

化粧品ロス削減に向けた企業の環境施策に関する研究

— サプライチェーンの視点からみた株式会社コーセーのケース分析 —

松村香穂 , Kaho Matsumura

近年、廃棄ロスによる環境負荷は重要な社会課題となっており、化粧品業界においても、製品や容器を含む資源が十分に活用されないまま廃棄または未活用となることによる損失が問題視されている。本研究は、日本の大手化粧品企業である株式会社コーセーを対象に、化粧品ロス削減に向けた環境施策の内容と特徴を明らかにすることを目的とする。公開資料を用いた文献分析およびケース分析を行い、サプライチェーンの各段階に沿って施策を整理・分析した。その結果、施策は製造段階に比較的集中していることが確認された。本研究は、サプライチェーン全体の視点から企業の化粧品ロス削減施策を整理し、今後の研究の方向性に示唆を与えるものである。

キーワード：化粧品ロス, サプライチェーン, 環境施策, ケース分析

1. はじめに

1. 研究背景

近年、多くの分野において廃棄ロスによる環境への影響が重要な問題として認識されている。このような廃棄ロスの問題は、食品分野に限らず、非食品分野においても重要な課題となっている。化粧品業界においても、化粧品の廃棄量の増加が課題となっており、この現状を改善するための取り組みが各企業に求められている。

Spang et al. (2019) は、廃棄ロスを「サプライチェーンの各段階において、本来意図された用途で消費されるべきであったにもかかわらず、十分に活用されないまま廃棄または未活用となる物質の減少」と定義している。この概念は食品分野を中心に用いられてきたが、単なる廃棄物量の問題ではなく、本来価値を持つ資源が十分に活用されずに失われる現象を捉える点に特徴がある。本研究ではこの考え方を踏まえ、「化粧品ロス」を、化粧品の原材料調達、製造、流通、消費、廃棄・リサイクルの各段階において、本来活用されるはずであったにもかかわらず十分に利用されないまま廃棄または未活用となる製品、原材料、ならびに容器・包装資材を含む資源の損失としての概念として捉える。

廃棄ロスの増加は、資源の無駄を拡大させるだけでなく、廃棄に至るまでの製造や処理過程において環境負荷を高める要因となる。環境問題は将来世代への影響も含む重要な課題であり、持続可能な社会の実現に向けて、廃棄ロス削減を含む環境配慮の取り組みの必要性が指摘されている。

化粧品業界においては、使用期限や品質管理が厳しく設定されていることから、ロスが発生しやすいという特徴がある。さらに、トレンドの変化が速く、季節限定商品や流行色の変化、新成分・新技術の登場が短期間で進むため、商品の売れ残りリスクが高まりやすい。また、化粧品は多様な商品展開や価格帯を持ち、各ブランドが独自の価値やイメージを重視している。特に高価格帯の商品を展開する企業では、ブランド価値の維持が重要視されることから、大幅な値下げが行いにくいという特徴がある。これらの業界構造的要因は、企業の製造・設計・供給段階における意思決定と密接に関係しており、化粧品業界において廃棄ロスが構造的に発生しやすい要因となっている。

一方で、化粧品は使用感や色味、香りなどを購入前に完全に把握することが難しく、購入後に使用が中断される場合もある。このような消費段階における特性も、使用途中で廃棄される化粧品ロスの発生につながる要因の一つである。

さらに、化粧品は製造から廃棄に至るライフサイクル全体において環境負荷を生じることが報告されており、その中には廃棄ロスが含まれることが指摘されている（大橋，2014）。また、業界レポートによれば、美容業界は他産業と比較して相対的に在庫廃棄が多いとされており、化粧品ロスは業界全体に共通する課題であると考えられる（Global Cosmetic Industry, 2022）。このような背景を踏まえると、化粧品ロス削減に向けた企業による環境配慮施策の実態を明らかにすることは、業界全体の課題解決を考える上で重要である。

2. 問題意識

化粧品ロスは業界全体に共通した課題であり、化粧品のサプライチェーンの各段階において環境配慮の必要性が認識されている。

一方で、化粧品業界における環境施策の取り組み状況には、企業ごとに差がみられる。日本企業を対象とした研究は限定的であるものの、海外の化粧品企業を対象とした研究では、企業によって環境活動の内容や積極性に違いがあることが指摘されている（Lim and Kwon, 2023）。

具体的には、製造段階におけるロス削減や資源効率の向上に重点を置く企業が存在する一方で、環境施策に関する情報開示やパッケージ改善を重視する企業もみられるなど、対応の方向性は一様ではない。

このように、同一業界内であっても廃棄ロスへの対応には差異が生じており、業界全体の傾向のみから各企業の取り組みの実態を十分に把握することは難しい。したがって、化粧品ロス削減に向けた取り組みを検討するためには、個別企業の施策に着目した分析が必要である。

3. 研究目的・研究課題

3-1. 研究目的

本研究の目的は、日本の大手化粧品企業である株式会社コーセーを対象に、化粧品ロス削減に

に向けた環境施策の内容と特徴をケースとして整理・分析し、サプライチェーンの視点から明らかにすることである。さらに、これらの分析結果を踏まえ、企業の取り組みの特徴や課題を整理することで、化粧品業界全体における化粧品ロスへの対応の在り方について示唆を得ることを目的とする。

3-2. 研究課題

- ① 株式会社コーセーにおける化粧品ロス削減に向けた環境施策は、サプライチェーンの各段階（原材料調達、製造、流通、消費、廃棄・リサイクル）のうち、どの段階に重点が置かれているのか。
- ② 株式会社コーセーの化粧品ロス削減施策には、サプライチェーン全体の視点から見て、どのような特徴が見られるのか。
- ③ 株式会社コーセーの事例および花王株式会社との比較を通じて、化粧品業界における化粧品ロス対策の課題と今後の可能性として、どのような点が示唆されるのか。

