資生堂

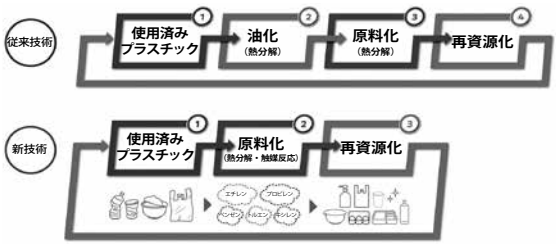
アールプラスジャパンに資本参加
使用済みプラスチック再資源化推進を加速

資生堂は、サステナブルな社会の実現に向けて、アールプラスジャパンに資本参加し、使用済みプラスチックの再資源化に取り組む。

同社は、環境課題への対応として、「地球環境の負荷軽減」「サステナブルな製品の開発」「サステナブルで責任ある調達の推進」の3つの戦略アクションを定め、全バリューチェーンを通じて、さまざまなステークホルダーとともに、環境負荷の軽減とサステナブルな資源の利用に向けた取り組みを推進している。

「サステナブルな製品の開発」において、同社はサーキュラーエコノミーの考え方のもと、2025年までに化粧品容器を「リユース可能」「リサイクル可能」「生分解可能」のいずれかで、100%サステナブルな容器包装の実現を目標にし、「つめかえ・つけかえ」容器採用、使用済み容器の店頭回収などの取り組みを積極的に展開している。

今後アールプラスジャパンや参加企業と連携し、使用済みプラスチックの再資源化を推進し、日本のプラスチックリサイクルに関わるバリューチェーンの一員としてサステナブルな世界の実現に向けて貢献していく。



同社が資本参加するアールプラスジャパンは、米国のバイオ化学ベンチャー企業であるアネロテック社（Anellotech Inc.）とともに、環境負荷の少ない効率的な使用済みプラスチックの再資源化技術開発を進める。世界で共通となっているプラスチック課題解決に貢献すべく、回収プラスチックの選別処理、モノマー製造、ポリマー製造、包装容器製造、商社、飲料・食品メーカーなど業界を超えた連携により、2027年の実用化を目指していく。

ペットボトル以外のプラスチックは、現在国内では多くが燃焼されていると言われている。今回の技術は、ペットボトルを含むその他一般のプラスチックを、直接原料（ベンゼン・トルエン・キシレン・エチレン・プロピレンなど）に戻すケミカルリサイクルであり、従来の油化工程を経由するケミカルリサイクルよりも少ない工程で処理でき、CO_2排出量やエネルギー必要量の抑制につながることが期待される。「この技術が確立できれば、より多くの使用済みプラスチックを効率的に再生利用することができる」（同社）という。

新日本製薬

プラ容器水平リサイクルに向け直営店舗での容器回収を開始

新日本製薬は、プラスチックの資源循環を目的に、PP、PE素材の化粧品プラスチック容器を直営店舗で回収し、水平リサイクルによって同じ容器に再生させる「パーフェクトワン リサイクルプログラム」をBEAUTYCLE（本社＝東京、藤村太郎社長）の協力を得て化粧品業界で初めて実施する。

4月1日より全国の直営店舗8店舗に容器回収BOXを設置する。対象商品はパーフェクトワン モイスチャージェル、パーフェクトワン 薬用ホワイトニングジェルで、回収した化粧品プラスチック容器は、BEAUTYCLEの佐賀工場に運ばれ、洗浄・粉砕等を経て化粧品プラスチック容器に再生される。

近年、プラスチックの廃棄物処理や海洋ごみ問題などプラスチックごみに関する問題が深刻化しており、市場の環境に対する意識は高まっている。同社の主要顧客層であるシニア世代に対して実施した意識調査でも「スキンケアに環境へ配慮された商品を使用したい」と回答した人が7割を超えるなど、消費者の環境に対する意識が高まりつつある。また、2022年4月から「プラスチック資源循環法」が施行され、企業にとっても今まで以上に環境に対する意識が求められる。

これまで、飲料に使用されるペットボトルのリサイクルシステムは確立されていたが、化粧品プラスチック容器のリサイクルは、色や材質が異なることから、品質を保ったまま、同じ容器に再生する水平リサイクルが難しいとされていた。

しかし、連携先のBEAUTYCLEでは、この課題を独自の循環型リサイクルシステムで解決し、プラスチックを廃棄せずに繰り返し使える資源として活用することで、水平リサイクルにより化粧品プラスチック容器に再生させることに成功した。

水平リサイクルに向け新会社を設立

ツバキスタイル

ツバキスタイルは、「BEAUTYCLE（ビューティクル）」を設立し、化粧品、トイレタリー容器の全く新しい循環型リサイクルシステムの取り組みを開始する。佐賀・神埼市に2階建て延床面積4000㎡のリサイクル工場と、延床面積1650㎡の倉庫を建設し、2023年1月より工場を稼働する。化粧品、トイレタリー容器における「回収→洗浄→粉砕→樹脂化→容器再生」という水平リサイクルシステム構築を目指す。

工場には、化粧品容器に使用されているポリエチレン、PP、PETを、それぞれ、1カ月に150トンの処理が可能なラインを作る。また、FDA（米国食品医薬品局）の認証を受けた機械を導入することで、食品容器としても利用できる品質を実現し、より安心できるリサイクル化粧品容器の製造、販売につなげていく。

回収した容器のトレーサビリティを確保し、同じ化粧品の容器として再生させることで化粧品版「ボトル toボトル」を実現し、消費者にとってより安心なリサイクルシステムを実現していく。なお、容器大手グラセルも資本参加し、当面はグラセル、ツバキスタイルの供給した容器を優先回収し、リサイクルしていく。

