

KOSÉ REPORT



株式会社コーセー
〒103-8251 東京都中央区日本橋3-6-2
Tel: 03-3273-1511(代)
URL: 商品・美容情報 <http://www.kose.co.jp>
企業情報 <http://www.kose.co.jp/company>

KOSÉ Corporation
3-6-2 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo
103-8251, Japan
Tel: +81-3-3273-1511
URL: <http://www.kose.co.jp/global/en>

2016年9月発行 Published in September, 2016





さらなる飛躍へ

代表取締役社長 小林一俊
Kazutoshi Kobayashi
President & CEO
KOSÉ Corporation

Toward Further Progress

コーセーは、2016年3月2日に、創業70周年を迎えました。これはひとえに、お客さまをはじめとするすべてのステークホルダーの皆様との継続的なご支援の賜と存じ、心より御礼を申し上げます。

当社の創業は1946年。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いたしました。どのような品物でも飛ぶように売れたモノ不足の時代にあっても、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。この想いは現在まで脈々と受け継がれています。研究開発に注ぐ情熱や品質への強いこだわり、流通チャネルごときめ細かく対応した販売体制、お客さまの求める多様な価値観にお応えしてゆく独自のブランドマーケティングなどは、すべて創業者の理念を具現化したも

ので、これらが現在のコーセーの強みでもあり発展の原動力ともなっています。

私は2007年の社長就任以来、当社のこうした伝統を継承しながら、さらなる顧客価値の創出と、グローバル企業へと成長を遂げるための基盤づくりを行い、新たな布石を打ってきました。この創業70周年の節目を機に、さらにグローバルな成長へと加速させ、既存の概念にとらわれない、ボーダレスなチャレンジを行っていきたくと考えています。「世界に通用するブランドの育成」と、「経営資産の継続的なパフォーマンス向上」を基本戦略として、これまでの延長線上にない成長を続けることで、世界市場を舞台に存在感あるコーセーを目指してまいります。

今後とも化粧品への限りない情熱を持ち続け、ステークホルダーの皆様とともに歩んでまいりますので、一層のご支援ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

KOSÉ celebrated its 70th anniversary on March 2, 2016. Let me express my sincere gratitude to our customers and other stakeholders for your continued support of our company.

Kozaburo Kobayashi, who founded KOSÉ in 1946, poured his limitless passion into making cosmetics that give people dreams and hope. Even during the post-war period of shortages, Mr. Kobayashi committed KOSÉ to making quality products that truly exceeded the expectations of each customer. This spirit remains alive in all facets of our business today, from research and development to manufacturing, from customer-oriented consultative sales to distribution, to our unique brand marketing system that perfectly matches brands with sales channels. We believe it is this spirit that gives KOSÉ the strength and drives the company to do more.

Since assuming the position of president in 2007, I have focused my efforts on developing a foundation from which we can grow into a global company while still preserving the corporate culture. On the occasion of the 70th anniversary, I am determined to accelerate this global expansion and am ready to achieve each challenging goal by overturning existing norms through a borderless approach. In line with its basic strategies—“Promote brands to win recognition and respect around the world” and “Sustainable improvement in performance”—KOSÉ will redirect its approach to achieving growth in such a way as to expand its presence in the global market. We will continue to maintain our ardent passion for cosmetics and work together with our stakeholders. Your continued patronage and support are greatly appreciated.

2016年3月2日、高丝迎来了70周年诞辰。我们的成长完全离不开顾客及所有利益相关者一如既往的支持。在此，我表示衷心的感谢！

本公司创建于1946年。创始人小林孝三郎将无限热情投入到给人们带来梦想和希望的化妆品事业中，开创了高丝的事业。即便是在物资匮乏，任何商品都能立即售罄的年代，高丝依旧坚持专心制作和提供能让顾客从内心得到满意的优质化妆品，“仿佛亲手将产品送到每一位顾客的手里那样”，小林孝三郎便是在这种强烈信念的驱使下开展高丝的经营活动的。当然这种思想也绵绵不断地传承到了今天。无论是研发上的满腔热情投入、质量上的态度严谨毫不妥协，销售体系上的无微不至应对到每个流通渠道，还是致力于满足客户多样化需求而展开的独特品牌营销活动，均具体体现了高丝创始人崇高的理念，现如今，这些理念也正是我们高丝集团的优势和发展前进的动力。

自2007年担任社长以来，我在继承上述公司传统的基础上，力图创造新的顾客价值，并为公司实现全球化发展打基础，不断做出新的部署。恰逢公司创建70周年之机，我们将进一步加快全球化发展的步伐，不拘泥于旧概念，勇尝无国界挑战。我们将以“培育全球品牌”和“不断提高经营资产绩效”为基本战略，超越原有轨迹，持续发展，力争让高丝在全球舞台上占据举足轻重的地位。

今后，我们将继续满怀对化妆品的无限热情，期待在各位利益相关者的持续支持和协助下，大步向前。

70th Anniversary Walk Through History



コーセー70周年 歴史の歩み

株式会社コーセーは2016年3月2日、創業70周年を迎えました。まだ戦後の混乱状態にあった創業当初から、高品質な商品を適正な価格で提供することで、お客さま、取引先様からの信頼を獲得してきました。めまぐるしく変化する時代にあっても、こうした創業からの精神は、当社を形づくる基盤として、変わることなく息づいています。

The KOSÉ Corporation celebrated its 70th anniversary on March 2, 2016. We have earned trust from our customers and partners since our founding during the chaos after the war by providing high-quality products at the right price. Even in a rapidly changing generation, the spirit of our roots continues to live on to this day as the foundation which shapes our company.

株式会社高丝于2016年3月2日迎来了创业70周年。创业伊始，仍处于战后混乱局势，高丝却将高品质的商品采用合理的价格献给顾客、客户，从而获得了顾客、客户的信赖。当今时代瞬息万变，高丝将始终延续创业精神，并将其作为公司坚实基础。

1946.3.2

小林孝三郎が東京・北区王子に小林名合会社を設立(1948年より株式会社小林コーセーに変更)

Kozaburo Kobayashi founded KOBAYASHI UNLIMITED PARTNERSHIP in Oji, Kita-ku, Tokyo (restructured as KOBAYASHI KOSÉ COMPANY LIMITED in 1948).

小林孝三郎于东京北区王子创立小林无限公司(自1948年起组织变更为株式会社小林高丝)



1963

フランス・ロレアル社と技術提携が成立し、サロン事業がスタート(2001年に合併契約を解消)

A technological alliance was established with L'Oréal of France to start our salon business (the joint-venture contract ended in 2001).

与法国欧莱雅技术合作，沙龙事业起步(2001年解除合并合同)



1964

埼玉県狭山市に狭山工場を開設。敷地が33,000坪あり、化粧品工場として東洋一の規模を誇った。

The Sayama Factory opened in Sayama City, Saitama. The premises was 109,091m², which boasted the largest cosmetics factory in Asia.

于埼玉县狭山市建立狭山工厂。占地33,000坪，是东方规模最大的化妆品工厂。



1968

海外へ初進出となる香港で販売を開始し、以降は東南アジアを中心に展開を拡張した。

Sales began in Hong Kong, which is our first entry overseas, and expanded with focus on Southeast Asia thereafter.

进军海外市场，从香港开始，随后以东南亚为中心展开销售。



1970

最高品質の化粧品を最上級のサービスで届ける、高級品専門ブランド「コスメデコルテ」発売。

COSME DECORTE, a dedicated luxury brand, was released to deliver the highest quality of cosmetics with the best service.

最高品质的化妆品采用最优质的服务献给爱美女性，高端品牌「COSME DECORTE黛珂」发售。



1975

「アルファードR・Cリキッド」発売。翌年「フィットオン」を発売。「美容液」「パウダーファンデーション」というカテゴリーを世に出した。

ALPHARD R.C LIQUID was released. FIT ON was released the next year. We launched the categories of "beauty serum" and "powder foundation."

「ALPHARD R.C LIQUID PRE-CIOUS」发售。次年「FIT ON」发售。「美容液」、「固体粉饼」等单品面世。



1980

近代の品質管理方式の導入により、生産本部が業界初のデミング賞事業所表彰を受賞した。

Our production headquarters received the first Deming Prize in the industry for the introduction of modern quality management methods.

随着导入现代品质管理方法，生产本部成为业内首个荣获日本戴明奖表彰的事业所。



1985

和漢植物エキスを配合した「雪肌精」発売。現在までの販売本数は5000万本を超える。

SEKKISEI, which combined Japanese and Chinese herbal extracts, was released. More than 50 million units have been sold up until now.

配合和汉方植物精华的“雪肌精”发售。迄今累计销量突破5000万瓶。



1987

日中合弁で中国の浙江省杭州市に春絲麗有限公司(現高絲化粧品有限公司)を設立。

Chun Si Li Co., LTD. (current KOSÉ COSMETICS CO., LTD.) was established in China as a Japan-China joint venture.

于中国浙江省杭州市设立中日合资春丝丽有限公司(今高丝化妆品有限公司)。



1991



CIを導入。株式会社コーセーに社名を変更し、企業ロゴも刷新した。

Corporate Identity (CI) was introduced. The corporate name was changed to the KOSÉ Corporation and the corporate logo was renewed.

引进CI。公司更名为株式会社高丝，发布新商标。

1992

埼玉県狭山市に障がい者雇用の特例子会社株式会社アドバンスを設立。

ADVANCE CO., LTD. was established in Sayama City, Saitama as a subsidiary to support persons with disabilities.

为推进残障人士就业，于埼玉县狭山市设立株式会社ADVANCE。

1998

群馬工場がISO9002(品質)の認証を取得。

The Gunma Factory acquired the ISO9002 (quality) certification.

群馬工厂通过ISO9002(质量)认证。

2000

株式の店頭公開から1年後、東京証券取引所市場第一部に上場した。

KOSÉ became listed on the first section of the Tokyo Stock Exchange one year after its initial public offering.

日本証券協会店頭市場上市1年后，于东京证券交易所市场一部上市。



2000

群馬工場がISO14001(環境)の認証を取得。

The Gunma Factory acquired the ISO14001 (environment) certification.

群馬工厂通过ISO14001(环境)认证。

2005

ライセンス事業として「ジルスチュアート」ブランドを日本の化粧品市場に導入。

The JILL STUART brand was introduced to the Japanese cosmetics market as a licensing deal.

通过授权业务将“JILL STUART”品牌引进日本化妆品市场。



2006

日本スケート連盟、シンクロ日本代表とのスポンサー契約を締結。

KOSÉ entered into a sponsorship agreement with the Japan Skating Federation and the Japan Synchronized Swimming Team.

与日本花样滑冰联盟、花样游泳日本代表签订赞助合同。

2008

創業の地である東京都北区王子に新研修センターを開設。

A new research center opened in Oji, Kita-ku, Tokyo, where KOSÉ operations began.

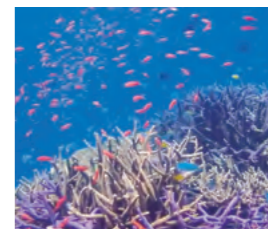
于创业地东京都北区王子设立高丝王子新研修中心。

2009

環境保全プロジェクト「SAVE the BLUE」がスタート。

The SAVE the BLUE environmental conservation project started.

启动“SAVE the BLUE”环保项目。



2012

イタリアの化粧品専門店コスメデコルテの販売を開始した。

Sales of COSME DECORTE began at cosmetics shops in Italy.

于意大利的化妆品专卖店展开COSME DECORTE黛珂的销售。

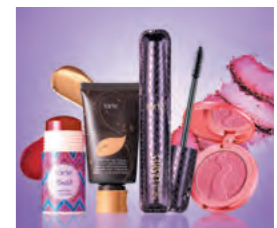
2014

米国の化粧品会社Tarte, Inc.を子会社化。

2016年には「DECORTÉ」を北米で販売開始。

Tarte, Inc., a cosmetics company in the United States, became a subsidiary of KOSÉ. Sales of DECORTÉ began in North America in 2016.

兼并美国化妆品公司Tarte, Inc.。2016年，于北美展开“DECORTÉ”销售。





BRAND MARKETING

Offering Valuable Brands around the World 価値あるブランドを世界に

コーセーでは、魅力あるブランド価値を創造するために「英知(インテリジェンス)」と「感性(センシブネス)」をキーワードとして、最先端科学を結集した研究成果をベースに、お客さまの感性・ニーズに合う化粧品づくりを目指しています。化粧品に求められるものには、使用感や香り、効能効果、価格、パッケージデザイン、ブランドイメージまで多くの要素があり、使用シーンや季節によっても変化します。コーセーでは、このニーズにきめ細かく対応するため、製品、流通、コミュニケーションの側面から効果的な戦略を立て、ブランドを構築しています。現在、化粧品専門店、百貨店、量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストア、バラエティストアなど、さまざまな流通チャネルを通じたさまざまな販売方法で、お客さまのニーズにきめ細かく対応し開発したブランドコンセプトの化粧品を提供しており、企業名を冠した「コーセーブランド」と、独自性の高い多彩なブランド群である「インディヴィデュアルブランド」の2つに大別して、展開しています。

また、ネット販売など販路の多様化への対応やグローバル展開も積極的に進めています。

“Sensuousness” and “intelligence” are the two key words that drive the creation of attractive, valuable brands at KOSÉ. We take our research—based on leading scientific discoveries—and develop cosmetics that meet our customers’ wants and needs. Consumers select cosmetics for many reasons, including texture, fragrance, effectiveness, price, brand and packaging, but their needs change with the time and seasons. To anticipate these changes and needs, KOSÉ focuses on three facets of brand-building: product, distribution, and communication. We also offer our brands through various sales channels with a wide variety of features to precisely meet the diverse needs of customers. Our brands are divided into two major categories: the KOSÉ brand, a brand that has the company’s name on it, and the individual brands, which represent a wide variety of highly original brands. And we have actively been promoting for dealing diversification of sales such as online shopping and global development.

