

サステナビリティへの取り組み

コーセーグループは、創業以来の企業精神の根幹である「正しきことに従う心」を基盤に、人々や地球環境の未来をよりよいものとするための「コーセー サステナビリティ プラン」を策定しました。持続可能な社会の実現に努め、グローバル社会の一員としての責任をしっかりと果たしながら、今まで以上に私たちの英知と感性を活かして、世界で存在感のある、信頼される唯一無二の企業となることを目指しています。

サステナビリティプランの全体像 | 美しい知恵 人へ、地球へ。

人へ

- 1** **アダプタブルな商品・サービスの提供 ▶ P.30**
 それぞれの肌の色や価値観、文化など、多様な個性を受容し、“一人ひとりのきれい”という美の価値を提供する
 肌の色、ジェンダー、社会的・文化的・地理的背景、生活環境、宗教や信条、身体的特徴など、多様なバックボーンを持つ人々が自信を持って美しく生きる社会の実現に貢献します。
- 2** **美しく健康的で幸せな生活のサポート ▶ P.31-32**
 未来の世代を含む、世界中のすべてのステークホルダーの生きる基盤となる、健康的で幸福を感じられる生活を大切にする
 QOL(生活の質)の向上や、次世代への教育啓発活動、フェアトレードなどサプライチェーンを含む労働環境の改善など、誰もが健康的で幸せな生活を送れるよう、社会課題の解決に積極的に取り組みます。
- 3** **ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献 ▶ P.33**
 社内を含め、日本はもとより世界のジェンダーギャップが解消される未来に貢献するために積極的に取り組み、同時に社会へメッセージを発信し、影響を与えていく
 社内・社外を問わず、日本はもちろん、世界のジェンダーギャップが解消されるための取り組みと、啓発活動を行います。

6つの取り組みテーマ

地球へ

- 4** **ビューティを通じた環境課題への貢献 ▶ P.34-35**
 雪肌精「SAVE the BLUE」活動のような“美の創造企業”だからこそできる方法で、世の中に影響を与え続け、環境課題を解決していく
 ビューティを基軸としながら、環境課題解決への取り組みを促進します。また、その取り組みを世の中に広く伝え、多くの生活者に環境課題への気づきを与え、ビューティを通じて課題解決の輪を広げます。
- 5** **事業地域の環境保全 ▶ P.36**
 製品生産やサービスなど、事業拠点を構える地域に配慮して環境保全に努め、共存共栄し、また地域に還元していく
 地域と共存共栄し、地域環境に影響を与えうる生産拠点を中心に、環境保全に対する取り組みを行います。
- 6** **事業活動全体での環境負荷低減 ▶ P.37-38**
 すべての健やかな生活の源である地球環境の恩恵に感謝し、環境負荷をできるだけ低減する活動を行っていく
 コーセーグループは自然の恩恵に感謝し、地球環境を保全するために、環境負荷を低減する取り組みを継続、進化させます。

※写真(中央) / 「ツクイサンシャイン町田東館」様

正しきことに従う心

基盤となるポリシー

コーポレート・ガバナンスの徹底
▶ P.45-55

人権尊重
▶ P.39

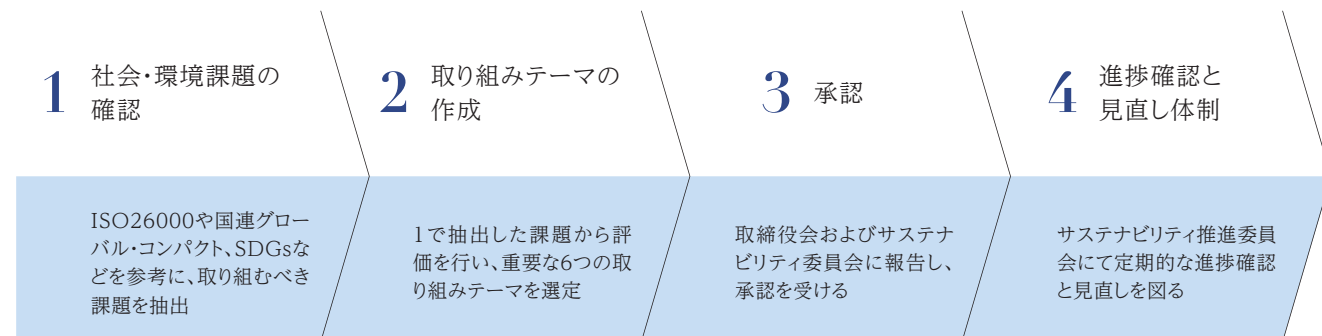
人材育成
▶ P.40-41

透明性・公正性のある事業運営
▶ P.44

安全・安心な品質
▶ P.42

お客さま志向
▶ P.43

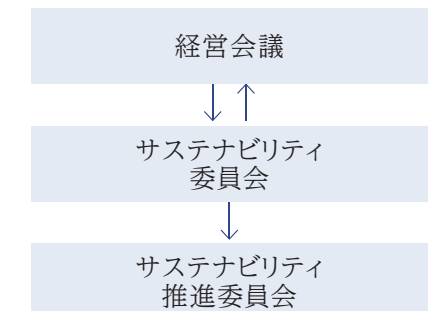
サステナビリティプランの策定プロセス



サステナビリティ推進体制

コーセーグループでは、経営課題の一部としてサステナビリティに関連する課題を捉え、その解決に向けた推進体制を整えています。
 代表取締役社長が委員長を務める「サステナビリティ委員会」を設置し、サステナビリティ戦略を経営会議に提案、承認を受け、取締役会に報告を行う体制を構築しています。
 また、コーセーグループのサステナビリティ戦略に基づき、「サステナビリティ推進委員会」が個別テーマごとの分科会やプロジェクトを設置し、全社部門横断の取り組みとして実効性を高めた活動を推進しています。

