

2021年6月8日

## 博報堂、ビューティ領域における 「SDGs時代に求められる4つの美しさ」を分類

生活者調査からSDGsアクションの指針を示した「博報堂ビューティSDGs白書」を作成  
企業向けオンラインセミナーを6月16日（水）に開催

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）は、美容領域におけるSDGsの現状を調べた生活者調査を実施し、調査結果の分析を通じて、「SDGs時代に求められる4つの美しさ（＝ビューティ・インパクト）」を分類しました。それらを起点としたSDGsアクション開発のヒントと、調査データをまとめた独自レポート「博報堂ビューティSDGs白書」を作成し、企業支援に活用していきます。

また、これらの内容を企業向けに詳しく解説するオンラインセミナーを、6月16日（水）に実施します。

SDGsの採択から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。博報堂のクライアント企業からも、その企業やブランドらしいSDGsアクションについてのご相談が増えています。そうした企業や業界の活動を支援するため、独自に生活者調査・分析を実施しました。

### ■SDGs×ビューティの現状（調査結果）

全国1,030名を対象に実施した生活者調査から、美容領域におけるSDGsの浸透状況を明らかにしました。

<調査結果のポイント>

- ・ SDGsという言葉の認知度はまだ半数程度で、内容に関する理解も“SDGs≒エコ”という認識傾向がある。
- ・ 環境や人権に配慮した美容関連商品について、「機能面での懸念」や「SDGs達成への貢献が見えづらいこと」がトライアル時の障壁になっている。
- ・ 一方で、SDGsに関連する美容関連商品を選択する行為は「これからのカッコいい生き方だ」という認識もあり、美容領域でSDGsがポジティブに受容される可能性がある。
- ・ またSDGsという言葉自体を知らなくても、SDGsの中でヒトにまつわる「ダイバーシティ/LGBTQ/ジェンダー」などのキーワードは生活者に浸透しており、SDGsにおいて美容領域は、ビューティが元来持っている性質でもある「パーソナルかつ情緒を伴うカテゴリー」として、今後の萌芽が期待できる領域であることが確認された。

