
消費者志向自主宣言

2020年度活動報告 (フォローアップ)

株式会社コーセー

2021年8月



理念

私たちコーセーグループは、企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」や存在理念「英知と感性を融合し、独自の美しい価値と文化を創造する。」、行動憲章「正しきことに従う心」等の当社理念にもとづき、すべてのお客さまに心からご満足いただける化粧品の提供に努めています。

お客さまの多彩な「きれい」を叶え、より豊かで充実した生活の実現を通じて、社会に貢献してまいります。

経営トップのメッセージ

「お客さまにもっと近づく」

創業者の小林孝三郎は、人々に夢と希望を与える化粧品に、限りない情熱を込めて事業をスタートしました。どのような時代にも、お客さまに心からご満足いただける優れた品質の化粧品をつくり、一人ひとりに手渡しする気持ちでお届けしたいという強い信念のもとで経営にあたっ
てまいりました。

その信念は、社会情勢も、事業規模も異なる現在も変わりません。お客さまの期待に応えるだけでなく、「満足」や「感動」までも提供するために努力を怠ってはならないと考えています。社員一人ひとりが売り手側の論理を離れて、真の顧客視点からお客さまが求める価値をお届けしようとする姿勢を徹底するための社内スローガンとして「お客さまにもっと近づく」を掲げています。

今後もお客さまの心からのご満足を叶え、豊かで充実した生活を支える化粧品をご提供し続けるために、誠実に取り組んでまいります。

代表取締役社長
小林 一俊

取り組み方針	活動実績	参考資料
I. みんなの声を聴き、かついかすこと		
①お客さまの声に、迅速かつ真摯に応えるための取り組み	お客さまの声を反映した商品改善の推進	P3
②お客様相談室の取り組み	お客さまの声を聴き、「お客さまにもっと近づく」対応	P4
③全社をあげての「お客さまにもっと近づく」活動推進	2020年度社内啓発活動及び地域社会貢献活動の実施	P5
II. 未来・次世代のために取り組むこと		
①コーサー サステナビリティ プランの推進	2030年達成に向けた各種取り組みと、2020年度の進捗実績	P6～8
②紫外線から美と健康を守るプロジェクトの推進	幼児期からの日やけ止め使用習慣の定着化に向けてのプロジェクトの推進	P9
③お客さまとの協働で、資源循環型社会に貢献	代表的ブランド「雪肌精」で、容器回収プログラムをスタート	P10
④コロナ禍における医療従事者支援	「You are my HERO」プロジェクトを中心に、各種の取り組みの実施	P11
III. 法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化をすること		
①コーポレートガバナンス・コンプライアンスの推進	コーポレートガバナンス・コンプライアンス体制と、2020年度のコンプライアンス研修実績	P12
②最良の品質をお届けする取り組み	新製品開発における品質保証体制、発売後の各種監視・対応の推進	P13
③お客さまの声に、迅速かつ真摯に応えるための体制	お客様相談室の取り組み	P14
④お客さまとの接点となる直営店のオープン	お客さまと双方向でつながるビューティプラットフォーム構想の一環となる「Maison KOSÉ表参道」をオープン	P15

I .みんなの声を聴き、かついかすこと

お客さまからいただく貴重なご意見やご要望は、よりよい商品・サービスの開発・改善に活かすように、お客様相談室を含む品質保証部門が主導して、積極的に取り組んでいます。お客さまの声は、毎月「お客さまの声」レポートとして纏められ、社内に関連部門で迅速・適切に共有しています。また、お客様相談室のデータベースに蓄積し、いつでも活用できるシステムを整備しています。お客さまの声をもとにした、お客様相談室からの具体的な改善提案会議を定期的に関連部門と実施し、改善・改良の具現化に結びつけるよう努めています。

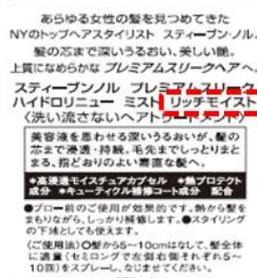
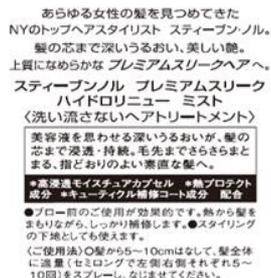
今後も、全てのお客さまが使いやすい製品や、より環境に配慮した製品など、サステナビリティに配慮した製品やサービスの開発に取り組んでまいります。