4. 研究方法・構成

本研究では、株式会社コーセーにおける化粧品ロス削減に向けた取り組みを明らかにするため、公開資料を用いた文献分析およびケース分析を行う。具体的な分析方法や対象とする資料については、第3章において詳しく述べる。

本論文の構成は以下のとおりである。第1章では、研究背景、研究目的および研究課題を整理する。第2章では、化粧品ロスおよび企業の環境施策に関する先行研究を整理し、本研究の位置づけを明確にする。第3章では、株式会社コーセーを対象とした事例分析を行う。第4章および第5章では、その分析結果をもとに、サプライチェーンの各段階に着目した整理や他社との比較を通じて、化粧品ロス削減に向けた企業の取り組みについて検討する。第6章では、本研究の結論をまとめ、今後の課題を示す。

II. 先行研究レビュー

1. 廃棄ロス・化粧品ロスに関する研究

廃棄ロスに関する研究は、これまで主に食品分野を中心に蓄積されてきた。Spang et al. (2019) は、廃棄ロスをサプライチェーン全体の問題として捉え、製造・流通・消費といった各段階において、本来意図された用途で消費されるはずであった資源が十分に活用されないまま失われる現象として定義している。この研究は、廃棄ロスを資源の損失として位置づけ、発生段階ごとに整理する視点を提示した点に特徴がある。

日本においても、製品のライフサイクル全体に着目した環境負荷や資源利用に関する研究が行われてきた。大橋（2014）は、原材料調達から廃棄・リサイクルに至る各段階で環境負荷が生じることを示し、とくに容器・包装の設計や廃棄・リサイクル段階が環境影響に大きく関与している点を指摘している。さらに、日本では化粧品容器や資源循環に焦点を当てた研究も見られる。山川（2014）は、使用済み化粧品容器のリサイクルや再資源化の取り組みを整理し、制度面や実務面における課題を指摘している。これらの研究は、化粧品廃棄物を資源循環の視点から捉える重要性を示している。また、消費後に残る化粧品の再利用に関する実践的な研究も報告されている。坂口（2014）は、余剰となった化粧品の中身を再利用する取り組みを通じて、消費・廃棄段階における資源の未活用が課題であることを示している。

これらの先行研究から、廃棄ロスや化粧品廃棄については、ライフサイクル全体や特定の段階に着目した分析が一定程度蓄積されていることが分かる。一方で、サプライチェーン全体の視点を化粧品分野における企業の具体的施策分析に適用した研究は多くなく、日本の化粧品企業を対象に段階別の取り組みを体系的に整理した研究は限られている。

2.化粧品業界における環境施策・サステナビリティ研究

近年、化粧品業界においても、環境配慮やサステナビリティへの対応が重要な課題として位置づけられている。気候変動問題や資源制限への関心の高まりを背景として、化粧品企業には環境負荷低減への取り組みが求められている。

政策面では、経済産業省（2024, 2025）が3Rの推進や循環型社会の構築を掲げており、化粧品産業もその枠組みの中で環境対応を進めている。また、日本化粧品工業会（2020）は、容器削減や環境配慮に関するガイドラインを公表しており、業界全体として環境対応が制度や方針と結びついて展開されていることが分かる。

先行研究においても、化粧品分野の環境対応に関する整理が行われてきた。大橋（2014）は、化粧品の環境負荷をライフサイクル全体の問題として捉え、とくに容器・包装の設計や製造プロセスの改善が重要であることを指摘している。また、評価手法としてライフサイクルアセスメント（LCA）が用いられている点も示されている。

しかし、これらの研究の多くは、容器・包装や資源循環といった特定の施策に焦点を当てた分析が中心であり、化粧品企業がサプライチェーンの各段階において実施している化粧品ロス削減施策を体系的に整理・分析した研究は、現時点では十分に蓄積されていない。

3. 本研究の位置づけ

これまでの先行研究では、廃棄ロスや環境負荷の問題が、ライフサイクル全体の視点から整理されてきた。また、化粧品分野においても、容器・包装の設計や資源循環、環境配慮型製品の開発などに関する研究や業界資料が蓄積されていることが明らかになった。これらの研究は、化粧品業界における環境対応の重要性や、その取り組みの方向性を把握するうえで参考となる知見を

示している。

一方で、既存の研究や公開資料の多くは、特定の施策や制度、あるいは環境負荷全般に焦点を当てたものが中心であり、企業がサプライチェーンの各段階において行っている化粧品ロスに関する取り組みを、段階別に整理して分析した研究は多くない。とくに、日本の化粧品企業を対象に、原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでの流れの中で、化粧品ロスとの関係性を整理した研究は限られている。

そこで本研究では、日本の大手化粧品企業である株式会社コーセーを対象に、公開資料をもとに化粧品ロスに関連する施策を抽出し、サプライチェーンの各段階に沿って、ケースとして整理・分析することを目的とする。さらに、同業他社である花王株式会社との比較を通じて、コーセーの取り組みの特徴を相対的に整理する。本研究は、化粧品ロスに対する企業の取り組みを段階別にまとめることで、化粧品業界における化粧品ロス対策を考えるための基礎的な整理を行うものとして位置づけられる。

III. 研究方法および分析枠組み

1. 研究方法

本研究では、化粧品ロス削減に向けた株式会社コーセーの環境施策の実態を明らかにするため、公開資料を用いた文献分析およびケース分析を採用する。化粧品ロスは化粧品業界全体に共通する課題である一方、企業ごとに取り組みの方向性や重点には差がみられる。そこで、本研究ではケース分析の対象として株式会社コーセーを取り上げ、同社における環境施策を詳細に分析することで、その特徴および背景要因を明らかにする。

2. 分析対象資料および分析期間

分析対象は、株式会社コーセーに関する公開資料とする。具体的には、統合報告書、サステナビリティレポート、環境報告書、公式ホームページ等を用い、文献分析を行う。これらの資料には、企業の環境方針や具体的な施策内容が体系的に整理されており、化粧品ロス削減に向けた取り組みを把握する上で有効であると考えられる。

