

～女性がより豊かに暮らせる、暴力のない社会の啓発と実現に貢献～

「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」を 11月1日より開始

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、ハイプレステージブランド『コスメデコルテ』において、かねてより取り組んでいる、女性を取りまく社会課題を解消する活動の一環として、独自の取り組み「コスメデコルテ パープルリボンプロジェクト」を立ち上げ、2022年11月1日から12月25日までの期間、寄附や啓発活動などの様々な支援を行います。同時に、内閣府が毎年11月に推進する「女性に対する暴力をなくす運動^{※1}」に賛同し、特に同運動が活動を推進する2022年11月12日から11月25日までの期間、『コスメデコルテ』でも独自の活動を積極的に取り組むことで、女性がより豊かに暮らせる、暴力のない社会の啓発と実現に貢献していきます。

※1 政府が推進する女性に対する暴力根絶に向けた活動。地方公共団体、女性団体及びその他の関係団体との連携・協力の下、毎年11月12日～25日までの2週間を「女性に対する暴力をなくす運動」として様々な活動を実施しています。



『コスメデコルテ』は、当社の象徴的な高付加価値ブランドとして、持続可能な社会の実現を目指し、商品やサービスをはじめとする事業活動を通じて、様々な社会課題の解決に積極的に取り組んでいます^{※2}。2022年3月には、その活動をより加速させるために、ブランド独自の取り組みを策定。新たにサステナビリティメッセージを掲げ、ブランド独自のサイト「コスメデコルテ Sustainable Actions^{※3}」を立ち上げました。お客さまがブランドの取り組みに共感でき、共によりよい社会について考え、自分の行動に還元できる活動を積極的に推進しています。

※2 2021年3月8日発行ニュースリリース : <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/03/2022030801.pdf>

※3 コスメデコルテ Sustainable Actions URL : <https://www.decorte.com/site/s/sdgs.aspx>

まずは、グローバル共通の社会課題であるジェンダーギャップの解消を目指し、女性を取りまく社会の課題を解消する活動に取り組んでいきます。中でも脆弱な立場に置かれている女性たちの暮らしと未来を守るために、国連が定める毎年11月25日の「International Day for the Elimination of Violence against Women(女性に対する暴力撤廃デー)」に合わせて内閣府が推進する運動に賛同、暴力撤廃に向けた意識の醸成を図る啓発活動と、寄附を通じた被害者支援の両面から、女性に対する暴力のない社会の啓発と実現に貢献していきます。

啓発活動においては、女性に対する暴力に関する意識や理解度のより一層の向上を目指し、10月より社内に向けた教育を開始、11月からはパープル・ライトアップへの参画をはじめ、交通広告の展開やビューティコンサルタント(BC)のピンバッジの着用、啓発ペラの配布など様々な活動を行っていきます。

被害者支援においては、NPO 法人「全国女性シェルターネット」と連携し、ブランド独自の基金を立ち上げ、11月1日に発売する限定キット「リポソーム アドバンスト パープルリボン セット」の売り上げの一部を寄附し、より多くの女性が救われるよう、シェルターの運営維持や活動を支援してきます。また自社オウンドメディアを活用した情報発信の他、全国各地の百貨店や化粧品専門店でのイベント開催などを通じ、お客さまや流通パートナーの皆様を巻き込み、認知拡大を図ります。

これからも『コスメデコルテ』は、妥協することなく独自の美を追求してきたクラフトマンシップを活かし、一人ひとりが輝ける未来に向け、生活を心豊かにする商品やサービスの提供を通じて、持続可能な社会の実現に努めてまいります。

商品概要

2022年11月1日発売 限定品

「コスメデコルテ リポソーム アドバンスト パープルリボン セット」

希望小売価格 16,500円(税込) / 15,000円(税抜)

コスメデコルテ リポソーム アドバンスト リペアセラム 容量 75mL

コスメデコルテ リポソーム アドバンスト リペアクリーム 容量 20g



昨年の誕生以来、多くの支持を集めているエイジングケア美容液「リポソーム アドバンスト リペアセラム^{※4}」(本品)と、2022年9月16日に発売する「リポソーム アドバンスト リペアクリーム^{※5}」のトライアルサイズ(20日分)がセットになった限定品です。

※4 2021年6月15日発行ニュースリリース : <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/06/20210615.pdf>

※5 2022年7月13日発行ニュースリリース : <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/07/20220713.pdf>