### ■SDGs時代に求められる「4つの美しさ」

調査結果の分析を通じて発見された、SDGs時代の「誰も取り残さない社会を実現する4つの美しさ」を「ビューティ・インパクト」と名付け、分類しました。

#### ① 自分らしさを育む美しさ

誰もが自身の美しさを認め、自身の存在・選択を肯定でき、自分に自信を持てること

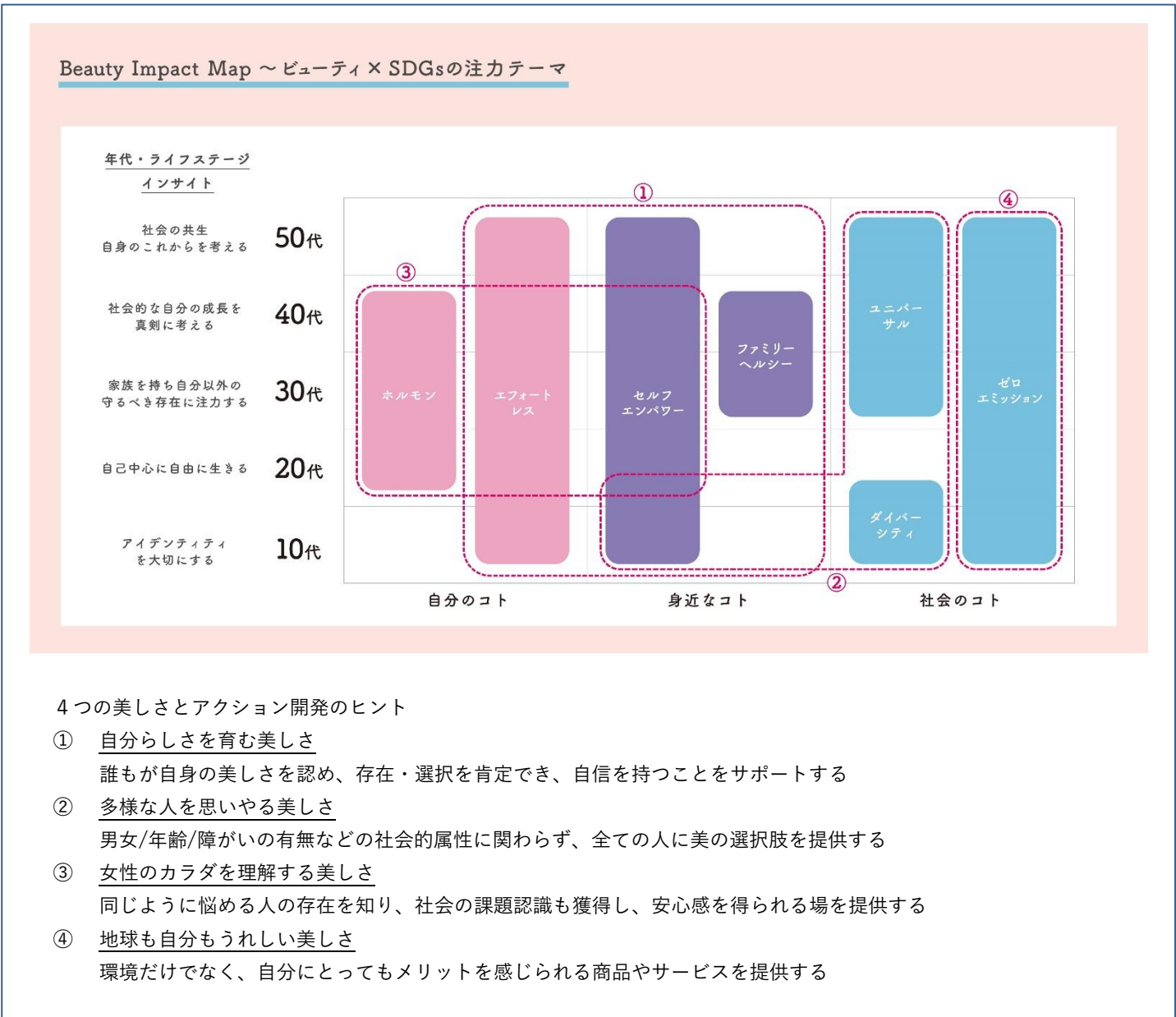
#### ② 多様な人を思いやる美しさ

男女/年齢/障がいの有無などの社会的属性に関わらず、全ての人が様々な美を選択できること

- ③ 女性のカラダを理解する美しさ  
同じように悩める人の存在を知り、社会の課題認識も獲得し、安心感を得られること
- ④ 地球も自分もうれしい美しさ  
環境だけでなく、自分にとってもメリットを感じられる商品やサービスを選択すること

■ビューティ・インパクト・マップ

4つの美しさを、年代別のビューティのベネフィットと重ね合わせた「ビューティ・インパクト・マップ」は、具体的なアクション開発のヒントとして活用することが可能です。



4つの美しさとアクション開発のヒント

- ① 自分らしさを育む美しさ  
誰もが自身の美しさを認め、存在・選択を肯定でき、自信を持つことをサポートする
- ② 多様な人を思いやる美しさ  
男女/年齢/障がいの有無などの社会的属性に関わらず、全ての人に美の選択肢を提供する
- ③ 女性のカラダを理解する美しさ  
同じように悩める人の存在を知り、社会の課題認識も獲得し、安心感を得られる場を提供する
- ④ 地球も自分もうれしい美しさ  
環境だけでなく、自分にとってもメリットを感じられる商品やサービスを提供する

■オンラインセミナーについて

2021年6月16日(水)17時から、企業のマーケティング担当者を対象に、「ビューティブランドに求められるSDGsアクションとは? ~ビューティ×SDGsをアクションに変える【博報堂ビューティSDGs白書】を徹底解説」と題したセミナーを、株式会社アイスタイルと共同で実施します。

詳細・お申し込みは、下記URLからご確認ください。

セミナー詳細ページ：<https://hubs.ly/H0Pw8gM0>

「博報堂ビューティ SDGs 白書」は、博報堂がクライアント企業やブランドと協働して取り組む美容領域の商品開発や、プロモーション・プログラム開発において活用していきます。

博報堂は、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、各種調査やソリューションの提供を通じて具体的なアクションを広げていくことで、SDGs の達成へ貢献してまいります。

<参考資料>

#### 【調査概要】

主な調査項目：

##### 美容行動・美容意識

- ・ 美容にかける金額
- ・ 化粧品の消費・情報意識
- ・ 美容に取り組む理由・モチベーション

##### SDGs 意識

- ・ SDGs 理解度・17 の目標への関心
- ・ SDGs で想起するカテゴリー
- ・ SDGs 関連の化粧品選択重視点
- ・ SDGs 化粧品ベネフィットと投資金額
- ・ 環境や人権に配慮した化粧品に対する気持ち
- ・ SDGs 情報経路

調査手法：インターネット調査 対象：全国 15-59 歳 女性 サンプル数：1,030 人 実施時期：2021 年 3 月

#### 【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。

##### ■SDGs コーポレート価値創造プログラム

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/newsrelease/82446/>

##### ■EARTH MALL BEAUTIES

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

---

#### 【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 関田・山野 TEL:03-6441-6161 e-mail: [koho.mail@hakuhodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuhodo.co.jp)