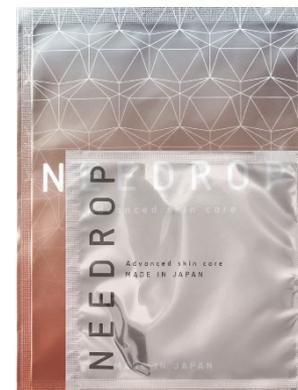
NISSHAの化粧品用溶解性マイクロニードルパッチは、ニードルを作る「型」をそのままニードルを保護するプレートとして使用しています。(特許第5931155号)
製造段階から製品がお客さまのお手元に届くまで、保護プレートが外気・外力からニードル1本1本を守っています。そのため、ブリスターケースによる保護がなくても、品質を維持したまま、製品をお届けすることが可能です。



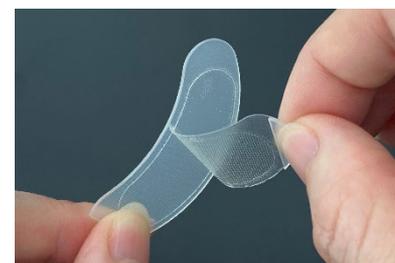
ブリスターケース使用品 イメージ



ブリスターケース削減品 イメージ



ブリスターケース削減による
製品サイズの比較
※原寸大比較



保護プレートを備えた製品仕様

参照URL: <https://connect.nissha.com/mnp-oem-cosmetics/>



クラシエグループは2018年に「人を想いつづけるクラシエが取り組む3つの重点領域」を定め、2021年から2030年までに実現する世界共通の目標「持続可能な開発目標(SDGs)」への貢献等を見据えた、中期経営計画サステナビリティ目標を策定。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、活動を推進しています。

この環境に対する方針を受けて、ヘアケアブランドである「プロスタイル」は2023年9月に「プロスタイル ニュアンスメイクオイル 詰め替用」を発売しました。

パッケージは、プラスチック使用量の削減と紙素材の使用をテーマに、また環境配慮と併せ紙素材が与える「質感・風合いの良さ」が製品コンセプトとマッチした「紙」の詰め替え用パウチを採用しました。

紙の使用、プラスチックフィルムの薄肉化、水性フレキソ印刷(※1)の活用により、一般的なプラスチックフィルムを使用したスタンディングパウチと比較して、プラスチック使用量を約39%(※2)、包材製造時のCO₂排出量を約23%(※3)削減。併せて内容物のヘアオイルにも耐えられる材質構成を実現しています。

なお、紙の比重が包装材全体の中で最も大きいため、「紙製容器包装」に分類され、「紙マーク」表記となります。

詰め替え時にこぼれにくくするために、対象ボトルの口径にあわせて、口元の細いパウチ形状を設計。口元をボトルに差し込んで安定して詰め替えることが可能です。また、紙の特性を活かした直線エンボス形状を採用。口元が立体的に折れ、エンボスに沿って膨らむことで、ボトルに差し込み易く注ぎやすい形状を実現しました。

※1 溶剤をほとんど含まない水性インキを使用することで、印刷においてVOC(※4)の排出量を限りなくゼロに近づけることができ、CO₂排出量の低減が可能です。また、フレキソ印刷により、凹凸のある紙などへの印刷について、高い再現性を発揮します。

※2 凸版印刷株式会社調べ。プラスチックを使用したラミネート包材との比較。

※3 凸版印刷株式会社算定。プラスチックを使用したラミネート包材との比較。CO₂排出量の算定範囲はパッケージに関わる①原料の調達・製造、②製造、③輸送、④リサイクル・廃棄。

※4 Volatile Organic Compoundsの略称で、大気中で気体となる揮発性有機化合物。



参照URL <https://www.kracie.co.jp/prostyle/sustainability/>

「FANCL リサイクルプログラム」とは

このプログラムは、使用済みの化粧品容器を全国の店舗で回収し、障がいを持つ従業員が働く特例子会社のファンケルスマイルで容器の分別・洗浄・乾燥・粉碎を行った後、協力先のリサイクル会社で、マテリアルリサイクルという技術により植木鉢等へリサイクルする取り組みです。“自分たちでできることは自分たちで”をモットーに自社独自のスキームを構築しています。
将来的には、ケミカルリサイクル技術により、再び化粧品容器へリサイクルする「水平リサイクル」の実現を目指しています。

FANCL リサイクルプログラム



リサイクルした植木鉢の活用

横浜市や地域の学校へ、リサイクルした植木鉢を寄贈

横浜市の花と緑のイベント「ガーデンネックレス横浜」に植木鉢を寄贈し地域の方へリサイクル活動を紹介しました。また、地域の小学校にも寄贈。社会貢献活動「ファンケル 神奈川SDGs講座」の中で、子どもたちに向けて「リサイクルを考える授業」を行いました。



アップサイクルを体験！親子のワークショップを開催

アップサイクルの体験として、容器の粉碎片を使用したオリジナル万華鏡作りの親子のワークショップを開催。海洋プラスチックの問題について考える、環境教育にもつながっています。



〈好きな破砕片を選んでオリジナルの万華鏡に〉

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

日本色材では、環境対応の一環として廃棄物の削減に取り組んでいます。
2023年度は、工場が発生する廃棄物のうち、ストレッチフィルムや廃プラスチックを分別し、リサイクルする取り組みを推進しました。
生産過程で発生したこれらの廃棄物は、当社から専門のリサイクル業者に送り、リサイクル業者でリサイクル原料に加工されます。現在は、この原料を用いてゴミ袋が作られています。
この取り組みでは、まずルールに従って正しく分別をすることから始まります。ルールの理解のために社員教育を行い、さらに、間違えがないように各種の表示も分かりやすくしなければなりません。
次に、ストレッチフィルムはそのままとかさばってしまうため、空気を輸送しているかのようになり輸送にムダが生じます。廃棄物削減によりCO2排出量の削減ができて、輸送によるCO2発生で削減効果が相殺されかねません。そこで、圧縮機を使い小さくして効率よく輸送することとしています。
以上のように、色々と手間はかかりますが、関係する社員は使命感をもって取り組みを推進しています。
生産過程で発生する廃棄物はまだまだあります。今後もリサイクルを推進し、環境にやさしい工場を目指してまいります。

【ストレッチフィルムなどの廃棄物がゴミ袋に生まれ変わるまで】



参照URL: <http://www.shikizai.com/japanese/csr/index.html>



●BeuRingプロジェクトについて

私たちは、循環型モデル実現の取り組みとして、使用済プラスチック製容器を収集し、新たな容器へ再生する循環型プロジェクト「BeuRing(ビューリング)」を立ち上げました。2023年4月より横浜市内の各拠点にて実証試験を開始しています。

