

資生堂CSRビジョン

美しい社会と輝く未来のために



KAZE  
WATARU

# 美しい社会と輝く未来のために

地球の未来と持続可能な社会についての論議は、

世界のいたるところで行われ、大きなうねりとなってきています。

「持続可能」な社会における企業の姿とは、どのようなものなのか。

新しい3カ年計画をスタートさせた2008年、

私たちは、改めてこれまでの姿を振り返り、考えました。

社会のために企業がすべきこと、できることには、

経済発展にとどまらない、多様な取り組みがあるはずで

、これまで、資生堂は、

一人ひとりのお客さまの「最高の美しさ」を引き出すことで、

「心」まで豊かになることをめざし

、「化粧」を通じたメッセージを送り続けてきました。

そして、これからの資生堂のCSRを考えたとき、

すぐにすべきこと、これからできること、

将来めざすことが明確に見えてきました。

3年後の2010年を見据えた私たちの「想い」を、

本誌『CSRビジョン』を通して

ステークホルダーの皆さまへお届けします。

## 目次

トップコミットメント

世界中のお客さまの

「一瞬も一生も美しく」に向けて

4

資生堂としてすべきこと①

肌にお悩みを持つ方の元気を

化粧の力でサポートする

6

資生堂としてすべきこと②

美しさが心を元気にする

資生堂ならではの社会貢献

8

資生堂としてすべきこと③

環境は資生堂の重要政策

地球市民として環境に取り組む

10

資生堂としてすべきこと④

男女ともに活力ある組織へ

12

資生堂としてすべきこと⑤

品質への徹底したこだわり

13

CSR活動の推進にあたって

14

資生堂CSRウェブサイトのご案内

15

\*CSR(Corporate Social Responsibility)とは企業の社会的責任を示す言葉です。

■発行元およびお問い合わせ先  
株式会社資生堂 総務部 CSR室 TEL.03-6218-5085 FAX.03-6218-5419  
■発行年月 2008年6月 ■次回発行予定 2011年6月

本誌は、環境に優しい大豆油インキと、森林認証紙を使用し、水なし印刷を採用しています。

資生堂のCSR活動は、企業理念・THE SHISEIDO WAY(資生堂企業行動宣言)をCSR憲章として取り組んでいます。具体的な取り組みについては、THE SHISEIDO CODE(資生堂企業倫理・行動基準) [ウェブサイト参照]をもとに活動を進めています。

## 企業理念

---

### 企業使命・事業領域

私たちは、多くの人々との出会いを通じて、  
新しく深みのある価値を発見し、  
美しい生活文化を創造します

### 行動規範

1. お客様の喜びをめざそう
2. 形式にとらわれず結果を求めよう
3. 本音で語りあおう
4. 広く深く考え、大胆に挑戦しよう
5. 感謝の心で行動しよう

## THE SHISEIDO WAY

---

### お客様とともに

美しくありたい、健やかでありたい、幸せでありたい。  
このお客様の願いを、お客様とともに育み、  
優れた品質と価値の創造を通じて、豊かに、かたちにしていきます。

### 取引先とともに

こころざしを同じくする取引先と、よきパートナーシップで連帯します。  
そして、誠心誠意、目標に向けて、互恵の努力を続けます。

### 株主とともに

質の高い成長を通じた正当・健全な成果の蓄積・提供と、  
透明な企業経営により、株主の理解と共感を得る活動に努めます。

### 社員とともに

社員一人ひとりの独創性と多様性が、わたしたちの財産です。  
その能力の限りない飛躍と活動を応援し、公正に評価します。  
そして社員のゆとりと豊かさの充実に努め、ともに成長していくことをめざします。

### 社会とともに

すべての法律を遵守します。  
安全と地球環境への配慮を、なにものにも優先します。  
わたしたちは、地域社会と連携し、国際社会との調和を図りながら、  
持てる文化資本をベースに、グローバルレベルの美しい生活文化を創ります。

