



 NU SKIN®

2024年 ソーシャル インパクト & サステナビリティ レポート

A MESSAGE FROM THE CEO 最高経営責任者からのメッセージ



A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

ニュースキンの2024年ソーシャル インパクト & サステナビリティ レポートを公開いたします。本レポートでは、人々がより美しく健やかで充実した人生をより長く楽しむための継続的な取り組みの概要をまとめています。

2024年、ニュースキンは創業40周年を祝いました。革新、誠実さ、ポジティブな影響を追求するために努力を重ねてきたからこそ迎えられた大きな節目です。1984年の創業以来、私たちはダイナミックなビジネス オポチュニティ プラットフォームと「Force for Good (人々がより豊かになるための力となる)」というミッションのもと、世界をリードする統合的なビューティー & ウェルネス カンパニーへと進化してきました。

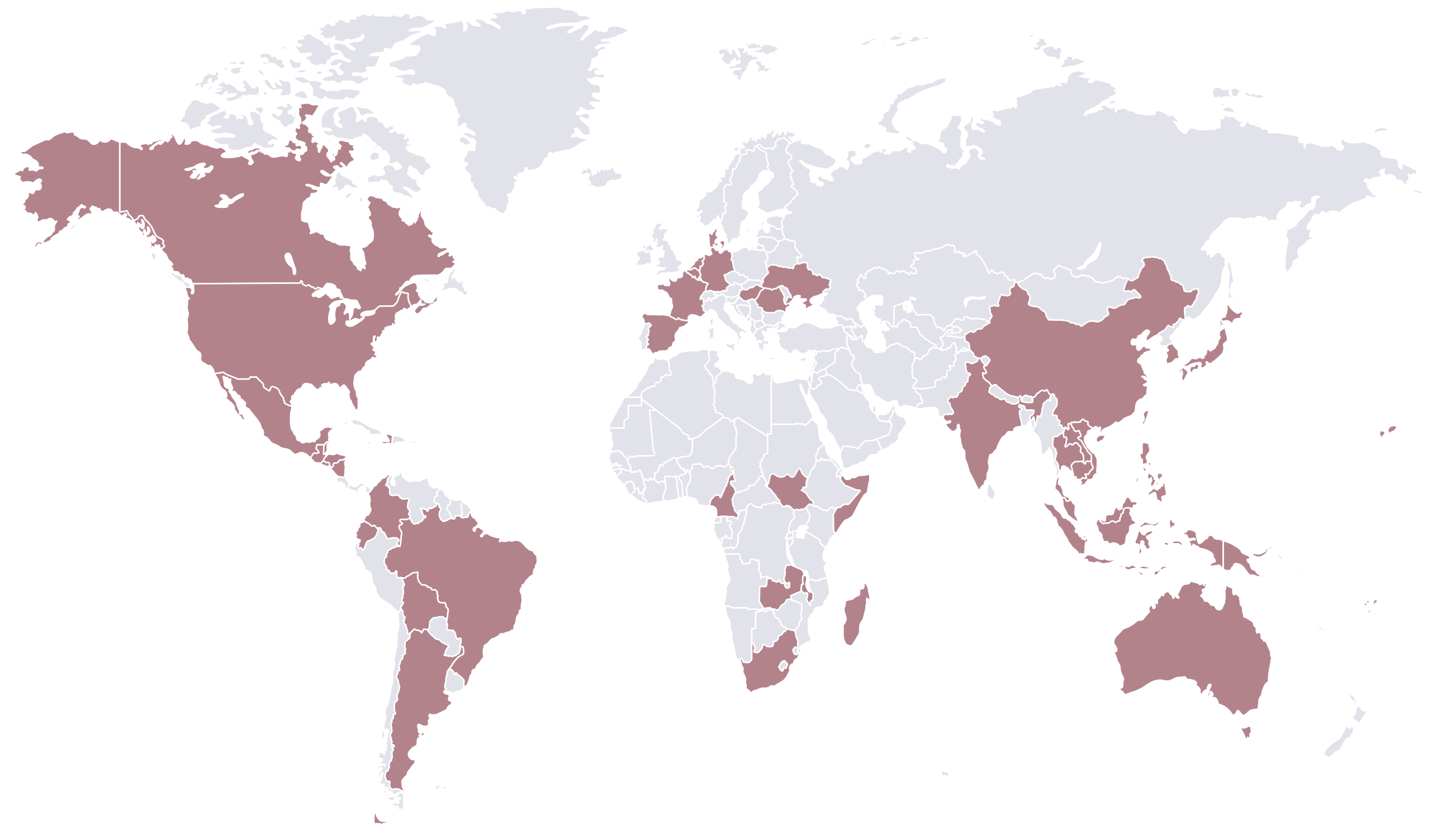
サステナビリティへの取り組みに関しては、ageLOC トゥルー フェイスのパッケージにレフィルを導入したことにより大きく前進しました。これは、2030年までに、ニュースキンのすべての製品パッケージを回収可能、リサイクル可能、再利用可能、再生可能、または削減するという大きな目標の一環です。革新的なソリューションを取り入れることで、環境への影響を減らし、美容業界に新たな基準を打ち立てています。

