## コーセー

# 「雪肌精 BLUE」「Prédia BLUE」の日本1号店を開設

コーセーは4月24日「雪肌精 BLUE」「Prédia BLUE」の日本1号店となる直営店を、有楽町マルイにオープンした。

２ブランドともコアな年齢層を「20代後半～30代前半」に設定しており、有楽町マルイの主な客層と重なることから今回の出店に至った。常時、３名の美容部員が接客にあたる。来店客一人ひとりのニーズや状況に寄り添い、一緒に考えながらサポートする伴走型接客を基本線に、カウンセリングアプリも併用し、美容感度が高く投資を惜しまない人にはライン使いの「雪肌精 BLUE」を、よりライトにシンプルケアを取り入れたい人には単品使いの「Prédia BLUE」を提案する。

コンセプトの異なる２つのシリーズを同じ空間で体感できる、シリーズを象徴する店舗として様々な工夫を凝らす。「地球の恵み」「自らの美の発見」「洗練された日本的要素」の３つをコンセプトに設計した。什器や柱には、沖縄の海から採取された風化造礁サンゴを主原料とし、左官材を天然無機顔料で着色するなど、天然素材を活用している。さらに、OSBボードの採用や壁面の一部には再生率30％のリサイクルガラスなど、サステナブルな素材を用いて、環境に配慮しながら自然に包まれるような快適な店舗づくりを行っている。「自分自身を調え、慈しむことが美しい肌、こころ、そして美しい地球へと繋がる」と考えるブランド理念を再現した店舗は、自然に包まれたときに感じる安らぎや心地よさ、目を閉じて思わず深呼吸したくなるような温かく優しい空間となっている。

有楽町マルイ店では他店舗に先駆けて、使用済みの空容器を回収するボックスを常設する。使用済み化粧品容器を「資源」と捉え回収し、分別・洗浄・乾燥・粉砕を行い、新しいカタチに生まれ変わらせる取り組みを進める。クリーンビューティブランドらしい透明性を大切にした活動を通して、顧客とともに使用済み化粧品容器の再資源化の可能性を追求し、限りある貴重な資源を大切に、持続可能な循環型社会の実現に貢献していく。

また、カウンセリングアプリとして、オンライン・店頭で気軽に試すことが可能な「雪肌精 BLUE〝Find Balance〟」を導入した。顧客の肌だけでなく、体質へのアプローチも提案する「雪肌精 BLUE」では東洋発想に着想を得たカウンセリングアプリにより、今の自分のコンディションバランスを見つけることで、一人ひとりにあったライフスタイルアドバイスを提案する。

５月16日に全国発売となる「雪肌精 BLUE」「Prédia BLUE」は、美しい地球を目指して、肌・からだ・心へのホリスティックなアプローチを叶える。一方、「Prédia BLUE」は、Refresh W／SEAのコンセプトのもと、ミネラルを豊富に含み、優れた皮脂吸着力による毛穴浄化効果のある「国産海泥タナクラクレイ」をはじめとする「海」の恵みをふんだんに配合し、肌も心も浄化する海のように心が澄んだ健やかさと美しさを叶える。

**雪肌精 BLUE 有楽町マルイ店**／所在地＝〒100－0006 東京都千代田区有楽町2－7－1 1F▽営業時間＝11時～20時

# ケミカルリサイクル原料を非食品用途PETへ拡大

## 花王など9社

花王は、キリンHD、JEPLAN、TDK、村田製作所、ファンケル、キリンビバレッジ、ペットリファインテクノロジー、アサヒ飲料の8社と業界を超えて連携し、飲料用ボトルと非食品用途PETを原料とするケミカルリサイクルにより、各種ペットボトルへリサイクルする取り組みを開始する。なお、非食品用途PETを原料に、飲料用ペットボトルとして再生する取り組みは国内初となる。

今回の取り組みは、飲料用ボトルのケミカルリサイクル原料の一部を非食品用途PETへ拡大していくことで、これまでのリサイクルでは充分なプラスチックの資源循環には至らないという課題に対応することを目的としている。

