

資生堂CSR [資生堂の社会的責任]

美しい社会と輝く未来のために一。

資生堂は、さまざまな活動を通して、社会から共感されるCSR活動をめざしています。

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

当バックナンバーに掲載している情報の対象期間は、2012年度(2012年4月1日から2013年3月31日)を中心としていますが、一部当該期間以前もしくは以後の内容も含まれています。

[目次]

○ 資生堂の CSR とは	1
○ CSR トップコミットメント	7
○ 資生堂 CSR 3 つの約束	9
○ 女性・化粧	10
● 資生堂ライフクオリティー ビューティー プログラム	10
● 女性活躍支援	20
● 子どものための取り組み	22
○ 組織統治	24
● コーポレートガバナンス	31
● コンプライアンス	55
● 資生堂のリスクマネジメント	57
○ 人権	58
● 人権の尊重・差別に関する方針	58
● 推進体制	58
● 人権啓発（教育）	58
● 社員の相談窓口	59
○ 労働慣行	60
● 人事に関する基本方針	60
● ダイバーシティの尊重	60
● 柔軟な働き方への対応	64
● 人事・公正な評価	69
● 人材の活用と育成	70
● 社員の安全と健康	73
● 雇用と労働	76
● 良好な労働組合との関係	78

○ 環境	79
● 環境方針	79
● 環境目標と実績	87
● 商品での取り組み	91
● 生産での取り組み	96
● 研究・調達・物流・販売での取り組み	100
● 生物多様性の保全への取り組み	103
● 環境リスクへの対応	110
● 環境コミュニケーション	112
○ 公正な事業慣行	115
● 公正な競争・取引の徹底	115
● 知的財産の保護	118
● 情報セキュリティー管理	118
○ 消費者課題	119
● 安心・安全なものづくりの推進	119
● お客さま満足度向上のための活動	122
● 動物実験と代替法に対する取り組み	130
○ コミュニティー参画および発展	131
● 社員による社会貢献活動	131
● 災害支援活動	141
○ 活動実績データ	151
● 社会活動関連データ	151
● 人事関連データ	152
● 環境活動関連データ	161
○ ステークホルダーとのエンゲージメント	169
● ステークホルダーダイアログ	169
● 化粧品の成分の動物実験を目指す円卓会議	173
● 第三者意見	175
○ 編集方針・GRI ガイドライン	177

一瞬も一生も美しく 

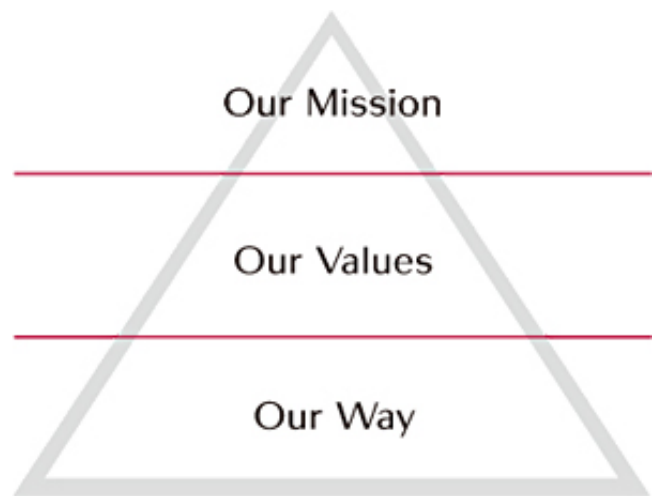
資生堂のCSRとは

「Our Way」の実践にもとづいた、CSR活動の全体像や活動領域をご案内します。

基本的考え方

私たちは、サステナブルな社会の実現をめざし、ステークホルダーとの対話と協働を通じて、社会の課題と期待に応える活動を展開し、人々の美しさ、健やかさを創造する経営を推進します。

資生堂グループのCSR活動は、資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」のもと、ステークホルダーに対して社員一人ひとりがとるべき行動基準を示した「Our Way」の実践として推進しています。



国連グローバル・コンパクトへの参加

資生堂は2004年9月、国連グローバル・コンパクトへの参加を表明、国際社会に対し地球社会が持続可能な成長を実現するための課題解決や世界的な枠組み作りに参加、自発的に取り組むことを宣言しました。

具体的な取り組みとして、グローバル・コンパクト4分野10原則を参考に、当社の調達活動基準である「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を2006年3月に制定（2011年12月に改訂）、お取引先さまとともに高い倫理基準をもって調達活動に努める約束を社会にしています。

人権活動においては自らの企業活動の中で継続的に取り組むことはもちろんのこと、グローバル・コンパクト支持の一環として、2008年12月、世界人権宣言60周年を記念し、グローバル・コンパクトが企画するCEO宣言に賛同、世界に向け「人権が普遍的かつビジネスにおいて重要な課題であり、それぞれの企業活動において人権を尊重し、サポートする」ことを宣言しました。

環境活動においては、同じくグローバル・コンパクトが取り組む気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に参加表明、自らの事業活動において地球環境の保全に努めることはもちろんのこと、世界的な気候変動への取り組みを支持し、積極的に参画してまいります。



また、企業や民間団体が女性のエンパワメントに取り組む上での実践的な手引きとするために、国連女性開発基金（ユエヌウーマン）と国連グローバル・コンパクトが協同制作したガイドライン「女性のエンパワメントのための指針～平等はビジネス向上の鍵～」に、2010年9月に署名をしました。



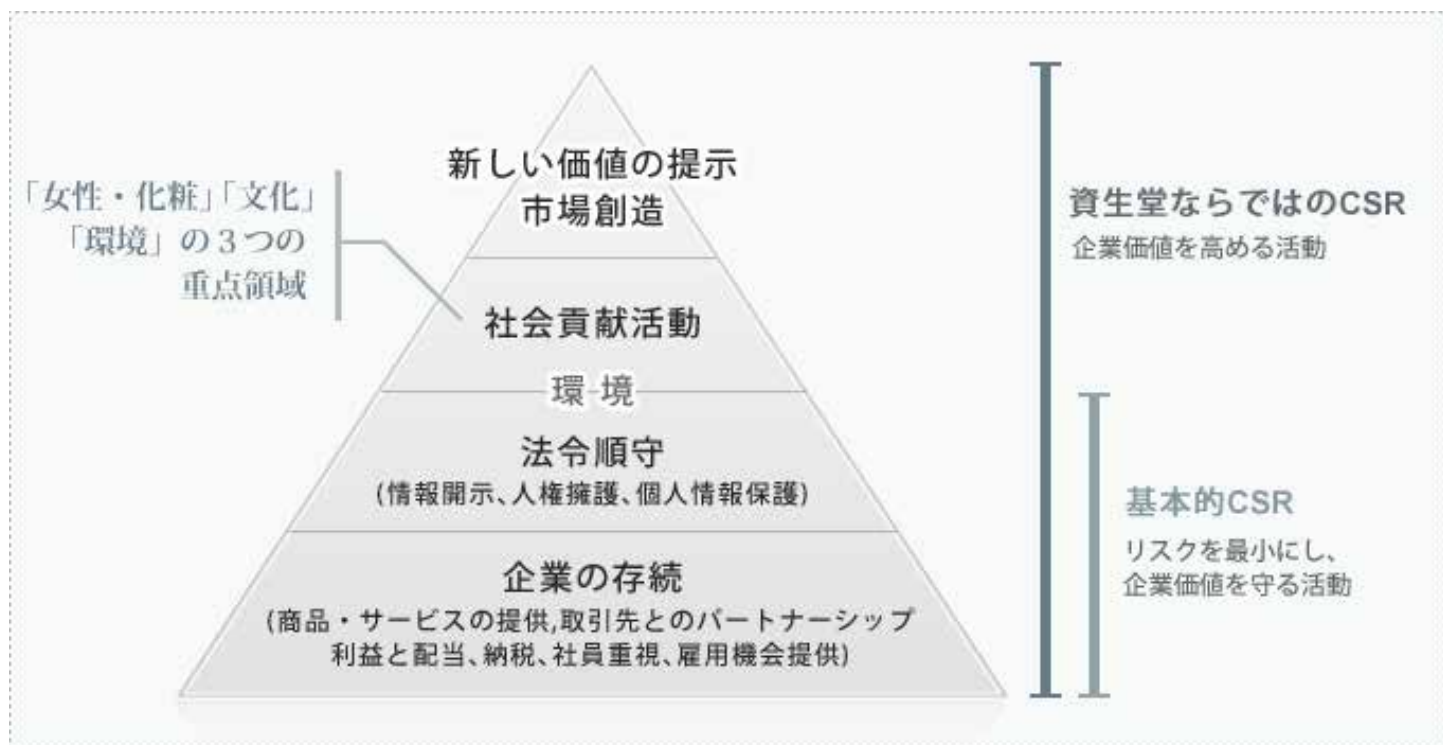
国連グローバル・コンパクト

『気候変動に関するイニシアティブ』への参加表明



認証状

CSR活動の領域



CSR活動の推進体制

企業価値の向上につながる、資生堂らしいCSR活動を着実に推進していくために、取締役会直轄である「CSR委員会」において、審議検討が行われています。専門性・第三者性、透明性を担保するために社外の委員、また社員代表として資生堂の労働組合委員長を入れています。

体制図

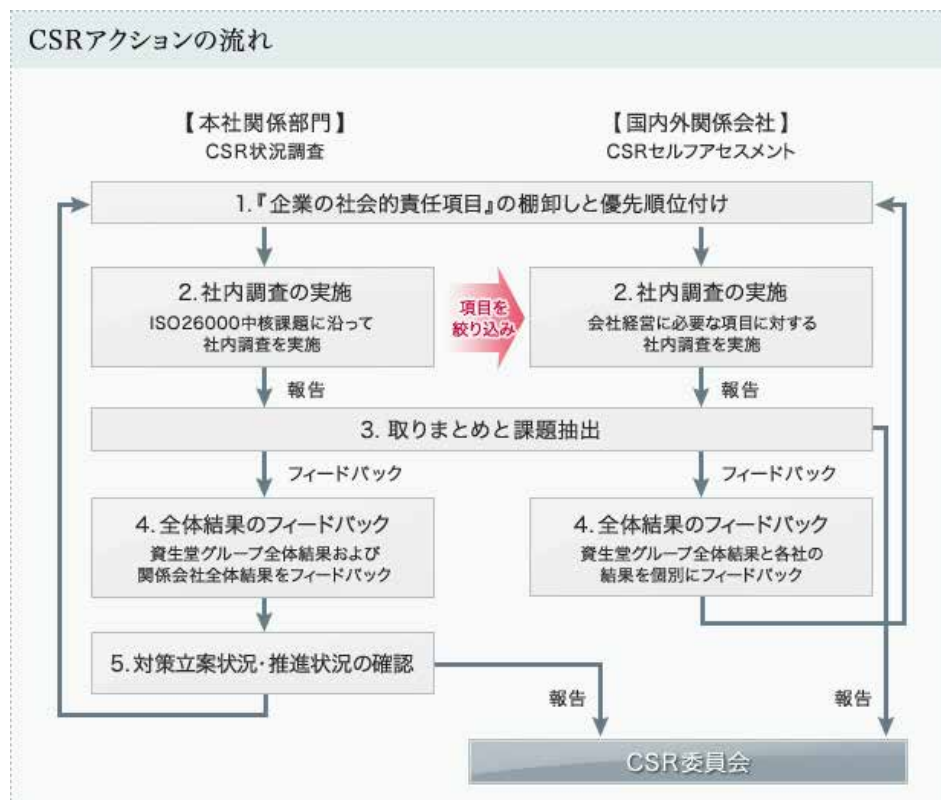


取締役会直轄委員会の目的

取締役会直轄委員会の「CSR委員会」は、資生堂グループが社会的責任を果たすために求められるすべての領域を対象としています。社会からの要請に対して一元的な視点で課題を抽出、適切な対策を推進し（CSRアクション）、CSR活動の方向性を検討するとともに、経営戦略上および業務運営上のリスクを把握・評価し、必要な対策を講じます。CSR委員会は、社内から横断的に委員を選定するとともに、社外有識者を委員に加えて運営し、重要課題については活動結果を取締役に提案・報告しています。

推進要領

資生堂では、事業継続に向けてリスクの予防が重要と認識し、潜在するリスクの検証を重点的に実施しています。将来にわたる社会環境の予測や国際情勢、国内外における条約・法律の改正といった対応課題も見落とすことがないよう、「社会から要請されていること」、「資生堂が対応していない（できていない）こと」、「資生堂として対応すべきこと」といった3つの視点からリスクを抽出した上で、取り組むべき活動（CSRアクション）を決定しています。



具体的には「Our Way」、GRIガイドラインやISO26000の項目に沿って、SRI（社会的責任投資）機関やCSR関連調査機関から資生堂に寄せられるすべてのアンケート内容などをコーポレートガバナンス、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画および発展などの領域で分類。さらに領域ごとに詳細な項目を設定し、それぞれの項目に対して「基本計画があるか（Plan）」、「実行の仕組みがあるか（Do）」、「評価・検証が行われているか（Check & Action）」の観点で精査し、取り組むべき活動の洗い出しを実施しています。抽出した課題については、「事業への影響度」と「社会的注目度」の2つの軸で評価し、優先順位付けを行っています。

これを資生堂ではリスクマップとして活用し、抽出結果はCSR委員会に報告するとともに、対応担当部門にフィードバックし、速やかに計画立案・実行に結び付けることとしています。さらに、2012年3月期からは国内外関係会社を対象に、CSRアクションと同様の項目に沿ったセルフアセスメントを実施し、資生堂グループ全体として潜在的なリスクを抽出できる体制を整えました。今後も、常に社会からの視点と事業への影響度を見極め、迅速で適切な対応に努めていきます。

SRI（社会的責任投資）インデックス等採用状況等

倫理・環境・雇用・安全などに配慮した社会的信頼度の高い企業を集めたSRI（Sustainable and Responsible Investment）インデックスに採用されるということは、高い社会的信頼度と健全な財務内容を併せ持った企業であるという証となります。

資生堂は、世界各国のSRI評価機関よりさまざまな評価を得ており、国内外においてSRIインデックスの構成銘柄に選定されています。今後も資生堂の強みを生かした具体的なCSR活動を進め、確実に説明責任を果たしていくとともに、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。

2012年度 SRIインデックスの状況

海外では、代表的なSRIインデックスである「FTSE4Good Global Index」（イギリス）、「STOXX Global ESG Leaders Index」（スイス）、そして、国内では「MSCI Japan Index」、「モーニングスター社会的責任投資株価指数（MS-SRI）」の構成銘柄の1つとして継続して選定されています。

<海外インデックス等>



※2007年3月から継続して組み入れ



※2004年6月から継続して組み入れ



※2011年9月から継続して組み入れ

※「STOXX Global ESG Leaders」の他、「STOXX Global ESG Environmental Leaders」、「STOXX Global ESG Social Leaders」、「STOXX Global ESG Governance Leaders」のすべてのインデックスに選定されています

<国内インデックス>



※インデックス公表開始の2003年7月から継続して組み入れ

2012年度 調査・評価機関からの評価

SRIインデックスの他にも、SRIへの情報提供機関や、国際的シンクタンクからの選定を受けています。

2013年3月、資生堂は、世界100カ国以上、約1,000社を対象とした企業倫理などに関する調査回答企業のうち最も高い評価を得たとして、企業倫理やCSR（企業の社会的責任）などを専門とする米国のシンクタンク

「Ethisphere Institute」が発表した「World's Most Ethical Companies 2013（世界で最も倫理的な企業）」に2年連続で選定されました。これは、全社的環境活動である"資生堂アースケアプロジェクト"やサプライチェーンに焦点を当ててCSR戦略や具体的活動に取り組んでいる点、目標と実績の開示を通じてステークホルダーに企業の姿勢を発信している点が注目され、企業の持続可能性や透明性において高く評価されたものです。

また、国内では、2003年度以降、日本総合研究所より「社会的責任経営の取り組みの進んだ企業」として毎年選定されています。

なお、資生堂では、「成長性の拡大と収益性の向上」により企業価値・株主価値の最大化をめざすとともに、株主の皆さまの理解と信頼を得るため、適時適切な情報開示や対話など、コミュニケーションの充実を図っています。



一瞬も 一生も 美しく



CSRトップコミットメント

代表取締役会長 兼 執行役員社長から、資生堂が果たすべき社会的責任についてお約束すること

ステークホルダーのみなさまへ

はじめに

私たち企業を取り巻く社会状況は、グローバル化と、それに伴う急激な競争環境の変化などにより、紛争・貧困などによる格差・不平等の拡大、環境問題の深刻化、エネルギー・資源の枯渇問題など、「国境を越えた課題」が山積しています。それに伴いお客さまや社会が私たち企業に期待することも多様化している中で、現実社会の課題や変化と真摯に向き合い「事業をとおして社会からの期待に応えることで、人を幸せにし、社会を豊かにする」という企業の根本原則に立ち返り、誠実な事業活動を行うことがより一層求められると考えます。

資生堂のCSRの取り組み

企業は社会の公器です。資生堂は企業として、また地球社会の一員として、全社員が共有する資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」（2011年制定）の実践と事業活動を通じて、より良い社会をつくり、維持・発展させる責任を負っています。

特に「Our Way」は、一人ひとりの社員がステークホルダーごとにとるべき行動を示しており、この中には、当社が参加を表明している国連グローバル・コンパクトで求められている「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関する10原則や、「ISO26000」の社会的責任原則・中核主題の考え方が盛り込まれています。

この「Our Way」を、より高い倫理観を持って業務に取り組むための行動基準として全社員で共有し、お客さまや社会・地球を含めた全てのステークホルダーから信頼をいただけるよう努力を続けて参ります。



サステナブルな社会の実現をめざして

資生堂は2012年、創業140周年という節目の年を迎え、これまでの歩みを支えていただいた社会やお客さまに感謝の気持ちを伝える1つの形として、「未来橋プロジェクト」と題して、世界中の全グループ社員が参加する社会貢献活動を行いました。これまでの感謝を形にし、より良い未来を実現する一助になることを願い、高齢者施設や障がい者施設、また東日本大震災で被災された方を対象とした美容セミナーの開催、地域社会における環境保全活動など、社員自らが社会のために何ができるかを考え・計画し・実行する自主的な活動をとおして、多くの社員がお客さまや社会とのつながりを実感し、日々の業務においても常に社会と向き合う意識が社員一人ひとりの中に芽ばえました。



2013年4月
代表取締役会長
兼 執行役員社長

新田新造

今日のグローバル社会には一企業では解決できない課題が山積み、先行き不透明な時代です。しかし、だからこそ、私たち資生堂は一人ひとりの社員にできることとして、ステークホルダーのみなさまとの対話と協働を大切にし、「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、資生堂の企業理念に基づいたCSRを進め、サステナブルな社会の実現をめざします。

それが世界中のステークホルダーのみなさまに向けた資生堂の約束です。

一瞬も 一生も 美しく 

資生堂CSR 3つの約束

資生堂をとりまくすべての方々とともに、未来まで続く、美しい社会をつくること。それが資生堂のめざすCSRの形です。資生堂の社会的責任は、企業理念体系である「Our mission, Values and Way」の「Our Way」にもとづいています。特に、社会課題の解決のために、2020年に向けて資生堂が重点的に取り組む3つの活動領域を、「資生堂CSR 3つの約束」としてご紹介します。

2020年にむけての「資生堂CSR 3つの約束」

	社会課題	社会課題の解決に向けて 資生堂ができること	2020年の約束
女性・化粧	【国際社会】 ・貧困の撲滅 ・ジェンダー平等の推進と女性の地位向上 ・妊産婦の健康・乳幼児死亡率の削減 ・初等教育の達成 (国連ミレニアム開発目標より) 【日本国内】 ・少子・高齢社会への対応 ・男女共同参画社会の実現	女性の美しさや健康に対して蓄積した知見や、男女共同参画企画としての経験を生かした女性の活躍支援	全ての女性がすこやかで美しくあるよう、支援します
文化	物質的豊かさよりも精神的安らぎや豊かさを希求する価値観への対応	美意識を大切にしてきた企業として、芸術や文化の支援を通じて、心豊かな社会の実現をサポート	美しい文化を創造し、未来へつないでいきます
環境	・地球温暖化抑制・CO ₂ 排出量削減 ・資源の枯渇への対応・省資源 ・生物多様性への対応	モノづくりを通じて、美しく心豊かな生活とエコをつなぐ新しい商品やサービスの開発	人と地球が共に美しくあるよう、環境活動に取り組みます

基本的CSRの推進

企業存続やコンプライアンスなど、ステークホルダーからの信頼を獲得するためのベースとなる取り組み

一瞬も一生も美しく



女性・化粧

資生堂はすべての女性がすこやかで美しくあるよう、支援します。化粧や美容を通じた社会活動や、女性の自立・活躍の支援など、あらゆる面から女性の生き方をサポートしています。

資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム

資生堂では、これまで蓄積してきたハード・ソフト両面からの化粧や美容に関する研究成果を活用することで、一人ひとりのお客さまが望む美の実現をお手伝いし、心まで豊かになっていただくための取り組み「資生堂ライフクオリティー ビューティープログラム」を推進しています。

この活動は、2006年に開設した「資生堂ライフクオリティー ビューティーセンター」（東京都）で、肌に深い悩みを持つ方々へのメーキャップを行う「資生堂ライフクオリティー メーキャップ」と、全国で高齢者、障がいのある方や、学生、社会人などを対象にスキンケアやメーキャップを行う「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」からなり、これらの活動は海外でも展開しています。

資生堂ライフクオリティー メーキャップ

「肌に深いお悩みを持つお客さまに、最適な商品と美容法を提供することで、肌も心も一層美しくなっていく。そしてお客さまのQOL（Quality of Life＝生活の質）向上をサポートする」ことをめざした活動です。

この活動では、あざや白斑（はくはん※）などに対応したファンデーション『パーフェクトカバー』の開発を進める一方で、医療機関と連携して皮膚に疾患や傷跡を抱えた方々に対するメーキャップアドバイスを行ってきました。

この活動をさらに広めるため、2006年6月、東京・銀座の本社ビル内の資生堂ライフクオリティー ビューティーセンターの開設を皮切りに、中国（上海・香港）、台湾（台北・高雄）にも同様の施設を開設し、グローバルに展開しています。医療機関での実習やOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）で専門の教育を受けたスタッフが、あざや白斑、肌の凹凸など、それぞれの悩みにあわせて、化粧によるカバー技術など、メーキャップアドバイスを無料で行っています。完全予約制かつプライバシーが保たれた空間なので、ゆっくりと安心してご利用いただけます。お客さまからは「自信がでてきて希望が持てるようになった」「キレイに隠すことができたのでこれからは メークを楽しみたい」などの声が寄せられています。

また、この活動に共鳴し教育を受けた全国の取引先や医療機関でも紹介していただいています。

（2013年3月31日現在 約360機関）

※ 白斑（はくはん）：原因不明の後天性の皮膚疾患で、顔や首、手足などの色素が白く抜ける症状。



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。



資生堂が開発した『パーフェクトカバーファンデーション』シリーズ。

肌色の悩みや肌の凸凹を効果的にカバーします。

TOPICS: 「資生堂公開講座」にて、がん患者さんへの美容ケア情報を紹介

2014年3月15日（土）、資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンター主催による資生堂公開講座『前を向いて生きていくヒント がん治療による外見上のお悩みを化粧でカバー』を資生堂銀座ビル（東京都中央区）にて開催し、約170名の方が来場しました。

第1回目となる今回は、「がんを経験され、外見上にお悩みをお持ちのご本人やご家族が、前を向いて未来へ歩んでいただきたい」との想いのもと、第1部では医療ソーシャルワーカーによる「化粧のちから」に関する講演、第2部では、がん治療による肌のくすみや、眉、まつ毛の脱毛など、外見上のお悩みをお持ちの方に向けた、当センター美容技術者による、専用アイテムを使用したメーキャップテクニックの紹介を行いました。講演後は、当センターの見学に加え、自由参加できるふれあい体験ブースを設け、ハンドマッサージや手が美しくみえる色体験、カバーメーキャップなどを体験いただきました。

参加された方からは、「治療に対して前向きに取り組みたいと思った」「いざという時、知っておくと役立つ情報で参考になった」「楽しく、悩みに対する方法を体験できた」などの声をいただきました。

資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンターでは今後も、肌に深いお悩みをお持ちの方を「化粧のちから」でお手伝いしてまいります。



医療ソーシャルワーカー 大沢氏による講演



ボランティアによるハンドマッサージ

TOPICS: 「第28回日本がん看護学会学術集会」にて、がん患者さんへの美容ケア情報を紹介

2014年2月8日（土）、9日（日）、「第28回日本がん看護学会学術集会」（新潟市）にて、資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンターが企業展示ブースを出展しました。

全国から約3,800名の看護師などが参加されている中、会場では当センターの専門の教育を受けたスタッフが美容ケア情報として、「脱毛時の眉の描き方」や「濃いくすみなどのカバー方法」をデモンストレーションにてご紹介しました。

展示ブースに立ち寄られた看護師からは、「悩みをもつ患者さんは多いけれど、実際にどんなアドバイスをしてもよいかかわらなかった。資生堂でこのような活動をしていると知って安心した」「患者さんに教えてあげたい」などの声をいただき、メーキャップへの関心の高さが伺えました。

資生堂 ライフクオリティー ビューティーセンターでは、プライバシーが保たれた個室で、治療の副作用にともなう美容上のお悩みをカバーする方法をご紹介します。

また、今回ご案内した『パーフェクトカバー ファンデーション』は、資生堂 ライフクオリティー ビューティー契約店で取り扱っています。資生堂では今後も、肌に深いお悩みをお持ちの方を「化粧のちから」でお手伝いしてまいります。



看護師に、濃いくすみのカバー方法を伝えるスタッフ



パーフェクトカバー ファンデーションなどの展示

TOPICS： 明治学院大学にて「"化粧のちから" 体験講座」開催

2013年7月10日（水）、東京都港区白金にある明治学院大学にて「"化粧のちから" 体験講座」を開催し、同校の学生約160名が参加しました。

同校では、学生一人ひとりの人間性を豊かにし、学生生活を充実させることを目的として、学生の要望や社会動向を踏まえた内容で、2012年度より課外講座プロジェクトをスタートしました。「化粧を通じて心まで豊かになっていただくことが原点」という資生堂の活動に共感いただき、今回の講座開講となりました。

講座は第1部と2部にて構成されています。第1部は『化粧のちから それは希望』と題し、①社会とつながることで人生が変わる「長年取り組み続けてきた資生堂ライフクオリティー メーキャップ活動」 ②生きるための化粧「紫外線から肌を守る」 ③自己表現「就活そして社会人―演出する印象と自分への自信―」についての講演とデモンストレーションを約1時間受講いただきました。

第2部では、『体験しよう、化粧のちから』をテーマにブースを3つ設けて「あざのカバー」「紫外線と肌」「男子学生の身だしなみ（正しい洗顔方法）」の実習を通して「化粧のちから」を体感いただきました。参加した学生からは「資生堂のCSR活動の奥深さが理解できた」「カバーメーキャップの実習は貴重な体験だった」「身だしなみをプロの方から学べて自信がもてた」などの声をいただきました。

また大学からも、「講演に加えて、実習を交えての体験講座という本学初の試みでしたが、皆さまのお力で、かつてない手応えを感じた講座となりました。心より感謝申し上げます」とのお言葉をいただきました。

資生堂では今後も、このような講座を実施していくことで、「化粧のちから」を通じて多くの学生に資生堂の活動・正しい化粧品の使用方法などを理解いただき、資生堂の愛用者拡大につなげてまいります。



第1部講演の様子



正しい日やけ止めの使い方実習の様子

TOPICS：若年性乳がん患者の集いで「化粧の力」の講演とデモンストレーション

2013年2月16日、東京の聖路加国際病院で、若年性乳がん患者のサポートコミュニティ「Pink Ring & Pink Ring Extend」が毎年開催している「Anniversary Party 2013」の集いで、資生堂ライフクオリティービューティーセンターのスタッフが講演とメーキャップデモンストレーションを行いました。

患者の皆さまとご家族、病院関係者ら約70名が熱心に聴講する中、聖路加国際病院 乳腺外科ブレストセンター長の山内英子先生による「がんを持った患者さんの積極的な生き方について」の講演に続き、資生堂ライフクオリティービューティーセンターのスタッフが、最適な化粧品と美容法を提供することで、病気や治療にともなう深い美容上の悩みを解決し、QOL（生活の質）を向上させる「化粧の力」について講演しました。また、その後のメーキャップデモンストレーションでは、会場の出席者の方にモデルとなっただき、「一人ひとりに合わせたメーキャップの方法」をご紹介しました。

参加された患者の皆さまからは、「自分に合うメーキャップの方法が理解でき、これからさらに前向きにがんばっていきます」「自信を持ち治療に専念できます」など、多くの喜びの声をいただきました。



講演の様子



メーキャップデモンストレーションの様子

TOPICS：中国での「資生堂ライフクオリティー メーキャップ」活動

中国大陆では、上海に「資生堂ライフクオリティービューティーセンター」を開設し、活動を展開しています。

2012年は、上海から遠く離れている地域のお客さまに対し、「資生堂ライフクオリティー メーキャップ」の活動をご紹介する体験会や、カバーファンデーションを皮膚科医に紹介して治療の一助としていただく説明会を、北京、広東、瀋陽、昆明をはじめ10都市で延べ11回開催し、472人のお客さまと皮膚科医に参加いただきました。

体験会では、専門の技術者が専用の化粧下地やカバーファンデーションを使用し、お客さまに実際の化粧効果を実感いただきました。参加された方からは、「カバー後は正常な肌の色と同じになり、自信が取り戻せた」「親身でていねいな説明でわかりやすく、また思いやりにあふれた接客だった」などのお声をいただきました。



2009年に開設した上海の資生堂ライフクオリティービューティーセンター



中国での「資生堂ライフクオリティー メーキャップ」の様子（イメージ）

資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー

「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」は、1949年に高校卒業予定者を対象に、社会人の身だしなみとしての化粧法を知っていただくことをめざし、「整容講座」としてスタートしました。

以来、この活動は60年以上にわたり、すべてのお客さまに美しくなりたいという想いのもと、高齢者や障がいのある方など、参加者や目的に応じて内容を変え、発展してきました。

また、このセミナーは「美と健康を通じて社会のお役に立つ」という当社の理念に基づくCSR活動の柱のひとつとして、グローバルで展開しており、主にアジアでは高齢者や障がいのある方、欧州・米州ではがん患者の方などを対象に開催しています。2012年度は、日本をはじめ中国、ドイツ、アメリカなど、18カ国1地域※で延べ2,206件のセミナーを開催し、延べ38,525名の方に参加いただきました。なお、国内では2011年に事業化した「高齢者美容サービス」と、これまで実施してきた、高齢者、障がいのある方や、学生、社会人などを対象とした各種美容セミナーを統合、2013年7月より「資生堂ライフクオリティー事業」として超高齢社会の抱える課題解決にも貢献するサステナブルな活動を展開します。資生堂では今後も、こうした「化粧のちから」を活かしたセミナーを通して、より多くの方々の幅広い化粧ニーズにお応えし、一人ひとりの方がよりよく健やかな日々を過ごすためのお手伝いを続けていきます。

※18カ国1地域・・・日本、中国、シンガポール、韓国、タイ、ベトナム、マレーシア、ニュージーランド、オーストラリア、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、ロシア、ギリシャ、カナダ、アメリカ、ブラジル、台湾



日本 高齢者福祉施設でのセミナーの様子



ドイツ 医療機関でのセミナーの様子

具体的な活動



日本での取り組み

『障害者ワークフェア2013』（千葉）にて資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを開催

資生堂販売株式会社は、2013年11月23日（土）、千葉県千葉市の幕張メッセで開催された『障害者ワークフェア2013』（※）において、障がいのある方を対象に就職活動に必要な身だしなみをお伝えする資生堂ライフクオリティービューティーセミナーを開催し、75名（女性37名、男性38名）の方に参加いただきました。

女性セミナーでは、スキンケア・メーキャップ・ヘアケアの実習（75分）を2回、男性セミナーではスキンケア・ヘアケア&スタイリング・エチケットケアの実習（45分）を2回行いました。

受講された女性からは、「パウダータイプの眉ずみがあるのを初めて知りました。これなら毎日簡単に眉毛が描けそうです」「今まであまりしていなかったけど、少しでもメーキャップをすれば変わりますね！」などの声をいただきました。男性からは、「ヘアスタイルを整えたら、女子に『かっこいい』ってほめられて嬉しかったです！」「ボディーのいい香りのするシートが気持ちよかったです！」などの声をいただきました。

また、セミナー推進者からは、「手の不自由な方が一生懸命メーキャップにチャレンジしているのを見守っていましたが、『できた！』のひと言と笑顔に自信が感じられました」「初対面の受講者の皆さんが、メーキャップが仕上がったあとで手話をしながらお互いに「キレイ！」と褒めあっていたのがとても微笑ましかったです」などの声がありました。

資生堂は同フェアに2008年より参加しており、今年で7回目（日本6回、海外1回）となります。

※障害者ワークフェア

独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構が障がい者の雇用の促進と安定を図るために、事業主をはじめとする国民一般の障がい者の雇用及び能力開発に関する理解と認識を高めることを目的として障がい者の雇用に関わる展示、実演及び体験など複合的なイベントを開催しています。



女性セミナーの様子



スケジュール案内ボード

『アイフェスタ2013 in神戸』にて資生堂ライフクオリティ ビューティーセミナーを開催

資生堂販売株式会社は、2013年10月20日（日）に、神戸市立六甲道勤労市民センターにて開催された「アイフェスタ2013 in神戸」（※1）において、視覚に障がいのある方を対象に、美容セミナー「資生堂ライフクオリティ ビューティーセミナー」を開催し、33名（女性27名、男性6名）に参加いただきました。

当日は、美容の専門家であるビューティーコンサルタントが講師となり、点字版美容テキスト（※2）を用いながら、女性にはスキンケアとメーキャップを、男性にはスキンケアとヘアケア・ヘアスタイリングの実習を行いました。

女性の受講者からは、「見えにくくなって、自分の顔を鏡で見ることもできなくなり、お化粧をあきらめていました。でも、やはり女性なので、少しでも美しくありたいと願っているの、キレイになってうれしいです」などの声をいただきました。男性の受講者からは、「パックでお肌がスベスベになりました。周りの人からも、肌の色が明るくなったといわれました」などの声をいただきました。

日本網膜色素変性症協会（JRPS）兵庫県支部 副支部長 伊藤節代さまからは、「みなさん、とてもキレイになったと喜んでいました。また、男性の方達も、お顔のパックや育毛のパチパチはじけるヘアスプレーなど、初体験の方も多く、楽しかったようです。開催後、感謝のメールも届いていきます」との声をいただきました。

※1 アイフェスタ 2013 in神戸（第11回視覚障害者のための総合福祉機器展）

「より快適な、より便利な生活をめざしましょう！」をテーマに、福祉機器や、誰にでも使いやすいユニバーサルデザインのグッズなどを多数展示し、実物にふれ、体験できるイベント。同時に、眼科医による無料相談コーナーや、年金相談コーナー、視能訓練士相談コーナーなどがあり、その一つとして、視覚障がい者対象のビューティー講座を開催。

※2 資生堂では、視覚に障がいのある方に向け、点字版美容テキストのほかに、四季に合わせた美容情報CD『おしゃれなひととき』を季刊発行しています。『おしゃれなひととき』は資生堂ウェブサイト内コンテンツ「資生堂リスナーズカフェ」でご利用いただけるほか、全国約80カ所の点字図書館など、視覚に障がいのある方を支援する施設に寄贈しています。

また、「ってんデイズマガジン」にも掲載しています。



女性のメーキャップ実習の様子



男性のスキンケア実習の様子

「世界網膜の日 in 岡山」にて資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを開催

資生堂販売株式会社は、2012年9月に川崎医療福祉大学（岡山県）にて開催された「世界網膜の日 in 岡山」（※1）において、視覚に障がいのある方を対象に「資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー」を開催し、2日間で合計40名（女性38名、男性2名）に参加いただきました。セミナーの内容は、美容の専門家であるビューティーコンサルタントが講師となり、点字版美容テキスト（※2）を用いながら、女性にはスキンケアとメーキャップを、男性にはスキンケアとヘアケアの実習を行いました。受講された方からは、「目が見えなくなって、まったく化粧をすることがなくなりました。山に登ることがあるから、化粧は汗で落ちるからしないのよね。でも、化粧をすると、見えないけど気持ちが違いますね！すごく気持ちがいいです。化粧を思い出して、やってみます」などの声をいただきました。

※1 世界網膜の日

スイスに本部を置く国際網膜協会が40数カ国の加盟国に呼びかけ、毎年9月の最終の1週間を網膜週間として、網膜色素変性症などの疾患に対する啓発を全世界同時に行う目的で開催。日本では、日本網膜色素変性症協会（JRPS : Japanese Retinitis Pigmentosa Society）が1996年に23カ国目の加盟国として正式に会員となり、9月の最終日曜日を「世界網膜の日」と定めています。

※2 資生堂では、視覚に障がいのある方に向け、点字版美容テキストのほかに、四季に合わせた美容情報CD『おしゃれなひととき』を季刊発行しています。『おしゃれなひととき』は資生堂ウェブサイト内コンテンツ「資生堂リスナーズカフェ」でご利用いただけるほか、全国約100カ所の点字図書館など、視覚に障がいのある方を支援する施設に寄贈しています。



女性のメーキャップの様子



当日の会場

海外での取り組み

台湾資生堂における、高齢者福祉施設での資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナー

台湾資生堂は、資生堂ライフクオリティー ビューティーセミナーを社会貢献活動の柱として進めており、年間約50件のセミナーを開催しています。その中のひとつの活動として、2013年3月に台北市の中山老人住宅にて女性の高齢者の皆さま15名を対象にセミナーを開催し、スキンケアとメーキャップの実習を行いました。参加いただいた方からは、「お化粧の技術を教えてくれて本当に良かったです。たいへん勉強になりました」などの声をいただきました。



メーキャップの様子



セミナー終了後の様子

資生堂エスパーニャにおける、女性がん患者対象の資生堂ライフクオリティビューティーセミナー

資生堂エスパーニャは、2012年9月にスペインの医療センターで、がん患者の女性18名を対象にセミナーを開催しました。

この活動は、がんを患う女性の深い美容上の悩みに対して、最適な美容法を提供し、QOL（生活の質）向上をサポートしていくことをめざし、2011年に続き2回目の開催となりました。

当日は、ハンドマッサージとフェースマッサージ、そしてメイキャップの実習を行い、セミナーに参加された方からは「すばらしい1日でした。私は自分が抱えているすべての問題と、病気のことを忘れ、その日を過ごすことができました。関わったすべての人たちに、心より感謝します」との声をいただきました。



フェースマッサージの様子



メイキャップの様子

女性活躍支援

女性研究者・学術支援活動

資生堂では、自然科学分野で指導的研究者をめざす女性への支援や、40年以上にわたる皮膚科領域への助成を通じ、科学界および皮膚科領域の発展に貢献しています。また、美容皮膚研究分野では、医療法人財団花椿会の寄付により「南青山皮膚科 スキンナビクリニック」を開設しています。その研究成果は、すべての方のQOL（Quality of Life=生活の質）向上をめざし、新たな化粧品開発や美容医療に役立てられています。この功績が認められ、日本美容皮膚科学会からも表彰されています。

女子中高生の理系進路選択支援

資生堂では、「女性の理系人材の育成」という日本の社会課題解決の一助となるべく、2011年度より女子中高生（中学3年～高校1年）を対象に、資生堂の豊富な技術と人材を活かした理系進路選択支援活動を開始しました。

具体的には、資生堂の研究員などの理系出身社員が講師となり、女子中高生に対し、学問としての理科への興味を喚起するとともに、「理系を選択することで導かれる将来の選択枝の広さ・可能性」について、体験を踏まえたキャリア教育を行っています。

2012年度は、宮城県立仙台二華高等学校、立教女学院中学校・高等学校など、10校で実施するとともに、「女子中高生のための関西科学塾」とも協働し、延べ約1,400人の中高生を対象に理系の進路選択の魅力を伝えてきました。

授業を受けた生徒からは、「理系に進んだ先の職業選択の幅の広さがわかった」などの感想が寄せられています。また、講師を担当した研究員にとっても自身の原点を振り返る良い機会となっています。

今後も学校側と連携をとりながら、資生堂にしかできない社会活動を提示することで、女子中高生が将来の“夢”を設計する後押しを行い、科学技術立国日本を支える未来の理系人材育成に貢献してまいります。



宮城県立仙台二華高等学校における授業



立教女学院中学校・高等学校における授業

子育て支援

資生堂では、社員への「仕事」と「育児」両立支援にとどまらず、育児期の女性の多様な悩みについて社会全体で共有し応えるための取り組みを行っています。

事業所内保育所「カンガルーム汐留」

首都圏に勤務する子育て社員の「仕事」と「育児」の両立支援の一環として、2003年9月に事業所内保育所「カンガルーム汐留」をオープンしました。

“企業が連携して子育て環境を改善していく”という考えに基づき、主旨賛同の近隣企業へ定員枠の一部を開放しています。当施設により「いつでも安心して復職することができる」「子どもが近くにいる安心感」「迎え時間が不要なため、仕事に集中できる」など、働き方の意識改革やワーク・ライフ・バランスの実現へ大きく貢献しています。



「ママはてな？」

出産や育児などを経験した資生堂社員のさまざまな気づきを、社内および社外の人々と同じ目線で共有することをテーマに立ち上げたブログ形式のウェブサイトです。有志の社員がコアメンバーとなり、社内でのランチ会や掲示板を通じた情報交換を元に原稿を作成、週に2回アップデートしています。内容は子育て中の美容、育児中のちょっとした時短のヒントなど。お客さまをお招きしての「親子工場見学」の開催など、リアルな場でのつながりも深めていけるような企画も進めています。



資生堂ランニングクラブ

資生堂ランニングクラブは「強く・早く・美しく」をスローガンとして活動しています。

女性アスリートの支援を通じ、“自己に克つ強さ”“早く走る能や技術”のみならず、“おもてなしの心”を育成し、心・技・体3拍子整った“資生堂ならではの健康美”を提唱していきます。

クラブに所属する選手を育成するとともに、社会貢献活動として、「社外ランニング教室・講演会」「地域ランニングイベントへの参加」を積極的に推進し、子供から高齢者までの一般市民ランナーに“走ることの楽しさ”や“健康増進効果”をお伝えしています。

子どものための取り組み

ジュニア層へ向けた美容生活情報の提供活動

化粧品使用の低年齢化に伴い、自己流の化粧法によって肌あれなどを起こす子どもが増えています。資生堂では、肌が変わる思春期直前の子どもたちに向けて、正しい手入れ法を身につけて未永く美しい肌を守っていただくために、紫外線対策や洗顔方法などの美容生活情報をわかりやすく発信しています。

- 小学校における体験型出前授業「資生堂子どもセミナー」の実施
- ウェブサイト「キッズのためのキレイクラブ」での美容生活情報発信活動
- 保健授業をサポートする映像教材（DVD）・校内掲示用かべ新聞・児童配付用リーフレットの無償提供



「資生堂子どもセミナー」の様子

TOPICS：資生堂子どもセミナー特別版「親子スキンケア教室in東京」を開催しました

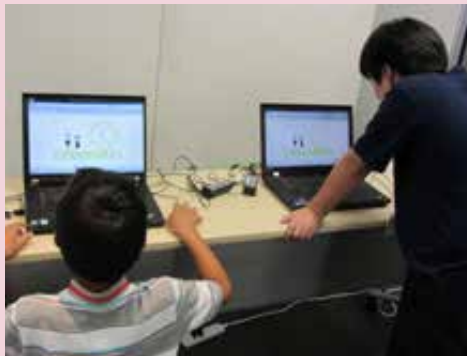
小学校に直接赴いて出前授業を行う「子どもセミナー」の特別版として、「親子スキンケア教室in東京」を2012年8月2日（木）に開催しました。資生堂の商品および美容情報を掲載する『ワタシプラス』をはじめとする公式ウェブサイトで公募した方を対象に、親子で参加できる夏休みイベントとして、資生堂汐留オフィスに小学校5・6年生の男女児童とその保護者をお招きし、午前と午後の2回、45組計90名の親子が参加されました。セミナーの前半では、洗顔の必要性を知ったうえで正しい方法で顔を洗い、後半では紫外線防御の大切さを学び、日やけ止めの正しいつけ方を実習しました。

スタート時には緊張の面持ちだった子どもたちも、実習を通じて次第にうちとけ、好奇心を持って真剣に取り組んでいました。特に実際に洗顔を行う場面では、自分で作った泡の気持ち良さにうっとりしながら洗う様子や洗顔後の肌状態に驚く声が相次ぎました。また保護者からは、これまでの自身の肌の手入れを振り返り、「間違っていた」「知らなかった」という声とともに、「これを機に、しっかりとお手入れをしたい」という感想も多くあがりました。

セミナー終了後には、ジュニア活動のホームページ『キッズのためのキレイクラブ』で肌についてのテストに挑戦したり、児童向け商品・保護者向け商品をそれぞれ体感できるコーナーで実際に商品を試したり、親子で自由に楽しく過ごしながら資生堂の商品の良さを体感いただき、会場は大いに盛り上がりました。



日やけ止めの塗布方法について学ぶ



ジュニア向けウェブサイト「キッズのためのキレイクラブ」で
肌についてのテストに挑戦

その他の次世代育成活動

資生堂では、各事業所単位で次世代に向けた支援活動を行っています。
大阪工場では2010年より近隣の小学校で開催されている「小松わくわく教室」に、2012年も「化粧品作り教室」で参加しました。日頃の仕事の紹介や実際のワークショップを通して、子どもたちに自然な形で社会参加の意識を高めてもらいました。地域社会の一員として、今後も継続して子どもたちの教育機会に参画していきます。



大阪工場「化粧品作り教室」の様子

ビューティークリエーション研究センターでは、地域の子どもたちに対し、職業や自分の適性について具体的に知る機会を提供する「職場体験学習」を2007年より実施しています。近隣の小中一貫校の生徒を年2回（延べ7名）受け入れており、2012年度はヘア・メーキャップアーティストの谷口丈児、西澤亜沙美が講師を務め、生徒たちはヘア・メーキャップアーティストの仕事を体験し、てこを使ったウェーブ、編み込みなどを覚え、その技術を活かした実際のヘアスタイルづくりにも挑戦しました。



ビューティークリエーション研究センター「職場体験学習」の様子

一瞬も一生も美しく



組織統治

資生堂が企業として社会的責任を果たすための仕組みづくりです。

コーポレートガバナンス

資生堂は、「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会・地球」というすべてのステークホルダーから「価値ある企業」として支持され続けるために、企業価値・株主価値の最大化に努めるとともに、社会的な責任を果たし、かつ持続的な成長、発展を遂げていくことが重要であるとの認識に立ち、コーポレートガバナンス（企業統治）の強化に努めています。

コーポレートガバナンスの基本方針

資生堂は、お客さま、お取引先、株主、社員、社会・地球というすべてのステークホルダーから「価値ある企業」として支持され続けるために、企業価値・株主価値の最大化に努めるとともに、社会的な責任を果たし、かつ持続的な成長、発展を遂げていくことが重要であるとの認識に立ち、コーポレートガバナンス（企業統治）の強化に努めています。

経営・執行体制

取締役会、執行役員が関連する会議

当社の取締役会は社外取締役3名を含む取締役9名で構成され、代表取締役会長が議長を務め、少人数で迅速な意思決定を行う体制としています。取締役会は最低毎月1回開催し、重要事項はすべて付議されています。

また、執行役員制度を採用し、意思決定・監督を担う取締役会の機能と、業務執行を担う執行役員の機能を分離しています。さらに、執行役員が重要案件の業務遂行を決裁する「経営会議」、および執行役員により当社の中長期的な戦略を討議し、その方向性を定めていく「執行役員政策会議」を設けることで、執行役員への権限委譲を進め、責任の明確化と経営のスピードアップを図っています。経営会議は、CEO（最高経営責任者）である社長が議長を務めています。このほか、各執行役員は担当執行役員の意思決定を行う会議において、業務執行に係る意思決定を行うほか、取締役会や経営会議への提案事項等を審議しています。なお、取締役および執行役員の任期は1年としています。

経営に外部視点を取り入れ、業務執行に対する一層の監督機能の強化を図ることを目的に、2006年度より独立性の高い社外取締役2名を起用しています。2011年には更に1名追加し、3名の独立性の高い社外取締役を起用しています。

これに加えて、社外取締役を除く6名のうちの1名は当社以外でのキャリアを持つ人材であるなど、取締役のダイバーシティ（多様性）を確保しています。あわせて、執行役員についても、少数精鋭化と若手の登用を進めており、執行能力の向上を図っています。

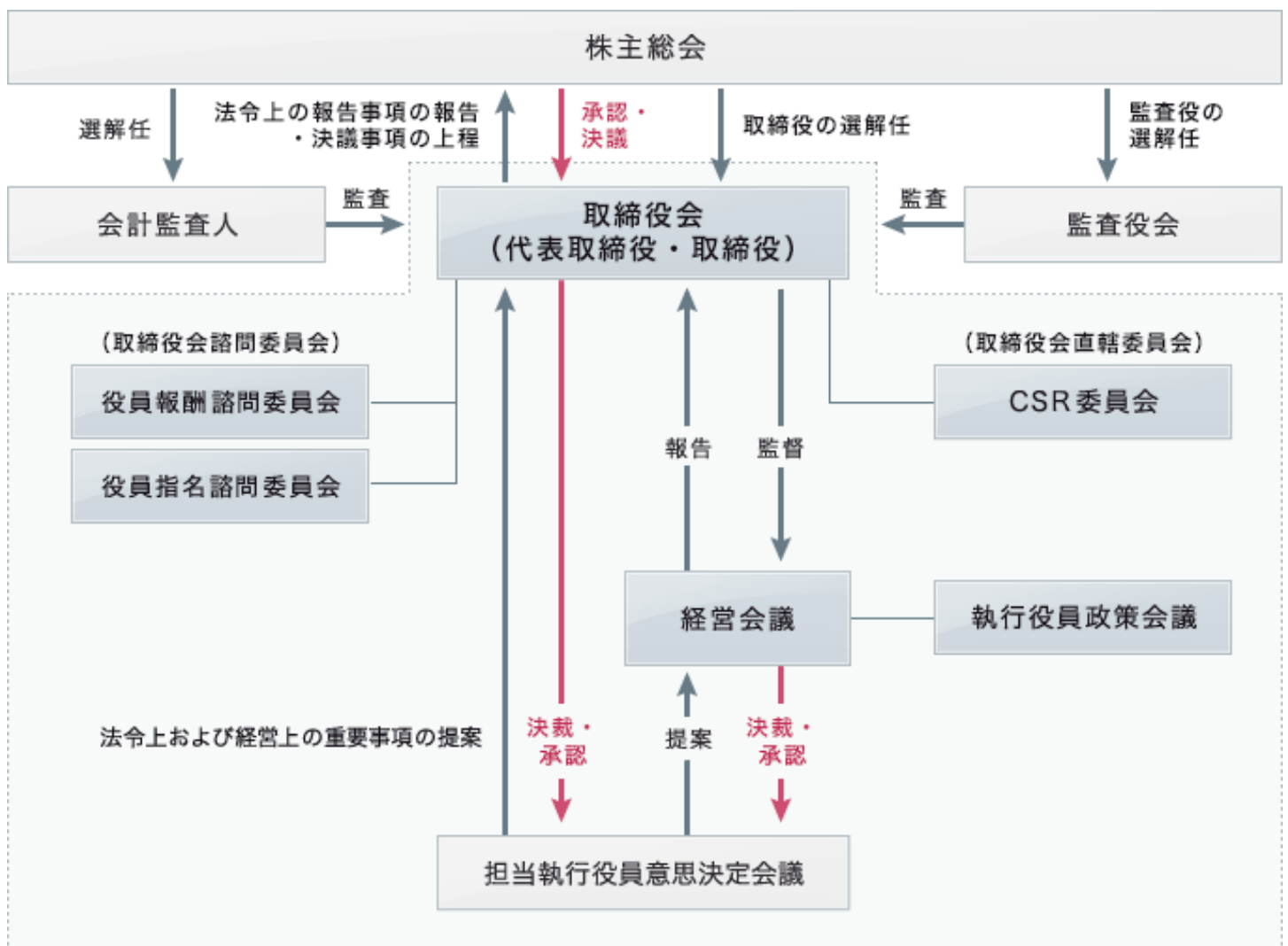
（2013年6月末日現在）

取締役会諮問委員会

このほか、経営の透明性・客観性を高める観点から、取締役会の諮問機関として、役員の報酬制度などの答申案を策定する「役員報酬諮問委員会」と取締役・執行役員候補の選抜などの答申案の策定を行う「役員指名諮問委員会」を設置しています。いずれの委員会も社外取締役を委員長とし、客観性を確保しています。

「役員報酬諮問委員会」では、さらなるグローバル化の進展を見据え、欧州企業の報酬制度を参考に、業績や株価との連動性をより高めた役員報酬制度の答申案を策定し、2008年度に取締役会において報酬制度を改定しました。

「役員指名諮問委員会」では、新任執行役員候補の選抜のほか、トップマネジメント力の強化を狙いに、執行役員の在任期間の上限設定や昇降格・退任のルールなどを構築し、透明性の高い厳正な運用を行っています。なお、執行役員の在任期間の上限は、同一役位で原則4年、最大6年としています。



監査体制

内部監査

当社では社長直轄の監査部が、グループ全体を対象に、業務執行の適正性を監査するとともに、内部統制の有効性を評価し、その結果を取締役会および監査役に報告しています。

このほか、安全、環境、情報システムなどの専門領域は、それぞれの担当部門が主管となり監査を実施しています。

監査役監査、監査役の機能強化に関する取組状況

当社は、常勤監査役2名と、独立役員である非常勤の社外監査役3名で監査役会を構成しています。監査役は、取締役会その他重要な会議への出席などを通じ、取締役の業務執行の適法性・妥当性について監査しています。また、社外監査役は、それぞれの分野での豊富な経験と識見を活かし、独立的な視点で必要な助言・提言・意見を述べています。

