

ブランドマーケティング

販売方法やチャネルの多様化・ボーダレス化が進む化粧品市場において、存在感のあるロングセラーブランドを数多く提供してきたコーセー。日本のお客さまの厳しい選択眼によって磨き上げられたブランドを世界各地の市場へと展開しています。

多くのロングセラーブランドを創出。 長期的な視野に立ったブランドマーケティング

コーセーの創業者・小林孝三郎は1946年、人々に夢と希望を与える化粧品に情熱を込めて、化粧品の製造・販売を開始しました。取引先様との「共存共栄」の精神や、常に高品質の商品を提供することにこだわり続け、1970年代に、美容液やパウダーファンデーションなど、それまで存在しなかった画期的な商品を次々と生み出し、独創的な研究開発力でも知られるようになりました。1991年には、コーポレート・アイデンティティ(CI)を導入、企業ブランドの確立を図るとともに、独自のブランドマーケティング活動に取り組み始めました。2011年からは、それまで機能別に分かれていた組織を再編し、バリューチェーンをブランドごとに統括する体制を構築。こうした取り組みにより、お客さまの声を迅速

かつ的確に商品や販売・サービスに反映させています。さらに現在では、デジタル化など販売チャネルの多様化やグローバル展開の強化など、常に社会や事業環境の変化を見据え、フレキシブルに対応した態勢を整えています。

また、ブランド育成については、長期的な視点を持って戦略を描いています。個々のブランドが持つ独自の価値や世界観を大切にしながら、時代とともに変わるお客さまの嗜好・購買スタイルに合わせて、変化させつつ育てる——これこそがコーセーにおけるブランドマーケティングの強みであり、お客さまから30年以上にわたり支持されるロングセラーブランドを多数保有することにつながっています。

お客さまとブランド、従業員が会える場「コーセー Beauty フェスタ」開催

「コーセー Beauty フェスタ」は、コーセーグループの代表的なブランドが一堂に会する期間限定イベントです。2013年度から東京・大阪をはじめとする国内主要都市で開催、2018年度は札幌・名古屋で開催するなど、これまでに延べ6万8,000人を超えるお客さまにお越しいただきました。

来場されたお客さまは、日頃はさまざまなチャネルで販売している多数のブランドを横断的に自由に見て試すことができ、ブランドや販路の垣根を越えた「新たな出会い」の場となっています。また、コーセーの企画・開発メンバーが直接お客さまと触れ合うことで、新しい発想や企画が生まれる機会にもなっています。



2019年3月8日から3日間、名古屋JRゲートタワー1階イベントスペースにて開催。「DECORTÉ」ブースの長い待機列

日本の美と文化の新たな発信拠点となる 欧州初のコンセプトショップ「Maison KOSÉ」がパリに誕生

2018年11月、欧州初となるコンセプトショップ「Maison KOSÉ(メゾンコーセー)」がフランス・パリでグランドオープンしました。同店舗では、「雪肌精」「DECORTÉ」などの商品のカウンセリング販売・サービスを通じて、日本の化粧品メーカーとしてのモノづくり精神や、日本の伝統・文化と最先端の技術との融合を感じていただく機会を提供しています。また、フランス・パリという美の最先端の地で、日本発の独自の価値を創出し、広く欧州におけるコーセーの情報発信拠点としての役割を果たしていきます。



「Maison KOSÉ」の店舗外観

～世界で存在感のある企業への進化、新たな一歩へ～ コーセー海外進出50周年、中国進出30周年

コーセーの海外市場への挑戦は、1968年の香港からスタート。まずは、世界に先駆けて化粧品業界に新たなジャンルを切り開いた、美容液やパウダーファンデーションなど、コーセーの強みとも言える商品群から販売を開始しました。現地では当初、コーセーの知名度が低いうえ、日本独自のカウンセリング販売という概念自体がなく、地道な活動と時間

が必要でしたが、現地の方々の支えもあり、近年ではアジアの多くのお客さまに「雪肌精」や「DECORTÉ」などのブランドの商品をご愛用いただいています。さらに、「世界に通用するブランド」の確立を目指し、世界中のお客さまに向けたブランド展開を進めています。



2018年10月、コーセー海外進出50周年、中国進出30周年の式典を香港・上海で開催



式典でスピーチをする常務取締役 小林 正典

化粧品事業の枠を超えたボーダレスな取り組み

2017年に株式会社ミルボンとの合弁会社として設立した、コーセー ミルボン コスメティクス株式会社は、美容室を販売ルートとする新たな化粧品ブランド「インプレア」を立ち上げました。また、2019年7月には皮膚疾患医療用医薬品メーカーのマルホ株式会社と合弁会社を設立し、両社が有する化粧品的価値と医薬品的価値を用いた、化粧品事業の枠を超えたボーダレスな取り組みにも力を入れています。

メイクアップブランド「ヴィセ」誕生25周年

常に時代のファッションリーダーをイメージキャラクターに起用し、その時代の若い女性たちのトレンドメイクをリードしてきたメイクアップブランドの「ヴィセ」が誕生25周年を迎えました。時代に合わせ、一人ひとりの肌に合うように豊富な色幅の商品を揃えた「パーソナライズド・ビューティ」の取り組みも強化。顔写真から肌色に合うカラー領域をAI技術で瞬時に判定するパーソナルカラー診断「パーソカラ」を導入し、ビューティとデジタルの融合を進めています。2019年5月には、ブランドの世界観や商品を体感できる25周年記念イベントを開催しました。



