



サステナビリティにおけるパートナーシップ

持続可能な社会の実現に向け、セブン&アイグループでは環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』にて2030年および2050年の具体的な目標を掲げており、セブンプレミアム商品でも使用容器への環境配慮や持続可能な調達目標基準を設けています。ファンケル様もまた、プラスチックを使用した容器包材における4R*対応を2030年までに100%とするなど、サステナビリティにおける数値目標を掲げています。今後もパートナーシップの連携を高めながら、環境負荷低減への実現を目指します。

※4R: Reduce (容器樹脂の削減)・Reuse (容器の再利用)・Recycle (容器回収リサイクル)・Renewable (再生素材または植物素材への切り替え)

パッケージの省資源化

シリーズ全商品で簡易包装としたほか、クリアケースにはバイオマス原料(再生可能な植物資源を利用した原料)を30%配合しています。

フェアトレード原料を使用

シリーズ製品に配合されるアルガンオイルにはフェアトレード原料を採用。途上国の女性の雇用と地位向上に貢献するほか、アルガンツリーの保護活動にも寄与します。

BOTANICAL FORCE

オイルクレンジング(メイク落とし)、洗顔料、化粧水、乳液などスキンケアに必要な商品をラインアップ。また、数量限定で毛穴の汚れを吸着、除去するクレイパックを展開。イトーヨーカドーやヨークベニマルなどでは大容量サイズも販売しています。



「無添加処方」 POINT × 「植物由来成分」

やさしさにこだわる「無添加処方」

肌ストレスや、美容成分の浸透阻害を考慮して添加物(防腐剤や香料、合成色素)は不使用。植物由来成分の力を真つすぐ肌に届けます。

自然の力で肌をケアする「植物由来成分」

保湿効果もある「アルガンオイル」や「ローズヒップエキス」、毛穴の角栓を溶かす「メドウフォーム油」など、さまざまな植物由来成分を配合。



パートナー
企業とともに

セブンプレミアム ライフスタイル ボタニカル フォース

ファンケルとの共同開発で実現！
いつでもすぐ手に入る高品質の基礎化粧品



コンビニ発の本格スキンケアで 新たな市場を切り拓く

2022年5月で15周年を迎えた「セブンプレミアム」は、セブン&アイグループ共通のプライベートブランド商品として数々のメーカー様との共同開発のもと、安全・安心でお客様にご支持いただける商品の開発をしてきました。その一つが「セブンプレミアムライフスタイル(以下、7PL)」の「ボタニカルフォース」です。

年々、女性の社会進出が進む中、セブン・イレブンでは忙しい方でも効率良くケアできる本格的な基礎化粧品の商品開発を構想していました。それまでの「コンビニの基礎化粧品はパックかトラベルセット程度」というお客様のイメージを塗り替え、新たな市場を開拓したかったのです。調査の結果、スキンケアのニーズが高く、刺激がなく、無添加で安全・安心な肌によさしい化粧品が求められていることがわかりました。市場のニーズにコンビニの特性を加味し、「手に取りやすい価格でありながらも、満足いただける容量もあるコンビニ向けの基礎化粧品」という要望に応えてくださったのが、

多くのお客様に

「無添加」の良さを届けたい



株式会社ファンケル
執行役員
流通営業本部 本部長
齋藤 潤 氏



同 流通営業本部
流通第二営業部
原島 亜貴代 氏

ファンケルは健康補助食品メーカーとしても広く認知されていますが、1980年に化粧品を創業としてスタートした会社です。当時、化粧品の防腐剤などの添加物による肌トラブルが社会問題になる中で、当社はほかに先駆けて「無添加」を打ち出し、女性の肌を美しくできる本物の基礎化粧品の研究・開発に取り組みました。以来、ストレスと肌の関係性や肌のメカニズムを解明し、「無添加アンチストレスサイエンス」という独自の研究を通じてお客様の肌のお悩みを解決できる商品開発に努め、多くのご支持をいただいています。しかしながら、まだまだお客様に

企業姿勢を伝えるスタンズメッセージとして「正直品質。」を掲げる株式会社ファンケル様です。

同社の40年超におよぶ無添加化粧品の研究・開発実績と徹底した安全管理はもちろん、直営店を展開し、お客様の声を直接聞きながら不安や不満、世の中の「不」を解消する製品づくりを行う姿勢が、当社グループのセブンプレミアムにおける商品開発のポリシーと共鳴した結果でした。

商品開発だけでなく、お客様にどうしたら価値が伝わるかまで一緒に考え2014年に誕生したセブンライフスタイル「ボタニカルフォース」は、日本最大の美容情報サイトでベストコスメに選出されるなど、身近で便利に買える高品質の基礎化粧品として高い支持を獲得。日常のケアだけでなく、肌トラブルのリカバリーや出先のスキンケアなど、緊急ニーズに応える商品としても人気を集め、2017年にはリニューアルを実施しました。このような「7PLボタニカルフォース」の品質価値をお客様にご納得いただくために、イトーヨーカドーではお客様の肌のお悩み解決に向けた接客販売に取り組んでいます。

「無添加」の良さを伝えられています。セブン&アイグループ様が持つ2万店超の店舗ネットワークで「7PLボタニカルフォース」を販売すること、は、当社の無添加化粧品に触れていただ機会になり、「7PLボタニカルフォース」から当社製品に関心を持っていただく方も多くいらっしゃいます。

そのきっかけの一つが、2017年のリニューアルです。より多くのお客様に手に取っていただけるよう、パッケージデザインから価格まで大胆な見直しを行いました。原材料の品質は保ちつつ、容量や包装資材の工夫をしたほか、無添加を維持しながら、処方や製法で品質保持期限の長期化を図るなど、新たなチャレンジが幾つもありました。こうした挑戦は、メーカー単独の発想では容易ではありません。その点、セブン&アイグループ様が長年培われてきた顧客ニーズのとらえ方、お客様に伝わる商品・販売戦略の知見とアイデアは新たな気づきを与えてくれます。そこに当社の開発力をかけ合わせた製品づくりにまい進し、今後もお客様が抱えるさまざまな「肌のお悩み」を解決できるよう努めてまいります。