そして、コラボレーションは意義のある変化を推進する鍵です。美容業界内でのパートナーシップをエコビューティースコア コンソーシアムを通じて継続し、消費者に美容製品の環境への影響を明確に示す標準化されたスコアリング システムの導入に取り組んでいます。この共同の取り組みは、市場における透明性と情報に基づいた選択を促進することを目的としています。

私たちの「Force for Good」は製品だけにとどまりません。支援が必要な子どもたちのために、ナリッシュ ザ チルドレン プログラムを通じて会員の皆様や社員が購入・寄付した栄養食ビタミールが8億5,000万食を超えるという素晴らしいマイルストーンを達成しました。この成果は、世界的な飢餓問題に対する結束や強い意志があっこそ成し遂げることができました。社会的責任とサステナビリティにおける進歩を誇りに思うと共に、今後も前進し続けます。40年間の間には、難しい決断や変化する環境に適応する必要がありました。これからも私たちは、その姿勢を変えずに歩み続けます。

本レポートを通じ、ニュースキンの活動の成果や将来に向けた取り組みについて理解を深めていただけると幸いです。皆様が世界の「Force for Good」であるというニュースキンのミッションに不可欠なメンバーでいてくださることに感謝を申し上げます。

ニュースキン エンタープライズ 最高経営責任者 兼 社長
ライアン ナピアスキー



グローバルでの社会貢献活動

ニュースキンの基本となるものは、世界の「Force for Good (人々がより豊かになるための力となる)」になるというミッションです。ニュースキンビジネスの範囲外では、ブランドメンバー、社員、パートナー財団などと力を合わせ、より良い世界を造るための支援を行っています。

概略：2024年のハイライト

ニュースキンのグローバルファミリーであるブランドメンバー、社員、ニュースキンフォースフォーグッド財団ならびに米国外のチャリティパートナーは、

全世界で **460万ドル** を超える寄付を行いました。

ニュースキンのブランドメンバー、カスタマー、社員は、全世界でナリッシュザチルドレンプログラムを通じて

3,000万食以上 のビタミンールを購入・寄付し、

毎日 **75,000人**以上 の子どもたちに食事を提供しました。

ユタ州プロボに本部を置くニュースキンフォースフォーグッド財団は、世界中でさまざまな目的のために

180万ドル以上 を寄付しました。

ニュースキンは

2,196人のボランティアと共に

「Most People Packing Meal Kits in 24 Hours (24時間で食事キットを袋詰めした最多人数)」というギネス世界記録™タイトルを達成し、全米の支援を必要とする子どもたちのために

55万食以上

の健康的な食事キットを詰め合わせました。

ニュースキンは、

世界 **30以上** の国／地域のパートナーと提携しました。

A Message From The CEO
最高経営責任者からのメッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

ナリッシュ ザ チルドレン

2002年、ニュースキンは世界中の子どもたちを栄養不良から救う取り組みとして、ナリッシュ ザ チルドレン プログラムを開始(日本では2003年に開始)。会員や社員がビタミールを購入・寄付することで、支援を必要とする子どもたちに栄養食が届きます。ビタミールの購入8袋ごとに、ニュースキンは1袋を追加して寄付します。

