



ニュースキン

2021年ソーシャル インパクト
& サステナビリティ レポート



最高経営責任者からのメッセージ

ニュースキンの活動は、すべて Force for Good の理念に基づいています。さまざまな困難に直面したこの数年間、私たちは互いに助け合い、環境を大切にすることの重要性を学びました。そうした経験をとおしてニュースキンは、サステナビリティを高め、社会をより良い場所に変えていくための取り組みに、なおいっそう注力するようになったのです。

近年、ビューティー&ウェルネスの分野は急速に変化しています。多くの消費者が、製法や原材料に関する安全性の向上を求め、理念をもってコミュニティに貢献しようとするブランドを探しています。私たちは、そうしたニーズを満たすために力を尽くし、その過程でさまざまなオポチュニティが生まれました。長年にわたり、ニュースキンは環境への影響を改善するために取り組み続けています。そして 2021 年も、大きな成果につなげることができました。

このレポートでは、サステナビリティの向上やソーシャル インパクト(社会的影響力)の創出のために、2021年にニュースキンが取り組んだ活動をご紹介します。私たちは、この努力を誇りに思っています。資源豊かな明日につなげるために、ニュースキンが持続可能な環境への取り組みをどのように深化させていくのか、このレポートから感じていただければ幸いです。

心を込めて

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



チーフ レピュテーション オフィサー 兼 シニア バイスプレジデントからの メッセージ

創業者たちは、世界をより良くするために「人々がより豊かになるための力となる」という思いをもってニュースキンを創業し、グローバル企業へ成長させました。そして、ニュースキンのマネジメント チームと社員は、ニュースキンを「統合的なビューティー & ウェルネス カンパニー」として成長させ続けることによって、創業者たちの思いを込めたミッションの実践に取り組んでいます。

世界の Force for Goodになることは、まさに私たちの取り組みの中核です。それこそが、正しいビジネスのあり方だと信じているのです。ニュースキンには独自の販売チャンネルがあり、品質にこだわった製品と信頼できるブランド メンバーによるグローバルな販売ネットワークがあります。それがビューティー & ウェルネス分野におけるニュースキンの優位性であり、私たちの活動のすべてにおいて、ニュースキンのミッションを効果的に実践することを可能にしているのです。ニュースキンの考える企業の社会的責任は、以下のとおりです。

- グローバルな取り組みと社会起業家プログラムを通じ、子どもたちの健康と福祉の向上に注力すること
- 公平性と包括性をもった多様な文化を創造すること
- ニュースキンがビジネスを行っている各コミュニティ(地域社会)の組織やプロジェクトと協力し、コミュニティの改善に尽くすこと
- 製品やパッケージの改良、二酸化炭素排出量や資材の削減に努めるなど、あらゆる分野でサステナビリティ向上のために取り組み、確実に実現すること

支援を必要としている人たちに手を差し伸べ、寄り添っていきたいという私たちの思いと、活動をとおして得る喜びを、皆様も感じてくださることを願っています。私たちは、このレポートでお伝えするサステナビリティに関する取り組みや、さまざまな Force for Good 活動の成果を誇りに思っています。同時に、私たちはもっと多くのことができると信じています。これからもニュースキンは、創業者の思いが込められたミッションとビジョンの実現のために、力を尽くしてまいります。より良い未来をつくるために、皆様のお力添えをお願い申し上げます。

