

脱炭素経営フォーラム

カーボンフットプリント算定による気づき、今後の展開

「雪肌精 クリアウェルネス シリーズ」

株式会社 コーセー 経営企画部 サステナビリティ戦略室

河野 斉治

① コーセーサステナビリティ戦略と本モデル事業

- コーセーについて
- コーセーの低炭素移行計画
- 本モデル事業参画の目的・期待、位置づけ

② カーボンフットプリント（CFP）算定とその工夫

- 商品選定の考え方整理、本モデル事業の対象商品選定
- 算定アプローチ・プロセスの策定
- 算定結果・検証

③ まとめ

- 今回の事業参画にて得られたこと
- 今後の取り組み方向性
- 課題

① コーセーサステナビリティ戦略と本モデル事業

■ コーセーのご紹介



会社名	株式会社コーセー
創業	1946年
代表取締役社長	小林一俊
事業領域	化粧品の製造販売 独自の高い付加価値を持つ高級化粧品を強み
従業員（連結）	14,015名（2021年12月期末 嘱託・パートを含む）
売上高	2,891億円（2022年12月期）

企業メッセージ

美しい知恵 人へ、地球へ。

存在理念

英知と感性を融合し、
独自の美しい価値と文化を創造する。

① コーセーサステナビリティ戦略と本モデル事業

■ コーセーの低炭素移行計画

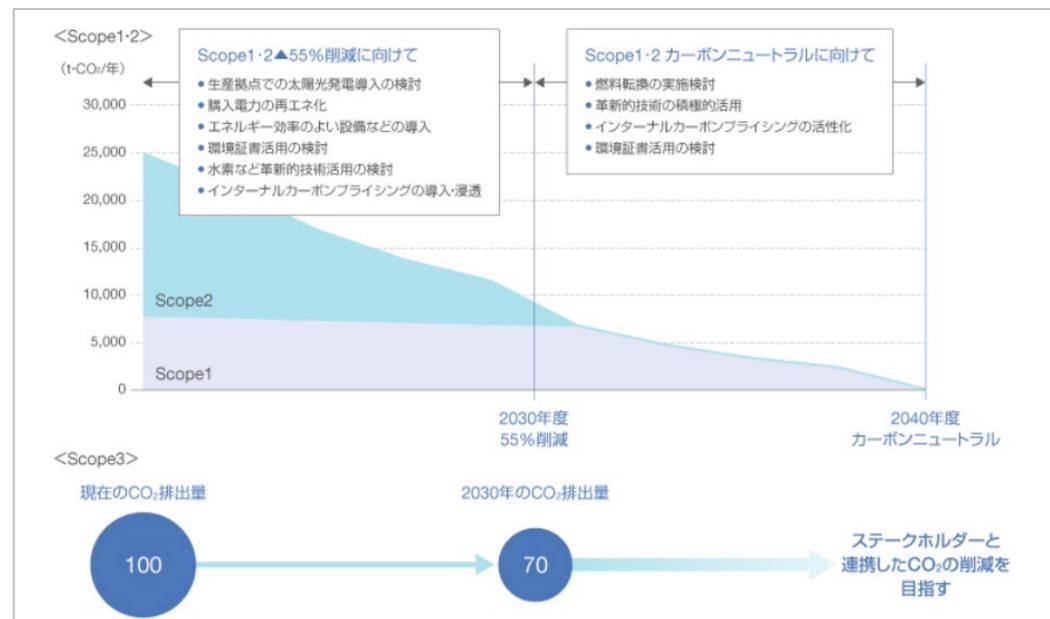
➤ 2020年「コーセーサステナビリティプラン」策定

- 事業活動全体での環境負荷低減を取り組みテーマ



➤ 2022年「低炭素移行計画」を策定

- Scope1・2: 2030年55%削減 (2018年比: 総量)
※SBT1.5°C目標に準拠
- Scope1・2: **2040年カーボンニュートラル**
- Scope3: 2030年30%削減 (2018年比: 総量)



