

仏ロレアル 次世代に向けた 2030年までの大胆なサステナビリティ目標を発表

世界最大の化粧品メーカーである仏・ロレアル(本社:パリ)は本日、2030年に向けたロレアルグループの最新目標を掲げ、新たなサステナビリティプログラム「ロレアル・フォー・ザ・フューチャー」を始動します。環境・社会課題が増大するなか、ロレアルは、“プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)”を尊重したモデルへの変革を加速し、サステナビリティおよびインクルージョンの両方に対するコミットメントを強化します。

- **“プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)”を尊重すべく、ロレアルのビジネスを変革**
 - 2025年までに、エネルギー効率を改善し、再生可能エネルギーを100%採用。ロレアルの全拠点においてカーボン・ニュートラルを達成します
 - 2030年までに、当社製品のパッケージに使用されるプラスチックを、リサイクルもしくはバイオベースに100%切り替えます
 - 2030年までに、ロレアルは温室効果ガスの排出量を1製品あたり2016年との比較で50%まで削減させます
- **火急の社会的・環境的ニーズに対して、過去に類例のない規模の支援計画を2020年5月より始動し、世界が直面している課題の解決に貢献します**
 - ロレアルは、火急の社会・環境課題への取り組みに1億5,000万ユーロ¹を充当します

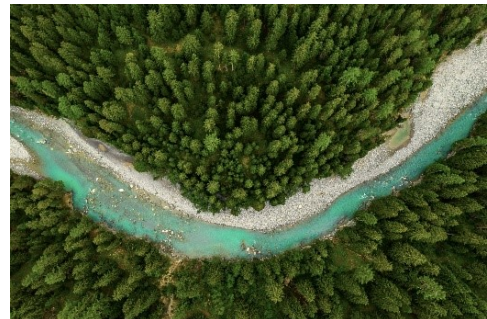
消費者がよりサステナブルな選択ができるようにするため、ロレアルは、製品が環境および社会に与える影響の度合いをAからEの5段階スケールで示すラベリングメカニズム「Product Environmental & Social Impact Labelling(製品の環境・社会的影響表示ラベル)」を開発しました。本メカニズムは、科学専門家による承認、および独立監査法人による検証を得ており、今後段階的に全ブランドと製品カテゴリに導入されます。

ロレアルグループの会長兼CEOであるジャン-ポール=アゴンは以下の通り、コメントしています。「ロレアルのサステナブルな変革は、新たな時代を迎えています。地球が直面している課題は未曾有のものであり、人類が安心して活動できる場所を維持するため、取り組みを加速させることは必要不可欠です。だからこそ、ロレアルは当社のビジネス活動において、また広く社会一般への貢献活動において、この取り組みを加速させていきます。地球が直面している課題は、今後さらに困難を極めることでしょう。ロレアルは野心的な目標、つまり“地球の限界の範囲内で活動すること”に対し常に誠実であり続けます。」

“プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)”を尊重するビジネスモデルへ

“プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)”を超えると、地球は、人類が発展しうる生息地ではなくなってしまいます。人類が安全に活動できる場所を尊重することは、科学者が満場一致で同意するように²、今後数十年間の最優先課題でなくてはなりません。だからこそ、ロレアルは、“地球の限界”の枠内で、ビジネス全体を運営する体制への移行を目指します。

そのため、当社グループは気候変動と立ち向かうべく、SBT(Science Based Target: 科学目標³)に基づき、2030年に向けて数値化可能な目標を新たに定義しました。さらに一歩踏み込み、その他の3つの主要な環境的課題である「生物多様性の保全」「サステナブルな水資源管理」「資源の循環利用」にも取り組みます。限りある地球の資源を尊重し、協働するコミュニティに対して公平であるべく、ロレアルは、環境に対する当社の直接的な影響を軽減することにとどまらず、サプライヤーおよび消費者を含む、当社が携わるすべての活動において環境負担を軽減していきます。