代表取締役と監査役は、定期的な意見交換会を開催し、コーポレートガバナンスについての課題解決に向けた活動へと結び付けています。また、監査役専従スタッフを配置するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。

会計士監査

当社は、会社法に基づく会計監査人および金融商品取引法に基づく会計監査人である有限責任あずさ監査法人により会計士監査を受けています。

業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等は以下のとおりです。

(2013年6月末日現在)

所属する監査法人名	業務を執行した公認会計士の氏名等	継続監査年数
有限責任あずさ監査法人	指定有限責任社員 業務執行社員 目加田 雅洋	2年
	指定有限責任社員 業務執行社員 杉浦 宏明	4年
	指定有限責任社員 業務執行社員 川上 尚志	3年

また、監査業務に係る補助者は、公認会計士・会計士補等で構成されています。

内部監査、監査役監査および会計士監査の相互連携

当社は、いわゆる三様監査（内部監査、監査役監査および会計士監査）の有効性と効率性の向上を図るため、それぞれの間で定期的な連絡会を開催して監査計画・結果の報告、意見交換などの相互連携の強化に努めています。

役員報酬

当社の役員報酬制度は、社外取締役を委員長とし社外メンバーを加えた役員報酬諮問委員会で設計されており、客観的な視点を取り入れた透明性の高い報酬制度となっています。

本制度における役員報酬は、固定報酬である「基本報酬」と、業績目標の達成度や株価によって変動する業績連動報酬によって構成され、取締役については、執行役員としての役位が上位の者ほど業績連動報酬の割合を高く設計しており、平均では、3カ年計画および各年度の業績目標達成度が100%の場合に固定報酬の比率が40%程度、業績連動報酬の比率が60%程度となるよう設計しています。

業績連動報酬は、毎年の業績に応じて支給される「賞与」のほか、3カ年計画の目標を基準とし3カ年計画最終年度終了後に目標達成度に応じて支給する「中期インセンティブ型報酬」としての金銭報酬、株主のみなさまとの利益意識の共有を主眼とした「長期インセンティブ型報酬」としての株式報酬型ストックオプションからなり、当社の取締役に単年度だけでなく中長期的な視野をもって、業績や株価を意識した経営を動機づける設計としています。

また、業務執行から独立した立場である社外取締役および監査役には、業績連動報酬は相応しくないため、固定報酬のみとしています。

報酬の水準につきましては、同業あるいは同規模の他企業と比較して、当社の業績に見合った水準を設定しています。

なお、役員退職慰労金制度については、2004年6月29日開催の第104回定時株主総会の日をもって廃止しました。

当社取締役の役位毎の種類別報酬割合および報酬算定基準（業績連動報酬に係る目標達成率が全て100%の場合）

		会長	執行役員 社長	執行役員 副社長	執行役員 専務	執行役員 常務	執行役員	カーステン・ フィッシャー 執行役員専務
固定報酬	基本報酬	42%	30%	43%	44%	45%	48%	34%
	算定基準	役位に応じて						個別
業績連動報酬	賞与 (短期)	-	23%	22%	21%	21%	21%	22%
	算定基準	-	連結業績		連結業績・担当事業業績・個人考課			
	中期 インセンティブ	29%	23%	17%	17%	17%	16%	35%
	算定基準	3カ年計画目標						3カ年担当事業 業績目標
	長期 インセンティブ	29%	23%	17%	17%	17%	16%	9%
	算定基準	役位に応じて						個別
合計		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

※各役位とも、代表取締役と取締役の報酬は同一です。

取締役および監査役の第113期に係る報酬等の総額

		基本報酬	賞与	中期 インセンティブ	長期 インセンティブ (ストックオプション)	合計
取締役	取締役 (9名)	233	-	-	142	376
	うち社外取締役 (3名)	39	-	-	-	39
監査役	監査役 (6名)	96	-	-	-	96
	うち社外監査役 (4名)	36	-	-	-	36
合計		329	-	-	142	472

単位：百万円

(注)

- 取締役の基本報酬は、第89回定時株主総会（1989年6月29日）決議による報酬限度額月額30百万円以内です。また、監査役の基本報酬は、第105回定時株主総会（2005年6月29日）決議による報酬限度額月額10百万円以内です。
- 2012年度は連結当期純損失となったことなどから、2012年度に係る取締役の賞与の支払いはありません。
- 取締役の中期インセンティブ型報酬は、3カ年計画最終年度終了後に目標達成度に応じて、3カ年分を支払う制度となっています。2012年度は3カ年計画の2年目であるため、現3カ年計画に係る同報酬の2012年度における支払いはありません。
- 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬（ストックオプション）は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション（新株予約権）の当期費用計上額の合計額です。
- 上記支給額には、以下の取締役および監査役の報酬等の額が含まれています。
 - 退任取締役1名の報酬
2012年6月26日開催の第112回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名に対する2012年4月から6月までの基本報酬6百万円およびストックオプションの当期費用計上額8百万円
 - 退任監査役1名の報酬
2012年6月26日開催の第112回定時株主総会終結の時をもって退任した監査役1名に対する2012年4月から6月までの基本報酬3百万円
- 上記支給額のほか、以下の報酬等があります。
 - 当社取締役1名に対して、当該取締役が取締役を兼務しない執行役員の地位にあったときに付与されたストックオプションの当期費用計上額2百万円
 - 当社の子会社の取締役を兼務している当社取締役1名に対し、当該子会社4社が2012年度に係る基本報酬として支払った31百万円
- 2012年度に、2011年度に係る取締役の賞与として、社外取締役と執行役員を兼務せず事業を直接的に執行しない会長を除く取締役4名に対して107百万円を支払いました（第112回定時株主総会（2012年6月26日）決議に基づく支払い）。
- 取締役全員および監査役全員について上記の役員報酬（注1～7に記載したものを含む）以外の報酬の支払いはありません。

代表取締役および報酬等の総額が1億円以上である取締役の第113期に係る報酬等の種類別の額

	基本報酬	賞与	中期 インセンティブ	長期 インセンティブ (ストックオプション)	合計
代表取締役 前田新造	49	-	-	32	81
代表取締役 末川久幸	46	-	-	70	117
代表取締役 カーステン・フィッシャー	51	-	-	19	71

単位：百万円

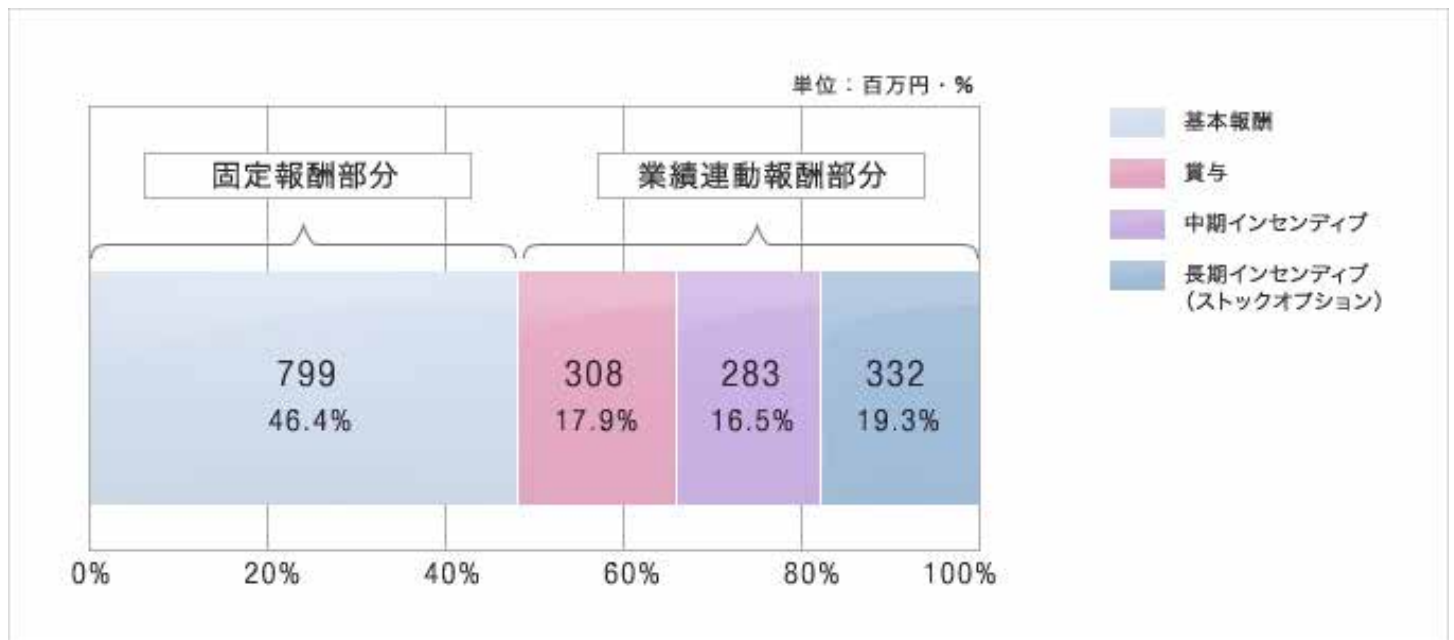
(注)

1. 当社の役員報酬制度では、事業を直接執行していない取締役には年次の業績に連動する取締役賞与を支給しないこととしていることから、2012年度において執行役員を兼務せず事業を直接的に執行しない会長であった代表取締役前田新造氏については、2012年度に係る賞与の支払いはありません。
また、代表取締役末川久幸氏および同カーステン・フィッシャー氏については、2012年度に連結当期純損失となったことなどから、2012年度に係る取締役の賞与の支払いはありません。
2. 取締役の中期インセンティブ型報酬は、3カ年計画最終年度終了後に、目標達成度に応じて3カ年分を支払う制度となっています。2012年度は3カ年計画の2年目であるため、現3カ年計画に係る同報酬の2012年度における支払いはありません。
3. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬（ストックオプション）は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション（新株予約権）の当期費用計上額の合計額です。
4. 上記支給額のほか、代表取締役カーステン・フィッシャー氏に対して、同氏が取締役を兼務している当社の子会社4社は、2012年度に係る基本報酬として合計31百万円を支払っています。
5. 2012年度に、2011年度に係る上記取締役の賞与として、代表取締役末川久幸氏に対して31百万円、代表取締役カーステン・フィッシャー氏に対して47百万円を支払いました（第112回定時株主総会(2012年6月26日)決議に基づく支払い）。
6. 上記3名の取締役について上記の役員報酬（注1～5に記載したものを含む）以外の報酬の支払いはありません。

前3カ年計画期間中の社外取締役を除く取締役の当該3カ年に係る報酬の種類別の割合

2008年4月から2011年3月末までの当社の前3カ年計画の期間に対応した取締役（社外取締役を除く）への報酬の種類別の比率は、下表のとおりです。なお、子会社の取締役を兼務する取締役の子会社からの報酬を含んでおり、長期インセンティブとしての株式報酬型ストックオプションは当3カ年にかかる取締役の報酬のみを算入しています。

2008年度の賞与について、当社の連結業績のみを算定基準としている代表取締役2名への支給がなかったことや、取締役カーستن・フィッシャー氏を除く取締役の中期インセンティブ型報酬の支給がなかったことなどから業績連動報酬のウエートが低下し、以下のような比率となりました。



会計監査人へ支払うべき報酬等の額

区分	支払額
第113期に係る会計監査人としての報酬等の額	196
当社および当社子会社が支払うべき金銭その他の財産上の利益の合計額	260

単位：百万円

(注)

当社と会計監査人との間の監査契約において、会社法に基づく監査と金融商品取引法に基づく監査の監査報酬等の額を明確に区分しておらず、実質的にも区分できないため、「第113期に係る会計監査人としての報酬等の額」にはこれらの合計額を記載しています。

コーポレートガバナンス報告書

コーポレートガバナンス

CORPORATE GOVERNANCE

Shiseido Company, Limited

最終更新日:2013年11月12日

株式会社資生堂

代表取締役会長 兼 執行役員社長 前田新造

問合せ先:IR部(03-6218-5530)

証券コード:4911

<http://group.shiseido.co.jp/index.html>

当社のコーポレート・ガバナンスの状況は以下のとおりです。

1 コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方及び資本構成、企業属性その他の基本情報

1. 基本的な考え方

資生堂は「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会・地球」という全てのステークホルダーから「価値ある企業」として支持され続けるために、企業価値・株主価値の最大化に努めるとともに、社会的な責任を果たし、かつ持続的な成長、発展を遂げていくことが重要であるとの認識に立ち、コーポレートガバナンス(企業統治)の強化に努めています。

2. 資本構成

外国人株式保有比率 更新 30%以上

【大株主の状況】 更新

氏名又は名称	所有株式数(株)	割合(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	28,654,900	7.16
株式会社みずほ銀行	23,526,732	5.88
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	14,385,300	3.59
資生堂従業員自社株投資会	10,253,432	2.56
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	9,369,932	2.34
日本興亜損害保険株式会社	8,477,497	2.11
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC	6,655,376	1.66
日本生命保険相互会社	6,317,553	1.57
三井住友海上火災保険株式会社	5,902,400	1.47
東京海上日動火災保険株式会社	5,027,797	1.25

支配株主(親会社を除く)の有無

—

親会社の有無

なし

補足説明

特になし。

3. 企業属性

上場取引所及び市場区分	東京 第一部
決算期	3 月
業種	化学
直前事業年度末における(連結)従業員数	1000人以上
直前事業年度における(連結)売上高	1000億円以上1兆円未満
直前事業年度末における連結子会社数	50社以上100社未満

4. 支配株主との取引等を行う際における少数株主の保護の方策に関する指針

5. その他コーポレート・ガバナンスに重要な影響を与える特別な事情

特になし。

II 経営上の意思決定、執行及び監督に係る経営管理組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況

1. 機関構成・組織運営等に係る事項

組織形態	監査役設置会社
------	---------

【取締役関係】

定款上の取締役の員数	12 名
定款上の取締役の任期	1 年
取締役会の議長	社長
取締役の人数	9 名
社外取締役の選任状況	選任している
社外取締役の人数	3 名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	3 名

会社との関係(1)

氏名	属性	会社との関係(※1)								
		a	b	c	d	e	f	g	h	i
岩田 彰一郎	他の会社の出身者					○			○	
永井 多恵子	その他								○	
上村 達男	学者								○	

※1 会社との関係についての選択項目

- a 親会社出身である
- b 他の関係会社出身である
- c 当該会社の大株主である
- d 他の会社の社外取締役又は社外監査役を兼任している
- e 他の会社の業務執行取締役、執行役等である
- f 当該会社又は当該会社の特定関係事業者の業務執行取締役、執行役等の配偶者、三親等以内の親族その他これに準ずる者である
- g 当該会社の親会社又は当該親会社の子会社から役員としての報酬等その他の財産上の利益を受けている
- h 本人と当該会社との間で責任限定契約を締結している
- i その他

会社との関係(2)

氏名	独立役員	適合項目に関する補足説明	当該社外取締役を選任している理由(独立役員に指定している場合は、独立役員に指定した理由を含む)
岩田 彰一郎	○	岩田彰一郎氏は、アスクル株式会社の代表取締役社長 兼 CEOを兼務しており、当社の取引先の業務執行者および「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」に該当いたします。 当社は、同社から文具等を購入しており、当期における支払実績は、当社の当期末売上原価、販売費および一般管理費の合計額の0.1%未満です。また、当社の連結子会社も同社から文具等を購入しており、当社グループの当期における同社グループへの支払実績は、当社連結ベースの当期末売上原価、販売費および一般管理費の合計額の0.1%未満です。 当社の連結子会社は、同社にオフィス用トイレットペーパー製品等を販売しており、当社グループの当期における同社グループへの販売実績は、当社の当期連結売上高の0.1%未満です。 同社の当社への文具等の売上実績は、同社の2012年5月期の売上高の0.1%未満です。また、同社グループの当社グループへの文具等の売上実績は、当社グループの同期の連結売上高の約0.1%です。 同社の当社の連結子会社からのオフィス	<社外取締役選任理由と当社における役割・機能> 異業種・他業界の現役経営者として、従来の枠組みにとらわれることのない視点を当社経営に反映させるため、同氏を社外取締役に選任しています。 同氏は独立的な視点で必要な意見を述べているほか、「役員報酬諮問委員会」の委員長を担当し、役員の報酬制度などの答申案策定のとりまとめを行っています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。

		用トイレットリー製品等の仕入額は、同社の2012年5月期の売上原価の約0.1%です。同社は、当社グループ製品ではないオフィス用トイレットリー製品等のカタログ販売を行っており、当社グループ製品ではないオフィス用トイレットリー製品等の販売実績は、同社の2012年5月期の売上高の約0.7%です。 同社の社外取締役である斎藤忠勝氏は、1997年6月から2004年6月まで当社の取締役を務めておりましたが、現在は当社と特記すべき関係はありません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・アスクル株式会社 代表取締役社長 兼 CEO なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。 1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4.当社の主要株主 5.次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a)1.から4.までに掲げる者 (b)当社又は当社の子会社の業務執行者等
永井 多恵子	○	永井多恵子氏につきましては、「当社の取引先の業務執行者」、「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」および「当社が寄付を行っている先の業務執行者」のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・公益財団法人せたがや文化財団 理事長 ・三井化学株式会社 社外取締役 ・社団法人国際演劇協会 会長 なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	<社外取締役選任理由と当社における役割・機能> 文化・芸術に造詣が深く、社会、文化、消費生活など幅広い視点を当社の経営に反映していただくため、同氏を社外取締役に選任しています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、充分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。 このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。 1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4.当社の主要株主 5.次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a)1.から4.までに掲げる者 (b)当社又は当社の子会社の業務執行者等
上村 達男	○	上村達男氏につきましては、「当社の取引先の業務執行者」、「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」および「当社が寄付を行っている先の業務執行者」のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・早稲田大学 法学部教授 ・日本放送協会 経営委員・監査委員 なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	<社外取締役選任理由と当社における役割・機能> 法律知識に加え、資本市場・コーポレートガバナンスに関する経験・識見を当社経営に反映させるため、同氏を社外取締役に選任しています。 同氏は独立的な視点で必要な意見を述べているほか、「役員指名諮問委員会」の委員長を担当し、取締役・執行役員候補の選抜などの答申策定の取りまとめを行っています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、充分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。 このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。 1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家

			4. 当社の主要株主 5. 次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a) 1. から4. までに掲げる者 (b) 当社又は当社の子会社の業務執行者等
--	--	--	---

【監査役関係】

監査役会の設置の有無	設置している
定款上の監査役員の数	員数の上限を定めていない
監査役の数	5 名

監査役、会計監査人、内部監査部門の連携状況

監査役は、会計監査人の監査手続・日程に関する監査計画について説明を受け意見交換しています。また、会計監査人より事業年度を通じて監査の方法およびその結果について報告を受けています。
監査役は、内部監査部門による内部監査計画ならびに監査・調査の結果について報告を受け、必要案件について意見交換しています。
また、これらに加え、代表取締役と監査役との間で定期的な意見交換会を実施しています。

社外監査役の選任状況	選任している
社外監査役の数	3 名
社外監査役のうち独立役員に指定されている人数	3 名

会社との関係(1)

氏名	属性	会社との関係(1)								
		a	b	c	d	e	f	g	h	i
原田 明夫	弁護士				○				○	
大塚 宣夫	その他								○	
辻山 栄子	公認会計士				○				○	

※1 会社との関係についての選択項目

- a 親会社出身である
- b その他の関係会社出身である
- c 当該会社の大株主である
- d 他の会社の社外取締役又は社外監査役を兼任している
- e 他の会社の業務執行取締役、執行役等である
- f 当該会社又は当該会社の特定関係事業者の業務執行取締役、執行役等の配偶者、三親等以内の親族その他これに準ずるものである
- g 当該会社の親会社又は当該親会社の子会社から役員としての報酬等その他の財産上の利益を受けている
- h 本人と当該会社との間で責任限定契約を締結している
- i その他

会社との関係(2)

氏名	独立役員	適合項目に関する補足説明	当該社外監査役を選任している理由(独立役員に指定している場合は、独立役員に指定した理由を含む)
原田 明夫	○	原田明夫氏につきましては、「当社の取引先の業務執行者」、「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」および「当社が寄付を行っている先の業務執行者」のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・セイコーホールディングス株式会社 社外取締役 ・住友商事株式会社 社外取締役 ・公益財団法人東京大学学生キリスト教青年会 代表理事 ・一般財団法人日本刑事政策研究会 代表理事 ・公益財団法人国際民商事法センター 代表理事	＜社外監査役選任理由と当社における役割・機能＞ 法務分野を中心とした豊富な経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため、同氏を社外監査役に選任しています。 同氏は独立的な視点で必要な意見を述べています。 ＜独立役員基準該当状況と独立役員指定理由＞ 同氏は、以下の1. から5. に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。 このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。

		なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4.当社の主要株主 5.次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a)1.から4.までに掲げる者 (b)当社又は当社の子会社の業務執行者等
大塚 宣夫	○	大塚宣夫氏につきましては、「当社の取引先の業務執行者」、「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」および「当社が寄付を行っている先の業務執行者」のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・医療法人社団慶成会 会長 なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	<社外監査役選任理由と当社における役割・機能> 医療法人の経営者としての経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため同氏を社外監査役に選任しています。 同氏は独立的な視点で必要な意見を述べています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。 このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。 1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4.当社の主要株主 5.次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a)1.から4.までに掲げる者 (b)当社又は当社の子会社の業務執行者等
辻山 栄子	○	辻山栄子氏につきましては、「当社の取引先の業務執行者」、「社外役員の相互就任の関係にある先の業務執行者」および「当社が寄付を行っている先の業務執行者」のいずれにも該当しません。 同氏の会社法および同施行規則に定める「重要な兼職の状況」は、以下の通りです。 ・早稲田大学 商学部教授、大学院 商学研究科教授 ・三菱商事株式会社 社外監査役 ・オリックス株式会社 社外取締役 ・株式会社ローソン 社外監査役 ・株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ 社外監査役 なお当社は、「重要な兼職の状況」について、独立性の観点だけでなく「主な職業」その他の観点も加え、多面的に兼職の重要性を判断しています。	<社外監査役選任理由と当社における役割・機能> 財務・会計・税制の専門家としての経験と識見によって、監査役監査の客観性や中立性を保つため同氏を社外監査役に選任しています。 <独立役員基準該当状況と独立役員指定理由> 同氏は、以下の1.から5.に掲げる事項のいずれにも該当しておらず、十分な独立性を有しています。また、同氏は、当社が定める「社外役員の独立性に関する判断基準」もクリアしています。 このことから、一般株主の利益保護の役割を十分に果たすことができると判断し、独立役員に指定しています。 1.当社の親会社又は兄弟会社の業務執行者等 2.当社を主要な取引先とする者若しくはその業務執行者等又は当社の主要な取引先若しくはその業務執行者等 3.当社から役員報酬以外に多額の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家 4.当社の主要株主 5.次の(a)又は(b)に掲げる者(重要でない者を除く)の近親者 (a)1.から4.までに掲げる者 (b)当社又は当社の子会社の業務執行者等

【独立役員関係】

独立役員の人数

6名

その他独立役員に関する事項

当社は「社外役員の独立性に関する判断基準」(以下、判断基準という)およびこれに付随する「各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準」(以下、軽微基準という)を以下のとおり定めております。本報告書では、軽微基準にしたがい独立役員の兼務先と当社との関係性の記載を一部省略しています。

＝＝＝＝＝＝＝＝

＜社外役員の独立性に関する判断基準＞

株式会社資生堂(以下、当社という)は、当社の社外取締役および社外監査役(以下、併せて「社外役員」という)または社外役員候補者が、当社において合理的に可能な範囲で調査した結果、次の各項目の要件を全て満たすと判断される場合に、当社は当該社外役員または当該社外役員候補者が当社に対する十分な独立性を有しているものと判断します。

1. 現に当社および当社の関係会社(注1)(以下、併せて「当社グループ」という)の業務執行者(注2)ではなく、かつ過去においても業務執行者であったことが一度もないこと。
社外監査役にあつては、これらに加え、当社グループの業務執行を行わない取締役および会計参与(会計参与が法人の場合はその職務を行うべき社員)であったことが一度もないこと。
2. 現事業年度および過去9事業年度(以下、これらの事業年度を「対象事業年度」という)において、以下の各号のいずれにも該当していないこと。
 - 1) 当社グループを主要な取引先としている者(注3)、またはその業務執行者(対象事業年度において一度でもその業務執行者であった者を含む。以下、本項の第2)号ないし第4)号において同じ)。
 - 2) 当社グループの主要な取引先(注4)、またはその業務執行者。
 - 3) 当社の議決権の10%以上の議決権を直接または間接的に現に保有もしくは対象事業年度において保有していた当社の大株主、またはその業務執行者。
 - 4) 当社グループが総議決権の10%以上の議決権を直接または間接的に現に保有もしくは対象事業年度において保有していた者の業務執行者。
 - 5) 対象事業年度において当社グループから役員報酬以外に多額の金銭その他の財産(注5)を得ているコンサルタント、会計専門家および法律専門家。なお、これらが法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者(対象事業年度において一度でも当該団体に所属していた者を含む。以下、本項第6)号および第7)号において同じ)を含む。
 - 6) 対象事業年度において当社グループから多額の金銭その他の財産(注5)による寄付を受けている者。なお、これらの者が法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
 - 7) 当社の会計監査人(対象事業年度において一度でも当社の会計監査人であった者を含む)。なお、会計監査人が法人、組合等の団体である場合は当該団体に所属する者を含む。
3. 以下の各号に掲げる者の配偶者、2親等内の親族、同居の親族または生計を共にする者ではないこと。ただし、本項の第2)号については、社外監査役の独立性を判断する場合にのみ適用する。
 - 1) 当社グループの業務執行者のうちの重要な者(注6)。
 - 2) 当社グループのいずれかの会社の業務執行をしない取締役。
 - 3) 第2項第1)号ないし第4)号に掲げる者。ただし、これらの業務執行者については、そのうちの重要な者(注6)に限る。
 - 4) 第2項第5)号ないし第7)号に掲げる者。ただし、これらに所属する者については、そのうちの重要な者(注7)に限る。
4. 以下の各号に掲げる「役員等の相互就任」の状況のいずれにも該当していないこと。
 - 1) 当社の社外役員本人または当社の社外役員候補者本人が現に当社以外の国内外の会社の業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職(注8)に就いている場合において、当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役(当該社外役員本人または社外役員候補者本人を除く)またはこれらに準ずる役職(注8)にある者が、当該会社の取締役(社外取締役を含む)、執行役、監査役(社外監査役を含む)、執行役員またはこれらに準ずる役職(注8)に就任している状況。
 - 2) 当社の社外役員本人または当社の社外役員候補者本人が現に当社以外の法人(会社を除く)、その他の団体の業務執行者、役員または役員に準ずる役職(注9)に就いている場合において、当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役(当該社外役員本人または社外役員候補者本人を除く)またはこれらに準ずる役職(注8)にある者が、当該団体の役員または役員に準ずる役職(注9)に就任している状況。
5. 前記1.ないし4.の他、独立した社外役員としての職務を果たせないと合理的に判断される事情を有していないこと。
6. 現在において、今後前記1.ないし5.の定めに該当する予定がないこと。

(注釈)

注1)「関係会社」とは、会社計算規則(第2条第3項第22号)に定める関係会社をいう。

注2)「業務執行者」とは、株式会社の業務執行取締役、執行役、執行役員、持分会社の業務を執行する社員(当該社員が法人である場合は、会社法第598条第1項の職務を行うべき者その他これに相当する者)、会社以外の法人・団体の業務を執行する者および会社を含む法人・団体の使用人(従業員等)をいう。

注3)「当社グループを主要な取引先としている者」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- 1: 当社グループに対して製品もしくはサービスを提供している(または提供していた)取引先グループ(直接の取引先が属する連結グループに属する会社)であつて、当社の各対象事業年度における当社グループと当該取引先グループの間の当該取引に係る総取引額が1事業年度につき1,000万円以上でかつ当該事業年度内に終了する当該取引先グループの連結会計年度における連結売上高(当該取引先グループが連結決算を実施していない場合にあっては、当該取引先単体の売上高)の2%を超える者。
- 2: 当社グループが負債を負っている(または負っていた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該取引先グループに対する負債の総額が1,000万円以上でかつ当該事業年度内に終了する当該取引先グループの連結会計年度における連結総資産(当該取引先グループが連結決算を実施していない場合にあっては、当該取引先単体の総資産)の2%を超える者。

注4)「当社グループの主要な取引先」とは、次のいずれかに該当する者をいう。

- 1: 当社グループが製品もしくはサービスを提供している(または提供していた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度における当社グループの当該取引先グループに対する当該取引に係る総取引額が1事業年度につき1,000万円以上でかつ当社グループの当該事業年度における連結売上高の2%を超える者。
- 2: 当社グループが売掛金、貸付金、その他の未収金(以下、「売掛金等」という)を有している(または有していた)取引先グループであつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該取引先グループに対する売掛金等の総額が1,000万円以上でかつ当社グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。
- 3: 当社グループが借入れをしている(またはしていた)金融機関グループ(直接の借入先が属する連結グループに属する会社)であつて、当社の各対象事業年度末における当社グループの当該金融機関グループからの借入金の総額が当社グループの当該事業年度末における連結総資産の2%を超える者。

注5)「多額の金銭その他の財産」とは、その価額の総額が1事業年度につき1,000万円以上のものをいう。

注6)業務執行者のうちの「重要な者」とは、取締役(社外取締役を除く)、執行役、執行役員および部長格以上の上級管理職にある使用人

注7)第2項第5)号ないし第7)号に掲げる「当該団体に所属する者」のうちの「重要な者」とは、監査法人または会計事務所に所属する者のうち公認会計士、法律事務所に所属する者のうち弁護士(いわゆるアソシエイトを含む)、財団法人・社団法人・学校法人その他の法人(以下、「各種法人」という)に所属する者のうち評議員、理事および監事等の役員をいう。所属先が監査法人、会計事務所、法律事務所および各種法人のいずれにも該当しない場合には、当該所属先において本注釈前記に定める者と同等の重要性を持つと客観的・合理的に判断される者をいう。

注8)「業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職」とは、注2に定める業務執行者、業務執行者以外の取締役(社外取締役を含む)、監査役(社外監査役を含む)のほか、「相談役」、「顧問」等、取締役、監査役、執行役または執行役員を退任した者で会社に対し助言を行う立場にある役職を含む。

注9)「役員または役員に準ずる役職」とは、理事、監事および評議員のほか、「相談役」、「顧問」等、理事、監事または評議員を退任した者で当該団体にに対し助言を行う立場にある役職を含む。

=====

<各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準>

株式会社資生堂(以下、当社という)は、当社の定める「社外役員の独立性に関する判断基準」に付随して、下記のとおり「各種届出書類・開示書類における関係性記載の省略のための軽微基準」(以下、本基準という)を定める。本基準は、社外役員の独立性が十分に高いことが明らかであり、各種届出書類・開示書類(以下、届出書類等という)における詳細な記載を省略しても差し支えないと当社が判断する金額基準等を定めたものであり、届出書類等の社外役員の独立性に係る記載については、原則として本基準に該当するものを省略して記載するものとする。なお、以下において「対象事業年度」とは、当社の現事業年度および過去9事業年度をいう。

1. 主要な取引先に関する記載

各対象事業年度における次の金額が、いずれも1,000万円未満のものについては、当該事業年度におけるこれらの取引関係に関する記載を省略する。

- 1) 各対象事業年度における取引先グループから当社グループへの商品またはサービスの提供に係る取引の総取引額
- 2) 各対象事業年度末における当社グループの取引先グループに対する負債の総額
- 3) 各対象事業年度における当社グループから取引先グループへの商品またはサービスの提供に係る取引の総取引額
- 4) 各対象事業年度末における当社グループの取引先グループに対する売掛金等の総額
- 5) 各対象事業年度末における当社グループの金融機関グループからの借入金の総額

2. 当社グループから役員報酬以外の金銭その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家および法律専門家に関する記載

各対象事業年度において、当社グループが支払いまたは提供した金銭その他の財産の価額の総額が1,000万円未満のものについては、当該事業年度に係る記載を省略する。

3. 当社グループから寄付を受けている者に関する記載

各対象事業年度において、当社グループが支払いまたは提供した金銭その他の財産の価額の総額が500万円未満のものについては、当該事業年度に係る記載を省略する。

4. 配偶者以外の親族に関する記載

4親等以上離れた者(ただし、同居の親族または生計を共にする者を除く)については、記載を省略する。

5. 役員等の相互就任に関する記載

当社の社外役員がその出身会社の業務執行者、社外取締役、監査役もしくはこれらに準ずる役職者、またはその出身団体の業務執行者、役員もしくは役員に準ずる役職者に該当しなくなつてから10年以上が経過しており、かつ、当該出身会社の取締役(社外取締役を含む)、執行役、監査役(社外監査役を含む)、執行役員もしくはこれらに準ずる役職、または当該出身団体の役員もしくは役員に準ずる役職を務める当社グループ出身者が当社グループの業務執行者、社外取締役、監査役またはこれらに準ずる役職者に該当しなくなつてから10年以上が経過している場合については、記載を省略する。

【インセンティブ関係】

取締役へのインセンティブ付与に関する
施策の実施状況

業績連動型報酬制度の導入、ストックオプション制度の導入

該当項目に関する補足説明

社内取締役の報酬は、固定部分と業績目標の達成度や株価によって連動する業績連動部分からなります。執行役員としての役位が上位の者ほど業績連動部分の比率が高くなる設計としていますが、平均では、3カ年および各年度の業績目標達成率が全て100%であった場合に報酬全体の約60%を業績連動部分が占めることとなります。

業績連動部分は、毎年の連結業績に応じて支給される「短期インセンティブとしての賞与」、3カ年計画の目標達成を基準とした「中期インセンティブとしての金銭報酬」、株主との利益意識の共有を主眼とした「長期インセンティブとしてのストックオプション」で構成されており、この3種のインセンティブにより、単年度のみならず中長期的な視野をもって業績や株価を意識した経営を動機付ける設計としています。評価指標、目標水準、支給額の水準および連動幅については、客観性を確保するため、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会にて議論され、取締役会に答申されます。

報酬の水準につきましては、同業または同規模の他企業と比較して、当社の業績に見合った水準を設定しています。

ストックオプションの付与対象者

社内取締役、その他

該当項目に関する補足説明

当社は、業務執行を担当する取締役のほか、取締役を兼務しない執行役員に対してもストックオプションを付与しており、これにより、業務執行を担当する取締役および執行役員に対し、リスクを株主と共有し、短期的視点だけでなく中長期的な視野を持ったバランスの取れた経営の動機付けを行っています。

【取締役報酬関係】

(個別の取締役報酬の)開示状況

一部のものだけ個別開示

該当項目に関する補足説明

取締役・社外取締役・監査役・社外監査役に区分した当期に係る報酬等の種類別(基本報酬・賞与・ストックオプション)の総額を開示しています。
また、代表取締役および報酬等の額が1億円以上である取締役の当期に係る報酬等の種類別の額もあわせて開示しています(2009年度より)。

取締役および監査役の2012年度に係る報酬等の総額

	基本報酬	賞 与	中期インセンティブ	ストックオプション	合 計
取締役(9名)	233百万円	—	—	142百万円	376百万円
うち社外取締役(3名)	39百万円	—	—	—	39百万円
監査役(6名)	96百万円	—	—	—	96百万円
うち社外監査役(4名)	36百万円	—	—	—	36百万円
合 計	329百万円	—	—	142百万円	472百万円

- (注)1. 取締役の基本報酬は、第89回定時株主総会(1989年6月29日)決議による報酬限度額月額30百万円以内です。また、監査役の基本報酬は、第105回定時株主総会(2005年6月29日)決議による報酬限度額月額10百万円以内です。
2. 2012年度は連結当期純損失となったことなどから、2012年度に係る取締役の賞与の支払いはありません。
3. 取締役の中期インセンティブ型報酬は、3カ年計画最終年度終了後に目標達成度に応じて、3カ年分を支払う制度となっています。2012年度は3カ年計画の2年目であるため、現3カ年計画に係る同報酬の2012年度における支払いはありません。
4. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬(ストックオプション)は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション(新株予約権)の当期費用計上額の合計額です。
5. 上記支給額には、以下の取締役および監査役の報酬等の額が含まれています。
(1)退任取締役1名の報酬
2012年6月26日開催の第112回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役1名に対する2012年4月から6月までの基本報酬6百万円およびストックオプションの当期費用計上額8百万円
(2)退任監査役1名の報酬
2012年6月26日開催の第112回定時株主総会終結の時をもって退任した監査役1名に対する2012年4月から6月までの基本報酬3百万円
6. 上記支給額のほか、以下の報酬等があります。
(1)当社取締役1名に対して、当該取締役が取締役を兼務しない執行役員の地位にあったときに付与されたストックオプションの当期費用計上額2百万円
(2)当社の子会社の取締役を兼務している当社取締役1名に対し、当該子会社4社が2012年度に係る基本報酬として支払った31百万円
7. 2012年度に、2011年度に係る取締役の賞与として、社外取締役と執行役員を兼務せず事業を直接的に執行しない会長を除く取締役4名に対して107百万円を支払いました(第112回定時株主総会(2012年6月26日)決議に基づく支払い)。
8. 取締役全員および監査役全員について上記の役員報酬(注1～7に記載したものを含む)以外の報酬の支払いはありません。

代表取締役および報酬等の総額が1億円以上である取締役の平成23年度に係る報酬等の種類別の額

	基本報酬	賞 与	中期インセンティブ	ストックオプション	合 計
代表取締役 前田新造	49百万円	—	—	32百万円	81百万円
代表取締役 末川久幸	46百万円	—	—	70百万円	117百万円
代表取締役 カーステン・フィッシャー	51百万円	—	—	19百万円	71百万円

- (注)1. 当社の役員報酬制度では、事業を直接執行していない取締役には年次の業績に連動する取締役賞与を支給しないこととしていることから、2012年度において執行役員を兼務せず事業を直接的に執行しない会長であった代表取締役前田新造氏については、2012年度に係る賞与の支払いはありません。
また、代表取締役末川久幸氏および同カーステン・フィッシャー氏については、2012年度に連結当期純損失となったことなどから、2012年度に係る取締役の賞与の支払いはありません。
2. 取締役の中期インセンティブ型報酬は、3カ年計画最終年度終了後に、目標達成度に応じて3カ年分を支払う制度となっています。2012年度は3カ年計画の2年目であるため、現3カ年計画に係る同報酬の2012年度における支払いはありません。
3. 上記の取締役の長期インセンティブ型報酬(ストックオプション)は、取締役の職務執行の対価として株主総会の承認を得たうえで交付したストックオプション(新株予約権)の当期費用計上額の合計額です。
4. 上記支給額のほか、代表取締役カーステン・フィッシャー氏に対して、同氏が取締役を兼務している当社の子会社4社は、2012年度に係る基本報酬として合計31百万円を支払っています。
5. 2012年度に、2011年度に係る上記取締役の賞与として、代表取締役末川久幸氏に対して31百万円、代表取締役カーステン・フィッシャー氏に対して47百万円を支払いました(第112回定時株主総会(2012年6月26日)決議に基づく支払い)。
6. 上記3名の取締役について上記の役員報酬(注1～5に記載したものを含む)以外の報酬の支払いはありません。

報酬の額又はその算定方法の決定方針の有無

あり

報酬の額又はその算定方法の決定方針の開示内容

当社の役員報酬制度は、社外取締役を委員長とし社外メンバーを加えた役員報酬諮問委員会で設計されており、客観的な視点を取り入れた透明性の高い報酬制度となっています。

本制度における役員報酬は、固定報酬である「基本報酬」と、業績目標の達成や株価によって変動する業績連動報酬によって構成され、執行役員としての役位が上位の者ほど業績連動部分の比率が高くなる設計としていますが、平均では、3カ年および各年度の業績目標達成率が全て100%であった場合に報酬全体の約60%を業績連動部分が占めることとなります。

業績連動部分は、毎年の連結業績に応じて支給される「短期インセンティブとしての賞与」、3カ年計画の目標達成を基準とした「中期インセンティブとしての金銭報酬」、株主との利益意識の共有を主眼とした「長期インセンティブとしてのストックオプション」で構成されており、この3種のインセンティブにより、単年度のみならず中長期的な視野をもって業績や株価を意識した経営を動機付ける設計としています。評価指標、目標水準、支給額の水準および変動幅については、客観性を確保するため、社外取締役を委員長とする役員報酬諮問委員会にて議論され、取締役会に答申されます。

報酬の水準につきましては、同業または同規模の他企業と比較して、当社の業績に見合った水準を設定しています。

なお、業務執行から独立した立場である社外取締役および監査役には、業績連動報酬は相応しくないため、固定報酬のみとしています。

【社外取締役(社外監査役)のサポート体制】

＜社外取締役＞
社外取締役の業務を補助する担当窓口を設置し、業務遂行に支障のないようサポートを行っています。

＜社外監査役＞
監査役会および監査役の業務を補助する監査役会スタッフグループを設置して使用人を配置しています。

2. 業務執行、監査・監督、指名、報酬決定等の機能に係る事項(現状のコーポレート・ガバナンス体制の概要) 更新

＜経営・執行体制の状況(社外取締役の役割・機能を含む)＞
(取締役会、執行役員が関連する会議)
当社の取締役会は社外取締役3名を含む取締役9名で構成され、代表取締役会長を議長とし、少人数で迅速な意思決定を行う体制としています。

取締役会は最低毎月1回開催し、重要事項はすべて付議されています。

また、執行役員制度を採用し、意思決定・監督を担う取締役会の機能と、業務執行を担う執行役員の機能を分離しています。さらに、執行役員が重要案件の業務遂行を決定する「経営会議」、および執行役員により当社の中長期的な戦略を討議し、その方向性を定めていく「執行役員政策会議」を設けることで、執行役員への権限委譲を進め、責任の明確化と経営のスピードアップを図っています。両会議とともに、CEO(最高経営責任者)である社長が議長を務めています。このほか、各執行役員は担当執行役員の意思決定を行う会議において、業務執行に係る意思決定を行うほか、取締役会や経営会議への提案事項等を審議しています。なお、取締役および執行役員の任期は1年としています。

経営に外部視点を取り入れ、業務執行に対する一層の監督機能の強化を図ることを目的に、2006年度より独立性の高い社外取締役2名を起用しています。2011年には更に1名追加し、3名の独立性の高い社外取締役を起用しています。

これに加えて、社外取締役を除く6名のうちの1名が当社以外でのキャリアを持つ人材で構成されるなど、取締役のダイバーシティ(多様性)を確保しています。あわせて、執行役員についても、少数精鋭化と若手の登用を進めており、執行能力の向上を図っています。

(取締役会諮問委員会)
このほか、経営の透明性・客観性を高める観点から、取締役会の諮問機関として、役員の報酬制度などの答申案を策定する「役員報酬諮問委員会」と取締役・執行役員候補の選抜などの答申案の策定を行う「役員指名諮問委員会」を設置しています。いずれの委員会も社外取締役を委員長とし、客観性を確保しています。

「役員報酬諮問委員会」では、さらなるグローバル化の進展を見据え、欧州企業の報酬制度を参考に、業績や株価との連動性をより高めた役員報酬制度の答申案を策定し、2008年度に取締役会において報酬制度を改定しました。

「役員指名諮問委員会」では新任執行役員候補の選抜のほか、トップマネジメント力の強化を狙いに、執行役員の在任期間の上限設定や昇降格・退任のルールなどを構築し、透明性の高い厳正な運用を行っています。なお、執行役員の在任期間の上限は、同一役位で原則4年、最大6年としています。

＜取締役および監査役等のダイバーシティ＞
当社の取締役および監査役は、業務執行の監督と重要な意思決定をするために、多様な視点、多様な経験、多様かつ高度なスキルを持ったメンバーで構成されることが必要であると考えています。また、社外役員については、取締役会による監督と監査役による監査という二重のチェック機能を果たすため、法定の監査役だけでなく、取締役会での議決権を持つ取締役が必要であり、ともに高い独立性を有することが重要であると考えています。さらに、重要な意思決定に際し、取締役および監査役のダイバーシティ(多様性)担保されていることが重要です。

その中でも化粧品メーカーとして、女性の価値観・発想は特に重要であり、取締役、監査役および業務執行を担う執行役員に女性が入ることも重要であると考えています。

- ・取締役(9名): 男性8名、女性1名(2013年6月25日現在)
- ・監査役(5名): 男性3名、女性2名(2013年6月25日現在)
- ・執行役員(取締役を兼務していない者)(9名): 男性8名、女性1名(2013年6月25日現在)

＜監査の状況＞
(監査役構成)
監査役(5名): 常勤監査役2名と独立性の高い社外監査役3名で構成されています。

(内部監査)
当社では社長直轄の監査部が、グループ全体を対象に、業務執行の適正性を監査するとともに、内部統制の有効性を評価し、その結果を取締役会および監査役会に報告しています。

このほか、安全、環境、情報システムなどの専門領域は、それぞれの担当部門が中心となり監査を実施しています。

(監査役監査、監査役機能強化に関する取組状況)
当社は、常勤監査役2名と、独立役員である非常勤の社外監査役3名で監査役会を構成しています。監査役は、取締役会その他重要な会議への出席などを通じ、取締役の業務執行の適法性・妥当性について監査しています。また、社外監査役は、それぞれの分野での豊富な経験と識見を活かし、独自の視点で必要な助言・提言・意見を述べています。

代表取締役と監査役は、定期的な意見交換会を開催し、コーポレート・ガバナンスについての課題解決に向けた活動へと結び付けています。また、監査役専任スタッフを配置するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備しています。

(会計士監査)
当社は、会社法に基づく会計監査人および金融商品取引法に基づく会計監査人である あずさ監査法人により会計士監査を受けています。業務を執行した公認会計士の氏名および所属する監査法人名等は以下のとおりです。

所属する監査法人名	業務を執行した公認会計士の氏名等	継続監査年数
有限責任あずさ監査法人	指定有限責任社員 業務執行社員 目加田 雅洋	2年
同上	指定有限責任社員 業務執行社員 杉浦 宏明	4年
同上	指定有限責任社員 業務執行社員 川上 尚志	3年

また、監査業務に係る補助者は、公認会計士・会計士補等で構成されています。

(内部監査、監査役監査および会計士監査の相互連携)

当社は、いわゆる三様監査(内部監査、監査役監査および会計士監査)の有効性と効率性の向上を図るため、それぞれの間で定期的な連絡会を開催して監査計画・結果の報告、意見交換などの相互連携の強化に努めています。

<当社独自の制度・仕組み(CSR委員会)>

取締役会直轄の委員会として、「CSR委員会」を設置しています。執行役員社長を委員長とし、社内から横断的に委員を選定して運営し、活動計画や活動結果を取締役会に提案・報告しています。

「CSR委員会」では、企業が社会的責任を果たしていくことが持続的発展のために必要不可欠であるとの考えのもと、企業価値向上をめざし、全社的な観点から包括的なモニタリングを行っています。また、グループ全体の適法かつ公正な企業活動を推進するとともに、企業倫理の周知徹底、総合リスク対策、情報セキュリティなどの活動を推進し、企業品質向上に向けた活動を統括しています。

3. 現状のコーポレート・ガバナンス体制を選択している理由

当社は、業務執行に対する「取締役会による監督」と「監査役会による適法性・妥当性監査」の二重のチェック機能をもつ監査役設置会社の体制を選択しています。さらに、グローバル企業として、高いレベルでステークホルダーの信頼に応えるコーポレート・ガバナンスの確立と競争に打ち勝つトップマネジメント力の強化が不可欠と考え、「経営の透明性・公正性・迅速性」の向上を図るため、以下の4つの観点でコーポレート・ガバナンス改革に取り組んでいます。

- ・責任体制の明確化(執行役員制度の導入など)
- ・経営の透明性・健全性の強化(役員指名諮問委員会・役員報酬諮問委員会の設置)
- ・監督・監査機能の強化(社外取締役招聘、独立性の高い社外取締役・社外監査役の設置)
- ・意思決定機能の強化(経営会議の設置など)

これらの機能強化のため、監査役設置会社の体制を基に委員会設置会社の優れた機能を統合した体制としています。

III 株主その他の利害関係者に関する施策の実施状況

1. 株主総会の活性化及び議決権行使の円滑化に向けての取組み状況

	補足説明
株主総会招集通知の早期発送	株主総会開催の約3週間前の早期発送を心がけています。2013年の第113回定時株主総会においては、総会前日から25日前である5月31日(金)に発送いたしました。また、招集通知の発送に先駆け、当社ウェブサイトにおいて招集通知を早期掲載いたしました(和文:5月20日(月)、英訳:5月27日(月))。
集中日を回避した株主総会の設定	2013年第113回定時株主総会においては、集中日より2日早い6月25日(火)に開催いたしました。
電磁的方法による議決権の行使	当社は2003年第103回定時株主総会より電磁的方法による議決権行使を採用しています。
議決権電子行使プラットフォームへの参加 その他機関投資家の議決権行使環境 境向上に向けた取組み	当社は2006年106回定時株主総会より、株式会社ICJが運営する「議決権行使プラットフォーム」にも参加しています。
招集通知(要約)の英文での提供	招集通知は、英訳版を作成し、可能な範囲で外国人株主のみならず、東京証券取引所および当社のウェブサイト上に掲載しております。
その他	当社は、2008年6月より、議決権行使結果の開示を行ってきました。2010年度からは東京証券取引所での適時開示、当社ウェブサイトでの開示、臨時報告書での開示を行っています。 当社の株主総会は、環境にやさしい素材を会場設備等に使用するほか、CO2(二酸化炭素)を排出しない太陽光エネルギーで発電されたグリーン電力を利用することで、環境に配慮した運営を行っています。 また、株主総会招集通知、決議通知など株主あて送付物は環境にやさしいインキ・用紙を使用、冊子の印刷時に使用する電力も上記のグリーン電力を利用し、地球の温暖化対策に貢献しています。

2. IRに関する活動状況 更新

	補足説明	代表者自身 による説明 の有無
ディスクロージャーポリシーの作成・公表	当社では、「情報開示の基本方針」「情報開示の基準」「情報開示の方法」「沈黙期間の設定」および「将来の見通しについての留意事項」からなるディスクロージャー・ポリシーを2006年に策定し、当社ウェブサイトにて公表しています。 http://group.shiseido.co.jp/ir/	
個人投資家向けに定期的説明会を開催	当社では、社長による説明会を開催し、その模様をウェブサイトで配信しています。 また、2011年度より、当社の株主さまコミュニケーションについて株主さまから直接ご意見を伺う場として「株主さまミーティング」を定期的で開催しています(第一回:2012年2月9日(木) 大阪、第二回:2012年9月7日(金) 名古屋、第三回:2013年2月8日(金) 福岡、第四回:2013年9月6日(金) 神戸)。	あり
アナリスト・機関投資家向けに定期的説明会を開催	本決算および第2四半期決算発表時の年2回開催しています。	あり
海外投資家向けに定期的説明会を開催	欧米を中心に、主に個別訪問形式にて開催しています。	あり
IR資料のホームページ掲載	法定および任意の開示資料:株主総会招集通知、有価証券報告書(四半期報告書)、適時開示資料、適時開示に係る宣誓書、決算説明会のダイジェスト版、決算短信(四半期財務・業績の概況)、アニュアルレポート、事業報告書を掲載しています。 http://group.shiseido.co.jp/ir/	
IRに関する部署(担当者)の設置	IR担当部署 IR部 IR担当役員 取締役執行役員 最高財務責任者 西村 義典 IR事務連絡責任者 IR部長 高倉 宏文	

その他	年に2回の決算説明会の他に、逐次、国内外の機関投資家向けに合同説明会や個別訪問を実施しています。
-----	--

3. ステークホルダーの立場の尊重に係る取組み状況 更新

	補足説明
社内規程等によりステークホルダーの立場の尊重について規定	資生堂グループ企業理念である「Our Mission, Values and Way」の実現に向けて、資生堂グループの根幹をなす存在意義であるOur Missionと、これを実現するために共有すべき心構え(Our Values)およびよるべき行動(Our Way)を定めています。 「Our Way」では、「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会・地球」というステークホルダーに対してどのような企業行動を取っていくのかを定め、国ならびに地域の法令や社内規則の遵守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって業務に取り組むための行動基準を定めています。
環境保全活動、CSR活動等の実施	資生堂グループのCSR活動は、資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」のもと、ステークホルダーに対して社員一人ひとりがとるべき行動基準を示した「Our Way」の実践として推進しています。 環境保全活動を含むCSR活動等の実施状況等、企業の社会的責任についてのステークホルダーへのご報告等を、アニュアルレポート(冊子およびWEB版)およびCSRレポート(WEB版のみ)にて情報発信しています。 また、資生堂グループ企業情報サイト(http://group.shiseido.co.jp/csr/)では、資生堂のCSR・環境に関するページを、以下の方針で編集しています。 ・各活動の取り組みを、ISO26000(社会的責任に関する手引き)の7つの中核主題に準じてご紹介しています。 ・各ページの報告内容を簡潔にし、読みやすくしました。 ・グループの報告を充実させるために、海外での取り組みにも焦点を当てました。 ・CSR・環境および人事関連の実績報告を一覧で開示しています。 ・国連グローバルコンパクト、GRI(Global Reporting Initiative)のサステナビリティ・レポート・ガイドライン第3.1版(G3.1)、2010年11月に発行されたISO26000(社会的責任に関する手引き)を参考にしています。 ・対象範囲は、株式会社資生堂と資生堂グループ各社(連結子会社)93社、2013年3月31日現在としています。この対象範囲と異なるデータにつきましては、注釈を明記しています。
その他	<社員のダイバーシティ> 資生堂グループでは、さまざまな国や地域で、国籍や性別、年齢、雇用形態の違い、障がいの有無など、多様な属性、価値観、発想を持った社員が働いており、グローバルレベルでダイバーシティを推進しています。また、資生堂グループのお客さまの9割は女性であることから、女性の価値観や生活の現状を理解した上で新たな商品やサービスを提供することが重要と考え、社員の約8割を占める女性社員が経営や事業活動において中核的役割を果たせるようにさまざまな支援策を導入しています。 ・全世界の資生堂グループの女性社員比率: 84.7%(2013年3月末日現在) ・全世界の資生堂グループの女性リーダー比率(※): 46.5%(2013年3月末日現在) ・日本国内の資生堂グループの女性社員比率: 83.3%(2013年3月末日現在) ・日本国内の資生堂グループの女性リーダー比率(※): 23.8%(2013年3月末日現在) ※女性リーダー比率とは、「部下を持つ管理職全体に占める女性の比率」を指します。 なお、当社は、政府が掲げた目標(2020年)を7年前倒しし、2013年度中に資生堂グループにおける国内の女性リーダー比率30%をめざすことを宣言しています。2013年4月1日現在の国内の女性リーダー比率は25.6%ですが、数値目標の達成を目的化ではなく、能力のある人材をリーダーに任用することを前提に、男女の隔たりなく人材を育成することが肝要と考え、引き続き女性リーダーが恒常的に生まれる社内風土の醸成をめざします。