体制図



サステナビリティプラン推進に向けて

コーセーグループは、2017年7月に「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。

国連で採択されたSDGs(持続可能な開発目標)にも賛同し、グループ全体で達成に寄与していきます。

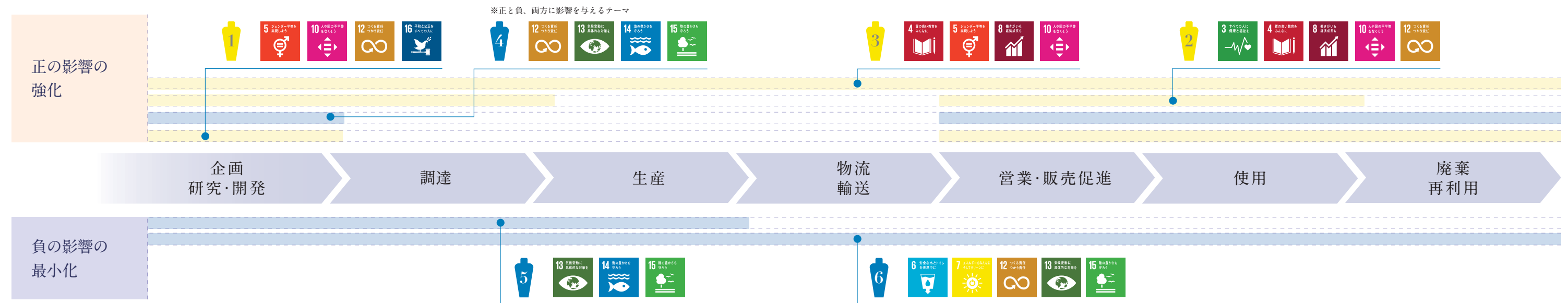
人へ：取り組みテーマの中長期目標とSDGsとの連動

取り組みテーマ	指標	目標値	達成年	具体的方策例	貢献するSDGs目標
1 アダプタブルな商品・サービスの提供	アダプタブル発想での商品・サービス提供率	100%	2030	<ul style="list-style-type: none"> 多様な肌色・肌質に沿った商品設計 ユニバーサルデザインの採用 デジタルを利用したアクセシビリティの向上 多様性に応えるビューティテクニックの開発 	5 ジェンダー平等、10 人や動物の権利を尊重する、12 つくばる責任、16 平和と公正な社会を築く
2 美しく健康的で幸せな生活のサポート	具体的な取り組み実現	30件以上	2030	<ul style="list-style-type: none"> 技術開発イノベーション 健康経営による従業員の健康向上 スポーツ振興支援での健康啓発 次世代への健康教育と啓発(紫外線防御・保湿) 	3 持続可能な消費と生産、4 質の高い教育をみんなに、10 人や動物の権利を尊重する、12 つくばる責任
	責任あるパーム油の調達	100%	2030	<ul style="list-style-type: none"> 認証パーム油の調達と使用 調達先との人権側面での協働(児童労働などのない調達) 	8 働きがいと経済成長、12 つくばる責任
3 ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献	ジェンダー平等の啓発	10万人以上	2030	<ul style="list-style-type: none"> 社内ダイバーシティ&インクルージョンの推進 ジェンダーギャップに関する教育啓発への取り組み 女子教育支援への取り組み 	4 質の高い教育をみんなに、5 ジェンダー平等を推進する、8 働きがいと経済成長、10 人や動物の権利を尊重する

地球へ：取り組みテーマの中長期目標とSDGsとの連動

取り組みテーマ	指標	目標値	達成年	具体的方策例	貢献するSDGs目標
4 ビューティを通じた環境課題への貢献	植サング面積	20,000㎡ (25m公認プール面積約53倍)	2030	<ul style="list-style-type: none"> 雪肌精「SAVE the BLUE」活動の進化 ※目標値は2009年からの累積面積 	12 つくばる責任、13 気候変動に具体的な対策を
	商品・サービスを通じた環境課題の啓発	1,000万人以上	2030	<ul style="list-style-type: none"> 雪肌精「SAVE the BLUE」活動の進化 各種事業を通じた環境保全、啓発 ロングセラー製品の育成による、間接資材の節減 	14 海洋汚染と資源の持続可能な確保、15 陸域生態系保護と持続可能な開発
5 事業地域の環境保全	地域環境保全活動	20件以上	2030	<ul style="list-style-type: none"> 南アルプス周辺など、関連会社も含む生産、研究拠点などを中心とした事業地域での環境保全活動 	13 気候変動に具体的な対策を、14 海洋汚染と資源の持続可能な確保
	SCOPE1・2 (2018年比 総量目標)	△28%	2030	<ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギーの利用 エネルギー効率のよい設備などの導入 	7 持続可能なエネルギー、13 気候変動に具体的な対策を
6 事業活動全体での環境負荷低減	SCOPE3	2021年までに目標を設定	2021	<ul style="list-style-type: none"> 情報を整理し、2021年までに目標設定・具体的取り組み事例を設定 	12 つくばる責任、13 気候変動に具体的な対策を
	プラスチック容器包装資材についてのサステナビリティに配慮した設計	100%	2030	<ul style="list-style-type: none"> 4R*に適合した容器包装資材の採用 ※Reduce/Reuse/Recycle/Renewable 2030年までにバイオマス/リサイクル樹脂の採用比率(樹脂量)を50%まで高める 	12 つくばる責任、13 気候変動に具体的な対策を
	責任ある水資源利用のための使用量削減	△12% (2018年比、生産原単位)	2030	<ul style="list-style-type: none"> 水資源の3R*の推進など ※Reduce/Reuse/Recycle 	6 清潔な水と衛生をみんなに、12 つくばる責任
	責任あるパーム油の調達	100%	2030	<ul style="list-style-type: none"> 認証パーム油の調達と使用 調達先との環境面での協働 	12 つくばる責任、15 陸域生態系保護と持続可能な開発

取り組みテーマとバリューチェーンへのインパクト



私たちの取り組みテーマは、原材料の調達から廃棄に至るまでの製品ライフサイクルとバリューチェーンすべてにおいてかかわりがありますが、特に大きなインパクトを与えられとされるバリューチェーンを特定しています。また、基盤となる活動はバリューチェーンすべてに関連するものと考えています。

1 アダプタブルな商品・サービスの提供

コーセーグループでは“一人ひとりのきれい”を追求し、それぞれが持つ個性や価値観などの違いを認めたくて、「美」の価値を提案しようとする姿勢を持ち続けてきました。私たちは、多様な選択が可能となるアダプタビリティ発想のビューティを世の中に提供し、肌の色や身体的特徴、ジェンダー、国・地域などの地理的・文化的背景、生活環境、宗教・信条など、さまざまなバックボーンを持つ人々が自信を持って美しく生きる社会に貢献します。

▶ デジタルと体験を融合したコンセプトストア「Maison KOSÉ」

2019年12月、“Find Your Own Beauty”をテーマに、当社グループが展開する多様なブランド商品を取り揃え、お客さまに化粧や美容にかかわる新たなソフトウェアやハードウェア、ビューティテックをブランド横断型でいち早く試し、楽しんでいただける美容アトラクションを発信する新しいコンセプトストア「Maison KOSÉ」が東京・銀座に誕生しました。

現在、生活者の価値観やライフスタイルは多様化し、化粧品に求めるニーズ自体が百人百様となっています。一方、SNSの普及などにより情報があふれ、本当に自分に合った化粧品を選ぶことがかえって難しい場面も増えています。このような状況を踏まえ、当社では、デジタルと店頭でのリアルな体験を融合させた、新しいコミュニケーションを通じて次世代の美容体験の可能性を探り、お客さまと全方位で直接つながる独自のコーセービューティプラットフォーム構想を進めており、その起点が「Maison KOSÉ」です。コンセプトストアとオンラインサイトの両面で、この構想を実現していく予定です。

今後は、「Maison KOSÉ」で得たお客さまの声を新たな商品開発や処方最適化、新知見への応用などのイノ

ベーションにつなげ、百人百様のニーズに対応可能なパーソナル提案をより一層進化させていきます。また、蓄積したデータやお客さまの声を分析し、処方設計などとも連携させながら、多様なニーズにお応えしていきます。