「ヴィセ」25周年記念イベントの様子

研究開発

「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をつくりたい」という創業時からの思いを「英知」「感性」「信頼性」という3つの言葉に集約し、これらの融合を指針に研究開発に取り組んでいます。安全性を最優先に品質を磨き、新たな化粧文化の提案と革新をもたらす商品の創出に挑戦し続けています。



常識や前提にとらわれないイノベーションで、お客さまにとっての“最良”を実現

コーセーの研究開発では、「Intelligence: 英知」^{インテリジェンス}「Sensuousness: 感性」^{センシャネス}「Reliability: 信頼性」^{リアイアビリティ}の3つを高次に融合させることで独自の美しい価値と文化を創造し、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。独創性とスピードを重視した研究活動は、高い付加価値を創出するとともに、成長の原動力となっています。

コーセーは創業以来、世の中の先駆けとなる新しい化粧品を市場に送り出してきました。1975年の「美容液」、1976年の「パウダーファンデーション」など、化粧品の新たなカテゴリーを数多く生み出し、1992年には、医薬品のデリバリー技術として研究されていた「リポソーム」を化粧品

に安定配合することに成功した美容液「コスメドコルテ モイスチュア リポソーム」を発売。累計販売数700万本を超えるロングセラーを記録しています。その後も、「アスタキサンチン」や「コウジ酸」などの有用性の高い美容成分を次々と開発。さまざまなことに挑戦できる組織風土がこれらの成果を生み出しています。さらに、2016年の創業70周年を機に、グローバルな成長の加速に向けて、新たな「研究所ビジョン」を策定しました。ビジョン達成に向けた課題を抽出し、課題解決に向けた行動計画を策定、PDCA*を回すことによって、ビジョンの実現に向けて取り組んでいます。

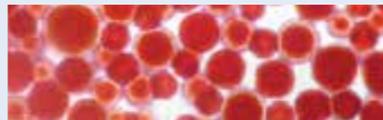
*PDCA: Plan(計画)・Do(実行)・Check(評価)・Action(改善)の略で、この4段階を繰り返すことで、段階的に業務効率を向上させる手法

研究所ビジョン

常識や前提にとらわれないイノベーションで、お客さまにとって「良いもの」を継続的に創出し、日本で、アジアで、世界で、KOSÉファンを広げる原動力となる

コーセーの研究開発を代表する美容成分

アスタキサンチン
サケや藻などから抽出された赤色の抗酸化成分



リポソーム
リン脂質の多重層膜の安定化に成功



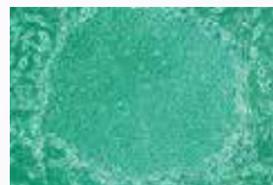
コウジ酸
米の発酵技術により誕生



老化やアレルギー性疾患など皮膚科学を重点テーマに、化粧品の可能性を拡大

さまざまな社会的課題や消費者課題に対して化粧品が貢献できる可能性を探るため、長期的視点での基礎研究を進めています。当社の基礎研究分野における強みは、皮膚科学領域における老化研究とスキンケアへの応用で、1994年に「一重項酸素(活性酸素の一種)の老化への影響」を発見するなどの成果を上げています。さらに2009年、慶應義塾大学医学部とともに、スキンケアと皮膚バリア機能に関する共同研究を開始。2013年には一層の進展を図るために寄附講座が開設され、アレルギー性疾患に対する予防医学や寛解期*のQOL(Quality of Life)向上に貢献するべく取り組んでいます。

また、「iPS細胞」研究によって老化過程のメカニズムを探求し、新しいエイジングケア成分の開発などにも取り組んでいます。*寛解期: 病気の症状が一時的に軽くなったり消えたりして安定している時期



iPS細胞を用いた老化研究への取り組み

独自性のある商品をスピーディに生み出す、高パフォーマンスで機動的な研究開発体制へ

グローバルな競争力・市場創造力の強化に向けて、研究体制の再編を推進しています。2017年は、新たなイノベーションに向けた組織として「価値創造研究室」を設置。さらに、欧州初の研究拠点として、皮膚科学の最先端技術が集まるリヨンに「研究所 フランス分室」を設けて、現地の環境を活かしながら皮膚科学研究を進め、化粧品開発に活用しています。また、2019年春には「先端技術研究所」を新設し、国内研究拠点を創業の地である東京都北区王子地域に集約しました。

これらの改編は、「顧客価値を高めるための製剤化研究」と「新たな価値創造のための次世代技術研究」の連携強化により、スピーディな製品化につなげることで、高パフォーマンスかつ機動的な研究開発体制の構築を目指しています。



2019年3月に竣工した「先端技術研究所」(東京都北区)

