

NEWS
RELEASEL'ORÉAL
JAPAN世界最大の化粧品会社ロレアルグループの最高社会責任者
「サステナブル・ブランド国際会議2021横浜」にて基調講演日本法人「日本ロレアル」代表取締役社長も登壇
サステナビリティのリーディングカンパニーとして取り組みを紹介

世界最大の化粧品会社である仏・ロレアル（本社：パリ）のエグゼクティブ・ヴァイスプレジデント、最高社会責任者(CCRO)アレクサンドラ・パルトは、2021年2月24日（水）－25日（木）の日程で開催された「[サステナブル・ブランド国際会議2021横浜](#)」（主催：株式会社博展、共催：Sustainable Life Media, Inc.）に登壇し基調講演を行い、2020年6月に刷新されたロレアルグループの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」の取り組みを紹介しました。また、ロレアルグループの日本支社である日本ロレアル株式会社（本社：新宿、代表取締役社長：ジェローム・ブリュア）もパネルディスカッションに登壇し、日本における同プログラムの展開について他の企業の代表者らと活発な意見を交わしました。

初のオンラインとのハイブリッド開催となった本会議は、延べ3,500名以上の聴衆を得て成功裡に開催されました。2日目の25日（木）の午前中に実施された基調講演に登壇したアレクサンドラ・パルトは、「**ロレアル・フォー・ザ・フューチャー：ビジネスの根幹としてのサステナビリティ**」と題した講演を実施し、プラネタリー・バウンダリー（地球の限界）に沿ったSBT（Science Based Targets、科学と整合した目標設定）に基づいてロレアルグループが推進する、ビジネスの根本的な改革を紹介しました。2025年までに全世界の拠点にてカーボンニュートラルを実現するなどのコミットメントについて発表したほか、環境・社会問題解決のための基金である**L'Oréal for The Future Fund**に1.5億ユーロを拠出する決定をした背景を説明し、サーキュラーエコノミー（循環型経済）の実現と、生態系の回復に貢献するプロジェクトへのインパクト投資として5千万ユーロずつ、また脆弱な立場を強いられている女性を支援する非営利団体への寄付に5千万ユーロを充当する旨を共有しました。



提供：サステナブル・ブランド・ジャパン

さらに、午後開催された「サステナビリティが中心にある企業経営」のセッションでは、当社代表取締役社長のジェローム・ブリュアが、株式会社ベネッセホールディングス 代表取締役社長 CEO 安達 保氏、株式会社大和証券グループ本社 取締役 兼 執行役員 副社長 海外担当 兼 SDGs 担当 田代桂子氏とパネルディスカッションに登壇しました。

サステナブル・ブランド国際会議 サステナビリティ・プロデューサー足立 直樹氏のファシリテーションの下、サステナビリティへの取り組みが加速した要因、パートナーシップの促進、社内への浸透における課題など、サステナビリティを企業活動の中心として取り組むリーディングカンパニーとして、それぞれの視座を共有し、活発な意見交換を行いました。



サステナビリティを推進する上で、グローバルカンパニーとしての利点について話が及んだ際、ブリュアは以下のようにコメントしました。「我々は、相互補完的な関係を築いていると考えております。本社が主導する意欲的なターゲットにそれぞれの市場で、異なる背景や文脈で貢献しているのです。さらに、他国でのベストプラクティスを採用し、また日本の取り組みを紹介することで、他の国にインスピレーションを与えることもできます。共通のビジョンを持って、互いに切磋琢磨しながら、サステナビリティを実現していくのです。」また、社内への浸透へのチャレンジについては、日本ロレアルでは、社員の80%が自社のサステナビリティへの取り組みを評価していることに触れ「この数字は素晴らしいものですが、逆の視点から考えますと、20%は認識しておらず、まだまだ改善の機会があるということです。」と更なる推進への意欲を語りました。

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。2020年末時点での社員数は、2,491人、2021年2月現在の取り扱いブランドは17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。

ロレアル・フォー・ザ・フューチャーについて

ロレアルは、2030年に向け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2020年6月に始動しました。この中でロレアルは「地球の限界（プラネタリー・バウンダリー）」に基づいて、気候、水、生態系、自然資源など全てのインパクトに関して、新しい定量的な目標値を導入し、事業の変革を目指しています。これらの新しい目標値は、ロレアルの直接的な取り組みにとどまらず、サプライヤーや製品を使用する消費者までを網羅しています。気候分野では、ロレアルでは2030年に向けて、製品における温室効果ガスの排出量をすべてのスコープにおいて50%削減することを掲げています。

「Business Ambition for 1.5°C (1.5°C目標)」メンバーとして、ロレアルは2025年にはカーボンニュートラルを実現します。その他の戦略的なコミットメントと共に、2030年までに工業プロセスで使用される水は100%リサイクル、再利用を目指します。また森林破壊を抑制するために処方やパッケージに用いられるバイオベース原料のすべてが、再生可能で、かつトレーサブルなものに切り替えられます。さらに、世界的に最もひっ迫した環境問題と社会的課題に取り組むべく、生態系破壊の回復とサーキュラー・エコノミーに特化したインパクト投資に1億ユーロを充当するほか、困難な立場にいる女性支援のための5千万ユーロの慈善寄付基金を立ち上げました。詳細は[プレスリリース](#)（2020年6月26日）をご参照ください。

サステナブル・ブランド国際会議について (<https://www.sustainablebrands.jp/event/sb2021/>)

米国サステナブル・ライフ・メディア社（以下、「SLM社」）が展開する国際会議で、13カ国14都市で開催（2019年度）され、来場者数はグローバルで1.3万人を超える規模となっています。国内では株式会社博展が米SLM社と提携し、2017年3月に初開催され、2021年2月に第5回目の開催を迎えました。
