

お客さまとともに

お客さまとともに。お客さま起点による、安全・安心なモノづくりと情報発信に努めています。

▶ 安全・安心なモノづくりの推進



お客さまに安心して商品をお使いいただくための研究・生産活動をご紹介します。

▶ お客さま満足度向上を目指す対応



店頭でお客さまの期待にお応えし、ブランドや美容をご提案する応対面での取り組みについてご紹介しています。

▶ 消費者志向自主宣言



お客さまの声を真摯に受け止め、お客さまの声を活かした経営を推進しています。

▶ お客様の声を反映する仕組み



お客さまから寄せられた貴重な声を商品開発やサービス向上に活かすため、取り組みを強化しています。

▶ ユニバーサルデザイン



全てのお客さまに安心して心地よくお使いいただける商品開発に取り組んでいます。

▶ お客さまへの情報提供



お客さまの気持ちやニーズにお応えする情報づくりやウェブサイトの運営に努めています。

▶ 動物実験と代替法に対する取り組み



化粧品開発において、動物実験の廃止を目指した取り組みをご紹介します。

安全・安心なモノづくりの推進

独自の製品安全性保証基準の制定

資生堂では、お客さまに安心して商品をお使いいただくため、研究・生産活動を行っています。なにより肌を正しく知ることが重要だと考え、化粧品に関わるあらゆる分野の最先端技術（生命科学、皮膚科学、界面科学、人間工学、心理学など）を取り入れた研究や、国内外の皮膚科医、大学・研究機関との共同研究によって肌を研究することから、化粧品づくりを始めています。

そして、使用する原料については肌への負担がないか、有害な不純物が混じっていないかを追究し、安全性を確認できたものだけを使用します。こうしてできた処方が製品として問題ないことを確認するため、パッチテストや皮膚科医監修による実使用テストなども行っています。



官能検査の様子



データに裏付けられた安全性

皮膚科専門医は化粧品による接触皮膚炎（かぶれ）が疑われる患者さまに対し、お使いになられていた化粧品とその成分でパッチテストを行い、皮膚炎の原因を追究しています。

メーカー別に集計したパッチテスト陽性率は、メーカーの「安全性保証レベル」を表すともいえます。資生堂の化粧品の陽性率は、国内外の化粧品メーカーのなかで最も低く（※）、高い安全性が保持されていると報告されています。

※ 「Fujimoto et al., Patch test results in 492 patients of suspected cosmetic dermatitis (1996-2000), Environ. Dermatol., 9, 53-62, 2002.」より

化学物質の総合安心・安全管理

健康と環境に配慮した基本的な考え方

資生堂は、2002年のヨハネスブルグサミット（WSSD : World Summit on Sustainable Development 持続可能な開発のためのサミット）において採択された、「2020年までに化学物質の製造と使用による人の健康と環境への悪影響の最小化を目指す」という国際合意を念頭に、製品や容器等に使用している化学物質について管理しています。

資生堂は、欧州、米州、アジア、日本などの化学物質法規動向や化学物質に関する安全性の情報を収集しています。そのうえで最新の科学的知見に基づいて製品に用いる化学物質の人や環境に対する影響を評価し、安全性を確かめています。

資生堂の製品中の成分に関して、人の健康や環境への影響に対する懸念情報が報告された場合は、その時点での最新の科学的知見に基づき、使用継続の是非を判断します。その判断に基づき、必要に応じて速やかに当該物質の使用を止め、代替物質への変更を行っています。

欧州REACH規則への対応

欧州REACH規則は2007年6月に施行された、欧州の化学物質規制です。日本から欧州域内に輸出する化粧品および容器など、化粧品に関する全ての化学物質が規制の対象となっています。

特に、欧州域内への年間輸入量が1トン以上の物質については、REACH規則で定めた手続きに沿って登録が必要となります。資生堂は、登録が必要な物質について全て把握し、必要な対応を行っています。

「モノづくりエコスタンダード」「販促物エコスタンダード」の制定

資生堂では、2010年度にライフサイクル視点で商品や販促物の環境対応をルール化した、「モノづくりエコスタンダード」および「販促物エコスタンダード」を制定し、運用しています。

高品質な製品を安定供給する体制

資生堂では、品質と安全性をなにもものにも優先し、お客さまに安心して製品をお使いいただけるよう、法令遵守はもとより自主基準として「グローバル品質ポリシー」を設けて品質の維持・管理に努めてきました。化粧品をはじめとし、医薬品・食品などについても品質と安全性を守るため「原料選定・製品化・生産・流通」の各段階で、徹底した品質管理を行ない、お客さまに安心してご愛用いただける製品を生産しています。

原料選定では、何からつくられているかの由来などの原料情報を世界中から収集・確認し、安心できる原料のみを使用しています。製品化・生産・流通においてもGMP（Good Manufacturing Practiceの略称）、ISO22000、HACCP（※1）などの各種基準や自主規格を遵守することで常に高品質の製品を安定供給する体制を整えています。例えば、化粧品製造では、国際規格として制定されたISO22716（化粧品GMP（Good Manufacturing Practiceの略称））で規定されている全ての項目（例 組織・体制、構造設備、製造管理、検査など）を遵守し、徹底した品質管理のもとで生産した高品質「安全・安心」な製品をお客さまにお届けしています。

※1 HACCP :米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品衛生管理の手法のこと。

製品事故の対応

お客さまにご満足いただける安全な商品を研究、開発、製造、販売するため、製品の設計・製造・販売・輸入等の品質保証と製品事故予防に関わる権限と責任の所在を明確にしています。また、製品事故が発生した場合に備え、お客さまの安全性を最優先にかつ速やかに事態収束に向けた全社的取り組みを実施できるよう対応マニュアルを策定し、資生堂およびグループ企業の品質保証活動、製品事故予防活動を強化・徹底しています。

万が一、自社の製品により品質事故およびPL事故が発生した場合には、直ちに情報を受けた部門は、品質保証部門、事業部門、リスクマネジメント部門に報告します。リスクマネジメント部門は、事故のレベルに応じて対応方法を決定します。品質保証部門は原因究明を行い、事業部門は市場対応等を進めます。

製品情報の適切な提供

資生堂グループで働く一人ひとりがとるべき行動を「資生堂グループ倫理行動基準」としてまとめました。その中に、「私たちは、製品の情報・表示や広告・表示についても、国ならびに地域の法令や社内規則の遵守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって業務に取り組む」ことを定めています。

広告・表示に関する法令の遵守状況

化粧品に表示すべき内容は医薬品医療機器等法に定められています（法定表示）。一方、広告に関しては「医薬品等適正広告基準」（平成29年9月29日厚生労働省医薬・生活衛生局長通知）で規制されています。この基準をもとに、さらに業界団体である日本化粧品工業連合会からその例示・解説を明確にした業界自主基準「化粧品等の適正広告ガイドライン」が出されています。

資生堂では法定表示については「表示規程」を定めて運用しています。広告に関しては業界の自主規制ガイドラインである「化粧品等の適正広告ガイドライン」に従うことで法令を遵守しています。

なお、日本化粧品工業連合会の組織の中に「広告宣伝委員会」があり、これに付属する機関として「化粧品広告審査会」が設置されています。この「化粧品広告審査会」は、化粧品の広告表現を適正化してその信頼性を一層高めるため、独立して審査を行っています。この審査は、医薬品医療機器等法、医薬品等適正広告基準、化粧品等の適正広告ガイドライン等を基準としています。審査はテレビ、新聞、雑誌の広告を対象として年間3回実施されています。

広告・表示に関する勉強会の実施

資生堂では、1年に2回、「法定表示セミナー」「広告表示セミナー」を開催し、広告・表示において医薬品医療機器等法を遵守するための知識を高めています。

健康と栄養

当社は「資生堂グループ倫理行動基準」で、お客さまに満足していただけるよう安全で優れた商品とサービスの提供に努めることを宣言しています。

食品事業におけるエシカルな取り組み

1. オーガニック

株式会社 資生堂パーラーのレストラン「FARO」*では、農薬や肥料の量を減らして栽培された有機野菜を使っています。コース料理の80%で有機野菜を利用しています。

* FARO（ファロ）：株式会社 資生堂パーラーの運営する東京・銀座のイノベティブイタリアンレストラン

2. 砂糖・脂肪

株式会社 資生堂パーラー 銀座本店、銀座本店サロンド・カフェでは、糖質に配慮したメニューを提供しています。また、同社のレストラン「FARO」では上白糖100%カットのデザートや、ベジタリアン向けメニューとして動物性脂質を低減したコース料理を提供しています。また、資生堂グループは日本地域で健康美容食品を販売しています。主力商品であるコラーゲンのドリンク飲料*は全て脂質ゼロ、ノンカフェイン、保存料無添加です。株式会社 資生堂パーラーのレストラン「FARO」および、資生堂グループが日本地域で販売している健康美容食品では人工保存料を使いません。

* コラーゲンのドリンク飲料：ザ・コラーゲンシリーズのドリンク飲料

3. その他

- ・多様な食生活のお客さまに対応できるよう、株式会社 資生堂パーラーではグルテンを使わない「グルテンフリーシリーズ」のシリアル食品を販売しています。(2019年4月1日発売)
- ・株式会社 資生堂パーラーの飲料製品「ビューティープリンセス」には、ヒアルロン酸やコラーゲンペプチドを配合しています。

お客さま満足度向上を目指す対応

ビューティーコンサルタントは、店頭でお客さまの期待にお応えし、商品や美容情報をお一人おひとりの肌や化粧生活にあわせてご紹介するという重要な役割を担っています。1998年から、美容のプロとしてさらに質の高いカウンセリング活動を目指し、業界で初めて美容知識・技術についての「厚生労働省認定社内検定制度」を導入しています。

海外においても、お客さま満足度を最大化し、愛用者拡大につなげるために、世界中のビューティーコンサルタントが「おもてなし (OMOTENASHI)」の心を店頭で具現化する行動指標を共有し、日々の活動に活かすと同時に、店頭における応対力や提案力の向上に向けて、これまでに培ってきた対応ノウハウや美容技術を凝縮した対応ソフトを開発・運用し、国際版対応ソフトとして活用しています。

2013年6月には、国内のビューティーコンサルタント約10,000名に対し、タブレット型の携帯情報端末「ビューティータブレット」を導入。同年7月から専用開発アプリケーションソフトを搭載し、店頭での応対に活用しています。このアプリケーションソフトには、お客さまが化粧を落とすことなく、鏡を見るように顔を映すだけで自由にメイクアップをシミュレーション体験できる「メイクアップシミュレーター」や、沢山の商品の中からお客さまに最適な商品をご提案できる「ファンデーションファインダー」「スキンケアコンサルテーション」「ヘルスケア」、海外のお客さまにも資生堂の化粧品と出会い、キレイになっていただくお手伝いをするための中国語（簡体字・繁体字）、英語、タイ語表示のコンテンツがあります。

こうした最先端のテクノロジーを活動ツールとして活用し、店頭における興味喚起や、お客さまがこれまで気付かなかったご自身の魅力を発見いただくことによる満足度向上を目指すと同時に、お客さまからいただいたお声をビューティータブレットに入力し、翌日には関連部門につなげる仕組みにより、お客さまの声を社内にスピーディーに共有できるよう取り組んでいます。

合わせて、2016年7月より国内のビューティーコンサルタントの更なる応対力の向上・活性化に向け、店頭でビューティーコンサルタントとともに活動し、成長を支援する職掌「リードビューティーコンサルタント」を導入し、常に成長し続ける環境づくりを通じて、さらなるお客さまの満足度向上を目指しています。



消費者志向自主宣言

資生堂ジャパン株式会社は、「美しい生活文化の創造」というミッションのもと、美しさを通じて人々が幸せになるサステナブルな社会の実現に向け、消費者志向経営に取り組むことを宣言します。

1. 理念（資生堂グループ倫理行動基準「第一章 お客さまとともに」から抜粋）

- (1) 私たちは、常にお客さまの視点に立ち、真に満足していただける安全で優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に努めます。
- (2) 私たちは、お客さまと接するあらゆる機会に、お客さまの満足と信頼を高められるように誠実に行動します。
- (3) 私たちは、資生堂グループの全てのブランド価値を高めることに努めます。

2. 取り組み方針

(1) 経営トップの方針と社内浸透

資生堂ジャパン株式会社 代表取締役執行役員社長自らお客さま窓口と同じフロアに席を置き、お客さまの声に真摯に向き合います。経営トップとして理念を明確に打ち出すとともに、社員へのメッセージ等に頻繁に引用するなど、全ての企業活動がお客さま起点になるよう周知徹底します。



資生堂ジャパン株式会社
代表取締役執行役員社長 杉山 繁和

(2) コーポレートガバナンスの確保

資生堂ジャパン株式会社は、コーポレートガバナンスを企業が持続的な成長を実現するための基盤と位置づけ、その強化に継続的に取り組みます。資生堂グループ内部統制システムの基本方針のもと、コンプライアンス委員会を設置し、消費者の安全・安心を脅かすリスクについては、その内容や状況により社内共有・トップ報告を定義し、体制を整備して、情報を迅速に共有します。



お客さまの声のモニタリング風景
(代表取締役執行役員社長 杉山)

(3) 社内関連部門との連携

フリーダイヤルやメール、手紙などでお客さま窓口へ寄せられるご意見やお問い合わせ、店頭で活動するビューティーコンサルタントが専用のタブレットを用いて投稿した声、ツイッターやブログをはじめとするSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）上の投稿など、さまざまな場面や手法でお客さまの声を収集し、それらの情報をシステムで管理して、企業活動での価値づくりに活かします。

お客さまの声は、役員・研究所・工場・商品開発部門・マーケティング部門・営業販売部門に対し、会議体での報告や社内刊行物、メール配信などを通して迅速にフィードバック、企業活動につなげます。

(4) 従業員の意識の醸成

お客さまが生活の中で化粧品使用時に感じられるさまざまな気持ちや背景を深く知り、商品やサービスを向上させるため、社員の共有活動にも力を入れます。

それぞれ担当する業務や立場は異なりますが、お客さまの声のモニタリングや社内セミナーを通じてお客さまのリアルな声に触れることにより、お客さま起点を意識し、業務を見つめなおすきっかけとします。



工場でのお客さまの声セミナー風景

(5) お客さま(生活者)の声を活かす仕組みづくり

お客さまから寄せられた相談・要望など貴重な声を社内に還流し、商品開発やサービス向上に活かす取り組みを強化します。お客さまや社会の変化を速やかに察知し、企業活動に反映するよう、お客さまの声情報の収集・分析、全社への情報共有を図り、商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善に向け対応し、お客さま起点による企業価値の向上につなげます。

多くのお客さまに真摯に向き合い、資生堂商品を信頼してご愛用いただけるよう対応を強化することで、よりお客さまに寄り添った消費者志向経営を目指します。

(6) お客さま(生活者)・社会の要望を踏まえた改善・開発と情報提供

当社に寄せられたお客さまの声を商品・サービスの開発・改善に反映した事例をはじめ、資生堂の商品・美容・企業活動など多岐にわたる情報をホームページに掲載して紹介します。

2018年6月

資生堂ジャパン株式会社
代表取締役執行役員社長

杉山繁和

お客さまの声を反映する仕組み

中長期戦略「VISION 2020」の実現に向けて、お客さまから寄せられた相談・要望など貴重な声を社内に還流し、商品開発やサービス向上に活かす取り組みを強化しています。お客さまや社会の変化を速やかに察知し、企業活動に反映するよう、お客さまの声情報の収集・分析、全社への情報共有を図り、関連部署に対して商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善に向けた対応要請を行い、「お客さま・生活者起点」による企業価値の向上につなげています。

2017年1月には、資生堂ジャパン株式会社の消費者志向経営に関する理念や取組方針を記載した「消費者志向自主宣言」を公表しました。

お客様対応 行動方針

1968年に産声をあげた資生堂お客様窓口は、2018年に設立50周年を迎えました。設立以来、お客様からのご意見やお問い合わせには誠実かつ柔軟に対応し、お客様のお役にたてる情報を発信してきました。当窓口は、「HDI-Japan」(※)が定める「クオリティモニタリング格付け」で2013年より4年連続で三つ星を獲得。さらに2016年は、「五つ星認証」を化粧品業界で初めて取得しました。多くのお客様に真摯に向き合い、資生堂を信頼してご愛用いただけるよう、よりお客様に寄り添った対応を目指していきます。

※HDIとは：1989年に米国に設立されたITサポートサービスにおける世界最大のメンバーシップ団体です。米経済誌フォーチュン・世界企業500社番付にランクインする多数の企業が加盟しています。HDI-Japanでは、多数の企業が加盟しており、サポートサービスの向上を目指して、企業のお客様窓口の評価をする「HDI格付けベンチマーク」を行っています。