¹ 約180億円(2020年6月為替レートから概算)

² 「地球の限界」とは、ストックホルム・レジリエンス・センターとオーストラリア国立大学の主導のもと、地球環境システムの科学者グループによって2009年に定義された概念です。

³ サイエンス・ベースド・ターゲット(SBT)・イニシアチブはCDP、国連グローバルコンパクト、WRI、WWFのパートナーシップによる取り組みです。地球の気温上昇を1.5度以内に抑制することを国際的な気候変動の専門家たちが推奨していることに基づき、CO₂排出量削減に向かって企業が自主的に取り組むことを促進する活動です。

ロレアル最高社会責任者(CCRO)であるアレクサンドル・パルトは以下の通り、コメントしています。
「過去 10 年間、ロレアルはビジネスモデルの根幹にサステナビリティを置くことで、会社を大いに変革してきました。新しいコミットメントにより、変革をさらに加速する新しいフェーズを迎えます。当社が環境に直接及ぼす影響だけでなく、消費者がよりサステナブルな選択ができるよう助けるとともに、社会および環境に対しポジティブな貢献を起こします。業界をけん引するリーダーとして、インクルーシブでサステナブルな社会のために貢献をすることは私たちの役割であると考えています」

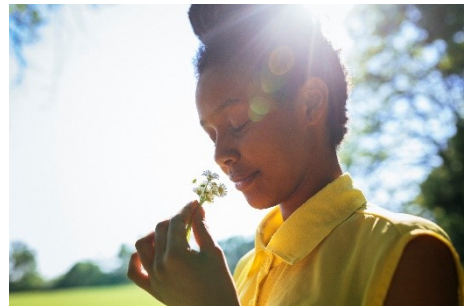
■ ロレアルが掲げる具体的な目標:

2025年までに、エネルギー効率を改善し再利用可能なエネルギーを100%使用することで、グループの製造・管理・研究開発の全拠点をカーボン・ニュートラルにします。このコミットメントを通し、ロレアルは事業を展開している国々におけるエネルギー産業の構造変化(Energy Transition)に貢献することを目指します。

消費者のサステナブルな選択を可能にします

ロレアルは、ビジネスにおけるエコシステム(顧客・サプライヤー・消費者)をサステナビリティへの取り組みに巻き込むことは、当社の責任のひとつであると考えています。

15億人の当社製品の消費者がサステナブルな選択をできるようにするため、ロレアルは、製品の環境および社会的影響をラベルで占めすメカニズム「Product Environmental & Social Impact Labelling(製品の環境・社会的影響表示ラベル)」を開発しました。AからEまでの5段階スケールにより構成され、“A”は、環境・社会的影響において“最高水準”であることを示します。本手法は、第三者の科学専門家による承認を得ています。またデータは、独立監査法人である「ビューロベリタス」によって検証されています。ラベルとスコアは、製品ホームページでご覧いただくことができるようになります。2020年時点で、この新手法を実装する最初のブランドは「ガルニエ(Garnier)」であり、そのヘアケア製品での導入となります。「ガルニエ」は世界で3番目のビューティブランドであり、フランスにおいては市場をけん引するリーダーでもあります。本ラベルメカニズムは、段階的に他の国々、ロレアル製品および他の製品カテゴリにも展開されます。



火急の社会的・環境的ニーズに対して、過去に類例のない規模の支援計画を2020年5月より始動し、世界が直面している課題の解決に貢献します。

2020年5月、ロレアルは、火急の社会・環境課題への取り組みに1億5,000万ユーロを充当することを発表しました。

- ロレアルは主要な環境課題に取り組むため、1 億ユーロをインパクト投資に充てます。このうち 5 千万ユーロは、ナティクス・グローバル・アセットマネジメントの子会社である「ミロヴァ(Mirova)」が運営する“L'Oréal Fund for Nature Regeneration(自然再生のためのロレアル基金)”を通して、海洋および森林生態系の回復プロジェクトの資金に充当されます⁴。残る 5 千万ユーロは、サーキュラー・エコノミー(循環経済)に関連する資金調達プロジェクトに充てられます。
- 脆弱な立場におかれている女性を支援するため、ロレアルは5千万ユーロの慈善寄付基金を立ち上げています。貧困との闘い、女性の社会・職業的共同参画の達成、女性難民や障がいのある女性への緊急支援、女性に対する暴力の防止、およびその被害者の支援に取り組む現地組織と慈善団体をサポートします。

