

編集方針

コーセーグループでは、コーポレート・コミュニケーション活動の主要ツールとして2000年より「環境報告書」を発行し、2005年からは「社会・環境報告書」、2013年からは「CSRレポート」としてステークホルダーの皆様へ当社グループの取り組みをご紹介します。なお、2011年より本報告書はWebと冊子からの構成とし、実績データなどを含んだ詳細な情報はWeb版に掲載し、その中からステークホルダーの皆様の関心が高い情報を中心にダイジェスト化して冊子にまとめました。また、本報告書のデータ収集や編集にあたっては、環境省の発行した「環境報告書ガイドライン 2007年度版」、「環境会計ガイドライン 2005年度版」、およびGRIの「サステナビリティレポートガイドラインVer.3.1」を参考にしています。

対象範囲

【対象期間】

実績データについては2013年度(2013年4月1日～2014年3月31日)ですが、一部の項目については過去の推移も併記しました。また、活動内容については、2013年度の内容を中心としましたが、それ以前から継続中のもの、および2014年4月以降のものも一部掲載しました。

【対象組織】

環境保全活動については、株式会社コーセーと生産設備を持つ主要関係会社4社の活動内容やデータを記載しました。社会性についての活動内容は、株式会社コーセーと全ての関係会社の活動から記載しました。



株式会社 コーセー

東京都中央区日本橋3-6-2 〒103-8251
TEL:03-3273-1511(代表)
URL: <http://www.kose.co.jp>

コーセーのCSRに関するWebサイトは、
こちらよりご覧いただけます。
<http://www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/>

コーセー CSR 検索



一部のスマートフォン端末、携帯電話では読み取れません。
通信費は、お客さまのご負担になります。

社会から、地球から 求められる企業であるために

コーセーの企業メッセージは、「美しい知恵 人へ、地球へ。」です。このメッセージは今から23年前に、私たちの化粧品をご愛用して下さるお客さまだけでなく、全世界に向けて発信しました。化粧品を中心とした美の創造企業として、人々をもっと美しくしたい、幸せにしたい、という強い信念とともに、私たちがそこで暮らし、さまざまな恩恵を受けている地球環境とのつながりを大切にしなければならないと考え、この言葉を選びました。

化粧品の面では、使ってくださる方に喜んでいただけるように、効能効果や高い品質の追求はもちろん、安心してお使いいただくための安全性追求に力を注いでいます。さらには、化粧品の新しい可能性を広げるために、さまざまな大学の研究室や研究機関と連携して、高レベルの研究開発を続けています。昨年からはスタートさせた慶應義塾大学での寄附講座もそのひとつで、アレルギー性疾患の原因や予防法を解明し、患者のQOL(生活の質)向上に役立っていることをテ-



代表取締役社長

小林 一俊

CSR基本方針

美しい知恵 人へ、地球へ。
正しきことに従う心

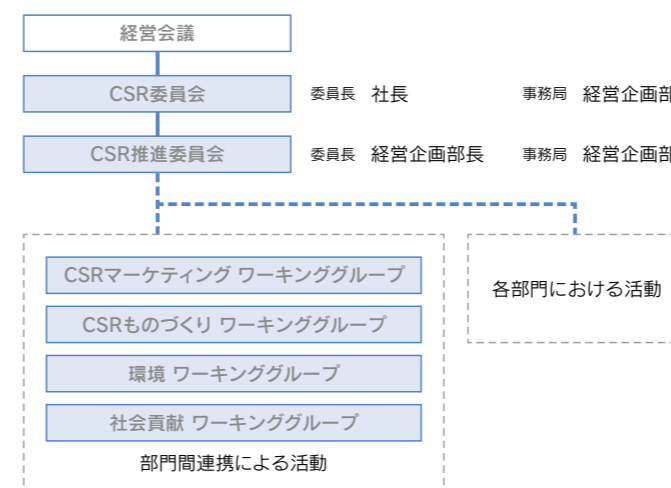
マとしています。今後もこのような取り組みは積極的に進めていきたいと考えています。

一方、地球の自然環境の保全や生活環境向上への取り組みも、様々な形で展開していますが、今一番力を注いでいるのは、日本国内から世界へ活動の輪を広げることです。

私たちは、2009年から沖縄の海のサンゴを守ろうという「SAVE the BLUE」プロジェクトを展開していますが、昨年は中国、台湾、シンガポール、マレーシアでも現地スタッフを中心に自然保護活動が行われ、大きな成果を挙げています。また、内モンゴル砂漠の緑化に力を入れている中国のように独自の活動を展開しているところもあります。

コーセーはこれからも英知と感性をつくして企業活動を展開してまいります。その中心にあるのは世界中の人々を美しく、幸せにしたいということです。私たちと関係するステークホルダーの皆様との良好なつながりを大切にしながら、世界の人々と社会に対して、そしてかけがえのない地球の自然環境に対して、正しいと思う活動を積極的に展開してまいりますので、皆様のご支援ご協力をお願い申し上げます。

コーセーCSR推進体制図



トップメッセージ P.02

Close up 1 P.04
美しい知恵 人へ、地球へ。
「SAVE the BLUE プロジェクト」で
アジアの海を守る

Close up 2 P.06
東日本大震災復興支援
「fukushima さくらプロジェクト」で
福島・東北を応援

環境への取り組み P.08

社会とともに P.11

Webサイトもご覧ください
CSRの詳細な情報を公開しています。
www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/