特徴として、お客さまの元で、洗浄・分別のいらない収集を実現することで、少しでもお客さまへの負担を下げる取り組みといたしました。また、取り組みにご賛同をいただいた、ポーラ・オルビスホールディングスさまでも収集を行っております。

お客さまがより前向きに化粧品を使うことができるサステナブルな社会に貢献していくことを目指しています。



参照URL: <https://spark.shiseido.co.jp/beauring/>

●お客さまとのコミュニケーション

BeuRingプロジェクトの立ち上げにあたり、様々な場所でお客さまにご紹介する機会を設けました。容器を単に収集するだけではなく、このプロジェクトをきっかけにサステナブルな行動変容を起こしていけるよう、私たちの本プロジェクトに込めた思いも、ご紹介をさせていただいております。



イベントの様子
様々な世代のお客さまへご紹介することができました。



使い終わったら終わり、にしない。
はじまりにしよう。
美しい輪をつくろう。

プロジェクトに込めた私たちの思い

ユニリーバ・ジャパン株式会社
花王株式会社
P&Gジャパン合同会社
ライオン株式会社

みんなでボトルリサイクルプロジェクト

関連する
SDGs
目標



みんなでボトルリサイクルプロジェクト(以下「本プロジェクト」という。)は、日用品業界内同業者であるユニリーバ・ジャパン株式会社(以下「ユニリーバ」)、花王株式会社(以下「花王」)、P&Gジャパン合同会社(以下「P&G」)、ライオン株式会社(以下「ライオン」)の4社が日用品容器の資源循環を目指し、2021年12月*より始動しました。令和3年度東京都革新的技術・ビジネスモデル推進プロジェクトとして東京都の支援のもと、メーカー4社に加えて、ヴェオリア・ジャパングループ、株式会社digglueと技術連携をしながら、日用品容器の分別回収・リサイクルの仕組みの検討と、使用済みボトルの水平リサイクル技術検証を実施しています。(*正式には2021年6月にユニリーバ、花王の2社でスタート)

東京都東大和市、狛江市、国立市、茨城県常総市の市役所などの公共施設26か所を分別回収拠点として、これまでに延べ2000kg強(うちボトルは約1400kg)の使用済み容器を回収。回収後の容器は洗浄・分別・仕分けを経て、PEボトル・PETボトルとしての再成型技術の検証を行っています。また環境省のプラスチックの資源循環に関する先進的モデル形成事業に採択され、本プロジェクトの改善点を抽出すべく住民アンケートや、環境影響・社会的コストの効率化のための回収スキームの検討など、日用品容器が水平リサイクルされる社会を目指し分別回収・リサイクルの最適なスキームの検証を続けています。



参照URL: <https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2021/12/13/01.html>



ライオン株式会社
花王株式会社
P&Gジャパン合同会社
ユニリーバ・ジャパン株式会社

使用済み包装容器由来の再生プラスチック を一部に使用した買い物カゴを製作

関連する
SDGs
目標



ライオン株式会社、花王株式会社、P&Gジャパン合同会社、ユニリーバ・ジャパン株式会社の4社は、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主要日用品メーカーによる推進協議会が実施する、使用済み包装容器の回収におけるプラットフォーム構築に向けた実証実験に参加しています(本プロジェクトは2023年9月終了)。

この度、回収した使用済み包装容器由来の再生プラスチックを一部に使用した再生品として、買い物カゴを製作いたしました。

■再生プラスチックを使用した買い物カゴの概要

使用済み包装容器の回収は、神奈川県横浜市内のドラッグストア31店舗に回収ボックスを設置し、2022年6月より行っており、開始から1年で約200kgが集まりました。これらの回収したプラスチック容器から再生された材料を用いて、買い物カゴを2,000個製作しました。再生プラスチックは全体の材料のうち5%配合しました。

本取り組みは、流通企業との共同プロジェクトとして回収した使用済み包装容器を、店舗で使用する物品へ再生することを目指しています。今後も環境課題へ意欲的に挑む社会の一員として、生活者との共創による脱炭素・資源循環型社会の実現に貢献してまいります。



買い物カゴのデザインと参加企業のロゴ

参照URL: <https://www.lion.co.jp/ja/news/2023/4367>



日光ケミカルズ株式会社

循環型リサイクルパレット使用による
CO₂削減

関連する
SDGs
目標



NIKKOL GROUP の製造現場では、多品種の化学品を製造しております。それらを運搬、管理するために、国内製造事業所の一つである那須事業所では、約1000枚以上のパレットを常に使用しております。従来は、100%プラスチックのパレットを使用しておりましたが、環境負荷低減活動の一環として、2015年から循環型リサイクルパレットの導入を実施しています。現在那須事業所では約8割程のパレットを置き換えることができます。さらに2023年からは、海洋への流出リスクが高いプラスチックごみ（海洋50km圏内に漏出したプラスチックゴミ）を再利用したOBPパレットを導入。さらなるCO₂削減にも取り組んでいます。

通常の100%プラスチックパレットを導入した場合と比較すると、現在まで累計で約86,000kgのCO₂を削減できております。今後も引き続き環境負荷の低減に努めて参ります。



循環型リサイクルパレット



OBPリサイクルパレット

その他NIKKOL GROUP の製造現場での環境への取り組みはこちらをご覧ください。

<https://www.nsutsumomiya.com/nissa/environment.html>

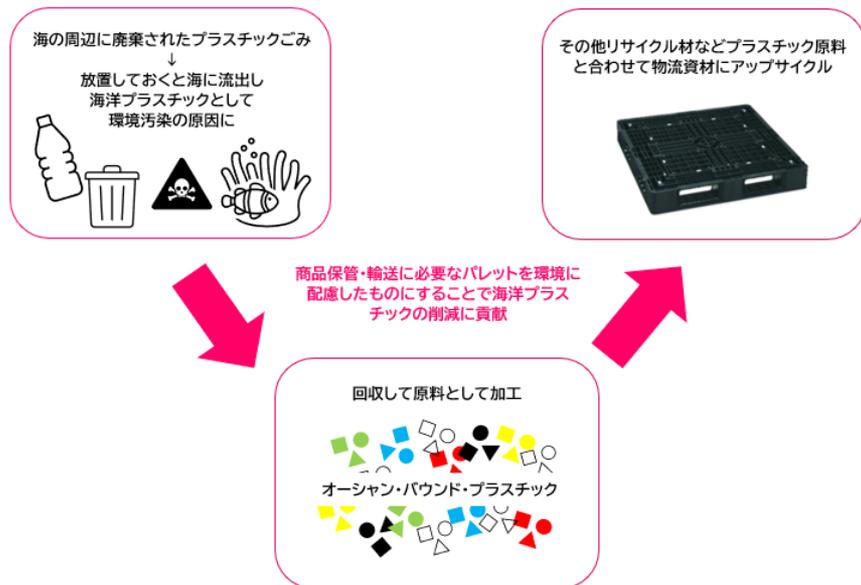




伊勢半グループでは、商品の保管・運搬などに使用する物流資材に、海洋プラスチック(OBP:オーシャン・バウンド・プラスチック※1)を素材の一部として利用したリサイクルパレットを導入しています。

現在、当社倉庫内のパレット約5,000枚のうち、既に約40%がOBPLリサイクルパレットに置き換わっております。2025年度末までにその割合を90%とすることを目標に、順次置き換えを進めてまいります。

※1 海岸線から50km以内の内陸部で、正式な廃棄物処理を行っていないコミュニティから収集されたプラスチック素材のこと。



倉庫内のOBPLリサイクルパレット

プラスチック・スマートとは…?

