



ENRICH NOT EXPLOIT™ (It's in our hands)

サステナビリティ
レポート 2017-2018
ザ・ボディショップ ジャパン



日本の取り組み

Highlights of 2017-2018 First Half

Content

- 03** - 日本代表あいさつ
- 04** - FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING
化粧品の動物実験反対キャンペーン 日本の進捗
- 05** - 東日本大震災復興支援
サクラチャリティプロジェクト2017・2018
- 06** - HIV/エイズ 啓発キャンペーン2017
- 07** - ザ・ボディショップ ニッポン基金2017・2018



日本代表あいさつ

2018年8月、化粧品の動物実験反対 Forever Against Animal Testing (FAAT) キャンペーンに寄せられた世界中の署名が目標の800万筆を超えました。このキャンペーンは2017年～2018年に亘り、ザ・ボディショップ史上最大規模で取り組み、日本でも18万筆を超える賛同のご署名をいただくことが出来ました。EUでは、2013年に動物実験をした化粧品の販売が全面的に法律で禁止されましたが、日本を含む80カ国以上で未だ化粧品の動物実験を禁止する法律がありません。この多くのご署名を力にして、必ずや世界レベルでの法制化による禁止へ繋げていく所存でございます。署名のご協力本当にありがとうございました。

さて、日本では、製品やコミュニティトレードの開発に直接関与はしていませんが、こうしたFAATをはじめとしたキャンペーンや、製品のご紹介を中心としたコミュニティトレード (Community Trade・CT) の推進など、ENRCH NOT EXPLOIT It's in our hands (より良く、より豊かに。私たちが、変えていく) をグローバルと足並みを揃えて行っております。

同時に、自分の属する地域社会に貢献するという創業者アニータ・ロディックの意志を継いで、国内で出来ることを進めております。例えば、東日本大震災の直後に立ち上げた「サクラチャリティプロジェクト」も多くのお客さまの温かいご協力により、被災地女性の手作り製品は累計販売個数48,000個を超え、店頭での寄付を含めると7年間で25,000,000円を超える支援金を被災地に届けることができました。

また、ザ・ボディショップ ニッポン基金の活動も23年間で220団体に対して54,000,000円を超える助成を行ってまいりました。こうした団体が取り組む「見過ごされがちな」問題に対してお手伝いさせていただいております。

今後とも、私どもザ・ボディショップと共に「世の中を良くする」活動にご理解とご協力を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

ザ・ボディショップ
株式会社イオンフォレスト 代表取締役社長
福本 剛史



FOREVER AGAINST ANIMAL TESTING

化粧品の動物実験の廃止を目指して

私たちザ・ボディショップは、化粧品の動物実験と闘う、最初のビューティブランドとして、1989年から歩んできました。店頭やwebサイトでは、スタッフからお客さまに世界中の化粧品の動物実験を永遠に禁止するために、積極的にクルーエルティフリー*ビューティを発信しています。

2017年には、2018年8月末までに世界中のザ・ボディショップで800万件の署名を集めることを目標に、取り組みました。

ご協力いただいた署名は、2018年10月4日世界動物デーにNY国連本部に提出。世界中で動物実験を永久に禁止する国際条約の施行を促します。

期間 : 2017年6月1日～2018年8月31日

日本国内: **185,433筆**

全世界 : **800万筆達成(最終結果8,342,438筆)**

化粧品の動物実験と闘う最初のビューティブランドとしてザ・ボディショップはこの闘いを終わらせたい。世界中の化粧品の動物実験撤廃を目指す、私たちの闘いはこれからも続きます。

*クルーエルティフリーとは: 動物実験を行わない、動物を犠牲にしない
*グローバル全体の進捗報告はP10-11をご参照ください。



スタッフからお客さまへ ～店内の様子～
来店のお客さまへ積極的に署名協力のお声がけをしました!



署名活動

SAKURA CHARITY PROJECT

東日本大震災復興支援 サクラチャリティプロジェクト

東日本大震災の直後に立ち上げた長期的・継続的な復興プロジェクト。
売り上げの一部や店頭募金を寄付金とし、毎年さまざまな団体と協力して
地域に根ざした活動を支援しています。

2015年からは「援助ではなく取引を」をコンセプトに、東日本大震災の被災地
である岩手・宮城・福島の3県5団体の女性たちによる手づくり製品の商品化を
開始。売上のうち諸経費を除く全額が、製作パートナーである作り手さんの
収入となり、長期的・継続的な支援を拡大しています。

サクラチャリティプロジェクトにちなみ、2017年はサクラ柄のポケットティッシュ
ケースを、2018年はミニポーチを販売。それぞれいつも持ち運べるサイズで、
「この震災をずっと忘れない、風化させない」という想いを込め、支援の輪を
広げていこうと呼びかけました。

2017年 期間:3月2日～5月10日
店頭募金及びチャリティ製品販売による寄付金額: **387,606円**
製作パートナーの直接収入: **854,450円**

2018年 期間:2月22日～5月16日
店頭募金及びチャリティ製品販売による寄付金額: **394,100円**
製作パートナーの直接収入: **1,546,140円**

ザ・ボディショップのこの活動は、
被災地に手仕事と、高齢者や女性が集まれるコミュニティをつくり、
被災地に寄り添いながら現状を発信することで、
東北の未来を紡ぐ力となることを目指しています。
これからもザ・ボディショップの震災復興支援活動は続きます。



店頭での活動



2018年:サクラチャリティポーチ



2017年:サクラチャリティティッシュケース

春の訪れにぴったりな、日本の春を象徴するサクラの花びらのモチーフが大好評でした!

OUR PARTNER

「サクラチャリティポーチ」の売上のうち、
諸経費を除いた全額が岩手・宮城・福島の3県5団体の製作パートナーの収入となります。



手創工房 輝きの和 (岩手県)



一般社団法人東松島
みらいとし機構 (HOPE) (宮城県)



特定非営利活動法人
石巻復興支援ネットワークやっぺす!!
(宮城県)



ママSUNスマイル (福島県)



特定非営利活動法人
ピースジャム (宮城県)

HIV/AIDS Red Ribbon Campaign

HIV/エイズ啓発 レッドリボンキャンペーン 「無関心にNo! エイズはみんなの問題です」

エイズを誰にでも起こりうる問題ととらえ、差別や偏見のない社会を目指して1997年からはじまったHIV/エイズ レッドリボンキャンペーン。
2017年は、先進国で唯一新規HIV感染・新規エイズ患者が増え続けている日本国内の活動に焦点をあて、正しい知識の提供・予防啓発のための活動をサポートしました。

2017年 期間: 11月2日～12月25日

店頭募金及びチャリティ製品販売による寄付金額: **228,999円**

(内訳)

1. レッドリボンピンバッジ2種による寄付金: **23,300円** *1個につき100円
2. 被災地の方でづくり「THE HOPEチャーム レッドリボン」販売による寄付金: **7,480円** *1個につき20円
3. 店頭募金: **198,219円**

寄付金は、特別非営利活動法人HIVと人権・情報センター(JHC)に寄付し、HIV/エイズについての認識と理解を深めるための若者から若者への啓発、教育プログラム「ヤング・フォー・ヤング・シェアリング・プログラム(YISP: Young for Young Sharing Program)」に役立てていただきました。
YISPは、JHCの若いボランティアや教育関係者が中心となってつくった、若者のためのAIDS啓発プログラムです。
1998年から20年近くの実績があり、これまでに6万人以上の小学生～社会人の若者が参加しています。



ザ・ボディショップスタッフによるボランティア活動も行いました。

HIV抗体検査会場でのハンドトリートメントサービス

大阪エイズウィークスへの参加 等



HIVと人権・情報センター

HIV/エイズへの社会的偏見の克服と共生を目指し、日本国内での啓発活動を行う市民団体。

ザ・ボディショップでは1997年から支援を開始。

特に、若者による若者のための啓発プログラムYISPを応援しています。

<http://www.npo-jhc.com>

THE BODY SHOP NIPPON FUND

地域社会に貢献する草の根活動の支援 ザ・ボディショップ ニッポン基金

ザ・ボディショップでは、創業者デйм・アニー・ロディック(1942~2007)の「収益は、常により良い目的のために使うこと」という理念のもと、これまでも多くの社会問題の解決のために取り組んできました。

ザ・ボディショップ ニッポン基金は、1995年に設立した日本国内で、社会や環境問題の改善をめざした実践的な活動をしている団体・個人の方を助成・応援するための基金です。

見過ごされがちな問題にスポットを当てて社会・環境問題の改善を目指すザ・ボディショップの活動の一環として、地域社会に貢献する草の根的な活動を行う方々を支援しています。

助成金はイオンフォレストからの拠出金や従業員からの寄付に加え、LOVE YOUR BODY™カードのポイント寄付、寄付つき製品の売り上げ、店頭募金など、お客さまにもさまざまな形でご支援いただいた寄付金が貴重な資金となっています。

ザ・ボディショップ ニッポン基金では、助成金寄贈に留まらず、活動期間中の広報サポートやザ・ボディショップ店舗及びスタッフによるボランティア参加等の人的サポートも積極的に行います。

2017年度 助成団体:4団体 助成金額合計:1,000,000円

2018年度 助成団体:5団体 助成金額合計:1,000,000円

これまでの助成金総額

54,754,315円 助成団体数**220団体**

(2018年度まで)

LOVE YOUR BODY™会員カードのポイントで お客様も助成活動をサポートしていただくことができます

LOVE YOUR BODY™会員のポイントを、「チャリティポイント」として寄付できます。2017年度*はお客さまより51,198ポイントの寄付があり、ザ・ボディショップが同額をマッチング(同額加算)し、合計約10万円が基金に寄付されました。