分析期間は、2020年から2024年までの5年間とする。

株式会社コーセーは1946年創業

の日本の大手化粧品メーカーで、国内外で約40ブランドを展開している。高価格帯ブランドのコスメデコルテをはじめ、多様な価格帯のブランドポートフォリオを持つ。売上高は2024年12月期で約3,228億円、従業員数は連結ベースで約1.3万人にのぼる（出典：コーセーホールディングス株式会社, 2024, [統合報告書・決算情報](#)）。化粧品業界における重要な位置を占めるとともに、

国内だけでなくグローバル事業展開に注力する成長企業である。売上規模は国内大手の一角を占め、化粧品業界における重要な位置を占めている。さらに、同社はサステナビリティへの取り組みを重視し、環境報告書や統合報告書で化粧品ロス削減や資源循環の施策を継続的に公開している。

3. 分析対象企業の表記および選定理由

本研究の分析対象企業は、日本の大手化粧品企業である株式会社コーセーである。同社は 2026 年 1 月 1 日付で持株会社体制へ移行し、商号を KOSE Holdings Corporation（コーセーホールディングス株式会社）へ変更している。しかし、本研究で分析対象とする公開資料は、主として旧名称である株式会社コーセー名義で発行されたものである。そのため、本研究では用いる資料の表記に合わせて、企業名を「株式会社コーセー」と表記する。

株式会社コーセーを分析対象として選定した理由は、同社が日本の大手化粧品企業の一つであり、化粧品業界において代表的な企業である点にある。また、同社は企業メッセージとして「美しい知恵 人へ、地球へ。」を掲げ、環境への取り組みを重視している。さらに、環境報告書や統合報告書などの公開資料を継続的に公表しており、環境施策に関する情報が比較的充実している。このことから、化粧品ロス削減に向けた企業の取り組みを分析する対象として適切であると判断した。

4. 分析枠組み

本研究では、株式会社コーセーの環境施策を、化粧品の製造から消費者による使用、廃棄に至るまでのサプライチェーンの視点から分析する。サプライチェーンとは、原材料の調達から製品の製造、流通、最終的に消費者のもとに届けられるまでの一連のプロセスを指すものである。化粧品ロスは、こうした一連のプロセスのいずれかの段階で発生するものであり、発生段階とその原因を明確にするためには、サプライチェーン全体を俯瞰する視点が必要であると考えられる。本研究における分析は、原材料調達段階、製造段階、流通段階、消費段階、廃棄・リサイクル段階の 5 段階に区分して行う。原材料調達段階では、原料選定や調達方法に関する施策を対象とし、製造段階では、製品の生産工程におけるロス削減や効率化に関する取り組みを調査する。流通段階では、在庫管理や物流に関する施策を、消費段階では、使用期限や消費者行動に関わる取り組みを分析対象とする。また、廃棄・リサイクル段階では、使用後の製品や容器の回収・再資源化に関する施策を整理する。これにより、特定の段階に施策が集中しているのか、あるいは複数の段階にまたがって取り組みが行われているのかを整理することが可能となる。

各段階においては、実施されている環境施策の内容、施策の目的、ならびに当該施策が化粧品ロス削減とどのように関係しているのかという観点から分析を行う。このような分析枠組みは、廃

棄ロスをサプライチェーン全体の問題として捉える Spang et al. (2019) の視点を踏まえたものであり、化粧品ロスを資源の損失として段階別に整理する上で有効であると考えられるため、本研究ではこの枠組みを用いる。

IV. ケース分析

1. 株式会社コーセーのサステナビリティ

1-1. コーセーのサステナビリティ指針と企業姿勢

株式会社コーセーは、中長期ビジョンとして「Your Lifelong Beauty Partner」を掲げ、美を通じて世界中の人々の人生に寄り添い続ける企業であることを目指している。同社が描く理想の未来は、人々が自分らしい美しさを自由に選び、それを大切にできる社会や、ありのままを受け入れながら共に成長できる社会、そして健やかな地球と共に生きる持続可能な世界である。

このようなビジョンのもと、コーセーグループでは、その実現に向けたサステナビリティ戦略を経営の重要事項として位置づけている。社会・環境領域における重要課題（マテリアリティ）の解決を通じて、企業としての成長と社会的責任の両立を図ろうとしている点が特徴である。同社におけるサステナビリティは、いわゆる社会貢献活動や CSR に限定されたものではなく、企業価値の創出や事業基盤の強化と結びついた取り組みとして位置づけられている。

特に環境領域においては、資源循環や環境負荷低減への対応が重視されており、製品の企画・製造から流通、使用、廃棄に至るまで、製品ライフサイクル全体を視野に入れた環境配慮が求められている。このような企業姿勢は、後述する化粧品ロス削減に向けた各種施策の背景にもなっており、コーセーの取り組みを理解するうえで重要な前提条件である。

1-2. 2030 年に向けたサステナビリティ戦略と環境目標

コーセーのサステナビリティ戦略は、中長期ビジョン「Your Lifelong Beauty Partner」を実現するための、社会・環境領域における具体的な行動方針として位置づけられている。この戦略のもと、同社は 2030 年に向けて、環境負荷の低減や資源循環の促進に関する複数の目標を設定している。

循環型社会の実現に向けた取り組みとして、コーセーはプラスチック容器包装の環境配慮設計を 100% とすることを掲げている。具体的には、Reduce、Reuse、Recycle、Renewable の 4R の考え方にに基づき、容器設計や素材選定の見直しを進めている点が特徴である。再生プラスチックやバイオマスプラスチックの活用も拡大しており、これらの取り組みは、容器廃棄量の削減や資源ロスの抑制につながる方向性を持つものといえる。また、環境負荷低減の観点から、温室効果ガス排出量の削減も重要な目標として設定されている。