「お客さまにもっと近づく」2020年度 主な取り組み・成果

お客さまの声を反映した商品改善事例

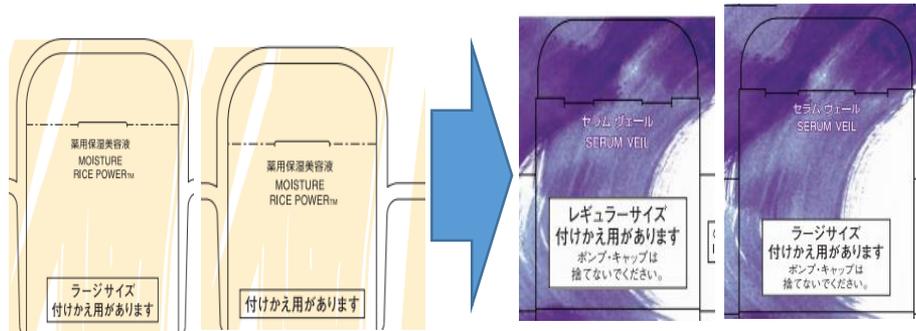
● 仕上がりのタイプがわかりやすいように容器表示を改善しました。

スティーブソノルの洗い流さないヘアトリートメントは、タイプの違いをシールに表示していましたが、再購入時にどのタイプを購入したら良いかのお問合せが寄せられました。そこで、リニューアルで新製品を発売する際に、容器裏面にもわかりやすくタイプ表示を追加しました。



● サイズや効果をわかりやすいように外箱表示を改善しました。

ワンバイコーサーの薬用保湿美容液は、お客さまから「サイズ違いの付け替え用はセットできるのか？」や「使用順番を教えてください。導入美容液なのか？」などの容器や使用順番に関するお問合せが多く寄せられました。そのため、リニューアルでセラムヴェールを発売する際に、それらが的確にお伝えできるように、商品の外箱表示に目立つように記載しました。



「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

(株)コーセーお客様相談室の取り組み

お客様の困りごとをスピーディに解決する仕組み

● 社内の「ナレッジシステム」と、ホームページでお客さまが閲覧できる「よくあるご質問サイト」のシステムをリニューアルしました。社内の「ナレッジシステム」はAI検索システムを導入。検索のスピードと精度を向上させ、お客さまからのリアルタイムのお問合せに対応できる仕組みを整備しました。またこのシステムは同時に全社で共有し、営業や教育などの現場でも活用されています。ホームページの「よくあるご質問サイト」もシステムを変更し、社内のナレッジとの連携と検索性、表現力を高めました。これにより、お客さまからよくお問合せいただく内容については、スピーディにわかりやすくお客さまへ情報公開を行っています。

● 2020年度は「チャット」の種類を拡大、特にお問合せの多いキャンペーン関連については随時チャットボットを立ち上げました。12月からは一部のチャットにおいて、有人での対応も開始しました。今後も種類や内容の充実を図ります。

<お客さま対応スキル向上への取り組み>

- スタッフの役割、スキルに合わせた各種セミナーへの参加
→スーパーバイザー研修・ご指摘対応研修・Eメール文書作成研修等
- お客様相談室独自の（キャリアアッププラン）の推進
<表現力/コミュニケーション力/スキル 向上>
→各自が目標を設定し、半期に一度グループリーダーとの振り返りを実施



当社では、グループウェア上で、社長から社員に向けたメッセージが適時発信されており、その中で「お客さまにもっと近づく」ことの重要性や、具体的な活動事例の提示によって、社員の意識醸成を図っています。「お客さまにもっと近づく」活動としては、各部門の<お客さま志向活動スローガン>を具現化する、お客さま志向活動事例の応募による、活動内容の全社的な共有を行っています。