株式会社 コーセー
(KOSE Corporation)
創業 1946年3月2日
代表者 代表取締役社長 小林 一俊
従業員(連結) 5,486名
(2014年3月期末 嘱託・パートを除く)
資本金 4,848百万円
市場 東証一部
決算期 3月末
本社 〒103-8251
東京都中央区日本橋三丁目6-2



Close up

1

美しい知恵 人へ、地球へ。

「SAVE the BLUE プロジェクト」でアジアの海を守る

沖縄には世界一のサンゴ礁があるとされています。しかし、地球温暖化の影響により絶滅の危機にさらされているのが現状です。コーセーは未来に美しい自然を残すために、「今できることを」と考え、2009年の夏から、SAVE the BLUE プロジェクトをスタートさせました。この活動は2014年で6年目を迎え、沖縄の海から世界の海へと広がっています。

地球温暖化による海の生態系破壊

サンゴ礁には海の生物の4分の1が暮らしていると言われており、そこに棲む生き物たちにとって無くてはならない存在です。同時に、サンゴ礁は温暖化の原因となる二酸化炭素を吸収する機能を持ち、人間である私たちにとってもかけがえのない大切な宝物です。しかし、沖縄本島付近の海のサンゴ礁は、温暖化による白化現象やオニヒトデの発生等が原因となり、10年前と比較すると10分の1程度に減少しています。このような状況が、沖縄の海も含めて地球規模で起こっています。

全国各地から集まるサンゴ大使

2012年に引き続き、沖縄で開催された「サンゴ留学」に、全国から選ばれた43名の美容スタッフが「サンゴ大使」として参加しました。温暖化による海の変化や、生態系を支えるサンゴの役割を学んだ上で、養殖するサンゴの株分けなどを体験し、SAVE the BLUEの活動への理解を深めました。「サンゴ大使」は全国各地に戻った後、お客さまや他のスタッフたちに、この経験で得たことをお伝えしていきます。



(左)株分けしてサンゴを増やしていく (右)サンゴの苗

COLUMN

海がきれいになるスポーツ「クリーンピック」



クリーンピックに参加したサンゴ大使たち

クリーンピックは、海や山の清掃活動にルールと競技性を持たせ、誰でも楽しめるスポーツにしたものです。今回の「サンゴ大使」たちも「サンゴ留学」の一環として、クリーンピックに挑戦しました。「サンゴ」にちなんで「35分間」で、砂浜に捨てられた空き缶などの小さなものから、タイヤやエンジン、バイクといった大きなものまで多数のゴミを拾い集めました。「こんなに真剣にゴミを拾ったことがなかったので、すごく運動になった」「一見きれいな砂浜なのに、よく見ると大きなゴミが打ち上げられたり、埋もれたりしているのに驚いた」といった声があがっていました。

コーセーは、2014年5月に開催の「クリーンピック 全国大会2014 in沖縄」にも協賛しました。



雪肌精 SAVE the BLUE プロジェクトは6年目

夏のキャンペーン期間中、対象の雪肌精商品をお買い上げごとに、その底面積分のサンゴを植えつける費用を沖縄の有限会社「海の種」に寄付します。

対象期間 2014年7月1日～8月31日

対象商品 雪肌精シリーズ 化粧水・乳液(雪肌精 シュープレム、雪肌精 エクセレント含む)
※ミニミニ除く

- 雪肌精 化粧水仕立て 石けん 雪肌精 ホワイトBBクリーム
- 雪肌精 サンプルテクト エッセンス(ジェル および ミルク)
- 雪肌精 シュープレム オイル 雪肌精 シュープレム パウダーファンデーション
- 雪肌精 シュープレム ホワイトニング リキッドファンデーション

プロジェクトがスタートした2009年以来、毎年確実にサンゴの森が広がっています。

年	植え付け面積	植え付け本数
2013年	11,769,657cm ² 25mプール(375m ²)の約3.1倍	1,929本
2012年	7,810,856cm ²	1,031本
2011年	7,819,100cm ²	1,282本
2010年	6,789,944cm ²	1,085本
2009年	5,158,912cm ²	972本
2009年-2013年累計	39,348,469cm ² 25mプール(375m ²)の約10.5倍	累計植え付け本数は、 6,299本へ

植えつけを行っているサンゴの森付近で産卵されたサンゴは、30kmほど離れた名護付近の海域まで流れているのが観察されており、本プロジェクトの広がりが見込まれています。(「海の種」のデータより)



(上) 販売店などで活動と呼びかけるポスター
(下) キャンペーン期間中だけ特別デザインで発売

海外にも広がるSAVE the BLUEプロジェクト

2012年から、海外でも雪肌精を中心とした環境キャンペーン「SAVE the BLUEプロジェクト」を実施しています。2013年は4つの国と地域で行いました。

中国



雪肌精キャンペーンボトルの売上の一部を、NPO団体のGreen Life(緑色生命)に寄付しました。寄付金は、内モンゴルの砂漠の緑化を目的とした、苗木の植樹に活用されています。現地社員が植樹に参加するほか、希望するお客さまにも抽選でご参加いただきました。



台湾



墾丁国家公園が管轄する台湾南端の墾丁海岸の清掃と、国立海洋生物博物館が行うサンゴの増殖を支援しました。また、SAVE the BLUE活動の発表を行い、メディアを通じて広く環境活動の大切さを訴えました。



シンガポール



政府組織であるNational Parks Boardにおけるサンゴ保全の第一人者であるDr. James Guest氏への支援を行っています。2013年7月には、同団体の開催したFestival of Biodiversity(生物多様性フェスティバル)への協賛を行いました。



