

Environment

環境

- 23 環境基本方針
- 24 気候変動への対応
- 27 循環型社会形成への取り組み

環境基本方針

ファイントゥデイグループ 環境基本方針

基本理念

• 持続可能な社会の実現

ファイントゥデイグループは、美しい地球環境を将来世代へ引き継ぐために、事業活動と地球環境保全の両立が、大切だと考えています。パーソナルケア商品を通じて、世界中の人々に「素晴らしい今日」をお届けすると共に、将来世代の人々の生活を美しく豊かにするために、事業活動を通じた地球環境保全に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

• 企業の社会的責任

ファイントゥデイグループは、企業の担うべき社会的責任を認識し、地球環境の保全のための法令や国際ルールへの遵守、社員への環境教育、地域社会との協働の他、積極的な情報開示などの環境コミュニケーションに取り組んでいきます。

行動指針

• 重点分野と基本姿勢

- (1) 気候変動への取り組み
事業活動とバリューチェーンを通じて、省エネルギー活動の推進と気候変動の原因となるGHG(温室効果ガス)排出量削減に取り組みます
- (2) 生物多様性保全への取り組み
自然資本の調和的かつ持続可能な利用を促進するため、事業活動とバリューチェーンを通じた生物多様性影響の評価に努め、そのマイナス影響の低減に取り組みます
- (3) 水の持続可能な管理
事業活動とバリューチェーンを通じて、取水、排水の両面から、水資源の持続可能な利用と管理を行います
- (4) 循環型社会構築への取り組み
持続可能な消費を推進するため、事業操業、製品使用、使用済み製品を含む製品ライフサイクルにおいて、資源の適正な管理・効率的な利用、廃棄物の削減に取り組み、サーキュラーエコノミーの実現に貢献します
- (5) 大気の保全ならびに化学物質管理
事業活動とバリューチェーンで使用する化学物質等の確実な管理を通じて、環境負荷の低減と汚染の防止に努めます

• 環境管理体制

ファイントゥデイグループは環境管理体制を構築し、PDCAサイクルを通じた、その維持と向上に継続的に取り組んでいきます

気候変動への対応

基本方針

ファイントゥデイグループは、「ファイントゥデイグループ環境基本方針」に基づき、社会的責任として環境保全に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。

中長期ビジョン「Fine Today & Tomorrow 2030」の中で、気候変動問題への対応を重点分野として定め、重要な経営課題の一つとして取り組みを強化しています。

TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)への対応

ファイントゥデイは、2022年度に8本部、9部門が参加する部門横断の「気候変動ワーキンググループ(WG)」をESG委員会(→P15)の下に設置。気候関連リスクと機会の特定、財務影響評価、シナリオ分析をはじめとする気候変動対策を推進しています。

Webサイト **TCFDレポート**
<https://www.finetoday.com/jp/sustainability/environmental/climate/>

気候関連リスクと機会

気候変動WGを通じて8本部、9部門から集約した気候関連リスクや機会に関する情報は、当初71項目にのぼりました。この71項目それぞれについて財務影響を評価し、ファイントゥデイの分類で「中」以上と評価した気候関連リスクと機会を「重要度がある項目」(リスク:5項目、機会:5項目)としています。

SBT(Science Based Targets)への対応

ファイントゥデイでは、パリ協定の水準に整合したGHG(温室効果ガス)排出削減目標の策定に向け、「SBTワーキンググループ(WG)」を設置。6部門、2工場の協力を得てScope 1、2、3に関わるGHG排出量の算定(→P61)を完了しました。

今後は、中長期を含む具体的な削減目標の策定と、目標達成に向けた計画の立案に着手していきます。

気候変動への対応

— 重要度がある項目 リスク

	項目	概要	財務影響 ^{※1}			時間軸 ^{※2}		
			売上項目	費用項目	投資項目	短期	中期	長期
物理リスク	巨大台風・豪雨・洪水	サプライチェーンの分断による輸送遅れ、販売機会喪失、物流拠点の製品棄損などによる資産喪失	中	大		○	○	○
	平均気温の上昇	秋冬期向け製品の需要減	中				○	○
移行リスク	炭素税	輸送コストの上昇		小～中			○	○
	国の気候変動政策	物流の低炭素化、原価高騰、脱炭素施策によるコスト増		小～中			○	○
	低炭素製品への購買変化	代替原材料、製品LCA(ライフサイクルアセスメント)の低炭素化推進に伴うコスト増			中		○	○

※1 ファイントゥデイでは財務影響を、一年間に発生する収入・費用をベースとし、売上項目、費用項目、投資項目の項目ごとで「大」「中」「小」と判定する基準金額を定め、評価を行っています。