2024年、ビタミールの購入・寄付がプログラム開始から累計で8億5,000万食を超えるというマイルストーンを達成しました。2024年には、世界中で3,000万食以上のビタミールが購入・寄付されました。ご協力くださった会員、社員などすべての皆様に感謝いたします。ニュースキンは、さまざまな国や地域のチャリティパートナーと提携し、世界中で寄付を行っています。2002年以来、皆様が購入・寄付してくださったビタミールは、65以上の国や地域に寄付されています。ビタミールは主にアフリカ、中国、東南アジア、ラテンアメリカに届けられました。



2024年、
3,000万食以上の
ビタミールが購入・寄付されました

※ニュースキンは、栄養補助食品とスキンケア製品を販売している企業であり、ニュースキン エンタープライズ社は、ニューヨーク証券取引所に上場しています (NYSE:NUS)。ニュースキンのプログラムであるナリッシュ ザ チルドレンは、米国の複数の州で商業的な共同ベンチャーとして登録されています。このプログラムを通じて、ニュースキンのブランドメンバーやショッピング メンバーはニュースキンからビタミールを購入し、それを民間援助機関 (NPO: 非営利活動法人) に寄付することによって、「子どもたちを栄養不良から救う」という難しい世界的な課題に取り組むことができます。ビタミールの価格には、生産、一般管理、配送、販売にかかる費用が含まれています。ほかのニュースキン製品と同様に、ブランドメンバーには報酬が支払われ、ニュースキンはビタミールの販売から利益を得ています。

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

ビタミールの影響

主要なチャリティパートナーの一つであるフィードザチルドレン (FEED) は、2024年に米国国際開発庁の資金援助を受けているプログラムを通じ、マラウイでのビタミール配給において大きな力になっています。栄養、農業、保健介入を軸とするこの重要なプログラムにおいて、ビタミールは欠かせない役割を果たしています。ビタミールの提供に伴い、保育施設での出席率が改善し、保育スタッフはビタミールで栄養を摂れるようになったことがポジティブな影響を与えていると考えています。FEEDの取り組みは、栄養失調の撲滅に向けたパートナーシップによる確かな成果です。

マラウイ全土の約1,500の地域密着型チャイルドケアセンター (CBCC) で、毎日子どもたちが受け取っているものは食事だけではありません。成長と可能性を支える栄養を受け取っているのです。ニュースキンの会員や社員の継続的な支援により、2024年にはマラウイの5歳未満の子ども133,000人以上が安定して栄養価の高い食事をとることができました。これは単なる食糧支援に留まらず、健康や希望、そして明るい未来の基盤への力強い投資です。

アフリカ マラウイにおけるビタミールの影響

- **子どもの健康向上:** ビタミールは栄養失調を防ぎ、子どもたちが強く健康に成長するために必須ビタミンとミネラルを配合しています。
- **早期教育の支援:** 安定した食事をとることで、子どもたちは学習と発達に集中でき、人生における成功の基盤を築くことができます。
- **コミュニティ強化:** ビタミールは、次世代を担う子どもたちの福祉を地域の介護者、教育者、地域リーダーが支え続けられるよう支援しています。



A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

グローバル コミュニティ アウトリーチ

2024年時点で、ニュースキンは世界で約50のマーケットでビジネスを展開しています。世界をより良くすることに携わる素晴らしいブランドメンバーと社員に感謝しています。ニュースキンは、ブランドメンバー、カスタマー、社員と共に、合計で約460万ドルを世界各地の活動に寄付しました。2024年のコミュニティへの支援は、子どもたちの健康とウェルネスの改善に対する活動が中心です。

このセクションでは、2024年の多くのプロジェクトの一部をご紹介します。

グレーター チャイナ チルドレンズ ハート基金および東南アジア チルドレンズ ハート基金



グレーター チャイナおよび東南アジア チルドレンズ ハート基金は、ニュースキン コミュニティにとって重要な目的をサポートするために活動を行っています。先天性心疾患で生まれた子どもたちの支援や、必要なケアを受ける際に家族が直面する問題に対処するためのサポートを提供しています。