「美」を核としたオープンイノベーションの推進により、新たな価値創造を目指す

コーセーは、当社の中に蓄積されたリソースと、広くオープンに募集した社外の力を組み合わせ、共創による新たな価値創造を実現することを目的として、2018年6月から業界初の「アクセラレータープログラム」を実施しています。「美×デジタル」「美×先端技術」を軸に、当社が今後連携を強化していきたい領域のアイデアをスタートアップ企業を対象に募集しました。そして、応募いただいた80社以上の中から6社を選出。各社にコーセーの選抜社員が加わった6つの共創チームが同年10月の中間答申に進み、デモデイに向けてテーマをブラッシュアップしてきました。その結果、2019年1月の最終答申で、MDR株式会社と進めてきた量子コンピューティングをコーセーのR&Dに組み込むことに決定。「人間とコンピューターとの共創」を目指すテーマを採択し、現在は実証実験段階へと移行しています。

こうした社内外の共創を通じ、豊かで充実した生活を「美しさ」により実現すべく、新たな価値創造にチャレンジしていきます。

アクセラレータープログラムの概要

連携を強化していきたい3つの領域

- ① テクノロジーを活用したユーザーコミュニケーション
- ② 新しい美容サービスの創造
- ③ 先端技術・素材によるプロダクト・サービスの開発

スケジュール



「アクセラレータープログラム」により選出されたMDR株式会社メンバーと当社選抜メンバーの共創チーム

お客さまの満足のために

コーセーグループでは創業時から、最良の化粧品をつくるために、原材料の調達から製造まで品質管理を徹底してきました。2010年度に定めた「コーセー品質方針」では、「お客さまの満足が私たちの願いです」というメッセージを掲げ、広く深い意味での品質の追求を宣言しています。

創業者の信念を受け継ぎ、品質保証体制を継続的に強化

1946年にコーセーを創業した小林孝三郎は「優秀で消費者に喜ばれる商品の開発」こそが使命と考え、戦後のモノ不足が続く中、高品質な原料の調達に奔走し、「品質のコーセー」という自負を持ってお客さまに化粧品を提供してきました。その高い品質ゆえに、日本中に数多くのご愛用者様を獲得しました。「何千何万という化粧品を市場に送り出しても、お客さまが手にするのはそのうちの1個。だから、その1個を大切にしたい」という創業者の信念を現在も受け継ぎ、サプライチェーンのすべての工程において、最良の品質を追求しています。生産拠点では、1970年代から科学的手法による品質管理(QC)活動をいち早く導入し、1980年には生産本部が化粧品業界で初めて「デミング賞^{※1}事業所表

彰」を受賞。1990年以降は国際規格である「ISO9001」と化粧品GMP^{※2}に準拠したマネジメントシステムを採用し、常に品質を追求し続けています。

※1 デミング賞：日本で工業製品の品質管理に功績のあった企業や個人に与えられる賞
 ※2 化粧品GMP：化粧品の製造管理と品質管理の技術基準



製品検査工程

KOSÉ Qualityを世界に

“Made in Japan”の織細で高品質な化粧品に対する評価が世界的に高まり、当社の生産量も大きく増加しています。そのため、2017年3月、群馬工場敷地内に高付加価値製品の生産能力の強化を目的に、新生産棟を稼働しました。さらに、狭山工場および熊谷工場(株式会社アルピオン)の生産能力を増強しているほか、新たな生産拠点として南アルプス工場(仮称)を建設し、2021年度から稼働を開始する予定です。積極的な生産供給体制の強化と、最高品質を生み出すための技術革新を進めています。



群馬工場 新生産棟

加えて、ブランド・商品のグローバル展開の加速に伴い、品質保証体制のグローバル化にも取り組んでいます。その一環として、「コーセー品質保証基準」をグローバル視点で刷新し、本基準を国内外の生産委託先や容器・資材メーカーと共有することを促進しています。また、国内工場から海外へ出荷される最終製品のグローバル適性を担保するため、研究所、生産部門、品質保証部が連携した組織横断的な品質保証体制を構築しています。



南アルプス工場(仮称)イメージ図

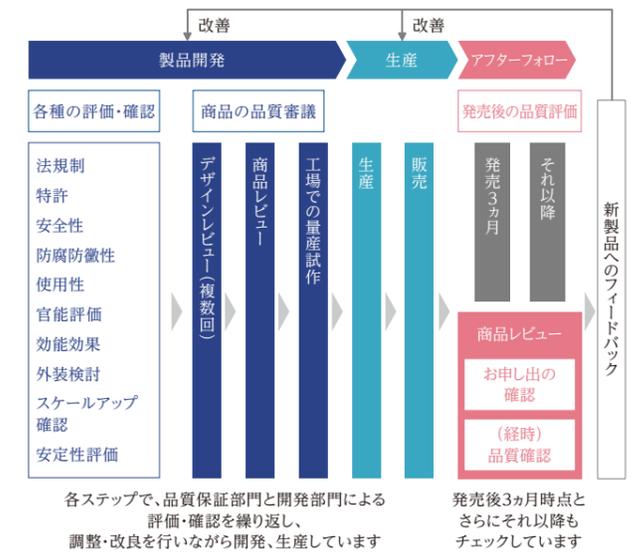
安心・安全を最優先に、イノベティブな商品を生み出す仕組みを構築

化粧品は肌や髪に直接使用することから、安心してお使いいただけるよう、安全性を最優先に、原料段階から最終製品に至るまでの各ステップで高い品質基準に則った厳格な評価を繰り返し、新製品の開発を行っています。そして、お客さまの個々の使用状況を想定した試験で安全性を最終確認したうえで、市場に送り出します。