「低炭素移行計画」に基づき、CO₂排出量削減と事業競争力強化を追求

① コーセーサステナビリティ戦略と本モデル事業

■ 本モデル事業参画の目的、期待

グループ全体を範囲としたCO₂排出量（Scope1・2・3）算定実施も、個別商品の算出方法を有していなかった

【本モデル事業参画の目的】

根拠ある算出方法を導出し精度高く効果的な全社/事業におけるCFP戦略に繋げる

排出削減の 加速

- バリューチェーン全体のCO₂排出量を可視化・明示することで、**バリューチェーン全体のCO₂排出量の削減**
 - 商品単位のCFPを把握することで、全社計画の実行・落とし込みを図る
 - サプライヤー様などと協働による削減活動の検討

商品 ブランディング 強化

- 開示により**ESG/環境に対する企業・ブランドの姿勢**を訴求
 - 国内ではまだ事例が少ないCFP表示に挑むことで、「エコな選択肢」としての企業・ブランドイメージを醸成
 - サステナブル対応の効果測定と打ち出し
 - グローバル戦略における規制（コンプライアンス）等への対応

排出削減の実行 / ブランディング戦略の両面から、CFPの算定・検証に積極的に取り組む

① コーセーサステナビリティ戦略と本モデル事業

■ 本モデル事業の位置づけ

フェーズ1：トライアル

2022年度

特定の基幹商品でCFP算定・表示を試行的に実施

(目的)

- CFP算定・表示の実務上のノウハウを蓄積
- **サステナブル対応の効果測定**
- ライフサイクルにおける**環境負荷ホットスポット**の特定、打ち手の優先度を検討
- 導入時の削減加速・顧客訴求の効果を推定

今回のモデル事業

フェーズ2：主力商品への導入

短期

左記結果を基に方針を検討し、**主力商品を対象に小範囲で算定・表示を実施**

(目的)

- 従来品との比較と効果的な表示
- **対外的なアピール**（お客さま/社会へ発信・啓発、企業・ブランド価値の向上に活用）
- 具体的な削減に対するアクションを検討
- **削減加速**・顧客訴求の本格化と先行者利益による競合差別化

フェーズ3：グローバルブランドへの拡大

中長期

CFPを活用した商品開発、環境配慮型商品を増やしていく

(目的)

- 主力商品から**主カブランドへ拡大**
- サプライヤー様などにもご協力いただきながら削減活動の加速
- 全社の排出量削減目標の達成に向け、各取り組みを連動、反映
- CFP算定のシステム化検討実施