---

# 世界中のお客様さまの「一瞬も一生も美しく」に向けて

資生堂は、2008年から始まる新たな3カ年計画で、グローバル企業への変革をなお一層進めることを宣言しました。資生堂が育み続けてきた独自の価値を、事業はもとより企業活動全般に広げること、世界中のお客様さまから必要とされ、信頼され、愛される企業となつてまいります。

今日、世界を見渡してみると、地球温暖化や貧困など、多くの問題はいまだ解決の途上にあるままです。しかしながら、この時代を生きている人間の一人として、私たちは住みよい環境を次世代へと受け渡さなくてはなりません。そう考えると、世界の数多くの問題に無関心ではられません。

企業は「社会の公器」です。「社会性、文化性、人間性を追求することで社会のお役に立つ」という精神がなければ「存在に値しない」と考えます。私は「誰もが住みやすく、心豊かな社会」をめざし、これまで以上に資生堂がお客さまや社会のお役に立てないかと考えています。

今まで、資生堂は、環境活動や地域・福祉活動などの「企業の社会的責任として必ず取り組むべきこと（基本的CSR）」を実践していくとともに、本業

である「化粧品」「女性」、資生堂が保有する「文化資本（美意識）」をキーワードとした「資生堂だからできること（選択的CSR）」に取り組んできました。

今、新たな3カ年をスタートするにあたって「一瞬も一生も美しく」というコーポレートメッセージに込めた、あらゆるお客さまのお役に立つことをCSR活動の中心に据えたいと思います。資生堂ならではの「化粧品」を通じた社会活動、世界の重要課題のひとつである「環境問題」への取り組み、お客さまの9割、社員の7割を占める「女性」を支援する活動、そして、お客さまとの信頼関係の基本である「安心・安全」への取り組みを、より一層強化していくことを決めました。

具体的には「化粧品」を通じた活動として、医学のテクノロジーだけでは解決が難しいあざや傷あとなど「肌」に深い悩みを持つ方」に対して、ハード・ソフトの両面から蓄積してきた研究成果を活用することや、高齢者福祉施設などの各種施設で「心に不安や悩みを抱いている方」が、化粧品をすることで前向きになれることに着目したセミナーなどを進めることで、QOL（Quality of Life＝生活の質）の向上をサポートしてまいります。

環境への取り組みに対しては、すでに活動を進めている「資生堂エコポリシー」に基づいた活動にとどまらず、資生堂の全社員が環境保全のためのアイデアをみずから考え、それぞれの業務の中で実行していく企業風土が生まれつつあります。

「一人ひとりのお客さまの『最高の美しさ』を実現し、『心』まで豊かになること」、そして、人類にとって

「かけがえない地球が、いつまでも美しくあること」へ向けて、私たちができることを最大限に実行に移していきたいと考えています。それが、世界中のお客さまへ向けた資生堂の約束です。

2008年6月

株式会社資生堂 代表取締役社長

新田新造



# 肌にお悩みを持つ方の元気を 化粧の力でサポートする

〈メーカーキャップアドバイス〉



高須 恵美子  
ビューティーソリューション開発センター長

あざや傷あとなど肌で深いお悩みを抱える方は、人口の約3%を占めるといわれています。化粧本来の力と、資生堂の技術により、元気や自信を取り戻していただきたいとの想いから、全国でメーカーキャップアドバイスを行っています。

**スタートから50年あまり。  
約300の拠点で展開しています**

肌で深いお悩みを持たれる方への最適なメーカーキャップアドバイスは、1956年の専用化粧品発売をきっかけに始まりました。その後、光学的な技術を応用し、青あざや赤あざなど、さまざまな肌色のお悩みを自然にカバーできるファンデーションを1995年に開発しました。2006年には、東京・銀座の本社ビルにソーシャルビューティーケアセンターを開設、専門の研修を受けたビューティーコンサルタントがアドバイスをを行っています。この活動に賛同し、専門の教育を受けた全国の約300のお取引先や医療機関などでも商品のご紹介とアドバイスを行っています。