使用済み飲料用ボトルに加えて、非食品用途として使用された工業用フィルム・化粧品ボトル、自動販売機用商品サンプルをケミカルリサイクルの原料として使用する。工業用フィルムには、TDKと村田製作所が、電子部品を製造する際に使用した工業用PETフィルムの端材をリサイクル材料として供給する。化粧品ボトルは、花王とファンケルが店頭で回収した使用済みの化粧品ボトルを供給する。自動販売機用商品サンプルは、キリンビバレッジにて商品入れ替え時に不要となったものを供給する。その後、ペットリファインテクノロジーがケミカルリサイクルを実施し、ケミカルリサイクル樹脂を使用する各社に供給する。

これらの原料を使用する各社は、ケミカルリサイクルで再生されたPET樹脂の品質評価を実施したうえで、生産する飲料用ペットボトルや化粧品ボトルへの採用を検討していく。各社での採用については、キリンビバレッジは4月から飲料用ペットボトルの一部に、花王は5月から化粧品ボトルの一部に同原料を一部採用し、製造を開始する。また、アサヒ飲料は10月以降の採用を予定しており、ファンケルにおいても採用に向けた検討をしていく。

これまでも各社は、PET樹脂におけるケミカルリサイクルに取り組んできた。今回、JEPLANが有する独自のPET樹脂におけるケミカルリサイクル技術に対し、キリンのパッケージイノベーション研究所が保有するPET樹脂を食品容器としてリサイクルする際の安全性評価に関する考え方や分析方法を提案し、各社での安全性評価を経て今回の取り組みに至った。

今後も、各社が協業することで、使用済みプラスチックのさらなる有効活用とGHG排出量の削減を目指す。

## ライオン

# 小田原工場内に環境配慮型の医薬品新工場を竣工

ライオンは4月24日、小田原工場内に医薬品新工場を竣工した。人々の健康意識の高まりを背景に一般用医薬品市場が堅調に推移する中、同社は将来にわたって、より安定的な生産供給体制を確立すべく、生産インフラ等を強化し、生産能力の増強を実現する。また、新工場は環境にも配慮しており、脱炭素社会の実現に向けて引き続き取り組んでいく。

経営ビジョン「次世代ヘルスケアのリーディングカンパニーへ」の実現に向けた取り組みを進める中、小田原工場は稼働から一定の年数が経過していたことから、より安定的な生産供給に向けて工場を新設した。新工場では原材料等の搬送自動化や、生産プロセスの効率化等により生産能力は約1・4倍に高まるという。

新工場では一次エネルギーの消費を50％削減することで、建築物省エネルギー性能表示制度（BELS）の「ZEB Ready」認証をライオンの工場で初めて取得した。また、熱源をガスボイラーではなくヒートポンプチラーにすることで、$CO_2$排出量の低減も図っている。

海外成長施策強化の一環として、小田原工場は今後、一般用医薬品の海外輸出の製造拠点としての役割も担うため、国際基準PIC／S GMPのガイドラインに準拠した製造管理の工場に生まれ変わる。

## カネボウ化粧品

# AI×アニメでメーク体験型コンテンツを開発

カネボウ化粧品のグローバルメークアップブランド「KATE（ケイト）」は、2022年に東京の今を感じられる新デジタル体験の提案として好評を博した体験コンテンツをリニューアルし、「TOKYO 2D FACE」としてカネボウ化粧品・TOPPAN・ピラミッドフィルムクアドラの3社共同で開発した。

「TOKYO 2D FACE」は、KATE独自ロジックである顔印象AI分析によるメークのレコメンドに、これまでなかったアニメイラストを生成する生成AI技術を融合させた新しい店舗体験型コンテンツ。AI技術×KATE独自ロジックによる顔印象分析から、一人ひとりに似合うTOKYOスタイルメークをレコメンド。さらにAR技術によりメークが合成された顔を撮影すると、そこからアニメイラストを生成する。

生成された画像は二次元コードを読み込むことで、自身のスマートフォンに保存することができる。写真とアニメイラスト両方でメーク体験をし、それを持ち帰ることができる、ここにしかないコンテンツになっている。

日本の最先端技術とアニメ文化を掛け合わせたKATE独自のメーク体験の場を提供することで、香港でのKATEのブランド認知拡大を図る。

**設置場所／店名**＝マツモトキヨシ銅鑼湾（コーズウェイベイ）店▽所在地＝Shop G03－04&Shop F02－06, Hang Lung Centre, 2－20 Paterson Street, Causeway Bay Hong Kong▽営業時間＝日～木 11時～22時、金・土 11時～23時