全社CFP戦略の第一歩として、ノウハウ蓄積を進めるフェーズとして活用

②カーボンフットプリント算定とその工夫

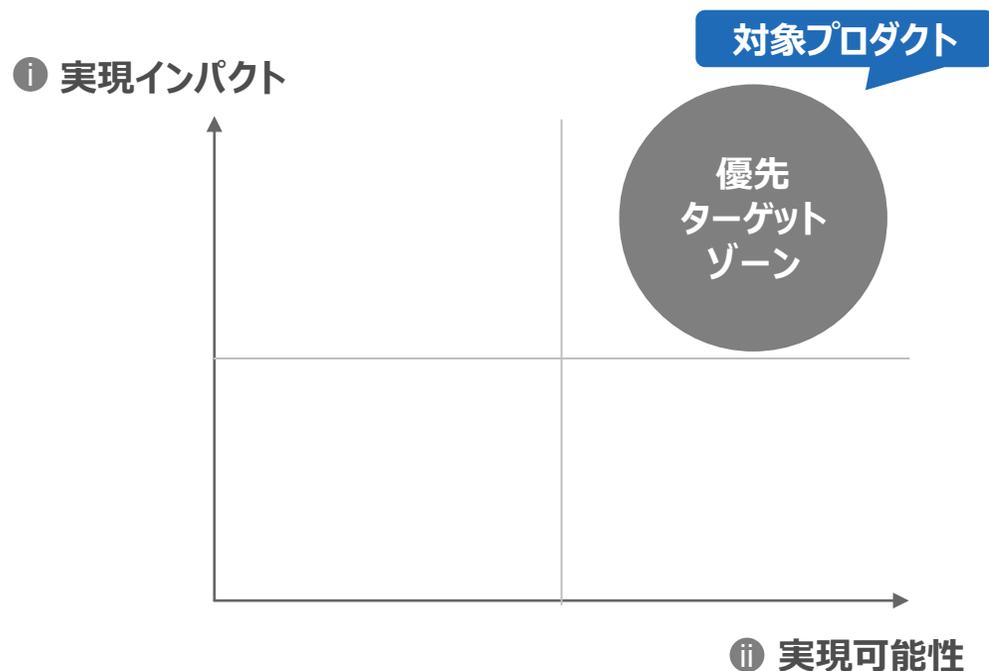
■ 対象商品の選定

環境対応が進んでおり主力ブランドの一つである「雪肌精シリーズ」の中から選定



➤商品選定の考え方

算定・表示の「実現のインパクト」と「算定・表示の実現可能性」を重視



➤二軸の具体化

二軸のそれぞれを、SKU単位で把握できる社内データで具体化



• 排出削減量&ブランディングの期待効果が高い

- 要素a … 年間販売数
- 要素b … 各シリーズの販売戦略
- 要素c … サステナブル対応の実施

• 算定・表示に必要な工数が低い

- 要素d … 使用原料の個数
- 要素e … 製造工程の複雑さ
- 要素f … 排出原単位の有無

選定：化粧水「雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS」

②カーボンフットプリント算定とその工夫

■「雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS」で算定・検証を試行

商品概要

- 低刺激処方「フリータイプ」の化粧水
- 200ml:3740円、125ml:2420円、レフィル170ml:2970円
- バイオマス素材容器（ボトル）
- 外箱は段ボールにバイオマスインキで印刷



対象選定理由

- 年間販売数 上位
- レフィル（詰め替え用）も発売、比較可能
- 今後の戦略商品として国内外で販売拡大を視野
- 完全内作商品であり、CO₂排出量データが入手が容易

②カーボンフットプリント算定とその工夫

■ 算定アプローチ・プロセスの策定

➤ 参照規格/解釈

今般のモデル事業は、ISO規格に沿う形で実施

(算定の方向性)

必要な国際ルールを参照しつつ、自社として現状を把握・分析するために必要十分な算定・検証

- 他社比較は、必須ではない



(参照規格/解釈)