コーセーでは、開発の初期段階から品質保証部門と開発部門が一体となり、新製品の安全性を評価する体制を構築することで、新しい視点や自由な発想を尊重しながら、安心・安全な品質の商品をスピーディに生み出すことを可能にしています。また、安全性を最優先としながら、動物実験代替試験法を活用し、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。

▶ 詳細 <https://www.kose.co.jp/company/ja/csr/theme1/>

コーセーグループの新製品開発過程における品質保証



「お客さまにもっと近づく」——消費者志向自主宣言を公表

コーセーは「お客さまにもっと近づく」という社内スローガンを掲げており、2018年4月には、消費者志向自主宣言を公表しました。本文言は、2011年度の中期経営計画で基本方針として定めて以来継続して発信してきたもので、「従業員一人ひとりがお客さまの視点に立って、価値のある化粧品をお届けする姿勢を徹底する」ことを意味しています。すべての部門の活動をより一層顧客視点で進化させるべく、取り組みの強化を図っています。

お客さまへの情報提供については、店頭やウェブサイトなどを通じて、適切かつタイムリーに発信できるよう努めています。「お客様相談室」で蓄積しているナレッジ(知識)は、関連会社を含むコーセーグループで共有し、さまざまな部署で活用しています。

また、お客さまから寄せられた貴重なご意見・ご要望をスピーディに活かすため、「スマイルデータシステム」でリアル

タイムに社内でも共有しています。そして、その内容の集約・分析を行い、関係各部署に定期的に報告し、商品やサービスの改善に役立てることで、お客さま満足の向上につながっています。

お客さまの声を活かした改善事例



▶ 消費者志向自主宣言について
<https://www.kose.co.jp/company/ja/info/customer-oriented/>



人材育成と活躍できる環境づくり

「世界で存在感のある企業」を目指すためには、世界の変化を先取りして独自の価値を創出し続ける、世界に通用する人材の力が必要です。コーセーでは中期経営計画の達成に向けた、3つの経営基盤として「人材の育成と活躍できる環境づくり」に取り組んでいます。



人権に関する教育・啓発とダイバーシティマネジメントの推進

企業の成長や競争力の源泉となる従業員の成長には、健全な職場環境づくりが大切です。コーセーグループでは、化粧品会社として女性の活躍はもちろん、多様な個性を持った人材が力を発揮できる職場環境の醸成を目指し、人権啓発・教育とダイバーシティマネジメントを推進しています。「コーセーグループ行動指針」において、各人の人権を尊重し、差別につながる行為は一切行わないことを定め、職

場における認識と理解を促進し、多様性を尊重する健全な職場環境づくりに努めています。また、管理者向けのマネジメント教育では、国籍・人種・宗教・学歴・年齢などに加えて、LGBT*をはじめとする多様な性(性的指向や性自認を含む)についての理解に基づく人権尊重のための研修を実施するなど、人権啓発・教育を行っています。

*LGBT: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgenderの頭文字を取った略語



雇用環境の整備とワークライフバランスへの配慮

仕事と生活の調和を図り、従業員の健康増進と、より働きやすい雇用環境の整備に取り組んでいます。具体的には、各人の労働時間を正確に把握するとともに、残業削減目標を設定し労働時間の適正化に努めるほか、定期健康診断の受診結果や労働実態に応じて産業医などによる指導を

行っています。また、ライフイベントに対応した働き方ができるよう、育児・介護休業や時短勤務制度など、仕事と家庭の両立に向けた制度を各種導入。産休を取得した従業員のうち100%が育児休暇を取得し、その後、90%以上が職場復帰を実現しています。

「健康経営優良法人(ホワイト500)」認定

従業員の健康管理を経営的視点で考え、戦略的に実践することが企業の生産性向上につながり、将来的に収益性などを高める投資であるとの観点から、「健康経営」の考え方が提唱されています。これに賛同し、コーセーグループでは従業員の労働環境、特に労働時間の適正化や「健康の保持・増進」に向けた健康管理施策を推進しています。それらが評価され、2017年から3年連続、保険者と連携して優良な健康経営を実践している法人として、経済産業省と日本健康会議より、「健康経営優良法人(ホワイト500)」に認定されました。



イノベーションを生み出す企業風土の醸成と人材育成

グローバル戦略の一環として、柔軟な発想で臆せず挑戦し、独自の個性を活かせる、多様な個性を持った人材の獲得に注力しています。

コーセーでは、入社後も自ら挑戦する意欲を持った従業員が新たな職種に挑戦できるよう「人材公募制度」を設けています。また、2017年から実施している、美の新しい価値づくりを目指すイノベーション創出プログラム「Link*」を「アクセラレータープログラム」と融合させました。次世代を担う役割を期待される選抜社員は事業プロデューサーとして外部のス

