

環境

資生堂では、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現をめざし、全社員が全世界で取り組む環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」に取り組んでいます。

商品の環境対応や事業所でのCO2排出量の削減など、事業活動のすべてのプロセスにおいて、環境への取り組みを進めています。

環境方針

社名に由来する創業の精神

「資生堂」社名の由来

いたれるかなこんげん ばんぶつとりてしょうず
至哉坤元 万物資生

大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか。
すべてのものは、ここから生まれる。

資生堂の社名は、中国の四書五経の一つ、易経の一節「至哉坤元 万物資生」（大地の徳はなんとすばらしいものであろうか、すべてのものはここから生まれる）に由来しています。

この一節の意味が表すように、地球の自然環境を尊重し、大切にすることを存在の拠り所としています。

大地の徳に感謝し、そこから新しい価値を発見し、社会の役に立っていくこと、それが地球から恵みを受けている資生堂の使命です。今後、資生堂が永続的にお客さまを美しくしてさしあげるためには、地球への恩返しをしながら共生していくことが何よりも大切と考えます。

コーポレートメッセージ

一瞬も一生も美しく

資生堂のコーポレートメッセージは、地球との約束でもあります。

私たちは、美しい地球環境なくして、「美しく生きる」という一人ひとりのお客さまの願いに誠実に応えることはできません。

資生堂社員一人ひとりがかかるべき行動を定めた「Our Way」「資生堂グループ倫理行動基準」では、「独自の厳しい基準に沿った環境対応を推進し、生物多様性に配慮しながら、人も地球も美しく共生する持続可能な社会をめざす」と宣言しています。資生堂は、肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境の実現に向けて全力を尽くします。

資生堂エコポリシー

資生堂は1992年度に定めた環境に関する経営方針「資生堂エコポリシー」を基本として、環境活動を推進しています。

資生堂エコポリシー

資生堂はすべての事業活動において地球環境の保全に努めるため、

1. 生態系に配慮し、資源・エネルギーを大切に利用します
2. 環境に負担をかけない新技術の開発と応用を促進します
3. 一人ひとりの環境保護意識の向上を図ります
4. 地域や社会との連携に努めます

「地球の恵みの保全」に向けて

資生堂は社名の由来のとおり、創業以来一貫して地球の恵みに感謝し大切にしながら、事業を営んできました。しかし、今、この地球の恵みが急速に失われつつあり、将来の世代に継承することが危ぶまれています。私たちは、原点に立ち返り、地球の恵みに感謝し、これを保全しながら、「美しく生きたい」という人々の願いに誠実に応えた事業を営むことが、あるべき姿だと考えます。この考え方に基づき、「地球の恵みの保全」と「CO2削減」「省資源」の3つの領域に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

「地球の恵みの保全」のためには、「生物多様性の保全」および「水資源の持続可能な利用」が重要となります。前者については、2010年に以下のとおり「資生堂の生物多様性に関する考え方」をまとめました。

資生堂の生物多様性に関する考え方

資生堂の社名には、「地球の恵みに感謝し、新しい価値を生み出す」という意味が込められています。

私たちは、資生堂の価値づくりの源泉である「地球の恵み」を、限りあるものとして認識し、将来の世代へ受け渡すために厳正に取り扱います。

さらに、生物多様性の保全に積極的に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

一方、「水資源」については、2013年に以下のとおり考え方をまとめました。

私たちは、水系における健全な水循環や地域社会の水文化を尊重しながら、持続可能な利用をめざします。そのために、まず事業活動におけるバリューチェーンを通じた水資源の利用に関する実態の把握を行います。これを踏まえ、事業活動が水循環や水文化に与える影響の低減に努めます。

資生堂アースケアプロジェクトとは

「資生堂アースケアプロジェクト」は、事業活動のすべてのプロセスにおいて、資生堂グループの全社員が全世界で取り組む「環境プロジェクト」です。

資生堂が、地球の恵みを享受しながら新しい美しさを提案し続けていくには、地球への恩返しをしながら、地球と共生していくことが必要です。肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境を実現することが、地球とともに生きる資生堂の使命です。

「資生堂アースケアプロジェクト」は、資生堂グループの企業理念と環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」に基づき、「人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現」を使命としています。

資生堂アースケアプロジェクトのめざすもの

社会的責任として当たり前に取り組むべき「基本的環境活動」に加え、「資生堂ならではの環境活動」を積極的に進めることで「美とエコをつなぐ新しいライフスタイル」の実現をめざします。



資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマーク



Shiseido Earth Care Project

このリングの表す意味、それは「地球」「循環」「約束」です。

「地球」 それは、私たちにさまざまな恵みをもたらしてくれます。

「循環」 それは、永遠に続く美のサイクルを表しています。

「約束」 それは、資生堂と社会、資生堂と地球との間に交わされたものです。

そして、マークの色である美しいブルーは、「水」の象徴です。地球の表面の約70%、人の身体の約60%を占めている水は、生態系にとってかけがえのない存在であるとともに、化粧品にとっても大切なものです。

この青いリングに、資生堂の象徴である椿の花を組み合わせ、私たちの企業活動と自然との共生を表現しました。

環境マネジメント

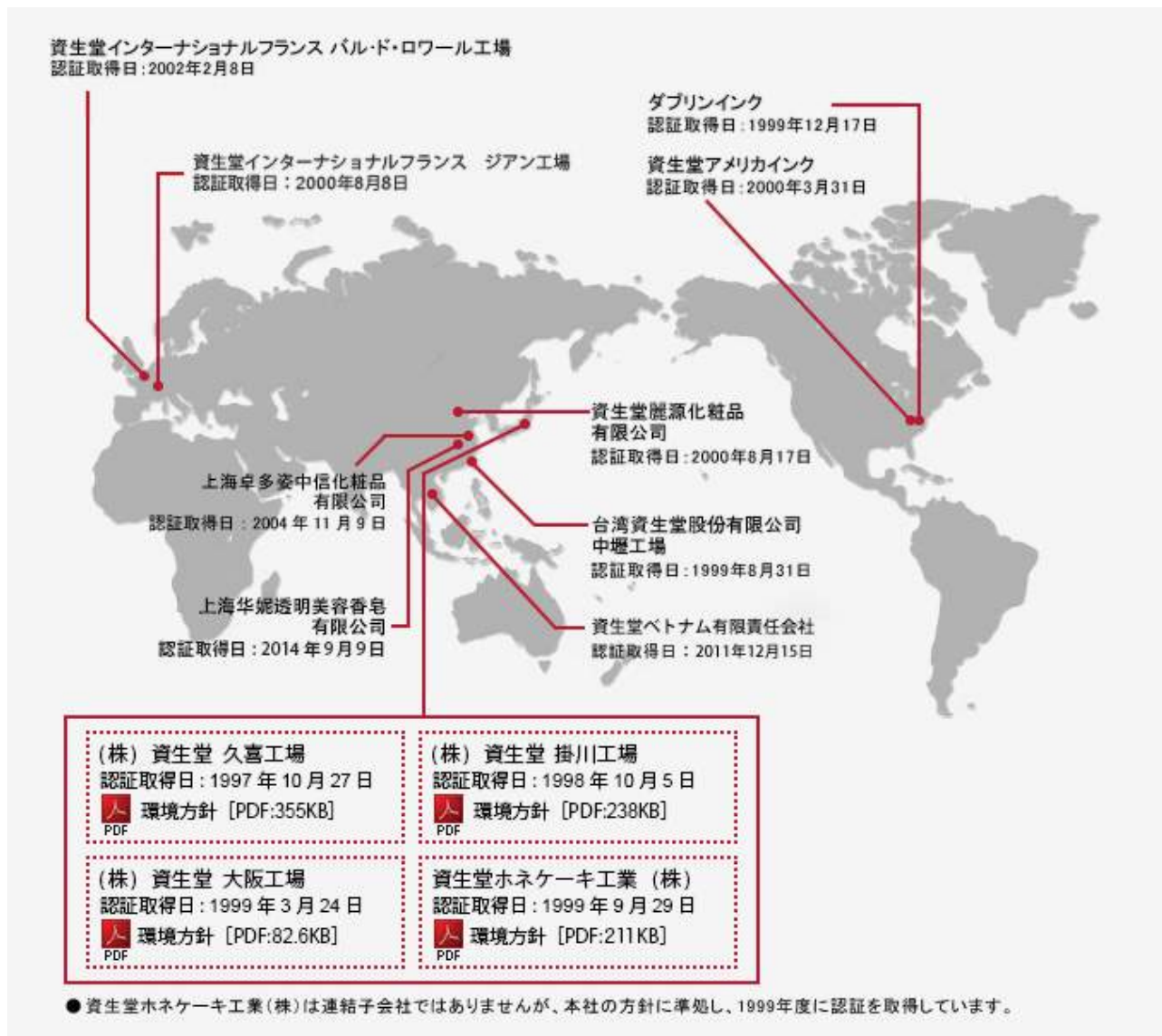
推進体制

資生堂では、2009年度に全世界の全社員をメンバーとする環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」を発足しました。2015年度までは取締役会直轄である「CSR委員会」において、また、2016年度からは業務執行における意思決定を行う「Executive Committee」において環境活動計画の進捗を共有するとともに、さまざまな環境課題について検討・協議を行っています。

ISO14001認証に基づいた環境マネジメント

ISO14001は1996年に制定された環境マネジメントに関する国際認証制度で、認証取得後も、外部機関によって継続的に審査を受ける必要があります。資生堂では、各工場において、ISO14001に基づいたマネジメントシステムを運用しており、P（Plan：計画）、D（Do：実行）、C（Check：評価）、A（Act：改善）サイクルを繰り返すことによって、管理体制等の改善と環境負荷の低減を図っています。

2015年度 ISO14001認証取得状況



環境リスクへの対応

環境に関わるリスクは多岐に渡り、法規制は世界各国において年々強化されています。

このような状況を踏まえ、資生堂では本社が中心となって新しい環境に関する法規制や社会動向について情報収集・リスク分析を行ったうえで、海外を含む関連部門と情報を共有化し、対応を図っています。さらに、生産部門においてはISO14001のシステムに基づいて環境法規制などの順守評価を実施し、法令順守を徹底しています。

国内および海外関係会社について調査を実施しましたが、2015年度も重大な環境関連法規制等の違反はありませんでした。今後も継続して適正管理に努めてまいります。

マイクロビーズへの対応

マイクロビーズは洗淨料などに使われる小さなプラスチックの粒です。当社が使用しているマイクロビーズは人体にきわめて安全性が高い原料です。

一部の消費者が洗淨料などに含まれるマイクロビーズの環境面への懸念をしていることを十分考慮し、2014年4月より開発した新しい洗淨料ではマイクロビーズを配合していません。

アメリカでは連邦法に従い、原料を完全に置換します（生産：2017/6/30 まで、販売：2018/6/30 まで）。

その他の地域の既発売の洗淨料については、商品特性などを考慮しながら遅くとも2018年までに切り替えを終了します。今後も法規制の有無にかかわらず、環境リスク等を考慮して必要と判断した場合には、速やかに代替物質へ切り替えていきます。

産業廃棄物管理の徹底

産業廃棄物の不法投棄について、排出事業者の責任が厳しく問われている中、適正管理に向けた以下の取り組みを推進しています。

定期的に社内業務担当者へ講習会を実施し、基礎的な内容にとどまらず、変化する法規制の内容や対応方法の共有化を図ることで、管理レベルの強化に取り組んでいます。また、産業廃棄物中間処理業者さまにもご協力いただき、年1回社内で義務づけている「中間処理業者の現場確認」の実施要領について研修を行い、廃棄物処理法への対応力を強化しました。



講習会の様子

化学物質の管理

資生堂は、PRTR法（化学物質管理促進法）で義務づけられた行政報告を実施するだけでなく、工場や研究所などで原料や試薬などの化学物質の使用と廃棄の自主管理を徹底しています。また、労働安全衛生の観点から、PRTR法、労働安全衛生法などで指定された成分を含む化学物質をお取引先さまへ提供する際には、半製品のSDS（安全データシート）発行をシステム化するなどの対応を図り、お取引先さまへのSDS交付を徹底しています。

