

株式会社コーセー 御中

サステナビリティ定量調査 調査ご提案書

【調査対象国：日本・中国・アメリカ・フランス】



2024年10月

株式会社クロス・マーケティング



背景と目的 (貴社資料より)

【ご相談の背景】

化粧品業界においてサステナビリティ活動の取り組みとそれを反映させた商品やサービスによる価値向上が進んでる中で、貴社においても「コーセーサステナビリティ プラン」に基づかれ、グループ全体で様々なサステナビリティ活動を推進されている。雪肌精「SAVE the BLUE」などすでに進められている活動もあられるが、貴社ブランドや商品におけるサステナビリティ活動がお客さま側にしっかりと認知されているかについては浸透途上にあるとお考えである。

今回はサステナビリティ施策実行後の初めての効果測定として、合わせて今後どのような戦略のもと貴社サステナビリティ価値をお客さまに伝えていくかの検討資料として、調査のご相談をいただいた。

【明らかにしたいこと】

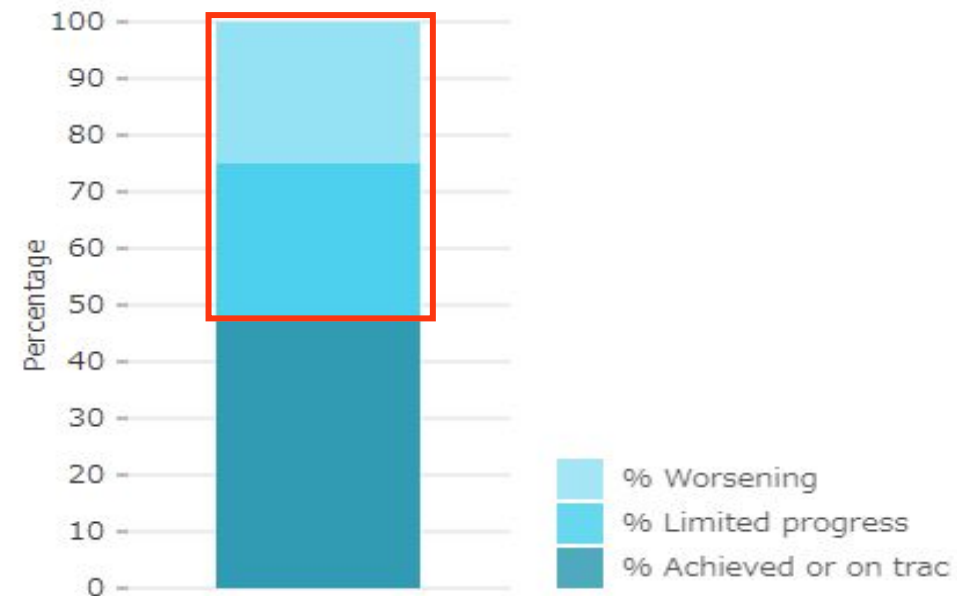
- ①サステナビリティ関連の各国市場動向と消費者意識
- ②サステナビリティ対応商品の情報入手と購入意向
- ③今後貴社で注力していくべきサステナビリティ課題の優先順位付け

日本のSDGs国際評価

- 「持続可能な開発ソリューション・ネットワーク」(SDSN)が2024年に発表した「Sustainable Development Report」では、日本のSDGs達成度は167か国中18位。
- 世界経済フォーラムが2024年に発表したジェンダー・ギャップ指数は、146か国中118位と日本は低迷している。