新たなデジタル技術を活用した「Maison KOSÉ」での実証実験内容の一例（2019年12月～）

- ・ネイルプリンター
コーセーブランド横断のオリジナルデザインを瞬時に細かなネイルアートとしてプリント。（協働：カシオ計算機株式会社）
- ・カスタマイズシート
機器により肌色を診断し、お客さま一人ひとりの肌に合わせた色味のシートを作成。（協働：パナソニック株式会社）
※すでに実施を終了している内容も掲載しています。



ネイルプリンター



カスタマイズシート

担当者の声

一人ひとりに最適なビューティ体験を

「Maison KOSÉ」は、コーセービューティプラットフォーム構想の一部。会社として初の試みとなる【ブランド横断型】のサービス提供と【ビューティ×デジタル】の融合を通じて、新たな顧客体験を模索していきます。コンセプトである“Find Your Own Beauty”には、多様性や包括性を前提とした『美の提案』を実現したいという思いが込められています。従来の画一的な、とすれば一方通行になりがちなビューティの在り方を根本から見つめ直し、お客さま視点かつ双方向なものへ進化させていきます。多様化するライフスタイルや価値観が認められ、一人ひとりにとって、より最適で快適なビューティ体験を提供するため、先進の各種デジタル技術を積極採用し、シームレスかつ付加価値の高い『美の提案』を目指します。



デジタルマーケティング戦略部
ダイレクトビジネス課
安藤 麻衣子

2 美しく健康的で幸せな生活のサポート

コーセーグループは、人々の生きる基盤として、健康的で幸福を感じられる生活が大切と考えます。そのため、私たちの商品・サービスを利用されるお客さまだけでなく、すべてのステークホルダー、バリューチェーン上の世界中の人々、そして未来の世代に向けてサポートしています。私たちはこのような取り組みや企業活動を通じ、QOLの向上や、次世代への教育啓発活動、人権に配慮した責任ある調達の推進など、社会課題の解決に努めます。

▶ 「紫外線から美と健康を守るプロジェクト」により次世代の健やかな肌を育む活動を推進

2018年にスタートした「コーセー アクセラレータープログラム」は、オープンイノベーションの考えを取り入れ、社内に蓄積されたリソースと社外の技術やさまざまなリソースとを組み合わせ、当社だけでは実現できない価値創造を目的としており、2019年度で2回目となります。

今回は「感性にテクノロジーを。美に新体験を。」をコンセプトに、全方位的なイノベーションを目指した募集を行いました。その結果、幅広い領域のスタートアップ企業86社の応募から、株式会社Sunshine Delightを選定。同社と当社メンバーとの共創で「紫外線から美と健康を守るプロジェクト」が提案されました。近年、世界的な環境問題や幼児期からの紫外線対策の重要性といった課題を背景とし、今後当社としても全社で取り組むべき内容であり、また社会課題解決の意義が高い提案であったことから採択しました。

グローバルで注目されている、紫外線対策。地球環境に配慮した日やけ止めを研究・開発するとともに、幼児期から紫外線に対する正しい知識と日やけ止めの使用についての教育を実施し、使用促進や習慣化などを広く啓発するべく、両社の知見を合わせて取り組みを推進しています。

本プロジェクトにより、紫外線が幼児期の身体へ与える影響に関する国際機関の報告*などに基づき、紫外線による肌や健康への影響をできるだけ抑えることを目的とした新しいビジネスモデルの確立を目指すとともに、幼児期からの日やけ止め使用習慣を定着させることで、美しく健やかな肌を育む活動を進めています。

*世界保健機関(WHO)「INTERSUNプロジェクト」など

選定企業

株式会社Sunshine Delight

2019年7月設立。代表取締役社長は設立当時、高校3年生の伊藤瑛加氏。同社は紫外線の下でも安心して過ごすことができる社会を目指す“大容量×子ども向け×環境にやさしい”日やけ止めの開発に取り組むとともに、幼児期からの日やけ止めの使用習慣を定着させる活動を推進しています。



担当者の声

社会課題解決のリーディングカンパニーを目指して

「紫外線から美と健康を守るプロジェクト」は、地球温暖化により重要性が増す「紫外線対策」という社会課題解決のために、コーセーが率先して世界に貢献したい、という思いから立ち上げました。コーセーが社会課題解決のリーディングカンパニーとなるよう、絶対に成功させるという気概で取り組んでいます。まずは、Sunshine Delight様とともに、幼児期からの紫外線対策の重要性を啓発していきます。「子ども」と「環境」を考慮した日やけ止めと教材を通じて、紫外線から肌を守る習慣を定着化できるように進行中です。「紫外線から肌を守るのは常識」「UVケアといえばコーセー」「人生で初めて肌に触れるのはコーセー」という未来に向かって、プロジェクトを推進していきます。



経営企画部 経営企画室
高田 賢斗

スポーツ振興

▶ さまざまな側面から各種スポーツ競技を支援

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おり、美を創造する化粧品企業として、「美」「芸術性」「ファッション性」などの要素を含む、各種スポーツ競技の団体や選手個人への協賛・支援をさまざまな側面から継続的に行っています。

2019年7月には、特定非営利活動法人日本障害者スキー連盟と、個別競技だけでなく連盟が統括する競技のすべてを包括的に支援する「ゴールドパートナー契約」を締結しました。今後は、世界を舞台に輝く選手をより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。

さらに、2020年1月には、プロゴルファー・河本結選手と、

同年3月には原英莉花選手・松田鈴英選手・安田祐香選手とスポンサー契約を締結しました。これにより、当社が協賛・支援を行う“美しく戦う”女子プロゴルファーとの契約は計14名になりました。

これからも、スポーツ振興支援を通じて健康と美をサポートすることで、人々のQOL向上に取り組んでいきます。



パラアルペンスキー

コラム

「マーメイドジャパン」へのメイク講習会を開催

アーティストックスイミング日本代表「マーメイドジャパン」のオフィシャルスポンサーとして、2020年2月、国立スポーツ科学センター（東京都北区）で選手へのメイク講習会を開催しました。競技中に水中で落ちないメイクを中心に、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ています。コーセーでは、トップメイクアップアーティストが演目の曲や衣装に合わせて、美しく見えるメイクをつくり上げ、演技の見栄えも際立たせるよう努めています。こうした技術・指導や美しいメイクによる統一感が選手たちの優美さ、そして自信や集中力につながっており、今後も「マーメイドジャパン」の選手たちを支えています。



メイク講習会の様子

▶ 地域活性化と市民の健康増進支援

コーセーは、日本各地で開催されるウォーキングイベントやマラソン大会などにおいて、「スポーツビューティ」ブランドなどの日やけ止め商品の提供を通じ、健康増進に向けた支援活動を推進しています。

市民の健康増進と地域活性化を目的に、日本各地を“愛で”ながら“歩く”ウォーキングイベント「歩き愛です（あるきめです）」では、約80ヵ所で34,000人を超える各地域の市民の皆さまにイベント参加賞として日やけ止め商品を提供しました。

また、「坂東市いわい将門ハーフマラソン大会」（茨城県）、「小江戸川越ハーフマラソン」（埼玉県）、「石垣島マラソン」（沖縄県）などにも協賛し、スポーツ中も日やけ対策はしっかりと楽しんでみたいと願う市民の皆さまを応援しています。