「お客さまにもっと近づく」2020年度 主な取り組み・成果

「お客さま志向活動スローガン」の策定と 「お客さま志向活動事例」の募集及び表彰の実施

消費者志向の全社的なスローガンである【お客さまにもっと近づく】の啓発と活動の強化を図るために、お客さまに直接的・間接的に関わる全ての部門で、各部門の特性を活かした「お客さま志向活動スローガン」を策定しています。

また、2019年度より「お客さま志向活動事例」の応募&表彰を行い、社員がお客さま志向の活動に取り組む風土づくりを進めています。

2020年度は、コロナ禍で通常活動が大きく制限される中でも、コロナ禍ならではの工夫を凝らした21件の応募があり、「アルコール除菌で荒れた手への、ハンドケア商品の試用サービス」や「コロナ禍でもお客さまが安心してお買い物出来る非接触型の新サービスの導入」等、5件を優秀賞として表彰すると共に、社員に活動内容の共有を行いました。

今後もこの活動を継続して実施することで、社員の【お客さまにもっと近づく】意識醸成に努めます。



地域密着型の社会貢献活動の実施

当社では、各エリアの支店を中心に地域の老人ホーム・福祉施設・学校等からの要請による、ビューティー講座（メイクアップやスキンケアの講習会）の実施を行っています。

2020年度は、コロナ禍での運営となり要請自体も少なくなりました。ご要請いただいた施設・学校に対しては、コロナ感染防止策を徹底した上で、非接触でのビューティー講座を実施しました。

全国で11件のビューティー講座を実施し、398名の方にご参加いただきました。

II. 未来・次世代のために取り組むこと

当社では、人々や地球環境の未来をよりよいものとするための2020年に「コーセー サステナビリティ プラン」を策定し、グローバル社会の一員としての責任をしっかりと果たしながら、世界で存在感のある、信頼される企業となることを目指しています。

KOSÉ Sustainability Plan

サステナビリティ指針

美しい知恵 人へ、地球へ。

人へ

取り組みテーマ

地球へ

■ アダプタブルな商品・サービスの提供

■ 美しく健康的で幸せな生活のサポート

■ ジェンダーにとらわれず活躍できる
社会への貢献

■ ビューティを通じた環境課題への貢献

■ 事業地域の環境保全

■ 事業活動全体での環境負荷低減

基盤となるポリシー

正しきことに従う心

遵守すべき項目

■ コーポレート・ガバナンスの徹底

■ 人権尊重

■ 人材育成

■ 透明性・公正性のある
事業運営

■ 安全・安心な品質

■ お客さま志向

II. 未来・次世代のために取り組むこと

「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

取り組みテーマ	コミットメント	指標	2020年度実績	目標値	達成年	貢献するSDGs目標	
人へ	アダプタブルな商品・サービスの提供	肌の色、ジェンダー、社会的・文化的・地理的背景、生活環境、宗教や信条、身体的特徴など、多様なバックボーンを持つ人々が、自信を持って美しく生きる社会に貢献します。	アダプタブル発想での商品・サービス提供率	アダプタビリティを根幹にした商品・サービス開発の強化	100%	2030	   
	美しく健康的で幸せな生活のサポート	QOL（生活の質）の向上や、次世代への教育啓発活動、フェアトレードなどサプライチェーンを含む労働環境の向上など、誰もが健康的で幸せな生活を送れるよう、社会的課題に積極的に取り組みます。	具体的な取り組み実現	13件	30件以上	2030	   
			責任あるパーム油の調達	ブック&クレーム方式によるRSPO認証クレジットの購入促進	100%	2030	 
ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献	社内・社外を問わず、日本はもちろん、世界のジェンダーギャップが解消されるための取り組みと、啓発活動を行います。	ジェンダー平等の啓発	20,744人	10万人以上	2030	   	