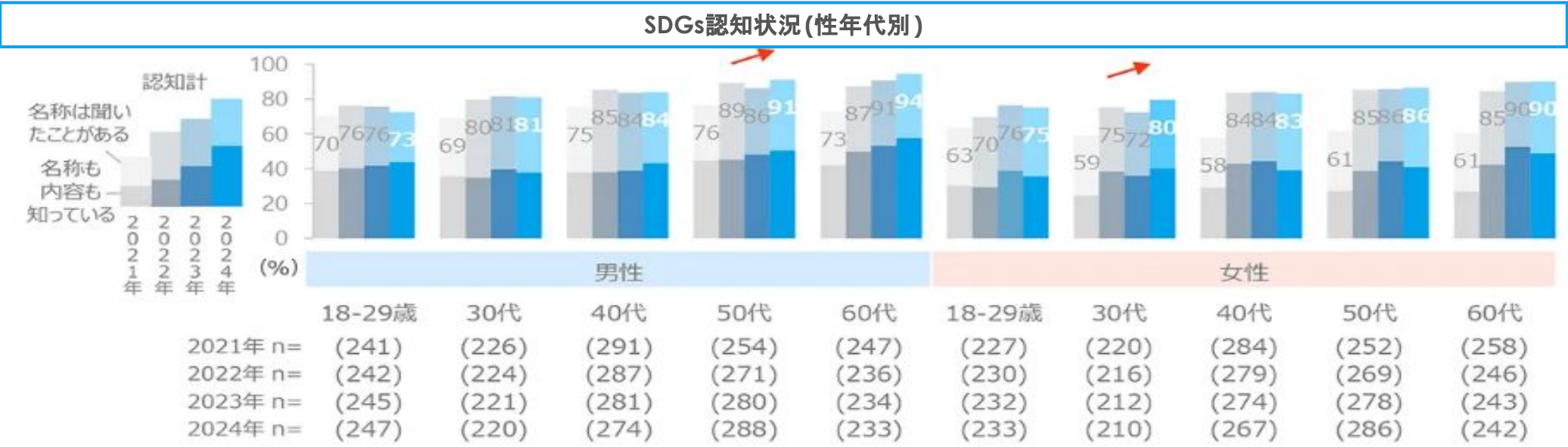
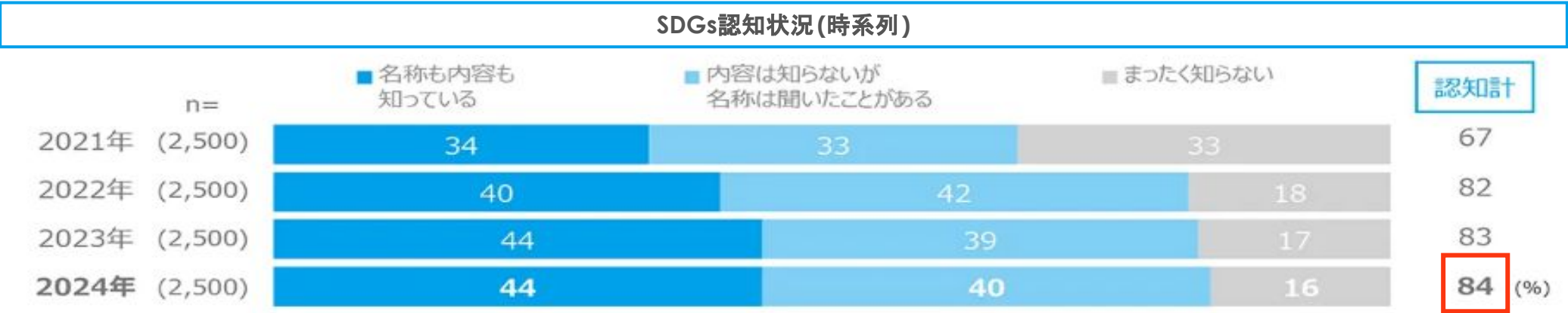
Status of SDG targets for Japan (% trend indicators)