坂東市いわい将門ハーフマラソン大会

3 ジェンダーにとらわれず活躍できる社会への貢献

コーセーグループの成長には、全世界に14,000人以上いる、あらゆる従業員一人ひとりの力が必要です。また、私たちは“美の創造企業”として、多くの人々の生活に新しい価値を提案し続けてきた背景から、私たちが社会に発信するメッセージは、日本はもとより、世界のジェンダーギャップが解消される未来に貢献できると考えます。私たちは、ジェンダーにとらわれず活躍できる社会の実現に向け、啓発活動を推進し積極的に取り組みます。

▶ ダイバーシティ&インクルージョン宣言

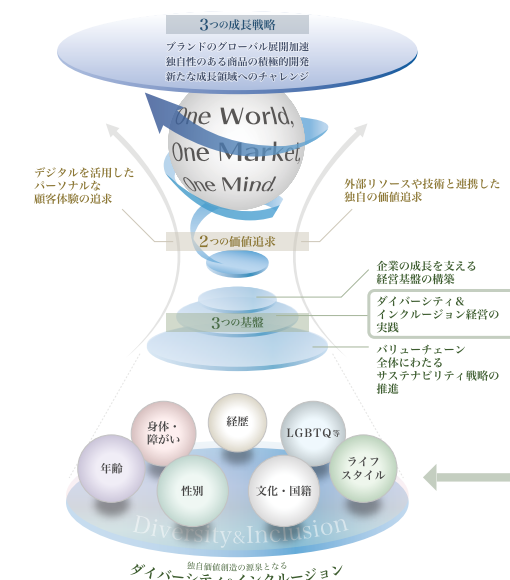
多様性をチカラに変える

私たちは、独自の価値創造の源泉として、ダイバーシティ&インクルージョンを推進します。一人ひとりの“Individuality（個性）”によって構成され、“Individuality（個性）”が結束することで、最高のチカラを発揮し独自の価値をグローバルに生み出す組織、企業を目指します。

2017年度より社内横断の「働きがい創出実行委員会」を立ち上げ、取り組みの一つとして、2019年11月、「ダイバーシティ&インクルージョン宣言」を行いました。

すべての働く仲間の多様性を尊重し活かす（＝ダイバーシティ&インクルージョン）ことは、グローバル社会や市場の変化に対応し、多様なお客さまに向けた独自の価値を創造し続けるための源泉となると考えます。そのため、経営戦略の一環として、全社でダイバーシティ&インクルージョンの取り組みを推進しています。

私たちは、性別、年齢、国籍、ライフスタイルなどにかかわらず、一人ひとりの従業員が持てる能力を最大限に発揮できる基盤づくり（処遇制度や教育体系の整備）と、互いの個性を尊重し高め合う風土（意識）醸成、これらを実現することで、美しさを提供するリーディングカンパニーとして、世界で存在感のある企業への進化を目指していきます。



※LGBTQ：Lesbian、Gay、Bisexual、Transgender、Questioning/Queerの頭文字を取った略語

担当者の声

誰もが働きやすく、活躍できるコーセーへ

私たちのチームは、役職や社歴、ライフスタイルがさまざまなメンバー構成です。「ダイバーシティ&インクルージョン宣言」は、「一人ひとりの個性を認め、結束することで、最高のチカラを発揮し独自の価値をグローバルに生み出す」という企業の決意宣言として発信しました。女性が多く働くコーセーグループでは、女性社員の活躍が企業のチカラに直結します。そのために、まずはさまざまなライフステージの中で、女性がキャリアを形成するための支援策を立案し、スタートしています。この取り組みは決して女性に限らず、誰もが働きやすく活躍できる職場づくりの一環だと考えています。企業の宝である多様な人材を輝かせるのが私たちのミッションです。



働きがい創出実行委員会
多様な働き方分科会メンバー（一部）

4 ビューティを通じた環境課題への貢献

私たちは事業活動を通じ、化粧品を生活者が身近に感じるモノとしてだけでなく、「美」にまつわるさまざまな価値を提案することを大切にしてきました。美容やライフスタイルに関する提案をはじめ、これからもビューティを軸に、商品・サービスなどにおける付加価値を提供することにより、環境課題解決の取り組みを促進します。また、その取り組みを世の中に広く伝えることで、多くの生活者に環境課題への気づきを与え、ビューティを通じて課題解決に向けた意識の醸成を図ります。

▶ 雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクト ～あなたが美しくなると、地球も美しくなる。～

2009年、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、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトをスタートしました。海の生態系の生息地になるサンゴ礁は、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、夏の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」ブランド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11年間で、延べ面積105,194,126cm²(25m公認プールの約28.1倍)にあたるサンゴを移植してきました。また、2019年より開始した冬のキャンペーンにおいては、山の豊かさを保全する活動に対し売上金の一部を寄付するほか、2019年6月にミズナラ、カツラ、ブナなどの苗木の植樹を行いました。豊かな生態系を持つ里山を維持管理し、自然環境を良好な状態に保つことで、川によってつながっている海の環境保全を目指すNPO法人 森は海の恋人とともに、

地球全体の環境保全の取り組みに貢献しています。
※「雪肌精」化粧水レギュラーサイズの場合は約4cm×約5cm=約20cm²

夏のキャンペーン

- ・2019年度
サンゴ植え付け本数：1,383本
面積：8,436,805cm²(25m公認プールの約2.2倍)
- ・2009～2019年度累計
サンゴ植え付け本数：17,342本
面積：105,194,126cm²(25m公認プールの約28.1倍)



夏季ポスター

冬のキャンペーン

- ・2018年度
森林植樹本数：300本
- ※2019年度分の森林植樹活動は、
コロナ禍の影響により2020年度以降へ繰り越し



冬季ポスター

2030年度目標

- ・植サンゴ面積：20,000m²(25m公認プールの約53倍)

さらに、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトは国内にとどまらず、グローバルに広がっており、現在は日本に加え、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の国と地域で夏と冬のキャンペーンを実施しています。また、従業員の「サンゴ留学」もあわせて実施し、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SDGs(持続可能な開発目標)を支援しており、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトを通じて、陸と海の環境保全の活動を進めるとともに、幅広いお客さまに、青い地球を守る大切さを知っていただく活動をますます進化させていきます。



担当者の声

美しい地球とともに、「雪肌精」の思い

2020年5月で発売35周年を迎えた、美しい瑠璃色が象徴的な「雪肌精」。「雪肌精」には、地球と自然の恵みである和漢植物成分が配合されています。だからこそ、自然へ恩返ししたい、青い地球を守りたいという思いから、「SAVE the BLUE」プロジェクトの活動が始まりました。海や緑地を保全する活動は、現在、世界へと広がっています。今後はさらに「雪肌精」としての活動の幅を広げ、容器や水への取り組み、ジェンダー平等に向けた支援活動などを通じ、多くのお客さまはもちろん、自然、青い地球、そこで暮らす人々をますます美しくしていきます。



コンシューマーブランド事業部
雪肌精企画課
伊藤 直人

▶ 「雪肌精」サステナブルパッケージの取り組み

コーセーを代表するブランドの一つ「雪肌精」では、コーセーグループのサステナビリティ推進活動を牽引するブランドとして、雪肌精「SAVE the BLUE」プロジェクトの推進とともに、環境に配慮した商品づくりに積極的に取り組んでいます。

