ライオン

幼少期からの「健康」と「環境」教育を推進

埼玉県での産官学民連携が「捨てない習慣」を築く

ライオンは9月17日、埼玉県さいたま市の双恵学園・双恵幼稚園で、幼少期からの「健康」と「環境」に関する意識を育むための出張授業を実施した。これは、同社が推進する「ハブラシリサイクル」活動の一環であり、子どもたちが「お口の健康習慣」と「環境教育」を体験的に学ぶことを目的に行われた。授業では、歯の機能や使用済みハブラシがどうなるかを解説する紙芝居が披露されたほか、口腔機能の向上を目的としたダンスレクチャーも行われた。

ライオンの「ハブラシリサイクル」活動は、使用済みハブラシをごみではなく、「資源」として再利用すること、お口の健康維持と環境負荷の軽減を同時に実現することを目的としている。

今回の出張授業は、ライオンと共通目標を持つ埼玉県、公益社団法人全埼玉私立幼稚園連合会、コミュニティネットとの共同プロジェクトとして実現した。これまで直接的なつながりがなかった関係各所が、「プラスチックリサイクル」という共通の志のもと、今回の環境教育を通じて連携するに至った。プラスチックの資源循環を促進するため、「ハブラシを捨てる」から「リサイクルする」への意識改革を推進する、まさに産官学民が連携した共創モデルといえる。

2025年度は10園から開始し、2027年度には埼玉県全域の540園へと段階的に拡大する計画で、これにより年間30トンのハブラシ回収を目指す。

授業後には、全埼玉私立幼稚園連合会会長の松尾創氏（双恵学園理事長兼双恵幼稚園園長）、埼玉県環境部資源循環推進課の石田あおい氏、ライオン執行役員サステナビリティ推進部長の西永英司氏、コミュニティネットの今井房子社長による質疑応答が行われた。

この場で、全埼玉私立幼稚園連合会会長の松尾氏は、子どもたちが20年後、30年後の社会を担う存在であることに触れ、幼少期に環境問題への関心を育むことの重要性を強調した。子どもたちは驚くほどの吸収力で様々なことを学ぶため、「この時期に重要な教育を提供できることに大きな意義を感じている」と述べた。

ハブラシリサイクル活動

埼玉県環境部資源循環推進課の石田氏は、産官学民連携の重要性を挙げ、「特に幼い子どもたちへの働きかけはまだ不足している」と指摘した。子どもたちが環境教育を学ぶことで、「大人たちもまた子どもたちから教わる機会が生まれ、非常に有意義である」と語った。

コミュニティネットの今井社長は、今回の取り組みのきっかけが昨年の全埼玉私立幼稚園ＰＴＡ連合会総会であったことを明かし、「その際に約700本の使用済みハブラシが回収され、保護者の関心が高いことを実感した」と語った。

最後に、ライオンの西永氏は、回収されたハブラシは植木鉢などの再生材として活用されていると説明しつつ、「子どもたちの手に触れるイベントにて、プラスチックの再利用が身近なものとして感じられるように工夫している」と語った。また、園での教育方法については、回収ボックス設置園に紙芝居やダンスを収録した動画を提供し、継続的な教育を促していくと説明した。

ダンスレクチャー

ライオンは今後も、このような教育現場での活動を広げ、子どもたちが資源を大切にし、再利用することが「当たり前」となる社会を目指していく。この取り組みは、同社が掲げる「ＬＩＯＮ Ｅｃｏ Ｃｈａｌｌｅｎｇｅ ２０５０」の目標達成にも貢献するものであり、人と地球の健やかな未来への貢献を目指している。

（禁無断転載）©Ⓡ
本紙の全部または一部を無断で複写複製（コピー）することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構（JCOPY）（03-3513-6969）まで必ずご連絡下さい。

The Voice

コスメ・ビューティ総合研究所代表

安倉 秀人 氏

消費者と事業者をつなぐ プラットフォームを構築

コスメ・ビューティ総合研究所は、最新の美容・コスメ情報を発信するＢtoＣ向けプラットフォーム「ｃｏｓｍｅ ｂｅａｕｔｙ ｎｅｔ」と、化粧品・美容業界のビジネス支援を目的としたＢtoＢ向けプラットフォーム「ｃｏｓｍｅ ｂｅａｕｔｙ ｂｕｓｉｎｅｓｓ」を運営し、消費者と事業者の双方への価値提供を実現する総合プラットフォームを構築する。

代表の安倉氏は、化粧品業界で25年以上、小売、メーカー、コンサルティングなどで専門知識や実務経験を積み、運営する2つのプラットフォームの連携に力を注ぐ。商品・サービスを享受する側と提供する側をつなぐ総合プラットフォームとしての価値向上を図る。

様々な情報メディアが割拠し、ＳＮＳでは個人の情報発信が溢れている。安倉代表は「情報が溢れている時代に、消費者も事業者ももっと効率的に収集・発信したいという想いが強まっている」と話す。「ｃｏｓｍｅ ｂｅａｕｔｙ ｎｅｔ」では、消費者が自分に合ったコスメ・美容アイテム選びの時短・効率化をサポートすることを目指し、「1分でわかる」をコンセプトに、短時間でわかりやすいコスメ美容情報の提供を推進する。

事業者側も、ＳＮＳＮの普及でオンライン中心のコミュニケーションに移行し、情報発信力に課題を残している。顧客獲得コストも高騰している。安倉代表は「美容トレンドを日々の生活にすぐ活かせる情報源」として機能させることで、事業者側の情報発信の最適化を図り、ビジネスの成長をサポートする。

連携するＢtoＢ向け「同ｂｕｓｉｎｅｓｓ」では、商品の仕入れ・販促・ＩＴ活用を支援するとともに、セミナーを開催して情報提供を行う。「同ｎｅｔ」を有効活用してマーケティング支援も行う。

安倉代表は「韓国をはじめアジアンコスメの卸・代理店のマッチングや販路拡大に関する相談も増えている」と述べ、ビジネスマッチングの支援も強化していく考えだ。（菅）