市場での“SDGs”浸透状況（弊社自主調査より）

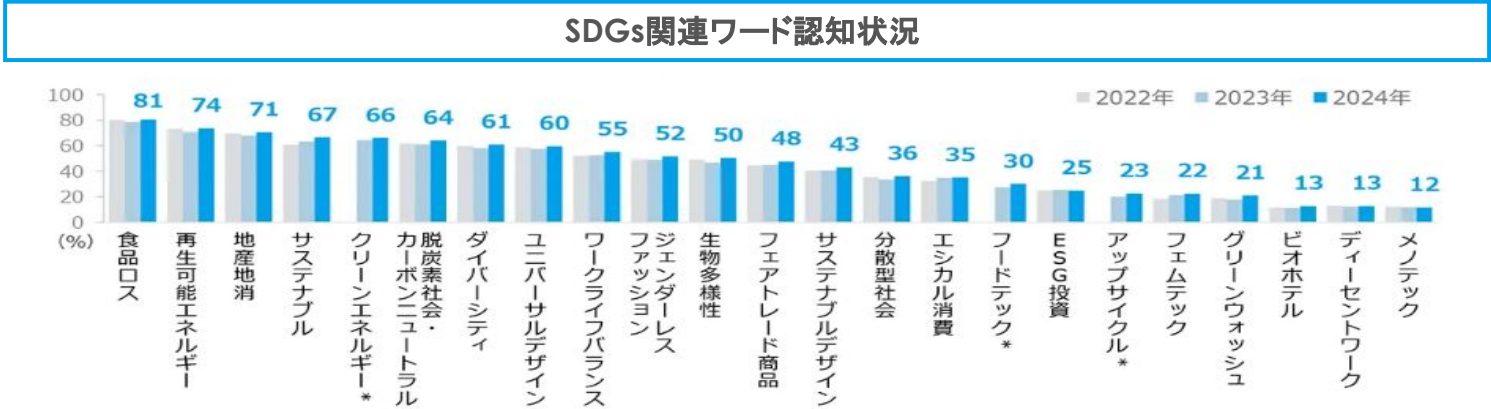
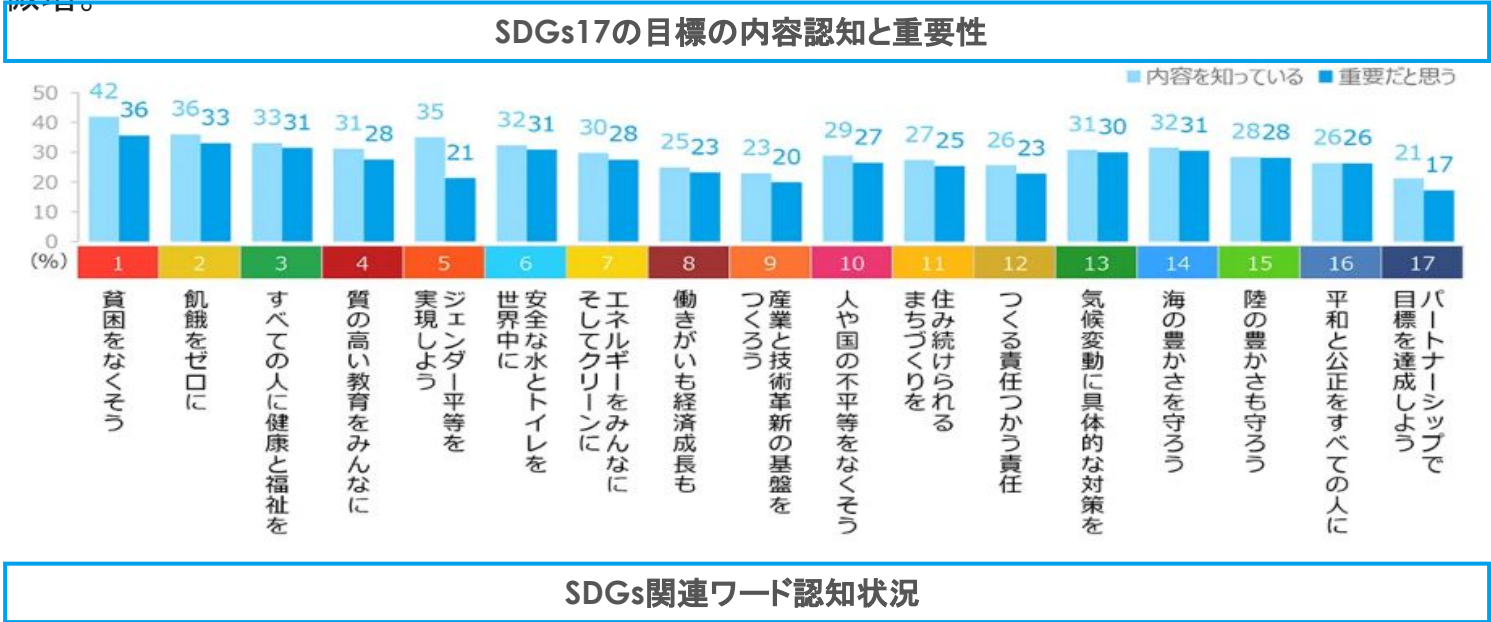
■ 弊社の自主調査によると、SDGsの認知率（名称も内容も知っている＋名称は聞いたことがある）は 84%と

2022年から横ばい傾向が続く。2023年より認知率がやや高まったのは、男性 50代と女性30代であった。



市場でのSDGs内容理解 (弊社自主調査より)

