

Find your true beauty
あなたの輝きは、やがて世界を照らす

『コスメデコルテ』 サステナビリティメッセージを策定し、ジェンダーギャップのない社会に向けて、独自の活動を推進

株式会社コーセー（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小林 一俊）は、ハイプレステージブランド『コスメデコルテ』において、持続可能な社会の実現を目指し、社会課題の解消に向けた活動を加速させるために、新たにサステナビリティメッセージを掲げ、ブランド独自の取り組みを策定しました。世界中の女性が誇りを抱ける社会の実現を目指し、商品やサービスをはじめとする事業活動を通じて、ジェンダーにとらわれず活躍できる社会に貢献していきます。



『コスメデコルテ』は、当社が中期ビジョン「VISION2026」で掲げるテーマ「世界で存在感のある企業への進化」の実現において、中心的な役割を担う「重点グローバルブランド」のひとつであり、コーセーグループの象徴的な存在となる高付加価値ブランドです。技術の粋を集めた高機能性やきめ細かい接客による顧客ロイヤルティの高さを強みとして、近年ではアジアから欧米市場に展開エリアを拡大し、日本を代表するハイプレステージブランドとして存在感を高めつつあります。その一方で、ブランドの成長や社会的使命の拡大に伴い、「持続可能な社会の実現」に向け、様々な社会課題の解決にも積極的に取り組んできました。

『コスメデコルテ』では、当社グループが掲げる「コーセー サステナビリティ プラン^{※1}」のうち、
「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」

を中心に、ブランドの特性を生かし、独自のサステナビリティ推進活動に取り組んでいます。

※1 コーセーグループ全体のサステナビリティに関する取り組みと2030年までの目標をまとめたプラン。
<https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/plan/goal/>

この度、新たにブランド独自の取り組みを明確にし、より効果的なコミュニケーションを図るため、サステナビリティメッセージ^{※2}を策定しました。

Find your true beauty あなたの輝きは、やがて世界を照らす

世界にひとりのあなたが、美しく、輝き続けられる未来を目指して。
DECORTÉ は、長い年月をかけて培ってきた
ものづくりの誇りを注ぎ込んだ商品とサービスを通して、
あなただけの美しさを発見し、磨き、育むお手伝いをします。
そして、一人ひとりが何にもとらわれることなく、自分らしく輝けるように、
社会の課題を解消する活動を支援していきます。
一生輝いていく人に、「私」を誇れる美しさを。
美しい未来に向かって、DECORTÉ は動き出しています。

キーメッセージとして「Find your true beauty ～あなたの輝きは、やがて世界を照らす～」を掲げ、『コスメデコルテ』が1970年のブランド誕生以来、長い年月をかけて、妥協を許さずこだわり続けてきた、最先端の皮膚科学研究を結集した商品と、一人ひとりに寄り添ったきめ細かいサービスを通して、美しさを磨き、育むサポートをすることで、世界中の女性が誇りを抱ける社会の実現を目指します。一人ひとりが何にもとらわれることなく、知性と品格に満ちた自分らしい美しさによって、誇りを抱ける未来の実現に向け、社会課題を解消する活動の支援に、より一層取り組んでいくことを宣言しています。

具体的な取り組みとして、グローバル共通の社会課題であるジェンダーギャップの解消を目指すため、女性が安心して暮らせる社会の実現に向けた様々な取り組みを開始します。まずは、国連の制定する2つの国際デーに合わせ、3月8日の「International Women's Day(国際女性デー)」においては、女性に対するエンパワーメントの啓発活動を推進、11月25日の「International Day for the Elimination of Violence against Women(女性に対する暴力撤廃デー)」においては、NPO 法人「全国女性シェルターネット」と連携し、ブランド独自の基金を立ち上げ、女性への暴力の根絶を訴える「女性に対する暴力をなくす運動^{※3}」への賛同を通じて、11月発売予定の限定商品売り上げの一部を寄附するなど、今後継続的に啓発活動に参画していきます。



※3 政府が推進する女性に対する暴力根絶に向けた活動。地方公共団体、女性団体及びその他の関係団体との連携・協力の下、毎年11月12日～25日までの2週間で「女性に対する暴力をなくす運動」として様々な活動を実施しています。

また、ブランド誕生以来、独自のクラフトマンシップを追求してきた『コスメデコルテ』は、国を越えて人々を魅了する日本のクラフトマンシップを絶やすことなく後世に伝承するために、伝統文化に携わる女性伝統工芸士のさらなる社会的認知拡大と地位向上への支援に取り組めます。伝統工芸の分野で活躍する女性たちが「ものづくりの誇り×KIHIN」をテーマに想いを語るインタビュー動画をオウンドメディア内で発信し、世の中に広く紹介すると同時に、動画の再生回数に応じて、売り上げの一部を寄附するなど、後継者の育成支援にも役立てていきます。

また本日より、ブランド独自のサイト^{※4}を立ち上げます。お客さまが『コスメデコルテ』のサステナビリティ推進の取り組みに共感でき、共によりよい社会について考え、自分の行動に還元できる活動を積極的に発信す

ることで、ビューティを通じた課題解決の輪を広げます。次年度以降も活動の幅を広げ、様々な社会課題の解決に継続的に取り組んでいきます。

※4 サイト URL: <https://www.decorte.com/site/s/sdgs.aspx>

これからも『コスメデコルテ』は、妥協することなく独自の美を追求してきたクラフトマンシップを活かし、一人ひとりが輝ける未来に向け、生活を心豊かにする商品やサービスの提供を通じて、持続可能な社会の実現に努めてまいります。