『コスメデコルテ』について

1970年にデビューした『コスメデコルテ』は、当社の持つ先端技術の粋を集めた高付加価値ブランドです。ブランド誕生以来、妥協することなく独自の美を追求してきたクラフトマンシップと真のエレガンス(“気品”= KIHIN)を継承し、世界中のお客さまに「誇りある美」を提供しています。カウンセリング販売を行う百貨店・化粧品専門店を中心に、世界の限定された店舗で展開し、専任のアドバイザーによる肌診断と、きめ細かなアドバイスを特長としています。『コスメデコルテ』はコーセーの重点グローバルブランドの1つとして、世界15の国と地域(日本、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、マレーシア、イギリス、イタリア、フランス、スペイン、アメリカ、カナダ、オーストラリア)で展開しています。

◇DECORTÉ 公式オンラインブティック: <https://www.decorte.com/>

◇Maison DECORTÉ: <https://www.cosmedecorte.com/maison>

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、中長期ビジョン「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。



持続可能な社会の実現に努め、グローバル社会の一員として責任をしっかりと果たしながら、今まで以上に私たちの英知と感性を活かして、世界で存在感のある、信頼される唯一無二の企業となることを目指しています。

- 「コーセー サステナビリティ プラン」 <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/04/20210430.pdf>
- コーセー 企業情報サイト「サステナビリティ」 <https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/>

『コスメデコルテ』のサステナビリティ推進活動について

当社グループが掲げる「コーセー サステナビリティ プラン」のうち
「アダプタブルな商品・サービスの提供」
「美しく健康的で幸せな生活のサポート」
「ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献」
を中心に、ブランドの特性を生かし、独自のサステナビリティ推進活動に取り組んでいます。



『コスメデコルテ』では、これまでもモノづくりにおいて環境へ配慮した素材の採用や、詰め替え商品の展開、アダプタビリティの観点から多人種への効用試験や多色ファンデーションの展開など、様々な活動を通じて社会課題解決への対応を進めています。

【多様な働き方への配慮 -BCの働きがい創出に向けた取り組み-】

当社では、2021年9月にDXを活用した新たなカウンセリングの手法として、オンラインカウンセリング・プラットフォームを開発。『コスメデコルテ』でのカウンセリングサービスとして「DECORTÉ Personal Beauty Concierge」を稼働させました。従来のオフラインカウンセリングのきめ細かさを再現しながら、オンラインならではの手軽さを両立させ、予約から商品の購入までを一連の流れでスムーズに完結できる新しいカウンセリング概念を確立しました。お客さまには、アクセシビリティの観点で「時間や場所を選ばず気軽にカウンセリングを受けられる」という大きなメリットを享受いただける上、BCの働き方の変革という観点においても、これまで結婚や出産といったライフステージの変化により、仕事を諦めざるを得なかった場合も、時間と場所に制約されない多様な働き方が可能になり、活躍の場が広がりました。



- 2021年8月20日発行ニュースリリース：<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/08/2021082001.pdf>
2022年7月16日発行ニュースリリース：<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/07/20220716.pdf>

【環境への配慮】

肌や環境へのやさしさを裏付けるモノづくりを追求し、地球環境に配慮した商品設計を随所に取り入れています。2021年9月に発売したブランドの代名詞である「リポソーム アドバンスド リペアセラム」のボトル容器には、世界的な社会課題であるプラスチックごみ問題に対応するため、ガラス容器^{※6}や植物性樹脂(バイオマスプラスチック)^{※7}を採用。また付け替えレフィル容器^{※8}もラインナップし、約49%のプラスチック量削減^{※9}に繋がっています。外箱にはFSC認証紙(ミックスタイプ)^{※10}を採用しました。

※6 30mL・50mL ※7 75mL・100mL、ディスペンサーパーツは除く。PET樹脂の粗原料である石化由来のモノエチレングリコール(MEG)を、サトウキビの搾りかすを原料とした植物由来のMEG(バイオMEG)におきかえたもので、生産時のCO₂排出量が、従来の石油系のプラスチックより削減可能です。※8 75mLのみ ※9 75mL ボトル容器重量との比較 ※10 環境や地域社会に配慮して管理された森林に由来する製品

2021年6月15日発行ニュースリリース：<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/06/20210615.pdf>



【肌への配慮】

年齢や肌質、人種を問わず幅広いお客さまが使用できる商品の開発を進めています。2022年4月に発売したリキッドファンデーション「ゼン ウェア フルイド」は、グローバル視点で多様な肌の特徴(肌色・肌悩み・肌印象)を捉えるため、700名もの肌色データを解析し、一人ひとりの肌色を美しく魅せるブランドオリジナルの色体系の40色を開発。同じ肌色でも、環境光や照明が異なると印象が大きく変わることに着目し、肌色と光の関係にフォーカスした研究を行いました。また世界中の様々なお客さまがどのような仕上がりや理想の印象を求めているのか嗜好性調査や感性研究を重ね、同じ色範囲の中でも複数の色相と色調の色を揃えることで、幅広い提案が可能になりました。

2022年2月1日発行ニュースリリース：<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/02/20220201.pdf>