(*2017年3月~2018年2月)

ポイント寄付の他、寄付つき製品の売上や店頭募金などのお客さまからの寄付金をはじめ、ザ・ボディショップ社員からの寄付などが大切な資金となり、助成金を運用しています。

2017年度



認定NPO法人日本ハビタット協会

FC Manis マニスファンクラブ

2018年度



NPO法人 里野山家

NPO法人ダイヤモンド・フォー・ピース



NPO法人ビルコン

Cafe de FUKUSHIMA



Alopecia Style Project Japan
アルペシア スタイル プロジェクト
ジャパン

認定NPO法人OurPlanet-TV

DV被害者の自助グループ

【店舗でのイベントサポート】

一例)2017年度助成団体 オランウータンなど希少動物が住む森の保全活動を行う「FC.Manis. マニスファンクラブ」と一緒に、Tシャツ作りやモビール作りを通じて動物と自然のバランス、生物多様性について楽しく学ぶイベントを行いました。



【ボランティア活動への参加】

一例)2017年度助成団体「NPO法人日本ハビタット協会」の外貨コイン仕分け作業ボランティアに毎月スタッフが参加しています。





ENRICH NOT EXPLOIT™ (It's in our hands)

サステナビリティ
グローバルレポート 2017



※このレポートは、英国本社レポートの翻訳版になります。

Content

10 - 2017年度概要

11 - あいさつ

12 - はじめに

14 - Enrich Our People

20 - Enrich Our Products

25 - Enrich Our Planet

32 - 未来に向かって

34 - Enrich Not Exploit™ のターゲットおよび指標



2017 年度概要

バイオブリッジキャンペーンを通じて、**4,140万**平方メートルの土地を保護しました

Forever Against Animal Testing (化粧品動物実験廃止) キャンペーンの嘆願書に**380万**人の署名が集まりました

スタッフがそれぞれの地域コミュニティをより豊かにするためにボランティア活動に費やした時間は、**75,521**時間に及びました

コミュニティリード・プログラムを通じて、**12,450**人の経済的に弱い立場の人々が雇用の機会を得ました

原料を調達している地域で、**8,000**ヘクタールの森林が保護されました

68カ国に**3,000**店以上を展開しています

1,600件のニュース記事で、Forever Against Animal Testingキャンペーンを開始したことが取り上げられました

生息数が世界で**800**頭とされる新種のタパヌリオランウータンが、バイオブリッジキャンペーンの対象地域の一つで発見され、現在、このキャンペーンを通じて保護が進められています

私たちが管理するウェブサイトの**95%**で、製品の環境フットプリントに関する情報を公表しました

現在、天然成分の**70%**について、原産国までトレースしています

包装材の**55%**が化石燃料不使用です

店舗の**23%**で、再生可能エネルギーまたはカーボンバランス・エネルギーが使用されています

社会的・環境的責任を伴うコミュニティリード・プログラムを通じて、**24**種の成分を持続可能な方法で調達しています

生物多様性を誇る地域の保護に役立つ可能性のある**21**種の天然でサステナブルな成分について、私たちの製品に使用可能かどうかを見極める評価が進行しています

すべての製品の環境スコアが**5%**改善されました

4店舗で、改装後、環境フットプリントが削減されました

世界中の店舗でのエネルギー使用量が**3%**減少しました



あいさつ

ザ・ボディショップは初めてサステナビリティ・レポートを発表した企業の一つであり、今なお、この取り組みを優先させていることを誇りに思っています。今回のEnrich Not Exploit™レポートは、私がザ・ボディショップのCEOに就任して初めてのレポートです。企業の社会的責任において成し遂げることとして私たちが掲げた野心的なターゲットについて、全体的に進捗状況には差がありますが、私たちは、化粧品業界だけでなく、もっと幅広く、ビジネス界全体の中で、依然としてこの分野のグローバルリーダーであり続けています。今年、Natura & Co(ナチュラ・コスメティコス)の傘下に入ったことで、この分野での勢いに弾みがつきました。

2017年は進展をみることができ、その進展をバネに2018年の決意を固めたわけですが、これは、非常に多くの人々の向上心と献身の証です。私たちには組織全体で数千人の共に働く仲間がいます。また、何百万人というお客さまやサポーターがおられ、幅広くさまざまな分野の外部パートナーもいます。そうしたすべての人たちが、私たちの成功のために役割を担い、関わってくれているのです。力を合わせれば、私たちはこれからも、関わるすべての人々を、私たちの製品を、そして、私たちの地球をより豊かにし続けることができるでしょう。

新しいタイプの化粧品ビジネスとして、1976年にザ・ボディショップを創業したAnita Roddick(アニータ・ロディック)は、次のようなことを記しています。
「ザ・ボディショップは、新しくリスクのあるものを恐れていません。私たちは、社会的責任のある企業として、常に新天地を開拓し続けることを望んでいます。」このレポートをお読みいただければ、アニータが記したとおりであることが、わかりいただけるでしょう。

David Boynton(デイビッド・ポイントン)
最高経営責任者



ザ・ボディショップはグローバルなビューティブランドです。 40年以上にわたって、私たちは、環境の持続可能性の確保、 人間中心主義、収益性の3つが同時に実現可能であることを 示してきました。

2016年、私たちは、2020年までに人々、私たちの製品および地球をより豊かにするために14の目標を実現させるという5カ年プログラム、Enrich Not Exploit™を立ち上げました。それら14の目標は、世界で最も倫理意識の高いサステナブルな企業を目指す私たちの向上心のペースとなっています。このレポートには、それらのターゲットに向かって私たちが2017年に実現した実績の概要が掲載されています。

私たちは、コミュニティリード・プログラムの継続的な拡大や、受賞したForever Against Animal Testingキャンペーンに対する世界中からの支持、バイオブリッジキャンペーンを通じた生物多様性の達成など、多くの分野で著しい進展を遂げました。また、私たちの製品がもたらす環境影響の改善にも継続して取り組んできました。

しかしながら、すべてが計画通りに進んでいるわけではありません。ボランティア活動や持続可能な包装材のための新技術の開発・実用化、エネルギー消費量の削減、再生可能エネルギーへの転換といったターゲットについては、期待したほどの速さで進展していません。今なお学ぶことも多く、これまで学んできたことを2018年以降に上手く応用していきたいと考えています。

2017年最大の出来事は、2017年9月に実現した、世界で最も高く評価されている目的主導型の企業の一つ、Naturalによるザ・ボディショップの買収でした。現在、ザ・ボディショップとNaturalはオーストラリアのブランド、Aesopと一緒に、目的主導型の化粧品グループ、Natura & Coを形成しています。このグループの一員になったことで、ザ・ボディショップの将来に対する自信を新たにすることができました。このグループでは、環境や社会にプラスの影響を与える一方で、上手くバランスを取りながら堅調な財務実績を上げられるよう全力で取り組んでいます。ザ・ボディショップは、それぞれの分野において、グループに多大な貢献をすることを誓います。

新しい企業グループに加わるには、新しい取り組み方を受け入れる必要がありました。チームの運営方法を一部変更し、最重要ツールをNaturaで使用しているものに合わせました。また、26ページで説明しているように、Enrich not Exploit™ターゲットのうち、6つのターゲットに、2018年1月より適用となる部分的な改良を加えました。

こうした変革の真只中で、私たちは、真にサステナブルな企業になるための取り組みを加速させるために、NPOのFuture-Fit Foundationとの協働を継続してきました。この分野では、私たちがリーダーシップを取りながら、Future-Fit Development Council (Future-Fit Foundationが主催する開発協議会)に参加することにより、他の業界の人たちとこれまで得た知識を共有する機会を得ることができました。

ザ・ボディショップは、効率の向上と影響力の増大を目指して尽力しています。私たちはこれまで、この目標に向かうアプローチ方法を変更するために惜しみなく努力を続けてきましたが、このようなことを達成するにはさらなる変化が必要です。私たちのスタッフとフランチャイズパートナーは、世界で最も倫理意識の高いサステナブルな企業になるという決意を共有しています。

このことは、仲間と一緒に取り組んでいくための動機付けになるとともに、私たちの将来について楽観的であるための確固とした理由付けを与えてくれています。

私たちの取り組みに関心を持ち、関わってくださっている皆さまに、ザ・ボディショップの全スタッフを代表して、感謝申し上げます。

Christopher Davis (クリストファー・デイヴィス)
企業責任およびキャンペーン担当国際部長



2020 TARGETS

2020年までに成し遂げるべきターゲットの
2017年度進捗状況

ENRICH
NOT EXPLOIT.TM
(It's in our hands)

ENRICH OUR PRODUCT

ターゲット 2020:

成分の**100%**を確実に
トレーサブルかつ持続可能な方法で
調達します



2017年には:

現段階で、**70%**がトレーサブル、
10%が持続可能となっています

環境フットプリントを
さらに**3%**削減
しました



生物多様性ホットス
ポットから、
44種の新たな
成分を特定しました

17サイトのうち

16サイトで、私たち
の環境フットプリント
に関する情報を公表
しました



ターゲット 2020:

店舗でのエネルギー使用量を
10%削減します

2017年には:
電力消費量が
3%減少しました



4店舗で、改装後、
環境フットプリントが
削減されました

ターゲット 2020:

製品包装材の**70%**を
化石燃料不使用にします

2017年には:
現時点で**55%**まで
達成しています

ENRICH OUR PLANET

ターゲット 2020:

すべての店舗を
再生可能エネルギー
またはカーボンバランス
エネルギーで運営します

2017年には:
現在**23%**の店舗で
実現しています

ターゲット 2020:

