

循環型社会形成への取り組み

基本方針

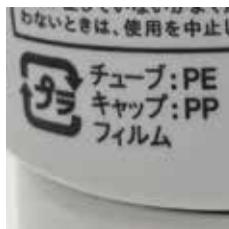
ファイントゥデイグループは、「ファイントゥデイグループ環境基本方針」を定め、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。循環型社会の実現は、気候変動問題への対応と同様、重要な経営課題の一つです。中長期ビジョン「Fine Today & Tomorrow 2030」に沿って、資源の効率的な利用やリサイクルに注力しています。

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「FRETTY」を提供

「FRETTY」は、水のいらぬ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。