SHISEIDO

お客様対応 行動指針

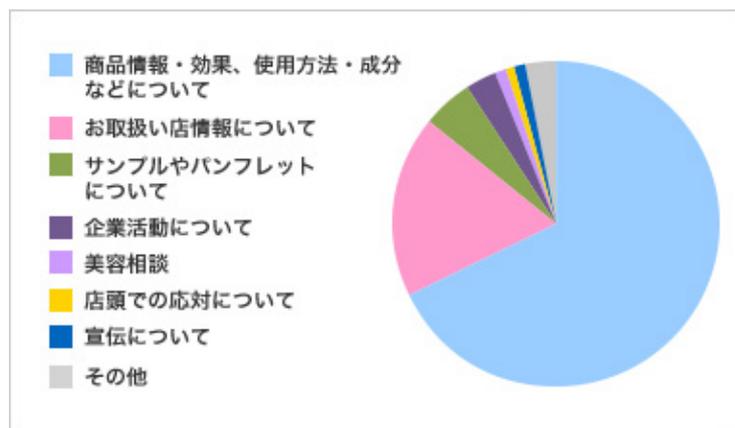
「一瞬も一生も美しく」の実現に向けて、
お客様の美しさづくりをサポートします。

お客様からのお申し出に対し、迅速かつ丁寧、的確に対応します。
常に感謝とおもてなしの心を大切にし、お客様にご満足いただけるよう努めます。

お客様の声を、きめこまやかなサービス・魅力ある商品の創出につなげ、お客様と資生堂の一生のお付き合いをサポートします。

お客様の声の収集・共有

日本では、フリーダイヤル、メールや手紙などで資生堂グループに寄せられる年間約15万件（うち商品について[68%]・お取り扱い店について[18%]）のご意見やお問い合わせ、店頭で活動するビューティーコンサルタントが専用のタブレットを用いて投稿した年間約9万件の声、ツイッターやブログをはじめとするSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）上の声など、さまざまな場面や手法でお客様の声を収集しています。また、それらの情報をシステムで管理し、商品改良やより満足いただける価値づくりに活かすため、お客様からいただいた声を社員がイントラネット上で共有しています。



(集計期間：2017年1～12月)

具体的な取り組み

さまざまなお客様のご意見やお問い合わせに丁寧・迅速・正確な対応をするため、コンシューマーセンターでは事例研究や研修、各種マニュアルの作成と改訂をしています。2017年にはご高齢のお客様の身体変化やお気持ちを体感するためのワークショップを開催しました。実際に高齢者疑似体験グッズを身に付けて電話対応シミュレーションを行い、電話の向こうにいらっしゃるお客様の状況を想像することで、更にお客様に寄り添う活動に繋げることが目的です。2018年3月に改訂した「お客様対応担当者マニュアル」にもこの内容を反映しました。

また、ワークショップで得た体験とご高齢のお客様から寄せられた声を関連部門に伝えることで、新商品の開発や改良にも活かしています。

お客さま・生活者視点を学ぶ社員への共育活動

お客さまが生活の中で化粧品使用時に感じられるお気持ちや背景を深く知り、商品・サービスを向上させるために、社員の共育活動にも力を入れています。工場の社員・営業やビューティーコンサルタントを中心とした販売第一線の社員など、それぞれ担当の仕事や立場は違いますが、実際のお客さまの声に触れ、お客さまの視点を意識することで、業務を見つめなおすきっかけの場としています。

2017年は実際に窓口寄せられたお客さまの声を社員に届ける「お客さまの声セミナー」のほか、全社員対象のeラーニングも実施しました。また、コンシューマーセンターでは窓口モニタリングを随時受け付けており、役員や監査役をはじめ、工場、研究所、品質管理部門、商品開発部門、マーケティング部門、販売部門、関係会社から毎年100名を超える聴講希望者を受け入れています。



国内外の工場で「お客さまの声セミナー」を開催

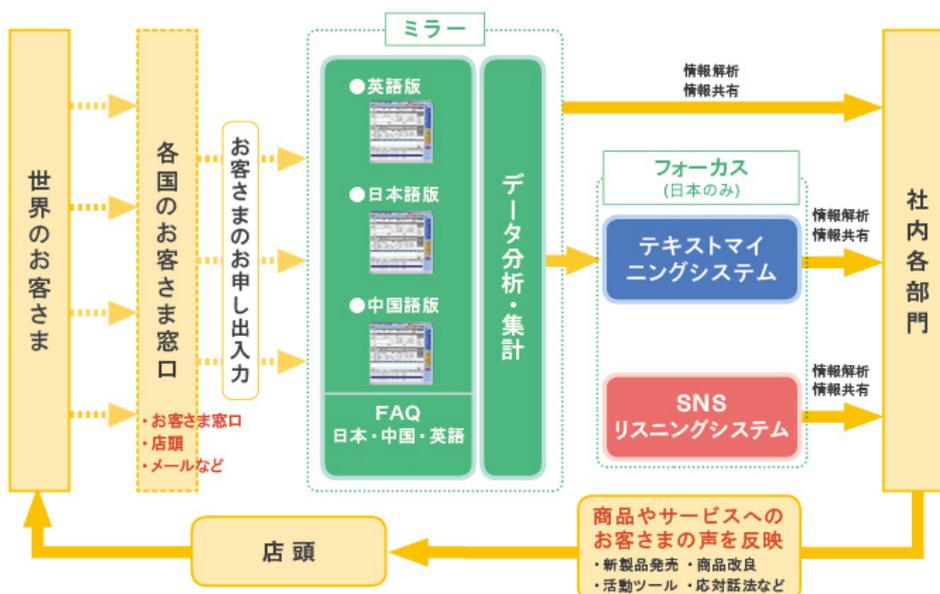
お客さま対応とお客さまの声情報活用の基盤を支えるシステム

事業のグローバル化に伴い、1996年より活用してきたシステムを世界のお客さまの声情報を共有し活かす仕組みへと強化し、「ミラー（※）」と名付けて2011年に国内外に導入しました。「ミラー」の導入により、世界のお客さま窓口における相談や要望への対応の向上や、世界のお客さまの声情報を効率的に収集・分析し、資生堂グループの価値創造につなげることにチャレンジしています。「ミラー」は日本を含む約20の国と地域で稼働しています。

日本においては、「ミラー」に集約したお客さまの声情報を、テキストマイニングシステム「フォーカス」に連携し、お客さまの声を可視化することで、全社員が容易に目的に応じて分析・活用できる環境を整えています。また、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）のリスニングシステムを活用し、直接企業には届かないお客さまの声も企業活動に反映しています。

※ミラー：お客さまの声を通して、そこに映し出された資生堂の活動の実態を見つめ直す・姿を映し出す「鏡=ミラー」という思いが込められています。

お客さまの声情報の収集・活用の仕組み



さまざまなお客さまとの接点拡大

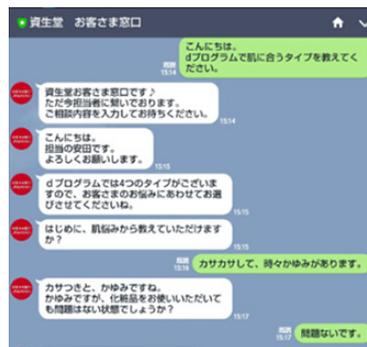
若年層のお客さまは、SNS上で疑問やお悩みを解決するようになってきていることから、2015年より「Twitter」に、2017年に「Yahoo!知恵袋」にお客さまサポート用の公式アカウントを開設しました。

また、ホームページの「FAQ（よくあるご質問）」を、2017年10月にリニューアルしました。今後、お客さまが知りたいことを知りたい時に、スムーズに解決していただけるように利便性の向上を図ってまいります。

さらに、2018年2月に新たなコミュニケーションツール「LINEチャット」での美容相談サービスを開始し、若年層を中心としたお客さまへのサポート強化を図っています。

同年10月にはチャットボットを導入し、対応時間外でも美容相談に回答できる仕組みへと変更しました。さらに2019年1月にはお客さまの利便性と満足度向上を目的にWebBCとチャットボットの連携を開始しました。これを機にWebBCの後輩的な存在となるキャラクター「AIみみちゃん」を採用し、より親しみやすく、24時間いつでも相談できる窓口へと進化を続けています。

また、Twitterでは問合せ対応にとどまらず、お褒めに対するお礼やお困りの方へのサポートの充実、LINEへの誘導など、様々なチャネルを連携させることでお客さまの満足度向上と資生堂のファンづくりに取り組んでいます。



「LINEで美容相談」
LINEを活用することで、より気軽に便利に美容相談でき、スピーディーな対応が実現



チャットボットキャラクター「AIみみちゃん」



「よくあるご質問」知りたいことを知りたい時に解決

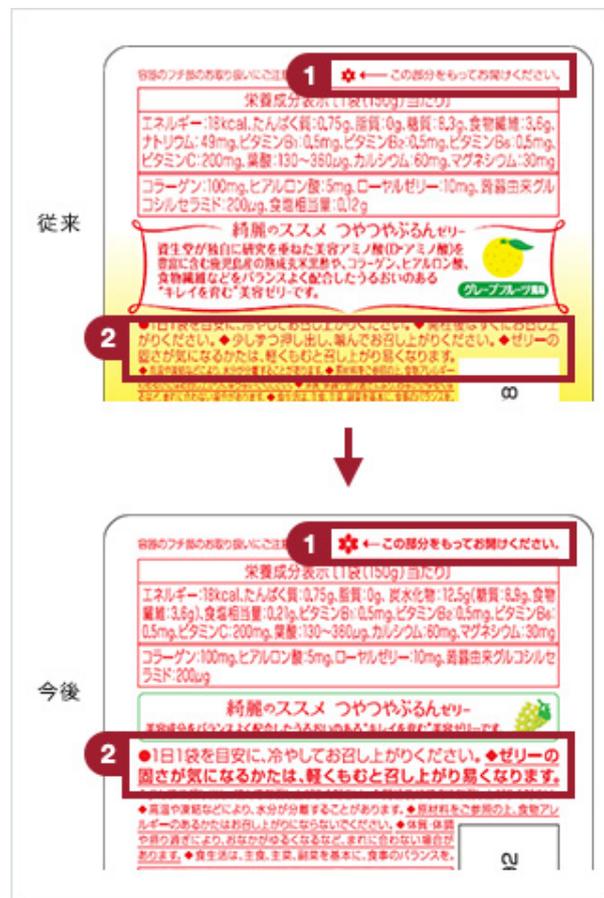
お客様の声を反映した商品事例

綺麗なススめ つやつやぶるんゼリー スムーズに飲んでいただくための表示強化 (2018年)

キャップをスムーズに開けていただけるように、開ける時に持つ目印のマークと説明文を大きくして目立つようにしました (写真①)。

また、ゼリーの固さが気になるお客さまにもスムーズに飲用していただけるように使用上の親切表示を大きく、太く、下線を付けて強調しました (写真②)。

お客さまのご要望にお応えして、2018年3月21日発売の綺麗なススめ新製品 (白ぶどう風味、カロリーゼロ・パイナップル風味) から順次対応を進めています。



マキアージュ ドラマティックスタイリングアイズ ケース裏面に中味色を表示 (2017年)

メイクアップアイテムについて、「ケースを開けないと中味の色がわからない」「他のアイテムと間違えてしまう」というお声をいただいていた。

2017年8月発売のアイシャドウ「マキアージュ ドラマティックスタイリングアイズ」は、ケース裏面に中味色を表示しました。



TSUBAKI プレミアムリペアマスク きざみのある使いやすいキャップを採用（2017年）

2017年9月に発売した「TSUBAKI プレミアムマスク」はキャップの側面にきざみを入れることですべりにくくなり、濡れた手でも使いやすいパッケージとなっています。



綺麗のススメ つやつやぶるんゼリー りんご&さくらんぼ風味の定番商品化（2017年）

2016年6月に数量限定で発売した「りんご&さくらんぼ風味」には、「とても美味しい」というお声を多くいただきました。お客さまのご要望にお応えして、2017年3月に定番商品として発売しました。



アウスレーゼ 持ちやすさ、使いやすさ、環境面にも配慮したパッケージへとリニューアル（2017年）

1980年誕生の男性用ブランド「アウスレーゼ」を、2017年2月に新ボトルパッケージへとリニューアルしました。お客さまに愛され続けるブランドを目指します。

既存のガラス瓶から、樹脂ボトルにリニューアルすることで、軽くなって使いやすくなった上、廃棄時の分別もしやすくなりました。長年ご愛用いただいているお客さまに感謝の気持ちをこめて、中味も価格も変わることなく容量を10%増量しました。



マキアージュ パーフェクトマルチベースBB 限定色（ナチュラル）の定番商品化（2016年）

2014年8月に数量限定で発売した「ナチュラル」の色がお肌に合うというお声を多くいただきました。お客さまのご要望にお応えして、2016年8月に「ナチュラル」を定番商品として発売しました。



シーブリーズ デオ&ウォーター 注意表示をわかりやすく強化（2016年）

「シーブリーズ デオ&ウォーターが、カバンの中でこぼれた」などのお客さまの声を受け、注意表示を強化しました。



TSUBAKI シャンプー・コンディショナー（レフィルタイプ） 区別がつきやすいようにデザインを強化（2016年）

「シャンプー・コンディショナー（レフィル）」の識別性向上のために、本体の上部の色調を変更し、ひと目で差がわかるようにしました。



マキアージュ ドラマティックムードアイズ

使い方がひと目でわかるフィルムを内蔵の新パッケージを開発（2015年）

アイシャドーのパウダーで鏡が汚れてしまうことなどを防ぐために内蔵していたフィルムを進化。「アイシャドーの付け方がわからない」という使用方法に関する悩みと、「上に乗っているフィルムを落としてしまう」「なくしてしまう」という使い勝手に関するお客さまの声を受けて、使い方を記載したイラスト入りのフィルムを内蔵し、更にコンパクトから外れないパッケージを開発。2015年8月発売のドラマティックムードアイズで採用しました。



ユニバーサルデザイン

■ ユニバーサルデザイン

ユニバーサルデザインという言葉と概念は、ノースカロライナ州立大学の故ロナルド・メイス教授によって、1975年に提唱されました。

「個人の価値が尊重され、どんな人にもアクセスしやすい環境デザインや、どんな人にも分かりやすく使い勝手がよい商品デザイン」と定義されています。

自身も障がいがありながら建築家として活躍したメイス教授のこの考え方は、当初、公共施設を中心に日米で注目されていました。

しかし近年では、障がいのある方だけでなく、高齢者の生活環境にも配慮する意識を背景に、社会的な大きなテーマとなっています。

あらゆる生活者の生活環境に配慮したデザインが「ユニバーサルデザイン」です。この考え方は、全てのお客さまに安心して心地よくお使いいただける商品づくりを目指す資生堂にとっても大きなテーマです。

資生堂では「ユニバーサルデザイン」の専門的理論や法律などを踏まえ、2005年にまとめた『資生堂ユニバーサルデザインガイドライン』をさらに発展させ、2017年、「安心・安全・使いやすさを優先に、魅力的なデザインを制作します」という基本ポリシーを設定し、よりわかりやすく、具体的なガイドラインにリニューアルしました。

現在、新たに開発する商品は、「どのようなお客さまに」「どのようなシーンで」「どのように使用されるか」を、前述のガイドラインに沿って商品開発に関わる部門で共有し、具体的な設計を進めていくこととしています。

「直観的に使いやすい設計か」「使用量や使い方がわかりやすく表示されているか」「最後まで快適に使用できるか」などを想定し、さまざまな体格や身体能力の人にも無理なく安全で、心地よく使える外装を目指しています。

<具体的な事例>

事例 2015年に発売された「プリオール」



スキンケアのディスペンサーは、適量が簡単に出色、押しやすさに配慮。ワンタッチでとれるオーバーキャップつきで、間違えて押ししてしまうことや衛生面にも対応



使い方がわかりにくいメーキャップは、外箱そのものに使い方や仕上がりイメージを、カラー写真で視覚的にわかりやすくガイド

容器・パッケージの開発にあたっては、数多くの対象年齢のお客さまと直接面談し、日々の化粧行為の不便な点をヒアリングし、試作段階で実際に手にしていただくなどの調査を繰り返しました。そこから得られた要望を上の写真の容器やパッケージデザインに反映しています。