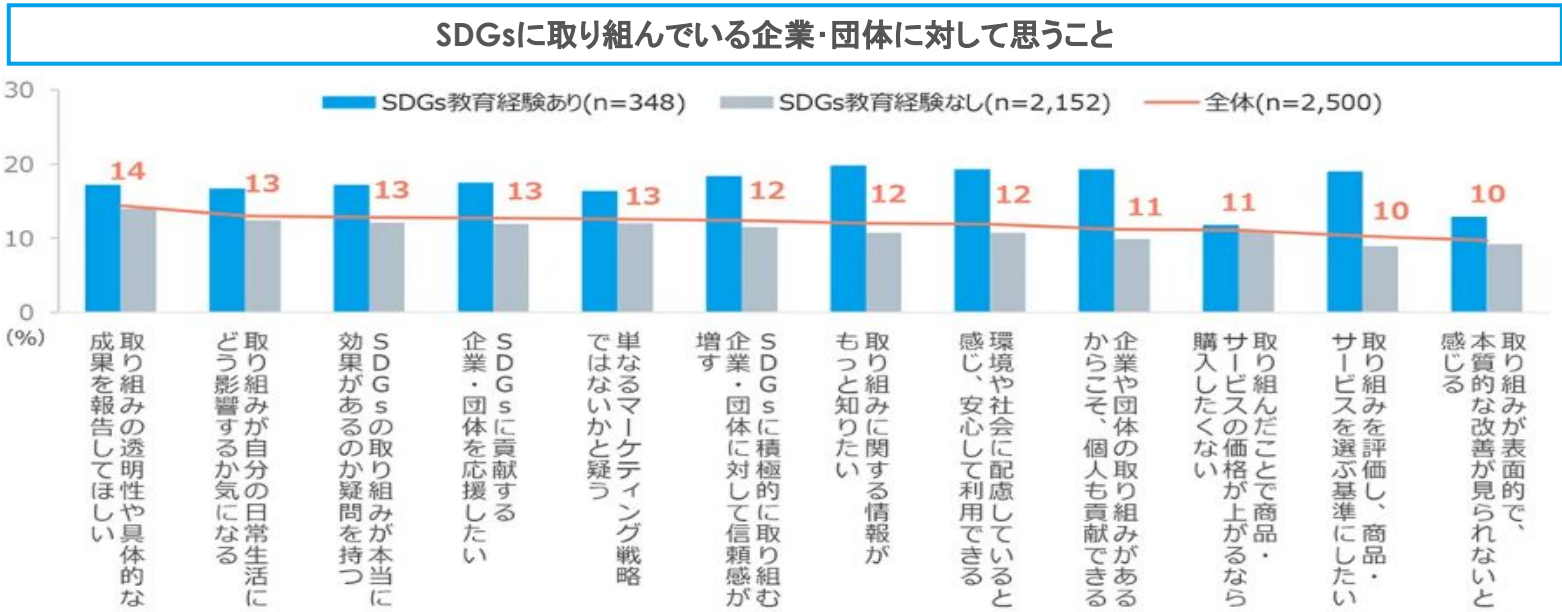
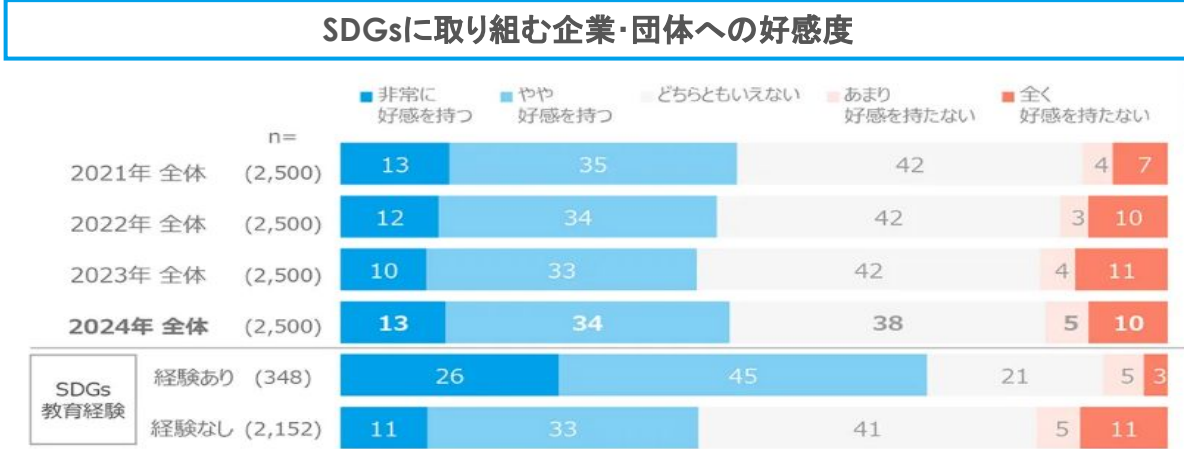
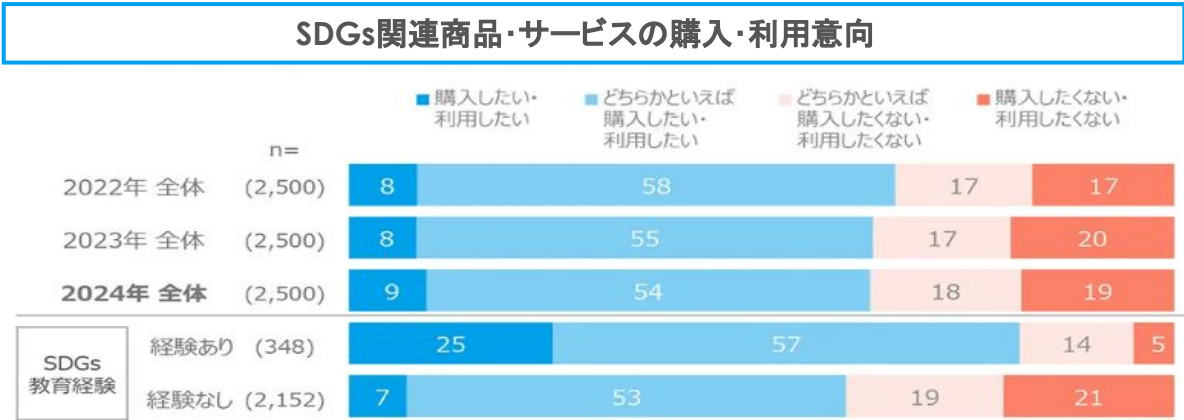
- “重要だと思う”ものは、「1.貧困をなくそう」「2.飢餓をゼロに」「3.すべての人に健康と福祉を」「6.安全な水とトイレを世界中に」「14.海の豊かさを守ろう」「13.気候変動に具体的な対策を」で3割台。
- SDGs関連ワードの認知率(名称も内容も知っている＋名称は聞いたことがある)は、「食品ロス」「再生可能エネルギー」「地産地消」で 7～8割。これ以外のワードも、ここ3年間で微増。



