



共有コンテンツ



環境に配慮した 包装の再考

BEAUTY PACKAGING

情報源:美容製品の包装 – 2015-04-29

http://www.beautypackaging.com/issues/2015-04-01/view_features/rethinking-eco-responsible-packaging/

美容業界の多くのブランドが、環境に配慮した包装や持続可能な活動をサプライヤーに求めています。

毎日のように、環境に配慮した美容製品の包装や活動に関するニュースが私の受信トレイに届きます。業界のこうした進歩に関する発表は、世界中のサプライヤー、ブランド、企業からもたらされます。

このような包装の採用や、施設やプロセスのアップグレードの多くは、その中心に消費者からの需要があります。そしてイベントなどで頻繁に耳にするのは、ミレニアルや Z 世代の人々の際立った影響です。この世代の人たちは断固としたパワフルなグループで、購買決定を行うとき、自分の価値観を大切にします。ラベルを注意深く読み、自分たちがお金を費やそうとする製品に高い透明性を求めます。自分が食べる食品や、肌や髪につける製品に気を配るだけでなく、地球環境も意識し、その結果、自分たちの習慣を再考し、変更しています。同じ要因が、ベビーブーム世代の製品の選択にも影響を与えています。

サプライチェーン全体のコスト効率も、ブランドが素材から製造工程に至るあらゆる面で持続可能なオプションに投資するための重要な動機です。

持続可能な包装のトレンド

包装に関するより強固な環境ビジョンに特化した業界グループ Sustainable Packaging Coalition (SPC) のシニアマネージャーである Anne Bedarf は、一般的に包装の持続可能性のトレンドは、美容業界を含むすべての分野で共通していると言います。これには、森林認証やバイオポリマーの使用などの持続可能な原料調達、資源消費の削減や軽量化などの材料最適化、リサイクルや堆肥化のための設計、リサイクル可能性を示すラベリングが含まれます。また、製品と包装、両方のレベルにおいて毒性の排除も重視されています。

全体として持続可能な包装と実践に対する要求は高まっていると彼女は言います。「ただし、最近になって減速しているという認識があります。」

メーカーは弾力性、リスクの軽減、供給およびブランド価値の適切性など、長期的なメリットを認識していると Bedarf は考えています。環境に配慮した包装は、「持続可能な目標を企業の意思決定に組み込むための標準的な慣行になっている」と彼女は説明します。「指標、測定値、目標に重点が置かれてきましたが、これらの指標に対する行動という次のステップはなかなか実行に移されません。まだ基礎研究段階の業界のコラボレーションが目立ちます。」

消費者の側では、リサイクル性に重きが置かれていますが、材料の健全性に関する要求もあると Bedarf は言います。

それでも、現在「持続可能」と考えられる包装はない、むしろリサイクルされた内容物や再生可能エネルギーで製造された割合など、属性やその他の指標が、企業の持続可能な目標を達成するために集散的に使用されていると彼女は言います。したがって、「あるブランドは持続可能な包装を X 量使用している」とは誰も言えないと、彼女は説明します。

不十分なリサイクル施設や知識の不足は一部の製品寿命の最後に障害となる場合があるので、消費者は Aveda や Target ブランドなど、製品に SPC の How2Recycle ラベルがあるかどうか確認することを Bedarf は推奨しています。

一般的な傾向

Virospack社の高級化粧品容器に使用される木材は、持続可能な PEFC 承認済み森林のもので、その他の部品はリサイクル可能で、プラスチック部品は部分的にリサイクルされた材料です。

環境に配慮した包装の目標を達成する責任の多くは、業界のサプライヤーが担っています。過去 1 年、美容ブランドがサプライヤーに対して、PCR 含有量の増加、生分解性ボトル、革新的な製造ソリューションなど、環境に配慮した包装ソリューションを提供できないかと率直に要請してきたのを何度も聞いてきました。その一方で、ソリューションが提供する一部の対策は効果がないことが証明されています。たとえば、さまざまなサプライヤーやブランドは包装に対して軽量化アプローチを中止しています。その理由の一部は、この方法を採用することにより製品の保護や商品棚での外観が損なわれたからです。

包装についての実験や要件を満たしたソリューションの生成は続けられるので、美容業界のイノベーションのための活気ある時間は続きます。

この記事について大勢のサプライヤー、ブランド、代理店と話し合う中で、私たちは現在の傾向をいくつか導き出しました。

1つは、包装に関する環境面の懸念が肯定的な社会的行動として広く認められており、さらに関連基準が存在する西欧諸国で現在、持続可能性が大きな関心を集めていることは一般的に認識されていることです。また、予想通り、「持続可能な包装」を提供するブランド / 製品の多くが「天然の」DNAを持っていることです。しかしリストは常に拡大しています。そしてブランドの規模や、世界的かローカルかに関わらず、多くはここで説明してきたようなサプライヤーのイノベーションを利用しています。

詳細はこちらから :http://www.beautypackaging.com/issues/2015-04-01/view_features/rethinking-eco-responsible-packaging/#sthash.ltO1SGNA.dpuf