世界で問題となっているプラスチックごみによる海洋環境汚染の解決に向け、2018年に環境省が立ち上げた取組み。企業・団体・個人あらゆる人々が連携して取り組むことで、海洋プラスチック問題の解決を推進する。



海洋プラスチックごみの問題は世界でも関心が高まっている環境問題のひとつで、その影響は深刻化しています。プラスチックごみの海洋流出は現在も増え続けており、2050年には魚の量を上回るとも予測されています。オーシャン・バウンド・プラスチックを活用した物流資材を使うことで、プラスチックごみの海への流出を防ぎ、小さな取り組みからでも豊かな海を守っていくことに貢献できればと考えております。

参照URL: <https://www.isehangroup.jp/news/20230626/597/>



培った知見と最新技術×アート＝新しいマテリアルリサイクルの可能性

ポーラ化成工業ではポーラ・オルビスグループの化粧品容器由来の再生プラスチック材料をアート作品の素材として提供するとともに、基盤研究部門であるフロンティアリサーチセンターの研究員が今までに蓄積してきたプラスチック材料の特性や成形加工技術の知見をもとにアーティストをサポートしています。物性のバラつきや不均一な外観がアート作品の唯一無二の「味」となる可能性を見出し、アーティストと研究員が再生プラスチック材料を使いこなすための対話と試作を重ねたことで、個性豊かな作品を生み出すことに成功しています。

さらに、3Dスキャナ・3Dプリンタといった先端技術を用いて、アーティストの制作したデザインを再生プラスチックで高精細に表現することにも挑戦し、知見と技術が再生プラスチックの「美を体現するマテリアル」としての力を引き出しました。

更なる環境負荷の低減を目指して

プラスチック製の化粧品容器は、中身の保護、使いやすさ、高いデザイン性を実現するために複数のプラスチックを組み合わせた構造となっています。そのため化粧品容器由来の再生プラスチックの用途は限定されてしまっていました。

本取組みでは、強みである「研究技術力」と、ポーラ・オルビスグループの「文化・芸術・デザイン」のノウハウによって、これまで廃棄されていたプラスチックの美しさを引き出し、長期ビジョンに示す多様な「美」の価値観を表現することができます。

姿を変えて新たな生命を吹き込まれた再生プラスチック材料は、アート作品として長く愛されることによってプラスチックの廃棄量削減の一助として貢献しています。

今後も本取組みを通して得られた化粧品容器の材料に関する知見を基に研究を進め、環境への貢献を加速していきます。



プラスチック製化粧品容器
と再生プラスチック材料



Think Sustainability, Be Beautiful

サンスクリーンブランド「ALLIE」は、花王グループが化粧品事業においてグローバルに展開するブランドのひとつです。2022年2月より、ブランドコンセプトに「Think Sustainability, Be Beautiful」を掲げ“世界を想う 美しさつづく日焼け止め”ブランドとしてリニューアルし、環境への取り組みとしてサステナブル活動を行なってきました。

ビーチフレンドリー処方

製品の使用による日常生活での洗い流しやレジャー時の環境流出を考慮し、水環境の生態系への影響が懸念されない設計であるとして「ビーチフレンドリー処方」を「環境に配慮した設計（水環境リスク評価済）」と定義し、対応しています。

環境に配慮した容器・包装

プラスチックを削減（当社従来品比）した外装パッケージやバイオマスプラスチックを利用したチューブ・キャップなど、環境に配慮した容器包装素材の使用に加えて、製品の製造工場では製造時にかかる電力に関して100%再生可能エネルギーを利用するなど、サステナブルな製品づくりを推進しています。

Think Sustainability Action

ALLIEが考えるサステナビリティ“世界と共に自分も美しくありつづけること”に共感していただける企業や団体、お客さまとともにThink Sustainability Actionを行っています。2023年は、海洋プラスチックゴミ回収装置「シービン」の設置・寄付、ビーチクリーン活動やメタパスを活用したメタアースデーなど、さまざまなイベントをThink Sustainability Action として開催しました。



海洋プラスチックゴミ回収装置「シービン」の設置・寄付

ALLIEは、海洋プラスチックゴミの回収装置「シービン」を購入・寄付し、世界的に問題になっているプラスチックの海洋ゴミ問題に取り組むプロジェクトを開始しました。

参照URL: <https://www.kanebo-cosmetics.jp/allie/technology/>



PureOra36500は“人生100年時代、すなわち36500日(=365日×100年)、自分の力で誇りを持って生きていくために、一日一日のオーラルケアにワクワクとてごたえを”をブランドパーパスとしています。そのPureOra36500の新ハミガキ製品として、ハミガキの時間をもっとポジティブにするため、容器の面からもワクワクを後押しできるように、これまでにない指先で出すポンプタイプのハミガキ容器を開発しました。

【容器設計】

練ハミガキ粉用の容器といえばチューブ形状が一般的ですが、一般的なチューブ容器は、中身が減るにつれて絞りにくくなり、残量が多く、自立しにくくなる、等の不便さがありました。そこで、本製品ではハミガキ剤を指先のポンプで出すという新しい使い方を提案する容器を採用しました。使いたい量を調整しやすく、片手で操作しやすいという特徴があります。また、最後まで軽い力で使い切れて、最後まで自立できるようになり、チューブ容器での長年の不便さを解決することができました。

【環境配慮】

使い切り後は、新しいパウチをつけかえて使用できる設計としました。これによりつけかえ用パウチと、従来の115g用チューブ容器とを比較すると、廃棄プラスチック量を38%削減することができます。つけかえ式のハミガキ粉は日本で初めての実現です。



PureOra36500ハグキ高密着
クリームハミガキ



日本初のつけかえ式



圧倒的な使いやすさ

参照URL: https://www.kao.co.jp/pyuora/36500_pumphamigaki/



DE&I視点で新たな価値創造を目指して

1. 取り組みの概要

資生堂は、生活者と重要な接点を持つマーケティングを担う社員が、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DE&I)のアプローチからブランドや事業活動を通じて新たな価値を創造していくことが重要であると考え、2023年よりマーケター向けDE&Iセッションを実施しました。これまでに日本地域のマーケター570人が参加しています。