2008年には、肌の凹凸や、強いくすみにも対応する商品も開発し、ラインの充実を進めています。



ソーシャルビューティーケアセンターのビューティーコンサルタントとスタッフ。肌のお悩みをじっくりとかがいます。



清潔で落ち着いた個室で、メーキャップアドバイスを行います。

## お客さまの心まで元気に。 やりがいと誇りを感じています

メーキャップアドバイスを必要とされる方は、気持ちも消極的になりがちですが、「自信が出てきて気持ちも明るくなりました」と笑顔でおっしゃってくださいます。ビューティーコンサルタントからも「お客さまの顔がしだいに生きいきとした表情になり、最後は一緒に喜びました。この仕事をしていて本当によかったです」という声をよく聞きます。私も以前、白斑でお悩みの男性へのアドバイスに立ち会ったとき「久しぶりに昔の自分と会えた。ありがとう」と、とても喜んでくださったので、今でもその笑顔を思い出すと、うれしくなります。

## 医療のパートナーとして、 必要とされる限り、続けていきます

病気を治すのが医療であれば、この活動はいわば医療をサポートしていく活動です。病気治療中の方を励まし、その心を癒すことができれば前向きに治療に取り組めるようになります。治療後も残るやけどや傷のあとをきれいにカバーできれば元氣と自信の回復をお手伝いできます。

そのために、今後も革新的な技術開発を重ね、新しい商品や美容法の開発を進めるとともに、一人でも多くのお客さまのお役に立つために、この活動を世界へ拡大していきます。この活動を必要とする方がおられる限り、資生堂ならではの活動として、これからもずっと続けていかなければならないと思っています。そして、お客さまにずっと寄り添う存在であり続けることが、私の目標です。

## がん患者向けに活動する資生堂ドイツ

資生堂ドイツでは、2006年より「寄付だけでなく当社のスキルを生かした活動を」と考え、がん患者の方々に向けた美容活動を行っています。医療機関を訪問し、抗がん剤の副作用で失われた眉毛の自然な描き方などを、自分でできるようになるまで丁寧にご説明しています。患者の方が喜び、感激してくださる姿に、ビューティーコンサルタントたちはやりがいを感ずじ、自信と誇りを持って活動しています。今後も、こうした活動を継続していきます。



# 美しさが心を元気にする 資生堂ならではの社会貢献

〈美容セミナー〉



高山 靖子  
お客さまセンター長

「すべての方に美しくなっていたきたい」という  
願いから生まれた、美容セミナー。

1949年以来、対象の場を広げながら続けています。

お客さまの明るい笑顔から元気をいただき

未来へ、世界へとつながる活動をめざします。

## 資生堂の企業風土から 自然に生まれ、続いてきました

高齢者福祉施設や障がい者施設などを訪問し、マツ  
サージやメイキャップを行う活動を年間約3万人の  
方々を対象に行っています。メイキャップをすること  
で気持ちが前向きになり、一人では歩けなかった方が  
歩けるようになるなど、QOL (Quality of Life) 生  
活の質) 向上にも効果があると科学的にも実証され、  
社会のお役に立つ活動であるという意味づけられるよう  
になりました。

この活動は、資生堂という会社、あるいは資生堂に  
勤める社員の「お客さまに美しくなっていたきたい  
い」という素直な願いから生まれ、ごく自然に続いて  
きました。まさに「一瞬も一生も美しく」をめざす  
資生堂ならではの、価値ある活動だと思っています。



鹿児島市で実施した高齢者福祉施設での美容セミナーの様子。

ビューティーコンサルタント 安留 郁美(左)、ビューティーボランティア 淵田 睦美(中)・吉満 照美(右)が訪問しました。

## 肌と肌の触れあいから心が触れあい、 お互いが元気になると実感

社会貢献活動にはさまざまなかたちがあります  
が、肌と肌が触れあう活動はあまり例がありません。  
「人の手のぬくもりがうれしい」という声を、参加さ  
れた方からよく聞きます。セミナーに参加したビュー  
ティーコンサルタントからは「こわばっていた顔がだん  
だんほぐれて、最後には明るい笑顔を見せて喜んでく  
ださい、感動しました」という報告を受けています。  
人と人、肌と肌が触れあうことで、心と心が触れあ  
い、お互いが元気になる。こういった相互効果を生む  
意義のある活動だと思っています。