お客さまへの情報提供

資生堂ウェブサイト

お客さまの気持ちやニーズに応える、魅力ある情報づくりやサイト運営に努め、資生堂の商品・美容・企業など多岐にわたる情報を「資生堂グループ企業情報サイト」や「ワタシプラス」などに配信しています。



資生堂グループ企業情報サイト



ワタシプラス

視覚に障がいのある方のための取り組み

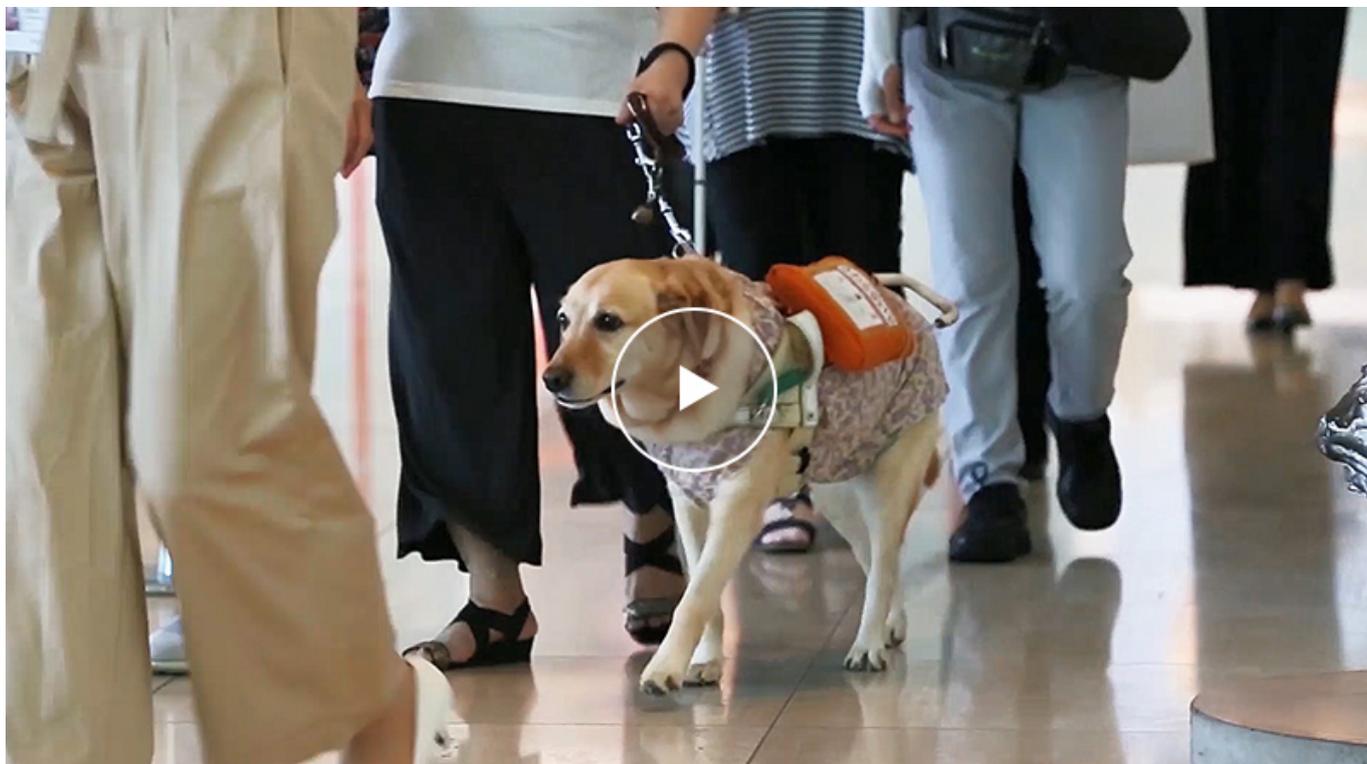
視覚に障がいのある方への音声情報提供

視覚に障がいのあるお客さまに向け、化粧品の基本的な使い方などを音声でわかりやすく紹介する「リスナーズカフェ」です。季節にあわせ、年4回発行している「おしゃれなひととき」も掲載しています。



見えない・見えにくい方のためのメイクアップセミナーの開催

セミナーの様子(動画 1分46秒)



資生堂は、1984年から視覚に障がいのある方のための美容セミナーを開催しています。

「見えない・見えにくい方のためのメイクアップセミナー」は、日本盲人会連合メイクアップ推進事務局と協働で内容を構築し、視覚に障がいのある方が自分で化粧ができるようになることを目的としたセミナーで、2017年から日本各地で開催しています。

スキンケアからベースメイク、ポイントメイクを仕上げるまでの全ての動作を、耳で聞いて行えるように、資生堂スタッフが1つひとつの使用アイテムの形状や色調、使い方、手の動かし方、使用量などを、わかりやすく、口頭でガイドしながら、きめ細かくサポートします。



セミナー終了後には、ご自宅でも思い出しながら再現できるように、参加者全員に練習用CDをお渡ししています。

メイクの経験がない方、また始めてみたい方など、すべての方に、セミナーを通じて「化粧のちから」で笑顔になる後押しができればと考えています。

さまざまな世代のお客さまの健康のためにスキンケア・メイクアップができること

資生堂の強みを活かして人々の健康と社会に貢献し、持続可能な社会の実現を目指します。

<p>全世代</p>	<p>メイクアップ</p>	<p>資生堂 ライフクオリティー メーキャップ</p>  <ul style="list-style-type: none"> ●がん治療による外見変化やあざ・傷あとなど、肌に深い悩みをお持ちの方へのメーキャップによってQOL（Quality of Life＝生活の質）の向上を ●専門施設「資生堂ライフクオリティービューティセンター」
<p>社会人 高齢者</p>	<p>スキンケア メイクアップ</p>	<p>資生堂ライフクオリティービューティセミナー</p>  <ul style="list-style-type: none"> ●「資生堂化粧療法」 高齢者ご自身でスキンケア・メイクアップすることで日常生活動作が向上
<p>乳幼児</p>	<p>スキンケア</p>	 <p>赤ちゃんからのスキンケア ～0才肌から考える～</p> <p>スキンケアとは、肌を大切に想い、健やかに保つために、肌をケアすること。健やかな肌のために、毎日のスキンケアを続けましょう</p> <ul style="list-style-type: none"> ●赤ちゃんからのスキンケアでアレルギー予防 ●敏感な肌に、低刺激性デリースキンケア「2e(ドゥーエ)」 ●赤ちゃんの肌にもお使いいただける深層ミネラル温泉水スキンケアシリーズ「アバンヌ」
<p>子ども</p>	<p>スキンケア</p>	 <p>キッズのためのキレクラブ</p> <ul style="list-style-type: none"> ●子どもたちの健やかな肌を守るために、洗顔方法や紫外線対策などの美容生活情報を発信 ●スペシャルサイト「キッズのためのキレクラブ」

<p>プレママ(妊婦)ママ</p>	<p>スキンケア</p>		<ul style="list-style-type: none"> ●デリケートなプレママ・ママもスキンケアで肌も心も元気に ●やさしく心地よいアベンヌで、敏感な時期にも肌がよるこぶスキンケアを。
-------------------	--------------	---	---

<p>敏感肌の方</p>	<p>スキンケア メイクアップ</p>		<ul style="list-style-type: none"> ●肌あれを繰り返すデリケート肌を考えた低刺激設計の化粧品「d プログラム」 ●深層ミネラル温泉水スキンケア「アベンヌ」。美しい肌を保つための生活改善ポイントや肌悩み別の対策をご紹介します
--------------	-------------------------	--	--

動物実験と代替法に対する取り組み

動物実験廃止に向けた取り組み

資生堂は、代替法に基づく安全性保証体系を確立し、これにより2013年4月から開発に着手する化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止しました。なお、社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合を除きます。

今後も引き続き有効な代替法の開発を継続するとともに、代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法として認可されること）に向けて積極的かつ強力に各国の行政機関に働きかけてまいります。

動物実験と代替法に対する取り組み

安全性保証体系

当社は、動物実験を用いずに「情報による保証」「代替法による保証」「ヒトによる最終確認（医師管理下の連用試験やヒトパッチテスト等）」の3ステップにより原料の安全性を保証する体系を確立しました。当体系に関する科学的妥当性や社会受容性を議論することを目的に、「動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会」を設立し、社外の有識者や研究者を加えた検討体制を構築しています。

動物実験と代替法に対する取り組み

社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合

市場にある成分に関して、改めてその安全性を証明する必要が生じ、そのための選択肢が動物実験しかない場合や、一部の国において化粧品の安全性保証に動物実験が不可欠となっている場合です。

動物実験と代替法に対する取り組み

一部の国とは

中国においては、化粧品の安全性を保証するために動物実験を含めた安全性試験が要求される場合があります。

動物実験と代替法に対する取り組み

有効な代替法の開発を継続する

日本においては、社外の研究者との共同研究体制（代替法コンソーシアム）を設置し、日本動物実験代替法学会との共催シンポジウムとして成果を公表しています。厚生労働科学研究班や日本動物実験代替法学会の評価研究には研究初期より積極的に参加し、動物実験代替法の普及・拡大に務めてきました。

海外においては、米国の代替法検証省庁間連絡委員会（ICCVAM）の専門家パネルとして、欧州では産官学のプロジェクトである欧州動物実験代替法パートナーシップ（EPAA）や欧州化粧品工業会（CE）の代替法検討プロジェクトのメンバーとして、代替法の開発や評価に協力しています。

現在、化粧品原料の安全性評価において非常に重要な皮膚感作性試験については、花王株式会社と共同で培養細胞を用いる代替法（h-CLAT）を開発し、国内外の企業との共同研究の結果、欧州代替法検証センター（EURL ECVAM）における検証研究が行われています。

今後も、国内では「日本化粧品工業連合会」「日本動物実験代替法学会」「日本動物実験代替法評価センター（JaCVAM）」、海外では「欧州化粧品工業会（CE）」「欧州代替法検証センター（ECVAM）」「欧州動物実験代替法パートナーシップ（EPAA）」「米国化粧品工業会（PCPC）」「米国代替法検証省庁間連絡委員会（ICCVAM）」といった産官学との連携のもと、これまで以上に積極的に代替法開発に取り組んでいきます。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第六回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催



開催日時： 2014年3月19日（水）10：30 - 12：15

場所： 東京銀座資生堂ビル会議室

資生堂は、2010年3月に「化粧品における動物実験廃止を目指す」宣言をし、以来5回にわたり、有識者・学術関係者・動物愛護団体のステークホルダーのみなさまとともに円卓会議を開催し、さまざまな議論を重ねてまいりました。そして、みなさまの声を反映して、動物実験代替法を中心とした新安全性保証体系を確立したことにより、2013年4月より開発に着手する化粧品・医薬部外品における社内外での動物実験を廃止しました。

第六回となる今回はこれまでの締めくくりの回として、ご参加いただいたみなさまにお集まりいただき、2013年度の資生堂の取り組み成果やご参加のみなさまそれぞれの廃止に向けた取り組みを共有するとともに、これまでの円卓会議を振り返りました。

■ 円卓会議にご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子 氏	高木國雄法律事務所
板垣 宏 氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美 氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
田中 憲穂 氏	鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授
中野 栄子 氏	株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦 氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
吉田 武美 氏	日本毒性学会 元理事長
(司会) 川北 秀人 氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
知久 真巳	株式会社 資生堂 品質評価センター長

■ 資生堂事務局

塩島 義浩	株式会社 資生堂 CSR部長
-------	----------------

資生堂と参加者の取り組み進捗の共有

■ 資生堂の2013年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2013年度の活動実績と今後の取り組みについて報告しました。

主な内容は以下のとおりです。

(1) 新安全性保証体系と代替法の開発状況について

2013年3月末までに、化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止し、代替法を中心とした新安全性保証体系に切り替えました。

この新安全性保証体系 [PDF:279KB]は、「情報による保証」（原料情報やメーカー情報などの情報による一次評価、コンピュータシミュレーションを用いた予測 (in silico) ）、「代替法による保証」（細胞を用いた代替試験 (in vitro) ）、「ヒトによる最終確認」（医師管理下での連用試験やヒトパッチテスト等）というステップで構成されます。「動物実験を行わないための安全性保証体系」ではなく、「動物実験という選択肢はすでに存在しないという認識」のもとで、資生堂にとっての新しい安全性保証体系を確立したものです。

1年間、この新安全性保証体系を実行するとともに、皮膚感作性、光感作性、遺伝毒性、生殖発生毒性の各項目について、それぞれの評価方法を改善し、精度の向上と適用範囲の拡大を図りました。

(2) 代替法の公定化・業界標準化について

皮膚感作性試験代替法 (h-CLAT) について、OECDテストガイドライン化に向けたプロセスの着実な進展がありました。また、眼刺激試験代替法についても日本における公定化に向けた進展が見られるなど、EUに続き日本でも代替法の公定化への流れが加速していると認識しています。

(3) 動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会

本討論会は、社内の安全性保証体系の科学的妥当性や社会受容性などについて、社外有識者と資生堂の研究者がともに検討するためのもので、2012年より開催しています。2013年度も3回開催し、反復投与毒性や生殖発生毒性等についての安全性保証体系について検討しました。2014年度も引き続き開催の予定です。

(4) 各国の制度状況と当社の対応について

- 中国…これまで、全ての化粧品について安全性担保のために動物実験結果の提出が義務付けられていましたが、2013年12月の通達により「中国国内で製造される一般化粧品については動物実験でなくても企業が安全性を担保したデータを提出すれば認められる可能性がある」とされました。ただし、動物実験に代わる具体的な安全性担保の手法は提示されていません。どのようなデータを提出すれば認められるのか、資生堂では中国の研究センターと日本の研究センターと共同で検討しています。
- 韓国…2014年1月に機能性化粧品の審査時の安全性に関する資料について改定告知があり、認められる試験法が大幅に拡大されました。
- EU…2013年3月から、動物実験の全面禁止が施行されましたが、資生堂はEU規制を順守することができています。

その他、イスラエルやインドでも動物実験禁止に向けた動きがあるなど、EU以外でも禁止への動きは加速していると認識しています。

■参加者からの取り組み報告

動物実験の廃止を求める会（JAVA）の亀倉氏からは、前回の円卓会議以降の取り組みとして、2013年7月に開催された第7回化粧品規制協力国際会議のステークホルダーセッションに参加して事実上の動物実験禁止の提言・要望を行ったこと、2014年1月に、国際的動物保護団体「Cruelty Free International」や英国の化粧品メーカー「ザ・ボディショップ」などと協力して厚生労働大臣に化粧品の動物実験廃止を求める約12万筆の署名を提出したこと、EUの動物実験廃止にあわせて大手メーカー各社への質問状を送付したことなど、イベント開催やメディア露出などとあわせさまざまな活動を行った旨の報告がありました。

横浜国立大学大学院工学研究院教授の板垣氏からは、代替法についての社会の認知度を向上させるための取り組みとして、2014年12月に開催を予定している「日本動物実験代替法学会第27回大会」についての紹介がありました。「過去からの脱却と未来に向けたキックオフ」を全体テーマに、皮膚科医や3次元プリンティングの研究者による講演、10のテーマ別シンポジウムなどの開催を予定し、今後、マスコミへの告知などを積極的に行っていくとの報告がありました。

これまでの円卓会議の意義

今回で締めくくりとなる円卓会議の歩みや意義についても、改めて振り返っての意見交換が行われました。

第一回の会議が行われたのは2010年6月。資生堂が「2011年3月までに自社での動物実験施設の閉鎖」「2013年3月までに化粧品の動物実験廃止を目指す」という方針を打ち出したことがきっかけでした。続く2010年11月の第二回会議で、「代替法の開発と実用化の推進」「他社への働きかけ」「行政への働きかけ」「消費者への働きかけ」という4つの課題を明確化。その後も、資生堂の取り組みの進捗状況や社会状況、さらなる課題などについて、情報共有や意見交換を続けてきました。参加者からは、「さまざまなステークホルダーが一堂に集まり、利害関係を超越して議論できた結果、イノベーションを生み出した」「対立する意見を持つステークホルダーとの円卓会議の開催は、非常に勇気のいることだが、本円卓会議は、エンゲージメント事例として、日本企業におけるベストプラクティスではないか」「円卓会議は終わりになるが、それぞれの課題に対するアプローチは継続的に必要である」といった声が寄せられました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏／高木國雄法律事務所