弊社SDGsに関する自主調査 (2024年6月) 認知・興味関心編より抜粋
<https://www.cross-m.co.jp/report/other/20240618SDGs/>

市場でのSDGs商品・企業への評価（弊社自主調査より）

■ 関連商品の購入や利用意向は、63%であり、2022年から微減している。



SDGs達成度ランキング

- 各国のサステナビリティへの取り組みを評価する一つの指標として SDGs達成度を見る。
※あくまで一つの指標であり、具体的な課題や進捗状況は国ごとに異なることに注意が必要
- 北欧諸国がランキングで上位を占めており、サステナビリティへの取り組みが進んでいることがわかる。

Sustainable Development Report 2024によるSDGs達成度ランキング	
1位	フィンランド
2位	スウェーデン
3位	デンマーク
4位	ドイツ
5位	フランス
:	:
18位	日本
:	:
46位	アメリカ
:	:
68位	中国

※<https://www.unsdsn.org/resources/the-sustainable-development-report-2024/>

化粧品業界における各国のサステナビリティ推進状況

国	状況や注目すべき取り組み	代表企業
フランス	フランスの多くの化粧品ブランドは、オーガニック認証や天然由来の成分を重視しており、環境に優しいパッケージングを採用。ロレアルは「L'Oréal for the Future」という持続可能性のプログラムを展開し、二酸化炭素排出削減や持続可能な資源の調達に取り組んでいる。	L'Oreal, Clarins, Caudalie,
ドイツ	ドイツは環境保護やエコフレンドリーな製品作りにおいて先進的な国。化粧品業界でも、ヴェレダ (Weleda) やラヴェーラ (Lavera) などのブランドが、天然由来の成分を使用した製品を提供し、環境に配慮した製造プロセスを採用している。また、リサイクル可能なパッケージや、クルエルティフリー (動物実験を行わない) 製品にも力を入れている。	Dr. Hauschka, Nivea, Weleda
スウェーデン	北欧諸国、特にスウェーデンは、サステナビリティに対する意識が非常に高い国。スウェーデンの化粧品ブランドは、持続可能な材料を使い、エコフレンドリーなパッケージデザインやリサイクル可能な容器を推進している。たとえば、オリフレイム (Oriflame) は、サステナブルな植物由来の成分を使用し、自然環境への影響を最小限に抑える取り組みを行っている。	Oriflame,
日本	「ゼロウェイスト (無駄を出さない)」という考え方が広まりつつあり、シンプルで環境に優しい製品が増えている。さらに、天然由来の成分を使用した化粧品も人気。コーセーは「持続可能な世界の美しさの創造」を推進し、サンゴを移植する「セイブ・ザ・ブルー」プロジェクトに取り組み、製品中のプラスチックを削減。資生堂は持続可能なパッケージングに取り組んでおり、持続可能性の実践において大幅な改善を達成。	コーセー, 資生堂, 花王
韓国	韓国ブランドは、天然成分を重視した製品作りに加えて、動物実験を行わないクルエルティフリーの製品を強調している。イニスフリー (Innisfree) やアモレパシフィック (AmorePacific) などのブランドは、環境に配慮したパッケージやリサイクルプログラムを導入している。	Innisfree, AmorePacific
中国	ロレアルのような企業によるカーボンニュートラルへの取り組み。循環経済を促進するためのアリババとロレアルのパートナーシップ。ナチュラル・オーガニック化粧品への注目が高まっている。	L'Oréal, Shiseido, Estée Lauder, Amorepacific
アメリカ	アメリカの消費者はエコ意識が高く、クルエルティフリーやヴィーガン製品、リサイクル可能なパッケージに対する需要が増えている。多くの企業が持続可能な原料調達や製造プロセスの改善に取り組んでいる。例) 生分解性パッケージと天然成分の採用への移行。	L'Oreal, Estée Lauder, Juice Beauty, Aveda

各国でサステナビリティの取り組みを評価されている企業（化粧品）

日本



資生堂

コーセー

花王

ファンケル

アメリカ



L'Oreal

Estee Lauder

Unilever

Johnson &
Johnson

P&G Beauty

Amorepacific

Tom's of Maine

中国



L'Oreal

Estee Lauder

Amorepacific

Shiseido

Pechoin
(百雀羚)

Fan Beauty
Secret

フランス



L'Oreal

LVMH

Chanel

L'Occitane

Yves Rocher

Clarins

参考文献

日本



<https://sustainable.iapantimes.com/magazine/vol39/39-06>
<https://allabout-japan.com/en/article/10635/>
<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/env/action3.html>
<https://corp.kose.co.jp/ja/sustainability/environment/commodity/>
<https://www.icia.org/en/approach/sustainability/guidelines>

アメリカ



<https://www.forbes.com/sites/mariannelehnis/2024/06/24/beauty-is-not-just-skin-deep-its-kind-to-the-planet/>
<https://www.loreal.com/en/commitments-and-responsibilities/for-the-planet/>
<https://www.studentleadershipnetwork.org/beauty-inspired-values-driven-the-estee-lauder-companies-progresses-social-impact-and-sustainability-goals/>
<https://us.pg.com/responsible-beauty/>
<https://procurementmag.com/articles/what-is-unilevers-partner-with-purpose-programme>
<https://blog.cleanhub.com/sector-spotlight-top-9-cosmetic-brands-that-are-leading-the-charge-in-sustainable-packaging>

中国



<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/china-cosmetics-products-market-industry/companies>
<https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2024/05/07/china-s-beauty-brands-embrace-esg-focus-as-consumer-priorities-shift>
<https://www.cnbc.tv/18.com/retail/all-of-lorals-plastic-packaging-will-use-eco-friendly-materials-by-2030-global-brand-president-9065371.htm>
<https://www.packagingdive.com/news/estee-lauder-sustainability-rob-dipalma-pcr-recycled-content-refill-reuse/722020/>
<https://www.apgroup.com/int/en/commitments/sustainability/circular-economy/circular-economy.html>
<https://moodiedavittreport.com/shiseido-launches-sustainable-beauty-actions-campaign/>
<https://cosmeticschinaagency.com/pechoins-strategy-analysed/>

フランス



<https://the-ethos.co/best-clean-french-beauty-brands/>
<https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2024/01/30/L-Oreal-Sephora-Clarins-test-pack-return-scheme-in-France>
<https://www.loreal.com/en/commitments-and-responsibilities/for-the-planet/>
<https://www.esgtoday.com/loccitane-to-eliminate-air-shipping-of-products-to-reduce-value-chain-emissions/>
<https://www.groupeclarins.com/news-and-publications/earth-day-2023-strengthening-our-commitments/>