PRTR法への対応

PRTR対象物質排出量・移動量

2015年度（単位：トン）

法指定 番号	物質名称（法指定）	排出量			移動量	
		大気	公共水域	土壌	下水道	廃棄物
56	エチレンオキシド（20%）	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
71	塩化第二鉄	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
207	2,6-ジ-ターシャリ- ブチル-4-クレゾール	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
275	ドデシル硫酸ナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
334	4-ヒドロキシ安息香酸メチル	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
389	ヘキサデシルトリメチルアンモニ- ウム=クロリド（ステアリルトリ モニウムクロリド不純物）	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
405	ほう素及びその化合物	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0
409	ポリ（オキシエチレン）= ドデシルエーテル硫酸 エステルナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	10.3

※ PRTR :Pollutant Release and Transfer Register（特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律）

上記物質は、PRTR法の第一種指定物質で、1事業所での年間取扱量が1トン以上（特定第一種は0.5トン以上）の物質について掲載しています。

対象期間：2015年4-12月

対象範囲：株式会社資生堂（掛川工場、大阪工場、久喜工場、リサーチセンター（グローバルイノベーションセンター））、資生堂医理化テクノロジー株式会社

エコスタンダード

1997年度には、「資生堂グローバル・エコスタンダード」を策定し、商品開発、R&D、生産・調達、物流、販売、オフィスにおける行動指針をそれぞれ具現化しました。その後、環境問題を取り巻く状況が大きく変化したことから、環境に配慮した商品や販促物の設計基準をライフサイクル視点で見直し、2010年度に「モノづくりエコスタンダード」と「販促物エコスタンダード」を策定しました。

また、オフィスにおける環境活動基準である「オフィスエコスタンダード」についても今日的に見直し、再策定しました。

モノづくりに関する2つのエコスタンダードにおいては、下記の評価項目を設け、商品及び販促物の環境対応を進めています。

モノづくりエコスタンダード

項目	評価項目
設計（容器包装）	(1) 環境に負荷をかけない仕様・材質の選定
	(2) 減量化・減容化
設計（中味）	(1) 環境に負荷をかけない処方
	(2) 容器包装を考慮した中味設計
調達	(1) 環境に配慮した原料・材料の調達
生産	(1) 生産時の環境負荷低減
物流	(2) 物流・運搬時の環境負荷低減
使用	(1) 使用時の省エネ・省資源
	(2) 使用時の排出物（排水・排ガス）による環境負荷の低減
	(3) 長期使用の促進
廃棄	(1) リサイクルしやすさの向上
	(2) お客さまによる捨てやすさの向上

販促物エコスタンダード

項目	評価項目
企画・設計	(1) 店頭で活用されやすい設計 1. 複数の売場サイズで対応できる設計 2. 多用途・複数展開可能な設計
	(2) 環境負荷が小さい材料の選定 1. 販促物の材料の選定 2. 個々の材料の選定 3. 特定パーツの材料の選定
	(3) 軽量・シンプルな設計
	(4) 規格サイズを踏まえた設計
	(5) 型の活用
	(6) 配送に適した設計
	(7) 廃棄が容易な設計 1. 分別しやすい設計 2. 材料名の表示
校正・印刷	(1) 省資源化した校正（製版）
	(2) 省資源化した刷版
	(3) 廃液を出さない印刷方法
	(4) 石油資源を節約するインキの使用

梱包・配送	(1) 梱包の簡素化
	(2) 過剰包装の抑制

環境目標と実績

資生堂では、現3カ年（2015～2017年度）の環境活動方針として、「ライフサイクル全体での商品の環境対応」と「全世界でのCO₂排出量の削減」の2つを柱に、取り組みを推進しています。

環境目標と実績

現3カ年（2015～2017年度）環境活動方針と目標

資生堂では、前3カ年に引き続き、環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」を踏まえ、本業であるモノづくりを通じた環境への取り組みを加速化すべく、1つ目の柱として「ライフサイクル全体での商品の環境対応」を推進しています。

また、グローバル企業としての社会的責任を果たすため、「全世界でのCO₂排出量の削減」を2つ目の柱として掲げ、取り組んでいます。

ライフサイクル全体での商品の環境対応

全世界でのCO₂排出量の削減

ライフサイクル全体での商品の環境対応

「ライフサイクル全体での商品の環境対応」では、資生堂独自の環境基準である「モノづくりエコスタンダード」に則り、研究開発・商品企画・調達・生産・物流・販売・使用・廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体で環境対応を進めていきます。

まず、有限な石油資源の節約と、化粧品容器の廃棄・焼却時におけるCO₂排出量の抑制を目的として、2011年度より、サトウキビ由来ポリエチレン容器の採用を開始しました。その他にも、レフィル配置アイテムの拡大や、バガス紙*・FSC認証紙など環境に配慮した紙の商品への採用拡大など、商品の環境対応に積極的に取り組んでいます。

また、水資源への対応として、商品のライフサイクルを通じた水使用量削減に取り組んでいます。

* サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維（バガス）を原料として作られる非木材紙

商品の環境対応の目標

項目	目標
植物由来容器の採用	2020年度までに、国内化粧品事業で使用するポリエチレンの70%以上を石油由来から植物由来に切り替えます。
レフィル化の加速	2020年度までに、国内化粧品事業のファンデーション（コンパクトタイプ）、白粉、シャンプー・コンディショナーのジャンボサイズのレフィルを100%配置し、化粧水・乳液（ディスペンサータイプ）のレフィルを70%以上配置します。
バガス紙他環境配慮紙の積極採用	2012年度以降の国内化粧品事業の新製品・リニューアル品で紙を使用する商品においては、バガス紙・FSC認証紙など環境配慮紙への切り替えを促進します。

(2011年度策定)

全世界でのCO₂排出量の削減

「全世界でのCO₂排出量の削減」については、本社・リサーチセンター（グローバルレイノベーションセンター）・工場・販売会社・関係会社のCO₂排出量を管理し、全世界でCO₂排出量削減に取り組んでいます。

CO₂排出量削減目標

事業所		基準	2017年度目標	2020年度目標	対象
国内	生産事業所	2009年度	18%削減	20%削減	絶対量
	非生産事業所		11%削減	14%削減	
海外	生産事業所		22%削減	23%削減	BAU比※1
	非生産事業所		8%削減	11%削減	絶対量※2

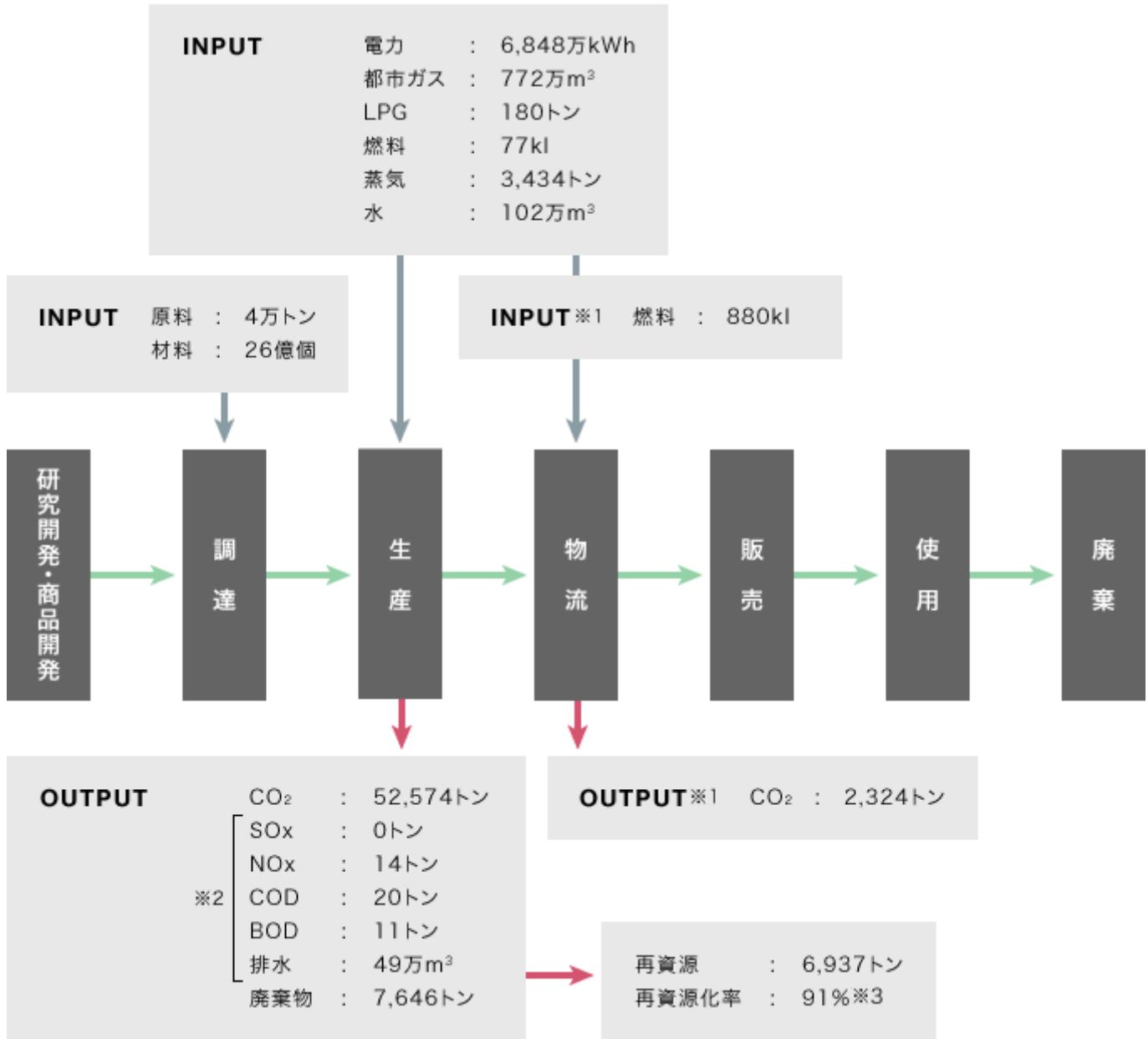
※1 BAU比：特段の削減策を講じなかった場合に想定されるCO₂排出量（BAU：Business As Usual）と削減策を講じた場合に想定されるCO₂排出量の比較

※2 海外非生産事業所については、データ未取得事業所を除く

環境目標と実績

2015年度 環境負荷実績

2015年度の資生堂の事業活動における環境負荷実績です。



対象期間 : 2015年4-12月 (国内)、2015年1-12月 (海外)

対象範囲 : 資生堂グループ国内および海外生産事業所

※1 (株) 資生堂

※2 国内生産事業所

※3 下記の生産事業所ではゼロエミッション (リサイクル率99.5%以上) を達成しています

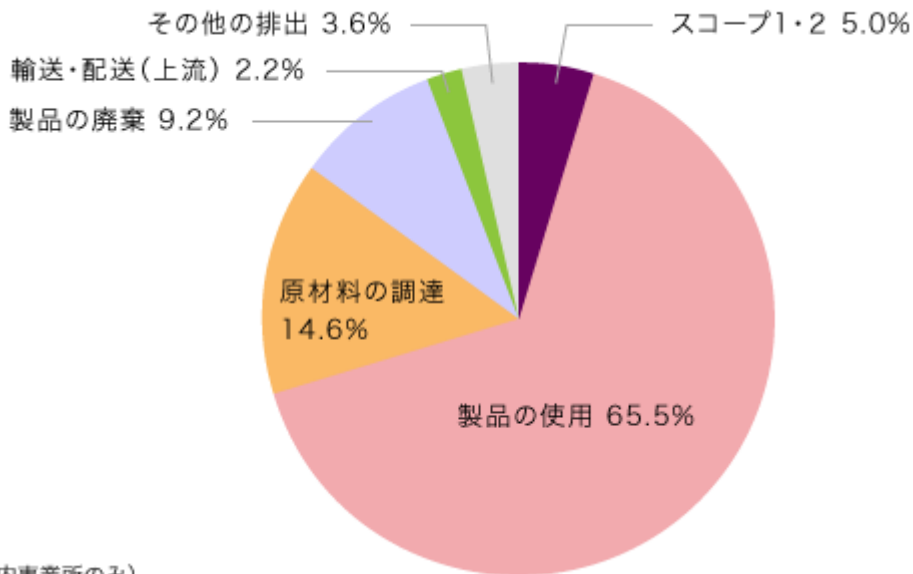
国内 : 大阪工場、掛川工場、久喜工場

海外 : 資生堂インターナショナルフランス パル・ド・ロワール工場、資生堂ベトナム有限責任会社、上海卓多姿中信化粧品有限公司

2015年度 バリューチェーンを通じたCO₂削減効果

資生堂はバリューチェーン全体の環境影響を把握し、効果的に削減するために、「GHGプロトコル・スコープ3基準」に基づき、バリューチェーン全体でのCO₂排出量の削減を行いました。

