コスメデコルテ

サステナビリティメッセージを策定

ジェンダーギャップのない社会に向けて独自の活動を推進

コーセーは、ハイプレステージブランド「コスメデコルテ」にて、持続可能な社会の実現を目指し、社会課題の解消に向けた活動を加速させるために、新たにサステナビリティメッセージを掲げ、ブランド独自の取り組みを策定した。世界中の女性が誇りを抱ける社会の実現を目指し、商品やサービスをはじめとする事業活動を通じて、ジェンダーにとらわれず活躍できる社会に貢献していく。

コスメデコルテは、中期ビジョン「VISION2026」で掲げるテーマ「世界で存在感のある企業への進化」の実現において、中心的な役割を担う重点グローバルブランドであり、グループの象徴的な存在となる高付加価値ブランド。技術の粋を集めた高機能性やきめ細かい接客による顧客ロイヤルティの高さを強みとして、近年ではアジアから欧米市場に展開エリアを拡大し、日本を代表するハイプレステージブランドとして存在感を高めつつある。その一方で、ブランドの成長や社会的使命の拡大に伴い、「持続可能な社会の実現」に向け、様々な社会課題の解決にも積極的に取り組んできた。

今回、新たにブランド独自の取り組みを明確にし、より効果的なコミュニケーションを図るため、サステナビリティメッセージを策定した。

キーメッセージとして「Find your true beauty ～あなたの輝きは、やがて世界を照らす～」を掲げ、コスメデコルテが1970年のブランド誕生以来、長い年月をかけて、妥協を許さずこだわり続けてきた、最先端の皮膚科学研究を結集した商品と、一人ひとりに寄り添ったきめ細かいサービスを通して、美しさを磨き、育むサポートをしてきた姿勢をより鮮明にする。

一人ひとりが何にもとらわれることなく、知性と品格に満ちた自分らしい美しさによって、誇りを抱ける未来の実現に向け、社会課題を解消する活動の支援に、より一層取り組んでいく。

具体的な取り組みとして、グローバル共通の社会課題であるジェンダーギャップの解消を目指すため、女性が安心して暮らせる社会の実現に向けた様々な取り組みを開始する。まずは、国連の制定する2つの国際女性デーに合わせ、3月には女性に対するエンパワーメントの啓発活動を推進するほか、11月には女性への暴力の根絶を訴える「女性に対する暴力をなくす運動」への賛同を通じて、限定商品の売上の一部を寄附するなど、継続的に啓発活動に参画していく。

また、伝統文化に携わる女性伝統工芸士のさらなる社会的認知拡大と地位向上への支援に取り組む。

伝統工芸の分野で活躍する女性たちが「ものづくりの誇り×KIHIN」をテーマに想いを語るインタビュー動画をオウンドメディア内で発信し、世の中に広く紹介すると同時に、動画の再生回数に応じて、売上の一部を寄附するなど、後継者の育成支援にも着手していく。

「コスメバンクプロジェクト」に正式加入

コーセー

コーセーは、一般社団法人バンクフォースマイルズ（東京都港区、山田メユミ代表理事）が実施する「コスメバンクプロジェクト」に正式加入した。今年3月より活動が開始された「コスメバンクプロジェクト運営コミッティ」にアドバイザリーボード企業として参画し、取り組みを進めるとともに、5月と12月の年に2回、経済的困難を感じているひとり親世帯を中心とした約3万世帯に、プロジェクトを通じて化粧品を届ける。

コスメバンクプロジェクトは、2021年12月にパイロット版配送が実施され、コーセーを含む17の企業が寄贈した計15万点の化粧品・日用品が、約2万2000世帯に届けられた。同社からは、代表的スキンケアブランド「雪肌精」など3万点の化粧品を提供し、「新品の化粧品を誰かにプレゼントしてもらうことが久しぶりで、心がときめいた」「化粧品を使うと息子が褒めてくれて、私も嬉しい気持ちになった」といった声が200件以上寄せられた。

このような反響の大きさを受け、創業時から大切にしてきた「化粧品で世の中を明るくする」という思いにつながり、「化粧品で心にうるおいや彩りを提供する」活動ができると判断し、今回の正式加入を決定した。今年5月の化粧品寄贈時には、コーセーグループの商品計3万点の提供を予定している。

今後は、「コスメバンクプロジェクト運営コミッティ」のアドバイザリーボード参画企業として、化粧品の提供にとどまらず、事務局や他の参画企業と協働し、美の創造企業として社会を明るくする活動にも取り組んでいく。

COSME BANK PROJECT

アイスタイル　花王

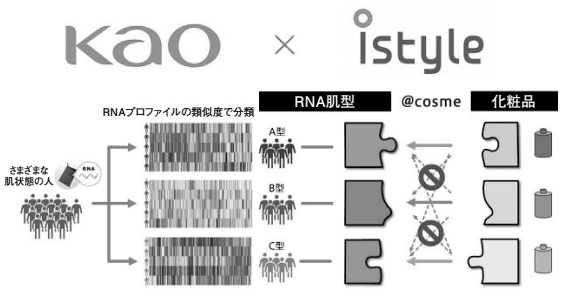
自分に合う化粧品の選択を効率化する仕組みを開発

アイスタイルと花王は、皮脂RNAモニタリング技術を応用し、似たRNA（DNA情報に基づきタンパク質を生み出すもとになる分子）特徴を持つ肌をグルーピングし、分類したRNA肌型から化粧品を効率的に選択できる仕組みを開発する共同取り組みを開始する。

その人固有のものとして一生変化しないDNAに対し、RNAは、肝臓や皮膚等の組織ごとにプロファイルも合成される量も違い、その時の体調や環境によって日々変化するという性質がある。

2022年春から「@cosme」会員のうち、承諾が得られた人の皮脂RNAの収集を開始し、RNA肌型と、選ばれる化粧品の傾向を解析。効率的な化粧品選択に向けた1万人規模でのデータベース構築に取り組む。

これをもとに、生活者が自分にぴったり合う化粧品との出会いを創出すると同時に、将来的には、化粧品業界の課題でもある需給バランスのアンマッチなどによる商品廃棄を削減する一助となることを目指す。



ポーラ・オルビスHD

プラ容器・包材を100％サステナブルな設計に

ポーラ・オルビスホールディングスは、自社で定めたプラスチック循環方針に基づき、2029年までに化粧品プラスチック容器・包材について100％サステナブルな設計にするという目標を決定した。

また、顧客とともに環境負荷を低減していくため、グループ全ブランドにて、2022年7月以降、商品購入時に配布していたショッピングバッグ（買い物袋）も廃止していく。

◆RAPHAS JAPAN、本社移転（3月26日付）

溶解性マイクロニードル技術を用いたマイクロニードルパッチ化粧品と、乳酸菌入りサプリメント、入浴料の製造・販売事業を展開するRAPHAS JAPAN（ラパスジャパン、権有利社長）は3月26日、本社を移転する。

新住所＝〒108－0014 東京都港区芝4－5－11 芝プラザビル8F▽電話＝03－6806－0513▽FAX＝03－6806－0574（いずれも変更なし）