为了创造具有独特魅力的品牌价值，高丝将“智慧”与“感性”融入最新技术的研发中，将顾客的感知与需求视为产品生产的首要因素。化妆品除了质感本身之外，香气香型、功能效果、销售价格、包装设计、品牌形象，甚至连使用季节及使用场合的区分等都是人们所追求的重要因素。为此，高丝在生产销售、市场营销等各方面致力于将顾客的需求与品牌策略紧密结合，推动品牌不断向前发展。结合销售渠道特征配置相应品牌进行销售，是高丝市场营销的一大特点。无论是化妆品专卖店、百货店、量贩店、或是药妆店、便利店、多元化美妆店；针对每个销售渠道高丝都有与之紧密结合的品牌理念，产品研发及销售模式，在各个销售渠道，都竭力为顾客提供适合的产品选择，并以企业冠名的“高丝品牌”以及高独立性的品牌群体“独立品牌”划分出两大类别来开展业务。近来，随着网购的加速普及，高丝不断探索，积极拓展全新的销售渠道。

HIGH-PRESTIGE Brands

The Highest Levels of Quality and Service

最高のクオリティを、最高のサービスで

PRESTIGE Brands

High-Value-Added Cosmetics for Everyone

より多くの方に、付加価値の高い化粧品を

COSMETARIES Brands

For Daily Life One Step Above

いつもより、少し上質な日常を

High Added Value
Cosmetics Business
Basic Value
Cosmetaries Business



HIGH-PRESTIGE Brands

コーセーの最先端の技術を結集して創り上げた、最高のクオリティを持つブランド群で、高級ブランドにふさわしい専門店と百貨店を中心に展開しています。専門的な教育を受けた美容スタッフが、肌診断などのきめ細かなカウンセリングを通して商品を紹介提供しています。

A group of top-quality brands developed by integrating all of KOSÉ's cutting-edge technologies. They are sold mainly at specialty cosmetics stores and department stores that distribute exclusive brands. KOSÉ's specially trained beauty staff offer meticulous counseling, including skin diagnosis, to help each customer select the most suited products.

INFINITY KOSÉ



汇集高丝最尖端研发技术之精华, 拥有上乘品质的高端品牌群。这些产品以百货店专柜和化妆品专营店为中心进行销售。经由专门培训的美容顾问通过肌肤诊断等精心周到的咨询服务进行产品介绍推荐。



DECORTÉ



Prédia



JILLSTUART

PRESTIGE Brands

高い付加価値を追求しながら、化粧品専門店、量販店、ドラッグストア、通信販売など幅広い流通チャネルに対応するブランド群です。コーセーを代表する「雪肌精」のほか、「エスプリーク」「肌極」「米肌」といった多彩なブランドを揃えています。

A group of brands that, while pursuing high added value, meet the needs of a broad range of distribution channels, from specialty cosmetics stores to mass retailers and drugstores, mailorder. We deal with a variety of brands that includes SEKKISEI, ESPRIQUE, HADAKIWAMI, and MAIHADA, which are representative brands of KOSÉ.

雪肌精 SEKKISEI



具备极高附加价值, 可灵活应对化妆品专营店、量贩店、药妆店等各种渠道的品牌。这些品牌中, 除高丝代表品牌“雪肌精”以外, 还有“绮丝碧”、“肌极”、“米肌”等多种品牌。

ESPRIQUE



米 MAIHADA 肌



COSMETARIES Brands

化粧品のほか、シャンプーやコンディショナーなどのトイレットリー製品も含めて化粧品発想で開発するセルフブランド群で、「コスメタリー事業」と呼んでいます（「コスメティック」+「トイレットリー」）。量販店、ドラッグストア、コンビニエンスストアなどを通じ、優れた商品を手頃な価格で提供しています。

A group of self-service brands, including cosmetics and toiletries such as shampoo and conditioners, which are developed using the same approach as the one used to develop cosmetics. We call this category of products “cosmetaries.” We offer high-quality products at reasonable prices through mass retailers, drugstores, convenience stores and other retail outlets.

基于化妆品研发基准的自主品牌群, 除化妆品以外, 还包括洗发水、护发素等洗护产品, 我们将之称为“日化产品事业”。通过量贩店、药妆店和便利店等渠道, 以合理的价格和优质的品质提供给顾客。



Visée



Je l'aime



softymo ソフティモ



STEPHEN KNOLL NEW YORK

Becoming Japan's Leading Skin Brightening Brand

SEKKISEI 日本を代表する スキンケアブランドへ



2016年 建築家の隈研吾氏設計による「雪肌精グローバルカウンター」をあべのハルカス近鉄本店に設置

In 2016, the SEKKISEI Global Counter designed by architect Kengo Kuma was installed at the Abeno Harukas in Osaka.



「雪肌精 ハーバル ジェル」を創業70周年記念日に発売

SEKKISEI Herbal Gel was released on the 70th anniversary of our founding.

1985年の発売以来、愛用者が増え続けている「雪肌精」。今や日本を代表するスキンケアブランドが誕生したルーツには、化粧品の可能性を広げるためのたゆまぬ追求がありました。「日本の女性が永遠に求めることは、白髪にならないこと、しわができないこと、透明感のある肌になることの3つ。これは化粧品開発にとって普遍的なテーマだ。」研究者でもあった当時の社長、小林禮次郎は繰り返しそう語り、高効能化粧品の時代が来ることを予見したのです。

「雪肌精」開発にあたっては、体の内側から改善する漢方的な発想を基盤とし、浸透感のある化粧水ベース、手に馴染むデザイン形状、瑠璃色のボトルなど、商品設計が着々と進む中、思わぬ壁が立ちふさがりました。「白肌精」という当初の商品名が、当時の薬事法の関係で認可されなかったのです。そこで、「白がダメなら雪があるじゃないか」というひらめきで、「雪肌精」という

名称が誕生しました。

当時5000円という高価格にもかかわらず、美容スタッフが地道なカウンセリングによって肌効果を伝えた結果、口コミが広がり愛用者を拡大することができました。発売当初は化粧水だけだった「雪肌精」ですが、次第に美白アイテムを多数そろえる総合スキンケアブランドへと成長しました。海外での歴史も長く、日本で発売した翌年の1986年に台湾へ上陸した後、東南アジアや中国、米国など、次々に展開してきました。今ではコーセーのグローバル展開における最重要ブランドのひとつであり、日本発の世界観を大切に、世界共通のプロモーションを行っています。

2009年には「雪肌精」を通じて環境保全活動に貢献する「SAVE the BLUE」プロジェクトをスタートし、瑠璃色のボトルから想起される青く美しい地球を守る取り組みも行っています。



SEKKISEI has continued to build a devoted following since its introduction in 1985. The major skin care brand of Japan currently endeavors ceaselessly to expand the possibilities of cosmetics. Then-president Reiji Kobayashi was also a researcher said often, “Three things will always be important to Japanese women: the prevention of gray hair, the prevention of wrinkles, and the maintenance of skin luminosity. Indeed, these are universal themes in cosmetics development.” He foresaw that the generation of highly-effective cosmetics would come.

The SEKKISEI development has a foundation inspired by herbal medicine to improve from within the body. While steadily advancing product designs such as a lotion base with a penetrative feel, a design shape familiar to the hand, and bold lapis lazuli colors, we were faced with unexpected obstacle. At first, KOSÉ intended to release a product under the name HAKKISEI (a name incorporating the Chinese character for “white”). Unfortunately, pharmaceutical laws at the time prohibited use of the term “white” in a cosmetic brand name. In a moment of inspiration, our leader declared, “If we can’t

use the word ‘white,’ we can certainly use the word ‘snow.’” And with that, the SEKKISEI name, which incorporates the Chinese character for “snow,” was created.

Word of mouth about SEKKISEI spread through beauty advisers enthusiastically proclaiming the effectiveness on skin through meticulous counseling, and the product’s customer base swelled despite its relatively expensive 5,000 yen price point. SEKKISEI’s lineup only had a lotion when it was first released, but has gradually grown into a total skin care brand with a broad line-up of skin-brightening products. SEKKISEI has a long history overseas with growth in Southeast Asia, China, and United States after launching in Taiwan the year after its release in Japan in 1986. SEKKISEI is one of the most important brands for the global expansion of KOSÉ, and we are conducting common worldwide promotion that values the global view of Japanese products. We started the Save the Blue project to contribute to environmental conservation through SEKKISEI in 2009 in an effort to protect our beautiful blue earth, which we are reminded of by bold lapis lazuli colors.

自1985年上市以来、推崇者と日俱増の“雪肌精”。代表当今日本の肌护肤理ブランドの誕生、源自对化妆品一切可能性的永不停歇的追求。“没有白发、没有皱纹、具有透明感的肌肤，这三点是日本女性对于美不变的追求，也是化妆品研发过程中永恒的主题。”研究人员出身、当时的社长小林礼次郎先生反复如斯强调，并预见高效能化妆品时代即将来临。

开发“雪肌精”时，如何将基于以内养外的汉方保养理念与极具渗透感的化妆水完美融合，如何将便于使用的设计形状与琉璃色瓶身巧妙统一，在商品设计切实有效推进的过程中，遇到了一个个出乎意料的新问题。当时，品牌名“白肌精”由于受到当时化妆品法规的限制而无法使用。而“白肌胜雪”这一瞬灵感，成就了“雪肌精”品牌。当时，售价5000日元的化妆水并不便宜，但是美容顾问通过专业知识，将肌肤保养效果传达给每一位顾客，口碑相传，逐渐拥有众多爱用者。上市之初只专注化妆水的“雪肌精”，逐步成为拥有众多美白产品的综合性肌肤护肤品牌。海外历史同样悠久。日本上市后第二年的1986年，登陆中国台湾，随后在东南亚、中国、美国等地区展开销售。如今，作为高丝全球战略中最重要的品牌之一，源自日本的世界观并在全球范围内开展宣传。2009年，“雪肌精”开始投身环保活动“SAVE the BLUE”，琉璃色瓶身让人联想到蓝色的美丽的地球，承担共同守护地球的职责。

Pursuing Timeless Elegance and Beauty

DECORTÉ 時代を超えた エレガンスと美の追求

2012～
AQ MW MAKEUP



1992～
MOISTURE
LIPOSOME



2010～
AQ MW SKINCARE

2009～
AQ MELIORITY
INTENSIVE CREAM



コーセーがハイプレステージブランドと位置付ける「コスメデコルテ」は、創業者である小林孝三郎の「上質な美しさを求める女性たちに、最高の品質の化粧品を最高のサービスでお届けする」という長年の想いを具現化し、1970年に誕生しました。

大卒者の平均的初任給が4万円の時代に3万円の高級クリームを発売し、お客さまからは品質とサービスにおいて高い支持を得ることができました。「コスメデコルテ」という名称は、「Cosmetique」（化粧）と「Decoration」（勲章）の融合からの造語で、すべての女性への「美の勲章」を創造するという信念が込められています。

デビュー以来、エイジングケアにおける最高級ライン「AQ」*（1990年）や、保湿効果を高める多重層リポソームを化粧品に応用した美容液「モイストチュアリポソーム」（1992年）、美白効果のあるコウジ酸を配合した美容液「ホワイトロジスト」（2007年）など、

常に最先端の技術を結集、最高の品質にこだわった商品を発表し続けています。特に「モイストチュアリポソーム」は、日本のみならず海外においてもたくさんのお客さまにご愛用いただき、「コスメデコルテ」を代表するロングセラー商品となっています。

2010年には、世界的に著名なデザイナーであるマルセル・ワンダース氏をアートディレクターに起用し、コスメデコルテが持つ「普遍のエレガンス」に新たに「アートの要素」を加えた「AQMW」を発売しました。海外では1990年代より、アジアを中心に展開してきましたが、2012年にイタリアの化粧品専門店、2016年には「DECORTÉ」を北米の高級百貨店で販売を開始するなど、欧米市場にも販路を拡大し、グローバルブランドとして成長しています。今後も「コスメデコルテ」は、女性のニーズに応えるべく、エレガンスと美の追求を続けていきます。

The high-prestige COSME DECORTE brand, launched in 1970, was realization of a long time dream for KOSÉ's founder Kozaburo Kobayashi who wanted to provide women seeking refined beauty with first-rate service and the highest quality cosmetics.

KOSÉ introduced a 30,000 yen cream at a time when new college graduates' monthly pay was typically only 40,000 yen. The quality of the product and KOSÉ's service created a passionate following among Japanese women. The COSME DECORTE, a combination of the French words "cosmetique" and "decoration," is synonymous with trust as a decoration of beauty for all women.

In 1990, KOSÉ introduced AQ*, a high-prestige anti-aging product. In 1992, it introduced MOISTURE LIPOSOME, the first cosmetic to incorporate multi-layer liposomes. In 2007, it introduced WHITE LOGIST, a kojic acid-based whitening essence based on new technologies. Each and

everyone of these new products builds on KOSÉ's reputation for pursuing the ultimate in quality. In particular, MOISTURE LIPOSOME, which won many devoted customers in Japan and abroad, has become a long selling product which is the representative of the COSME DECORTE brand.

In 2010, world-famous designer Marcel Wanders was invited to become the COSME DECORTE art director to release the AQMW line as a brand that adds a new artistic element to the universal elegance theme. Our overseas growth focused on Asia from 1990 and we are growing as a global brand by expanding our sales in the European and American markets. This includes the start of DECORTÉ sales at designated Italian cosmetic stores in 2012 and high-class department stores in North America in 2016. COSME DECORTE will continue to pursue elegance and beauty to meet the needs of women.

COSME DECORTE黛珂诞生于1970年，由高丝集团创始人小林孝三郎先生亲自开创新的顶级护肤品牌。小林先生在创立品牌之初，就期许黛珂能够跨越国界，将高品质的护肤品献给全世界的爱美女性。在当时应届大学生的月收入只有约4万日元，黛珂一款售价为3万日元的晚霜因其特有的品质和黛珂式服务得到了众多爱美女性的狂热青睐。“COSME DECORTE黛珂”的名字是“Cosmetique”（化妆）与“Decoration”（勋章）的合成词，融入为所有爱美女性创造“优美勋章”的强烈信念。

上市以来，不断推出汇集高丝最尖端研发之精华，拥有上乘品质的高端商品。如顶级抗老化保养系列“AQ”*（1990年）、多重层微脂囊体运用于化妆品的美容液“保湿美容液”（1992年）、具有高美白效果的曲酸运用于美白精华液“莹润粹白集中护理菁华液”（2007年）等应运而生。尤其是“保湿美容液”不仅在日本国内，在海外也获得了众多推崇者，是“COSME DECORTE黛珂”的明星商品。2010年开始，起用世界著名设计师马塞尔·万德斯担纲艺术总监，将“艺术灵感”融入“优雅之美”，超越“COSME DECORTE黛珂”的固有概念，诞生了全新系列“AQMW”。从1990年起，在海外以亚洲为主开展销售。2012年入驻意大利化妆品专卖店，2016年“DECORTÉ”登陆北美高档百货店，在欧美

开拓出新的市场，成为国际品牌。今后，“COSME DECORTE黛珂”将不断追求优雅之美，满足爱美女性需求。



2016年春 北米の高級百貨店サックス・フィフス・アベニューにて発売した「DECORTÉ」

DECORTÉ sold at Saks Fifth Avenue luxury department stores in North America in the spring of 2016.