ISO14067&関連規程

"他社比較"ではなく、"自社商品の算定・表示"の場合の規定を踏まえる

➤ 算定アプローチ

左記の考え方に沿い、ルール設定/個別商品それぞれの算定・検証の在り方を設計



ルール設定

算定の計算方法を示す**ルールは、自社オリジナルのものを作成し公開**

- 業界を巻き込んだPCR作成は、ISO規格上不要と解釈



自社策定ルールについて、**第三者検証機関のコンサルティング**を受け客観性を担保

個別商品

左記の自社策定ルールに基づき、**二次データを基にして算定**を実施

可能な限り実測値データを活用、データ取得が困難な場合はシナリオ設定



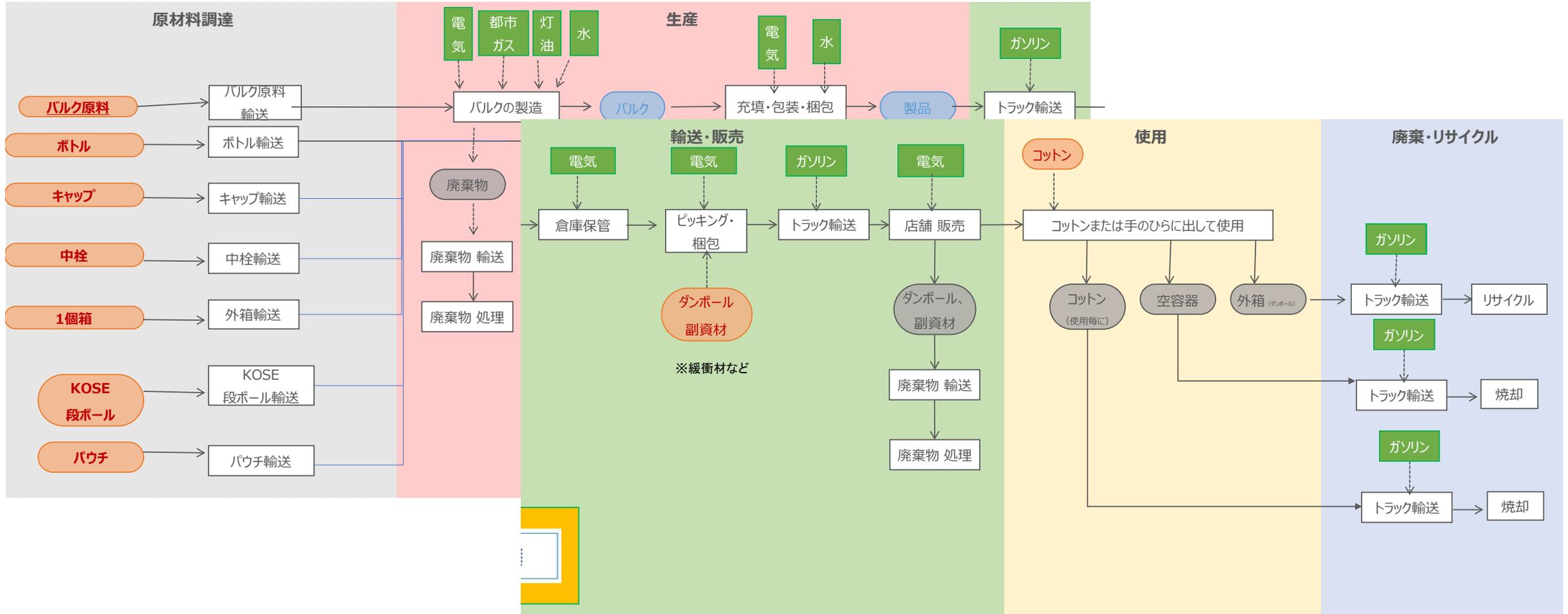
個別算定結果についての検証は、第三者ではなく**自己検証**に留める

- 左記ルールへのコンサルティングを受けており、**一定の確からしさは担保**
- ISO規格上も不要

ISO規格を参照し、検証も見据えつつ工数とのバランスを取る方法で実施

②カーボンフットプリント算定とその工夫

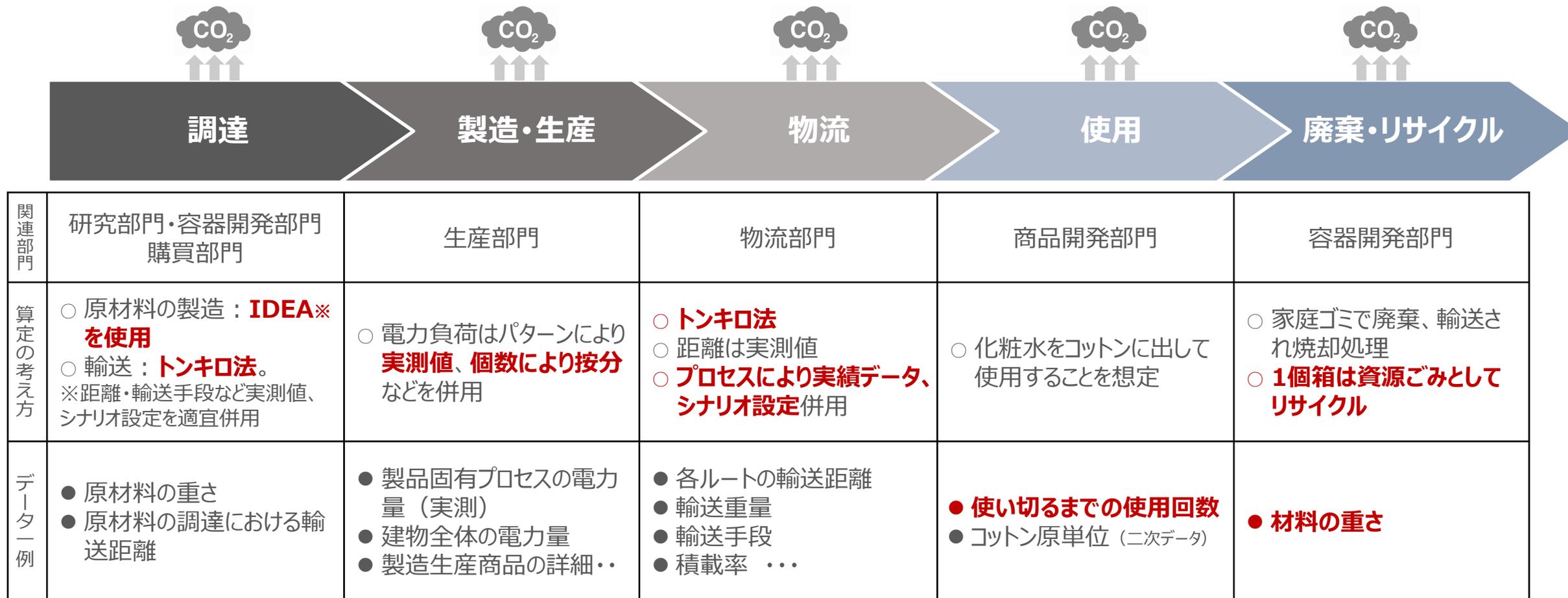
■ システム境界図



調達-廃棄までのプロセス/使用エネルギー、モノの流れについて表したシステム境界図を作成

②カーボンフットプリント算定とその工夫

■ 算定の考え方の整理



※) IDEA : 国立研究開発法人産業技術総合研究所 安全科学研究部門 IDEA Ver.3.1

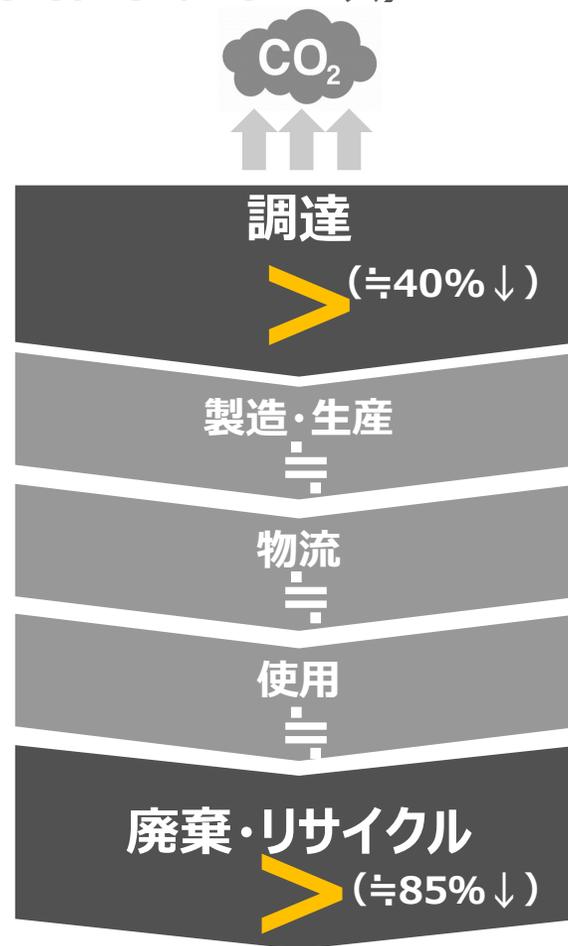
算定精緻化のため、データ状況や収集の負荷、排出原単位の適用も含め検討