7,500万平方メートルの
生息環境を保護します

2017年には:

現在**4,100万**
平方メートルの保護が
実現しています
(2016年に達成した面積の2倍)



ターゲット 2020:
持続可能な包装材の新技術
3つの開発に着手します

2017年には:
残念ながら、今年度はいずれも
実用化には至りませんでした、
実用化に向けて
全力で取り組んでいます

ENRICH OUR PEOPLE

ターゲット 2020:

私たちが展開するForever Against
Animal Testingキャンペーンに
800万人を動員します



2017年には:

380万人が嘆願書に
署名しました

ターゲット 2020:

4万人の経済的に
弱い立場の人々を助けます

2017年には:

12,450人を
助けました



ターゲット 2020:

25万時間を地域コミュニティを
より豊かにするための活動に
充てます



2017年には:

スタッフが**75,521**時間を
ボランティア活動に
費やしました

ターゲット 2020:

コミュニティレードで
取引されている成分を
40種に増やします



2017年には:

新しい成分**5**種を追加した
ことにより、**24**種まで
増加しました

Enrich Our People



サステナブルソーシング・マネージャー、 Francesca Brkic(フランチェスカ・ブルキッチ)とのインタビュー

2017年はどのような1年でしたか。

2017年はとても重要な1年でした。エキサイティングな成分を持続可能な方法で調達する一方で、取引を通じて、コミュニティにプラスの社会的影響を与えられるよう、コミュニティリード・プログラムを拡大しました。例えば、インドの伝統的なコミュニティと一緒にプロジェクトを立ち上げ、女性が運営するマンゴーシードの集積センターを設立しました。これによって、女性たちの収入が増加しただけでなく、商業活動に対する当事者意識も高まりました。これと並行して、Natura & Coの傘下に入ったことにより、私たちの意欲と持続可能性に対するコミットメントが向上しました。

最大の課題は何でしたか。

私たちは世界中の多種多様なコミュニティから調達しています。そこで、グッドプラクティスの標準化と各コミュニティが持つ個別のニーズに合わせたサポートを上手く両立させることが必要となります。非常に多くの人々が社会の主流から取り残された、極めて恵まれないバックグラウンドを持っていることを考えれば、そうした人々の生活を改善するためにやるべきことはたくさんあります。最も困難な課題は、長期的に持続可能なコミュニティへと成長していけるよう、また、彼らの成長を彼ら自身で主導していくことができるようなコミュニティに成長していけるよう、私たちが熱意を傾ける一方で、私たち自身のペースでサポートしていく方法を見出すことです。

2018年はどんなことを計画していますか。

私たちのチームでは、コミュニティリード・プログラムがさらに拡大していくことを楽しみにしています。環境保護団体のファウナ&フローインターナショナルと密に連携して、住民が森林に居住するコミュニティから調達できる新たな成分を探す一方で、貿易と経済発展、森林保護を組み合わせる活動を進めています。

あなたの仕事はどのようにして人々をより豊かにしていますか。

何をするにしても、その中心にいるのは人です。コミュニティが権限を持って参加すれば、より良い形で環境保護が実現するだけでなく、社会がより幸福になり、より高品質な製品を生み出せることがよくあります。ザ・ポディショップは、自然環境と調和しながら、関わりのある人々にプラスの影響を与えるような方法で、価値のある財とサービスを提供することを目指しています。



2020: Target 1

コミュニティレード・プログラムで取引されている成分を、今の19種から40種に倍増し、それらを生産するコミュニティがより豊かになるよう支援します。

このターゲットが重要な理由:

私たちは、社会や環境に与えるマイナスの影響を最小限に抑えるような方法で、製品に使用する成分をこれまで以上に調達したいと考えています。



2017年に成し遂げたこと:

コミュニティレードの一覧に新たに5種の成分が追加されたことにより、総数は24種となり、2017年の目標を上回りました。このプログラムにはまた、世界中からギフトとアクセサリーのサプライヤー8社が加わりました。

2017年に追加された成分には、エクアドル産オーガニックバナナピューレ、インド産マンゴーシードオイル、スペイン産オーガニックアーモンドオイルおよびミルク、英国産ローズエッセンス、ルワンダ産モリンガシードオイルおよびエッセンスなどがあります。

コミュニティレードとは

私たちのコミュニティレード・プログラムは、持続可能な農業、野生種の収穫、伝統的な手工芸において、ベストプラクティスを育て、促すとともに、生産者と天然資源のどちらにも敬意を払いながら、ギフトやアクセサリー、成分の調達を行うというものです。

30年以上前に始まったこのプログラムは、美容業界で初めてのフェアトレード・プログラムでした。

小規模サプライヤーとの間に持続的な関係を構築することにより、地域の環境を破壊することなく、時には社会の主流から取り残されたようなコミュニティにも、持続可能な収入の流れをもたらすことができるようサポートしています。

私たちのコミュニティレード・プログラム活動には、コミュニティの開発イニシアティブへの投資が含まれているケースも多く、教育や医療、環境保護といったプログラムに利用されています。重要なこととして、私たちのビジネス全般における、

その他さまざまな原料の調達方法にも影響を及ぼすものであることを付け加えておきます。



2020: Target 2



世界中で4万人の経済的に弱い立場の人々が雇用の機会を得られるよう支援します。

このターゲットが重要な理由:

私たちは、前向きなソリューションを生み出すことのできるグローバルリテイラーとしての強みを生かしながら、ビジネスを展開している地域がどこであれ、繁栄するコミュニティの創造を支援したいと考えています。

2017年に成し遂げたこと:

私たちのコミュニティレード・サプライヤーを通じて、12,450人の経済的に弱い立場の人々が雇用の機会を得た結果、家族を養い、搾取的な労働を回避できるようになりました。残念ながら、この数字は、2017年中に20,000人に到達という、私たちが掲げた野心的な目標を大きく下回っており、また、2016年度の実績をも下回っています。気象条件や製品ニーズの変化に伴い、必然的に、その多くは短期間でしたが、取引状況に変動を生じたことが一因です。

2017年は、コミュニティレードの対象数を増やすために尽力しました。

2017年中に新たなコミュニティレードのサプライチェーンが構築されたことにより、今後、アフリカやアジア、南米、ヨーロッパにおいて、数千人の人々の生活改善を支援できるようになるでしょう。

ザ・ボディショップでモリンガ製品を買うたびに、皆さんは、ルワンダで農業に従事する数千人の人々の貧困からの脱却を支援しているのです。ザ・ボディショップの仕事に携わることで、ルワンダのモリンガ生産者は、人生に確かな希望を見出すことができるようになりました。ザ・ボディショップでは、農業従事者の元を訪れ、彼らが直面する課題や願いに耳を傾けてきました。私たちのビジネスは、何千人というルワンダの人々を、特にスキルを持たない女性を[サポート]することです。我が国の農業従事者や労働者は、今では子供の学費や医療保険の支払いができるようになっています。

Theo Hakizimara (テオ・ハキジマラ)
Asili Natural Oils (ルワンダのコミュニティレード・パートナー)





2020: Target 3

800万人を私たちのEnrich Not Exploitの活動に巻き込み、ザ・ボディショップ史上最大のキャンペーンを行います。

このターゲットが重要な理由:

倫理意識の高いブランドとして、私たちは、自分たちのビジネスや店舗、グローバルな顧客ベースを利用して、人々や環境の最善の利益のために行動したいと考えています。

2017年に成し遂げたこと:

6月に、Forever Against Animal Testingキャンペーンを立ち上げました。これは、化粧品の動物実験を世界中で永久に禁止することを目的としたキャンペーンです。2017年度末までに380万人が嘆願書に署名しました。

このキャンペーンは、ザ・ボディショップ史上最も大掛かりなもので、私たちの市場に関わる世界中のお客さまやスタッフ、フランチャイズ・オーナー、パートナー団体を動員する活動です。世界中のセレブリティも私たちの活動に賛同してくれています。また、キャンペーンパートナーであるクルーエルティフリーインターナショナルは、国際会議の場で意識の向上を図ってきました。ベストな国際キャンペーンに贈られるCorpComms Awardを2017年に受賞できたことを光栄に思っています。

このキャンペーンでは、動物福祉や持続可能な消費、倫理的生産といった、私たちにとっても、私たちのお客さまにとっても重要な問題を扱っています。また、クルーエルティフリー（動物を犠牲にしないで）な化粧品を常に擁護してきた、私たちのこれまでのキャンペーンの歴史に立脚しています。クルーエルティフリーインターナショナルとの協力の下、私たちは、この問題でキャンペーンを展開した最初のブランドとなりました。動物実験禁止の呼びかけは、英国や欧州連合（EU）で成果を上げています。

Forever Against Animal Testingキャンペーンとは

動物実験に代わる方法の効率が向上し、より迅速かつ安価に実施できるようになったにもかかわらず、80%の国で、化粧品の動物実験を禁止する法律が存在していません。その結果、毎年、50万匹の動物犠牲になっていると、クルーエルティフリーインターナショナルでは試算しています。EUをはじめとする数カ国で動物実験の実施を禁止していますが、私たちが必要としているのは、すべての国に動物実験を永久にやめさせるための1つの法律です。このような国際協定を導入するには、国連（UN）のサポートが欠かせません。私たちは、動物実験を実際に国際的に禁止するには、この方法が唯一の選択肢であると考えています。