INNOCENT SEXY

JILLSTUART

すべては女の子の
“かわいい”のために



(上)2015年にオープンした直営の
新コンセプトショップ
Directly-managed new concept
shop opened in 2015.

際立った世界観を持つブランドを多数保有している点も、コーセーの強みです。DECORTÉ、雪肌精と並ぶ、当社の重点グローバルブランドのジルスチュアートは、2005年に日本国内におけるライセンス契約を締結し、事業をスタートしました。デビュー直後から、トレンドに敏感な女性たちからの熱狂的な支持を獲得。2009年にはグローバルにおける化粧品販売のライセンス権を取得し、日本だけでなく、台湾、香港、韓国、タイでも販売しています。ブランドコンセプトは、「INNOCENT SEXY」。少女だけが持つ透明感、大人の女性に漂うセクシーさ。女性に同居するイノセントとセクシーを絶妙に引き出し、最高の「かわいい」を叶えるブランドです。

Multiple brands with an outstanding world presence is also one of KOSÉ's strengths. JILL STUART, another global brand as valuable to KOSÉ as DECORTÉ and SEKKISEI, started business through a licensing agreement in Japan in 2005. The brand gained enthusiastic support from trendy women right after JILL STUART debuted. We acquired the license for the global cosmetic sales in 2009 and are selling the brand in not only Japan but also Taiwan, Hong Kong, and Thailand. The brand concept is INNOCENT SEXY. This is the translucence of teenagers as well as the sexiness alive in mature women. This brand grants the ultimate "cuteness" by bringing out the superb innocence and sexiness every woman possesses.

兼容多种不同世界观的品牌，是高丝的强项。2005年，与DECORTÉ、雪肌精齐名，本公司重点全球品牌JILL STUART在日本国内签订许可协议，事业开始起步。上市之后，迅速获得时尚女性狂热青睐。2009年，取得全球化妆品销售许可权，在日本以及台湾、香港、泰国等地开始销售。品牌概念定为“INNOCENT SEXY”。少女特有的透明感、熟女散发出的性感。完美展现同居于女性体内的无邪与性感，实现最“可爱”的品牌。

For Greater Presence in the World Market

世界の市場で存在感を高めるために

グローバル展開強化の一環として、海外の各地域のお客さまの嗜好に合わせて研究開発した商品を提供しています。2014年には、米国タルト社(Tarte, Inc.)の株式を取得し、北米展開を強化しました。タルトブランドのコンセプトは、「ハイパフォーマンスナチュラル」で、天然由来成分を配合したメイク製品を中心に展開しています。

We are providing products researched and developed to align with the preferences of customers in each region overseas as one way to strengthen our global expansion. We strengthened our North American expansion by acquiring Tarte, Inc. stock in the United States in 2014. The concept of the Tarte brand is to grow around makeup products which deliver naturally-derived components as high-performance natural.

作为强化全球业务的环节，结合海外各地顾客的喜好研发商品。2014年，收购美国Tarte, Inc公司的股份，强化北美市场。在Tarte品牌“高性能自然”的理念下，产品以萃取纯天然成分的化妆品为主。

Spawake



Medium-term Management Plan

中期経営計画

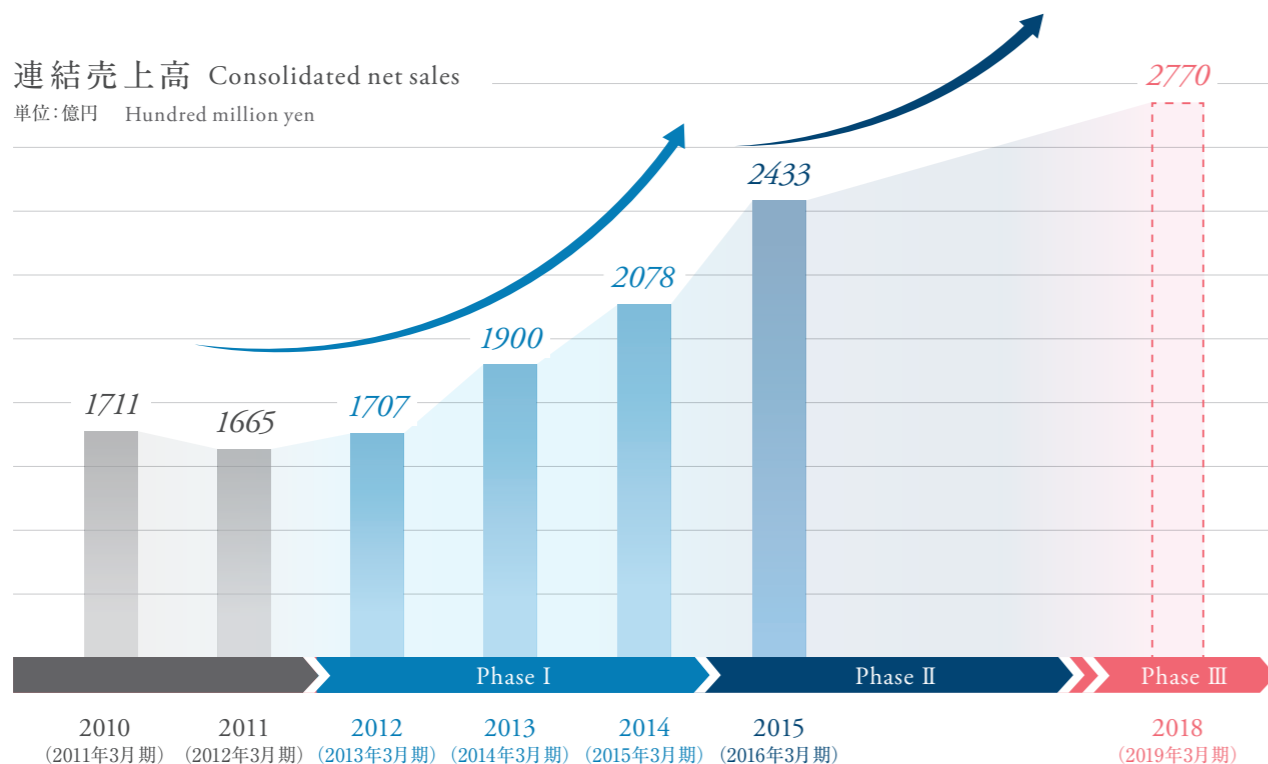
当社グループは、2020年度までの成長イメージを描いた「VISION2020」を策定し、その実現に向けたロードマップとして、Phase I「V字回復期」、Phase II「グローバルブランド育成期」、Phase III「高収益グローバル企業化」の3つのフェーズを経て、「世界で存在感のある企業」への進化を目指しています。

The KOSÉ Group has a long-term vision called VISION2020 to serve as a roadmap for growth for fiscal 2020. To achieve the goals of this vision, the Group has defined three phases to become an organization with a global presence; Phase I: a V-shaped turnaround, Phase II: building and strengthening global brands, and Phase III: global expansion with higher earnings.

高丝制定了截至2020年度的长期愿景“VISION2020”，并规划了“V字形恢复期”、“全球品牌培育期”、“高收益全球化企业”三个阶段的发展路线图，旨在成为全球具有举足轻重地位的企业。

連結売上高 Consolidated net sales

単位:億円 Hundred million yen



～2014

～Phase I: V字回復期 ～Phase I: V-Shaped Turnaround

経営効率を向上し変化に強い企業体質に変えた「守りの改革」、既存事業の強みを磨き売上と収益性を拡大させた「攻めの改革」に取り組み、最終の2014年度は、過去最高の業績で締めくくりました。

The Group enacted “defensive reforms” to develop a business structure that can withstand challenges posed by the changing business landscape. There were also “offensive reforms” to refine the strengths of existing businesses and increase sales and profitability. The plan was brought to a close with record performances in the final year fiscal 2014.

提高经营效率、成为复合型企业的“防守型改革”，提升现有事业优势、提高销售额和收益的“进攻型改革”，终于在最后一年度2014年度取得了历史最高业绩。

2015～2017

Phase II: グローバルブランド育成期 Phase II: Building and Strengthening Global Brands

現在は、Phase IIで2つの基本戦略「世界に通用するブランドの育成」「経営資産の継続的なパフォーマンス向上」を掲げています。よりグローバルな化粧品市場へ向けたボダレスな取り組みを通じて、「世界で存在感のある企業への進化」へ向け事業戦略を進めています。

We are currently in Phase II and focus on two basic strategies of promoting brands to win recognition and respect around the world and achieving a sustainable improvement in performance. We are furthering business strategies toward becoming an organization with a global presence through borderless efforts.

现阶段，树立Phase II的两大基本战略“打造世界通行品牌”与“不断提高经营资产绩效”。通过拓宽无国界的更具全球化化妆品市场推进事业战略，旨在“成为全球具有举足轻重地位的企业”。

The Basic Strategy of Phase II (Building and Strengthening Global Brands)

Phase II の基本戦略

- ▶ 重点グローバルブランドの育成
Promote Flagship Global Brands.
打造重点全球品牌
- ▶ 市場開拓のスピード化
Accelerate the pace of developing new markets.
加速市场开拓
- ▶ 事業戦略の遂行
Implement the strategies of all business segments.
执行业务战略



世界に通用するブランドの育成
Promote brands to win recognition and respect around the world.
打造世界通行品牌



エリア・チャネルの枠を超えた顧客接点の拡大
We do not restrict our activities to any particular country, distribution channel or point of view.
扩大与顾客之间跨地区、跨渠道的关联性

経営資産の継続的なパフォーマンス向上
Sustainable improvement in performance.
不断提高经营资产绩效

成長ドライバーへの注力
Concentrate on growth drivers.
专注于成长驱动力

経営基盤の強化
Build a more powerful operating framework.
强化经营基础框架

基幹ブランドの収益性拡大
Expand profitability of core brands.
增强关键品牌的收益性

▶ 人材のパフォーマンス向上
Improve the performance of human resources.
提高人才效率

▶ 事業基盤の効率化
Operate more efficiently.
提高事业基础效率

▶ 市場創造力・市場競争力のあるプロダクト・サービスの開発
Develop products and services that can create new markets and are highly competitive.
开发具有市场创造力和竞争力的产品及服务

価値創出の要となる「モノづくり」体制への設備投資を強化
More capital expenditure for a powerful product creation infrastructure for the value that distinguishes all KOSÉ products.
强化价值产出的重中之重“制造”体制的设备投资。



群馬工場 新生産棟
2017年 稼働予定
Gunma Factory
New production facility
scheduled for operation
in 2017

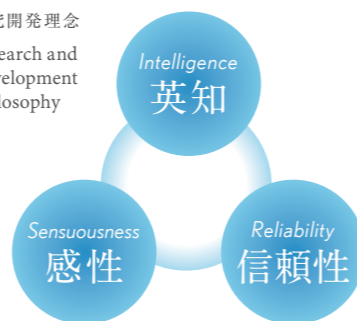


基盤研究所
2019年 稼働予定
Fundamental Research
Laboratory
scheduled for operation
in 2019

Research & Development

研究・開発

研究開発理念
Research and
Development
Philosophy



Unending Evolution in Creating Beauty

美の創造へ、終わりなき進化

当社では、研究開発の精神を「Sensuousness:感性」と「Intelligence:英知」そして「Reliability:信頼性」という3つの言葉に集約しています。この3つを高次に融合させることによって、独自の美しい価値と文化を創造し、コーセーの創業者が掲げた「良心的で優秀な商品の供給」を実現することを基本理念としています。コーセーにおける持続的な成長エンジンの役割を担うために、独創性とスピードを重視した研究活動によって、付加価値の高い化粧品を創造しています。

The following three words epitomize the spirit of KOSÉ's R&D activities: "sensuousness," "intelligence," and "reliability." It is the fusion of these three elements at a high level that enables us to create values and culture with a unique beauty, and provide "affordable yet superior products," a concept heralded by KOSÉ's founder and the core principle of our company. By focusing on originality and speed, our R&D activities will help us create high value-added cosmetics capable of sustaining growth into the future.

高丝将研发的精神浓缩在“Sensuousness:感性”、“Intelligence:睿智”、和“Reliability:可信赖性”这三个词语中。并且将这3个词语高度融合，创造独特的美的价值与文化，以及将实现株式会社高丝的创始人所提出的“提供具有良心的优秀商品”作为基本理念。高丝研发工作重视独创性和速度，为了担起带动高丝永续发展的引擎作用，不断努力创造高附加价值的化妆品。

Innovation not Bound by Common Practices or Premises

常識や前提にとらわれないイノベーション

製品開発においては、何よりもお客さまにとって「良いもの」を創出することを重視しており、「美容液」(1975年)、「パウダーファンデーション」(1976年)など、新しいカテゴリーの化粧品を数多く送り出してきました。また、基礎研究分野においては、1993年に一重項酸素(活性酸素の一種)による老化への影響を発見しました。以来、皮膚科学領域における老化研究を強みの一つとしており、その知見は数多くのエイジングケアブランドへと応用されています。

We focus on creating quality goods for our customers more than anything else in our product development. This belief has given birth to cosmetics in new product categories such as beauty serum (1975) and powder foundation (1976). In the field of scientific research, we discovered the impact on aging caused by singlet oxygen (one type of reactive oxygen) in 1993. Thereafter, aging research in the field of dermatology become one of our strengths, and we have applied the knowledge to many of our anti-aging care brands.

产品研发阶段，最重视创造对顾客而言的“优质产品”。“美容液”(1975年)、“固体粉饼”(1976年)等，不断推出新类别的化妆品。在基础研发领域，1993年发现单线态氧(一种活性氧)对老化的影响。从此这一发现成为高丝皮肤科学领域老化研究的强项，而这一见解被应用于众多抗衰老品牌。

Various Initiatives to Broaden the Possibilities of Cosmetics

化粧品の可能性を広げるさまざまな取り組み

2019年竣工予定で「基盤研究所」の建設を進めています。3拠点の研究施設を、創業の地である北区王子内に隣接する2拠点に集約する計画です。所員のコミュニケーションを活性化し、「世界で存在感のある企業への進化」を遂げる原動力としていきます。

The construction of our Fundamental Research Laboratory, which is scheduled to be completed in 2019, is well underway. This project will consolidate our current research facilities located in three areas to two locations in Oji, where KOSÉ started operations. These facilities are the driving force to succeed in becoming an organization with a global presence through more active communication between researchers.

