

一瞬も 一生も 美しく

資生堂、新コーポレートメッセージを策定

資生堂は、新たなコーポレートメッセージとして「一瞬も 一生も 美しく」を策定しました。これは、「新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」という当社の企業理念を象徴する言葉であり、「美しく生きたい」という世界中の人々の願いに誠実に応えるために、当社がさらに徹底したお客さま志向の企業を目指すことを広く社会に宣言するメッセージです。今後、魅力ある商品やサービスの提供はもとより、企業の社会的責任(CSR)、企業文化活動、コーポレートガバナンスに至るすべての企業活動において、「一瞬も 一生も 美しく」に込めた思いの実践を通じて、社会的存在としての企業の役割を果たしていきます。

1. コーポレートメッセージ策定の背景

資生堂は、前田新造を社長とする新執行体制のもと「100%お客さま志向の会社に生まれ変わる」ことを目指し、2005年度からの3ヵ年計画の柱を「お客さま志向のマーケティング改革」と決めました。この改革を広く社会に宣言し、お客さまから資生堂が変わったと実感いただけるような具体的な活動に落とし込むという決意をコーポレートメッセージ「一瞬も 一生も 美しく」に込めています。

具体的には、お客さまと資生堂をつなぐブランドを磨き、光輝させることにより、お客さまが「一瞬も 一生も 美しく」あり、末永く愛用いただけるブランドとなることを目指して、現在ブランド戦略の革新に取り組んでいます。また、お客さまの最も近くで資生堂のイメージを形づくるビューティーコンサルタント(BC)の活動を「一瞬も 一生も 美しく」という視点から革新します。

さらに、このコーポレートメッセージは、「お客さま志向のマーケティング改革」を通じた3ヵ年計画の実現という経済的な側面だけでなく、「男女共同参画・社会貢献活動」、「化粧品安全性や品質保証に向けた取り組み」、「企業経営の透明性・公正性」など、企業の人間性・社会性・文化性を追求する資生堂の取り組みとして、広く社会に発信していきます。

2. コーポレートメッセージの発信

コーポレートメッセージのコミュニケーションにあたっては、単にメッセージの認知向上を目指すものではなく、資生堂が変わったことをお客さまが実感できる具体的な活動や取り組みとともに発信していきます。広告宣伝においては、企業活動に関する情報発信が主体となる企業広告(新聞・雑誌)やテレビ番組の提供表示として、8月下旬より使用していく予定です。

なお、コーポレートメッセージの社外への発信は、日本国内において展開する予定です。一方、社内では「一瞬も 一生も 美しく」というメッセージを国内外の資生堂グループ全社員が共有するスローガンと位置付けます。

以上