2019年9月に発売した「雪肌精」限定キットでは、プラスチックに紙由来の素材を混ぜた新規の複合素材を採用することで従来製品より約50%ものプラスチックを削減したトレイを採用、さらに、2020年2月より発売を開始した日やけ止めのリニューアル商品では、環境に配慮した素材である「バイオマスPET」を包装資材に採用しました。「バイオマスPET」とはPET樹脂の主原料の一部を、サトウキビの搾りかすを原料とした植物由来の素材に置き換えたもので、燃焼しても大気中のCO₂を増やさずサステナブルな素材として注目を集めています。

今後も「雪肌精」では、サステナブルな容器や包装資材をはじめとする、環境に配慮したモノづくりを進めていくと同時に、お客さまの環境に対する意識向上にも貢献していきます。



「雪肌精」限定キット



日やけ止めジェル



トーンアップUV

担当者の声

あなたが美しくなると地球も美しくなる「雪肌精」

「雪肌精」は、1985年の誕生当時から、地球が育んだ和漢植物の成分により、美しい肌づくりを目指してきました。多くの恵みをもたらしてくれる地球に、モノづくりでも恩返ししたいと考え、2019年度からは、より一層サステナビリティに配慮したモノづくりに力を入れています。また、2020年に発売する新シリーズでは、化粧品をリサイクル可能なダンボール素材にし、お客さまがより身近に環境課題を感じていただける試みを行いました。今後も、「雪肌精」の価値を進化させ、「肌も地球も美しくなる」化粧品をお届けしていきます。

コンシューマーブランド事業部 雪肌精企画課 プロダクトマネージャー 鍋崎 舞



ダンボール素材の化粧箱

5 事業地域の環境保全

コーセーグループが持続的に企業活動を進めていくには、製品の生産やサービスなど、事業拠点を構える地域の環境に配慮し、地域に還元することが大切であると考えます。私たちは地域と共存共栄していくため、事業を展開する地域の環境保全に努め、ステークホルダーの皆さまと連携しながら取り組みます。

▶ 山梨県・南アルプス市と立地協定・森林整備協定を締結

2019年6月、新たな生産拠点建設に向け、山梨県、南アルプス市と、立地協定および森林整備協定を締結しました。本協定は、国連で採択された持続可能な開発目標であるSDGsに貢献することを目指し、三者が連携・協力して行うことを目的としています。

新たに建設予定の南アルプス工場(仮称)は、「ユネスコエコパーク(生物圏保存地域)」として国際的に認定された、清澄な水が育まれる美しく豊かな自然に恵まれた南アルプス山麓に立地します。この地で新たに化粧品製造を開始

するにあたり、自治体や地域の皆さまとの協力・連携に基づいた、森林保全をはじめとする自然との共生や、雇用促進、地域の活性化など、下記5つのSDGsのゴールを目指します。

5つのSDGsのゴール

- 6 安全な水とトイレを世界中に
- 8 働きがいも経済成長も
- 11 住み続けられるまちづくりを
- 15 陸の豊かさを守ろう
- 17 パートナースhipで目標を達成しよう



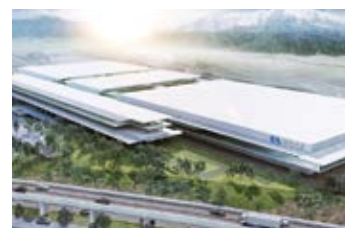
▶ 南アルプス工場(仮称)について

当社グループは、中長期ビジョン「VISION2026」において、中長期で安定的に対応できる生産供給と品質管理体制の構築に取り組んでいます。その一環として、山梨県南アルプス市に新たな生産拠点となる南アルプス工場(仮称)の建設に向けたプロジェクトを進めています。

本工場は、南アルプス山脈で育まれた清澄な水と美しい自然に囲まれた環境のもと、ISO22716(化粧品GMP)*に準拠した生産環境を持ち、高度な生産技術と万全な品質保証体制の中で生産することで、新たな価値を加え、経済性・機能性に優れた環境配慮型の工場として整備します。配置され

る生産設備はスキンケア・ヘアケア製品を中心とし、今後の需要拡大へのスピーディな対応が可能となる工場を目指します。

*化粧品GMP(Good Manufacturing Practices):化粧品などの製造管理および品質管理に関する基準



南アルプス工場(仮称)(完成イメージ)

建設予定地:山梨県南アルプス市
敷地面積:111,525m²
主要用途:化粧品工場(大ロットのスキンケア・ヘアケア製品中心)
生産能力:1億個~
投資額:150~250億円

担当者の声

恵まれた自然との共生を目指す工場づくり

新工場建設地の南アルプス市は、化粧品に欠かすことのできない「水」が清らかであることをポイントに立地を選定しました。この豊かな水を守り、長く使用できるように、省資源・省エネルギーを追求した設計を行っています。今後も、水資源の3R*(使う量を少なく、繰り返し使い、再生して使う)推進、空調の熱源として地下水を利用するなど、水の持つ力を最大限に活用してサステナブルな取り組みに貢献していきます。そして、清澄な水を育む南アルプスの森林を守る活動も積極的に行っていきます。

恵まれた自然との共生を目指し、地域社会と連携した環境保全活動を広めていながら、既存工場同様に新工場でもサステナブルな思いを精一杯込め、化粧品づくりに邁進します。

*3R: Reduce/Reuse/Recycle



コーセーインダストリーズ株式会社
管理本部生産企画課
新工場企画係 係長
塚原 直明

6 事業活動全体での環境負荷低減

美しい地球環境は、私たちすべての健やかな生活の源です。また、化粧品には、自然から得られる成分が多数配合されており、日々、自然環境の恩恵を受け、事業を行っています。だからこそ、コーセーグループはその恩恵に感謝し、自然、すなわち地球環境を保全するため、環境負荷をできるだけ低減する責任があると考えます。コーセーグループでは、事業活動全体を通じ、環境負荷を低減する取り組みを継続、進化させていきます。

環境負荷低減の取り組み

▶ サステナビリティ最優先課題の一つとして、「気候変動への取り組み」を設定

当社では、工場・オフィス・物流などさまざまな拠点で使用するエネルギーや排出されるCO₂などの環境負荷物質量を把握し削減していくことを企業の責任としての重要なテーマと捉えており、2019年度のサステナビリティ最優先課題の一つとして、「気候変動への取り組み」を設定しました。

具体的な取り組み内容

- コーセーグループ全体での使用エネルギーなどの量を一元管理し「見える化」
排出量の可視化を通じて、グループ全体でのCO₂排出量低減に向けた取り組みを推進
- SCOPE1・2における2030年に向けた削減目標の見直し
バリューチェーン全体でのCO₂排出量低減に向けた全社横断型の分科会を立ち上げ、目標値を再設定
- サステナビリティ課題解決に向けた取り組みを全社で考える社内セミナーの開催
役員・従業員それぞれが気候変動対策やプラスチック対策などのサステナビリティ課題についての理解を深め、日々の事業活動に反映させていくための社内セミナーを複数回開催
(取締役・監査役などの経営層向け、執行役員・部門長向け、一般従業員向けに計5回開催し、延べ350人ほどが参加)