マレーシア



世界最大のサンゴ保全NGO組織で、海洋調査やサンゴの養殖活動を積極的に展開しているReef Checkのマレーシア支部へ寄付するなど活動を支援しています。2013年には東南アジア最大級の規模を持つミッドハレーメガモールで、寄付金の授与式を行いました。





Close up
2

東日本大震災復興支援

「fukushima さくらプロジェクト」 で福島・東北を応援

写真提供：
森林総合研究所

コーセーは、2013年より東日本大震災の被災地への復興支援の一環として、福島・東北を応援する「fukushima さくらプロジェクト」に参加しています。当社ならではの取り組みを通じ、新種のさくらの苗木を日本各地へ広げる支援を行うことで、福島・東北を応援していきます。



fukushima さくらプロジェクト

大きな爪あとが残った東日本大震災の被災地では、日時の経過とともに、復興が着実に進んでいますが、福島では原発事故に伴う復興の遅れから、特に、直接・間接的な支援が必要な状況が続いています。

これを背景に福島の現状を忘れず、風化させないために「fukushima さくらプロジェクト」が2013年に立ち上げられました。多くの企業の参加（協賛）により、シンボルとなる新種のさくらを増やし、福島県から国内外に届けることを通じて、福島・東北を応援する機運を醸成する広報活動を行うプロジェクトです。

子どもたちが安心して暮らせる未来のために、それぞれの参加企業が福島発の新種のさくらを、さまざまな方法で多くの人々に伝え、行動を促すきっかけづくりをしています。

新種のさくらが全国に広がるまで

写真提供：
森林総合研究所



新種のさくらは森林総合研究所が開発し、福島・東北を応援するシンボルとして福島県に贈られたものです。

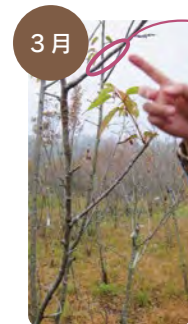
2013年より、福島県森林研究センターに建設された苗木の養生ハウスで増殖を進め、2014年から福島県外への贈呈が開始されます。2016年からは順次全国各地へ贈呈し、拡大を進めることを想定しています。

2013年

2014年



全国で
開花



3月
苗木の増殖
芽の出た枝を採取して増やす「接ぎ木」で増殖させ、株分けしていきます。



7月
専用ハウス
郡山市内の福島県林業研究センターで大切に育てています。

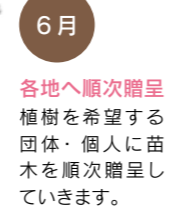


3月
更に苗木を増殖
さくらの苗木を接ぎ木してさらに増やし、大切に育てています。



12月

福島県内での植樹
震災後1000日を機に福島県会津若松市鶴ヶ城にて植樹イベント



6月

各地へ順次贈呈
植樹を希望する団体・個人に苗木を順次贈呈していきます。



代表取締役社長
小林 一俊

「fukushima さくらプロジェクト」にかける想い ～「美」を通じて日本を元気に～

月日の経過とともに、被災地から離れた場所では、どうしても被災地で戦い続けている人々に思いを馳せる機会が減ってきています。そこで、化粧品と同じく、「美」を通じて人を笑顔にするさくらをシンボルとした「fukushima さくらプロジェクト」に参加することにいたしました。春になると毎年咲き誇り、震災のあった春でさえも健気に咲く桜を目にすることで、被災地に思いを巡らせるきっかけにな

ると思います。

私たちは以前から、「絆」をテーマにお客さまや販売店様へ向けた活動を行ってきました。このプロジェクトでも、福島発のさくらが復興の象徴となつて、被災地で頑張っている皆様や全国の皆様と強い絆を結ぶことでしよう。一日も早く、満開の「はるか」が各地の街を彩り、東北の心からの笑顔が戻る日がやってくることを願っています。

2013年度の取り組み ① 鶴ヶ城プロジェクトに協賛

2014年3月、昨年に続き「鶴ヶ城プロジェクト」が実施されました。福島県会津若松市の象徴たる「鶴ヶ城」の城壁に、新種のさくらが大輪の花を咲かせる様子をイメージした映像を投影。多くの人々に、「未来」へ向けたメッセージを発信しました。また、同時開催の「夢の春」デザインコンテストでは、福島県の小学6年生が制作した70作品が、作品に込めたメッセージとともに投影されました。満開になったさくらが、子どもたちに笑顔の花を咲かせるように、コーセーは今後も多方面から支援していきます。



(上) 色鮮やかに映し出された満開のさくらのイメージ
(下) 「鶴ヶ城」に集まった子どもたち

2013年度の取り組み ② 『エスプリーク』と『コスメデコルテ』を通じて 新種のさくらを拡大

2013年より、多くのお客さまにご愛用いただいている当社の代表ブランド『エスプリーク』と『コスメデコルテ』を通じて、全国に新種のさくらを広げる活動をしています。キャンペーン期間中、対象商品の外装箱に共通ロゴを表記して告知活動を行うとともに、お買い上げ金額の一部を増殖費用として寄付しています。2014年2月から実施された3回目のキャンペーンでは、対象商品の一つである「エスプリーク サクラプロツサム ルースチーク」の数量限定モデルを販売。容器やパフをはじめ、カラー、香りに至るまで新種のさくらをイメージしました。お使いいただくたび、福島・東北へ想いを馳せていただけるような新しい提案です。この商品は台湾でも販売し、復興支援の輪を広げています。