セッションのゴールは、次のとおりです。

- DE&I視点に基づいた広告・マーケティングにおける適切な表現、対応方法を理解すること
- DE&I視点でブランドミッションを捉え、マーケティング活動につなげるインスピレーションを得ること

セッション前半では、DE&Iの視点に基づくマーケティングを推進する上で、大前提として「傷つく当事者をつくらない」ことをテーマに、必要な知識や気づきについて学びました。

グローバル企業が参考とするガイドラインを学んだ後、多くの国内外のマーケティングや広告の他社事例を見ながら、参加者自身も多様な生活者の一人としてどう感じるか意見を交わしました。

また、DE&I理解を深めるため「心理的盲点」「視点取得」といった知識も学びました。

セッション後半では、視覚障がい者の美容を取り巻く現状について「リフレーミング」という思考法を活用してグループワークを実施し、アイデアを共有しました。

2. 取り組みの成果

セッション後のアンケートでは、参加者の96%が「満足」と回答しています。

参加者の具体的な声をご紹介します。

- DE&Iは理解していると思っていたが、あらためて自分が気づいていない視点が沢山あることに気づくことができた
- DE&I視点をもっとマーケティング活動に活用したい

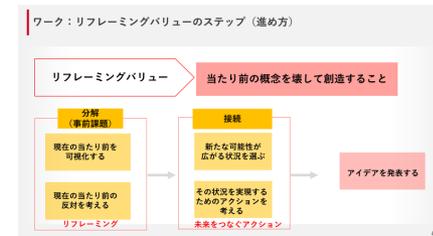
3. 今後の取り組み

今後も社員に向け、DE&Iへの理解浸透や行動変容につながる機会を継続して提供していきます。

また、セッションだけでなく、DE&Iニュースレター発信など、グローバルな視点で気づきや最新情報を共有することで、DE&I視点に基づいた美の価値創造に取り組みます。



プログラム構成



リフレーミング思考法

参考URL: 社会>1. ジェンダー平等
<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/society/#1>



誰もがイキイキと輝ける社会づくりを目指して

ファンケルは、視覚に障がいのある方へ外出して人に会うことや、おしゃれを楽しんでいただきたいという想いから、視覚障がいのある方を対象に無添加スキンケアや無添加メイクのセミナーを2013年から実施しています。コロナ禍ではオンラインにて開催していましたが、2023年7月に4年ぶりに対面式で再開しました。

セミナー内容

セミナーでは、自分自身でスキンケアやメイクができるよう、店舗スタッフがサポートしながら実習を行いました。顔の筋肉を手で触りながら確認し、化粧液、乳液を優しく塗布していきます。その後、なるべく自分の手を使ってメイクを仕上げます。参加者からは、「普段、ゆっくりと肌に手を触れたり、優しくスキンケアをすることはなかったので新鮮。」「メイクすると自分に自信が持てる。おでかけしようという意欲がわいた。」などの声が上がりました。

タッチマークシール

ファンケルは、1998年に、化粧品の容器が区別しにくいなどの不便を感じている方に、触れるだけで製品を識別できる「タッチマークシール」を開発しました。「タッチマークシール」は、視覚に障がいがある従業員や視覚障がい団体からの意見を参考にし、凹凸を付けたファンケル独自のシールです。通信販売と直営店舗で製品を購入いただいた際に、ご希望の方に差し上げており、セミナーでも活用しています。

今後の取り組み

セミナーの継続開催の他、視覚に障がいがあっても、気軽に店舗でスキンケアやメイクのご相談がしやすい環境づくりやスタッフ育成を進め、誰もが安心して楽しくお買い物していただくサポートができるよう、これからも取り組んでまいります。



タッチマークシール



セミナーの様子



参加者の様子

参照URL:

<https://www.fancl.jp/sustainable/society/education/fanclseminar/index.html>



未来が生まれる教室

クラシエは、地域コミュニティの発展と次世代育成に貢献するため、事業を横断したCSR活動「未来が生まれる教室」を展開しています。「未来が生まれる教室」は、クラシエの商品や事業活動そのものを活用し、日本を取り巻く社会課題の解決に貢献する活動です。出張授業「知育菓子教室®」をはじめとし、「きれいをたのしむ教室」「漢方教室」などを展開しています。

シャンプーできれいになるしくみを学ぶ

未来が生まれる教室のひとつ、「きれいをたのしむ教室」は、小学校3年生以上を対象とした、髪を洗うことを通して、きれいになるしくみがわかる出張授業です。「髪を洗う」という日常的な行為——シャンプーやヘアケアアイテムはこだわって選ぶのに、正しい洗い方を教えてもらったり、どうしてシャンプーを泡立てなければならないのかを考えたりする機会はあまりありません。そんな「髪の毛のヒミツ」や「髪がきれいになるしくみ(界面活性剤のはたらき)」を知ること、洗う、整える、きれいにするという日々の習慣に、ちょっとしたワクワクを見つけることができる教室です。



水と油にシャンプーを混ぜる実験

日常の中にある科学

「きれいをたのしむ教室」では、「髪への着目」と「科学的側面からの解説」によって、「なぜだろう?」と考えるきっかけをつくります。髪は一日にどのくらい伸びるのか、髪は細胞でできているということ、その細胞がどういう状態であるかなどといったことを、クイズ形式で一緒に考えていきます。「洗う」という生活習慣を、義務的な行為とするのではなく、身近な科学として捉え、しくみがわかると、「ワクワクする面白い!」と思ってもらうことで、日常生活の中にある「科学」への関心や、「なぜ?」と思うことを自ら学ぶ意欲を育みます。

「ギャクシャンプー」で親子のコミュニケーションを

出張授業で学んだことを、家庭でもチャレンジしてもらう取組として「ギャクシャンプー」を提案しています。「ギャクシャンプー」は、子どもがセルフシャンプーの練習をするためにパパ、ママ、兄弟、姉妹などの髪を洗うことにチャレンジすることです。子どもにとって「自分の目で見ながら頭を洗うことができる」、「きちんと洗えているか、すすがれているかをパパ、ママがチェックできる」というメリットも挙げられます。本活動を通じて、子どもの知的好奇心を刺激し、子どもの成長を応援するとともに、親子のコミュニケーションも、より豊かにしていきたいと考えています。



頭の洗い方レクチャー

参照URL: <https://kracie.disclosure.site/mirai/kirei.html>



未来を担う次世代へ向け、多様な価値観・感性を育むために

当社は中長期ビジョン「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、ジェンダー、ジェネレーションの頭文字をとった「3G」を掲げ、性別や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、アダプタビリティの考えにもとづく取り組みを強化しています。