社内セミナー

環境面におけるSDGs達成への貢献

当社は、各種環境活動を通じて、「6:安全な水とトイレを世界中に」「7:エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「12:つくる責任 つかう責任」「13:気候変動に具体的な対策を」「14:海の豊かさを守ろう」「15:陸の豊かさを守ろう」の6つのSDGs達成への貢献を目指しています。



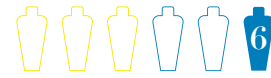
▶ 使用エネルギーなどの量を一元管理し、「見える化」

コーセーグループは、企業活動を通じて使用するエネルギーなどの量を一元管理し見える化できる、環境情報管理サービス「EcoAssist*1」の導入を2020年4月より開始しました。

本システムでは、工場・オフィス・物流などさまざまな拠点で使用する温室効果ガスの排出量・総物質投入量などの環境情報を、海外を含む多拠点から集約・一元管理し、多角的なデータ活用をすることが可能です。集約したデータを時間

軸・組織軸で分析することで、より実効性のある環境負荷低減戦略の立案に結びつけられます。「VISION2026」で掲げた「バリューチェーン全体にわたるサステナビリティ戦略の推進」の取り組みの一つで、今後も全社における環境負荷低減の取り組みを積極的に推進していきます。

*1 EcoAssist:企業の環境経営を見える化し分析・改善を支援する株式会社日立製作所のソリューション



正しきことに従う心

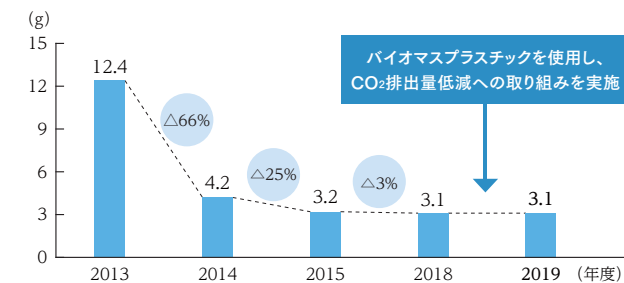
▶ サステナブル素材採用の取り組み

コーセーグループは、化粧品の原料や材料の選択に厳しい基準を設けるだけでなく、使い終わった後の分別のしやすさ、廃棄のしやすさ、廃棄量そのものを少なくすることなど、環境負荷に配慮した容器・包装の開発を行っています。お客さまの利便性、付加価値ニーズ、そして品質を確保したうえで、サステナブルな素材の採用を推進しており、現在では、「コスメデコルテ」や「雪肌精」などほぼすべてのブランドで、化粧品外箱に再生紙を使用しています。また、再生紙を使用していない紙のパッケージには、認証を受けた森林で伐採された木材から得られた「認証紙」を積極的に採用しています。さらには、環境面への影響が指摘されているプラスチックごみ問題への対策にも注力しており、2019年、プラスチック容器包装資材についてのサステナビリティに配慮した設計を推進するための戦略を策定しました。今まで以上に、プラスチック使用量の削減、植

物由来のプラスチックやリサイクル素材の活用などを積極的に行い、2030年までにすべての容器包装資材において、4R^{※2}に適合した容器包装材料を採用します。また、プラスチック容器包装材料においては、再生プラスチックもしくはバイオマスプラスチックを全体の50%以上採用することを目指します。

※2 4R: Reduce・Reuse・Recycle・Renewableの4つの頭文字Rで表される廃棄物削減のローガン

包装に使用した樹脂量の変化



「雪肌精」のサンプロテクトジェルでは、2013年度より1個箱からフィルム包装への変更に加え、設計を見直すことで約75% (2013年度比) と大幅に樹脂量を削減しました。

担当者の声

人や地球環境に配慮したモノづくり

化粧品容器の中でプラスチック容器は、使いやすさの面などから、汎用性の高い素材の一つです。しかし近年、海洋汚染など地球環境への影響が懸念されています。そこで、商品デザイン部では、4R (Reduce/Reuse/Recycle/Renewable) に適した容器設計やデザインの開発、バイオマス樹脂をはじめとする環境負荷低減に貢献する素材の積極的な採用を行うことで、2030年までに、プラスチック容器包装資材のすべてにおいて、サステナビリティに配慮した設計を行うという目標を掲げ、現在実行中です。今後は、このような取り組みを通じ、より一層地球環境にやさしく、世界中の多様なお客さまが使いやすく、魅力的で付加価値のあるモノづくりを加速させていきます。



商品デザイン部設計開発室
設計一課 課長
加川 泰央

▶ サステナブルなパーム油の調達に向けて

アブラヤシから採取されるパーム油は、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や人権面などの問題が指摘されています。コーセーグループは、このパーム油問題をリスクの高い人権課題・環境課題と認識しており、2019年に「持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)^{※3}」に加盟し、サステナブルなパーム油の調達を目指して取り組んでいます。また、持続可能なパーム油のための日本のネットワーク「JaSPON^{※4}」にも参画、持続可能なパーム油の調達と使用と消費に向けた取り組みを始めました。2019年11月に

は、マレーシアで開催されたJaSPON主催の「サステナブル・パーム研修」を通じ、NGO、小規模農園、集積所、搾油所、精製所などを訪問。さまざまなステークホルダーと現場における現状や課題・ニーズについて対話し、課題認識を深めました。



※3 RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) : パーム油産業にかかわる7つのステークホルダーからなる2004年に設立された非営利組織

※4 JaSPON (Japan Sustainable Palm Oil Network) : パーム油生産における環境面などさまざまな問題を解決することを目指し2019年に発足されたプラットフォーム

人権尊重

2020年2月、コーセーグループは、事業を行う過程で、直接または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを認識し、事業にかかわるすべての人々の人権を尊重する責任を果たすため、「コーセーグループ 人権方針」(以下、本方針)を定めました。今後は本方針に基づき、コーセーグループとして、人権尊重の取り組みを推進していきます。

▶ 基本的な考え方

コーセーグループは、グループ行動憲章に基づき、グローバル社会の一員として、すべての活動において人権尊重の重要性を認識しています。コーセーグループは、国連「ビジ

ネスと人権に関する指導原則」(UNGPs)を実行の枠組みとして捉え、事業活動遂行において、さまざまな国際的な原則を支持し尊重します。

▶ 「コーセーグループ 人権方針」策定プロセス

コーセーグループでは、これまで、2005年に策定した「コーセーグループ行動指針」において、かかわるすべての人々の人権を尊重し行動することを定め、以後、時代に即した内容へと数回の改定を重ねながら、責任ある事業活動に取り組んできました。2019年には、変化する社会の要請を踏まえ、本行動指針を補完するための人権に特化した方針策定のためのプロジェクトを開始し、NPO法人 CRT日本委員会(経済人コー円卓会議日本委員会)のステークホルダー・エンゲージメントプログラムに参加するなど、社内外の対話による課題の検討に取り組まれました。CRT日本委員会のプログラムにおいては、さまざまな人権課題の専門家や環境・人権NGO・NPOとの意見交

