

コーセー 2025 年度 入社式を開催

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、4月1日に本社にてグループ会社4社合同^{※1}で「2025年度 入社式」を行いました。今年度の採用は、4社合計で80名です。入社式では、代表取締役社長 小林 一俊より以下の内容の訓示を行いました。

※1 株式会社コーセー、コーセー化粧品販売株式会社、コーセーインダストリーズ株式会社、株式会社アドバンス



《訓示趣旨》

今年はコーセーグループ4社合同で入社式を開催した。本日こうして皆さんを迎えられたことを嬉しく思う。皆さんもご存知の通り、昨年11月には新しい中長期ビジョンを発表し、おおよそ10年後を見据えたコーセーグループのありたい姿と、2030年をマイルストーンとする中期戦略と定量目標を策定した。来年当社は、創業80周年を迎える年となる。当社にとって重要な時期に入社したと皆さんには捉えてもらいたい。今コーセーが大切にしていること、新入社員の皆さんに期待することをお伝えする。

中長期ビジョン「Vision for Lifelong Beauty Partner—Milestone2030」の中で大切にしている信念(Belief)

中長期ビジョンを実現するための大切な考え方を、「信念(Belief)」として宣言し、活動方針と価値観を言語化した。活動方針に、「美を通じて世界に寄り添い、一人ひとりの生涯を彩る」ことを掲げ、「3G」、「アダプタビリティ」、「サステナビリティ&コネクティビティ」の3つの視点でまとめている。

まずは、「3G」。これは、これからのお客さまづくりのポイントである「グローバル(Global)・ジェンダー(Gender)・ジェネレーション(Generation)」の頭文字をとったキーワードだ。一つ目のグローバルという点では、我々は、世界中の人々に当社の商品やサービスを届けていかななくてはならない。ジェンダーにおいては、「メンズ化粧品」を展開するということではなく、男女の性差に関わらず、当社の商品価値を知ってもらい、ケアや美容、化粧を楽しんでもらうことが重要だ。また、ジェネレーションにおいては、メイク習慣の若年化という変化もあるが、一方で、当社の様々な研究から近年明らかになってきた幼少期からスキンケアを行う有用性といった要素もおさえ、新たなお客さまづくりを推進していく。

次に、「アダプタビリティ」の考え方。当社は、幅広いブランドポートフォリオを保有し、お客さまのあらゆるニ

一ズにお応えすることができる、多様で、きめ細かなカテゴリーの商品を開発・販売している。当社は、どんなお客さまからも選ばれる存在になるために、保有するブランドポートフォリオをより魅力的なものにしていく必要がある。

さらに、「サステナビリティ&コネクティビティ」だが、コーセーはお客さまと直接、接点を持っているという強みがある。だからこそ、我々は、お客さまの一生に、そして、その時々のお悩みや不安にしっかりと向き合い、いつまでも生活に寄り添い続けることを大切にしていきたい。

最後に、「KOSÉ Beauty Partnership」。これは、当社と取り巻くステークホルダーの皆さまと、互いに高め合う関係を構築する、という考え方だ。当社は、創業時から「共存共栄」という考え方をもち、お客さまはもちろん、販売店やサプライヤーなどの取引先とも重要なパートナーとして長年にわたり一緒に活動してきた。その考えが発展し、今では社員はもちろん環境、行政、時には同業他社などと一緒に手を組むこともある。これからは当社に関わるあらゆるステークホルダーを重要なパートナーとして位置付け、企業活動を推進していく。

新入社員の皆さんへ期待すること

まずは、私が社長就任以来掲げている「良い商品を、良いお店で、きちんと売る」という活動理念を紹介したい。「良い商品」を開発するだけでなく、「良いお店」を通じて、正しいカウンセリングや使い方の指導ができること、お客さまが商品を選びやすくなっていること、など「きちんと売る」ところまで意識した活動が重要だ。皆さんも「お客さまのために」という気持ちを持った活動を心掛けていただきたい。

