

NEWS RELEASE

2021年9月20日



L'ORÉAL LVMH



ヘンケル、ロレアル、LVMH、ナチュラ、ユニリーバ、 化粧品の自主的な環境負荷評価とスコアリングシステムの共同開発を 化粧品業界へ要請

パリ現地時間2021年9月20日、ヘンケル、ロレアル、LVMH、ナチュラ、ユニリーバは、化粧品の環境負荷評価とスコアリングシステムを業界全体で共同開発するための新たなグローバルコラボレーションを発表しました。ブランドにとらわれず、科学的根拠に基づく共通の方法論に基づいて、消費者に明確で透明性の高い、比較可能な環境負荷情報を提供するアプローチを共同で設計することを目的としています。また、他の化粧品会社にもこの活動への参加を呼びかけています。

透明性向上への要望に応える

新しい評価・スコアリングシステムは、化粧品の環境負荷（処方、パッケージ、使用方法）に関する透明性の向上を求める消費者の声に応えることを目指すものです。消費者が入手できる情報を改善し、よりサステナブルな消費の選択ができるようにすることを目的としています。

今般設置される本コンソーシアムは、すべての化粧品会社が参加可能であり、より多くの企業の参加と貢献を望みます。消費者が同一カテゴリ内の化粧品を比較できるシステムを設計し、製品のライフサイクル全体を考慮した総合スコアによって、消費者に製品の環境負荷を知らせることを目指します。

科学的手法とスコアリングシステムの共同開発

本コンソーシアムは、サステナビリティコンサルタント会社であるQuantis社と協力して、強固で科学的なアプローチを確保し、自主的な評価方法とスコアリングシステムの共同開発を提案するものです。

1. 「Product Environmental Footprint（製品の環境フットプリントを定量化するための欧州連合の科学的手法PEF）の原則に基づいた、製品のライフサイクルを通し環境負荷を測定する共通手法
2. 処方やパッケージに使用される標準的な成分や原材料、および製品使用時の環境負荷をまとめた共通のデータベース
3. 各ブランドが個々の製品の環境負荷を計算でき、専門家以外も使用可能な共通ツール
4. 消費者が製品を容易に比較できるように、例えばAからEまでのスコアを使用するなど、調和のとれたスコアリングシステム（方法論、データベース、ツール、およびスコアリングシステムは、独立した第三者によって検証されます）

化粧品業界のすべてのプレイヤーの巻き込み

このグローバル規模での取り組みは、規模やリソースにかかわらず、すべての化粧品会社に開かれたものです。他のステークホルダーも情報を得ることができ、プロセスを通じてコンサルテーションを受けることができます。発起人である5社は、環境負荷の評価手法開発（ヘンケル、LVMH、ナチュラ、ユニリーバにおける事例）や、「Product Environmental & Social Impact Labelling（製品の環境負荷・社会的影響表示ラベル）」（ロレアルにより開発された制度）における経験や知識を蓄積していきます。すべての企業は、この既存の知見を活用することができ、自社の経験を提供することが推奨されています。また、本コンソーシアムは、本アプローチの継続的な整合性を確保するため、科学者、学者、NGOなどの外部専門家からの意見を求めています。コンソーシアムで開発された成果は、コンソーシアムの参加者およびその他の関係者が自主的にアクセスできる形で公開されます。

エコデザインへのライフサイクルアセスメントの専門家であり、欧州委員会やAFNOR（フランス標準化協会）に専門知識を提供するコンサルタントであるフィリップ・オッセ氏は次の通り述べています。

「化粧品業界でも、他の業界と同様に、ライフサイクルアセスメントに基づいて、科学的な環境影響評価を行うことが可能です。そのためには、特に環境負荷データに関する知識やノウハウを業界全体で共有する必要がありますが、これこそがコンソーシアム設立メンバーが着手していることなのです。」

Cosmetics Europeは、本プロセスを積極的にフォローしており、他の業界団体にもコンソーシアムへの参加を呼びかけています。詳細を知りたい企業や業界団体は、contact@ecobeautyscore-consortium.org までご連絡ください。

ロレアルについて <https://www.loreal.com/en/>

ロレアルは、100年以上にわたって美に専念してきました。35ⁱの多様で補完的なブランドからなる独自の国際的なポートフォリオにより、グループは2020年に279億9000万ユーロの売上高を達成し、世界中で85,400人の従業員を雇用しています。世界有数のビューティーカンパニーであるロレアルは、マス市場、百貨店、調剤薬局・ドラッグストア、ヘアサロン、トラベルリテール、ブランドリテール、Eコマースなど、あらゆる流通ネットワークに展開しています。研究とイノベーション、そして4,000人の研究専任チームは、ロレアルの戦略の中核であり、世界中の美への熱望を叶えるために活動しています。ロレアルは、2030年に向けてグループ全体で意欲的な持続可能な開発目標を掲げ、より包括的でサステナブルな社会に向けてエコシステムを強化することを目指しています。

日本ロレアルについて <https://www.loreal.com/ja-jp/japan/>

ロレアルは1963年から日本で事業を開始し、1996年に日本法人である日本ロレアル株式会社が設立されました。2020年末時点での社員数は、2,491人、2021年10月現在の取り扱いブランドは16です。化粧品の輸入、製造、販売、マーケティングを行っています。1983年に日本に研究開発拠点を置き、現在、日本ロレアルリサーチ&イノベーションセンター（川崎市・溝の口）として、日本をはじめ、アジアの研究開発の中心的な役割を担っています。200名以上の研究者を有し、うち女性研究者は56%を占めています。

ⁱ L'ORÉAL Annual Report 2020 に基づく