
消費者志向自主宣言

2021年度活動報告 (フォローアップ)

※2021年度の対象期間は決算期変更のため、2021年1月～12月となります。

株式会社コーセー

2022年6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お客さまの利便性向上への取り組み	お客さまのアクセシビリティ向上とBCの多様な働き方への対応	P5
④全社をあげての「お客さまにもっと近づく」活動推進	2021年度社内啓発活動及び地域社会貢献活動の実施	P6
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、2021年度の進捗実績	P7～9
②未来・次世代のための環境保全活動の推進	「BIOLISS PEACEFUL GREEN」プロジェクトと「神戸市つめかえパツクリサイクル」を始動	P10
③お客さまとの協働で、廃棄物の削減に貢献	「KOSÉ Green Bazaar」と「化粧品の再利用」の取り組みを開始	P11
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とした、各種取り組みの実施	P12
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、2021年度の活動実績	P13
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	P14
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、2021年度実績	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いきます。

「お客さまにもっと近づく」2021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

■ お湯と洗顔料で落とせるウォータープルーフマスカラを発売しました。

“落ちにくい”“長時間持続”で長年ご好評いただいている「ファシオ マスカラ」。「落ちにくいけど、落としにくい」、「もっと簡単に落としたい」というご要望に対し、2021年11月に、ウォータープルーフでありながら、お湯と洗顔料だけで簡単に落とせる「ファシオ パーマネントカール マスカラ ハイブリッド」を追加しました。「ウォータープルーフタイプ」は落ちにくい反面、落とす際に専用のクレンジング料が必要ですが、お湯と洗顔料だけで簡単に落とせるので、まつ毛やまぶたへの負担感も軽減することができます。



■ マスクにつきにくいファンデーションと、色つき美容クリームを発売しました。

コロナ禍でのお客さまからの「マスクにつきにくいファンデーションがほしい」というご要望にお応えし、「エスプリーク シンクロフィット パクト EX」を2021年2月に発売しました。この商品は、多湿状態で汗や皮脂の影響から化粧崩れをおこしやすいマスク下でも、肌にしっかり密着し、マスクにつきにくいファンデーションです。また、2021年8月には、「エスプリーク コンフォート メイククリーム」を発売しました。このアイテムは、1本でスキンケア効果と自然に肌を美しくみせるメイク効果をもつ色つき美容クリームです。「マスクにつきにくい」という要望に加えて、生活様式の変化から、「できるだけ素肌で過ごしたい」、「ファンデーションではなく軽い仕上がりがいい」とのお客さまのお声にお応えした商品です。



「お客さまにもっと近づく」 2021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

お客さまの困りごとをスピーディに解決する仕組み

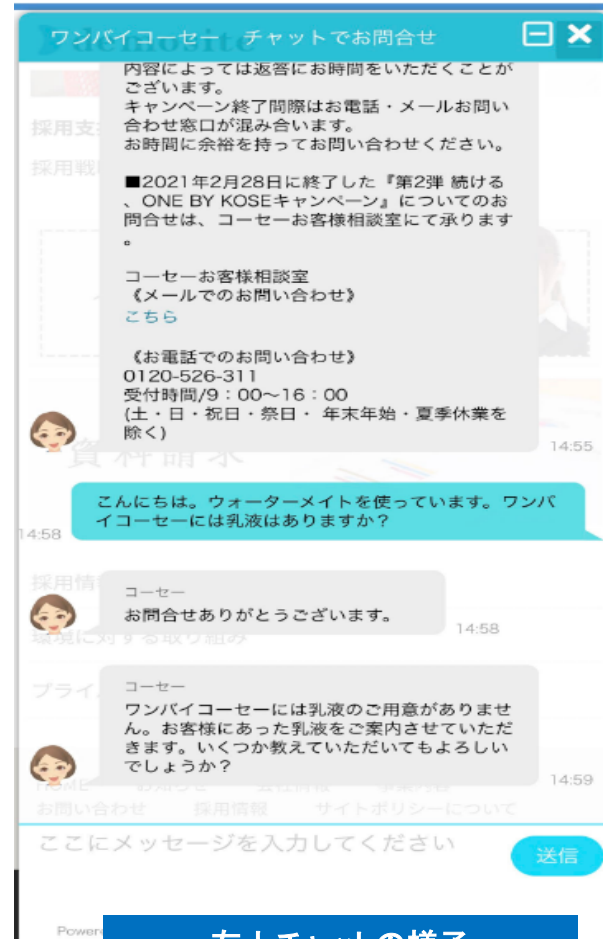
■ 2021年度はオペレーターによる「チャットでのお客さま対応」を本格的に開始しました。従来から取り組んできたチャットでのお客さまの自動対応「チャットボット」もさらに充実させながら、「チャットボット」で解決できなかったお客さまに対し、オペレーターが直接困りごとを解決できる仕組み(有人チャット)を整えました。