ニュースキン エンタープライズ チーフ レピュテーション オフィサー 兼 シニア バイスプレジデント
ルース トッド



ソーシャル インパクト

ニュースキンの責任文化：サステナブルな企業であるためには、最大のリソースの1つである社員を大切にすることが重要です。



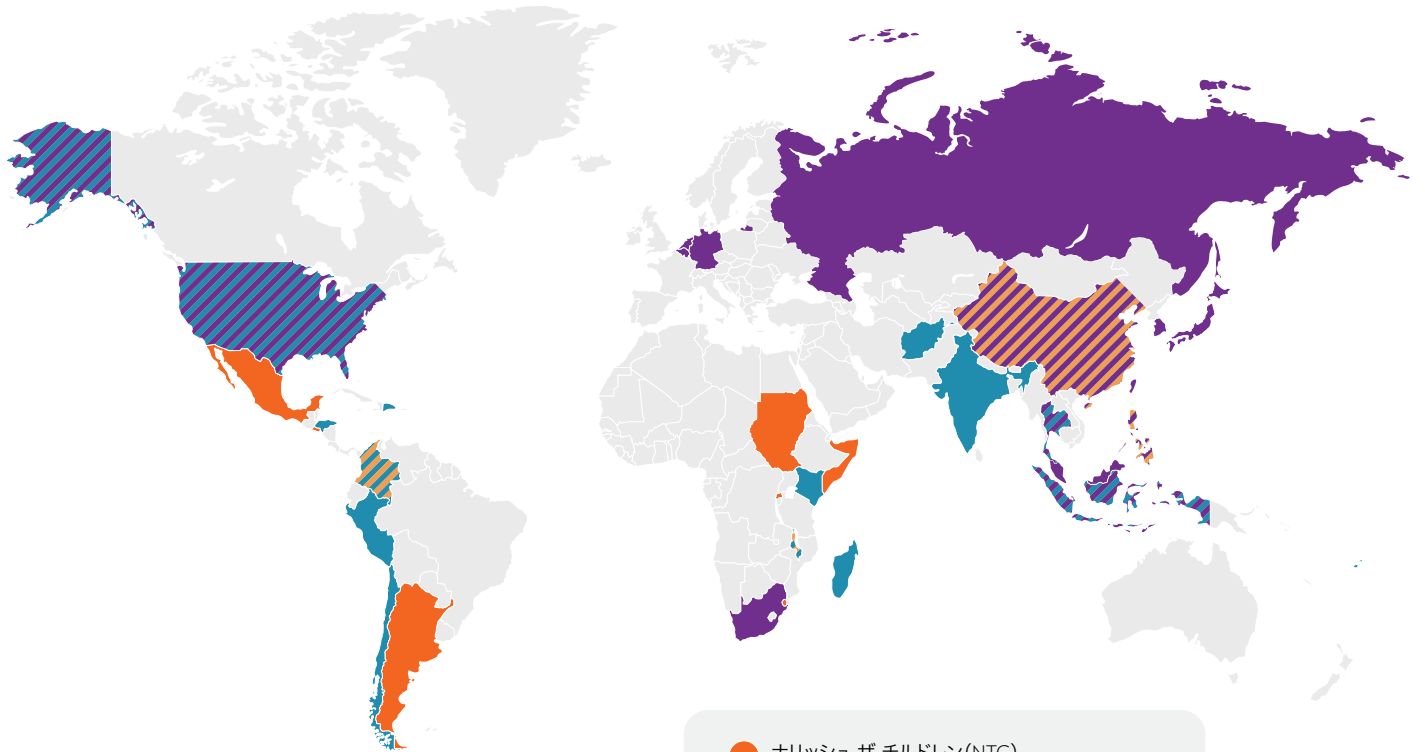
グローバルでの社会貢献活動

ニュースキンの倫理の基本は、世界の「Force for Good」になるというミッションです。ニュースキン ビジネスを通じて、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、よりよい世界をつくることでミッションを達成することができるのです。

全般的なハイライト

ニュースキンは 2021年、ブランド メンバー、チャリティ パートナー、社員と共に次のことを行いました。

- 全世界で 850万ドル以上を寄付
- 5,000万食以上のビタミンを購入・寄付
- 各マーケットでチャリティ パートナーと提携



- ナリッシュ ザ チルドレン(NTC)
- ニュースキン フォース フォー グッド財団 (FFG財団)
- コミュニティ アウトリーチ
- コミュニティ アウトリーチと FFG財団
- NTCと FFG財団
- NTCとコミュニティ アウトリーチ



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に焦点を当て、ナリッシュ ザ チルドレン プログラムを開始しました。このプログラムを通じて、会員の皆さまや社員がビタミンールを購入・寄付することで、支援を必要とする子どもたちに栄養食を届けることができます。ビタミンールの購入 8袋ごとに、ニュースキンは1袋を追加して寄付します。

2021年、ビタミンールの購入・寄付がプログラム開始から累計で**7億 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。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さまざまな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ンールは、65以上の国や地域に寄付されています。

2021年に以下の国や地域の子どもたちがビタミンールを受け取りました。

- マラウイ — 41,186,940食
- 中国本土 — 4,279,620食
- コロンビア — 900,000食
- アルゼンチン — 522,000食
- メキシコ — 285,000食
- フィリピン — 540,000食
- ハイチ — 720,000食
- エルサルバドル — 360,000食
- ソマリア — 180,000食
- ブルンジ — 540,000食
- エスワティニ — 180,000食
- 南スーダン — 690,000食