Ⅳ内部統制システム等に関する事項

1. 内部統制システムに関する基本的な考え方及びその整備状況

当社の「内部統制システムの基本方針」は以下のとおりです。

- (1) 取締役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制、企業集団における業務の適正性を確保するための体制
 当社およびグループ全体に影響を及ぼす重要事項については、取締役会において決定する。代表取締役は、定期的に職務の執行状況を取締役会に報告する。取締役の業務の執行に関する監督機能の維持・強化のため、社外取締役を選任する。監査役は、取締役の職務の執行について適法性・妥当性監査を実施する。取締役および使用人は、監査役からの求めに応じ、職務の執行状況を監査役に報告する。
 資生堂グループ共通の企業使命・事業領域であり、普遍の存在意義として定めた「Our Mission」を実現するために、資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構え「Our Values」と、より高い倫理基準をもって業務に取り組むための行動基準「Our Way」を制定し、適法かつ公正な企業活動の推進に努める。
 取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、「グループ全体の適法かつ公正な企業活動の推進」や「リスク対策」など、企業品質向上に向けた活動を統括し、活動計画や活動結果を取締役会に提案・報告する。
 各事業所にて適法かつ公正な企業活動を推進することを目的に、国内においては「企業倫理推進リーダー」を、海外においては「BEO (Business Ethics Officer)」とそれを補佐する「CEL (Corporate Ethics Leader)」を配置するとともに、企業倫理に関する定期的な研修を実施する。「企業倫理推進リーダー」および「BEO」は、各職場における企業倫理活動の計画とその推進状況・結果をCSR委員会に報告する。
 グループにおける法令・定款・諸規定に違反する行為などを早期に発見して是正することを目的に、国内においては、社外法律事務所を通報・相談先とする「社外相談窓口」ならびに当社内に相談員を配置する「資生堂相談ルーム」を設置する。海外においては、事業所毎に内部通報制度「事業所ホットライン」を設置する他、各事業所内で解決できない場合の相談・通報先として、「資生堂グループグローバルホットライン」をCSR委員会内に設置する。
 グループ全体の内部監査を実施し、業務の適正性を監査する。内部監査の結果は、取締役および監査役に報告する。
- (2) 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制
 迅速で効率性の高い企業経営を実現するために執行役員制度を導入し、意思決定、監督機能を担う取締役と業務執行機能を担う執行役員との役割を分離する。
 代表取締役は、目標達成に向けたグループ全体の職務の執行を統括し、監督する。執行役員は、担当領域の具体的な目標を決定するとともに効率的な業務遂行体制を構築する。なお、重要な業務遂行については、多面的な検討を行うために執行役員をメンバーとする経営会議において審議する。
 取締役会および経営会議において目標に対する進捗状況を確認し、必要な改善策を実施する。
- (3) 取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制
 取締役会議事録、経営会議議事録など重要な書類については、社内規則に基づき文書管理を行い、取締役、監査役からこれら議事録の閲覧の要求があった場合には、直ちに提出する。
 このほか、取締役および使用人の職務の執行に係る情報については、「情報システム管理規程」、「機密情報管理規程」などの規程に基づき管理する。
- (4) 損失の危険の管理に関する規程その他の体制
 取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断で統括する。「CSR委員会」は、経営戦略上のリスクや業務運営上のリスクを把握・評価し、必要な予防策を講じ、また、緊急事態を想定した対応マニュアルを策定する。緊急事態が発生した場合には、その大きさに応じて「対策本部」、「対策プロジェクト」、「対策チーム」などのレベル別の組織を編成して対応を実施する。
- (5) 監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する体制および当該使用人の取締役からの独立性に関する事項
 監査役会及び監査役の職務を補助する監査役会スタッフグループを設置して使用人を配置する。
 監査役会スタッフグループの人事については、監査役の意見を反映して決定する。
- (6) 取締役会および使用人が監査役に報告するための体制その他監査役への報告に関する体制
 取締役および使用人は、取締役会その他重要な会議への監査役の出席を通じて職務の執行状況を報告するほか、内部監査部門の監査結果を報告する。
 このほか、監査役からの求めに応じ、業務および財産の状況を報告する。
- (7) その他監査役が効率的に行われることを確保するための体制
 代表取締役と監査役の間で定期的な意見交換会を開催する。また、監査役からの求めに応じ、監査役と会計監査人および内部監査部門との間で連絡会を開催するほか、各種会議への監査役の出席を確保するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備する。

2. 反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方及びその整備状況

当社では、「市民社会の秩序や安全に脅威を与えるなどの、違法行為を行う個人および団体とは関係をもたないこと。このような個人および団体からの金品や役務の求めには一切応じないこと」を「Our Way」において宣言している。CSR部に統括機能を設置し、情報の集約化を図るとともに、イントラネット上での対応マニュアルの整備等を行っている。地元警察署との連携を図り、また「特殊暴力防止対策協議会」に加盟するなど、外部情報の収集や外部団体との連携を強化している。

V その他

1. 買収防衛策の導入の有無

買収防衛策の導入の有無

なし

該当項目に関する補足説明

第106回定時株主総会にて、「当社株式の大量取得行為に対する対応策」(買収防衛策)が決議され、その有効期間は2008年6月25日開催の第108回定時株主総会の終結の時までとなっていました。当社は、2008年度からの3か年計画を着実に実行していくことが、グローバル市場における競争力と持続的成長性を高め、企業価値の最大化、ひいては株主共同の利益の確保・向上に繋がるものと考え、2008年4月30日開催の取締役会において、第108回定時株主総会の終結のときをもって、本買収防衛策を継続しないことを決議しました。第108回定時株主総会においては、本買収防衛策の根拠規定となっていた定款条文の削除が決議されました。

2. その他コーポレート・ガバナンス体制等に関する事項

当社の会社情報の適時開示に係る社内体制の状況は、以下のとおりです。

当社は、「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する」という、資生堂グループの根幹をなす存在意義(Our Mission)を実現するために、資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構えである「Our Values」(*1)と、「お客さま」「取引先」「株主」「社員」「社会」「地球」といった各ステークホルダーに対する行動規範である「Our Way」(*2)を定めています。「Our Way」の中では、「株主とともに」として「私たちは、有形・無形資産、資金などの資産を最大限にいかし、持続的な企業価値の向上に努めます。」「私たちは、企業統治と内部統制に関するルールを遵守し、適正な会計処理を行います。」「私たちは、株主や投資家との対話を大切にし、信頼を得られるように努めます。」と宣言し、これを株主や投資者の皆様からの信頼を得るための企業行動の基本としています。

また、投資者等への経営情報の開示方針として、「資生堂 ディスクロージャー・ポリシー」を定めています(*3)。

このように、投資者の投資判断に重要な影響を与える事実や決算に関する情報の適時適切な開示について、資生堂グループのすべての者が真摯な姿勢で取り組んでいます。

具体的には、投資者の判断に影響を与える重要な事実に関して、決定事実・決算に関する情報、発生事実、それぞれにおいて次のような体制をとっています。

1. 決定事実・決算に関する情報

資生堂グループの各事業所・各部門において、重要事実とはどのような事実が該当するのかを把握・認識するために、法令や上場規則を反映した社内ルールの中で重要事実を一覧表としてまとめ、案件ごとに判断しています。さらに、これらの案件を取締役会等へ提案するにあたっては、東京証券取引所の担当部署であるIR部において適時開示ルールに則った重要事実であるか否かを確認し、経営企画部において重要事実の管理を行っています。このような重要事実の明確化のしくみに加えて、適時適切な開示のしくみとして、定例的に開催される「ディスクロージャー会議」と、重要事実の内容によって機動的に編成される「検討チーム」があります。ここでは、開示内容の検討だけでなく、開示資料の作成と確認もを行っています。これらのしくみを踏まえて、取締役会において案件の決定並びに情報開示の対応の決定をしており、決定後、ただちに東京証券取引所を通じて適切に開示しています。

2. 発生事実

突発的事象に対しては、「コンプライアンス委員会」が関連部門を招集し緊急対応を行うとともに、迅速な開示対応を図るしくみを構築しています。具体的には、社内ルールとして策定した緊急時対応マニュアルに沿って、「緊急打合せ会」や「臨時委員会」を開催します。ここで、リスクのレベルを判断し、レベルに応じて対応組織を編成します。重要事実に該当するレベルのものについては、緊急時対策本部を設置し、速やかかつ適切な開示への対応を図っています。

また、各事業所・各部門の業務執行に関しては、監査部が厳正な内部監査を実施しており、企業経営の公正性、透明性の確保・向上に努めています。

(*1)

Our Values

多様性こそ、強さ

挑戦こそ、成長性

革新を続ける伝統こそ、卓越した美を創造する。

(*2)

Our Way

【お客さまとともに】

1. 私たちは、常にお客さまの視点に立ち、真に満足していただける安全で優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に努めます。

(1)私たちは、品質と安全性をなにもものにも優先し、お客さまに安心していただけるように努めます。

また、法令はもとより独自の厳しい基準を遵守し、安全性評価システムを実行していきます。

(2)私たちは、お客さまにとって必要な情報を適切に提供します。また、お客さまが商品とサービスを選択する際に必要な情報を

正確にわかりやすく表示し、ていねいに説明します。

(3)私たちは、お客さまに支持され、商品やサービスの選択に役立つ、公正で創造的な美しい宣伝を制作します。

2. 私たちは、お客さまと接するあらゆる機会に、お客さまの満足と信頼を高められるように誠実に行動します。

(1)私たちは、お客さまに対し、常に感謝の気持ちとおもてなしの心をもって接します。

(2)私たちは、お客さまから苦情が寄せられた場合は、誠実かつ迅速に対応します。

(3)私たちは、お客さまの声を真摯に受けとめ、商品やサービスの改良・改善および開発にいかします。

3. 私たちは、資生堂グループのすべてのブランド価値を高めることに努めます。
 - (1) 私たちは、美しさと健やかさの実現を、お客さまとともに考えることで信頼とブランド価値を高めます。そして、店頭をはじめとするお客さまとのすべての接点においても、ブランド価値を高めるように努めます。
 - (2) 私たちは、ブランド価値を高める知的財産を侵害されないよう管理します。また、他者の知的財産を尊重します。

【取引先とともに】

1. 私たちは、取引先を適切に選び、公正・透明・自由な競争、ならびに適正な取引を行います。
 - (1) 私たちは、販売先、購買先、業務委託先などの取引先を、品質や価格などの視点だけではなく、人権尊重・法令遵守や環境保全および社会的課題などへの取り組み状況によって選びます。
 - (2) 私たちは、不当な価格協定・談合・ダンピングなど、自由な競争を妨げる行為を行いません。
2. 私たちは、公正さを疑われるような贈答や接待をしたり、受けたりしません。
 - (1) 私たちは、取引先と仕事に関して、金銭・贈答品の授受はしません。例外として、儀礼的もしくは季節的な習慣がある場合には、社会的に許される範囲でのみ行います。
 - (2) 私たちは、取引先と仕事に関して、飲食やその他の接待についても、社会的に許される範囲でのみ行います。
3. 私たちは、こころざしを同じくするすべての取引先を尊重し、お互いの持続的な発展に努めます。
 - (1) 私たちは、取引先と対等な関係を保ち、高圧的な態度はとりません。
 - (2) 私たちは、取引先と人権尊重・法令遵守・環境保全など社会的責任の遂行にかかわる姿勢を共有し、取引先にその自発的な取り組みを促します。
 - (3) 私たちは、取引先と協力し、資生堂グループが有するブランド価値を高めることに努めます。

【株主とともに】

1. 私たちは、有形・無形資産、資金などの資産を最大限にいかし、持続的な企業価値の向上に努めます。
 - (1) 私たちは、資産を適切に管理し、事業や社会貢献のために適正に使用します。
 - (2) 私たちは、出資・投資・融資は、慎重に検討し、適正な手続きを経て行います。
 - (3) 私たちは、企業危機を包括的に把握し、未然防止を図るとともに、万一発生時には損害を最小限に抑えるために速やかに対応し、再発防止に努めます。
2. 私たちは、企業統治と内部統制に関するルールを遵守し、適正な会計処理を行います。
 - (1) 私たちは、正確な財務・税務会計を行い、信頼性を確保します。
 - (2) 私たちは、社内外の監査機能を強化し、健全な企業経営を行います。
 - (3) 私たちは、株価に影響する情報を適切に管理し、インサイダー取引のような不公正な取引には決して関与しません。
3. 私たちは、株主や投資家との対話を大切に、信頼を得られるように努めます。
 - (1) 私たちは、すべての株主や投資家と公平に接し、正確な経営情報を積極的かつ速やかに開示するとともに、株主や投資家の意見を企業経営にいかし、良好な信頼関係を築きます。
 - (2) 私たちは、会社の最高意思決定機関である株主総会を適正に運営し、説明責任を果たします。

【社員とともに】

1. 私たちは、職場におけるすべての人たちの人格、個性、およびその多様性を尊重し、ともに育ち、育てあうように努めます。
 - (1) 私たちは、人種、皮膚の色、性別、年齢、言語、財産、国籍または出身国、宗教、民族または社会的出身、政治的見解またはその他の見解、障がい、健康状態、性的指向などによるあらゆる差別や虐待、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントなどのモラルハラスメントは絶対に行わず、決して許しません。
 - (2) 私たちは、ともに働く人と力を合わせ、仕事に対して最大限に能力を発揮します。
 - (3) 私たちは、ともに働く人との対話に努め、自分自身と職場の人たちの成長を心がけて行動します。
 - (4) 私たちは、公正な人事評価に取り組みます。
2. 私たちは、誠実に仕事へ取り組むとともに、公私のけじめを守ります。
 - (1) 私たちは、機密情報や個人情報の漏えい、紛失などが生じないように適正に管理し、不適正な利用はしません。
 - (2) 私たちは、資生堂グループの商品・サービスと競合する事業に従事するなど、資生堂グループの事業に悪影響をおよぼす活動はしません。
 - (3) 私たちは、職務や職位を利用して、私的な接待や物品を求めたり個人の活動への協力を求めたり、第三者に対して便宜を図ることはしません。
3. 私たちは、健康的で安全な職場環境と、社員のゆとりと豊かさの充実に努めます。
 - (1) 私たちは、安全、清潔で健康的な職場環境づくりに努めます。
 - (2) 私たちは、心身の健康の維持と管理およびワークライフバランスの実現に努めます。

【社会・地球とともに】

1. 私たちは、すべての国や地域それぞれの法令を遵守し、人権尊重はもとより高い倫理観を持って行動します。
 - (1) 私たちは、すべての国や地域それぞれの法令を遵守し、歴史・文化・慣習などを尊重します。
 - (2) 私たちは、国際条約などの国際法を尊重し、人権侵害につながる児童労働、強制労働などは絶対に行いません。
 - (3) 私たちは、市民社会の秩序や安全に脅威を与えるなどの、違法行為を行う個人および団体とは関係を持ちません。また、このような個人および団体からの金品や役務の求めには一切応じません。
 - (4) 私たちは、政治や行政などと、公正で透明度の高い関係を維持します。
2. 私たちは、独自の厳しい基準に沿った環境対応を推進し、生物多様性に配慮しながら、人も地球も美しく共生する持続可能な社会をめざします。
 - (1) 私たちは、CO2をはじめとする温室効果ガス(GHG)排出量削減などにより、気候変動の緩和に努めます。また、化学物質を適切に管理し、大気・水質・土壌汚染を防ぎます。
 - (2) 私たちは、3R(リデュース、リユース、リサイクル)の考え方にに基づき、事業活動のプロセスやお客さまの手もとにおいて、廃棄物ができるかぎり少なくなるように努めます。
 - (3) 私たちは、美しさの実現と環境への配慮が共存した新しい商品やサービスの開発に取り組みます。
 - (4) 私たちは、環境対応と事業活動を両立させるための新技術開発に積極的に取り組みます。
3. 私たちは、広く社会と双方向のコミュニケーションを充実させ、協働して社会的課題解決に努めます。
 - (1) 私たちは、広く社会との対話に努め、化粧の力などで人々を元気づけ健やかにする活動、女性支援活動、文化活動、環境活動などに取り組み、グローバル社会からの期待に応えます。
 - (2) 私たちは、事業所が所在する地域社会との交流を深め、地域に貢献する活動を通じて、企業市民としての責任を果たします。

(※3)

資生堂 ディスクロージャー・ポリシー

1. 情報開示の基本方針

資生堂は、投資家への適時適切な会社情報の開示が健全な証券市場の根幹をなすものであることを十分に認識するとともに、常に投資家の視点に立った迅速、正確かつ公平な会社情報の開示を適切に行えるよう社内体制の充実に努めるなど、投資家への会社情報の適時適切な提供について真摯な姿勢で臨みます。このように適時適切な情報開示を通じて、資本市場との良好な信頼関係を構築するとともに、市場の評価の経営へのフィードバックにも努めることで、株主価値の増大を図っていきます。

2. 情報開示の基準

(1) 重要情報の適時開示

証券取引法等の関係法令および当社が株式上場している東京証券取引所の定める適時開示規則に則って、情報開示を行います。

(2)任意開示

上記の適時開示規則に該当しない情報についても、投資判断に資する有用な情報と判断する内容に関しては、適時性と公平性を鑑みながら積極的に開示を行います。

3. 情報開示の方法

適時開示規則が定める重要情報、および同規則に該当しない有用な任意情報の開示は、東京証券取引所が提供する適時開示情報伝達システム「TDnet」を通じて行います。同時に、当社ホームページにも当該情報を掲載します。

4. 沈默期間

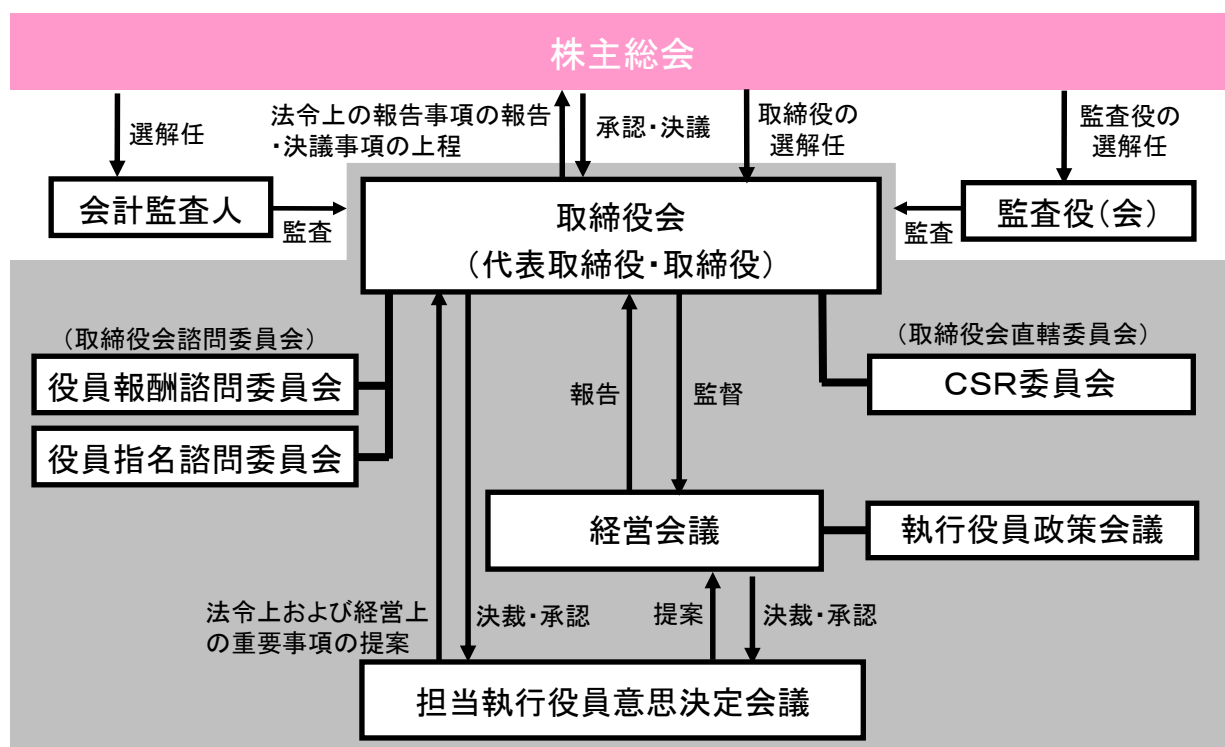
当社は決算情報に関して、公表前の漏洩を防ぎ公平性を確保する観点から沈黙期間を設けています。

具体的には、本決算、中間決算に関しては決算日(3月31日、9月30日)翌日から決算発表日までの数週間、四半期決算に関しては発表日までの2週間を沈黙期間としています。沈黙期間中は、決算に関する質問への回答やコメントを一切控えることとしています。

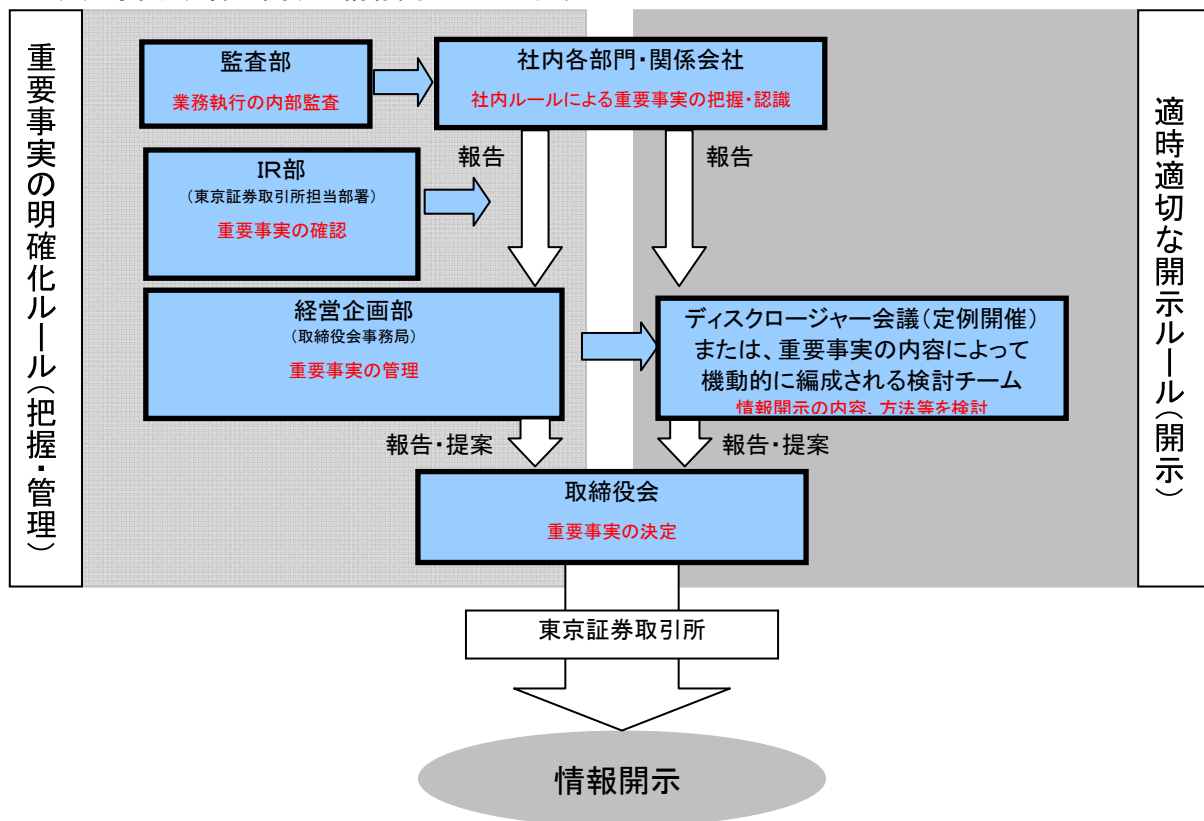
5. 将来の見通しについて

当社が開示する情報のうち、歴史的事実以外のものは、開示時点における当社の判断による将来の見通しおよび計画に基づいた将来予測です。

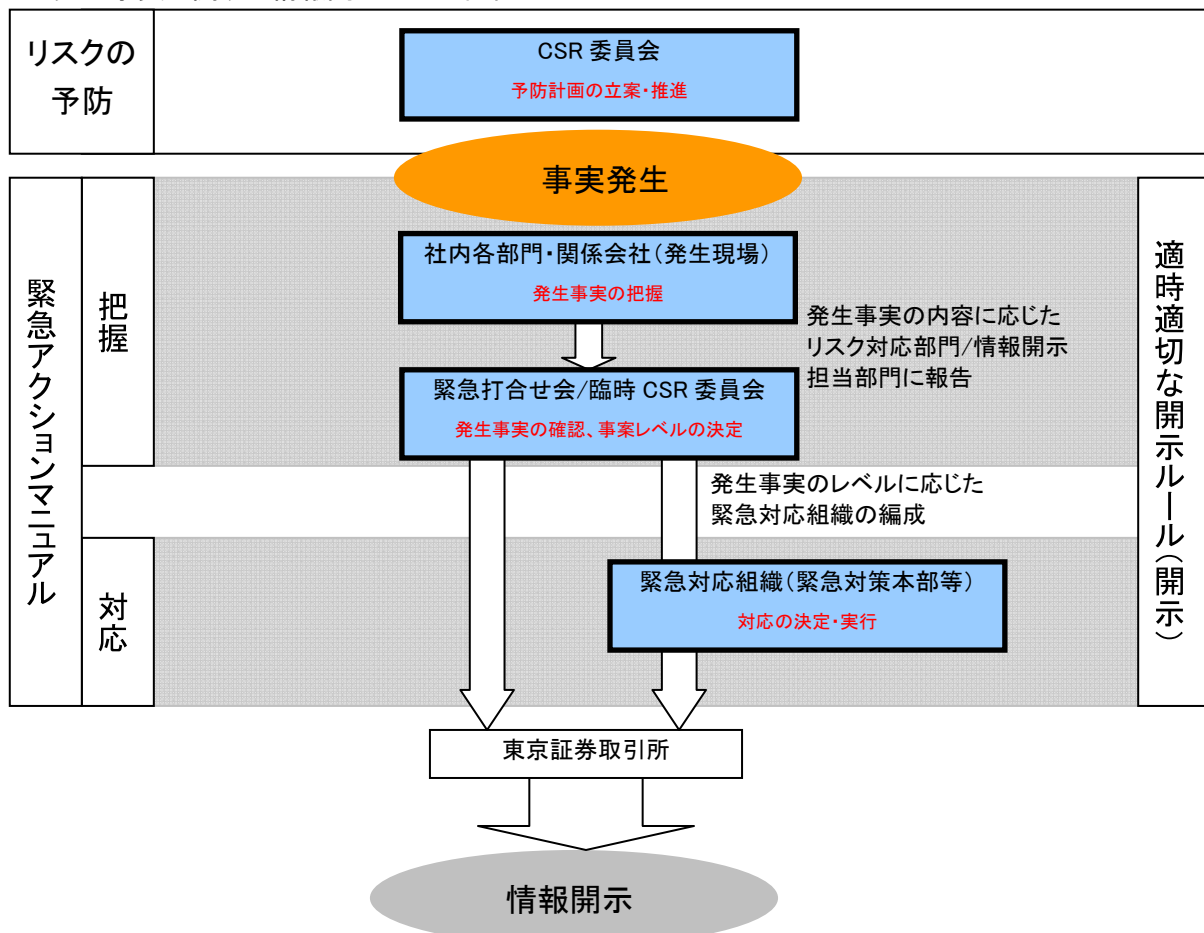
これらの将来予測には、リスクや不確定要素などの要因が含まれており、実際の成果や業績は見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。



＜決定事実・決算に関する情報開示までの仕組み＞



＜発生事実に関する情報開示までの仕組み＞



内部統制システムの基本方針

内部統制システムの基本方針

当社の「内部統制システムの基本方針」は以下のとおりです。

(1) 取締役および使用人の職務の執行が法令および定款に適合することを確保するための体制、企業集団における業務の適正性を確保するための体制

当社およびグループ全体に影響を及ぼす重要事項については、取締役会において決定する。代表取締役は、定期的に職務の執行状況を取締役に報告する。取締役の業務の執行に関する監督機能の維持・強化のため、社外取締役を選任する。監査役は、取締役の職務の執行について適法性・妥当性監査を実施する。取締役および使用人は、監査役からの求めに応じ、職務の執行状況を監査役に報告する。

資生堂グループ共通の企業使命・事業領域であり、普遍の存在意義として定めた「Our Mission」を実現するために、資生堂グループで働く一人ひとりが共有すべき心構え「Our Values」と、より高い倫理基準をもって業務に取り組むための行動基準「Our Way」を制定し、適法かつ公正な企業活動の推進に努める。（※）

取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、「グループ全体の適法かつ公正な企業活動の推進」や「リスク対策」など、企業品質向上に向けた活動を統括し、活動計画や活動結果を取締役に提案・報告する。

各事業所にて適法かつ公正な企業活動を推進することを目的に、国内においては「企業倫理推進リーダー」を、海外においては「BEO（Business Ethics Officer）」とそれを補佐する「CEL（Corporate Ethics Leader）」を配置するとともに、企業倫理に関する定期的な研修を実施する。「企業倫理推進リーダー」および「BEO」は、各職場における企業倫理活動の計画とその推進状況・結果をCSR委員会に報告する。

グループにおける法令・定款・諸規定に違反する行為などを早期に発見して是正することを目的に、国内においては、社外法律事務所を通報・相談先とする「社外相談窓口」ならびに当社内に相談員を配置する「資生堂相談ルーム」を設置する。海外においては、事業所毎に内部通報制度「事業所ホットライン」を設置する他、各事業所内で解決できない場合の相談・通報先として、「資生堂グループグローバルホットライン」をCSR委員会内に設置する。

グループ全体の内部監査を実施し、業務の適正性を監査する。内部監査の結果は、取締役および監査役に報告する。

(2) 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

迅速で効率性の高い企業経営を実現するために執行役員制度を導入し、意思決定・監督機能を担う取締役と業務執行機能を担う執行役員の役割を分離する。

代表取締役は、目標達成に向けたグループ全体の職務の執行を統括し、監督する。執行役員は、担当領域の具体的な目標を決定するとともに効率的な業務遂行体制を構築する。なお、重要な業務遂行については、多面的な検討を行うために執行役員をメンバーとする経営会議において審議する。

取締役会および経営会議において目標に対する進捗状況を確認し、必要な改善策を実施する。

(3) 取締役の職務の執行に係る情報の保存および管理に関する体制

取締役会議事録、経営会議議事録など重要な書類については、社内規則に基づき文書管理を行い、取締役、監査役からこれら議事録の閲覧の要請があった場合には、直ちに提出する。

このほか、取締役および使用人の職務の執行に係る情報については、「情報システム管理規程」、「機密情報管理規程」などの規程に基づき管理する。

（４）損失の危険の管理に関する規程その他の体制

取締役会直轄の「CSR委員会」を設置し、企業活動に関するリスクをグループ横断で統括する。「CSR委員会」は、経営戦略上のリスクや業務運営上のリスクを把握・評価し、必要な予防対策を講じる。

緊急事態を想定した対応マニュアルを策定する。緊急事態が発生した場合には、その大きさに応じて「対策本部」、「対策プロジェクト」、「対策チーム」などのレベル別の組織を編成して対応を実施する。

（５）監査役がその職務を補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する体制および当該使用人の取締役からの独立性に関する事項

監査役会および監査役の職務を補助する監査役会スタッフグループを設置して使用人を配置する。監査役会スタッフグループの人事については、監査役の意見を反映して決定する。

（６）取締役および使用人が監査役に報告するための体制その他監査役への報告に関する体制

取締役および使用人は、取締役会その他重要な会議への監査役の出席を通じて職務の執行状況を報告するほか、内部監査部門の監査結果を報告する。このほか、監査役からの求めに応じ、業務および財産の状況を報告する。

（７）その他監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

代表取締役と監査役との間で定期的な意見交換会を開催する。また、監査役からの求めに応じ、監査役と会計監査人および内部監査部門との間で連絡会を開催するほか、各種会議への監査役の出席を確保するなど、監査役の監査が実効的に行われるための体制を整備する。

※反社会的勢力排除に向けた基本的な考え方およびその整備状況について

当社では、「市民社会の秩序や安全に脅威を与えるなどの、違法行為を行う個人および団体とは関係をもたないこと。このような個人および団体からの金品や役務の求めには一切応じないこと」を「Our Way」において宣言している。CSR部に統括機能を設置し、情報の集約化を図るとともに、イントラネット上での対応マニュアルの整備等を行っている。地元警察署との連携を図り、また「特殊暴力防止対策協議会」に加盟するなど、外部情報の収集や外部団体との連携を強化している。

取締役・監査役・執行役員

取締役

(2013年7月1日現在)

氏名 (生年月日)	略歴
まえだ しんぞう 前田 新造 (1947年2月25日 生)	1970年4月 当社入社 1996年6月 当社マーケティング本部 化粧品企画部長 1997年6月 当社国際事業本部 国際事業1部長兼マーケティング開発室長 1997年12月 当社国際事業本部 アジアパシフィック地域本部長 2000年1月 当社コスメニティー価値創造センター 海外セルフ営業部長 2001年4月 当社化粧品事業戦略本部 推販部長 2003年1月 当社経営企画室長 2003年6月 当社取締役 当社執行役員 2005年6月 当社代表取締役(現) 当社執行役員社長 2011年4月 当社会長(現) 2013年4月 当社執行役員社長(現) 当社CSR委員会 委員長(現)
カーステン・フィッ シャー (1962年9月7日 生)	1979年10月 シュワルツコフ入社 1996年3月 シュワルツコフ株式会社 代表取締役社長 1999年1月 ウエラジャパン株式会社 代表取締役社長 2003年7月 ウエラAG エクゼクティブ・バイスプレジデント 2004年7月 ザ プロクター アンド ギャンブル カンパニー コーポレート・オフィサー プロフェッショナル・ケア・プレジデント 2006年10月 当社常勤顧問 2007年1月 当社執行役員常務 当社国際事業担当(現) 当社国際事業部長(現) 2007年10月 当社プロフェッショナル事業担当(現) 2008年4月 当社プロフェッショナル事業部長 当社中国事業担当(現) 2008年6月 当社取締役 2010年4月 当社執行役員専務(現) 2011年4月 当社米州担当(現) 資生堂アメリカズCorp. 会長兼CEO(現) 資生堂アメリカInc. 会長兼CEO(現) ゾートスインターナショナルInc. 会長兼CEO(現) 2012年4月 当社代表取締役 (現)

たかもり たつおみ 高森 竜臣 (1952年7月7日 生)	1975年4月 2002年4月 2003年7月 2004年4月 2006年4月 2007年4月 2009年4月 2009年6月 2010年4月 2012年4月	当社入社 当社海外セルフ事業部長 当社国際営業本部 東アジア事業部長 当社国際事業部 中国戦略部長 当社中国事業部長 当社執行役員 当社国内化粧品事業 事業戦略・マーケティング領域担当 当社取締役(現) 当社執行役員常務(現) 当社国内化粧品事業担当(現) 当社ヘルスケア事業担当 当社クレ・ド・ポー ボーテ グローバルユニット担当 当社国内化粧品事業部長(現) 当社国内化粧品事業 事業戦略領域担当(現)
にしむら よしのり 西村 義典 (1955年6月28日 生)	1979年4月 2005年4月 2008年10月 2009年4月 2011年4月 2012年6月	当社入社 当社財務部長 当社経営企画部 部長 財務戦略グループリーダー 兼 資生堂ビジネスソリューション株式会社 財務部長 資生堂ドイツラングGmbH 取締役社長 当社執行役員 最高財務責任者(現) 当社財務、IR、情報企画担当(現) 当社内部統制担当(現) 当社取締役(現)
おかざわ ゆう 岡澤 雄 (1957年5月18日 生)	1981年4月 2001年12月 2006年1月 2007年1月 2007年4月 2009年4月 2010年4月 2012年4月 2012年6月 2012年8月 2012年9月 2013年6月	当社入社 資生堂ドイツラングGmbH 取締役社長 当社国際事業部 欧州部長 兼 ロシア戦略室長 当社国際事業部 欧州部長 当社国際事業部 グローバル営業部長 当社国際営業部長 当社執行役員 当社執行役員常務(現) 当社アジアブレイクスルー戦略推進担当(現) 当社中国事業部長(現) 当社アジアパシフィック営業部長(現) 上海卓多姿中信化粧品有限公司 董事長(現) 資生堂(中国)投資有限公司 董事長(現) 資生堂麗源化粧品有限公司 董事長(現) 当社取締役(現)
さかい とおる 坂井 透 (1956年10月16日 生)	1982年4月 2008年4月 2010年4月 2012年4月 2013年4月 2013年6月	当社入社 当社購買部長 当社執行役員 当社生産・購買・ロジスティクス担当 当社経営企画部長 当社執行役員常務(現) 当社国内化粧品事業 事業戦略領域担当(現) 当社取締役(現)

いわた しょういちろう 岩田 彰一郎 (1950年8月14日生)	1973年3月 1986年3月 1992年5月 1995年11月 1997年3月 2000年5月 2006年6月 ライオン油脂株式会社（現ライオン株式会社）入社 プラス株式会社入社 同社商品開発本部 部長代理 同社営業本部アスクール事業推進室室長 同社アスクール事業部 部長 アスクール株式会社 代表取締役社長(現) 同社CEO(現) 当社社外取締役(現) 当社役員報酬諮問委員会委員長(現)
ながい たえこ 永井 多恵子 (1938年1月30日生)	1960年4月 1990年6月 1993年6月 1995年1月 1997年4月 2005年4月 2008年6月 2009年6月 2010年6月 2011年6月 2013年6月 日本放送協会入局 同協会 浦和放送局長 同協会 解説主幹 同協会 退職 世田谷コミュニティ振興交流財団 常務理事 日本放送協会 副会長 社団法人国際演劇協会 会長(現) 公益財団法人せたがや文化財団 副理事長 三井化学株式会社 社外取締役(現) 当社社外取締役(現) 公益財団法人せたがや文化財団 理事長(現)
うえむら たつお 上村 達男 (1948年4月19日生)	1977年4月 1979年4月 1981年4月 1986年4月 1990年4月 1997年4月 2003年10月 2004年6月 2006年6月 2006年9月 2008年7月 2012年3月 北九州大学法学部 専任講師 同大学法学部 助教授 専修大学法学部 助教授 同大学法学部 教授 立教大学法学部 教授 早稲田大学法学部 教授(現) 同大学21世紀COE 《企業法制と法創造》総合研究所 所長 同大学大学院法務研究科 教授 株式会社ジャスダック証券取引所 社外取締役 当社社外取締役(現) 当社役員諮問委員会委員長(現) 同大学 法学学術院長・法学部長 同大学 グローバルCOE《企業法制と法創造》総合研究所 所長(現) 日本放送協会 経営委員(現) 同 監査委員(現)

(注1) 岩田彰一郎氏、永井多恵子氏および上村達男氏は、会社法第2条第15号に定める社外取締役であります。

(注2) 当社は、岩田彰一郎氏、永井多恵子氏および上村達男氏を、東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2に定める独立役員に指定しています。

(注3) 岩田彰一郎氏は、アスクール株式会社の代表取締役社長を兼任しており、資生堂グループと同社は以下の取引関係があります。

(1)資生堂グループは、アスクール株式会社から文具等を購入しており、資生堂グループのアスクール株式会社からの文具等の年間購入額は、資生堂グループの売上原価、販売費および一般管理費の合計額の0.1%未満です。

(2)当社の子会社は、アスクール株式会社にオフィス用トイレタリー製品等を販売しており、当社子会社からアスクール株式会社へのオフィス用トイレタリー製品等の年間販売額は、当社の連結売上高の0.1%未満です。

(3)アスクール株式会社の資生堂グループへの文具等の年間販売額は、アスクール株式会社の年間売上高の約0.1%です。

監査役

(2013年7月1日現在)

氏 名 (生年月日)	略 歴
よねやま としお 米山 俊夫 (1951年9月26日 生)	1978年4月 当社入社 1989年8月 当社経営企画部経営企画室 1993年6月 当社経営企画部課長 1995年6月 当社化粧品開発1部課長 1999年12月 当社R&D戦略室 ファインケミカル営業部長 2000年6月 当社ファインケミカル事業部長 資生堂医理化テクノロジー株式会社 代表取締役社長 2004年4月 当社化粧品事業部 商品開発部長 2005年4月 当社ビューティーサイエンス研究所長 2006年4月 当社執行役員 製品開発・ソフト開発担当 2008年4月 ヘルスケア事業・フロンティアサイエンス事業担当 当社ヘルスケア事業部長 資生堂ビューティーフーズ株式会社 代表取締役社長 2010年4月 当社常勤顧問 2010年6月 当社監査役〔常勤〕(現) 学校法人資生堂学園 監事(現) 公益財団法人資生堂社会福祉事業団 監事(現)
たかやま やすこ 高山 靖子 (1958年3月8日 生)	1980年4月 当社入社 2006年4月 当社お客さまセンター所長 2008年10月 当社コンシューマーリレーション部長 2009年4月 当社お客さま・社会リレーション部長 2010年4月 当社CSR部長 2011年4月 当社総務部 秘書室付部長 2011年6月 当社監査役〔常勤〕(現)
はらだ あきお 原田 明夫 (1939年11月3日 生)	1965年4月 東京地方検察庁検事 1975年7月 在米国日本国大使館一等書記官 1988年4月 法務大臣官房人事課長 1992年4月 盛岡地方検察庁検事正 1993年12月 法務大臣官房長 1996年1月 法務省刑事局長 1998年6月 法務事務次官 1999年12月 東京高等検察庁検事長 2001年7月 検事総長 2004年10月 弁護士(現) 財団法人国際民商事法センター 理事長 2005年5月 当社社外監査役〔非常勤〕(現) 2005年6月 セイコーホールディングス株式会社 社外取締役(現) 住友商事株式会社 社外監査役 2005年7月 学校法人東京女子大学 理事長 2006年6月 株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ 社外取締役 2009年10月 日本郵政株式会社 社外取締役(現) 株式会社企業再生支援機構 社外監査役 株式会社企業再生支援機構 社外取締役 2011年1月 公益財団法人東京大学学生キリスト教青年会 代表理事(現) 2012年4月 一般財団法人日本刑事政策研究会 代表理事(現) 2013年4月 公益財団法人国際民商事法センター 代表理事(現) 2013年6月 住友商事株式会社 社外取締役(現)

おおつか のぶお 大塚 宣夫 (1942年1月10日生)	1967年5月 慶應義塾大学精神神経科学教室 助手 1968年5月 財団法人井之頭病院入職 1980年2月 青梅慶友病院 病院長 1988年11月 医療法人社団慶成会 理事長兼院長 2001年2月 同医療法人社団 理事長専任 2007年6月 当社社外監査役〔非常勤〕(現) 2010年4月 同医療法人社団 会長(現)
つじやま えいこ 辻山 栄子 (1947年12月11日生)	1977年4月 茨城大学人文学部 専任講師 1982年1月 米国 コロンビア大学 ビジネス・スクール 客員研究員 1985年4月 武蔵大学経済学部 助教授 1993年9月 英国 ケンブリッジ大学 客員研究員 1993年12月 東京大学 博士(経済学) 1996年4月 武蔵大学 経済学部長 2001年7月 米国 財務会計基準審議会(FASB) 国際客員フェロー 2003年4月 早稲田大学商学部教授(現) 早稲田大学大学院商学研究科教授 2008年6月 三菱商事株式会社 社外監査役(現) 2010年6月 オリックス株式会社 社外取締役(現) 2010年9月 早稲田大学大学院商学研究科長 2011年5月 株式会社ローソン 社外監査役(現) 2011年6月 株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ 社外監査役(現) 2012年6月 当社社外監査役〔非常勤〕(現)

(注1) 原田明夫氏、大塚宣夫氏および辻山栄子氏は、会社法第2条第16号に定める社外監査役であります。

(注2) 当社は、原田明夫氏、大塚宣夫氏および辻山栄子氏を、東京証券取引所の有価証券上場規程第436条の2に定める独立役員に指定しています。

取締役を兼務しない執行役員

(2013年7月1日現在)

	氏 名	担当等
執行役員常務	宮川 勝	国内化粧品事業 マーケティング領域、クレ・ド・ポー ボーテ グローバルユニット、ヘルスケア事業、国内ノン資生堂事業担当
執行役員	林 高広	総務、法務、秘書、広報担当
執行役員	石本 潔	サプライチェーン（生産・購買・ロジスティクス）担当
執行役員	岩井 恒彦	技術企画、品質保証、薬事、CSR、環境、フロンティアサイエンス事業担当
執行役員	丸山 宏	国際事業（事業戦略・マーケティング領域）担当
執行役員	大月 重人	人事、風土改革担当 人事部長
執行役員	関根 近子	ビューティークリエーション、お客さま情報担当 美容統括部長
執行役員	島谷 庸一	研究開発（化粧品・新領域）担当
執行役員	杉山 繁和	宣伝制作、企業文化担当
執行役員	矢吹 隆一	国内化粧品事業部 営業領域担当 資生堂販売株式会社 代表取締役社長 株式会社エフティ 資生堂 代表取締役社長

コンプライアンス

資生堂は、グループ共通の企業使命・事業領域であり、普遍の存在意義として定めた「Our Mission」を実現するために、グループで働く一人ひとりが共有すべき心構え「Our Values」と、より高い倫理基準をもって業務に取り組むための行動基準「Our Way」を制定し、適法かつ公正な企業活動の推進に努めています。

企業内倫理活動は、法令順守はもちろん、世界中の人々から「社会の役に立つ企業」「なくてはならない企業」「魅力的な企業」として受け入れられ、発信することをめざしています。

企業倫理の浸透

(1) 職場での企業倫理の浸透

日本国内では、各事業所により高い倫理観を持つ風土づくりを担当する企業倫理推進リーダーを配置。海外子会社については、各社の企業倫理全般を統括するBusiness Ethics Officer (BEO) と、それを補佐するCorporate Ethics Leader (CEL) を配置し、企業倫理に関する定期的な研修を実施しています。また、企業倫理推進リーダーおよびBEOは、各職場における企業倫理活動の計画とその推進状況・結果をCSR委員会に報告しています。

(2) 全社員研修（年1回）

社員同士の話し合いによる「気づき」を大切にした人権研修を、資生堂グループのすべての事業所において毎年1回実施しています。

推進にあたっては、全国の事業所に配置した人権啓発推進委員が一同に会し、さまざまな人権課題の中から問題解決すべきテーマを検討しています。

また、人権啓発やさまざまな課題解決に有益な情報を編集した「資生堂人権啓発推進委員ガイドブック」を作成し、全ての委員と共有化しています。

(3) 階層別研修（年1回）

全社員対象の研修に加え、新入社員、管理職といった階層や事業所別の特性に合わせた内容で、集合研修を実施しています。

通報窓口の設置

2006年4月に施行された公益通報者保護法への対応として、万が一社内でも不正行為があった場合も小さな芽のうちに社内で解決するため、「資生堂相談ルーム」（社内）、弁護士事務所内の「資生堂社外相談窓口」の2つの通報（相談）窓口を設置し、責任者への研修や全社員へのパンフレット配付などを行い、周知徹底を図っています。

公正な調査解決ルートや通報（相談）者の不利益扱いの禁止を明示した「資生堂グループ相談窓口規程」も制定し社員に周知しています。

資生堂相談窓口は、業務に関する相談を広く受け付け、2012年度は212件、2000年4月の開設以来累計1,974件の相談を受け、迅速に解決を図っています。

また、派遣会社社員を含む全社員に配布している「倫理カード」には、先述した仕事上の相談を受け付ける社内外の通報（相談）窓口、および、心とからだに関する相談を受け付ける「メンタルヘルス相談窓口」（社内）と「資生堂健康サポートダイヤル24」（社外）の連絡先等の詳細を掲載しています。

あなたが行うべきこと

問題・行動するときは
Our Wayの精神に基づいて、自分の心で判断してください。

その他の行動は……

- ・法令や社内規程に抵触しませんか？
- ・人権を無視していませんか？
- ・社会常識に反していませんか？
- ・消費者を欺く行為は行いませんか？
- ・家族や友人に知られても良いですか？
- ・誇りを損ねて行えますか？

仕事上の悩みは……

職場で他のより良い行動が求められ、社内での相談が困難な状況に陥る可能性があります。

- ・法令違反などの不正行為を指摘したとき
- ・他の人の正業で成果を出し、社内での評価が低くなる可能性があるとき
- ・業務上の問題、労務上の問題、メンタルヘルスの問題、その他の問題など、自分自身の問題や周囲の問題を解決したいとき
- ・Our Wayの精神に基づいて行動したいとき、問題に直面したとき、その場、目上、同僚、先輩、後進など、自分自身の問題や周囲の問題を解決したいとき

●「資生堂相談ルーム」（社内）

本社・支店・工場・研究所に相談室を設けています。

●「資生堂社外相談窓口」（社外）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

●「メンタルヘルス相談窓口」（社内）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

●「メンタルヘルス相談窓口」（社外）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

心とからだに関する悩みは……

●「メンタルヘルス相談窓口」（社内）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

●「メンタルヘルス相談窓口」（社外）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

●「メンタルヘルス相談窓口」（社外）

電話：03-5561-1111（受付時間：9:00～17:00）

仕事の悩みは決してひとりで抱え込まないで！

・精神的な悩みから、迷った、困った、悩んだら、まずは上司に相談する

・上司に相談しづらいときは……

- ・相談室に相談する
- ・「メンタルヘルス相談窓口」（社内）
- ・「メンタルヘルス相談窓口」（社外）

・会社を辞職するまで、悩みの解消を目指して、自分自身の問題や周囲の問題を解決したいとき

・心とからだに関する悩みは……

- 「メンタルヘルス相談窓口」（社内）
- 「メンタルヘルス相談窓口」（社外）

Our Wayの精神に基づいて問題・行動することで、自分自身の問題を解決することも、自分自身の成長にもつながります。

©2013資生堂株式会社（C）2013資生堂グループ（C）2013

倫理カード

贈答・接待に関する社内規定

サプライヤーや得意先などの取引先と公正で透明な取引を推進するために、贈答・接待の慣行については"Our Way"で社会的妥当性の範囲内に限定して必要に応じ、認めることとしています。

さらに1998年に部門・関係会社別に運用基準として「贈答・接待に関する社内規程」を定め、運用を図ってきました。

昨今の公正・透明な取引に対する社会的な意識の高まりを踏まえ、当時のコンプライアンス委員会の下部組織「贈答・接待分科会」で検討を重ね、再度、確認の意味からこの規程を見直し、2007年度には管理体制をさらに強化しました。

全社的なルールとして「贈答支出権限規程」「贈答・接待の受領時の報告制度」を導入し、「部門・関係会社別贈答接待規程」の見直しを行いました。



贈答・接待見直しの社内周知ポスター

資生堂のリスクマネジメント

資生堂は、取締役会直轄のCSR委員会のもと、「潜在的なリスクの予防」と「発生・顕在化したリスクへの対応」によりリスクマネジメントを行っています。

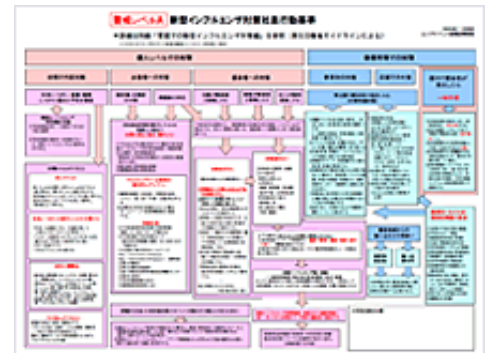
「潜在的なリスク」については、「CSRアクション」によって、社会環境や国際情勢の変化、国内外の条約・法律の改正などに伴いリスクとなりうるテーマを抽出し、資生堂の対応状況（方針・仕組みがあるか、実行されているか）を確認しています。そこから将来的なリスクと判断される課題はCSR委員会に報告されます。事業への影響・社会的な注目の観点から優先順位が高い課題については、リスクの発生自体を回避する、あるいは発生した場合の被害を抑えるように事前対応するなどの予防措置をとっています。

「発生・顕在化したリスク」については、迅速かつ適切な対応をとるために、リスクを明確に定義し10種類に分類しています。リスクが発生すると、リスクの定義と分類に基づいて発生部門からCSR委員会事務局に迅速に報告されます。CSR委員会事務局は、経営影響の大きさや社外への情報漏出による社会的な反響の観点からリスクを3段階でレベル付けします。リスクレベルに応じて立ち上がる対応組織（レベル別に「対策本部」「対策プロジェクト」「対策チーム」と命名しています）は、被害を最小限に抑え二次被害を生まないよう対応策を検討するとともに、対応の状況、対応結果、再発防止策を継続的に確認し、適時適切にCSR委員会に報告します。