公式資料では、事業活動に伴う排出である Scope1・2 に加え、原材料調達や物流、製品の使用・廃棄などを含む Scope3 についても、2030 年に向けた削減目標が示されている。あわせて、商品のカーボンフットプリント（CFP）の算定を進めることで、製品ごとの環境負荷を把握し、設計や製造段階での改善に活用しようとしている。

これらの取り組みは、環境対策にとどまらず、製造工程におけるロスの削減や、過剰生産の抑制といった点とも関係しており、化粧品ロス削減を考える上でも重要な背景となっている。

1-3. 商品を通じたサステナビリティの実践

コーセーは、サステナビリティを理念として掲げるだけでなく、商品設計や商品開発の段階において環境への配慮を具体的な形で取り入れている。公式サイトでは、環境配慮型の商品づくりに関する取り組みが整理されており、容器の軽量化や単一素材化、再生プラスチックやバイオマス素材の活用、詰め替え・レフィル対応などが示されている。

これらの商品設計上の工夫は、製造段階における資源使用量の削減や廃棄物発生への抑制に関与する取り組みとして整理できる。また、容器を単一素材とすることや再生素材を用いることは、使用後の分別リサイクルを容易にし、廃棄・リサイクル段階における資源循環とも関係している。さらに、詰め替えやレフィル対応の商品は、容器の使用回数を増やす点で、容器廃棄量の削減と関連づけられる。加えて、容器形状や中身の取り出しやすさへの配慮は、使い残しの発生を抑える工夫として、消費段階における化粧品ロスとの関係性が確認される。

このように、コーセーの商品を通じたサステナビリティの取り組みは、環境配慮を商品設計に組み込むことで、製造から消費、廃棄に至る複数の段階と関係づけられる点に特徴がある。表 1 は、これらの商品を通じた取り組みを整理したものである。

表 1 株式会社コーセーにおける商品設計を通じた環境配慮の取り組み

商品設計上の取り組み	公式サイトで示されている内容の要約	化粧品ロスとの関係
容器の軽量化	容器の樹脂使用量を削減し、必要最小限の設計を行う	原材料使用量の削減につながり、製造段階における資源ロスの抑制が期待される
モノマテリアル（単一素材）化	分別しやすいよう、複数素材を使わない容器設計を採用	使用後の分別・リサイクルが容易になり、廃棄・リサイクル段階のロス低減に寄与
再生プラスチックの活用	再生材を使用したプラスチック容器の導入	新規資源の使用抑制につながり、資源循環を通じた間接的なロス削減効果がある
バイオマス素材の活用	植物由来原料など、環境負荷の低い素材を容器に使用	化石資源への依存低減を通じ、長期的な資源ロス削減に

		貢献
詰め替え・レフィル対応	詰め替え用商品の展開により、容器の再利用を促進	容器廃棄量の削減につながり、消費後段階の廃棄ロスを抑制
容器設計の工夫	使用しやすさや残量の出やすさを考慮した設計	中身の使い残しを減らし、消費段階での化粧品ロス低減に寄与する可能性

※出典：コーセー公式サイト「商品を通じた環境配慮」をもとに筆者作成

1-4. 本研究における分析視点の整理

以上のように、コーセーのサステナビリティ戦略および商品を通じた取り組みを整理すると、同社の環境対応は、製品設計や製造といった上流段階に関する施策が中心的に示されていることが分かる。

そこで本研究では、コーセーの化粧品ロス削減に関する施策を、原材料調達、製造、流通、消費、廃棄・リサイクルというサプライチェーンの各段階に分けて整理し、公式資料においてどの段階に重点が置かれているのかを明らかにする。次節以降では、この整理に基づき、各段階における具体的な施策を確認していく。

本章では、コーセーの化粧品ロスに関連する施策を段階ごとに整理・分析する。その際、各施策が化粧品ロスにどのような形で関与しているのかを明確にするため、「関与のタイプ」という区分を用いる。

ここで用いる区分は、施策の優劣や効果の大きさを評価することを目的としたものではなく、あくまでロスとの関係性の違いを整理するための分析上の視点である。

本研究では、関与のタイプを以下の4つに分類した。

① 発生量に影響

製造工程や製品の取り扱いに関わり、結果として化粧品ロスの発生量そのものに影響を及ぼすと考えられる施策。

② 発生抑制に寄与

原材料の使用方法や資源投入のあり方に関わり、ロスの発生を未然に抑える可能性を持つ施策。

③ 行動を通じて影響

消費者や関係者の意識や行動の変化を通じて、間接的に化粧品ロスに影響を与える施策。

④ 結果対応型

すでに発生した化粧品ロスや廃棄物を前提とし、再利用や再資源化によって対応する施策。

2. 原材料調達段階における施策分析

本節では、株式会社コーセーにおける原材料調達段階の化粧品ロス削減に関する施策を、化粧

品ロスとの関係性に着目しながら整理・分析する。

表2 原材料調達段階における施策整理

施策名	実施年	主な内容	施策の主目的	関与のタイプ
資源循環の取り組み (つめかえパックの水平リサイクル実証)	2021年	使用済みつめかえパックを回収し、再資源化・水平リサイクルを行う実証事業(神戸市)	資源循環の推進、環境負荷低減。	発生抑制に寄与

原材料調達段階に該当する施策を整理した結果、調査期間中に確認できた施策は限定的であった。具体的には、2021年に実施された「つめかえパックの水平リサイクル実証（神戸プラスチックネクスト～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～）」が、本研究において原材料調達段階に関連する施策として位置づけられる。

当該施策は、使用済みのつめかえパックを回収し、再資源化することで、新たな原材料として再利用することを目的としている。化粧品の生産量や販売量を直接的に調整する取り組みではないものの、新規資源の投入量を抑制する可能性を持つ点において、原材料調達段階と関係する施策であると考えられる。本研究では、このような特徴を踏まえ、本施策を「発生抑制に寄与する」関与タイプとして整理した。一方で、調査期間全体を通して原材料調達段階に該当する施策数は少なく、他段階と比較しても確認件数が限られている。こうした点については、後の製造段階や消費段階の施策整理との比較を通じて、段階間の違いとして整理する。