タートアップ企業との協業・事業化を目指すなど、熱意やチャレンジ精神を支援する仕組みづくりの一環となっています。

* Link (Leadership and Innovation program for New KOSÉ): 2017年に発足した社内ベンチャー制度



グローバルに活躍する美容のプロフェッショナルを育成

お客さまとの接点の要である美容スタッフの育成にも注力し、「美容のプロフェッショナル集団」を目指しています。2014年度は契約社員から正社員に登用、2015年度以降は新卒採用を正社員採用に切り替えました。キャリア採用においても、登用試験制度を設け、毎年百数十名が合格しており、これらの取り組みで美容スタッフの正社員比率は約90%と大きく向上しました。また、他事業所に活躍の場を移し、キャリアを継続できる「全国転勤登録型美容スタッフ制度」を導入。同時に、美容スタッフ以外の職種にもチャレンジできる「人材公募制度」も導入し、キャリアパスの拡充や、働きがいの創出に取り組んでいます。

技術力向上については、既設の研修や教育体系に加え、2014年度から独自の「コーセーメイクレッスン検定」(厚生労働省認定)を取り入れており、美容スタッフの技術力向上に加え、モチベーションアップにも寄与しています。同検定は、国内美容スタッフ全員に受験資格がある2級のベースメイク、2級合格者が受験できる1級のポイントメイクがあります。1級および2級の合格者数は、導入から延べ1,200名を超えました。今後も、美容スタッフが備えるスキルとして、全スタッフの取得を目指していきます。

美容スタッフの頂点を選出する「第8回グローバルEMBコンテスト」開催

日本を含むアジアの総勢約5,000名の美容スタッフを対象に、「第8回グローバルEMB(Expectation Meet Beyond ~期待に応え、期待を超える~)コンテスト」を開催しました。より多くのお客さまに「美しくなることの楽しさと感動」を届ける日々の店頭活動を通じ、知識・接客・技術を自ら磨いた結果を発表する場を設けることで、グローバルで活躍できる美容スタッフの育成に取り組んでいます。最終選考は2019年4月に実施。代表地区から勝ち残った17名が「王子研修センター」(東京都北区)に集結し、それぞれの技術を披露。翌日、「ヒルトン東京ベイ」(千葉県浦安市)にて結果発表と表彰式を行いました。今回のグランプリは日本の太田美子、準グランプリは中田みなみ、台湾の魏玉潔(ウェイユージェン)の2名でした。



グランプリ発表の瞬間

「SAVE the BLUE」プロジェクト

コーセーの企業メッセージ「美しい知恵 人へ、地球へ。」を体現する取り組みの一つとして、2009年から行っている「SAVE the BLUE」プロジェクトが10年目を迎えました。私たちは今後も、サステナブルな社会の実現を目指し、地球環境保全活動を支援していきます。



日本での活動 》 美しい海、青い地球を守るために、いま私たちができること

2009年、コーセーは、多くのお客さまにご愛用いただいている「雪肌精」の売上の一部を沖縄のサンゴ礁の保全活動に役立てるため、「SAVE the BLUE」プロジェクトをスタートしました。サンゴは気温などの環境変化の影響を受けやすく、より一層の保全活動が必要となっています。当社では、夏期キャンペーン期間中にお客さまにご購入いただいた「雪肌精」シリーズの対象商品の容器の底面積*に相当するサンゴ育成活動費用を沖縄の地域団体に寄付し、養殖サ

ンゴの植え付けに役立てています。これまで10年間で、延べ面積96,757,321cm²(25m公認プールの約25.8倍)にあたるサンゴを移植してきました。

10年という節目の年を迎えた2018年は、さらに冬期にもキャンペーンを実施。豊かな海を育むには、豊かな土壌の森が必要であることから、対象商品の容器の底面積に相当する植樹の取り組みも始めました。

※「雪肌精」化粧水レギュラーサイズの場合は約4cm×約5cm=約20cm²



夏期キャンペーンポスター(サンゴ移植) 冬期キャンペーンポスター(森林保全)



小学生を対象に「[サンゴ礁を守るSAVE the BLUE 物語]の感想文・感想画をかくて、サンゴ留学に行こう!」の企画も実施しました

グローバルでの活動 》 10の国と地域でプロジェクトを実施

「SAVE the BLUE」プロジェクトはグローバルに広がっており、2018年度は日本に加え、中国・台湾・香港・韓国・タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・アメリカの10の国と地域で実施しました。従業員の「サンゴ留学」もあわせて実施し、海外各地からスタッフが沖縄に集まり、それぞれの地域での環境保全活動を発表しました。

コーセーでは国連が提唱するSDGs(持続可能な開発目標)への貢献を表明しており、「SAVE the BLUE」プロジェクト

を通じて、海の環境保全の活動から、青い地球を守るプロジェクトとしてますます進化させていきます。



グローバルな参加者による学びの場「サンゴ留学」を沖縄で実施



中国 砂漠に植樹 台湾 海洋保全 タイ 海洋保全 シンガポール サンゴ礁保全 マレーシア ウミガメ保護

スポーツ振興への取り組み

コーセーは、人々のQOL向上に役立てるため、健康的な日常生活に重要な「スポーツ」の振興支援に取り組んでいます。中でも「美」「芸術性」「ファッション性」などの要素を含む各種スポーツ競技において、美を創造する化粧品企業として、競技団体や選手個人への協賛や支援を、さまざまな側面から継続的に行っています。