商品の環境対応における主要な取り組みである2015年度のレフィル配置・サトウキビ由来ポリエチレン採用による排出削減効果としては、配置・採用しなかった場合と比べて原材料の調達で約2,100トン、製品の廃棄段階で約5,200トン、合計で約7,300トンのCO₂排出削減となりました。



(国内事業所のみ)

対象期間：2015年4-12月

スコープ1：事業所からの直接排出

スコープ2：購入したエネルギーの生産（発電など）に伴う間接排出

スコープ3：スコープ2以外のバリューチェーンからの間接排出

上記のグラフでは製品の使用、原材料の調達、製品の廃棄、輸送・配送（上流）、その他の排出を含む

環境目標と実績

2015年度 環境会計

環境会計の集計について

対象期間：2015年4月1日～12月31日（国内）、2015年1月1日～12月31日（海外）

対象範囲：国内生産事業所、海外生産事業所、国内リサーチセンター（グローバルイノベーションセンター）、本社部門

単位：金額は全て百万円

1.環境保全コスト

分類		主な取り組みの内容	投資額	費用額
(1)事業エリア内コスト			82	247
内 訳	(1)-1 公害防止コスト	水質汚濁、大気汚染の防止活動、大気・水質などの分析測定等	26	56
	(1)-2 地球環境保全コスト	太陽光発電、省エネ推進、オゾン層保護対策等	56	48
	(1)-3 資源循環コスト	廃棄物処理、リサイクル、排水再利用、資材削減等	0	144
(2)上・下流コスト		容器包装リサイクル法負担金支払、グリーン購入、製品のリサイクル等	0	186
(3)管理活動コスト		人件費（R&D除く）、環境管理費用、事業所内緑化等	0	474
(4)研究開発コスト		環境対応製品の研究開発等（人件費含む）	0	13
(5)社会活動コスト		椿の植林・保全活動、その他社員による環境保全活動、団体への支援、環境情報公表等	0	63
(6)環境損傷対応コスト		自然修復費用など	0	0
(7)その他のコスト			0	2
合計			82	985

2.環境保全効果

効果の内容		経済効果
収益	主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクル又は使用済み製品等のリサイクルによる事業収入	59
費用節減	省エネルギー関連	78
	廃棄物関連	23
	省資源関連	24
	その他	1
合計		185

商品での取り組み

資生堂では、2010年度に商品設計における環境基準である「モノづくりエコスタンダード」を制定しました。「モノづくりエコスタンダード」の定着を図るため、商品企画部門への勉強会などを実施し、運用しています。単に「環境に配慮している」というだけでなく、化粧品としての価値（効果・使用感・使い勝手・デザインの美しさなど）を損なわずに、「美とエコが共生する」モノづくりを実現し、商品を通じて、新しいライフスタイルの提案へつなげることをめざしています。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.098

メカニカルリサイクルペットの製品容器への採用

2015年9月、資生堂は、回収されたペットボトルからメカニカルリサイクルによって再生されたペット樹脂をシーブリーズの容器に採用することを始めました。

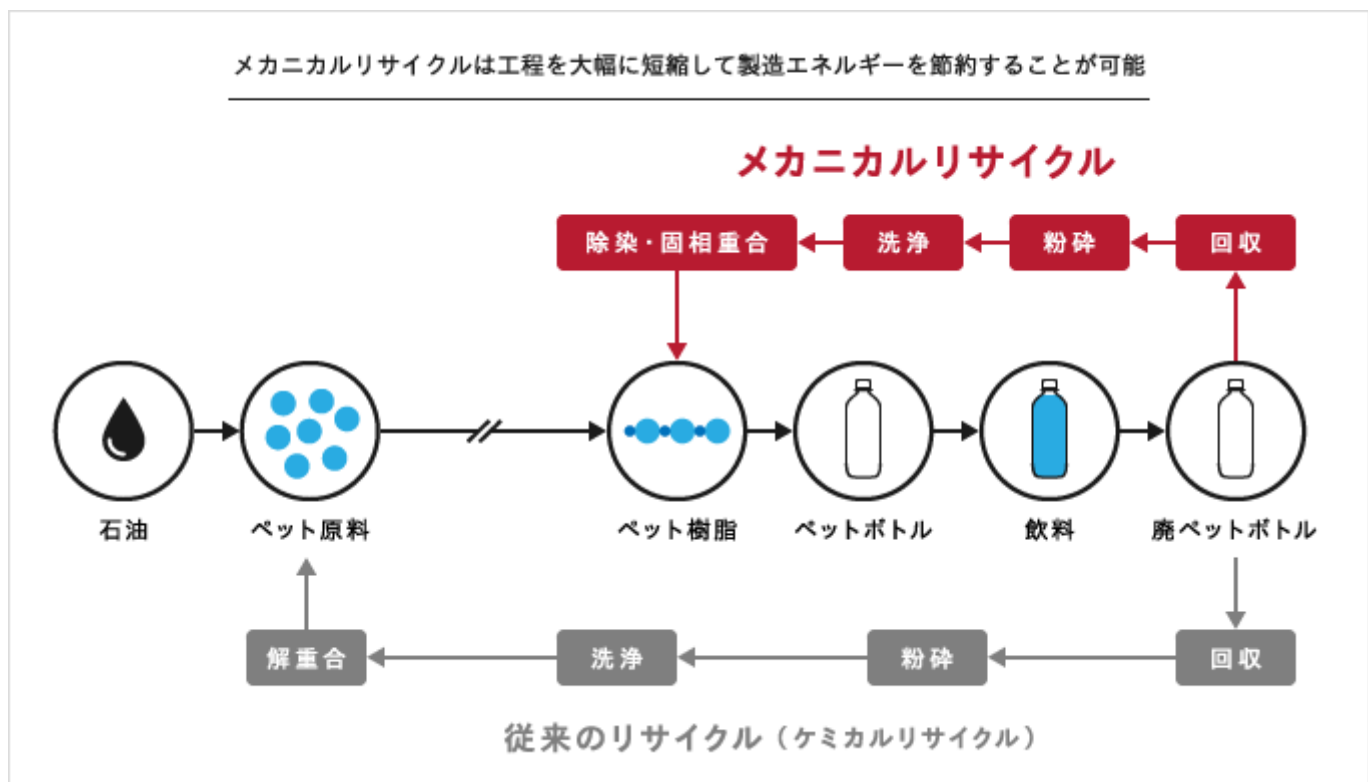
メカニカルリサイクルは、ペットボトルからペット樹脂を再生する従来のリサイクル方法であるケミカルリサイクルに比べて再生効率が良く、より負荷をかけずにリサイクルできます（※）。また、高品質であるため、既に飲料用ペットボトルなどに多く採用されています。形状が複雑で厚みのある化粧品容器ならではの課題を解決することで、容器の環境対応が可能となりました。この取り組みにより、バージンペットを使用する場合と比べて、枯渇性資源である石油の使用量削減に加え、年間で約22トンのCO₂排出量を削減できるようになります。

2011年にサトウキビ由来ポリエチレンを国内の化粧品・日用品で初めて商品の容器に採用したことに加え、今後も更なる環境配慮設計を進めていきます。



メカニカルリサイクルペットの採用を開始したシーブリーズ

※メカニカルリサイクルの工程例



No.097

自社植物工場で育てた“生い立ちの明らかな”原料を配合した商品を発売しました

近年、ナチュラル・オーガニック化粧品の市場が拡大していることに加え、相次いだ食品偽装などの影響もあり、トレーサビリティ（追跡可能性）などの安全・安心に対するお客さまのニーズが増大しています。

資生堂は、掛川工場（静岡県掛川市）内に、化粧品の原料となる植物を効率的に栽培できる植物工場を2012年12月に設置し、“生い立ちが明らかな”で安全・安心な植物原料の開発に取り組んできました。植物工場では、植物の成長に必要な様々な条件（温度、水やり条件、照明強度、照射時間、二酸化炭素濃度など）を最適に管理しながら、苗を効率的に育てています。この植物工場で育てた「カミツレ」「ローズマリー」の苗をその後、外部の契約農園で育成し、そこから抽出した植物エキスを配合した商品を2014年6月にグループ会社のエテュセから発売しました。

原料植物の収穫量をコントロールすることを可能とするこれらの取り組みによって、当社で使用する植物原料の供給リスクを回避できるようになるだけでなく、原料植物の枯渇や産地の生態系への影響を低減することにつながります。



自社植物工場

No.073

エリクシール スキンケアシリーズ 外箱の紙製化によるプラスチック使用量の削減

資生堂では、中核ブランド「エリクシール」のスキンケア商品において環境対応を進めています。

その第1弾として、2009年9月に高機能スペシャルケアとして発売した「エリクシール シュペリエル レチノバイタル」、2010年2月発売の「エリクシール ホワイト」では、これまでプラスチック製だった商品の外箱を、紙製に切り替えて発売しました。その後、2010年9月からは「エリクシール シュペリエル」においても外箱を紙製に切り替えています。これらの取り組みにより、各商品発売後1年間で、プラスチック使用量を合計約90トン削減できました。

外箱を紙製にしたことで、商品情報を印刷できるスペースも広がったため、配合成分やご使用方法など、お客さまご自身で商品を選ばれる際に参考にいただけるような情報の充実化を図っています。

また、第2弾として、2012年9月には、「エリクシール シュペリエル」「エリクシール ホワイト」から化粧水・乳液のレフィル（つめかえ用）を発売しました。

レフィル容器は本体容器につめかえて使っていただくことにより、廃棄プラスチックを約85%（本体重量比）削減することが可能となります。

なお、2016年3月にリニューアルしたエリクシール ホワイトでも、外箱の紙製化とレフィル配置を継続しています。



エリクシール シュペリエル



エリクシール ホワイト

No.084

HAKU レフィル配置によるプラスチック使用量の削減

2011年2月にリニューアルした薬用美白美容液「HAKU メラノフォーカスW」において、新たに「付け替え用レフィル」を発売しました。

このレフィル容器をつくる際に使用するプラスチック量は、本体容器の使用量に比べ約60%削減しています。レフィルを配置することで、本体容器だけを生産する場合と比較して、プラスチック使用量を発売後1年間で約19トン削減できました。

このレフィルの発売には「省資源」という環境への配慮に加え、「素敵なパッケージを毎回捨てるのはもったいない」「中味の残量が確認できるようにしてほしい」というお客さまからの声にお応えしたい、という大きな目的がありました。また、レフィル容器の開発においては、なるべくお客さまが簡単に交換できる機構にするためのさまざまな工夫を施しています。

さらに、その他の環境対応として、外箱をプラスチック製から、バガス紙（サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙）製に変更し、枯渇性資源である石油の使用量を抑え、持続可能となる植物由来原料に切り替えました。

なお、これらの環境対応は、2013年2月に発売した「HAKU メラノフォーカスCR」、2016年2月に発売した「HAKU メラノフォーカス3D」においても継続しています。



左：HAKU メラノフォーカス3D
右：レフィル

No.083

クレ・ド・ポー ボーテ スキンケアリニューアルに伴う環境への取り組み

資生堂の最高級ブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、すべてにおいて「本物」を求めるとお客さまにご満足いただくため、品質はもちろんのこと、あらゆる面において「最高級」であることをめざしています。

2011年11月、スキンケアのリニューアルを機に、

- ① スキンケア全アイテムにフェアトレード（※1）で調達した香料「サンダルウッド」を配合
 - ② 「ラ・クリーム」（クリーム）に初めてレフィルを配置
 - ③ 商品の外箱と能書（説明書）にバガス紙（※2）を採用
- などの取り組みを行いました。

その後も、フェアトレード原料（プレミアムアルガンオイル）を「ルージュエクラC」「レオスールデクラ」など一部商品に配合、能書にFSC認証紙（※3）を採用など、サステナブルな取り組みを進めています。

今後もクレ・ド・ポー ボーテは、自然や社会とのつながりを大切に、品質だけでなく、環境にも配慮した商品をお届けします。

※1 発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することを通じ、途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す取り組み。資源の乱獲などを防ぎ、持続可能な活用をめざすことで環境保全にも貢献します。