次に、「チャレンジすることの大切さ」を伝えたい。当社にはこれまでも多くのピンチが訪れてきたが、その時々で、先を見据えた打ち手を講じ、ピンチをその後の飛躍のチャンスとしてきた。そして、ここ数年、当社を取り巻く環境は厳しい状況にあり、まさしく、今、当社は大きく変わろうとしている。皆さんには、このピンチをチャンスに変えるため、貪欲かつ泥臭く、たくましさをもって、失敗を恐れずに、多くのことにチャレンジして欲しい。

3つ目に伝えたいことは、「改革」と「変革」という視点で、将来を見据えて様々な提案をして欲しいということ。「改革」においては、まずは今のやり方をしっかりと学ぶことが必要不可欠だ。同時に、皆さんの柔軟な発想をもって、これまでのやり方そのものを見直して欲しい。そして、将来を見据え、そこから「今、何をすべきか」を逆算して考えるバックキャストという考え方で、「変革」に取り組んで欲しい。

最後に、中長期ビジョンの戦略のコアとなるグローバルでの事業成長のために、「脱・自前」による地域への最適化を進めることについて紹介する。これまで、当社は、自社のリソースの活用を前提に、グローバル化を進めてきたが、それでは成長のスピードには限界があった。これからは、自前主義に固執せず、積極的に外部との連携やアセット活用を進めることで、「現地起点のマーケティング・モノづくりへの転換」と、M&A/提携による「地域に根付いたブランドの新たな獲得」を進める。外部の多様なパートナーとの新たな関係の中で、より自社の力を高めていくことを期待している。

皆さん自身にはそれぞれ強みがある。その多様な個性を活かし、今日からコーセーの一員として、我々と一緒に新たな未来を切り開いていくことを期待している。

※参考情報:グループ会社4社 採用人数内訳

	株式会社コーセー	コーセー化粧品販売 株式会社	コーセーインダストリーズ 株式会社	株式会社アドバンス
採用人数内訳	53名	19名	6名	2名

※合わせて、ビューティコンサルタント職として222名の新卒採用を行いました。

こちらの入社式は4月1日・5日・9日の3日間に分けて、研修センターにて実施します。

株式会社コーセー

最高のクオリティを最高のサービスで提供するハイプレステージから、いつもより少し上質な日常を手頃な価格で提供するコスメタリー※2 まで、幅広いブランドポートフォリオを保有し、スキンケア、メイク、サンケア、ヘアケア、フレグランス、など、幅広いカテゴリーの商品を企画・開発、販売。

※2 コスメティックとトイレタリーを組み合わせた造語

ウェブサイト <https://corp.kose.co.jp/ja/>

コーセー化粧品販売株式会社

コーセーグループの国内販売会社として、百貨店、化粧品専門店、ドラッグストア、量販店、バラエティストア、EC など様々な販売チャネルを通じて、『コスメデコルテ』『雪肌精』『ONE BY KOSÉ』『エスブリーク』『ヴィセ』『JILL STUART』『ADDICTION』といった独自の価値ある様々なブランドの化粧品を販売している。

ウェブサイト <https://corp.kose.co.jp/ja/info/bases/kose-sales/>

コーセーインダストリーズ株式会社

コーセーグループの工場を運営し、商品を製造。モノづくりを支える生産子会社として持続可能なモノづくりを実践し、高品質な化粧品を国内外に提供している。

ウェブサイト <https://corp.kose.co.jp/ja/info/bases/kose-industries/>

株式会社アドバンス

コーセーグループの特例子会社として、主に物流業務を担い、障がいのある社員が活躍できる職場を整えている。全業種で 25 番目の特例子会社として認可を受け、充填から包装仕上などに関する業務を行い、生産性においても他工場と同様のパフォーマンスを発揮した独立採算の企業活動を行っている。

ウェブサイト <https://corp.kose.co.jp/ja/sustainability/newnormal/normalization/>