換のうえ、化粧品業界が直面する人権課題の提起を行うとともに、業界各社と連携し、「化粧品業界に重要な人権課題」の見直しを行いました。社内プロジェクトメンバーは、この業界特有の重要な人権課題への認識などを社内に持ち帰り、さらなる検討を重ねました。さらに、コーセーグループとしての人権課題を認識するために、主要な関連部門長(経営企画・人事・法務・購買・生産・サステナビリティ)などが参画したワークショップを開催し、今後の取り組むべき方向性を確認し、2020年2月、グローバル社会の一員として人権課題への取り組みを推進するために「コーセーグループ 人権方針」を策定しました。

これまでの人権尊重への取り組み

2005年	グループ行動規範の策定	「コーセーグループ行動指針」において、人権の尊重や法令遵守などを明記した、グループ行動規範を策定しました。以後、時代に即した内容へと数回の改定を重ね、その浸透と実践に取り組まれました。	
2019年	人権方針策定に向けたプロジェクト発足	「コーセーグループ行動指針」を補完する、人権に特化した方針策定のためのプロジェクトを発足しました。7部門16名のメンバーがセミナーへの参加やワークショップを通じて、人権への理解を深めました。	
2019年	「コーセーグループ 人権方針」の策定	プロジェクトメンバーでディスカッションを重ね、コーセーグループの人権尊重に対する姿勢を明記した「コーセーグループ 人権方針」を策定しました。	
2020年	「コーセーグループ 人権方針」の承認	取締役会にて承認を受け、全社へ周知するとともに外部にも公表しました。今後、この方針をもとに、人権デューデリジェンスを進行していきます。	

人材育成

コーセーグループが「世界で存在感のある企業」となるには、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。そのため、中長期的な視点でコーセーグループの持続的成長を支える、豊かな人間性と創造性を発揮できる人材育成を重要課題(マテリアリティ)の一つに設定し、各種施策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、人権教育・啓発とダイバーシティマネジメントを推進しています。「コーセーグループ人権方針」「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、LGBTQ*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、人権教育・啓発を行っています。

*LGBTQ: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Questioning / Queer
の頭文字を取った略語

▶ イノベーションを生み出す人材育成に向けて

「世界で存在感のある企業」となるには、多様な個性を持った人材が柔軟な発想で臆せず挑戦し続ける企業風土の醸成や、それを支える仕組みを構築し、実際に活用することが重要です。当社では、従業員それぞれが独自の個性をいかんなく発揮できるよう、意欲のある従業員が新たな職種に挑戦することを支援する「人材公募制度」を設けており、毎年、多くの従業員が制度を活用しています。

また、2018年には、当社だけでは実現できない新たな価値創造を目指し、オープンイノベーションの考えを取り入れた「コーセー アクセラレータープログラム」を開始しました。本プログラムは参加するスタートアップ企業の協業アイデアをそのまま審査・採択する一般的な方式ではなく、スタートアップ企業と当社の社内ベンチャー制度「Link」によって立候補した多様

な部門の従業員からなるチームが会社の枠を超えて、3ヵ月以上も合同チームとしてアイデアを実現するために共創する点が特徴となります。これにより、次世代を担う役割を期待されるチームメンバーの従業員が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。



▶ 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。産前産後休業を取得した従業員のうち100%が育児休業を取得し、その後、90%以上が職場復帰を実現しています。

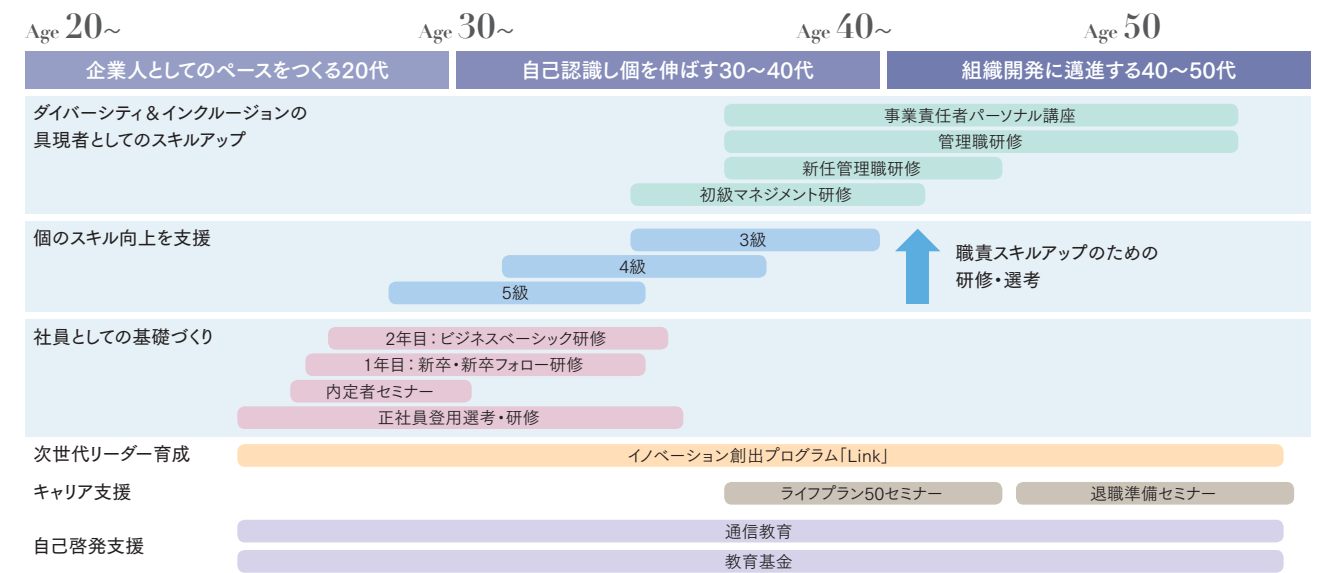
「健康経営優良法人」認定

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、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認定されました。



▶ 人材育成プログラム

コーセーグループでは、世界を舞台に活躍できる多様な個性を持った人材を育成することを目的に、さまざまな研修や講座プログラムを「人材育成プログラム」として体系化し、実施しています。



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ビューティコンサルタント(以下、BC)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BC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「全国転勤登録型ビューティコンサルタント制度」を導入。同時に、BC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、BC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BC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、BCが備えるスキルとして、全員の取得を目指していきます。

安全・安心な品質

「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」という信念のもと、コーセーグループ独自の原料調達と生産プロセスを追求し、「品質のコーセー」という自負を持ってお客さまに安全・安心な化粧品を提供しています。

▶ 創業者の信念を受け継ぎ、KOSÉ Qualityを世界に

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ながらも品質管理を徹底し、「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。その信念は現在も受け継がれ、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。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。

現在、繊細で高品質な化粧品に対する“Made in Japan”の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。その需要に対応すべく、群馬工場の新生

産棟稼働や、狭山工場および熊谷工場(株式会社アルビオン)の生産能力を増強しています。さらに、新生産拠点として南アルプス工場(仮称)を設置する予定です。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きます。

*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(Good Manufacturing Practices):化粧品などの製造管理および品質管理に関する基準



