

## 役目を終えた化粧品バルク（中身）の資源性とその有用価値

田中寿典<sup>\*,†</sup><sup>\*</sup>(株)モーンガータ 東京都練馬区三原台3-7-40 (〒177-0031)<sup>†</sup> Corresponding Author, E-mail: h-tanaka@man-gata.com

(2025年5月30日受付, 2025年6月13日受理, 2025年8月20日公開)

## 要 旨

昨今、欧州におけるLCA（ライフサイクルアセスメント）を基盤とした環境規制の強化を受け、日本国内においても2030年に向けて同様の規制が厳格化される見通しである。こうした市場環境の変化の中、化粧品業界においても、他業種と比較して高く推移している在庫廃棄率や9割近くの化粧品ユーザーが使用しきれずに廃棄してしまっている実態が、社会課題として着目され始めている。これまで、廃棄化粧品に関する対応としては容器リサイクルへの取り組みが多くの企業によって展開されてきたが、中身そのものの再生利用については、ほとんど手つかずの状態であった。そのような状況下において、(株)モーンガータは、化粧品の中身に着目した再生利用の仕組みを構築した先駆者である。同社は、化粧品の中身を「資源」として捉え直すことで、その有用性を見だし、独自の技術とビジネスモデルによって新たな価値を創出してきた。

本稿では、その取り組みの概要と背景、技術的アプローチ、ビジネス的意義について紹介する。

キーワード：化粧品、アップサイクル、多用途色材、サーキュラーエコノミー、サステナビリティ

## 1. 緒 言

近年、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた企業の取り組みが、多様な産業領域において加速している。一部の業界においては、これが個別企業の施策にとどまらず、業界全体の共通課題として取り組まれる傾向も見られる。一方で、サステナビリティが短期的な広報手段に矮小化され、戦略的意義を欠いた事例も散見される。このような現状を踏まえ、企業戦略におけるCSR（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）の位置づけを再定義する必要がある。ただし、本稿におけるCSRの議論は、その概念的整理を目的とするものであり、欧米の枠組みや規範を一律に正とする立場を取るものではない。

日本においては、CSRはしばしば環境保全、ボランティア活動、法令遵守、寄付行為などの社会貢献的側面に限定的に理解される傾向がある。また、近年ではCSV（Creating Shared Value：共通価値の創造）が企業戦略の最前線にあるという認識も強まっている。しかし、CSVやサステナビリティ、さらにはESG（環境・社会・ガバナンス）経営やESG投資も、CSRの構成要素または実装手段であると位置づけられる。すなわち、

CSRはこれら全体を包含する包括的な概念である。CSRが単なる社会貢献活動として語られる場面が増えている一方で、戦略的CSRを掲げる企業においては、これらの混同を排し、CSRを企業戦略の基盤として明確に位置づける動きも見られる<sup>1)</sup>。本稿の立場としては、法令遵守を前提としつつ、(1) ステークホルダーと社会のあいだにおけるCSVの最大化、および(2) 企業による潜在的な負の影響の特定・防止・軽減、の二点を企業戦略における中核要素とすべきであるとする。

以上のような概念的枠組みを前提としつつ、筆者は化粧品業界において製剤技術（処方設計など）に従事してきた経験を有し、経済学や経営戦略の専門家ではないものの、(株)モーンガータ（以下、当社またはモーンガータ社）を設立し、企業経営に携わる中で得た知見をもとに、持続可能性と実効性を両立する事業戦略のあり方を模索してきた。その一環として、当社では化粧品業界における廃棄物問題に着目し、従来十分に対応されてこなかった「化粧品の中身（以下、化粧品バルク）」に焦点を当て、その再資源化と再利用を基盤とした循環型ビジネスモデルの構築に取り組んできた。以下では、役目を終えた化粧品バルクの資源としての有用性および応用技術の可能性について、当社の取り組みとともに考察する。

## 2. 役目を終えた化粧品の存在と資源としての有用性

## 2.1 モーンガータ社のこれまでの取り組み（図-1）

当社（株）モーンガータ）による5,423人の化粧品ユーザーを対象とした独自調査により、86.3%のユーザーがカラーコスメを使い切れずに廃棄している実態が明らかとなった。

このような使い残しの発生は、単品ごとの残量が少量であっても、ユーザー 1人当たり平均7.4個に及ぶ未使用コスメが存



【氏名】 たなか ひさのり  
 【現職】 (株)モーンガータ 代表取締役  
 【趣味】 ギター、サッカー、ビジネスモデル妄想、お酒全般  
 【経歴】 2012年東京大学大学院理学系研究科生物科学専攻修士課程修了。同年、(株)アルビオン（(株)コーセイ連結子会社）入社、研究部に配属。2018年2月、同社退社。2019年9月20日、(株)モーンガータ設立（SminkArtブランドの構築）。

【図表について】 電子ジャーナルサイト「J-STAGE」ではカラーでご覧いただけます。https://www.jstage.jst.go.jp/browse/shikizai/-char/ja/