## 企業の体質として定着するよう 体制づくりを強化しています

今後は、この活動に寄せられる社会からの高い期  
待に応えていくため、さらに体制を整えていきます。  
NPOや自治体とのネットワークを強化して対象施設  
や対象者を広げるほか、退職した元ビューティーコン  
サルタントによるビューティーボランティアの協力も得  
て、多くのセミナーを開催することで、たくさんのお  
客さまとの出会いを求めていると思っています。

また、この活動が社会に役立っていることを実感  
し、そこから得られる喜びの気持ちを共有できるよ  
う、社長をはじめとした全社員が、このセミナーに参

加できる体制づくりも進めています。海外でも、現地  
のニーズにあわせた活動を行っており、今後は、国内の  
取り組みと同様、全社員が参加できる活動として定着  
させていきたいと考えています。

この活動は、一過性のもものでは決してありません。  
企業風土の中から自然に始まったように、社員のボラ  
ンティア精神に支えられた当たり前の活動として、企  
業の体質となっていくこと。それが私の理想です。

## 高齢者施設の訪問を続ける 資生堂シンガポール

2003年ごろから毎月、デイケアセンターと居住  
施設の2カ所を訪問し、ワークシヨップを実施していま  
す。高齢者の方を対象に、ハンドマッサージとフェーシャ  
ルマッサージを中心に行い、肌と肌が触れあう活動を、  
とても喜んでいただいています。始めた当初はとまど  
いもあつたビューティーコンサルタントも、高齢者の方  
がマッサージで元気になり、目に見えて生きいきとさ  
れる姿に勇気づけられて、訪問を続けています。



# 環境は資生堂の重要政策 地球市民として環境に取り組む



岩井 恒彦  
執行役員 技術部長

環境を保全し、持続可能な社会を実現するために、地球市民である資生堂は何をするべきかを考え、実行しています。2050年のあるべき世界を夢に描いて、環境を重要政策として取り組んでいきます。

**環境活動をさらに推進し、  
未来に向けて夢を描きます**

資生堂の環境活動は、1989年のフロンガス全廃宣言を皮切りに、1997年に策定した中期環境目標において、国内外の13工場でISO14001認証を取得するほか、リサイクル推進、ゼロエミッション（廃棄物ゼロ）などを業界に先駆けて達成してきました。工場のCO<sub>2</sub>削減策では、コージェネレーションシステムの導入や、ボイラー燃料を重油から都市ガスに変更するなどの対応を進めてきました。2007年には、米国工場に5億円かけて太陽光発電システムを導入し、年間電力使用量の約25%を賄える見込みとなりました。また、最新鋭の環境対応型工場をベトナムで2009年度に稼働させる計画です。

2007年、世界の環境に関する意識は激変しまし



■TSUBAKI  
詰め替え容器



■エリクシール シュペリエル  
素材別に分離できるように  
設計した容器



■ウーノ  
容易に残ガスを排出できるように  
設計したスプレー缶



太陽光発電システムを導入した米国の工場

た。日本は、全世界における2050年CO<sub>2</sub>排出量半減を提言し、欧州ではさらに厳しい削減目標を掲げています。その中で、当社の2050年までのCO<sub>2</sub>排出量削減目標を考えると、従来の原単位目標から総量目標への転換は必須であり、CO<sub>2</sub>排出総量半減の目標は必達ラインだと思っています。

### 地球市民の資生堂として、 地球に還元できる事業をめざして

これまで当社では、環境配慮型の容器の使用を進めてきましたが、女性に美しさや夢、喜びを提供するという化粧品の特性上、すべての商品には適用できていませんでした。今後は、植物性プラスチックの使用拡大や、化粧水などに使うアルコールをバイオエタノールにすることなども視野に入れ、今まで以上に環境に配慮したモノづくりに取り組みたいと考えています。そのための第一歩として、全社員で地球環境保全活動について考える「エコアイデア提案制度」をスタートさせました。