2021年の購入・寄付合計 — 50,383,560食

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ンールを購入し、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。ビタミンールの価格には、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ンールの販売から利益を得ています。



アイリーン

マラウイに住む 5歳の少女アイリーンは HIV陽性と診断されました。その診断に加え家庭の状況により、彼女が適切な栄養を摂ることは非常に困難でした。しかし、チャリティ パートナーの1つジョイス バンダ財団の支援で、アイリーンはビタミンを食べ続けることができるようになったのです。同財団は、支援を必要とする大勢の子どもたちに食事を提供しています。ビタミンのおかげで、アイリーンの栄養状態は大幅に改善され、これまで以上に活力に満ちエネルギーに見えます。アイリーンは将来看護師になりたいと願っています！

出典：ジョイス バンダ財団 ストーリーシート

グローバル コミュニティ アウトリーチ

2021年、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 メンバーや社員と共に、合計で約 **400万ドル**を世界中の地元の団体に寄付しました。このセクションでは、2021年に起こったプロジェクトのいくつかに焦点を当てます。

2021年のコミュニティへの取り組みは、ビジネスを展開する多くのマーケットでの教育や緊急救援、健康に関連する支援が中心です。

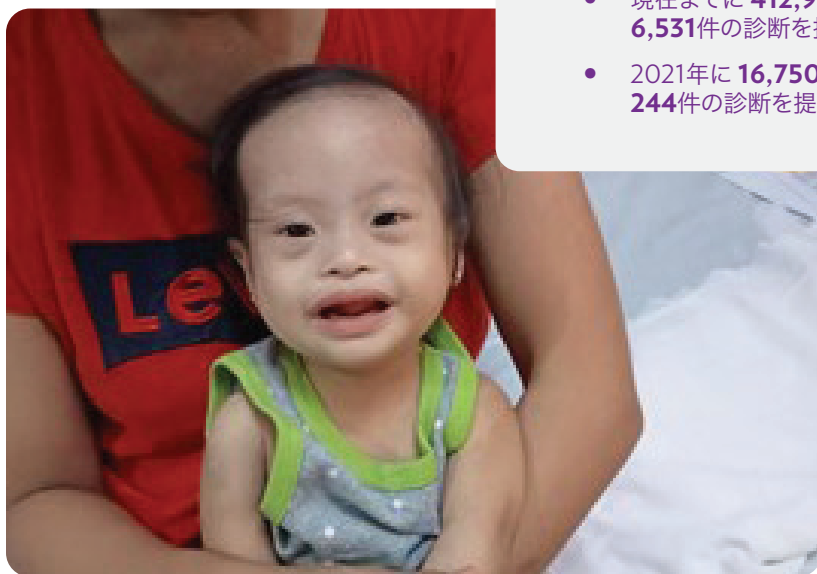


グレーター チャイナ チルドレンズ ハート基金 + 東南アジア チルドレンズ ハート基金

中国本土、東南アジアのニュースキン コミュニティにとって、チルドレンズ ハート基金は重要です。

この基金は、先天性心疾患で生まれた子どもたちを助けるための支援を行っており、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に活動しています。

- 1999年以来、**27,453**人の子どもたちが心臓手術を受けました。
- 2021年に **1,410**人の子どもたちが心臓手術を受けました。
- 現在までに **412,941**件の無料の冠状動脈性心疾患スクリーニング検査と **6,531**件の診断を提供しました。
- 2021年に **16,750**件の無料の冠状動脈性心疾患スクリーニング検査と **244**件の診断を提供しました。



カルチャーシティ

2021年、ニュースキンは、感覚のアクセシビリティに関する情報を世界に発信し、目に見えない障害をもつ人々を受け入れる取り組みを行う組織、カルチャーシティに 90,000ドルを寄付しました。寄付と並行して、ニュースキンは米国本社の社員の 50%以上が感覚認証を取得するために努力し、世界初のセンサリー インクルーシブ(感覚過敏への社会的包摂) 認定機関となりました。ニュースキンは、世界をより感覚的に受け入れられるものにするという重要なタスクを支援するために、カルチャーシティと共に前進することを楽しみにしています。

チャリティ ビジョン

2021年、ラテンアメリカでは、ニュースキン フォース フォー グッド財団を通じてチャリティ ビジョンに 103,000ドルを寄付しました。カリフォルニア州(米国)、コロンビア、ペルーの 109,398人の子どもたちが視力検査を受け、9,948本の眼鏡が寄付されました。