フィギュアスケート

2006年から公益財団法人日本スケート連盟のオフィシャルパートナーとして、主にフィギュアスケート選手へのメイクアップとメイク指導を行っています。流行を取り入れながら、選手が演出する世界観に合わせてメイクの色味や表現を提案し、選手自身で仕上げられるようアドバイスしています。また、エキシビションやアイスショーの際には、実際に選手へのメイクアップを行うなど、サポートを強化しています。選手からは「メイクはスイッチと同じ。綺麗にメイクが仕上がったことで、自信を持って演技できた」などの声が寄せられ、ご好評をいただいています。

2016年には初の冠スポンサーとして、フィギュア団体戦の国際大会「コーセー・チームチャレンジカップ」を開催。大会後も選手と個人契約を結ぶなど、支援の幅を広げています。



紀平梨花選手

メイクブースでの選手へのメイク

アーティスティックスイミング

2006年4月に、アーティスティック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締結して以来、継続して選手たちを応援しています。衣装や曲に合わせてメイクアップをデザインし、大会出場の際は選手自身でメイクできるよう、定期的に講習会を開催しています。メイクアップには「ファシオ」や「アディクション」など、耐水性と発色に優れた市販の商品のみを使っています。水中の激しい演技でも崩れることのないメイクテクニックを細かく指導することで、選手が安心して演技に集中でき

るようサポートしています。また、競技のメイクアップだけでなく、日頃のスキンケアの指導も行うなど、トータルで美を提案しています。



選手の競技用メイク

メイク講習の様子

スノースポーツ

2018年10月、公益財団法人全日本スキー連盟(SNOW JAPAN)とのオフィシャルスポンサー契約を締結しました。世界を舞台に輝く選手を積極的にサポートし、スノースポーツ全体の発展を支援していきます。



SNOW JAPAN

気候変動対策・地球環境負荷低減のための取り組み

コーセーでは、企業メッセージである「美しい知恵 人へ、地球へ。」に則したサステナビリティ活動を進めています。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もとに「コーセー環境基本方針」を制定し、部門横断の環境ワーキンググループが中心となって取り組んでいます。



バリューチェーンの各ステージで環境負荷低減に取り組む

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。CO₂排出量、水使用量、廃棄物量の3指標を重点項目と定め、企業活動全体が環境に与える影響を自社ウェブサイトで公開しています。生産活動においては、産業廃棄物の削減、省エネルギー、環境汚染の防止などの継続はもとより、コージェネレーションシステムの導入などにより、工場全体での省エネ活動を推進しています。また、製品開発・販売に関しては、化粧品原料や容器材料、販売什器などが環境に与える影響に配慮して開発や改良を行っています。



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

サステナブルな森林の環境保全に配慮したFSC認証紙の使用

FSC (Forest Stewardship Council: 森林管理協議会) 認証は、森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなう、経済的にも継続可能な形で生産された木材に与えられます。この認証を受けた木材からつくられるのがFSC認証紙です。

コーセーでは、「雪肌精」ブランドの一部商品外箱にFSC認証紙を使用しています。



商品外箱にFSC認証紙を使用した2018年12月発売の限定品「薬用 雪肌精」(スーパービッグサイズ)

プラスチックの環境問題への対応

マイクロプラスチックビーズは洗剤などの洗い流し用製品に配合されている原料です。人体に対する安全性が高く、優れた機能性を持つ原料として用いられてきましたが、昨今、環境面への影響に関する懸念が国内外で指摘されています。コーセーグループでは、国際的な社会の関心に配慮して、2014年度開発の新しい洗剤から配合を中止し、環境負荷の低い植物性原料に置き換えるなどの対応を行いました。また、既存のマイクロプラスチックビーズを含む洗剤の切り替えも完了。2018年1月以降は、マイクロプラスチックビーズを含む洗剤の国内外への出荷を一切行っていません。

さらに、容器に使用するプラスチック量の削減にも取り組んでおり、「DECORTÉ」の「モイストチュア リポソーム」や「プリム ラテ」といった商品でのつけかえ容器を発売し、1個当たりのプラスチック量が通常容器の約4割削減という効果がありました。コーセーコスメポート商品での植物由来プラスチック採用なども行っており、さまざまな方法で環境負荷低減を図っています。



ポンプをつけかえることでプラスチック量を大幅に削減

サプライチェーンにおける取り組み

創業より取引先様と「共存共栄」の経営を目指してきました。

サプライヤー様、販売店様とともに成長を続けるため、すべての取引先様との協力関係を重視するとともに、国内外のサプライチェーン全体でサステナビリティの推進に努めています。



サプライチェーンにおけるサステナビリティの推進

原材料については、「調達基本方針」に基づき、社会や環境に配慮したサステナブル調達を進めています。仕入先様とのきめ細かい情報交換と相互理解に努め、環境対応や人権尊重についてアンケートによるモニタリングを行っています。