【ロレアルのサステナブルコミットメントについて: 私たちはゼロから始めているわけではありません】

きわめて早い段階において、ロレアルは環境問題への対応の必要性に気づきました。自社工場と流通センターがもたらす環境への影響に取り組むことが、製造業として最初に取り組むべきステップとして明白であり、かつ必要であると判断しました。この第一フェーズはほぼ完了しています。

- 2005 年以降、グループは、生産量を 37%増加させる一方で、工場と配送センターの CO₂ 排出量を絶対値で 78%削減しました。これは、2020 年までに 60%以上削減という当初の目標を超えるものです。

⁴ 「L'Oréal Fund for Nature Regeneration(自然再生のためのロレアル基金)」は、フランスの通貨金融法第 L.214-24 条の「その他のオルタナティブ投資ファンド」となり、可変資本を持つ株式会社として設立されます。本基金は、ロレアルおよびその関連会社にのみ独占的に使用され、第三者に販売されることや第三者による申込を受けることもありません。さらに、このドキュメントは EU(欧州連合)の規則 2017/1129(「目論見書指令」)の「一般向けの証券の提供」を構成するものではありません。

- 2019 年末時点で、ロレアルは、14 の工場を含む 35 のカーボン・ニュートラル拠点(再生可能エネルギーを 100%使用していることを意味します)を有しています。

2013 年、ロレアルはグローバルサステナビリティプログラム「Sharing Beauty With All～美のすべてを、共に次世代へ」を発表し、同プログラムのもと、2020 年に向けた具体的なサステナビリティ目標を策定しました。同プログラムをビジネスの根幹をなす活動と位置づけ、その中核として SPOT の略称で知られる革新的なツール「Sustainable Product Optimization Tool(持続可能な製品最適化ツール)」を開発しました。これは、すべてのブランドにおける製品の環境的および社会的パフォーマンスを評価および改善するために作成されたものです。当社グループの新製品開発においては、その設計プロセスの最初期段階から、サステナビリティが完全に取り入れられています。

- 2019 年末までに、ロレアルは、ソリダリティーソーシング(包摂的かつ公正な購買活動)およびインクルージョンプロジェクトを通し、恵まれないコミュニティにおいて 90,365 人の雇用を支援しました
- ロレアルは、CDP のランキングで、その3つの指標「気候変動」「水管理」「森林保全」すべてにおいて A 評価である「トリプル A」を 4 年連続で獲得している、世界で唯一の企業です

*

ロレアルグループについて(<https://www.loreal.com/>)

仏・ロレアルは、100年以上にわたって美に捧げてきました。36の多様で国際的で独自のブランドポートフォリオを有し、2019年でのグループの売上高は298.7億ユーロ、社員数は88,000人です。世界有数の化粧品会社であるロレアルは、マス市場から百貨店、調剤薬局、ドラッグストア、美容院、トラベルリテールや旗艦店、Eコマースなど、あらゆる流通チャネルで展開しています。4,100名の研究員を有し、研究開発をグループ戦略の基幹に置き、世界中の人々の美への熱望を叶えるために日々活動しています。野心的で持続的発展を目的としたロレアルグループの2030年に向けたサステナビリティの取り組みは、よりインクルーシブでサステナブルな社会実現のためのエコシステムの実現を目指しています。

日本ロレアルについて (<http://www.nihon-loreal.jp/>)

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。2019 年時点での社員数は、2,670 人、取り扱いブランドは 18 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。