2021年のそのほかのハイライト：

- ニュースキンはユタ バレー大学財団に対し、1棟の建物の建設を支援するため 500,000ドルを寄付しました。
- 中国本土では、学校全体の生徒の教育環境を改善し、より良い未来のために役立つニュー スクール プログラムを引き続き支援しました。2003年にプロジェクトが開始されて以来、ニュースキンは 30の学校で 47,000人以上の子どもたちが教育を受けることを助けてきました。
- 日本では、子どもたちがリーダーシップを学び、自分で考え主体的に行動することを目的とした教育プログラム「リーダー・イン・ミー」の導入を支援しました。2016年の支援開始以来、全国 25校の公立小学校で 10,000人以上の児童を支援してきました。



フォース フォー グッド デイ

年に一度、ニュースキンは全社員に「Force for Good」になるため、ボランティア活動を一日行う日を奨励しています。ニュースキンが組織したボランティアの機会を通じて、地域社会に変化をもたらすために世界中の社員が活動しました。



2021年:

- 食料品、新型コロナウイルス感染症救援キット、学用品など、5,500点以上のアイテムが寄付されました。
- 1,500人以上の人々がボランティア プロジェクトによってサポートを受けました。
- 1,200人以上の社員とその家族が参加しました。

日本で行われたフォース フォー グッド 月間の活動の一例をご紹介します。

日本の社員は、6月に 5つの活動を行いました。

- 食の支援を必要とする人々のため、**2,186個の食料品**を集め、セカンドハーベスト・ジャパンを通して「Food for Kids」の利用者に届けました。
- 東日本大震災 被災地支援の一環として、東北 6県(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)の 34カ所の児童養護施設の子どもたちに、計 **1,700個の文房具セット**を寄付しました。
- ニュースキンの社会貢献活動を紹介するテレビ番組「笑顔のために～子どもたちへの食糧・教育支援」を制作、6月 19日、26日に TOKYO MX1で放送されました。
- 資源循環の仕組みづくりに取り組んでいるソーシャル エンタープライズ(社会的企業)、テラサイクルとのパートナーシップを結び、使用済の空き容器を回収、リサイクルする「Force for Greenリサイクル プログラム」を開始しました。
- 日本国内の全エクスペリエンス センターでサステナビリティをテーマにした展示を行い、ニュースキンのサステナビリティについて多くの人々に伝えました。



FORCE
FOR
GOOD

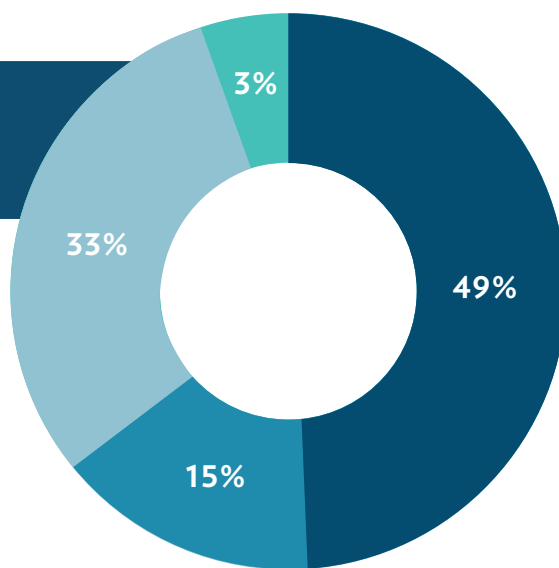
フォース フォー グッド財団

創業者たちは、ビューティー&ウェルネス分野を超えて、世界をより良くすることを決意し、世界中の子どもたちの生活を改善するためにニュースキン フォース フォー グッド財団を 1998年に設立。ブランド メンバー、社員、チャリティ パートナーが協力し活動を行っています。

2021年、同財団は、地球に優しく大切にすること、未来を担う世代に食事を届けること、グローバル コミュニティに投資することに焦点を当てました。**米国本社のニュースキン フォース フォー グッド財団は、2021年に合計で200万ドル以上を寄付しました。**

米国本社のニュースキン フォース フォー グッド財団は、2021年に合計で200万ドル以上を寄付しました。

- 資金の **49%**が教育に充てられました
- 資金の **15%**が医療に充てられました
- 資金の **33%**が経済発展に充てられました
- 資金の **3%**が災害救援に充てられました



ニュースキン フォース フォー グッド財団には、中国本土、香港、台湾に 3つの姉妹財団があります。2021年は共同で合計 **460万ドル**以上の寄付が寄せられました。