②カーボンフットプリント算定とその工夫

■ カーボンフットプリント算定結果（Cradle-to-Graveベース）



- 雪肌精クリアウェルネスピュア コンク SS
ボトル200ml



- 雪肌精クリアウェルネスピュア コンク SS
レフィル170ml

“調達”、“廃棄・リサイクル”段階においてCO₂排出量に差：レフィル容器の優位性

③まとめ

■ 今回の事業参画にて得られたこと・気づき

➤ 算定手順書、ツール化として社内にノウハウを蓄積

No.	項目	要求事項	算定手順書
2	対象とする製品種別の定義	1. 対象商品の定義	
	(なし)	1-1. 対象商品	雪肌精「CLEAR WELLNESS」ピュアコンク SS
2-3	算定単位（機能単位）	1-2. 算定単位	商品 1 個当たり（ボトル 200mL、レフィル 170mL）
2-4	対象とする構成要素	1-3. 商品の構成要素	ボトル <ul style="list-style-type: none"> ● バルク化粧水 200ml ● 材料（ボトル、キャップ、中栓、1 個箱） ● KOSE 段ボール レフィル <ul style="list-style-type: none"> ● バルク化粧水 170ml ● 材料（パウチ） ● KOSE 段ボール
5	製品システム	2. 商品のライフサイクルとカットオフ	
5-1	製品システム	2-1. 対象とするライフサイクル	次のライフサイクル段階を対象とし、ライフサイクルフロー図（システム境界）を付属書 A に示す。 <ul style="list-style-type: none"> ● 原材料調達段階 ● 生産段階 ● 流通段階 ● 使用段階