(上) 購買金額の一部が社会貢献につながる「エスプリーク」(下) ほのかなさくらの香りも楽しめるかわいいうろすチーク

VOICE



『fukushima さくらプロジェクト』 に想いを寄せて

福島支店美容スタッフ 佐藤 めぐみ

東 日本大震災・原発事故より、国内外の多くの方々にご支援いただき、人とのつながりや絆を強く感じています。

私たちは化粧品の力を信じ、震災後も直接触れ合うことを大切に、一人でも多くの方をキレイに、そして笑顔にする活動を続けてきました。このプロジェクトに参画することによって、新種のさくらの成長とともにさらに枝を大きく伸ばし、被災地の今を未来に伝えることができると期待しています。まずはふるさと福島から感謝の想いを込めて全力で取り組んでまいります。

環境方針・環境活動推進

コーセーでは、環境マネジメントに関する国際規格「ISO14001」の基本的な考え方をベースに、CSR活動全般に関する意思決定を「CSR委員会」が行い、「CSR推進委員会」と傘下の環境ワーキンググループが中心となって環境活動を推進しています。

環境基本方針

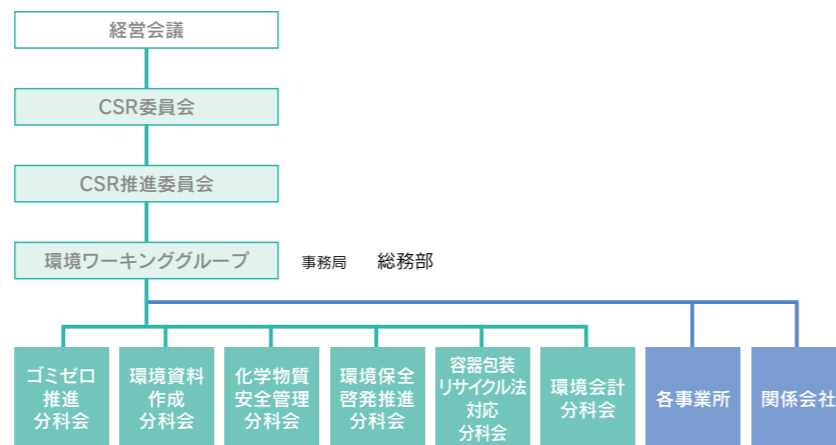
- ① 生物多様性や環境保全に配慮し、省資源、リサイクル、省エネルギー、廃棄物の削減等に努めます。
コーセーは材料・資源の減量化の推進やリサイクル材料の積極的活用、廃棄の容易な材料を活用した商品化、工場やオフィスなど全ての事業所での廃棄物の減量化と分別収集の徹底などを目指した企業活動を展開していきます。
- ② 常に環境負荷低減型の原材料の使用、および商品の研究開発に努めます。
環境汚染を防ぐために、特定材料や原料の削減、使用禁止等についてはガイドラインを作成して徹底しています。また、環境にやさしい原料や材料の研究開発も積極的に進め、商品化に生かしたり、包装材料の簡素化や軽量化に役立てています。
- ③ 環境関連の法律や規則を遵守し、環境保全に関する社会活動に積極的に参加します。
容器包装リサイクル法等を遵守するだけでなく、工場排出物等に関しては社内規制を強化して環境汚染の防止に努めるとともに、各事業所周辺の環境向上運動や地球環境保全事業への積極的支援なども行っています。
- ④ 環境保全活動を推進するための組織を整備し、継続的な活動を展開します。
1997年に地球環境委員会を設置、また2013年4月にはCSR委員会へと改変し、活動の推進と関係各部門への働きかけを組織的に行うとともに、ISO14001に基づく環境マネジメントシステムを積極的に導入し、実施しています。
- ⑤ 環境保全に関する教育、広報活動等を通して社員の環境に関する意識の向上をはかります。
活動の原点はまず社員からという考えのもと、職場におけるエコ改善事例や提案等の募集、社内報を活用した情報提供などを通して、社員の意識向上に努めています。

コーセーの生物多様性への考え方
コーセーは、生物多様性からもたらされる恵みを尊重し、世界が直面する環境課題を自社にも関わるものとして、地球環境保全に取り組んでいます。事業活動においては、生物多様性と事業の関わりを把握し、影響の低減に努めています。さらに、社内情報共有を推進し、全社員に向けた啓蒙活動を行うとともに、社外へも情報を発信しています。

環境マネジメント

2013年より新たに発足したCSR委員会、CSR推進委員会の下に環境ワーキンググループを設置し、全社的な環境マネジメントシステムを構築しました。これにより、事業活動の一環として、地球環境の保全に向けた取り組みをより一層強化していきます。

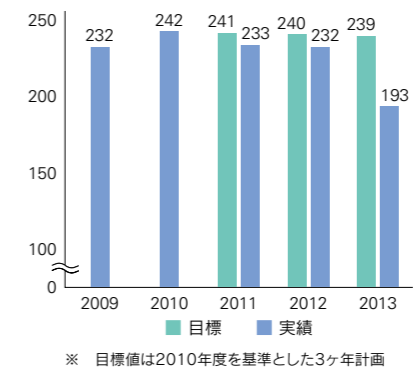
環境マネジメントシステムの組織体制図



産業廃棄物の内訳とリサイクルの推進

コーセーは、可能な限りリサイクルを実施し、単純廃棄処分の減少を基本方針として取り組んでいます。2013年度は、総排出量が微増しましたが、生産量が増加したため、1000打あたりの廃棄物量は大幅に減少しました。産業廃棄物の99.9%以上が再生プラスチックや堆肥、燃料にリサイクルされています。各職場においても分別・回収を徹底し、リサイクル率の向上、廃棄物量の削減に努めています。