製品検査工程

群馬工場 新生産棟

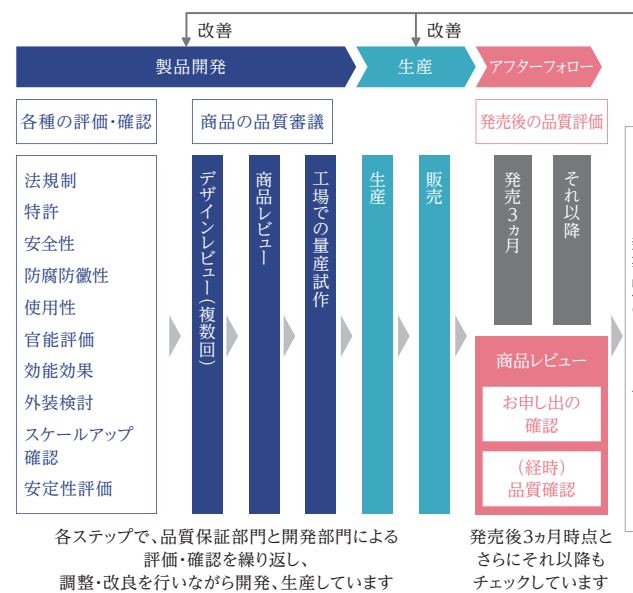
▶ 安全・安心を最優先に、イノベティブな商品を生み出す仕組みを構築

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、安全・安心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/sustainability/customer/>

コーセーグループの新製品開発過程における品質保証



お客さま志向

お客さまの手にわたる一つひとつの化粧品に心からご満足いただけるように「お客さまにもっと近づく」エンゲージメントを推進し、真の顧客視点からお客さまが求める価値をお届けしようとする姿勢をグループ一丸となって徹底しています。

▶ 「お客さまにもっと近づく」—— 消費者志向自主宣言を公表

コーセーグループは「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、お客さま満足度の向上につなげています。

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/>

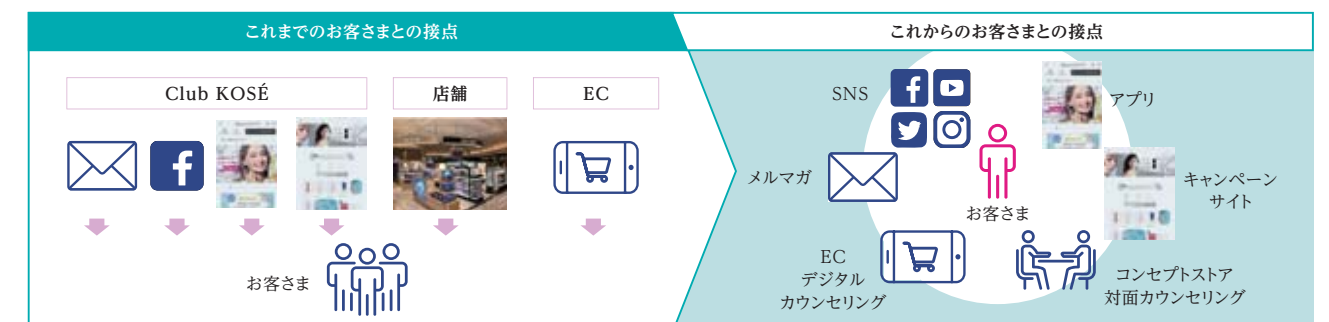


▶ 「お客さまと全方位でつながる」—— コーセービューティプラットフォーム構想

オンラインサイト「Maison KOSÉ」、各種SNSやキャンペーンサイト、そして2019年12月に誕生したコンセプトストア「Maison KOSÉ」などを通じ、お客さまと全方位でつながるコーセー独自のビューティプラットフォーム構想が進行

しています。デジタルと体験を融合させた新しいコミュニケーションの形として、次世代の美容体験の可能性を探り、リアルとデジタルの両面でつながるお客さまづくりに取り組んでいます。

コーセービューティプラットフォーム構想



社外取締役メッセージ

透明性・公正性のある事業運営

コーセーグループは、創業よりすべての取引先様と「共存共栄」の経営を目指してきました。人々や地球環境の未来をよりよいものとするため、グローバル社会の一員としての責任を果たしながら、サステナビリティの推進に取引先様とともに努めています。

▶ 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推進しています。サプライヤー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サプライヤー様に感謝の意を込めて表彰する感謝会を行っています。

2019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。海外からの参加も増えているため、当日、会場では同時通訳を行っています。



サプライヤー様向けのガイドラインを公開

コーセーグループは、サプライチェーンにおける取引先様との信頼関係を重視しており、ともに成長・発展していくことを目指しています。サプライヤー様には「社会的責任への配慮事項」「環境への配慮事項」にご協力いただきたく、2019年11月、サプライヤー様向けのガイドラインを策定し、公開しました。このガイドラインにより、透明性の高いサプライチェーンマネジメントを実施しています。また、調達においては「国連グローバル・コンパクト」をはじめ各種法令を尊重し、「調達基本方針」「サプライヤー様へのガイドライン」に則って行っています。

▶ 詳細 <https://www.kose.co.jp/company/ja/info/procurement/>



社外取締役
菊間 千乃

▶ 社会の公器としての役割

2年間、社外取締役を務めさせていただいていますが、会社として良いことはどんどん取り入れていこうという積極的な姿勢を強く感じます。

新型コロナウイルスが世界中で猛威を振るう中、企業の社会的責任はますます大きくなっています。株式会社である以上、株主の皆さまに利益を還元することも大事ですが、株主の皆さまをはじめ、お客さま、関連企業、従業員などのステークホルダーが暮らすこの社会に、コーセーとしてどのような貢献ができるかを考え、スピーディーに実行に移す姿勢がとても大切です。社会的責任を果たせる企業でなければ、生き残ってはいけません。

新型コロナウイルスによって人々の生活様が一変しました。新しく始まる世界に対応できる柔軟性、機動力、リーダーシップが問われます。変化を恐れずに挑戦し続けていく企業であってほしいですし、社外役員としては、常に、適切にリスクを分析しつつ、それをどうやったら実現できるかを考え、後押しできるような姿勢でありたいと思います。



社外取締役
湯浅 紀佳

▶ 独自のサステナビリティ

昨今、限りある地球環境に配慮し、持続可能性のある企業活動を行うというサステナビリティの重要性が認識され、コーセーの「VISION2026」でもサステナビリティ戦略の推進が掲げられています。

コーセーは、創業者の思いを、社員を、製品を、そして何よりお客さまを大切に作る気持ちです。サステナビリティとは、お客さまを超えて、さらにバリューチェーン全体、そして地球そのものを大切にすることですから、まさにコーセーの真骨頂。コーセーらしさを活かして、独自のサステナブルな事業発展をしていくはずと期待しています。

日本は世界でもとても特徴のある国です。コーセーは、そんな日本企業の中でも、サステナビリティとの親和性を含めて、日本的な良さをたくさん持っている唯一無二の企業だと感じています。社外取締役として、コーセーが日本を代表する企業として、グローバルに発展していくための一助となることができればと願っています。