【ご意見】亀倉さんからご指摘があったように、法律を制定・改正するのではなく現行法の運用で動物実験を実質的な禁止に持っていくというのは有効なアプローチだと思います。動物の虐待や遺棄は動物愛護法でも犯罪行為として明記されていますが、実際にはペットを捨てる人がたくさんいるというように、法律があってもきちんと運用されていないという状況が、特に日本の場合は多いように感じます。実験動物に関しても「苦痛の軽減」や「実験の必要不可欠性」などが、基準で明確に定められていますので、その基準を厳正に守って行政がチェックに入るだけで、かなり状況はよくなるのではないのでしょうか。

また、そのように「使われていない」法令をきちんと適用させていくには、やはり情報公開による世論の喚起が必要です。企業の社会的責任という意味からも、自社だけではなく業務委託先なども含め、しっかりと管理すると同時にいい面も悪い面も含めた情報公開をしていく、消費者に納得していただけるまで説明する、そうした姿勢が求められるのではないかと思います。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授



【ご意見】代替法については、研究面での課題もたくさん残っていますが、同時に社会への普及に関する課題も認識しなくてはならないと思います。私は当初資生堂の社員としてこの円卓会議に参加し、2011年以降は外部の人間として参加していますが、代替法というものが化粧品業界以外でいかに知られていないかということ、外に出てみて改めて痛感しました。例えば、日本学術振興会の科学研究費助成事業（科研費）の申請の項目に「代替法」というkey wordさえ含まれていないのが現状で、大学等の研究者は「代替法」では研究費の申請が困難です。ですから、どんなに資生堂が素晴らしい取り組みをしても、資生堂だけがやっているのでは意義は半減します。例えばシンポジウムでの発表などを通じて、知識を広く共有するとともにブラッシュアップを図ることなども考えられるのではないのでしょうか。もちろん知的財産権に関する問題などがありますが、代替法というものをどう社会に広めていくのかを考えることは、今後の重要な課題だと思います。円卓会議は今回で最後になりますが、ここで積み残された課題を明確化すること、そしてそこに対して今後どうアプローチしていくのかを考えることも重要だと思います。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事



【ご意見】これまで活動する中で、資生堂など一部の企業を除いた日本の企業、そして政府からはこの動物実験の問題をいまだ「対岸の火事」としてしか受け止めていない印象を受けています。今後の活動においては、立法や法改正の前にまずは、今ある法や制度の運用によって「事実上の動物実験禁止」を実現する方法を探っていきたいと考えています。そのためには、業界全体の意識改革が必要です。業界団体である日本化粧品工業連合会は「動物実験廃止は無理」とまったく取り合わないようですが、韓国の化粧品業界団体は動物実験の禁止に概ね同意していると聞いています。そうした海外の動きと歩調を合わせることも考えつつ、日本の業界も変わっていくべきだと思います。

最後に、4年にわたる六回の会議に参加し、率直な意見を交わす機会をいただいたことにお礼を申し上げます。先ほど、資生堂から「当社の安全性保証体系の中には『動物実験』という文言自体が存在しない」というお話を聞いて大変嬉しく思いました。動物実験という選択肢がそもそも存在しない、というところからイノベーションを生み出していけるような、人道的・倫理的な社会の構築を目指していきたいと思っています。

田中 憲徳氏／鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授



【ご意見】動物実験廃止はもちろん実現すべき課題ですが、そのためにはなんと
いっても代替法の開発が重要です。現状として、日本はその点でかなり高い水準
まで来ていると思います。日本動物実験代替法評価センター（JaCVAM）および
日本動物実験代替法学会が中心になって、非常に熱心に関係を促進してきました
し、資生堂さんのほかコーセー、マンダムなど複数の民間企業、また日本化粧品
工業連合会などからも、さまざまな形でサポートをいただいております。
また、確立された代替法については、次は第三者による評価、バリデーションの
段階に進むわけですが、日本化学工業協会が昨年、バリデーションに特化したサ
ポートを表明されました。バリデーションには非常に費用がかかることもあり、
大変ありがたく思っております。また、日本製薬工業協会も、一部のバリデーシ
ョンに向けた取り組みにご参画いただいておりますし、厚労省や経産省にもさまざ
まな形でサポートをいただいております。
そのように、行政および企業や業界団体の支援により、かなり開発が進んできて
いるのではないかとというのが私の現状認識です。

中野 栄子氏／株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー



【ご意見】お話を伺っていて、この1年間でも代替法の開発にめざましい進展が
あったことがよく分かりました。その一方で、そもそも代替法とは何なのかとい
うことが、まだまだ世の中に伝わっていないということも感じます。
例えば、昨年の美白化粧品の白斑被害の問題のように、何か事件や事故が起これ
ばメディアは大騒ぎしますが、企業が通常から安全性確保のためにどんな取り組
みをしているのかはほとんど報じられません。これはもちろん、私たちメディア
の責任もあるのですが、企業の側も何のために代替法というものを開発してい
るのか、一般の人たちにも分かりやすく伝える努力をもっとしていただければと思
います。
現状では、化粧品企業が自分たちの取り組みを世の中に対して発信することに対
して、まだまだあまり積極性がないように感じられます。「ここまで言うと言い過ぎ
かな」という思いもありかもしれませんが、そこをあえて公の場で主張されて
いくことも場合によっては必要なのではないのでしょうか。例えば学会で発表され
ている専門的な内容などを、もっと噛み砕いて、広く一般の人たちにも発信され
ていくのが一案だと思います。

藤井 敏彦氏／経済産業研究所 コンサルティングフェロー



【ご意見】これまでこの円卓会議に参加させていただいて、ステークホルダーの意見、規制制度の問題、会社の価値観という3つの要素を受け止めた上でイノベーションを生み出すという、CSRのエッセンスを全て含み込んだ、素晴らしい試みだったと感じています。

動物実験の問題に限らず、日本の消費者というのは環境や安全性、人権などのテーマに非常に関心が薄いという実情があり、それが一部で指摘されている業界団体などの動きの鈍さにもつながっています。しかし一方で、他の国にはそうしたことに非常に敏感な消費者も多い。グローバルに展開していく企業が、そうした外の価値観をどこまで早く取り込めるかは、今後の重要な課題ではないでしょうか。

また、代替法の開発のように、ステークホルダーの意見を受け入れ、多大なコストをかけてイノベーションを起こした企業に対し、どう評価をするかということも考えていくべきだと思います。かかったコストに見合う評価や報酬がなければ、他の企業もなかなか後には続きません。

国外と国内の意識のギャップ、そして企業の努力への評価。この2点は、今後NGOと企業と一緒に考えていくべき問題だと思います。

吉田 武美氏／日本毒性学会 元理事長



【ご意見】毒性学の立場からすれば、一つの代替法だけで安全性がすべて担保できるということは決してあり得ません。確かに代替法の研究は非常に進んできましたけれども、試験管の中での実験（in vitro）では、何千何万という遺伝子を含む我々の細胞の中で、実際にどのような動きがあるのかがなかなかはっきりとは見えてきません。いろいろな実験方法を組み合わせて実施することで、はじめてその部分をカバーできるのではないかと思います。

今後、より研究が進み、細胞の中の動きがもっと明確に把握できるようになれば、科学的根拠としての代替法の重みもいっそう増していくでしょう。医薬品開発の中でも今、さまざまな代替法が用いられていますので、そのことを周知させていくことが、ひいては化粧品開発においても、代替法によって安全性担保ができるんだということを知らせていくことにつながるのではないのでしょうか。

円卓会議を振り返って

(司会) 川北 秀人氏 / IHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



海外で企業が事故・事件を起こしたとき、不買運動などが発生するかどうかの一つの分かれ目は、その会社がそれまで、安全確保のための取り組みについての経過報告をどれだけ行っていたかです。そうした「安全取り組み経過広報」をきちんと果たしていた企業であれば、「これだけ注意していたのだから、ある程度は仕方ない」と思ってもらえる面もあるでしょう。日本では、事故などの際にもその結果だけが批判され、そこに至るプロセスは無視される傾向があるので難しいのですが、これまでこの円卓会議で報告されてきたような、代替法の開発など安全性の向上に向けた取り組みや努力については、ぜひ今後もさまざまな形で発信していただきたいと思います。

また、この円卓会議は日本人だけで構成されていましたが、もし最初からいろいろな国の人たちが参加していれば、議論の対象を日本に限定せず、世界的なスタンダードを前提とした議論が行えていたかもしれません。この4年で、資生堂さんの売上における海外市場の比率もより高くなったとお聞きしますし、次に皆さんとお会いする機会があれば、半分以上は日本人じゃない方がいらっしゃる場で、プレゼンテーションも英語で、ということになるだろうと思っております。そういった、開かれたフォーラムに進化していく過程となる、非常にすばらしい場を提供していただけたことに感謝します。

株式会社資生堂 執行役員 岩井 恒彦



当社の動物実験廃止決定にあたって、この円卓会議は非常に大きな役割を果たしていただいたと考えています。これだけさまざまな立場のステークホルダーの皆さまと、一つの課題について意見を交わし、そこから生まれるものを企業経営に取り込んでいくという取り組みは、当社にとってもまったく初めてのことでした。美の追求と提供を使命とする会社として、「動物実験はやらない」という前提のもと、さらなるイノベーションを目指すとともに、代替法をはじめとする化粧品の安全性についての考え方を広く知らしめるために今後も尽力していきたいと思っております。

社会のグローバル化が加速し価値観の多様化が進む中で、新たな社会課題も次々に現れてきています。今後、多種多様な課題と直面していくことになるであろう当社にとって、この円卓会議は非常に貴重な経験となりました。社会と共生し、よりよい社会づくりに貢献し、社会から必要とされる企業であり続けるために、これからも真摯な取り組みを続けてまいりたいと思っております。ご多忙のところ、4年間にわたってご参加いただいたみなさまに感謝するとともに、引き続きのご支援をお願い申し上げます。



化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第五回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催



開催日時： 2013年1月25日（金）13：00 - 15：40

場所： 資生堂汐留オフィス会議室

資生堂では、化粧品における動物実験廃止を目指し、2010年よりさまざまなステークホルダーの方々とともに円卓会議を継続的に開催してきました。

第五回となる今回の目的は、

- (1) 2012年度の資生堂の取り組み成果の報告
- (2) EU、中国、日本における最新動向の共有
- (3) その上で、資生堂が2010年3月に発表した「資生堂は、お客さまに安心して化粧品をお使いいただけるよう安全性を厳格に守りながら、動物愛護の観点から化粧品における動物実験の廃止をめざします。今後は、動物実験廃止の取り組みに最も先進的であり2013年の廃止をめざしている欧州の法規（EU化粧品指令）にあわせ、資生堂は動物実験の廃止を推進していきます」に対する最終結論（機関決定）を導くうえで、参加者の方々のご意見を反映させること

として開催しました。

■ 円卓会議にご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子 氏	高木國雄法律事務所
板垣 宏 氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美 氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
河口 真理子 氏	株式会社大和総研 調査本部 主席研究員
田中 憲穂 氏	鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授
中野 栄子 氏	株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦 氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
山崎 恵子 氏	動物との共生を考える連絡会
（司会）川北 秀人 氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
知久 真巳	株式会社 資生堂 品質評価センター長

■ 資生堂事務局

塩島 義浩	株式会社 資生堂 CSR部長
-------	----------------

資生堂の2012年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2012年度の活動実績と今後の取り組みについて報告しました。
主な内容は以下のとおりです。

（1）実験動物使用数

2012年度の見込みは、2001年度比16%で、当初見込みより減少する予定です。（2013年1月現在）

（2）社内の安全性保証体系の構築状況について

動物実験を行わずに安全性を保証する仕組みとして、原料情報やメーカー情報などの「情報による保証」、細胞を用いて安全性を評価する試験法（in vitro）及びコンピュータシミュレーションを利用した試験法（in silico）による「代替法による保証」、そして医師管理下での連用試験やヒトパッチテスト等の「ヒトによる最終確認」の3ステップによる「安全性保証体系」の確立を進めてきました。

新たに開発した複数の代替法や予測システムを組み合わせることにより、これまで確立していなかった光感作性や反復投与毒性など6項目の安全性についても評価が可能となる見込みです。これにより、この3月末までに社内の安全性保証体系の確立に目処が立ちました。

（3）「動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会」の設立

本検討会は、社内の安全性保証体系に関して、資生堂一社の自社視点のみだけではなく、科学的な妥当性があるか、さらに客観性を高めることができないか、また社会受容性があるか等、社外の有識者7名と資生堂の研究者約10名で検討することを目的に設立したものです。2012年度は既に2回実施し、2013年2月に3回目の開催を予定しています。

（4）代替法の社会受容性・認知の獲得について

日本化学工業協会や日本化粧品工業連合会のワーキンググループでの検討・提言、学会発表や雑誌投稿など、継続的な活動を行ってきました。

欧州および中国、日本の現状について

資生堂より、欧州および中国、日本の現状を報告するとともに、参加者の方々からもさまざまな情報が発表されました。主な内容は以下の通りです。

(1) 欧州の最新動向について

- ・ これまでは「EU化粧品"指令"」であったものが、「EU化粧品"規則"」となり、EU加盟諸国が国内法に採択することなく、法的拘束力を持つものとなりつつある（本年7月末で完全移行）。
- ・ 2013年3月の期限までの代替法の完全な開発は困難なこと等を主な理由に、何らかの緩和措置が欧州委員会から出されるだろうとの見方が大勢を占めていたが、2013年1月現在、特に修正案は出されていない。したがって、当社は、「2013年3月11日には自動的に全面禁止」となる可能性が高いと考えている。
- ・ 動物実験全面禁止後の欧州域内における安全性担保について、「欧州化粧品指令」では、企業が製品技術文書（ドシ工）において、製品及び原料の安全性を担保しなければならないと定めているが、使用できるデータは、禁止前に実施された（現在禁止されていない）動物実験データ、代替法・ヒト試験結果・文献情報のみとなる。

(2) 中国の現状と今後の動向について

- ・ 中国における化粧品は、一般化粧品（日本で言えば、化粧品に類似）と特殊用途化粧品（日本で言えば、医薬部外品に類似）に分類されるが、中国政府は、一般化粧品及び特殊用途化粧品の薬事申請について、最終製品での動物実験による安全性保証を要求している。
- ・ また、欧州や日本で安全性が確認されている原料であっても、「中国にとっての」新規原料扱いとなることがあり、動物実験による安全性保証が要求される。
- ・ 実験施設や方法についても、中国政府より指定される構造となっている。
- ・ 現時点では実効的な代替法開発への取り組みも活発に行われている状況ではなく、動物の福祉の向上や実験廃止に向けた機運は、あまり高まっていないのが現状である。

(3) 日本の現状と今後の動向について

- ・ 現在、医薬部外品に用いる新規原料について、添加剤の場合は安全性8項目、有効成分の場合はそれに加えさらに全身毒性3項目について、動物実験による安全性保証が求められている。
- ・ 2006年7月19日付の厚労省事務連絡質疑応答集では、動物実験代替試験法等の利用に関して「OECD等により採用された代替試験あるいは適切なバリデーション（*）でそれらと同等と評価された方法に従った試験成績であれば、当該品目の申請資料として差し支えない」との記載がある。
*バリデーション…公的な研究機関が客観的に試験法の妥当性を検証すること
- ・ また、2011年2月4日付の厚労省事務連絡には、代替法の利用について再確認するとともに、試験法については「JaCVAMの情報も参考」にするよう記載がある。

資生堂では、2010年3月に「EU化粧品指令にあわせ2013年3月までの化粧品の動物実験廃止をめざす」との方針を示しました。

EUや中国、日本の動向を踏まえた上で、現時点では、日本における今後の医薬部外品申請については、①既存の動物実験データの活用、②代替法によるデータ取得、③科学的根拠に基づく説明、を組み合わせる方針です。一方、中国については、現状を鑑み、動物実験は継続せざるを得ない状況にあると考えています。

これについて、2013年3月までに当社としての最終結論（機関決定）を出す予定です。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏／高木國雄法律事務所



【ご意見】中国における動物実験の継続が避けられないのであれば、まずは実験施設の環境について、日本の、もしくは資生堂としての基準が守られているかの第三者チェック体制整備を検討してはどうかと思います。最近ではCSRの観点から、環境マネジメントシステムを導入していない企業とは取引しないと宣言する企業も出てきていますから、同じように動物実験についても、「この基準を守らなければ取引はしない」という形で取引先企業に影響を及ぼすことはできるのではないのでしょうか。遵守状況についての内容のアンケートを配布して回答を求めると、周知・啓発という点で大きな意味があると考えます。

また、日本においては、「手続保障」が全体的に弱い傾向があるように思います。動物愛護法に基づく基準（実験動物の飼養及び保管並びに苦痛の軽減に関する基準）により、実験動物の適切な飼養方法などが定められていますが、それが本当に守られているのかを、しっかりと確認していく必要があります。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授