昨今の急速なデジタル化を背景に、インターネットを利用して不明なことを解決する傾向が強まっています。コーセーお客様相談室でも、特に若年層からの電話によるお問合せは減少傾向にあり、新たにお客さまに対応するサービスの一環として今後も注力していきます。

<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
- 各種検定取得の推進
→もしも検定とビジネス文書検定を推奨
- 対応研究会の実施
→テーマ(発声・敬語・カウンセリング等)を設定し、定期的に勉強会の実施

ワンバイコーセー ブランドサイト



有人チャットの様子

「お客さまにもっと近づく」 2021年度 主な取り組み・成果

お客さまのアクセシビリティ向上とBCの多様な働き方に向けたDXを開発

■ 昨今、生活スタイルの多様化に加えてコロナ禍も重なり、時間や場所を選ばずに、化粧品のカウンセリングや購入を行いたいというニーズは、ますます高まっています。

このお客さまのニーズに対応すべく、2021年9月より稼働した「DECORTÉ Personal Beauty Concierge」は、自社独自開発の「WEB-BC SYSTEM」を活用し、従来の対面によるきめ細かなカウンセリングとオンラインならではの手軽さを両立させた、接客・購入体験を提供するカウンセリング・プラットフォームです。

場所の制約なくカウンセリングを受けられ、お客さまのアクセシビリティ向上はもちろん、育児などで時間の制約がありながらも十分に能力を発揮できるBC(ビューティコンサルタント)の新しい活躍の場所として多様な働き方にもつなげています。

■ 「DECORTÉ Personal Beauty Concierge」のビデオカウンセリングでは、「スキンケア」、「ポイントメイクアップ」、「ベースメイクアップ」、「フリー」の4項目を用意しています。お客さまのスマートフォンから、「DECORTÉ Personal Beauty Concierge」サイトにアクセスすると、カウンセリングを受けたいBCの予約を30分枠で取ることができます。ビデオカウンセリング当日は、選択したBCと1対1のプライベート空間で、カウンセリングを受けることができ、BCが必要に応じてビューティアドバイスやデジタルパンフレットの画像を提示するなど、分かりやすく紹介します。カウンセリングの内容は、デジタルカルテとしてお客さま専用のページに蓄積。カウンセリング後は、公式ECサイトにて商品を購入することも可能です。



【画面上で化粧品の色や質感を再現】

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り、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」2021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。

■ 2021年度は、コロナ禍で通常活動が大きく制限される中でも、海外からもコロナ禍ならではの工夫を凝らした35件の応募がありました。その中で「ナレッジデータベースの改善による、お客さま対応時間の大幅な短縮」等、3件をグローバル表彰式の中で表彰すると共に、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。

■ 2021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、全国で17件のビューティー講座を実施し、222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、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」 2021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	2021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	アダプタブル発想での商品・サービス提供率	アダプタビリティ推進の具体的テーマ設定と進捗管理手法の構築	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	29件 (2020年度からの累積値)	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と認証原料の調達推進	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	50,301人 (2020年度からの累積値)	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」 2021年度 主な取り組み・成果