グレーター チャイナでは、ブランドメンバーや社員からの寄付金が50万ドルを超えました。さらに、ボランティアは病院を訪れて子どもたちとレクリエーションを行い、患者の家族と共に回復を祝う感謝のパーティーを開催しました。2024年に、これらの寄付で384人の命を救う心臓手術を提供しました。

東南アジア チルドレンズ ハート基金は2024年に約90万ドルを寄付し、先天性心疾患をもつ恵まれない子どもたちのために1,045件の心臓手術を提供しました。ニュースキンのブランドメンバーや社員は病院を訪問し、ビタミン、学用品、活動バッグなどの必需品を重要な処置を受けている子どもたちに届けました。1999年以来、グレーター チャイナおよび東南アジア チルドレンズ ハート基金を通じて32,000件以上の手術が行われました。

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

社員の取り組み

2024年、フォース フォー グッド エmployer プログラムは、ユナイテッド ウェイ オブ ユタ カウンティ、ラブランド リビング プラネット水族館、サンクスギビング ポイントという3つのローカルの慈善団体と提携。ニュースキン フォース フォー グッド財団は同プログラムを通じ、これらの団体に合計20万ドルを超える寄付を行いました。

シーテック エクスプローラー デイ

2024年の社員主導の重要な取り組みの一つは、ウィメン テック カウンシルのシーテック エクスプローラー デイへの支援でした。この感動的なイベントでは、3,000人以上の女子高校生がSTEM（科学・技術・工学・数学）分野のキャリアを探求しました。ニュースキンの社員たちがメンターとしてボランティアで参加し、学生たちが現実問題に対して創造的な解決策を提案する手助けをしました。

ユナイテッド ウェイ オブ ユタ カウンティ

ニュースキンはユナイテッド ウェイ オブ ユタ カウンティとのパートナーシップを通じてサウス フランクリン コミュニティ センターを支援しています。同センターは、社会的・経済的課題に直面しているアメリカに新たに移住した子どもや家族を中心に、サービスを提供しています。ニュースキン社員の寄付を受け、ニュースキン フォース フォー グッド財団は同センターのサマー ラーニング プログラムを後援していることに誇りに思っています。2024年には、100人以上の子どもたちに充実した授業や安全で構造化された活動を提供しました。

夏のプログラムに加え、社員の寄付により、創造性、自己成長、地域社会とのつながりを支援する13の年間活動が可能となります。合唱、STEM教育、武道、アートセラピー、そしてさまざまな文化イベント、カーニバル、セレモニーが含まれ、子どもたちとその家族の生活に自信、つながり、喜びを育むことを目的としています。

ラブランドリビングプラネット水族館

ユタ州はアメリカで2番目に乾燥した州であり、その独特な生態系はますます多くの課題に直面しています。ニュースキン社員からの寄付により、ラブランドリビングプラネット水族館は州内の教室に直接環境教育を届け、ユタ州の小学生が科学への興味をもち、探求心をもって学習を継続する手助けをしています。

水族館の教育者は生きた動物を連れて学校を訪れ、ユタ州の多様な生息地に植物や動物がどのように適応しているかを探る実践的で探究型の授業を行います。これらの魅力的なセッションは、生徒が観察力を養い、実際の保全戦略を理解するのを助け、次世代が自然界を大切に守る力を育みます。

教育支援に加え、ニュースキン社員とニュースキン フォース フォー グッド財団は水族館と提携し、コモドオオカゲの生息地設立を支援したことに誇りに思っています。私たちは協力してこの特別な動物をユタ州に輸送し、現在は水族館の保全と教育活動の一環として育てられています。

ニュースキンは水族館で、サウス フランクリン コミュニティ センターとマディソンハウスのために、2つの記憶に残るコミュニティイベントを開催し、訪れる人々を探求とつながりの夜に迎え入れました。このパートナーシップは、ユタ州の家族の生活に今も意義ある変化をもたらし続けています。