3. 製造段階における施策分析

本節では、株式会社コーセーにおける製造段階の化粧品ロス削減施策について、規格外品や余剰物の発生との関係に着目しながら整理・分析する。

表3 製造段階における施策整理

施策名	実施年	主な内容	施策の主目的	関与のタイプ
雪肌精「クリアウェルネス」リブランディング	2020年	環境配慮型素材・設計を取り入れたブランド刷新	環境配慮型製品設計	発生量に影響
化粧品から絵具への再利用（モーングータ支援）	2020年	未使用・規格外化粧品を絵具として再利用	廃棄削減、社会貢献	発生量に影響
雪肌精「クリアウェ	2021年	バイオマス PET 等	環境負荷低減	発生抑制に寄

ルネス」グッドデザイン賞受賞		を用いた容器設計		与
SAVE the BLUE 関連施策（製造・容器設計）	2023年	容器・包装の環境配慮	環境配慮・啓発	行動を通じて影響
不要化粧品バルクのアップサイクル	2023年	使用されなかった化粧品原料の再利用	資源循環	発生量に影響
メタルレスポンプの共同開発	2023年	金属部品を使用しないポンプの開発	リサイクル性向上	結果対応型
アップサイクルペン活用デザインコンテスト	2024年	未利用化粧品のアップサイクル活用	啓発・参加促進	行動を通じて影響

製造段階は、サプライチェーンの中で原材料調達と流通・消費をつなぐ工程に位置づけられる。この段階では、原材料を製品へと加工・充填する過程において、規格外品や余剰物が発生する場合があります。化粧品ロスと関連する事象が生じ得る工程である。そのため、本研究では、製造段階に該当する施策を、化粧品ロスとの関係性に着目しながら整理・分析する。

表3に示したとおり、製造段階に該当する施策は、調査期間（2020～2024年）を通じて複数確認された。確認された施策は、未使用・規格外となった化粧品の再利用、容器設計や素材選択に関する取り組み、ならびにアップサイクルを通じた啓発的な取り組みなど、内容の異なるものに分類できる。

まず、製造過程において未使用または規格外となった化粧品を別用途へ再利用する施策が確認された。具体的には、化粧品を絵具として再利用する取り組みや、不要となった化粧品バルクのアップサイクルが該当する。これらの施策は、製造段階で発生した化粧品ロスを廃棄せずに再利用する点に特徴があり、本研究における関与タイプの分類では「発生量に影響」に整理される。

次に、容器設計や素材選択に関わる施策として、雪肌精「クリアウェルネス」における環境配慮型設計や、メタルレスポンプの共同開発が確認された。これらは、製造工程そのものへの直接的な対応というよりも、製品仕様の見直しを通じて環境配慮を図る取り組みである。本研究では、これらの施策を、化粧品ロスの発生量に直接影響するものではなく、間接的に関与する施策として整理した。

また、2023年以降には、アップサイクルをテーマとしたデザインコンテストなど、社外の参加を促す取り組みも確認された。これらは製造段階に関連する素材や未利用資源を扱っているものの、主な目的は啓発や参加促進にあり、本研究では「行動を通じて影響する」関与タイプとして位置づけられる。

以上のように、製造段階において確認された施策は、再利用、製品設計、啓発といった複数の内容に分類でき、それぞれ化粧品ロスとの関係性や関与の仕方が異なっていることが整理できる。

4. 流通段階における施策分析

本節では、株式会社コーセーにおける流通段階の化粧品ロスに関する施策の有無について、公開資料をもとに整理・分析する。

表4 流通段階における施策整理

該当施策	備考
なし	調査対象期間（2020～2024 年）の公開資料において、流通段階に特化した化粧品ロス削減施策は確認されなかった。

表4に示したとおり、調査対象期間（2020～2024 年）において、コーセーの公開資料からは、流通段階において化粧品ロス削減を重視した施策は確認されなかった。本研究で用いた統合報告書やサステナビリティ関連資料においても、流通工程を対象とした具体的な施策の記載は見られなかった。

この結果から、本研究の分析対象とした公開資料の範囲内では、流通段階における化粧品ロス関連施策は整理できなかったことが確認された。以上の内容は、他段階の施策整理との比較を行う際の基礎情報として位置づけられる。

5. 消費段階における施策分析

本節では、株式会社コーセーにおける消費段階の化粧品ロスに関する施策を、消費者の使用行動や情報提供との関係に着目しながら、公開資料をもとに整理・分析する。

表5 消費段階における施策整理

施策名	実施年	主な内容	政策の主目的	関与のタイプ
SAVE the BLUE (販売連動型)	2020 年	商品購入を通じた環境保全寄附	環境啓発	行動を通じて影響
SAVE the BLUE プロジェクト	2021 年	消費者参加型環境保全活動	啓発・参加促進	行動を通じて影響
BIOLISS PEACEFUL GREEN	2021 年	顧客参加型の環境配慮施策	環境意識向上	行動を通じて影響
KOSÉ Green Bazaar	2021 年	売れ残り商品の再販売	廃棄削減	発生量に影響

SAVE the BLUE Snow Project	2022年	冬季の環境保全 活動	活動領域の拡 張	行動を通じて影響
SAVE the BLUE Ocean Project	2024年	海洋保全活動	環境保全	行動を通じて影響

表5に示したとおり、調査対象期間（2020～2024年）において、消費段階に関連する複数の施策が確認された。これらの施策には、製品の使い切りを意識した設計や、消費者への情報提供、環境配慮をテーマとしたブランド施策などが含まれている。

まず、製品の使用段階に着目した施策として、つめかえ製品の展開や使用継続を前提とした商品設計が確認された。これらは、製品の使用回数や使用期間と関係する取り組みであり、本研究では、消費段階において化粧品ロスの発生を間接的に抑制する施策として整理した。

