News Release

ちふれ

2022年11月1日

化粧品を通じてSDGsに取り組むちふれグループ

展開する5つの化粧品ブランド全製品のカーボンフットプリント自主算定値を公表

ちふれホールディングス株式会社（本社：埼玉県川越市、代表取締役社長：片岡 方和）は、脱炭素社会の実現に向けた取り組みの一環として、2021年度GHG排出量の第三者保証結果を元に、ちふれグループが展開する5つの化粧品ブランド全製品のカーボンフットプリント（2021年度分）を自主算定し、その自主算定値を公表いたしました。

■身近な製品のカーボンフットプリントを知る機会をお届けし、限りある資源・環境を大切に

日本ではカーボンフットプリントは「炭素の足跡」と訳されます。カーボンフットプリントとは、原材料調達から、生産、流通を経た後、廃棄・リサイクルに至るまでの製品のライフサイクル全体を通して排出されるCO2の量を示したもので、化粧品メーカーにとっては自社製品の排出するCO2を「見える化」し、改善をはかるための分かりやすいツールです。

ちふれグループでは、2022年3月、化粧品の中でもCO2の排出が多いとされる洗顔カテゴリーに着目し、自社製品9商品を対象にしたカーボンフットプリントを算定、第三者検証を実施いたしました。その算定値は2022年7月25日にちふれホールディングス株式会社のオフィシャルサイトで公表しています。

〈ご参考〉洗顔カテゴリー製品のカーボンフットプリントについて
https://www.chifuregrp.co.jp/news/sdgs_20220725.html

■全製品の自主算定と公表は、法令化に先駆けて「全成分・分量」を公開した会社としての使命

当社は、お客様への情報開示を「ちふれ」の創生時から大切にしています。1962年、米国のジョン・F・ケネディ大統領が「消費者の4つの権利（安全である権利、知らされる権利、選択できる権利、意見を反映させる権利）」を提唱しました。その少し後の1968年、当社は全地婦連との提携により生まれた「ちふれ化粧品」の発売と同時に、製品に含まれる「全成分・分量」を公開。それは、表示の先進国である米国のFDA（食品医薬品局）が表示を義務化する1975年の7年前、また日本が2001年に全成分の表示を法令で義務化する33年前のことでした。

今回、カテゴリーごとではなく、全製品のカーボンフットプリント（2021年度分）を自主算定し、公表することにいたしましたが、これは国内の化粧品業界でも先駆けた取り組みとなります。当社は、食品でさえ原材料の表示が義務化されていない時代に、自社製品の「全成分・分量」を率先して公開した化粧品メーカーとして、「この製品を使うと原料調達から廃棄するまでどのくらいの二酸化炭素を排出するのか」をお客様が知ることができるようにしたいと考えました。

この度の全製品のカーボンフットプリントの自主算定や公表は、そんな“ちふれグループの使命”という強い思いのもと、社を挙げて準備を進めてまいりました。世界中で低炭素社会に向けた取り組みが加速する中で、身近な化粧品から少しでもお客様に「気づき」を与えることができる存在になりたいと考えております。

当社では、今後も「一人ひとりのゆたかな生活」の開発に向け、化粧品の開発、生産、販売を行うとともに、全製品のカーボンフットプリントの自主算定については年度単位で実施、公表することで「知らされる権利」にお応えするなど、持続可能な社会の実現に向けた様々な取り組みを推進してまいります。

※ ここに掲載されている情報は、発表時（2022年11月1日）の情報です。最新の情報と異なる場合がございますので、予めご了承ください。