A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

サンクスギビング ポイント

サンクスギビング ポイントとの提携により、ニュースキン社員の寄付は支援が必要な家族や子どもたちにとって、科学、芸術、文化の豊かさをより身近なものにしています。「エブリィキッド カウンツ」プログラムの支援を通じて、ニュースキンは低所得校の生徒にサマーキャンプ体験や遠足奨学金を提供し、すべての子どもが教室の外で学び、探求し、成長できるようにサポートしています。

社員の寄付は「ミュージアムズ フォー オール」という取り組みも支援しており、WIC (女性・乳幼児向け栄養補助食品プログラム) やSNAP (補助的栄養支援プログラム) の給付を受ける個人や家族が博物館、庭園、学習スペースの扉を開くことができるように、入場料をほとんどまたは無償で提供しています。2024年だけでも42,000人以上の来場者がプログラムに参加し、普段は手の届かないような感動的で実践的な体験をしました。



製品の寄付

2024年を通じて、ニュースキンは60万個以上の製品をさまざまな団体に寄付しました。一部の製品寄付は、購入に応じて特定の目的に製品を寄付するカスタマーキャンペーンの結果です。例としては、ハリケーンやその他の災害で被害を受けた人々への衛生用品、女性シェルター向けのパーソナルケア製品、子ども向けのマルチビタミンなどがあります。



A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

フォース フォー グッド デイ

ニュースキンは毎年、世界中のマーケットで「フォース フォー グッド デイ」を開催しています。これはブランド メンバー、社員、パートナーが地域社会に貢献するために団結する年に一度の伝統です。ニュースキンのミッションである「Force for Good」という理念に根ざしたこれらのイベントは、ボランティア活動、寄付、サステナビリティの取り組みを通じて多様なニーズに応えています。以下のハイライトは、2024年のフォース フォー グッド デイで世界中に意義のある影響を与えたプロジェクトのいくつかを紹介します。

米国

ニュースキン創業40周年を記念したグローバル イベントの「LIVE West 2024」で「Most People Packing Meal Kits in 24 Hours (24時間で食事キットを袋詰めした最多人数)」という新たな世界記録を達成しました。ソルトレイクシティのソルトパレス コンベンションセンターで開催されたこのイベントには、ニュースキンのブランド メンバー、社員、パートナーを含む2,196人のボランティアが集まって55万食以上の健康的な食事キットを袋詰めし、全米の支援を必要とする子どもたちに届けられました。このマイルストーン的なサービス プロジェクトは、2024年7月25日から26日にかけて開催され、コンボイ オブ ホープおよびユタ フード バンク、ならびにMTN OPS、ユタ ジャズ、ハンガー ファイト、スワイヤー コカ コーラ、アズベリー オートモーティブ グループなどの地域団体との協力のもとで行いました。

中国本土

ニュースキン 中国本土は、フォース フォー グッド デイと世界環境デイを記念したセレモニーを3部構成で開催しました。100人以上の参加者が、ジョギングしながら市の公園でゴミを拾う「プロギング」イベントに参加しました。また、書籍、文房具、スポーツ用品を寄付し、約15,400人の学校の子どもたちに届けました。

韓国

40人以上の献身的なボランティアが集まり、地元の子どもたちとその家族のために400個のランチ キットを詰め合わせました。ワールド ビジョン コリアとの提携により、これらのキットは必需品を必要とする家族を支援するために届けられました。

台湾

ニュースキン 台湾は寄付活動を行い、331点の衣類と41足の靴を集めました。ボランティアは寄付された品を仕分け、梱包し、ステップ30インターナショナル ミニストリーズを通じて、東アフリカの子どもたちに適切な衣服や靴を届けました。

日本

ニュースキンジャパンは、セカンドハーベスト・ジャパンを通じてひとり親世帯を支援するために、フードドライブを実施。約2,177キログラムに相当する7,809個の食料品を集めることで大きな影響を与えました。さらに、東日本大震災 被災地の子どもたちに1,500個の文房具セットをつくって届けることで、教育と復興活動を支援しました。

太平洋地区

ニュースキン太平洋地区は、がん治療を受ける子どもの保護者のためにニュースキン製品が入った240個のケアバッグをまとめました。キッズ ウィズ キャンサー財団との提携により、これらの思いやりのあるパッケージはオーストラリア全土の病院に届けられ、非常に困難な時期に家族に励ましと支援を提供しました。