コーセー調達基本方針

- 1. 品質と安全性の確保**
『コーセー品質方針』に沿って品質と安全性を最重視した調達活動を推進します。
- 2. 公正・公平**
国内外、企業規模を問わず、すべてのサプライヤー様に競争の機会を公平にご提供いたします。お取引にあたっては、品質・価格・納期・供給能力・経営安定性等を総合的に勘案し、公正な姿勢で調達活動を推進いたします。
- 3. 法令・社会規範の遵守**
各国・地域の法令・社会規範を遵守するとともに、地球環境保全・資源保護や安全、人権などに十分に配慮し、社会的責任を果たすべくサステナブル調達に取り組みます。
- 4. 共存共栄**
調達活動を通じ、サプライヤー様との相互理解と信頼関係の構築により、永続的な相互発展を目指します。
- 5. 情報セキュリティの保持**
調達活動に関わる機密情報及び個人情報厳重に管理します。

サプライヤー様との協力関係を重視

年に1回開催している方針説明会では、当社グループの方針と経営計画および購買方針を説明するとともに、特に業績や品質向上、環境配慮などに大きく貢献いただいた仕入先様へ感謝の意を込めて表彰する感謝会を行っています。

2018年度は、原香料、材料、OEM、各種制作物などの国内外の100社近い仕入先様にご参加いただき、品質向上・サステナビリティ配慮への継続的な協力を呼びかけました。海外からのご参加も増えているため、会場では同時通訳を行っています。



サステナブルなパーム油への対応

パーム油は、東南アジアなどで生産されるアブラヤシから採取され、世界で食品などの多様な用途に使用されている植物油で、その一部は化粧品原料としても用いられています。一方で、そのプランテーション開発にかかわる熱帯雨林の破壊などが問題視されています。コーセーでは、関連するNGOやサプライヤーとの対話を継続的に行うとともに、各種調査などに着手しており、2018年度に「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)」への加盟申請を行い、2020年度までのサステナブルなパーム油の採用を目指して取り組んでいます。