事業継続計画（BCP）

発生・顕在化したリスクに備える具体的事例のひとつが、「事業継続計画（BCP：Business Continuity Plan）」です。

資生堂は、大地震や新型インフルエンザなどの事業継続に係る大災害が発生した場合に、被害を最小限にして早期の事業復旧が図れるよう、重要業務をどのように再開し復旧・継続させるかについて、事前に定めたBCPを策定しています。BCPでは、業務停止につながるあらゆる災害・リスクへの対応が求められます。資生堂は、災害・リスクを「突発的に被害が発生する災害・リスク」と「段階的・長期的に被害が継続する災害・リスク」の特性別に2つに分類し、突発的リスクの代表として「地震対策BCP」、段階的・長期的リスクの代表として「感染症対策BCP」を定めています。その他の事業継続に係るリスクが発生した場合には、発生したリスクの特性に応じて「地震対策BCP」あるいは「感染症対策BCP」を応用するとしています。



新型インフルエンザ対策社員行動基準

地震対策BCPでは、地震発生前後を①予防対策 ②緊急対応 ③業務再開 ④復旧・事業継続の4フェーズに分け、フェーズごとの実施事項を定めています。災害・リスクが発生すると、社長を「本部長」とし、安否確認や被害状況把握など緊急対応を行う「活動班」と重要業務である商品供給を検討する「商品供給継続会議」からなる「本社緊急対策本部」が立ち上がり、人員が最も多く広範囲にわたる営業部門を統括する「現地対策本部」と連携し、災害対応を図ります。2011年3月の東日本大震災にあたっては、BCPに基づいて迅速な対応を図りました。感染症対策BCPでは、新型インフルエンザの毒性に応じた行動方針（一時休業など）を決めています。そして、毒性のレベルごとに、①予兆段階 ②初期警戒段階③厳戒段階 ④終息期警戒段階の4フェーズに分けて、それぞれのフェーズでの実施事項を定めています。社内周知にあたっては、BCPに定める実施事項を社員のとるべき行動としてまとめた『新型インフルエンザ対策社員行動基準』を作成し、いざというときに冷静な対応ができるよう、イントラネットに掲載して社員の意識喚起を図っています。

一瞬も一生も美しく 

人権

すべての人権を尊重するため、啓発活動などさまざまな取り組みを行っています。

人権の尊重・差別に関する方針

資生堂グループでは、「Our Mission, Values and Way」のOur Way「社員とともに」にのっとり、関係会社を含む全事業所で、啓発研修を通じて広く人権問題を学び、正しい理解と認識のもと「差別のない、差別を許さない、人権尊重の企業体質づくり」をめざすことを人権啓発基本方針としています。

また、人権活動においては、自らの企業活動の中で「資生堂グループ サプライヤー行動基準」を策定し、その中に労働（児童労働禁止、差別禁止、安全衛生など）に関する項目を織り込んでいます。これらの活動に継続的に取り組むことはもちろんのこと、グローバル・コンパクト支持の一環として、2008年12月に世界人権宣言60周年を記念し、グローバル・コンパクトが企画するCEO宣言に賛同、世界に向けて「人権が普遍的かつビジネスにおいて重要な課題であり、それぞれの企業活動において人権を尊重し、サポートする」ことを宣言しました。

推進体制

資生堂グループでは、株式会社資生堂人事部長をトップとする人権啓発部会において、資生堂グループの啓発活動の方向と活動内容を検討しています。

人権啓発部会は、事務局（株式会社資生堂人事部ダイバーシティ推進グループ・資生堂販売株式会社本店管理部ダイバーシティ推進グループ）と連携を取りながら、社内研修とともに社外の人権啓発活動に取り組んでいます。

また、人権啓発部会のもと、本社・工場・リサーチセンター・国内関係会社・販売会社各オフィスに人権啓発推進委員を設置し、毎年一回人権啓発研修を実施しています。

人権啓発（教育）

人権啓発研修では、資生堂グループの人権啓発基本方針を確認するとともに、同和問題、女性、子ども、障がい者、性同一性障がい、ハラスメント等のさまざまな人権課題について、ISO26000が求める社会からの期待に着実に応えるべく、毎年テーマを設定し、差別や偏見の解消に向けて啓発活動を行っています。

具体的には、本社役員・国内外部門長を対象としたトップ層研修会、国内事業所責任者・海外事業所責任者を対象とした研修会、事業所社員を対象とした研修会（2012年度受講率84%）、新入社員を対象とした研修会などを毎年1回開催することを基本としています。

また、全国事業所の人権啓発推進委員を対象とした全国人権啓発推進委員研修では、年度方針の確認や研修実施計画などに関する打ち合わせを定期的（年1回）に行っています。

海外事業所においては、2011年度の「Our Mission, Values and Way」の改定に伴い、Our Way「社員とともに」の項目の中で、「人権」についての定義が英語で記載されることにより、「人権」についての共通認識が深まりました。また、今後とも「人権」についてのグローバルレベルでの浸透活動をすすめていきます。

ハラスメント対策については、資生堂グループ全社員を対象に、ハラスメント撲滅に向けた啓発を目的に、人権啓発研修の実施、セクシャルハラスメント等に関するeラーニングを開催しています。（2012年度1回開催）

社員の相談窓口

2006年4月に施行された公益通報者保護法への対応として、万が一社内で不正行為があった場合も小さな芽のうちに社内で解決するため、責任者への研修や全社員へのパンフレット配布などを通じて、社内の「資生堂相談ルーム」、弁護士事務所内の「資生堂社外相談窓口」の2つの通報（相談）窓口の周知を図っています。

また、公正な調査解決ルートや通報（相談）者の不利益扱いの禁止を明示した「資生堂グループ相談窓口規程」も制定し、社員に周知しています。

資生堂相談窓口では、業務に関する相談を広く受けつけ、2012年度は212件、2000年4月の開設以来累計1,974件の相談を受け、迅速に解決を図っています。

また、倫理カードを派遣会社社員を含む全社員に配布しています。

倫理カードには、先述した仕事上の相談を受けつける社内外の通報（相談）窓口、および、心とからだに関する相談を受けつける「メンタルヘルス相談窓口」（社内）と「資生堂健康サポートダイヤル24」（社外）の連絡先等の詳細を掲載しています。

一瞬も 一生も 美しく 

労働慣行

社員とともに。資生堂で働く人びとの多様性を大切に、誰もが働きやすい職場づくりを推進します。

人事に関する基本方針

資生堂グループでは、国内外のすべての法人・事業所に適用する方針を、「Our Mission, Values and Way」のOur Way「社員とともに」「社会・地球とともに」で示しています。

資生堂と国内のグループ会社では、これらの基本方針に基づき国内法規に則した就業規則などの人事規程を個別に定め、直接雇用しているすべての社員（有期契約社員を含む）に雇用契約に応じた規則・規程を適用しています。人事規程の制定・改訂にあたっては、法令以上の内容とすることを基本とし、労働組合もしくは労働者の過半数代表の確認・合意のうえ行政当局への届け出を行っています。今後も順法を継続してまいります。

また、人材マネジメントに関する世界共通の理念として、資生堂グローバル人事ポリシーを定め、国内外のすべての法人・事業所に発信しています。

ダイバーシティの尊重

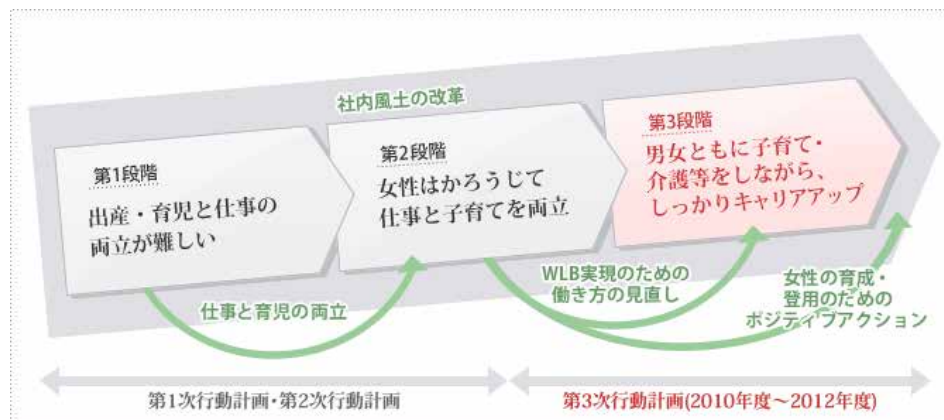
ダイバーシティの推進

資生堂の男女共同参画は、社員の活力を高めて成果を上げ続ける組織風土づくりに向けての経営戦略のひとつと位置づけ、「企業にとって重要なステークホルダーである社員の企業に対する信頼を高める」ことを目的として積極的に推進しています。また「資生堂らしい、先進的な取り組みをすることにより、社外からの企業評価を高める」レベルをめざしています。2010～2012年度の第3次「男女共同参画行動計画」においては、活動テーマを「女性リーダーが恒常的に生まれる社内風土の完成」とし、「女性のリーダー任用と人材育成強化」「生産性向上に向けた働き方の見直し」の2つを重点課題とした具体的なアクションプランを策定し推進しました。

その結果、女性社員のキャリア意識醸成が図れ、女性リーダー比率が2009年度と比較して、2013年4月時点で、約7%向上しました。また、「働き方見直し」は、全社消灯、定時退社デー等の実施を進めたことで、長時間労働者が減少し、時間外労働を半減することができ、一定の成果を上げています。

2013年度からは、第3次「男女共同参画行動計画」残存課題への対応を図るとともに、障がい者や外国人と共に働くことによる、生産性のさらなる向上をめざして、活動の充実化を推進します。

「女性活躍の3ステップ」



■ 女性の活躍支援策

第3次男女共同参画行動計画に掲げる「女性リーダーが恒常的に生まれる社内風土の完成」を具現化し、社内に発信するために「キャリアサポートフォーラム」を2012年度も継続開催しました。

本フォーラムは、女性社員が自らのキャリア形成に対して主体的に考え、自立心とプロ意識を備えることを目的とし、経営トップからのメッセージ、ロールモデルとなる女性役員の体験談を交えた講演などのプログラムで構成しました。

2011年9月を皮切りに、本社、リサーチセンター、工場などで開催しており、女性社員に加えリーダーが参加しました。参加者からは「自身のキャリアアップについて改めて考えるきっかけとなった」「異動によるキャリア形成について前向きに考えたい」などの大きな反響がありました。



「キャリアサポートフォーラム」の様子

■ 知恵椿提案制度（業務改善提案制度）

会社の改革を強力に推し進めるのは、社員一人ひとりの挑戦とアクションであると資生堂は考えます。そこで、全社員がアイデアを出し、業務改革に参画することを目的として、2006年6月より「知恵椿提案制度」を推進しています。

この制度は、研究、生産、マーケティング、販売にわたるすべての領域の社員自らが工夫・改善した内容を提案し、それを評価する仕組みです。特に高い評価を得た提案は、社長をはじめとした役員に対して提案者が直接プレゼンテーションを行い、評価・表彰されるほか、個人・事業所に対して、年度単位での表彰も行っています。

この取り組みを続けることにより、社員一人ひとりの意識や行動力を高め、小さなことでも自主的に改善・実行できる企業風土を実現するとともに、お互いを思いやる気持ちを根づかせることをめざしています。

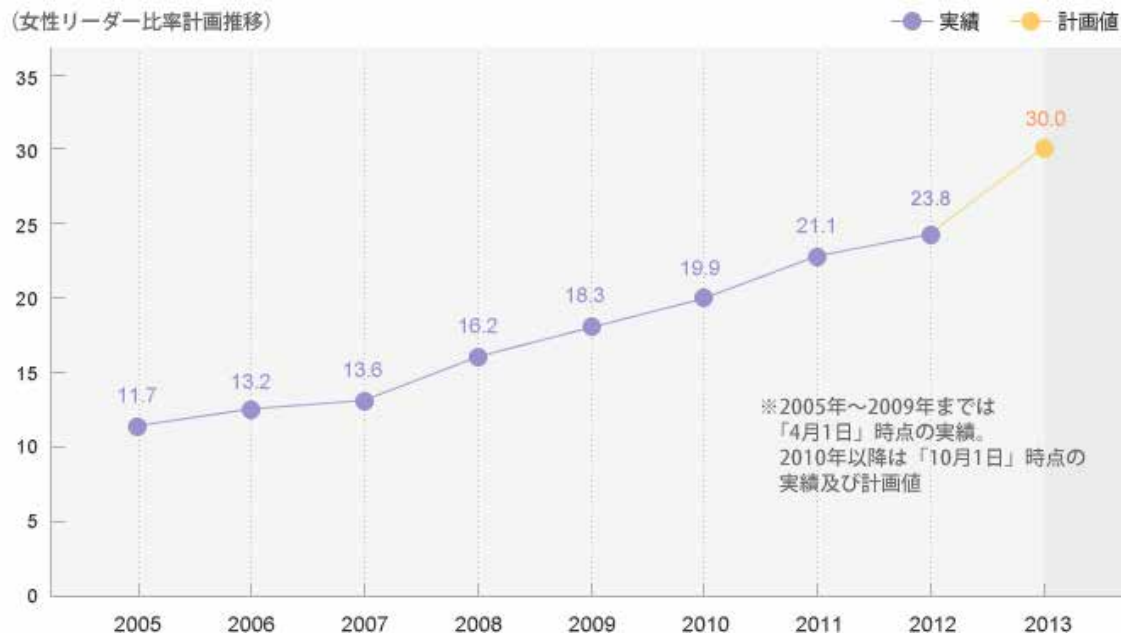
また、水平展開が可能な提案については、全社的にその取り組みを広げることにより、お客さまづくりや業務の効率化に役立っています。

多様な雇用機会の提供

女性リーダー比率

2010～2012年度の第3次「男女共同参画行動計画」においては、女性リーダー登用について、2013年10月での「女性リーダー比率30%達成」を目標とし、リーダー任用候補となる女性社員に対し、高いレベルの業務課題を与える（業務の与え方）、また職域を広げる（異動）などを通じて、“しっかりと実績を上げ”“マネジメントの基本を学ぶ”という経験を積ませるための「一人一人材育成」を推進中です。

※参考：女性リーダー比率 2013年4月－25.6%（2012年10月－23.8%）



派遣社員の就労

資生堂の各事業所および国内のグループ会社では、労働者派遣法に基づく派遣社員が就労しています。資生堂グループでの派遣社員の就労にあたっては、労働者派遣法や派遣先の講ずべき措置に関する指針、その他の法令に基づき、派遣会社との契約書の締結や台帳の作成・管理、管理責任者の設置などを行っています。今後も、法令の改正や解釈の変更に対して適切に対応していきます。

外国人の雇用

資生堂は、海外現地法人だけでなく、国内においても、従来より国籍を問わず多様な人材を採用しています。本社における外国人採用にあたっては、在留資格など入国管理制度を順守しつつ採用し、入社後は就業規則に則り、適切に処遇しています。

障がい者の雇用

「誰もが生きいきと働くことができる職場づくり」をめざして、2006年1月、知的障がい者を中心とした「花椿ファクトリー」株式会社が特例子会社の認定を受けました。現在都内・大阪の3カ所で30名の社員が活躍しています。2012年度の国内資生堂グループ全体の障がい者雇用率は1.9%であり、法定雇用率1.80%を上回っています。

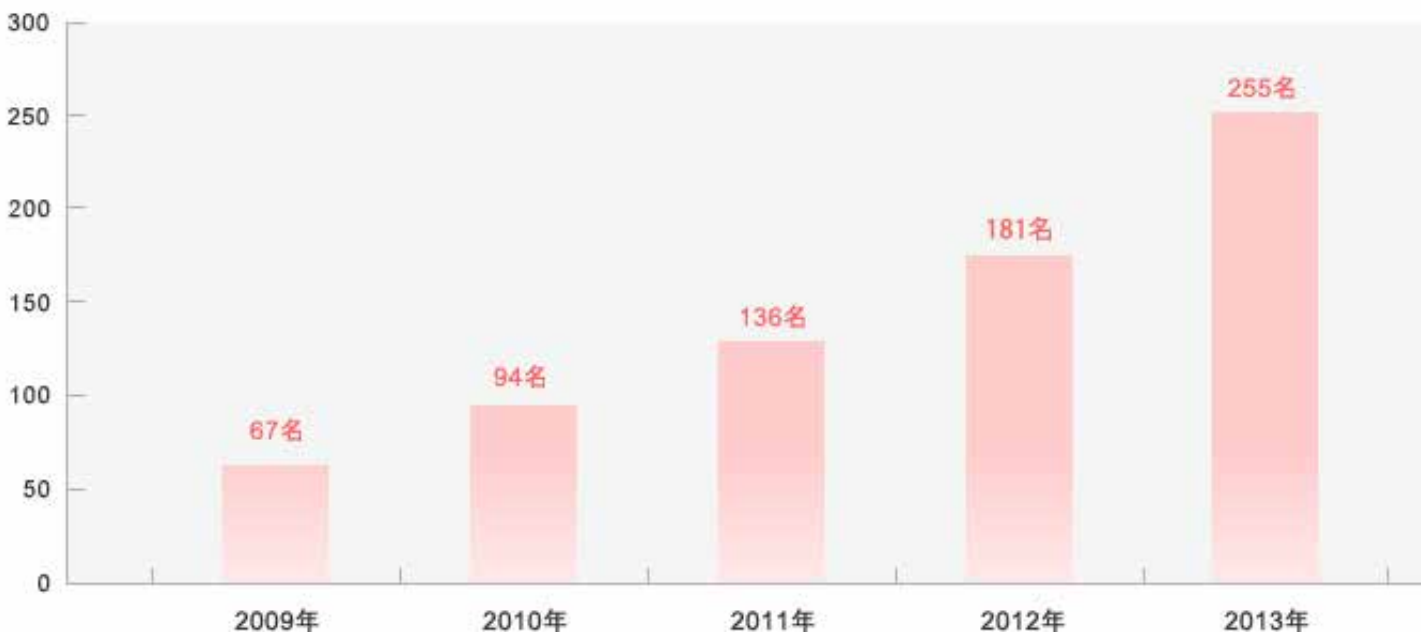
定年退職者再雇用制度

資生堂では、会社で成長を遂げた熟年層が意欲と能力のある限り働き続けられるような環境を整え、活力ある企業体質をつくることを狙いに、2006年度より定年後の再雇用制度を導入しています。また法改正に伴い、2013年度以降は希望者全員を再雇用していきます※。定年後の再雇用制度を活用することで、特に研究・開発・生産・販売等領域においては熟年層から次世代の社員への技術やノウハウの伝承を図っています。

また、さらに高い専門性を有する人材には、専門能力に見合う処遇を実現する「シニア・エキスパート制度」や「シニア・サイエンティスト制度」を適用しています。

※ただし、法改正に伴う経過措置を適用

（定年後再雇用者の推移（資生堂））



きやりあすたっふ制度

資生堂では、基準を満たす退職社員に対して「きやりあすたっふ」ライセンスを付与し、再雇用を希望する場合は、希望事業所での採用を検討することとしています。この制度は、一度会社を退職しても、資生堂で活躍いただいた有能な人材が再度資生堂で活躍する機会を提供することが、活力ある企業体質に結びつくと考えているからです。さらには、退職後に培った経験を再度資生堂で活かしていただきたいという狙いもあります。

柔軟な働き方への対応

社員の育児・介護支援

資生堂では、あらゆる社員がワーク・ライフ・バランスを実現し、生産性を高めるために、1990年以降、仕事と育児・介護の両立支援としてさまざまな制度や施策を導入してきました。

事業所内保育施設「カンガールーム汐留」の開設・運営、男性社員の育児休業取得促進のための2週間以内の育児休業有給化や、ビューティーコンサルタントの育児時間取得のためのカンガールースタッフ制度（※1）の導入など、独自の取り組みで社員が働きやすい環境を整えています。

育児・介護に関する休業や短時間勤務制度の利用者は年々増加し、育児休業・育児時間取得者数は、2012年度の時点で、育児休業取得者数（短期育児休暇も含む）1,375名（うち男性12人）、育児時間取得者数1,720名（うち男性5名）、介護休業取得者数27名（うち男性0人）、介護時間取得者数14名（うち男性1名）になっています。

（※1）カンガールースタッフ制度

お客さまの対応活動に従事するビューティーコンサルタント（以下、BC）が育児時間制度を利用する際、BCに代わって夕刻以降の店頭活動をサポートする「カンガールースタッフ」の派遣体制を2006年に導入しました。

これにより仕事と育児の両立が困難だったBCが安心して子どもを産み、育てながら「100%お客さま志向」に向けた活動に邁進できる職場環境が実現しました。制度導入当初は、約500名の育児時間取得BCを約600名のカンガールースタッフにてサポートする形でしたが、近年は育児時間を取得するBCが1,000名を超え、1,500名以上のカンガールースタッフがサポートする体制に拡大しています。

カンガールースタッフ制度を利用した社員の声

資生堂販売株式会社 系列第二営業本部

田中 香音里さん

カンガールースタッフ制度を利用し、計画的に仕事をする意識が高まりました。また、育児にかけられる時間が増え、子どもの精神的安定につながっていることが大変ありがたく思いますし、労働意欲の向上につながっています。

仕事、育児共に充実した毎日を送ることができるのは、サポートしてくれるカンガールースタッフや周囲の皆さんの協力のおかげと感謝しています。このような制度を後輩BCに受け渡すためにも、会社にしっかり貢献できる働き方をしなくてはと、日々考えながら活動しています。

国内資生堂グループにおける育児制度利用者数等



※ 対象は、国内資生堂グループの管理職・総合職・美容職・特定職・関係会社社員・契約社員の取得人数とする

※ 2013年4月1日時点の対象人数は25,317人である（美容職は8,077人）

※ 育児休業・育児時間取得人数は、延べ人数とする

今後も、育児や介護を理由に短時間勤務制度を利用しながら働く社員が増加することと予想していることから、社員は自身の仕事に対する意識の持ち方や、限られた時間内でしっかり成果を出すためのタイムマネジメント・リスクマネジメント・コミュニケーションスキル習得を図るとともに、管理職には、社員個々の事情をくみ取りつつ、働く意欲の向上に向けたマネジメントの発揮を期待しています。

資生堂がこれまでに導入してきた両立支援制度

支援名称	導入年	内容
育児休業制度	1990	子どもが満3歳になるまで、通算5年まで取得可。（特別の事情がある場合は、同一子につき3回まで取得可。）【2009年改定】
育児時間制度	1991	子どもが小学校3年生まで、1日2時間まで勤務短縮可。【2009年改定】
介護休暇制度	1993	1人の家族につき、1回につき1年以内。通算3年以内。
介護時間制度	1993	1日2時間以内。1人の家族につき、1回につき1年以内。通算3年以内。
カフェテリア制度育児補助 (年間定額)	1998	子どもを保育園などに預け、保育料補助を希望する社員に対する年間定額補助。
カフェテリア制度育児補助 (随時)	1998	小学校3年生以下の子どもが、ベビーシッターおよび保育所などの延長保育を利用した場合の保育料補助を希望する社員に対する随時補助。
チャイルドケアプランの導入	1999	妊娠から職場復帰の流れを上司と確認し合えるコミュニケーション体制を整備。
カンガルーム汐留の開設	2003	従業員向け事業所内保育施設。定員枠の一部を近隣他企業にも開放。
短期育児休業の運用開始	2005	主に男性の取得促進をねらって、従来の育児休業制度を改訂し、子が満3歳になるまで、連続2週間の「短期育児休業」（有給）の運用を開始。
看護休暇制度	2005	小学校入学前の子どもの病気・ケガによる看護休暇。子が一人であれば年間5日、二人以上であれば10日まで。（有給）半日単位での取得も可。【2010年改定】
チャイルドケアサポートセンターの開設	2006	本社ウェルネスステーションの産業保健スタッフが、妊娠・出産・育児に関するさまざまな不安や疑問について、健康面を中心にサポート
マタニティ制服の導入	2006	美容職社員のマタニティ制服を導入
カンガルースタッフ体制の導入	2007	育児時間を取得する美容職社員の短縮勤務分を代替要員で対応する制度。
育児・介護期にある社員の転居を伴う異動に関するガイドライン	2008	育児時間、介護時間を取得中の社員は、転居を伴う異動の対象外とする。
育児を目的とした配偶者同行制度	2008	育児期（小学校3年生以下の子を持つ）社員の配偶者に国内転勤が発生した場合、配偶者の転勤地への同行を希望できる。
配偶者の海外転勤に伴う休業制度	2008	社員の配偶者に海外転勤が発生した場合、配偶者の勤務地への同行を前提に、3年以内の休業を認める。
出産後8週間以内の父親の育児休業取得の促進	2010	配偶者の出産後8週間以内に父親が育児休業を取得した場合には、育児休業を再度取得できる。

次世代育成支援対策推進法に基づく「一般事業主行動計画」

資生堂は2007年に続き2013年にも、東京労働局より「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しました。これは、次世代育成支援対策推進法に基づき、「一般事業主行動計画」を策定し、その目標を達成した企業に認められるものです。

2013年度からは第4期一般事業主行動計画を策定し、「両立支援をテーマとするイベント」や「所定外労働の削減のための措置実施」などに取り組んでいます。また同様に、販売会社でも計画を策定し取り組みを行っており、2007年に「次世代認定マーク（くるみん）」を取得しています。



株式会社資生堂 第4期一般事業主行動計画（計画期間：2013年7月26日から2015年3月31日まで）

No.	目標	時期・対策
1	仕事と家庭の両立支援をテーマとする啓発イベントを開催する	＜2013年6月～＞ 内容構築、参加者募集 ＜2013年9月＞ イベント開催
2	所定外労働の削減のための措置を実施する	＜2013年度～＞ 労働時間管理ガイドラインを提示し、進捗管理を徹底する
3	職場優先の意識や固定的な性別役割分担意識の是正のため、育児期男性社員を対象とする啓発イベントを実施する	＜2013年8月～＞ 内容構築、参加者募集 ＜2014年1月＞ イベント開催
4	子どもが親の会社を訪問する「ファミリーデー」を毎年開催し、子どもの職業観醸成、家庭や職場でのコミュニケーション活性化を図る。（会場は、過去開催の本社オフィスのみならず、他事業所の訪問も検討する）	＜毎年6月～＞ 内容構築、参加者募集 ＜毎年8月＞ イベント開催

資生堂販売株式会社 第4期一般事業主行動計画（計画期間：2013年12月1日から2015年3月31日まで）

No.	目標	時期・対策
1	仕事と家庭の両立支援をテーマとする啓発イベントを開催する	＜2014年6月～＞ 内容構築、参加者募集 ＜2014年9月＞ イベント開催
2	所定外労働の削減のための措置を実施する	＜2013年度～＞ 労働時間管理ガイドラインを提示し、進捗管理を徹底する
3	職場優先の意識や固定的な性別役割分担意識の是正のため、育児期男性社員を対象とする啓発イベントを実施する	＜2014年2月＞ イベント開催
4	子どもが親の会社を訪問する「ファミリーデー」を毎年開催し、子どもの職業観醸成、家庭や職場でのコミュニケーション活性化を図る。（会場は、過去開催の本社オフィスのみならず、他事業所の訪問も検討する）	＜2014年6月～＞ 内容構築、参加者募集 ＜2014年8月＞ イベント開催

■ ワーク・ライフ・バランスの実現

資生堂では、仕事と育児・介護を両立するための制度・施策を充実させる一方で、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けて、長時間労働の解消や勤務形態の充実にも取り組んでいます。

国内の事業所および関係会社では、法令に従い、事業所毎に時間外労働に関する労使協定を締結し、所轄の行政当局に届け出しています。

労使協定の締結にあたっては、労働時間に関する法的制限だけでなく、長時間労働のリスクに関する行政指針も踏まえた内容としており、特別な場合でも月当たり最長80時間（45時間超80時間までは年間6回以内）としています。

長時間労働の解消に向けた取り組みは以下のとおりです。

1. 労使協定の周知

時間外労働は使用者（上司）が命じて行わせるものとの認識の下、各職場の責任者に対する協定内容の案内や職場の人事担当者を通じた案内、部下を持つ管理職に対する定期的な案内などを通じて、法令を順守するとともに、社内掲示板を活用した社員への案内なども行っています。

2. 働き方見直し活動の推進

資生堂では、2011年度からはガイドライン（労働時間に関するKPIと目標）を示したうえで、国内のすべての事業所で働き方見直し活動に取り組んでいます。このガイドラインでは、「36協定の順守」①時間外労働の削減、②年次有給休暇の取得率向上、③総実労働時間の削減を掲げ、各事業所・職場に応じた業務推進方法の見直しを進めており、見直しにあたっての事例集を制作・配布し、社内の好事例の水平展開も行っています。

2012年度は、この活動の強化を目的に、ガイドラインで示した目標のうち月当たりの時間外労働を最長60時間以内（年6回まで）に短縮し、各職場で長時間労働の更なる削減に取り組んでいます。

3. オフィス消灯施策と定時退社デーの推進

2009年度から本社で実施している22時オフィス消灯は、2010年度以降関係会社を含む国内すべての事業所（※）に実施を拡大しています。

2011年度より、本社オフィスは20時消灯に取り組んでいます。

※ 24時間操業や交替勤務を行う工場と店舗・店頭を除く

4. 時間外労働実態の労使確認

労働時間や有給休暇取得率の実績を労使で定期的に確認し、課題を共有したうえで労使の取り組みに反映しています。

さらに多様な勤務形態への要請に対しては、休業や短時間勤務制度では、法令に基づき育児・介護に関する休業・短時間勤務・休暇制度を整備しています。特に育児時間については、法定を超えて小学校3年生まで制度利用を可能としています。

（有期契約社員は契約形態により異なるが法定以上）

また、育児期の社員の配偶者に国内転勤が発生したときに対応するため同行制度、海外転勤が発生したときには転勤地への同行を前提に3年間の休業制度を導入しています。

一方、勤務に関する制度としては、リサーチセンターの研究員を対象に専門型裁量労働制を導入しています。

2011年度からは、これらの制度に加え、育児・介護・出産準備期の社員を対象とした在宅勤務制度を本社で実施しています。

人事・公正な評価

公正な評価・処遇の推進体制

資生堂は、国内外の資生堂グループがより強固な企業集団であるために、資生堂グローバル人事ポリシーを定め、その中には人事施策の方針として評価処遇などについてのルールとガイドラインを定めています。

ルールとは、資生堂グループ全ての法人が守るべき世界統一の基準であり、この方針に沿った人事施策を展開していくものです。

評価処遇におけるルール

- 社内外における処遇の公正性を確保するとともに、社員の納得度を追及した制度運営を行う
- 先入観や印象による評価を排除し、客観的事実に基づいた透明性の高い評価に努める

ガイドラインとは、世界統一のルールを踏まえ、人事施策の具体的運用基準について定めたものです。このガイドラインを元に、国・地域や法人特性を鑑み、具体的な制度設計や運用につなげていきます。

評価処遇におけるガイドライン

- 目標管理に基づく評価を実施する
- 成果・業績だけでなく、プロセス（発揮能力）も重視した育成型の能力評価を行う
- 評価や昇格等基準を社員へ開示するとともに、評価を社員にフィードバックする
- 1年に1回以上社員と評価面談を実施する

以上の資生堂グローバル人事ポリシーを踏まえて、国内資生堂グループでも、成果とともにプロセスや行動も適切に評価し、公平で納得性が高い制度を構築しています。

また、評価が公正であり納得性を高めるためにも、部下を持つ管理職を対象に研修機会やフィードバック機会を充実させています。具体的には、マネジメント研修や新任評価者研修といった機会を通じて、マネジメントスキルの向上を図っています。さらに、管理職360度評価プログラムを実施し、上司・同僚・部下からの観察結果を通して自分自身の職務行動における強みや改善すべき点への気づきを促すことで、マネジメントスキルの向上を図っています。

社員の声を聞く仕組み

資生堂グループ（国内全法人）で働く社員一人ひとりが、風通しの良い職場で、自分の仕事にやりがいを感じ、生きいきと働くことができる「活力ある組織風土づくり」をめざし、国内事業所の全社員を対象に「資生堂グループエンゲージメント調査」を毎年1回実施しています。

この調査をスタートさせた背景には、資生堂グループ全体で進めている経営改革があります。改革を進めていくうえでは、数多くの課題にチャレンジしなくてはなりません。社員は常に、「意識と行動の変革」が求められます。改革が進むにつれ、社員の中に意識や取り組みの格差が生まれたり、負担感が増すことで取り組み意欲が減退すれば、ビジョン実現に向けた改革のスピードが緩む恐れがあります。そのため、この調査を通じて、経営トップ層自らが社員の声に耳を傾け、現状の課題を明らかにするとともに、課題解決に向けて具体的なアクション策定に役立てています。

また、このエンゲージメント調査の結果は、各職場の責任者を通じて、社員にフィードバックを行っています。そして、各職場単位で業務や職場環境に見られる問題について、共有するとともに改善に向けた取り組みにつなげています。

一方、社内には資生堂相談ルーム（2000年）を、社外には資生堂社外相談窓口（2002年）を設置し、社員・有期契約社員・派遣社員からの相談、就業規則・法令違反の通報などに対応しています。

人材の活用と育成

人材育成の考え方

資生堂は創業時より、世間から「書生堂」と呼ばれるほど、人材育成に熱心な企業でした。その社風は今日に至るまで受け継がれており、2006年にはあらためて原点に立ち返るため「資生堂『共育』宣言」を発表しました。

この宣言は、「働く人の自己実現」と「会社の成長」とが重なり合って「人」を大切に育てていくことをめざしています。

「資生堂『共育』宣言」に基づき、人材育成方針の具現化と全社の研修機能を統括するため、2006年、企業内大学「エコー・ル資生堂」を創設し、分野毎のプロフェッショナルを育成するための研修、分野を横断した新入社員研修、管理職研修、経営幹部を養成する研修など、さまざまな研修が行われています。学長には社長が、各分野の学部長にはその分野を担当する執行役員が就任することで、役員自らが魅力ある人材の育成を率先しています。

能力開発にあたり、社員が活躍する分野を7つ（美容／営業・マーケティング／宣伝制作／研究開発／生産／財務経理／スタッフ）に区分しており、社員はキャリアの軸となる分野を自主設定し、分野ごとに求める能力要件をもとに自己研鑽するとともに、さまざまな機会を通じてプロフェッショナルをめざします。

プロフェッショナルをめざす仕組みの一例として、美容分野社員であるビューティーコンサルタント・ヘアメーキャップアーティストおよびサロンスタイリストのキャリアパスとして、選抜型の資生堂ビューティーアカデミーに入校、さらには卒業後に資生堂グループの美容のトップの位置づけとなる高度美容専門職への道すじを示す「美容分野CDP（キャリアデベロップメントプラン）プログラム」が2009年に確立されています。

2011年に制定した資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」を実践するための具体的な行動様式を定義しました。それが「Core Traits（コアトレイツ）」です。

「Core Traits」は、Our Missionを実現するために、一人ひとりの社員が携えておくべきOur Valuesや Our Wayを行動様式として明確化したものです。資生堂らしさをさらに伸ばして強い企業グループに成長していくため、「Core Traits」を実践できる人材を育成していきます。

■ エコール資生堂

プロフェッショナル育成を支援する「エコール資生堂」では、能力開発プログラム数、年間約580の講座に延べ約11,600人の社員が受講しています（※1）。この研修実施にかかる費用は売上高比約0.14%（※2）となっています。「エコール資生堂」で行われる研修は、各学部の学部長が能力開発方針や育成プログラムについて話し合う学部長会にて年度ごとに総括され、人材育成の取り組みを共有・進化させています。

また、社員一人ひとりの自己研磨のため、e-ラーニングや通信教育講座を充実させています。行動・発揮の向上に役立つ講座、分野別に求められる専門知識・スキルに役立つ講座、語学力やOAスキルアップの公的資格取得のための講座などを取り揃えています。

※1 2012年度実績数見込み

※2 2012年度実績数見込み

人材のグローバル化とグローバルレベルでの人材育成

海外事業の拡大に伴い、人材のグローバル化を推進しています。国内では中堅・若手社員を対象に「グローバルビジネス研修」、「グローバルキャリア開発プログラム」を実施し、「異文化適応力」「グローバルビジネス理解力」などを備えた人材を継続的に育成しています。

海外では、2011年から「資生堂リージョナルリーダーシッププログラム（SRLP）」をスタートし、地域単位での人材育成に取り組んでいます。今後は、主にリーダー層を対象としたグローバルレベルでのタレントマネジメントを開始し、グループ内の人材育成と人材活用を加速させます。



資生堂リージョナルリーダーシッププログラムの様子

社員のキャリア開発支援

社員の自立的なキャリア開発を支援する組織として、2011年4月に「キャリアデザインセンター」を設立しました。「キャリアデザインセンター」には専門の教育を受けた社員が所属しており、キャリアに関する個別相談、セミナーの実施などを通じて、入社から退社にいたるさまざまな場面でのキャリア支援を行う体制を整えています。

社員はこれらのキャリアサポート機能の支援を受け一方で、社員が自ら応募する「ジョブチャレンジ制度」（社内公募制度）と、希望する職務にチャレンジできる「フリーエージェント制度」などを活用しながら自立的なキャリア開発を行います。

また、社内ホームページにおける「キャリアデザインセンター」の案内に加えて、キャリアを考える際のさまざまな情報提供、セミナーや事例の紹介を行っています。会社として「キャリア」に真正面から向き合い、社員一人ひとりが仕事にやりがいを見出し、人生にいきがいを感じて活躍できるように支援しています。



キャリアデザインBOOK

TOPICS：キャリアデザインセミナーの開催

2011年度より、40歳以上の社員を対象に"人生80年時代"を見据えた自立的キャリア形成を学ぶ「キャリアデザインセミナー」を開催しています。

会社生活後半期におけるキャリアをいかに形成し取り組んでいくべきか、一人ひとりが自らのキャリアを振り返り、自身の強み、弱み、これから実現したいことなどを改めて見つめ直すとともに、ジョブキャリア（仕事を通じて形成される固有の経験や経歴）にとどまらず、ライフキャリア（ジョブキャリアも含んだ人生における役割や生き方）の視点も交えて、ライフプランニングを考える内容で推進しています。

2012年度からは、管理職、総合職に加え、美容職に対しても開催し合計7回のセミナーで、253名の社員が受講しています。

キャリアデザインセミナーの様子



より充実したキャリアを実現するために、多角的に自己を見つめ直します。



キャリア論は日々進化しています。ライフの視点も交えた基本的な考え方を学びます。



ワールドカフェでは、部門もキャリアも違う仲間たちとのセッションから多様な考え方に触れ、多くの気づきを得ます。

社員の安全と健康

■ 健康管理方針

「魅力ある人で組織を埋め尽くす」というビジョンの実現に向けて、資生堂では全社をあげて人づくりに取り組んでいます。それにはなによりもまず、社員一人ひとりが心も身体も健康でいきいきと輝いて活動することが大切であり、「健康づくり」は「人づくり」の基礎であると考えます。

資生堂では社員一人ひとりのかけがえない健康を守るため、健康管理基本方針を定め、社員の心身の健康をサポートしています。

＜資生堂 健康管理基本方針＞

お客さまの「一瞬も 一生も 美しく」をサポートする企業として、社員一人ひとりが「心身ともに健康」で「一瞬も 一生も 美しく」生きていくことを支援することにより、健康で健全な経営をめざします。

1. 社員は自ら進んで生活習慣の改善などの健康づくりに取り組むこととし、会社は健康事業を通して、一人ひとりの健康づくりを支援します。
2. 安全かつ快適な職場環境の形成を通して、一人ひとりが充分に能力を発揮し、充実した職場生活を送れるよう支援します。
3. 健康情報等の個人情報の適正な利用と管理の徹底を図るとともに、法令順守を基本とした健康管理を推進します。

■ 安全衛生推進体制

この健康管理基本方針を資生堂グループ全体で共有しながら有効に機能させるため、「地区衛生協議会」をエリアごとに開催し、国内のグループ企業の人事責任者、産業医・保健師・看護師などの産業保健スタッフ、本社人事部ならびに健康保険組合が出席し、全体的な健康事業の推進とエリアの実績に応じた取り組みに関して協議しています。

また資生堂グループの国内事業所のオフィスでは、法令に従い、衛生委員会を設置して社内の巡回で危険箇所の指摘と改善を行っています。

リサーチセンター・工場では、労働安全衛生方針を定めるとともに安全衛生委員会を設置し、執務室や共用施設、作業現場の巡回を定期的に行い、危険箇所や危険行為を指摘、改善・改良を行うとともに、新規導入設備についても導入にあたり危険がないことを確認しています。

なお国内工場では、毎年、休業災害ゼロを目標設定し、重大事故の発生防止に努めています。

■ 社員の安全・健康教育

資生堂では社員一人ひとりの健康づくりを進めるために、全社員に冊子『心とからだの健康をめざして』を配布しています。また、自己管理能力が必要とされる生活習慣病対策を中心とした各種テーマの情報提供、健康相談をはじめ、健康づくりセミナーなどのプログラムを実施し、以下の健康教育を行っています。

生活習慣病対策

30代から40代の社員が受講者の多くを占める階層別研修において、健康の大切さを再認識させ、悪い生活習慣の改善を促すことを目的として「生活習慣病対策セミナー」を開催しています。

喫煙対策

社員の健康増進、お客さま満足の向上、社会的責任の履行の実現を目的として建物内禁煙を実施しています。実施前より「禁煙セミナー」など社内における啓発活動を展開し、禁煙に対する理解促進を進めました。

メンタルヘルスケア

本社を中心に、一般社員にはセルフケア研修を、管理職にはラインケア研修を実施しています。長期休務に至った社員に対して、職場復帰支援プログラムを用意し、リハビリり出社を通じて円滑な職場復帰が図れるようにサポートしています。プログラムが適切に運用されるよう管理職向けの研修で周知を図っています。社内にメンタルヘルス相談窓口を設置し、社外にも健康全般に関する相談窓口を設置しています。

女性のための健康支援

多くの女性社員が働く資生堂では全国の事業所において「女性のための健康セミナー」を順次開催し、女性特有の疾患をライフステージごとに説明しながら、自身の身体の管理意識を高めています。

定期健康診断（健康保険組合が実施する生活習慣病健診を含む）

法定外健診の一部項目を社員自らが選択することとし、定期健康診断を通じて自身の健康管理に積極的に関心を持つようにしています。

長時間労働面談

長時間労働による健康障害防止のために、本社等の事業所では法令を上回る基準を設定し、対象者全員を産業医が面談しています。産業医は、社員の健康障害防止のために、本人および会社に対して適切な助言指導を行っています。

新型インフルエンザ対策

新型インフルエンザに関する情報や発生状況、および警戒レベルなどをイントラネット上に案内しています。社員の認識を高めるとともに、警戒レベルに合わせた社員行動基準を策定しております。

感染症に対する教育・啓発

海外渡航者に対して感染症情報をイントラネット上に掲載し、注意喚起を行うとともに、海外駐在員に対しては、渡航前に感染症予防に関する小冊子を配布しています。

メンタルヘルス

社員が自身の心の状態やストレス度をチェックするため、厚生労働省がインターネットで開催している『メンタルヘルス・ポータルサイト「こころの耳」の「5分でできる職場のストレスチェック」』を社内で推奨し、活用しています。

また、社内にメンタルヘルス相談窓口を設置して、専門カウンセラー・産業医・保健師・看護師などの産業保健スタッフを中心に、職場とも医療とも連携可能な相談体制を構築しています。加えて、仕事以外のプライベートで悩む社員の心のケアにも対応するため、EAP（Employee Assistance Program）業者による社外提携相談窓口も用意し、24時間365日対応できる相談体制を整備しています。

2009年度には職場復帰支援プログラムを整備し、これまでの職場復帰に関する運用が事業所毎に統一されていなかったことを踏まえ、職場復帰までのステップを明確にするとともに、休務・休職した社員がより円滑に職場復帰が可能となるよう、国内資生堂グループ統一基準（ガイドライン）として定めています。

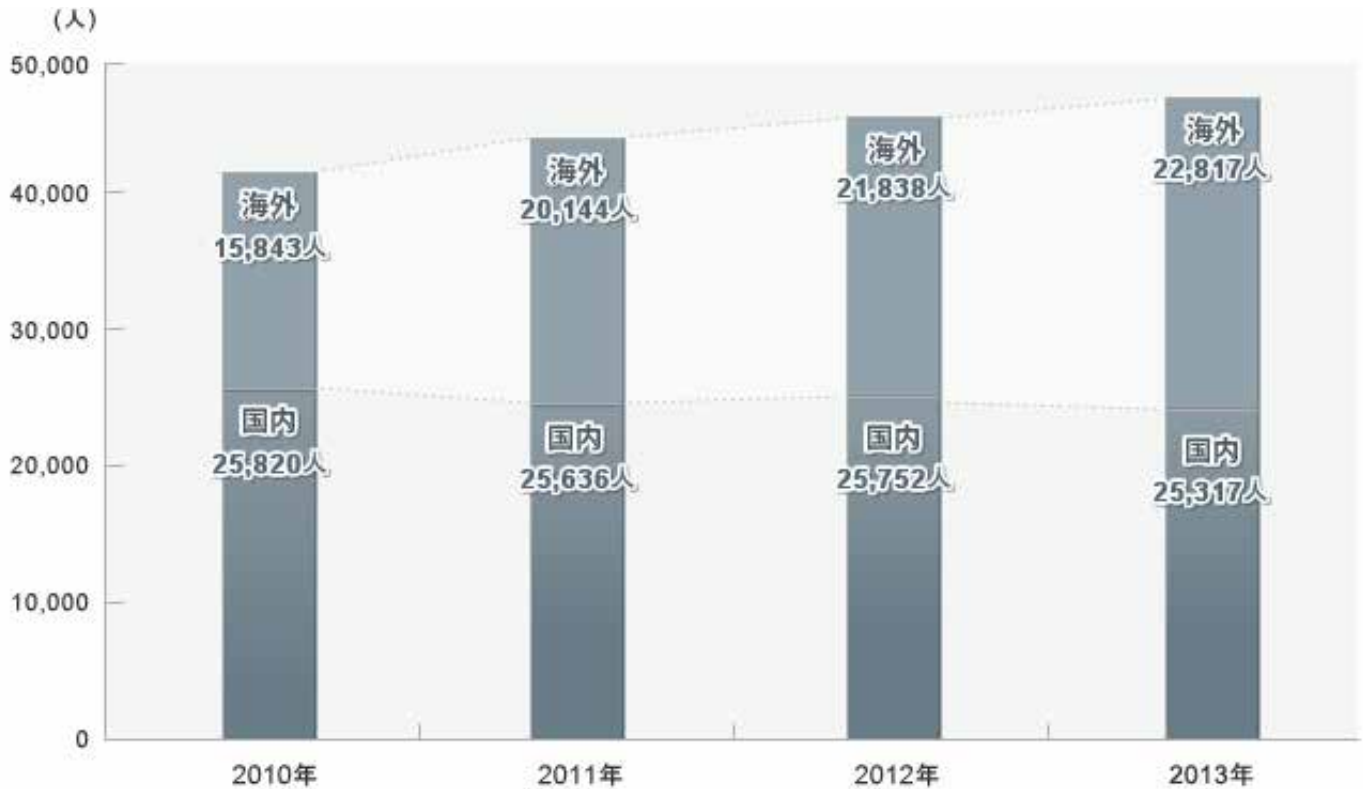
雇用と労働

社員数の状況

国内外の資生堂グループ各社は、業務内容や期待役割に即した多様な雇用形態を提供し、競争力の維持向上を図っています。2013年4月1日時点の総社員数は、全体で48,100人で、前年と比較して510人増員の状況です。

国内の資生堂グループの社員数は約25,300人とやや減少である一方、海外は2010年にベア・エッセンシャル社が資生堂グループに加わったことに伴い、大幅に拡大しました。その後は事業規模の拡大にあわせて社員数が増加しています。

資生堂グループにおける社員数



※ いずれも国内は4月1日時点。海外は前年12月末時点の直接労働契約を締結している社員数。

賃金

資生堂の賃金制度は、年功的・属人的な要素を払拭し、能力・成果に応じたメリハリのある賃金体系としています。

また、能力・成果を評価する評価制度は、評価処遇におけるルールに基づいた、公正で透明性の高く、社員の納得度を高める制度です。

2013年度の国内資生堂グループの職種別男女別の月例基本給与平均の実態は、管理職 男性100：女性95、総合職 男性100：女性97、美容職 男性100：女性110の比率となっています（2013年4月1日時点）。

福利厚生

社員とその家族の「豊かでゆとりある生活の実現」をめざし、労働条件の整備とともに福利厚生の充実に力を注ぎ、会社にも社会にも積極的に参加できるよう支援しています。

国内資生堂グループでは、労働関連法規に則り、法令で定められた各種の社会保険や休暇について、有期契約社員を含め、契約内容に即して適切に提供しています。

社員のキャリアアップとライフデザインを支援する福利施策

資生堂はさまざまな福利厚生施策を通じて、仕事と生活の両面において社員の自律と自己責任に基づくキャリアアップとライフデザインを支援しています。

社員のワークライフバランス実現に向けた仕事と育児・介護の両立を支援する制度や施策をはじめ、社宅や住宅手当といった住居支援、財形貯蓄、社員持株制度、見舞金制度といった各種施策に加え、「カフェテリア制度（選択型福利厚生プラン）」を導入しています。会社が「自己啓発」「育児・介護」「健康づくり」といった社員のライフスタイルやニーズに対応したメニューを準備し、社員は自分の持ち点（ポイント）に応じて必要な支援を必要な時に選択できます。

企業年金による社員のライフプラン・サポート

資生堂は、社員のライフプラン・マネープランの支援に努めています。

資生堂の退職金制度は、「ポイント制退職金（確定給付年金）」、「確定拠出年金」または「退職金前払い」および「退職一時金」で構成されています。

「確定拠出年金制度」と「退職金前払い制度」は社員がいずれかの制度を選択し、給付を受ける制度です。確定拠出年金については、資産運用や投資に関する定期的な情報提供などを通じて、退職後の生活設計に社員が主体的に取り組めるよう支援しています。

また、一部の海外現地法人では、確定給付型制度、退職一時金制度および確定拠出型制度を設けています。

雇用

資生堂グループ各社は、社員の雇用維持のため、会社と社員双方が最大限の努力を払っており、雇用の安定に向けた取り組みは、各国・地域の法令や慣行に則って対応しています。また、社員の雇用にあたっては「Our Mission, Values and Way」に則り、多様性を尊重し、働き甲斐のある職場づくりを進めています。

資生堂の採用は、新卒・既卒を問わない定期採用と、既に社会人としてキャリアを積まれた方を対象とした経験者の採用を実施しています。また、多様な雇用機会を提供し、社員の勤務形態への配慮を行うことを目的に、雇用制度の整備にも努めています。

なお、事業所の新設や移転に伴い、社員の生活に大きな影響を与える異動が発生する場合は、会社と組合で構成する委員会を設置し、速やかな問題解決のため、会社・組合双方が誠意を持って協議決定することを労働協約で定めています。

2012年1月に、「生産・研究開発拠点の再編」を実施することを決定し、鎌倉工場を2015年3月に、リサーチセンター金沢八景を2013年9月に閉鎖する予定です。

両事業所の社員には、会社から状況を説明し、社員個々の意向を個別面談で確認するとともに、労働組合からの協議にも応じています。

良好な労働組合との関係

資生堂グループでは、「良好な労使関係は企業経営の基本」という考え方のもと、企業活動全般についての社員との情報共有や労使一体での課題解決に向けた話し合いを、積極的にを行っています。

資生堂および一部のグループ会社（海外現地法人含む）には、労働組合が組織されています。

国内では、株式会社資生堂、資生堂販売株式会社および一部関係会社社員で構成される資生堂労働組合が、ユニオンショップ制を採用し運営されています（資生堂グループ国内全体約11,600名、2013年4月1日現在）。

会社と資生堂労働組合は、「事業の社会的使命を認識し、企業の健全な発展と社員の経済的、社会的地位の維持向上に努め、誠意と信頼を基調とした労使関係を堅持する」ことを労働協約書の前文で確認し、お互いの立場を尊重しながら、経営協議会やさまざまな課題を検討する労使検討会を開催しています。

具体的には、「社員の処遇と福利厚生」、「働き方見直し」、「長時間労働の是正」などをテーマに積極的な労使協議を行い、適切な事業運営につなげています。

また各事業所でも、事業所ごとの労使の課題について協議を行っています。

また、海外現地法人でも、各国の労働法規を尊重し事業運営を行っており、経営と労働組合、社員とのコミュニケーションを通じて健全な労使関係構築・維持に努めています。



一瞬も 一生も 美しく 

環境

資生堂では、人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現をめざし、全社員が全世界で取り組む環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」に取り組んでいます。

商品の環境対応や事業所でのCO₂排出量の削減など、事業活動のすべてのプロセスにおいて、環境への取り組みを進めています。

環境方針

資生堂は、社名の由来である「至哉坤元 万物資生（大地の徳はなんとすばらしいものであろうか、すべてのものはここから生まれる）」が表す通り、創業以来一貫して地球の恵みに感謝し、それらを大切にしながら事業を営んできました。ここでは、資生堂の環境に取り組む姿勢と環境における経営方針をご案内いたします。

環境に取り組む意味

■ 社名に由来する創業の精神

「資生堂」社名の由来

いたれるかなこんげん ばんぶつとりてしょうず

至哉坤元 万物資生

大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか。
すべてのものは、ここから生まれる。

資生堂の社名は、中国の四書五経の一つ、易経の一節「至哉坤元 万物資生」（大地の徳はなんとすばらしいものであろうか、すべてのものはここから生まれる）に由来しています。

この一節の意味が表すように、地球の自然環境を尊重し、大切にすることを存在の拠り所としています。

大地の徳に感謝し、そこから新しい価値を発見し、社会の役に立っていくこと、それが地球から恵みを受けている資生堂の使命です。今後、資生堂が永続的にお客さまを美しくしてさしあげるためには、地球への恩返しをしながら共生していくことが何よりも大切と考えます。

■ コーポレートメッセージ

一瞬も 一生も 美しく 

資生堂のコーポレートメッセージは、地球との約束でもあります。

私たちは、美しい地球環境なくして、「美しく生きる」という一人ひとりのお客さまの願いに誠実に応えることはできません。

資生堂社員一人ひとりがとるべき行動を定めたOur Wayの「社会・地球とともに」では、「独自の厳しい基準に沿った環境対応を推進し、生物多様性に配慮しながら、人も地球も美しく共生する持続可能な社会をめざす」と宣言しています。資生堂は、肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境の実現に向けて全力を尽くします。