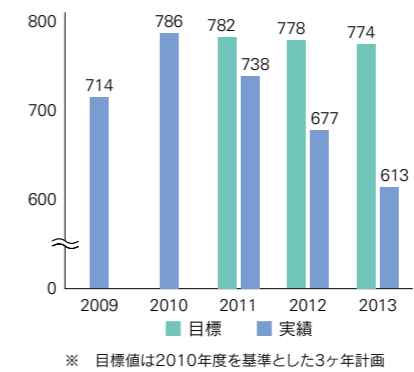
産業廃棄物量の推移と目標 (kg/1000打)



CO₂削減の目標と実績

生産段階における二酸化炭素(CO₂)の排出量を、2013年度までに2010年度レベルの98.5%にすることを目標に取り組んできました。(単年度の削減目標は0.5%) 2013年度は、目標値774(kg/1000打)に対し、613(kg/1000打)という結果で、目標値を大きくクリアすることができました。

CO₂排出量の推移と目標 (kg/1000打)



CO₂削減の取り組み

コーセーは、企業の社会的責任の一つとして環境への影響に配慮し、2000年度に群馬工場にてISO14001の認証を取得し、2002年度に狭山工場、2003年度に関係会社工場でも認証を取得しました。工場の建屋を含めた省エネ技術も研究し、建屋・設備のハード面と生産技術のソフト面の両側から省エネ化に取り組んでいます。



2012年から、天然ガスを利用した環境にやさしいコージェネレーションシステムを稼働

2013年度狭山・群馬事業所の環境負荷データ

	2013年度	2012年度との増減量
電気エネルギー	8,768(単位/1,000kw)	▲426
重油・灯油	304(単位/1,000L)	▲39
天然ガス	796(単位/1,000Nm ³)	70
水	235(単位/1,000m ³)	▲3
原料	8,619(ton)	223
容器・包装材料	6,507(ton)	388

INPUT

コーセー主力工場(2拠点)

狭山事業所 群馬事業所

OUTPUT

	2013年度	2012年度との増減量
大気への排出		
CO ₂	6,138(ton)	▲563
NOx	718(ton)	▲4,077
SOx	0.589(ton)	0.257
工場排水の排出		
排水量	139(単位/1,000m ³)	▲1
BOD*	9.190(ton)	▲5.172
SS*	0.290(ton)	▲6.350
n-Hex*	2.820(ton)	2.305
化学物質の排出 (PRTR対象物質)		
大気	1.3(ton)	1.3
産業廃棄	0(ton)	±0
産業廃棄物の搬出		
総排出量	2013.7(ton)	43.7
再資源化	2,009.9(ton)	
マテリアルリサイクル	993.8(ton)	43.7
ケミカルリサイクル	112.0(ton)	
サーマルリサイクル	904.1(ton)	
単純焼却	4.0(ton)	3.7

※ 水質汚濁の指標として用いられる指標。BODは生物学的酸素要求量(水中の有機物などが微生物により分解される際に消費される酸素量)、SSは浮遊物質(水中において懸濁している物質)、n-Hexは水中に含まれる油分(鉱物性、動物性、植物性)の総量

その他のデータについては、Webサイトをご覧ください。
企業情報 > CSR > 環境への取り組み
<http://www.kose.co.jp/jp/ja/company/csr/environment/>

限りある資源を守る取り組み

コーセーグループでは、環境に配慮した原材料を採用するだけでなく、使用済み容器の廃棄量削減も考慮した商品づくりを行っています。

商品の1個箱や、化粧品の使い方を説明する能書、パンフレット、ダンボールなどには、基本的に再生紙を使用しています。さらに、能書を箱の外側もしくは内側に直接印刷し、別紙を添付しない工夫をしています。また、森林保護のためにバガスなど、木材を使わない非パルプ紙を「ジルスチュアート」などで積極的に採用しています。ポンプ付け替え容器と詰め替えパウチ容器の採用も、容器材料使用量の削減に役立っています。

それに加えて、環境に配慮した原料の使用にも力を入れています。コーセーコスメポートの新しいボディソープ「サボンドブーケ」では、石油系洗浄剤を不使用とし、洗浄成分は100%せっけん成分としました。肌にも環境にも配慮した商品開発を進めています。



箱の内側に能書を印刷



箱の素材にバガスを使用

進化するパッケージ

コーセーグループでは環境に配慮した商品を開発する中、特にパッケージの分野で様々な工夫を重ねています。1992年の発売以来、長年ご愛顧いただいている「コスメテコルテ モイスチュアリポソーム レギュラーサイズ」では、容器がガラス製であるため、プラスチック製の肩カバーを外して分離廃棄したい、というお客さまからのご要望がありました。そこで、見た目や使い勝手には影響せず、ワンタッチで外すことのできる容器を開発しました。

2014年1月にリニューアルした「ファシオ」のマスカラシリーズでは、フィルム包装を採用することで、従来の樹脂量から、約7割削減することができました。この技術は、「雪肌精 サンプロテ

クト エッセンス」シリーズ等にも応用されています。

その他、紙製包材の開発にあたっては、シールやプラスチック窓を削除し、紙のみの単一包材とすることで分別廃棄を容易にする工夫も行っています。

今後も、お客さまのご要望や市場のニーズに配慮しながら、環境にやさしい商品の開発を進めていきます。



簡単に分離できる設計の容器



フィルム包装の採用

Social
Opening
Special

社会とともに

コーセーでは、社会から必要とされる企業であるために、化粧品のもつ新しい可能性をさまざまな角度から追求し、社会貢献へとつなげています。

化粧品の新たな役割 ～医療周辺領域でのQOL向上の取り組み～

コーセーは新たな事業領域への取り組みとして、「医療(美容医療)分野との関係深化」を掲げ、「化粧品の有用性実証」、「QOL(Quality of Life)向上」、「健康科学」の視点からの様々な研究開発