その他

<https://nataliesetareh.com/german-makeup-brands/>
<https://markwideresearch.com/sweden-cosmetics-products-market/>
<https://www.gdly.ca/post/korean-beauty-industry-leading-the-charge-for-sustainability-and-social-impact>



調査設計

調査設計の考え方

“サステナビリティ”について①→③へと大→小領域へと焦点を絞る形で調査を設計。
市場規模把握についてはスクリーニングデータから明らかにさせ、本調査では、化粧品業界領域に特化して聴取いたします。

調査課題①
サステナビリティ関連の市場動向と消費者意識

広領域での
サステナビリティ

スクリーニング調査データで把握

- 20～69歳女性(指定業種勤務者は対象除外)
- ※各国年代別人口構成比に合わせて WB集計想定

調査課題②
サステナビリティ対応商品の情報入手と購入意向

化粧品領域における
サステナビリティ

本調査データで把握

- 20～69歳女性(指定業種勤務者は対象除外)
- サステナブル意識あり層
- スキンケア・メイク化粧品
いずれか1アイテム現使用者

調査課題③
今後貴社で注力していくべき
サステナビリティ課題の優先順位付け

調査項目(案)

スクリーニング調査

基本属性

- 性別
- 年齢
- 居住地
- 除外業種
- 職業
- 未既婚
- 同居家族

サステナビリティ意識・実態

- サステナビリティへの意識有無(4段階)
- サステナビリティ商品で惹かれる要素
- サステナビリティ商品の購入経験・商品カテゴリ
- サステナビリティ商品の購入時優先度

サステナビリティ関連商品購入層の ターゲットペルソナ像把握のための情報の聴取

- エコ・サステナビリティ商品を意識しはじめてからの年数
- 普段の情報入手経路
- 趣味・熱中しているもの
- 生活価値観

その他

- サステナビリティ商品・サービス提供化粧品メーカー
認知・購入経験
※サステナビリティは謳わずに聴取

調査項目(案)

本調査

サステナビリティ意識・実態

- ・サステナビリティ商品・サービス提供化粧品メーカー
 - ・イメージ
 - ・好感度※サステナビリティは謳わずに聴取
- ・サステナビリティ想起企業・ブランド(選択式)
※聴取企業・ブランドは貴社にて各国選定

化粧品関連サステナビリティ対応商品の情報入手と購入意向

- ・化粧品業界のサステナブル施策に期待すること
- ・貴社および競合社の代表的サステナビリティブランドにおける商品やサービス
 - ・認知度
 - ・使用経験
 - ・使用意向
- ・同上ブランド評価 ※ブランド数次第でご相談
 - ・独自性(他の企業とは違う独自性を感じるか)
 - ・環境価値評価(環境に配慮したブランドと感じるか)
 - ・魅力度(サステナビリティ・プレミアムと感じるか)

今後コーセーで注力していくべき

サステナビリティ課題の優先順位付け

- ・貴社提供要素提示評価 ※呈示数次第でご相談
(直接肌に使用する化粧品に備わっていて欲しい、サステナブル要素優先順位確認)
 - ・魅力度
 - ・購入意向

- ・サステナブル商品に対する忌避要素(高価格や魅力度など)

アウトプットイメージ

- スクリーニングデータでは、サステナビリティ意識・実態や、当該意識保有者規模および、そのペルソナ像を把握します。
- 本調査では、サステナビリティ対応商品・ブランドへの意識、受容性を把握します。