Ⅱ.未来・次世代のために取り組むこと

「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

取り組みテーマ	コミットメント	指標	2020年度実績	目標値	達成年	貢献するSDGs目標	
地球へ	ビューティを通じた環境課題への貢献	ビューティを基軸としながら、環境課題解決への取り組みを促進します。また、その取り組みを世の中に広く伝え、多くの生活者に環境課題への気づきを与え、ビューティを通じて課題解決の輪を広げます。	植サンゴ面積	10,907㎡ (2009年からの累積値)	20,000㎡ 25㎡公認プール面積約53倍	2030	12 持続可能な消費と生産、13 気候変動対策
		商品・サービスを通じた環境課題の啓発	549,669人	1,000万人以上	2030	14 海洋資源、15 陸域生態系	
	事業地域の環境保全	地域と共存共栄し、地域環境へ影響を与えうる生産拠点を中心に、環境保全に対する取り組みを行います。	地域環境保全活動	3件	20件以上	2030	13 気候変動対策、14 海洋資源、15 陸域生態系
	事業活動全体での環境負荷低減	CO ₂ 排出量の削減	SCOPE 1・2	▲8.2% (2018年比・総量)	▲35% (2018年比、総量目標)	2030	7 気候変動対策、13 気候変動対策
プラスチック容器包装資材についてのサステナビリティに配慮した設計			4R対応率 17.3%※ 4R:Reduce/Reuse/Recycle/Renewable	100%	2030	12 持続可能な消費と生産、13 気候変動対策	
責任ある水資源利用のための使用量削減			▲6.6% (2018年比、生産原単位)	▲12% (2018年比、生産原単位)	2030	6 清潔な水と衛生、12 持続可能な消費と生産	
環境保護を推進し、社会と共に発展すべく、持続可能なパーム油調達を実現します。		責任あるパーム油の調達	ブック&クレーム方式によるRSPO認証クレジットの購入促進		100%	2030	12 持続可能な消費と生産、15 陸域生態系

※コーセー サステナビリティ プラン実績報告データ

https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/07/kose_sustainability_progress2020.pdf

※ 2020年1月～12月に発売した新製品の実績

Ⅱ.未来・次世代のために取り組むこと

「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

紫外線から美と健康を守るプロジェクト

このプロジェクトは、2019年にアクセラレータープログラムとして採択した、スタートアップ企業と当社の社内ベンチャー制度「Link」の共創による取り組みです。

当社では、あらゆる人々の「美しく健康的で幸せな生活をサポートする」観点から、紫外線の身体への影響について消費者に啓発を行ってきました。

子供に対する紫外線の影響がより大きいという国際機関の発表から、子供の健康を守る取り組みの必要性を認識しています。そこで、子供の頃から、紫外線に対する正しい知識と日焼け止めの使用についての啓発・教育を実施することで、それが使用習慣となり、将来的にも健やかなお肌を保つことがこのプロジェクトの目的です。

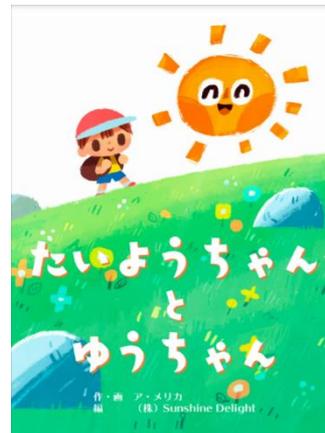
具体的には、子供でも安全・安心に使用できる日焼け止めを、手軽に使えるような大容量のポンプタイプとして開発しました。容器は、地球環境に配慮し当社で初めて紙製のキューブ型を採用しました。これは、プラスチックで同じ容器を作った場合と比較して、プラスチック使用量を5%削減することにつながりました。

また、子供が楽しく日焼け止めを使えるように、「たいようとうちゃん(絵本の教材)」や「ぬりぬりのうた(歌と体操)」も作成し、啓発教育を行っています。

2020年度は、20か所の幼保施設でテスト導入を行い、色々な角度から検証を行いました。このテスト結果を基に、次世代の健やかなお肌を守るように、当プロジェクトを推進していきます。



紙製容器を採用した
大容量日焼け止め商品



絵本の教材：たいようとうちゃん



II. 未来・次世代のために取り組むこと

「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

「雪肌精」ブランドにてプラスチック容器の回収プログラムをスタート

『雪肌精』は、「あなたが美しくなると、地球も美しくなる 雪肌精」をブランドメッセージとし、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトをはじめとするサステナビリティ推進活動に長年にわたり取り組んでいます。