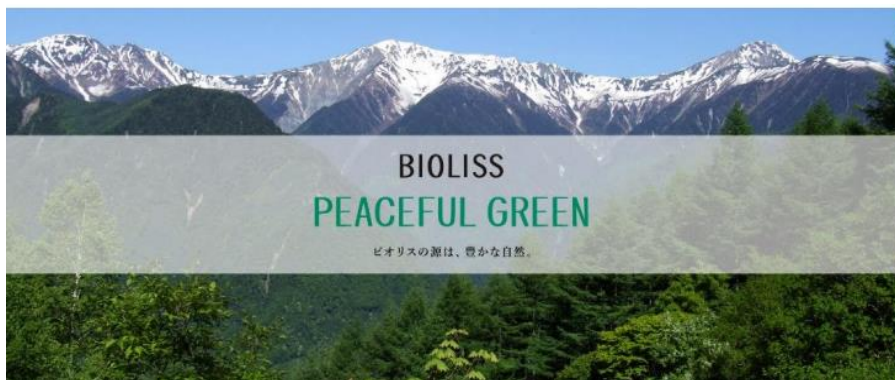
取り組みテーマ	コミットメント	指標	2021年度実績	目標値	達成年	貢献するSDGs目標
ビューティを通じた環境課題への貢献	ビューティを基軸としながら、環境課題解決への取り組みを促進します。また、その取り組みを世の中に広く伝え、多くの生活者に環境課題への気づきを与え、ビューティを通じて課題解決の輪を広げます。	植サンゴ面積	11,533㎡ (2009年度からの累積値)	20,000㎡ 25m公認プール 面積約53倍	2030	
		商品・サービスを通じた環境課題の啓発	5,031,157人 (2020年度からの累積値)	1,000万人以上	2030	
事業地域の環境保全	地域と共存共栄し、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	7件 (2020年度からの累積値)	20件以上	2030	
地球へ 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	▲22.0% 第三者検証後7月29日更新予定 (2018年比・総量)	▲35% (2018年比、総量目標)	2030	
		SCOPE 3	▲26.7% 第三者検証後7月29日更新予定 (2018年比・総量)	▲30% (2018年比、総量目標)		
	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 20.7%*1 4R:Reduce/Reuse/Recycle/Renewable	100%	2030		
	責任ある資源利用のための廃棄物削減	5件	廃棄物削減および資源循環の新規取り組み20件以上	2030		
		リサイクル率100%*2	リサイクルされない廃棄物ゼロ*2	2025		
	責任ある水資源利用のための使用量削減	▲12.2%*2 第三者検証後7月29日更新予定 (2018年比、生産原単位)	▲12%*2 (2018年比、生産原単位)	2030		
	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と認証原料の調達推進	100%	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」 2021年度 主な取り組み・成果

コーセーコスメポート 「BIOLISS PEACEFUL GREEN」プロジェクト始動

■コーセーコスメポート株式会社が展開するヘアケアブランド「サロンスタイル ビオリス」において、「BIOLISS PEACEFUL GREEN(ビオリスピースフルグリーン)」プロジェクトを2021年1月より始動しました。本プロジェクトでは、豊かな緑、美しい水や空気、生き物たちの命を守るなどに寄与する環境保全活動に取り組みます。その第1弾の取り組みとして、コーセーの南アルプス工場(仮称)建設地である山梨県に、植樹や自然保護のために、2021年1～12月の売上の一部を寄付しました。1回目の植樹は2022年5月に実施を計画しており、今後10年間で約13,000㎡の土地に植樹を行うことを予定しています。



「神戸プラスチックネクスト～みんなでつなげよう。つめかえパックリサイクル～」に参画

■このプロジェクトは、神戸市・小売・メーカー・リサイクラー16社が協働し、市内75店舗に回収ボックスを設置、洗剤やシャンプー・化粧品など使用済みのつめかえパックを回収・リサイクルして再びつめかえパックに戻す「水平リサイクル」に挑戦するプロジェクトです。

■本プロジェクトへの参画を通じて、様々なリサイクルに関する知見を深め、資源循環の取り組みをさらに強化することで、持続可能な循環型社会の実現に貢献していきます。



その他の資源循環の取り組み

海洋プラスチックごみをリサイクルした再生樹脂を使用した買い物かごを製作

■海洋プラスチックごみ問題をはじめとする環境課題について、より多くのお客さまに知っていただくきっかけとなるよう、海洋プラスチックごみを再生利用した買い物かごを製作し、2021年1月よりイオンスタイル上尾にて使用を開始しました。

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」 2021年度 主な取り組み・成果

地球環境保全や循環型社会の実現を目指す 「KOSÉ Green Bazaar」を開始

■ 2021年10月より、シーズン中に売り切れなかった商品をお求めやすい価格で提供する「KOSÉ Green Bazaar」を、当社の直営店Maison KOSÉ 銀座・表参道およびMaison KOSÉオンラインサイトにて本格的に開始しました。ショッピングを通じてお客さまとともにエコについて考え、活動していきたいという想いから開始した取り組みです。

「考えよう。人と地球の美しさ。」をコンセプトに掲げ、一人ひとりの購買や消費の行動が、人と地球の明日を想う新しい形になっていくことを目指します。

KOSÉ
GreenBazaar
エコを考える
75th Anniversary



役割を終えた化粧品を活用した、フレグランス造花製作 ワークショップを実施

■ 当社は2020年より、お客さまが使わなくなった化粧品を絵具へと変換するキットや、不要となった化粧品原料から製造した絵具の販売など、役割を終えた化粧品に新たな価値を与えるアップサイクルの取り組みを進めるモーニングスターの事業に賛同し、化粧品の再生利用を進めています。