また、当社らしい「美しい知恵」を通じてお客さま・流通・取引先・社員・投資家・環境・協業先・行政・競合他社・地域社会といったあらゆるパートナーと共に、お互いを高めあう関係性を構築する「KOSÉ Beauty Partnership」により、さまざまな社会課題の解決を目指しています。

地球温暖化など環境の変化による肌への影響は顕著になっており、幼少期からスキンケア、日やけ止めの習慣化は重要だと考え、各世代に向けセミナーを開催し、性別問わずより化粧品を身近に感じてもらうために次世代の豊かな感性を育む啓発活動を実施しました。

■「子どもの皮ふと美容」に関する研究成果を踏まえ、千葉愛友記念病院医師監修のもと、学童施設に通う子ども達へのスキンケアセミナーを実施



はだクイズ

この“はだ”は、だれの“はだ”？
いきものなまえをこたえてね！



・新生児より使える保湿乳液
雪肌精 クリアウェルネス
モイストリペア ミルク

■中高生に向け、紫外線対策の重要性や正しい塗り方を知ってもらうための「紫外線対策講座」を開催



参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/news/7989/>



ビオレのブランド・パーパス

スキンケアブランドのビオレは、肌は暮らしを支える「ヒューマン・インターフェイス」という考えで、「肌を通して社会とのつながりを広げる」ことをブランドパーパスに掲げ、イノベーションを通じて、生活者と社会の課題を解決する製品を生み出しています。

瞬感ミストUV

ビオレUVシリーズでは、紫外線から肌を守り、太陽の下快適に外出したいというニーズに応えるさまざまな製品を展開しています。

花王が日やけ止めを使う人に行なった調査で、外出先で紫外線対策をしたくても、場所やタイミングを選ぶ必要があることから、約9割の人が塗り直しを煩わしいと思っていることがわかりました。また別の調査では、日やけ止めの塗り直しをしている人は約3割にとどまっていることもわかりました。そこで、生活者が外出中にUVケアをしたいけど諦めているという困りごとを解決するために、いつでも・どこでも全身に気持ちよく使えるノンガスタイプの日やけ止め『ビオレUV アクアリッチ アクアプロテクトミスト』(瞬感ミストUV)を発売しました。

“しゅっ”とミストを噴霧すると、霧のようなミストが肌を覆い、肌上で素早くジェル状に変化して、均一にムラなく肌に密着することで、SPF50・PA++++の紫外線防御効果のある濡れつや肌が続き、肌を紫外線から守ります。また、塗布前に振る必要がなく、逆さにしても使えるなど、外出先での塗り直しの煩わしさを解決する、多数の工夫を施しています。

環境配慮の視点からは、日やけ止め市場において日本初※となる、つけかえ用製品もラインアップし、プラスチック使用量の削減(本体比56%減)にも取り組んでいます。さらに、噴射ガス(LPG)を使用しないノンガスタイプであるため、ガスを使用するエアゾールスプレー製品と比べて、安全で、環境に優しい製品設計を実現しました。

※独自調査及びMintel GNPDを用いた花王調べ 2022年11月

肌は、
ヒューマン・
インターフェイス



ノンガスミストタイプの日やけ止め

参照URL: <https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2023/20230119-001/>

花王株式会社

蚊による感染症から
未来のいのちを守る取り組み

関連する
SDGs
目標



蚊から未来のいのちを守るプロジェクト

世界では年間約100万人が蚊の媒介する感染症で命を落としていると言われてい
ます。特に東南アジアでは、蚊が媒介するデング熱の被害が社会課題です。この社会課
題解決に向けて、花王は蚊を肌にとまらせない新発想の製品を軸に、蚊から未来の
いのちを守る「#GUARD OUR FUTURE」プロジェクトを展開しています。

新発想の蚊よけ製品「ビオレガード モスブロックセラム」

スキンケアブランドのビオレは、「肌は人と社会をつなぐインターフェイス」という考え
から、さまざまな環境ストレスから肌を守る製品を展開しています。

「ビオレガード モスブロックセラム」は、花王独自の忌避技術を応用した、ボディロー
ションのような使い心地の製品です。これは、肌表面を蚊が嫌がる状態に整えること
で、蚊が刺す前に飛び去る効果を有しており、蚊による感染症被害を削減することを
めざしています。

まずは、デング熱が深刻な国の一つであるタイにおいて、本製品を発売しました。



#GUARD OUR FUTURE プロジェクト

本プロジェクトでは、デング熱被害の低減をめざし、幅広い官学民パートナーと協業しながらプロジェクトを推進しています。

特に、「コミュニティ活動」や「次世代への啓発」に重点的に取り組んでいます。コミュニティ活動では、花王の工場があるエリアの工業団地組合などと連携し、地域住民とともに、蚊が卵を産み付ける水たまりや、水たまりができそうな放置されたごみを撤去するなどの活動を進めています。次世代の啓発としては、さまざまな企業と連携し、学校に出向いて、デング熱について教えたり、子どもたちと一緒に学校内の蚊がいそうな場所を探したりする授業を実施しています。

今後は、タイ以外のエリアにもこの活動を拡大するため、パートナーと協力しながら事業拡大と社会課題を解決する活動の両輪を回す新たなビジネスモデルの構築をめざします。

参照URL: <https://www.kao.com/jp/newsroom/stories/dengue/>





当社は、東京都台東区と、区民の健康増進やサステナビリティの実現に向けた包括連携協定を締結しました。今後は、両組織が連携・協力して、健康や環境など幅広い分野で事業を展開してまいります。協定締結期間は、2023年3月13日～2026年3月31日です。

当社は2023年より、都内4か所に分散していた当社及び一部関係会社を集約し、東京都台東区蔵前に本社を移転しました。これを機に、台東区と、区民のみなさまの健康増進と、地域共生及び持続可能な社会の実現に向けた地域づくりに貢献するため、相互に連携・協力する協定を締結しました。

台東区は、「世界に輝くひとまちたいとう」を将来像に掲げ、区民・地域団体・企業と連携し、健康・環境・防災などの課題解決に向けた区政運営を推進しています。当社は、歯と口の健康に関する知見や家事シェアのノウハウなどを提供するとともに、環境や防災への課題に協働してまいります。

<連携事項>

- (1)健康づくり・歯科保健対策に関すること
- (2)環境対策・製品再資源化に関すること
- (3)男女共同参画社会の推進に関すること
- (4)子供・若者の健全な育成に関すること
- (5)防災対策の推進に関すること
- (6)観光の振興に関すること
- (7)スポーツの振興に関すること



協定締結式の様子

参照URL:

https://doc.lion.co.jp/uploads/tmg_block_page_image/file/8596/20230315_01.pdf

クローダジャパン株式会社

地域の子供達への化学実験教室

関連する
SDGs
目標



プロジェクト概要:地域の子供への教育とシャンプー制作

クローダジャパン滋賀事業所では、地域住民との理解を深めるために、定期的に対話集会を開催しています。その中で、地域の子供たちに対する環境教育として、化学実験教室と結びつけたプロジェクトを推進しています。