それに連動し、当社初の取り組みとして2020年9月より当社のコンセプトストア「Maison KOSÉ」にてプラスチック容器の回収プログラム「SEKKISEI Earth Beauty Program」を、11月より全国の「イオン」「イオンスタイル」33店舗にて、展開を開始しました。

取り組み主旨にご賛同いただけるお客さまには、『雪肌精』をはじめとするコーセーブランドの使用済みのスキンケア容器を、「イオン」「イオンスタイル」の化粧品売場に持参いただき、コーセーコーナー内に設置された、『雪肌精』オリジナルの回収ボックスに入れていただきます。

リサイクルにあたっては、テラサイクルジャパン合同会社が運営する回収プログラムを活用、各店舗から回収した容器は、その回収量に応じてポイントとして変換され、回収協力者へ還元されます。そのポイントを、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトのサンゴ育成活動費用として寄附することで、サンゴの森を広げ、地球環境保全へとつなげていく予定です。

今後も、お客さまとの協働で、限りある貴重な資源を大切に、資源の持続可能な循環型社会の実現に貢献していきます。



II. 未来・次世代のために取り組むこと

2020年度は、新型コロナウイルス感染症の影響で、社会が一変しました。その状況の中で、化粧品メーカーとして社会に貢献できることは無いかと社内プロジェクトを立ち上げ、「You are my HERO」プロジェクトを中心に数々の取り組みを実施しました。

「医療従事者にもっと近づく」2020年度 主な取り組み・成果

「You are my HERO」プロジェクトでの医療従事者支援

コロナ禍において、過酷な医療現場で働く医療従事者の皆様の心身にかかる負担やストレスは大きく、不眠・不規則な活動が続く中、乾燥やマスクによる擦れ、肌あれなど、美容面において様々な悩みを抱えていると伺っています。このプロジェクトは、医療現場で働く皆様の勇気を称え、感謝と敬意を表すとともに、美を応援する企業として、皆様の肌悩みや精神的な疲れの解消に少しでもお役立ていただくため、当社の化粧品を寄贈するプロジェクトです。全国の医療機関よりご応募をいただき、28万セットの化粧品を提供しました。

また、医療従事者の皆様への感謝と敬意、そして応援の想いを込めたメッセージムービーも放映しました。ムービーの楽曲には、2018年に引退した歌手・安室奈美恵さんの『Hero』を使用し、“医療現場で戦うヒーロー”である医療従事者の皆様の姿やインタビューシーンに、その想いのメッセージを乗せました。

【その他の活動】

- ・中国に義援金100万円を提供
- ・中国武漢市の医療従事者に26,600個の化粧品を提供
- ・日本の幼保施設、介護施設に、アルコール配合ハンドクリナーを30,000個以上を提供
- ・#ケアワーカーをケアしようプロジェクトに参加し、化粧品の提供を開始