【ご意見】化粧品も医薬部外品も「お客様の安全を保証しなくてはならない」点は何も変わりませんし、安全性試験もほぼ同じです。ただ医薬部外品には、薬事法に基づく申請システムがあり、そこで動物実験による安全保証を求められるケースがあるということです。資生堂はすでに、化粧品に関する十分な独自の安全性保証体系を持っているので、新たに設置された討論会を活用した専門家の検証なども経て、その保証体系を医薬部外品にも応用できるよう認知を広めていけばいいのではないのでしょうか。その中で、他社からもまた別の保証体系が提案されてくるかもしれません。動物実験なしの安全保証が社会から認められるようにしていくためには、そのようにして行政当局から「妥当」と認められるだけの既成事実を一つずつ積み上げ、公開し議論していくことが長い道のりかもしれませんがリーディングカンパニーの資生堂が果たすべきことではないかと思います。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA）理事



【ご意見】中国問題について欧州等では、これまで動物愛護団体から「動物実験をしていない」と認定されていた企業が、中国に市場を展開していることで認証取り消しとなるケースが相次いでおり、企業が「中国市場から撤退しろ」と迫られるケースも見受けられます。しかしながら、以前この会議でも「一企業、一団体で対応できる問題ではない」という意見が出されていたように、まさにユニテッドフロントで取り組んでいくべき課題だと思います。

「（一部医薬部外品において）政府が動物実験を義務付けている日本と中国の問題は同じではないか」という向きもありますが、日本では新規原料の開発をしなければ動物実験の実施は義務ではなく、企業の判断で即時廃止が可能です。制度状況やアプローチ方法を同一視することは妥当ではないと考えています。

円卓会議の開催や企業内取り組みの開示、新たな討論会の設置など資生堂のこれまでの姿勢を評価してきましたが、今後の機関決定の結果によっては、当会はそれらの評価を白紙撤回せざるを得ません。そうならないように願っております。

河口 真理子氏／株式会社大和総研 調査本部 主席研究員



【ご意見】五回目の会議ということで何らかの結論が出るかと思いましたが、逆により難しい課題が見えてきたというのが感想です。資生堂さんのこれまでのさまざまな努力には敬意を表しますが、これは一企業だけでなく消費者の問題でもあると思います。消費者が「美白」などの効能を求め続ける限り、そして「国が医薬部外品という範疇でその効能を認めている」根拠になっているのが動物実験だという構図がある限り、動物実験を完全に廃止するのは非常に難しいと感じるからです。その意味で、消費者に対しても、自分たちが変わることによって企業も変わりやすくなるんだというメッセージをもっと打ち出していく必要があると思います。

また、中国での動物実験の問題については、一企業だけで対応できるものではありません。欧州との協力も必要ですし、日本や欧州のNPOも批判するだけではなく、中国国内のNPOに働きかけて協力していくことなども視野に入れるべきではないでしょうか。

田中 憲徳氏／鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授



【ご意見】資生堂の取り組みの中で、企業として自社が進めている安全性試験の代替法はこれでよいかどうかについて、社外の有識者や専門家の意見を聞く討論会の場を新たに設置されたことは、大変素晴らしい取り組みであると思います。今後も継続的に進めていかれることを期待します。

動物実験については、安全性保証の点で遺伝的に均一に作出された実験動物を用いますので、得られる結果についてはヒトの集団に比べて個体差が少ないなどさまざまな優れた点があり、個体レベルでの毒性を調べる方法としては、現在最も信頼できる方法であるのも事実です。一方で、開発されてきている代替法については、数多くの化学物質の有害作用について、簡便で安価に、そして迅速にスクリーニング（選定）できるなどの長所があります。したがって現在、環境中に存在する約2万種類ともいわれる既存化学物質の毒性を調べ、有害性のある物質については少しでも早期に身の回りからの排除するにはきわめて有効です。そうした代替試験法のメリットを打ち出していくことも、社会的受容の獲得につながるのではないのでしょうか。

中国での動物実験については、実験施設の環境・設備もまだ開発段階で、日本と同等にGLPレベルの信頼できるデータが得られるレベルではないと聞いていますので、その点も懸念されます。

中野 栄子氏／株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー



【ご意見】動物実験の廃止問題について、消費者の中には動物実験なしの安全性保証に不安を抱く人がいることも事実です。その不安を解消するためのリスクコミュニケーションにも力を注いでいただきたいと思います。

化粧品と医薬部外品のうち、医薬部外品は厚生労働省が安全性を所管していますが、動物実験なしでの申請に許可が下りなかった場合は、ただ単に「役所が認めてくれなかったので、動物実験を続けます」というのではなく、一般消費者に対して可能な範囲で情報提供をしていただければと思います。一般の消費者の中には化粧品と医薬部外品の違いを正確に認識していない方もいますので、この機会にその両者の違いや動物実験は安全性を確認するものだといったことを、より広く知ってもらえることができればと思います。

藤井 敏彦氏／経済産業研究所 コンサルティングフェロー



【ご意見】動物実験なしでは製品の製造・販売ができない中国の制度が不合理だという声がありますが、日本の制度にしても、なぜ医薬部外品には薬事法に基づく安全性保証が強く求められ、化粧品は自社保証でよいのかなど、外から見れば不合理だと思われる部分もあるでしょう。その意味では、日中両政府には「根本的な」違いはないという言い方もできます。

そう考えると、代替法の開発などはもちろん重要ですが、根本的な解決は何よりも「制度の合理化」なのではないでしょうか。例えば代替法では安全性保証が不十分だと行政当局に判断され、やはり動物実験を廃止できないということになった場合に、非難されるべきは企業なのか、当局なのか。どちらをまず念頭に置くべきなのかという問いは、当然出てくるべきことだと思います。

山崎 恵子氏／動物との共生を考える連絡会



【ご意見】中国での動物実験の問題は、当局の規制の側面のみが目立ってしまっていますが、すでに禁止された国からの「実験動物の輸出」という側面もあり、非常に難しい問題だと思います。中国政府にも、製造技術や外貨獲得、動物実験産業の保護という意図も多少はあるのではないのでしょうか。資生堂さんがそうであるということではなく、このような動物実験が許容されてしまうような地域で、実験が拡大するようなことがあってはならないということを申し上げたいのです。また、河口さんがおっしゃったように、動物実験をなくすには「消費者が変わる」ことも必要だと思います。消費者教育は、これまで動物福祉団体が「もっとできないだろうか」と悩み、苦勞してきた部分でもあります。例えば「医薬部外品と化粧品はこう違うけれど、あなたはどちらを選びますか」といった啓発活動をもっとやっていく必要があるのかもしれない。

(司会) 川北 秀人氏／IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



【ご意見】今回の会議では、資生堂さんの機関決定を前に、課題がさらに明確になりました。中国の現状、そもそもの合理性、そして、非難されるべきなのは誰なのかといった、さまざまな問題が議論されました。動物実験を「ゼロにしていく」ことを目指すと同時に、制度面を含め現在の状況が果たして適切なのかを、常に確認していく必要があるということです。また、消費者への啓発については、各社が自社製品の特性を説明するだけでなく、世の中にある「医薬部外品」とはこういうものだという、一般的な情報提供を共同で進める必要があると感じました。

これまで五回の会議を重ねてきましたが、明確に進歩があったといえるのは、資生堂さんの取り組みのみだと思います。それ以外の行政・同業他社・消費者への働きかけなどについては、社会状況や海外の動向など、外部要素が大きいこともあって難しい状況のままです。今後、さらにそうした部分に踏み込めるように、この円卓会議の枠組みや取り組みを次の段階に移行していく必要性を感じました。

第五回会議を受けて



2013年3月末には当社の新安全性保証体系が確立される予定ですが、それだけで問題が解決されるわけではありません。欧州においては、動物実験が完全廃止となると見込んでいますが、特に中国、そして日本にも残る課題を解決する必要があります。

効能のある成分を消費者に届けたい、あるいはそれを求める方々がいる一方、「美しさに犠牲は払わない」と考える消費者も多くいらっしゃることも認識しています。また、日本の行政当局から動物実験をしない安全性保証では不十分だという判断を受けた場合にどうするのか。例えば医薬部外品としての申請をあきらめ化粧品として販売するなどの選択肢もあり得るでしょう。

また、代替法の開発は3月で終わるわけではなく、今後もずっと続けていかなくてはなりませんし、中国での展開もこれからは考えていかなければならない状況になるでしょう。公定化に向けた日本政府への働きかけも重要であり、継続していかねばならないと、今日の会議を通じて改めて感じました。

今後発表する資生堂としての機関決定の際には、今日皆さんからいただいた意見を経営にしっかりと伝えた上で、十分な議論をして判断したいと思います。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第四回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催



開催日時： 2012年5月30日（水）9：00 - 12：30

場所： 資生堂汐留オフィス会議室

資生堂では、化粧品における動物実験廃止を目指し、2010年よりさまざまなステークホルダーの方々とともに円卓会議を継続的に開催してきました。

第四回となる今回も、これまでにご参加いただいた皆さまにお集まりいただき、資生堂から2011年度の取り組み成果を報告すると同時に、各ステークホルダーの皆さまからは、関連する最新動向や廃止に向けて取り組まれてきた成果や進捗をご案内いただき、共有しました。

後半の議論では、今後に向けた課題や解決に向けて、各ステークホルダーが何をすべきか、協働の可能性などについても熱心な意見交換が行われました。

■ 円卓会議にご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子 氏	高木國雄法律事務所
板垣 宏 氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美 氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
河口 真理子 氏	株式会社大和総研 調査本部 主席研究員
田中 憲穂 氏	鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授
中野 栄子 氏	株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦 氏	埼玉大学大学院経済科学研究科 客員教授
山崎 恵子 氏	動物との共生を考える連絡会
（司会）川北 秀人 氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
知久 真巳	株式会社 資生堂 品質評価センター長

■ 資生堂事務局

塩島 義浩	株式会社 資生堂 CSR部長
-------	----------------

資生堂の2011年度の主な取り組み進捗と成果

資生堂より、2011年度の活動実績と今後の取り組みについて報告しました。
主な内容は以下のとおりです。

（1）実験動物使用数

2011年度の実績は、2001年度比9%です。当初予測は32%でしたが、東日本大震災による原料開発の遅れの影響もあり、低めの実績となりました。2012年度は2001年度比で22%となる見込みです。

（2）動物実験審議会への外部委員の参画

動物実験審議会は、2011年度より皮膚科医師、獣医師、弁護士の計3名を外部委員とし、体制を強化しました。審議会は、資生堂の本社社員と研究員7名を加えた、合計10名で構成され、2011年度は計5回開催しました。

（3）社内「安全性保証体系」の構築と社会受容性の獲得（認知活動）

社内における安全性保証 [PDF:75.2KB]については、「情報による保証」、「代替法による保証」、「ヒトによる最終確認」という体系構築を行い、2013年スタートを目指して検討を進めています。

特に代替法については、細胞を用いて安全性を調べる試験法（in vitro）、コンピュータによるシミュレーションを利用した試験法（in silico）を組み合わせて開発を進めています。社内で行なっている安全性保証11項目のうち、すでに5項目は開発済み、5項目についても最終段階に近づいていますが、光感作性（光との複合作用により引き起こされるアレルギーなど）については継続研究中で、今後の課題となっています。

一方で、社内が開発したこの安全性保証体系に対して、科学的に妥当であると社会から認められることも体系確立のためには重要であると考えています。日本化粧品工業連合会におけるワーキンググループでの理解・普及、活用を進めるための活動に加え、科学的観点やヒト倫理の観点から社外有識者からの意見聴取を行ってきました。今後、社外有識者による討論会を開催し、より高い信頼性を目指して取り組んでいきます。

(4) 脱動物実験下での新たな価値創造

脱動物実験を進めるためにも新たな価値創造に力を入れて取り組みました。従来重視してきた高い効果感を訴求する「機能価値」だけでなく、感性やこだわりといった「情緒価値」やお客さまの嗜好を汲んだ「使用感価値」をあわせた、トータルな価値を提供していくために、日本だけではなくグローバルな視野で、お客さまのニーズやウォンツを見極め、すでに私たちが持つ技術をより有効に活かしていこうと考えています。

(5) 代替法公定化への取り組みの進展

開発した代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法と認可されること）に向けた取り組みも進めています。2011年度も感作性試験代替法と眼刺激性試験代替法の2つの代替法の公定化に向け推進しました。今後も引き続き取り組んでいきます。

また、「医薬部外品等の安全性試験法に関する代替法ガイダンス検討会 [PDF:75.1KB]」に日本化粧品工業連合会のメンバーとして参画し、代替法の利用促進に向けた活動を推進しました。

(6) 他社への働きかけ

動物実験廃止の取り組みへの認知度を高めるために、他企業への働きかけとして、NPO法人サステナビリティ日本フォーラム主催の「ステークホルダーエンゲージメント勉強会」（2011年12月）に岩井がパネリストとして参加し、本円卓会議の取り組みなどについて発表しました。動物実験廃止という社会問題の解決に向けて、複数のステークホルダーと協働で取り組むエンゲージメントの重要性をお伝えし、他業種の企業からも大きな反響を受けました。

ステークホルダーの皆さまからの主な取り組み進捗と成果の共有

ご参加の皆さまからは、動物愛護法改正に関する状況や代替法研究開発の最新動向についての情報提供のほか、特に市民団体が中心となって実施した、動物実験廃止に関する院内集会や政府への申し入れについても報告いただき、情報の共有を図りました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏／高木國雄法律事務所 弁護士、第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長、日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員、ペット法学会会員



【ご意見】現在、動物愛護法改正に向けての審議が国会で進められており、今回の改正ではないとしても、今後、動物実験施設等の届出制が導入される流れが強まると考えています。しかし現時点では、実験施設の数や動物の飼育数などの情報の公表は任意となっており、動物愛護法にある実験動物基準に加えどういった自主基準が設けられているのかについても、第三者による検証は困難です。その意味で、資生堂の動物実験審議会への外部委員参加は高く評価できると思います。

また、動物実験が許されるのは、その目的や行為の内容が社会的に相当と考えられる場合に限定されると思います。つまり、社会的に見て、動物実験の必要性があり、その実験内容に許容性がある場合にのみ、正当行為として許されると考えられます。必要性と許容性という、この2点に関するさらなる検証を進めて、ぜひ法律よりも先んじた仕組みづくりをお願いしたいと思います。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授、元資生堂代替法開発研究所長、日本動物実験代替法学会元会長、元日本化粧品工業連合会技術委員会動物実験代替専門委員会委員長



【ご意見】動物実験の廃止を実現するためには、当然ながら製品の安全性確保が大前提となります。そのためには包括・概念的な議論とともに、研究者がより専門性を高めるための、個別・具体的で実践的な議論の場が必要だと感じます。以前、他社の石鹸製品によるアレルギー発症問題がありましたが、そうした問題も、安全性分野における専門家がきちんと目を配っていれば防げたのではないかという気がしてなりません。また、こうした事故が起こった場合、「動物実験なしでも安全性を確保できる」という前進事例が他になければ、「やはり動物実験を廃止するのは危険だ」という「揺り戻し」が起こりかねません。その意味でも、資生堂の安全性保証体系の構築について、外部専門家の意見を取り入れ、検証するプロセスは非常に重要だと思います。同時に、取り組みの進捗状況について積極的に情報の発信・共有を進めていただきたいと思います。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA）理事



【ご意見】今年4月に、NPO 6団体と1企業の連名による「化粧品の動物実験廃止および動物実験の代替に関する総合的施策を求める要請」を与党民主党及び環境省、厚生労働省に提出しました。同月の厚生労働省の事務連絡「皮膚感作性試験代替法及び光毒性試験代替法を化粧品・医薬部外品の安全性評価に活用するためのガイダンスについて」の公布につながるなど成果をあげることができました。

また、5月にはNPO 6団体で「化粧品の動物実験を考える院内集会」を開催し、超党派の議員35名、一般60名以上の参加を得ました。化粧品の動物実験の実態を説明し、その廃止に向けて代替法開発・公定化への取り組みが遅れている現状を改善すべきだと訴えましたが、今後も議員に対してさらに働きかけていく必要があると感じています。