嘆願書に署名またはキャンペーンに賛同していただける方はこちらまでアクセスをお願いします。

thebodyshop.com/against-animal-testing

※2018年8月で終了しました。



80%

の国で、動物を使用した実験が認められています

グローバルキャンペーン担当責任者 Jessie Macneil-Brown(ジェシー・マクニール・ブラウン)との インタビュー

2017年はどのような1年でしたか。

2017年は輝かしい1年でした。化粧品の動物実験という問題で、再び世論を喚起することができました。人々がキャンペーンを支持してくれるようになり、この話題で、私たちと関わりのある人々、お客さま、メディアやビューティインフルエンサーの共感を呼ぶことができました。

最大の課題は何でしたか。

このキャンペーンでは深刻な問題を扱っているのですが、自信を持って力強く進んでいかなければなりません。私たちは、人にショックを与えたり、人を怖がらせたいわけではありませんでした。しかしながら、この問題の深刻さについて理解してもらうことが必要でした。私たちは、禁止が可能であり、化粧品からの動物実験の排除がすべての人の利益につながることを証明したいと考えています。

2018年はどんなことを計画していますか。

署名数を800万人まで伸ばし、国連に対して、化粧品の動物実験を世界全体で永久に終わらせるための国際協定の発効を働きかけていきたいと考えています。また、引き続き、人々にキャンペーンへの参加を呼びかけていくつもりです。自分たちのペットとともに参加してもらうというのが、楽しくてクリエイティブな方法であることがわかりました。

あなたの仕事はどのようにして人々をより豊かにしていますか。

何よりも人を豊かにしてくれるのは、自分は世界を変えられるのだと信じていることです。お客さまからスタッフに至るまで、すべての人が、自分にはそうした能力があると実感してくれるよう願っています。力を合わせれば、信じられないようなことも成し遂げられます。そして、それは、ザ・ボディショップが常に行ってきたことであり、これからも引き続き行っていくことなのです。



地域コミュニティの生物多様性をより豊かにするために、 私たちの25万時間分のスキルとノウハウを投資します。

このターゲットが重要な理由:

私たちは、ビジネスを展開している地域がどこであれ、繁栄するコミュニティの創造を支援したいと思っています。そのためには、ボランティア活動を通じて私たちのスタッフがスキルを提供し、情熱を傾けることができるようになることが必要であり、それが相互利益につながる方法であると考えます。

2017年に成し遂げたこと:

私たちのスタッフは、活動選択のきっかけは何であれ、年間最大3日間、有給でボランティア活動に従事することができます。2017年、地域コミュニティをより豊かにするための活動にスタッフが費やした時間は、合わせて75,521時間でした。この数字は2016年に比べ大幅に増加しましたが、2017年の10万時間達成という私たちの目標にはまだ足りていません。その原因はいくつかあるのですが、例えば、2017年に会社全体で起こった変革に伴う時間の不足や仕事量の増加などが考えられます。

現在、私たちは、コミュニケーションの活性化や、最高幹部クラスの人たちにプログラムのメリットについての認識を深めてもらうといった活動を通じて、こうしたボランティアプログラムにより幅広く関与していくことを検討しています。

この分野でもっと多くのことを成し遂げたいと思う一方で、私たちのスタッフのボランティア活動が世界中に与える影響力は私たちの誇りです。彼らの活動には、植樹や清掃、身体障がい児との時間の共有、難民救援募金、ホスピスでの支援、女性の避難所の改修、ジェンダーアイデンティティを模索する人たちのイメージチェンジなどがあります。

🕒🕒🕒🕒🕒 **INVEST**
🕒🕒🕒🕒🕒 **250,000**
🕒🕒🕒🕒🕒 **HOURS**

25万時間を投資

私は食品業界から余った食べ物を集めて、それを必要としている人たちに配るチャリティのボランティア活動をしました。同僚たちと参加したのですが、食事をボックスに詰めてお年寄りに配りました。食品廃棄物についてとても勉強になりました。この問題について関心を高めることができよかったです。

エルサ・トイ、香港

ボランティアは新しいスキルを身につけるきっかけになります。ボランティアは自分のウェルビーイングにも良いし、チームワーク作りにも最適ですが、なによりも本当に充実感があります。

マグダ・ザクレウスカ、UK

2020: Target 4



Enrich Our Products



リサーチ&イノベーション担当ディレクター Neil Watson(ニール・ワトソン)とのインタビュー

2017年はどのような1年でしたか。

私たちが重点的に取り組んだのは、新製品の環境フットプリントを従来の製品よりも改善すること、すなわち、生分解性がより高く、天然成分の含有量が多い製品にすることでした。全体としては、最も人気が高く象徴的なアイテムの一つである、ボディバターのフレーバーを一部変更するなど、かなり順調な進捗を遂げることができました。変更した製品については、間もなく市場に出る予定です。

最大の課題は何でしたか。

私たちの処方について言えば、お客さまが好むパフォーマンスに影響を及ぼすことなく、いかにして既存の製品を処方し直すかが課題でした。包装材の新技术に関しては、私たちの基準に満たないプロジェクトがいくつかあり、釈然としない思いが残っていますが、技術によってイノベーションを起こすには時間が必要です。私たちが使用するプラスチックをすべてリサイクル可能なものを目指す一方で、国ごとにリサイクルインフラの仕組みが異なるため、万能的な解決策が存在しないという課題にこれからも直面し続けなければなりません。

2018年はどんなことを計画していますか。

もっと多くの持続可能な方法で調達された天然成分を使った新製品の開発です。包装材に関しては、もっと持続可能な形態や原材料の追求を継続し、年度末に向けていくつか導入する予定です。

あなたの仕事はどのようにして人々をより豊かにしていますか。

私たちの製品に含有する成分については非常に厳しく管理しており、最も効果の高い最高品質のものを必ず使用するようになっています。コミュニティリード・プログラムを通じて調達された成分を使用して製品をより豊かにすることは、同時にコミュニティを支援することでもあります。また、私たちは、(成分が生分解可能かどうか、また、包装材が簡単にリサイクルできるかどうかといった)製品の使用後の状況についても考慮しています。



2020: Target 5

天然成分の100%を確実にトレーサブルかつ持続可能な方法で調達することにより、1万ヘクタールの森林などの生息環境を保護します。

このターゲットが重要な理由:

地球の資源は限られているため、賢明な利用と重要な生態系の保護が不可欠です。

2017年に成し遂げたこと

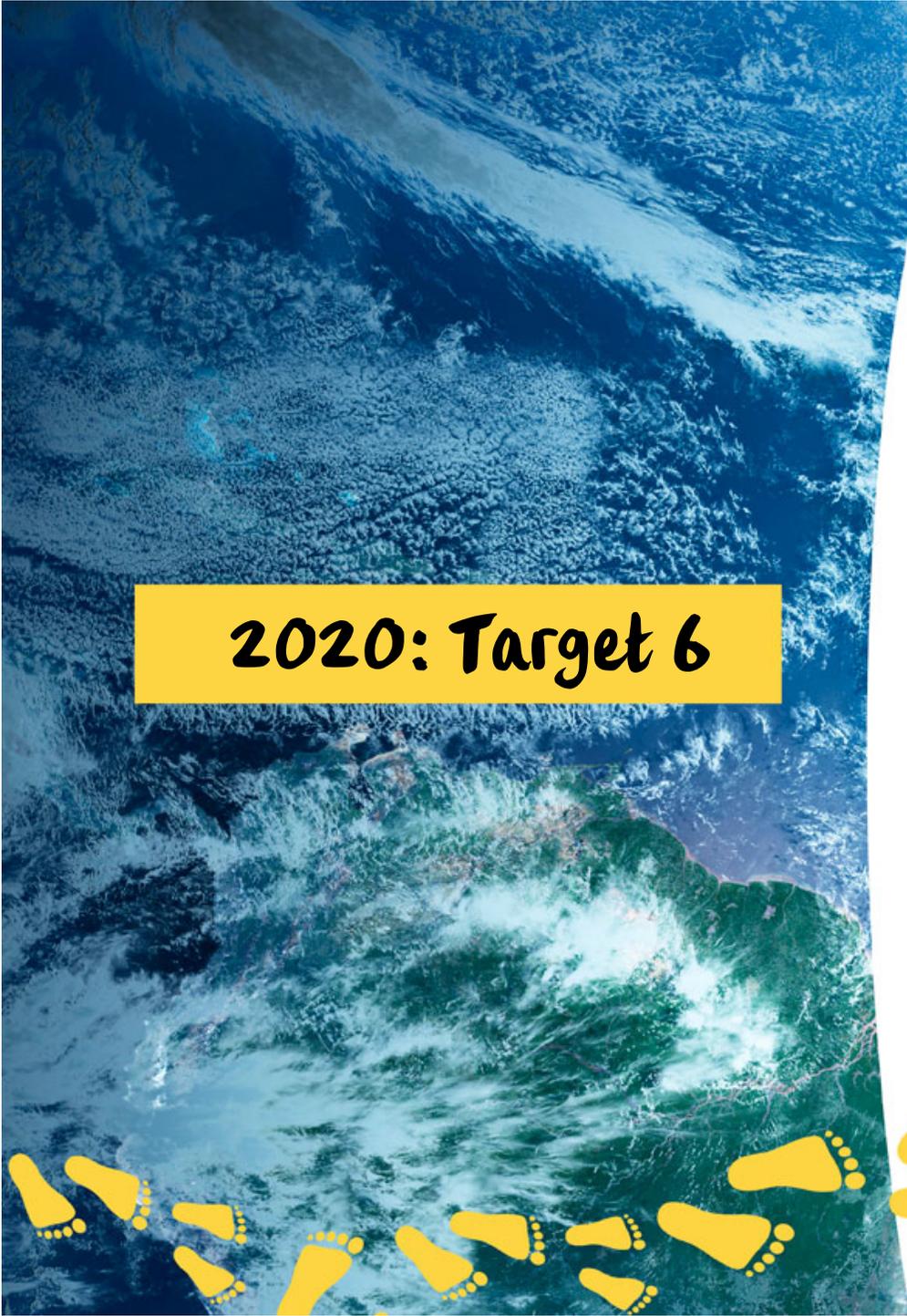
私たちが使用する(植物、微生物、鉱物由来の)天然成分の70%が、現在、原産国までトレースされており、このことが、持続可能な方法での成分調達を保証するための第一歩となっています。70%という数字は、2017年の目標値を上回っており、元々2018年の目標値として掲げていたものでした。