※2 サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙

※3 FSC（Forest Stewardship Council：森林管理協議会）に「適切に管理された森林から生産された製品」と認証された紙



ラ・クレームn (クリーム) 本体



ラ・クレームn (クリーム) レフィル



左：ルージュエクラC (口紅・レフィル)
右：レフィルを専用ホルダーにセットして使用



レオスールデクラ (フェースカラー)

No.088

美容飲料「ピュアホワイトW」「コラーゲンシリーズ」のガラスびん軽量化と、はがしやすいラベルの採用

資生堂は、2011年度より、美容飲料「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」(各50ml)のガラスびんを当社従来品と比べて、約10%軽量化しました。

これは、お客さまの「飲み終わったガラスびんはまとめて捨てるので、少しでも軽くして欲しい」とのお声にお応えして実現した取り組みです。

このガラスびん軽量化の取り組みにより、「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」合計で、発売後1年間で約427トンのCO2を削減できました。(資生堂試算による)

また、お客さまの「他の人にどんなものを飲んでいるか知られたくない」「ラベルをはがして廃棄したいのに、ラベルがはがしにくい」といったお声にもお応えし、簡単に手ではがせるラベルに変更しました。



ガラスびんを10%軽量化した美容ドリンク

はがしていただき、ありがとうございます。

ラベルは、簡単にはがせる
「はがラベル」使用

簡単にはがせるラベル「はがラベルTM」

No.096

クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール ローション・エッセンスの立体成型パウチ

「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール」は、2014年4月のリニューアル発売（海外は3月発売）を機に、顔用マスクとセットで使用するローションとエッセンス（各1回分）の容器に立体パウチパックを採用しました。

小型ガラス容器を採用していた旧品に比べて容器重量が10分の1になり、廃棄物の減容化にもつながっています。

こうした環境配慮とともに、クレ・ド・ポー ボーテのブランドコンセプトである「内側から輝きを放つ肌」を表現した多面体のデザインやパウチパックの開封性の工夫などが評価され、2014年8月に「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトゥール」が「2014日本パッケージングコンテスト（主催：公益社団法人 日本包装技術協会）※」において、最高賞である「ジャパンスター賞」のうちの一つ「公益社団法人日本パッケージデザイン協会賞」を受賞しました。

※優れたパッケージデザインや包装技術を表彰する国内最大のコンテスト。今回受賞した「ジャパンスター賞（経済産業大臣賞など計12賞）」のほか、「包装技術賞（6賞）」「包装部門賞（13賞）」があります。



クレ・ド・ポー ボーテ
コンサントレイリュミナトゥール



ローション・エッセンス（パウチパック）

No.093

フルメイク ウォッシュャブル ベースの開発

2012年12月に資生堂ウェブサイト「ワタシプラス」のオンラインショップにて先行発売、2013年2月に店頭発売した「フルメイク ウォッシュャブル ベース」は、重ねたメイクがお湯だけで簡単に落とせる世界初（※1）の化粧下地です。水にはなじまず、40℃のお湯にだけ反応する資生堂独自の技術「ヴェールアクションポリマー」を開発し、初めて本商品に配合しました。

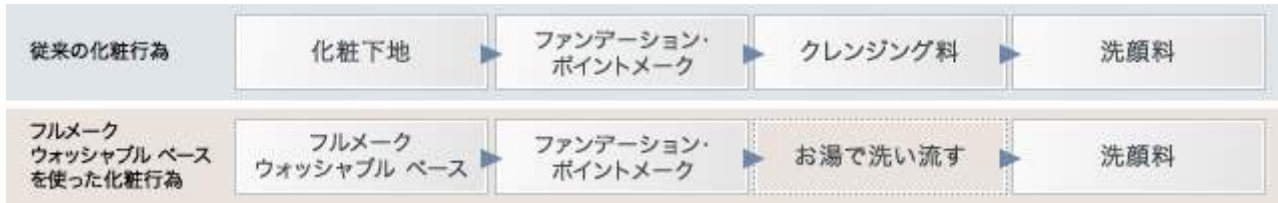
資生堂は、本商品を使うことによってクレンジング料が不要になるという特長から、化粧下地から洗顔料までの一連の化粧行為における環境負荷低減度を算出しました。具体的には、従来型の化粧行為と本商品を使った化粧行為（※2）を行った場合を想定し、ウォーターフットプリント（※3）の手法を用いて商品のライフサイクルを通じた水消費量の算出を試みました。その結果、1回の化粧行為あたり、約1.6L（※4）の水消費量を削減でき、本商品1本（35g）に換算すると、約90L（500mlペットボトル約180本分）を削減できる試算となります。

※1 株式会社Mintel Japanデータベース内 資生堂調べ

※2 従来型の化粧行為と「フルメイク ウォッシュャブル ベース」を使った化粧行為



フルメイク ウォッシュャブル ベース



- ※ 原材料調達から生産、使用、廃棄、リサイクルまでの商品のライフサイクル全体を通じた水の利用と、それに伴う環境・社会影響を定量的に評価する手法。原料となる植物の栽培や製品の製造工程に使われる水など、直接・間接的に投入されるすべての水を対象とします。
- ※ 本算定結果は、東京都市大学環境学部 伊坪徳宏教授による第三者検証を受けたものです。この数値は、お客さまのご家庭における水使用量を比較したものではありません。

No.055-2

スーパーマイルド容器へのサトウキビ由来ポリエチレンの採用

2011年9月、資生堂は、国内の化粧品・日用品としては初めてサトウキビ由来ポリエチレン容器をヘアケアブランド「スーパーマイルド」に採用しました。

サトウキビ由来ポリエチレンを焼却する時に発生するCO₂は、サトウキビが生長過程で吸収してきたCO₂であり、CO₂の増減は±0（ゼロ）といえることなどから、サトウキビ由来ポリエチレンは石油由来ポリエチレンと比較すると、ライフサイクル全体におけるCO₂排出量が約7割強少ないといわれています。

今回スーパーマイルド容器のレギュラーサイズ、ジャンボサイズのボトル部分には約96%、つめかえ用には約34%のサトウキビ由来ポリエチレンを使用しており、切り替え後1年間で約188トンのCO₂を削減できました。（資生堂試算による）

また、サトウキビ由来ポリエチレンは、主にサトウキビから砂糖を精製した残液部から作られるため、食糧との競合が発生しにくいメリットもあります。

なお、この取り組みは、「第1回バイオマス製品普及推進功績賞（主催：日本バイオマス製品推進協議会）」を受賞しました。



スーパーマイルドのサトウキビ由来ポリエチレン容器



サトウキビ由来ポリエチレンなどの植物由来プラスチック容器に記載するマーク（拡大図）

No.079

ホテル用石けん「泡ふる エコソープ」開発による廃棄量の削減

資生堂は、ホテル等の客室アメニティや業務用化粧品を取り扱う資生堂アメニティグッズ株式会社を通じて、環境にも肌にもやさしいホテル用石けん「泡ふる エコソープ（2サイズ：10g、18g）」を2010年10月に発売しました。

これまでホテル等で使われる客室用石けんは、宿泊中の使用量が非常に少なく、その残りはすべて産業廃棄物として処分されていました。

「泡ふる エコソープ」（以下、「本品」）は、石けんの中にミクロの気泡を入れることで、すばやく泡立つとともに溶けて減りやすくなり、使用後の石けんの残量、すなわち廃棄量を大幅に削減することが可能となりま



泡ふる エコソープ

す。当社リサーチセンターによる実使用テストでは、当社従来品と比較して、使用後の石けん残量（廃棄量）が10gサイズで約90%、18gサイズで約67%削減でき、2サイズ合わせて発売から1年間で約12.5トンの石けん廃棄量が削減できました。（資生堂試算による）

さらには、気泡を入れることにより、廃棄量の削減だけでなく、大きさは従来のままで石けん原料の使用量を約3割減らすことが可能となります。

また、本品は気泡を入れるためにホテル用石けんの一般的な製造法である「機械練り」ではなく、高級洗顔石けんの製造法である「粹練り（わくねり）」を採用しています。一般のホテル用石けんには保湿成分がほとんど入っていないのに対し、本品はこの製法により約30%の保湿成分を配合することができました。保湿成分たっぷりの豊かな泡で洗顔用としてもお使いいただけるなど、今までのホテル用石けんにはないワンランク上の使用感を実感いただけます。（本技術の工程と処方については特許出願済み）

本品は、エコとビューティーを同時に実現できる、環境にも肌にもやさしい石けんとして、多くの旅館やホテルから好評の声をいただいております。



ミクロの気泡を混入



「泡ふる エコソープ」と「当社従来品」の使用前後での残量の違い

No.075

「綺麗のススメ」への環境対応型紙製容器（カートカン）の採用

2010年7月に発売した「綺麗のススメ」は、環境に配慮した紙製飲料容器「カートカン」を採用しています。また、2013年より「長命草くドリンク」についても、アルミ缶から「カートカン」に切り替えています。

「カートカン」には以下の特長があります。

①間伐材活用による森林の保全促進

健全な森の育成には、混み合った森から弱っている木を切り出すなどの保全作業、すなわち「間伐」が必要ですが、カートカンは間伐材を積極的に活用しています。また、国産材を30%以上使用していることから、国内森林の保全・健全な育成を推進しています。国内の森林が健全に育つと、排出されたCO₂を吸収するため、CO₂削減につながります。



綺麗のススメ

②「緑の募金」に寄付

売上の一部を「緑の募金」に寄付する仕組みとなっており、国内の森林整備に活用されます。

③100%リサイクル可能

牛乳パックと同様にリサイクル可能です。

当初はカートカンでは当社が希望する賞味期限を保持することが難しいものでしたが、お取引先さまにお願いし、カートカンの長期保存性が実現できたため、今回の採用となりました。



長命草

No.065

ZOTOS社 ヘアケア商品ボトルのプラスチック再利用

資生堂グループの中でヘアサロン向け製品を製造しているZOTOS社（米国・コネチカット州）では、商品の中味品質と安全性、ボトル外観の美しさを保持したままで、容器のバージンプラスチック使用量を低減することに成功しました。

これは、既存のプラスチックボトル成形技術を四層構造の成型技術（二層の再生プラスチックをバージンプラスチックで外側と内側から挟む技術）に発展させた技術革新から得られました。

その結果、再生プラスチックは最大70%まで使用可能となり、バージンプラスチックは年間で約75トン削減、CO₂排出量は年間約360トン削減することが可能となります。



JOICO（ジョイコ）

生産での取り組み

生産部門では、CO2排出量の削減目標達成に向けて、具体性をもった活動計画に落とし込み、PDCAサイクルを徹底しています。また、各生産事業所への再生可能エネルギーの利用や、全生産事業所でのゼロエミッションについても長期的に検討しています。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.051

資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場の環境対応

グローバル市場向け製品を製造している資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場（米国・ニュージャージー州）は、2007年5月に「角度固定式」の太陽光発電設備を一次導入しました。さらに、2010年8月には、太陽の動きに合わせてパネル角度が変化する「太陽追尾式」の設備を二次導入し、イーストウィンザー工場の年間使用電力量の70%以上を太陽光発電でカバーできるようになりました。この設備は、ニュージャージー州でも上位にランクされる規模で、2010年には、"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards"を受賞しました。

また、2012年4月には、ダブリンインク（ニュージャージー州）の工場にも「角度固定式」の太陽光発電設備を導入しました。

稼動年月	2007年5月（一次導入）	2010年8月（二次導入）
年間発電量	約230万 kWh	
CO ₂ 排出削減量	約1,200トン/年	



一次導入設備（角度固定式）



二次導入設備（太陽追尾式）

さらに、イーストウィンザー工場では、2012年7月より、材料納入時に発生する材料の保護材である発泡スチロールのリサイクル化にも取り組んでいます。これまでは埋立て廃棄物として処理していましたが、自社で加工し、有価物として売却しています。この取り組みにより、廃棄物を年間約7.5トン、CO₂排出量を約0.8トン削減することができます。

No.082

ZOTOSインターナショナル ジェニーバ工場への風力発電設備導入

ヘアサロン向け製品を製造している資生堂の子会社ZOTOSインターナショナルのジェニーバ工場（米国・ニューヨーク州）に設置した大型の風力発電設備2基が、2011年12月より稼動を開始しました。