规划2019年竣工的“基础研究所”正在有条不紊地建设当中。计划将分布在3处的研究基地集中到创业地北区王子内毗邻2处。旨在加强所员的沟通交流，强化实现“成为全球具有举足轻重地位的企业”的原动力。



Applying dermatology research in iPS cells

iPS細胞の皮膚科学研究への応用

コーセーでは、ヒトから採取した細胞をiPS細胞(人工多能性幹細胞)へ誘導することで、老化の痕跡がどのようにリセットされるかに着目した研究を行っています。エイジングケアへの新たなアプローチを模索する、長期的視点での基盤研究です。

We are conducting research at KOSÉ into how cells harvested from humans reset the signs of aging through induction into iPS cells (induced pluripotent stem cells). This is scientific research with a long-term view to find new approaches to anti-aging care.

在高丝，通过将人体采集的细胞诱导分化成iPS细胞(人工多功能干细胞)，专注研究如何修复老化痕迹。在抗衰老护理领域展开全新探索，秉持长期观点开展基础研究。

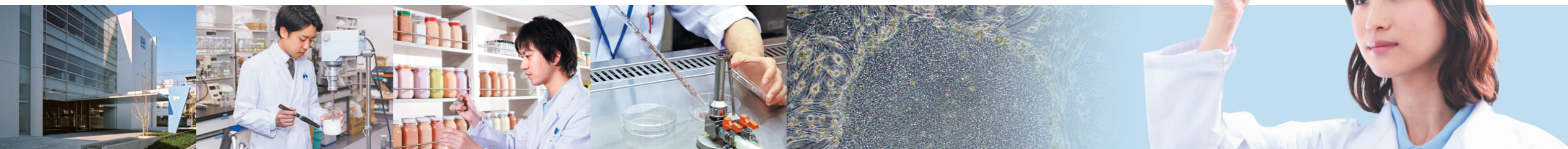
Deepening of preventative medicine through industry-academic partnerships

産学連携による予防医学の深化

2013年、慶應義塾大学医学部に寄附講座を開設しました。アトピー性皮膚炎などのアレルギー疾患をスキンケアにより予防するという革新的なテーマに取り組んでいます。

We established an endowed lecture at the Keio University School of Medicine in 2013. We are striving around revolutionary concepts that include the prevention of allergic diseases such as atopic dermatitis through skincare. In addition, we have been engaged with continuous testing of sunscreen over three years in collaborative research with Wakayama Medical University. This research proved the effectiveness in preventing the progression of solar keratosis, which is the premonitory symptom of skin cancer.

2013年，在庆应义塾大学医学部开设捐赠讲座。试图解决通过肌肤护理，预防特异性皮炎等过敏症的创新性课题。此外，与和歌山县立医科大学皮肤科共同研究，开展长达3年的长期使用防晒霜实验。控制皮肤癌前兆光化性角化病病情发展的效果显著。





Promotion of value-creation-oriented CSR
価値創造型CSRの推進

Wisdom and Beauty for People and the Earth
美しい知恵 人へ、地球へ。

Practicing of basic CSR commitments
基本的CSRの実践

Mind to Follow the Right Path
正しきことに従う心

コーセーと関わるすべての人のために。そして大切な地球環境のために。
私たちコーセーグループは、すべての役員・従業員が企業活動を通じて、サステイナブルな社会の実現に向けた活動を実践しています。企業メッセージの「美しい知恵 人へ、地球へ。」は、美の創造企業として、これを具現化してゆくためのスローガンでもあります。

またグループの行動指針の中核である「行動憲章」において、創業者の座右の銘である「正しきことに従う心」をもって自らを律し、誠実で良識ある判断に基づき行動し、関わる人々の人権を尊重することで、広く社会から信頼され、支持される企業となるよう全力を尽くすこととしています。

For Everyone Involved with KOSÉ. And for the vital global environment. We, at the KOSÉ Group, engage in activities to realize a sustainable society through the corporate activities of all executives and employees. Our corporate message, “Wisdom and Beauty for People and the Earth” is also a slogan for CSR activity.

We are governed by the Mind to Follow the Right Path motto of our founder that is part of our Behavioral Charter, which is the core of the Group’s code of conduct. We endeavor fully to become a company trusted and supported widely by society through actions based on honest and trustworthy decisions and the respect of the human rights of each person involved.

为了支持与热爱高丝的所有人。为了宝贵的地球环境。
我们高丝集团全体董事、员工通过企业活动，为实现可持续发展的社会，开展活动。企业格言“纯美的智慧，为人类，为大地。”也是一家创造美的企业为之奋斗的宣言。
此外，“从善由心”被载入高丝集团行为准则的核心《行动宪章》，同时也是创始人座右铭。高丝始终谨遵“从善由心”的信仰，诚实且诚信地开展企业活动，尊重所有人的人权，为成为令社会青睐、支持的企业竭尽全力。

Contents



Special issue I
〈特集I〉
8th year of
“SAVE the BLUE” project
「SAVE the BLUE」プロジェクトは8年目
“SAVE the BLUE”活動第8年



Special issue II
〈特集II〉
Various efforts to
promote sports
スポーツ振興への
さまざまな取り組み
各类振兴体育运动的措施



Consumer issues
〈消費者課題〉
Satisfying customers with
the finest quality
“最良”の品質で
お客さまのご満足を
“最优”品質満足顧客需求



The environment
〈環境〉
Protect the global environ-
ment by saving resources and
energy
省資源省エネルギーで
地球環境を守る
节省资源、节约能源，
保护地球环境



Fair operating practices
〈公正な事業慣行〉
Practice of the CSR Supply
Chain Management
CSRサプライチェーン
マネジメントの実践
CSR供应链管理实践



Human rights/Labor practices
〈人権・労働慣行〉
Together with
our employees
従業員とともに
携手員工



Community involvement
and development
〈コミュニティへの参画・発展〉
Harmony and co-existence
with communities
地域社会との調和と
共生を目指して
以企业与地区社会协调共生为目标



Corporate Governance
〈組織統治〉
CSR Management
CSRマネジメント
CSR管理

What We Can Do Now to Protect the Beautiful Ocean

美しい海を守るために、いま私たちができること

世界有数の美しさを誇る沖縄のサンゴ礁ですが、地球温暖化の影響により絶滅の危機にさらされています。コーセーは、青く美しい地球を未来につなげるため、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。

「SAVE the BLUE」プロジェクトでは、多くのお客さまからご愛用いただいている「雪肌精」の売上の一部寄付を通じ、継続的な環境保全活動を行っています。プロジェクトの名称には、ブランドを象徴するボトルの「瑠璃色」から連想される「美しい海」を次世代につなげたいという願いが込められています。

日本国内において、コーセーでは、過去7年間で10,520本のサンゴの移植費用を寄付しました。2012年からは、日本だけでなくアジアへも活動範囲を広げています。地域ごとに必要な環境保全活動を考え、多様な取り組みをしています。

Coral reefs in Okinawa, which are among the most beautiful in the world, are on the verge of extinction due to global warming. KOSÉ launched the “SAVE the BLUE” project in the summer of 2009 to pass on our beautiful blue Earth to the future.

Under the “SAVE the BLUE” project, we have been undertaking activities to protect the environment on an ongoing basis through our popular SEKKISEI products. The color of the bottles sold under the SEKKISEI brand is azure, the color most associated with the ocean. We have chosen this brand to be the focus of the project to demonstrate our wish to pass on the beautiful ocean to future generations.

KOSÉ has donated money to transplant a total of 10,520 corals over the last seven years. The project activities have expanded not only throughout Japan but also across the entire Asian region since 2012. We are striving in a wide-range of efforts by taking into account the necessary environmental conservation activities for each region.

沖縄拥有全球屈指可数的美丽珊瑚礁，但是，由于全球气候变暖的影响，正濒临灭绝的危机。为了使美丽的蓝色地球永远延续，高丝从2009年夏天启动了“SAVE the BLUE”活动。

“SAVE the BLUE”通过大众喜爱的“雪肌精”产品，持续开展环境保护活动。我们从其品牌的象征“琉璃蓝”瓶身联想到“美丽的大海”，而这项活动的名称中寄托了要让美丽的海洋永远保留给后人的美好愿望。

在日本国内，高丝过去7年时间捐赠了10,520块珊瑚的移植费用。2012年开始，随着活动范围逐步从日本向全亚洲扩大，高丝根据不同地区所需要完成的环境保护活动，正在开展多种多样的举措。

8th Year of “SAVE the BLUE” Project

「SAVE the BLUE」プロジェクトは8年目

Singapore

シンガポール



政府組織であるNational Parks Boardへの支援を行っています。2014年からは当社の協賛により、同国内10校の中学生が海洋環境調査を始めました。沿岸域に生息する貝類を分析し、海洋生物への化学物質の蓄積を追跡調査していきます。

We support projects conducted by the National Parks Board, a government organization. Under the joint sponsorship of the National Parks Board and KOSÉ, 10 junior and senior high schools in Singapore in 2014 started to conduct marine environmental surveys. Students will study shellfish inhabiting coastal areas and conduct a follow-up study on the accumulation of chemicals in marine organisms.

高丝为政府组织National Parks Board提供赞助。2014年开始，在本公司的赞助下，该国国内10所中学的初中生开始了海洋环境调研。其中包括分析沿岸区域生息的贝类，追踪调查海洋生物中的化学物质积蓄情况等活动。

Thailand

タイ



海洋生態系の保護とウミガメの繁殖のためにタイ政府が設置した「タイ海洋・沿岸資源研究センター」の環境保全活動に協力しています。

We are cooperating with the environmental conservation activities of the Marine and Coastal Resources Research and Development Center of the Eastern Gulf of Thailand, which has been established by the Thai government to protect marine ecosystems.

高丝配合泰国政府开展为保护海洋生态系统和海龟繁殖成立的“泰国海洋及沿岸资源研究中心”的环境保护活动。

Malaysia

マレーシア



NGO組織Reef Check Malaysiaによる、マレーシア半島東岸に浮かぶTioman島サンゴの保全活動を行っています。

We are engaged in activities to conserve corals around Tioman Island, off the east coast of Peninsular Malaysia, which have been promoted by Reef Check Malaysia, a non-profit organization.

高丝参加了由NGO组织Reef Check Malaysia对位于马来西亚半岛东岸的Tioman岛的珊瑚开展的保护活动。

China

中国



内モンゴルの砂漠の緑化のために、苗木を購入し植樹するNGO組織Green Lifeの活動を支援しています。2015年までの3年間で約8万㎡の緑が広がりました。

KOSÉ supports tree-planting activities promoted by Green Life, an NGO that purchases and plants seedlings for the greening of deserts in Inner Mongolia. The forest thrived and grew to roughly 80,000㎡ over three years as of 2015.

为绿化内蒙古沙漠，高丝一直支持NGO组织Green Life（绿色生命组织）采购苗木和开展植树活动。截至2015年，3年造绿面积扩大了约8万㎡。

Taiwan

台湾



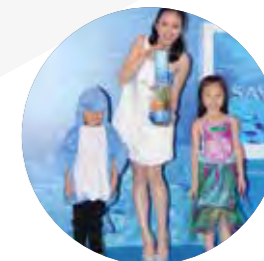
台湾唯一の国立公園、墾丁国家公園の環境保護活動を支援しています。2015年はサンゴが成長している付近で、ダイバー60名による海洋清掃活動を行いました。

We support environmental protection activities at Kenting National Park, one of the best national parks in Taiwan. We cleaned up ocean areas with 60 divers where corals are present in 2015.

高丝帮助台湾首屈一指的国家公园——垦丁国家公园开展环保活动。2015年，在珊瑚生长的地点附近，60名潜水员进行了海洋清洁活动。

Hong Kong

香港



日本と連携し、有限会社「海の種」に寄付を行い、サンゴ保全活動を支援しています。

We are linking to Japan to support coral preservation activities by donating to SeaSeed Limited.

与日本合作，向有限公司“海之种”捐赠，支持珊瑚保护活动。

Japan

日本



We donated the cost of 2,138 coral transplants to SeaSeed Limited in 2015. We have confirmed corals that have been transplanted up until now are spawning and the success of this project is spreading. 44 beauty advisors selected throughout Japan participated in “Okinawa coral study trip” to learn the importance of environmental conservation in Okinawa. The participants also took part in Clean Pic to clean the coast in addition to separating corals.

2015年，高丝向有限公司“海之种”捐赠了相当于2,138块珊瑚的移植费用。目前已发现在珊瑚田附近海洋产卵的珊瑚，本活动项目的成果进一步凸显。从全国选拔出的44名美容专员，参加了冲绳学习环境重要性“珊瑚留学”活动。除了体验养殖珊瑚的分株过程，也参与清洁海岸的“Clean Pick”项目。

2015年は、有限会社「海の種」に、2,138本分のサンゴ移植費用を寄付しました。これまで植え付けたサンゴが産卵した様子も確認されており、本プロジェクトの成果が広がっています。全国から選抜された美容スタッフ44名が、沖縄で環境保護の大切さを学ぶ「サンゴ留学」に参加しました。サンゴの株分けをしたほか、海岸の清掃を行う「クリーンピック」も体験しました。

Various Efforts to Promote Sports

スポーツ振興へのさまざまな取り組み

Be active, and fight beautifully

アクティブに、そして美しく戦う

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、化粧もちを向上する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。こうした背景から、当社ではスポーツへの支援を積極的に行っています。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ともオフィシャルパートナー契約を結びました。

KOSÉ developed its own water-repellent technology that makes makeup last longer based on its concept of "Maintaining beauty during sports." In 1981, we launched the Sports Beauty cosmetics brand dedicated to sports, the first of its kind in the industry. We are actively supporting sports under this backdrop at KOSÉ. In April 2006, we signed an official cosmetic partnership agreement with "Mermaid Japan," the team that represents Japan in international synchronized swimming competitions. In the same year, we also signed an official partner agreement with the Japan Skating Federation.

高丝提出“运动中也要展现美丽”的理念，开发了独家防水技术，提高妆容持久力。1981年，高丝发售了行业中首款运动专用化妆品牌“SPORTS BEAUTY”。基于上述背景，本公司一直从各方面积极支持体育运动的发展。2006年4月，我们与日本花样游泳队(日本美人鱼)签约，成为其官方化妆品合作伙伴，同年又与日本冰联签署官方合作伙伴合同。

スポーツビューティ ニュース 検索

▶コーセーウェブサイト SPORTS BEAUTY NEWS
http://www.kose.co.jp/jp/ja/kose_sports/

Figure skating フィギュアスケート

コーセーが国際大会で初めて冠スポンサーを務める「2016 コーセー・チームチャレンジカップ」が開催されました。バックヤードにはコーセーのメイクアップルームを設置し、出場選手をサポートしました。コーセーのメイクアップアーティストから、海外選手を含め男女問わずほとんどの選手の皆さんに、普段自身ではできないようなメイクの表現を提供し、好評を得ました。

We held the 2016 KOSÉ Team Challenge Cup, which was the first time our company acted as a title sponsor for an international competition. We have installed a KOSÉ make-up room in the preparation area. This space was loved by athletes, even those from overseas, regardless of gender. KOSÉ make-up artists offered make-up expressions that athlete usually could not do by themselves.