テーマに取り組んでいます。特に私たちは、健康を保つための予防医療の観点から、化粧品の使用により皮膚疾患の発症を防いだり、治療後のアフターケアや寛解期*の維持、健康

回復の一助として、化粧品に新しい役割があるのではないかと考え、精力的に研究を進めています。

※寛解期：治癒したわけではないが一時的に症状が軽くなったり、消えたりして安定している時期。

予防医療の研究事例

サンケア化粧品による紫外線過敏症患者のQOL向上

※京都大学大学院を中心とするグループとの共同研究

紫外線防御効果の高い日やけ止め化粧品が、紫外線過敏症を持つ患者の発症予防に有効であることを確認しました。日頃から厳しい紫外線対策を迫られ、生活上の制約が大きい紫外線過敏症患者のQOL向上の可能性が示されました。

治療後のアフターケア事例

コウジ酸製剤による、レーザー治療後の安全で効果的なケア

※広尾皮膚科クリニックとの共同研究

しみのレーザー治療後に、医薬部外品の美白成分「コウジ酸」の製剤を用いる試験を行いました。一般に使用されている製剤よりも、安全性や使用感に優れ、黒化の再発防止などのアフターケア効果が確認できました。

慶應義塾大学医学部皮膚科に「コーセー スキンケア・アレルギー予防医学寄附講座」を開設

スキンケアによる皮膚のバリア機能向上とアレルギー疾患の予防を目指して

コーセーは永らく取り組んできた慶應義塾大学医学部皮膚科との共同研究を更に進展させ、多くの現代人が悩みを抱える、「アレルギー性疾患」の予防研究を進めるために寄附を実施、2013年10月より同皮膚科学教室 天谷雅行教授を主任とする3年間の講座が開設されました。

これまでの知見により、アトピー性皮膚炎を初めとする各種のアレルギー性疾患の予防には、幼少の頃から適切なスキン

ケアを行うことで、健全な皮膚バリア機能を形成することが鍵になると考えられています。そこで、研究を更に進展させるために講座が設置され、研究がスタートしています。

この講座の開設により、アレルギー性疾患の病態解明を進めるとともに、そのための人材を育成し、社会に対して研究成果を発信していく予定です。



アトピー予防のためのスキンケアについて語る天谷教授

お客さまとともに

コーセーグループは、化粧品を中心とする美の創造企業として、いつまでも美しくありたい・健やかでありたいというお客様の願いにお応えし、お客さま一人ひとりの生活がより充実したものになるように支援していくことが使命であると考えています。

安心・安全はすべての基本

コーセーは、まだ製造技術が乏しかった終戦直後から、高い品質の化粧品を提供し、お客さまからの信頼を得てきました。化粧品の安全性が大きな注目を集めていますが、当社は「安心・安全で、高品質な商品の提供」という基本に忠実な企業活動を行っています。お客さまに心から信頼していただくために、現状に満足することなく、より高レベルの製品を目指します。

品質方針

「お客さまの満足が私たちの願いです」

- 良い商品で安心と安全を提供します。
- 魅力的な商品や最良の品質を追求します。
- 正しい情報をお届けし、お客さまとの信頼をつくります。
- お客さまの声を聞き、より良い商品づくりに活用します。
- ものづくりやサービスの基本である法規制を遵守します。

高品質な商品を提供するために

研究・開発

安心・安全なものづくりのために、研究所では厳しい条件をクリアした原料を採用し、商品に合った最適な容器を開発しています。

① 原料の審査

安心・安全面だけでなく、効果や使用感を多面的に評価し、厳しい条件をクリアしたもののみを採用しています。



② 製品の作りこみ

お客さまに満足していただける化粧品を目指し、長年の技術を駆使したものづくりをしています。「肌だけでなく心に響く化粧品」をつくるため、技術者の感性も大切にしています。



③ 容器の開発

素材や形状の安全性を確認し、化粧品の保護・保管性に優れ、環境に配慮した、美しさと使いやすさを兼ね備えた容器を開発しています。



④ 製品としての品質チェック

作りこんだ製品の最終的な安全性を調べます。温度変化や紫外線、持ち歩きの衝撃を受けても安心して使えるかといった安定性や、容器との相性も必ず確認しています。



お客さまに安心をお届けするために

コーセーは、品質の良い化粧品をつくり届けていくことが重要と考えています。肌への効能・効果や機能の確保はもちろんのこと、常に高い品質を維持し、お客さまに安心して使っていただける安全な化粧品を提供することを何より優先しています。

生産

工場で何千個作っても、お客さまが手にするのは1個。厳しい検査が何度も繰り返されます。

① 原料の受け入れ検査

納品された全ての原料について、性状や物性が規格通りのものであるか、必ず試験・検査を行い確認します。正しいと判断した原料だけを 사용합니다。



② 容器資材の受け入れ検査

原料と同じく容器資材についても規格通りであるかを検査します。表示に間違いがないこと、汚れやキズがないこと、正しく作動すること等を確認します。



③ 計量・製造

処方に従い原料を厳密に計量し、清潔な装置で手順通りに製造します。できあがった中身は、標準品と合致していることを確認してから、取り出します。



④ 充填品・完成品検査

容器に充填したあとに汚れ、キズ、漏れ等を確認し、化粧箱に収めます。最終製品形態になったところで最後にもう一度、問題がないか調べ、箱詰めして出荷します。



手にする商品が常に同じものであるように

工場では、常に同じ品質で商品ができあがるように「ものづくり」をしています。そのため、細かな手順書や基準を定め、各製品・各工程で必ずチェックと検査を行います。検査は、分析や物性値の測定だけでなく、目で見て(視覚)、匂いを確かめ(嗅覚)、耳を傾け(聴覚)、手で触れて(触覚)、確かめます。