【使用段階間接排出】					製品1個当たりのコットン使用に係るCO2排出量				
入出力項目			数量	単位	原単位	単位	根拠	CO2排出量	単位
IN	原料	コットン	1	g		kg-CO2eq	IDEAv3.1「繊維製衛生材料」		
OUT	処理	コットン廃棄輸送							
		コットン廃棄処理							
									kg-CO2/製品1個当たり

★シナリオ設定	
コットン使用の場合の1回の使用量目安（商品開発・美容開発提示内容より）	
・SKCW ピュアコンク ボトル 内容量 = 200mL	
製品1個当たりのCO2排出量 = 使用回数 × コットンのCO2排出量/1回	

➤ 定量化されることにより、どのプロセスでどれくらい排出されたのかが可視化

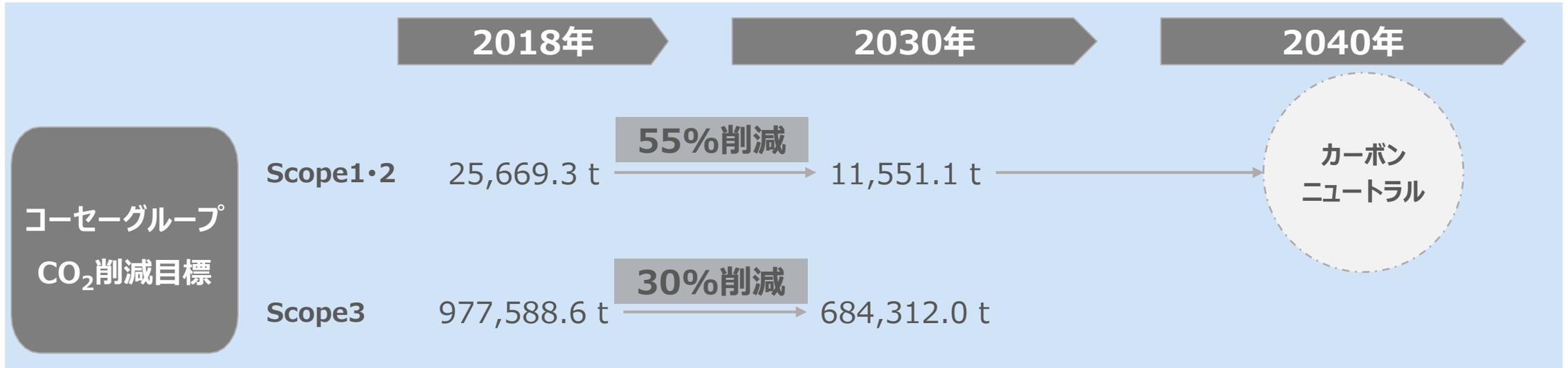
➤ 施策による削減インパクトの大小が定量的にわかるようになり、削減戦略に活用可能