この2基合計で年間約400万kWh発電することができ、この規模は、米国風力エネルギー協会（AWEA）によると、米国内の製造会社（自社敷地内）において最大規模と公表されています。

この風力発電の稼動により、ジェニーバ工場の年間使用電力の約30%をカバーすることが可能となります。

また、2012年度には米国環境保護庁より"2012 Green Power Leadership Award"を受賞しました。

稼動年月	2011年12月
年間発電量	約400万 kWh
CO ₂ 排出削減量	約2,150トン/年



ジェニーバ工場の風力発電設備



No.067

乳液の低エネルギー製造プロセスの開発

従来、乳液の製造は、すべての原料を一旦加熱して乳化してから冷却するという方法が一般的でした。

そのプロセスを見直し、一部の原料を加熱して「濃い乳液」を作り、それを常温の水分で薄めながら自然に冷却させるという製造方法を発案し、「加熱」のエネルギーを低減できることに加え、「冷却」のプロセスそのものが不要となる低エネルギー製造を実現しました。

これにより、製造時に排出されるCO₂を年間で約22トン削減でき（※）、中味ロスの低減と製造時間の短縮も図ることが可能となります。

現在、この乳液の低エネルギー製造は、「ばら園ローズボディミルクRX」などに活用されています。

なお、この取り組みは、「平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました。

※対象となる乳液をすべてこの製造プロセスに変更した場合



ばら園ローズボディミルク RX

No.078

久喜工場における太陽光照明とLEDランプ導入による省エネルギー化

資生堂久喜工場は、2010年5月より埼玉県で初めてとなる、電力消費ゼロの「太陽光照明」を倉庫棟に導入しました。

太陽光照明とは、太陽光を屋根より採光し、屋内に取り込むことで、照明として有効利用するもので、電力を一切使用しない新たな照明システムです。

特殊な表面加工が施された曲面反射板により、朝夕や、冬の低い位置の太陽の光も効率よく集光し、プリズム反射しながら屋内に拡散することで、水銀灯では薄暗く感じられた倉庫内の隅の明るさを改善することができ、作業性及び安全性が向上しました。

太陽光照明は、太陽エネルギーを利用するためCO₂排出量はゼロとなり、設置後のメンテナンスが不要であることも、環境負荷の低減に貢献します。

また、同時期に工場敷地内のすべての外灯を、水銀灯からLEDに変更しました。LEDの電力消費量は水銀灯の半分以下となります。これら2つの取り組みにより、CO₂排出量を年間約45トン削減できます。



太陽光照明（屋上）



太陽光照明（イメージ図）



太陽光照明（倉庫内）

No.074

大阪・掛川工場における製品輸送保護材のリユース化

資生堂大阪工場と掛川工場は、環境に配慮した製品輸送保護材を開発し、2010年4月より運用をスタートしました。

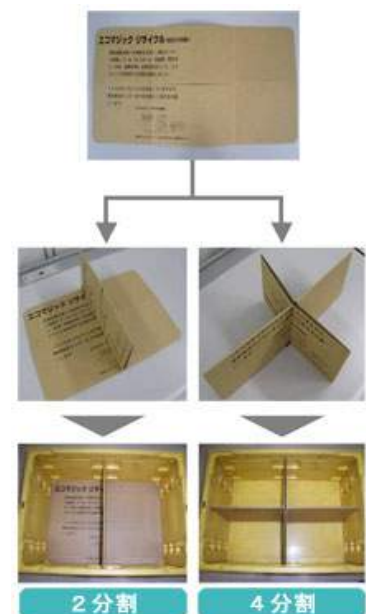
従来は製品を輸送する際、製品の形状や物量に合わせて多種多様な輸送保護材を使用していたことから、リユースが困難で使用後は廃棄していました。

そこで、資生堂の物流委託会社である日立物流コラボネクスト株式会社と共同で、さまざまな形に展開可能となる「仕切り」を開発し、規格化しました。

この「仕切り」は、折りたたみ方を変えることによって2分割または4分割となり、目的に応じてフレキシブルに展開できることが特長です。

そして、使用後は小さく折りたたんで工場に返却し、リユースが可能となりました。

リユース可能になったことにより段ボール使用量が年間で約53トン削減され、また輸送効率が向上したことで、輸送時のCO₂排出量を年間で約43トン削減することが可能となりました。



1枚の段ボールシートがフレキシブルに変化

No.072

ベトナム工場の環境対応

ベトナム工場が「アジアの環境モデル工場」として、2010年4月より稼動しました。

ベトナム工場では、省エネルギー対策として「中央エネルギー監視システム」を日本から導入し、工場内で使用されるエネルギーを視覚化することで、きめ細かな監視制御によりエネルギー消費を最小化しています。また、照明器具や冷凍機、空調機についても日本や近隣諸国から導入するなど、省エネルギー対策や環境に配慮した対応を図っています。

また、建設時の掘削により発生した残土を敷地外に廃棄せず、敷地内のランドスケープデザインに再利用するとともに、現在はゼロエミッション（廃棄物ゼロ）も達成しています。

ベトナム工場では、環境への対応で最も重要な「持続性」を大切に、毎年、敷地内に植樹を行うなど、工場一体となって継続して環境保全に取り組んでいます。植樹した木が生長するように、ベトナム工場も成長を遂げていきます。



ベトナム工場



工場敷地内に植樹した木

No.064

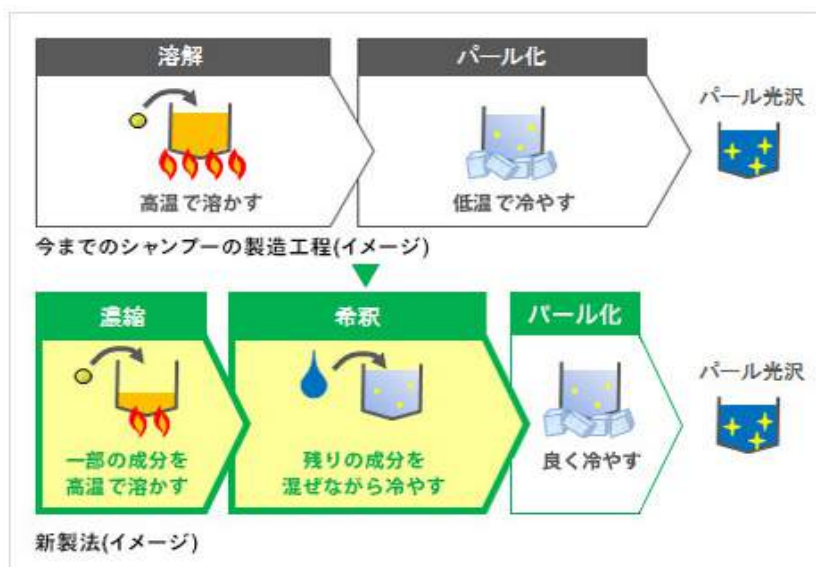
シャンプーの製造工程の低エネルギー化

資生堂久喜工場ではシャンプーの製造プロセスを見直し、「スーパーマイルド」シャンプーにおいて低エネルギー製造プロセスの開発に成功しました。

一般的に、シャンプーは光沢感を出すための油分を水性溶液に混ぜて製造しますが、従来の製造プロセスでは、溶液中の油分を均一にするために製造釜で一旦高温溶解し、その後低温冷却して油分を結晶化させます。

このたび「スーパーマイルド」シャンプーで実現した新製法では、一部の原料をあらかじめ高温溶解しておき、残りの成分を処方に合わせて製造釜に投入する順番とタイミングを工夫することで、高温溶解・低温冷却に必要なエネルギーを大幅に減少させることが可能となりました。

これにより、CO₂排出量を年間約29トン削減できたとともに、加熱・冷却の工程が減ったことで生産性の向上にもつながっています。



研究・調達・物流・販売での取り組み

資生堂は、研究開発において、CO₂排出量削減に向けた環境技術の開発とともに、環境に配慮しながらお客さまにとっての価値を実現する新技術の研究やソフト開発を進めることで新しい価値づくりをめざしていきます。

また、調達においてはサトウキビ由来ポリエチレンの共同開発をはじめとした、廃棄・焼却時に大気中のCO₂濃度を増加させない原材料の採用や、お取引先さまと一体となった環境対応技術の開発を進めています。お取引先さまに対しては、2006年3月より、「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」への同意と遵守状況を確認しています。今後もお取引先さまとともに生物多様性に配慮した調達を行い、持続可能な社会に貢献していきます。

物流においては、多頻度少量配送の見直しや同業他社との物流共同化（同じ物流拠点を活用）などを通じてCO₂排出量の削減を進めています。

販売においては、店頭照明のLED化や店頭で使用する販促ツールの環境対応に取り組んでいます。また、2009年度から営業車の車両シェアリング制を導入するとともに、2010年度には電気自動車も10台導入しました。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.092

「ワタシプラス」オンラインショップ用輸送箱の環境対応

2012年4月に開始した資生堂ウェブサイト「ワタシプラス」オンラインショップでは、店頭販売商品約2,600品を取り扱っています。

店頭で販売している商品を通信販売の配送でお届けするためには、しっかりとした外装梱包と多くの緩衝材が必要でしたが、お客さまから一般の通信販売に寄せられる「商品に対して、緩衝材がむだに多い」という声に応えるべく、お取引先さまと環境に配慮した輸送箱の開発に取り組みました。

お届けする商品の大きさに合わせて、輸送箱は5サイズ配置し、さらに商品の大きさや形状によって変形する伸縮自在の紙製仕切りを新たに開発しました。この仕切り1枚であらゆる商品に対応でき、輸送時の振動や摩擦を軽減して商品を傷めずにお届けすることが可能となりました。

また、CO₂排出量削減・省資源という環境貢献効果に加えて、ガムテープを使わずに箱のふたのペロを引き上げるだけの「リフトアップワンタッチ式」を採用したことで、簡単に開封・折りたたむことができます。

なお、この取り組みは、「2013日本パッケージングコンテスト 輸送包装部門賞（主催:公益社団法人 日本包装技術協会）」を受賞しました。



化粧品ならではの楽しさをデザインした輸送箱



ケーキの箱の仕切りからヒントを得た紙製の仕切り

No.085

バガス紙の活用促進に向けた新規調達ルートの開拓

資生堂は、バガス紙の新規調達ルートを確立し、2010年度より商品の外箱への活用を拡大しています。

「バガス」とは、サトウキビから糖汁（砂糖の原料）を搾った後の搾りかすのことで、そのバガスを加工すると紙の原料となるバガスパルプとなります。そのバガスパルプが、製紙工場でバガス紙に加工されます。バガス紙は本来廃棄されるバガスを原料とするので、木材紙に代わってバガス紙を活用することは、廃棄物のリサイクルや森林伐採抑制、生態系の保全につながります。

従来、バガスパルプの調達においては、品質やコスト面において課題があり、その活用が進んでいませんでした。

このたび、お取引先さまのご協力をいただき、環境対応にすぐれた製造工程で作られたバガスパルプを海外から調達する新たなルートを確認しました。これにより、品質やコスト面での課題を解決し、バガス紙を商品の外箱などに積極的に活用することが可能となりました。



バガス紙ができるまで（画像はイメージ）



バガス紙を活用した商品の外箱の例

- (左) クレ・ド・ポー ボーテ
- (右) HAKU メラノフォーカス3D

No.080

スキンケア商品陳列用トレーの共通化・再生プラスチック使用による省資源化

資生堂では、2010年10月度より、今までブランドごとに異なっていたスキンケア商品陳列用トレーの仕様を共通化し、さらに再生プラスチックを活用することで、省資源化を実現しました。

スキンケア商品の陳列用トレーの仕様を共通化したことにより、トレー成型時に使用する金型（スチール）を削減することができました。また、トレーに差し込むショーカードを変更するだけで他のスキンケアブランドにも使用可能となり、これまでに比べ長年に渡って使用可能となったため、廃棄量の削減にもつながりました。

さらに、再生プラスチックをトレー全体の68%に使用したことで、約70トンのバージンプラスチックが削減でき、スキンケア商品の陳列用トレーとして、化粧品業界初のエコマークを取得しています。