『コスメデコルテ』について

1970年にデビューした『コスメデコルテ』は、当社の持つ先端技術の粋を集めた高付加価値ブランドです。ブランド誕生以来、妥協することなく独自の美を追求してきたクラフトマンシップと真のエレガンス(“気品”= KIHIN)を継承し、世界中のお客さまに「誇りある美」を提供しています。カウンセリング販売を行う百貨店・化粧品専門店を中心に、世界の限定された店舗で展開し、専任のアドバイザーによる肌診断と、きめ細かなアドバイスを特長としています。『コスメデコルテ』はコーセーの重点グローバルブランドの1つとして、世界14の国と地域(日本、中国、香港、台湾、韓国、シンガポール、タイ、マレーシア、イギリス、イタリア、フランス、スペイン、アメリカ、カナダ)で展開しています。

◇DECORTÉ 公式オンラインブティック: <https://www.decorte.com/>

◇Maison DECORTÉ: <https://www.cosmedecorte.com/maison>

当社グループのサステナビリティ推進活動について

当社グループは、1991年より「美しい知恵 人へ、地球へ。」を企業メッセージとして発信し、「人へ」と「地球へ」という2つの側面から広く社会的課題に貢献する独自の活動を推進してきました。2020年4月には、中長期ビジョン「VISION2026」において、3つの基盤戦略のひとつに「バリューチェーン全体にわたるサステナビリティ戦略の推進」を掲げ、これに連動し、グループ全体のサステナビリティに関する取り組みと2030年までの目標をまとめた、「コーセー サステナビリティ プラン」を発表しました。



持続可能な社会の実現に努め、グローバル社会の一員として責任をしっかりと果たしながら、今まで以上に私たちの英知と感性を活かして、世界で存在感のある、信頼される唯一無二の企業となることを目指しています。

■「コーセー サステナビリティ プラン」

<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/04/20210430.pdf>

■コーセー 企業情報サイト「サステナビリティ」

<https://www.kose.co.jp/company/ja/sustainability/>

『コスメデコルテ』のサステナビリティ推進活動について

『コスメデコルテ』では、これまでもモノづくりにおいて環境へ配慮した素材の採用や、詰め替え商品の展開、アダプタビリティの観点から多人種への効用試験や多色ファンデーションの展開など、様々な活動を通じて社会課題解決への対応を進めています。

【多様な働き方への配慮 -BCの働きがい創出に向けた取り組み-】

当社では、2021年9月にDXを活用した新たなカウンセリングの手法として、オンラインカウンセリング・プラットフォームを開発。『コスメデコルテ』でのカウンセリングサービスとして「DECORTÉ Personal Beauty Concierge」を稼働させました。従来のオフラインカウンセリングのきめ細かさを再現しながら、オンラインならではの手軽さを両立させ、予約から商品の購入までを一連の流れでスムーズに完結できる新しいカウンセリング概念を確立しました。お客さまには、アクセシビリティの観点で「時間や場所を選ばず気軽にカウンセリングを受けられる」という大きなメリットを享受いただける上、BCの働き方の変革という観点においても、これまで結婚や出産といったライフステージの変化により、仕事を諦めざるを得なかった場合も、時間と場所に制約されない多様な働き方が可能になり、活躍の場が広がりました。



※2021年8月20日リリース：<https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/08/2021082001.pdf>

【環境への配慮】

肌や環境へのやさしさを裏付けるモノづくりを追求し、地球環境に配慮した商品設計を随所に取り入れています。2021年9月に発売したブランドの代名詞である「リポソーム アドバンスド リペアセラム」のボトル容器には、世界的な社会課題であるプラスチックごみ問題に対応するため、ガラス容器^{※5}や植物性樹脂（バイオマスプラスチック）^{※6}を採用。また付け替えレフィル容器^{※7}もラインナップし、約49%のプラスチック量削減^{※8}に繋がっています。外箱にはFSC認証紙（ミックスタイプ）^{※9}を採用しました。



※5 30mL・50mL ※6 75mL・100mL、ディスペンサーパーツは除く。PET樹脂の粗原料である石化由来のモノエチレングリコール（MEG）を、サトウキビの搾りかすを原料とした植物由来のMEG（バイオMEG）におきかえたもので、生産時のCO2排出量が、従来の石油系のプラスチックより削減可能です。※7 75mLのみ ※8 75mLボトル容器重量との比較 ※9 環境や地域社会に配慮して管理された森林に由来する製品

※2021年6月15日リリース <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2021/06/20210615.pdf>

【肌への配慮】

年齢や肌質を問わず幅広いお客さまが使用できる商品の開発を進めています。2022年4月16日に発売するリキッドファンデーション「ゼン ウェア フルイド」は、グローバル視点で多様な肌の特徴（肌色・肌悩み・肌印象）を捉えるため、700名もの肌色データを解析し、一人ひとりの肌色を美しく魅せるブランドオリジナルの色体系の40色を開発。同じ肌色でも、環境光や照明が異なると印象が大きく変わることに着目し、肌色と光の関係にフォーカスした研究を行いました。また世界中の様々なお客さまがどのような仕上がりや理想の印象を求めているのか嗜好性調査や感性研究を重ね、同じ色範囲の中でも複数の色相と色調の色を揃えることで、幅広い提案が可能になりました。



※2022年2月1日リリース <https://www.kose.co.jp/company/ja/content/uploads/2022/02/20220201.pdf>