他商品に展開可能なCFP算定スキーム確立

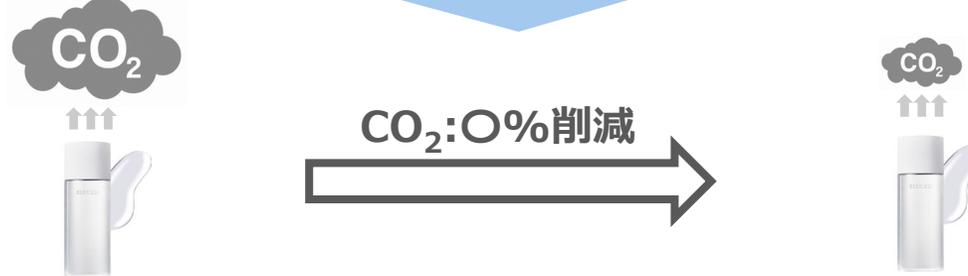
③まとめ

■ 今後の取り組み方向性：「雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS」の排出量削減

➤ 2030年に向けCO₂排出量削減目標を設定



予測削減インパクト・販売計画・製造ボリューム・

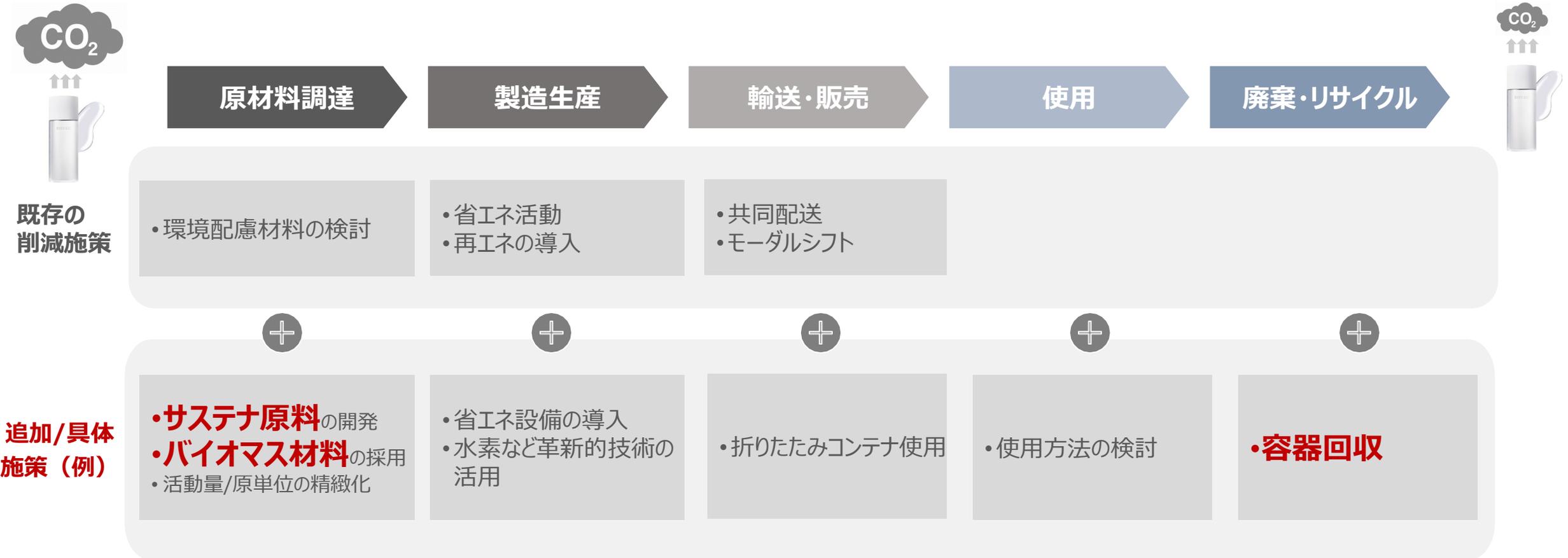


“コーセーグループCO₂削減目標” を鑑み対象商品の削減目標を設定

③まとめ

■ 今後の取り組み方向性：「雪肌精 クリアウェルネス ピュア コンク SS」の排出量削減

➤ 設定した削減目標に向け、バリューチェーン全体で削減施策を検討



原料・材料開発、リニューアルタイミングなどを活用し段階的に低減施策実行

③まとめ

■ 今後の取り組み方向性：カーボンフットプリント表示検討

商品ラベル

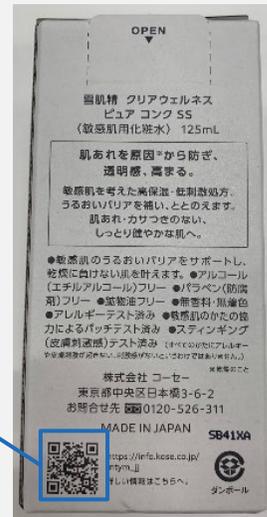
- QRコードで、詳細を示すウェブサイトへ誘導
 - CO₂排出削減量
 - ✓ 実数値で示す：〇kg- CO₂ eq、〇%削減
 - ✓ 事例を交えて示す：**森林・樹木換算、過去商品比較**
 - CFP算定実施マークなど