スキンケア商品陳列トレー
（写真下：拡大図）エコマークの刻印

No.063

植物由来発酵アルコールへの切り替え

資生堂では、国内工場とリサーチセンターで使用しているすべての合成アルコールをカーボンニュートラルな植物由来（サトウキビ）発酵アルコールへ切り替えました。食糧競合を極力避けるため、原料をサトウキビに限定し、調達から出荷にいたるまでを分別管理して生産しているアルコールだけを選定。この切り替えにより、数千トンのCO₂削減が可能となります。

No.061

ビューティーコンサルタント（美容部員）の制服のエコ処理化

貸与期間を終えたビューティーコンサルタントの制服の処理について、2009年度より、焼却時に発生する熱を再利用する「サーマルリサイクル」から、コークス炉化学原料化法による「ケミカルリサイクル」に移行しました。これにより、繊維を化学原料等に100%再生利用することが可能となり処理後の残留物（灰）もゼロとなります。また、リサイクル処理におけるCO₂排出もほぼゼロとなり、従来の焼却処理に比べて大幅に削減することができました。なお、環境活動に対する意識を高めるため、制服にはエコマークのタグがついています。



No.058

10面体段ボールでの配送を開始

資生堂は商品出荷用の段ボールを10面体に成型する機械と段ボールに商品を投入する機械を久喜工場に導入し、「TSUBAKI」「スーパーマイルド」「水分ヘアパック」「シーブリーズ」などで採用しています。

10面体の段ボール箱は側面の四隅を切り落とした形（上から見ると八角形）をしており、縦の支柱が増えることで強度が高まるため、段ボールの紙を従来より薄くできるほか、たくさんの商品をすき間なく詰めて配送効率を高めることが可能となります。

段ボール資材の減量と配送効率向上により、省資源化と年間800トン以上のCO₂削減が可能となり、製造時に加えて出荷・配送時までを含めたトータルな環境活動を推進しています。



生物多様性の保全への取り組み

資生堂の商品は、すべて「地球の恵み」からできています。「地球の恵み（生物多様性）」を将来にわたって活用していくために、それを保全していくことは非常に重要な課題です。資生堂の商品はすべて「地球の恵み」を享受していることを認識し、商品のライフサイクル全体で、その保全に努めていかなければなりません。資生堂では、「地球の恵みの保全」を環境活動の中核とし、生物多様性に対する考え方を明らかにしています。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.033-2 タイにおける植林活動

資生堂タイランドでは、2008年度からタイの各地でマングローブの植林活動を継続しています。

2016年9月13日には、現地の社員52名が参加して、バンコク近郊のサムットプラカーン県にあるタイ王国陸軍 (QMRTA) のマングローブ林において、タイの非営利団体である「持続可能な開発のための環境教育基金 (FEED)」やタイの「世界自然保護基金(WWFタイ)」関連団体のサポートのもと、約500本の植樹を行いました。

また、「環境研究センター」にて、天然資源の保護の重要性や持続可能なエネルギーの使い方などについて学び、大きな気づきを得る1日となりました。

参加者からは「一本の木をちゃんと育てるには、タイの美しい自然とその未来をつくる強い気持ちが必要なのですね」といった声が聞かれました。

資生堂タイランドは、美しい自然環境を次世代に受け継ぐために、これからも環境保全活動を続けていきます。



参加者全員で記念撮影



1本1本大切に植林

No.070 「資生堂 椿の森」植林・保全活動

資生堂は、2009年2月、和歌山県「企業の森」事業への参加に調印し、和歌山県西牟婁（にしむろ）郡白浜町椿において、10年間にわたる森林保全活動をスタートしました。「資生堂 椿の森」が誕生した2009年から2016年までの間に、合計約3,880本のヤブツバキを植樹しています。

2016年5月には、近畿エリアの社員とその家族によるボランティア約100名で7回目となる活動を行いました。当日は和歌山県庁をはじめ、地元の白浜町役場や森林組合のみなさんにご指導いただきながら、ヤブツバキの苗木の植樹や、既に植樹した場所の下草刈り、来年以降の植樹予定地を整備する地ごしらえを行いました。また、椿油の搾油体験や森林インストラクターによる自然観察会も実施しました。

参加した社員からは、「普段行くことのない森でいろいろな活動ができて良い思い出となった」「いい汗をかいて充実した時間を過ごす事ができた。次回は今回地ごしらえした場所でぜひ植樹したい」といった声が上がっていました。



植樹

今後も資生堂は、この活動を通じて地球の恵みに恩返しをしていくとともに、社員の環境教育に取り組んでまいります。



集合写真



地ごしらえ



自然勉強会

No.053

中国甘肅省にて第9回の植林活動を実施しました

資生堂は、2008年より、中国・甘肅（かんしゅく）省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートしました。

2016年4月には、資生堂グループの社員ボランティアとスタッフからなる総勢60人で第9回となる植林活動を行い、コノテガシワを参加者全員で植林しました。

参加した社員からは、「初めて蘭州に来たがとても有意義な活動ができた」「資生堂グループの他のエリアの社員とも交流ができ、非常に貴重な経験となった」といった声が聞かれました。

2008年から2016年4月までの9年間の植林実績は約10.8万本、定着率は約95%で、東京ドーム約11個分の荒地を緑化しています。今後も植林活動を通じて日中の友好関係を深めるとともに、砂漠化防止とCO₂削減による環境保全、現地の雇用創出など、中国社会に貢献できる取り組みをめざします。

場所	中国・甘肅省蘭州市 「資生堂集団援助 蘭州市城関区羅漢山環保生態林建設基地」
植林面積	約53.4ヘクタール
植林本数	約10.8万本（2008年4月～2016年4月）
期間	約10年



植林活動の様子

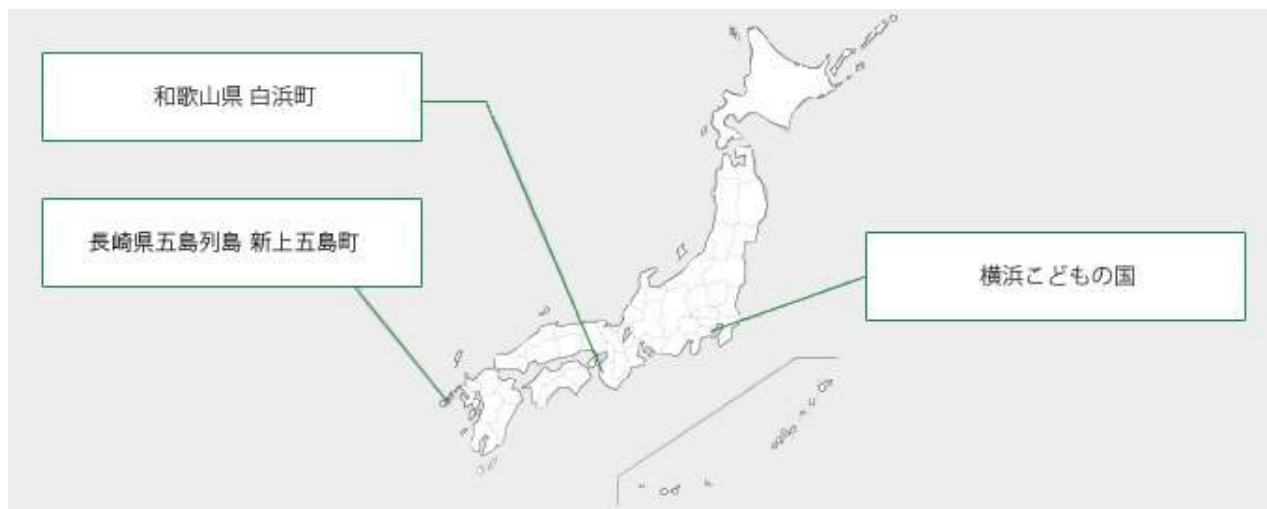


社員ボランティアとスタッフ

椿の植林・保全ボランティア活動

地球の恵みの保全の大切さの理解を深める場として、2009年度より和歌山県で、2011年度より長崎県五島列島、横浜こどもの国で、毎年社員とその家族による椿の植林・保全ボランティア活動を継続して行っています。

椿の植林・保全ボランティア活動地



No.089

「TSUBAKI」の原料産地 長崎県五島列島にて、 第5回椿の植林・保全ボランティア活動を行いました

2015年10月24日(土)～25日(日)、長崎県五島列島にて第5回椿の植林・保全ボランティア活動を実施しました。長崎県五島列島は、ヘアケアブランド「TSUBAKI」に配合されている椿油の産地です。資生堂では、2011年より自社商品の原料産地で社員ボランティアによる椿の植林・保全活動をスタートしました。

当日は暑いぐらいの晴天のなか、社員とその家族47名が参加し、町役場や森林組合の方々にサポートしていただきながら、ヤブツバキの苗木を約85本植樹しました。また植樹に加え、これまで植えた苗木の周辺の下草刈りやツル刈り、植樹地内の階段整備など参加者は汗をかきながら一生懸命作業を行い



1本1本大切に植樹

ました。

短い時間でしたが参加者にとっては「自分たちの手で椿を植え、その山を自分たちの手で守る」ことの意義を体感する1日となりました。これまでに植えたヤブツバキの苗木からは約10年後に椿油がとれるようになり、「TSUBAKI」に配合される予定です。

さらに翌日は地元の中高校生や町民の方々総勢200名のボランティアと一緒に蛤浜の海岸清掃を行いました。短時間のうちに予想以上のゴミが集まり、綺麗になった海岸に地元の方も参加者も喜んでいました。

今後も資生堂は地元の方と協力し、原料産地の環境保全活動に取り組むとともに、事業活動と一体となった環境活動を継続していきます。



地元のボランティアと海岸清掃



参加者全員で集合写真

TSUBAKIの原料産地・五島列島で椿の実収穫

2015年9月2日（水）～3日（木）の2日間、ヘアケアブランド「TSUBAKI」を生産している久喜工場の若手社員を中心に、販売会社、本社の社員とお取引先さま総勢12名が、2014年に続き、椿オイルの産地長崎県五島列島で、地元の方々と一緒に椿の実の収穫を行いました。

資生堂では一番よい時期に収穫された実から絞られる品質のよいオイルを使用するため、また人手不足の農家さまをお手伝いし原料の安定供給の一助となることを目的として、2014年から五島列島に社員が伺い、収穫をお手伝いしています。

一般的なヤブツバキの実は7、8月ごろから実が赤く色づき始め、毎年9月頃に収穫時期を迎えます。2015年は新上五島町と五島市で椿を育てる農家に伺い、収穫のお手伝いをしました。

初日はあいにくの雨、また翌日は暑い中での活動となりましたが、2日間で合計1.2t以上もの実を収穫することができました。収穫した実は数日間天日干しして乾燥させ、地元の製油所で「TSUBAKI」に配合される「厳選 椿オイル」へと精製されます。

収穫を行った社員からは「椿が手間暇かけて栽培され、実の収穫に大変労力があることを体感しました。多くの方々の思いが込められたこの実を、高品



椿の実収穫の様子



新上五島町で収穫した椿の実

質のまま良い商品とし、お客さまに喜んでいただくことが、自分たちの使命だと思っています」「たくさんの方の手間や思いが込められていることを知り、今まで何気なく扱っていた原料ですが、生産者の方々への感謝を胸に業務に取り組みたいと思います」といった感想が聞かれ、生産者の方々の苦労や、椿の実に込めた思いを学ぶ貴重な機会となりました。

五島列島では、2011年より毎年社員ボランティアによる椿の植林・保全活動を実施しています。資生堂は今後も地元の方々と協力し、原料産地での環境活動を継続していきます。



五島市で収穫した椿の実

横浜こどもの国「椿の森」で第4回椿の保全ボランティア活動を行いました

2015年2月21日（土）、横浜こどもの国の「椿の森」にて、第4回椿の保全ボランティア活動を行いました。

こどもの国（運営主体：社会福祉法人こどもの国協会）の「椿の森」は、1972年に資生堂が創業100周年記念事業として、安達式挿花創始者・安達潮花（あだち ちょうか）氏の椿コレクションを買い取り、寄贈しました。1万5千㎡もの広大な森には、現在サザンカを含めて約650種、約7,000本の樹があり、椿の名所としても知られています。

今回は、社員とその家族を含めた計18名が参加し、3月21～22日に「椿の森」で開催される「ツバキまつり2015」に向けた見学通路の清掃活動や、通路をふさいでいる枝の剪定などを行いました。また、当日は天候に恵まれ、ひと足早く春が訪れたような陽気だったため、「椿の森」近くの温室で育てている苗木を外に出して日光に当てるなどのメンテナンス作業もお手伝いしました。