ムービー映像



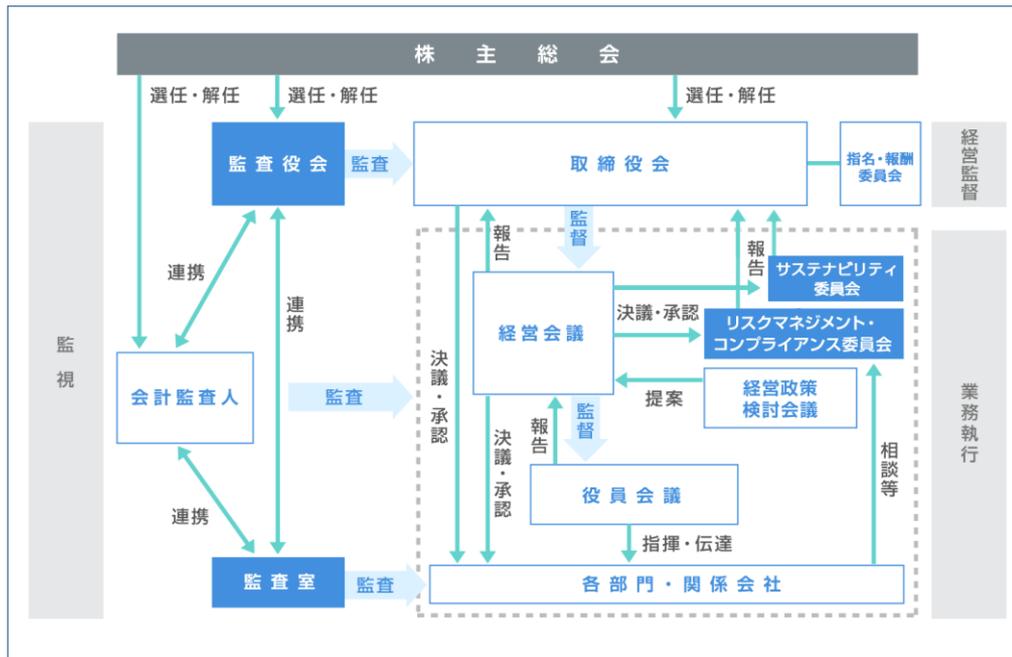
医療機関からの感謝状

Ⅲ.法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

当社グループでは、コーポレートガバナンスを経営上の重要な課題のひとつと位置付けています。消費者を始めとする全てのステークホルダーとの共生を図り、価値ある企業として支持されるために、「透明性」「公正性」を高め、各ステークホルダーとの誠実なコミュニケーションに努めることで、信頼関係を構築することを基本としています。

コーポレートガバナンス・コンプライアンス体制

代表取締役社長を委員長とするグループ横断のサステナビリティ委員会、リスクマネジメント・コンプライアンス委員会を設置しています。理念や行動指針の社内浸透を図り、商品開発の各ステップや販売においても、法令等遵守、公正性、倫理性を確保する体制を構築しています。またリスク管理体制として、危機管理に関する規程を定め所管部門毎に予防体制を整備すると共に、危機発生時の情報伝達・対応体制を構築しています。



2020年度 主な取り組み・成果

2008年度より毎年、コンプライアンスにおける重要なテーマから、コーセーグループの社員に対して、e-ラーニングまたは配布物を用いた教育を行っています。

特に管理職には、役職上重要となるハラスメント対策に関して、新任管理職研修の中で具体的な実例を取り上げ、教育を行なっています。また、腐敗防止に関しては「コーセーグループグローバル贈賄防止に関するガイドライン」策定時に、研修を実施し周知徹底を図っています。

2020年度は、＜組織と個人を守る！スマートフォン時代のSNSリスク対策＞講座をe-ラーニングにて6,992名の社員が受講しました。IT環境の大幅な増強にて、前年の2.2倍の受講者になりました。

※コーポレートガバナンス
<https://www.kose.co.jp/company/ja/info/governance/>

※コンプライアンス
<https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/management/>

Ⅲ.法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

“最良”の品質でお客さまのご満足を

当社は1946年の創業以来、お客さまに心からご満足いただける“最良”の品質の化粧品とサービスをお届けすることを使命として、情熱を注いできました。化粧品は、お客さまの大切な肌や髪に直接使用するものであることから、常に「安全・安心」を最優先としたうえで、多彩な価値ある商品の開発を行い、お客さまの手にわたる一つひとつの製品がご満足を叶える品質であるよう取り組んでいます。