資生堂エコポリシー

資生堂は1992年度に定めた環境に関する経営方針「資生堂エコポリシー」を基本として、環境活動を推進しています。

資生堂エコポリシー

資生堂はすべての事業活動において地球環境の保全に努めるため、

1. 生態系に配慮し、資源・エネルギーを大切に利用します
2. 環境に負担をかけない新技術の開発と応用を促進します
3. 一人ひとりの環境保護意識の向上を図ります
4. 地域や社会との連携に努めます

■ 資生堂が環境活動の中核に据えること

資生堂は社名の由来のとおり、創業以来一貫して地球の恵みに感謝し大切にしながら、事業を営んできました。しかし、今、この地球の恵みが急速に失われつつあり、将来の世代に継承することが危ぶまれています。私たちは、原点に立ち返り、地球の恵みに感謝し、これを保全しながら、「美しく生きたい」という人々の願いに誠実に応えた事業を営むことが、あるべき姿だと考えます。この考え方にに基づき、「地球の恵みの保全」と「CO₂削減」「省資源」の3つの領域に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

「地球の恵みの保全」のためには、「生物多様性の保全」および「水資源の持続可能な利用」が重要となります。前者については、2010年に以下のとおり「資生堂の生物多様性に関する考え方」をまとめました。

資生堂の生物多様性に関する考え方

資生堂の社名には、「地球の恵みに感謝し、新しい価値を生み出す」という意味が込められています。

私たちは、資生堂の価値づくりの源泉である「地球の恵み」を、限りあるものとして認識し、将来の世代へ受け渡すために厳正に取り扱います。

さらに、生物多様性の保全に積極的に取り組み、持続可能な社会の実現をめざします。

一方、「水資源」については、2013年に以下のとおり考え方をまとめました。

私たちは、水系における健全な水循環や地域社会の水文化を尊重しながら、持続可能な利用をめざします。そのために、まず事業活動におけるバリューチェーンを通じた水資源の利用に関する実態の把握を行います。これを踏まえ、事業活動が水循環や水文化に与える影響の低減に努めます。

資生堂アースケアプロジェクトとは

■ 資生堂アースケアプロジェクトの使命

「資生堂アースケアプロジェクト」は、事業活動のすべてのプロセスにおいて、資生堂グループの全社員が全世界で取り組む「環境プロジェクト」です。

資生堂が、地球の恵みを享受しながら新しい美しさを提案し続けていくには、地球への恩返しをしながら、地球と共生していく必要があります。肌をケアするように地球をいつくしみ、調和のとれた美しい地球環境を実現することが、地球とともに生きる資生堂の使命です。

「資生堂アースケアプロジェクト」は、資生堂グループの企業理念と環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」に基づき、「人も地球も美しく共生する持続可能な社会の実現」を使命としています。

■ 資生堂アースケアプロジェクトのめざすもの

社会的責任として当たり前に取り組むべき「基本的環境活動」に加え、「資生堂ならではの環境活動」を積極的に進めることで「美とエコをつなぐ新しいライフスタイル」の実現をめざします。



資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマーク



このリングの表す意味、それは「地球」「循環」「約束」です。

「地球」 それは、私たちにさまざまな恵みをもたらしてくれます。

「循環」 それは、永遠に続く美のサイクルを表しています。

「約束」 それは、資生堂と社会、資生堂と地球との間に交わされたものです。

そして、マークの色である美しいブルーは、「水」の象徴です。地球の表面の約70%、人の身体の約60%を占めている水は、生態系にとってかけがえのない存在であるとともに、化粧品にとっても大切なものです。

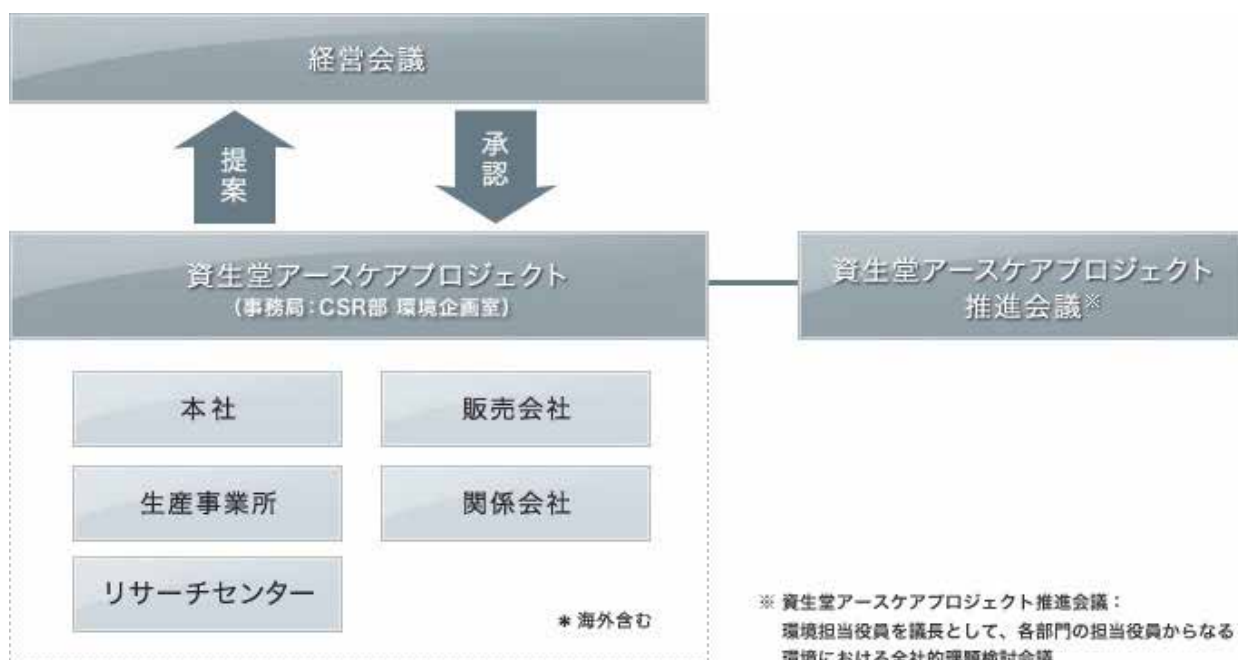
この青いリングに、資生堂の象徴である椿の花を組み合わせ、私たちの企業活動と自然との共生を表現しました。

環境マネジメント

推進体制

資生堂では、2009年度に全世界の全社員をメンバーとする環境プロジェクト「資生堂アースケアプロジェクト」を発足しました。あわせて資生堂グループの各部門の担当役員からなる「資生堂アースケアプロジェクト推進会議」を設置し、社内の環境活動計画の進捗を共有するとともに、さまざまな環境課題について検討・協議を行っています。

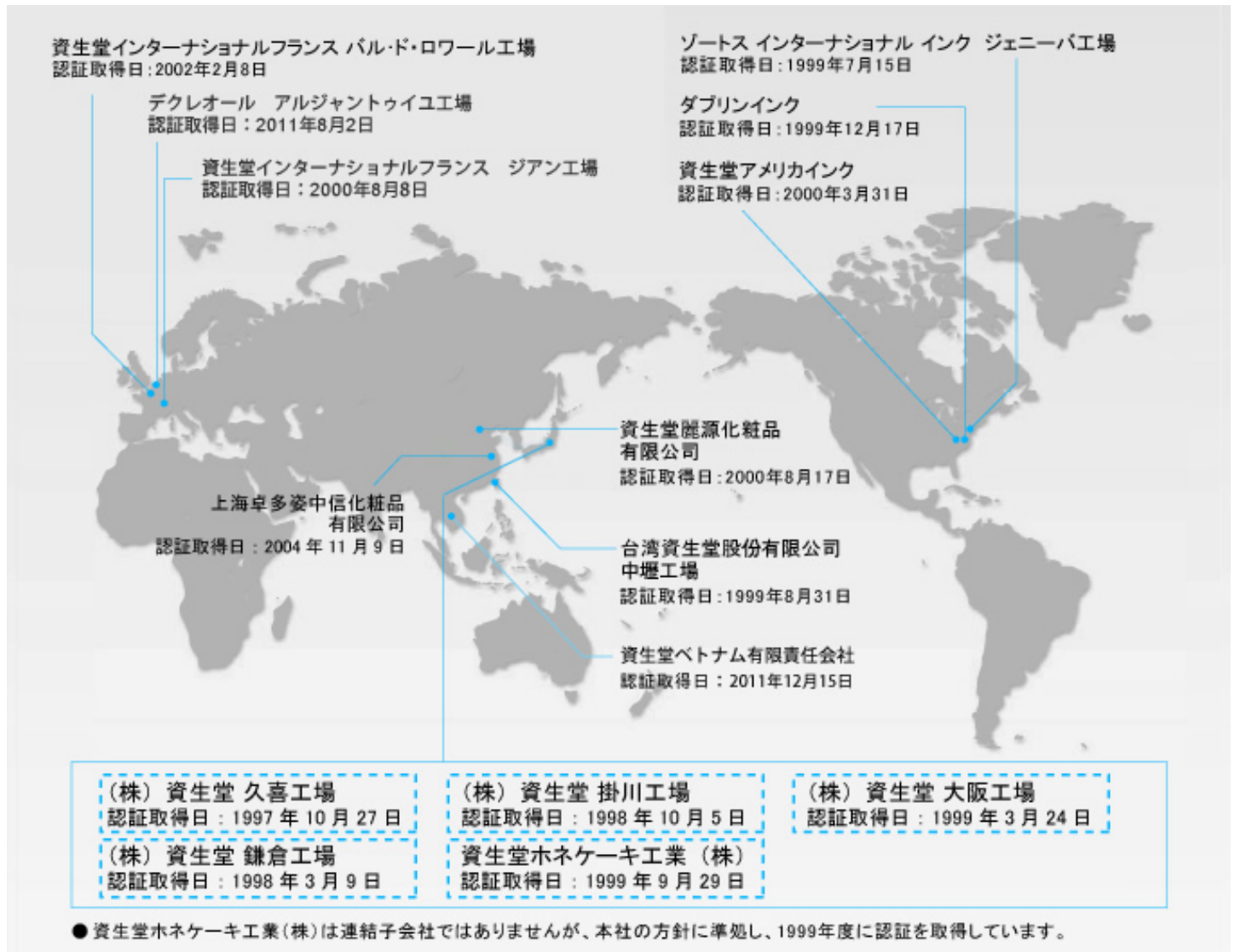
推進体制図



ISO14001 認証取得に向けた取り組み

ISO14001は1996年に制定された環境マネジメントに関する国際認証制度で、認証取得後も、外部機関によって継続的に審査を受ける必要があります。資生堂では、各工場において、ISO14001に基づいたマネジメントシステムを運用しており、P（Plan：計画）、D（Do：実行）、C（Check：評価）、A（Action：改善）サイクルを繰り返すことによって、管理体制等の改善と環境負荷の低減を図っています。

2012年度 ISO14001 認証取得状況



■ エコスタンダード

1997年度には、「資生堂グローバル・エコスタンダード」を策定し、商品開発、R&D、生産・調達、物流、販売、オフィスにおける行動指針をそれぞれ具現化しました。その後、環境問題を取り巻く状況が大きく変化したことから、環境に配慮した商品や販促物の設計基準をライフサイクル視点で見直し、2010年度に「モノづくりエコスタンダード」と「販促物エコスタンダード」を策定しました。

また、オフィスにおける環境活動基準である「オフィスエコスタンダード」についても今日的に見直し、再策定しました。モノづくりに関する2つのエコスタンダードにおいては、下記の評価項目を設け、商品及び販促物の環境対応を進めています。

モノづくりエコスタンダード

項目	評価項目
設計（容器包装）	（１）環境に負荷をかけない仕様・材質の選定
	（２）減量化・減容化
設計（中味）	（１）環境に負荷をかけない処方
	（２）容器包装を考慮した中味設計
調達	（１）環境に配慮した原料・材料の調達
生産	（１）生産時の環境負荷低減
物流	（１）物流・運搬時の環境負荷低減
使用	（１）使用時の省エネ・省資源
	（２）使用時の排出物（排水・排ガス）による環境負荷の低減
	（３）長期使用の促進
廃棄	（１）リサイクルしやすさの向上
	（２）お客さまによる捨てやすさの向上

販促物エコスタンダード

項目	評価項目
企画・設計	(1) 店頭で活用されやすい設計 ① 複数の売場サイズで対応できる設計 ② 多用途・複数展開可能な設計
	(2) 環境負荷が小さい材料の選定 ① 販促物の材料の選定 ② 個々の材料の選定 ③ 特定パーツの材料の選定
	(3) 軽量・シンプルな設計
	(4) 規格サイズを踏まえた設計
	(5) 型の活用
	(6) 配送に適した設計
	(7) 廃棄が容易な設計 ① 分別しやすい設計 ② 材料名の表示
校正・印刷	(1) 省資源化した校正（製版）
	(2) 省資源化した刷版
	(3) 廃液を出さない印刷方法
	(4) 石油資源を節約するインキの使用
梱包・配送	(1) 梱包の簡素化
	(2) 過剰包装の抑制

社会との約束

2008年度、資生堂は環境先進企業として、環境活動に取り組んでいくことを社会に約束しました。

まず世界に向けては、環境に取り組む強い意志を世界に表明する機会として、2008年11月、国連グローバル・コンパクトの気候変動に関するイニシアティブ「Caring for Climate」に賛同しました。

日本国内においては、2009年3月、化粧品業界で初めて、環境省から「エコ・ファースト企業」に認定されました。

そして、2012年5月には、環境省からの規約改定（2010年9月）を受け、当社の環境保全の新たな取り組み目標を「エコ・ファーストの約束」として宣言し、再認定されました。

取り組みの進捗状況については環境大臣に報告するとともに、定期的にウェブなどを通じて公表していきます。

「エコ・ファースト制度」について

「エコ・ファースト制度」は、2008年4月に環境省が創設した「業界のトップランナー企業の環境保全に関する行動を更に促進していくため、企業が環境大臣に対し、地球温暖化対策や廃棄物・リサイクル対策など、自らの環境保全に関する取り組みを約束する制度」です。

認定企業は「エコ・ファースト・マーク」を広報活動などに使用することができます。



エコ・ファースト・マーク

資生堂の「エコ・ファーストの約束」

2012年5月、資生堂は、環境大臣に対して新たに4つの取り組みを約束しました。

1. 容器包装の3R（reduce,reuse,recycle）をはじめとする商品の環境対応を積極的に推進します。
2. 価値づくりの源泉である地球の恵みの保全に積極的に取り組みます。
3. 社員の環境教育に取り組み、地球の恵みの保全に貢献する人材を育成します。
4. 地球温暖化防止に向けた取り組みを積極的に推進します。

エコ・ファースト企業として環境省との勉強会を実施

2014年1月9日（木）、資生堂は環境省との勉強会を実施し、資生堂グループの環境への取り組みを報告しました。資生堂は、2009年3月に同省より化粧品業界のトップランナーとして、エコ・ファースト企業に認定されました。2012年5月からは新たに4つの取り組みを約束し、商品の環境対応や地球の恵みの保全などに取り組んでいます。

当日は、資生堂が環境に取り組む意義、商品のレフィル配置拡大や植物由来ポリエチレン容器の採用を含む容器包装の3Rの取り組みなど、「エコ・ファーストの約束」で宣言した取り組みの推進状況について報告しました。

報告後の意見交換では、谷津環境事務次官、白石地球環境審議官をはじめ、環境省職員の方々より多くの質疑をいただき、貴重な示唆を得る機会となりました。

今後も資生堂はエコ・ファースト企業として、環境省やさまざまなステークホルダーの方々と連携し、積極的に環境への取り組みを進めてまいります。



左から3番目より 谷津環境事務次官、執行役員 岩井 恒彦、白石地球環境審議官

環境目標と実績

資生堂では、現3カ年（2011～2013年度）環境活動方針として、「ライフサイクル全体での商品の環境対応」と「全世界でのCO₂排出量の削減」の2つを柱に、取り組みを推進しています。

現3カ年（2011～2013年度）環境活動方針と目標

2011年度からの現3カ年の環境活動では、環境における経営方針である「資生堂エコポリシー」を踏まえ、本業であるモノづくりを通じた環境への取り組みを加速化すべく、1つ目の柱として「ライフサイクル全体での商品の環境対応」を推進しています。

また、グローバル企業としての社会的責任を果たすため、「全世界でのCO₂排出量の削減」を2つ目の柱として掲げ、取り組んでいます。

ライフサイクル全体での商品の環境対応

全世界でのCO₂排出量の削減

ライフサイクル全体での商品の環境対応

「ライフサイクル全体での商品の環境対応」では、資生堂独自の環境基準である「モノづくりエコスタンダード」に則り、研究開発・商品企画・調達・生産・物流・販売・使用・廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体で環境対応を進めていきます。

まず、有限な石油資源の節約と、化粧品容器の廃棄・焼却時におけるCO₂排出量の抑制を目的として、2011年度より、サトウキビ由来ポリエチレン容器の採用を開始しました。その他にも、レフィル配置アイテムの拡大や、サトウキビの搾りかすを原料とする「バガス紙」の商品外箱などへの採用拡大など、商品の環境対応に積極的に取り組んでいます。

また、水資源への対応として、商品のライフサイクルを通じた水使用量削減に取り組んでいます。

商品の環境対応の目標

項目	目標
植物由来容器の採用	2020年度までに、国内化粧品事業で使用するポリエチレンの70%以上を石油由来から植物由来に切り替えます。
レフィル化の加速	2020年度までに、国内化粧品事業のファンデーション（コンパクトタイプ）、白粉、シャンプー・コンディショナーのジャンボサイズのレフィルを100%配置し、化粧水・乳液（ディスペンサータイプ）のレフィルを70%以上配置します。
バガス紙*の積極採用	2012年度以降の国内化粧品事業の新製品・リニューアル品で紙を使用する商品においては、バガス紙への切り替えを促進します。

* サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維（バガス）を原料として作られる非木材紙

全世界でのCO₂排出量の削減

「全世界でのCO₂排出量の削減」については、2011年度より、海外を含む全事業所（本社・リサーチセンター・工場・販売会社・関係会社）のCO₂排出量を管理し、全世界でCO₂排出量削減に取り組んでいます。

2013年度CO₂排出量削減目標

対象		目標値
国内	生産事業所	2009年度比15%削減（絶対量）
	非生産事業所	2009年度比5%削減（絶対量）
海外	生産事業所	20%削減（BAU比）※1
	非生産事業所	2009年度比4%削減（絶対量）※2

2020年度CO₂排出量削減目標

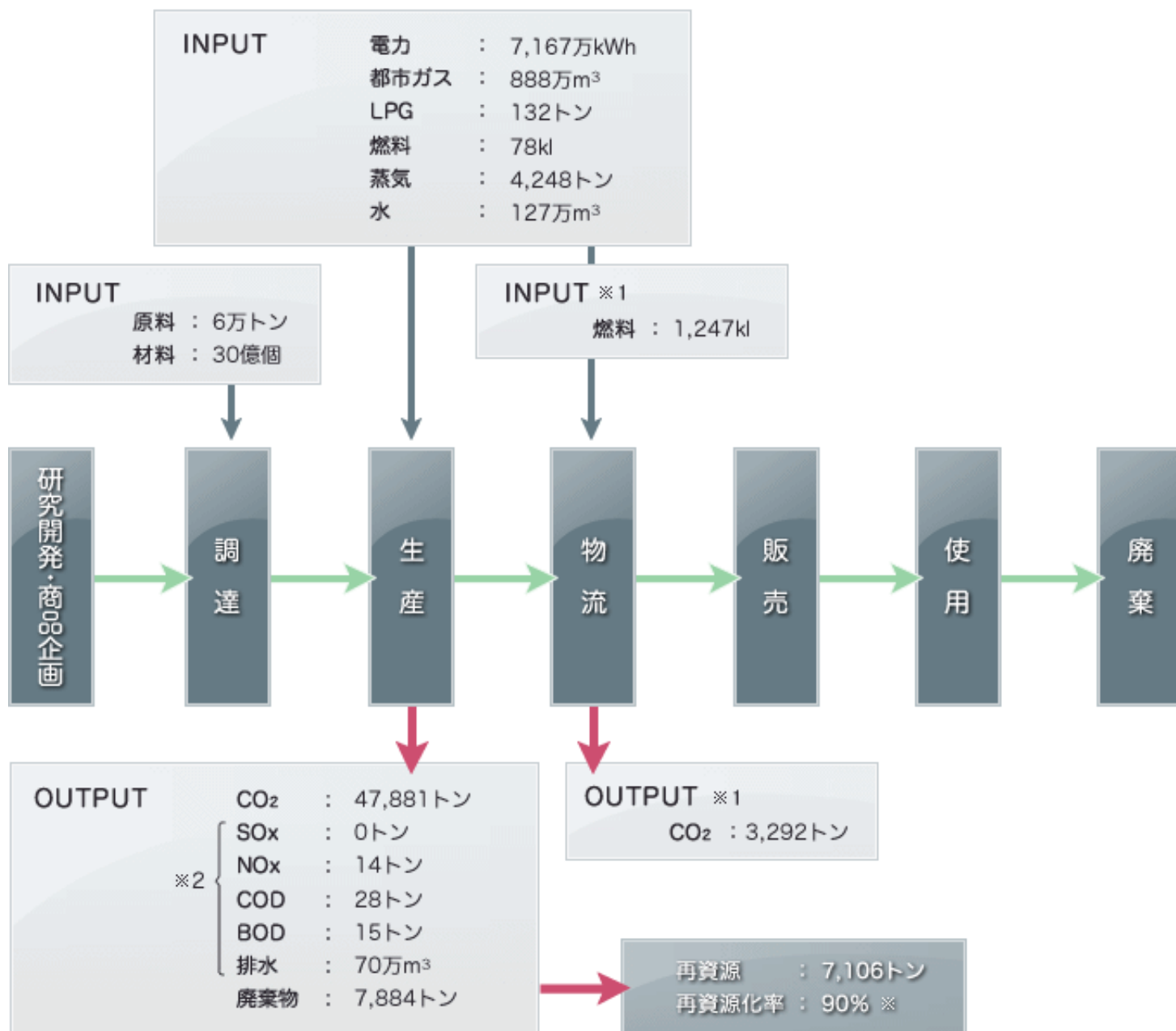
対象		目標値
国内	生産事業所	2009年度比20%削減（絶対量）
	非生産事業所	2009年度比14%削減（絶対量）
海外	生産事業所	23%削減（BAU比）※1
	非生産事業所	2009年度比11%削減（絶対量）※2

※1 BAU比: 特段の削減策を講じなかった場合に想定されるCO₂排出量（BAU : Business As Usual）と削減策を講じた場合に想定されるCO₂排出量の比較

※2 海外非生産事業所については、データ未取得事業所を除く

2012年度 環境負荷実績

2012年度の資生堂の事業活動における環境負荷実績です。



対象範囲：
資生堂グループ国内および海外生産事業所
※1 (株)資生堂
※2 国内生産事業所

※下記の生産事業所ではゼロエミッション(リサイクル率99.5%以上)を達成しています。
国内：大阪工場、掛川工場、久喜工場、鎌倉工場
海外：資生堂インターナショナルフランス パル・ド・ロワール工場、
デクレオール アルジヤントウイユ工場、資生堂ベトナム有限責任会社、
上海卓多姿中信化粧品有限公司

2012年度 環境会計

環境会計の集計について

対象期間：2012年4月1日～2013年3月31日

対象範囲：国内生産事業所、海外生産事業所、国内リサーチセンター、本社部門

単位：金額は全て百万円

1.環境保全コスト

分類		主な取り組みの内容	投資額	費用額
(1)事業エリア内コスト			360	281
内 訳	(1)-1 公害防止コスト	水質汚濁、大気汚染の防止活動、大気・水質などの分析測定等	21	68
	(1)-2 地球環境保全コスト	太陽光発電、省エネ推進、オゾン層保護対策等	336	29
	(1)-3 資源循環コスト	廃棄物処理、リサイクル、排水再利用、資材削減等	3	184
(2)上・下流コスト		容器包装リサイクル法負担金支払、グリーン購入、製品のリサイクル等	0	289
(3)管理活動コスト		人件費（R&D除く）、環境管理費用、事業所内緑化等	0	561
(4)研究開発コスト		環境対応製品の研究開発等（人件費含む）	0	71
(5)社会活動コスト		椿の植林・保全活動、その他社員による環境保全活動、団体への支援、環境情報公表等	0	45
(6)環境損傷対応コスト		自然修復費用など	0	0
(7)その他のコスト			0	0
合計			360	1,247

2.環境保全効果

効果の内容		経済効果
収益	主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクル又は使用済み製品等のリサイクルによる事業収入	25
費用節減	省エネルギー関連	87
	廃棄物関連	2
	省資源関連	27
	その他	0
合計		141

商品での取り組み

資生堂では、2010年度に商品設計における環境基準である「モノづくりエコスタンダード」を制定しました。「モノづくりエコスタンダード」の定着を図るため、商品企画部門への勉強会などを実施し、運用しています。単に「環境に配慮している」というだけでなく、化粧品としての価値（効果・使用感・使い勝手・デザインの美しさなど）を損なわずに、「美とエコが共生する」モノづくりを実現し、商品を通じて、新しいライフスタイルの提案へつなげることをめざしています。

商品に表示しているマークについて

資生堂は、サトウキビ由来ポリエチレンなどの植物由来プラスチックを容器全体の20%以上（重量比）使用している商品に、資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマークを記載しています。



シンボルマーク記載例

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.055-2

スーパーマイルド容器へのサトウキビ由来ポリエチレンの採用

2011年9月、資生堂は、国内の化粧品・日用品としては初めてサトウキビ由来ポリエチレン容器をヘアケアブランド「スーパーマイルド」に採用しました。

サトウキビ由来ポリエチレンを焼却する時に発生するCO₂は、サトウキビが生長過程で吸収してきたCO₂であり、CO₂の増減は±0（ゼロ）といえることなどから、サトウキビ由来ポリエチレンは石油由来ポリエチレンと比較すると、ライフサイクル全体におけるCO₂排出量が約7割強少ないといわれています。

今回スーパーマイルド容器のレギュラーサイズ、ジャンボサイズのボトル部分には約96%、つめかえ用には約34%のサトウキビ由来ポリエチレンを使用しており、切り替え後1年間で約188トンのCO₂を削減できました。

（資生堂試算による）

また、サトウキビ由来ポリエチレンは、主にサトウキビから砂糖を精製した残液部から作られるため、食糧との競合が発生しにくいメリットもあります。

なお、この取り組みは、「第1回バイオマス製品普及推進功績賞（主催：日本バイオマス製品推進協議会）」を受賞しました。



スーパーマイルドの
サトウキビ由来ポリエチレン容器



サトウキビ由来ポリエチレンなどの植物由来プラスチック容器に記載するマーク（拡大図）

No.073

エリクシール スキンケアシリーズ 外箱の紙製化によるプラスチック使用量の削減

資生堂では、中核ブランド「エリクシール」のスキンケア商品において環境対応を進めています。その第1弾として、2009年9月に高機能スペシャルケアとして発売した「エリクシール シュペリエル レチノバイタル」、2010年2月発売の「エリクシール ホワイト」では、これまでプラスチック製だった商品の外箱を、紙製に切り替えて発売しました。その後、2010年9月からは「エリクシール シュペリエル」においても外箱を紙製に切り替えています。さらに、一部商品の紙箱にはバガス紙を採用しています。

これらの取り組みにより、各商品発売後1年間で、プラスチック使用量を合計約90トン削減できました。外箱を紙製にしたことで、商品情報を印刷できるスペースも広がったため、配合成分やご使用方法など、お客さまご自身で商品を選ばれる際に参考にしていただけるような情報の充実化を図っています。

また、第2弾として、2012年9月には、「エリクシールシュペリエル」「エリクシールホワイト」から化粧水・乳液のレフィル（つめかえ用）を発売しました。レフィル容器はサトウキビ由来プラスチックを使用しているため、石油由来プラスチック製に比べてCO2排出量の削減につながります。また、本体容器につめかえて使っていただくことにより、廃棄プラスチックを約85%（本体重量比）削減することが可能となります。



エリクシール シュペリエル レチノバイタル



エリクシール ホワイト (左)
エリクシール シュペリエル (右)

No.084

HAKU レフィル配置によるプラスチック使用量の削減

2011年2月にリニューアルした薬用美白美容液「HAKU メラノフォーカスW」において、新たに「付け替え用レフィル」を発売しました。

このレフィル容器をつくる際に使用するプラスチック量は、本体容器の使用量に比べ約60%削減しています。レフィルを配置することで、本体容器だけを生産する場合と比較して、プラスチック使用量を発売後1年間で約19トン削減できました。

このレフィルの発売には「省資源」という環境への配慮に加え、「素敵なパッケージを毎回捨てるのはもったいない」「中味の残量が確認できるようにしてほしい」というお客さまからの声にお応えしたい、という大きな目的がありました。また、レフィル容器の開発においては、なるべくお客さまが簡単に交換できる機構にするためのさまざまな工夫を施しています。さらに、その他の環境対応として、外箱をプラスチック製から、バガス紙（サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙）製に変更し、枯渇資源である石油の使用量を抑え、持続可能となる植物由来原料に切り替えました。

なお、これらの環境対応は、2013年2月に発売した「HAKU メラノフォーカスCR」においても引き続き、採用しています。



左：HAKU メラノフォーカスCR
右：レフィル

No.083

クレ・ド・ポー ボーテ スキンケアリニューアルに伴う環境への取り組み

資生堂の最高級ブランド「クレ・ド・ポー ボーテ」は、すべてにおいて「本物」を求めるお客さまにご満足いただくため、品質はもちろんのこと、あらゆる面において「最高級」であることをめざしています。

2011年1月のスキンケア商品リニューアルに伴い、

- ①サンダルウッドなど一部の香料をフェアトレード（公正な貿易）※で調達し、スキンケア全アイテムに配合
- ②「ラ・クレーム」（クリーム）に初めてレフィルを配置
- ③商品の外箱と能書（説明書）にバガス紙（サトウキビから砂糖を採ったあとの繊維を原料として作られる非木材紙）を採用などの先進的な取り組みを行いました。

2013年1月のメイキャップ商品リニューアルでも、フェアトレードによるプレミアムアルガンオイルをルージュエクラC（口紅）や、レオスールデクラ（フェースカラー）など、一部の商品に採用しています。

クレ・ド・ポー ボーテは、自然や社会とのつながりを大切にし、品質だけでなく、環境へも配慮した商品をお届けします。

※ フェアトレード（公正な貿易）とは、発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することを通じ、途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す取り組みです。資源の乱獲などを防ぎ、持続可能な活用を目指すことで、環境保全にも貢献します。



ラ・クレーム（クリーム）本体



ラ・クレーム（クリーム）レフィル



左：ルージュエクラC（口紅・レフィル）

右：レフィルを専用ホルダーにセットして使用



レオスールデクラ（フェースカラー）

No.088

美容飲料「ピュアホワイトW」「コラーゲンシリーズ」のガラスびん軽量化と、はがしやすいラベルの採用

資生堂は、2011年度より、美容飲料「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」、「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」（各50mL）のガラスびんを当社従来品と比べて、約10%軽量化しました。

これは、お客さまの「飲み終わったガラスびんはまとめて捨てるので、少しでも軽くして欲しい」とのお声にお応えして実現した取り組みです。

このガラスびん軽量化の取り組みにより、「ピュアホワイトW」と「ザ・コラーゲンシリーズ3種」、「ベネフィーク コラーゲン ロイヤルリッチ」合計で、発売後1年間で約427トンのCO₂を削減できました。（資生堂試算による）

また、お客さまの「他の人にどんなものを飲んでいるか知られたくない」「ラベルをはがして廃棄したいのに、ラベルがはがしにくい」といったお声にもお応えし、簡単に手ではがせるラベルに変更しました。



ガラスびんを10%軽量化した美容ドリンク



簡単にきれいにはがせるラベル

No.075

「綺麗のススメ」への環境対応型紙製容器（カートカン）の採用

2010年7月に発売した「綺麗のススメ」は、環境に配慮した紙製飲料容器「カートカン」を採用しています。また、2013年より「長命草くドリンク」についても、アルミ缶から「カートカン」に切り替えています。

「カートカン」には以下の特長があります。

①間伐材活用による森林の保全促進

健全な森の育成には、混み合った森から弱っている木を切り出すなどの保全作業、すなわち「間伐」が必要ですが、カートカンは間伐材を積極的に活用しています。また、国産材を30%以上使用していることから、国内森林の保全・健全な育成を推進しています。国内の森林が健全に育つと、排出されたCO₂を吸収するため、CO₂削減につながります。

②「緑の募金」に寄付

売上の一部を「緑の募金」に寄付する仕組みとなっており、国内の森林整備に活用されます。

③100%リサイクル可能

牛乳パックと同様にリサイクル可能です。

当初はカートカンでは当社が希望する賞味期限を保持することが難しいものでしたが、お取引先さまにお願いし、カートカンの長期保存性が実現できたため、今回の採用となりました。



綺麗のススメ



長命草

No.079

ホテル用石けん「泡ふる エコソープ」開発による廃棄量の削減

資生堂は、ホテル等の客室アメニティや業務用化粧品を取り扱う資生堂アメニティグッズを通じて、環境にも肌にもやさしいホテル用石けん「泡ふる エコソープ（2サイズ：10g、18g）」を2010年10月に発売しました。

これまでホテル等で使われる客室用石けんは、宿泊中の使用量が非常に少なく、その残りはすべて産業廃棄物として処分されていました。

「泡ふる エコソープ」（以下、「本品」）は、石けんの中にミクロの気泡を入れることで、すばやく泡立つとともに溶けて減りやすくなり、使用後の石けんの残量、すなわち廃棄量を大幅に削減することが可能となります。当社リサーチセンターによる実使用テストでは、当社従来品と比較して、使用後の石けん残量（廃棄量）が10gサイズで約90%、18gサイズで約67%削減でき、2サイズ合わせて発売から1年間で約12.5トンの石けん廃棄量が削減できました。（資生堂試算による）

さらには、気泡を入れることにより、廃棄量の削減だけでなく、大きさは従来のままで石けん原料の使用量を約3割減らすことが可能となります。

また、本品は気泡を入れるためにホテル用石けんの一般的な製造法である「機械練り」ではなく、高級洗顔石けんの製造法である「杵練り（わくねり）」を採用しています。一般のホテル用石けんには保湿成分がほとんど入っていないのに対し、本品はこの製法により約30%の保湿成分を配合することができました。保湿成分たっぷりの豊かな泡で洗顔用としてもお使いいただけるなど、今までのホテル用石けんにはないワンランク上の使用感を実感いただけます。（本技術の工程と処方については特許出願済み）

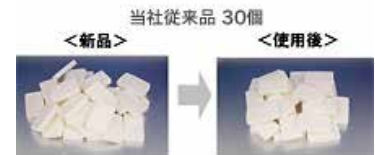
本品は、エコとビューティーを同時に実現できる、環境にも肌にもやさしい石けんとして、多くの旅館やホテルから好評の声をいただいております。



泡ふる エコソープ



ミクロの気泡を混入



「泡ふる エコソープ」と「当社従来品」の使用前後での残量の違い

No.065

ZOTOS社 ヘアケア商品ボトルのプラスチック再利用

資生堂グループの中でヘアサロン向け製品を製造しているZOTOS社（米国・コネチカット州）では、商品の中味品質と安全性、ボトル外観の美しさを保持したままで、容器のバージンプラスチック使用量を低減することに成功しました。

これは、既存のプラスチックボトル成形技術を四層構造の成型技術（二層の再生プラスチックをバージンプラスチックで外側と内側から挟む技術）に発展させた技術革新から得られました。

その結果、再生プラスチックは最大70%まで使用可能となり、バージンプラスチックは年間で約75トン削減、CO₂排出量は年間約360トン削減することが可能となります。



JOICO（ジョイコ）

生産での取り組み

生産部門では、CO₂排出量の削減目標達成に向けて、具体性をもった活動計画に落とし込み、PDCAサイクルを徹底しています。また、各生産事業所への太陽光発電システムの導入や、全生産事業所でのゼロエミッションについても長期的に検討していきます。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.082

ZOTOSインターナショナル ジェニーバ工場への風力発電設備導入

ヘアサロン向け製品を製造している資生堂の子会社ZOTOSインターナショナルのジェニーバ工場（米国・ニューヨーク州）に設置した大型の風力発電設備2基が、2011年12月より稼動を開始しました。

この2基合計で年間約500万kWh発電することができ、この規模は、米国風力エネルギー協会（AWEA）によると、米国内の製造会社（自社敷地内）において1位と公表されています。

この風力発電の稼動により、ジェニーバ工場の年間使用電力の約50%をカバーすることが可能となります。

また、ジェニーバ工場では、既にカーボン・オフセット（※）の取り組みを進めており、今回の風力発電の稼動により「CO₂排出ゼロの工場」となります。

また、2012年度には米国環境保護庁より"2012 Green Power Leadership Award"を受賞しました。



ジェニーバ工場の風力発電設備



稼動年月	2011年12月
年間発電量	約500万 kWh
CO ₂ 排出削減量	約2,600トン／年

※カーボン・オフセット：日常生活や経済活動において避けることのできないCO₂等の温室効果ガスの排出を、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等によって相殺しようとする考え方や活動の総称。

No.078

太陽光照明とLEDランプ導入による省エネルギー化

資生堂久喜工場は、2010年5月より埼玉県で初めてとなる、電力消費ゼロの「太陽光照明」を倉庫棟に導入しました。

太陽光照明とは、太陽光を屋根より採光し、屋内に取り込むことで、照明として有効利用するもので、電力を一切使用しない新たな照明システムです。

特殊な表面加工が施された曲面反射板により、朝夕や、冬の低い位置の太陽の光も効率よく集光し、プリズム反射しながら屋内に拡散することで、水銀灯では薄暗く感じられた倉庫内の隅の明るさを改善することができ、作業性及び安全性が向上しました。

太陽光照明は、太陽エネルギーを利用するためCO₂排出量はゼロとなり、設置後のメンテナンスが不要であることも、環境負荷の低減に貢献します。

また、同時期に工場敷地内のすべての外灯を、水銀灯からLEDに変更しました。LEDの電力消費量は水銀灯の半分以上となります。

これら2つの取り組みにより、CO₂排出量を年間約45トン削減できます。



太陽光照明（屋上）



太陽光照明（イメージ図）



太陽光照明（倉庫内）

No.074

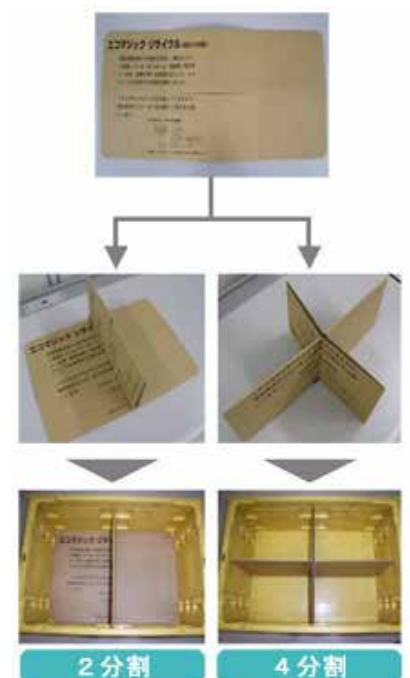
大阪・掛川工場における製品輸送保護材のリユース化

資生堂大阪工場と掛川工場は、環境に配慮した製品輸送保護材を開発し、2010年4月より運用をスタートしました。従来は製品を輸送する際、製品の形状や物量に合わせて多種多様な輸送保護材を使用していたことから、リユースが困難で使用後は廃棄していました。

そこで、資生堂の物流委託会社である日立物流コラボネクスト株式会社と共同で、さまざまな形に展開可能となる「仕切り」を開発し、規格化しました。

この「仕切り」は、折りたたみ方を変えることによって2分割または4分割となり、目的に応じてフレキシブルに展開できることが特長です。そして、使用後は小さく折りたたんで工場に返却し、リユースが可能となりました。

リユース可能になったことにより段ボール使用量が年間で約53トン削減され、また輸送効率が向上したことで、輸送時のCO₂排出量を年間で約43トン削減することが可能となりました。



1枚の段ボールシートがフレキシブルに変化

No.072

ベトナム工場の環境対応

ベトナム工場が「アジアの環境モデル工場」として、2010年4月より稼動しました。

ベトナム工場では、省エネルギー対策として「中央エネルギー監視システム」を日本から導入し、工場内で使用されるエネルギーを視覚化することで、きめ細かな監視制御によりエネルギー消費を最小化しています。また、照明器具や冷凍機、空調機についても日本や近隣諸国から導入するなど、省エネルギー対策や環境に配慮した対応を図っています。

また、建設時の掘削により発生した残土を敷地外に廃棄せず、敷地内のランドスケープデザインに再利用するとともに、現在はゼロエミッション（廃棄物ゼロ）も達成しています。

ベトナム工場では、環境への対応で最も重要な「持続性」を大切にし、毎年、敷地内に植樹を行うなど、工場一体となって継続して環境保全に取り組んでいます。植樹した木が生長するように、この新しい工場も成長を遂げていきます。



ベトナム工場



工場敷地内に植樹した木

No.051

資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場に太陽光発電設備導入

グローバル市場向け製品を製造している、資生堂アメリカインク イーストウィンザー工場（米国・ニュージャージー州）は、2007年5月、「角度固定式」の太陽光発電設備を一次導入しました。さらに、2010年8月には、太陽の動きに合わせてパネル角度が変化する「太陽追尾式」の設備を二次導入し、イーストウィンザー工場の年間使用電力量の70%以上を太陽光発電でカバーできるようになりました。この設備は、ニュージャージー州でも上位にランクされる規模で、2010年には、"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards"を受賞しました。

また、2012年4月には、ダブリンインク（ニュージャージー州）の工場にも「角度固定式」の太陽光発電設備を導入しました。

稼動年月	2007年5月（一次導入） 2010年8月（二次導入）
年間発電量	約230万 kWh
CO ₂ 排出削減量	約1,200トン／年



一次導入設備（角度固定式）



二次導入設備（太陽追尾式）

No.067

乳液の低エネルギー製造プロセスの開発

従来、乳液の製造は、すべての原料を一旦加熱して乳化してから冷却するという方法が一般的でした。

そのプロセスを見直し、一部の原料を加熱して「濃い乳液」を作り、それを常温の水分で薄めながら自然に冷却させるという製造方法を発案し、「加熱」のエネルギーを低減できることに加え、「冷却」のプロセスそのものが不要となる低エネルギー製造を実現しました。

これにより、製造時に排出されるCO₂を年間で約22トン削減でき（※）、中味ロスの低減と製造時間の短縮も図ることが可能となります。

現在、この乳液の低エネルギー製造は、「ばら園ローズボディミルクRX」などに活用されています。

なお、この取り組みは、「平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました。

※対象となる乳液をすべてこの製造プロセスに変更した場合



ばら園ローズボディミルク RX

No.064

シャンプーの低エネルギー製造プロセスの開発

資生堂久喜工場ではシャンプーの製造プロセスを見直し、低エネルギー製造プロセスの開発に成功しました。

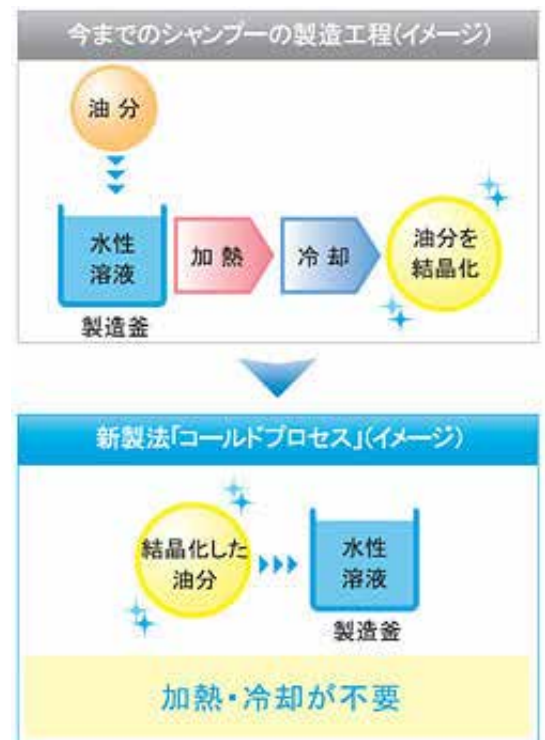
一般的にシャンプーは、髪に光沢感を出すための油分を水性溶液に混ぜて製造しますが、従来の製造プロセスでは、溶液中の油分を均一にするために製造釜を一旦加熱し、その後冷却して油分を結晶化させます。

このたび開発した低エネルギー製造方法では、すでに結晶化した油分を原料メーカーから調達し、これと水、洗浄成分、香料を製造釜に投入する順番とタイミングを工夫することで、「加熱」→「冷却」のプロセスが不要になります。

これにより、久喜工場で生産しているシャンプー全量をおこの製造方法に切り替えた場合、年間で約500トンのCO₂排出量を削減できる見込みです。

また、CO₂排出量の削減とともに製造時間の短縮も実現することができました。

既に理・美容室用シャンプーの一部へ採用しており、今後は他の製品へ順次拡大していく計画です。



研究・調達・物流・販売での取り組み

資生堂は、研究開発において、CO₂排出量削減に向けた環境技術の開発とともに、環境に配慮しながらお客さまにとっての価値を実現する新技術の研究やソフト開発を進めることで新しい価値づくりをめざしていきます。

また、調達においてはサトウキビ由来ポリエチレンの共同開発をはじめとした、廃棄・焼却時に大気中のCO₂濃度を増加させない原材料の採用や、お取引先さまと一体となった環境対応技術の開発を進めています。お取引先さまに対しては、2006年3月より、「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」への同意と遵守状況を確認しています。今後もお取引先さまとともに生物多様性に配慮した調達を行い、持続可能な社会に貢献していきます。

物流においては、多頻度少量配送の見直しや同業他社との物流共同化（同じ物流拠点を活用）などを通じてCO₂排出量の削減を進めています。

販売においては、店頭照明のLED化や店頭で使用する販促ツールの環境対応に取り組んでいます。また、2009年度から営業車の車両シェアリング制を導入するとともに、2010年度には電気自動車を10台導入しました。

※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.063

植物由来発酵アルコールへの切り替え

資生堂では、国内工場とリサーチセンターで使用しているすべての合成アルコールをカーボンニュートラルな植物由来（サトウキビ）発酵アルコールへ切り替えました。食糧競合を極力避けるため、原料をサトウキビに限定し、調達から出荷にいたるまでを分別管理して生産しているアルコールだけを選定。この切り替えにより、数千トンのCO₂削減が可能となります。

No.085

バガス紙の活用促進に向けた新規調達ルートの開拓

資生堂は、バガス紙の新規調達ルートを確立し、2010年度より商品の外箱への活用を拡大しています。

「バガス」とは、サトウキビから糖汁（砂糖の原料）を搾った後の搾りかすのことで、そのバガスを加工すると紙の原料となるバガスパルプとなります。そのバガスパルプを原料として、製紙工場でバガス紙に加工されます。バガス紙は本来廃棄されるバガスを原料とするので、木材紙に代わってバガス紙を活用することは、廃棄物のリサイクルや森林伐採抑制、生態系の保全につながります。

従来、バガスパルプの調達においては、品質やコスト面において課題があり、その活用が進んでいませんでした。

このたび、お取引先さまのご協力をいただき、環境対応にすぐれた製造工程で作られたバガスパルプを海外から調達する新たなルートを開拓しました。これにより、品質やコスト面での課題を解決し、バガス紙を商品の外箱などに積極的に活用することが可能となりました。



バガス紙ができるまで(画像はイメージ)



バガス紙を活用した商品の外箱の例

- (左) PURE&MILD (中国専用ブランド)
- (中) クレ・ド・ポー ボーテ
- (右) HAKU メラノフォーカスCR

No.058

10面体段ボールでの配送を開始

資生堂は商品出荷用の段ボールを10面体に成型する機械と段ボールに商品を投入する機械を久喜工場に導入し、「TSUBAKI」「スーパーマイルド」「水分ヘアパック」「シーブリーズ」などで採用しています。

10面体の段ボール箱は側面の四隅を切り落とした形（上から見ると八角形）をしており、縦の支柱が増えることで強度が高まるため、段ボールの紙を従来より薄くできるほか、たくさんの商品をすき間なく詰めて配送効率を高めることが可能となります。



段ボール資材の減量と配送効率向上により、省資源化と年間800トン以上のCO₂削減が可能となり、製造時に加えて出荷・配送時までを含めたトータルな環境活動を推進しています。

No.080

スキンケア商品陳列用トレーの共通化・再生プラスチック使用による省資源化

資生堂では、2010年10月度より、今までブランドごとに異なっていたスキンケア商品陳列用トレーの仕様を共通化し、さらに再生プラスチックを活用することで、省資源化を実現しました。

スキンケア商品の陳列用トレーの仕様を共通化したことにより、トレー成型時に使用する金型（スチール）を削減することができました。また、トレーに差し込むショーカードを変更するだけで他のスキンケアブランドにも使用可能となり、これまでに比べ長期に渡って使用可能となったため、廃棄量の削減にもつながりました。

さらに、再生プラスチックをトレー全体の68%に使用したことで、約70トンのバージンプラスチックが削減でき、スキンケア商品の陳列用トレーとして、化粧品業界初のエコマークを取得しています。



スキンケア商品陳列トレー
（写真下：拡大図）エコマークの刻印

No.066

マキアージュ 見本台・販売台の仕様変更

資生堂のメーキャップブランド「マキアージュ」では、新製品発売前に商品見本を展示する「見本台」を従来のプラスチック製から紙製に切り替えると同時に発売後に商品を陳列する「販売台」の機能を付加し、1台で「見本台」としても「販売台」としても活用できる仕様を開発しました。

プラスチックから紙へと変更したことでプラスチック使用量を年間で約27トン削減でき、従来は「見本台」と「販売台」をそれぞれ制作していたものを1台に集約することで、紙・ダンボールの資材量を約20%削減するとともに輸送量を年間で10トントラック96台分削減することが可能となります。



「見本台」として使用している状態

No.061

ビューティーコンサルタント（美容部員）の制服のエコ処理化

貸与期間を終えたビューティーコンサルタントの制服の処理について、2009年度より、焼却時に発生する熱を再利用する「サーマルリサイクル」から、コークス炉化学原料化法による「ケミカルリサイクル」に移行しました。これにより、繊維を化学原料等に100%再生利用することが可能となり処理後の残留物（灰）もゼロとなります。また、リサイクル処理におけるCO₂排出もほぼゼロとなり、従来の焼却処理に比べて大幅に削減することができました。なお、環境活動に対する意識を高めるため、制服にはエコマークのタグがついています。



生物多様性の保全への取り組み

資生堂の商品は、すべて「地球の恵み」からできています。「地球の恵み（生物多様性）」を将来にわたって活用していくために、それを保全していくことは非常に重要な課題です。資生堂の商品はすべて「地球の恵み」を享受していることを認識し、商品のライフサイクル全体で、その保全に努めていかなければなりません。資生堂では、「地球の恵みの保全」を環境活動の中核とし、生物多様性に対する考え方を明らかにしています。

パーム油課題への取り組み

食品や化粧品の原料でもあるパーム油は近年急速に需要が増加しています。原料となるアブラヤシの大規模な農園開発のために熱帯雨林が違法に伐採され、野生動物の絶滅危機や森林減少による地球温暖化への影響が問題視されています。資生堂は2010年から、環境保全と持続可能なパーム油産業の振興や運営を行うことを目的として設立された「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO：Roundtable on Sustainable Palm Oil）」に参加しています。2012年3月のRSPO総会決議に基づき、2013年までに資生堂グループが使用しているパーム油およびパーム核油の全量をRSPOが認証するパーム油とすることを宣言しました。認証にあたっては、RSPOで定められている「グリーンパーム認証（ブック・アンド・クレーム方式）※」を採用します。この宣言については、同会議のウェブサイトでも公開しています。



※RSPO認証農園で生産されたパーム油・パーム核油の生産量を認証クレジットとして売買取引する方式。グリーン電力と同じ仕組みで、認証を購入することによりRSPOで認証された油を購入したと同等とみなされる。



熱帯雨林に住む野生のオランウータン



アブラヤシの実の説明に耳を傾ける社員

銀座地区周辺で生きもの調査を実施

資生堂では、銀座並木通りにある本社社屋（2013年秋竣工）の建て替えにあたり、緑化による地域の生態系と調和のとれたビル設計と、銀座地区への地域貢献を目的として、銀座周辺の緑地で生きもの（鳥類・昆虫類）の生態調査を実施しました。（調査協力：株式会社竹中工務店、株式会社地域環境計画）

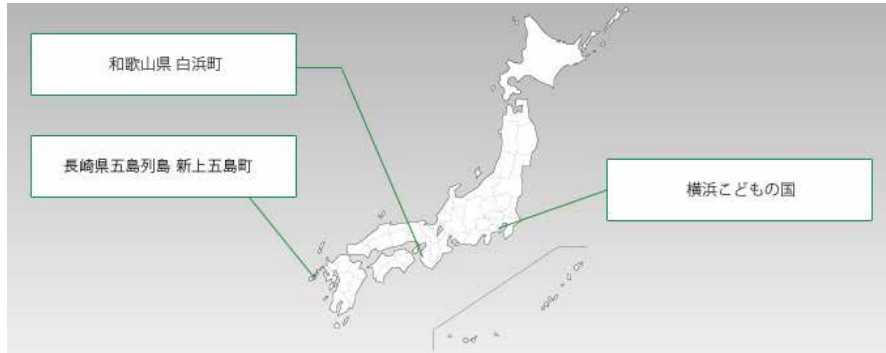
今回の調査の結果、銀座地区では生きものの種類・個体数が少ない状況であることが確認された一方、近隣の日比谷公園や浜離宮といった大緑地では生き物が多数存在し、繁殖や採餌行動が確認されました。このことから、本社社屋の屋上緑化が鳥類や昆虫類の中継地となり、生物多様性に配慮した街づくりに貢献できる可能性があることがわかりました。