資生堂がこのチャレンジングな課題に取り組んでこられたのは、「動物を犠牲にしたくない」という消費者の倫理的価値を重視していただいたからこそだと理解しています。

4回の会議を経て、この円卓会議としても、2013年の期限に向けて新たな一歩を踏み出す必要があるのではないのでしょうか。

河口 真理子氏／株式会社大和総研 調査本部 主席研究員、社会的責任投資フォーラム理事&運営委員、東京都環境審議会委員



【ご意見】動物実験廃止に向けて、資生堂という一企業がこれだけ経営資源を投入して取り組まれているのに、行政がそれに十分応えられていない現状なのは、日本社会において、動物実験はなくすべきというコンセンサスがなからだと感じました。まずはそもそも動物実験とは何か、何のために必要か、代替法とは何かという構図への理解を広げ、「動物実験廃止」が社会的コストを投ずるに足る意義ある取り組みだというコンセンサスを確立する必要があるのではないのでしょうか。それも、一社だけでなく化粧品に関わるさまざまな人たちを巻き込んでいくことです。例えば、いわゆるコスメフリークに「これは自分たちにも関係する問題だ」という意識を持ってもらうために著名なメイクアップアーティストに協力してもらう、あるいは消費者関係のNGOなどとの協働を強化することなど。また既存のメディア以外にもインターネットやSNSの活用も効果的だと思います。

田中 憲徳氏／鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授、(財)食品薬品安全センター秦野研究所 研究顧問、日本動物実験代替法学会元会長



【ご意見】私はこれまで30年間、代替法の開発一筋に取り組んできましたが、純粹に科学的な観点から言えば、動物実験は代替法の開発においても、動物個体における現象や毒性発現のメカニズムを熟知するためにも必要です。最近の研究について報告しますと、これまで5年間取り組んできた新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）での試験法開発プロジェクトが終了し、現在、その開発した試験法の検証を行っています。また、化学物質の安全性を規制するための「化学物質審査規制法（化審法）」で定められている28日間反復投与試験について、経済産業省が代替法研究をスタートさせることを決定し、私もメンバーに加わっています。ただ、開発した試験法の客観的評価のための資金が圧倒的に不足していることが最大の問題です。なんとか社会全体を広く巻き込んで、金銭面だけではなくさまざまな形のサポートを得ながら、さらに代替法の開発を推進していきたいと思えます。

中野 栄子氏／株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー、農林水産省農林水産技術会議評価専門委員会・東京都食品安全情報評価委員会・東京都港区食品衛生推進会議等の委員



【ご意見】動物実験の廃止は重要な課題ですが、それは代替法の確立による十分な安全性確保があつてこそでしょう。その意味でも、資生堂が社内の安全性保証体系に拙速に走るのではなく、慎重な姿勢で取り組みを進めていることをまず高く評価したいと思います。

また、「メディアが取り上げないから社会の認知度が高まらない」というご意見もありましたが、やはり時間や紙面の制約、インパクトを考えると、「よくやっている」取り組みは、残念ながら、不祥事などに比べてなかなか扱われにくいのが現状です。記者の知識不足という問題もあるかもしれません。一方で、情報を受け取る側も、黒か白か、と言った単純な受け止め方では問題の本質は理解できません。取り組みの背景も含めて理解してもらえよう、私たちメディア関係者の努力が必要だと感じました。基礎的なリテラシーを高めるために、例えばメディア向けの勉強会を開催するなど一案ではないでしょうか。

藤井 敏彦氏／埼玉大学大学院経済科学研究科客員教授



【ご意見】資生堂の取り組みはこの1年で大きく前進し、JAVAの活動も非常に素晴らしいと感じました。この動きが、いろいろな意見を吸収しながら日本におけるいい前例になればと感じました。一方で、日本社会は「ゼロリスク」を求める傾向が強く、リスクが顕在化したときには過度に感情的な反応が起こりやすい特質があります。動物実験の場合でも、何か一つ事故などが起これば、事故を起こした企業への制裁にとどまらず、動物実験廃止という流れそのものがストップしてしまう恐れがあり、その意味で、社会的受容性を重視することは必須です。

先日注目を集めた「コンパガチャ」問題では、業界内での自主規制の対応が間に合わず、ひとつのビジネスモデルが廃止に追い込まれました。この例を見ても、業界内での足並みを揃えることも重要です。資生堂が業界を取りまとめてさまざまな活動を進めていることは、その点で大きな意義があるのではないのでしょうか。

山崎 恵子氏／動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会元委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室 (JaCVAM) 顧問会議委員



【ご意見】環境省が動物愛護法改正に向けて設置した検討小委員会でも、動物実験が議題として取り上げられましたが、議論がそもそもかみ合っていないと感じました。廃止が望ましいのですが、医薬品開発なども含めた全廃には、現実にはまだまだ時間がかかります。まずは取り扱い施設の届出制導入や飼育現場の環境改善などをファーストステップとして実現していくなど、二段階の取り組みが必要だと考えます。

また、JaCVAMなど代替法の研究・開発の促進に向けて重要な役割を担う組織、個別プロジェクトでは資金面での課題を抱えています。企業や動物愛護団体などが集まって、「代替法サポートファンド」のようなものを作れないか、また、企業が大学で専門家育成のための寄附講座を開催できないか、など、垣根を越えたステークホルダー間での協働がますます必要になってきていると感じます。

(司会) 川北 秀人氏／IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



【ご意見】これまでも「社会的な認知の向上が必須」というご意見が皆さまから出ていましたが、社会に向けて、この問題の構図をわかりやすく伝えることと、その構図に有効な働きかけをすることの、二つの動きを同時に進めることが非常に重要です。「構図をわかりやすく伝える」ためには、私たちが続けてきたこの対話のプロセスを社会に伝える機会が重要だと感じます。それも、専門家向けだけではなく、「動物実験はなぜ、どんな場面で行われているか」「化粧品開発はどういったプロセスで進められるのか」といったレベルからの情報を広く一般の人にも理解してもらえよう開示することが大事です。賛成・反対という二項で是非を問うのではなく、理解と啓発の基盤となる情報共有の場が必要です。メディアの注目を集める仕掛けにもなるでしょう。この円卓会議での議論も、第一回以来、ずいぶん深化してきました。その動きを開示する意義は大きいと思います。

第四回会議を受けて



これまでの円卓会議の過程で出された課題として、

- ① 代替法の開発と実用化の推進
- ② 他社への働きかけ
- ③ 行政への働きかけ
- ④ 消費者への働きかけ

4つの項目を確認してきました。

さまざまな立場にあるステークホルダーがどう連携し、どのような取り組みをしていくのか、という議論を続けてきました。今回、代替法の開発と実用化の推進、あるいは行政への働きかけという課題に対して、一つの成果が見られたと感じています。それは、「代替法活用に関するガイダンス」が厚生労働省から発出されたことです。

資生堂が業界団体とともに省庁に働きかけ、また動物愛護・福祉団体が政治家に働きかけたことが、大きな後押しになったのではないのでしょうか。これは、この円卓会議を通じて共通の課題に向き合ってきたひとつの成果だと思えます。

EU化粧品指令の動向は依然として不透明な状態ですが、報告しましたとおり、資生堂は今後も廃止に向けた取り組みを推進していきます。2012年度は、代替法の開発に加え、新たな安全性保証体系に対する社会的認知の拡大にも注力していきます。

その上で、ステークホルダーエンゲージメント、つまり外部の皆さまの力を借りて一緒に課題解決に取り組もうという姿勢はますます重要になると認識しています。今回いただいた示唆に富むご意見やご提案などを受け止め、どのように実現していくことができるか積極的に検討していきたいと思えます。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

ステークホルダーエンゲージメントに関する社外勉強会で 「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」について発表



NPO法人 サステナビリティ日本フォーラム主催『ステークホルダーエンゲージメント勉強会』※に、当社の執行役員の岩井恒彦がパネリストとして参加しました。動物実験廃止に向けた取り組みと合わせ、エンゲージメントの具体的事例として円卓会議について発表するとともに、パネルディスカッションでは有識者や参加者の方々と意見交換を行いました。

※『NPO法人 サステナビリティ日本フォーラム』は、日本における持続可能な社会の構築を目指し、セミナーや勉強会を通して情報発信や交流を進めているNPO団体。

NPO法人 サステナビリティ日本フォーラム主催の『ステークホルダーエンゲージメント勉強会』概要

開催日時：	2011年12月14日（水）13：30 - 16：30	
場所：	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社新宿ビル	
パネリスト：	後藤 敏彦氏 山崎 恵子氏 岩井 恒彦	NPO法人 サステナビリティ日本フォーラム 代表理事 動物との共生を考える連絡会 株式会社 資生堂 執行役員
モデレーター：	川北 秀人氏	IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 代表
参加者：	45の企業や団体から34名	

今回の勉強会に至る経緯

グローバル化が進み、立場や主張の異なる人々が存在することにより、社会問題は複雑化しています。国のトップダウンのガバナンスにより経済成長を成し遂げるといふ20世紀型のシステムが十分に機能しているとは言えない状況になった昨今、国内外の企業で、利益追求だけでなく、複数のステークホルダーとエンゲージメントし、社会問題の解決を図る方法が模索されています。当社の化粧品の動物実験廃止に向けた円卓会議も、そのような試みのひとつです。

本円卓会議を「ステークホルダーエンゲージメント」のケーススタディとして発表することにより、課題解決に向けて試行錯誤をしている多様な立場の方々にも学んでいただける機会となること、さらにこれまでの円卓会議であげられていた課題「他社への働きかけ」の取り組みの一つとし、社会へ情報発信をすべきと考えました。

動物実験廃止に向けた資生堂の取り組みについて

■ 岩井 恒彦／株式会社 資生堂 執行役員

資生堂は2010年3月に「2011年3月までに自社での動物実験を廃止」という目標を宣言し、2011年3月30日をもって自社での動物実験を終了しました。さらに私たちは廃止に向けた次のステップとして、動物実験代替法の開発加速化等、社内の安全性保証体制の整備を進めています。

一方で、動物実験廃止は、法律や規制、そして安心・安全の根幹に関わる課題であり、資生堂だけで解決できるものでもなく、ましてや賛成と反対で対立しては前に進むことはできません。

そこで、様々な専門領域のステークホルダーの皆さまと情報を共有し、考える場としての円卓会議をこれまでに3回開催し、相互理解を深めてきました。

これまでの成果は、改めて廃止を目指すという目的を共有できたことであり、それぞれの立場で課題解決に向けた取り組みの輪を広げるきっかけとなっている点です。今後も新たな「ステークホルダーエンゲージメント」の方法を模索しながら、廃止に向けた取り組みを推進していく考えです。

■ パネルディスカッションの様態

パネルディスカッションでは、ISO26000におけるステークホルダーエンゲージメントの重要性と本質的な意味に始まり、企業や市民団体、消費者などのステークホルダーとともにどのように解決策を見出していくか、さまざまな意見が出されました。「噛み合わないあるいは平行線のまま議論を重ねる“対話”では良い解決策は生まれない」、「立場の違う人たちの意見を広く取り入れながら決定材料を共有するプロセスが大切」、「相手の力も借りながら問題解決に向かう協働（行動）型のエンゲージメントが必要」「新たな目標やルールなどの枠組み作りの過程では、対立せず納得できるセカンドベストを決めるプロセスデザインが出来るかが鍵」などです。

そのためには、ステークホルダー間での情報共有を進めることを基本として、「啓発された消費者を増やすことが課題である」こと、「NGO・NPOがエキスパートとしてさらに能力を高め、企業や消費者とともにプロジェクトパートナーの役割を担うことを期待される」ことなど、今後のエンゲージメントのあり方にまで議論が及びました。

■ パネルディスカッションに参加して ～岩井からのコメント～

今回の勉強会のテーマであるエンゲージメントの本質について深く考えることができ有意義でした。現在、動物実験の代替法の開発に注力しつつ、ステークホルダーエンゲージメントを進めているわけですが、成果が現れつつあります。

進むべき方向の選択を含めてステークホルダーの方々とともに判断し、今後もエンゲージメントしていきます。

相手の力を借りるということは、相手に頼りきりになることを意味するわけではありません。様々な方々の力をお借りしながら、自ら律して前に進みたいと思います。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第三回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催



開催日時： 2011年6月2日（木）9：00-12：30

場所： 資生堂汐留オフィス会議室

2010年11月の第二回に引きつづき、第三回円卓会議を開催しました。ご参加いただいたのは、弁護士、消費者団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、市民団体、マスコミ、CSR有識者など9名のステークホルダーの皆さまです。資生堂における動物実験廃止に向けた取り組みの成果や進捗状況をはじめ、参加者それぞれの専門領域における情報やご意見を共有し、動物実験を廃止するために必要なことは何かを議論しました。

■ ダイアログにご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子氏	高木國雄法律事務所 弁護士
阿南 久氏	全国消費者団体連絡会 事務局長
板垣 宏氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA）理事
河口 真理子氏	大和証券グループ本社 広報部 CSR担当部長
田中 憲穂氏	日本動物実験代替法学会 元会長
中野 栄子氏	日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
（司会）川北 秀人氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

株式会社 資生堂 執行役員 岩井 恒彦

■ 資生堂事務局

株式会社 資生堂 CSR部

円卓会議で話し合われたこと

■ 今回の話し合いの流れ

会議の前半では、まず資生堂から廃止に向けた進捗状況をご説明し、参加者の方々からは、動物愛護管理法改正の要点や、代替法研究開発の最新動向、企業へのアンケート結果などについてご発表いただきました。

そして後半では、参加者の間で共有された情報をもとに、動物実験廃止に向けたムーブメントを社会全体に広げていくために何ができるかを議論しました。

■ 社会で広く情報共有を図ることが急務

前半、資生堂からご報告した2010年度の主な成果・進捗は、以下の4点です。

① 自社での動物実験の廃止を達成

2010年3月に宣言した「2011年3月までに自社での動物実験を廃止」については、2011年3月30日をもって自社での動物実験は終了し、4月5日には施設も閉鎖しました。

② 動物実験審議会へ第三者委員が参画

第一回会議でご提案された「動物実験審議会への第三者委員の参画」については、医師と獣医師の計2名の外部有識者の方に第三者委員としてご参加いただいています。

③ 実験動物使用数の推移

実験動物使用数については減少傾向にあり、2001年度と比較して2010年度は約半分となりました。なお、2010年度の使用数は前年に比べ増加しましたが、これは中国において、「化粧品の薬事申請手続きに関する法律」および「化粧品原料の安全性に関する法律」の運用が厳格化され、輸入品に含まれる新原料の安全性について動物実験による確認を求められるようになったためです。

④ 代替法の公定化に向けた進展

「代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法として認可されること）」に向けて着実に進展しています。現在、特に皮膚感作性試験代替法、眼刺激性試験代替法の2つの代替法を推進しています。

後半は、それぞれの立場から意見を述べ合うなかで、動物実験廃止を実現するためには、「社会全体で認識を共有することが必要」、「まだまだ一般的な消費者は知らない」とあらためて確認されました。

そして、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを図るために、円卓会議の参加者同士でどんな連携が取れるのか。具体的なアクションにまで、議論は発展しました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏／高木國雄法律事務所 弁護士、第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長、日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員、ペット法学会会員



【ご意見】「動物の愛護及び管理に関する法律」は、2012年に改正予定で、目下、実験施設関連を動物取扱業に追加すること、現行「登録制」の動物取扱業を「許可制」にすることなども視野に入れて検討されています。一方で、大学や実験施設を対象としたアンケートを見ると、動物福祉に関する認知度がいまだ不十分と言わざるを得ません。登録・許可基準、使用后、動物の殺処分方法に関する指針等の徹底、さらには施設等で働く労働者の安全などを取り入れた法令に改正された場合、認知度も透明性も必然的に高くなっていくはずですが、つまりこれまでの密室のような状況から、徐々にオープンにせざるを得ない状況に変わっていくでしょう。動物を扱う組織では、このような流れにも対応できるようにしておくことが求められてくると思います。

阿南 久氏／全国消費者団体連絡会 事務局長、内閣府、厚生労働省、農林水産省の審議会等にも参画



【ご意見】消費者のほとんどは、これまで化粧品の安全性保証に動物実験が求められてきたことを知りません。代替法の開発の現状も、一般には全く知られていません。赤裸々に事実を知らせれば、自分たちの化粧品の使い方と安全性試験の方法を見つめ直すよいきっかけになるでしょう。

私たち消費者団体としては、まずその現実と、そして動物実験の廃止に向けた企業や市民活動の取り組みについて広く伝えることが急務だと感じました。勉強会やシンポジウムなどの開催も検討したいと思います。

安全性検証の整備については、一社だけで解決できる問題ではなく、国・行政が動くことも必要であるので、消費者団体の私たちが連携して働きかけられることについても検討していきたいです。

板垣 宏氏／横浜国立大学大学院工学研究院 教授、元資生堂代替法開発研究所長、日本動物実験代替法学会元会長、元日本化粧品工業連合会技術委員会動物実験代替専門委員会委員長