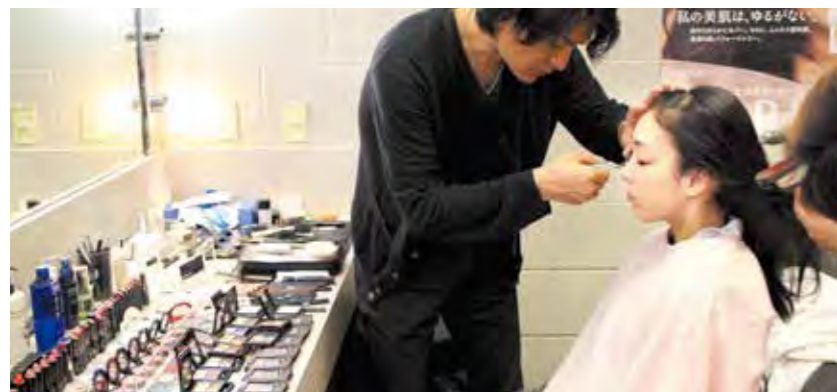
高丝首次作为冠名赞助商的国际比赛“2016年高丝团队挑战赛”召开。后台设有高丝化妆室，为出场选手提供支持。高丝化妆师提供的精湛服务，让包括海外选手在内的几乎所有男女选手享受了难得的化妆体验，赢得了选手们的一致好评。



©U.S Figure Skating



アイホールに大胆にラインを描くメイクも提案
Proposing make-up application to draw bold lines on the eyelids



メイクアップルーム Make up room

Synchronized swimming シンクロナイズドスイミング

シンクロ日本代表選手「マーメイドジャパン」のパートナーとして衣装や曲に合わせてメイクアップをデザインし、選手自身の手で上げられるようテクニックを細かく指導します。メイクアップ商品は耐水性に優れた「コスメデコルテ マキエクスパール」や「ファシオ」などを使っています。練習のために、長い時は12時間以上もプールの中で過ごすという選手のために、適切なスキンケア方法も伝えています。

We created make-up designs tailored to the customs and music of the swimmers as partners of the Mermaid Japan national synchronized swimming team, and offered detailed guidance about the techniques to apply the make-up themselves. The cosmetics we used were COSME DECORTE MAQUIEXPERT and FASIO, which have superior water resistance. We also passed along the appropriate skincare methods for swimmers who spend upwards of 12 hours in the water during practice.

作为日本花样游泳代表选手“日本美人鱼”的合作伙伴，配合服装与音乐，设计妆容，并细致指导选手本身的妆容技巧。使用防水性能卓越的化妆品“COSME DECORTE MAQUIEXPERT”与“Fasio”等。也传授了在练习时浸泡在泳池中长达12小时以上时的适宜的肌肤护理方法。



(右)メイク講習の様子
Make-up training



(左)SYNCHRO
JAPAN OPEN 2016

Ladies professional golf 女子プロゴルフ

2016年3月、ブランド名を「スポーツビューティ」とした商品を16年ぶりに発売しました。これを機に、女子プロゴルファー9名とスポンサー契約を締結しました。ラウンド中の強い紫外線から肌を守り、「スポーツをする時も美しくありたい」と願う女性たちのスキンケアライフを応援しています。そのほかにも、地域に密着したさまざまなスポーツイベントへの協賛も行っています。

We released a product under the Sports Beauty brand name in March 2016 again. This was an opportunity for us to enter into sponsorship agreements with nine professional female golfers. Our cosmetics protect skin from strong ultraviolet light to encourage women who desire to be "beautiful even when playing sports." Moreover, we are also sponsoring various regional sporting events.

2016年3月、时隔16年发售品牌名为“SPORTS BEAUTY”的商品。以此为契机，与9名女子高尔夫球手签订赞助协议。抵御球场强烈紫外线，支持“运动中也要展现美丽”的女性肌肤护理。此外，还与地域密切关联的各类体育赛事提供赞助。



2016年 新生スポーツビューティ発売
New Sports Beauty release in 2016



Satisfying Customers with the Finest Quality

“最良”の品質でお客さまのご満足を

コーセーグループでは創業以来、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。2010年にこれを「コーセー品質方針」として掲げ、広く深い意味での“品質”を磨き続けています。

Since its foundation, KOSÉ has focused its passion on producing the best cosmetic products through total quality management from the procurement of raw materials through to manufacturing. In line with the core message of the KOSÉ Quality Policy, established in 2010, we are pursuing quality in both a broad and deep sense.

自创建以来，高丝集团便始终将提供最优质量的化妆品和服务，让顾客从心里满意，放在一切企业活动的首要位置。在2010年度制定的《高丝质量方针》中，高丝提出以此为核心，从更广泛、深远的意义上追求完美的产品质量。

KOSÉ Quality Policy コーセー品質方針

「お客さまの満足を私たちの願いです」
“Customer satisfaction is our priority.”
“顾客满意是我们的心愿”



良い商品で安心と安全を提供します。
KOSÉ offers good products with assured security and safety.
以优良的商品为顾客提供安心与安全。

魅力的な商品や最良の品質を追求します。
KOSÉ pursues attractive products and the highest quality.
追求富有魅力的商品和最优秀的质量。

正しい情報をお届けし、お客さまとの信頼をつくります。
KOSÉ provides accurate information to build relationships of trust with customers.
提供准确的信息，打造顾客对我们的信赖。

お客さまの声を聞き、より良い商品づくりに活用します。
KOSÉ listens to customers and uses their opinions to improve its products.
倾听来自顾客的意见，并用来生产更好的商品。

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。
KOSÉ complies with laws and regulations governing manufacturing and services.
遵守产品制造与服务的基本法律规定。

Efforts to assure quality in new product development

新製品開発における品質確保の取り組み

化粧品は肌や髪に直接使用するため、安心してご使用いただけるよう、安全性を最優先として新製品開発を行っています。独自の高い安全性基準をはじめ、各種の品質基準に照らし、原料段階から容器包装に至るまで、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、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。

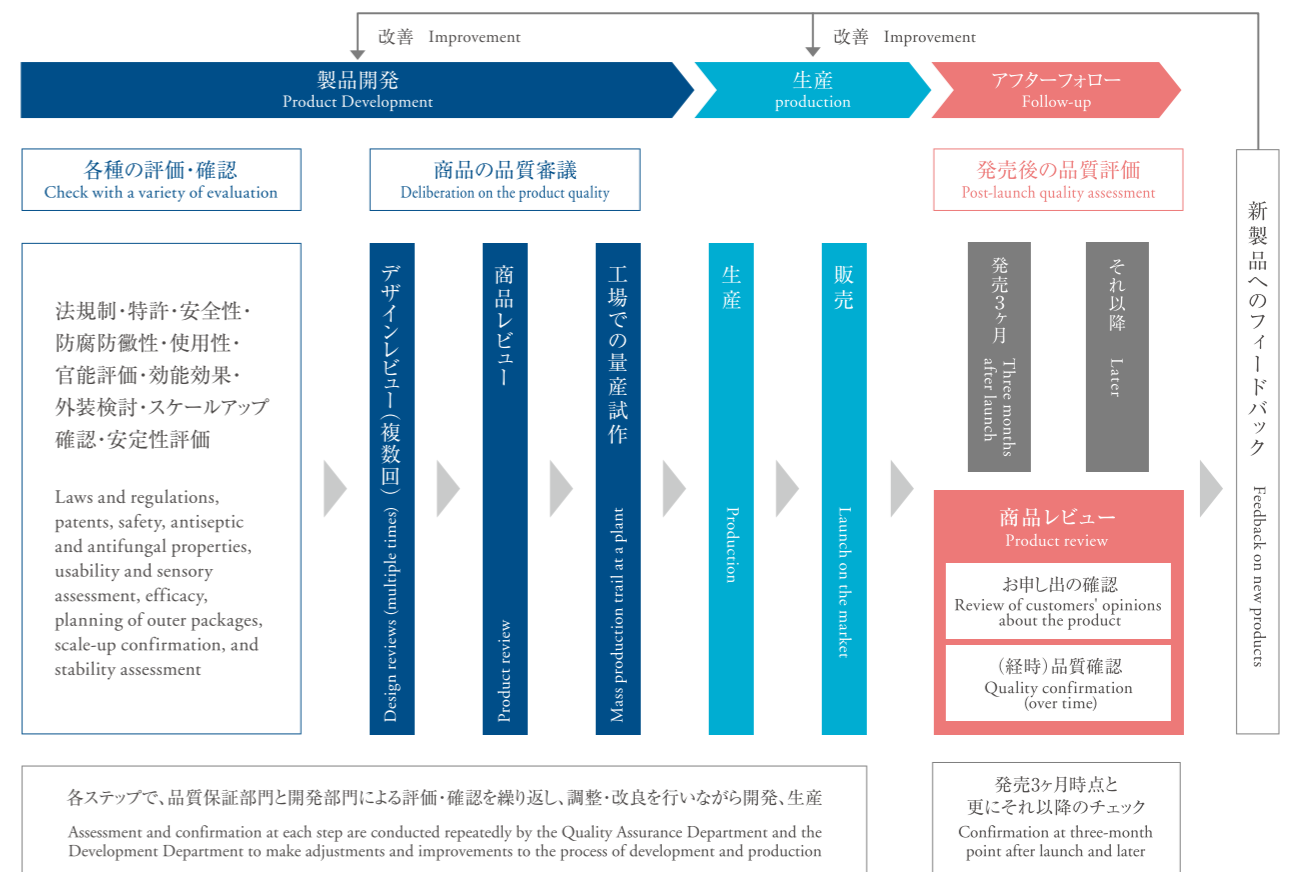
When we conduct new product development for cosmetics, we place safety as foremost importance so they can be used with peace of mind as cosmetics are applied directly to the skin and hair. We repetitively review and confirm each step from raw materials to the packaging through our Quality Assurance Department and Development Department according to various quality standards, including our uniquely strict safety standards. We promptly share the information in the data system throughout the company so that it may be used to improve product quality and services with the aim of enhancing customer satisfaction and trust.

化粧品直接塗抹于肌肤与头发上使用，为了让顾客无论在何种情形下都能安心使用，新产品开发阶段最优先确保其安全性。设有独家高安全标准，参照各种品质标准，从原料到容器、包装的各个环节中，由质量保证部门和开发部门反复进行评估与确认。而且对于最终产品，也会模拟顾客的使用情况，进行严格的试验，充分确认其安全性之后，商品方能投入市场。



Quality assurance in the development process of new products sold by the KOSÉ Group

コーセーグループの新製品開発過程における品質保証



Our Policy on Assuring Safety of Cosmetics

化粧品の安全性保証における方針

コーセーグループは、安全性を最優先としながら、動物実験を行わない方針で化粧品(医薬部外品を含む)の開発を進めています。The KOSÉ Group places product safety as its top priority and continues to promote the development of cosmetic products (including quasi-drugs) under our policy of not conducting animal testing.

これまでの化粧品開発の実績により蓄積してきた膨大な安全性データを活用するとともに、代替試験法やヒトによる各種試験によって、独自の基準で化粧品の安全性確保を行っています。外部委託を含めて動物実験を行わない方針で、今後も引き続き化粧品開発を行っていきます。

The KOSÉ Group maintains a range of independent standards and relies on the massive amounts of safety data accumulated through years of cosmetic product development together with alternatives to animal testing and various clinical tests on volunteer panels to ensure the safety of our cosmetic products. We will continue to observe our policy of not conducting animal testing, including testing entrusted to external parties, in the future development of our cosmetic products.

※万一、社会に対して安全性の説明責任が生じた場合や、一部の国において行政から求められた場合を除きます。

* This excludes instances where we are held responsible by society to evidence the safety of a product or where it is required by administrations in particular countries.

Responding to and exceeding customer expectations – Beauty advisors –

お客さまの期待に応え、期待を超える ～美容スタッフ～

お客さまに心からご満足いただくための店頭接点の要となっているのが、美容スタッフです。さまざまな研修やコンテンツを通じて接客の心配りや知識、メイクアップ技術等を磨き、「お客さまの期待に応え、期待を超える」ことを目標に日々店頭で活動しています。

Our beauty advisors are the cornerstone of contact with our customers to provide the deepest sense of satisfaction in our customers. The KOSÉ beauty advisors are practicing each day with the objective of responding to and exceeding customer expectations with thoughtfulness and knowledge in service of customers through training while refining skills such as their make-up techniques.

为了让顾客从心里满意，在店铺与顾客接触的关键在于美容工作人员。高丝的美容工作人员经过专业培训，不断磨炼接待本领、知识、化妆实力等，以“响应顾客的期待，超越顾客的期待”为目标，在店铺里开展每天的工作。



Honest support system for customers' demands – Customer Service Center –

お客さまの声に真摯に応える体制 ～お客様相談室～

コーセーでは、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。寄せられたお問い合わせやご意見には「傾聴」「共感」「迅速」「信頼」を基本として真摯に應對し、研修や満足度調査の実施により対応力の向上に努めています。また、「商品ナレッジ」(商品・宣伝に関わる各種情報や想定問答等)を社内でも共有し活用しています。

KOSÉ has established a tight-knit cooperative network related to quality assurance by installing a Customer Service Center in our Quality Assurance Department in an effort to provide rapid and sincere support to our customers. We are sincere in the services we offer as a foundation of “attentive listening,” “empathy,” “promptness,” and “trust” for the inquires and feedback we receive. We endeavor to improve our adaptability through the implementation of training and satisfaction surveys. In addition, we actively share and use product knowledge (various information and assumed dialogue related to products and promotions) even across other departments.

高丝的质量保证部门设有顾客咨询室，应对质量保证相关的密切合作体制，迅速且真诚地回应顾客。把“倾听”、“同感”、“迅速”、“信赖”作为基本原则，真诚应对各渠道的咨询与意见，通过培训与满意度调查，努力提高应对技能。同时，公司内部所有部门共享“产品知识”(产品、宣传等各类信息与设想问答等)。



コーセー お客様とともに 検索

*体制図などの詳細はWEBサイトをご覧ください。 *Please see our website for details such as the Quality Assurance System.

