

花王 コーセー

化粧品事業のサステナ領域で包括的に協働

花王とコーセーは、持続可能な社会の実現を目指し、化粧品事業のサステナビリティ領域にて、包括的に協働していくことで合意した。今後両社は、人や社会、地球環境のさまざまな分野で、それぞれの強みを持ち寄り協働することで、化粧品事業における持続可能な社会の実現に寄与するソリューションを見出ししていく。

昨今、気候変動、資源枯渇、海

動、プラスチックごみ等と

いった社会的課題が顕在

果的、かつスピーディに

化し、グローバルで持続

成果につながる可能性が

可能な社会への転換

が求められている。

また、それらの課

題は、市場そのもの

にも大きなインパ

クトを与え、消費者ニ

ーズに変化をもたら

している。そのよう

な中、個々の企業の

取り組みだけでは限

界があるテーマも多

創業75周年を迎え
環境課題への
取り組みを強化

コーセー

環境の課題解決に向けタッグを組み、環境保護・循環型社会の実現に貢献する取り組み（包装容器へのさまざまな環境配慮素材の導入、資源循環／アップサイクル施策の共同推進、環境負荷の少ない原料調達）や、社会課題の解決に貢献する取り組み（スキンケアやUVケア等の啓発活動の共同展開／連携、美容分野で多様な美を尊重した啓発活動の共同推進／連携）などに取り組んでいく。

今後、協働の範囲をより多方面に拡大し、競合の垣根を越えて、包括的な協働を推進していく。

コーセーは、シーズン中に売り切れなかった商品を、求めやすい価格で提供することを通じ、SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」が目指す持続可能な生産消費形態について顧客と一緒に考えながら、地球環境保全や循環型社会の実現を目指す「KOE Green Bazaar」を、10月1日より本格始動した。

同社では、環境、社会、人権に関する課題へ取り組みながら、新たな価値づくりを強化していく取り組みの一環として、Maison KOSÉ（銀座・表参道・オンライン）とMaison KOSÉオンラインサイトに継続的に、Maison KOSÉ表参道では

キレイコム
代表取締役社長

上田 直之 氏

The Voice

商品が溢れる現地市場では「消費者は商品を7回見ないと買わない」（上田社長）とされるため、大手ECモールへの出品やライブコマースの配信、SNSの活用など複数のアプローチを講じている。

一方、中国への越境EC展開には多大な予算が必要とされ、参入方法が課題といえる。

海外販売支援にとどまらず
売れる商品・仕組みづくりを追求

創業の上田直之社

海外販売を支援するだけでなく、商品の開発

海外販売を支援するだけでなく、商品の開発

(禁無断転載) ©R
本紙の全部または一部を無断で複製(コピー)することは、堅く禁じられております。
本紙からの複写を希望される場合は、出版者著作権管理機構(JCOPY) (03-3513-6969)まで必ずご連絡下さい。

化粧品・トイレタリーの専門誌 季刊No.189号

2021.10 秋

化粧品・トイレタリーの専門誌

2021.10 秋 No.189

A Magazine for The Cosmetics, Toiletries and Household Industries

Beauty Science

特集 化粧品容器包装の環境対策最前線

(TREND 1) ミルクティー(紅茶系)コスメ (TREND 2) コロナ禍で売れたメイクアイテム (FOCUS) 脱炭素の取り組み

本体(1冊) 1,500円(税抜)
年間(4冊) 6,000円(税抜)

購読のお申込みは
コチラで検索ください↓

週刊粧業 C&T

特集 化粧品容器包装の環境対策最前線

BEAUTY SCIENCE
ナチュラル&オーガニック原料

TREND I

ミルクティー(紅茶系)コスメ

TREND II

コロナ禍で売れたメイクアイテム

FOCUS

脱炭素の取り組み

追跡 I

メーカー各社の新商品分析

追跡 II

週刊粧業オンラインセミナー

コロナ禍ニーズへの対応と差別化を生み出す原料を紹介

インタビュー

ハリウッド株式会社
代表取締役社長

牛山大輔 氏

株式会社川
代表取締役

石川貴雄 氏