【ご意見】私は前回までは資生堂の代替法研究者として参加していましたが、今回からは大学院という研究・教育の立場からの参加になります。この4月から現職に就きましたが、社会では、動物愛護・福祉についても、動物実験廃止に向けた動きについても、想像していた以上に知られていない現状に驚いているところです。

今は、動物実験廃止に向けた過渡期ではないかと捉えています。過渡期においては、その時の良識で判断したことを同時並行で進め、その結果については、後世の評価を受けることになると思います。資生堂は自社での動物実験を廃止しましたが、法規上必要な場合、あるいは代替法がないものは、安全性担保の観点で外部委託せざるを得ないのが現状です。この現状を変えるためには、今までとは違った切り口からもアプローチし、変化を加速していく必要があると思います。代替法学会などとも協力し、社会へのコミュニケーションを促進していくことも有効ではないでしょうか。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA）理事



【ご意見】 私たちの会では、2010年秋国内の化粧品メーカー12社に対して化粧品の動物実験に関する方針についての公開質問状を送りました。各社とも「動物愛護の精神は理解している」が「動物実験は必要最低限行う」として、具体的な動物実験廃止へのロードマップに言及した社はありませんでした。2010年5月にはOIE（国際獣疫事務局）で実験動物福祉に関する初めての国際基準が策定され、同年9月にはEUで実験動物保護法が改正されるなど、動物実験縮減の流れが国際的にも加速している中、日本の化粧品業界の意識は低いと言わざるを得ず、業界全体の意識を改善していく必要があると考えています。

奇しくもこのたびの原発事故で、既存のシステムに頼りきった構造が代替エネルギーの普及を阻んできたことが指摘されるようになりました。動物実験についても同じことが言えるのではないのでしょうか。いまこそ旧来の価値観を見直し、動物の犠牲を減らしたいという思いを共有して、動物実験廃止という目標に向けて、立場を超えて取り組んでいきたいと考えています。

河口 真理子氏／大和証券グループ本社 広報部CSR担当部長、社会的責任投資フォーラム理事&運営委員、東京都環境審議会委員



【ご意見】 素朴な疑問なのですが、現在世の中には、一生かかっても使いきれないほどの多種多様な化粧品が大量に出ています。さらに動物実験をしてまで新しい商品を作る必要があるのか、安全性がわかっている物質を使っても十分だし、新規物質を使う場合も、代替法が確立されてから開発してもいいのじゃないか、という気がします。一般的な消費者は安全性を保証するために動物実験が求められていることを知りません。私もこのダイアログにお招きいただいて、身近な化粧品の裏にこんな大変な問題があることをはじめて知りました。「シワやシミをなくしたい」という気持ちがいかに強くても、動物を犠牲にしている事実を知った上で求めるのか。何のために動物実験を行っているのか、知らせる努力が必要と感ずります。CSRがステークホルダーとのコミュニケーションということなら、まさにこのコミュニケーションが求められます。

今日のお話をきいていて、気になったのは、化粧品会社側の代替法の開発にしても、法律の改正にしても、またNGOの廃止を求める運動にしても、一般消費者の感覚や知識との間に大きなギャップがあることです。社会全体の理解を深め、「みんなに関係していることだ」という意識を共有できる状況にするには、戦略的かつ戦術的な情報提供とコミュニケーションが欠かせません。

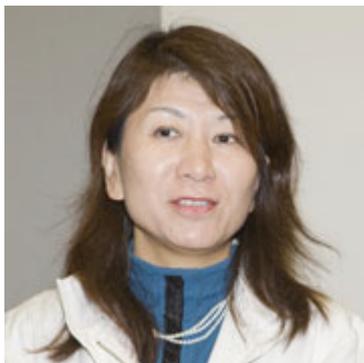
田中 憲徳氏／日本動物実験代替法学会元会長、鳥取大学客員教授、食薬安全センター秦野研究所研究顧問



【ご意見】 代替法の開発と実用化についてはEUが先進的で、米国がそれを追い、日本は後発組という状況です。そんな中、2011年2月、厚生労働省は、JaCVAMが評価した新規代替試験法を活用するという画期的な事務連絡がありました。これにより、医薬部外品の承認申請に、ヒト皮膚モデルによる皮膚腐食性試験や皮膚刺激性試験の代替法による安全性評価の枠組みづくりを進めることができるようになります。一方、経済産業省の5年プロジェクトで開発した発がん性の予測試験法はOECDガイドラインに申請し、免疫毒性、生殖発生毒性に関しては、バリデーション（検証）がスタートします。また、今年度より新たに肝毒性・腎毒性・神経毒性の短期試験法の開発が行われます。

この円卓会議をベースにして、動物実験廃止の前提となる代替試験法の開発をさらに促進するべく議論を深め、安全性試験のあり方について広く社会にアピールしていく必要があると思います。

中野 栄子氏／日経BPコンサルティング プロデューサー、農林水産省農林水産技術会議評価専門委員会・東京都食品安全情報評価委員会・東京都港区食品衛生推進会議等の委員



【ご意見】動物実験廃止は、代替法による安全性確保が大前提であるべきだと私は考えます。代替法開発がかなり進み、そのうえで資生堂が2013年の廃止を目指していると今回の円卓会議で知って安心しました。例えば、家畜の余剰部位による安全性の実験が可能となれば、食品として命をいただくこととの延長に位置づけられるのではないのでしょうか。もちろん家畜の「アニマルウェルフェア」を大切にしようといううでの実現を期待します。

安全性を担保するために動物実験が求められてきたこと、そしてその一方で動物の犠牲をなくすために代替法の開発が進められているという事実を、多くの人が知らないままにいます。より広く伝え、コミュニケーションを深めていかなければなりません。

藤井 敏彦氏／経済産業研究所 コンサルティングフェロー



【ご意見】日本社会の傾向として、何か問題が発生すると必要以上に感情的になる局面が往々にしてあります。ですから動物実験廃止によってももし何かトラブルが生じてしまったら、大きな揺り戻しを引き起こしかねないかもしれません。国内外の事情が複雑にからみあってなかなか足並みを揃えにくい状況だと思いますが、業界や社会とペースを合わせて、安全の定義や代替法の制度整備を進めながら実現していくことが肝要です。

現在、国内と海外の定義や制度にもギャップがあります。業界内の理解や進捗にもギャップがあります。現実と消費者の理解にもギャップがあります。こうしたさまざまな落差を埋めることが、今はとても重要です。廃止という目標は共有しながら、相互にコミュニケーションを図っていくべきだと思います。

(司会) 川北 秀人氏／IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



【ご意見】第一回・第二回でも指摘されていましたが、やはり一般消費者とのコミュニケーションを抜きにしては、動物実験廃止のさらなる推進は考えられません。当会議の場以外でも、具体的なプランを練っていく時期にきているように感じます。コミュニケーションに関しては戦略と戦術が必要だという意見も出ました。

また、グローバルに展開する企業としては、EUや中国の規制や動向にも配慮・対応が求められます。世界における日本企業の取り組みの相対的なポジションを知るためには、欧州企業の取り組みを正確に理解することが重要です。海外では、企業と市民団体などの複数のセクターで関連省庁へのヒアリングを行うことはよくあります。そのような試みも検討してはいかがでしょうか。

第三回会議を受けて

廃止に向かう過渡期である現在の状況において、第一回、二回以上に広い視野での認識の共有が図られたと感じています。さらに今回は、それぞれの立場で何ができるか、また参加者間で連携してできることは何かといった具体的なアクションにまで議論がおよび、今後の進展につながる内容となりました。



資生堂といたしましても、今年3月末の自社での動物実験廃止を足がかりに、EUの動向を視野に入れながら2013年3月の動物実験廃止を目指すという大きな目標に向けて、次のステージに進もうとしています。2011年度の主な取り組みとして、「動物実験に頼らない社内の安全性保証体制」について、2013年度から稼働できるよう、安全性保証の体制づくりと代替法の検討を加速します。安全性保証は、先ず情報による保証を行い、試験が必要な場合は、In vitro（細胞を使用した試験）やIn silico（既知データに基づく予測）の組み合わせによる保証体制を目指します。「資生堂における代替法の開発状況」は、安全性評価で求められる11項目について、すでに5項目で社内保証できる代替法を開発済みです。残る6項目についても2011年度に更なる検討を全力で推進します。

「化粧品開発の方向性」についても、従来強みとしてきた「機能価値」に加え、使用時のお客さま満足に応える「使用感価値」や化粧品本来の楽しさや夢に応える「情緒価値」を充実し、化粧品トータルとしてのお客さま満足を目指します。

動物実験の廃止とお客さまの満足、そして社会からの理解、これらはトレードオフの関係にあるのではなく、両立できるように尽力していくことが資生堂への期待と役割である、と改めて認識する機会となりました。

執行役員 岩井 恒彦

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

第二回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催 ～ステークホルダーとの協働を目指して～



開催日時： 2010年11月1日（月）14：00-17：10

場所： 資生堂汐留オフィス会議室

2010年6月の第一回にひきつづき、第二回円卓会議を開催しました。動物愛護・福祉団体、消費者団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、マスコミ、CSR有識者など7名のステークホルダーのご参加のもと、動物実験廃止を目指すうえでの課題や、今後の取り組みを加速させるための道筋について活発に議論が交わされました。

■ ダイアログにご参加いただいた方々（50音順）

阿南 久氏	全国消費者団体連絡会 事務局長
亀倉 弘美氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
河口 真理子氏	大和証券グループ本社 広報部 CSR担当部長
田中 憲穂氏	日本動物実験代替法学会 元会長
中野 栄子氏	日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
山崎 恵子氏	動物との共生を考える連絡会
（司会）川北 秀人氏 IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表	

■ 資生堂参加者

株式会社 資生堂 執行役員 岩井 恒彦
株式会社 資生堂 品質評価センター 代替法研究エキスパート 板垣 宏

■ 資生堂事務局

株式会社 資生堂 CSR部長 高山 靖子

ダイアログで話し合われたこと

■ 今回の話し合いの流れ

第二回の円卓会議を始めるにあたって、資生堂が2010年3月に宣言した化粧品の動物実験廃止を目指すうえでの大きな2つの方針について改めてご説明しました。2011年3月までに自社での動物実験施設を閉鎖すること、ならびに2013年までの委託も含めた動物実験廃止を目指すことです。また、代替法については、廃止に向けて非常に大きな役割を持つため、薬事申請、公的ガイドライン（OECDガイドライン）採択に向けた道筋、代替法評価機関の機能など、現状と問題点の説明も行いました。そしてさらに第一回の議論内容の共有を図ったうえで、意見交換をスタートしました。

■ 今後の課題が4つに絞られました

会議前半では、とりわけ安全性試験の代替法開発の現状と実用化の進捗に関しての質問が活発に出されました。「既存成分も代替法で検証する必要があるのか」、「ほんとうに動物実験がなくなっても安全性が確保できるのか」、「OECDガイドラインに採択されるにはどうすればよいか」、「安全性が確認されている既存の成分だけで商品開発はできないのか」などの質問をもとに、説明や意見が交わされました。

そして後半は、正しい情報を消費者に伝えるにはどうすべきか、ステークホルダーと連携して現状を改善していくにはどうすべきか、活発な意見が出されました。議論を通して、現在の課題として参加者が共通認識したことは次の4点です。

- ① 代替法の開発と実用化の推進
- ② 他社への働きかけ
- ③ 行政への働きかけ
- ④ 消費者への働きかけ

この4点について、さまざまな立場にあるステークホルダーとどう連携し、どのような取り組みを起こせば有効に加速化できるのか、今後の方向性が明確になったと言えます。

そして、それぞれの立場でできるところから取り組んでいきたい、という確認も含め、積極的な意見交換の場となりました。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順） ～各ステークホルダーが取り組めること～

阿南 久氏／全国消費者団体連絡会 事務局長・内閣府、厚生労働省、農林水産省の審議会等にも参画



【ご意見】私が長年の消費者活動を通して感じていることは、消費者にとっては安全性が一番大事だということです。一方で、消費者の中でも、動物愛護・福祉に関する関心は高まっており、この流れは止めることはできません。安全性確保のために多くの動物が犠牲になってきたこと、また代替法が諸々の事情でなかなか実用化されていないことなどはほとんど知られていません。メーカー各社が情報をしっかりと開示し、消費者が背景や現状を学び、双方が課題を共有し、どんな選択ができるか共に考え、コミュニケーションしていくことが必要です。私たち消費者団体としては、まずは状況を正しく把握する作業を進めます。私個人としては、関わっている各省庁の審議会などでも積極的に発言していきたいと思います。

亀倉 弘美氏／NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事



【ご意見】動物実験を望まない消費者にとって、「美の追求のために動物を犠牲にしてほしくない」との思いが大前提にあります。それは安全性を軽視しているのではなく、新たに動物を犠牲にするならすでに安全性の確立された原料だけで十分だ、という考えです。新規原料開発は代替法確立後にしてほしい。私たちがいま取り組んでいることとして、消費者に「気づいてもらう」啓発活動のほか、他企業への働きかけ、来年の「動物愛護及び管理に関する法律」改正を見据えた国会議員へのロビー活動なども展開しています。1つの団体・組織だけではなく、研究者や専門家、企業などからの働きかけが加わることでさらに前進すると思います。特に代替法の問題を取り上げる際には、代替法開発の現場の声をもとに、行政の方々と一緒に考えていく必要があります。

河口 真理子氏／大和証券グループ本社広報部 CSR担当部長、社会的責任投資フォーラム理事&運営委員



【ご意見】企業とNPO両方の意見を聞いた印象から言うと現段階では、情報提供と問題提起を同時に行い、この問題を「密室」から出すべきと感じました。特定の専門家と反対団体だけの問題ではなく、日々普通に化粧する私たち皆に関わりがあることをまずは広めたいと考えます。動物実験なしでも安全な製品をつくれるのか、代替法の開発はどこまで進んでいるのか、素人に判断しづらい要点も多々あるので、専門用語を使わずに誰でも分かるように説明してほしいと思います。また、医療関連ならOKで、化粧品はダメだとすると、動物を犠牲にする人間のエゴはどこまで許されるのかという倫理も気になります。賛成か反対かの対立軸で捉えずに、議論を広げる仕掛けを作りたいものです。クラスター爆弾廃止のように、社会的責任投資の視点でいろいろな企業や団体の参加を募りながら道筋をつけた事例も参考になりそうです。

田中 憲穂氏／日本動物実験代替法学会 元会長 ・ 国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室 (JaCVAM) 評価会議委員



【ご意見】化粧品は直接肌に塗布するものですから、安全性の確保は極めて重要です。廃止に向けて現段階で最悪力を入れるべきは、代替法の開発と実用化です。ただ、代替法に関わる課題として、研究・開発に時間と多額の資金がかかること、欧米の行政主導とは異なり日本においては学会主導がゆえの脆弱さ、代替法開発から実用化に向けた道筋の不明確さもあります。気になるのは、こうした諸々の状況に影響されて企業や研究者たちの志気がトーンダウンしてきてはいないかということです。良い流れを生み出すためにこの円卓会議を利用してできることは、社会に情報を発信し、代替法の研究・開発促進に向けた支持を世間から得られるようにすることと、関係機関への働きかけだと思います。

中野 栄子氏／日経BPコンサルティング プロデューサー ・ 農林水産省、東京都食品安全情報評価委員会、埼玉県食の安全県民会議などの委員



【ご意見】動物実験の廃止をいわずに急いで、安全性の確認が後回しになってしまっただけは危険です。メディアに携わる者としての責務は、立場の異なる人々を幅広く取材し、科学的に正しい情報を社会に伝えていくことだと考えます。「動物実験廃止」という言葉が一人歩きすることがないように、国内外での代替法の開発の状況を正しく知らせ、どのようなロードマップで実現できるかを社会で共有することが大切です。消費者も正しい情報を知れば、適切な行動を取ることができます。そして、メディアもさらに深く掘り下げた情報を取りあげようという機運が高まることでしょう。さまざまな立場のステークホルダーとコミュニケーションの場をつくり、ウェブサイトでも発信されている資生堂の姿勢はとて評価できます。各メーカーも、今後大いに情報開示を進めていかれることを期待します。