System to gather opinions from an extensive range of customers in order to incorporate them in products and services

お客さまの声を広く集め、商品やサービスに生かす

お客さまから寄せられた声は「スマイルデータシステム」に集約の上で、「SMILE REPORT」として関係部署へ定期的に報告、商品やサービスの改善につなげています。一例として、ヘアブランド『スティーブノル』の「ハイドロリニューミスト」では「ストッパー機構部分が見分けづらい」との声から、その部分を色分けし、説明表示を追加しました。また、お客さまのご意見を募る「コーセーアイデアボックス」ウェブサイトを開発しています。月1回、商品開発担当者が美容や化粧品に関するテーマを提示し、これに対して投稿されたお客さまのご意見を解析、通常のアンケート等では得られにくい「本音」のニーズを把握、商品開発に生かしています。

The feedback we receive from customers is reported to the relevant departments as a SMILE REPORT after collection in our Smile Data System and connects to bettering our products and services. One such example is the addition of informative labels separated by color according to feedback that the stopper is hard to identify in the Hydro Renew Mist from the Stephen Knoll hair care brand. Furthermore, we have launched the KOSÉ Idea Box website, which invites customers to provide feedback. Every month, product development personnel present themes related to beauty and cosmetics. We analyze the feedback from customers that is posted to understand the frank needs that cannot be obtained through mediums such as standard surveys and utilize it in our product development.

为了迅速使顾客的意见落实，公司内部“微笑数据系统”实现了实时共享。此外，对于顾客提出的意见进行汇集和分析后，会总结出“SMILE REPORT”，从顾客咨询室定期呈报有关部门，以使我们的商品和服务更加令顾客满意。举一个例子，洗发护发品牌“Stephen Knoll”的“水解新型喷雾”发售时，进行了细微改变，我们对档环部分采用了不同颜色，视觉上便于区别，同时还添加了对移开档环方法的图文说明。另外，开通了向大众顾客征集内心真实意见的“高丝点子箱”网站。每个月一次，由商品开发人员提出关于美容和化妆品的主题。顾客可以发帖提出自己的想法，还可以对其他人的意见发表评价和评论。我们对顾客发来的内容进行分析，从而掌握过去在问卷调查等方式中无法得知的需求，并在今后的商品开发中落实运用。



Protect the Global Environment by Saving Resources and Energy

省資源・省エネルギーで地球環境を守る

コーセーでは、「CSR推進委員会」傘下の環境ワーキンググループが中心となって、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、環境活動を推進しています。

KOSÉ is promoting environmental activities based on the fundamental concepts of the ISO14001 international standards for environmental management with an environmental working group under the supervision of the CSR Promotion Committee at the core.

高丝以“CSR推进委员会”及隶属于该委员会的环境工作小组为核心，以国际环境管理标准“ISO14001”的基本思想为基础，推动开展环境活动。

Basic Environmental Policy 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。

With consideration given to protecting biodiversity* and the environment, we are dedicated to saving resources and energy, promoting recycling and reducing waste.

致力生物多样性*及环境保护，努力节省资源、再生利用、节约能源和减少废弃物等活动。

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。

We consistently promote the use of raw materials with less environmental impact and the research and development of products also with less environmental impact.

始终致力于采用环境负荷降低型原材料，研发环境负荷降低型商品。

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。

We comply with environmental laws and regulations and actively participate in social activities to protect the environment.

遵守环境相关法律法规及规章，积极参加有关环境保护的社会活动。

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。

We establish and improve organizations to promote and implement environmental conservation activities on a continuing basis.

完善推进环境保护活动的组织机构，持续开展活动。

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図ります。

We seek to raise the awareness of employees regarding the environment through education, publicity and other programs on environmental conservation.

通过有关环境保护的教育宣传等活动，提高员工的环保意识。

*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。

*KOSÉ's approach to biodiversity conservation: KOSÉ esteems the many benefits of biodiversity and regards environmental issues facing the world today as our own issues.

*高丝关于生物多样性的基本思想：高丝尊重生物多样性带来的恩泽，认为世界面临的环境课题也关乎公司自身，并为了保护地球环境而努力。

For the reduction of the environmental burden

環境負荷低減のために

コーセーでは生産や営業、物流といった事業活動全体が環境に与える影響を認識し、環境負荷の低減に積極的に取り組んでいます。国内外グループ全体の、CO₂排出量、水使用量、廃棄物量の3指標の把握に努めています。詳細なデータはウェブサイトでご覧いただけます。

We are aware of the impact all of our business activities from production to sales and logistics have on the environment and actively work to reduce this environmental burden. We strive to understand three indexes throughout our entire Group both in Japan and overseas - CO₂ emissions, water usage, and waste. Detailed data is published on our website.

高丝在开展生产、营业、物流的所有环节的业务活动时，意识到对环境的影响，并积极节能减排。国内外整个集团努力降低CO₂排放量、用水量、废弃物量三大指标。详细数据请参阅网页公示。

コーセー 地球環境のために 検索

▶コーセー webサイト 地球環境のために

<http://www.kose.co.jp/company/ja/csr/theme2/>

Efforts to reduce CO₂ in production departments

生産部門におけるCO₂削減の取り組み

環境への影響に配慮し、全工場でのISO14001の認証を取得。コージェネレーションシステムの導入、工場棟屋根へのスプリンクラー・屋根遮熱塗装、窓への遮光ネット等により、整備生産部門全体で省エネ化を推進しています。

We acquired the ISO14001 certification at all of our factories based on our concern about our environment impact. We are advancing energy savings in all maintenance and production departments through measures such as the implementation of co-generation systems, sprinklers on the ceilings of factory wings, heat resistant roofing, and blackout curtains on windows.

充分考虑对环境的影响，全工厂通过ISO14001认证。引进热电联产系统，安装工厂楼顶淋灌装置、屋顶隔热涂层、窗户遮阳网等，整个维修生产部门积极推动节能减排。



群馬工場では、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
From Gunma factory, I operate an eco-friendly cogeneration system using natural gas

Developing products taking into account the environmental impact

環境負荷に配慮した製品を開発

コーセーでは、化粧品原料や容器材料が環境に与える影響に配慮して、製品開発や改良を行っています。例えば、容器の樹脂使用量の低減やレフィル対応、また内容物については、昨今、海洋環境への影響が指摘されている洗浄料中のマイクロプラスチックビーズの配合中止や植物性原料への代替など、さまざまな側面から環境負荷低減に努めています。

KOSÉ conduct products development and revisions with consideration toward the environmental impact by contents in our cosmetics and packaging materials. We are working to reduce negative environmental impact from various angles, such as reducing the amount of resin used in the packaging and making them refillable, and stopping the use of microplastic beads, which its negative impact to ocean environment are pointed out, in contents and have switched to using plant derived materials.

高丝在商品开发与改良时，充分考虑了化妆品原料与容器材料对环境的影响。例如，减少容器的树脂使用量，增加环保型补充装。另外在化妆品原料方面，停止添加近来被指出对环境造成影响的塑料微粒，并替换成植物性原料。诸如此类，高丝在各方面均致力于降低环境负荷。



Practice of the CSR Supply Chain Management

CSRサプライチェーンマネジメントの実践

Cooperation with partners is the foundation of our corporate activities

お取引先との連携が、企業活動の基盤

コーセーは創業よりお取引先との関係を重視した「共存共栄」の経営を目指してきました。お客さまのために、安心・安全を第一に考えたモノづくりをするには、当社だけでなく、すべてのお取引先との協力関係が必要です。今後の企業活動の順調な拡大のためにも、国内外の多岐にわたる取引先企業との関係強化に取り組んでいきます。

KOSÉ has aimed for co-existence and co-prosperity management that focuses on a relationship with partners since its founding. Cooperative relationships not only within our company but also with all of our partners are necessary to build products with stability and safety at the forefront of our ideas for our customers. We strive to strengthen wide-ranging relationships with our partners both in Japan and overseas for the smooth expansion of corporate activities in the future.

高丝自创建以来一直重视与交易方的关系，力争实现以“共存共荣”为目标的经营。顾客的安心安全是产品制造的第一考虑要素，仅仅靠本公司是无法实现的，还必须依赖我们和全体交易方之间建立的合作关系。为了今后企业活动顺利扩大，我们必须要和日本国内外众多领域的交易方企业加强配合。

Sustainable procurement and logistic structure

持続可能な調達と物流体制

原材料については、社会や環境に配慮したCSR調達を進めています。仕入先様との相互理解に努め、環境や人権問題への対応や新しい技術の提案など、きめ細かい情報交換を行っています。物流業務については、同業他社との共同配送を行っているほか、2011年よりアウトソーシングに切り替え、物流業務の品質向上と、合理化による環境負荷低減を同時に実現しました。

We are also furthering social and environmentally friendly CSR procurement for our raw materials. We are striving for mutual understanding with our suppliers and are exchanging detailed information such as responses to environmental and human rights issues as well as proposals for new technology. In addition to conducting joint delivery with other companies in the same industry for our logistic operations, we have simultaneously realized the reduction of our environmental impact by improving and rationalizing the quality of our logistics operations by outsourcing the operations from 2011.

高丝在采购原材料时，关注社会和环境，实施CSR采购。努力加深和供货方之间的相互理解，就环境、人权等问题提出对策与新技术方案等，从细节上交换信息。物流业务方面，除同行业其他公司间共用包车，自2011年开始，切换成外包物流，从而提高了物流业务的品质，并通过物流合理化降低了环境负荷。



高品質かつ効率的な物流を実現
High-quality and efficient logistics services

“Co-existence and co-prosperity” with retailers

販売店様との共存共栄

コーセーでは、創業以来、販売店様に直接商品をお卸すだけでなく、美容スタッフの派遣や店頭什器の提案など、販売店様の経営をサポートするという密な連携体制を築いてきました。店頭でのカウンセリング販売を実践していただくために、販売店様やその従業員の方々を対象としたセミナーも多数実施しています。

The KOSÉ since its foundation has maintained a system of close cooperation with retailers designed not only to provide them with products but also to support their sales efforts, for example, by sending KOSÉ's beauty staff out to stores and making proposals about in-store display fixtures. We also provide numerous seminars designed for retail shops and their staff to acquire skills for “counseling sales” in stores.

高丝自创建以来，就与销售店铺方建立了密切的合作体系，诸如派出美容专职人员、提出有关店堂框架的方案等，支持销售店铺方的经营，而不是仅止于将商品交给店铺。为了让销售商在店铺开展咨询销售服务，高丝还针对销售店铺及其员工多次举行研讨会。



ブランドの特徴を学ぶ導入研修
Introductory training on brand characteristics

T

ogether with Our Employees

従業員とともに



Promotion of education and awareness raising about human rights

人権に関する教育・啓発の推進

社員全員が、精神的にも肉体的にも、安全かつ健康に働けるように労働安全衛生へ配慮しています。社員の労働時間の把握と削減目標を設定しているほか、健康診断の結果や労働実態に応じて産業医ほか産業保健スタッフによる面接指導を実施しています。管理職向けのマネジメント教育の中では、人権への配慮についての認識を深めています。

We give consideration to occupational safety and health so that all of our employees can work in a safe and healthy environment, both mentally and physically. We accurately understand the working hours of our employees and set targets to reduce them. Depending on their health checkup results and working conditions, employees can also consult with an occupational physician and/or occupational health care staff. To promote awareness raising and education on human rights issues, our management education programs for executives are designed to deepen their understanding of the importance of giving consideration to human rights.

高丝关注劳动安全卫生，使全体员工在身心两方面都能安全、健康地投入工作。为维护员工健康，我们不仅把握劳动时间，设置削减劳动时间的目标，还根据体检的结果以及实际劳动情况，请产业医生和职业保健工作人员举办面谈指导。在针对管理人员的管理培训中，推进人权启发与教育，加深管理人员关注人权的意识。

Improvement of work environment and promotion of diversity management

雇用環境の整備とダイバーシティマネジメントの推進

コーセーグループでは、仕事と生活の調和を図り、働きやすい雇用環境の整備をしています。その一環として、美容スタッフ職など女性が多数を占めている有期契約社員の、正社員への雇用転換を積極的に進めています。2015年度には、コーセーとコーセー化粧品販売で、育児や介護を抱える社員に対し、就業を継続するための制度を導入しました。最長で産後1年半まで取得可能な育児休業や時短勤務制度も整備しており、出産した正社員全員が育児休業を取得し、8割以上がその後復帰しています。

The KOSÉ Group is building a work environment where employees can enjoy a balance between their professional and private lives and work in comfort. As part of this environment, we actively promote the shift of fixed-term contract employees, which is largely made up of beauty staff, to regular employment. We have introduced systems in fiscal 2015 for employees who are raising children or taking care of family to continue working with KOSÉ and KOSÉ SALES CO., LTD. Child care leave and shorter working hour programs are also in place to allow employees to take up to a year and a half of leave after the birth of a child. All of our regular employees who have given birth take child care leave, and over 80% return to work thereafter.

为了使工作与生活更协调，高丝集团积极整顿完善用工环境，使员工愉快工作。作为其中的一个环节，高丝推行美容工作岗位等女性占多数的有限期合同制员工向普通正式员工转换的用工形态。2015年度开始，高丝和高丝化妆品销售公司引入了相关制度，完善环境，使需要育儿、看护家人的员工也能放心工作。最长可以取得1年半休假的育儿休假制度、短时间工作制度也得到了完善，产后的正式员工取得了育儿休假，八成以上人员在休假后回归岗位。



一人ひとりを尊重した職場環境へ
Working environment that respects individuals



研究所で実施した親子見学会の様子
Worksite visit by employees' children at the Research Laboratory



新人研修では働くことについて一から学びます
New employees learning about the job from scratch

Creation of an environment where people both with and without disabilities work together

障がい者と健常者がともに働く環境づくり

株式会社アドバンスは、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、1992年に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、全従業員数の約3分の1にあたる障がい者が活躍しています。

ADVANCE CO., LTD. is a subsidiary of KOSÉ incorporated for the purpose of manufacturing cosmetics. In 1992, ADVANCE was authorized as the first special subsidiary to promote the employment of people with disabilities in the cosmetics industry and the 25th such company across all industries. Today, this company primarily engages in operations related to loading, packaging, and finishing processes of our cosmetics. The buildings and equipment are designed to be safe for people with disabilities. One-third of all the employees are made up of people with disabilities.