お客さまの期待に応え、期待を超える体制

お客様相談室では、「傾聴」「共感」「迅速」「信頼」を軸として業務にあたり、定期的に研修やお客さま満足度調査を行うなど、相談員のスキルアップに努めています。お客さまから寄せられた大切な声は、社内システムでスピーディーに共有し、リアルタイムに閲覧・検索できるようにしています。さらに集約・

分析を行い「SMILE REPORT」として関係部署へ報告しています。

この他、Web上のお客さまの声や、お客さまと一番身近に接している美容スタッフからも、積極的にお客さまの声などの情報を収集し、より一層ご満足いただける商品やサービスにつなげています。



お客様相談室

より良い商品・サービスのご提供

スキンケアブランドの「肌極 はだきわみ」では、「使用方法がわかりづらい」とのお申し出をうけ、使用方法に関する表示を変更しました。また、「ステイブーン・ノル 3デイズ アフターカラー シャンプー&トリートメント」は、「染毛剤に

同梱しているトリートメントをもっと使いたい」というお客さまの声から生まれました。

他にも、2014年度からは点字シールの配布を実施し、目の不自由なお客さまにもお使いいただく予定です。



スキンケアブランド「肌極 はだきわみ」使用順序や使い方のわかりやすい表示へ

地域社会とともに

コーセーグループは、地域社会との調和と共生を重要な課題としてとらえ、産学連携や化粧品を通じた社会貢献を進めています。今後も社会が必要とされる企業であるために、積極的に活動の場を広げ、いち企業市民として持続可能な社会を築いていきます。

東京大学に共同研究室を設置

2007年より、化粧品業界として初めて、東京大学大学院薬学系研究科にライフサイエンス研究の推進を目的とした共同研究室(正式名称:産学連携共同研究室 株式会社コーセー)を設置し、研究活動に取り組んでいます。同大学と

ともに、肌の老化メカニズムのさらなる探求や、科学的知見に基づいた新しい薬剤の開発を行い、最先端のライフサイエンス研究を皮膚科学分野に取り入れることで、人々のより豊かな生活を支援していきます。



共同研究室が置かれている東京大学本郷キャンパス

未来を担う人材の教育支援

2012年度は産業能率大学や立教大学と共催し、コーセーのブランド「ファシオ」を題材にしたビジネスコンテストを実施しました。7週間にわたりコーセー社員と約50名の学生がワークショップを重ね、費用対効果を含めて現実的なビジネスプランを策定するもので、最優秀案の選考にも携わりました。2013年度は全国から大学生・大学院生を募り、環境配慮型のビジネスプランを作成

する「em factory2013全国学生環境ビジネスコンテスト」の支援に加えて、産業能率大学で新設されたマーケティング学科で現役社員が講師を務めるなど、人材教育にも積極的に関わっています。この他にも、一般の方が参加できる大学の講座や、東京ヘアメイク専門学校などへの講師派遣を通じて、学術面の支援を積極的に行っています。



販売戦略をテーマとした産業能率大学での授業

企業訪問学習の受け入れ

文部科学省が推進する総合的な学習の一環として、修学旅行時に企業訪問を実施する中学・高校が増えてきています。生徒自らが関心のある分野の企業を選び、訪問で学んだことを、後日

授業で発表するというもので、当社も多くの職場見学を受け入れています。将来の進路や職業を考える場の提供を通じて、中学・高校生の未来を応援しています。



講師社員の話に聞き入る学生たち

スポーツ振興へのさまざまな取り組み

コーセーは「スポーツをするときも美しく」というコンセプトのもと、独自の撥水技術を開発。1981年に業界初のスポーツ専用化粧品ブランド「スポーツビューティ」を発売しました。現在は、よりファッショナブルなブランドに進化した「スポーツビューティ ファシオ」として多くの方から愛されています。こうしたスポーツへの思いから、当社では芸術性の高いスポーツの発展をさまざまな面で支援しています。

2006年4月には、シンクロナイズドスイミング日本代表(マーメイドジャパン)のオフィシャル コスメティックパートナー契約を行い、同年日本スケート連盟 オフィシャルパートナー契約を結びました。シンクロナイズドスイミング

では、演技だけでなく、各選手のメイクも同調していることも重要です。テーマに合ったメイクデザインの提案はもちろん、顔立ちや個性の異なる選手たちを似せて見せることを考慮した技術指導を行っています。

» スペシャルサイト
「KOSÉ SPORTS BEAUTY NEWS」
http://www.kose.co.jp/jp/ja/kose_sports/index.html



大会では選手自身がメイクアップするため、事前に講習を実施



美を競うスポーツを積極的に支援

生活しやすい社会を目指したバリアフリー活動

コーセーグループはバリアフリー社会を目指して、売上げの一部を全国盲導犬施設連合会に寄付し、盲導犬の育成や普及活動を支援しています。寄付金は身体障がい者補助犬健康管理手帳

の制作にも役立てられています。また、コーセーコスメポートでは、点字を表示したバリアフリーパッケージ商品を数多く揃えており、あらゆる人に喜ばれる工夫を進めています。



