

2021年4月12日

博報堂、生活者の美容に関するSDGsアクションを広げるプラットフォーム「EARTH MALL BEAUTIES」の提供を開始

“サステナブルな美容クラスター”を活用して多様なプログラムを創出

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）の「博報堂SDGsプロジェクト」は、美容領域における生活者のSDGsアクションを企業とともに広げていくプラットフォーム「未来を変えるキレイを。EARTH MALL BEAUTIES（アースモールビューティーズ）」の提供を開始します。

未来を変えるキレイを。



SDGsの採択から約6年、化粧品や日用品などの美容に関わる業界でも、持続可能な社会に向けた取り組みが進んでいます。海外では環境を意識した化粧品が支持を集めるなど、生活者への浸透も進んでいます。日本国内でも美容領域における生活者の環境・社会配慮ニーズは加速していくと考えられ、企業各社の取り組みが注目されています。

博報堂は、SDGsの達成を「誰もが日常生活で行っているアクションから始めよう」というコンセプトのもと、生活者の行動をSDGsアクションに変えていくプラットフォーム「EARTH MALL」を展開しています。

このたび、その第三弾として、美容をテーマとしたアクションプラットフォーム「EARTH MALL BEAUTIES」を立ち上げます。生活者が意思を持って化粧品や美容商品を選択していただけるように、美容に関わる多様なジャンルの企業と協働しながら、生活者が知り、選び、買うことをサポートするさまざまな機会をつくり、提供していきます。

「EARTH MALL BEAUTIES」では、オリジナルで開発した「サステナブルな美容クラスター」を活用します。独自実施の定量調査をもとに、化粧品などの美容購買時の環境意識や社会意識を分析し、生活者を5つのクラスターに分類したもので、『アース&カルチャー派』『安心ネイチャー派』『シンプル&ミニマム派』『エコ&スマート派』『メリハリ自己表現派』と名付けたクラスターごとに、購買行動や価値観、社会意識の特徴、構成比などを明らかにしています。

「サステナブルな美容クラスター」は、企業と協働して取り組むプログラム開発において全面的に活用していくほか、WEBサイトで生活者向けの診断コンテンツとして紹介し、日常の買い物のヒントを提供します。

博報堂SDGsプロジェクトは、美容の意識を変えることで未来を変えていくという目標のもと、「EARTH MALL BEAUTIES」を通じて具体的なアクションを広げていくことで、SDGs達成へ貢献してまいります。

【EARTH MALL BEAUTIES WEB サイト】 <https://earth-mall.jp/beauties/>

■「サステナブルな美容クラスター」

定量調査から導き出した、EARTH MALL BEAUTIES オリジナルの生活者クラスター分類。



<各クラスターの美容に関する購買行動や価値観の特徴>

①アース&カルチャー派

～アクティブサステナショッパー～

環境・社会に優しいことは当たり前。ハイリテラシー、ハイセンスで、サステナブルが生活の一部である情報高感度層。

②安心ネイチャー派

～安心安全サステナショッパー～

自らを大切にすることが社会を守ることにもつながる。心地よさや成分の安全性を重視する品質重視層。

③シンプル&ミニマム派

～追っかけサステナショッパー～

シンプルに必要な最低限に社会に貢献。周りで流行っているものに関心を持つフォロワー層。

④エコ&スマート派

～合理的サステナショッパー～

自らの生活にも社会にも無駄なく。節約や低価格に関心があり、詰め替えも使いこなす価格重視層。

⑤メリハリ自己表現派

～自分をアゲるサステナショッパー～

社会に貢献することはおしゃれである。エコは当たり前、自らの価値向上にサステナブルを取り入れる自己表現層。

※当プロジェクトではジェンダーイコーリティに対する配慮をしており、調査では男性・女性ともに聴取しています。このクラスター分類では、コスメという分野に対する意識・ニーズの高さから、分かりやすい象徴として女性のプロフィールを用いて表現しています。

※調査手法：インターネット調査 対象：全国 20-69 歳男女 サンプル数：5,170 人 実施時期：2020 年 1 月

<WEB サイト 診断コンテンツ>

あなたの行動がサステナブルな未来を作る「BEAUTIES 診断」

https://earth-mall.jp/beauties_shindan/

■「未来を変える買い物 EARTH MALL」

有識者ネットワークである OPEN 2030 PROJECT から生まれ、博報堂が社会実装を担う、生活者にとって身近な「買い物」を通じて持続可能な未来を実現する SDGs アクションプラットフォーム。「買い物」を「生活者が未来を変えるアクション」と位置付け、商品の成り立ちや適量を考えた買い物を促すプログラムです。地球を一つのショッピングモールと見たて、地球での豊かな生活を続けていくことを呼びかけます。

<https://earth-mall.jp/>

■「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE」

EARTH MALL の取り組みから派生した、食分野に特化し、生活者の意志ある食の選択をサポートするプラットフォーム。

■博報堂 SDGs プロジェクト

SDGs の視点からクライアント企業のビジネスイノベーションを支援する全社的プロジェクト。マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、研究開発、クリエイティブなど、SDGs に関する経験と専門性を持つ社員で編成。次世代の経営のテーマとなる、企業の経済インパクトと社会的インパクトの統合に資するソリューション開発や経営支援、事業開発支援、マーケティング支援などを行います。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/82711/>

「渋谷スクランブルスクエア」が開催する「THE SHIBUYA WEEK 2021」への出展

日程：4月28日（水）～5月9日（日）

場所：渋谷スクランブルスクエア 12F イベントスペース「Scene12（シーントゥエルブ）」

美容の意識を変えることで未来を変えていく第一歩として、EARTH MALL BEAUTIES が渋谷スクランブルスクエアにて診断コンテンツなどの展示を行います。

<https://www.shibuya-scramble-square.com/the-shibuya-week-2021/>