車いすでも作業がしやすい設計(特例子会社 アドバンス)
Designed for ease of use even from a wheelchair
(ADVANCE special subsidiary)

ADVANCE公司是高丝制造化妆品子公司。1992年，作为化妆品行业首家、全行业第25家特例子公司获得认可，并持续运营至今。目前，主要从事化妆品的充填、包装和成品等加工业务。建筑与设备设计也考虑到残障人士工作的安全性，如今，公司员工总数的约三分之一为残障人士。

Personnel development programs

人材育成プログラム

コーセーには、自ら学ぶ人を応援し、自己啓発を促す風土があり、通信教育補助や教育基金制度が整備されています。入社時、3年目、30歳時には、部門横断的な「人材開発研修」があり、社会人基礎力を高めるとともにワークライフバランスについて考える機会となっています。そのほか「部門別研修」では、販売会社における営業研修のように、各事業部ごとに実務を学ぶ機会を設けています。

KOSÉ supports those who are willing to learn and encourages self-development. In line with this corporate culture, we offer subsidies to employees who take correspondence courses. An educational funding system is also available. Our cross-departmental "personnel development training," which is provided to newly hired employees, employees in their third year with the company, and employees who have reached the age of 30, is designed to improve their understanding of the kind of basic knowledge expected of socially responsible persons and to give them an opportunity to think about work-life balance. "Department-specific training," which is similar to the sales training developed for distribution companies, gives staff of each department an opportunity to acquire practical work skills.

高丝具有帮助好学者、促进其自我提升的企业文化，有完善的函授教育补助和教育基金制度。员工在入职时、工作第3年和30岁时，可享受跨部门的“人才开发培训”，这已经成为提高社会人基础实力和思考工作与生活的平衡的机会。此外，“分部门培训”中还设有各个事业部学习实务的机会，类似销售公司的营销培训。

To improve the skills of beauty advisors

美容スタッフの技術力向上のために

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、化粧品にさらなる価値を付加する大切な役割を担っています。2015年度には、厚生労働省の認可を得た「メイクレッスン検定」を導入し、美容スタッフの技術と意識の向上に寄与しています。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、「グローバルEMBコンテスト」です。2015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。

Beauty advisors, who have direct contact with customers, are responsible for adding further value to cosmetics through attentive service, which requires them to acquire specialized knowledge and skills. In fiscal 2015, we introduced the Make-up Lesson Examination approved by the Ministry of Health, Labour and Welfare to contribute to the skills of beauty advisors and raise awareness. The Global EMB Contest is a venue to compete comprehensively in make-up and service skills they have learned every day in their store activities. In fiscal 2015, 17 of our staff members from Japan and abroad made it to the final round of the contest.

美容工作人员负责接待顾客，肩负着重要的职责，除了学习知识、技术，还要通过真诚接待顾客，赋予化妆品更高的价值。2015年度开始，引入获得厚生劳动省认可的“化妆课程检定”，以提高美容工作人员的技能与意识。“全球EMB大赛”是美容工作人员凭借自己在每天的店铺工作中学会的彩妆技术、待客技术进行综合比拼的平台。2015年度，来自国内外，获得决赛资格的17名选手也在赛场上比试了各自的技术。



新人研修では働くことについて一から学びます
New employees learning about the job from scratch



グローバルEMBコンテスト 授賞式の様子と最終選考に勝ち残った17名
Award ceremony of Global EMB Contest and 17 finalists of this Contest



Harmony and Co-existence with Communities

地域社会との調和と共生を目指して



fukushima

さくらプロジェクト 「fukushima さくらプロジェクト」で福島・東北を応援

Supporting Fukushima and Tohoku through the Fukushima Sakura Project

当社は2013年より、復興の象徴となる新種のさくら“はるか”を、全国各地に届けることで、福島・東北を継続的に応援する「fukushima さくらプロジェクト」に参加しています。同年8月からは、当社ならではの取り組みとして化粧品の販売を通じたキャンペーンを実施し、“はるか”の増殖を支援してきました。2015年に初めて福島県の会津若葉幼稚園に寄贈したの次いで、2016年は被災地・福島県以外で初となる千葉県浦安市立入船小学校に寄贈しました。今後も引き続き、新しい小さな桜の木が、未来の子どもの夢や希望と共に育つことを願い、幼稚園や小学校などを中心に苗木を寄贈し、植樹していく予定です。

We have participated in the Fukushima Sakura Project to continually provide aid to Fukushima and Tohoku by delivering Haruka cherries, which is a new species of cherry symbolic to the reconstruction, to each region throughout Japan since 2013. We introduced a campaign through the sale of cosmetics in an effort unique to KOSÉ, which is supporting the cultivation of Haruka cherry trees, in August of that same year. We donated to the Urayasu Municipal Irifune Elementary School in Chiba in 2016, which was the first endowment outside of the disaster inflicted regions of Fukushima after our first endowment to Aizu Wakaba Kindergarten in Fukushima Prefecture in 2015. We plan to continue these efforts in the future with the hope to cultivate the dreams and hopes of the children of tomorrow alongside the new cherry tree saplings. We are planning tree planting activities by donating seedlings with focus on kindergartens and elementary schools.

从2013年开始，将象征复兴的新品种樱花“HARUKA”向全国各地推广。高丝加入了持续支援福岛及东北地区的“fukushima櫻计划”。同年8月开始，本公司采用独特模式，通过化妆品销售开展宣传活动，以支援“HARUKA”的繁殖。2015年首次捐赠给了福岛县会津若葉幼稚園，随后2016年也首次捐赠给灾区福岛县以外千叶县浦安市立入船小学。今后，小小的新品种樱花树苗也将寄托着未来孩子们的梦想与希望，共同成长。高丝也将继续向幼儿园与小学等捐赠并栽植苗木。



震災の記憶を風化させないようにと、毎春、福島県で実施されているプロジェクションマッピングにも協賛しています。

We are also sponsoring projection mapping that is implemented in Fukushima Prefecture every spring so that the memories of the disaster do not fade away.



「エスプリーク」「コスモデコルテ」「プレディア」から発売する限定品の売上の一部を、新種のさくらの増殖・贈呈費用に寄付するキャンペーンを実施しました。
(2016年1月16日～3月31日に実施)

We have also introduced a campaign to give a portion of our profit on limited items released from ESPRIQUE, COSME DECORTE and Prédia toward the planting of the new species of cherry trees and the cost of endowments.

<Held January 16, 2016 to March 31, 2016>



Encouraging women engaged in agriculture to be beautiful and healthy

女性農業者の美と健康を応援

農林水産省が主導する、官民連携の「農業女子プロジェクト」に参加しています。女性農業者が培った知恵と、私たち企業の持っているノウハウとを結びつけ、新たなアイデアの創造につなげることを目指しています。当社は、2013年の発足当初より参加しており、2015年度にはスキンケア・メイクセミナー「農業女子Beauty Project」を実施しました。農業に携わるライフスタイルに合わせて、効果的な日焼け止めの使い方や、汗や水で崩れにくいメイクのレッスンを行いました。

KOSÉ participates in the “Women in Agriculture Project,” a collaboration between government and the private sector that is promoted by the Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries. We are aiming to bring together the creation of new ideas by connecting the wisdom cultivated by women engaged in agriculture and know-how we have at the company. We introduced the Women in Agriculture Beauty Project skincare and make-up seminar in fiscal 2015, which had been in the works since the inauguration in 2013. This seminar was tailored to the agricultural lifestyle with lessons about effective use of sunscreen and make-up durable to sweat and water.

高丝加入了日本农林水産省主导的官民合作的“农业女子项目”。务农女性积累的智慧与我们企业的技能结合，旨在激发新的金点子。本公司从2013年项目实施时起便参与该项目，2015年度参与了美容研讨会“农业女子Beauty Project”。课程包括农业相关生活模式下有效的防晒与防水防水上妆方法。

Contribution to the development of cosmetology

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。2015年度は30件の研究課題と1件の国際交流および1件の学術集会に対し助成金を贈呈しました。

The Cosmetology Research Foundation was established in 1990 by Kozaburo Kobayashi, the founder of KOSÉ, for the purpose of developing cosmetology. The Foundation provides subsidies to researchers and research institutes producing outstanding results. In fiscal 2015, subsidies were offered to 30 research projects, one international exchange, and one academic organization.

公益財団法人化粧品学研究振興財団成立于1990年，是高丝创始人小林孝三郎先生为化妆品学发展而成立的机构，向从事出色的研究工作的研究人员和研究机构提供资助。2015年度，财团为30项研究课题和1项国际交流以及1项学术会议捐赠了援助基金。

Beauty school developing future specialists

美容専門学校から未来を担う人材を育成

コーセーの創業者は、美容の専門家を育てることも重要であると考え、1968年に「コーセー高等美容学校」を設立し、自ら初代校長を務めました。以来48年間に約4000人の人材を輩出しています。1997年からは「東京ヘアメイク専門学校」としてきましたが、2016年度より「コーセー美容専門学校」に名称変更しました。「人づくりを大切に」という理念のもと、美を追求するプロとして活躍できる人材育成に取り組んでいます。

Believing that it is important to develop beauty specialists, the founder of KOSÉ in 1968 established the KOSÉ Koto Biyo Gakko (Beauty Technical College) and served as its first principal. In the 48 years since then, approximately 4,000 students have graduated from the school. In 1997, the school was renamed to the Tokyo Hairmake Vocational School. In 2016, the name was once again changed to KOSÉ Beauty Academy. In line with our philosophy, which emphasizes human resources development, we focus our efforts on developing specialists who will play an active role in pursuing beauty.

高丝创始人认为，培养美容行业的专家同样非常重要，遂于1968年成立了“高丝高等美容学校”，并亲自担任第一任校长。48年来，学校已为社会培养了约4000名人才。1997年，学校改为“东京美发专业学校”，2016年度起更名为“高丝美容专业学校”。在“重视打造人才”的理念下，高丝将积极培育大批人才，作为追求美丽的专家发挥其才能。



コスメトロジーのスペシャリストが集まった表彰贈呈式
Commendation and presentation ceremony gathering together cosmetology specialists



コーセー美容専門学校(ビューティデザイナーコース)
KOSÉ Beauty Academy (beauty design courses)



コーセー美容専門学校(ヘアデザイナーコース)
KOSÉ Beauty Academy (hair design courses)

CSR Management

CSRマネジメント

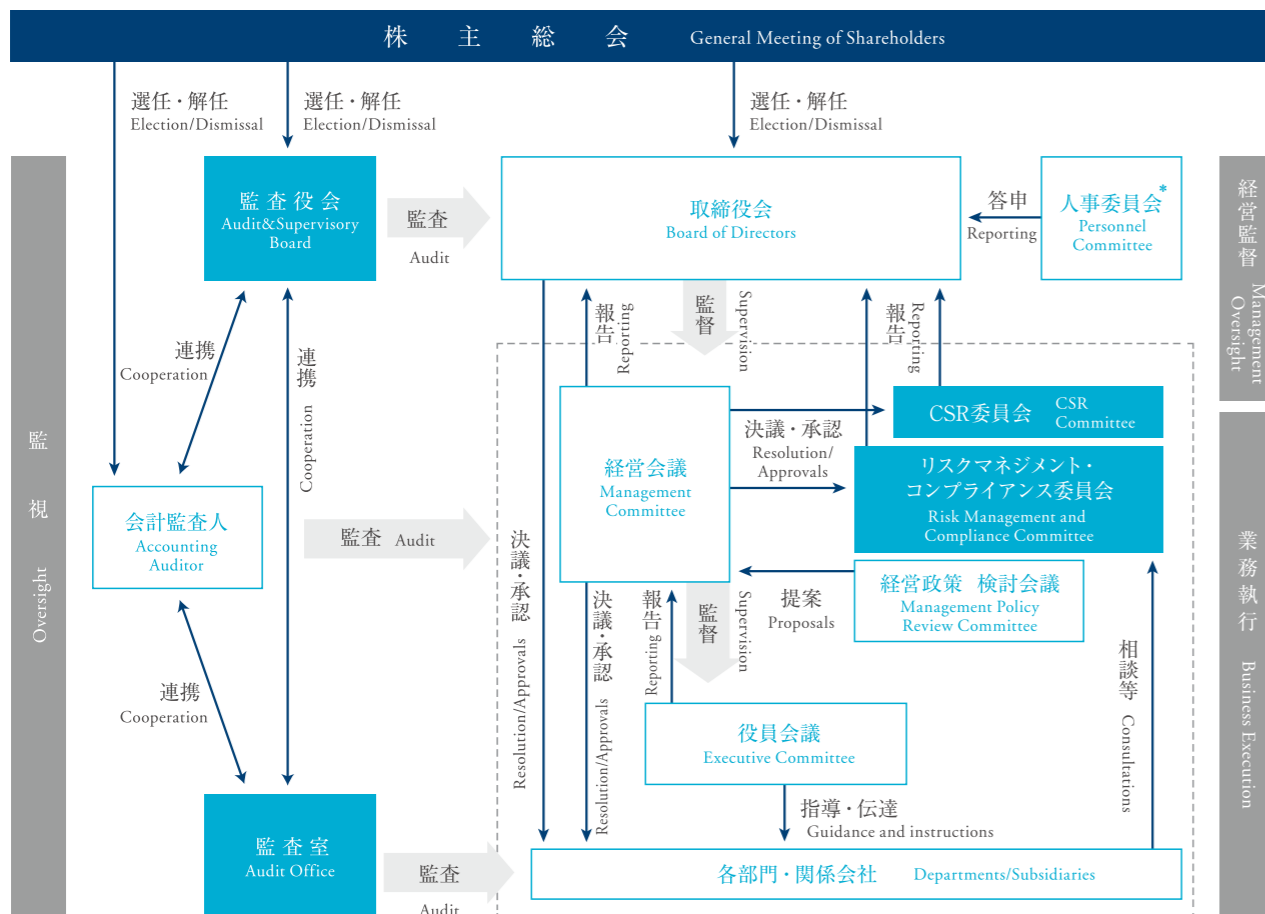
Corporate Governance コーポレートガバナンス

当社グループは、経営方針の中核に「コーセーグループとしての企業価値を高める経営を継続して行っていく」ことを据え、事業の拡大と効率を追求した経営に取り組んでいます。そのためにはコーポレートガバナンスが機能することが不可欠との考えのもと、経営上の重要方針のひとつとして位置付け、健全な経営を遂行する組織体制や仕組みを整備し、継続的に社会的信用を保持するための体制づくりを進めています。また、すべてのステークホルダーとの共生を企業経営の重要な課題と考え、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、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。

The core of the management policy of the KOSÉ Group is a continuous commitment to improving the Group's value. Based on this policy, we focus our efforts on expanding the scale of our business and pursuing efficiencies. Therefore, it is essential that our corporate governance functions properly. In this context, as one of the most important issues in the management of our business, we are developing and improving systems and mechanisms to ensure sound management and thereby maintain public trust. Another important issue is maintaining harmonious relations with all of our stakeholders. To achieve this and ensure our company is recognized as providing value to society, our efforts center around the improvement of transparency and fairness and the establishment of relationships of trust through sincere communication.