A Message From The CEO

最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact

ソーシャルインパクト

Sustainability

サステナビリティ

Conclusion

最後に

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に



SOCIAL IMPACT ソーシャル インパクト

ニュースキン フォース フォー グッド財団

ニュースキン フォース フォー グッド財団は、ニュースキンのブランド メンバー、社員、友人たちが世界中の子どもたちの生活を改善するために、1998年に設立されました。

2024年、米国本社のニュースキン フォース フォー グッド財団は合計180万ドル以上を寄付。世界中の子どもたちの健康とウェルネスの向上に注力しました。アジアでのForce for Goodの取り組みを支援するための複数の姉妹財団からの寄付も総寄付額に含まれており、『概略：2024年のハイライト』セクションでも紹介しています。

ここからは、ニュースキン フォース フォー グッド財団の長期的パートナーならびに2024年に資金提供を受けたプロジェクトの一部概要をご紹介します。詳しくはニュースキン フォース フォー グッド財団のWebサイトをご覧ください。

シーコロジ

ニュースキンフォースフォーグッド財団はシーコロジと提携し、経済や環境保全の問題に独自の解決策で取り組んでいます。エスネピック シリーズ全製品に対して、ニュースキンは1製品の購入ごとに25セントをニュースキンフォースフォーグッド財団に寄付し、その一部はシーコロジへの支援に使用されています。

シーコロジは、地元の島民とのパートナーシップを通じて海洋生息地の保護を支援しています。生息地の保護と引き換えに、シーコロジが学校、コミュニティセンター、水道システム、診療所を建設し、島のコミュニティと子どもたちの生活を改善。25年以上にわたり、約150万エーカーの海洋生息地の保護を支援したと報告しています。

ニュースキンフォースフォーグッド財団の資金援助により、2024年は世界中で8つのプロジェクトが行われました。

ブラジル コティジュバ島：

7.5エーカーの劣化した河畔林の再植林と保護を目的として、コミュニティ ホールの改修と農業生態学支援を実施。

カメルーン マノカ：

2,471エーカーのマングローブの25年間の保護と引き換えに、清潔な水へのアクセス、30世帯の太陽光発電、石炭製造トレーニングを提供。



インドネシア チキダン村：

新たな幼稚園、監視所と設備、コーヒー栽培支援、在来樹木の苗木と引き換えに、15年間にわたり288エーカーの熱帯雨林を保護。

フィリピン シティオラパット：

1,236エーカーの流域の20年間の保全と引き換えに、家庭や保健センター、学校に電力を供給するマイクロ水力発電システムを設置。

クック諸島 ボイス オブ ザ セイクリド オーシャン：

世界最大の海洋公園、マラエ モアナの保全を推進する青少年アンバサダープログラムを開始。

インドネシア ガムタ村とマゲイ村：

2つの遠隔島村の幼稚園と引き換えに、30万エーカーの持ち出し禁止海洋地域の継続的な保護。

マダガスカル アンバラオンビー コミューン：

19,185エーカー（うち7,230エーカーは原生林）の15年間の保護と引き換えに、中等学校と持続可能なコーヒー栽培の訓練の提供。

マーシャル諸島 アジェルタケ村：

マーシャル諸島の伝統を保存・教育する文化センターと引き換えに、15年間の新たな1,280エーカーの持ち出し禁止海洋保護区を創設。

※100エーカー＝0.4平方キロメートル。

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

SAFI* (家族の自立を支援する農業学校)

2007年以来、ニュースキンはSAFIと提携し、マラウイの農村部に住む人々の生活を豊かにしています。SAFIは、生活水準を向上させる知識、スキル、リソースを家族に提供することに取り組んでいます。

*スクール オブ アグリカルチャー フォー ファミリー インディペンデンスの略。

SAFIはマラウイ全土の農家が自給自足できるように、農作物の収量改善や地域全体の食糧不安に対処するための農業教育支援を行っています。これは2つの異なるプログラムを通じて実現されます。