しかしながら、私たちが使用する天然成分に対して新たに設定した持続可能な調達基準の達成率に関しては、期待したほどの進展はみられず、上手くいったのはわずか10%でした。このように目標が達成できなかった原因として、私たちのサプライチェーンが複雑で、私たちが必要とする情報を提供してもらうには、サプライヤーによるシステムの開発が必要であったことが挙げられます。私たちとしても、この問題に対処するための措置を講じており、評価基準や実施ガイドラインの改善を図ることに重点的に取り組んでいます。現在、急ピッチで対応が進められており、目標は達成できると今も確信しています。

明るいニュースとしては、私たちが成分を調達している地域で、8,000ヘクタールの森林の保護を継続することができました。ペルー産のブラジルナッツオイルのコミュニティトレード・サプライヤーに対して安定した適正価格の支払いを行うことにより、私たちは、他の作物を生産するためにアマゾンの森林を伐採するのではなく、森林の価値を尊重し保護していけるよう、コミュニティを支援しています。

**PROTECT
10,000
HECTARES** 

1万ヘクタールを保護



2020: Target 6

すべての製品カテゴリーにおいて、環境フットプリントを対前年比で削減します。

このターゲットが重要な理由:

私たちの製品は、生産から廃棄に至るまで、ライフサイクル全般にわたって、環境に影響を与えます。この影響をできる限り削減するのが私たちの願いです。

2017年に成し遂げたこと:

私たちの製品がどの程度簡単に生分解されるか、または安全なレベルまで希釈されるか（『ウォーターフットプリント』）、また、どのようにして成分が生成または調達されているかに基づいて、製品および製品カテゴリーに環境スコアを付しています。

6つの製品カテゴリー（バス&シャワー、ボディケア、フレグランス、ヘアケア、メイクアップ、スキンケア）全体の環境フットプリントが、2017年には3%改善しました。

ボディケアとフレグランスのカテゴリーに関しては、それぞれ改善率が5%という素晴らしい数字をたたき出しました。バス&シャワーのカテゴリーでは、環境スコアが既に非常に高かったことから、微増にとどまりました(0.14%)。

サプライヤーと密に連携しながら、持続可能な方法で調達される成分や、『グリーンケミストリー』（環境を破壊する化学物質の使用または生産を削減するプロセス）を使って生成された成分の利用を推進することにより、このような進捗を遂げることができました。また、この進捗の達成は、私たちのコミュニティリード・プログラムの拡大（ターゲット1）および天然由来成分の持続可能な方法による調達（ターゲット5）とも密接に結びついています。

2017年を通して、全製品の総環境スコアは5%以上上昇しました。発売された新製品の処方では146件に及び、そのうちの95%で環境フットプリントの改善が図られました。

環境影響が改善しなかった新製品8種類については、ほとんどが既存のメイクアップ製品の新版バージョンで、環境スコアは既存の製品と同じです。



2020: Target 7

使用しているすべての天然由来成分とグリーンケミストリー由来の成分、および製品の生分解性とウォーターフットプリントを公表します。

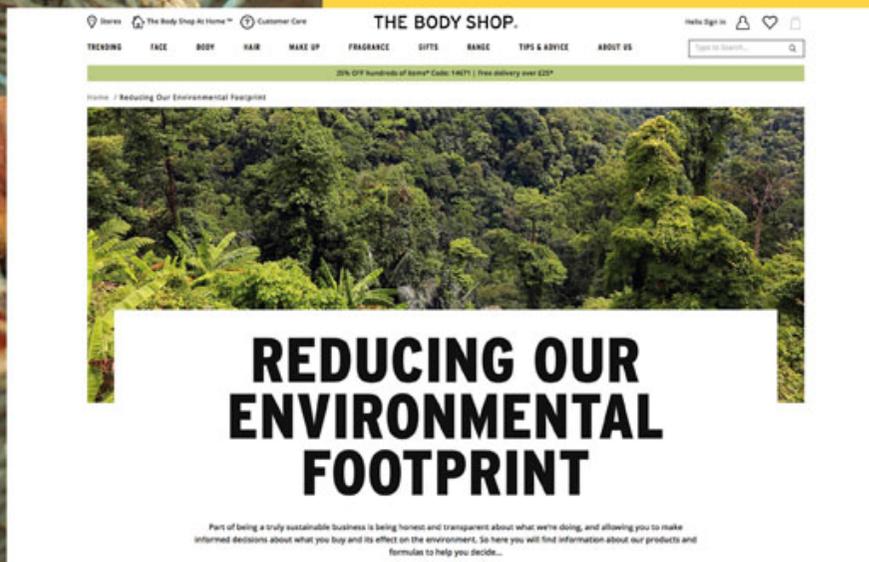
このターゲットが重要な理由:

お客さまが十分な情報に基づいてどの製品を購入するかを決めることができるよう、お客さまに対する透明性を確保しなければならないと考えています。

2017年に成し遂げたこと:

この分野では2017年の野心的な目標にかなり近いところまで達成することができました。2017年度末までに、私たちが管理する17のウェブサイトのうち、16のサイトで、天然由来成分、グリーンケミストリー由来の成分、およびそれぞれのウォーターフットプリントについての情報を公開しました。このことは、私たちが会社所有のウェブサイトを運営している国では、ほとんどのお客さまがお気に入りの製品カテゴリー(バス&シャワー、ボディケア、フレグランス、ヘアケア、メイクアップ、スキンケア)に関する情報にアクセス可能であることを意味しています。これらの情報にアクセスするには、私たちのウェブサイトから、メインメニューの'Reducing Environmental Footprint'(『環境フットプリントの削減』)をクリックしてください。

2018年には、残るもう1つのウェブサイトでもこの情報を公表するとともに、より詳細な情報の提供を開始する予定です。将来的には、洗顔料やシャンプー、シャワージェルといった製品ファミリー別に情報を公開し、最終的には個別の製品ごとの情報公開を目指しています。





2020: Target 8

先駆的な化粧品原料を生物多様性ホットスポットから調達し、それらの地域を豊かにするためのイノベーション・パイプラインを開発します。

このターゲットが重要な理由:

私たちの調達活動は、特に、最も貴重な生物多様性地域において、生態系を破壊するのではなく、強化するものでなければならないと考えています。そのためには、私たちが使用する成分にいくつかのイノベーションをもたらすことが必要です。

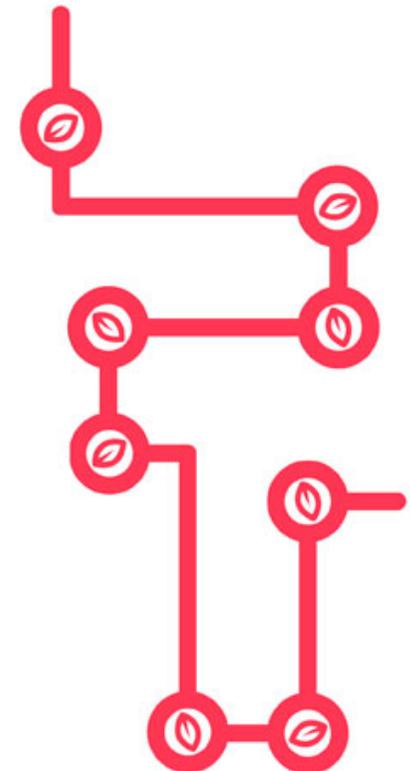
2017年に成し遂げたこと:

私たちは、原材料や製品コンセプト、製品の処方観点から、イノベーションを推進するためのツールとプロセスを確立し、また、新たなチームを結成しました。

生物多様性『ホットスポット』(極めて重要な自然の生物多様性が脅かされている地域)から、品質、化粧品としてのパフォーマンス、持続可能性の観点で将来に期待できる44種の新しい、または革新的な成分を特定しました。

私たちが目指すのは、これらの成分を使って新製品をより豊かにし、それらの成分の採取場所である危険にさらされた地域の保護を支援することです。これまでに、これら44種のうちの21種の成分が、私たちのシステムを経て、製品に使用するための厳しい品質基準および持続可能性基準を満たしているかを検証する段階までできています。

このことは、2020年のターゲットに向けて着実に前進していることを意味しています。先駆的な化粧品原料はいずれも、今までのところ製品に使用されてはいませんが、2020年を待たずして製品化が実現し、エキサイティングな新製品を環境面でのメリットとともに、お客さまに届けることができるようになるかと確信しています。



Enrich Our Planet



スキンケアAxe(アックス)担当ディレクターであり、
ワールド・バイオ・ブリッジキャンペーン諮問委員会の製品
開発メンバーであるGeraldine Jacquinet(ジェラルディン・
ジャッキノー)とのインタビュー

