

資生堂ジャパン、ファイントウデイ資生堂、ユニ・チャーム、ライオン、 店頭販促物のプラスチックを削減

資生堂ジャパン株式会社は、株式会社ファイントウデイ資生堂、ユニ・チャーム株式会社、ライオン株式会社と、小売店の店頭や売場で設置する販促物^{※1} で使用するパーツをプラスチック製から紙製へ順次変更し、プラスチック使用量の削減に取り組めます。各社が進めるプラスチック削減を商品だけでなく販促物においても実行することで、日用品/化粧品カテゴリーをリードする各社の規模感を活かし、環境に配慮した社会及び業界全体の発展に貢献することを目指します。

※1 売場に設置されている商品を陳列する販売什器や商品紹介のためのポップなど（別紙参照）



背景

4社は、2016年から小売店での店頭メンテナンスを行う合弁会社として設立した、株式会社ジャパンリテールイノベーションを通じて、商品の陳列や店頭メンテナンス機能の強化などで協業を開始しています。2019年には4社が販促物を共同で配送することで輸送効率を改善し、「物流環境負荷の低減」「小売店の業務負荷低減」に取り組んできました。そして、今回新たに、4社で知見を共有し、販促物のプラスチック使用量削減に取り組むことになりました。

取り組み内容

対象となる販促物のなかで、代替が可能でスピーディーに実行できるものから、優先的に取り組みを開始します。2021年11月^{※2}から、店頭で多く使用されている吊り下げディスプレイに付随するフックを、プラスチック製から紙製へ順次切り替え、その後、商品を陳列するプラスチック製のクリアラックや、香り見本、PP(ポリプロピレン)製セットケース、吊り下げ骨什器等を紙製へ変更します。

※2 各社により取り組む時期が若干異なります

4社は今後も、積極的にプラスチック使用量削減に取り組む、各社が経営戦略の中核に据える持続可能な社会の実現に向けてともに貢献していきます。

当社の環境課題への対応

資生堂はグローバルで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共に、環境負荷の軽減と持続可能な資源の利用に向けた取り組みを推進しています。環境領域において、「地球環境の負荷軽減」「持続可能な製品の開発」「持続可能で責任ある調達の推進」の3つの戦略アクションを定めています。特にCO₂排出量や海洋プラスチックごみ問題に対応すべく、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%持続可能な容器包装を実現する目標を発表しています。

さらに店頭を設置する販売台やハンディバッグ、リーフレットなどの紙器類の販促物においても、環境負荷軽減に取り組んでいきます。

<別紙> ※対象販促物の一例です。

<セットケース>
資生堂ジャパン(株)



幅 135 mm × 高さ 140 mm × 奥行 25 mm

<吊り下げ販売台>
(株) ファイントウデイ資生堂



幅 285 mm × 高さ 760 mm × 奥行 80 mm

<紙製ラック>
ユニ・チャーム(株)



幅 460 mm × 高さ 900 mm × 奥行 310 mm

<紙製吊り下げ骨仕器>
ユニ・チャーム(株)



幅 38 mm × 高さ 830 mm × 奥行 18 mm

<香り見本>
ライオン(株)



幅 40 mm × 高さ 60 mm × 奥行 18 mm