参加した社員からは、「自然に触れ、リフレッシュできた」「枝の剪定は初めてで緊張したが、楽しかった」といった声が寄せられています。

資生堂は今後も社員が地球の恵みの大切さや自然と触れ合う楽しさを実感できる場として、横浜こどもの国での活動を継続していきます。



剪定は椿が元気に育つためにも必要な作業



活動終了。椿の森がきれいになり、参加者の表情も晴れやか

No.095

長命草の原料産地、与那国島の環境保全活動支援

「資生堂 長命草」ブランドの商品（ドリンク、タブレット、パウダー）に使用している長命草は、すべて与那国島産の原料にこだわっています。資生堂では2013年度より、与那国島の環境保全活動支援を行うとともに、商品の売上の一部を自然豊かな与那国島を守る環境保全活動に役立てています。

自然豊かな与那国島には、絶滅危惧種や固有種など貴重な動植物が数多く生息していますが、その数は減少傾向にあります。そこで、与那国いとなみネットワーク※、与那国町教育委員会と共同で、与那国島の豊かな自然環境や貴重な生態系を知り・守り・伝える活動を始動しました。

まず、貴重な動植物を知るきっかけづくりのため、島に生息する137種類の動植物を初めて編纂した『よなかま図鑑』を制作し、島の子どもたち全員と全800世帯に1冊ずつ配布しました。

また、島内の主要河川である田原（たばる）川に繁茂する外来植物「ホテイアオイ」の駆除を行っています。元々、水の浄化のために持ち込まれたものが、現在は水面を覆い尽くすほど繁茂し、本来生息している動植物も住みにくくなる危険性がありました。そこ

で、元の環境を取り戻そうと、14年5月には2トントラック約50台分のホテイアオイを撤去しました。作業により、水中に光が差し込み、川底には藻が生え、水生生物も多数観察されるようになるなど、環境改善につながっています。

資生堂は今後も与那国島の方々とともに豊かな自然環境を守り、未来につなぐ活動を継続していきます。

※与那国いとなみネットワークについて

与那国島の自然、歴史、文化など、地域に根ざしたさまざまないとなみを見つめ、次世代に継承していく活動をするを目的とした、与那国町役場が中心となり設立された団体。



『よなかま図鑑』



田原川のホテイアオイ撤去作業

パーム油課題への取り組み

食品や化粧品の原料でもあるパーム油は近年急速に需要が増加しています。原料となるアブラヤシの大規模な農園開発のために熱帯雨林が違法に伐採され、野生動物の絶滅危機や森林減少による地球温暖化への影響が問題視されています。資生堂は2010年から、環境保全と持続可能なパーム油産業の振興や運営を行うことを目的として設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO : Roundtable on Sustainable Palm Oil）」に参加しています。2012年3月のRSPO総会決議に基づき、2013年までに資生堂グループが使用しているパーム油およびパーム核油の全量をRSPOが認証するパーム油とすることを宣言し、切り替えを完了しました。認証にあたっては、RSPOで定められている「グリーンパーム認証（ブック・アンド・クレーム方式）※」を採用します。この宣言については、同会議のウェブサイトでも公開しています。



熱帯雨林に住む野生のオランウータン



※RSPO認証農園で生産されたパーム油・パーム核油の生産量を認証クレジットとして売買取引する方式。グリーン電力と同じ仕組みで、認証を購入することによりRSPOで認証された油を購入したことに同等とみなされる。あ



アブラヤシの実の説明に耳を傾ける社員

No.094

資生堂銀座ビル環境対応

資生堂は、本社社屋である資生堂銀座ビル（2013年秋竣工）の建て替えにあたり、緑化による地域の生態系と調和のとれたビル設計と、銀座地区への地域貢献を目的として、銀座周辺の緑地で生きもの（鳥類・昆虫類）の生態調査を実施しました。（調査協力：株式会社竹中工務店、株式会社地域環境計画）

調査の結果、銀座地区では生きものの種類・個体数が少ない状況であることが確認された一方、近隣の日比谷公園や浜離宮には生きものが多数存在し、繁殖や採餌行動が確認されました。このことから、本社社屋の屋上緑化が鳥類や昆虫類の中継地となり、生物多様性に配慮した街づくりに貢献できる可能性があることが分かりました。

ビル敷地内の樹木は調査結果を踏まえて選定しており、屋上に設けた「資生の庭」には、化粧品の原材料となる植物を栽培するゾーンも設けることで、社員が地球の恵みの大切さを肌で感じる学びの場として活用しています。

また、ビル全体についても、環境性能の高い資材や設備を導入したことで、旧社屋に対してビル全体でCO₂を約30%削減しており、建築物の環境性能評価システム「CASBEE」において、最高であるSランクを取得しています。



資生の庭

No.069

KODAの研究

資生堂は住友林業株式会社との共同研究（※1）において、花芽（つぼみを形成する部位）の形成促進作用を持つ天然植物脂肪酸KODA（ α -Ketol-OctadecaDienoic Acid）が、挿し木の発根にも促進作用があることを発見しました。この働きを応用し、これまで発根が不安定とされてきたソメイヨシノの挿し木による増殖率を顕著に上げることに成功しました。

その後、住友林業と共同で、京都・霊鑑寺の300年以上の樹齢を重ねた樺の後継稚樹の増殖や、鎌倉・安国論寺の樹勢の衰えにより枯死することが危惧されていた樹齢350年の山茶花の後継稚樹増殖に成功しました。そして、このような名木を守る活動の他に、絶滅危惧種や希少種の発根増殖研究を通じて「種の多様性」の損失を防ぐ活動も進めています。

当初KODAの研究は植物の組織培養によって化粧品の成分を開発することからスタートしたもので、農林水産省との共同プロジェクト（※2）の、「果樹の花芽着生制御技術の開発」の他に、温暖化によるイネの収量低下の改善など農作物の分野でも研究が進んでおり、今後、地球温暖化が引き起こす気候変動による農作物への影響にも貢献が期待できます。



KODAによるソメイヨシノ挿し木の発根促進効果

このKODAの発見が、「第18回化学・バイオつくば賞」を受賞しました。

※1 環境省のプロジェクト「地球環境研究総合推進費」の中での共同研究で推進

課題名：森林造成技術の高度化による熱帯林のCO₂シンク強化

※2 農林水産省 生物系産業創出のための異分野融合研究支援事業

「花芽形成促進物質KODAによる果樹の花芽着生制御技術の開発」

環境コミュニケーション

各賞受賞

クレ・ド・ポー ボーテ のラ・クレームnが「2016日本パッケージングコンテスト」を受賞！

2016年8月、「クレ・ド・ポー ボーテ ラ・クレームn」が「2016日本パッケージングコンテスト（※1）」において、「アクセシブルデザイン包装賞（※2）」を受賞しました。

「クレ・ド・ポー ボーテ」のクリームである「ラ・クレームn」は、2011年1月に初めてレフィル（つけ替え）を発売しましたが、2016年2月のリニューアルでは、さらに誰もが簡単に交換作業ができるように新しいレフィル機構を開発し採用しました。

新しいレフィルの交換方法では、新レフィルの上にキャップを外した容器本体を乗せて押し下げると、それまでのレフィルが浮き上がって取り出せるようになっています。その後、本体容器と位置を合わせて新レフィルを押し込むだけでセットできます。

詳しくは、こちらの動画をご覧ください。

誰でも簡単に交換できる新しいレフィル機構を開発・採用したことに加え、レフィルを発売したことにより本体容器に比べプラスチック使用量を約73%削減していることや、本体容器に内面蒸着を施すことにより多面体との相乗効果で内面から輝く肌を表現していることなどから今回の受賞にいたりしました。

※1 「日本パッケージングコンテスト（主催：公益社団法人 日本包装技術協会）」は、優れたパッケージデザインや包装技術を表彰する国内最大のコンテストで、「ジャパンスター賞（計12賞）」「包装技術賞（計6賞）」「包装部門賞（計13賞）」の3つの部門があります。今回受賞した「アクセシブルデザイン包装賞」は、「包装技術賞」の一つで、「ジャパンスター賞」に次いで2番目に高い賞になります。

※2 高齢者・障害者向けのユニバーサルデザインから更に健常者の利便性も確保することを目的としてパッケージがデザインされている事を評価する賞



クレ・ド・ポー ボーテ ラ・クレームn
本体（左）とレフィル（右）



「アクセシブルデザイン包装賞」盾

クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブが「2015日本パッケージングコンテスト」にて受賞！

2015年8月、「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ」が「2015日本パッケージングコンテスト（主催：公益社団法人 日本包装技術協会）」において、「包装部門賞」のうちのひとつ「化粧品包装部門賞」を受賞しました。「日本パッケージングコンテスト」は、優れたパッケージデザインや包装技術を表彰する国内最大のコンテストで、「ジャパンスター賞（計12賞）」「包装技術賞（計6賞）」「包装部門賞（計13賞）」の3つの部門があります。

「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ」の日中用美容液2品（イドラタンジュール、イドラタンジュールアンリシ）は、2014年10月のリニューアル発売を機に、レフィル（つけ替え）を発売しました。

レフィルを発売したことにより本体容器に比べ、プラスチック使用量を約58%削減しています。

さらにレフィル容器に透明性をもたせることで中味残量が確認でき、また約90度回転するだけで簡単に取り外しができるように、お客さまの声にお応えしたさまざまな工夫を施しています。



クレ・ド・ポー ボーテ シナクティブ
「イドラタンジュール」本体・レフィル
「イドラタンジュールアンリシ」本体・レフィル

環境配慮や使用性の工夫とともに、「エネルギーに満ち溢れる鮮明な美しさ」を表現した美しいデザインが評価され、受賞にいたしました。



「化粧品包装部門賞」盾

こどもの国より感謝状を授与されました

2015年5月8日（金）、こどもの国（※）の開園50周年を記念して、これまでこどもの国の発展に寄与した31の協力団体・個人に対し感謝状が贈呈され、資生堂と資生堂社会福祉事業財団が授与されました。

資生堂は創業100周年の記念事業として1971年に安達式挿花創始者・安達潮花氏の椿コレクションを買い取り、こどもの国に寄贈しました。「椿の森」はそのことがきっかけで誕生し、当初5,650本だった椿も今では約650種、7,000本まで増えています。

資生堂と縁のあるこの「椿の森」を守ろうと、資生堂では2011年から「椿の森」の保全活動を定期的に行っています。これらの一連の活動に対し、このたび感謝状を贈呈されることとなりました。

また、資生堂社会福祉事業財団は児童福祉週間に合わせてこどもの国で開催される、神奈川県児童福祉施設入所児童の「児童福祉施設駅伝大会」「女子駅伝大会」「卒業生送別マラソン大会」への協賛に対し、感謝状が贈呈されました。

資生堂は今後も環境活動やさまざまな社会活動を推進していきます。

※1959年（昭和34年）皇太子殿下（現天皇陛下）のご結婚を記念して、全国から寄せられたお祝い金を基金に、1965年（昭和40年）5月5日のこどもの日に開園しました。次世代を担うこどもの健全育成のための施設で、児童福祉法に基づく児童厚生施設です。



こどもの国（横浜）



こどもの国（横浜）

感謝状を授与された資生堂と資生堂社会福祉事業財団

受賞歴一覧

年月	受賞名	主催	受賞内容
2000年4月	「第9回地球環境大賞」環境庁長官賞	フジサンケイグループ	資生堂グローバル・エコスタンダードに基づく継続的な環境改善活動
2002年4月	「第11回地球環境大賞」文部科学大臣賞	フジサンケイグループ	化粧品の使用済みガラスびんリサイクルシステムの構築
2004年2月	「第8回環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門 奨励賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	CSRレポートの内容
2009年6月	「2009日本パッケージングコンテスト」ロジスティクス賞	公益社団法人 日本包装技術協会	10面体段ボール箱による省資源包装
2010年6月	「2010日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	協会	乳酸容器採用
2010年6月	「2010日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「草花木果」圧縮コットンによる輸送・保管時の体積効率向上によるCO ₂ 削減効果
2010年5月	「第18回 化学・バイオつくば賞」	財団法人 化学・バイオつくば財団	「KODAの生理作用の発見とその開発」の研究
2010年12月	"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards" Clean Air部門	米国 ニュージャージー州	資生堂アメリカインクに太陽光発電設備を導入
2011年6月	「2011日本パッケージングコンテスト」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「エリクシールホワイト リセットブライトニスト（クリーム）」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年6月	「2011日本パッケージングコンテスト」適正包装賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「HAKU メラノフォーカスW」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年9月	第1回バイオマス製品普及推進功績賞	日本バイオマス製品推進協議会	サトウキビ由来ポリエチレン製の化粧品容器の採用
2011年10月	2011年度グッドデザイン賞	公益財団法人 日本デザイン振興会	「クレ・ド・ポー ボーテ」「HAKU メラノフォーカスW」環境に配慮した容器設計
2012年2月	「第2回かながわ地球温暖化対策大賞」温室効果ガス削減技術開発部門	神奈川県	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2012年2月	「第15回環境コミュニケーション大賞」テレビ環境CM部門 優秀賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	企業CM「ユビエネルギー」篇