原材料調達や従業員の労働環境などを含めた、サステナブルな商品とサービスのご提供に努めてまいります。

「お客さまにもっと近づく」 2020年度 主な取り組み・成果

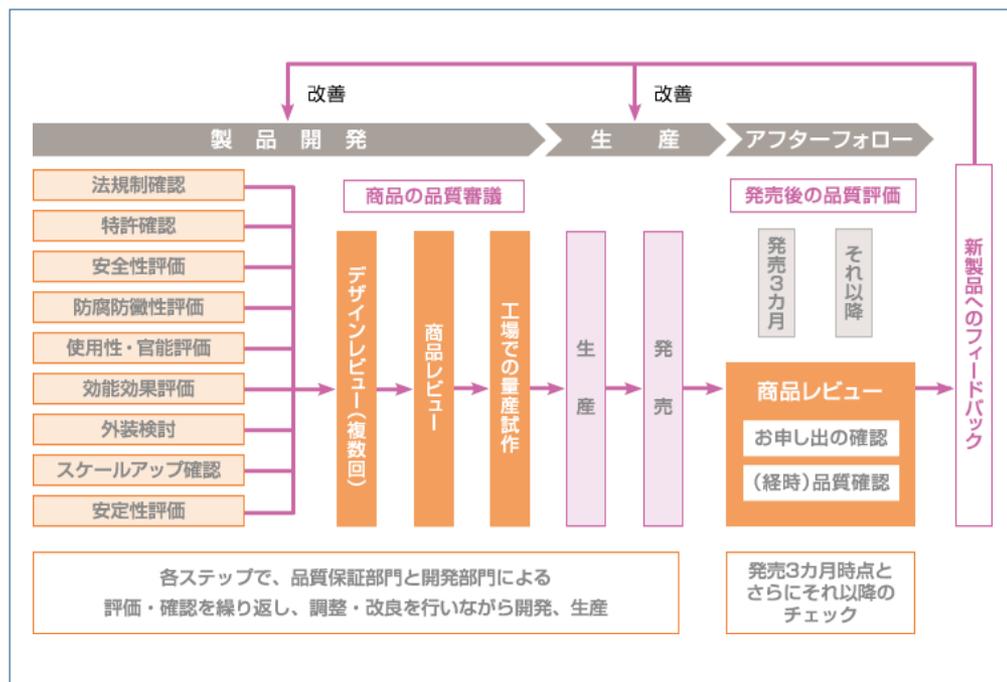
“最良”の品質をお届けする取り組み

お客さまに、安心してご使用いただけるよう、安全性と品質を優先として新製品開発を行なっています。そのための独自の高い安全基準をはじめ、各種の品質基準に照らし、原料・容器の段階から量産に至るまでの各ステップで、品質保証部門と開発部門による評価、確認を繰り返します。また最終製品においても、お客さまの使用状況を想定した厳格な試験を実施し、十分に安全性等を確認したうえで、商品を市場に送り出しています。これらの活動を2020年度も継続して実施しています。

また、2020年度は下記各種会議体にて、発売後の商品の監視、対応を継続しています。

- ご指摘商品の確認会議→毎週2回、品質保証室・お客様相談室にて実際のご指摘商品を確認し、生産工場に調査を依頼し改善・改良を実施。
- 品質情報検討会議→毎月、お客さまからのご指摘情報を基に、関係部門にて商品の改善策の検討、実行、効果検証を実施。
- クレーム対策会議→都度、品質面・安全性面での異常等の案件に対して、原因追求、対応処置、再発防止を実施。

コーセーグループの新製品開発過程における品質保証体制



当社では、お客さまとの各接点において、様々な情報提供を行なっています。商品情報や店舗情報はもちろん、使用方法や美容に関する情報、広告宣伝についてなど、さまざまな情報をお客さまにご提供するために、「お客様相談室」を設置しています。合わせて、お客さま・消費者の声を各種調査やSNSコミュニケーション、直営店の「Maison KOSÉ」での研究や開発のスタッフとの直接交流などにて収集し、商品やサービスの開発・改善に反映するように積極的に取り組んでいます。

「お客さまにもっと近づく」2020年度 主な取り組み・成果

「Maison KOSÉ表参道」(フラッグシップストア) をオープン

お客さまと双方向でつながる「コーセービューティプラットフォーム」構想の一環として、2019年12月オープンのMaison KOSÉ(銀座)に続き、2020年12月に「Maison KOSÉ表参道」がオープンしました。

「Maison KOSÉ表参道」では、当社のブランドを横断して化粧品を探すことができるだけでなく、コロナ禍においても安全・安心にショッピングを楽しんでいただけるよう、各種デジタルを活用した非接触型のサービスを導入しました。

【非接触型のサービス】

- ・オートテスター：ディスペンサー型のテスターを設置し、お客さまが手をかざすだけでスキンケアが塗布されます。
- ・オンラインコミュニケーション：お客さまとオンラインでコミュニケーションを図る専用スペースを設置しました。
- ・オートサンプリングサービス：お客さまの気分にあわせた香水のサンプルを非接触で差し上げます。
- ・AR肌診断ソリューション：顔写真をスキャンするだけで非接触で肌状態の診断ができます。



Maison KOSÉ表参道 外観



オートテスター



オートサンプリングサービス