次に、消費者への情報提供や啓発に関する施策が確認された。具体的には、製品の使用方法や環境配慮に関する情報発信、キャンペーンを通じたメッセージ発信などが該当する。これらの施策は、消費者の行動に働きかけることを目的としており、本研究における関与タイプの分類では、「行動を通じて影響する」施策として位置づけられる。また、SAVE the BLUEをはじめとするブランド施策も、継続的に実施されており、消費段階に関連する取り組みとして整理された。これらは、製品の購入や使用を通じて環境への関心を促す点に特徴があり、化粧品ロスとの関係性は、直接的な削減ではなく、消費者の意識や行動を介した間接的な関与として整理できる。

以上のように、消費段階において確認された施策は、製品設計、情報提供、ブランド施策といった複数の内容に分けて整理でき、それぞれ化粧品ロスとの関係性や関与の仕方が異なっていることが確認された。

6. 廃棄・リサイクル段階における施策分析

本節では、株式会社コーセーにおける廃棄・リサイクル段階の化粧品ロスに関する施策を、回収や再資源化の仕組みとの関係に着目しながら、公開資料をもとに整理・分析する。

表6 廃棄・リサイクル段階における施策整理

施策名	実施年	主な内容	施策の主目的	関与のタイプ
容器回収プログラム	2020 -2021年	使用済み容器の回収	資源循環	結果対応型
資源循環の取り組み	2022年	つめかえパックの回収・再資源化	再資源化推進	結果対応型
アルビオン RECYCLE PROJECT	2024年	店舗での容器回収	回収促進	行動を通じて影響

表6に示したとおり、廃棄・リサイクル段階においては、使用済み容器の回収や再資源化を目的とした施策が複数確認された。これらは、製品使用後に発生した廃棄物を前提とし、再利用や再資源化によって対応する取り組みであり、本研究における関与タイプの分類では「結果対応型」に整理される。具体的には、使用済み容器の回収プログラムや、回収された資源を再生素材として活用する取り組みが該当する。

また、廃棄・リサイクルに関する取り組みを通じて、消費者への情報発信や参加を促す施策も確認された。これらは、回収やリサイクルの仕組みを周知することを目的としたものであり、消費者の行動を通じて間接的に化粧品ロスに影響を及ぼす点に特徴がある。このような施策は、本研究では「行動を通じて影響」に分類した。

以上のように、廃棄・リサイクル段階における施策は、すでに発生した廃棄物への対応を中心とする取り組みと、消費者の行動を促す取り組みに分けて整理することができる。

7. 段階別特徴の整理と全体傾向

本節では、これまで整理した各段階の施策分析をもとに、化粧品ロスとの関係について段階別の特徴を整理する。ここでは、各段階における施策の関与タイプと施策数の多寡に着目し、公開資料に基づく全体的な傾向を確認する。

表7 段階別にみた施策の関与タイプと施策数の整理

段階	関与タイプ	施策の多寡
原材料調達	発生抑制に寄与	少ない
製造	発生量に影響／発生抑制に寄与／ 行動を通じて影響	多い
流通	—	なし
消費	行動を通じて影響／ 発生量に影響	中
廃棄・リサイクル	行動を通じて影響／結果対応型	中

本節では、これまで整理した各段階の施策分析をもとに、化粧品ロスとの関係について段階別の特徴を整理する。ここでは、各段階における施策の関与タイプと施策数の多寡に着目し、公開資料に基づく全体的な傾向を確認する。

表7に示したとおり、原材料調達段階では「発生抑制に寄与する」施策が確認されたものの、施策数は少ない。一方、製造段階では「発生量に影響」「発生抑制に寄与」「行動を通じて影響」といった複数の関与タイプが確認され、他の段階と比べて施策数が多いことが整理された。流通段階については、調査対象期間の公開資料から該当する施策は確認されなかった。これに対し、消費段階では「行動を通じて影響」する施策に加えて、「発生量に影響」する施策も確認され

た。また、廃棄・リサイクル段階では、「行動を通じて影響」する施策と「結果対応型」の施策が実行されていることが整理された。

以上より、化粧品ロスに関する施策は、段階ごとに関与タイプと施策数に違いが見られることが、公開資料に基づく整理から確認された。

V. 他社比較

本章では、株式会社コーセーの事例分析を補足する目的で、同業他社として花王株式会社を比較対象に取り上げる。花王は、化粧品分野に加え、スキンケアやヘアケア、日用品など幅広い分野で事業を展開する日本の大手消費財メーカーであり、資源循環や廃棄削減に関する取り組みについて、公開資料を通じて継続的に情報発信を行っている点に特徴がある。

本研究では、花王における化粧品ロス関連施策を網羅的に分析することを目的とするのではなく、コーセーで用いた分析軸と同様の視点から、サプライチェーンの各段階における施策を整理する。これにより、コーセーの取り組みを相対的に位置づけるための参照事例として花王を扱う。

1. 花王における化粧品ロス関連施策の整理

本節では、花王のサステナビリティレポート 2025（主に 2024 年度の取り組み）をもとに、化粧品ロスに関連すると考えられる施策を抽出し、サプライチェーンの各段階に沿って整理する。施策の内容と化粧品ロスとの関係性に着目し、後段で行うコーセーとの比較分析に向けた基礎的整理を行うことを目的とする。

表 8 花王における環境施策

段階	公開資料から確認できる主な内容	化粧品ロスへの関与タイプ
原材料調達	再生プラスチックを活用した容器原料の使用拡大 (PET 容器への再生材導入)	発生抑制に寄与
製造	再生プラスチックを用いた容器設計・素材選択の推進	発生量に影響／発生抑制に寄与
流通	公開資料上、化粧品ロスに直接言及した流通段階の施策は確認されず	—
消費	eco ペコボトル等、使用量削減やつぶしやすさを考慮した容器設計	行動を通じて影響
廃棄・リサイクル	使用済み容器や廃棄 PET 素材を道路舗装材料等へ再利用する取り組み	結果対応型