STEM教育を通じて、地元の資源を活用し、手作りシャンプーの製作を行います。この取り組みは、地域の子供たちが直接参加し、製作物を自ら使用することで、環境への理解を一層深める狙いがあります。

シャンプーは通常のシャンプーと異なり、水を削減し、固形の形態を持つ環境に優しい新しい可能性のある製品です。このユニークな形態により、包装材の使用を少なくし、輸送時のエネルギー消費が低減されます。

地域の子供たちが、プロジェクトを通じて学び、製作したシャンプーを使用することで、当社の持続可能な価値観を地域住民に身近に感じてもらうことを期待しています。



シャンプー制作講座



シャンプー制作ワークショップ

2023年8月に開催された当化学実験教室には、合わせて20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。

前半では、当社の原料を使用して作成するシャンプーの製造工程の説明や安全注意事項、後半に実際にラボに移動して、シャンプーの製作を行いました。

実際に、毎日使用しているシャンプーを形の違うバーとして形が出来る過程に非常に興味を持っていただき、楽しく学んでいただく事ができました。



製作したシャンプーバー

今後の取り組み

地域住民への教育プログラムを強化し、環境教育ワークショップや自然との共生イベントを通じて、持続可能なライフスタイルの普及を化粧品原料製造会社の目線から実施していきたいと思います。

参照URL: <https://www.croda.com/ja-jp/about-us/where-we-operate/asia-pacific/japan>



活動の背景

世間では、昨年夏の高校野球において、坊主ではない学校の躍進が話題となりました。従来からある部活動における髪型ルールを時代と共に考えていく過渡期に入っているのかもしれませんが。

マンドムでは、「どう思う？部活ヘア」と題し、部活動における様々な髪型ルールに関するリアルな声を部活生や先生からヒアリングや実態調査で吸い上げ、結果の公開と共により多くの声を集める取り組みをしています。今回、「部活ヘア」をテーマに、高校生が抱える見た目やルールに関する「理不尽や納得できないもやもや」を取り除き自分らしさを表現する大切さを知るきっかけをつくること、更に高校生の自己表現をサポートするべく活動を行っています。

「部活ヘアサロン」を通じて自己表現をサポート

おしゃれ・身だしなみを通じた自己表現サポートや社会との共存共栄ができるよう、様々な取り組みを実施しています。その一環として高校生を中心とした部活生の髪悩みを共に考えサポートする活動を美容師様などのスペシャルサポーターとともに、部活性がベストな髪型で大会や試合に臨み、ベストパフォーマンスを発揮できるようサポートする「部活ヘアサロン」を展開しています。

これまで6校にベストパフォーマンスを引き出すためのヘアカット&ヘアスタイリングや、ワークショップ形式のヘアメイク講座を実施しています。

参加した部活生からは中高生からは、「普段挑戦しないような髪型やメイクで難しそうに見えたけど、やってみたらすごくかわいくて知れてよかったです！」や「今日はヘアメイクをしての練習だったので、皆いつも以上に気合いが入った」「髪を切ったことで気持ちが高まっているし、明日の自分への期待感も高まっている。」といったヘアスタイルを整えることで気持ちの変化も伴い前向きな気持ちになる声が聞かれました。



参照URL: <https://www.mandom.co.jp/gallery/bukatsu-hair.html>



「Be supporters！」は、高齢者施設の高齢者や認知症の方など、普段は周囲に「支えられる」場面の多い方が、地元のサッカーJリーグのクラブのサポーターとなることで「支える」存在になることを目指す活動で2020年12月よりサントリーウエルネス株式会社が推進しています。

コンセプトは「いくつになってもワクワクしたい、すべての人へ」。2021年12月からはJリーグと協働で推進しており、現在、全国約160施設・延べ6,000人に広がっています。

参加する施設職員の方々からは、「腕が不自由でリハビリに積極的ではない方が、応援しているときは腕を挙げて手を叩く」「部屋に閉じこもりがちだった方が、他の方と一緒に応援することで笑顔が増えた」などの高齢者の変化、また「職員自らが楽しんで参加するので、施設が明るくなった」「Be supporters！の活動をきっかけに、実際に施設に入社した方がいる」などの施設・職員の变化についてご報告いただいています。



サントリーウエルネスは、「ひとりひとりの生きるを輝かせる～体と肌と心のつながりを通じて～」をミッションに、日々の事業活動に取り組んでいます。

私たちのお客様にお話を伺う中で、「人生100年時代、どのように幸せに生きるのか」という大きな問いに向き合う機会が増えました。

その中で、人生100年時代を生きるには、予防だけではなく、人生を重ねる中で生まれる様々な不に向き合い、共に生きる、共生という考え方が非常に重要なのではないかと感じています。

Beサポーターズ！を通じて生まれる、豊かな表情は、年齢を重ねると、失われると思われがちな“好奇心”から生まれるものではないかと、思います。

日々の生活に、推しクラブ・選手の応援、というワクワクする活動が生まれることで、一時は失われていた好奇心が復活し利用者みなさんの素敵な表情がうまれます。そのワクワクが施設のスタッフの方だけではなく、施設の枠を超えて地域の方にまで、“サポーター”を通じて 伝播していくことで、つながりが生まれ、人生100年時代を生きるヒントを私たちに伝えてくれます。

Beサポーターズ！について、もっと知りたい、参加したい、と思われた方は、ぜひ下記のURLより、活動を通じて生まれた物語に触れてみてください。

参照URL: <https://www.suntory-kenko.com/contents/enjoy/besupporters/>



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と、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、今年も中国大陸、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しました。そして、2022年はカネボウ化粧品ドイツ社(Kanebo Cosmetics Deutschland GmbH)、2023年にはスイスが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。

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。

23年は以下の取り組みを行いました。

LISSAGEがピンクリボンキャンペーンの取り組みを開始

【LISSAGEが「ピンクリボン活動」応援に至った背景】
リサージはブランド誕生から30年間、働く女性を応援してきました。昨年その方々に意識調査をしたところ、「自分らしく心地よい暮らし」をめざしており、そこには自分を取り巻く身近な環境や地域ボランティアといった社会貢献活動への関心が強いことがわかりました。そうしたことから今回ピンクリボン活動に取り組むことになりました。



【LISSAGEの「ピンクリボン活動」の取り組みについて】

セルフチェックとしてバストに触れることを習慣づけられないかということも今回のテーマでした。

浴室内、浴室外、商品なしでのバストケアの継続率調査*を行い比較してみた結果、浴室内で商品を使ってバストケアをするグループが一番継続率が高いという数値が出たといえます。