(上) 立派な補助犬の育成を支援
(左) 手帳に補助犬の衛生・健康結果を記録

化粧品学(コスメトロジー)の発展に貢献

公益財団法人コスメトロジー研究振興財団は、1990年にコーセーの創業者である小林孝三郎が化粧品学(コスメトロジー)発展のために設立した機関で、優れた研究を行う研究者や研究機関を助成しています。2013年度は31件の研究課題

と1件の国際交流、1件の学術集会に対して助成金を贈呈しました。

※ 本財団は内閣府より公益認定を受け、2011年10月に公益財団法人へ移行しました



さまざまな分野のスペシャリストが集った表彰・贈呈式

社員とともに

コーセーグループは、企業を支えるのは社員であるという考えのもと、経営理念の一つに「一人ひとりを大切に」を掲げ、社員全員が能力を十分に発揮できるように、「人財」育成と職場環境の整備に努めています。

継続的な成長を支える人材育成プログラム

コーセーグループでは、社員の継続的な成長を目指してきめ細かな人材育成を行っており、職種や各ステージに応じたさまざまな教育制度や研修プログラムを設けています。

2013年度は、将来のリーダーとなる人材を育成するため、事業提案を

際に行いながら経営感覚を身につける「ビジネス エデュケーション カレッジ(BEC)」をスタートしました。新規事業の検討と立案というプロジェクト形式の研修となっており、さまざまな部署から選抜された社員が、目的達成に求められる能力を実践的に習得しています。



新規事業の機会やリスクを分析し、討論するBEC

美容スタッフの魅力を磨きあげる教育やコンテスト

お客さまと接する美容スタッフは、知識や技術の習得に加え、心を込めた対応で、「お客さまの期待に応え、期待を超える」ことを目指して日々トレーニングを重ねています。2012年度からは、美容スタッフが仕事を通じ「自分を磨く」ことを応援する「ステップアッププラン(SUP)」を導入しました。知識やスキルをさまざまな角度から測ることで、一人ひとりの強み・弱みを明らかにし、自ら学ぶ意欲を引き出すのが目的で、通信教育受講者が急増する効果も出てい

ます。美容スタッフの教育、評価、育成をする各支店の美容課長に対しても、SUP分析データを使い、教育技術を高める研修を実施しています。

美容スタッフが毎日の店頭活動で身につけた、メイクや接客の技術を総合的に競う場が、1975年に始まった全国コンテストです。2011年度から「グローバルEMBコンテスト」として、対象を海外にも拡大。2013年度も、国内外から最終選考まで勝ち残ったメンバー17名が、その技術を競いました。



グローバルEMBコンテストの実技審査



美容課長の教育技術を磨く集合研修

VOICE



第3回グローバルEMBコンテストグランプリ受賞

コーセー化粧品販売(株)首都圏西支店
鈴木 望

普 段から、お客さまに楽しんで化粧品を選んでいただくことを心がけています。昨年に引き続き、思いがけず2連覇できたのも、成長を支えてくださったお客さまや周りの方々のお陰だと感謝しています。今後は、このような素晴らしい賞をいただけるまでに学んだことを後輩に伝えていきたいです。

チャレンジ精神を支援する人材公募制度

コーセーの「行動理念」には、「習慣を超えてチャレンジ」、「持続する情熱と向上心」という項目があります。社員自らのやりたいという情熱に応え、生か

していくために、新しい仕事へのチャレンジチャンスとして人材公募制度を設けています。年に一度、各部門からの募集内容を発表し、社内へ告知します。

所属する組織の枠組みを超えて応募できる制度で、募集側の要件を満たせば誰でもチャレンジできます。

社員のアイデアを商品化

コーセーグループでは、企業と社員がともに同じ理念と同じ目標を目指して前進できるように、教育制度、人事制度、経営参加制度を設けています。社

員が自由に商品化のアイデアを提案できる「コーセーアイデアコンテスト」もその一つで、2008年から2年おきに開催しています。第3回となる2012年度に

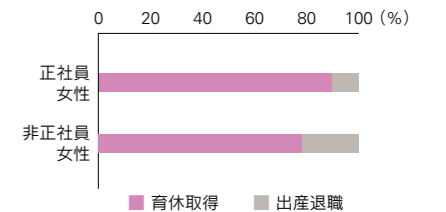
は2,646件の応募があり、優秀提案に対しては社長からの表彰とともに、商品化への検討が進んでいます。

女性の活躍が光る企業に

コーセーグループでは、従業員がライフイベントへ柔軟に対応できるように、仕事と家庭の両立支援を進めています。育児休業は、最長で産後1年半まで取得可能であり、保育園に入所できない場合などに活用されています。時短勤務制度も整備されており、2013年度内に

は、出産した正社員のうち、退職者は1割に留まり、約9割の方が育児休業を取得しています。育児休業や時短勤務制度を気兼ねなく活用できる雰囲気づくりや、子育て中の従業員へのバックアップ体制の充実も推進しています。

2013年度 出産に伴う、育児休業取得者と出産退職者の割合



障がい者と健常者がともに化粧品の製造・管理に従事

創立から20周年を迎えたアドバンスは、化粧品の製造を目的とするコーセーの子会社です。障がい者の雇用を促進する特例子会社として、化粧品業界で初めて、全業種では25番目の認可を受けました。現在は、化粧品の充填、包

装、仕上げ加工に関する業務を中心に行っています。建物や機械は障がい者の方でも安全に作業できるように設計され、現在、全従業員の約半数の障がい者が活躍しています。



同じ製造ラインで障がい者と健常者が一緒になって業務を遂行