表 8 に示したとおり、原材料調達および製造段階では、再生プラスチックを活用した容器原料の使用や、環境配慮型の容器設計に関する取り組みが確認された。これらは、資源投入の段階に関わる施策であり、本研究では「発生抑制に寄与する」関与タイプとして整理した。

消費段階では、eco ペコボトルに代表される容器設計が、使用や廃棄に関する消費者行動を通じて影響を及ぼす施策として位置づけられ、「行動を通じて影響」に分類した。また、廃棄・リサイクル段階では、使用済み容器や廃棄 PET 素材を再利用する取り組みが確認され、すでに発生した廃棄物への対応として「結果対応型」に整理した。一方、流通段階については、公開資料上、化粧品ロスに直接言及した施策は確認されなかった。

2. コーセーと花王における施策比較

本節では、これまでに整理したコーセーおよび花王の化粧品ロス関連施策について、サプライチェーンの各段階および関与タイプという同一の視点から比較を行う。ここでの比較は、両社の取り組みの優劣を評価することを目的とするものではなく、花王の事例を参照することで、コーセーの施策の特徴を相対的に明らかにすることを目的としている。

施策が配置されている段階に着目すると、花王では原材料調達段階から廃棄・リサイクル段階まで、容器や資源循環に関する施策が複数の段階に整理された。一方、コーセーでは、製造段階に該当する施策が相対的に多く、取り組みが特定の段階に集中している様子が確認された。次に、化粧品ロスへの関与タイプに着目すると、花王では「発生抑制に寄与する」施策や「結果対応型」の施策が整理されたのに対し、コーセーでは製造過程で発生する規格外品や余剰物への対応など、「発生量に影響」する施策が多く見られた。また、消費段階においては、両社ともに容器設計や情報提供を通じて消費者の行動に働きかける施策が確認され、「行動を通じて影響」という関与が共通して見られた。一方、流通段階については、両社ともに公開資料上で化粧品ロスに直接言及した施策は確認されなかった。

以上の比較から、コーセーの化粧品ロス対策は、製造段階を中心に、実際に発生するロスへの対応に重点が置かれている点の特徴として整理できる。花王との比較を通じて、こうしたコーセーの施策配置の傾向が相対的に明らかになったといえる。

VI. 考察

1. 分析結果の特徴と施策配置の評価

本研究では、株式会社コーセーにおける化粧品ロス削減に向けた環境施策について、サプライ

チェーンの各段階および施策の関与タイプに着目して整理・分析を行った。その結果、同社の施策は原材料調達、製造、消費、廃棄・リサイクルといった複数の段階にまたがって確認されたものの、段階ごとに施策の数や関与の仕方には一定の偏りが見られた。とりわけ製造段階では、未使用・規格外品の再利用や製造工程における工夫、容器設計の見直しなど、化粧品ロスの発生量や発生抑制に直接的に関与する施策が複数確認された。一方で、原材料調達段階に該当する施策は限定的であり、消費段階および廃棄・リサイクル段階では、消費者の行動を通じて間接的に影響を与える施策や、すでに発生した廃棄物への対応を目的とする施策が中心となっていた。

なお、本研究で対象とした公開資料上では、流通段階において化粧品ロス削減を主目的とした施策は明確には確認されなかった。この点は、流通段階が複数の主体によって構成されていることや、企業単独の取り組みとして整理しにくい性質を持つことと関係している可能性がある。

以上のことから、コーセーの化粧品ロス削減施策はサプライチェーン全体に一定の広がりを持ちながらも、公開資料上では製造段階に重点が置かれた構成として整理される点に特徴があると評価できる。このような施策配置は、企業が比較的直接的に管理・調整できる領域において、化粧品ロス削減への対応が進められていることを示している。

2. 関与タイプからみた化粧品ロス削減施策の特徴

本節では、本研究で設定した関与タイプという分析上の視点を用い、コーセーの化粧品ロス削減施策の特徴について考察する。関与タイプは、施策の優劣や効果を評価するための基準ではなく、化粧品ロスとどのような形で関係しているかを整理するための視点である。この視点により、サプライチェーン各段階における施策配置と企業の関与の仕方を読み取ることができる。

分析の結果、製造段階では「発生量に影響」および「発生抑制に寄与」に分類される施策が多く確認された。製造工程では、原材料の投入量や生産量、規格外品の発生などを企業が比較的直接的に把握・管理できるため、化粧品ロスの発生そのものに関与しやすい。その結果、管理可能性の高い製造段階において、発生量の削減や発生抑制を目的とした施策が多く整理される傾向が示された。これは、化粧品ロス削減において、企業が自社内で完結的に対応できる領域が重視されやすいことを反映していると考えられる。

一方、消費段階では「行動を通じて影響」に分類される施策が中心であった。化粧品ロスの発生は消費者の使用行動に大きく依存しており、企業が直接管理することは難しい。そのため、消費段階では情報提供や啓発、参加型の取り組みを通じて、行動に間接的に影響を与える施策が多く整理されることが考えられる。この点は、消費段階における化粧品ロスが、企業の努力のみでは制御しきれない側面を持つことを示している。

また、廃棄・リサイクル段階では「結果対応型」の施策が中心であった。これらは発生後の対応に限られるものの、資源循環や環境負荷低減の観点から重要な役割を果たしている。関与タイプの違いは、各段階における企業の介入可能性や、化粧品ロスが発生する要因の性質を反映したものとして整理できる。さらに、こうした施策配置は、第4章で整理したコーセーのサステナビ

リテイ戦略や商品・ブランドに関する方針とも整合的である。同社がサステナビリティを事業活動や商品と結びつけている点は、製造段階で直接的な施策が多く、消費段階で行動を促す施策が多いという分析結果と矛盾しない。