スクリーニングデータ

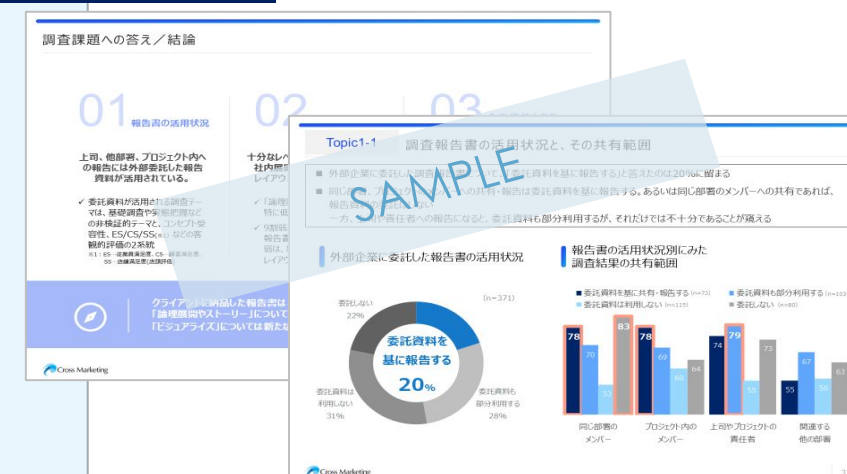
20-69歳女性
※調査配信対象

・サステナブル意識あり女性 ●●%

・ターゲットペルソナ

本調査データ

20-69歳女性
化粧品自購入者
サステナブル意識あり層



調査概要

対象地域	日本、中国、アメリカ、フランス
調査手法	インターネットパネルを使ったオンラインアンケート調査
対象者条件とサンプル数	<ul style="list-style-type: none"> 各国250ss(or500ss) 20～69歳女性 10歳刻み5セル×50ss(or100ss) サスティナブル意識がある者(「意識している」「どちらかといえば意識している」いずれかにあてはまる者) 自選択・自購入したスキンケア・メイク化粧品いずれか 1アイテム以上使用者 <p><ブースト ※日本のみ> 以下メーカー・ブランド商品購入経験者を各 30～50s回収</p> <ul style="list-style-type: none"> ①コーセー購入者 ②資生堂購入者 ③花王購入者 ④ポーラオルビス <p><ブースト ※日本以外> コーセー認知者を30s回収 ※努力目標とする</p> <div data-bbox="1510 927 2440 1177"> <p>1009CM いただいたオリエンシートに雪肌精等ブランドの設定がございましたら、そちらの設定は必須となりますでしょうか。 その場合、割付・回収がさらに詳細となり増額になるため確認させていただきますと幸いです。</p> </div>
業務範囲	<ul style="list-style-type: none"> 業務範囲: 調査票作成・翻訳、実査、データクリーニング、ローデータ作成、クロス集計作成、レポート 納品物: 調査票、ローデータ、GT表、クロス集計表、レポート ※すべて日本語のみ

The background of the slide is a grayscale image. It shows a close-up of a laptop keyboard, a pen, and a document. The document features a line graph with multiple data series. The text 'スケジュールとお見積もり' is overlaid on the right side of the image.

スケジュールとお見積もり

スケジュール(～実査まで)

工程	日程	締切時刻	担当	10月													11月													12月																								
				9	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9
				水	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金			
ご発注(仮)	10/22	火																																																				
調査票作成(初稿)																																																						
調査票ご確認																																																						
調査票修正(第2稿)																																																						
調査票ご確認																																																						
調査票(日本語)確定	11/13	水	18時																																																			
調査票内容確認(OMグローバル部門にて)																																																						
調査票確定	11/15	金	18時																																																			
調査票翻訳																																																						
<日本語版>画面作成																																																						
画面ご確認(画面提出)	11/25	月	14時																																																			
画面確定	11/26	火	16時																																																			
<各国語版>画面作成																																																						
画面ご確認(画面提出)	12/2	月	14時																																																			
画面確定	12/3	火	16時																																																			
※海外提携先との接続設定にお時間がかかりますので、締切時刻までにはご承認をお願いいたします。																																																						
実査	12/4-12/12																																																					

⋮

スケジュール(実査後～)

[illegible]

※調査設計により変動する場合がございますので予めご了承ください。

※調査票確定後に調査票や調査仕様の修正が生じた場合には、案件実施スケジュール・料金に変更になる場合がございます。

あらかじめご了承ください。

※日本語画面確定後は、調査票の変更はできませんのでご了承ください。(日本語画面確定後に変更となった場合はスケジュール後ろ倒し、費用が別途かかります。)

※実査期間は回収状況に応じて日程前後する可能性があります。

お見積もり

○ファクトレポートの場合

※レポートはコメントありグラフ集(サマリーなし)の想定

概算見積(税別)

	2か国 (日+1か国)	3か国 (日+2か国)	4か国 (日・中・米・仏)
各国250ss	¥2,650,000	¥3,250,000	¥3,800,000
各国500ss	¥2,950,000	¥3,700,000	¥4,400,000

○インサイトレポートの場合

※レポートはサマリー・示唆付きのコメントありグラフ集の想定

	2か国 (日+1か国)	3か国 (日+2か国)	4か国 (日・中・米・仏)
各国250ss	¥2,850,000	¥3,450,000	¥4,000,000
各国500ss	¥3,150,000	¥3,900,000	¥4,600,000



ご注意

この資料の無断複写、複製、ノウハウの使用、企業秘密の開示などは一切禁じられています。
お取り扱いには十分にお気をつけください。

