

～素材を生かし環境負荷低減、『雪肌精』のサステナブルな姿勢をビジュアルからもメッセージ～

「雪肌精 クリアウェルネス※1」シリーズが 「2021 年度グッドデザイン賞」を受賞

株式会社コーセー(本社:東京都中央区、代表取締役社長:小林 一俊)は、10月20日に「雪肌精 クリアウェルネス」シリーズで、2021年度グッドデザイン賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)を受賞しました。

高く評価されたポイントとして、環境にやさしい素材を積極的に採用し、素材の質感をそのまま生かしたパッケージで環境負荷を低減しながら、シンプルなビジュアルからもサステナブルな姿勢をメッセージしていること、また、生産時や販売時だけでなく、流通やお客さまを巻き込み、使用時、回収後も持続可能な取り組みに参加しやすい仕組みや工夫に取り組んだことが挙げられました。

※1 2020年6月26日発行ニュースリリース <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2020/06/20200626.pdf>



■ 製品名称:「雪肌精 クリアウェルネス」シリーズ

フェイシャル ソープ、ミルククレンザー、ナチュラル ドリップ〈化粧水〉・詰め替え用、スムージング ミルク〈乳液〉・詰め替え用、ハイドレイティング ジェル・付け替え用、ホイップ シールド クリーム・付け替え用、ジェントル ウォッシュ、クレンジング ジェル、ピュア コンク・詰め替え用、リファインング ミルク・詰め替え用、ウォーター シールド クリーム・付け替え用

■ ディレクター・デザイナー

〈クリエイティブディレクター〉

株式会社 TSDO 佐藤 卓

〈アートディレクター〉

株式会社コーセー 商品デザイン部 デザイン室 横倉 尚子

〈デザイナー〉

株式会社 TSDO 江連 有美

株式会社コーセー 商品デザイン部 デザイン室 吉田 雄貴

株式会社コーセー 商品デザイン部 デザイン室 田中 萌

■ デザイナーからのコメント

近年、商品パッケージは、審美性だけでは無く、社会やユーザーを取り巻く問題にどのようにアプローチしているかが問われています。『雪肌精』が以前から取り組んでいる、地球環境を守る活動に見られるブランドの姿勢をパッケージからも伝えたいと考え、透明性・一貫性のあるデザインを目指しました。商品のレフィル対応や、サステナブル素材の活用、資材の共通化のほか、容器回収のようなユーザーとブランドを繋ぐ仕組みを、マスマーケットに提供したことに共感いただき受賞につながったと感じています。開発にあたり、関係各位の皆様のご尽力に心から感謝申し上げます。

■ グッドデザイン賞審査委員による評価コメント

あらゆる分野でサステナビリティが求められる現在、化粧品でも各ブランドで対応を工夫している。この『雪肌精』の新シリーズは、自然素材や再生素材を用いてナチュラルさや実直さを前面に押し出す既存のアプローチを採っていない。これまで築き上げたブランドのイメージを継承しつつ、実質的なサステナビリティを実現する新しい方向性を示している。ブランドに新たな価値を加え、次の時代のスキンケア製品であることを表現している。

グッドデザイン賞の他にも、同様に、「雪肌精 クリアウェルネス」シリーズはお客さまの生活空間になじみながら、素材を生かし、持続可能性に配慮したデザインを高く評価いただき、「Pentawards 2021」でブロンズ賞、「2021 日本パッケージングコンテスト(JPI)」(主催:公益社団法人日本包装技術協会)でパッケージデザイン賞、「ジャパンパッケージングコンペティション (JPC)」(主催:一般社団法人日本印刷産業連合会)で経済産業省 商務情報政策局長賞を受賞。当社を代表するブランド『雪肌精』の地球環境保全や循環型社会の実現を目指す姿勢に多くの方に共感いただいたと考えています。

グッドデザイン賞について

1957 年創設のグッドデザイン商品選定制度を継承する、日本を代表するデザインの評価とプロモーションの活動です。国内外の多くの企業や団体が参加する世界的なデザイン賞として、暮らしの質の向上を図るとともに、社会の課題やテーマの解決にデザインを活かすことを目的に、毎年実施されています。受賞のシンボルである「G マーク」は優れたデザインの象徴として広く親しまれています。 <http://www.g-mark.org/>



『雪肌精』ブランドについて

『雪肌精』は、透明感のある肌に導く和漢植物エキス配合の化粧水として 1985 年に誕生、その確かな肌効果と使い心地の良さから、世界中のお客さまに支持されています。現在は、カテゴリーの追加や販路の拡大により「雪肌精 みやび」、「雪肌精」、「雪肌精 シュープレム」、「雪肌精 クリアウェルネス」の 4 つのシリーズ体系で展開。「あなたが美しくなると、地球も美しくなる」というブランドメッセージのもと、売上の一部を環境保全活動に役立てる、「SAVE the BLUE」プロジェクト等のサステナビリティ推進活動にも長年にわたり取り組んでいます。『雪肌精』はコーセーの重点グローバルブランドの 1 つとして、16 の国と地域(日本、中国、韓国、台湾、香港、フランス、ミャンマー、タイ、カンボジア、マレーシア、ベトナム、インドネシア、シンガポール、カナダ、アメリカ、スペイン)で展開しています。

◇雪肌精 ブランドサイト : <https://sekkisei.jp/>

当社グループのサステナビリティ推進活動について

当社グループは、1991 年より「美しい知恵 人へ、地球へ。」を企業メッセージとして発信し、「人へ」と「地球

へ」という2つの側面から広く社会的課題に貢献する独自の活動を推進してきました。2020年4月には、中期ビジョン「VISION2026」において、3つの基盤戦略のひとつに「バリューチェーン全体にわたるサステナビリティ戦略の推進」を掲げ、これに連動し、グループ全体のサステナビリティに関する取り組みと2030年までの目標をまとめた、「コーセー サステナビリティ プラン」を発表しました。当社グループは、社会的課題への対応は「事業成長」と「持続可能な社会の実現」の両立を図るために、欠かすことのできない重要な経営課題のひとつとして捉え、サステナビリティ活動を推進しています。

◇コーセー企業サイト「サステナビリティ」：<https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/>

※お客さまからのお問い合わせは、お客様相談室  0120-763-325 でお受けしています。