1. 2007年に開始されたキャンパス内プログラムで、トレーニングは家族単位で取り組み、生産性を高めるための知識や技術を2年間学びます。農業教育プログラムの評価や見直しにより、卒業生はより自立した生活ができることが明らかになりました。

2. 2013年より、SAFIはエクステンションプログラムとして、マラウイ全土のコミュニティで農業指導員となる農家を選定、教育する支援活動を拡大しました。より多くの個人や家族に対し生産性を高める知識や技術を提供するために、農業指導員を育成します。このエクステンションプログラムは、SAFIがより多くの世帯やコミュニティにより迅速に影響を与えるのを助けています。

2024年には21世帯がキャンパス内プログラムで訓練を受け、411人の農業指導員がエクステンションプログラムを通じて訓練を受け、彼らはマラウイの15,933世帯に研修を行いました。SAFIでのプログラム開始以来、26,654世帯がSAFIカリキュラムで訓練を受けています。

SAFIは生徒に総合的な教育を提供することを大切に、農業ビジネスから男女平等まで幅広いテーマについて教育を行っています。また、教育や採用における男女平等を大切にしています。2024年に教育を受けた農業指導員の52%は女性でした。



ウェルズ オブ ホープ (希望の井戸)

ニュースキン フォース フォー グッド財団は、2016年よりマラウイ全土の村の水不足解消に取り組んできました。現在までに、SAFIはウェルズ オブ ホープ プログラムを通じ、またはニュースキン フォース フォー グッド財団の支援を受け、169の井戸を掘削。2024年は、8の井戸を掘削しました。ウェルズ オブ ホープは、これらの井戸が17,000世帯以上に影響を与えていると推定しています。

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

災害支援

ニュースキン フォース フォー グッド財団は被災した人々の苦しみを和らげるため、災害支援のために資金の一部を割り当てています。2024年、同財団は以下の支援に貢献しました。

- 2024年11月、エポック製品の「バイ ワン、ギフト ワン」キャンペーンを通じて、ニュースキン フォース フォー グッド財団は25万点以上の衛生用品をコンボイ オブ ホープに寄付しました。これらの物資はハリケーン ヘリーンとミルトンの被災者支援のために届けられました。
- 2024年12月、フォース フォー グッド財団は、カリフォルニアの山火事被災者を支援するために、フルサイズのエポック製品1つの購入ごとに10ドルを米国赤十字社に寄付しました。このキャンペーンとフォース フォー グッド財団による短期間の募金活動で集められた資金は合計26,000ドルに達しました。



A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

製品コミットメント

2019年に発表した製品ポートフォリオの環境への影響に関するコミットメント(公約)の進捗状況をご報告します。

2019年 – 完了

ニュースキン製品を評価するための環境影響スコアリングシステムを作成。

2020年 – 完了

コミットメントを発表した2019年のトップ20製品の環境影響スコアを評価、スコア化、改善。

2023年 – 完了

全製品の環境影響スコアの評価、スコア化、改善するための計画を立案。

2030年 – 進行中 – 予定より早い

全パッケージを、回収可能、リサイクル可能、再利用可能、再生可能、または削減する予定。

A Message From The CEO

最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact

ソーシャルインパクト

Sustainability

サステナビリティ

Conclusion

最後に

サステナブル デバイス基準

ニュースキンは2023年にサステナブル デバイス基準を策定・施行しました。数々の賞を受賞したニュースキンの各種デバイスを引き続き改良していく取り組みの一環として、社会と環境の改善を推進するための達成基準を4つのカテゴリーで定めました。4つのカテゴリーは「エネルギー効率および電力効率」、「壊れにくい設計または修理可能な設計」、「サステナブルな素材および製造」、そして「サステナブルなパッケージ」です。

これらの基準は「デザイン」、「製造」、「使用」、「廃棄」というライフサイクル全体において、各デバイスがサステナビリティに与える影響を改善するための指針となります。デバイスは必ずしもすべての基準を満たすというわけではありませんが、各カテゴリーの基準を満たした製品をブランドメンバーが自信をもって使用・推奨できることを目指しています。