浴室で習慣化できるよう、セルフチェックの方法を記したカードを撥水加工し、商品にかけて使えるツールを用意。ご購入いただいたお客様にお渡し致しました。

*花王調べ、2022年9-10月実施



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 リビッド 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)

キャンペーンの取り組みを開始したリサージも「リサージ バスタイム ボディセラム」の売り上げの一部をピンクリボン活動に寄付する活動をはじめました。



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。

参照URL: <https://www.kao.com/jp/pinkribbon/>



「美」を見つめなおし、“これから大切にしたい美”を考える プロジェクト「美を紡ぐ」

「美を紡ぐ」は、「美」を深く見つめなおし“これから大切にしたい美”を考えるグループ横断のプロジェクトです。2018年から始まった本プロジェクトでは、日本の美を見つめる中で、日本が歴史的に中国から多くの文化的影響を受けてきたことや、現代日本での生活の中に息づく美意識や思想に中国文化の美や思想が内包されていることについても認識を深めてきました。

そこで本プロジェクトでは、中国文化と、その背景にある美意識や思想を改めて学び直すこととし、複数の専門家をゲストに招き、過去から現代に至るまでの中国の文化・芸術を幅広く取り上げたウェビナーを開催するなど、理解を深めてきました。

境界を越えて対話を重ねる

プロジェクトの活動は、さまざまな学びを与えるとともに、中国と日本に共通する美意識の再発見にもつながっていきました。2023年度は、得られた気付きを元に、中国のクリエイターたちや日本の伝統工芸を担う方々を交えてさらに具体性のあるプロダクトに発展させ、ポーラギンザにて「美を紡ぐ」展を実施。また、これまで蒐集してきた美の価値観や美意識、これから大切にしたい美をまとめた書籍も制作。さらに、トークセッションや体験会等のイベントも数々行い、多くの方と美について語り合ってきました。2024年には世代を超えた対話なども始まる予定で、美の概念やコミュニケーションは境界を越えて拡張中です。



「美を紡ぐ」展(外観)



「美を紡ぐ」展(展示の様子)



プロダクトの一例
「A-UN」



文化クリエイティブ機構として有名な
中国系書店と共にワークショップ開催

参照URL: https://ir.po-holdings.co.jp/news/news-4262460976933198874/main/0/link/20231122_POHD_program_s.pdf

岩瀬コスファ株式会社

外部イニシアティブへの賛同・参画

関連する
SDGs
目標



国連「持続可能な開発目標(SDGs)」

岩瀬コスファは、グループ全体で持続可能な開発目標(SDGs)を支持しており、重点的に取り組むテーマとSDGsを対応させています。常にSDGsへの貢献を意識して事業を推進し、グループ全体への浸透を図ります。

一般社団法人日本経済団体連合会「企業行動憲章」

および 経団連生物多様性宣言イニシアチブ

岩瀬コスファは、経団連の企業行動憲章および、経団連生物多様性宣言イニシアチブに賛同しています。



国連グローバル・コンパクト

2019年11月に国連グローバル・コンパクトへ加盟しました。



Global Compact
Network Japan

Sedex (Supplier Ethical Data Exchange)

SMETA監査(Sedex Members Ethical Trade Audit)自社を適正に評価するため、2023年11月14日に4領域監査でSMETA監査を実施し、Sedex上で監査結果を報告しています。

Proud to be a
Sedex
Member

EcoVadis

2017年よりEcoVadisに参画し、2023年度サステナビリティ調査において、3年連続でゴールドメダルを取得しました。



CDP(カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト)

2022年度、CDPの気候変動においてB-評価を獲得しました。今後も継続的に改善を行います。



参照URL:

<https://sdgs.un.org/goals>
<https://www.keidanren.or.jp/policy/2020/055.html>
<https://www.ungcnj.org/gcnj/about.html>
<https://www.sedex.com/>
<https://ecovadis.com/>
<https://japan.cdp.net/>





資生堂は、持続可能なサプライチェーンの構築を目指し、サプライヤーアセスメントプログラムの実施を進めています。

新規のサプライヤーには、事前にEcoVadis/Sedex/資生堂SAQのいずれかの評価法でセルフアセスメントを実施し、ハイリスクでないことを確認したうえで、「資生堂グループ サプライヤー行動基準(以下SSCC)」に合意いただき取引を行います。

既存のサプライヤーに対しても、前述の評価方法を用いてサプライヤーを評価することでSSCCの遵守状況を継続的に確認しています。

対象となるサプライヤーは、当社製品に関するパッケージ、原材料、香料などの生産用材、販売支援ツール、およびOEM調達品、生産委託品で、世界各国・各地域の約900社となります。



サプライヤーアセスメントプログラム

2022年の活動

2022年は、リスクの程度やサプライヤーの重要性を鑑み、合計72社(戦略サプライヤー28社、2021年度末時点でのハイリスクサプライヤー44社)を対象にサプライヤーアセスメントプログラムをグローバルで実行しました。

このうち10社がセルフアセスメントにおいてハイリスクに該当しました。
 ・全社に対し、結果のフィードバックおよび是正に向けたアクションプランの助言を実施しました
 ・第三者監査を通じた是正、取引の見直しなどを行い、最終的にハイリスクサプライヤーは0となりました。

また、上記の活動を通じて、EcoVadis社が実施する「2023 Sustainable Procurement Leadership Award」にて、「Best Portfolio Performance Improvement」を受賞しました。資生堂と取引するサプライヤーのサステナビリティ基準の向上がEcoVadis社によって高く評価されました。



ECOVADIS
Best Portfolio Performance Improvement
 SHISEIDO

参照URL:

<https://corp.shiseido.com/sustainabilityreport/jp/2022/environment/procurement/>

岩瀬コスファ株式会社

持続可能な調達

関連する
SDGs
目標



サプライヤープラクティス

岩瀬コスファはサプライチェーン全体におけるCSR活動の深化への施策として、サプライヤー全体に対するCSRアンケートを毎年実施いたします。2023年4月にはすべてのサプライヤー(580社)に対して、2022年度のCSR活動について確認するためのアンケートおよび2022年に改訂したサプライヤー倫理要綱を送付いたしました。これらの実施は、当社のCSR活動に対するサプライヤーの理解を深め、今後のサプライチェーンマネジメントにおいても重要な指標となるものです。今後も継続的にサプライヤーアンケートを実施し、サプライヤーとの対話を行うことで、CSR調達を推進します。

持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)

岩瀬コスファは2017年からRSPOに加盟し、パーム油の生産地における環境保全と人権尊重に配慮した認証原料の調達に努めています。2024年現在までに海外拠点のすべてでRSPO認証を取得しており、NDPE(森林減少禁止、泥炭地開発禁止、搾取禁止)原則を支持し、これに基づく調達の実現を目指します。岩瀬コスファは、2030年までにパーム油・パーム核油由来原料を100%RSPO認証原料にすることを目指します。