事業活動の中で環境配慮を推進することはもちろんですが、自治体や環境NPOへの支援など社外の活動も今後強化していきます。具体的な取り組みとして、2008年度より植林活動を中国で開始しました。この活動は中国に限らず日本でも推進していきたいと考えています。そして、いずれ「資生堂の椿の森」をつくることも、私の夢のひとつです。

### エコアイデアを全社員から募集

全社員を対象に、2007年12月からスタートしたエコアイデア提案制度。制度開始にあたっては、前田社長から直筆の手紙を全社員に送り、活発な提案を呼びかけました。その結果、約1万9千件のアイデアが寄せられました。優秀な提案は表彰のうえ、アイデア実現に向け、強力に推進しています。



### 中国で植林活動をスタート

2008年4月より、中国・甘肅省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートさせました。東京ドーム約5個分(約7万m<sup>2</sup>)の広大な土地に「資生堂集団援助 蘭州市城関区羅漢山環保生態林建設基地」を設立。落葉樹などの植林活動を通して、日中の友好関係を深め、CO<sub>2</sub>削減による環境保護、地場の雇用機会創出など、中国社会へ貢献できる取り組みをめざします。



# 男女ともに活力ある組織へ

女性が生きいきと活躍できる社会を実現することは、

化粧品メーカーである資生堂の使命です。

当社では、女性リーダーの育成・登用、

社員のワークライフバランスの実現などを

中心とした対策を強化しています。



高重 三雄  
執行役員 人事部長

## 社員の成長が会社の成長に。

### 男女共同参画先進企業をめざす

資生堂はお客さまの9割、社員の7割が女性です。女性が活躍する会社であればこそ、お客さまの気持ちを理解し、化粧品メーカーとして新しい価値を創出できると考えています。

当社では、女性の働きやすい環境づくりを以前から推進しており、出産による離職率が5%未満にとどまるなど、成果もあがってきています。さらに社会のモデルとなる先進企業として、2008年4月、配偶者の国内転勤同行制度、海外転勤休業制度などを導入しました。また、2013年までに女性リーダー比率を30%に引きあげるよう、人材の計画的ローテーションやマネジメント研修の受講促進など、積極的に女性リーダーを育成していきます。

活力ある組織づくりの基本となるのは「人」です。業務の効率化により、ワークライフバランスを一層進めることで、個人生活を充実させ、仕事で成果があがるよ

う図っていきます。個人の成長が仕事の成果に繋がり、その成果により会社も成長できる。男女が共同して働き、一人ひとりが成長を実感できる組織にしたいと思っています。

今後は、職務の権限と責任、必要なスキルとキャリアを明らかにすることで、個人が将来に向けたキャリアプランを描けるようになっています。目標達成に向けて努力し、めざす姿を自分の力でつかみ取ることができるよう、人材育成も強化します。その結果、男女を問わずすべての社員が期待に応え、一人ひとりがプロフェッショナルとして活躍することが、私の理想です。



マネジメント研修の受講を促進するなど、女性リーダーを積極的に育成しています。

## 品質への徹底したこだわり

お客さまに安心して商品を使っていたくために

資生堂では、世界最高レベルの品質をめざしています。

先進的な研究開発と同時に、地道な試験を繰り返しながら、品質に責任を持つことのできる商品をつくっています。



西山 聖二  
執行役員  
化粧品研究開発 ソフト開発担当

### 最高品質への取り組み姿勢を

### いかに伝えるかが今後の課題

お客さまが商品を开封してから使い終わるまで、清潔で安全に使える品質に責任を持つこと。これが資生堂の品質保証に対する基本姿勢です。そのため「品質にほんの少しでも疑問が生じた原料は商品に使用しない、品質が保証されていない商品は市場に出さない」という明快な判断基準を厳守しています。

商品づくりの第一段階となる原料の選択では、独自の厳しい保証基準を設けて安全性を確保します。商品設計段階においても、多いもので何百個にも及ぶ試作品づくり、あらゆる工程で、安定性、使用性、その効果について試験・検証を繰り返す行い、商品として販売できるかどうかを厳しく見極めていきます。