■ 本ワークショップでは、化粧品から絵具を作る「SminkArt」キットを活用。販売が終了した製品テスターから、お客さまがお好みのカラーを選択して作成した化粧品絵具で、無色の造花に色付けしフレグランス造花を作成しました。イベントを体験したお客さまには「化粧品が絵具として再活用できるのは魅力的」、「自宅でも、眠っているアイカラーを使って実践したい」など、新たな形での化粧品の活用方法を学びながら、楽しんでいただくことが出来ました。



II. 未来・次世代のために取り組むこと

2021年度も、新型コロナウイルス感染症の影響が大きな社会問題となりました。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、2020年12月に立ち上げた、医療従事者応援プロジェクト「You are my HERO」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」2021年度 主な取り組み・成果

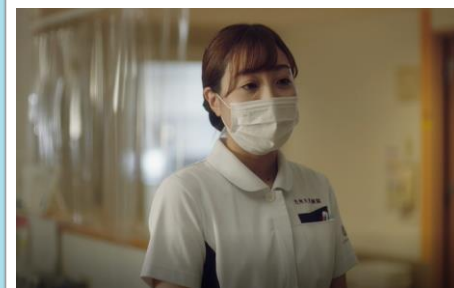
「You are my HERO」プロジェクトでの医療従事者支援

■ 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掛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、公益財団法人日本財団を通じて化粧品を寄贈しました。

■ 2021年度末時点で、累計で819拠点の医療施設に約116万点の化粧品を贈っています。このような取り組みを通じて、当社が寄贈した化粧品が治療や感染予防に献身的に取り組まれている医療従事者の皆さまの心身の疲れの解消に少しでもお役立ていただけることを願い、支援を続けています。