BEAUTYCLEでは、この取り組みに賛同した新日本製薬とともに、第1弾として、使用済容器を店頭で回収、水平リサイクルによって同じ容器に再生させる「パーフェクトワン リサイクルプログラム」を実施する。今後、回収が見込めやすい訪問販売や通信販売、理美容店、ネイルサロン、エステサロンなど対面販売を行う販路を中心に取り組みを拡大していく。

中国クチコミ分析で探る「美」のツボ

第32回

2022年中国スキンケア ホットワードは「油」？

森下智史

株式会社トレンドExpress　『中国トレンドExpress』編集長
高校卒業後、約10か月間日本で中国語を学ぶ。1998年2月～上海で学部および大学院（中国古代史）で学ぶ。2005年に卒業後、上海で在留邦人向け情報誌の編集・ライターとして業務。2012年に日系市場調査会社上海現地法人でマーケティングリサーチ（産業調査）業務に携わる。2015年5月、17年間の中国生活に区切りをつけ、帰国。東京で日中間のビジネスコンサルティング業務を経て2018年1月にトレンドExpress入社。現在に至る。

スキンケア意識の高い中国の消費者。そのスキンケア手法も常に変化をしている。今回は中国のSNSをチェックしながら見えてきた、2022年に新トレンドとなりそうな中国のスキンケア手法を見てみよう。

毎年のように新しいトレンドが現れてくる中国のコスメ業界。スキンケアに関しても、2019年ごろから「成分党」と呼ばれる消費層が成長、ヒアルロン酸やアミノ酸、ニコチンアミドなどの成分が一躍脚光を浴びた。

簡単に言えば、以前は「商品ブランド」に頼っていた中国の消費者も、より細かく、そして科学的なスキンケア効果を求めつつある。

すなわち「スキンケアのこだわり化」である。そんなスキンケアで2022年に注目しておきたいのが「以油養膚」というキーワードである。

この「油」とはすなわち「エッセンシャルオイル」のことである。

中国では乾燥肌に悩む女性が多い。エッセンシャルオイルを使って皮膚の上にオイルの膜を作ることで、適度な保湿効果を得ようということだ。

このキーワードに関して、ウェイボーのクチコミ簡易分析を行ってみると、2021年9月ごろまでは月500件程度しかなかった投稿は、10月に入り一気に増加し、1000件を超えた。12月には2000件に迫っている。そのまま2022年も月1000件のペースで推移している。

中国では10月～11月は最大商戦であるダブルイレブン（独身の日）シーズンにあたる。

したがって、商戦において多くのブランドがこのキーワードを使って訴求していたと推察できるが、つまりはそれが消費者に受け入れられるキーワードであり、さらにはその熱が現在も続いていると言えそうだ。

女性ユーザーが多い中国の体験型SNS小紅書（RED）でも、「以油養膚」で検索をかけると、トータルで3万件を超えるノートが投稿されており、一定以上の認知、浸透が進んでいることが見て取れる。

クチコミキーワードをより細かく見てみよう。「保湿」や「補水」に加え、「肌の引き締め」や「アンチエイジング」といった人気の効果、「敏感肌」「オイリー」など多くの女性を悩ませる肌質に関する言及がある。消費者は「以油養膚」に様々な効果を期待していることがわかる。それぞれの効果をもたらすものが使用するオイルの質である。キーワードにも「スクワラン」や「サザンカ」といった、異なるエッセンシャルオイルの原料が言及されている。

小紅書（RED）の投稿でも「毛穴の開きが気になるなら薔薇のオイルを……」というように、異なる肌質（肌の悩み）には異なるオイルと、自身にあったオイルを選ぶように訴える投稿があり、さらにはその選び方レクチャー投稿などが数多くみられる。

また今回の簡易分析で、クチコミされたブランドとして、中国の「阿芙AFU」と「林清軒」が確認できた。

「阿芙AFU」は、2003年に設立した多種多様なエッセンシャルオイルを専門的に扱うブランドで、世界中の優れた農家と提携し、良質なエッセンシャルオイルを世に送り出している。

「林清軒」は、中国伝統医学の理念に基づいた肌の修復機能が特長のサザンカのエッセンシャルオイルで認知度が高い。2020年には財政難からKOLが雇えず、社長自らライブコマースを行ったことでも話題になったブランドである。

これまで日本ブランドの多くはスキンケアでも化粧水、乳液、クリームなどに力を注いできたが、この2022年の中国の「オイルスキンケア」の動きには注目し、新たな手を考えたいところだ。

CN	JP	数量
养肤	肌ケア	3,228
皮肤	肌	586
保湿	保湿	345
屏障	ついたて	257
紧致	肌を引き締める	248
角鲨烷	スクワラン	245
精油	エッセンシャルオイル	228
补水	補水	190
精华油	エッセンシャルオイル	187
面霜	クリーム	139
敏感肌	敏感肌	137
阿芙	AFU	136
山茶花	サザンカ	132
精华	エキス	129
林清轩	林清軒	125
视频	ビデオ	123
面膜	パック	109
效果	効果	95
成分	成分	92
油皮	オイリー肌	91
起皮	カサつき	86
抗老	アンチエイジング	85
卸妆油	クレンジングオイル	84
干皮	乾燥型肌	79
卸除	洗い出す	76
质地	テクスチャー	75
场面	シーン	74
面部	フェイシャル	73
强韧	強い	69
泛红	赤くなる	66

小紅書（RED）の「以油养肤」に関するクチコミキーワード（2021年2月～22年1月）