今後、お客さまの商品に対する眼がさらに厳しくなる中で、こうした安全性や品質へのこだわりを、店頭などを通じてお客さまに直接きちんと伝えることはとても大

切です。一方的に「安全です」と言うのではなく「なぜ安全なのか」を丁寧に説明できること、その積み重ねにより、お客さまの信頼を確かなものにと考えると考えます。

品質保証でもグローバル化が進み、EUで提唱された「ノーデータ・ノーマーケット」が世界基準となりつつあります。グローバルな視野に立つて、世界中のお客さまに、安全に安心してご使用いただける商品を提供するために、世界最高レベルの品質保証を行っていきたい。それが私たちの願いであり、これから進むべき道だと思っています。



品質を見極めるために、研究所では安全性テストを厳しく行っています。

## CSR活動の推進にあたって

資生堂のCSR活動は、企業品質の向上をめざす「企業の社会的責任」として必ず取り組むべきこと（基本的CSR）を担当する「コンプライアンス委員会」と、企業価値の向上をめざす「資生堂だからできること（選択的CSR）」を担当する「企業価値創造委員会」の2つの委員会にて推進し、全社の取り組み状況の掌握や課題の解決を図っています。

また、地球温暖化をはじめとした環境問題は、持続可能な社会を築いていくうえで、世界の重要課題のひとつであり、全社一丸となって課題に取り組んでいく必要があるものと捉えています。そこで2008年度より、環境活動を経営の太い柱として位置づけ「コンプライアンス委員会」のもとで運営していた「環境部会」を、環境問題に対する取り組みを集中的に検討する「環境委

員会」に変更し、3委員会体制を取ることとしました。

これら3委員会を取りまとめる社長直轄の「CSR委員会」では、経営品質向上に向けた活動の位置づけと方向性について議論し、その内容を3つの委員会に反映させていきます。総務部CSR室では、すべての委員会の事務局を担うことで、当社が取り組んでいくべきCSR活動を支えています。

私は「財団法人資生堂社会福祉事業財団」の常務理事も務めています。ここでは、設立以来36年間、一貫して児童福祉の向上をめざした活動を行っています。次世代を担う子どもたちを取り巻く環境の整備に向けた支援活動を今後もさらに続けていきたいと考えています。



内田 隆文  
執行役員 総務部長  
財団法人 資生堂社会福祉事業財団 常務理事

こうしたCSR活動によって、創業の精神である「至哉坤元 万物資生（天地のあらゆるものを融合し新たな価値を創り、社会のお役に立つ）」を実現し、社会からの資生堂への信頼をさらに高めることができれば、これ以上の喜びはありません。

# 資生堂CSRウェブサイトのご案内

<http://www.shiseido.co.jp/csr/>

より広く、多くの方に資生堂のCSR活動を知っていただきたいと考え、すべての情報は『資生堂CSRウェブサイト』に開示することとしました。ウェブサイトでは、CSR活動の最新情報をご覧いただくことができるほか、本誌のPDFをダウンロードすることや、バックナンバーの閲覧が可能です。



## 資生堂CSRウェブサイト サイトマップ

### 資生堂のCSRとは？

- 資生堂CSRの全体像
  - 企業理念
  - THE SHISEIDO WAY
  - THE SHISEIDO CODE
- CSR活動の領域と推進体制

### トップコミットメント

### マネジメント体制

- 会社概要・事業概要
- コーポレートガバナンス
- 企業倫理

### 本業を生かした活動

- メーキャップアドバイス
- 美容セミナー

### ステークホルダーとの取り組み

- お客さまとともに
- 取引先とともに
- 株主とともに
- 社員とともに
- 社会とともに

### かけがえのない地球環境のために

- 健全な地球環境への取り組み
- 環境マネジメントの強化
- 環境負荷の軽減
- 環境コミュニケーション
- 環境データ編

### 資生堂の社会・環境活動のあゆみ

### コミュニケーション

- ステークホルダーダイアログ
- 第三者意見

### GRIガイドライン対照表

### ダウンロード

### バックナンバー

### アンケート

\*ウェブサイトの内容は変更する場合があります。ご了承ください。

SHISEIDO