資生堂は今回の調査結果を踏まえ、本社社屋の緑化にあたって生きものが好む環境を整備し、多様な生きものが共生する街づくりに貢献することを検討していきます。さらに、銀座地区の街づくりにもお役立ていただきたいことから、今回の調査結果を情報公開し、広く活用を促進していきます。

椿の植林・保全ボランティア活動

地球の恵みの保全の大切さの理解を深める場として、2009年度より和歌山県で、2011年度より長崎県五島列島、横浜こどもの国で、毎年社員とその家族による椿の植林・保全ボランティア活動を継続して行っています。

椿の植林・保全ボランティア活動地



※資生堂アースケアプロジェクトでは、象徴的な環境活動に番号をつけています。

No.089

「TSUBAKI」の原料産地「長崎県五島列島」にて、第3回椿の植林・保全ボランティア活動を行いました

2013年5月25日、長崎県五島列島にて第3回椿の植林・保全ボランティア活動を実施しました。長崎県五島列島は、ヘアケアブランド「TSUBAKI」に配合されている椿油の産地です。資生堂では、長崎県や新上五島町の方々にご協力いただき、2011年より自社商品の原料産地で社員ボランティアによる椿の植林・保全活動を開始しました。

今年は社員とその家族42名、新上五島町で環境保全活動などを行っている子ども達19名を含む61名が参加し、ヤブツバキの植林・保全活動を行いました。一人1本ずつついでいねいに苗木を植樹した後、椿の健やかな生長を願って木札にメッセージを書き、苗木の横に挿しました。約10年後にはこれらの苗木から椿油がとれ、「TSUBAKI」に配合される見込みです。その後、これまでに植樹した苗木周辺の下草刈りと、自生している椿に絡まっているツルを刈り取る保全活動を行いました。また、植林・保全活動に加えて、簡易的な方法で椿の実から椿油ができるまでの工程を体験しました。汗を流しながら硬い椿の実をすり潰した後、搾油機から椿油が流れ出る様子を見た参加者からは歓声があがりました。

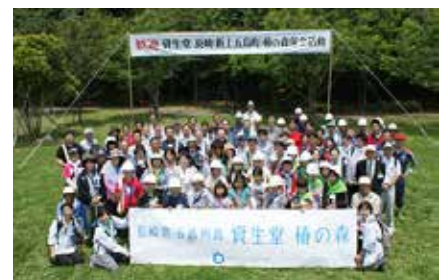
今後も資生堂はこの活動を通じて地球の恵みを守り育てることの大切さを学ぶとともに、事業活動と一体となった環境活動を継続していきます。



植樹活動の様子



椿油の搾油体験



集合写真

No.070

「資生堂 椿の森」植林・保全活動

資生堂は、2009年2月、和歌山県「企業の森」事業への参加に調印し、和歌山県西牟婁（にしむろ）郡白浜町椿において、10年間にわたる森林保全活動をスタートしました。「資生堂 椿の森」が誕生した2009年から2012年までの間に、合計約3,450本のヤブツバキを植樹しています。

今回で5回目となる2013年11月には、近畿エリアの社員のほか、九州や東京からも社員とその家族が参加し、総勢124名で活動を行いました。当日は地元の森林組合や県庁の方にご指導いただき、下草刈り、椿油の搾油体験、自然観察会の3つのプログラムを実施しました。社員は班ごとに分かれてこれまでに植えたヤブツバキが元気に育つように、ツルや下草の刈り取り作業に汗を流していました。

その後、森林インストラクターと一緒に「椿の森」を散策しながら秋の七草についてレクチャーしていただいたり、簡易的な方法で椿油の搾油を体験したりと、爽やかな秋の日差しの下、地球の恵みを肌で感じる1日となりました。参加した社員からは、「昨年自分が植えた椿が元気に育っているのが見られて嬉しかった!」「初めて椿油を搾油した。椿の種から椿油が出てくるのを見て感動した。」といった声が寄せられています。

今後も資生堂は、この活動を通じて地球の恵みに恩返しをしていくとともに、社員の環境教育にも積極的に取り組んでまいります。



下草刈りの様子



搾油体験



集合写真

■ 横浜こどもの国「椿の森」で第3回椿の保全ボランティア活動を行いました

2014年2月22日（土）、横浜こどもの国の「椿の森」にて第3回椿の保全ボランティア活動を行いました。

こどもの国（運営主体：社会福祉法人こどもの国協会）の「椿の森」は、1972年に資生堂が創業100周年記念事業として、安達式挿花創始者・安達 潮花(あだち ちょうか)氏の椿コレクションを買い取り、寄贈しました。1万5千m²もの広大な森には現在、サザンカを含めて約650種、約7,000本の樹があり、椿の名所としても知られています。

3回目となる今回は、社員とその家族を含めた計18名が参加し、3月21日～23日に「椿の森」で開催される「ツバキまつり」に向けた見学通路の整備や清掃活動を実施しました。

雪が残る園内には、すでにさまざまな種類の椿が咲いており、参加者は凍てつくような寒さの中で美しく咲く花を愛でながら活動を行いました。参加した社員からは、「この森の椿たちが今後も元気に花を咲かせられるように、また保全活動に参加したいと思う」といった声が寄せられています。

資生堂は今後も関東近隣の社員が地球の恵みの大切さや自然と触れ合う楽しさを実感できる場として、横浜こどもの国での活動を継続していきます。



温室では黄色い椿「金花茶（キンカチャ）」が咲いていました



参加者全員で記念撮影

No.086

デクレオール NGOを通じたマダガスカル環境保全の支援

資生堂グループのデクレオール（フランス・パリ）は、エッセンシャル・オイルを中心とした自然派・スキンケアブランドで、マダガスカルの小規模生産者が生産したエッセンシャル・オイルを全商品の25%以上に使用しています。マダガスカルは、森林伐採などによる環境破壊や水道設備の未整備など、様々な社会的課題を抱えています。デクレオールは、2008年度よりNGO「アスマダ※」の活動支援を通じて、マダガスカル環境保全とインフラ整備を支援しています。

デクレオールはマダガスカル支援のエコ協賛商品として、2009年度にはオーガニックコットンバッグ、2010年度にはアロマ・ディフューザーを開発し、その販売収益を「アスマダ」へ寄贈し、「アスマダ」はその資金をもとに植林活動を行っています。

「アスマダ」では、これまでにデクレオール商品に含まれるエッセンシャル・オイルが採れる樹木の植林活動などを行っており、「地球の恵みをいただいて商品をつくり、その商品から得た利益の一部を再び地球の恵みの保全に役立てる」といった「循環型」の環境保全活動を進めています。

デクレオールは、2011年度以降もマダガスカル環境保全支援を継続していきます。

※マダガスカル支援を2003年より実施しているNGO。

マダガスカル環境保全と経済成長の両立を目的として設立され、地元住民から高い評価を受けている。活動実績には、80,000本を超える植樹、教育支援のための太陽光発電の設置などのインフラ整備がある。



エコ協賛商品

左：オーガニックコットンバッグ

右：アロマ・ディフューザー

（ルーム・フレグランス）



NGO「アスマダ」による植林活動の様子

No.069

KODAの研究

資生堂は住友林業株式会社との共同研究（※1）において、花芽(つぼみを形成する部位)の形成促進作用を持つ天然植物脂肪酸KODA（ α -Ketol-OctadecaDienoic Acid）が、挿し木の発根にも促進作用があることを発見しました。この働きを応用し、これまで発根が不安定とされてきたソメイヨシノの挿し木による増殖率を顕著に上げることに成功しました。

その後、住友林業と共同で、京都・霊鑑寺の300年以上の樹齢を重ねた樅の後継稚樹の増殖や、鎌倉・安国論寺の樹勢の衰えにより枯死することが危惧されていた樹齢350年の山茶花の後継稚樹増殖に成功しました。そして、このような名木を守る活動の他に、絶滅危惧種や希少種の発根増殖研究を通じて「種の多様性」の損失を防ぐ活動も進めています。

当初KODAの研究は植物の組織培養によって化粧品の成分を開発することからスタートしたもので、農林水産省との共同プロジェクト（※2）の、「果樹の花芽着生制御技術の開発」の他に、温暖化によるイネの収量低下の改善など農作物の分野でも研究が進んでおり、今後、地球温暖化が引き起こす気候変動による農作物への影響にも貢献が期待できます。



KODAによるソメイヨシノ挿し木の発根促進効果

このKODAの発見が、「第18回化学・バイオつくば賞」を受賞しました。

- （※1） 環境省のプロジェクト「地球環境研究総合推進費」の中での共同研究で推進
課題名：森林造成技術の高度化による熱帯林のCO₂シンク強化
- （※2） 農林水産省 生物系産業創出のための異分野融合研究支援事業
「花芽形成促進物質KODAによる果樹の花芽着生制御技術の開発」

No.053

中国における植林活動

資生堂は、2008年より、中国・甘肅（かんしゅく）省蘭州市にて10年にわたる植林活動をスタートしました。

6回目となる2013年4月には、中国・日本の資生堂グループ社員のボランティアだけでなく、蘭州市のお取引先さまを含めた総勢90名が甘肅省政府関係者とともに植林を行いました。

参加した社員からは、「想像していたよりも現地の砂漠化は進んでいた。険しい斜面に植えた苗木が、この場所で大きく育ってほしいと思う」「来年もぜひ参加したい」「今年参加できなかった同僚にもこの活動のことを伝えたい」といった声が寄せられています。

2012年までの5年間の植林実績は約68,000本、定着率は92%以上で、東京ドーム約7個半分の荒地を緑化したこととなります。

今後も植林活動を通じて日中の友好関係を深めるとともに、砂漠化防止とCO₂削減による環境保全、そして現地の雇用創出など、中国社会に貢献できる取り組みをめざします。

場所	中国・甘肅省蘭州市 「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」
植林面積	約36ヘクタール
植林本数	約68,000本(2008年4月～2012年12月)
期間	約10年



植林基地記念碑



第6回植林活動の様子

No.033-2

タイにおける植林活動

資生堂グループの販売会社である資生堂タイランドでは、2008年度にタイのバンコク都が主催するマングローブ再生プロジェクトに協力し、マングローブ林に隣接する小学校とともに2,600本の植林活動を実施しました。

その後も植林活動を継続しており、5回目となる2013年8月には、サムットソクラーム県にあるマングローブ保護センターにて、現地の社員25名が約400本植林しました。

今回は、店頭で活動しているビューティーコンサルタントも参加し、泥に足をとられそうになりながら、1本1本心を込めて植えました。参加した社員からは、「地球環境の保全に貢献できてとても嬉しい」「今日私たちが植えたマングローブが元気に育っているかどうか、また見に来たい」といった声が寄せられています。

マングローブに植生する植物は、条件の良い所では年に1mも生長して大気中のCO₂を盛んに吸収するため、地球温暖化防止効果が期待できます。また、マングローブ林には多様な生物が集まり、豊かな生態系が形成されるため、「命のゆりかご」とも呼ばれています。

資生堂タイランドでは、次世代に美しい自然を残したいという思いを込めて、これからも環境保全活動を続けていきます。



ビューティーコンサルタント20名が活動に参加



植林活動の様子



植林に参加した資生堂タイランドの社員

ステークホルダーとの協働

2010年より、特定非営利活動法人「アースウォッチ・ジャパン」の活動に賛同し、国内外の野外調査プロジェクトにボランティアとして参加しています。2011年には、「企業と生物多様性イニシアティブ (JBIB)」にも加盟しました。これらの団体の活動に積極的に参加し、生物多様性に関する課題の解決に向けて検討するとともに、幅広いステークホルダーとの協働に取り組んでいます。



東日本大震災後の干潟の生態調査（宮城・亘理町）



ヤマネの生態調査（清里）



サンゴ礁の調査（沖縄）

環境リスクへの対応

環境に関わるリスクは多岐に渡り、法規制は世界各国において年々強化されています。

このような状況を踏まえ、資生堂では本社が中心となって新しい環境法規制に関する情報収集やリスクなどの分析を行い、海外を含む関連部門と情報を共有化し、対応を図っています。さらに、生産部門においてはISO14001のシステムに基づいて環境法規制などの順守評価を実施し、法令順守を徹底しています。

国内および海外関係会社について調査を実施しましたが、2012年度においては重大な環境関連法規制等の違反はありませんでした。今後も継続して適正管理に努めてまいります。

産業廃棄物管理の徹底

産業廃棄物の不法投棄について、排出事業者の責任が厳しく問われている中、資生堂では国内全事業所に配置した「廃棄物管理責任者」を中心に、適正管理を推進して管理しています。

また、定期的に社内業務担当者へ講習会を実施し、基礎的な内容にとどまらず、変化する法規制の内容や対応方法の共有化を図ることで、管理レベルの強化に取り組んでいます。



講習会の様子

化学物質の管理

資生堂は、PRTR法(化学物質管理促進法)で義務づけられた行政報告を実施するだけでなく、工場や研究所などで原料や試薬などの化学物質の使用と廃棄の自主管理を徹底しています。また、労働安全衛生の観点から、PRTR法、労働安全衛生法などで指定された成分を含む化学物質をお取引先さまへ提供する際には、半製品のMSDS(化学物質等安全データシート)発行をシステム化するなどの対応を図り、お取引先さまへのMSDS交付を徹底しています。

PRTR法への対応

PRTR対象物質排出量・移動量

2012年度（単位：トン）

法指定 番号	物質名称（法指定）	排出量			移動量	
		大気	公共水域	土壌	下水道	廃棄物
13	アセトニトリル	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
56	エチレンオキシド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
71	塩化第二鉄	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
127	クロロホルム	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
207	2,6-ジ-ターシャリ-ブチル -4-クレゾール	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
275	ドデシル硫酸ナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0
300	トルエン	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4
334	4-ヒドロキシ安息香酸メチル	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
389	ヘキサデシルトリメチルアンモ ニウム＝クロリド	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
409	ポリ（オキシエチレン）＝ ドデシルエーテル硫酸 エステルナトリウム	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6

※ PRTR :Pollutant Release and Transfer Register(特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律)

上記物質は、PRTR法の第一種指定物質で、1事業所での年間取扱量が1トン以上（特定第一種は0.5トン以上）の物質について掲載しています。

対象範囲：株式会社資生堂（鎌倉工場、掛川工場、大阪工場、久喜工場、リサーチセンター）、資生堂医理化テクノロジー株式会社

環境コミュニケーション

各賞受賞

「平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました

2012年12月、資生堂は環境省が主催する「平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰」を受賞しました。

資生堂リサーチセンターで開発し、工場の製造工程で導入している乳液の低エネルギー製造プロセスの開発を評価いただいたもので、2月には「第2回かながわ地球温暖化対策大賞」も受賞しています。

12月12日（水）KKRホテル東京にて行われた表彰式には、資生堂代表取締役社長の末川久幸が出席し、表彰状を拝受しました。

「地球温暖化防止活動環境大臣表彰」は、環境省が地球温暖化対策推進の一環として平成10年度から毎年、地球温暖化防止月間である12月に、顕著な功績のあった個人や団体に対しその功績を讃えて行っているものです。

2012年度は、合計30の個人・団体が選ばれました。同表彰には「技術開発・製品化部門」「対策技術導入・普及部門」「対策活動実践部門」「環境教育・普及啓発部門」「国際貢献部門」の5部門があり、資生堂はこのうち、「技術開発・製品化部門」で受賞しました。



表彰式 集合写真

資生堂代表取締役社長 末川久幸
(前列・左から6人目)



表彰状と盾

受賞歴一覧

年月	受賞名	主催	受賞内容
2000年4月	「第9回地球環境大賞」環境庁長官賞	フジサンケイグループ	資生堂グローバル・エコスタンダードに基づく継続的な環境改善活動
2002年4月	「第11回地球環境大賞」文部科学大臣賞	フジサンケイグループ	化粧品の使用済みガラスびんリサイクルシステムの構築
2004年2月	「第8回環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門 奨励賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	CSRレポートの内容
2009年6月	「日本パッケージングコンテスト2009」ロジスティクス賞	公益社団法人 日本包装技術協会	10面体段ボール箱による省資源包装
2010年6月	「日本パッケージングコンテスト2010」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「URARA ヘアクレンジング」へのポリ乳酸容器採用
2010年6月	「日本パッケージングコンテスト2010」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「草花木果」圧縮コットンによる輸送・保管時の体積効率向上によるCO ₂ 削減効果

2010年5月	「第18回 化学・バイオつくば賞」	財団法人 化学・バイオつくば財団	「KODAの生理作用の発見とその開発」の研究
2010年12月	"The 2010 New Jersey Governor's Environmental Excellence Awards" Clean Air部門	米国 ニュージャージー州	資生堂アメリカインクに太陽光発電設備を導入
2011年6月	「日本パッケージングコンテスト2011」化粧品包装部門賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「エリクシールホワイト リセットブライトニスト（クリーム）」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年6月	「日本パッケージングコンテスト2011」適正包装賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「HAKU メラノフォーカスW」レフィル容器によるプラスチック使用量削減
2011年9月	第1回バイオマス製品普及推進功績賞	日本バイオマス製品推進協議会	サトウキビ由来ポリエチレン製の化粧品容器の採用
2011年10月	2011年度グッドデザイン賞	公益財団法人 日本デザイン振興会	「クレ・ド・ポー ボーテ」「HAKU メラノフォーカスW」環境に配慮した容器設計
2012年2月	「第2回かながわ地球温暖化対策大賞」温室効果ガス削減技術開発部門	神奈川県	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2012年2月	「第15回環境コミュニケーション大賞」テレビ環境CM部門 優秀賞	環境省、一般財団法人 地球・人間環境フォーラム	企業CM「ユビエネルギー」篇
2012年4月	「2012年ジャパンパッケージングコンペティション（JPC展）」社団法人日本印刷産業連合会会長賞	一般社団法人 日本印刷産業連合会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年4月	「第21回地球環境大賞」日本経済団体連合会会長賞	フジサンケイグループ	五島列島産ツバキ油の自社商品配合と原料木ヤブツバキの植林・保全活動
2012年6月	「日本パッケージングコンテスト2012」社団法人日本マーケティング協会会長賞	公益社団法人 日本包装技術協会	「スーパーマイルド」へのサトウキビ由来ポリエチレン容器採用
2012年12月	平成24年度地球温暖化防止活動環境大臣表彰	環境省	乳液の低エネルギー製造プロセスの開発
2012年9月	2012 Green Power Leadership Award	米国環境保護庁	ZOTOSインターナショナルに大型の風力発電設備2基を導入
2013年2月	「平成24年度コージェネ大賞」優秀賞（産業用部門）	一般財団法人 コージェネレーション・エネルギー高度利用センター	久喜工場「高効率温水利用システム」導入による省エネ活動

イベント出展

「エコプロダクツ2013」に出展しました

資生堂は、2013年12月12日（木）～14日（土）、日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2013（会場：東京ビッグサイト）」に出展しました。15回目となる今年は、750の企業・団体が出展し、169,076人のお客さまが来場しました。

資生堂ブースでは、資生堂アースケアプロジェクトがめざす「美しく生きるためのエコロジー」をテーマに、原材料の調達・製造・物流、そして商品が使用・廃棄されるまでの商品のライフサイクル全体で取り組んでいる環境対応をご紹介します。

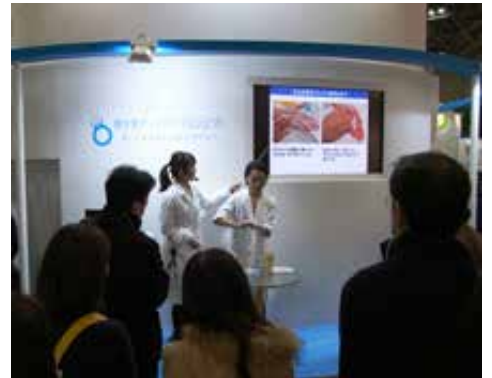
「循環の森」と名づけた資生堂ブースの中央には、「循環」のシンボルとして、バガス紙を採用した商品の箱で制作した資生堂アースケアプロジェクトのシンボルマークのオブジェを展示しました。これは、サトウキビのしぼりかすからバガス紙へ、バガス紙から商品パッケージへ、そして商品パッケージからオブジェへ、新たな美しさや価値を生み出す可能性を表現したものです。

併設したステージでは、キレイになれて節水にもつながる洗顔のデモンストレーションや、重ねたメイクをお湯で落とせる化粧下地「フルメイク ウォッシュابلベース」について、映像を交えたプレゼンテーションを行いました。来場されたお客さまからは、「社員が実際に原料産地で環境活動に取り組んでいるのを、今日初めて知りました。大切な活動ですね」といったお声をいただきました。

資生堂は、今後もライフサイクル全体での商品の環境対応を進めていきます。



資生堂ブース「循環の森」



「洗顔でエコ：」デモンストレーション

その他の取り組み

環境をテーマとした広告

資生堂では、TVCMや雑誌広告などで、環境への取り組みをご紹介します。

- ・TVCM 『レフィル篇、ユビエエネルギー篇』
- ・雑誌広告 『資生堂の環境活動篇（2010年1月～2011年1月）』

一瞬も一生も美しく 

公正な事業慣行

取引先とともに。倫理的な行動基準を守り、公正に事業を推進するための活動です。

公正な競争・取引の徹底

公正な取引のための方針

「Our Mission, Values and Way」のOur Way「取引先とともに」にのっとり、得意先や購買先などすべてのお取引先さまと、CSR活動においても良きパートナーシップの実現をめざしています。

資生堂では、化粧品を製造するための原料や香料、パッケージ、販売促進物などを外部の会社から購入しています。これらすべてのお取引先さまを「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、CSR活動の推進においても、相互理解を第一義に連携しています。

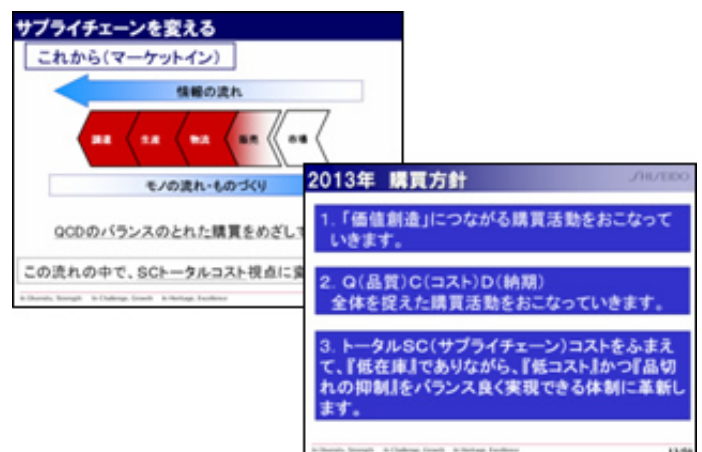
お取引先さまとのパートナーシップ強化をめざして ―購買活動方針説明会の開催―

時代の変化や社会からの新たな要求に応じていくためにも、資生堂の調達に対する考え方について、お取引先さまにさらに理解いただき、社会に対する真摯な姿勢で一緒にものづくりを進めていきたいと考えています。

そこで、お取引先さまとのパートナーシップ強化をめざし、日本の調達部門では、毎年1回、お取引先さまとの『購買活動方針説明会』および原料・香料、材料など分野別の『購買活動方針 分科会』を開催しており、資生堂の「企業の社会的側面（CSR）に対する考え方」をお伝えし、ともに取り組んでいくことを確認しています。2013年5月は、約140社のお取引先さまにご参加いただき、資生堂の「環境ニーズ」と「CSRニーズ」をより具体的にお伝えし、お取引先さまに協力を要請しました。



2013年度の『購買活動方針説明会』の様子



さらに、2011年度からは中国においても、『購買活動方針説明会』を開催し、中国の原料・香料・材料のお取引先さま、約140社に参加いただき、資生堂の調達に対する考え方やニーズについてお伝えし、ご理解いただきました。



2013年度の『中国購買活動方針説明会』の様子

TOPICS：140周年を記念してお取引先さまを掛川企業資料館へご案内

毎年資生堂汐留オフィスで開催している「購買活動方針説明会」の分科会を、創業140周年にあたる2012年度は、掛川工場および資生堂掛川企業史料館にて開催しました。140周年を機に、これまでの資生堂の歩みを支えていただいたお取引先さまに感謝の気持ちを伝えるとともに、資生堂の歴史や文化に触れていただき、この先もよきパートナーとして、「新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」という資生堂の企業理念の実現に、ともに取り組んでいくことを確認しました。

当日は、207社（211名）のお取引先さまに参加していただき、掛川工場および企業資料館の責任者より、資生堂の文化やモノづくりへの熱い想いをお伝えし、有意義な時間を共有することができました。参加いただいたお取引先さまからは「このような取り組みを今後もぜひ続けてほしい」とのお声をたくさんいただき、ともにパートナーとしての一体感を醸成することができました。



掛川の企業資料館



掛川工場での方針説明会分科会の様子

TOPICS：140周年を記念してお取引先さまの女性社員を対象とした美容セミナーを開催

創業当時より、生産活動にご協力いただいている、中味原料と容器材料のお取引先さまに感謝の意を込めて、女性社員の方をご招待して「美容セミナー」を開催しました。

当日は、資生堂販売近畿支社の協力のもと、28社（51名）のお取引先女性社員の方に参加いただき、正しいスキンケアの実践と発売したばかりの新色を使用したメーキャップをお伝えしました。

最初は緊張ぎみだった参加者の方も、セミナーが進むにつれ、徐々に表情がほぐれ、最後は素敵な笑顔のもとセミナーを終了することができました。参加いただいたお取引先さまからは、「笑顔の度合いにより、相手に与える印象が異なることがわかり、とても勉強になりました」「教えていただいた表情筋トレーニングやメーキャップ等を活かし、素敵な女性をめざします」という声をいただき、お化粧の楽しさとパワーを実感いただくことができました。



美容セミナーの様子



美容セミナーで使用した化粧品

資生堂グループ・サプライヤー行動基準

資生堂は「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する」ことをめざし、お客さまに満足いただける「高品質・安心・安全」な優れた商品とサービスの研究、開発、製造、販売に取り組んでいます。すべてのお取引先さまを「ともに新しい価値を創造していくパートナー」と考え、お互いが高い倫理基準を持って持続的発展をすることをめざしています。

国連グローバル・コンパクトへの参加を契機として、2006年に「人権」「法令順守」「労働慣行」「知的財産の保護および機密の保持」「環境保全」「公正な取引」に関わる基準を明文化した「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」を策定しました。2011年12月には新資生堂グループ企業理念「Our Mission, Values and Way」と世界初の社会的責任に関する国際規格「ISO26000」の考え方を盛り込み、改訂しました。2013年3月現在、日本では、資生堂の主力工場での原材料調達を行う調達部門にて、購買取引高99%を占める主力お取引先さまに同基準を案内し、「サプライヤー行動基準遵守の覚書」を取り交わしています。日本以外では、1,000社以上のお取引先さまから同意書を得ています。さらに、順守状況を定性的に把握するため、定期的に、品質・納期などの管理体制、CSRへの取り組みなどに関するアンケートもしくは直接ヒアリングを実施しています。万が一、「資生堂グループ・サプライヤー行動基準」に違反していることが明らかになった場合には、厳正には是正措置の要求、是正指導、支援を実施することとしています。



環境に配慮した原材料調達

資生堂は、研究開発において、CO₂排出量削減に向けた環境技術の開発とともに、環境に配慮しながらお客さまにとっての価値を実現する新技術の研究やソフト開発を進めることで、新しい価値づくりをめざしています。調達においては、サトウキビ由来ポリエチレンの共同開発をはじめとした、廃棄・焼却時に大気中のCO₂濃度を増加させない原材料の採用や、生物多様性へ配慮した調達など、お取引先と一体となった環境対応技術の開発を進め、持続可能な社会の実現に貢献していきます。具体的な取り組みとしては、バガス紙の活用、植物由来発酵アルコールの使用、持続可能なパーム油の活用などがあります。

知的財産の保護

資生堂グループは、取引先、資生堂グループ、そして第三者の知的財産の保護と機密の保持を確実にするために、必要な措置を講じている取引先と取引を行います。

資生堂グループは、取引先に対し、資生堂との取引に関連した知的財産権の取得促進に加えて、知的財産の侵害予防、営業秘密の識別・管理、個人情報の保護などの項目を確実に行うため、方針・手続きを持ち、従業員を教育・指導することを求めます。

※ 知的財産：知的財産権（特許権、商標権、意匠権など）および営業秘密（ノウハウなど）

情報セキュリティ管理

情報セキュリティに関する方針

資生堂グループの全事業所が保有する重要な各種情報資産を守り、堅牢な情報セキュリティを確立して維持することを目的に、資生堂グループで働くすべての人を対象とした「情報セキュリティ管理指針」を定めています。

毎年、情報セキュリティに関するe-ラーニング講習など、社員への教育を継続して実施しています。

個人情報の保護に関する方針

資生堂では、事業などを通じて保有する個人情報の重要性を深く認識し、保護の徹底を図ることが社会的責務と考え、個人情報保護方針を定めて確実な履行に努めています。

また、JIS Q 15001に適合した個人情報保護マネジメントシステムを構築、整備し、個人情報の取り扱いを適切・適正に行っている事業者として、一般財団法人 日本情報経済社会推進協会よりプライバシーマークの付与認定を受けています。



一瞬も一生も美しく 

消費者課題

お客さまとともに。100%お客さま志向をめざして、安心・安全なモノづくりと情報発信に努めています。

安心・安全なモノづくりの推進

独自の製品安全基準の制定

資生堂では、お客さまに安心して商品をお使いいただくため、研究・生産活動を行っています。なにより肌を正しく知ることが重要だと考え、化粧品に関わるあらゆる分野の最先端技術（生命科学、皮膚科学、界面科学、人間工学、心理学など）を取り入れた研究や、国内外の皮膚科医、大学・研究機関との共同研究によって肌を研究することから、化粧品づくりを始めています。

そして、使用する原料については肌への負担がないか、不純物が混じっていないかを追究し、安全性を確認できたものだけを使用します。こうしてできた処方が製品としても問題ないことを確認するため、パッチテストや皮膚科医監修による実使用テストなども行っています。



官能検査の様子



データに裏付けられた安全性

皮膚科専門医は化粧品による皮膚炎（カブレ）が疑われる患者さまに対し、お使いになられていた化粧品とその成分でパッチテストを行い、皮膚炎の原因を追究しています。

メーカー別に集計したパッチテスト陽性率は、メーカーの「安全性保証レベル」を表すともいえます。資生堂の化粧品の陽性率は、国内外の化粧品メーカーのなかで最も低く（※）、高い安全性が保持されていると報告されています。

※「Fujimoto et al., Patch test results in 492 patients of suspected cosmetic dermatitis (1996-2000), Environ. Dermatol., 9, 53-62, 2002.」より

化学物質の総合安心・安全管理

健康と環境に配慮した基本的な考え方

資生堂は、2002年のヨハネスブルグサミット（WSSD：World Summit on Sustainable Development 持続可能な開発のためのサミット）において採択された、「2020年までに化学物質の製造と使用による人の健康と環境への悪影響の最小化をめざす」という国際合意を念頭に、製品や容器等に使用している化学物質について管理しています。

資生堂は、欧州、米州、アジア、日本などの化学物質法規動向や化学物質に関する安全性の情報を収集しています。そのうえで最新の科学的知見に基づいて製品に用いる化学物質の人や環境に対する影響を評価し、安全性を確かめています。

資生堂の製品中の成分に関して、人の健康や環境への影響に対する懸念情報が報告された場合は、その時点での最新の科学的知見に基づき、使用継続の是非を判断します。その判断に基づき、必要に応じて速やかに当該物質の使用を止め、代替物質への変更を行っています。

欧州REACH規則への対応

欧州REACH規則は2007年6月に施行された、欧州の新・化学物質規制です。日本から欧州域内に輸出する化粧品および容器など、化粧品に関する全ての化学物質が規制の対象となっています。

特に、欧州域内への年間輸入量が1トン以上の物質については、REACH規則で定めた手続きに沿って登録が必要となります。資生堂は、この登録が必要な物質についてすべて把握しています。

また、REACH規則では、SVHC（Substance of Very High Concern：高懸念物質）と呼ばれる、人体や環境への影響が懸念される物質が製品や容器等に0.1%以上含まれる場合は、取引先やお客さまへの情報提供が義務づけられています。資生堂はSVHCに該当する製品や容器等は存在しないことを確認しています。

遺伝子組み換え植物由来の化粧品原料の使用に関する方針

遺伝子組み換え植物の安全性については、必ずしもグローバルにコンセンサスが得られている状況ではありません。また、化粧品は食品と同様、お客さまから厳しく安全性が求められます。

以上のことから、当社では「組み換え遺伝子やそれに由来するタンパク質を含まない」など科学的に判断を行って、遺伝子組み換え植物由来と判断される化粧品原料を使用しないことを企業方針としております。

「モノづくりエコスタンダード」「販促物エコスタンダード」の制定

資生堂では、2010年度にライフサイクル視点で商品や販促物の環境対応をルール化した、「モノづくりエコスタンダード」および「販促物エコスタンダード」を制定し、運用を開始しています。

高品質な製品を安定供給する体制

資生堂では、世界的に定められたグローバルガイドラインの品質基準を順守し、徹底した品質管理のもとで化粧品を生産しています。私たちは、品質と安全性をなによりも優先し、お客さまに安心していただけるよう、これまでも製造に関する自主基準として「資生堂GMP（Good Manufacturing Practiceの略称）」を設け、品質の維持・管理に努めてきました。

2007年に化粧品製造に関する国際規格として制定されたISO22716（化粧品GMP）で規定されているすべての項目（例 組織・体制、教育訓練から受け入れ、製造管理、検査など）を順守し、徹底した品質管理のもとで生産した高品質「安心・安全」な製品をお客さまにお届けしています。

資生堂では、食品をはじめとするヘルスケア商品についても安全性、高品質を守るため「原料選定・製品化・生産・流通」の各段階で、徹底した品質管理を行い、お客さまに安心してご愛用いただける製品を生産しています。原料選定では世界中から原料情報を収集し、現地情報、土壌、残留農薬などのデータを確認して、安心できる原料のみを使用しています。製品化・生産・流通においてもHACCP（※1）、ISO9000、ISO22000、GMP（※2）などの各種基準や、自主規格により常に高品質の製品を安定供給する体制を整えています。

※1 HACCP： 1960年代、米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品衛生管理の手法のこと。

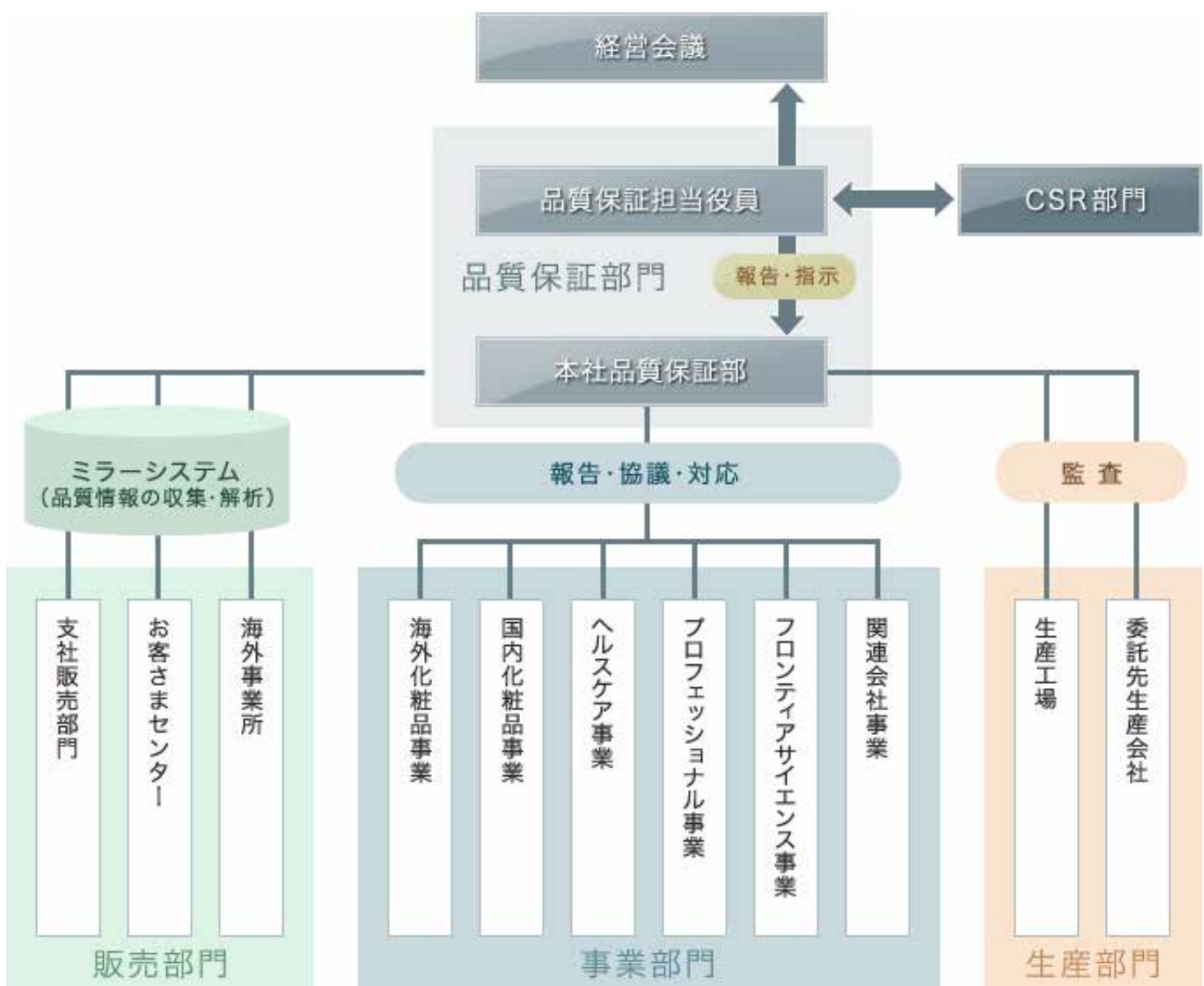
※2 GMP： Good Manufacturing Practice。薬事法に基づいて厚生労働大臣が定めた、医薬品等の品質管理基準のこと。

製品事故の対応

お客さまにご満足いただける安全な商品を研究、開発、製造、販売するため、製品の設計・製造・販売・輸入等の品質保証と製品事故予防に関わる権限と責任の所在を明確にするとともに、事故報告の義務を明文化して、資生堂およびグループ企業の品質保証活動、製品事故予防活動を強化・徹底しています。

万が一、自社の製品により品質事故およびPL事故が発生した場合には、直ちに情報を受けた部門は、品質保証部門、事業部門、CSR部門に報告します。CSR部門は、重篤度合いに応じて対応レベルを定め、事故への対応方法を決定します。品質保証部門は原因究明を行い、事業部門は対応等を進めます。

製品事故の対応体制



製品情報の適切な提供

資生堂グループで働く一人ひとりがとるべき行動を「Our Way」としてまとめました。その中に、「私たちは、製品の情報・表示や広告・表示についても、国ならびに地域の法令や社内規則の順守はもちろんのこと、より高い倫理観をもって業務に取り組む」ことを定めています。

広告・表示に関する法令の順守状況

化粧品に表示すべき内容は薬事法に定められています（法定表示）。一方、広告に関しては「医薬品等適正広告基準」（昭和55年10月9日・厚生省薬務局長通知）で規制されています。この基準をもとに、さらに業界団体である日本化粧品工業連合会からその例示・解説を明確にした業界自主基準「化粧品等の適正広告ガイドライン」が出されています。

資生堂では法定表示については「表示規程」を定めて運用しています。広告に関しては業界の自主規制ガイドラインである「化粧品等の適正広告ガイドライン」に従うことで法令を順守しています。

なお、日本化粧品工業連合会の組織の中に「広告宣伝委員会」があり、これに付属する機関として「化粧品広告審査会」が設置されています。この「化粧品広告審査会」は、化粧品の広告表現を適正化してその信頼性を一層高めるため、独立して審査を行っています。この審査は、薬事法、医薬品等適正広告基準、化粧品等の適正広告ガイドライン等を基準としています。審査対象はテレビ、新聞、雑誌の広告を対象として年間3回実施されています。

広告・表示に関する勉強会の実施

資生堂では、2012年度に「法定表示セミナー」「広告訴求セミナー」を実施し、延べ約360名の社員が参加しました。

お客さま満足度向上のための活動

資生堂では、グループの企業理念（Our Mission, Values and Way）のOur Way「お客さまとともに」に基づき、お客さまや社会のお役に立つことをめざしています。お客さまにご満足いただける価値のある商品とサービスは、化粧品を構成するハードウェアと、それに付随するさまざまな情報や美容法などのソフトウェアが一つになることで生まれます。

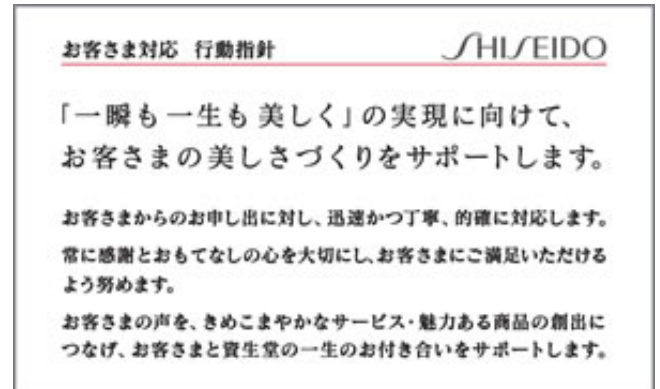
そのため、資生堂ではお客さまの「美」や「健康」に関するニーズにお応えするために、応対面やサービス面でもさまざまな取り組みを行っています。

お客さまの声を反映する仕組み

「カスタマーファースト戦略」のモノづくりの実現に向けて、お客さまから寄せられた相談・要望など貴重な声を社内に還流し、商品開発やサービス向上に活かす取り組みを行っています。お客さまや社会の変化を速やかに察知し、企業活動に反映するよう、お客さまの声情報の収集・分析、全社への情報共有を図り、関連部署に対して商品や美容情報の開発・改良、サービスの改善に向けた対応要請を行い、「カスタマーファースト戦略」の具現化につなげています。

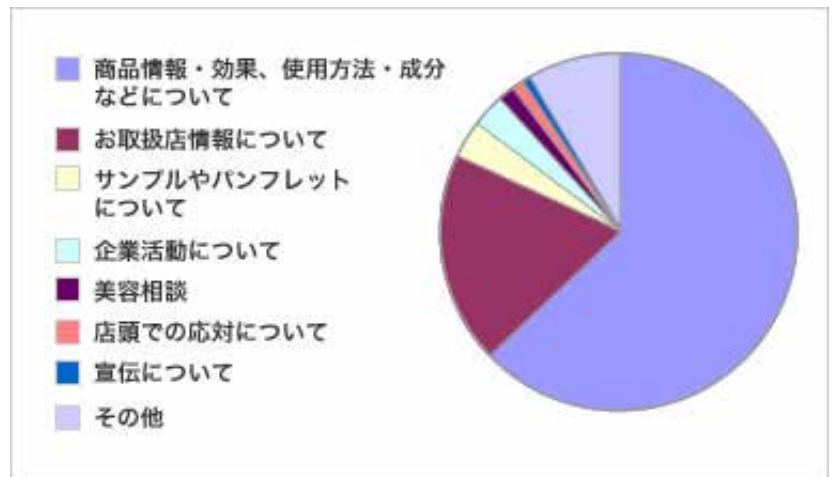
お客さま対応 行動方針

1968年に産声をあげた資生堂お客さま窓口では、お客さまからのお問い合わせやご相談に誠実に対応し、お客さまにとってさらに役にたてる情報を発信しています。また、2012年からは、WEBとお店をつなぐ「ワタシプラス」サービスを開始し、「ワタシプラスサポートセンター」を新設。お客さまとの積極的なコミュニケーションを図っています。



お客さまの声の収集・共有

日本では、フリーダイヤル、eメールや手紙などで「お客さま窓口」に寄せられる年間約11万件（うち商品について[63%]、お取扱店について[19%]）のご意見やお問い合わせの声、また「店頭」で接客の際にお聞きしたお客さまの声をビューティーコンサルタントが専用端末を用いて投稿した年間約9万件の声やツイッターをはじめとするSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）での声など、さまざまな場面や手法でお客さまの声を収集しています。それらの情報をシステムで管理し、商品改良やより満足いただける価値づくりに活かすため、いただいた声を社員がイントラネット上で共有しています。



さらには、お客さまが化粧品とともに日々生活を送られる中で感じる、さまざまなお気持ちやその背景を深く知り、よりお客さまのお役に立てる商品・サービスを開発することを目的に、共有活動にも力を入れています。お客さまのリアルな声に触れることで、お客さまの視点を意識し、担当業務を見つめ直すきっかけの場にもなっています。



工場での「お客さまの声セミナー」



お客さまの声情報活用のワークショップ

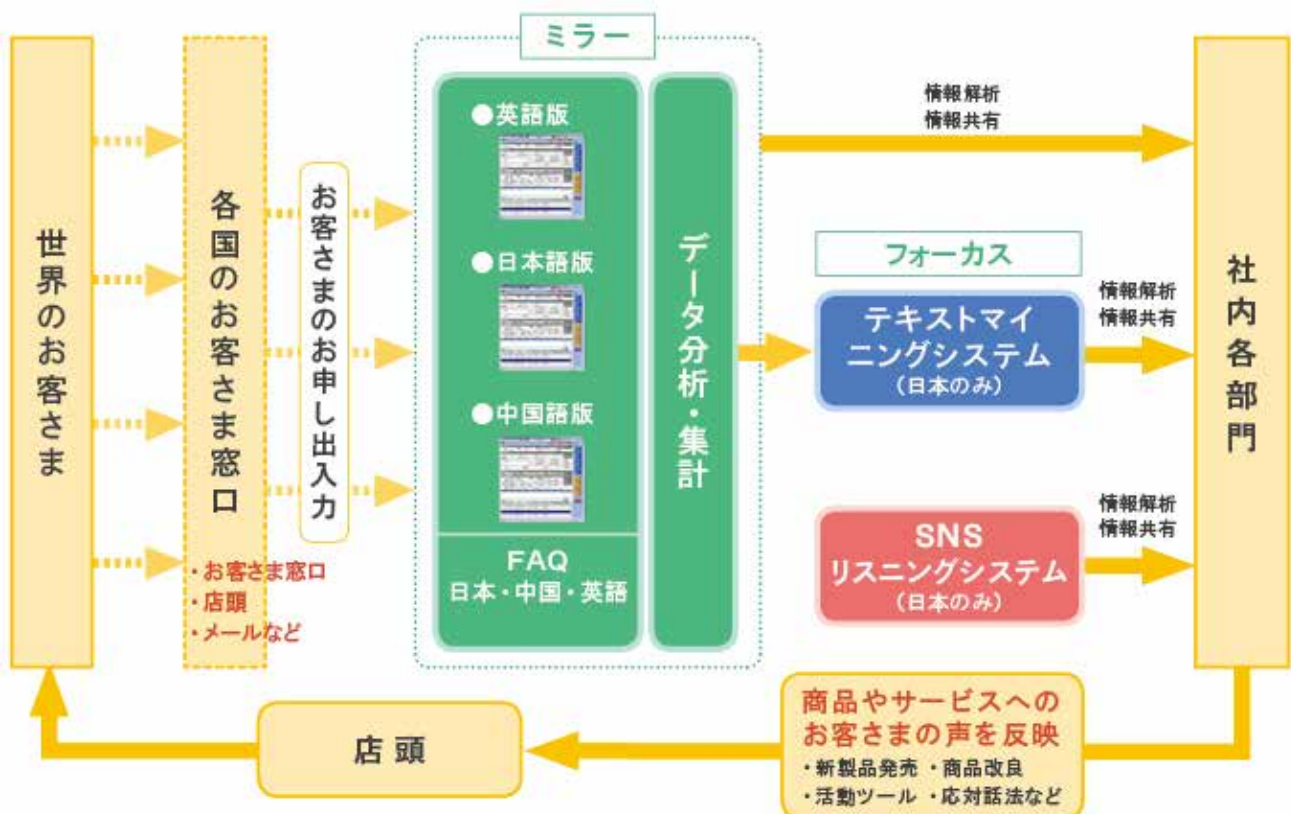
■ お客さま対応とお客さまの声情報の活用の基盤を支えるシステム

事業のグローバル化に伴い、1996年より活用してきたシステムを世界のお客さまの声情報を共有し活かす仕組みへと強化。「ミラー※」と名付けて2011年に国内外に導入しました。「ミラー」の導入により、世界のお客さま窓口における相談や要望への対応の向上や、世界のお客さまの声情報を効率的に収集・分析し、資生堂グループの価値創造につなげることにチャレンジしています。

日本においては、「ミラー」に集約したお客さまの声情報を、テキストマイニングシステム「フォーカス」に連携し、お客さまの声を見える化することで、全社員が容易に目的に応じて分析・活用できる環境を整えています。また、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）のリスニングシステムを活用し、直接企業には届かないお客さまの声も企業活動に反映しています。

※ミラー：お客さまの声を通して、そこに映し出された資生堂の活動の実態を見つめ直す・姿を映し出す「鏡-ミラー」という思いが込められています。

お客さまの声情報の収集・活用の仕組み



TOPICS： 資生堂お客さま窓口、HDI主催「2013年度クオリティ（電話）格付けモニタリング」にて最上位の三つ星を獲得

資生堂お客さま窓口は、世界最大のサポートサービス業界団体Help Desk Instituteの日本法人HDI-Japan※ が主催する、「2013年度クオリティ（電話）格付けモニタリング」にて、化粧品業界初となる最上位の三つ星を獲得いたしました。

お客さまと資生堂をつなぐ最前線部門である「資生堂お客さま窓口」では、お客さまの『期待を超えるサービス』応対を目標としています。今回の調査では、数ある評価項目の中でも、「お客さまを温かく受け入れる姿勢がうかがえる」「どの担当者も優しく親切で話しやすい」などの点において、特に高い評価をいただきました。

今後も、資生堂お客さま窓口は、“満足を超えた感動”を提供できる窓口として、お客さまお一人おひとりの心に寄り添った応対をめざします。

※ HDI（ヘルプデスク協会）とは

世界中で約50,000のメンバーが加盟する世界最大のサポートサービス業界の国際機関で、アメリカの経済誌『フォーチュン』に掲載されている世界企業上位500社のうち90%もの企業が加盟し、世界中に100の支部を有しています。日本支部のHDI-Japanでは、数百社の企業が加盟しています。



HDI から認定証を授与される、
お客さまセンター長 伊與田（中央）、執行役員 関根（右）



2013年度クオリティ（電話）
格付けモニタリング 三つ星獲得

■ お客さまの声を反映した商品事例

「エリクシール シュペリエル」「エリクシール ホワイト」ローション・エマルジョン

お客さまの環境意識に配慮するとともに、今後も肌効果を実感していただくため、より継続しやすいつめかえ対応容器へと進化させました。本体容器は、つめかえ時に液をこぼさずつめかえられるよう二段式キャップとしました。また、つめかえ用は、植物由来プラスチックを採用することで樹脂量を削減するとともに、中味をつめかえやすいように、注ぎ口をつけるなど設計を工夫しました。



「HAKU」メラノフォーカスCR

「中が見えないので、次の買いどきが分かりにくい」、「毎回容器を捨てるのがもったいない」などのご意見を受けて、2011年のリニューアル時には、中味の安定性を守りつつ残量を目で確認できるレフィル容器を開発、容器に使用する樹脂量を約60%削減しました。2013年のリニューアルでは、レフィル容器を指がかりのよい形状とし、さらにレフィル交換をしやすくしました。



「dプログラム」パワーバイタルソリューション

デリケートなお肌にも安心してお使いいただけるよう、ほこりや雑菌が入ることなく清潔にお使いいただける、資生堂初の「新・プッシュ容器」を採用しましたが、商品発売直後に「キャップがあげにくい」というお声が寄せられたため、キャップ部分に2ヶ所の指がかりをつけ、よりスムーズにあげやすい容器に改良。さらに快適にお使いいただけるようにしました。



「資生堂 長命草」＜ドリンク＞N

お客さまの「缶のゴミ出しが面倒」「プルトップが固くて開けにくい」「缶は重たくて持ち帰りが大変」といったお声にお応えして、2013年3月、「アルミ缶」から、より使いやすい「紙製飲料容器」へ変更しました。また、国産間伐材を活用した紙製飲料容器を採用することで、環境にもよりやさしいパッケージとしました。



お客さま対応

ビューティーコンサルタントは、店頭でお客さまの要望に応じ、商品や美容情報をお一人おひとりの肌や化粧生活にあわせてご紹介するという重要な役割を担っています。1998年から、美容のプロとしてさらに質の高いカウンセリング活動をめざし、業界で初めて美容知識・技術についての「厚生労働省認定社内検定制度」を導入しています。また、成長戦略の1つである「カスタマーファースト戦略」の店頭活動の実現に向けて、売上ではなく、「お客さまからの対応満足度」をビューティーコンサルタントの活動評価に組み入れています。お客さまの声は毎月ビューティーコンサルタントにフィードバックされ、活動の振り返りや課題への気づきを通じて、対応レベルとお客さま満足のさらなる向上につながっています。

海外においても、お客さま満足を最大化し、愛用者拡大につなげるために「国際版対応ソフト」を開発・導入するとともに、世界中のビューティーコンサルタントが「おもてなし」の心を店頭で具現化する行動指標「SHISEIDO BEAUTY CONSULTANT OMOTENASHI CREDO（シセイドウビューティーコンサルタント オモテナシ クレド）」を配布し、日々の活動に活かしています。