本集团将“不断持续开展提升高丝集团企业价值的经营”放在经营方针的核心位置，积极扩大事业，追求高效经营。为此，必须保证公司治理有效运转。为此，高丝将公司治理定位为重要的经营方针之一，完善组织体系和机制，以实现健康经营；推行体系建设，以继续保持高丝的社会信誉。另外，我们将与全体利益相关者的共生共荣视为企业经营的重要课题，为了以企业自身价值来获得支持，我们将提高“透明性”、“公平性”，努力诚实沟通，构建互信关系为根本。

コーポレートガバナンス体制図 Corporate Governance Organization



*社外役員を中心とした人事委員会 Personnel Committee is composed chiefly of External Directors / Audit & Supervisory Board Members.

CSR promotion structure CSR推進体制

コーセーは1997年に「地球環境委員会」を組織し、生産現場で廃棄物を実質的になくす「ゼロエミッション」や、非生産部門を含めたエコ活動を進めてきました。2013年度からは、社長を委員長とする「CSR委員会」および「CSR推進委員会」を組織し、企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」に即したCSR活動を進めています。ISO26000を用いて活動目標を設定し、各部門が連携し実務のなかでCSR活動やその考え方を取り入れていくよう、組織横断的に活動しています。

KOSÉ has furthered ecological efforts that include zero emissions to substantially decrease waste in production facilities and non-production departments through the organization of the Global Environment Committee in 1997. In 2013, we formulated the CSR Committee chaired by our President as well as the CSR Promotion Committee to promote CSR activities that conform to our Wisdom and Beauty for People and the Earth corporate message. We conduct cross-departmental activities to proliferate CSR activities and CSR concepts while setting activity goals using the ISO26000 and linking and working with each department.

1997年、高丝组织“地球环境委员会”，开展本质性消除生产现场废弃物的“零排放”和覆盖非生产部门的生态保护活动。2013年度开始，又启动总裁担任委员长的“CSR委员会”和负责开展实务的“CSR推进委员会”，遵循企业格言“纯美的智慧，为人类、为大地。”推进CSR活动。运用ISO26000设定活动目标，各部门共同在实际业务中，引入CSR思维，跨部门开展CSR活动。

コーセー CSR推進体制図 KOSÉ CSR promotion organization



Risk Management and Compliance Education リスクマネジメントとコンプライアンスの啓発

「コーセーグループ行動指針」で、すべての従業員が法令を遵守し、社会規範を守り、常に誠実で良識ある判断と行動をとるよう明文化しています。また「リスクマネジメント・コンプライアンス委員会」を設置、連携して課題対応を図っています。定期的なコンプライアンス研修を実施しており、2015年度は「職場のハラスメント」について、国内外の従業員にeラーニング等で教育しました。全国の美容スタッフには、教育用定期発行物でコンプライアンスの啓発を行い、また「コンプライアンス啓蒙月間」を設定しポスターを掲示するなど、継続的に啓発教育をしています。

All employees adhere to the KOSÉ Group Code of Conduct to protect social norms and always act clearly with honesty and trustworthiness in both decisions and actions. Furthermore, we establish the Risk Management and Compliance Committee to create links and responses to challenges. We provided education such as e-learning to employees both in Japan and overseas about workplace harassment in fiscal 2015 by conducting periodic compliance training. Beauty staff throughout Japan are taught about compliance materials periodically published for education. In addition, we have set a compliance awareness month to continually raise awareness with efforts such as hanging posters.

《高丝集团行动准则》明文规定所有员工须遵守法律法规和社会规范，判断和行为须始终秉承诚实及富有良知的道德标准。设有“风险管理与遵纪守法委员会”，并定期举办遵纪守法研修活动。2015年度举办针对“职场骚扰”课题，国内外员工以电子教学的形式等接受教育。全国美容工作人员通过定期教育发行刊物接受遵纪守法启发式教育，并设立“遵纪守法启发月”及张贴宣传海报，持续启发式教育。

Information security 情報セキュリティ

IT化の進展とともに、個人情報保護対策の重要性が高まっており、リスクマネジメントにおける重要な課題としてとらえています。2005年に策定した個人情報保護管理規程を見直し、改めてより実態に即した内容に改訂しています。具体的には、個人情報管理者の設置による管理体制の強化、個人情報データ保有台帳の作成、管理マニュアルと漏洩報告経路の改定と徹底を行いました。個人情報の適切な管理について周知徹底を進めています。

With the increased adoption of information technology, it has become increasingly important to protect personal information. Recognizing that the protection of personal information is an important risk management issue, we updated the Management Regulations for Personal Information Protection, which were developed in 2005, to take account of current conditions. More specifically, we have strengthened the management system by creating a new position of Personal Information Manager, prepared a personal data register, revised the management manual and the reporting route for reporting security breaches concerning personal information, and placed emphasis on ensuring the implementation of the revised regulations. We are making sure that all employees are fully informed of and will implement appropriate management of personal information.

随着信息技术的发展，个人信息保护对策的重要性日益凸显，高丝认为这是风险管理的重要课题。我们对2005年制定的个人信息保护管理规章进行了修订，使修订后的条款内容更加符合实际情况。具体而言，就是通过安排个人信息管理者加强管理体系；制作个人信息数据保管台帐；对管理手册和泄露报告路径进行了修订与落实。对个人信息的妥善管理积极推动落实和贯彻。

At a Glance & Corporate Information

会社概要 (連結, 2016年3月31日時点)

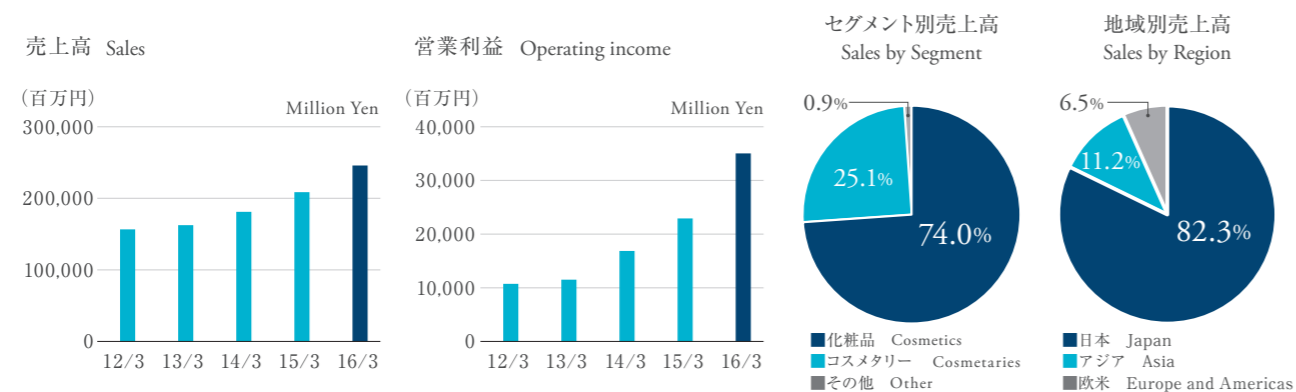
商号	株式会社コーセー
創業	1946年(昭和21年)
設立	1948年(昭和23年)
代表者	代表取締役社長 小林一俊
資本金	4,848百万円
従業員数	6,758名(嘱託・パートを除く)
市場	東証一部 [証券コード: 4922]
決算期	3月末
本店所在地	東京都中央区日本橋三丁目6番2号

Corporate Information (Consolidated, As of March 31, 2016)

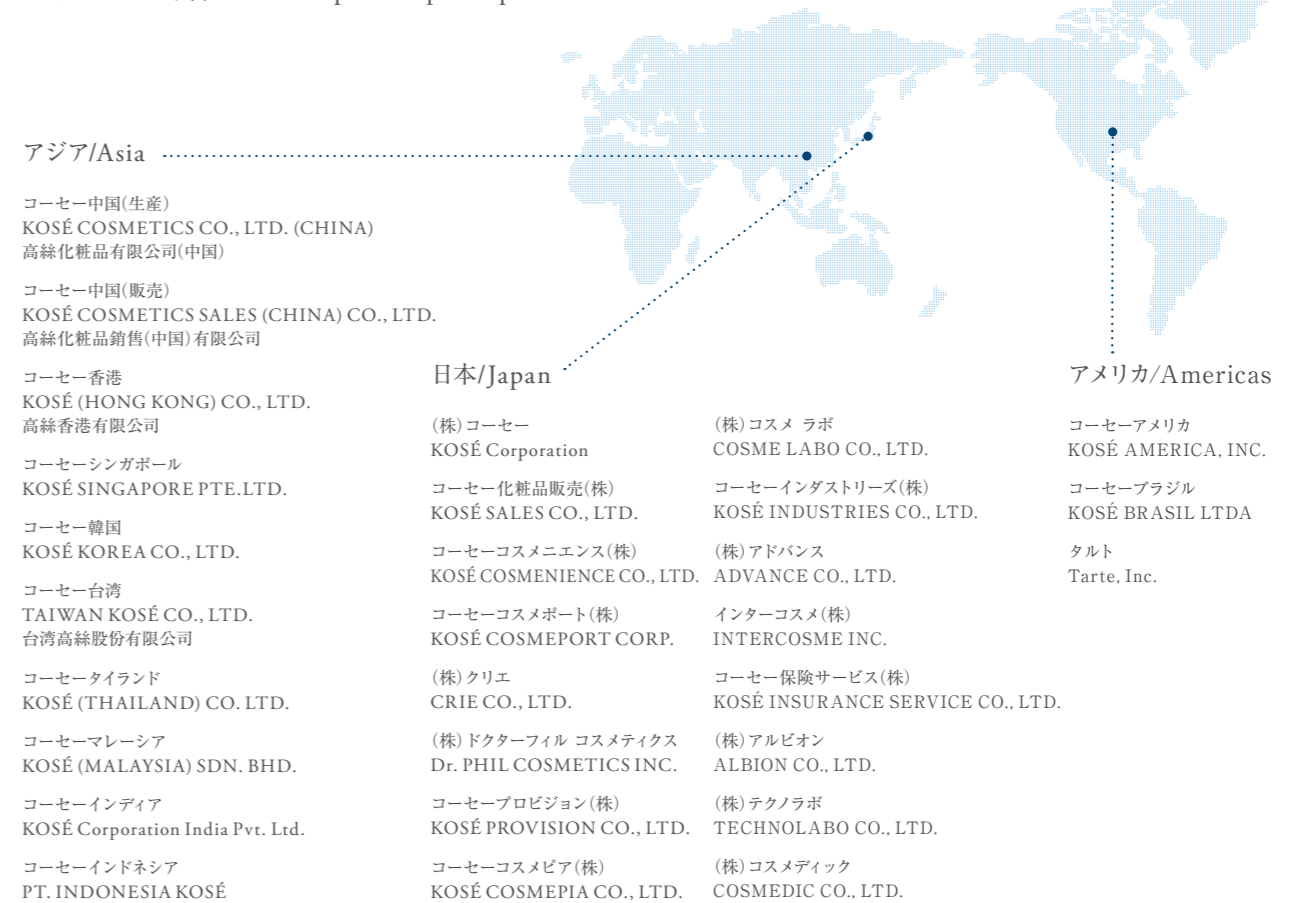
Company Name	KOSÉ Corporation
Founding	1946
Established	1948
Representative	Kazutoshi Kobayashi, President & CEO
Capital	4,848 million yen
Employees	6,758(excluding temporary and part-time employees)
Stock market listing	Tokyo Stock Exchange, First Section [Stock Code: 4922]
Fiscal year-end	March 31
Headquarters	3-6-2 Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-8251, Japan

企業理念	企業メッセージ 存在理念 行動憲章	美しい知恵 人へ、地球へ。 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。 正しきことに従う心
Corporate Philosophy	Corporate Message Statement of Purpose Behavioral Charter	Wisdom and Beauty for People and the Earth Create a culture and values embodying a distinctive beauty through a sophisticated fusion of sensuousness and intelligence. Mind to Follow the Right Path
企业理念	企业格言 存在理念 行动宪章	美的智慧, 为人类, 为大地 融合知性与感性, 创造独特的美的价值观和文化。 从善由心

財務ハイライト(連結, 2016年3月期) Financial Highlights(Consolidated, As of March 31, 2016)



主なグループ会社 Principal Group Companies



編集方針

今回、より多くの方にCSR活動の内容をお伝えするため、企業案内とCSRレポートを統合、3言語表記とした「コーセーレポート」として初めて発行しました。
CSR情報は、重要な課題を選定し、その項目に沿った内容を、冊子とウェブサイトで公開しています。冊子にはステークホルダーの皆様からの関心が特に高いものを取り上げ、ウェブサイトには環境会計など専門性の高い内容を含んだ網羅的な情報を各3言語で掲載しています。
<http://www.kose.co.jp/company>

[CSR情報の対象期間]
2015年度(2015年4月1日~2016年3月31日)
※一部対象期間以外の情報も掲載しています

[対象組織]
コーセーおよびコーセーグループ会社の活動から記載

[コミュニケーションツールの構成]
本レポートに加え、当社の特徴を紹介する、最新年度の財務情報を中心にまとめた「ANNUAL REPORT」を発行し、それぞれウェブサイトでも情報を公開しています。ステークホルダーの皆様へ、当社の考え方や取り組みを、タイムリーにわかりやすくお伝えすることを心がけています。

Editorial Policy

This information is published as KOSÉ REPORT in three languages for the content of our CSR activities integrated with our corporate profile and CSR Report to reach as many people as possible.
For CSR information, the important issues have been selected to publish content in-line with those concerns both as a booklet and on our website in three languages. We are publishing exhaustive information that includes a high level of specialized content such as the information of particular interest to all of our stakeholders in the booklet with our environmental accounting on our website.
<http://www.kose.co.jp/company>

[Covered period of CSR information]
Fiscal 2015 (April 1, 2015 to March 31, 2016)
*A portion of information included is outside of this target period.

[Covered organization]
The activities included are for KOSÉ and the KOSÉ Group.

[Structure of communication tools]
In addition to this report, we are introducing features about KOSÉ and publishing an ANNUAL REPORT that mainly brings together financial information for the most recent fiscal year, which is also published on our website. All of our communication tools strive to communicate the beliefs and initiatives of KOSÉ to all of our stakeholders in a timely and easy-to-understand manner.