以上より、コーセーの化粧品ロス削減施策は、サプライチェーン各段階における企業の介入可能性の違いを踏まえ、関与タイプが使い分けられている点に特徴があると評価できる。すなわち、管理可能性の高い製造段階では直接的な関与が中心となり、消費段階や廃棄・リサイクル段階では間接的な関与が主となる構造が示された。このような関与の違いは、化粧品ロス削減施策の実効性を考える上で重要な視点であるといえる。

3. 他社比較を踏まえた相対的評価と業界全体への示唆

花王との比較分析を通じて、コーセーの化粧品ロス削減施策の特徴を相対的に把握することができた。花王では、原材料調達段階から廃棄・リサイクル段階に至るまで、主に容器や資源循環に関する施策が複数の段階に分散して整理されていた。一方、コーセーでは、製造段階における施策が相対的に多く、実際に発生するロスへの対応や再利用に重点が置かれている点が確認された。

この違いを関与タイプの観点から見ると、花王は「発生抑制に寄与」や「結果対応型」の施策を段階横断的に配置しているのに対し、コーセーは「発生量に影響」や「行動を通じて影響」といった関与タイプを重視する傾向が見られる。両社はいずれも化粧品ロス削減に取り組んでいるものの、どの段階で、どのような形で関与するかという点において、異なるアプローチを採用していると整理できる。これは、各企業が置かれている事業構造や戦略の違いが、化粧品ロス削減施策の配置にも影響している可能性を示唆している。

以上の比較から、化粧品ロスは特定の段階のみで完結する問題ではなく、サプライチェーン全体を通じて捉える必要があることが改めて確認された。製造段階における発生量削減や発生抑制は重要である一方で、消費段階や廃棄・リサイクル段階との接続については、今後さらに検討の余地があると考えられる。本研究で用いた関与タイプという分析視点は、企業がどの段階で、どのような形で化粧品ロス削減に関与しているかを整理するための一つの視点として位置づけることができる。

VII. 結論

本研究では、日本の大手化粧品企業である株式会社コーセーを対象に、化粧品ロス削減に向けた環境施策の内容と特徴をケースとして整理・分析し、サプライチェーンの視点から明らかにすることを目的とした。あわせて、花王との比較を通じて、化粧品業界全体における化粧品ロス対策の課題と今後の可能性について検討を行った。

分析の結果、コーセーの化粧品ロス削減施策は、原材料調達、製造、消費、廃棄・リサイクルといった複数の段階にまたがって展開されていることが確認された。その中でも、公開資料上では製造段階における施策が相対的に多く整理されており、同社の取り組みの特徴として位置づけられる。また、本研究では関与タイプという分析上の視点を用いることで、サプライチェーンの各段階において、企業がどのような形で化粧品ロス削減に関与しているのかを整理することが可能となった。これにより、個々の施策の有無だけでなく、関与の仕方の違いに着目した整理が行えた点に、本研究の意義があると考えられる。

さらに、花王との比較分析を通じて、化粧品ロス削減に対する企業の取り組み方には違いが見られることが確認された。この結果から、化粧品ロスは特定の段階のみで完結する問題ではなく、サプライチェーン全体を通じて捉える必要があることが示された。

最後に、本研究にはいくつかの課題がある。本研究では分析対象を株式会社コーセーおよび花王の公開資料に限定しているため、施策の実際の運用状況や定量的な効果については十分に把握できていない。今後は、他の化粧品企業との比較や定量データを用いた分析、消費者の行動や意識に着目した調査を行うことで、化粧品ロス削減に向けた取り組みをより多角的に検討していくことが求められる。

参考文献

英文文献

- ・ Lim, S., Kwon, H., “Corporate Sustainability Practices in the Cosmetic Industry”, *Journal of Cleaner Production*, 2023, pp. 1–10.
- ・ Spang, E. S., et al., “Food Loss and Waste: Measurement, Drivers, and Solutions”, *Annual Review of Environment and Resources*, Vol. 44, 2019, pp. 117–144.
- ・ Global Cosmetic Industry, “Sustainability and Inventory Waste in the Beauty Industry”, 2022.

和文文献

- ・ 大橋憲司, 「化粧品の環境負荷とその削減の取り組み」, 『廃棄物資源循環学会誌』, Vol. 25, No. 3, pp. 186–193, 2014
- ・ 経済産業省, 「循環型社会形成に向けた施策」, 経済産業省公式サイト, <https://www.meti.go.jp/> (2026/01/30 閲覧)。
- ・ 坂口翠, 「PLUS COSME PROJECT (プラスコスメプロジェクト) — 未使用化粧品や不要になって余った化粧品のリユース活動 —」, 『廃棄物資源循環学会誌』, Vol. 25, No. 3, pp. 201–206, 2014
- ・ 日本化粧品工業会, 『化粧品容器包装に関するガイドライン』, 2020.
- ・ 花王株式会社, 「花王サステナビリティレポート」 2025
花王公式サイト, <https://www.kao.com/jp/newsroom/news/release/2025/20250613-002/> (2026/01/29 閲覧)。
- ・ 株式会社コーセー, 「サステナビリティ」, コーセー公式サイト, <https://koseholdings.co.jp/ja/kose/sustainability/> (2026/01/30 閲覧)。
- ・ 株式会社コーセー, 『統合報告書』, 各年版, コーセー公式サイト,

琉球大学国際地域創造学部経営プログラム 2026 年度卒業研究（王ゼミ）

<https://koseholdings.co.jp/ja/kose/sustainability/report/report2025/> (2026/01/27 閲覧)。

・株式会社コーセー, 「商品における取り組み」, コーセー公式サイト

<https://koseholdings.co.jp/ja/kose/sustainability/environment/commodity/> (2026/01/27 閲覧)。

・山川肇, 「化粧品のガラスびんリサイクル推進の取り組み」, 『廃棄物資源循環学会誌』, Vol.25, No.3, 2014, pp. 194-200

・