2022年は、世界中の子どもたちの健康と幸福を促進し、生活に良い影響を与えるために、よりスマートでインパクトのあるパートナーシップを模索しています。

このセクションでは、ニュースキン フォース フォー グッド財団の長期的なパートナーと、2021年に資金提供を受けたプロジェクトに焦点を当てます。詳細については、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。

シーコロジー

ニュースキン フォース フォー グッド財団はシーコロジーと提携し、貧困と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 シリーズすべてに対して、1製品の購入ごとに25セントがニュースキン フォース フォー グッド財団に寄付され、その一部はシーコロジーへの支援に使用されています。

シーコロジーは、地元の島民とのパートナーシップを通じてお互いに協力し合っています。島の人々は海洋生息地を保護するための実践的な知識を伝え、シーコロジーは島のコミュニティと自然の生息地を保護するために学校、コミュニティ センター、水道システム、診療所を建設し、島の子どもたちの生活を改善しています。

シーコロジーは、25年以上にわたり、約5,666平方キロメートルの海洋生息地の保護を支援してき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、2021年はドミニカ共和国、コロンビア、フィジー、ホンジュラス、インドネシア、マダガスカル、タイ、ケニア、チリ、ミクロネシア、ペルーなど、世界中で15のプロジェクトが行われました。

シーコロジーのプロジェクトをいくつかご紹介します。



ワイレブ(フィジー)：幼稚園、コミュニティ センター、嵐の避難所として使用するコミュニティ ホールの建設と引き換えに、約9平方キロメートルの熱帯雨林と約4平方キロメートルの海洋保護区の保護。



アンドラノバカ(マダガスカル)：新しい小学校の建物や家具と引き換えに、約11平方キロメートルの森林と約7キロメートルの防火帯を20年間保護。



キンチャオ(チリ)：学校環境クラブの説明用標識、装備、教育と引き換えに、約1平方キロメートルの鳥の生息地の保護。

フォトクレジット(左から右へ) : Seacology, Planet Madagascar, Grupo Jaragua

「SAFI(家族の自立を支援する農業学校)*」を中心とした支援

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。その支援の範囲は今、SAFIの姉妹組織に広がっています。2021年には、SAFI、SAFI エクステンション、エデュケイト ザ チルドレン (ETC)、ウェルズ オブ ホープの合併に着手し、各プログラムを組み合わせ、現在までに支援を受けている 11,000人を超える数の学生へアプローチを広げることが期待されています。合併は 2022年 1月に正式に完了、その様子は今後のレポートでお伝えします。

*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

2021年に 30組の新しい家族が卒業

SAFIはマラウイ全土の農家が自給自足し、作物の収量の改善や地域全体の食糧不安に対処できるようになるためのトレーニングに焦点を当てています。農業支援プログラムの評価、見直しにより、卒業生はより自立できるようになることが明らかになりました。2007年のパートナーシップ以来、597世帯がキャンパスで農業の成功事例に関するトレーニングを受けています。2021年には 30組の新しい家族が卒業しました。SAFIの影響は 597世帯に留まりません。卒業生は平均 20人の農民たちをトレーニングし、2年生の 80%は地域社会をリードする農家として奉仕し、隣人にカリキュラムを伝えるサポートを行っています。





SAFI エクステンション

2021年に1,008人の新規農家が研修を実施

SAFIエクステンション プログラムは、ニュースキン フォース フォー グッド財団と提携し、マラウイ全土に正しい農業慣行を広めるサポートをしています。2013年以来、SAFI エクステンションはマラウイ全土で 9,865人の農民に対するトレーニングを実施、2021年には 1,008人の新たな農民がトレーニングを受けています。



エデュケイト ザ チルドレン

2021年度は107名の新入生が奨学金を受給

ニュースキン フォース フォー グッド財団は、エデュケイト ザ チルドレン(ETC)と提携し、マラウイの学生が教育を受けるための奨学金を提供しています。2021年、ETCは27人の大学新入生と80人の中等教育新入生を後援しました。現在、ETCは51人の大学生と143人の中等教育学生を後援しています。現在までに、ETCとニュースキン フォース フォー グッド財団はマラウイで 1,233人の学生を支援してきました。ETCの全奨学金の45%が女性に授与されています。



ウェルズ オブ ホープ(希望の井戸)

2021年に掘削された40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問題に取り組むために活動してきました。現在までに、ウェルズ オブ ホープとニュースキン フォース フォー グッド財団は 130の井戸を掘削し、そのうち40は 2021年に掘削されました。ウェルズ オブ ホープは、これらの井戸がマラウイの村の 15,000世帯以上に影響を与えていると推定しています。