【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

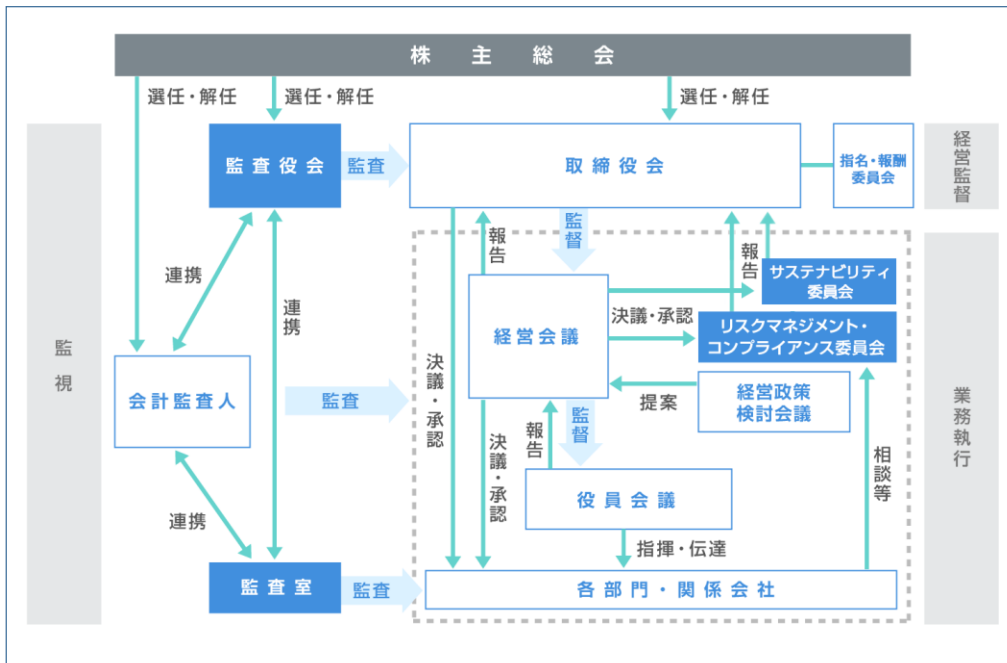
Ⅲ.法令の遵守/コーポレートガバナンスの強化

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。



2021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。

■ 2021年度は、新任管理職研修では、17名に上記のハラスメント対策の内容を教育しています。

また、コーセー化粧品販売(株)の管理職・監督職、150名に、弁護士である菊間社外取締役を講師に迎え、パワーハラスメント特別研修を実施し、周知徹底を図りました。



※コーポレートガバナンス

※組織統治・コンプライアンス

“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」 2021年度 主な取り組み・成果

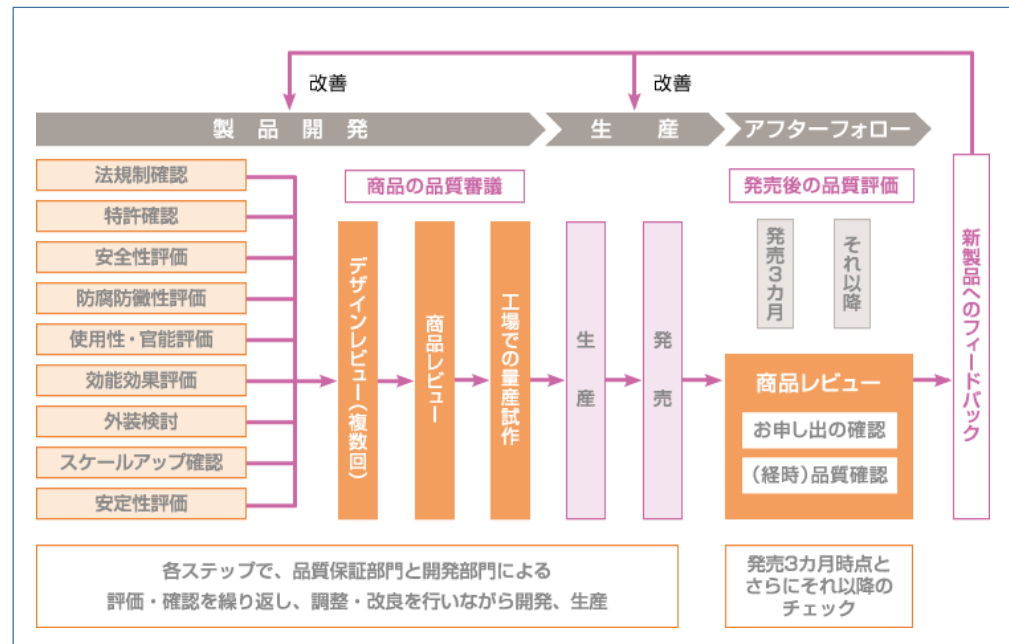
“最良”の品質をお届けする取り組み

■ 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。2021年度は品質保証に関わる内容をアップデートし、サプライチェーン上の多くの企業様へ改めて遵守を求めました。また、これまでと同様に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、確認を繰り返し実施しました。さらに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。これらの活動を今後も継続して実施していきます。

また、2021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



※品質保証体制・お客さま対応に関して

お客様の声に、迅速かつ真摯に応えるための体制

当社では、品質保証部門にお客様相談室を設置することで、品質保証に係る緊密な連携体制をとり、お客さまへの迅速で誠意ある対応に努めています。お客さまからのお申し出内容は、有用情報としてスマイルデータシステムへ集約します。スピーディに社内で共有化し、品質やサービスの向上へ生かすことで、お客さまのさらなるご満足と信頼獲得を目指しています。

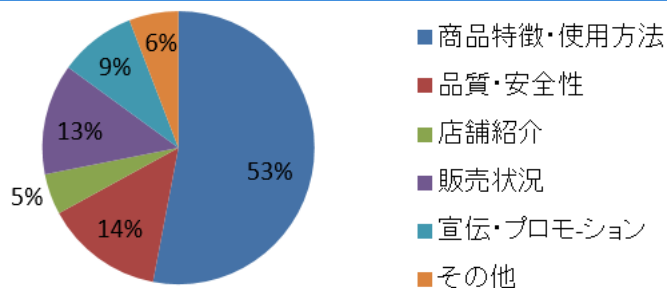
「お客さまにもっと近づく」2021年度 主な取り組み・成果

(株)コーセーお客様相談室の取り組み

■(株)コーセーのお客様相談室には、2021年度は年間約2万件のお申し出が寄せられました。

また、お申し出いただくお客さまの年代ですが、2021年度では40代以上で74%を占めており、60歳代以上は25%でした。お客様相談室では、ご高齢の方でもご理解いただきやすい対応を目指しマニュアルを整備するとともに、「よくあるご質問サイト」や「チャット対応」を充実させ、デジタルネイティブ世代へも対応するなど、幅広いお客さま層の困りごとの解決を目指し取り組んでいます。

2021年度 お客様相談室に寄せられたお申し出



コーセーグループの商品の品質保証体制