TOPICS：資生堂「第3回グローバル ビューティーコンサルタント コンテスト世界大会」

日本を含む世界89の国と地域で活動するビューティーコンサルタントが、日頃培っている美容技術や「おもてなしの心」による応対力向上を競いあう、「第3回グローバル ビューティーコンサルタントコンテスト世界大会」を2012年7月 ホテル グランパシフィック・ダイバにて開催しました。大会は2004年から4年に1度開催しており、今回の参加総数は約20,300名で、予選を経て選抜された32名（日本16名・海外16名）が、持てる美容技術・提案力・おもてなしを発揮しました。また今回、日本と香港から大会初となる2名の男性ビューティーコンサルタントも出場を果たし、会場の注目を集めました。

大会は、店頭でお客さまと接するビューティーコンサルタントに向けて、以下の2つを目的に開催されました。1つは、この大会を通じ日頃の美容技術・応対を振り返り磨きなおすことで、美容のプロフェッショナルとしてのスキルを向上させることです。コンテストは順位を競うことが目的ではなく、日々の店頭活動を向上させるためのきっかけづくりの場です。2つ目は、全社員で取り組む「カスタマーファースト戦略」の実現です。お客さまの気持ちに寄り添い、お客さまに喜んでいただくために自分は何ができるのか、自分にできるカスタマーファーストが何かを考え、行動に移すことを目的としています。

カテゴリーB（入社3年目以上対象）で最優秀賞を受賞したジュー・ジンさん（資生堂（中国）投資有限公司）は、「今回の受賞は私自身の努力だけではなく、多くの方のサポートにより得られたものです。大会を通じて得た多くの気づきを同僚たちに伝え、共に進歩し、資生堂の『おもてなし』の精神を伝える店頭活動を実践したいと考えています」とあらたな決意を語りました。



最優秀賞 ジュー・ジンさん（資生堂（中国）投資有限公司）



スキンケア部門の競技の様子

お客さまへの情報提供・サービス

資生堂ウェブサイト

お客さまの気持ちやニーズに応える、魅力ある情報づくりやサイト運営に努め、資生堂の商品・美容・企業など多岐にわたる情報を「資生堂グループ企業情報サイト」や「Watashi+（ワタシプラス）」などにて配信しています。



資生堂グループ企業情報サイト



watashi+ (ワタシプラス)

リスナーズカフェ

視覚障がいのあるお客さまに向け、美容情報や化粧品の基本的な知識などを、音声対応でわかりやすく発信しています。



キッズのためのキレイクラブ

肌が変わる思春期直前の子どもたちに向けて、紫外線対策や洗顔方法などの美容生活情報をわかりやすく発信しています。



ママはてな？

出産や育児などの経験を経た資生堂社員のさまざまな気づきを、社内外の方と共有することをテーマに立ち上げたブログ形式のウェブサイトで、育児中の美容や時短のヒントなどの情報を掲載しています。



ユニバーサルデザイン

あらゆる方々の生活環境に配慮したデザインが「ユニバーサルデザイン」です。この考え方は、すべてのお客さまに安心して心地よくお使いいただける商品づくりをめざす資生堂にとっても大きなテーマです。

資生堂では「ユニバーサルデザイン」の専門的理論や法律などを踏まえ、商品の特性に合わせた『資生堂ユニバーサルデザイン ガイドライン』を2005年にまとめました。6原則14項目にわたる内容で構成され、商品の企画部門、デザイン部門、設計部門が共有しながら商品づくりを進めています。ガイドラインの制定に当たって、実際の商品が「どのようなお客さまに」「どのようなシーンで」「どのように」使用されているかを正確に把握することが大きなポイントとなりました。また、できるだけ多くの場面を想定することも重要でした。

例えば「使い方が明瞭である」という原則の中に「直感との一致」というチェックポイントがあります。これは、誰が見ても「ここを握り、ひねれば栓が開く」ことが直感的に分かるということを示します。こうした点に配慮したデザインは「使いやすいデザイン」ということになります。反対に、いかにもそこを押すと開きそうなボタンがありながら、それはただの飾りで機能しない場合、直感を裏切ったことになり「使いにくいデザイン」という印象になってしまいます。

2008年秋に発売された『エリクシールプリオール』は、60歳以上の方を対象に開発されました。容器の開発にあたっては、数多くの対象年齢のお客さまとデザイナーが直接面談し、日頃の化粧行為で不便な点がないか、実際に容器を手にしていただきながらヒアリングしました。そこで出てきた要望を右の写真のようにデザインに反映しています。

今後もお客さまの立場からの視点を大切にしながら開発を進めてまいります。



ボトルとキャップの間にすき間をもたせ指がかりをつくることでキャップを回しやすくなる工夫をしている。



これまでは商品の正面にデザインとして英語が入っていた「化粧水」などのアイテム名称を裏面の見やすい位置に大きく表示。シールもはがしやすいよう、つまみやすくしている。

動物実験と代替法に対する取り組み

動物実験廃止に向けた取り組み

資生堂は、代替法に基づく安全性保証体系を確立し、これにより2013年4月から開発に着手する化粧品・医薬部外品における動物実験を廃止しました。なお、社会に対して安全性の説明をする必要が生じた場合を除きます。
今後も引き続き有効な代替法の開発を継続するとともに、代替法の公定化（各国・地域の法制度において正式な実験方法として認可されること）に向けて積極的かつ強力に各国の行政機関に働きかけてまいります。

化粧品の動物実験廃止を目指し、ステークホルダーの方々と意見交換を行いました。

年	代替法開発・安全性評価に貢献した研究内容
2011	・細胞表面-SH基を指標とした感作性試験代替法（SH test）
2008	・SIRC細胞毒性試験と3次元培養真皮モデルを用いる試験の組み合わせによる眼刺激性評価法に関する研究
2005	・in vitro皮膚感作性試験：h-CLAT(human Cell Line Activation Test) の日本における共同研究 ・光毒性試験代替法における光源の影響に関する研究
2003	・培養細胞を用いる急性毒性試験代替法に関する研究
2002	・経皮吸収予測式の開発と感作性ポテンシャル予測への応用に関する研究
2001	・ヒト単核球細胞株THP-1のCD86およびMHC Class IIの発現を指標とした in vitro感作性試験法に関する研究
2000	・皮膚癌原物質による表皮における不定期DNA合成の誘発に関する研究
1999	・光細胞毒性試験における細胞種差に関する研究
1997	・皮膚刺激性試験代替法としての活用を目的とした難溶性物質を評価する細胞毒性試験に関する研究
1996	・皮膚刺激性試験代替法における活用を目的とした炎症性サイトカインの遺伝子発現定量化に関する研究
1994	・神経細胞における電気生理学的手法等を指標とするin vitro感覚刺激性評価法に関する研究
1992	・赤血球および酵母を用いる光毒性試験代替法に関する研究
1991	・ヘモグロビンを指標とした眼刺激性試験代替法に関する研究 ・角質脂質リポソームを応用した眼刺激性試験代替法に関する研究

<日本動物実験代替法学会などで表彰された研究等>

一瞬も一生も美しく 

コミュニティー参画および発展

社会とともに。地域社会との関わりを通してともに発展することをめざします。

社員による社会貢献活動

資生堂の社員による社会貢献活動は、「未来椿活動」と「社会貢献くらぶ」を両輪としています。

未来椿活動は、創業140周年にあたる2012年度から、資生堂全グループ社員が業務の一部として取り組んでいる社会貢献活動です。これまでの資生堂の歩みを支えていただいたお客さまや社会に対して、社員自身が立案・計画した活動を実践することで、感謝の気持ちを還元していきます。

社会貢献くらぶは、「社会のために何かしたい」と考える社員のために、社員個々の環境や都合に合わせて選べる活動プログラムを提供することで、社会参画の機会を創出しています。

未来椿活動

2012年度は、世界130の事業所で569件の活動を行い、21,400人の社員が参加しました。参加した社員からは「地域や社会に貢献している実感が得られ、感謝の気持ちを伝えることができた」「活動を通し、社員同士の結束が高まり、絆が生まれた」との感想が寄せられています。資生堂は、未永くお客さまや社会とつながっていくために、今後も未来椿活動を継続していきます。

日本での取り組み

ふくしまの希望ふくらむプロジェクト「希望 イロイロ バルーン展」

2012年1月に仙台で開催した「色とりどりのラブレター展」に引き続き、復興へ向かう東北地方を継続して応援したいという強い想いから、2012年12月21日～25日まで、いわき産業創造館にて「希望 イロイロ バルーン展」を開催しました。

この展覧会は、ともに創業140周年を迎えた資生堂と毎日新聞社が、福島の「未来や希望を探す」ことをテーマに取り組む「ふくしまの希望ふくらむプロジェクト」を立ち上げ、そのメイン企画として共催したものです。

ふくしまの小学生が描いた「未来のワタシ・ボク」の絵から創作したヘアメイク作品24点、「大好きなおとなをもっとすてきにしたい」という小学生の作文を資生堂ビューティートップスペシャリストがかなえた8点のほか、応募作品307点すべての絵や作文も併せて展示しました。

会場内では、子どもたちが作品の前で記念撮影をしたり、アーティストやデザイナーたちと話す姿が見られました。また、バルーンアートやエコバッグづくりのワークショップやヘアアレンジの体験コーナーなども、家族づれで賑わいました。

来場者のアンケートにはたくさんのメッセージが寄せられました。

「震災や原発事故で色々抱えている地域ですが、パッと明るくなるような素



虫博士やお花屋さん…「未来の自分」の絵が作品に



アーティストによるヘアアレンジ体験

敵なイベントでした」

「子ども達の絵から想像をふくらませてこんなにポップで可愛いバルーンになるなんて！」

「子ども達の家族を想う気持ちがあふれていいなぁと思いました」

「福島は元気であり続けたいと思いました」

展示されたポスターや子どもたちの応募作品、会場の様子や動画などは「希望イロイロ バルーン展」特設サイトで公開しています。また、サイトを通じて、国内外から725通のメッセージと50万6,000円の募金が集まり、福島大学うつくしまふくしま未来支援センターへ寄付しました。



お母さんやお父さん、おばあちゃんがすてきに变身

資生堂パーラーの「食」を通じた次世代育成・食育活動

資生堂パーラーでは、食文化の素晴らしさを広めるべく、各種教育機関と連携して次世代を担う方々を対象に、レストランサービス研修、テーブルマナーセミナー、食育教育指導、校外学習サポート、インターンシップ受け入れなどに取り組んでいます。

2012年度は、校外学習として、宮城、愛知、岩手、秋田から4校の中学生を受け入れる他、東京都大田区教員に対し、食育やテーブルマナーのレクチャーを行いました。

さらに、人事部と協力し、東日本大震災で被災された宮城県石巻市立雄勝中学校の修学旅行時の昼食を受け入れ、伝統メニューをお楽しみいただきながら、テーブルマナーの指導も行いました。

インターンシップ受け入れでは、ホテル学校・調理師学校などから生徒6名を受け入れ、各々現場でしっかり学んでいただきました。

また、東京聖栄大学健康栄養学部 of 学生を対象に、フードコーディネート実習の授業を行ったり、東京都立足立特別支援学校高等部フードビジネスコースの生徒に対し、本店パティシエを講師として、クリスマスケーキ製作の特別出張授業を行い、ケーキづくりの楽しさや大変さを学んでいただきました。



宮城県石巻市立雄勝中



足立特別支援学校

東京都立葛飾ろう学校高等部、東京都立足立特別支援学校高等部では、それぞれにテーブルマナーおよび食育教育を行いました。両校共に卒業を間近に控えた3年生の記念行事として、今年で7年目の取り組みとなります。

資生堂パーラーでは、今後も「食」を通じて、次世代育成の取り組みを推進してまいります。また、「食事をしながら社会貢献」「食事をするだけで社会貢献」のTFTへの支援を続けてまいります。

「社会科CLUB」 カンボジアへの井戸の寄贈活動

「仕事以外に自ら考え体を動かすことで、社会のためにお役立ちできないだろうか」との思いから、2007年7月、事業企画部のメンバーが中心となってボランティア活動を行うサークル「社会科CLUB」を発足させました。このサークルは、開発途上国の子どもたちの通学支援などを目的とした使用済み切手・書き損じハガキなどの収集に積極的に取り組むと同時に、開発途上国における「水」の問題に目を向け、井戸を寄贈する活動などに取り組んでいます。清潔な水が手に入りにくい途上国では、池や川底の泥混じりの水を飲まざるを得ず、毎年多くの子どもたちが伝染病などに感染し、尊い命を落としているのが実情です。

そこで社会科CLUBでは、各自が本やDVDなどを持ち寄って販売したり、チャリティボウリング大会などのイベントを開催し、メンバーの親睦を深めながら資金を集め、カンボジアに井戸を寄贈する活動を始めました。以来、同国のカンダール県クポーヴェン中学校、オンクナー小学校、プレイベン県プレイベンクルン小学校及びバタンバン県コンポンコー小学校に計4基の井戸を寄贈してきました。寄贈した井戸は、学校の子どもたちだけでなく、近隣の住民の生活をもうるおすものとして役立っており、2度にわたってカンボジア政府から感謝状をいただきました。

現在、社会科CLUBは、当初の事業企画部を中心に、計18部門の有志メンバーにまで拡大しており、さらに多くの井戸の寄贈にむけて活動を充実させるべく、取り組んでいます。



バタンバン県コンポンコー小学校の井戸



カンボジア政府からの感謝状

水のクリーンアップリレー

資生堂販売株式会社 中部支社では、2012年5月～11月にかけて各地域単位で河川・海・湖の環境保全活動を実施し、合計345人の社員が参加しました。企画立案にあたっては、各地域の代表13人が全社員参加を視野に入れ、化粧品と関係の深い「美しい水」をテーマに「自然の恵みへの恩返し」と「地域社会への貢献」の意味を込めて、河川・海・湖のクリーンアップリレーを実施しました。

具体的には、中部地方の河川等を各事務所のエリアごとに分担して清掃活動を行いました。環境保全への貢献だけでなく、地域の方々とコミュニケーションを深める機会となりました。さらには、組織としての一体感が生まれ、活動を地域から地域へとリレー形式でバトンタッチすることにより、連帯感も高まるなどの社内外での絆を深めることができました。

参加した社員からは、「清掃活動や社会貢献活動に参加する機会がなかったので、楽しみにしていました。当日は収集した沢山のゴミ袋を見て、地域へ貢献できて嬉しくなりました。参加者同士のコミュニケーションにもなり、早朝の数時間ではありますが充実した時間でした」という感想が寄せられています。



参加した中部支社社員



藤前干潟での活動の様子

中国での取り組み

中国での植林活動

2008年より、中国・甘粛省（かんしゅくしょう）蘭州市（らんしゅうし）の「資生堂集団（グループ）植林基地」にて、10年にわたる植林活動をスタートしました。2012年までの5年間で、36haの山の斜面に約7万本の苗木を植え、定着率は92%以上を保ち、確実に緑が広がっています。

2013年4月18日の第6回植林活動でも、中国・日本の資生堂グループ社員のボランティアだけでなく、蘭州市のお取引先さまを含めた総勢90名が甘粛省政府関係者とともに植林を行いました。参加者の多くは自主的にボランティアとして参加したメンバーでした。

資生堂ではこれからも、この活動を通じて日中の友好関係を深め、CO2削減による環境保護とともに、現地雇用の創出など中国社会に貢献できる取り組みとなることをめざしていきます。



急斜面での植林

アジア・オセアニアでの取り組み

新社会人としての準備をトータルに支援しました

資生堂香港有限公司では、就職を控えた女性を対象に「『新社会人』化粧・スキンケアコース」を、7月から4回にわたり開催しました。肌のお手入れ、メーキャップスキルばかりでなく、面接の際の身だしなみ、洋服のコーディネートなど就職テクニックや職場の体験談などを含め、トータルで紹介しました。

この講座は、参加者の皆さまが自らの職業観を醸成し、ポテンシャルを発揮できるよう、資生堂がお手伝いできる社会人準備のサポートとして企画・実施しました。参加した皆さまには、メーキャップ方法を会得し、身だしなみで自らを高めることで、大きな自信をつけていただけました。



スキンケアコース実施の様子



受講された方々と資生堂香港の社員

アメリカ・ヨーロッパでの取り組み

女性がん撲滅イベントへ資生堂カナダが参加

資生堂カナダは、2012年9月30日に、女性がん撲滅のウォーキングイベント"Weekend to End Women's Cancer"に参加しました。このイベントは資生堂の得意先である「ショッパーズ ドラッグマート」が主催している、乳がんケアのための募金イベントです。ウォーキングを行う社員たちがプリンセスマーガレット病院の前を通りかかった時、女性のがんについて研究している病院の職員の方が、直接感謝の言葉をかけてくださる感動的なシーンもあり、沿道からは多くの方々が声援を送ってくださいました。



参加した資生堂カナダの社員



ウォーキングイベント参加の様子

社会貢献くらぶ

社会貢献くらぶは2005年に発足した、国内の社員が気軽に社会貢献活動に参加できる仕組みです。「ボランティア」や「寄付」などを切り口に、さまざまな活動プログラムを提供しています。ボランティア活動の各種サポート制度を設け、「一人ひとりが社会問題解決の視点を持ち、自ら考え行動する」風土をつくるとともに、社員の一体感醸成と視野の広がりを後押ししています。

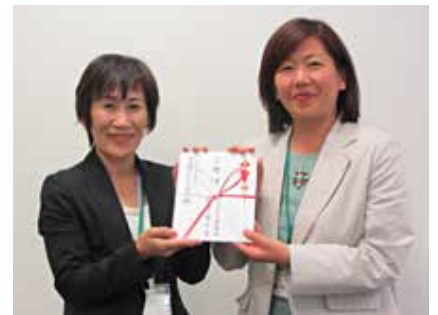
花椿基金

2005年に創設した社員参加型の社会貢献支援組織。趣旨に賛同した資生堂グループ社員が毎月の給与から1口100円の積み立てを行い、「女性を取り巻く社会問題の改善」「化粧によるQOL(Quality of Life=生活の質)の向上」「地球環境保全」の3つの観点から運営の堅実性と透明性を併せ持つ社会貢献活動団体を支援団体として選定し、寄付を行っています。組織の運営は自薦・他薦によって選ばれた社員である運営委員の手で行われ、災害時には社員の義援金募集実施の判断も行っています。また、支援団体との協働活動として、花椿基金の使途を説明する「活動報告会」や、社員と協働で行う「ワークショップ」「講演会」「映画鑑賞会」を開催し、交流を深めています。

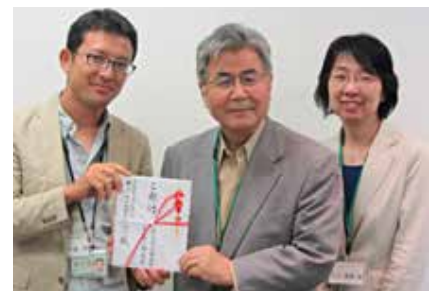
創立以来、総額89,485,800円の寄付金（2005～2012年度）を社員から支援先へお届けしています。

参加者の輪は社員のみならず、定年退職した社員や、株主優待制度から「地球環境保護活動への支援コース」を選択された株主さまへと広がっており、会社からも「花椿基金」の積立金に応じて金品を支援先に寄付しています。2012年度は株主さまからの寄付金538万円を「WWFジャパン（世界自然保護基金）」に寄付しました。また、2013年5月、資生堂汐留オフィスにて「資生堂 花椿基金」寄付金贈呈式を行いました。当日は、基金の支援先に対し、2012年度の寄付金の贈呈を行い、支援団体の代表の方々からは、寄付に対するお礼の言葉とともに、寄付金の使途、ならびに2012年度の活動結果についてご説明をいただきました。

各団体の皆さまから活動の様子を直接聞くことで、それぞれの活動をより深く理解し、身近な問題として感じられる貴重な機会となりました。参加した運営委員からは、「寄付の効果を実感でき、深く知ることが大事だと思った」「この活動に関わることで、会社への恩返しになるような行動をしたい」「職場に帰って、同僚に共感の輪を広げたい」との感想が寄せられました。



2012年度花椿基金寄付金贈呈式
高見運営委員（左）より、UNHCR山崎さま（右）に目録贈呈



2012年度花椿基金寄付金贈呈式
砂賀運営委員（左）より、オペレーション・スマイル・ジャパン松島理事長さま（右から2人目）三上事務局長さま（右）に目録贈呈

	国 内	海 外
女 性	全国女性シェルターネット	セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
	資生堂社会福祉事業財団	国連UNHCR協会
化 粧	全国色素性乾皮症(XP)連絡会	オペレーション・スマイル・ジャパン
環 境	日本自然保護協会	世界自然保護基金ジャパン (WWFジャパン)
震災復興支援	ジャパン・プラットフォーム	—

TOPICS：賛同社員の寄付金で支援する「花椿基金」の2014年度支援団体を選出

2014年2月9日(金)に、花椿基金第3回運営委員会（審査会）を汐留オフィスで開催し、2014年度の支援団体を選出しました。審査会には、支援9団体、運営委員6名、事務局の他、各団体のプレゼンテーションでは、聴講希望の社員も参加しました。

選出方法は、支援内容について運営委員と事務局で「花椿基金評価基準」に基づいて評価した後に、全員で審議のうえ、決定しています。



審査会での質疑応答の様子

■2014年度 花椿基金支援団体一覧（9団体）■

- ① 全国女性シェルターネット
- ② 資生堂社会福祉事業財団
- ③ 国連U N H C R協会
- ④ セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- ⑤ 色素性乾皮症（X P）連絡会
- ⑥ オペレーション・スマイル・ジャパン
- ⑦ 日本自然保護協会
- ⑧ WWF ジャパン（世界自然保護基金ジャパン）
- ⑨ ジャパン・プラットフォーム

TOPICS：「オペレーション・スマイル・ジャパン」の活動報告会を開催

2013年8月26日（月）、汐留オフィスとリサーチセンターを中継し、花椿基金支援団体を学ぶ機会として、支援団体の一つ「オペレーション・スマイル・ジャパン」の活動報告会を開催し、30名の社員が参加しました。

口唇口蓋裂（こうしんこうがいれつ）とは、唇や上顎などが裂けた顔面障がいの病気です。「オペレーション・スマイル・ジャパン」は、この症状を持つ開発途上国の子どもに無料の手術を提供しており、資生堂花椿基金では2011年から支援をしています。

発症の原因は不明で、アジアでは出産の際に約1/500人の割合で発症しています。先進国では出生直後に治療を受けられますが、開発途上国では経済的な理由等で治療を受けられないことが多く、母乳を摂れず死亡するケースもあります。

そんな子どもたちのために、花椿基金では以下の3項目を中心に支援しています。

- ① アジア地域の子どもたちへの治療費（手術代：25,000円/人 等）
- ② 日本医療チームのアジアにおける派遣費用
- ③ ワールドケア・プログラム（重度の顔面障がいを持つ子どもに、先進医療技術を有する国で手術を行うプログラム）

報告会ではオペレーション・スマイル・ジャパン事務局長三上さまより、団体の発足後初となる「ワールドケア・プログラム」の様子を、TBSテレビで放映された映像を用いてご説明いただきました。プログラム対象者となるフィリピンから来日したエンジェルちゃん（2歳）の顔が、手術後に笑顔に変わった感動的な瞬間を、参加者一同で共有することができました。

参加した社員からは、

- ・自分がどれだけ役に立てるかはわからないが、世の中を知り、人を知ることが、誰かの役に立てる第一歩だと感じた。
 - ・報告会に参加して直接話を聞くことで、新しい気づきが得られ、寄付をする励みになった。
 - ・活動の内容が具体的に分かることで、意義のある応援をしていると感じることができた。
- などの感想が寄せられました。



三上事務局長の講演



真剣に話を聞き入る社員たち

TOPICS：難病XPの全国大会で社員によるセミナーとボランティア活動を実施

2012年11月24日（土）、25日（日）に、花椿基金の支援団体の一つ「全国色素性乾皮症（XP）連絡会」の第2回全国大会が愛知県「あいち健康プラザ」にて開催され、資生堂の社員14名がセミナー開催やXPの子どもたちの保育ボランティアとして活動しました。

色素性乾皮症(XP)は、皮ふと脳神経に重い障がいが生じる進行性の病気で、日光（紫外線）に当たると皮ふがんになる確率が極めて高いため、幼い頃から生涯にわたり、厳重な紫外線遮断が必要です。さらに、成長するに従って重度の身体と知的の重複障がいが見れるケースもある、原因不明の難病です。

資生堂は2000年より、XP患者の方々に対し、寄付金や日やけ止め化粧品の支援を行うとともに、社員による寄付支援、ボランティア活動、セミナー開催などのさまざまなサポート活動を行っています。

当大会は、難病研究班医師の研究発表を踏まえ、XP研究の現状と今後についての理解を図るとともに、患者の生活に必要な会員相互の情報交換を目的として開催されました。

資生堂のセミナーでは、40組の患者ご家族を対象に、研究員より日やけ止め化粧品についての最新知見をご紹介するとともに、資生堂販売株式会社中部支社のビューティーコンサルタントより、正しい塗り方・落とし方についての実習を行いました。また、商品展示ブースを設け、日ごろから感じている疑問やご相談にお答えしました。保育ボランティアの社員は、活動中の保護者の方に代わり、XP患者の子どもたちの遊び相手やお世話係として活動しました。

患者ご家族からは、「サンスクリーンの性能や使用感など、進化していることが分かり、心強く感じました」「実際の塗る量や、塗る時や落とす時の力加減が実習で体験でき、よく分かりました」などの声をいただきました。



デモンストレーションにて塗り方・落とし方を案内



商品展示ブースにてご家族の相談対応

TOPICS：花椿基金支援団体「日本自然保護協会」と社員による「赤谷の日」協働活動ボランティアを実施

2012年11月17日（土）～18日（日）、花椿基金で支援している赤谷プロジェクト（群馬県みなかみ町「赤谷の森」の生物多様性の復元と持続的な地域社会づくり）の一環として、「赤谷の日」環境保全活動ボランティアに関越支社と本社の社員その家族総勢30名が参加しました。

「赤谷プロジェクト」は、希少種の猛禽類や動植物が生息する豊かな森林と溪流を有する1万ヘクタールの国有林を、日本自然保護協会、林野庁、地域協議会という立場の異なる3者で取り組む森林生態系管理のモデル・プロジェクトです。

協働活動当日は、小雨と雪のちらつく中、

- ① ホンドテン（小型哺乳類）の食性モニタリング
- ② 木の実の豊凶調査
- ③ 薪材・炭材集め
- ④ 旧三国街道のゴミ拾い

などを精力的に行い、人工林の間伐作業後の販売できない樹木から約300kgの薪材を切り出し、旧三国街道で回収したゴミ（主に一升瓶）の総重量は約120kgにも及びました。また、活動途中には地域協議会の方々から赤谷に生息する動物や植物の特徴について多くを学ぶこともでき、有意義な協働活動になりました。

参加した社員からは、

「森を守るためにいろいろな仕事があるということがわかり、初めて見る生き物も興味深かった」

「改めて自然の大切さを学べ、自分自身も仕事のストレスを自然と触れ合うことで解消できた」

「活動に参加されている森林官や、地元のボランティアによって、赤谷の自然が支えられ守られていることと、とても自然を愛しみ大切にしていることを実感した」

などの感想が寄せられ、本活動の充実感と、また参加したいという声が多く上がりました。



17日の活動を終えた社員と家族の皆さん



回収した総重量120kgのゴミの山

その他の活動

食堂施設のある全事業所での「TABLE FOR TWO」の取り組み

資生堂では2009年より「TABLE FOR TWO（以下、TFT）」の主旨に賛同し、TFTの活動に参加しています。

「TFT」とは"食糧が余っている先進国"と"食糧が足りない開発途上国"、この「食の不均衡」を解消し、先進国と開発途上国の人々とともに健康にすることをめざして始まった、日本発の新しい社会貢献活動です。食堂等で、通常より低カロリーで栄養バランスの取れたヘルシーメニューに対して価格を20円上乗せして設定し、その20円を寄付金として、TFTを通じてアフリカの子どもたちの給食費に充てるというものです。資生堂もこの活動に賛同し、2009年7月の本社カフェテリア（汐留オフィス）での導入を皮切りに、掛川工場と久喜工場（2010年3月）、大阪工場とリサーチセンター（2010年7月）、鎌倉工場（2010年8月）、資生堂学園（2012年12月）へと順次取り組みの場を広げ、今では食堂施設のある国内7事業所すべてでTFTを導入しています。2012年度は、アフリカの子どもたちに合計で50,022食を提供し、その給食が成育ばかりではなく、子どもたちにとっての学ぶ楽しさの気づきや、学ぶ意欲の継続への足がかりとなっています。

「食事をしながら社会貢献」「食事をするだけで社会貢献」のTFTへ、これからも支援を続けてまいります。



TFT事務局より頂戴した感謝状（2013年5月）

TOPICS：TFTによるアフリカ支援内容について報告会を開催

2012年10月17日（水）、資生堂汐留オフィスカフェテリアにてTFTの活動報告会を開催し、43人の社員が参加しました。報告会では、TFT代表 小暮真久さまより、20円の寄付金がアフリカの子供たちのためにどのように活かされているか、現地の様子を交えてわかりやすく報告していただきました。

この報告により、世界の「食の不均衡」の実態を知り、寄付金が子どもたちの栄養改善のみならず、就学率や教育の質向上・農業生産性改善などに展開していることがわかり、TFTメニューを食べることが支援につながる実感を深める機会となりました。

参加した社員からは、「学習効率が向上し、希望・夢を持てるようになった子どもたちの笑顔を見て、今後も支援し続けたいという気持ちの励みになった」「TFTが身近にできるボランティアということがよくわかった」などの感想が寄せられました。



TFT代表 小暮真久様の講演



熱心に講演を聞き入る参加者

集めてボランティア活動

使用済み切手や書き損じハガキなどを集めて、途上国の女性と妊産婦を支援する活動や、子どもたちの教育支援を行っています。

2005年から、それまで各部門ごとに行っていた活動を統合し、全社に拡大して実施しています。時間・場所の制約なく、誰でも気軽に参加できる「ボランティア活動」として、年間を通じて活動する他、年2回のキャンペーンも実施しています。

集めた使用済み切手は、「公益財団法人ジョイセフ」を通じて、途上国の再生自転車輸送費やお母さんと赤ちゃんの命を救う活動（ホワイトリボン運動）などに役立てられています。また、書き損じハガキなどは、未使用の国内切手に換えたうえで「一般財団法人民際センター」に提供。メコン5カ国（タイ・ラオス・カンボジア・ベトナム・ミャンマー）の子どもたちのダルニー奨学金として役立てられています。

ソーシャルスタディーズデー

1993年から始まった、年間3日を上限に社員の社会貢献を目的にしたさまざまな活動を「出勤扱い」とする制度です。2012年度の利用件数は124名、取得日は145日で、ボランティア活動、献血、ドナー登録などに利用されています。

災害支援活動

東日本大震災

2011年3月に発生した東日本大震災では、資生堂の事業所、得意先・取引先で損壊などの被害を受けました。資生堂では、「事業継続計画」に基づき、地震発生直後に、緊急対策本部を立ちあげ、被害状況の把握と商品の継続供給に向けた体制を構築するとともに、被災地への支援活動を行いました。

東日本大震災における資生堂の取り組み

東日本大震災により、被害を受けられた皆さまに、謹んでお見舞い申し上げます。

資生堂は、ビューティー支援活動をはじめ資生堂ならではの活動を通じて、被災された方々に寄り添い、応援させていただきます。

復興支援の考え方

会社は社会とともにあり、社会の中で生かされています。社会が困難な状況にあるときに、会社は社会の一員としての役割を果たしたいというのが、私たちの思いです。

未曾有の被害を被った東北地方の復興は長い道のりになります。私たちは、人・もの・情報・技術・文化など当社の資源を生かして、被災された方々が自立されることにお役立ちできるよう、長く寄り添ってまいります。

化粧品会社として、被災された方々に少しでも元気になっていただくために、何かできないか。そんな思いから、マッサージやメーキャップ、ハンドマッサージなどの美容サービスを行う「ビューティー支援活動」を、震災発生以来、女性のみならず子どもや男性にも行わせていただいています。ビューティー支援活動を通して、化粧品には人の心を癒し人を前向きにし元気にすることができる「化粧のちから」があることを、当社は教えていただきました。

2013年度に取り組む活動

東日本大震災から2年が経過し、仮設住宅の環境整備や瓦礫処理などの生活再建期から、住居の自立再建やライフライン・インフラの再建、商店街や地元産業の復興など、復興期へとフェーズが変わっています。また、地域によって復興のスピードも異なります。それに伴い、被災された方々が望まれるものも変化し多様化しています。

資生堂は、お客さまやお取引先などステークホルダーの方々と顔の見える関係をつくり、丁寧な対応をすることを企業活動のスタイルとしてきました。

2013年度からは、化粧品会社だからできる「化粧のちから」を生かした活動としてビューティー支援活動を継続するとともに、当社の資源を活用しながら行政や地域の方々とともに新しい街をつくっていく活動に取り組んでいます。地域の方と顔を合わせて見つけた課題を一緒に考えて乗り越え、成果を積み上げながら確実に復興を進めていきたい。そのため、地域を絞って、新しい街づくりを支援してまいります。

なぜ、この活動をはじめたのか

「椿」が結ぶ復興支援

資生堂の商標は「花椿」です。岩手県の気仙地区、大船渡市・陸前高田市の市の花は「椿」です。このようなご縁から、「椿」をキーワードに何かお役に立てることができないかと考え、街の人と何度も対話を行いました。そこで、気仙地区では数十年前まで、各家庭において椿の実から油を絞り、食用や髪のお手入れなどに使われていたということを知りました。

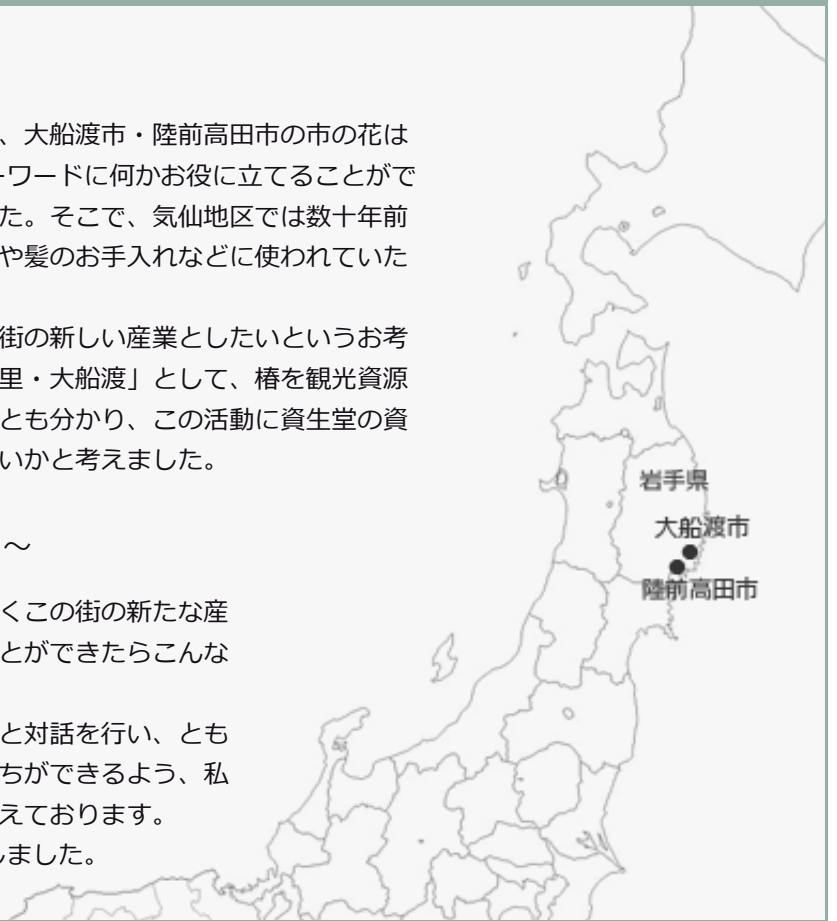
また、この街の人が昔から大切にされてきた椿を街の新しい産業としたいというお考えがあることや、震災前から大船渡では、「椿の里・大船渡」として、椿を観光資源として扱ってこられたという基盤があるということも分かり、この活動に資生堂の資源を活用してお手伝いできることがあるのではないかと考えました。

私たちの夢～具体的なアクションに向けて～

復興に向けてこれからどんどん生まれ変わっていくこの街の新たな産業として「椿」を育てたい、それにお手伝いすることができたらこんなうれしいことはない、こんな夢を掲げています。

気仙地区、大船渡市・陸前高田市にお住まいの方々と対話を行い、ともに考え、この街の皆さまが描く街づくりにお役立ちができるよう、私たちも活動を進めることで夢を実現させたいと考えております。

そのために、2013年度は次のアクションを起こしました。





産業化に向けた椿の苗木の植樹 2013年7月12日開催

椿が街の新しい産業となり、観光資源としても有効活用できるように、大船渡市が主体となって産業化に向けた植樹会を開催しました。資生堂からは社員13名が参加し、地元の方とともに植樹を行いました。このとき使用した椿の苗木は、当社の活動がきっかけとなり、長崎県新上五島町から送られたもので、この日は贈呈された1,000本のうち、約300本の苗木を植樹しました。



植樹の様子



植樹に参加した資生堂社員



植樹後



「椿の恵 まつり」の開催 2013年11月23日開催

震災後商品化された食用の椿油の認知を上げ、椿の産業化に向けた後押しとなるよう、椿の「食文化」に着目、椿の食体験を通じて、椿の可能性を地元の皆さまとともに体感する機会をつくりたいと考え、「椿の恵 まつり」を企画しました。

このイベントでは、椿油を使った新しいお食事やお菓子のメニューを地元のレストランや和洋菓子店につくらせていただき、メニューコンテストを行いました。資生堂からは資生堂パーラー銀座本店の調理長が参加し、資生堂パーラーの看板メニューである「ミートクロケット」を椿油で揚げたものを特別メニューとして提供しました。

そして地元で昔から椿油を使ってつくられていた「けんちん汁」を地元の女性につくらせていただき会場で提供し、椿油を知らない子どもたちへの伝承をあわせて行いました。



メニューコンテスト



椿の搾油体験



食体験会場



食体験会場受付



大船渡保育園 園児による
郷土芸能（鹿踊り）

また、別会場（大船渡の椿の観光地：碁石地区）では、産業化を行う上で重要な椿の実の収穫を体験するイベントも行いました。

大船渡の観光地である碁石地区の皆さまと一緒に、54kgの実を収穫しました。

収穫した実は、産業化に向けて実の収穫が課題となっている陸前高田の製油所、社会福祉法人 大洋会 青松館に寄贈しました。



実の収穫体験



収穫した椿の実

また、地元の皆さまからご要望いただいたお化粧品教室も開催させていただきました。

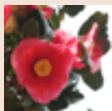
お花だけではなく「椿」を地元の皆さまとともに大いに感じた一日となりました。



美容セミナーの様子



椿の恵まつりに参加したスタッフ



大船渡市立 赤崎中学校の活動 2012年・2013年

赤崎中学校との出会い

岩手県大船渡市赤崎中学校との出会いは2012年9月11日。

資生堂の創立140周年を契機とした社会貢献活動「未来椿プロジェクト」で、津波で被災した赤崎中学校の仮設校舎前に、CSR部員が赤崎中学校の全校生徒と一緒に、3年生の生徒数である42本の椿の植樹を行いました。

椿の苗木には、3年生の生徒が「椿の里・大船渡」と「ふる里の復興」をテーマに詠んだ俳句のプレートが添えられました。

また、このとき、大船渡市が保有する日本最古・樹齢1400年の「三面椿」のDNAを受け継ぐ苗木3本の記念植樹を大船渡市長、赤崎中学校長、資生堂CSR部長3名が行いました。



植樹会参加者



生徒たちとの植樹



生徒たちとの植樹

植樹した樁の危機・・・

残暑が厳しい9月初旬に植えた樁は水不足で枯れそうになりました。

地元のNPOさんや学校の用務員さんのケアのおかげで何とかもちこたえました。

そして、11月には植樹した樁が越冬できるように3年生の生徒さんと一緒に雪囲いを設置しました。



世界の樁館・林田館長より
指導を受ける



支柱に雪よけのネットを装
着

樁を生徒さんと一緒に育てたい！

10年後1mほど背丈を伸ばした樁が、花を咲かせ、実をつけ、やがて街の新しい産業の源となるように。

復興を担う、生徒さんと一緒に育てていきたい。

でも、どうしたらいいのか・・・

先生と一緒に考えました。

つながる仕組みをつくる

★ 東京にいる私たちと大船渡にいる生徒さんをインターネット回線でつなぎ、樁の育成状況を情報共有するためにWEB会議を行いたい。

★ 「樁の里・大船渡」「ふる里の復興」をテーマとした俳句を3年生の生徒さんに詠んでいただき、「俳句集」としてまとめてお届けしたい。

俳句の作成を続けていただき、復興の足取りとして記録に残したい。

そこで、2012年3月、生徒さんが詠んでくれた俳句を「俳句集」にまとめ、贈呈式を行いました。



資生堂社員から生徒さんへ
俳句集の贈呈



贈呈式の様子

俳句紹介

赤崎中学校の3年生の生徒さんが詠んでくれた俳句の一部を紹介します。

2012年度

流された 浜小屋の跡 ヤブツバキ

赤と白 咲いてまもない その命

まっすぐに 海に向かって 咲く椿

寒椿 未来に残せ この花を

ふるさとの 町を見守る 椿かな

2013年度

希望のせ 未来の椿 咲き誇る

赤椿 ぱっと咲いて ひらり散る

紅つばき ふんわり香る 甘いみつ

紅つばき 復興に向け 咲き誇る

あふれ出す 光を放て 白つばき

WEB会議の開催

2013年6月より、整備安全委員の生徒さんとWEB会議を始めました。この「椿ミーティング」では、生徒さんが椿のケアをしている中で気づいたことや、疑問に思ったことを持ち寄り情報共有しています。

椿の育成に必要なことを一緒に考え、専門家からのアドバイスをいただきながら、育成のプログラムを作成しました。

赤崎中学校「椿日記」

2013年度より赤崎中学校では、椿を育てる係として「整備安全委員」の生徒さんが担当することに決まりました。そして顧問の高橋隆先生から椿のレポートが届くようになりました。

私たちはこれを「椿日記」として記録に残すことにしました。



各事業所の被災地復興支援活動 2013年度

ハンドマッサージ&タッチケア講習会 本社・専門店部

2013年4月26日 宮城県南三陸町

本社専門店部では、2012年に引き続き、宮城県南三陸町へ出向き、癒しの波及をテーマに「ハンドマッサージ&タッチケア講習会」を実施しました。

今年もビューティークリエーション研究センターの協力を得て、昨年活動したメンバーとは異なる5名が、『NPO法人 みやぎジョネット』の職員の方々20名にマッサージ方法をお伝えしました。

職員の皆さまは、習得したマッサージを被災された方々に対して行っており、「被災された方に触れながら、マッサージを通じて喜んでいただけることがとても嬉しい」と大変ご好評いただいています。この活動が被災された方々との絆づくりにつながっていることを実感しました。職員の方々は被災者の方々の笑顔を取り戻すために日夜懸命に努力されています。活動中、「日々の過酷な支援活動でヒビ割れだらけだった手がキレイになった!」と喜ぶ笑顔が印象的でした。



美容と音楽を楽しんでいただく活動 アユーララボラトリーズ

2013年5月25日～26日 岩手県宮古市 第二中学校グランド仮設住宅・中里団地内仮設住宅

2013年11月26日～27日 岩手県宮古市 河南仮設住宅・重茂小学校仮設住宅・中里団地内仮設住宅

アユーララボラトリーズは、岩手県宮古市の仮設住宅にて、アユーラと演奏家「たのシック」による美容と音楽を楽しんでいただく活動を2011年より継続して行っています。

アユーラは「五感への訴求を通じた癒しやストレスからの解放」を価値の基本においており、音楽とのコラボレーションは、アユーラらしい癒しのひとときをお届けできるのではないかと考え、活動を開始しました。

6回目となる今回は、社員4名が宮古市内の仮設住宅2カ所を訪問しました。来場された29名の方にギターとチェロの演奏をお楽しみいただくとともに、演奏の合間には、顔や頭部のコリをほぐすアユーラ独自のピカッサマッサージとアロマオイルを使ったハンドマッサージで、肌とからだ、心をほぐしていただきました。

「震災以来化粧なんて忘れていました。本当に嬉しい」「肌も心も本当にすっきり。こんなにすっきりした気持ちは久しぶりです」など、たくさんのお礼の言葉と笑顔をいただきました。

活動前は喜んでいただけるのか不安もありましたが、活動を通じて、女性にとっての化粧の力をつくづく感じるとともに、自分たちの活動を誇らしく、やってよかったと自信を持つことができました。



「魚付林」の植林活動支援 イブサ

2013年10月13日 岩手県宮古市

イブサでは、2011年より商品ご購入の収益の一部を植林活動支援にお役立ていただくため、NPO団体を通じて寄付を行っています。

2012年からは寄付だけではなく、社員が植林活動にも参加し、2013年には植林活動を通じて震災復興支援を行いました。盛岡から車で1時間ほどの宮古市河合地区で、イブサを代表し6名が参加し、285本植樹しました。河合地区はサケの遡上で有名な閉伊川（へいがわ）の水源にあり、その森を育てることが被災した漁業の町の復興につながります。



小学校でのマラソン教室 本社・人事部

2013年12月16日 宮城県松島市大曲小学校

本社人事部では、2011年より松島市の大曲小学校で児童を対象にマラソン教室を行っています。

ジョギングによる交流のあと、選手、スタッフが各クラスに分かれて給食を食べて楽しいひと時を過ごしました。今年で3回目の開催となりますが、子供たちが年々元気を取り戻してきている姿にかえて元気をいただきました。

校舎の2階の壁にはまだ津波の痕が残っており、初めて参加したスタッフや選手は地震、津波の大変さを改めて知る機会にもなりました。



「椿の恵 まつり」運営サポート 本社・流通開発部

2013年11月23日 岩手県大船渡市

本社流通開発部は、資生堂が岩手県気仙地区で取り組んでいる復興支援活動の一環として実施した、「椿の恵 まつり」に参加しました。

「椿の恵 まつり」は、気仙地区の方々に、椿油の食体験を通じて椿の可能性を体感・共感していただくために、資生堂が主催した参加型のイベントです。

100名以上の流通開発部メンバー全員が「椿の恵 まつり」に関わることをめざし、当日お配りするサンプルセットを全員で作成しました。さらに部代表の13名がまつり当日の運営をサポートし、イベントの各所で「おもてなし」の精神を発揮しました。

参加したメンバーたちからは、「子どもからお年寄りまで、たくさんの温かい笑顔に勇気をもらいました」「苦難を乗り越えようとしている方々だからこそ強いパワーに感動しました」など感想が寄せられています。



講演会・化粧教室の開催 資生堂販売（株）東北支社

2013年7月～9月 福島県郡山市

東北支社は、一般社団法人 脳と心の健康科学研究所、日本大学と連携し、ストレスをうまく解消し生きいきと生活していただきたいという思いから、「心を癒す 化粧セラピー」と題した講演会・化粧教室を7月～9月の第2、第4土曜日の全6回にわたって行いました。

第1回の脳の専門家である酒谷日大教授の講演会「脳を元気にする 化粧セラピー」に続き、第2回～第6回の各回でマッサージ、ベースメーキャップ、ポイントメーキャップ、ハンドケアの化粧教室を行い、参加者の方に実習していただきました。

簡単タッチケアとハンドマッサージの体感活動 資生堂販売（株）東北支社

2013年9月21日 福島県会津若松市

東北支社は、9月21日に開催された「子育てフォーラムin会津2013」に体験型ブースを出展し、震災後に原発の影響で会津に避難している親子の方々にタッチケアを楽しく体感いただく取り組みを行いました。「震災後に原発の影響で避難している子育てのお母さんに、日頃のストレスから開放される1日をプレゼントしたい」「将来を担う子どもたちと楽しく笑顔になっていただける活動をしたい」との想いから実施したもので、子育て中の親子70組を対象に、簡単タッチケアとハンドマッサージの方法をご案内しました。

美容サービスの実施 資生堂販売（株）東北支社

2013年9月22日 岩手県宮古市

2013年9月29日 福島県相馬市

2013年11月2日 岩手県盛岡市

2013年11月16日 宮城県気仙沼市

東北支社は、健康セミナーなどを通じた心のケアに取り組んでいる一般社団法人 心の絆プロジェクトと連携し、化粧を通じて「人の心を癒し、人の心を励ます」ビューティー支援活動に取り組んできました。

盛岡市、相馬市、気仙沼市で開催されたシンポジウム「市民健康フェア」では、参加者を対象にスキンケア・メーキャップの実習を行いました。また、宮古市の田老公民館で開催された「健康相談会」では、仮設住宅にお住まいの方に対するフェイシャルマッサージを行いました。

遠隔避難者の方に対するスキンケア・メーキャップレッスン 資生堂販売（株）

2013年6月19日、9月29日 山形県鶴岡市

2013年6月29日、10月10日 東京都千代田区

福島県・宮城県からの遠隔避難者の方に対する取り組みとして、東北支社は鶴岡市社会福祉協議会、首都圏支社は東京YWCAと連携して、スキンケア・メーキャップのレッスンを行いました。参加者の方々には、避難生活という日常をひと時忘れ、化粧を楽しんでいただきました。

フィリピン台風（ハイエン）への義援金贈呈

2013年11月9日（土）にフィリピンのレイテ島東部を襲った台風は、フィリピンに甚大な損害を与えました。この災害に対し、資生堂社員有志より「NPOジャパン・プラットフォーム」を通じて総額978,000円（支援賛同者1,956人）の義援金を贈呈しました。この義援金は、被災者への支援物資の配布、感染症予防のための医療支援、住宅再建のための資材提供などに役立てられています。



NPOジャパン・プラットフォームにて贈呈



NPOジャパン・プラットフォームよりいただいた感謝状

タイ水害への支援

2011年夏以降の豪雨のため、10～11月に首都バンコクを含むタイ中部・北部を襲った洪水に対して、資生堂および現地法人2社（資生堂タイランド、資生堂プロフェッショナルタイランド）は、タイ赤十字に330万バーツ（約860万円）の義援金を贈呈しました。さらに、「水のいらないシャンプー」1万本をバンコクのテレビ局のチャンネル3に寄贈し、被災者にお届けしました。



タイ赤十字に義援金を贈呈

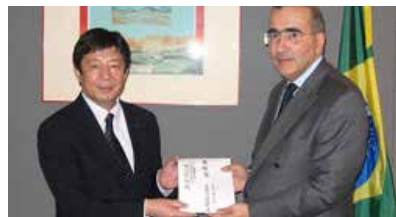


チャンネル3に「水のいらないシャンプー」を贈呈

ブラジル連邦共和国で発生した水害に対し義援金贈呈

2011年1月にブラジル南東部リオデジャネイロ州などで発生した集中豪雨による災害に対し、資生堂では、海外災害支援ガイドラインに基づき、義援金を支出することを決定し、3月3日に米州担当高橋執行役員が駐日ブラジル大使館を訪問し、マルコス・ベセーハ・アボッチ・カウヴォン大使へ資生堂からの義援金200万円を贈呈しました。

大使からは、「力強いご支援をいただきありがとうございました」という感謝のお言葉をいただきました。また、社員有志による義援金を「NPOジャパン・プラットフォーム」に総額1,656,500円（支援賛同者3,313人）を贈呈しました。



駐日ブラジル大使に贈呈



NPOジャパン・プラットフォームにて贈呈

一瞬も一生も美しく



活動実績データ

CSR・環境活動および人事関連の具体的な実績をデータでご覧いただけます。

社会活動関連データ

領域	項目		指標	単位	2012年 3月期	2013年 3月期	対象
女性・化粧 (美容)	資生堂ライフ クオリティー ビューティー プログラム	ライフク オリティ ー ビュー ティー セン ター	設置国・ 地域数 (施設数) (※1)	国・地域 (箇所)	3 (5)	3 (5)	国内外
			利用者数	名	1,660	1,690	国内外
		ライフク オリティ ー ビュー ティー セミ ナー	開催延べ件数	件	2,864	2,206	国内外
			参加延べ人数	名	43,946	38,525	国内外
			ビューティー ボランティア (注1) 参加延 べ人数	名	2,697	1,533	国内
	ジュニア活動	資生堂子 どもセミ ナー	受講者数 (※2)	名	1,432	1,241	国内
		親子スキ ンケア教 室			—	45組90	国内
	資生堂ランニングクラブ		ランニング教 室 開催件数	回	2	2	国内
			社外講演会 開催件数	回	5	2	国内
	資生堂女性研究者 サイエンスグラント		受賞者数	名	10	10	国内
文化	資生堂企業資料館		企画展開催数	件	3	3	国内
	資生堂ギャラリー			件	5	5	国内
	資生堂アートハウス			件	4	4	国内
社員の 社会貢献	資生堂花椿基金 (注3)		月間賛同口数 (※3)	口	15,527	15,743	国内

1. ビューティーボランティア：退職したビューティーコンサルタントによるサポート活動

2. 資生堂子どもセミナー：肌が変わる思春期直前の子どもたちに、「肌」や「清潔」についての情報や自分の肌の正しい手入れ法をお伝えする体験型の出前授業

(注・※) 3. 資生堂花椿基金：社員が給与引きで寄付を行うとともに、支援活動としてボランティアにも参加する。現在の支援団体は9団体

※1 日本（東京）、中国（上海）、台湾（台北・高雄）。2011年4月に香港設置。

※2 対象は 小学5・6年男女児童

※3 1口：100円、3月実積

人事関連データ

資生堂グループ社員数

(単位：人)