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。2021年は以下の災害への支援を行いました。

- テキサス州(米国)の大寒波と州全体の停電の影響を受けた人々への支援のため、赤十字に寄付
- インドの新型コロナウイルス感染症の危機に苦しむ人々に支援物資を提供するため、赤十字に寄付
- アフガニスタン難民危機により、アフガニスタンから逃れてきた人々に支援物資を提供するため、国際救済委員会に寄付
- ハイチ地震の被災者を支援するため、赤十字社に寄付





サステナビリティ

製品コミットメント

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)を2019年に発表しました。そ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年に特定されたトップ20製品の環境影響スコアを評価、スコア化、改善。

2023年 – 進行中

- 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予定。

2030年 – 進行中

- 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。



環境に対する責任

サプライチェーン、製品、グローバル施設内で地球の資源の責任ある使用を優先する方法を常に模索しています。私たちは目標に向かって大きな進歩を遂げましたが、やるべきことはまだまだあることを理解しています。私たちは目標を達成し、イノベーションを起こすことを目指しています。環境への取り組みを強化するための今後の方針、プログラムを構築、実践していきます。



受賞実績 アワード

グローバル グリーン ビューティー アワード

エポック バオバブ ボディ バターは、グローバル グリーン ビューティー アワードのベスト シア バター プロダクト部門で金賞を受賞しました。

ニュートリセンシャルズ イン バランス pH バランス トナーは、グローバル グリーン ビューティー アワードのベスト アロエベラ 製品で銅賞を受賞しました。

ピュア ビューティー グローバル アワード ファイナリスト

ニュートリセンシャルズ トゥー ビー クリア ピュア クレンジング ジェルは、ピュア ビューティー グローバル アワードのニュー ナチュラル プロダクト部門のファイナリストでした。



製品パッケージ

環境に配慮したパッケージ

2030年までに当社の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、または削減するというコミットメントを達成することにコミットしています。

パッケージ イノベーションの取り組みで削減した紙/プラスチック

2021年

製品ポートフォリオ全体：

131 トンのプラスチックを削減
34.4 トンの紙を削減



2020年には、環境に配慮したパッケージに関するガバナンス対策を作成しました。2021年も、環境に配慮したパッケージの基準を世界レベルで取り入れる取り組みを継続しました。リサイクルド、リサイクラブル、リユーズブル、リデュースド、リニューアブルからなる5R(ファイブアール)*に沿ったパッケージ革新に優先順位を付けながら進めることが、当社の基本原則の一つです。このような取り組みの結果、4.43トンの再生可能素材を使用することができました。

また、樹脂 PCR(ポスト コンシューマー レジン)、再生プラスチック、サトウキビなど、より多くの革新的な再生可能材料などを積極的に取り入れています。透明性と知識が変化の鍵であると信じて、米国本社の Web ページ「[Recycle Right\(正しいリサイクル\)](#)」を通じて正しい知識を多くの人々に広めるよう努めています。全製品のパッケージの簡素化を追求する中で、目標に向けた進捗を引き続きお伝えしていきます。

*米国本社がフォーカスする5R(ファイブアール)とは、リサイクルド(Recycled)、リサイクラブル(Recyclable)、リユーズブル(Reusable)、リデュースド(Reduced)、リニューアブル(Renewable)の5つのR(アール)の総称です。





エスネピック Eco-Pac

2020年には、環境にやさしいパッケージの革新的な形態である Eco-Pacチューブを採用したエスネピック シリーズの製品群を発売しました。チューブの頭と肩をなくすことにより、Eco-Pacチューブ当たりプラスチックの使用を 8%以上少なくしています。それぞれのエスネピック製品は、プラスチック包装を 8~73%削減しました。

Eco-Pacチューブを使用することにより、2020年のエスネピックの売上高に基づき年間 67トンのプラスチック樹脂が節約されました。Eco-Pacチューブはサトウキビからつくられ、エネルギー効率の高い製造プロセスを用いているため、ニュースキンは各製品に関連する炭素排出量を約 80%削減することができました。

最後に

ニュースキンは環境および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面において、サステナビリティを意識し、実行していくことが成功を維持するための鍵となります。私たちは地球を守り、人々を支援するためにコミットメントを強化し、目標を設定し、プログラムを開発し続けます。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私たちが事業を展開するグローバル コミュニティにとってより良い明日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。