表示例

・〇年間に△本の樹木が吸収するCO₂に相当します。

・昔の商品「〇〇」に比べて、△%のCO₂削減に貢献しています。

・算定ルール
・CFP内訳
・削減策 など



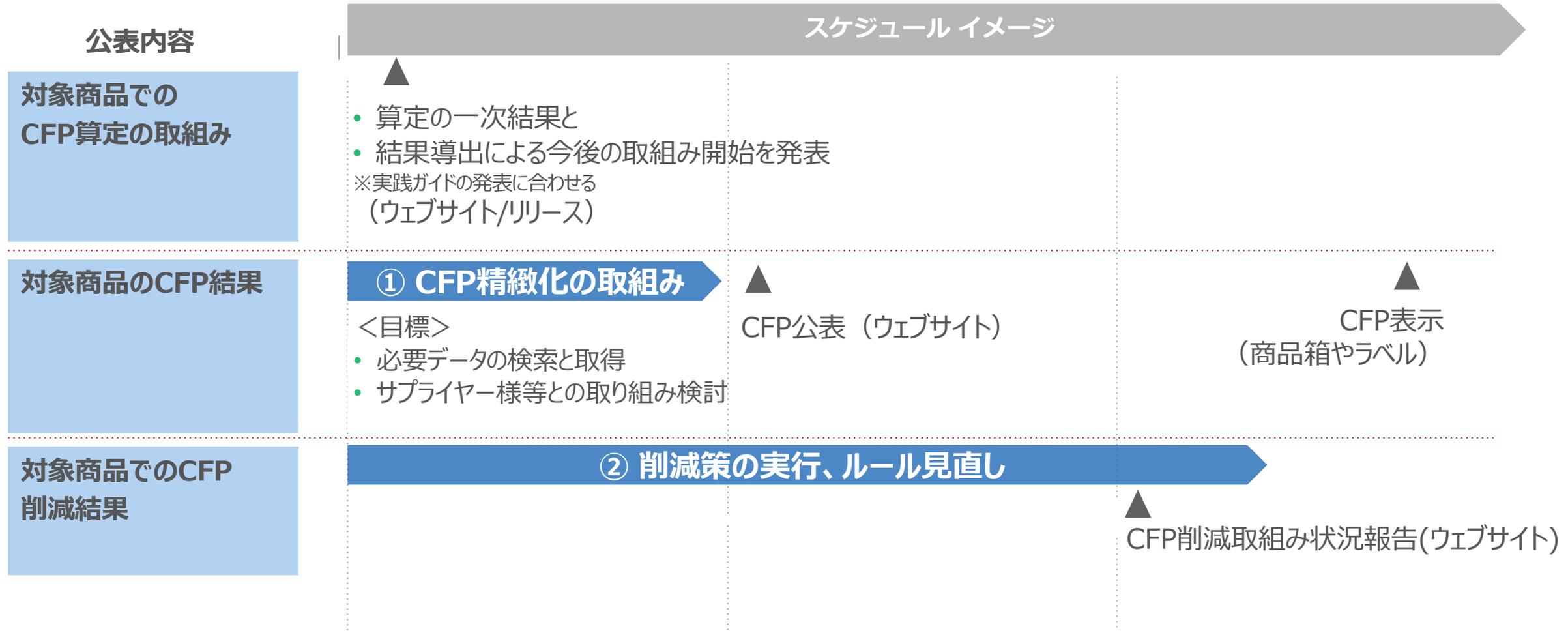
ウェブサイト・SNS

- SNS：CFPの取り組みについて情報を発信
- ウェブサイト（企業サイト_サステナビリティページやブランドページ）：CFPの考え方、算定と削減計画の詳細等を記述
 - CFPとは何か
 - 算定アプローチ
 - CFPの内訳
 - 主な削減施策



③まとめ

■ 今後の取り組み方向性：外部への公表



お客様が商品選択するための重要情報になり得る ⇒ タイミングや内容を十分検討

③まとめ

■ 今後の課題

➤ 削減施策検討継続

- ✓ サステナブル対応原材料の採用、容器回収スキーム等検討

➤ 削減効果を反映できる算定方法

- ✓ サステナブル対応の原材料に適した排出原単位がない場合があり、サプライヤー様の一次データ活用が必要
※バイオマス樹脂の排出原単位がない 等

➤ 製造・生産固有プロセスの実測データ収集

- ✓ 製品（カテゴリー）によりプロセスや使用する設備が異なる
- ✓ 多品種の為、データ収集の負荷が高い
※データを自動収集する仕組み・システム（設備投資）の検討

➤ 社内連携

- ✓ 各部門の連動は不可欠⇒全社課題としての部門間共通認識必要

CFPは今後必ず必要、スキーム精緻化と運用を強化させていきたい



美しい知恵 人へ、地球へ。