2017年はどのような1年でしたか。

2017年は素晴らしい年でした。製品の処方や包装材の持続可能性を高める、すなわち、生分解性がより高く、リサイクル性に優れ、環境に優しいものとなるようにし、コミュニティレードで取引される成分を増やすという、私たちのコミットメントを加速させることができました。また、本当に意欲的に取り組んでいる4つのバイオブリッジプロジェクトに資金を提供することで、コミュニティや生物多様性、絶滅危惧種を保護し、持続可能な農法を守る活動を支援することができました。インドネシア、ベトナム、マレーシア、インドでは、これらのプロジェクトによって、サッカー場約6,000個分の土地が保護されています。

最大の課題は何でしたか。

製品やプロモーションを私たちのバイオブリッジキャンペーンに結びつけることができれば、私たちが何を達成しようとしているのかをお客さまに理解してもらえるはずですが、2017年、私たちのAmazonian Saviour™ Multi-Purpose Balm(アマゾニアン マルチパーパス バーム)で集めた寄付金を、バイオブリッジキャンペーンを通じて、世界中のバイオブリッジプロジェクトに出資しましたが、これは、お客さまにプログラムのメリットを理解してもらうための目に見える形での具体的な方法であるといえます。

2018年はどんなことを計画していますか。

私たちは、オーストラリア、タンザニア、キルギスタン、ネパールで新たにバイオ・ブリッジキャンペーンを展開し始めました。これらのプロジェクトの資金は、お客さまの購入金額の一部からの寄付金、またはヒマラヤン ビュリファイング フェイシャルソープなどの限定品の販売に伴う寄付金によって賄われる予定です。(発売から2カ月間の)売上をバイオブリッジキャンペーンに寄付することにより、絶滅の危機に瀕するレッサーパンダを保護し、ヒマラヤ山脈の地域コミュニティの自立を促すことが可能となるでしょう。このことは、私たちの製品によって、環境と人の両方を同時に支援できることを証明するものです。

あなたの仕事はどのようにして人々をより豊かにしていますか。

私たちのブランドは、製品として棚に陳列されているだけではありません。世の中を良くする力にもなります。私たちは、私たちの地球とお客さまの両方のニーズに基づいて、新しい製品や包装材を開発することを目指しています。私たちが創り出す製品は、お客さまのライフスタイルや憧れを満たし、また、お客さまに前向きな選択をする力を与えます。同時に、私たちは、世界中の生物多様性地域と絶滅危惧種を保護しています。

バイオブリッジを作り、7,500万平方メートルの生息環境を保護し、コミュニティの人々がより持続可能な暮らし方ができるよう手助けします。

このターゲットが重要な理由:

私たちは、社会や環境に与えるマイナスの影響を最小限に抑えるような方法で、製品に使用する原料をこれまで以上に調達したいと考えています。

バイオブリッジとは

『バイオブリッジ』とは、野生生物が行き交うことができるよう、土地の中に作られた、保護または再生された道(橋)を意味しています。バイオブリッジによって、生物多様性ホットスポット同士をつなげて、守ることができれば、絶滅危惧種の生息地の分断が解消され、結果的に、そこで暮らす動物たちだけでなく、地域コミュニティの人々もより持続可能な暮らし方ができるようになります。さらに、このようにして生息環境を保護することにより、排出気候変動の原因となる二酸化炭素を抑えることも可能です。

このターゲットが重要な理由:

私たちは、ベトナム、インドネシア、マレーシア、北東インドにおいて、ワールドドラフトラストや地域のパートナーと協力してバイオ・ブリッジを作ったことにより、4,140万平方メートルの土地を保護することができました。この広さは2016年に保護した面積の2倍以上で、2017年に掲げた目標を上回っています。さらに重要なこととして、このエリアは、絶滅の危機に瀕するスマトラトラやアジアゾウ、アカアシドゥクランゲール(サル)にとって不可欠な生息地でもあります。

希少種や生物多様性ホットスポットの保護だけでなく、[将来的に]バイオブリッジによって、私たちの製品に使用する新しい天然成分の調達が可能となり、地域のコミュニティに持続可能な収入獲得の機会を提供できるようになることを期待しています。

私たちのバイオブリッジへの取り組みには、環境保全活動の改善を提唱することや科学的研究のサポートも含まれます。ベトナムでは、環境保全センターを設立するために、現地当局が、私たちの現地パートナーであるVietnature(ベトネイチャー)に5ヘクタールの森林を提供してくれました。インドネシアでは、私たちが作ったバイオブリッジのエリア内で新種のオランウータンが発見されました。このタパヌリオランウータンは、世界で最も絶滅の危機に瀕した大型類人猿として認定されており、生息数は800頭以下といわれています。私たちは、現地パートナーと協力して、タパヌリオランウータンの保護活動を支援しています。

こうした成功事例を足掛かりに、私たちは、プログラムの拡大を図るために、2017年7月、バイオブリッジキャンペーンを立ち上げました。2020年までに、元々掲げているターゲットに加えて、新たに10カ所のバイオブリッジを保護し、プログラムに出資するための資金として200万ポンド以上を集める予定です。

嬉しいことに、既に世界中から多くのバイオブリッジプロジェクトへの参加申請をいただいております。2018年には資金提供を開始する予定です。ザ・ボディショップによる企業の社会貢献活動は今後、すべてこのプログラムを通じて行われることとなります。

野生生物のための道(橋)の保全に向けたザ・ボディショップによる資金提供は、途方もない効果をもたらしています。保全のための土地のリースや密猟防止パトロールができるようになりました。その結果、今ではゾウやセンザンコウ[アライクイ]、トラが安全に生息地を移動しています。このような活動は、マレーシアにおいて、これらの種が長期的に生存するために欠くことのできないものとなっています。

Melvin Gumal(メルヴィン・グマル)博士
(私たちのバイオブリッジパートナーの1つ) WCS
マレーシア ディレクター



2020: Target 9



2020: Target 10

店舗を改装したり新しいデザインにするたびに、
店舗の環境フットプリントを削減します。

このターゲットが重要な理由:

世界中で3,000店を超える私たちの店舗で使用される資材が、耐用年数中に環境に与える影響を制限したいと考えています。

2017年に成し遂げたこと:

改装または新しいデザインに変更した店舗の『エコポイント』スコアが、2016年と比較して、5ポイント上昇しました。

このスコアは、英国建築研究所と共同開発した厳しく客観的な評価基準に基づいて算出されています。ファニチャーや照明からディスプレイアイテムに至るまで、店舗の改装に伴って使用される資材の一つ一つに対して、その希少性や製造工程、カーボンフットプリント、寿命、再利用性、リサイクル性、包装材、輸送、メンテナンスといった項目に基づいてスコアを算出します。私たちのオンラインツールでは、この情報をすべて公開していますので、各店舗のデザインごとに総スコアを閲覧して簡単に比較することができます。

私たちは、森林管理協議会(FSC: Forest Stewardship Council)の認定を受けた木材を持続可能な方法で調達して使用し、PVCや動物由来の原材料の使用を避けています。リサイクル材含有率が高く、軽量で寿命が長い資材の利用が増えています。

2017年、私たちは『ビート(Beat)』デザインと呼ばれる新しいデザインを店舗に導入しました。これは、従来のパルス(Pulse)デザインに代わるもので、ラミネート板ではなく天然木の化粧板を使用しメタル仕上げを行います。理由は、リサイクルの容易さです。2017年中に、このデザインを使って改造を施した店舗はわずか4件でしたが、2018年にはもっと多くの店舗で、このデザインが採用されることになるでしょう。