2012年4月	「2012年ジャパンパッケージングコンペティション（JPC展）」 社団法人日本印刷産業連合会会長賞	一般社団法人 日本印刷産業 連合会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年4月	「第21回地球環境大賞」 日本経済団体連合会会長賞	フジサンケイ グループ	五島列島産ツバキ油の自社商品配合と原料木ヤブツバキの植林・保全活動
2012年6月	「2012日本パッケージングコンテスト」 社団法人日本マーケティング協会会長賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年9月	2012 Green Power Leadership Award	米国環境保護 庁	ZOTOSインターナショナルに大型の風力発電設備2基を導入
2012年12月	平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰	環境省	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2013年2月	「平成24年度コージェネ大賞」優秀賞 (産業用部門)	一般財団法人 コージェネレ ーション・エ ネルギー高度 利用センター	久喜工場「高効率温水利用システム」導入による省エネ活動
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 輸送包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「ワタシプラス」オンラインショップ用輸送箱の開発
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 適正包装賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「エリクシールシュペリエル」「エリクシールホワイト」スタンディングパウチ（サトウキビ由来ポリエチレン）のレフィル採用
2013年8月	「2013日本パッケージングコンテスト」 トイレットペーパー包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「薬用ハンドソープ つめかえ用」パウチタイプへの切替えおよびサトウキビ由来ポリエチレン容器の採用
2013年11月	CDP「クライメート・ディスクロージャー・リーダーシップ・インデックス（気候変動情報開示先進企業）」	CDP	日本企業500社を対象とした気候変動に対する情報開示に関する調査で優れた企業として選定
2014年8月	「2014日本パッケージングコンテスト」 公益社団法人 日本パッケージデザイン協会賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「クレ・ド・ポー ボーテ コンサントレイリュミナトール」環境に配慮した容器設計
2014年10月	CDP「クライメート・パフォーマンス・リーダーシップ・インデックス（気候変動パフォーマンス先進企業）」	CDP	日本企業500社を対象とした気候変動対策に関する調査で温室効果ガス排出量削減、気候変動リスクの緩和に対する活動が優れた企業として選定
2014年12月	「第11回LCA日本フォーラム表彰」LCA日本フォーラム奨励賞	LCA日本フォー ラム	環境に配慮したホテル向けアメニティ「泡ふるエコソープ」の販売活動
2015年8月	「2015日本パッケージングコンテスト」 化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「クレ・ド・ポー ボーテ シナクティフ」日中用美容液2品、レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2016年8月	「2016日本パッケージングコンテスト」、 アクセシブルデザイン包装賞	公益社団法人 日本包装技術 協会	「クレ・ド・ポー ボーテ ラ・クレームn」新レフィル交換機構の開発

社会との約束

2008年度、資生堂は環境先進企業として、環境活動に取り組んでいくことを社会に約束しました。まず、世界に向けて環境に取り組む強い意志を世界に表明する機会として、2008年11月、国連グローバル・コンパクトの気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に賛同しました。

日本国内においては、2009年3月、化粧品業界で初めて、環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されました。そして、2012年5月には、環境省からの規約改定（2010年9月）を受け、当社の環境保全の新たな取り組み目標を「エコ・ファーストの約束」として宣言し、再認定されました。

取り組みの進捗状況については環境大臣に報告するとともに、定期的にウェブなどを通じて公表していきます。

「エコ・ファースト制度」について

「エコ・ファースト制度」は、2008年4月に環境省が創設した「業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を更に促進していくため、企業が環境大臣に対し、地球温暖化対策や廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度」です。

認定企業は「エコ・ファースト・マーク」を広報活動などに使用することができます。



エコ・ファースト・マーク

資生堂の「エコ・ファーストの約束」

1. 容器包装の3R (reduce,reuse,recycle) をはじめとする商品の環境対応を積極的に推進します。
2. 価値づくりの源泉である地球の恵みの保全に積極的に取り組みます。
3. 社員の環境教育に取り組み、地球の恵みの保全に貢献する人材を育成します。
4. 地球温暖化防止に向けた取り組みを積極的に推進します。

イベント出展

「エコプロダクツ2015」に出展しました

資生堂は、2015年12月10日（木）～12日（土）、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2015」に出展しました。

17回目となる2015年は700の国内外の企業・団体が出展、3日間合計で約17万人の来場がありました。資生堂ブースには約9500人のお客さまにご来場いただき、資生堂商品の環境対応についてご紹介しました。

資生堂ブースは「大切につかう」「育ててつかう」というテーマで構成し、「大切につかう」のコーナーではさまざまなブランドのレフィル（つめかえ・つけかえ用）商品のご紹介、そして植物由来プラスチックやバガス紙の活用についてパネルで紹介しました。また美容ドリンク「ザ・コラーゲン」シリーズでは、はがしやすいラベル「はがレーベル」を採用しており、実際にお客さまにラベルをはがしていただく体験コーナーを設けました。



資生堂ブース

「育ててつかう」のコーナーでは「資生堂 長命草」の原料産地、沖縄県与那国島

での環境保全活動や、ヘアケアブランド「TSUBAKI」の原料産地、長崎県五島列島での環境保全活動の取り組みをご紹介しました。さらに掛川工場にある「植物工場」での、化粧品原料栽培の取り組みについてもご紹介しました。ブースには与那国島の長命草や、植物工場で栽培されたカモミールやセージなどの化粧品原料植物を展示し、実際に触れて体感いただけるよう工夫しました。

来場されたお客さまからは「容器の省資源化と使いやすさの両立を考えて商品を作られているのがよくわかりました」「商品の原料植物を目にする機会はめったにないので新鮮だった」といったお声をいただきました。

資生堂は、今後もサステナブルな事業活動をめざして環境活動を推進していきます。



長命草展示



イベントの様子

環境省主催「Water Day FESTIVAL」に出展しました

資生堂は、2015年8月1日（土）～2日（日）、千葉県にあるイオンモール幕張新都心にて開催された「Water Day FESTIVAL」にブースを出展しました。このイベントは、水資源の重要性や水環境保全について、広く国民に情報発信することを目的として、昨年より「水の日」である8月1日に開催されています。

会場では環境省が提案する水との新しい向き合い方「Water Style」をテーマに約30の企業・団体がそれぞれの商品やサービスを紹介しました。

資生堂は「アクティブライフ WITH Water Style」をコンセプトに、来場されたお客さまに「シーブリーズ デオ&ウォーター」を体感いただき、水との生活をより身近で楽しくかつ快適にすることを訴求しました。

資生堂は今後もお客さまに水の大切さを伝えていくとともに、持続可能な利用をめざしていきます。



イベントの様子

その他の取り組み

ステークホルダーとの協働

資生堂は2011年に「企業と生物多様性イニシアティブ（JBIB）」に加盟し、JBIB主催のシンポジウムで講演を行うなど、参画企業とともに、生物多様性に関する課題の解決に向けて取り組んでいます。「経団連自然保護協議会」にも加盟しており、2014年度は加盟企業とともにタイ・カンボジアの自然環境の実態把握のため、マングローブ植林地や森林を視察しました。2015年度は、アースウォッチ・ジャパンの「東日本グリーン復興モニタリングプロジェクト 島嶼のチョウ調査」に参加し、地震・津波による植生の変化や、チョウの多様性への影響についてモニタリングしました。

今後も幅広いステークホルダーと協働し、持続可能な社会の実現にむけて取り組みを進めていきます。



JBIB主催のセミナーでの講演



タイのマングローブ植林地を視察



アースウォッチ・ジャパン 島嶼のチョウ調査

地域と連携した環境教育

■ 資生堂銀座ビルの屋上庭園で環境学習会を実施しました

2016年10月5日（水）と24日（月）に、近隣の幼稚園児25名と小学2年生4名を資生堂銀座ビルの屋上庭園「資生の庭※」にそれぞれ招き、環境学習会を実施しました。

園児たちは、植物を観察しながら庭を一周し、各自が気に入った葉っぱを摘み取りながら、色や形、香りの違いなどを確認しました。また、校外学習の一環として訪れた小学生たちは、木になっているワタから種を取り出したり、サトウキビをハサミで切って味見をしたり、さらに、庭でとれたツバキの種をハンマーでつぶして搾油機に入れ、自分たちの力で油をしぼり出すなど、初めての体験を楽しみました。

園児たちからは「こんなところに緑がいっぱいあってすごくおもしろかった」「もっといろいろな葉っぱを見たい」といった声が聞かれ、銀座の屋上庭園に驚きの様子でした。また、小学生たちからは「木になったワタを初めてさわって気持ち良かった」「実から油が採れて驚いた」などの感想が寄せられ、生物の多様性や、自然と私たちの暮らしとの関わりについて学ぶ良い機会となったようです。

資生堂はこれからも、地域と連携した環境教育を継続していく予定です。

※ 2013年秋に竣工した資生堂銀座ビル（東京都中央区）の屋上に化粧品原材料となる植物を栽培するゾーンを設け、社員が地球の恵みの大切さを肌で感じる学びの場として活用しています。（一般開放はしていません。）



庭を一周



葉っぱ摘み



ワタの実観察



搾油体験

■ 掛川工場で環境学習会を実施しました

静岡県掛川市にある資生堂 掛川工場では、毎年掛川市と協同で小学生に向けた体験型の環境学習会を実施しています。5回目となる2016年は、8月3日（水）に実施し、小学校3～5年生11名と保護者2名が参加されました。

環境学習会では、資生堂と掛川工場の環境への取り組みを紹介した後に、紫外線について学び、さらには「紫外線センサージェル」をつくって実験をしました。

「紫外線センサージェル」とは、紫外線を受けると色が変わる液体と掛川工場で作成したジェルを混ぜたもので、紫外線発光器を当てて色が変わることを確認しました。

参加した小学生からは、「紫外線センサージェルづくりが楽しかった」「工場見学ができてよかった」「ちゃんとリサイクルしていることがわかった」といった感想が寄せられました。

資生堂 掛川工場では、今後も地域と連携した環境教育を継続していく予定です。



資生堂の環境への取り組みを案内



「紫外線センサージェル」づくり

株主総会における環境対応

資生堂では、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現をめざして、事業活動のあらゆるプロセスにおいてさまざまな環境への取り組みを行っています。

2016年3月25日（金）に開催した第116回定時株主総会においても、昨年に引き続き、環境省「カーボン・オフセット制度」（2012年5月17日施行）の認証を取得しCO₂排出量の削減を支援しました。

「カーボン・オフセット」とは、自社努力では削減しきれないCO₂について、CO₂の排出削減や吸収活動で創出されたクレジットを購入し、オフセット（埋め合わせ）する取り組みです。「カーボン・オフセット制度」で購入可能なクレジットの中から、再生可能エネルギーと、森林保全を通じたCO₂吸収活動に関する



認証番号 002-0196
認証取得者 株式会社資生堂

取り組みを選択し支援しています。なお、総会開催に伴って排出されるCO₂※については全量をオフセットしています。

さらに、株主のみなさまへ送付する招集通知にはFSC認証紙を使用するなど、株主総会全体で環境に配慮した取り組みを推進しています。

※ 招集通知の印刷や会場で使用する電力、株主さまや運営者の移動に係るCO₂排出など



招集通知

環境をテーマとした広告

資生堂では、雑誌広告などで、環境への取り組みをご紹介します。

- ・雑誌広告 資生堂アースケアプロジェクト 『資生堂の環境活動篇』