2-0751-17-100-00

紛争鉱物

岩瀬コスファは紛争地域での非人道的行為、反政府組織の資金源となり得る取引に加担しません。規制にかかわる紛争鉱物を調達しないため、該当するすべての取引先と取引原料に関するコンフリクトフリーの証明書を交わり、責任ある鉱物調達を推進します。また、証明書が確認できないサプライヤーとは継続取引を行わない場合があります。

ホワイト物流

岩瀬コスファは国土交通省・経済産業省・農林水産省が提唱する「ホワイト物流」推進運動に2022年に賛同し、6つの取り組み項目を定め自主行動宣言を提出いたしました。「ホワイト物流」推進運動とは、トラック輸送の生産性の向上・物流の効率化、女性や60代の運転者なども働きやすい、より「ホワイト」な労働環境の実現を目的に、物流を安定的に確保するための運動です。岩瀬コスファでは、パレット輸送の活用や、共同配送の推進に取り組むなど、サプライチェーン間の連携を強化し、物流問題の解消に貢献するとともに、環境負荷の低減を目指します。



参照URL:
<https://white-logistics-movement.jp/list/>





P&Gジャパン合同会社(以下、P&G)は、LGBTQ+をはじめとする多様なお客様が自分らしく、安心して日々の買い物ができる環境の実現を目指して、ウエルシアホールディングス株式会社(以下、ウエルシア)との協働による「インクルーシブ・ショッピング プロジェクト」を実施し、多様性に配慮した接客を提案する「インクルーシブ・ショッピング ハンドブック」を共同開発しました。ウエルシアではハンドブックを活用した研修を役員に行い、接客研修を店舗スタッフに実施しているほか、旗艦店舗を選定。P&Gでは、自社美容部員やお客様相談室スタッフに同様の研修を展開するなど、多様な人が自分らしく安心して過ごせるインクルーシブな買い物環境・社会づくりに取り組んでいます。

「インクルーシブ・ショッピング プロジェクト」では、株式会社JobRainbowとも協力し、買い物時のお悩みやニーズ、さらに実体験の理解を深めるために、LGBTQ+のお客様や有識者を招いた3回のワークショップやアンケートを通じてハンドブック制作に取り組みました。ワークショップやアンケートでは、当事者のお買い物シーンでの悩みやニーズをヒアリングし、その結果から得た気付き「何気ない会話での表現が異性愛を前提としており、見た目の性別と性自認のあり方、性的指向に対する無意識の思い込みがある」、「お客様それぞれの前提条件や個人の「当たり前」が違う中で、求められることを現場ですり合わせていくことが難しい」、「一方で、LGBTQ+のお客様にも、そうではないお客様にも、どのお客様にとっても分かりやすい声掛けや、迷わない売り場づくりはとて大切」といった売り場の課題や、ワークショップ等を通して寄せられた声や有識者からの知見をハンドブックの内容に反映させました。

ハンドブックを活用した研修や店舗実習等の指導を通じて、これまで悩んでいた接客場面について理解が深まり、「今後いっそうインクルーシブな接客を実践していきたい」という声がスタッフからあがった他、ウエルシアにおいては今後LGBTQ+のお客様はもちろん、一人ひとりのニーズに合わせたご提案や商品のご案内、接客を実現できるように、フラッグシップ店を増やしていく予定です。

また、P&Gにおいては、インクルーシブショッピングのコンセプトを社内でも活用すべく、「インクルーシブ・ショッピング ハンドブック」の内容について理解を深め、実践できるよう自社製品の美容部員(SK-II ビューティーインフルエンスー)やお客様相談室スタッフに向けて研修を展開し、様々な違いを理解し配慮する「インクルーシブ・ショッピング」の接客教育に取り組んでいます。また、自社ライフスタイルメディア「マイレピ」で性のあり方にかかわらずニーズ別に製品を選ぶヒントを紹介する記事を投稿する他、「インクルーシブ・ショッピング ハンドブック」をより多くの業態や業界においても活用していただくべく自社ホームページで一般公開しています。

両社は今後もハンドブックの普及を通じて、LGBTQ+に対する「アライ」(理解者・支援者)の輪を全国に広げ、多様な人が自分らしく安心して過ごせるインクルーシブな買い物環境・社会づくりを推進していきます。



参照URL:

https://assets.ctfassets.net/ugm1tr5brd4w/4TfovR0QqT70E5BMTGns5m/6dbd97d635ba62d7bd616d42b68524d5/Inclusive_shopping_handbook.pdf



様々なバックボーンを持つ社員が本来のチカラを発揮できる環境づくり

当社は、「世界で存在感のある究極のロイヤルティ企業」を目指す姿とし、中長期ビジョン「VISION2026」の中で「ダイバーシティ&インクルージョン経営の実践」を重要な基盤の一つとして掲げています。独自性のある競争力とイノベーション創出の源泉となる多様な社員が、いきいきと自分らしく活躍できるよう、働き方や働きがいの向上に対する取り組みを継続しています。2017年より部門横断メンバーで構成される「働きがい創出実行委員会」を中心とし各種施策が実施され、社員一人ひとりが持つ能力を十分に発揮できるよう、環境整備・処遇改革など社員のサポートを進めています。

働きやすさを高める



■働きやすさを高める取り組み

【工場 ネットスーパー受け取りスポット「工場ラクラクパック」設置】

工場働く社員にとって、より働きやすい職場環境づくりを目指して、生活面に関するアンケートを実施しました。「夕飯の準備にストレスを感じる」との声が複数あったことから、会社帰りの買い物時間の削減のため、ネットスーパーで注文した商品を会社で受け取ることができる仕組みを2023年7月より導入しました。

この取り組みは、コーセー社員を対象とした社内公募、オープンイノベーションによる「新規事業創出プログラム」にて発案され、工場働く多くの社員の生活に関するサポートを目指して実現されました。



働きがいを高める



■働きがいを高める取り組み

【本社 学び×コミュニケーションイベント:サステナイト開催】

当社日本橋オフィス内には、社員のリフレッシュや情報交換の場となる「KoCoLabo」というスペースがあり、その場を活用して部門や世代を超えた社員同士の交流、学びの提供を目的としたイベントが開催されています。

2023年8月には、サステナビリティ全般や当社の取り組みをクイズ形式で楽しく学ぶ「サステナイト」というイベントを開催し、サステナブルな活動に対する気づきや知識を習得するとともに、部門を超えて価値観や考え方を共有しました。コミュニケーションを深めながら社員の働きがい創出を目指しています。

KoCoLabo
KOSÉ Collaboration Laboratory



参照URL: <https://corp.kose.co.jp/ja/sustainability/newnormal/>

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	枝 雄二	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 直樹
	中野 愛美	蜷川 絵美	福山 勝実	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/>