		2012.4.1 (カッコ内比率)			2013.4.1 (カッコ内比率)		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数		47,590 (100%)	—	—	48,134 (100%)	—	—
	社員	33,501 (70.4%)	—	—	34,022 (70.7%)	—	—
	有期 契約 社員	14,089 (29.6%)	—	—	14,112 (29.3%)	—	—
国内資生堂グループ		25,752 (54.1%)	4,401 (17.1%)	21,351 (82.9%)	25,317 (52.6%)	4,313 (17.0%)	21,004 (83.0%)
	社員	15,854 (33.3%)	3,648 (23.0%)	12,206 (77.0%)	15,558 (32.3%)	3,552 (22.8%)	12,006 (77.2%)
	有期 契約 社員	9,898 (20.8%)	753 (7.6%)	9,145 (92.4%)	9,759 (20.3%)	761 (7.8%)	8,998 (92.2%)
海外		21,838 (45.9%)	—	—	22,817 (47.4%)	—	—
	社員	17,647 (37.1%)	—	—	18,464 (38.4%)	—	—
	有期 契約 社員	4,191 (8.8%)	—	—	4,353 (9.0%)	—	—

地域別社員数

(単位：人)

		2012.4.1 (カッコ内比率)			2013.4.1 (カッコ内比率)		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性
総数		47,590 (100%)	—	—	48,134 (100%)	—	—
	日本	25,752 (54.1%)	4,401 (17.1%)	21,351 (82.9%)	25,317 (52.6%)	4,313 (17.0%)	21,004 (83.0%)
	日本以外	21,838 (45.9%)	／	／	22,817 (47.4%)	／	／
	欧州	3,037 (6.4%)			3,099 (6.4%)		
	米州	5,619 (11.8%)			6,260 (13.0%)		
	アジア・オセ アニア	13,182 (27.7%)			13,458 (28.0%)		
	うち中 国	10,077 (21.2%)			10,237 (21.3%)		
社員		33,501 (70.4%)	—	—	34,022 (70.7%)	—	—
	日本	15,854 (47.3%)	3,648 (23.0%)	12,206 (77.0%)	15,558 (45.7%)	3,552 (22.8%)	12,006 (77.2%)
	日本以外	17,647 (52.7%)	／	／	18,464 (54.3%)	／	／
	欧州	2,403 (7.2%)			2,532 (7.4%)		
	米州	3,262 (9.7%)			3,545 (10.4%)		
	アジア・オセ アニア	11,982 (35.8%)			12,387 (36.4%)		
	うち中 国	9,299 (27.8%)			9,563 (28.1%)		

有期契約社員		14,089 (29.6%)	—	—	14,112 (29.3%)	—	—
日本		9,898 (70.3%)	753 (7.6%)	9,145 (92.4%)	9,759 (69.2%)	761 (7.8%)	8,998 (92.2%)
日本以外		4,191 (29.7%)	／	／	4,353 (30.8%)	／	／
欧州		634 (4.5%)			567 (4.0%)		
米州		2,357 (16.7%)			2,715 (19.2%)		
アジア・オセアニア		1,200 (8.5%)			1,071 (7.6%)		
うち中国		778 (5.5%)			674 (4.8%)		

男女別リーダー数・比率

		2012.4.1			2013.4.1		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性
リーダー総数		2,637人	1,479人	1,158人	2,666人	1,405人	1,261人
日本		1,088人	839人	249人	1,068人	795人	273人
日本以外		1,549人	640人	909人	1,598人	610人	988人
欧州		298人	138人	160人	304人	135人	169人
米州		643人	190人	453人	710人	214人	496人
アジア・オセアニア		608人	312人	296人	584人	261人	323人
中国		401人	210人	191人	352人	166人	186人
リーダー比率		100%	56.1%	43.9%	100%	52.7%	47.3%
日本		41.3%	77.1%	22.9%	40.0%	74.4%	25.6%
日本以外		58.7%	41.3%	58.7%	60.0%	38.2%	61.8%
欧州		11.3%	46.3%	53.7%	11.4%	44.4%	55.6%
米州		24.4%	29.5%	70.5%	26.6%	30.1%	69.9%

		アジア・オセアニア	23.1%	51.3%	48.7%	21.9%	44.7%	55.3%
		中国	15.2%	52.4%	47.6%	13.2%	47.2%	52.8%

※国内リーダー数は2013年4月1日時点、海外リーダー数は2012年12月31時点とする

※海外のリーダーとはManager以上とする

平均勤続年数

	2012.4.1	2013.4.1
国内グループ全体	15.3年	15.8年
男性	18.1年	18.0年
女性	14.1年	15.2年

※対象：社員（有期契約社員除く）

労働時間・有給休暇取得率

	目標	2011年度	2012年度
一人あたり年間総実労働時間	前年以下	/	/
株式会社資生堂		1,876.6時間	1,869.9時間
国内グループ		1,813.5時間	1,806.7時間
年間所定労働時間（国内）	/	1,852.25時間	1,844.5時間
一人あたり月平均所定外労働時間	前年以下	/	/
株式会社資生堂		188.3時間	188.5時間
国内グループ		87.6時間	91.3時間
年次有給休暇取得率	60%以上	/	/
株式会社資生堂		71.1%	70.0%
国内グループ		49.7%	49.9%

■ 初任給

2013年4月入社社員：東京都区部勤務の場合

区分	支給額
博士了	月給247,600円
修士了	月給219,790円
大学卒	月給205,730円
高専卒	月給186,320円

※いずれも勤務手当9,000円（地域により異なる0～9,000円）を含む。

■ エコール資生堂の対象者数

	2011年度（カッコ内比率）	2012年度（カッコ内比率）
国内	13,376人（51.9%）	13,068人（51.6%）

※対象範囲は管理職、総合職、美容職社員（役員・参与除く）

■ 離職率

	2011年度	2012年度
国内資生堂グループ	2.1%	2.0%
結婚・出産・育児理由	0.08%	0.23%
資生堂販売株式会社	2.0%	2.2%
結婚・出産・育児理由	0.22%	0.82%

※国内資生堂グループ対象者：管理職・総合職

※資生堂販売対象者：美容職のみ（有期契約社員を除く）

育児休業、育児時間取得者とカンガルースタッフ数

	2011年度（カッコ内比率）	2012年度（カッコ内比率）
育児休業 （短期育児休暇も含む）	1,321人（5.15%）	1,375人（5.43%）
男性	15人（0.06%）	12人（0.05%）
女性	1,306人（5.09%）	1,363人（5.38%）
育児時間	1,681人（6.56%）	1,720人（6.79%）
男性	5人（0.02%）	5人（0.02%）
女性	1,676人（6.54%）	1,715人（6.77%）
うち店頭BCの育児時間	1,025人	1,048人
男性	0人	0人
女性	1,025人	1,048人
カンガルースタッフ	1,534人	1,596人

※国内資生堂グループ

※育児休業（時間）取得率＝育児休業（時間）取得者数／期首国内社員数×100

※全社員（有期契約社員含む）とする

介護休業、介護時間取得者数

	2011年度（カッコ内比率）	2012年度（カッコ内比率）
介護休業	24人（0.09%）	27人（0.11%）
男性	1人（0.00%）	0人（0.00%）
女性	23人（0.09%）	27人（0.10%）
介護時間	18人（0.07%）	14人（0.06%）
男性	0人（0%）	1人（0%）
女性	18人（0.07%）	13人（0.05%）

※国内資生堂グループ

※全社員（有期契約社員含む）とする

※介護休業（時間）取得率＝介護休業（時間）取得者数／期首国内社員数×100

■ 短時間勤務制度利用者数

	2011年度（カッコ内比率）	2012年度（カッコ内比率）
国内	1,705人（6.65%）	1,734人（6.85%）
男性	5人（0.02%）	6人（0.02%）
女性	1,700人（6.63%）	1,728人（6.83%）

※短時間勤務利用者とは、育児時間および介護時間を取得している者とする

※全社員（有期契約社員含む）とする

■ 産前産後休暇・育児休業後の復職率・定着率

		2011年度	2012年度
復職率	国内グループ	97.8%	100%
	資生堂販売株式会社	93.4%	97.4%
定着率	国内グループ	100%	95.4%
	資生堂販売株式会社	96.9%	94.4%

※国内グループ対象者：管理職・総合職、資生堂販売株式会社 対象者：美容職（有期契約社員を除く）

※復職率＝当年度の育児休業からの復職者数÷当年度の育児休業からの復職予定者数×100

※定着率＝前年度の育児休業からの復職者のうち当年度3月末日時点で在籍している社員数／前年度の育児休業からの復職者数×100

■ 定年後再雇用制度利用者数

	2012.4.1	2013.4.1
国内グループ	181人	255人

■ 障がい者雇用率

	2011年度	2012年度
株式会社資生堂	2.81%	2.76%
国内資生堂グループ	1.90%	1.90%

※各年6月末日時点のデータ

海外関連会社役員の非日本人比率

	2012.4.1	2013.4.1
海外グループ	49.2%	43.7%

※本社外国籍役員が現地法人を兼任している場合に、現地人役員としてカウントする

※複数社の役員に就いている場合もカウントする

人権啓発・企業倫理研修の開催実績

対象者：国内グループ社員

	2011年度	2012年度
研修テーマ	ハラスメント	セクシャルハラスメント
開催数	1回	1回
時間（1回あたり）	15分	30分
受講者数	22,000人	22,100人

※受講者数とは、1回当たり（eラーニング、ペーパー読み合わせ者含む）の人数

業務災害発見件数

	2011年度	2012年度
国内	14件	34件
うち工場・業務委託先	1件	13件
海外	173件	93件

※業務災害は休業を伴う労働災害にあった件数

※国内工場における業務委託先の業務災害発見件数は業務委託先からの情報提供件数

業務災害強度率

	2012.4.1	2013.4.1
業務災害発生件数	14件	34件
強度率	0.014	0.019

※国内資生堂グループの業務災害発生件数

※強度率＝労働損失日数／延労働時間数×1,000

休業災害率、時間損失負傷災害件数率

	2011年度	2012年度
LTI	0.071	0.173
LTIFR	0.36	0.87

※国内資生堂グループの休業災害率および時間損失負傷災害件数率とする

※休業災害率（LTI）＝時間損失負傷災害件数／延労働時間数×200,000

※LTIFR＝業務災害発生件数／延労働時間数×1,000,000

産業医・産業保健スタッフ一人あたりの社員数

	2012.4.1	2013.4.1
株式会社資生堂	195.9人	221.2人
国内グループ	218.3人	220.1人

※定義：産業医数は選任している事業所ごとに1名（複数の常勤産業医および非常勤産業医と契約している場合には複数名）でカウント

労働組合数、構成比

		2012.4.1	2013.4.1
株式会社資生堂	労働組合員数	2,613人	2,562人
	構成比（※1）	44.5%	44.5%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%
国内グループ	労働組合員数	11,924人	11,623人
	構成比（※1）	46.3%	50.0%
	労働法でカバーされる社員数	100%	100%

※各年4月1日時点のデータ

※1 構成比＝労働組合員数／社員数（管理職・有期契約社員含む）×100

労働組合がある法人割合

	2012.4.1	2013.4.1
国内	18.2%	18.2%
海外	33.3%	34.1%

環境活動関連データ

国内

指標		対象範囲	2010年度 実績	2011年度 実績	2012年度 実績
インプット	電力 (万kWh)	生産事業所	3,776	3,425	3,104
		非生産事業所	4,480	3,467	3,420
	都市ガス (万 m ³)	生産事業所	583	567	523
		非生産事業所	132	103	85
	LPG (t)	生産事業所	41	42	35
		非生産事業所	0	0	0
	燃料 (kl)	生産事業所	0	1	1
		非生産事業所	2,292	2,254	2,108
	蒸気 (GJ)	非生産事業所	12,416	10,489	9,794
アウトプット	水 (万m ³)	生産事業所 (原単位) *1	85 (11.158)	84 (9.945)	76 (10.379)
	CO ₂ (t)	生産事業所 (原単位) *2	26,416 (0.396)	24,815 (0.395)	26,099 (0.459)
		非生産事業所	23,856	20,999	22,910
	SO _x (t)	生産事業所	0	0	0
	NO _x (t)		5	4	14
	排水 (万m ³)	生産事業所	74	79	70
	BOD (t)	生産事業所	20	17	15
	COD (t)		32	29	28
	廃棄物 (t)	生産事業所 (原単位) *1	4,474 (0.059)	4,189 (0.050)	3,374 (0.046)
		非生産事業所	1,411	1,247	1,333
	リサイクル率 (%)	生産事業所	100	100	100

国内生産事業所別 データ

鎌倉工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	695	613	589
	都市ガス (万m ³)	80	67	53
	水 (万m ³)	12	11	9
アウトプット	CO ₂ (t)	4,079	3,810	3,932※
	SOx (t)	0	0	0
	NOx (t)	0	0	0
	排水 (万m ³)	10	9	8
	BOD (t)	2	1	0
	COD (t)	3	1	1
	廃棄物 (t)	560	420	325

大阪工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	761	711	667
	都市ガス (万m ³)	68	67	62
	燃料 (kl)	0	1	1
	水 (万m ³)	18	19	18
アウトプット	CO ₂ (t)	3,567	3,530	4,169※
	SOx (t)	0	0	0
	NOx (t)	0	0	0
	排水 (万m ³)	18	19	18
	BOD (t)	1	0	1
	COD (t)	3	3	3
	廃棄物 (t)	909	877	820

掛川工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	1,337	1,110	1,061
	都市ガス (万m ³)	172	152	141
	水 (万m ³)	25	23	19
アウトプット	CO ₂ (t)	9,482	7,251	8,160※
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	2	1	1
	排水 (万m ³)	20	19	17
	BOD (t)	8	4	4
	COD (t)	8	6	5
	廃棄物 (t)	614	453	299

久喜工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	983	991	788
	都市ガス (万m ³)	263	281	267
	LPG (t)	41	42	35
	水 (万m ³)	31	32	27
アウトプット	CO ₂ (t)	9,288	10,225	9,838※
	SO _x (t)	0	0	0
	NO _x (t)	2	3	13
	排水 (万m ³)	26	32	27
	BOD (t)	10	12	10
	COD (t)	19	19	19
	廃棄物 (t)	2,391	2,440	1,929

※2013年度目標を1年前倒しして達成する水準でしたが、電力会社の排出係数が悪化し、前年に対して1,284トン増加しました。なお、自助努力（2011年度排出係数で算出した2012年度実績との差）では前年に比べて2,176トン削減しました。

海外

指標		対象範囲	2010年度 実績	2011年度 実績	2012年度 実績
インプット	電力 (万kWh)	生産事業所	3,906	4,110	4,063
		非生産事業所	670	691	720
	都市ガス (万m ³)	生産事業所	346	354	365
		非生産事業所	23	24	19
	LPG (t)	生産事業所	53	75	97
		非生産事業所	0	0	0
	燃料 (kl)	生産事業所	24	60	77
		非生産事業所	1,036	1,075	1,147
	蒸気 (t)	生産事業所	4,627	4,006	4,248
	水 (万m ³)	生産事業所 (原単位) *1	40 (8.382)	46 (8.552)	50 (9.628)
アウトプット	CO ₂ (t)	生産事業所 (原単位) *2	28,177 (0.783)	25,158 (0.581)	21,782 (0.437)
		非生産事業所	5,271	4,819	5,005
	廃棄物 (t)	生産事業所 (原単位) *1	3,313 (0.070)	4,071 (0.076)	4,510 (0.086)
		非生産事業所	719	671	799
	リサイクル率 (%)	生産事業所	89	80	83

※海外非生産事業所については、主要な事業所のみ

*1 中味製造量

*2 生産数量

海外生産事業所別 データ

資生堂アメリカインク

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	341	345	377
	都市ガス (万m ³)	34	36	35
	水 (万m ³)	1	1	1
アウトプット	CO ₂ (t)	1,713	1,299	1,413
	廃棄物 (t)	316	299	306

ダブリンインク

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	307	308	317
	都市ガス (万m ³)	38	40	35
	水 (万m ³)	4	4	4
アウトプット	CO ₂ (t)	2,360	2,420	1,841
	廃棄物 (t)	393	435	447

ゾートス インターナショナル インク ジェニーバ工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	1,013	1,079	939
	都市ガス (万m ³)	145	151	152
	LPG (t)	6	5	21
	水 (万m ³)	11	16	17
アウトプット	CO ₂ (t)	8,251	3,923	0
	廃棄物 (t)	784	1,847	2,259

※2012年度よりグリーン電力の利用とCO₂排出権償却によりカーボンニュートラルを実現

資生堂インターナショナルフランス バル・ド・ロワール工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	426	420	419
	都市ガス (万m ³)	57	52	58
	燃料 (kl)	0	0	0
	水 (万m ³)	3	3	2
アウトプット	CO ₂ (t)	1,828	1,681	1,827
	廃棄物 (t)	313	270	345

資生堂インターナショナルフランス ジアン工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	474	459	441
	都市ガス (万m ³)	31	30	31
	燃料 (kl)	0	1	1
	水 (万m ³)	1	1	1
アウトプット	CO ₂ (t)	1,204	1,166	1,170
	廃棄物 (t)	865	598	490

デクレオール アルジャントウイユ工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	118	121	124
	都市ガス (万m ³)	10	8	10
	水 (万m ³)	1	1	1
アウトプット	CO ₂ (t)	329	293	339
	廃棄物 (t)	210	230	163

資生堂麗源化粧品有限公司

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	259	261	301
	都市ガス (万m ³)	2	2	2
	蒸気 (t)	4,627	4,006	4,248
	水 (万m ³)	4	4	4
アウトプット	CO ₂ (t)	4,180	3,981	4,458
	廃棄物 (t)	97	132	151

上海卓多姿中信化粧品有限公司

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	421	486	519
	都市ガス (万m ³)	24	30	37
	水 (万m ³)	7	9	11
アウトプット	CO ₂ (t)	4,696	5,476	5,965
	廃棄物 (t)	175	191	182

台湾資生堂股份有限公司 中壢工場

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	184	171	180
	都市ガス (万m ³)	6	6	7
	燃料 (kl)	1	1	1
	水 (万m ³)	2	2	2
アウトプット	CO ₂ (t)	1,301	1,208	1,296
	廃棄物 (t)	71	57	59

資生堂ベトナム有限責任会社

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	295	293	329
	LPG (t)	47	70	76
	水 (万m ³)	6	4	4
アウトプット	CO ₂ (t)	1,815	1,875	2,096
	廃棄物 (t)	3	81	88

上海：妮透明美容香皂有限公司

指標		2010年度実績	2011年度実績	2012年度実績
インプット	電力 (万kWh)	—	168	116
	燃料 (kl)	—	58	75
	水 (万m ³)	—	4	4
アウトプット	CO ₂ (t)	—	1,836	1,376
	廃棄物 (t)	—	25	22

一瞬も一生も美しく 

ステークホルダーとのエンゲージメント

客観性・透明性を高めるため、各テーマにあわせ外部識者の方々からご意見をいただいています。

ステークホルダーダイアログ

「社会の要請事項から考える課題と資生堂への期待に関するステークホルダーダイアログ」を開催



開催日時： 2012年1月30日（月） 10:00 - 12:00
場所： 資生堂汐留オフィス会議室

2012年1月30日に、資生堂ステークホルダーダイアログを開催しました。今回は2011年に実施した「資生堂CSRアクション（社会的要請事項に対する当社の取り組み状況を確認するPDCAマネジメント）」の結果、浮かび上がった課題をもとに資生堂の進むべき方向を議論しました。参加者には消費者、投資家、社員など各ステークホルダーを代表する皆さまにお集まりいただき、社会情勢の移り変わりから考える今の資生堂の課題や期待についてご意見を頂戴しました。

ダイアログにご参加いただいた方々

河口 真理子氏	大和総研 環境・CSR調査部長
野村 浩一氏	富士ゼロックス株式会社 CSR部 企画グループ グループ長
林 陽子氏	アテナ法律事務所 弁護士
増田 悦子氏	社団法人全国消費生活相談員協会 常任理事
赤塚 一氏	資生堂労働組合 中央執行委員長

司会：株式会社クレイグ・コンサルティング 代表取締役 小河 光生氏

資生堂参加者

アキレス美知子	株式会社資生堂 執行役員
塩島 義浩	CSR部長
片岡 まり	CSR部次長

(計9名)

資生堂が考えるCSR活動の課題

2011年度に実施した「資生堂CSRアクション」の結果から以下の2項目の課題を含め、幅広い観点から、参加者の皆さまにご意見を求めました。

① 多様なお客さまへの配慮

高齢者や障がい者などの社会的弱者、日本人以外のお客さまでも使いやすい商品開発・情報提供。

② グローバル基準での人権への対応

グローバル経営を進めるにあたって各国の法令を順守するだけでなく、デューデリジェンスなど、より積極的な人権問題への対応。

ご参加いただいた皆さまからのご意見・ご提案（50音順）

河川 真理子氏／大和総研 環境・CSR調査部長



【ご意見】投資家の立場からは、資生堂には長期志向でCSRを企業価値に結び付けるといふ課題に取り組んでいただきたいと思います。日本企業の課題として、多くのステークホルダーに対峙するCSR部門、株主に向き合うIR部門の間の連携がとれておらず、社員との理念・意識の共有も不十分で、その結果CSRを経営に落とし込めていないことがあります。現在多くの投資家は短期の業績に関心があり、株主に対しては経営者も短期的な数字を追い求めるため、長期的な企業価値に結びつくCSRがお題目だけの活動になってしまいがちです。長期運用をしている投資家に資生堂のバリューをアピールすることが投資家教育につながりますし、例えば資生堂の企業年金をSRI*で運用するなど、自らもCSRに関して一貫性を持った活動をしていけば、社会的に大きな影響力を持つでしょう。資生堂には先進企業として日本の企業や投資家に変化を与えてくれることを期待しています。また、消費者の観点では、業界や関連団体と協力し、自律した消費者を育てる教育を期待したいと思います。動物実験廃止や商品の由来を店頭でアピールするなど、事業そのものの取り組みをもっと発信するべきです。環境など網羅的な活動をどう企業価値につなげるかが課題ですし、新興国での女性のエンパワーメントや地位向上へのアプローチに期待しています。

*SRI：社会的責任投資。財務面からだけでなく、社会・倫理・環境などの視点から社会的責任を果たしているかどうかを銘柄選別基準にして、投資を行うこと。

野村 浩一氏／富士ゼロックス株式会社 CSR部 企画グループ グループ長



【ご意見】企業を取り巻く外部環境が大きく変化する中、多くの日本企業はCSRをうまく経営に取り込めていないと言われていますが、一方で大きなポテンシャルを持っていると思っています。その一番のポイントはCSRに対する社員の理解度、共感度の高さです。CSRの社員浸透にはトップやCSR部門からの継続的な啓発が重要ですが、お客さまの意見・CSRに対する意識の変化などを社員に積極的に伝え、CSRが社員の本業と結びついていることを理解してもらうことが最も効果的であると思います。特に海外では我々が思っている以上にお客さまのCSRへの関心が高くなっていますが、営業部門がそのことを知ると彼らのCSRへの意識はとて高くなります。また、地域ごとにその地域の課題解決に貢献する社会活動を行うと、現地社員のCSRへの理解はさらに深まり、モラルアップにもつながります。資生堂には、社員一丸となって本業でCSRに取り組み、グローバルで各地域から信頼され、愛される代表的な日本企業になっていただきたいと思っています。

林 陽子氏／アテナ法律事務所 弁護士



【ご意見】CSRとは「この会社としてどのような資本主義をめざすのか」という大きな問題であると捉えています。あらゆるステークホルダーにどのような価値を提供するかといった命題に応える活動がCSRであると考えています。CSRに力を入れている企業はコンプライアンスを超えて最先端の情報を集め、行動すべきではないでしょうか。例えば最近報道された雇用管理の悪例として、育児休業後の女性を現職復帰させなかった例があります。このケースでは、法令違反ではありませんでしたが企業側が敗訴し、企業ブランドを大きく棄損しました。企業は法令を順守するだけでなく、より積極的な対応が必要になってきます。ラギー・レポート*にある「保護・尊重・救済」についても、資生堂にはCSR先進企業として事例をつくり、範を示していただきたいと思っています。資生堂の継続的な発展のためにより一層の革新を期待しています。

*ラギー・レポート：国連事務総長特別代表のジョン・ラギー氏により、国連人権委員会に提出された報告書の総称。ISO26000の策定やOECD多国籍企業ガイドラインの改訂に大きな影響を与えた。

増田 悦子氏／社団法人消費生活相談員協会 常任理事



【ご意見】現在は金融商品を始めとして商品が高度化する一方、消費者力が落ちていることが原因となり、通常取引でのトラブルが増えています。インターネットなどで商品の流動性が高まったことで偽ブランド品が多く出回っていますが、ブランドを傷つけられている企業の保護活動は消費者には見えていないなどの問題もあります。また、実際に起きた消費者トラブルとしては、高齢者が試供品のシャンプーをクリームだと思って顔に塗ってしまったり、子供がキレイな箱に入った石鹸をお菓子と間違えて食べてしまったりすることがありました。消費者の意見が伝わると社員のモチベーションも向上するでしょうし、社員がやる気になれば消費者にさらに満足いただける事業活動ができるのではないかと思います。化粧品や健康食品の正しい情報や考え方について、資生堂が社会の基準を示すような立場であってほしいと思います。また一方で、消費者のモラル低下の問題もあります。資生堂には本当の意味での消費者教育とは何かを検討していただきたいと思ひますし、業界や関連団体とともにこのような問題の解決に力を貸していただけることを期待しています。

赤塚 一氏／資生堂労働組合 中央執行委員長



【ご意見】CSRの社内への浸透が弱いように感じています。企業の短期利益志向は自らの首を絞めている感がありますので、社会貢献にとらわれず、大きな意味でCSRを経営に組み込んでいく必要があるでしょう。資生堂は今年創業140周年を迎えますが、これは社員として誇りに思っていますし、多くのステークホルダーの皆さまに支えていただいております。これからも社会から必要とされる会社であり続けるために、労働組合としても社員のCSRに対する意識を高めていきたいと考えています。また社員満足度調査によると、資生堂の社員満足度は比較的高いという結果が出ていますが、それで満足してはいけないと思います。グローバル化などの変化には社員にも戸惑いがあります。社員には変化を受け入れる柔軟性や積極性を高めることが必要であり、会社には更に社員一人ひとりの可能性を引き出すことに取り組んでいただきたいと思います。

ステークホルダーダイアログを受けて



株式会社資生堂 執行役員
アキレス美知子

資生堂ではこれまで積極的CSR活動に取り組み、皆さまからもご評価いただけてきました。一方、目指す姿を実現するにはまだいくつかの課題があると考えています。今回は、商品を通じてお客さまと対話することの必要性や情報発信のあり方などについて、様々なご示唆をいただきました。資生堂がグローバル経営を進めていく中で、人権問題などへの対応のほか、CSR活動が社員一人ひとりにより浸透し企業価値向上につなげていくことの重要性も再認識しました。

おかげさまで今年、資生堂は140周年を迎えます。これからも皆さまに必要とされる企業であり続け、社員がもっと力を発揮できるよう、経営層から率先垂範して、積極的に現場の声や外部の方の声を聞いていきたいと思っています。今後も皆さまとのダイアログを継続し、多様なご意見を参考にしながら、世界の全事業所でCSRが事業活動の中核になるよう活動していきます。

化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議

■ 第六回「化粧品の成分の動物実験廃止を目指す円卓会議」を開催

開催日時： 2014年3月19日（水）10：30 - 12：15

場所： 東京銀座資生堂ビル会議室

資生堂は、2010年3月に化粧品における動物実験廃止を目指す宣言をし、以来5回にわたり、有識者・学術関係者・動物愛護団体のステークホルダーのみなさまとともに円卓会議を開催し、さまざまな議論を重ねてまいりました。そして、ステークホルダーの声を反映して、動物実験代替法に基づく安全性保証体系を確立したことにより、2013年4月より開発に着手する化粧品・医薬部外品における社内外での動物実験を廃止しました。

第六回となる今回はこれまでの締めくくりの会として、ご参加いただいたみなさまにお集まりいただき、2013年度の資生堂の取り組み成果やご参加のみなさまそれぞれの廃止に向けた取り組みを共有するとともに、これまでの円卓会議を振り返りました。

円卓会議にご参加いただいた方々（50音順）

浅野 明子 氏	高木國雄法律事務所
板垣 宏 氏	横浜国立大学大学院工学研究院 教授
亀倉 弘美 氏	NPO法人 動物実験の廃止を求める会（JAVA） 理事
田中 憲穂 氏	鳥取大学染色体工学研究センター 客員教授
中野 栄子 氏	株式会社日経BPコンサルティング プロデューサー
藤井 敏彦 氏	経済産業研究所 コンサルティングフェロー
吉田 武美 氏	日本毒性学会 元理事長
(司会) 川北 秀人 氏	IIHOE 人と組織と地球のための国際研究所 代表

資生堂参加者

岩井 恒彦	株式会社 資生堂 執行役員
知久 真巳	株式会社 資生堂 品質評価センター長

資生堂事務局

塩島 義浩	株式会社 資生堂 CSR部長
-------	----------------

当日の議論は、主に2つの観点から進められました。

1つ目は、資生堂の2013年度の取り組みおよびご参加のみなさまそれぞれの廃止に向けた取り組みの共有でした。

資生堂の取り組みの主な成果については、

- ① 安全性保証体系を確立した上でさらに、皮膚感作性、光感作性、遺伝毒性、生殖発生毒性の各項目において、それぞれの評価方法を改善し、精度の向上と適用範囲の拡大を図りました。
- ② 代替法の公定化および業界標準化においては、皮膚感作性試験代替法（h-CLAT）についてOECDガイドライン化に向けたプロセスの着実な進展がありました。
- ③ また、社外有識者も含めた「動物実験に依存しない化粧品の安全性保証に関する討論会」を3回開催し、全身毒性・反復投与毒性・生殖発生毒性等についての安全性保証体系について検討しました。
- ④ 中国、韓国やイスラエルなど世界各国で着実に動物実験廃止の流れは加速している中で、各国の関連制度への当社の対応も進展しています。EUにおいては、今までどおり安全性を保証する書類等は動物実験データを使用せず作成しており、フランス当局による査察でも特に大きな指摘等はありませんでした。

その他、ご参加のみなさまの主な取り組みとしては、消費者や同業他社への働きかけに関する取り組み成果や、代替法の認知向上を図っていく今後の取り組みについても発表されました。

2点目は、これまでの円卓会議を振り返り、ご参加のみなさまからこれまでの感想・ご意見をいただきました。「さまざまなステークホルダーが一堂に集まり、利害関係を超越して議論できた結果、イノベーションを生み出した」「対立する意見を持つステークホルダーとの円卓会議は、非常に勇気のいることだが、本円卓会議は、エンゲージメント事例として、日本企業におけるベストプラクティスではないか」「円卓会議は終わりになるが、それぞれの課題に対するアプローチは継続的に必要」等のご意見が出されました。



第三者意見



株式会社クレイグ・コンサルティング
代表取締役 小河 光生 氏

<CSRアクションによるCSR品質に評価>

今回のCSR・環境サイトの刷新は、誰がこのウェブサイトの読み手であるかを意識した構造になっている。専門家向けにはISO26000のフレームワークを活用して継続的な開示を心がけ、顧客や地域社会といったステークホルダー向けには、資生堂が重視する3つの領域、「女性・化粧、文化、環境」を強調する作りになっている。ステークホルダーとの対話と協働を重視する同社の真摯な姿勢と特徴がよく表れている。

一方、内容面を見ると「Our Way」の実践に基づきつつ、同社独自のフレームワークである「CSRアクション」を活用、経営レベルで事業継続上のリスク予防が徹底されている。CSRアクションの範囲は資生堂本体にとどまらず国内外関係会社のセルフチェックも実施しており、資生堂がグループをあげてひとつの方針をやりきる実践力を高く評価したい。さらに、CSRアクションにより抽出された課題（多様なお客さまへの配慮、グローバル人権）に対しては、有識者によるダイアログを開催しており、ここでも外部の客観的目線を入れて自らの課題を深く認識しようという姿勢が見て取れる。これらを総合的に見ると、CSRアクションを十分に活用することで、CSR委員会を核とするPDCAがきちんとまわっていることが確認できる。この仕組みは広く日本企業のCSRの進め方に示唆を与える質の高い取り組みと評価したい。

<中期経営計画との連動を高める>

一方で、当社のCSRをさらに発展させるためにいくつかの課題を指摘したい。

まず、中期経営計画とCSR方針の連動性をより強めたい。「資生堂のCSRとは」に書かれた「資生堂ならではのCSR」と「基本的CSR」が明示された三角形にあるとおり、資生堂がCSRに取り組む狙いが「企業価値を維持し、高める」ことにあるので、経営計画とCSRとの関係性は強く結びついていくはずだ。言い換えれば「資生堂ならではのCSR活動」と事業との関係性や、これを行うことでどのように中期経営計画に貢献できるのかを積極的に述べてよいと考える。

たとえば、海外の先進企業では、環境負荷や社会的な影響力を考慮しながら事業規模をこする、といった形でトップ方針が示されている。事業規模を拡大していく際にバリューチェーンを見直し、社会的価値の高いイノベーションを生み出すことで企業成長につなげることをわかりやすく明示している。

したがって、資生堂においてもCSR活動の注力が、よりビジネスと連動しブランド戦略に直接的に作用する内容を積極的に記載したい。本業との連動を高めないと現場の社員にとってCSRが彼らの仕事にどう関係するか意味を見出しにくくなり、組織浸透も進まないと考ええる。

<マテリアリティの再定義>

一般的に「なぜ我が社はCSRを行うのか」という問いかけは非常に重要である。この問いかけを怠るとCSRは事業と乖離を始めてしまい、独りよがりの部分最適に陥ってしまう。近年のCSRは、20-30年先のバリューチェーン上のリスクとチャンス洞察しつつ、企業がどのように対応すべきかを先んじて考えることにCSRの意味合いを見つけ出そうという傾向にある。たとえば、20-30年先に世界の人口が80億人を突破することは確実視されている。このような人口動態の変化が資生堂グループのバリューチェーンにどのようなリスクとチャンスをもたらせるのか、といった視点で今一度検討する必要はないか。

「CSRトップコミットメント」の中で「紛争・貧困などによる格差・不公平などの拡大、環境問題の深刻化、エネルギー、資源の枯渇問題など、“国境を越えた課題”が山積している」と述べられているが、これら社会課題がどのように資生堂のビジネ

スと関係してくるかは、上記のバリューチェーン分析を行うことで意味づけができてくるだろう。そのことが「事業を通して社会からの期待に応える」という根本原則に立ち返ることになるのではないかな。

さらに、バリューチェーン分析で見出されたリスクとチャンスにどのように優先順位をつけていくべきか。その検討の過程に資生堂のマテリアリティの考え方が整理されてくるだろう。資生堂は「CSRの重点活動領域」として「女性・化粧」「文化」「環境」を定めており、さまざまな素晴らしい活動を行っている。上記のバリューチェーン分析で出てくるマテリアリティの考え方は、この資生堂の重点活動領域をさらに意味深いものに再定義して行くことだろう。

＜資生堂の経営を世界に提唱する＞

前記した資生堂ならではのCSRの最上位には「新しい価値の提示、市場創造」が置かれている。この考え方はコンプライアンスや環境対策などの「やって当たり前」の項目より、さらに高いレベルでCSRを位置付けており、近年ポーター教授が提唱した「共通価値の創造」を連想させる高い目標である。現状では「資生堂ライフクオリティービューティプログラム」がこの新しい価値の提示の好例となるだろう。

これからの資生堂のCSRではこの新しい価値の提示の重要性が増していくだろう。なぜなら、日本企業のグローバル化が進む中で、資生堂も国内から海外のマーケット開拓を加速する戦略が必要になるからだ。たとえば、アジアでは女性の社会的地位や所得が差別的に低い地域が存在する。そうした地域で女性の社会進出を後押しし、資生堂自らが新市場を育む活動が必要になってくるだろう。このような「新しい価値の提示」が資生堂の事業戦略＝CSRになってくることを期待したい。資生堂は140年の長い業歴、自社をこよなく愛する社員、動物実験の廃止、先進的なダイバシティ経営など、非常に特徴ある経営を推進している。こうした資生堂の強みを使って、資生堂ならではの新しい価値を提示、これが資生堂のめざす経営スタイルであると世界に提唱する存在をめざしたい。

一瞬も一生も美しく 

編集方針

資生堂のCSR・環境は、以下の方針で編集しています。

- 各活動の取り組みを、ISO26000（社会的責任に関する手引き）の7つの中核主題に準じてご紹介しています。
- 各ページの報告内容を簡潔にし、読みやすくしました。
- グループの報告を充実させるために、海外での取り組みにも焦点を当てました。
- CSR・環境および人事関連の実績報告を一覧で開示しています。
- 当ウェブサイトに掲載している情報の対象期間は、2012年度（2012年4月1日から2013年3月31日）を中心としていますが、一部当該期間以前もしくは以後直近の内容も含まれています。
- 国連グローバルコンパクト、GRI（Global Reporting Initiative）のサステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第3.1版（G3.1）、2010年11月に発行されたISO26000（社会的責任に関する手引き）を参考にしています。
- 対象範囲は、株式会社資生堂と資生堂グループ各社（連結子会社）93社、2013年3月31日現在としています。上記対象範囲と異なるデータにつきましては、注釈を明記しています。

また2012年度の資生堂のCSR・環境の情報開示は、本バックナンバーの他、「アニュアルレポート 2013」でも行っております。

GRIガイドライン

資生堂グループ企業情報サイト CSR/環境カテゴリーを作成するにあたり、「GRIサステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第3.1版」を参考にしました。

資生堂グループ企業情報サイト CSR/環境カテゴリー以外の媒体にて記載の場合は、その媒体の名称を記載しています。

※GRIガイドライン第3.1版と国連グローバル・コンパクトの原則との対応を記載しています。ただし、グローバル・コンパクトの原則とGRIガイドライン第3.1版との正式な対応表がグローバル・コンパクト事務局より未発行のため、一部自社において解釈を加えています。

「記載箇所」について

- ・下線部については、本バックナンバーの各該当箇所に記載しています。
- ・「該当なし」は、関連がない、もしくは重大なレベルに関わる事例がない項目
- ・「空欄」は、開示がない項目

1. 戦略および分析

項目		指標	記載箇所	GC
1.1		組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	<u>CSRトップコミットメント</u>	
1.2		主要な影響、リスクおよび機会の説明	<u>資生堂CSR3つの約束/</u> <u>CSR活動の領域/</u> <u>CSR活動の推進体制/</u> <u>資生堂のリスクマネジメント/</u> 有価証券報告書/ 企業データ	

2. 組織のプロフィール

項目		指標	記載箇所	GC
2.1		組織の名称	企業データ	
2.2		主要なブランド、製品および／またはサービス	企業データ	
2.3		主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	企業データ	
2.4		組織の本社の所在地	企業データ	
2.5		組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	企業データ	
2.6		所有形態の性質および法的形式	企業データ	
2.7		参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客／受益者の種類を含む）	企業データ	
2.8		以下の項目を含む報告組織の規模 従業員数 事業数 純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について） 負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について） 提供する製品またはサービスの量	企業データ/ 有価証券報告書	
2.9		以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 株主資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合）	有価証券報告書	
2.10		報告期間中の受賞歴	企業データ	

3. 報告要素

報告書のプロフィール

項目		指標	記載箇所	GC
3.1		提供する情報の報告期間（会計年度／暦年など）	<u>編集方針</u>	
3.2		前回の報告書発行日（該当する場合）	2013年6月	
3.3		報告サイクル（年次、半年ごとなど）	基本的に年に1回発行	
3.4		報告書またはその内容に関する質問の窓口	「資生堂のCSRについてのお問い合わせ」	

報告書のスコープおよびバウンダリー

項目		指標	記載箇所	GC
3.5		以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス 重要性の判断 報告書内のおよびテーマの優先順位付け 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定	<u>資生堂CSR3つの約束/ CSR活動の領域/ CSR活動の推進体制</u>	
3.6		報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）	<u>編集方針</u>	
3.7		報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	<u>編集方針</u>	
3.8		共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび／または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	有価証券報告書	
		あるその他の事業体に関する報告の理由		
3.9		報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	<u>編集方針/ 活動実績データ</u>	
3.10		以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由（合併／買収、基本となる年／期間、事業の性質、測定方法の変更など）	有価証券報告書	
3.11		報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	有価証券報告書	

GRI内容索引

項目		指標	記載箇所	GC
3.12		報告書内の標準開示の所在場所を示す表	<u>GRIガイドライン 対照表</u>	

保証

項目		指標	記載箇所	GC
3.13		報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	<u>第三者意見</u>	

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画

ガバナンス

項目		指標	記載箇所	GC
4.1		戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	<u>コーポレート ガバナンス</u>	
4.2		最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	<u>コーポレート ガバナンス</u>	
4.3		単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数および性別を明記する	<u>コーポレート ガバナンス/ 企業データ</u>	
4.4		株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	<u>通報窓口の設置/ 社員の声を聞く仕組み/ 社員の相談窓口/ 人事・公正な評価/ 良好な労働組合との関係</u>	
4.5		最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬（退任の取り決めを含む）と組織のパフォーマンス（社会的および環境的パフォーマンスを含む）との関係	<u>コーポレート ガバナンス</u>	
4.6		最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	<u>CSR活動の推進体制/ コーポレート ガバナンス</u>	
4.7		性別およびその他のダイバーシティ指標へのあらゆる考慮を含む、最高統治機関およびその委員会メンバーの構成、適性および専門性を決定するためのプロセス	<u>コーポレート ガバナンス/ 企業データ</u>	
4.8		経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	<u>資生堂グループ企業理念/ 資生堂CSR3つの約束/ CSR活動の領域</u>	
4.9		組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規範および原則への支持または遵守を含む	<u>CSR活動の領域/ CSR活動の推進体制/ 国連グローバルコンパクト・コ ンパクトへの参加/ 環境方針（社会との約束）</u>	
4.10		最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	<u>CSR活動の推進体制/ コーポレート ガバナンス</u>	

外部のイニシアティブへのコミットメント

項目		指標	記載箇所	GC
4.11		組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	<u>CSR活動の推進体制</u>	
4.12		外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	<u>国連グローバルコンパクト・コンパクトへの参加</u>	
4.13		組織が以下の項目に該当するような、（企業団体などの）団体および／または国内外の提言機関における会員資格 統治機関内に役職を持っている プロジェクトまたは委員会に参加している 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている 会員資格を戦略的なものとして捉えている	<u>国連グローバルコンパクト・コンパクトへの参加/</u> <u>環境方針（社会との約束）/</u> <u>生物多様性の保全への取り組み</u>	

ステークホルダー参画

項目		指標	記載箇所	GC
4.14		組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	<u>コミュニティー参画</u> <u>および発展/</u> <u>ステークホルダーとのエンゲージメント</u>	
4.15		参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	Our Way	
4.16		種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	<u>コミュニティー参画</u> <u>および発展/</u> <u>ステークホルダーとのエンゲージメント/</u> <u>CSR・環境メール配信サービス</u>	
4.17		その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	<u>ステークホルダーとのエンゲージメント</u>	

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

経済

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	有価証券報告書	

側面：経済的パフォーマンス

項目		指標	記載箇所	GC
EC1	中核	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	有価証券報告書	
EC2	中核	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	環境目標と実績	原則 7
EC3	中核	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	企業年金による社員のライフプラン・サポート	
EC4	中核	政府から受けた相当の財務的支援	該当なし	

側面：市場での存在感

項目		指標	記載箇所	GC
EC5	追加	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した性別ごとの標準的新入社員賃金の比率の幅	初任給	原則 1
EC6	中核	主要事業拠点での地元のサプライヤー（供給者）についての方針、業務慣行および支出の割合	公正な競争・取引の徹底 中国における工場の中国産原材料の調達比率（数量ベース） 2012年度（1～12月） 原料：53.9% 材料：97.4%	
EC7	中核	現地採用の手順、主要事業拠点で現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	人事関連データ	原則 6

側面：間接的な経済的影響

項目		指標	記載箇所	GC
EC8	中核	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	コミュニティー参画および発展	
EC9	追加	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	社会活動関連データ	

環境

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	<u>環境方針</u> <u>環境目標と実績</u>	

側面：原材料

項目		指標	記載箇所	GC
EN1	中核	使用原材料の重量または量	<u>2012年度 環境負荷実績/</u> <u>環境活動関連データ</u>	原則 8
EN2	中核	リサイクル由来の使用原材料の割合	<u>2012年度 環境負荷実績/</u> <u>環境活動関連データ</u>	原則 8.9

側面：エネルギー

項目		指標	記載箇所	GC
EN3	中核	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	<u>2012年度 環境負荷実績/</u> <u>環境活動関連データ</u>	原則 8
EN4	中核	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	<u>2012年度 環境負荷実績/</u> <u>環境活動関連データ</u>	原則 8
EN5	追加	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	<u>生産での取り組み</u>	原則 8.9
EN6	追加	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	<u>生産での取り組み</u>	原則 8.9
EN7	追加	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	<u>生産での取り組み</u>	原則 8.9

側面：水

項目		指標	記載箇所	GC
EN8	中核	水源からの総取水量	<u>2012年度 環境負荷実績/</u> <u>環境活動関連データ</u>	原則 8
EN9	追加	取水によって著しい影響を受ける水源	該当なし	原則 8
EN10	追加	水のリサイクルおよび再利用量が総使用水量に占める割合		原則 8.9

側面：生物多様性

項目		指標	記載箇所	GC
EN11	中核	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	該当なし	原則 8
EN12	中核	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	該当なし	原則 8
EN13	追加	保護または復元されている生息地	該当なし	原則 8
EN14	追加	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	<u>生物多様性の保全への取り組み</u>	原則 8
EN15	追加	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN（国際自然保護連合）のレッドリスト種（絶滅危惧種）および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	該当なし	原則 8

側面：排出物、廃水および廃棄物

項目		指標	記載箇所	GC
EN16	中核	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	<u>2012年度 環境負荷実績/環境活動関連データ</u>	原則 8
EN17	中核	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	<u>商品での取り組み</u>	原則 8
EN18	追加	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	<u>現3カ年（2011～2013年度）環境活動方針と目標/環境活動関連データ</u>	原則 7.8.9
EN19	中核	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	該当なし	原則 8
EN20	中核	種類別および重量で表記するNOx、SOxおよびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	<u>2012年度 環境負荷実績/環境活動関連データ</u>	原則 8
EN21	中核	水質および放出先ごとの総排水量	<u>2012年度 環境負荷実績/環境活動関連データ</u>	原則 8
EN22	中核	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	<u>2012年度 環境負荷実績/環境活動関連データ</u>	原則 8
EN23	中核	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	該当なし	原則 8
EN24	追加	バーゼル条約付属文書I、II、IIIおよびVIIIの下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	該当なし	原則 8
EN25	追加	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	該当なし	原則 8

側面：製品およびサービス

項目		指標	記載箇所	GC
EN26	中核	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度	<u>商品での取り組み</u>	原則 7.8.9
EN27	中核	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	<u>商品での取り組み</u>	原則 8.9

側面：遵守

項目		指標	記載箇所	GC
EN28	中核	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし	原則 8

側面：輸送

項目		指標	記載箇所	GC
EN29	追加	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	<u>2012年度 環境負荷実績/ 研究・調達・物流・販売での取り組み</u>	原則 8

側面：総合

項目		指標	記載箇所	GC
EN30	追加	種類別の環境保護目的の総支出および投資	<u>2012年度環境会計</u>	原則 7.8.9

労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	<u>労働慣行</u>	

側面：雇用

項目		指標	記載箇所	GC
LA1	中核	性別ごとの雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	<u>人事関連データ</u>	※原則 6
LA2	中核	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	<u>人事関連データ</u>	原則 6

LA3	追加	主要事業拠点ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	福利厚生	
LA15	中核	性別ごとの出産・育児休暇後の復職率および定着率	勤務形態への配慮/ 人事関連データ	※原則 6

側面：労使関係

項目		指標	記載箇所	GC
LA4	中核	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	良好な労働組合との関係/ 人事関連データ	原則 1.3
LA5	中核	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	雇用	原則 3

側面：労働安全衛生

項目		指標	記載箇所	GC
LA6	追加	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	社員の安全と健康/ 人事関連データ	原則 1
LA7	中核	地域別および性別ごとの、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	人事関連データ	原則 1
LA8	中核	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている、教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	社員の安全と健康/ 人事関連データ	原則 1
LA9	追加	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	社員の安全と健康	原則 1

側面：研修および教育

項目		指標	記載箇所	GC
LA10	中核	性別ごとおよび従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	人事関連データ	※原則 6
LA11	追加	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	人材の活用と育成	
LA12	追加	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の性別ごとの割合	人事・公正な評価	※原則 6

側面：多様性と機会均等

項目		指標	記載箇所	GC
		性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体（経営管理職）の	<u>人事に関する基本方針/ダイバーシティの尊重/</u>	原則
LA13	中核	構成および従業員カテゴリーごとの従業員の内訳	<u>人事関連データ</u>	1.6

側面：男女同一報酬

項目		指標	記載箇所	GC
LA14	中核	従業員のカテゴリー別および主要事業拠点別の、基本給与および報酬の男女比	<u>賃金</u>	原則 1.6

人権

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	<u>人権</u>	

側面：投資および調達への慣行

項目		指標	記載箇所	GC
HR1	中核	人権への懸念に関する条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた重大な投資協定および契約の割合とその総数	<u>人権</u>	原則 1.2.3.4.5.6
HR2	中核	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー（供給者）、請負業者およびその他のビジネス・パートナーの割合と取られた措置	<u>公正な競争・取引の徹底</u>	原則 1.2.3.4.5.6
HR3	中核	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	<u>企業倫理の浸透/人権啓発（教育）/人事関連データ</u>	原則 1.2.3.4.5.6

側面：無差別

項目		指標	記載箇所	GC
HR4	中核	差別事例の総件数と取られた是正措置	<u>人権</u>	原則 1.2.6

側面：結社の自由

項目		指標	記載箇所	GC
HR5	中核	結社の自由および団体交渉の権利行使が侵害され、または著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務および主なサプライヤーと、それらの権利を支援するための措置	該当なし	原則 1.2.3

側面：児童労働

項目		指標	記載箇所	GC
HR6	中核	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務および主なサプライヤーと、児童労働の有効な廃止に貢献するための対策	<u>人権の尊重・差別に関する方針/資生堂グループサプライヤー行動基準</u>	原則 1.2.5

側面：強制労働

項目		指標	記載箇所	GC
HR7	中核	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務および主なサプライヤーと、あらゆる強制労働の防止に貢献するための対策	<u>人権の尊重・差別に関する方針/資生堂グループサプライヤー行動基準</u>	原則 1.2.4

側面：保安慣行

項目		指標	記載箇所	GC
HR8	追加	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合		原則 1.2

側面：先住民の権利

項目		指標	記載箇所	GC
HR9	追加	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	該当なし	原則 1.2

側面：評価

項目		指標	記載箇所	GC
HR10	中核	人権に関する審査および/または影響アセスメントの対象となっている業務の割合とその総数	<u>人権</u> 国内外全事業所を対象としている	

側面：改善

項目		指標	記載箇所	GC
HR11	中核	公式の苦情処理メカニズムを通して取り組み、決着された、人権に関する苦情の件数	<u>通報窓口の設置/ 社員の相談窓口/ 良好な労働組合との関係</u>	※原則 1.2

社会

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	<u>コミュニティー参画および発展</u>	

側面：地域コミュニティ

項目		指標	記載箇所	GC
SO1	中核	地域コミュニティとのエンゲージメント、影響アセスメントおよびコミュニティ振興プログラムが実施された事業の割合	<u>社会活動関連データ/ 社員による社会貢献活動</u>	
SO9	中核	潜在的だが著しい、または実際に、マイナス影響を地域コミュニティに与える事業	該当なし	
SO10	中核	潜在的だが著しい、または実際に、マイナス影響を地域コミュニティに与える事業で実施された予防策および緩和策	該当なし	

側面：不正行為

項目		指標	記載箇所	GC
SO2	中核	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	違反の報告	原則 10
SO3	中核	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	<u>企業倫理の浸透</u>	原則 10
SO4	中核	不正行為事例に対応して取られた措置	違反の報告	原則 10

側面：公共政策

項目		指標	記載箇所	GC
SO5	中核	公共政策の位置づけおよび公共政策立案への参加 およびロビー活動	<u>国連グローバルコンパクトへの参加</u>	原則 1.2.3.4.5. 6.7.8.9.10
SO6	追加	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	2012年度実績「政治献金なし」 <対象範囲：日本国内>	原則 10

側面：反競争的な行動

項目		指標	記載箇所	GC
SO7	追加	反競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	2012年度実績「法的措置なし」 <対象範囲：日本国内>	

側面：遵守

項目		指標	記載箇所	GC
SO8	中核	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	2012年度実績「罰金および罰金以外の制裁措置なし」 <対象範囲：日本国内>	

製品責任

項目		指標	記載箇所	GC
		マネジメント・アプローチ	<u>消費者課題</u>	

側面：顧客の安全衛生

項目		指標	記載箇所	GC
PR1	中核	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	<u>安心・安全なものづくりの推進</u>	原則 1
PR2	追加	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	2012年度実績「法規制および自主規範に対する違反なし」（薬事法等に基づく行政指導等を受けた事例） <対象範囲：日本国内>	原則 1

側面：製品およびサービスのラベリング

項目		指標	記載箇所	GC
PR3	中核	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	<u>お客さま満足度向上のための活動</u>	原則 8
PR4	追加	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	2012年度実績「法規制および自主規範に対する違反なし」（社内規範による「リコール&自主回収」事例） <対象範囲：日本国内>	原則 8
PR5	追加	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	<u>お客さま満足度向上のための活動</u>	

側面：マーケティング・コミュニケーション

項目		指標	記載箇所	GC
PR6	中核	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	<u>安心・安全なものづくりの推進</u>	
PR7	追加	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	2012年度実績「規制および自主規範に対する違反なし」（景品表示法や薬事法等に基づく行政指導等を受けた事例） <対象範囲：日本国内>	

側面：顧客のプライバシー

項目		指標	記載箇所	GC
PR8	追加	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	2012年度実績「3件」（プライバシーマーク審査機関へ報告した個人情報漏洩事故事例） <対象範囲：（株）資生堂>	原則 1

側面：遵守

項目		指標	記載箇所	GC
PR9	中核	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	2012年度実績「法規の違反に対する罰金なし」 <対象範囲：日本国内>	

一瞬も一生も美しく 