※2 ファイントゥデイでは時間軸について右記の通り定めています。短期：2022～23年(評価実施時期) 中期：2030年頃 長期：2050年頃

機会

	項目	概要	財務影響 ^{※1}			時間軸 ^{※2}		
			売上項目	費用項目	投資項目	短期	中期	長期
物理リスク	気象災害	災害時使用可能製品の提供	小～中	大				○
	干ばつ	水が要らない製品の需要増	小～中					○
	平均気温の上昇	エチケット製品の需要増	小～中				○	○
移行リスク	低炭素製品への購買変化	低炭素製品の提供による売上増加	中	小～中				○
	脱炭素取り組みの評判影響	組織、製品の低炭素配慮を通じたブランド力/企業価値向上		小～中			○	○

気候変動への対応

気候変動に対する戦略的な考え方



今回の評価とシナリオ分析の実施を通じて、「巨大台風・豪雨・洪水」といった極端な異常気象の増加に伴う、気候変動の物理的リスクからの影響は免れないことが明らかになりました。一方、全体として気候変動はファイントゥデイ製品にとって、必ずしもマイナスばかりではないという傾向が見えてきました。

今後、ファイントゥデイでは長期的に世界が1.5°C/2°Cの平均気温上昇レベルとなるシナリオ下においては、低炭素製品の開発や、事業操業全体でのGHG排出量削減の推進が、より重要になってくると考えています。また、4°Cの平均気温上昇となるシナリオ下では、前出の対応に加えて、極端な異常気象の中でも人々の快適な暮らしに役立つ製品の開発も、重要度が増してくると認識しています。

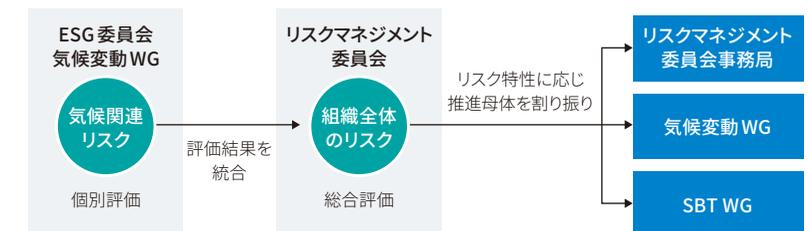
気候関連リスクのマネジメント

気候変動WGで特定した気候関連リスク5項目は、特性に応じて「リスクマネジメント委員会」、ESG委員会傘下の「気候変動WG」「SBT WG」の3組織が中心となり対応を推進することとしています。

リスクのうち、唯一「財務影響：大」かつ「時間軸：短期」と評価した物理的急性リスク「巨大台風・豪雨・洪水」については、現状、物流倉庫の分散(東日本エリア/西日本エリア)や在庫の積み増しなどの対策を実施していますが、今後は自然災害リスクを管轄するリスクマネジメント委員会が主体となって、対応を進めていくこととなります。このほか、「平均気温の上昇」や「低炭素製品への購買変化」のリスクについては気候変動WGを通じて、「炭素税」や「国の気候変動政策」へのリスクについてはSBT WGを通じて対応を推進します。

これからも、気候関連リスクに対するレジリエンスを高める活動を推進するとともに、TCFD提言に沿った情報開示を継続していきます。

リスクマネジメント委員会を主体とした気候関連リスクへの対応



循環型社会形成への取り組み

基本方針

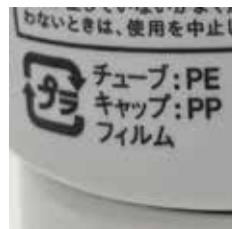
ファイントゥデイグループは、「ファイントゥデイグループ環境基本方針」を定め、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。循環型社会の実現は、気候変動問題への対応と同様、重要な経営課題の一つです。中長期ビジョン「Fine Today & Tomorrow 2030」に沿って、資源の効率的な利用やリサイクルに注力しています。

容器包装における取り組み

ファイントゥデイグループは、容器包装の環境負荷低減に取り組んでいます。例えば、自然由来の成分を使用したヘアケアブランド「スーパーマイルド」のボトル*は、環境に優しいサトウキビ由来の植物プラスチックを約96%使用しています。また、容器包装のリサイクルを促進するため、製品にはパッケージに使用した資源の種類に関する情報を記載しています。

ファイントゥデイは、容器包装リサイクル法に基づき、製品容器に使用した資材の量を毎年算定し、同法で定められた指定法人へリサイクルを委託しています。

* ボトル販売は中国のみ。



再製品化を委託している容器包装の排出量<ファイントゥデイ>

	2021年度*	2022年度*
ガラス	4,532kg	4,260kg
紙製容器	110,390kg	102,189kg
プラスチック製容器包装	3,486,029kg	3,484,604kg