2020: Target II

持続可能な包装材の新技术を3つ開発し、実用化します。

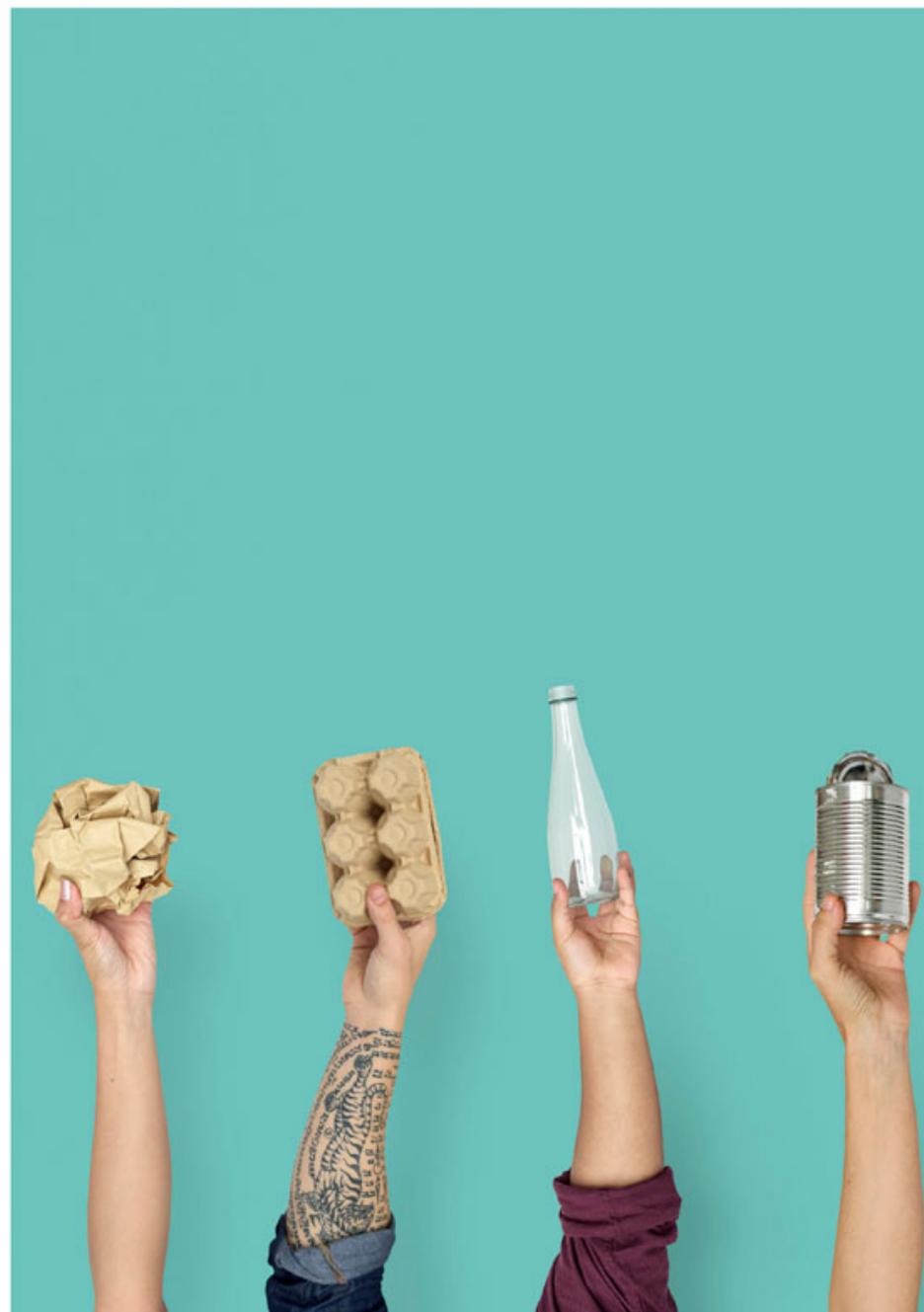
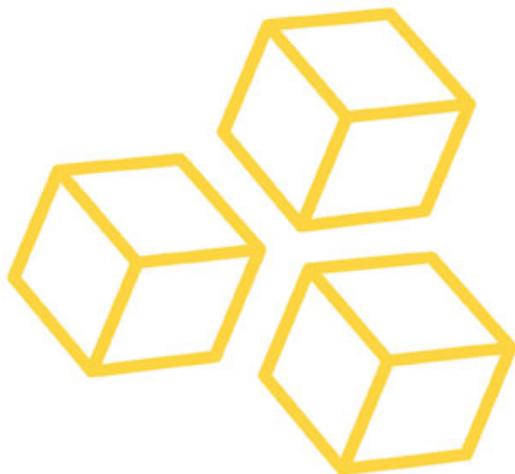
このターゲットが重要な理由:

私たちは、生産時から、使用、廃棄に至るまで、私たちの製品が環境を破壊することのないよう全力で取り組んでいます。環境に与える影響として、特に、プラスチック汚染に関心が集まっています。

2017年に成し遂げたこと:

2017年中に、持続可能な包装材の新技术を1つ開発することを目指していましたが、テスト段階で、期待できる構想のいくつかが私たちの基準に合わなかったため、実現には至りませんでした。

このターゲットの達成に向けてできることは何でもしようとの趣旨から、私たちは機能横断型チームとなるPackaging Transformation Committee(包装材転換推進委員会)を結成し、会社全体でイノベーションを推進する体制を整えました。2018年のレポートでは、詳細を報告する予定です。





2020: Target 12



製品包装材総量の70%に、化石燃料が含まれないようにします

このターゲットが重要な理由:

ほとんどのプラスチックの製造に使用されている石油をはじめとする化石燃料は、再生不能資源です。そのため、できる限り使用量を減らし、慎重に使用しなければなりません。

2017年に成し遂げたこと:

年度末までに、包装材の55%が化石燃料(石油、石炭、天然ガス)不使用になりました。2017年に掲げた63%という目標には若干及びみせんでしたが、2020年の野心的なターゲットの達成に向けて順調に進んでいると確信しています。

この分野では、いくつかの方法を用いて進展を遂げています。

例えば、リキッド製品に必要な丈夫な包装材としてプラスチックを使用せざるを得ない場合、使用済み再生プラスチックを組み込んでいます。

再生プラスチックは元々、石油を使って作られたものですが、転用することで、廃棄物処理の流れに乗せずに済むことから、環境へのダメージを抑えることができます。

技術的に可能な場合は、包装材に再生材を加える、バスおよびスキンケア製品の包装材に含まれるさまざまな再生材の含有量を増やすといったことを行っています。





2020: Target 13

店舗の100%が再生可能エネルギーまたはカーボンバランス・エネルギーで運営されるようにします。

このターゲットが重要な理由: 炭素排出は気候変動の原因になるだけでなく、他にも環境に対して深刻な悪影響を及ぼしています。炭素排出量を削減するには、(太陽、風、バイオマスや地熱をエネルギー源とする)再生可能エネルギーを調達することが不可欠です。

2017年に成し遂げたこと: 2017年度末までに、23%の店舗で再生可能エネルギーまたはカーボンバランス・エネルギーが使用されるようになっており(下記説明参照)、これには直営店舗とフランチャイズ店舗の両方が含まれています。

この数字は前年と同じで、40%という2017年度の目標をかなり下回っています。この分野で進捗を図れなかったことを残念に思います。シンガポールの店舗では、私たちのカーボンバランス・プログラムを採用し、その運営をワールドランドトラストが担当しています。

この方法は、再生可能エネルギーの入手が困難な国のために考案されたもので、排出量をゼロにできるようになるまで、避けられない炭素排出量をオフセットすることを可能にしています。

この方法は、他のどこかで同量の炭素排出を防止または吸収することで、私たちの排出に伴う影響を中和することにより成り立っています。

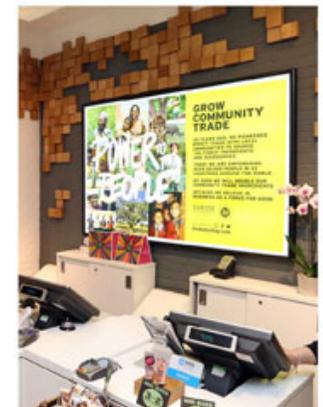
このプログラムは、気候変動対策におけるコミュニティおよび生物多様性への配慮に関する企業・NGO連合(Climate, Community & Biodiversity Alliance)の認証を受けるために、これからも前進し続けます。私たちは、今後さらに多くの店舗でこのプログラムが採用されることを望んでいます。

私たちは現在、フランチャイズパートナーや上級管理職、また、店舗と協力しながら、実績を上げることに全力で取り組んでいます。2020年が近づき、現在のコミットメントの期限が迫る中、現時点で再生可能エネルギーを調達することができない市場に対しても、私たちのカーボンオフセット・プログラムの活用を奨励していく予定です。

カーボンバランスという考え方は私たちにとても好ましい選択肢ではありませんが、このようなアプローチは、再生可能エネルギーの有用性についてより深い理解を得ることにつながるものであり、私たちが及ぼす影響を軽減してくれると認識しています。



店舗で再生可能エネルギーまたはカーボンバランス・エネルギーが使用されるようになりました





すべての店舗のエネルギー使用量を2017年までに10%削減します。

このターゲットが重要な理由: 私たちは、エネルギーを含むさまざまな資源の消費量を減らさなければなりません。また、環境や人に害を与えるおそれのある物質の排出をやめなければなりません。

2017年に成し遂げたこと: 世界全体で、私たちの店舗のエネルギー使用量は3%削減されました。この数字は2017年の目標値をかなり下回っており、また、2016年に達成した5%にも及びませんでした。この結果については残念ですが、ターゲットを達成または上回った国が2つあります。

ベトナムの店舗ではエネルギー使用量が18%削減され、また、米国の店舗では10%の削減が達成されました。加えて、前年にエネルギー使用量を大幅に削減した国がいくつかあったことについても言及しておきます。一方、多くの国で、店舗のデザインとしてエネルギー消費量の多いパルスデザインをこれまで採用してきたことから、さらなるエネルギー消費量の削減がより困難になっていました。

2016年または2017年にエネルギー使用量の10%削減を達成できなかった国については、2018年中に実現することを目指して、現地のスタッフに働きかけていく予定です。

また、ツールを増やすとともに、指導プログラムや研修プログラムを充実させることにより、上級管理職や店舗スタッフによる達成への取り組みをサポートしていきます。

すべての店舗のエネルギー使用量を
10%削減します





未来に向かって

2018年、私たちは、2017年に成し遂げた進展や学んだことを足掛かりに、努力を倍増して、Enrich Not Exploit™ターゲットの達成に向けて邁進します。

新たにNatura & Coのシステムとの調整やその他いくつかの戦略的変更を実施した結果、私たちのEnrich Not Exploit™ターゲットのうち、6つのターゲットの目標または指標を見直し、2018年1月より適用することになりました。

私たちは、ビジネスのすべての分野で、Future-Fit(未来に即した)ビジネス・ベンチマーク基準を展開する準備を引き続き進めていきます。これは、調達やエネルギー使用、廃棄物管理からスタッフの健康や説明、製品情報に至るまで、私たちのビジネスを横断するさまざまな分野で、私たちがグローバルなベストプラクティスに向けた取り組みを実践していることを保証するものです。

こうしたすべての取り組みが、パフォーマンスの財務的側面、環境的側面、社会的側面という、いわゆる『トリプルボトムライン』の観点から、より高い効率と強い影響力を持った企業になるという私たちの目標をサポートすることにつながります。そして、最終的には、世界で最もサステナブルな企業になるという私たちの野心的な目標の実現を支援するものとなるでしょう。