藤井 敏彦氏／経済産業研究所 コンサルティングフェロー



【ご意見】さまざまなステークホルダーが膝を交える円卓会議を開催されたことは、高く評価できます。今後の道筋はいろいろ考えられますが、道の先に何を求めるか、立場を超えて共有することが重要になります。例えば、パーム油の認証スキームは、この会議と同じように企業とNPOが話し合うことからスタートし、議論を重ねて実現できました。時間はかかりますが、誰かが主張を100%押し通すのではなく、互いが合意できる点についてガイドラインというソフトローを作っていく方法もあります。また、目標は共有されているわけですから、その想いを文書化しステートメントとして社会に発信することもあり得るのではないのでしょうか。この円卓会議に、さらに他企業やNGO・NPOが加わり、何か新しい動きが生まれることを期待します。

山崎 恵子氏／動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター薬理部 新規試験法評価室 (JaCVAM) 顧問会議委員



【ご意見】一企業が解決できることには限界があり、多方面からの働きかけを考えなければなりません。日本の行政の動物福祉・愛護に対する認識を高めてもらい、今後の優先課題として扱ってもらう必要があると考えます。また、企業としては、「動物福祉・愛護」をマーケティングツールであると捉えてみてはどうでしょうか。今、生産者が「うちの鶏は幸せです」と言えば、消費者はその卵を選ぶ時代になってきています。そして、もう一つのアプローチは、教育だと思います。研究者や専門家、学生などに対して、動物福祉・愛護のこと、動物実験のこと、3Rsについて、誰がどのように啓発を進めるのか考えていかなければなりません。私たちのような市民団体は、市民の意識を高める役割を担っており、さらに努力していきます。

(司会) 川北 秀人氏／IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表



【ご意見】状況が複雑な課題は、その解決に立ち向かうステークホルダーも多様で、その価値観や希望も多様です。だからこそ、大きな目標に向かって重なる部分を見出し、できることから互いの力を引き出し合って行動を起こすことが不可欠です。どんなタイミングで何をすれば、社会全体にとってプラスに進むのかを冷静に考え、とにかく動き出すことが大切です。有機農業分野の国際規格づくりの際には、各国の状況や理想を訴えるだけでなく、民間主導で実効性のある案を3年ほどかけて積み重ね、それを実質的な制度化につなげたという経緯もあります。そうした他業界の前例も参考に、賛成・反対や廃止・継続といった二項対立から抜け出して、合意できるところから動き出す。次回からは具体的な協働を考える段階に入りましょう。

ステークホルダーダイアログを受けて

第二回目の今回は、新しく3名の方に加わっていただいたこともあり、一回目とは異なる視点からのご意見もいただくことができました。そして今後の共通の課題が整理され、深く議論することができたことも大きな前進です。代替法の開発については、引き続き関係機関と協力しながらさらに注力してまいります。また、動物実験を廃止するとはどういうことなのか、代替法の現状はどうなっているのか、といったことをきちんと議論し、お客さま（消費者）へ情報提供しコミュニケーションを図る大切さも、あらためて実感しました。同業他社、行政への働きかけについては、一企業としての限界もありますが、まずはこの円卓会議を皮切りに、動物実験廃止に向けた流れを社会全体に広げることができるのではないかと感じました。

われわれは、お客さまのいろいろな声に耳を傾け、その思いを実現することを目指しています。そのために、皆さまの知恵を借りることで、われわれができること一つひとつのロードマップを描ければ大きな成果になると思います。

第三回目以降、具体的にどのように進めていくかという方向性が見えてきました。異なる立場から、動物実験廃止という同じゴールを目指して、それぞれの立場で何ができるのか、ステークホルダーの皆さまとの協働を進めてまいります。

岩井 恒彦 執行役員 技術企画・品質保証担当

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

■ 第一回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催

開催日時： 2010年6月2日（水）14：00-17：00

場所： 資生堂汐留オフィス会議室

資生堂は、今年3月に、化粧品の動物実験廃止を段階的にめざすことを決定し公表しました。まず2011年3月までに自社での動物実験を廃止するとともに、さまざまな立場の方々と動物実験廃止に向けた議論を重ねることとしました。

第一回円卓会議では、動物愛護・福祉団体、動物実験代替法や安全性研究の専門家、弁護士、マスコミなど7名のステークホルダーによる意見交換を行いました。

■ ダイアログにご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子氏	高木國雄法律事務所 弁護士
亀倉 弘美氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
田中 憲穂氏	日本動物実験代替法学会 元会長
中野 栄子氏	日経BPコンサルティング プロデューサー
山口 千津子氏	社団法人 日本動物福祉協会 獣医師調査員
山崎 恵子氏	動物との共生を考える連絡会 幹事
吉田 武美氏	日本トキシコロジー学会 理事長
（司会）川北 秀人氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

■ 資生堂参加者

岩井 恒彦	執行役員 技術企画・品質保証担当
板垣 宏	品質評価センター 主幹研究員

■ 資生堂事務局

高山 靖子	CSR部長
-------	-------

動物実験廃止に向けて資生堂が進めていること

資生堂は本年3月、自社での動物実験施設を2011年3月までに閉鎖すること、ならびに2013年までに化粧品の動物実験廃止を目指す方針を広く社会に宣言しました。当社はこれまでも動物実験の廃止を視野に入れて代替法の開発などに積極的に取り組んできましたが、さらに実施計画と期限を公表することで、社会へのコミットメントとし、ご理解をいただきたいと考えます。

これまで動物実験は、原料や製品の安全性を確認する手段として社会的に位置づけられており、化学物質の使用においては法的に動物実験データが要求されるケースも多くあります。特に化粧品は、肌に直接触れるため、消費者からはさらに厳しい安全性の確保・評価が求められるようになったという経緯があります。

資生堂では、動物実験に関して2006年に改正施行された「動物愛護管理法」や日本学術会議の「動物実験の適正な実施に向けたガイドライン」などを参考に社内体制を整備し、3Rs（※）を基本としてきました。また、「動物実験指針」や「実験動物の取り扱いに関する基準」などを独自に策定し、「動物実験審議会」を社内に設置して厳正に実験計画を審査しています。実験実施者への適切な教育訓練や、動物供養・慰霊祭も実施しています。

※3Rsとは、Reduction（使用動物数の削減）、Refinement（苦痛の軽減）、Replacement（別の方法への置き換え）のことです。

資生堂は、動物実験を廃止するためには、安全性を保證する代替法の確立が必要条件だと考えています。今後、社内での研究推進はもちろん、業界団体や代替法評価機関との協力関係の構築、産官学との連携など、国内外で代替法の開発推進に努めてまいります。

岩井 恒彦 執行役員 技術企画・品質保証担当

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

浅野 明子氏 高木國雄法律事務所 弁護士・第一東京弁護士会環境保全対策委員会 副委員長・日本弁護士連合会公害対策・環境保全委員会委員・ペット法学会会員



【ご意見】私は、いわば社会的弱者保護という点から、実験動物は保護されるべきであり、実験は廃止の方向に進んで欲しいと考えています。しかし、安全性確保の面からも広い意味での動物実験はなくならないだろうと思います。ですから、廃止か存続かだけの議論ではなく、実効性のある手続きや実験内容の議論・整備も進めて欲しいと思います。動物実験については、動物愛護法をはじめとした法令や各省庁の指針、日本学術会議の動物実験のガイドラインはあるものの、飼育環境、研究者の安全、周辺地域の公衆衛生、情報開示、研究の後チェック・評価などさまざまな面で不十分です。動物実験廃止に向けては、国が法整備を進める必要もあるわけですが、現実と法律がきちんと噛み合うように働きかけることも、業界を牽引する資生堂の役割かと思います。また、一般的に消費者は新しい有効成分などが謳われている新製品を追い求める傾向がありますが、その意識を変えるには継続的な啓発・教育が必要なので、そのためにはさまざまな立場の人が知恵を出し合って進めていくことが良策だと思います。

亀倉 弘美氏 NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事



【ご意見】私たちの会は、動物実験の廃止・代替法確立を求める活動を世界各国のNGOと連携しながら行っています。2009年初頭からは「資生堂の動物実験反対キャンペーン」を実施し、消費者一人ひとりが動物実験反対の意志を資生堂に伝えるアクションを促したり、約46,000人の署名とともに公開質問状を届けたりする活動を展開しています。資生堂は国内はもとより欧米・中国などにも進出している日本の最大手の化粧品メーカーなので、動物実験を他社に先駆けて完全廃止すれば、国際社会からも高く評価され、他社も追って廃止することでしょう。その影響力はとて大きいです。「無抵抗な動物を苦しめてまで、美しくなりたいとは思わない」という消費者の気持ちを汲んで欲しいのです。廃止期日より先んじて外注も含めた速やかな完全廃止を実現されることを求めます。

田中 憲徳氏 日本動物実験代替法学会 元会長・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター 薬理部 新規試験法評価室（JaCVAM） 評価会議委員



【ご意見】動物実験というと残虐なこととして受け止められがちですが、実際にはすべてがむごい実験だというわけではありません。1989年に日本動物実験代替法学会が設立されて以来、学会では3Rsに関連するさまざまな取り組みを行っています。研究は進んできていますが、特に発がん性、催奇形性、免疫毒性などは多くの動物と長期の試験で代替法開発が難しい実験ですが挑戦しております。動物実験に代えられるものは代替法以外にありません。また、とりわけ危険性の高い化学物質は確実にスクリーニングしなければなりません。資生堂には業界リーダーとしてさらなる代替法研究を促進していただきたいです。学会で進められている議論などは一般には伝えられていないので、今回の円卓会議などを通して、さまざまな関係者の相互理解が進むことを期待します。

中野 栄子氏 日経BPコンサルティング プロデューサー・厚生労働省、独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）、独立行政法人科学技術振興機構（JST）の検討会、審議会などの委員



【ご意見】代替法で安全性が確認できる化学物質に関してはよいのですが、まだ動物実験でしか証明できないケースでは、実験はやむを得ないと考えます。消費者はさまざまな考えを持っており、科学的に安全性が確保された製品が欲しいという人もいます。尊重すべきは、消費者が「自身の考え方・判断によって製品を選べる」ことではないでしょうか。また、動物実験の廃止が企業の国際競争にどう影響するのか、新製品の開発力が減退しないかといった点が危惧されます。いずれにしても、例えば発がん性を検証する代替法があとどのくらいで確立される目処なのかといった進ちょく状況を適宜伝えていくことも、この問題を見定める材料となります。資生堂には、正しい情報を積極的に発信し、ステークホルダーと密にコミュニケーションを図りながら取り組みを進めてほしいと思います。

山口 千津子氏 社団法人日本動物福祉協会 獣医師調査員・東京都動物愛護協議会 委員・日本獣医師会動物愛護福祉委員会 委員



【ご意見】今すぐに動物実験を廃止するのは無理でも、動物たちが人間のために引き受けさせられている苦痛は見逃せません。また、30年前と比べればその飼育環境は改善されたとはいえ、まだ不十分な状況です。日本における動物の福祉環境の早急な確立が望まれます。特に、化粧品業界は代替法確立のために努力を重ねているので、国が資金や制度面で支えることも必要ですし、そのために私たちもバックアップできることはしたいと考えています。化粧品メーカーは、これまでの良品を組み合わせた温故知新の製品づくりを進めることもできるのではないのでしょうか。また、資生堂には動物実験の審議委員会があるとのことですが、社外から第三者委員を入れられたほうがよいと思います。

山崎 恵子氏 動物との共生を考える連絡会 幹事・農林水産省獣医事審議会委員・国立医薬品食品衛生研究所 安全性生物試験研究センター 薬理部 新規試験法評価室 (JaCVAM) 顧問会議委員



【ご意見】人間の事情によって辛い思いをさせられている動物が数多く存在する現実を、どうやって変えていけるのか、現実を広く見て、過剰に感情的になることなく、苦痛軽減と実験動物数の削減を進める道筋を冷静に検討すべきです。そういう意味で今回の円卓会議は画期的で、意見交換によって共通理解と協働のための基盤ができることを期待しています。動物実験廃止、あるいは動物の福祉の確立のために、市民が協力できることがあるなら言っていただければと思います。例えば、動物実験が法的に義務づけられている国に対して、世界の動物愛護・福祉団体や企業が連帯して理解を促す活動をすることも可能です。また、将来を担う学生に向けて、人間と動物の関わりへの理解を深めるための寄贈講座などもぜひ実施していただきたいです。資生堂が、これまで代替法の開発をはじめいろいろな試みを重ねてきていることを、もっと社会にアピールしていかれてはいかがですか。

吉田 武美氏 日本トキシコロジー学会 理事長・昭和大学薬学部教授 (毒物学教室)



【ご意見】化学物質の細胞レベルでの毒性・安全性に関しては、未知なことが多いのが現状です。現存する化学物質は約3,000万種で、実際に使用されているのが約10万種といわれています。安全性の確保を第一に考えると、動物実験は万能ではないとはいえ、代替法が確立されていないものに関しては、しばらくは動物実験を避けて通れないと考えられます。いずれにしても、これまでの動物実験があったからこそ薬品や化粧品が安全になってきたことは事実です。そうした歴史を含めて、0か100かという二極の選択だけでなく、相対的な視点で化学物質について考えられるようになるための教育も広めていく必要があります。

ステークホルダーダイアログを受けて

■ さらなる3Rsの推進と情報開示、そして動物実験に頼らない製品開発力の強化

「化粧品の成分の開発に動物実験が関わっている事実を今まで知らなかったことを悔やんでいる」という消費者も存在する一方で、「科学的に安全性が確保された製品を安心して使いたい」という消費者もいらっしゃいます。資生堂は、このように消費者にもさまざまなご意見があることを認識し、そのどちらのご要望・ご期待にも応えることが責務であると考えています。代替法研究に関わる専門家からは、「多くの化学物質の開発が進むなかで安全性を優先するなら、代替法が確立されるまでは動物実験の実施はやむを得ない」、動物福祉の専門家からは、「今すぐに動物実験を全面的に廃止できないのであれば、飼育環境や苦痛軽減に配慮しつつ、代替法をできるだけ早く開発すべき」といったご意見をいただきました。また、「動物実験が廃止されることで、商品開発力が減退するのではないか」「安全性の確保が十分に行えるのか」と危惧するお声もありました。さらに、動物実験に反対する市民団体からは、「すでに安全性が保証された原材料と製品を使うことで、動物実験の即廃止は可能ではないか」とのご意見もいただきました。

資生堂としては、動物実験廃止のために、すぐに取り組めることと長期的に取り組むべきことがあると考えています。すぐに取り組めることとしては、既に推進している3Rsの強化と情報開示の促進などです。特に参加者の複数の皆さまからのご意見でもある「動物実験審議会に社外から第三者を入れ、公正性・透明性を確保すること」については、早急に社内対応を検討することを皆さまにお約束しました。また、長期的に取り組むべきこととしては、動物実験に頼らない製品開発へのシフト、既存品の価値開発に軸足を移し、新しい価値を届けていく考えであることをお伝えしました。

■ 動物実験廃止に向けてのステークホルダーとの取り組み

「動物実験廃止も代替法確立も化粧品メーカー 1社だけで実現できるものではないので、法整備に向けての意見提案や消費者への啓発活動に関しては、できることはバックアップしたい」という協力的なご提案をいただきました。

中でも、「消費者は動物実験について知らされていない」「（動物実験が必要とされる）新製品を追い求める消費者にどう気づきを与えるのか」などに加え、「以前、科学的に正しかったと考えられていたことが、現在では間違っていることが多々あり、「科学的」には不確実性があること」「0か100かという二極の選択だけでなく、相対的な視点を持つこと」など、消費者との情報共有の重要性から既存の概念や価値観の転換の必要性に及ぶ議論が展開されました。このように、安全性の確保と動物実験廃止について広く社会から認知されるためにも、一般の方々の理解が深まるような情報公開や共に考える機会の提供の重要性についてのご指摘がありました。さらに、関連する法規・制度整備について、「日本の法規・制度は、廃止に向けた国際的な動きに合っていない」「代替法開発のさらなる推進に向けて、資金の確保と実践的に活用するための制度整備が必要であり、社会的な理解を国内外で広めることも必要」とのご意見がありました。「資生堂には、業界団体や政府、あるいは国際社会に対して働きかけ、イニシアティブを取るような役割を担ってほしい」という期待の声も受け止めました。

参加者全員が、「動物実験廃止という社会的な課題に取り組むためには、さまざまなステークホルダーの理解と行動が必要である」という認識を、この円卓会議を通して共有することができました。資生堂としては、動物実験廃止に向けた動きを社会全体で加速することができるよう、ステークホルダーの皆さまとの協働を進めてまいります。

こうした円卓会議での議論を今後も進めつつ、皆さまからいただいた貴重なご提案をできることから実践し、ともに動物実験廃止に向けての取り組みを加速させていきたいと考えています。円卓会議は当然、この一回で終わりではなく、議論を深める機会として今後も継続してまいります。