環境に対する責任

ニュースキンのサプライチェーン、製品、ならびに世界各地の施設で地球の資源を責任をもって使用する方法を常に模索しています。目標に向かって大きく進歩していますが、やるべきことはまだまだあると理解しています。コミットメントを達成し、イノベーションを起こすことを目指し、環境への取り組みを強化するための方針とプログラムを構築、実践していきます。



環境に配慮した製品パッケージ

2024年には、製品パッケージに関するサステナビリティの一環として、ニュースキンはageLOC トゥルー フェイス エッセンス ウルトラのレフィル（詰め替え用）を発売し、さらに4種類のageLOC トゥルー フェイス セラムとクリーム用のレフィル システムを開発しました。

※ageLOC トゥルー フェイス シリーズのレフィルの一部は、日本では未発売です。



ニュースキンの製品群全体で、継続的な環境対策では紙1.4トンとプラスチック8.5トンの使用を削減し、24トン以上のリサイクル プラスチックと3.6トンのバイオベースの再生可能プラスチックを使用しています。

原産地とサプライヤー

紙製品の原産地

私たちは、持続可能と認証された素材や100%リサイクルされた原料から繊維素材をベースにした包装資材を調達することで、森林破壊の削減に取り組んでいます。これは、2030年の目標である、ニュースキンのすべての製品パッケージを回収可能、リサイクル可能、再利用可能、再生可能にする、または削減するという目標の達成に役立ちます。消費者は特定の製品に関する持続可能な原産地情報を確認できます。

さらにニュースキンは、紙素材のパッケージが国際的な森林基準に基づく第三者機関から確実に認証を得られるよう取り組んでいます。この国際的な森林基準は、環境に配慮し、社会にとって有益であり、かつ経済的にも持続可能な世界の森林管理を支えるために定められています。

サプライヤーのサステナビリティ

2024年、ニュースキンのサプライヤーサステナビリティの取り組みは、原材料サプライヤーとの連携強化に重点を置きました。この取り組みは、成分に関連する環境的・社会的リスクや課題を特定し、リスク軽減やより良い影響につながる実践的な取り組みがどのようなものかを、サプライヤーからニュースキン側に提示できるようにすることです。ニュースキンはサプライヤーからの報告を評価し、評価が低かったサプライヤーには、より持続可能性の高い取り組みを実現できるように協力しています。

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

受賞実績

プロダクト サステナビリティ アワード

以下は、ニュースキンが2024年に受賞したプロダクト サステナビリティ アワードの一部です。



2024 グローバル グリーンビューティー アワード
ベストナチュラル アイ/ブロウ プロダクト
ニュー カラー ラッシュ+ブロウ セラム
ベストナチュラル アイ/ブロウ プロダクト部門 銅賞



2024 グローバル グリーンビューティー アワード
ベストナチュラル ボディ クリーム
ベストシアバター プロダクト
エポック バオバブ ボディ バター
ベスト ナチュラル ボディ クリーム部門 金賞
ベスト シアバター プロダクト部門 銀賞



2024 グローバル グリーンビューティー アワード
ベスト ナチュラル SPF50 プロダクト
サンライト ミネラル サンスクリーン
ベスト ナチュラル SPF50 プロダクト部門 銀賞

アワード



ニュースキン CSR
グリーンビジネス リーダーシップ
2024 ユタ グリーンビジネス アワード



ニュースキン
グローバル インパクト&コミュニティ エンゲージメント
2024 グローバル レコグニション アワード

A Message From The CEO
最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact
ソーシャルインパクト

Sustainability
サステナビリティ

Conclusion
最後に

最後に

ニュースキンは環境と社会への影響において、革新を追求し続けています。ニュースキン ビジネスのあらゆる領域で、サステナビリティを意識し、実践することが継続的な成功の鍵となります。地球を守り、人々を支えるために、今後も取り組みをより強化し、目標やプログラムの改善を続けていきます。ニュースキンのブランド メンバー、社員、サプライヤーそしてビジネスを展開しているグローバル コミュニティにとってより良い未来を確実にするために、これからも企業の社会的責任を果たしていきます。

A Message From The CEO

最高経営責任者からの
メッセージ

Social Impact

ソーシャルインパクト

Sustainability

サステナビリティ

Conclusion

最後に