私たちの取り組みに関する追加情報については thebodyshop.comをご覧ください。

Enrich Not Exploit™のターゲットまたは指標に関する2018年以降の変更点について

ターゲット1

30年以上にわたるコミュニティレード・プログラムの経験から、私たちがその経験から得た知識をより広範なサプライチェーン全体に活用すれば、私たちの影響力を強める機会を得ることができるとの認識に至りました。2018年1月より、エシカルトレード（倫理的取引）とサステナブルソーシング（持続可能な調達）の2つのチームが1つのチームにまとまって協力し合うことになりました。エシカルトレード・チームは、すべてのサプライチェーンで、最も高いコンプライアンス基準を満たすサプライヤーとのみ取引を行わなければならないという方針に対して責任を負っています。一方、サステナブルソーシング・チームは、コミュニティレード・プログラムを含め、持続可能でトレーサブルな天然成分やアクセサリーを専門に扱っています。

この変更は、私たちが、今後も成分やアクセサリーを対象とした先駆的なコミュニティレード・プログラムの規模を拡大し続ける一方で、ターゲットを原料のみに絞るのではなく、包装材のサプライヤーや完成品、間接的なサービスにまで広げていくことを意味しています。結果的に、このターゲットの対象範囲や規模の拡大によって、より大きなプラスの影響をもたらすだけでなく、プラスチック廃棄物や水利用、現代の奴隷制といった、サプライチェーン内のさまざまな問題に幅広く対応することもできるようになるでしょう。こうしたアプローチはまた、NGOパートナーのさらなる関与や参加を促すことにもつながります。NGOパートナーについて、私たちは、影響力を高めるための新たな取り組み方や考え方を模索する上で、私たちがサポートしてくれる存在であると確信しています。

ターゲット2

このターゲットは元々、私たちのコミュニティレード・プログラムと私たちが参加していたロレアルのソリダリティ・ソーシングスキームに由来しています。ソリダリティ・ソーシングスキームについては、私たちがロレアルからNatura & Coの傘下に移行したため、2017年9月に参加は終了しました。ターゲットの修正後も雇用の機会や経済的機会の提供は継続していますが、新たに、教育や医療を受ける機会の拡充や公衆衛生の改善、社会的排除への取り組みを通じて、弱い立場の人々が利益を享受できるようにするための方法についての言及が追加されました。

ターゲット6, 7

Natura & Coの傘下に入ったことにより、2016年に発表したターゲットで言及のあったロレアルのウォーターフットプリントの測定ツールを使用することができなくなりました。そこで、ウォーターフットプリントの測定を指標の一つとして使用することをやめました。その一方で、私たちが創出した製品の生分解性や天然由来成分、グリーンケミストリー由来の成分について、正確に測定し、報告するための新しいツールを作成しました。私たちの影響力を測るには、これらの分野が最も重要であり、また、今回の新たなアプローチによって、これらの分野における私たちの意欲が低下する、または決意が揺らぐといったことはないでしょう。測定と報告の方法が変更されたに過ぎないと考えています。

ターゲット11

ロレアルの包装材の測定ツールにアクセスできなくなったため、これに代わって、ゆりかごからゆりかごへ（Cradle to Cradle）認証の取得を目指すことになりました。ゆりかごからゆりかごへとは、製品に付与するための認証基準で、クレイドル・トゥ・クレイドル・プロダクツ・イノベーション・インスティテュートが運営しています。この認証基準では、健康や原料の再利用、再生可能エネルギー、カーボン・マネジメント、ウォーター・シュワードシップ（水資源保護）、社会的公正といった、プロダクトデザインのいくつかの側面について、最低限の社会的および環境閾値を設定しています。認証については、基準の主要原則である独立性、公開性、透明性を維持しながら、業界として生態系を保護し、より豊かにするよう努めなければならないという考え方に基づいて付与されます。全体的な枠組みとしては、効率的であるだけでなく、基本的に廃棄物を排出しないシステムの構築を目指しています。

ターゲット14

このターゲットは当初、2016年度末をもって終了することになっていましたが、過去24カ月間で10%削減を達成できなかった市場があることから、2018年度末まで延長することになりました。

2018年より適用されるターゲットおよび指標については、次ページ以降のリストを参照してください。



2018年度のザ・ボディショップ Enrich Not Exploit™のターゲットおよび指標

| | Enrich Not Exploit™ターゲット | 指標 |
|---|---|---|
| 1 | コミュニティリード・プログラムを19から40サプライヤーまで拡大し、サプライヤーのコミュニティがより豊かになるよう支援します。 | ザ・ボディショップのサステナブルソーシング憲章に定められた社会基準および環境基準を満たし、かつ、2018年1月から2020年12月までの間に、発注書の発行が増えた、新規コミュニティリード・サプライヤーの数。 |
| 2 | 世界中で4万人の経済的に弱い立場の人々が、雇用の機会およびまたは私たちのサプライチェーンに関連する持続可能性プロジェクトを通じて、利益を享受できるようになります。 | 雇用や私たちのサプライチェーン活動に関連する持続可能性プロジェクトによって利益を享受できた人々の数、およびより幅広い観点からコミュニティメンバーの数。コミュニティリード・サプライヤーをはじめ、他の調達プログラムに関わる人々も含める予定です。* |
| 3 | 800万人を私たちのEnrich Not Exploit™の活動に巻き込み、ザ・ボディショップ史上最大のキャンペーンを行います。 | ザ・ボディショップのForever Against Animal Testingキャンペーン嘆願書の署名数 |
| 4 | 地域コミュニティの生物多様性をより豊かにするために、私たちの25万時間分のスキルとノウハウを投資します。 | ザ・ボディショップのスタッフおよびザ・ボディショップのフランチャイズで働くスタッフが、有給労働時間内にボランティア活動に従事した時間数 |
| 5 | 天然成分の100%を確実にトレース可能かつ[...] [...]持続可能な方法で調達することにより [...]1万ヘクタールの森林などの生息環境を保護します。 | 原材料について、少なくとも原産国までトレース可能な天然成分の数および割合。 ザ・ボディショップが定義する『持続可能な方法による調達』という条件を満たした天然成分の数および割合。 特定の地域において、ザ・ボディショップが天然成分を調達した結果、保護された生息環境の面積（ヘクタール）。 |
| 6 | すべての製品カテゴリーにおいて、環境フットプリントを対前年比で削減します。 | 2015年より、毎年対前年比で測定されてきた、カテゴリーの生分解性平均値(%)、天然由来成分の%、グリーンケミストリー由来原料の(調合の)数および%。 |
| 7 | 使用しているすべての天然由来成分とグリーンケミストリー由来の成分、および製品の生分解性とウォーターフットプリントを公表します。 | 私たちが使用する天然由来成分(%)、グリーンケミストリー由来の成分(%)、また、製品の生分解性(%)をカテゴリー、製品ファミリー、記事レベルで公表した会社のウェブサイトの数および割合(%)。 |
| 8 | 先駆的な化粧品原料を生物多様性ホットスポットから調達し、それらの地域を豊かにするためのイノベーション・パイプラインを開発します。 | 原材料について、生物多様性ホットスポットまでトレース可能な成分の数;生物多様性の保護を支援する;現時点でザ・ボディショップが使用していない;化粧品業界であまり知られていない;化粧品にとって有益であることが証明されている。 |
| 9 | バイオ・ブリッジを作ることにより、7,500万平方メートルの生息環境を保護・再生し [...] [...]コミュニティの人々がより持続可能な暮らしができるよう助けします。 | 面積(平方メートル)。 2017年開始の活動については、該当なし。 |

2018年度のザ・ボディショップ Enrich Not Exploit™のターゲットおよび指標

| | Enrich Not Exploit™ターゲット | 指標 |
|----|---|--|
| 10 | 店舗を改装したり新しいデザインにするたびに、店舗の環境フットプリントを削減します。 | <p>1. 改装または新しいデザインを採用した店舗における、LIST(英国建築研究所(BRE))のリソースである、低影響持続可能性ツール)スコアの減少</p> <p>2. グローバルレベルでの店舗ごとの年間の平均エネルギー使用量の削減(kWh)</p> <p>ターゲット全体の測定については、2進法を用い、より詳細な情報がない場合は、詳細な重み付けのために、両方の係数の重みを等しくして行います。このことは、私たちの環境フットプリントが削減されたことを主張するには、両方の指標において削減が確認されなければならないことを意味しています。このターゲットの評価はグローバルレベルでのみ実施します。</p> |
| 11 | 持続可能な包装材の新技术を3つ開発し、実用化します。 | <p>以下のような包装が施された製品の数:</p> <p>1. (化粧品業界において)新技术を利用している、新しい状況下で既存の技術を利用している、またはこれまで化粧品業界で商品化されていなかった包装材を調達している。</p> <p>2. 少なくとも、ゆりかごからゆりかご™認証の基本レベルの閾値を満たしている。</p> |
| 12 | 製品包装材の70%に化石燃料が含まれないようにします。 | 製品包装材において、純粋な化石燃料に由来する原料を除いた重量一再生[PCR]化石燃料を使用した場合は、化石燃料に由来しない包装材として分類します。 |
| 13 | 店舗の100%が再生可能エネルギーまたはカーボンバランス・エネルギーで運営されるようにします。 | <p>1. 再生可能エネルギーで運営されている店舗の割合</p> <p>2. カーボンバランスが保たれている店舗の数および割合</p> |
| 14 | すべての店舗のエネルギー使用量を10%削減します。 | ザ・ボディショップ全店舗の総エネルギー使用量(kWh) |

*We are currently defining our methodology for measuring sustainability beneficiaries.
We will have a completed method by the end of Q3 2018.



© 2018 The Body Shop International Limited. All rights reserved. Absolutely no reproduction without the permission of the owners © Registered trademark of The Body Shop International Limited. ™ A trademark of The Body Shop International Limited.