サステナビリティ活動目標一覽



ステークホルダー	重要課題	活動テーマ	中期目標	2018年度実績	該当するSDGsターゲット
お客さま	リアビリティ 【Reliability】 美の創造企業として、 安心・安全を最優先に 高品質な商品・サービスを提供します。 + アダプタビリティ 【Adaptability】 世界の多様なお客さまのご満足のために 取り組みます。	安心・安全・品質	グループ全体の品質保証体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・[ISO22716]の導入に向けたプロジェクトの発足 ・品質クレーム低減への取り組み強化、自主回収手順の標準化 	3 8
			グループ全体の安全性保証体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「研究開発」ウェブサイトにて当社の「安全性保証」について掲載し発信 ・新規流通ルートや国など、拡大するビジネス領域に対応する安全保証体制の整備を推進 	
		お客さま視点の研究・商品開発	化粧品を通じ、グローバルに多様な顧客満足に取り組む(地域、嗜好、年齢、性別、LGBT、宗教、障がい者など)	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者志向自主宣言」を実施し公表(2018年4月) ・世界の多様なお客さまニーズに応えるモノづくり企業として「アダプタビリティ」強化の方針を公表 	5
			ユーザビリティの向上に配慮した商品・パッケージの開発推進	<ul style="list-style-type: none"> ・誰もが使いやすい、詰め替えも容易な商品パッケージの開発推進 ・触覚識別性パウチ容器の採用 	3
		お客さまとのコミュニケーション	美容医療・予防医学・健康増進分野との関係深化とQOLの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・慶應義塾大学医学部に設置した寄附講座にて、スキンケア・アレルギーに関する研究の支援を継続 ・ポルフィリン症患者さんへのファンデーション提供によるQOL向上の社内スキーム構築を開始 	3
環境	生物多様性や環境保全に配慮し、 省資源・省エネルギーに 取り組みます。	バリューチェーン全体での省エネ・省資源	温暖化ガス排出量の把握と削減	<ul style="list-style-type: none"> ・CO₂排出量算定範囲の拡大(子会社、事業所)とデータ集約の効率化 	12 13
			水資源投入量・排水量の把握と削減	<ul style="list-style-type: none"> ・水使用量・排水量のデータ収集と効率化の推進 	6
			廃棄物量の把握と削減	<ul style="list-style-type: none"> ・廃棄物量のデータ収集と効率化の推進 	12
			商品容器・包装における環境配慮	<ul style="list-style-type: none"> ・製品のプラスチック使用量削減への取り組み強化 ・FSC認証紙を商品外箱に採用 	12
			商品内容物における環境配慮	<ul style="list-style-type: none"> ・2018年1月より、マイクロプラスチックビーズ使用洗浄料の出荷を全廃 ・サステナブルなパーム油採用の取り組み方針を策定し公表 	14 15
			環境対応ポリシー・指標開示の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・環境対応指標の開示範囲拡大の推進 	14
		生物多様性の保全	[SAVE the BLUE]プロジェクトの継続と地球環境への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・[SAVE the BLUE]プロジェクト10年目、国際サンゴ礁年を節目としたサンゴ礁保全とその発信などのさまざまな取り組み。計10の国と地域に拡大 ・冬期の森林保全への活動を新たに開始 	13 14 15
取引先	創業からの「共存共栄」を継承して、 サプライチェーン全体で サステナビリティ活動を推進します。	原材料調達	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライチェーンにおける持続可能な調達の推進 ・CSR基本方針に基づく定点観測の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・サプライヤー向け調査にGCN標準を取り入れ、人権配慮(海外の児童労働・労働条件等)などの強化を推進 	12
		サステナブルなパーム油の調達	サステナブルなパーム油を2020年度までに調達開始	<ul style="list-style-type: none"> ・社内にサステナブルなパーム油調達のタスクフォースを発足し、今後の取り組み方針を公表 	12
従業員	従業員一人ひとりが 能力を十分に発揮できるように、 人材育成と職場環境の整備に努めます。	人権の尊重	人権教育啓発の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員の多様性配慮の促進(LGBTなど)に向けて新任管理職研修を実施 	5
		ダイバーシティの推進・働き方改革	ダイバーシティの推進と柔軟・多様な働き方の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・働き方改革実行委員会を発足。柔軟・多様な働き方の提案により、女性が輝く風土づくりへの取り組みの検討を実施 その一環として、一部(本社)にて在宅ワーク制度の導入を開始 	8
			障がい者雇用、退職者再雇用	<ul style="list-style-type: none"> ・ジョブリターン制度(退職者の再雇用)の導入(2019年2月) ・障がい者雇用率は年間を通して法令に準じ、安定雇用を継続 	
		従業員の健康増進と啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・「健康経営優良法人(ホワイト500)」の3ヵ年連続認定 		
地域社会	地域社会の調和と共生を目指し、 化粧品を通じた 社会貢献を進めます。	学術支援	大学を中心とした学術支援	<ul style="list-style-type: none"> ・慶應義塾大学医学部に設置の「コーサー スキンケア・アレルギー予防医学寄附講座」が第2期(2年目)として継続 ・公益財団法人コスメトロジー研究振興財団の支援を通じた、化粧品学の発展に向けた継続支援 	3
		スポーツ振興支援を通じたQOLの向上(健康増進)	「美」「芸術性」「ファッション性」などの要素を含む各種スポーツ振興支援	<ul style="list-style-type: none"> ・公益財団法人日本スケート連盟オフィシャルパートナーとして支援を継続(13年目)、国際スケート連盟オフィシャルパートナーとして支援を継続(7年目)、アーティスティックスイミング オフィシャル コスメティック パートナーとして支援を継続(13年目) ・新たに公益財団法人全日本スキー連盟(SNOW JAPAN)とオフィシャルスポンサー契約を締結し支援開始(2018年10月) 	3
			一般向けスポーツイベントへの協賛による健康増進と地域振興支援	<ul style="list-style-type: none"> ・日本各地のウォーキングイベント「歩き愛です」、茨城県坂東市「いわい将門ハーフマラソン」、埼玉県「小江戸川越ハーフマラソン」に協賛、「スポーツビューティ」ブランドによる石垣島マラソンに協賛 など 	3
		文化継承	文化・芸術振興支援	<ul style="list-style-type: none"> ・第15回「世界バレーフェスティバル」に協賛、東京都北区王子の大晦日の祭り「狐の行列」に協賛 	
		被災地支援	「fukushima さくらプロジェクト」などを通じた継続的な被災地支援	<ul style="list-style-type: none"> ・「fukushima さくらプロジェクト」に継続参加し、プロジェクトマップに協賛。福島発のさくらの苗木を保育施設に植樹 	
		教育・女性支援	世界の女性に質の高い教育の提供・支援	<ul style="list-style-type: none"> ・中央アフリカ タンザニアの「さくら女子中学校」の支援を継続(3年目) 	4 5
サステナビリティマネジメント		サステナビリティ基盤整備	グループ全体でのサステナビリティ基盤と活動体制の整備、社内浸透促進	<ul style="list-style-type: none"> ・[ISO26000]に基づく方向性の整理と課題抽出の継続実施 ・[国連グローバル・コンパクト]への参加と、重要活動テーマへのSDGs組み入れを継続(2年目) 	
		コーポレート・ガバナンス	健全な経営遂行と、社会的信用を保持するための体制づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・社外取締役を1名から2名に増員 	
		ステークホルダーエンゲージメント	ステークホルダーへの積極的な情報開示と対話	<ul style="list-style-type: none"> ・[ISO26000]に基づく課題および取り組み状況の開示を継続 ・SDGsへの貢献に関する方針の発信 ・ステークホルダーへの各種サステナビリティ情報発信の強化 	
		コンプライアンス	コンプライアンス活動推進	<ul style="list-style-type: none"> ・アニュアルレポート、企業案内、サステナビリティ報告書を一体化した統合報告書「KOSÉ REPORT 2018」を初めて発行(2018年9月) ・「コンプライアンスの基礎」のe-ラーニング、コンプライアンス啓発ポスターの社内掲示などを実施 	16
		情報セキュリティ	個人情報保護体制と予防対策の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・自社ウェブサイトのSSL化によるセキュリティ強化 ・デジタル事業拡大に伴うセキュリティ対応 	