* 容器の排出年度ではなく、容器包装リサイクル法への申請年度。

販促物における取り組み

ファイントゥデイは、小売店などでの製品販売をサポートする各種の販売促進ツールを製作しています。こうした販促物は、売場でお客さまに製品の情報や世界観を伝えたり、陳列を補助したりする重要な役割を担っています。

しかし販促物は、使用が終わると廃棄され、予定どおりに使用されずに廃棄されるケースもあります。そこで販促物の廃棄量の削減や、販促物に使用する素材の変更を積極的に推進しています。

販促物の廃棄量の削減

ファイントゥデイでは、当社の前身である(株)エフティ資生堂の時代から、販促物とその関連資材の廃棄量の削減に取り組んでいます。

不要なものの滞留をなくす活動

これまで販促物在庫が長期滞留するという問題がありました。そこで、活用が見込めない販促物については廃棄することとし、活用開始の翌日から実際に使うものと使わないものを分別。使わないものは毎月計画的に廃棄処理する対応を数年間かけて実施してきました。これにより、長期滞留する販促物の削減とともに販促物全体の廃棄量の削減につながっています。

販促物の効率的な発注

販促物は、必要量が必ずしも事前に明らかにならないという特性があります。そのため、製作した販促物の数量と、実際に使用する数量との間にギャップが生じるという課題があります。そこでファイントゥデイでは、営業部門とマーケティング部門の連携の在り方を見直し、実際の売場の情報を多く持つ営業部門が、販促物の数量に関する意思決定を行う体制を整備。販促物を効率的に活用することで、無駄の削減を図っています。

無駄な資材を使わない工夫

販促物の梱包を改善することで関連資材の削減も進めています。例えば、「フロア販売台」は、梱包時に使用する段ボールを開梱後にほぼ廃棄することなく、そのまま販売台として使用できる構造とすることで、販促物に使用する資源量を削減しています。



フロア販売台

循環型社会形成への取り組み

－販促物の廃棄量*＜ファイントゥデイ＞

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
廃棄量	100	103	109	25

2019年度、2020年度は(株)エフティ資生堂のデータ、2021年度は同社のデータを含む。
* 2019年度の実廃棄量を100とした場合の指数。

販促物の素材の見直し

ファイントゥデイの販促物の素材は紙が中心ですが、プラスチックや金属を使用することもあります。とくにプラスチックについては、2022年2月に開催された国連環境総会においてプラスチック汚染の防止に向けて国際ルールを制定することが決議され、海洋生態系保全の観点などからその使用の削減や適切な廃棄が求められています。

店頭で使用される販促物の中に、製品を吊り下げて陳列する「ハンガーディスプレイ(吊り下げ什器)」があります。ハンガーディスプレイのハンガー(フック)部分は、多くの場合プラスチックでできていますが、2022年1月より、可能なものについてはプラスチック製から紙製のハンガーに変更するなど、脱プラスチックの取り組みを進めています。

PICK UP

紙製のフックを使用したハンガーディスプレイの実用化に成功

店頭での製品ディスプレイは、お客さまにとって製品が見やすいこと、手に取りやすいことが大切です。ファイントゥデイは脱プラスチックの一環として、ハンガーディスプレイのフック部分を紙製のものに変更する検討を進めていましたが、耐久性の確保が実用化に向けた課題となっていました。そのため、全国の約30の店舗にご協力いただき、2022年1月から数カ月間かけて、強度・湿度への脆弱性などの耐久性テストを実施。その結果、フックに人がぶつかることによって折れたり、重量のある製品については、フックが「前のめり」になったりすることが分かりました。こうした試行錯誤を経て、同年秋から、一部店舗の「ウォーターインリップ」(リップクリーム)を対象に紙製のフックを使用したハンガーディスプレイを設置しています。店舗をはじめ多くの関係者の協力を得て、今後も脱プラスチックに向けた取り組みを一步ずつ前へ進めていきます。



紙製フックを使用したハンガーディスプレイ

販促物配送の効率化

(株)エフティ資生堂の時代から販促物配送の効率化によるトラック利用量の削減に取り組んでいます。従来、販促物の店舗への配送は、業界各社と同様に単独で行っていましたが、2019年6月以降、ライオン(株)、ユニ・チャーム(株)と同じ日に同一の店舗に販促物を届ける際は同一梱包での共同配送を実施。梱包材の使用量削減に加え、配送の効率化によってトラック利用量が削減され、物流由来のCO₂排出量の削減にもつながっています。



3社の販促物を同一梱包した配送段ボール

PICK UP

髪の不快をスッキリ！ 節水に役立つ製品「FRESSY」を提供

「FRESSY」は、水のいらないタイプのシャンプー(ドライシャンプー)です。使用方法は、適量を頭皮と髪全体にスプレーし、軽く頭皮をマッサージしたあと、乾いたタオルで拭き取ります。髪の不快を手軽にスッキリできるだけでなく、節水に役立つ製品です。

