

环境守护在行动 资生堂持续发起“美力倡议” ~为地球减负 资生堂旗下品牌践行可持续发展~

资生堂的公司名称源自中国古籍《易经》中歌颂大地之恩德的诗句——“至哉坤元 万物资生”，表明自创业时起资生堂就一直在感激来自地球的恩赐。

放眼未来，资生堂制定了面向2030的可持续行动，确定了以下三部分活动架构：

“For People:在整个一生中提供健康的美，帮助人们创造属于自己的人生”

“For Society:用美的力量创造一个人人都备受尊重、人人都能够一展所长的社会”

“For the Planet:与人共生，为创造一个可以让人类享受永续之美的地球环境做贡献”

把可持续性作为经营战略的核心，并且把为“创造一个可持续发展的世界，让全世界的人们都能够借助美的力量，在自己的人生中活出自我，感受到心灵和充实和幸福”做出贡献作为2030年的目标，努力创建“让每个人都感到幸福”的社会。

资生堂于2019年成立社会价值创造部，通过与利益相关者的对话定义重要性问题，制定长期承诺与主要行动，促进企业社会价值的持续创造。集团在2020年初又设立“可持续性委员会”，专门制定有关环境、社会、文化方面的可持续性战略。并于7月发布了公司首个全球《可持续性报告》。

在环境领域，基于集团强大的研发力量，资生堂不仅在产品配方和原料选取上做到了真正环保，针对产品的包装设计和生产环节，集团始终坚持5R原则，即：尊重自然 Respect，减量化 Reduce，重复利用 Reuse，循环再生 Recycle，资源替代 Replace，在可持续产品开发领域积累了丰富经验。对于这一行业课题，资生堂也是全球最早作出应对的化妆品企业之一。早在1926年，资生堂就推出了首款替换装产品。时至今日，资生堂能够提供超过1200种的替换包装物，引领行业绿色浪潮。在中国，资生堂旗下多数品牌也都拥有替换装及可再生包装产品，为减轻环境负荷做出贡献。



1926年 资生堂製粉目録 (大正15年1月発行) 29

图为1926年资生堂推出的首款替换装商品



图为资生堂集团旗下使用可替换装产品代表图片

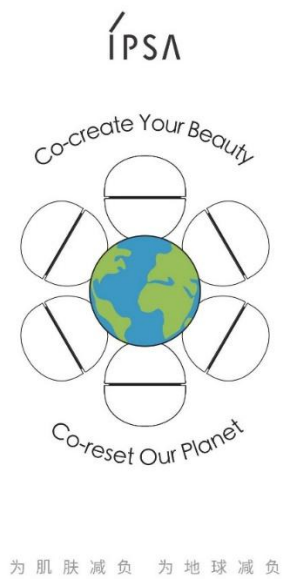
资生堂目前能够提供可替换配件、再生树脂、再生玻璃、FSC 环保纸、气雾剂残留气体排出装置等一系列绿色包装方案，突显行业创新价值。2020 年，集团在减轻环境负荷方面制定了 CO₂、水资源、废弃物、棕榈油、纸等 5 个项目的中期目标，并取得了阶段性成果。

除了对环境领域积极投身可持续包装物的推广和环保公益活动的开展，资生堂在众多社会和文化领域都认真履行责任，让企业经营深度融入社会发展。在社会领域，资生堂一直致力于多样性经营，对女性员工给予关怀和激励，以及为肌肤疾病患者提供公益支持；在文化领域，已走过 102 年历史的“资生堂画廊”被称为日本最古老的画廊之一，仍在持续开展新价值创造活动。企业文化杂志《花椿》在全球积极传播日式美学，并在 2020 年首次发布了中文版。近期主要从资生堂的美学观点、日式之美的观点出发，捕捉环境、女性等方面的社会课题，围绕可持续性话题进行传播。

日前，资生堂旗下品牌 IPSA 茵芙莎和 Elixir 怡丽丝尔相继践行环保责任，在全国开展空瓶回收和替换装推广项目，用行动支持企业的可持续发展。

集团旗下 IPSA 茵芙莎品牌宣布在 6 月正式启动“为肌肤减负，为地球减负”的空瓶回收环保计划，与全球领先的废品处理企业泰瑞环保携手，计划在全国 42 个城市，94 家线下店铺设立空瓶回收箱，覆盖近 90% 的店铺，以兑换积分奖励的方式鼓励消费者参与。同时，还将开展一系列“为地球减负”的环保主题活动，针对“为地球减负”主题设计全新的环保图案，并启动了环保材质衍生品、空瓶再生等值得期待的新项目。希望通过品牌的实际行动，号召更多的消费者为地球减负贡献出一份力量。

IPSA 茵芙莎品牌秉承着“设计为循环”的可持续设计准则，在产品之初便融入了绿色环保的理念，坚持为循环设计选择更好的原料，在无塑料标签，无过度包装的同时又兼顾功能性、美观性和可持续性。品牌的产品外包装为 FSC 林业管理工会认证的长纤维纸张，无覆膜、颜色浅、可回收性强；明星产品“流金水”的包装采用有一定厚度的高品质树脂材料制成，无塑料标签，无镀层，具备良好的可回收性。大部分产品则采用单一 PP 材质的塑料盒包装，也具备良好的可回收性和较高的再生价值。这也是 IPSA 茵芙莎作为社会责任主体，主动履行保护环境职责、长期致力于可持续发展的体现。



旗下另一明星品牌 Elixir 怡丽丝尔作为连续 14 年日本销售金额占比 No. 1*的护肤品牌，2021 年将化妆水·乳液替换装引入中国市场，于 5 月底正式启动以减少塑料垃圾为目标的全球可持续性宣传活动。并与拥有极高认知度与好感度的动漫人物“哆啦 A 梦”携手见证，倡导“点滴行动，守护更好的未来”，呼吁消费者养成使用化妆品替换装的新习惯，以这样力所能及的小事，将地球的美丽绿色延续给下一代。

*出自日本株式会社英德知对 2006 年 11 月-2019 年 10 月期间日本（除冲绳）销售店渠道护肤品品牌销售金额占比调查结果

早在 2012 年，怡丽丝尔就已经率先在日本上市了化妆水和乳液的替换装，并受到广大消费者的认同与青睐。近年来，环保和可持续发展议题也愈发受到全球的重视，但说起“保护地球环境”，总感觉离自己很遥远，但若考虑到这是“为了自己重要的人以及未来赖以生存的环境”时，就会拥有一种使命感和想要参与的想法。正是怀揣着这样的使命，怡丽丝尔策划了本次活动，决定将可持续活动作为品牌重要的计划予以推进，把“使用化妆品替换装”的新习惯带到中国，加速降低环境负荷。作为领先推出环保包装的先驱者和拥护者，怡丽丝尔不仅希望赋能每一个向上女孩，给肌肤光彩底气，更希望呼吁选购化妆水和乳液的替换装商品，这一小小的举措可减少约 85%**的塑料使用量，共同积极投身于呵护地球的环保事业。

**指生产化妆水替换装与普通包装时，所消耗的塑料量的对比



图为 Elixir 怡丽丝尔四大系列水乳替换装

今年是资生堂集团进入中国发展的 40 周年，在开拓市场和不懈创新之际，资生堂的公益热情在教育、环保、文化、体育等社会领域全面释放。除了助力创造环境友好型社会，资生堂将在中国广泛开展尊重人权、社会关爱、传播日式美学等活动，实现高质量的可持续发展。